

今回のテーマは  
取引コスト

## 5分でマスター「経営課題の解決法」Q & A

Q：取引コストとは何か？ その打開策は？

A：具体的に言えば「新規開拓がうまく進まない」その理由は「取引コスト」の存在です。

### 1. 取引コスト

行動経済学という新しい経済学の分野があります。当テーマ、取引コストはその分野での研究成果です。行動経済学には、

- 人間は限定合理的である＝限定された範囲で合理的に行動する
- 人間は機会主義的である＝効用・成果の最大化を常に求める

という人間観の前提があります。

「限定」というのは情報が限られているという意味です。限られた情報の中で、理にかなうように判断します。ということはその理にかなっていると思っている合理も、間違っている可能性もあるということです。

そのような限定された情報の中で、行動経済学は「企業または個人は、市場で知らない人と取引する場合には、だまされないように取引前に相手を調査しようとしたり、弁護士に依頼して完璧すぎるほどの取引契約書を作ってもらったり、契約後もリスクマネジメントのためにモニターする。」などと考えます。

しかしそれら、調査、完璧すぎる契約書、契約後のモニターなどは無駄となることもあります。

そのような人間が限定合理的で機会主義的であるがゆえに、取引で発生する無駄になるかもしれない（無駄とはならないことも当然あります）行動に費やされる費用を「取引コスト」といいます。

その取引コストに背を向けたいという行動を取ると、「合理的に現状に留まる」つまり、非

効率を維持する、革新を排除する、新しいことを避けるという結果になりかねません。

●取引先との旧来からのつきあい ●系列 ●地域間取引（例：名古屋の経済圏）  
などはその例です。

その取引コストの存在が、いわゆる新規開拓を難度の高いものに行っている要因です。

## 2. 新規開拓上の取引コスト

それでは、新規開拓に限定して、その際の（主に買う側の）コストを実際にかかる金銭的コスト、トラブルから派生する（対処が必要となる）行動的成本、担当者の心理的成本に分けて、具体例を見て下さい。

<b>1. 金銭的成本</b>
●信用調査費用がかかる
●新しい契約書作成等、法務に関する費用がかかる
●取引開始に際して様々な交際費用がかかる
●取引に関する諸データ等の整備に費用がかかる
●条件交渉など面倒で時間がかかる
<b>2. 行動的成本</b>
●不良品が発生したらどうするか
●品揃えに不備があったらどうするか
●納期遅延など発生したらどう対応するか
●品質は維持されるのか、こちらの監視体制が必要か
●こちらの要望どうりの仕様で作ってくれなかったら
●技術水準は大丈夫か
●クレーム対応などの体制に不備があったら
●アフターフォローが不十分だったらどうするか
●倒産などで商品供給が止まった場合はどうするか
●情報提供などソフト面では大丈夫か
<b>3. 心理的成本</b>
●担当者と性格が合わなかったら
●うまいこと言ってだますつもりでは
●契約はキチンと履行されるのか
●先方の担当者の能力は大丈夫か
●旧来の付き合いの会社にはどう話をするか

ネットショップ（WEBサイト）での購入は上記取引コストを激減させます。すべての情報がオープンだからです。会社の信頼性、品揃え、価格、支払方法、返品の方法 etc つまり情報の「限定」の幅を拡げるからです（限定合理的ではない状態になるからです）。ということは新規開拓を上手に進めていくためには、客先へ適切な情報を積極的に発信し、限定合理的ではなくなる状態にする必要があります。