

社外重役

Selected Clients & Professionals Relationship

発行

國村公認会計士事務所

〒760-0080 香川県高松市木太町1870-1

TEL: (087) 813-0826

URL: <http://kumimura-cpa.jp/>

マーケティング

美容・コスメ業界で注目を集める「スマートミラー」 美容室への展開で動画マーケティングが変わる可能性

今、美容・コスメ業界のみならずファッション業界全般のあり方を激変させる可能性を秘めたプロダクトが登場している。それが「スマートミラー」だ。鏡にセンサーやカメラを内蔵させ、肌解析を行い適切なメイクやスキンケアを提案できるもので、すでに資生堂が店舗に「デジタルカウンセリングミラー」を設置。パナソニックは、BtoB向けの「スノービューティーミラー」を開発中だ。ARや画像合成・処理技術を併用すれば試用・試着などのバーチャル体験も可能で、アパレル分野での活用も有効。「鏡を使うビジネス」のマーケットを押し広げる可能性を秘めている。

これだけでも興味深い話だが、さらに一歩進んだ施策を打つ企業が登場している。技術系インターネット広告代理店フルスピードの子会社であるクライドが、スマートミラーの特許技術と連携して美容室への動画広告提供を開始した。美容室の平均施術時間は1人当たり1時間から1時間半。スマホや雑誌を見ている、ある程度の時間は鏡を見ているため、動画広告の壁とされる再生完了率の向上が期待できる。顔認証技術とAIを組み合わせれば、高精度なターゲティング広告を流すことも可能。エンゲージメント率の向上に寄与するだろう。今後、家庭用の鏡としての利用や、TikTokなどのSNSを絡めた連携が予想される。これからの動画マーケティングは、さらに多様なことを想定し展開する必要があるようだ。

税務会計

郵便切手、購入時は「非課税」 実際の使用時に課税取引となる

日本郵政は、消費税引上げ時の10月1日から、手紙(25グラム以下の定形郵便物)の郵便料金を1円値上げして84円に、はがきを1円値上げして63円にする方針であることが新聞等によって報道された。この値上げは、10月から消費税率が8%から10%に引き上げられる分を転嫁する措置だが、この報道によって、郵便切手に消費税が含まれていることを改めて意識した人も多いのではないだろうか。

ところで、郵便切手は、消費税法上、購入場所によって課税・非課税の取扱いが異なるので注意したい。消費税法基本通達では、非課税とされる郵便切手類等の譲渡は、郵便局や指定された郵便切手類販売所など一定の場所における譲渡に限られる、と定めている。

郵便局等から購入した郵便切手は非課税仕入れだが、金券ショップなど郵便局等以外の場所から購入した郵便切手は課税仕入れとなる。ちなみに、コンビニは通常郵便切手類販売所なので非課税。郵便切手が譲渡場所によって取扱いが異なるのは、郵便切手が記念で発行されることも多く、プレミアがついて流通することによる。趣味的な収集目的として売買される場合などに課税するため、非課税となる譲渡場所を限定しているのだ。

また、郵便切手は、実際の使用時に課税取引となる。郵便切手を使って郵送・配達というサービスへの対価を支払っているということなので、課税取引となるわけだ。

今週のキーワード

スマートミラー

鏡とIoT(モノのインターネット)を組み合わせたプロダクト。いわば鏡面仕上げをしたタブレットともいえるもので、顔認証などのセンシング技術を搭載しているのが特徴。2017年末にはコスメブランドM・A・CがカナダのAR企業Modefaceと提携し、一部店舗に導入。Modefaceは3カ月後にロレアルによって買収された。ハイアールやパナソニックなどの家電メーカーのほか、アマゾンもスマートミラー関連の特許を取得するなど、スマートミラーを取り巻く動きは加速を続けている。