

2015年8月5日

日本銀行「暮らし塾きんゆう塾」

連載エッセイ「経済学者が暮らしをあばく」

松島 齊

東京大学大学院経済学研究科教授

第2回

オークション：値付けの魔術

オークションは値付けの魔術。モノの値段が決まる最初のステップを大きなジャンプに変える。この時、みんなのニーズや思惑は白日の下にさらされる。だから、危険もいっぱいだ。しかし、こんなオークションと上手に付き合える社会こそが、未来ある資本主義国家といえないだろうか。では、はたして日本はどう？

今回はオークション、入札、競売の話。世間はこれらを微妙なニュアンスで使い分ける。でも、経済学者にとってはみな同じ。売りに出された品物をめぐって買い手が競い合う。これだ。

築地では、せり人が掛け声よろしくマグロをせり上げる。大田市場では、色とりどりの花をせり下げる。大時計をつかったの「自動せりさげ」だ。牛、豚、家禽、中古車も機械を使うが、こちらは自動せり上げ。

証券取引所は、新規発行の株、社債、国債を、「封印入札」によって売りさばく。買いたい人は紙に指値と枚数を書いて、厳封して提出し、最後に一斉開封し、決着。

建設工事発注でもオークションは大活躍だ。安くて確実な業者を封印入札で割り出す。そして、テレビで見かけるピカソやゴッホの美術品取引は、オークションの代名詞だ。

オークションの例は枚挙にいとまないけれど、私たちの暮らしに入り込んでいる筆頭は、ネットオークションだ。いつでもお茶の間に、おせんべい片手に、出品買付自由自在。こんなオークションの普及はネット社会に転じて加速した。

私の子供のころの身近なオークションといえば、山田洋次監督「男はつらいよ」で、渥美清扮する寅さんが、質流れを口上よろしく売りさばく「啖呵売」くらいか。数年前なら知らない日本人などいなかったが、今では講義で寅さんと言っても、「そんなむつかしい概念をだされてもついていけない。もっと簡単なことから解説してください」と怒られるのだから始末が悪い。

もっと古い話で、思い出したのは、5、6歳の頃、「大正テレビ寄席」という公開番組。ウクレレ漫談で有名だった「牧伸二」が、腹巻のねじり鉢巻きで「バーゲンだよ～」と雄叫びすると、会場の客相手に、ささいな品をめぐってせり上げはじめる。最後には予想外の高価なおまけがついて、売り上げは「歩みの箱」へと、まあこんな感じの人気コーナーだった。これが私の、オークション原体験。

話を現代にもどそう。私たちの生活空間に一番近いところでおこなわれている大規模オークションがある。ネットオークション？いやいや。みなさんに気付かれないように、グーグル、ヤフーといった検索エンジンの画面の中で展開されている「検索連動型広告オークション」、それである。(なにそれ？)

みなさんは検索エンジンを利用されるだろうが、結果画面のいたるところに広告が張り巡らされている。この広告欄をめぐって、広告依頼主が日々バトルを繰り広げているのだ。

私には、検索するたび、画面からセリ人の掛け声が聞こえてくる。広告バナーをクリックすれば、じゃらじゃらと、コインの響きが聞こえる。

クリックすると、広告主のサイトが開かれる。そのたび、広告主は一定金額を検索エンジンに支払うしくみになっている。検索エンジンを利用しているあなたが支払うのではなく、広告主が支払うのだからご安心を。

検索エンジンの画面はワードごとに異なる。膨大な数のネットユーザーが検索エンジンを利用している。ならば、一日の総クリック数は半端でなくなる。

こうして、検索連動型広告オークションは、検索エンジンにとって、とてつもない高収入をはじき出す、打ち出の小槌になる。

ワードごとの画面の各ポジションに、どんな仕方で広告が割り当てられるのかは、すべてオークションまかせ。ワードごとに、広告依頼主がワンクリックいくら支払うかを指値する。指値の一番高い依頼主に、そのワードの検索画面の中でもっとも目につきやすいポジションを割り当てる。二番目に高い指値の依頼主には、二番目に目につきやすいポジション。以下同様に、全ポジションを割り当てる。

広告依頼は、いつ何時でも行うことができる。オークションの「ヴァーチャル会場」には、参入退出が絶え間なく繰り返されていることになる。そのため、ネットユーザーが検索するたび、広告割り当ても、随時更新していかなければならない。

このことを知っている私には、検索するたびせり人の声が聞こえるというわけだ。まあ冗談だが。

こんな新種のオークションの出現は、経済学の進展と無関係ではない。検索エンジンの登場よりずっと以前から、経済学は、オークションがくらしに大きな影響をあたえることを予期していたからだ。

私が経済学者を目指して勉強していた 1980 年代、アメリカではオークション研究が大ブームで、優秀な若手がこぞって新理論を競い合っていた。私は、なにがこれほどまでに精鋭たちを駆り立てているのかわからなかった。そこで、牧伸二よりもっと古い「オークションの歴史」をひも解くことにした。

かつて奴隷売買はオークションでなされていた。

バビロニアでは、オークションによって婚姻関係を成立させていた。美人から順番に一人ずつせりでお嫁さんをきめいてたそうさ。

イギリスの役人は、オークションによって、古船を民間に払い下げていた。ローソクの火が消える直前に指値した人が落札する、というやり方で、役人はうまく息を吹きかけて誰に落札するかをコントロールしていた。つまりいかさまだ。

ローマ帝国の帝位がオークションで売られたことがある。兵隊が強くなりすぎ、法外な給料を要求するので、皇帝の成り手がなくなった。そこで、一般公募して、一番高い給料を保証する人に帝位を落札するとした。落札者は給料を払えず、打ち首になった。

日本にも史実がある。豊臣秀吉は、城の建設にあたって、いつもの業者でなく、入札によって業者をえらぶとした。業者仲間は、予想外のお達しにとまどい、打ち合わせして、へんな業者が法外の安値でひきうけ、あとで業界全体にとぼっちりのくるのをさけようと、「談合」で難をしのいだ。

ううむ。ろくでもない話ばかり。

しかし、経済学の俊英たちはそうは考えなかった。表面的なイメージにまどわされるな。オークションのそこしれないポテンシャルを見定めよ、というわけだ。

ではあらためて、せり上げのしくみを見よう。メロン1個に、あなたは1000円の価値があると思っている。私には1200円の価値がある。ゼロ円からせり上げていくと、あなたは1000円まで粘るが、結局私が落札し、1000円を売り手に払って一件落着する。

落札者である私が支払った金額1000円は、もし私がいなければあなたがメロンを消費できたが、それができなかった、つまり、メロンがほしいという私の言い分を通すことによって他人（あなた）がこうむる損失分、それに等しい。

この損失分より落札者の便益（ここでは1200円）が高いのなら、その時のみ、社会全体の便益の総和は高まることになる。この時、せりあげでは、言い分を無理に通そうと大げさなことを言ったり、支払をケチろうと嘘をついたりしても、本人の得にならない点に、要注目。

だからせりあげは、各参加者に、どのくらい欲しているかについて、正直に表明させることができる。こうして、本当に一番欲している人に割り当てることができる。

では、せりあげが持つこの願ってもない特性を、社会の様々な問題の解決にも応用できないだろうか。そうすれば、いつでも、国民全体のニーズを正しく

把握でき、国民全体の満足を最大限に高められよう。さらには、権力者や癒着体質の企業が、既得権益を振りかざし、大声で主張して、なんでもかんでも政治決着にもっていく。そんな不公平で、不透明な事態を回避できよう。

そうはいうものの、値付けの魔術に万能ルールはない。しかも、生徒を学校に割り当てる、重患者に移植臓器を割り当てる、若い医師を病院に配属させる、といった、金銭をとともなう値付けの魔術を無思慮に使ってはいけないとされる社会問題は、世の中にたくさんある。だから、問題ごとにふさわしい決め方のルールを、ていねいにオーダーメイドしないとイケない。

こんな風に考えて、オークションの経済学はスタートしたわけだが、今では多くのノーベル賞を輩出する花形分野になった。

声のでかい人が勝つような決め方を、政府がしてはいけない。オークションのような透明性の高い決め方のルールを、困難でも、成果が見えにくくても、積極的、具体的に取り入れる姿勢を政府は持つべきだ。

しかし、どうも日本ではこういった理屈が通らないらしい。そう感じているのは私だけ？

では、最後に、世界中がオークションをこぞって取り入れた、エポックメイキングな出来事についてお話ししよう。それは、携帯電話事業者に周波数利用免許を割り当てる、電気通信産業の政策現場において起こった。

20世紀末のアメリカ政府には、携帯電話がどのように普及し進化していくのか、見当がつかなかった。しかし、携帯サービスには無限の可能性があり、事業者のビジネスには多様性があることを重視した結果、周波数免許を細分化して、各事業者が、思い思いのビジネスを実現できるように、複数の免許を自由に組み合わせるパッケージ購入できるようにしたい、と考えた。しかし、そのためには、前例のない複雑なオークションが必要になる。

そこで、アメリカ政府は、ルール設計を、その道のプロとなった元俊英たちに依頼して、「SMRA」とよばれる新ルールを完成させたのだ。それを実施した結果、数兆円規模のとてつもない大商いになったのである。これはアメリカ国民の度肝を抜いた。

このオークションは単なるバブル現象のように思えなくもないので、大手を振って大成功とは言い難い。が、それでも透明性の高い配分を実現できたこと、国民の電波利権を守ったことには大きな意義がある。

アメリカに続けと、世界中が周波数免許割り当てにオークションを導入した。談合や不都合はたくさん起きた。が、この世界規模の経験は後々の妙薬になっていった。今日では、OECD 加盟国すべてが、オークションによって周波数免許を割り当てている。

いや、一国だけそうじゃあない国があった。それは日本だ。

各国政府によるオークション導入は、いわば「自由主義のマスクをかぶる全体主義国家」でないことを世界に知らしめるための試金石だ。なのに、我が国は、結局一度もまじめに取り合わなかったではないか。これをおだやかでない憂えるのは、ほんとに私だけ？

次号は、もっとおだやかでないテーマを思い切ってお話ししよう。今どきの若い経済学者は、様々なデータを収集分析して、世の中にあっと驚く結びつきはないかを熱心に探している。思いもよらない因果を見つけ、「パンドラの箱」を開けてしまうことだってある。というわけで、次号のテーマは「タブー」。真面目に経済学をやれば、この障壁にぶちあたる。重たいテーマだ。