

流通とSC・私の視点

2012年1月9日

視点(1500) モダン消費・ポストモダン消費・ニューモダン消費の基本モデルとは!!

経済は50年に1回、流通は25年に1回、企業コンセプト(SCコンセプト)は8年に1回、MDingは3年に1回、過去の延長線上ではないレベルで大変革が起こります。

経済は50年に1回、過去の延長線上ではない大変革が起こっています。この経済の変革を消費の面で歴史のかつ未来的解析すると次の通りです(六車流：流通理論)。

	ニーズ構造	経済のタイプ	経済成長力	成長力 マーケット	人口の移動	消費構造	ニーズの基準	消費の割合	の内容 サービス	世界の流通歴			
										アメリカ	日本	中国	
経済の大変革50年	モダン消費	新商品が出現する消費 常に生活を向上させ、豊かにする	成長経済	高度成長経済時代(5~15%)	人口増・世帯増マーケット	国内大移動 (都心から郊外 地方から都会)	生活向上消費	(品質/価格//モノ価値) モノ・サービス情報の価値	・モダン消費(100%)	モノ+生活サービス	1946年~1980年(35年間)	1961年~1990年(30年間)	2001年~2030年(30年間)
	ポストモダン消費	中で客が新しいと感じるニーズ 過去(モダン消費)の延長線上の	飽和経済(新陳代謝)	停滞経済時代(マイナスor 0~2%)	人口停滞・世帯微増マーケット	人口定着(家族構成の場合)	モノ離れ消費	・差別化型の付加価値 ・アンチテーゼとノスタルジー	・ポストモダン消費(50%) ・モダン消費(50%)の融合消費	モノ+付加サービス	1981年~2010年(30年間)	1991年~2010年(20年間)	2031年~2050年(20年間)
経済の大変革50年	ニューモダン消費	全く異なる概念のニーズ 過去の延長線上とは	成熟経済(新規登場)	安定成長経済時代(3%)	人口減少・少子高齢化マーケット	人口定住(ふるさと感の場合)	新創造消費	・地球環境と人間の精神面との融合 ・新産業との融合	・ニューモダン消費(50%) ・ポストモダン消費(30%)の融合消費 ・モダン消費(20%)	モノ+情報サービス	2011年以降(50年間?)	2011年以降(50年間?)	2051年以降(50年間?)

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六車^{むぐるま}秀之