

事業者間取引を市場として分析を行う場合の論点

2 0 0 8 年 1 月
総務省 総合通信基盤局

- 1 事業者間取引に関する市場画定の基本的考え方
- 2 卸売と小売の市場の区分について
- 3 卸売市場における留意点について
- 4 評価の基本的な手順について
- 5 特定の小売市場に対応した卸売市場の分析イメージ

1 事業者間取引に関する市場画定の基本的な考え方

1. 基本的な考え方

卸売に関する市場画定は、小売市場と同様に、SSNIPの概念を基本とし、計量経済学的手法も必要(及びデータの利用可能性)に応じて援用することが適切ではないか。

- ✓ 欧米の関係当局や我が国の公正取引委員会でも、SSNIPの考え方に基づく市場画定が主流。
- ✓ 計量経済学的手法の援用は、米国で事例が見られるが、必要なデータ等が揃う事案に限られる。

2. 視点

基本的に、小売サービスで画定した市場の下層に位置する垂直的な取引関係に着目し、卸売市場を分析することが適切ではないか。

- ✓ 事業者同士の水平的な取引関係が、垂直的な取引関係に大きな影響を及ぼす場合があるか。

3. 分析の範囲

競争上の問題が発生している特定の領域について重点的な分析を行うこととし、全ての市場について網羅的に市場画定を行う必要はないのではないか。

(参考)米欧の市場画定手法について

- SSNIPの考え方に基づく市場画定が主流。
- 計量経済学的手法の援用は、米国で事例が見られるが、必要なデータ等が揃う事案に限られる。

米国司法省・FTC「水平合併ガイドライン」

- 1 市場の画定、測定および集中度
- 1.0 概観 → 市場画定にあたってのSSNIPの採用を規定
- 1.1 製品市場の画定 → SSNIPによる画定基準を規定
- 1.2 地理的市場の画定 → ”
- 1.3 関連市場に存在する企業の特定 → SSNIPにあたり現存事業者に加えて潜在的参入者も考慮する旨を規定
- (以下略)

公取「企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針」

- 第2 一定の取引分野
- 1 一定の取引分野の → 製品市場と地理的市場の画定を規定
基本的考え方 重層的な市場画定(部分市場)を許容
- 2 商品範囲 → SSNIP的概念を規定。用途、価格・数量等を考察。
- 3 地理的範囲 → SSNIP的概念を規定。事業地域、商品特性等を考慮。
- 4 その他 → 利用者属性別の市場、供給の代替性等を記述

EU「市場分析及びSMP評価のガイドライン」

- 第2章 市場画定
- 2.1 序論 → 競争法における市場画定との関係を整理
- 2.2 関連市場を定義する → 需要・供給の代替性と潜在的競争のための主な基準 列挙し、SSNIPの採用を規定。
- 2.2.1 関連する商品・サービス市場 → サービス特性、料金、利用目的に加え、必要に応じSSNIPを援用することを規定
- 2.2.2 地理的な市場 → 競争条件の類似性をSSNIP的概念で検討することを規定。潜在的参入者も考慮。言語や法的境界(免許範囲等)も考慮。
- 2.2.3 市場画定に関する → ルート毎の市場画定の可能性やその他の問題 連鎖代替可能性について規定
- 2.3 欧州委員会自身の慣習 → 卸と小売の市場の区別等を規定

計量経済学的手法の援用について

- 米国では、欧州や公取委と異なり、計量経済学的手法(価格弾力性の推計やSSNIPテストの実施)を市場画定に実際に採用(ただし、必要な証拠やデータ等が揃っている事案に限られる)。

【事例:米国製パン業事件(1995年)】

		シカゴ	LA
高級白色パン	価格費用マージン	60.0%	64.7%
	臨界的弾力性	1.43	1.34
	実際の価格弾力性	1.01	1.25
すべての白色パン	価格費用マージン	47.9%	50.6%
	臨界的弾力性	1.73	1.65
	実際の価格弾力性	0.69	1.04

「臨界的弾力性 > 実際の価格弾力性」である場合、SSNIPテストに基づき、当該市場を独立の市場として画定可能。



・「高級白色パン」は有意な差が認められないため、独立の市場として画定不可
・「すべての白色パン」のみ市場を画定

- また、「セロファン」の誤謬」等の問題もあり、実際の採用に当たっては慎重な運用や解釈が必須。必要に応じて援用することが適切。

2 卸売と小売の市場の区分について

1. 需要の代替性の観点

卸売と小売は異なるユーザグループに向けられていることから、原則的に需要の代替性はないと考えられるのではないか。

2. 供給の代替性の観点

供給の代替性の非対称性に着目することが適切ではないか。

- ✓ 技術的な共通性などの理由から、卸売から小売市場への参入、あるいは逆に小売から卸売市場への参入が容易であれば、需要の代替性はなくても、同一市場として考え得るのではないか。
- ✓ しかし、卸売から小売の参入は容易でも、小売サービスから卸売サービスの参入は、大きな費用がかかるインフラや技術的要因、保有する情報などに起因する参入の制約があるため困難ではないか。

☞ このような供給代替性の非対称性が認められ、小売から卸売への参入が困難である場合などは、卸売と小売は別市場として考えるべきではないか。

3 卸売市場における留意点について

1. ボトルネックの存在

ボトルネック(代替が困難)は、通常の市場画定の考え方から、市場そのものとして整理できるのではないか。

- ✓ ネットワーク効果など電気通信市場に特有の要因についても考慮すべきではないか。
- ✓ 但し、規制と技術の変化に応じ、定期的な修正が必要ではないか。

2. 市場構造的な要因

小売サービスの垂直統合的な提供などが行われている場合など、市場構造的な要因を考慮することが必要ではないか(直接・間接の価格設定制約など)。

3. バンドリングの考慮

構成要素について個別の小さな市場が成立するかどうか、小売市場のバンドリングと卸売市場のバンドリングの関係等について検討が必要ではないか。

- ✓ バンドリングされて提供される設備やサービスの個々の構成要素と他の構成要素との補完性が高い場合などには、それらを一種のシステムとして一体的に分析すべきではないか。
- ✓ 卸売市場特有の問題として、トリプルプレーやFMCなど小売市場でのバンドリングの影響などについて考慮する必要があるのではないか。

4. 長期の視点

技術革新が盛んな市場では、価格だけでなく性能によっても代替が起こるため、需要代替性等を慎重に分析する必要があるのではないか。

- ✓ 需要側の論点例: 新技術の採用に伴う消費の移動が、単なるアップグレードによる需要の代替なのか、新市場なのかを検証
- ✓ 供給側の論点例: より長期のタイムフレームから潜在的供給者の可能性等を考慮

5. その他の留意点

- ✓ サunkコストの存在
- ✓ 規模の経済性、範囲の経済性、ネットワーク効果 等

4 評価の基本的な手順について

☞ 事業者間取引の分析については、基本的には次の分析手順に従ってはどうか。

1. 小売サービス市場の画定

✓ 基本的に現在の競争評価における小売市場に関する市場画定を踏襲するイメージ

2. 小売サービス市場に関する垂直的なサプライチェーンの分析

① 小売サービスに投入される設備・機能や卸売サービス等の分析

② 卸売・小売市場の区分についての分析、卸売市場の細分化についての分析

✓ 例えば、垂直的なサプライチェーンにボトルネック性や供給制約などに基づく参入障壁があれば、それ自体が市場としての重要性が高い可能性

✓ 他方、別市場として整理する必要がなければ、小売市場における競争に影響を及ぼす要因として整理される可能性

3. 垂直的なサプライチェーンのうち主要な市場の画定、競争状況の分析

✓ SSNIPの概念などに基づく需要・供給の代替性等についての分析を行う

✓ 市場構造、競争状況に関する見通しなども考慮

✓ 最下層の物理網から小売に至るまで順に競争状況を分析するイメージ

(参考)評価・分析の手順イメージ

① 小売市場の画定(4領域)

→ 「電気通信事業分野における競争状況の評価に関する基本方針2006～2008」で定めた方針、手法による。

② 小売サービスへの投入物・サービスの分析(検証)

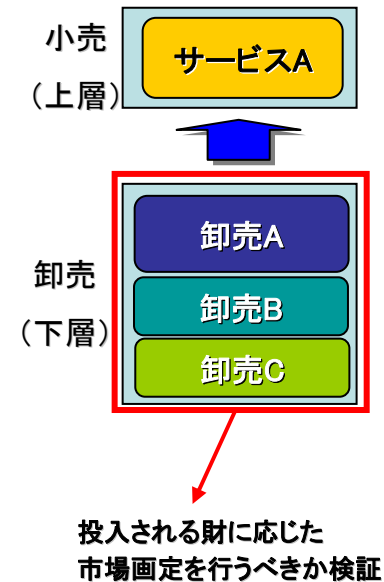
- 小売市場の画定結果をもとに、対応する卸売市場について、卸される設備やサービスは何かを分析(検証)。
- 原則的に小さな単位の設備・サービスから検証し、補完性等を考慮して統合。

主要な市場(候補)を特定

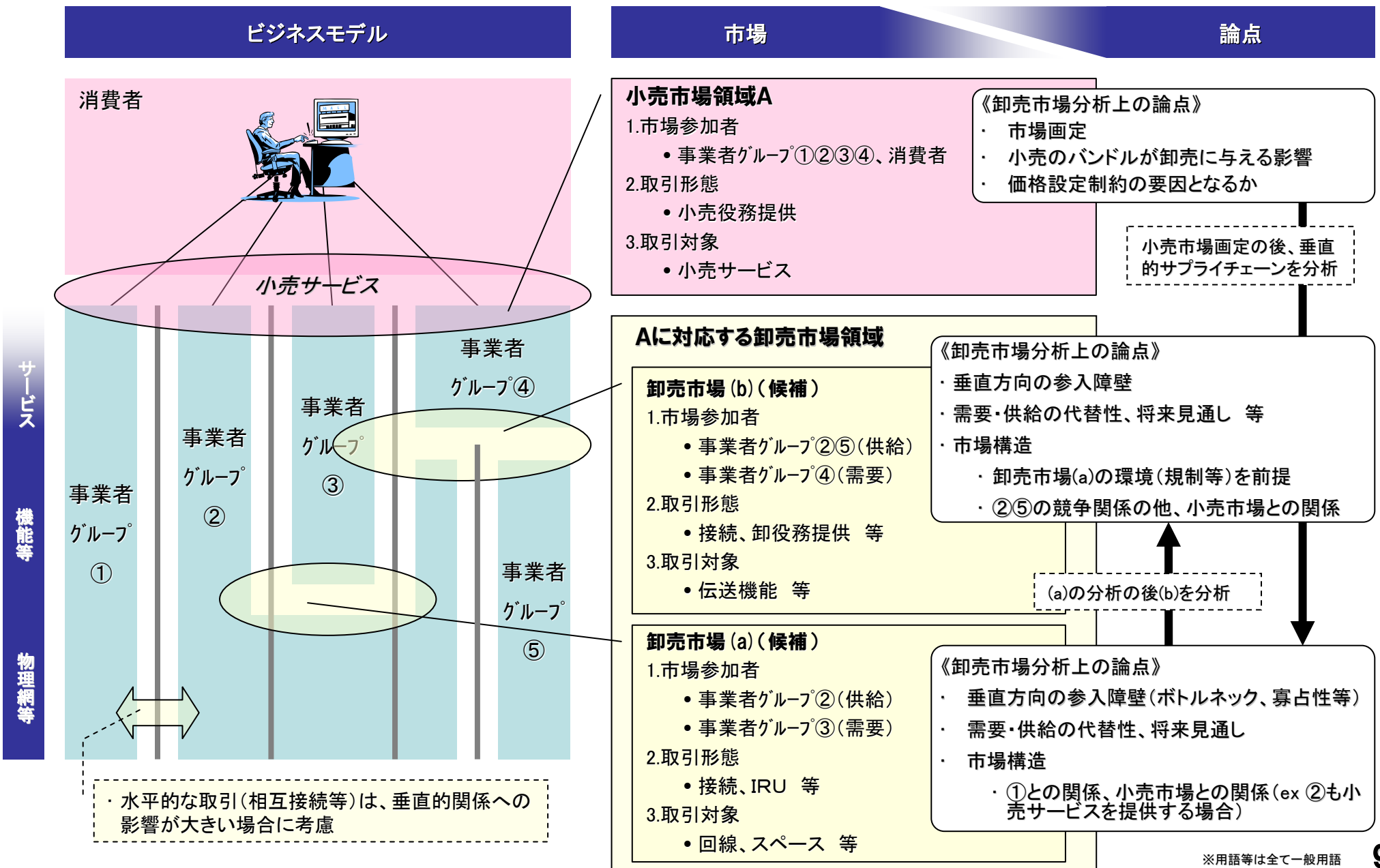
③ SSNIPの概念などに基づく需要・供給の代替性についての分析

- 供給代替性の非対称性、参入障壁、市場構造について分析。
- 下位に位置する卸売市場を起点とし、上層の小売サービスまでの間の主要な市場を画定。

卸売市場の画定



5. 特定の小売市場に対応した卸売市場の分析イメージ



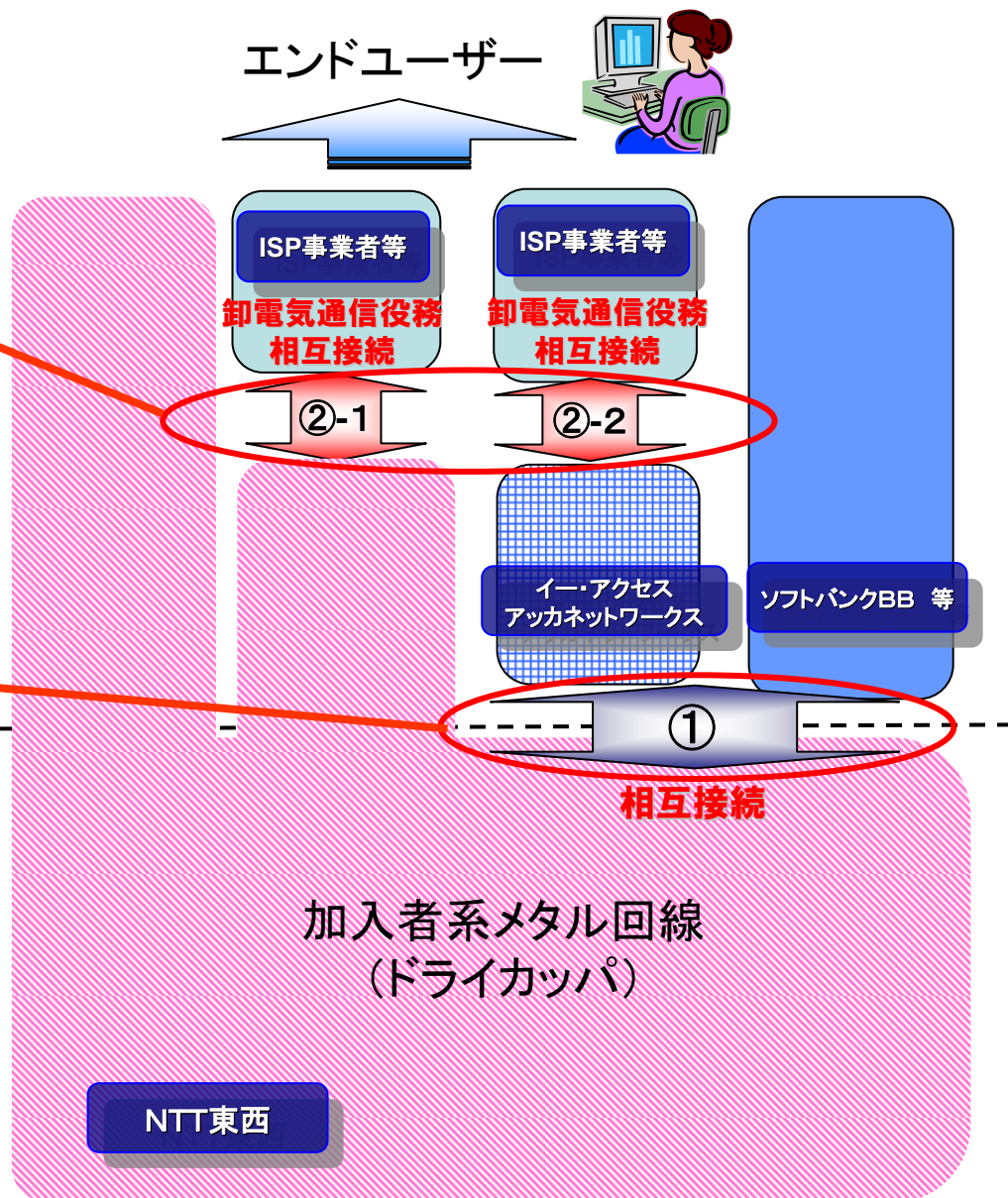
(参考)ADSLサービス(ブロードバンド市場の部分市場)の卸売領域イメージ

ADSLサービス

物理網

② ADSLサービスに係る取引
需要:ISP事業者等
供給:【取引場面②-1】
NTT東西
【取引場面②-2】
イー・アクセス、アッカ・ネットワークスなど
取引内容:ADSLサービス

① 加入者回線設備に係る取引
需要:ソフトバンクBB、
イー・アクセス、アッカ・ネットワークス、
その他DSL事業者
供給:NTT東西
取引内容:端末回線、伝送装置、局舎スペース



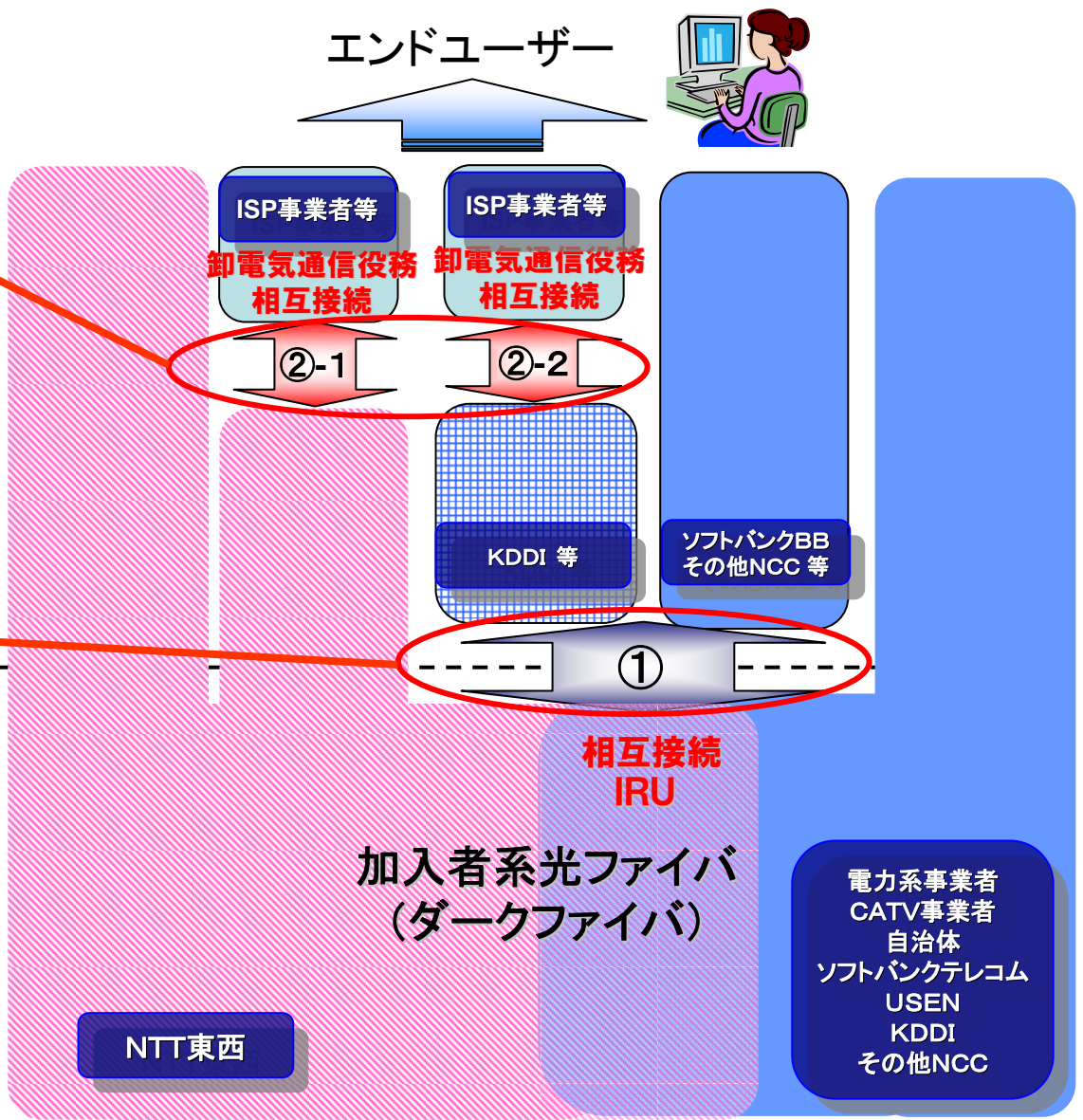
(参考)FTTHサービス(ブロードバンド市場の部分市場)の卸売領域イメージ

FTTHサービス

物理網

② FTTHサービスに係る取引
 需要:ISP事業者等
 供給:【取引場面②-1】
 NTT東西
 【取引場面②-2】
 KDDIなど
 取引内容:FTTHサービス

① 加入者回線設備に係る取引
 需要:KDDI、ソフトバンクBB
 その他NCC
 供給:NTT東西、電力系事業者、
 CATV事業者、自治体、鉄道事業者
 取引内容:端末回線、伝送装置、局舎スペース



(参考)

1-2 《米国》FTC・司法省における合併審査と市場画定

- FTCと司法省は、「水平合併ガイドライン」を策定。水平合併を阻止するかどうかの決定のための分析過程を指針として提示。
- 合併審査の前提としての市場画定についても規定。SSNIPテストの考え方をうい、関連市場（商品市場・地理的市場）を画定。

水平合併ガイドライン「1. 市場画定、測定及び集中度」

(1. 1)
商品市場:

価格差別がない場合、当該地域における仮想独占事業者が、その他すべての商品の販売条件が一定と仮定して、SSNIPによって利益を上げることができる商品又は商品群によって画定

(1. 2)
地理的市場:

価格差別がない場合、他のあらゆる地域におけるすべての商品の販売条件が不変であるという条件の下で、その地域での当該商品の仮想独占事業者がSSNIPにより利益を得ることができる地域によって画定

(1. 3)
画定市場に存在する企業の特定

関連市場の参加企業を特定する場合、関連市場において関連商品の生産または販売を行っているすべての企業を考慮。
当該地域で関連商品の生産または販売を現在行っていない企業についても、それを含めることが供給面における反応をより正確に反映する場合には、市場参加者に含める。SSNIPに対するこのような供給面における反応は、参入・退出に伴う多額のサックコストを支出することのない、1年以内の発生が条件。

SSNIPテスト

当該製品の現在及び将来における唯一の売手で、価格規制を受けておらず、利潤最大化するように行動する企業を仮想（仮想独占事業者）。他の製品の販売条件が一定と仮定して、この企業が**小幅であるが、有意かつ一時的でない価格引上げ**を行いうる製品又は製品群、製造又は販売されている地域として、関連市場を定義。

料金引上げに対する買手の反応を考慮する場合、以下を含む、関連する全ての証拠を検討。

- ・料金その他の競争条件の相対的な変化に対して、買手が購入地域を替える、または替えることを検討した証拠
- ・料金その他の競争条件の相対的な変化に対して、売手が買手による地域代替を見越して経営判断を行っている証拠
- ・買手が直面する小売市場における競争への影響
- ・供給者の切替時期と費用

《EU》 EUにおける市場画定

○ SMPガイドラインにおいて市場画定の分析手法を規定。

関連市場(relevant market)を定義するための基準

- ・ 需要の代替性
- ・ 供給の代替性
- ・ 潜在的競争

(多大なサンクコストを伴う長期的側面

※ただし、SMP事業者の存在分析において考慮すべき)

→SSNIPテストにより判断。

他の全ての商品・サービスの価格が変化しないと仮定し、当該商品・サービスにおいてわずかではあるが意味のある継続的な値上げ(5~10%)に対する顧客(消費者・事業者)の反応

商品・サービス市場 客観的特性・料金・利用目的によって十分に代替可能な商品・サービスを考慮し、必要に応じSSNIPを採用し、需要の代替性・供給の代替性を判断。

地理的市場 ネットワーク提供地域(消費者の選好と地理的な購入パターン)、法令の規制措置の存在により判断。

小売市場と卸売市場の画定

電子通信分野には検討すべき市場は主に2つ

- ・ **小売市場** エンドユーザーに提供される商品・サービスに関する市場
- ・ **卸売市場** 通信事業者がエンドユーザーに商品・サービスを提供するために必要な投入に関する市場

→需要サイド・供給サイドの特徴に応じて、更に市場を区分

→小売市場の画定を行った後に、関連する卸売市場の画定を行う。

《EU》 関連市場の定義①

○ 関連市場勧告(欧州委員会「関連製品・サービス市場に関する勧告」)において、分析の対象とする市場を定義。

関連市場の考え方

① 高くで一時的でない参入障壁が存在していること

・参入障壁には、初期費用や需要の条件から生じる構造的な障壁、法的・規制上の障壁がある。

② 長期的に有効競争が生じる傾向がない構造の市場であること

・ある対象期間内で参入障壁が低下することを考慮。

③ 競争法の適用のみで対処するには不十分であること

※ 参入障壁が将来において持続しないことが予想される市場については分析の対象とはしない。

また、新興市場は、「先発者」の優位のために市場支配力が存在している判断される可能性があるため、原則として事前規制すべきでない。

※ 勧告と異なる市場の定義を行う場合には、欧州委員会等との協議が必要



- ・ **固定系サービス、非固定サービス**
- ・ **音声、非音声 (データ)**

→ **小売サービスと卸売サービスについて事前規制を適用すべき市場を3つの基準に従って決定。**

《EU》 関連市場の定義②

○ 07年12月、欧州委員会は関連市場勧告の見直しを決定。

○ 市場評価(枠組指令第7条)手続きの簡素化(負担軽減)

- ・ 簡素な通報手続きの導入
- ・ 市場分析を行い、SMP事業者に事前規制を課す市場を現在の18から7に削減。

【背景】

枠組指令の見直しが行われる中、市場分析の手続についても検証。

- ① 一定の市場については規制介入なしに競争が進展。有効な卸売規制が消費者利益を保護し、大部分の小売規制は不要。
- ② いくつかの卸売市場については更なる規制緩和が可能である一方、その他の卸売市場については対象を絞った特別な規制が必要。

→ 卸売市場の事前規制に重点。

【 改正前（18市場）】

サービス種別	分析対象市場	
	小売レベル	卸売レベル
固定電話 (住宅用)	市場1：固定公衆電話網へのアクセス 市場3：固定市内及び（又は）全国電話サービス 市場4：国際電話サービス	市場8：固定公衆電話網上の呼発信 市場9：個々の固定公衆電話網上の呼着信 市場10：固定公衆電話網における中継サービス 市場11：ブロードバンド及び音声サービス用メタリックループ及びサブループへのアンバンドルアクセス
固定電話 (非住宅用)	市場2：固定公衆電話網へのアクセス 市場5：固定市内及び（又は）全国電話サービス 市場6：国際電話サービス	
ブロードバンド	—	市場12：ブロードバンドアクセス
専用線	市場7：最小限の専用線一式（2Mbps以下）	市場13：専用線の終端 市場14：専用線の幹線部分
移動体通信	—	市場15：移動体公衆電話網上のアクセス及び呼発信 市場16：個々の移動体電話網上の呼着信 市場17：移動体公衆電話網上の国際ローミングの卸売の全国市場
放送用伝送	—	市場18：放送コンテンツをエンドユーザーに提供するための放送の伝送サービス

【 改正後（7市場）】

サービス種別	分析対象市場	
	小売レベル	卸売レベル
固定電話 (住宅用、非住宅用)	市場1：固定公衆電話網へのアクセス (住宅用、非住宅用)	市場2：固定公衆電話網上の呼発信 市場3：個々の固定公衆電話網上の呼着信 市場4：固定系ネットワークインフラへのアクセス網 (シェアドアクセス、フルアンバンドリングを含む) ※光ファイバを含む
—	—	市場5：ブロードバンドアクセス
—	—	市場6：専用線の終端
—	—	市場7：個々の移動体電話網上の呼着信

《英国OFCOM》卸売市場の市場画定

○ EU枠組み指令／ガイドラインで定めた手法に基づき、小売市場の画定を起点とした卸売市場の市場画定を実施。

● 小売市場の画定は、卸売市場の画定に論理的に優先する。

- 卸売商品に対する需要は、最終的には下流にある小売側の需要により決定。
- 上流の商品(卸売)の価格が下流(小売)の価格をもとに計算されると、小売の代替物の範囲は、卸売製品の代替物の範囲を示唆。(卸商品の価格上昇により小売価格も上昇し、消費者が小売サービスを乗り換えが生じ、卸製品の需要が減少する)

● 原則として、議論の循環を排するため、SMP規制は適用されていないものと仮定して需要／供給の代替性を考察。

- ただし、下流の競争状況に上流の規制が潜在的に影響している場合、上流の規制を考慮に入れることは適当。

◆ 卸フロードバンドアクセス市場のレビュー(2007.11.15意見募集)の市場画定における主な判断要素 ◆

○手順1:小売市場の市場画定

商品市場と地理的市場を画定。

- 需要代替性:SSNIPテストの実施
- 供給代替性:需要の代替性が確認されなかった仮想独占者の追加的な価格設定制約が行われたかどうかを考察する際に評価する。

○手順2:卸売市場の市場画定

画定した小売市場のサービスの提供に要するサービスの需要代替性／供給代替性について検証。

- 卸売サービスが提供する「機能」が重要。
- 上流における一方製品の値上げが価格設定制約に繋がるかどうか(直接的、間接的)。※この場合、規制の適用はないものとして検証する。
- 同じサービス内容を提供できるかどうか(例:回線速度、アプリケーション提供の可否)。