



コキア

花みずき



BEST MANAGEMENT

公認会計士・税理士
経営コンサルタント

安 蒜 俊 雄

〒271-0046

松戸市西馬橋蔵元町93

Phone : 047 (341) 8811

Fax : 047 (341) 8080

10月

(神無月) OCTOBER

13日・スポーツの日

日	月	火	水	木	金	土
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

ワンポイント ペ波尔インボイス

ペ波尔 (Peppol) とは、インボイスなどの電子文書をネットワーク上でやり取りするための国際標準規格です。ペ波尔インボイスに対応した会計ソフト等を利用する場合、取引先の会計ソフト等がペ波尔の規格に対応していれば、異なるシステム間でもインボイスの送受信や自動処理を行うことができます。

10月の税務と労務

国 税 / 9月分源泉所得税の納付 10月10日

国 税 / 特別農業所得者への予定納税基準額等の通知
10月15日

国 税 / 8月決算法人の確定申告
(法人税・消費税等) 10月31日

国 税 / 2月決算法人の中間申告 10月31日

国 税 / 11月、2月、5月決算法人の消費税等の中間
申告 (年3回の場合) 10月31日

地方税 / 個人住民税第3期分の納付
市区町村の条例で定める日

労 務 / 労働者死傷病報告 (7月~9月分) 10月31日

労 務 / 労災の年金受給者の定期報告
(7月~12月生まれ) 10月31日

労 務 / 労働保険料第2期分の納付 10月31日
(労働保険事務組合委託の場合は11月14日)

ホールドアップ問題 ～自動車産業を例として～

一般に、企業が取るべき一番良い行動は、相手の行動によって変わってきます。そこでは、相手の出方を予想して、自分の取るべき行動を選ぶ必要性が出てきます。

このような相互関係の中で何が起こるかを分析するのが「ゲーム理論（経済理論）」です。通常、ゲームの状況では、相手と自分の駆け引きとなり、分析は簡単ではありません。そこにゲーム理論を学ぶ理由があります。

多額のお金絡む企業間競争では、多くの人が知恵を絞って、利潤を高めることができるよう行動を決めています。

以下では、経済分析に使われているゲーム理論の一つの方法を紹介しましょう。

1 ホールドアップ問題とは

- 取引場面では、次のような状況がよく起きます。
- ① 組立メーカー・A社が新製品を開発。その製品には特殊な部品が必要で、A社は作れません。
 - ② 部品を作ることができる企業はたくさんありますが、製作には特殊な機械設備が必要であるため、部品メーカー・S社に発注しようと考えています。
 - ③ S社は、受注するとなると9000万円の設備投資が必要です。
 - ④ A社は110円／個、100万個の発注をS社に提示。S社は1000万円の利益が見込めます。

⑤ S社はいったん部品の生産にかかると、この部品は他の企業には売れません。

⑥ その後、A社は部品を50円に値下げ要求。この場合、S社は受け入れざるを得ません。しかし、この価格では投下した費用は十分に回収できず、S社の利益はマイナスになります。

取引においてこの種の問題はよくあり、ゲーム理論の一つ「ホールドアップ問題」として知られています。ホールドアップとは、「手を上げる」という西語で拳銃を突き付けて言うセリフです。「他社に代替的なものとして販売ができないとき、いったん取引契約を結んだら、引き返すことが難しく、相手に好きなようにされてしまう」ということです。

ホールドアップ問題を図で示します。【左頁図】は、その見た目から「ゲームの木」といわれ、時間を通してゲームが行われる場合に使われます。図は左から

右へ進行します。

分岐点は、それぞれあるプレイヤーの意思決定を示し、分岐している枝は、そこでの行動の選択肢を表します。

例えば、最初の分岐点は、部品メーカーが「つくる」投資するか、「つくらない」投資しないかの二択です。

二度目からの行動においても、選択肢はその分岐点における戦略を表します。矢印の先がゲームの終着点で、その結果に対応する利得の組み合わせを示します。

なお、【図】の最終点で部品メーカーが製造した場合、部品メーカーがマイナスイナス5000万円、組立メーカーがプラス2000万円になっていますが、プラス2000万円の数字は仮定の数字であるとお考え下さい。

2 ホールドアップ問題の解決

会社間契約では、起り得る全ての状況を記述できない、と云っていいでしょう（不完備契約）。

このことからホールドアップ問題の解決では、契約の内容を

あらかじめ確定するのではなく、状況の変化に対してどのような対応するかというルールを決めておく方法があります。

例えば、

● 需要の変化によるリスクを誰が負担するか？

● 投資した固定費の負担があるが、製品の価格変動によるリスクは部品メーカーが負担するのか？組立メーカーになるのか？

等です。

日本の自動車産業における継続取引に関する研究では、自動車メーカーが部品メーカーに対して価格変化を認めるかどうかについて、

① 原材料価格の変化の場合：転嫁が認められる

② 人件費が高騰する場合：転嫁が認められない

③ エネルギー価格が上昇する場合：転嫁が認められない

つまり、自動車メーカーは、部品メーカーが価格転嫁の費用原因を証明できるかを判断基準にする（人件費は内部要因の問題で分らない）と分析しています。

3 日本の自動車メーカーと米国の自動車メーカーの比較

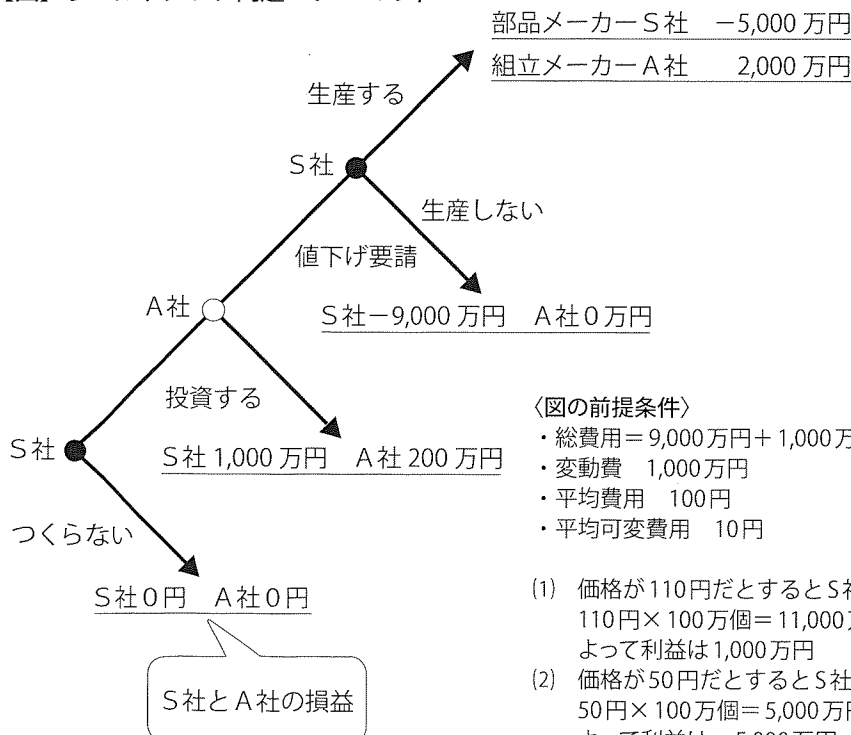
米国の自動車メーカーは、原材料の調達、部品、完成品まで全て自社で生産するようにしています。一方、日本は、部品メーカーとの長期的取引（企業グループ）で、生産します。

日本と米国を大雑把に比較すると、1969年と1980年の従業員1人当たりの生産台数は、トヨタが39・7台↓68・9台、日産が25・5台↓50・5台へと大きく上昇。これに対して、大型車を中心とする米国のGMは、9・0台↓9・5台、フォードが11・1台↓10・1台と小幅な変化です。

また、労働装備率（従業員1人当たりの設備投資額）では、トヨタが1969年の937万円から1980年に2916万円、日産が653万円↓2044万円とほぼ3倍以上。これに対して、GM576万円↓559万円、フォード889万円↓824万円です。

日本の自動車メーカーの強さが歴然としています。

【図】ホールドアップ問題 ゲームの木



〈図の前提条件〉

- ・総費用 = 9,000万円 + 1,000万円 = 10,000万円
- ・変動費 1,000万円
- ・平均費用 100円
- ・平均可変費用 10円

- (1) 価格が110円だとするとS社の収入は
110円 × 100万個 = 11,000万円
よって利益は1,000万円
- (2) 価格が50円だとするとS社の収入は
50円 × 100万個 = 5,000万円
よって利益は-5,000万円
- (3) A社は当初200万円の利益を見込んでの発注

現金とキャッシュレス

日本人の現金志向は、社会構造や経済状況、人々の心理に深く根ざした現象です。キャッシュレス化について、次のような点があげられます。

1 現金好きの理由

(1) 長年の慣れ

歴史的に現金決済が中心で、日常に深く浸透している。幼い頃から現金のやり取りに触れ、便利さを実感してきた世代は、キャッシュレス決済に抵抗感がある。

(2) 安心感

銀行口座やクレジットカードの残高を気にしなくても、必要な金額が常に手元にある安心感は、不安定な経済の中で大きな意味を持つ。

また、現金を使用することで、消費の抑制や計画的な支出を意識しやすくなる。

(3) キャッシュレス化のコスト、不信任感

キャッシュレス決済は様々な手数料、

システムトラブルによる決済失敗のリスクも発生。個人情報観の観点からも、現金は信用性を保ちやすい手段である。

2 日本のキャッシュレス決済普及の課題とメリット

(1) キャッシュレス決済が進まない理由

◎ 乱立状態（キャッシュレス決済サービスが多い）

◎ 店舗側にとって異なる決済手段の契約や会計処理は煩雑

(2) キャッシュレス普及のメリット

◎ 現金決済のインフラコスト削減（例えば、千円札は平均2年の寿命で、これらによるコストは年間2.8兆円と推計）

◎ 店舗の業務効率化（人手不足対応を含む）

◎ 消費者の利便性が大きく向上
キャッシュレス化で得られた利用履歴に基づいて、商品・サービス改善に生かし、消費者一人ひとりに適したサービスが提供される。

怪しい勧誘

「短期で絶対儲かる」、「他にはない特別な金利をあなただけに」などのセールストークや複雑すぎる投資話の勧誘には、注意が必要です。

これらの話の中身は、金融商品の原則を逸脱したものです。金融商品の原則は、リスクを取らない場合は得られるリターンも低くなる（預貯金、個人向け国債等）一方、高いリターンを

経営力とは

一般的に「経営力」とは、会社を成長させ、存続させていくために経営者が持つさまざまな能力であると言われています。

昨年亡くなられた自動車メーカー・スズキ(株)の鈴木相談役は、ある対談の中で、経営者に必要な能力は決断力とか行動力などというものもあるが、「倒産するかも知れない」という「感覚」を持っていることが「経営力」ではないかと発言しています。

経営そのものは「生き抜く」ことであるから、「倒産するかも知れない」という危機感をいかに価値へと向上させ、会社全体や社員をそこへ向かわせていくことが必要ではないか、また、危機に直面した時に必要なのがトップダウンである。

その上で、トップダウンはトップが号令するのではなく、トップが現場に降りて行き、そこで具体的にものを見て、より良い方法があることを現場の人たちと作り上げていくことだ、と言っています。

得たい場合は高いリスクを受け入れる必要があります（株式・投資信託等、FX、先物取引等）。金融商品の取引での鉄則は ◎ ロールスク・ハイリターンはあり得ない ◎ 向こうから近寄ってくる「今だけ」「あなただけ」には注意 ◎ 万が一トラブルに遭ったら、一人で悩まず、早めに適切な相手に相談することで道が開けるの3つです。