



オークション

値付けの

魔術

松島 齊 (まつしま ひとし)

東京大学大学院経済学研究科教授
経済学者。専門はゲーム理論。1960年東京都生まれ。1983年東京大学経済学部卒。1988年東京大学大学院経済学研究科博士課程修了。経済学博士。筑波大学社会工学系助教授、東京大学経済学部助教授などを経て、2002年より現職。アメリカ・エコノメトリック・ソサエティー・フェロー。日本経済学会学会誌 (Japanese Economic Review) 編集長。

オークションは値付けの魔術。
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けれど、経済学者にとっては皆同じ。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。築地市場では、競り人が掛け声よろしくマグロを競り上げる。初競でマグロが1億円超などというのがニュースになった。

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数十億円の美術品取引は、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がないけれど、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。ネット社会では、いつでもお茶の間で、おせんべい片手に、出品買付自由自在なのだ。

私の子ども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（たんかばい）」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いっても、「もっとと分かりやすい例で解説してください」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歳のころにテレビで見た、「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競り上げはじめ、最後には予想外の高価なおまけもついて落札者は大喜び。売り上げは福祉募金へと、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だ。

話を現代に戻そう。私たちの生活空間に一番近いところで行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。皆さんに気づかれないように、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?)。

皆さんが検索エンジンを利用すると、結果画面のいたるところに表示された広告を目にするだろうが、この裏側では、広告依頼主たちが日々バトルを繰り返しているのだ。

私には、検索するたび、画面から競り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。あなたがクリックすると、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仕組みになっている。検索しているあなたが支払うのではないのでご安心を。

検索エンジンの画面はワードごとに異なるし、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のだから、一日の総クリック数は半端な数ではない。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。ワードごとの検索画面のどこに、どんな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につき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最も目に付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、二番目に目に付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、広告割り当ても、随時更新されていくのである。

このことを知っている私には、検索するたびに画面の裏から競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、オークションが暮らしに大きな影響を与えることを予期していたからだ。

私が経済学者をめざして勉強していた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、何がこれほどまでに精鋭たちを駆り立てているのか分からなかった。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。

古代バビロニアでは、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競りでお嫁さんを決めていたそうだ。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させるかをコントロールしていたとか。つまりイカサマだ。

そして、ローマ帝国では、2世紀に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、皇帝の成り手がいなくなった。そこで、公募して、一番高い給料を保証する人に帝位を与えることにした。だが、落札者となった第19代皇帝ユリアヌス帝は、給料を払えず、2か月後に打ち首になった。

日本にも例がある。豊臣秀吉は、城の建設にあたって、入札によって業者を選ぶとした。業者仲間は、予想外のお達しにとまどい、打ち合わせして、どこかの業者が出し抜いて、安値受注しないように、「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。オークションの底知れないポテンシャルを見定めよ、というわけだ。

では改めて、競り上げの仕組みを見よう。メロン1個に、あなたはせいぜい1000円くらいしか払えないと思っっている。私には1200円の価値がある。ゼロ円から競り上げていくと、あなたは999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に支払ったであろう額、つまり、私の言い分を通すことに

よってあなたがこうむる損失分、それに等しい。この落札できなかつた人の損失分（ここでは1000円）より落札者の便益（ここでは1200円）が高いのなら、そのときにのみ、社会全体の便益の総和は高まることになる。このとき、競り上げでは、「無理を通そう」と自分が思っている価値より高値で札を入れたり、「支払いをケチろう」と逆に安値で札を入れても、本人の得にならない点に、要注目。

だから競り上げは、各参加者に、その対象物を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対象物を割り当てることができ

る。ここで、競り上げなくても、一発でそれと同じ結果となる、「二位価格オークション」という方法を紹介する。これは一番高い価格を入札した人が落札して、二番目に高い価格を払うというやり方だ。メロンの例であなたの立場で考えてほしい。そう、私もあなたも正直な価格を答えるのが得策なのだ。そして、私は1200円の札を入れ、あなたが1000円の札を入れた結果、私が落札して1000円支払うというもので、社会全体の便益の総和を最大にできる。とても単純化した例なのだが、なんとも魔術的ではないか。

オークションが持つこの願ってもない特性を、社会のさまざま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。

もちろん、値付けの魔術に万能ルールはない。例えば、生徒を学校に割り当て、重病の患者に移植臓器を割り当てる、若い医師を病院に配属する、といった、値付けの魔術を無思慮に使ってはいけない、金勘定だけでは割り切れない問題は、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いけない。

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。

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、携帯電話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、その道のプロである経済学者たちに依頼して、「SMRA」(Simultaneous Multiple Round

Auction:同時複数回オークション)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。このオークションの結果は価格が高騰して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がたい。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。その過程では、談合や不都合もたくさん起きたが、この世界規模の経験は後々の妙薬として活かされた。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、わが国は、結局一度も真面目に取り合つてこなかったではないか。これ穏やかでないと思えているのは、ほんとに私だけ？

次号は、もっと穏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、さまざまなデータを収集分析して、世の中にある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。