

発展を目指す企業家のための経営指南役

No. 571

平成22年 6月28日(月曜日)

社 外 重 役

Selected Clients & 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)大阪市北区中之島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

フリーマーケティング花盛り
無料が成り立つ仕組みとは

フリーマーケティングとは「商品の無料提供」で、フリー(タダ)で商品を提供することで集客一販売に結びつける販売戦略である。

フリー手法が今にわかに注目される背景には、インターネットの隆盛がある。ユーチューブ、ウィキペディア、ツイッターなどは無料コンテンツの代表格。「フリーは時代の流れである。現代はインターネットでどんどんコストが通減して限りなく『0』に近づくフリーミアム時代である」(日本放送協会『フリー』(C・アンダーソン著))。

フリーミアムとは、フリー(無料)とプレミアム(割増料金)の合成語。一般に無料と言えれば100人中5人がタダだが、フリーミアムは100人中95人がタダという戦略で経済学の「相互内部補助」という仕組みがあるからだという。

このフリー現象を、野口智雄早大教授は「フリーベクトル5分類」(トライアル型、自己完結型、ボランティア型、PR型、派生需要創造型)で説く。事例に銀座や名古屋栄で店舗を開く「フリーカフェ『播磨屋ステーション』」(本社・岡山県豊岡市)を挙げ、ここは飲料と同社製の多種類のおかきを無料で提供する(持帰り版は有料)。同社は高級おかきの専門店、通販と直売店でしか販売しない。無料提供の目的を「地球環境問題」(ボランティア)とし、目的達成のためにコスト負担も辞さない覚悟が高級感あふれるカフェに息づく。商売はGIVE & TAKEで、まさに不易流行といえよう。

税務会計

居住用財産を譲渡し買換えた場合
活用したい譲渡損失の繰越控除

個人が、譲渡の年の1月1日において所有期間が5年を超える居住用財産の譲渡をした場合、譲渡した年の前年の1月1日から譲渡年の12月末までの間に買換資産を取得し、かつ取得年の翌年12月末までに居住の用に供したとき(供する見込みのとき)は、譲渡により生じた居住用財産の譲渡損失の金額について、損益通産しても、なお控除しきれなかった損失があるときは、翌年以降3年間の繰越控除ができる。

適用要件は、①繰越控除を受けようとする年の年末において買換資産に係る住宅借入金の残高があること(金融機関から借り入れたもので、償還期間が10年以上のもの)、②繰越控除の適用を受けようとする年分の合計所得金額が3,000万円以下である場合、の2点。

同制度の魅力は、共有の居住用財産を譲渡した場合、共有者の持分の範囲内において各人ごとに適用できること。さらに、04年度改正で「譲渡契約の前日に譲渡資産に係る住宅借入金等の残高を有していること」の要件が廃止され、既にローンが完済している、或はキャッシュで購入した場合等でも損益通産・繰越控除の適用ができるなど、実務上の活用範囲が拡大している。

しかし、いいこと尽くめではない。譲渡をする相手が、譲渡者の配偶者や親・子などの直系血族、生計を一にする親族あるいは同族会社等でないこと、買換資産家屋は床面積50平方メートル以上、土地の場合は500平方メートル以下でなければならないので注意が必要だ。

今週のキーワード

フリーミアム

フリーミアムは、デジタルで大量に複製して配布する際のコストがほぼゼロであるため無料版を配布して最大可能数の潜在的顧客にリーチでき、その中の数%の顧客が有料版に移行すれば、分母が大きいためにビジネスが成立する。5人からお金を取ろうという手法なので、95人の部分は多いほどいい。増えても費用に大差はなく、評判は広まり安くなる。つまり、広範な評判を得られるかどうかが無料経済の命である。同書はその仕組みを主にアメリカの事例で紹介している。