

# 流通とSC・私の視点

2015年10月2日

視点(1982)

消費のアップ&ダウンサイジング消費!!

(生活様式と消費心理編)

消費のタイプを概念的に分類すると次の通りです。

<b>豪華消費</b> (ラグジュアリーライフ消費)	<b>背伸び消費</b> (アップスタイルのライフ消費)	<b>身の丈消費</b> (本来の基本消費に忠実なライフ消費)	<b>節約消費</b> (モノ離れ消費・さとり消費・嫌消費ライフ消費)	<b>貧困消費</b> (生活困窮ライフ消費)
富裕層消費・贅沢消費・新富裕層消費(成金消費)	フォロワー(憧れ)・アホーダブル(ちょっと贅沢)消費・先行(ローン)消費	標準生活スタイル消費	モノ離れ消費・さとり消費・嫌消費	低所得者消費&困窮生活消費
バブリー消費	スタンダード消費	シュリンク(萎縮)消費		
アップサイジング消費		ダウンサイジング消費		

これを所得層と消費のタイプで比較すると次のようになります。

		豪華消費	背伸び消費	身の丈消費	節約消費	貧困消費
所得層	高所得層の消費	アップサイジング消費				
	中所得層の消費	スタンダード消費				
	低所得層の消費	ダウンサイジング消費				
消費のタイプ	モダン消費	(美德消費)				
	バブル消費	(爆買い消費)				
	ポストモダン消費	関連性 ない	(節約消費)			関連性 ない
	ニューモダン消費		(賢約消費)			

この消費のスタイル及びタイプを数値化すると次の通りです。

	豪華消費	背伸び消費	身の丈消費	節約消費	貧困消費
モダン消費	10%	25%	50%	10%	5%
	35%		65%		
バブル消費	20%	30%	40%	5%	5%
	50%			50%	
ポストモダン消費	5%	15%	35%	35%	10%
	20%			80%	
ニューモダン消費	10%	20%	40%	20%	10%
	30%		60%		10%

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>+</sup>  
 代表 六 車 秀 之