

Life
Plan
Advisor

一般社団法人
ライフプランアドバイザー協会

News²⁰²⁵ Letter

1

vol.104

■ 特別巻頭記事

「事業の転地を考える。」Vol.2

■ 今月のトピックス

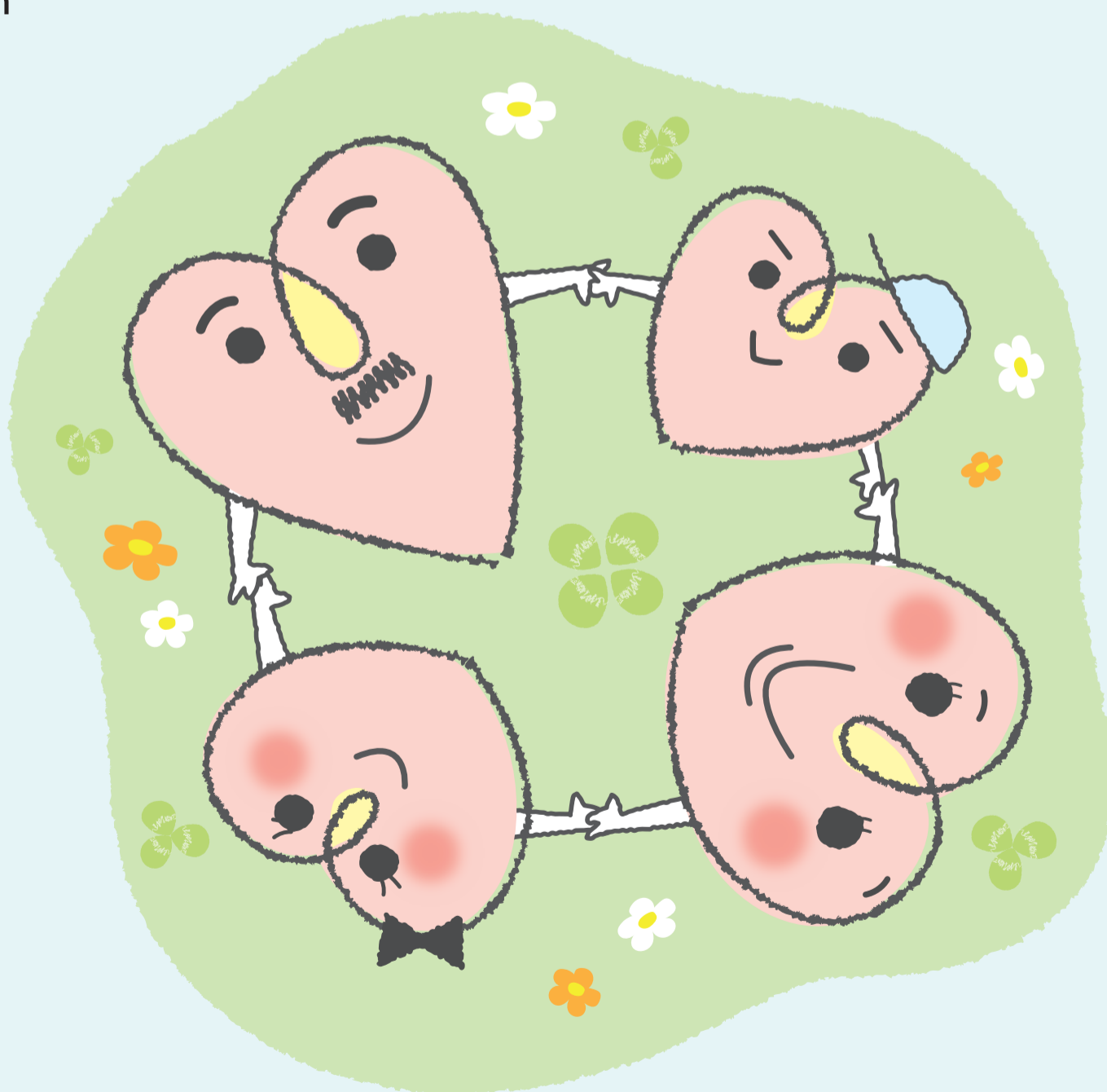
※今回はお休みです

■ お客様向けニュースレター

「住宅ローン控除とは？」

■ Information

■ 編集後記



「家族」

「事業の転地を考える。」Vol.2 ～ 事業を転地して成功した例とは？ ～

前回、プロダクトサイクル理論から「事業の寿命」についてお話しをし、事業立地を替えていく思考を持った方がいいのではという提案をしました。

○ 事業を転地しないという選択

もちろん、事業転地せずに、今まで通り「地元の子育て世代」に家を売り続けるということもできます。

売上規模を追わずに、少ない組織で行くのであればそれも可能でしょう。その場合、従業員は6名前後。売上棟数年間10棟。社長も現場の一線で戦い続ける。という形を想定することになります。

もちろん、悪いわけではありません。

「家が好きで、自分の家を表現したい。」そして、それができるスタッフが集まって、作る家に共感してくれるお客様に買ってもらいたい。

もしかしたら、こういう考えに行き着いた方が中小企業の本来の姿なのかもしれませんから。

しかし、経営者の寿命が伸び、55歳60歳65歳とまで、そのスタイルのままで事業が行えるのか？と問いただせば疑問が残ります。

どうしても、対象のマーケットが「子育て市場」の場合、自分との年齢差に苦しめられる。

その場合どうするのか?引退して、後継者に託すという方法もあります。しかし、任せるのであれば、それまでにそれだけの組織にしておくことが必要条件となり、結果的にある一定の組織規模がいる結果に。

さらに、後継者に任した後、自分はどうするのか?という課題が残ります。引退して悠々自適なんてものは幻想ですよ。だってその後の人生は長いのですから。

結局、平均寿命と健康寿命が伸びたことが、経営者のもう一度事業創造をするチャンス(義務かもしれませんが笑)を与えられることになったのだと確信しています。

もちろん、「まだまだ、事業を発展させていきたい。」「会社も大きくしたい」と望む人もいるでしょう。

欲望はすごく大切な経営者の要素です。それであれば「子育て市場の新築事業」というものだけでは難しいのですから、事業の転地は、喫緊の課題になります。

○ 事業立地とは(復習)

事業立地とは、地図上の場所ではなく、「誰を相手に何を売りものにするのか」を問うことです。

例えば同じ時計メーカーでも、お金持ちに売るX社と、学生に売るY社では、事業立地は異なります。

若者相手は同じでも、安価な時計を売るY社と、ファッションブルな時計を売るX社では、やはり事業立地は重ならない。

つまり、違う商品を守るのはもちろんこと、同じ商品でも誰に売るかで立地は異なることになります。

工務店は、今までこの視点で考える必要はありませんでした。目の前に大量の「家が欲しい若者」が存在していたからです。

ですから、「持ち家が必要な若者」に「安くていい家」を売る。
ようするに、「何を売りものにするのか」という差別化で立地してきたのです。

でも、この「誰に」の対象とする顧客そのものが少なくなったことで、商品だけを変更しても事業が営めなくなってきたから、さあ大変。
そもそも論の「誰に」を検討しなくてはいけなくなったのです。

○「事業の転地」は改善することではない。

工務店は、まず「誰に」売ることか?を検討する必要があります。
こういう話をすると、『「何を売るか」を考えた方がいいのではないですか?』
という声が聞こえてきそうです。

もちろん、それも間違いではありません。
でも、今回は「子育て世代向けの新築住宅」という市場が縮小しているのだとい
うところにもう一度戻ってください。

皆さんもすでに経験があると思います。
「子育て世代向けのローコスト住宅」という成長曲線に乗って、2019年まで
ぐらい事業を順調に行なってきました。
(本来は2015年前後終了するはずだったモデルが消費増税と低金利のおかげ
で2019年ぐらいまで延命したのですが。。)

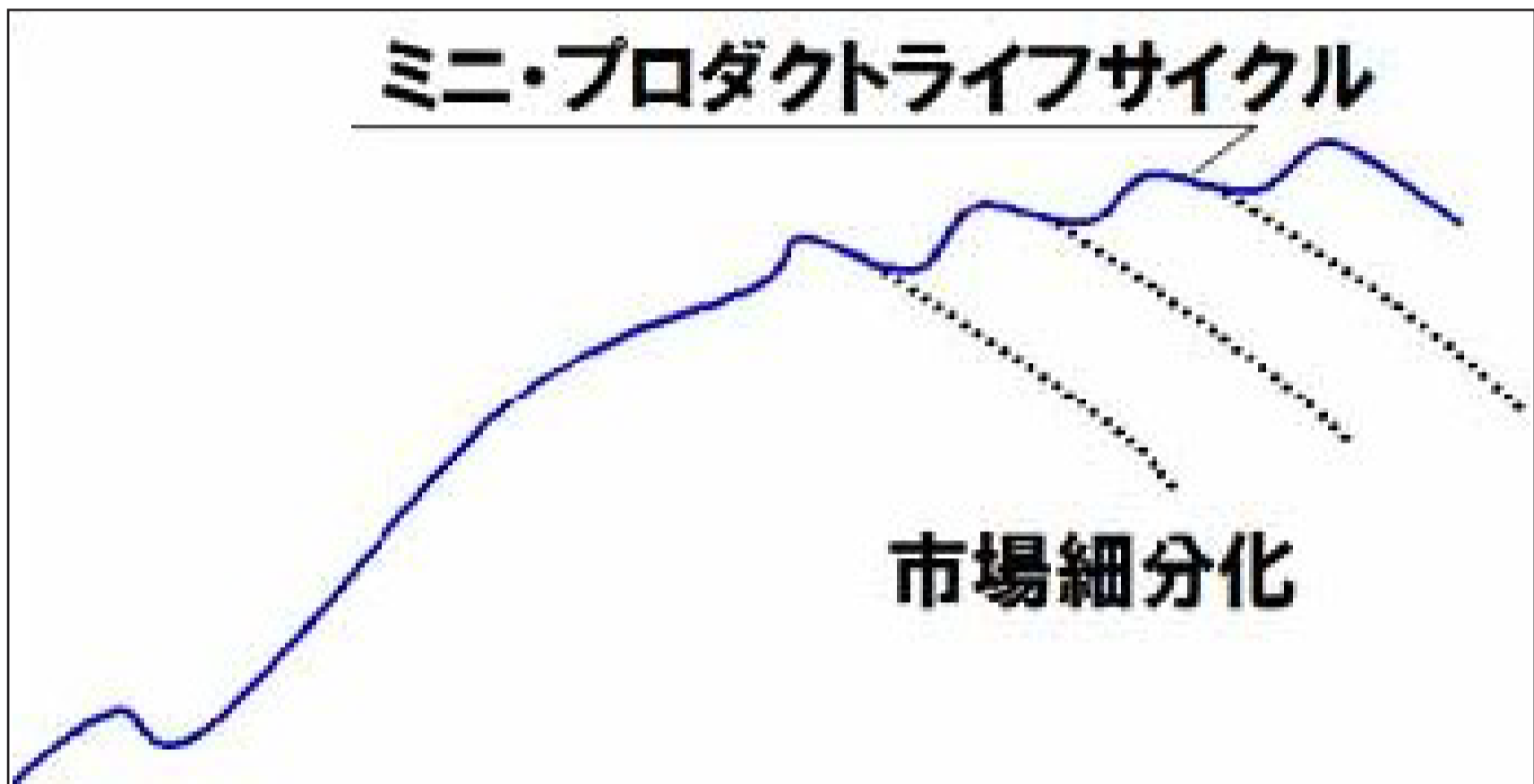
ローコスト住宅が衰退していく中で、皆さんが次の一手に持ち出したのが「高
性能化住宅」でした。しかしそれも長くは続きません。
現在、比較的うまく行っているのは「デザインローコスト系」でしょうか。

このように、一つの商品の成長曲線が終わる時に、起こる現象に「ミニ・プロダク
トライフサイクル」というものがあります。

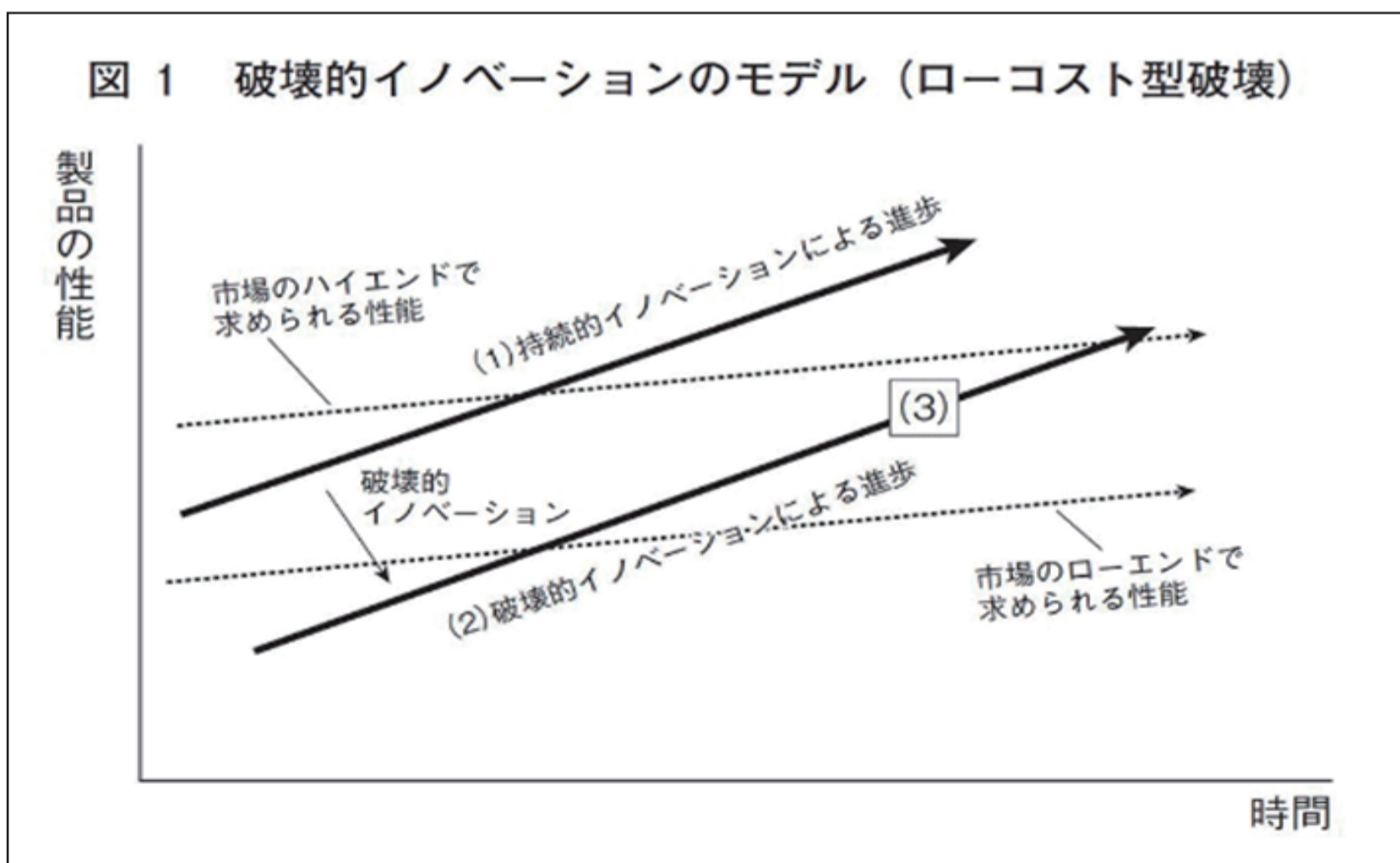
実は、「住宅の高性能化」も「デザイン・ローコスト系」もこの「ミニ・プロダクトライ
フサイクル」なのです。

これが現れると「市場細分化」の合図です。
 多くのマーケットがなくなり、色々なカテゴリーの市場ができてきたサインなのです。

つまり「子育て世代の新築住宅」はボリュームマーケットではなくなったのです。



マーケットが細分化していく中で、商品の改善だけを繰り返していくと、「イノベーションのジレンマ」に襲われることになります。



ですから、今は「何を売るのか？」ではなく「誰に売るのか？」を一度考えていくべきなのです。

○ 事業転地の成功例

それでは、実際に事業の転地に成功した例を見ていくことにします。

◎ 「当初の面影がない富士フィルム」

最近で、事業を変身してもっとも有名になった例として、「富士フィルム」が挙げられます。

富士フィルムは社名通りのフィルムメーカーとして1934年に創業。

1940年には写真機を完成させ、1962年には富士ゼロックスを通じて複写機にも参入。複写機の技術は現在の複合機につながっています。

しかし、90年代からはデジタルカメラやPCの普及によって写真のペーパーレス化が進み、事業の兆しが怪しくなっていく。実際に世界のカラーフィルム市場は2000年にピークを迎えその後は急落に転じています。

だがこの会社は、本業のフィルム事業を捨てて会社存続の危機を免れました。

同社は関連会社を通じて1965年から医療用X線フィルム自動現像機の販売を行っていましたが、この関連会社は83年にデジタルX線画像を世界で初めて製品化、98年には医用画像／情報ネットワークソフトを発売、現在の「富士フィルムメディカル」となります。

富士フィルムメディカルは現在、病院のIT・画像診断システム、内視鏡システムなどを主事業としています。

また、富士フィルムは現在の「富士フィルムエレクトロニクスマテリアルズ」を通じて半導体事業も展開。83年に開始したフォトレジスト販売事業を発展させ、89年には液晶ディスプレイ用の感光材料、2000年代には各種半導体材料の生産を進めます。

そして近年では富士フィルム和光純薬を通じて化粧品や化成品にも進出している。

富士フィルムグループ全体の売上高約2兆1900億円(2021年3月期)に占める各事業の売上高は以下の通り。

ヘルスケア&マテリアルズ:医療システム・医薬品・半導体材料・化成品

1兆526億円 48%

ドキュメント:オフィス向け複合機など 8,547億円 39%

イメージング:カメラ・撮影機器 2852億円 13%

フィルムによる写真撮影やプリント等のフォトイメージングに限った売上比率は10%以下です。

創業事業は企業にとって大切なもので簡単に手放せるものではありません。

しかし、富士フィルムがそこに固執していたならば、現在の2兆円の売上は到底望めるものではなかったことでしょう。

◎ 「船を製造していない日立造船」

社名からして造船メーカーであると決めつけたくなるが、日立造船は2002年に造船事業から撤退しています。

同社の歴史は1881年にさかのぼり、北アイルランド人が始めた大阪鉄工所からスタート。

1882年に木造の第1船「初丸」を製造し、90年には日本初の鋼船となる貨客船「球磨川丸」を製造。

その後は船の大型化を進めるが、1930年代には日立製作所の傘下に入り1943年に現在の社名となります。

グローバル化が進む中で世界の新造船建造量は2011年まで伸び続けます。

造船の世界シェアトップの日本もこれにあやかりたいところだったが、90年代後半から韓国を筆頭に中国も造船事業を伸ばし続け、逆に日本のシェアは低下し、こうした状況下で日立造船は財政を健全化させるべく、2002年に造船事業を日本鋼管と共同で設立した会社に移管することを決めます。

不採算事業からの撤退は一般的でしたが、創業以来の事業を畳むのは当時でも異例といわれました。

日立造船の2021年3月期の売上高約4086億円に占める各事業の割合は以下の通り。

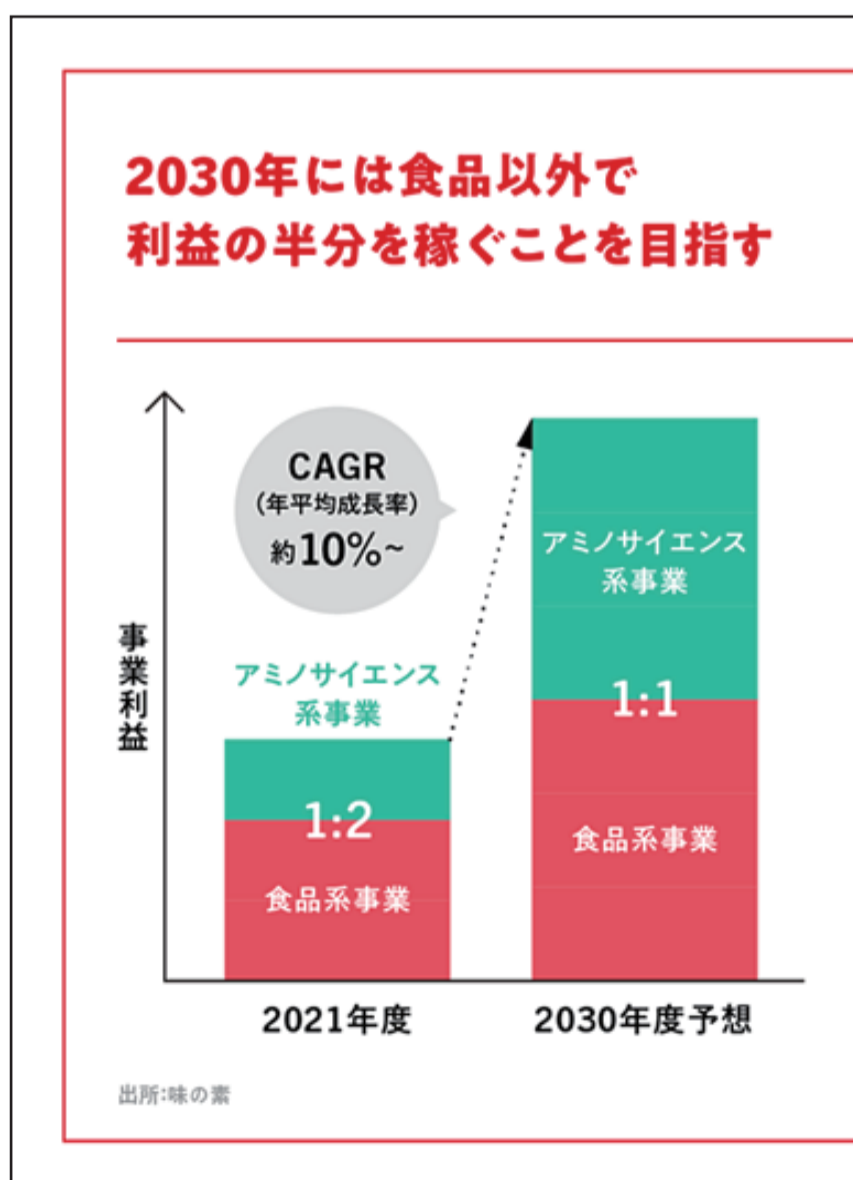
環境:ごみ焼却発電施設など 2694億円 65.9%
 機械:プレス機器・船舶搭載用機器・工場設備など 1017億円 24.9%
 インフラ:橋梁・土木など 291億円 7.1%

ごみ焼却施設の受注は日本のみならず2010年に買収したスイス・イノバ社を通じて欧州でも積極的に受注しており、欧州の売上高は全体の16%を占めます。

そして近年各社が参入する環境分野にも進出しており、ごみを発酵させて微生物由来のガスを得るバイオガス施設も受注。

また、プラスチックのマテリアルリサイクル施設も受注しているようです。廃棄物処理のグリーン化が進められている中、日立造船が持つ環境分野の技術は強みとなるのでしょうか。

○「いつの間にか半導体素材メーカーの味の素」



今、世の中で売られているパソコンに、かつての「インテル入ってる」ばりにいやそれ以上に「味の素入ってる」状態なのを、知っているだろうか。

味の素が手がける半導体向けの絶縁体材料ABF(味の素ビルドアップフィルム)はパソコンの半導体でシェアがほぼ100%。

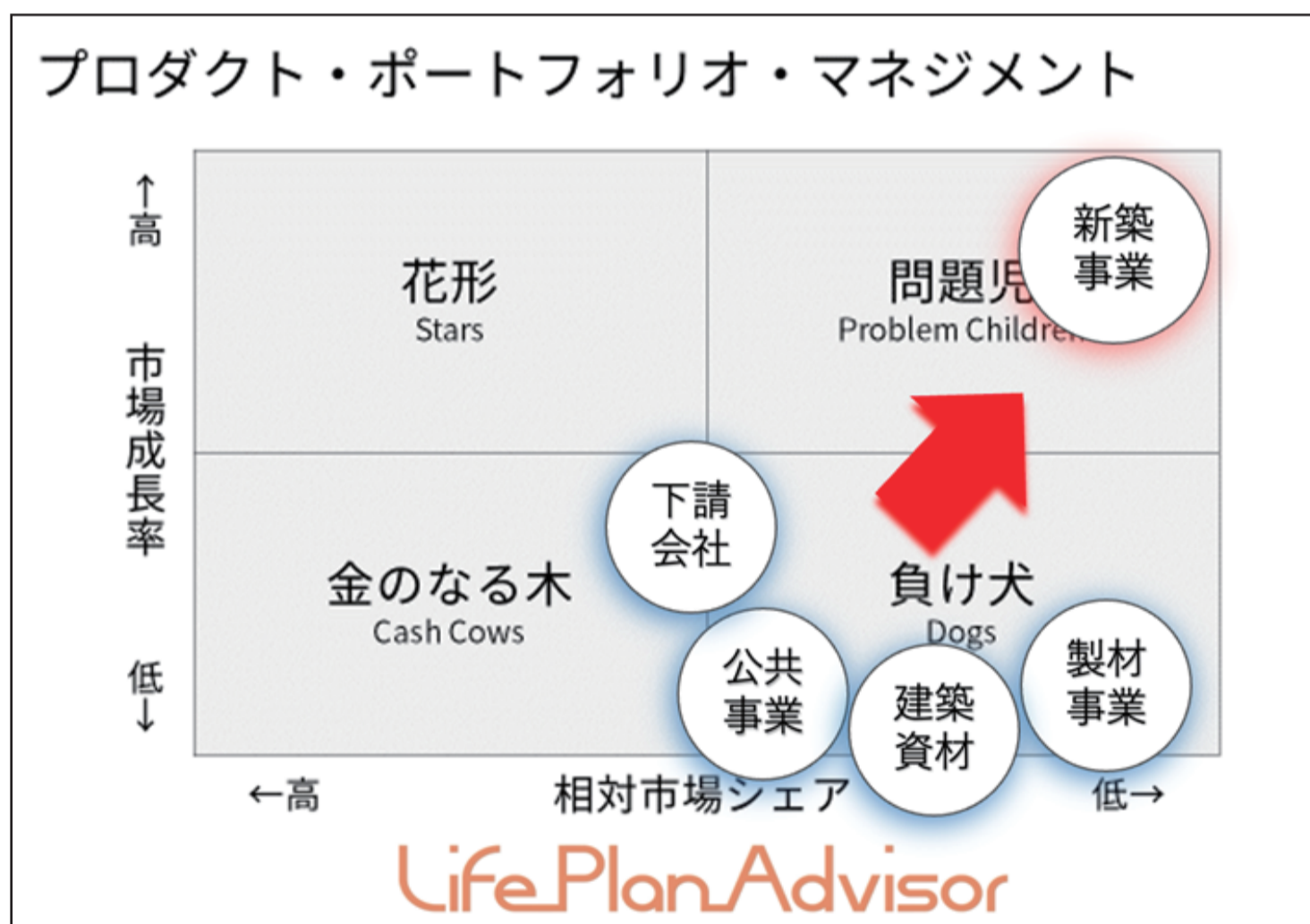
NVIDIAに代表される、今をときめくAI向けやデータセンター向けの超高機能半導体でも同程度のシェアを握っている。

あまりの無双状態に、利益率が約50%もあるABFは今後、味の素の屋台骨になると期待されている。

2030年には利益の半分を食品以外で儲ける計画を立てているが、その牽引役がこのABFと医薬品の製造受託事業(CDMO)。

味の素社内では元々、エポキシ樹脂の硬化剤や塩素化パラフィンなどの難燃剤といった化学製品の事業に取り組んでいた。ところが、これらが一般(コモディティ)化したことで、収益が非常に下がっていた。そこでより高付加価値の技術製品として、半導体分野での「フィルム絶縁材」に挑戦したという経緯だ。

ほとんどの企業は、本業の収益が厳しくなっていく中で、今まで傍流だった事業が主流へとなり、本業を助ける。もしくは本業ごと入れ替わってしまうという流れです。



かつて、こういう事態を経験した方も多いでしょう。

それにもう一度挑戦しないとイケない局面が近づいてきたのです。

お客様向けのニュースレター素材としてご活用下さい！

「住宅ローン控除とは？」

変更点・確定申告時の手続きや必要書類を解説

住宅ローン控除は、正式には「住宅借入金等特別控除」という制度です。

2024年(令和6年)以後居住分の住宅の購入や、リフォーム工事のために借り入れた住宅ローンの各年末残高の0.7%(控除率)を所得税から控除します。

控除しきれなかった分は、翌年の住民税から控除され、最大で13年間にわたり適用されます。

この制度を利用するためには1年目に必ず確定申告が必要です。(会社員の方は、2年目からは年末調整で行うことができます。)

住宅ローン控除を受けるためには、適用条件を満たす必要があります。

また、入居する住宅の種類によって、適用条件や借り入れ限度額、控除期間が異なりますので注意が必要です。

特に2024年の居住分からは、「省エネ基準を満たす必要性」「子育て世帯や若者夫婦世帯への控除の拡充」という変更点がありました。

○住宅ローン控除を受けるには省エネ基準を満たす必要がある

建築物省エネ法の改正により、2025年4月(予定)以降は原則としてすべての建築物が省エネ基準に適合することが義務化されます。これに先立ち、早期から適合率を高めるため、住宅新築に対する各種支援措置においても段階的に省エネ基準適合が必須要件化されています。

2024年1月以降において、建築確認を受けた新築の住宅については、住宅ローン控除を受けるために省エネ基準への適合が必須となります。

省エネ基準を満たした住宅は、認定住宅とされ、その省エネ性能に応じて、認定長期優良住宅・認定低炭素住宅・ZEH水準省エネ住宅・省エネ基準適合住宅の4種類に分類されます。

認定長期優良住宅・認定低炭素住宅の借り入れ限度額は、4,500万円(子育て世帯・若者夫婦世帯は5,000万円)です。

次いで、ZEH水準省エネ住宅が3,500万円(子育て世帯・若者夫婦世帯は4,500万円)、省エネ基準適合住宅が3,000万円(子育て世帯・若者夫婦世帯は4,000万円)となります。

そして、認定住宅に該当しない一般の新築住宅は、住宅ローン控除が受けられません。

ただし、2023年12月31日までににおいて建築確認を受けた住宅か、2024年6月30日以前に建築された住宅に、2024年以降入居した場合に限り、住宅ローン控除を受けられます。その場合、借り入れ限度額は2,000万円で、控除期間は10年間となります。

○ 子育て世帯や若者夫婦世帯への控除が拡充された

子育て世帯への支援強化の必要性や、急激な住宅価格の上昇を背景に、子育て世帯・若者夫婦世帯への住宅ローン控除の拡充が決まりました。子育て世帯・若者夫婦世帯の要件は以下のとおりです。

- ① 年齢19歳未満の扶養親族を有する者
- ② 年齢40歳未満であって配偶者を有する者、又は年齢40歳以上であって年齢40歳未満の配偶者を有する者

この拡充により、子育て世帯や若年夫婦世帯は2024年から適用となる借り入れ限度額は、認定長期優良住宅・認定低炭素住宅の場合は5,000万円、ZEH水準省エネ住宅は4,500万円、省エネ基準適合住宅は4,000万円に引き上げられます。

繰り返しになりますが、控除を受けるためには、給与所得者でも初年度(1年目)は確定申告をしないはいけません。万一、住宅ローン控除の申請を忘れてしまうと、特に個人事業主の場合は控除が受けられなくなります。

また、同時に提出する書類が多いので、早めの準備が重要です。

ファイナンシャルプランナー 岡崎 充輝
年間 100 件以上のローン相談・保険の相談、
年間 20 回以上のセミナーを行う資金計画の専門家。
執筆本に「住宅ローンの相談を銀行にしているはいけません」
「知らないとヤバイお金の話」等があり、
累計発行部数 43 万部以上のベストセラーに。



Information

- ニュースレターは協会ホームページにアップしております。
URLは以下になります。ご自由に閲覧・ダウンロードください。
https://www.lifeplanadvisor.or.jp/members_downloadpage

編集後記

新年あけましておめでとうございます。
2025年がスタートし、今年も皆さまに安心と信頼をお届けできるよう努めてまいります。本年もよろしく願いいたします。

お正月はどのように過ごされましたか？

普段の忙しさを忘れ、心穏やかに新しい一年を迎えることができる貴重なひとときです。

私は、家族と一緒に地元の神社に初詣へ出かけました。

少しひんやりした空気の中、鈴の音が響き、参拝客の願い事に満ちた時間が流れていました。神社で新年の平穏を祈りつつ、改めて家族や周囲の人々とのつながりの大切さや今年も家族と共に小さな幸せを大切にしていきたいと感じた瞬間でした。

今年、私は年女なので気になり調べてみると、あまりいい意味ではないみたいです。あまり浮かれず一日一日を慎重に過ごしていければと思います。

新しい年が、皆様にとって健やかで希望に満ちた一年となるよう、心よりお祈り申し上げます。

本ニュースレターの全ての情報は、著作権法により保護されています。この情報を、一般社団法人ライフプランアドバイザー協会の許可なく一般公開してはならないものとします。一般公開とは複製・コピー・出版・講演・コンサルティング活動・電子メディア等による配信・オークション等への出品、転売等のあらゆる形式を指します。これに違反されますと、法的措置を取らせていただく場合がありますので取扱いには充分ご注意ください。

発行

LifePlanAdvisor

一般社団法人

ライフプランアドバイザー協会

株式会社ヘルプライフオカヤ TEL 0584-47-7121
〒503-0906 FAX 0584-47-7122
岐阜県大垣市室町1-55 WEB lifeplanadvisor.or.jp