

発展を目指す企業家のための経営指南役

No. 599

平成23年 1月24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

時代ニーズ対応の販促を強化せよ
コンビニ、スーパー、続々切替え

コンビニ、スーパー業界が続々と新たな販売戦略に打って出ている。埼玉中心のスーパー、ヤオコーはプライベートブランド(PB)開発にあたり、素材、味にこだわりクリームシチュー、グラタン等の冷凍食品価格をナショナルブランド(NB)よりも高めに設定した。同社は「多少価格が高くて、家庭で再現が難しいメニューは主菜として受け入れられる」と判断。少子高齢化で“良質小食”へ変化すると読み、PBがNBを超えるという逆転の戦略である。

コンビニのサンクスのPB『天使のチーズケーキ』は、発売1ヵ月で300万個も売れた。コンビニのデザートといえば、大ブレイクしたローソンのロールケーキが筆頭。新浪剛史ローソン社長は「コンビニのデザートは“脇役”ではない」と言う。両社のライバルは同業他社ではなく「専門店」と、固定観念の脱却を実行した。

イオンは青森市、高知市など27店舗において、「ファックス受注サービス」(近隣向け)を受け付けている。高齢者・子育てママに好評で、拡大も検討中。東京を中心とする東急ストアは、電鉄の強みを生かし、実験店として川崎市の駅中で野菜売場を開いたところ、会社帰りのOLを中心に盛況。両社の狙いは「お客様のいる場所へ出向け」である。

「果報は寝て待て」は、中国の故事が出典。働かない猟師が、兎がいつか切り株に衝突してくれるのを待つという逆説の戒めである。局面の打開をねらう企業は、寝て待っていない。

税務会計

相続税の定額控除3千万円に圧縮
20歳以上の孫も精算課税の対象に

本年度税制改正における資産課税の見直しでは、相続税の最高税率を55%に引き上げ、基礎控除圧縮などの増税となる。税率構造については、最高税率を55%(現行50%)に引き上げ、税率区分を現行の6段階から8段階にする。また基礎控除について、定額控除を3,000万円(同5,000万円)に、法定相続人1人当りの比例控除額を600万円(同1,000万円)に引き下げる。

死亡保険金の相続税の非課税枠も、現行の法定相続人1人当たり500万円から、非課税枠の利用できる対象を、法定相続人の内の未成年者、障害者、相続直前に被相続人と生計を一にしていた者に限定し、同居していない法定相続人は除外することとなった。

一方、贈与税については、若年世代への早期資産移転をより一層促進するため、20歳以上の子や孫への贈与を対象に税率構造を緩和する。最高税率は4,500万円超で55%(現行1,000万円超で50%)に引き上げるが、税率区分を現行の6段階から8段階にし、3,000万円以下の贈与は税率が引き下げられる(200万円以下は同じ)。

さらに、親子間の生前贈与を促す相続時精算課税制度についても、①受贈者の範囲に20歳以上の孫(現行:推定相続人のみ)を加え、②贈与者の年齢要件を60歳以上(同:65歳以上)に引き下げるなど、適用要件を拡充する。これらの見直しの適用時期については、相続税及び贈与税は2011年4月1日以後から、相続時精算課税制度は2011年1月1日以後からとなる。

今週のキーワード

NBとPB

NBは、メーカーが商品につけたブランドで、『お〜いお茶』『カップヌードル』『ボンカレー』など固有名詞としての商品名を持つ全国ブランド。しかし、どこでも購入でき差別性に欠け、流通過程で競争原理が働き価格が圧迫され、利幅薄の例は多い。販売する側の小売業者がつけた独自のブランドがPB。NBの信頼感・高級感とPBの割安感が互いに強調され、購買意欲を刺激するのがねらいだが、効果には疑問。そこで戦略転換し、商品構成を「攻め」に転じている。