

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

1kmメッシュも可能!な「気象ターゲティング」 電子チラシ「Shufoo!」と連動したサービス開始

スマートフォンをはじめとするデジタルデバイスの普及に伴い、もはやターゲティング広告は当たり前前の時代だ。そこで求められるのは精度。中でもBtoC領域で注目を集める戦略が、天候や気温に応じた「気象ターゲティング」だ。

天気によって人の購買行動は変化する。寒くなれば鍋料理が、暑くなればアイスクリームが食べたくなるものだし、雨が降れば外出や立ち寄りを控えようと思うものだ。そうした心理を当て込んで、ファッション通販のニッセンは「雨の日限定割引」のランディングページを展開。ネットショッピングを促し、雨の日の広告クリック率が晴れの日の約2倍に向上したという。

しかし、刻々と変わる気象に対応して広告を配信するのはコストもかかる。精度に関しては配信エリアの絞り込みが課題だ。その回答のひとつを提示したのが、凸版印刷が運営する国内最大級の電子チラシサービス「Shufoo! (シュフー)」。地図検索サイトを運営し、各種の環境データを集約した「環境データマート」を取り扱うマピオンがグループ会社にいる強みを活かし、変動する気象に応じて自動配信するサービスを11月7日にスタート。1kmメッシュと狭い範囲のターゲティングが可能で、自動配信のため運用負荷の軽減も大きい。主婦層に人気がある「Shufoo!」だけに、広告効果が高い。ウェザー・マーチャンダイジングは、「Shufoo!」によって新たな次元へ進みつつある。

税務会計

会計検査院、税金の徴収漏れ指摘 徴収不足は前年比46%減の2億6,000万円

会計検査院がこのほど公表した2017年度決算検査報告によると、各省庁や政府関係機関などの税金のムダ遣いや不正支出、経理処理の不適切などを指摘したのは374件、1,156億9,880万円(348件分)にのぼった。前年度に比べると、指摘件数は49件減ったものの、指摘金額では、前年度(874億4,130万円)に比べて約32%増加している。指摘金額とは、租税や社会保険料等の徴収不足額を始め、補助金等の過大交付額などである。

財務省に対しては、法令違反に当たる不当事項として、税金の徴収額の過不足2億6,673万円(前年度:4億8,788万円)が指摘された。38税務署において、納税者58人から税金を徴収するに当たり、徴収不足が60事項、2億6,273万円、徴収額過大が1事項、400万円だった。

前年度は、36署において徴収不足が56事項、4億8,788万円(徴収過大はゼロ)だったので、徴収不足は約46%減少したことになる。

徴収が過不足だった61事項について、税目別にみると、「法人税」が25事項(うち1事項は徴収過大400万円)で徴収不足が1億2,629万円と最も多く、以下、「申告所得税」17事項、同3,473万円、「消費税」11事項、同5486万円、「相続・贈与税」5事項、同3,877万円、「復興特別法人税」3事項、同806万円だった。

これらの徴収過不足額については、会計検査院の指摘後、全て徴収決定または支払決定の処置がとられている。

今週のキーワード

ウェザー・ マーチャンダイジング

気象条件を商品販売に活かす手法。小売業は、「15度以下になると鍋料理が売れる」「30度になるとアイスクリームが売れなくなり、かき氷が売れはじめる」といった法則に合わせて発注を調整し、在庫ロスの現象と売上の増大を図る。気象ターゲティング型のデジタル広告が普及すれば、配信内容の調整やエリアの絞り込みといった要素も含めて戦略を立てるようになる可能性がある。