

流通とSC・私の視点

2018年11月11日

視点(2243)

消費のタイプと消費性向!!

(生活様式と消費心理編)

消費のタイプは「プレモダン消費」(消費が一般化する前の消費)、「モダン消費」(旺盛な生活向上型の消費)、「ポストモダン消費」(モノ離れが起こった後の低迷消費)、「ニューモダン消費」(こだわり・斬新消費による再軌道消費)の4つの段階があり、経済の進化に基づき消費も変化します。この4つのタイプの消費を視点を変えて3つのタイプに再編集すると次の通りになります。

		第1のタイプ	第2のタイプ	第3のタイプ
タイプ		資産効果の消費	モノ離れ後の消費	モノ離れ前の消費
		ラグジュアリー消費	ポストモダン消費 (ニューモダン消費)	モダン消費
対象		金融・不動産からの 臨時収入者層	中所得者層	低所得者層
		資産家層	もう一定の豊かさを 得ている層	これから豊かに なろうとしている層
構成	アメリカ	15%	40%	45%
		55%		
	日本	5%	65%	30%
		70%		
消費の内容		臨時・豪華志向消費	こだわり・斬新消費	儉約・生活向上意識消費
		高級品や欲求商品・ サービスが欲しい消費	当たり前化した商品・ サービスは必要としない消費	生活を充実・向上させる ために欲しい消費
		基礎的生活は超満足	基礎的生活は満足	基礎的生活は不満足
		↓	↓	↓
		今まで欲しかったものを 不定期で買いたい	日常の定期的消費は これ以上必要を感じない	もっと物質的な欲求で 生活向上をさせたい
	重複あり		重複なし	
経済への寄与	一部の刺激経済	低成長経済 (プラマイゼロ経済)	中・高成長経済 (インフレ経済)	

日本の消費は「モノ離れ後の消費」(第2のタイプ)が中心で、現在の日本経済は低成長(0~1.0%)が続いています。アメリカは「モノ離れ後の消費」(第2のタイプ)と「モノ離れ前の消費」(第3のタイプの、これから豊かになろうとする低所得者層)と「資産効果の消費」(第1のタイプ)が比較的バランス良く存在している消費構造のため、アメリカの経済は中成長(3~4%)が続いています。日本経済及び消費はニューモダン消費を官民あげて推進しないと経済は低成長のまま続きます。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六_む軍_{ぐるま}秀之