

潮流

電子商取引の進展と企業金融

わが国においてもインターネットを利用した電子商取引いわゆるEコマースが近年急速に拡大しつつある。その中でも、特に企業間取引（B to B）が取引金額ベースでは圧倒的に大きい。経済産業省データでは2003年には68兆円、電子商取引推進協議会によれば2005年には110兆円に達するとも予測されている。

電子取引により参加者の享受する情報量は大幅に増加し、また取引スピードは急速にアップする。各企業は電子取引を通じて調達が多様化、販路の拡大、購買、販売コストの削減等メリットの確保を目指す、一方これらは購買・販売方式のみならず、生産方式、意志決定システム等企業活動全般にわたり変化を促すであろう。また、併せて物流システム、取引慣行、系列等の構造変化と取引のグローバル化を促進するであろう。

特に今後の電子取引は一企業の購買システムというレベルにとどまらず、多数のバイヤーとサプライヤーが参加する電子商取引市場いわゆるEマーケットプレースを通じた取引が大幅に増大するものとみられ、すでに昨年からかなりの数の立上げが進みつつある。

Eマーケットの参加者は、取引の各プロセスにおいて取引相手の真正性、信頼性、技術レベル、商品の質、取引の安定性、物流、代金決済等につき不安を抱く。従ってマーケットの運営主体は、企業認証システム、技術・商品情報や信用情報の提供はもちろん、取引処理システム、一定の信用供与等安心と魅力のあるマーケットとしての条件具備に努めなければならない。

一方、長年企業金融を担ってきた金融機関は、本来的に有する信用仲介機能、資金決済機能や蓄積された与信ノウハウ、リスク管理能力、保有する信用情報、保有する企業顧客基盤等からみてEマーケットにおいて相当程度の役割発揮が期待できる機関であり、取引の各段階で可能な限りビルトインすることが出来れば今後の金融機関にとって重要な収益ビジネスとなるであろう。

しかし、この役割発揮は商社やノンバンクにおいても同様に可能であり、既に入り乱れてマーケット参入を競っている。参入はマーケット毎に1社ないし2社であり、提供する情報サービス、金融システムの内容がマーケットの運営上満足できるレベルに達し、他社に比して優位性を発揮できるかどうかにかかっており、厳しい競争に打ち勝たねばならない。

近年の企業の資金調達は、直接金融の割合増加と共にコミットメントライン、プロジェクトファイナンス等多様化しつつある。加えて今後は電子取引関連金融が増大するものとみられ、従来型の企業融資は益々減少傾向を辿るであろう。

電子取引には大企業のみならず、多数の中小企業の参加が予想され、従って大手金融機関のみならず、地域金融機関にも大いに参入チャンスがある。要は、自らの有する特色、強みを生かしつつ提携等により弱みを補完して、トータルとして優れたサービスとシステムを構築することがポイントである。

今後金融機関がその役割を十分に発揮し、電子商取引が一層進展することを期待したい。

（社長 栗林 直幸）