

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2-4-1 丸ビル10F
 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

サイドメニュー戦略で業界2位の「くら寿司」 あえて「牛丼」で狙う潜在的マーケットとは？

現在、回転寿司業界で注目を集めているのが、5年で309億円の売上増を達成し業界2位に躍り出たくら寿司だ。成長の秘密はサイドメニューにある。「シャリカレー」や米麴入りの「シャリコーラ」といった一見奇抜なものから、「すしやのうな丼」などの正統派、スイーツまで40種以上が揃う。客単価アップに貢献しているのはもちろん、ファミレスより安価な設定も絶妙で、平日昼間に学生や主婦を集客することに成功している。

そんなくら寿司で11月4日に登場した新メニューは、なんと「牛丼」(370円)。大手3社で合計4,000店舗以上もある超激戦区で、価格も同3社の並盛りは350~380円とさほどお得感もない。なぜあえて牛丼を選んだのかを追求していくと、くら寿司の緻密なマーケティングに気付く。

実は、牛丼チェーンには決定的に弱い客層がある。それが、ファミリーだ。女性の取り込みには成功しつつあるが、ファミリーがゆっくり食事できる雰囲気は、残念ながらまだない。その点、回転寿司はそもそもファミリー層との親和性が高い。「牛丼を食べたかったけれども、店に入りづらかった」客層を取り込める可能性は十分にある。別業界の欠点に目をつけ、自社の既存の客層へ食欲に訴求するための新商品開発に生かしているくら寿司のマーケティング。別業種・業界でもぜひ参考にしたい事例のひとつではないだろうか。

税務会計

所得税の申告漏れは8,785億円 重点的・集中的な実地調査を実施

国税庁によると、個人に対する今年6月までの1年間(2015事務年度)の所得税調査は、65万件行われ、そのうち39万6千件8,785億円の申告漏れ所得を見つけた。その追徴税額は1,074億円、1件平均135万円の申告漏れに対し17万円を追徴した。

実地調査における特別調査・一般調査(高額・悪質な不正計算が見込まれるものを対象に行う深度ある調査)は4万8千件を実施、うち4万2千件から総額4,522億円の申告漏れ所得を見つけ、746億円を追徴。件数では7.4%に過ぎないが、申告漏れ全体の51.2%を占めた。調査1件あたりの申告漏れは941万円と、全体の平均135万円を大きく上回る。

また、実地調査に含まれる着眼調査(資料情報や事業実態の解明を通じて行う短期間の調査)は1万8千件行われ、うち1万3千件から722億円の申告漏れを見つけ、52億円を追徴。1件あたり平均申告漏れは402万円。一方、簡易な接触は58万4千件行われ、うち34万1千件から3542億円の申告漏れを見つけ、277億円を追徴。1件あたりの平均申告漏れは61万円だった。

実地調査トータルでは、6万6千件の調査を行い、5,243億円の申告漏れを見つけ、798億円を追徴。つまり、実地調査件数は全体の10.2%に過ぎないが、申告漏れ所得全体の約6割を把握しており、高額・悪質な事案を優先して調査を的確に実施する一方、短期間で申告漏れ所得等の把握を行う効率的・効果的な所得税調査が実施されている。

今週のキーワード

回転寿司業界

現在の市場規模は約5,000億円。売上高業界1位のスシローは、株式の81%を外資系投資ファンドが保有する。同3位で店舗数トップの「はま寿司」は、すき家を手がけるゼンショーグループに属し、同4位の「かつぱ寿司」は外食チェーンを多数手がけるコロナの連結子会社だ。「税抜き100円」の低価格店舗と、高級ネタを売りにする店舗の二極化が顕著なものも業界の特徴。ちなみに、売上高・店舗数とも上位4位は、すべて低価格型だが、競争を勝ち抜くため、ネタの品質向上に力を注いでいる。