

事務所通信

当事務所は認定経営革新等支援機関です

智創税理士法人 広島事務所

〒722-1115 広島県世羅郡世羅町西神崎958番地の1

TEL 0847-22-3211 FAX 0847-22-3213

E-mail apollon@tkcnf.or.jp (所長用)

mmc.matsuura@tkcnf.or.jp (事務所用)

URL <http://www.matsuura-apollon.jp>

9

令和4年
2022

不動産登記権利情報

忘れていませんか？ 不動産の相続登記 ～ 令和6年4月から登記が義務化！ ～

法務・税務

経営

経営

コラム

続く原材料価格の高騰！

どうする値上げ・価格の見直し

ビジネスモデル俯瞰図で
自社の全体像を可視化しよう

建物から和牛まで 進化する3Dプリンターの利用法

今月のことば

逆境は変革のとき、
不況は商機、
飛躍の最大のチャンス逃がすな

石橋正二郎
(ブリヂストン創業者)

忘れていませんか？ 不動産の相続登記 ～ 令和6年4月から登記が義務化！～

登記簿上の所有者がわからない「所有者不明土地」の増加が、社会問題となっています。所有者不明土地の解消に向け、令和3年に民法等が改正され、相続登記の義務化をはじめ、不動産に関するルール変更が行われました。本欄では、相続に関連する改正点を解説します。

所有者不明土地は なぜ発生するのか？

「所有者不明土地」とは、次のような土地のことをいいます。

- ①不動産登記簿により所有者が直ちに判明しない土地
- ②所有者が判明しても、その所在が不明で連絡がつかない土地

第三者から土地を取得する場合には、一般的に不動産業者などの仲介があるため、所有権の移転登記はきちんと行われています。

ところが、相続によって土地を取得した場合には、相続に係る所有権移転登記（相続登記）がされないままになっていることがよくあります。相続登記がされないまま相続が繰り返され、先祖代々の土地や実家の名義が昔に亡くなった人のままといったことは珍しくありません。

所有者不明土地は、所有者の探索に多大な時間と費用がかかるため、公共事業や復旧・復興事業、民間業者による土地の取引や利活用が進まない要因ともなっています。また、未管理のまま放置された土地が、隣接地に悪影響を及ぼすなどの問題も生じています。

そのため、所有者不明土地の発生予防と利用の円滑化を目的に、民法等の改正が行われ、不動産登記制度や長期間経過後の遺産分割のルールの見直しなどが、令和5年4月から順次、施行されます。（右頁図表参照）



相続登記、住所等の変更登記を 罰則付きで義務化

相続登記や住所等の変更登記がされない要因の1つに、登記が任意であることが指摘されていました。

所有者不明土地の発生予防を目的に、相続登記は令和6年4月1日から、住所等の変更登記は令和8年4月27日までの政令で定める日から義務化されることになりました。

施行日以前に発生した相続等についても義務化の対象となるため注意が必要です。また、正当な理由なく相続登記等をしなかった場合、相続登記は10万円以下、住所等の変更登記は5万円以下の過料が科せられます。

（1）相続登記の義務化

相続（遺言を含む）によって不動産を取得した相続人は、その所有権を取得したことを知った日から3年以内に相続登記をしなければなりません。

また、相続により所有権を取得したことを知った日から3年以内に遺産分割が成立しな

かった場合、法定相続分での相続登記を行い、その後に遺産分割登記をすることになります。3年以内に遺産分割が成立した場合は、3年以内に法定相続分での相続登記または遺産分割登記のいずれかになります。

(2) 住所等の変更登記の義務化

登記簿上の所有者は、住所や氏名を変更した場合、変更した日から2年以内に住所等の変更登記をしなければなりません。

相続登記をより簡易に！ 「相続人申告登記」の創設

現行の制度のまま相続登記等を義務付けると、相続登記の期限内に遺産分割がまとまらない場合、まず期限内に相続登記を行い、遺産分割が成立した後に、改めて遺産分割登記をしなければなりません。そうした申請手続きの負担軽減を図るため、新たに「相続人申告登記」が創設され、令和6年4月1日から施行されます。

この制度では、相続人が、登記簿上の所有者に相続が発生したこと、自身が法定相続人

であることを法務局（登記官）に申し出ること、相続登記の申請義務を履行したとみなされます。

相続人申告登記は、申出をした相続人の氏名・住所等が登記されますが、持分割合までは登記されません。自身が相続人であることがわかる戸籍謄本等の提出が必要です。

また、1人の相続人が相続人全員分をまとめて申出をすることも可能です。

遺産分割の長期未了状態の 解消に向けた新たなルールを導入

相続が発生してから、遺産分割がされないまま長期間放置されるうちに、相続が繰り返されて多数の相続人による遺産共有状態となると、遺産の管理や処分が困難になります。

この問題を解消するため、相続開始から10年経過後に行う遺産分割は、原則として、法定相続分または指定相続分によって画一的に行うこととされました。この制度は、令和5年4月1日から施行されます。

また、施行日前に開始した相続についても適用されるため注意が必要です。

図表 改正の概要

所有者不明土地の解決のため、その「発生予防」と、すでに発生している所有者不明土地の「利用の円滑化」の両面から民事基本法制を見直したものです。

ポイントは3つ



①不動産登記制度の見直し (発生の予防)	②土地を手放すための制度の創設 (発生の予防)	③土地利用に関連する民法の ルールの見直し (土地利用の円滑化)
・相続登記の義務化(令和6年4月1日施行) ・住所等の変更登記の義務化(令和8年4月27日までの政令で定める日から施行) ・相続登記等の手続きの簡素化、合理化 など	・相続等により土地所有権を取得した者が、その土地を国庫に帰属させることができる相続土地国庫帰属制度の創設(令和5年4月27日施行)	・所有者不明土地管理制度の創設 ・共有者が不明の場合の共有地の利用の円滑化 ・長期間経過後の遺産分割の見直し など ※いずれも令和5年4月1日施行

(法務省民事局ホームページ「所有者不明土地の解消に向けた民事基本法制の見直し」を基に作成)

続く原材料価格の高騰! どうする値上げ・価格の見直し

「ウクライナ情勢」に急速な円安が拍車をかけ、エネルギーや原材料の価格が高騰しています。それでも、単に原価上昇を反映するだけの値上げはやりにくいと感じている方も多いのではないのでしょうか。そこで、客離れしない上手な値上げについて考えてみます。

※本稿は、藤屋伸二氏（藤屋ニッチ戦略研究所株式会社）の執筆によるものです。

原価上昇のなか、 価格競争で生き残ることは難しい

原価上昇が続いています。このままでは利益が出なくなってしまうものの、競合他社の存在を考えると値上げは難しく、価格競争を続けて苦しんでいませんか。

価格競争から脱却する方法は大きく2つあります。例えば、①価値を維持して価格を半分に、②価値を4倍にして価格を2倍に、です。

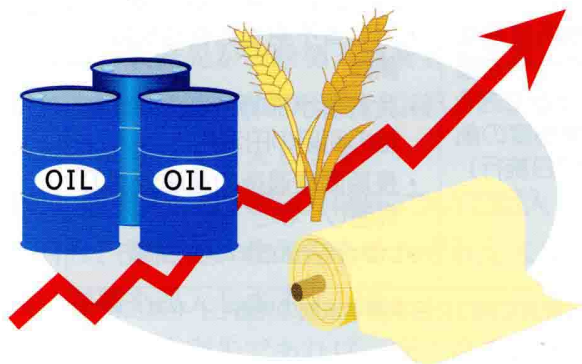
しかし、①には2つの問題があります。

まず、価格を半分にすると利益が出せるかという問題が発生します。

そして、コスト削減で価格を半分にできたとしても、よほど特別な方法を使わなければ、やがて他社が追随してくる恐れがあります。

そうすると、さらにコスト削減と値下げをすることになりますが、いずれ限界に達して利益が出なくなってしまうのです。

したがって、②の方法、つまり価値を高め、価格を上げるための「知恵比べ」で、競争から抜け出さなければなりません。



値上げのための 4つの方法

（1）値上げしやすい商品や取引先から値上げる

多くの原材料が値上げされています。このような状況であれば、中国のロックダウン、ウクライナ問題、円安、海上運賃の上昇など、皆に知られているような理由を値上げ交渉の材料にすることができます。

値上げの際は、原材料だけではなく燃料費、運賃など値上がりしているものをすべて組み入れてください。また交渉は、もし取引がなくなったとしても自社の経営に大きな影響を及ぼさない取引先から行います。

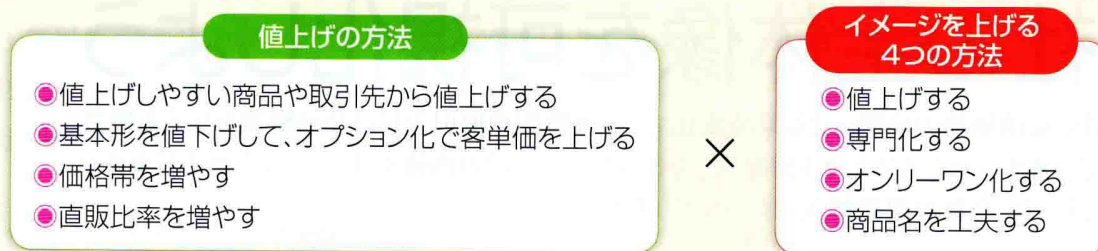
（2）基本形を値下げし、オプション化して商品単価を上げる

単純な値上げは得意先に反発される可能性があります。そこで、現在の商品の機能や品質を基本形だけに絞り込んだ「基本形」を、値下げして提供するようにします。

そして、これまで無料で提供していた付属品やサービスなどをオプション化し、付加商品として有料化します。

不要なものを取り除いて値下げすれば、それを好む取引先はそれで満足します。それで足りない取引先はオプションを付けるでしょう。そうなれば客単価が上がり、貴社がより利益を上げることができます。

図表 値上げ・価格を見直す方法



(3) 価格帯を増やす

単純な値上げではなく、価格帯を増やすことによって、単価を上げる方法もあります。例えば、現在2つの価格帯を設けている商材であれば、中間に1つ価格帯を設けることで、真ん中の商品が売れるようになります。単純な値上げと違って、すんなり受け入れてもらえます。

ただし、あまり価格帯を増やしすぎると、顧客は選ぶのがおっくうになり、買うのをやめることもあります。2段階を3段階に、3段階を4段階にするくらいがよいでしょう。

(4) 直販比率を増やす

卸売業者を通して販売している会社や、下請け体制の会社では、直接販売を増やすことで粗利益が増え、実質的な値上げの効果が出ます。

ホームページやSNS、Googleビジネスプロフィールなどを使って、経費がそれほどかからない新しい流通チャネルの開拓に取り組んでみてください。

特に、YouTubeやTwitter、Facebookなどでの動画を使った情報発信（自社専用のテレビ局を持つようなもの）に取り組んでみてください。

最初から上手にやろうとすると、心理的負担が大きくなりますが、とりあえずはじめて、やりながら上達していくつもりで臨むと、大した問題はありません。

イメージアップで ブランド化する

「よいものをより安く」が日本の常識です。その一方で、「よいものは高い」のも常識です。どちらの常識を基準に貴社の事業を組み立てるかで、貴社の事業の性格が決まります。

例えば、1本千円のワインと1万円のワインでは、品質のイメージがまったく異なります。1万円のワインと聞いただけで、人は勝手に高品質をイメージするからです。

つまりイメージが上がれば、値段が高いのも当たり前になります。もっとも、価格に見合う価値を提供しなければならないのは言うまでもありません。

これは消費者対象のビジネスだけでなく、企業対象のビジネスも同じです。

イメージを上げるには、今回扱った①値上げする、以外にも②専門化する、③オンリーワン化する、④商品名を工夫する、などの方法があります。

これらを組み合わせれば、独自化や差別化ができ、すべての中小企業（部品製造業を含む）でブランディングが可能になります。

原価の上昇に悩み、値上げを検討している今こそ、既存のビジネスを新しいステージへと移すチャンスです。

ぜひ、貴社の商品の価格と価値を高め、より利益の出る会社にするためにチャレンジしてください。

ビジネスモデル俯瞰図で 自社の全体像を可視化しよう

コロナ禍や原油価格の高騰による環境変化で、金融機関や取引先に自社の概要を伝える機会が増えています。「ビジネスモデル俯瞰図」を使うことで、自社の商流や事業内容を相手にわかりやすく伝えられ、今後の課題解決にもつながります。

自社の全体像(商流・事業内容等)を 図式化する

多くの経営者は、自社の事業内容や仕入先、販売先等の全体像について頭のなかで把握しているでしょう。しかし、それを取引先や金融機関に説明する際、口頭で説明をしても相手に伝えることは難しく、理解してもらうのに時間がかかってしまいます。この全体像をわかりやすく図式化したものが「ビジネスモデル俯瞰図」です。

図式化で、事業の全体像が可視化され、事業内容を説明する際にも相手にわかりやすく伝えることができます。



などを記入し、仕入先であれば、仕入高、仕入商品または原材料、構成比などを記入しましょう。

自社の欄にも事業内容、売上高などを記入すれば、全体の流れがよりわかりやすくなります。

ビジネスモデル俯瞰図の 作り方

(1) 1枚のシートにおさまるように作成

「ビジネスモデル俯瞰図」を作成する際は、1枚の用紙で取引の流れを明記するようにしましょう。右頁図表のように、取引の流れの中心に自社を置き、上部には販売先、下部には仕入先をそれぞれ記入しましょう。

なお、販売先が一般個人消費者と企業に分かれる場合には、取引形態を明確にするため、それぞれ分けて記入します。

(2) 販売先、仕入先の詳細について記入

自社、販売先、仕入先をそれぞれ記入した後は詳細を記入します。

例えば、販売先であれば、売上高や構成比

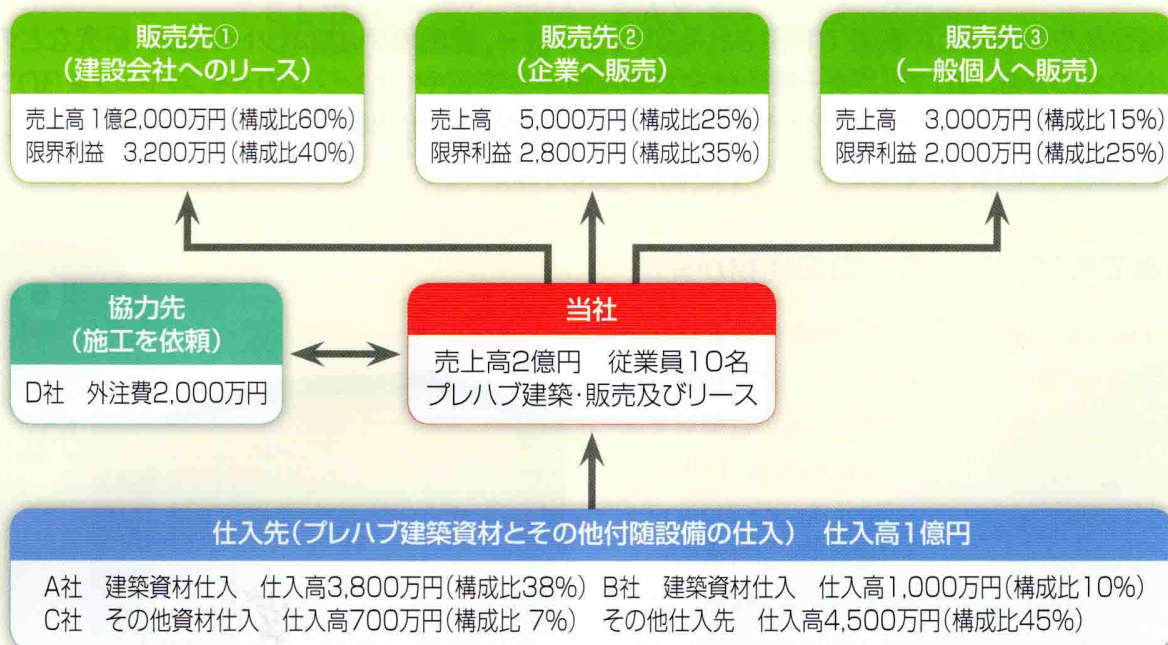
取引先や金融機関への 説明が効果的に!

作成した「ビジネスモデル俯瞰図」は、自社の全体像が可視化されるため、自社の状況を取引先や金融機関などに説明する際に効果的です。

例えば、新たな販売先や仕入先との交渉の際に有効な資料になります。金融機関に自社の状況を伝える際にも、「ビジネスモデル俯瞰図」を提供しましょう。

また、近年において金融機関では財務情報のみに依存せず、事業内容や成長性を適切に評価（事業性評価）して融資や経営助言を行うことを推進しており、その際にも「ビジネスモデル俯瞰図」は役に立ちます。

図表 ビジネスモデル俯瞰図の例



信金中央金庫 地域・中小企業研究所「金融調査情報28-16」(2016年10月)を基に作成

再確認することで 課題解決につながる

「ビジネスモデル俯瞰図」を使えば、自社の業務の見直しや、課題の解決に役立てることができます。

例えば、仕入先、販売先に偏りがいないかを確認すれば、過度な依存の解消や新たな仕入

先の検討が可能になります。

また「ビジネスモデル俯瞰図」は、早期経営改善計画策定支援事業（ポスコロ事業）においても提出を求められています。

ポスコロ事業は、認定支援機関に経営改善計画の策定を依頼する際、その費用の2/3を補助する制度で、このような早期の経営改善に取り組む際に活用できます。

知っく 情報

もう済んでいますか？ マイナンバーカードの申請

現在、マイナンバーカードの新規取得や健康保険証としての利用申込等を行うことで、最大20,000円分のポイントがもらえる「マイナポイント第2弾」の申込が受付中です。

このポイントを受け取るためには、**マイナンバーカードを取得していない人については、2022年9月末までに申請を行う必要があります**（マイナポイント申込は2023年2月末まで）。早めに申請すればポイントを受け取ることができます。

<マイナポイント第2弾の概要>

- ①第1弾を申し込んでいない方は最大5,000円相当のポイント付与
- ②健康保険証としての利用の申し込みで7,500円相当のポイント付与
- ③公金受取口座の登録で7,500円相当のポイント付与

詳しくは右の二次元コードで確認できます。



総務省
「マイナポイント
第2弾特設ページ」

※二次元コードは令和4年7月12日時点

建物から和牛まで 進化する3Dプリンターの利用法

機械部品や小物などの製造で利用される3Dプリンター。医療用ナノロボットの開発・研究などの極小のものから、3Dプリンター製の住宅が立ち並ぶ住宅街や、エンジンのメインパーツを3Dプリンターで製造したロケットの打ち上げなど大きなものまで、世界各地で積極的に活用されています。日本での利用はどこまで進んでいるのでしょうか。

日本でも3Dプリンター製の建物が完成

自然災害の多い日本では、耐震性など建物の災害対策に高い水準を要求しています。そのため3Dプリンターで建築物をつくるのは簡単ではありません。しかし、2022年2月、日本初となる建築基準法の条件を満たした3Dプリンター製の倉庫が群馬県で完成しました（右写真）。

17㎡の小さな建物ですが、従来の工法では2か月強かかる建築工事が約1か月で終了し、工期の約35%短縮に成功。建築業界の生産性向上や省力化に大きな期待が寄せられています。



画像提供: MAT一級建築士事務所

サシの入ったステーキも製造可能に

大阪大学などの研究チームは、3Dプリンターを用いて、これまで難しかった、自然に近い牛肉を製造する技術の開発に成功しました。

この技術は、筋繊維、脂肪、血管をそれぞれ3Dプリンターで出力した「繊維組織ファイバー」をまるで金太郎飴のように統合するため「3Dプリント金太郎飴技術」と名づけられました。3種類の繊維の配合などを調整することで味や食感を変えることができ、和牛の美しい「サシ」を再現することも可能です（右写真）。



画像提供: 大阪大学

それぞれの繊維細胞の培養が自動化されれば、3Dプリンターで作成されたオーダーメイドの牛肉を、その場でステーキにする時代がやってくるかもしれません。

このほかにも、3Dプリンターは、代表的な用途である試作品等の製造や、認知度の上がりつつある歯科医療などでも活用されています。2026年には3Dプリンター向けの造形材料の市場規模が現在の約4,000億円から1兆円近くまで成長するとの見通しもあります。

【今月のことば】 **逆境は変革のとき、不況は商機、飛躍の最大のチャンス逃がすな** 石橋正二郎（プリヂストン創業者）

経営者は、誰でも不況時代には意識的に「縮小経営」に傾くのが人情だ。好況がいつまでも続くわけはなく、また、不況がいつまでも続くわけはない。特に不況のときほど、次の好況に備え、飛躍の準備を怠らないことが大事だと、石橋氏はいう。

出典: 林洋海著『プリヂストン 石橋正二郎伝 一久留米から世界へ』(現代書館・2009年)