

## レヴィット ミクロ経済学 (発展編)

### 復習問題の解答

#### 第9章

1. 企業が市場支配力を持てるのは、自社製品の価格に影響を及ぼせるときである。
2. 企業が市場支配力を持つ産業で、新規参入を阻む障壁には、以下がある。
  - a. 自然独占——1社が産業全体の生産を担うのが効率的な市場——は、他の企業が参入をためらう有効な参入障壁となる。
  - b. スイッチングコスト。企業や商品を切り替えるには、何かを犠牲にしなければならないため、消費者は切り替えには消極的になる。したがって新規参入の障壁となる。
  - c. 製品差別化。差別化によって、類似製品は完全な代替財ではなくなるため、新参入企業が価格を引き下げただけでは顧客を獲得することができない。
  - d. 既存企業による主要投入物の支配（絶対的なコスト優位）も、新規参入を阻む。
3. 自然独占では、どの生産水準でも規模の経済がはたらく。これは、企業規模が大きくなるほど、平均総費用が下がることを意味する。産業全体の生産量を複数の企業で分け合ふと、平均総費用が上昇するので、1社が生産を一手に引き受けるのが最も効率的である。
4. 需要曲線が財の価格と数量の関係を表しているように、限界収入曲線は財の限界収入と数量の関係を表している。線形需要曲線の限界収入曲線は、他の面でも需要曲線と非常に似通っている。縦軸の切片が同じで、傾

- きは需要曲線の2倍である。
5. 利潤を最大化する企業は、限界収入が限界費用と等しくなる水準で生産する。
  6. 完全競争市場では、市場価格が企業の限界費用と等しく、生産者余剰は0になる。これに対して、市場支配力を持つ企業は、限界費用を上回る価格をつけることができ、完全競争下では買い手に恩恵をもたらす消費者余剰の一部を犠牲にして、生産者余剰を獲得する。
  7. 死荷重は、市場支配力の非効率性の表れである。消費者のなかには、限界費用を上回るが、市場支配力を持つ企業が設定した価格を下回る価格で製品を求める人々が存在する。独占市場では製品を購入することができない、こうした消費者余剰の喪失が、死荷重となる。
  8. 市場支配力を持つ企業には、利潤を最大化する価格と生産量の組み合わせがあるが、厳密に言えば、これらは供給曲線で決まるわけではなく、その企業の需要曲線によって決まる。他方、供給曲線は、定義上、需要曲線とは関係なく存在する。
  9. 完全競争産業では、供給者の生産決定は、需要の価格感応度とは無関係である。市場支配力を持つ企業には、これはあてはまらない。需要の価格感応度が変化すると需要曲線が回転し、それにより企業の限界収入曲線も回転する。利潤を最大化する価格と生産量の組み合わせは、新たな限界収入曲線と限界費用曲線の交点になる。
  10. 政府が企業の市場支配力を抑制し、死荷重を減らすために活用している手段には以下がある。
    - a. 企業が設定する価格を規制する、直接価格規制。
    - b. 市場の競争を制限する企業行動を禁じる、反トラスト法。

## 第10章

1. 企業が価格差別を実行するには、市場支配力を持ち、自社製品の転売や裁定を防止できなければならない。
2. 完全価格差別では、生産者は各消費者が自社製品に対して支払ってもい

- いと考える価格を課す。それにより生産者は市場の余剰をすべて確保し、生産者余剰を最大化する。
3. 直接の価格差別には2種類の価格差別がある。完全価格差別(第1種価格差別)については、問2の解答で取り上げた。もう1つのセグメント化による価格差別(第3種価格差別)は、顧客を特性に応じてセグメント化し、セグメントごとに異なる価格を課す。
  4. セグメント化のもとになる特性には、年齢や性別、過去の購入履歴、居住地、使用期間などがある。
  5. 直接の価格差別の成否は、消費者が製品を購入する前に、その需要を企業が見極められるかどうかにかかっている。間接の価格差別では、企業は消費者の需要を見極めることはできないが、複数の価格のなかから自分の需要に合った価格を消費者自身に選択させることで、事実上、需要にもとづいたグループ分けをしている。
  6. 誘因両立性は、各グループ向けに設定された価格が、必ずそのグループに選択されなければならない、ということだ。誘因両立性がなければ、間接の価格差別を活用する企業が生産者余剰を最大化することにはならない。
  7. 異なるタイプの消費者を引きつけるため、異なる商品の選択肢を提示する企業は、別の価格戦略を活用している。バージョンングである。たとえば、ビジネスクラスとエコノミークラスのチケットを販売している航空会社は、バージョンングによって生産者余剰を最大化しようとしているといえる。
  8. 企業は把握した特性をもとに顧客をセグメント化し、各セグメントに異なる価格を課す。数量割引は間接の価格差別の一種で、購入量の多い顧客に対し、単価を引き下げる。数量割引に似ているのが、抱き合わせで、購入量が多いときに価格を引き下げる。セグメント化や数量割引と違って、まとめ売り価格では、顧客の需要関数や価格感応度が異なっている必要はない。企業はすべての顧客に対し、より多くの量を購入したときに低い価格を適用する選択肢を提供することで、余剰を確保する。
  9. 混合セット販売では、複数の製品をまとめて購入するか、個別に購入す

るかの決定を顧客に委ねる。一方、純粹セット販売は、個別には販売せず、セットでのみ販売する。

10. 2部料金制では、財の価格が2つに分けられる。標準的な単位あたり料金と、購入量のいかに関わらず、支払わなければならない固定料金である。

## 第11章

1. 不完全競争市場は、完全競争市場と独占的市場の中間的な性格を持つ。寡占市場と独占的競争市場は、不完全競争市場の例である。
2. ナッシュ均衡とは、各企業が競争相手の行動を前提に最善の行動をとる時の均衡である。寡占市場では、競争相手の市場行動を把握したとき、どの企業も自社の行動を変えようとはしない安定的な均衡状態にあるためナッシュ均衡にあるといえる。
3. カルテルや共謀に参加する企業には、市場シェアを拡大し、ひいては利潤を増大させる強いインセンティブがある。そのためカルテルや共謀はきわめて不安定なものになる。
4. ベルトラン競争の市場均衡は、完全競争のそれと同じである。均衡水準での市場価格は限界費用に等しく、数量は完全競争市場の数量に等しい。これは、すべての企業に価格を引き下げて市場シェアを拡大する強いインセンティブが存在するためである。すべての企業は、市場価格が限界費用に等しくなるまで価格を下げ続ける。
5. ベルトラン競争では、企業が価格を同時に決定する。これに対してクールノー競争では、企業が生産量を同時に決定し、すべての生産物を均一の市場価格で販売する。ベルトラン競争の均衡は、価格引下げが行き着くところまで行って、問4の答えでみたように、完全競争市場の均衡と同じになる。他方、クールノー競争の均衡は、生産量決定にもとづいており、各企業の反応曲線が交差する点で均衡する。
6. 残余需要曲線とは、競争相手の生産量を前提にして、ある企業の実生産量に対する需要を表した曲線である。

7. クールノー競争における反応曲線とは、競争相手のあり得る生産量選択に対して、ある企業の最善の反応——生産量選択を示した曲線である。クールノー競争の均衡は、2企業の反応曲線の交点になる。
8. シュタッケルベルク競争では、クールノー競争と違って、各企業は生産量を同時ではなく逐次決定する。そのため、最初に選択した企業に先行者利得がある。最初に動いた企業が最適な生産量を選択し、他の企業はそれに反応しなければならない。
9. 差別化された財のベルトラン競争では、企業はある程度の市場支配力を持っている。そのため、完全競争下の市場価格と等しい同一財のベルトラン競争における均衡価格を上回る価格を課することができる。
10. 独占的競争企業の特徴として、以下の3つがあげられる。
  - a. 企業は完全代替財とはみなされない差別化された財を販売している。
  - b. 他企業の選択が自企業の残余需要曲線に影響を与えるが、自企業の実生産量あるいは価格決定と他企業のそれとの相互作用を無視して生産決定を行う。
  - c. 完全競争市場がそうであるように、企業の市場参入は自由である。
11. 企業が独占的競争市場に参入するのは、既存企業が経済的利潤を獲得しているときである。経済的利潤が0になるまで、参入は続く。
12. 独占的競争市場における企業は、価格受容者ではなく、その需要曲線は右下がりである。そのため独占的競争企業は、限界収入(および限界費用)を上回る価格をつけ、市場が完全競争均衡に達することはない。

## 第12章

1. すべての経済ゲームには、共通する3つの要素がある。
  - a. ゲームのプレーヤー、あるいは意思決定者
  - b. ゲームにおける戦略、あるいはプレーヤーの行動計画
  - c. 利得、あるいはゲームの結果
2. シングル・エージェント問題と違って、ゲーム理論は、プレーヤーの行動が本人の利得だけでなく、対戦相手の選択や利得に影響を与える状況を

扱う。

3. ナッシュ均衡のあるゲームはすべてそうだが、複数のナッシュ均衡があるゲームでは、プレーヤーの最善の反応は、競争相手の決定に依存する。そのため、あり得る結果を絞ることはできるが、最終的な結果はゲームが始まらないとわからない。
4. 利得表は、ゲームの3要素——プレーヤー、取りうる戦略、それに伴う利得——に関するあらゆる情報を網羅している。そのため、ありうる均衡状態として被支配戦略を除外し、プレーヤー相互の最善の反応や、ナッシュ均衡に至る戦略を特定するために活用できる。
5. プレーヤーにとって、実現可能な純粋戦略のなかからランダムに行動を選択すること、つまり混合戦略を追求するのが最善な場合がある。一例が、純粋戦略が相互に最善な反応に結びつかないゲームである(チェック法を使って、2つのチェックがつくゲーム)。
6. マキシミン戦略を活用するプレーヤーは、最大の利得を獲得することはできないが、それは損失を最小限に抑える保守的な戦略を取っているからだ。
7. 後ろ向き帰納法を使えば、多段階ゲームのすべての段階を検討することができる。後ろ向き帰納法を使うには、まずゲームの最終段階を解いたうえで、後ろ向きに解いていく。
8. トリガー戦略では、相手が協力的であるかぎり自分も協力するが、相手が裏切ったらゲームを打ち切る。しっぺ返し戦略では、相手が取った行動をそのまま繰り返す。相手が協力すれば自分も協力するが、相手が裏切れば次の回で自分も裏切る。
9. 通常のマトリックスと違って、ゲーム・ツリーは、交互手番ゲームの結果にとって重要な情報——意思決定のタイミングを網羅している。
10. ゲームによっては、プレーヤーが敵に利得を譲渡する場合がある。これは自分にとって最適な戦略を相手が選択することを確実にするもので、利得の譲渡がない場合よりも、両者にとってより良い結果をもたらす。
11. 参入阻止の脅しは信憑性にかかっている。信憑性がなければ、参入を阻止すると脅したところで空脅し<sup>から</sup>で終わってしまう。信憑性のあるコミッ

トメントで参入を阻止できれば、多くの企業が競争する市場よりも大きな利潤を確保できる。

12. 評判——裁判で戦う、新規参入には容赦しない、予想外の突飛な行動に出る、といった評判は、ゲームの戦略に対するコミットメントのシグナルとなり、新規参入を阻止したり、競争相手の行動に影響を及ぼしたりすることができる。

## 第13章

1. 投資とは、将来、資本から得られる利益獲得を目指して、現時点で資本を購入することである。投資の例としては、株や債券の購入、小売企業の新規出店、製造業企業の新たな生産技術購入などの経済取引があげられる。
2. 割引現在価値 (PDV) 分析は、利子率と複利の概念を使って、すべての支払い額を現在価値に置き直す。PDV分析の利点は、異時点で発生した支払い額を比較できることだ。
3. 利子率は、支払われる利子の額を元本または資産規模で割って計算される。
4. 一般的な債券は、全期間にわたって、あるいは満期になるまで、定期的に利払いが行われる。利払い額は、債券のキャッシュフローのもう1つの構成要素である額面に、クーポンレート(表面利率)をかけたものに等しい。債券の額面は、満期になったときに債券保有者に払い戻されるまとまった金額である。
5. 投資の割引現在価値の収益がコストを上回っているとき、投資の純現在価値はプラスになり、投資をする価値があることになる。
6. 回収期間法は、投資の初期費用を将来の収益と比較するのに簡単な手法だが、投資の将来収益を利子率で割り引いていない。その点で、投資の費用と収益を現在価値で考える純現在価値 (NPV) より信頼性が劣る。
7. 投資の名目利子率は通貨価値そのもので表した収益率で、一方、実質利子率は購買力で表した収益率といえる。実質利子率は、名目利子率からイ

- インフレ率を差し引いたものにほぼ等しい。
8. 均衡利子率は、一般の財の市場価格と同様に、資本の需要と供給の交点で決まる。資本の需要者は投資決定を行う企業や家計であり、供給者は投資資金を有する投資家や家計である。
  9. 期待価値は、投資収益の発生確率を使って、投資に伴う不確実性を考慮する。具体的には、さまざまな収益に、その発生確率をかけたものの合計である。
  10. 保険は、投資やその他さまざまな状況での不確実性を減らすため、リスク回避的な消費者にはメリットがある。保険加入者は、不確実性を減らすことにより、期待効用を高めることができる。
  11. 保険会社は多数の顧客の契約を引き受けることで、分散によって自社のリスクを減らしつつ、保険契約による純利益を確保することができる。分散により、すべての加入者の不確実性（および無関係な）事象を組み合わせることで、保険会社のリスクを減らす。結果として保険会社は、全保険加入者から保険料を徴収しつつ、保険契約のごく一部についてのみ保険金を支払えばいい。
  12. 無リスク利子率とは、支払いが保証された資産の利子率である。リスクのある投資では、リスク回避的な投資家は無リスク利子率よりも高い利子率を要求する。

## 第14章

1. 一般均衡分析による市場の捉え方には2通りある。1つは、市場をあるがままの現実の世界として捉える。2つ目は、あるべき姿を捉え、効率的で公正な市場を構成するための条件を定義しようとする。
2. 社会的厚生関数には、功利主義型、ロールズ型、平等主義型の3種類がある。功利主義型の社会的厚生関数は、社会全体の厚生は個々人の厚生の総和であると考えられる。ロールズ型の世界観では、社会的厚生が社会で最も貧しい構成員の厚生によって決まると考える。したがって、社会的厚生関数は、個人の最低限の効用水準に等しい。平等主義型の社会的厚生関数で



- は、すべての個人が等しく豊かである社会が理想的な社会だと捉える。
- ほとんどの経済学者は、パレート効率性の概念を使って市場の効率性を考える。パレート効率的な配分とは、少なくとも1人の効用を低下させることなく、財を再配分できない状態を指す。
  - 経済(市場)が効率的であるためには、交換の効率性、投入の効率性、産出の効率性が成り立たなければならない。
  - エッジワーズ・ボックスは、交換の効率性、投入の効率性、産出の効率性を含めた市場の効率性を検証するために活用することができる。それは、(消費者でも企業でも)2つの経済主体の間での2財(生産物ないし投入物)の配分をプロットする。
  - 消費者の限界代替率が財の価格比に等しいとき、財は効率的に配分されているといえる。パレート効率的な配分は、2人の消費者の無差別曲線の接点に存在する。
  - 消費契約曲線は、2人の消費者が2財を購入するときのパレート効率的な配分をすべて網羅した曲線である。
  - 2企業の技術的限界代替率が資本のレンタル料に対する賃金の比率に等しいとき、投入の効率性が成り立つ。投入の効率的な配分は、2企業の等生産量曲線の接点に存在する。
  - 消費契約曲線と似ているが、生産契約曲線は、2企業間のパレート効率的な投入物の配分の組み合わせをすべて網羅している。
  - 限界変形率は、ある生産物をもう1単位手に入れるために、別の生産物をどれくらいあきらめなければならないかを示している。これは、パレート効率的な生産量の組み合わせをすべて網羅した生産可能性フロンティア(PPF)上の任意の点の傾きとして表れる。
  - 「厚生経済学の第一定理」が成り立つための条件の多くは、現実の世界にはあてはまらない。第1に完全競争市場を想定している。また企業が市場支配力を持たないほか、次章で取り上げるいくつかの概念——情報の非対称性、外部性、公共財——も存在しないことが前提となっている。
  - 「厚生経済学の第二定理」は、当初の財の配分が適切であれば、パレート最適な一般均衡が達成されるとする。

## 第15章

1. 完全競争市場など、完全情報の市場では、すべての当事者が取引に関連する情報を把握している。より一般的なのが、情報が非対称的な市場である。一方の当事者が、もう一方の当事者よりも情報を把握している。
2. レモンの問題は、財の品質について売り手が買い手よりよく知っている市場で生じる。
3. 逆淘汰では、低品質の財が圧倒的に多く市場に出回る。レモンの問題がある市場では、買い手は購入する前に財の良し悪しを見分けることができず、高品質の財に支払ってもいいと考える価格は、売り手が売ってもいいと考える価格を下回る。そのため、逆淘汰が起きる。
4. 保証は、潜在的な買い手に対し、品質の高さを示すシグナルの役割を果たす。低品質の財の売り手は、保証をつけないからだ。売り手は、レモンに保証をつけてしまうと、高くつくことを知っているのだ。
5. 保険市場では、買い手（潜在的な保険加入者）のほうが保険会社よりも保険請求する可能性についてよく知っている。逆淘汰につながる、こうした情報の非対称性の問題に対しては、さまざまな対処法がある。
  - a. 団体保険。さまざまなリスクを持つ人々をグループとしてまとめて保険対象者とする。
  - b. スクリーニング。加入者を保険請求をする見込みで選別。
  - c. 引き受け拒否。医療保険で、加入前の健康状態を理由に加入を拒否。
6. モラルハザードは、経済取引で一方の当事者が他の当事者の行動を観察できないときに生じる。モラルハザードがとくに問題になるのは保険市場であり、いったん保険に加入すると、加入者は保険で補償される悪い事態を回避する努力を怠るようになる。
7. モラルハザードを緩和するため、保険会社は幅広い対策を取っている。たとえば火災保険に加入するには、煙探知器の設置を義務づける。自動車保険で、優良ドライバーには保険料を安くするのは、運転者がリスクを減らす行動を取るインセンティブになる。さらに、免責、自己負担、共同負担は、被保険者と保険会社の利益を直接連動させる。

8. 市場の2つの特性が合わさって、プリンシパル-エージェント問題が生じる。第1に、プリンシパル(例:雇用主)はエージェント(例:従業員)の行動を完全に把握できない。第2に、プリンシパルとエージェントの利害が一致しない。
9. プリンシパルはエージェントの利害を自身のそれと一致させたい。そのためには、エージェントが自らのために選択するインセンティブがプリンシパルのそれと同じになるように、エージェントの報酬を設定する。これを念頭に、歩合、出来高払い、年間のボーナスなどの報酬制度を決める。
10. シグナリングとは、情報を持っている当事者が、持っていない当事者に目に見えない特性を伝えている状況である。こうした情報伝達で、情報の非対称性を解消できる市場が少なくない。
11. 古典的なシグナリングのモデルでは、教育は、個人の生産性に影響を与えないが、雇用主に志望者の情報をあきらかにするコストのかかる行動である。生産性の低い労働者にはコストがかかりすぎるので、生産性の高い労働者だけが学位を取得する。そのため学位は、雇用市場で、潜在的な雇用主に対して、個人の生産性を示すシグナルの役割を果たす。
12. シグナリングは、人生のあらゆる場面で活用できる。婚約指輪を買うのは、結婚の約束のシグナルになる。道路に高級車を止めるのは、いかに金持ちかを近所の人たちに知らせるシグナルになる。きっちりしたスーツで出勤することは、仕事に対する真摯な姿勢を雇用主にアピールするシグナルになる。

## 第16章

1. 公害などの負の外部性は、経済取引に直接関与していない第三者にコストを押し付ける。正の外部性は、第三者にメリットをもたらす。教育や防疫は、直接関与していない人にもメリットをもたらす。
2. 規制のない市場では、企業は財の私的な費用しか負担しない。負の外部性を持つ財については、財の外部限界費用がプラスなので、この私的な費用は社会的費用とは一致しない。企業の費用が社会的費用を下回るので、

財が過剰に生産される。

3. 外部性の効率的な生産水準は、社会的限界費用曲線(私的限界費用と外部限界費用の和)と社会的需要曲線(私的限界便益と外部限界便益の和)の交点になる。
4. 大気汚染の限界便益曲線は、企業が排出した汚染物質の水準いかんで決まる。したがってそれは、汚染物質を削減する限界費用、いわゆる限界削減費用を考えることと等価である。
5. ピグー税は、外部性によって押し付けられる外部限界費用に等しい。この税によって限界費用は社会的限界費用に押し上げられ、市場の生産量は効率的な水準に達する。
6. 政府が発行する排出許可証を保有する企業には、2つの選択肢がある。この許可証で容認された水準まで排出することもできるし、許可証を他企業に売却することもできる。政府は許可証の発行件数を制限することで、産業全体の排出量に上限を設ける。同時に、企業間での許可証売買を容認することで、各企業の排出量を変更でき、市場全体で効率的な排出量になる。
7. 外部性の最適な水準がわかっている市場では、ピグー税などの価格ベース・メカニズムでも、数量割当や排出権などの数量ベース・メカニズムでも、同様の効率的な結果が生まれる。だが、最適水準がわからないときには、死荷重が生まれる。市場の特性によって、ピグー税と数量メカニズムのどちらが効率的かがわかる。とくに限界削減費用曲線が比較的平らな市場では、数量メカニズムを導入することで、規制による死荷重は最小限に抑えられる。限界削減費用曲線の傾きがきつい市場では、ピグー税がより最適な結果を生む。
8. 共有地の悲劇は、誰でも制限なく共有資源を利用できることで起きる現象である。結果として、私有の場合よりも資源は濫用される。他の負の外部性がそうであるように、ピグー税や数量メカニズムが、共有地の悲劇の解決策になる。もう1つの解決策は、個人に所有権を認め、資源を共有から私有に転換することである。
9. 「コースの定理」では、誰が所有権を保持しているかにかかわらず、経

済主体同士がコストをかけずに交渉することができれば、外部性は最適な水準に達すると予想する。

10. 公共財は、排除不可能財かつ非競合財である。これは、誰でもその財にアクセスし、利用でき(排除不可能財)、誰かが消費したからといって、他の人にとってその財の効用が低下するわけではない(非競合財)ということである。
11. 公共財が効率的に生産されるとき、総限界便益——個々の消費者の限界便益曲線の縦軸の和——は限界費用に等しい。
12. フリーライダーとは、対価を支払わずに財やサービスを利用する経済主体のことである。公共財は排除不可能財で非競合財なので、フリーライダー問題が生じる。

## 第17章

1. 一般的な人と違って、 $\dot{\text{ホモ}} \cdot \dot{\text{エコノミカス}}$ は、経済学の原理が予想するとおりに行動する。自分が何をほしいのか、どうすれば手に入れられるかを知っていて、どんな経済問題にぶつかっても(どれほど複雑でも)、間違えずに解くことができる。
2. 過信とは、自分のスキルや判断力が実際よりも優れていると思いつくことである。 $\dot{\text{ホモ}} \cdot \dot{\text{エコノミカス}}$ にはそのようなことはないが、平均的な人を悩ませる性質である。
3. 双曲割引では、将来の便益の金銭的価値が大きいにもかかわらず、将来よりも現在の便益を優先する。
4. 意思決定に一貫性のない人は、その時々で異なる行動を取る。今日の選択は将来の選択とは異なっていて、こうした自己管理の問題はゲーム理論の2人の対戦のようなものになる。そのため、その行動を伝統的な経済理論や経済モデルで分析するのはむずかしい。
5. 保有効果とは、財を保有することで、その財の価値に対する認識が変わることを指す。言い換えれば、財をもらったとき、受け取った喜びよりも手放す痛みのほうが大きくなる。こうした事実は、伝統的な経済モデルで

は考慮されていない。

6. 行動経済学上の損失回避では、自身の損失について、とりわけ名目価値に反応すると考える。これに対し、標準的な経済モデルの損失回避では、インフレ調整後の実質価値に反応すると想定している。
7. アンカリングとは、与えられた特定の情報を判断の基準とする傾向を指す。高級ブランドのワンピースを最初に目にした消費者は、最初にバーゲン品を目にした消費者よりも、最終的に高いワンピースを買うことになるといった例があげられる。
8. メンタル・アカウンティングとは、現在と将来の資産を分割し、それらを一体として捉えることができないといったバイアスを指す。頭のなかで所得を支出と貯蓄に分けることで、いくら使うか、何に使うかが影響される。
9. 経済学者は、効用関数に寛大さを取り入れたり、ある人の効用関数に、本人の消費だけでなく子どもの消費を取り入れたりすることで、利他主義の「温情」を説明する。
10. 非合理的な主体、バイアスのある主体は、合理的な主体、経済的に賢明な市場参加者に利用される傾向がある。結果として、バイアスを持つ主体は市場から駆逐される。
11. 研究室はさまざまな点で現実の世界とは違うため、ラボ実験には欠陥があると考えられる。第1に、個人は見られていることを意識して、普段とは違う行動を取る。第2に、ラボ実験での経済ゲームの賭け金は、現実の世界のそれよりもかなり少ない。さらに、参加者はまったく馴染みのない作業をやるよう命じられる。また現実の世界と違って、ラボ実験では被験者の文化的背景を考慮しない。とはいえ、実験経済学では、ラボ実験によって多くの経済理論を検証し、知見を得ている。
12. 自然実験は、経済的な問題に関する知見が偶然に得られる状況である。フィールド実験は、ランダム化を活用するのはラボ実験と同じだが、現実の世界で実験を行う。自然実験もフィールド実験も自然な環境で経済主体の行動を検証でき、理論を検証する方法をある程度コントロールできる。