

流通とSC・私の視点

2010年11月12日

視点(1332)

21世紀型消費とポストモダン消費の関係は!!

21世紀型消費（大量消費社会と車社会を基軸とした買物の学習経験の連続性の中で、物に対する執着心と愛着心のある消費である20世紀型消費とは異なる新しい消費）と**ポストモダン消費**（モノ離れ時代の成熟した経済での消費）をマトリックス化すると次の通りになります（六車流：流通理論）。

		21世紀型の消費					
		20世紀のアンチテーゼ及び19世紀以前のノスタルジー消費行動		21世紀に飛躍的に発展する新技術を組み込んだ消費行動		新ライフスタイルから創出された消費行動	
		地球や自然に配慮した消費行動	人間の精神面や人間関係の疎外感と安心安全な生活に配慮した消費行動	IT(情報技術)によるユビキタス技術を活用した消費行動	バイオテクノロジー(生命工学)を活用した消費行動	人口動態による少子高齢化の変化を組み込んだ消費行動	消費構造の変化による買物行動や買物スタイルの変化を組み込んだ消費行動
ポストモダン消費	本物・感性消費スタイル	A-1	A-2	A-3	A-4	A-5	A-6
	私淑消費スタイル	B-1	B-2	B-3	B-4	B-5	B-6
	幸福消費スタイル	C-1	C-2	C-3	C-4	C-5	C-6
	安心安全消費スタイル	D-1	D-2	D-3	D-4	D-5	D-6
	ローカル消費スタイル	E-1	E-2	E-3	E-4	E-5	E-6
	熟年消費スタイル	F-1	F-2	F-3	F-4	F-5	F-6
	単純・効果的消費スタイル	G-1	G-2	G-3	G-4	G-5	G-6
	ネット消費スタイル	H-1	H-2	H-3	H-4	H-5	H-6

以上のように、21世紀型の消費は、20世紀の豊かな生活を基軸に「20世紀の反省」と「21世紀の新技术」と「21世紀の新しいライフスタイル」の3本柱で形成され、これにポストモダン消費の「8つの要素」のマトリックス上に新しいニーズ&ウォンツが創出されます。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六車 秀之