

ここに注目

オークションの普及とリスクヘッジ

オークション文化が日本にも浸透しつつあるようだ。大島氏によると、この3年間でネットオークションに延べ5万人が出品し、8万人以上が落札したという。ハンマープライスの利用者は、10代後半～50代後半と幅広く、また女性が6割程度を占める。ネットとなるのは、自らオークションへ出品するとなるとある程度の個人情報の開示が必要となり、警戒心が働くこと。リスクがあるのは出品者側だけではない。昨年12月に起きた「家電ドットコム」による詐欺事件は被害額が8800万円に達した。出品者と購入者のアフターケアなどをめぐるトラブルも予想される。こうしたリスクを少なくするために、個人と個人の取引においてBIGのような「仲介者」の果たす役割が期待される。

①加盟店はチラシのポスティングやインターネットなどで出品者を募り、出品者から連絡があるなど出向いたり持ち込んでもらうなどして品物を預かる（出品料は無料）

②加盟店は画像やテキストデータ

五月までさらに十八店が加盟予定）である。加盟には開業時に三十万円ほどの費用（保証金十万円含む）が必要となる。出品から代金支払いまでの流れは次の通りだ。

③落札された場合は加盟店が発送と代金回収を行い、代行手数料を差し引いた額を出品者の口座に振り込む

出品者は落札までの間、いつでも携帯電話やパソコンで出品状況やアクセス数、入札価格の推移、落札価格などをチェックでき、オークションに参加する楽しみも得られる。

手数料は落札された場合のみ発生する。落札価格が八百円以下の場合には落札価格全額、八百円～二千円では八百円、二千円～八百円以上は八百円＋落札価格の二五％と設定されている。オークションサイトへの出品料（一点十円）、落札手数料（落札価格の三％または五％）、落札者への発送費用などは加盟店が負担。落札されなかった場合は、「処分」「出品者に返品」「価格を下げて再出品」のいずれかを選択する。

インターネットを利用した買い物、落札代行の手数料は、調査のみの場合は一時間八百円、総額八千円以下の買い物で八百円、総額八千円以上の買い物

で総額の一〇％となる。リスクと煩雑さを承知の上で、自分で売り買いをすれば手数料は必要ない。だが、消費動向はモノからサービスにシフトし、便利さが選ばれる時代になっている。この代行サービスは、時代の支持を得つつある。

「家から近い」が普及のカギ
他社に先駆けて全国展開

「ネットオークションの代行サービスは、弊社が日本初ではありませぬ」と大島氏は言う。しかし、チェーン展開したのは日本初だ。そして代行サービスの普及は、チェーン展開と切っても切れない関係にある。利用者の半数以上がハンマープライスを選んだ理由として「自宅から近い」「持ち込める」「取りに来てもらえる」を挙げているからだ。他社に先駆けた全国展開の推進は、事業の成否を握る重要なポイントと言える。

「他社より二、三年早かった。その分有利な立場にある。今後もしスピードが信条です」と大島氏が言うのもうなずける。それでも後発は必ず出てくるだろう



ハンマープライス、JPのホームページ

6



本社ビル1階の展示品

CASE STUDY

5

巨大なりサイクル市場に成長か!?

代行でネット売上の敷居を低く
リサイクルショップでは買ひ叩かれる。ネットオークションへの出品は手間やリスクが伴う。その狭間を狙ったのが代行サービスだ。

株式会社BIG

出品の煩わしさを軽減し 高く売れる機会を提供

インターネット通販が始まったころ、利用者は本やCDなど「当たり外れのない」商品から注文を始めた。やがて市場は拡大し、成熟期を迎える。「楽天市場」などバーチャル店舗での購入はあらゆる品目に及び、売上げも一部でリアル店舗をしのぐほどになっている。さらに「ヤフーオークション」などの登場により、個人対個人の売買をめぐるインフラも整備され、取引拡大の起爆剤となった。

だがなお、掘り起こされるべきニーズは限りなくあるように見える。

一方、アフレ不況の後に中古

品や新古品の需要は高まり、雨後のタケノコのようにリサイクルショップが開店。ネットオークションと張り合う様相を見せている。

この狭間に参入したのが、BIGが全国でチェーン展開するネットオークション代行サービス「ハンマープライス、JP」だ。このサービスは、ネットオークションの出品代行や買い物代行で「個人対個人」の取引につきまとうリスクや煩雑さを軽減し、出品者に相応の対価をもたらすことを可能にした。

「リサイクルショップに持ち込むと、ほとんどの場合、想像よりはるかに低い価格で買ひ叩かれます。もっと高く売れるはずだ」と感じていた人に、高く売れる機会を提供しようということと、BIG代表取締役の大島承虎氏は言う。

入札状況をリアルに確認 リスクを取らずに参加感も

同社の代行サービスを行うのは、全国三十九都道府県にある百二十二の加盟店（二〇〇七年と予測する。

「後発組は手数料を取り崩してくるでしょう。ここを崩されないうためには、同じ屋号を持って全国に展開する加盟店の数が武器になります」（大島氏）。

スタンダードになれば、多少の安売りには影響されない。1ペットポトルのお茶は、スーパーで九十八円で売っていたとしても、百五十円を払って自動販売機で買う人の方が多い」という現象が、その証左だ。

しかしながら、まだ生まれたばかりのサービス。「成熟期はおろか成長期にすら入っていません。当面の目標は千店舗。十年以内に五千店舗を目指します。リサイクルショップに流れない良質なモノや本当に欲しいモノを、安心して売ることができるような巨大なりサイクル市場を構築したい」と、大島氏は将来を見据える。