

週刊WEB

企業 経営

MAGA
ZINE

Vol.957 2026.2.10

ネットジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター
2026年1月30日号

**2025年10-12月期
の実質GDP**

～前期比0.4% (年率1.7%) を予測

経済・金融フラッシュ
2026年2月2日号

**ユーロ圏GDP
(2025年10-12月期)**

～前期比0.3%で順調な成長が継続

経営TOPICS

統計調査資料

全国小企業月次動向調査

(2025年12月実績、2026年1月見通し)

経営情報レポート

**限られたリソースで業務効率を最大化する
中堅中小企業における生成AIの有効活用術**

経営データベース

ジャンル: 資金繰り > サブジャンル: 債権管理

**物的担保の確保を行う際の留意点
仕入債務を改善する方法**

ネット
ジャーナル

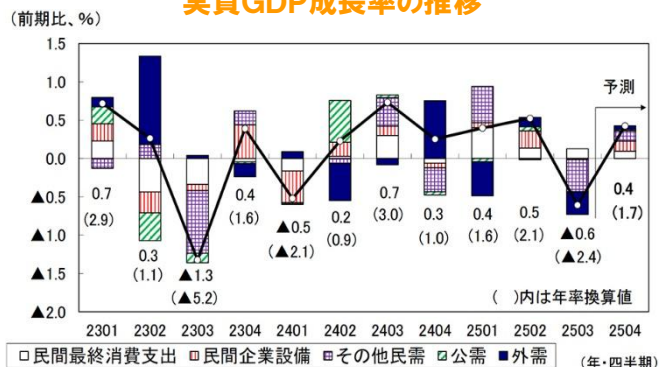
2025年10-12月期の実質GDP ～前期比0.4%(年率1.7%)を予測

ニッセイ基礎研究所

本レポートの文書(画像情報等含む)に関する著作権は、すべてニッセイ基礎研究所に帰属し、無断転載を禁じます。

- 1** 2/16に内閣府から公表される2025年10-12月期の実質GDPは、前期比0.4%(前期比年率1.7%)と2四半期ぶりのプラス成長になったと推計される。

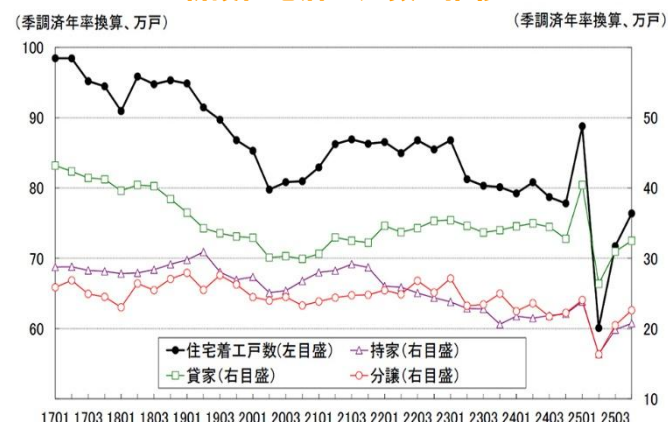
実質GDP成長率の推移



(注) 2503までは当研究所による改定見込値、2504は予測値
(資料) 内閣府経済社会総合研究所「四半期別GDP速報」

- 2** 民間消費(前期比0.2%)、設備投資(同0.7%)が底堅い動きとなったことに加え、建築物省エネ法・建築基準法改正前の駆け込み需要の反動が一巡した住宅投資が前期比5.5%の高い伸びとなった。

新設住宅着工戸数の推移



一方、外需は輸出入ともに小幅に減少し、成長率に対してほぼニュートラルとなった。財輸出は米国向けを中心に持ち

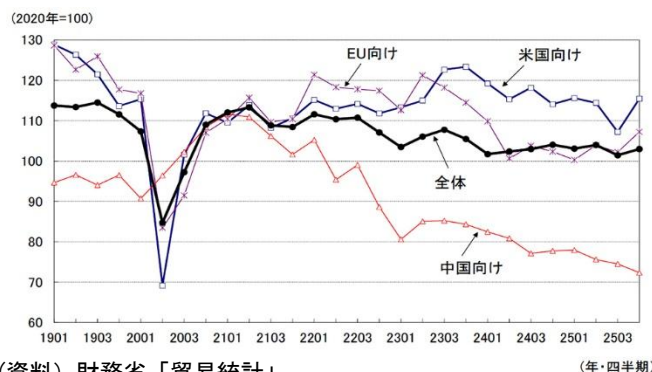
直したが、インバウンド需要の頭打ちなどからサービス輸出が低調だった。

- 3** 名目GDPは前期比0.9%(前期比年率3.8%)と2四半期ぶりの増加となり、実質の伸びを上回るだろう。

GDPデフレーターは前期比0.4%、前年比3.0%と予測する。

- 4** 2025年(暦年)の実質GDPは前年比1.3%(2024年は▲0.2%)と2年ぶりのプラス成長、名目GDPは前年比4.6%(2024年は3.0%)と5年連続のプラス成長を予測する。

地域別輸出数量指数(季節調整値)の推移



- 5** 輸出は当面横ばい圏にとどまるものの、物価高対策による実質購買力の改善を主因として民間消費が底堅く推移し、高水準の企業収益を背景に設備投資の増加が続くことが見込まれる。現時点では、2026年1-3月期の実質GDPは前期比年率1%台のプラス成長を予想している。

「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

ユーロ圏GDP(2025年10-12月期) ～前期比0.3%で順調な成長が継続

本レポートの文書（画像情報等含む）に関する著作権は、すべてニッセイ基礎研究所に帰属し、無断転載を禁じます。

ニッセイ基礎研究所

1 結果の概要: 前期比0.3%で成長率維持

1月30日、欧州委員会統計局（Eurostat）はユーロ圏GDPの一次速報値（Preliminary Flash Estimate）を公表し、結果は以下の通りとなった。

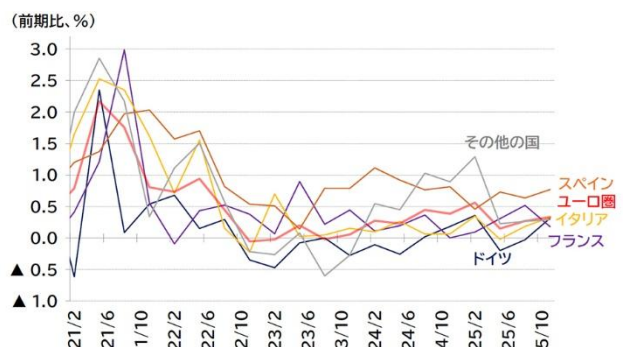
【ユーロ圏20か国GDP

（2025年10-12月期、季節調整値）】

- ・前期比は0.3%、市場予想^(注)（0.2%）を上回り、前期（0.3%）から減速した
- ・前年同期比は1.3%、市場予想（1.3%）と一致、前期（1.4%）から低下した

^(注) bloomberg 集計の中央値。以下の予想も同様

ユーロ圏と主要国の実質GDP成長率(前期比)



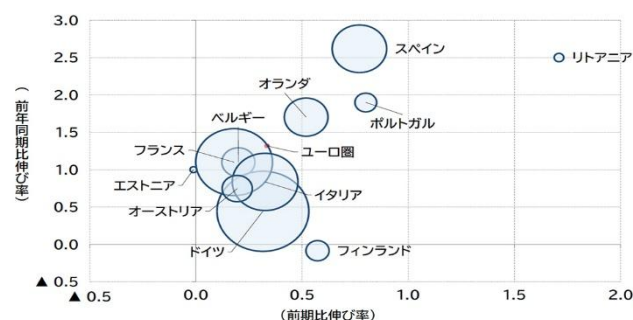
^(注) その他の国は残差から計算
^(資料) とともに Eurostat

2 結果の詳細: トランプ関税のもとでも 高めの成長率を維持

ユーロ圏の25年10-12月期の成長率は前期比0.3%（年率換算1.3%）となった。トランプ関税引き上げ前の駆け込み生産・輸出で加速した1-3月期（前期比0.6%、年率2.3%）、その剥落で減速した4-6月期（前期比0.1%、年率0.6%）を経験した後、7-9月期（前期比0.3%、年率1.1%）に続いて10-12月期もほぼ同じペースで成長した。実質GDPの水準は

エネルギー価格が高騰した22年の夏（22年7-9月期）対比では2.8%となった。

ユーロ圏主要国の25年10-12月期GDP伸び率



^(注) ユーロ圏全体を除く円の大きさは2019年のGDPの大きさ、アイルランドは枠外

経済規模の大きい4か国の伸び率を見ると、前期比ではドイツ0.3%（7-9月期▲0.0%）、フランス0.2%（同0.5%）、イタリア0.3%（同0.2%）、スペイン0.8%（同0.6%）となった。これまでの傾向と同様にスペインが高成長を記録した。

ドイツは2四半期連続のマイナスの後、プラス成長に転じた。また、1-3月期に高成長を記録したアイルランドは▲0.6%と7-9月期（▲0.3%）に続きマイナス成長となった。

前期比伸び率について、ドイツ統計局は家計および政府部門の消費が増加したと指摘、イタリア統計局は供給面では農林水産、工業が増加、またそれほど顕著ではないがサービス業も増加、一方で需要面では内需の寄与がプラス、純輸出の寄与がマイナスだったと指摘している（フランス・スペインは後述）。

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 (2025年12月実績、2026年1月見通し)

日本政策金融公庫 2026年1月28日公表

結果の概況

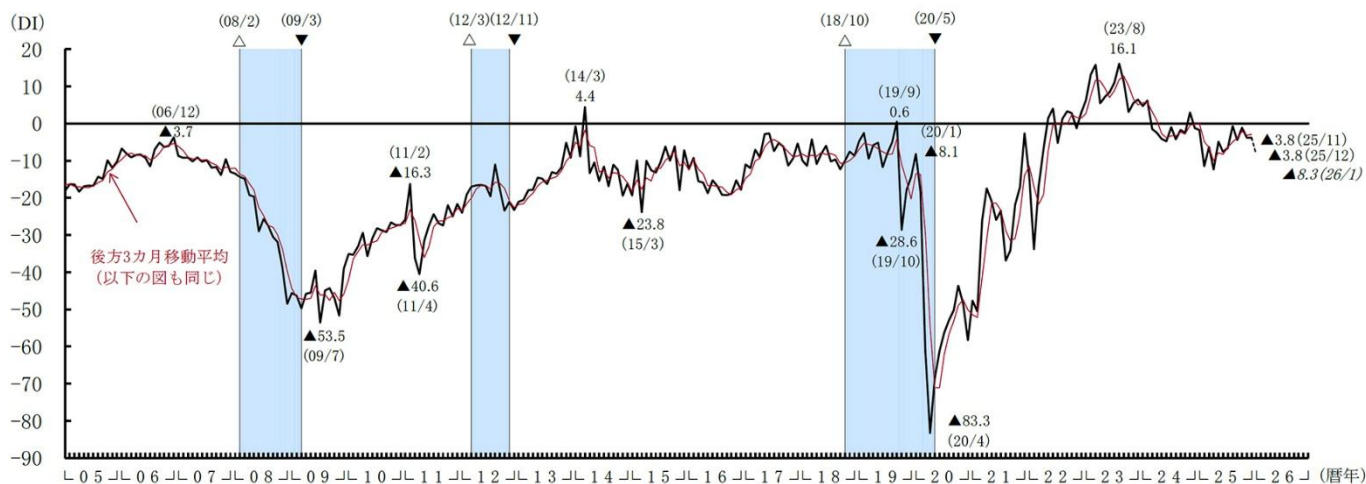
【概況】 小企業の売上DI(12月実績)は、横ばいで推移

1 売上

- 2025年12月の売上DIは、11月(▲3.8)から横ばいの▲3.8となった。2026年1月は▲8.3と、12月に比べマイナス幅が4.5ポイント拡大する見通しとなっている。
- 業種別にみると、製造業(1.8→▲7.8)では低下した一方、非製造業(▲4.5→▲2.8)ではマイナス幅が縮小した。1月は、製造業で▲15.4、非製造業で▲7.3と、ともにマイナス幅が拡大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。1月は、飲食店とサービス業、運輸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)

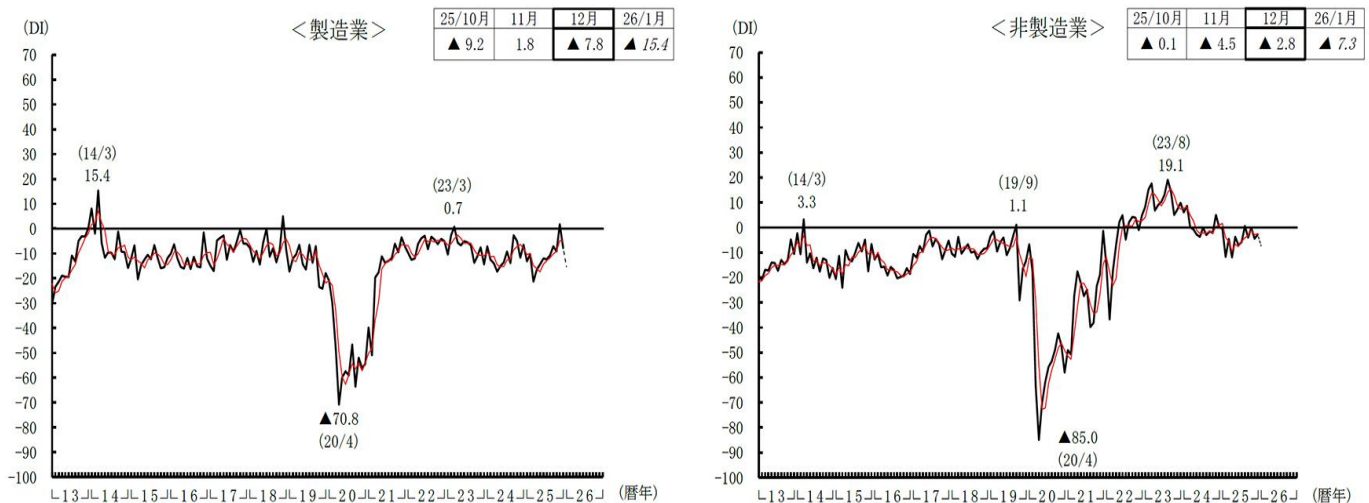
	2024 12月	2025 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2026 1月
実績	▲1.2	▲1.7	▲11.5	▲6.3	▲12.3	▲4.9	▲7.6	▲6.5	▲0.7	▲4.5	▲1.1	▲3.8	▲3.8	-
見通し	▲5.5	▲5.1	▲5.7	▲4.4	▲9.7	▲15.6	▲10.2	▲11.7	▲6.8	▲6.3	▲0.1	▲3.9	▲3.6	▲8.3



(注1) 売上DIは前年同月比で「増加」企業割合ー「減少」企業割合

(注2) —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)																				
	2024年 7月	8月	9月	10月	11月	12月	2025年 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2026年 1月	
製造業	▲ 9.2	▲ 13.8	▲ 2.6	▲ 5.0	▲ 11.6	▲ 6.5	▲ 13.1	▲ 10.2	▲ 21.3	▲ 16.5	▲ 14.3	▲ 12.0	▲ 12.3	▲ 10.9	▲ 7.1	▲ 9.2	1.8	▲ 7.8	▲ 15.4	製造業
金属・機械	▲ 10.3	▲ 17.3	▲ 2.6	▲ 8.1	▲ 19.3	▲ 18.1	▲ 18.4	▲ 3.5	▲ 24.7	▲ 8.5	▲ 7.8	▲ 19.0	▲ 14.7	▲ 15.1	▲ 2.9	▲ 9.9	2.4	▲ 5.9	▲ 25.4	金属・機械
その他製造	▲ 7.9	▲ 10.4	▲ 3.3	▲ 2.0	▲ 4.7	▲ 1.2	▲ 12.1	▲ 8.5	▲ 18.3	▲ 23.8	▲ 19.8	▲ 5.4	▲ 10.1	▲ 6.4	▲ 12.0	▲ 8.3	1.2	▲ 14.5	▲ 8.8	その他製造
非製造業	0.0	▲ 3.0	▲ 1.6	▲ 2.2	5.0	0.1	▲ 0.3	▲ 11.8	▲ 4.5	▲ 12.0	▲ 3.7	▲ 7.2	▲ 5.8	0.6	▲ 4.1	▲ 0.1	▲ 4.5	▲ 2.8	▲ 7.3	非製造業
①卸売業	1.5	▲ 7.6	▲ 0.5	1.4	▲ 0.1	4.1	13.0	5.3	▲ 1.0	▲ 6.2	▲ 20.5	▲ 3.2	▲ 14.6	▲ 6.3	3.1	▲ 5.3	▲ 10.9	▲ 16.2	▲ 5.6	①卸売業
繊維・衣・食	1.8	4.4	▲ 1.0	1.0	▲ 2.8	18.7	14.7	17.3	7.5	▲ 8.7	▲ 5.3	▲ 7.9	▲ 10.0	▲ 3.7	1.6	0.0	▲ 6.0	▲ 14.0	▲ 0.4	繊維・衣・食
機械・建材	2.3	▲ 16.4	▲ 0.3	0.6	1.4	▲ 7.0	8.0	0.6	▲ 7.2	▲ 3.2	▲ 28.7	0.7	▲ 16.5	▲ 8.1	4.0	▲ 9.7	▲ 14.8	▲ 19.0	▲ 8.4	機械・建材
②小売業	▲ 12.0	▲ 14.7	▲ 11.9	▲ 8.7	▲ 8.0	▲ 14.2	▲ 17.2	▲ 17.5	▲ 12.9	▲ 8.5	0.0	▲ 10.9	▲ 11.1	▲ 11.3	▲ 9.7	▲ 7.5	▲ 18.3	▲ 23.7	▲ 20.1	②小売業
耐久消費財	▲ 4.2	▲ 14.7	▲ 21.4	▲ 17.7	▲ 9.4	▲ 19.2	▲ 6.7	▲ 10.3	▲ 14.6	▲ 19.5	▲ 14.2	▲ 10.9	▲ 16.1	▲ 4.3	▲ 12.2	▲ 7.1	▲ 16.8	▲ 12.7	▲ 21.2	耐久消費財
非耐久消費財	▲ 13.5	▲ 14.4	▲ 9.9	▲ 7.6	▲ 5.7	▲ 14.1	▲ 19.4	▲ 19.3	▲ 12.6	▲ 6.2	3.1	▲ 11.1	▲ 10.1	▲ 12.5	▲ 9.1	▲ 8.5	▲ 16.4	▲ 27.1	▲ 20.9	非耐久消費財
③飲食店	10.7	12.4	20.0	▲ 4.2	26.1	8.3	16.5	▲ 5.1	▲ 3.7	▲ 0.3	▲ 12.1	▲ 2.8	▲ 9.2	14.9	▲ 14.9	2.3	0.2	19.6	3.3	③飲食店
④サービス業	3.1	▲ 4.3	▲ 5.7	4.0	5.5	9.0	7.4	▲ 4.1	2.5	▲ 15.3	5.1	▲ 0.1	3.6	8.1	13.5	6.5	2.0	13.3	▲ 1.0	④サービス業
事業所向け	12.3	▲ 4.8	0.2	▲ 10.0	▲ 12.4	▲ 3.6	▲ 5.8	▲ 2.4	3.8	▲ 4.2	▲ 6.8	22.4	▲ 10.4	▲ 6.2	▲ 3.0	▲ 0.5	▲ 4.5	▲ 1.3	▲ 5.6	事業所向け
個人向け	1.4	▲ 3.9	▲ 7.3	8.5	11.2	12.5	10.8	▲ 6.2	2.1	▲ 18.9	9.8	▲ 7.0	10.0	13.7	19.5	8.6	4.4	18.4	▲ 0.4	個人向け
⑤建設業	▲ 1.5	▲ 7.1	▲ 6.0	▲ 7.5	▲ 1.4	▲ 1.5	▲ 10.3	▲ 14.4	▲ 3.8	▲ 21.1	▲ 9.1	▲ 24.2	▲ 13.8	▲ 15.2	▲ 19.6	▲ 3.2	0.0	▲ 16.1	▲ 5.9	⑤建設業
⑥運輸業	4.6	10.6	13.1	16.8	6.5	1.4	7.1	▲ 6.7	9.2	▲ 11.0	▲ 2.9	▲ 8.7	6.8	▲ 1.0	▲ 21.3	▲ 8.5	▲ 3.9	2.4	▲ 32.4	⑥運輸業
道路貨物	▲ 0.3	11.3	10.6	18.9	8.0	3.7	5.8	▲ 7.9	9.8	▲ 8.6	▲ 1.4	▲ 3.2	11.0	▲ 2.5	▲ 22.5	▲ 8.9	▲ 2.6	5.4	▲ 37.1	道路貨物
個人タクシー	26.4	6.1	17.9	4.6	▲ 0.3	▲ 1.8	15.7	10.2	0.8	▲ 43.1	▲ 14.3	▲ 39.0	▲ 28.7	17.4	▲ 21.8	▲ 16.1	▲ 23.5	▲ 15.8	▲ 0.2	個人タクシー
全業種計	▲ 1.0	▲ 4.2	▲ 1.7	▲ 2.5	3.0	▲ 1.2	▲ 1.7	▲ 11.5	▲ 6.3	▲ 12.3	▲ 4.9	▲ 7.6	▲ 6.5	▲ 0.7	▲ 4.5	▲ 1.1	▲ 3.8	▲ 3.8	▲ 8.3	全業種計

(注1) 網掛けは、前月から低下した数値。

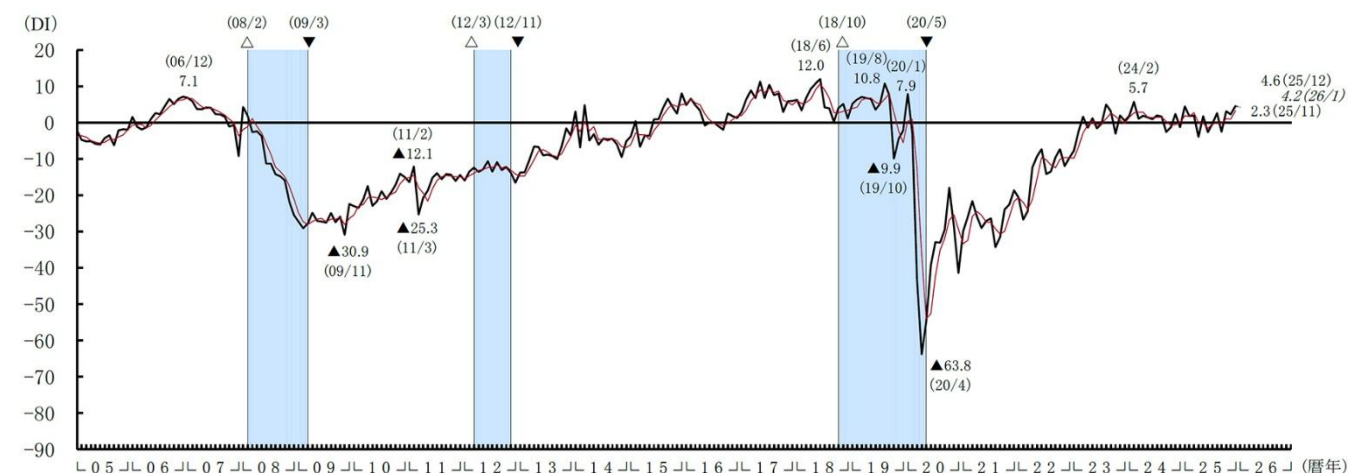
(注2) 季節調整は業種ごとに行っている。

2 採算

- 2025年12月の採算DIは、11月から2.3ポイント上昇し、4.6となった。
- 2026年1月の採算DIは、4.2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)

	2024 12月	2025 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2026 1月
実績	▲1.3	4.5	1.8	1.9	▲3.9	1.7	▲2.6	▲0.3	2.6	▲2.5	3.1	2.3	4.6	-
見通し	1.5	0.4	3.2	3.6	0.5	▲2.4	1.9	▲1.2	4.0	0.6	2.8	▲0.5	4.9	4.2



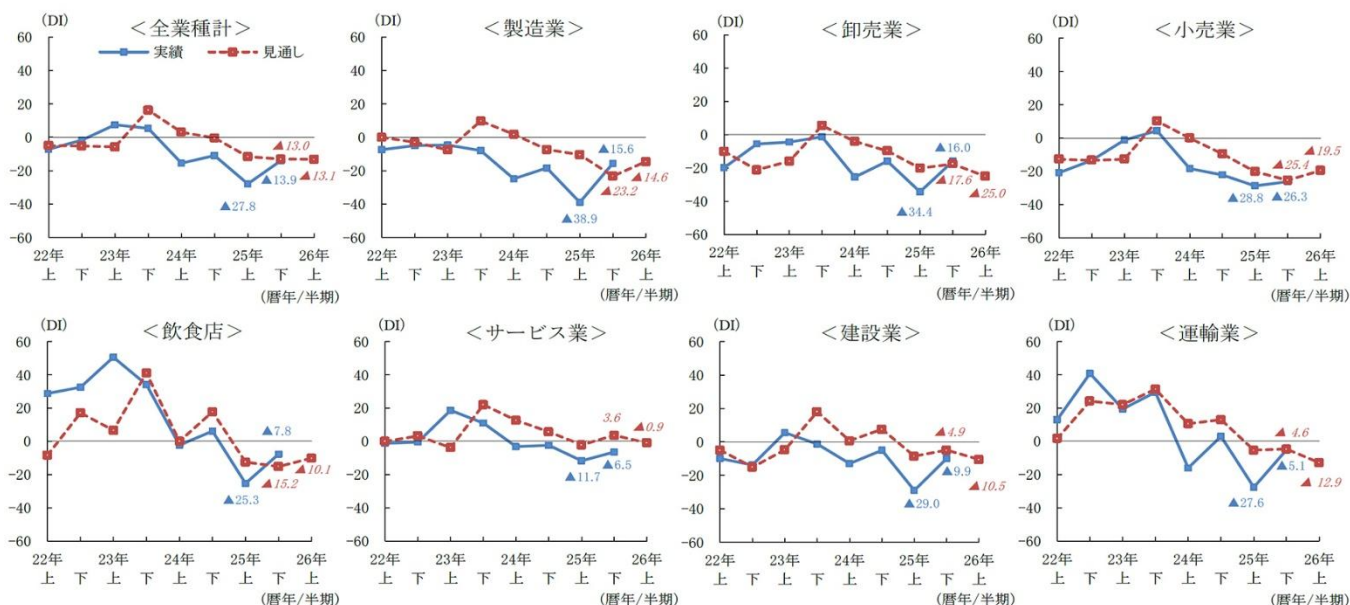
(注) 採算DIは「黒字」企業割合－「赤字」企業割合（以下同）。

3

半期の景況感(自社の業績や顧客の様子などから総合的に判断したもの)

- 2025年下半期の景況感DI（実績）は、2025年上半期からマイナス幅が13.9ポイント縮小し、▲13.9となった。業種別にみると、すべての業種で前期からマイナス幅が縮小している。
- 2026年上半期の景況感DI（見通し）は、▲13.1と2025年下半期実績を上回っている。

景況感DIの推移



(注1) 景況感について、それぞれ前期実績と比べて尋ねている。(注2) DIは前期比で「上昇」企業割合－「下降」企業割合。

全国小企業月次動向調査（2025年12月実績、2026年1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。



限られたリソースで業務効率を最大化する

中堅中小企業における生成AIの有効活用術

1. 新しいコンテンツを生み出す生成AIとは
2. 企業が活用できる生成AIの可能性
3. 生成AIを導入するためのステップと注意点
4. 中堅・中小企業における生成AIの導入事例



■参考資料

【経済産業省】：「中小企業の経営者・担当者のための AI 導入ガイドブック」 「AI 導入ガイドブック 製造業への AI 需要予測の導入」 【東京商工会議所】：「中小企業のための『生成 AI』活用入門ガイド」 他

1

企業経営情報レポート

新しいコンテンツを生み出す生成AIとは

近年、人工知能（AI）の進化により、学習したデータをもとに新しいコンテンツを自動生成するAI（以下、生成AI）に注目が集まっています。

そこで、本レポートでは限られたリソースで事業運営している中堅・中小企業が、生成AIを活用して業務効率を最大化させるためのポイントについて紹介していきます。

■ 従来のAIと異なる生成AIとは何か

（1）生成AIと従来のAIとの違い

従来のAIの役割は、機械学習やルールベースのシステムとして発展してきたため、与えられたデータを分析して、パターンを発見する分析・予測の手法として使用されることが主流となっていました。

そのため、あらかじめ設定された規則に従って判断を行い、特定のタスクを自動化するという場面では活躍できたものの、データをもとに新しいコンテンツを生成するといったことはできませんでした。また、従来のAIは特定のタスクを実行するために個々で設計されているため、汎用性の低さも弱点とされていました。

一方、生成AIは、事前に大量のデータの中から背後にある複雑なパターンを学習し、そのパターンを基に全く新しいコンテンツを生成する、創造的なアウトプットが可能となる点が従来のAIと大きく異なります。

例えば、人間が日常的に話したり書いたりする言葉について、次に出現する単語を予測する「大規模言語モデル(LLM)」を用いたChatGPTは、ユーザーの質問に対し自然な文章で応答することができるツールです。このように生成AIはテキストデータを大量に学習することで、言語の構造や文脈を理解し、テキスト生成だけでなく、要約、翻訳、感情の分析といった、様々な言語タスクへ活用できます。

■ 従来型AIと生成AIの違い

	従来型 AI	生成 AI
領域	認識や予測	生産や創造
ビジネスインパクト	決められた行為の自動化	新しいコンテンツの生成
目的	確定的 (決められた) 解を出す	不確定的 (状況に応じ) 解を考える
役割	価値の抽出	価値の創出
例	音声認識、文字認識、画像認識、 予測（数値）分析	音声合成、テキスト生成、 画像生成、テキストデータ分析

出所：エコノミスト ONLINE「最前線！AIの世界」

2

企業経営情報レポート

企業が活用できる生成AIの可能性

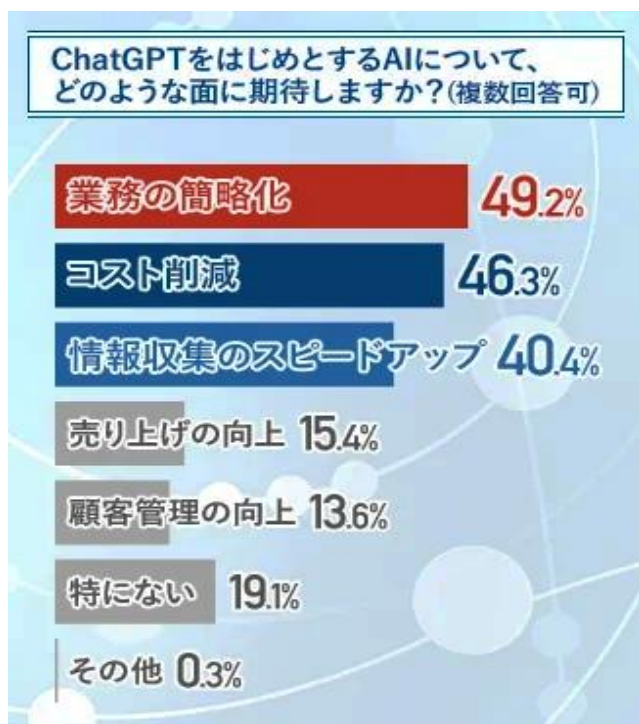
■ 業務効率化とコスト削減

生成 AI の活用目的で最も多いのは、業務効率化とコスト削減の実現です。特に、人手を割きづらい定型業務の自動化が期待されます。

これまでは、作業内容自体が単純であっても人間の判断を伴う部分が残っており、かつその判断基準が曖昧であるという理由で、システム化できないといった事例も多く見られました。

その代表的な例として挙げられるのが、メール送信の際に社内外の相手に応じた内容を考え、時間を取られてしまうという状況です。こうした文脈に応じた文章作成の代替機能は、生成 AI が最も得意とする分野となります。

■ ChatGPTへ期待する用途に関する調査結果



出所：IMPRESS BUSINESS MEDIA

「経営者の ChatGPT に関するイメージ」調査

また文書作成だけでなく、テキストと音声生成 AI によるチャットボットを活用して、顧客との自動応答を行うことも可能です。

企業の顧客サポート業務は、多くの時間とリソースを必要とします。特に、コールセンターの運営には膨大なコストがかかり、人材確保も難しい課題となっています。

企業が自社の製品やサービスに関わる質問と回答のデータベースを準備し、AI を活用した自動応答システムを使用することで、頻繁にされる質問(FAQ)への対応について、人材コストを大幅に削減することができます。

また、生成 AI が学習を繰り返すことで、余計な回答を避けるために、回答内容を制御できるようになるサービスもあり、「意思決定」や「判断」といった人間でなければできないとさ

れてきた部分も代替できるようになってきています。

生成 AI によってプログラミングのコーディングを行うことも、代表的な業務効率化の事例として挙げられます。身近な例でいえば、Excel でマクロを組む際の VBA スクリプトは、ChatGPT などのテキスト生成 AI に、自動化したいタスクの内容(要件定義)、出入力の形式、任意の特定条件を指定することで簡単に作成することができます。さらに、最初に作成した VBA の内容でエラーが生じて、エラーメッセージを再びテキスト生成 AI に入れると解決方法を提示してくれるので、エラー箇所の切り分けを行う必要もありません。

3

企業経営情報レポート

生成AIを導入するためのステップと注意点

■ 生成AIを社内へ導入する際のステップ

(1) 導入目的の明確化

生成 AI を効果的に活用するためには、まずは導入の目的を明確にすることが重要です。

企業によって課題やニーズが異なるため、AI をどの業務に適用するのかを慎重に検討しなければなりません。

前章でも紹介したように、事務作業の自動化、顧客対応の効率化、マーケティング支援、データ分析の強化など、生成 AI にはさまざまな活用方法が考えられます。

生成 AI は学習するためのデータベースの構築が必須となりますが、目的がはっきりしていなければ、どのデータを用意する必要があるかも分かりません。

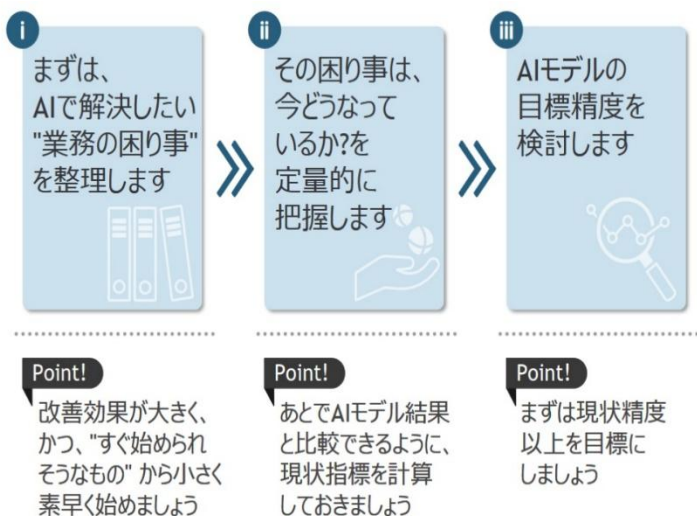
したがってあらかじめ、関係者やステークホルダーに生成 AI の導入目的を共有し、成功の基準も設定した上で、準備を進めることが重要です。

また生成 AI の導入目的を明確にした後は、AI に任せたい業務の内容をピックアップし、その業務を実行するために必要となる生成 AI のモダリティ(テキスト、画像、音声、動画)を決める必要があります。

また、任せたい業務の内容によっては、複数のモダリティを組み合わせることも検討する必要があります。

モダリティが決まれば、具体的なツールの選定を行うこととなりますが、数あるツールの中でも自社の目的に合う機能を持っているか、業者ともコミュニケーションを取りながら、慎重に選定していきます。

■ 生成AI導入の目的・目標設定



出所：経済産業省「AI 導入ガイドブック」

(2) 小規模導入と試験運用

生成 AI を本格的に社内で導入していくためには、いきなり大規模なシステムを構築するのではなく、小規模のプロジェクトからスタートし、試験運用を行うことを推奨します。

これは、生成 AI が有効なツールである一方、技術的な精度のばらつきや、倫理的観点、コストの問題といった運用上のリスクが伴うことを踏まえ、導入初期には、慎重な検証が必要になるためです。

4

企業経営情報レポート

中堅・中小企業における生成AIの導入事例

■ 需要予測モデルAIを活用して滞留在庫などのコスト削減を実現したA社

A社概要	自動車用照明機器類、樹脂成形の製造及び販売
	所在地:静岡県 社員数:約 120 名
	自動車ランプを中心に、各種ランプの製造・組み立てを行うメーカーで、自動車サプライチェーン。創業以来「品質第一」を合い言葉に、常に品質の維持・向上に努め、現在では ISO9001 に基づく一貫した品質マネジメントシステムのもと、高品質の製品を提供している。
抱えていた課題	発注前に顧客からもらう発注内示数と最終的な納入数の違いで、余剰在庫や欠品リスクが発生する。

静岡県で自動車用照明機器や樹脂成形の製造・販売を行うA社が抱えていた課題は、顧客から提供される発注内示数と実際の納入数にズレが生じることによって、余剰在庫や欠品リスクが発生するということでした。

そこで、製品ごとの発注予告数と実際の受注情報を AI に学習させ、受注数量の予測精度を向上させる「需要予測モデル」を構築し、予測誤差率を最大 52%から 24%へと大幅に改善させ、余剰在庫の削減や欠品リスクの低減を実現することができました。

A社の成功の要因は、失敗したとしても本業にダメージを与えないリスク管理の徹底を前提に、手元にあるデータ資産(過去の取引実績データ)を有効活用し、学びを得ることを目的に生成 AI を導入したことが挙げられます。プロジェクトの方向性や責任範囲について事前に経営層とすり合わせを行い、プロジェクトの推進権限も責任者に一任しました。

AI モデルの構築は外部の人材に一任しつつ、社内では現状の業務プロセスを据え置きながら、同時に AI モデルを活用した効果の検証を行い、精度を見定めながら段階的に組み込んでいくという工程を取りました。

■ 生成AI導入の効果

- 発注予告数と実際の受注数量の誤差範囲を 52%から 24%に改善
- 数億円規模の在庫のうち滞留在庫を 5%削減
- 生産計画が平準化され、人件費の削減も達成

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:債権管理

物的担保の確保を行う際の留意点

物的担保の確保を行う際の留意点について教えてください。

土地・建物等の不動産を担保とする方法には、以下の方法があります。

(1) 抵当権

土地・建物の所有者や借地人・借家人の使用・利用を認め維持したまま担保権を設定する方法です。

法務局の登記簿に抵当権として登記し、債権の支払いがないときは裁判所に競売を申し立て、落札の後その中から回収することができます。

(2) 根抵当権

土地・建物の所有者や借地人・借家人の使用・利用を認め維持したまま担保権を設定する方法で、先の抵当権と概念は似ています。ただし、根抵当権は、銀行からの借り入れや割り引き等の継続的な取引関係から増減する多数の債権を担保する点で抵当権と異なります。

(3) 質権

土地・建物の使用収益権限を所有者から剥奪し、債権者自らが使用収益を得ようとする担保です。登記簿に質権として担保し、債務者から支払いのない時、裁判所で（任意）競売できる権利を持った担保権です。

(4) 譲渡担保

土地・建物の通常所有者・借地人・借家人の使用・利用を維持したまま、所有権を債権者に移転するという担保です。

使用・利用権を剥奪してもかまいません。債務者が支払いをしないときは、不動産を処分して清算できます。また、公正に評価し、債権者に帰属させた上で清算して回収を図ります。

(5) 仮登記担保

土地・建物の利用状態を継続しつつ、登記簿に代物弁済予約、停止条件付代物弁済予約を原因とした所有権移転の仮登記をするという担保権です。

債務者が支払いしない際の回収方法は、仮担保登記法によって法的に規定されています。法に定められた手続きを踏み清算する、もしくは、競売によって回収を図ることになります。

登録免許税等の費用が少なくすむというメリットがあります。

ジャンル:資金繰り > サブジャンル:債権管理

仕入債務を改善する方法

毎月の仕入債務の支払いが大きく困っています。
仕入債務を改善する方法を教えてください。

買掛金の支払時期を遅くするには、最初の取引時における条件交渉が重要です。条件交渉時に、弊社支払は月末締めで翌々月末支払となっていることを伝えれば、相手もその取引が重要であると判断した場合、取引開始のために当該条件を受け入れる可能性が高いといえます。

(1)支払条件の検討

この条件交渉を取引開始後から行なう場合には、業績が悪化したために支払期間の延長を申し入れたという印象を与えてしまうことから、注意が必要です。買掛金を手形支払に切り代える場合などは、支払期日を過ぎると不渡になり企業の信用を失って、最悪の場合には倒産を招く恐れもあることには注意を要します。

(2)回収条件の変化

①代金を回収してから支払を行なう	<p>売上代金を回収してから仕入代金や経費などを支払うことが望ましいといえます。買掛金の支払日や経費の支払日は、売掛金の回収日以降に設定します。</p> <p>手形取引であれば、受取手形の期日のあとに支払手形の期日が来るようにサイトを調整します。経費の支払は給料と家賃が大きなウエイトを占めており、売掛金の回収日の後にその支払を行なうと資金を効率的に活用することができます。</p>
②末日が過ぎてから仕入を行なう	<p>仕入取引には、締日と支払日があります。継続的な取引を行なう場合には、その都度決済するのではなく、ある一定の期間の取引をまとめて請求し、一定の期間を据え置いてから支払うのが普通です。最も多いのは、当月1日から末日までの取引をまとめて、翌月末に支払うパターンです。取引をまとめる一定期間の最後の日が締日であり、通常は月末が締日となります。</p>
③支払に裏書手形を使う	<p>売上代金は現金で回収するべきですが、手形で回収するケースもあります。この受取手形を裏書譲渡して、仕入先の代金支払に使う方法があります。裏書譲渡とは、受取手形を満期日まで保有しないで、仕入れた商品などの代金支払のために仕入先等に譲り渡すことをいいます。この際に、手形の裏面に譲渡を受ける相手の名前を記入して、譲渡する人が署名、押印することになっています。このことを手形の裏書といい、裏書した手形のことを裏書手形といいます。裏書手形を譲り渡すことが手形の裏書譲渡です。手形を裏書譲渡した場合、その代金は手形の振出人が譲受人に支払います。もし、その手形が不渡りになると、裏書譲渡した人は手形の所持人にその代金を支払うことになっています。したがって、裏書手形を受け取った側にもその債権の安全性が高まり、メリットを得ることができます。</p>