

中古住宅市場における情報の非対称性とそれに対する対策

Information asymmetry and its measure in the existing housing market

前川 俊一
Shunichi Maekawa*

* 梶山女学園大学 現代マネジメント学部

中古住宅市場における大きな問題は情報の非対称性である。情報の非対称性には隠れた情報と隠れた行動がある。中古住宅市場における隠れた情報は中古住宅の特質であるが、それに対する対策としては売り手による情報開示がある。この情報開示を有効にするためには立証可能性が重要である。そのためにはリフォーム等の届け出を義務付け、国が情報を整備してゆく必要がある。隠れた行動はエージェントである仲介業者の行動を依頼者（買い手、売り手）が観察できないことである。この場合エージェントのモラルハザードが生じ、仲介業者は依頼者のためでなく自分の利益を最大にするように行動する可能性がある。エージェントが依頼者のために働くようなインセンティブ報酬は買い手との間では購入価格が安いほど仲介手数料が高くなるように、売り手との間では登録価格を高くするほど仲介手数料が高くなるように設計すべきである。

Keywords: 情報の非対称性 (Information asymmetry), 情報開示 (Disclosure of Information), モラルハザード (Moral hazard), エージェンシー問題 (Agency problem), インセンティブ報酬 (Incentive fee)

1. はじめに

中古住宅市場の大きな問題が情報の非対称性である。情報の非対称性には「隠れた情報」と「隠れた行動」がある。中古住宅市場において隠れた情報は買い手が中古住宅の質に関して十分な情報を持っていないことであり、隠れた行動は依頼者である買い手または売り手が仲介業者の行動を観察できないことである。

買い手が中古住宅の質を十分に判断できない場合、買い手が先に行動するとき Akerlof(1970)の「レモンの原理」に従えば、優良な中古住宅の売り手は市場から撤退し、市場には質の悪い住宅だけが残ることになる（逆選抜）。売り手が先に行動するとき、優良な住宅の売り手が買い手に自分の住宅が優良であることを示すシグナルを送ることが考えられる。しかし、そのシグナルが有効であるためにはシグナルを送ることによる利益（販売価格の上昇）がコストを上回ることが必要である。たとえば、インスペクションを行っ

て中古住宅の質をアピールしても買い手がそれを信用しなければシグナリングの効果がコストを上回ることではなく、インスペクションをするインセンティブがなくなる。隠れた情報に対する対策としては売り手に情報開示を義務付けることが有効と考えるが、これが有効になる方策を考えることが必要である。

隠れた行動（仲介業者の行動を観察できない）の問題は、売り手または買い手と媒介契約を交わした仲介業者が売り手または買い手のために働かない可能性である。仲介業者が受け取る仲介手数料は取引価格の3%が上限となっているが、高額の中古住宅は別として、多くの場合仲介手数料率は競争が働かず3%に張り付いている。このような報酬体系の下では売り手または買い手と仲介業者に利益相反関係が発生し、仲介業者は自分の期待利益が最大になるように行動する可能性がある。

現状の報酬体系の下では仲介業者と買い手の間の利益相反は明確である。すなわち、買い手は取引価格が低いほど利益が大きいが、