

# [同一視⇔対立視]の年表 20歳レディース換算\*

Copyright © 2006 .Youiti Morita

74年	同	●渋谷パルコオープン、渋谷の人の流れを変える ●ポロシャツブーム ●ベネトンブーム	90年	対	●各店共通の売れ筋が無くなる ●インディーズ
75年	対	●バーゲンのパルコ	91年	立	●インポートセレクトショップ ●地酒のブーム
76年		●竹下通りのナイショの店	92年	視	●価格の2極化 ●裏原宿のナイショの店
77年	立	●一点集中型商品 異常なまでの価格競争	93年	同	●DCブランド 業績回復
78年		●デザイナーブランドブーム	94年	一	●鈴丹、キャビン、三愛 失速
79年	同	●第2次ポロシャツブーム	95年	視	●デジタルカメラ「QV-10」
80年		●ラフォーレ原宿オープン 苦戦 ●池袋サンシャインアルパオープン 苦戦	96年	一	●同質化のかたまり 平成ブランドブーム
81年	一	●竹下通り 人気ショップが入れ替わる	97年	視	●裏原宿人気ショップが入れ替わる
82年		●DCブランドブーム	98年	対	●ナショナルブランドの黄桜、剣菱
83年	立	●个性的なへたうまイラスト	99年	立	●すぐにパクって安く出す 日本型SPA
84年		●渋谷センター街のナイショの店	00年	同	●女子高生ファッションが同じになる
85年	視	●大阪アメリカ村のナイショの店	01年	一	●上場企業 経常利益増
86年		●使い捨てカメラ 写るんです	02年	視	●デジカメ画素数競争
87年	一	●企画力よりコピー力	03年	対	●手書きの礼状
88年		●企画や発注の早期化、見込み生産	04年	立	●金釘流手書きチラシ
89年	対	●型数や販売先の集約	05年	視	●隠れ家風ショップ
		●企画部門の縮小廃止ブーム			●14万円のジーンズ
		●生産の垂直統合			●マボロシの銘酒 越乃寒梅、久保田
		●売れ行きランキング上位の販売個数 激減			●オゾック、インエ、イネド、MKミッシェル克蘭 失速
		●早めに手当をした商品が動かない			●若者がオーナーの店 「シェル」「サタン・アルバイト」「雪月花」
		●値段より鮮度が優先			●企画が店頭起点、売れ筋指向
					●インポートセレクトショップ 売れ筋コピーのオリジナル増やす
					●面白い服が売れない、チープなカットソーだらけ
					●ヤング向け新興メーカーがバブル崩壊、リストラ
					●テレビCMや雑誌広告などマスで大々的にキャンペーン
					●上場企業大もうけ
					●セレブ(有名人)ブーム、読者モデルブーム
					●ファッション雑誌とタイアップ
					●ショッピングセンター向けファミリーブランド
					●超精密毛抜き「レジツィーザー」
					●へたうまエッセーマンガ
					●接客の優れた差別化タクシー
					●手に入りにくいフルーツ野菜
					●省かない服、きちんと作り込んだ服
					●同質化商品の価格帯地滑り
					●アキバ系の「電車男」
					●雑誌掲載商品のヒット率低下
					●マボロシの芋焼酎 「森伊蔵」「村尾」「魔王」
					●本格セレクトショップ復活
					●こだわりのブランド「wjk」「ファクトタム」
					●「ニオイを香りでごまかしていませんか」消臭ファブリーズ
					●東京の女子高生が方言をしゃべる
					●ビジネスの現場で手書き復権
					●書籍のセレクトショップ ガケ書房

\*年表にあるのは、実際に流行した時期ではありません。若い女性のタイミングに直してあります。

