

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。

地価を行政データで効率的に確認するには、国土交通省の提供する「標準地・基準地検索システム」(全国都道府県、市区町村名から検索できる)が便利だ。また、大手不動産仲介会社のホームページを見ると、自店の営業エリア、近隣の地価・賃料双方の相場が分かるだろう。もちろん、担当エリア内の不動産業者へのヒアリングや不動産広告の確認も可能な限り実施したい。

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、社会動向などから、新規事業のヒントも提供できるかもしれない。

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。

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。

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。