

電気通信事業分野における競争評価の現状

総務省 総合通信基盤局

1 競争評価の概要

競争評価の背景①

- 電電公社民営化・市場自由化以来、電気通信市場への参入事業者が大幅に増加し、競争が徐々に進展。
- 2004年度に、規制体系を事前規制から事後規制へと転換する制度改革を実施。IP化・ブロードバンド化・ユビキタス化により急激に変化を続ける市場の動向を的確に把握することが政策立案に不可欠に。
- これらを踏まえ、2003年度より「電気通信事業分野における競争状況の評価」(競争評価)を実施。

電話の時代

インターネット・IPの時代

競争の導入

■競争原理の導入

- 電電公社の民営化
- 電気通信事業法制定

競争の促進

■ネットワークのオープン化

- NTT東西等の指定設備に対する接続規制の導入
- 長期増分費用方式の導入

■ドミナント規制

- ドミナント事業者による反競争的行為の類型化と禁止

■参入規制の緩和

- 需給調整条項の撤廃
- 外資規制の原則撤廃

■紛争処理制度の充実

- 電気通信事業紛争処理委員会の設立

競争の評価

■改正電気通信事業法の施行

- 参入規制の大幅緩和
- 料金・約款規制の原則廃止

■利用者保護の充実

- 改正法に基づく利用者保護ルールの整備
- プロバイダ責任制限法制定
- スпам対策法制定

■競争評価の実施

- 市場構造が複雑化する中で、市場における競争状況を分析・評価し、正確に把握

評価結果を広く公表し、政策に反映

- 評価報告書を刊行
- コンファランス等を開催

関連する様々なデータを収集・公開

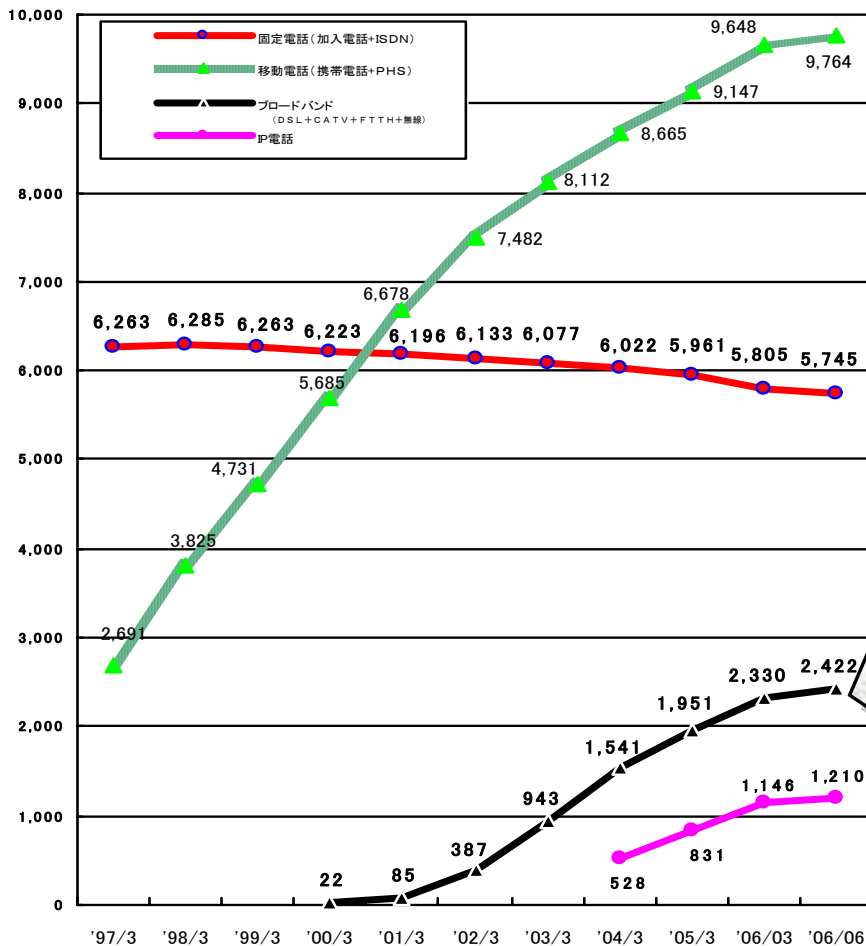
- データブックを刊行

競争評価の背景②

- 通信市場では、2つの大きな構造変化が急速に進展。
- 第1の構造変化は、「固定から移動へのシフト」。2000年を境に、固定電話と移動体電話の契約数が逆転。
- 第2の構造変化は、「ブロードバンド化、IP化へのシフト」。ブロードバンドの契約数は2400万超、IP電話も1200万契約超。
- 市場の構造変化を踏まえ、固定電話、移動体通信、ブロードバンド等の領域を中心に評価を行うことが効果的。

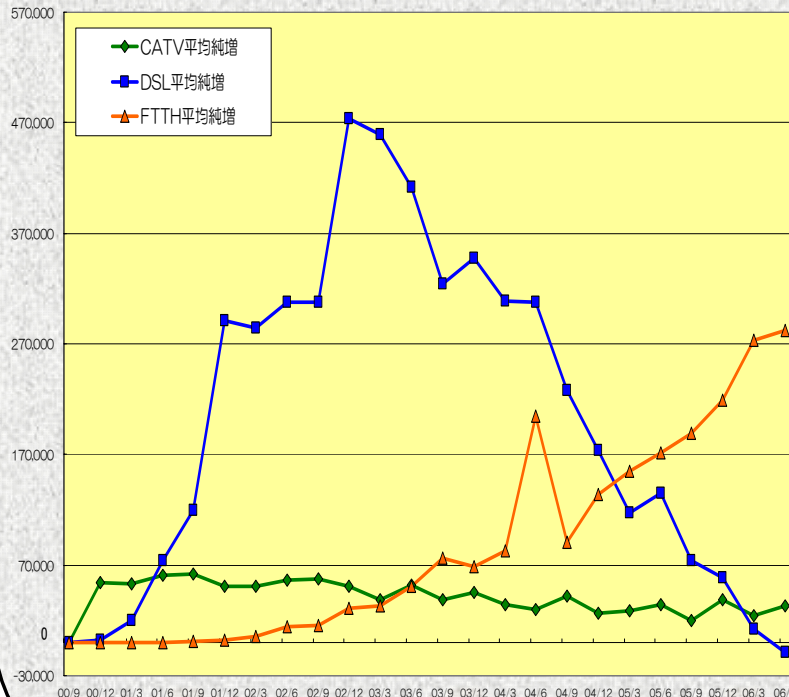
【加入者数の推移】

(単位:万契約)



【月間純増数】

一月当たりの平均純増数



(総務省資料)

競争評価の背景③

「規制改革・民間開放推進3ヵ年計画」(改定)

(平成17年3月25日閣議決定)

①固定通信領域、②移動体通信領域、③インターネット接続領域、④企業内ネットワーク領域の全ての領域について、競争状況を分析・評価し、その結果、競争の進展に応じた適切な政策反映を進める旨記載。

「重点計画-2006」

(平成18年7月26日 IT戦略本部決定)

2010年度までのブロードバンド・ゼロ地域の解消を目的とした政策に資するため、競争評価を毎年度実施する旨記載。

「通信・放送分野の改革に関する工程プログラム」

(平成18年9月1日) (抄)

「通信・放送の在り方に関する政府与党合意」に基づき通信・放送分野の改革を着実に推進する観点から、2010年までの5年間に取り組むべき具体的施策を、以下の工程プログラムに基づき実行する。

NTTの組織問題について、市場の競争状況の評価等に係るレビューを毎年実施するとともに、2010年の時点で検討を行い、その後速やかに結論を得る。

諸外国の競争評価の状況

○EU

欧州委員会は毎年、EU加盟各国(25ヶ国)における電気通信の自由化に向けた市場分析の進捗状況に関するレポートを発表。

レポートは、欧州委員会勧告(2003/311/EC)によって指定された18の市場区分について、各加盟国における市場分析(市場画定、SMP事業者の認定及びSMP規制の提案)の実施状況をまとめた形で構成されている。

2006年2月のレポートでは、電気通信市場の自由化には着実に向かっているものの、今後の課題が多数存在するとされている。

本年6月、この枠組み全体が見直されることになり、2009年又は2010年までに見直し案を各国において法制化する予定。

○米国

米国では、電気通信市場・サービスに対する規制的枠組みとして、包括的、定例的に競争評価は実施されていない。

しかし、連邦通信委員会(FCC)は、非対称規制のひとつとして、事業者の市場におけるドミナント性に着目し、ノンドミナント事業者に対して「ドミナント規制」を実施している。

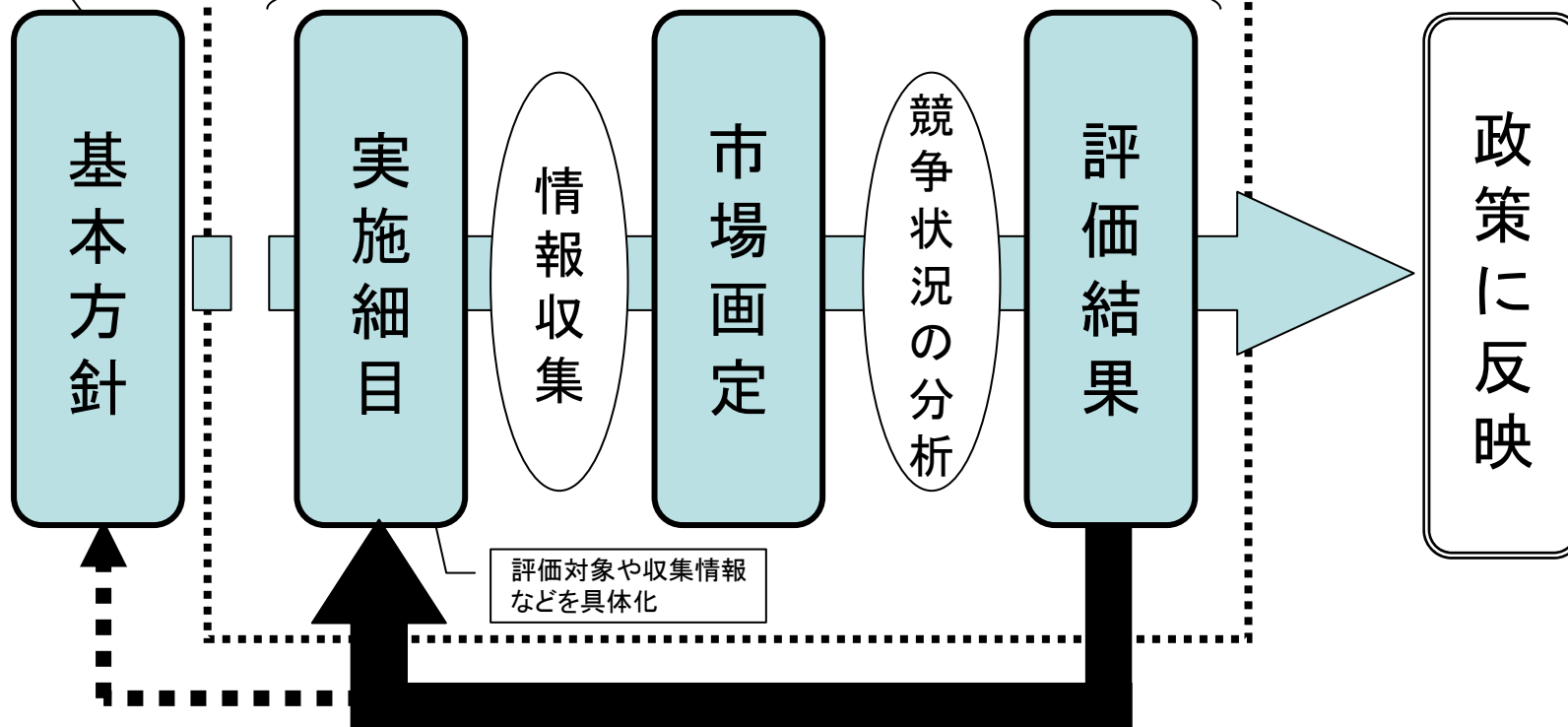
また、個別の企業合併案件審査においては、反トラスト法体系の観点から、司法省または連邦取引委員会(FTC)が市場競争への影響を評価している他、通信法に関連する場合、FCCも、競争状況の評価を行っている。

競争評価の手順

- 基本方針を定め、これに従い、実施細目→情報収集→市場画定→競争状況の分析→評価結果という手順で競争評価を実施。評価結果は、政策に適宜反映させるとともに、フィードバックを行う。
- 意見募集や公開カンファレンスを多数開催する等、透明かつオープンなプロセスを重視。

※ 基本方針、実施細目、評価結果等について、意見募集、公開討議等を積極実施。

競争評価の全体的な指針



評価対象や収集情報などを具体化

必要に応じて見直し

反映

競争評価の対象領域

- 2003年度は、「インターネット接続」、「企業内ネットワーク」領域を中心として、分析・評価を実施。
- 2004年度は、「移動体通信」、「インターネット接続」領域を中心として、分析・評価を実施。
- 2005年度は、「固定電話」領域を中心として分析・評価を実施しつつ、全対象領域を総括。
- なお、2005年度は、「固定電話市場と隣接市場との相互関係」や「ADSLからFTTHへのマイグレーション」についてもピックアップ的に分析。

基本方針で示す4領域	2003年度の対象領域	2004年度の対象領域	2005年度の対象領域	備考
固定電話 (IP電話を含む)	—	—	◎	◎:主な対象 △:付加的対象 —:対象外
移動体通信	—	◎	△ (定点観測)	
インターネット接続	◎	◎	△ (定点観測)	
法人向けネットワークサービス	◎	△ (定点観測)	△ (定点観測)	

市場画定について

- SSNIPテスト(仮想独占者テスト)の概念を踏まえ、特に、「需要の代替性」を最も重要な概念として市場画定に採用。定性的及び定量的手法を組み合わせ、総合的に市場の同一性を判断し、サービス市場及び地理的市場の画定を実施。
- また、「供給の代替性」については、主として定性的な手法により、補完的に採用。
- なお、「共通価格設定制約」の基準を、必要に応じて援用。

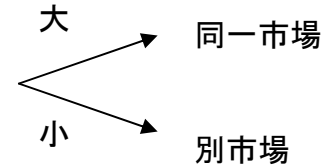
市場画定の判断基準

(メイン) → 最も重要な概念として市場画定に採用

① 需要の代替性

⇒ 仮想する独占者の価格引き上げにより、その独占者が超過利潤を享受できるか (SSNIPテスト)

⇒ 需要の代替性

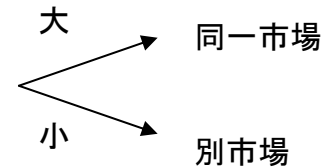


(補完的) → 特に顕著な場合などを除き市場画定では注目しない

② 供給の代替性

⇒ 生産設備に重要な変更を加えずにサービス供給が可能な能力と意欲を備えた事業者が存在するか

⇒ 供給の代替性

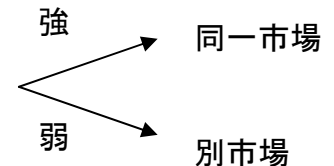


(補完的) → 安易に適用すると市場が過大となるため補完的に利用

③ 共通価格設定制約

⇒ 機能、効用の異なるサービスが一体的に料金設定され、利用者が別々に購入できないか、購入できても不利な条件となるか

⇒ 共通価格設定制約



※ 市場の状況に応じ、部分市場を適宜設定することがある。

競争状況の評価について

- 競争状況の評価については、①市場動向の把握、②競争状況の分析、③市場支配力の評価といった手順で、画定されたサービス市場・地理的市場について実施する。
- 市場支配力の評価に当たっては、多様な定量的指標を活用し、定性的な要因も含めた多面的な分析に努める。なお、定量的指標については、単に数値の大小にとどまらず、その指標の背後の要因なども考慮する。

サービス市場・地理的市場に適用

(準備)

① 市場動向の把握

画定されたサービス市場・地理的市場にしたがい、全体像として、市場の規模やその推移、主な動向等を把握する。

(分析)

② 競争状況の分析

○ 定量的指標の分析

当該サービス市場の競争状況に関連する定量的指標を出来る限り多面的に分析する。具体的には、まず、契約数や通信量等による各事業者の市場シェアや市場集中度指数(HHI、累積集中度)によって大まかな競争状況を把握する。さらに、事業者数の推移(新規参入・退出の動向を含む)、料金の推移(料金水準、料金体系等)、利益水準(ARPU、利益率等)など、競争状況に関連する多様な指標を分析する。

○ 定性的要因の分析

定量的指標では把握しきれない競争状況の詳細について、参入の容易性、不可欠設備の存在、従来競争状況等、定性的な要因を幅広く分析する。

(評価)

③ 市場支配力の評価

定量的分析と定性的分析を総合的に勘案した上で、当該サービス市場・地理的市場における市場支配力の有無に関する総合的な評価を行う。

※ 地理的市場については、入手可能な情報を吟味した上で、必要な分析を実施する。

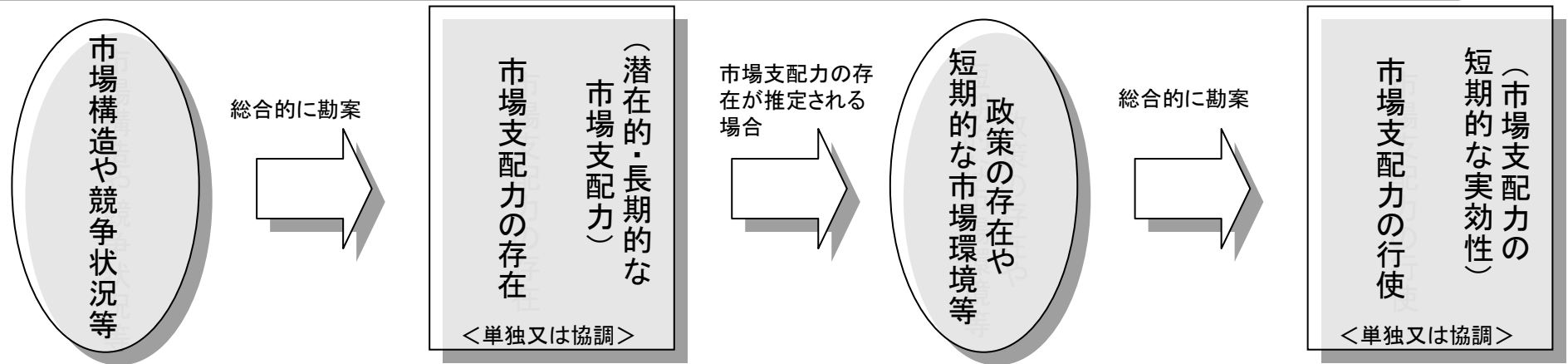
【参考】競争評価における「市場支配力」

- 競争評価における「市場支配力」は、市場構造や事業者間の競争状況等から潜在的な「市場支配力」の有無を分析し、これに政策の存在等を加味した上で「市場支配力」の実効性を総合的に評価するもの。
- 独占禁止法における「市場支配力」とは異なり、個別具体的な反競争的行為の存在を指摘するものではなく、評価結果自体が規制等の政策に直結するものでもない。

	対象とする事業分野	目的	市場支配力の概念	市場支配力の評価
独占禁止法	商業、工業、金融業その他の事業	私的独占、不当な取引制限及び不公正な取引方法を禁止し、事業支配力の過度の集中を防止して、結合、協定等の方法による生産、販売、価格、技術等の不当な制限その他一切の事業活動の不当な拘束を排除すること (により、公正且つ自由な競争を促進)	「特定の事業者又は事業者集団がその意思で、ある程度自由に、価格、品質、数量その他各般の条件を左右することができる力ないし地位 (市場支配力の形成、維持または強化)	個別具体的な事案における「市場支配力の形成、維持または強化」が認められた場合、独禁法上の規制(共同行為の規制、私的独占の禁止、企業結合の規制、不公正な取引方法の規制)を適用
(電気通信事業分野の)競争評価	電気通信事業 (電気通信事業では規模・範囲の経済性、ネットワーク外部性、不可欠設備の存在等の理由から、一般の産業に比べて寡占性が高く、市場支配力を有する可能性のある事業者が存在し、これを抑止・牽制するための政策が採用されていることが一般的)	現存する市場の構造や競争状況を俯瞰的・客観的に把握し、競争状況をめぐる認識を共有することで競争政策立案の基礎データとすること (により、電気通信事業の公正な競争を促進)	同上	市場支配力が生まれやすい市場構造にあるか否か、単一又は複数の支配的事業者に対して競争事業者が競争的に対応することができる競争状況にあるか否かといった市場の「状態」から、潜在的な「市場支配力」の有無を分析し、これに政策の存在等を加味した上で、「市場支配力」の実効性を総合的に評価 (市場支配力を有していること自体に規範的評価を与えるものではなく、個別具体的な反競争的行為の存在を指摘するものでも、評価結果自体が規制等の政策に直結するものでもない)

【参考】市場支配力の「存在」と「行使」

- 競争評価では、「市場支配力」を「存在」と「行使」に分けて分析。まず、市場構造や競争状況等を総合的に勘案した上で、市場支配力を行使しうる地位にある事業者が存在するか否かを分析し、これが存在しないとは言えない場合に「市場支配力が存在する」と判断。
- 「市場支配力が存在する」と判断した場合は、次に、規制等の政策の存在や短期的な市場環境等を加味した上で、その市場支配力が実際に行使される懸念があるか否かを分析し、その懸念がないとは言えない場合に「市場支配力が行使される可能性がある」と判断。
- 規模・範囲の経済性やネットワークの外部性等が存在し、不可欠設備や希少資源たる周波数が密接に関連する電気通信市場の分析では、このようなアプローチが特に有効。「存在」と「行使」に分けることで、市場支配力の源泉となる市場構造とこれに対する政策措置、さらには実際に具現化されている競争状況との関係に対する理解が深まる。



規模・範囲の経済性、ネットワークの外部性、不可欠設備、スイッチングコスト等の電気通信事業に特徴的な市場構造とともに、市場の成熟度、市場シェア、市場集中度、事業者数、料金の推移等の競争状況を分析

(現存する市場構造等を与件とした場合に)市場支配力を行使しうる地位にある単一又は複数の事業者が存在するか否かを分析

※かつては独占であった電気通信市場においては、単独による市場支配力が主要な関心事

市場支配力の行使を抑制・牽制する規制等の存在や、価格等に対する影響力行使よりもシェア拡大が優先されるような短期的な市場環境要因等

市場支配力が実際に行使される懸念があるか否かを分析

※電気通信市場では、市場支配力を有する可能性のある事業者が存在し、これを抑制・牽制するための政策が採用されていることが一般的

【参考】市場支配力の評価に関する判断要素

○ 市場支配力の存在や行使の評価にあたっては、以下の判断要素を総合的に勘案する。

(1) 主な判断要素

① 市場の状況

- 市場集中度(累積集中度、ハーフィンダール指数)【量的基準】
- 競争者の数
- 参入の容易性(規模の経済性、範囲の経済性、ネットワークの外部性等を含む)
- 隣接市場からの競争圧力
- 法制度上の規制ルール等

② 事業者の地位及び競争者の状況

- 市場シェア(シェア、順位、競争者のシェアとの格差、シェア・順位の変動等)【量的基準】
- 不可欠設備の存在
- 競争者の供給余力及び代替性
- 価格の水準と推移
- スイッチングコストの程度
- 従来競争状況

(2) その他の判断要素

- 市場の需要条件(需要の変動、市場の成熟度等)
- 事業者の効率性・経営状況
- 事業者の総合的な事業能力(調達力、技術力、販売力、信用力、ブランド力、広告宣伝力、資本関係等)
- 製品差別化の程度
- 市場の透明性
- 取引相手・取引条件

【注】金井・川浜・泉水『独占禁止法・第2版』(弘文堂、2006年)、「企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針」(平成16年5月31日公正取引委員会)等を参考とした。

2 2005年度の評価結果の概要

四領域における主な競争評価結果①

- 通信市場はいずれも高度に寡占的。特に固定電話(加入)と中継電話、FTTHの市場集中度が高い。
- これらの市場では、NTTグループのシェアがいずれも6割を超えており、NTTグループの存在感が圧倒的。
- なお、NTTグループのシェアは、固定電話(加入)と携帯電話・PHSを除く全ての市場で上昇傾向。

領域	市場等	市場集中度 指数(※)	傾向	NTTグループ のシェア	傾向	
固定電話	固定電話(加入)	8866	↓	94.1%	↓	
	中継電話	市内	5788	↓	82.3%	↑
		県内市外	5140	↓	78.2%	↑
		県外	5957	↑	75.9%	↑
		国際	4551	↑	63.5%	↑
	050-IP電話	3216	↓	25.4%	↑	
移動体通信	携帯・PHS	3875	→	54.1%	→	
ブロードバンド	ADSL	2982	↑	39.1%	↑	
	FTTH	4052	↑	60.7%	↑	
法人向けネット ワークサービス	新型WAN	2062	↑	67.5%	↑	

(※) 市場集中度指数はハーフィンダール指数(HHI)による。0(完全競争)～10,000(完全独占)の値をとり、市場集中度が高いほど、10,000に近づく。なお、公正取引委員会では、企業合併後のHHIが1000未満は「市場構造が寡占的でない」、1000以上1800未満は「市場構造が高度に寡占的でない」としている。

(注) 市場集中度指数の算出にあたっては、全国レベルではNTT東西を1社とみなし、その他のNTTグループの会社は別会社とみなしている。なお、固定電話、移動体通信及びブロードバンドは05年12月時点、中継電話は06年3月時点、法人向けネットワークサービスは05年9月時点のデータ。

四領域における主な競争評価結果②

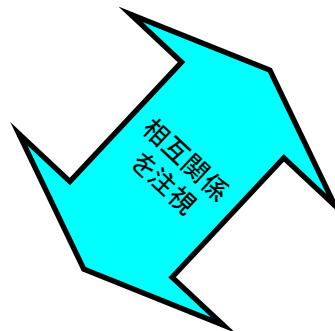
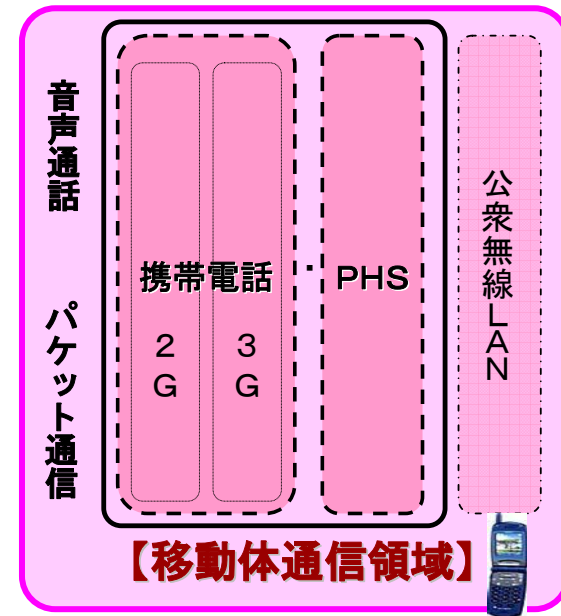
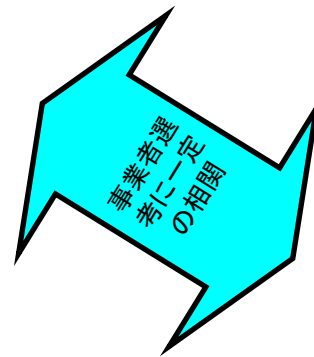
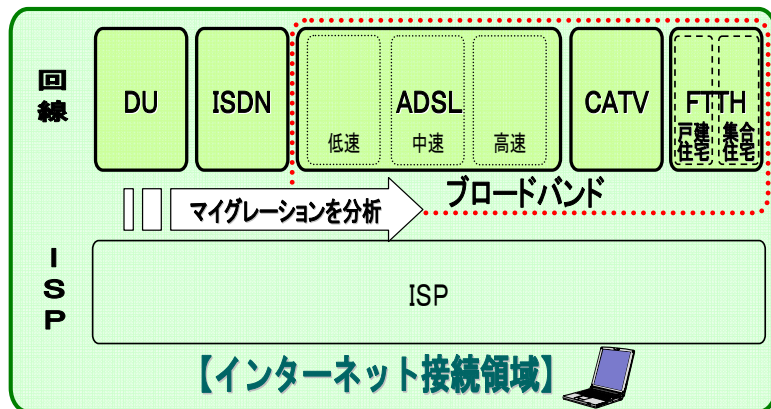
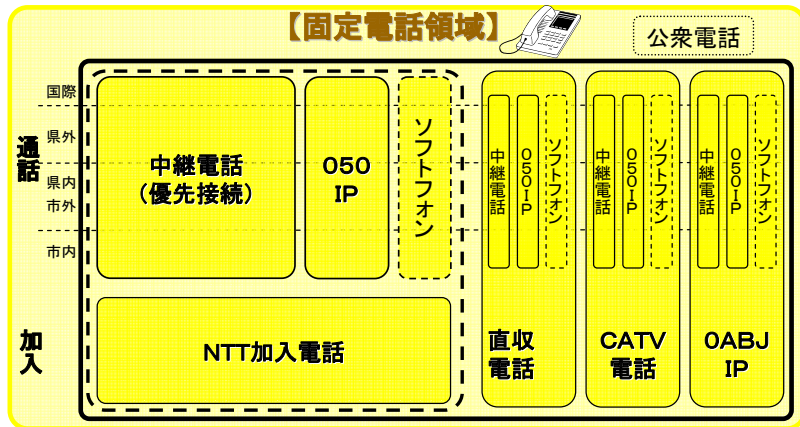
- 各市場の市場シェア、事業者数、価格動向、利益水準等を総合的に勘案し、「市場支配力の存在」(潜在的・長期的な市場支配力の有無)及び「市場支配力の行使」(市場支配力の短期的な実効性の有無)を検証。
- 固定電話(加入)、中継電話、ADSL、FTTH、携帯・PHS、専用線の各市場において、NTTグループの事業者(東西、ドコモ、コミュニケーションズ)に市場支配力が存在。ただし、規制の存在等が市場支配力の行使を抑止。

領域等	市場等	〇5年度の評価結果		〇4年度の評価結果	
		市場支配力の存在	市場支配力の行使	市場支配力の存在	市場支配力の行使
固定電話	固定電話(加入)	◎ (単独)	△ (梃子の懸念)	—	—
	中継電話	○ (単独・協調)	× (低)	—	—
	〇5〇-IP電話	△ (協調のみ)	× (低)	—	—
ブロードバンド	ADSL	○ (単独・協調)	× (低)	○ (単独・協調)	× (低)
	FTTH	○ (単独・協調)	× (低)	○ (単独・協調)	× (低)
	CATVインターネット	◎ (単独)	× (低)	◎ (単独)	× (低)
移動体通信	携帯・PHS	○ (単独・協調)	△ (協調の懸念)	○ (単独・協調)	△ (協調の懸念)
法人向けネットワークサービス	新型WAN	△ (協調のみ)	× (低)	△ (単独・協調)	× (低)
	専用	◎ (単独)	× (低)	—	—

(※)◎は「強く存在すること」、○は「存在すること」、△は「何らかの懸念が存在すること」、×は「可能性が低いこと」を意味する。

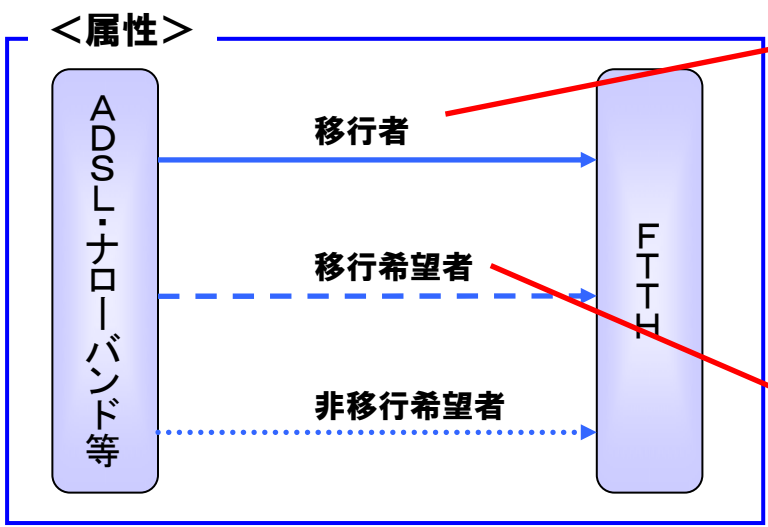
固定電話市場と隣接市場との相互関係

- 固定電話市場での事業者選好とインターネット接続市場での事業者選好には、一定の相関が存在。
- 固定電話市場での事業者選好と移動体通信市場での事業者選好には、一定の相関が存在。
- FMCやトリプルプレイ等による市場の融合が進む中で、固定電話、インターネット接続、移動体通信の各市場の相互関係を継続的に注視していくことが必要。

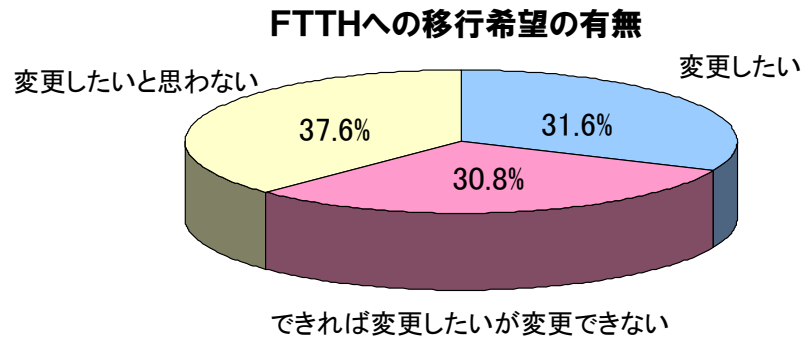
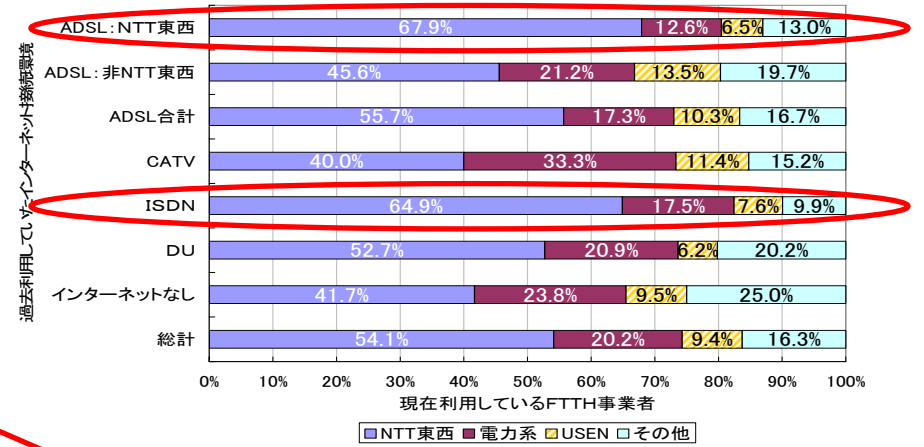


マイグレーション分析

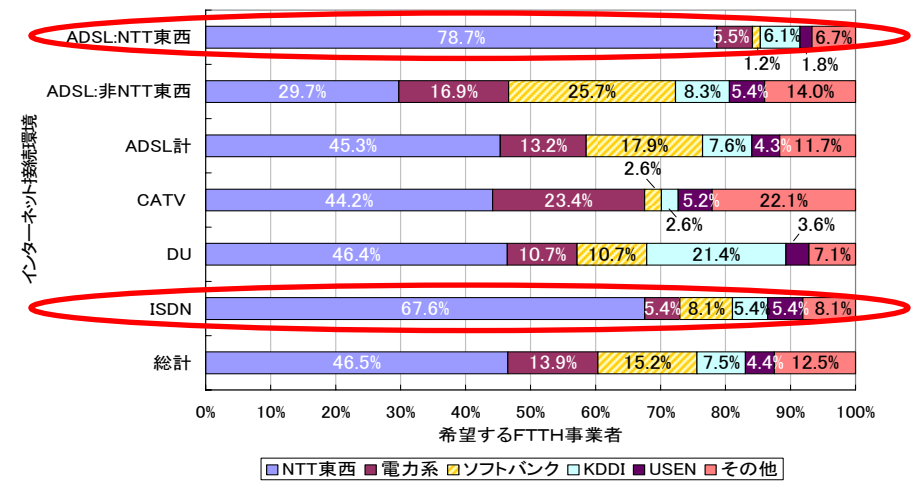
- ADSLやナローバンド等からFTTHへの移行が本格化する中で、NTT東西のFTTHへ移行する傾向が顕著となりつつある。
 - ① NTT東西の利用者がNTT東西のFTTHへ移行する傾向が強い。
 - ② NTT東西以外の利用者からもNTT東西のFTTHへ5割近くが移行。
- FTTHへの移行に伴う市場集中の上昇等の競争環境の変化を注視し、競争政策に反映させることが必要。



FTTH移行者における過去利用していたインターネット接続環境と現在利用しているFTTH



FTTH移行希望者における移行希望先のFTTH事業者



(出所) Web調査(総務省等実施)

3 2006年度の競争評価

「基本方針」の内容

- 競争評価の進め方に関するガイドライン的な位置づけとして、「基本方針」を策定。
- 競争評価に関する基本事項、情報の収集・公表、市場画定、競争状況の分析と評価の手續・方法等を規定。
- 各年度毎の詳細事項(分析対象、情報収集、スケジュール等)は、「実施細目」で規定。

「基本方針」の主な内容(各章の構成)

はじめに

第1章 競争評価の基本

- 1-1 競争評価の背景
- 1-2 競争評価の目的
- 1-3 基本スタンス
- 1-4 対象領域の決定
- 1-5 競争評価における留意点

第2章 情報の収集と公表

- 2-1 供給者からの収集情報
- 2-2 需要者からの収集情報

第3章 市場の画定

- 3-1 市場画定の手順
- 3-2 分析の起点
- 3-3 サービス市場の画定
- 3-4 地理的市場の画定

第4章 競争状況の分析と評価

- 4-1 分析の手順
- 4-2 競争評価における市場支配力
- 4-3 分析に用いる判断要素
- 4-4 「単独」と「協調」による市場支配力と判断要素
- 4-5 今後の競争評価の方向性

欧州委員会の市場分析及び市場支配力の評価に関するガイドライン

Commission guidelines on market analysis and the assessment of significant market power under the Community regulatory framework for electronic communications networks and services (8 July 2002)

1. Introduction
2. Market definition
3. Assessing significant market power (dominance)
4. Imposition, maintenance, amendment or withdrawal of obligations under the regulatory framework
5. Powers of investigation and cooperation procedures for the purpose of market analysis
6. Procedures for consultation and publication of proposed NRA decisions

英国・通信庁の市場評価に関するガイドライン

Oftel's market review guidelines: criteria for the assessment of significant market power (5 August 2002)

- Ch. 1 Introduction
- The purpose and scope of these guidelines
 - The market review requirements
 - Developing the market review criteria
 - The status of these Oftel guidelines
- Ch. 2 The criteria to assess effective competition
- Single dominance
 - Criteria for assessing collective dominance
 - Other criteria for assessing dominance
- Ch. 3 Other Indicators

「基本方針2006～2008」における主な見直し事項

○ 2006年度の競争評価では、従来の基本方針を抜本的に改正し、「基本方針2006～2008」として策定。

従来

見直し

1 「基本方針」の位置づけ

基本方針と実施細目の双方を毎年改定。



基本方針は中期「3ヶ年」計画とし、実施細目を毎年改定する仕組みに変更。

2 「競争評価アドバイザーボード」の設置

競争評価の実施に際し、非公式の勉強会を通じて有識者から助言。



競争評価に関する諮問的機関として、競争評価アドバイザーボードを設置。

3 競争評価の役割の拡充

対象4領域を定め、各領域毎に競争状況の評価を3ヶ年にわたって実施。



引き続き各領域毎の競争状況に関する「定点的評価」を行うとともに、特定の政策テーマに焦点を当てた「戦略的評価」も併せて実施。

詳細は実施細目で規定

4 「競争セーフガード制度」との連携

客観的な評価を実施し、政策立案の基礎資料を提供。



客観的な評価を維持しつつ、07年度に開始予定の「競争セーフガード制度」との有機的な連携を図り、10年度の包括的な制度整備にも寄与。

5 評価テーマや評価方法の拡充

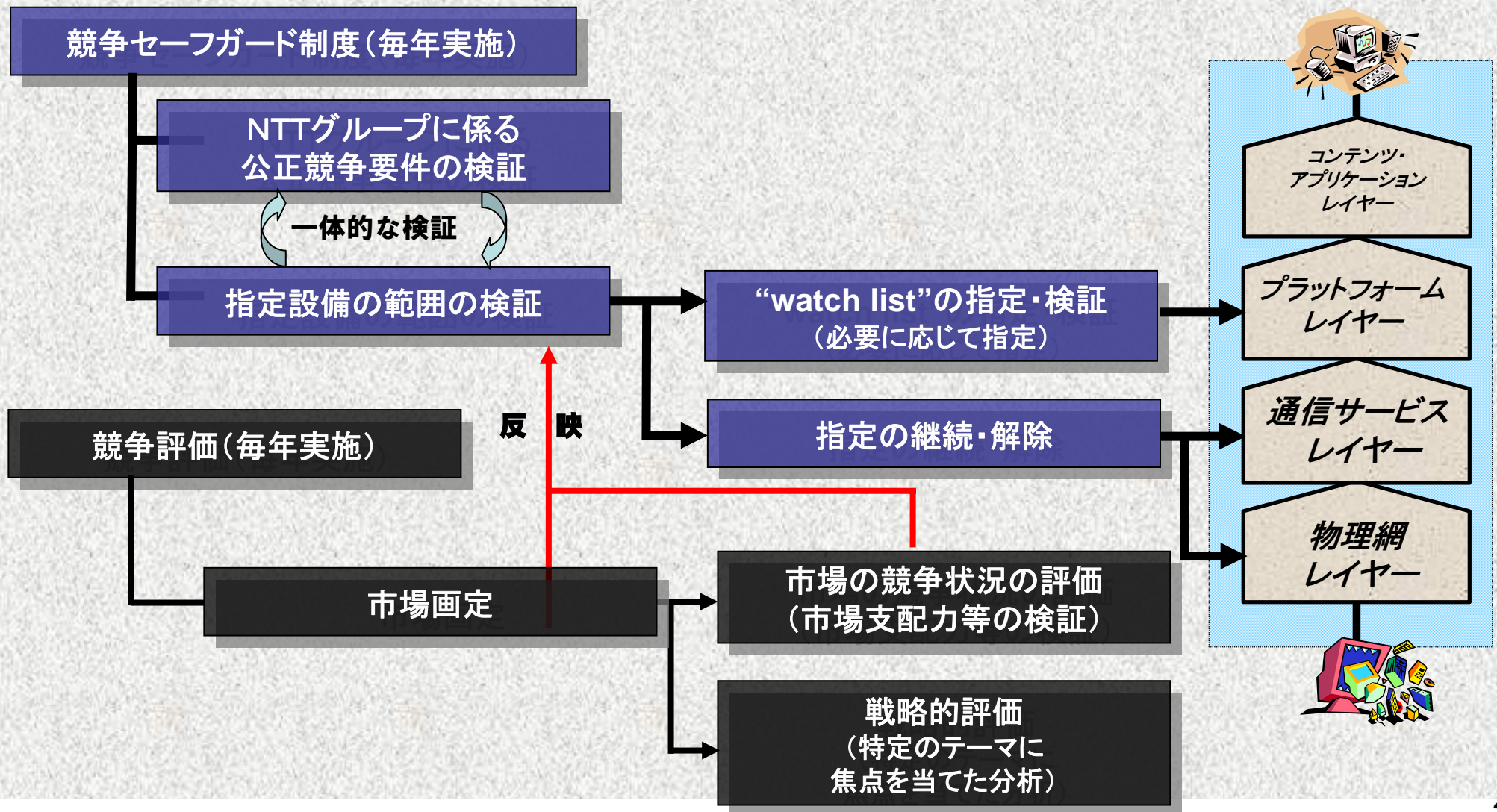
対象4領域を定め、各領域毎に市場シェア等の指標に基づき市場支配力の有無を評価。



2003～05年度の評価結果を踏まえ、評価テーマや評価方法に関する種々の改善事項を基本方針に反映。

【参考】「競争セーフガード制度」との連携

- 競争評価の十分な活用を図るため、07年度に運用開始予定の「競争セーフガード制度」との有機的な連携を促進。
- また、競争評価の手法・実績の確立や法制度面の整備を進め、10年度までに実施予定の指定電気通信設備制度の包括的な見直しにも寄与。



「実施細目2006」の主な内容

- 分析対象、情報収集、意見募集・公開会合、市場画定や評価分析の手続、スケジュール等を細かく規定。
- 特に、2006年度の競争評価より、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 (IP電話を含む)	○	○	◎
移動体通信 (WLANを含む)	○	◎	○
インター ネット接続	◎	○	○
法人向けネット 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)】

- ① 事業者間取引が競争状況に及ぼす影響に関する分析
- ② 隣接市場間の相互関係に関する分析
- ③ 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

「戦略的評価」のテーマ選定

○ 事業者から公募した戦略的評価のテーマ候補は、定点的評価又は戦略的評価のテーマにより概ね対応。

公募による「戦略的評価」のテーマ候補（3社13件）

【事業者間取引関係】

- ① 事業者間取引市場に関する分析手法の確立 [KDDI]
- ② ボトルネック設備がサービス競争に与える影響 [KDDI]
- ③ FTTH市場における設備競争とサービス競争の状況について [KDDI]
- ④ 垂直統合型ビジネスモデルの競争評価 [イーアクセス]
- ⑤ ボトルネック設備を有する事業者のレバレッジに関して [KDDI]

【マイグレーション関係】

- ⑥ FTTH市場を中心に据えたブロードバンド市場の検証と競争評価 [イーアクセス]
- ⑦ FTTH市場と0AB～J IP電話の関連性について [ソフトバンク]

【NGN関係】

- ⑧ 新規サービスによる市場への影響分析に向けた検討 (NGN・FMC等を評価する上での評価手法の確立) [ソフトバンク]
- ⑨ NGNにおけるプラットフォーム機能に対する評価手法の確立に関して [ソフトバンク]

【事業者の総合力関係】

- ⑩ 事業者の総合的な事業能力 [KDDI]
- ⑪ 企業ブランドの競争への影響の検証 [イーアクセス]

【その他】

- ⑫ 移動体通信市場の競争評価 [イーアクセス]
- ⑬ アプリケーション系通信サービスによる既存通信サービスへの影響分析 [ソフトバンク]

【定点的評価】

対象領域	2006年度
固定電話 (IP電話を含む)	○
移動体通信 (WLANを含む)	○
インターネット ネット接続	◎
法人向けネットワーク サービス	◎

【戦略的評価】

① 事業者間取引が競争状況に及ぼす 影響に関する分析
② 隣接市場間の相互関係に関する 分析
③ 番号ポータビリティによる競争状況の 変化に関する分析

一部反映

「戦略的評価」のテーマの概要

○ 「戦略的評価」の各テーマについては、以下の論点等を意識しながら、分析・評価を実施予定。

①事業者間取引が競争状況に及ぼす影響に関する分析

○ 事業者間取引が小売市場に及ぼす影響は、競争政策上の最も重要なテーマの一つ

→ 特に、不可欠設備に係る事業者間取引を通じて、小売市場の競争状況がどのような影響を受けているかに関心。

○ 競争評価としては、まずは入手可能なデータの収集や分析手法の確立を優先

- 加入者回線部分に関する事業者間取引のあり方については、過去の公開カンファレンスや総務省研究会等でもある程度論点整理済み。
- 市場の環境変化を踏まえ、水平市場や垂直市場を含めた事業者間取引をできる限り広範に把握し、競争上の問題点を整理。
- 事業者ヒアリング等を適宜活用し、収集したデータに基づく定量的分析や理論的分析による評価手法の確立につとめる予定。

②隣接市場間の相互関係に関する分析

○ 固定＋移動＋インターネットの市場融合における競争状況の評価が課題

→ 市場の融合が進展する中で、FMCやトリプルプレイ等のサービス提供が、事業者間競争にどのような影響を及ぼすかに関心。

○ 市場融合による変化を、行政としても継続的にフォローしておくことが必要

- 固定、移動、インターネットの各サービスの選択において、同じ事業者・グループのサービスを消費者が選好する傾向の動向を把握。
- そのような消費者選好の生じる要因を分析。市場をまたがる事業者間競争に及ぼす影響を評価。
- 利用者アンケート調査を適宜活用し、2005年度の競争評価結果(第2章「隣接市場との相互関係」)と類似の分析を実施する予定。

③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

○ 携帯電話市場の競争は、新規顧客の獲得競争＋囲い込み後の顧客維持競争

→ 前者の競争はこれまでも活発であったが、後者の競争は比較的低調。番号ポータビリティ導入が後者の競争を活発化する効果は大。

○ 行政としても、番号ポータビリティ制度導入による効果を評価しておくことが必要

- 導入前後における消費者選好の変化、料金水準・料金体系の変化、サービス内容の変化等を分析。
- 消費者利益に与えた影響(スイッチングコストの低下等)の明確化を期待。ビジネスモデルや経営戦略に及ぼす影響にも関心。
- 制度の導入決定から運用開始までの期間の変化も、評価の対象とすることが必要。
- 利用者アンケート調査を適宜活用し、番号ポータビリティの利用者と非利用者を把握する予定。