

一般社団法人と信管理協会

代表理事 大宮有史

商社機能とファイナンス(金融)取引における留意点(第一回)

商社活動の中で売買取引(トレーディング)は従来から行われている典型的なものであり、商社機能の原点と言うべき古典的なものである。一方で、継続的取引に介入する多くの場合、古くから「介入取引・つけ商売(売買)」と言われており、この商社金融の常態化により、多くのトラブルを招来してきたことも事実であり、裁判例も少なくない。

この裁判例による介入取引の定義は、

「既に成立した売買取引契約の売主(メーカー)と買主(ユーザー)の間に、主に売主の要請で一流商社が介入し、商品は当初の売買契約通り売主から直接買主に引き渡すが、取引の形態としては、商社が売主から売買の目的となった商品を一旦買上げてこれを買主転売する形式をとるものであって、これにより売主は買主の決済よりもより安心・確実な決済を得られ、買主は介入商社に長いユーザンスで支払が可能となり、他方商社としては労せずして口銭を得るもの」とされている。商社に与信管理機能があるが故に与信リスクを負ってなされることにて、労せずして口銭を得るものというのは些か疑問を持たざるを負えないが、この点は今回の本題ではないので等閑に付すとして、

昨今の商社活動は最早トレーディングが主流と言えない状況にもあるが、本来、トレーディングで商社が果たすべき機能・役割は、デストリビューションやマーケティング機能にあり、商品の流通や商品・サービスの供給促進のための市場活動のことであり。俗な言い方をすればメーカーとユーザーを結び付けて商売を作り出し、その間を仲介して円滑な物流を生み出すことに本来的機能・役割がある。特に大手商社の場合には、これにグループ会社による生産・加工等が付加される等、極めて複合的且つ広範な役割を担っていると言えるが、一方で問屋段階での「仲買取引」が介入取引の土壌になっていることも業界によるが少なくない。商社が自発的に第三者間の取引に介入し自らの機能・役割を果たすような積極的介入取引があるべき姿だが、全くその機能・役割を果たせない消極的介入取引の場合には、その目的は「金融(ファイナンス)」に他ならず、資金力や信用力に問題のあるメーカー・ユーザーのいずれかまたは両方(多くはユーザー)に金融をつけることだけが介入目的となる。これは業績不振の会社に対する資金繰りを援助する、在庫の買い上げ、前渡取引、寄託販売等の所謂「金融援助取引」との明確な区別がつきにくいものの、結果として金融援助取引となっているケースが多いのではないだろうか。

今回、この点の問題点、リスクの所在を今一度整理し、所謂ファイナンス(金融)取引を行う場合の留意点を三回にわたって申し上げていく予定です。

次回第二回はファイナンス(金融)取引の定義と内包するリスク

最終第三回はファイナンス(金融)取引を行う際の留意事項

以上