

発展を目指す企業家のための経営指南役

No. 567

平成22年 5月31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

情報発信兼ね進化する自販機商法  
差別化に成功した化粧品の自販機

コココーラには「アフリカの砂漠にもコココーラの広告看板がある」という逸話がある。たとえ少数のラクダ(キャラバン=隊商)しか見ないとしても、需要のあるところに供給するというマーケティングの基本を実践してきた。

日本の自動販売機においては、2001年コココーラが携帯電話で買える自販機を導入したあたりからが第三代自販機とされている。単なる自販機でなく、情報発信も兼ねるようなITを組み合わせたベンダー・ショップ(自販機ミニ商店)の役目を負い、商品も多様化している。

たとえば、横浜駅東口地下には化粧品の大型自販機が登場。若い女性の人だかりができています。米国製のニキビケア商品で、自販機には現金価格は表示されず、クレジットカードで買うという。そこには「60日間返金保証」—2ヵ月無料と確約してある。この商法には、①商品効果に自信を持っている、②使用済みでも返金保証している、③横浜駅地下利用者は1日に50万人を超え人目につく、④無人だがアンテナショップのように情報発信して、しかも設置費用が安価、という点に他社との差異性がある。価格は4本入りで約1万円だが、自販機を見ただけではわかりにくいミステリーさもあり、効果は口コミで評判が広まっている。

同社はこの商法を「プロアクティブ(商品名)ショップ」と呼ぶ。大都会を砂漠にたとえ、無限の資源(見込み客)が眠っている宝庫を発掘するという意気込みなのだろう。

## 税務会計

08年中相続税の課税割合は4.2%  
地価下落により5年連続最低水準

国税庁がこのほど発表した2008年分相続税の申告事績によると、2008年1年間に亡くなった人は約114万人だったが、このうち相続税の課税対象となった人数は約4万8千人で、課税割合は4.2%だった。相続で税金がかかるのは100人に4人という状況が続いている。この課税割合4.2%は前年分から横ばいの数字だが、直近において基礎控除額の引上げなどがあった1994年分以降では、5年連続の最低水準となっている。相続財産額の構成比は、「土地」が49.6%と半数を占め、「現金・預貯金等」21.5%、「有価証券」13.3%の順。

土地の構成比は、地価の下落を背景に、1994年分(70.9%)から一貫して減少していたが、2008年分は前年から1.8ポイント上昇した。しかし、相続財産に占める割合が高い土地の評価はいまだ低迷しており、相続財産の課税価格が基礎控除額(「5,000万円+1,000万円×法定相続人の数」)内で収まるケースが多いことになる。

ちなみに、路線価の基礎となる標準宅地の平均額の推移は、1平方メートルあたり25万6千円だった1994年を100とすると、年々減少をたどり、2008年は14年ぶりに上昇した2006年から3年連続で上昇したものの、1平方メートルあたり14万3千円と、いまだ56まで回復したに過ぎない。

もともと、100とした1994年でも課税割合は5.2%だから、もともと相続税の課税割合は低いともいえる。

## 今週のキーワード

## ベンダー・ショップ

日本のベンダー(自販機)設置数は530万台で世界2位。飲料水、酒類が約5割。たばこ、文庫本・雑誌、ひいては納豆販売まである。環境(電力)・景観問題、価格競争から新たな付加価値を求める機種開発が起こり、名刺印刷機能付き、非常時用飲料供給、AED搭載、募金機能付き、防犯カメラ搭載など、地域を意識したインフラまで広がる。これらが複数集まったものをベンダー・ショップと位置づける。将来は地図や天気予報、災害等の情報も入手可能。