

流通とSC・私の視点

2018年10月8日

視点(2223)

経済・消費・デジタル・SCの進化ライフサイクル!!

(流通経済編)

世の中の万物は、最初は「斬新さ」を持ち、やがて普及すると「当たり前化」し、次いで「飽和」し、やがて次の「ニューフェイスの登場」に取って代わられます。これを「万物の進化ライフサイクル」と言いますが、**経済・消費・デジタル・SC**の4つの分野の進化ライフサイクルは次の通りとなっています。

	進化ライフサイクル		GDP	切り口	内 容	主 体			
						経済	消費	デジタル	SC
スタンダード時代 プレ・	未発達の時代	助走(れい明期)	中成長(5~10%)	—	まだ存在そのものが「ない」、あるいは「希薄」な時代	産業経済時代以前	プレモダン消費時代	プレデジタル化時代	プレSC時代
スタンダード時代	全盛期の時代	ホップ(成長期)	高成長(8~15%)	喜び・斬新	普及が急速に進み、存在感が高まり成果(満足や喜び)が増殖する時代	消費経済時代	モダン消費時代	デジタル化時代	SC時代
スタンダード時代 ポスト・	インフラ化の時代	ステップ(成熟期)	低成長(0~3%)	汎用・当たり前	普及が進み存在そのものが「当たり前化」し、インフラ現象(なくなると大変だが、当たり前化しているため有り難みを感じない現象)となった時代	金融経済時代	ポストモダン消費時代	ポストデジタル化時代	ポストSC時代
スタンダード時代 ニュー・	イノベーションの時代	ジャンプ(再起動期)	中成長(5~7%)	革新	今までの存在とは全く異なる(過去の延長線上ではないレベルアップ)イノベーションな存在の時代	情報経済時代	ニューモダン消費時代	ニューデジタル化時代	ニューSC時代

万物の進化ライフサイクルは、導入期(れい明期)→成長期→成熟期→飽和期→衰退期へと進みますが、万物は形や機能を変えて生き残る、あるいは延命する手法を模索します。常に勝ちパターンを維持するにはイノベーション(革新)を駆使して、再起動し、再び大成長することが必要になります。

この再起動(ニュースタンダード時代)する前の段階であるポストスタンダード時代は、ニュースタンダード時代へ突入するプロセスとして大事な時代です。

万物は成長する時に過渡期というステップがあります。この過渡期を「インフラ化時代」と呼び、普及が進み、当たり前化している状態で、無くては困るが、あっても当たりの有り難みを感じない状態です。今、多くの先進国は経済においても、消費においてもデジタルにおいても、SCにおいてもインフラ化現象が起こっています。このポストスタンダード時代をそのまま放置すると衰退の道を歩みます。今、経済も消費もデジタルもSCもポストスタンダードの時代で、次の再起動が望まれ、もう多くの分野で過去の延長線上ではないニュースタンダード時代へとイノベーションが進みつつあります。

(株)ダイナミックマーケティング社⁷
代 表 六 車 秀 之