

第2-1-13図 ヒット商品のライフサイクル
 ～商品のライフサイクルは短期化している～

(%)

	1年未満	1～2年未満	2～3年未満	3～5年未満	5年超	合計
1970年代以前	1.6	6.3	5.1	27.7	59.4	100.0
1980年代	1.7	9.8	12.4	29.6	46.5	100.0
1990年代	4.8	16.4	19.6	32.5	26.8	100.0
2000年代	18.9	32.9	23.1	19.6	5.6	100.0

資料：(社)中小企業研究所「製造業販売活動実態調査」(2004年11月)

- (注) 1. ヒット商品の定義は、自社にとって売れ筋商品のことをヒット商品としている。
 2. ここでは、かつてヒットしていたが、現在は売れなくなった商品を集計している。