

現行の指定電気通信設備制度・競争評価等 における市場画定について

総務省 総合通信基盤局

指定電気通信設備制度が想定する市場の範囲

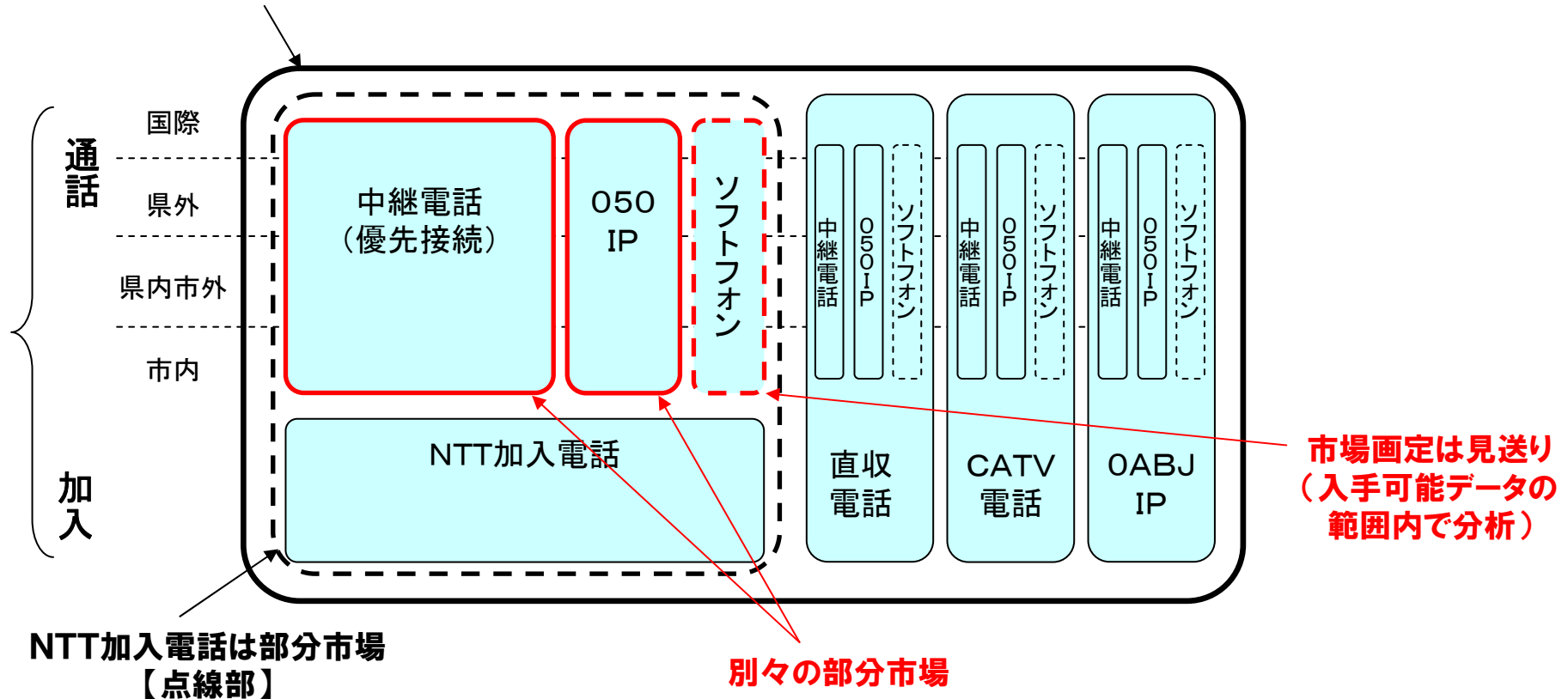
	第一種指定電気通信設備制度 (固定系)	第二種指定電気通信設備制度 (移動系)
通信サービス	<p>同一性の高い役務をまとめ、分析単位(市場)と設定</p> <p>【市場の例】基本料、市内通話、市外通話、公衆電話、I SDN、一般専用、高速デジタル、FTTH等</p> <p>※ 分析単位毎に、①シェアが50%超の場合、②シェアが50%以下10%超であって、他の補足的な材料から代替役務が十分に提供されていないと推定される場合、について、「指定電気通信役務」に指定し、サービス規制を適用。なお、地理的市場は全国とする。</p>	<p>携帯電話全体で一つの市場</p> <p>※ 業務区域毎に収益シェアが25%を超えるとともに、個別事項に該当する場合に指定し、禁止行為規制を適用</p> <p>【個別事項(一部抜粋)】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・順位が1位かつ一定期間継続して40%超 → 指定 ・一定期間継続して25%超の事業者が複数存在し、それぞれのシェアの格差が小さい場合 → これら複数の事業者を指定 ・順位が2位以下かつ1位とのシェア格差が大きい場合 → シェアの変化の程度も勘案し、指定を差し控え ・一時的に25%を上回る場合 → 暫く推移を見守り、直ちに指定せず等
物理網 (対象設備)	<p>固定通信全体で一つの市場</p> <p>※ 固定通信用の電気通信設備(加入者回線及びこれと一体として設置される電気通信設備)を対象 →メタル+光ファイバ+CATV回線の合計</p>	<p>携帯電話全体で一つの市場</p> <p>※ 携帯電話用の電気通信設備(基地局回線及び移動体通信を提供するために設置される電気通信設備)を対象</p>
地理的市場	<p>都道府県別の区域</p> <p>※ 都道府県毎に対象設備におけるシェアが50%を超える場合に指定し、サービス規制、行為規制及び接続関連規制を一体的に適用。</p>	<p>業務区域</p> <p>※ 業務区域毎に対象設備(端末)における直近2年の平均シェアが25%を超える場合に指定し、接続関連規制を適用。</p>

競争評価における市場画定：固定電話領域①

【サービス市場】

- 加入と通話を一体的にとらえた上でサービス間の需要の代替性等を勘案し、固定電話市場の範囲を「NTT加入電話+直収電話+CATV電話+OABJ-IP電話」に設定。
- ただし、NTT加入電話については独立性が高いため部分市場と位置づけ、その通話部分の「中継電話」と「050-IP電話」の別に市場を分析。（※ソフトフォンは時期尚早のため市場画定せず）
- なお、市場画定にあたっては、計量経済分析による推計結果を補足的に援用。

固定電話市場の範囲 = NTT加入電話 + 直収電話 + CATV電話 + OABJ-IP電話

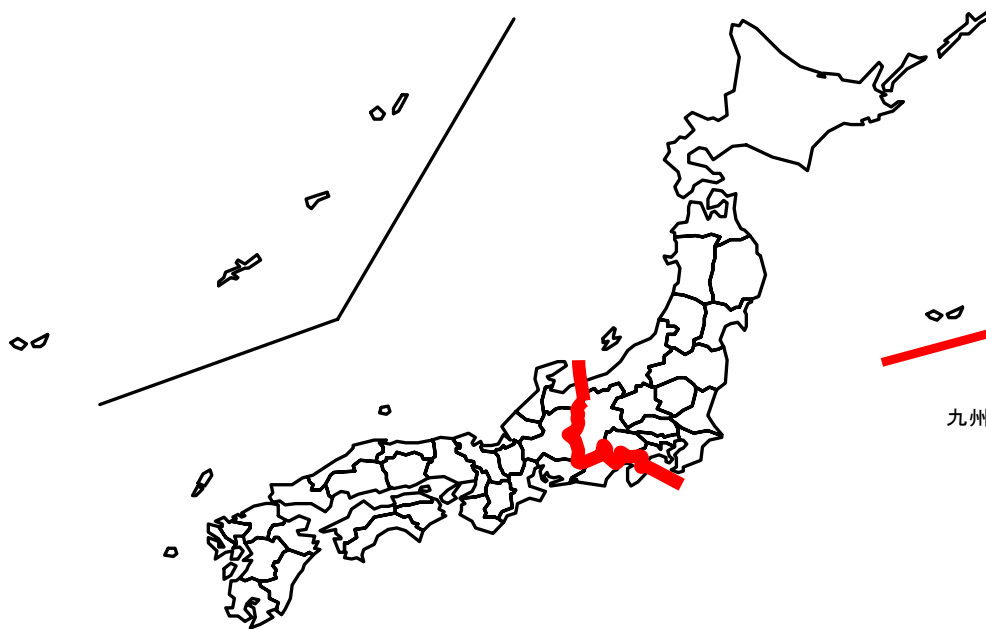


競争評価における市場画定：固定電話領域②

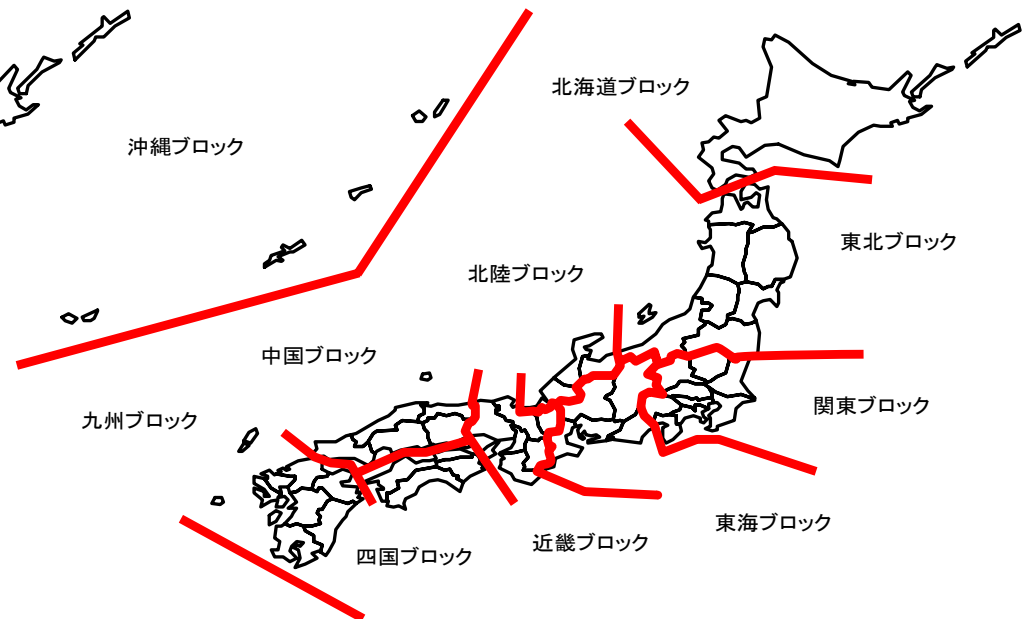
【地理的市場】

- NTT東西と競争事業者の競争状況を勘案し、東日本・西日本の2地域を地理的市場とする。
- なお、0ABJ-IP電話については、NTT東西と電力系事業者の競争状況が主な関心事項となるため、電力系事業者の業務区域に応じて、全国10の地域ブロックに分けた地理的市場も併せて分析。
- 中継電話及び050-IP電話については、事業者間の競争状況等を勘案し、中継電話は東日本・西日本、050-IP電話は全国を、それぞれ地理的市場と画定。

【東日本／西日本の地理的区分】



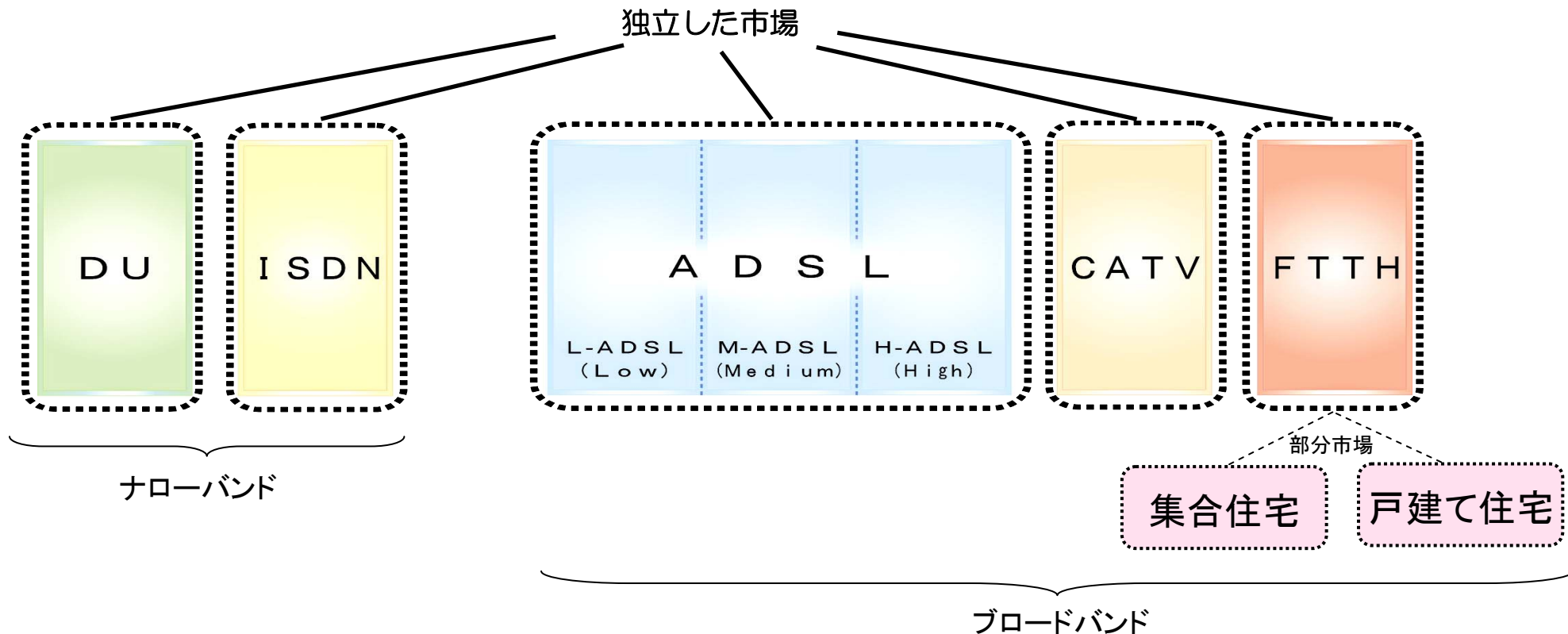
【全国10地域の地理的区分】



競争評価における市場画定：インターネット接続領域①

【サービス市場】

- サービス間の需要の代替性等を勘案し、「DU（ダイヤルアップ）」、「ISDN（常時接続）」、「ADSL」、「CATVインターネット」、「FTTH」をそれぞれ独立したサービス市場として画定。
- さらに、FTTH市場については、料金や利用者属性、供給構造等の差異を考慮し、部分市場として「集合住宅市場」と「戸建て住宅市場」を設定。
- なお、市場画定にあたっては、計量経済分析による推計結果を補足的に援用。

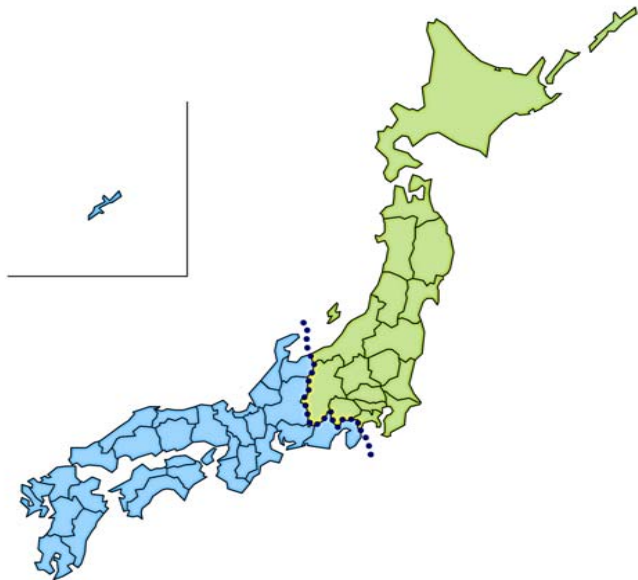


競争評価における市場画定：インターネット接続領域②

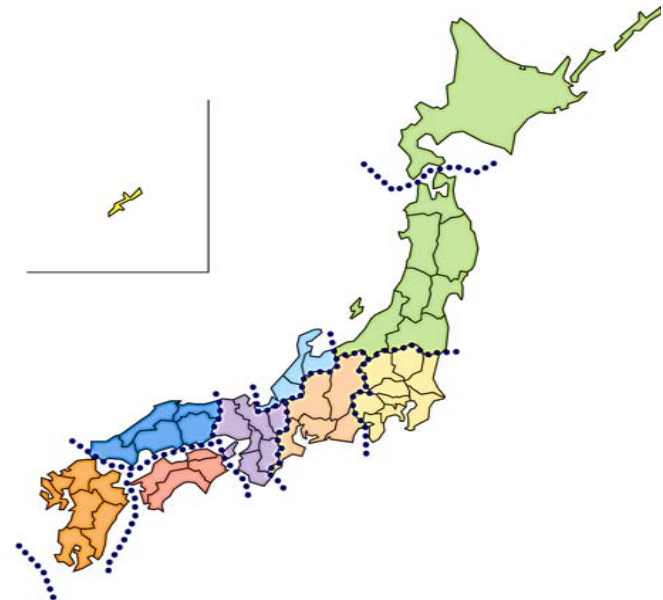
【地理的市場】

- NTT東西と競争事業者の競争状況を勘案し、ADSL市場については東日本と西日本を地理的市場とする。
- FTTH市場については、NTT東西と電力系事業者の競争状況が主な関心事項となるため、電力系事業者の業務区域に応じて、全国10の地域ブロックに分けた地理的市場を画定。
- CATVインターネット市場については、CATV事業者の業務区域に応じて、市町村（区）単位等で地理的市場を画定するのが本来であるが、大半の地域で独占となるため、指標の集計、分析は全国区で実施。

ADSLの西日本／東日本の区分



FTTHの10地域の区分

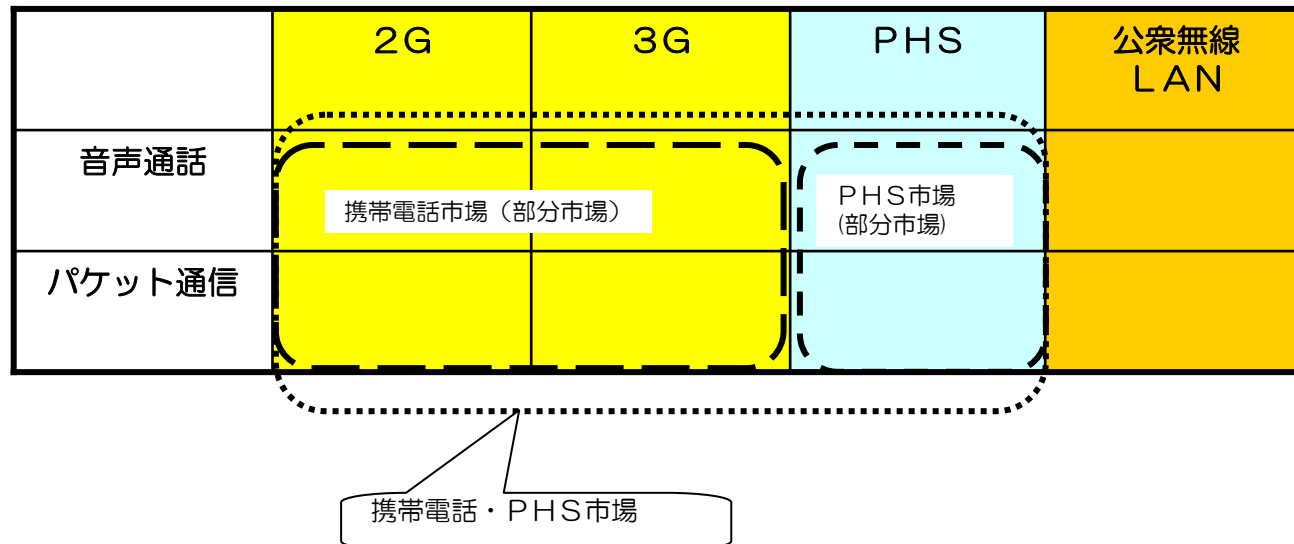


競争評価における市場画定：移動体通信領域①

【サービス市場】

- サービス間の需要の代替性等を勘案し、音声通話とパケット通信を一体的にとらえるとともに、第2世代携帯電話（2G）と第3世代携帯電話（3G）を同一のサービス市場と設定。
- 携帯電話とPHSについても、需要の代替性等を勘案して同一のサービス市場とするが、PHSについてはデータ通信への需要が特徴的でもあることから、携帯電話とPHSのそれぞれを別の部分市場としても分析。
- 公衆無線LANについては、揺籃期にあり時期尚早なため、市場画定は行わない。
- なお、市場画定にあたっては、計量経済分析による推計結果を補足的に援用。

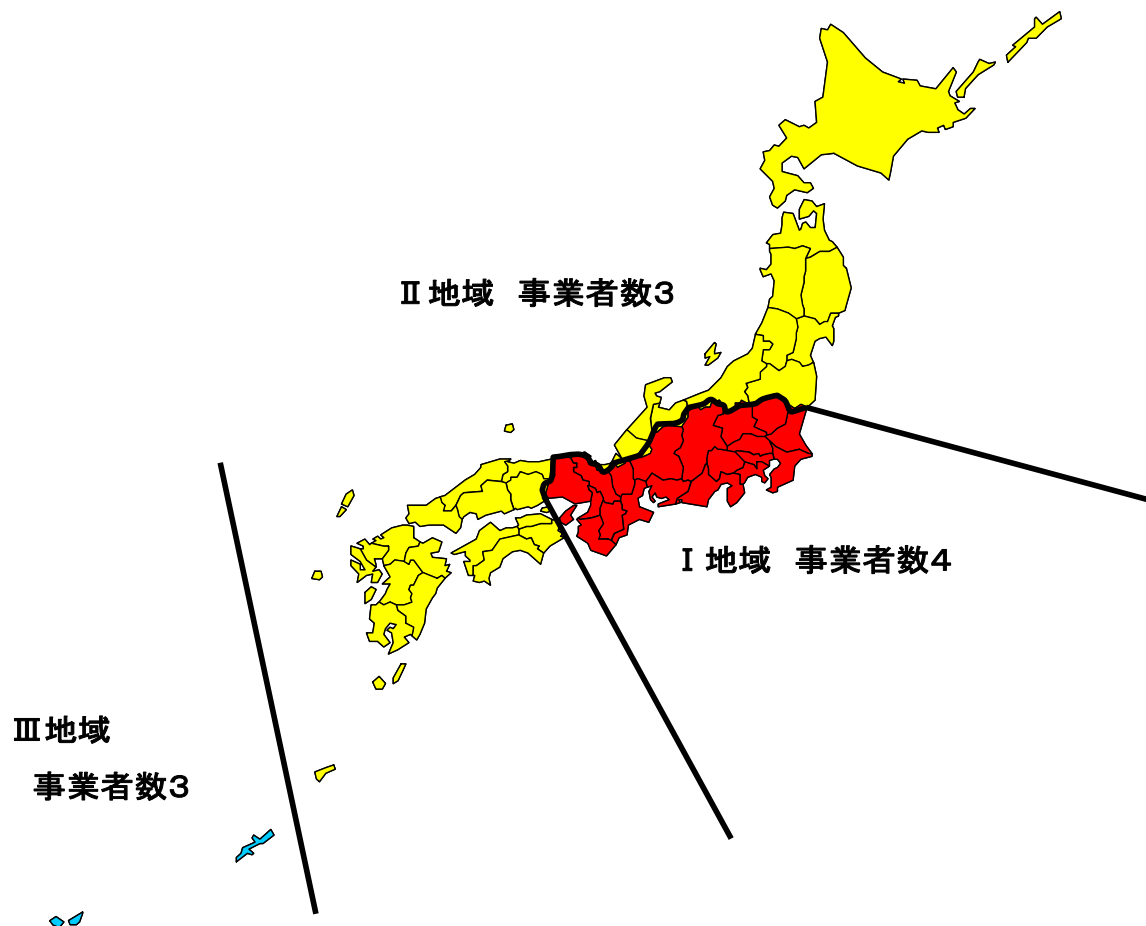
「移動体通信」領域のサービス市場の画定



競争評価における市場画定：移動体通信領域②

【地理的市場】

- 携帯電話・PHS市場については、携帯電話の加入者数がPHSよりも圧倒的に多いことを踏まえ、携帯電話事業者間の競争状況を勘案して、①供給事業者数が異なる場合、②供給事業者数は同じでも供給事業者が異なる事業者である場合、のそれぞれに応じて地理的市場を下図のとおり設定。
- 携帯電話市場、PHS市場の各部分市場についても、同様の考え方にに基づき、地理的市場を画定。



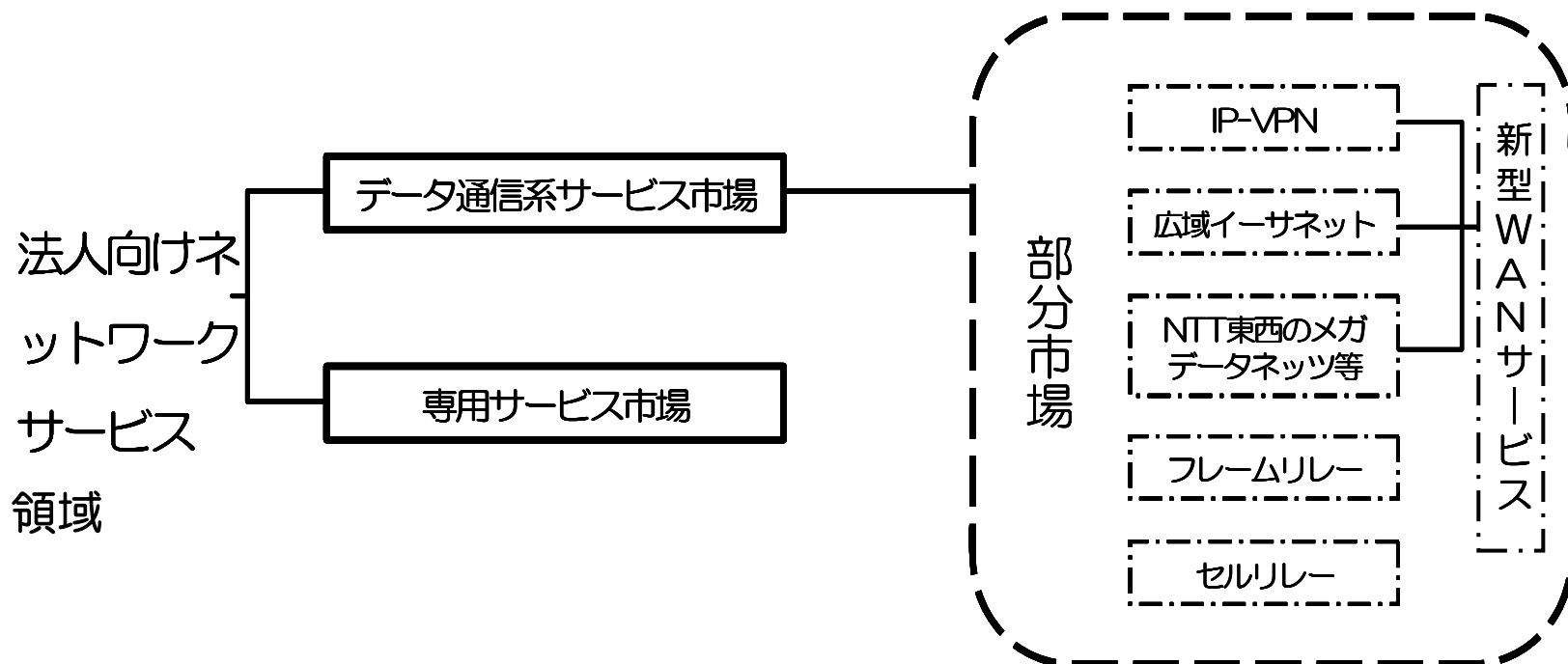
競争評価における市場画定：法人向けネットワークサービス領域

【サービス市場】

- サービス間の需要の代替性等を勘案し、「データ通信系サービス市場」と「専用サービス市場」を画定。
- さらに、「データ通信系サービス市場」については、機能・効用の同一性や需要の代替性等を考慮し、新型WANサービス（IP-VPNサービス、広域イーサネットサービス、メガデータネッツ等）、フレームリレー、セルリレーのそれぞれを部分市場として画定。
- データの入手可能性等を考慮し、特に新型WANサービスについて重点的に競争状況を分析

【地理的市場】

- 事業者の業務区域やデータの入手可能性等を勘案し、いずれのサービスも全国を一つの地理的市場として画定。



競争評価における市場画定と独禁法における市場画定

競争評価における市場画定は、①電気通信市場を俯瞰的・包括的に対象とし、②将来の市場変化も考慮したforward-lookingの観点から行い、③定期的を実施する必要がある、等の点で、独禁法における市場画定とは性格を異にする部分がある。

	関心事項	対象となる市場の範囲	市場画定の時間軸	評価の時期	手法
競争評価における市場画定	市場構造等の環境要因に基づく市場支配力の形成、維持又は強化のおそれ	俯瞰的・包括的 (通信サービス全般にわたる市場)	事前的(将来の市場変化も考慮したforward-lookingの観点) → 事前規制の参考	定期的 (毎年)	SSNIPテストを概念的ツールとして使用
独禁法における市場画定	企業結合関係	企業結合により競争を実質的に制限することとなるかどうか	事前的(将来の市場変化も考慮したforward-lookingの観点) → 事前規制	事案発生時 (必要に応じ)	SSNIPテストを概念的ツールとして使用(企業結合ガイドライン第2の2)
	私的独占等関係	競争の実質的制限又は公正競争阻害性の有無	事後的(過去の時点における市場の状態のみを考慮したbackward-lookingの観点) → 事後規制	事案発生時 (必要に応じ)	取引の対象、地域等や違反行為の影響が及ぶ範囲等の観点から検討

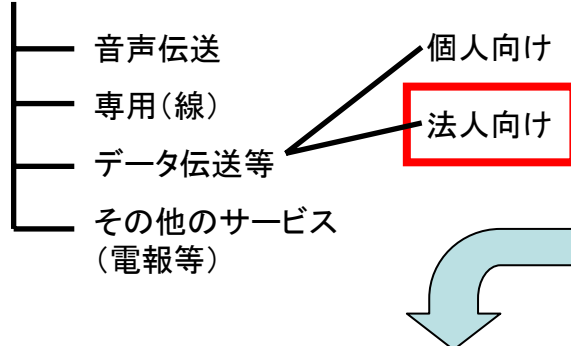
独禁法における市場画定の事例： KDDIとパワードコムとの合併

KDDIとパワードコムとの合併に関する判断に際し、公取委は電気通信サービスのうち「法人向けデータ伝送等サービス」のみについて市場（一定の取引分野）の画定を行い、企業結合が競争に与える影響の評価を行っている。

電気通信事業を行っているKDDIと同事業を行っているパワードコムが、法人データ通信分野における営業力の強化を目的として合併を検討。独占禁止法第15条（合併規制）が問題となる。

【出典：平成17年度公正取引委員会年次報告（事例10）】

電気通信サービス



市場画定 ◎ 各サービスの機能・効用や需要の代替性等から、「一定の取引分野」を以下の4つに画定。また、サービス提供事業者の多くは全国を事業地域としていること等から、地理的範囲は全国で画定。

サービス名	サービス概要	セキュリティ	データ伝送時の遅延の有無	価格(1.5M)
専用線サービス	少数拠点間を1本の専用回線で接続するネットワークサービス	専用のため問題なし	専用のため遅延なし	100万円程度
WANサービス	フレームリレー	伝送部分は専用のため問題なし	共有部分で遅延があるが、一定の速度を保証	50万円強
	IP-VPN	通信事業者が閉域のネットワークを確保	網内遅延はあるが、一定の速度を保証	25万円前後
	広域LAN	同上	同上	同上
インターネットVPN	複数拠点間をインターネット（公衆線）を経由して構築するネットワークサービス	ユーザーがセキュリティ対応機器等で確保する必要あり	公衆網のため遅延あり、ベストエフォート	同上
データセンターサービス	ネットワーク拠点としての場所（スペース）貸しサービス	—	—	—

市場支配力の評価

◎ WANサービスについて、特に競争に及ぼす影響が大きいとして、重点的に審査。

◎ 最終的には、単独及び協調のいずれも「競争の実質的制限」に当たらないと評価。

サービス名	合併後のシェア	合併後の順位	検討に当たってのスタンス	市場支配力に関する論点等	競争の実質的制限に関する評価
専用線サービス	約1%	4位	合併会社のシェアや順位が低いことから、詳細な検討不要	—	—
WANサービス	約25%	2位	競争に及ぼす影響が大きいと考えられることから、重点的に審査 (HHIは、合併後2800、増加分は250)	① 有力な競争事業者が複数存在 ② ユーザーはどの事業者とも取引可能（ユーザーの価格交渉力が存在） ③ 安価なインターネットVPN市場からの圧力（隣接市場からの競争圧力が存在）	【単独】 ①～③から、単独行動により一定の取引分野における競争を実質的に制限することにならない。 【協調】 ②及び③から、協調的行動により一定の取引分野における競争を実質的に制限することにならない。
インターネットVPN	約15%	2位	合併会社のシェアや順位が低いことから、詳細な検討不要	—	—
データセンターサービス	約10%	4位	合併会社のシェアや順位が低いことから、詳細な検討不要	—	—

参考資料

競争評価における市場画定の主な考え方

競争評価における市場画定の判断基準

- 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。

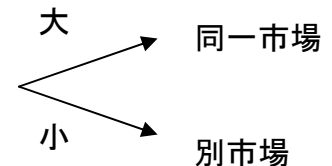
市場画定の判断基準

(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

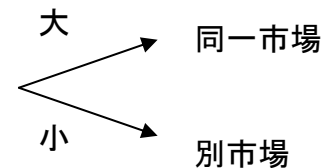


(補完的) → 特に顕著な場合などを除き市場画定では注目しない

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

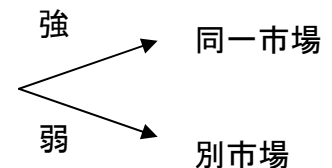


(補完的) → 安易に適用すると市場が過大となるため補完的に利用

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



競争評価におけるSSNIPテスト利用にあたっての考え方

＜SSNIPについて＞

競争評価では、サービス市場の画定に当たり、サービス間の需要の代替性を思考する方法として、SSNIPテスト(仮想独占者テスト “Small but Significant Non-transitory Increase in Price”)の概念を採用。

SSNIPテストとは、当該サービスの現在及び将来における唯一の売手で、価格規制を受けず、利潤を極大化するような独占企業を仮想し、他のサービス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き上げ」(SSNIP)により利潤をあげるサービス及びそれらが販売されている地域を市場として画定するという手法。価格引き上げ幅は5(～10)%、引き上げ期間は1年とされることが多い。

なお、米国では合併規制に係る市場画定に上記のSSNIPテストが用いられているものの、実証データに基づく厳密な計量分析が行われた事例は多くない。また、EUでも、アンケート調査、競争他社のヒアリング等を総合的に考量することで仮想独占者の価格引き上げに対する需要者などの反応を考慮するとしているが、実証データに基づく分析は行われておらず、思考方法(概念ツール)としての利用にとどまっている。これは、SSNIPテストの実施のためには、需要の価格弾力性と価格費用マージンのデータを必要とすることが一般的であり、その収集には限界があることが大きな理由となっているためである。

これら諸外国の状況を踏まえ、競争評価でも、EU等と同様に、サービス間の需要の代替性を思考する概念ツールとしてSSNIPテストを利用することとしている。

競争評価におけるサービス市場と地理的市場

競争評価における市場画定では、主要なサービスの需要の代替性等を経済学的手法を用いること等により分析するが、サービス市場の画定と地理的市場の画定の双方を行っている。

○サービス市場

サービス市場の画定とは、需要の代替性、供給の代替性、スイッチングコスト、事業者間取引の市場との関係、クラスター市場等を判断材料の一つとして同一サービスの外郭を決定することである。なお、これまでの競争評価の市場画定では、需要の代替性を最も重要な概念として分析してきており、他の概念は補完的に利用してきている。

○地理的市場

地理的サービスの画定とは、供給側に注目するなどして地理的な外郭を決定することである。具体的には、データの入手可能性、代替的なサービスの選択肢の存在、各事業者のサービス提供エリア、共通価格設定制約等を考慮することにより、競争事業者が偏在するなど地域間で大きく競争状況が異なっていると予想され、かつ、地理的に画定した市場に関する分析に必要な情報が実際に収集できる場合に、サービス市場をさらに地理的市場に分けて画定する。

競争評価における市場画定に関連するその他の概念

○部分市場

サービス市場を画定し、そのうち一定の独立性・個別性が認められるサービスを部分的な市場として画定する手法は、「部分市場」の画定といわれるが、この手法は米国等の諸外国でも採用されていることから、競争評価でも必要に応じて採用している。

○共通価格設定制約

電気通信サービスは地理的な被拘束性が大きいために、隣接地域に居住していても利用可能な提供事業者や事業者数が異なることがあるが、このような状況下で、両方の地域にまたがってサービスを提供している事業者が、どちらか一方の地域の競争状況を前提にサービスの提供条件(価格等)を決定し、他方の地域でも同じ提供条件でサービスを提供するような制約が存在している場合がある。このような制約を「共通価格設定制約」と呼び、これが存在する場合には両方の地域を同一の地理的市場とみなすことがある。

○クラスター市場

複数のサービス間で代替関係がないにもかかわらず、それらのサービスがセットで販売されていることから、同じ市場に含まれる場合がある。このような市場をクラスター市場という。サービスをあわせて販売することで供給に要する費用が節約でき、需要者の取引費用を節約できる場合に問題となる。