

2015.2.17

週刊WEB

発行

税理士法人 森田会計事務所

企業経営マガジン

1 ネットジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター 2015年2月13日号

ユーロ圏にとっての原油安、ユーロ安の効果
～欧州委員会15年冬季予測の見方～

経済・金融フラッシュ 2015年2月13日号

【マレーシア10-12月期GDP】前年同期比+5.8%
ー景気は堅調も、原油安を受けて減速へ

2 経営TOPICS

統計調査資料

景気ウォッチャー調査
平成27年1月調査結果

3 経営情報レポート

営業成績アップに直結！
顧客との距離が縮まる「雑談力」

4 経営データベース

ジャンル:その他経営関連 サブジャンル:成年後見人

新しい成年後見制度
成年後見登記制度

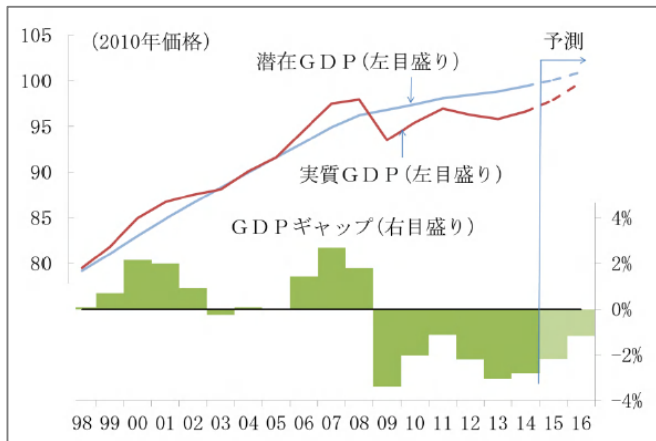
ユーロ圏にとっての原油安、ユーロ安の効果

～欧州委員会15年冬季予測の見方～

要旨

1 EUの欧州委員会は、2月5日に公表した「2015年冬季経済予測」で、15年の実質GDPを前回（11月時点）予測からユーロ圏、EUともに0.2%ポイント引き上げた。

欧州委員会は15～16年にGDPギャップの縮小が加速すると予測
～ユーロ圏の潜在GDP、実質GDP、GDPギャップ～



(注) GDPギャップ = (実際のGDP - 潜在GDP) / 潜在GDP、14年は15年冬季見通しの実績推定値、15年～16年は予測値
(資料) 欧州委員会「AMECO Database」

欧州委員会による加盟25カ国の経済予測概要

	実質GDP				インフレ率				失業率			
	2013	2014	2015	2016	2013	2014	2015	2016	2013	2014	2015	2016
ベルギー	0.3	1.0	1.1	1.4	1.2	0.5	0.1	1.1	6.4	6.5	6.3	6.1
ドイツ	0.1	1.5	1.6	2.0	1.6	0.6	0.1	1.6	5.4	5.0	4.8	4.6
エストニア	1.6	1.9	2.3	2.9	3.2	0.5	0.4	1.6	6.6	7.7	6.5	5.9
アイルランド	0.2	4.8	3.5	3.6	0.5	0.2	0.2	1.3	13.1	11.1	9.6	8.8
ギリシャ	-0.9	1.0	2.5	3.6	-0.9	-1.4	-0.9	0.7	27.5	26.6	25.0	22.0
スペイン	-1.2	1.4	2.3	2.5	1.5	-0.2	-1.0	1.1	26.1	24.3	22.5	20.7
フランス	0.3	0.6	1.0	1.8	1.0	0.6	0.0	1.0	10.3	10.3	10.4	10.2
イタリア	-1.9	-0.5	0.6	1.3	1.3	0.2	-0.3	1.5	12.2	12.8	12.8	12.6
キプロス	-0.4	-2.8	0.4	1.6	0.4	-0.3	0.7	1.2	15.5	16.2	15.8	14.8
ラトビア	4.2	3.6	2.8	3.6	0.0	0.7	0.5	1.5	11.5	11.0	10.2	9.2
リトアニア	3.3	3.0	3.0	3.4	1.2	0.2	0.4	1.6	11.8	9.5	8.7	7.9
ルクセンブルグ	2.0	3.0	2.6	2.8	1.7	0.7	0.6	1.8	5.8	6.3	6.4	6.3
マルタ	2.5	3.3	3.3	2.9	1.0	0.6	1.0	1.9	6.4	6.0	5.9	5.9
オランダ	-0.7	0.7	1.4	1.7	2.6	0.3	0.4	0.7	6.7	6.9	6.6	6.4
オーストリア	0.2	0.2	0.8	1.5	2.1	1.5	1.1	2.2	4.8	5.0	5.2	5.0
ポルトガル	-1.4	1.0	1.8	1.7	0.4	-0.2	0.1	1.1	16.4	14.2	12.4	12.6
スロバキア	-1.0	2.9	1.9	2.3	1.9	0.4	-0.3	0.9	10.1	9.2	8.5	8.9
スロベニア	1.4	2.4	2.5	3.2	1.8	-0.1	0.4	1.3	14.2	13.4	12.8	12.1
フィンランド	-1.2	0.0	0.8	1.4	2.2	1.2	0.5	1.3	8.2	8.7	9.0	8.8
ユーロ圏	-0.6	0.8	1.3	1.9	1.4	0.4	-0.1	1.3	12.0	11.6	11.2	10.6
ブルガリア	1.1	1.4	0.8	1.0	0.4	-1.6	-0.5	1.0	13.0	11.7	10.9	10.4
チェコ	-0.7	2.3	2.5	2.8	1.4	0.4	0.6	1.4	7.0	6.1	6.0	5.9
デンマーク	-0.5	0.8	1.7	2.1	0.5	0.3	0.4	1.5	7.0	6.6	6.5	6.4
クロアチア	-0.6	0.5	0.8	1.0	2.9	0.2	-0.2	1.0	12.5	13.0	12.5	11.6
ハンガリー	1.5	3.3	2.4	1.9	1.7	0.0	0.6	2.6	10.2	7.7	7.4	6.8
ポーランド	-1.7	3.3	3.2	3.4	0.8	0.1	-0.2	1.4	10.3	9.1	8.6	8.3
ルーマニア	3.4	3.9	2.7	2.9	3.2	1.4	1.2	2.0	7.1	7.0	6.9	6.8
スウェーデン	1.3	1.8	2.3	2.6	0.4	0.2	0.5	1.0	8.0	7.8	7.7	7.5
英国	1.7	2.6	2.6	2.4	2.6	1.5	1.0	1.6	7.6	6.3	5.6	5.4
EU	0.0	1.3	1.7	2.1	1.5	0.6	0.2	1.4	10.8	10.2	9.8	9.3

(資料) 欧州委員会「2015年冬季経済予測」

2 ①原油安、②ユーロ安、③ECBの量的緩和の決定、④欧州委員会が進める3150億ユーロの投資計画などの材料を加味したものだ。これらのプラス要因を新興国経済の減速のマイナスの影響が上回るとするIMFの予測とは対照的である。

3 家冬季予測では、エネルギー価格の下落は、消費者と企業にとって直接的な恩恵をもたらす。名目実効為替相場で5%のユーロ安は、1年後に物価を0.3%ポイント押し下げ、実質GDPを0.3%押し上げるとの見方を示した。

4 先行きに対する期待によって、ECBの量的緩和や、欧州委員会の投資計画の効果も変わってくる。今回の欧州委の予測は、慎重ながらも明るいトーンでまとめられており、期待に働きかける役割を帯びているように感じられる。

5 ユーロ圏経済が脆弱さを抱える一方、外部環境の不透明感は強い。ECB、欧州委員会、各国政府が、それぞれの政策を着実に実行する必要がある。

【マレーシア10-12月期GDP】 前年同期比+5.8%

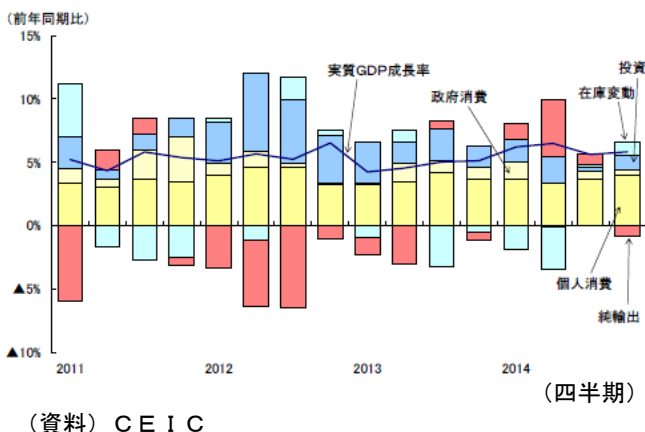
ー景気は堅調も、原油安を受けて減速へ

要旨

1 10-12月期は前年同期比+5.8

マレーシア統計庁（DOSM）は2月12日に2014年10-12月期の国内総生産（GDP）を公表した。実質GDP成長率は前年同期比（原系列）+5.8%と、前期（同:+5.6%）とBloomberg調査の市場予想（同+5.0%）を上回った。前期比（季節調整済）で見ると+2.0%と前期（同:+0.9%）から改善した。また、2014年通年の成長率は前年比+6.0%と、前年の同+4.7%を上回った。需要項目別に見ると、個人消費と投資が成長率を押し上げたことが分かる。民間部門は、個人消費が前年同期比+7.8%（前期：同+6.7%）と、安定した雇用環境と賃金上昇を受けて2期連続で伸び率が拡大した。

マレーシアの実質GDP成長率（需要側、原系列）



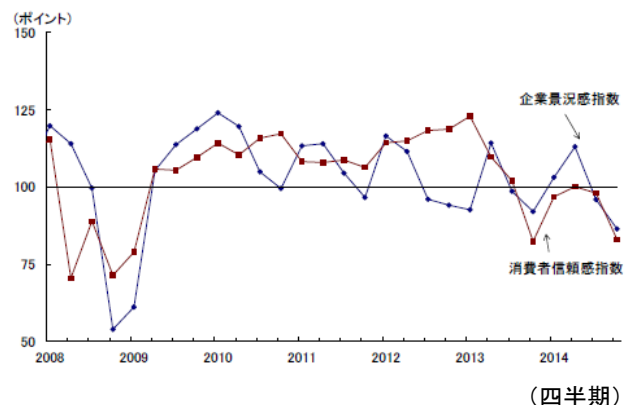
2 原油安を受けて景気減速へ

10-12月期の実質GDP成長率は市場予想を上回り良い意味でのサプライズ

となったが、先行きは原油を始めとする資源価格の下落の影響が徐々に顕在化することから、成長率はやや下振れしそうだ。

原油価格の下落は、インフレ率の低下を通じた実質所得の増加や、サプライチェーンの川下に位置する製造業の調達コストの減少という景気のプラス要因はある。しかし、経済全体で見ると原油・天然ガスなどの出荷価格の減価によってサプライチェーンの川上に位置する鉱業の業績悪化というマイナスの影響の方が大きい。その結果、雇用環境の悪化や設備投資の鈍化を通じて成長率は減速すると見られる。既に消費者信頼感指数と企業景況感指数のマインド指標は悪化しており、先行きの消費・投資の鈍化が懸念される。

マレーシアの企業景況感、消費者信頼感



景気ウォッチャー調査 平成27年1月調査結果

今月の動き(1月)

1月の現状判断DIは、前月比0.4ポイント上昇の45.6となった。

家計動向関連DIは、飲食関連などが低下したこと等から低下した。企業動向関連DIは、非製造業が上昇したこと等から上昇した。雇用関連DIは、求人の増加がみられたこと等から上昇した。

1月の先行き判断DIは、前月比3.3ポイント上昇の50.0となった。

先行き判断DIについては、物価上昇への懸念等がみられるものの、燃料価格低下への期待や賃上げへの期待等がみられ、家計動向部門、企業動向部門及び雇用部門で上昇した。

今回の調査結果に示された景気ウォッチャーの見方は、「景気は、このところ回復に弱さがみられる。先行きについては、物価上昇への懸念等がみられるものの、燃料価格低下への期待や賃上げへの期待等がみられる」とまとめられる。

●調査期日及び期間

地地域の景気に関連の深い動きを観察できる立場にある人々の協力を得て、地域ごとの景気動向を的確かつ迅速に把握し、景気動向判断の基礎資料とすることを目的とする。

●調査期日及び期間

調査は毎月、当月時点であり、調査期間は毎月25日から月末である。

●利用上の注意

1. 分野別の表記における「家計動向関連」、「企業動向関連」、「雇用関連」は、各々家計動向関連業種の景気ウォッチャーによる景気判断、企業動向関連業種の景気ウォッチャーによる景気判断、雇用関連業種の景気ウォッチャーによる景気判断を示す。
2. 表示単位未満の端数は四捨五入した。したがって、計と内訳は一致しない場合がある。

●DIの算出方法

景気の現状、または、景気の先行きに対する5段階の判断に、それぞれ以下の点数を与え、これらを各回答区分の構成比(%)に乗じて、DIを算出している。

評価	良くなっている 良くなる (良い)	やや良くなっている やや良くなる (やや良い)	変わらない 変わらない (どちらともいえない)	やや悪くなっている やや悪くなる (やや悪い)	悪くなっている 悪くなる (悪い)
点数	+1	+0.75	+0.5	+0.25	0

全国の動向

1 景気の現状判断DI

3か月前と比較しての景気の現状に対する判断DIは、45.6となった。家計動向関連のDIが低下したものの、企業動向関連、雇用関連のDIが上昇したことから、前月を0.4ポイント上回り、2か月連続の上昇となった。また、横ばいを示す50を6か月連続で下回った。

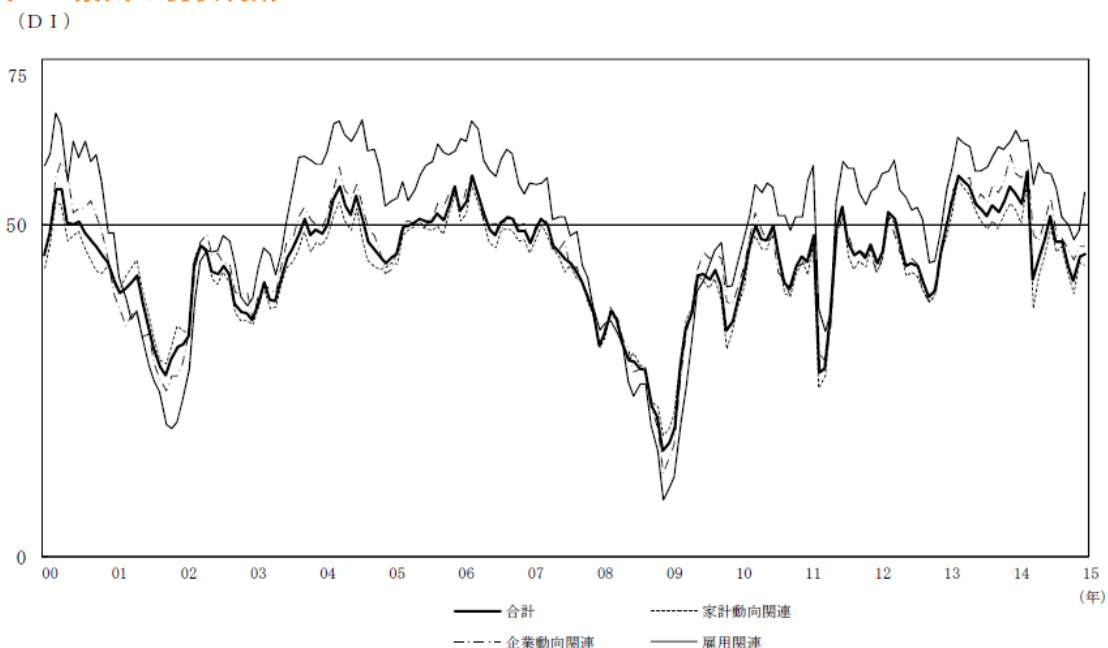
図表1 景気の現状判断DI

(DI)	年	2014					2015	
	月	8	9	10	11	12	1	(前月差)
合計		47.4	47.4	44.0	41.5	45.2	45.6	(0.4)
家計動向関連		45.8	46.7	42.3	39.5	44.2	43.9	(-0.3)
小売関連		44.4	46.2	41.1	37.6	42.5	42.9	(0.4)
飲食関連		45.7	43.5	37.8	38.6	45.1	39.7	(-5.4)
サービス関連		47.9	48.4	45.8	44.0	47.3	46.6	(-0.7)
住宅関連		49.4	46.8	42.6	39.1	44.8	46.6	(1.8)
企業動向関連		48.5	47.9	46.2	44.6	46.6	46.7	(0.1)
製造業		48.4	47.3	45.3	44.9	46.3	45.5	(-0.8)
非製造業		48.4	48.4	46.8	44.5	46.6	47.6	(1.0)
雇用関連		55.3	51.2	50.0	47.6	49.0	54.8	(5.8)

図表2 構成比

年	月	良く なっている	やや良く なっている	変わらない	やや悪く なっている	悪く なっている	DI
2014	11	0.8%	11.1%	49.0%	31.5%	7.6%	41.5
	12	1.9%	14.8%	51.9%	25.4%	6.1%	45.2
2015	1	1.3%	15.4%	53.3%	24.4%	5.5%	45.6
(前月差)		(-0.6)	(0.6)	(1.4)	(-1.0)	(-0.6)	(0.4)

図表3 景気の現状判断DI



2 景気の先行き判断DI

2～3か月先の景気の先行きに対する判断DIは、50.0となった。家計動向関連、企業動向関連、雇用関連のすべてのDIが上昇したことから、前月を3.3ポイント上回り、2か月連続の上昇となった。

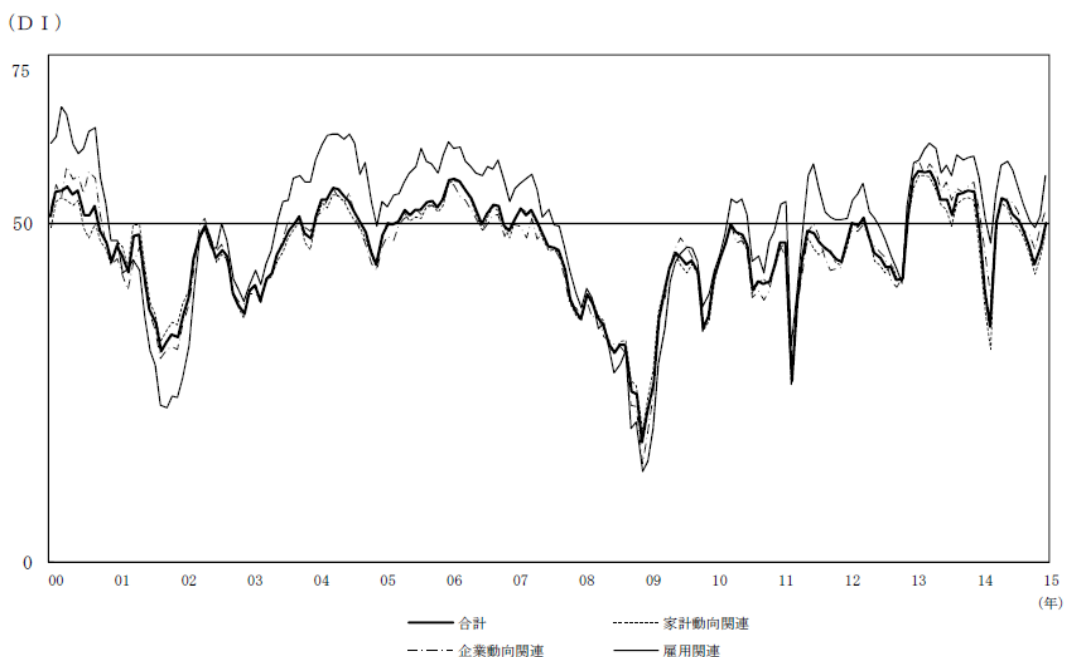
図表4 景気の先行き判断DI

(DI)	年 月	2014 8	9	10	11	12	2015 1	(前月差)
合計		50.4	48.7	46.6	44.0	46.7	50.0	(3.3)
家計動向関連		49.3	48.0	45.4	42.5	45.0	48.4	(3.4)
小売関連		48.9	47.3	44.9	42.5	44.5	47.2	(2.7)
飲食関連		51.2	49.4	46.4	39.5	45.7	46.8	(1.1)
サービス関連		49.6	49.4	47.0	44.2	45.6	51.4	(5.8)
住宅関連		49.7	46.5	42.0	38.8	47.4	47.5	(0.1)
企業動向関連		51.6	49.1	48.3	46.1	49.3	51.8	(2.5)
製造業		52.1	50.1	48.1	46.4	47.5	50.4	(2.9)
非製造業		51.2	48.4	48.5	45.8	51.0	52.8	(1.8)
雇用関連		55.3	52.9	50.4	49.3	51.2	57.1	(5.9)

図表5 構成比

年	月	良くなる	やや良くなる	変わらない	やや悪くなる	悪くなる	DI
2014	11	1.2%	13.6%	52.3%	25.8%	7.1%	44.0
	12	1.6%	16.0%	56.2%	20.2%	6.1%	46.7
2015	1	1.9%	21.6%	55.2%	17.0%	4.3%	50.0
(前月差)		(0.3)	(5.6)	(-1.0)	(-3.2)	(-1.8)	(3.3)

図表6 景気の先行き判断DI



「景気ウォッチャー調査 平成27年1月調査結果」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。

営業成績アップに直結！ 顧客との距離が縮まる「雑談力」

ポイント

1 なぜ今「雑談力」なのか？

2 すぐにできる！「雑談」のテクニック

3 ケースで学ぶ「雑談力」



■参考文献

- ・『雑談力が上がる話し方—30秒でうちとける会話のルール』(齋藤孝 著、ダイヤモンド社)
- ・『[[図解]相手に9割しゃべらせる雑談術』(おちまさと 著、PHP研究所)
- ・『誰でも15分以上 会話がとぎれない！ 話し方66のルール』(野口敏 著、すばる舎)
株式会社日立ソリューションズ ホームページ

1 なぜ今「雑談力」なのか？

■「雑談力」とは？

知らない人でも、顔見知り程度の人でも、年上の人でも、すぐに打ち解けて楽しそうに会話を楽しめる人がいる一方で、「何て話を切り出したらいいいのか……」「会話が続き沈黙が辛い……」「知らない話題だとついていけない……」こういった悩みを持つ方は意外に多いのではないのでしょうか？

最近では、友達同士なら会話が弾むのに、少し立場が違う人や世代が違う人と対峙した瞬間に会話が出来なくなる人が増えている、とされています。

ではどうすればこういった悩みを解消できるのでしょうか？その答えが「雑談力」にあります。

「雑談力」とは、「相手との距離を縮め、良い人間関係を築く力」です。「雑談力」を身に付けることで、人から好かれ、愛され、信頼されることであなたの評価が高まり、人間関係も仕事も一気に開くことができます。

この雑談力は、ビジネスシーンでも十分活用でき、特に営業社員が営業成績を飛躍的に伸ばしたい、と願うならば、是非身に付けておきたいスキルです。

本稿では「雑談力」を身に付け、営業成績アップに直結できるよう、ビジネスシーンの事例を交え、わかりやすくまとめていますので、ビジネスの場面でご活用ください。

■「雑談」は誰でもできる！

「雑談」を盛り上げるには、「話術が巧みで話題豊富でないと……」と思っている方が多いかもしれませんが、それは大きな誤解です。

「雑談」は「中身がない話」であることに意味があり、中身がないからこそ相手に安心感を与え、相手との距離をグッと縮めることができます。

「話し上手」と「雑談上手」は違います。「話し上手」は「流暢に話す技術」のことですが、「雑談上手」に必要なのはむしろ「聞く技術」なのです。

昨今、Facebook や LINE、mixi といった SNS (ソーシャル・ネットワーキング・サービス) が流行っているのは、誰もが自分の気持ちを聞いて欲しい、好きなことを話したいことに他なりません。

優秀な営業マンほど商品の話はせず、雑談ばかりをしているとよく言われます。雑談を通して顧客との距離を縮め、かつニーズを探っているのです。しかも、雑談と言っても営業マンが話すのは、わずか1割程度であり、9割は顧客に話させるのだそうです。

「雑談」は自分をアピールするものではありません、相手を理解するためのものです。ですから、相手に気持ちよく話してもらえればよく、むしろ自分が話す必要はありません。

後述しますが、ちょっとしたルールさえ知っていれば、「話すことが怖い、苦手……」という人でも、誰でも雑談上手になれます。

2 すぐにできる！「雑談」のテクニック

■「雑談」に必要な「聴く」ための4つのテクニック

「きく」には「聞く」と「聴く」がありますが、ちゃんとした違いがあります。

辞書によると、「聞く」＝耳で音や声を感じ取る・（自然に）聞こえる、「聴く」＝耳を傾け注意して聞き取る、という違いがあるそうです。よって前述のとおり、雑談には自分で話すこと以上に「聴く」ことが大切になります。「聴く」テクニックには、以下の通り4つあります。

1. 相づち

最も簡単なテクニックがこの「相づち」です。

皆さんが熱心に自分の話をしている時に、相手が下を向いていたり、相づちが少なかったり、無表情で聞かれていたらどう思いますか？ たとえ相手があなたの話を聞き、完璧に覚えていたとしても嬉しい気持ちにはなれないはずです。

人が話をするときに聞き手に求めているのは「反応」です。無反応であれば「あなたの話に興味はない」「あなたの話がつまらない」と受け取られる可能性が極めて高いでしょう。聞き上手は、話し手の気持ちの変化に合わせて、ゆっくりうなずいたり、強く短くうなずいたりしてちゃんと変化をつけています。こうすることで、話し手に熱心に「聴いているよ」という印象を与えることができます。

2. バックトラッキング（オウム返し）

例えば「昨日映画を観に行ったんだ」と言われたら「映画を観に行ったんですか？」と相手が使った言葉をそのまま返すテクニックです。ただし、注意しなければならないのは、「映画を観に行ったんですか？」とただ繰り返しただけではダメ、ということです。相手の「楽しかった」という気持ちを感じて同調しなければ、話し手に「自分のことをわかってくれている」と思わせることはできません。

3. ミラーリング

例えば相手がペンを握ったら自分もペンを持つ、相手がコーヒーを一口飲んだら自分も飲む、といったように、相手の仕草を真似ることで無意識に好意を抱いてもらうテクニックです。ただ、露骨にやってしまうとモノマネになってしまい、相手の気分を害してしまうこともありますので、さりげなく行いましょう。

4. ペーシング

「ペーシング」とは、①相手の話し方、スピード、イントネーション、声の大きさなどを合わせて話すこと、②出身地や趣味、嗜好などの”共通点“を探し出すことで好感をもってもら

テクニックです。

“共通点”が多ければ多いほど人は親近感を持つので、コミュニケーションのハードルを下げることができます。

■ ポイントを絞りコンパクトに話す3つのポイント

「聴く」ことが大事、とはいえ雑談ですからもちろん自分が話すことも必要です。ただあくまでも主役は相手。ではどうすればそのバランスを保ってうまく「雑談」をすることができるのでしょうか？ポイントは「短く」「速く」「現実的に」の3つです。

■ コンパクトに話す3つのポイント

①短く

②早く

③現実的に

①は、せっかいいい話をしているのに、ダラダラと話が長いがためにつまらなく感じる場合があります。対お客様ですから、下品な話や人の悪口、ウンチクや自慢話などはご法度ですが、自分が一番言いたいことを見極め、「ポイント」を絞りこみ、手短かに話す、ことを心掛けましょう。

②の「速く」は、話す速度ではなく相手の言葉に対するリアクションの速度です。間髪入れずに素早く反応することで、雑談がイキイキと活気あるものになり、会話にテンポが生まれ「この人楽しい人だよ」と自然に思ってもらえます。

また、それがミスの指摘であったとしても、イヤミにならず相手を傷つけるどころか「そうでした」と笑いに変えることができます。

相手の話に突っ込むときだけではありません。例えば、顧客と食事に行きごちそうになっているとします。いの一番に「うまい！」と言えはあなたの勝ちです。気の利いたことを言ったわけではなく、何か中身のある話をしたわけでもなくとも、この「うまい！」の一言を一番最初に言っただけで、相手に良い印象を与えることができます。

逆に遅くなればなるほど気の利いたコメントを期待され、ハードルがどんどん上がり、大きなプレッシャーになるのです。

③は「あのお店のステーキ美味しかったんです」ではなく「すごく厚くて肉汁が溢れてきてジューシーでした」のように、相手が聞いたときにその場の雰囲気やそのものが想像できるように話すことです。

ありふれた普通の話でも、細かいディテールまで言葉にし、リアリティを出すことで相手もその場にいたような気持ちになり、話に同調しやすいのです。

「かっこ悪い話」も非常に雑談がはずみます。自分の失敗談をリアルに話すことで、雑談に笑いが生まれます。

ただし、あまりに自虐に走り、「昨日仕事でミスしちゃって寝てないんですよ」のような“多忙自慢”などは自慢大会に陥り、場がしらけるので控えるべきです。

3 ケースで学ぶ「雑談力」

■「顧客との会食」における効果的な雑談の仕方

<上司と顧客が少し離れた席で会話をしている>

自分：「(笑顔で、相手の顔を見ながら、話に合わせて相づちを打つ)うん、うん……」

<一斉に料理を食べ始めたら……>

自分：「美味しい！ こんな美味しいお肉初めて食べました！ さすが社長御用達のお店ですね！」

顧客：「だろう？ 君なら喜んでくれると思って連れてきたんだよ。」

<沈黙ができてしまった……>

自分：「ところで、先程から思っていたのですが、少しこのお店寒くないですか？」

顧客：「確かに少し寒いかもしれないなあ……」

自分：「では暖房入れてもらいますね」

顧客：「ありがとうございます。うちの会社にも君のような人材が欲しいものだ(笑)」

ここでは「相づち」「速く」「ですよね」のテクニックを使っています。

特に複数人での会食の場合、遠くで話をしていることもあるかと思いますが、かといって自分だけ食べることに没頭してはいけません。とっさに振られたときに話の腰を折ってしまい「雑談」が続かず、場の雰囲気悪くしてしまいます。

また「美味しい！」の第一声も重要だと前章で述べましたが、この一言だけで顧客はあなたをお店に連れてきてよかった、と思ってくださり、その後の「雑談」ばかりでなく、取引も円滑にいくことでしょう。

逆にあまり「雑談」が弾まない雰囲気の場合は、「ですよね」というその場全員の気持ちを言ってしまうことで、場の雰囲気を明るくすることができます。

以上、これまで「雑談力」を身に付ける方法について、事例をご紹介しながら解説してきましたが、「雑談力」は、ビジネスの場面で活用できるスキルであることがお分かりいただけたと思います。この「雑談力」を活かして、今後、業績、および営業成績アップにつなげていただけることを期待します。



新しい成年後見制度

新しい成年後見制度はどのように改正されたのですか？



新しい成年後見制度は、《自己決定の尊重》の理念と《本人の保護》の調和を目的として、より柔軟かつ弾力的で利用しやすい制度を創ることを目指して、次のような改正を行っています。

①軽度の精神上的障害のある方にも対応した法定後見制度

従来の禁治産および準禁治産の制度を「後見」「保佐」「補助」の制度（法定後見制度といいます。）に改めています。「補助」の制度は、軽度の精神上的障害により、判断能力が不十分な方のために新設された制度であり、本人の意思を尊重しながら多様なニーズに対応できるように、本人の同意の下で特定の契約などの法律行為について「補助人」の支援を受けられることとしています。また、禁治産および準禁治産もそれぞれ「後見」および「保佐」と改められ、より使いやすくなります。

②適切な保護者の選任が可能

本人の保護体制を充実するために、家庭裁判所が事案に応じて適切な保護者（成年後見人・保佐人・補助人）を選べるようにしています。そのうえ、保護者を複数選んだり、法人を選ぶことも可能となりました。また、成年後見監督人などが選任されることもあります。

③自己決定と本人の保護を重視した任意後見制度

本人が前もって代理人（任意後見人）に、自己の判断能力が不十分になった場合の財産管理、身上監護の事務について代理権を与える「任意後見契約」を公証人の作成する公正証書で結んでおくことができます。そして、家庭裁判所が選任する「任意後見監督人」の監督の下で任意後見人による保護を受けることを可能にする『任意後見制度』を創設しています。

④成年後見登記制度を新設

禁治産宣告などの戸籍への記載に代えて、成年後見人などの権限および任意後見契約の内容などを登記して公示する成年後見登記制度を新設しています。

⑤身寄りのない方の保護

身寄りがいないなどの理由で、申立てをする人（※）がいない方々の保護を図るため、市町村長に法定後見（後見・保佐・補助）の開始の審判の申立権を与えています。

（※）申立てができるのは、本人、配偶者、四親等内の親族などです。

経営データベース ②

ジャンル: その他経営関連 > サブジャンル: 成年後見人



成年後見登記制度

成年後見登記制度とはどのような制度ですか？

また、登記事項証明書の利用や交付請求について教えてください。



■成年後見登記制度の概要

成年後見人などの権限や任意後見契約の内容などをコンピュータ・システムによって登記し、登記官が登記事項を証明した登記事項証明書（登記されていないことの証明書を含む）を発行することによって登記情報を開示する制度のことです。

■成年後見登記の申請時期

後見開始の審判がされたときや、任意後見契約の公正証書が作成されたときなどに、家庭裁判所または公証人の嘱託によって登記されます。また、登記されている本人・成年後見人などは、登記後の住所変更などにより登記内容に変更が生じたときは「変更の登記」を、本人の死亡などにより法定後見または任意後見が終了したときは「終了の登記」を、申請する必要があります。

この「変更の登記」「終了の登記」の申請は、本人の親族などの利害関係人も行うことができます。登記の申請は、書留郵便で行うことができます。なお登記事務については東京法務局の後見登録課で、全国の成年後見登記事務を取り扱っています。

登記事項証明書とは、たとえば、成年後見人が、本人に代わって財産の売買・介護サービス提供契約などを締結するときに、取引相手に対し「登記事項証明書」を提示することで、その権限などを確認してもらうというものです。また、成年後見（法定後見・任意後見）を受けていない方は、自己が登記されていないことの証明書の交付を受けることができます。

■登記事項証明書の交付請求

登記事項証明書の交付請求をする場合には、請求者の氏名、生年月日および資格（本人との関係）などを記載した書面に、登記印紙（手数料）を貼って請求してください。請求は、返信用封筒（あて名を書いて、切手を貼ったもの）を同封して郵送で行うこともできます。

■登記事項証明書の交付条件

登記事項証明書の交付を請求できる方は、取引の安全の保護と本人のプライバシー保護の調和を図る観点から、登記されている本人、成年後見人など一定の方に限定されています。登記されている方以外の方で交付請求ができるのは、本人の配偶者、四親等内の親族などです。なお、取引相手であることを理由に、請求はできません。

週刊企業経営ウェブマガジン No. 416

【著 者】日本ビズアップ株式会社

【発 行】税理士法人 森田会計事務所

〒630-8247 奈良市油阪町456番地 第二森田ビル 4F

TEL 0742-22-3578 FAX 0742-27-1681

本書に掲載されている内容の一部あるいは全部を無断で複製することは、法律で認められた場合を除き、著者および発行者の権利の侵害となります。