

営業エリア内の こんな地域情報について 調べておこう

～渉外活動中に行いたい情報収集ノウハウ～

ここでは、渉外担当者が調べておきたい自店営業エリアの情報を11項目挙げ、「どのように調べればよいのか」「その情報がどんな取引先にとって何の役に立つのか」などを解説する。

① 地価や不動産賃料相場の変化

不動産購入や所有物件の賃貸を検討する取引先との話題に

不 動産の価格情報は、統計データや不動産会社が主な情報源となる。地価であれば、公示価格、相続税路線価、固定資産評価額などがある。これらは、主に担保評価の算出に利用するものであり、実勢価格との差や調査時とのタイムラグもあるが参考になるだろう。

地価から税金の話題へ展開

こうした地価・賃料の目安が分かっていると、不動産の購入を希望する先や所有物件の賃貸を検討する先への提案で価格の妥当性が押さえられる。そうすれば、調達資金を含めた全体の資金計画が提案しやすくなる。例えば、物件購入資金の担保評価や賃貸マンション建設の資金回収計画などの会話が具体的になるだろう。

地価の動向を押さえておけば、税金の話題から預金などを含めた預かり資産の話もできる。例えば、地主に対して「この辺りは、再開発の影響で地価が上がり、固定資産税も上がってますね。今の預金を含めた資産運用でその支払い資金の捻出も検討しないといけませんね」などと切り出せる。

② 地域の人口動態や住民構成の変化

地域住民をターゲットとした サービス業の取引先などに提供

地 域住民に関する情報源としては、行政の統計データが主となる。国勢調査、住民基本台帳、推計人口等の統計データなどは、地自治体のホームページからダウンロードできる。地域によっては大学や企業などが地域イメージや都市デザイン、観光開発などの手がかりを得ることを目的として研究調査を行っている。そうしたレポートもネット上に公開されているケースがある。

インターネットとした不動産・小売・飲食・サービス業者などへ提供するマーケット情報として役立つ。例えば、不動産業者にとつては、小売・飲食・サービス業者等へのテナント募集の際に「ここに構えると人口構成からしても市場がありそうですね」というセールストークに活用できる。

実際のレポートなどを持参して客観的な根拠を示し、「最近が高齢者が増えているので御社の商材はPR次第で可能性が広がるのではないのでしょうか?」「観光面に力を入れるようですが、街をイメージした新商品開発を検討していませんか?」などと切り出せば、PR費用・新商品開発費用などに対する資金の話につなげることもできる。

③ 水道光熱費やネット回線料金の動向

契約形態の変更による コストダウン提案に役立てる

総 務省の家計調査(家計収支編)では、電気水道ガス料金がモデルケースごとに調査されている。地域別に調べるには、電気料金は電力各社、水道料金は各地方自治体の水道局、ガス料金は都市ガス各社などのホームページを見たり問い合わせたりすれば分かる。

光熱費等がかかる業種に提供

こうした情報は、経費に占める水道光熱費やネット使用料が高い事業者に提供したい。例えば、水道代がかかる花屋、設備機械を稼働させる電気代がかかる製造業などだ。契約形態変更でのコストダウン、コストコントロールの話題に展開できる。

ネット回線についても、現在の契約形態からセット契約に切り替えることでのコストダウンが提案できる。中小企業でもネット環境は整っているし、営業担当者に携帯電話も持たせている。契約形態の変更は、毎月では少額でも年間になれば差が出てくるはずだ。通信事業者や製品・技術、社会動向なども併せて調べる場合は、『インターネット白書』なども参考にするとよいだろう。

マーケット情報として活用

こうした情報は、地域住民をメ

ターゲットとした不動産・小売・飲食・サービス業者などへ提供するマーケット情報として役立つ。

こうした情報は、経費に占める水道光熱費やネット使用料が高い事業者に提供したい。

こうした情報は、経費に占める水道光熱費やネット使用料が高い事業者に提供したい。