

発展を目指す企業家のための経営指南役

No. 587

平成22年 10月18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

永谷園とカゴメの新・CMに注目
リニューアルが新商品に化けた訳

大相撲中継で懸賞金を出す最多企業は永谷園。NHKは頑なに企業名を見せまいとカメラを引くが、遠景でも「お茶づけ海苔」のイメージは記憶に残る。今度のテレビCMでは和田アキ子さんを起用し、古くからある粉末味噌汁の簡単さを強調し、生味噌派の多い中高年層の攻略に乗りだした。実は若年層(M1・F1層)も、生の扱いが面倒といって敬遠しているようだ。社内では、粉末は40年も前に出たリバイバルではないかと危惧したが、結果は昨年から急拡大、15億円弱を売り上げている。

ミツカンも最近、納豆の上のフィルムとタレの小袋をなくし、タレをゼリー状にして、そのまま納豆と混ぜられる新商品を打ち出した。これも、顧客の手を汚したくないというニーズに応えている。

カゴメはリニューアルした野菜飲料「野菜一日これ一本(一杯)」のCMに、人気絶頂のアイドルグループ、AKB48を起用した。25人のメンバーが、赤ピーマン、だいこん、はくさい、パセリ、レタスなどの衣装をまとして登場。記念品にAKB48のストラップを付けたところ、応募は過去最高の400万件もあった!

永谷園はリバイバル、カゴメはリニューアルと一見して新味はないようだが、新商品という位置づけである。最大の着眼点は、高齢化市場における消費者嗜好の変化に即応したことである。さらに、商品コンセプトを若年層に合わせ、再度掘り起こしたところに新味がある。

税務会計

生保二重課税、過去10年分を還付
05年分までは10月下旬に還付開始

今年7月、遺族が年金として受給する生命保険のうち、相続税の課税対象となった部分については、所得税の課税対象とならないとする、いわゆる生命保険の二重課税問題に関する最高裁の判決があった。財務省と国税庁は、この二重課税を巡って、個人が納めすぎた所得税の還付を10月下旬から始めるとともに、現行法では時効となっている、5年を超える部分を含め「過去10年分」を還付する方針を明らかにした。

還付の対象となる保険は、①年金形式で受給している死亡保険金、②学資保険の契約者が亡くなったことに伴い受給する養育年金、③個人年金保険契約に基づく年金で、生命保険会社や旧簡易保険、損害保険会社、JA共済、全労災などが取り扱っている。

これらの「保険年金」について、今月下旬に所得税法施行令を改正して取り扱いを変更する。2005年分から2009年分については、取り扱い変更後、所得税の還付の手続きが可能となる。

一方、現行法では時効となる、5年を超える2004年分以前の「保険年金」に係る所得税の還付については、税務署における確定申告書等の保存期間や民法の債権の消滅時効の期間などを踏まえて、2000年分以降の5年分についての「保険年金」に係る所得税についても還付する方向で検討する。

ただし、この特別な還付措置は法律改正が必要なので、実際の還付手続きは、法律案が国会で成立する来年春以降からとなる見通しだ。

今週のキーワード

M1・F1層

テレビ局や広告代理店の「どの番組をどんな年齢層がよく見たか」という視聴率調査のベースとなる、視聴者年齢層の区分。C層(4-12歳の男女)、T層(13-19歳の男女)、F1層(20-34歳の女性)、F2層(35-49歳の女性)、F3層(50歳以上の女性)。M1層(20-34歳の男性)、M2層(35-49歳の男性)、M3層(50歳以上の男性)に分かれる。カゴメは中高年が好む野菜飲料を蘇生させたが、TVCMとノベルティ(記念品)等との組み合わせが生む相乗効果の好例。