

代理店経営情報

シンニチ代理店版

代理店生き残りのための重要な経営課題 プッシュ戦略、プル戦略を どう考え実行していくか

前回は、シェアアップ戦略のSTP4「ローライ調査」について解説しました。

今回は、市場シェアの算出方法、調査方法、アップさせる方法について解説します。

事業展開をするうえで、市場シェアは自社の業界や営業エリアにおける位置づけを把握し、それを基にした営業戦略や営業計画を立案・実行するに不可欠な手段です。

しかし、企業は自社の市場シェアを伸ばすために日々しのぎを削って競争をしているにもかかわらず、自社の市場シェアがよくなるどころか、経営活動をしているというケースが多々あります。

では、まず市場シェアの算出方法について解説します。

次に市場シェアの調査方法について解説します。

前項として分母の特定が重要。世帯数、企業数、契約件数(金額等)複数の情報源で精度を上げる。

調査方法) ①調査の視点:各メーカまたは卸の出荷数量・金額を分母にする。(生産段階のシェア、流通段階のシェア) ②必要な視点:法人需要

③プッシュ戦略とは、メーカーが流通・小売業者に対して、自社製品やサービスを積極的に販売し

てもらうように仕向ける戦略のこと。具体的には、店員を派遣したり、リベ

ールを提供したり、流通・小売業者の販売力を強化したり販売意欲を

高めることです。また、安定的な販売チャネルの確保を狙い、流通・小売

業者の系列化を図ることもありますが、これからは、両者の戦略をミックスした

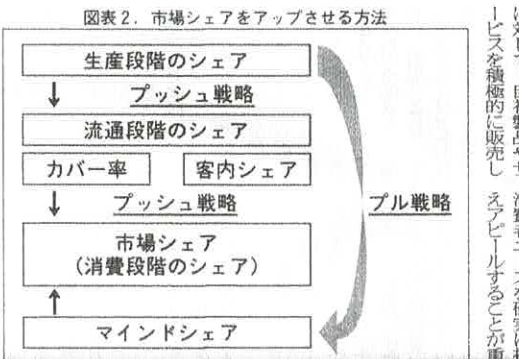
相互補完的な活動が多く展開されています。しかし、

は、需要の急激な変動、プッシュ数(定期間の数量)を分母にする、もしくは、消費者需要は一人当たりの消費支出金額を分母にする。(消費段階のシェア)市場シェア

プッシュ戦略は、需要の急激な変動、プッシュ数(定期間の数量)を分母にする、もしくは、消費者需要は一人当たりの消費支出金額を分母にする。(消費段階のシェア)市場シェア

図表1. 市場シェアの算出方法

$$\text{市場シェア} = \frac{\text{自社商品の販売数量および金額}}{\text{自社および競合している商品の販売数量および金額}} \times 100$$



要です。小売業者にとって、来店促進のための戦略といえます。実際の販売促進策においては、両者の戦略をミックスした相互補完的な活動が多く展開されています。しかし、

は、需要の急激な変動、プッシュ数(定期間の数量)を分母にする、もしくは、消費者需要は一人当たりの消費支出金額を分母にする。(消費段階のシェア)市場シェア

プッシュ戦略は、需要の急激な変動、プッシュ数(定期間の数量)を分母にする、もしくは、消費者需要は一人当たりの消費支出金額を分母にする。(消費段階のシェア)市場シェア

プッシュ戦略とは、メーカーが流通・小売業者に対して、自社製品やサービスを積極的に販売し、消費者ニーズを確実に捉え、テレビコマーシャルや広報活動を頻繁に行うことで、プル戦略を実行していることも理解できます。

今後、保険代理店が生き残っていくためには、プッシュ戦略、プル戦略をどのように考えて実行していくのかが極めて重要な経営課題であり、実行のための仕組みが必要になります。

今回は、流通段階のシェアにおけるカバー率と客内シェア(ABC管理)について解説を致し

プッシュ戦略とは、メーカーが流通・小売業者に対して、自社製品やサービスを積極的に販売し、消費者ニーズを確実に捉え、テレビコマーシャルや広報活動を頻繁に行うことで、プル戦略を実行していることも理解できます。

今後、保険代理店が生き残っていくためには、プッシュ戦略、プル戦略をどのように考えて実行していくのかが極めて重要な経営課題であり、実行のための仕組みが必要になります。

今回は、流通段階のシェアにおけるカバー率と客内シェア(ABC管理)について解説を致し

契約者変更と贈与の課税時期

なぜ名義変更時には贈与が成立しない?

Q 私は7年前に、私を契約者・被保険者、保険金受取人を長男とする一時払終身保険(保険金額1000万円)に加入し、3年前に長男に契約者変更を行いました。変更時の生命保険契約の評価額が贈与税の基礎控除額である110万円を超えていたにもかかわらず、また、その時長男の間に「あげる」「もらう」というお互いの認識があったにもかかわらず贈与税の課税対象とありませんでした。どうして名義変更時には贈与が成立しないのでしょうか。また、私には相続税が課税されるだけの財産があります。私が亡くなるまでに少しでも相続財産としての価値を減らしたいのですが、この契約について何か手立てはありますでしょうか。ご教示ください。

■契約者変更は財産性の移転なし〜税法上、保険料負担に財産性

A 個人契約の生命保険の契約者の名義変更、例えば父親が契約者となって保険料を負担していた生命保険の契約者を生前に子に変更した場合には、その時点では課税関係は生じず、その後、保険事故(死亡や満期、解約など)が発生したときに、保険金等受取人と保険料負担者の関係により課税を行うこととされています。

相続税の取扱いにおいて、保険料負担者が契約者が死亡した場合には生命保険契約に関する権利が本来の相続財産として相続人等に継承されることとされていることからすると、契約者を父親から子に変更したときに、生命保険契約の権利が父親から子に贈与されたこととみなされるのではないかと見方が出てきます。しかし、贈与税の実務では、契約者名義の変更時点で贈与税を課税することは行われていません。

これについては、相続税法が保険事故の発生した時を捉えて保険料の負担者から保険金受取人に相続あるいは贈与があったとみなす(相続税法第3条、同5条)という擬制をしていることにその理由があるのではないかと考えられています。つまり、相続税法は保険料を負担していることに財産性を認め、保険契約上の契約者の地位には財産性を認めないのではないかとということです。そのため、生前に契約者の変更があったとしても保険料負担者としての地位まで移るとは考えず、相続税法上は財産性を認めない契約者の地位の移転だけがなかったものとして贈与税の課税関係は生じないとしているのではないかとということです。

ただし、保険料負担者である父親が死亡した(父親は被保険者ではなく、保険事故は発生していない)ことにより契約者が子に変更された場合には、保険料負担者たる地位を残すべき主体もなくなるため、契約者としての地位と併せて保険料負担者としての地位も継承されたこととみて、その時点での生命保険契約に関する権利(財産評価基本通達214「生命保険契約に関する権利の評価」)により評価)を相続税の課税対象とする(相続税法第3条第1項第3号)こととしていると思われます。

■保険金減額で財産移転も!ケースにより有効でない... さて、ご質問者はこれとはほかに契約者変更した契約について相続財産としての価値を減らす手立てはないかと尋ねています。その一つとして、毎年減額していく方法があります。ご質問者の場合、7年前に保険金額が1000万円の一時払終身保険を契約しています。例えば現在の評価額(解約返戻金)が800万円だとすると、毎年110万

知ってトクする 1052

税務情報



円以下の解約返戻金に相当する保険金額を減額していけば、8年(実際には減額できる限度額があるので全額というわけにはいかない)ですべての解約返戻金相当額を無税で長男に贈与することが可能です。

また、毎年この基礎控除額を少し上回る程度の解約返戻金を受け取る減額を行えば、贈与税の申告と贈与契約書等といった証拠を残しつつ贈与を遂行することも有効です。これであれば、後日ご質問者が死亡した際の税務調査において、税務署に対して贈与の事実を明らかに示すことができます。

ただし、この減額が有効とは言えないケースもあります。その要因は、被相続人(死亡した人)の相続財産の状況と生命保険金の非課税財産(500万円×法定相続人の数)の適用などにあります。まず、被相続人に相続税が課税されるほどの財産がない場合(みなし相続財産とされる生命保険金を含め)は意味がありません。次に、みなし相続財産とされる生命保険金額が保険金の非課税財産に満たない場合です。もともと受け取る生命保険金は課税されないわけですから、その契約に対する対策は意味がありません。むしろ、減額による解約返戻金より死亡保険金の方が多いであろうから、損を招いてしまします(多少の損をしても贈与による資産移転の先取りとしては意味があるかもしれません)。そして、その生命保険契約が、例えば相続税別課税資産準備対策など何か目的があるケースです。

契約者の名義変更をした契約を減額により贈与税の一括課税を免れる点では非常に効果的ですが、実行する場合には相続財産の状況等もしっかり理解した上で行うことが肝要です。