

流通とSC・私の視点

2012年6月4日
(2012年10月8日更新)

視点(1590)

ニューモダン消費の切り口!!

(生活様式と消費者心理編)

消費はプレモダン消費からモダン消費、さらにポストモダン消費、ニューモダン消費へと進化します。
 ニューモダン消費を理解していただくために、モダン消費・ポストモダン消費・ニューモダン消費の切り口を日本を例として説明します(六車流：マーケティング理論)。

消 費	内 容			
モダン消費	日本の1961～1990年の30年間の経済			
	モノ不足時代→(インフレ経済)→モノ不足なき時代の経済			
	経済動向	最初の10年(1961～1970年)→経済成長率12%(10年間で3倍のGDPの経済)		
		中間の10年(1971～1980年)→経済成長率7%(10年間で2倍のGDPの経済)		
後半の10年(1981～1990年)→経済成長率4%(10年間で1.5倍のGDPの経済)				
ポストモダン消費	日本の1991～2010年の20年間の経済			
	モノ不足なき時代→(デフレ経済)→モノ離れ時代			
	経済動向はゼロ成長(20年間名目成長はなし、±2%=ゼロ成長・経済成長は名目マイナス・実質プラスの成長)の時代			
	2つの切り口	第1の切り口	バリュー革命	価格と品質のバランスの見直し、前半は価格の低下、後半は品質向上を伴うリーズナブル性をシステム化すると成功
第2の切り口		モノ・コト時代	モノ離れ時代にモノ以外の要素である「コト」(購買動機の誘発)により集客し、モノを売ることをシステム化すると成功	
ニューモダン消費	日本の2011～2040年の30年間の経済			
	モノ離れ時代→(新安定成長経済)→新創造ニーズ時代			
	経済動向は20年間で2倍になる経済成長(年間3.5%の成長率) ニューモダン消費時代(成長経済時代)のGDPの3.5%の成長は、モダン消費時代の7.0%(2倍)に相当→成熟経済時代はGDPの増大より内部の新陳代謝			
	4つの切り口	第1の切り口	20世紀へのアンチテーゼ・ソリューション&19世紀以前のノスタルジーから派生する消費行動 ①地球や自然環境に配慮した消費行動 ②人間の精神面や人間関係疎外と安心・安全な生活に配慮した消費行動	
		第2の切り口	21世紀に飛躍的に発展する新技術と融合した消費行動 ①ICT(情報交流技術)によるユビキタス技術を活用した消費行動 ②エコロジーテクノロジーやバイオテクノロジーを活用した消費行動 ③ロボットテクノロジー(商業用・医学用・介護用)や人口知能(AI)テクノロジーを活用した消費行動	
第3の切り口		新ライフスタイルの創出から派生する消費行動 ①少子高齢化・現役世代減少・世帯特性の変化の人口動態に対応した消費行動 ②生活環境や労働環境や余暇環境や家族環境や買物行動の社会動向の変化に対応した消費行動 ③経済の成熟化に伴う低成長社会や買物行動の社会変動に対応した消費行動		
第4の切り口		伝統的かつ成熟化した創出物の現代風再現から派生する消費行動 ①日本の長い歴史と近代化の中で培われたクールジャパンの消費行動 ②世界の伝統的・文化的創出物の私淑スタイルの消費行動 ③文化志向の時代に対応して、文化的な知的行動に対応した消費行動		

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
 代 表 六 車 秀 之