



## 中国ギョーザは好きですか？

「とりあえず、中国製の食べ物は避けたい。何となく危険な感じもするので」

中国製冷凍ギョーザの中毒問題は、ギョーザだけの問題ではなく、中国産食品全体の需要にまで波及した。2008年の中国から日本への野菜輸入量は前年比で30～40%の落ち込みが見られたという。

一方、金融でも、「信用収縮」と言われるように、クレジット業界で急速に需要が冷え込んだ。当初、サブプライム問題とは、米国西海岸などのサブプライムローンの価格下落という単一商品の問題であるはずだった。ところが、証券化という「様々な商品を混合する」現代錬金術を通じて、サブプライム問題は、クレジット商品全体の問題となった。

ギョーザとサブプライムの共通項とは、一部分に危険な箇所が発見されたことで、急速にマーケット全体が否定されてしまったことにある。

では、「一部が原因で全体が否定される」ことこの背景とはどのようなものだろうか。

仮説として、「少ない情報量で、無理やりに情報を解釈している点」に原因の一端を見出してみたい。

中国ギョーザ問題では、中国の食品作りに関する詳細な現場は完全には明らかにならない状況下で、マスコミが扇情的にこの問題を追求することで、消費者全体に「中国製はとにかくどれもこれも危ない

かもしれない」という不信感を生み、中国製食品に対する需要の急減を招くこととなった。換言すれば、マスコミが手に入れた「インプット」情報は実質少なかったとも思われるが、マスコミが中国産を問題視する「アウトプット」としての情報は多かったため、消費者のベクトルは一方向に向くことになった。

サブプライム問題も同様の動きが見られた。まず、多くのクレジット商品の流動性は急低下し、資産価値は俗に言う「推定値」に基づく事となって

しまった。即ち、商品のプライシングに向けた「インプット」情報の入手は極めて困難な状況となった。一方、各金融機関は通常通り、四半期毎の時価評価の義務、即ち「アウトプット」としての情報開示はきっちり求められていた。この状況から、各金融機関は低流動資産を、他の投資家が投売りしたような低価格で評

価せざるを得なくなった。この点から、時価評価が金融危機を加速させた一要因とも言えるだろう。

「インプット」となる情報量が十分でないのに「アウトプット」として発信する情報が多くなると、緻密で柔軟性のある解釈ができず、市場を極度に一定の方向に導く。「イン-アウト」の情報アンバランスが、時として市場の崩壊を招くほど切実な問題であることは、中国ギョーザとサブプライムの教訓と言えるかもしれない。 (加藤 友明)

