

## 視点(921)

### 経済学と応用手法について(4)

(流通とS C・私の視点(920)より続く)

#### (10)選考の内生性(経済学における個人の好き嫌いの影響とは)

経済学では、選好(個々人の考え方や好き嫌い)・技術・資源賦存の3つについては外から与えられたものとして資源の分配を分析する。しかし、現実には選好もまた社会の中で形成されるものだ。経済システムの外部から与えられると考えられてきたものを、経済学の枠組みで分析しようとすることを内生化すると言う。事例としては、親と子の経済状態が似ることも、選好の内生性によって説明される部分が多いようだ。

流通業界で、街づくりを行う時、どのようなテーマを持った街づくりにするのか大きな選択となります。その際、「住みやすいまち」「住みたいまち」「住めば都を感じるまち」の3タイプに分類されます。街づくりのプランナーは住みたいまちや住みやすいまちを論理的に定義づけ理論化することは予め要因化できますが、住めば都を感じるまちは、住んで初めて発生する感情であるため、予め与えられたものではなく、住むことから内生して形成される“まち”です。

#### (11)ナイトの不確実性(人は不合理なほど自分の幸運を信賴する)

フランク・ナイトは、客観的な確率の計算ができない真の不確実性を前に、楽観的になれるタイプが企業家になると論じた。が、「楽観性ゆえ、企業家は事業が成功するチャンスを過大評価し、過剰な投資をつぎ込んで全体として損失を被る」との洞察も示した。バブルも資産の実勢価格に不確実性が存在するとき、自分は将来を見通せると楽観する人間たちが、価格を吊り上げて発生させるものだ。合理性を前提とする標準的経済学はナイトの不確実性を軽視してきたが、現在、再評価が進んでいる。

流通業で、10年に10倍の事業を発展させるためには、石橋をたたいて渡るのでは達成しません。勝ちパターンと言われている成功のメカニズムは、7割は安全性、3割は革新性(今まで誰もやっていないノウハウの活用)が必要です。それは、1つの事業体の中にも3:7の原則が必要ですが、マクロ的な面からも3:7の原則は必要です。経済が発展する時は、3割の楽観性を持った革新者が経済を引っ張り、また、逆に、革新者が行き過ぎることにより失敗したりバブル経済・バブル経営になったりします。

#### (12)行動ファイナンス(金融市場はつねに非合理的)

行動ファイナンスとは、「証券価格はすべての利用可能な情報を反映している」という現代ファイナンス理論の根幹となる効率的市場仮説に反論し、証券価格は需給を中心とした投資家の行動によって決まると主張する学問。心理的要因などさまざまな要素に影響を受けた投資家の売買行動が重要と考える。バブルの形成過程や金融市場のパニック発生の原因となる群集心理の解明などで成果を上げ、存在感を高めている。

流通業界に「衝動買い」という言葉があります。商品やサービスを買うに際し、買い手は利用可能な情報を反映して合理的に買っているのではありません。商業施設の中の店舗や陳列されている商品・サービスを見て、思わず買ってしまふことがあります。流通における衝動買いのメカニズムの解明は大切です。また、ローンやクレジットで思わず先買いしてしまうこともあります。

(流通とS C・私の視点(922)へ続く)

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>3</sup>  
代 表 六 軍 秀 之