



JRI news release

B 2 B取引市場におけるネット金融サービス

～ 中小法人向け金融サービスの問題点と展望～

2000年8月23日

株式会社 日本総合研究所

【要 旨】

1. 米国や日本での急速な成長が期待されるB2B（企業間取引）市場の中で、特にインターネット上に仮想商品取引市場を形成する「eマーケットプレイス」というビジネスモデルが米国で急成長している。eマーケットプレイスは、3つの優位性を有する。3つの優位性とは、「オープンな価格決定プロセス」、「新規取引先の開拓の容易性」及び「スピーディな調達」を実現できることである。
2. eマーケットプレイスは、石油化学製品、鋼材、紙・パルプ、医薬品、農産物及び電力分野をはじめ、幅広い業種にわたって、業種毎の「垂直統合型」eマーケットプレイスが設立されている。一方、文房具等の業種に関係無く汎用的な商品を扱う「水平統合型」eマーケットプレイスも登場してきている。
3. B2B市場の中で、eマーケットプレイスの成功要因は、「早く調達できる」、「新規取引先の開拓が容易」及び「取引に係るコストが安い」等の実利的なメリットをどれだけ追求できるかである。したがって、このような実利的メリットを追求していくと、単一の企業が主催するeプロキュアメント型モデルからeマーケットプレイス型モデルへと向かっていくことになる。特に製造業においては、最終的にネット上でサプライチェーンの実現を目指すバリューチェーン・インテグレータ型モデルへと進化・発展すると考えられる。
4. eマーケットプレイスが必要とするワンストップ化された企業金融サービスの実現には、3つの機能が必要となる。その3つの機能とは、「企業認証」、「信用仲介」及び「決済」機能である。B2B市場の進化が進むほど、ワンストップ化されたサービスのニーズが強くなると考えられるため、「企業認証」、「信用仲介」及び「決済」という3つの機能の充実が求められる。
5. B2B市場向け企業金融サービスの成立に必要な社会インフラとしては、「企業電子認証局」、「企業信用情報機関」及び「自動審査システム」の3つの要素が必要となる。特に、B2B市場に関しては、企業認証と企業信用情報を同時に提供できる情報を既に保有している企業信用情報機関が優位性を持つと考えられる。
6. eマーケットプレイス型ビジネスモデルに対応した企業金融サービスは、通常の決済サービスに加えて、「売掛債権」を対象にした金融付加サービスが提供されることが想定される。すなわち、売掛債権を流動化し、早期に資金化を図る仕組みが提供されようとしている。具体的な金融サービスとしては、ファクタリング、信託方式及びSPC方式である。これらの方式は、必ずしも競合関係にあるわけではなく、決済金額の多寡に応じた市場の棲み分けができると考えられる。
7. B2B市場の急速な発展に伴い、米国の金融機関では銀行とB2B分野のeビジネス企業との戦略的提携が次々と発表されている。同様に、日本でもノンバンクや商社が中心となって、B2B市場に対応したネット対応型金融サービスが提供される土壌が整ってきた。B2B市場に対して日本の大手銀行がどのように戦略的な対応を取るのかが今後注目されるポイントである。

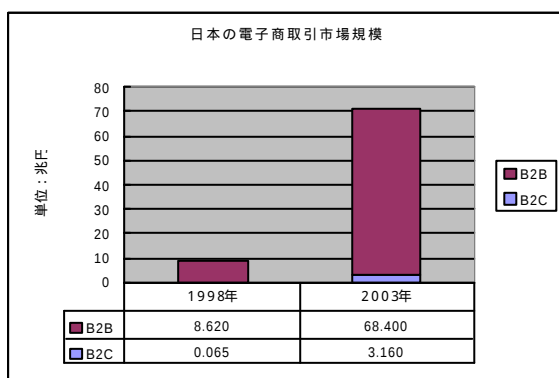
[1] B2B(企業間)取引市場の発展動向の特徴

B2B取引市場は、本当に予想通り拡大するのか？

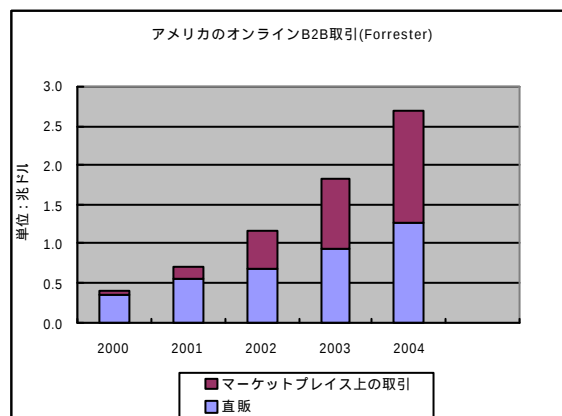
- (1) 米国ではインターネットを使った次世代ビジネスモデルとして、B2B(企業間取引)分野での取引が急速に拡大している。今後日本でも急速な普及が予測される。
- (2) B2B(企業間)取引市場の市場規模予測が多数の企業から提示されている。一方で、従来このような市場規模拡大の裏付けが無いではないかとの議論があったが、漸く市場イメージが見えてきた。すなわち、「eマーケットプレイス」と呼ばれる、インターネット上の仮想商品取引市場が急激に拡大するB2B市場を引っ張って行くという姿が現実味を帯びてきた。
- (3) eマーケットプレイスは「オープンな価格決定プロセス」「新規の取引先開拓」及び「スピーディな調達」の3つの点で優位性を有する。
- (4) 第一の優位性とは、インターネットを活用することにより、市場での取引価格がオープンにされ、一物一価に近い形態に近づき、中小企業でも市場価格で物品を購入できるようになったことである。
- (5) 第二の優位性とは、eマーケットプレイス上に多数の参加者がある場合、新規の取引先の開拓が比較的容易になったことである。但し、この場合自社の提供する物品及びサービスに他社に無い何らかの特徴があることが有利な取引条件を引き出せる要因である。
- (6) 第三の優位性とは、必要な物品/サービス等をスピーディに調達できるようになることである。この効果として、調達に関する社内コストを削減することができる。日本企業の欠点は雇用問題からこのようなコスト削減効果を十分に発揮できないことにある。

(補足説明)

現在の米国における好景気状態の一つの大きな要因は、IT革命/ネット革命の成果を既存の産業が上手に取り込むことによって、企業の競争力を回復させたという好循環サイクルが働いていることが一因であると考えられる。

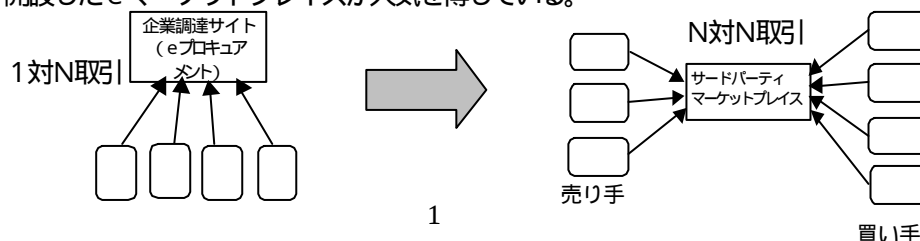


[出典: 通産省]



[出典: フォレスターリサーチ]

さらに、米国では単一の企業がネット調達のための取引所を開設するよりも、サードパーティの企業が開設したeマーケットプレイスが人気を博している。



[2] あらゆる取引分野に出現するeマーケットプレイス

既存産業分野における産業構造の改革を促進するか？

- (1) インターネット上で取引市場の場を提供するeマーケットプレイスは、取引の場の創り方から2種類に分類できる。「垂直統合型」と「水平統合型」である。「垂直統合型」は、ある特定の業種に特化して、原料から最終製品に至るまで発生する取引を全て扱おうとする手法を取る。一方、「水平統合型」は業種に関係無く汎用的な商品を扱おうとする手法を取る。
- (2) 例えば「垂直統合型」のモデルは、化学品などの事例が挙げられる。一方、「水平統合型」のモデルは、オフィスで利用する消耗品等の事例が挙げられる。
「垂直統合型」は、創業者が当該分野で有する経験やコネクションを利用して立ち上げる事例が多い。一方「水平統合型」は、マスマーケティングの手法を取り入れた事業構築が必要であり、B2B取引システムを提供するベンダーが運営する事例などもある。
- (3) 米国でeマーケットプレイスが対象とする市場は、市場開拓が先行してなされてきた石油化学製品、鋼材、紙・パルプ、医薬品、農産物及び電力等から始まり、幅広い業種に広がってきている。垂直統合型のB2B取引市場ビジネスモデルを展開する80社を超える事業者が既にIPO（新規株式公開）済みである。米国調査会社(Keenan Vision 社)の予測では、2003年までに、米国内だけで、4,000以上(現在700程度)のeマーケットプレイスが登場するとされている。注目の急成長市場であるが、短期的に見て、B2B市場全体で圧倒的な力を有する地位を築く事業者が現れるとは考え難く、専門分野毎に合従連衡が起きていくと考えられる。

(補足説明)

eマーケットプレイスの種類

a)水平統合型: コマースワン(ベンダー系) FreeMarkets B2Bgalaxy Barter.com等

b)垂直統合型:

)総合: パーティカルネット(多業種をサポート)

)自動車・車部品: ANX AutoTradeCenter.com

)鉄鋼製品: eスチール、メタルサイト

)化学品: Ventrq BioSpace.com ChemConnect等

)コンピュータ・電子: RosettaNet ChipCenter

)金融: OneCore IMX Exchange TradeWeb

)エネルギー: AutomatedPowerExchange E-ChoiceNet

日本にも大手マーケットプレイス以外の

中小企業/専門職向けマーケットプレイスが設立

a)金属加工部品のeマーケットプレイス: ハイパーウェブ社

b)開業医向けeマーケットプレイス:

薬品の発注/管理、医療器具(金融サービス機能)等の取引

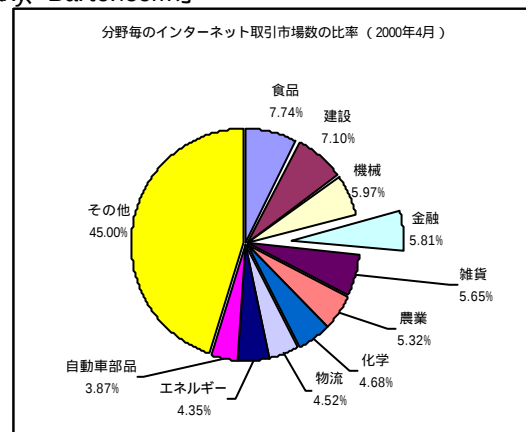
金融分野のeマーケットプレイス(例えば eCredit 等)の日本進出時の問題点

a)日本でのITインフラの整備が遅れている。(企業信用情報機関等)

b)金融サービス業の対応が遅れている。(自動審査システム等)

c)日本特有のビジネス慣行に対応できるのか不明(手形決済等)

海外企業が日本市場で成功を収めるためには、仕組みの一部分を日本化(Japanization)する必要性が出てくるものと考えられる。



[出典 : eCommerce - B2B Report (eMarketer 社)]

[3] B2B市場の進化のプロセス

eマーケットプレイスの成功要因とは何か？

- (1) 米国では特定分野に特化した「垂直統合型」eマーケットプレイスが急増している。B2B市場においては、顧客である企業が求めるものは、「早く調達できる」「新規取引先が開拓できる」「取引に係るコストが安い」等の実利的なメリットが成功のポイントとなる。
- (2) 日本でのeマーケットプレイス市場の発展を考える場合、既存の取引慣行をネット上で効率良く実現する仕組みが求められる。例えば、金融的側面から見ると、ネットを利用することで取引スピードが早くなるために、支払サイトまで短縮してしまうと参加企業が増えないであろう。従来から取引のある企業との間で行なっていた取引条件と対比して、同等もしくは有利な条件で取引ができるから始めてeマーケットプレイスの利用が増えるのである。そのため、金融サービス面でもeマーケットプレイスのビジネスモデルに適合した金融サービスを提供する必要がある。
- (3) eマーケットプレイスの成功要因としては、eビジネスの3大要素である「情報流」「金流」「物流」の商流を従来以上に利用企業にリットのあるサービスとして、提供することが必須条件となる。

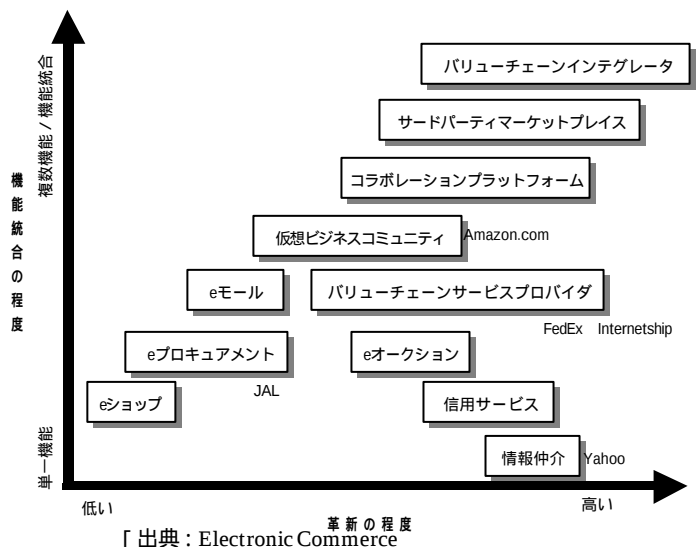
(補足説明)

B2B分野で成功するための7つの条件

- 1) メリットの提示: コストの削減とか、取引先の拡大といった具体的なメリットの提示が必要。
- 2) 親密な関係構築: 顧客から投資してもらうなど実質的な関係を構築する。
単なるオンライン・コミュニティの構築等の手法では顧客の興味をひき続けることに無理。
- 3) 専門性: 職種・職務についての専門的な知識や経験が必要不可欠である。
- 4) 技術の裏付け: 製品やサービスを売り込む際には、技術的な裏付けが必要である。
- 5) 新規顧客獲得と顧客の維持: 顧客を獲得するまでのリードタイムは長い。製品やサービスを顧客に直接販売できる営業組織 / 体制も必要となる。
また、長期にわたって顧客を維持できないと、継続的な利益を確保し続けることは難しい。
- 6) 製品 / サービスの利益確保: 取引単位あたりの価格も量も大きいのが、利益率は高くない。
- 7) 付加価値型の金融サービス: ネット対応した顧客にメリットが感じられる金融サービス機能の提供が必要である。

B2B市場の進化のプロセス

- a) 顧客メリットの追求
1対N取引(eプロキュアメント)
↓
N対N取引
(サードパーティ・マーケットプレイス)
- b) 付加価値サービスへの進化
業務プロセスのアウトソース化
(バリューチェーン・インテグレータ)



[4] eマーケットプレイスが必要とする企業金融サービス

「企業認証」「信用仲介」「決済」機能のワンストップ化の課題は何か？

- (1) eマーケットプレイスが提供する金融サービスとして必要とされる機能は、「企業認証」「信用仲介」及び「決済」の次の3つである。これらの機能がワンストップ化されて提供されることがネット金融サービスとしては、理想的な形態である。
- (2) 企業認証機能とは、ネット上で取引相手の企業を特定し、その実在を保証することである。実際の運用レベルでは、企業を認証することだけでは完結せず、相手企業の信用情報の提供も必要となる。
- (3) 信用仲介機能とは、従来のような個別対面取引によって築いてきた信用が無いいため、金融機関等が新規の取引先の信用度を見定める代行を行なうことである。
- (4) 決済機能とは、銀行が従来担ってきた伝統的な業務である。eマーケットプレイスのような業態の場合には、複数の決済がネットィングされてしまい、決済そのものを収益源とすることは難しいとも言われている。
- (5) 米国ではこのようなB2B取引に関する金融関連情報を共通のデータ交換仕様を決めることにより、金融サービスをより円滑に提供しようとする動きがある。

(補足説明)

企業認証機能の提供:

相手が間違い無く本人(実在する企業)であると特定をし、その実在を保証すること。世界の中で唯一(Unique)である必要があり、これを電子的に証明する仕組みが必要である。

信用仲介機能の提供:

ネット上での新規取引の場合、従来のように個別対面取引によって築いてきた信用関係が成立しないため、金融機関が新規の取引先の信用度を見定める代行を行なう必要がある。金融機関側もあらゆる企業の情報を有しているわけではないので、電子的に企業の信用情報の入手が必要になる。

決済機能の提供

eマーケットプレイスでは、複数の決済がたちまちのうちにネットィングされ、決済ボリュームが限りなく小さくなる可能性がある。このため、B2B市場の場合には、小口決済の分野とは異なり、決済そのものを収益源とすることは困難であろう。

	取引形態 の特徴	調達する物品 サービスの種類	取引主体の 特徴	企業認証	信用仲介	決済
eプロキュアメント	1対N	自社利用のみ	ブランド力の有る 大企業が主体	事前登録制	継続取引に近い 取引形態	一定の支払条件
サードパーティ・ マーケットプレイス	N対N	汎用品	特定業種に特化した 業態	ネット受付	発注側の審査	様々な支払条件
バリューチェーン インテグレータ	N対N	(生産プロセスを含む) 特注品	ASP機能が有る 高付加価値化	事前登録制に 近い形態	受注先の 技術力も 審査対象に	様々な支払条件 特に支払サイトが長い

[出典：日本総研]

[5] B 2 B 市場向け企業金融サービスの成立に必要な社会インフラ

「企業電子認証局」「企業信用情報機関」「自動審査システム」の整備が不可欠

- (1) e マーケットプレイスに必要な3つの金融サービス機能を実現するために、企業認証機能は「企業電子認証局」を必要とし、信用仲介機能は「企業信用情報機関」を必要とし、さらに決済機能の実現のために「自動審査システム」が各金融機関毎に必要となる。
- (2) 「企業電子認証局」は、ネットで申込みのあった相手先企業が間違い無く存在する企業であることを保証する業務を行なう。企業が世界で唯一の存在であることを証明する電子証明書を発行する。2001年4月から施行される「電子署名及び認証業務に関する法律」によって、B 2 B取引の基盤として普及することが待たれる。
- (3) 「企業信用情報機関」は、企業の業績等を基に、その企業の信用度や業容等を蓄積し、新規に取引を開始する場合に審査情報として外部機関に情報提供する組織である。B 2 B取引市場に対して金融サービスを提供する金融機関がこれらの企業情報を利用することになる。
- (4) 「自動審査システム」は、新規取引の希望がある企業を審査する場合に、従来人間の判断で行なっていた審査業務を自動化し、極めて短い時間内に審査結果を出すことができる審査支援システムである。ネット上で新規取引の申込みが行なわれる仕組みの場合、リアルタイムで審査結果を出すことのできる自動審査システムの導入は欠かせない。
- (5) B 2 B取引市場においては、技術ベンチャー型の電子認証局よりも、企業の認証と信用情報を同時に提供できる企業信用情報機関の方が主流になると考えられる。
- (6) 上記の3つのネット対応インフラサービスが実現されて始めて、e マーケットプレイス等のB 2 B取引市場に対応した金融サービスが円滑に提供できることになる。日本国内においても、早急にこれら3つのインフラサービスを実現する必要性が高い。

(補足説明)

企業電子認証局

代表的な認証局として、日本ベリサイン、セコムトラストネット、日本ボルチモア・テクノロジーズ及び日本認証サービスの4社がある。グローバルな動きとしては、金融機関が主体となったアイデントラス(Identrus)も電子認証の仕組みを提供しようとしている。

	日本ベリサイン	セコムトラストネット	日本ボルチモア テクノロジーズ	日本認証サービス
主な出資会社	米国ベリサイン NTTデータ NEC ソニー ソフトバンク	セコム	英ボルチモア・ テクノロジーズ NTTドコモ ソフトバンク・ ネットワークス	NEC 日立製作所 富士通
日本市場での 位置付け	高知名度から 銀行・保険業に強み	セコムが警備事業で 獲得した顧客層に進出	大企業向けから 中小企業向けまで 幅広いサービス提供	国産の強みから 中央官庁・自治体
主な提供サービス	PKIサービスの提供	エントラストジャパンの PKI技術を活用した 構築・運用支援	CA構築・運用等PKI全般 ワイヤレス向け PKIサービス全般	SET・SECEによる認証 PKIサービス
主なサービス提供先	住友銀行 大和SBCM 帝国データバンク	三和銀行	三井物産 大東京海上火災保険 帝国データバンク	富士銀行 NEC 日立製作所
関連の深い マーケットプレイス・B2B プロバイダー	アリバ mySAP.COM	IBMグローバル・ サービス	コマースワン	

企業信用情報機関

代表的な企業信用情報機関として、帝国データバンク、東京商工リサーチ、ダン&ブラッドストリート及びクレディファイが挙げられる。

世界的な信用情報の交換手法として、XML形式(eXtensible Markup Language)¹⁾による信用情報の交換が一般化すると考えられる。この方式を用いることで、既存システムとインターネットシステムとの連携が容易に行なえるようになり、さらにデータフォーマットの加工が容易なため、システム開発コストの削減が可能となる。

	帝国データバンク	東京商工リサーチ	D&B	Creditfyi
登録企業数	日本国内156万社	日本国内130万社	世界200カ国超 5700万社	Expeian 社が提供 (米1300万社以上)
企業コード	TDB企業コード	TSR企業コード (ダズナンバーと 互換性あり)	ダズナンバー (ANSI標準等に採用)	不明
審査方法の特徴	「現世確認」	倒産確率のリスクスコア (D&Bのノウハウによる)	格付け及び 倒産確率のリスクスコア	Fairisaac 社の スコアリングモデル
インターネット	COSMOSNET/EC	Tsr-van2	D&B Internet Access (XML対応可)	インターネットのみ
インターネットでの 審査情報取得	不可 (専用ネットワークによる オンラインサービス有り)	不可	可(HTTPS)	インターネットのみ
電子証明書発行サービス	有り	無し	子会社の eccelerate.com が提供	無し
倒産関連情報	有り	有り	無し	無し

[出典：各種資料より日本総研が作成]

法人審査用の自動審査システム：

法人審査を行なう際に、自動審査システムを用いるアプローチは、実際には先行的な金融機関でまだ始まったばかりの段階である。

自動審査システムを構築するのに重要な仕組みであるクレジット・スコアリングの考え方を最初に提唱したのが、フェアアイザックである。同社は、1956年に米国で設立されたクレジット・スコアリング分野の老舗で、米国の金融機関の大多数がその仕組みを導入している。

一方、日本では、フェアアイザックの他に、金融エンジニアリング・グループやデータフォアビジョン等の企業が、法人審査用の自動審査システム分野の構築に関して実績がある。

官公庁の対応

売掛債権の登記は、東京法務局(中野)ヘデジタルデータを持ち込むことによって行なうことが可能になっているが、中期的にはネット化も必要な要件である。

¹⁾ XML は、インターネット上で使われる言語の一つであり、最近注目をされている。従来の同様の言語に比べるとはるかに簡略化されており、電子商取引目的を始めとする電子文書交換用の言語としても利用され始めている。

[6] eマーケットプレイス型ビジネスモデルに対応した企業金融サービス

新しいeマーケットプレイス型ビジネスモデルに対応した企業金融サービスとは何か？

- (1) 新しいeマーケットプレイスに対応した企業金融サービスは、通常の決済サービスに加えて、売掛債権を対象にした付加サービスが提供されることになるであろう。売掛債権を対象にすることで、企業の信用情報を判断材料として、債権を買い取ったり、流動化させる金融サービスである。要するに、企業の審査情報を付加価値として加えた形の金融サービスとして提供され、具体的な金融サービスとしては、ファクタリング、信託方式、SPC方式及び取引信用保険等である。
- (2) ファクタリングとは、特約した企業から、その営業活動により発生する売掛債権を一括して買い取り、債権の管理・回収、その他の事務処理の代行を行なう業務である。当初から「回収代行」が予定されている点で、売掛債権の流動化と大きな違いがある。
- (3) 信託方式とは、信託受益権を投資家に販売することにより債権を流動化する手法である。同方式は、信託法という根拠法があり、法的に安定している。比較的小口ロット(5億円未満)での取組みも可能で、小回りの効く使い勝手の良さがある。
- (4) SPC方式とは、大手メーカー等の信用力がある売掛債権に対して、SPCを利用して、債権を流動化する手法である。CPの直接の債務者はSPCとなるため、投資家への原債務者名の開示が不要であるというメリットがある。

(補足説明)

eマーケットプレイスが有する金融機能

eマーケットプレイスが会員企業に対して、会員間に発生する代金債権債務について、信用リスクを供与する形で金融サービスに関連する追加サービスを提供できる。

さらに、個別の取引情報を把握できるeマーケットプレイスは、情報面で銀行より優位に立てる。

決済サービスに、2種類のレベルがある。

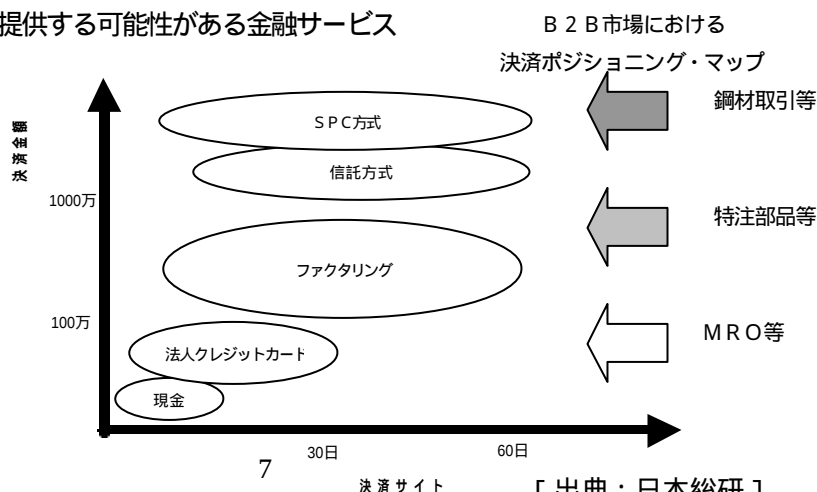
(1) 会員間でクロスで発生する代金債権債務を弁済すること。(マルチラテラル・ネットィング)

(2) (1)の調整後、銀行預金の振替によって、最終的に債権債務関係を解消するための決済
(銀行が確実に関与できる部分)

但し、理論的にはマルチラテラル・ネットィングの実施がコストも安く、最適なのであるが、実際には支払い期日の相違やネットィング対象企業の信用リスクの相違などの問題が伴うため、簡単には実現できないと考えられる。

eマーケットプレイスが提供する可能性がある金融サービス

- a)ファクタリング
- b)信託方式
- c)SPC方式
- d)取引信用保険



[7] 企業金融サービスにおいて、日本の金融機関が向かうべき道

B 2 B 市場における企業金融サービスの今後の展望は？

- (1) 米国では、B 2 B取引市場に対する金融サービスを提供するために、マネーセンターバンクを中心に銀行とe ビジネス先進企業との間で戦略的提携の動きが起こっている。この現象は、銀行の力だけでは、B 2 B取引市場に対する企業金融サービスを提供することができないということを示唆している。
- (2) 日本では、B 2 B取引市場に対する企業金融サービスを提供するために、ノンバンクや総合商社等が中心になって、戦略的提携の動きが始まっている。
- (3) 今後、日本の大手銀行は、B 2 B取引市場に対して、どのようなネット金融サービスを提供していくのか、判断に迫られることになるであろう。米国、並びに日本の現状を見てみると、銀行単体では市場が求めるネット金融サービスを提供できないため、金融サービス業以外の業態との提携も含めて、積極的な提携戦略が求められることになるであろう。

(補足説明)

米銀のB 2 B分野での戦略的提携の事例

- a) ABNアムロ、USバンコプ、フリートボストン・フィナンシャル、アメリカン・エクスプレス及びバンカメとアリバの戦略的提携発表(8/21/2000):
- b) B 2 B市場向け決済サービス会社 フィナンシャル・セトルメント・マトリックス設立(8/8/00): シティ、ウェルズファーク、S 1、i 2テクノロジーズが組んで、B 2 B市場向けの決済サービスを展開するとの発表。
- c) シティグループとコマースワンの戦略的提携発表(2/17/2000): 本格的なB 2 Bサイトの構築計画を発表
- d) バンカメ: アリバ社と組み、業界単位のB 2 B市場の構築を計画(4/4/2000)
- e) チェース・マンハッタン: デロイト・コンサルティングとB 2 B事業会社を共同設立する計画発表(2/9/2000)

日本のネット金融サービスにおけるB 2 B分野での戦略的提携の事例

- a) オリックス: メタルサイト専用の金融サイトを構築し、ファクタリング(売掛債権の回収)機能を提供する予定(2000年12月)
- b) 住銀ファイナンス: ハイパーウェブ(金属加工部品)に対して、ファクタリング・サービス機能を提供(7/31/2000)
- c) 住友商事が中心となり、ネット金融会社を設立:
B2B取引市場に対して、ファイナンスを提供するネット金融会社を2000年9月に設立予定。
共同出資する住友グループ金融機関各社は、住友銀行が資金決済関連機能、住友信託が売掛債権の証券化機能、住友海上が信用補完機能、住商リースが与信管理手法と債権流動化ノウハウの提供及び住商が与信判断システムを提供する。