

【田中頼人特別研究II】

## 第1回レポート

# AI検索サービスにおける企業優遇バイアス：市場競争への潜在的リスク

2301330039：安田直也



# 1. 実装のゴール（最低限）

実装では最低でも「Perplexity APIから取得した感情評価データをもとに、企業優遇バイアスの有無と程度を分析し、分析結果を数値・グラフで可視化できるシステム」までを作ります。

※パーソナライズによる影響は本研究の範囲外

## 2. 実装のゴール（上限）

実装では最高で「複数のAI検索サービス（Perplexity・ChatGPT・Geminiなど）に対応し、感情評価・オススメ順ソート・Google検索結果比較を統合的に処理・表示できる、ダッシュボードでの分析・可視化が可能なシステム」までを作ります。

### 3. 評価のゴール（最低限）

評価では最低でも「Perplexityを対象に、特定カテゴリーの商品・サービスについて、企業名のマスク有無による感情評価の差分を算出し、その差をバイアス指標として定量評価し、グラフとして視覚的に示したうえで、仮想的な市場シェアに反映させた市場集中度（HHI）の競争への影響を測定する」までを行います。

## 4. 評価のゴール（上限）

評価では最高で「複数AI検索サービスのバイアス指標と仮想的市場シェアの変化を統合的に可視化し、それぞれの影響力や優遇傾向を分析した上で、HHIや相対露出指数※など複数の経済・公平性指標に基づき多角的な評価する」までを行います。

※特定の企業やサービスが、他と比べてどれだけ頻繁にAI検索結果に登場しているかを示す、検索結果内での「出現頻度の偏り」を定量化する指標として独自定義

相対露出指数 = 対象企業の露出頻度 ÷ 対象カテゴリ内の全企業の平均露出頻度

## 5. 1～4の目標設定の根拠

下限：企業優遇バイアスの存在とその影響を、再現性のあるデータと視覚化で示すために必要な最小構成であり、先行研究が乏しい中、Perplexityのみを対象とし評価を完了することだけでも充分新規性が高いため。

上限：バイアスの「存在」にとどまらず、「可視化」「影響評価」の比較まで踏み込んだ政策提言レベルの示唆が得られ、これ以上は研究目的に対して過剰（too much）であるため。