

キーワード&トピック

豊田尚吾

キーワード **ネット・オークション**

1. 概要

ネット・オークションとは、インターネットのHP（ホーム・ページ）上で行われる競売のことである。最も有名なのが米国のeペイで、最近米ネット小売りランキングで、アマゾン・ドット・コムを抑えて1位に輝いた（98年推定売上高・11-13億ドル、日経産9月20日）。また株公開長者ランキング（今年6月までの1年間の株式公開）でeペイ会長が2位に、副会長が4位に、CEOが7位に登場した（株の時価総額、会長55億ドル、副会長33億ドル、CEO10億ドル、日経9月15日）。eペイは、世界初の一般消費者向けのオークションサイトを開き、登録ユーザーは500万人を超えられている。

仕組みは簡単で、中古でも新品でも、商品の提供者がHPにエントリーし、一定期間内に最も高値をつけた入札者が落札するという、通常の競売と同様の仕組みを持つ。eペイは競売参加料や仲介手数料を取ることで創業以来黒字を実現している。



eペイのHP



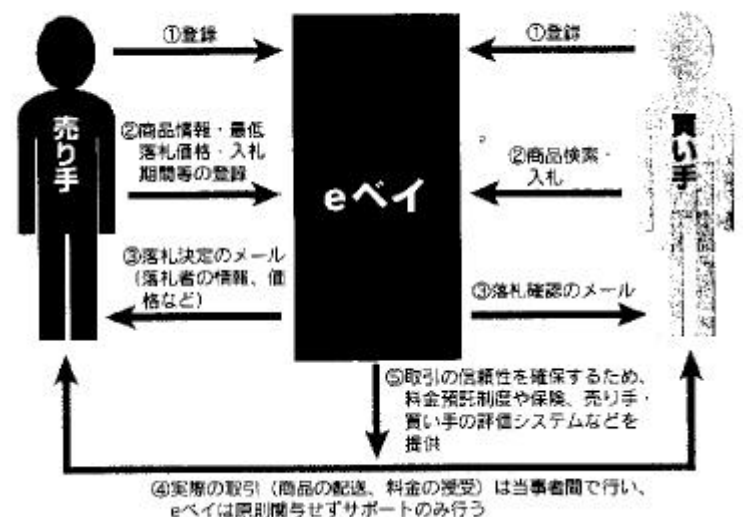
日本のカメラも競売の対象に...

2. ネット・オークションの動き

儲かるビジネスということで、多くの企業がネット・オークションに参入しつつある。米国ではマイクロソフトを始め、アマゾン、サザビーズ、クリスティーズ、ヤフーなどそうそうたる企業群がネット・オークションに参入したり

週刊東洋経済 10/2

●eペイのビジネスモデル



オークション機能を強化しようとしている。

日本でもネット・オークションが普及しつつある。すでに「楽天フリーマーケット」「マイトレード」が先行し、「goo」などが後を追いかけている(日経産9月21日)。他にもヤフー・ジャパン、ソニー、リクルート、IBM、ソフトバンク、ニフティなど、こちらも多くの企業が着々と布石を打っている。



3. 話題が先行するネット・オークション

日本ではパソコン売買が主流

ネット・オークションに関して話題が先行している感は否めない。(ヤフー・ジャパン・オークション) 話題性にも意味があることは間違いなく、まずこれについて整理する。様々な要因があるものの、ここでは5つに分けて理解したい。第一は利益である。eベイのような「儲かる商売」というイメージができつつある。第二にエンターテイメント性(ゲーム性)がある。競売というだけあって他と競うことが「おもしろい」という感覚である。第三に利便性がある。従来にも紙媒体(「ぱど」など)やフリーマーケットなどが存在したが、それよりは遙かに提供・参加が「簡単」である。第四に双方向性がある。単に通販で買うというよりは取引に情報を提供し、それがフィードバックされると言う点で「新鮮さ」がある。最後に信頼性がある。参加者による各主体の格付けなど、情報力による「セキュリティ」確保の可能性を示している。

ただ一方でそう甘くはないというのが現実でもある。儲かるかどうかはまだ不透明であるし、おもしろいという要素も、飽きれば、いちいち競売するのは面倒くさいということになる。簡単といっても、従来ツールに比べればというレベルで面倒さは残る。新鮮さは時間が経つとなくなるものであるし、セキュリティなどは、むしろEトレードが犯罪の潜在的な温床であるとの理解の方が当面、的を射ているであろう。実際、ネットオークションでの詐欺や臓器売買などの実害・未遂事例には事欠かない。従って話題性というのは早晩薄れていくと思われる。

4. 経済学的理解

野口(日経「一刀両断」9月6日)などは、話題性とは少し距離をおいた理解を示している。すなわち、ネット・オークションは、取引費用の大きさを不可能であった市場機能を消費者に提供するものであり、消費者が値付けに関して影響力を行使するという点で画期

的だと評する。鏡の反対側から見ると、生産者にとっては硬直的な価格設定ではなく、臨機応変な価格戦略が可能になることを意味する。また、需用者が自ら、同じ潜在需要を持つ者を集約することにより、供給者の採算ラインを実現する機能を持つようになるとも言う。すなわち、従来採算が合わないとされていた財でも、需要者の側が自ら一定のロットを引き受けるだけの需要を集約することにより、供給者に財の提供を求めることができるというものである。またその他にも財に対する評価のレスポンスが早いという特徴があり、実売段階でのPOSと同様の機能を、試作段階で評価するツールにもなりうる。実際、マーケティングに利用されている例もある。

5. 見逃されている重要性

しかし、それだけがネット・オークションの特徴ではない。まず、中古商品の取引促進を通じて、財の有効利用を促す。当社がよく主張する、エネルギーのカスケード利用という考え方は、他の財についても応用できる。新品という高品質な財の需用者もいれば、中古という幾分品質は低くても廉価な財に魅力を感じる者もいる。さらにその財本来の機能が失われるほど劣化していても、違った利用法で再活用する人がいるかもしれない。例えば使えなくなった家具をガーデニングに利用するなどである。最後には資源として再利用できれば言うことがない。実際、書籍、服飾、ゲームソフトなど、いまでも大きな中古市場が成立している財も少なくない。逆にそのような市場が成立しない財は、その財の劣化が時間的に急速であるか、中古財の取引費用が財の価値に比較して高すぎる場合である。この取引費用の低下を促す役目をするのがネット・オークションである。

もう一つの重要な機能として、財の価値を再評価する働きがある。一般の市場は個人の効用関数と供給者の費用関数に基づいて価格、すなわち価値が決定される。ネット・オークションでは、取引の各段階で、製品提供者、購入希望者間のコミュニケーションが存在し、さらにそれがネット上でオープンである。そこでは新しい発見があり、単に整然と取り引きする通常市場にはない新たな発見がある。特に市場経済では十分に供給されない、いわゆる市場の失敗といわれる価値財に対してもその供給が期待できる。なぜなら、双方向のコミュニケーションにより、取引者の効用関数に他の取引者の効用が組み込まれるということがあり得るからである。

後者については長期的な期待の域を出ないが、前者に関しては環境問題への対策として、貴重なツールになる可能性がある。ネット・オークションはビジネス上の話題が先行しているものの、公的な面でもより積極的な評価を得る可能性のある取引手段であり、今後詳細な検討がなされることを期待したい。

トピック 第5回地球温暖化防止条約締約国会議（COP5）開催

1．スケジュールと経緯

- ・ 本年の COP は、10月25日から11月4日まで、ポーランドが議長国となり、ドイツのボンで開催される予定である。
- ・ 97年の地球温暖化防止条約・第3回締約国会議（COP3）が採択した京都議定書で日本は、2008年から2012年までの間に、温室効果ガスの排出量を90年比で6%排出削減すると約束した。政府は京都会議での公約実現を目指し、本年4月に改正省エネルギー法、地球温暖化対策推進法を施行、「地球温暖化対策に関する基本方針」を閣議決定した。
- ・ 98年のブエノスアイレス会議（COP4）では、気候変動枠組条約の実施を強化し及び京都議定書の将来の発効へ向け準備するため、共同実施活動、京都メカニズム、COP/moP1への準備（遵守、政策措置）など、6項目に関する「行動計画」が採択された。

2．第10回補助機関会合

- ・ COP5に先立ち、5月末に補助機関会合が開催された。これはCOPの2つの補助機関であるSBSTA（科学上および技術上の助言に関する補助機関）及びSBI（実施に関する補助機関）で構成され、年に2回（うち1回はCOPと併せて開催）開催されている。
- ・ 今会合では、COP3で採択された京都議定書に盛り込まれた京都メカニズム（共同実施、クリーン開発メカニズム、排出量取引）や、条約上の課題である技術移転、気候変動による悪影響及び対策による影響への対処などについて、今後の作業スケジュールとしてCOP4で決議された「ブエノスアイレス行動計画」に基づき、技術的な検討課題について、議論、意見交換を実施した。

3．COP5での主な議題と今後のスケジュール

- ・ 京都メカニズム（柔軟性措置）の意見調整。EU提案、途上国提案などがあり、さらに各国が提案を提出、それを統合して議論を行う。
- ・ 吸収源（シンク）に対する政策的、手続的課題に関して各国が意見を提出、検討する。
- ・ 共同実施活動に関し、試行段階のプロジェクトに関する評価を行う。
- ・ 気候変動への対処、京都議定書の早期発効などに関して意見交換を行う。

各種ルールなどが確定されるという意味で重要な COP6 は、オランダがホスト国、開催地はハーグとなった。時期は2000年秋の予定であったが、米国などが技術的課題などを理由に、2001年開催を主張したため、COP5で決定する予定である。京都議定書の発効には排出権取引などのルール確定が欠かせず、交渉の遅れは議定書の発効にも影響する。