

# 流通とSC・私の視点

2020年3月31日

視点(2332)

経済の成長期と飽和期の競争条件!!

(流通経済編)

経済の未成熟期と成熟期は経済上の現象や企業の成長戦略は大きく異なります。経済の発展プロセスによる経済・流通の変化要因を示すと次の通りです。

未成熟期		成熟期	
萌芽期	成長期	飽和期	衰退期
	1956~1995年(40年間)	1996年~現在~未来	
↓	<p>プラス経済</p> <p>①プラスの範囲内での高い・低いの競争</p> <p>② 新規 &gt; 淘汰</p>	<p>プラマイゼロ経済</p> <p>①どこかのプラスが、どこかのマイナスの競争</p> <p>② 新規 &gt; 淘汰</p>	↓
	<p>マダガスカルの子ネサルのマーケット</p> <p>①マーケットのパイが拡大・拡散</p> <p>②子ネサルの“種”超多様化(1種から80種に多様化)</p>	<p>ガラパゴスのイグアナのマーケット</p> <p>①マーケットのパイが縮小</p> <p>②イグアナの生活行動の二極化(陸イグアナの生き残りと言海イグアナの成長)</p>	
	<p>モダン消費経済</p> <p>①モノ離れする前の日本経済(1955~1995年までの40年間)</p> <p>②モダン消費とは「モノを買い・消耗し・所有し・使用することの連続性に喜びを感じる生活向上志向の消費」</p>	<p>ポストモダン消費やニューモダン消費経済</p> <p>①モノ離れ(1988年にモノ離れ)した後の経済</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ポストモダン経済(1996~2020年の25年間)</li> <li>・ニューモダン経済(2021~2045年の25年間)</li> </ul>	
	市場差別化が成立要因	市場細分化と市場創造化が成立要因	
	<p>拡大成長(拡大均衡)</p> <p>①各業界の中での業態の多様化</p> <p>②企業のラインロビングによる多角化</p>	<p>縮小均衡・縮小淘汰</p> <p>①M&amp;A</p> <p>②海外マーケットへの進出</p> <p>③インバウンドの取り込み</p> <p>④既存マーケットの深耕</p> <p>⑤他のマーケットへの侵攻</p> <p>⑥新規マーケットの開発・創出</p>	
	多企業の自由競争	寡占化(2.5企業や3.5企業化)	
	経済の好循環が起こる前のプレモダン消費時代(消費が旺盛でない時代)	経済の発展がマイナス成長となり経済が長期に亘り収縮する縮小均衡経済の時代	

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