

参考資料

2008年8月7日

総務省総合通信基盤局

■通信プラットフォーム研究会における検討の経緯

■プラットフォームに関連する市場環境等

■モバイルビジネスにおける通信プラットフォームの多様化

■市場の統合化に対応した通信プラットフォーム

新競争促進プログラム2010策定に至る経緯

通信放送の在り方に関する政府・与党合意
(06年6月20日)

■通信関連

高度で低廉な情報通信サービスを実現する観点から、**ネットワークのオープン化など必要な公正競争ルールの整備等を図るとともに**、NTTの組織問題については、ブロードバンドの普及状況やNTTの中期経営戦略の動向などを見極めた上で2010年の時点で検討を行い、その後速やかに結論を得る。

骨太方針(経済財政運営と構造改革に関する基本方針)
(06年7月7日閣議決定)

■世界最先端の通信・放送に係るインフラ・サービスの実現

「通信・放送の在り方に関する政府与党合意」に基づき、世界の状況を踏まえ、**通信・放送分野の改革を推進する。**

通信・放送分野の改革に関する工程プログラム
(07年9月1日)

■通信関連

公正競争ルールの整備等について、「IP化の進展に対応した競争ルールの在り方に関する懇談会」報告書を踏まえ、以下の点について検討し、**結論が得られたものから順次実施する。**

- > 固定電話に係る接続料の算定ルールの見直し
- > NTT東西の次世代ネットワークに係る接続ルールの整備
- > 指定電気通信設備制度等の見直し
- > その他公正競争確保のための競争ルールの整備

新競争促進プログラム2010
(06年9月19日)

ICT 改革促進プログラム
(07年4月20日)

■通信の競争促進

「新競争促進プログラム」を引き続き着実に推進する。NTT東西の次世代ネットワークに係る接続ルールの整備を含む公正競争ルールの整備、販売奨励金の在り方を含む現行販売モデルの包括的見直し、MVNOの新規参入の促進などを含むモバイルビジネスの活性化策の展開等を図る。

06年9月以降、各種研究会等において検討。

新競争促進プログラム2010の改定

新競争促進プログラム (06年9月19日)

ブロードバンド市場全体の競争ルールの包括的見直しのためのロードマップ(2010年代初頭までに実施)

各施策の検討結果を踏まえ、具体的なルール整備等を実施。

1. 設備競争の促進	各事業者が自らネットワーク設備を敷設するための環境整備の推進
2. 指定電気通信設備制度(ドミナント規制)の見直し	市場支配力を有する事業者への非対称規制の整備による公正競争環境の整備
3. NTT東西の接続料の算定方法の見直し	他事業者に不可欠なNTT東西の地域網の接続料の算定方法の見直し
4. 移動通信市場における競争促進	移動通信市場への新規参入の促進等を通じたモバイルビジネスの活性化
5. 料金政策の見直し	料金体系の複雑化、市場実勢の変化等を踏まえたプライスカップ規制等の見直し
6. ユニバーサルサービス制度の見直し	ブロードバンド時代に対応したユニバーサルサービス制度の見直し
7. ネットワークの中立性の在り方に関する検討	ネットワークのIP化に対応した政策課題の整理及び採るべき政策の方向性の検討
8. 紛争処理機能の強化	事後規制型行政への移行、市場のブロードバンド化に伴う紛争処理機能の在り方の再検討
9. 市場退出ルールの見直し	事業者の市場退出等に対応し得る制度(債権保全制度)の整備
10. 競争ルールの一層の透明性の確保等	テレコム競争政策ポータルサイトの開設等、プログラムの進捗状況等に関する随時の情報提供

本プログラムのフォローアップ・改定(毎年1回)

- ✓進捗状況(プログレスレポート)を取りまとめ、情報通信審議会に報告・公表。
- ✓併せて、市場構造の変化が急速に進展すると見込まれることから、プログラムの見直し(リボルビング)を実施。

プログレスレポート(第一次)及び新競争促進プログラム(改定)の公表
(07年10月23日)

(8) ネットワークの中立性の確保に向けた環境整備

(c) プラットフォームの連携強化に向けた検討

固定通信・移動通信の別を問わず、認証・課金、QoS制御、デジタル著作権管理などのプラットフォーム機能の連携を図り、新事業の創出を促進する観点から、ユーザーID等を含むプラットフォーム機能の利活用等について、07年度中を目途に検討を設置し、08年中を目途に取りまとめを行なう。その際、携帯端末のAPI(Application Programming Interface)のオープン性の確保の在り方についても併せて検討する。

また、プラットフォーム関連市場の実態等を把握するため、「電気通信事業分野における競争状況の評価2007」の戦略的評価として、プラットフォーム機能が競争に及ぼす影響を分析し、その結果を07年中に中間公表するとともに、08年6月を目途に分析結果を取りまとめる。

■通信プラットフォーム研究会における検討の経緯

■プラットフォームに関連する市場環境等

■モバイルビジネスにおける通信プラットフォームの多様化

■市場の統合化に対応した通信プラットフォーム

市場の統合化の進展

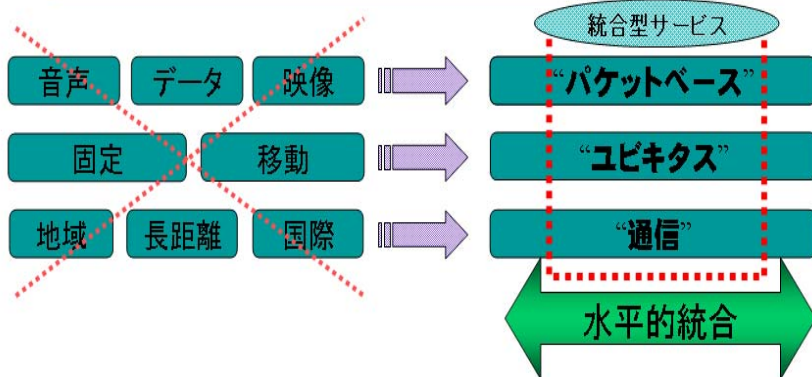
水平的な市場統合の進展

イントラモダル(市場内)競争からインターモダル(市場間)競争へ

(例) FMG(Fixed and Mobile Convergence), 通信と放送の融合

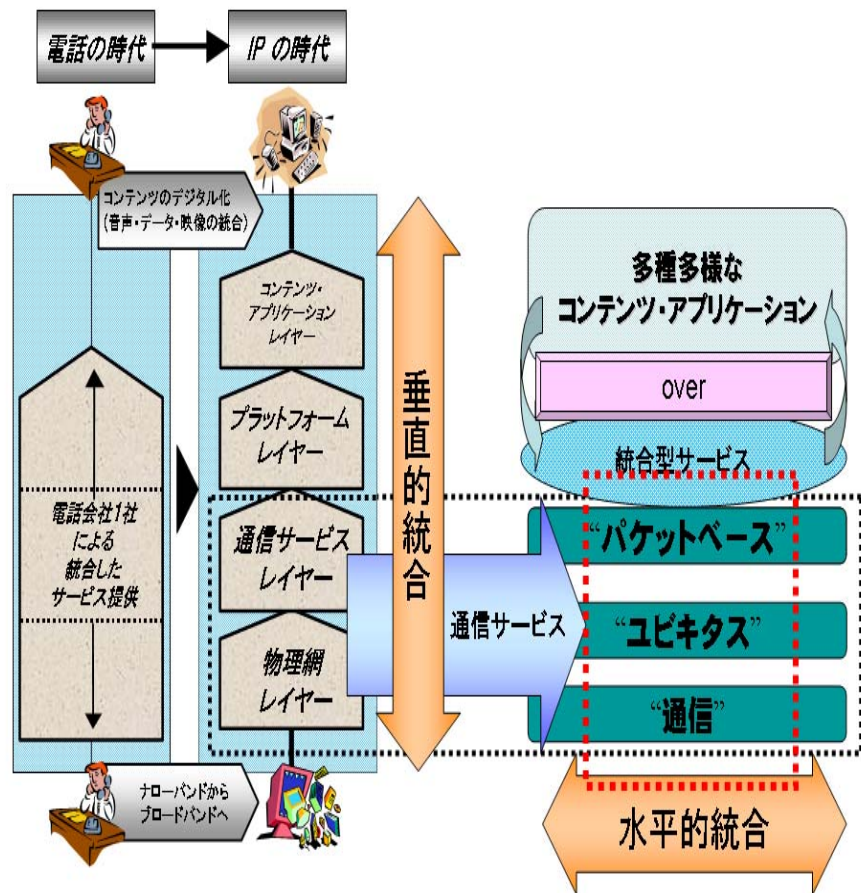
PSTNからIPの時代へ
("Everything over IP"の時代)

市場構造の劇的な変化 (パラダイムシフト)



垂直的な市場統合の進展

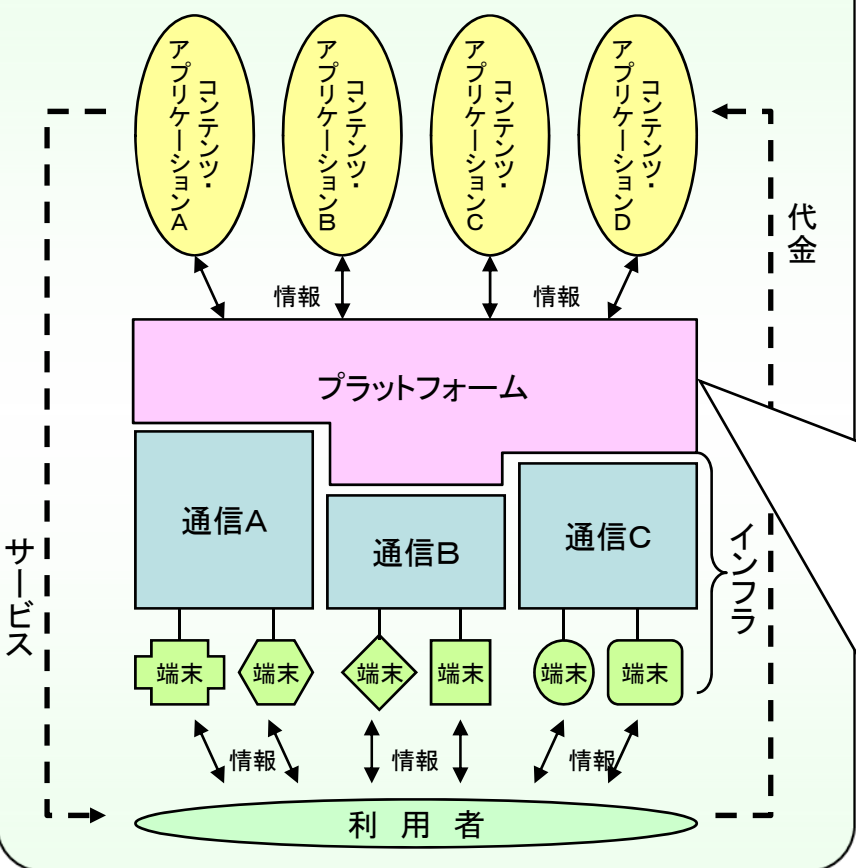
ブロードバンド時代のビジネスモデルは垂直統合型へ進化



プラットフォーム機能の例

■ 議論の前提として、競争政策の観点から取り上げるべきプラットフォーム機能の具体的なイメージを共有することが必要ではないか。

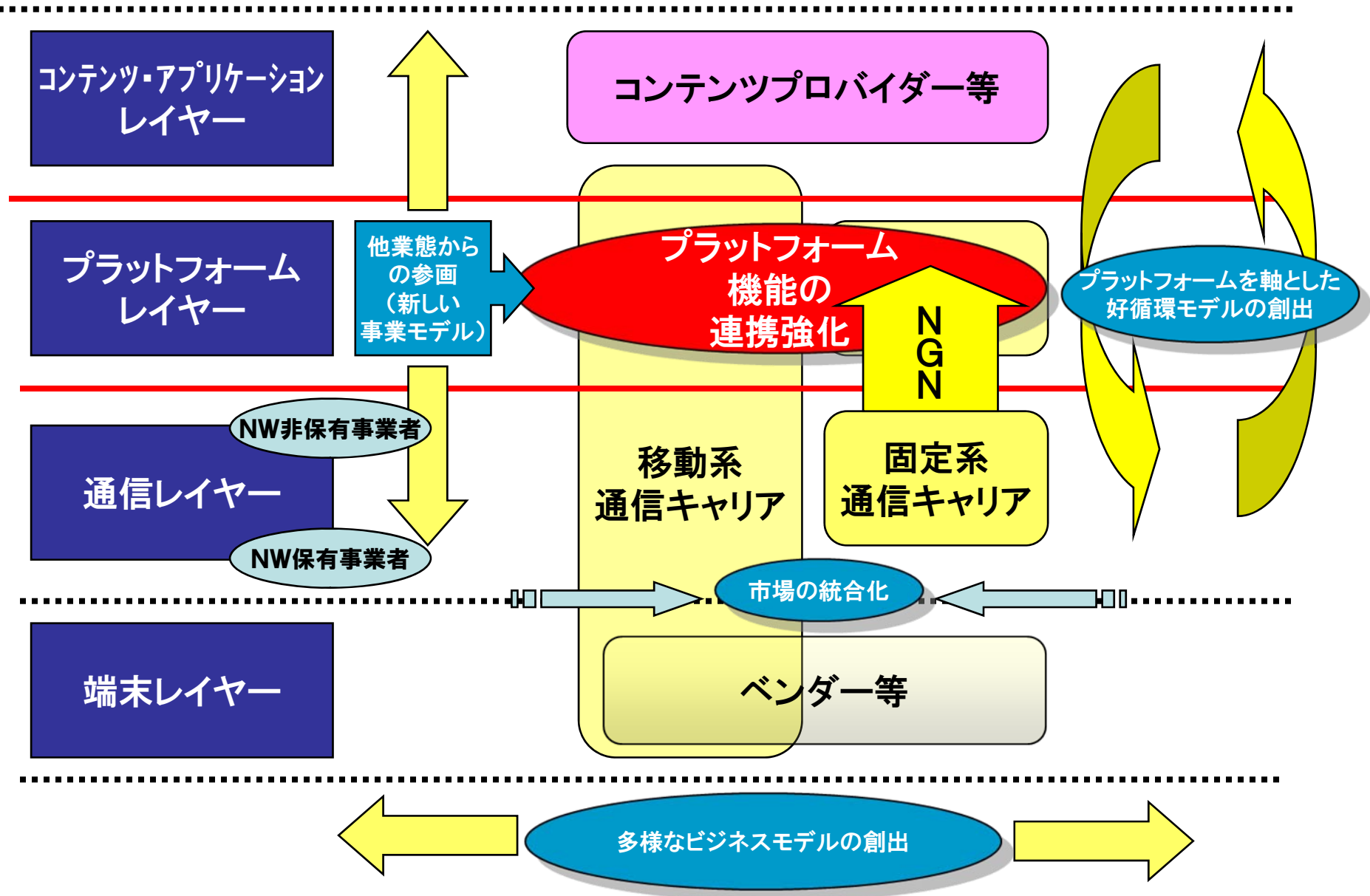
プラットフォーム機能を活用したサービス提供の模式図



代表的なプラットフォーム層の機能

アプリケーション 利用に係る 取引仲介機能	アプリケーション利用者・提供者の信頼性を担保して、取引を円滑に行う機能 例) ネット通販、ネットオークション	アプリケーション 提供の与信機能	ネットワーク上のアプリケーションが真正の事業から提供されている事と与信する機能 例) PKI、インターネットマーク
アプリケーション を集約化する ポータル機能	アプリケーションをユーザーが利用しやすいように整理・分類・集約してメニュー化する機能 例) 各種ポータルサイト	取引手順やデータ形式等のシステム基盤機能	低コストで電子商取引が行えるために、業界等で取引手順や扱うデータ形式を整備・統一する 例) EDI、XBRL (eXtensible Business Report Language)
ユーザーの 本人確認等の 認証機能	ユーザーが本人かどうかを認証して、なりすまし防止する機能 例) 民間認証局、公的個人認証基盤	価格形成や品質評価等の市場機能	消費者同士の情報交換により、価格形成や品質評価が行われる機能 例) 価格比較・商品情報サイト
ユーザに対する 契約・課金等の 代行機能	日本中、世界中の店舗で特別な手続きなしに財・サービスを購入することができるように契約・課金を代行する機能 例) クレジットカード、電子マネー	著作権等の知的財産権管理機能	デジタルコンテンツのコピープロテクションを含める知的財産権を保護・管理する機能 例) DRM、XrML (eXtensible rights Markup Language)

プラットフォーム機能の連携強化に係る基本的視点

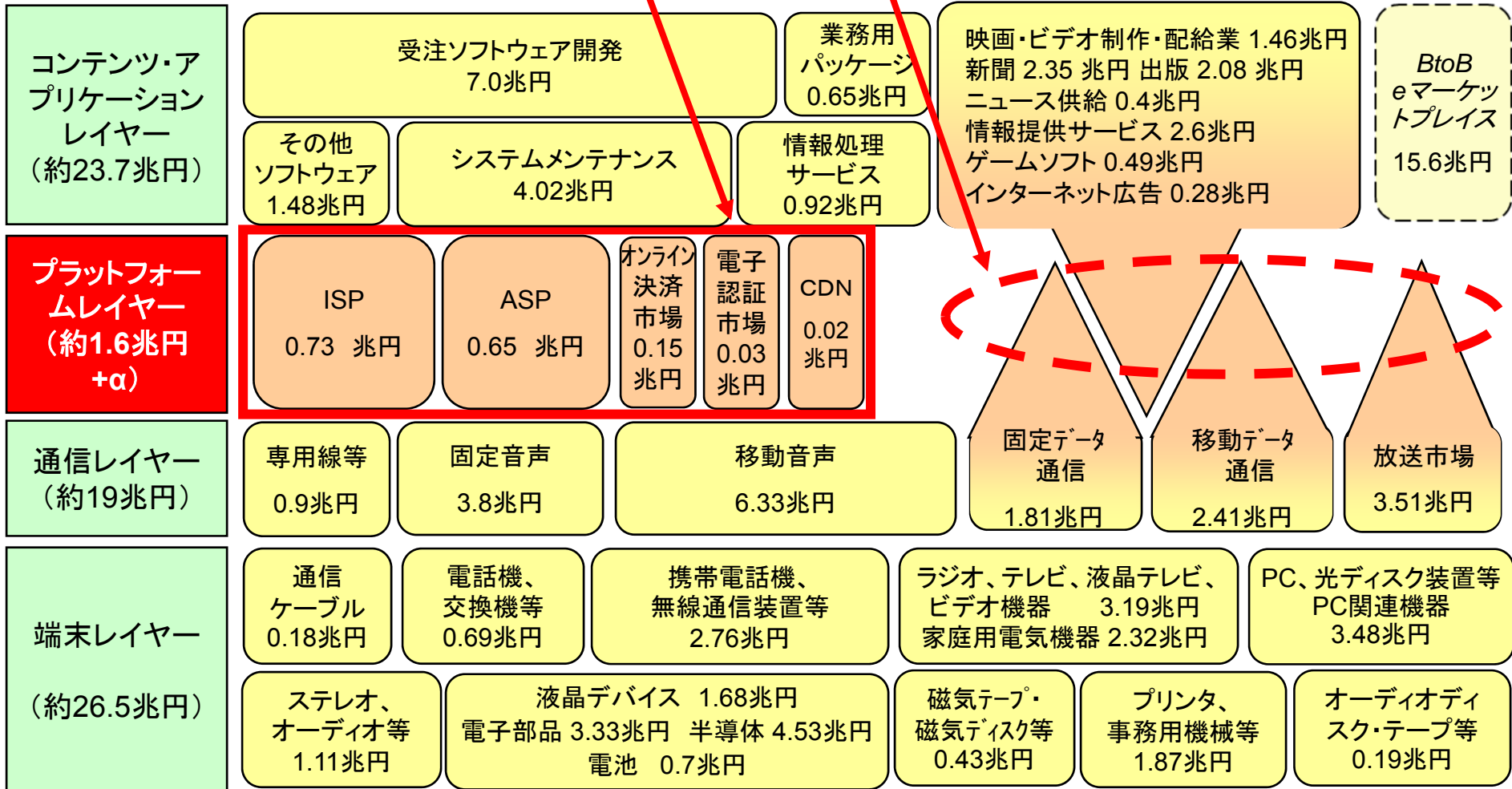


ICT市場におけるプラットフォームの位置づけ

※値は基本的に2005年のもの。

専門的(独立的)機能

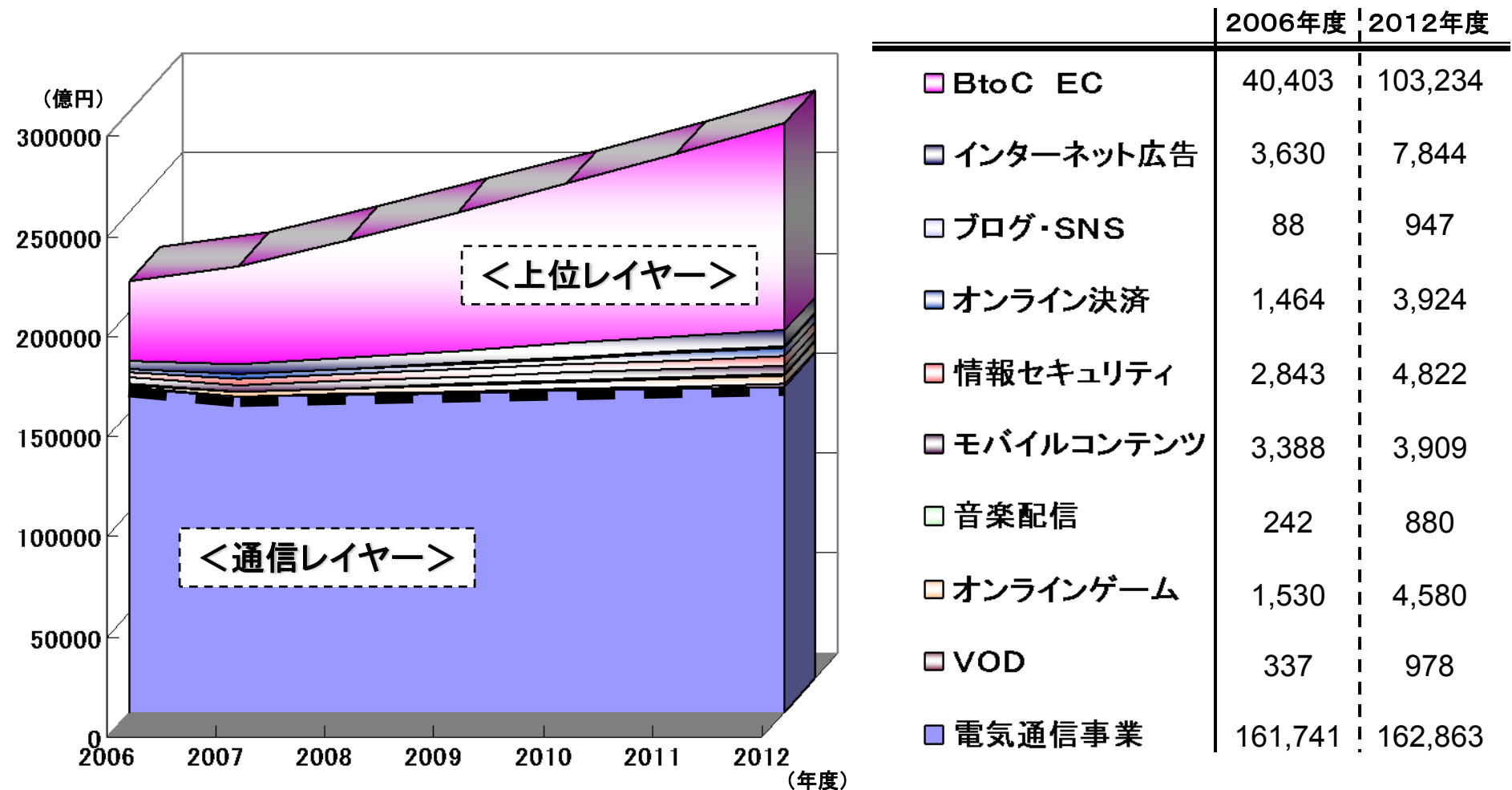
通信サービスとの兼業的機能



(出典) 総務省「ユビキタスネットワーク社会におけるプラットフォーム機能のあり方に関する研究会」(2005年8月)を元に総務省作成。
 インターネット広告・・・電通総研「情報メディア白書」(2007年1月)2005年値 ISP、電子認証市場・・・野村総合研究所「これから情報・通信市場で何が起こるのか IT市場ナビゲーター2006年版」(2005年12月)2006年度予測値
 ASP・・・ASPI「ASP白書」(2005年)2006年度予測値
 オンライン決済市場・・・野村総合研究所「これから情報・通信市場で何が起こるのか IT市場ナビゲーター2008年版」(2008年1月)2006年度予測値
 CDN・・・三菱総合研究所「デジタル情報流通市場の中期予測」(2003年3月)2005年度予測値
 家庭用電気機器・・・JEMA「家庭用電気機器出荷推移表」2006年値 液晶デバイス、電子部品、半導体・・・JEITA「電子工業生産実績表」2006年値より作成
 電池・・・(社)電池工業会「電池の総生産」2006年値
 その他の項目、数値は総務省資料を元に作成。

通信レイヤーと上位レイヤー市場の規模予測

○ 通信レイヤー関連市場の発展に加え、プラットフォーム機能の連携強化により、特に上位レイヤー市場の健全な発展が促され、総体としてのブロードバンド市場の拡大につながるのではないかと推測される。



(出典) > 電気通信事業・・・主要電気通信事業者売上高より算出。

2006年度は実績値。2007年度以降は2000年度から2006年度までの値から推計。

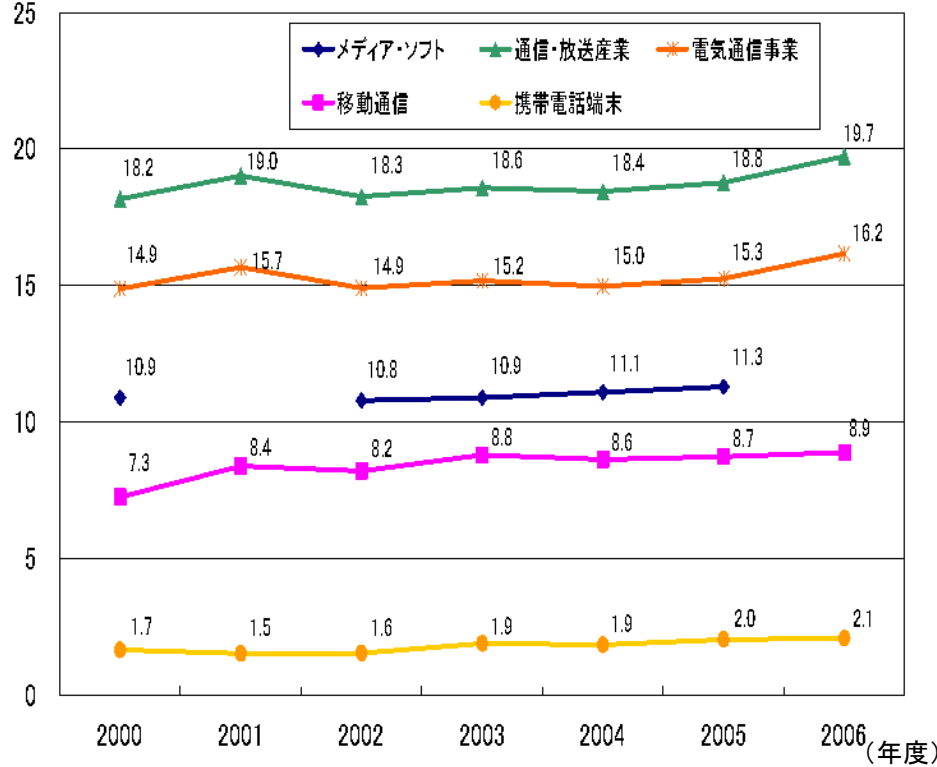
> その他・・・野村総合研究所「これから情報・通信市場で何が起こるのか IT市場ナビゲーター2008年版」(2008年1月)

「広義のネットビジネス全体市場規模の予測」から作成。

各市場規模の推移

各市場規模の推移

(兆円)



(出典)

メディア・ソフト・・・総務省情報通信政策研究所「数字で見るメディア・ソフトの制作及び流通の実態」(年ベース)(2007年6月)

電気通信事業、移動通信・・・主要電気通信事業者売上高より算出。(年度ベース)

通信・放送産業・・・「電気通信事業」に、「放送業」の「部門別名目国内生産額(平成19年版情報通信白書、年ベース)」を加算して算出。

2006年度の「放送業」の規模のみ「通信産業基本調査」平成18年度見込値。

携帯電話端末・・・CIAJ「CIAJ通信機器中期需要予測」(年度ベース)

ASP・・・ASPIC「ASP白書」(2005年) 2005年度の値は一部のみ推計。(年度ベース)

モバイルコンテンツ、モバイルEC、モバイルソリューション・・・野村総合研究所「これから情報・通信市場で何が起ころのか IT市場ナビゲーター2008年版」(2008年1月)

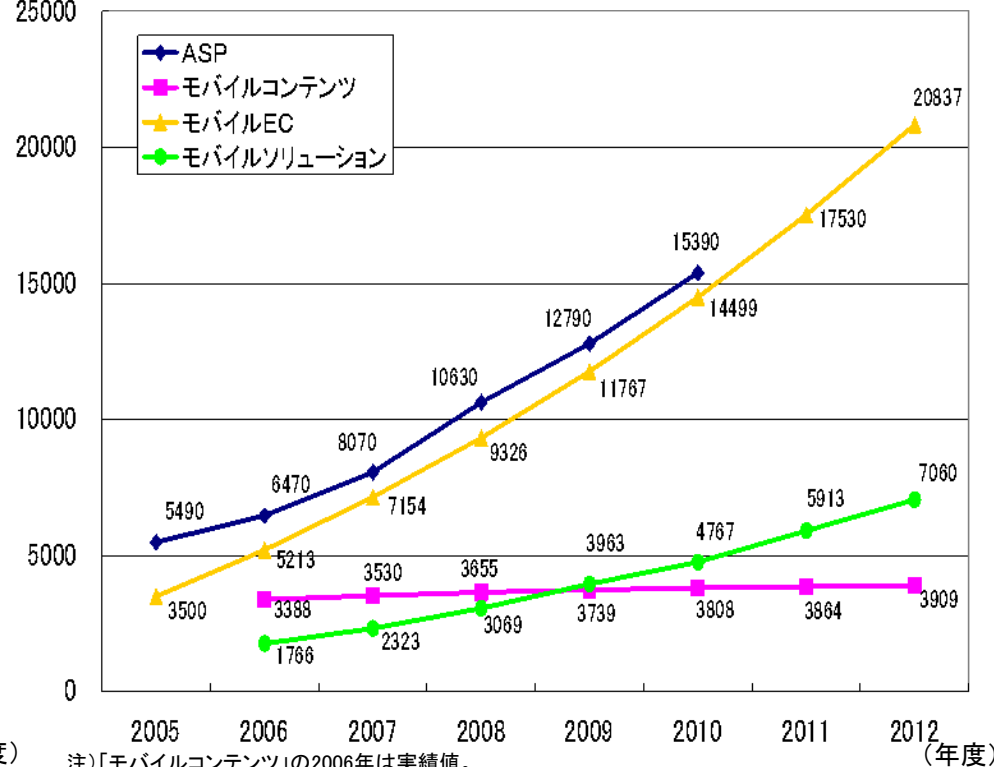
※モバイルコンテンツは「携帯電話を使用して有料コンテンツを配信するサービスの売上」(年ベース)

モバイルECは「携帯電話、スマートフォン、PDAを用いたインターネット経由の商品・サービスの販売の市場。モバイルコンテンツ市場、音楽配信市場は含めない」(年度ベース)

モバイルソリューションは「携帯電話を利用した企業内情報システムに関連し、ユーザー企業が支払う情報化投資金額全体」(年度ベース)

ASP・モバイル関連市場規模の推計

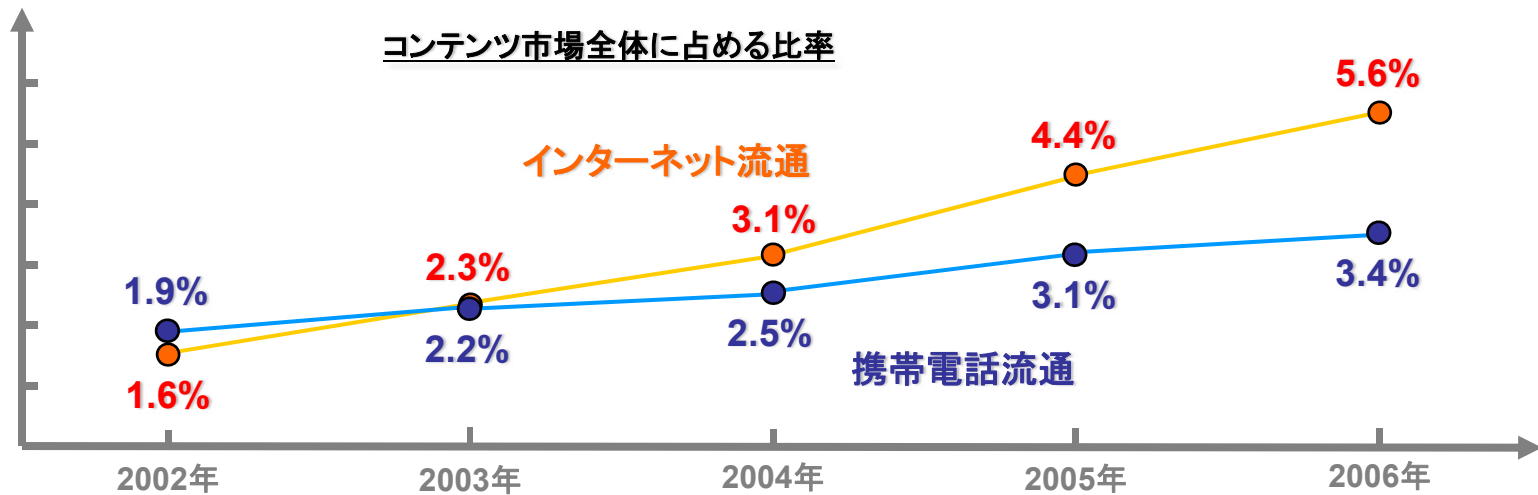
(億円)



注)「モバイルコンテンツ」の2006年は実績値。

モバイルコンテンツ市場の拡大

	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年
コンテンツ産業	13.3兆円	13.2兆円	13.5兆円	13.8兆円	14.0兆円
インターネット流通	2115億円	3041億円	4189億円	6106億円	7857億円
携帯電話流通	2489億円	2858億円	3397億円	4257億円	4782億円

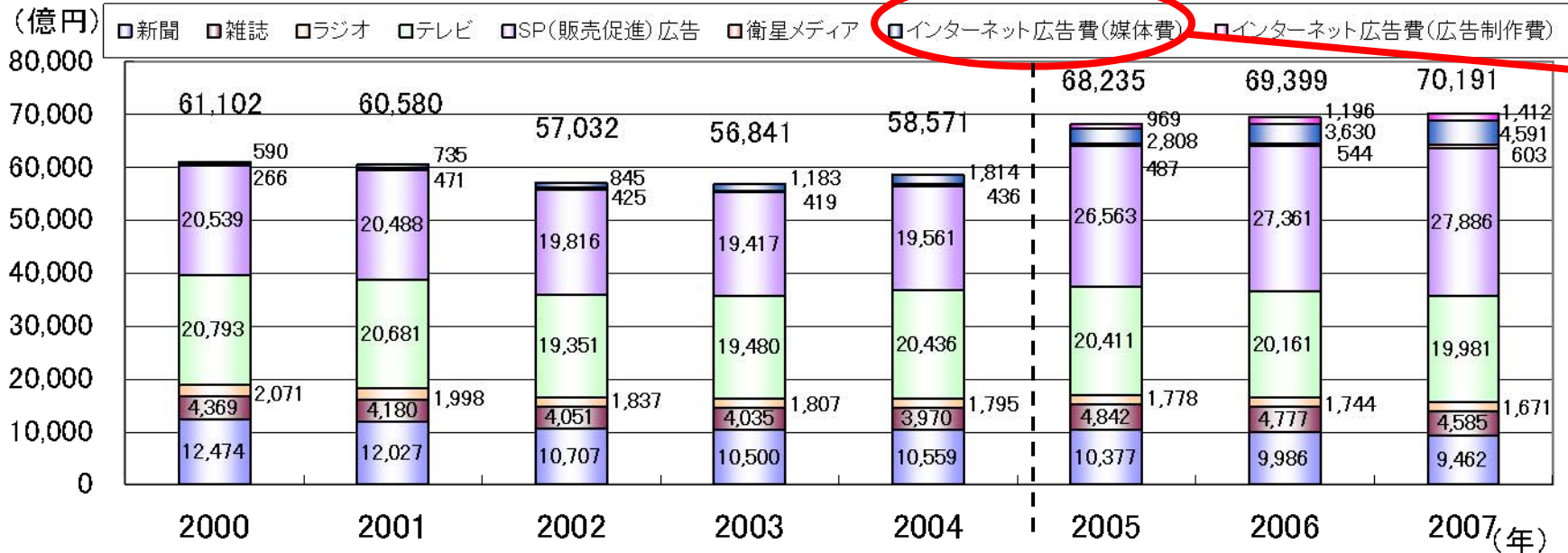


(注) □コンテンツ市場の合計は、書籍販売、雑誌収入、新聞社総売上、パッケージソフト売上、インターネット配信売上等を合計した「図書・新聞、画像・テキスト」、映像ソフト売上、映画興行収入、テレビ放送・関連サービス収入等を合計した「映像」、ラジオ放送の「音楽・音声」、「ゲーム」から成る。

出所:財団法人デジタルコンテンツ協会(DCAJ)「デジタルコンテンツ白書2007」(2007年8月)より総務省作成

広告市場規模の推移

広告市場のメディア別市場規模



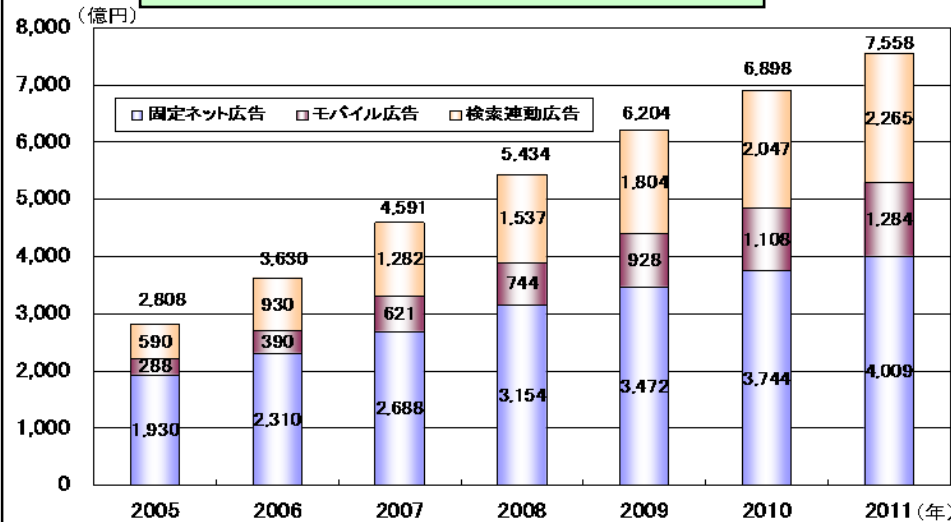
※2005年より、広告費の推定範囲が改訂されている。「インターネット広告費」に「広告制作費」の追加 等)



※2005年より、「インターネット広告費」から「検索連動広告費」を分離して表示している。なお、「検索連動広告費」はモバイルにおける検索連動広告分を含む。

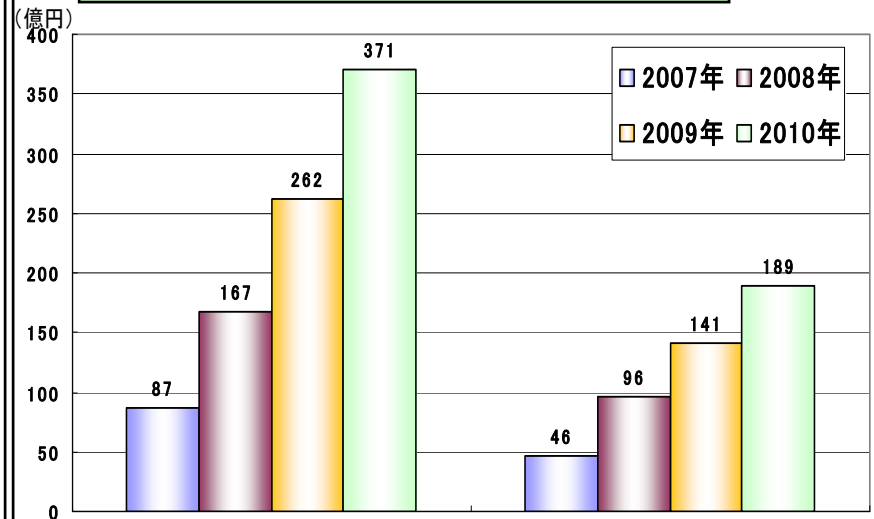
インターネットにおける広告市場規模(予測)

インターネット広告費(媒体費)予測



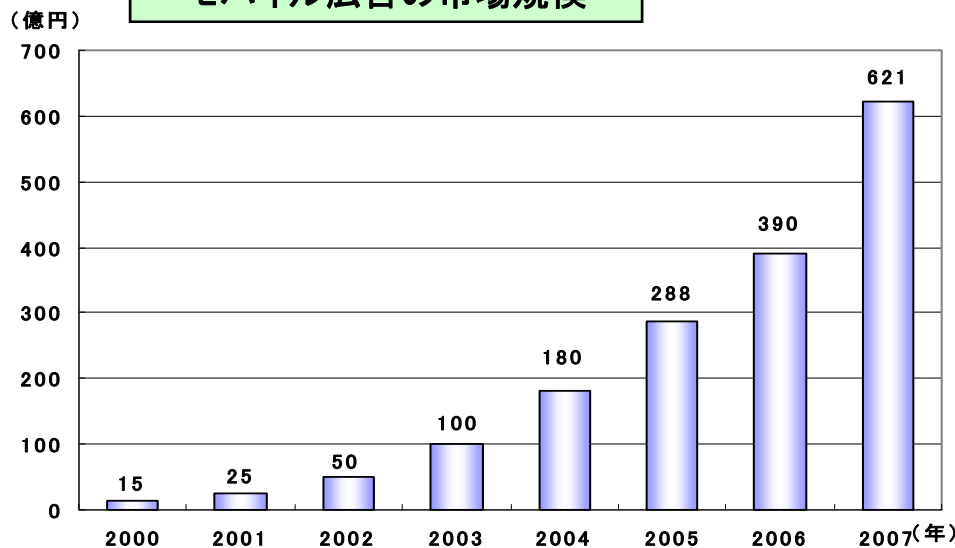
(出典)電通、電通総研発表資料を元に作成。2005年～2007年は実績値。
インターネット広告費(媒体費)の総額から、「モバイル広告費」と「検索連動広告費」を除いた金額を「固定ネット広告費」とした。但し、予測値である2008年以降は、モバイルにおける検索連動広告分は「モバイル広告」に含まれる。

モバイル検索連動型広告市場規模予測



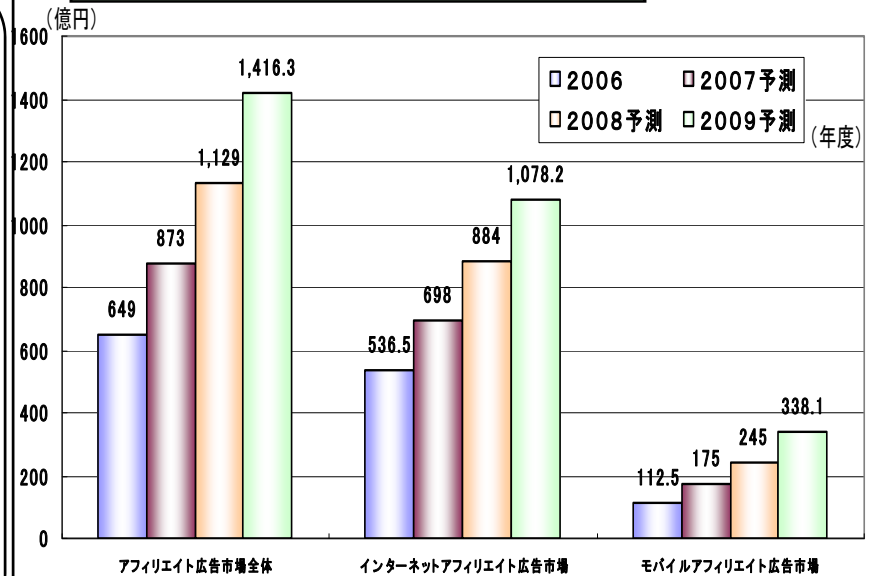
電通総研 アウンコンサルティング
(出典)モバイル・コンテンツ・フォーラム「ケータイ白書2008」(2007年12月)

モバイル広告の市場規模



(出典)電通「日本の広告費」をもとに作成

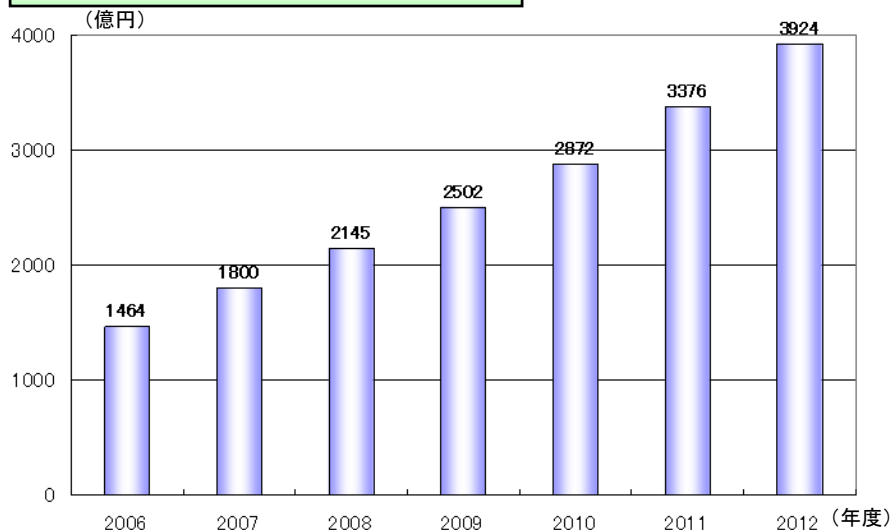
アフィリエイト広告市場規模予測



(出典) モバイル・コンテンツ・フォーラム「ケータイ白書2008」(2007年12月)を元に作成

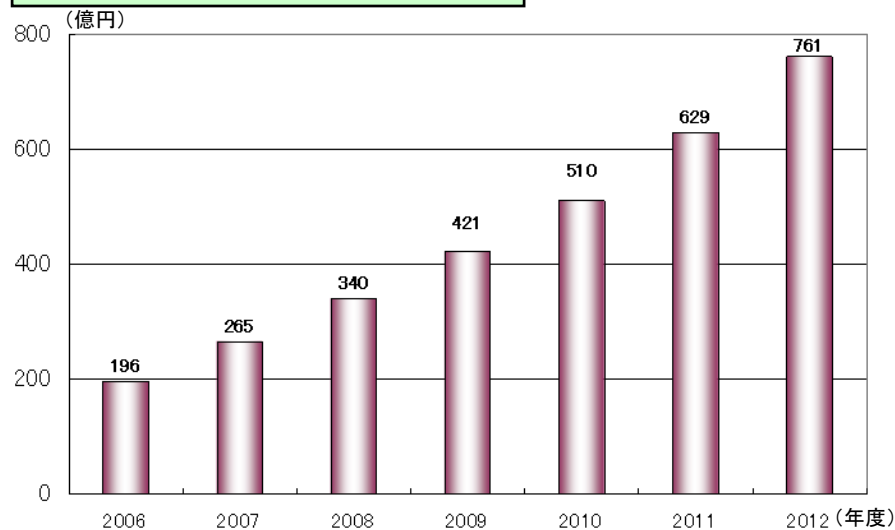
課金・認証関連市場規模の推計

オンライン決済市場規模予測



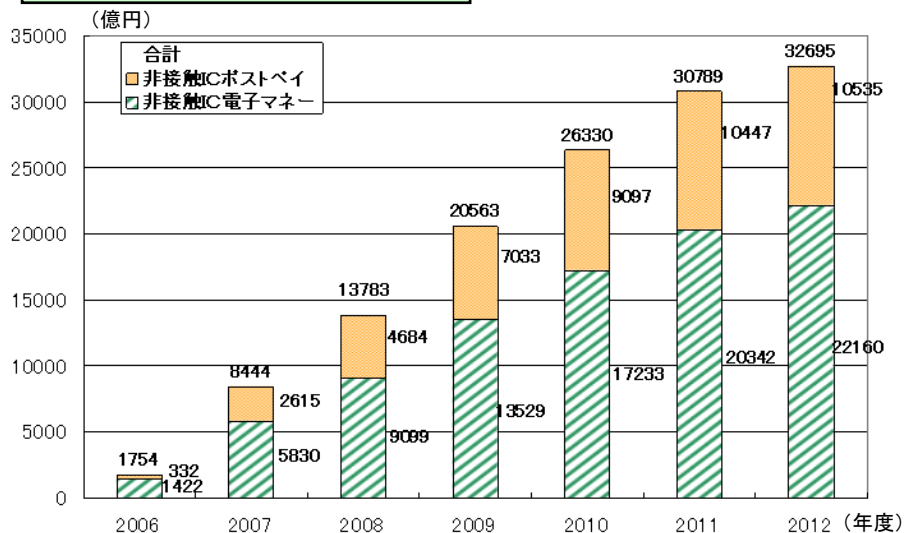
※ 決済機関が、手数料等のかたちで取引参加者から取得する金額の合計。

モバイル決済市場規模予測



※ 「オンライン決済市場」のうち、モバイル端末を通じて行われるもの。

電子マネー市場規模予測



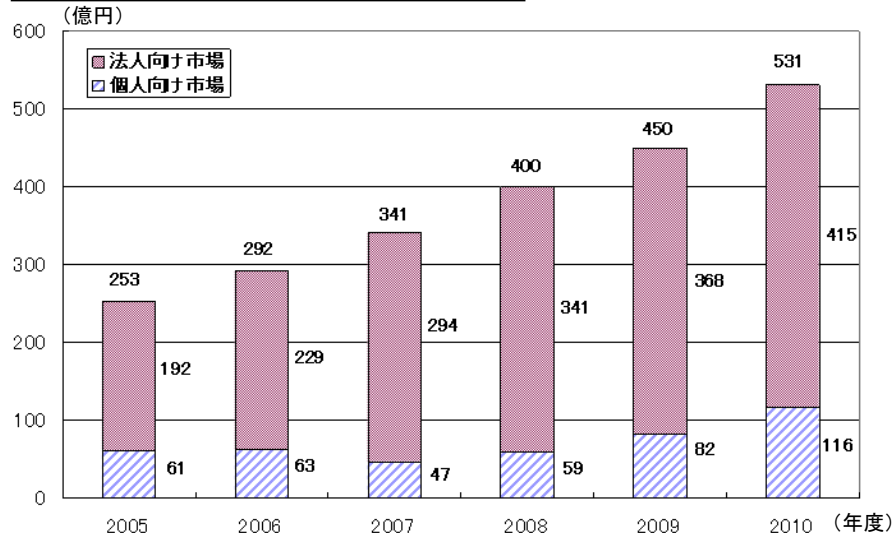
※ 「非接触ICポストペイ決済」…ポストペイ方式で非接触ICを利用する決済手段。

「非接触IC電子マネー決済」…プリペイド方式で非接触ICを利用する決済手段。

(出典)野村総合研究所「これから情報・通信市場で何が起こるのか IT市場ナビゲーター2008年版」(2008年1月)

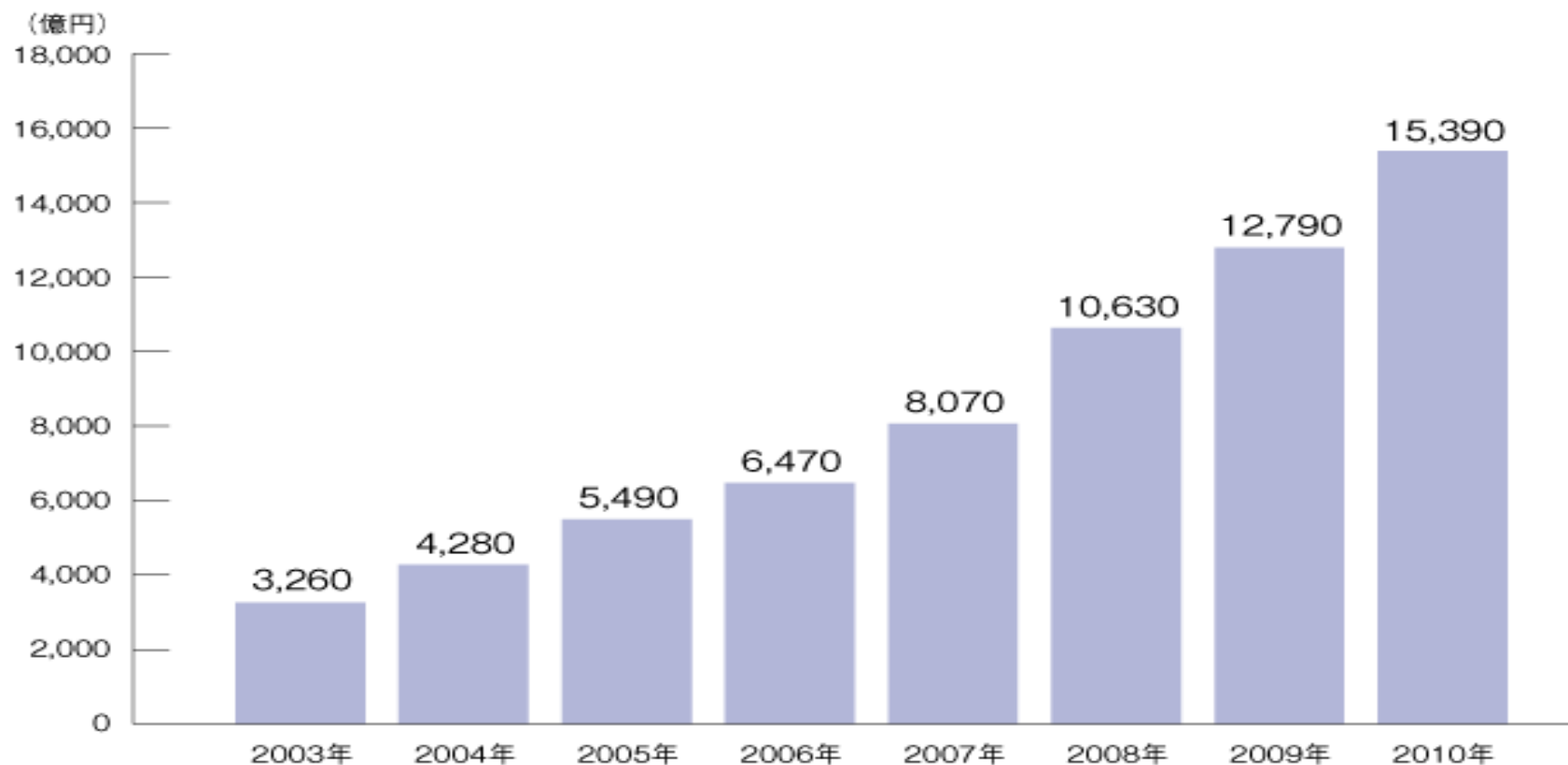
「電子認証市場規模予測」のみ野村総合研究所「これから情報・通信市場で何が起こるのか IT市場ナビゲーター2006年版」(2005年12月)

電子認証市場規模予測



※ 企業間取引や企業行政間取引等に伴うシステムの構築や電子証明書の発行・管理などの認証サービス市場。

ASP・SaaS関連市場規模の推移と予測



注:ASP関連市場には、セキュリティ・ホスティング等のデータセンターを含む。

情報通信白書2002のASP市場予測、データセンター市場規模予測、eラーニング白書のeラーニング市場のうちシステム事業に分類される事業のベンダー売上げとASP化が見込まれる領域の売上げ、e-Japan関連予算のうち、「行政の情報化及び公共分野における情報通信技術の活用」に対する予算額、ASP関連市場に投下される予算額について、それぞれパラメータを設定して推計した。

(出典)2005年 ASP白書(ASPIC JAPAN/マルチメディア振興センター)

ネットワークの中立性(network neutrality)を確保するための三原則

---ブロードバンド政策における基本的認識---

「自律・分散・協調」を基本精神とするインターネットの潜在能力が最大限発揮され、インターネットを利用するすべてのステークホルダにとっての利益の最大化が図られることが必要であり、

- 1) 消費者がネットワーク(IP網)を柔軟に利用して、**コンテンツ・アプリケーションレイヤーに自由にアクセス可能**であること
- 2) 消費者が技術基準に合致した**端末をネットワーク(IP網)に自由に接続**し、端末間の通信を柔軟に行なうことが可能であること
- 3) 消費者が**通信レイヤー及びプラットフォームレイヤーを適正な対価で公平に利用可能**であること

という3つの要件を基本原則とし、当該要件に合致したネットワークが維持・運営されている場合、ネットワークの中立性が確保されている(注)。

ネットワークのコスト負担の公平性

ネットワークの利用の公平性

【注】

- ネットワークの中立性に関する三原則は、「新競争促進プログラム2010(改定)」において明記。
- 「モバイルビジネス活性化プラン」(07年9月)においては、上記を敷衍し、「現行ビジネスモデルに加え、(a) ネットワークの別を問わず、端末を接続して利用できる環境、(b) 端末に自由にアプリケーション等を搭載して、利用者が希望するサービスを自由に選択できる環境、(c) 端末・通信サービス・コンテンツ等のそれぞれの価格・料金が利用者に分かりやすく提示されている環境が実現する“オープン型モバイルビジネス環境”」の実現をその目的としている。

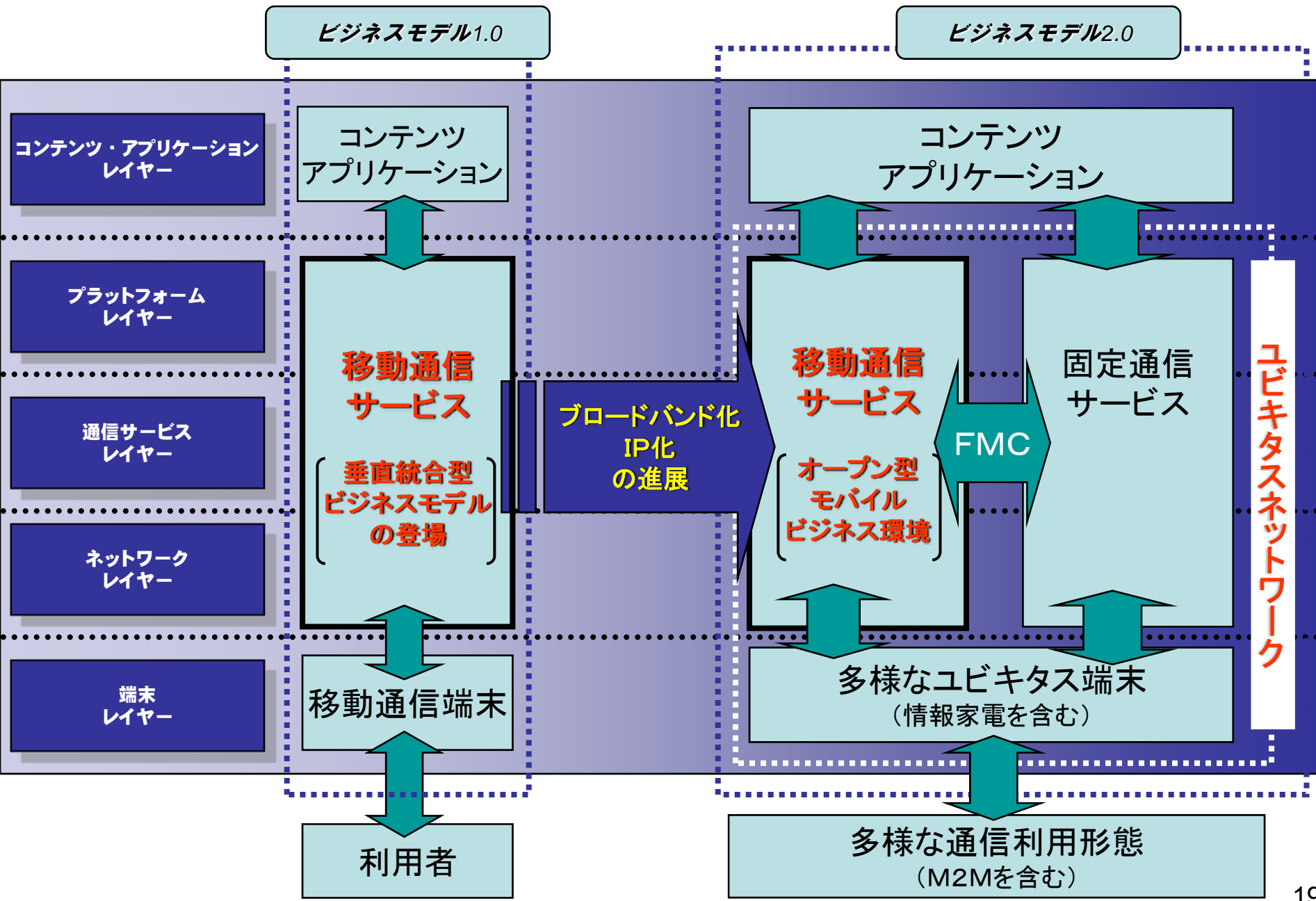
■通信プラットフォーム研究会における検討の経緯

■プラットフォームに関連する市場環境等

■モバイルビジネスにおける通信プラットフォームの多様化

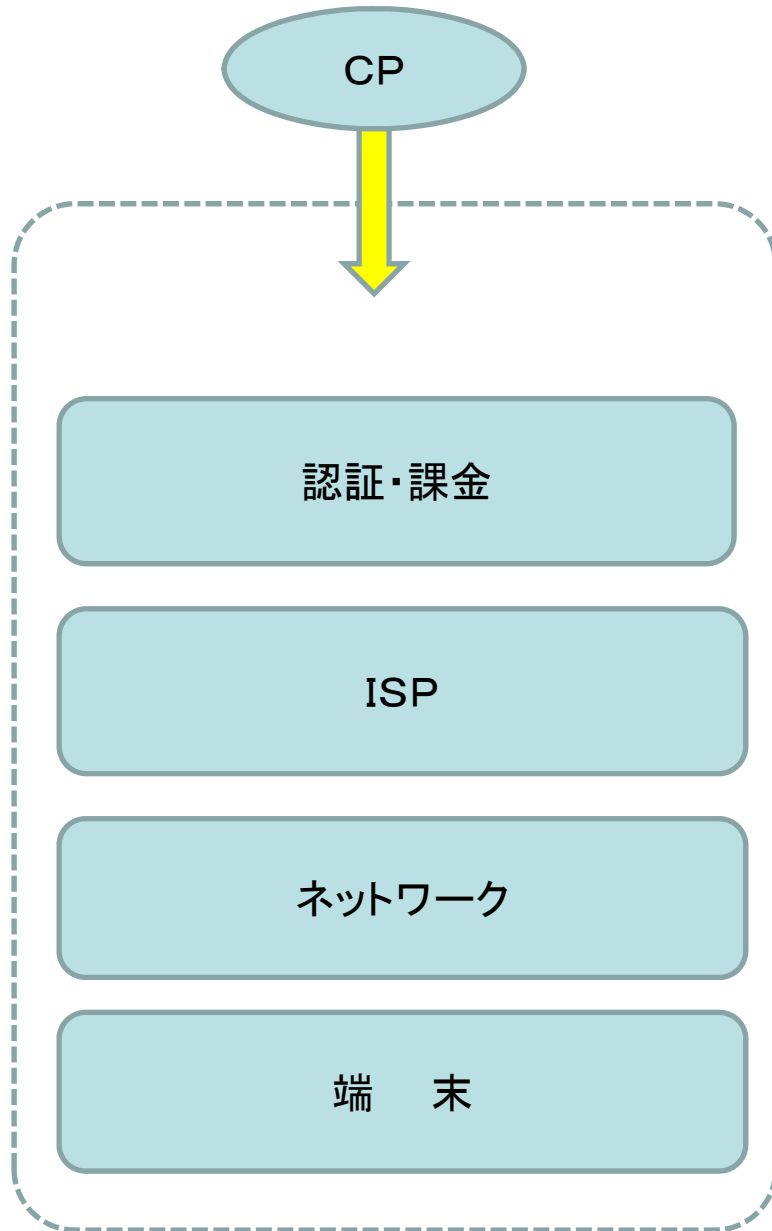
■市場の統合化に対応した通信プラットフォーム

オープン型モバイルビジネス環境

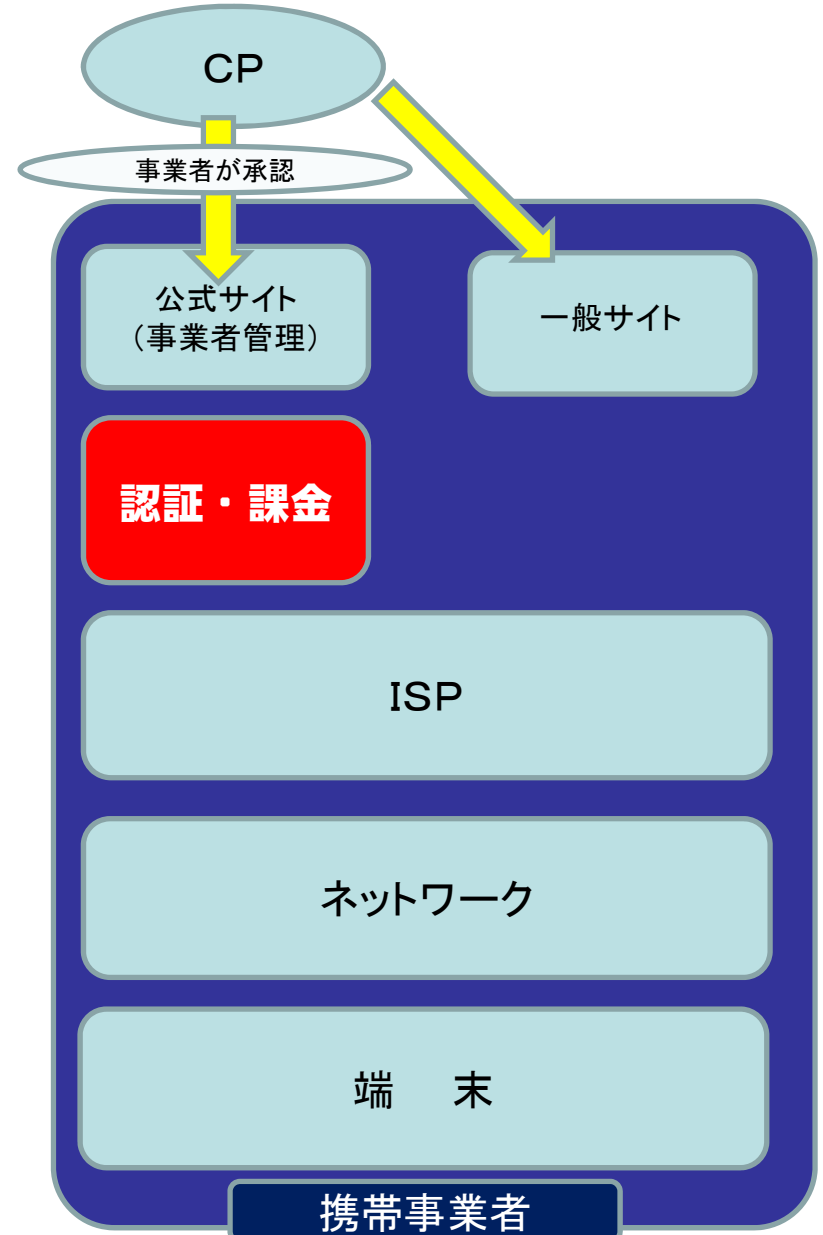


モバイルビジネスにおける認証基盤

固定系ビジネスモデル

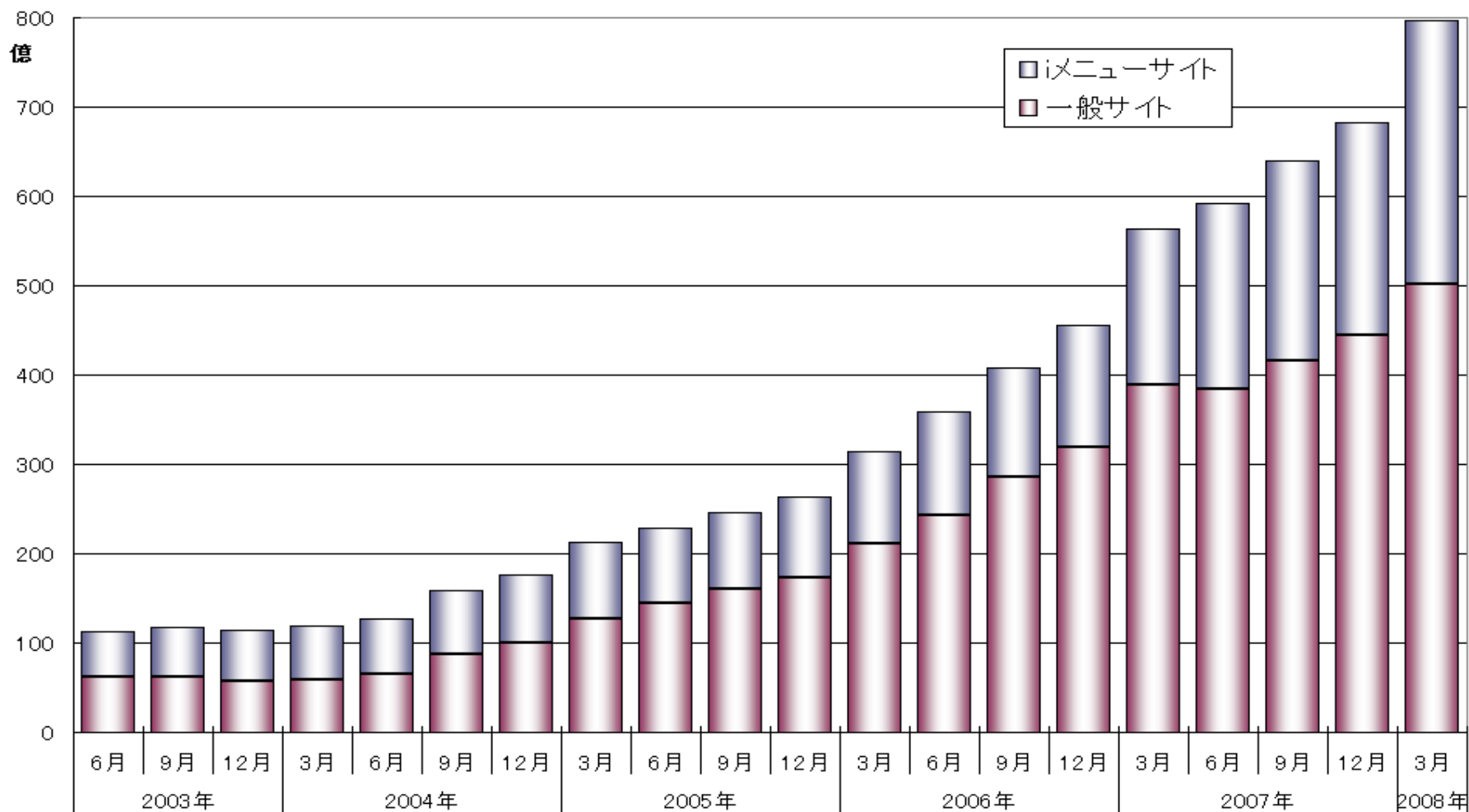


移動系ビジネスモデル



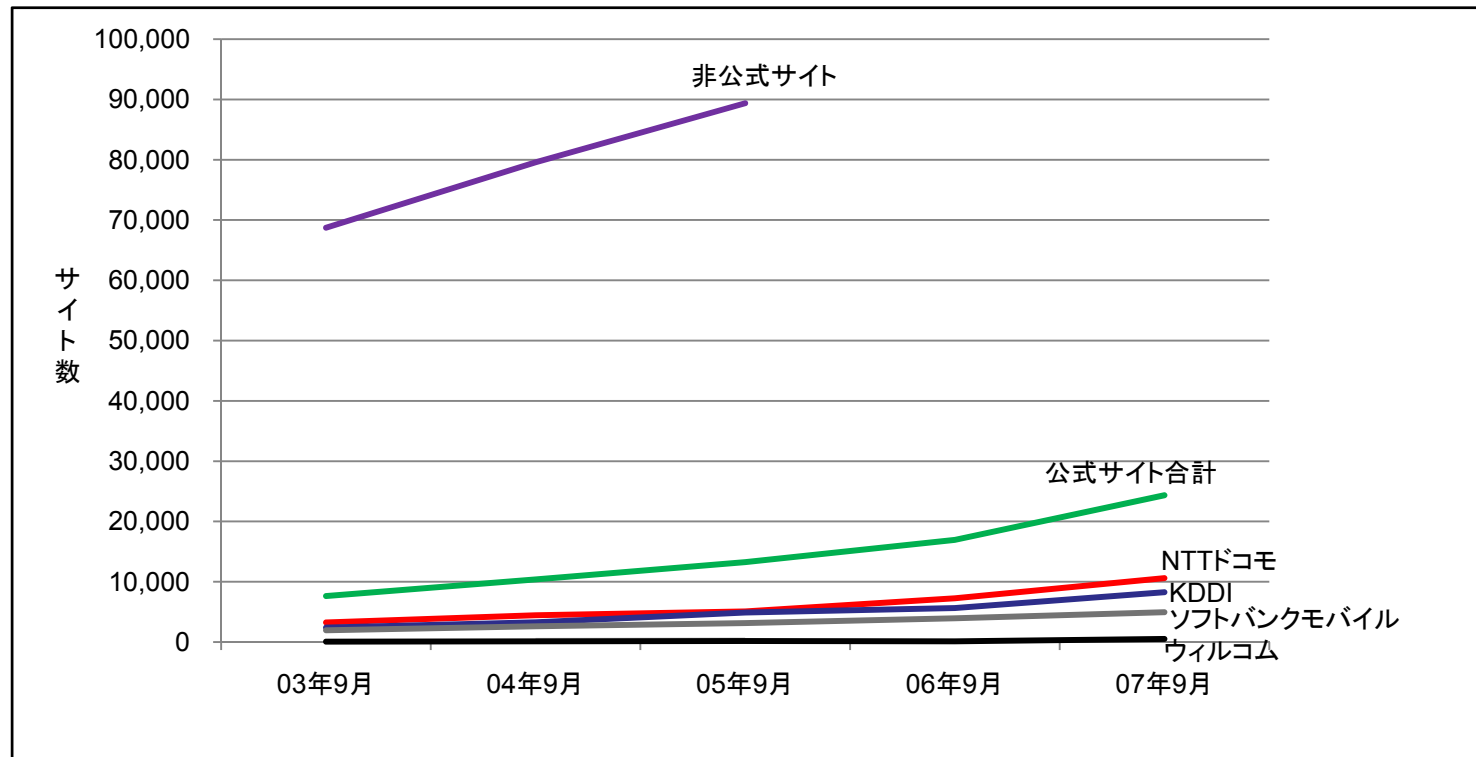
iメニューサイト／一般サイトアクセス推移

NTTドコモユーザーのアクセスを見ると、03年頃から公式サイトよりも一般サイトのほうが多くなっており、08年3月時点においては、全アクセス量に占める一般サイトの比率は65%程度まで高まっている。



(出典)NTTドコモ資料に基づき作成

各キャリアの公式サイト・非公式サイト数



	03年9月	04年9月	05年9月	06年9月	07年9月
NTTドコモ	3,245	4,444	5,080	7,271	10,608
KDDI	2,387	3,257	4,878	5,628	8,262
ソフトバンクモバイル	1,949	2,598	3,133	3,928	4,935
ウィルコム	54	104	153	106	527
公式サイト合計	7,635	10,403	13,244	16,933	24,332
非公式サイト※	68,711	79,583	89,367	-	-

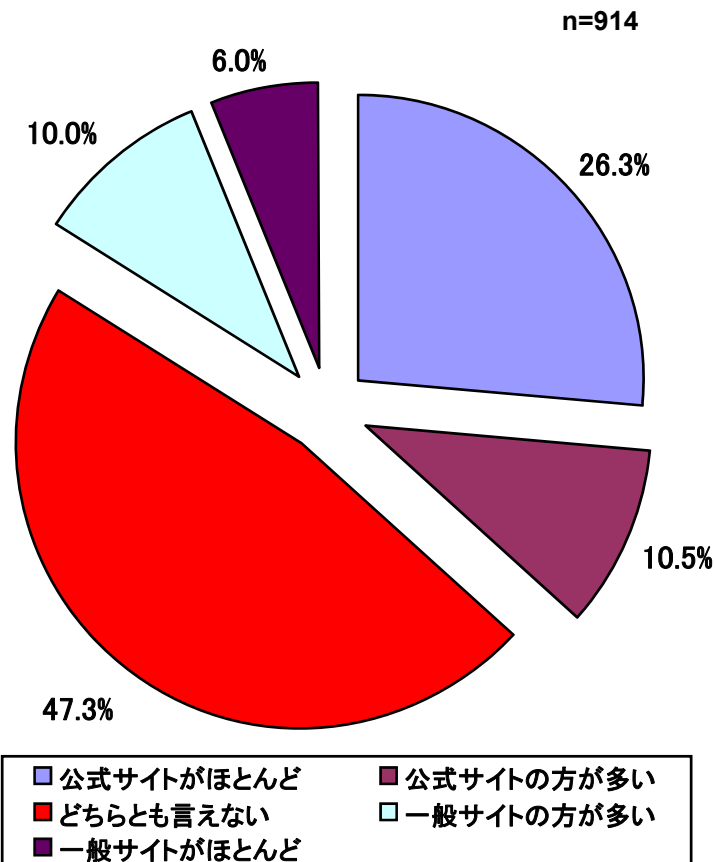
※非公式サイト数は、NTTドコモがホームページ資料にて2005年度まで公表していたもの(OH!NEW?(デジタルストリート)調べ)を掲載。

(出典)各キャリアの公式サイト数については、各年度の電気通信事業分野における競争評価における情報収集に基づき作成
非公式サイト数については、NTTドコモホームページ資料に基づき作成

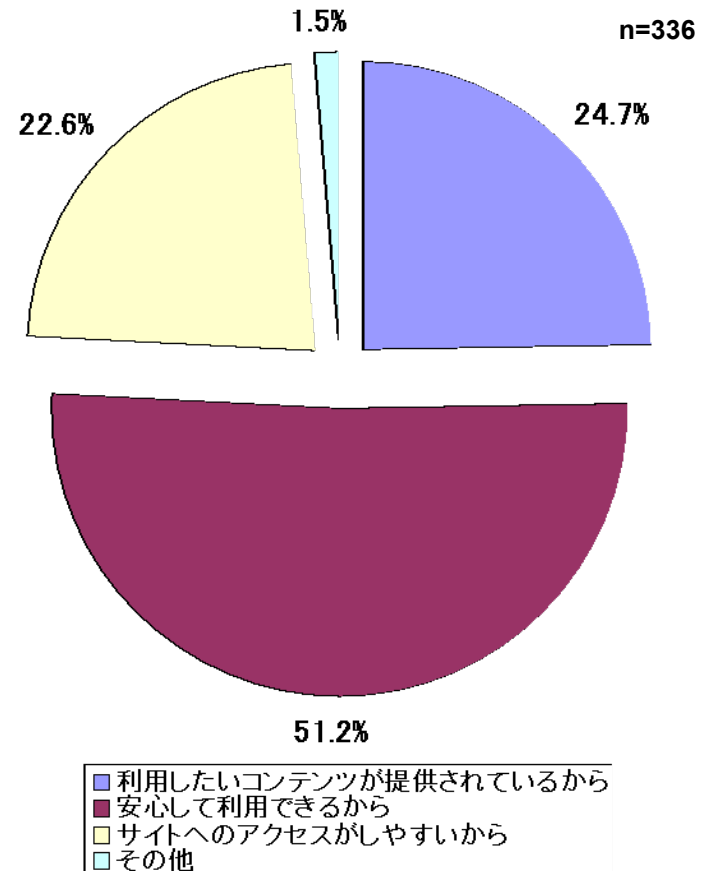
「公式サイト」と「一般サイト」の利用意向

「公式サイト」と「一般サイト」のどちらを多く利用するかという質問に対し、公式サイトが36.8%、一般サイトが16.0%という結果となっているが、「どちらとも言えない」者が全体の47.3%を占める。




「公式サイト」と「一般サイト」のどちらを多く利用していますか。





「公式サイト」の方を多く利用するのはなぜですか。



キャリアごとの検索エンジン搭載の状況

			
ポータルサイト	iMenu	au one	Yahoo!ケータイ
公式サイト検索	iMenu検索(※)	Google(06年7月～)	Yahoo!ケータイ (公式サイト、一般サイトを区別せず検索)
一般サイト/PCサイト検索	Google(08年4月～)	Google(06年7月～)	
検索結果の表示方法 (検索結果第一画面における表示)	公式サイト4件 一般サイト4件 PCサイト2件	公式サイト4件 一般サイト3件 PCサイト3件 (「着うた」を含む検索の場合は公式サイト10件のみ表示。 一般サイト/PCサイトは検索不可。)	携帯サイト5件 PCサイト2件

※NTTレゾナント、NTTコミュニケーションズ及びNTTドコモがiMenu検索の高度化への取組を発表(08年6月16日)。

		
ポータルサイト	CLUB AIR-EDGE	便利サイト(コンテンツ等ポータル)
公式サイト検索	なし	(ブラウザのトップページがGoogleモバイルに設定されている。)
一般サイト/PCサイト検索	なし	

一般サイトにおける広告モデルの例(1/2)

モバゲータウン(株式会社ディー・エヌ・エー)

ゲーム、SNS機能を備えた携帯電話向けポータルサイト。アバターを着せ替えるためのアクセサリやアイテム等を仮想通貨「モバゴールド」で購入できる。

- スポンサーサイトに登録したユーザに対して「モバゴールド」を付与。
- メールマガジンに掲載されている広告を閲覧したユーザに対して「モバゴールド」を付与。
- トップページ上部、サイト内メッセージ送信完了画面等にバナー広告を掲載。
- タイアップゲームの制作(服飾品メーカー、飲料水メーカー等)。
- ページ内コンテンツと連動した広告の配信。

ゴルゴンゾーラ(株式会社レイド)

主に中高生をターゲットとした無料着メロ配信サイト。ポイントをためて着うた、着メロ、メール素材等をダウンロードできる。

- クライアントとユーザーによる商品の協同開発やモバイルマーケティング(コンビニ、二輪メーカー等)。
- ユーザー参加型のコンテスト(化粧品メーカー、飲料水メーカー、環境省等)。
- メールマガジンに掲載されている広告を閲覧したユーザに対してポイントを付与。

魔法のiらんど(株式会社魔法のiらんど)

携帯電話向け無料ホームページ作成サービスを提供するサイト。小説を執筆、公開する機能があり、公開された小説を検索するサービスも提供している。

- 小説の書籍化、漫画化、映画化(「恋空」、「teddy bear」等)。
- 小説とのタイアップ広告(飲料水メーカー等)。
- サイト内、ユーザーホームページ内のPR広告。
- キャンペーンサイトを通じたモバイルマーケティング。
- 自社の他サービスへの誘導(進学・進路情報サイト、ファッション情報サイト等)。

顔ちえき!(ジェイマジック株式会社)

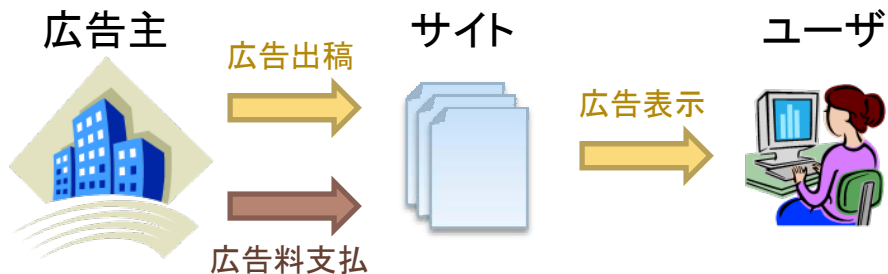
ユーザーが送信した顔写真を元に、似ている芸能人や動物の判定、加工された顔写真の作成等のサービスを提供するサイト。

- サイト内にバナー広告を掲載。
- サービス利用後の結果画面に、結果に関連した商品の広告を掲載。
- 会員向けメールマガジン内に広告を掲載
- タイアップサービスの制作(雑誌、映画等)。
- モバイルECサイトの運営。

一般サイトにおける広告モデルの例(2/2)

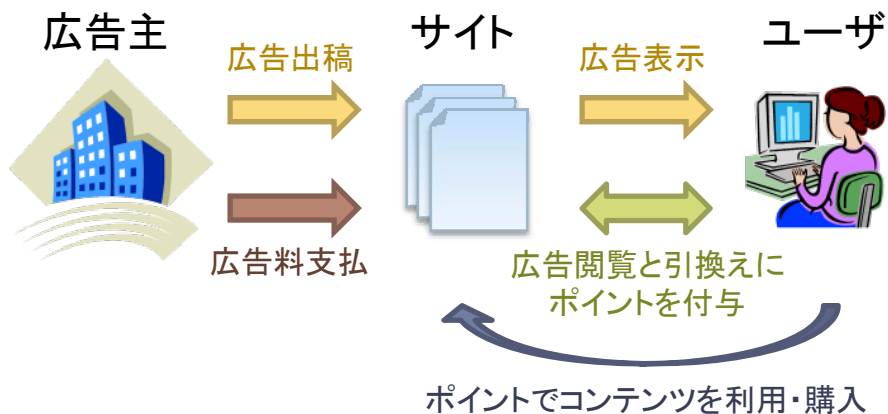
他社の広告を表示し、広告料を得るモデル

- 魔法のいらんど(ケータイ小説/ホームページ作成)
- 顔ちえき!(顔が似た著名人等の判定サービス)



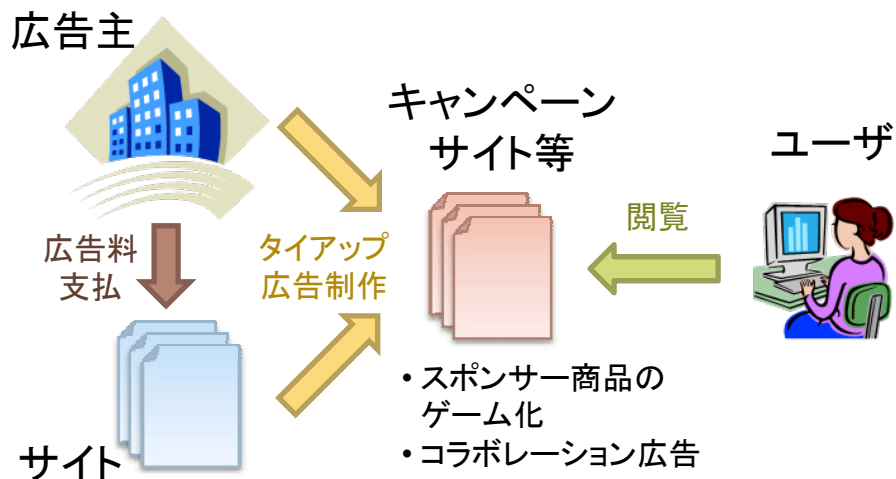
広告の閲覧に対して利用者にポイントを付与し、広告閲覧のインセンティブを高めたモデル

- モバゲータウン(ゲーム、SNS、ポータル)
- ゴルゴンゾーラ(着メロ配信)
- デコとも(デコメール等の携帯メール装飾素材配信)

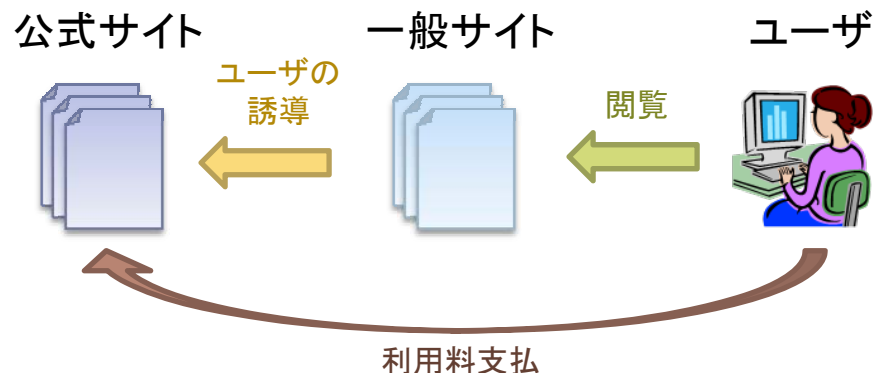


タイアップ広告を制作し、広告料を得るモデル

- モバゲータウン(ゲーム、SNS、ポータル)
- 魔法のいらんど(ケータイ小説/ホームページ作成)
- ゴルゴンゾーラ(着メロ配信)
- 顔ちえき!(顔が似た著名人等の判定サービス)



自社又はパートナー企業のキャリア公式サイトに誘導し、収益を得るモデル



ダイヤルQ2最高裁判決の要旨

平成13年3月27日最高裁判所第三小法廷判決 平成7(オ)1659 (通話料金請求事件)

《要旨》

平成3年当時に加入電話契約者の承諾なしにその未成年の子が利用したQ2情報サービスに係る通信料につき、NTTが加入電話契約者に対してその金額の5割を超える部分の支払を請求することが許されないとされた事例。

《判決理由(抜粋)》

ダイヤルQ2事業は電気通信事業の自由化に伴って新たに創設されたものであり、Q2情報サービスは当時における新しい簡便な情報伝達手段であって、その内容や料金徴収手続等において改善すべき問題があったとしても、それ自体としてはすべてが否定的評価を受けるべきものではない。しかし、同サービスは、日常生活上の意思伝達手段という従来の通話とは異なり、その利用に係る通話料の高額化に容易に結び付く危険を内包していたものであったから、公益的事業者である上告人（NTT）としては、一般家庭に広く普及していた加入電話から一般的に利用可能な形でダイヤルQ2事業を開始するに当たっては、同サービスの内容やその危険性等につき具体的かつ十分な周知を図るとともに、その危険の現実化をできる限り防止するために可能な対策を講じておくべき責務があったというべきである。本件についてこれを見ると、上記危険性等の周知及びこれに対する対策の実施がいまだ十分とはいえない状況にあった平成3年当時、加入電話契約者である被上告人が同サービスの内容及びその危険性等につき具体的な認識を有しない状態の下で、被上告人の未成年の子による同サービスの多数回・長時間に及ぶ無断利用がされたために本件通話料が高額化したというのであって、この事態は、上告人が上記責務を十分に果たさなかったことによって生じたものということができる。こうした点にかんがみれば、被上告人が料金高額化の事実及びその原因を認識してこれに対する措置を講ずることが可能となるまでの間に発生した通話料についてまで、本件約款118条1項の規定が存在することの一事をもって被上告人にその全部を負担させるべきものとすることは、信義則ないし衡平の観念に照らして直ちに是認し難いというべきである。そして、その限度は、加入電話の使用とその管理については加入電話契約者においてこれを決し得る立場にあることなどの事情に加え、前記の事実関係を考慮するとき、本件通話料の金額の5割をもって相当とし、上告人がそれを超える部分につき被上告人に対してその支払を請求することは許されないと解するのが相当である。

(判例集第55巻2号434頁)



各キャリアが公表している公式サイトへのコンテンツ掲載基準(概要)



	NTTドコモ (「iモードメニュー掲載基準」)	KDDI (「EZwebサイトエントリーのご案内」, 「コンテンツ提供に関するガイドライン」, 「EZwebディレクトリ設定・登録サービス利用規約」)	ソフトバンクモバイル (「オフィシャルコンテンツ掲載ガイドライン」)	ウィルコム (「ウィルコム公式サイト『CLUB AIR-EDGE』掲載基準」)
(a)キャリアによる掲載判断について	<ul style="list-style-type: none"> 掲載基準はあくまで目安であり、基準に合致するコンテンツの掲載を約束するものではなく、ドコモのビジネスとしての総合的判断から掲載を断る場合がある。 	<ul style="list-style-type: none"> 各条項に即してコンテンツの掲載の是非を判断するが、KDDI独自の判断により随時基準が変更されることがある。 	<ul style="list-style-type: none"> 掲載審査はガイドラインに即して行われるが、ソフトバンクのビジネス性を合わせて考慮し、総合的な判断に基づいて掲載可否を決定する。 	<ul style="list-style-type: none"> ガイドラインはあくまで目安であり、基準に合致するコンテンツの掲載を約束するものではなく、ウィルコムの総合的な判断によって掲載を断る場合がある。
(b)掲載された場合の広告制限	(明確な記載なし)	<ul style="list-style-type: none"> 広告掲載にあたっての基準を必ず設置するとともに、KDDIが別途定める広告制作仕様書を遵守すること。 広告の対象も、本ガイドラインの内容に準拠したものに限定。 	<ul style="list-style-type: none"> ソフトバンクが別途定める広告掲載ガイドラインの遵守 	<ul style="list-style-type: none"> 他のコンテンツ、サイトへのリンクを設定する場合、リンク先内容も本ガイドラインに沿った内容とすること。
(c)コンテンツ作成・改変に際する個別許諾	<ul style="list-style-type: none"> 掲載の可否はドコモが事前検討を経て決定する。 iモードメニュー掲載後に変更する場合においても、掲載基準すべてを満たさなければならない。 	<ul style="list-style-type: none"> 掲載の可否はKDDIの事前審査を経て決定され、KDDIの承諾のないコンテンツは提供できない。 コンテンツを変更する場合にも、KDDIに届出を行い、承諾を得る必要がある。 	<ul style="list-style-type: none"> 掲載の可否はソフトバンクが事前に審査検討し決定する。 コンテンツの内容に変更が生じる場合には予めソフトバンクに届出を行い、了承を得る必要がある。 	<ul style="list-style-type: none"> 掲載の可否はウィルコムが事前に検討し決定する。

※イー・モバイルについては、コンテンツ等ポータル(「便利サイト」)掲載サイトが公式サイトという位置付けではないため、08年7月現在、公表しているコンテンツ掲載基準が存在しない。

(出典)各キャリアホームページ掲載資料より作成





ユーザID(SID)の一般サイトへの通知の仕組み

			
名称	UTN情報	iモードID	EZ番号(サブスクライバID)
識別対象	携帯電話端末及びSIMカード(FOMAの場合)に一意	電話番号に一意	EZwebの契約に一意
IDの通知	サイトに通知するかどうかをユーザがその都度選択	ユーザの操作によりサイトへの通知の停止が可能	ユーザの操作によりサイトへの通知の停止が可能
初期設定		自動的にサイトに通知	自動的にサイトに通知
備考	<ul style="list-style-type: none"> • 端末製造番号とFOMAカード製造番号(FOMAの場合)の組合せ。 • 端末製造番号は機種変更で変わるが、FOMAカード製造番号は機種変更で変わらない。 • 503i以降のmova端末及びすべてのFOMA端末が対応。 	<ul style="list-style-type: none"> • 機種変更でIDは変わらない。 • 08年3月31日から提供を開始。 	<ul style="list-style-type: none"> • 機種変更でIDは変わらない。 • 05年4月14日からユーザの操作により通知しない設定が可能となった。

			
名称	製造番号	ユーザーID	ユーザーID
識別対象	携帯電話端末に一意	電話番号に一意	SIMカードに一意
IDの通知	ユーザの操作によりサイトへの通知の停止が可能	ユーザの操作によりサイトへの通知の停止が可能	ユーザの操作によりサイトへの通知の停止が可能
初期設定	自動的にサイトに通知	回線契約後初回のサイトアクセス時に、通知するかどうかをユーザが選択	自動的にサイトに通知
備考	<ul style="list-style-type: none"> • 製造番号は機種変更で変わる。 • 一部機種では製造番号をサイトに通知しないものがある。 	<ul style="list-style-type: none"> • ユーザーIDは機種変更で変わらない。 	<ul style="list-style-type: none"> • 機種変更でIDは変わらない。

※ウィルコムは一般サイトへユーザIDを通知していない。

各キャリアの展開している音楽配信・プッシュ配信サービスの概要

					
音楽配信		うた・ホーダイ <ul style="list-style-type: none"> 毎月定額の利用料金で音楽ファイルを公式コンテンツプロバイダのサイトからダウンロードできるサービス Napster 等、26サイトが対応 	LISMO! <ul style="list-style-type: none"> 音楽ファイルの転送・管理ソフト(PC用)を提供 上記ソフト上での着うたフル等の配信はKDDI直営の「LISMO Music Store」にのみ対応 その他のPCでの音楽配信は「mora」及び「mora for LISMO」にも対応 	S!ミュージックコネクト <ul style="list-style-type: none"> 音楽ファイルの転送・管理ソフト(PC用)を提供 S!ミュージックコネクトのポータルサイトは株式会社レーベルゲートが運営(mora win) 	W+Music <ul style="list-style-type: none"> スマートフォン向け音楽配信ポータル 対応サービスはmora win、OnGen
プッシュ配信	お知らせ、広告等のメッセージ配信	メッセージF(フリー) メッセージR(リクエスト)			お知らせメール
	音楽、動画等のコンテンツ配信	Music&Videoチャンネル (月額315円)	EZチャンネル(無料) EZチャンネルプラス(月額315円)	S!情報チャンネル(無料)	
	待ち受け画面にニュースを表示	iチャンネル(月額157.5円)	EZニュースフラッシュ(無料) EZニュースフラッシュ増刊号(月額157円)	S!速報ニュース(無料)	W+Info(無料)
	地震等の公共的な情報の配信	緊急速報「エリアメール」			

※イー・モバイルは音楽配信・プッシュ配信等のサービスを提供していない。

通信事業者と上位レイヤーの規律の整理

禁止行為(事業法第30条第3号第3号)

市場支配的な電気通信事業者は、次に掲げる行為をしてはならない。

・他の電気通信事業者（第百六十四条第一項各号に掲げる電気通信事業を営む者を含む。）又は電気通信設備の製造業者若しくは販売業者に対し、その業務について、不当に規律をし、又は干渉をすること。

※ 「市場支配的な電気通信事業者がシステム運用事業者として簡易端末情報サービスシステムを管理・運用している場合において、当該電気通信事業者が、コンテンツプロバイダーの業務について不当に規律し、又は干渉をすることは、電気通信事業法上の禁止行為に該当し、総務大臣の停止又は変更命令の対象となる。」（電気通信事業分野における競争の促進に関する指針（総務省・公正取引委員会平成13年11月30日））

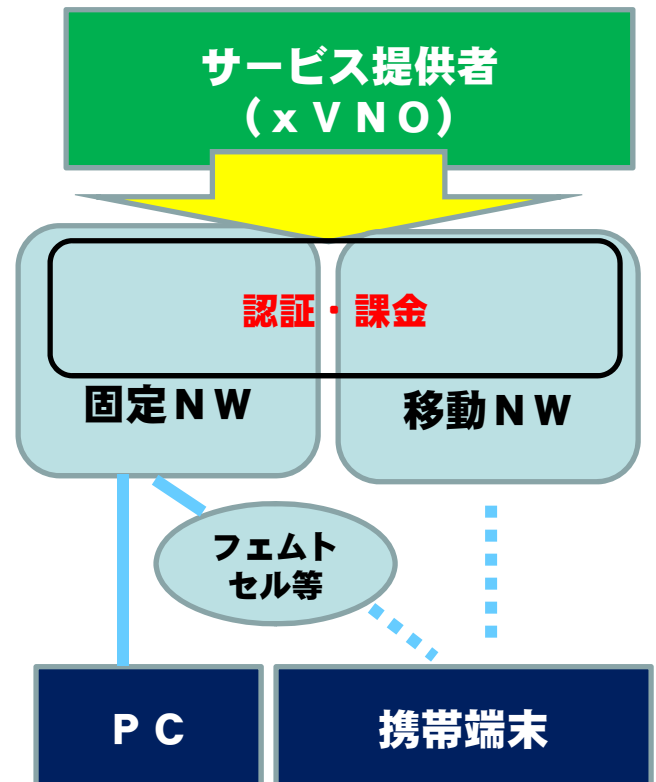
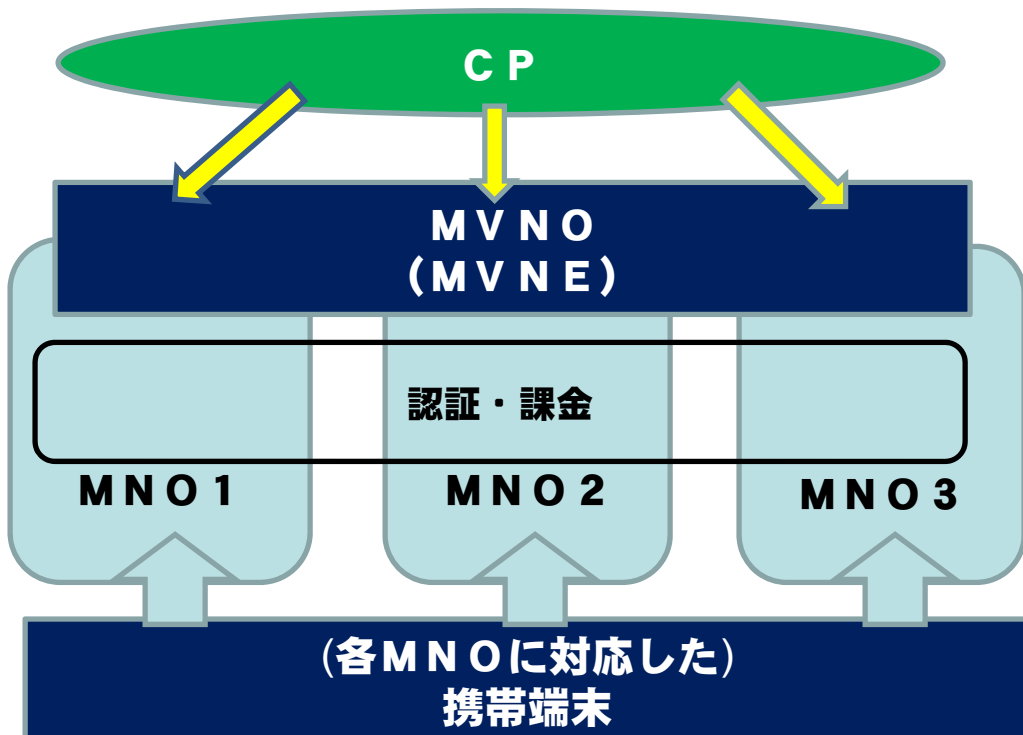
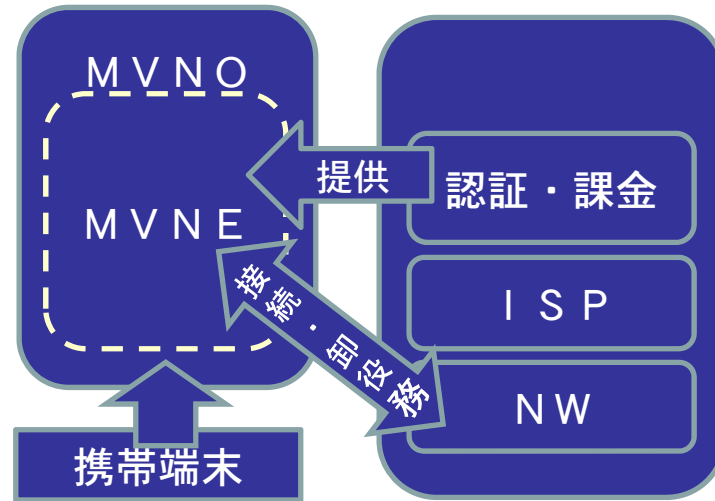
業務改善命令(事業法第29条第1項第2号)

総務大臣は、「電気通信事業者が特定の者に対し不当な差別的取扱いを行っている」と認めるときは、電気通信事業者に対し、利用者の利益又は公共の利益を確保するために必要な限度において、業務の方法の改善その他の措置をとるべきことを命ずることができる。

①市場支配力を有する通信事業者がその上位で事業展開を行うプラットフォーム事業者やコンテンツプロバイダ等に対する不当な規律・干渉が発生しないよう公正競争を確保する必要

②市場支配力の有無を別としても、一般規律として、通信事業者はコンテンツプロバイダ等に対して不当な差別的取扱いが行われぬよう公正競争を確保する必要

プラットフォームの連携とMVNOモデルの多様化



端末プラットフォームの共通化の動き(1/2)

OSプラットフォーム統一の動き



- 07年1月に設立された非営利団体。携帯電話向けに、Linuxベースで「国際的に競争力のある」ソフトウェアプラットフォームを開発。
- 08年6月に同じく携帯電話向けのLinuxベースプラットフォーム開発を行っていた業界団体LIPSの活動を統合。
- 参加企業はVodafone、ACCESS、パナソニックモバイル、NEC、Samsung、Motorola、NTTドコモを始め40社。



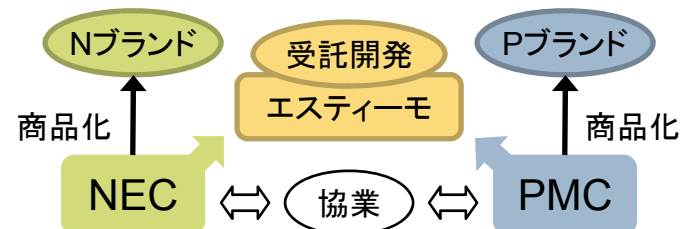
- 08年6月にNokiaがSymbianの買収計画を発表。あわせて、Symbian Foundationの設立及びSymbian OSのオープンソース化の計画を発表。Symbian Foundationの参加企業を対象にSymbian OSをライセンスフリーで公開する。
- 従来、Symbian向けに開発されていたS60(Nokia)、UIQ(UIQ)、MOAP(NTTドコモ)の3つを統合したプラットフォームを開発する。
- Foundationの参加企業はNokia、Motorola、Sony Ericsson、NTTドコモを始め22社。



- 07年11月にGoogleがLinuxベースのモバイル向けプラットフォーム「Android」を発表。あわせて、Androidの開発団体Open Handset Alliance(OHA)を設立。
- オープンソースプラットフォームで、アプリケーションは自由に開発可能。現在、Android向けのソフトウェア開発キット「Android SDK」が公開されている。
- OHAの参加企業はGoogle、HTC、Samsung、T-Mobile、Qualcomm、Motorola、NTTドコモ、KDDIを始め34社。

携帯電話開発の共通化の動き

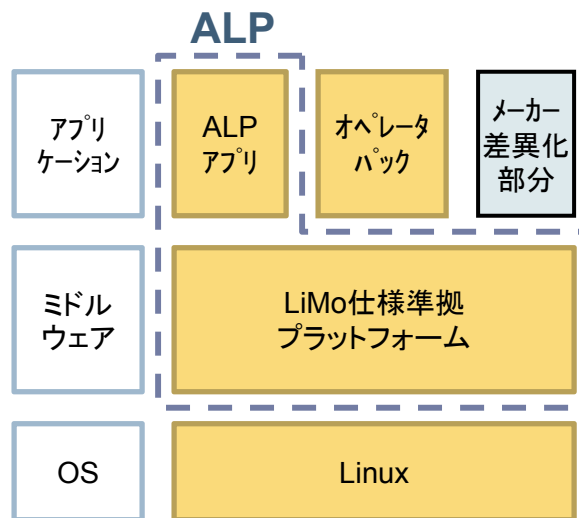
- 06年10月、NEC、松下電器、パナソニックモバイルコミュニケーションズ(PMC)の3社は携帯電話の共通プラットフォーム開発などを行う合弁会社「エスティーモ株式会社」を設立。
- 商品の企画、開発、製造、販売は引き続きNEC、PMCが行うが、ミドルウェアやアプリケーション、ハードウェアの共通化を進め、開発投資の重複を回避して効率良く端末を開発し、商品の差別化にリソースを集中させる。



端末プラットフォームの共通化の動き(2/2)

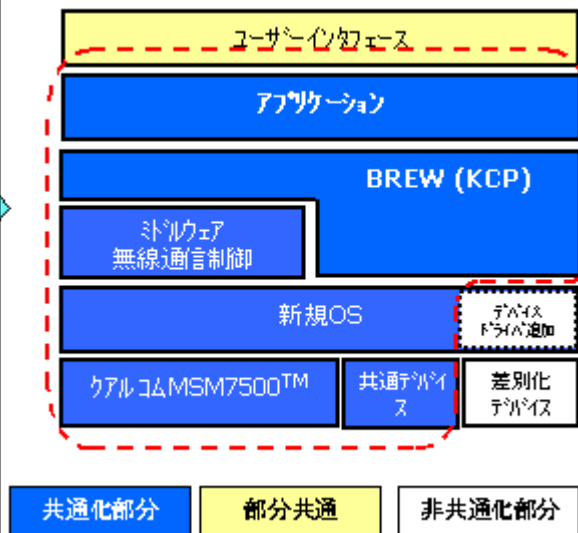
ACCESS Linux Platform(ALP) +FOMA端末開発用オペレータパック

- ALPは、ACCESSが開発した「LiMo Foundation」仕様準拠のLinuxベース共通ソフトウェアプラットフォーム。
- オペレータパックは、iモードやiアプリなどのNTTドコモ独自サービスに対応したLiMo仕様準拠のOS向けアプリケーションソフトウェアのセットで、08年4月にNTTドコモが開発を発表。
- ALPとオペレータパックの組合せによりFOMA端末の開発効率向上、携帯電話端末メーカーのFOMA端末開発への参入促進、国内携帯電話端末メーカーの国際競争力向上を目指す。



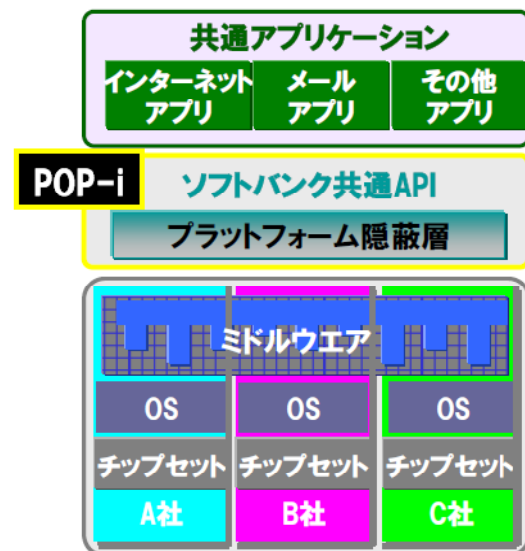
KCP+ (KDDI Common Platform+)

- KCP+は、KDDIと米クアルコムが共同で開発した携帯電話端末向け開発プラットフォーム。
- KCP(KDDI Common Platform)から更に共通化部分が拡大。
- KCP+の提供により、携帯電話開発コストの低減、開発期間の短縮を実現。
- 携帯電話メーカーはKCP+を搭載することで、デザイン、ユーザーインターフェース、実装デバイス等の独自要素の開発に一層注力できるようになる。



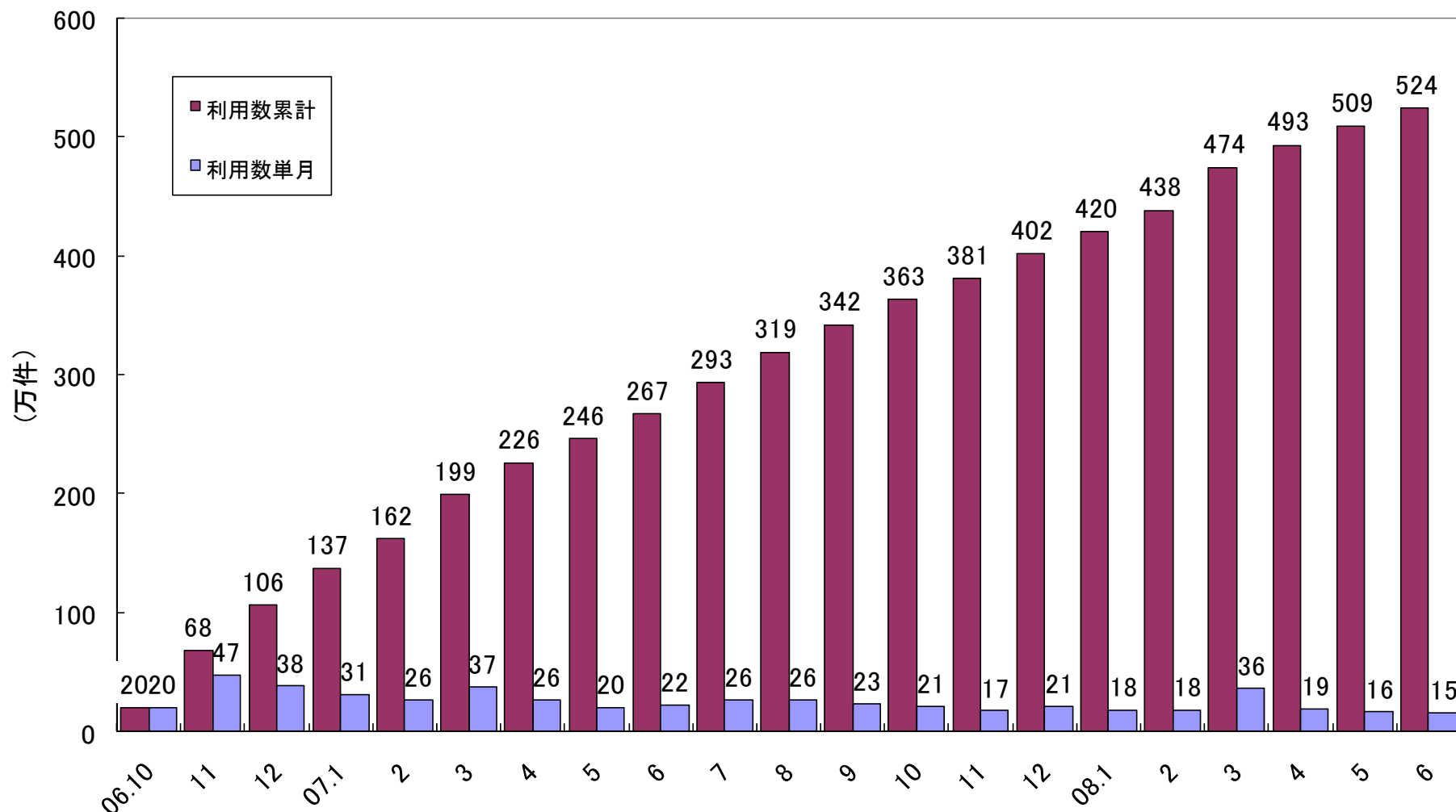
POP-I (Portable Open Platform Initiative)

- POP-iは、ソフトバンクモバイルが開発する携帯電話用共通API指向型プラットフォーム。
- 携帯電話向けオープンAPI仕様である「OpenKODE」に準拠。
- メーカー各社が採用する異なったチップセットやOS、ミドルウェアの違いを吸収し、アプリケーションが共通して動作するようにする。
- アプリケーション開発期間の短縮、開発コストの低減を実現可能なほか、既に開発したソフトウェアを引き続き使用することを可能とする。



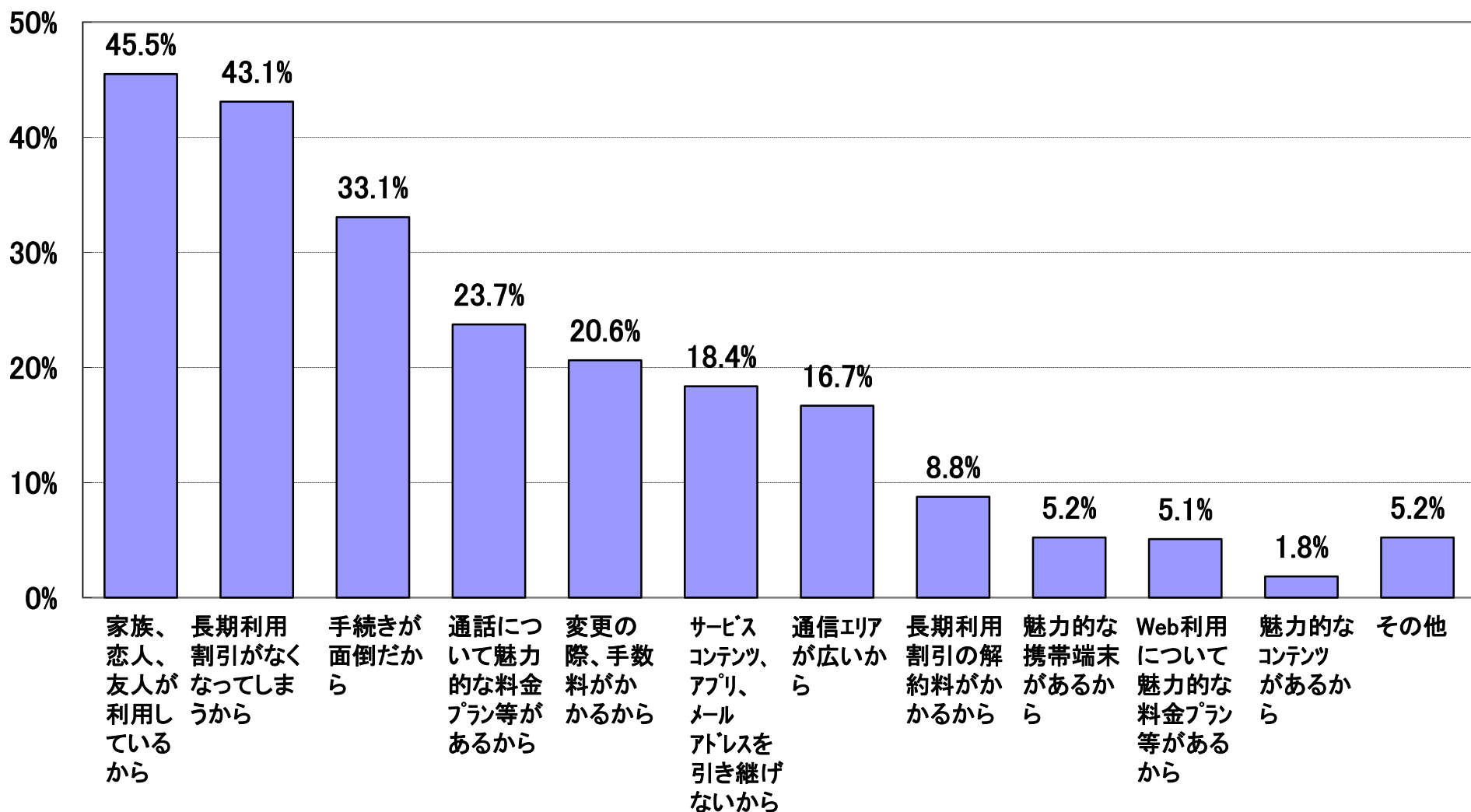
MNPの利用状況

- 08年6月単月で約15万件
- 携帯電話の番号ポータビリティ開始(06年10月24日)から08年6月末までの累計で約524万件
- 08年6月末の携帯電話契約数(約1億365万)に対して約5%



(出典)事業者からの報告に基づき総務省作成

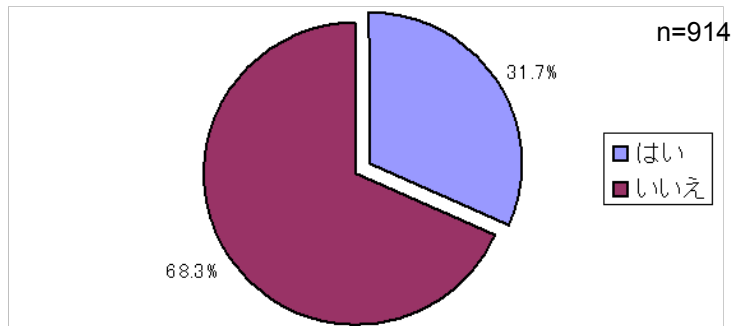
MNP制度導入以降の利用者動向



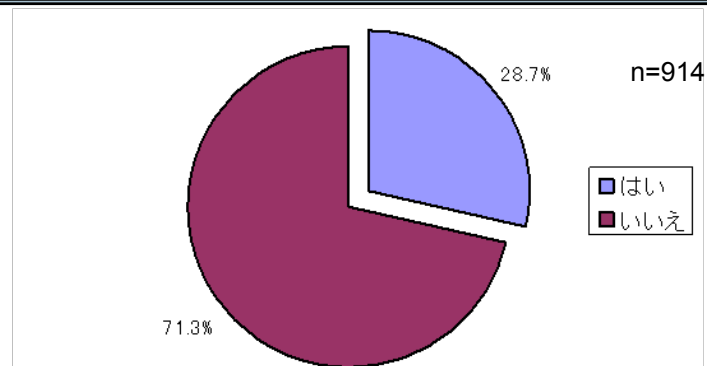
(注) MNP導入以降に携帯電話会社を変更していない利用者に対してその理由を調査(3つまで選択可)。

ポータブルなサービスへの利用意向

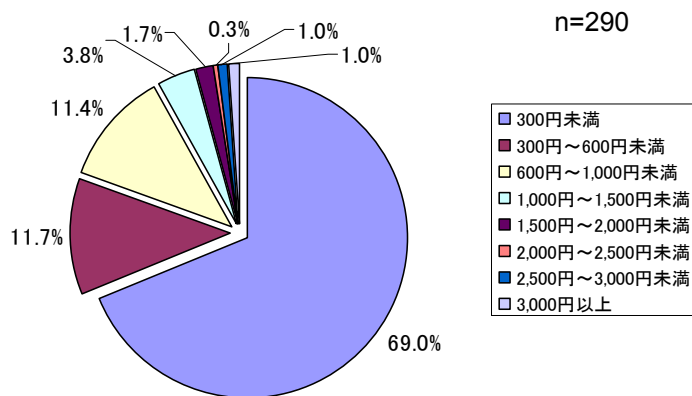
①メールアドレス(携帯電話会社以外のメールアドレス)の継続利用
に対する利用意向



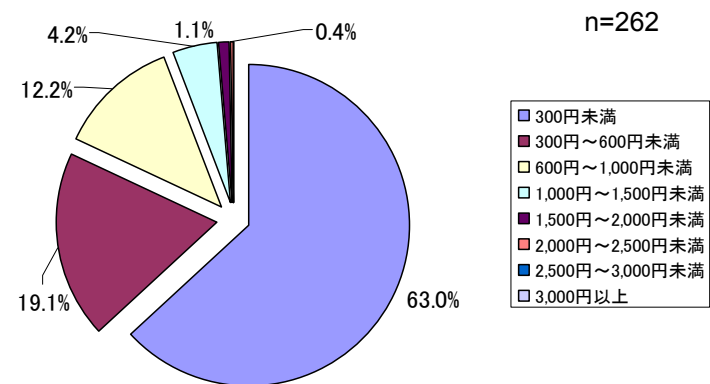
②ダウンロードしたコンテンツの継続利用
に対する利用意向



①メールアドレス(携帯電話会社以外のメールアドレス)の継続利用
に対する支払額



②ダウンロードしたコンテンツの継続利用
に対する支払額



(注) 一定の手数料等を支払えば、携帯電話会社を変更した場合において、以下のサービスが引き続き利用できるような仕組みがあった場合の利用意向を調査。

(出典) 電気通信事業分野における競争状況の評価2007“プラットフォーム機能が競争に及ぼす影響に関する分析(中間取りまとめ)”(07年2月)。

■通信プラットフォーム研究会における検討の経緯

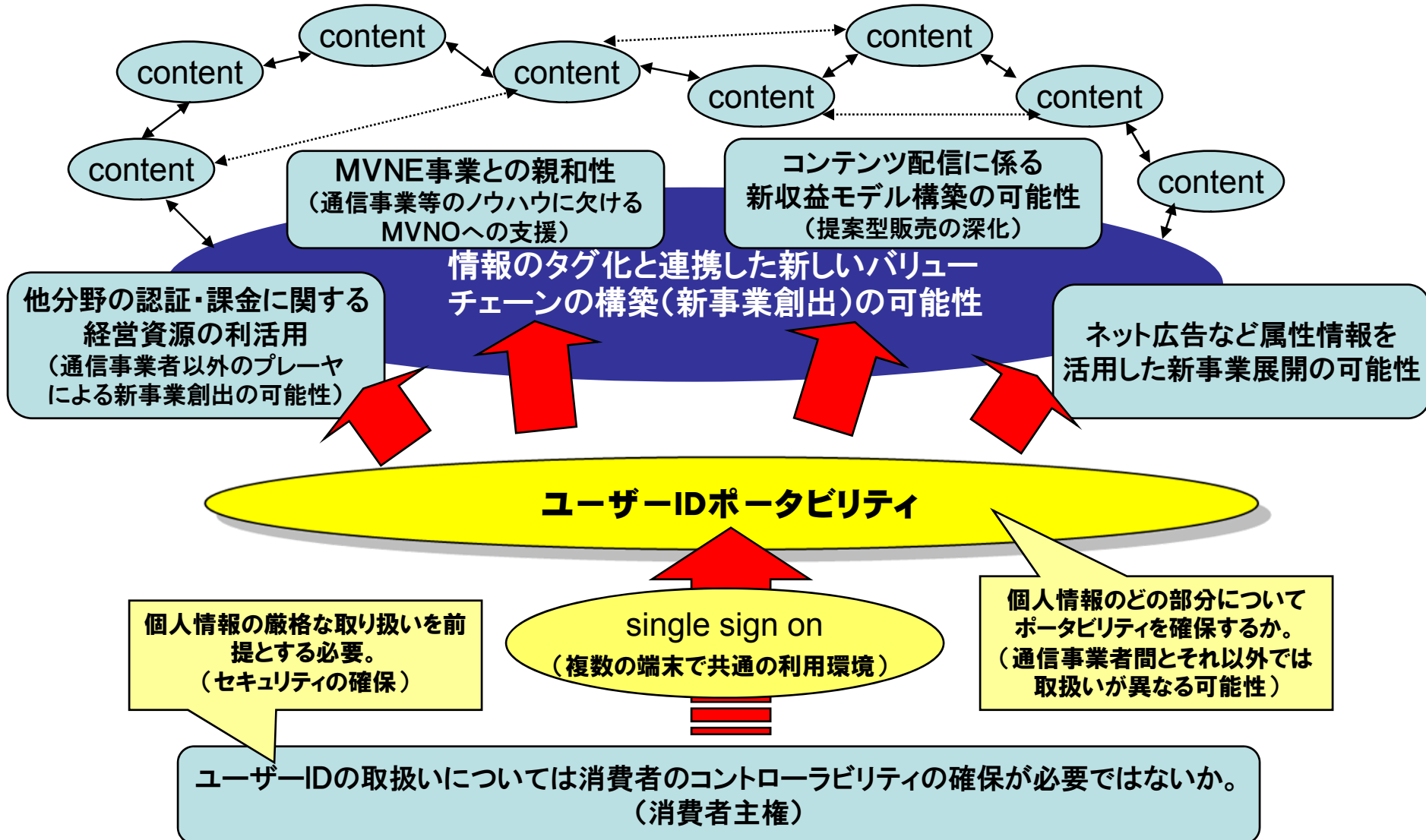
■プラットフォームに関連する市場環境等

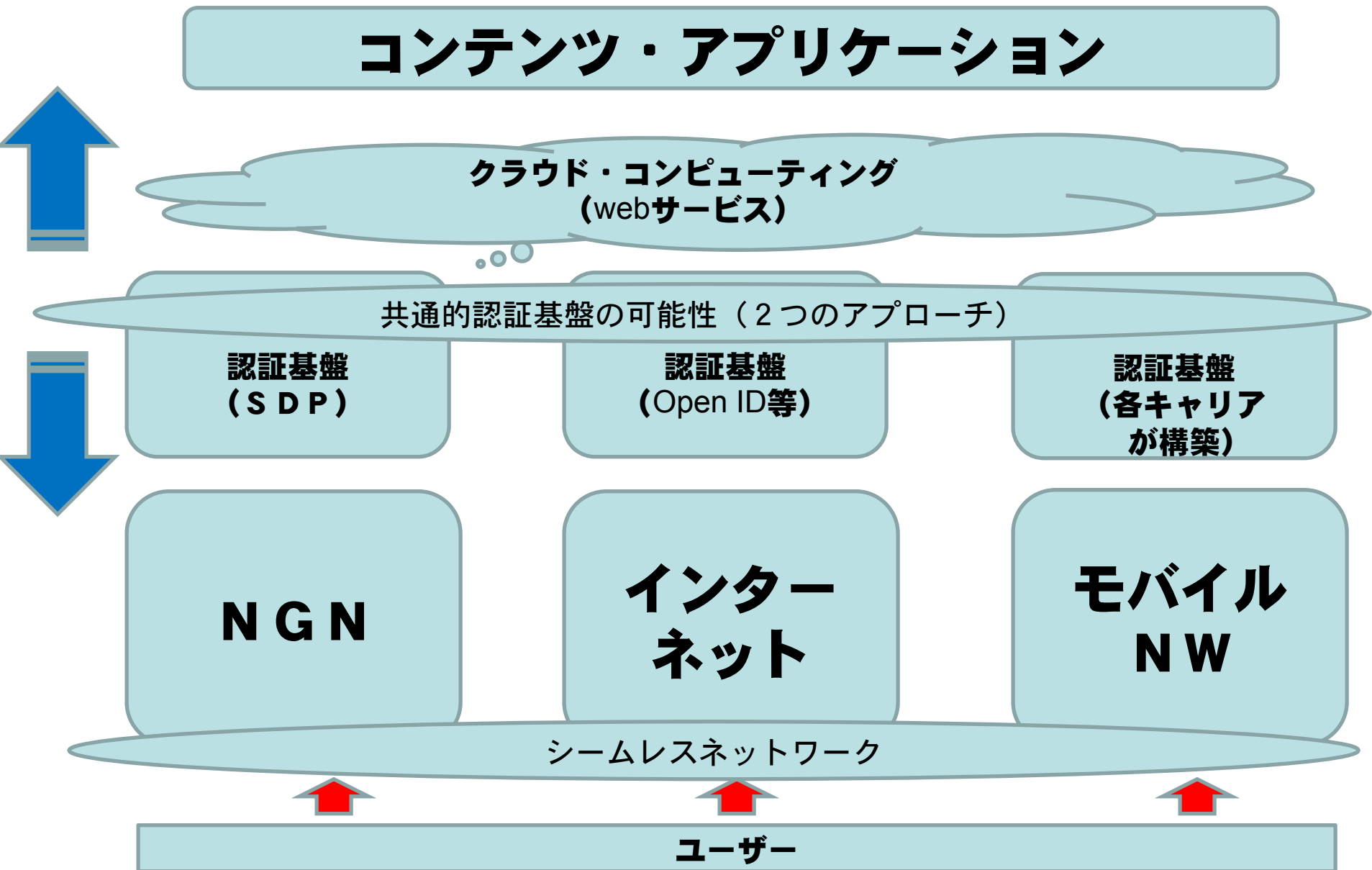
■モバイルビジネスにおける通信プラットフォームの多様化

■市場の統合化に対応した通信プラットフォーム

IDポータビリティの基本コンセプト(イメージ)

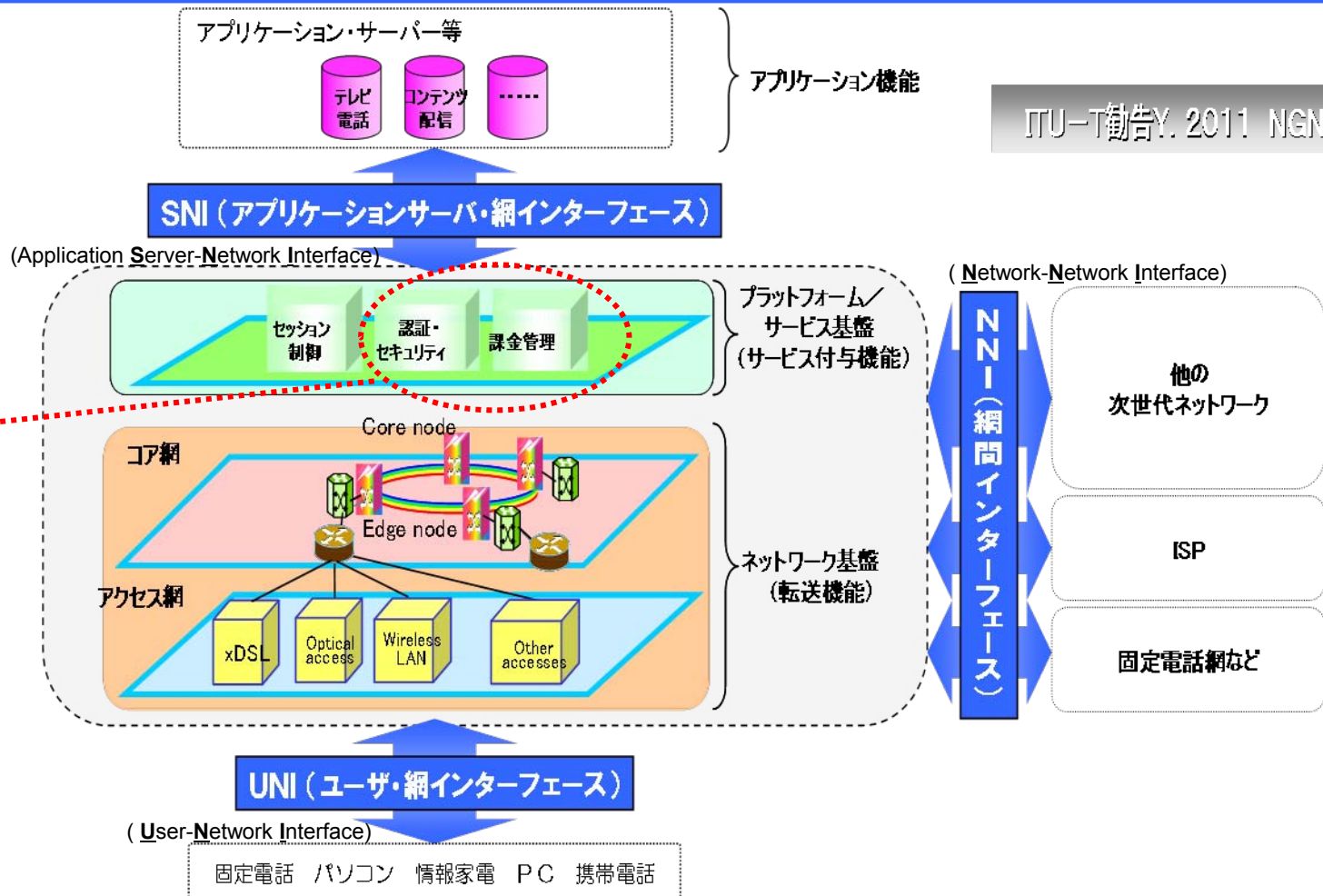
情報の関連性(タグ化)とユーザー属性のマッチングをより容易化することで付加価値性の高い事業が生まれる可能性。





次世代ネットワーク(NGN)の概要

- 次世代ネットワーク(NGN)は、現在の電話網に代わるオールIPネットワーク。電話網が有する高い信頼性とインターネットが有する柔軟性の両立を基本理念としている。各国の通信会社が構築を計画。
- NGNでは、通信会社が複数のクラス(「最優先/高優先/優先/ベストエフォート」等)ごとに通信品質を保證。安定的かつ安全な超高速ブロードバンドサービスを提供可能。
- NTT東西は、08年3月にNGNの商用サービスを開始。今後の我が国の通信網全体の中で基幹的な役割を果たすものになると見込まれている。



ITU-T勧告Y. 2011 NGNモデル

ネットワークの選択の自由

次世代ネットワーク

インターネット

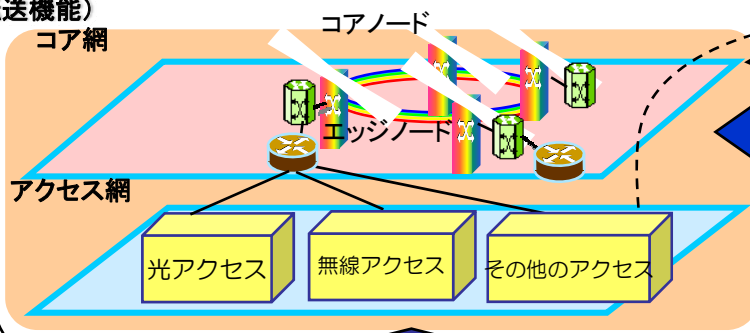
アプリケーション機能



プラットフォーム/サービス基盤
(サービス付与機能)



ネットワーク基盤
(転送機能)



連携

連携

連携

セキュリティや認証は
アプリケーション毎に
対応

Tier 1

IPIによる相互接続

ネットワーク品質
は網により異なる



パソコン



携帯電話



固定電話



テレビ



情報家電

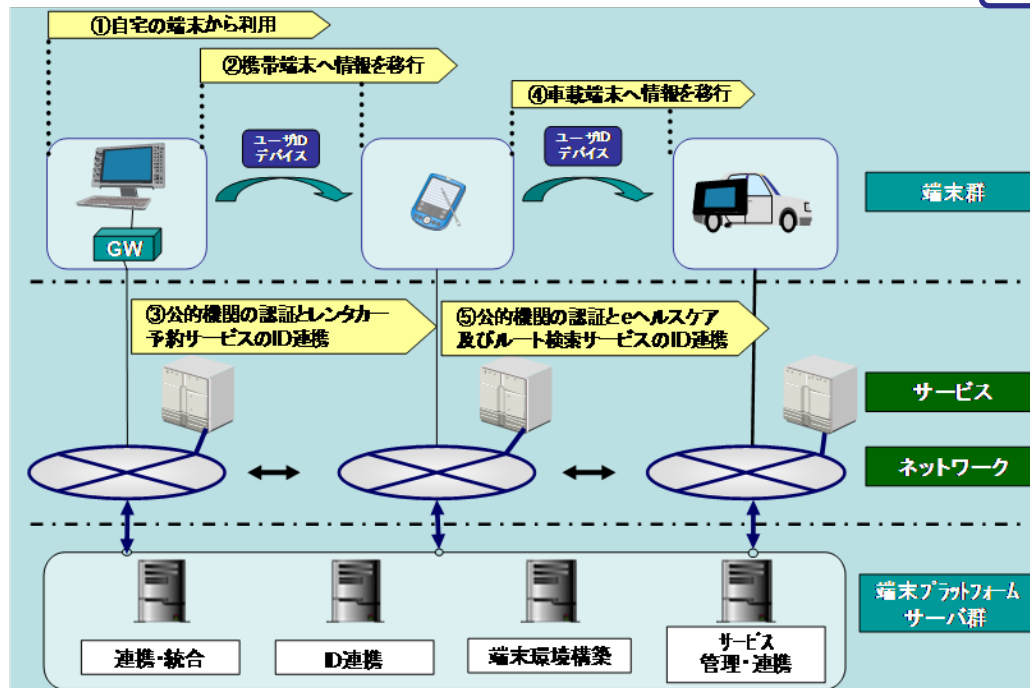
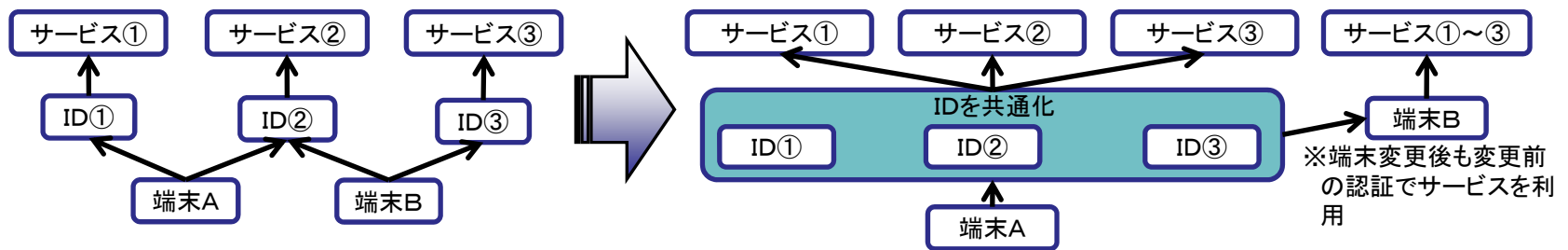
ユビキタスネットワーク

IDポータビリティ技術に関する研究開発・標準化等

IDポータビリティ技術に関する研究開発・標準化等については、「新世代ネットワーク基盤技術に関する研究開発」（08年度予算）の一環として具体化を図る。

（実施状況）「次世代ネットワーク基盤技術の研究開発」の一環として、08年8月に（独）情報通信研究機構より公募を行う予定。（08年度から3ヶ年計画）

（現在のID）→サービス毎に個別のID・認証



サービス例

- ①利用者が、自宅のPCから公的機関の電子サービスを利用
 - ②利用者は、移動時には、携帯端末で公的機関の電子サービスを継続して利用(*)
 - ③利用者は、公的機関の電子サービスで認証済のIDとの連携により、レンタカー予約サービスを利用。
 - ④利用者は、カーナビで公的機関の電子サービスを継続して利用(*)
 - ⑤利用者は、公的機関の電子サービスで認証済のIDとの連携によりeヘルスケアシステムを利用し、利用者の健康情報から病院へのルート検索サービスを利用。
- (*) 利用者はユーザIDデバイスを持ち歩き、ユーザIDデバイスによりユーザIDによる認証を行う。