

「感謝経済」をめぐる“風景”4

～ (情報の) 非対称性について考える ～

自由主義経済、資本主義、競争社会で取り残されかねない人たちへの“光”の必要

「非対称性」という言葉をご存知だろうか。主に経済学で使われる言葉で、今ではよく「情報の非対称性」などの表現が一般化して、ビジネスの用語などでも使われる。

似たような言葉に「不均衡」というものもあるが、こちらは、「貿易（量）の不均衡」「収支の不均衡」などと使われることが多い。

「不均衡」は簡単に言うと、不釣り合い、アンバランス、ということになる。アメリカ・トランプ大統領は、アメリカの中国からの輸入が、中国のアメリカからの輸入と比べてあまりに多く（アメリカの対中貿易赤字が大きいこと）「貿易不均衡」だとして、中国からの物品に高関税をかけるなどの政策を進めている（2018年10月時点）。

貿易の不均衡を気に入らないからと言って、関税・貿易戦争に打って出るのは、自由主義資本主義上の、経済学の基本原理の一つ、“比較優位の法則”（＝ある国が世界に対して優位な産業、技術、製品を持てば、その国の優位な物品を他国は需要し輸入する、一方で、他国は優位な製品を作る能力がある一部の国の需要に応えるかたちで必要な原材料などを輸出する、そのことで輸出代金（外貨）を得られ、その国がその代金でまたほかの交易や経済活動ができる、という経済の世界的規模のつながりの過程で、貿易不均衡が生じるが、国々の産業の優位性の差など現れる現象、と同時に、産業の段階の違いや得意（優位な）分野の相互補完性も同時に存在することと合わせて見ていくこと）からいえば、ナンセンスであり、ヒト、モノ、カネ、情報が完全にグローバル化している21世紀では、アナクロニズムである、との批判も多い。

本稿では、トランプ政権の「貿易不均衡」をめぐる動きについては特にこれ以上触れることはしない。

「非対称性」、特に「情報の非対称性」は、主に、経済活動、市場の活動での重要な概念である。簡単に言うと、一方の人たちには十分な情報があり、ほかの人たちには情報がほとんどない、ということであり、その状態を「情報の非対称性」という。

すぐにお気づきと思うが、ビジネスでは情報をどれだけ持っていて、それをどう分析するかが、様々な事業の行く末を左右することは言うまでもないことである。

既に1970年台のアメリカの経済学では、理論経済者のジョージ・アカロフが中

古車市場の売り買いのケースで示している。中古車ディーラーの方は、中古車のどこに過去の欠点（不具合や修理など）があるか売るにあたって様々な過去の情報を持つが、買い手の方は売り手ほど情報を持たない、あるいはまったく情報がない、という中で売買交渉に入る、という例である。

資本主義の世界では、この「情報の非対称性」で、情報の量の差が圧倒的に違う場合、平たい言葉でいえば、“ものすごい不公平”が生じる、ということになる。例えば、株式市場では、その会社が近未来にどのような事業展開が奏功し事業と収益が拡大するかを見定め、期待し、資金（買い）が集まり、株価が上昇するのであるが、近い将来、中長期の情報を多く持てば持つほど、株価の売り買いの判断が有利になる。この不公平が生ずるのを防ぐため、いわゆるインサイダー取引規制が多くの国で導入されていることについて説明は不要と思う。市場における、いびつで恣意的な“情報の非対称性”で一部の勢力等に圧倒的優位を偏在させることを防いで資本市場の本来の健全性を担保しようというものである。

株式市場、金融市場などでは“情報の非対称性”が異常に偏在するのを防ぐ仕組みが一応はできているものだが、一般社会を見てみると、実は、“非対称性”や“情報の非対称性”がなくなることは難しい、とも言える。

大きな例から言えば、アメリカのIT情報サービス産業の“巨人企業”、GAFA（グーグル、アップル、フェイスブック、アマゾン）の場合、その会員情報のプラットフォーム形成者・保持者・主導者としての情報収集/データ収集機能、あるいは情報面の市場支配の事実上の“権力者”ともいえるさまは、まさに「情報の非対称性」の極みともいえる。会員などの志向や嗜好の履歴データを、人工知能などを使って管理し、その人間の気分やライフスタイル、価値観、嗜好に合わせて購入の催促をもたらすような情報を出し続ける。これは一方に圧倒的な情報がないとできないことだ。このことについては、データエコノミー上の革命的な面として称賛される一方で、いまでは個人情報、個人の消費志向というパーソナルデータの扱いに問題はないか、としてEU（欧州連合）などがアンチテーゼを打ち出していることは、現在進行形的状況である。

ITエコノミーの巨人、ボリューム面で世界のITの“巨人企業”の“情報の非対称性”について記したが、実は、私たちの日常でも、卑近な例、身近な例でも、それは常にある。

ビジネスは、人脈、人のつながりも重要な要因となることから、学閥、門閥、地域閥（という言い方があるかどうか不明だが“同郷のよしみ”“同郷の仲間”のつながり、地縁等）、血縁、学歴から来る、接する情報の多寡、出身や家柄の別による接する情報の多寡、なども、複合的に利用されていることは現実である。

こうした、経済活動の中にある、ある意味での「情報の非対称性」の現実と現象を否定することはしないし、それを単に「不公平」と片付けることは簡単である

が、厳然とした現実でもある。

もちろん、個人の人生設計面でも、こうした“所与の条件”、“所与の環境”から与えられる「情報の非対称性」とは関係なく、自らの力で自力のみで切り拓いていく人も多いが、大多数の多くの方は、何らかの“情報の非対称性”の状況の中で、社会で人生設計を組み立てている。

その際、純粋に経済的な価値に置き換えることもできる「情報の非対称性」の差の中の、下位（この表現はいい表現とは思わないが）の人たちの中でも、従前の経済的価値とは異なる、“人間的価値”、“人としての価値”のようなものは、経済学の「情報の非対称性」の世界とは、異なる次元、社会的哲学的観点で極めて重要であると考えます。

例えば、高学歴で人もうらやむ家庭環境や家系の出自、いわゆる社会上位層ともいふべき経済的安定が揺るがない人生を歩んでいる人がいる一方で、決して高学歴でもなく、社会的立場や権能を持ったり触れたりすることもなく、名もなく地道に堅実に普通の生活をしている人たちで、人柄も素晴らしいのに、たまたま自己演出が少し下手だったり、すごく口下手だったり、コミュニケーション力が少しだけ少なかったり、また、社会を渡る何らかの“世故”や世間知に長けていないが人々や社会を見る目が優しく、自然な思いやりに溢れ、常に人々に“幸せ”をもたらしたり、多くの人から感謝される人たち、こうした人たちは、生存競争の自由主義経済、資本主義経済では、それこそ「情報の非対称性」の中で隅に追いやられる恐れもある。

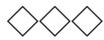
「感謝経済」は、多くの人達から感謝される人たちにも光を当てて、“お互い様”の中の、社会の中の感謝についての価値を従前の資本主義の考え方との接点を探りながら、何らかの経済的価値を見出すという、これまでにない、指向であり、試行である。

情報の世界、世界の“情報の世界”が急速に変化していく中、「情報の非対称性」の中で取り残される恐れがある人達にも、社会として光を当てていくという考え方は、IT 情報サービスが進展進化していく中でも、実は中長期的にはかなり重要な課題になっていくことは間違いないであろう。

「情報の非対称性」が将来多くの“悲劇”を生み出さないためにも、である。こうした思いを禁じ得ないのである。

【株式会社オウケイウェイヴ ミッション（企業理念/目的）】

互い助け合いの場の創造を通して、物心両面の幸福を実現し、世界の発展に寄与する



株式会社オウケイウェイヴは2018年4月、より多くの人々が活躍できる社会を目指した新たな経済圏『感謝経済』の考え方と、その実際的な経済活動具現化のためのプラットフォームを開発した。2018年9月にはこの事業に国内の19の会社も参画し、新たな概念の事業が注目されている中、できるだけ中立的に、「感謝」と「経済」、「互い助け合い」と「経済」の在り方、新たな社会と経済の在り方などを、月1回のペースで、「感謝経済」をめぐる“風景”と題して、コラムを連載し、所感や考察などを示していく。



大山 泰 オウケイウェイヴ総研 所長

1961年東京生まれ。一橋大学経済学部卒。株式会社フジテレビジョンで経済部長、経済担当解説委員、等を歴任。BSフジ「プライムニュース」など報道番組で経済解説を行う。内閣府/公正取引委員会「競争政策と公的再生支援の在り方に関する研究会」、農水省「政策評価第三者委員会」など、複数の政府の有識者会議等の委員を歴任。