

(4)法と経済学(経済学での効果測定を法に応用)

「法と経済学」とは1970年代以降に主に米国で発展した学問で、法律の解釈や立法の際に経済学的な考え方を導入しようとする学際的な領域である。その意義の1つが「事前の正義」という概念を取り入れたことである。実際に問題が起きた後に、被害者を救済するために法律が制定されることがあるが、経済学的手法を用いてその法律が与える社会的、経済的效果をあらかじめ測定しようとするものである。

流通業界においても、環境問題に商業施設も対応しなければなりません。すなわち流通業界には大店立地法さらに実質的な商業調整まで行いつつある改正都市計画法や中心市街地活性化法があり、「流通業と法」あるいは「流通業と政策」の問題が存在します。いずれにしても、中心市街地のあり方を検討する場合の流通業と法あるいは政策においては、「自由経済の神の見えざる手による発想で中心市街地が構築されていること(例:ニューヨーク)」及び「直接選挙による住民の意思(民意)の発想で中心市街地が構築されていること(例:ポーランド)」が必要であり、勝手に行政や商工機関や既得権商業者や十分なノウハウを持たない学識経験者などの売り手のみが決める流通政策であってはなりません。

(5)サンクコスト効果(乗りかかった船だから途中で降りられない)

サンクコスト効果は「コンコルドの誤り」とも呼ばれる。英仏が共同開発した超音速旅客機コンコルドは開発費の高騰により、完成しても採算はとれないことが途中で判明した。にもかかわらず、すでに巨額の開発資金を投じたから途中で止めるのは無駄であるという理由で、開発は続行された。結局、コンコルドは初飛行の1969年から7年後の76年に製造中止が決定、累計生産台数は16機にとどまった。

流通業界においても、「総論賛成、各論反対」という言葉があります。S Cのリニューアルにおいては、勝ちパターンづくり(成功のメカニズムを導入した戦略と手法)である総論の賛成から始まります。しかし、具体的な段階になると利害が一致せず、総論の勝ちパターンを各論で変更したまま、問題点を残して進めてしまうケース(サンクコスト効果)が多々あります。本来ならば、各論で反対があれば課題を持ったまま進めるのではなく、もう一度、総論から始めるべきです。

あらゆるリニューアルを進める場合、必ず課題はあります。課題を解決するのが各論レベルでの業務推進であるのに、課題を持ったまま次のステップである具現化に進みます。まさに、「コンコルドの誤り」です。また、ハード面の推進の前に、ソフト面の検討をすれば、コストは大幅に減少します。

(6)保有効果(手放すのは入手するより難しい)

あるものに費やした費用や時間を別のものに費やしたときに得られる利益を機会費用と呼ぶ。ある財に費やした費用とその際の機会費用では、前者を高く評価する傾向があるが、それも保有効果で説明がつく。実際に支払った費用は損失であり、機会費用は得ることができたのに得られなかった利得と感じられるからだ。ゆえに実際に払った費用は過大評価され、機会費用は軽視される。

行動経済学では、受け取り見積額は支払い見積額の約7倍と結論されています。つまり、同じものであっても、手放す際は手に入れる際の約7倍も価値が大きく感じられます。

流通業界で、経済は50年に1回、流通は25年に1回、企業コンセプトは8年に1回、M D i n gは3年に1回は過去の延長線上での手法が通用しなくなります。前のノウハウの保有効果を捨てて新しいノウハウを開発しなければ勝ちパターンになれない時代に、過去のコンセプトを捨て、新たなる時代対応したコンセプトに再構築できないのは正に、保有効果(今まで何とかやっていけたのに...)です。

(流通とS C・私の視点(920)へ続く)

(株)ダイナミックマーケティング社³
代 表 六 車 秀 之