

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

友達・知人の評価が消費に影響 「ソーシャル型消費」が本格化

近年、ソーシャルメディア(S/M)の急速な普及に伴い、企業・個人を問わず、S/Mを積極的に活用しようとする流れが加速している。電通の調査では、ネット上で書込みや投稿など、具体的な情報発信をしている人は1割に満たないのに対し、ネット利用者の約3割がソーシャル・ネットワーク・サービス(SNS)上で繋がっている知人・友人にソーシャルボタン(いいねボタン)を押して、ゆるやかな情報発信をしていることがわかった。

ネット利用者の約4割がSNS上の口コミによって、購買行動に影響を受けていることも明らかになっている。S/Mが生活者の企業ブランドイメージや個人消費にも影響を与える「ソーシャル型消費」スタイルが本格化している。

これが企業側にどのような影響を与えるかといえば、商品広告などはネット→SNSに比重を移すだろう。消費者は互いに情報を交換し合いながら商品選別がシビアになるだろう。

最近問題になっているのが、口コミ情報で企業側に「サクラ」「やらせ」の存在が疑われている点だ。サクラでなければ「いいね!ボタン」が、ネット上の情報発信者の裾野を広げ、企業の販促活動へ結び付いていることになる。

SNSは実名だから、発信された情報は「友人・知人の発言」という評価となり信用度は高い。電通によれば専門家の発信と同等の影響力を持ち、有名人の発信を上回るくらい浸透してきている。

税務会計

復興財源確保法が11月30日に成立 法人税は3年間税額の10%上乗せ

東日本大震災の復興財源を確保する法律や2011年度税制改正の積み残し部分を盛り込んだ所得税法等一部改正法など、2011年度第3次補正予算の関連5法が、11月30日の参院本会議で可決・成立した。

震災復興財源確保法では、復興特別法人税が2012年4月から3年間、年税額の10%を上乗せ、復興特別所得税が2013年1月から25年間、年2.1%を賦課、また、地方税の個人住民税均等割りが2014年6月から10年間、年1,000円上乗せされる。当初検討されていた復興特別たばこ税に係る規定は法案から削除されている。

2011年度税制改正の積み残し部分を盛り込んだ所得税法等の一部改正法では、法人の実効税率の5%引下げ、減価償却の見直しや欠損金繰越控除の見直しなど課税ベースの拡大、中小法人の軽減税率の引下げ(18%→15%)、中小企業関係租税特別措置の見直しなどがある。

法人税は国税と地方税を合わせた実効税率は5%下げたうえで、2012年4月から3年間に限り、年税額の10%が復興特別法人税として上乗せされることになるわけだ。一方で、当初2011年度税制改正では、個人所得課税における給与所得控除や特定支出控除の見直しなど、また、資産課税では、相続税の基礎控除の引下げや税率構造の見直し、贈与税率構造の緩和や相続時精算課税の対象拡大などが盛り込まれていたが、これらの改正項目は、今回は見送られ、今後の税制改正等のかで改めて議論されることとなっている。

今週のキーワード

ソーシャルボタン

サイトに貼り付ける、S/Mにダイレクトに飛ぶことができるボタン。mixiの「イイネ!」とFacebookの「いいね!」等。絵柄は拍手をイメージさせる一種の推薦マークのこと。SNSで接触する友人・知人の「いいね発言」は約43%で、ネガティブ発言(約35%)よりも多い。ポジティブ発言はブランドイメージを押し上げ、記憶させる効果もあって、購買行動に影響を及ぼすという。紙媒体やTV広告と異なり反応の早さが特徴。

※配信先の変更、配信停止のご希望はお手数ですが Tel.03-3216-2004 または info@knowsi-land.jp までご連絡ください。