

## 情報開示の役割 情報の非対称性とレモンの原理

1

## レモンの原理 原典

G.A.アカロフ(1940-)の1970論文

「レモンの市場:品質の不確実性とマーケット・メカニズム」

George A. Akerlof, "The Market for 'Lemons': Quality Uncertainty and the Market Mechanism," The Quarterly Journal of Economics, Vol.84, No.3, August 1970, pp.488-500.

2001年にノーベル経済学賞

2

## レモンの原理 要点

- ▶ 異なる経済主体の間に「情報の非対称性」が存在すると、「逆選択」が発生し、市場が成立しなくなる。
- ▶ こうした望ましくない結果を回避するためには、情報を「自発的に開示」し、情報の非対称性を解消することが重要。

岩波『現代経済学事典』

3

## 情報の非対称性 Information Asymmetry

- ▶ 経済的取引関係にある経済主体の一方が、他方の知らない情報を持っていること。
- ▶ 通常の売買取引の場合、生産者や販売者(エージェント agent=代理人)は、消費者(プリンシパル principal=本人)よりも、質の高い多くの情報を持っていることが多い。
- ▶ 情報の非対称性を放置すると、エージェントはプリンシパルの不信を招き、固有の追加的コスト(エージェンシー・コスト)を負担することになる。

4

## 2種類の情報の非対称性

### 1. 契約前に存在する属性に関するもの

財ごとに属性に差があり、それが外から見て分からない場合。中古車の品質、労働者の能力、企業の質等。「レモンの原理」の場合。

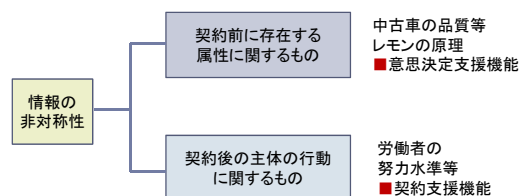
### 2. 契約後の行動に関するもの

契約後の代理人の努力水準。外から事前に観察できない。労働者の努力水準、企業の努力水準等。

■ いずれのケースにおいても、その状態を放置すると、すべての経済主体の期待利得が低下(エージェンシー費用が増大)します。

5

## 2種類の情報の非対称性



いずれのケースも、情報の非対称性を放置すると、すべての経済主体の期待利得が低減します。

6

### 事後の努力水準に関する場合

1. 契約時に報酬を決めてしまうと、代理人は努力水準を引き下げる誘因を持つ。モラル・ハザード。
2. その結果、資源配分の効率性が阻害される。本人と代理人の双方にとって望ましくない結果となる。
3. 代理人が効率的な努力水準を選ぶインセンティブを持つような契約を用意する。  
歩合制賃金、利益連動型報酬制度。成果連動型賃金の問題点は、次回の授業で説明します。

▶ 7

### 事後のケースの説明

- 労働者Aは、10の生産能力を持つ。
- 事前に報酬xを決定してしまうと、Aはx以下に努力水準を落とすインセンティブを持つことになる。
- Aの努力水準の引き下げによって、企業内に資源配分の非効率が発生する。同時に、Aの報酬の源資となる企業の利得も低減する。
- この事態を受けて、企業は $x-a$ 、 $a>0$ 、の報酬をAに提案する。Aは、さらなる努力水準の引き下げで、これに対応する。
- この状態を放置すると、企業は倒産し、Aは失業する。
- その事態を回避するために、企業は、Aの努力水準を報酬契約に織り込むインセンティブを持つ。

▶ 8

### レモンの原理

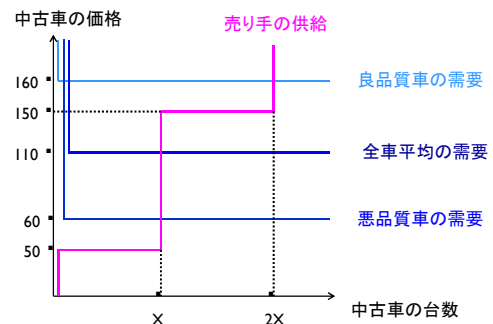
設例にもとづく説明 (1) 西村[1995]

- ▶ 中古車を売りたい人: 2X人
  1. 1人1台を所有。
  2. 2X台のうち、半数が悪品質車、半数が良品質車。
  3. 良品質車の売り手の売値: 150万円。  
悪品質車の売り手の売値: 50万円。
- ▶ 中古車を買いたい人: 2X人
  1. 買い手は、品質を識別できない。
  2. 良品質車の買値: 160万円。  
悪品質車の買値: 60万円。
  3. 良悪の確率は1/2なので、市場で提示される買値(期待価格)は、  
 $160 \times 1/2 + 60 \times 1/2 = 110$ 万円。

▶ 9

### レモンの原理

設例にもとづく説明 (2)



▶ 10

### レモンの原理

設例にもとづく説明 (3)

- ▶ 買い手は期待価格の110万円を払おうとするが、110万円では、レモンしか市場に供給されない。良品質車の売り手は市場から退場する。
- ▶ それを知った買い手は、110万円を払おうとせず、悪品質車の価格60万円を払おうとする。その結果、レモン(50万円の悪品質車)のみが市場で取引されることになる。つまり、市場には、レモンしか残らない。



市場の崩壊  
その過程で非合理的な経済主体は1人もいない。

▶ 11

### 逆選択 Adverse Selection

- ▶ 情報の非対称性が存在する場合に、市場メカニズムによって望ましい性質を持つ財が淘汰されて、望ましくない性質を持つ財ばかりが生き残る現象。
- ▶ 生物の進化における自然淘汰(natural selection)とは逆に、悪い選択が進むという意味。逆淘汰ともいう。
- ▶ 市場における合理的な行動の結果、非合理的な選択がもたらされる。

▶ 12

## グレシャムの法則との違い

- ▶ 「悪貨は良貨を駆逐する。」
- ▶ グレシャムの法則の場合は、売り手も買い手も、良貨と悪貨に関する知識を等しく持っている(必要な情報が入手可能である)。
- ▶ レモンの原理の場合は、売り手と買い手の中古車に関する情報の非対称性が問題にされる。情報の非対称性から、売り手に対する買い手の不信感が生じ、エージェント・コストの増大(レモンの氾濫と市場崩壊)を招く。

▶ 13

## 逆選択のその他の事例

- ▶ 保険
  1. 保険市場には、リスクの異なる保険需要者が存在する。保険会社はその相違を識別できない。
  2. リスクの相違を反映しない高い保険料を一律に課すると、リスクの低い優良な顧客が市場を去る。
  3. その結果、保険会社は、より高い保険料を設定せざるをえなくなる。
  4. 最終的には、リスクの最も高い顧客しか残らず、保険市場は崩壊する。

▶ 14

## 良品質車の売り手の対応

- ▶ 情報の非対称性の解消。  
この場合は、事前に存在する属性に関するもの。
- ▶ そのためには私的情報開示=自己選択(self selection)が必要。
- ▶ 自己選択のための代表的なメカニズム
  1. シグナリング
  2. スクリーニング

▶ 15

## 用語

- ▶ シグナリング Signaling  
望ましい財を持っている経済主体が、その事実に関する情報を市場に提供すること。
- ▶ スクリーニング Screening  
プリンシパルから提示された複数のスケジュールからエージェントがどれかを選択すること。その結果を見ることで、プリンシパルはエージェントの能力(情報)を識別できる。

▶ 16

## 会計情報開示問題への適用 (1)

- ▶ 事業リスクの高いA社(リスク率15%)と低いB社(リスク率5%)が存在する。
- ▶ 投資家は、その相違を識別できない。したがって、期待リスク10%( $=5 \times 1/2 + 15 \times 1/2$ )を、A・B両社に要求する。
- ▶ B社は資金調達を断念する。市場には、高リスクのA社が残される。
- ▶ 投資家は投資活動をやめる(市場からの退場)。健全な企業と投資家の不在。

➡ 投資市場の崩壊

▶ 17

## 会計情報開示問題への適用 (2)

- ▶ シグナリングとしての会計情報開示  
企業は、資金調達コストを削減するために、会計情報を開示しようとするインセンティブを持つ。
    - 「情報開示に消極的な企業=高リスク企業」と評価される可能性がある。6割以上がCSR報告書を公表。
    - 公的規制は、個別企業のリスク状況を反映しないので、非効率な規制となる可能性がある。
- ゆえに公的な会計規制は不要である。

▶ 18

### 情報開示問題への適用 (3)

生産性の高い人には、資源を費やして、生産性が高いことをシグナルする誘因がある。

シグナルの1つは、大学に行くことである。生産性の高い人だけが大学に行く。

報酬の増加 > シグナルのコスト

Watts and Zimmerman [1986] (訳, 153頁)。

▶ 19

### ミクロ的経済機能のまとめ

情報開示は人のためならず。

経済学の基本用語は、必ず専門書で確認しておきましょう。

▶ 20