

メインストリーム市場

キャズム (chasm)

深い溝

※初期市場とメインストリーム市場ではニーズやモチベーション、価値観が大きく異なり、初期市場で支持されたからといってメインストリーム市場でも支持されるとは限らない

慎重だけど流行に
敏感で先端にいる人の
クチコミを重要視する

前期追随者
Early Majority

34 %

慎重で周囲を観察
して自らの行動を決める
「みんな」と同じが安心

後期追随者
Late Majority

34 %

保守的で新しいことへの抵抗が強い

遅滞者
Laggards

16 %

時間

16%の壁

を越えるために、
インフルエンサーの役割をもつ地域住民の
クチコミの力を使い、キャズムを超えていきます

この壁をクチコミで超えていきたい!!

初期採用者 (インフルエンサー)
健康普及員・食事改善推進員など

健康意識・情報感度の高い住民

家庭の中で

健康普及員

SNSで

他者の影響を受けて行動を決める人

先端にいる人 (インフルエンサー) からのクチコミや
周りへの同調、とり残されたくない気持ちが行動に繋がる