

ENSHOW® Newsletter

今月のトピックス：街が出来る（都市再生）

株式会社円昭ホームページ <http://www.enshow.com>

発行人：前田由紀夫 編集人：中村友一



いよいよ師走です。子供の頃、師走とは師（先生・お坊さん）が忙しく走り回る月だから師走と言うのだと聞かされました。諸説あるそうですが一年の最終月、師ではなくとも忙しいはず。お歳暮をもって暮れのご挨拶、忘年会、クリスマスパーティーやら、年賀状を書いたり、冬休みの予定を立てたりと普段より仕事量がかなり増えるわけです。そしてこの師走を駆け抜けたらゆったりとした新年がやってきます。



■ 街が出来る（都市再生）

都市再生プロジェクトが着実に進んでいる。東京の丸ビルから始まり、六本木、汐留、大阪西梅田、難波、名古屋駅前、横浜や札幌そして九州各地まで、続々と箱物の整備が進んでいる。これらはバブル期に計画されたものであり、実際に街として育てられてゆくのはこれからである。



都市再生においては、新たな街が変化してゆく過程で様々な業種、業態が絡み合ってくる。それらの業種、業態がバランスよく企画、計画を進めていかないと街は出来上がらない。個別の不動産に注目するのではなく街全体に注目しその可能性を考える必要がある。では、誰がどの様にその事業を手がけてゆくのか？役割分担を簡単に記してみる。設計事務所は空間の利用提案、開発行為の許認可等を行い、建設業者、俗にゼネコンと言われるところが総合的な技術マネジメントを行う。不動産業者はソフト分野を担当し、どんなテナントを誘致してくれば

よいのか等を考える。さらに金融保険業が資金面の提案を行う。最近では証券化が活発に行われるが、これも金融業の得意分野となる。プロジェクトが大きくなれば当然法律事務所や公認会計士事務所、税理士事務所に不動産鑑定士等が細かくチェックを入れる事になる。さらにこれらの業種にイベントなどの広告関連の会社が加わり事業が進められる。また、何を基準に再生都市を構成するかも問題となる。初めに、商圈人口分布であるが、これは図でよく見るものだが、計画ポイントを中心に同心円で人口を拾い出すようにする。



もちろん交通や隣接する街との関係のデータを利用する場合もある。次に地域構造分析をする。これで計画ポイントとのかかわりがより詳しく解って来る。地域のランドマーク、駅、主要施設、線としての鉄道や道路の流れ、面としての商業地域、住宅地などのあり方等の各要素を



分析する。さらに、類似地域比較分析により類似した地域を参考にする。

街を再生するのであるから政治経済の社会的要因も重要となってくる。これらは身近なものであり、再開発される地域に投資をしたり、進出したりする場合に考えておく重要課題となる。この社会動向は地図や数字に表れてこないものも多いので注意が必要である。例えば、その街にある主要企業はコーポレートガバナンスの問題として株主を重視し、必ずしも地域の利便性や活性を考えているわけではない。不良債権処理、業界再編成、リストラ、経営再建なども大きく影響してくる。

また、少子高齢化の対応はもう既に深刻な問題となり、学校も生き残り対策に力を入れ、高齢者ビジネスは次から次へと展開を進めている。ライフスタイルの変化としては住宅地の価格下落が都心回帰の動きを後押ししている。最近のデータで驚くべきことがわかったが、東京の主要駅の近くでは、中古マンションが購入したときの価格を上回るところまで現れてきている。もちろんバブル崩壊後に建てられたマンションである。阪神淡路大震災以降、安全や防災への関心も大きくなり、各地で起こる自然災害の備えも考慮する必要がある。このように街が再開発をして出来上がる時に人も動き流れも変る。不動産への投資を考える時には広い視野を持ち、その開発のプロセスを考え、点、線、面だけの視点だけではなく、目に見えない動きも考えなくてはならない。

前田由紀夫



保証人と連帯保証人

保証人と連帯保証人との違いをご存知ですか？大きな違いは、保証人は債権者（お金を貸した人）が債務者（お金を借りた人）に対し、初めに債務者に請求してから保証人に請求するように主張できます。これを「催告の抗弁権」と言います。また、その後の請求であっても債務者に弁済できるだけの資産等があり、債権者の請求を拒むことが出来ると証明できれば債権者の請求を拒むことが出来ます。これを「検索の抗弁権」と言います。また、保証人が数人いる場合は、その債務の額を保証人の人数で割った額についてのみ保証すればよくなるのです。これを「分別の利益」と言います。連帯保証人にはこれらの権利はありません。この頭に「連帯」が付くと債務者が負った債務をそのまま同じように履行しなければなりません。連帯保証人になるのには十分な注意が必要です。

保険を考える

その1 ～今、変額保険が売れる理由～

最近、銀行の窓口で、中長期の資産運用の相談をする
と「変額個人年金保険」を勧められることが多くなりました。ちょっと前まではあまりなじみのなかったこの商品、はたしてどんな商品なのでしょう

でしょうか？
従来、「個人年金」といえば、将来受け取れる年金額が契約時に確定している「定額型の個人年金保険」が主流でした。しかし、低金利の現在の金利で将来受け取れる年金が決まってしまう定額個人年金の魅力は薄れてきました。それに変わり、最近脚

光をあびているのが、保険料が株式や債券等で運用され運用実績によって受取額が決まる「変額個人年金保険」です。

その人気の最も大きな理由は、契約者が複数用意されたファンド（投資対象）の中から自由に選択し、分散投資しながら増やしていけること、将来その収益金を「年金」として受けることができることにあります。（ファンド例：日本株式型、日本債券型、世界株式型、世界債券型、米国株式型、米国債券型、…等、会社によっては10種類

以上のファンドを用意しています。）超低金利の現在、預貯金や金利の確定している金融商品では資金はほとんど増えません。少子高齢化によって、今後の公的年金もどうなるか分かりません。そんな中、リスクはあっても増やす楽しみのある「変額個人年金保険」は、魅力ある商品であり、契約高が急速に伸びてきています。その契約積立金残高はすでに8兆円ほどになっています。

また、運用期間中は払い込んだ保険料の運用実績に応じて死亡保障を受けることができます。たとえ運用がマイナスでも払込保険料相当額の死亡保障が得られます。このように保険としての保障機能を備えている点も大

きなメリットです。

多くの生命保険会社から多種多様なファンドが出ているこの商品、いったいどれを選べばよいのでしょうか？

まず、リスクを押さえるためには多くのファンドを選び分散投資することが大切です。そのためには多くのファンドを持っている会社を選択した方がよいでしょう。取り扱いファンド、運用状況についてはホームページ等で情報公開している生命保険会社もあります。契約する前にぜひ一度、取り扱い保険会社のホームページを見て、運用実績を確認した上でファンドを選択することをお勧めします。

FP タダシ

桜と牡丹 【後編】

日本に来てから、中国との違いに驚いたことはたくさんあります。そのひとつは「割り勘」の習慣です。中国では、割り勘の習慣はありません。職場の上司や誘った人は必ず支払います。（最近では、中国でも若い人の間で割り勘が広まっているようです。）食文化にも、さまざまな違いがあるのです。たとえば、お箸をどのように食卓に置くのか？日本では横にするが、中国では縦に置く。また、お箸の長さも中国のほうが長い。それはなぜかと言うと、中華料理の丸いテーブルに料理を取るのには短いお箸だったら取りにくく、長い箸を使えば遠くの料理も取りやすくなります。また、中国の人はおもてなしが大好きです。隣の人の皿に料理を取ってあげるのにも、長いほうが便利です。もちろん日本が常識、中国が非常識のようなこともたくさんあります。たとえば、日本のタクシーは自動ドアですが、中国は手動です。日本のリサイクル事業（ごみ分別など）は全国的に普及されていますが、中国はこれからの課題です。日本でりんごなどを買うのは、一個ずつ買うのが習慣ですが、中国では量販で買うのが当たり前です。日本のサービスの進化も日本人では当たり前だと感じられるでしょうが、留学生の私にとっては、とても温かく感じられます。

最初は勉強と言う純粋な夢を抱えて日本にやってきた私は、今になると、もうただ勉強だけでは満足できません。私の国と日本の間にお互いの理解を深めるために、自分は何が出来るのかと真剣に考えなければならなくなりました。もし、言葉と言う架け橋を通じて、両国の人たちの理解を深められればどんなに素晴らしいことでしょう。そういう意味で、私は日本にいる限り、自分の知っている母国のすべてを日本の人たちに伝えようと決意しました。また将来中国に帰ったら、私が感じた日本のすべてを母国の人たちにも伝えようと思っています。両国のナショナルフラワー桜と牡丹の佇まいのように凛としながらもたおやかな精神で、そう、言葉と言う架け橋を通じて、お互いの国の文化や歴史を知り、認め合うのが私にとって一番の願いです。

張 嘉顕

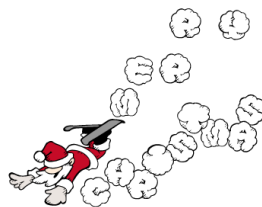
時代“ing”

気が付いてみると、買い物籠と聞くとレトロな気分になります。買物のあり方は明らかに変わりました。価格が、安い、高いという前に、魚屋のお兄さんの威勢のいい声や、惣菜屋さんのおばちゃんの高い売り込みの声を聞きながら、通りを左右見て食材を探したものでした。そして、時には買い物籠におまけの品を押し込んでくれました。最近では、スーパーとコンビニで全てが揃ってしまいます。ここ半世紀で日常の買物は革命的に様子が変わりました。今や公共料金までもコンビニで支払うのが当たり前です。また、必要な場合はお金の引き出しも可能となりました。しかし、売り手と買い手のコミュニケーションは消えてしまったようです。誰が、この魚を、肉を、野菜を売っているのか？人の顔ではなくスーパーやコンビニのブランドとなってしまったのです。（ここでは、「トレーサビリティ」というような意味ではなく、「対面販売」という意味です。）最近また、買い物籠が利用されるようになってきました。しかし、この買い物籠は、スーパーのレジ袋を廃止するもので、おまけを余分に押し込んでくれるコミュニケーションはありません。すこし寂しい気がします。（e）

年末年始休暇のお知らせ

12月31日（土）～1月4日（水）
1月5日（木）より営業致します。

2006年もよろしくお願ひ申し上げます。



株式会社 円 昭

〒466-0031

名古屋市昭和区紅梅町 3-4-2

TEL : 052-841-2701

FAX : 052-841-4301

mail@enshow.com

http://www.enshow.com