

レモン市場とは ～情報の非対称性の話～

平成 30 年 5 月作成



レモン市場という言葉聞いたことがあるでしょうか？アメリカの経済学者、ジョージ・アカロフ氏が発表した論文で「情報の非対称性による市場の失敗」を表した考え方を示します。情報の非対称性というと難しく聞こえますが、簡単に言うと「売り手は買い手より情報を多く持っている」という事です。ここでいう「レモン」とは「中古車」の事を指します。レモンは皮が厚いので一見してその品質がわからない、中古車もその見た目からでは内部構造にどのような欠陥を持っているのかわからないというたとえです。

ここではわかりやすく、良品の買取り価値は 100、不良品の買取り価値は 50 とします。中古車を売りに来た所有者は、その車が良品か不良品かがわかっていますが、その情報を買手に伝えないと、買手はそれが良品なのか不良品なのかわかりません。そこで、買手は良品と不良品の中間の 75 で買い取れば確率的には損をしないと考えました。しかし、不良品を売る人は 25 儲かりますが、良品を売る人は 25 損してしまいます。そうすると市場には不良品ばかりが出回ることになり、結果として高く買い取られた不良品を高い値段で買う人もいなくなり、市場が成立しなくなるというものです。

なんだか難しい話なのでよくわからない人もいますが、重要なのは「売り手は自分が不利になる情報を買手に伝えたくない」という事です。現在の日本では市場に不良品が出回るといふ事はほとんどなく、仮にあった場合でも事業者が自主回収や費用負担を自ら積極的に行う風土が日本にはあります。そのため、お店で販売されているものに不良品があるかもしれないという事をあまりに考えなさすぎるようになってしまった気がします。少し前は「安かろう悪かろう」というようなことが普通に言われていましたが、今の子どもたちはそんな言葉を聞いたことさえないかもしれません。

昔から日本では不動産投資においてトラブルが多発しています。中には詐欺のような話で不動産投資を促す業者もいますが、優良な事業者でも、積極的に自分に不利な情報を買手に提供しようとは思わないでしょう。特に「利回り〇%です」とか、「賃料は〇〇万円が見込めます」とか、「〇年間は家賃が下がりにません」とか、これらは素人にはわかりにくい項目ですが、これらの情報を買手にもたすのは通常売主です。自分が売り手の立場として、買手に不利な情報を積極的に伝えたいと思うのでしょうか？ましてや、商品が不動産であれば数千万円から数億円という買い物になります。その際、銀行の融資が通ったので大丈夫という人も多いですが、銀行も営利企業です。もちろん銀行も不良品に融資はしたくないでしょうが、それでも損しないように担保（物件への抵当権）に十分な価値があれば、仮に事業が失敗しても銀行の損を最小限にすることができます。借り手の事業が成功することが銀行にとっても利益を最大化できますが、銀行の融資は銀行が損を最小限にできるかどうか判断基準で、事業内容等を保証したものではないのです。

仮にそのような不良品を購入してしまった場合、事業者へ損害賠償請求をするにしても、そのための費用や労力は計り知れません。そのため、買手にも、売り手からもたらされた情報がどの程度の信頼性があるのか、自ら勉強し、あるいは売り手とは全く関係ない第三者の専門家へ意見を求める等の努力と費用負担は必要であろうと考えます。