

週刊WEB

企業 経営



Vol.628 2019.6.11



Weeklyエコノミスト・レター 2019年6月7日号

NY金が1300ドル台を回復、 1400ドル突破の条件は？

経済・金融フラッシュ 2019年6月3日号

【4月米個人所得、消費支出】

～個人所得（前月比）は+0.5%、消費支出+0.3%
と共に堅調な伸び、市場予想も上回る結果

統計調査資料 法人企業統計調査結果 (平成31年1～3月期)

次世代通信規格が企業経営を変える！ 5Gテクノロジーの概要と活用事例

ジャンル：内部統制 サブジャンル：取引に関する契約
**抵当権と根抵当権の違い
取引条件の改善方法**



経営
TOPICS

経営情報
レポート

経営
データ
ベース

ネット
ジャーナル

NY金が1300ドル台を回復、 1400ドル突破の条件は？

ニッセイ基礎研究所

- 1** 5月下旬に1オンス1270ドル台であったNY金先物はその後反発し、足元では1340ドル台まで上昇している。

米国と他国との間の摩擦が激化したうえ、FRB要人発言によって利下げ観測が急激に台頭したためだ。



- 2** ただし、NY金は反発したとはいえ、近年におけるレンジ内での動きに留まっている。昨年来、ドルが多くの通貨に対して上昇しており、ドル建て表記であるNY金の割高感が強まっているためだ。

ちなみに、過去の事例を振り返ると、リーマンショックの際もNY金は上昇しなかった。危機に伴う換金売りが出たほか、流動性への不安から決済通貨であるドルを調達する動きが強まり、ドル高が進んだためと考えられる。

- 3** 従って、NY金が今後も上昇し、1400ドルの節目を突破するためには、市場で先行き懸念が残存することに加えて、ド

ルの下落が必要になる。今後、NY金が1400ドルを突破するシナリオは2つ考えられる。一つは、「米経済失速シナリオ」だ。米中摩擦の激化などから米経済が失速し、FRBが大幅な利下げに踏み切るというシナリオだ。この場合、ドルの優位性が崩れ、リスクオフとともにドル安が進行することで、1400ドル突破の条件が揃う。もう一つは、「ユーロ大幅上昇シナリオ」だ。ドルインデックスに占めるユーロの割合は6割近くを占めているため、ECBの利上げなどを材料にユーロの対ドルレートが上昇すると、ドルインデックスは押し下げられる。さらに何らかのリスクが浮上すれば、NY金1400ドル突破の条件が揃うことになる。

メインシナリオではないが、両者のうち早期に実現する可能性があるとすれば、「米経済失速シナリオ」の方だろう。

- 4** 同シナリオが実現する場合、NY金の1400ドル突破は「世界経済に赤信号が灯った」ことを意味することになる。そして、その段階になって振り返ってみると、現在の1300ドル台回復は「世界経済に黄信号が点灯していた」ことを意味していたことになるだろう。

「Weekly エコノミスト・レター」の全文は、
当事務所のホームページの「マクロ経済予測レポート」
よりご確認ください。

(4月米個人所得、消費支出)

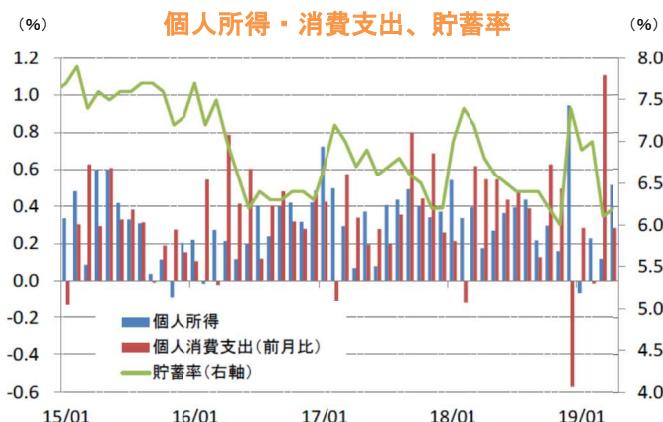
~個人所得(前月比)は+0.5%、消費支出+0.3%と共に堅調な伸び、市場予想も上回る結果

1 結果の概要：4月の個人所得、消費支出ともに予想を上回る伸び

5月31日、米商務省の経済分析局(BEA)は4月の個人所得・消費支出統計を公表した。個人所得(名目値)は前月比+0.5%(前月:+0.1%)となり、前月から伸びが加速、市場予想(Bloomberg集計の中央値、以下同様)の+0.3%も上回った。

2 結果の評価：好調であった前月から伸びが鈍化も消費拡大が持続

名目個人消費(前月比)は3月が+1.1%と09年8月(同+1.2%)以来の伸びとなっていたが、4月も+0.3%と市場予想を上回るペースで消費拡大が持続していることを示した。



(注) 名目値、季節調整済
(資料) BEA よりニッセイ基礎研究所作成

3 所得動向：可処分所得の伸びが加速

4月の個人所得(前月比)の内訳をみると、賃金・給与が+0.3%(前月:+0.4%)と堅調な伸びを持続していることが確認できる。さらに、前月に農家に対する政

府補助金が大幅に減少したことでの大幅なマイナスとなった自営業者所得が4月は横這い(前月:▲1.0%)と前月から回復がみられたほか、利息配当収入が+1.6%(前月:▲1.0%)と大幅な増加に転じて所得を押上げた。

4 消費動向：高い伸びとなった前月の反動から全般的に伸びが鈍化

4月の名目個人消費(前月比)は、財消費が+0.2%(前月:+2.3%)、サービス消費も+0.3%(前月:+0.6%)と3月の消費が好調であった反動もあって、前月から伸びが鈍化した財消費では、耐久財が▲0.8%(前月:+3.7%)と前月の大幅なプラスからマイナスに転じたほか、非耐久財も+0.7%(前月:+1.6%)と前月から伸びが鈍化した。

5 価格指数：エネルギー価格の物価押上げが持続

価格指数(前月比)の内訳をみると、エネルギー価格指数が+2.9%(前月:+3.6%)と前月から伸びは小幅に鈍化したものとの、物価を押上げた。一方、食料品価格指数は▲0.3%(前月:+0.2%)と、18年10月(▲0.1%)以来のマイナスとなり物価を押下げた。

経済・金融フラッシュの全文は、
当事務所のホームページの「マクロ経済予測レポート」
よりご確認ください。

法人企業統計調査結果

(平成31年1~3月期)

財務省 2019年6月3日公表

概況

「四半期別法人企業統計調査」は、我が国の資本金、出資金又は基金（以下、資本金という。）1,000万円以上の営利法人等の仮決算計数をとりまとめたものである。

当調査結果から平成31年1~3月期の企業動向（金融業、保険業を除く）を前年同期比でみると、売上高については、製造業、非製造業ともに増収となった。

経常利益については、製造業は減益、非製造業は増益となった。

また、設備投資については、製造業、非製造業ともに増加となった。

（注）1. 営利法人等とは、合名会社、合資会社、合同会社及び株式会社並びに信用金庫、信用金庫連合会、信用協同組合、信用協同組合連合会、労働金庫、労働金庫連合会、農林中央金庫、信用農業協同組合連合会、信用漁業協同組合連合会、信用水産加工業協同組合連合会、生命保険相互会社及び損害保険相互会社をいう。

2. 平成20年4~6月期調査より金融業、保険業を調査対象に加えた。

[参考]

この調査は、無作為抽出による標本調査（標本法人の調査結果に基づいて母集団法人の推計値を算出したもの）である。なお、下表の（ ）書きは、金融業、保険業を除いた数値である。

資本金区分	1,000万円以上 1億円未満	1億円以上 10億円未満	10億円以上	合計
母集団法人数 (社)	936,949	26,336	5,876	969,161
	(926,820)	(24,977)	(5,045)	(956,842)
標本法人数(社)	13,480	12,209	5,876	31,565
	(10,777)	(10,850)	(5,045)	(26,672)
回答法人数(社)	8,822	8,877	5,227	22,926
	(7,064)	(7,809)	(4,435)	(19,308)
回答率(%)	65.4	72.7	89.0	72.6
	(65.5)	(72.0)	(87.9)	(72.4)

売上高と利益の動向

1 売上高（金融業、保険業を除く）

売上高は372兆5,204億円で、対前年同期増加率（以下「増加率」という）は3.0%（前期3.7%）となった。

業種別にみると、製造業は1.1%（同3.9%）、非製造業は3.7%（同3.7%）となった。

売上高の推移

(単位：億円、%)

区分	2018(平成30)								2019(平成31)	
	1~3	増加率	4~6	増加率	7~9	増加率	10~12	増加率	1~3	増加率
全産業	3,617,780	3.2	3,446,149	5.1	3,588,846	6.0	3,716,227	3.7	3,725,204	3.0
製造業	1,027,216	1.4	990,886	6.7	1,023,474	4.3	1,082,174	3.9	1,038,664	1.1
食料品	97,122	△ 6.1	109,305	0.8	110,919	6.2	121,515	7.9	95,482	△ 1.7
化学会社	102,908	4.6	105,730	5.4	106,446	3.9	114,265	5.9	105,544	2.6
石油・石炭	30,918	△ 19.9	27,953	19.4	30,700	3.3	32,116	11.5	29,529	△ 4.5
鉄鋼	42,542	9.2	43,549	8.4	44,143	9.7	48,126	12.9	45,153	6.1
金属製品	54,165	18.5	48,038	5.4	49,971	△ 3.2	55,743	0.7	52,544	△ 3.0
はん用機械	18,666	14.3	17,177	14.2	18,496	19.2	19,699	22.3	20,730	11.1
生産用機械	69,296	15.1	64,309	18.3	71,196	13.1	67,434	△ 6.9	75,520	9.0
業務用機械	34,843	2.1	29,041	△ 0.9	31,532	△ 2.6	31,527	△ 5.1	30,864	△ 11.4
電気機械	87,989	1.0	86,827	21.9	78,852	1.0	80,195	△ 3.3	92,885	5.6
情報通信機械	79,406	△ 8.0	76,888	3.5	90,410	10.4	88,878	9.9	83,547	5.2
輸送用機械	208,222	2.6	186,597	4.1	189,969	0.1	206,655	1.9	207,122	△ 0.5
非製造業	2,590,563	3.9	2,455,263	4.5	2,565,372	6.6	2,634,053	3.7	2,686,540	3.7
建設業	327,255	2.6	256,672	7.6	298,705	15.6	276,494	8.0	343,748	5.0
卸売業、小売業	1,317,672	6.8	1,284,712	5.2	1,322,998	4.6	1,399,359	3.3	1,331,623	1.1
不動産業	91,981	△ 4.0	87,532	13.4	90,081	15.3	83,814	△ 2.9	100,648	9.4
物品賃貸業	36,910	1.1	35,253	△ 5.0	36,272	3.4	38,513	3.9	41,619	12.8
情報通信業	183,344	△ 3.4	172,850	0.5	184,643	14.1	171,892	0.5	193,904	5.8
運輸業、郵便業	145,731	△ 4.9	150,572	5.5	157,409	6.3	158,107	5.4	158,636	8.9
電気業	68,144	7.8	59,534	5.7	71,533	11.0	63,486	8.4	60,378	△ 11.4
サービス業	389,002	4.5	382,411	0.9	377,202	2.1	410,883	3.8	423,506	8.9
資本金別										
10億円以上	1,510,537	4.3	1,435,172	6.3	1,471,432	5.7	1,518,132	0.8	1,530,466	1.3
1億円～10億円	738,672	3.7	697,699	5.0	747,388	8.1	751,361	4.3	757,531	2.6
1,000万円～1億円	1,368,571	1.6	1,313,278	3.9	1,370,026	5.0	1,446,734	6.7	1,437,207	5.0

(注) 1.増加率は対前年同期増加率である。

2.全産業及び非製造業には金融業、保険業は含まれていない。(以下同)

季節調整済前期比増加率

(単位：%)

区分	2018(平成30)								2019(平成31)	
	1~3	4~6	7~9	10~12	1~3	4~6	7~9	10~12	1~3	4~6
全産業	0.4	2.0	0.6	0.7	△ 0.3					
製造業	1.0	2.6	△ 1.1	1.2	△ 1.5					
非製造業	0.1	1.8	1.3	0.5	0.2					

2 経常利益（金融業、保険業を除く）

経常利益は22兆2,440億円で、増加率は10.3%（前期△7.0%）となった。

業種別にみると、製造業は△6.3%（同△10.6%）、非製造業は18.4%（同△4.9%）となつた。

経常利益の推移

(単位：億円、%)

区分	2018(平成30)		7~9	増加率	10~12	増加率	2019(平成31)	
	1~3	増加率					1~3	増加率
全産業	201,652	0.2	264,011	17.9	182,847	2.2	194,763	△ 7.0
製造業	66,002	△ 8.5	104,766	27.5	67,205	△ 1.6	69,324	△ 10.6
食料品	2,734	△ 18.7	6,817	△ 16.0	6,237	1.1	6,260	△ 1.2
化学生	11,165	14.4	14,749	1.7	11,595	6.1	12,185	△ 5.5
石油・石炭	1,092	△ 32.9	1,480	243.7	1,144	△ 1.4	△ 781	△ 150.9
鉄鋼	1,659	39.0	2,835	△ 13.8	1,344	40.1	1,820	7.5
金属製品	3,275	8.0	2,932	△ 9.4	2,316	△ 27.4	3,517	0.7
はん用機械	1,747	5.7	1,489	△ 0.6	1,795	42.0	1,623	8.2
生産用機械	6,630	43.0	7,471	41.1	7,509	28.8	5,190	△ 8.1
業務用機械	4,092	11.1	3,537	22.5	2,741	△ 8.0	1,859	△ 28.8
電気機械	6,750	△ 17.9	9,586	23.6	4,966	△ 1.8	6,962	5.3
情報通信機械	3,965	△ 40.1	20,289	360.0	5,010	△ 25.1	4,327	△ 19.0
輸送用機械	12,322	△ 29.9	19,710	9.5	13,433	△ 4.3	14,743	△ 12.8
非製造業	135,650	5.0	159,245	12.4	115,642	4.6	125,439	△ 4.9
建設業	27,066	3.5	11,536	△ 17.7	14,147	△ 2.9	15,140	20.0
卸売業、小売業	38,665	15.4	41,664	16.6	34,989	6.9	33,912	△ 6.3
不動産業	13,556	△ 1.3	14,796	10.1	9,732	△ 2.0	11,637	△ 5.4
物品賃貸業	3,411	41.4	3,076	24.2	2,005	△ 12.0	2,047	△ 33.3
情報通信業	15,566	△ 10.9	21,714	15.6	18,391	43.4	15,892	△ 12.1
運輸業、郵便業	4,251	53.5	13,787	11.8	12,231	9.6	13,917	22.1
電気業	△ 18	*	4,230	68.7	3,621	△ 23.3	762	△ 52.2
サービス業	30,319	△ 1.4	45,911	15.4	18,789	△ 9.7	29,687	△ 10.6
資本金別								
10億円以上	100,027	1.7	178,241	25.0	104,510	1.0	111,739	△ 7.5
1億円～10億円	34,145	0.6	29,291	12.7	31,814	5.0	32,729	2.4
1,000万円～1億円	67,480	△ 2.2	56,479	2.1	46,523	3.0	50,296	△ 11.1

(注) なお、*印は前年同期の経常利益が負数のため算出できない。

3 利益率（金融業、保険業を除く）

売上高経常利益率は6.0%（前年同期5.6%、前期5.2%）となった。

業種別にみると、製造業は6.0%（前年同期6.4%、前期6.4%）、非製造業は6.0%（前年同期5.2%、前期4.8%）となった。

法人企業統計調査結果（平成31年1～3月期）の全文は、
当事務所のホームページの「企業経営TOPICS」よりご確認ください。



次世代通信規格が企業経営を変える！

5Gテクノロジーの概要と活用事例

1. 次世代通信規格「5G」の概要
2. 産業別の経済効果と活用法
3. 5Gテクノロジーの課題とリスク
4. 5Gを導入している企業の事例



■参考文献

『日本経済新聞』 『週刊ダイヤモンド 2019年 3/23 号』(株式会社ダイヤモンド社) 『週刊東洋経済 2019年5/25号』(東洋経済新報社) 『インプレス標準教科書シリーズ 5G教科書 —LTE/IoTから5Gまで』(インプレス) 『すべてわかる5G大全 2017』(日経BPマーケティング)

1

企業経営情報レポート

次世代通信規格「5G」の概要

昨今、大きな注目を集めている次世代のモバイル通信方式「5G（ファイブジー）」は、最大20Gbpsの大容量通信に加えてネットワーク遅延が少なく、多数の機器を同時に接続できるという特徴から、モバイルネットワークをスマートフォンのためのものから社会インフラを支える存在へと変えようとしています。

その5Gが普及することによる、企業経営に与える影響と変化、5Gを活用したビジネスモデルの事例を本レポートで解説します。

■ 通信規格の歴史と進化

5Gとは、現行の「第4世代（4G）」の最大100倍の速さの次世代通信規格のことを目指します。毎秒10ギガ（ギガは10億）ビットの最高速度はアナログ方式であった1980年代の第1世代の100万倍です。例をあげると2時間の映画を3秒でダウンロードできることになります。

モバイルの通信規格はこれまで、第1世代（1G）から第4世代（4G）まで変化しています。

5Gは文字通り、「第5世代」の通信規格であることを表しています。これらの通信規格は約10年ごとに世代を大きく変えていますが、その理由は携帯電話自体の進化による利用スタイルの変化、それに伴うデータ通信量の増大が大きく影響しています。

■ 通信技術の進化

世代	時期	主なサービス
第1世代	1980年台中心	音声
第2世代	1993年～2000年	メール、インターネット接続
第3世代	2001年～2014年	音楽、ゲーム
第4世代	2015年～2018年	動画
第5世代（5G）	2019年～	高精細動画、IoT、自動運転、ロボット

（1）第1世代（1G）アナログ携帯電話時代

最初の携帯電話は、日本、米国、欧州の地域別に技術開発が進められ、アナログ無線技術の地域別仕様が策定されて商用化されました。この「アナログ無線技術のモバイルネットワーク」が第1世代（1G）です。

1990年代になると、無線技術のデジタル化が進み、デジタル無線技術を用いたモバイルネットワークが標準化されてサービス提供が始まりました。

2

企業経営情報レポート

産業別の経済効果と活用法

■ 産業別経済効果の試算

大手通信各社は5Gを巡り、様々な業種と連携して新たな業務用途を掘り起こそうと取り組んでいます。これらが狙い通り順調に広がると、個人のスマートフォン利用が主体であった4Gまでとは桁違いの経済効果が見込めるといわれており、その金額は47兆円に達する可能性があります。総務省が「電波政策2020懇談会」の参考資料で試算した、日本国内の製造や交通、医療など10種類の産業別にみる5Gの経済効果は以下のとおりです。

■ 産業別経済効果の試算

分野	経済効果
交通・移動・物流	21.0兆円
工場・製造・オフィス	13.4兆円
医療・健康・介護	5.5兆円
流通関連	3.5兆円
スマートホーム	1.9兆円
農林水産	4,268億円
教育関連	3,230億円
予防保全の実施による橋梁更新費用の低減	2,700億円
観光関連	2,523億円
スポーツ・フィットネス	2,373億円
合計	46兆8,094億円

(出典) 総務省「電波政策2020懇談会」資料

経済効果で最も大きいのが交通分野です。渋滞や交通事故の低減、自動運転の普及による運転時間の有効活用などを合わせて21兆円の経済効果を見込んでいます。

製造業・オフィス関連では、IoTやビッグデータの活用促進により工場業務の効率化、事務機器の保守サポートの削減などが進むと13兆4,000億円、医療・健康・介護分野では、IoTを活用して疾病リスクを見る化し、発症を予防するサービスが立ち上がりれば生活習慣病が減少し、医療費が1兆円程度抑制されるとして5兆5,000億円程度と、これらを含む各分野の経済効果を足し合わせると46兆8,000億円になります。ここに含まれていないエンターテインメント業界なども加えれば、50兆円に手が届く可能性もありそうです。

3

企業経営情報レポート

5Gテクノロジーの課題とリスク

■ 5Gテクノロジー普及における課題

5Gの課題としては以下の4点があげられています。

第1に個人の需要を開拓できるか、第2に高周波技術を端末に低成本で搭載できるか、第3に投資に見合う経済効果が確実に得られるか、第4に世界中で同じ周波数が使えるか、です。

■ 5Gの導入・普及に向けた4つの課題

1. 個人で大容量を使う用途を開拓できるか
2. 5G技術を端末に搭載できるか
3. 投資に見合う経済効果が見込めるか
4. 國際的に活用できるか

(1)個人で大容量を使う用途を開拓すること

第1の課題は、個人ユーザーが毎秒 10 ギガビットもの超高速通信を生かせる用途を見いだせるかです。

携帯電話大手は「用途の開拓こそ重要課題」として、多くのユーザー企業に声をかけ、5Gの使い方を探る実証実験に力を入れています。自動車や警備、エンターテインメント産業、製造業などがその一例です。

一方で超高速通信を必要とする個人の活用シーンがまだ描けていない現状があります。

例えば4K映像の配信サービスは毎秒 25 メガ～80 メガビットの帯域で十分で、4G（LTE）で既に提供されています。

3Gは「i モード」「写メール」などのヒットサービスがデータ通信の需要を生み出し、4Gはスマートフォンや動画サービスが高速通信への需要をさらに引き上げました。

5Gで同じような個人向けの「コンテンツサービス」が現れるかは未知数です。

(2)5G技術を端末に搭載できるか

2番目の課題は、28 ギガヘルツ帯など新たな周波数を使うことに伴うものです。5Gの基地局は都市部に密に設置される見通しですが、電波が届きにくい特性は不利に働きます。

高周波を增幅する半導体、通信端末に搭載するアンテナや半導体に求められる技術は、従来と大きく異なります。

これらを小型化・低価格化する研究開発は急速に進んでいますが、まだ発展途上です。5G対応の通信端末は高価かつ大型となり、販売が伸び悩む恐れがあります。

4 企業経営情報レポート

5Gを導入している企業の事例

■ 完全無人タクシーの実用化（DeNA）

（1）無人タクシーの概要

IT大手のディー・エヌ・エー（DeNA）は日産自動車と連携し、2015年から完全無人タクシー「（イージーライド）」の開発を進めています。2019年3月に2度目の実証実験を実施しました。アプリで配車依頼をすると指定場所に車両が到着します。

車に貼られたQRコードにスマートフォンをかざすとドアが開き、車内の「Goボタン」を押すと出発します。乗車中は車内モニターにお勧め観光情報が流れるなど、目的地に着いて降車するまで、人を介さずに自動で案内します。

操作方法を説明する人が居ないため最初は戸惑いそうですが、スマートフォンの小さな画面から正確に情報を伝えるのは、ゲーム事業で培ったDeNAの得意領域です。

（2）5Gを活用して管制に転送

無人車両の商用化には、遠隔監視体制が必須となります。実験では車内の乗客の様子を、管制センターで複数台同時に遠隔監視しました。要望次第では、モニターに映し出されたオペレーターと会話ができる「おしゃべりボタン」のような、遠隔対話機能も検討するようです。

こうした機能では、車両と管制センターの間で迅速に映像データを伝送する必要があり、5Gはそこに欠かせない技術になります。

DeNAはEasy Ride以外にも、タクシー配車アプリ「MOV」を開発しました。将来的には自動運転車両をタクシー事業以外の宅配などのサービスへの拡大を検討しています。

■ Easy Rideサービス

Feature 1



気軽に手配
スマホで簡単に配車手配

Feature 2



無人でも安心
24時間体制で管理センターが管理

Feature 3



新たな自分の時間
移動時間を有効活用

(出典) DeNAホームページ

レポート全文は、当事務所のホームページの「企業経営情報レポート」よりご覧ください。

ジャンル：内部統制 > サブジャンル：取引に関する契約

抵当権と根抵当権の違い

**継続的な取引には根抵当権が便利と聞きました。
抵当権と根抵当権はどのように違うのですか。**

抵当権の設定方法には、根抵当権と普通抵当権があります。普通抵当権は、特定債権のみを担保するものであり、継続的な取引の債権担保には不便です。

また、普通抵当権は、特定債権の成立や消滅のたびに、抵当権設定の手続きなどの必要が生じ、費用や時間がかかります。しかし商取引には、継続的な売買取引や銀行借入のような金融取引など、長期間にわたり繰り返し行われる取引もあります。根抵当権は、この点をカバーして、継続的な取引によって生じる複数の債権について、一定の金額を定めて、その金額の範囲内で、一括して債務を担保する方法です。

■極度額 根抵当権によって優先的に弁済を受けられる金額

これは、登記事項とされており、極度額は、根抵当権者の優先権をあらわしています。

■根抵当権の確定

根抵当権の確定期日を定めることができます。根抵当権の確定期日を定める時は根抵当権の設定時より5年以内であることが必要です。確定期日を定めていない時は確定請求ができます。根抵当権設定者については根抵当権の設定時から3年経過後が条件ですが、根抵当権者についてはいつでも請求可能です。なお、確定すべき期日の定めがある場合はそれによります。

抵当権設定者の確定請求の時は請求の時から2週間の経過により確定しますが、根抵当権者の確定請求の時は請求の時に確定します。

■営業譲渡（事業譲渡）

営業譲渡（事業譲渡）に伴い、根抵当権付の不動産の譲渡が行われたり、根抵当権付の債権が譲渡されたりすることがあります。根抵当権付の不動産の譲渡については、所有権の第三取得者の問題となります。根抵当権付の債権の譲渡については、確定前の根抵当権は随伴していかませんので、根抵当権の譲渡登記（全部譲渡、一部譲渡、分割譲渡）をするか、根抵当権を確定した後に営業譲渡（事業譲渡）して根抵当権移転登記しないと譲渡債権を担保しないこととなります（但し、確定すると事後の債権は担保しない問題がある）。

■根抵当権によって担保される債権の範囲

民法によって、担保される債権の範囲を定めるよう規定されています。定め方は、売買取引、金銭消費貸借取引などのような定め方になります。

ジャンル：内部統制 > サブジャンル：取引に関する契約

取引条件の改善方法

有利な取引条件に改善する良い方法はありますか。

自社の地位向上や取引条件の改善のためには、自社が取引先からの信頼を獲得し、いかに取引先にとって価値のある存在になるかにかかっています。自社の現状をしっかりと把握しつつ、自社の経営姿勢を確立することから始めましょう。

1. 取引に関する自社の姿勢を確立する

自社の地位を向上させ、取引条件を改善するためには、取引先からの信頼を獲得することが重要となります。そのためには、約束を守る、納期を守るといった基本的な姿勢が不可欠です。また、自社の経営資源（ヒト・モノ・カネ・情報など）を評価し、自社の強みや弱みを把握するとともに、品質や技術力、仕入れ力などを評価します。自社が業界内でどのような地位があるのか、他社に負けない強みはどこにあるのかなどをしっかりと把握しておきましょう。また、取引に関しては契約に関する法律知識も重要となります。専門家の助言も受けつつ、自社の契約の締結方法やその内容をしっかりと理解しておくことが必要です。

2. 取引先への提案力を高める

次に、取引先の経営状況やその変化は、常にしっかりと把握しておきましょう。たとえば、取引先の経営内容が悪化している場合、代金支払いや、最悪の場合は回収が不能になることもあります。取引先が現在どのような経営を行っているのか、どのような悩みを持っているのか、常にアンテナを張っておく必要があります。さらに、その悩みや営業姿勢をもとに、積極的な提案をおこなうと良いでしょう。商品の改善提案をおこなったり、新商品の情報を提供したり、といったことを通じて、取引先との密なコミュニケーションを図るようにします。

3. 取引先を複数もち、リスクを分散させる

1社または数少ない取引先に限定すると、経営が安定したり、取引が楽になったりするといったメリットがあります。その反面、取引先の経営悪化の影響をもろに受けたり、取引上強く出ることができなくなったりというデメリットも抱えることになります。これらのリスクを回避するために、取引先の状況は変化するものであるということを認識し、常に新規の取引先や他の業界等へのアプローチをおこない、取引先の分散を図りましょう。

4. 業界の動向を把握する

国内外の情勢の変化や規制緩和、環境問題への対応などにより、取引先に大きな影響を与えることがあります。日頃から業界誌などに目を通したりして、業界の動向把握に努めましょう。