

“More competitive search through regulation”¹の概要

標記論文は、12名の経済学者らにより執筆され、Yale大学のTobin Center for Economic Policy²が公表している、policy discussion paperの一つである。本論文では、Googleに関連した望ましい政策や規制のあり方について論じられている。概要は、以下の通りである。

現状

Googleの市場における地位は、主に以下の3つの要因によって形成されている：

1. デフォルトに関する、Appleとの排他的な協定
2. モバイルOSにおける、Androidの独占的地位
3. Androidの独占的地位をもとにした、ライバル企業の排除

新規参入を妨げさせないための政策

1. Googleが、検索サービスに関してデフォルトの地位をOEMに対して強いるのを禁止すべき
Googleをデフォルトの検索サービスとさせることは、検索サービスにおいて他企業の参入を妨げており、規制がなされるべきである。ただし、規制の導入に際しては、OEMに対してデフォルトをGoogleとすることへの強い誘因を与える、などといった、Googleの抜け道について予測しておくべきである。
2. Googleが、OEMとの間に、ホームスクリーンの設計を管理したり、Googleのアプリをプリインストールしておくよう要求したりする契約(モバイルアプリ流通協定; MADAs)を結ぶことを禁止すべき
モバイルアプリ流通協定(MADAs)はGoogleの提供するサービスをデフォルトとさせることで他企業の参入を妨げており、規制導入が求められる。
3. Googleが、Androidの正規の規格から外れたOSを開発、製造しないと同意した企業にのみ、GMSアプリのライセンスを認める契約(反フラグメンテーション協定; Anti Fragmentation Agreements)を結ぶことを禁止すべき
消費者にとっては、Androidのシステムの更新によるサービス向上の恩恵を受けることができる、といった観点から問題はあまりないが、反フラグメンテーション協定は、Googleの検索サービスとアプリを排他的にデフォルトとする役割を果たしており、他企業の参入を妨げている。従って、規制の導入が求められる。
4. GoogleにAndroidシステムを売却(divest)させてLinuxのような独立した存在とし、アプリ等はバンドル化せずFRAND料率でライセンスさせるべき
GoogleはAndroidシステムを所有しており、先述の2と3の規制を導入したとしてもなお、Androidを通して新規参入を妨げる力を持っている。そこで、AndroidをGoogleとは別の、独立した組織とさせるべきで

¹ Heidhues et al. (2021). More competitive search through regulation. *Policy Discussion Paper*, No2, Tobin Center for Economic Policy, Yale University, 2021.

([https://tobin.yale.edu/sites/default/files/Digital%20Regulation%20Project%20Papers/Digital%20Regulation%20Project%20-%20Search%20-%20Discussion%20Paper%20No%202%20\(1\).pdf](https://tobin.yale.edu/sites/default/files/Digital%20Regulation%20Project%20Papers/Digital%20Regulation%20Project%20-%20Search%20-%20Discussion%20Paper%20No%202%20(1).pdf))

² Tobin Centerは学術的な研究を政策に還元することを目的としており、その刊行物にはそれなりに政策的にも影響力があると考えられることから、本稿で取り上げる。

ある。また、現状では、Google は Google 系のアプリをバンドル化してライセンスしているが、参入促進の観点から、バンドル化せずにライセンスされるべきである。

新規参入障壁を下げるための政策

5. Google に、Web index を FRAND 料率でライセンスすることを義務づけるべき

新規参入者にとり、検索サービスの質向上に不可欠な大量の web index は、参入障壁となり得る。そこで、Google にライセンスさせるようにすることで、新規参入障壁を下げるができる。

ただし、政策導入に伴い、Google などが web index を収集するインセンティブを下げる事態は回避するべきである。

6. Google に、クリックやクエリのデータを FRAND 料率でライセンスすることを義務づけるべき

5 と同様、クリックやクエリのデータについても検索サービスの質向上にとり重要であり、参入障壁となり得る。そのため、参入者にライセンスさせることで、新規参入障壁を下げるができる。

新規参入者の保護のための政策

7. 検索結果ページ(SERP)の画面の 50%以上を本来の検索結果の表示に当てさせ、専門検索サービス事業者の締め出しを制限するべき

Google の検索結果ページでは、近年、金銭を支払った事業者のコンテンツが優先的に表示されるような傾向が強くなっており、専門検索サービス事業者（Expedia など）のサイトへのリンクの表示順位は低くなっている。特に、半分以上の人は、Google の検索結果ページから個別のサイトを訪れない、との調査結果もあり、専門検索サービス事業者は不利な立場にある。この状況の是正には、検索結果ページにおける、本来の検索結果の表示の画面に占める割合を増やすことが不可欠である。また、この規制については、専門検索サービス事業者を助けるだけでなく、独占企業の提供する低品質なサービスから消費者を保護することにもつながりうる。

8. Google が、検索結果の順位付け等で自社のコンテンツや、自社の利益につながるコンテンツを優遇することを禁止すべき

7 のような政策をとったとしても、Google は自社の利益につながるようなコンテンツに誘導するインセンティブをもち、専門検索サービス事業者や消費者は損失を被る。そこで、そのようなインセンティブを排除させることが必要となる。

9. 合併に関して、より詳細な審査が行われるべき

Google を取り巻く市場構造は他の市場と大きく異なり、Google の関わる合併については慎重に審査が行われることが求められる。

その他

10. 新しいサービスである音声検索についても、Google が端末生産者に対して、Google を排他的なデフォルトの検索エンジンとさせることを、禁じるべき

また、相互運用性を義務づけるべき

音声検索以外のケースと同様、新規参入を妨げさせないという観点から、音声検索に関しても規制が必要となる。

11. セキュリティー、プライバシーの保護、過度な差別の阻止、詐欺の阻止 (Google 以外の企業も対象)

セキュリティーやプライバシーの保護や、詐欺の阻止は、企業の提供するサービスの質向上の観点から重要である。

また、特定の消費者に情報を提供しない、といった行動を企業がとる場合、消費者の持つ情報は少なくなり、企業はより市場支配力を持つことができる。そのような観点から、過度に消費者を差別して扱うような企業行動は規制されるべきである。