

流通とSC・私の視点

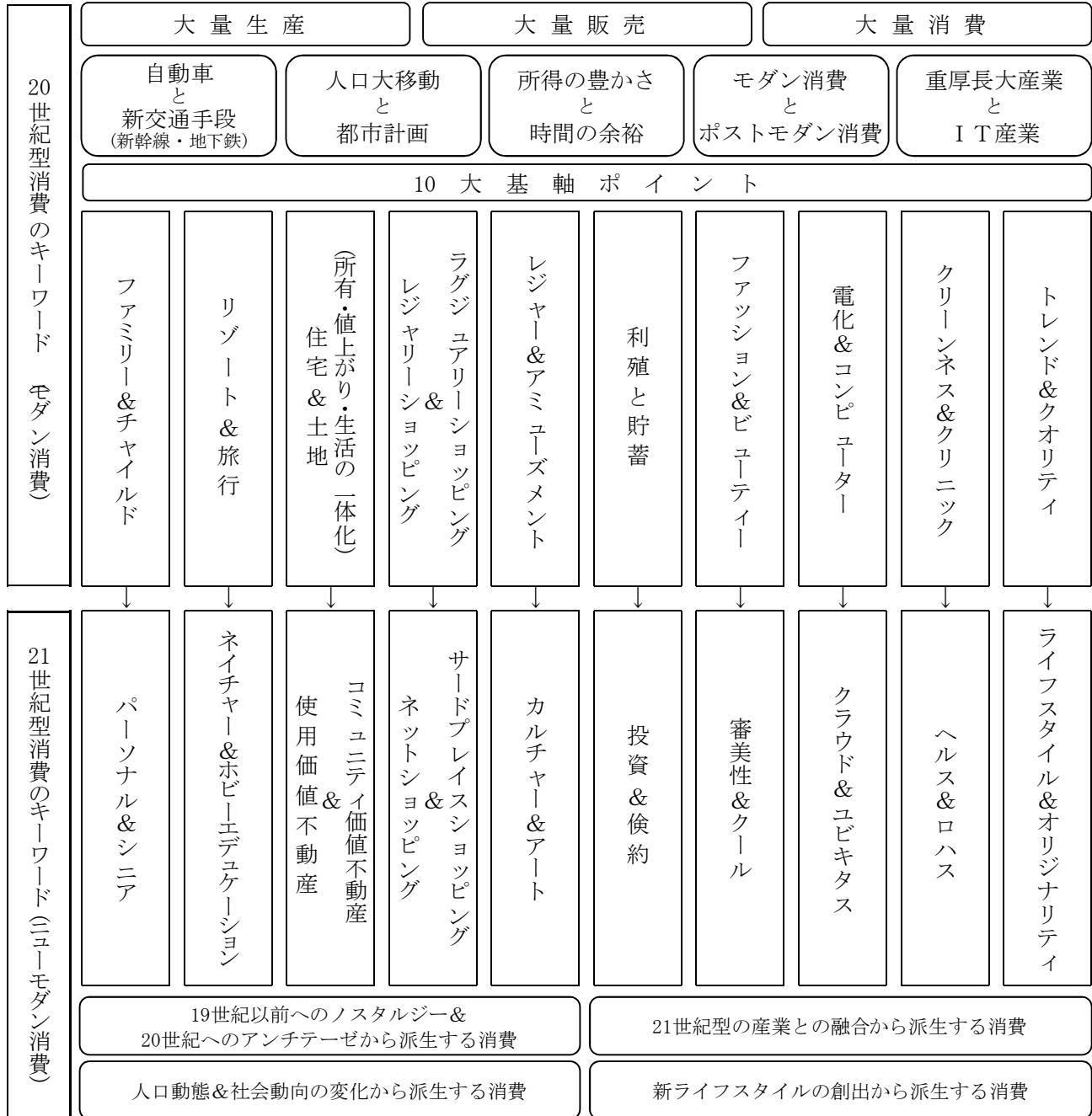
2012年5月10日

視点(1580)

20世紀型消費と21世紀型消費とは!!

(生活様式と消費者心理編)

20世紀型消費と21世紀型消費を分析すると次の通りです(六車流:マーケティング理論)。



今さら21世紀ではなく、21世紀が10年経過して、少しずつ21世紀の消費スタイルが見えてきました。21世紀型消費を解明するためには、20世紀の消費とは何かを分析しなければなりません。今、やっと20世紀は何だったのか!!が見え始め、同時に、21世紀は何か!!も少しずつ見え始めました。21世紀の消費は必ずしも成長志向かつ発展志向の社会ではありません。20世紀に先進国になった経済国家が21世紀で歩む道は多難です。

(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