



社長のための 経営雑学

新しい時代を切り拓く実践経営情報紙

第 490 号

発行 税理士法人 KJ グループ

〒536-0006 大阪市城東区野江 4 丁目 11 番 6 号

TEL : (06) 6930-6388

FAX : (06) 6930-6389

三井住友FGが広告事業に進出する背景とは？ 金融がマーケティング界の覇権を握る可能性も

三井住友フィナンシャルグループが2021年度にも広告事業へ参入する計画を明らかにした。日本を代表する金融コンツェルンが、なぜこのタイミングで広告ビジネスへと乗り出すのか。直接の要因は、金融庁が進めてきた銀行規制改革にある。同庁の金融審議会が2020年12月に取りまとめた報告書で、アプリ販売や広告、人材派遣など8分野を解禁。手数料収入が先細りする中で、新たな収益を渴望していたメガバンクがそこへ飛びついた構図だ。

そして、「お金の出入り」というプレミアム級のデータを握っているのだから勝つのは当然、どこまで伸びるかが問われている。IoTやAI、ビッグデータなどで一人ひとりのニーズや社会課題を解決する「Society5.0」の実現を目指している現在、必然的にデジタル化、キャッシュレス化も進んでいく。そのデータを取りまとめることの価値の高さは計り知れない。

同グループは、すでにキャッシュレス決済データの分析支援サービスを実施しているが、資産運用コンサルティングや、信用スコアリングを活用した融資やポイント還元の仕事といった展開へと広げられる。さらに、ユーザーの囲い込みが進めば、メディアと連携した独自のマーケティングサービスも打ち出せるだろう。

もちろん、これらをすべて自前で賄う必要もない。専門性を持つ各分野の企業とアライアンスを組むことになるが、肝となるデータを握っていることが強みを発揮することは明白だ。そのアライアンスを巧みに広げていくため、まずはフィンテック企業を始めとした各種スタートアップの取り込みにも動くと考えられる。今後は、マーケティングを最新テクノロジーでリードする「マーテック」と呼ばれる企業の買収や資本提携も、今後活発になっていくのではないだろうか。

19年分相続税の申告割合は8.3% 相続税額、約6%減少の約2億円

国税庁が公表した2019年分相続税の申告状況によると、2019年中（2019年1月1日～12月31日）に亡くなった人（被相続人）は、過去最高だった2018年（136万2470人）を1.4%上回る138万1093人だった。このうち相続税の課税対象被相続人数は、同▲0.9%の11万5267人で、課税割合は8.3%（2018年分8.5%）だった。今回の対象は、2020年11月2日までに提出された相続税額のある申告書に基づき集計している。課税割合8.3%は、前年より0.2ポイント減少したが、5年連続8%台の割合となり、2015年の相続税の基礎控除引下げ以降、相続で税金がかかるのは100人に8人という状況が相変わらず続いている。また、相続財産価額から被相続人の債務や葬儀費用などを差し引き、相続開始前3年以内の生前贈与等を加算した相続税の課税価格は、15兆7843億円で前年比▲2.8%減少し、税額は1兆9754億円で約2億円で同▲6.3%減少した。

被相続人1人当たりで見ると、課税価格が前年比▲1.9%減の1億3694万円（相続税額のない申告書に係る価格は5116万円）となり、税額も1714万円で同▲5.4%と減少した。

また、相続財産額の構成比は、「土地」が34.4%と3割強を占め、「現金・預貯金等」が33.7%、「有価証券」が15.2%、退職金や生命保険などが含まれている「その他」が11.5%、「家屋」が5.2%の順となっている。