

### III. 「市場」形式による協力・協業

#### A. 市場における個別経済主体の行動と情報

##### 1. 概要

自由な交換・取引によって協業を実現

##### a. 個別経済主体

それぞれ独立した意思決定主体（強制されない）

利己的動機で行動

企業（組織）：営利目的、利潤最大化

家計：満足・効用の最大化

非営利団体：それぞれの目的の達成

##### b. 市場経済の前提

私有財産制度

交換・取引と契約の自由を保証

例外

租税納入義務

公的規制

契約履行の義務

破産制度（不履行の場合の処置）

日本では破産に「道徳的責任」がともなう

貨幣（取引手段）と価格

##### c. 市場の機能

A. Smith の「見えざる神の手」

ミクロ経済学

「完全情報」の前提

「市場の失敗」の例外

環境問題

自動車排気ガス

##### 2. 市場経済と情報

##### a. 個別経済主体と情報

個別経済主体は不完全情報の状態

市場の状態、他者の状態・行動

知らない場合がある

不確実性とリスク

損失・失敗の可能性  
情報収集とそのコスト  
時間・手間  
    (「社員旅行」という消費活動のための情報収集のコスト)  
    → 幹事の時間  
損失の抑制・防止  
    「最適な情報収集」

**b. 市場と情報**

個別経済主体にとっての不完全情報 =  
市場「内部」の情報収集・伝達の不足  
情報不足の結果  
    個別経済主体の失敗  
    「市場の失敗」(market failures) とは区別する

図：情報と不確実性

(一部情報、不完全情報)

	→コスト (金、時間、労力)
既 知	未 知
(情報)	(不確実性)

(完全情報—神の立場)

既 知 (情報 100%)
---------------

(無知の立場)

未 知 (情報 0%)
-------------

3. 不確実性下の個別経済主体の行動

a. 資産保有の例

(傍観者・評論家の立場で考える)

S : 株式 : リスク高、収益高

M : 現金 (預金、債券) : リスク低、収益低 (社債、国債)

「リスク回避」行動の原則

リスク・プレミアム

(リスクな事態が起きたときの保償のための料金)

代償 → (平均が上がる)

図 : 資産M保有とS保有から生ずるA氏へのリターン

(単位 : 万円)

事象	Up	Down	平均	変動	A氏に とって の価値
確率	1/2	1/2			
M	100	100	100	0	100
S	110	90	100	±10	98

リスクあり、情報なし

A氏は 98 万円まで料金が値下がりしたところでSを購入

リスクプレミアム = 2 万円

不確実性の経済学——情報経済論 (狭義)

b. 情報入手（有料）によるリスク回避

「情報」に対する需要価格

（情報入手に対して支払う用意がある最高価格）

図：A氏の純利益の例

（単位：万円）

事象	U	D
確率	1/2	1/2
M	0	0
S (98)	12	-8
S (98) & I (x)	12-x	-x

リスクあり、情報あり

情報——代価を払えばU、Dのどちらになるかが分かる。

A氏が情報を買う最高額（情報の需要価格） =  $X^*$

$X = 0$       12      0（情報を買う）

$X = 8$       4      -8（情報を買わない）

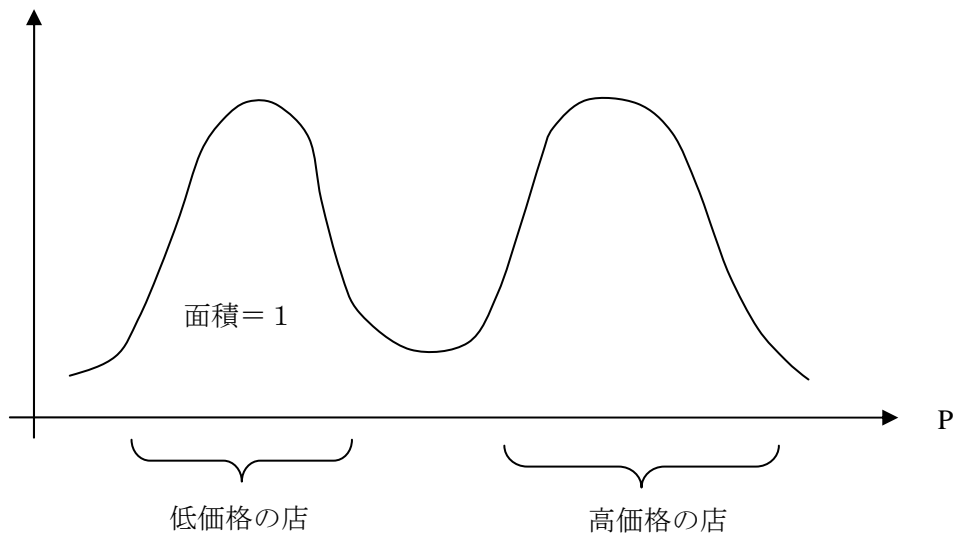
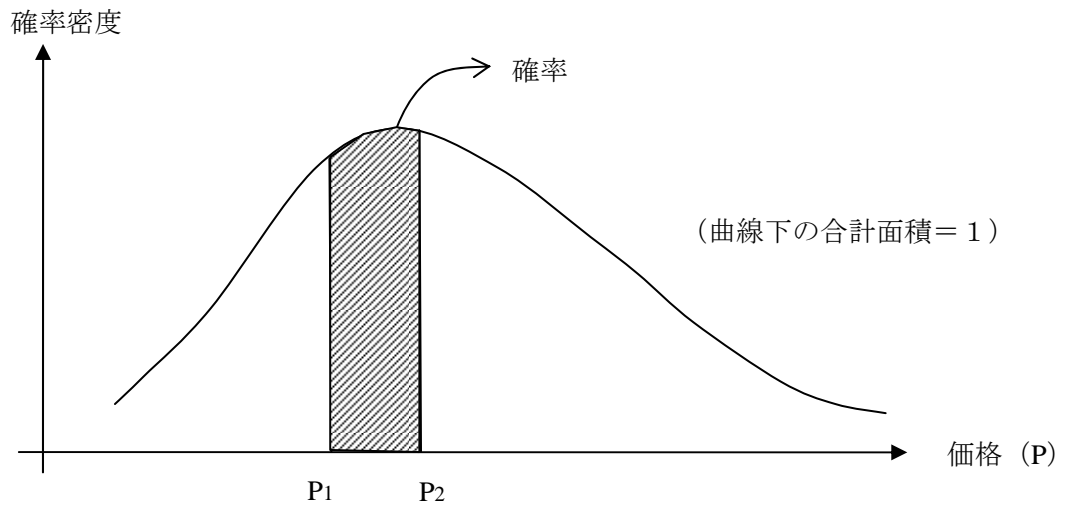
$X^*$ は  $X=0$  と  $X=8$  の中間になる

c. 「ショッピング（商品さがし、職さがし）」による価格情報の入手

店ごとに価格（品質考慮ずみ）が異なる

安価な店をさがしたい

価格の確率分布



事前的にはそれぞれの店での「価格」は分からない

不確実性

探索（ショッピング）によって価格の情報を入手

店を1回訪れる費用（交通費、時間、疲れ、など）

探索費用（1回あたり150円）金額換算

探索の程度——中間で妥協

購入を早く決めすぎるリスク：

高価格の商品を掴むかも

購入を遅く決めすぎるリスク：

費用・手間がかかりすぎる（骨折損のくたびれ儲け）かも

最適なショッピング方策（？）

両者の中間で妥協  
サーチ（探索）理論  
情報経済論 economics of information のはじまり、G.Stigler 1961)

#### 4. 不完全情報に基づく市場の「失敗」

##### a. レンタカー市場の例

グループ1：有料運転借手  
グループ2：乱暴運転借手  
事故のリスクは「保険」でカバー

##### b. 他の例

中古車市場（「レモン車」（＝不良車）の問題  
健康保険・失業保険

市場の失敗

病気がちの人が健康保険に入れない。

就業意欲を失わせる（失業保険で生活する）

民営は不可

国営が必要

「逆選択」という「失敗」が生じる可能性がある

労働市場

「シグナリング」と「自己選択」

ブランド＝シグナル（良品）、企業イメージ（企業名）、（商品）

図：レンタカー借り手の質に関する情報が不完全な場合の需給均衡

ケース（レンタカー）		グループI （優良運転）	グループII （乱暴運転）	社会厚生評価
A	グループI、IIが 区別される （市場分離、別価格）	取引有 低価格 （規準ケース）	取引有 高価格 （規準ケース）	パレート 最適
B	グループI、IIが区 別されない （市場不分離、 同一価格）	1 取引有 （借手不満（退出）、 貸手満足）	取引有 （借手満足、 貸手不満（退出））	パレート 非最適
		2 取引無 （双方不満）	取引無 （双方不満足） [逆選択の結果]	パレート 非最適
C	グループI、II は、Iのシグナル によって区別され る（市場不完全分 離、別価格）	取引有 低価格 （借手不明、 貸手満足） [自己選択の結果] self-selection	取引有 高価格	パレート （近似） 最適 あるいは 非最適

図：財・サービスの質に関する不完全情報が存在する市場の例

財・サービス	グループI	グループII	シグナル・情報
レンタカー	優良運転者	乱暴運転者	運転履歴、レンタカー履歴
中古車	通常車	不良車 (Lemons)	保証書
健康保険・生命 保険対象	通常対象	高罹病率・高死亡率対象	健康診断書
労働者	労働意欲高・技能高	労働意欲低・技能低	学歴・職歴
財・サービス 一般	優良・高級品	不良・普及品	ブランド名、 コマーシャル

図：保険：火災の場合

	Good (U) (無事)	Bad (D) (火事)
保険なし	0	-15000 万円 ①
保険あり	-10	-10 ②

保険契約

保険料：10 万円／年

リスクから逃がれるために、支払うことに同意する金額 (リスクプレミアム)  
(何が起きるか分からない、不確実性)