

週刊WEB

企業経営

MAGA
ZINE

Vol.841 2023.10.3

ネットジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター 2023年9月29日号

中国経済:景気指標の総点検 (2023年秋季号)

経済・金融フラッシュ 2023年9月29日号

雇用関連統計(23年8月)

～宿泊・飲食サービス業は就業者、
新規求人数ともに大幅増加

経営TOPICS

統計調査資料

全国小企業月次動向調査 (2023年8月実績、9月見通し)

経営情報レポート

社員の成長を促進する チームビルディング実践法

経営データベース

ジャンル:資金繰り > サブジャンル:資金調達

資金の調達コスト 金融機関の担保評価

発行:税理士法人KJグループ

本誌掲載記事の無断転載を禁じます。

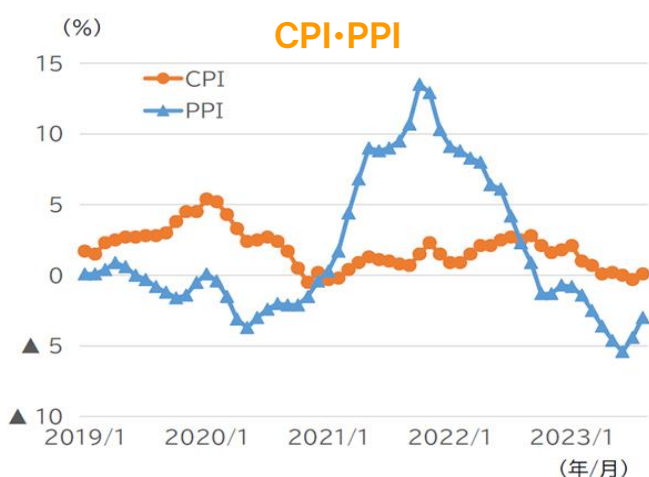
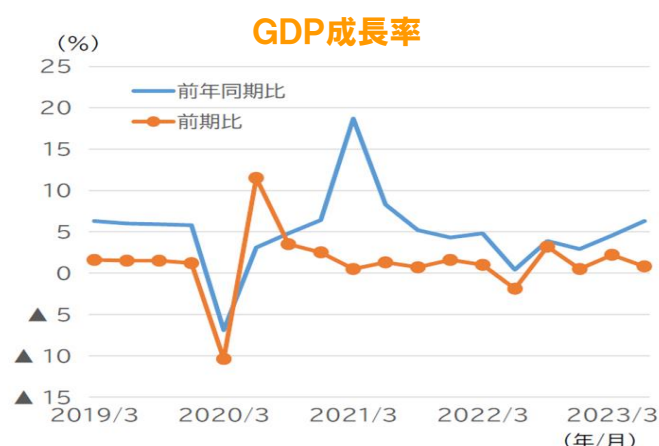
ネット
ジャーナル

中国経済：景気指標の総点検 (2023年秋季号)

ニッセイ基礎研究所

1 第2四半期（4-6月期）のGDP成長率は、実質で前年同期比6.3%増と、前四半期（同4.5%）から高まったが、前期比（季節調整後）では+0.8%増と、前四半期（同+2.2%）から減速し、ゼロコロナ政策の解除後のリバウンドの勢いは一時的なものにとどまった。

7月～8月の指標からは、その後も経済活動が停滞していることがうかがえる。



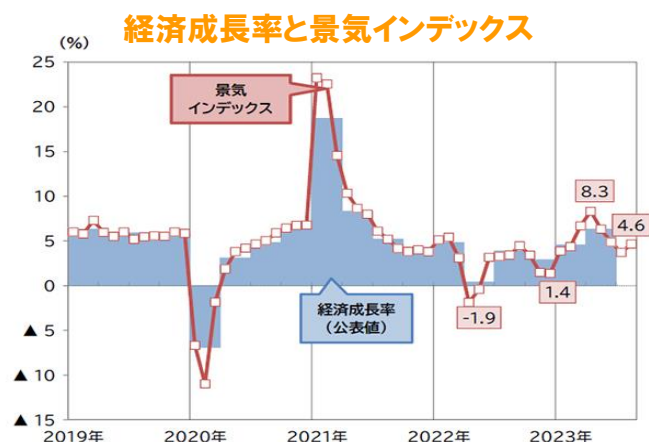
(資料) ともに中国国家统计局 CEIC より、ニッセイ基礎研究所作成

2 GDP成長率（前期比）を予測するために作成している景気評価点を見ると、第2四半期は、4月に分岐点である5点をつけ

た後、5月から6月にかけて低下し、GDP成長率（前期比）は減速した。

その後、7月には4点、8月には3点と、やや持ち直しているが、いずれも5点を下回る水準にとどまっていることから、第3四半期のGDP成長率（前期比）は横ばい程度の推移になるとみられる。

3 景気インデックス（鉱工業生産、サービス業生産、建築業PMIを合成加工して毎月の実質成長率を推計したもの）は、7月が前年同月比3.7%増、8月が同4.6%増で、7-8月期は前年同期比4.2%増だった。前四半期のGDP成長率（前年同期比6.3%増）を大幅に下回っている。7-9月期のGDP成長率（前年同期比）は、9月の景気次第で振れるとは言え、4%台となる可能性が高いだろう。なお、公表予定日は10月18日（水）となっている。



(注) 景気インデックスは、鉱工業生産、サービス業生産、建築業PMIを用いて筆者が合成加工した指数

「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。

ネット
ジャーナル

ニッセイ基礎研究所

雇用関連統計(23年8月) ～宿泊・飲食サービス業は就業者、 新規求人数ともに大幅増加

1 失業率は前月から横ばいの2.7%

総務省が9月29日に公表した労働力調査によると、23年8月の完全失業率は前月から横ばいの2.7%（QUICK集計・事前予想：2.6%、当社予想も2.6%）となった。

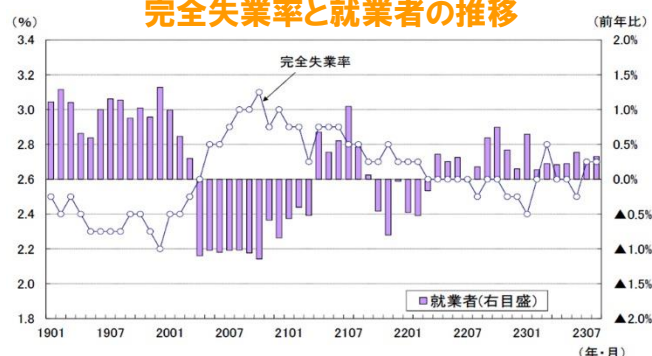
労働力人口が前月から5万人の増加となる中、就業者が前月から5万人増加し、失業者は前月から1万人増の185万人（いずれも季節調整値）となった。

就業者数は前年差22万人増（7月：同17万人増）と13ヵ月連続で増加した。

産業別には、生活関連サービス・娯楽業が前年差▲1万人減（7月：同▲9万人減）と3ヵ月連続で減少し、製造業が前年差▲3万人減（7月：同12万人増）と7ヵ月ぶりに減少に転じたが、医療・福祉が前年差6万人増（7月：同31万人増）と3ヵ月連続で増加したほか、宿泊・飲食サービス業が前年差16万人増（7月：同15万人増）と14ヵ月連続で増加した。

雇用者数（役員を除く）は前年に比べ41万人増（7月：同37万人増）と18ヵ月連続で増加した。

完全失業率と就業者の推移



2 宿泊・飲食サービスの新規求人数が大幅増加

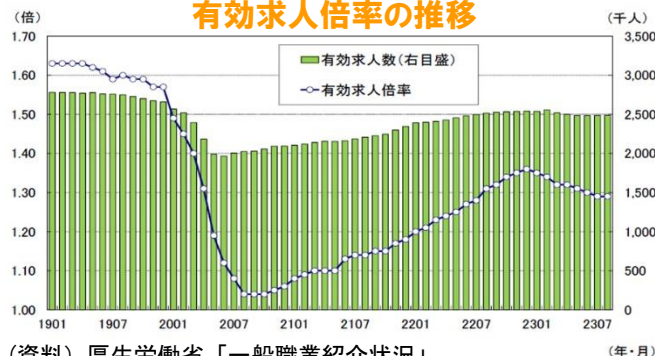
厚生労働省が9月29日に公表した一般職業紹介状況によると、23年8月の有効求人倍率は前月から横ばいの1.29倍（QUICK集計・事前予想：1.29倍、当社予想も1.29倍）となった。有効求人数が前月比0.1%、有効求職者数が同▲0.2%といずれも前月からほぼ横ばいとなった。

有効求人倍率の先行指標である新規求人倍率は前月から0.06ポイント上昇の2.33倍となった。新規求人数は前月比0.9%の増加となったが、新規求職申込件数（同2.9%）の増加幅がそれを上回った。

新規求人数は前年比1.0%（7月：同▲2.5%）と3ヵ月ぶりに増加した。

産業別には、製造業（同▲7.5%）、建設業（同▲3.8%）が6ヵ月連続、卸売・小売業（同▲0.4%）、生活関連サービス・娯楽業（同▲3.1%）が3ヵ月連続で減少したが、宿泊・飲食サービス業が前年比9.6%と23ヵ月連続で増加し、前月（同2.1%）から伸びを大きく高めた。

有効求人倍率の推移



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。

全国小企業月次動向調査 (2023年8月実績、9月見通し)

日本政策金融公庫 2023年9月25日公表

結果の概況

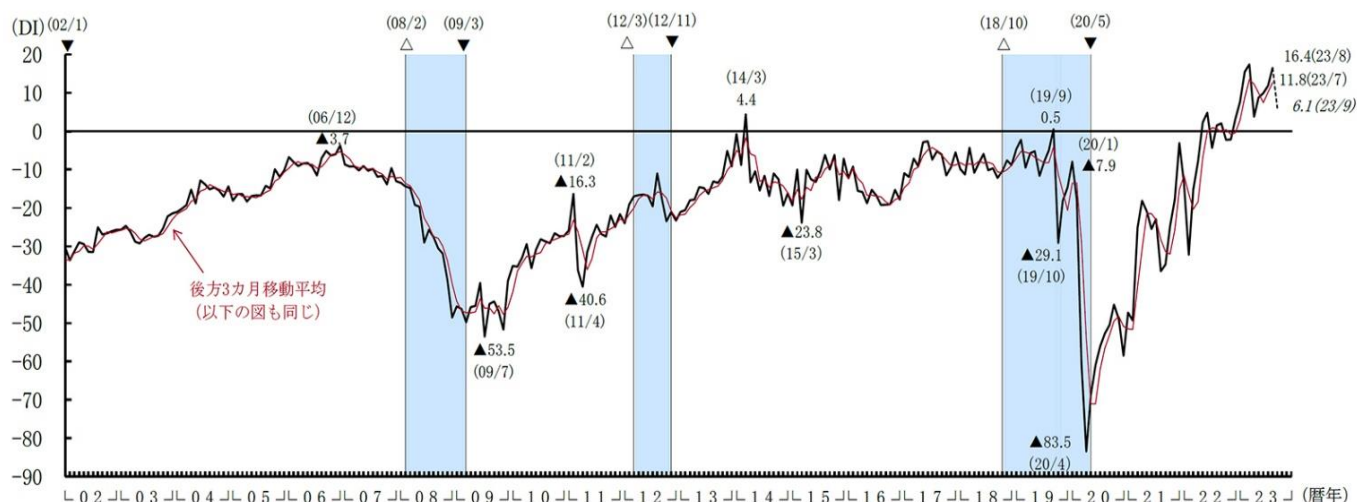
[概況] 小企業の売上DI(8月実績)は、上昇

1 売上

- 2023年8月の売上DIは、7月(11.8)から4.6ポイント上昇し、16.4となった。9月は6.1と、8月に比べ10.3ポイント低下する見通しとなっている。
- 業種別にみると、製造業(▲5.5→▲8.4)ではマイナス幅が拡大した一方、非製造業(13.7→19.6)では上昇した。9月は、製造業では▲3.1とマイナス幅が縮小する一方、非製造業では7.4と低下する見通しとなっている。
- 非製造業では、飲食店とサービス業、運輸業で上昇した。9月は、小売業と飲食店、サービス業で低下する見通しとなっている。

売上DIの推移(全業種計、季節調整値)

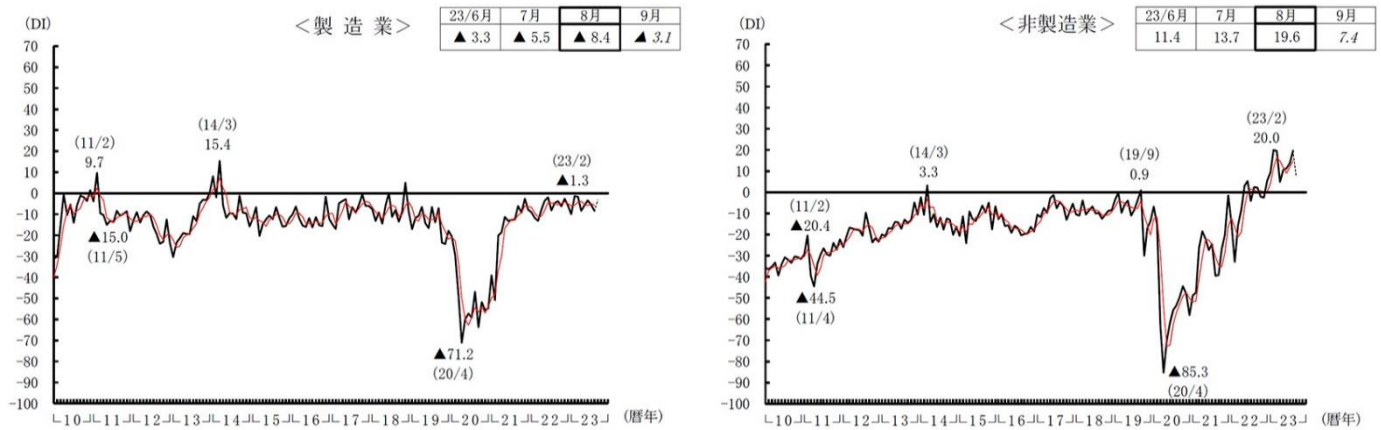
	2022 8月	9月	10月	11月	12月	2023 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
実績	1.5	2.1	▲2.2	▲2.2	3.2	7.7	15.5	17.4	3.8	8.8	9.9	11.8	16.4	-
見通し	▲8.4	▲1.8	▲5.8	▲4.9	▲4.4	1.5	8.5	14.2	10.4	12.6	8.4	6.1	13.4	6.1



(注) 1 売上DIは前年同月比で「増加」企業割合－「減少」企業割合

2 ーは実績、...は見通し、斜体は見通しの値を示す。△は景気の山、▼は景気の谷、シャドー部分は景気後退期を示す。(以下同)

業種別売上DIの推移(季節調整値)



(見通し)																				
	2022年 3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2023年 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	
製 造 業	▲13.1	▲7.8	▲3.6	▲1.9	▲8.1	▲4.6	▲3.7	▲6.2	▲2.6	▲5.8	▲9.9	▲1.3	▲1.6	▲8.4	▲5.8	▲3.3	▲5.5	▲8.4	▲3.1	製 造 業
	▲9.8	▲1.3	▲2.9	4.3	▲4.5	▲6.8	▲7.0	▲11.3	▲5.5	▲16.1	▲9.8	▲12.5	▲9.2	▲5.3	▲14.1	▲16.9	▲17.1	▲23.2	▲11.0	金属・機械
	▲15.6	▲12.4	▲5.1	▲8.1	▲11.1	▲5.0	▲0.9	▲2.3	▲0.3	4.2	▲14.7	16.0	5.5	▲9.9	0.5	7.7	4.7	2.4	3.6	その他製造
非 製 造 業	▲15.7	▲8.3	3.0	5.4	▲4.2	2.4	2.2	▲2.0	▲2.5	5.4	9.4	20.0	19.6	4.9	10.6	11.4	13.7	19.6	7.4	非 製 造 業
①卸 売 業	▲16.2	3.2	▲7.0	▲8.6	▲28.4	▲1.4	▲3.6	1.2	▲7.9	▲6.1	▲1.4	11.3	5.4	11.2	9.1	▲1.6	4.6	1.8	3.2	①卸 売 業
繊維・衣・食	▲13.4	▲8.7	▲9.3	▲3.0	▲22.3	3.6	1.1	7.0	4.7	▲1.9	8.4	15.3	10.7	▲2.8	7.0	15.7	10.3	13.1	23.2	繊維・衣・食
機械・建材	▲16.5	8.0	▲7.9	▲10.8	▲32.7	▲1.2	▲7.9	▲2.0	▲14.8	▲6.8	▲10.5	6.9	2.5	17.6	7.8	▲11.5	0.7	▲2.2	▲15.8	機械・建材
②小 売 業	▲20.2	▲17.3	▲10.9	▲2.1	▲7.1	▲4.7	▲1.1	▲12.1	▲8.6	0.8	8.5	17.5	12.7	6.1	3.8	12.3	13.0	6.6	▲6.8	②小 売 業
耐久消費財	▲45.7	▲33.1	▲30.5	▲18.4	▲19.7	▲26.3	▲21.4	▲23.0	▲32.3	▲27.0	▲35.9	▲21.9	▲23.4	▲22.2	▲7.3	▲21.3	▲16.9	▲11.2	▲10.4	耐久消費財
非耐久消費財	▲15.3	▲13.7	▲6.0	1.7	▲4.8	0.7	3.4	▲9.4	▲5.5	7.7	15.7	25.1	19.7	12.2	7.1	19.6	19.0	11.2	▲4.9	非耐久消費財
③飲 食 店	▲14.8	3.9	34.9	28.0	7.4	22.1	20.9	18.2	12.5	22.9	34.6	54.5	63.3	32.2	46.7	24.8	42.6	60.2	36.0	③飲 食 店
④サービス業	▲6.5	0.3	5.7	12.4	0.4	▲1.5	1.7	3.1	6.2	4.4	7.1	16.0	17.7	▲1.5	8.0	13.1	5.9	16.9	9.0	④サービス業
事業所向け	▲2.2	3.1	3.9	▲1.8	7.4	2.8	▲1.7	2.4	▲6.7	▲8.5	▲5.5	▲5.4	▲5.4	▲4.5	6.9	13.7	0.0	5.3	▲0.5	事業所向け
個人向け	▲9.5	2.5	6.7	17.1	▲1.7	▲2.6	4.5	4.5	10.2	6.9	8.4	21.0	23.1	2.7	8.9	13.2	7.6	20.9	12.4	個人向け
⑤建 設 業	▲23.1	▲13.4	▲3.5	▲19.7	▲15.0	▲18.1	▲14.0	▲17.3	▲17.2	▲14.9	▲15.7	▲6.9	▲11.8	▲9.1	▲6.8	▲5.0	▲5.6	▲11.7	▲8.6	⑤建 設 業
⑥運 輸 業	▲3.7	▲7.2	2.0	11.7	▲3.4	▲2.4	▲5.6	▲2.3	▲9.0	▲1.0	0.5	1.6	12.6	3.7	▲15.3	▲1.7	▲1.7	4.0	6.1	⑥運 輸 業
道路貨物	▲10.9	▲13.0	▲10.0	4.2	▲16.1	▲16.0	▲21.0	▲15.2	▲22.9	▲11.0	▲13.1	▲3.4	1.2	4.5	▲32.2	▲16.4	▲15.9	▲9.4	▲4.6	道路貨物
個人タクシー	21.4	35.5	49.6	50.7	43.1	54.6	51.4	53.6	51.2	60.1	66.2	70.8	62.1	14.0	57.9	71.7	55.6	59.0	49.3	個人タクシー
全 業 種 計	▲15.1	▲7.8	2.3	4.8	▲4.4	1.5	2.1	▲2.2	▲2.2	3.2	7.7	15.5	17.4	3.8	8.8	9.9	11.8	16.4	6.1	全 業 種 計

(注) 1 網掛けは、前月から低下した数値。 (注) 2 季節調整は業種ごとに行っている。

2 採算

●2023年8月の採算DIは、7月から5.9ポイント上昇し、6.0となった。

●9月の採算DIは、5.5と低下する見通しとなっている。

採算DIの推移(全業種計、季節調整値)

	2022 8月	9月	10月	11月	12月	2023 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
実績	▲12.6	▲11.0	▲11.8	▲13.0	▲14.5	▲8.3	▲0.7	1.1	1.5	6.7	1.5	0.1	6.0	-
見通し	▲17.2	▲11.8	▲13.7	▲13.7	▲15.4	▲8.3	▲3.8	0.7	3.6	10.6	6.5	3.8	▲0.5	5.5

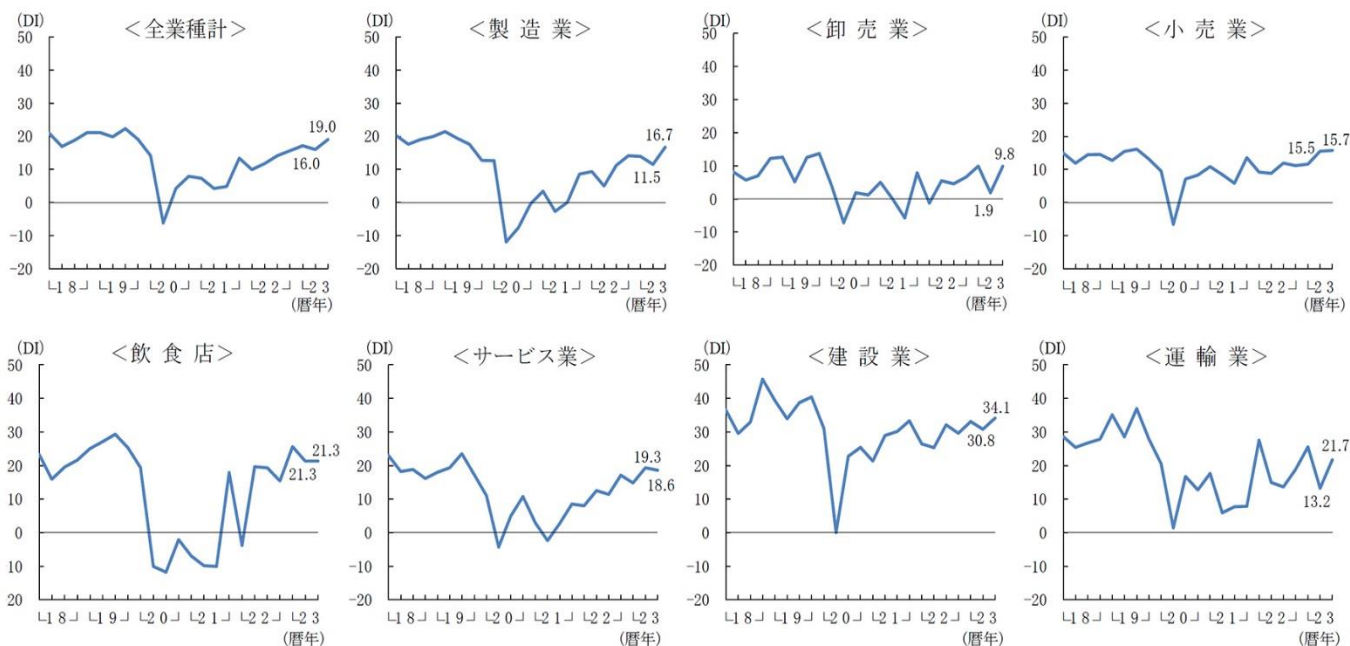


(注) 採算DIは「黒字」企業割合－「赤字」企業割合。

3 雇用

- 2023年9月調査の従業員過不足DIは、19.0となった。
- 業種別にみると、建設業が34.1と最も高く、次いで運輸業（21.7）、飲食店（21.3）の順となっている。

従業員過不足DIの推移



- (注) 1 このところ（3カ月程度）の仕事量からみた従業員数の過不足を尋ねたもの。
2 従業員過不足DIは「不足」企業割合－「過剰」企業割合。
3 調査期は、各年の3、6、9、12月。

全国小企業月次動向調査（2023年8月実績、9月見通し）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。



経営情報
レポート
要約版

人

事



社員の成長を促進する

チームビルディング 実践法

1. チームビルディングの必要性と概要
2. チームビルディングに必要なハード面の整備法
3. チームビルディングに必要なソフト面の整備法
4. チームメンバーを育てるコーチングスキル



参考資料

「ティール組織」(フレデリック・ラルー、英治出版) 「THE TEAM 5つの法則」(麻野 耕司著、幻冬舎)
「Good Team 成果を出し続けるチームの創り方」(齋藤 秀樹著、日経 BP)

1

企業経営情報レポート

チームビルディングの必要性和概要

中小企業経営において、企業業績を向上させるには個人偏重型の組織から、チーム力を重視した組織への変革が求められています。

その背景として、様々な情報が簡単に手に入る高度情報化社会の到来により、顧客ニーズが複雑化したことがあげられます。様々な顧客ニーズに企業が応えて業績を向上させるためには、社員個人の成果に加えてチーム全体で工夫や改善を行っていくことが重要となってきました。

本レポートではチーム全体で成果が上がる組織になるためのチームビルディングの実践法について解説します。

■ チームビルディングとは

工業が主要な産業であった時代は、少品種大量生産が主流であったため、組織は社員の行動を管理し、まじめに努力して定型的な仕事を能率よくこなすことを重要視していました。

■ 高度成長期と現代における価値の対象

高度成長期（工業化社会） 価値の対象：企業	現代（情報化社会） 価値の対象：組織・個人
● 行動を管理	● 目標による管理
● 一律に定期昇給	● 実力による格差
● 企業内組合	● 労使協調

■ 戦後～現代における組織に対する価値の違い

戦後の価値 業 界	高度成長期の価値 企 業	現代の価値 組織・個人へ
グループ 個々の成果の集まり		チーム 個々の成果+チームとしての成果

しかし、情報化社会になり、仕事の内容は大きく変わってきています。同じことの繰り返しではなく、多様化し複雑になっています。

したがって、多様化する業務に効率よく対応するためには、チームメンバーそれぞれが自律し、個々の目標を達成しながらもチームの目標を達成する、いわば自律型のチームを作る必要があります。

2

企業経営情報レポート

チームビルディングに必要なハード面の整備法

■ ハード(組織)面整備におけるステップ

ハード面の整備におけるステップには、4つのステップがあります。最初のステップでは、まず組織モデルを選択します。

次に、チームが適切な方向に進むことができるようにチーム目標を設定して、目標を達成させるためにメンバー同士の連携をスムーズにするルール作りを行い、さらに、チームメンバーのモチベーションを上げるような仕組み作りへと進んでいきます。



■ ステップ別ハード(組織)面整備のポイント

(1)STEP1:組織モデルの選択

最初のステップは、自社の現状を踏まえた上でどの組織モデルを選択するか決定します。

■ オレンジ(達成型)組織とティール(進化型)組織の特徴

目指すべき組織	特徴
オレンジ (達成型)組織	<ul style="list-style-type: none"> ・組織の目的を重視 ・組織によるトップダウン、上層部のマネジメント ・(組織で割り当てられた)個々の目的に対する成果、達成度で評価 ・若い企業、ベンチャー企業に多い
ティール (進化型)組織	<ul style="list-style-type: none"> ・個人の自己実現を重視 ・会議、上下関係、階層といった概念の撤廃 ・目的、存在意義は変化し続ける ・メンバー個々がチームのルールを理解した上で自ら意思決定 ・様々な企業に適合するが、自律した人材(育成の仕組み)が必須

①オレンジ(達成型)組織の特徴

オレンジ(達成型)組織は、目的に対しての個人の成果や達成度で個人を評価する組織を指します。スタートアップ企業やベンチャー企業などにみられる組織であり、年齢や社歴、階級よりも本人の実力を重んじる傾向にあります。一見、ティール(進化型)組織と似ているようにも感じますが、大きな違いとしてあげられるのは、それぞれの目的です。

オレンジ(達成型)組織の大きな目的は、その名のとおり目的を達成することです。

また、個人の成果が評価されるものの、機械のようにしっかりと組織が目指す成果の達成に向けて管理されています。

3

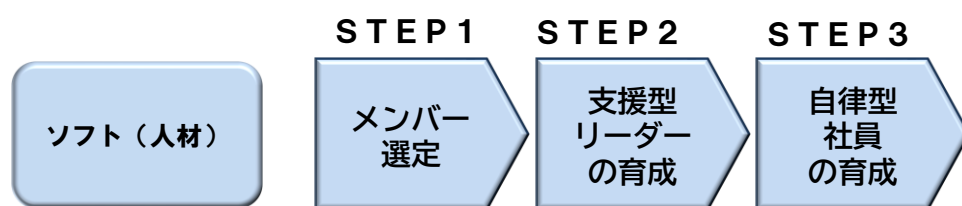
企業経営情報レポート

チームビルディングに必要なソフト面の整備法

■ ソフト(人材)面整備におけるステップ

チームビルディングにおいてハード（組織）面を整えた後は、ソフト（人材）面の整備も必要となるため、ソフト（人材）面について解説します。

ソフト（人材）面の整備におけるステップは、メンバーを選択することから始まり、従来の独裁型ではなく、支援型リーダーの育成、自律型社員の育成が必要となります。チームビルディングにおけるソフト（人材）面整備におけるステップは次のとおり3つのステップです。



■ ステップ別ソフト(人材)面整備のポイント

(1)STEP1:メンバーの選定

チームビルディングにおける、ソフト（人材）面整備のステップ1ではメンバー選定を行います。チーム作りが決まった時、すでにチームの存在意義は決まっているはずですが。メンバー選定において、その存在意義や目的に合ったメンバーの特徴、多様性が備えられているかが重要です。

■ チームメンバー選定のポイント

- チームに必要なメンバーの特徴を理解しているか
- チームメンバーには目的に合う多様性があるか

例えば、営業で新規開拓チームを新たに作るとした場合、そのチームメンバーの能力には必要なものが揃っているかを考えます。必要となる能力は、営業力やマーケティングスキルが基本となりますが、広告を打ち出すのであれば WEB デザインのスキルも必要になります。WEB デザインに長けたメンバーがいなければ、その部分は外注などが（現実的に）可能かなどを考えます。

また、外注が可能かどうかについては、資金面はもちろんのこと、自分たちの成し遂げたい意図を外注先にきちんと伝えられるメンバーがいるかも重要な要素となってきます。

こうした部分を考慮することも含めて、メンバー選定を行う必要があります。

(2)STEP2:支援型リーダーの育成

ステップ2では支援型リーダーの育成を行います。このステップにおける支援型リーダーは、これまでの企業におけるリーダーやマネージャーのタイプと大きく異なります。

4

企業経営情報レポート

チームメンバーを育てるコーチングスキル

■ コーチングの3つの基本姿勢

チームビルディングにおいて、コーチングによるチームメンバーの育成に有効なスキルです。コーチングとは、1対1、即ち上司と部下との関係において部下のやる気を引き出す手法で、一般的にはパーソナルコーチングのことを指します。本章では、チームビルディングで目指す組織がオレンジ（達成型）組織であれば上司と部下、ティール（進化型）組織であればチームリーダーとチームメンバーに置き換えて解説していきます。

コーチングの基本原則は、以下の3点に要約されます。

- ① 答えは部下（チームメンバー）自身が持っている
- ② 上司（チームリーダー）は部下（チームメンバー）の味方である
- ③ 部下（チームメンバー）の自発的行動を促す

（1）答えは部下自身が持っている

仕事をする上で部下が壁にぶつかったとき、上司にはその解決法がすぐ浮かぶケースが多いと思います。上司は部下自身が答えを導き出せるような働きかけをすべきなのです。

（2）上司は部下の味方である

部下は上司が自分の味方であると感じることで信頼関係が醸成され、部下は本音を出しやすくなります。

（3）部下の自発的行動を促す

人は、自分で決めたことの方が最後まで責任を持ってやり遂げようとするものです。

■ パーソナルコーチングの3つの基本的立場と3つのスキル

コーチングを実施する上で、守らなければならない3つの基本的立場（「共感」「ニュートラル」「ペーシング」）と、3つの必要なスキルは「傾聴」「承認」「質問」です。

（1）3つの基本的立場：共感

コーチングは信頼関係を築いていることが前提となります。

上司が自分を認めている状態は、信頼関係が生まれる条件の一つです。部下が発した言葉の一つひとつや、これまでの部下の行動などを、まずは共感を持って受け止めることが重要です。

そうすれば部下は安心感を持ち、上司に対して心を開くでしょう。

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:資金繰り > サブジャンル:資金調達

資金の調達コスト

資金調達を行う際に生じるコストについて
教えてください。

資金調達には何らかのコストが必ずかかります。

資本金には「配当」というコストがかかり、借入金には、「金利」というコストがかかります。特に金利コストは、配当金と異なり、直接的に損益に影響します。金利コストをみる場合、表面金利だけで判断することは誤りの元です。

どんな企業も必ず、預金を預けているはずで、つまり受取利息の発生があり、この旨の試算が必要になるのです。この計算方法は右記の通りです。

$$\text{実質金利} = \frac{\text{支払利息} - \text{受取利息}}{\text{借入額} - \text{預金額}}$$

資金を調達するにあたっては、資金提供者に対して何らかの見返りが必要です。借入に対する利息や株式に対する配当がその代表でしょう。

こうした、資金提供者に対する見返りのことを資本コストと言います。

では、資本コストを意識しないと利回り思考が身に付かないのは何故でしょう。商品を仕入れて転売するケースを考えてみれば分かるはずです。商品はタダではありません。当然、仕入にはコスト（原価）がかかります。転売する際には、この商品原価に利益を乗せた価格で販売することでしょう。このケースでは、殆ど無意識のうちに調達コストを意識しています。

一方、資金調達の場合はどうでしょう。資金調達とは、資金の仕入にほかなりません。したがって、この場合にも調達コストがかかっています。ですから、もし調達コスト以上の収益を上げられなければ、赤字になってしまいます。にもかかわらず、資金コストはなかなか意識されてきませんでした。いわば、原価を知らずに売値を決めてきたのです。中には、原価割れであるにもかかわらず、資金を使い続けてきたケースもあったことでしょう。これは何故でしょう。

資本コストは、商品の仕入原価ほど単純で分かりやすいものではありません。

仮に資本コストの場合でも単純なケース、たとえば銀行から1億円借りて（金利3%）、その資金で株式投資を行なうような場合には、「3%以上の利回りを上げないと損が出る」と簡単に分かるでしょう。

資本コストは、資金の提供者（銀行や株主）から見れば、投資資金の期待利回りのことであり、一方、資金の運用者（企業もしくは経営者）から見れば、資本運用における目標利回りの水準を意味します。資本コストが明確に意識されていない以上、必要な利回り水準が目標になることはありません。

ジャンル:資金繰り > サブジャンル:資金調達

金融機関の担保評価

金融機関の担保評価の方法について
教えてください。

■担保物件評価

金融機関が担保として見る場合、貸金の回収を前提としているわけですから、処分価格を前提として考えていることになります。したがって、金融機関の担保評価額は、実際の物件価値よりも低くなっています。

担保物件の評価が行われた場合、その評価額の100%に見合う額の融資が行われるかという、実はそうではありません。

さらに、担保の種類によって「掛け目（評価率）」を考慮するため、実際の評価額よりも少なくなっているのが現状です。中小企業金融公庫は、評価率（掛け目）について民間金融機関より比較的高めの設定をしているようです。

政府系金融機関であるため、政策的な配慮で優遇されているものと思われます。

特に設備資金などの長期資金が必要な場合には、積極的に利用することをお勧めします。

■不動産担保の設定

金融機関からの借入に際して不動産担保の設定を行う場合、抵当権あるいは根抵当権といった種類と担保設定金額が問題となります。金融機関の主導で担保設定を行うと、金融機関にとって有利な内容となりうることは否めません。

健全な資金計画策定のためには、基本的な仕組みを理解する事が必要です。

① 抵当権

今回の借入に限って担保する場合は、その債務を担保する抵当権の設定手続きを行います。

したがって、借入額を完済すると抵当権が消滅することになります。抵当権は、該当する債権額（借入額）だけしか担保しませんので、借入の都度、担保設定手続きが必要になります。

また、抵当権を設定する場合には、登記簿に記載しなければいけません。

完済後、抹消登記を行わないとそのままの形で残ってしまうので注意が必要です。

さらには、登記の設定費用にも気をつけましょう。

② 根抵当権

根抵当権は、今回の借入のみならず、今後の借入に対しても担保していく場合に、極度額（限度額）を設けて、その範囲内ならば繰り返し利用できるものです。

融資のたびに抵当権を設定する必要がないので便利ですが、その金融機関からの借入を完済しないと、根抵当権を抹消することはできません。