このコロナ禍で、物事のオンライン化がかなり進んだ。大阪大学でも多くの授業がメディア授業になり、仕事はリモート、買い物はAmazon、食事はUber Eatsなど、新たなスタイルが確立されてきた。

わたしが注目したいのは、オンラインでのフリーマーケット。取引が活発になったことで抵抗感が薄れ、いまではいわゆる｢機械オンチ｣のような人でもオンラインで取引している。そんな人達がよく標的にされ、問題になっているのが、｢転売ヤー｣の存在だ。

なぜ、自分の利益だけを求める転売人：転売ヤーは増え続けているのか？それは、転売ヤーは｢自分が悪いことをしているという自覚がない｣からだと推測できる。転売ヤーにとって、多くの人の批判は｢不快感からくるやっかみ｣にしか聞こえていないのだ。法律で罰せられる訳では無いし、むしろいいことをしている、とさえ言う記事も見かけた。

今回は転売の問題点を、｢転売ヤーが良しとしていること｣を軸に話していきたい。

（今回取り扱う｢転売｣には、｢自分が使用しようと考えて購入したが、何らかの理由で出来なくなったものを売る｣行為は含んでいない。いわゆる｢せどり｣のような形をとり、利益を得るための転売の事を話す。）

1：｢転売をすることで本当に欲しい人の手に渡る｣

この論調をよく見かける。単純な事だが、｢転売をすることで本当に欲しい人のうち購入できない人が増える｣という事が忘れられている。

そんなこと関係ないと言われるかもしれないが、これによって前後の商品価値が損なわれるということだけは理解して欲しい。

例えば、ライブ限定のグッズが、ライブに行ったファンにすら手に入らないとなると、ライブに行きたいという人が減り、そのライブ、果てはそのバンドの価値が下がっていく。

（もっと単純に、｢転売ヤーに邪魔された｣という不快感が次の購買意欲を削いでいるとも言える。）

転売は、市場を衰退させるひとつの原因になる。

2：｢会社側からしても必ず買ってもらえるので得をしている｣

これについても、リピーターや関連商品に着目すると、会社としてもかなりの不利益を被っていると言える。

例えば、ある有名ゲームソフトの販売にあわせて転売ヤーがゲームハードを買ったとすると、いわゆる｢本当に欲しい人｣からみた時、ハードやソフトを買うタイミングが遅れる。もちろん、新商品にとって、｢売上の初速｣は今後の生産に大きく関わるだろう。転売ヤーが手を出せば出すほど、企業は生産方針を立てにくくなってしまうのだ。

その上、いくらかの消費者は、その新商品の話題についていけずに熱が冷め、購入を諦めてしまうだろう。

転売は、結果的に新商品の価値を減らしている。

3：｢スーパーやリサイクルショップとしていることは同じだ｣

これは、店舗の持つ｢流通の集約｣という性質に気づけていない。

世の中にある多くの企業が直接消費者と取引をするとなると、莫大な手間とコストがかかる。その手間を引き受けるかわりにお金を貰っているのが卸売業や小売業といえる。

つまり卸売業や小売業は、流通における、消費者に渡るまでの交通整理のような役割を果たしている。

リサイクルショップについても同じように、個人どうしの取引の煩雑さを引き受けてお金を貰っている。消費者に渡ったあとの交通整理を担っているという訳だ。

転売は、一般消費者の立場である以上、この手間をいたずらに増やしているだけだ。（これに｢手間賃がかかる｣と言われても、マッチポンプのように聞こえてしまう。）

4：｢市場の原理で値段が上がっているだけ｣

これに関して重要なのは、値段をつりあげて利益を得ているのが生産者ではない、という点だ。

単純な市場を考えると、消費者の需要が高まった時、均衡価格と均衡取引量はどちらも上昇し、その分生産者の余剰が増える。現実世界では、均衡価格が上昇した（と言えるケースだ）としても、企業のイメージや商品の値段を変えるコストなど、様々な要因によって価格がすぐに上昇することは無いが、転売ヤーはこの時間差につけ込んでいる。企業の利益を横取りして市場を失敗させる原因になる。

以上のことが、転売の問題点と言える。

不当なものでないとしても、現実世界での転売は、古物商許可を受けなければできない。

物事のオンライン化のスピードと法改正のスピードが釣り合っていないために、このような問題が起こってしまうと、考えている。

菅総裁は仕事のスピード感を大事にしているそうなので、オンライン上での不正転売についても、早急にメスを入れていただきたい。