

視点(1209)

モノ離れ現象の解明(その3)!!

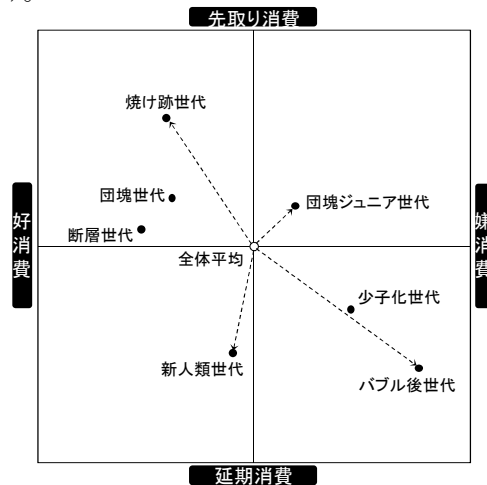
— 世代とモノ離れ現象 —

(流通とSC・私の視点1208より続く)

現代の消費者(特に若者)は、収入に見合った支出をしない「嫌消費」と「好消費」に別れます(出典:「嫌消費」世代の研究より・一部加筆)。

世代	年代	内容
少子化世代	1984~1993年生 (17~26歳)	親の世代の未婚化、晩婚化によって同年代の数が少ない世代
バブル後世代	1979~1983年生 (27~31歳)	バブル崩壊を学童期に体験し、顕示欲や周りへの同調志向が強く、劣等感が強いと自覚している世代
団塊ジュニア世代	1971~1978年生 (32~39歳)	両親のどちらかが団塊世代で、消費に対してはポジティブでもネガティブでもなく、新人類ほど謳歌意識はない
新人類世代	1961~1970年生 (40~49歳)	バブル経済を青年期、学生時代や就職期に謳歌した世代で、消費に対してもっともポジティブな意識を持つ世代
断層世代	1951~1960年生 (50~59歳)	団塊世代(政治的意識が高い)と政治的には関心が薄く消費好きな新人類の狭間の世代。バブル後世代の親世代。消費意欲も高い
団塊シニア世代	1946~1950年生 (60~64歳)	出生から現在の定年まで、ライフステージを変えるたびに人口数の多さからさまざまな変化の先駆者となった。最初のマスメディア世代であり、彼らとともに育ったマスブランドがたくさんある
焼け跡世代	1939~1945年生 (65~71歳)	終戦までに生まれるが、戦争の記憶はない。自分への正直さ、他人への優しさ、自国文化保守の意識が高い。三種の神器、3Cなどの選択的耐久消費物の普及に貢献した世代

この世代を「好消費と嫌消費」及び「先取り消費と延期消費」によりマトリックス化すると次の通りです(出典:「嫌消費」世代の研究より)。



以上を要約すると、次の通りです。

	消費傾向①		消費傾向②		消費傾向③	
	好消費	嫌消費	先取り消費	延期消費	モダン消費	ポストモダン消費
少子化世代	×	○	△	○	×	◎
バブル後世代	×	◎	×	◎	×	◎
団塊ジュニア世代	△	○	○	×	△	○
新人類世代	○	△	×	◎	◎	△
断層世代	○	×	○	△	◎	×
団塊世代	○	×	○	×	○	×
焼け跡世代	◎	×	◎	×	○	×

(流通とSC・私の視点1210へ続く)

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六車 秀之