

第 9 回 首都圏マーケットの再評価のポイント

日本経済は、ここに来てようやく明るさが見えてきたとの記事が増えてきましたが、地域により産業により温度差が激しいようです。ご承知のように日本の人口は2006年を契機に減少に入るといわれています。しかしこれも地域によって差が激しいのです。人口だけでなく、そのような中で首都圏のマーケットの価値は一段と上がりつつあります。

国内のマーケットが縮小する中でビジネスチャンスを活かす、新たなマーケットを開拓し事業を拡大、成長させたい、停滞したビジネス環境から成長・拡大のチャンスのあるマーケットに挑戦したい等現状を脱皮したい方は首都圏戦略を積極的に考えるべきです。

首都圏のマーケットの魅力を再チェックし、新たな事業戦略を考えましょう。

首都圏マーケットの再評価の3の着眼点

1. 首都圏の人口は、東京都を中心に増えているのです。

ここでは、首都圏を神奈川、東京、埼玉、千葉の1都3県とします。2000年以降都心回帰、都市型産業の発展、国際化等によって人口増が顕著といえます。特に東京都の人口増が目立ちます。(詳しくは、また別の機会にお話しましょう)2006年以降日本は人口減少に入るといわれている中で首都圏はしばらく人口は増えていくでしょう。

例(人口推移)

単位

(千人)

	2000年	2002年	2004年
首都圏	33,148(+88)	33,839(+119)	34,050(+211)
東京都	12,064(+19)	12,219(+73)	12,310(+91)
全国	126,926(+240)	127,435(+144)	127,619(+184)

資料:総務省統計局

2. 人口が増えているとともに富裕層が多いのです。またリッチな単身者も増えていま

す。産業構造の変化、賃金制度の変化等々に加え、都心への回帰現象は、若い世帯以外に経済的に余裕のある中高年層を都心に惹きつけます。彼らは、郊外より利便性、文化性を求めています。所得格差は広がりつつあります。9割中流意識は崩壊せざるを得ません。ターゲットとしてどこを狙うかがより大事になってきました。

3. 一方 ビジネスチャンスも多いため企業の東京進出は、地方に比し活発化しましょう。高度情報化社会になればなるほど人と人との接触は逆に増えるでしょう。情報の価値は高まります。それに合わせビジネスチャンスは広がるものです。

日本全体を見た時に、地方は逆に厳しい環境におかれています。海外進出も一つの考えとしてありますが、多くの努力と時間も必要でしょう。是非首都圏マーケットの開拓を検討してみてください。優れた製品、サービスを持ちながら販路拡大ができずに新たな販路開拓先に悩む。最近このような相談が増えてきています。もちろん売るにあたっては、いくつかの課題を解決しなければうまくいきません。大いに知恵を働かせることが必要です。