

2000.9.19.

電気通信事業における競争政策の在り方に関する意見
—IT 革命に貢献する情報通信のビジョン—

元関西大学総合情報学部教授

高橋洋文

この 3 月まで関西大学総合情報学部で国際ネットワーク論を担当中に考えてきたことに基づき、所感の一端を小文に記しました。

1. 通信自由化の現状

99 年 7 月 1 日に NTT 再編成が行われ、持株会社 NTT の下、NTT 東日本・NTT 西日本・NTT コミュニケーションズの 3 大 100% 子会社、NTT ドコモ (持株比率 67.1%) や NTT データ (持株比率 54.2%) など多数の子会社・関連会社で構成される新生 NTT グループが発足した。

しかし、NTT 法 5 年後の見直し、10 年後の見直しの論議を経て 96 年 12 月に郵政省・NTT 間で合意された新体制は、90 年代に入って世界的に加速した自由化・競争の進展に遅れをとるものであった。

通信自由化初期の通信政策は、過去の遺産を引き継いだ巨大事業者 NTT、国際通信では KDD に対抗する新規参入事業者 NCC をいかに育成するかという点に力点が置かれていた。NTT および KDD の経営基盤を崩すことなく NCC を成長させるという課題を、政策当局は制度と行政指導を巧みに組み合わせて事業者をコントロールすることにより大きな摩擦を起こさずに達成した。NCC にとって脅威であったのは、NTT、KDD が本気で競争を挑んでくることだったが、政策当局はそれを押え込むことに成功した。日米通信摩擦のなかで準備された 1985 年体制だったが、NTT、KDD 以外に外国通信事業者が日本市場に参入して競争を挑むということは、想定されていなかった。需給調整と外資規制の下で事実上外資の参入は不可能にされていたのであった。

それが通信ニーズのグローバル化と WTO の枠組みによる 98 年通信自由化体制の下では、外資規制の撤廃 (NTT は 20% 未満) や国際公—専—公接続の自由化により現実に外国通信事業者が参入し、国際的に見て体力のない NCC は、適切な対応が取れなければ競争に敗れるか買収、提携の道を選ぶか厳しい選択を迫られるほど、競争は厳しいものになった。現にケーブル・アンド・ワイヤレス (C&W) は NTT と争って国際デジタル通信 (IDC) を子会社化し、日本テレコム (JT) はエイ・ティー・アンド・ティー (AT&T) およびプリティッシュ・テレコム (BT) と提携して両社のパートナーとなった。日本の通信企業の戦略的国際提携よりも欧米通信企業の日本進出の方が、誰の目にも明らかになった。

80 年代半ばにほぼ揃っていた米国・英国と日本の間の差がハッキリとついた。米国では 1970 年代からの競争導入政策の結果 84 年 1 月 1 日に AT&T 分割が行われ、競争事業者の成長とともに参入障壁の原則的撤廃 (Free for All) と相互接続ルールの整備を柱とする 96 年連邦通信法改正が行われた。英

国では7年間(82年7月-88年11月)の複占(第二電電はマーキュリーだけ)を経て、誰でもがどの分野にでも参入できる本格的競争時代を迎えた。

ところが日本では、公企業・独占が失敗だから私企業・競争にと言う臨調答申に基づいた通信自由化にもかかわらず、電気通信事業法の目的に効率化だけが掲げられ、リセール事業まで含むすべての通信が公益事業規制の対象とされた。行政裁量による市場細分化と公正報酬率規制によって企業家の意欲がそがれ、自由化時点でレート・リバランス(市内料金値上げと長距離料金値下げの同時実施)を行うことなく、NTT区域外通話料の値下げ源資を専ら合理化によるコスト減でまかなうこととしたため、コスト割れの市内料金と言う制度障壁が生まれてしまった。

2. 情報通信は転換期を迎えた

世紀の変わり目2000年1月は情報通信産業のビッグ・イベントで明けた。第一は、2大グローバル・キャリアーAT&TとBTの国際通信合併事業コンサート(Concert)のサービス開始、第二は、巨大携帯電話事業者ボーダフォン(Vodafone AirTouch:VOD)がマンネスマン(Mannesmann)通信部門を狙った史上最大の敵対的買収(Take Over Bid)、第三は、世界一のインターネット・サービス・プロバイダー(CSP)AOLのメディア最大手タイムワーナー(TimeWarner:TWX)買収である。

AT&T-BT国際通信合併は、テレコム・イタリア(TelIta)を買収し損なった米国AT&Tと許嫁MCIをワールドコム(WCOM)に奪われた英国BTとの、優つた者同士が提携して一年半、年商70億ドルのベンチャーだが、グローバル企業270社の国際企業情報ネットワーク運営から始めて、AT&TとBTが世界で5-6社しか残らないとされるグローバル・キャリアーへ生き残るための核と目される。

英国VODのドイツマンネスマンTOBは2月3日に友好的株式交換による買収に変わり、株価総額1,800億ユーロ、加入数4,000万を超える世界一のモバイル・キャリアーの誕生が合意された。合併手続は4月12日に完了し、合併会社は7月28日に新社名をVodafoneに改めた。TOB戦に破れた大鉄鋼メーカーマンネスマンは、4月17日に非通信事業をシーメンス(Siemens)とボッシュ(Bosch)に売却して、名門100年の歴史を閉じた。

AOLとTWXはインターネット・ベンチャーとメディア/コンテンツ企業の株式交換対等合併と発表されたが、98年売上高48億ドル、従業員数12,100名の比較的小さなAOLが、98年売上高268億ドル、従業員数67,500名の巨大メディアTWXを買収できたのはTWXの株価総額835億ドルを遥かに上回るAOLの株価総額1,632億ドルであった。

こうした巨大M&Aの背景には、情報通信の世界における90年代の三大変化、①グローバル情報経済化、②ネットワーク技術革新、③デジタル化に伴うメディア革命の進行と、「ニューエコノミー論」の登場や株主価値(株価総

額)重視の経営がある。

グローバル情報経済化とは、第二次世界大戦後 GATT 体制のなかで製品貿易、直接投資、サービス貿易が伸び、ヒト、モノ、カネ、情報の流れが逐次増大してきたのが、冷戦終了後の 90 年代において国境を超える経済へと発展し、世界を一つの市場とみて活動する企業が急速に増えてきた変化を言う。情報通信ネットワークがグローバル経済を支え、グローバル経済が情報通信ネットワークの発展を促す相互作用の過程で、グローバル情報経済化は進展する。

ネットワーク技術革新はインターネットの変容・普遍化と移動通信との融合を言う。インターネットは 1960 年代後半に米国の軍事研究で生まれたが、商用開放(91年)とハイパーテキストシステム(WWW)/グラフィカル・ユーザ・インタフェース(GUI)技術導入(93年)を機に利用が急増、適用範囲が拡大し、94年初めからの約1000日間に大化けした。次いで同じく爆発的に普及する携帯電話や小型情報端末と融合してモバイル・インターネットが始まり、今や固定網と移動網の融合、全ての情報をバケットにして送る IP ネットワークが通信網の未来形と考えられている。

デジタル化に伴うメディア革命は、新聞、出版・印刷、放送、AV(音楽・写真・映画・ビデオなどのオーディオ・ビジュアル・メディア)などのマスメディアが、デジタル技術と社会の相互作用過程のなかで変容して行くことを言う。1970年代から電子新聞、電子出版、放送多チャンネル化・双方向化などが取り込まれてきたが、伝統的メディアとインターネットとの共存や競争が今始まろうとしている。

「ニューエコノミー論」とは 80 年代に不調だった米国の 90 年代における持続的成長、特に最近の年率 4% を超える高成長、2% 以下の物価上昇 4.1% の低失業率などは、インターネットが主導する新しい経済が台頭しているからだと言う仮説である。支持派はインターネットないしデジタル技術が経済成長と雇用の鍵を握ると主張し、これを「証明できない」とする懐疑派も、米国で生産性が向上し始めた 1995 年頃とインターネット普及の時期が重なる「事実を認める」。ヨーロッパではダイナミックで競争的な経済に移行するための情報通信技術(Information and Communications Technology: IT)活用策が検討され、2000年3月に e Europe 構想の戦略目標が合意され、6月の EU 首脳会議で e Europe 行動計画が承認された。

株主価値重視の経営とは、従来から行われてきた企業の変化対応・新成長分野獲得手段としての合併・買収(Merger and Acquisition: M&A)、不採算部門の分離・分割(Divestiture)が、90年代に入って「規模の経済」と「範囲の経済」を同時に追求して活発になり、ライバル企業間の国境・業際を越えた戦略的提携の意義が高まるなかで、米国を中心に株式交換による M&A が盛んになり、時価総額(終値×上場株数=その企業の時価)が業績上重要視されるようになったことを言う。不完全な評価手段だが、過去の実績と将来の期待が株価に反映するので、国際的 M&A&D の検討に有用な尺度である。

3. 情報通信産業の未来像

筆者はかつて財情報通信総合研究所の情報通信ハンドブック'99年版の作成に協力して次のように書いた。

「デジタル時代に向けインターネットはネットワーク・デザインを変え、電話の仕組みを変え、企業間通信を変え、人々の生活を変え、すべてを変えつつある。伝統的な電気通信とインターネットの競合、相互乗り入れ、融合が始まった今日のインターネットビジネスを情報通信産業構造図へ表現しようとする、全域にわたり各産業と重複する書き方になる。」(図1 情報通信産業の構造参照)

実際コンテンツと言うとマスメディアの伝える報道・教養/教育情報や娯楽情報が意識されるが、企業内で処理・蓄積され企業内・企業間に流通するビジネス情報の方が量的に多く、質的に重要である。現在約44兆円に達する日本の情報通信産業の内訳を見れば、電気通信サービス産業約13兆円の大部分は家庭用で(電話加入数住宅用比率72%、トラフィック住宅発信67%)、放送サービス産業の約3.5兆円と情報メディア産業の約6兆円も家庭寄り、情報サービス産業の約10兆円と情報通信機器産業の約11兆円がビジネスと家庭用に分かれ、全体としてはホーム分野がビジネス分野をおさえている(表1 情報通信産業の規模参照)。しかし、今や四半世紀の歴史を持つ企業情報通信網にIPネットワークとウェブコンピューティングが導入されつつあり、インターネット経由の電子商取引の市場規模では、企業間(B2B)市場が企業消費者間(B2C)市場より桁違いに大きい。L.M.ガースナーIBM会長は「いま目覚ましいインターネット・ベンチャーは嵐の前の蜚みたいなもの」「インターネットの嵐は、いま動いている何千何万の組織がeビジネスの特徴をつかみ、インターネット使って自らを変える時に来る。それが本当のインターネット革命だ」と述べた。Eコマース、IT革命の意義が強調される所以である。

では、情報通信産業の未来像は具体的にはどうなるのか。世界の情報通信産業の主なプレーヤーを図示すれば、図2「21世紀初頭の情報通信産業」のとおりだが、未来に向け最も激しく挑戦しているのは、図の方より中央の、新規ビジネス群で、ISP、Portal Site、ASP(Application Services Provider)と次々に生まれるのもここであり、全体に企業名はM&A&Dにより頻繁に変わっていく。コンテンツ・パッケージ(Content Packager)も、6大監査法人の一つアーンスト&ヤングが「ネットワーク化社会—新しい戦いに勝利するため」報告書で示した新語で、情報と顧客のバリューチェーンにおいて溢れる情報をユーザのため、集め取捨選択して簡素な形で効率的に提供するゲートキーパーを指す。コンテンツ・パッケージはコンテンツ・情報サービス・コミュニケーションを統合するが、コンテンツ・プロバイダーでも通信屋でもないと言う。

技術革新のマクロ・トレンドは伝送路のブロードバンド化と端末の多様化だが、文化の違う通信/放送/情報処理/情報メディアの融合なので、予め描けるビジョンは多種多様で、結果はできてみないと分からない。予測は絶えず裏切ら

れる。例えば、エコノミストの記事『The Failure of new media』(The Economist (Aug.18,2000))によれば、最近までインターネットは21世紀のメディアとして期待されていたが、当面デジタル娯楽メディアはものにならない、音楽やテキストの伝送に適したもののビデオはケーブル企業の対応遅れにより立ち上がらない、メディア企業はネットワーク化から退くか無駄に金を注ぎ込むかしかないとある。蒔かぬ種は生えぬ、リスクだと観望し一番手になり損なうと参入できないと言う世界である。

結局、階層化された企業社会がフラットになり、コミュニケーション・チャンネルが飛躍的に増える、ビジネス・プロセスとツールが同時に変貌する過程なので、将来像はおおざっぱに描くしかない(図3 情報通信業界の変化参照)。

4. 競争政策について考える

言うまでもなく通信政策の基幹は、国民によりよいサービスをより安く提供するという目的に照らして、市場メカニズムの働くところでは規制は後ろに引いて競争を促進し、市場メカニズムの働かないところではそれに代わる適切な措置を講ずることである。適切な措置が未解決な懸案としては、ユニバーサルサービスの問題が最大であろう。市場競争に中立的なユニバーサルサービス制度を確立すべき時期に来ている。

大切なことは利用者本位の政策を開発し実施することである。国際標準化の重要性は関係者に浸透しているが、iモードの成功の発端は通信側でブラウザー言語を創造することなく、ユーザであるコンテンツ・プロバイダー側のデファクト標準、HTMLをに採用したことにあると認識すべきである。Pネットワーク化、モバイル・インターネット、デジタル・メディア革命の時代には、ユーザが端末、伝送路、情報装置などを選択して使うため、プロバイダーはシステムやサービスを要素、装置、部品などに分解して提供しなければならない。このようなアンバンドリング型標準化に適切な対応する必要がある。

次に大切なことは、国内の狭い視野からグローバルな広い視野に移ることである。実行される政策・規制は国際的ルールにのっとり、国際的に是認されるものでなければならない。世界市場における日本の事業者のプレゼンスを高めるため、日本市場が国際的ルールにのっとり開放されていなければならない。

内外を問わず国際的ルールにのっとり競争を促進することが、国民の利益を最大化することになる。ただし、欧米主導で形成されることの多いグローバル・スタンダードが、常に適正であるとは言えない。自国の特殊事情により別のルールを制度化しなければならない場合もあるが、きちんとした説明責任は果たす必要がある。

ユーザーの情報通信システム自体または情報通信の利用形態がグローバル化することは、取り引きやコミュニケーションのグローバル化に伴う必然であり、内外シームレスなサービスが実現されなければならない。ワンストップショッピング、ワンストップビリング、国内・国際統合割引サービスなどは実現した

が、サービス利用電話番号の統一などはまだ実現されず、ローカルアクセスが統合サービスに含まれないケースがある。相互接続、サービス再販、業務委託など事業者のサービス提供の自由を制約するの諸制度の見直しによりユーザーの利便が向上し、市場の拡大につながることを期待される。

民営化されて15年経つものの、NTTは今もなお政府持株比率59%の民営化途上会社である。政府持株比率20%の歯止めは通信主権への配慮とされるが、国の安全保障上通信分野で必要な措置は考究するとして、NTT政府持株は早期に売却されるべきである。現行持株会社方式によるNTTグループの運営によってユーザーと株主の利益がいかに増進されるか、実績を確認したうえでNTTの再々編成は論議されるべきである。政府持株を維持したまま経営者の専断事項である資本分割を検討することはフェアではない。

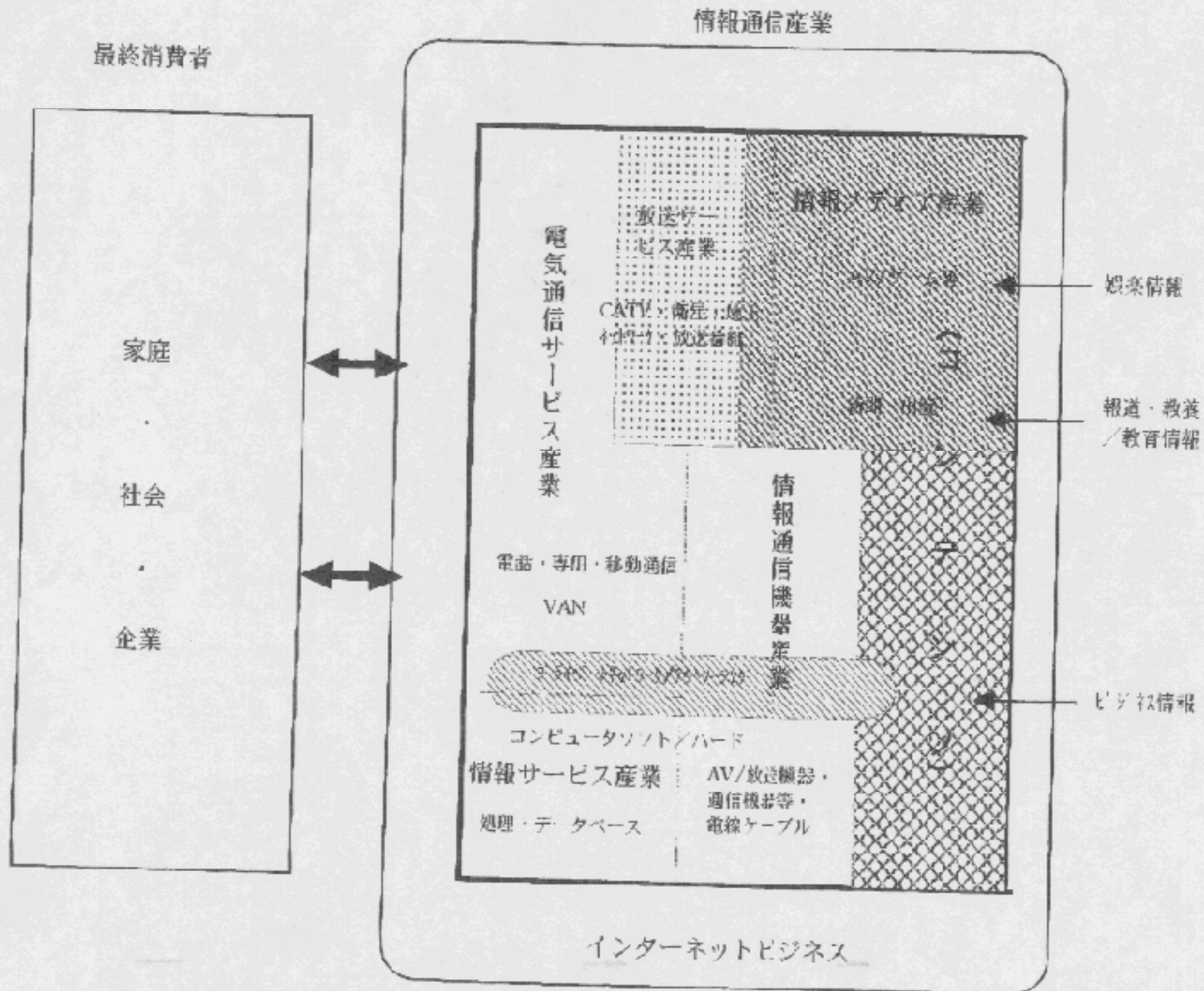
株価重視の経営においては企業のランクは絶えず変動する。米国の経済誌ビジネスウィークの『世界で一番価値のある1000社 The Most Valuable Companies: Global 1000』(Business Week July 10, 2000)によれば、2000年5月末現在世界一の通信企業英国のVODを始めとして欧州勢の躍進と米国勢の後退のなかで、NTTドコモは第2位、NTTは第4位を占めており、現在も同様である(表2世界の情報通信サービスプロバイダーTop20参照)。NTTはこのランクを生かして日本のIT革命に貢献すべきである。

ただし独禁規制の視点による競争政策の枠組みは見直さなければならない。情報通信の全分野を民間セクターと市場メカニズムに委ねた場合、企業を経済的に制約する基本は独禁規制にはほからない。通信自由化当時、競争の枠組みとして電気通信事業には事業法のほかに独占禁止法が二重に適用されることになったが、郵政省は、「独禁法はいわば競争状態から独占状態への変化の抑制を前提にして作られており、その逆即ち完全独占状態から競争状態を作り出すことを主たる課題として制定されているものとは考え難い」と言う立場をとり、市場機能の維持を図る政策規準概念の具体化をなおざりにした。本来、有効競争とは、経済学上の理想である「完全競争」は現実には到達し得ないので、競争が有効に働いているか否かを、市場構造・市場行動・市場成果の10数項目の基準で判断しようと言う概念であり、いわば「透明性」の判断基準と言って良い。グローバル化時代を迎え、独禁規制の国際的調和がますます重要である。

最近の日本では先の見通しのなさや行き詰まり感が少なくないが、情報通信セクターは成長分野であり、情報通信サービスプロバイダーには未来を切り開く責任がある。コミュニケーションズ・ウィーク・インターナショナルの記事『日本がトップ Japan tops OECD listings』(CWI No.250 Sept.2000)によれば、「OECD科学技術展望2000」における分析で日本は電気通信の生産性が世界一だと言う。

我々は国際競争力に自信をもってIT革命に取り組んで行くべきである。

図1 情報通信産業の構造



4

表1 情報通信産業の規模

(単位億円)

年度/暦年	1994	1995	1996	1997	1998	1999
電気通信サービス	85,275	94,254	110,310	120,488	125,398	132,519
固定網(第一種)	56,917	70,832	73,713	72,089	69,011	70,539
移動網(第一種)	11,462	17,229	29,098	40,209	45,700	54,001
第二種	6,896	6,193	7,499	8,190	9,687	10,859
放送サービス	28,048	29,650	31,970	33,236	33,931	34,699
公共放送	5,651	5,717	5,876	5,129	5,259	5,334
民間放送	21,411	22,807	24,684	25,463	25,741	26,121
CATV	984	1,126	1,410	1,544	1,931	2,244
情報サービス	61,770	83,622	71,435	75,880	98,006	101,501
情報メディア	58,993	60,308	61,976	62,254	61,843	60,180
情報通信機器	106,926	108,162	124,489	132,010	117,468	113,453
通信機器	27,493	31,108	42,147	43,186	37,512	37,539
放送機器	28,792	25,095	22,851	23,185	21,692	21,206
電算機等	50,641	51,959	59,491	65,638	68,264	64,703
電線ケーブル業	1,174	1,186	1,212	1,109	952	892
合計	342,184	356,182	401,393	424,977	437,598	443,134

(注) 1. 電気通信サービス・放送サービス・電線ケーブルは年度で他は暦年。94-98は実績、99は情報通信総合研究所推定値。

2. 電気通信サービス第一種は役務別収益で付帯事業収入を含まない。第二種は売上高

3. 情報メディアは新聞・出版・映画・映像ソフト・音楽ソフトで放送を含まない。

4. 情報通信機器は民生用電子機械器具・通信機器および無線応用装置・電子計算機及び関連装置で構成し、X線/超音波等応用装置・電気計測器・事務用機械・通信電子装置の部品および付属品を含まない。

5. 電線ケーブル業は通信用内需に限る。

出所 郵政省「通信白書」「第一種電気通信事業の動向」「一般放送事業者の収支状況」「ケーブルテレビの最近の動向」、通産省「特定サービス産業実態調査報告」、日本電子工業振興協会「電子工業統計月報」、日本電線工業会「電線時報」、日本新聞協会推計調査、出版年鑑、情報メディア白書などにより作成された情報通信ハンドブック2001の表を修正。

図2 21世紀初頭の情報通信産業

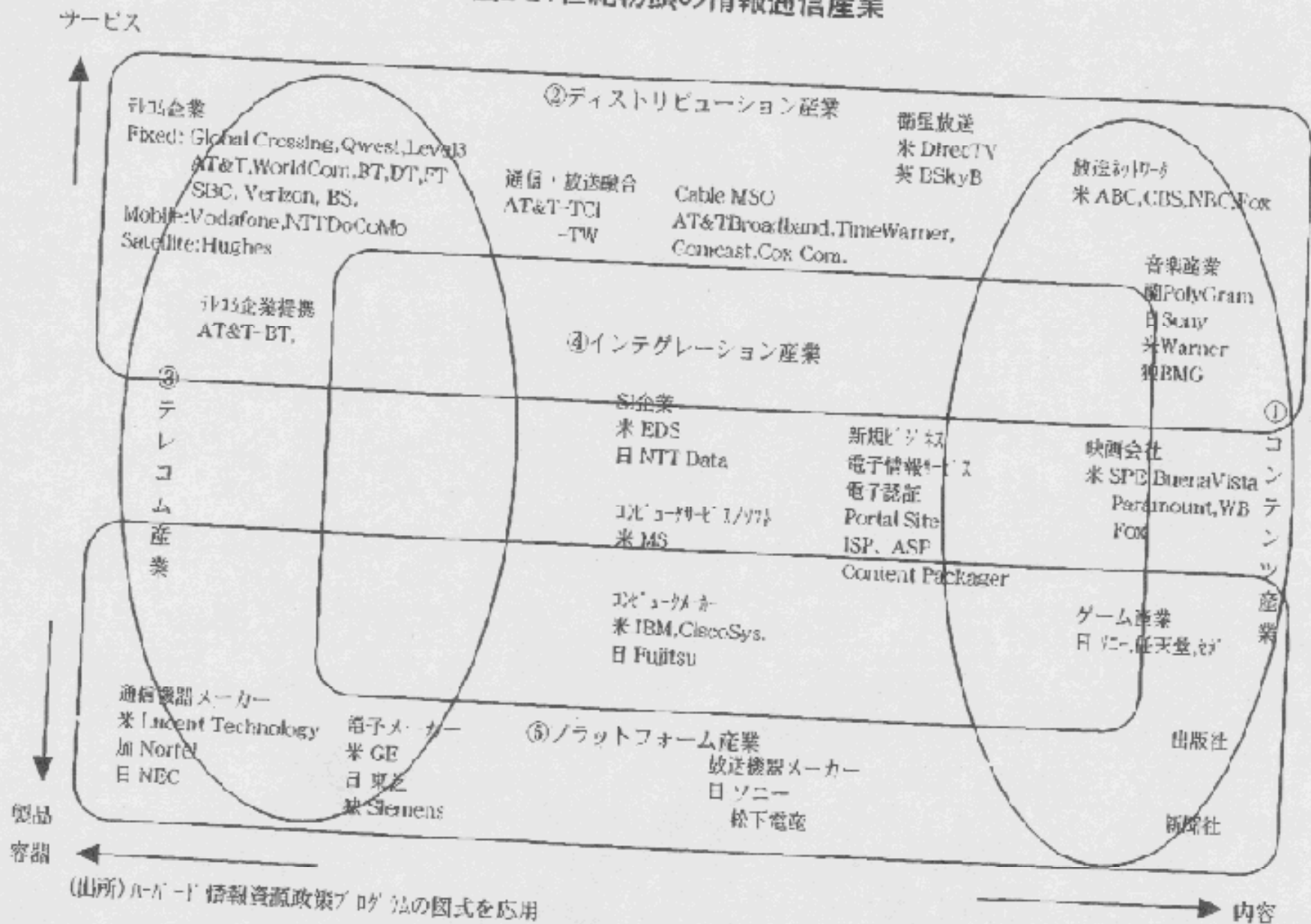
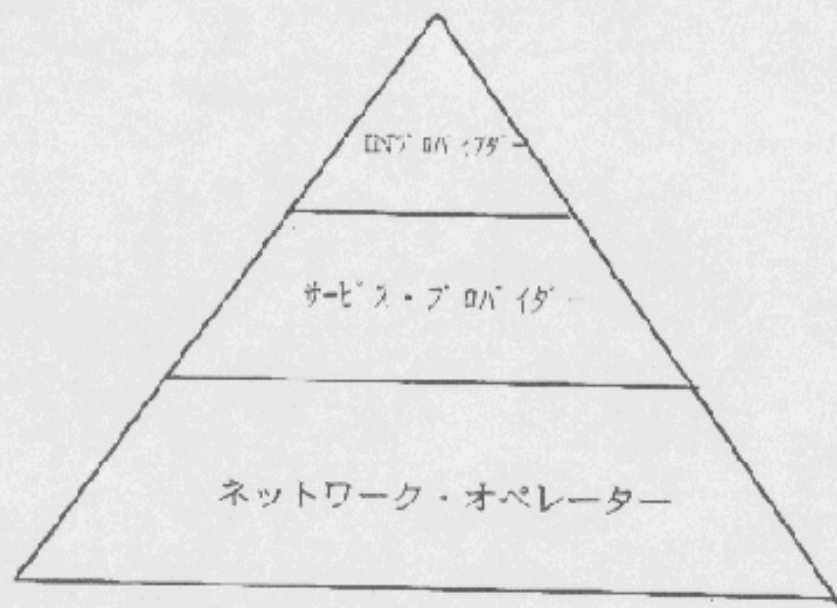
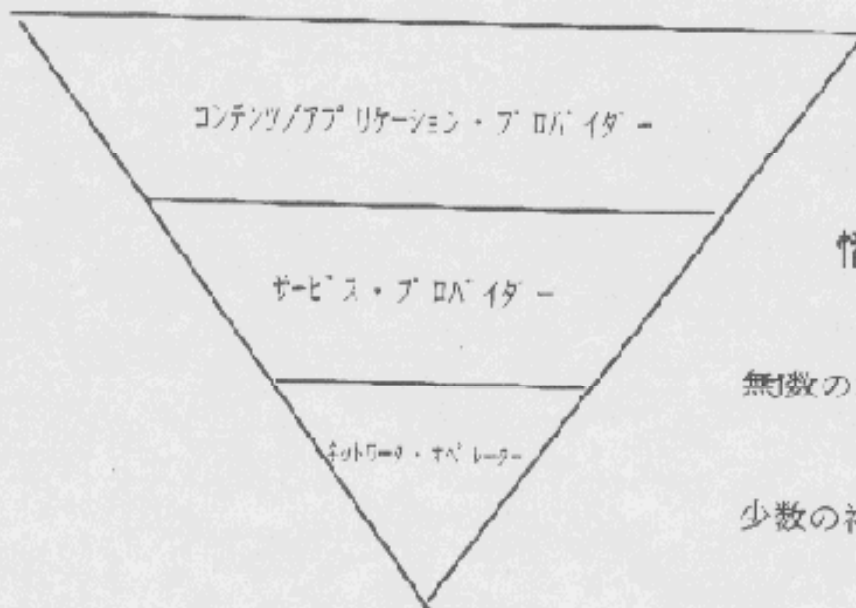


図3 情報通信業界の変化



情報通信業界の今日

少数のアプリケーション・プロバイダー
多数のネットワーク・オペレーター



情報通信業界の将来

無数のコンテンツ/アプリケーション・プロバイダー
少数のネットワーク・オペレーター

表2 世界の情報通信サービス企業 -Top20(2000年9月現在)

単位: 億ドル

順位	企業名	2000.9.15.現在		2000.5.31.現在	
		国	時価総額	順位	時価総額
1.	NTT DoCoMo	日	2,526	2	2,472
2.	AOL(AOL-Time Warner)	米	2,325	3	2,254
3.	Vodafone	英	2,285	1	2,779
4.	NIT	日	1,818	4	1,891
5.	SBC Communications	米	1,500	7	1,490
6.	AI&I	米	1,211	6	1,519
7.	Verizon Communications	米	1,186	9	1,435
8.	Deutsche Telekom	独	1,121	5	1,872
9.	France Telecom	仏	1,114	8	1,487
10.	China Mobile	中国	959	11	#1,018
11.	WorldCom	米	846	10	1,075
12.	Telecom Italia	伊	842	14	852
13.	Qwest Comm. Int'l	米	786	16	694
14.	British Telecommunications	英	745	13	937
15.	BellSouth	米	698	15	829
16.	Telefonica	西	681	17	666
17.	Sprint Group	米	667	12	982
18.	Telstra	豪	440	18	499
19.	Telefonos de Mexico	墨	422	19	364
20.	Nestel	米	387	20	346

(出所)6月末はBusiness Week(July 10, 2Y)、*と9月はYahoo-Finance

(注)1. 企業名りは合意されたM&Aを示し、時価総額は平均計算。

2. China MobileはChina Telecom(HK)の改称。