

アンドロイド事件の背景・周辺 (中島先生ご報告へのコメント)

令和4年12月9日
大阪大学教授 武田邦宣

1. グーグルに対する 競争法規制

情報化社会と「注意の欠乏」

- * *“(I)n an information-rich world, the wealth of information means a dearth of something else: a scarcity of whatever it is that information consumes. What information consumes is rather obvious: it consumes the attention of its recipients. Hence a wealth of information creates a poverty of attention and a need to allocate that attention efficiently among the overabundance of information sources that might consume it.” (H. A. Simon, 1971)*
- * *“Control of the user interface is enormously valuable because it gives Microsoft access to that most valuable item in the information age: human attention. Indeed, one of Microsoft’s weakness is that many people fear that it will use its browser to somehow control on-line sales.” (C. Shapiro & H. R. Varian, 1998)*

グーグル

- * 情報・注意・データのゲートキーパー
- * 「マスタースイッチ」の管理者としてのグーグル (T. Wu)

グーグル事件

- * 検索エンジン
- * 一般検索市場(アンドロイド事件)
- * 特定検索市場(ショッピング事件)
- * オンライン広告市場(アドセンス事件)

2. 検索エンジン

* オーガニック検索・検索広告

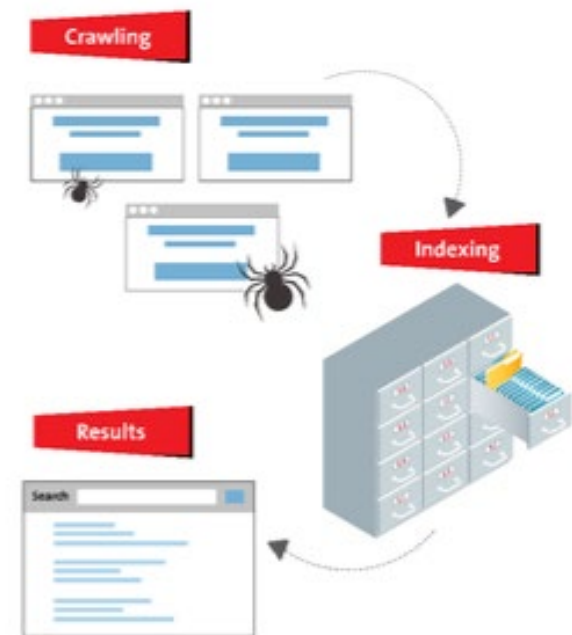
JUDGMENT OF 10. 11. 2021 – CASE T-612/17
GOOGLE AND ALPHABET V COMMISSION

The screenshot shows a Google search for 'nikon coolpix 995'. The search bar at the top contains the text 'nikon coolpix 995' and a 'Google search' button. Below the search bar, there are navigation links for 'Web', 'Images', 'Groups', 'Directory', and 'News'. The search results are displayed in a list format. On the left side, there are labels for different types of results: 'Ads', 'Product OneBox', and 'Generic results'. On the right side, there is a label for 'Ads' pointing to a sponsored link. The search results include:

- Ads:** Two sponsored links from 'bizRate.com' and 'probot.com' advertising low holiday prices and the lowest price for the Nikon Coolpix 995.
- Product OneBox:** A product search box showing 'Nikon Coolpix 995 Digital Camera' with prices from various retailers like 'Hit Boyz Electronics' and 'Apex Electronics Inc'.
- Generic results:** Organic search results including a review from 'dpreviews.com' and a comparison article from 'nikonians.com'.
- Ads (right side):** A sponsored link from 'photojet.com' advertising Nikon cameras.

- * オーガニック検索
 - * ①スパイダーによる情報収集
 - * ②情報のインデックス化
 - * ③クエリに適合した情報の提示
 - * 検索アルゴリズム
- * 検索広告はオークション

Figure 3.2: Web crawling and indexing



Source: CMA.

検索エンジン市場の構造

- * 利用者側と広告主側からなる二面市場
- * 利用者側に直接ネットワーク効果
 - * 検索・クリック行動のデータで検索アルゴリズムを改善
- * 利用者側から広告主側に間接ネットワーク効果
- * 広告主側から利用者側への間接ネットワーク効果
 - * アメックス事件米最高裁判決
 - * 司法省(2021)

検索エンジン市場は競争的か

- * 検索エンジン市場(検索サービス市場)は競争的か
 - * 無料、クリックアウェイ、クエリは変化
 - * 信頼財、インデックス技術の成熟化、データ集積
- * 利用者側の競争制限の弊害
 - * 無料サービス改善へのインセンティブ低下
 - * 広告の増加、広告への誘導
- * 広告主側の競争制限の弊害
 - * 広告料の上昇、最終的には利用者に転嫁

3. アンドロイド事件

- * 一般検索市場(モバイル)における競争者排除
- * 端末メーカーやMNOと締結した3つの合意
- * 複合的に競争者排除効果

MADA

- * ① Mobile Application Distribution Agreement
- * OS・プレイストアとグーグル検索の抱き合わせ
- * 抱き合わせ商品としてのプレイストア（アプリストア）
- * 被抱き合わせ商品としてのグーグル検索
 - * ユーザーは他の検索エンジンをダウンロード可能
 - * しかしデフォルト設定、目立つ位置への配置により、ユーザーはプレインストールされた検索エンジンを使い続ける

収益分配

- * ② Revenue Share Agreement
- * 他の検索エンジンがプレインストールを求める
 - * すでにグーグル検索がプレインストール
 - * ブロートウェア、メモリ不足、配置場所
 - * グーグルからの収入の多くを失う(端末メーカー)
- * iOSにもグーグル検索がデフォルト設定
- * 他の検索エンジンは十分なトラフィックを獲得し得ない

- * ③ Anti-Fragmentation Agreement
- * 端末メーカーと協力してOSレベルからの参入
 - * アンドロイドフォーク
 - * 獲得できるデータも拡大(位置データなど)
- * しかしアンドロイドフォーク端末を販売する場合にはアンドロイド端末の販売を認めない

- * 競合検索エンジンは十分なトラフィックを得ない
- * グーグルはデフォルト獲得の費用を抑制できる
- * 端末メーカーは競争水準よりも小さな受取り
- * 消費者は端末価格低下の恩恵を享受できない

OSの機能

- * 検索エンジンのインストールベース拡大
 - * 利用者に関するデータ収集
 - * 端末データと検索データの統合によるデータ優位性
- * OS上で走るアプリの監視
 - * 下院報告書の懸念
 - * キルゾーンの議論
 - * ファイナンス、参入、価格設定
 - * 投資インセンティブの問題からナウキャストイングの問題まで

4. 行動経済学と競争法

- * **アンドロイド事件・ショッピング事件 (EU)**
 - * 商品デザイン変更がレバレッジのメカニズムで機能する
 - * デフォルトバイアス、現状維持バイアス
 - * ポジションバイアス、サリエンシーバイアス
 - * EU競争法における行動経済学利用の到達点との評価

- * 知覚の限界、バイアスなど限定合理性の評価
 - * 情報過負荷、時間圧力下での意思決定
 - * 選択する環境、タイミングを操作するアーキテクチャー
 - * PCからスマートフォン
 - * スマートスピーカーといった新たなインターフェース

- * 行動バイアスに無関心な反トラスト法学説も有力だった
 - * 経済的な乗り換え費用のみに注目
 - * 行動経済学の知見は有用でないと言断する者もいる
- * しかし次のような意見 (Stigler Report)
 - * “反トラスト法に関する米国裁判所の経済学的知見は数十年変わらず古びており、裁判所に対して行動バイアスと市場支配力との関係を説明する道具を用意するよう、経済学者と法学者が努力すべきだ”

*Stigler Report (2019)

- * *“While US antitrust law has long been flexible in combatting anticompetitive conduct, there is increasing concern that it has been underenforced in recent years.*
- * *Antitrust law and its application by the courts over the past several decades have reflected the now outdated learning of an earlier era of economic thought, and they appear in some respects inhospitable to new learning. ”*
- * *“Economists and lawyers will have to develop tools to explain to courts the role of behavioral biases in the creation of market power and in their effect on the quality of content.”* (Stigler Report, at 31)