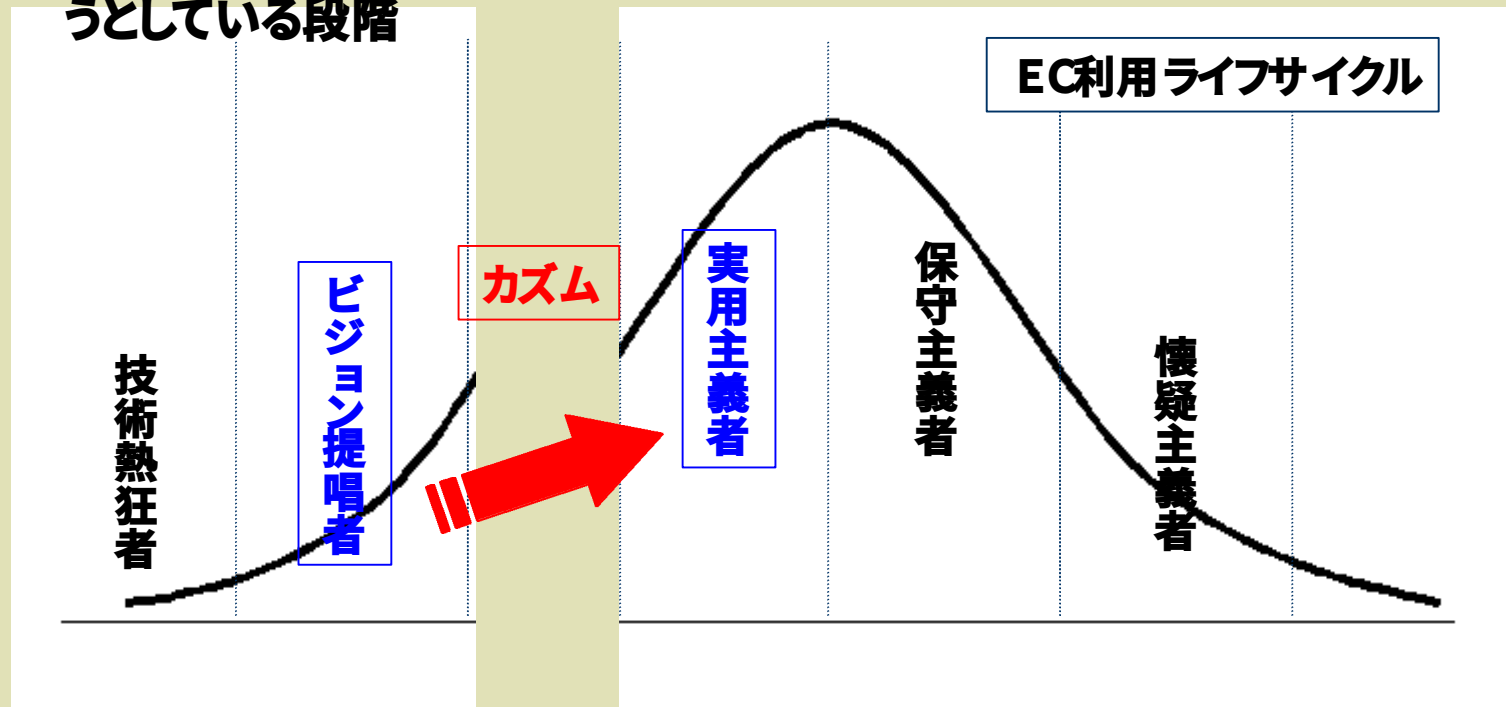


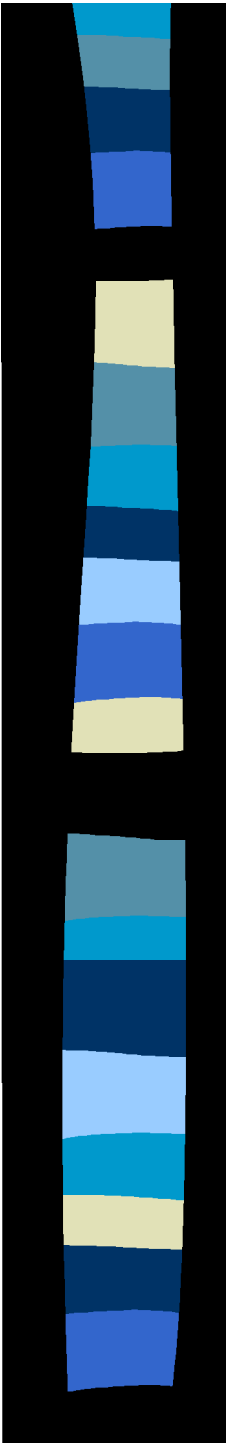
2) 日本のB TO C ECはブレイク直前か？

A. カズムに差し掛かっている。 このままではブレイクしない可能性も。

- 米国はカズムを渡った
- 日本は、カズムに差し掛かっている
 - ライフサイクルでいえば、**ビジョン提唱者**から **実用主義者**に広がる
うとしている段階



参考 Geoffrey A. Moore著 「トルネード経営」



A. カズムに差し掛かっている。 このままではブレイクしない可能性も。

- ライフサイクルでいえば、「ビジョン提唱者」から 実用主義者」に広がりようとしている段階
 - 「ビジョン提唱者」---多少不完全なサービスでも将来性を期待して利用する。新しい技術の習得が楽しい。不完全な部分を一緒に改善していくことに喜びを感じる
 - 実用主義者」---完全なサービスを望む。
 - ユーザーが、「ビジョン提唱者」から 実用主義者」に広がる時、マーケティングの方法を変えないといけない。
 - 日本のインターネット・ショッピングの利用者は、現在は25～35歳を中心とするビジョン提唱者層。商品数が少なくても、検索機能が不完全で商品が探しにくくても、注文方法が面倒でも、ハードルを乗り越えて、他の人より先にサービスを利用するのが楽しい人々。
 - これからは、実用主義者に。より年代層の広い、女性層を中心とする人々になっていく。