

店舗の役割

店舗の役割が変わろうとしている。

その最も直接的なきっかけは、インターネットを利用したいいわゆる電子商取引の隆盛であるといわれる。このネット上の店舗は、実際には姿をもたない仮想（ヴァーチャル）上のものであり、コンピュータの画面上に表示されるだけである。ある著名な経済学者は、現在の商店で行われている人と人とが接して販売する方式、つまり対面販売は消滅するとまで予測している。果たしてどうであろうか。

ネット取引がわが国以上に進展しているアメリカでは、ネット関連銘柄を中心とする株式が高騰しているなど、その将来性が高く評価されている。しかし、アメリカ商務省の統計によれば、昨年のクリスマス商戦におけるネット取引の割合は全体の0.6%に過ぎず、「経済全体に占める電子商取引の比重は意外なほど小さい。」その一方で、ネット取引への移行が遅れたことにより業績が悪化している企業も多い、と報じられている。このように、シェアが小さいとはいえ、業種によってはネット取引の進展による影響は大きい。とすれば、自らの事業がネット取引によってどのような影響を受けるかを見極めることが必要になる。

ところで、現在わが国でもIT革命が喧伝され、金融の世界においても個人金融を中心とするリテール分野におけるIT投資をまかなうことを目的のひとつとして、大きな金融グループが形成されつつある。その背後には、金融は信用という眼に見えないものを扱うだけに、仮想という眼に見えない場所での取引になじみやすいという判断があるようである。それだけに、このような動きが系統金融に影響を及ぼすことは確実であろうが、どのような影響が、どの程度出てくるかは不透明である。

農協店舗の機能や役割についてはさまざまな点が指摘されている。それをめぐる論議を整理すると大きく二つに分けることができよう。ひとつは事業の拠点としての役割であり、もうひとつは協同組合として組合員が交流する場としての役割である。このうち、事業の拠点という側面からみれば、営農指導や経済事業は明らかに地域内のセンターに集約される方向にあり、農協の各店舗が従来からもっていた総合的な機能が変容しつつあるとみられる。

また、ネット取引の進展とともに、このような農協店舗の性格の変化は、農協利用者の利用方法を変える可能性がある。具体的にいえば、これまでのフェイス・トゥー・フェイスという対面利用から、ネット取引といった利用者だけで取引が完結する方向に移るのかという問題である。先のアメリカの例を参考にすれば、すべてがネット取引に移行すると考える必要はなさそうである。いずれにしても、オール・オア・ナッシング式に割り切るのではなく、二つの方式が併存することを前提において、店舗の役割やあり方を考える必要があるのではないだろうか。

本号では金融機関の店舗とあわせ、農協の店舗の役割をテーマに取り上げてみた。