

発展を目指す企業家のための経営指南役

No. 555

平成22年 3月 1日(月曜日)

## 社 外 重 役

Selected Clients &amp; Professionals Relationship

発行)株式会社ノースアイランド  
 東京本社)東京都千代田区丸の内3-2-3 富士ビル5F  
 Tel.03-3216-2004 Fax.03-3216-0439  
 大阪支社)大阪府北区中之島3-3-23 中之島ダイビル9F  
 Tel.06-6448-2004 Fax.06-6448-0539

## マーケティング

HPの祖先、企業PR・広報誌  
販促や企業文化発信の役割減る

国会図書館の書籍分類では、企業や団体が発行する広報誌(PR誌)、社内報等は組織の内外に向けて情報を発信する広報出版物であり、経営方針の周知、企業文化形成、社内コミュニケーションの向上、情報開示(IR)、企業イメージ形成等を目的に作成される、とある。

近年は、メールマガジンなど発行形式にWEBを利用する例が増えた。PR誌と社内報は企業内外に発信したが、最近発行企業は減った。歴史的には企業本来の使命である生産-販促状況を顧客に知らせるには、今のようなWEB-HPがないから広報誌(PR誌)を手段に使ったのである。ただし、販促や利潤追求をストレートに打ち出すのではなく、企業文化発信といった間接的な表現を印刷物に託した。ミシュランガイドやギネスブックがその典型だが、ミシュランは企業PRの域を超え商品に化けた。

アメリカ文化の香りを持ってきたのが富士ゼロックス(『グラフィケーション』)やIBM(『THINK』)。女性客にスマートに、ソフトに語りかけたのが資生堂(『花椿』)。銀座中央商店街連合会の『銀座百点』が異色だった。高度成長期はPR合戦の全盛期でもあったといえる。

しかし、PR誌の発行企業が減ったのは、販促の役割を終えたことに起因している。メディアは電波(テレビやラジオ)と紙(新聞、雑誌)が曲がり角にあり、ネット通販が急増。21世紀の企業PR-マーケティング戦略は模索期といわれている。

## 税務会計

10年度における国民負担率は39%  
0.2ポイント増で2年ぶりに上昇

国民負担率とは、国民所得に対する税金や社会保険料(年金・医療費などの保険料)の負担割合。財務省はこのほど、2009年度の実績見込みでは38.8%だった国民負担率が、2010年度予算では0.2ポイント上昇の39.0%になるとの見通しを発表した。

これで、2年ぶりに前年を上回ることになる。2010年度見通しの内訳は、国税が11.7%、地方税が9.8%、租税負担率が21.5%、社会保障負担率が17.5%だった。

2009年度実績見込みに比べ、租税負担率は0.3ポイント減(国税は0.2ポイント増、地方税は0.5ポイント減)、社会保障負担率は0.5ポイント増。高齢化の進展で社会保障負担が増え、同負担率は統計開始の1970年以降で最高を記録。国民負担率を諸外国(2007年実績)と比べた場合、アメリカ(34.9%)よりは高いが、スウェーデン(64.8%)、フランス(61.2%)、ドイツ(52.4%)、イギリス(48.3%)等より低い。

真の負担率は、財政赤字という形で将来世代へ先送りしている負担額を加える必要がある。財務省によると、2010年度の国民所得(前年度に比べ3万2千円増の336万4千円)に対する財政赤字の割合は、前年度から1.9ポイント減の13.3%となる見通し。

この結果、2010年度の国民負担率に財政赤字を加えた「潜在的国民負担率」は、過去最高となった前年度からは1.7ポイント減の52.3%となる見通しだ。

## 今週のキーワード

ミシュラン  
ガイド

ミシュラン(仏)はタイヤメーカー。ミシュランガイドはホテルガイドなどの総称。パリ万博が行われた1900年、ドライバー向けのガイドブックとして母国で発行されたのが始まり。郵便局や電話の位置まで示した市街地図の他、都市別のガソリンスタンドやホテル一覧、自動車の整備方法など、35,000部が無料配布された。タイヤ会社がドライバー向けのサービス-販促を意図したものとされる。東京版(価格2,415円)は07年発行で欧米以外で初。全世界で累計3千万部発行。