

別添

# 電気通信事業分野における競争状況の評価 2010 (案)

平成23年7月

## 「電気通信事業分野における競争状況の評価2010」(概要)

### 1. 評価の目的・内容

- (1) 総務省では、通信市場の競争状況の評価・分析し、政策展開に反映するため、「電気通信事業分野における競争状況の評価」(以下「競争評価」という。)を03年度から実施している。
- (2) 競争評価は、評価の中期的な指針である「電気通信事業分野における競争状況の評価に関する基本方針」及び、年度毎の方針である「電気通信事業分野における競争評価に関する実施細目」を踏まえて需要側及び供給側から情報を収集し、当該情報を元に評価対象となる市場の範囲を決定する「市場画定」を行った上で、市場の競争状況を分析し、市場支配力を有する事業者の有無等、市場に関する評価結果をまとめるものである。  
また、06年度からは、「固定電話」、「移動体通信」、「インターネット接続」及び「法人向けネットワークサービス」の4領域を「定点的評価」と位置づけて毎年度定点観測するとともに、新たに「戦略的評価」を創設し、政策的ニーズや関心の高いテーマに焦点を当てた分析に取り組んできている。
- (3) なお、10年度の戦略的評価のテーマとしては、09年度の戦略的評価「電気通信サービスに係る消費者選好の変化に関する経時的分析」においてFTTHと3G携帯電話の関係について考察したのに引き続き、近年、スマートフォン、タブレットPCといった新たな携帯端末が市場において注目され始めたことを踏まえ、「携帯電話端末、スマートフォン、タブレットPCの需要代替性の調査」を取り上げている。

### 2. 本報告書の構成

- (1) はじめに、第1編(I~IV)において、定点的評価の対象である「固定電話」、「移動体通信」、「インターネット接続」、「法人向けネットワークサービス」の各領域について定点的評価を実施し、各市場の競争状況に関して市場支配力の評価を行っている。
- (2) 次に、第2編において上述のテーマによる戦略的評価の結果をまとめている。
- (3) 最後に、本年度(10年度)は、第3編において近年の情報通信技術(ICT)を巡る技術革新やビジネスモデルの多様化も踏まえ、来年度(11年

度)以降の競争評価の在り方について検討を行っている。

### 3. 定点的評価のポイント

(1) 今年度の定点的評価のポイントを別表にまとめている。表中の数字は、法人向けネットワークサービス領域の専用サービスのみ10年3月末、その他は11年3月末のものである。詳細な分析及び評価結果については第1編を参照ありたい。

(2) なお、分析及び評価に当たってはHHI(ハーフィンダール・ハーシュマン指数: Herfindahl-Hirschman Index)を主な指標の一つとして考慮しているが、HHIは、市場の独占度合いを測定する指標の一つであり、各事業者が市場で有するシェアを自乗し、それを加算して算出する。

そのため、HHIはシェアの大きな事業者のシェア変動が大きく影響する。逆に、小さな事業者のシェア変動の影響は小さく、小規模な事業者の情報を欠いても指標の有効性が損なわれにくいという特長がある。

また、HHIは、0(完全競争)~10000(完全独占)の値をとり、10000に近づくほど市場集中度が高いことを示す指数である。

この指数の評価については、EU(欧州連合)の競争総局では、企業合併の際にHHIが1000未満であれば競争上の問題がない可能性が高いと判断される。また、米国の司法省と連邦取引委員会は、企業合併後のHHIが①1000未満は非集中、②1000以上1800未満は中位集中、③1800以上は高度集中との基準を設定している。

(3) 一方、日本の公正取引委員会が公表している「企業結合審査における独占禁止法の運用指針」(11年6月改定)では、企業合併後のシェアが10%以下又はHHIが2500以下の場合(かつシェアが25%以下の場合)は「競争を実質的に制限することとなるとは通常考えられない」、HHIが2500以下の場合(かつ市場シェアが35%以下の場合)は「競争を実質的に制限することとなるおそれは小さいと通常考えられる」としている<sup>1</sup>。

なお、HHI及びシェアが一定水準以下の場合には競争を制限するおそれが小さいということを示しているのであって、HHI及びシェアが一定水準以上であることが必ずしも競争を制限していることを意味するものではなく、規模のメリット等も含めケースバイケースで判断する必要がある。

(4) これらを参考値とすれば、通信サービスは寡占的な市場が大半を占める

<sup>1</sup>水平型企業結合の場合、ここで引用している垂直型企業結合の場合とは異なる基準となっている。

と解釈することができる。特に、固定電話、中継電話（県外）、050-IP電話<sup>2</sup>、移動体通信、FTTH、ADSL、専用サービスでは、HHIが3000を超えており、集中度が非常に高いと言える。また、中でもFTTHは市場が拡大する傾向にあると同時に集中度が高まる傾向を見せている点が特徴的である。

NTTグループのシェアは、050-IP電話、移動体通信、ADSL、CATVインターネット、ISPを除きいずれも5割を超えている。

---

<sup>2</sup> 050-IP電話とは、地理的属性とは無関係の050番号を指定されたIP電話であり、0ABJ-IP電話ほどの品質等は担保されていないが、主にインターネット接続の付加サービスとして低廉な価格で提供されている。

# 定点的評価のポイント

※表中の矢印は対前年度比の増減を表す（シェアについては1ポイント、HHIについては100で上下を表している。）。

別表

領域	画定市場 (部分市場を含む)	主要指標の分析		競争状況の評価結果		
		NTTグループのシェア 市場集中度(HHI)	その他の勘案要素	市場支配力の存在	市場支配力の行使	
				今後の留意事項		
固定電話	固定電話 (NTT加入電話、直収電話、CATV電話、OABJ-IP電話)	80.8% ↓ 6643 ↓	<ul style="list-style-type: none"> <li>契約数が全体で減少傾向にある中、OABJ-IP電話は増加傾向。</li> <li>NTT東西のシェアは減少傾向にあるが依然として高いシェアで推移。</li> <li>NTT東西は不可欠設備も保有し、市場支配力を行使しうる地位にあるが、第一種指定電気通信設備に係る規制等の存在により市場支配力を行使する可能性は低い。</li> <li>ただし、ブロードバンド市場へのレバレッジの懸念がある。</li> </ul>	◎(単独)	△(レバレッジ懸念)	
	中継電話	市内	74.2% ↓ 2228 ↓	<ul style="list-style-type: none"> <li>全ての区分において契約数及びNTTグループのシェアとも減少傾向。</li> <li>シェアの高さから、NTTグループは単独又は協調による市場支配力を有するものの、市場自体が縮小傾向にあり、行使する可能性は低い。</li> </ul>	○(単独・協調)	×(低)
		県内市外	72.7% → 2134 ↓		今後、市場の縮小が予想され、将来的には本市場の評価の必要性も含めて検討が必要。	
		県外	71.9% → 3278 ↓			
国際		66.5% → 2715 ↓				
050-IP電話	37.9% ↑ 3182 →	<ul style="list-style-type: none"> <li>利用番号数はここ数年間減少傾向にある中、上位3社シェア、HHIは依然として高い。</li> <li>上位各3社のシェアが接近しており、複数事業者が協調的寡占体制の下で市場支配力を行使し得る地位にある。</li> <li>市場自体が縮小傾向にあり、市場支配力を行使する可能性は低い。</li> </ul>	△(協調のみ)	×(低)		
移動体	携帯電話・PHS	47.1% ↓ 3386 →	<ul style="list-style-type: none"> <li>契約数は増加傾向にある中、NTTドコモのシェアは依然として高い。</li> <li>上位3社シェアも極めて高く、複数事業者が協調的寡占体制の下で市場支配力を行使し得る地位にある。</li> <li>ただし、第二種指定電気通信設備に係る規制の存在やスマートフォン等の新しい端末やサービスの導入等による競争的な市場環境により、市場支配力を行使する可能性は低い。</li> </ul>	○(単独・協調)	×(低)	
		無線のブロードバンド化、ビジネスモデルの多様化等を踏まえ、通信レイヤー以外のレイヤーの動向把握が必要。				
インターネット	ブロードバンド	52.5% ↑ 2994 →	<ul style="list-style-type: none"> <li>契約数は増加傾向にある中、NTT東西と他社とのシェア差は依然として大きい。</li> <li>設備面でもNTT東西のシェアは高く、単独で支配力を行使し得る地位にある。</li> <li>NTT東西による固定電話市場からのレバレッジの懸念等がある。</li> </ul>	○(単独・協調)	△(レバレッジ懸念)	
		FTTH	74.4% → 5703 ↓	<ul style="list-style-type: none"> <li>契約数は増加傾向にある中、NTT東西が高いシェアを維持。</li> <li>NTT東西は設備面のシェアも高く、単独で市場支配力を行使し得る地位にある。</li> <li>ただし、第一種指定電気通信設備に係る規制やCATVインターネットからの競争圧力、今後の移動系との競争等から、市場支配力を行使する可能性は低い。</li> <li>NTT東西による固定電話市場からのレバレッジの懸念等がある。</li> </ul>	○(単独・協調)	△(レバレッジ懸念)
	ADSL	34.9% → 3258 →	<ul style="list-style-type: none"> <li>契約数は減少傾向にある中、事業者別のシェアはほぼ横ばい。</li> <li>NTT東西はメタル回線の設備シェアが高く、市場支配力を行使し得る地位にある。</li> <li>ただし、第一種指定電気通信設備に係る規制や市場の縮小傾向を勘案すると、市場支配力を行使する可能性は低い。</li> </ul>	○(単独・協調)	×(低)	
	CATVインターネット	— 2581 ↑	<ul style="list-style-type: none"> <li>契約数は増加傾向にある中、上位3社シェアは1.5ポイント増。</li> <li>FTTH市場からの競争圧力や地域独占的な性格等から、単独又は複数の協調によって市場支配力を有する事業者は存在しない。</li> </ul>	×	—	
	ISP	28.7% ↓ 1289 ↓	<ul style="list-style-type: none"> <li>契約数は増加傾向にある中、上位3社シェア、HHIとも近年減少傾向。</li> <li>事業者シェアの状況、市場参入の容易さから、市場支配力を行使し得る地位にある事業者は存在しない。</li> </ul>	×	—	
	放送サービスとのバンドルや、MSOと電気通信事業者の業務提携の動きなどを踏まえ、代替性のあるFTTH市場との相互関係の把握が必要。					
法人向けサービス	WANサービス	67.4% ↓ 2308 →	<ul style="list-style-type: none"> <li>契約数は増加傾向にある中、上位3社のシェアが拮抗。</li> <li>複数の事業者が協調的寡占体制の下で市場支配力を行使し得る地位にあるものの、第一種指定電気通信設備に係る規制や競争圧力により市場支配力の行使の可能性は低い。</li> </ul>	△(協調のみ)	×(低)	
		91.9% → 8451 →	<ul style="list-style-type: none"> <li>契約数はほぼ横ばい。NTT東西のシェアは依然として高く(他事業者に足回り用に提供される接続専用回線を除いても43.5%)、単独で市場支配力あり。</li> <li>ただし、WANサービスからの競争圧力も強く、市場支配力を行使する可能性は低い。</li> </ul>	◎(単独)	×(低)	
	専用サービス	接続専用回線サービスの分析、評価方法について検討が必要。				

# 第1編 定点の評価

# I 固定電話領域

# 目 次

第1章 固定電話領域の市場画定.....	1
第2章 固定電話市場における主要指標の分析及び競争状況の評価 .....	4
第1節 主要指標の分析 .....	6
第2節 競争状況の評価.....	18
第3章 中継電話市場における主要指標の分析及び競争状況の評価 .....	24
第1節 主要指標の分析 .....	25
第2節 競争状況の評価 .....	32
第4章 050－IP電話市場における主要指標の分析及び競争状況の評価 .....	38
第1節 主要指標の分析 .....	39
第2節 競争状況の評価 .....	43



# 第1章 固定電話領域の市場画定

## 1. サービス市場の画定

- (1) 固定電話領域におけるサービス市場の画定については、各々の市場における利用者の用途、市場の需要代替性の有無等を勘案し、加入電話については、NTT東西加入電話、直収電話<sup>1</sup>、CATV電話及びOABJ—IP電話の各サービスをあわせて1つの市場とみなし、「固定電話市場」として画定する。
- (2) また、いわゆる「マイライン」「マイラインプラス」の中継電話については、NTT東西加入電話の契約者に対するサービスであること、050—IP電話については、通常の加入電話と異なり、電話番号の地域特定性がなく、通話品質や緊急通報・通話等に制約があることを踏まえ、それぞれ「固定電話市場」とは別の市場として画定する。
- (3) なお、ソフトフォン<sup>2</sup>については、データの入手可能性の点から、市場画定及び評価は行っていない。

【図表 I - 1 固定電話領域の市場画定】



<sup>1</sup> NTT東西以外の電気通信事業者が提供する加入電話サービスで、直加入電話、直加入ISDN、新型直収電話、新型直収ISDNを合わせた総称をいう。なお、①直加入電話は自社の電話回線を直接オフィス等に引き込んで提供するアナログ回線の電話サービス、②直加入ISDNは自社の電話回線を直接オフィス等に引き込んで提供するデジタル回線の電話サービス、③新型直収電話はNTT東西のドライカップを利用したアナログ回線の電話サービス、④新型直収ISDNはNTT東西のドライカップを利用したデジタル回線の電話サービスのことをいう。

<sup>2</sup> ソフトウェアフォンの略。Skype等のソフトウェアを用いてインターネット経由で通話を行うもの。

## 2. 地理的市場の画定

(1) 固定電話領域における地理的市場については、固定電話市場（NTT東西加入電話、直収電話、CATV電話及びOABJ—IP電話）に関し、

- ① 各事業者のサービス提供エリア
- ② 代替的なサービスの選択肢の存在
- ③ データの入手可能性

等を考慮し、NTT東日本とNTT西日本の業務区域である以下の2地域を地理的市場として画定する。

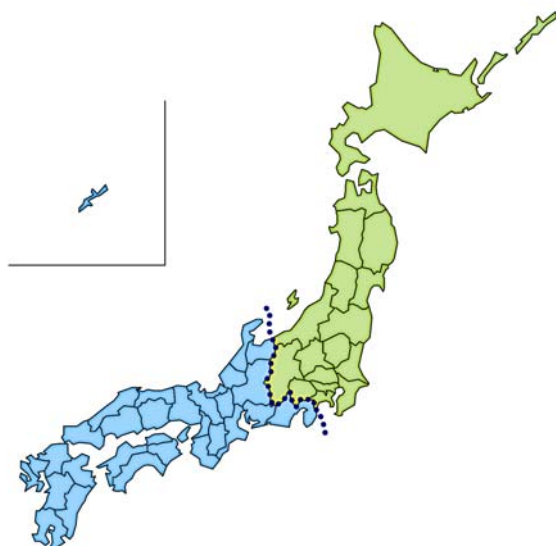
(i) 東日本地域

北海道、青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県、茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、新潟県、山梨県、長野県

(ii) 西日本地域

静岡県、愛知県、三重県、岐阜県、富山県、石川県、福井県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県、鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県、高知県、福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県、沖縄県

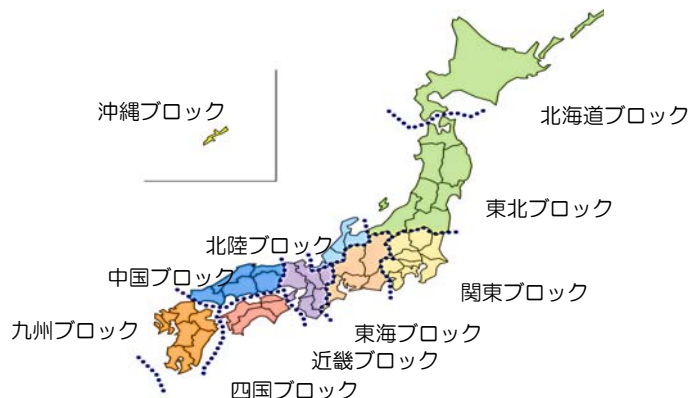
【図表 I - 2 東日本、西日本の2地域（地理的市場）】



(2) また、O A B J— I P 電話に関しては、電力系事業者<sup>3</sup>が算入していることに鑑み、以下の全国10の地域ブロック（電力系事業者の業務区域）毎に地理的市場を画定する。

- (i) 北海道ブロック：北海道
- (ii) 東北ブロック：青森県、岩手県、秋田県、宮城県、山形県、福島県、新潟県
- (iii) 関東ブロック：茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、神奈川県、山梨県、静岡県<sup>4</sup>（富士川以東）
- (iv) 東海ブロック：長野県<sup>5</sup>、岐阜県、静岡県（富士川以西）、愛知県、三重県
- (v) 北陸ブロック：富山県、石川県、福井県
- (vi) 近畿ブロック：滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県
- (vii) 中国ブロック：鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県
- (viii) 四国ブロック：香川県、徳島県、愛媛県、高知県
- (ix) 九州ブロック：福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県
- (x) 沖縄ブロック：沖縄県

【図表 I - 3 全国10ブロック（地理的市場）】



<sup>3</sup> 電力系事業者とは、北海道総合通信網、東北インテリジェント通信、ファミリーネット・ジャパン、北陸通信ネットワーク、ケイ・オプティコム、エネルギー・コミュニケーションズ、STNet、九州通信ネットワーク、沖縄通信ネットワークを指す。なお、東海ブロックについては、電力系の中部テレコミュニケーションは08年4月にKDDIに株式の一部譲渡を行っている。

<sup>4</sup> 静岡県のデータについては、「住民基本台帳人口要覧」（09年3月）を基に富士川を境にした世帯数比率を算出し、その比率に基づき分計している。また、10地域のブロック画定にあたっては、同県の富士川を境に以西の地域を東海ブロック、以東の地域を関東ブロックの契約回線数として集計した。したがって、関東ブロックにはNTT東日本の業務区域ではない静岡の一部（富士川以東）の契約回線数が含まれている。

<sup>5</sup> 長野県はNTT東日本の業務区域であるが、今回の地理的市場の画定においては東海ブロックに算入している。したがって、東海ブロックにはNTT西日本の業務区域ではない長野県の契約回線数が含まれている。

## 第2章 固定電話市場における主要指標の分析及び競争状況の評価

### 要旨

1. 固定電話（NTT東西加入電話、直収電話、CATV電話及びOABJ—I P電話）市場における全契約数は11年3月末時点で5,747万（対前年比0.7%減）であり、引き続き減少傾向。  
固定電話市場の全契約数が全体として減少傾向にある一方、光ファイバを用いるOABJ—I P電話は増加傾向（対前年比23.2%増）。  
全契約数におけるNTT東西のシェアは03年以降減少傾向にあるが依然として高いシェアで推移（11年3月末時点で80.8%（対前年比2.0ポイント減））。
2. 市場支配力に関しては、NTT東西は契約数における高いシェアに加え、不可欠設備を保有していることから（設備面で見るとメタル回線の設備シェアは99.9%、光ファイバの設備シェアは77.2%）NTT東西が単独で市場支配力を行使し得る地位にあると評価。  
しかし、第一種指定電気通信設備に係る規制やルールの存在により市場支配力を行使する可能性は低い。
3. なお、メタル回線から光ファイバへのマイグレーションの進展に伴い、OABJ—I P電話が今後も増加していくことが予想され、光ファイバを利用するOABJ—I P電話とブロードバンドとの関係も見ていく必要があり、引き続き、固定電話市場における市場支配力のブロードバンド市場等へのレバレッジの懸念について注視していくことが必要。

(1) 本章では、固定電話市場（NTT東西加入電話、直収電話、CATV電話及びOABJ—I P電話）について主要指標の分析を行い、その結果も踏まえて競争状況の評価を行う。

(2) 具体的には、

- ① 固定電話市場における主要指標として、  
(イ) 市場の規模（契約数）

(ロ) 契約数におけるNTT東西のシェア及び市場集中度 (HHI<sup>6</sup>)

(ハ) 料金

について分析を行う。

② これらの分析結果も踏まえ、固定電話市場に関し、以下の点について競争状況の評価を行う。

(イ) 単独又は複数の事業者による市場支配力の存在の有無

(ロ) 上記市場支配力の存在が認められる場合には、その行使の有無

(ハ) 今後の注視事項

(3) なお、11年3月11日に発生した東日本大震災により、宮城県、岩手県及び福島県の被災地に関する主要指標の数値(11年3月末)については、各サービス提供事業者からの暫定的な報告値を使用している。

---

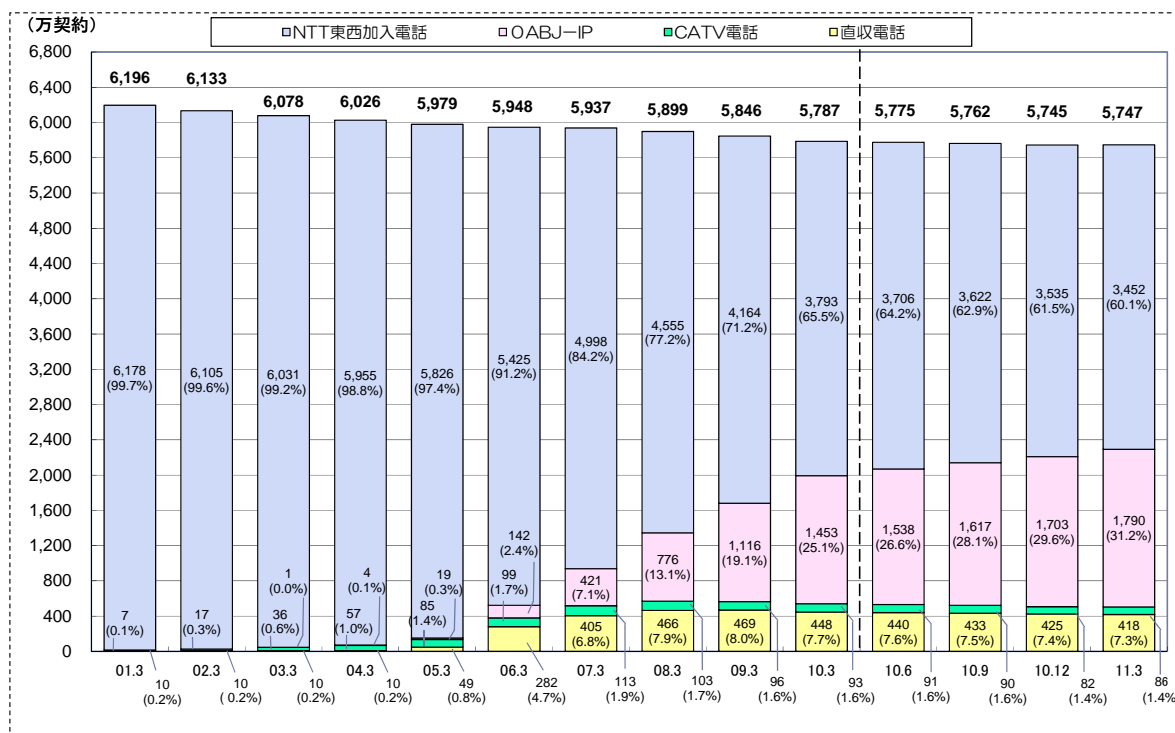
<sup>6</sup> HHI (ハーフィンダール・ハーシュマン指数。Herfindahl-Hirschman Index) は、市場の独占度合いを測定する指標の一つ。各事業者が市場で有するシェアを自乗し、それを加算して算出する。HHIは、各事業者のシェアを自乗して加算するため、シェアの大きな事業者のシェア変動が大きく影響する。逆に、シェアの小さな事業者のシェア変動の影響は小さく、小規模な事業者の情報を欠いても、指標の有効性が損なわれにくいという特長がある。なお、HHIは0(完全競争)から10,000(完全独占)の値をとり、10,000に近づくほど市場支配力が高いことを示す。日本の公正取引委員会が公表している「企業合併審査における独占禁止法の運用指針」(11年6月改訂)では、企業合併(垂直型企业結合の場合)後のHHIが2,500以下、かつ市場シェアが25%以下の場合、「競争を実質的に制限することとなる」とは通常考えられない。」としている。

## 第1節 主要指標の分析

### (1) 市場の規模（契約数）

- ① 固定電話市場における全契約数は11年3月末時点で5,747万（対前年比0.7%減）であり、引き続き減少傾向となっている。また、固定電話市場の各サービス別の契約数と全体に占める割合は、同年3月末時点において、
- (イ) NTT東西加入電話（ISDNを含む） 3,452万契約 60.1%
  - (ロ) OABJ-IP電話 1,790万契約 31.2%
  - (ハ) 直収電話（直収ISDNを含む） 418万契約 7.3%
  - (ニ) CATV電話 86万契約 1.4%
- となっている。

【図表 I - 4 固定電話市場の契約数の推移】



- (注1) 固定電話は、NTT東西加入電話（ISDNを含む）、OABJ-IP電話、CATV電話、直収電話（直加入、新型直収、直収ISDNの合計）を合計したものとする。
- (注2) OABJ-IP電話については利用番号数を示しており、03年3月末、04年3月末時点の利用番号数については事業者アンケートに基づく。
- (注3) 四捨五入の関係上、合計が100%にならない場合がある。本報告書において以下同じ。
- (出所) 総務省資料

- ② メタル回線のNTT東西加入電話を含め、固定電話市場の契約数が全体として引き続き減少傾向にある一方、光ファイバを用いるOABJ-IP電話は増加傾向にあり（対前年比23.2%増）、固定電話市場全体に占める割合も3割を超え

る状況となっている。

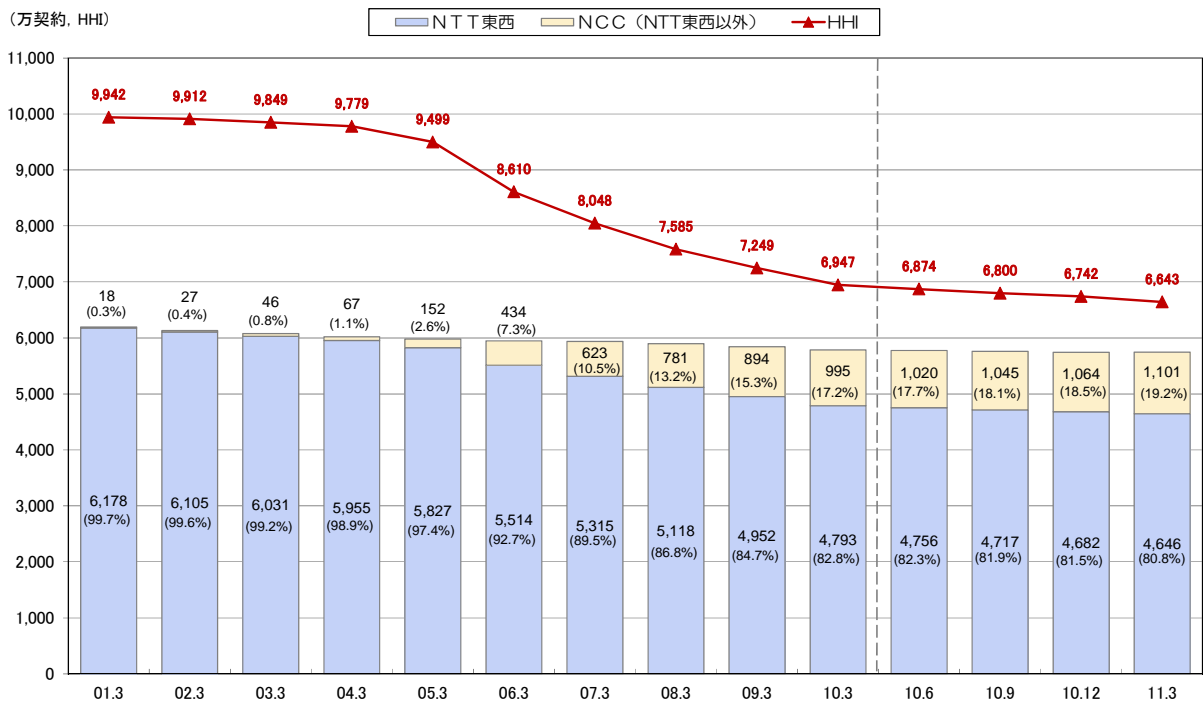
- ③ なお、CATV電話は全ての都道府県では提供されておらず、北海道、東北、関東、東海、近畿、中国及び九州のそれぞれ一部で提供されているものであり、NTT東西加入電話の代替サービスとして全国に普及している状況とは言えない点に注意する必要がある（提供事業者はいずれの地域においてもJ：COMグループのみとなっている）。

固定電話市場における各サービスの契約数については、「参考1」参照（P21～P23）。

## (2) 契約数におけるNTT東西のシェア及び市場集中度(HHI)

- ① 固定電話市場（NTT東西加入電話、直収電話、CATV電話及びOABJ—IP電話）の契約数におけるNTT東西のシェアは03年以降減少傾向にあるが（図表I—5）、依然として高いシェアで推移しており、11年3月末時点で80.8%（対前年比2.0ポイント減）となっている。
- ② また、固定電話市場におけるHHIは11年3月末時点で6,643となり、漸減傾向にあるものの、依然として高い水準にとどまっている。

【図表I—5 固定電話市場の契約数におけるNTT東西のシェアとHHIの推移】



(注1) NTT東西のシェアはNTT東西加入電話（ISDNを含む）、OABJ—IP電話（利用番号数）の合計値。

(注2) HHIはNTT東西を1社として算出している。



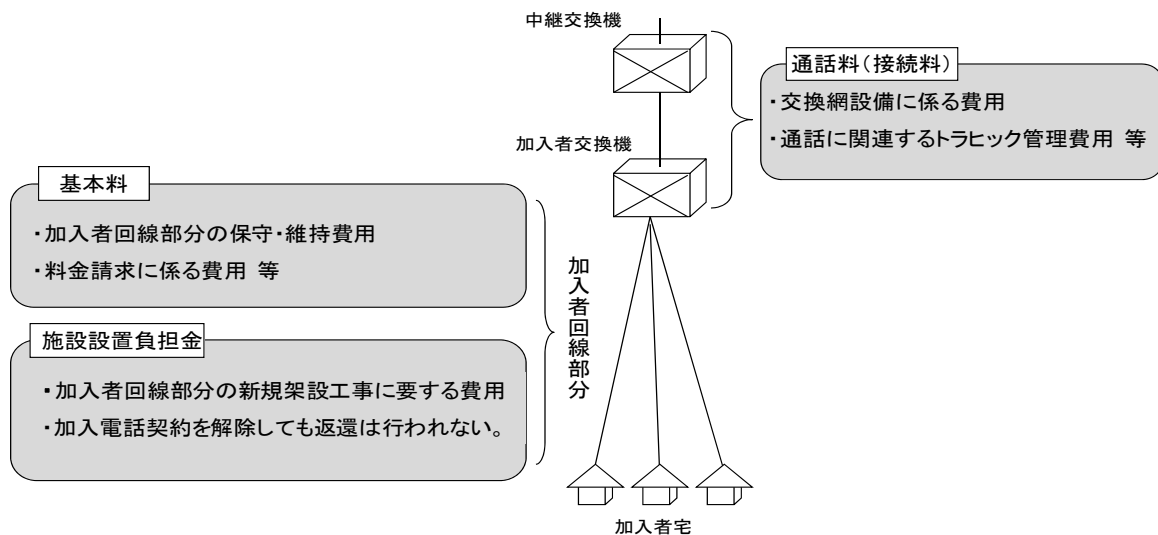
### (3) 料金

#### ① 利用者料金の類型

固定電話の料金構造は、主として「基本料」（通信量に関わらず定期的（毎月等）に一定額を支払う料金）と「通話料」（通信量に応じて支払う従量制料金（一部定額制を含む））の二部料金制となっている。

例えば、NTT東西加入電話においては「基本料」及び「通話料」は図表 I-6 にあるとおり、各種費用に対応して設定されている。また、NTT東西加入電話を利用する上で必要とされてきた「施設設置負担金」については、現在基本料に定額を上乗せすることにより「施設設置負担金」が不要となるライトプランも提供されている。

【図表 I-6 NTT東西加入電話の主な料金構造】

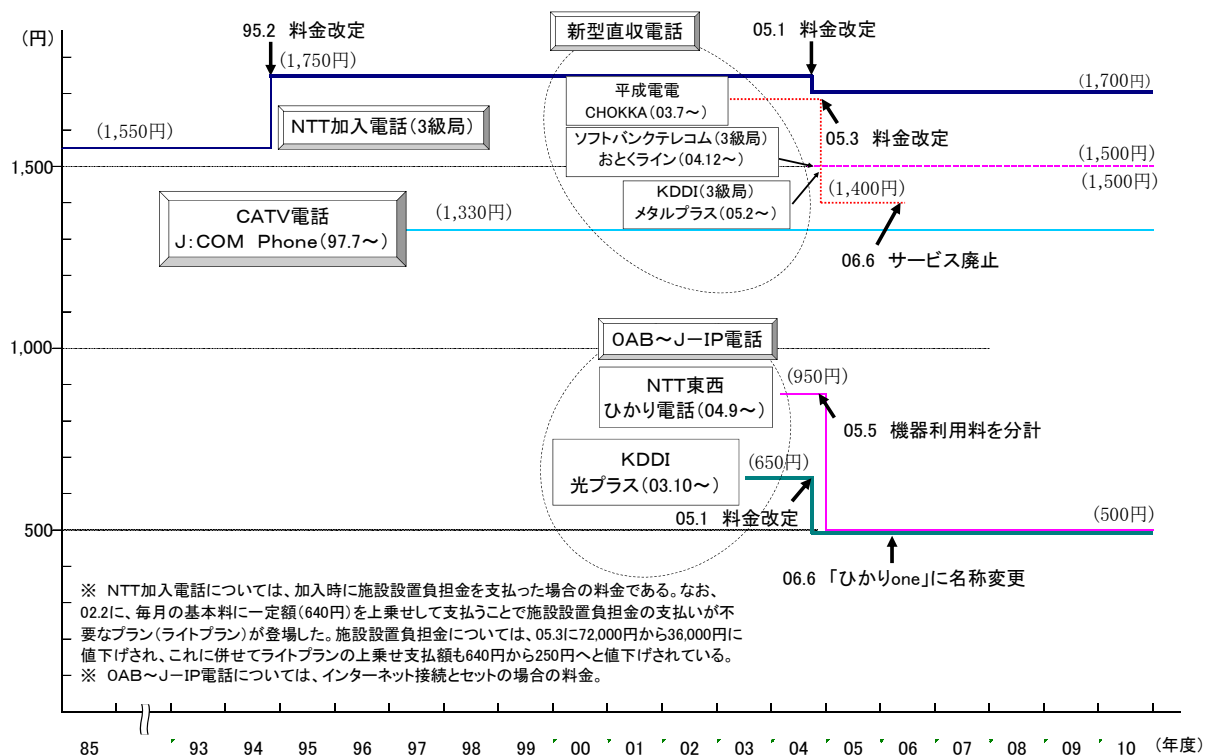


#### ② 利用者料金の推移

##### (イ) 基本料

基本料については、新型直収電話やOABJ-IP電話といったNTT東西加入電話以外の固定電話サービスの提供開始を受けて05年に実施された値下げ以降、横ばいとなっている。

【図表 I—7 固定電話基本料（住宅用）<sup>7</sup>の推移】



(出所) 各社Webサイト

<sup>7</sup>都市部等最も高い「3級局」の基本料（住宅用）（税抜）を示している。

【図表 I — 8 NTT東西加入電話と新型直収電話の料金比較】

			NTT東西		ソフトバンク テレコム (おとくライン)	KDDI (メタルプラス)
			加入電話	加入電話 ライトプラン		
施設設置負担金			36,000円			
開通工事費				2,000円	100円×60月	100円×60月
基本料	住宅用	3級局	1,700円	1,950円	1,500円	口座振替:1,400円 窓口支払い:1,500円
		2級局	1,550円 (1,600円)	1,800円 (1,850円)	1,350円	
		1級局	1,450円 (1,600円)	1,700円 (1,850円)		
	事務用	3級局	2,500円	2,750円	2,350円	口座振替:2,100円 窓口支払い:2,400円
		2級局	2,350円 (2,400円)	2,600円 (2,650円)	2,200円	
		1級局	2,300円 (2,400円)	2,550円 (2,650円)	2,050円	

※ 級局については、3級:大規模局、2級:中規模局、1級:小規模局のイメージ

※ 括弧内はプッシュ回線用の場合の料金

※ NTT東西の加入電話の開通工事費については、既存の屋内配線が利用可能な場合の費用

(出所) 各社Webサイト

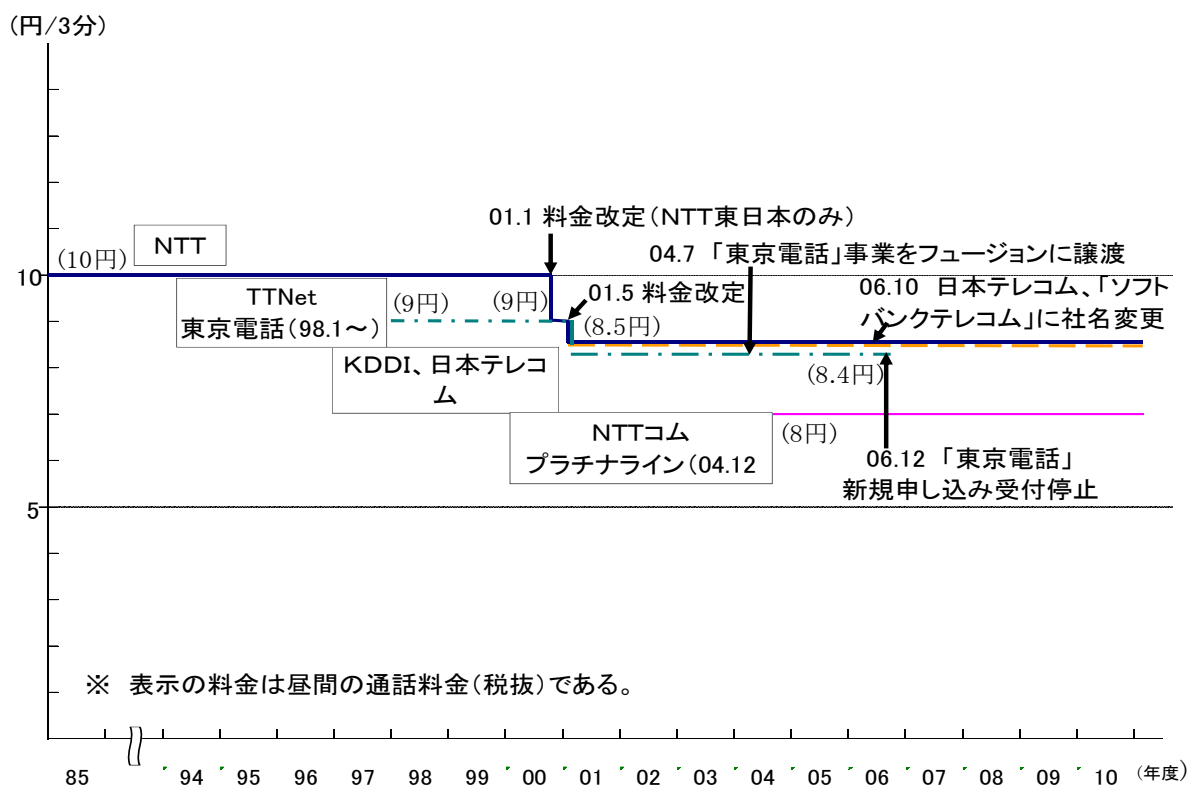
(ロ) 通話料

通話料については、NTT東西加入電話、直収電話及びCATV電話の場合、距離区分の別及び固定・携帯電話・IP電話などの着信先の別によって異なる料金設定をしており、OABJ-IP電話については国内の距離区分はないものの、着信先別に異なる料金設定をしているのが一般的である。

具体的な通話料の例として、区域内通話料<sup>8</sup>、区域外通話料（20km超～60kmまで）、区域外通話料（60km超～）の料金の推移を見ると、05年度からは特段の変化が見られない状況となっている（図表I-9～I-11）。

なお、基本料及び通話料について、NTT東西加入電話、直収電話、CATV電話、OABJ-IP電話の代表的な料金例は「参考3」参照（P45～P47）。

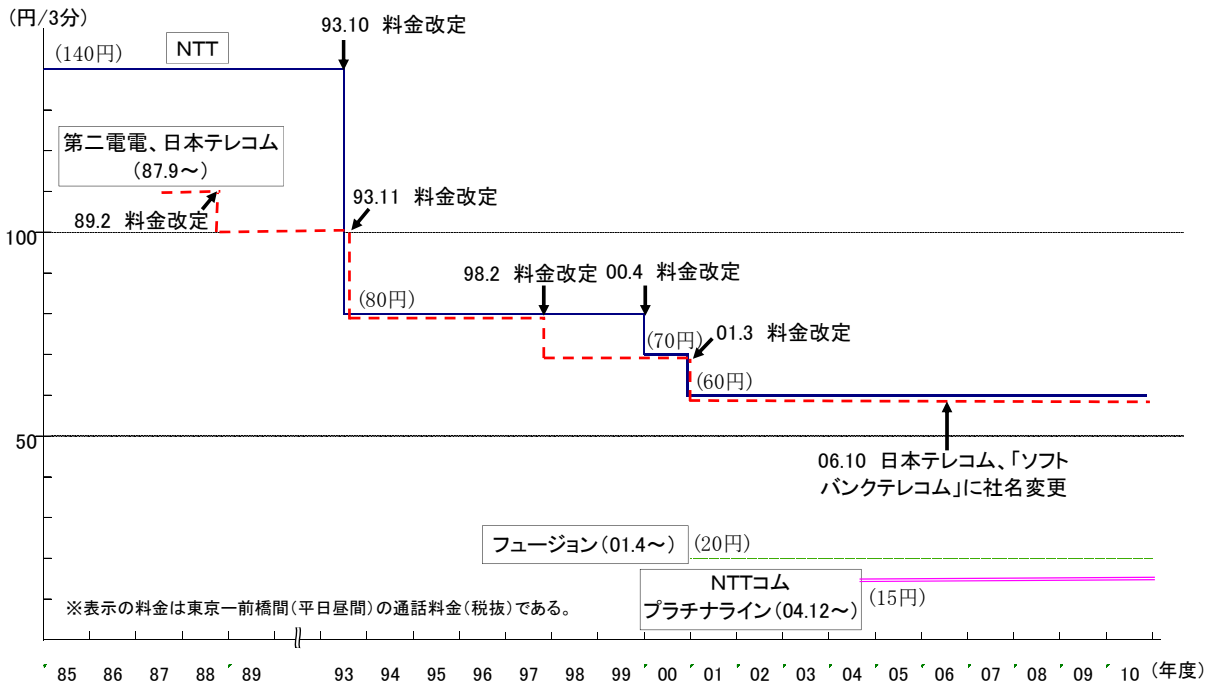
【図表I-9 通話料（区域内通話料）の推移】



(出所) 各社Webサイト、(社)電気通信事業者協会資料

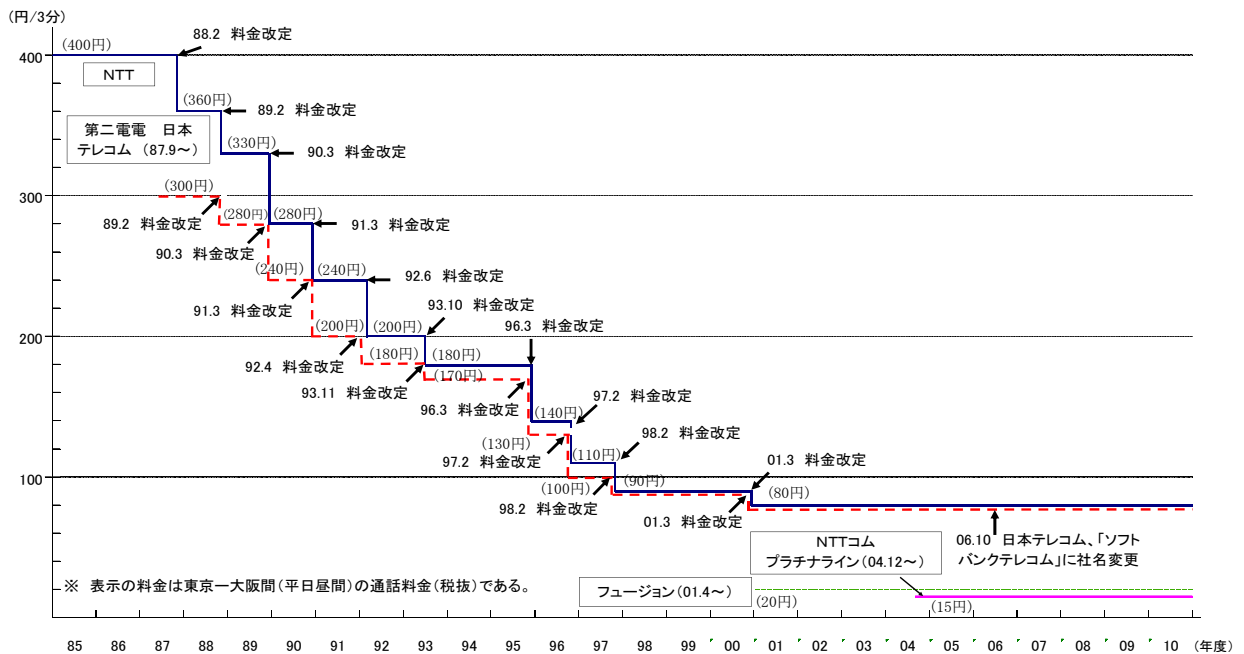
<sup>8</sup>区域内通話料：NTT東西の単位料金区域（MA）内の通話に適用される通話料。単位料金区域とは、社会経済的諸条件、地勢及び行政区画等からみて通話の交流上おおむね一体とみられる地域からなる。固定電話でいわゆる市内通話料にて通話できる区域のこと。

【図表 I - 10 区域外通話料（20 km超～60 km）の推移】



(出所) 各社Webサイト

【図表 I - 11 区域外通話料（60 km超～）の推移】



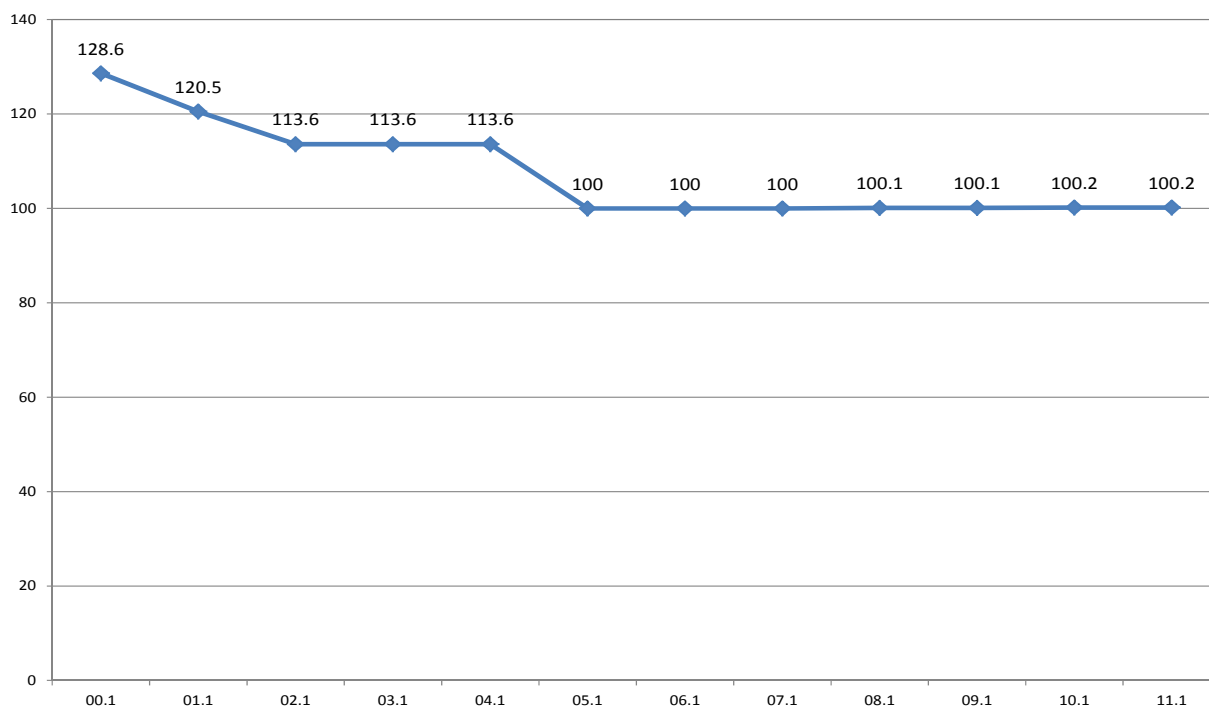
(出所) 各社Webサイト

#### (ハ) 固定電話の利用者料金の水準

利用者料金の水準はサービスの提供事業者及びプラン等により様々である。このため、単一の価格水準として分析する指標としては、全国の世帯が購入する家計に係る財及びサービスの価格等を総合した物価の変動を時系列的に測定した、消費者物価指数（CPI：Consumer Price Index）の推移を参考とした。

05年度基準の「固定電話通信料<sup>9</sup>」について推移を見ると、05年までは低下傾向にあり、それ以降はほぼ横ばいとなっており、前述の基本料及び通話料の推移と同様となっている。

【図表 I - 12 固定電話についての消費者物価指数（05年度基準）の推移】



(出所) 総務省資料

<sup>9</sup> 「固定電話通信料」は、N T T東西加入電話及び直収電話に係る基本料と通話料の合計額を指数化したもの。「固定電話通信料」（品目符号7410）の価格指数の作成に当たっては、所定のモデル式により月々の価格指数を算出している。具体的には、①トラヒックシェアの高い複数の事業者を選定、②N T T東西加入電話について基本料金（プッシュ回線・ダイヤル回線の別で加重平均した回線使用料と配線使用料の合計）と通話料金（家計調査から推計された月額平均通話料金を、距離別・時間帯別通信量等により補正）を合計、③直収電話について基本料金（基本使用料と開通工事費の合計）と通話料金（家計調査から推計された月額平均通話料金を、距離別通信量等により補正）を合計、④N T T東西加入電話と直収電話の価格を、事業者・プラン別契約者数により加重平均、という過程により価格を算出し、これを基準年＝100とする価格指数として計算する。

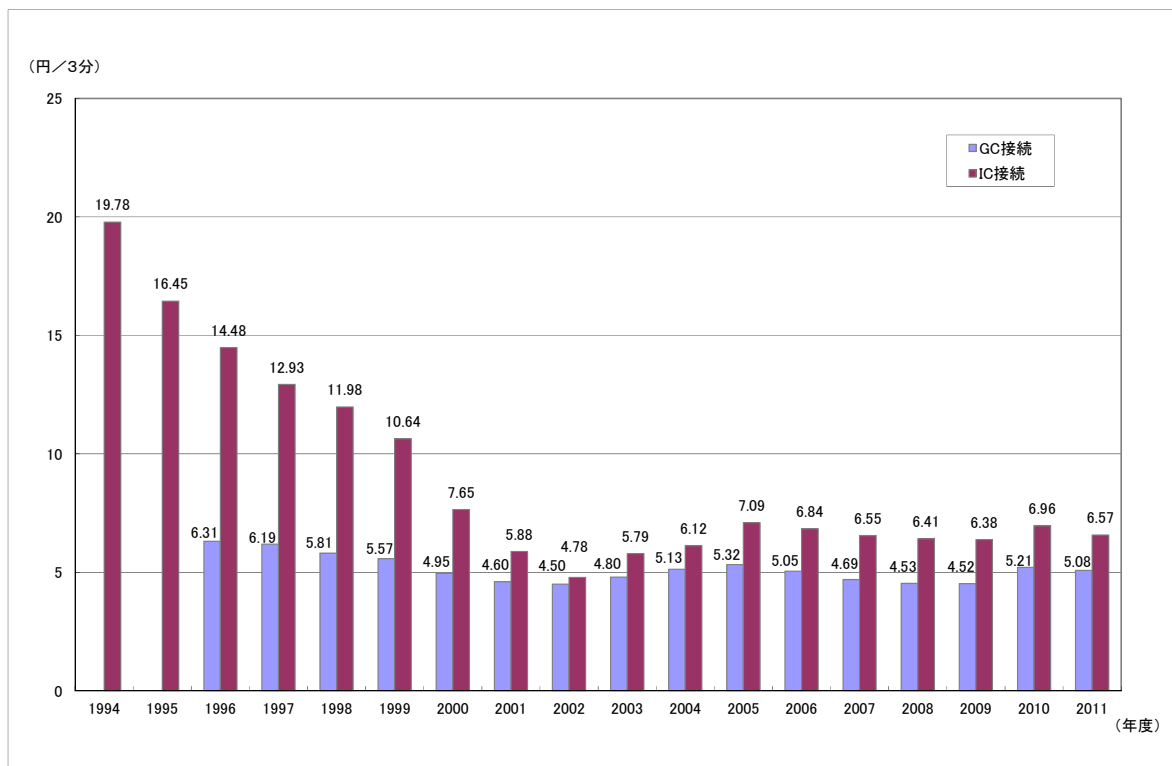
### ③ 接続料

NTT東西の有する固定電話網を利用する場合、事業者（NTT東西の利用部門を含む）はNTT東西に対して接続料を支払うことが必要であり、この接続料の推移を把握することも固定電話市場の競争状況の分析及び評価にとって重要な要素である。

(イ) NTT東西の有する固定電話網を利用する場合、NTT東西のGC<sup>10</sup>又はIC<sup>11</sup>で接続することが必要であり、事業者（NTT東西の利用部門を含む）はNTT東西の管理部門に対して接続料を支払う。

この推移を見ると、新規投資の抑制等の環境変化も踏まえたモデルの見直し等<sup>12</sup>が行われた06年度以降低下しており、10年度は上昇に転じたが、11年度では再び低下している（図表I—13）。

【図表 I — 13 GC接続及びIC接続による接続料の推移】



(出所) 総務省資料

<sup>10</sup>Group Center の略。加入者交換局のことで、エリア内の加入電話からの回線を集約している。

<sup>11</sup>Intermediate Center の略。中継交換局のことで、GCからの回線を集約し、他局に中継している。

<sup>12</sup>接続料算定には、00年度より、長期増分費用方式が導入されている。その原価の算定には長期増分費用モデルが用いられているが、当該モデルは順次見直しを行っており、11年度より第五次モデルが適用されている。また、NTS (Non-Traffic Sensitive Cost) コスト（交換機等の費用のうち、通信量に依存せず、回線数に依存する費用）は、05年度より段階的に接続料から控除される。なお、NTSコストのうち、実質的にユニバーサルサービス制度の補てん対象外となるき線点RT (Remote Terminal: 加入者宅と加入者交換機を設置する局舎との間に設置され、複数のメタルケーブルを収容し、光化して伝送することにより端末回線費用の節減を図っているもの。) —GC間伝送路費用は08年度より段階的に接続料原価へ算入することとされた。

- (ロ) 新型直収電話サービスを提供するにはNTT東西の未利用のメタル加入者回線（いわゆるドライカップ）を利用することが必要であり、競争事業者はNTT東西に対してドライカップの接続料を支払う。
- (ハ) また、NTT東西の未利用の光ファイバ（いわゆるダークファイバ）を利用してOABJ-IP電話を提供するという接続形態もあり、この場合、競争事業者はNTT東西に対してダークファイバの接続料を支払う。
- (二) 代表的な事例として、前者の新型直収電話に関するドライカップの接続料の推移を見ると、ここ数年上昇傾向にあったが、11年度は低下している（図表I-14）。
- また、後者のダークファイバの接続料の推移を見ると11年度より低下している（図表I-15）。

【図表I-14 ドライカップ接続料の推移】

認可日			NTT東日本	NTT西日本
00. 12. 15			1,905円	1,905円
	回線管理 運営費	1回線 1請求書	157円 128円	157円 128円
02. 1. 31			1,790円	1,790円
	回線管理 運営費	1回線 1請求書	143円 126円	143円 126円
03. 2. 14			1,690円	1,803円
	回線管理 運営費	1回線 1請求書	139円 125円	147円 125円
03. 10. 29			1,290円	1,399円
	回線管理 運営費	1回線 1請求書	139円 125円	147円 125円
04. 2. 17			1,256円	1,318円
	回線管理 運営費	1回線 1請求書	129円 130円	135円 134円
05. 3. 1			1,248円	1,256円
	回線管理 運営費	1回線	118円	112円
06. 3. 3			1,205円	1,241円
	回線管理 運営費	1回線	128円	164円
07. 2. 26			1,204円	1,254円
	回線管理 運営費	1回線	107円	139円
08. 3. 27			1,216円	1,294円
	回線管理 運営費	1回線	69円	89円
09. 3. 24			1,261円	1,300円
	回線管理 運営費	1回線	62円	78円
10. 3. 1			1,353円	1,333円
	回線管理 運営費	1回線	41円	58円
11. 3. 31			1,230円	1,283円
	回線管理 運営費	1回線	42円	60円

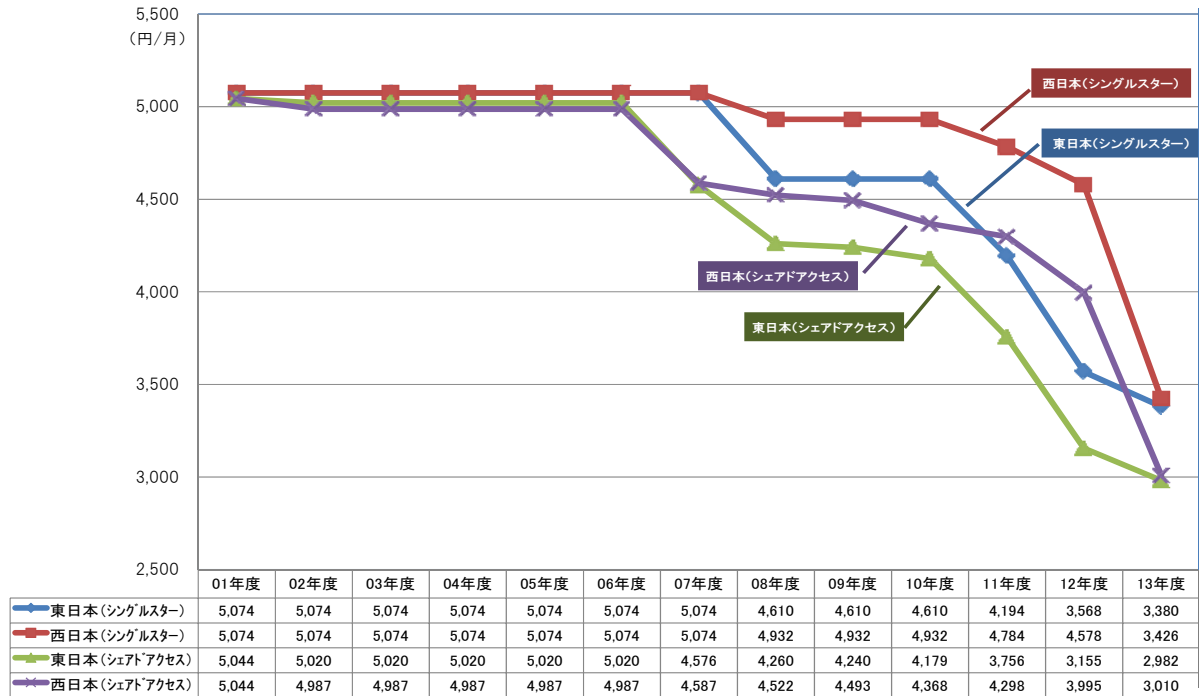
(注) 競争事業者がNTT東西に支払う1回線あたり月額料金は接続料と回線運営管理費の合計となる。

(例: 11. 3. 31認可のNTT東日本の場合は、1,230+42=1,272(円))

(出所) 総務省資料



【図表 I—15 ダークファイバ接続料の推移】



(注1) シングルスター及びシェアアクセスの接続料は、7年間(01年度～07年度)又は3年間(08年度～10年度)、(11年度～13年度)を算定期間とする将来原価方式により算定。

(注2) 上記ダークファイバの接続料には回線管理運営費は含まない。また、シェアアクセスについては局外スプリッタ料金を含み、引込線料金(加算料)を含まない。

(注3) 12年度及び13年度接続料については、局外スプリッタ料金の更新(シェアアクセスのみ)及び乖離額の調整により、変更となる予定。

(出所) 総務省資料

## 第2節 競争状況の評価

### (1) 市場支配力の存在

以下の判断要素を総合的に勘案し、10年度における固定電話市場（NTT東西加入電話、直収電話、CATV電話及びOABJ-IP電話）においては、NTT東西が単独で市場支配力を行使し得る地位にあると評価する。

- ① 固定電話市場においては全体の市場の規模（契約数）が減少傾向にあるが、NTT東西加入電話、直収電話が減少、CATV電話が横ばいとなる一方、光ファイバを用いるOABJ-IP電話の契約数は増加傾向にある。
- ② このような中、固定電話市場におけるNTT東西の市場シェアは近年減少傾向にあるものの、11年3月末時点で80.8%となっており、他の競争事業者のシェアとの差は大きく（HHIの値は6,643）、依然として市場において大きな存在である。
- ③ また、メタル回線から光ファイバへのマイグレーションが進展する中、NTT東西は設備面でも、11年3月末時点でメタル回線数における設備シェアは99.9%、また、光ファイバ回線数におけるシェアを見ると77.2%となっており<sup>13</sup>、大きなシェアを占めている。
- ④ このため、競争事業者がサービスを提供する際、NTT東西の設備を借り受けることが必要な場合があり、この設備利用に関する各種手続等を通じてNTT東西は他の競争事業者に影響を与えることが可能である<sup>14</sup>。

なお、固定電話市場はNTT東西による独占的な市場であり、NTT東西と他の競争事業者との協調の可能性は低いため、複数の事業者による市場支配力についての検討は省略する。

### (2) 市場支配力の行使

以下の判断要素を総合的に勘案し、現行の規制や市場の環境下においては、NTT東西が単独で市場支配力を行使する可能性は低いと評価する。

- ① NTT東西の固定電話市場におけるシェアは依然として高いものの、同市場自体が縮小傾向にあり、料金について見ても、第1節(3)で見たとおり、主な構成要素である「基本料」「通話料」に特段の変化は見られず、また、固定電話についての消費者物価指数は横ばいとなっている。

<sup>13</sup> 固定電話用だけではなく、インターネット接続や法人向けネットワーク等に用いられるものも含まれている。

<sup>14</sup> 例えば、新型直収電話のサービスは、NTT東西のドライカップを活用することで提供される。

- ② NTT東西には第一種指定電気通信設備に基づく接続規制、行為規制、プライスカップなどの利用者料金規制が適用されており、市場支配力の行使を抑止・牽制するための一定の歯止めとなる措置が講じられている。

また、総務省では、指定電気通信設備の範囲やNTTグループに係る累次の公正競争要件の有効性について定期的に検証することを目的として「競争セーフガード制度」を07年度から運用しており、これによりこれら措置の有効性を担保している。

- ③ なお、10年2月、NTT西日本による他の電気通信事業者の電気通信設備との接続の業務に関して入手した情報の取扱いに関し、業務改善命令が出されたところであるが、本事案の発生への対応も含め、第一種指定電気通信設備を設置する電気通信事業者に対する反競争的行為の防止に係る規制の実行性を確保するための措置等を盛り込んだ電気通信事業法等の改正法が11年6月1日に公布された（同年11月末までに施行予定）。

### （3）今後の注視事項

固定電話市場を巡っては、メタル回線から光ファイバへのマイグレーションが進展し、同市場におけるOABJ-IP電話が増加していくことが予想されるが、OABJ-IP電話は光ファイバを用いたサービスであることから、今後、ブロードバンド市場との関係を見ていくことが求められる。

- ① 特に、ブロードバンド市場の中心的なサービスであるFTTHについては、事業者間の設備競争とともに、サービス競争の動向も十分に把握していく必要があり、例えばOABJ-IP電話とFTTHサービスとのセット販売、NTT東西のNGN（次世代ネットワーク）の機能を活用したFTTHサービス（フレッツ）と組み合わせて他事業者が提供するISPサービスなど、固定電話市場と他のブロードバンド市場との横断的な分析が不可欠となってきた。
- ② このような観点から、引き続き、固定電話市場におけるNTT東西の市場支配力のブロードバンド市場へのレバレッジの懸念について注視していくことが必要である。

また、無線の高速ブロードバンド化が進展する中、固定・移動の融合（FMC）又は競合といった移動体通信領域との関係についても今後の動向を把握していくことが求められる。

【図表 I-16 固定電話市場における市場集中度（HHI）とNTTグループのシェア】

固定市場	2010年度の評価結果	
	市場集中度（HHI）	NTT東西のシェア
固定電話 （NTT東西加入電話、直収電話、CATV電話及び0ABJ-IP電話）	6,643	80.8%

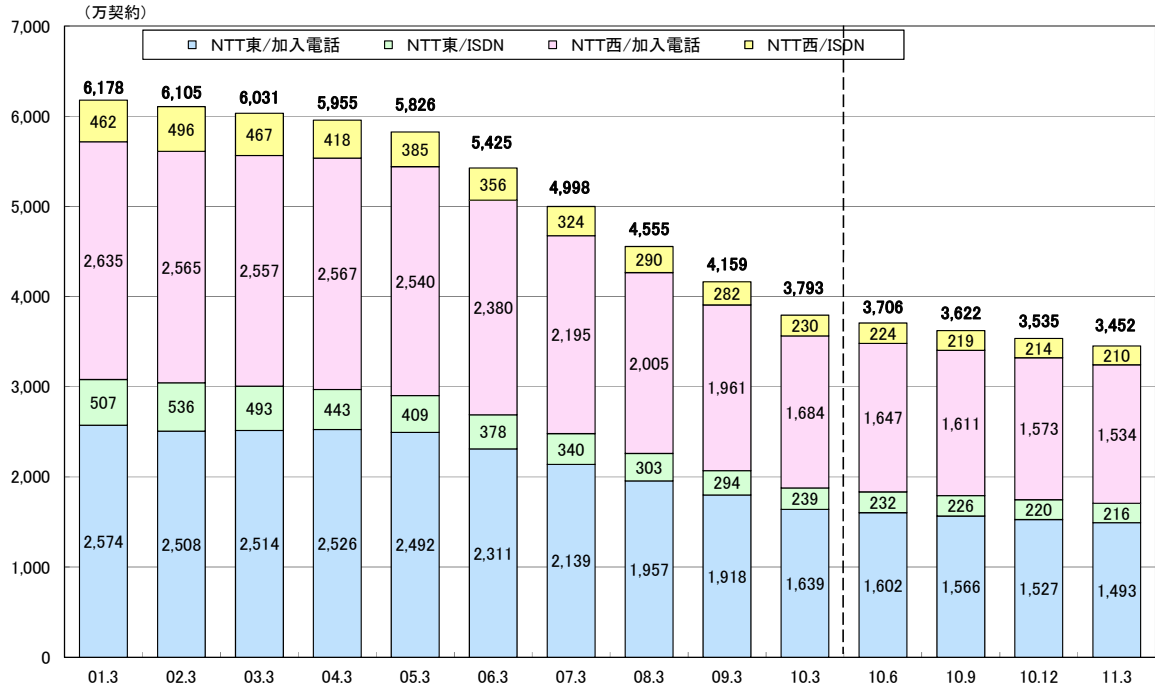
【図表 I-17 固定電話領域の各市場における市場支配力に関する評価結果】

固定市場	2010年度の評価結果	
	市場支配力の存在	市場支配力の行使
固定電話 （NTT東西加入電話、直収電話、CATV電話及び0ABJ-IP電話）	◎ （単独）	△ （ブロードバンド市場へのレバレッジの懸念）

（注）◎は「強く存在すること」、○は「存在すること」、△は「協調のみ」又は「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。

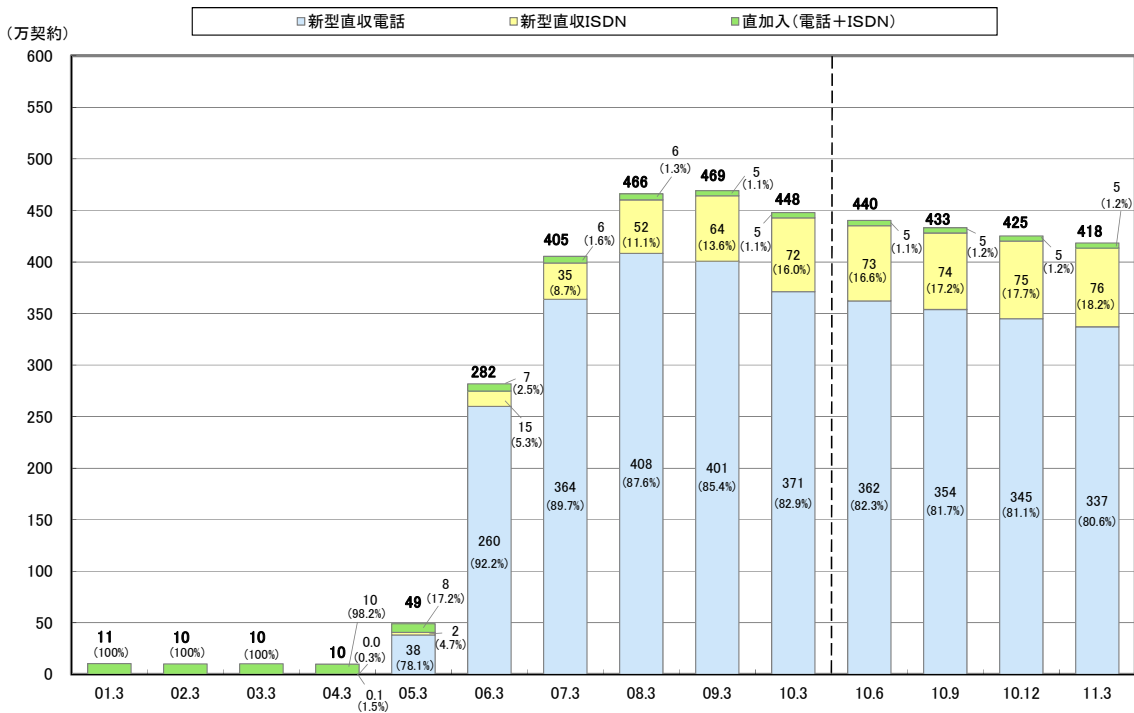
【参考1】 固定電話市場の各サービスの動向について

(1) NTT東西加入電話（ISDNを含む）の契約数の推移



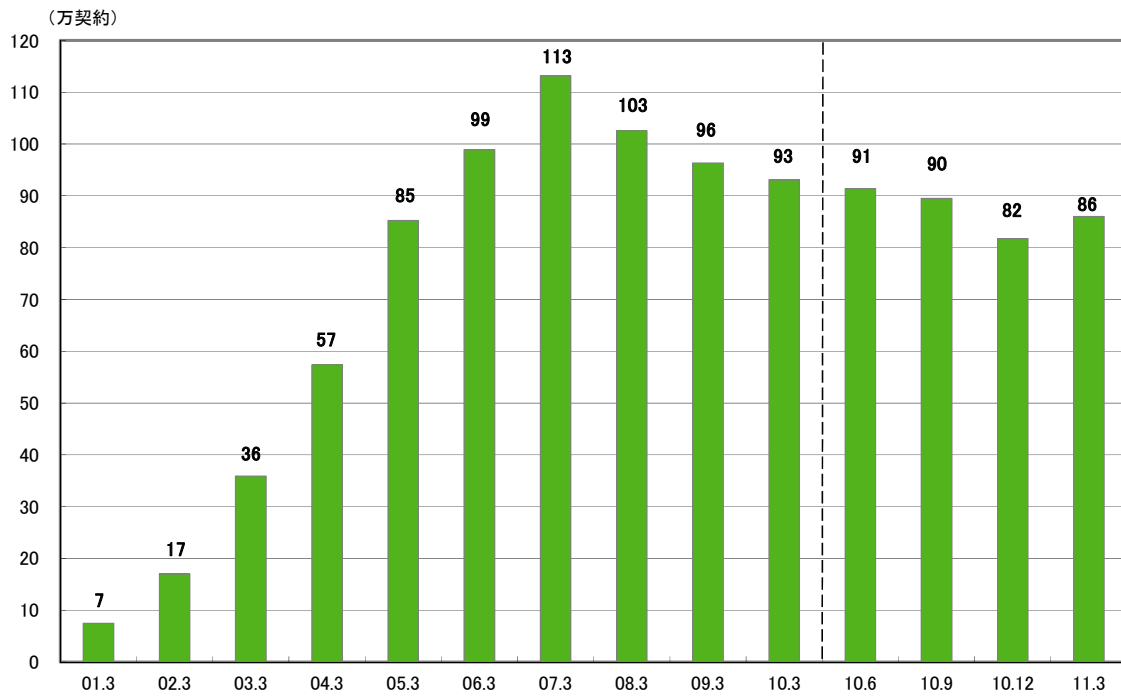
(出所) 総務省資料

(2) 直収電話の契約数の推移



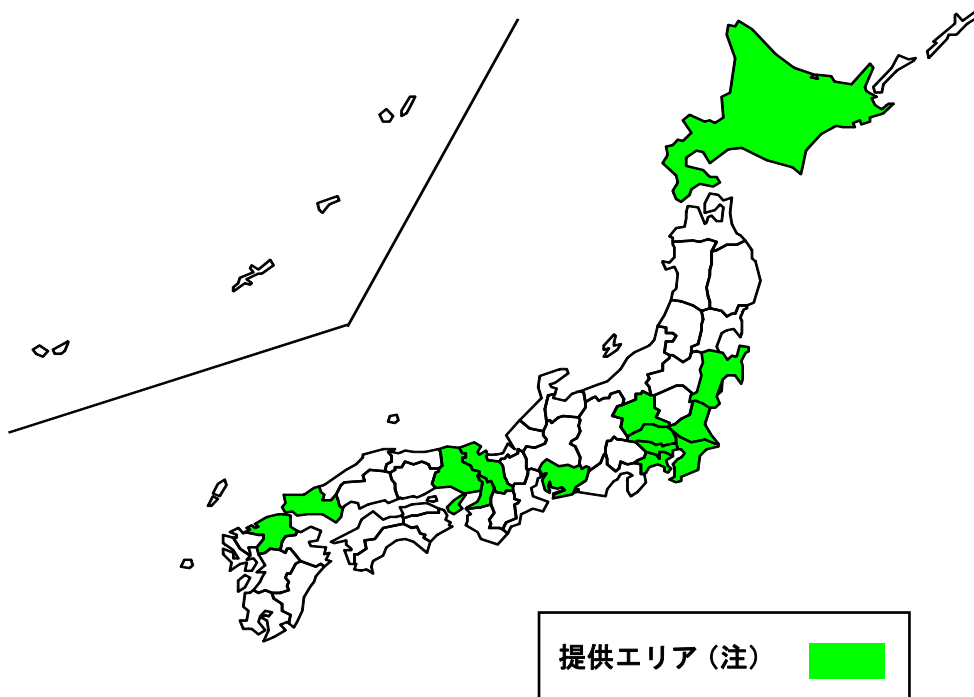
(出所) 総務省資料

### (3) CATV電話の契約数の推移



(出所) 総務省資料

### (4) CATV電話の提供エリア



(出所) 総務省資料

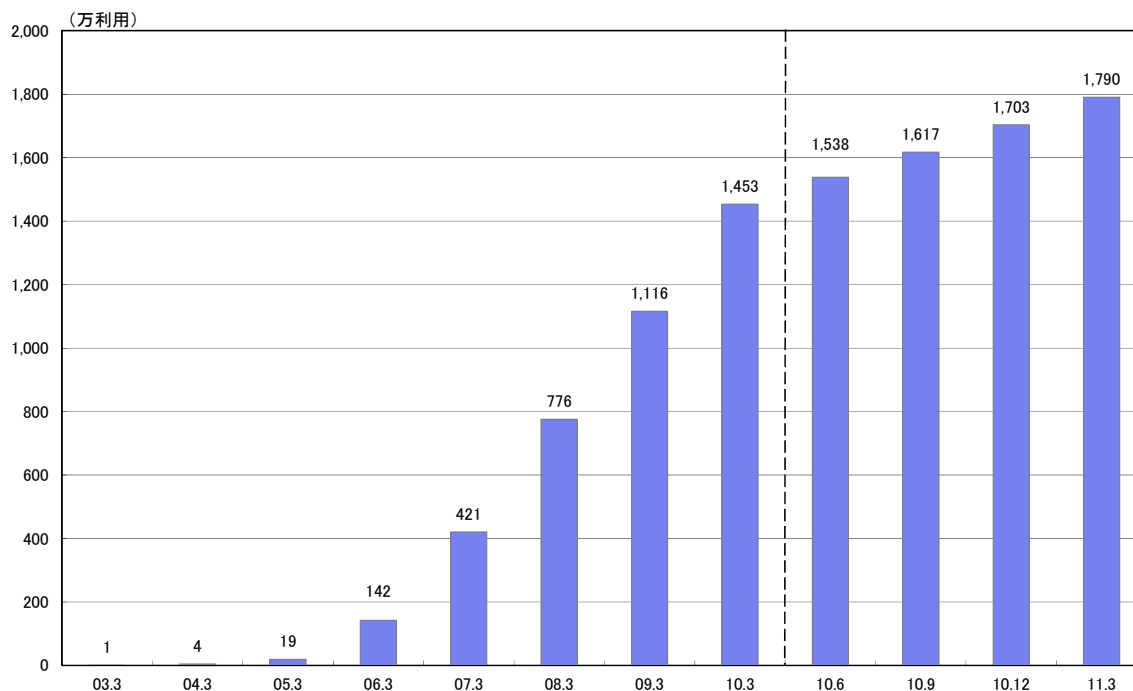
2011年4月1日		提供エリア(注)
1	(株)ジェイコム札幌	北海道
2	宮城ネットワーク(株)	宮城
3	(株)ジェイコム東京	東京、埼玉
4	(株)ジェイコム湘南	神奈川
5	土浦ケーブルテレビ(株)	茨城
6	(株)ジェイコムさいたま	埼玉
7	(株)ジェイコム千葉	千葉
8	(株)ジェイコム関東	千葉、東京、神奈川、群馬、埼玉
9	江戸川ケーブルテレビ(株)	東京
10	(株)シティテレコムかながわ	神奈川
11	(株)横浜テレビ局	神奈川
12	(株)ジェイコムウエスト	大阪
13	吹田ケーブルテレビジョン(株)	大阪
14	高槻ケーブルネットワーク(株)	大阪
15	東大阪ケーブルテレビ	大阪
16	豊中・池田ケーブルネット(株)	大阪
17	(株)ケーブルネット神戸芦屋	兵庫
18	(株)ジェイコム九州	福岡
19	(株)ケーブルネット下関	山口
20	グリーンシティケーブルテレビ(株)※	愛知
計 20社		

※j:comの出資比率が20%以上50%以下の議決権を保有している持分法適用対象会社(米国会計基準)。

[http://www.jcom.co.jp/corporate/group\\_companies.html](http://www.jcom.co.jp/corporate/group_companies.html)

(注) なお、上図においては、J:COMグループによるCATV電話サービスが提供されている都道府県を着色しているが、必ずしも各都道府県の全域でサービス提供されているものではなく、各都道府県内の一部の地域のみを提供されている場合もある。

## (5) O A B J - I P 電話の契約数



(出所) 総務省資料

### 第3章 中継電話市場における主要指標の分析及び競争状況の評価

#### 要旨

1. 中継電話（マイライン、マイラインプラス）の契約数は、市内、県内市外、県外及び国際の4区分の全てについて減少傾向。  
NTTグループのシェアは、市内が74.2%、県内市外が72.7%、県外が71.9%、国際が66.5%となり、国際を除く全区分で減少傾向。
2. 市場支配力に関しては、NTTグループの契約数のシェアは高いことから、単独又は協調による市場支配力を有する地位にあるものの、メタル回線から光ファイバへのマイグレーションの進展に伴い、中継電話市場自体が縮小傾向にあり、実際に市場支配力を行使する可能性は低い。

- (1) 本章では、中継電話市場について主要指標の分析を行い、その結果も踏まえて競争状況の評価を行う。
- (2) 具体的には、
  - ① 中継電話市場における主要指標として、
    - (イ) 市場の規模（契約数）
    - (ロ) 契約者数における事業者別シェア及び市場集中度（HHI）
    - (ハ) 料金について分析を行う。
  - ② これらの分析結果も踏まえ、中継電話サービスに関し、以下の点について競争状況の評価を行う。
    - (イ) 単独又は複数の事業者による市場支配力
    - (ロ) 上記市場支配力の存在が認められる場合には、その行使の有無
    - (ハ) 今後の注視事項
- (3) なお、11年3月11日に発生した東日本大震災により、宮城県、岩手県及び福島県の被災地に関する主要指標の数値（11年3月末）については、各サービス提供事業者からの暫定的な報告値を使用している。



## 第1節 主要指標の分析

### (1) 市場の規模（契約数）

- ① 中継電話（マイライン、マイラインプラス）<sup>15</sup>については、市内、県内市外、県外及び国際の4区分毎に利用者が選択可能であることから、上記の4区分によって契約数を見る。
- ② 市内、県内市外、県外及び国際の4区分の契約数は11年3月末時点で、それぞれ2,909万（対前年比8.6%減）、2,917万（対前年比8.6%減）、2,695万（対前年比8.1%減）及び2,513万（対前年比7.7%減）となっており、全ての区分において減少傾向にある。この傾向は、メタル回線を用いるNTT東西加入電話の契約数の減少に伴うものと考えられる。

【図表 I—18 中継電話（マイライン、マイラインプラス）の契約数（延べ）の推移】



(出所) マイライン協議会資料

<sup>15</sup> NTT東西の加入電話の加入者が通話部分（通話料部分）について電話会社を選択するサービス。「市内」、「県内市外」、「県外」及び「国際」の4区分の通話について、予め利用者が電話会社を登録することにより、通話の際に電話会社の識別番号をダイヤルせず当該電話会社を利用できるサービスの「マイライン」と、上記4区分の全ての通話について常に同じ電話会社を利用したい場合に登録した電話会社に利用を固定するサービスである「マイラインプラス」がある。

## (2) 契約者数における事業者別シェア及び市場集中度 (HHI)

- ① 中継電話の契約者数における事業者別シェアについては、マイライン、マイラインプラスの4区分（市内、県内市外、県外及び国際）の各契約数に、直収電話、CATV電話、OABJ—IP電話（利用者番号）の契約数を合計して算出した。
- ② NTTグループのシェアは11年3月末時点で、市内が74.2%、県内市外が72.7%、県外が71.9%、国際が66.5%となっている。また、HHIについては、全ての区分において減少傾向にある。
- ③ なお、中継電話については、通信量（通信回数及び通信時間）による事業者別シェアを分析しており、全般的な動向としては契約者数における事業者別シェアの動向と概ね同様となっている（参考2（P34～P37））。

【図表 I—19 中継電話（市内）の契約数におけるシェア及びHHIの推移】



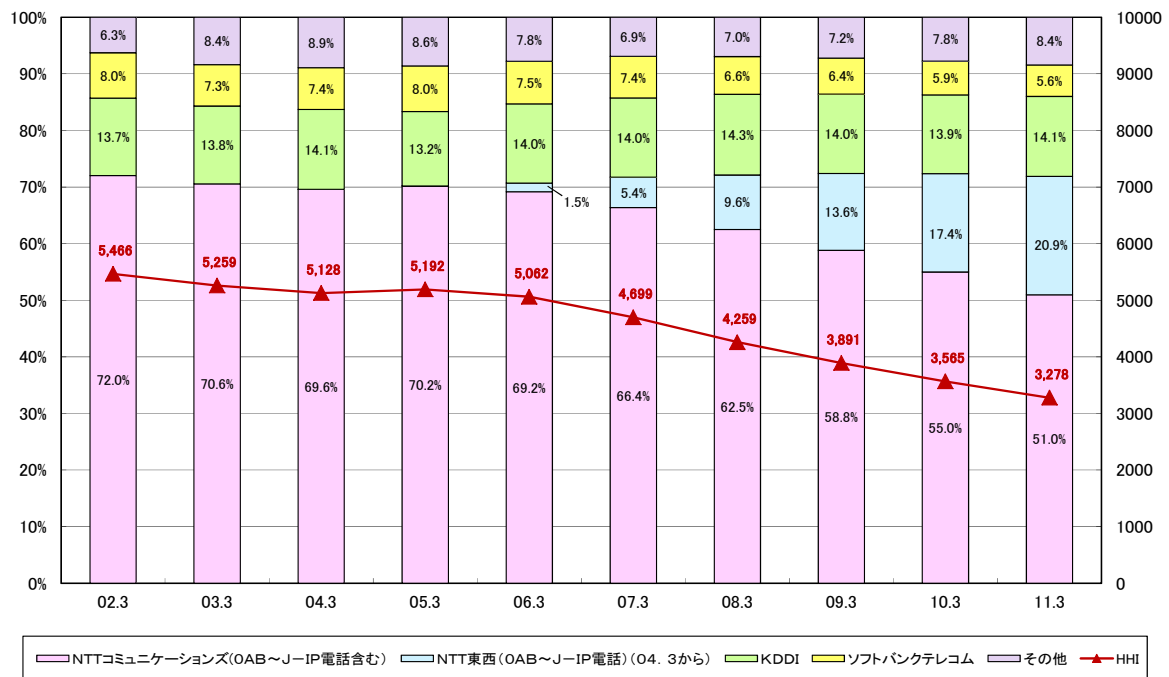
(出所) 総務省資料、マイライン協議会資料

【図表 I-20 中継電話（県内市外）の契約数におけるシェア及びHHIの推移】



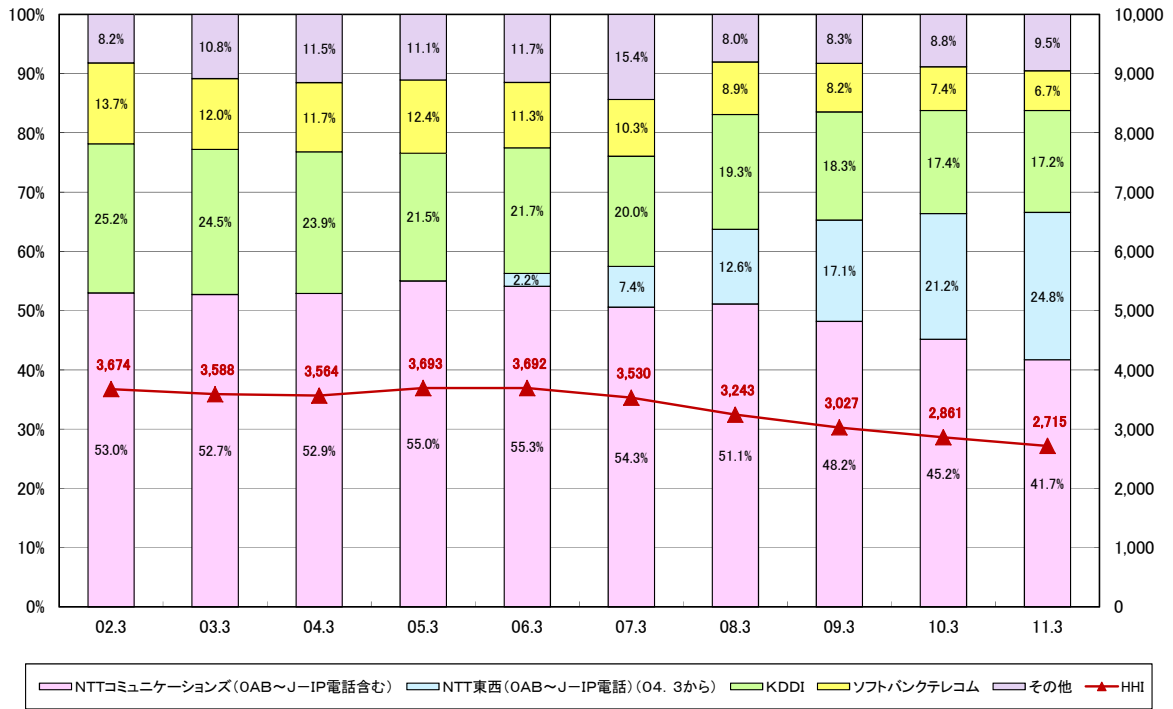
(出所) 総務省資料、マイライン協議会資料

【図表 I-21 中継電話（県外）の契約数におけるシェア及びHHIの推移】



(出所) 総務省資料、マイライン協議会資料

【図表 I-22 中継電話（国際）の契約数におけるシェア及びHHIの推移】

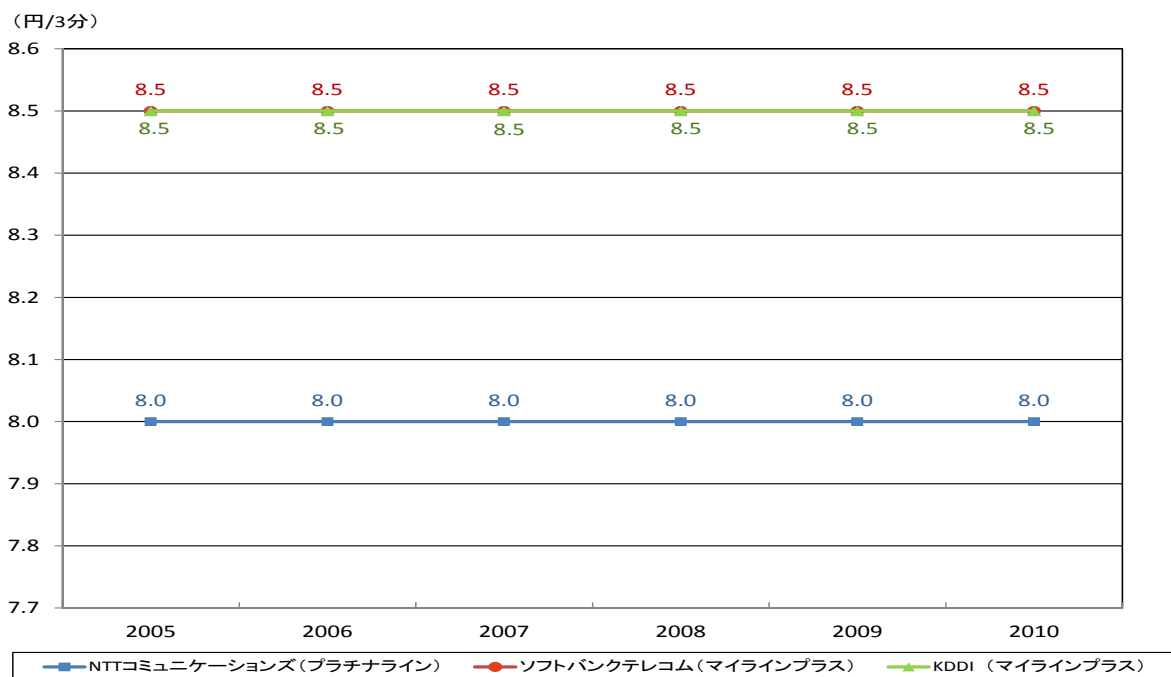


(出所) 総務省資料、マイライン協議会資料

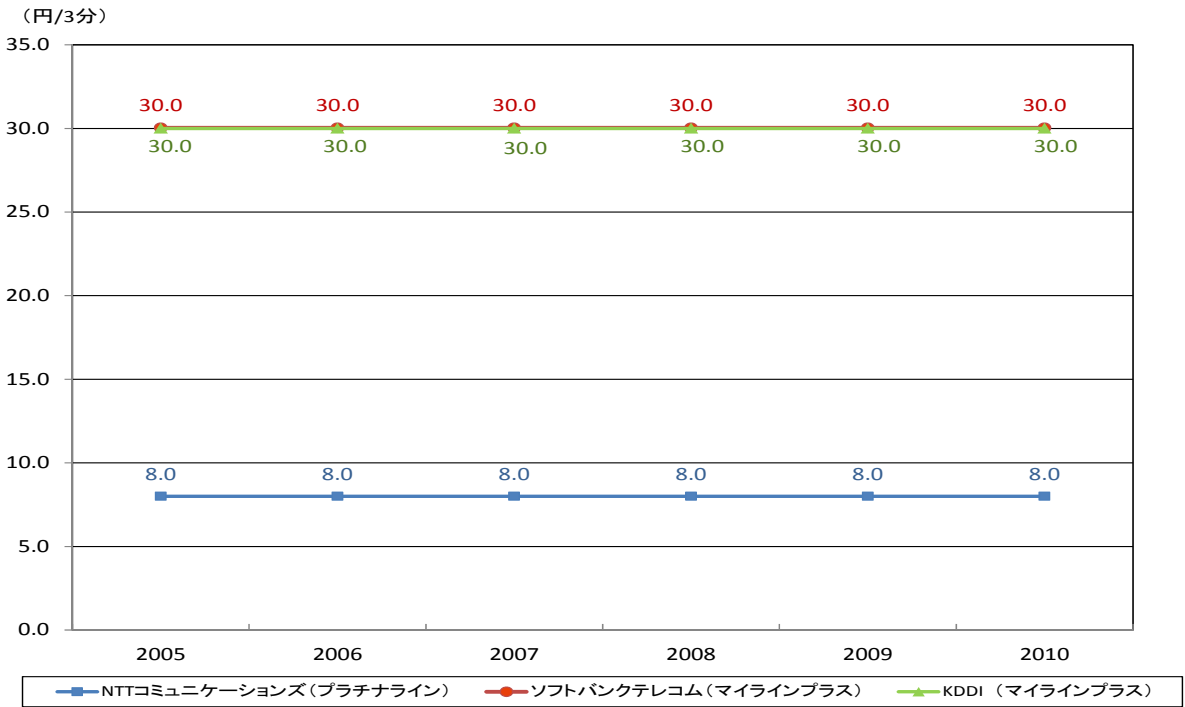
### (3) 料金

- ① 中継電話（マイライン、マイラインプラス）の料金は、第2章第1節（3）
- ②（ロ）の固定電話市場におけるNTT東西加入電話の「通話料」に該当する。
- ② 中継電話の具体的な料金の動向については、図表I—23～I—26のとおりであり、05年以降、ほとんど変化が見られない。  
なお、中継電話の代表的な料金例については、参考3（2）（P46）参照。

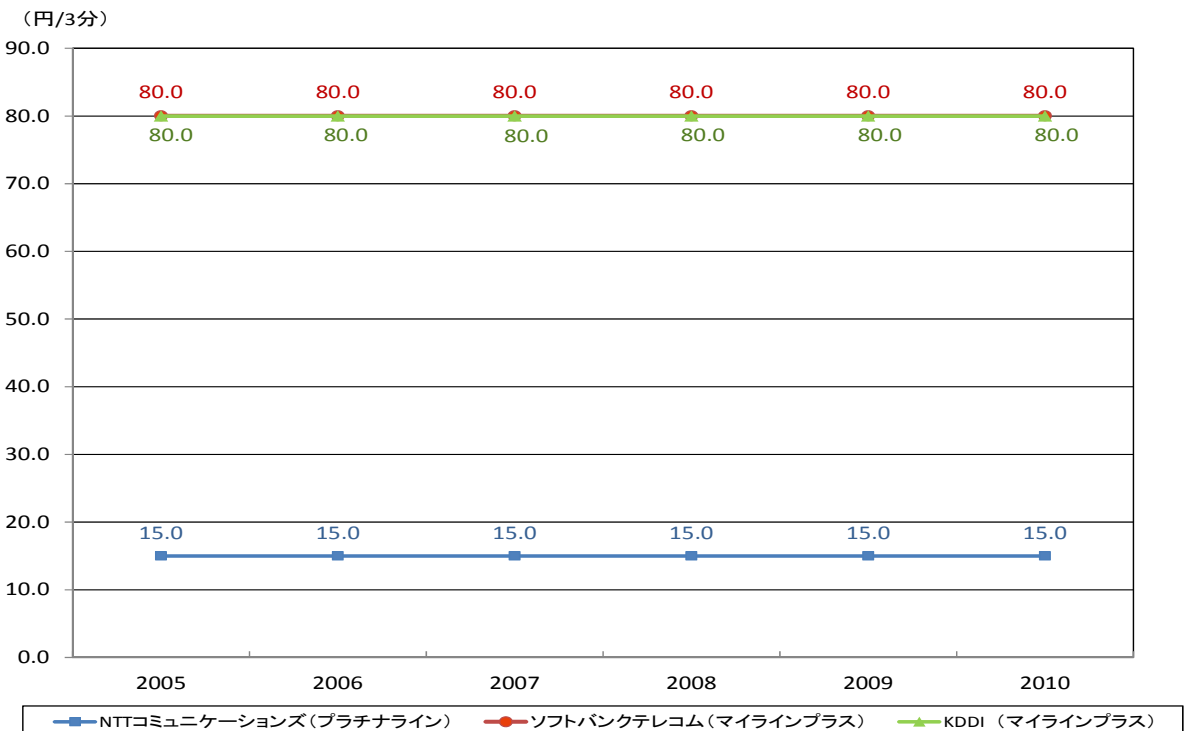
【図表I—23 中継電話（市内）の通話料の推移】



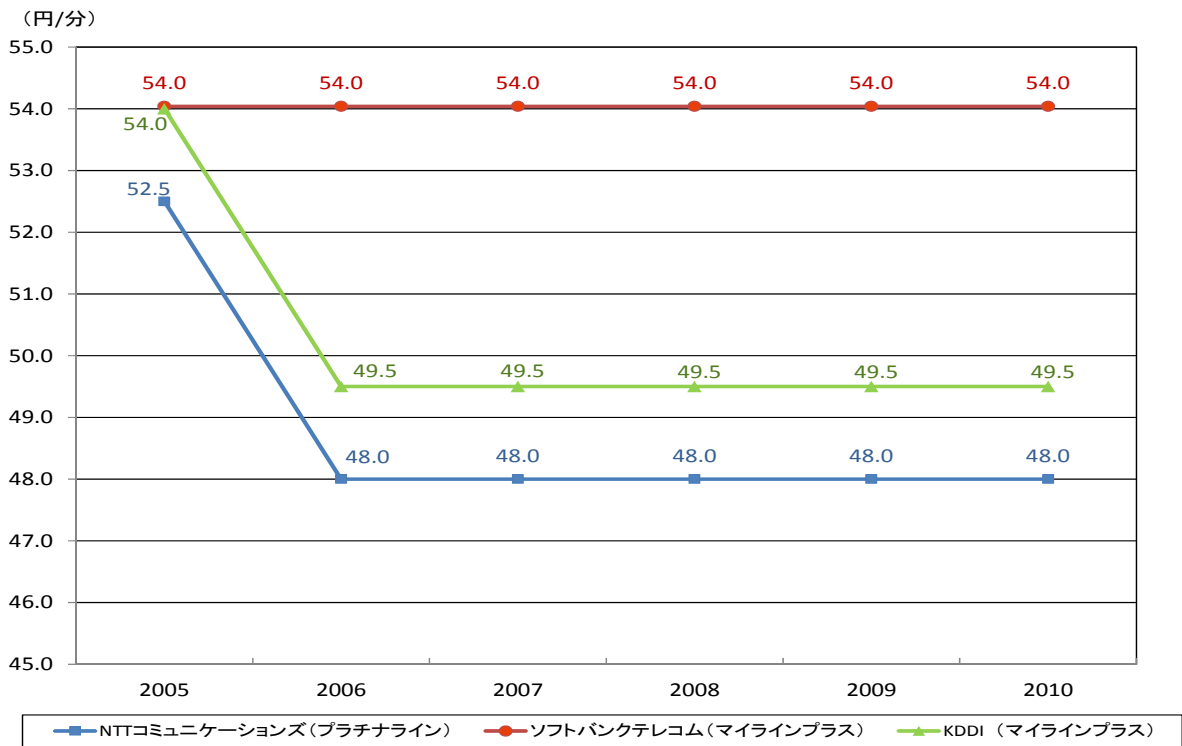
【図表 I - 24 中継電話（県内市外）の通話料の推移】



【図表 I - 25 中継電話（県外）の通話料の推移】



【図表 I - 26 中継電話の携帯電話への通話料の推移】



## 第2節 競争状況の評価

### (1) 単独又は複数の事業者による市場支配力の存在

以下の判断要素を総合的に勘案し、2010年度における中継電話市場においては、NTTグループが単独又はNTTグループが複数の事業者と協調して市場支配力を有する地位にあると評価する。

中継電話市場におけるシェア1位のNTTグループのシェアは、11年3月末時点で、市内で74.2%、県内市外で72.7%、県外で71.9%、国際で66.5%となっており、国際以外は減少しているものの、依然として他の競争事業者とのシェアの差は大きく、また、シェアの推移に大きな変化はない。

### (2) 単独又は複数の事業者による市場支配力の行使

以下の判断要素を総合的に勘案し、10年度における中継電話市場においてNTTグループは単独又は複数の事業者と協調して市場支配力を行使する可能性は低いと評価する。

中継電話（マイライン、マイラインプラス）は、加入回線部分をメタル回線であるNTT東西加入電話に加入した上で、その先の通話（通話料）部分について利用者が電話会社を選択するサービスであることから、第2章で見たように、メタル回線から光ファイバへのマイグレーションの進展とともに、NTT東西加入電話の契約数が減少傾向にある中、中継電話市場自体も縮小傾向にある。

### (3) 今後の注視事項

メタル回線から光ファイバへのマイグレーションの進展に伴い、今後、さらに中継電話市場が縮小していくことが予想される中、将来的には本市場の競争状況を評価する必要性も含めて検討が必要である。



【図表 I—27 中継電話市場における市場集中度とNTTグループのシェア】

画定市場	2010年度の評価結果	
	市場集中度（HHI）	NTTグループのシェア
中継電話	市内 2,228	74.2%
	県内市外 2,134	72.7%
	県外 3,278	71.9%
	国際 2,715	66.5%

【図表 I—28 中継電話市場における市場支配力に関する評価結果】

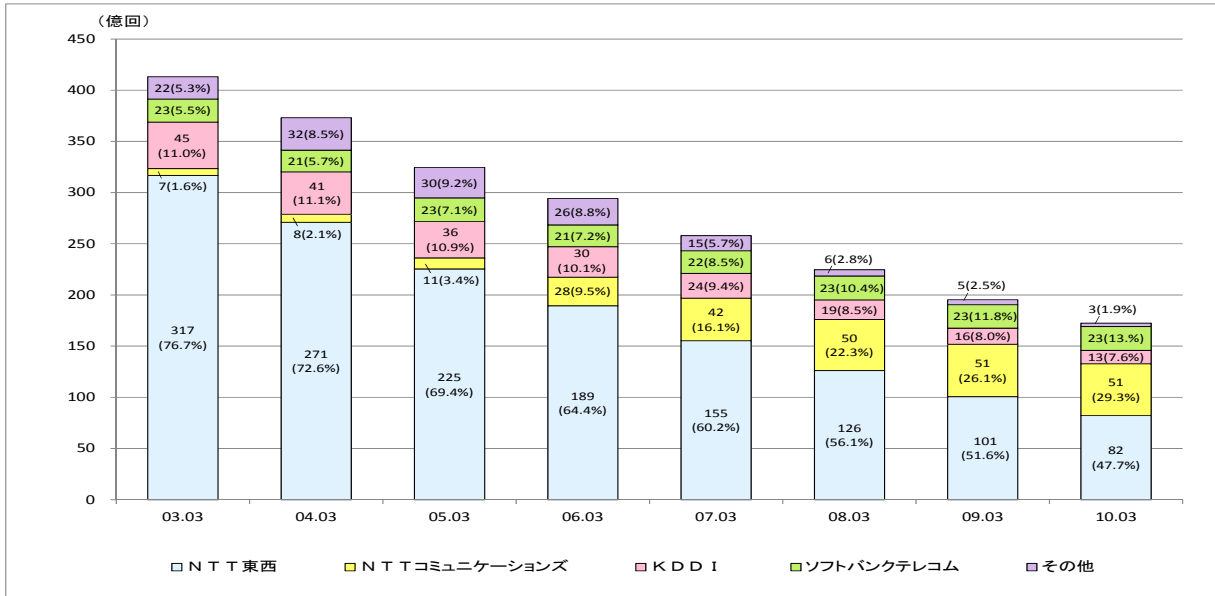
画定市場	2010年度の評価結果	
	市場支配力の存在	市場支配力の行使
中継電話	○ (単独・協調)	× (低)

(注) ◎は「強く存在すること」、○は「存在すること」、△は「協調のみ」又は「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。

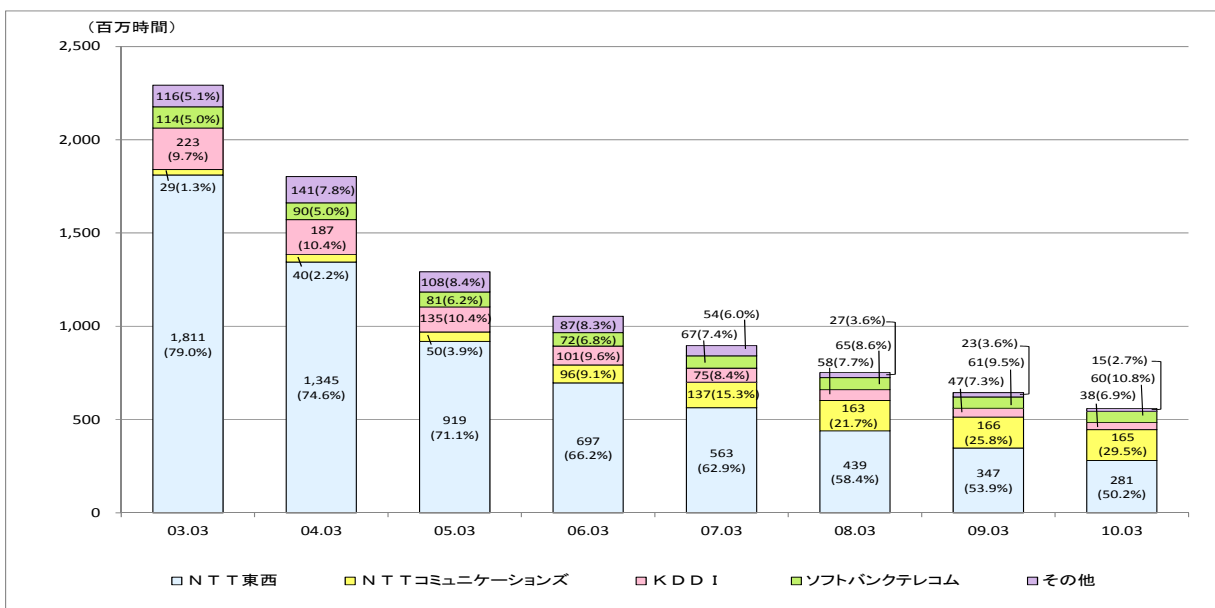
## 【参考2】中継電話に関する通信量（通信回数及び通信時間）によるNTTシェアの推移

### (1) 市内通話

#### 1) 通信回数によるNTTシェアの推移



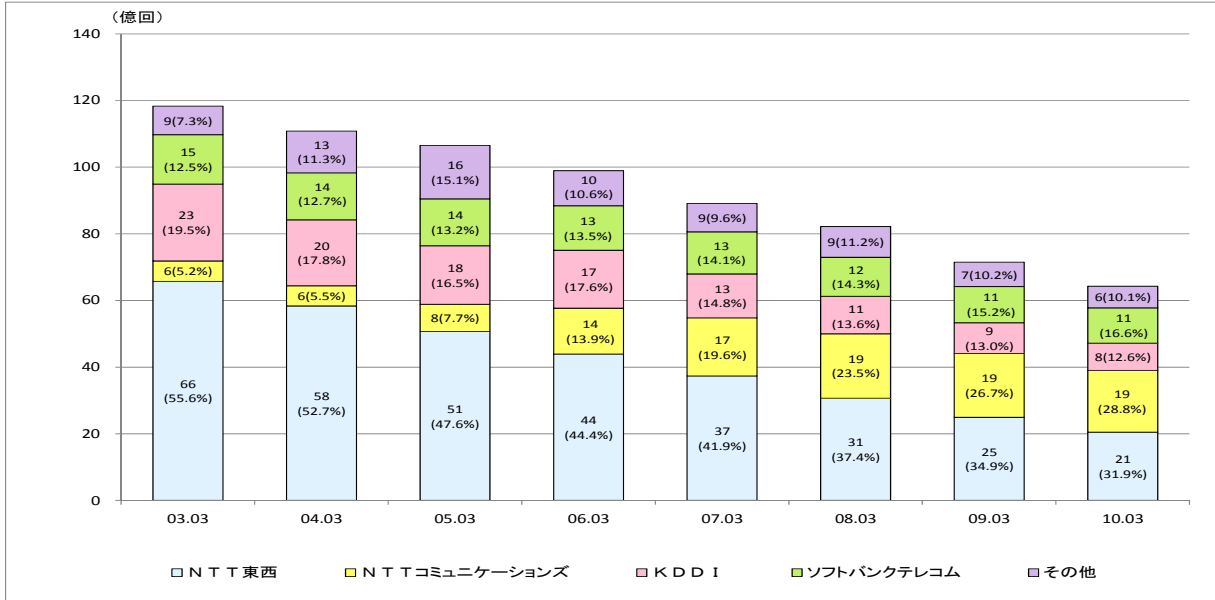
#### 2) 通信時間によるNTTシェアの推移



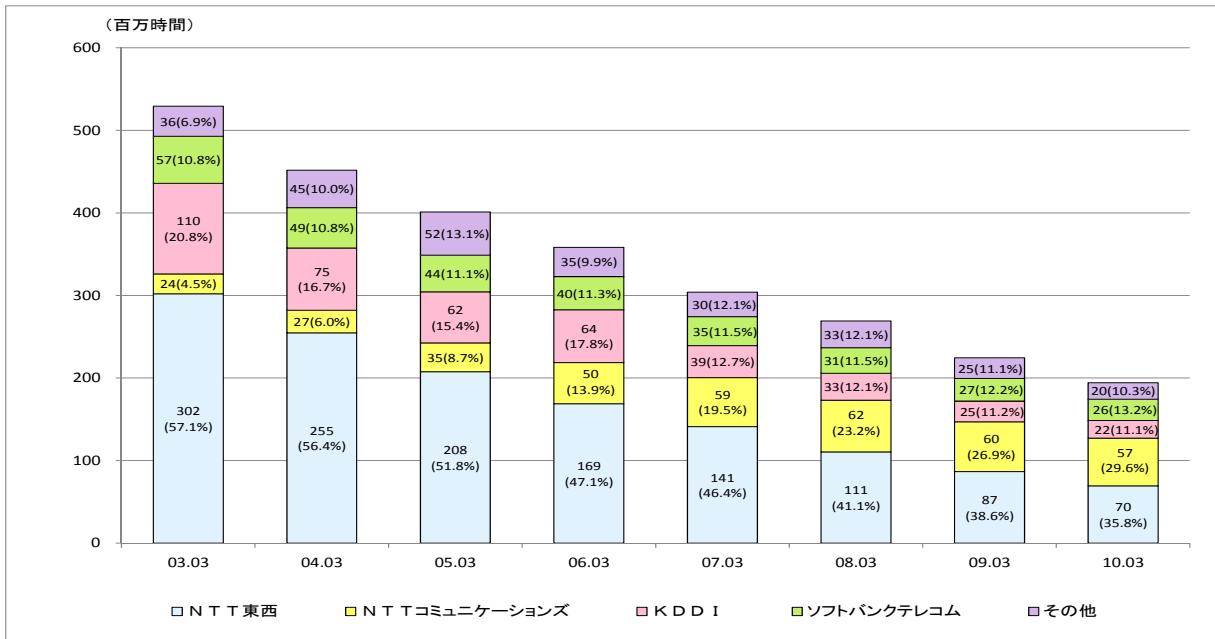
(出所) 総務省資料

## (2) 県内市外通話

### 1) 通信回数によるNTTシェアの推移



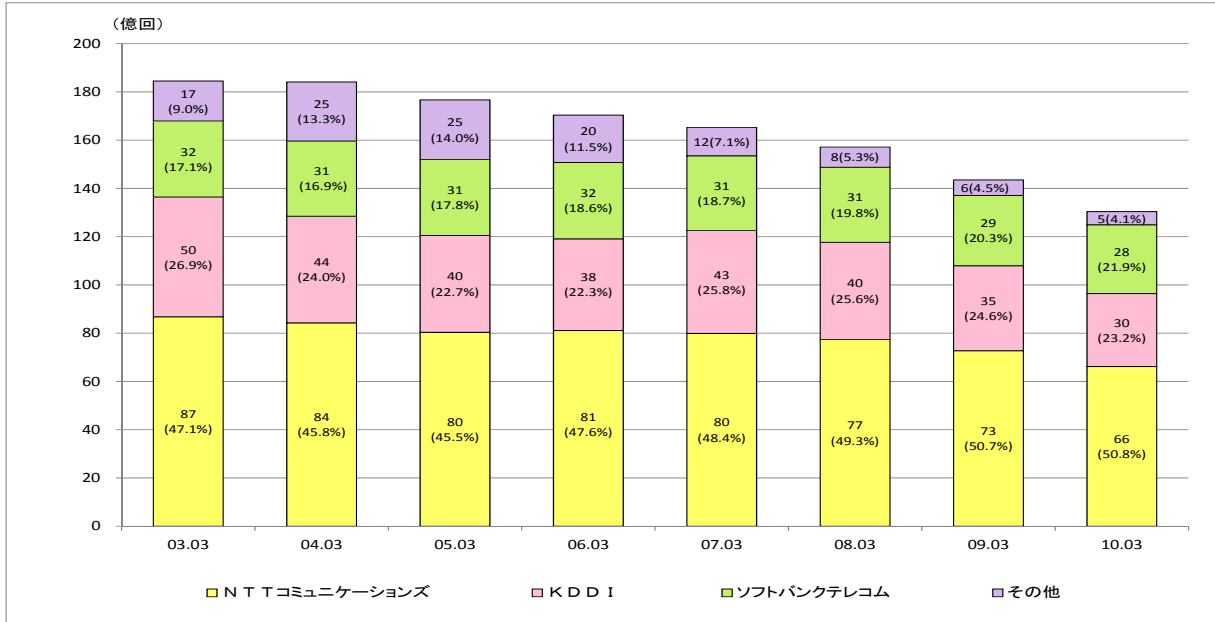
### 2) 通信時間によるNTTシェアの推移



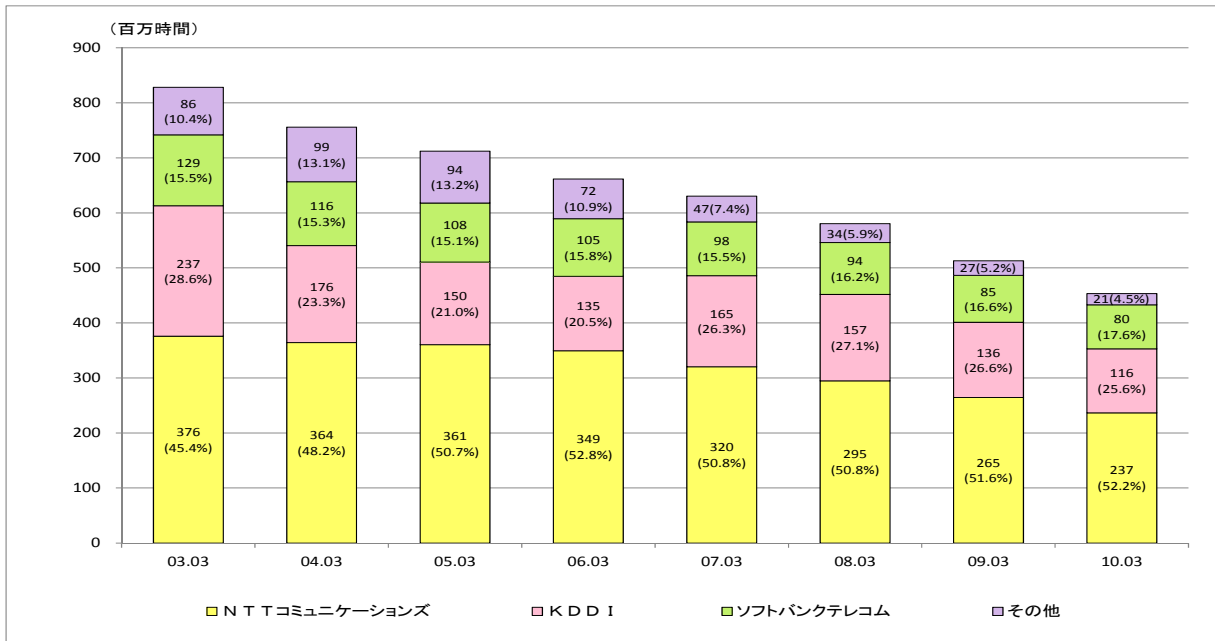
(出所) 総務省資料

### (3) 県外通話

#### 1) 通信回数によるNTTシェアの推移



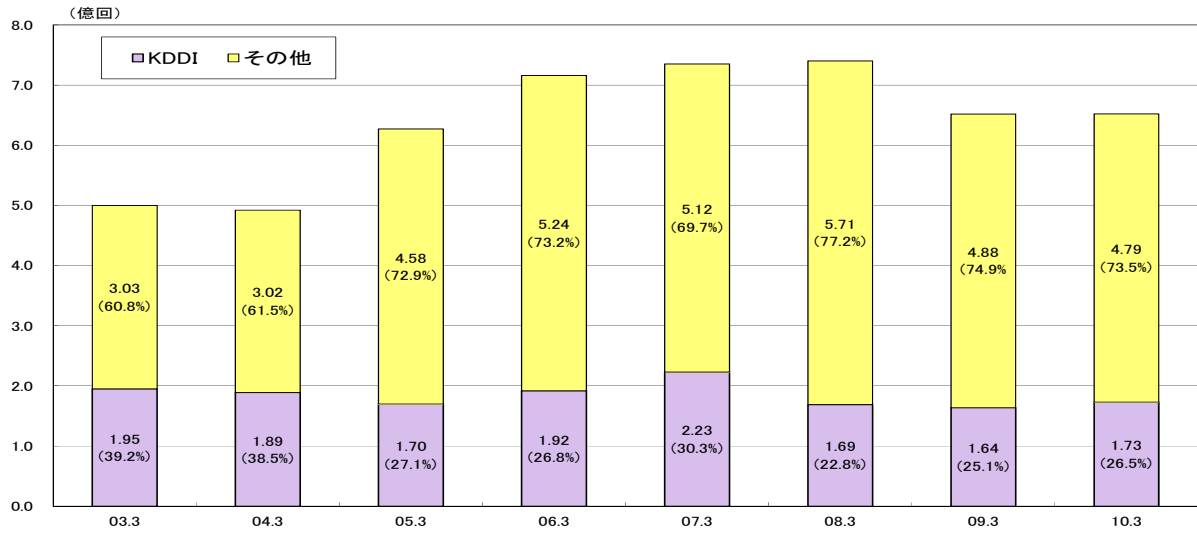
#### 2) 通信時間によるNTTシェアの推移



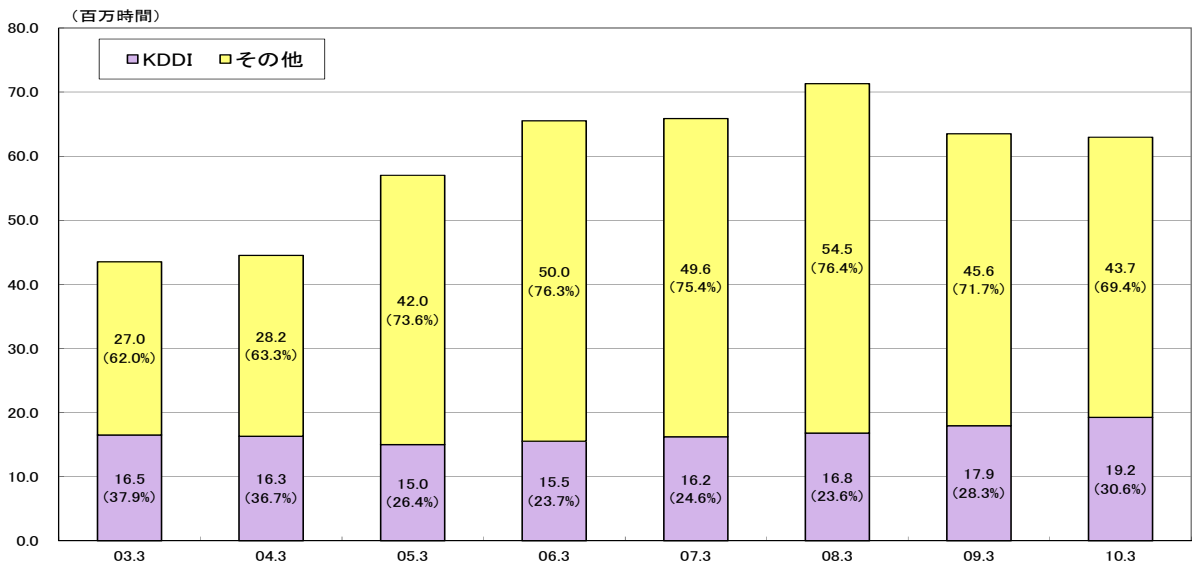
(出所) 総務省資料

## (4) 国際通話

### 1) 通信回数によるKDDIシェアの推移



### 2) 通信時間によるKDDIシェアの推移



(出所) 総務省資料

(注) 05年3月から報告対象事業者の範囲を拡大しているため、単純に比較はできない。

## 第4章 050-IP電話市場における主要指標の分析及び競争状況の評価

### 要旨

1. 050-IP電話の利用番号数は11年3月末時点で776万であり、ここ数年間減少傾向。
2. 市場支配力に関しては、上位各3社のシェアが接近しており、単独で市場支配力を行行使し得る地位にある事業者は存在しないが上位3社のシェア合計値は84.8%であり、複数の事業者が協調して市場支配力を行行使する可能性はある。  
しかしながら、メタル回線から光ファイバへのマイグレーションの進展に伴い、ADSL市場は徐々に縮小しつつあるため、実際に市場支配力を行行使する可能性は低い。

- (1) 本章では、050-IP電話市場における主要指標の分析を行い、その結果も踏まえて競争状況の評価を行う。
- (2) 具体的には、
  - ① 050-IP電話市場における主要指標として、
    - (イ) 市場の規模（利用番号数）
    - (ロ) 利用番号数における事業者別シェア及び市場集中度（HHI）
    - (ハ) 料金について分析を行う。
  - ② これらの分析結果も踏まえ、各サービスに関し、以下の点について競争状況評価を行う。
    - (イ) 単独又は複数の事業者による市場支配力
    - (ロ) 上記市場支配力の存在が認められる場合には、その行使の有無
    - (ハ) 今後の注視事項
- (3) なお、11年に発生した東日本大震災により、宮城県、岩手県及び福島県の被災地に関する主要指標の数値（11年3月末）については、各サービス提供事業者からの暫定的な報告値を使用している。

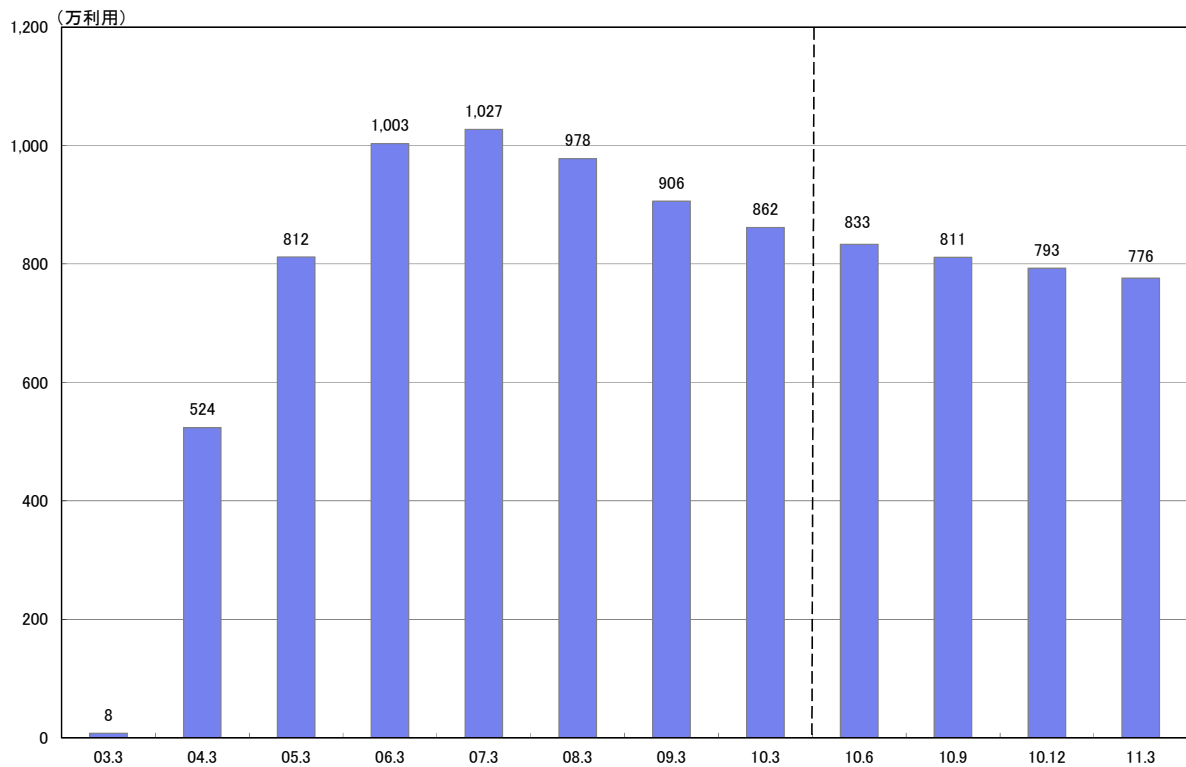
## 第1節 主要指標の分析

### (1) 市場の規模（利用番号数）

050-IP電話の契約数（利用番号数）は、2011年3月末時点で776万であり、ここ数年間、減少傾向となっている（図表I-29）。

この傾向は050-IP電話がアクセス回線にADSLを用いていることから、メタル回線から光ファイバへのマイグレーションが進展する中、インターネット接続領域におけるADSL市場の減少に伴い、050-IP電話の契約数も減少しているものと考えられる。今後も同様の傾向が続くものと予想される。

【図表I-29 050-IP電話の利用番号数の推移】



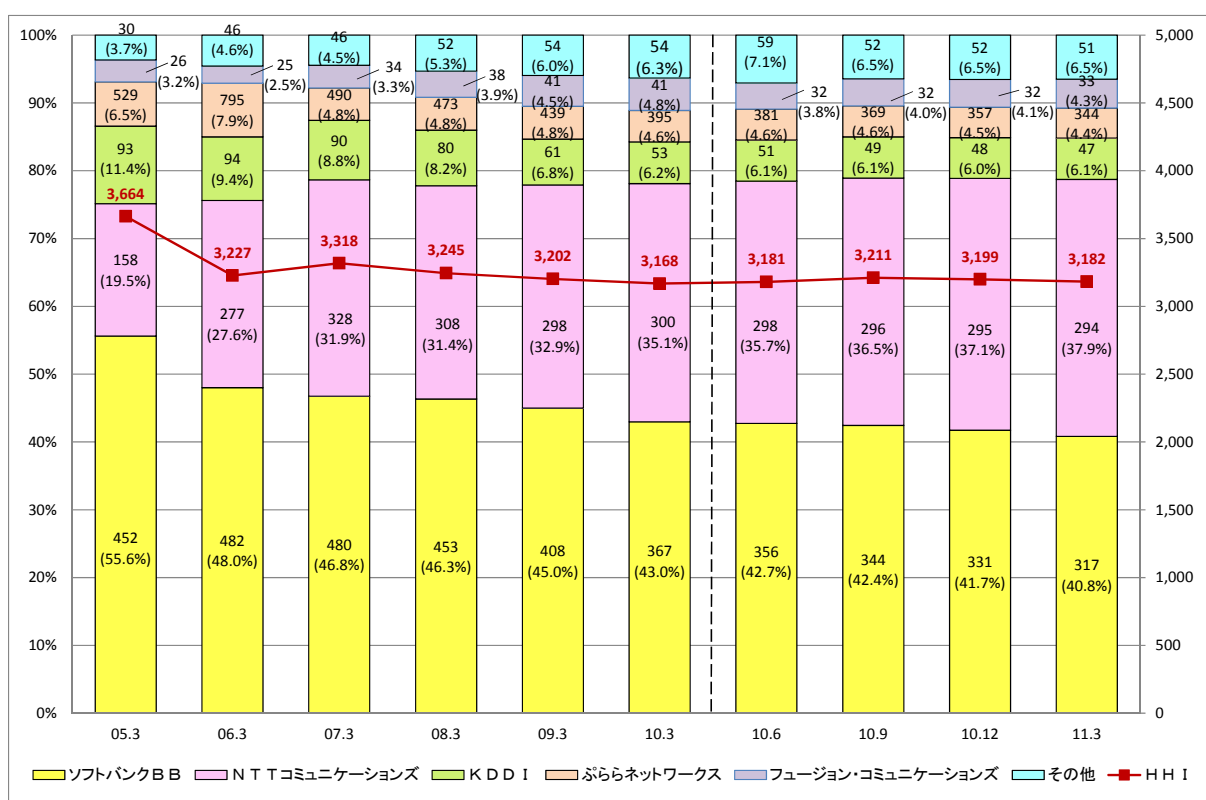
（注）03.3と04.3については事業者アンケートに基づく数値であり、04.3以降は電気通信事業報告規則第2条に基づき事業者から報告された数値を用いている。

（出所）総務省資料

## (2) 利用番号数における事業者別シェア及び市場集中度(上位3社シェア、HHI)

- ① 050-I P電話の利用番号数における事業者別のシェアは11年3月末で、ソフトバンクBBが40.8%、NTTコミュニケーションズが37.9%、KDDIが6.1%となっている。
- ② また、上位3社シェアは11年3月末で84.8%となっており、07年以降ほぼ横ばいである。HHIについても、06年以降大きな変化はなく、11年3月末で3,182となっている。

【図表 I-30 050-I P電話における事業者別シェア及びHHIの推移】



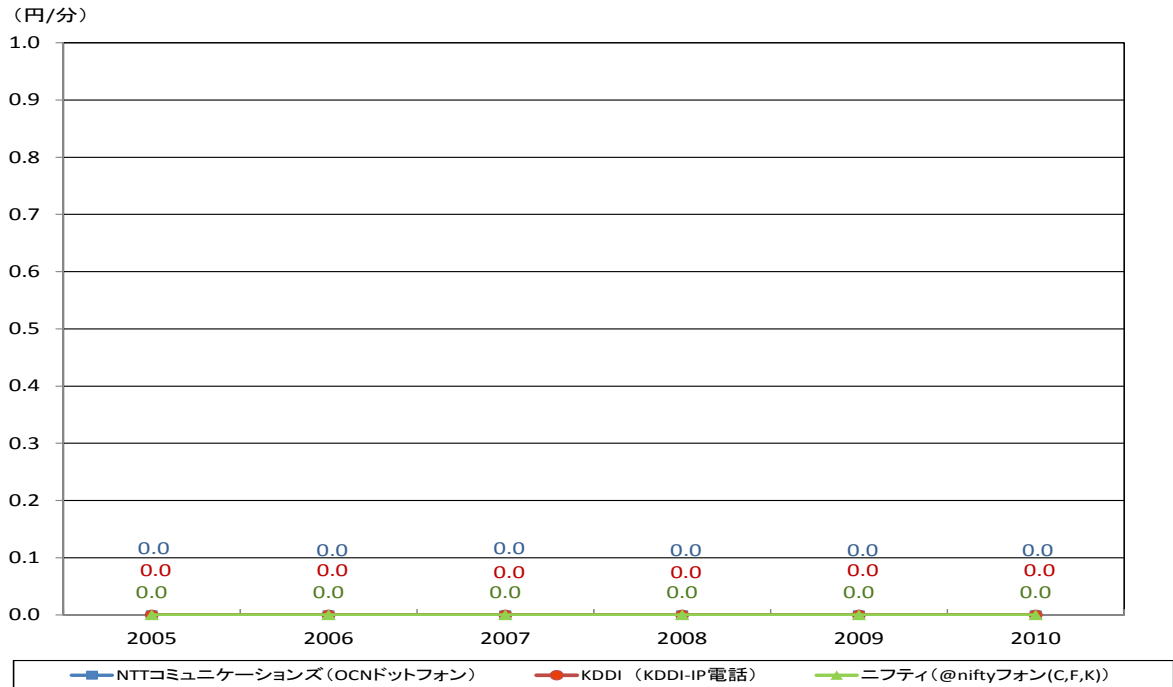
(出所) 総務省資料



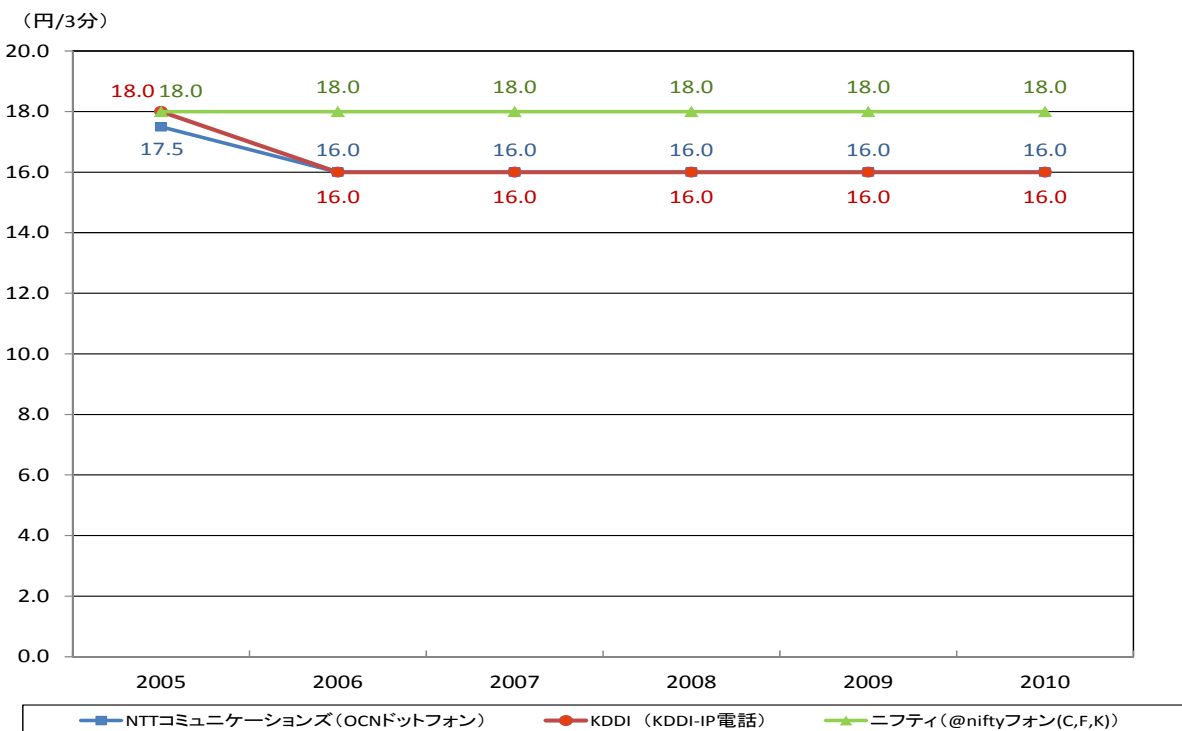
### (3) 料金

050-IP電話の料金は各事業者間でほぼ横並びの状況であり、近年大きな変化は見られない。

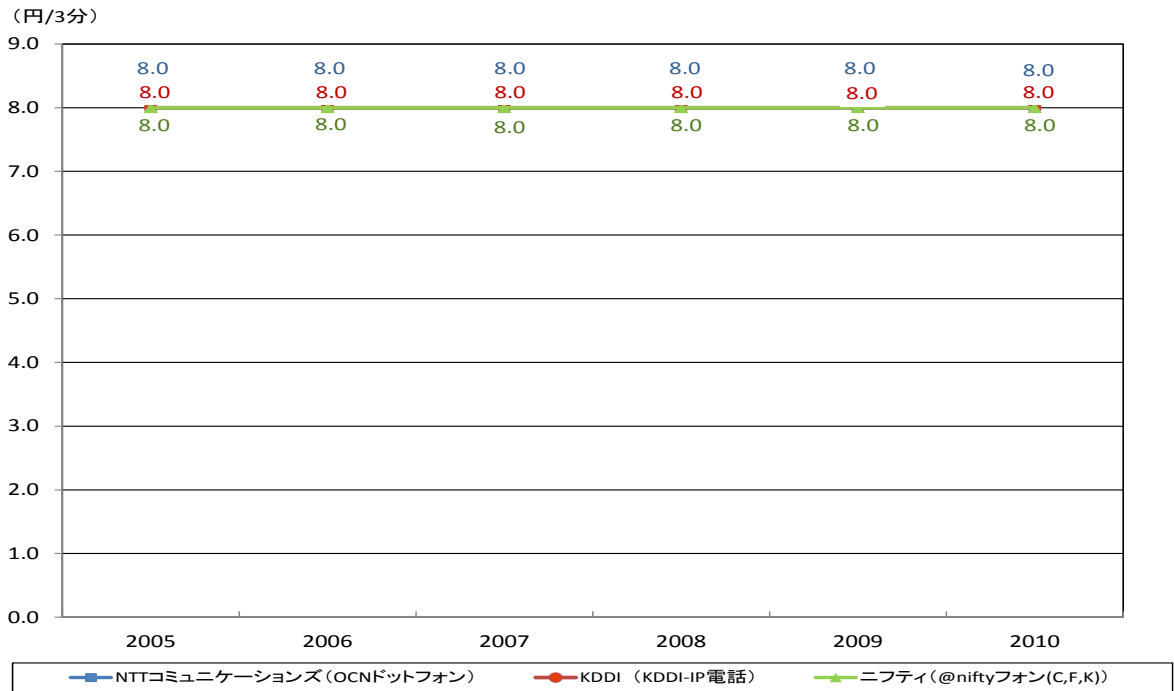
【図表 I - 31 050-IP電話の同一事業者加入者間の通話料の推移】



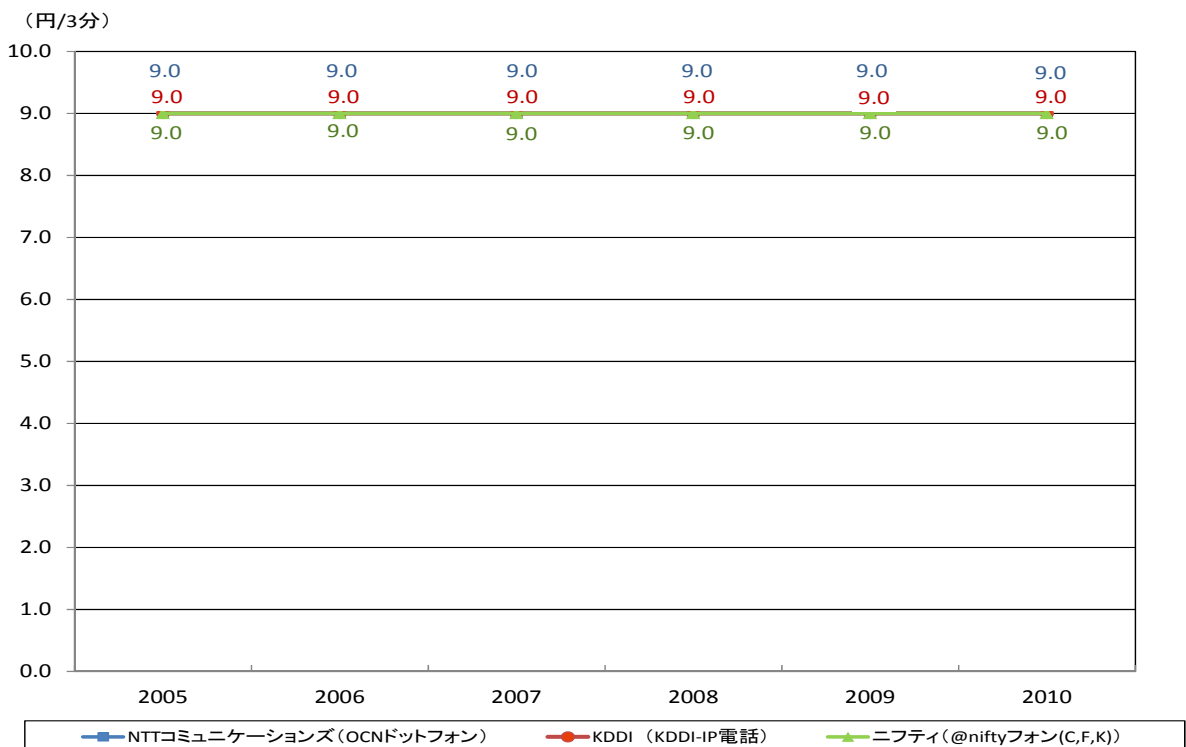
【図表 I - 32 050-IP電話の携帯電話への通話料の推移】



【図表 I - 33 050-IP電話の通話料（国内I-31及びI-32は除く）の推移】



【図表 I - 34 050-IP電話の米国への通話料の推移】



## 第2節 050-IP電話市場の競争状況の評価結果

### (1) 単独の事業者による市場支配力

以下の判断要素を踏まえ、050-IP電話市場において、単独で市場支配力を行使し得る地位にある事業者は存在しないと評価する。

050-IP電話市場におけるシェア1位のソフトバンクBBのシェアは11年3月末時点で40.8%、2位のNTTコミュニケーションズは37.9%となっており、1位と2位のシェアは接近している。

### (2) 複数の事業者による市場支配力

#### ① 市場支配力の存在

以下の判断要素を総合的に勘案し、同市場において、複数の事業者が協調的寡占体制の下で市場支配力を行使し得る地位にあると評価する。

050-IP電話市場における上位3社シェアの合計は11年3月末時点で84.8%、HHIは3,182となっており、市場は高度に寡占的である。また、07年以降、上位3社シェアの動向はほぼ横ばいで推移している。

#### ② 市場支配力の行使

以下の判断要素を踏まえ、050-IP電話市場においては、シェア上位の複数の事業者が協調して市場支配力を行使する可能性は低いと評価する。

(イ) 050-IP電話のサービス内容や料金体系、品質等において、同一サービスの加入者同士の通話無料等の割引料金等、事業者毎のサービス間に一定の同質性が生まれる傾向があり、現在、事業者間において料金はほぼ横並びの状況にあり、近年、大きな変化は見られない。

(ロ) また、メタル回線から光ファイバへのマイグレーションの進展に伴い、OABJ-IP電話が増加する中、050-IP電話の利用番号数が減少傾向にあり、市場は徐々に縮小しつつあるため、新たな利用者獲得などの競争が起こりにくい状況にある。

### (3) 注視事項

メタル回線から光ファイバへのマイグレーションの進展に伴い、今後、050-IP電話市場が縮小していくことが予想される中、将来的には本市場の競争状況の評価する必要性も含めて検討が必要である。

【図表 I-35 050-IP電話市場における市場集中度とNTTグループのシェア】

画定市場	2010年度の評価結果	
	市場集中度（HHI）	NTTコムシェア
050-IP電話	3,182	37.9%

【図表 I-36 050-IP電話市場における市場支配力に関する評価結果】

画定市場	2010年度の評価結果	
	市場支配力の存在	市場支配力の行使
050-IP電話	△ (協調のみ)	×

(注) ◎は「強く存在すること」、○は「存在すること」、△は「協調のみ」又は「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。

【参考3 固定電話の各サービスにおける主な料金（11年3月末時点）】

(1)NTT東西加入電話、新型直収電話、CATV電話の料金

事業者名		基本料				通話料(3分 8:00-19:00)						
		住宅用				市内	県内			県間 100km超	携帯への 通話	IP電話への 通話
		3級局	2級局	1級局	ISDN 64		20km以 内	20km超- 60km以 内	60km以 上			
加入 電話	NTT 東日本 (注1)	1,700 (1,785)	1,600 (1,680)	1,600 (1,680)	2,780 (2,919)	8.5* (8.925)	20 (21)	30 (31.5)	40 (42)	—	※携帯電話事業 者ごとに異なる (0036利用)	※IP電話事 業者ごとに 異なる
新型 直収 電話	ソフトバンク テレコム(旧 日本テレコム (おとくライン) (注2)	1,500 (1,575)	1,350 (1,417.5)	1,350 (1,417.5)	2,580 (2,709)	7.89 (8.2845)  (シンプルプラン)			14.9 (15.645)  (シンプルプラン)	25/分 (26.25/分)	10.0 (10.5)  ※050の場合 (シンプルプラン)	
	KDDI (メタルプラス) (注3)	1,400(1,470) ※口座振替、クレジットでの支払の 場合 ※窓口支払いの場合は1,500(1,575) ※個人向けISDNはなし ※ユニバーサルサービス料として1契 約番号あたり月額7.35円/月かかる				8 (8.4)			15 (15.75)	15.5円/分 (16.275円/分) (au)  16/分 (16.8/分) (ドコモ、ソフトバンク、 イー・モバイル)	10.0 (10.5)  ※050の場合	
CA TV 電話	ジュビターテ レコム (J:COM PHONE) (注4)	1,330 (1,397)				7.9 (8.295)  ※ J:COM PHONE 加入者 間なら 5.0 (5.250)	17 (17.85)  ※ J:COM PHONE 加入者 間なら 10.0 (10.5)	25.5 (26.775)  ※ J:COM PHONE 加入者 間なら 15.0 (15.75)	34 (35.75)  ※ J:COM PHONE 加入者 間なら 20.0 (21)	68 (71.4)  ※ J:COM PHONE 加入者間 なら40.0 (42.0)	52.5 (55.125) (ドコモ)  54 (56.7) (au、ソフトバンク)  58.5 (61.425) (イー・モバイル)	9.9 (10.395)  ※相手先事 業者に関係 なく一律

(注1)

- ・フレッツISDNまたはフレッツADSL利用時にマイライン・プラスを市内・県内市外ともNTT東Iにした場合、フレッツ料金を月額10%割引  
※フレッツ・ADSL エントリータイプを除く
- ・左記料金表に加え、1電話番号ごとにユニバーサルサービス料8円(8.4円)/月が必要

(注2)

- ・「おとくライン」(シンプルプラン)の場合、プッシュ電話サービスの月額基本料金

(注3)

- ・「au自宅割」により、au携帯からの自宅への通話料が半額(ひかりone電話、au one netのADSL、050番号サービス、ケーブルプラス電話、マイラインプラスで3区分以上KDDIに登録時も同様)
- ・au one net ダイヤルアップ メタルプラス電話コースは月額945円です(通信料無料)
- ・KDDIのメタルプラス電話、ADSL one、ひかりone(au one net)、au one netまたはマイラインの請求書とauの請求書をまとめると、固定通信側の月額請求額から105円割引

(注4)

- ヘビーユーザー割引  
通話料金が8,000円以上40,000円未満の場合：8%の割引、40,000円以上の場合：10%の割引を適用
- とくとくトーク(月額額料250円(263円))  
県内/県外への通話が一律(県内：7.9円(8.3円)/3分、県外：14.8円(15.5円)/3分)  
特定通話先(J:COM PHONE、J:COM MOBILE)への通話10,000円(10,500円)分の通話料が無料

## (2) 中継電話の料金

事業者名	基本料				通話料(3分/8:00~19:00)					
	住宅用				市内	県内 60km 以内	県間 100km 以上	携帯への 通話	IP電話への 通話	
	3級局	2級局	1級局	ISDN64						
NTTコミュニケーションズ (プラチナライン)	/				8.0 (8.4)	15 (15.75)	48 (50.4)	(0033利用)	/	
ソフトバンクテレコム (マイラインプラス)					8.5 (8.925)	30 (31.5)	80 (84)	54 (56.7)		(0088利用)
KDDI (マイラインプラス)					8.5 (8.925)	30 (31.5)	80 (84)	49.5 (51.975)		(0077利用)

## (3) O A B J — I P 電話の料金

会社名	サービス名	月額利用料 (利用料にはアダプタ使用料等も含む。また、それとは別にアクセス回線料やプロバイダ料が必要。)	通話料				備考
			加入者間	他社固定電話への通話	携帯への通話	米国への通話	
NTT東日本	ひかり電話	1,500円 (1,575円) ※ひかり電話A(エース)の場合: 無料通話料480円(504円)分を含む	8円/3分 (8.4円)	8円/3分 (8.4円)	①16円/分(16.8円) ②17.5円/分(18.375円) ③10.8円/3分(11.34円) ※①~③接続する事業者によって異なる	9円/分	他社IP電話(050番号)への通話は、通話相手ごとに分かれ、10.4円~10.8円(3分)となる。また、Chや番号の追加取得が可能。
KDDI	ひかりone電話	500円 (525円)	8円/3分 (8.4円)	8円/3分 (8.4円)	au: 15.5円/分 (16.275円)  上記以外: 16円/分 (16.8円)	9円/分	「au→自宅割」により、auケータイからの通話料が半額になる。自宅がauおうち電話の場合はauケータイから自宅への通話は無料になる。  オプションで050番号サービス(KDDI-IP電話)に申込み、KDDI-IP電話(050番号)や提携ISPのIP電話への通話は無料。
ケイ・オプティコム	eo光電話	286円 (300円)	0円	近畿2府4県: 7.4円/3分 (7.77円)  それ以外: 8円/3分 (8.4円)	18円/分 (18.9円)	6円/分	無料提携ISPの050-IP電話への通話は無料。
ソフトバンクテレコム	BBフォン光	1550円 (1627円)	0円 (BBフォンを含む)	7.99円/3分 (8.3895円)	25円(昼間)/分 (26.25円) 20円(夜間)/分 (21円)	7.99円/3分	無料提携ISPの050-IP電話への通話は国内限定通話料と同じ。また、一部のプランのBBフォンについては050番号にかけない場合は無料にはならない。

※ ひかり電話 A (エース) は、無料通話 480 円 (504 円) の他、ナンバーディスプレイ等の 6 種類の付加サービスを含んだサービス。それらを含まない基本プランは 500 円 (525 円)。

#### (4) 050-IP電話の料金

会社名	サービス名	基本料	通話料				IP網卸会社	備考
			加入者間	国内限定	携帯	米国		
NTTコミュニケーションズ	OCNDットフォン	0円	0円	8円/3分 (8.4円)	16円/分 (16.8円)	9円/分 (グアム、サイパンを除く)	NTTコミュニケーションズ	「ひかり電話」と併存可能。発信の際にはOCNDットフォンが優先される。
KDDI	KDDI-IP電話	0円	0円	8円/3分 (8.4円)	Au: 15.5円/分 (16.275円)  上記以外: 16円/分 (16.8円)	9円/分	KDDI	ADSLの低料金タイプではIP電話付きプランとなしプランがあり、有りプランの方が280円(294円)高い。
ニフティ	@niftyフォン(タイプC,F,K)	0円	0円 (ただし、同じタイプ同士、またはタイプCとF同士のみのみ)	8円/3分 (8.4円)	タイプC,F: 18円/分 (18.9円)  タイプK: 20円/分 (21円)	タイプF: 2.5円/分  タイプC,K: 9円/分	@niftyフォン-C:NTTコミュニケーションズ @niftyフォン-F:ぷららネットワークス @niftyフォン-K:KDDI	@niftyフォン-C,F間は、通話無料 @niftyフォン-CとKまたはFとKは、それぞれ異なるグループのIP網を利用しているため、異なるタイプへの発信通話料がかかる。

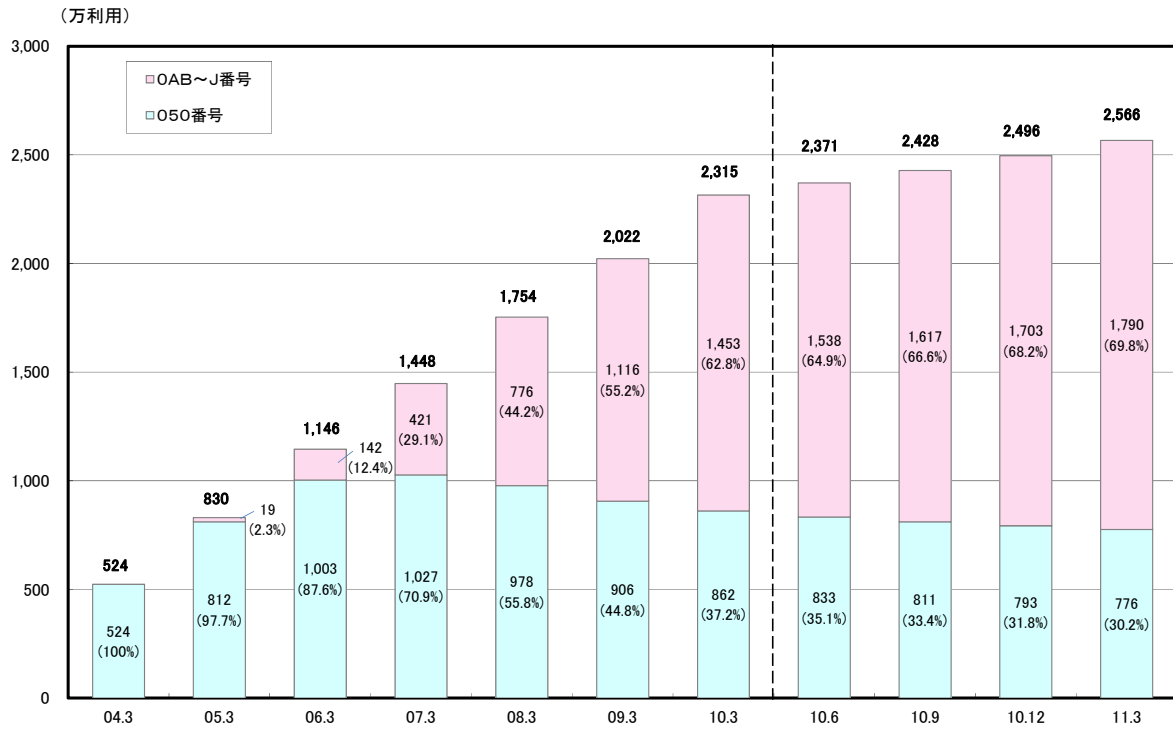
#### (5) トリプルプレイサービスの料金

会社名	電話	インターネット接続	テレビサービス	統合料金
KDDI (auひかり)	8.4円/3分 (OAB~J) ※オプションで050IP電話も可	最大1ギガ (auひかりネットサービス)	多チャンネル放送(36CH) VOD(約7,000本)	7,665円(auひかりホーム) 6,300円(auひかりマンションミニ) 5,040円(auひかりマンション)
ソフトバンクBB (Yahoo!BB光)	8,389円/3分 (OAB~J)	最大100M (Yahoo!BB光)	多チャンネル放送 (基本サービス7CH、BS 3CH、ベーシックチャンネル46CH、プレミアチャンネル28CH)	8,966円 (Yahoo!BB 光 TV package(ホーム)+BBフォン光) 4,766円 (Yahoo!BB 光 TV package(マンション)+BBフォン光)
NTT東 ぷらら アイキャスト	8.4円/3分 (050/ぷららフォン) (OAB~J/ひかり電話)	最大200M (Bフレッツ)	多チャンネル放送 (基本サービス14CH、ベーシックチャンネル83CH、プレミアムチャンネル37CH) VOD(約10,000本)	9,975円(※1 ※2 ※3) (戸建て向け(ホームタイプ):ぷらら光トリプルメイト/お値うちプラン) 7,717円(※1 ※3 ※4) (集合住宅向け(マンションタイプ):ぷらら光トリプルメイト/お値うちプラン)
ジェイコム 東京	8,295円/3分 (OAB~J) (J.COM間5.25円/3分)	最大160M (J.COM NET ウルトラ160M コース)	多チャンネル放送 (地上放送、BS・CS含めて70CH以上) VOD(約28,000本)	8,800円 (お得プラン40:J.COM NET40Mコース+J.COM TV デジタル+J.COM PHONE(住宅用)) 9,500円 (お得プラン160:J.COM NET ウルトラ160Mコース+J.COM TV デジタル+J.COM PHONE(住宅用))
ケイ・オプ ティコム	7.77円/3分(近畿2府4 県) 8.4円/3分(それ以外) (OAB~J)	最大1ギガ (eo光ネット)	多チャンネル放送 (地デジ・BSコース24CH(ホームタイプのみ)、ベーシックHD 68CH、プレミアムHD 87CH)	7,900円 (eo光テレビベーシックHD +eo光電話+eo光ネット(ホームタイプ)100Mコース) 6,900円 (eo光テレビベーシックHD+eo光電話+eo光ネット(マンションタイプ))

- ※1 インターネット接続サービスおよび映像配信サービス「ひかりTV」はNGN(フレッツ 光ネクスト)にも対応。  
 ※2 NTT東日本 Bフレッツ ハイパーファミリータイプ利用の場合。機器利用料、チューナーレンタル料、屋内配線利用料等を含む。  
 ※3 NTT東日本 ひかり電話の月額基本料は含まない。  
 ※4 NTT東日本 Bフレッツ マンションタイプ プラン2利用の場合。機器利用料、チューナーレンタル料等を含む。

(出所) 各社Webサイト

## 【参考4 I P電話の利用番号の推移】





## II 移動体通信領域

# 目 次

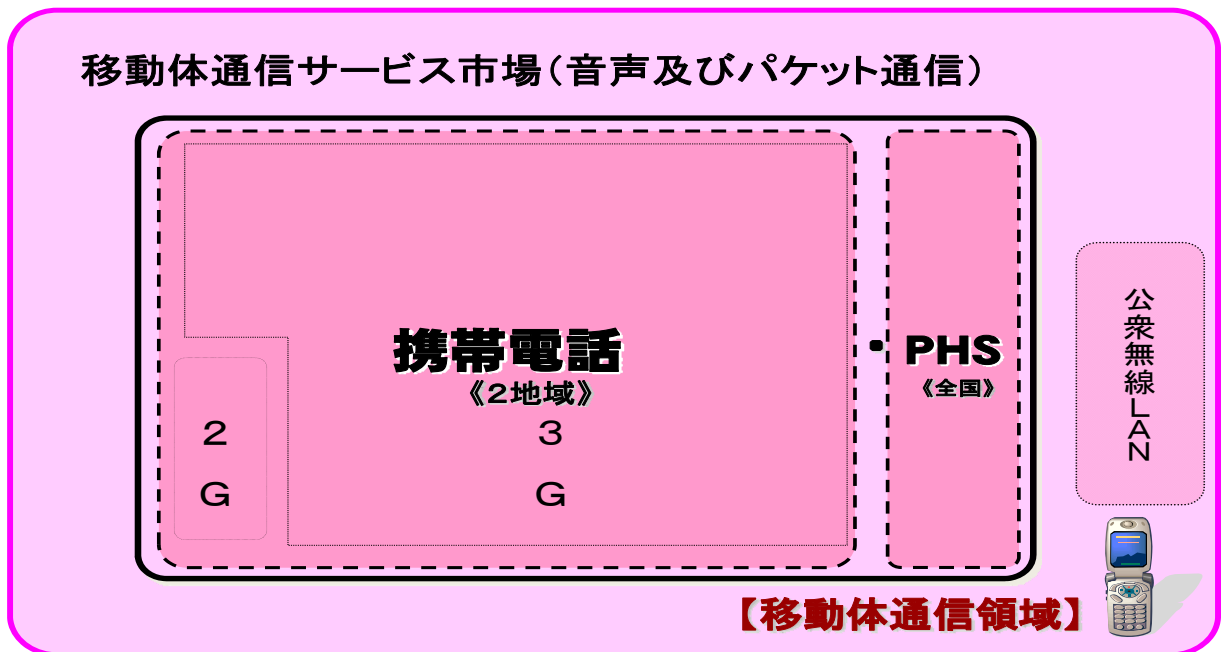
第1章 移動体通信領域の市場画定 .....	1
第2章 移動体通信サービス市場における主要指標の分析及び競争状況の評価 .....	3
第1節 主要指標の分析 .....	5
第2節 競争状況の評価 .....	25
第3節 その他 .....	31

# 第1章 移動体通信領域の市場画定

## 1. サービス市場の画定

- (1) 本年度（2010）のサービス市場の画定に当たっては、従来の考え方を引き続き採用し、音声とパケット通信、携帯電話とPHSを一体的に捉え、「移動体通信サービス市場」として画定する。また、「移動体通信サービス市場」のうち携帯電話とPHSについてはそれぞれ部分市場として画定する。
- (2) また、公衆無線LANについては、厳密なデータの入手が困難なことから分析は行っていない。
- (3) なお、近年、スマートフォンやタブレットPC等の端末やコンテンツ・プラットフォームレイヤーにおけるサービスが多様化・高度化しており、特に移動体通信領域におけるデータ通信のニーズが高まっていることから、来年度以降の移動体通信領域のサービス市場の画定については、このような背景を踏まえて見直しを行うこととする（第3編「今後の競争評価の在り方について」参照）。

【図表Ⅱ－1 移動体通信領域のサービス市場の画定】



凡例: 市場 部分市場

## 2. 地理的市場の画定

地理的市場については、事業者のサービス提供地域を考慮し、携帯電話市場は全国2地域（沖縄県<sup>1</sup>とそれ以外）とし、PHS市場は全国とする。移動体通信サービス市場全体については、携帯電話の契約数が圧倒的に多いことを踏まえ、携帯電話市場の市場画定を準用し、全国2地域とする。

【図表Ⅱ－2 移動体通信領域の地理的市場の画定】



## 3. 分析・評価の対象とする市場

移動体通信サービス市場においては、PHS市場の契約数が占める割合が非常に小さいこと（11年3月末で3.0%）等を踏まえ、競争評価2009と同様、携帯電話市場及びPHS市場を移動体通信サービス市場として一体的に分析及び評価を行い、個別の分析及び評価は行わない。

<sup>1</sup>沖縄セルラー（KDDIの連結子会社）が沖縄県のみをサービス地域として事業を展開している。

## 第2章 移動体通信サービス市場における主要指標の分析及び競争状況の評価

### 要旨

1. 移動体通信サービス市場（携帯電話・PHS（MVNOを含む））における契約数は11年3月末時点で1億2,329万（対前年比6.0%増）と引き続き増加傾向。事業者別のシェアを見ると、この一年におけるソフトバンクモバイルの純増数が大きくなっているものの、NTTドコモのシェアは依然として高く（11年3月末時点47.1%）、他の競争事業者とのシェアの格差は大きい。
2. 市場支配力に関しては、このような寡占的な市場構造の下、NTTドコモは市場支配力を行使し得る地位にあり、また、上位3社のシェアについても94.5%と極めて高い水準にあり、複数事業者が協調して市場支配力を行使し得る地位にある。しかしながら、第二種指定電気通信設備に係る規制の存在とともに、近年のスマートフォン等の新しい端末やサービスの導入等により競争的な市場環境であることから、実際に市場支配力を行使する可能性は低い。
3. なお、移動体通信サービス市場については、無線のブロードバンド化、ビジネスモデルの多様化等を踏まえ、通信レイヤー以外のレイヤーの動向も把握していくことが必要。

(1) 本章では、移動体通信サービス市場（携帯電話、PHS）について主要指標の分析を行い、その結果も踏まえて競争状況の評価を行う。

(2) 具体的には、

- ① 移動体通信サービス市場（携帯電話、PHS）における主要指標として、
  - (イ) 市場の規模（契約数、事業者別契約数・純増数）
  - (ロ) 契約数における事業者別シェア及び市場集中度（上位3社シェア、HHI）
  - (ハ) 料金及びARPU<sup>2</sup>
- (二) 地理的市場の状況について分析を行う。
- ② これらの分析結果も踏まえ、移動体通信サービス市場（携帯電話、PHS）

<sup>2</sup> Average Revenue Per Unit の略。通信事業における一契約あたりの平均売上高のこと。通常、一ヶ月単位で表される。

に関し、以下の点について競争状況の評価を行う。

- (イ) 単独又は複数の事業者による市場支配力の存在の有無
- (ロ) 上記市場支配力の存在が認められる場合には、その行使の有無
- (ハ) 今後の注視事項

また、上記の分析及び評価とは別に、事業者間取引の分野である携帯電話の接続料やMVNO<sup>3</sup>の状況、データ通信の需要の高まりを背景とするカード型端末による通信サービス、公衆無線LANの状況についても概観する。

- (3) なお、11年3月11日に発生した東日本大震災により、宮城県、岩手県及び福島県の被災地に関する主要指標の数値（11年3月末）については、各サービス提供事業者からの暫定的な報告値を使用している。

---

<sup>3</sup> Mobile Virtual Network Operator の略。自らは無線局を開局・運用せずに、MNO (Mobile Network Operator: 自ら無線局を開設又は運用して移動通信サービスを提供する電気通信事業者) の提供する移動通信サービスを利用あるいはMNOに接続して、移動通信サービスを提供する電気通信事業者。

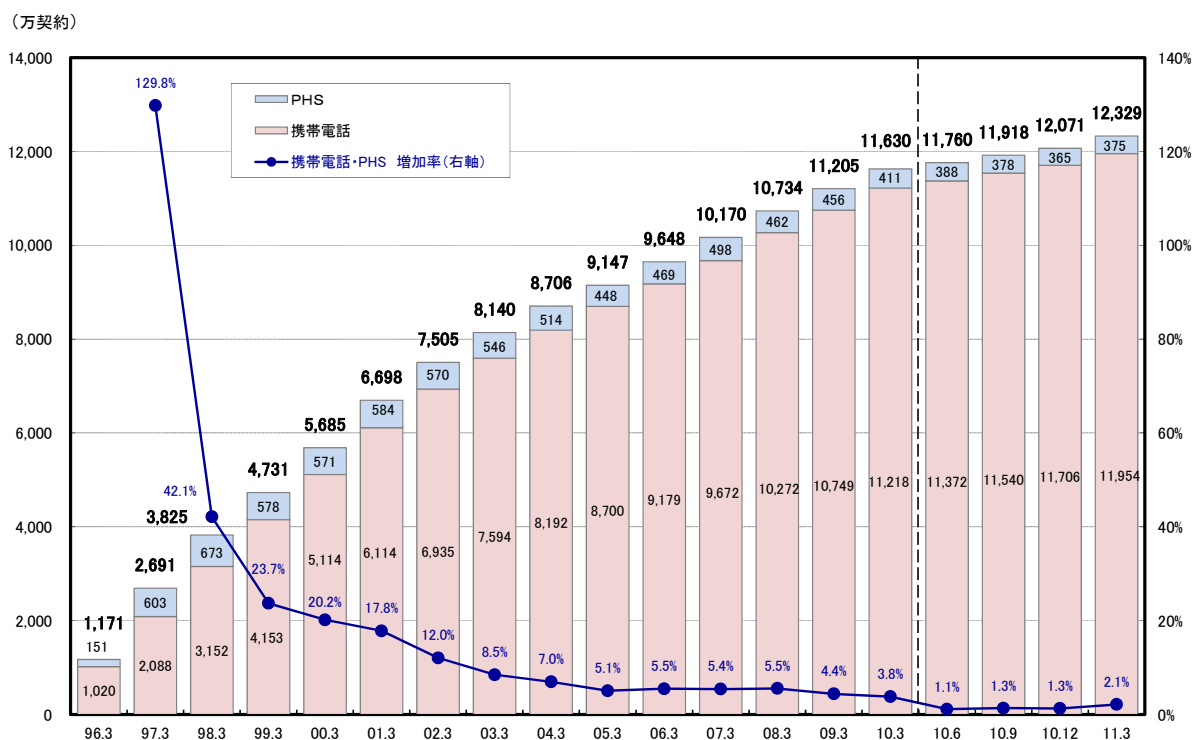
## 第1節 主要指標の分析

### 1. 市場の規模（契約数、事業者別契約数・純増数）

#### （1）契約数

- ① 移動体通信サービス全体では、契約数は1億2,329万（対前年比6.0%増）となっており、引き続き増加傾向にある。その内訳を見ると、携帯電話契約数は前年比736万の増加に対し、PHS契約数は前年比36万の減少となっている<sup>4</sup>。なお、その内数であるMVNOについては146事業者が参入しており、契約数は359万（対前年比34.0%増）となっている。
- ② 近年、移動体通信サービスを巡っては、スマートフォンやタブレットPC等の端末やコンテンツ・プラットフォームレイヤーのサービスが多様化・高度化しており、スマートフォン端末等への買い換え需要や2台目需要が見込まれ、今後、その動向についても把握していくことが必要である（第2編「携帯電話端末・スマートフォン・タブレットPCの需要代替性の調査」参照）。

【図表Ⅱ－3 移動体通信サービスの契約数の推移】



(注) 携帯電話契約数は、NTTドコモ、KDDI（沖縄セルラー含む）、ソフトバンクモバイル及びイー・アクセスの契約数の合計。PHS契約数は、ウィルコムのみを計上しており、データ通信サービスのみを提供するケー・オプティコム（04年9月に音声PHSサービスを終了。なお、PHSによるデータ通信サービスについても11年9月末にサービス終了予定。）の契約数は含まれていない。

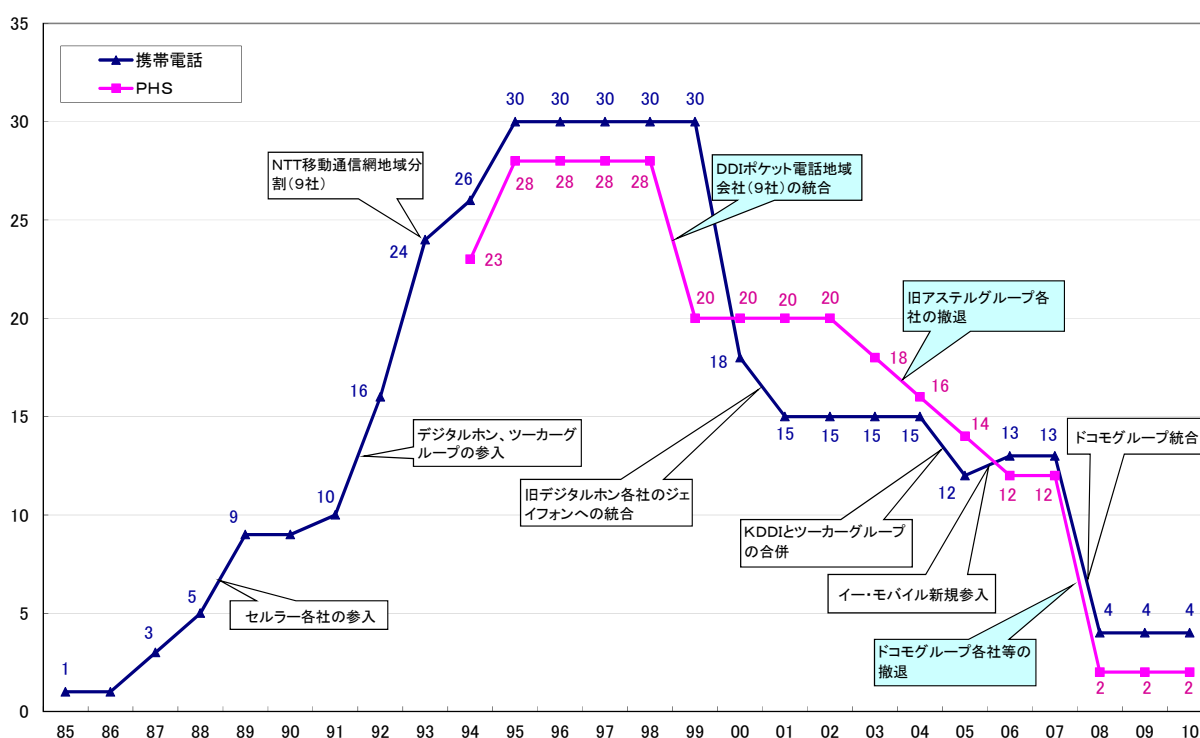
(出所) (社) 電気通信事業者協会及び総務省資料

<sup>4</sup> 11年3月以降は、PHSの契約数が若干増加している。

## (2) 事業者別契約数・純増数

- ① 現在、移動体通信サービス市場における事業者として、携帯電話についてはNTTドコモ、KDDI（沖縄セルラーを含む。）、ソフトバンクモバイル及びイー・アクセス<sup>5</sup>の4社がMNO事業者としてサービス提供を行っている。
- ② PHS事業者については、ウィルコムとデータ通信サービスのみを提供するケイ・オプティコム<sup>5</sup>の2社のみである。ただし、ケイ・オプティコムが提供するPHSによるデータ通信サービスは11年9月末で終了予定とされている。

【図表Ⅱ-4 事業者数の推移】



- (注) ※1：各年度末における事業者数を示す。  
 ※2：各グループ内各社は1社として扱っている。  
 ※3：(株)ウィルコムと(株)ウィルコム沖縄は、1社として扱っている。  
 ※4：沖縄セルラーとKDDIは1社として扱っている。

③ 移動体通信サービスにおける事業者別の契約数を見ると(図表Ⅱ-5、括弧内は対前年比)、

- (イ) NTTドコモ 5,801万(193万(3.4%)増)  
 (ロ) KDDI(沖縄セルラーを含む) 3,300万(113万(3.5%)増)  
 (ハ) ソフトバンクモバイル 2,541万(353万(16.1%)増)

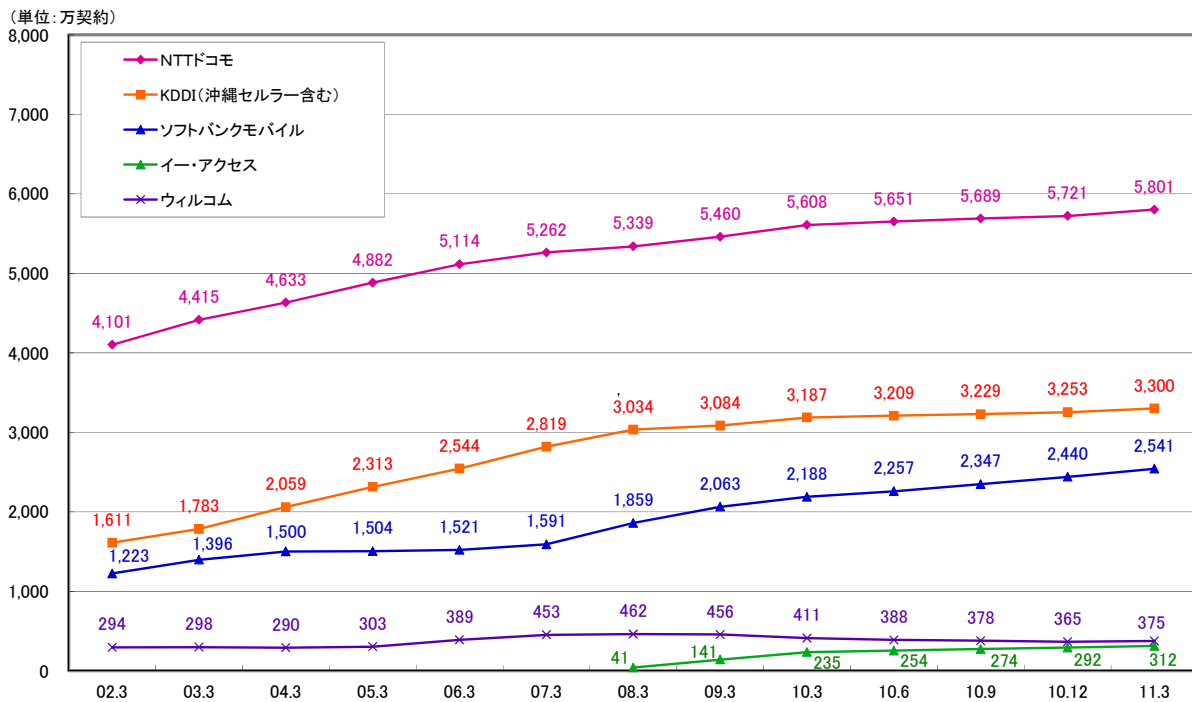
<sup>5</sup> イー・アクセスは、10年7月にイー・モバイルと経営統合を行い、11年3月にイー・モバイルを合併したことから、本報告書では、イー・アクセスと表記を統一している。



(二) イー・アクセス 312万 (77万(32.8%)増)  
 となっており、ソフトバンクモバイル、イー・アクセスの増加率が高い。また、純増数の推移(図表Ⅱ-6)を見ると、この一年、ソフトバンクモバイルの純増数が高くなっている。

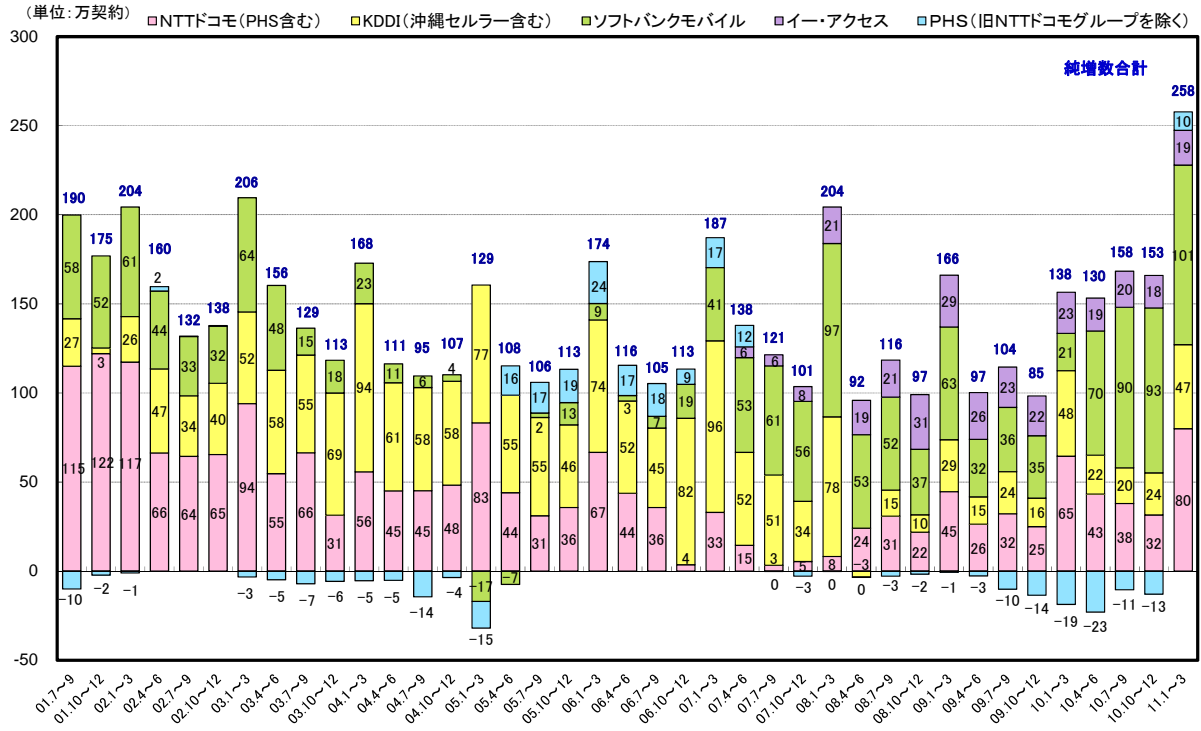
- ④ 他方、PHS事業者のウィルコムは08年3月以降、ゆるやかな減少傾向に転じており、対前年比で36万の減少(8.8%減)となっている。ただし、11年3月以降は、PHSの契約数が若干増加している。

【図表Ⅱ-5 事業者別契約数の推移】



(出所) (社) 電気通信事業者協会及び総務省資料

【図表Ⅱ－6 契約数の事業者別純増数の推移】



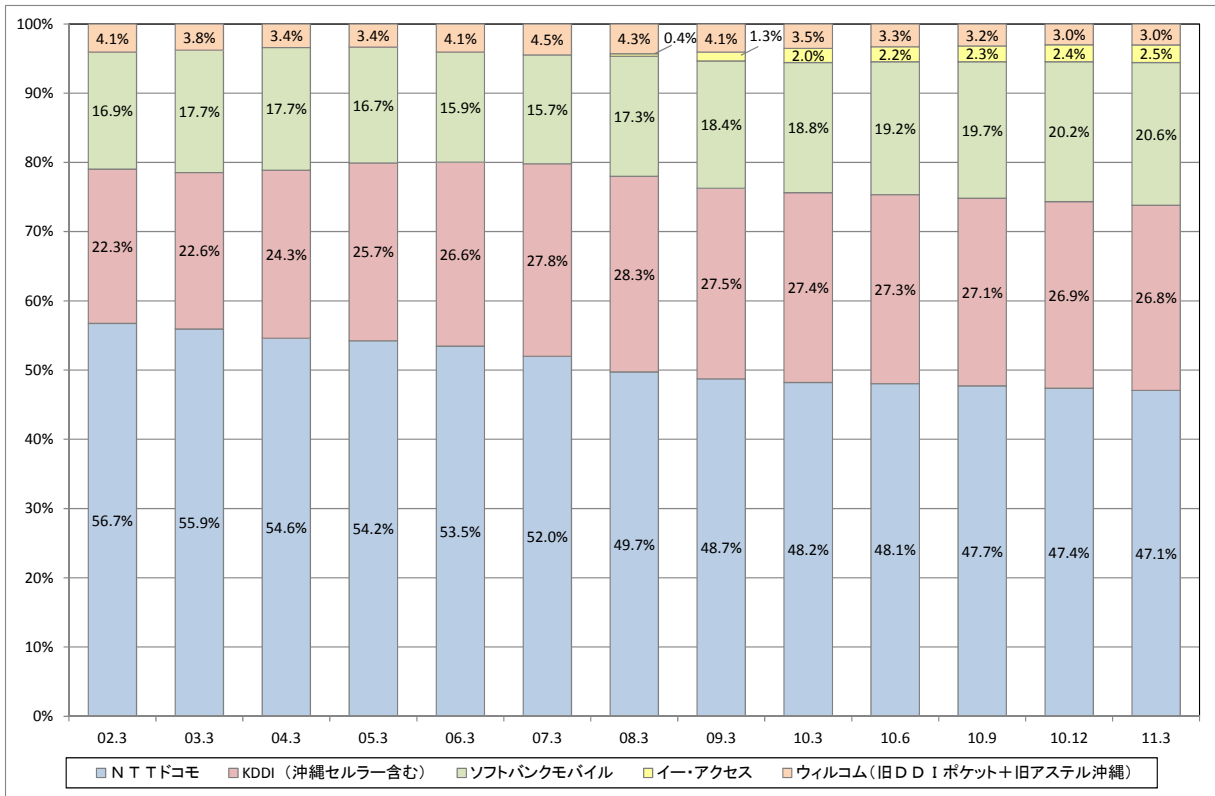
(出所) (社) 電気通信事業者協会資料

## 2. 契約数における事業者別シェア及び市場集中度（上位3社シェア、HHI）

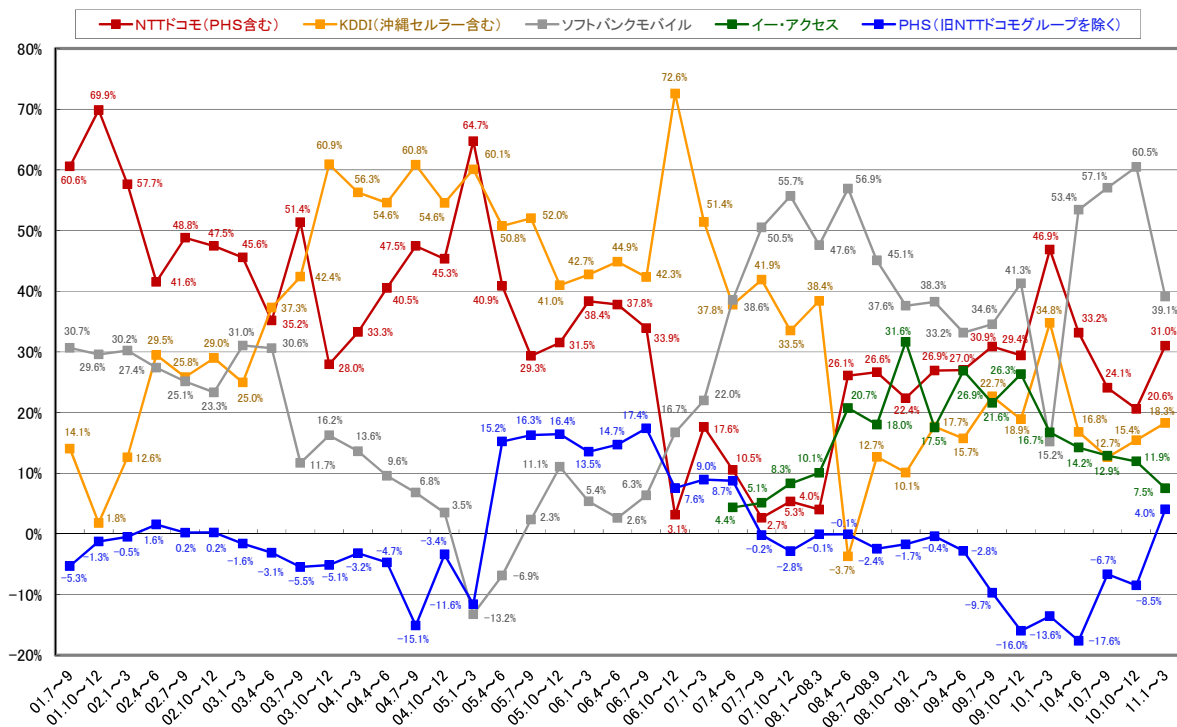
### （1）事業者別シェア

- ① 移動体通信サービスの契約数における事業者別シェア（図表Ⅱ－7）は、
- |                    |                     |
|--------------------|---------------------|
| （イ）NTTドコモ          | 47.1%（対前年比1.1ポイント減） |
| （ロ）KDDI（沖縄セルラーを含む） | 26.8%（対前年比0.6ポイント減） |
| （ハ）ソフトバンクモバイル      | 20.6%（対前年比1.8ポイント増） |
| （ニ）イー・アクセス         | 2.5%（対前年比0.5ポイント増）  |
- となっており、NTTドコモ及びKDDI（沖縄セルラー含む）はシェアがわずかに減少、ソフトバンクモバイルとイー・アクセスはシェアが増加しており、ソフトバンクモバイルのシェアの増加が比較的大きい。
- ② また、各事業者の純増数シェア（図表Ⅱ－8）については、ソフトバンクモバイルがこの一年高い傾向を示している。
- ③ なお、各事業者はスマートフォン等の販売促進に力を入れてきていることから、今後、移動体通信サービスの中でもデータ通信を中心に市場動向を把握していくことが必要である。

【図表Ⅱ－7 移動体通信サービスの契約数の事業者別シェアの推移】



【図表Ⅱ－8 移動体通信サービスの契約数の純増数シェアの推移】

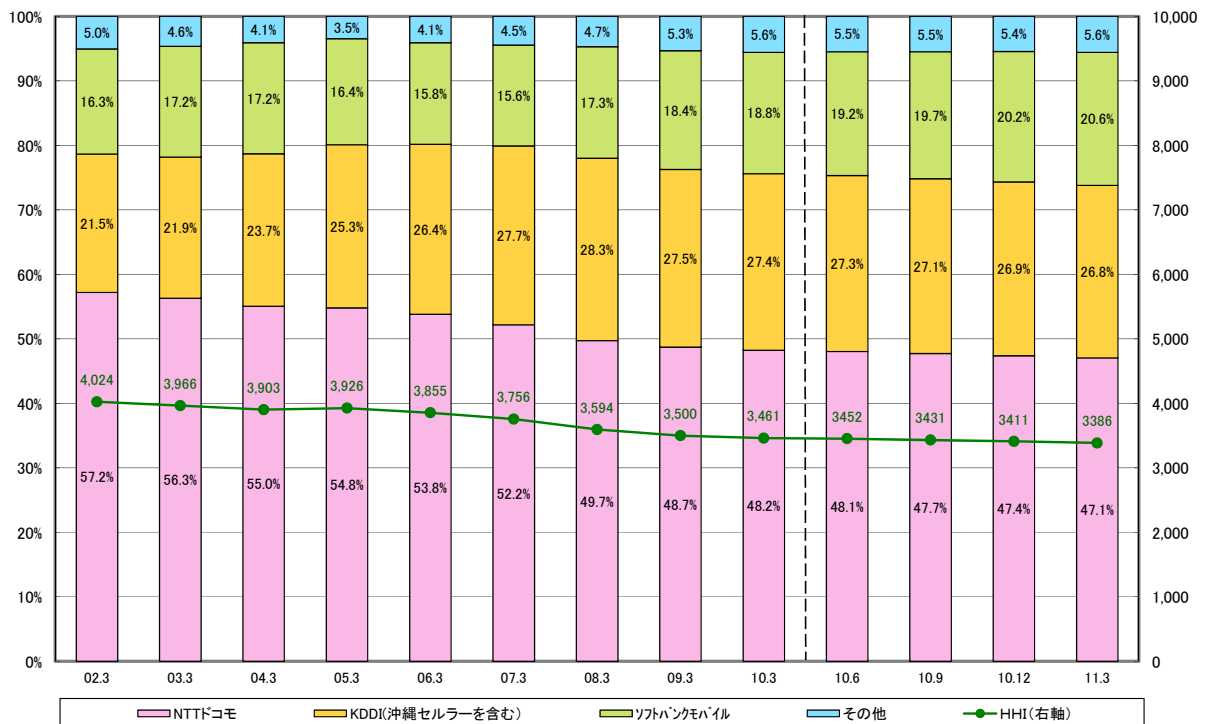


(出所) (社) 電気通信事業者協会及び総務省資料

## (2) 市場集中度（上位3社シェア及びHHI）

- ① 移動体通信サービス市場における上位3社シェア（NTTドコモ、KDDI（沖縄セルラーを含む。）及びソフトバンクモバイル）は11年3月末で94.5%（対前年比0.1ポイント増）、HHIは3,386（対前年比75減）と前年とほぼ変わらず高い水準となっており、3社による寡占的な状態にある（図表Ⅱ－9）。
- ② このうち、NTTドコモについては11年3月末で47.1%となっており、対前年比1.1ポイント減少しているものの、依然として市場全体の5割近いシェアを有している。
- ③ また、事業者数の推移（図表Ⅱ－4）を見ても、移動体通信市場は寡占的な市場であると認められる。これは、周波数の有限希少性、移動体通信事業への参入障壁が存在することに起因する移動体通信市場の特性であると考えられる。

【図表Ⅱ－9 移動体通信サービス市場の上位3社シェア及びHHIの推移】



(出所) 総務省資料

### 3. 料金及びARPU

#### (1) 料金

移動体通信サービス（携帯電話・PHS）における料金は、主に「基本使用料」（通話や通信の利用状況に関係なく、月額で利用者が支払う料金）及び「通話料」からなるが、各事業者が家族など特定の通話者同士の割引制度や基本使用料の一部に無料通話分を含む料金メニューを設定する等、料金体系は多様化している。また、データ通信（パケット通信）については定額制が一般的になっている。

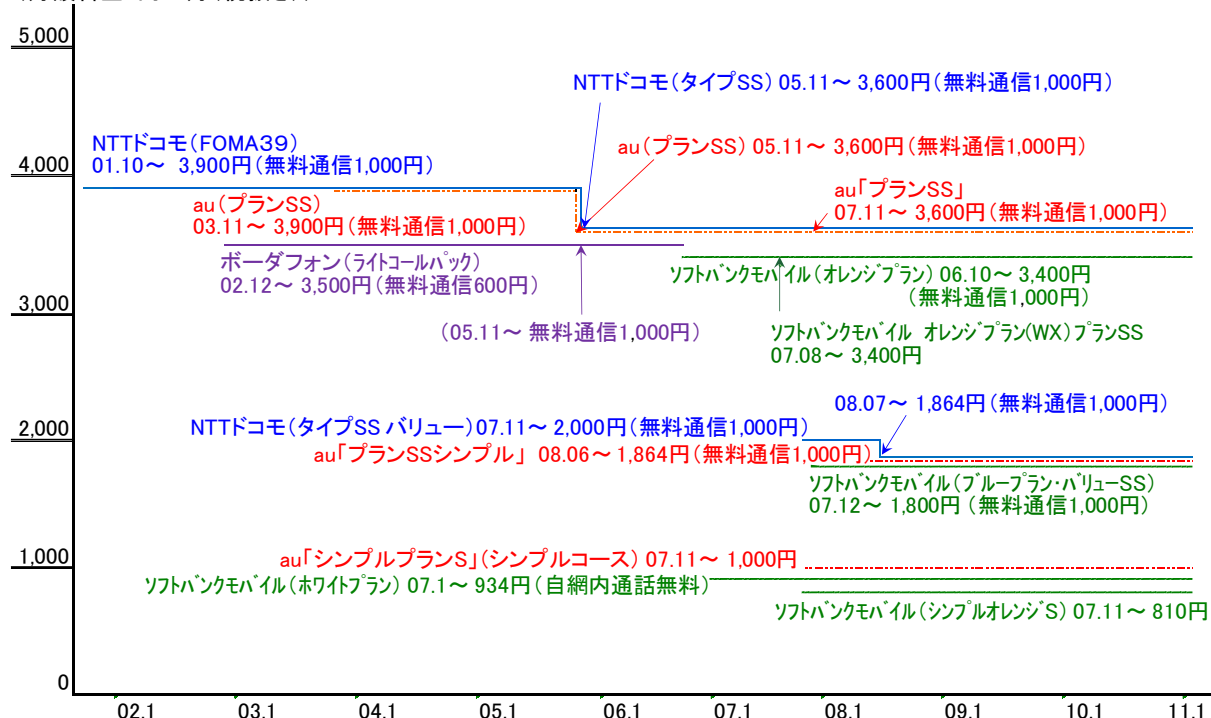
#### ① 基本使用料

移動体通信サービス（携帯電話・PHS）の基本使用料については、図表Ⅱ－10に示すとおり、様々な料金プランが存在しているが、08年以降、料金水準にほとんど変化は見られない。

【図表Ⅱ－10 3G携帯電話及びPHSの基本使用料の推移（税別）】

#### < 3G携帯電話 >

（月額料金・円／月（税抜き））



（注1）各社基本プランのうち、低利用者向けの料金を比較したもの。

（注2）各種割引サービスの適用は除く。

（注3）NTTドコモは、05.11以降FOMAとmovaの料金体系を統一。ただし、パケット通信料を除く。

## <PHS>

(月額料金・円/月(税抜き))



(出所) 各社パンフレット、ホームページより作成

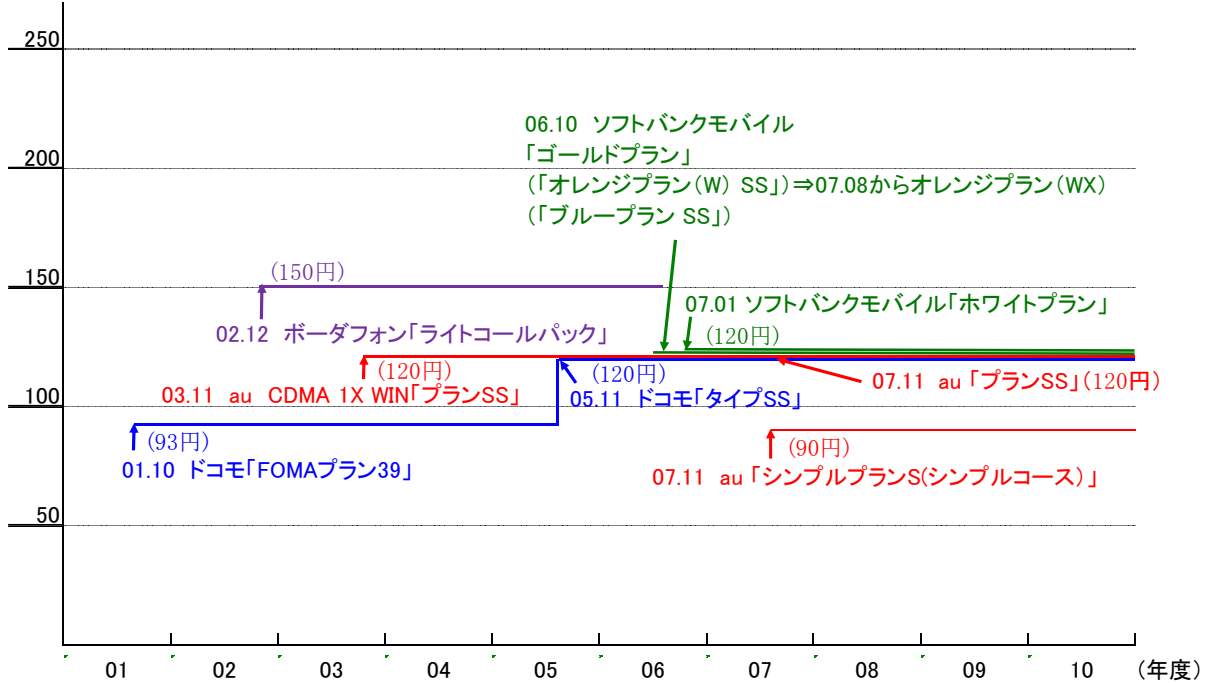
## ② 通話料

通話料は、平日・昼間・対市内加入電話3分間という条件で比較した場合、05年11月の基本使用料改定に伴う通話料改定以降は、特に大きな料金水準の変更は見られない。ただし、自社加入者間同士の通話無料サービスや家族間の通話無料化など割引の拡充が図られている。

【図表Ⅱ－１１ ３G携帯電話及びPHSの通話料の推移】

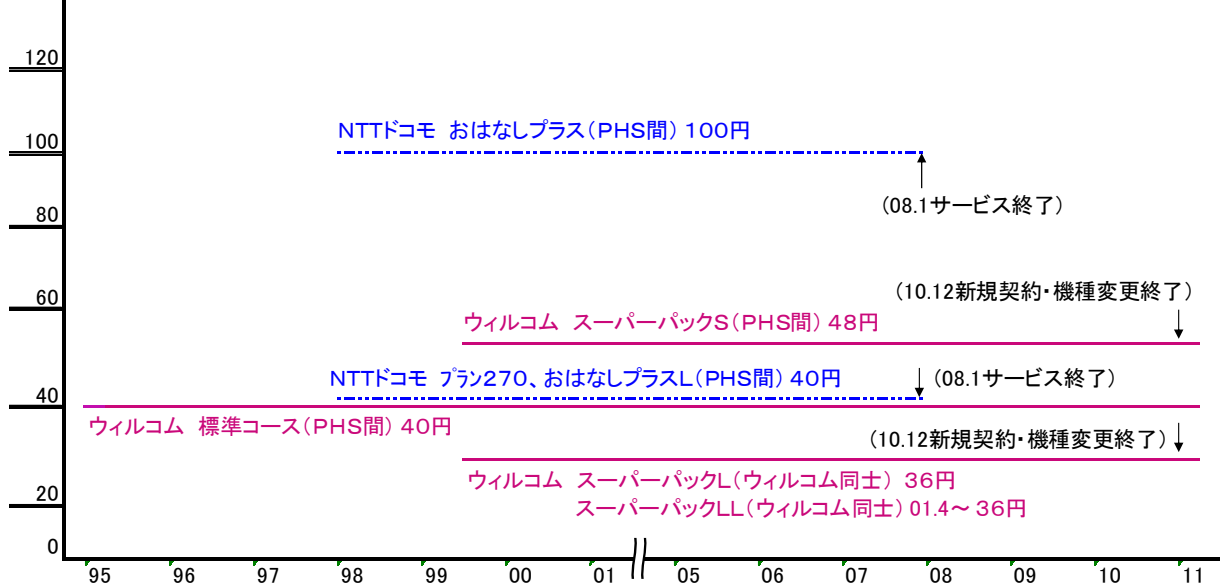
＜携帯＞（平日・昼間・対市内加入電話３分間、税別）

（単位：円、税抜き）



＜PHS＞（平日・昼間・PHS間3分間、税別）

（単位：円、税抜き）



※各通話先への3分間の通話料金

（出所）各社パンフレット、ホームページより作成



### ③ 割引サービス及びパケット通信料

- (イ) 各事業者が提供する主な割引サービスを図表Ⅱ－１２、各社のパケット通信料を図表Ⅱ－１３、主なパケット通信料定額サービスを図表Ⅱ－１４に示す。これらを見ると、携帯電話の料金については、様々な割引サービスが提供されているが、各社とも定額制を導入するなど横並びの傾向も見られる。
- (ロ) また、特に、定額サービスの契約数は図表Ⅱ－１５に示すとおり、増加が続いており、１０年９月末で５，７５６万と携帯電話契約数全体の約半数が利用するに至っている。
- (ハ) この増加傾向は、音声及びパケット通信の利用時間及び利用頻度が年々増大していることを反映していると考えられ、今後、スマートフォンやタブレットＰＣなどの新しい端末の普及により、この傾向が一層進むとともに、様々な割引サービス等の導入により料金体系が複雑化することも想定される。

【図表Ⅱ-12 主な割引サービス】

割引サービス	NTTドコモ	au	ソフトバンクモバイル				
			ブループラン/ブルー プラン・バリュー	オレンジプラン (WX)	シンプルオレンジ	ゴールドプラン	ホワイトプラン
前提条件	<p>○ベーシックコース: 販売奨励金あり。 ・購入サポートは15,750円(税込)。 ・2年以内に機種変更/解約をする場合、630円(税込)×残月数の解除料が必要。</p> <p>○バリューコース: 販売奨励金なし。 ・基本使用料がベーシックプランよりタイプSSの場合1,823円(各種割引適用後で980円)安くなる。</p> <p>※ベーシックコースとバリューコースは同様の割引サービスが適用される。</p>	<p>○フルサポートコース: 販売奨励金あり。 ・購入サポートは16,800円(税込)。 ・フルサポート契約期間中(2年以内)に機種変更/解約等をする場合、契約月数に応じた解除料がかかる。 ・解除料は下記のとおり(価格は税込、2009年12月に改定)。 ・2009年12月以前の加入者も12月以降は改定後の内容を適用。 ・購入月が1ヵ月目となる。 【1ヵ月目～6ヵ月目 16,800円、7ヵ月目～12ヵ月目 16,800円、13ヵ月目～18ヵ月目 12,600円、19ヵ月目～24ヵ月目 6,300円、25ヵ月目～ 0円】 ・auポイント(利用額に応じて4～7%)をフルサポート解除料に充当可能。</p> <p>○シンプルコース: 販売奨励金なし。 ・無料通話はそのままで、基本使用料がさらにお得な「シンプルコース(他プランも選択可)」を選択可能(他のプランも選択可)。 ・マンスリーポイントを利用額100円(税抜)ごとに2ポイント付与。 ・シンプルコースの場合、各種基本使用料割引は適用されない。</p>	<p>○新スーパーボーナス: 割賦販売方式。 新スーパーボーナス専用の販売価格で端末購入し、新規契約、機種変更等を行うことで、利用プランに応じて基本使用料、通話料、通信料等が一定割引。また、継続割引等の解約手数料が免除。</p> <p>○スマート一括: 新規加入時の携帯電話購入代金の一部サポート(購入代金補助金額15,750円)、携帯電話購入代金の一部後払い(請求金額3,150円)、クレジット割引(クレジットカード払いのみ)を適用。</p>				
通話料	選択したプランに従う。	選択したプランに従う。	選択したプランに従う。		1時(AM)から21時までソフトバンク携帯電話への通話が無料。 ※ソフトバンク携帯電話への通話が最大200分/月無料(21～1時)。 ※上記以外、21円(税込)/30秒。	1時(AM)から21時までソフトバンク携帯電話への通話が無料。 ※上記以外、21円(税込)/30秒。	
メール通信料	選択したバケット割引サービスに従う。	選択したプランに従う。	選択したプランに従う。			ソフトバンク同士無料	

継続利用割引(1) ※1年単位の契約	基本使用料の割引率 (1年目～最大10年超)	12%～25% (2年目 12%OFF、3年目 14%OFF、6年目 20%OFF、10年超 25%OFF)	15%～25% (1年目 15%で1年毎に1%増加し、11年目以降25%)	10%～25%	15%～25%(※オレンジWX) 15%～35%(※キッズ・シニアプラン4年目以降)	—	37%～70%	—
継続利用割引(2) ※2年単位の契約	基本使用料の割引率	50%	50%	50%	50%～52.9%(※新・自分割引に準ずる)	—	—	—
継続利用割引に関する備考	継続利用割引(1): (新)いちねん割引 継続利用割引(2): ひとりでも割★50	継続利用割引(1): 年割 継続利用割引(2): 誰でも割	継続利用割引(1): 1年割 継続利用割引(2): 自分割引50	継続利用割引(1): 1年割 継続利用割引(2): 自分割引50	継続利用割引(1): 年割 継続利用割引(2): 新・自分割引	—	—	—
家族割引(1) ※1年単位の契約	基本使用料の割引率	25%	25%	25%	—	—	—	※1年単位の契約が前提 37%～70%
	基本使用料の割引率	35%～50% (※(新)いちねん割引との併用)	36.5%～50% (※年割との併用)	35%～50% (※1年割との併用)	37%～50% (※オレンジWX) 36%～52% (※キッズ・シニアプラン4年目以降) (※年間割引との併用)	～50% (※年間割引との併用)	—	—
	家族内通話料	30%割引 (通話・国内TV電話)	30%割引 指定割引併用時は60%	30%割引	—	—	—	無料 (※ホワイト家族24)
	家族内メール通信料	無料 (※i-modeメールのみ)	無料 (※Cメールのみ)	無料 (※Sメール、スカイメール、ログメールのみ)	無料 (※SMS、スカイメール、ログメールのみ)	—	—	—
家族割引(2) ※2年単位の契約	基本使用料の割引率	50%	50% (※誰でも割に準ずる)	50%	50%～52.9% (※新・自分割引に準ずる)	—	—	—
	家族内通話料	24時間無料(通話) 60%(国内テレビ電話)	無料(通話) 60%(テレビ電話) (※家族割と誰でも割(またはスマイルハート割引)の併用)	30%割引 (通話料、テレビ電話)	30%割引 (※家族割引と新・自分割引の併用)	—	—	—
	家族内メール通信料	無料 (※i-modeメールのみ)	無料(※Cメールのみ) (※家族割と誰でも割(またはスマイルハート割引)の併用)	無料 (※Sメール、スカイメール、ログメールのみ)	無料 (※SMS、スカイメール、ログメールのみ)	—	—	—

<b>家族割引に関する備考</b>		家族割引(1): ファミリー割引 家族割引(2): ファミル★MAX50	家族割引(1): 家族割引 家族割引(2): 継続割引(2)と家族割引(1)を併用した際の割引内容を記載。	家族割引(1): 家族割引 家族割引(2): 家族割引MAX50	家族割引(1): 家族割引 家族割引(2): 新・自分割引(2)と家族割引(1)を併用した際の割引内容を記載。	家族割引(1): 家族割引	—	—
<b>キッズ・シニア割引</b>	<b>基本使用料</b>	1,575円(税込) (※ファミ割引) 735円(税込) (※ファミ割引バリュー) (中学生以下、60歳以上が対象、ファミリー割引と併用時の価格) (2010年3月31日で新規受付終了)	1,575円(税込) (※ワイドサポート、CDMA1Xのみ) (中学生以下もしくは満60歳以上が対象、誰でも割(年割も可)と家族割引併用時の価格) (2009年8月9日で新規受付終了)	1,470円(税込) (※キッズ・シニア割引) (中学生以下、60歳以上が対象、1年割引+家族割引と併用時の価格)	1,478円(税込) (※キッズ・シニア割引) (中学生以下、60歳以上が対象、年間割引+家族割引と併用時の価格)	—	—	—
<b>学生割引</b>	<b>内容</b>	最大3年間基本使用料月額390円 (※応援学割)	50%割引 (基本使用料、通話料(自社)、メール) 20%割引 (通話料(他社)) (※ガク割) (2009年8月9日で新規受付終了)	—	50%割引 (基本使用料、通話料(自社)、メール) 20%割引 (通話料(他社)) (※学生割引)	—	—	無料 (基本使用料、ソフトバンク同士のメール) (※ホワイト学割)
<b>障害者割引</b>	<b>内容</b>	60%割引 (基本使用料、付加機能使用料) (※ハート割引)	50%割引 (基本使用料、通話料(自社)、メール) 20%割引 (通話料(他社)) (※スマイルハート割)	50%割引 (基本使用料、各種手続き) (※ハートフレンド割引) ブループラン・バリューのみ事務手続き無料	50%割引 (基本使用料、通話料(自社)、メール) 20%割引 (通話料(他社)) (※ハートフレンド割引)	50%割引 (基本使用料、通話料(自社)、メール) 20%割引 (通話料(他社)) (※ハートフレンド割引)	—	無料 (基本使用料) 下減額0円～ (※バケツし放題) 50% (TVコールの国内通話料) (※ハートフレンド学割)
<b>指定番号割引</b>	<b>通話料の割引率</b>	30% (自社携帯、WORLD CALLを利用した国際電話) 10% (他社携帯、一般電話) (※国内最大5件、海外最大2件) (※ゆうゆうコール)	50%割引 (通話料、テレビ電話通話料(グループテレビ電話除く)) (自社携帯、一般電話) (※最大3件) (※指定割)	30%(自社携帯、ソフトバンク国際電話サービスを利用した国際電話) 10%(他社携帯、一般電話) (※国内最大5件、海外最大2件)	50% (自社携帯、一般電話) (※最大3件)	50% (自社携帯、一般電話) (※最大3件)	—	—
<b>その他(主な割引)</b>		※ <b>繰り越し</b> : 2ヶ月まで(2ヶ月くりこし:対象となるのは、バケツバックを含めた料金プランの無料通信分、無料バケツ分。また、「ファミリー割引」の利用で2ヶ月くりこして余っても、家族で分け合える。 ※ <b>カケホーダイ</b> : 月額1,000円(税込1,050円)で、フッシュネットワーク通信が使い放題になる(2008年12月31日で新規受付終了)。	※ <b>繰り越し</b> : 無期限(ただし、各プランの上限額の範囲内)。 ※ <b>au自宅割</b> : au電話から「ご契約者の自宅電話番号」への通話が50%割引。自宅の電話をKDDI電話(メタルプラス電話、ひかりone電話、KDDI-IP電話、ケーブルプラス電話、マイラインプラスで区分以上登録)にする、又は、au one netのADSLへの加入で、au電話から自宅への通話が50%割引。自宅がauおうち電話の場合、au電話から自宅への国内通話が24時間無料。 ※ <b>話すほど割引</b> : 月々の通話料が1万円を超えると、通話料が割引となる(au長期割引サービスが適用されると通話料が最大32%割引となる)。	※ <b>繰り越し</b> : 2ヶ月まで(各プランの無料通信の2ヶ月分が上限額)。 ※ <b>長期利用割引</b> : 基本使用料を5%(2年目)～15%(5年目)割引。申込不要。 ※ <b>自宅割引</b> : 自宅の「BBフォン」、「おとくライン」への通話が半額。	※ <b>繰り越し</b> : 無期限(ただし、プランの上限額の範囲内)。 ※ <b>長期利用割引</b> : 基本使用料を5%(2年目)～15%(5年目)割引。申込不要。 ※ <b>自宅割引</b> : 自宅の「BBフォン」、「おとくライン」への通話が半額。	※ <b>自宅割引</b> : 自宅の「BBフォン」、「おとくライン」への通話が半額。	—	※ <b>ホワイト</b> : 月額980円でホワイトプランの他社への通話と有料時間内の通話料が半額となる。 ※ <b>ホワイト家族24</b> : 家族への通話が24時間無料となる。 ※ <b>ホワイト学割with家族</b> : ソフトバンク携帯電話へ21時まで国内通話無料、24時間メール無料。 ※ <b>ホワイトコール24</b> : ホワイトプラン加入のソフトバンク携帯からソフトバンクBB等が提供するIP電話サービスへの国内通話が24時間無料。

(注) 2011年4月現在

【図表Ⅱ－１３ 各社のパケット通信料（３G携帯電話）】

事業者	プラン名	パケット通信料
NTTドコモ	FOMA	0.2円／パケット
au	CDMA 1X WIN	0.2円／パケット
ソフトバンクモバイル	ホワイトプラン ゴールドプラン ブループラン	0.2円／パケット
	オレンジプラン	0.1円／パケット

(出所) 各社パンフレット、ホームページより作成

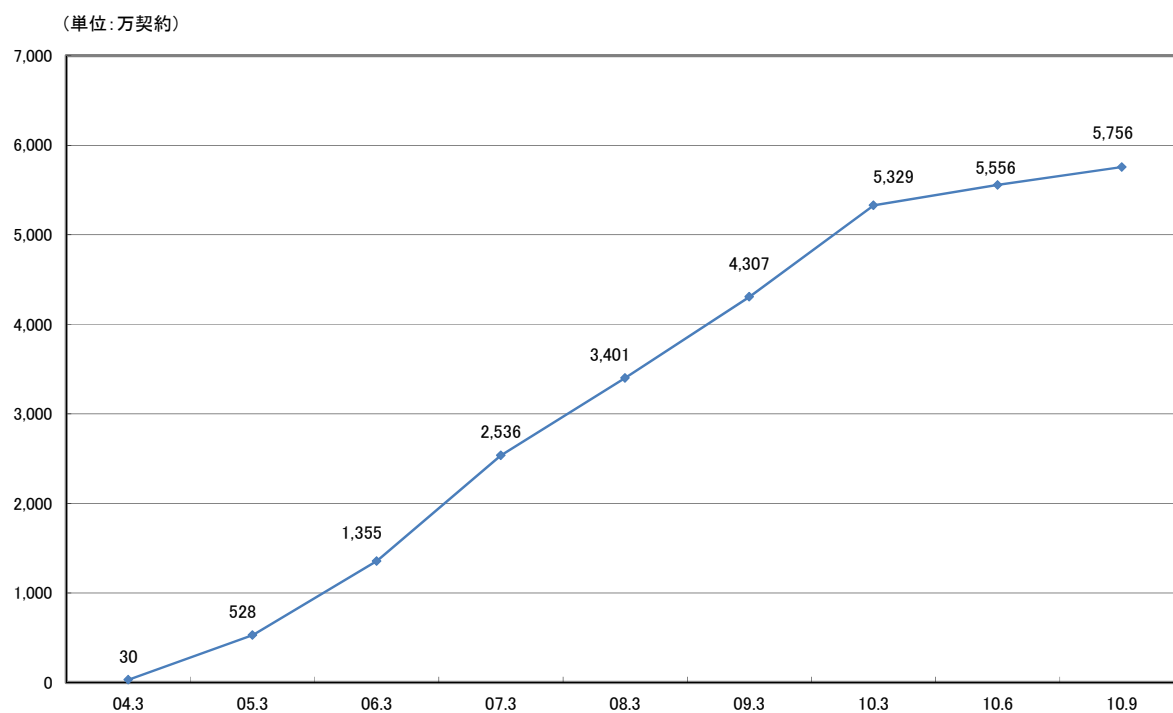
【図表Ⅱ－１４ 主なパケット通信料定額サービス（３G携帯電話）】

事業者名	定額プラン名	利用料金／月	内容
NTTドコモ	パケ・ホーダイ フラット	5,200円	スマートフォン向け定額サービス 月額定額料5,460円で使い放題
	パケ・ホーダイ ダブル2	2,000円	[上限額] iモード:4,200円/月 iモードフルブラウザ通信:5,700円/月 スマートフォン定額通信:5,700円/月 パソコン等の外部機器を接続した通信:9,900円/月
	パケ・ホーダイ ダブル	372円/月 (定額料=無料通信分)	[上限額] iモード:4,200円/月 iモードフルブラウザ通信:5,700円/月 スマートフォン定額通信:5,700円/月 パソコン等の外部機器を接続した通信:9,900円/月
	パケ・ホーダイ (新規受付終了)	3,900円(定額料)	iモード使い放題、それ以外0.02円/パケット
	パケ・ホーダイ シンプル	0円 (定額料=無料通信分)	タイプ シンプルバリュー専用のパケット定額 [上限額] iモード 4,200円/月 iモードフルブラウザ通信 5,700円/月 スマートフォン定額通信 5,700円/月 パソコン等の外部機器を接続した通信 9,900円/月
	パケットパック (新規受付終了)	パケットパック10(1,000円) パケットパック30(3,000円) パケットパック60(6,000円) パケットパック90(9,000円)	0.1円/パケット 0.05円/パケット 0.02円/パケット 0.015円/パケット
	ブッシュトーク定額制 (カケ・ホーダイ) (新規受付終了)		FOMAのパケット通信網を利用し、同時に複数人と片方向ずつの音声通信が可能なサービス「ブッシュトーク」において、使い放題。
au	ISフラット	5,200円/月	CDMA 1X WIN専用のサービス スマートフォン単独利用時上限額:5,200円/月 PCサイトビューアー上限額(WIN・iida):5,700円/月 モバイルPC/PDA/カーナビ等接続時上限額:9,900円/月
	ダブル定額スーパーライト	372円/月 (無料通信分)	パケット通信料:0.1円/パケット EZweb・Eメール上限額:4,200円/月 PCサイトビューアー・スマートフォン単独利用時上限額:5,700円/月 モバイルPC/PDA/カーナビ等上限額:9,900円/月
	ダブル定額ライト	1,000円/月 (無料通信分)	パケット通信料:0.08円/パケット EZweb・Eメール上限額:4,200円/月 PCサイトビューアー・スマートフォン単独利用時上限額:5,700円/月 モバイルPC/PDA/カーナビ等上限額:9,900円/月
	ダブル定額	2,000円/月 (無料通信分)	パケット通信料:0.05円/パケット EZweb・Eメール上限額:4,200円/月 PCサイトビューアー・スマートフォン単独利用時上限額:5,700円/月 モバイルPC/PDA/カーナビ等上限額:9,900円/月
	パケット割	1,000円/月 (無料通信分)	定額料を全額無料通信料として使える。 パケット通信料は全日一律0.1円/パケット。
ソフトバンク モバイル	パケットし放題フラット	4200円/月 (定額料)	4200円/月でメール・Webし放題。 PCサイトブラウザ閲覧上限額:5,700円
	パケットし放題	980円/月 (無料通信分)	パケット通信料:0.08円/パケット 通常利用上限額:4,200円 PCサイトブラウザ閲覧上限額:5,700円 ※利用機種に限りあり(3G(Xシリーズを除く)利用者対象)
	パケットし放題S	372円/月 (無料通信分)	パケット通信料:0.1円/パケット 通常利用上限額:4,200円 PCサイトブラウザ閲覧上限額:5,700円 ※利用機種に限りあり(3G(Xシリーズを除く)利用者対象)

(注) 料金は全て税抜き

(出所) 各社パンフレット、ホームページより作成

【図表Ⅱ－１５ 携帯電話における定額制サービスの契約数の推移】

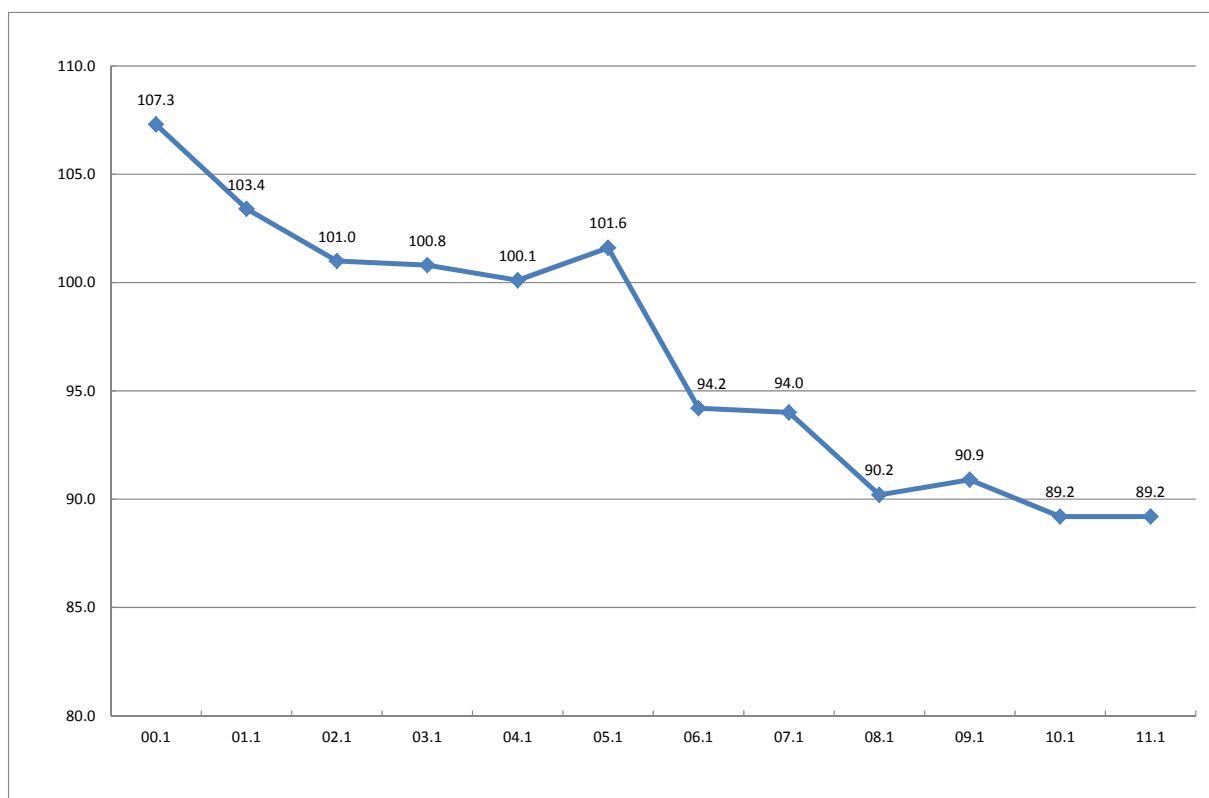


(出所) 総務省資料

#### ④ 消費者物価指数（CPI）の推移

移動体通信サービスの料金については、各社において様々な料金プランが存在しているが、移動電話通信料<sup>6</sup>の消費者物価指数（05年基準）を見ると数値は下落傾向にあることから、一般的に低廉化の傾向にあると言える。

【図表Ⅱ－16 移動電話通信料の消費者物価指数（05年基準）の推移】

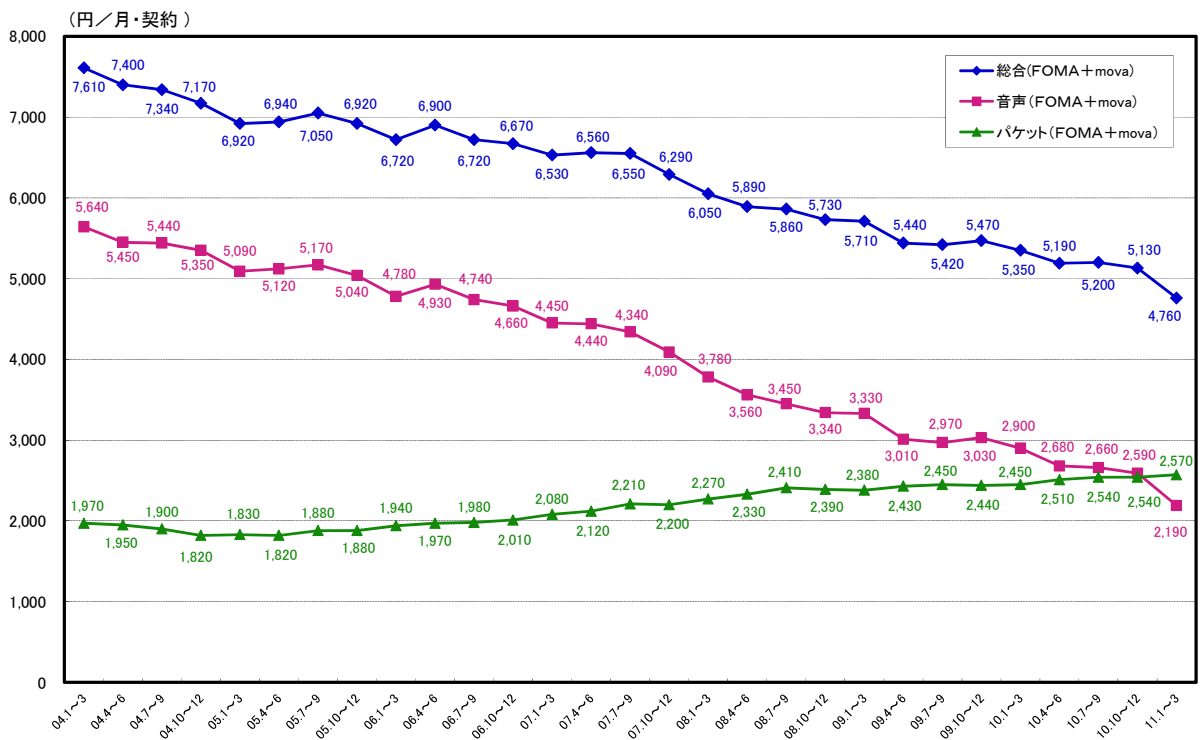


<sup>6</sup> 契約数の多い3事業者（NTTドコモ、KDDI、ソフトバンクモバイル）の価格を、事業者・システム（第2世代、第3世代）別契約数で加重平均した価格を基に作成されている。詳細は総務省統計局HP（<http://www.stat.go.jp/data/cpi/4.htm>）等を参照。

## (2) ARPU

- ① 携帯電話事業者のARPU（音声＋データ）の推移（図表Ⅱ－１７～Ⅱ－１９）を見ると、長期的に各社ともおおむね下落傾向にある。各社とも音声ARPUは減少傾向、データARPUは微増傾向にあり、09年から11年にかけて、各社のデータARPUが音声ARPUを上回るようになっている。
- ② これはスマートフォン端末の普及等により、メールやゲーム、音楽配信、動画配信などのコンテンツやアプリケーションの利用が増大したことによるものと考えられ、今後もこの傾向が継続していくものと予想される。

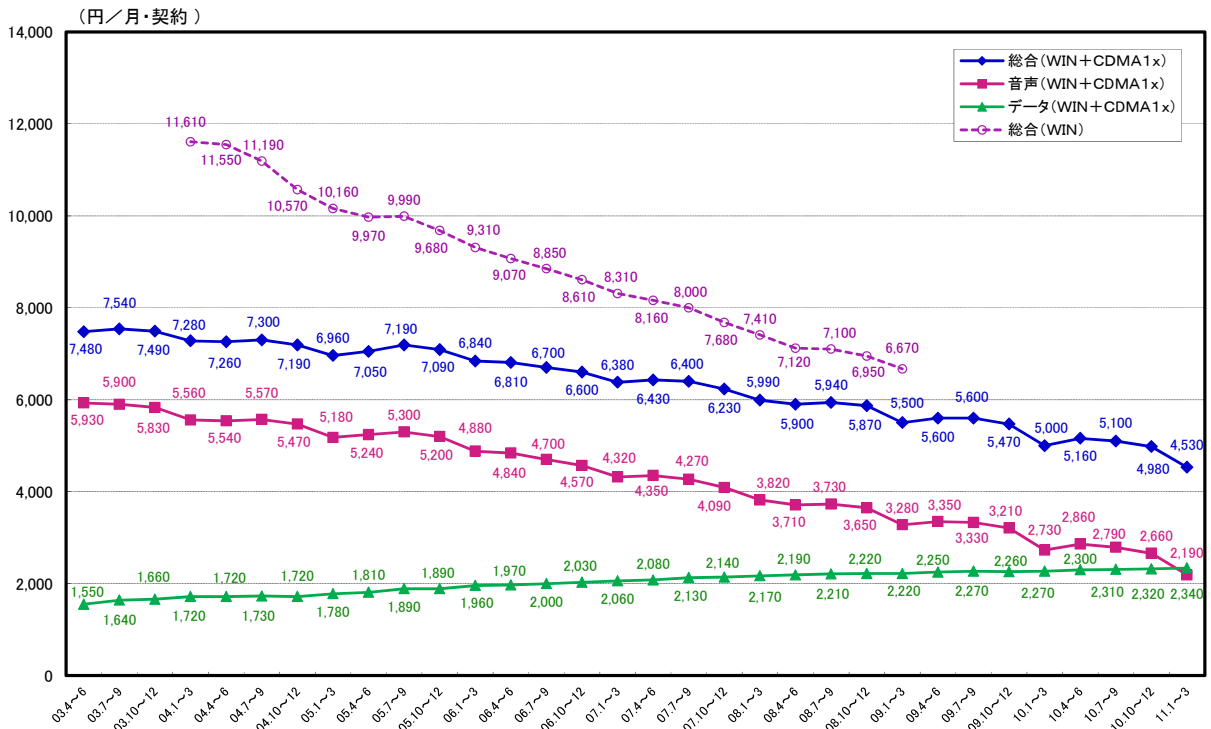
【図表Ⅱ－１７ NTTドコモのARPUの推移】



(出所) NTTドコモ決算資料



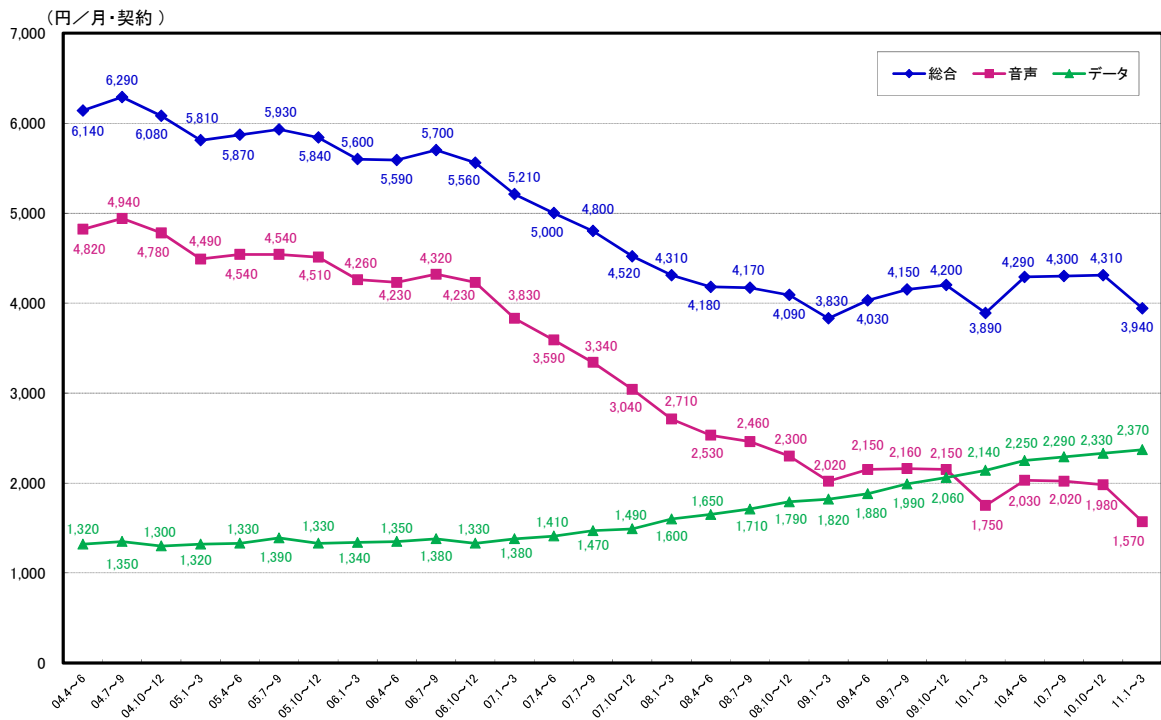
【図表Ⅱ-18 KDDI（沖縄セルラー含む）のARPUの推移】



(出所) KDDI 決算資料

※ 09年以降、WINのみのARPUデータは公表されていないため、グラフについては09年までのデータを掲載する。

【図表Ⅱ-19 ソフトバンクモバイルのARPUの推移】

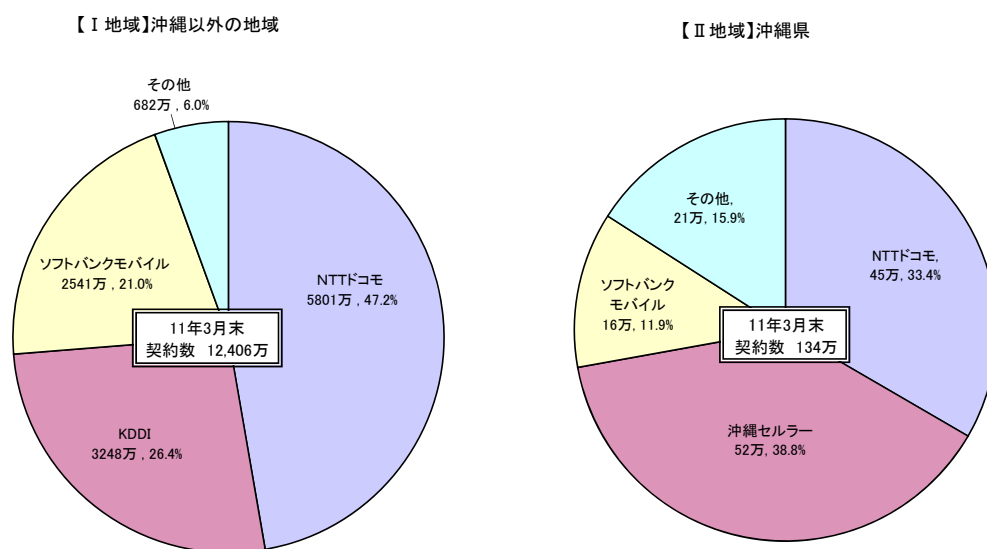


(出所) ソフトバンクグループ決算資料

#### 4. 地理的市場の状況

移動体通信サービス市場の地理的市場における事業者別シェアを見ると、図表Ⅱ－２０のとおり、沖縄県において沖縄セルラーのシェアが高く、同県においては他地域に比較し、NTTドコモのシェアが低い状況となっている。

【図表Ⅱ－２０ 移動体通信サービス市場の地理的市場の現況】



(注) PHS契約数には、データ通信サービスのみを提供する事業者の契約数は含まれていない。

(出所) 総務省資料及び(社)電気通信事業者協会

## 第2節 競争状況の評価

### 1. 単独の事業者による市場支配力

#### (1) 市場支配力の存在

以下の判断要素を総合的に勘案し、移動体通信サービス市場においては、NTTドコモが単独で市場支配力を行使し得る地位にあると評価する。

- ① 移動体通信サービス市場におけるNTTドコモの契約数シェアは11年3月末で47.1%（対前年比1.1ポイント減）となっており、減少傾向にあるものの依然として5割近くを占め、他の競争事業者のシェア（KDDI 26.8%、ソフトバンクモバイル 20.6%）との格差は大きく、引き続き大きな存在となっていると認められる。
- ② 移動体通信サービス市場では、周波数の有限希少性、初期投資費用の大きさ、事業撤退の困難性等が存在することから、寡占的な市場構造が成立しやすい環境にある。
- ③ また、06年10月からの番号ポータビリティ制度の導入によって事業者間の競争が促進されてきているが、他方で、メールアドレスやコンテンツ、アプリケーションについては一般的にポータブルな利用環境にはなく、契約解除料や長期割引制度等も事業者を変更するに当たっての障壁になり得ると考えられる。

#### (2) 市場支配力の行使

以下の判断要素を総合的に勘案し、現行の規制や市場の環境下においては、NTTドコモが単独で市場支配力を行使する可能性は低いと評価する。

- ① NTTドコモには、電気通信事業法の第二種指定電気通信設備制度に基づく接続約款の届出や不当な差別的取扱の禁止等の行為規制等の規制が適用されている。  
さらに10年3月に「第二種指定電気通信設備制度の運用に関するガイドライン」が策定され、接続料の算定方法や標準的接続箇所の設定等に関する考え方の明確化が図られており、NTTドコモの市場支配力の行使は抑止可能な状態にあると考えられる。
- ② また、移動体通信サービス市場では、スマートフォンやタブレットPCに代表される新しい端末をはじめ、新機能・新サービスの導入や各種割引の拡充等、各事業者間において競争が活発に行われている状況にある。
- ③ このような状況の中、本章第1節3.（1）で見たとおり携帯電話の料金水

準にも近年大きな変化がなく、NTTドコモにとっては市場シェアが減少傾向にあり、価格等への影響力を行使することで利益確保を図るよりも、コンテンツやプラットフォームレイヤーや端末レイヤーとの連携も含め、競争によるシェアの維持・拡充を通じた利益確保に向けた行動をとるものと考えられる。

なお、11年5月にNTTドコモが、同年6月にソフトバンクモバイルが、電気通信事業紛争処理委員会に対し、携帯電話事業者間の接続料に関してあっせん申請を行った旨公表しているところであり、今後の同委員会における解決状況について見守る必要がある。

## 2. 複数の事業者による市場支配力

### (1) 市場支配力の存在

以下の判断要素を総合的に勘案し、移動体通信市場においては、シェア上位の複数の事業者が協調的寡占体制の下で市場支配力を行使し得る地位にあると評価する。

- ① 移動体通信市場における上位3社（NTTドコモ、KDDI（沖縄セルラー含む。）及びソフトバンクモバイル）のシェアは11年3月末で94.5%、HHIは3,386と高い水準にあり、寡占的な状態にある。
- ② 一般に、移動体通信市場では、周波数の有限希少性、初期投資費用の大きさ、事業撤退の困難性等が存在することから、寡占的な市場構造が成立しやすい環境にある。

### (2) 市場支配力の行使

以下の判断要素を総合的に勘案し、移動体通信市場においては、シェア上位の複数の事業者が協調して市場支配力を行使する可能性は低いと評価する。

- ① 番号ポータビリティ制度の導入等に伴い、定額制や各種割引の拡大等により、上位事業者間において新規顧客の獲得及び既存顧客の維持に向けた競争が非常に活発に行われてきている。

なお、料金面では、各事業者間において割引サービスの横並びの傾向も生じてきており、より充実したサービスが各社において導入されること自体は利用者利益の向上にも資するものである一方、新規の競争行動の相互牽制の表れ、又は相互牽制につながりかねない状況と考えることも可能であるので、留意が必要である。

- ② 制度上、NTTドコモ、KDDI等は、第二種指定電気通信設備の指定を受け、接続料等の接続条件を定める接続約款の届出・公表が義務付けられている。

なお、11年5月にNTTドコモが、同年6月にソフトバンクモバイルが、電気通信事業紛争処理委員会に対し、携帯電話事業者間の接続料に関してあつせん申請を行った旨公表しているところであり、今後の同委員会における解決状況について見守る必要がある。

- ③ また、現在、移動体通信市場の事業者は、スマートフォンやタブレットPCに代表される新型端末の導入に伴い、コンテンツ・プラットフォームレイヤーといった他のレイヤーにおけるサービス動向も踏まえ、従来の通信事業者主導の垂直統合型のビジネスモデルが多様化しており、新たな競争段階に入っていると考えられる。

### 3. 今後の注視事項

移動体通信サービス市場では、技術革新による新たな財やサービスの導入など、外生的な要因が市場競争や競争環境に影響を与える可能性がある。このような状況を踏まえつつ、今後の注視事項として、以下の点を指摘する。

#### (1) 移動体通信におけるビジネスモデルの多様化（通信レイヤー以外の動向の勘案）

- ① 移動体通信におけるビジネスモデルは、スマートフォンやタブレットPC等の導入やコンテンツ・プラットフォームレイヤーにおけるサービスの多様化・高度化に伴い、従来の通信事業者主導の垂直統合型のビジネスモデルから様々なビジネスモデルへ多様化しつつある。

また、端末やコンテンツの魅力が事業者の選択基準の重要なポイントになるなど、通信レイヤー以外のレイヤーにおける財やサービスが移動体通信市場の競争環境に大きな影響を及ぼす可能性がある。

- ② 移動体通信においては、BWA<sup>7</sup>やLTE<sup>8</sup>等、無線通信の高速化が進展していることに伴い、データ通信サービスの利用が高まってきている。

各事業者におけるARPUの推移を見ても、音声ARPUは各社とも減少傾向にあるが、データARPUについては各社とも微増傾向にあり、11年3月末には各事業者においてデータARPUが音声ARPUを上回っている状況にある。

- ③ このような状況の中、移動体通信サービス市場について分析及び評価を行うに当たっては、ネットワークレイヤー以外のレイヤーの財・サービスの動向を踏まえることが必要と考えられる。

<sup>7</sup> Broadband Wireless Access の略。WiMax など、無線を使った高速データ通信サービスの総称。

<sup>8</sup> Long Term Evolution の略。3G よりもさらに高速な通信を可能とする携帯電話の通信規格。

## (2) MVNO事業の動向等

- ① 移動体通信市場においては、MVNO事業への参入が相次いでおり、新規市場の創出やサービスの多様化を通じて一層の市場活性化に寄与することが期待されている。MVNOの参入状況や参入を阻害する要素の有無等について、引き続き注視していく必要がある。
- ② また、欧州や米国においては、複数の国におけるMNOとMVNO契約を締結してサービスを行うグローバルMVNO事業者が出現している。このようなグローバルMVNO事業者の我が国の市場に与える影響についても今後注視が必要である。

## (3) SIMロック解除について

- ① 我が国で販売される携帯電話端末の多くは、SIM (Subscriber Identity Module) ロックと呼ばれる設定がなされ、当該端末を販売する電気通信事業者以外のSIMカードを差し込んで使用することができなかった。
- ② 総務省では、SIMロックの在り方に関し、10年4月に携帯電話事業者等からのヒアリングを実施し、利用者の要望を前提に事業者が自主的にSIMロック解除を実施するという方針に一定のコンセンサスを得られたこと受け、10年6月末に「SIMロック解除に関するガイドライン」<sup>9</sup>を策定・公表している。

同ガイドラインは、11年度以降に発売される携帯電話端末を対象としており、現在、それにしたがって各事業者がSIMロック解除の取組みを実施しているが、今後、移動通信サービス市場にどのような影響を及ぼすかについて、注視していく必要がある。

## (4) ネット中立性

- ① 近年のスマートフォン等の利用拡大に伴う移動系のブロードバンド化を背景に、通信レイヤー以外のコンテンツ・プラットフォームレイヤーのサービスが多様化・高度化し、ネットワーク上のトラフィック量も急増してきており、ネット中立性についても検討を行うことが必要となっている。
- ② このような状況を踏まえ、移動体通信サービス市場の競争状況の分析及び評価に当たっては、ネット中立性の議論の動向も注視していくことが必要である。

---

<sup>9</sup> 10年6月30日公表。[http://www.soumu.go.jp/menu\\_news/s-news/02kiban02\\_02000046.html](http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/02kiban02_02000046.html) 参照。

#### (5) 利用者利益の確保

移動体通信サービスの料金体系は極めて複雑化・多様化し、料金水準の把握や比較等が困難となっており、利用者利益が損なわれている可能性もある。今後とも、料金体系の在り方等についても注視していくことが必要である。

【図表Ⅱ－２１ 移動体通信市場における市場集中度とNTTグループのシェア】

画定市場	2010年度の評価結果	
	市場集中度（HHI）	NTTドコモのシェア
移動体通信サービス （携帯電話・PHS）	3,386	47.1%

【図表Ⅱ－２２ 移動体通信領域の各市場における市場支配力に関する評価結果】

画定市場	2010年度の評価結果	
	市場支配力の存在	市場支配力の行使
移動体通信サービス （携帯電話・PHS）	○ （単独・協調）	× （低）



### 第3節 その他

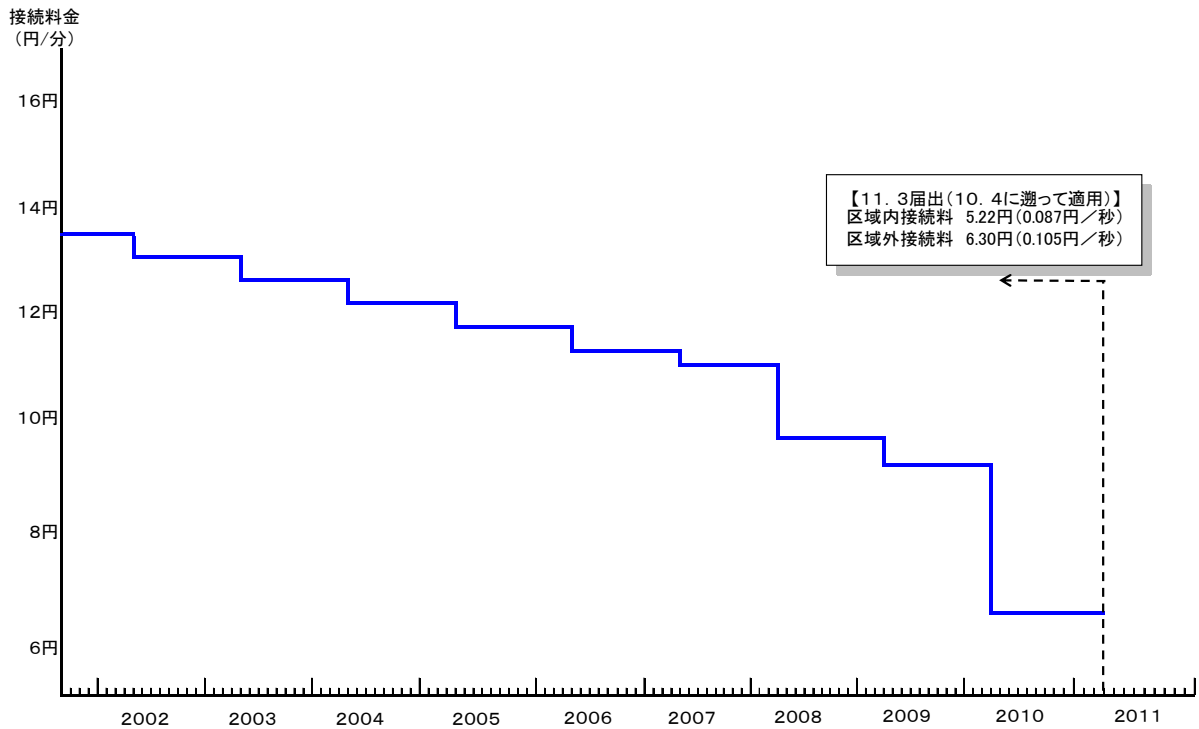
#### 1. 携帯電話事業者間の接続料

- (1) 携帯電話事業者間の接続料は、基本的に事業者間の交渉により定められることになるが、第二種指定電気通信設備制度の下、NTTドコモ、KDDI及び沖縄セルラー<sup>10</sup>については、接続約款の届出・公表が義務付けられており、これらの事業者間の接続料については毎年引き下げが行われている（図表Ⅱ－23、NTTドコモの例）。
- (2) また、コストの差異等があるため、単純な比較はできないものの、固定電話と携帯電話の3分あたりの接続料を比較すると、約3倍程度の開きがある。
- (3) 携帯電話事業者間の接続料に関しては、「電気通信事業における販売奨励金の会計上の取扱いに関する運用ガイドライン」（平成20年4月）、及び「第二種指定電気通信設備制度の運用に関するガイドライン」（平成22年3月）といったガイドラインが策定されているところであり、これらのガイドラインが有効に機能しているか否かといったことも踏まえる必要がある。
- (4) なお、11年5月にNTTドコモから、同年6月にソフトバンクモバイルから、携帯電話事業者間の接続料に関し、電気通信事業紛争処理委員会にあっせん申請が行われた旨公表されているところであり、今後の同委員会における解決状況について見守る必要がある。

---

<sup>10</sup>競争評価におけるKDDIと沖縄セルラーについては一定の資本関係があることから、契約数の事業者シェア等については一体として算定しているが、第二種指定電気通信設備制度においては個別に取り扱われている。

【図表Ⅱ－２３ 携帯電話事業者の接続料<sup>11</sup>の推移（NTTドコモ）】



（出所）NTTドコモの報道発表をベースに総務省作成

【図表Ⅱ－２４ 固定電話と携帯電話の接続料】

		1回の通話において 3分間通話した場合	1回の通話において 30秒間通話した場合
固定電話	GC接続	5.21 円	1.49 円
	IC接続	6.96 円	1.96 円
携帯電話	区域内	15.66 円	2.61 円
	区域外	18.90 円	3.15 円

※ 固定電話の接続料はNTT東西の接続料（平成22年度適用）、携帯電話の接続料はNTTドコモの接続料（平成22年度適用）を用いて計算。

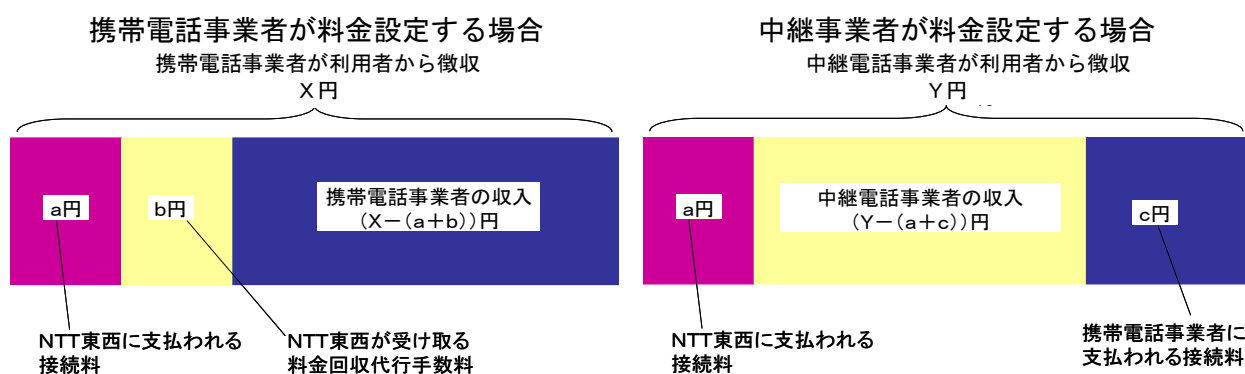
※ 「GC接続」は加入者交換機において接続する場合、「IC接続」は中継交換機について接続する場合、「区域内」は「営業区域内通話」、「区域外」は「営業区域外通話」にそれぞれ適用される接続料。

<sup>11</sup>他社網との相互接続点、着信する携帯電話会社のネットワークのどこにあるかによって接続料金が変わる。NTTドコモ支社の携帯電話からみて、相互接続点が当該支社ネットワークの中にある場合には「区域内」となり、ネットワークの外にある場合には「区域外」となる。

## 2. 固定電話発携帯電話着の料金水準

- (1) 固定電話発携帯電話着（以下「固定発携帯着」という。）の通話料金については、図表Ⅱ－２５～Ⅱ－２７のとおりとなっている。
- (2) 固定発携帯着の通話料金については、当初、携帯電話事業者のみが料金設定を行っていたが<sup>12</sup>、04年4月<sup>13</sup>から、利用者が事業者識別番号をダイヤルした場合には発信側の固定電話事業者も料金設定を行うことができるようになった。
- (3) 携帯電話事業者が料金設定する場合の通話料は、固定電話事業者が設定する場合と比べて依然として高額となっており、特に傾向の変化は見られない。

【図表Ⅱ－２５ 固定発携帯着の通話料金の構成（NTT東西加入電話からの通話）】



【図表Ⅱ－２６ 固定発携帯着の主な通話料金（固定電話事業者が設定する場合）】

11年3月末現在 (単位:円・税別)

固定	NTT東日本 (0036)	NTTコミュニケーションズ <sup>*</sup> (0033)	KDDI (0077)	ソフトバンクテレコム (0088)	フュージョン・コミュニケーションズ <sup>*</sup> (0038)
携帯					
NTTドコモグループ	48				
KDDI(沖縄セルラー含む)	52.5	49.5	49.5	54	54
ソフトバンクモバイル	52.5				
イー・モバイル	48				

平日昼間3分間、同一都県内 注: 直収電話は含まない

<sup>12</sup>料金回収については、NTT東西の加入電話からの通話である場合にはNTT東西が料金回収代行を行っている。

<sup>13</sup>一部事業者は03年11月からサービス開始。

【図表Ⅱ－２７ 固定発携帯着の主な通信料金（携帯電話事業者が設定する場合）】

（単位：円・税別）

	00.3	01.3	02.3	03.3	04.3	05.3	06.3	07.3	08.3	09.3	10.3	11.3
NTTドコモグループ	110	80	80	80	70	70	70	70	70	70	70	70
auグループ	170	170	120	120	90	90	90	90	90	90	90	90
ソフトバンクモバイル	150	150	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
イーモバイル	—	—	—	—	—	—	—	—	90	90	90	90

平日昼間3分間、同一都県内

### 3. MVNO事業への参入事例及びMVNOの料金例

MVNO事業への主な参入事例及びMVNO事業の料金は以下のとおりである。

【図表Ⅱ－28 MVNO事業への主な参入状況】

MNO	MVNO(サービス名)	サービス概要(事業開始時期)
NTTドコモ	象印マホービン(みまもりほっとライン)	ポットに無線通信機を内蔵、その情報を携帯電話やPCから確認可能
	IIJ(IIJモバイルサービス/タイプD,タイプDS)	法人向け3.5G(HSDPA)による下り最大7.2Mbpsの高速データ通信(08年1月)
	アッカ・ネットワークス(ACCA mobile(D))	法人向け3.5G(HSDPA)による下り最大7.2Mbpsの高速データ通信(08年6月)
	NTTコミュニケーションズ(モバイル/リモートアクセスドコモモデル)	法人向け3.5G(HSDPA)による下り最大7.2Mbpsの高速データ通信(08年7月)
	NTTデータ・ウェーブ(WaveNETMate/タイプD)	3.5G(HSDPA)による下り最大7.2Mbpsの定額データ通信サービス及びモバイル専用ルータ提供等の法人向けWANソリューションサービス
	NTTコミュニケーションズ(Master's ONEセキュア・リモートアクセスサービス定額FOMAデータ通信プラン)	法人向け3.5G(HSDPA)による下り最大7.2Mbpsの高速データ通信(08年10月)
	NTTコミュニケーションズ(Master's ONE モバイルSaaS OnePacサービス)	高セキュリティ認証機能を付加したモバイル通信を基盤に、企業活動におけるテレワーク環境構築に必要なサービスや端末を一括で提供するサービス(09年1月)
	日本通信(b-mobile3G)	3.5G(HSDPA)による下り最大3.6Mbpsの高速データ通信。150時間分の通信料を含んだ価格でデータ通信端末を販売(08年8月)
	日本通信(モバイル3G ドッチーカ)	チャージ式モバイルインターネットサービス。時間単位による従量制を用いている。(09年3月)
	日本通信(I-Care3G)	法人顧客ごとに異なる課題や要望に応えたデータ通信サービスを設計、開発、構築し、導入前後の運用サポートを含めて提供するデータ通信サービス(FOMAレイヤー2接続)(08年8月)
	日本通信(コネクトメール)	PCで利用しているISPメールを携帯電話で送受信することができる携帯電話向けメールサービスについて、一定期間のプリペイドの形態で提供するワイヤレス・データ通信サービス(08年2月)
	日本通信(機器向けデータ通信サービス(通信電池))	主に機器メーカー向けに、通信サービスを部品として提供するもの。従来、商品とは別にサービスとして通信事業者との契約が必要であった通信を、部品として、あたかも乾電池のように商品に内蔵することで、通信機能を有した商品を簡単に利用できるようにするもの。
	日本通信(ケータイPC化サービス)	FOMAで企業アカウントのメールを送受信することができ、企業のイントラネットに安全に接続することができるソリューション(07年12月)
	コシダテック(GENES)	ドコモの通信回線を利用したデータ収集・監視制御システム
丹後通信(TANGOメール)	携帯電話で誰でも簡単に利用できるフリーメールサービス(07年12月)	
日本電子工学(AIA-110PoF)	専用モジュールによるNTTドコモの通信回線を利用した警報サービス	

MNO	MVNO(サービス名)	サービス概要(事業開始時期)
NTTドコモ	ノキア・ジャパン(VERTU)	富裕層向けのコンシェルジュサービスを伴う高級携帯電話サービス(09年2月)
	スターネット(STAR-Remote 3G)	法人向け3.5G(HSDPA)による下り最大7.2Mbpsの高速データ通信(09年2月)
	ウィルコム(WILLCOM CORE 3G)	法人向け3.5G(HSDPA)による下り最大7.2Mbpsの高速データ通信(09年3月)
	USEN(モバイルアクセス typeAJ)	法人向け3.5G(HSDPA)による下り最大7.2Mbpsの高速データ通信
	白露カンパニー(さつまいもネットワーク21C)	岩崎産業者で携帯電話サービス
	ヴェクタント(VECTANTセキュアモバイルアクセス)	FOMA網での高速モバイルデータ通信サービス(データのみ)(07年3月)
	富士通(モバイルPCアクセス タイプD)	FOMA網でのHSDPAを利用した最大7.2Mbps(ベストエフォート)の高速通信
	三菱電機情報ネットワーク、日本通信(MIND FOMA/パケットアクセス(TypeB))	FOMA網での高速データ通信サービス(データのみ)(09年7月)
	エヌディエス、日本通信(Tikiモバイル 3G)	FOMAネットワークを使用した全国エリアでの高速モバイルサービス。下り最大7.2Mbps/上り最大384kbpsの。データ通信量500MB/月まで利用可能な定額制(09年7月)
	ワイコム、日本通信(WICOM Mobile-D)	FOMA網での高速モバイルデータ通信サービス(データのみ)(09年8月)
	モバイルクワイエット、日本通信(運行管理システム)	3Gデータ通信モジュールを搭載したタクシーの自動配車システムおよびトラック運行管理用車載システム(09年8月)
	A2network(能美市ふるさとケータイ/石川県)	軽症の糖尿病患者に対する在宅健康サービス(09年12月) ふるさとケータイ:総務省が携帯電話を活用して暮らしの安全・安心の確保や地方の再生などを旨とするふるさとケータイ創出推進事業
	ヴェクタント(VECTANTセキュアモバイルアクセス3G(D))、日本通信(I-Care3G)	法人向け、閉域接続で下り最大7.2Mbps、上り最大2.0Mbpsの高速データ通信。社内ネットワークに接続可能なモバイルVPNサービス(10年4月)
	日本通信(PCを通信付きでレンタル/オリックス・レンテック)	日本通信から提供を受けた通信サービスをレンタル・パソコンの貸し出しとセットで提供(10年4月)
	CSE、日本通信	3Gモジュール内蔵通信アダプタ「BlackPIT」を核としたM2MソリューションをFA機器監視/制御、ビル管理/設備制御等向けに提供(第一号案件として、飲料メーカーや自動販売機のオペレーター会社に自動販売の商品在庫量や障害情報などを送信するシステムを納入)(10年10月)

MNO	MVNO(サービス名)	サービス概要(事業開始時期)
NTTドコモ	フリービット(YourNet MOBILE-D)	FOMA 3G回線を利用して、最大7.2Mbps(下り)を転送量無制限で提供。NTTコミュニケーションズが提供する全国約4000アクセスポイントを有する公衆無線LANサービスを同時に提供する「ハイブリッド型」。(11年3月)
	フリービット(YourNet MOBILE-W)	UQコミュニケーションズのWimaxネットワークを利用し、下り最大40Mbpsの高速通信サービスを転送量無制限で提供。大容量ファイルの送受信や動画のストリーミングなどのニーズに応える。ISPや家電・通信機器メーカー等の事業者向けにOEMサービスを提供。(11年4月)
	ビジネスセンター岡山、日本通信	FOMA網を利用。中四国エリアの法人顧客に特化した地域MVNO。金融機関の渉外員向けに、営業活動支援ソリューションとモバイルサービスを、ワンストップサービスで提供。(11年3月)
	エヌディエス(Tikiモバイル AND)	Tikiモバイルで、Android端末と回線をセットで提供する新サービス。最大通信速度は上下最大300kbpsで、通信量の制限はない。(11年3月)
KDDI (au)	いすゞ自動車(みまもりくんオンラインサービス)	車両運行データを収集、解析し、提供。最大40%の燃料費削減、安全運行を可能に(04年2月)
	日本緊急通報サービス(HELPLNET)	GPS付き携帯電話を使った緊急時の位置通報サービス(02年6月)
	トヨタ(G-BOOK, G-BOOK ALPHA, G-BOOK mX)	①事故や急病時に車両の位置情報を発信、②オペレータによる目的地検索、③ハンズフリー電話 など
	京セラコミュニケーションシステム(KWINS 3G)	CDMA 1X WIN]サービスのネットワークをベースにKCCSが提供する、法人向けの高速度データ通信サービス。専用カードにより、受信最大3.1Mbps、送信最大1.8Mbpsのブロードバンドモバイル通信を実現(05年7月)
	セコム(ココセコム)	基地局情報+GPS機能を活用して迷子やお年寄り、車両の位置情報を把握(01年4月)
	白露カンパニー(さつまいもネットワーク210)	岩崎産業名で携帯電話サービス
ソフトバンク モバイル	日本通信(Secure PB 3G ビジネス定額)	ソフトバンクモバイルの3Gサービスに、企業内ネットワークに安全に接続できるソフトウェアである「Secure PB」を組み合わせた法人向けソリューション(05年7月)
	ウォルト・ディズニー(ディズニーマバイル)	ディズニーのブランド、コンテンツを活用した携帯電話サービス(08年3月)
	ブイトゥーエス(プレミアムオフィスライン)	再販による固定電話向け無料通信サービスの提供及びPBX販売会社と提携した携帯電話内線化ソリューションの提供(08年6月)
	白露カンパニー(さつまいもネットワーク210)	岩崎産業名で携帯電話サービス
	バイオニアモバイルネットワークス(エアーナビ通信サービス)	専用モジュール3.5G(HSDPA)による下り最大3.6Mbpsテレマティクスサービス
	ワイヤ・アンド・ワイヤレス(Wi2 Mobile)	企業を対象とした会議室向けソリューション(09年3月)

MNO	MVNO(サービス名)	サービス概要(事業開始時期)
イー・ モバイル	NECビッグロブ(BIGLOBE高速モバイル)	3.5G(HSDPA)による下り最大7.2Mbps(08年3月～)の高速データ通信(07年12月)
	NECビッグロブ(Pocket WiFi/BIGLOBE高速モバイルEM 端末)	最大5台までのWi-Fi対応機器をワイヤレスでネット接続できるようにする3G一体型Wi-Fiルータ。通信速度は下り最大7.2Mbps、上り最大5.8Mbps(10年2月)
	ニフティ(@nifty Mobile BB)	3.5G(HSDPA)による下り最大7.2Mbps(08年3月～)の高速データ通信
	So-net(bitWarp(EM))	3.5G(HSDPA)による下り最大7.2Mbpsの高速データ通信(08年2月)
	IIJ(IIJモバイルサービス/タイプE)	法人向け3.5G(HSDPA)による下り最大7.2Mbpsの高速データ通信(08年3月)
	ASAHIネット(超割モバイル)	3.5G(HSDPA)による下り最大7.2Mbpsの高速データ通信(08年3月)
	ASAHIネット(新超割モバイル)	3.5G(HSDPA)による下り最大7.2Mbpsの高速データ通信(09年4月)
	ユニアデックス(JetSURF)	3.5G(HSDPA)による下り最大7.2Mbpsの高速データ通信(08年3月)
	アッカ・ネットワークス(ACCA mobile(E))	3.5G(HSDPA)による下り最大7.2Mbpsの高速データ通信(08年6月)
	NTTぶらら(高速モバイルオプション(EM))	3.5G(HSDPA)による下り最大7.2Mbpsの高速データ通信(08年7月)
	ビック東海(@T COM高速モバイルコース)	3.5G(HSDPA)による下り最大7.2Mbpsの完全定額制高速データ通信(08年3月)
	NTTコミュニケーションズ(OCN 高速モバイルEM)	3.5G(HSDPA)による下り最大7.2Mbpsの高速データ通信(08年8月)
	ケイ・オプティコム(eoモバイル)	3.5G(HSDPA)による下り最大7.2Mbpsの高速データ通信(08年9月)
	GMOインターネット(ZERO 高速モバイル接続)	3.5G(HSDPA)による下り最大7.2Mbpsの高速データ通信、FTTH等とのバンドルもあり(08年6月)
	ドリーム・トレイン・インターネット(DTI高速モバイルプラン)	3.5G(HSDPA)による下り最大7.2Mbpsの高速データ通信(08年8月)
	NTTデータ・ウェーブ(WaveNETMate/タイプE)	3.5G(HSDPA)による下り最大7.2Mbpsの定額データ通信サービス及びモバイル専用ルータ提供法人向け等のWANソリューションサービス
	USEN(モバイルアクセス type EM)	法人向け3.5G(HSDPA)による下り最大7.2Mbpsの高速データ通信法人向け3.5G(HSUPA)による上り最大5.8Mbpsの高速データ通信(07年10月)
	ソフトバンクモバイル(データ定額ボーナスパック)	3.5G(HSDPA)による下り最大7.2Mbpsの高速データ通信(09年3月)
	IIJ(IIJモバイルサービス/タイプES)	法人向け3.5G(HSDPA)による下り最大7.2Mbpsの高速データ通信(09年3月)
	IIJ(IIJmio高速モバイル/EMサービス)	個人向け3.5G(HSDPA)による下り最大7.2Mbpsの高速データ通信(09年7月)
ピーシーデポコーポレーション(EM バリューパック)	イー・モバイル社の設備を利用したデータ通信サービスと、PCデポ店頭でのパソコン正常回復サポートや修理保証等の保守サービスをバックにしたサービス(09年4月)	

MNO	MVNO(サービス名)	サービス概要(事業開始時期)
イー・モバイル	フォーバルテレコム(fit接続モバイル/Eプラン)	3.5G(HSDPA)による下り最大7.2Mbpsの高速データ通信(09年5月)
	ハイホー(hi-hoモバイルコース-EM7.2U)	3.5G(HSDPA)による下り最大7.2Mbpsの高速データ通信(09年9月)
	UCOM(UCOMモバイル 3G-EM)	下り最大7.2Mbpsの3Gデータ通信サービス(11年3月)
ウィルコム	日本通信(b-mobile)、ニフティ(@nifty MobileP)等	専用PHSカード等によるデータ通信
	CSC(My Access)	監視カメラや玩具、センサーに組み込んでデータ収集、遠隔操作
	ジュピターテレコム(J:COM MOBILE)	「ウィルコム定額プラン」の再販
	ユビキタス(どこ・イルカ)、加藤電機(イルカーナ)	子供の位置情報把握
	NTTコミュニケーションズ(モバイル/リモートアクセスサービス「NTT Com タイプ」)	ウィルコム定額プランの再販。NTTコミュニケーションズのモバイルカードを使って、無線IP接続サービス・MVNO方式で最大128kbpsで接続
	加藤電機(STEALTH TRACKING SYSTEM)	PHSを利用した盗難された車両の追跡・発見システム(08年8月)
	京セラコミュニケーションシステム(KWINS4x/8x)	専用通信機器(PHS)によるデータ通信
	京セラ丸善システムインテグレーション(KWINS)	京セラコミュニケーションシステム(株)のKWINS 4x及び8xの再販
	ソネットエンタテインメント(bitWarp(W))	PHSパケット通信を利用した最大204Kbpsのデータ通信(08年2月)
	日本通信(インフィニティケア)	法人顧客ごとに異なる課題や要望に応えたデータ通信サービスを設計、開発、構築し、導入前後の運用サポートを含めて提供するPHSデータ通信サービス(04年1月)
	日本通信(機器向けデータ通信サービス(通信電池))	主に機器メーカー向けに、通信サービスを部品として提供するもの。従来、商品とは別にサービスとして通信事業者との契約が必要であった通信を、部品として、あたかも乾電池のように商品に内蔵することで、通信機能を有した商品を簡単に利用できるようにするもの。
	富士通(モバイルPCアクセス タイプW. mobile+PHS)	専用通信機器(PHS)によるデータ通信
	三菱電機情報ネットワーク(モバイルネットワークサービス)	専用通信機器(PHS)によるデータ通信(97年10月)
楽天/フュージョン・コミュニケーションズ(楽天モバイル for Business)	法人向けPHS事業(09年4月)	

(出所) 各社ホームページ等を基に作成

【図表Ⅱ－29 MVNO料金の一例】

<携帯>

事業者	サービス名	通信方式・速度	料金	内容
トヨタ自動車㈱	G-BOOK mX (携帯電話接続) / G-BOOK mX Pro (DCM接続)	下り最大2.4Mbps	G-BOOK mX: 無料 G-BOOK mX Pro: 新車初年度無料 翌年以降継続、中途: 年間12,000円(税込) (パケット使い放題) ※通信費は別途必要	「マップオンデマンド」、「プローブコミュニケーション交通情報」、「ミュージックオンデマンド」、「WEBオンデマンド」の4つのオンデマンドサービスを付加した最先端の総合テレマティクスサービス。
	G-BOOK ALPHA (携帯電話接続) / G-BOOK ALPHA Pro (DCM接続)	CDMA20001xEV-DO 下り最大2.4Mbps	G-BOOK ALPHA: 無料 -BOOK ALPHA Pro: 新車初年度無料 翌年以降継続、中途: 年間12,000円(税込) (パケット使い放題) ハンズフリーは別途: 月額525～1575円(税込) ※通信費は別途必要	テレマティクスサービス専用開発された車載タイプの専用DCM通信モジュール搭載。 ヘルプネット、ルート探索/渋滞予測/道路交通情報オペレーターサービス、ドライブプラン等。
	G-BOOK	下り最大144kbs	DCM接続: 月額1300円(税込) 携帯電話接続: 月額400円(税込) Will CYPHA 接続: 月額680円(税込)	365日24時間稼働する「G-BOOKセンター」により安定したサービス環境を提供。オンラインスポット情報、ロードアシスト、ニュース・天気予報・交通情報、マイカーサーチ等。パソコン、PDA、携帯電話からもアクセス可能。
	Smart G-BOOK		半年900円(税込)	スマートフォン向けの新しいテレマティクスサービス。「HELPNET」を標準装備。利用には、G-BOOK mX Pro/G-BOOK ALPHA Pro 対応ナビが必要。」
	G-BOOK mo		無料 ※G-BOOK全カ案内ナビは月額210円(税込)	携帯電話をナビゲーションとして利用できるサービス。
日本通信	b-mobile 3G	HSDPA 下り最大3.6Mbps	39,900円(150時間) 99,800円(500時間)	プリペイド式データ通信パッケージ。
	コネクトメール	FOMA	年額4,572円(月額換算381円)	パソコンのメールをFOMAで送受信。
象印マホービン㈱	みまもりほっとライン	FOMA	初回契約料5,000円(税別) 月額利用料3,000円(税別)	無線通信機を内蔵した電気ポットを使うと、その情報をインターネットを通じ離れて暮らす家族に知らせる。
㈱ドリーム・トレイン・インターネット	DTI高速モバイルプラン	HSDPA 下り最大7.2Mbps	月額790円～4,770円(税別)	イー・モバイル㈱のデータ通信サービスの提供を受け、MVNO形式で高速インターネット接続サービスを提供。
	DTI ハイブリッド モバイルプラン	HSDPA/W-CDMA 下り最大7.2Mbps	月額2,980円(税別)	ドコモのFOMA網とNTTコミュニケーションズの公衆無線LANサービスが使い放題。
	DTI Wimax モバイルプラン	Wimax 下り最大40Mbps	月額3,880円(税別)	UQコミュニケーションズの提供するWimaxサービスに対応した超高速データ通信サービス。

事業者	サービス名	通信方式・速度	料金	内容
セコム㈱	ココセコム		月額900円(税別)～	携帯電話やPCのブラウザ、電話対応による位置検索、駆けつけサービス。
ケイ・オプティコム	eoモバイル3G 7.2Mコース	HSDPA 下り最大7.2Mbps	月額1,000円～4,680円(上限)(税込) 基本使用料: 月額1,000円(税込) (1,000円分のパケット通信料を含む) パケット通信料: 0.042円/パケット(従量制)	HSDPAを採用した高速モバイル通信サービス。
	eoモバイル3G 21Mコース	HSDPA 下り最大21Mbps	月額1,000円～5,890円(上限)(税込) 基本使用料: 月額1,000円(税込) (1,000円分のパケット通信料を含む) パケット通信料: 0.042円/パケット(従量制)	HSDPAを採用した高速モバイル通信サービス。
㈱インターネットイニシアティブ	IJモバイル/タイプD	3G/HSDPA/HSUPA 下り最大7.2Mbps	月額8,500円/回線(定額プランの例)(税抜)	法人向け、ドコモFOMAハイスピード網を利用。定額プランの他に三段階定額プランもある。
	IJモバイル/タイプDS	3G/HSDPA/HSUPA 下り最大7.2Mbps	月額19,500円/回線(端末レンタルプランAの例)(税抜)	法人向け、ドコモFOMAハイスピード網を利用、固定IP。
	IJモバイル/タイプE	3G/HSDPA/HSUPA 下り最大7.2Mbps	月額5,500円/回線(定額プランの例)(税抜)	法人向け、イー・モバイル網を利用した高速モバイルインターネット接続。
	IJモバイル/タイプES	3G/HSDPA/HSUPA 下り最大7.2Mbps	月額13,500円/回線(端末レンタルプランAの例)(税抜)	法人向け、イー・モバイル網を利用した高速モバイルインターネット接続。固定IP。
㈱アッカ・ネットワークス	ACCA mobile(D)	HSDPA 下り最大7.2Mbps	月額4,500円～8,000円(税抜)	フラット定額プラン(スタンダード、1年契約、2年契約) グループパケットシェアプラン(スタンダード、1年契約、2年契約)
	※2009.6サービス終了 ACCA mobile(E)	HSDPA 下り最大7.2Mbps	月額743円～6,458円(税抜)	ステップ定額プラン(スタンダード、1年契約)
ウォルトディズニー・ジャパン㈱	ホワイトプラン(D)	—	月額980円(税込)	ソフトバンクモバイルから3Gネットワークを借り受けてサービスを提供。基本料金プラン。ディズニーモバイルでは本サービス1種のみ。
㈱USEN	モバイルアクセス typeEM	HSPA+/HSDPA/HSUPA/DC-HSDPA 下り最大42Mbps	月額4,980円～(税込)	法人用高速モバイルインターネット接続サービス。イー・モバイル社再販。
	モバイルアクセス typeAJ	3G/HSDPA/HSUPA 下り最大7.2Mbps	月額6,825円～(税込)	オフィス専用高速モバイルインターネット接続サービス。IJ社再販。FOMA網使用。
	モバイルアクセス typeNC	FOMA 下り最大7.2Mbps	月額4,980円～(税込)	固定IPでの接続やホットスポット利用エリアでの高速通信が可能。定額制。FOMA網使用。



事業者	サービス名	通信方式・速度	料金	内容
GMOインターネットグループ ※2009.11受付終了	二段階定額料金プラン	HSDPA 下り最大7.2Mbps	月額2,480～6,300円(税込)	利用パケット数に応じての従量課金制。料金の上限あり。
	定額料金プラン	HSDPA 下り最大7.2Mbps	月額5,775円(税込)	利用パケット数が関係ない完全定額料金制。
NECビッグロース(株)	BIGLOBE Wimax	下り最大40Mbps	Flat年間パスポート(1年割引) :月額3,591円(税込) Flat:月額4,263円(税込)	外出先や移動中でも広いエリアで高速インターネットが楽しめる。
	BIGLOBE高速モバイルEM 二段階定額プラン	W-CDMA 下り最大7.2Mbps	下限:月額789円(税込) (約17,815パケット・約2.2MBまで) 上限:月額4,774円(税込) (約112,715パケット以上・約13.8MB超)	イー・モバイル回線を利用して外出先でもモバイルインターネットを楽しめる。
NTTぷらら(株)	ぷらら高速モバイルオプション(EM) 二段階定額プラン	HSDPA 下り最大7.2Mbps	下限:月額270円(税込) (約4,675パケットまで) 上限:月額3,980円(税込) (約93,009パケット以上)	イー・モバイル回線を利用した高速モバイルインターネット接続サービス。二段階定額プランは定期契約。契約は2年ごとの自動更新。
ニフティ(株)	@nifty MobileBB	HSDPA 下り最大7.2Mbps	月額1,260円～5,985円(税込)	イー・モバイル回線を利用した高速モバイルインターネット接続サービス。「二段階定額いちねん/にねんプラン」、「定額いちねんプラン」がある。
	@nifty WiMax	下り最大40Mbps	月額378円～4,200円(税込)	無線環境下でも安定した高速通信を実現する高速データ無線技術(OFDMA)を利用。@nifty WiMax Flat 年間パスポート/@nifty WiMax Flat/@nifty WiMax Flatの3コース。
ソネットエンタテインメント(株)	bitWarp(EM)	HSDPA 下り最大7.2Mbps	月額1,162円～4,522円(税込) ※ユニバーサル料金7円含む	イー・モバイルの回線を利用した高速モバイルインターネット接続サービス。「新定額プラン」と「二段階定額プラン」がある。
京セラコミュニケーションシステム(株)	KWINS 3G	CDMA1xWIN 下り最大3.1Mbps	「S」パック(30MB):月額4,700円(税別)(超過パケット料は0.025円/パケット) 「M」パック(68MB):月額6,200円(税別)(同0.025円/パケット)「L」パック(136MB):月額7,800円(税別)(同0.015円/パケット)。	法人向け定額高速モバイルインターネット接続サービス
	KWINS 3G Plus	Wimax網 下り最大40Mbps auCDMA網 下り最大3.1Mbps	月額5,800円(税別)	高速な「WiMAX」とKDDIの「CDMA 1X WIN」サービスのネットワークをベースに、KCCSが提供する法人向け定額高速データ通信サービス

事業者	サービス名	通信方式・速度	料金	内容
NTTコミュニケーションズ(株)	OCN 高速モバイル EM (2段階定額プラン)	HSDPA 下り最大7.2Mbps	月額1,000.65円～4,980.15円(税込) ※2年間の定期契約	イー・モバイルの回線利用の高速モバイルインターネット接続サービス。
	OCN 高速モバイル EM (2段階定額オプション)	HSDPA 下り最大7.2Mbps	月額790.65円～4,770.15円(税込) ※2年間の定期契約	イー・モバイルの回線利用の高速モバイルインターネット接続サービス。光やADSLなど他のOCN接続プランと組み合わせでの利用が可能なオプションサービス。
	ドコモモデル	HSDPA 下り最大7.2Mbps	月額7,140円(税込)	FOMA高速パケット通信(FOMA HIGH-SPEED)を利用して、定額で企業VPNとの閉域接続を利用可能なサービス。
インフォニクス(株)	JALマイルフォン		契約事務手数料2,835円(税込)	日本航空インターナショナルが、インフォニクスが展開するMVNOプラットフォーム「SELECT MOBILE」とKDDIのauインフラを活用。auと同じサービスエリア・割引サービスが利用できるほか、月額利用料に応じてJALマイルが100円ごとに最大7マイル貯まる。
	Tigersケータイ、Giantsケータイ		月額780円～7,035円(税込)	auと同じサービスエリア・割引サービスが利用できる。au料金プラン「誰でも割」が自動適用。
フリービット(株)	YourNet MOBILE-W	FOMA 3G 下り最大40Mbps	月額3,880円(税込)	転送量無制限。UQコミュニケーションズが提供するWimaxネットワークを利用し、ISPや家電・通信機器メーカー等の事業者向けにOEMサービスを提供。
UCOM	UCOMモバイル 3G-EM 2段階定額プラン(いちねん割)	下り最大7.2Mbps	月額1,400～5,380円(税込)	イー・モバイルと協業して3Gデータ通信サービスを提供。契約期間は2年。
エヌディエス(株)	Tikiモバイル AND	FOMA 下り最大300Kbps	月額3,480円(税込)	FOMA網利用。TikiモバイルでAndroid端末と回線をセットで提供するサービス。通信量無制限。
	Tikiモバイル Lite	FOMA 下り最大300Kbps	月額3,480円(税込)	NTTドコモFOMA®3Gネットワークを利用したモバイルデータ通信サービス。使い放題。
	Tikiモバイル 3G	FOMA 下り最大7.2Mbps	月額4,980円(税込)	NTTドコモFOMA®3Gネットワークを利用したモバイルデータ通信サービス。通信量上下合計500MBまで。
	Wimaxコース	下り最大40Mbps	月額4,200円(税込)	UQコミュニケーションズの WiMAX に対応した高速モバイルサービス。料金定額でつなぎ放題。

## <PHS>

事業者	サービス名	通信方式・速度	料金	内容
ニフティ㈱	@nifty MobileP ※2011年3月31日サービス終了	パケット方式 下り最大128kbps	事務手数料1,050円(税込) 月額費3,990円(64Kbps)/6,825円(128Kbps)	PHSデータ通信カードを利用した最大128Kbpsのデータ通信サービス。
加藤電機㈱	人用位置検索サービス「イルカーナ」	パケット方式	月額735円～(税込)	PHS回線を用いた小型端末による位置情報・緊急通報サービス。
	車両用位置検索サービス「シンプル運行管理システム」	パケット方式	月額735円/1台(税込)	最新のASPサーバーシステムによる位置検索サービス提供。グループ管理が可能。
富士通㈱	mobile+PHS(32Kbps/128Kbps) ※2009年9月新規発売終了	パケット方式 下り最大32kbps,128kbps	初期費: ユーザID3,000円/1ID(初期契約10ID以上) mobile+PHSカード(MC-C450)26,000円/1台 月額費: ユーザID利用料5,000円/1ID(32Kbps) ユーザID利用料8,500円/1ID(128Kbps)	FENICSビジネスIPネットワークサービス。通信カードからPHS回線までワンストップで提供。MPLSによるセキュリティ確保。定額つなぎ放題。
ソネットエンタテインメント㈱	bitWarp(W)(4X/2X/20H/PDA) ※2009年7月受付終了	パケット方式 下り最大64kbps～204kbps	初期費(機器料金)15,540円(税込) 月額2,107円～5,257円(税込)	無線通信用途込みで定額制のPHSパケット通信サービス。
京セラコミュニケーションシステム㈱	KWINS 4x/KWINS 8x	下り最高128kbps(KWINS 4x) 下り最高256kbps(KWINS 8x)	KWINS 4x:月額3,500円～7,200円(税別) KWINS 8x:月額9,800円(税別)	企業のニーズに応える、確かな実績の、定額制モバイル通信サービス。KWINSカードをノートパソコンやPDAに繋ぐだけで接続可能。
NTTコミュニケーションズ㈱	NTTComタイプ(32kプラン/128kプラン) ※2011年4月新規販売終了	パケット方式 下り最大32kbps(32kプラン) 下り最大128kbps(128kプラン)	月額4,095円(32kプラン)(税込) 月額6,825円(128kプラン)(税込)	無線IP接続サービス・MVNO方式で接続する法人向けデータ系モバイルソリューション。

事業者	サービス名	通信方式・速度	料金	内容
㈱ワイコム	ワイコムモデル 統合VPN新つなぎ放題コース	パケット交換方式	月額3,880円	法人向けデータ系モバイルソリューション。データカードの他、スマートフォンW-ZERO3も利用可能。
	ワイコムモデル 統合VPNつなぎ放題(標準/高速/超高速)コース		月額5,880円～12,705円	
	ワイコムモデル 統合VPN25時間接続(高速/超高速)コース		月額5,460円～7,035円	
	ワイコムモデル MOVEライト接続(限定/バックmini/バック)コース ※2011年2月新規販売終了	回線交換方式	月額819円～2,940円	
	.Phoneユビキタスコース(新.Phoneユビキタス(2年割)あんしんサポートつき/新.Phoneユビキタス/.Phoneユビキタス)		月額1,890円～2,950円	オフィスとの通話を無料にする050モバイルIP電話サービス。
㈱エヌディエス	定額モバイルコース	下り最大512Kbps	月額945円(税込) 別途通信料	ワイコム定額モバイルサービス「AIR-EDGE」に対応したサービス。最大408kでのパケット通信が可能。

#### 4. カード型端末によるデータ通信サービス

- (1) カード型端末によるデータ通信サービスの契約数は、ワイヤレスインターネットの利用拡大を背景に10年9月末で、MVNOによる提供も含めて427万<sup>14</sup>（対前年比99万の増、移動体通信サービス市場全体の契約数増加分の14.2%）と大幅に増加している。

これは、近年、移動体通信領域において、コンテンツ・プラットフォームレイヤーの事業者により、映画・音楽配信、ゲーム、SNSをはじめ、クラウドサービスの登場もあり、様々なアプリケーションが提供されてきていることに伴うものと考えられ、今後も大きく拡大することが予想されることから、上位レイヤーの動向も併せて注視していく必要があると考えられる。

- (2) なお、携帯電話事業者及びPHS事業者が提供する主なデータ通信サービスの概要（プラン及び料金）は図表Ⅱ-30及びⅡ-31のとおりとなっている。

---

<sup>14</sup>競争評価における事業者へのアンケートによる。

【図表Ⅱ－３０ 携帯電話事業者が提供する主なデータ通信サービスの概要】

	最大速度 (※1)	プラン名(※2)	基本料 (税別) (※4)	無料通信 /パケット数 (※5)	パケット 通信料	デジタル通信料 (64Kデータ通信・ テレビ電話等)	備考
NTTドコモ	・パケット通信 受信最大7.2Mbps 送信最大384kbps  ・64Kデータ通信 最大64kbps	データプランSS	1,800円	なし	0.1円/パケット	30円/30秒	家族割引(ファミリー割引)の適用で、 基本料が25%割引となる
		データプランS パケットプラス	2,900円	5,000円相当 /10万パケット	0.05円/パケット		
		データプランM パケットプラス	5,200円	9,000円相当 /45万パケット	0.02円/パケット		
		データプランL パケットプラス	7,400円	18,000円相当 /120万パケット	0.015円/パケット		
		データプランLL パケットプラス	13,900円	30,000円相当 /50万パケット	0.012円/パケット		
		データプランSS バリュー	1,100円	なし	0.1円/パケット		
		データプランS バリュー	2,200円	5,000円相当 /10万パケット	0.05円/パケット		
		データプランM バリュー	4,500円	9,000円相当 /45万パケット	0.02円/パケット		
		データプランL バリュー	6,700円	18,000円相当 /120万パケット	0.015円/パケット		
		データプランLL バリュー	13,200円	30,000円相当 /250万パケット	0.012円/パケット		
	送受信: 最大64Kbps	定額データプラン64K	4,000円	—	0.02円/パケット		
	受信: 最大7.2Mbps 送信: 384Kbps	定額データプラン HIGH-SPEED	4,000円 ~10,000円		0.012円/パケット		「定額データ割」適用後の 月額利用料: 4,000円~6,400円
	送受信最大64Kbps	定額データプラン64K バリュー	3,300円	—	0.02円/パケット		
	受信: 最大7.2Mbps 送信: 384Kbps	定額データプラン HIGH-SPEED バリュー	3,300円 ~9,300円		0.012円/パケット		「定額データ割」適用後の 月額利用料: 330円~5,700円
受信: 最大7.2Mbps もしくは3.6Mbps 送信: 5.7Mbps もしくは384kbps	定額データプラン フラットバリュー	8,800円	—	0.03円/パケット (定額外)		「定額データスタンダード割2」 適用後の月額利用料: 5,460円	
受信: 最大7.2Mbps もしくは3.6Mbps 送信: 5.7Mbps もしくは384kbps	定額データプラン スタンダード2 バリュー	3,500円 ~9,765円	—	0.03円/パケット (定額外)		「定額データスタンダード割2」 適用後の月額利用料: 2,500円~5,985円	

	最大速度 (※1)	プラン名(※2)	基本料 (税別) (※4)	無料通信 /パケット数 (※5)	パケット 通信料	デジタル通信料 (64Kデータ通信・ テレビ電話等)	備考
au	・パケット通信 受信:最大2.4Mbps 送信:144kbps  ・64Kデータ通信 最大65kbps	WINシングルS	1,500円		0.1円/パケット		au電話との併用による「セット割」で、基本料を最大3割強の割引となる。
		WINシングルS	2,500円	1,000円 /1万2,500パケット	0.08円/パケット		
		WINシングルM	5,500円	11,250円 /45万パケット	0.025円/パケット		
		WINシングルL	8,000円	18,000円 /120万パケット	0.015円/パケット		
		WINシングルLL	11,800円	24,000円 /200万パケット	0.012円/パケット		
		WINモジュールプランS	800円	120円 /800パケット	0.15円/パケット		
	・パケット通信 受信:最大3.1Mbps 送信:1.8Mbps  [WiMAX利用時] 40Mbps 上り10Mbps [CDMA利用時] 3.1Mbps 上り1.8Mbps	WINシングル定額 (シンプル)	2,100円		0.05円/パケット	1,800円～5,700円	デジタル通信料はWINシングルセット割適用後。
		WINシングル定額 (フルサポート)	3,000円		0.05円/パケット	2,700円～6,600円	
		WINシングル定額 WiMAX (フルサポート)	2,030円		0.042円/パケット		
		WINシングル定額 WiMAX (シンプル)	2,975円		0.042円/パケット		
ソフトバンク モバイル	・パケット通信(※3) 受信:最大3.6Mbps 送信:最大384kbps  ・64Kデータ通信 最大64kbps	データバリューパック レギュラー	5,800円	8,000円 /32万パケット	0.026円/パケット	80円/分	パリューパック用の「年間割引」適用で15%割引、同「2年割引」適用で25%割引。但し、64Kデジタルデータ通信サービスを利用したアクセスインターネット接続(アクセスポイント*7300)は1.8倍の料金。
		データバリューパック ミドル	8,000円	22,500円 /150万パケット	0.016円/パケット	60円/分	
		データバリューパック スーパー	10,600円	42,000円 /350万パケット	0.013円/パケット	40円/分	
イー・モバイル (※7)	・パケット通信 受信:最大7.2Mbps 送信:最大384kbps	スーパーライト データプラン	1,905円 (5,695円)	952円 /2万3,825パケット	0.04円/パケット		「年とく割」「新にねん」の基本使用料はこの基本使用料(「ベーシック」・「にねん」)から1000円割引(税込み)となる。 ( )内は上限金額。
		ライトデータプラン (※8)	2,838円 (6,171円)	934円 /9万3,400パケット	0.01円/パケット		
		パリューデータプラン	3,790円 (6,648円)	24,575円 /245万7,600パケット	0.01円/パケット		
		ギガデータプラン	4,743円 (10,457円)	83,887円 /838万8,700パケット	0.01円/パケット		
		データプラン	5,696円		使い放題		
		・パケット通信 受信:最大7.2Mbps 送信:最大384kbps	スーパーライト データプラン21	1,905円 (6,648円)	952円 /2万3,825パケット	0.04円/パケット	
	パリューデータプラン21		4,743円 (7,600円)	24,575円 /245万7,600パケット	0.01円/パケット		
	ギガデータプラン21		5,695円 (7,600円)	83,887円 /838万8,700パケット	0.01円/パケット		
	データプラン21		6,648円		使い放題		

※1 すべてベストエフォート方式

※2 NTTドコモは、音声端末、データカード端末双方で使える料金プラン、au、ソフトバンクモバイル、イーモバイルはデータカード端末を用いた場合の料金プラン

※3 3Gデータカード C01SI(ソフトバンクモバイル社のコンパクトフラッシュ型のデータ通信カード)を使用した場合

※4 各種割引適用前の料金

※5 パケット通信のみで使用した場合の無料通話料

※6 NTTドコモの定額データプランは、メール送受信及びテキスト・静止画のWeb閲覧などの利用に限られる。

※7 イー・アクセス図表中、金額は円未満四捨五入

(注) 2010年5月時点

【図表Ⅱ－３１ PHS事業者が提供する主なデータ通信サービスの概要】

	最大速度(※1)	プラン名	月額基本料 (税別) (※2)	無料通信等 (※3)	通信料 (※4)	備考
ウィルコム	パケット通信: 受信 最大256kbps (408kbps ※5 ※6)	つなぎ放題[PRO]	12,300円	定額	-	年間契約割引あり
		ネット25[PRO]	6,900円	25時間まで 定額 25時間以上 従量制	10円/60秒	
	パケット通信: 受信 最大128kbps (204kbps ※5)	ネット25	5,400円	25時間まで 定額 25時間以上 従量制	10円/60秒	
	パケット通信: 受信 最大128kbps (204kbps ※5)	つなぎ放題[4x]	9,300円	定額	-	
	パケット通信: 受信 最大64kbps (102kbps ※5)	つなぎ放題	5,800円	定額	-	
	パケット通信: 受信 最大128kbps (204kbps ※5)	パケコミネット	4,700円	20万パケットまで 無料	0.03円/パケット	
	回線交換方式: 受信 最大64kbps (102kbps ※5)	データパック	3,000円	無料通信1,200円 /最大140分	10円/70秒	
	回線交換方式: 受信 最大64kbps (102kbps ※4)	データパックmini	1,980円	無料通信1,000円 /最大77分	15.75円/70秒	
	パケット通信: 受信 最大256kbps (408kbps ※5 ※6)	新つなぎ放題	3,695円	定額	無料	
PIAFS方式 最大64kbps	Two LINK DATA	980円	-	10.5円/70秒	PIAFS通信料 (パケット方式は利用できない)	
ケイ・オブ ティコム	回線交換方式 受信最大64kbps	フルコース	3,000円	定額	-	プチコースの上限: 4000円(税別) 2010年8月31日 新規申込受付終了 2011年9月30日 サービス終了
		プチコース	500円	-	5円/60秒	

※1 すべてベストエフォート方式

※2 各種割引適用前の料金

※3 パケット方式の場合はパケット通信のみで使用した場合の無料通信料

※4 パケット方式の場合は、パケット通信のみを使用した場合の通信料

※5 W-OAM 対応端末機種の場合

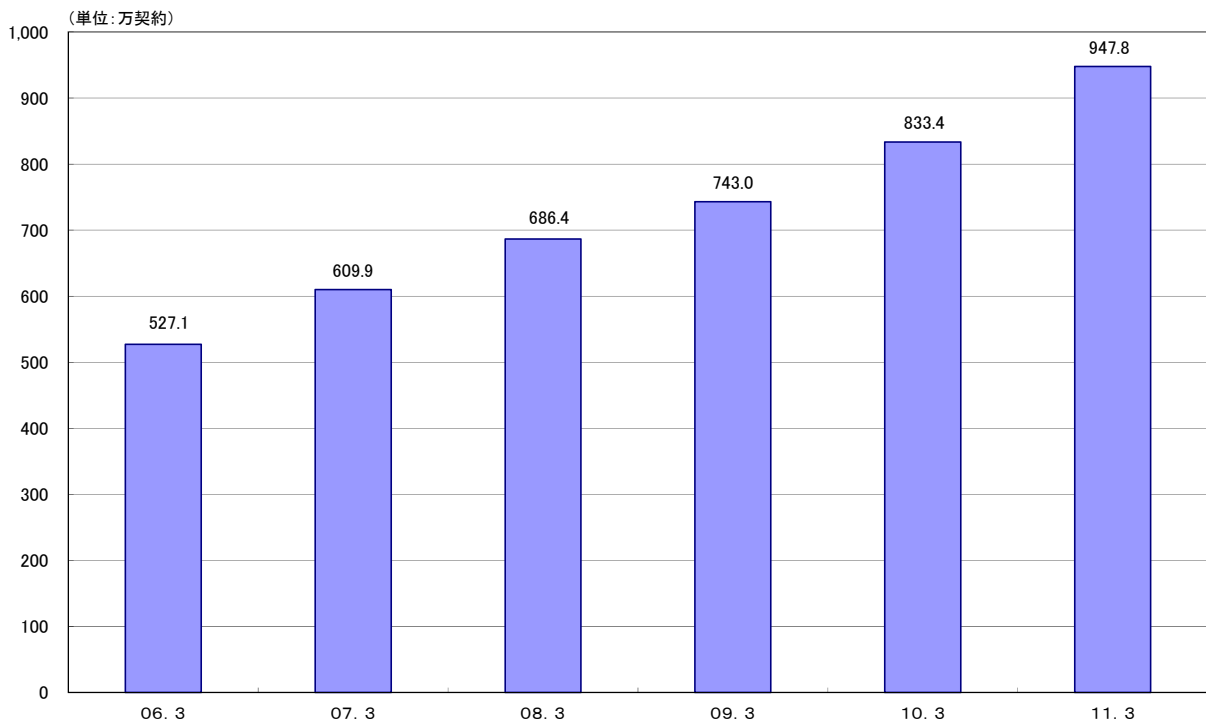
※6 W-OAM typeG 対応端末機種の場合最大 512kbps。(基地局回線の「光 IP 化」完了エリアでは、最大 800Kbps)

(注) 2011年4月時点

## 5. 公衆無線LANの契約数の推移・サービスの概要

- (1) 公衆無線LANの契約数は11年3月末で、947.8万契約となっており(図表Ⅱ-32)、契約数は増加傾向となっている。
- (2) 公衆無線LANはホテル、カフェ、駅、空港等でサービス提供されている他、ブロードバンドの付加的なサービスとして無償で提供されている場合もあることから、その実態を把握することは難しいが、スマートフォンやタブレットPCなどの新しい端末の普及により今後も利用の増大が見込まれるサービスであり、引き続きその動向を注視する必要があると考えられる。

【図表Ⅱ-32 公衆無線LANの契約数の推移】



(注) 以上のデータは電気通信事業報告規則に基づく報告データを集計したものであるが、現在の公衆無線LANアクセスサービスに関する契約等状況報告では、他事業者に卸電気通信役務としてサービス提供した場合、当該卸売先の最終利用者数の報告が任意となっているため、データの統一性や連続性が確保されておらず、数値の厳密性には限界があることに留意が必要である。

(出所) 総務省資料

【図表Ⅱ－33 主な公衆無線LANサービスの概要】

事業者名	サービス名	料金プラン	料金 (11年4月 現在、税別)	備考
NTTコミュニケーションズ	HOTSPOT	コース1： カジュアルエリア	380円/月	マクドナルドなど
		コース2： エクスプレスエリア	790円/月	東海道新幹線(東京～新大阪間)のN700系車内と全17駅のコンコース待合室
		コース3：(月額定額) スタンダードエリア エクスプレスエリア カジュアルエリア	1600円/月	ホットスポット国内全エリア(全国約8000以上のアクセスポイント)
		1DAY PASSPORT スタンダードエリア、エクスプレスエリア	500円/日(24H、税込) ※1日ごと	スタンダードエリア：モスバーガー、タリーズコーヒー、プロント、空港、東京の地下鉄駅など
NTTドコモグループ	Mzone	月額プラン	1500円/月	全国約6800アクセスポイント
		日額プラン	500円/日	
	moperaU(U「公衆無線LAN」コース)	「公衆無線LAN」コース+Uスタンダードプラン)	800円/月 (UスタンダードプランとU「公衆無線LAN」コースの合計)	FOMA契約者対象 アクセスポイントはMzoneと共用
	spモード「公衆無線LANサービス」	「spモード」+「公衆無線LAN」コース	600円/月 「spモード」+「公衆無線LAN」コースの合計	spモード契約対象者 駅・空港・カフェ・ファーストフードなど
	U「公衆無線LAN」コース	U「公衆無線LAN」コース+mopera U)	800円/月 U「公衆無線LAN」コース+Uスタンダードプランの合計	Xi (クロッシィ)、FOMA契約対象者
ブラックベリー「公衆無線LAN」オプション	「ブラックベリーサービス」+公衆無線LANオプション	805円/月(税込) ブラックベリーインターネットサービス+公衆無線LANオプション	Mzoneと同じエリア	

事業者名	サービス名	料金 (11年4月 現在、税別)	備考
NTT東日本/ NTT西日本	フレッツ・スポット	900円/月 (フレッツアクセスサービス契約者は800円/月)	全国約9200アクセスポイント(NTT東西合計) ※2011年1月現在
ソフトバンクテレコム	BBモバイルポイント	200円/月 (Yahoo!プレミアム会員)	全国約4300アクセスポイント(2010年5月末現在) ・全国のマクドナルド： 約3400店舗※2010年5月18日現在 ・東海道新幹線(東京～新大阪間)： N700系車内と17駅 ・新型成田エクスプレス(E259系)：車内ISPによって料金は異なる
ソフトバンクBB	おでかけアクセス公衆無線LAN	304円/月(税込) (Yahoo!BBオプション) 無線LAN/パック(レンタル)契約の場合1ID無料	BBモバイルポイントとローミング
ヤフー	Yahoo!無線LANスポット	500円/月 (Yahoo!プレミアム会員は200円/月)	BBモバイルポイントとローミング
livedoor	livedoor Wireless	500円/月	東京都内を中心に千葉・神奈川・埼玉にエリア展開。カフェ、飲食店、大型商業施設、大型家電量販店など2200アクセスポイント

(出所) 総務省資料及び各社ホームページ



### Ⅲ インターネット接続領域

## 目 次

第1章 インターネット接続領域の市場画定 .....	1
第2章 ブロードバンド市場における主要指標の分析及び競争状況の評価.....	6
第1節 主要指標の分析 .....	8
第2節 競争状況の評価 .....	15
第3章 FTTH市場における主要指標の分析及競争状況の評価.....	19
第1節 主要指標の分析 .....	21
第2節 競争状況の評価 .....	36
第4章 ADSL市場における主要指標の分析及競争状況の評価.....	47
第1節 主要指標の分析 .....	48
第2節 競争状況の評価 .....	54
第5章 CATVインターネット市場における主要指標の分析及び競争状況の評価.....	56
第1節 主要指標の分析 .....	58
第2節 CATVインターネット市場における競争状況の評価.....	62
第6章 ISP市場における主要指標の分析及び競争状況の評価 .....	64
第1節 主要指標の分析 .....	66
第2節 競争状況の評価 .....	70

## 第1章 インターネット接続領域の市場画定

### 1. サービス市場の画定

インターネット接続領域におけるサービス市場の画定については、従来の考え方を引き続き採用する。

- (1) 回線サービスについては、各サービスにおける需要の代替性等を勘案し、ダイヤルアップ(DU)及び常時接続ISDN(ISDN)を「ナローバンド市場」、また、FTTH、ADSL及びCATVインターネット(CATV)<sup>1</sup>を「ブロードバンド市場」として画定する。

また、FTTHについては、「戸建て+ビジネス向け」と「集合住宅向け」をそれぞれ部分市場として画定する。

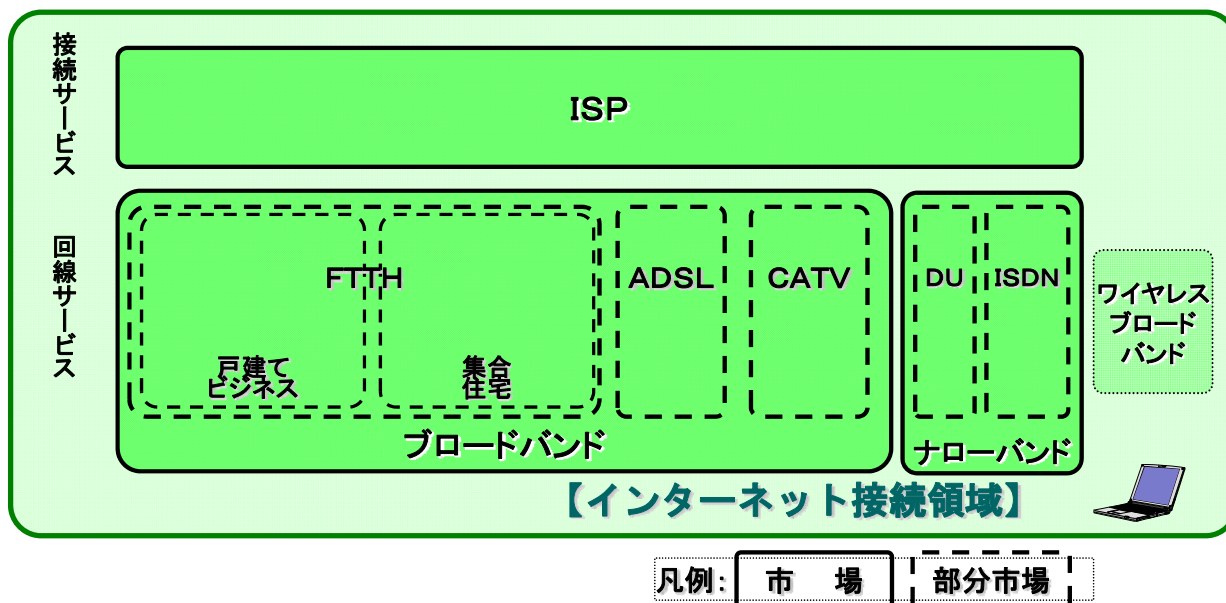
これは、事業者や回線速度の選択が居住者自らの意思によって決定できる戸建て+ビジネス向けと違い、集合住宅向けの場合は他の居住者や管理会社の同意・許諾が必要となる等の制約があり、両市場間の供給面の事情が異なっていることを考慮したものである。

- (2) インターネット接続サービスについては、「ISP市場」として画定する。
- (3) なお、ワイヤレスブロードバンドについては本年度(10年度)の市場画定の対象外とするが、来年度以降の競争評価の見直しにおいてその取扱いを検討する(第3編「今後の競争評価の在り方」参照)。

---

<sup>1</sup> ここでいう「CATVインターネット」は、HFC(Hybrid Fiber Coaxial。光同軸ハイブリッド伝送。幹線部分を光ケーブル、加入者部分を同軸ケーブルを利用して伝送する)又は同軸ケーブルによって伝送されるものを対象としている。なお、光ファイバ(FTTH)を利用して伝送されるCATVインターネットについてはFTTHとして集計を行っている。

【図表Ⅲ－１ インターネット接続領域の市場画定】



## 2. 地理的市場の画定

地理的市場については、従来の考え方を引き続き採用し、以下のとおりとする。

### (1) 全国市場

- ① ナローバンド市場、ブロードバンド市場、ISP市場とともに、部分市場であるDU市場、ISDN市場、FTTH市場、CATVインターネット市場は全国市場として画定する。
- ② CATVインターネットの地理的市場を全国市場として画定した理由は、現実には市町村（区）単位でCATV事業者が独占的にサービスを提供している実態が見られるものの、CATV事業者による合従連衡、複数の地域の放送施設を所有・運営する統括運営会社（MSO（Multiple System Operator）：多施設保有者）の存在、ブロードバンド市場内においてFTTH等との代替性の高まり、等を考慮したことによるものである。

### (2) 東日本と西日本（2地域）

ブロードバンド市場のうち部分市場としてのADSL市場は、NTT東西の業務区域を踏まえ、東日本と西日本の2地域に分けて画定する。

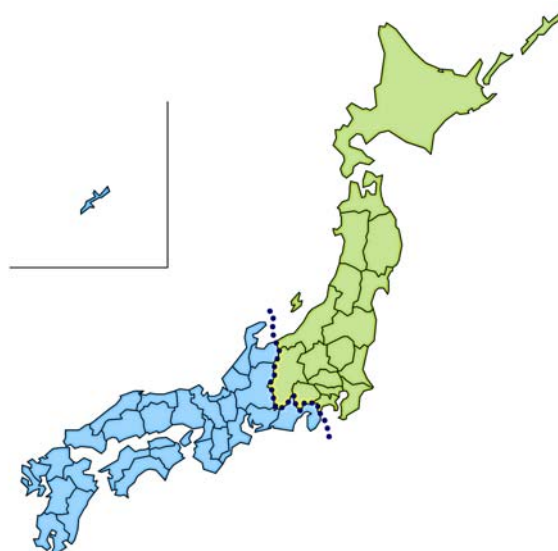
#### (i) 東日本地域

北海道、青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県、茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、新潟県、山梨県、長野県

(ii) 西日本地域

静岡県、愛知県、三重県、岐阜県、富山県、石川県、福井県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県、鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県、高知県、福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県、沖縄県

【図表Ⅲ－２ ADSL市場の地理的区分】



(3) 地域10ブロック

ブロードバンド市場及びその部分市場としてのFTTH市場については、競争状況をより適切に把握・分析するため、NTT東西の業務区域ではなく、電力系事業者<sup>2</sup>の業務区域ごとに地理的市場を画定する。

具体的には、親会社である電力会社（当該電力会社が電気通信事業も行っている場合は当該会社）の電気事業の業務区域ごとに、以下のとおり、全国を、北海道・東北・関東・東海・北陸・近畿・中国・四国・九州・沖縄の10のブロックに分けて画定する。図表Ⅲ－3は、この10のブロックを図示したものである。

(i) 北海道ブロック：北海道

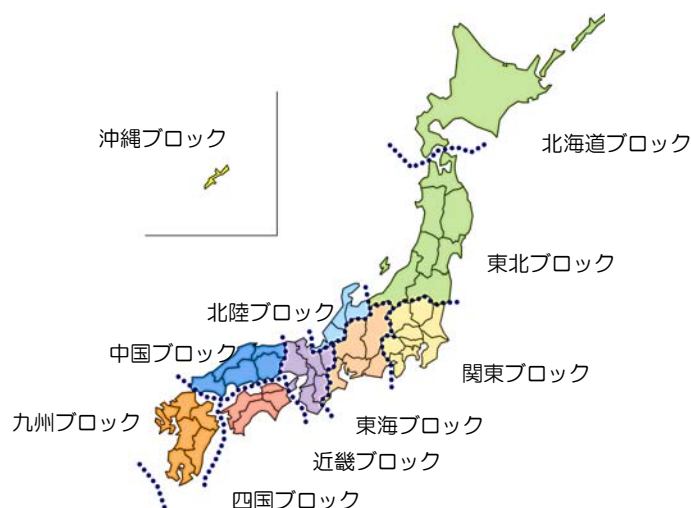
(ii) 東北ブロック：青森県、岩手県、秋田県、宮城県、山形県、福島県、新

<sup>2</sup>電力系事業者とは、北海道総合通信網、東北インテリジェント通信、ファミリーネット・ジャパン、北陸通信ネットワーク、ケイ・オプティコム、エネルギー・コミュニケーションズ、STNet、九州通信ネットワーク、沖縄通信ネットワークを指す。なお、テプコシステムズのマンションISP事業は、09年1月からファミリーネット・ジャパンが継承している。また、中部テレコミュニケーションは、08年4月の株式の一部譲渡により、シェアの集計等においてはKDDIに含めている。

潟県

- (iii) 関東ブロック：茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、神奈川県、山梨県、静岡県<sup>3</sup>（富士川以東）
- (iv) 東海ブロック：長野県<sup>4</sup>、岐阜県、静岡県（富士川以西）、愛知県、三重県
- (v) 北陸ブロック：富山県、石川県、福井県
- (vi) 近畿ブロック：滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県
- (vii) 中国ブロック：鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県
- (viii) 四国ブロック：香川県、徳島県、愛媛県、高知県
- (ix) 九州ブロック：福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県
- (x) 沖縄ブロック：沖縄県

【図表Ⅲ－３ ブロードバンド市場全体及びF T T H市場における地理的区分】



<sup>3</sup> 静岡県は、「住民基本台帳人口要覧」（09年3月）から富士川を境にした世帯数比率を算出し、その比率に基づき分計している。また、静岡県はN T T西日本の業務区域であるが、10地域のブロックで画定する際には、富士川を境に以西の地域を東海ブロック、以東の地域を関東ブロックの契約回線数として集計した。したがって、関東ブロックは基本的にN T T東日本の業務区域に含まれるものの、N T T東日本の業務区域ではない静岡（富士川以東）の契約回線数を含んでいる。

<sup>4</sup> 長野県はN T T東日本の業務区域であるが、今回の地理的市場の画定においては東海ブロックに相当している。したがって、東海ブロックは基本的にN T T西日本の業務区域に含まれるものの、N T T西日本の業務区域ではない長野県の契約回線数を含んでいる。

### 3. 分析及び評価の対象とする市場

- ① 回線サービスについては、まず、全体としてのブロードバンド市場の分析及び評価を行い、次に、部分市場としてのF T T H市場、A D S L市場及びC A T Vインターネット市場についてそれぞれ分析及び評価を行う。
- ② インターネット接続サービスについては、I S P市場の分析及び評価を行う。
- ③ なお、ナローバンド市場については、固定電話の競争状況とほぼ一致していること、また、ブロードバンド化が進展する中でその重要性が低くなっていることから、分析及び評価の対象としない。

### 4. 事業者データの取扱い

- ① 全国市場として分析等を行う場合、N T T東日本及びN T T西日本についてはN T T東西を1社として取り扱う。また、電力系事業者については各社のデータを合算した上で、「電力系事業者」として1社として取り扱うこととする。  
N T T東西及び電力系事業者をそれぞれ1社として取り扱うこととしたのは、
  - (イ) 現在、N T T東西が東日本地域と西日本地域、電力系事業者が各地域ブロックに分かれてサービスを提供している中、全国を単一の地理的市場として分析する場合、提供区域の重ならないN T T東日本とN T T西日本、また、各電力系事業者間が、あたかも競争関係にあるかのようにみなすことになってしまうこと。
  - (ロ) 電力系事業者については、各者に相互の資本関係がなく、1社として取り扱うことに関して議論の余地はあるが、利用者の視点から見れば、他地域の電力系事業者のサービスは選択肢たり得ず、この点でN T T東西と同じ状況であること。を勘案したことによるものである。
- ② また、C A T V事業者については、複数の事業者が同一のM S Oの傘下にあるとみなされる場合は、契約数における事業者シェア及びH H I等の算定において、当該事業者の契約数を合算して1グループ会社として取り扱う。

## 第2章 ブロードバンド市場における主要指標の分析及び競争状況の評価

### 要旨

1. ブロードバンドの契約数は、11年3月末で3,411.1万（対前年比3.8%増）となっており、引き続き増加。  
NTT東西の契約数シェアは11年3月末時点で52.5%であり、他の事業者との差が大きく開いている。
2. 市場支配力に関しては設備面でも、メタル回線、光ファイバの合計に占めるNTT東西のシェアは86.3%、光ファイバのみのシェアも77.2%（いずれも11年3月末時点）となっており、今後、FTTHがブロードバンド市場の中心的存在となることが予想される中、単独で支配力を行使し得る地位にある蓋然性が高いと判断。  
NTT東西には、第一種指定電気通信設備制度に基づく規制等の措置が講じられているが、NTT東西が単独で市場支配力を行使する可能性は否定できず、固定電話市場からのレバレッジの懸念等がある。
3. なお、近年、BWAやLTE（3.9世代携帯電話パケット通信）等にみられるように移動体通信領域においてブロードバンドサービスが登場してきており、ブロードバンド市場を分析及び評価する視点として、固定系と移動系のブロードバンド市場の相互関係についても留意することが必要。

(1) 本章では、「ブロードバンド市場（FTTH、ADSL及びCATVインターネット）」について主要指標の分析を行い、その結果も踏まえて競争状況の評価を行う。

(2) 具体的には

- ① 「ブロードバンド市場」における主要指標として、
  - (イ) 市場の規模（契約数）
  - (ロ) 契約数における事業者別シェア及び市場集中度（上位3社シェア、HHI）
  - (ハ) 地理的市場における上記（イ）及び（ロ）の指標について分析を行う。
- ② これらの分析結果も踏まえ、ブロードバンド市場に関し、以下の点について競争状況の評価を行う。
  - (イ) 単独又は複数の事業者による市場支配力の存在の有無
  - (ロ) 上記市場支配力の存在が認められる場合には、その行使の有無



(ハ) 今後の注視事項

- (3) なお、11年3月11日に発生した東日本大震災により、宮城県、岩手県及び福島県の被災地に関する主要指標の数値（11年3月末）については、各サービス提供事業者からの暫定的な報告値を使用している。

## 第1節 主要指標の分析

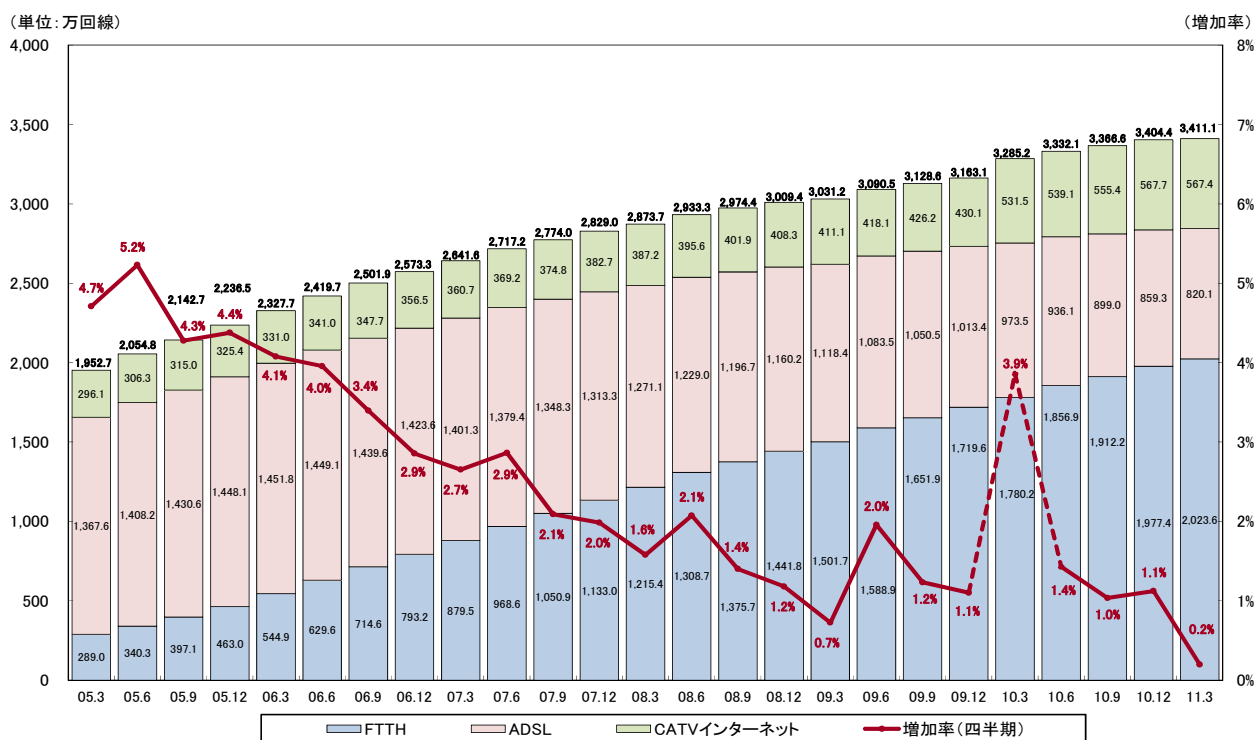
### 1. 市場の規模(契約数)

① ブロードバンド市場の契約数は11年3月末で3,411.1万(対前年比3.8%増)となっており、増加率は小幅であるものの、増加を続けている<sup>5</sup>。

サービス別に見ると、メタルから光ファイバへのマイグレーションが進展している中、FTTHが11年3月末には2,000万を超え、増加を続ける一方、ADSLは06年3月以降減少を続けている。この結果、FTTHのブロードバンド市場におけるシェアは59.3%となっている。

② なお、ブロードバンドサービスの都道府県別普及率については、参考1参照。

【図表Ⅲ-4 ブロードバンド市場における契約数の推移】



(出所) 総務省資料

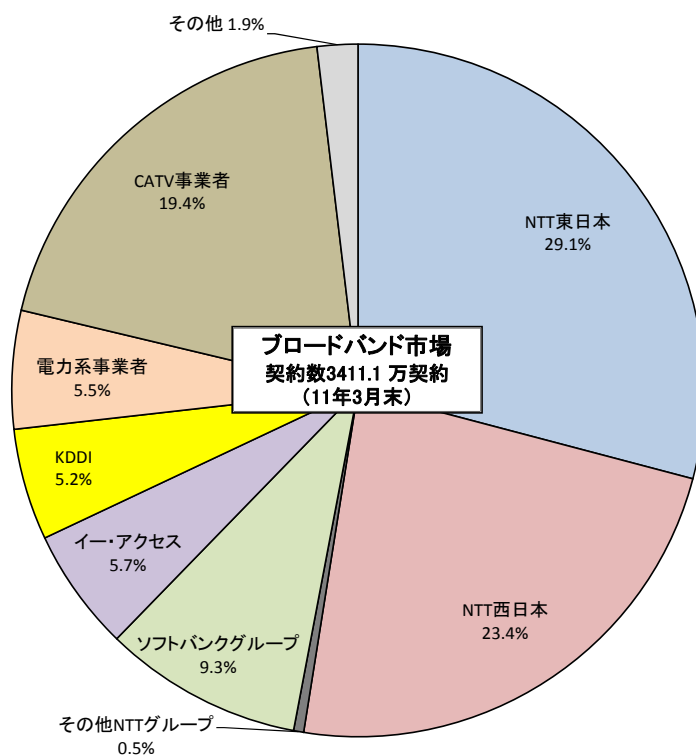
<sup>5</sup> なお、10年3月末のブロードバンド市場における契約数及びその増加率が大きく変動しているが、CATVインターネットの契約数に関し、一部の事業者から集計方法の変更が報告されたことによるものである。

## 2. 契約数における事業者別シェア及び市場集中度(上位3社シェア、HHI)

### (1) 契約数における事業者別シェア

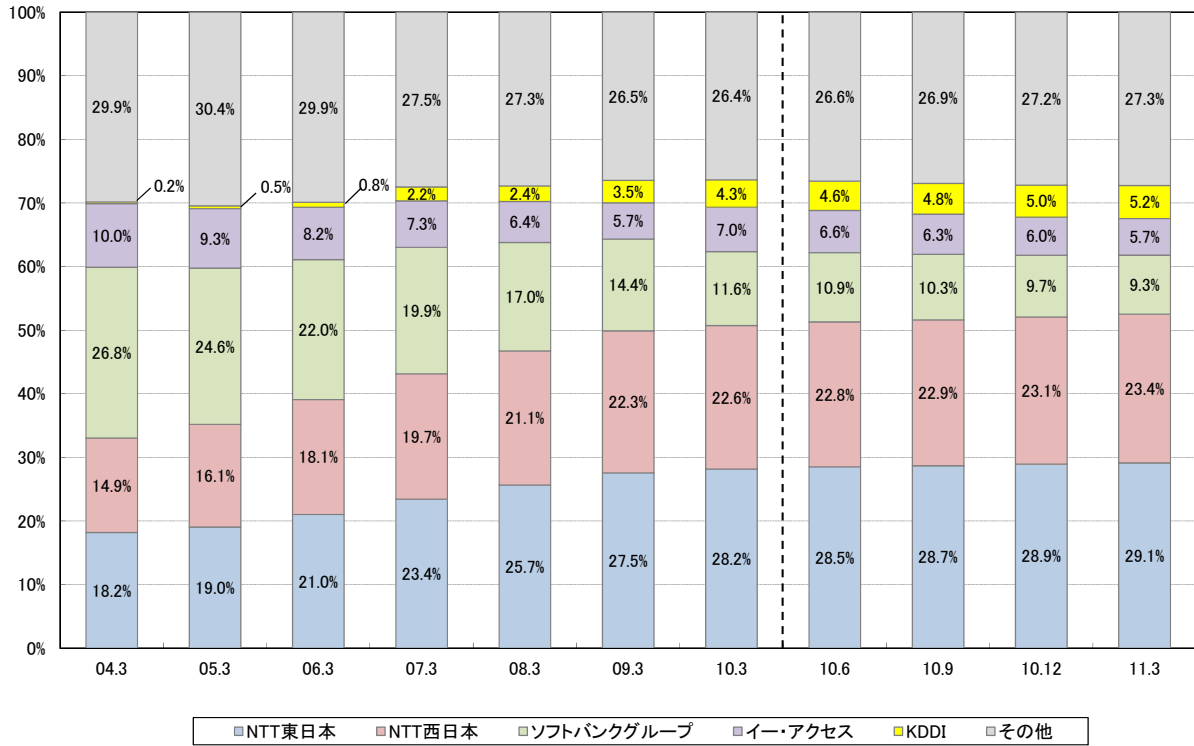
- ① ブロードバンド市場の契約数は11年3月末で事業者別シェアについて見ると、11年3月末時点でNTT東西が52.5%を占めており、04年3月以降、一貫してシェアを伸ばしている。
- ② これに対し、他の主要事業者については、KDDIが04年3月以降、微増ながらシェアを拡大してきている一方、ソフトバンクグループ及びイー・アクセスについては04年3月以降、シェアが低下している。

【図表Ⅲ－5 ブロードバンド市場における契約数の事業者別シェア】



(出所) 総務省資料

【図表Ⅲ－6 ブロードバンド市場における契約数の事業者別シェアの推移】

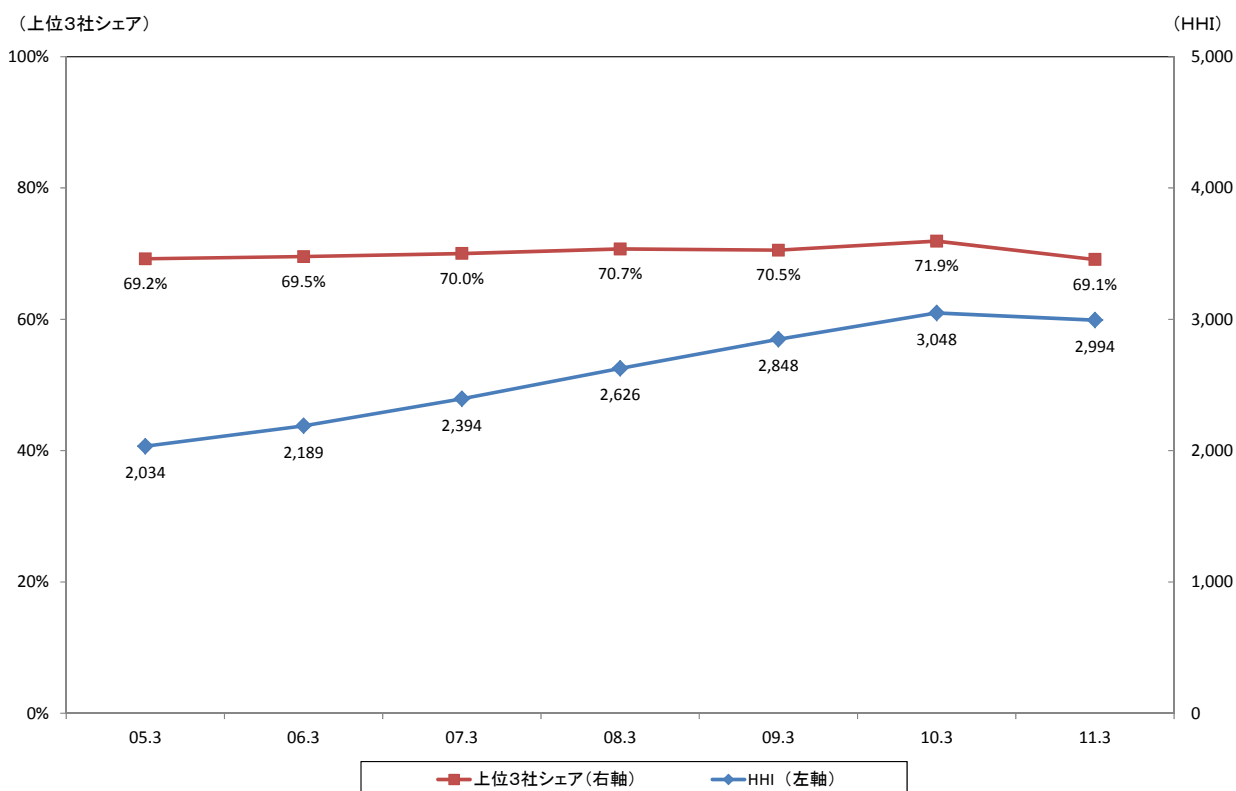


(出所) 総務省資料

## (2) 市場集中度（上位3社シェア、HHI）

- ① ブロードバンド市場の上位3社（NTTグループ、ソフトバンクグループ及びイー・アクセス）のシェアは、11年3月末時点で69.1%となっている。上位3社シェアは04年6月から約70%程度の水準で推移していたが、やや減少した。
- ② また、ブロードバンド市場における契約数のHHIは11年3月末時点で2,994となっており、HHIも減少している。

【図表Ⅲ－7 ブロードバンド市場における契約数の上位3社シェア・HHIの推移】



(出所) 総務省資料

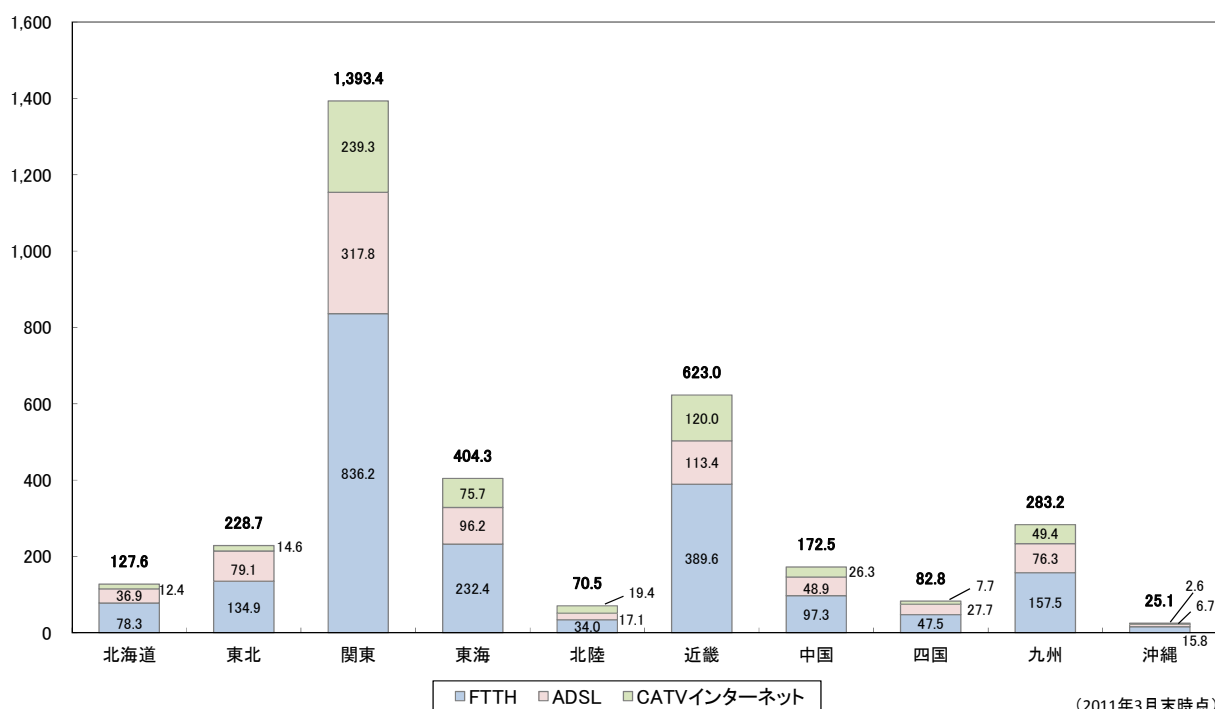
### 3. 地理的市場（地域10ブロック）における主要指標の分析

#### （1）市場の規模（契約数）

- ① 地域ブロック別の契約数について見ると、11年3月末時点で最も多いのは関東で1,393.4万、これに近畿が623.0万、東海が404.3万と続いている。

【図表Ⅲ－8 ブロードバンド市場における地域ブロック別の契約数】

（単位：万契約数）

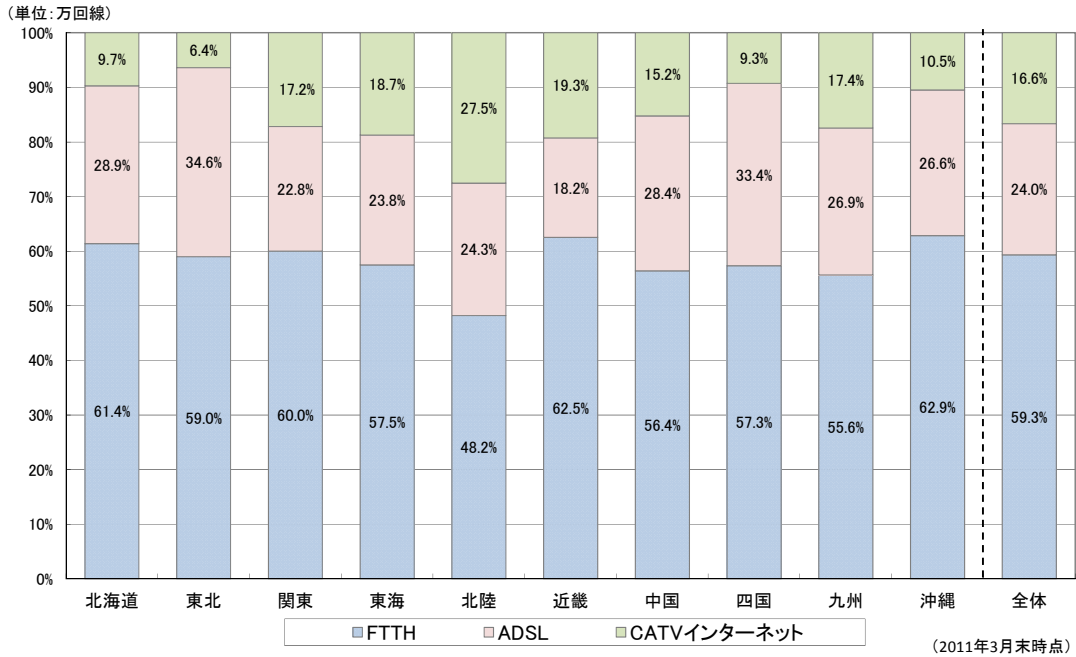


（2011年3月末時点）

（出所）総務省資料

- ② 地域ブロックごとのブロードバンドの方式の内訳についてみると、FTTHが占める割合が相対的に高いのは近畿（62.5%）、ADSLが占める割合が相対的に高いのは東北（34.6%）、CATVインターネットが占める割合が相対的に高いのは北陸（27.5%）となっている。

【図表Ⅲ－９ ブロードバンド市場における地域ブロック別契約数の構成比】

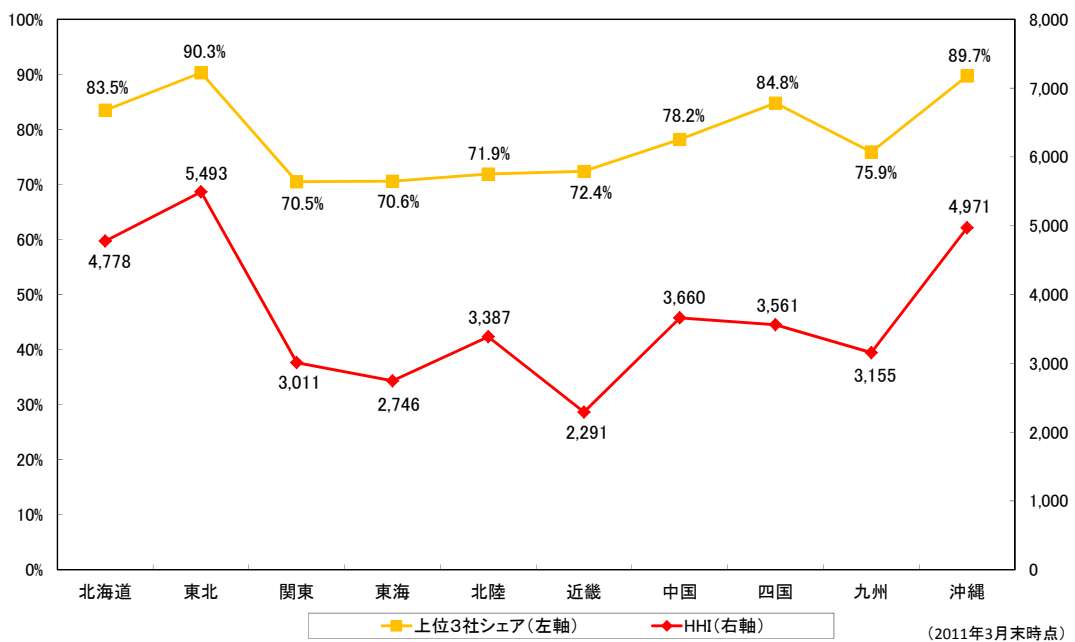


(出所) 総務省資料

## (2) 市場集中度 (上位3社シェア、HHI)

- ① 地域ブロック別の契約数の上位3社シェアは、全地域ブロックにおいて70%以上を占めている。特に、東北においては上位3社のシェアが90%を超えている。

【図表Ⅲ－10 ブロードバンド市場における地域ブロック別の契約数の上位3社シェア・HHI】



(出所) 総務省資料

- ② 一方、HHIは、各地域ブロックにおいてばらつきがある。関東（3,011）、東海（2,746）及び近畿（2,291）は相対的に低い状況となっており、これらの地域ブロックにおいては、他の地域に比べ競争的であると言える。しかし、上位3社シェアの絶対的水準の高さを勘案すれば、いずれのブロックにおいても全般的に寡占的であると言える。
- ③ なお、地域ブロック別のブロードバンド契約数における事業者別シェアについては、参考2参照。



## 第2節 ブロードバンド市場における競争状況の評価

### 1. 単独の事業者による市場支配力

#### (1) 市場支配力の存在

以下の判断要素を総合的に勘案し、NTT東西が市場支配力を単独で行使し得る地位にあると評価する。現在の市場構造や事業者間の競争状況においては、一定の競争ルールの存在なしには、契約数シェア1位のNTT東西が単独で価格及びその他の条件を左右し得る地位にある蓋然性が高い。

- ① ブロードバンド市場においては、メタル回線から光ファイバへのマイグレーションの進展に伴い、NTT東西の契約数シェアは上昇傾向にある。この結果、11年3月末時点のシェアは52.5%となっており、他の競争事業者のシェア（ソフトバンクグループ：9.3%、イー・アクセス：5.7%、KDDI：5.2%）との差が大きく開いている。
- ② 設備面で見ると、メタル回線及び光ファイバ回線等の総計に占めるNTT東西の設備シェアは86.3%（11年3月末現在）となっている。このうち、メタル回線に占めるNTT東西の設備シェアは99.9%であり、光ファイバ回線の設備シェアについて見ても、77.2%（11年3月末現在）となっている。
- ③ 競争事業者によるFTTH及びADSLのサービス提供は、NTT東西の加入者回線の開放に依存する部分が多く、NTT東西は、当該設備の利用に対する各種手続き等を通じて、競争事業者に影響を与えることが可能な立場にある。

#### (2) 市場支配力の行使

以下の判断要素を総合的に勘案し、市場支配力の行使に関しては、現行の規制において一定の歯止めとなる措置が講じられているものの、NTT東西が単独で市場支配力を行使する可能性は否定できず、固定電話市場からのレバレッジの懸念等があると評価する。

- ① NTT東西には、第一種指定電気通信設備制度に基づく接続規制・行為規制・サービス規制が適用されており、市場支配力の行使を抑止・けん制するための措置が講じられている
- ② 一方、ADSLは全体で契約数が減少する局面にある中、成長が続くFTTH市場においてNTT東西シェアは上昇傾向にあり、ブロードバンド市場全体でみた場合、NTT東西のシェアは、50%を超えている。
- ③ 今後、メタル回線から光ファイバへのマイグレーションが進展する中、ポト

ルネック性の高い既存のメタル回線での優位性を勘案すれば、ブロードバンド市場の中心になるF T T Hサービスの展開に当たって固定電話市場からF T T H市場へのレバレッジの懸念があると考えられる。

## 2. 複数の事業者による市場支配力

### (1) 市場支配力の存在

以下の判断要素を総合的に勘案し、ブロードバンド市場においては、シェア上位の事業者が協調的寡占体制の下で市場支配力を行使し得る地位にあると評価する。

ブロードバンド市場における契約数の上位3社シェアは11年3月末時点で69.1%となっており、市場は寡占的であると言える。

また、HHIについても11年3月末時点で2,994であり、昨年同時期に比べ、わずかに減少したが、依然としてHHIの数値は高い。

### (2) 市場支配力の行使

以下の判断要素を勘案し、ブロードバンド市場においては、シェア上位の複数の事業者が協調して市場支配力を行使する可能性は低いと評価する

ブロードバンド市場は穏やかな拡大を続けており、事業者間でのシェア獲得競争は引き続き展開されると考えられ、また、事業者間でシェア1位と2位以下の格差が拡大している点にかんがみれば、複数事業者間での協調関係を考慮する必然性が高いとは言えない。

## 3. 今後の注視事項

### (1) ブロードバンド市場におけるF T T Hの分析の重要性

- ① ブロードバンド市場におけるN T T東西のシェアは、メタルから光ファイバへのマイグレーションが進展する中、次章で見るとおり、F T T H市場におけるN T T東西のシェアと大きく関係してくるものと考えられる。
- ③ また、N T T東西によるN G Nを利用した回線サービス「フレッツ光ネクスト」等も普及しており、今後、利用の拡大が見込まれることから、N G Nを利用したサービスの動向についても留意すべきである。
- ④ いずれにせよ、今後ブロードバンド市場はF T T Hが中心になってくることから、部分市場としてのF T T H市場について、様々な観点から重点的に分析することが必要である。

(2) 移動系ブロードバンドサービスとの相互関係

近年、BWAやLTE(3.9世代携帯電話パケット通信)等に見られるように、移動体通信領域においてブロードバンドサービスが登場してきており、ブロードバンドサービス市場を分析及び評価する視点として、固定系と移動系のブロードバンド市場の相互関係(FMC等)についても注視していく必要がある。

【図表Ⅲ-11 ブロードバンド市場における市場集中度(HHI)とNTTグループのシェア】

画定市場	2010年度の評価結果	
	市場集中度(HHI)	NTTグループのシェア
ブロードバンド (FTTH、ADSL及びCATVインターネット)	2,994	52.5%

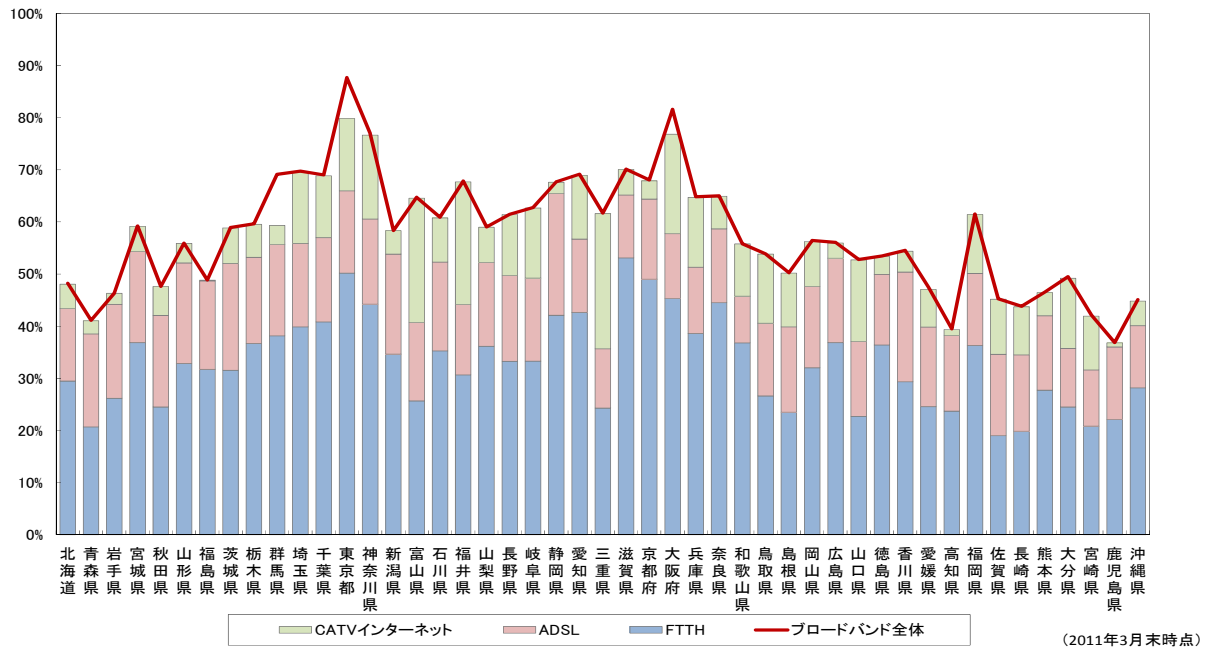
【図表Ⅲ-12 ブロードバンド市場における市場支配力に関する評価結果】

画定市場	2010年度の評価結果	
	市場支配力の存在	市場支配力の行使
ブロードバンド (FTTH、ADSL及びCATVインターネット)	○ (単独・協調)	△ (固定電話市場からのレバレッジの懸念)

(注) ◎は「強く存在すること」、○は「存在すること」、△は「協調のみ」又は「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。

【参考1 ブロードバンドサービスの都道府県別普及率】

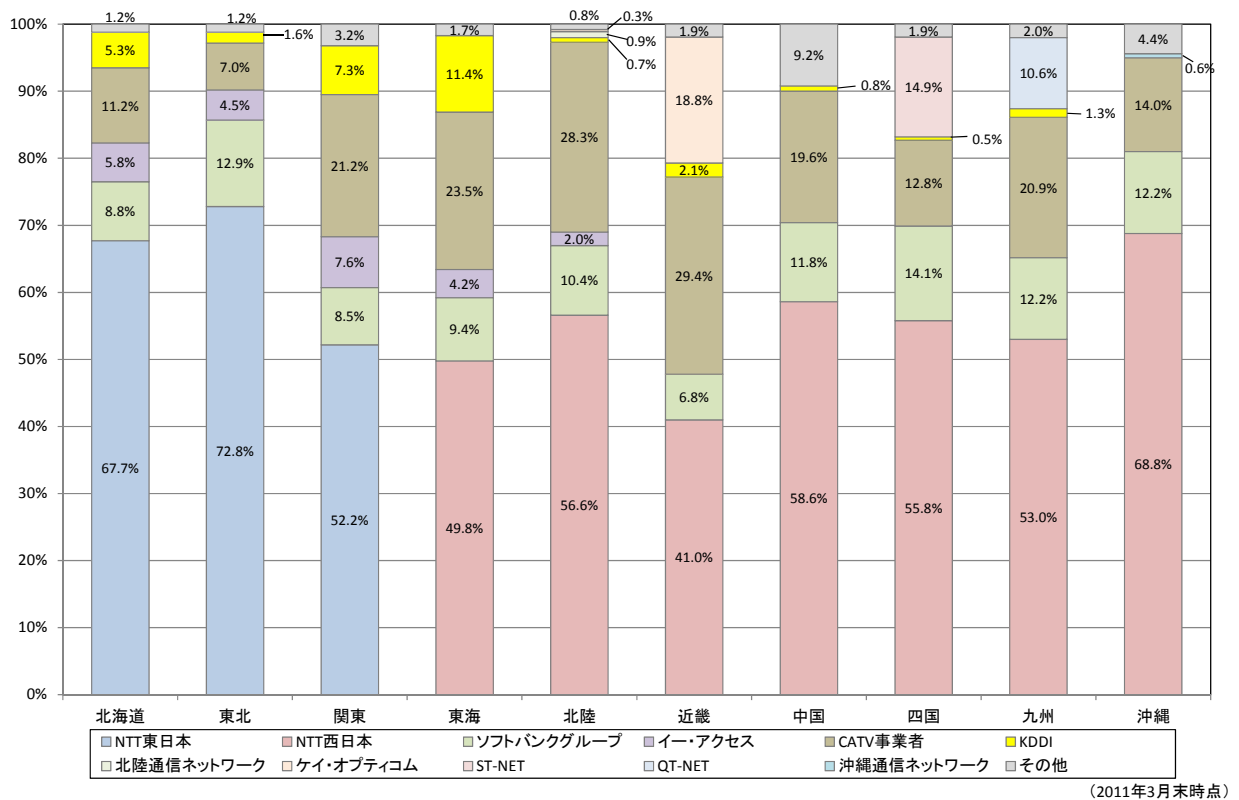
(図表Ⅲ—4 関係)



(注) (当該サービスの契約数/都道府県別世帯数) × 100により算出。

(出所) 総務省資料

【参考2 ブロードバンド市場における地域ブロック別の事業者別契約数のシェア】(図表Ⅲ—5 関係)



(出所) 総務省資料

### 第3章 FTTH市場の主要指標の分析及び競争状況の評価

#### 要旨

1. FTTH市場の契約数は11年3月末で2,000万を超え(2,023.6万)、引き続き増加傾向。  
同市場におけるNTT東西のシェアは74.4%(11年3月末)となっており、引き続き高いシェアを維持している。
2. 市場支配力に関しては、NTT東西は設備面でも、光ファイバに占めるシェアは77.2%(11年3月末)と依然として高いことから、単独で市場支配力を行使し得る地位にあると評価する。  
しかしながら、NTT東西には第一種指定電気通信設備制度に基づく規制が適用され、市場支配力の行使を抑止・牽制するための一定の歯止めとなる措置が講じられているとともに、CATVインターネットからの競争圧力の存在や今後、移動体通信のブロードバンド化に伴う移動系との競合も想定され、市場支配力を行使する可能性は低い。  
ただし、光ファイバへのマイグレーションが進展する中、固定電話市場からのレバレッジの懸念があるほか、NGNサービスの提供状況等を注視することが必要。
3. なお、FTTH市場については事業者の関心は高く、10年12月に総務省が策定した「光の道」構想の基本方針にもあるとおり、関連の制度整備後、毎年度の継続的なチェックや3年後を目途とする包括的な検証を行うこととされており、今後、総合的かつ多角的な分析及び評価が必要。

(1) 本章では、ブロードバンド市場の部分市場である「FTTH市場」について主要指標の分析を行い、その結果も踏まえて競争状況の評価を行う。

(2) 具体的には、

- ① 「FTTH市場」における主要指標として、
  - (イ) 市場の規模(契約数)
  - (ロ) 契約数における事業者別シェア及び市場集中度(上位3社シェア、HHI)
  - (ハ) 地理的市場における上記(イ)及び(ロ)の指標
- (二) 料金  
について、分析を行う。

なお、「FTTH市場」においては、事業者の選択に当たり、利用者が他の居住者や管理会社の同意・許諾が必要となる「集合住宅向け」サービスと、利用者が

自らの意思によって決定できる「戸建て+ビジネス向け」サービスについても、それぞれ部分市場として分析を行う。

② これらの分析結果を踏まえ、以下の点について評価を行う。

(イ) 単独又は複数の事業者による市場支配力の存在の有無

(ロ) 上記市場支配力の存在が認められる場合には、その行使の有無

(ハ) 今後の注視事項

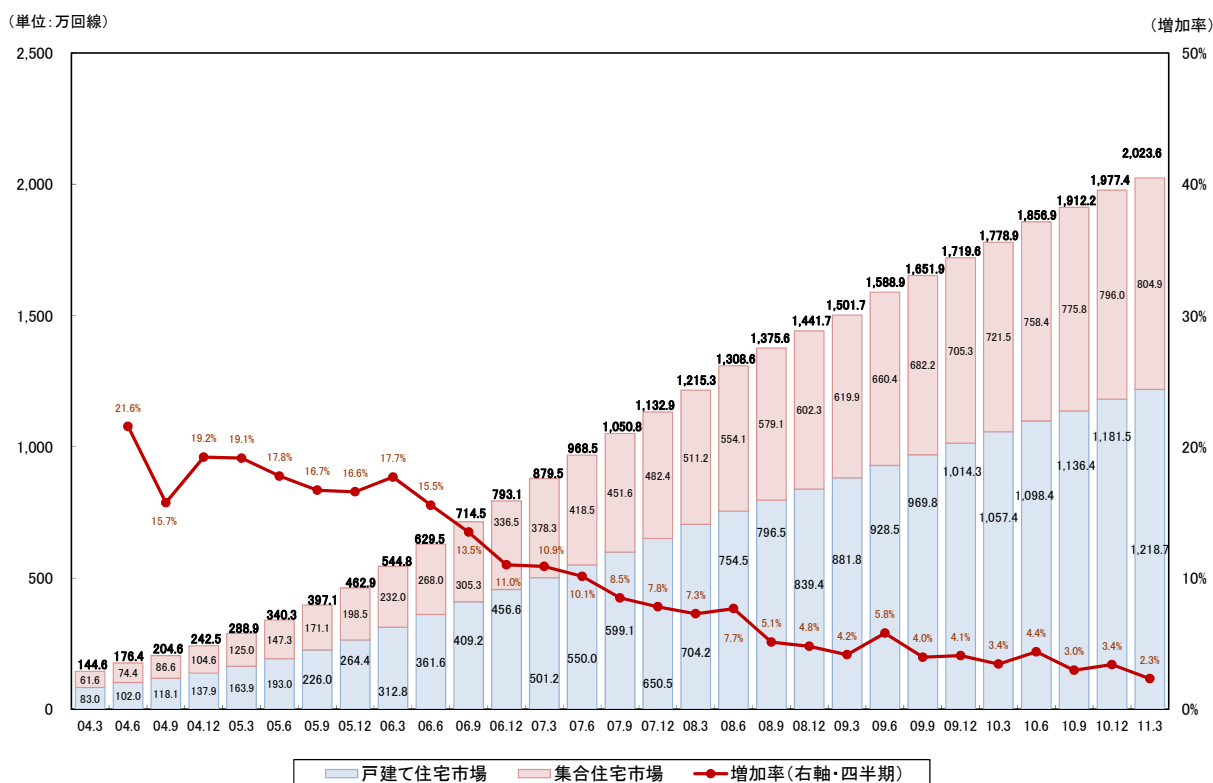
(3) なお、11年3月11日に発生した東日本大震災により、宮城県、岩手県及び福島県の被災地に関する主要指標の数値（11年3月末）については、各サービス提供事業者からの暫定的な報告値を使用している。

## 第1節 主要指標の分析

### 1.市場の規模（契約数）

- (1) F T T H市場全体の11年3月末時点の契約数は2,000万を超えており(2,023.6万、対前年比13.8%増)、伸び率は低下しつつあるものの、引き続き増加傾向にある。

【図表Ⅲ－13 F T T H市場における契約数の推移】



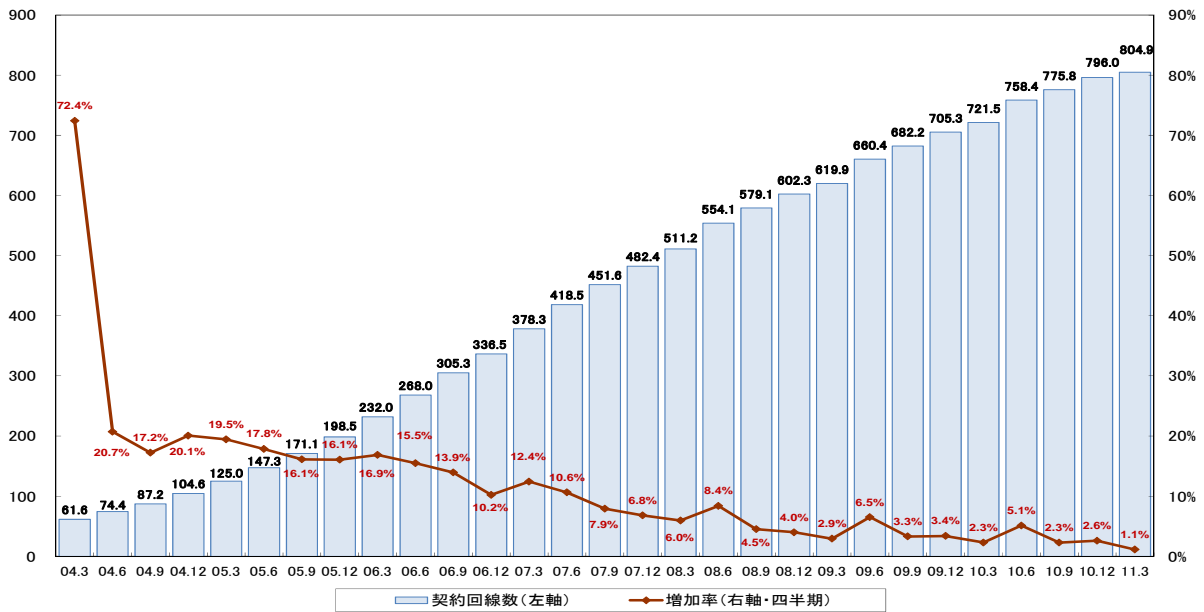
(出所) 総務省資料

- (2) また、F T T H市場の部分市場について見ると、「戸建て+ビジネス向け市場」の契約数が「集合住宅市場」の契約数を上回って推移しており、11年3月で、全体の契約数に占める割合はそれぞれ60.2%、39.8%となっている(図表Ⅲ－13)。

- ① 「集合住宅市場」の契約数は11年3月末で804.9万(対前年比11.6%増)であり、上昇が続いているが、伸び率は漸減傾向にある。(図表Ⅲ－14)。
- ② 「戸建て+ビジネス向け市場」の契約数は11年3月末時点の契約数は1,218.7万(対前年比15.3%増)であり、上昇が続いているが、伸び率は漸減傾向にある(図表Ⅲ－15)。

【図表Ⅲ— 1 4 集合住宅における契約数の事業者シェアの推移】

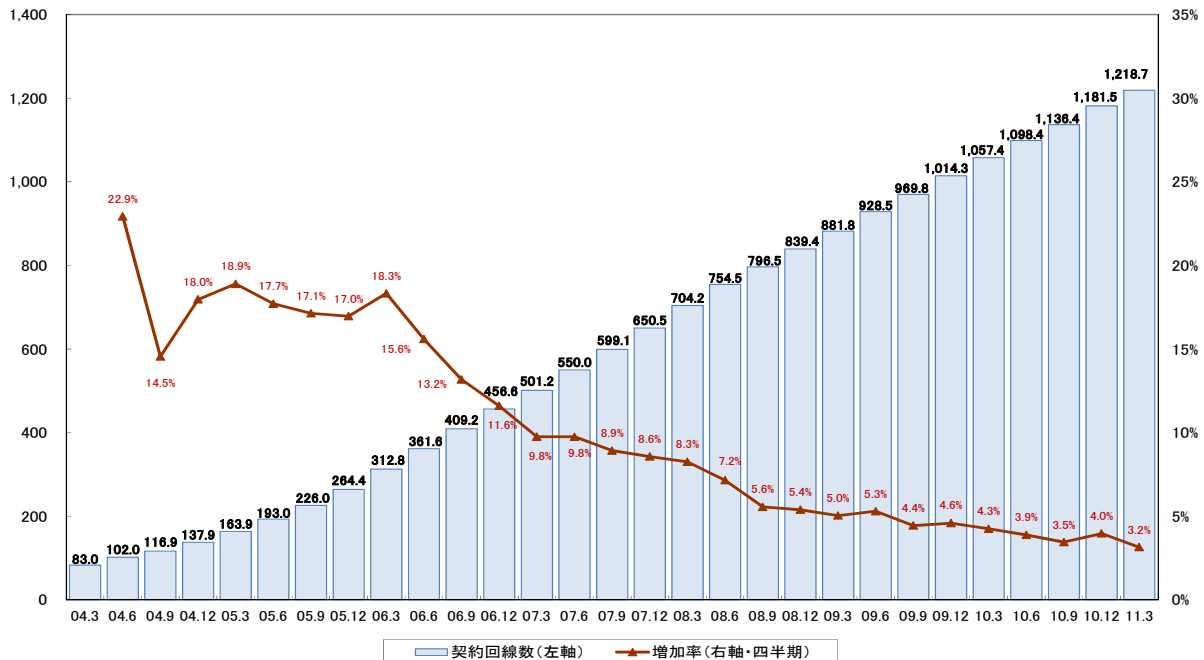
(単位: 万回)



(出所) 総務省資料

【図表Ⅲ— 1 5 戸建て+ビジネス向け市場における契約数の推移】

(単位: 万回線)



(出所) 総務省資料

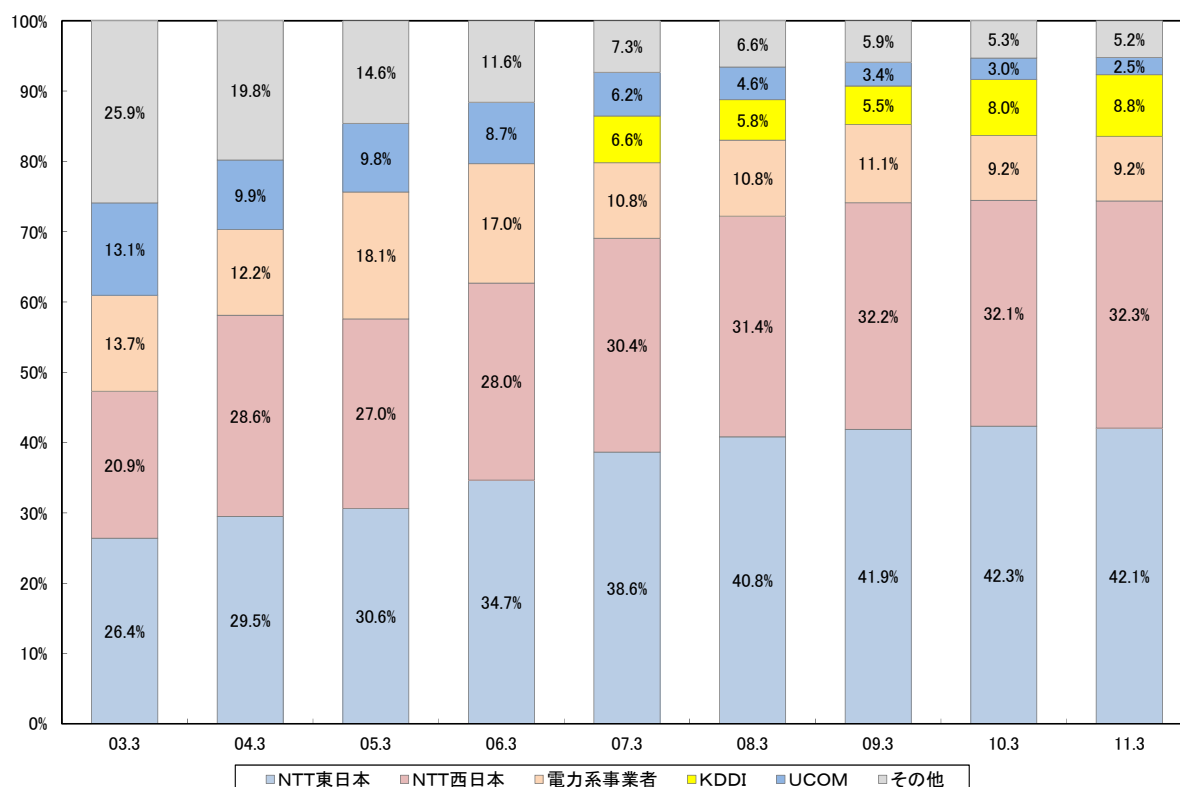


## 2. 契約数における事業者別シェア及び市場集中度(HHI)

### (1) 契約数における事業者別シェア

- ① FTTH市場における契約数の事業者別シェアについてみると、NTT東西のシェアは11年3月末で74.4%を占めており、10年3月と比べ、NTT東日本においてはわずかに減少したものの（0.2ポイント減）、いずれも高い水準で推移している。

【図表Ⅲ—16 FTTH市場における契約数の事業者シェアの推移】



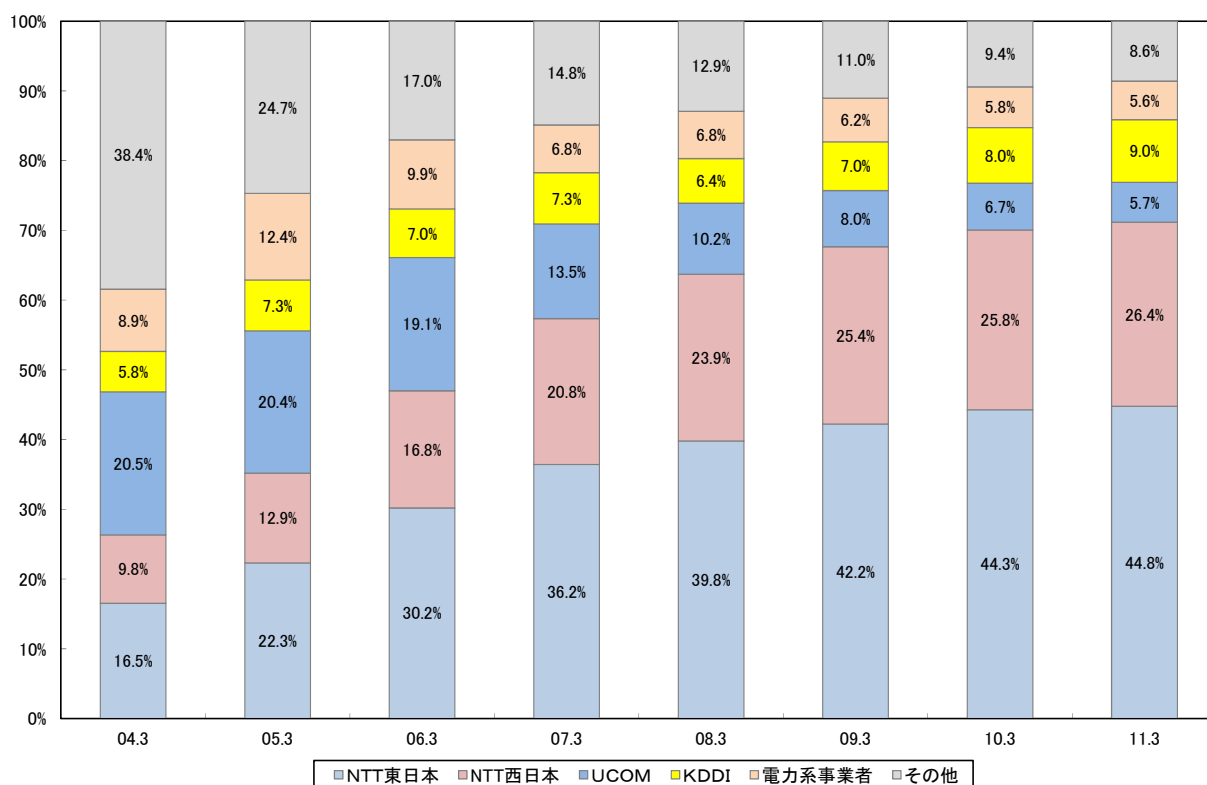
(注1) 07年1月に東京電力がFTTH事業をKDDIに承継したことにより、07.3以降の旧東京電力の契約数はKDDIに含まれている。

(注2) ファミリーネット・ジャパンは04年8月に大京からテプコシステムズとパワードコムに株式が譲渡されたため、04年9月末以降については、「その他」から「電力系事業者」に分類を改めることとしている。

(出所) 総務省資料

- ② 集合住宅市場における契約数の事業者別シェアを見ると、上位3社（NTT東西、KDDI及びUCOM）の順位に変動はない。11年3月末時点でNTT東西が71.2%とNTT東西が大きな割合を占め、引き続き増加が続いている。

【図表Ⅲ—17 集合住宅における契約数の事業者シェアの推移】



(注1) 04.6以前は一部推計値が含まれる。

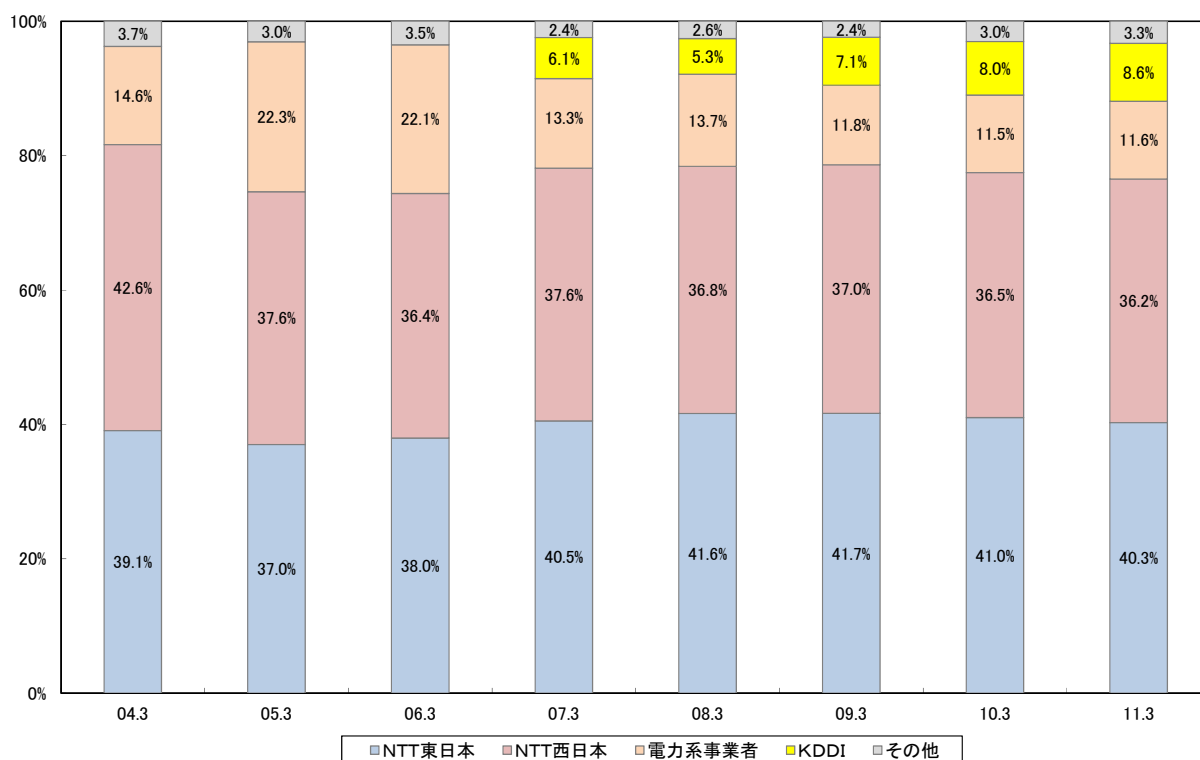
(注2) 07年1月に東京電力がFTTH事業をKDDIに承継したことにより、07.3以降の旧東京電力の契約数はKDDIに含まれている。

(注3) ファミリーネット・ジャパンは04年8月に大京からテブコシステムズとパワードコムに株式が譲渡されたため、04年9月末以降については、「その他」から「電力系事業者」に分類を改めることとしている。

(出所) 総務省資料

- ③ 戸建て+ビジネス向け市場における契約数の事業者別シェアを見ると、NTT東西、電力系事業者及びKDDIの上位3社で95%以上を占めている。このうち、NTT東西の契約数のシェアは07年以降は70%後半で推移している。

【図表Ⅲ－18 戸建て+ビジネス向け市場における契約数の事業者シェアの推移】



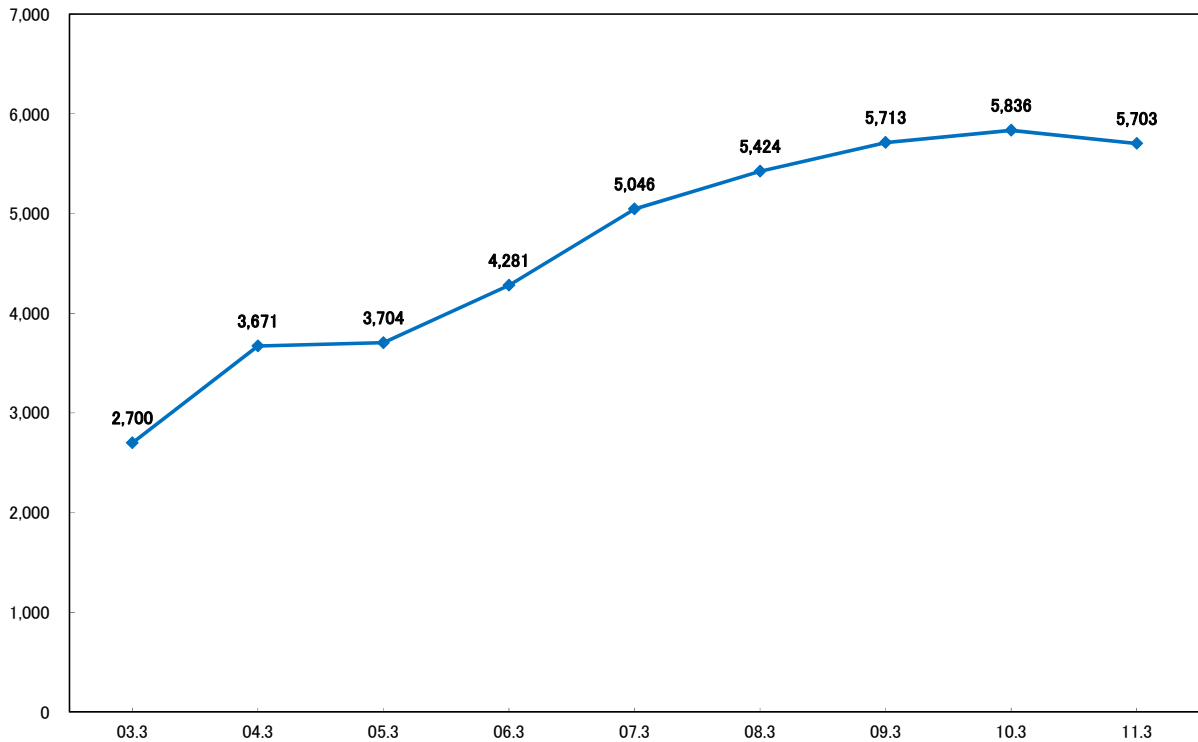
(注1) 06.10以降については、07年1月に東京電力がKDDIにFTTH事業を承継したことに伴い、「その他」の項目からKDDI分の純増数を除き、「KDDI」の項目を新たに設け、更に「電力系事業者」から旧東京電力分の純増数を除き、「KDDI」に加算している。

(出所) 総務省資料

## (2) 市場集中度 (HHI)

- ① F T T H市場における契約数のHHIは11年3月末時点でF T T H全体では5,703 (対前年比133減) となっており、引き続き高い値をとっている。

【図表Ⅲ－19 F T T H市場における契約数のHHIの推移】

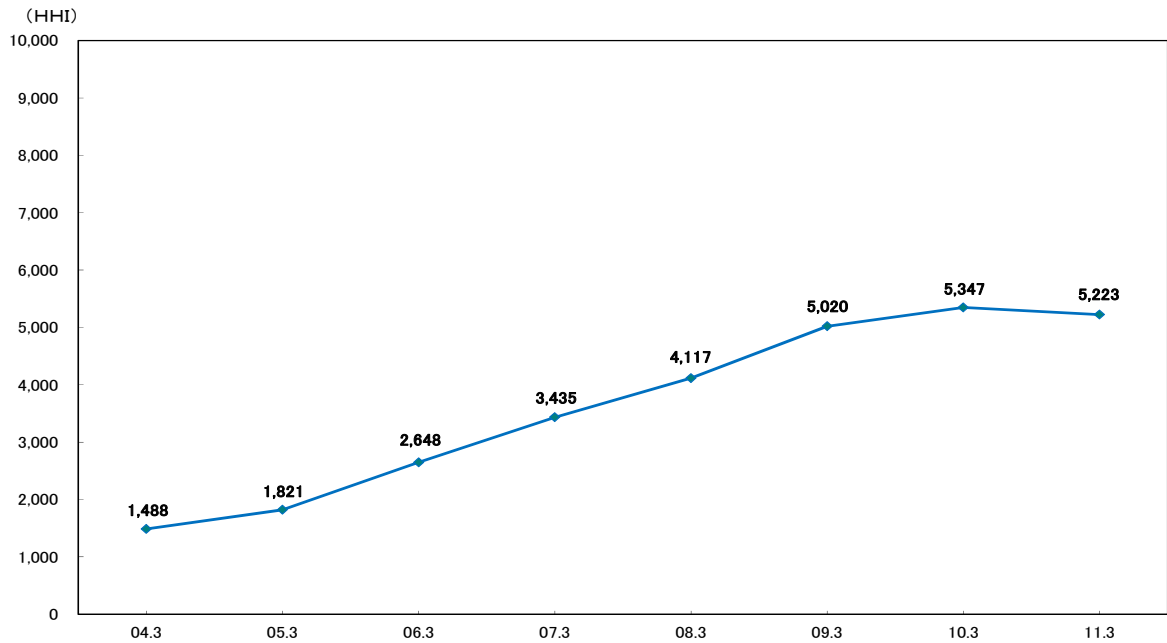


(注) NTT東西、電力系事業者はそれぞれ1社としてシェア算出を行っている。

(出所) 総務省資料

- ② F T T H市場の部分市場について見ると、「集合住宅市場」における契約数のHHIは11年3月末時点で5,223 (対前年比124減)、「戸建て+ビジネス向け市場」における契約数のHHIは11年3月末時点で6,064 (対前年度比151減) となっており、いずれも減少している。

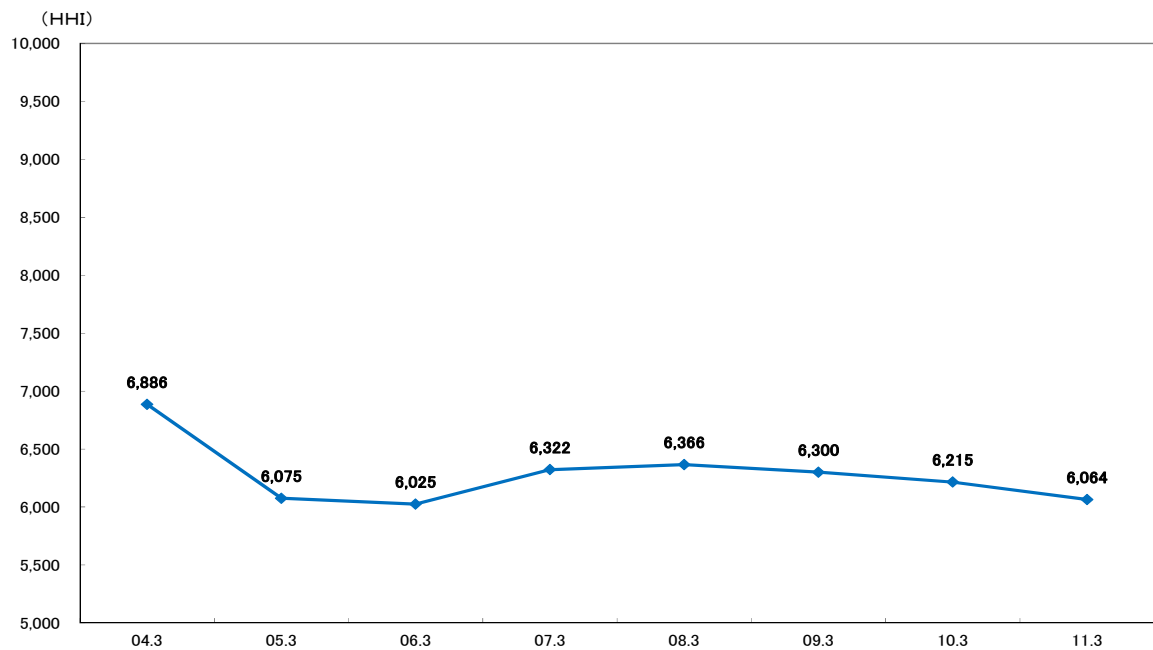
【図表Ⅲ—20 集合住宅市場における契約数のHHIの推移】



(注) NTT東西は1社としてシェア算出を行っている。

(出所) 総務省資料

【図表Ⅲ—21 戸建て+ビジネス向け市場における契約数のHHIの推移】



(注) NTT東西、電力系事業者は、それぞれ1社としてシェア算出を行っている。

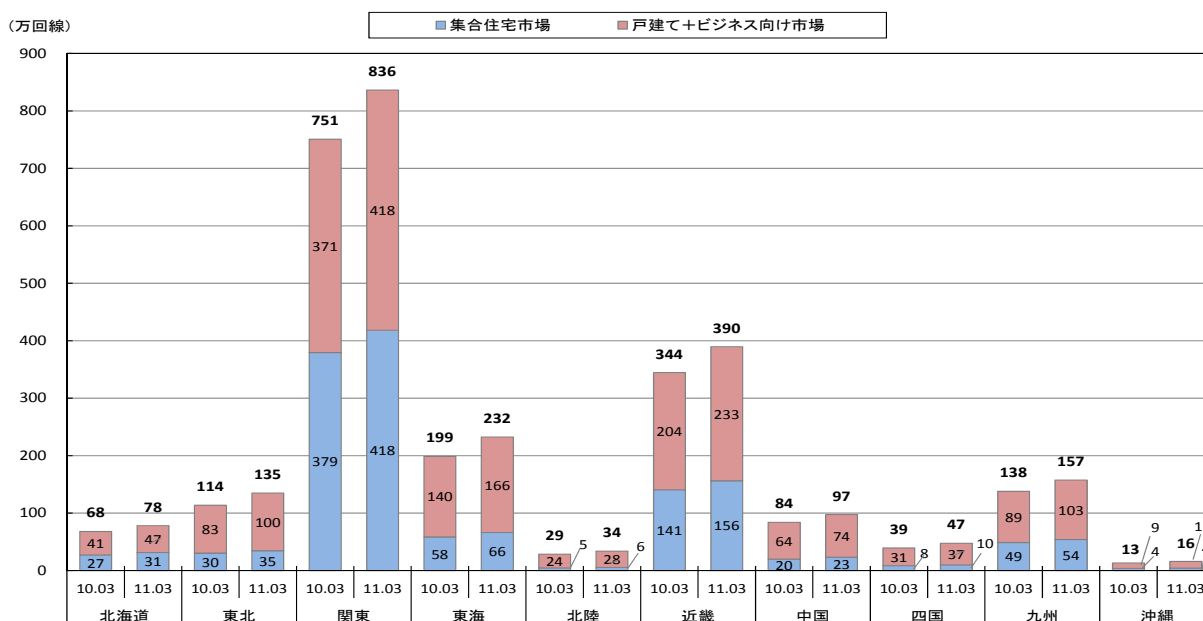
(出所) 総務省資料

### 3.地理的市場（地域10ブロック）における主要指標の分析

#### （1）市場の規模（契約数）

- ① F T T H市場の契約数を地域ブロック別にみると、全ブロックにおいて契約数は増加している。特に、関東ブロック及び近畿ブロックでの増加が著しい。
- ② 「集合住宅市場」及び「戸建て+ビジネス向け市場」における地域ブロック別の契約数の分布と推移について見ると、いずれの市場においても全ブロックで契約数は増加傾向にある。

【図表Ⅲ—22 F T T H市場における契約数の地域ブロック別の分布】



(出所) 総務省資料

## (2) 事業者別シェア及び市場集中度（上位3社シェア、HHI）

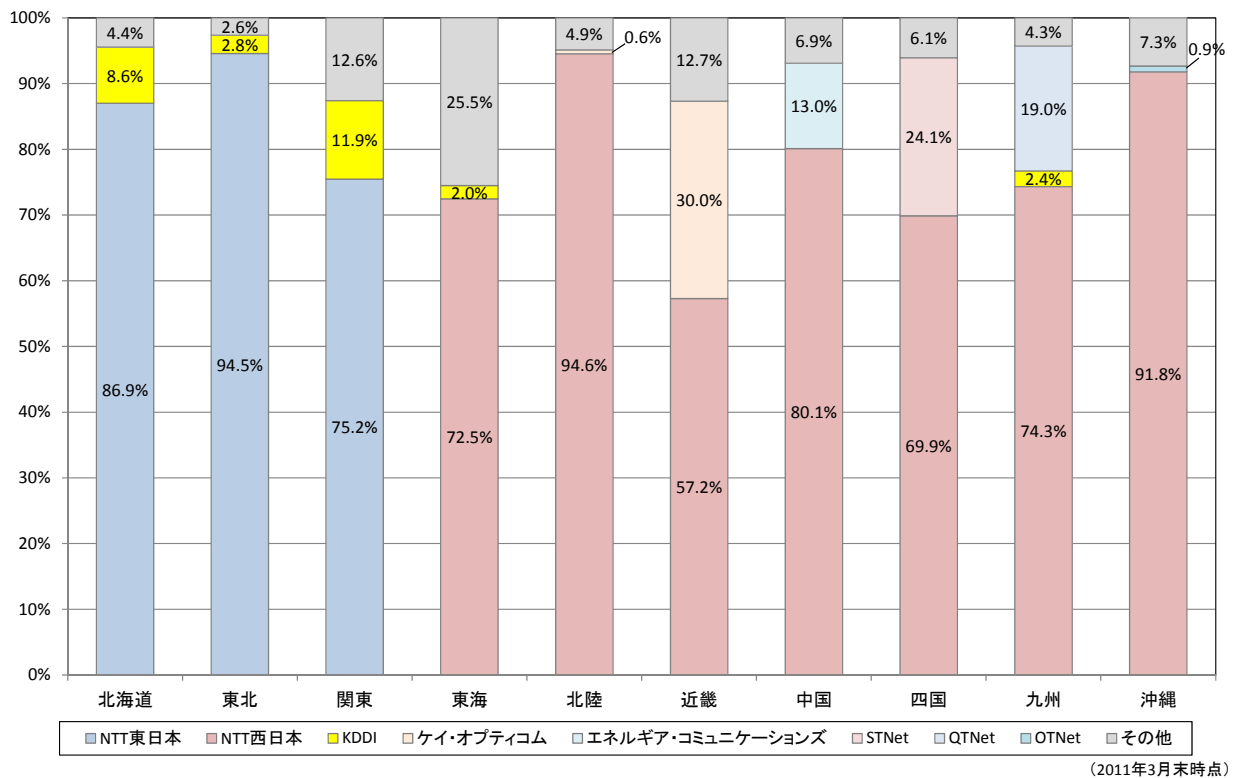
### ① 事業者別シェア

(イ) F T T H市場における地域ブロック別の事業者別シェアについては、全般的にN T T東西のシェアが高い（図表Ⅲ－23）。

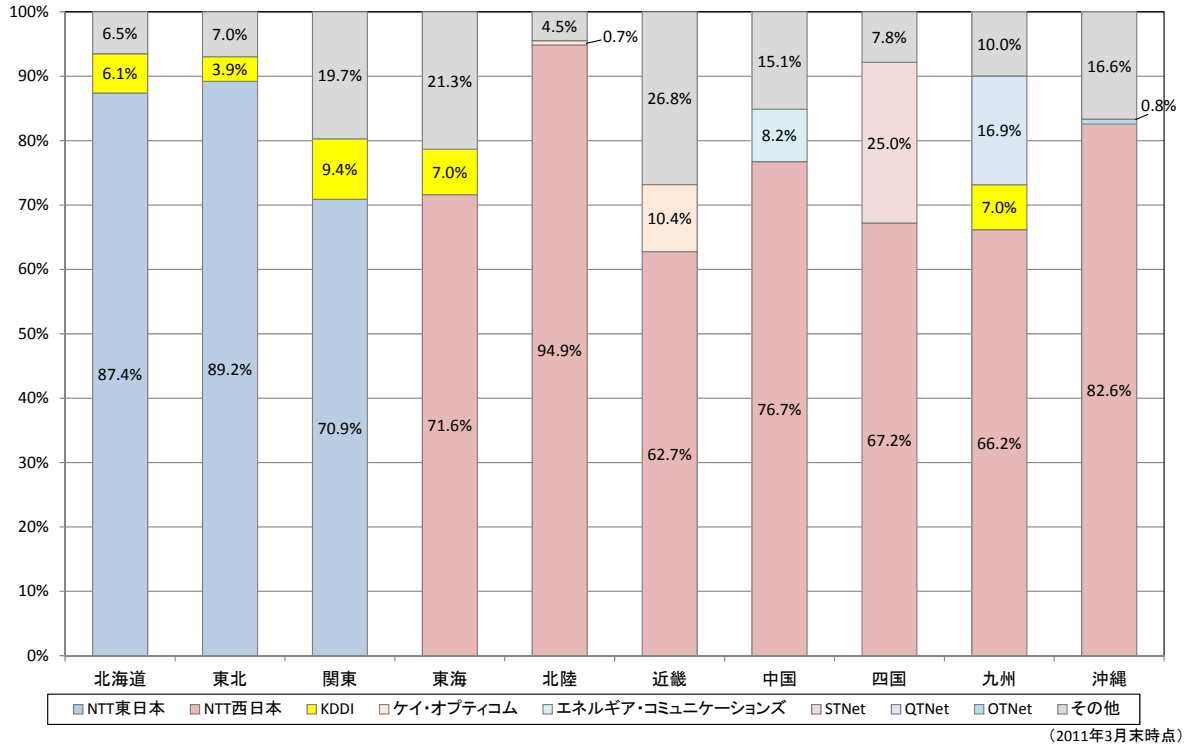
(ロ) F T T H市場の部分市場における地域ブロック別事業者別シェアについては、「集合住宅市場」については11年3月末時点で、全ての地域ブロックにおいてN T T東日本又はN T T西日本のシェアが6割以上となっている（図表Ⅲ－24）。

また、「戸建て+ビジネス向け市場」においては11年3月末時点で全ての地域ブロック別においてN T T東日本又はN T T西日本のシェアが5割以上である（図表Ⅲ－25）。

【図表Ⅲ－23 F T T H市場における地域ブロック別の事業者別シェア】

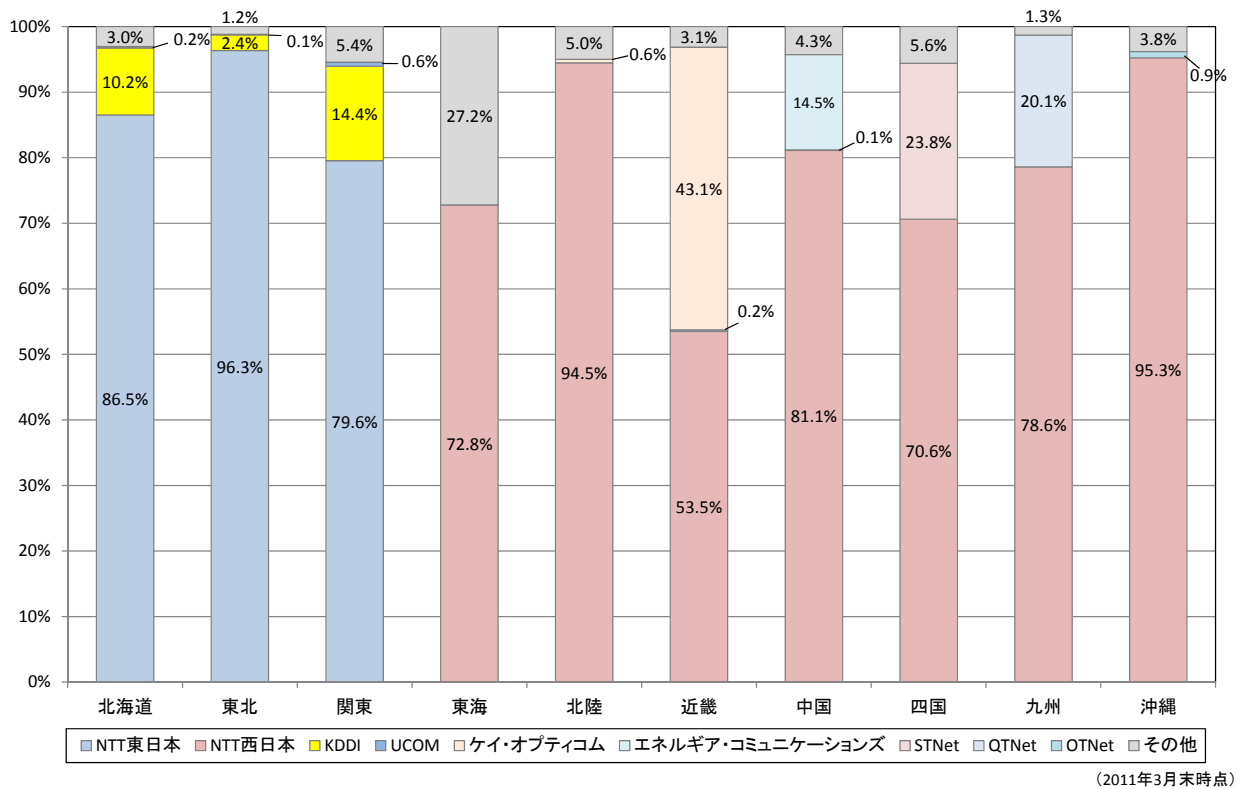


【図表Ⅲ—24 集合住宅市場における地域ブロック別の事業者別シェア】



(出所) 総務省資料

【図表Ⅲ—25 戸建て+ビジネス向け市場における地域ブロック別の事業者別シェア】



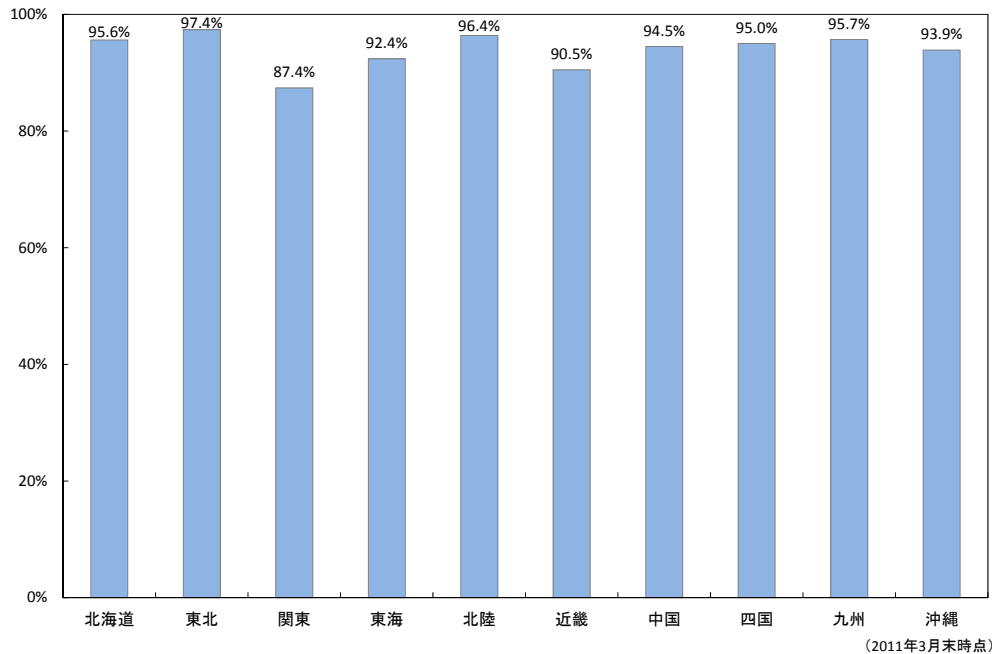
(出所) 総務省資料



② 市場集中度（上位3社シェア、HHI）

（イ）FTTH市場における地域ブロック別の上位3社シェアの推移を見ると、11年3月末時点では、全ての地域ブロックにおいて上位3社で85%以上のシェアを占めており、全体として非常に寡占的な市場であるといえる（図表Ⅲ－26）。

【図表Ⅲ－26 FTTH市場における地域ブロック別の上位3社シェア】



（出所）総務省資料

（ロ）また、FTTH市場における地域ブロック別のHHIの推移を見ると、11年3月末時点でHHIが最も高いのは、北陸ブロックの8,944であり、次いで東北ブロックの8,939となっている。

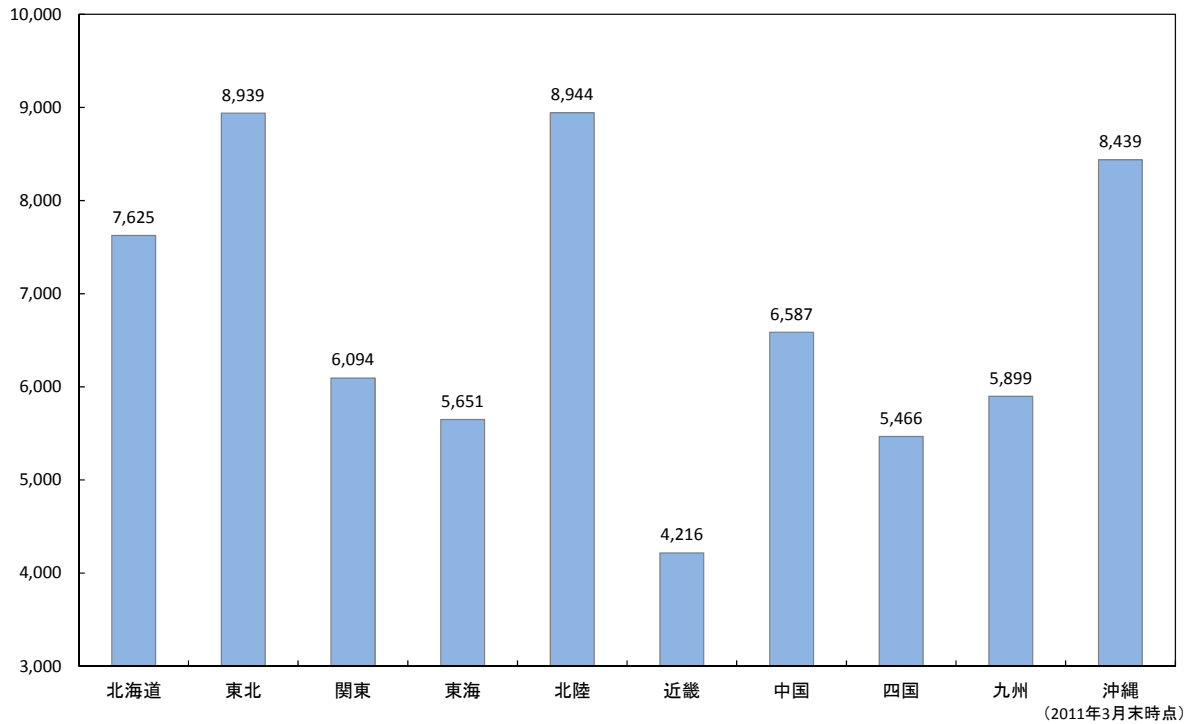
他方、11年3月末時点においてHHIが最も低いのは近畿ブロックの4,216となっており、次いで四国ブロックの5,466となっている。

各地域ブロックのHHIの数値は全体的に非常に高く、全ての地域ブロックで市場集中度の非常に高い市場であると言える（図表Ⅲ－27）。

（ハ）次に、部分市場としての「集合住宅市場」及び「戸建て+ビジネス向け市場」の地域ブロック別のHHIについて見ると、いずれの地域においてもHHIが4,000未満のブロックは存在せず、全体として寡占的な傾向が強いと言える（図表Ⅲ－28）。

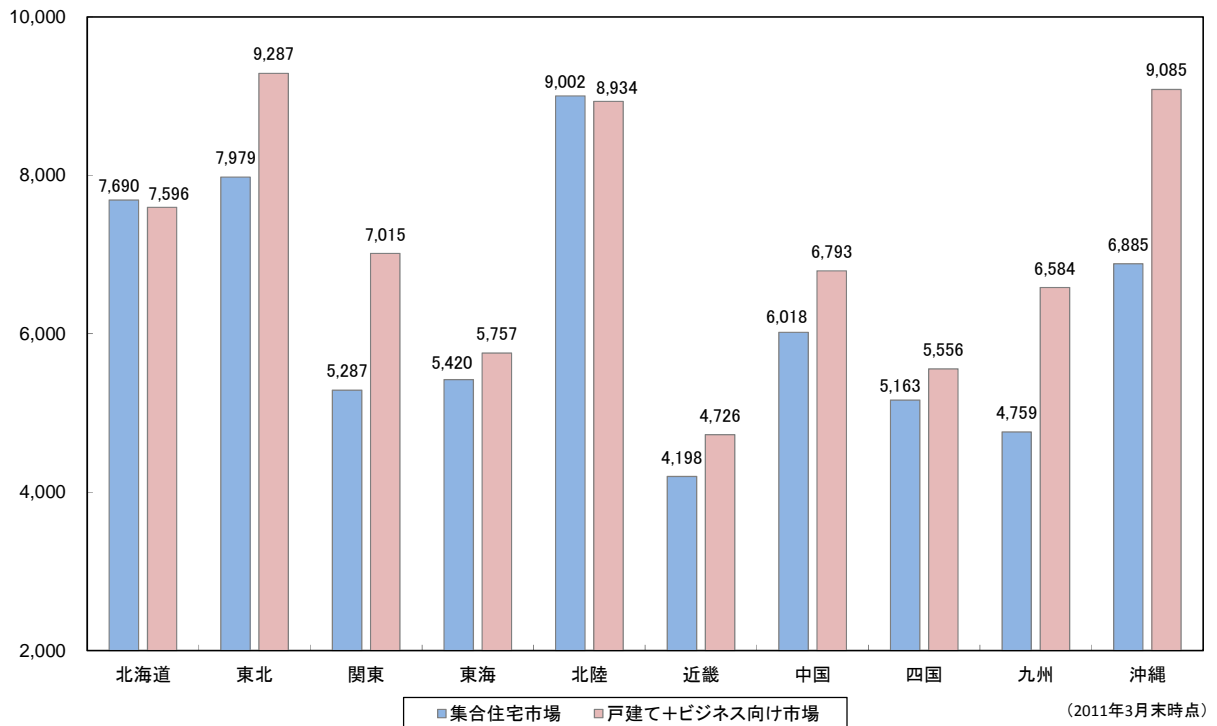
（ニ）これらの部分市場におけるHHIの各地域ブロックにおける数値の差異については、各地域ブロックにおける電力系事業者がNTT東西の競争事業者としてFTTHサービス事業に参入しているかどうかが大きく影響を与えていると考えられるが、電力系事業者が参入し、最も競争が進展している近畿ブロックにおいても、HHIの数値は高く、市場集中度は高いと言える。

【図表Ⅲ—27 F T T H市場における地域ブロック別のH H I】



(出所) 総務省資料

【図表Ⅲ—28 集合住宅市場及び戸建て+ビジネス向け市場における地域ブロック別のH H I】



(出所) 総務省資料

#### 4. 料金

- (1) 図表Ⅲ－29は、主要事業者の料金推移をグラフ化したものである。また、「主要事業者の主要サービスの料金比較」の表については、「参考3」を参照。
- (2) これらを見ると、F T T H市場においては、各事業者とも01年以降段階的に料金の引き下げを行ってきているが、05年以降はほぼ同水準で推移している。
- (3) また、集合住宅向けサービスの料金の推移について見ても、大きな変化は見られない。

ただし、F T T Hの料金は一般に光ファイバを新たに一本一本建物に引き込まなければならないため、A D S Lに比べて導入コストが高くなる傾向にあるが、集合住宅向けのサービスについてはV D S L等を活用することにより導入コストを安く押さえることが可能であり、集合住宅向けF T T Hの料金についてはA D S Lの料金と競争的な水準にあると言える<sup>2</sup>。

- (4) 「戸建て+ビジネス向けサービス」の料金の推移についても、近年は変化が見られない。また、各事業者による料金プランについては、様々なプランがあるが、各事業者間において大きな差異は見られない。

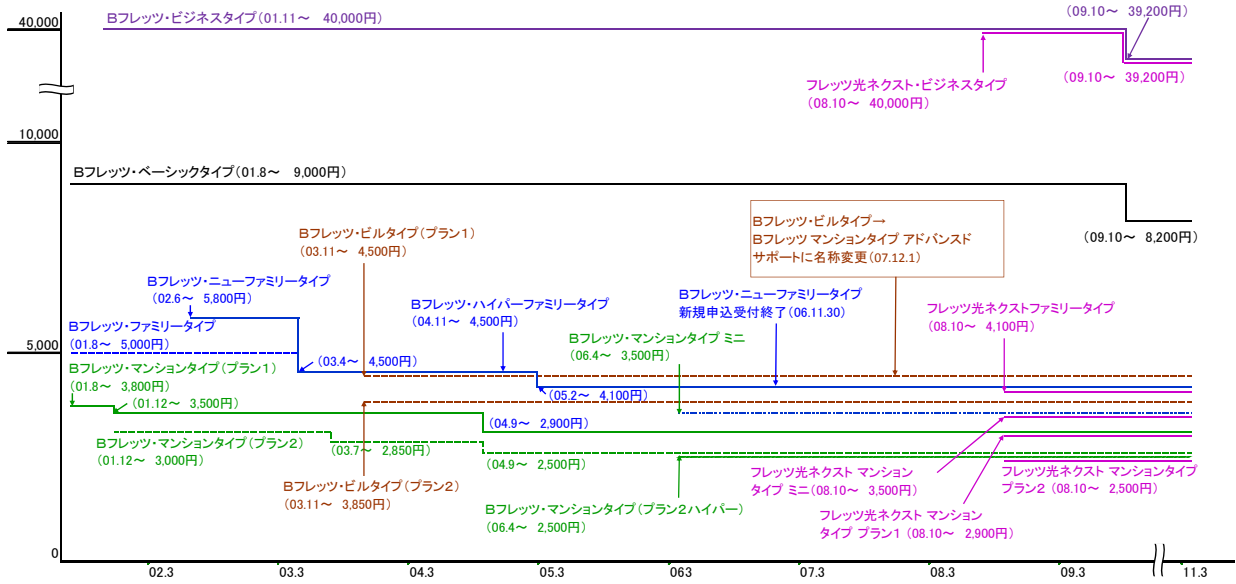
全体としてはA D S Lに比して割高であり、集合住宅向けサービスの方がA D S Lと料金において競争的であることから、利用者のA D S LからF T T Hへの移行がしやすい状況にある。

---

<sup>2</sup>具体例として、現在N T T東日本が提供している集合住宅向けF T T Hサービスの最も安い料金プランは月額2,500円であり、同社が提供するA D S Lサービスの最も安い料金プランは月額1,600円である。主なA D S Lサービスの料金の推移については、図表Ⅲ－37（P 52及びP 53）参照。

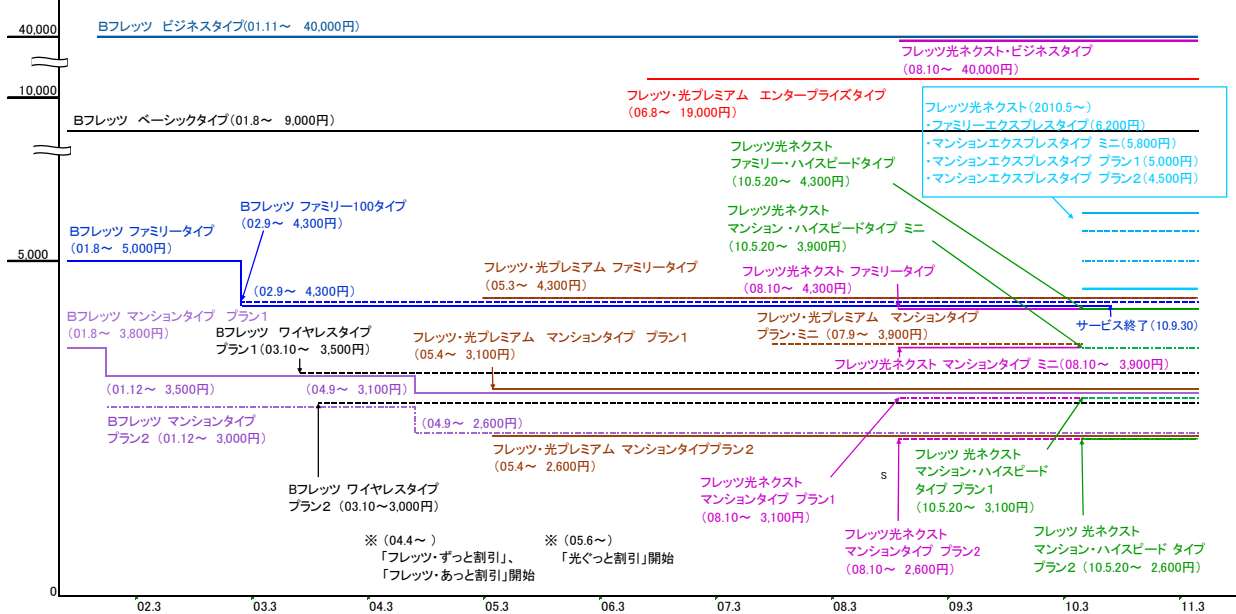
## 【図表Ⅲ—29 主なF T T Hサービスの料金の推移】

1 NTT東日本  
(月額料金・円/月(税別))



(注) I S P料金、付加機能使用料、屋内配線利用料、回線終端装置使用料は含まない。

2 NTT西日本  
(月額料金・円/月(税別))



(注1) I S P料金、付加機能使用料、回線終端装置使用料は含まない。

(注2) 「フレッツ・あっと割引」: 2年間の継続利用を条件に利用料10%割引(申し込み制)。《例》フレッツ・光プレミアム ファミリータイプの場合: 3,870円

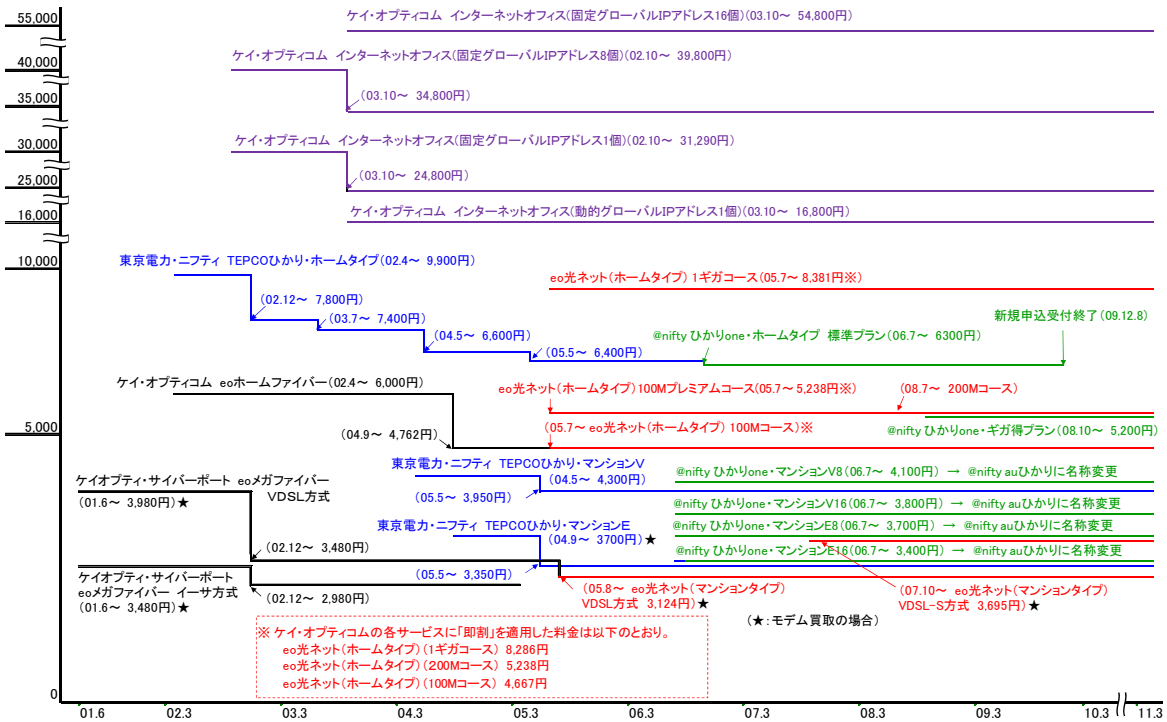
(注3) 「フレッツ・ずっと割引」: 利用開始~1年までが通常料金、1年~2年までが5%割引、2年~が10%割引(自動適用)。

《例》フレッツ・光プレミアム ファミリータイプの場合: 利用開始~1年まで4,300円、1年~2年まで4,085円、2年~3,870円

(注4) 「光ぐっと割引」: フレッツ・光プレミアム ファミリータイプが最初の1年間3,000円(地域限定、キャンペーン期間を設定して実施)

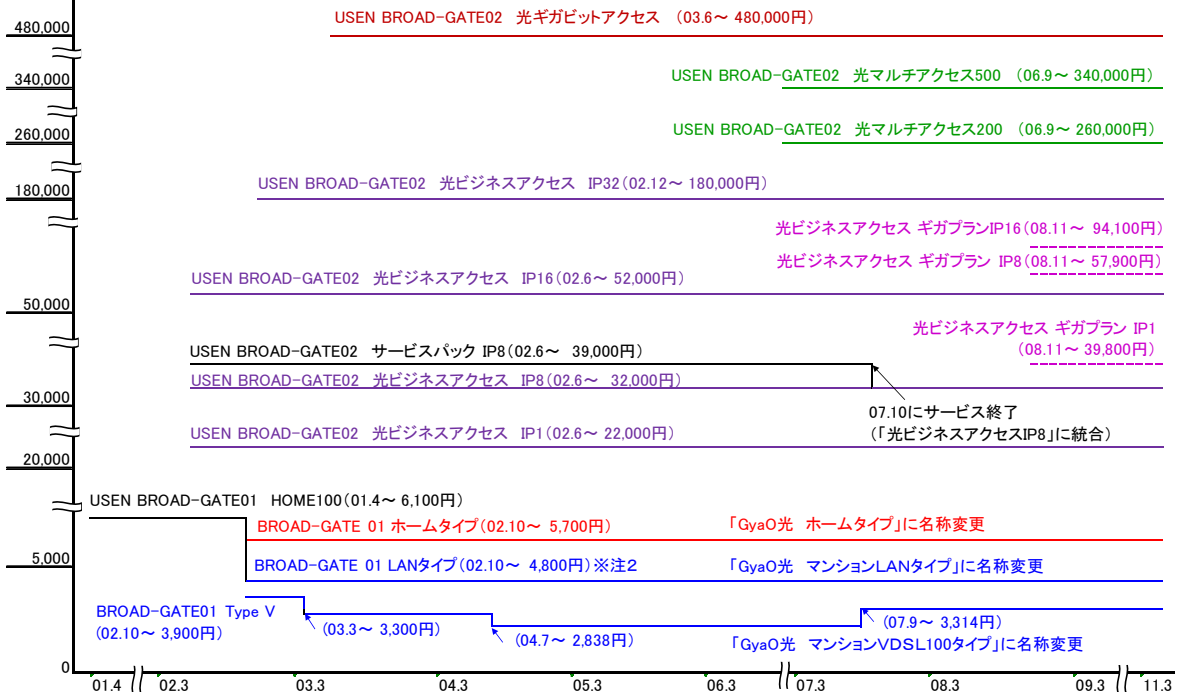
対象地域: 静岡県、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県、広島県、福岡県

3 ケイ・オプティコム、東京電力・KDDI(+ニフティ)  
(月額料金・円/月(税別))



- (注1) ISP料金を含む。また、付加機能料、割引サービス等は加味していない。  
(注2) 端末設備使用料・モデム使用料を含む(★のサービスを除く)。  
(注3) ニフティが料金設定している「TEPCO」サービスの回線提供は、02年4月～06年12月は東京電力、07年1月以降はKDDIが行っている。  
(注4) 即割とは、eo光ネット【ホームタイプ】/【マンションタイプ】に加入時に、2年間の利用を条件に申込みと、開通時から長期利用割引が適用されるサービス。

4 UCOM  
(月額料金・円/月(税別))



- (注1) ISP料金、回線終端装置使用料を含む。  
(注2) 「マンション割引プラン」における料金は以下のとおり。  
① 割引プラン8(同一棟内8~15戸) 4,300円  
② 割引プラン16(同一棟内16~29戸) 4,100円  
③ 割引プラン30(同一棟内30戸以上) 3,800円

(出所) 対象事業者HP

## 第2節 F T T H市場における競争状況の評価

### 1. 単独の事業者による市場支配力

#### (1) 市場支配力の存在

以下の判断要素を総合的に勘案し、N T T東西が単独で市場支配力を行使し得る地位にあると評価する。

- ① F T T H市場全体におけるN T T東西の契約数シェアは11年3月末時点で74.4%（対前年比増減なし）となっており、F T T H全体の契約数が引き続き増加傾向にある中で、引き続き高いシェアを維持している。

他方、電力系事業者のシェアは、09年3月末において11.1%までシェアを伸ばしたものの、10年3月末には9.2%と減少傾向に転じており、11年3月末も横ばいの状況となっている。また、K D D Iのシェアは11年3月末で8.8%となっている。

- ② 設備面で見てもF T T Hに用いられる光ファイバに占めるN T T東西の設備シェアは77.2%（11年3月末）を占めている。

競争事業者によるF T T Hのサービス提供は、N T T東西の加入者回線の開放に依存する部分が大きく、N T T東西は当該設備の利用に対する各種手続等を通じて、競争事業者に影響を与えることが可能な立場にあると考えられる。

- ③ また、地域ブロック別で見ると、関東ブロック、近畿ブロック、四国ブロック及び九州ブロックのようにN T T東西と電力系事業者との競争が見られる地域もある一方、東北ブロック及び北陸ブロックのように電力系事業者がF T T Hに参入しておらず、結果としてN T T東西が契約数シェアにおいて9割前後を占めている地域も存在している。

#### (2) 市場支配力の行使

以下の判断要素を総合的に勘案し、現行の規制や市場環境下においては、N T T東西が単独で市場支配力を行使する可能性は高くないが、固定電話市場からのレバレッジの懸念等があると評価する。

- ① N T T東西には、第一種指定電気通信設備制度に基づく接続規制・行為規制・サービス規制が適用されており、市場支配力の行使を抑止・牽制するための一定の歯止めとなる措置が講じられている。
- ② また、市場環境についてみると、ブロードバンド市場内のケーブルインターネットからの競争圧力も存在しているほか、今後は移動体通信分野におけるブロードバンド市場との競合も想定される。
- ③ F T T H市場における料金については、図表Ⅲ－29（P34及びP35）

にみられるとおり、05年度以降、各事業者において、ほぼ同水準で推移しており、大きな変化は見られない。

- ④ 今後、メタル回線から光ファイバへのマイグレーションが進展する中、ボトルネック性の高い既存のメタル回線での優位性を勘案すれば、ブロードバンド市場の中心になるF T T Hサービスの展開に当たって固定電話市場からF T T H市場へのレバレッジの懸念があると考えられる。

## 2. 複数事業者による市場支配力

### (1) 市場支配力の存在

以下の判断要素を総合的に勘案し、F T T H市場では、シェア上位の事業者が協調的寡占体制の下で市場支配力を行使し得る地位にあると評価する。

- ① F T T H市場における上位3社シェアは11年3月末時点で92.4%、集合住宅市場における契約数の上位3社シェアは85.9%、戸建て+ビジネス向け市場における契約数の上位3社シェアは96.7%となっている。
- ② また、HHIを見ても「F T T H市場全体」は5,703、「集合住宅市場」は5,223、「戸建て+ビジネス向け市場」は6,064となっており、市場はいずれも高度に寡占的である。

### (2) 市場支配力の行使

F T T H市場においては、シェア獲得競争が引き続き展開されている。また、従来の競争状況及び契約数2位以下の事業者のシェアが漸減傾向にあることにかんがみれば、複数事業者間での協調関係を考慮する必然性は低いと考えられ、これらの要素を総合的に勘案し、シェア上位の複数の事業者が協調して市場支配力を行使する可能性は低いと評価する。

## 3. 今後の注視事項

### (1) F T T H市場の総合的かつ多角的な分析及び評価の必要性

- ① 第2章（ブロードバンド市場）においても述べたとおり、今後、メタル回線から光ファイバへのマイグレーションが進展する中、ブロードバンド市場においてその部分市場であるF T T H市場が中心的な存在となってくることが予想される。
- ② このような中、電気通信事業者をはじめ、F T T H市場に対する関心が高まってきており、政府としても、2015年頃を目途にすべての世帯においてブロードバンド利用の実現を目標とする「光の道」構想を推進しているところで

あり、10年12月にとりまとめられた「光の道」構想に関する基本方針においても、毎年度の継続的なチェックに加え、制度整備の実施後、3年後を目途に、その有効性・適正性について包括的な検証を行うこととしている<sup>3</sup>。

③ このため、F T T H市場については以下のような点を注視しつつ、総合的かつ多角的に分析及び評価を行うことが必要である。

(イ) F T T H市場においては、設備競争とサービス競争の両面があり、その適正なバランスの下に競争が促進されることが重要である。

(ロ) 設備競争面について見ると、ボトルネック性の高い既存のメタル回線の所有に基づくN T T東西の優位性の下、N T T東西の光ファイバのシェアは全国で77.2%となっている(11年3月末)。

一方、地域ブロック別に見ると、例えば電力系事業者がシェアを拡大している近畿ブロック、有力な競争事業者が存在しない東北や北陸の各ブロックなど、大都市圏と地方など、需要密度の差を反映した地域的な格差も見られるところである。

このような状況を踏まえ、設備競争の状況については地域ブロックごとの詳細な分析も必要と考えられる。

(ハ) サービス競争面について見ると、F T T Hは、

- ・ O A B J - I P電話との一体となった販売形態などに見られるように固定電話市場との関連性
- ・ F M Cなどのサービスに見られるように移動体通信領域との関連性
- ・ N T T東西のN G Nを利用した「フレッツ光ネクスト」の提供を受けて他事業者が行うインターネット接続サービスに見られるようなI S P市場との関連性

など、事業者間取引の状況も含め、市場横断的な分析が必要と考えられる。

④ さらに、移動体通信領域との関連性で言えば、近年の無線のブロードバンド化は著しく、BWAや第3.9世代携帯電話パケット通信サービス(L T E)など、近年のスマートフォン等の利用拡大に伴い、今後、急速に普及していくことが見込まれる中、将来的には、F T T Hと移動系のブロードバンド市場との相互関係についてもしっかりと分析していくことが求められると考えられることから、その動向を注視していくことも必要である。

---

<sup>3</sup> 10年12月に取りまとめられた「光の道」構想に関する基本方針では、①N T T東西における規制の遵守状況、②料金の低廉化や市場シェア等の動向及び③「光の道」構想に関する取組状況等の観点から毎年度の継続的なチェックに加えて、制度整備の実施後3年を目途に、その有効性・適正性について、包括的な検証を行うこととしている。



## (2) ネット中立性

- ① 上記(1)のとおり、FTTHの普及や近年のスマートフォン等の利用拡大に伴う移動系のブロードバンド化を背景に、通信レイヤー以外のコンテンツ・プラットフォームレイヤーのサービスが多様化・高度化し、ネットワーク上のトラフィック量も急増してきており、ネット中立性についても検討を行うことが必要となっている。
- ② このような状況を踏まえ、FTTH市場の競争状況の分析及び評価にあたっては、ネット中立性の議論の動向も注視していくことが必要である。

## (3) その他

なお、10年2月、NTT西日本による他の電気通信事業者の電気通信設備との接続の業務に関して入手した情報の取扱いに関し、業務改善命令が出されたところであるが、本事案の発生への対応も含め、第一種指定電気通信設備を設置する電気通信事業者に対する反競争的行為の防止に係る規制の実行性を確保するための措置等を盛り込んだ電気通信事業法等の改正法が11年6月1日に公布された(同年11月末までに施行予定)。

【図表Ⅲ－30 FTTH市場における市場集中度とNTTグループのシェア】

画定市場	2010年度の評価結果	
	市場集中度(HHI)	NTT東西のシェア
FTTH	5,703	74.4%

【図表Ⅲ－31 固定電話領域の各市場における市場支配力に関する評価結果】

画定市場	2010年度の評価結果	
	市場支配力の存在	市場支配力の行使
FTTH	○ (単独・協調)	△ (固定電話市場からのレバレッジの懸念)

(注) ◎は「強く存在すること」、○は「存在すること」、△は「協調のみ」又は「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。

【参考3 主なF T T Hサービスの料金比較表】

(2011年4月現在)

提供事業者	サービス名	料金(税別)	備考
NTT東日本	Bフレッツ・ハイパーファミリータイプ	5,200 円	・屋内配線利用料、回線 終端装置利用料を含む ・ISP料金を含まない
	Bフレッツ・マンションタイプ LAN配線方式 上下最大 100Mbps プラン1(8戸以上加入)	2,900 円	・ISP料金を含まない
	Bフレッツ・マンションタイプ LAN配線方式 上下最大 1Gbps プラン2ハイパー(16戸以上加入)	2,500 円	
	Bフレッツ・マンションタイプ VDSL方式 上下最大 100Mbps プラン1(8戸以上加入)	3,250 円	・機器利用料を含む ・ISP料金を含まない
	Bフレッツ・マンションタイプ VDSL方式 上下最大 1Gbps プラン2ハイパー(16戸以上加入)	2,850 円	
NTT西日本	フレッツ・光プレミアム ファミリータイプ	5,218.5 円 (4,970 円*1)	・屋内配線利用料、回線 終端装置利用料を含む ・ISP料金を含まない
	フレッツ・光プレミアム マンションタイプ LAN配線方式 上下最大100Mbps プラン1(8戸以上加入)	2,929.5 円 (2,790 円*1)	・回線終端装置利用料を 含む ・ISP料金を含まない
	フレッツ・光プレミアム マンションタイプ LAN配線方式 上下最大100Mbps プラン2(16戸以上加入)	2,457 円 (2,340 円*1)	
	フレッツ・光プレミアム マンションタイプ VDSL方式 上下最大100Mbps プラン・ミニ(6戸以上加入)	4,315.5 円 (4,110 円*1)	
	フレッツ・光プレミアム マンションタイプ VDSL方式 上下最大100Mbps プラン1(8戸以上加入)	3,559.5 円 (3,390 円*1)	・回線終端装置利用料を 含む ・ISP料金を含まない
	フレッツ・光プレミアム マンションタイプ VDSL方式 上下最大100Mbps プラン2(16戸以上加入)	3,087 円 (2,940 円*1)	
	フレッツ・光プレミアム マンションタイプ ひかり配線方式 上下最大100Mbps プラン1(8戸以上加入)	3,874.5 円 (3,690 円*1)	
	フレッツ・光プレミアム マンションタイプ ひかり配線方式 上下最大100Mbps プラン2(16戸以上加入)	3,402 円 (3,240 円*1)	

提供者	サービス名	料金(税別)	備考
ソネットエンタテインメント (NTT東日本)	GyaO ショッピング・アクセス 光 with フレッツ ファミリータイプ(戸建て)	5,329.5 円	・屋内配線利用料、回線 端末装置利用料を含む・ ISP 料金を含まない
	GyaO ショッピング・アクセス 光 with フレッツ マンションタイプ フレッツ光 ひかり配線方式 プラン 1	3,929.5 円	・ISP 料金を含まない
	GyaO ショッピング・アクセス 光 with フレッツ マンションタイプ フレッツ光 ひかり配線方式 プラン 2	3,529.5 円	・ISP 料金を含まない
	GyaO ショッピング・アクセス 光 with フレッツ マンションタイプ フレッツ光 ひかり配線方式 ミニ	4,529.50	・ISP 料金を含まない
	GyaO ショッピング・アクセス 光 with フレッツ マンションタイプ フレッツ光 VDSL 配線方式 プラン 1	3,379 円	・ISP 料金を含まない
	GyaO ショッピング・アクセス 光 with フレッツ マンションタイプ フレッツ光 VDSL 配線方式 プラン 2	2,979 円	・ISP 料金を含まない
	GyaO ショッピング・アクセス 光 with フレッツ マンションタイプ フレッツ光 VDSL 配線方式 ミニ	3,979 円	・ISP 料金を含まない
	GyaO ショッピング・アクセス 光 with フレッツ マンションタイプ フレッツ光 LAN 配線方式 プラン 1	3,029.5 円	・ISP 料金を含まない
	GyaO ショッピング・アクセス 光 with フレッツ マンションタイプ フレッツ光 LAN 配線方式 プラン 2	2,629.5 円	・ISP 料金を含まない
	GyaO ショッピング・アクセス 光 with フレッツ マンションタイプ フレッツ光 LAN 配線方式 ミニ	3,629.5 円	・ISP 料金を含まない

提供事業者	サービス名	料金(税別)	備考
インターネット （NTT西日本）	GyaO ショッピング・アクセス 光 with フレッツ ファミリータイプ(戸建て)(NTT 東日本)	5,099.0 円	・屋内配線利用料、回線 終端装置利用料を含む ・ISP 料金を含まない
	GyaO ショッピング・アクセス 光 with フレッツ マンションタイプ フレッツ 光ネクスト ひかり配線方式 プラン 1	3,819.0 円	・ISP 料金を含まない
	GyaO ショッピング・アクセス 光 with フレッツ マンションタイプ フレッツ 光ネクスト ひかり配線方式 プラン 2	3,529.5 円 3,369.5 円	・ISP 料金を含まない
	GyaO ショッピング・アクセス 光 with フレッツ マンションタイプ フレッツ 光ネクスト ひかり配線方式 ミニ	4,529.5 円 4,539.0 円	・ISP 料金を含まない
	GyaO ショッピング・アクセス 光 with フレッツ マンションタイプ フレッツ 光ネクスト VDSL 配線方式 プラン 1	3,379 円 3,519 円	・ISP 料金を含まない
	GyaO ショッピング・アクセス 光 with フレッツ マンションタイプ フレッツ 光ネクスト VDSL 配線方式 プラン 2	3,5190 円 3,069.5 円	・ISP 料金を含まない
	GyaO ショッピング・アクセス 光 with フレッツ マンションタイプ フレッツ 光ネクスト VDSL 配線方式 ミニ	4,529.5 円 4239.0 円	・ISP 料金を含まない
	GyaO ショッピング・アクセス 光 with フレッツ マンションタイプ フレッツ 光ネクスト LAN 配線方式 プラン 1	3,29.5 円 2,919 円	・ISP 料金を含まない
	GyaO ショッピング・アクセス 光 with フレッツ マンションタイプ フレッツ 光ネクスト LAN 配線方式 プラン 2	2,629.5 円 2,469.5 円	・ISP 料金を含まない
	GyaO ショッピング・アクセス 光 with フレッツ マンションタイプ フレッツ 光ネクスト LAN 配線方式 ミニ	3,629.5 円 3,639.0 円	・ISP 料金を含まない
	GyaO ショッピング・アクセス 光 with フレッツ マンションタイプ フレッツ・光プレミアム ひかり配線方式 プラン 1	3,819.0 円	・ISP 料金を含まない
	GyaO ショッピング・アクセス 光 with フレッツ マンションタイプ フレッツ・光プレミアム ひかり配線方式 プラン 2	3,369.5 円	・ISP 料金を含まない
	GyaO ショッピング・アクセス 光 with フレッツ マンションタイプ フレッツ・光プレミアム VDSL 配線方式 プラン 1	3,519 円	・ISP 料金を含まない

提供事業者	サービス名	料金(税別)	備考
ソネットエンタテインメント (NTT西日本)	GyaO ショッピング・アクセス 光 with フレッツ マンションタイプ フレッツ・光プレミアム VDSL 配線方式 プラン 2	3,069.5 円	・ISP 料金を含まない
	GyaO ショッピング・アクセス 光 with フレッツマ ンションタイプフレッツ・光プレミアム VDSL 配線 方式 ミニ	4239.0 円	・ISP 料金を含まない
	GyaO ショッピング・アクセス 光 with フレッツ マンションタイプ フレッツ・光プレミアム LAN 配線方式 プラン 1	3,319 円	・ISP 料金を含まない
	GyaO ショッピング・アクセス 光 with フレッツ マンションタイプ フレッツ・光プレミアム LAN 配線方式 プラン 2	2,869.5 円	・ISP 料金を含まない
	GyaO ショッピング・アクセス 光 with フレッツ マンションタイプ B フレッツ VDSL 配線方式 プラン 1	3,419 円	・ISP 料金を含まない
	GyaO ショッピング・アクセス 光 with フレッツ マンションタイプ B フレッツ VDSL 配線方式 プラン 2	2,969.5 円	・ISP 料金を含まない
	GyaO ショッピング・アクセス 光 with フレッツ マンションタイプ B フレッツ LAN 配線方式 プラン 1	2,919 円	・ISP 料金を含まない
	GyaO ショッピング・アクセス 光 with フレッツ マンションタイプ B フレッツ LAN 配線方式 プラン 2	2,469.5 円	・ISP 料金を含まない
ソフトバンクBB (東日本エリア)	Yahoo! BB 光 with フレッツ ホーム (ファミリー・ハイスピードタイプ/ファミリータイプ/ ハイパーファミリータイプ)	5,200 円	・屋内配線利用料、回線 終端装置利用料、VDSL 装置利用料を含む ・ISP 料金を含まない
	Yahoo! BB 光 with フレッツ マンション (マンション・ハイスピードタイプ/マンションタイプ) VDSL 方式ミニ	3,850 円	・VDSL 装置利用料を含 む ・ISP 料金を含まない
	Yahoo! BB 光 with フレッツ マンション (マンション・ハイスピードタイプ/マンションタイプ) VDSL 方式プラン 1	3,250 円	・VDSL 装置利用料を含 む ・ISP 料金を含まない
	Yahoo! BB 光 with フレッツ マンション (マンション・ハイスピードタイプ/マンションタイプ) VDSL 方式プラン 2	2,850 円	・VDSL 装置利用料を含 む ・ISP 料金を含まない

提供事業者	サービス名	料金(税別)	備考
ソフトバンクBB (東日本エリア)	Yahoo! BB 光 with フレッツ マンション (マンション・ハイスピードタイプ/マンションタイプ) 光配線方式 ミニ	4,400 円	・回線終端装置利用料を含む ・ISP 料金を含まない
	Yahoo! BB 光 with フレッツ マンション (マンション・ハイスピードタイプ/マンションタイプ) 光配線方式プラン 1	3,800 円	・回線終端装置利用料を含む ・ISP 料金を含まない
	Yahoo! BB 光 with フレッツ マンション (マンション・ハイスピードタイプ/マンションタイプ) 光配線方式プラン 2	3,400 円	・回線終端装置利用料を含む ・ISP 料金を含まない
	Yahoo! BB 光 with フレッツ マンション(マンション・ハイスピードタイプ/マンションタイプ) LAN 配線方式 ミニ	3,500 円	・ISP 料金を含まない
	Yahoo! BB 光 with フレッツ マンション (マンション・ハイスピードタイプ/マンションタイプ) LAN 配線方式プラン 1	2,900 円	・ISP 料金を含まない
	Yahoo! BB 光 with フレッツ マンション (マンション・ハイスピードタイプ/マンションタイプ) LAN 配線方式プラン 2	2,500 円	・ISP 料金を含まない
ソフトバンクBB (西日本エリア)	Yahoo! BB 光 with フレッツ ホーム (ファミリー・ハイスピードタイプ/ ファミリータイプ)(戸建て)	4,970 円	・屋内配線利用料、回線終端装置利用料、VDSL 装置利用料を含む ・ISP 料金を含まない
	Yahoo! BB 光 with フレッツ マンション (マンション・ハイスピードタイプ/マンションタイプ) VDSL 方式 ミニ	4,110 円	・回線終端装置利用料を含む ・ISP 料金を含まない
	Yahoo! BB 光 with フレッツ マンション (マンション・ハイスピードタイプ/マンションタイプ) VDSL 方式プラン 1	3,390 円	・回線終端装置利用料を含む ・ISP 料金を含まない
	Yahoo! BB 光 with フレッツ マンション (マンション・ハイスピードタイプ/マンションタイプ) VDSL 方式プラン 2	2,940 円	・回線終端装置利用料を含む ・ISP 料金を含まない
	Yahoo! BB 光 with フレッツ マンション (マンション・ハイスピードタイプ/マンションタイプ) ひかり配線方式 ミニ	4,410 円	・回線終端装置利用料を含む ・ISP 料金を含まない

提供事業者	サービス名	料金(税別)	備考
ソフトバンクBB (西日本エリア)	Yahoo! BB 光 with フレッツ マンション (マンション・ハイスピードタイプ/マンションタイプ) ひかり配線方式プラン 1	3,690 円	・回線終端装置利用料を含む ・ISP 料金を含まない
	Yahoo! BB 光 with フレッツ マンション (マンション・ハイスピードタイプ/マンションタイプ) ひかり配線方式プラン 2	3,240 円	・回線終端装置利用料を含む ・ISP 料金を含まない
	Yahoo! BB 光 with フレッツ マンション (マンション・ハイスピードタイプ/マンションタイプ) LAN 配線方式 ミニ	3,510 円	※フレッツ光ネクストのみ提供 ・ISP 料金を含まない
	Yahoo! BB 光 with フレッツ マンション (マンション・ハイスピードタイプ/マンションタイプ) LAN 配線方式プラン 1	2,790 円	・ISP 料金を含まない
	Yahoo! BB 光 with フレッツ マンション (マンション・ハイスピードタイプ/マンションタイプ) LAN 配線方式プラン 2	2,340 円	・ISP 料金を含まない
KDDI	au ひかり (au one net) ホームタイプ (1Gbps)	5,200 円 (ギガ得プラン) 6,300 円 (標準プラン)	・ISP 料金を含む
	au ひかり (au one net) マンション ミニ	5,000 円	・ISP 料金を含む
	au ひかり (au one net) マンション タイプ V 16 契約以上	3,800 円	・ISP 料金、VDSL 機器レンタル料を含む
	au ひかり (au one net) マンション タイプ V 8 契約以上	4,100 円	・ISP 料金、VDSL 機器レンタル料を含む
	au ひかり (au one net) マンション タイプ E 8 契約以上	3,700 円	・ISP 料金を含む
	au ひかり (au one net) マンション タイプ E 16 契約以上	3,400 円	・ISP 料金を含む
	au ひかり (au one net) マンション タイプ F	3,900 円	・ISP 料金、ONU 機器レンタル料を含む

提供者 事業者	サービス名	料金(税別)	備考
ケイ・オプティコム	eo光ネット(ホームタイプ) 1ギガコース	8,286 円	・ISP 料金、回線終端装置使用料を含む
	eo光ネット(ホームタイプ) 100Mコース	4,762 円 (4,667 円*2)	・ISP 料金、回線終端装置使用料を含む
	eo光ネット(ホームタイプ) 200Mコース	5,238 円	・ISP 料金、回線終端装置使用料を含む
	eo光ネット(ホームタイプ) 100Mプレミアムコース	5,239 円 (5,143 円*2)	・ISP 料金、回線終端装置使用料を含む
	eo光ネット(マンションタイプ) VDSL方式	3,524 円	・ISP 料金、回線終端装置使用料を含む ・モデムレンタルの場合
	eo光ネット(マンションタイプ) VDSL-S方式	4,095 円	・ISP 料金、回線終端装置使用料を含む ・モデムレンタルの場合

\*1 「フレッツ・あっと割引」(2年間の継続利用を条件に10%割引)適用時の料金。

その後も継続利用の場合は「フレッツ・ずっと割引」が自動適用され、10%割引が継続される。

\*2 「即割」(2年間の最低利用を条件による割引)適用時の料金。

(出所) 対象事業者HP



## 第4章 ADSL市場における主要指標の分析及び競争状況の評価

### 要旨

1. ADSL市場の契約数は11年3月末時点で820.1万（対前年比15.8%減）となっており、引き続き減少傾向。

同市場における事業者別のシェアは、ソフトバンクBBが38.4%（第1位）、NTT東西が34.9%（第2位）となっており、ほぼ横ばい。

2. 市場支配力に関しては、ADSLに用いられるメタル回線に占めるNTT東西の設備シェアは99.9%（11年3月末現在）を占めており、他事業者によるADSLサービスの提供はNTT東西のメタル回線の開放に依存する部分が大きいため、NTT東西が市場支配力を単独で行使し得る地位にあると評価。

しかしながら、NTT東西には第一種指定電気通信設備制度に基づく規制等の措置が講じられていること、また、光ファイバへのマイグレーションが進展する中、ADSL市場自体が縮小傾向にあり、市場支配力を行使する可能性は低い。

3. なお、縮小傾向にあるADSL市場については、同市場の分析及び評価の重要性は低くなってきており、むしろFTTH市場における競争への影響などについて注視していくことが必要。

(1) 本章では、ブロードバンド市場の部分市場である「ADSL市場」について主要指標の分析を行い、その結果も踏まえて競争状況の評価を行う。

(2) 具体的には、

① 「ADSL市場」における主要指標として

(イ) 市場の規模（契約数）

(ロ) 契約数における事業者別シェア及び市場集中度（上位3社シェア、HHI）

(ハ) 料金

について分析を行う。

② これらの分析結果も踏まえ、ADSL市場に関し、以下の点について競争状況の評価を行う。

(イ) 単独又は複数の事業者による市場支配力の存在の有無

(ロ) 上記市場支配力の存在が認められる場合には、その行使の有無

(ハ) 今後の注視事項

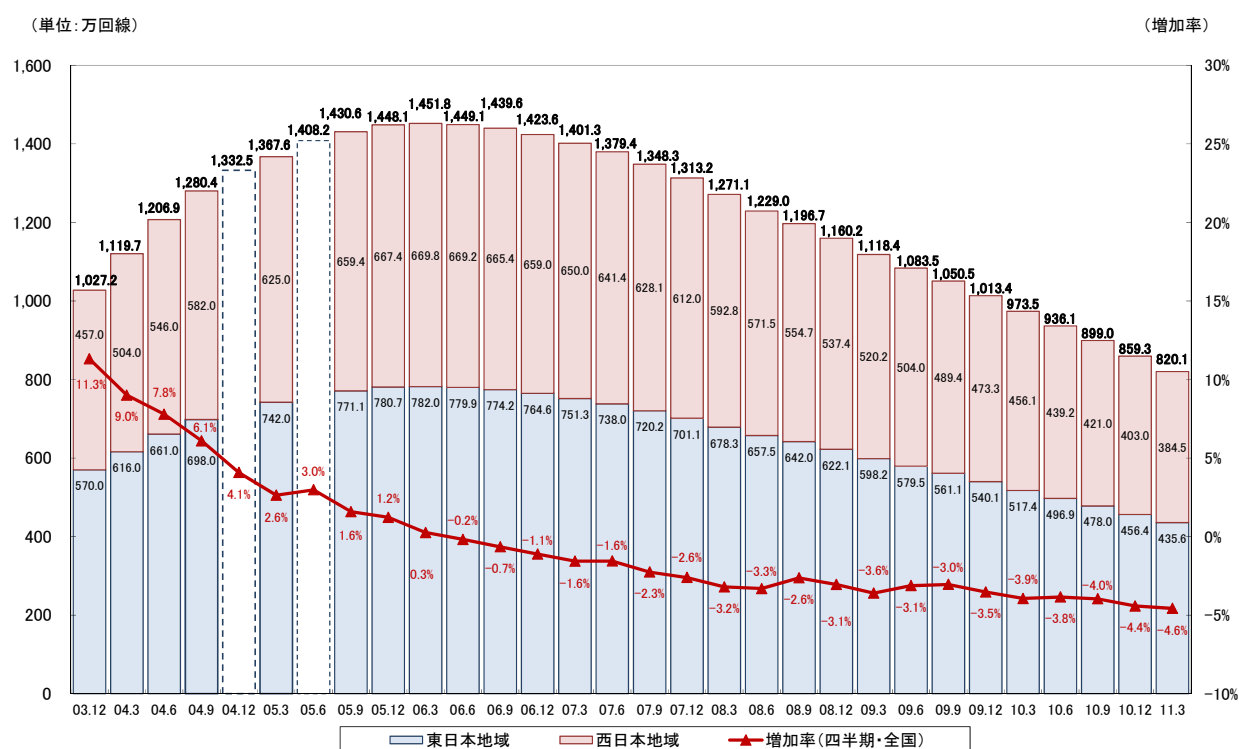
(3) なお、11年3月11日に発生した東日本大震災により、宮城県、岩手県及び福島県の被災地に関する主要指標の数値（11年3月末）については、各サービス提供事業者からの暫定的な報告値を使用している。

## 第1節 主要指標の分析

### 1. 市場の規模(契約数)

- ① ADSL市場の契約数は11年3月末時点で820.1万（対前年比15.8%減）となっており、引き続き減少傾向にある。
- ② また、地域別にみても、東日本地域における契約数は435.6万（対前年比15.8%減）、西日本地域における契約数は384.5万（対前年比15.7%減）となっており、両地域ともに減少している。

【図表Ⅲ－32 ADSL市場における契約数の推移】



(注1) 04.3以前は、ADSLの契約数は、電気通信事業報告規則（昭和63年郵政省令第46号）の規定に基づくものではなく、事業者の任意による報告に基づくものであったため、東西別の数値は一部推計値が含まれる。

(注2) 04.12及び05.6の地域別の契約回線数については、電気通信事業報告規則において都道府県別データを四半期毎に求めておらず、3月末と9月末の年2回の報告のみであったため、集計を行っておらず未算出。

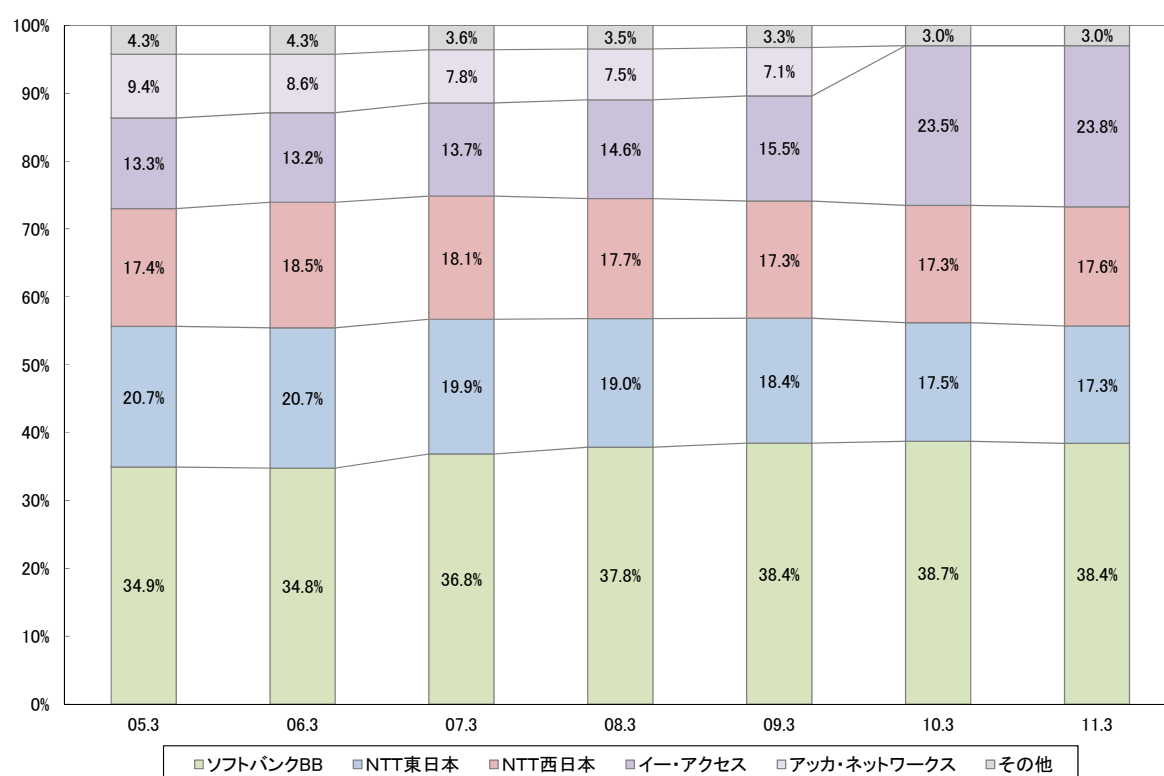
(出所) 総務省資料

## 2. 契約数における事業者別シェア及び市場集中度（上位3社シェア、HHI）

### （1）契約数における事業者別シェア

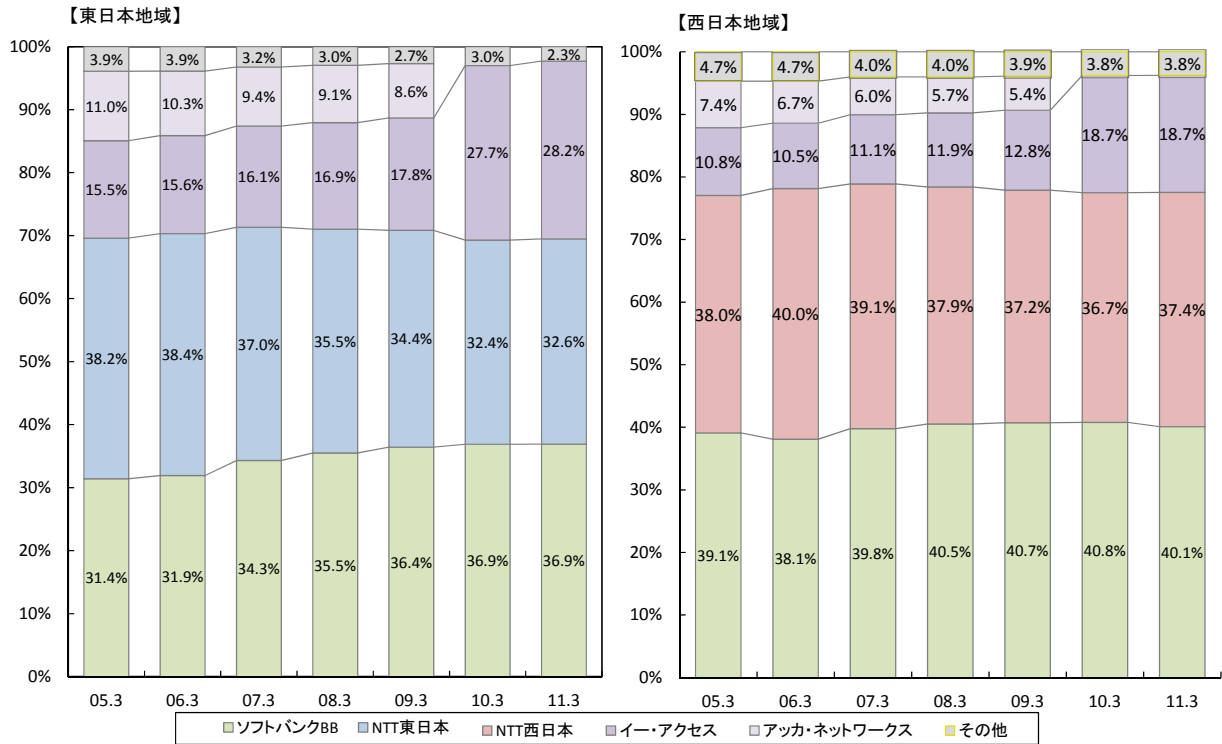
ADSL市場における契約数の事業者シェアについてみると、全国ではソフトバンクBBがシェア1位、NTT東西が2位となっており、両者のシェアの推移を見ると、ほぼ横ばいとなっている。これは地域別でも、同様の状況となっている。

【図表Ⅲ—33 ADSL市場における契約数の事業者別シェアの推移】



（出所）総務省資料

【図表Ⅲ－３４ ADSL市場における契約数の事業者別シェアの推移（東日本地域／西日本地域）】



(出所) 総務省資料

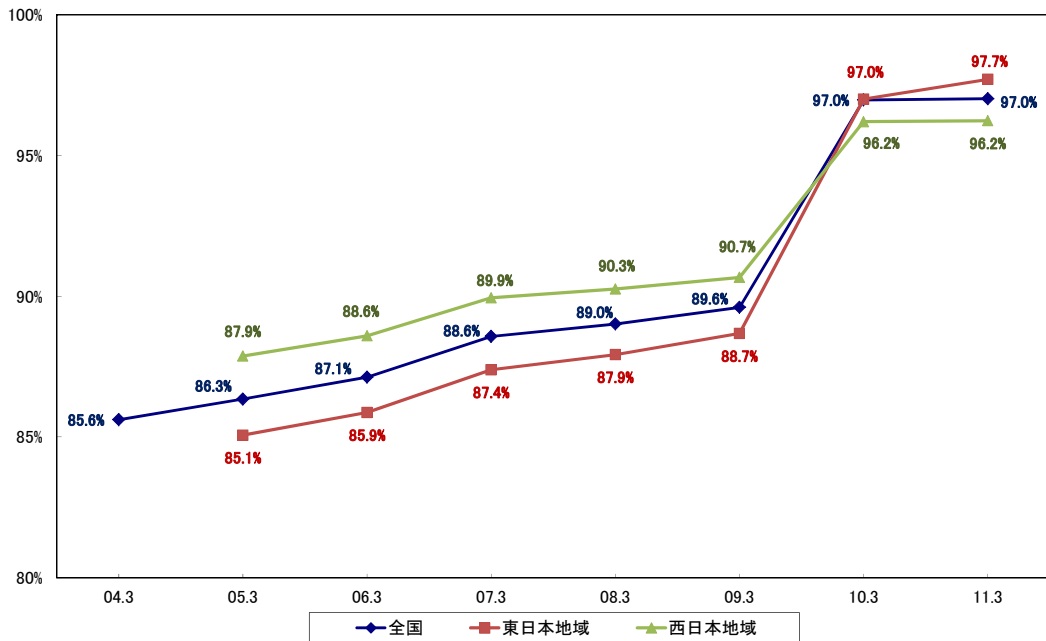
## (2) 市場集中度（上位3社シェア、HHI）

### ① 上位3社シェア

ADSL市場における契約数の上位3社シェア（ソフトバンクBB、NTT東西及びイー・アクセス）について見ると、11年3月末時点で全国では97.0%、東日本地域では97.7%、西日本地域では96.2%となっており、ほぼ横ばいとなっている。

なお、09年6月にイー・アクセスがアッカ・ネットワークスを吸収合併している。

【図表Ⅲ—35 ADSL市場における契約数の上位3社シェアの推移】



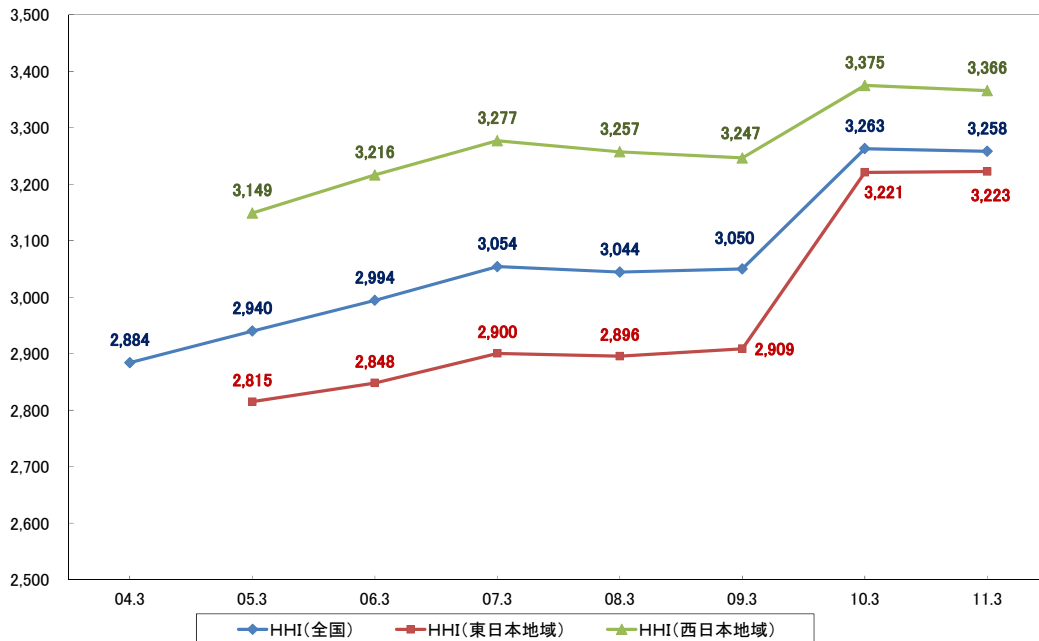
(注) NTT東西は1社としてシェア算出を行っている。

(出所) 総務省資料

## ② HHI

ADSL市場における契約数のHHIについて見ると、11年3月末時点で全国では3,258、東日本地域では3,223、西日本地域では3,366となっており、ほぼ横ばいとなっている。

【図表Ⅲ—36 ADSL市場における契約数のHHIの推移】



(注) NTT東西は1社としてシェア算出を行っている。

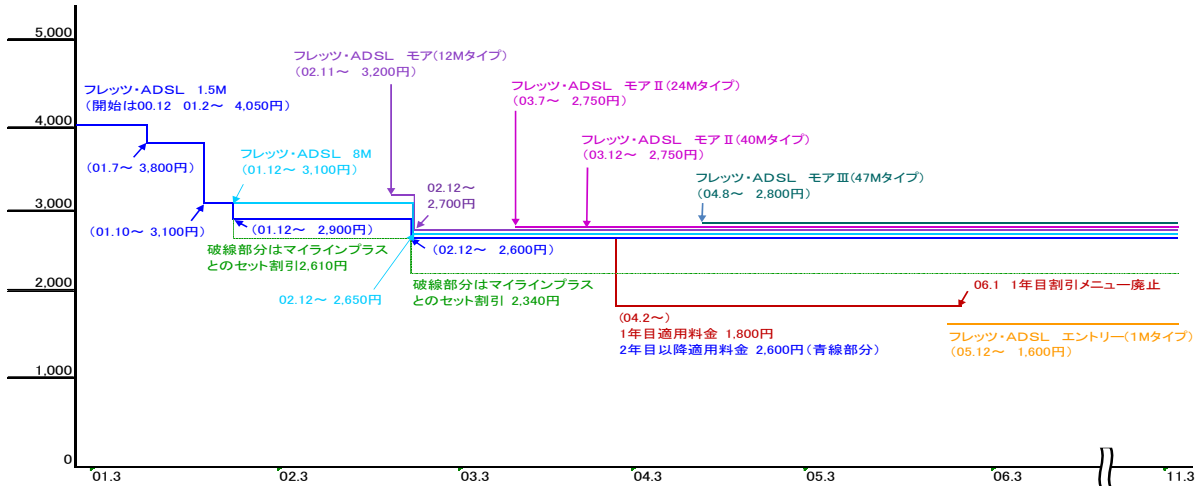
(出所) 総務省資料

### 3. 料金

06年以降、図表Ⅲ-37に見られるとおり、伝送速度の高速化は見られず、また、料金についても下げ止まりの状況にある。

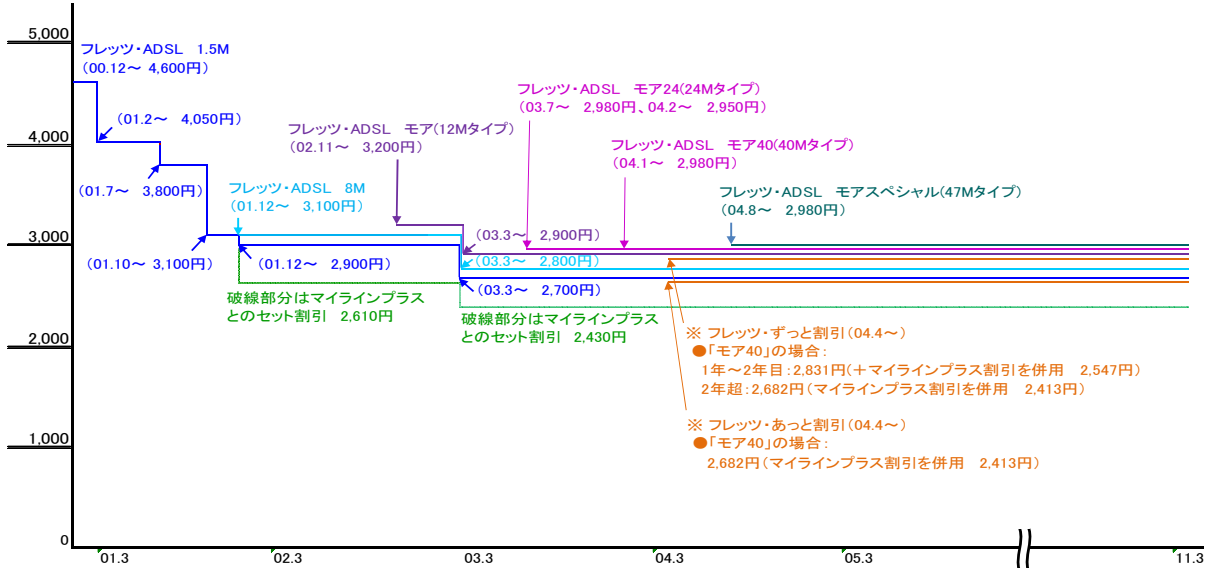
【図表Ⅲ-37 ADSLの主要事業者の料金の推移】

1 NTT東日本  
(月額料金・円/月(税抜き))



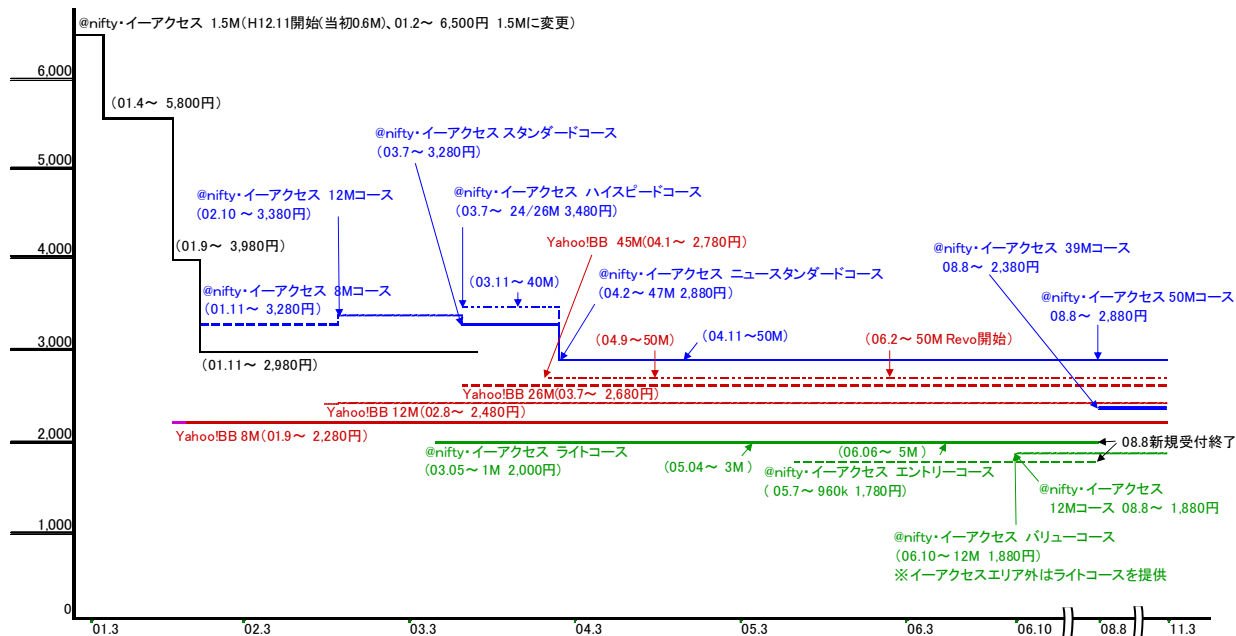
(注1) 電話共用型の料金。ISP料金、加入電話月額基本料、ADSLモデムレンタル料は含まない。  
(注2) 1.5M以外でもマイラインプラスとのセット割引があるが、本図では記入していない。

2 NTT西日本  
(月額料金・円/月(税抜き))



(注1) 電話共用型の料金。ISP料金、加入電話月額基本料、ADSLモデムレンタル料は含まない。  
(注2) 1.5M以外でもマイラインプラスとのセット割引があるが、本図では記入していない。  
(注3) 「フレッツ・ずっと割引」は自動適用、「フレッツ・あっと割引」は申込が必要なサービス。

3 Yahoo!BB(ソフトバンクBB)、@nifty+イー・アクセス  
(月額料金・円/月(税抜き))



(注) 電話共用型の料金。ISP料金を含む。NTT 東西加入電話月額基本料、ADSLモデムレンタル料、NTT・ADSL回線使用料は含まない。

(出所) 各事業者HP

## 第2節 競争状況の評価

### 1. 単独の事業者による市場支配力

#### (1) 市場支配力の存在

以下の判断要素を総合的に勘案し、ADSL市場においては、ソフトバンクBBは単独で市場支配力を行使し得る地位にはないが、NTT東西については市場支配力を単独で行使し得る地位にあると評価する。

- ① ADSL市場における11年3月末時点の契約数シェアは、ソフトバンクBBが38.4%（1位）、NTT東西が34.9%（2位）となっている。
- ② 設備面でみると、ADSLに用いられるメタル回線に占めるNTT東西の設備シェアは99.9%を占める。
- ③ 競争事業者によるADSLのサービス提供は、NTT東西の加入者回線の開放に依存する部分が大きく、NTT東西は、当該設備の利用に対する各種手続等を通じて、競争事業者に影響を与えることが可能な立場にある。

#### (2) 市場支配力の行使

以下の判断要素を総合的に勘案し、現行の規制や市場環境下においては、NTT東西が単独で市場支配力を行使する可能性は低いと評価する。

- ① NTT東西には、第一種指定電気通信設備制度に基づく接続規制・行為規制・サービス規制が適用されており、市場支配力の行使を抑止・けん制するための一定の歯止めとなる措置が講じられている。
- ② また、ADSL市場においては、契約数シェア第1位のソフトバンクBB（38.4%）、第2位のNTT東西（34.9%）に加え、第3位のイー・アクセスにあっても、契約数の4分の1弱（23.8%）のシェアを占めるなど、対抗し得る競争事業者が現に存在している。
- ③ そもそも、ADSL市場自体が縮小傾向にあり、ブロードバンド市場の中心がFTTH市場へ移行している。

### 2. 複数の事業者による市場支配力

#### (1) 複数事業者による市場支配力の存在

以下の判断要素を勘案し、ADSL市場においては、シェア上位の事業者が協調的寡占体制の下で市場支配力を行使し得る地位にあると評価する。

ADSL市場における上位3社シェアは11年3月末時点で97.0%、HHIは、3,258であり、市場は寡占的であるといえる。



## (2) 複数事業者による市場支配力の行使

以下の判断要素を総合的に勘案し、ADSL市場においては、シェア上位の複数の事業者が協調して市場支配力を行使する可能性は低いと評価する。

上記1.(2)③でも述べたとおり、そもそも、ADSL市場自体が縮小傾向にあり、ブロードバンド市場の中心がF T T H市場へ移行している。

### 3. 今後の注視事項

ADSL市場については、メタルから光ファイバへのマイグレーションに伴い、市場の規模（契約数）が縮小しつつあり、同市場自体の分析及び評価の重要性は低くなってきている。

将来的には同市場の分析及び評価の必要性についても検討すべきであるが、当面、F T T H市場における競争への影響などについて注視していく必要があると考えられる。

【図表Ⅲ－38 ADSL市場における市場集中度とソフトバンクBBのシェア】

画定市場	2010年度の評価結果	
	市場集中度（HHI）	ソフトバンクBBのシェア
ADSL	3,258	38.4%

【図表Ⅲ－39 ADSL市場における市場支配力に関する評価結果】

画定市場	2010年度の評価結果	
	市場支配力の存在	市場支配力の行使
ADSL	○ (単独・協調)	× (低)

(注) ◎は「強く存在すること」、○は「存在すること」、△は「協調のみ」又は「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。

## 第5章 CATV<sup>4</sup>インターネット市場における主要指標の分析及び競争状況の評価

### 要旨

1. CATVインターネット市場の契約数は11年3月末時点で567.4万となっており、増加率は低下傾向になっているものの、引き続き増加。  
同市場における上位3社のシェアは11年3月末時点で60.8%（対前年比1.5ポイント増）となっており、HHIは2,581と前年同期と比較して横ばい。
2. 市場支配力に関しては、FTTH市場からの競争圧力があること、FTTH市場やADSL市場と比べて上位3社シェアやHHIの水準は高いといえないこと、地域独占的な性格があること等から、単独で又は複数の事業者によって市場支配力を有する事業者は存在しないと評価。
3. なお、CATVインターネットについては、CATV事業者により提供されており、放送サービスとのバンドルによる優位性・独立性のあること、複数のCATV事業者を統一ブランドで所有・運営するMSO (Multiple System Operator) と電気通信事業者の業務提携の動きなどを踏まえ、ブロードバンドサービスとして一定程度代替性のあるFTTH市場との相互関係も把握していくことが必要。

(1) 本章では、ブロードバンド市場の部分市場である「CATVインターネット市場」について主要指標の分析を行い、その結果も踏まえて競争状況の評価を行う。

(2) 具体的には

- ① 「CATVインターネット市場」における主要指標として、
  - (イ) 市場の規模（契約数）
  - (ロ) 契約数における事業者別シェア及び市場集中度（上位3社シェア、HHI）
  - (ハ) 料金について分析を行う。
- ② これらの分析結果も踏まえ、CATVインターネット市場に関し、以下の点について競争状況の評価を行う。

<sup>4</sup> 本章（第5章）で分析及び評価を行っているCATVインターネットは、その回線がHFC（光同軸ハイブリッド伝送：Hybrid Fiber Coaxial）及び同軸ケーブルを使用するCATVによるものに限定しており、回線にFTTHを利用するCATVインターネットは、本章のCATVインターネットではなく、FTTHとして第3章のFTTH市場において扱っている。

(イ) 単独の事業者による市場支配力の存在の有無

(ロ) 複数の事業者による市場支配力の存在の有無

(ハ) 今後の注視事項

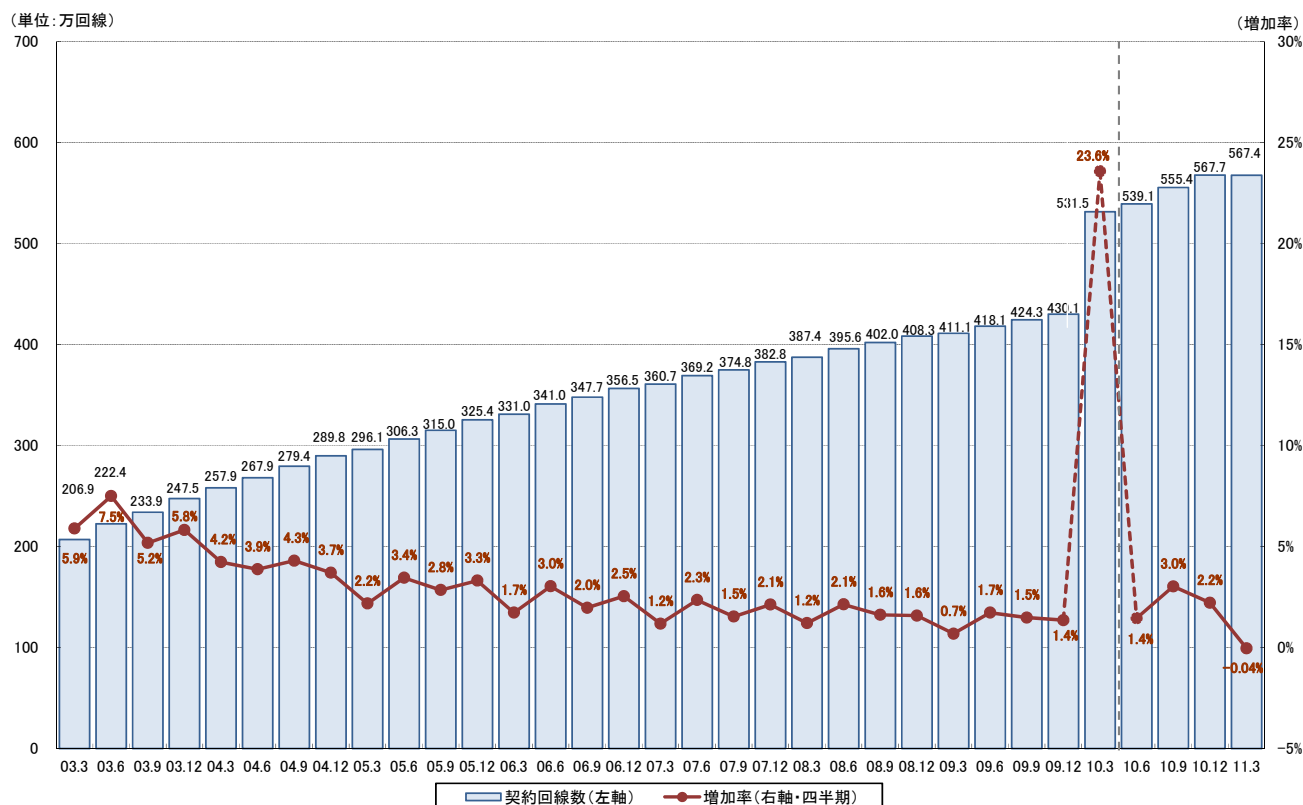
(3) なお、11年3月11日に発生した東日本大震災により、宮城県、岩手県及び福島県の被災地に関する主要指標の数値（11年3月末）については、各サービス提供事業者からの暫定的な報告値を使用している。

## 第1節 主要指標の分析

### 1. 市場の規模（契約数）

CATVインターネット市場の契約数は、11年3月末時点で、567.4万<sup>5</sup>となっており、増加率は低下傾向にある。

【図表Ⅲ—40 CATVインターネット市場における契約数の推移】



(出所) 総務省資料

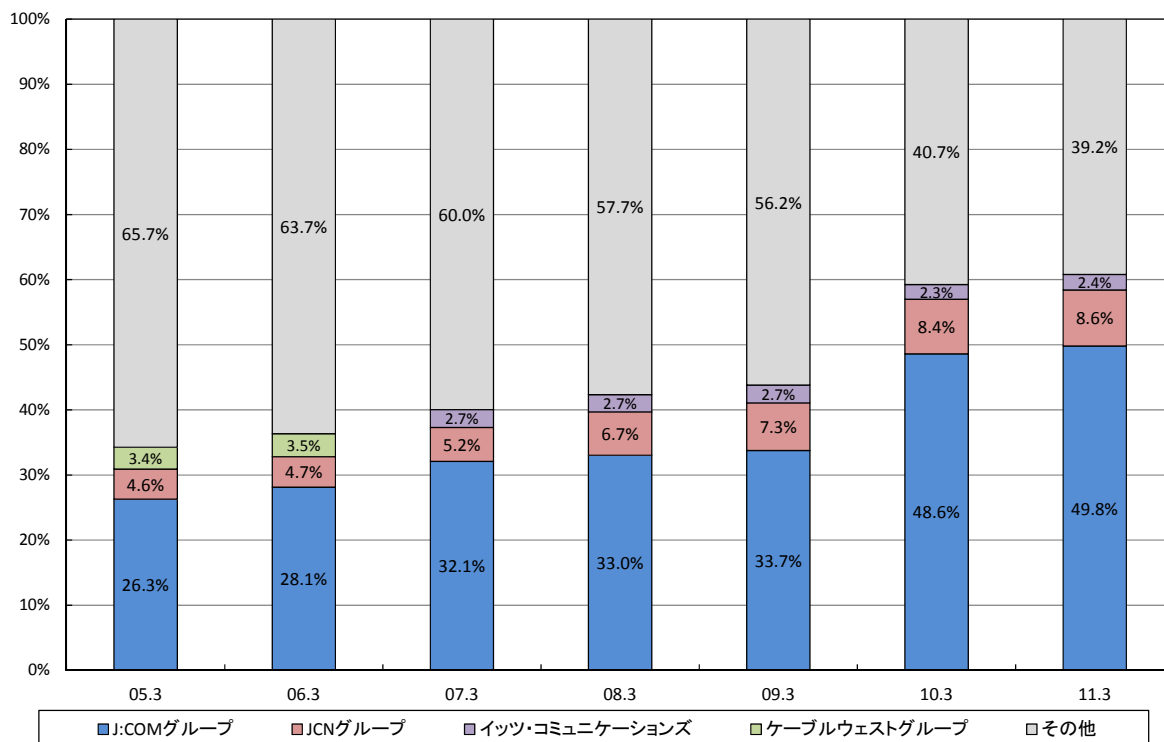
<sup>5</sup> なお、10年3月末のCATVインターネット市場における契約数及びその増加率が大きく変動しているが、CATVインターネットの契約数に関し、一部の事業者から集計方法の変更が報告されたことによるものである。

## 2. 契約数における事業者別シェア及び市場集中度（上位3社シェア、HHI）

### （1）契約数における事業者別シェア

CATVインターネット市場における契約数の事業者シェアについて見ると、J:COMグループが11年3月末時点49.8%<sup>6</sup>となっており、引き続き増加傾向にある。

【図表Ⅲ-41 CATVインターネット市場における契約数の事業者別シェアの推移】



（注）複数の地域の有線テレビジョン放送事業者を統一ブランド等により、所有・運営する統括運営会社を「MSO（Multiple System Operator）：多施設保有者」として一つのグループにまとめている。

（出所）総務省資料

<sup>6</sup> なお、10年3月末において、CATVインターネット市場におけるシェアが大きく変動しているが、CATVインターネットの契約数に関して、一部の事業者より集計方法の変更が報告されたことによるものである。

## (2) 市場集中度（上位3社シェア、HHI）

### ① 上位3社シェア

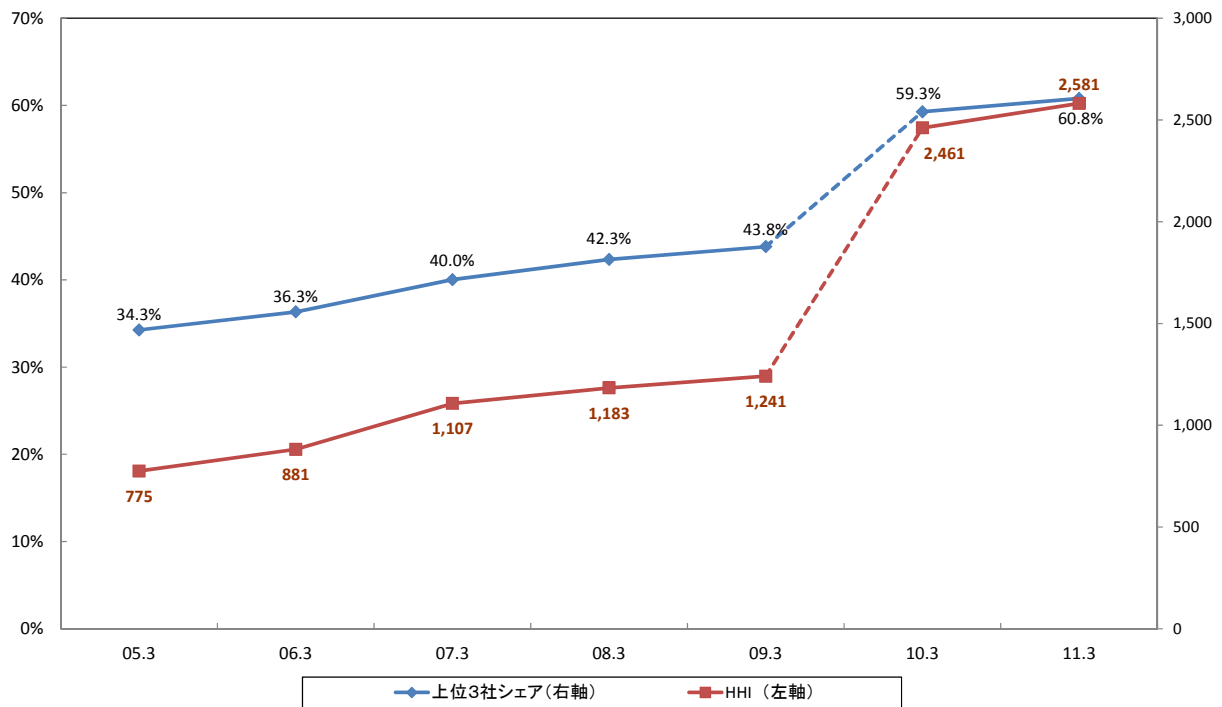
CATVインターネット市場における契約数の上位3社のシェアについて見ると、11年3月末時点で60.8%となっている（対前年比1.5ポイント増）。

### ② HHI

CATVインターネット市場における契約数のHHIを見ると、11年3月末時点で2,581となっている。

【図表Ⅲ－42 CATVインターネット市場における契約数の事業者シェアの推移】

（上位3社シェア）



（注）複数の地域の有線テレビジョン放送事業者を統一ブランド等により、所有・運営する統括運営会社を「MSO（Multiple System Operator）：多施設保有者」として一つのグループにまとめている。

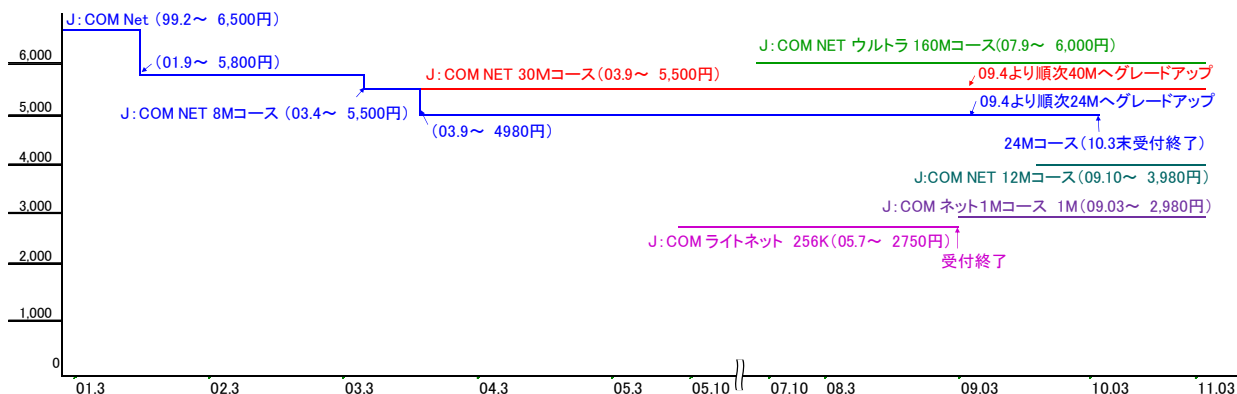
（出所）総務省資料

### 3. 料金

図表Ⅲ—4 3は、CATVインターネット大手2社の料金水準をグラフ化したものである。最近では料金水準に大きな変化は見られない。

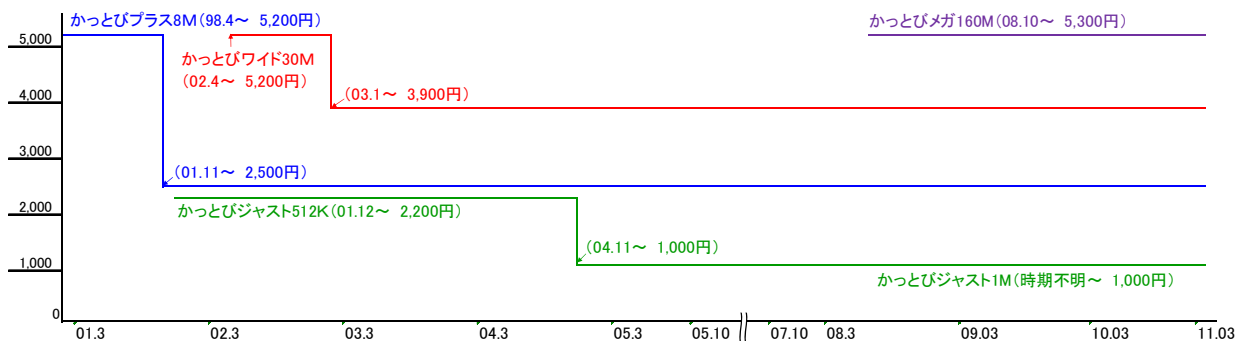
【図表Ⅲ—4 3 CATVインターネットにおける料金の推移】

1 ジュビターテレコム  
(月額料金・円/月(税抜き))



(注) ケーブルモデムレンタル料含む。

2 イッツ・コミュニケーションズ  
(月額料金・円/月(税抜き))



(注) ケーブルモデムレンタル料は含まない。

(出所) 対象事業者HP

## 第2節 CATVインターネット市場における競争状況の評価

### 1. 単独の事業者による市場支配力

以下の判断要素を総合的に勘案し、CATVインターネット市場においては、単独で市場支配力を行使し得る地位にある事業者は存在しないと評価する。

- ① CATVインターネット市場における契約数シェアを見ると、1位のJ：COMグループが49.8%となっており、圧倒的なシェアを有する事業者は存在しない。
- ② CATVインターネットは地域密着型のサービスであるCATVサービスと一体的に提供されるサービスであり、各地域では1社しか提供していない例も見られるが、ボトルネック設備の存在等の参入障壁があるわけではない。
- ③ また、契約数は増加を続けているものの、増加率は低下傾向にあり、FTTH市場及びADSL市場からの競争圧力が存在しているほか、トリプルプレイサービスに関してはFTTHとの競争が存在する。

### 2. 複数の事業者による市場支配力

以下判断要素を総合的に勘案し、シェア上位の事業者が協調して市場支配力を行使し得る地位にある事業者は存在しないと評価する。

- ① CATVインターネット市場における上位3社シェアは11年3月末時点で60.8%、HHIは2,581となっており、市場は高度に寡占とまでは言えない。  
また、ADSLやFTTHといった他のサービスと比較し、CATVインターネット市場の上位3社シェアやHHIの水準は高いとは言えない。
- ② ブロードバンド市場内におけるFTTHからの競争圧力が存在し、FTTHにおけるトリプルプレイサービスの提供による競争圧力の強化も存在する。

### 3. 今後の注視事項

- (1) CATVインターネットについては、有線テレビジョン放送事業者により提供されており、放送サービスとのバンドルによる優位性・独立性のあるサービスであり、同市場について分析及び評価を行う場合にはCATVの動向を踏まえる必要がある。
- (2) CATVの動向について見ると、複数のCATV事業者を統一ブランドで所有・運営するMSOが他事業者を合併・収集し、そのシェアを伸ばしつつある一方、地域密着型サービスであり、その提供のあり方としては(原則として)一地域一事業者という状況となっている。



- (3) また、10年6月、KDDI、J:COM及び住友商事により業務提携に関する覚書が締結され、KDDIの子会社であるJCNとJ:COMとの資本関係の構築を含め、KDDIとJ:COMにおけるCATV事業に関するシナジーの実現に向けて検討するなどの動きが見られる。
- (4) このような状況を踏まえ、CATVインターネット市場については同市場自体の競争状況と併せて、ブロードバンドサービスとして一定程度代替性のあるFTTH市場との相互関係についても把握していくことが必要と考えられる。

【図表Ⅲ－44 CATVインターネット市場における市場集中度とJ:COMグループのシェア】

画定市場	2010年度の評価結果	
	市場集中度(HHI)	J:COMグループのシェア
CATVインターネット	2,581	49.8%

【図表Ⅲ－45 CATVインターネット市場における市場支配力に関する評価結果】

画定市場	2010年度の評価結果	
	市場支配力の存在	市場支配力の行使
CATVインターネット	×	—

(注) ◎は「強く存在すること」、○は「存在すること」、△は「協調のみ」又は「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。

## 第6章 ISP市場における主要指標の分析及び競争状況の評価

### 要旨

1. ISP市場の契約数は11年3月末時点で4,020.7万（対前年比12.7%増）となっており、この1年の増加率が大きく伸びている。  
同市場における事業者シェアについては、NTT系が28.7%、非NTT系が37.3%、ベンダー系が24.9%、CATV系が9.1%となっており、05年以降シェアを伸ばしていたNTT系が減少に転じている。また、上位3社シェアについても11年3月末時点で49.3%（対前年比5.5ポイント減）、HHIも1,289（対前年比185減）といずれもこの1年間で大きく減少。
2. 市場支配力に関しては、上記の事業者シェアの状況、ISP市場への参入の容易性を考慮し、単独又は協調して市場支配力を行使し得る地位にある事業者は存在しないと評価。
3. なお、メタル回線から光ファイバへのマイグレーションが進展する中、インターネット接続サービスは回線サービスとセットで提供されるサービスであり、近年、特に「〇〇 with フレッツ」等のNTT東西のFTTHを用いたサービス提供が増加しており、FTTH市場との相互関係についても把握していくことが必要。

(1) 本章では、「ISP市場」について主要指標の分析を行い、その結果も踏まえて競争状況の評価を行う。

(2) 具体的には、

① 「ISP市場」における主要指標として、

(イ) 市場の規模（契約数）

(ロ) 契約数における事業者別シェア及び市場集中度（上位3社シェア、HHI）

(ハ) 料金

について分析を行う。

② これらの分析結果も踏まえ、ISP市場に関し、以下の点について競争状況の評価を行う。

(イ) 単独又は複数の事業者による市場支配力の有無

(ロ) 上記市場支配力の存在が認められる場合には、その行使の有無

(ハ) 今後の注視事項

- (3) また、本競争評価において評価の対象としている事業者は、電気通信事業報告規則（昭和63年郵政省令第46号）の規定に基づき、5万契約以上の契約を持っている事業者（11年3月末時点で44社）である。

このため、ISP市場全体の状況を完全には反映していないことに留意が必要である<sup>7</sup>。また、同契約数は06年9月以降一部事業者において集計方法に変更<sup>8</sup>が生じており、この前後での比較にも一定の留意が必要である<sup>9</sup>。

- (4) なお、11年3月11日に発生した東日本大震災により、宮城県、岩手県及び福島県の被災地に関する主要指標の数値（11年3月末）については、各サービス提供事業者からの暫定的な報告値を使用している。

---

<sup>7</sup>03年度の競争評価では、1万契約以上の事業者を対象に調査を行い、全84者から回答を得た。調査結果によると、上位3社が占める割合は46.9%、上位8者が占める割合は87.0%、5万契約以上の事業者25者が占める割合が95.8%となっており、5万契約以上の事業者の合計で1万契約以上の事業者の市場規模の約96%を占めていたことから、5万契約以上の事業者を対象にする調査であってもISP市場の動向やシェアを近似的に把握することが十分可能であると考えられる。

<sup>8</sup>電気通信事業報告規則に基づき報告を行っていたISP事業者のうち、同規則上報告対象とならないコンテンツサービスの会員数（約150万（当時））まで計上して報告を行っていた事業者がいたため、06年9月末の集計より是正した。

<sup>9</sup>電気通信事業報告規則上は、契約回線数が「随時接続型」、「常時接続型」、「企業向け」及び「その他」区分に分けられている。図表Ⅲ-46においては、同規則上の「企業向け」及び「その他」を「その他」の項目として集計している。

## 第1節 主要指標の分析

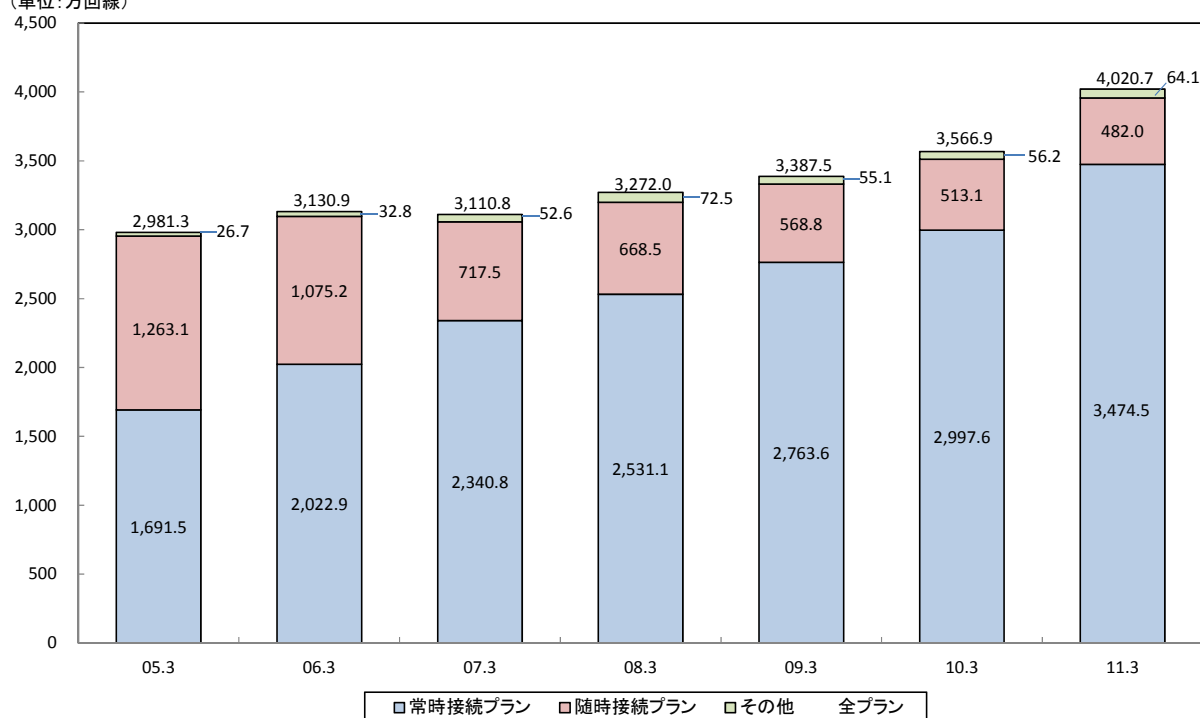
### 1. 市場の規模（契約数）

I S P市場の11年3月末時点の契約数は4,020.7万（対前年比12.7%増）となっており、この1年の増加率がそれ以前と比べて大きく伸びている。

その内訳を見ると、常時接続プランの契約数が急増し、全体に占める比率も拡大しており、ブロードバンド市場の拡大を反映しているものと考えられる。

【図表Ⅲ－46 I S P市場における契約数の推移】

（単位：万回線）



（出所）総務省資料

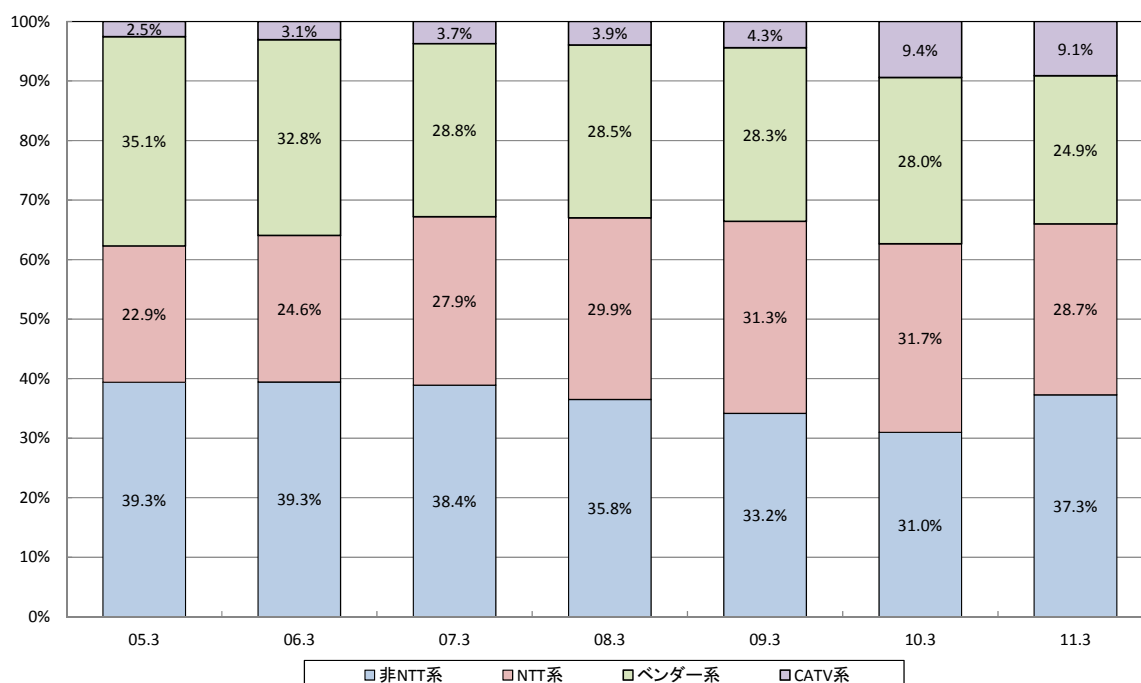
## 2. 契約数の事業者別シェア及び市場集中度（上位3社シェア、HHI）

### （1）契約数における事業者別シェア

事業者のシェアの公表については一部の事業者からの同意を得られていないため、下記のとおり、NTT系・非NTT系・ベンダー系・CATV系の4区分に分類<sup>10</sup>している。

この分類で見ると、11年3月末時点でシェアの高い順に、非NTT系が37.3%、NTT系が28.7%、ベンダー系が24.9%、CATV系が9.1%となっており、05年以降、シェアを伸ばしていたNTT系が減少に転じている。

【図表Ⅲ-47 I S P市場における契約数の事業者別シェアの推移】



（出所）総務省資料

<sup>10</sup>具体的な分類基準については以下のとおりである。

- ・「NTT系」：NTTグループに属する電気通信事業者。NTTコミュニケーションズ（OCN）、NTTぷらら（ぷらら）、NTT-ME（WAK WAK）等。
- ・「非NTT系」：電気通信事業者のうち、NTTグループに属さない電気通信事業者。ソフトバンク（Yahoo!BB、ODN）、KDDI（au one net）等。
- ・「ベンダー系」：電気通信機器の販売・提供等を行う事業者又はその関係会社等。ニフティ、BIGLOBE、So-net 等。
- ・「CATV系」：CATVインターネットを主に提供する事業者。テクノロジーネットワークス（@Net Home）、関西マルチメディアサービス（ZAQ）（※）、ビック東海（@T COM）等。

※ CATV系のテクノロジーネットワークス及び関西マルチメディアサービスの2社は、J:COM 100%出資による子会社であり、J:COMグループのISPとしてCATV事業者にインターネット接続サービスを提供している（注：両社は、11年4月に合併し、テクノロジーネットワークスが存続会社となった。）。

## (2) 市場集中度（上位3社シェア、HHI）

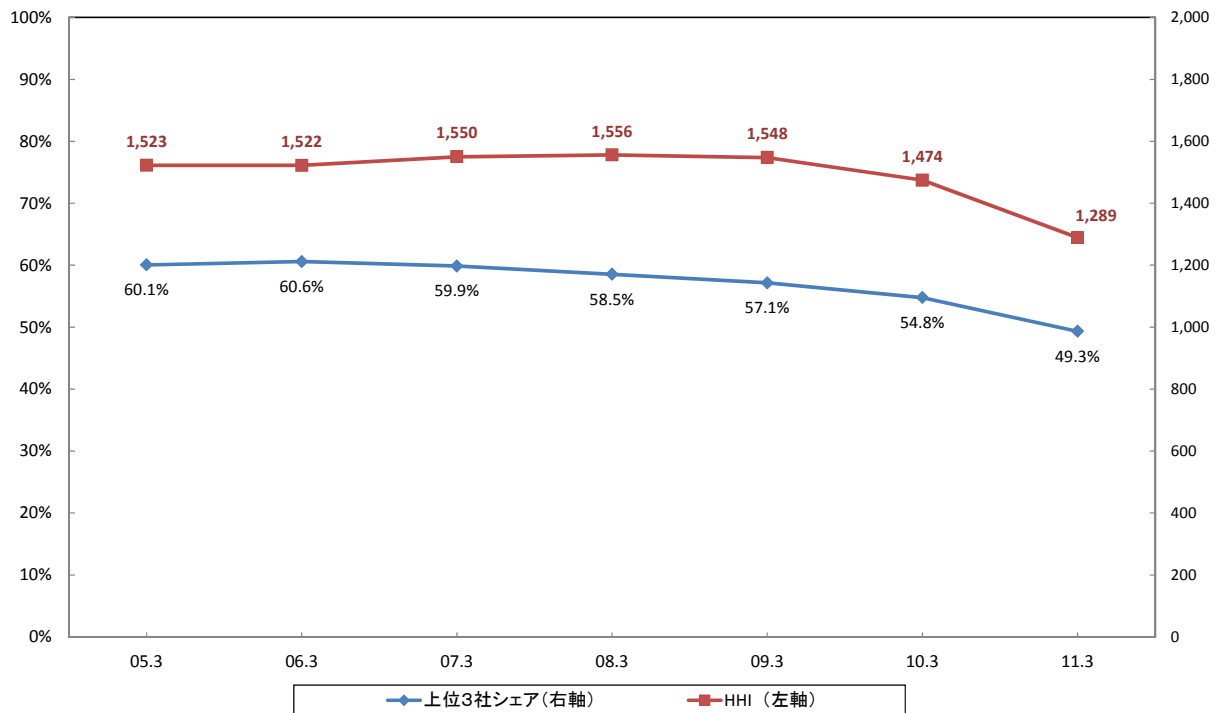
### ① 上位3社シェア

I S P市場における、契約数の上位3社シェア（NECビッグロブ、NTTコミュニケーションズ、ソフトバンクBB（50音順））についてみると、11年3月末時点で49.3%（対前年比5.5ポイント減）であり、この1年間で大きく減少している。

### ② HHI

I S P市場における契約数のHHIを見ると、11年3月末時点で1,289となっている。

【図表Ⅲ—48 I S P市場における契約数の上位3社シェア及びHHIの推移】



(注1) 電気通信事業報告規則において報告対象となる5万契約以上の事業者の総契約数を基に算出。

(注2) 06.9以降、一部事業者で契約数の集計方法に変更が生じている。

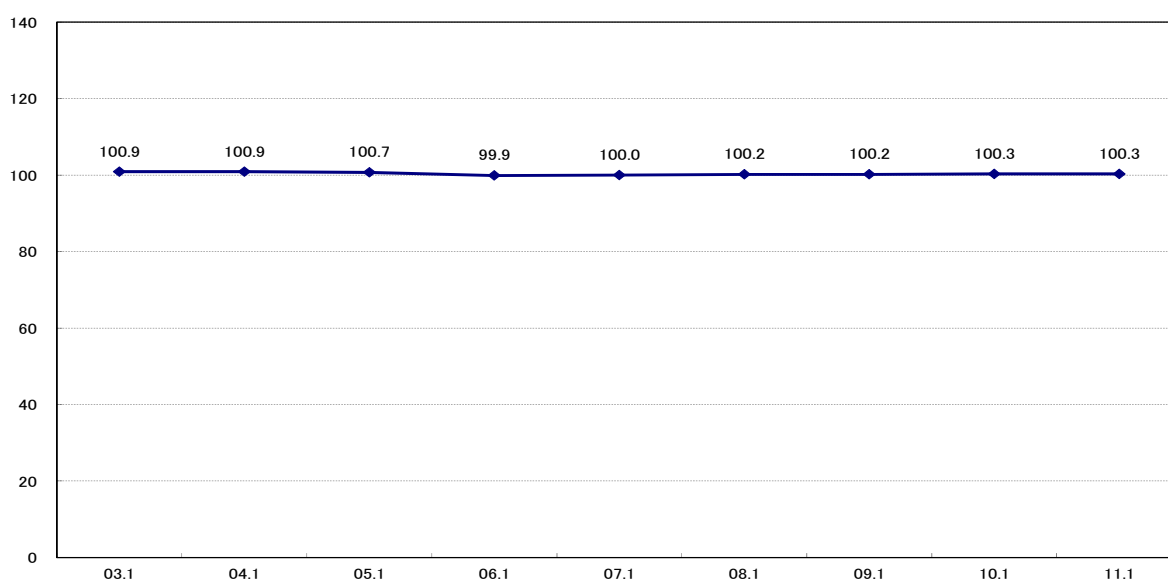
(注3) HHIの算出においては、NTTグループ及びソフトバンクグループを各々1社として算出している。

(出所) 総務省資料

### 3. 料金

- (1) ISPサービスの価格水準を考察する指標として、全国の世帯が購入する家計に係る財及びサービスの価格等を総合した物価の変動を時系列的に測定した消費者物価指数（以下「CPI」という。）の推移を参考とする。
- (2) 調査品目の一つである「インターネット接続料（月額プロバイダ利用料）」は、ADSL、FTTHなどのアクセス回線部分とインターネット接続部分との合計の料金となっており、両者を分離することはできない。
- しかしながら、インターネット接続サービスの販売実態が、インターネット接続部分とアクセス回線部分とを一体的に料金設定している場合が多いことを踏まえれば、インターネット接続料のCPIはISPに関する料金水準の分析に対し一定の意味があるといえる。
- (3) 「インターネット接続料」のCPIは、03年1月から月次にて公表されており、これによれば11年1月においては前期との変動はなく、横ばいの状況となっている。

【図表Ⅲ－４９ インターネット接続料の消費社物価指数（05年度基準）の推移】



## 第2節 I S P市場の競争状況の評価

### (1) 単独の事業者による市場支配力

以下の判断要素を総合的に勘案し、単独で市場支配力を行使し得る地位にある事業者は存在しないと評価する。

- ① I S P市場においては、契約数の上位3社のシェアも50%に達しておらず、市場集中度を示すHHIの値も1,500以下となっている(図表Ⅲ-48)。
- ② また、契約者数の事業者別の推移を見ても、NTT系、非NTT系、ベンダー系及びCATV系の4つの事業者区分のシェアを見ても、特にNTT系、非NTT系及びベンダー系の3つの事業者区分の各シェアは拮抗している(図表Ⅲ-47)。
- ③ I S P市場への参入は比較的容易であり、事業者変更のためのスイッチングコストについても、メールアドレスの変更等があるものの、比較的小さいと考えられる。

### (2) 複数の事業者による市場支配力

以下の判断要素を総合的に勘案し、シェア上位の複数の事業者が協調して市場支配力を行使し得る地位にはないと評価する。

- ① (1)で述べたとおり、I S P市場における上位3社シェア及びHHIの水準からは、市場は寡占的な状況にあるとは言えない。
- ② また、I S P市場への参入は比較的容易であり、事業者変更のためのスイッチングコストについても、メールアドレスの変更等があるものの、比較的小さいと考えられる。

### (3) 今後の注視事項

メタル回線から光ファイバへのマイグレーションが進展している中、インターネット接続サービスは回線サービスとセットで提供されるサービスであり、近年特に、「OO with フレッツ」等に見られるように、他事業者によるNTT東西のFTTHを用いたサービス提供が増加していることから、FTTH市場との相互関係についても注視していくことが必要である。



【図表Ⅲ－５０ ＩＳＰ市場における市場集中度とＮＴＴグループのシェア】

画定市場	2010年度の評価結果	
	市場集中度（HHI）	NTTグループのシェア
ISP	1,289	28.7%

注：NTT系事業者をNTTグループとして計上した

【図表Ⅲ－５１ ＩＳＰ市場における市場支配力に関する評価結果】

画定市場	2010年度の評価結果	
	市場支配力の存在	市場支配力の行使
ISP	×	—

（注）◎は「強く存在すること」、○は「存在すること」、△は「協調のみ」又は「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。

# IV 法人向けネットワーク サービス領域

# 目 次

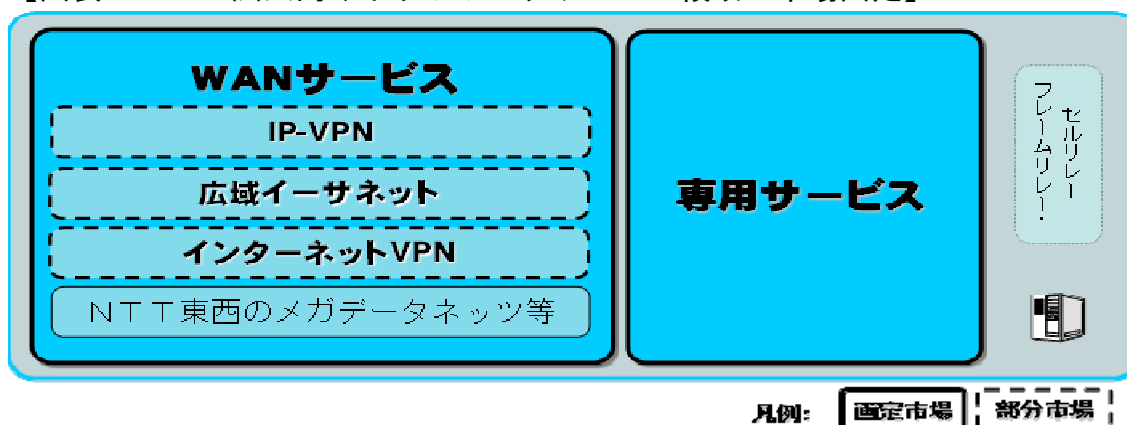
第1章 法人向けネットワークサービス領域の市場画定 .....	1
第2章 WANサービス市場における主要指標の分析及び競争状況の評価.....	4
第1節 主要指標の分析 .....	5
第2節 競争状況の評価 .....	13
第3章 専用サービス市場における競争状況の分析及び評価.....	16
第1節 主要指標の分析 .....	17
第2節 競争状況の評価 .....	23

# 第1章 法人向けネットワークサービス領域の市場画定

## 1. サービス市場の画定

- (1) 法人向けネットワークサービス領域におけるサービス市場の画定については、従来の考え方を引き続き採用し、IP-VPN、広域イーサネット、NTT東西のメガデータネッツ等及びインターネットVPNの各サービスを「WANサービス市場」として画定し、専用サービスについてはその独立性を考慮して、「専用サービス市場」を画定する。
- (2) さらに、「WANサービス」については「IP-VPN」、「広域イーサネット」、「インターネットVPN」の各サービスを部分市場として画定する。ただし、「インターネットVPN」については、データ入手の困難性から分析・評価の対象外とした。
- (3) なお、フレームリレー及びセルリレー<sup>1</sup>については利用度等を考慮し、引き続き市場画定の対象外とした。

【図表Ⅳ－1 法人向けネットワークサービス領域の市場画定】



## 2. 地理的市場の画定

サービス提供事業者のサービス地域を考慮し、地理的市場は全国として画定する。

<sup>1</sup> フレームリレーはデータを可変長の「フレーム」という単位に分割して、また、セルリレーはデータを固定長の「セル」という単位に分割して、送受信するもの。

## 【参考】法人向けネットワークサービス領域における各サービスの概要

### 1. 専用サービス

企業の拠点間等を1対1の直通回線で結ぶ通信サービスの総称。

### 2. IP-VPN (Internet Protocol-Virtual Private Network)

電気通信事業者のIP網を用いて企業の拠点間通信ネットワークを構築するもの。インターネットを経由しないため、インターネットVPNよりも機密性や信頼性に優れているとされる。

### 3. インターネットVPN

インターネットを用いて企業の拠点間通信ネットワークを構築するもの。データを暗号化し、インターネット経由で通信を行う方式で、回線構築の費用が低廉であり、専用線などと比べて低コストで運用が可能。

### 4. 広域イーサネット

企業LANなどで利用されているイーサネット方式を使い、地理的に離れた拠点のLAN同士をつないで企業通信ネットワークを構築するもの。IP以外のプロトコルを利用できる。

### 5. NTT東西のメガデータネッツ等

NTT東西が提供するメガデータネッツ及びフレッツ・オフィス等（「フレッツ・オフィス」、「フレッツ・オフィスワイド」、「フレッツ・グループアクセス」、「フレッツ・グループ」、「フレッツ・VPNゲート」及び「フレッツ・VPNワイド」）のサービスを指す。各サービスの概要は以下のとおり。

#### (1) メガデータネッツ

同一都道府県内における拠点間を1対1接続するもので、1箇所のホストを中心としたセンタ～エンド型の通信網を構築することができる。NTT東西が00年10月に提供開始。

#### (2) フレッツ・オフィス等

##### ① フレッツ・オフィス

NTT東西のフレッツ網に企業ネットワークやサーバを専用線またはイーサネットにより接続し、フレッツアクセスサービス（Bフレッツ、フレッツ・ADSL及びフレッツ・ISDN）を使ってアクセスすることを可能とするサービス。ただし、同一都道府県内に限られ、またフレッツ契約者どうしの通信はできない。NTT東西が00年9月に提供開始。

##### ② フレッツ・オフィスワイド

「フレッツ・オフィス」が同一都道府県内に閉じた通信を提供するのに対し、本サービスは都道府県を越えてNTT東日本のエリア内又はNTT西日

本のエリア内での通信が可能。NTT東西が03年3月に提供開始。

③ **フレッツ・グループアクセス**

NTT東地域のフレッツアクセスサービス（Bフレッツ、フレッツ・ADSL及びフレッツ・ISDN）の利用者同士でグループを構成し、最大30拠点でのグループ内通信を可能とするサービス。NTT東日本が02年3月に提供開始。

④ **フレッツ・グループ**

NTT西日本が提供する上記③と同様のサービス。03年1月に提供開始。

⑤ **フレッツ・VPNゲート**

NTT東西のIP通信網に企業ネットワーク等を接続し、フレッツアクセスサービス（フレッツ・光ネクスト、Bフレッツ、フレッツ・ADSL及びフレッツ・ISDN）を使ってアクセスすることを可能とするサービス。ただし、フレッツ契約者どうしの通信はできない。NTT東西が08年3月に提供開始。

⑥ **フレッツ・VPNワイド**

NTT東西のフレッツアクセスサービス（フレッツ・光ネクスト、Bフレッツ、フレッツ・ADSL及びフレッツ・ISDN）を利用して最大1000拠点を結ぶネットワークの構築を可能とするサービス。NTT東西をまたぐ通信や、フレッツ・光ネクスト提供エリア内であればサーバ等の接続も可能。NTT東西が08年8月に提供開始。

## 第2章 WANサービス市場における主要指標の分析及び競争状況の評価

### 要旨

1. WANサービス市場の契約数は11年3月末時点においてWANサービス全体で96.5万（対前年比5.9%増）となっており、各サービスとも引き続き拡大。
2. 市場支配力に関しては、WANサービス市場におけるシェア第1位のNTT東西のシェアは37.3%、第2位のNTTコミュニケーションズは23.0%、第3位のKDDIは16.7%となっており、シェア上位の事業者が拮抗。  
これらの事業者の協調によって市場支配力を有する可能性があるものの、電気通信事業法の規制や競争事業者による競争圧力により市場支配力の行使の可能性は低い。
3. WANサービス市場におけるNTTグループのシェアは高い水準を維持しており、NGNを活用したWANの提供状況を含め、NTTグループの市場支配力の行使の可能性等について、引き続き注視する必要がある。  
また、11年3月11日の震災後、法人ユーザーによるデータセンタ、クラウドサービスに対する需要が高まってきており、WANサービスの利用が拡大することも想定されることから、今後の動向を注視していく必要がある。

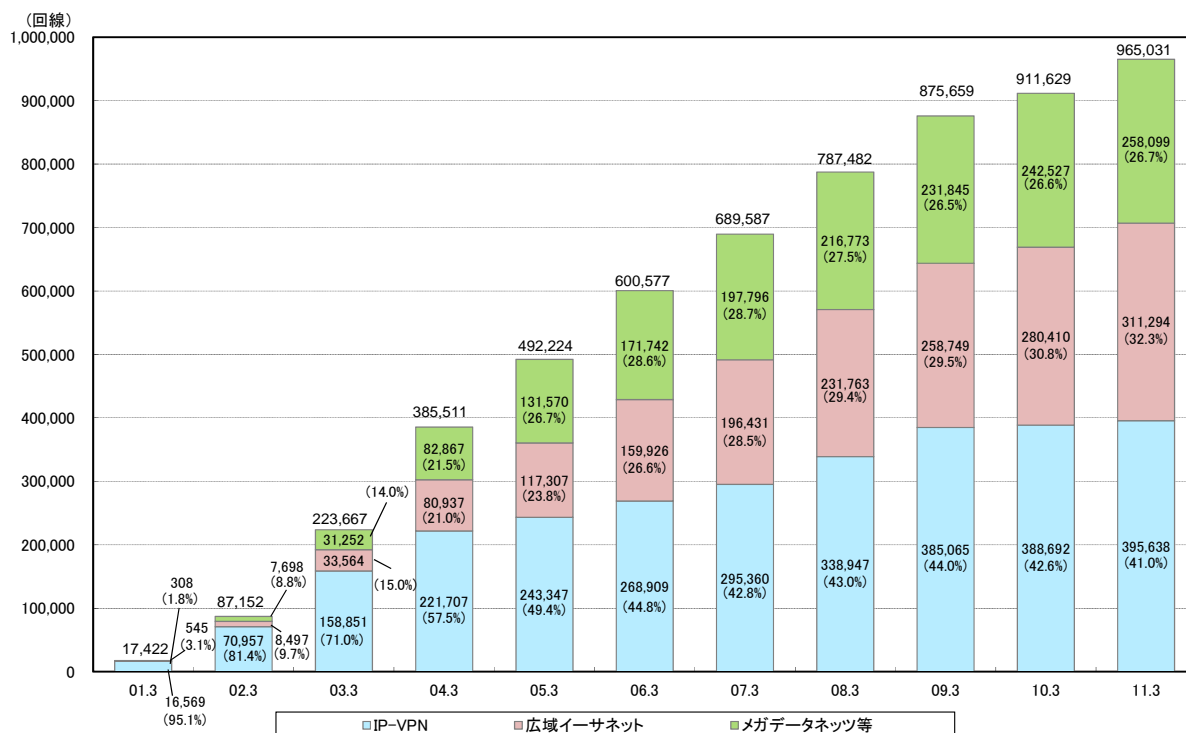
- (1) 本章では、「WANサービス市場」について主要指標の分析を行い、その結果も踏まえて、競争状況の評価を行う。
- (2) 具体的には、
  - ① WANサービス市場における主要指標として、
    - (イ) 市場の規模（契約数、各サービス毎の契約数構成比等）
    - (ロ) 契約数における事業者別シェア及び市場集中度（上位3社シェア、H I I）
    - (ハ) 料金について分析を行う。
  - ② これらの分析結果も踏まえ、以下の点について競争状況の評価を行う。
    - (イ) 単独又は複数の事業者による市場支配力の存在の有無
    - (ロ) 上記市場支配力の存在が認められる場合には、その行使の有無
    - (ハ) 今後の注視事項
- (3) なお、11年3月11日に発生した東日本大震災により、宮城県、岩手県及び福島県の被災地に関する主要指標の数値（11年3月末）については、各サービス提供事業者からの暫定的な報告値を使用している。

## 第1節 主要指標の分析

### 1. 市場の規模(契約数、各サービス毎の契約数構成比等)

WANサービス<sup>2</sup>の契約数の推移を見ると、各サービスとも引き続き拡大しており、11年3月末時点において全体で96万を超えている。

【図表Ⅳ-2 WANサービスの契約数及びサービス毎の構成比の推移】



(出所) 総務省資料

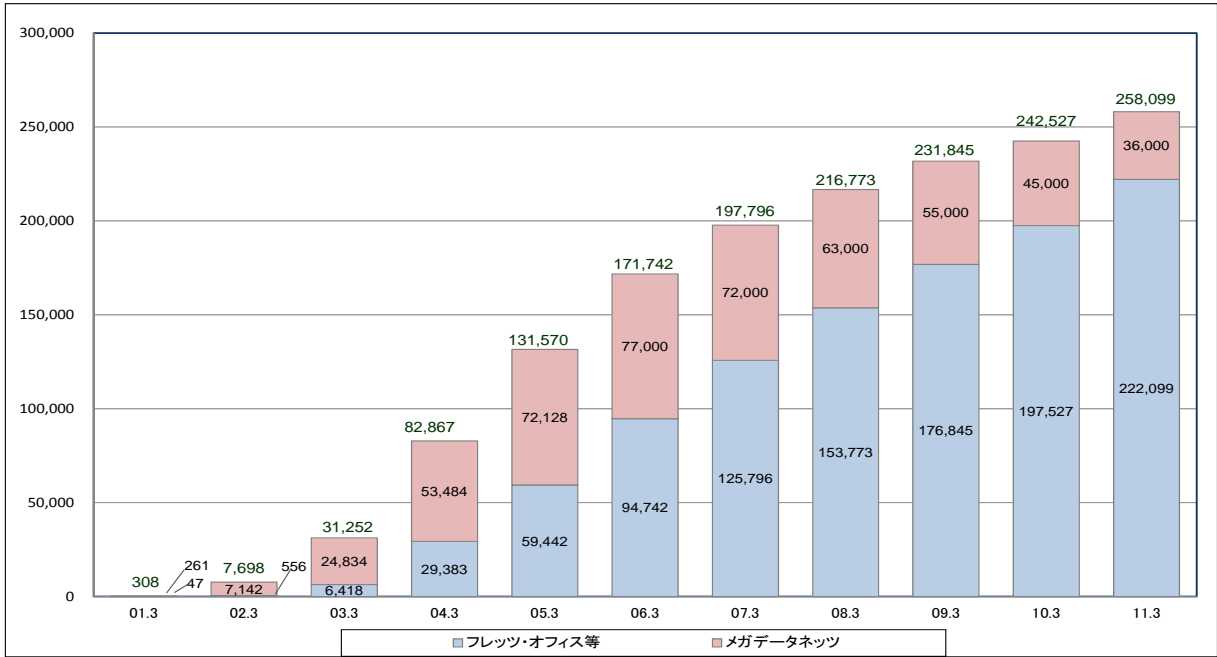
(注) 「メガデータネット等」とは、NTT東西が提供する、メガデータネット、フレッツ・オフィス、フレッツ・オフィスワイド、フレッツ・グループアクセス、フレッツ・グループ、フレッツ・VPNゲート(08年3月より提供)及びフレッツ・VPNワイド(08年8月より提供)の各サービスを指す。

<sup>2</sup>本章の第1節及び第2節において「WANサービス」という場合、インターネットVPNは除いている。また、本年度からメガデータネット等にフレッツVPNゲート及びフレッツVPNワイドを含めており、そのため、09年3月にさかのぼってデータを修正している。



【図表Ⅳ－3 メガデータネット等の各サービス別の契約数の推移】

(単位：契約)



(注) フレッツ・オフィス等の契約数はNTT東西の「フレッツ・オフィス」、「フレッツ・オフィスワイド」、「フレッツ・グループアクセス」、「フレッツ・グループ」「フレッツ・VPNゲート」及び「フレッツ・VPNワイド」を合計したもの。

(出所) 総務省資料

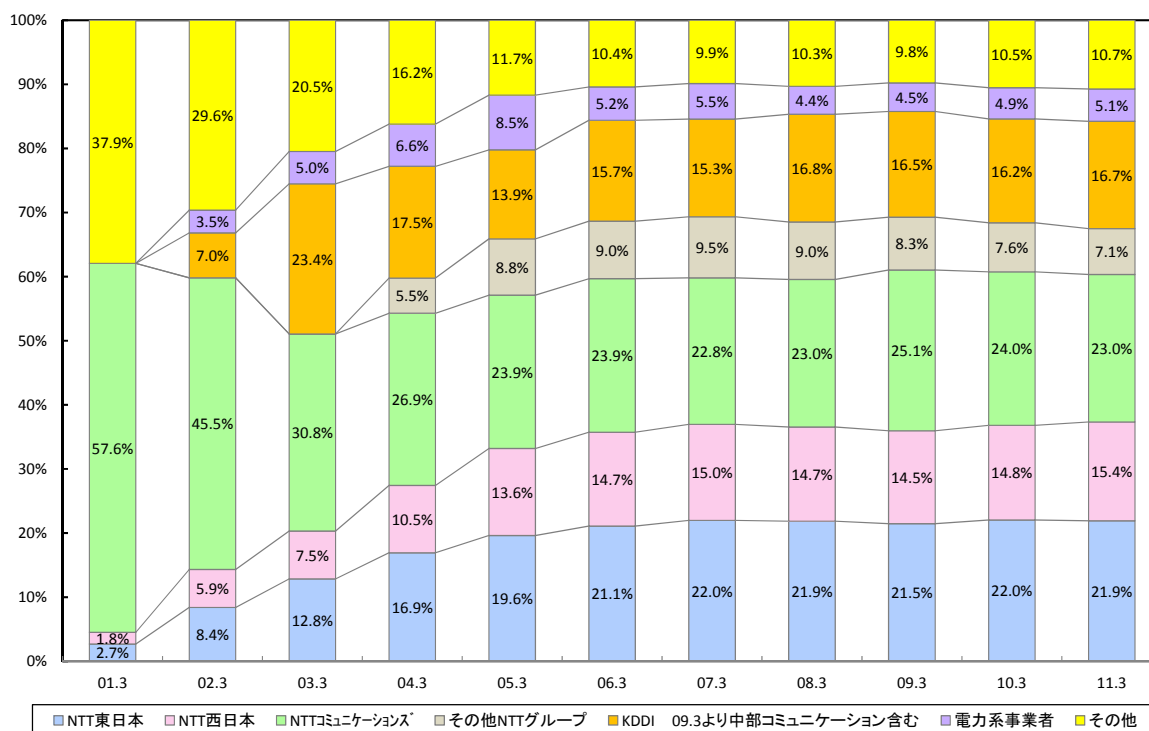
## 2. 契約数における事業者別シェア及び市場集中度

### (1) 契約数における事業者別シェア

#### ① WANサービス市場

事業者シェアの推移を見ると、01年3月末以降07年3月末まで増加を続けていたNTT東西のシェアはその後ほぼ横ばいとなっており、11年3月末で37.3%（対前年比0.5ポイント増）となっている（図表IV-4）。

【図表IV-4 WANサービスの事業者別シェアの推移】



(出所) 総務省資料

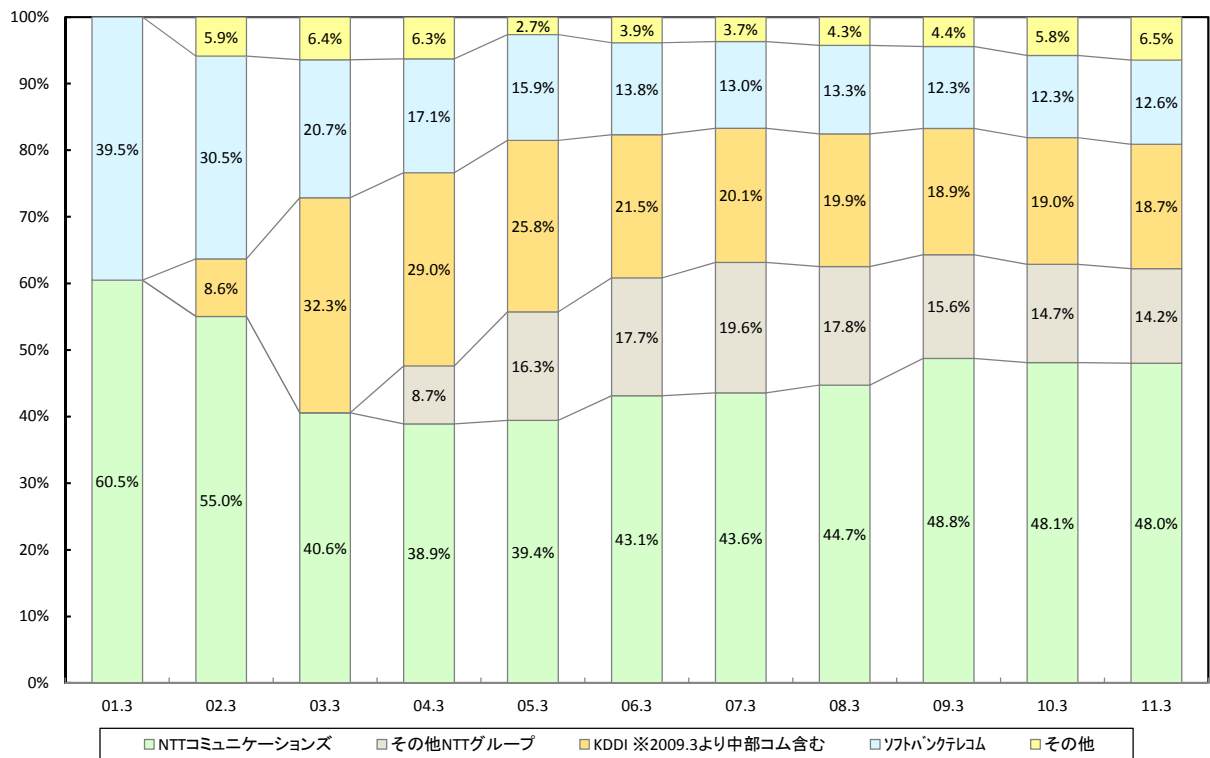
## ② IP-VPN市場

(イ) IP-VPN市場における事業者シェアの推移を見ると、シェア1位のNTTコミュニケーションズのシェアは、05年3月末以降増加を続けていたが、10年3月末以降横ばいとなっている（図表Ⅳ-5）。

その他、KDDIは18.7%（対前年比0.3ポイント減）、ソフトバンクテレコムは12.6%（対前年比0.3ポイント増）となっており、全体的に各事業者のシェアは横ばい傾向にある。

(ロ) また、NTTグループ全体のシェアについても、概ね横ばい傾向にあり、11年3月末時点で62.2%（対前年比0.6ポイント減）となっている。

【図表Ⅳ-5 IP-VPNの事業者別シェアの推移】

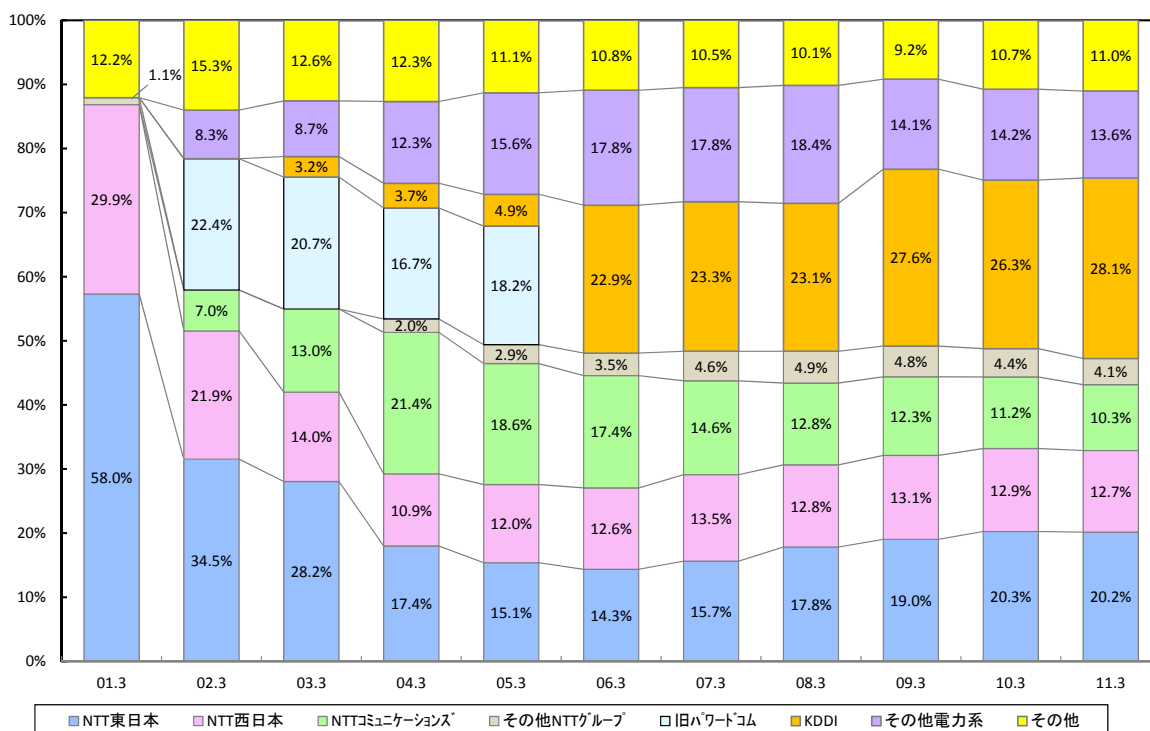


(出所) 総務省資料

### ③ 広域イーサネット市場

- (イ) 広域イーサネット市場における事業者別シェアの推移を見ると、01年3月末以降減少傾向が続いていたNTT東西のシェアは、07年3月末から増加に転じていたが、11年3月末では32.9%（対前年比0.3ポイント減）に減少している（図表Ⅳ-6）。
- (ロ) また、NTTグループ全体では11年3月末には47.3%（対前年比1.5ポイント減）となっており、減少に転じている。
- (ハ) KDDIは05年10月の旧パワードコムとの合併によりシェアが一時的に大幅に増加した後、減少傾向となっていたが、08年4月には中部テレコミュニケーションより株式の一部譲渡を受け、同社の契約数をKDDIの契約数として集計することとなった結果、09年3月にはシェアを大きく伸ばし、11年3月末時点で28.1%（対前年比1.8ポイント増）とシェアを拡大している。

【図表Ⅳ-6 広域イーサネットの事業者別シェアの推移】



(出所) 総務省資料

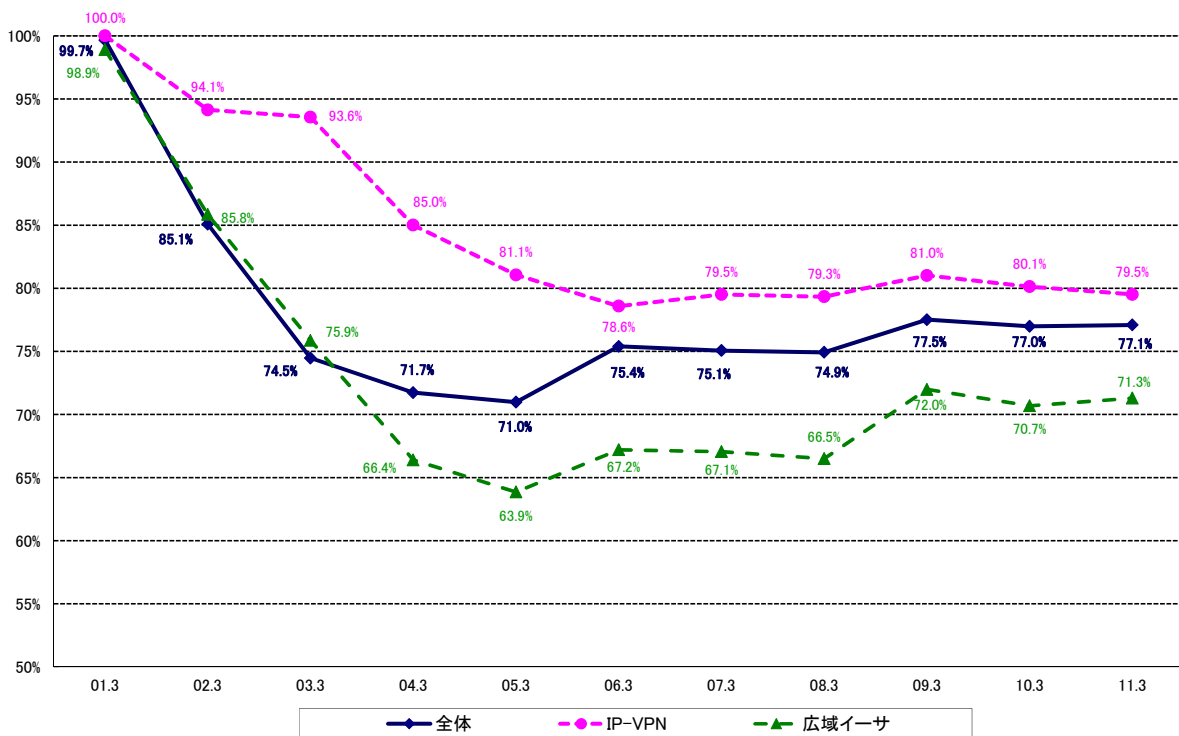
## (2) 市場集中度（上位3社シェア、HHI）

### ① 上位3社シェア

WANサービス市場の上位3社（NTT東西、NTTコミュニケーションズ及びKDDI）のシェアは06年3月末に上昇した後はほぼ横ばいとなっており、11年3月末には77.1%となっている。

また、IP-VPN及び広域イーサネットの各部分市場についても、09年3月以降ほぼ横ばいとなっている。

【図表Ⅳ-7 WANサービスの上位3位シェアの推移】



(注1) NTT東西は1社としてシェアを算出。

(注2) 全体は、「IP-VPN」、「広域イーサネット」及び「メガデータネット等」を合算したもの。

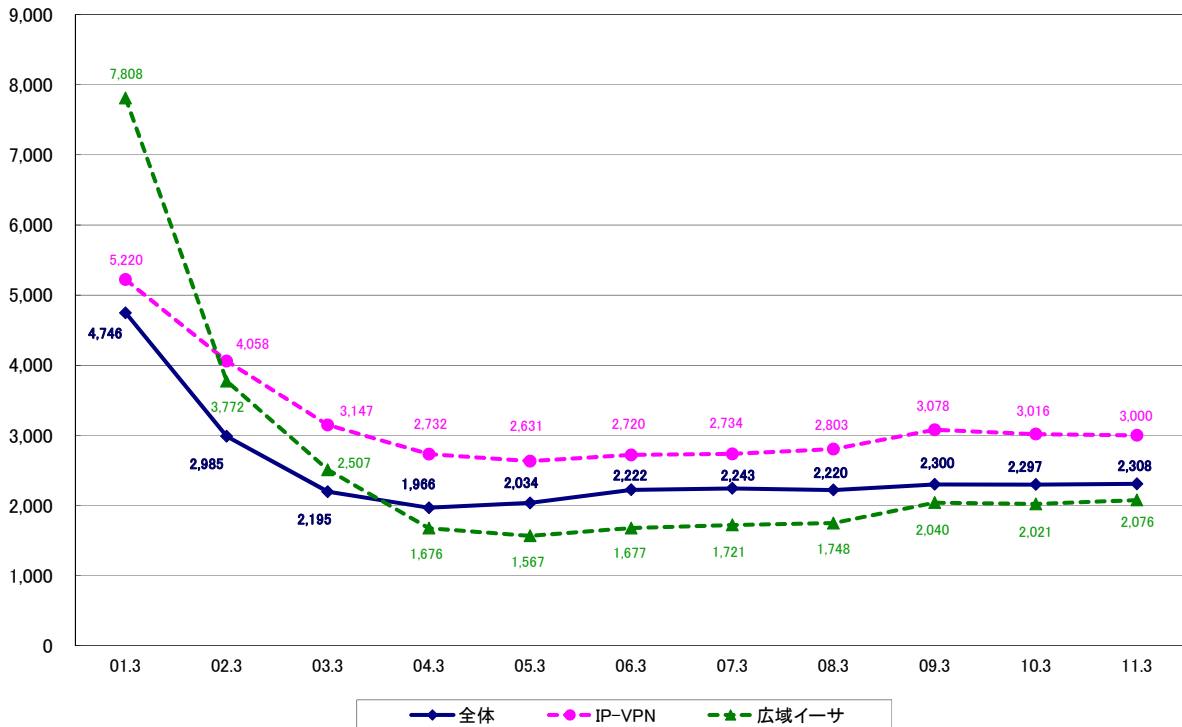
(出所) 総務省資料

## ② HHI

WANサービス市場におけるHHIは減少傾向にあったが、04年3月末以降に緩やかな増加に転じた後、06年3月末以降ほぼ横ばいで推移しており、11年3月末で2,308となっている。

また、部分市場であるIP-VPN市場、広域イーサネット市場についても、ほぼ横ばいの傾向が続いている。

【図表Ⅳ－8 WANサービスにおけるHHIの推移】



(注1) NTT東西は1社としてHHIを算出。

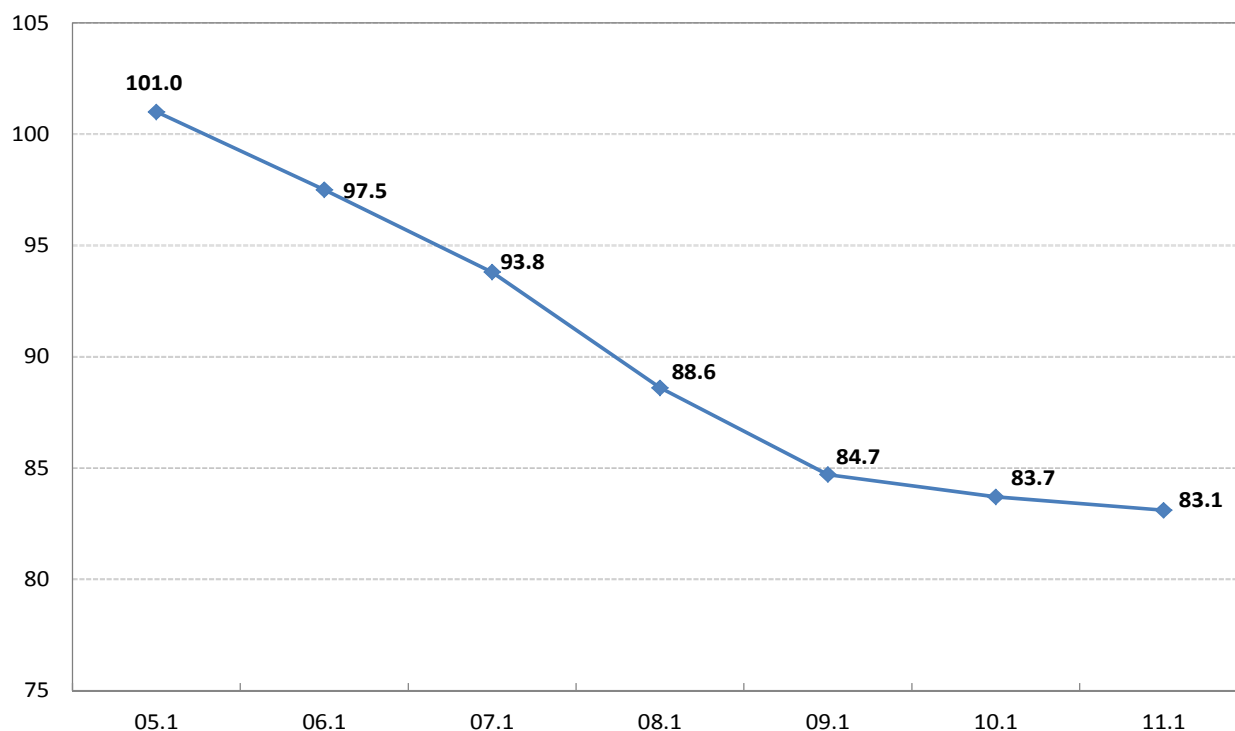
(注2) 全体は、「IP-VPN」、「広域イーサネット」及び「メガデータネット等」を統合してHHIを算出したもの。

(出所) 総務省資料

### 3. 料金

WANサービスに関しては、実際に提供されている料金の推移等を把握することは困難であるが、日本銀行より「2005年基準 企業向けサービス価格指数<sup>3</sup>」の一部として、IP-VPNと広域イーサネットを対象とする「WANサービス<sup>4</sup>」の価格指数が公表されており、料金水準の推移の傾向として参考になると考えられる。これによると、「WANサービス」の価格指数は下落傾向が続いている。

【図表Ⅳ－9 WANサービスの企業向けサービス価格指数の推移】



(出所) 日本銀行「企業向けサービス価格指数」より作成

<sup>3</sup> 「企業向けサービス価格指数」とは、企業間で取引される「サービス」の価格に焦点を当てた物価指数であり、指数の対象となっているサービスの価格に、各々のサービスの重要度(ウエイト)を掛け合わせ、集計することにより作成した物価指数である。価格は、サービスの代表的な価格を個別に調査することにより入手し、ウエイトは、指数の対象となっている企業間取引額から算出している。指数は、個別に調査したサービスの代表的な価格をそれぞれ指数化し、ウエイトで加重平均することにより作成している。なお、詳細は「企業向けサービス価格指数の解説」(日本銀行)参照。

<sup>4</sup> 2000年基準指数においては、一定のIP-VPN及び広域イーサネットのほか、企業向けのインターネット接続サービスが含まれる「固定データ伝送」の価格指数が公表されていたが、2000年基準指数については、2009年9月公表分を最後に作成が取りやめられている。

## 第2節 WANサービス市場における競争状況の評価

### 1. 単独の事業者による市場支配力

以下の判断要素を総合的に勘案し、WANサービス市場においては、単独で市場支配力を行使し得る地位にある事業者は存在しないと評価する。

(1) WANサービス市場におけるシェア第1位のNTT東西のシェアは11年3月末で37.3%（対前年比0.5ポイント増）となっており、08年3月末からほぼ横ばいで推移している（図表IV-4）。

第2位のNTTコミュニケーションズは23.0%（対前年比1.0ポイント減）、第3位のKDDIは16.7%（対前年比0.5ポイント増）と、シェアとしては拮抗しているものと判断できる。

(2) WANサービスの契約数は依然増加傾向にあり、市場全体の規模が拡大している中、シェアの変動幅は徐々に小さくなってきているものの、シェア獲得競争は引き続き行われているものと考えられる。

(3) 一方で、WANサービス市場においてシェア第2位のNTTコミュニケーションズはIP-VPN市場でシェア48.0%（第1位）を占め、第3位のKDDIも2割弱のシェアを獲得していることから、第2位以下の事業者も十分な競争力を有すると判断できる。

### 2. 複数の事業者による市場支配力

#### (1) 市場支配力の存在

以下の判断要素を総合的に勘案し、NTTグループの複数の事業者が、協調的寡占体制の下で市場支配力を行使し得る地位にあると評価する。

① WANサービスにおける上位3社シェア（NTT東西、NTTコミュニケーションズ及びKDDI）は11年3月末時点で77.1%、HHIが2,308と寡占的な状態にある。

② 上位2社はともにNTT系の事業者であり、資本関係の結びつきが認められ、さらにその他のNTTグループの事業者も含めると7割近くのシェアを占めており、グループとしての総合的な事業能力が発揮される可能性がある。



## (2) 市場支配力の行使

WANサービス市場においては、シェア上位の複数の事業者が協調して市場支配力を行使する可能性は低いと評価する。

- ① 電気通信事業法の規定に基づき、シェア2位のNTTコミュニケーションズは、NTT東西との関係において特定関係事業者として、一定のファイアウォール規制<sup>5</sup>が適用されているほか、WANサービスの足回りにも利用されるNTT東西が提供する加入者系光ファイバの接続料に対して規制が適用されている。
- ② WANサービス市場における提供事業者数は広域イーサネットが約30社、IP-VPNが約20社となっており、一定の競争圧力が存在していると考えられる。

## 3. 今後の注視事項

- (1) WANサービス市場においては、法人ユーザーが自社ネットワークの構築のため、セキュリティやコストを勘案した上でサービスを自由に選択できる状況にある一方、サービスの性質上、一度特定の事業者と加入契約をしてしまうと、スイッチングコストがかかるため、事業者を変更するインセンティブが働かず、ユーザーが固定化してしまう可能性がある点に注意が必要である。

このような中、WANサービス市場においては、NTTグループのシェアは高い水準を維持しており、NGNを活用したWANサービスの提供状況も含め、NTTグループの協調による市場支配力の保有・行使の可能性等について、引き続き注視する必要がある。

- (2) また、11年3月11日の東日本大震災後、法人ユーザーによるデータセンター、クラウドサービスに対する需要が高まってきており、WANサービスの利用が拡大することも想定されることから、今後の動向を注視していくことが必要である。

---

<sup>5</sup>第一種指定電気通信設備を設置する電気通信事業者(NTT東西)について、当該設備の強いボトルネック性・独占性にかんがみ、公正競争を確保する観点から、特定関係事業者(NTTコミュニケーションズ)との間において、役員兼任を禁止するとともに、接続や電気通信業務に関連した周辺的な業務についても特定関係事業者と比して不公平な取扱いを原則禁止している(電気通信事業法31条)。

【図表Ⅳ－１０ WANサービス市場における市場集中度とNTTグループのシェア】

画定市場	2010年度の評価結果	
	市場集中度（HHI）	NTTグループのシェア
WANサービス	2,308	67.4%

【図表Ⅳ－１１ WANサービス市場における競争状況の評価結果】

画定市場	2010年度の評価結果	
	市場支配力の存在	市場支配力の行使
WANサービス	△ (協調のみ)	× (低)

(注) ◎は「強く存在すること」、○は「存在すること」、△は「協調のみ」又は「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。

### 第3章 専用サービス市場における競争状況の分析及び評価

#### 要旨

1. 専用サービスの契約数の推移を見ると、市場全体としてはここ10年で見ればほぼ横ばい。サービス別で見ると、高速デジタル伝送サービスの割合の減少、IPルーティング網専用サービスの増加が顕著。  
契約数における事業者別シェアの推移を見ると、NTT東西のシェアは10年3月末時点で91.9%となっており、依然高いシェア。  
一方、主として他の電気通信事業者の足回り回線として供される接続専用回線の契約数を除いた専用サービス市場の契約数は減少が続いており、10年3月末で8.3万となっており、NTT東西のシェアは43.5%となっている。
2. 市場支配力に関しては、専用サービス市場ではNTT東西は単独で市場支配力を行使し得る地位にある。しかし、専用サービス市場が横ばい傾向にある一方、WANサービスの高品質化や料金の低廉化による隣接市場のWANサービス市場からの競争圧力が強まっていることから、NTT東西が専用サービス市場で市場支配力を行使する可能性は低い。
3. なお、電気通信事業者が保有する加入者系ダークファイバ等の回線を他の電気通信事業者に足回り回線として提供する専用サービスである「接続専用回線サービス」の扱いについては、企業向けに提供される専用サービスとはサービス内容やサービスの提供対象が異なることから、分析、評価方法について検討が必要である。

(1) 本章では、「専用サービス市場」について主要指標の分析を行い、その結果も踏まえて競争状況の評価を行う。

(2) 具体的には、

① 「専用サービス市場」における主要指標として、

(イ) 市場の規模（契約数、各サービス毎の契約数構成比等）

(ロ) 契約数における事業者別シェア及び市場集中度（上位3社シェア、H I I）

(ハ) 料金

について分析を行う。

② これらの分析結果も踏まえ、以下の点について競争状況の評価を行う。

(イ) 単独又は複数の事業者による市場支配力の存在の有無

(ロ) 上記市場支配力の存在が認められる場合には、その行使の有無

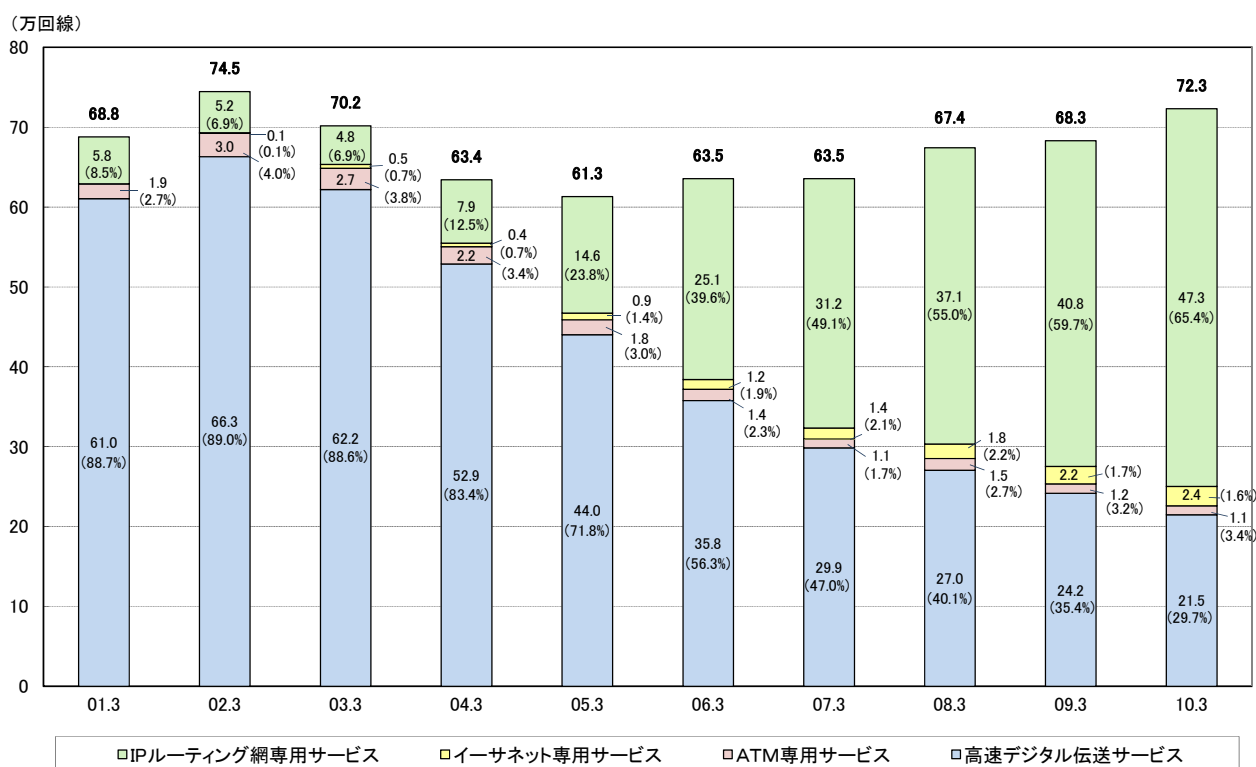
(ハ) 今後の注視事項

## 第1節 主要指標の分析

### 1. 市場の規模(契約数、各サービス毎の契約数構成比等)

- ① 専用サービスの契約数は10年3月末で72.3万となっており、市場全体としてはここ10年で見てもほぼ横ばいとなっている(図表Ⅳ—12)。
- ② 各サービス別の専用サービス全体の契約数に占める比率を見ると、高速デジタル伝送サービスの割合の減少が顕著となっており、10年3月末時点で全体の約3割に減少している一方、IPルーティング網専用サービスは全体の約7割近くを占めており、その伸びが著しい。
- ③ 上記のサービスは、他の電気通信事業者の足回り回線用の「接続専用回線<sup>6</sup>」として提供されることも多い。このため、接続専用回線を除いた契約数(図表Ⅳ—13)で見ると減少が続いており、10年3月末時点で8.3万と専用回線全体の1割程度となる。

【図表Ⅳ—12 専用サービスの各サービス別の契約数及び構成比の推移】

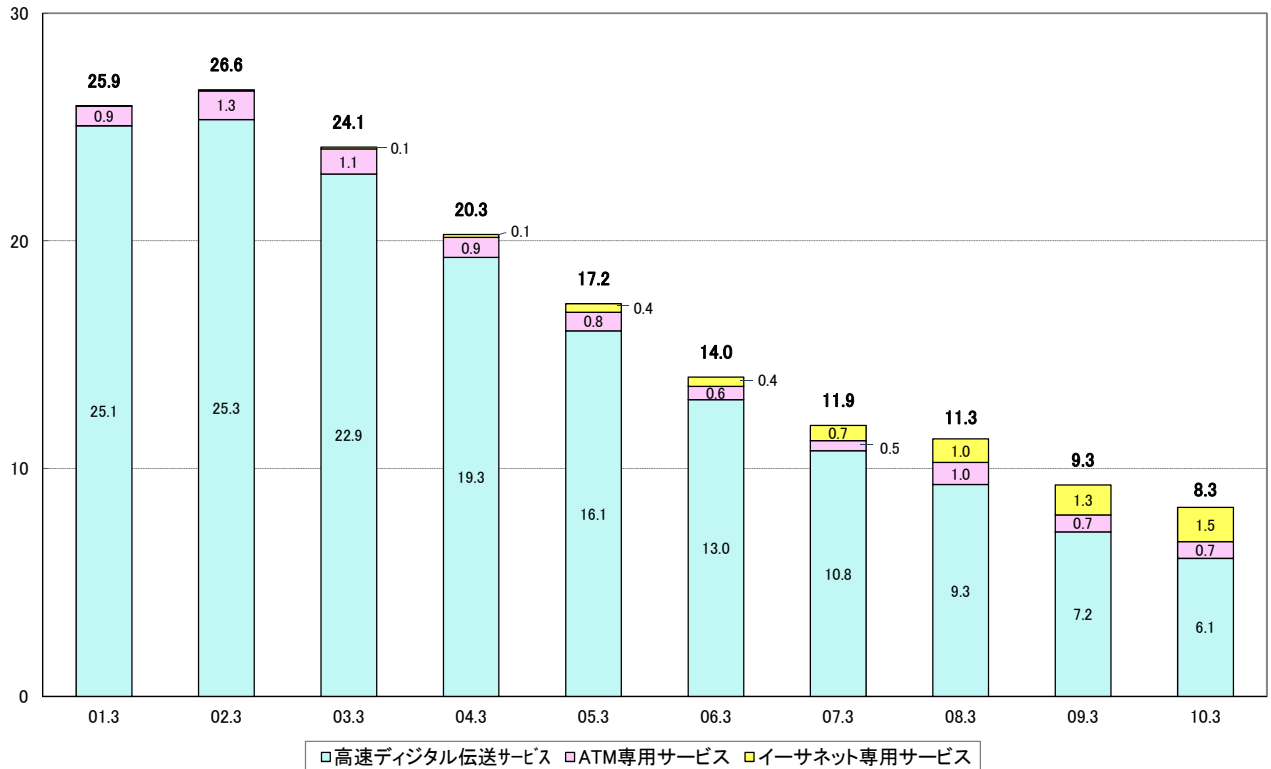


(出所) 総務省資料

<sup>6</sup>少なくともその一端が他の事業者との相互接続点において終端する専用回線。例えば、A社の専用サービス等を利用するために相互接続点までのアクセスにB社の専用サービスを利用する、という場合の後者のこと。NTT東西の加入者系ダークファイバなどが代表的。

【図表Ⅳ—13 接続専用回線を除く専用サービスの各サービス別の契約数の推移】

(万回線)



※07年3月以前のデータについては、集計ミスが含まれる可能性がある。

(出所) 総務省資料

【参考】 専用サービス市場における各サービスの概要

1. IPルーティング網専用サービス

ユーザー宅から収容局の相互接続点までを結ぶ常時接続型のアクセス回線サービス（例：ダークファイバ）。

2. 高速デジタル伝送サービス

主にSTM方式（同期転送モード：1本の回線を複数の論理回線（チャンネル）に分割して同時に通信を行う方式）を採用した専用サービス。

3. イーサネット専用サービス

複数のLANをイーサネットインターフェースで直接接続することが可能なイーサネット方式による専用サービス。

4. ATM専用サービス

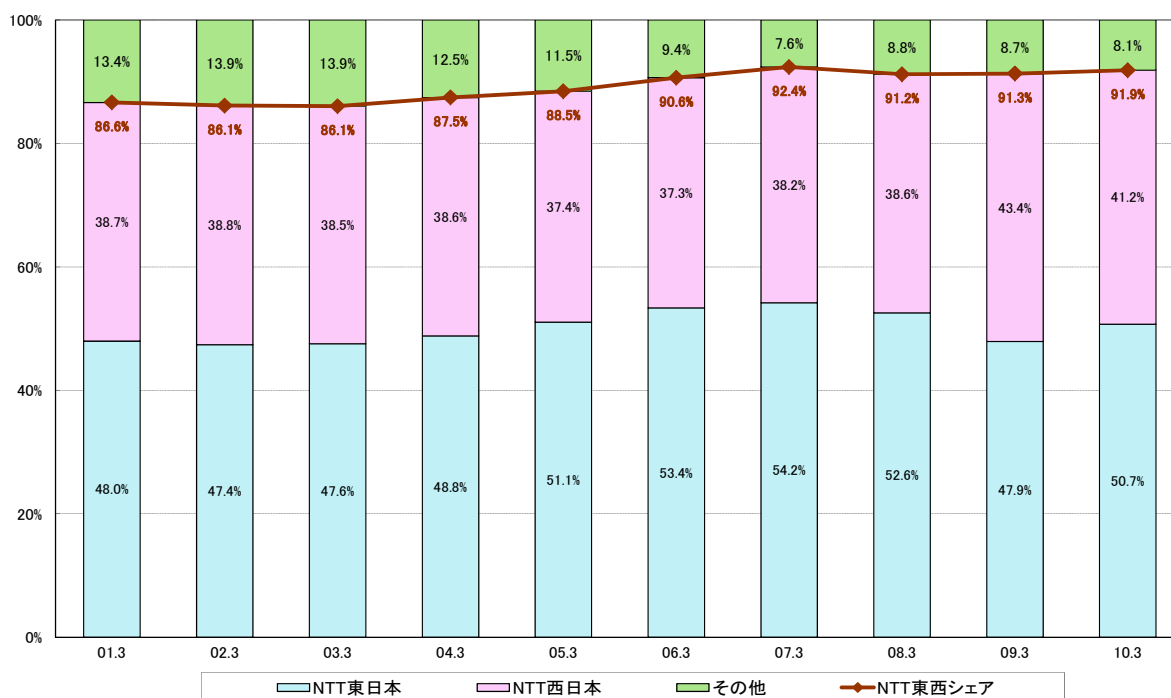
ATM方式（非同期転送モード：音声、データ、映像等、情報量や通信速度の異なる情報を「セル」に分割して転送する方式）を採用した専用サービス。

## 2. 契約数における事業者別シェア及び市場集中度（上位3社シェア、HHI）

### (1) 契約数における事業者別シェア

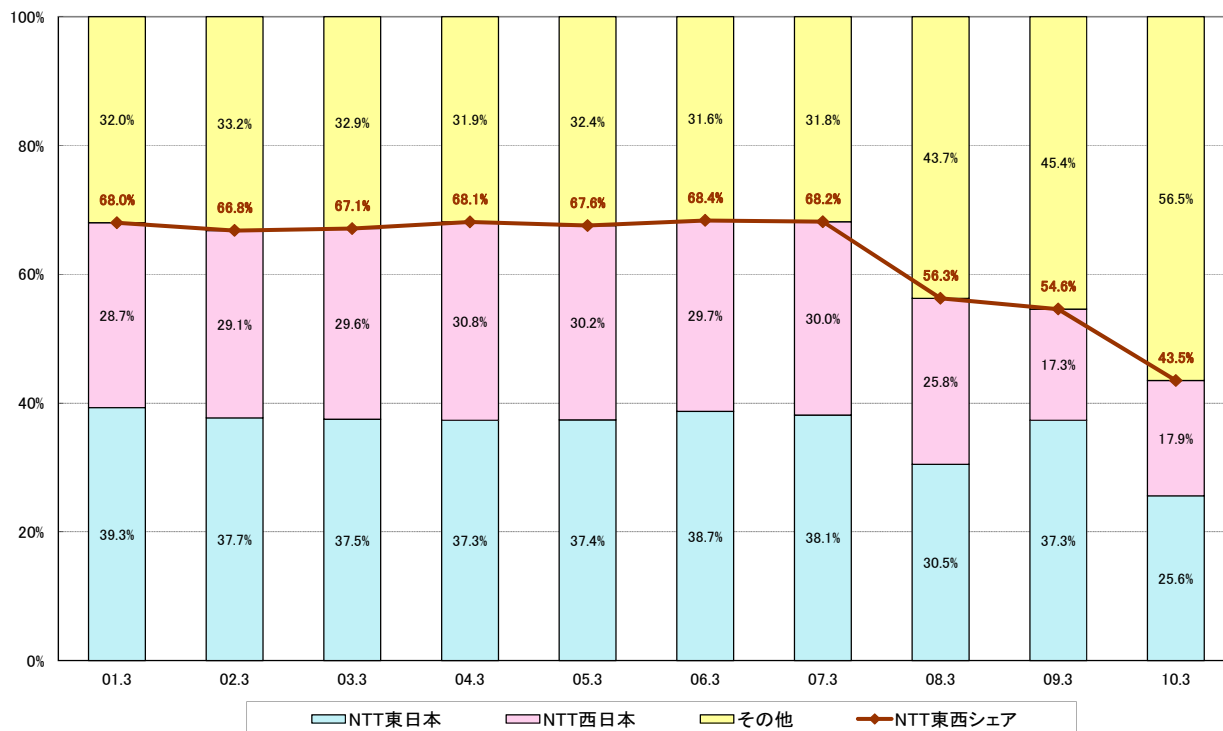
- ① 契約数における事業者別シェアは、NTT東西合わせて10年3月末には91.9%（対前年比0.6ポイント増）と高いシェアを占めており、ほぼ独占的な状況が続いている（図表Ⅳ－14）。
- ② 接続専用回線を除いた契約数においては、NTT東西のシェアは10年3月末で43.5%となっている（図表Ⅳ－15）。

【図表Ⅳ－14 専用サービスの契約数における事業者別シェアの推移】



(出所) 総務省資料

【図表Ⅳ－１５ 接続専用回線を除く専用サービスの契約数の事業者別シェアの推移】



※07年3月以前のデータについては、集計ミスが含まれる可能性がある。

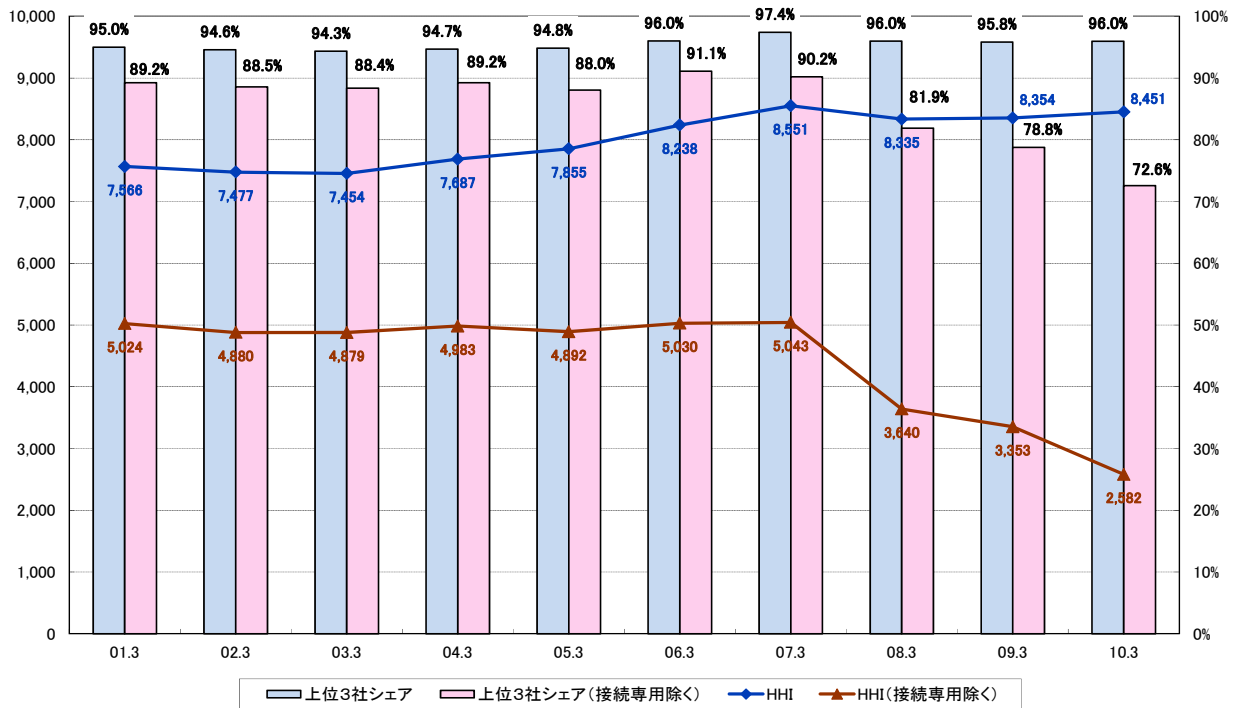
(出所) 総務省資料

### (3) 市場集中度（上位3社シェア、HHI）

専用サービスの上位3社シェアは近年、高い水準で横ばいとなっている。また、HHIは10年3月末時点で8,451となった。

なお、接続専用回線の契約数を除く場合、上位3社シェアは72.6%、HHIは2,582である。

【図表Ⅳ－16 専用サービスの上位3社シェア及びHHIの推移】



※07年3月以前のデータについては、集計ミスが含まれる可能性がある。

(出所) 総務省資料



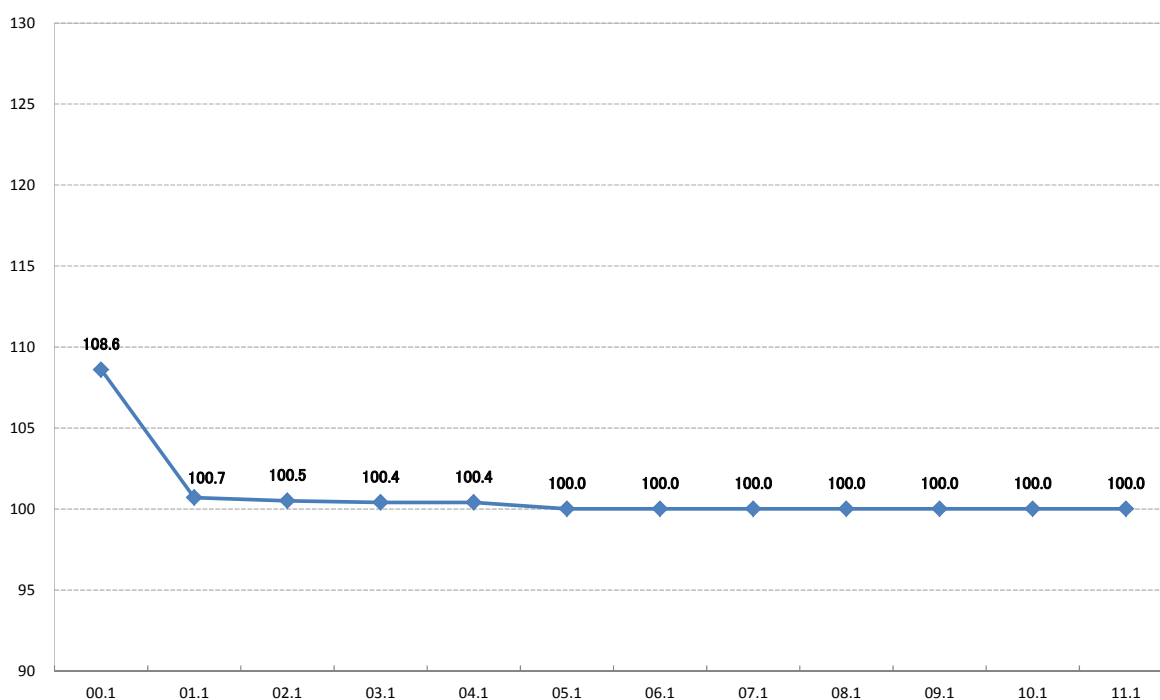
### 3. 料金

専用サービスに関しては、ボリュームディスカウント等による相対料金で提供される場合も多く、実際に提供されている料金の推移等を把握することは困難であるが、日本銀行より公表されている「2005年基準 企業向けサービス価格指数」の「専用線」の価格指数が公表されている。

この指数は、一般専用サービス等の料金も考慮されており、本章の専用サービス市場の範囲と完全に一致はしていないが、一般的な料金水準の推移の傾向として参考となる。

これによると、2005年以降の「専用線」の価格指数は横ばいとなっている。

【図表Ⅳ－17 専用線の企業向けサービス価格指数の推移】



(出所) 日本銀行「企業向けサービス価格指数」より作成

## 第2節 専用サービス市場における競争状況の評価

### (1) 単独の事業者による市場支配力

#### ① 市場支配力の存在

以下の判断要素を総合的に勘案し、専用サービス市場において、NTT東西は単独で市場支配力を行使し得る地位にあると評価する。

- (イ) 専用サービスの契約数のNTT東西のシェアは10年3月末時点で91.9%であり、接続専用回線を除く専用サービスの契約数のNTT東西のシェアは43.5%である。
- (ロ) NTT東西は、契約数において大きな市場シェアを占めているだけではなく、設備面でも引き続きシェアが大きい。11年3月末時点で、メタルと光ファイバ等を合わせた加入者回線数における設備シェアは86.3%、光ファイバのみを見ても77.2%、メタルのみを見ると99.9%である。
- (ハ) 競争事業者がサービスを提供する際に、NTT東西の設備を借り受けることが必要な場合があり、この設備利用に対する各種手続等を通じて、競争事業者に影響を与えることが可能である。

#### ② 市場支配力の行使

以下の判断要素を総合的に勘案し、専用サービス市場において、現行の規制や市場の環境下ではNTT東西が単独で市場支配力を行使する可能性は低いと評価する。

専用サービス市場の規模（契約数）が横ばい傾向にあるところ、サービスの高品質化や料金の低廉化により市場規模の拡大を続けているWANサービス市場からの競争圧力が強まっている。

そのため、専用サービスの価格を引き上げれば、WANサービスへの顧客流出を加速化する可能性が徐々に大きくなっている。

### (2) 今後の注視事項

専用サービス市場の契約数はほぼ横ばいである一方、接続専用回線を除く専用サービスの減少が続いているが、現段階において、大きく競争状況を変化させる要素はないものと考えられる。

他方、電気通信事業者が保有するダークファイバ等を他の電気通信事業者に提供する専用サービスの「接続専用回線サービス」の扱いについて、一般の企業向けに提供される専用サービスとは、サービス内容やサービスの提供対象が異なることから、分析、評価方法について検討が必要であると思われる。

【図表Ⅳ－１８ 専用サービス市場における市場集中度とNTTグループのシェア】

画定市場	2010年度の評価結果	
	市場集中度（HHI）	NTT東西のシェア
専用サービス	8,451	91.9%

【図表Ⅳ－１９ 専用サービス市場における市場支配力に関する評価結果】

画定市場	2010年度の評価結果	
	市場支配力の存在	市場支配力の行使
専用サービス	◎ (単独)	× (低)

(注) ◎は「強く存在すること」、○は「存在すること」、△は「協調のみ」又は「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。

## 第2編 戦略的評価

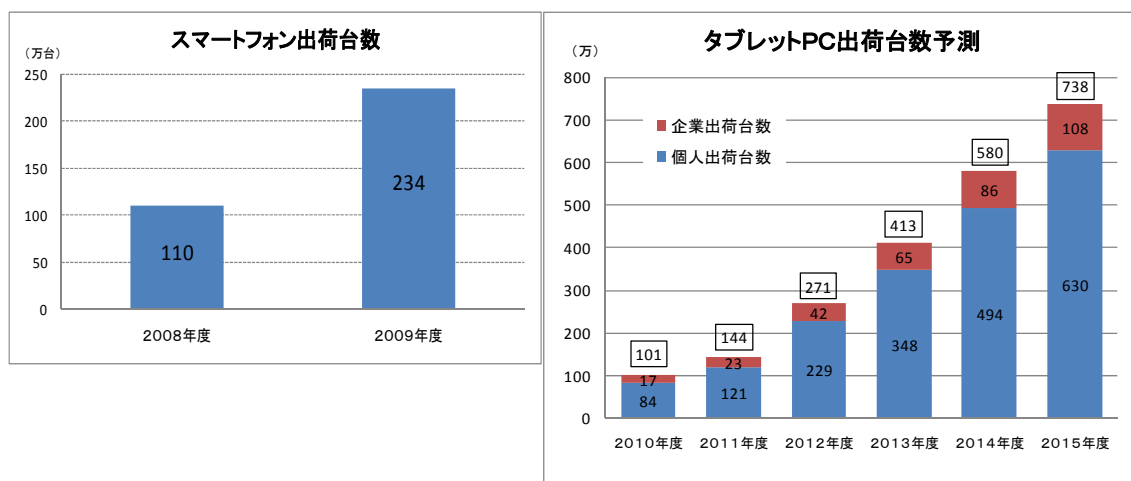
(携帯電話端末、スマートフォン、タブレットPCの  
需要代替性の調査)

# 第1章 本評価の目的

## 1. 分析の背景

(1) 近年、移動体通信市場を巡る環境は著しく変化してきており、無線の高速ブロードバンド化に伴い、端末の高機能化及び多様化、コンテンツ・アプリケーション、プラットフォームの豊富なサービスの登場などを背景として、従来の通信事業者等のビジネスモデルも大きく様変わりしてきている。

特に、端末については、ここ数年、従来の携帯電話端末に加え、スマートフォン、タブレットPCといった端末が次々と市場に登場し、急速に普及しつつある。



(出所) スマートフォン出荷台数：株式会社MM総研2010年4月22日ニュースリリースをもとに総務省作成

タブレットPC出荷台数予測：モバイルコンピューティング推進コンソーシアム2010年11月26日

報道発表資料をもとに総務省作成

(2) 総務省では、昨年度(09年度)の戦略的評価において「電気通信サービスに係る消費者選好の変化に関する経時的分析」を行ったところであるが、同分析結果によれば、FTTHと3Gの携帯電話の両方を利用している者の割合が05年度には10%であったのに対し、09年度には56%に増加している。

今後、移動系のブロードバンド化が進展するとともに、端末の中心的な存在となると考えられるスマートフォン、タブレットPCの動向を把握することは、移動体通信サービス市場の競争評価にとって極めて重要であると考えられる。

(3) このような観点から、最近、注目され始めているスマートフォン、タブレットPCについて、従来の携帯電話端末を含め、移動体通信端末における消費者選好の分析を行うこととする。

## 2. 分析の方法

(1) 本評価では、従来の携帯電話端末、スマートフォン、タブレットPCの各移動体通信端末について、利用者がどの程度違いがあるものとして捉えているかについて把握するために、需要代替性による分析を行う。

(2) 具体的には、利用者に対するWebアンケートを実施し、その結果を基にコンジョイント分析<sup>1</sup>等により詳細な分析を行う。

なお、分析に当たっては、京都大学大学院経済学研究科依田高典研究室の協力を得た。

【図表V-1 各年度におけるWebアンケートの調査対象】

		固定インターネット	携帯電話	固定電話	戦略的評価
2003年度	H15年度	○			
2004年度	H16年度		○		IP電話
2005年度	H17年度	○	○	○	
2006年度	H18年度	○	○	○	
2007年度	H19年度		○		プラットフォーム
2008年度	H20年度	○	○	○	FMCサービス
2009年度	H21年度	○	○	○	
2010年度	H22年度	○	○	○	スマートフォン等

<sup>1</sup> コンジョイント分析の特徴は、サービスをさまざまな属性の集合とみなし、実際には存在しない仮想的なサービスの選択問題への回答者の結果から、各属性の選択行動への影響の大きさを評価することが可能な点にある。

## 第2章 分析結果

### 1. 利用者の携帯電話・スマートフォン・タブレットPCの選択

(1) 定性的な傾向としては、

- ① 現在利用では、従来型の携帯電話端末が多くなっているものの、次回買い換え時には、スマートフォンのシェアが上がっている。ただし、直ちに移行が進むというわけではない。
- ② 用途別に見た移動体端末の利用意向では、通話・メール・電子マネーのような基本サービスは従来型の携帯電話、Web・スケジュール帳・住所録・音楽・動画・ワンセグ・ゲームのような応用サービスはスマートフォン、オフィスアプリ・電子書籍のようなPCサービスはタブレットPCが支持されている。  
という結果となっている。

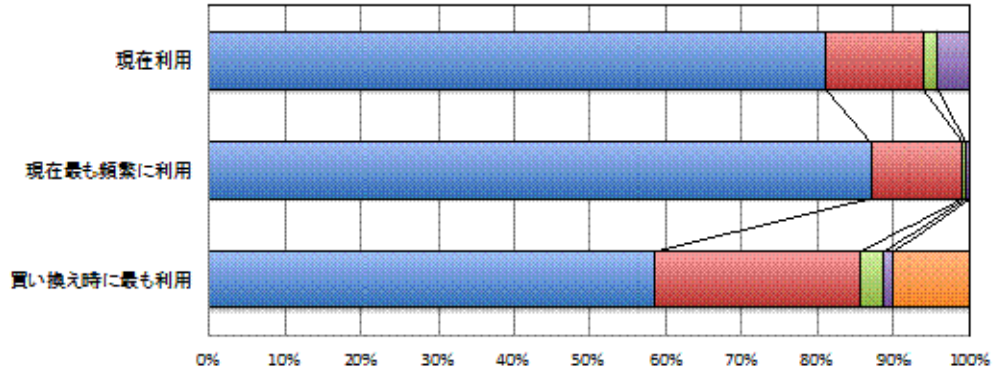
(2) また、定量的な傾向としては、

- ① 現行価格と現行機能を仮定すると、次回買い換え時に、従来型の携帯電話端末保有者は同様の携帯電話端末、スマートフォン保有者はスマートフォンを選ぶ確率が高くなっている。
- ② 上記①の時、買い換えサイクルを考慮すると、スマートフォンのシェアは2016年には約30%となると考えられる。
- ③ 予想価格(現行の半額)と予想機能(従来型の携帯電話端末とスマートフォンの融合)を仮定すると、全体的にスマートフォンのシェアが高まっている。従来型の携帯電話端末とスマートフォンの融合は、スマートフォンの競争力を高める方向に働いている。
- ④ 上記③の場合、買い換えサイクルを考慮すると、スマートフォンのシェアは2016年には約40%となると考えられる。

という結果となっている。

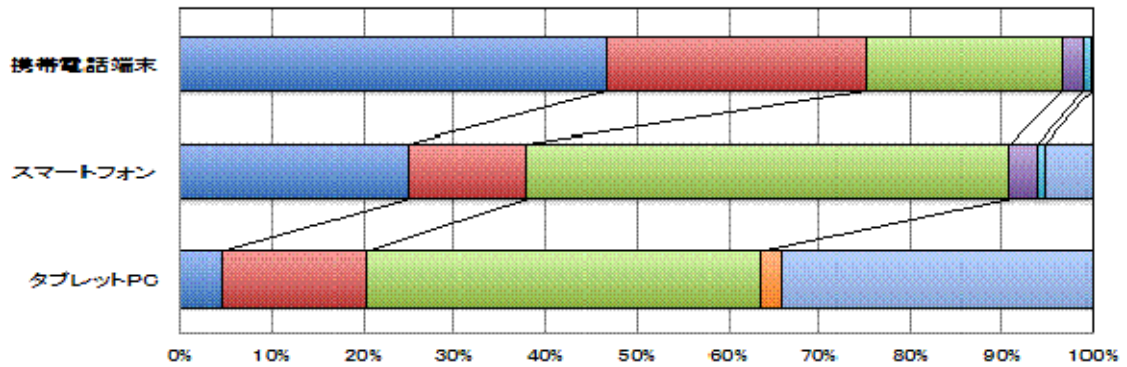
(3) 上記分析は、端末販売におけるスマートフォンの割合の増加、SIMロックの解除の影響、買い換えサイクルの二極化の可能性の考慮等を反映したより精緻な分析にしていく必要があるが、来年度以降、競争評価の対象として画定する予定の移動系データ通信サービスの分析・評価にあたり、端末レイヤーの動向を勘案していく上で重要な指標となるものであり、来年度以降も引き続き実施していくことが求められる。

【図表 V-2 現在と未来の移動端末の利用動向意向】



	買い換え時に最も利用	現在最も頻繁に利用	現在利用
携帯電話端末	58.6	87.1	81.1
スマートフォン	27.2	11.9	12.6
タブレットPC(電子書籍端末を含む)	3.1	0.4	2.0
データカード(モバイルルータ含む)	1.3	0.6	4.3
どれも当てはまらない	9.9		

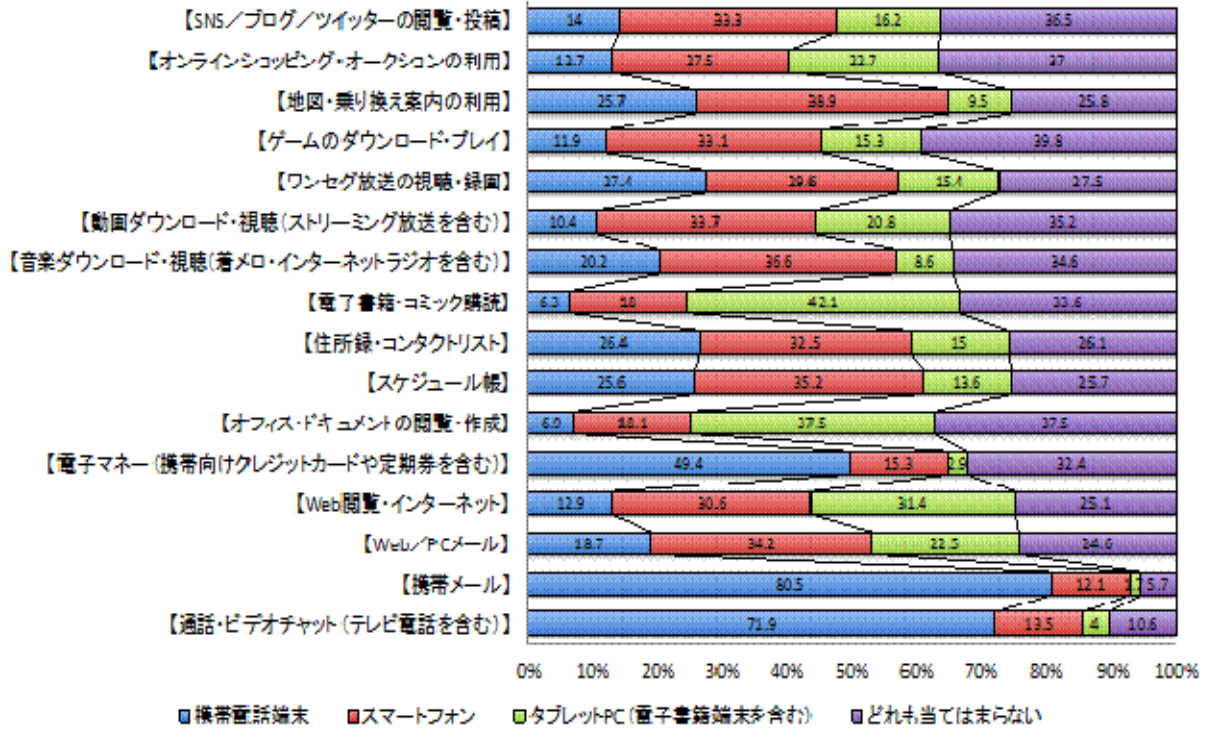
【図表 V-3 移動体端末から見たキャリア陣営シェア】



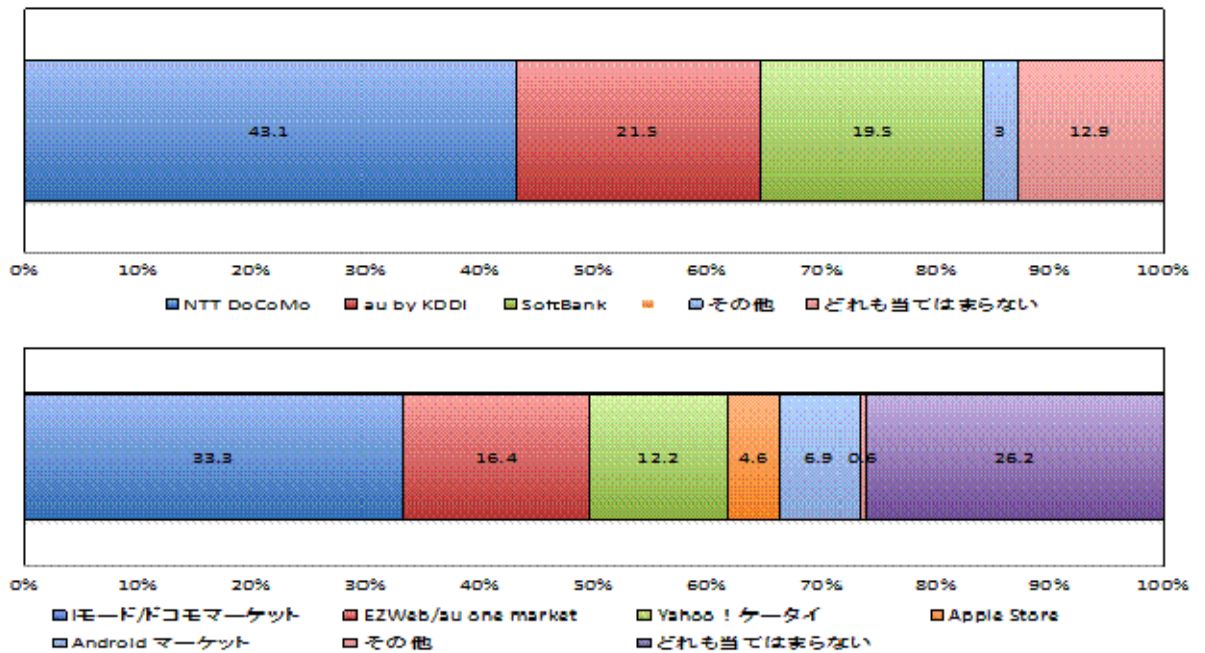
	タブレットPC	スマートフォン	携帯電話端末
NTT DoCoMo	4.5	25.0	46.6
au by KDDI	15.9	12.9	28.6
SoftBank	43.2	52.8	21.6
WILLCOM		3.2	2.2
E mobile		0.8	0.8
Amazon	2.3		
その他	34.1	5.2	0.2



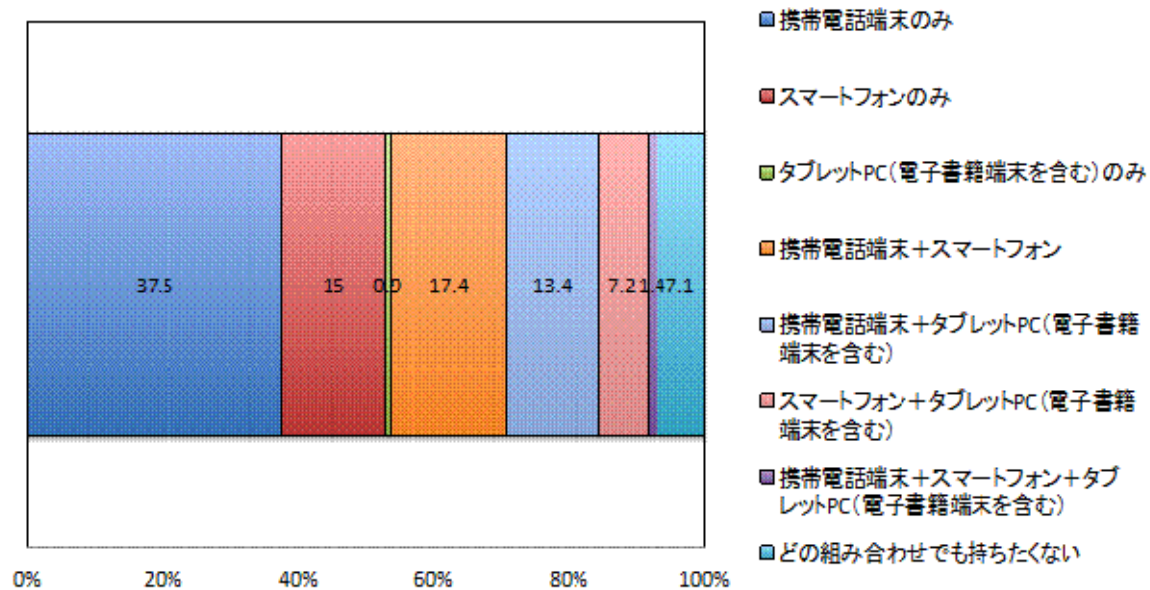
【図 V-4 用途別に見た移動体端末の利用意向】



【図 V-5 将来利用したいキャリア（上）とプラットフォーム（下）】

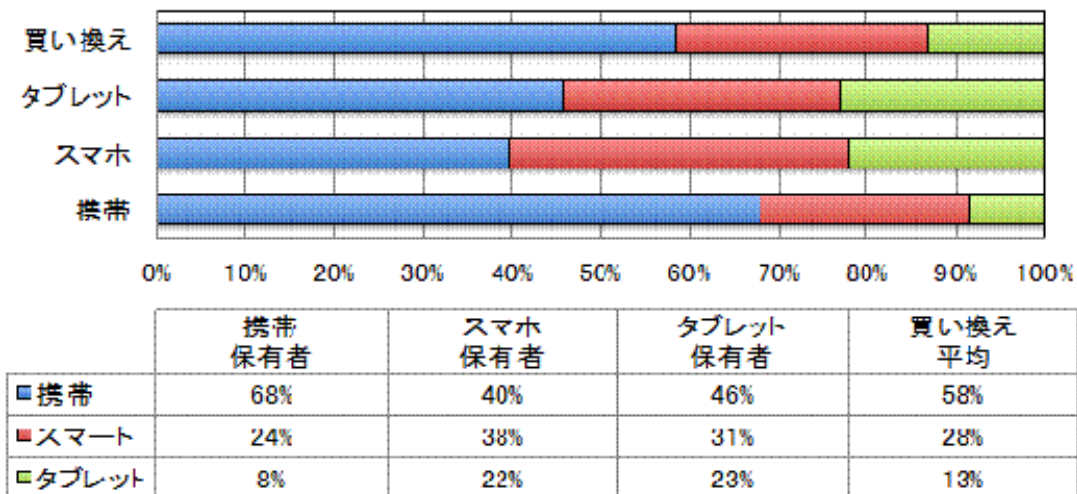


【図V-6 移動体の1台持ち・2台持ち・3台持ちの希望】

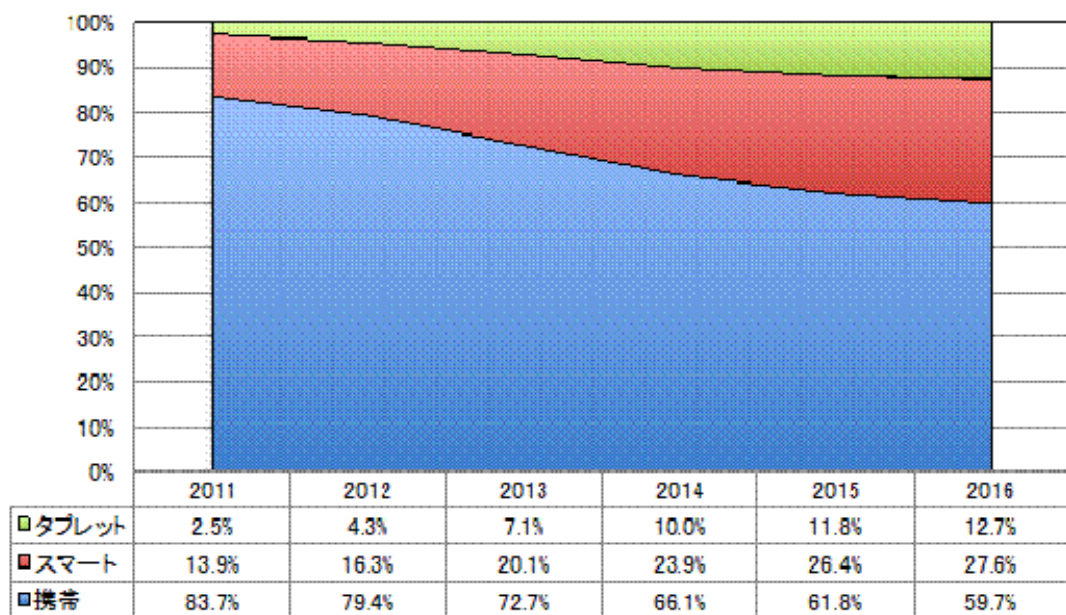


【図V-7① 保有移動体の形態別に見た買い換え端末シェア予測】

シナリオ1：現行価格+現行機能を想定



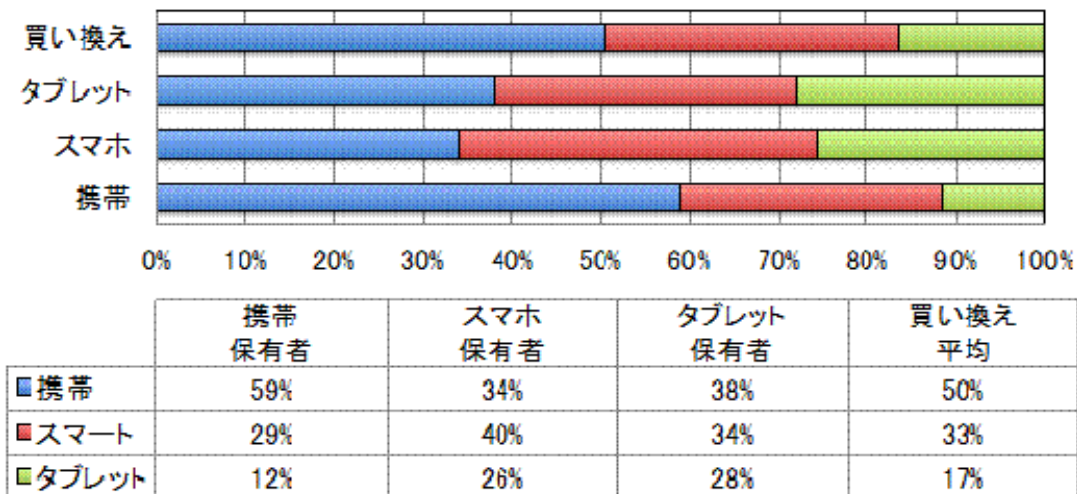
【図V-7② シナリオ1の普及曲線】



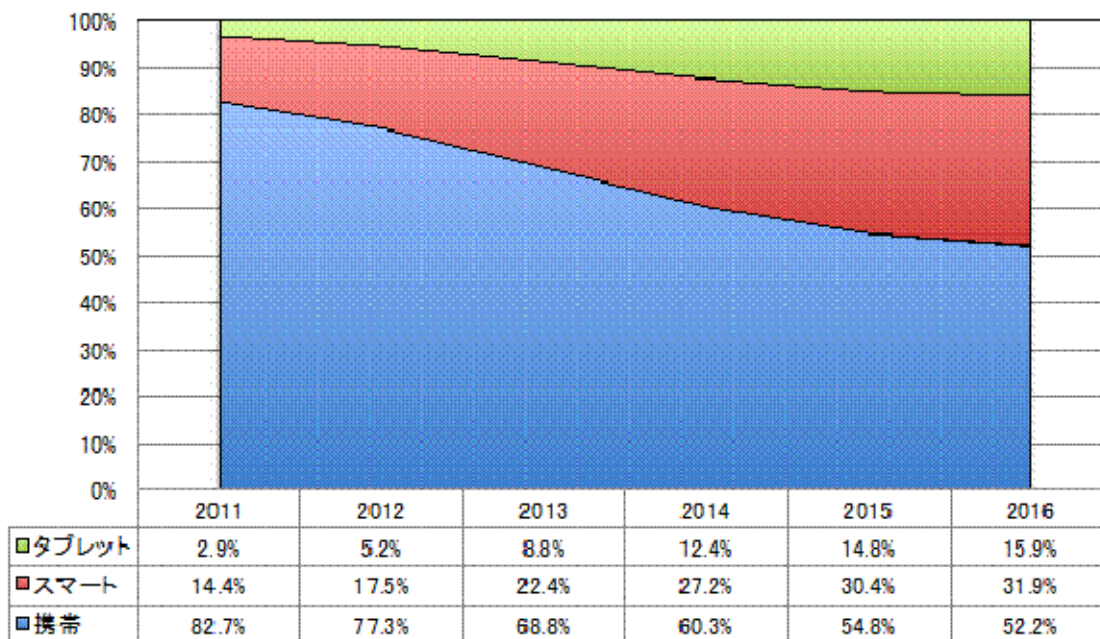
	シナリオ1		
	選択肢1	選択肢2	選択肢3
端末価格(万円)	3.00	5.00	6.00
月間通信料金(千円)	6.00	7.00	7.00
SIMロック解除	0.50	0.25	0.25
ディスプレイ(インチ)	3.00	4.00	10.00
データ容量(GB)	0.50	32.00	64.00
バッテリー(連続通話時間)	3.00	6.00	10.00
電子マネー・定期券	1.00	0.25	0.00
オフィスアプリ	0.00	0.50	1.00

【図V-8① 保有移動体の形態別に見た買い換え端末シェア予測】

シナリオ2：予想価格+現行機能を想定



【図-8② シナリオ2の普及曲線】

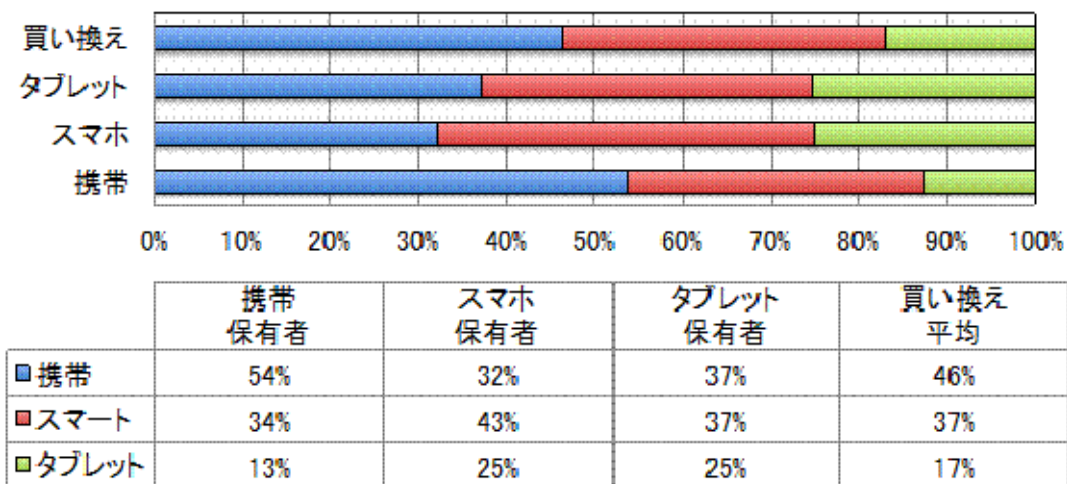


	シナリオ2		
	選択肢1	選択肢2	選択肢3
端末価格(万円)	1.50	2.50	3.00
月間通信料金(千円)	3.00	3.50	3.50
SIMロック解除	0.50	0.25	0.25
ディスプレイ(インチ)	3.00	4.00	10.00
データ容量(GB)	0.50	32.00	64.00
バッテリー(連続通話時間)	3.00	6.00	10.00
電子マネー・定期券	1.00	0.25	0.00
オフィスアプリ	0.00	0.50	1.00

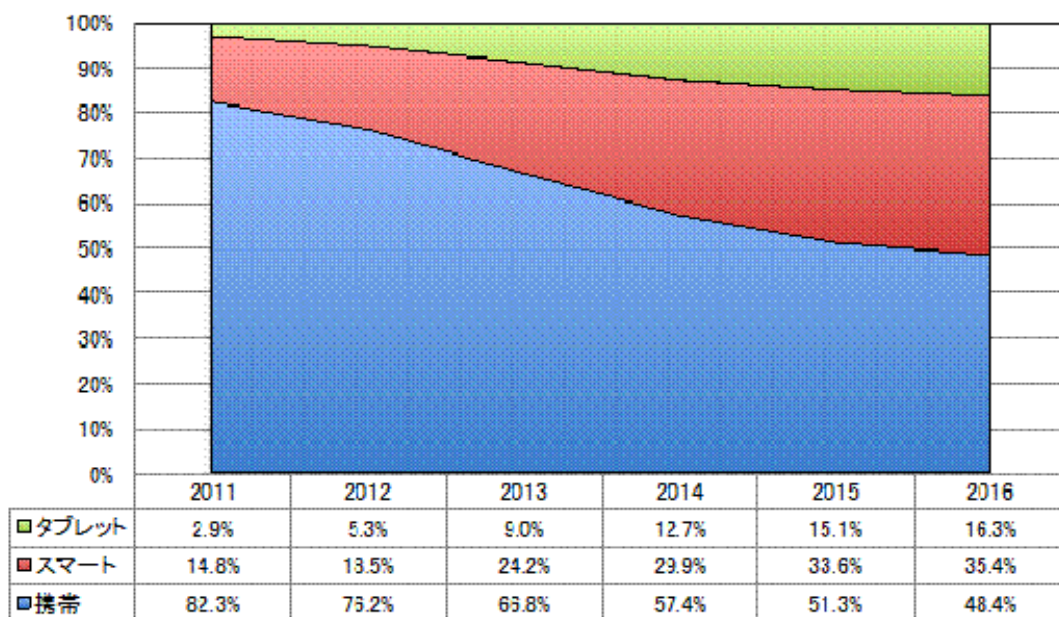


【図V-9① 保有移動体の形態別に見た買い換え端末シェア予測】

シナリオ3：予想価格+予想機能を想定

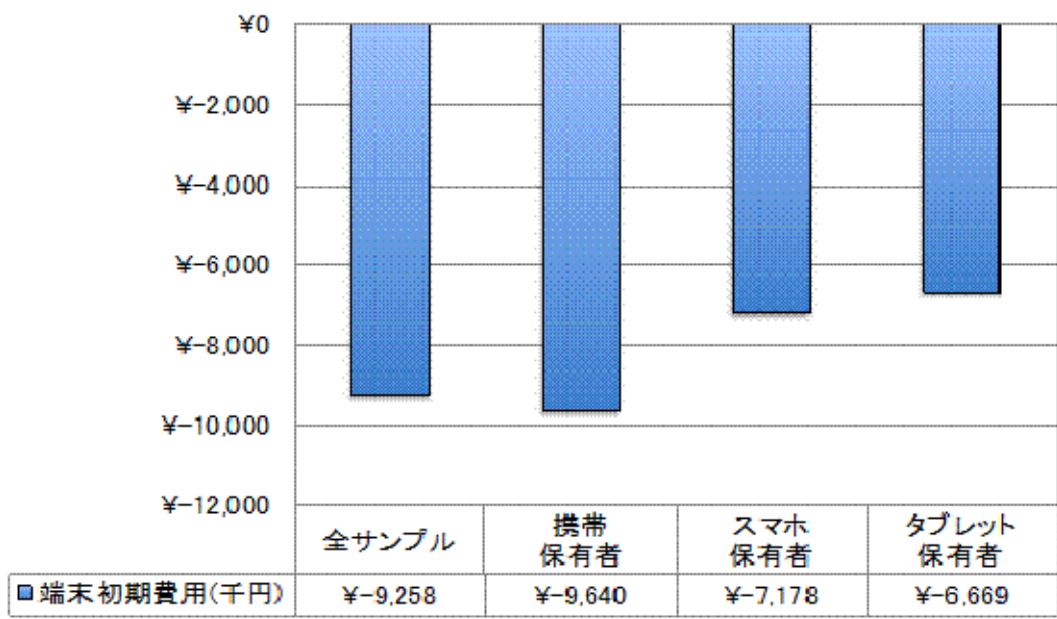


【図V-9② シナリオ3の普及曲線】

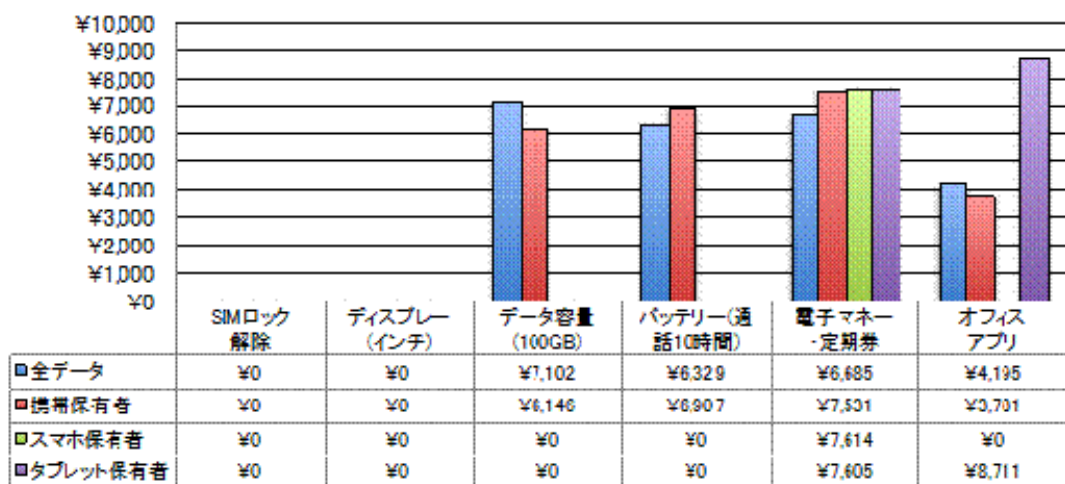


	シナリオ3		
	選択肢1	選択肢2	選択肢3
端末価格(万円)	1.50	2.50	3.00
月間通信料金(千円)	3.00	3.50	3.50
SIMロック解除	1.00	1.00	1.00
ディスプレイ(インチ)	5.00	5.00	10.00
データ容量(GB)	16.00	64.00	128.00
バッテリー(連続通話時間)	6.00	12.00	20.00
電子マネー・定期券	1.00	1.00	0.00
オフィスアプリ	0.50	1.00	1.00

【図V-10 端末初期費用と月間通信料金の代替性】



【図V-11 機能の向上に対する限界支払意思額】



## 第3編 今後の競争評価の在り方

# 目 次

第1章 背景	1
1. これまでの競争評価	
2. 競争評価を巡る環境の変化	
3. 競争評価の見直しの必要性(様々な課題への対応)	
第2章 今後の定点的評価の在り方	5
1. 定点的評価の対象となる市場(小売市場)	
2. FTTH市場における分析及び評価の在り方	
3. 移動体通信領域における対象市場の追加等(データ通信分野)	
4. 分析及び評価に用いる指標	
第3章 今後の戦略的評価の在り方	8
1. これまでの戦略的評価	
2. 競争セーフガードとの連携強化	



# 第1章 背景

## 1. これまでの競争評価

(1) 総務省では、03年度から毎年度競争評価を実施してきているところであるが<sup>1</sup>、これまでの競争評価の取組は、

第一期：03年度から05年度

第二期：06年度から08年度

第三期：09年度以降

の三期に分けられる。

(2) 第一期の03年度から05年度においては、競争評価の導入期ということもあり、試行錯誤を重ねつつ、「電気通信事業分野における競争状況の評価に関する基本方針（以下「基本方針」）」（毎年度改定）を定め、

① 03年度はインターネット接続領域及び法人向けネットワーク領域

② 04年度は移動体通信領域

③ 05年度は固定電話領域

が順次評価の対象とする領域として決定され、現在の競争評価の基盤が形成された。

この基本方針に基づき、毎年度、「電気通信事業分野における競争状況の評価に関する実施細目（以下「実施細目」）」を定め、各領域における具体的なサービス市場について検討を行い、評価の対象とする具体的な市場を画定し、分析及び評価を行ってきている。

(3) 第二期の06年度から08年度においては、毎年度改定していた「基本方針」を新たに「3ヶ年の中期計画」として位置づけ、

① 03年度から05年度の競争評価で画定された上記4領域について定点観測的に継続的な評価を行う「定点的評価」と、

② 競争評価と政策との連動性という観点から、毎年度特定のテーマに焦点を当て、その分析及び評価を行う「戦略的評価」

を設定することにより、現在の競争評価の枠組みが確立された。

(4) 第三期の09年度以降においては、基本的に、第二期で確立された「定点的評価」及び「戦略的評価」の枠組みを踏襲しつつ、技術革新が著しい電気通信市場

---

<sup>1</sup> 03（平成15年）の電気通信事業法改正により、参入規制や料金・約款規制の原則廃止等、規制の体系を事前規制から事後規制を基本とする仕組みに転換した当時、IP化・ブロードバンド化が進展し、急速に変化を続ける市場における競争状況を的確に把握することが必要となったことを踏まえて導入。毎年度の評価結果については、政策立案の基礎データとして活用。

の競争状況の変化を踏まえて機動的な対応を行う観点から、基本方針の適用期間を定めず、必要に応じて適時適切に見直すこととしたほか、戦略的評価についてその取組を強化・拡充してきたところである。

## 2. 競争評価を巡る環境の変化

(1) 上記1で述べたとおり、03年度から競争評価を実施してきているところであるが、既に評価開始当初から相当な期間が経過しており、この間、情報通信技術（ICT）の進展は著しく、近年、それに呼応するかのよう市場構造も変化してきている。

(2) 特に、ブロードバンドサービスを巡る環境変化は著しく、

(イ) 固定系においては、従来のサービスの主流であったADSLについては契約数が06年3月末の1,451.8万をピークに減少を続け、11年3月末には820.1万となっている。

一方、メタル回線から光ファイバへのマイグレーションの進展に伴い、FTTHの契約数が増加し、11年3月末では2,023.6万となり（ブロードバンド市場に占めるFTTH市場の割合は約6割）、FTTH市場が中心的な存在となってきている。

(ロ) 移動系においても、WiMAXに代表されるBWAが普及しつつあるとともに、10年末には3.9世代移動通信サービス（LTE）の提供が開始されるなど、ブロードバンド化が進展している。

また、無線のブロードバンド化の進展にあわせ、移動体通信の端末も多様化・高度化してきており、従来型の携帯電話端末に加え、スマートフォン、タブレットPC等についても普及し始めている。

さらに、これらの技術進展を背景として、コンテンツ・アプリケーションやプラットフォームの各レイヤーにおけるサービスも多様化・高度化してきており、従来の音楽や動画に加え、電子書籍、ゲーム、コンテンツ配信や、携帯アプリマーケット、ソーシャル・ネットワーク・サービス（SNS）など、様々なサービスが提供されてきている。

(3) このような中、移動通信市場を巡っては、近年、無線のブロードバンド化等を背景に、ビジネスモデルも新たな形態が見られるようになってきている。

従来、携帯電話は通信事業者が端末メーカーから提供される端末を通信サービスの契約とともに直接販売し、さらに、携帯電話を通じたインターネットへの接続はi-mode、EzWeb、Yahoo!ケータイ等の通信事業者が提供するプラットフォームを通じて行われるなど、通信事業者による垂直型ビジネスモデルが主流であった。

しかしながら、多様化・高度化する端末やコンテンツ・プラットフォームにおけるサービスが利用者の通信事業者の選好に大きな影響を与えるようになってきており、従来の通信事業者主導の垂直統合モデルから、水平分業モデルや端末レイヤーやプラットフォームレイヤーを中心とする新たな垂直統合モデルの登場など、ビジネスモデルも多様化してきている。

### 3. 競争評価の見直しの必要性(様々な課題への対応)

(1) 近年の情報通信技術（ICT）の進展及び市場構造の変化、これに伴う新たなビジネスモデルの登場は、情報通信分野の更なる発展の可能性をもたらすと同時に、競争評価の観点からも、新たに検討が必要な課題が生じている。

(2) 固定系のブロードバンドの中心的な存在となっているFTTH市場については、インフラ整備、サービス提供の両面において利用者や通信事業者の関心が高まっており、政府としても、総務省が昨年12月に取りまとめた「光の道」構想実現に向けて<sup>2</sup>において、未整備地域におけるインフラ整備、NTTの在り方を含めた競争政策の推進等を盛り込むとともに、毎年度の継続的なチェックに加え、制度整備の実施後<sup>3</sup>3年を目途に、その有効性・適正性について包括的な検証を行うこととしている。

(3) 一方、移動系のブロードバンドの競争環境については、今後、同サービスが爆発的に普及し、固定系を含むブロードバンド市場全体の中での重要性が高まってくることが予想される中、新たに市場として画定し、分析及び評価を行うことが求められつつある。

また、その分析及び評価に当たっては、上記2.(3)に見られるとおり、端末やコンテンツ・プラットフォームの各レイヤーで提供される財やサービスとの相互関係や、固定系のブロードバンド市場への影響など、従来の移動系の通信事業者（ネットワークレイヤー）同士の競争状況だけでは、正確な市場の実態を把握できなくなっている。

さらに、移動系のブロードバンドを中心とする新たなビジネスモデルの登場に伴い、ネットワークレイヤーのバグパイプ化の可能性や、トラフィック量が急増する中、ネットワークコストを誰が負担するのかといった、ネットワーク中立性の議論についても検討していくことが必要となっている。

(4) 以上のような状況を踏まえ、本年度の「競争評価アドバイザリーボード」にお

<sup>2</sup> 総務省のグローバル時代におけるICT政策に関するタスクフォース（平成22年12月14日公表）

<sup>3</sup> 第一種指定電気通信設備を設置する電気通信事業者に対する反競争的行為の防止に係る規制の実効性を確保するための措置等を盛り込んだ電気通信事業法等の改正法が平成23年6月1日に公布された（同年11月末までに施行予定）。

いては、通信事業者を含む関係事業者からヒアリング（（参考）P. 11 参照）を行い、今後の競争評価の在り方について検討を行ったところである。

その結果、これまでの枠組みを継続しつつ、以下に述べるとおり、来年度以降の競争評価の在り方を一部見直すこととしている（見直しを踏まえた定点的評価の市場画定については、図VI-1（P10）を参照）。

## 第2章 今後の定点的評価の在り方

### 1. 今後の定点的評価の対象(小売市場)

- (1) これまで定点的評価においては、固定電話領域、移動体通信領域、インターネット接続領域、法人向けネットワークサービス領域の4領域に関し、利用者向けのサービス市場(小売市場)を対象として分析及び評価を行ってきた。
- (2) この点について、競争評価アドバイザリーボードが実施した事業者ヒアリングにおいては、利用者向けのサービスのみならず、卸売電気通信役務等の事業者間取引についても定点的評価のとすべきとの意見があったところである。
- (3) しかしながら、
  - ① 定点的評価は独禁法(個別の問題を対象とし、規制に直結)とは異なり、政策の企画立案の参考として小売市場の全体状況を俯瞰的・客観的に把握するものであり、接続規制を中心とする法制度<sup>4</sup>を前提として、小売市場のみを対象としていること
  - ② 事業者間取引を定点的評価の対象とした場合、毎年度、事業者に対し新たなデータの提供を求めることになり、事業者の負担にも配慮することが必要であること
  - ③ ヒアリングにおいて指摘があった携帯電話の着信等の個別具体的な案件については、一般競争法も含め現行法制の下で個別に対応するものであることを踏まえ、定点的評価においては従来どおり小売市場を対象として行うものとする。
- (4) ただし、小売市場の競争状況を分析及び評価するに当たっては、対象となる小売市場に影響を及ぼす可能性のある事業者間取引の状況について、分析及び評価の勘案要素として取り扱うことは有益であることから、可能な限り事業者間取引の状況についても把握することとする(特に、2. のFTTH市場)。

---

<sup>4</sup> 現在の指定電気通信設備制度においては、第一種指定電気設備を設置する者に対して接続約款の認可制を採用するとともに、接続会計の整理義務、網機能提供計画の届出、公表義務を課し、第二種指定電気設備を設置する者に対して接続約款の届出制を採用するなど、事業者間の接続に関する規制を設けている。

## 2. FTTH市場における分析及び評価の在り方

- (1) 上述のとおり、FTTH市場に対する関心の高まりやNGNを利用したサービスの動向、政策的な重要性を踏まえ、同市場の分析及び評価を行うに当たっては、契約者数シェア、市場集中度、通信量、料金水準の推移等の量的基準を中心とした従来の指標に加え、幅広い要素を総合的に勘案して行うことが必要である。
- (2) 具体的には、例えば、都道府県別の分析、設備競争状況、NTT東西加入電話から光IP電話の移行状況、NTT東西の活用業務やNGN機能（品質保証等）によるサービス提供状況、料金体系（割引、解約違約金等）、ISP等との隣接市場との関係、事業者間取引の状況等が考えられる。
- (3) なお、このような勘案要素となる事項の関連データの入手方法としては、利用者や事業者に対するアンケート等を通じて可能な限り把握できるよう検討が必要である。

## 3. 移動体通信領域における対象市場の追加等(データ通信)

- (1) 従来の定点的評価では、固定系については固定電話領域（音声通信）とインターネット接続領域（データ通信）の2領域に区分し、個別に分析及び評価を行っている。  
一方、移動系については移動体通信領域（音声通信及びパケット通信）の1領域のみを分析及び評価の対象としており、移動系のデータ通信に関しては公式サイト数やパケット通信料等の指標については把握しているものの、分析及び評価は主として音声通信のみとなっている。
- (2) しかしながら、近年の無線のブロードバンド化を背景に、今後、移動系のデータ通信サービスが大きく拡大していくことが予想される中、移動体通信領域においてもデータ通信分野を分析対象として追加することが不可欠となっている（第3世代携帯電話、PHS、BWA、LTE、MVNO）。
- (3) また、移動系のデータ通信サービスを巡っては、固定系と異なり、そのビジネスモデルがネットワークレイヤー以外のレイヤー（コンテンツ・プラットフォームや端末の上位下位レイヤー）との連携も含めて多様化しており、各レイヤー間の相互関係を把握することは、移動系のデータ通信市場の競争状況を分析及び評価するに当たって重要な勘案要素になると考えられる。  
このため、移動系のデータ通信市場の分析及び評価に当たっては、上位下位レイヤーの動向を補完的に勘案して行うこととする。
- (4) なお、上位下位レイヤーの具体的な勘案の方法としては、例えば、以下のよう

な概況調査、アンケート調査等を通じて行うことが考えられるが、今後、調査等の詳細な設計を検討するに当たっては、事業者の公表資料や民間での既存の調査を活用するなど、情報通信分野の発展を阻害しないよう十分な配慮が必要である。

① 上位下位レイヤーにおける財（端末）・サービス（課金機能を含む）の概況の把握

② ①で把握した財（端末）・サービスのうち、移動系データ通信市場との関係があるものの抽出（一又は複数のネットワーク事業者のみに提供されているかどうか、上位下位レイヤーで高いシェアを有する事業者とネットワークレイヤー事業者との関係性等）

③ ②で抽出した財（端末）・サービスについて移動系データ通信市場への影響を分析（ネットワーク効果、ロックイン効果、両面市場分析等）

（５）なお、当面、固定系と移動系のデータ通信市場は別々の市場として画定することとするが、今後のLTEの普及状況や第4世代移動体端末の導入状況等を見つつ、将来的には固定系と移動系のブロードバンド市場を一体的な市場として画定することについても検討が必要と考えられる。

#### 4. 分析及び評価に用いる指標

（１）これまでの定点的評価における分析、評価に当たっては、基本方針でも定めているとおり、契約数、契約数における事業者の市場シェア、市場集中度等の量的基準に関する指標の他、規制の存在、市場を巡る環境、事業者の地位（不可欠設備の存在等）、参入の容易性等を用いてきたところである。

（２）この競争評価に係る指標に関しては、過去の競争評価に係る意見募集をはじめ、本年度の競争評価アドバイザリーボードが実施した事業者ヒアリングにおいても具体的な提案があった。

例えば、事業者ヒアリングにおいては、企業グループ単位、ブランド力、通信速度、周波数帯域、事業の革新性、国際展開度等の項目が挙げられていたところである。

（３）これらの項目については競争評価の指標として有効か否か、具体的にどのようなデータを収集し、それらをどのように市場の分析及び評価に反映させるかについてより専門的な検討が必要と考えられることから、今後の検討課題とする。

## 第3章 戦略的評価の在り方

### 1. これまでの戦略的評価

戦略的評価については06年度の競争評価以降、毎年度特定のテーマを定めて実施してきたところである。

これまで戦略的評価のテーマは公募又は競争評価アドバイザリーボードでの検討を経て選定した後、パブリックコメントを踏まえて決定しており、具体的には、

- (1) 06年度は、事業者間取引、隣接市場間の相互関係、MNP
- (2) 07年度は、プラットフォーム、事業者間取引
- (3) 08年度は、バンドル型サービス、FMC
- (4) 09年度は、モバイル及びブロードバンドの普及に関するこれまでの競争評価の経済効果の定量分析、電気通信サービスに係る消費者選好の変化に関する経時的分析

が取り上げられている。

### 2. 競争セーフガードとの連携強化

- (1) 上記1に述べたとおり、戦略的評価は毎年度、特定のテーマに焦点を当て分析及び評価を行うものであるが、定点的評価のみでは対応できない、又は定点的評価を補完するような事項を対象とすることにより、定点的評価と相俟って、技術革新が著しく、絶えずサービスの多様化・高度化が進展している電気通信事業分野の実態の的確な把握に一定の役割を果たしてきたと考えられる。

- (2) 他方、事業者ヒアリングにおいても意見が出されたところであるが、競争評価と、指定電気通信設備の範囲やNTTグループに係る累次の公正競争要件の有効性・適正性について検証する競争セーフガード制度との連携強化についても課題となっている。

競争評価が事業者の各種データ等を用いて独占性の有無や市場集中度等を定量的・定性的に分析するのに対し、競争セーフガード制度が法律に基づき事業者からの意見募集を踏まえて対応するという手法の違いはあるものの、これまでも競争評価の結果と競争セーフガード制度の検証結果については可能な限り相互に活用してきたところである。

しかしながら、特に、上述のとおり、政策的な重要性から幅広い視点での分析が求められているFTTH市場については、そのネットワーク構成や機能が高度化・

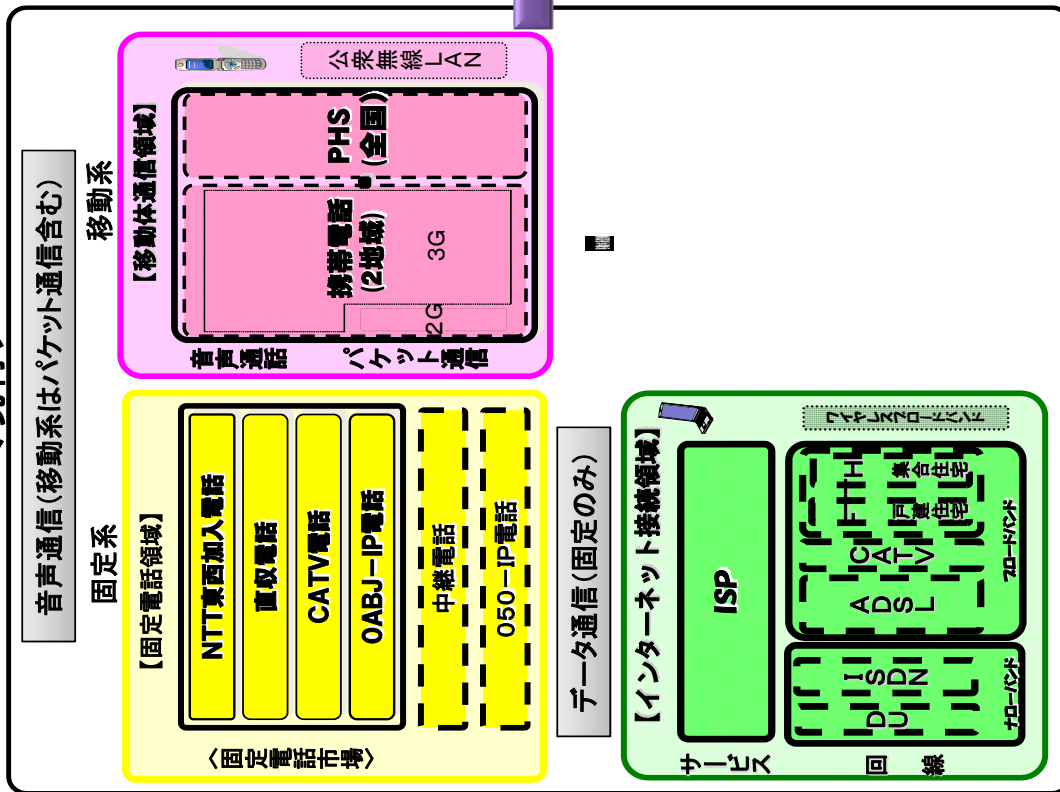


複雑化している中、従来以上に、F T T H市場の分析及び評価の勘案要素として事業者間取引の状況をより精緻に把握することが必要と考えられる。

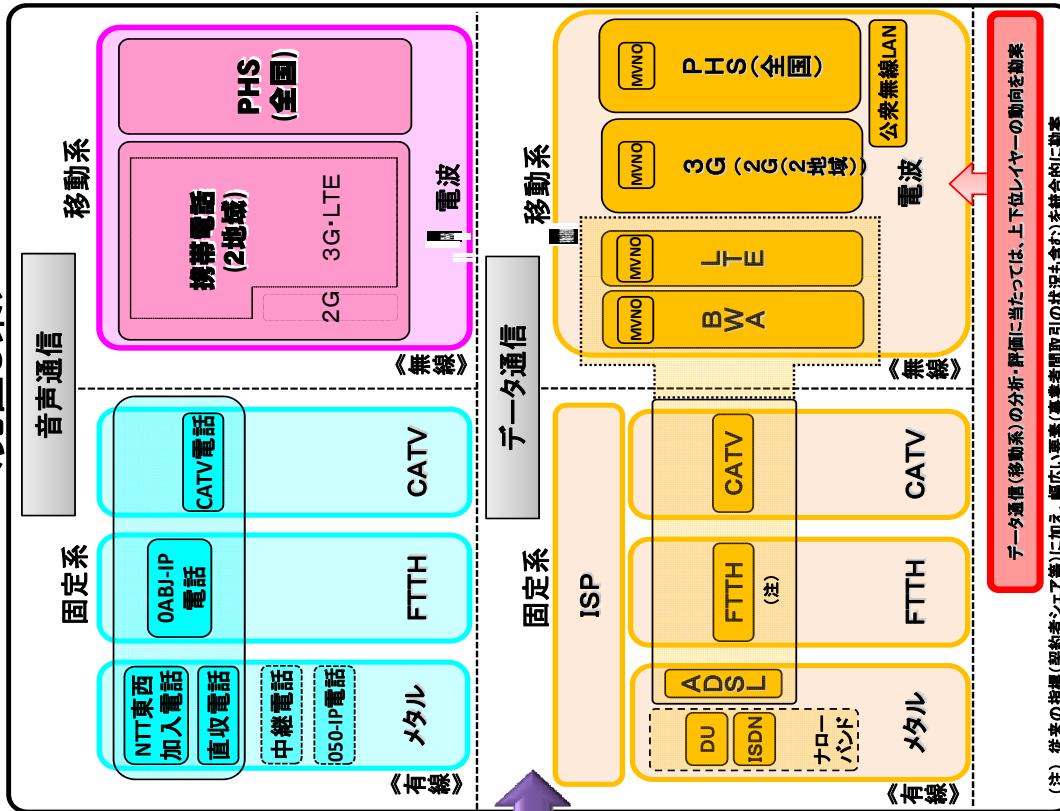
- (3) このような状況を踏まえ、過去の競争評価においても、戦略的評価において試行的に事業者間取引の取扱いについて検討を行ってきたところであるが、競争セーフガード制度との連携をさらに強化し、競争評価の実効性を高める観点から、競争セーフガード制度の検証の結果、措置・注視すべきとされた事項についても、必要に応じ、戦略的評価のテーマとして分析及び評価を行うことを新たな戦略評価の中に位置づけることとする。

なお、具体的な実施方法等については、現在、情報通信審議会において、今後の市場環境の変化等を踏まえた公正競争環境の検証・担保の在り方について検討が行われている。

<現行>



<見直し案>



データ通信(移動系)の分析・評価に当たっては、上下レイヤーの動向を勘案

(注) 従来の指標(契約者シェア等)に加え、幅広い要素(事業者間取引の状況も含む)を統合的に勘案



現行どおり



## 事業者ヒアリング結果（主なポイント）

1

### I 総論

1. 競争セーフガードで措置又は注視すべきとされた事項（例：NTT西日本による接続業務で知り得た情報の目的外利用等）については、競争評価においても重点的に分析・評価すべき。
2. 公平性の判断に当たっては独占禁止法等の他法令の視点も併せて評価すべき（流通経路の独占や妨害）。
3. 定点的評価については、その必要性を含め見直すべき。

### II 各論

#### (1) ネットワークプレイヤー（定点的評価）

##### ① 市場画定のあり方

###### (イ) ブロードバンド市場

- ・ 従来の市場画定を基本としつつ、有線・無線の区別なく様々な端末でブロードバンド利用が可能となっている実態を踏まえ、移動体通信におけるブロードバンド市場を画定し、分析・評価を行うべき。

###### (ロ) FTTH市場

- ・ 固定系ブロードバンドサービスの中心であるFTTH市場を重点的に分析・評価すべき。
- ・ NGNが複数のサービス等に影響を及ぼすことが考えられるため、NGNの動向も含めた分析が必要。

###### (ハ) 接続・卸市場（事業者間取引）

- ・ 携帯の着信市場については、その「独占性」から市場画定を行い、分析・評価すべきとの意見がある一方、「独占性」が直ちに事業者の優位性に繋がるものではなく、分析・評価の対象とすべきでないとの意見の両論あり。

## 事業者ヒアリング結果（主なポイント）

2

### II 各論

#### (1) ネットワークプレイヤー（定点的評価）（続き）

##### ② 分析・評価のあり方

###### (イ) 市場支配力の存在と行使

- ・ 規制の存在等により市場支配力の「行使」がないと評価するのではなく、個別具体的な問題（例：NTT西日本の情報漏えい問題等）が生じていれば、市場支配力の「行使」があり、措置が必要と判断すべき。
- ・ 市場支配力の「存在」自体が市場に及ぼす潜在的な影響（例：新規参入意欲の減退等）についても分析すべき。

###### (ロ) グループとしての市場支配力

- ・ NTTグループとしてのドミナンスに留意した分析・評価が必要。
- ・ 固定・移動・インターネットなど市場横断的なグループ化が進展しており、NTTグループのみならず、他の企業グループも含めたグループ単位での分析・評価が必要。

###### (ハ) その他

- ・ 移動体通信領域では、周波数戦略が重要であり、周波数環境も分析の指標とすべき。
- ・ NTTの活用業務等による市場への影響を分析・評価すべき。
- ・ 事業者の革新性やグローバル性等、ポジティブな面も分析・評価において重視すべき。

## II 各論

## (2) ネットワークレイヤー(戦略的評価)

- 競争評価における手続き(戦略的評価のテーマ選定等)の中立性・透明性を確保すべき。

## (3) コンテンツ・プラットフォーム・端末レイヤー(上位下位レイヤー)関係

## ① 上位下位レイヤーの動向把握

- 移動体通信のビジネスモデルが従来のキャリア主導(垂直統合型)のモデルから多様化。
- ネットワークレイヤーの競争評価にあたっては、コンテンツ・プラットフォーム・端末レイヤー(上位下位レイヤー)の動向を把握することは有意義との意見が多数(特に移動体のデータ通信分野)。
- ユーザーのスマートフォン選択基準として、端末やコンテンツの魅力等が重要なポイントとなる傾向あり。

## ② 動向把握のあり方

- 指標としては、市場規模、利用者の純増数、サービス普及率等の定量的指標の他、定性的評価として、ネットワークレイヤーへのロックイン効果、利用者の満足度等が考えられる。
- プラットフォームレイヤーに関する指標としては、例えば、課金市場については顧客プロファイル数や利用頻度、広告市場についてはページビュー数やユニークユーザー数等が考えられる。
- 経営情報が含まれる可能性もあるため、情報の扱いについては慎重にすべき。

## III その他

## (1) ネットワーク中立性関係

- 一定のネットワーク中立性の確保は、情報通信の発展に寄与。ただし、過度の規制により情報通信の健全な発展を阻害しないことが必要であるとの意見が多数。
- ネットワークコストの負担については、受益度合による応分負担の必要性は認められるとする意見や、動画等の高トラフィックサービスを展開する事業者にとって応分負担は事業性担保が難しくなるとの意見、通信事業者が技術開発や企業努力等によってコストはカバーできるとの意見等あり。
- (ネットワーク中立性に関して)事業者間の料金精算の仕組みを検討すべき。

## (2) 上位下位レイヤーにおける課題

- スマートフォンによるアプリ購入時の決済手段の制約等の課題あり。
- 各レイヤー間の課題について事業者間の協議の場や相談窓口の設置が必要。
- スマートフォンのセキュリティや処理能力の面で機能が向上すれば、その利用はさらに拡大。
- 利用者がデバイスや通信環境を意識せず、より簡便にサービスが利用できる環境が整備されるべき。

## (3) その他

- NTT東西の光ファイバ接続料に関し、現行の8分岐端末回線単位の接続料ではなく、1分岐端末回線単位の接続料の設定を推進すべきとの意見がある一方、NTT以外の光インフラ事業者、CATV事業者との競争環境に与える影響が大きく、不公平が生じる接続料は導入すべきでないとの意見の両論あり。
- MNO事業者とMVNO事業者との公平な競争環境を担保する仕組みを早急に整えるべき。

## 事業者ヒアリング結果（主なポイント）

---

### 【参考】ヒアリング対象事業者

#### (1) ネットワークレイヤー事業者

- ・ イー・アクセス株式会社、イーモバイル株式会社
- ・ 株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ
- ・ 株式会社ケイ・オプティコム
- ・ KDDI株式会社
- ・ ソフトバンクBB株式会社、ソフトバンクテレコム株式会社、ソフトバンクモバイル株式会社
- ・ 西日本電信電話株式会社
- ・ 日本通信株式会社

（アイウエオ順）

#### (2) 上位下位レイヤー事業者

- ・ 一般社団法人情報通信ネットワーク産業協会
- ・ 一般社団法人モバイルコンテンツフォーラム
- ・ 株式会社ドワンゴ
- ・ グリー株式会社
- ・ 日本マイクロソフト株式会社

（アイウエオ順）