



## レモンだらけの市場を回避する

「レモンの問題」と呼ばれるゲーム理論をご存知だろうか。たとえば、とある中古車市場では、良品と粗悪品（スラングで粗悪品を“レモン”と呼ぶ）が混在しており、消費者は車の専門家ではないため、良品と粗悪品の区別がつきにくい。言い換えると、消費者が入手できる中古車は、良品である可能性も、粗悪品である可能性も存在する。すると、消費者にとっての中古車の期待価値は、良品と粗悪品の間の価格となり、良品の価値に見合った高い金額を出す消費者はいなくなるのである。結果として、まじめに良品だけを販売している業者が儲からなくなり、良品販売の業者が絶滅してしまう。このサイクルが繰り返されることにより、最終的にこの市場には粗悪品しか出回らなくなってしまう、という現象として説明されている。

さて、この悪循環ともいえるレモンだらけの市場に至ってしまった要因は、どこにあるのだろうか。この事例では、そもそも良品と粗悪品の区別がつきにくかったことが、ひとつの要因だったと言える。

実は、この要因は、ゲーム理論では「情報の非対称性」という概念で説明されている。消費者より販売者の方が情報量が多く、その情報をコントロールできるため（情報の非対称性）、消費者には区別がつきにくくなり、期待価値でしか評価できなくなっ

てしまったと考えられている。では、この「情報の非対称性」をなくすことはできないだろうか？

私だったら、その情報量のギャップを埋めるため、実際の中古車オークション会場へ足を運び、出展車を徹底的に調べるであろう。さらには、業者へ転売される前の車両ナンバーを元に、陸運局記録から出展車の履歴を調べたり、事故の履歴も知りたい。ただ、こんな調査をするには、相当の時間負荷がかかるし、情報開示に制約などもあるであろう。

そこで、このような「情報の非対称性」を回避する手法の一つとして、行政や業界団体など独立組織が、重要な情報を調査し、公平に開示する試みが行われるのである。

一方、最近の金融商品を取り巻く環境を見てみると、サブプライム商品市場など、今まさにレモンだらけの市場となりかけているのではないかと思える。そんな中で、「情報の非対称性」回避のための動きも見られる。たとえば、証券化商品の“トレーサビリティ”などの情報開示の手法が、業界団体など公の場で検討されている。これらが実現されれば、投資家の保護や、市場の安定・活性化など、そのメリットは計り知れない。ひとまず「レモンの問題」は、解決の方向に向かうのではと期待している。

（小林 孝明）

