

金融デジタライゼーションと企業の事務効率化支援 (その2)

金融庁の金融行政方針にも示されている、既存の金融機関によるビジネスモデルの変革に繋がる金融デジタライゼーションについて、解説する連載。今回は、前回に引き続き第3回は金融デジタライゼーションと企業の事務効率化支援について解説する。

山口 省蔵

1 顧客間連携が導く金融サービス

前回、企業間連携のシステム(EDI)が金融機関連携(金融EDI)へと発展すれば、「企業のバックオフィス事務の効率化」と「新たな金融サービスの展開」の双方を同時に実現できる旨を説明した。この「バックオフィス事務に関する企業間連携(BtoB)」は、現時点では、これからが期待される未開拓な分野である。

しかし、「販売等のフロント事務に関する企業対個人(BtoC)」の分野では既に顧客間を連携させるシステムから、新たな金融サービスが生まれている。その一つに、Amazon等で展開されるEC(electronic commerce)サイトがある。Amazonは、自分のサイトで販売を行うシヨッ

プに対しAmazon Lendingという融資サービスを提供している。同社のサイトで販売したECシヨップにクレジットカード会社から代金が入ってくるまでに1〜2カ月かかる。その間、シヨップは運転資金が必要となる。

Amazon側からは、シヨップの商品が売れているのがみえており、カード会社への売掛金などの程度発生しているのが分かる。その売掛金はAmazonの口座を通じてシヨップに入金される。売掛金の範囲でシヨップに融資をするのであれば、ほぼ貸し倒れないであろう。

また、Amazonはシヨップと個人顧客間の配送サービスも行なっている。シヨップの在庫を同社の倉庫に置くことにより、即時かつ低コストの配送が実現できる。

倉庫業者が荷主に有する債権に対し、倉庫内で占有して

いる動産を担保にできる権利は、商事留置権と呼ばれている。商事留置権は、債権者本人が担保となる動産自体を占有しているため、強力な担保権である。

Amazonの配送サービス等のシヨップ支援やAmazon Lendingを組み合わせてみれば、ABL(Asset Based Lending)をほぼ自動で行っているのに等しいことが分かる。Amazonを活用するECシヨップの端末画面には、Amazon Lendingによる与信可能額が自動的に算定されて表示される。

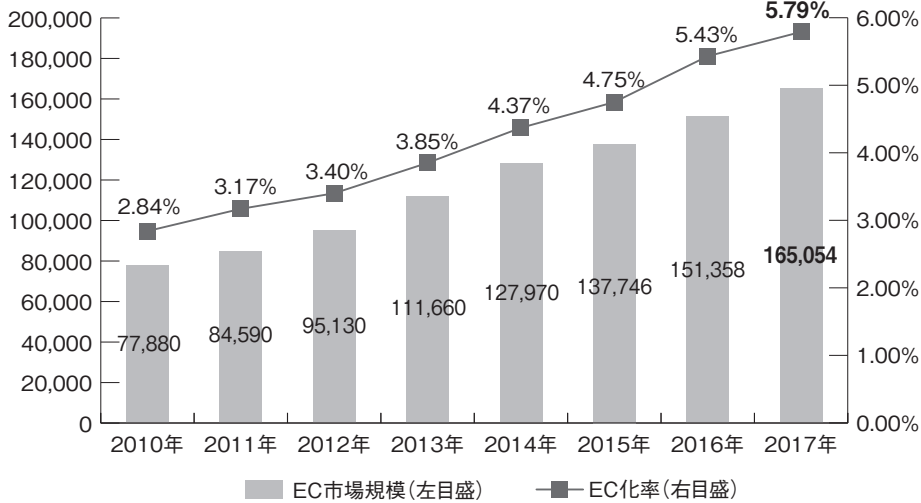
金融機関が、ECシヨップに対しこれ以上に効率的な運転資金供給の仕組みを作るとは難しい。Amazonが、Web販売のシステムを提供している先だから、そこでのデータ等を使って、こうした金融サービスを作ることができ、新たな金融ビジネスが、

一見すると金融とは無関係な顧客間連携サービスから生まれることがこの事例でわかる。

2 Web販売支援

(1) 日本のEC市場の現状

図表 BtoC-ECの市場規模およびEC化率の推移



(資料) 経済産業省

「では、

金融機関も、企業のWeb販売支援をしたらどうか?」と言う人もいるだろう。答えは「その通り」である。Web販売支援は、チャレンジすべき取組である。米国では、Amazonの台頭によって多くの大手老舗小売業者が経営破綻に追い込まれ

る。Amazon Effectと呼ばれる事象がみられている。

米国の流通業界における数年前のテーマは「Amazonの脅威にどう対抗するか」であったのが、近年では「Amazonの中でどう生き残るか」になっていると聞く。米国では、流通におけるAmazon支配が進んでしまっている。

しかし、わが国はまだそこまで行っていない。Amazonや楽天は便利だが、品揃えはまだまだと感じる。そもそも、日本のEC市場は年率10%前後で伸びているとはいえ、BtoC市場におけるECの比率は6%程度である(図表参照)。勝負はまだこれからである。

(2) 地域に特化すれば勝負できる

今から、Amazonや楽天同様のECサイトを作り始

めるのは現実的ではない。しかし、特定分野において、際立った品揃えと情報を提供できるECサイトであれば勝負になる。その特定分野というのが「地域」である。

例えば、〇〇県の名産に関して、品揃えに加えて、提供する会社や個人のストーリー等の付加情報が際立っているサイトがあれば、「〇〇県の物産やサービスを選ぶ時のみは、そのサイトを参照する」ということになる。

今、地銀のいくつかは地域商社を設立して、地元の商品等の販売を支援しようとしている。そうした地域商社が個性ある地域サイトを作って、ECを展開することが考えられる。

そもそも、地方では、BtoCの商材を扱っているにもかかわらず、Web販売チャネルを活用していない企業がかなりある。ECの比率が拡

大傾向にある中で、地元企業をそのままにしておけばギリギリになる。地域金融機関が、地元企業のWeb販売支援をしていく意味は大きい。

Web販売は、地方の企業こそ、積極的に取り組んでいくべきである。

大都市圏からの距離がいかにも遠からうが、Web販売面でのハンデはない（配送面でのハンデはある）。越境EC（外国語サイトで世界各国の消費者に販売していくEC）などの展開次第では、地方の企業に大きな逆転劇が生まれる可能性がある。

3 「企業の事務効率化支援」のステップ

「企業のバックオフィス事務の効率化」と「新たな金融サービス」が繋がる将来像は、どのようなものになるのだろうか。

大胆にイメージすれば、金

融機関が「金融EDI機能を有するクラウドERP（Enterprise Resource Planning）多くの業務システムをオールインワンで提供することににより企業全体を管理するシステム」を企業に提供すると同時に、そうしたシステムを通じて得られる企業の受発注や生産・在庫管理データから、自動的に「資金繰り予測」と「信用評価」を行い、融資や余裕資金運用の提案をする、といった姿になる。

しかし、現在、こういったサービスを展開できている金融機関はいない。眼前には、広大なフロントエリアが横たわっている状態にある。いったい、金融機関は、どういったステップを踏んでいくべきなのだろうか。

(1) 事務効率化アプリのWeb

bでの展開

将来的には、法人向けの金

融サービスは、「Web上で提供する各種サービスの導入支援をしていく」営業スタイルになっていくと予想している。

法人顧客は、金融サービスを金融機関のWeb経由で利用するようになるが、当初は利用方法が分からないので、金融機関の担当者が導入サポートをする、といった（クラウドサービスの法人営業のよ）うなイメージである。

金融機関としては、まずは、自身が提供する金融サービスと連携できるアプリケーションを金融機関のWeb上に載せる必要がある。

アプリケーションそのものを金融機関が自ら作る必要はない（もちろん自ら作ってもいい）。

連携するFinTech企業等のアプリケーションを載せて、取引先企業に使ってもらうための導入支援を展開す

ることになる。

「金融EDI機能を有するクラウドERP」が理想的なアプリケーションではある。しかしERPが安価になってきているとしても、企業に導入してもらうハードルは高い。基本的に、現場は、従来の事務手順を変えることに抵抗する。

企業の経営者の理解を得られたとしても、統合アプリであるERPは、関連部署が多岐にわたる分、多くの社員の理解を得なければ、「導入したが使えない」と文句を言われる結果になる。ERPに関しては、企業の事務改革のコンサルを請負う形で導入支援を行わないと勝算が低い。

こうした中、既に一部で行われているが、金融との親和性の高い会計アプリ等から導入サポートをしていくことには、それなりの合理性がある。

(2) インターネットバンキングの活用支援

実は、それ以前に行うべき取引先企業向けのIT支援がある。それは、インターネットやスマホを使ったバンキングサービスの活用支援である。地域金融機関を中心に、「インターネットバンキングの利用率は、未だに低い」との声が聞かれる。

まずは、顧客にWeb経由での金融サービスに慣れてもらう必要がある。インターネットバンキングへの誘導は、金融機関にとつて、営業店の店頭での事務負担を軽減し、より付加価値の高い顧客支援ビジネスへの資源シフトにもつながる。

そもそも、金融機関の店頭に行き来している企業が、自社の金融取引をWeb上で完結するようになれば、コストが削減できる。本来、人手不足である中小企業は、単純な

事務作業に移動時間などをかけられないはずである。

企業の中には、送金等の決裁の手順に、金融機関の伝票を活用している先がある。

そうした先では、経理部署において担当者が起票したものを、検証する権限者が銀行届出印を押すことによつて、相互牽制するプロセスとして

いる。このように、企業の事務の検証・相互牽制に、伝票と印鑑が組み込まれているがゆえに、金融機関の店頭で取引が行われている。

しかし、法人インターネットバンキングには、複数の利用者が事務を分担することを前提とした権限設定の仕組みが備わってきている。まずは、企業に対し、伝票と銀行届出印を使った事務手順をインターネットバンキングで代替する方法についてアドバイスする必要がある。

こうした初歩的なIT導入支援でさえも、取引企業への展開には苦勞するはずである。基本的に、どんな組織の現場でも、従来の事務手順を变えることには抵抗感があるからである。

しかし、この初歩的なハードルを越えることが、「企業のバックオフィス事務の効率化」と「新たな金融サービスの展開」を実現するステージへの第一歩になる。小さなIT導入支援の成果を企業側に感じてもらうことが、まずは重要だと思われる。

(3) 情報セキュリティ対策

インターネットバンキングの活用支援とともに取り組まなければならないことに、企業の情報セキュリティに関するリテラシーの向上がある。情報セキュリティ管理がさまざまな企業に、インターネットバンキングを利用させること

は、トラブルの火種になる。

マルウェア (Malware) 不正かつ有害な動作を行う意図で作成された悪意のあるソフトウェア等) 感染を狙う犯罪者のターゲットの多くが金銭の窃取である以上、インターネットバンキングでの不正送金等が、問題の顕現化事象になる。原因が企業側のPCやメールの管理のずさんさにあつたとしても、被害を受けた企業では、「インターネットバンキングに問題がある」と受け止めがちである。

情報セキュリティ対策を含めて、金融機関職員と顧客のITリテラシーを共に向上させていくことこそが、金融デジタルイノベーションによる新たな金融ビジネスの基盤を作ることになる。

(株式会社金融経営研究所
代表取締役 所長)