



インフレスパイラルと消費者の支出傾向の変化

令和6年6月9日

黒田インターナショナルコンサルティング

黒田 毅

インフレにおける物価の上昇は、新しいデジタルサービスへの需要とともに、消費者の支出傾向の変化を見出せるものである。

これらは食費や必要支出に対して、その生活の新しい需要である余暇やその IoT という新しい生活の必要性とともに、消費者の支出傾向が変化していることを理解できるものである。

これらは全ての企業における正しい考察であり、未来におけるさらなる変化は理解することを提案できるものである。

これらは支出の変化は、その新しい現実への支出を有すると考える。これらは等しく生活自体の変化であり、これらは現状の社会革命という現実が、消費者の支出傾向の変化を与えていると考える。

これらは企業が新しいターゲットとともに、自己製品お開発や提供を求める時、その的確な製品提供が新しい消費者マインドへの正しい企業選択として可能であると考えます。

これらはパンデミックから始まる社会の変化とともに、生活における必要性が転換するものであり、それに伴う変化は、その必要性の転換とともに、明らか市場の転換を有するのである。

これらはグローバリゼーションにおける経済地図がその貿易や為替とともに既存現実から新しい現実への変化を与えているのである。

これらは消費者における購買変化がデジタル化という現実とともに、ビジネスの現実の転換を与えているのである。

これらは、企業における変化とともに、はるかに創造に勝るスピードにおける社会転換やビジネスにおける変化が存在することを意味するものである。