

# 第 59 回 ファインビット通信

中村 中

## 1. 中古住宅購入時・補助策

この記事が、8 月 21 日の日経新聞の朝刊の第一面に出ました。中古住宅・補助金 50 万円・空き家対策・住宅診断などと、興味深い言葉が出てきますので、印象に残りますが、「一過性のことなのか」、「将来に向けたキックオフのことなのか」、「今後、どのように展開になって行くのか」という、体系的な知識にはなりません。

住宅投資は、個人消費引き上げには最も重要な要素であり、特に、リフォームは、少子高齢化対策や住宅困窮者支援の切り札です。個人資産や社会資産の充実にも、産業・地域の活性化にも大きく貢献することになるのですが、一般的には、そこまでの考えは及びません。

就いては、今回は、「住生活基本計画」について述べて行くことにします。また、このことは、金融面にも大きな変化をもたらすことになります。

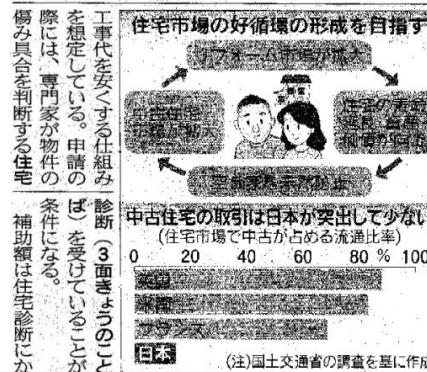
## 政府、空き家解消促す

政府は中古住宅を購入する際に必要なリフォーム工事の費用を、1 件当たり最大で 50 万円補助する制度を創設する。欧米に比べて少ない中古住宅の取引を活発にし、深刻になっている空き家問題の解消につなげる。対象を 40 歳未満の購入者に絞り、若年層が使えるお金を増やして個人消費を底上げする狙いもある。

## 改修費最大 50 万円 40 歳未満に

## 中古住宅購入時に補助

24 日に閣議決定する 2016 年度 2 次補正予算案の概要に、250 億円の事業費を盛り込む。秋は、自分が住むために中古住宅を購入する 40 歳未満の若年層だ。子育てなどに伴い可処分所得が少なくなっている傾向にある若年層に狙いを定めて、住居費の負担を軽減する。リフォームの施工業者が中古住宅の購入者に代わって国の事務局に申請し、補助金を受け取って



日経新聞 平成 28 年 8 月 21 日

かる 5 万円のほか、耐震補強や省エネ改修などリフォームの内容に応じて最大 50 万円とする。中古住宅のリフォーム費用は仕様や場所によって大きく異なる。一戸建てで 1 千万円を超えることが珍しくない一方、マンションでは数百万円の場合が多いとされる。全国的に増えている 1

千万円を切る中古物件を安く、購入費よりも改修費のほうがかきまかぬないので、政府はリフォーム費用を補助すれば若い層の購入意欲が高まる」とみている。日本の住宅市場に占める中古の割合は 15% 程度にとどまる。719 割の欧米に比べ著しく低い。新築志向が根強く、古い住宅をリフォームして使う習慣が広がっていないためだ。政府は中古住宅の市場拡大に向け、リフォーム市場を 13 年の 7 兆円から 25 年までに 12 兆円に伸ばす目標を掲げ

全国で 820 万戸に達する空き家対策にもつなげる。国土交通省は今年末に示す 17 年度予算の概算要求に、20 年間で資産価値がゼロとみなされる住宅 67 万戸に増えるのを懸念を唱えている。空き家が増える住宅地が荒廃し、地域への悪影響が大きい。対策は急務となっている。

## 住宅診断

## 日本、欧米に比べ普及遅く

国土省が定める住宅診断の指針  
(戸建て住宅の場合の検査項目)

| 対象     | チェック項目                 | 検査手法       |
|--------|------------------------|------------|
| 構造上の問題 | 柱などが腐食していないか           | 目視 や 触診 など |
|        | 床が過度に傾斜していないか          | 計測         |
| 雨漏り    | 屋根や外壁の雨漏りが生じそうな欠損がないか  | 目視         |
| 配管の劣化  | 給水管がさびて赤水が生じていないか      | 触診 など      |
|        | 換気部分が脱落したり接続不良になっていないか | 目視 など      |

検査結果は書面で依頼主に報告され、住宅リフォームの基本的な資料となる。

▽：中古住宅などを購入する際に住宅の傷み具合や安全性などを第三者が点検する仕組み。「ホームインスペクション」(H.I.)と呼ばれる。日本は欧米に比べて普及が遅れている。国土省は住宅診断の普及の欠陥が事前に把握できるようになり、中古住宅の購入を考えたい消費者の不安を払拭する狙いがある。

▽：国土交通省は住宅診断を推進しており、先の通常国会で取引を

おまかせの H.I.

## 1) 住生活基本計画（全国計画）と金融支援

以下の「住生活基本計画」は、平成18年6月の住生活基本法を受けた10年計画の終了を受けた今後の10年計画です。その間に、あぶり出された、少子高齢化対策や空き家問題、景気浮揚策、地域活性化策を加え、前回の10年計画に比べて、より具体的なアクションプラン化になっています。特に、8つの目標は「基本的な施策」「成果指標」が組み合わせられ、アクションプランが組みやすくなり、モニタリングも可能になっています。

【住生活基本計画（全国計画）平成28年3月18日】

|                                             |    |
|---------------------------------------------|----|
| 第1 住生活をめぐる現状と今後10年の課題、それらに対応するための施策の基本的な方針・ | 1  |
| (1) 住生活をめぐる現状と今後10年の課題                      |    |
| (2) 施策の基本的な方針                               |    |
| 第2 目標と基本的な施策・                               | 6  |
| 【居住者からの視点】                                  |    |
| 目標1 結婚・出産を希望する若年世帯・子育て世帯が安心して暮らせる住生活の実現     |    |
| 目標2 高齢者が自立して暮らすことができる住生活の実現                 |    |
| 目標3 住宅の確保に特に配慮を要する者の居住の安定の確保                |    |
| 【住宅ストックからの視点】                               |    |
| 目標4 住宅すごろくを超える新たな住宅循環システムの構築                |    |
| 目標5 建替えやリフォームによる安全で質の高い住宅ストックへの更新           |    |
| 目標6 急増する空き家の活用・除却の推進                        |    |
| 【産業・地域からの視点】                                |    |
| 目標7 強い経済の実現に貢献する住生活産業の成長                    |    |
| 目標8 住宅地の魅力の維持・向上                            |    |
| 第3 大都市圏における住宅の供給等及び住宅地の供給の促進・               | 16 |
| (1) 基本的な考え方                                 |    |
| (2) 住宅の供給等及び住宅地の供給を重点的に図るべき地域の設定            |    |
| 第4 施策の総合的かつ計画的な推進・                          | 17 |
| (1) 住生活に関わる主体・施策分野の連携                       |    |
| (2) 消費者の相談体制や消費者・事業者への情報提供の充実               |    |
| (3) <u>住宅金融市場の整備と税財政上の措置</u>                |    |
| (4) 全国計画、都道府県計画、市町村における基本的な計画の策定            |    |
| (5) 政策評価の実施と計画の見直し                          |    |

## 2) 住宅金融市場の整備と税財政上の措置

上記、「住生活基本計画」の第4(3)の住宅金融市場の整備については、金融機関などの大きな問題点に切り込んでいます。住宅金融証券化市場における金融機関の短期調達・超長期運用の問題点の整備や、地域の中小企業が多い買取再販事業者への資金調達への配慮、また、なかなか一般化が出来ないリバースモーゲージの普及などにも触れています。

このように、「住生活基本計画」は、一過性の施策ではなく、将来に向けたキックオフの位置づけがあるものであり、真正面から取り組む施策であると思います。

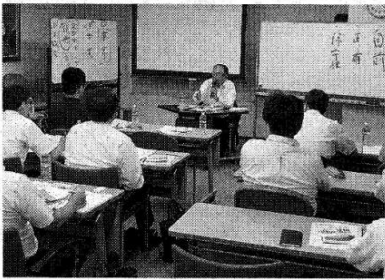
### (3) 住宅金融市場の整備と税財政上の措置

- ①消費者が、市場を通じて住宅を選択・確保するためには、短期・変動型や長期・固定型といった多様な住宅ローンが安定的に供給されることが重要。長期・固定型ローンについては、住宅金融証券化市場の整備育成が必要。また、住宅を資産として活用するリバースモーゲージの普及も重要。
- ②多様な居住ニーズに対応した良質な住宅が市場に供給されるためには、民間事業者が必要な資金を円滑に調達できることも重要。今後、質の高い住宅ストックへの更新や既存住宅の流通を促進するためには、買取再販事業者等の既存住宅の更新や流通を担う民間事業者の資金調達を円滑にすることが必要。
- ③資産として承継できる良質な住宅ストックの形成など本計画に基づく施策を推進するためには、それらの重要度・優先順位に応じて、税制、政策金融、財政支援といった政策誘導手段を、それぞれの効果、特徴・役割に応じて組み合わせつつ、必要な措置を講じていくことが必要。

以下の2～7の項目については、通信講座「財務金融アドバイザー」の継続会員の皆様にお送りしている「財金A通信」の抜粋です。ご参考にして下さい。

## 2、地域金融機関に求められる「自前主義」の打破、連携と対話！

事業性評価とSWOT  
分析活用セミナー  
ビジネス教育出版  
社とMPS  
ビジネス教育出版



は7月25日、セミナー  
ルームで企業経営支援  
を手がけるマネージメ  
は7月25日、セミナー  
ルームで企業経営支援  
を手がけるマネージメ  
は7月25日、セミナー  
ルームで企業経営支援  
を手がけるマネージメ

「金融機関のための事業性評価とSWOT分析活用セミナー」を開催し、中村氏（7月25日）が、ローカルベンチマークの進め方を具体的に事例

「金融機関のための事業性評価とSWOT分析活用セミナー」を開催し、中村氏（7月25日）が、ローカルベンチマークの進め方を具体的に事例

さて、ローカルベンチマーク施策については、対象企業が中堅・中小企業となりました。

また、ローカルベンチマークによって、企業規模が、従来の零細・中小企業から大きくなったせいか、金融機関の外部連携に対する本気度もかなり強くなってきました。連携の効果が顕在化するからです。

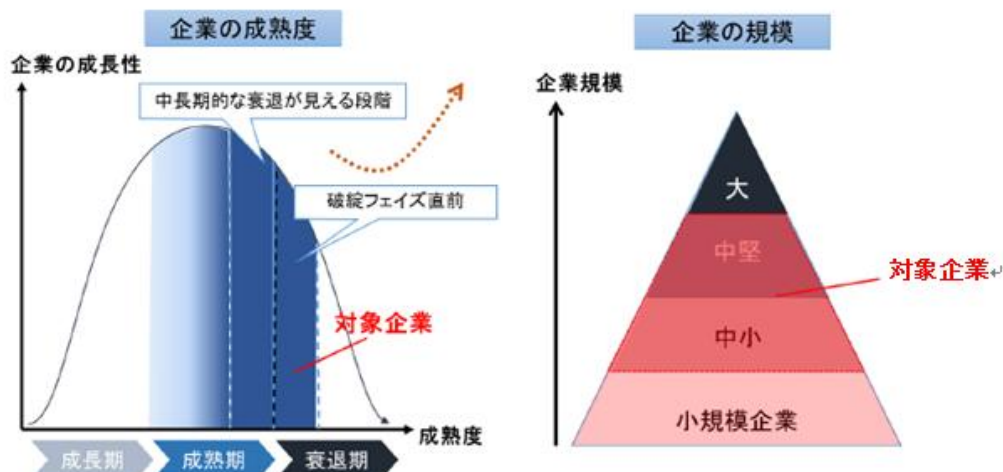
地域金融機関自身が、「地域企業応援パッケージ」の策定を自ら行わなければならない上に、その後の対話においては、金融機関の担当者自身が、金融機関を代表した発言を求められるようになりました。このことは、その担当者としての本気度も大きくすることです。

ニッキン 平成28年8月5日



## ローカルベンチマーク対象の企業の成熟度と規模

ライフステージと規模からみた場合、対象は成熟期以降の中堅・中小企業となるのではない

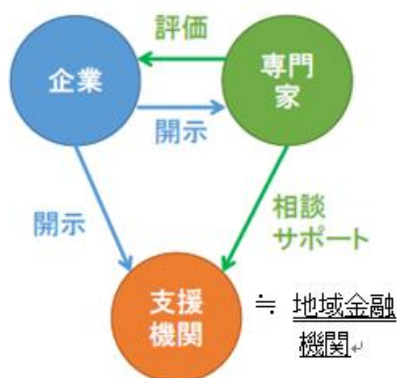


### 【今後】地域企業評価の役割と視点

・・・地域金融機関は支援機関であり、相談サポートを受ける立場になった。

地域企業の評価には、定性面と定量面の双方からの理解が必要となる

#### 企業評価を行う際の役割案



#### 評価の視点案

| 項目    | 役割具体例                                                                |
|-------|----------------------------------------------------------------------|
| 事業評価  | 「事業価値を高める経営レポート」の項目を参考にストーリーで当該企業の事業を評価する。                           |
| 財務評価  | 当該企業の財務情報(例えば3期分)の特徴・傾向を評価する。                                        |
| ポジション | 当該企業が地域においてどの程度のポジションにあるのか、どの程度の取引数を持っており、地域内への影響力を持っているのかどうか等を評価する。 |
| ガバナンス | 経営理念、経営計画、ISOや会計基準への適応状況等を評価する。                                      |

上図の「企業評価を行う際の役割案」で示すように、今後は、地域金融機関が融資を行うばかりでは無く、支援機関として動かなければならなくなりました。今までの企業に対する曖昧な関係から、支援機関としての明確な責任が生じることになったのです。

「ローカルベンチマーク」については、経済産業省、中小企業庁、金融庁、内閣府、内閣官房などからも、その推進通達・ガイドラインが流れていますから、行政の本気度も推察できます。

※ ある地方銀行や信用金庫では、以下の3で紹介する新刊書籍「事業性評価融資」を50冊超購入して頂いたようです。(出版社情報)

上記のことに関し、今まさに勉強を始めたものと思われます

“財務金融アドバイザー”が注目されそうです。

### 3、新刊書「事業性評価融資」「ローカルベンチマーク(仮称)」が発刊になります

平成 24 年の「中小企業経営力強化支援法」で金融機関自身が「認定支援機関」になりましたが、支店の融資担当者までには、自らが「中小企業の支援機関である」という当事者意識は浸透しませんでした。

今般の「事業性評価融資」「ローカルベンチマーク」の施策においては、支店の融資担当者は「事業性評価融資の稟議書起案者」となり、「ローカルベンチマークの対話参加者」となりましたので、正に、これらの施策の主役になってしまいました。

言いかえれば、地域金融機関の融資担当者は、融資資金の供給者であると同時に、中小企業の経営に関する「支援機関」の当事者であり旗振り役になったということです。

そのような、金融機関の支店の融資担当者や、その管理者である審査部・融資部など本部の支店担当者に対して、「事業性評価融資」と「ローカルベンチマーク」の切り口で、語りかける著書を、ビジネス教育出版社より上梓しました。

とは言うものの、ファインビット通信の読者の方には、是非ご一読を頂き、ご感想を伺いたく思っています。金融機関の内部に巣くう「縦割り意識」「直属上司への異存性」「他行への過剰反応」「過度の顧客迎合主義」「情報開示の認識不足」など、私の金融機関 28 年、中小企業コンサルタント 16 年の経験を踏まえて、思い切り自説を書かせて貰いましたので。

「事業性評価融資」は 8 月 25 日 発行、9 月 2 日には書店に並びます。また、「ローカルベンチマーク (仮称)」は、10 月中に書店に並ぶものと思います。



### 4、「事業性評価融資」と「ローカルベンチマーク」の少人数勉強会

ゼロ金利政策で、各地域金融機関は、この「事業性評価融資」「ローカルベンチマーク」に救いを求めなければならない時代になりました。

皆様は、早目の習得が必要と思います。少人数勉強会でどうぞ先取り学習を行ってください。

上記 3 でご紹介しました書籍を使用し、皆様に分かりやすく解説します。

どうぞ積極的にご参加ください。

#### <勉強会 開催日程等>

「事業性評価融資」 … 9 月 26 日(月)、 9 月 27 日(火)

「ローカルベンチマーク」 … 10 月 25 日(火)、11 月 1 日(火)

各日 PM1:00 ~ PM4:30

※ テキストとして、それぞれに該当する書籍を使用しての勉強会となります。

書籍定価より 20%優遇特別価格(消費税別途・勉強会参加者限定)にて、当日販売致します。

受講料 : ￥25,000 (1名・税込)

※ 財務金融アドバイザー継続会員 ￥20,000 MPS-OJT クラブ ￥17,000

あんしん経営・実務経営研究会及び

ビズアップ総研会計人クラブ 各会員 ￥22,000

▲ FAX:03-5280-3828 ▲

《少人数勉強会(中村中金融ゼミ)》  
受講お申込み

|        |             |             |      |                  |            |             |                   |
|--------|-------------|-------------|------|------------------|------------|-------------|-------------------|
| 申込日    | 平成 年 月 日    |             |      |                  |            |             |                   |
| フリガナ   |             |             |      |                  |            |             |                   |
| 受講者氏名  |             |             |      |                  |            |             |                   |
| 該当に○   | 財務金融アドバイザー  |             |      | その他会員            |            |             |                   |
|        | 通信講座<br>受講中 | 通信講座<br>修了者 | 継続会員 | MPS-OJT<br>クラブ会員 | あんしん<br>経営 | 実務経営<br>研究会 | ビズアップ総研<br>会計人クラブ |
| 勤務先名称  |             |             |      | 住所               | 〒 —        |             |                   |
| TEL    |             |             |      | FAX              |            |             |                   |
| E-mail | @           |             |      |                  |            |             |                   |

※ 必要事項をご記入の上、FAX 03-5280-3828 までお送り下さい。メールによるお申し込みも可能です。

必要事項を記載の上、kaneko.0113@fine-bit.co.jp まで送信をお願いいたします。

お申込み受付後、担当よりご連絡いたします。

※<受講料ご案内> 財務金融アドバイザー通信講座 受講中および修了者 ￥25,000、  
財務金融アドバイザー 継続会員(割引) ￥20,000、MPS-OJTクラブ会員《優遇》 ￥17,000  
あんしん経営・実務経営研究会・ビズアップ総研会計人クラブ 各会員 ￥22,000

※ お申込み受付・完了後、お振込先をお知らせいたします。

株式会社ファインビット <http://www.fine-bit.co.jp/>

〒101-0047 東京都千代田区内神田1-12-9 リビオレゾン大手町1102

TEL 03-6273-7750 / FAX 03-5280-3828

## 5、MPS よもやま話

『事業再生の現場から

～コンサルタントならおさえておきたい基本フレーム“SWOT分析”～』

企業経営を行っていく中では、「競合他社からシェアを取り戻す」「新商品を投入し軌道に乗せる」「重点顧客を攻略する」といったような様々な目標を設定します。その目標を達成するための「今後どうすべきか」という大きな方針を定めるためには、現在自社や商品が置かれている環境を正しく認識する必要があります。その環境認識を行い、大方針を定めるためのツールが SWOT 分析ですが、他のフレームワークよりもこの SWOT 分析はビジネスマンならほとんど誰でも認識できるポピュラーなフレームワークと言えます。

(省略)

SWOT 分析を行うと、明日からやるべきことがすべて可視化されるわけではありませんが、「情報の整理」と「経営方針の決定」が容易に出来ます。そして、この経営方針をより具体化した経営計画(行動計画、計数計画)を策定につなげることができます。

(省略)

(株)マネジメントパートナーズ 取締役 シニアマネージャー 佐藤宏樹

## 6、関西からの一言

### 『金融機関引き受けの私募債発行について』

以下、若手の山本税理士と先輩のベテラン田中税理士のやり取りです。

山本税理士（以下：新人）：顧問先の中小企業で、金利負担の軽減のために借り換えを積極的に行おうと思っています。

田中税理士（以下：ベテラン）：それは良い事ですね。1月29日に日銀がマイナス金利政策を決定してから金融機関の貸出金利は下落傾向ですからね。今まで利ザヤが比較的大きかった中小企業融資については、借り換えによる低減効果も大きいのではないですか。

新人： そのように考えていたのですが、借り換え先の金融機関から、より一層、財務内容を健全化するためということで金融機関引き受けの私募債をセットで提案されました。確かに、償還期限まで返済の必要が無く、資金繰りは安定しそうに思いますが、今まで経験が無く、良い話かどうか判断が付きかねています…。

ベテラン： 私募債が資金調達方法として良いか悪いかについては、会社の状況により様々だと思いますが、私募債の特徴を理解しておく必要がありますね。

（省略）

新人： 分かりました。諸条件をきちんと考慮して検討し直してみます。

中村中との共著者、公認会計士・税理士 中村文子

## 7、日本クレアスからのささやき

前回の本項で「経営者の孤独」を解消するための役割が、顧問税理士・会計士には求められている、というデータを紹介しました。今回は孤独を解消するために出来る第一歩として、経営者の悩みを的確に把握することの意味を考えてみたいと思います。

具体例を挙げてみます。私はかつて事業会社で勤務しており、会社設立にも携わりました。その際に、実際に税理士の先生との間で起こった出来事です。

事例 1) 月に一度の面談日。貴重な面談の時間が、業界の専門用語の説明で終わってしまった。契約時にビジネスモデルは説明していたのに「何で今さら」という思いと、「そんな言葉はインターネットで検索すればすぐわかるのに…」と不信感が募る。

事例 2) 会社の草創期、やはり気になる資金繰り。「会計のプロ」と思って相談したはずなのに、出てくるのは節税に関する蘊蓄ばかり。「私の話は聞いてくれないんだな」と、距離を感じるきっかけになった出来事。

（省略）

自分がサービスを受ける側だと気付くことが、サービスを提供する側になった途端、見えなくなってしまうことがあります。「経営者の孤独」に真に寄り添い、良きパートナーとなるためには、視野を広く持ち、視座を経営者の高さに合わせて課題に向き合っていくことが大切でしょう。

日本クレアス税理士法人 マネージャー 新規事業開発室長 山本 恵里奈

以上