

西道彦著

『国際流通の電子化』

五絃舎, 2014 年発行

松 井 温 文

1. は じ め に

西道彦氏は単著について、1998 年同文館より『現代貿易取引における CIF 条件の研究』、2003 年同文館より『貿易取引の電子化』を出版している。西氏は一貫して貿易活動、特に、電子化問題に注目している。

国際化社会、グローバル社会にあつて、貿易は必須の活動である。マーケティング活動が対象とする消費者が国内だけの場合であっても、原材料の調達に係わる貿易活動がある。それは単に商品原価を下げることを目的とするだけでなく、商品そのものの魅力を高めるためでもある。特に、小売企業の国際化は貿易活動なくしては成立しない。サプライ・チェーン・マネジメントは直上の両者に密接不可分な存在であり、その根底にある基本的活動として貿易は位置付けられる。

全世界を跨ぐ統一的・統合的なシステムの構築はグローバル社会の推進に寄与するものであるとも理解される。

2. 本書の概要

第1章 研究目的と理論的背景

国際流通を国際商流、国際物流、国際資金流の視点から捉え、グローバル・サプライチェーン・マネジメントにおける電子化の現状、又、EDIシステムの導入事例や実証実験等の分析を通して、情報通信技術活用による書類と決済の電子化と物流の可視化等の経済的諸問題を考察することが本書の目的である。

理論的背景として、SCMはPotterのバリュー・チェーンに依拠する。技術は企業の全ての価値活動に利用され、情報技術は価値活動の遂行方法とリンケージシステムを変化させながら、あらゆる領域のバリュー・チェーンに浸透する。SCMの高度化には発展プロセスがある。

国際取引の電子化システムに適用出来る権利移転理論にも依拠する。この試験的実践としてのボレロシステムは業界横断的、中立的なサービスを提供するプラットフォームの役割を担う。

第2章 先行研究

電子データ交換に関する研究において、初期段階ではEDIはコスト削減システムとして導入されるが、次第に活用範囲が拡大し、競争力強化システムとして発展するとされる。Clemons, Sokol, Hinge, Robert & Ernest等の研究によると、EDIは迅速な情報伝達と情報重複入力の回避によって、生産性を向上させ、人間の入力ミスの削減により情報精度の向上が図られる。John, Adams, 西・李・他等の研究も踏まえれば、EDIは企業の内外に様々な恩恵を与える。

e-B/L理論に関する研究において、ペーパーから電子メッセージへの転換は従来とは根本的に異なる新しい概念に基づくアプローチが必要となる。完全性を保証された情報が知見出来る状態で提出されたならば、原本

性の要件を満たし、原本唯一性の概念を通して権原証券にアプローチする。これにより電子メッセージとペーパー証券は機能的等価性を確保する。

貿易金融 EDI システムに関する取り組みにおいて、ボレロはそれを代表する。トレード・カードは売買契約が成立すれば、輸出信用保険業者が支払いを保証するシステムであるが、輸入者が故意に支払いを遅らせた場合のトラブルを規律するルールがないことは問題である。

第3章 権利証券の機能と CMI 規制

1973年貴族院における英国の判断は現代的意味における船荷証券の完成と言える。船荷証券は運送契約書そのものを示さず、運送契約の条件を記載する証拠に過ぎないというのが一般的解釈である。それ故、特約の記載は重要となる。特に、船荷証券が裏書譲渡された場合、譲受人は記載事項を信用して代金を支払うからである。

CMI 規制は初めての貿易取引電子化に係わる法律的枠組みである。ボレロはこれを土台とする。

ペーパー船荷証券に係わる複数のルールズに対して、ロッテルダム・ルールズは電子化に対応する運輸条約である。条約の発効には至ってはいないが、運送書類に記載する受取地・船積港・荷渡地・荷揚港の何れかが締約国にある場合は適用されることになっている。

第4章 国際取引と貿易書類電子化プロジェクト

1994年から翌年にかけて、権利移転システムに関するボレロ実験プロジェクトが実施された。我が国にとって、近隣アジア諸国の経済発展に伴う様々な高速化に対して、従来のシステムは機能不全に陥っている。現在は新しい貿易金融システムが求められる過渡期的段階になっている。貿易取引の電子化の法的環境の整備も着実に進んでおり、今後が期待される。

第5章 グローバル SCM とボレロシステム

商品の仕入れ、在庫、販売に係わるグローバル SCM が推進されているが、貨幣の流れが立ち遅れている。その理由として、物流情報は電子化されているが、銀行決済処理は未だ紙ベースだからである。電子化に対応するための暗号化が進められている。共通鍵暗号方式と公開鍵暗号方式があり、それぞれに長所と短所がある。

ボレロシステム導入による効果は業務処理効率の向上により、文書間項目の自動転記や自動チェックが技術的に可能になった。STP の実現により、業際・国境をまたがってのシームレスなデータ交換が可能になる。コスト削減効果もあり、精度の高い情報共有による在庫圧縮が可能となる。残る電子化の課題は原産地証明書や動植物検疫等の公的機関の発行する書類が紙ベースであるということである。

第6章 国際決済の電子化と TSU

TUS には一連の流れがある。この利点は銀行処理の電子化が達成され、グローバル SCM のボトルネックが解消される。独自の電子基盤を持たない銀行でも参加可能となる。全体として、参加が容易であり、グローバル・スタンダードとなる可能性がある。銀行のリスク軽減により、企業は銀行からのファイナンスを得やすくなる。

2009 年には輸入者の取引銀行がその支払いを輸出者の取引銀行に保証するという銀行支払い確約 BPO が TSU に追加された。TSU/BPO の使用登録をしている銀行はこのシステムを利用出来る。コピーデータによるデータ・マッチングだけで決済する銀行保証付きもある。この国際ルールの発効もあり、導入環境の整備が進んでいる。

第7章 国際電子商取引と 2007 年改訂 UCP600

UCP600 に対する構造的な変更の 1 つとして、定義および解釈を扱って

いる条文の導入である。銀行による役割の定義、特定の用語や出来事の意味を明確化し、本文を簡素化した。解釈に関する条文は信用状に現れる漠然とした、又は、不明確な言葉から曖昧さを除去し、UCP 又は信用状の他の特徴を明確化することを狙いとした。

貿易は様々なリスクを伴うため、特に、発展途上国との取引においては信用状が重要な役割を担う。信用状取引での重要な原則として、全ての関係当事者は書類を取り扱うものであって、それらの書類に係る物品、サービス、履行を取り扱うものではない。信用状取引は売主と買主との間での売買契約から分離した書類取引である。それによって、銀行は信用状に対する書類上の点検だけで済む。

第8章 国際物流の可視化と電子タグ

電子タグ導入の背景として、商品の存在を明確にすることによって、SCMの更なる効率化を促進するためである。2001年9月11日のアメリカ同時多発テロを契機として、アメリカを中心に国際物流、特に、輸入貨物に対するセキュリティを高めるためである。食の安全を確保する、又、問題のある商品を企業が回収する際に役立てるためである。

電子タグの特徴はバーコードと比較して、遙かに多くの機能を有する。2次元バーコードであっても最大で英数字4,000文字程度であるのに対して、電子タグはメモリの容量にもよるが、数千桁以上のデータが書き込める。又、バーコードは読み取りしか出来ないが、電子タグは書き込み、書き換え、消去も出来る。

電子タグの種類は電源方式によって2つのタイプに分かれる。パッシブ型はリーダー/ライターのアンテナから電力供給を受ける。小型化、薄型化、低価格化は実現しやすいが、通信距離が身近い。アクティブ型は電池が内蔵され、通信距離が長い、小型化が困難である。記憶方式によって3つのタイプに分かれる。リードオンリー型は読み出し専用である。ライ

トワンス・リードメニー型は一度だけ書き込んだ後には読み出し専用となる。リードライト型はデータの書き込みが自由であるが、価格は高くなる。用途によって5つのタイプに分かれる。モノの認識用、動物管理用、工具管理用、コンテナ識別用、車両・貨物自動車認識用である。コンテナには3つのタイプに分けられる。コンテナタグはコンテナ所有者がコンテナに永久的に設置するものである。サプライチェーンタグは荷主が設置するもので、荷受人に渡るまでの全体管理に活用される。船会社タグは必要情報を全て統合した固有の電子シールである。

商品トレーサビリティに係わる電子タグ活用の背景として、社会的ニーズについて、(1) 消費者が産地、製造、流通履歴を知るため、食品事故発生後の対応のため、賞味期限管理のため、(2) リサイクル情報の登録管理と不法投棄防止のため、(3) 自動車の安全性とサービス向上のため、(4) 投棄管理のため、(5) 盗難防止のため、(6) 偽ブランドの流通防止のためである。効率性を求めるニーズについて、(1) 在庫管理の効率化ため、(2) 顧客管理と戦略的差別化を図るため、(3) 物流過程の効率化のため、(4) 製造コストを引き下げるためである。

上記のような背景を受けた電子タグではあるが、これを広く一般的なものとして活用するためには標準化を図らなくてはならない。SCMは多数の企業間での商品の流れであり、同一仕様タグが使われなくてはならない。電子タグの技術仕様と電子タグに格納するIDの体系化に関する標準化が必要となる。

第9章 通関・港湾EDIとグローバルSCM

グローバルSCMにおいて、通関手続の迅速化による本船入港から貨物の引取りまでのリードタイムの短縮化とトラッキング情報の把握を通じた荷役・貨物取引のタイミングの正確性向上が重要となる。製造企業におけるジャストインタイムの考えは物流の世界にも広がりを見せている。

その大きなポイントは手続改革による貿易円滑化への取り組みである。具体的には輸出入通関制度の見直しと手続の統一化・簡素化である。WCOが2005年に「国際貿易の安全確保及び円滑化のための基準の枠組み」を採択し149ヵ国が参加意思を表明している。このSAFEでは「税関相互の協力」と「税関と民間のパートナーシップ」という2本の柱のもとに、(1)電子媒体による事前貨物情報の国際標準化、(2)国際的に整合性のとれたハイリスク貨物の選定、(3)輸出国による非破壊検知機器を使用した貨物検査の実施、(4)一定の基準を満たす民間企業に対する優遇措置の明確化等を掲げている。このような世界的な動きに対して、各国は具体的な対応・行動をしている。

我が国では、アジア・ゲートウェイ戦略会議において「貿易手続改革プログラム」が策定された。そこでの改革として、第1に、輸出における保税搬入原則について、その意義と効果を再検討し、そのメリットとデメリット等を整理した上で、今後の改革の方向性とスケジュールを具体的に示すこととなった。第2に、港湾の深夜早朝利用の推進が挙げられる。第3に、港湾手続の統一化・簡素化が挙げられる。第4に、港湾行政の広域連携の推進が挙げられる。第5に、経済連携協定に基づく原産地証明発給手続の簡素化・迅速化が挙げられる。

日本版AEO制度の構築に関する改革として、第1に、コンプライアンス制度の調和を図ることが挙げられる。第2に、コンプライアンス優良事業者に対する優遇措置の拡充及び優遇措置の対象事業者の範囲拡大等の検討が挙げられる。第3に、相互認証を視野に入れて主要貿易相手国と政府間対話を推進することが挙げられる。

シングルウィンド化の改革として、第1に、業務プロセス改善の徹底等が挙げられる。第2に、港湾システムとの接続の促進が挙げられる。第3に、国際的なシステム連携の実現が挙げられる。第4に、NACCSのあり方の検討が挙げられる。

第10章 SCMにおける情報共有化の利点と問題点

SCMにおける書類・決済・物流の統合化は非常に重要な課題である。様々な取り組みがなされてはいるものの、体系化への道程はまだまだである。その中核的役割を担うものの1つとして電子タグがある。これはSCMやトレーサビリティの観点からその導入効果が期待される。しかし同時に、電子タグのICチップにはデータが格納されているため、電子タグ内の情報が第三者から読み取られる可能性もあり、プライバシーの侵害可能性の存在を否定出来ない。通常、個人情報が記録されることはないが、他のデータと結合させることによって個人が特定化されるという問題がある。

この問題に対する社会的要請が各国で強まる中、個人情報保護の国際的なガイドラインとして、1980年にOECDは「プライバシー保護と個人データの国際流通についての勧告」を採択した。収集制限の原則、データ内容の原則、目的明確化の原則、利用制限の原則、安全保護の原則、公開の原則、個人参加の原則、責任の原則という8つの原則から構成されている。

我が国の個人情報保護法は2003年に成立した。これは大きく分けて2つからなる。1つは基本的な考え方を示す基本法にあたる部分である。もう1つは民間事業者に対する規制にあたる部分である。2004年には総務省・経済産業省「電子タグに関するプライバシー保護ガイドライン」が策定された。

3. 本書の意義・評価・課題

筆者は本書の専門領域にはない。それ故、マーケティングの視点を含めて述べる。マーケティングはターゲットとする消費者が国内に限定されていたとしても、商品の生産に係わる原材料の調達には国際貿易によってなされる。現実的に商品は海外にも輸出されている。このような現実を鑑みれば、商品の国際流通は現代マーケティングの基本である。マーケティング

と密接不可分な関係を形成するようになった SCM の分析も進められているが、ここでの全体最適化と効率化の問題は国内に限定されるものではない。マーケティングは国際マーケティングへと、更に、グローバル・マーケティングへと発展する今日、国際流通はその重要性をますます強めていることは明白である。

消費者ニーズを読み取り、それに適合する商品を生産、発注、仕入れする際、そのための時間的短縮そのものが競争力の鍵になる。アパレル産業ではまさにそのことが言えよう。バーコードによる POS システムの導入ですら、マーケティング力を強く促進した。バーコードと比較して、電子タグ導入によるマーケティングの可能性の拡大も注目される。

このような点からすれば、本書の意義は計り知れないものがある。国際流通を国際商流、国際物流、国際資金流の 3 つの視点からグローバル SCM における情報通信技術活用問題の継続的な分析と新しい IT 基盤の活用の有無による企業間格差のリスク軽減に関する分析を課題とするとある。その分析の際、その実践的活動の最終成果は西氏も述べるように、情報の共有と活用を鍵としたマーケティングによる成果と深く関係するように筆者は思う。その点の分析も期待する。

4. お わ り に

現代マーケティングの研究充実のための 1 つの鍵的素材として、この成果が活かされることを筆者は望む。その理由として、消費者志向のマーケティングが注目される今日、この活動の最終段階に注目する研究が多くなったこと、それ自体はこの流域の発展からすれば喜ばしいものではあるが、それらはマーケティングを支える根幹的部分の存在があって初めて成立するものである。そのような基本的要素に係わる研究成果をマーケティングに組み込む作業が求められている。