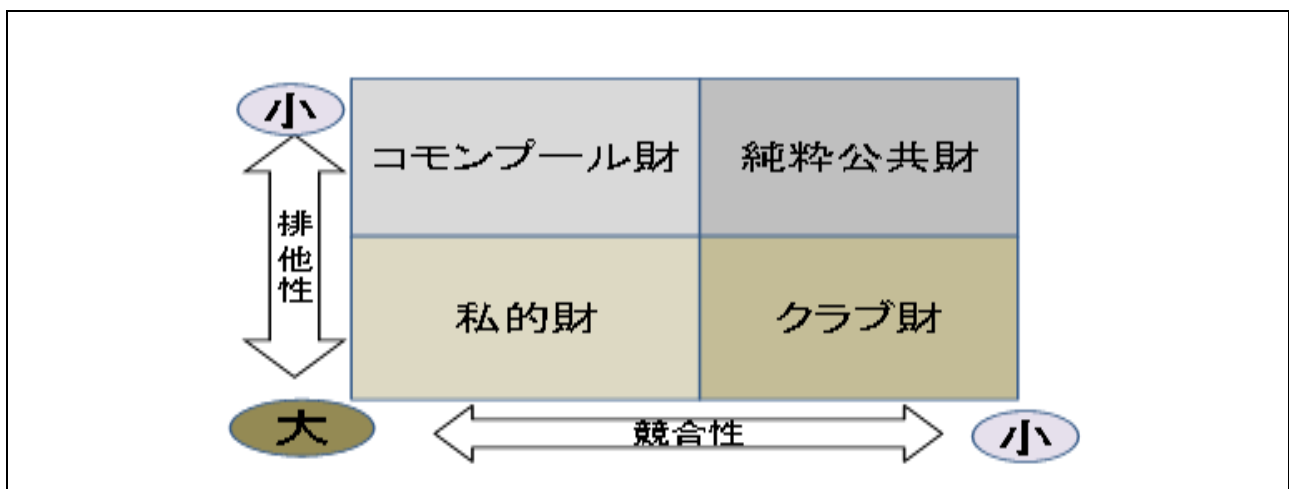


AI 活用と財・サービスの变化

AIの活用の進化により、提供する財・サービスの性格が従来と大きく変化しつつある。たとえば、無料のタクシー運行等が企画される中で、経済社会における財・サービスの性格も変化のテンポを速めつつある。社会に提供される財・サービスの基本的分類のひとつに排他性と競合性の軸がある。

縦軸の排他性とは、料金支払いなど直接的なコスト負担と財・サービス提供の関係を意味しており、排他性が大きいとは、直接的対価を支払わなければ財・サービスの提供が受けられない場合、排他性が小さいとは支払わなくても財・サービスの提供を受けることができる場合を意味する。横軸の競合性とは、当該あるいは類似の財・サービスを供給する主体が民間企業も含め多く存在、あるいは存在する可能性があるかないかの評価軸である。提供主体が多い場合は競合性が大きい、提供主体がひとつしかない、あるいは極めて限定される場合（独占・寡占状態）は競合性が小さいと評価される。

図 財・サービスの性格



以上の排他性と競合性のふたつの評価軸によって「純粋公共財」、準公共財たる「コモンプール財」と「クラブ財」、そして市場における一般的な「私的財」の四つの領域に分けて、提供する財・サービスの公共性を考えることが可能となる。「純粋公共財」は、排他性が小さく、競合性も小さい領域である。代表的な財・サービスとしては、国レベルでは防衛、外交、司法などが、地方自治体では消防・警察などの救急業務などの領域が属する。これと極めて対称的位置づけにあるのが「私的財」である。私的財は、料金などのコスト負担の有無で財・サービスの提供を制限でき、かつ需要量の増減によって基本的に提供コストも増減する領域である。民間企業による事業手法に最も適した領域である。

以上の分類において、冒頭の例を引用すれば、従来のタクシーはもちろん私的財である。料金を支払わなければ、サービスを受けることはできない。しかし、すでに報道されているように無料のタクシー運行サービスの展開が意図されている。利用者が専用のアプリを使って配車を受け、AIによって集積された消費データ等を活用し、乗車した人に合わせて車内のディスプレイに商品情報などを流す仕組みであり、運行コストは広告代としてスポンサーが支払う仕組みである。仮にこうした仕組みが実現すれば、利用者にとっては少なくとも直接的対価の支払いがなくても一定のサービスを受けることができる存在となり、従来の単純な私的財としての位置づけと異なるものとなる。そして、こうした形態の財・サービスの提供が拡大すれば、そのことが経済社会活動や地域政策に与える構造的影響を今から精査していく必要がある。

(参考) 産経ニュース <https://www.sankei.com/economy/news/180508/ecn1805080005-n1.html>