

# 電気通信事業分野における 競争状況の評価 2006

## 移動体通信分野の評価結果案の概要

2007年5月31日

総務省総合通信基盤局

# 2006年度の競争評価の概要

2006年度の競争評価は、主要な通信サービスを継続的に評価する「定点的評価」とともに、特定の政策テーマに焦点を当てた「戦略的評価」を併せて実施。

なお、「戦略的評価」のテーマ選定にあたっては、事業者から公募したテーマの中から選定。

## 競争評価

毎年定期的  
に実施

### 定点的評価 (競争状況の評価)

| 対象領域               | 2006年度 | 2007年度 | 2008年度 |
|--------------------|--------|--------|--------|
| 固定電話<br>(IP電話を含む)  |        |        |        |
| 移動体通信<br>(WLANを含む) |        |        |        |
| インター<br>ネット接続      |        |        |        |
| 法人向けネット<br>ワークサービス |        |        |        |

( :重点評価を行う領域)

アドホック  
に実施

### 戦略的評価 (特定のテーマに 焦点を当てた分析)

【選定テーマ(事業者から公募したテーマの中から選定)】

事業者間取引が競争状況に及ぼす影響に関する分析

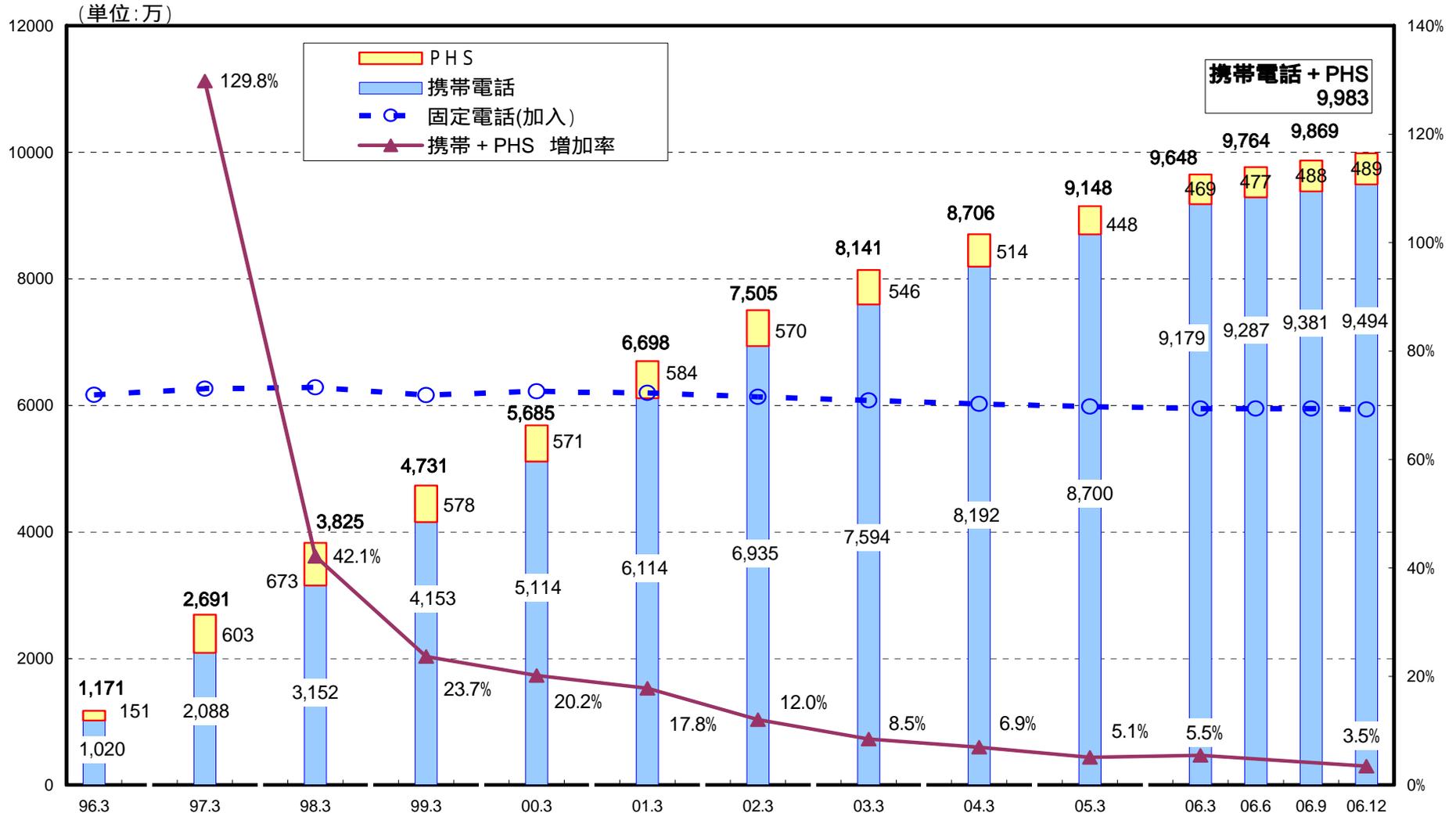
隣接市場間の相互関係に関する分析

携帯電話番号ポータビリティ制度導入による競争状況の変化に関する分析

# 定点的評價

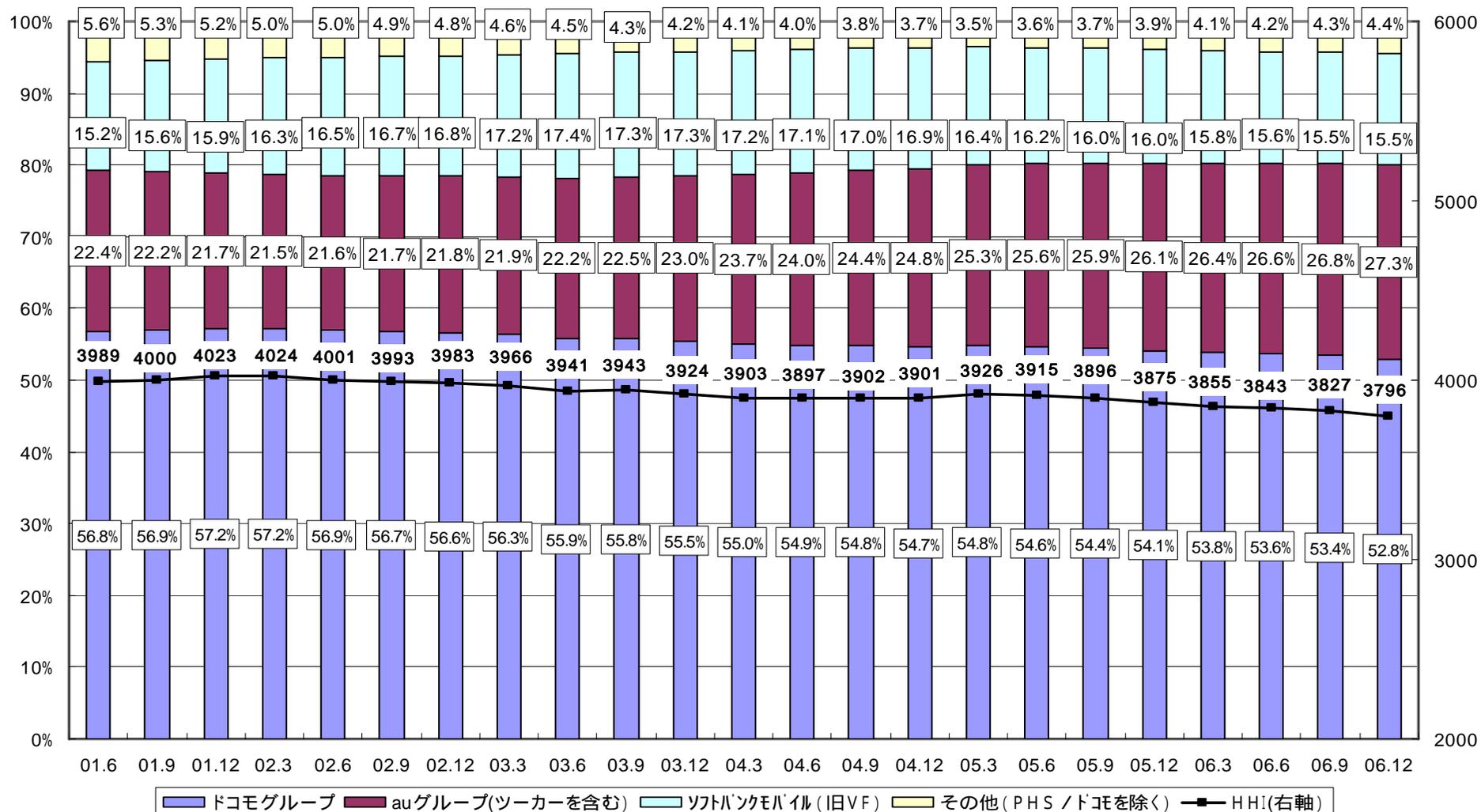
# 移動体通信(携帯電話 + PHS)の契約数の推移

- ・ 携帯電話、PHS全体で06年12月末時点で9983万。
- ・ 携帯電話、PHSとも新規加入は未だ増加傾向にあるが、増加率は昨年度よりも減少。
- ・ 固定電話との契約数の格差は年々広がる傾向にある。



# 移動体通信市場における上位3社シェアとHHI

- ・ 上位3社シェアは06年12月末で95.6%と05年6月以降、僅かであるが減少傾向。
- ・ HHIは減少傾向にあるものの、3,796と市場集中度は高い。
- ・ NTTドコモのシェアは、06年12月末で52.8%。昨年同期から1.3%減少したものの、未だ市場の過半数を占める。



# 携帯電話・PHS市場における「市場支配力」の評価結果

HHI

NTTグループシェア

市場支配力の「存在」

市場構造等の要素を総合的に勘案して、市場支配力が存在する(有効競争が存在しない)可能性があるか否かを評価

市場支配力の「行使」

指定電気通信設備制度に基づく事前規制下において、市場支配力を濫用する可能性があるか否かを評価

H17年度 05.12末時点

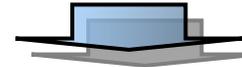
3875

54.1%

(NTTドコモグループ)

(単独又は協調)

(協調による行使の懸念)



H18年度 06.12末時点

3796

52.8%

(NTTドコモグループ)

(単独又は協調)

×

(可能性は低い)

以下の理由等から、競争がより一層進展していると判断。

- 1 番号ポータビリティ制度の開始に前後して、各種料金割引や多彩なサービスが導入。新規顧客の獲得競争に加え、既に囲い込まれている既存顧客間での獲得競争も活発化。制度導入後、市場シェア、純増数、解約率等の変動に大きな変化。
- 2 ソフトバンクモバイルは、06年10月以降、従来にないタイプの料金プランを導入し、上位2社とは一線を画した料金戦略を展開。携帯電話料金の低廉化、簡素化・透明化が進んでいく期待。
- 3 イー・モバイルなどの新規参入事業者の存在も更なる競争圧力。データ通信市場を中心に競争活発化の可能性。
- 4 FMCサービスの胎動、MVNOの活用による市場参入の活性化等から、事業戦略やビジネスモデルがさらに変化していく見込み。事業者間の差別化がさらに進む可能性。

# 携帯電話番号ポータビリティ制度導入 による競争状況の変化に関する分析

# MNP導入以降におけるMNPの利用状況等

MNP導入以降に携帯電話会社を「変更した」利用者を、さらにMNPの利用・非利用の別に区分。また、「変更していない」利用者を、さらに会社変更の経験の有無の別に区分。

MNPの利用者は、MNPを利用せず会社変更した利用者 비해、携帯電話会社の利用期間が長い、携帯端末の買換回数が多い、端末購入価格が高い、といった特徴あり。

携帯電話会社の利用期間

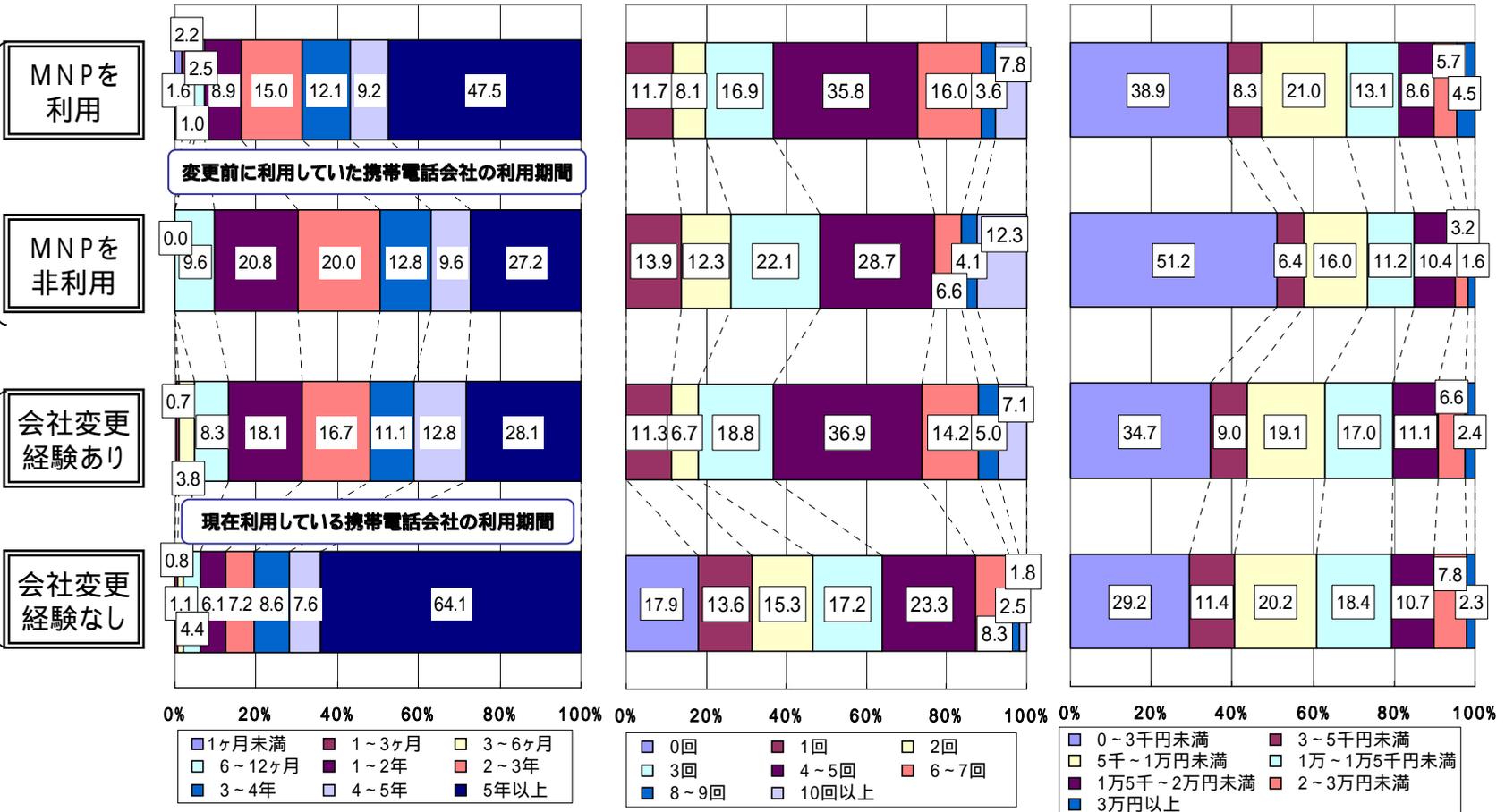
携帯端末の買い替え回数

携帯端末の購入代金

MNP導入以降に携帯電話会社を変更したか？

変更した  
(439サンプルを収集)

変更していない  
(996サンプルを収集)



# MNP利用や携帯電話会社の変更を行わない理由

MNP導入以降に携帯電話会社を「変更した」利用者のうち、約7割がMNPを利用。MNPを利用しない理由としては、「手数料がかかる」「手順が面倒」などが多い。

一方、MNP導入以降に会社を「変更していない」利用者のうち、約7割が会社変更経験なし。会社を変更しない理由としては、「家族等が利用している」「長期割引がなくなる」「手順が面倒」などが多い。

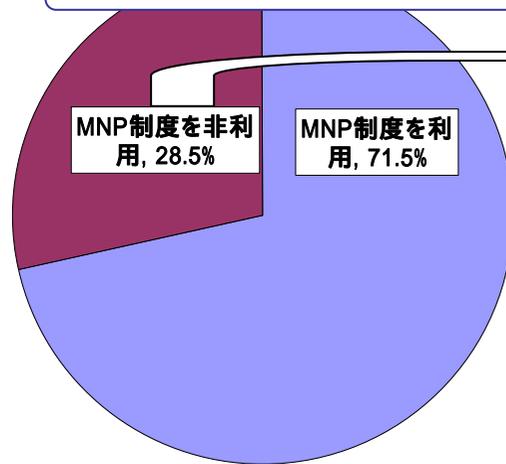
MNP導入以降に携帯電話会社を変更したか？

変更した  
(439サンプルを収集)

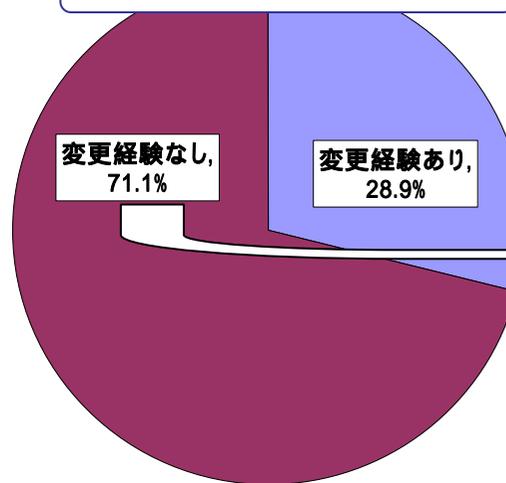
MNPを利用

MNPを非利用

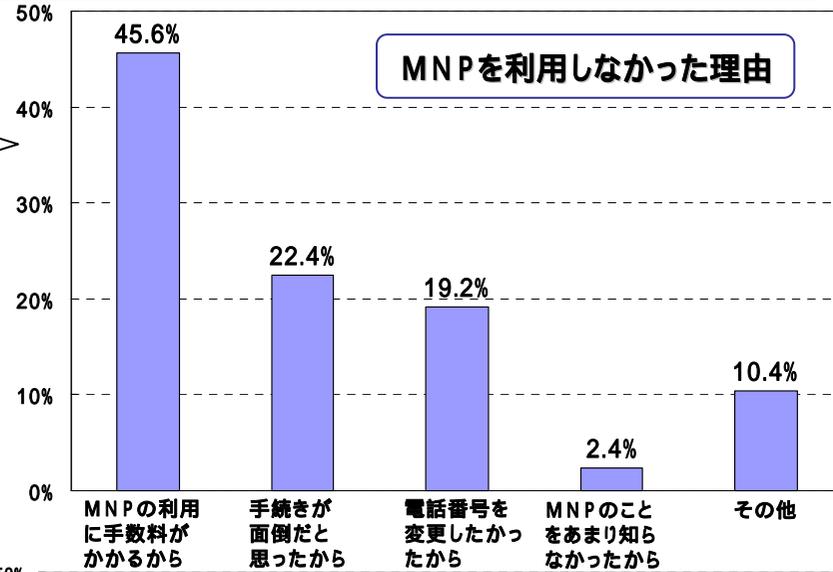
会社変更時のMNP利用の有無



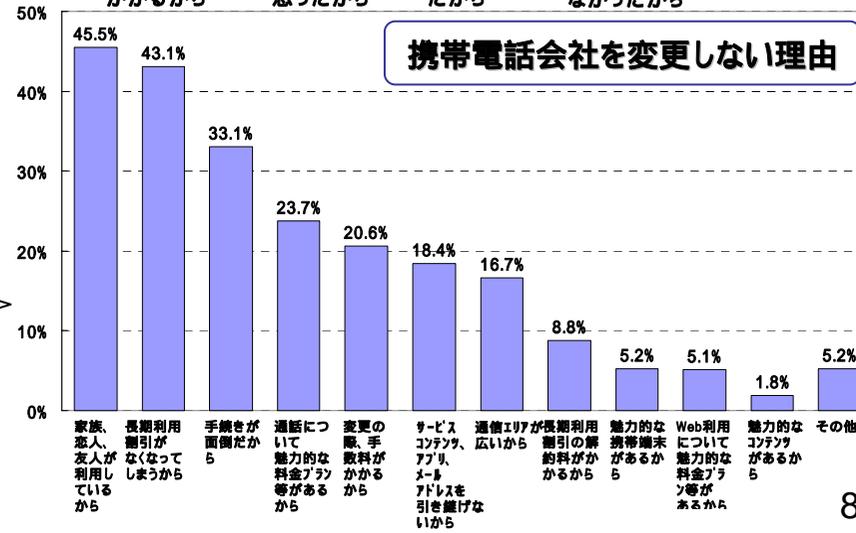
会社変更経験の有無



MNPを利用しなかった理由



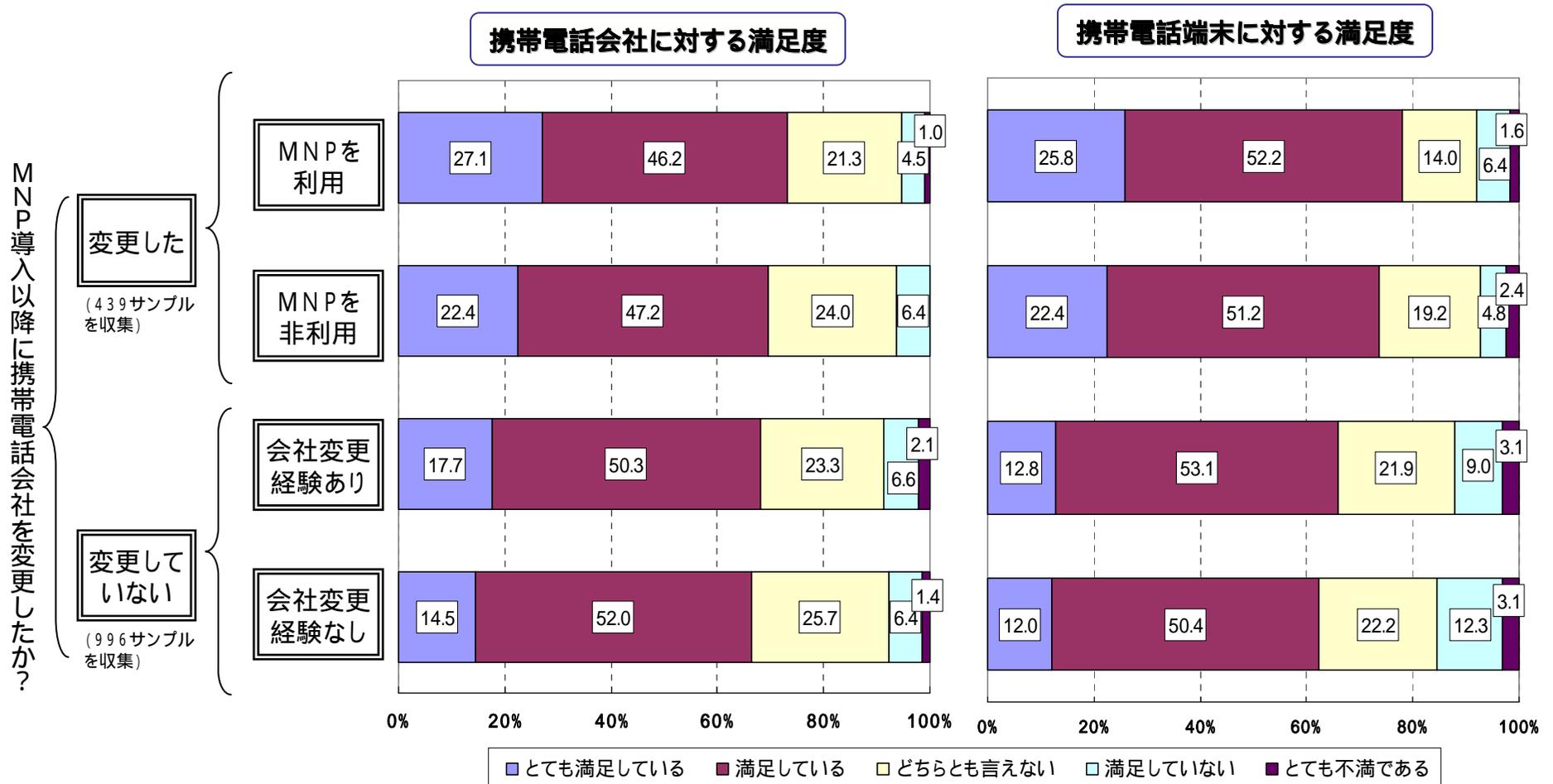
携帯電話会社を変更しない理由



# MNP導入以降における携帯電話会社等に対する満足度

MNP導入以降に携帯電話会社を「変更した」利用者の方が、「変更していない」利用者と比較して、携帯電話会社及び携帯電話端末に対する満足度がともに高い傾向。

特に、MNP利用者は、満足度が高い傾向が顕著。



# 料金水準に関する変化

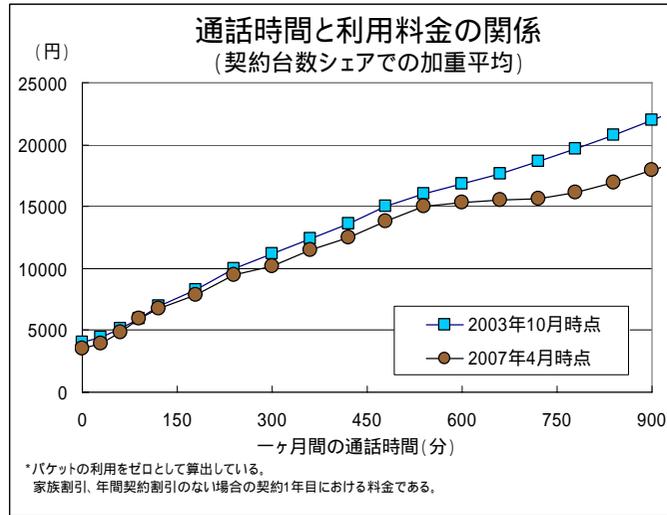
料金水準の変化を分析するに当たっては、「料金が複雑で分かりにくい」との利用者の不満を踏まえ、MNP導入前後の料金水準の動向をできる限り分かりやすく示すことが重要。

そこで、様々な条件を入力すると、その条件下での最安料金を事業者毎に提示する料金関数を作成。

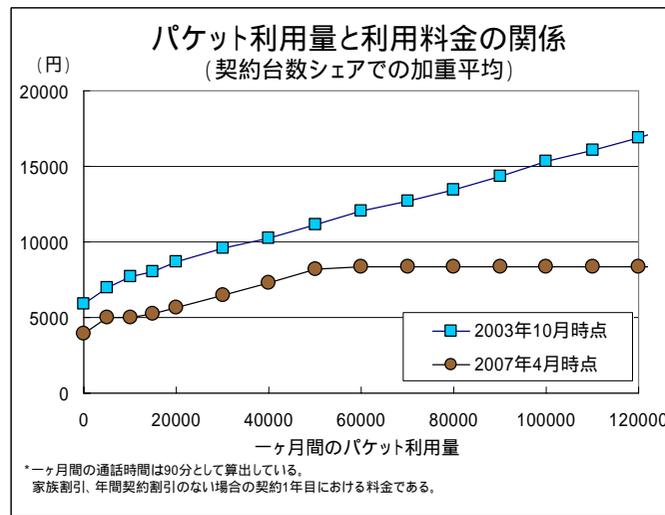
この料金関数を用い、MNP導入の議論が始まる前の2003年10月と、MNP導入後の2007年4月の2時点について、料金水準を比較することが有益。

2時点間を比較すると、携帯電話のあらゆる利用パターンについて料金低下が実現。

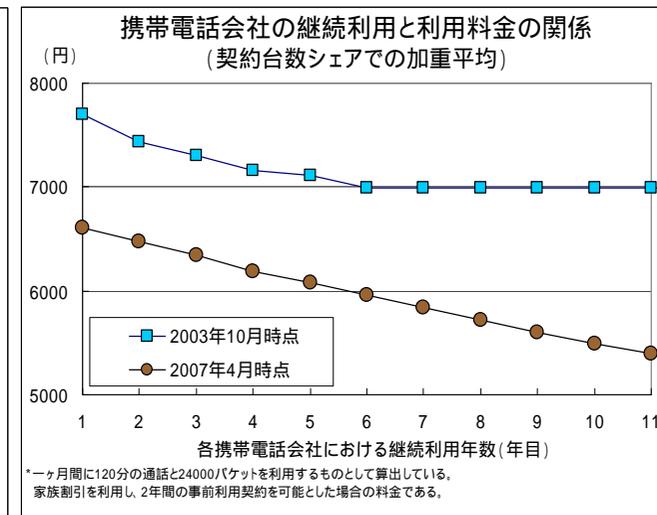
## 通話のみ利用時の料金変化



## 通話とパケットの併用時の料金変化



## 継続利用時の料金変化



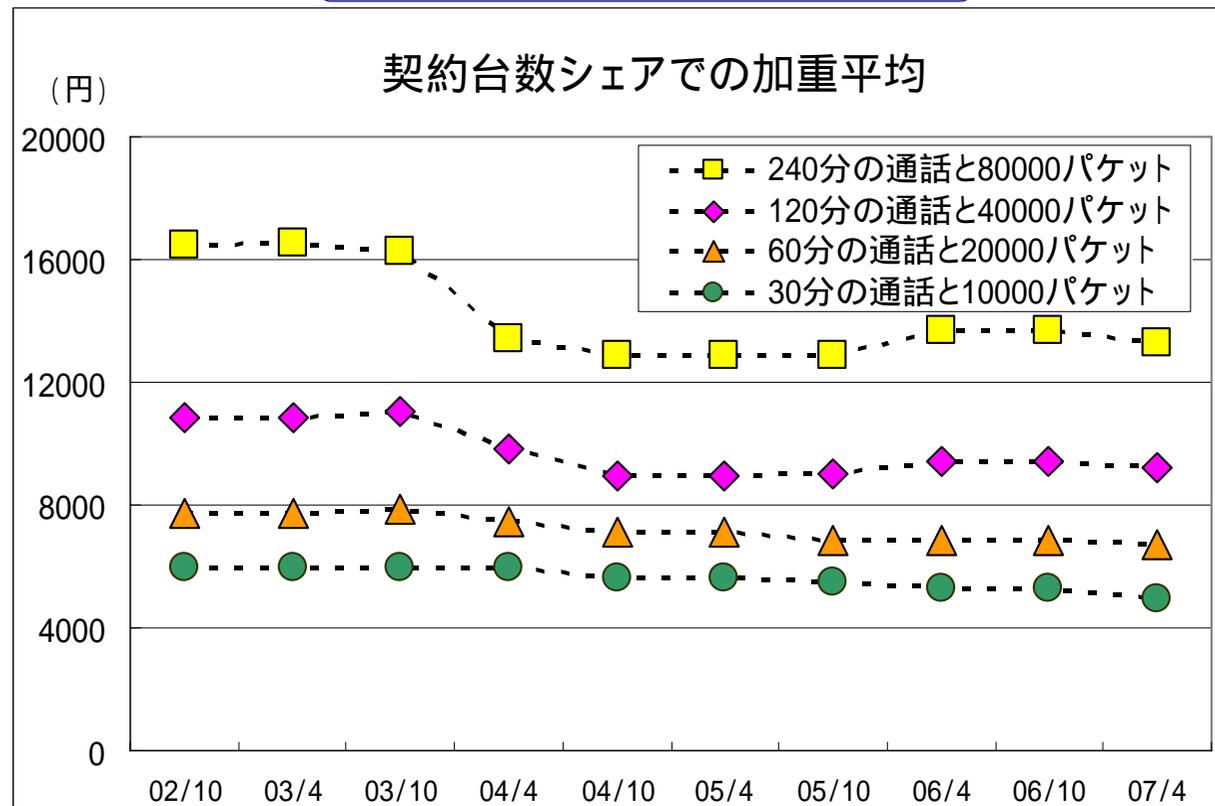
# 料金水準に関する変化

通話・パケットの利用の多寡に応じた、ユーザタイプ別の料金の時系列的な変化を分かりやすく示すことも有益。

全てのユーザタイプについて、MNP導入が事実上決定した2004年春には既に料金低下が実現。MNP導入時の2006年10月にもさらなる料金低下が実現。

MNPの利用の有無にかかわらず、利用者はMNP導入に伴う料金低下のメリットを享受。

同一の利用形態における料金の時系列変化



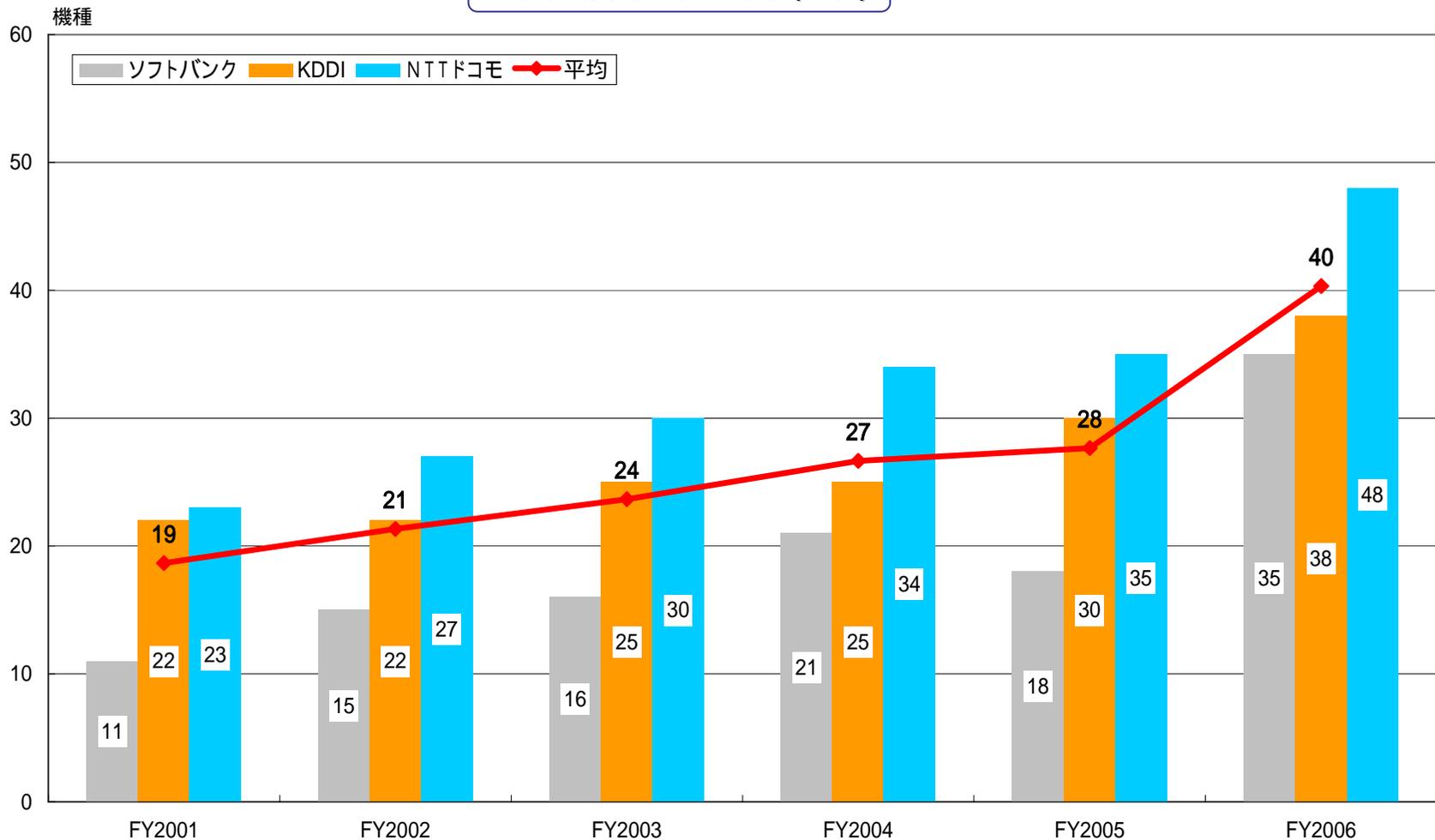
家族割引、年間契約割引はないと仮定（関東居住の利用1年目のケース）。

# サービスの多様性に関する変化

MNP導入が事実上決定した2004年度以降、携帯電話端末の新機種投入数は各社とも増加。MNP導入時の2006年度には、新機種投入数がさらに増加。

端末の機種数増に加え、コンテンツやアプリケーション、「おサイフケータイ」等の付加サービス等、この期間における関連サービスの多様性は著しく上昇。MNPの利用の有無にかかわらず、利用者はメリットを享受。

新機種端末投入数の推移(年度)



# 制度導入による消費者利益の変化及び評価概要

## 制度導入による消費者利益の変化

### 1 スイッチングコストの分析

計量経済分析によれば、スイッチングコストは年額平均21,828円(月額平均1,819円)と推計。  
MNPの導入によりスイッチングコストが年額平均約10,872円(月額平均906円)減少。

### 2 消費者利益の分析

消費者利益の増加は1ユーザあたり約1,611円と推計。  
07年3月末で全携帯電話利用者が受ける利益は、年間換算で約1,600億円と推計。

## 評価結果の概要

### 1 競争状況が変化及び促進

市場集中度(HHI)はMNP導入後に減少幅が拡大。  
MNP導入前後で、携帯電話契約数の純増(減)数や解約率の傾向が大きく変動。  
計量経済分析結果でもスイッチングコストが減少。

### 2 利用者利益が向上

MNP導入決定後、各種割引や低料金プラン等が登場し、料金水準は低下。  
新機種端末投入数の上昇、コンテンツサービスの充実等、サービスが多様化。  
計量経済分析結果でも、携帯電話利用者の全体の利益が拡大。

MNP制度導入は、競争促進と利用者利益向上の観点から、一定の成果あり