

流通とSC・私の視点

2009年1月10日

視点(1025)

経済の循環と流通経済の関係とは(その3)!!

(流通とSC・私の視点1024より続く)

(3) セミマクロの経済循環(第3の経済循環)

超マクロとマクロの経済循環は、経済現象そのものですが、セミマクロは、経済現象と流通現象の融合した現象から起こる循環です(六車流：流通理論)。

①流通の業態のライフサイクル

流通の業態は経済の成熟度によって、萌芽期、成長期、全盛期、飽和期、衰退期と変化します。これは、経済の成熟のどの段階なのかによって、消費者の消費構造も異なり、その結果、適合する流通の業態も異なるためです。日米の流通の業態変遷を示すと次の通りです。この日米の違いは、経済の成熟度による違いです。

		1960年代	1970年代	1980年代	1990年代	2000年代	2010年代
商店街	米国	衰退期	淘汰期	—	—	—	—
	日本	全盛期	飽和期	衰退期	衰退期	淘汰期	淘汰期
スーパーセンター	米国	—	—	萌芽期	成長期	成長期	全盛期
	日本	—	—	—	萌芽期	成長期	成長期
C S C	米国	飽和期	衰退期	淘汰期	—	—	—
	日本	萌芽期	成長期	全盛期	飽和期	衰退期	衰退期
R S C	米国	成長期	成長期	全盛期	全盛期	飽和期	衰退期
	日本	—	—	—	萌芽期	成長期	全盛期
ライフスタイルセンター	米国	—	—	—	萌芽期	成長期	全盛期
	日本	—	—	—	—	萌芽期	成長期
アウトレットセンター	米国	—	—	萌芽期・成長期	全盛期	全盛期	飽和期
	日本	—	—	—	萌芽期・成長期	成長期	全盛期
Eリテイル	米国	—	—	—	萌芽期	成長期	成長期
	日本	—	—	—	萌芽期	萌芽期・成長期	成長期

②生活者のライフステージ

生活者のライフステージ(世代)は、人間としてのライフサイクル(生涯)における役割と消費構造(使うお金の使い方)の違いですが、これも1つの経済上の循環とすることができます。通常、ライフステージは次のように分類されます。

No.	ステージ		要因
第1ステージ	パーソナル	アダルトの独身者のマーケット	親の年齢
第2ステージ	準パーソナル	夫婦のカップルのマーケット	×
第3ステージ	ファミリー	親と子供が児童(0~6歳)のマーケット	子供の存在と子供の年齢
第4ステージ		親と子供が小学生(7~12歳)のマーケット	
第5ステージ	準ファミリー	親と子供が中・高校生(13~18歳)のマーケット	収入と消費構造
第6ステージ		親と子供(19歳以上)が同居しているマーケット	
第7ステージ	パーソナル	シニア夫婦のみのマーケット	生活の必然性と生活の非必然性
第8ステージ		シニアの独身者のマーケット	

(4) ミクロの経済循環(第4の経済循環)

ミクロ経済循環は、企業の個々の業績の変化(循環)と、商品のライフサイクルや流行・トレンドであり、一種の経済上の循環現象です。

①企業の業績の変化

企業自体にも萌芽期、成長期、全盛期、飽和期、衰退期があり、かつ、企業の業種の変化も循環経済の一種です。

②商品のライフサイクルや流行・トレンド

商品にもライフサイクル(萌芽期→成長期→全盛期→衰退期)があり、また、商品の流行やトレンドがあり、いずれも循環経済の一種です。

このように、万物すべてが、1つの循環をくり返しています。この流れを「時流」と呼び、時流に乗ることも勝ちパターンづくりの1つです。

(流通とSC・私の視点1026へ続く)

(株)ダイナミックマーケティング社³
代表 六車秀之