

新サービスと制度改革

中村彰宏

Akihiro NAKAMURA

東京オリンピック開催決定により、民泊やライドシェア等のシェアドエコノミーが話題となっている。シェアドエコノミーは、分散管理されていた個人所有の遊休設備をうまくマッチングさせ有効活用していこうとする動きである。シェアドエコノミーのように新形態のサービスが登場した場合、既存制度がうまく機能しなくなることも多い。既存制度は従来型の供給構造を前提として設計されているためであり、制度を頻繁に変更するのは効率的ではないが、新形態のサービス供給へ対応するために制度再構築が必要となる場合も少なくない。今回はライドシェアを例にこの点を考えてみたい。

ライドシェアと対比される既存サービスは同じ自動車旅客運送サービスであるタクシーサービスとなろう。従来型タクシーサービスは、タクシー会社が運転手という労働力と自動車という資本設備を市場から購入し、自動車旅客運送サービスを提供するビジネスである。一方、ライドシェアビジネスにおいて運営者（Uber、Lyft等）が提供するの基本的にはマッチングサービスであり旅客運送業務ではない。つまり、従来型タクシーサービスとライドシェアの違いは、インターネット通販を含む従来型ショップによる販売とオークション運営者の違いに近い。状況が異なるのは、通常の財・サービス取引の市場では、特定の分野を除き強い政府規制は無いが、自動車旅客運送サービスには安全性確保等のために比較的強い政府規制があることである。

ある市場で政府規制をすべきか否かは、何も規制しなくても当該市場がうまく機能するかについて「市場の失敗」という観点から判断される。運転手も自動車もマッチングサービスも自動車旅客運送サービスという最終生産物のための投入要素にすぎないことを考えれば、ライドシェア運営者と従来型タクシーサービス業者はともに最終生産物である自動車旅客運送サービス市場に供給者として参加する主体と考えられる。従って、両者が供給主体となる市場で「市場の失敗」があれば、その担保のための政府規制は、両者に同様に課されなければならない。自動車旅客運送サービス市場における「市場の失敗」要因の代表としては、消費者と供給者との間の情報の非対称性が挙げられる。供給側は自身の安全性に関する情報を保有しているが消費者が取引の際にそれを判断することが難しいのである。従来型タクシーサービス市場で本当に当該「市場の失敗」が存在するか否かは議論が必要であるが、仮にあるとすれば、タクシー事業者に課せられる安全規制がライドシェア運営者にも課せられなければ「市場の失敗」は解消されない。

一方、新しいサービス形態誕生により、従来「市場の失敗」となっていた要因が解消されることもある。ライドシェアでは、インターネット口コミによる運転者評価がなされるが、口コミ評価はうまく機能すれば情報の非対称性解消に繋がりうる。既存サービス市場に新形態が誕生する際には、既存サービス供給者と新サービス供給者との間で制度再構築に関して社会的影響を含めた活発な議論が展開されるが、制度の見直しは供給構造を注意深く分析した上で実施されることが求められるよう。

横浜市立大学大学院国際マネジメント研究科教授／原稿受理 2016年4月25日