

週刊WEB

企業経営 マガジン

2017
524
4/25

ネット
ジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター 2017年4月21日号

米通商政策

～二国間交渉重視の姿勢を明確化も、
依然として通商政策の不透明感が強い

経済・金融フラッシュ 2017年4月20日号

貿易統計17年3月

～1-3月期の外需寄与度は
前期比0.1%程度のプラスに

経営
TOPICS

統計調査資料

機械受注統計調査報告（平成29年2月実績）

経営情報
レポート

自社の業績を伸ばす！

リーダー育成と組織活性化のポイント

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

「後見」制度の概要と実例

「保佐」制度の概要と実例

本誌掲載記事の無断転載を禁じます。

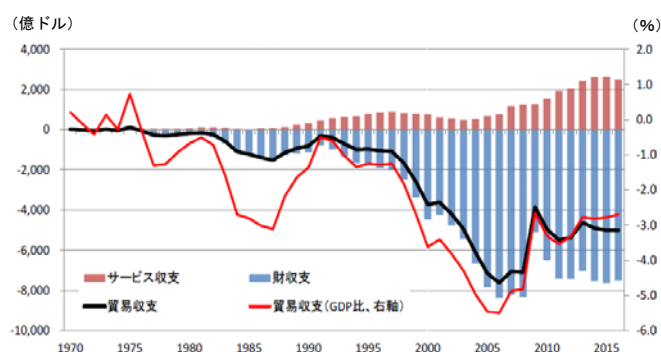
発行:税理士法人日下事務所

米通商政策

～二国間交渉重視の姿勢を明確化も、
依然として通商政策の不透明感が強い

1 トランプ大統領は、選挙期間中から保護主義的な通商政策を主張していたことから、世界的な保護主義政策の広がりを懸念する声が強まった。通商政策が選挙の主要な争点となった背景は、米国の貿易赤字が長期間持続しているほか、米国民の間にも中国を中心に製造業雇用が奪われているとの不満がある。

米貿易収支（財・サービス）



(注) 国際収支ベース、GDP比は名目GDPに対する比率。
(資料) BEAよりニッセイ基礎研究所作成

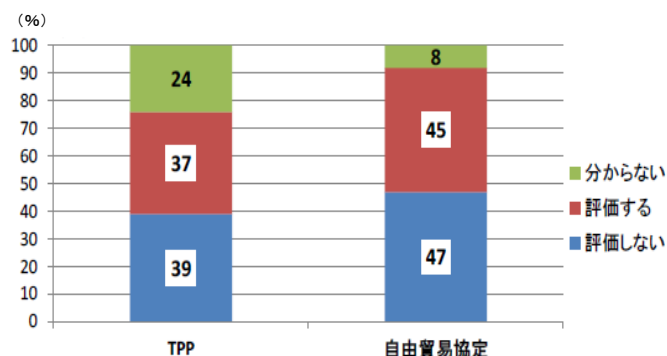
2 トランプ政権発足後、閣僚人事で保護主義的な政策を主張する閣僚が任命されたほか、3月初に発表された通商政策課題報告書では、多国間通商交渉の枠組みである世界貿易機関（WTO）を軽視し、超大国である米国の国益をより反映させ易い二国間交渉を重視する米国の姿勢が鮮明となった。

3 もっとも、政権発足から3ヵ月が経過したものの、通商政策で中心的な役割を果たす米通商代表部（USTR）で通商代表

が未承認となっているほか、政権スタッフの任用は大幅に遅れており、通商政策の立案能力には疑問符が付いている。実際、先日の日米経済対話でも、具体的な政策に踏み込むことが出来なかったことが示されている。

4 一方、対中国政策では、為替操作国認定が見送られたほか、NAFTAの見直しについてもトーンダウンしており、これらの通商政策では選挙公約からの軌道修正もみられる。このため、トランプ政権の通商政策は、当初懸念された貿易戦争の可能性は、現状では低下しているものの、通商政策の政策立案はこれから本格化するため、今後の動向には依然として不透明感が強い。

通商政策の評価



(注) 16年8月9日から16日にかけての調査。
(資料)ピューリサーチセンターよりニッセイ基礎研究所作成

「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。

貿易統計17年3月 ～1-3月期の外需寄与度は 前期比0.1%程度のプラスに

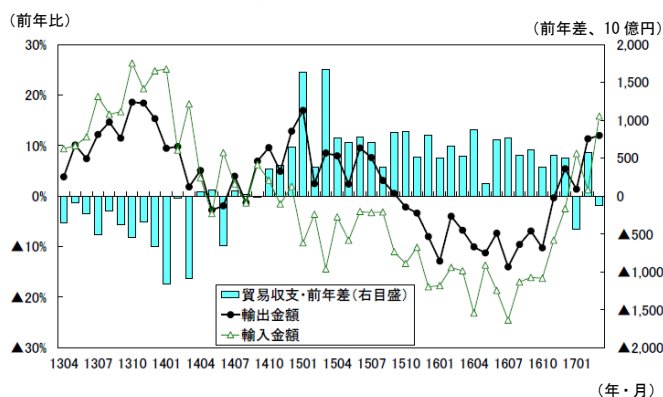
ニッセイ基礎研究所

1 貿易黒字(季節調整値)が急減

財務省が4月20日に公表した貿易統計によると、17年3月の貿易収支は6,147億円と2ヵ月連続の黒字となり、事前の市場予想(QUICK集計:5,758億円、当社予想は6,123億円)を若干上回る結果となった。輸出は前年比12.0%(1月:同11.3%)と前月とほぼ同じ伸びとなったが、輸入が1月の前年比1.2%から同15.8%へと伸びを大きく高めたため、貿易収支は前年に比べ▲1,302億円の悪化となった。

輸出の内訳を数量、価格に分けてみると、輸出数量が前年比6.6%(2月:同8.3%)、輸出価格が前年比5.0%(2月:同2.8%)、輸入の内訳は、輸入数量が前年比4.1%(2月:同▲4.3%)、輸入価格が前年比11.2%(2月:同5.7%)であった。

貿易収支の推移



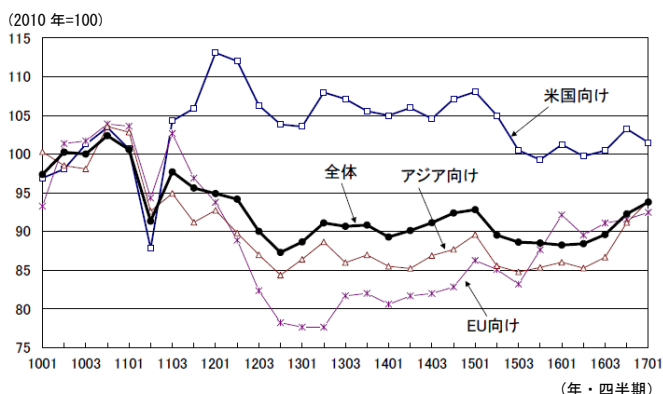
2 アジア向け、IT関連輸出が好調

3月の輸出数量指数を地域別に見ると、米国向けが前年比4.5%(2月:同2.2%)、EU向けが前年比▲0.0%(2月:同4.9%)、アジア向けが前年比7.6%(2月:同16.0%)

となった。

1-3月期の地域別輸出数量指数を季節調整値(当研究所による試算値)でみると、米国向けが前期比▲1.7%(10-12月期:同2.8%)、EU向けが前期比0.4%(10-12月期:同0.5%)、アジア向けが前期比3.1%(10-12月期:同5.2%)、全体では前期比1.7%(10-12月期:同3.0%)となった。

地域別輸出数量指数(季節調整値)の推移



(資料) ともに財務省「貿易統計」

3 1-3月期の外需寄与度は前期比0.1%程度のプラスに

3月までの貿易統計と2月までの国際収支統計の結果を踏まえて、17年1-3月期の実質GDPベースの財貨・サービスの輸出入を試算すると、輸出が前期比1%台半ばの増加、輸入が前期比1%程度の増加となることが見込まれる。この結果、1-3月期の外需寄与度は前期比0.1%(10-12月期:前期比0.2%)と三四半期連続のプラスとなることが予想される。

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。

経営 TOPICS
「統計調査資料」
抜粋

全国小企業月次動向調査 (2017年3月実績、4月見通し)

日本政策金融公庫 2017年4月20日公表

結果の概況

小企業の売上DIは、マイナス幅が縮小～4月もマイナス幅が縮小する見通し～

1 売上

2017年3月の売上DIは、2月（▲12.6）からマイナス幅が5.5ポイント縮小し、▲7.1となった。4月は、▲0.7とマイナス幅がさらに縮小する見通しとなっている。

業種別にみると、製造業（▲22.9→▲3.7）、非製造業（▲11.9→▲7.5）ともにマイナス幅が縮小した。

2 採算

2017年3月の採算DIは、2月（5.3）から5.1ポイント上昇し、10.4となった。4月は、8.3と低下する見通しとなっている。

3 設備投資

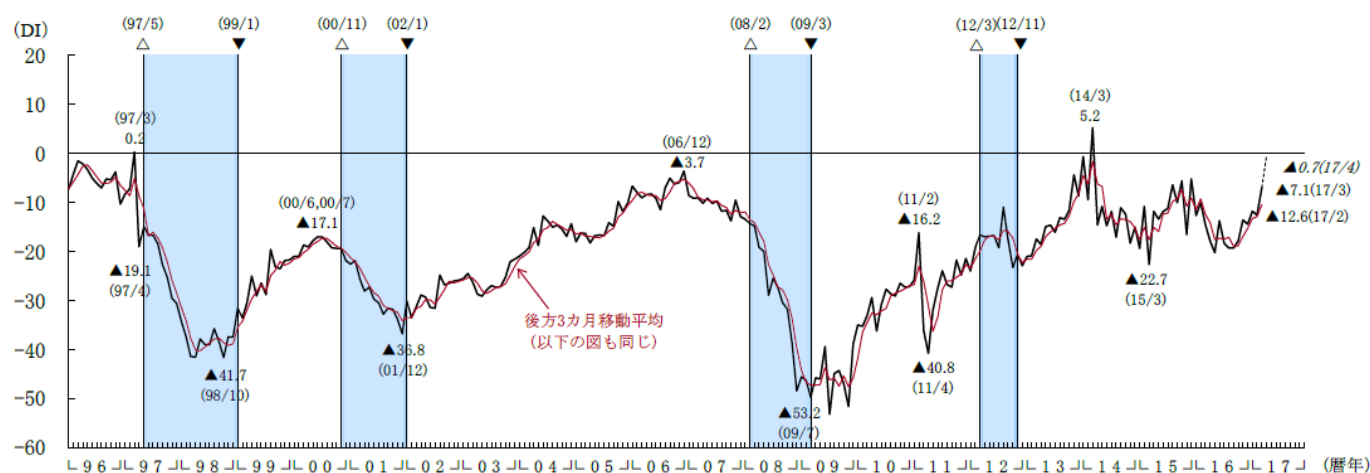
2016年度下半期（10月～翌年3月）に設備投資を実施した企業割合は、22.4%と2016年度上半期（19.3%）に比べて3.1ポイント上昇した。2017年度上半期（4月～9月）の設備投資実施予定企業割合は、14.9%と2016年度下半期の実施予定企業割合（14.9%）から横ばいとなっている。

1 売上

- 3月の売上DIは、2月からマイナス幅が5.5ポイント縮小し、▲7.1となった。4月は、▲0.7とマイナス幅がさらに縮小する見通しとなっている。
- 業種別にみると、製造業（▲22.9→▲3.7）、非製造業（▲11.9→▲7.5）ともにマイナス幅が縮小した。4月は、製造業では1.3、非製造業では▲0.5と、ともに上昇する見通しとなっている。
- 非製造業では、飲食店、サービス業、運輸業で上昇している。4月は、飲食店と運輸業を除く全ての業種で上昇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）

	2016 3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2017 1月	2月	3月	4月
実績	▲14.6	▲18.0	▲20.3	▲13.8	▲18.4	▲19.3	▲19.3	▲17.9	▲13.7	▲14.5	▲11.8	▲12.6	▲7.1	-
見通し	▲3.5	▲6.4	▲15.8	▲12.6	▲13.6	▲13.3	▲13.8	▲8.0	▲8.9	▲5.0	▲5.4	▲2.6	▲6.9	▲0.7



- (注) 1 DIは前年同月比で「増加」企業割合－「減少」企業割合。
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（以下同じ）。

業種別売上DIの推移（季節調整値）

	2015年			2016年			4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2017年			
	10月	11月	12月	1月	2月	3月										1月	2月	3月	4月
製 造 業	▲15.5	▲15.6	▲10.6	▲12.7	▲11.1	▲10.5	▲14.1	▲14.1	▲10.9	▲16.6	▲7.6	▲18.0	▲15.5	▲2.0	▲9.7	▲18.3	▲22.9	▲3.7	1.3
金属・機械	▲18.9	▲17.2	▲9.2	▲11.0	▲15.0	▲10.9	▲16.3	13.8	▲4.3	▲19.7	▲2.1	▲4.5	0.3	▲2.6	13.4	▲11.2	▲9.2	▲0.2	13.5
その他製造	▲11.9	▲19.3	▲10.9	▲13.8	▲6.6	▲8.0	▲8.3	13.7	▲15.2	▲12.4	▲19.2	▲30.4	▲28.2	▲6.2	▲28.9	▲23.6	▲33.5	▲4.5	▲5.6
非製造業	▲4.6	▲14.5	▲5.4	▲13.0	▲10.6	▲15.1	▲17.8	▲21.5	▲14.4	▲19.0	▲20.8	▲19.6	▲18.5	▲12.9	▲16.0	▲11.2	▲11.9	▲7.5	▲0.5
①卸 売 業	▲8.9	▲12.6	▲8.8	▲15.5	▲7.5	▲12.4	▲5.7	▲24.0	▲16.2	▲9.6	▲4.5	▲2.6	▲22.5	▲9.1	▲13.0	▲8.6	▲14.1	▲15.1	3.7
織・衣・食	▲0.7	▲8.8	▲9.8	▲18.7	▲17.1	▲21.2	▲13.9	▲27.6	▲32.3	▲24.4	▲15.1	▲2.6	▲27.0	▲23.5	▲33.9	▲32.0	▲33.8	▲30.2	▲2.8
機械・建材	▲14.9	▲19.0	▲3.3	▲11.7	▲0.6	▲1.3	▲11.7	▲17.7	▲1.0	0.9	2.7	▲4.2	▲19.2	▲2.3	7.0	9.9	0.0	1.0	0.3
②小 売 業	▲4.6	▲24.5	▲5.8	▲18.5	▲21.2	▲12.1	▲25.7	▲21.1	▲23.3	▲19.4	▲23.6	▲18.5	▲17.4	▲1.5	▲13.0	▲1.8	▲7.6	▲17.9	0.7
耐久消費財	▲2.2	▲15.8	▲2.0	▲6.4	▲22.8	▲9.6	▲30.2	▲18.8	▲19.2	▲15.6	▲16.9	▲8.2	▲16.9	▲6.6	▲11.2	▲21.0	▲22.8	▲3.0	14.4
非耐久消費財	▲4.9	▲25.5	▲7.4	▲21.8	▲20.6	▲13.0	▲23.5	▲22.8	▲23.9	▲19.8	▲24.4	▲20.1	▲17.4	0.1	▲14.5	1.0	▲4.3	▲21.1	3.8
③飲 食 店	▲2.6	▲12.9	▲5.5	▲8.0	2.0	▲9.6	▲24.1	▲28.7	▲29.1	▲25.1	▲41.4	▲32.8	▲17.6	▲39.9	▲34.1	▲6.8	▲12.7	29.5	9.7
④サービス業	▲6.6	▲15.1	▲6.4	▲9.5	▲4.8	▲17.6	▲5.6	▲21.6	▲2.0	▲16.2	▲20.4	▲18.9	▲24.3	▲10.5	▲8.6	▲24.6	▲14.6	▲9.1	▲2.4
事業所向け	▲19.7	▲18.0	▲9.2	▲7.2	10.0	▲16.5	▲13.3	▲9.4	▲10.2	▲8.8	▲9.4	▲16.2	▲9.6	▲1.1	▲18.4	▲19.5	▲12.1	▲10.1	12.2
個人向け	▲2.0	▲16.0	▲5.8	▲10.4	▲7.1	▲19.7	▲3.3	▲25.6	1.7	▲18.9	▲22.7	▲19.8	▲28.0	▲15.1	▲5.9	▲26.3	▲13.1	▲10.7	1.8
⑤建 設 業	▲6.4	▲2.5	▲3.1	▲8.4	▲11.1	▲15.0	▲16.1	▲14.0	▲2.0	▲22.6	▲14.4	▲19.3	▲16.5	▲15.7	▲18.0	▲6.7	▲9.9	▲22.6	▲9.3
⑥運 輸 業	▲8.6	▲7.5	▲1.0	1.2	▲13.5	▲15.5	▲12.5	▲7.9	6.8	4.2	8.2	11.1	▲4.6	▲4.1	3.7	1.8	5.8	12.6	0.3
道路貨物	▲10.8	▲9.2	▲1.9	1.9	▲19.4	▲15.1	▲8.4	▲0.7	12.0	12.1	11.0	18.2	4.2	▲4.6	6.5	2.6	▲3.1	16.1	1.3
個人タクシー	2.8	▲6.0	5.1	▲0.8	▲22.9	▲5.3	▲23.1	▲32.2	▲23.8	▲21.2	7.2	▲10.1	▲38.2	▲9.0	▲5.7	▲0.7	9.2	9.3	0.6
企業業種計	▲5.7	▲16.6	▲5.3	▲12.7	▲10.1	▲14.6	▲18.0	▲20.3	▲13.8	▲18.4	▲19.3	▲19.3	▲17.9	▲13.7	▲14.5	▲11.8	▲12.6	▲7.1	0.7

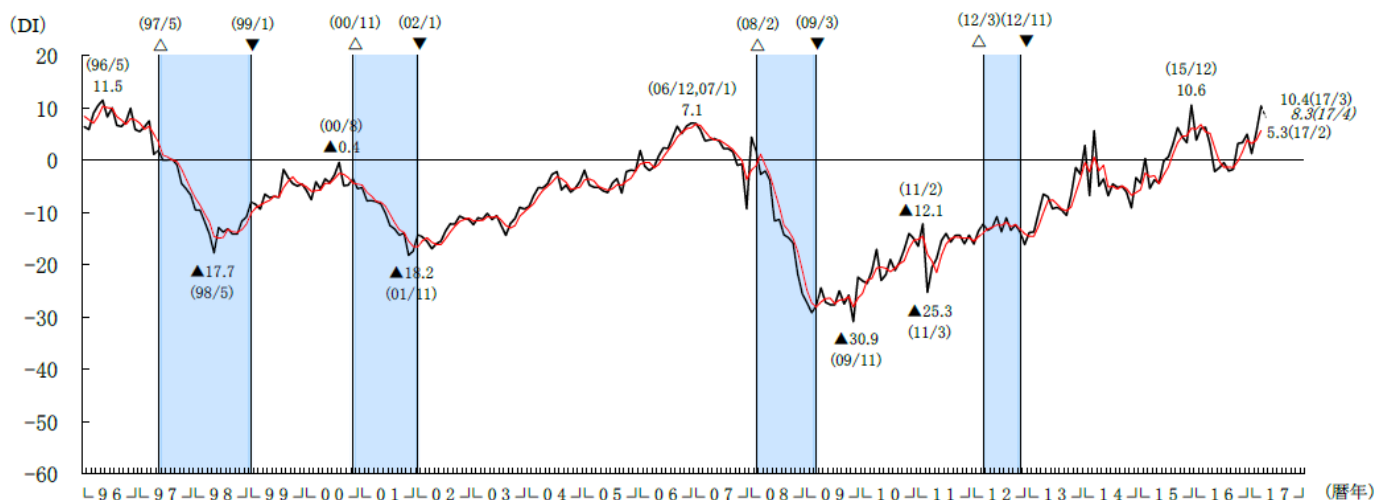
- (注) 1 網掛けは、前月から低下した数値。
2 季節調整は業種ごとに行っている。

2 採 算

- 3月の採算DIは、2月から5.1ポイント上昇し、10.4となった。
- 4月の採算DIは、8.3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）

	2016 3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2017 1月	2月	3月	4月
実 績	6.3	3.0	▲ 2.1	▲ 1.4	▲ 0.4	▲ 2.0	▲ 1.7	3.2	3.4	5.0	1.3	5.3	10.4	-
見通し	13.9	9.0	4.1	1.9	3.6	3.1	4.8	7.5	7.4	12.0	6.9	4.9	7.6	8.3



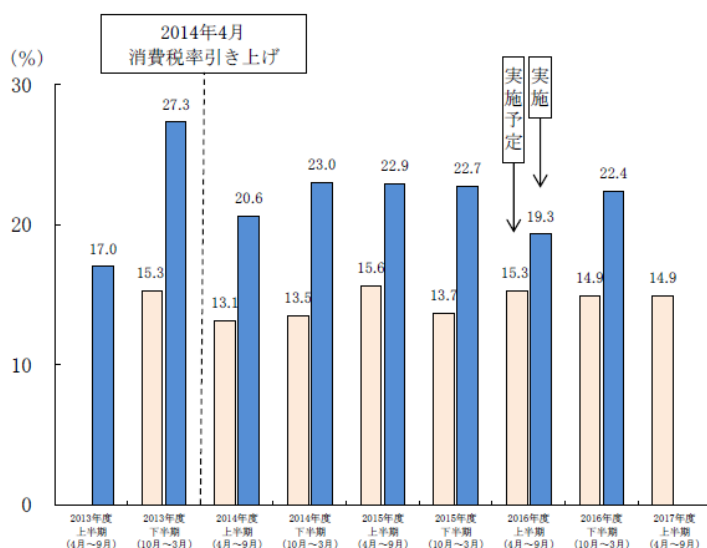
(注) DIは「黒字」企業割合－「赤字」企業割合。

3 設備投資

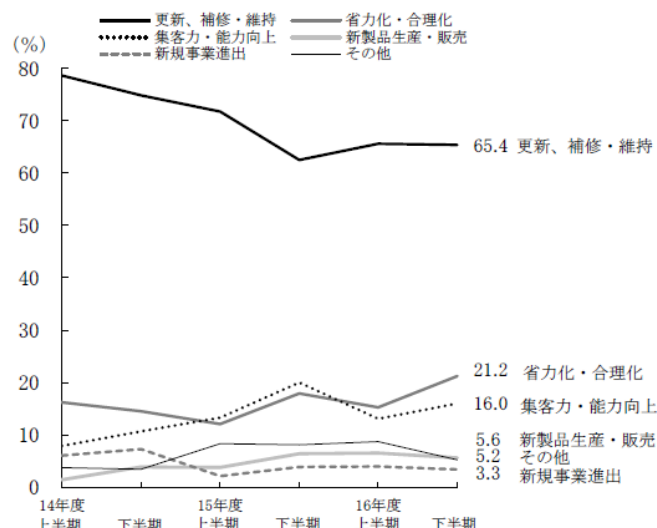
- 2016年度下半期に設備投資を実施した企業割合は、22.4%と2016年度上半期に比べて3.1ポイント上昇した。2017年度上半期の設備投資実施予定企業割合は、14.9%と2016年度下半期の実施予定企業割合から横ばいとなっている。
- 設備投資を「実施した」と回答した企業にその取得目的を尋ねたところ、「更新、補修・維持」が65.4%と最も多く、次に「省力化・合理化」が21.2%となっている。

設備投資実施企業割合と取得目的

(1) 設備投資実施企業割合



(2) 設備の取得目的 (複数回答)



(注) 1 設備投資の調査は、2013年10月に開始したため、2013年度上半期の実施予定は尋ねていない。
2 設備投資はリースも含む。

(注) 1 (1) で設備投資を「実施した」と回答した企業に尋ねたもの。
2 複数回答のため合計は100%とはならない。
3 取得目的の調査は、14年度上半期から実施。

全国小企業月次動向調査 (2017年3月実績、4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。



自社の業績を伸ばす！

リーダー育成と 組織活性化のポイント

1. リーダーに求められる本来の役割
2. 環境変化に対応できるリーダーの育成方法
3. 組織を活性化させるための仕掛けづくり
4. 組織活性化と人材育成に成功している企業の実践事例



■参考文献

- 「ホワイト企業」 永禮 弘之、瀬川 明秀 著（日経BP社）
「ホワイト企業」 高橋 俊介著（PHP新書）
「イノベーションは現場から生まれる」 上野 和夫 著（総合法令出版社）
「実践！プロジェクトマネジメント」 中嶋 秀隆、津曲 公二 著（PHP研究所）

1

企業経営情報レポート

リーダーに求められる本来の役割

エネルギー、IT、および観光などにおいては新たなビジネスモデルが構築され、政府の後押しのもとインフラ整備が進められている中で、中小企業にもビジネスチャンスが広がってきています。

このような状況において、中小企業にとって今、一番悩ましい問題となっているのが人材不足であるといわれています。目の前にビジネスチャンスがあっても、そのチャンスを活かさないからです。

中小企業は、限られた人材を最大限活用しなければ業績の拡大を図ることは難しく、今後、自社の中核を担うリーダーの役割はますます重要となっています。

本レポートでは、自社の拡大、発展を目指している中小企業にとってキーパーソンとなるリーダーに焦点を当て、リーダーを育成するための方法や組織づくりについて解説しています。

■ 企業の業績を継続的に伸ばすために必要なリーダー像

自社の事業規模を拡大、発展させるためには、市場の拡大や新商品・サービスの開発を続けていくことが必要です。

もし、リーダーが既存の枠組みにこだわり続けた結果、ビジネスチャンスへの対応が遅れると、その組織はすぐに衰退へと向かってしまうかも知れません。

■ 企業発展に必要なリーダー像

項目	ビジネスチャンスに対応できているリーダー	ビジネスチャンスに対応できていないリーダー
意識	新しい価値を創造しようという高い意識を持っている	既存の枠組みに固執し、新しいテーマへの取り組みを行っていない
計画	自ら戦略を立案し、計画、実行している	過去踏襲型の計画、戦術を立案している
市場	新しい市場を創造し、新しい顧客層をつかんでいる	市場ニーズの変化を捉えられず、顧客層の拡大が図られていない
時間軸	大局的に見つめ将来の変化を予見している	過去の振り返りにとどまっている

■ リーダー自身が危機意識を持ち、早めに問題の芽を摘む

中小企業は経営者の強い想いで創業されたケースが多く、当然ながら経営者に大きな権限が集中しています。創業の初期段階において、業績が安定するまではこのような傾向になることも必要といえますが、これが長く続くとリーダーをはじめとした社員の側には自分たちで何かをしなければならないという危機意識が欠如してきます。

その結果、社内に潜むさまざまなリスクに対しても気付くのが遅れ、自社の成長を妨げる要因にもなり得ます。

2

企業経営情報レポート

環境変化に対応できるリーダーの育成方法

■ 自社における自身の役割を認識する

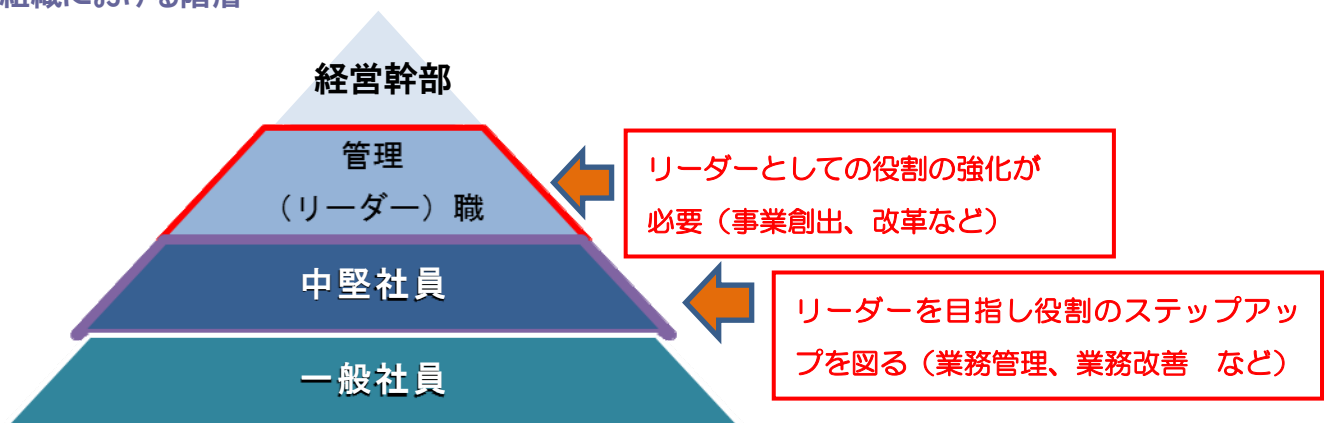
多くの企業で、リーダー育成が企業の成長の鍵を握ると捉え、今後の自社の舵取りを任せられる人材育成への取り組みを行っています。

しかし、グローバル化の進展をはじめとして、日本企業を取り巻く環境が変化していることで、自社が取り組むべき経営課題の難易度は上がっており、思うように育成が進んでいないというジレンマに陥っている経営者もいるようです。

過去において成果を上げてきたリーダー自身が時代の変化を捉え、今の時代に求められるリーダーを目指さなければなりません。

また、次のリーダーを目指す中堅社員も、自身のステップアップを図るためにリーダーとしての役割を理解しておくべきです。このような人材のレベルアップが、自社の成長につながります。

■ 組織における階層



■ リーダーに必要な3つの力

これからの企業に求められる人材を育成するためには、「思考力」「コミュニケーション力」「実行力」という3つの力が必要です。「思考力」は、論理的に物事を考えたり、創造性豊かに発想したり、物事を解釈したりする力のことを言います。

このような論理的かつ創造性豊かな思考は、すべてのビジネス活動の基盤となり、自ら考えて判断し活動することを通じて成長につながります。

「コミュニケーション力」は、自分の考えや意見を的確に相手に伝えたり、コミュニケーションによって相手を動かしたりする力のことを言います。部署間連携など協働してプロジェクトに取り組むケースなどにおいて必須となる能力です。

「実行力」は、計画的に仕事を進め、最後まであきらめずやり抜く力です。どんなによい計画を立てても、最後までやり遂げなければ成果は出ません。

これらの力は、現場での実践を通じたり、および実践的な研修によって身につけることができます。

3

企業経営情報レポート

組織を活性化させるための仕掛けづくり

■ 組織を活性化させるための取り組み項目

社員一人ひとりに創造的な学習を促すには、それを根付かせるためにふさわしい経営のありかたが問われます。

社員の自主性だけに委ねるのではなく、組織全体で創造的な学習を後押しする仕組みや運営が求められます。

今後の企業が目指す姿としては、社員の知識を結集し、多様なアイデアを活かしながら試行錯誤を繰り返し、創意工夫を行って新しい価値を社会や顧客にもたらすことが必要です。

そのために、人材を単に人件費コストと捉えず、経営資源と捉えるべきです。経営資源ですから、積極的に投資するべき対象となります。

一方、創造的な学習の機会を社員に与えない企業は、社員自身が革新することができず、自社も旧態依然とした組織のままとなり、目先の利益を追いかける企業に陥ってしまいます。

■ 組織を活性化させるための企業の取り組み項目

- 社員を経営資源と捉え、積極的に人材投資を行う
- 新テーマ開発を継続的に行う
- 既存の枠組みに捉われない組織をつくる
- 多様なアイデアを取り入れる
- 社員にチャレンジの機会を与える
- 現場主導の経営管理システムを取り入れる

■ プロジェクト活動でリーダー育成と組織の成果を上げる

プロジェクト活動は、自社の重点項目について短期的に成果を上げるために行われる活動です。プロジェクトメンバー・活動資金・設備などを必要に応じて投じることができるため、効率的に活動を進めることが可能となります。

プロジェクトには、「ビジネスチャンス型」と「問題解決型」があります。「ビジネスチャンス型」は、目の前にビジネスチャンスがあった場合、そのチャンスを活かすための方法について検討します。一方「問題解決型」は、組織の中で顕在化している問題や放置しておく重大な問題となり得る状況について具体的な解決策を検討します。

これらの活動に当たっては、プロジェクトリーダーがプロジェクト推進の中心を担うこととなりますが、この役割を自社のリーダーや次のリーダー候補者に任せることにより、彼らのリーダーシップを発揮できる場にもなります。

4

企業経営情報レポート

組織活性化と人材育成に成功している企業の実践事例

■ 次世代リーダーに成長する機会を与えているサイバーエージェント

1998 年にインターネット企業としてわずか3人で創業したサイバーエージェントは、今では3,500人を超える大企業に成長しました。同社では、様々な独自の組織運営や人事制度を取り入れていることで近年注目されています。

同社では、社内公募で事業プランを開催する「ジギョつく」は、若手の優れたアイデアを事業化に結びつけるという事業上のメリットだけでなく、意欲や能力が高い20代の若手社員の発掘と登用の場にもなっています。

当初は、1回当たり10数件しか応募がなく、事業化の視点で見ると提案の質も低かったようですが、現在では経営陣の支援もあり、1回当たり400件前後に達しています。

経営陣が優秀だと見込んだ提案には、賞金50万円が提供され、本人が望めば提案者が事業化した会社の社長となり、会社から資本金も出資されます。このように提案の内容によっては、事業責任者やグループ会社の経営陣に抜擢されることもあることから、社員のモチベーション向上にも役立っています。

同社人材開発本部長によると、この制度の真の狙いは、社内に新規事業を生み出す風土、社員が持っている知恵やアイデアがうまく引き出されるような風土を根付かせることだと述べています。

同社には、利益貢献度をもとに新規事業を格付けし、当該事業の成長を促すとともに、そこでの経験を社員の人材育成に活かす仕組みもあります。同社ではこの仕組みを用いて、当該事業を営業利益に応じて10段階に分け、各段階ごとに事業の撤退基準や社員の昇格・降格基準を明確にすることで事業全体の成長を促進しています。

事業を通じての失敗は、事業化の知恵を身につけたとみなされ、他の部署から引き抜きがあるなどの次のチャンスも与えられる組織となっています。

■ サイバーエージェントにおける人材育成の特長

- 事業を社内公募
- 採用案件には資本金を提供
- 責任者として任せるだけでなく、子会社の役員にも抜擢
- 役員の参加した新規事業研究会を通じて研究
- 事業が失敗してもセカンドチャンスが与えられる

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:その他経営関連 > 成年後見人

「後見」制度の概要と実例

「後見」制度の概要とそれを利用した実例について教えてください。

①後見制度の概要

精神上的障害（認知症・知的障害・精神障害など）により、判断能力が欠けていることが通常の状態にある個人を保護・支援するための制度です。

この制度を利用すると、家庭裁判所が選任した成年後見人が本人の利益を考えながら、本人を代理して契約などの法律行為をしたり、本人または成年後見人が本人のした不利益な法律行為を後から取り消すことができます。

ただし、「自己決定の尊重」の観点から日用品（食料品や衣料品等）の購入など「日常生活に関する行為」については取消しの対象になりません。

対象	判断能力が欠けているのが通常の状態の個人
申立をすることができる人	本人、配偶者、四親等内の親族、検察官など
成年後見人等の同意が必要な行為	—
取消しが可能な行為	日常生活に関する行為以外の行為
成年後見人に与えられる代理権の範囲	財産に関するすべての法律行為

②後見制度を利用した事例

■状況

●本人の状況：アルツハイマー病

●申立人：妻

●成年後見人：妻

■事例概要

本人は5年程前から物忘れがひどくなり、勤務先の直属の部下を見ても誰かわからなくなる等、次第に社会生活を送ることができなくなった。日常生活においても、家族の判別がつかなくなり、その症状は重くなる一方で回復の見込みはなく、2年前から入院をしていた。

そのような中、本人の弟が突然事故死し、本人が弟の財産を相続することになった。しかし弟には負債しか残されておらず、困った本人の妻が相続放棄のために、後見開始の審判を申し立てた。家庭裁判所の審理を経て、本人について後見が開始され、夫の財産管理や監護をこれまで事実上担ってきた妻が成年後見人に選任され、妻は相続放棄の手続をした。

（注）最高裁判所「成年後見関係事件の概況」より



ジャンル:その他経営関連 > 成年後見人

「保佐」制度の概要と実例

「保佐」制度の概要とそれを利用した実例について教えてください。

①保佐制度の概要

精神上的障害（認知症・知的障害・精神障害など）により、判断能力が著しく不十分な方を保護・支援するための制度です。この制度を利用すると、お金を借りたり、保証人となったり、不動産を売買するなど法律で定められた一定の行為について、家庭裁判所が選任した保佐人の同意を得ることが必要になります。保佐人の同意を得ないでした行為については、本人または保佐人が後から取り消すことができます。

対象	判断能力が著しく不十分な個人
申立をすることができる人	本人、配偶者、四親等内の親族、検察官など
成年後見人等の同意が必要な行為	民法13条1項所定の行為（注1）（注2）（注3）
取消しが可能な行為	同上
成年後見人等に与えられる代理権の範囲	家庭裁判所が審判で定める「特定の法律行為」

（注1）借金、訴訟行為、相続の承認・放棄、新築・改築・増築などの一定の行為

（注2）家庭裁判所の審判により上記行為以外についても、同意権・取消権の範囲拡大が可能

（注3）日常生活に関する行為は除かれます。

②保佐制度を利用した事例

■状況

●本人の状況：中程度の認知症

●申立人：長男

●成年後見人：長男

■事例概要

本人は1年前に夫を亡くしてから一人暮らしをしていた。以前から物忘れが見られたが、最近症状が進み、買物の際に「1万円札を出したから千円札を出したか分からなくなる」等の事象が多くなり、日常生活に支障が出てきたため、長男家族と同居することになった。

隣県に住む長男は、本人が住んでいた自宅が老朽化しているため土地、建物を売りたいと考え保佐開始の審判の申立てをし、併せて土地、建物を売却することについて代理権付与の審判の申立てをした。家庭裁判所の審理を経て、本人について保佐が開始され、長男が保佐人に選任された。長男は家庭裁判所から居住用不動産の処分についての許可の審判を受け、本人の自宅を売却する手続を進めた。

（注）最高裁判所「成年後見関係事件の概況」より