

**電気通信事業分野における競争状況の評価
2012（案）＜概要＞**

定点的評価

第1章 移動系データ通信市場

(市場の規模)

1. 2012年度末時点における、データ通信と音声通信とを区分しない携帯・PHSサービスの総契約数は1億4,113万で、対前年度末増加率6.3%であった。それに対し、移動系データ通信市場の総契約数は1億4,161万となっている。
2. 移動系データ通信市場の高い成長率の背景として、スマートフォンのほかデータ通信専用サービスやデータ通信利用が中心のMVNOサービスの普及、そして3.9GとBWAの両サービスから成る超高速ブロードバンドの利用の一般化などが挙げられる。
3. 新たに部分市場として画定した移動系超高速ブロードバンド市場については、1年間に3.9Gが786%、BWAが131%とそれぞれ契約数が増加している。PHSの契約数は、2011年度に引き続き回復基調にあり、2012年度末時点で509万(対前年度末比12%増)であった。

(事業者別シェア)

4. これまで継続的に公表してきた携帯・PHSサービスの事業者別シェアは、NTTドコモが43.6%(対前年度末比1.7ポイント減)、KDDIが26.7%(同0.3ポイント増)、ソフトバンクモバイルが23.0%(同1.2ポイント増)であった。それに対し、移動系データ通信市場においては、NTTドコモが44.1%、KDDIが23.9%、ソフトバンクモバイルが22.6%であった。
5. 携帯・PHSサービス、移動系データ通信市場のいずれの場合であっても、NTTドコモのシェア減少傾向とソフトバンクモバイルのシェア増加傾向に違いは見られない。他方、KDDIについては、2012年度に5期ぶりに携帯・PHSサービスが小幅ながら増加に転じたにもかかわらず、移動系データ通信市場ではシェアを落とすという結果となっている。近年、ウィルコムも、KDDIと同様に携帯・PHSサービスではシェアを伸ばしながらも、移動系データ通信市場ではシェアを落としている。
6. その契約数のほとんどがデータ通信専用サービスであるイー・アクセスとその全てがデータ通信専用サービスであるUQコミュニケーションズについては、移動系データ通信市場におけるシェアをそれぞれ3.1%(対前年度末比1.3ポイント増)、2.8%(同1.0ポイント増)まで伸ばしている。

7. 参考として、移動系データ通信市場において、UQ コミュニケーションズを KDDI グループであると、ウィルコム、ワイヤレス・シティ・プランニング及びイー・アクセスをソフトバンクグループであるとみなした場合、携帯・PHS サービスと移動系データ通信市場のいずれの契約数シェアにおいても、ソフトバンクモバイルが KDDI を逆転して 2 位となる。
8. 携帯電話・PHS サービスで一貫して首位を維持してきた NTT ドコモであるが、スマートフォンが本格普及し始めた 2010 年度頃から減少幅が拡大している。2010 年前後の NTT ドコモの携帯・PHS サービスに占めるシェアは、48.7% (2009.3)、48.2% (2010.3)、47.1% (2011.3)、45.3% (2012.3)、43.6% (2013.3) で、それに対応する 3 月末のシェアの減少幅は 0.5 ポイント (2009.3/2010.3)、1.1 ポイント (2010.3/2011.3)、1.8 ポイント (2011.3/2012.3)、1.7 ポイント (2012.3/2013.3) と拡大傾向にある。

(市場集中度)

9. これまで継続的に公表してきた携帯・PHS サービスの市場集中度 (HHI) は、2012 年度末に 3,189 で、2011 年度末の 3,268 から 79 の減少となっている。それに対し、移動系データ通信市場の 2012 年度末の HHI は 2,989 となっている。その違いの背景には、全契約数に占めるデータ通信専用サービスの契約数の比率が高い UQ コミュニケーションズとイー・アクセスが伸張したことなどが挙げられる。
10. 前記 7 と同様に、参考として 2012 年度末の HHI をグループ別に試算した場合、携帯・PHS サービスは 3,496 で、移動系データ通信市場は 3,491 となる。前記 9 と比較すると、グループ別でシェアを算定することによって、携帯・PHS サービス、移動系データ通信市場ともに HHI が 300 以上増加することが分かる。

(料金及びサービス品質)

11. フィーチャーフォン及びスマートフォンを 3G ネットワークで利用した場合の携帯電話のデータ定額通信料は、NTT ドコモ、KDDI 及びソフトバンクモバイルの 3 社とも現在は同水準となっている。ただし、3.9G サービスを先行開始した NTT ドコモは、月額 5,985 円のプランを原則としつつ、他事業者が参入してくる 2012 年 9 月までの間、当該プランを 4,935 円で提供していた。
12. 2012 年 10 月、NTT ドコモ、KDDI、ソフトバンクモバイルの 3 社のデータ定額通信料は月額 5,985 円 (データ通信量上限 7GB) となり、再び同水準となった。ただし、NTT ドコモは月額 4,935 円 (データ通信量上限 3GB) とするプランを併存させる一方で、KDDI とソフトバンクモバイルにおいては、キャンペーン割引料金 (月額 5,460 円) を 2 年間限定で提供している。

13. サービス品質について、民間事業者が実施した通信速度調査を基にした分析結果によれば、事業者間比較の可能な3G(7.2M・9.2M)の実効速度(速度分布の多い順から80%の利用者から集計)において、当該サービスを提供している3事業者間で差異が見られる。
14. 移動体通信事業者のデータ通信サービスに対する満足度は、おおむね50%程度で、不満を抱いている利用者の割合の10%を大きく上回る。事業者別の利用者満足度は主要な事業者間では若干の差異が見られる。

(サービス変更コスト)

15. 利用者が他の事業者へ通信サービスを変更する際のコストとして、転出元事業者に対する解約事務手数料や転出手数料のほか、転入先への新規契約事務手数料がかかるのが一般的である。さらに、SIMロック解除が不可能な場合など、端末を変更せずに事業者を変更することが不可能な場合には、転入先で端末を新たに購入しなければならない、新規端末購入費を加えたサービス変更コストが高額になる傾向がある。
16. ただし、サービス変更時には転入先の事業者がキャンペーン等による割引等が行われることから、実際に利用者が負担する金額がゼロ以下となる場合がある。転入先の事業者の販売戦略によって割引等は大きく異なり、それが他の事業者へのサービス変更時に利用者が実質的に負担する金額に影響することに留意する必要がある。
17. キャンペーンの影響を捨象すると、携帯通信事業者が端末にSIMロックをかけることで、通信サービスと端末を一体的に提供することとなり、転入先で新規端末の購入が必要となるため、サービス変更コストの高額化を招いている。SIMロックの解除可能な端末の種類数と発売された全ての端末数に占める割合は、2012年度にともな低下し、それぞれ55機種、48%であった。このように、2011年度から2012年度にかけてSIMロック解除の状況は若干後退したものの、2010年度以降、携帯通信事業者が供給したSIMロック解除可能な端末数は136に達し、そのうちの115がNTTドコモ向けの端末である。

(上位下位レイヤーをレバレッジとしたネットワークレイヤーへの影響)

18. 上位レイヤーのサービスシェアを見ると、ネットワークレイヤーの携帯通信事業者が展開するアプリケーションよりも、いわゆるプラットフォーム事業者のものの方が圧倒的に高い。
19. 有力なプラットフォーム事業者のほとんどが海外事業者であり、それぞれ強みを持つ分野が異なる。例えば、グーグルはアプリマーケット(47%(スマートフォ

ン利用者におけるシェア（利用者アンケート））、動画配信（85%）及び検索（47%）で高いシェアを有し、アップルは音楽配信（70%）とアプリマーケット（39%）での利用度が高い。

20. 音楽配信分野におけるNTTドコモのdマーケット（4.7%）とKDDIのリスマ（5.2%）のように、携帯電話事業者が自ら営む上位レイヤーサービスについては、その利用を当該事業者の契約者に限定していることから、潜在的には上位レイヤーをレバレッジとした囲い込みを行い得るが、それらのシェアは海外事業者と比べて高いものではない。
21. 携帯電話事業者においては、ほとんどの取扱い端末へのプラットフォーム事業者のアプリのプリインストールを実施しており、プラットフォーム事業者のサービスとの共存を図ろうとしていることがうかがえる。その一方で、アップルを除くプラットフォーム事業者では、携帯電話事業者の利用を特定しておらず、ネットワークレイヤーへのオープン性を確保している。
22. iPhoneでは、利用者が端末から切り離して通信サービスを自由に選択することは不可能であることから、上位下位レイヤーをレバレッジとしたロックイン効果が生じている可能性がある。

（評価）

23. 移動系データ通信市場における市場支配力に関しては、首位のNTTドコモのシェアは高く、同社が単独で市場支配力を行使し得る地位にあると考えられる。ただし、NTTドコモは引き続きシェアを減少させており、その結果として2位・3位の事業者との市場シェアの差は縮小傾向にあり、同社の市場支配力を行使し得る地位は低下している。
24. 2012年度末時点における上位3事業者の移動系データ通信市場におけるシェアは89.8%、また市場集中度（HHI）が2,989と高い水準にあることから、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と考えられる。
25. しかしながら、上位3社に関しては、近年のスマートフォン等の普及が進む中、激しい顧客獲得競争を展開しており、それが各社の契約数の純増数の差や市場シェアの変動となって現れている。また、2012年度においては、上位3事業者間の接続協議における交渉上の地位の優劣の差が相当程度縮小している状況にかんがみ、移動系データ通信市場における契約数シェアが第3位であるソフトバンクモバイルの設置する電気通信設備についても第二種指定電気通信設備として指定した。
26. 市場競争をめぐる上位3事業者間の関係や、第二種指定電気通信設備に係る規制措置等にかんがみれば、NTTドコモが単独で、又は複数事業者が協調して市場

支配力を実際に行使する可能性は低い。

27. 上位3事業者のデータ定額通信料は、スマートフォンへの移行や3.9G（LTE）のサービス開始等を経て、若干の変更時期のズレが見られるものの、ほぼ同一の料金水準で推移してきた。そこで、料金水準だけに着目すれば、客観的には上位3事業者間の料金競争が進展しているとは言い難い。逆に、端末料金を対象とした各社の割引制度を含めると、料金体系は複雑になっている。
28. このように、通信料金の比較を通じた適切なサービス選択の機会が不十分な状況にあっては、一般的な利用者が自分に必要かつ適切なサービスを利用する上で、提供されているサービスの品質とサービス変更の自由度が重要となる。前者に関し、民間事業者が実施した通信速度調査を基にした分析結果によって得られた実効速度と、表示される最高速度（ベストエフォート）の間には乖離がある中、各社の実効速度に一定の違いが見られるが、このような実態について利用者に分かりやすい情報提供がなされていない可能性がある。また後者に関し、キャンペーン割引等を考慮しない場合においては、SIMロック解除が可能でない端末から新たな端末に移行する際に要するコストを含めたサービス変更コストが高額になる傾向があるが、実際には通信サービスの契約と端末販売に際して端末価格に対応した割引制度の導入やキャンペーン割引等を行うビジネスモデルが主流となっている。
29. さらに、上位3事業者の販売促進費を投入したキャンペーンや、日々の多様な広告・宣伝の媒体を活用した販売力によって、サービスを選択する利用者にとって3社のサービスの訴求力が他社に比べて大きくなっていると考えられることから、それが3社の高いシェアを維持する要因となっている可能性がある。
30. 上位3事業者にあっては、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ことのほか、その源泉でもある有限・希少な電波資源を利用している現状に加え、公正な競争の確保と利用者利益の保護の観点から、価格情報を補完するサービス品質に関する情報として、データ通信サービスの通信速度等についての分かりやすい情報の提供を行うとともに、料金の面でもその複雑さを回避しつつ、より積極的に競争することが求められる。
31. 上位下位レイヤーをレバレッジとしたネットワークレイヤーへの影響については、上位レイヤーのプラットフォーム事業者等の中には、サービスシェア等が非常に高い事業者が複数あり、当該事業者が特定の通信事業者のみにサービスを提供している事例がある。そうした一部の例外的な事業者を除くと、プラットフォーム事業者は、通信事業者間の乗り換えに制限を設けておらず、総合的にネットワークレイヤーへの影響は限定的であると評価できる。

（今後の留意事項）

32. 携帯電話事業者がネットワークを相互に利用する形態や、携帯電話事業者によるBWA事業者のネットワークの利用が進んでいる。移動系通信市場の分野は、もとより電波資源の有限・希少性から携帯電話、PHS、BWAといった事業領域に他社からの回線提供を受けずに直接参入ができる事業者数は限られ、寡占が生じやすい分野であることは否めない。
33. そこで、今後の移動系通信市場における更なる競争促進を図る観点から、周波数の割当を受けていないMVNOに適正な参入機会が確保されるよう、事業者間取引の状況をフォローアップするとともに、いわゆる「MNOでもあるMVNO」の契約数を別に取り扱うよう検討することとする。
34. 資本関係を有する事業者との間でネットワークの相互利用等を進めているソフトバンクは、2013年4月にウィルコム、ワイヤレス・シティ・プランニング及びイー・アクセスの連結子会社化の方針を表明済みであり、今後はNTTドコモやKDDI等を含め、事業者別のシェアをグループ単位でも分析を実施していくことが求められる。その際、同一グループ内の移動系通信事業者のネットワークの相互利用等が進む中、当該事業者間の取引による契約数の控除方法等の検討をする必要がある。
35. 移動系データ通信のサービス品質については、3.9Gサービスのようエリア拡大のための基地局整備が進められていることに留意しつつ、表示される最高速度（ベストエフォート）と実効速度との間には乖離が存在すること及びそのような実態について利用者に分かりやすい情報提供がなされていない可能性があることを踏まえ、引き続き注視を行うこととする。今後は、調査対象の母集団、インターネット利用環境、サンプル数をはじめとした通信速度等の測定条件について、国際的な整合性・比較可能性に配慮しつつ実証等により確立することで、利用者が適切なサービス選択をできる環境を整えるとともに、分析の精緻化を図っていくことが重要である。
36. 電気通信事業分野における競争状況の評価は、市場シェアや市場集中度（HHI）のみに基づいて行うものではない。それらの事業者を通じて得られる間接的な指標は年度間に必ずしも劇的に変化するものではないので、その推移を分析するだけではややもすれば市場環境の変化を見逃すおそれがある。したがって、分析・評価を多様な側面から実施できるよう、携帯電話料金やサービス内容といった利用者に直接影響する市場からの情報を積極的に収集していくこととする。

第2章 移動系音声通信市場

(市場の規模)

1. 2012年度末時点における、データ通信と音声通信とを区分しない携帯・PHSサービスの総契約数は1億4,113万(対前年度末増加率6.3%)に対し、移動系音声通信市場の総契約数は1億1,906万であった。
2. 売上高ベースでは、携帯・PHSサービスが9兆6,743億円で4.3%の増加であったのに対し、移動系音声通信市場では3兆4,167億円で14.5%の減少であった。

(事業者別シェア及び市場集中度)

3. 第1章で述べたとおり、契約数ベースで見た携帯・PHSサービスの事業者別シェアは、NTTドコモが43.6%(対前年度末比1.7ポイント減)、KDDIが26.7%(同0.3ポイント増)、ソフトバンクモバイルが23.0%(同1.2ポイント増)であった。それに対し、移動系音声通信市場においては、NTTドコモが45.1%、KDDIが28.9%、ソフトバンクモバイルが22.1%であった。
4. また、上位3事業者以外の携帯・PHSサービスと移動系音声通信市場におけるシェアを見ると、ウィルコムはそれぞれ、3.6%、3.8%となっており、イー・アクセスは、3.1%、0.2%となっている。
5. 2012年度末時点の市場集中度(HHI)については、携帯・PHSサービスが3,189、移動系音声通信市場が3,369となっている。

(料金等)

6. 2012年度末現在、3.9G(LTE)で利用する場合の基本使用料は、KDDIとソフトバンクモバイルが同水準であるのに対し、NTTドコモはそれを下回る金額となっている。NTTドコモとKDDI、ソフトバンクモバイルは、フィーチャーフォン向けプランでは基本使用料に無料通話(25分相当)を含む料金プランを選択可能であったが、LTEスマートフォン向けプランではNTTドコモとKDDIは提供していない。また、KDDI及びソフトバンクモバイルは基本料が安い主要なLTE向けのプランにおいて、自社内の利用者間の特定時間帯の通話を無料としている。
7. 基本使用料が安い主要なプランにおける通話料は、無料通話分を除けば、上位3事業者ともに42円/分と同一金額である。また、音声接続料は、NTTドコモ、KDDI、ソフトバンクモバイルの順に低い。近年は3社ともに音声接続料を引き下げてきており、3社間の格差は縮小傾向にある。

8. 主要事業者3社の音声 ARPU は減少が続いている。3社間で比較すると、NTT ドコモ、ソフトバンクモバイル、KDDI の順に ARPU 金額が大きい。
9. 既存契約者のサービス変更の動向を示す番号ポータビリティの2012年度の利用数は480万（対前年度比46.3%増）で、同年度末時点の累計利用数は2,007万であった。

（評価）

10. 移動系音声通信市場において首位のNTTドコモの市場シェアを見ると45.1%と高く、単独で市場支配力を行使し得る地位にあると考えられる。その一方で、番号ポータビリティ（MNP）の利用によるNTTドコモ利用者の転出が続いていることもあり、同社のシェアは減少していることから、同社が市場支配力を行使し得る地位は低下している傾向にある。
11. 他方、2012年度末時点における上位3事業者の移動系音声通信市場におけるシェアは96.1%、また市場集中度（HHI）が3,369と高い水準にあることから、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と考えられる。
12. しかしながら、上位3社の移動系音声通信サービスに関しては、第二種指定電気通信設備に係る規制措置等が講じられている中、MNPの利用数の増加に見られるサービス利用の流動性が一定程度は確保されている。また利用者ニーズの変化による通話利用回数・時間の減少や各種割引制度の利用拡大に起因すると考えられるARPUの低下傾向を踏まえれば、NTTドコモが単独で、又は複数事業者が協調して市場支配力を実際に行使する可能性は低い。

（今後の留意事項）

13. 移動系音声通信市場については、MNPの利用数の増加にみられるようにサービス利用の流動性が一定程度確保されていると考えられるが、上位3事業者の通話料の料金水準については、自社内通話無料化、家族内通話無料化、指定通話定額などの各種割引を随時実施しているものの、近年、音声接続料が大幅に低下する中、主要3事業者の通話料の水準に変化はないことから、その動向を引き続き注視していく必要がある。
14. 他方、移動系音声通信サービスの利用状況にかんがみると、その需要の減少傾向は続くと考えられ、戦略的評価で取り上げた移動体端末向けのソフトフォンの普及によるサービス代替が加わることで、移動系音声通信事業者のARPUへの低下圧力は続く可能性がある。さらに、LTEのパケット交換方式のネットワーク上で音声通話を実現するVoLTE（Voice over LTE）が商用化していった場合、移動系音声通信市場の在り方に大きな影響を与えると予想される。

15. このように、移動系音声通信サービスは、移動系データ通信サービスや上位レイヤーのプラットフォーム事業者の提供するサービスなど、隣接領域の市場からの影響を受けて競争環境が変化していくと考えられることから、周辺市場の類似サービスの動向を注視していく必要がある。

第3章 データ通信（固定系）

<固定系ブロードバンド市場>

（市場の規模）

1. 固定系ブロードバンド市場の総契約数は、2012年度末時点で3,530万と対前年度末と比べ引き続き増加しているものの、その増加率は年々鈍化して対前年度末比で1.1%にとどまった。
2. サービス別の増減率は、メタルから光ファイバへのマイグレーションが進む中、FTTH（+7.0%）とCATVインターネット（+1.8%）が増加、ADSL（▲19.1%）が減少というトレンドに変化はないが、FTTHとCATVインターネットの増加率は縮小している。市場を牽引するサービスとしてのFTTHの位置づけは一層高まっており、2012年度中に固定系ブロードバンド市場全体に占める割合は3分の2を超えた。

（事業者別シェア及び市場集中度）

3. 固定系ブロードバンド市場における事業者別の契約数のシェアの順位について、首位のNTT東西（54.2%）に次いでKDDIグループが前年度の4位から2位へと順位を上げ、J:COMグループが前年度の2位から3位に、ADSL主体のソフトバンクグループが前年度の3位から4位となっている。なお、KDDIグループが順位を上げたのは、2012年度から同グループにJCNが加わったことも一因となっている。なお、KDDIグループは2013年度中にも3位のJ:COMグループを連結子会社とすることを表明している。
4. 地域別には、東日本及び西日本においてKDDIグループがソフトバンクグループのシェアを2012年度中に上回った。
5. 2012年度末の市場集中度（HHI）は、全国ベースで3,199であるものを地域別に見ると、東日本地域で3,674、西日本地域で2,809。いずれの場合も対前年度末比で微増が続いているほか、HHIの東高西低の傾向に変化はなかった。

（料金等及びサービス品質）

6. 固定系ブロードバンドの主な料金プランの価格帯は、ADSL（1,900円-6,700円）、FTTH（3,200円-7,200円）、CATVインターネット（1,800円-6,700円）となっている。
7. 他方、支払い額の多いISPサービス込みの利用料の価格帯は、4,000円台のFTTH、3,000円台のCATVインターネット、2,000円台のADSLの順に高いというアンケー

ト結果が得られた。ここで CATV については、実際にはテレビ等とのバンドルサービスによりブロードバンド料金が減額されていることが多いことに注意を要する。

8. FTTH 市場の分析で述べるように、最近の FTTH サービスの利用者料金の推移を見ると、2008 年 10 月に KDDI が新たな料金プランの提供を開始しているほか、2012 年には NTT 東日本及び NTT 西日本がそれぞれ新たな長期割引サービスの提供を開始するなど、FTTH 事業者間での料金競争が進んでいる。
9. また、戦略的評価で述べるように、NTT 東西以外の事業者は、グループ内外で固定通信と移動通信を組み合わせた割引サービス等を展開するなど、新たなサービス競争が進展している。
10. 各サービスの最大通信速度（ベストエフォート）を見ると、ADSL（0.5-50Mbps）が価格帯と同様に多岐にわたっている一方で、FTTH では 100Mbps、200Mbps 及び 1 Gbps にそれぞれ主要なサービスが集約されており、CATV インターネットでは 160Mbps のサービスが最大となっている。
11. 民間事業者が実施した通信速度調査を基にした分析結果によれば、主要なサービスにおける「実効速度／最大通信速度」は、FTTH（最大通信速度 100Mbps）が ADSL（同 50Mbps）や CATV インターネット（同 160Mbps）よりも相対的に高い。

（評価）

12. 固定系ブロードバンド市場における市場支配力に関しては、メタルから光ファイバへのマイグレーションが進む中、同市場の中心的なサービスである FTTH の位置づけが一層高まっているところ、事業者別シェアでは NTT 東西のシェアが徐々に上昇し、また、市場集中度（HHI）が依然として高い水準にあることから、NTT 東西が単独で市場支配力を行使し得る地位にあると考えられる。
13. NTT 東西に対しては、第一種指定電気通信設備に係る規制措置が講じられており、2013 年 3 月に総務省が公表した「ブロードバンド普及促進のための公正競争レビュー制度に基づく検証結果（平成 24 年度）」中、NTT 東西における第一種指定電気通信設備に係る規制の遵守状況等の検証を実施している。
14. こうした規制措置が有効に機能している中、
 - ① 契約数ベースで 2 位・3 位の一定の事業規模を有する競争事業者が市場シェアを伸ばしていること、
 - ② 多数の競争事業者が事業展開をすることで、サービスの多様性が確保されていること、
 - ③ 戦略的評価に示しているように、NTT 東西以外の事業者による「固定インターネット＋固定電話」型の市場間の連携サービスの展開が進んでいること

等も踏まえれば、固定系ブロードバンド市場において、NTT 東西が実際に市場支配力を行行使する可能性は低い。

15. なお、事業者別シェアの数値のみを見れば、NTT 東西を含む複数の事業者が協調して市場支配力を行行使し得る地位にあるが、前述の①～③といった固定系ブロードバンド市場における競争状況を勘案すれば、実際に協調して市場支配力を行行使する可能性は低い。

(今後の留意事項)

16. 固定系ブロードバンド市場の分析・評価に当たっては、メタルから光ファイバへのマイグレーションが進む中、部分市場である FTTH 市場の影響が今後ますます強まっていることに留意を要する。特に、固定系ブロードバンド全体に占める FTTH の比率が高まっていることにより、固定系ブロードバンド市場においても、FTTH 市場においてシェアの高い NTT 東西のシェアが高まっていることに留意が必要である。
17. 2013 年度から、固定系ブロードバンド市場における市場シェアが 2 位の事業者が 3 位の事業者を連結子会社化する方針を表明していることを踏まえ、事業者グループ内の事業連携の状況を注視するとともに、グループ単位での事業者別の契約数のシェアの分析を充実させていく必要がある。
18. サービス品質については、民間事業者が実施した通信速度調査を基にした分析結果では、表示される最大通信速度（ベストエフォート）と実効速度の間には乖離が存在しているが、このような実態について利用者に分かりやすい情報提供がなされていない可能性があることを踏まえ、引き続き注視することとする。今後は、調査対象の母集団、インターネット利用環境、サンプル数をはじめとした通信速度等の測定条件を、国際的な整合性と比較可能性に留意しつつ実証等により確立することで、利用者が適切なサービス選択をできる環境を整えるとともに、分析の精緻化を図っていくことが重要である。

<FTTH 市場>

(市場の規模)

1. FTTH 市場の総契約数は、2012 年度末時点で 2,385.8 万と引き続き増加しているものの、対前年度末比の増加率は年々鈍化している。2010 年度が 13.6%、2011 年度が 10.3%であったものが、2012 年度は 7.0%にとどまった。

(事業者別シェア及び市場集中度)

2. FTTH 市場における契約数のシェアの順位について、首位の NTT 東西が 72.5%で、2 位に KDDI グループが 11.4%、3 位に電力系事業者 8.9%が続いている。このように全国的な NTT 東西のシェアは高い状況にある。2011 年度末と比較すると、NTT 東西が 1.7 ポイント減であるのに対し、KDDI グループが 1.9 ポイント増となっている。KDDI は 2013 年度中にもジュピターテレコムを連結子会社とすることを表明している。
3. 地域毎に事業者別シェアを見ると、東日本地域では、NTT 東日本が 78.5%、KDDI が 13.1%である。それに対し、西日本地域における NTT 西日本のシェアは 66.0%と、東日本地域の NTT 東日本のシェアと比較して低い状況にあり、NTT 西日本に電力系事業者 17.4%、KDDI グループ 9.5%が続いている。
4. 2012 年度末の市場集中度 (HHI) は、全国ベースで 5,472 (対前年度末比▲219) となっており、近年若干減少傾向にある。東日本地域と西日本地域の HHI は、それぞれ 6,345 と 4,754 で、両者間には顕著な差があり、地域別の HHI は東高西低のトレンドに変わりはない。

(料金等、サービス品質及びサービス変更コスト)

5. 利用者アンケートによれば、支払い額の多い FTTH サービスの 1 か月あたりの価格帯は、NTT 東西と電力系が 4,000 円台であるのに対し、KDDI では 3,000 円台と 5,000 円台の 2 つの価格帯がピークとなっている。
6. 最近の FTTH サービスの利用者料金の推移をみると、2008 年 10 月に KDDI が新たな料金プランの提供を開始しているほか、2012 年には NTT 東日本及び NTT 西日本がそれぞれ新たな長期割引サービスの提供を開始するなど、FTTH 事業者間で料金競争が進んでいる。
7. また、戦略的評価で述べるように、NTT 東西以外の事業者は、グループ内外で固定通信と移動通信を組み合わせた割引サービス等を積極的に展開するなど、新たなサービス競争が進展している。

8. 民間事業者が実施した通信速度調査を基にした分析結果によれば、事業者別の100Mbpsのサービスの実効速度を比較した場合、ある特定の条件下におけるものであるが、NTT 東西、KDDI、電力系事業者の各社ともにほぼ等しい速度幅となった。
9. サービス変更コストについては、サービスの解約料と、新規契約先での契約手数料・登録料や初期工事費から成るのは各社ともに共通である一方、キャンペーン等によって割引適用を行うことで、利用者の初期負担の軽減措置を設けるのが一般的である。
10. 利用者アンケートによれば、NTT 東西、KDDI 等の各社が提供する FTTH サービスに対する満足度は概ね 50%を超えている。

(都道府県別の状況)

11. 各都道府県別の事業者別シェアに着目すると、NTT 西日本のシェアはほとんどの府県で全国平均である 73%を下回っているのに対し、NTT 東日本のシェアは各都道府県でおおむね 80%を超えている。その結果、市場集中度 (HHI) では、西日本地域の平均値は東日本地域の平均値と比べて 1,600 程度低くなっている。
12. NTT 東西は全国でシェアを落としており、電力系は近畿地方を除く西日本でシェアを落としている。これら NTT 東西及び電力系がシェアを落とした都道府県は、KDDI が新たに FTTH アクセスサービスを展開したエリアであり、サービス競争が一定程度進展してきている。
13. 競争事業者のサービスシェアが低く、その結果としての HHI が高水準の都道府県では、設備競争と事業者間取引がともに低調である。そうした都道府県においては、超高速ブロードバンドの未整備地域を数多く抱え、基盤整備率が相対的に低い傾向が強い。
14. 上記 3・4 のとおり、東日本地域と西日本地域の競争状況は大きく異なる。それは 11~14 のとおり都道府県別に見た場合にも当てはまり、競争状況は 47 都道府県で一様ではない。

(評価)

15. FTTH 市場における市場支配力に関しては、事業者別シェア及び市場集中度 (HHI) の水準にかんがみれば、NTT 東西が単独で市場支配力を行使し得る地位にあると考えられる。
16. NTT 東西に対しては、第一種指定電気通信設備に係る規制措置が講じられており、2013 年 3 月に総務省が公表した「ブロードバンド普及促進のための公正競争

レビュー制度に基づく検証結果（平成 24 年度）」中、NTT 東西における第一種指定電気通信設備に係る規制の遵守状況等の検証を実施している。

17. こうした規制措置が有効に機能している中、
- ① NTT 東西の市場シェア低下と契約数ベースで 2 位の事業者のシェア上昇が同時に進行していること、
 - ② 多数の競争事業者が事業展開をすることで、サービスの多様性が確保されていること、
 - ③ 設備競争や加入光ファイバの事業者間取引を通じたサービス競争が展開され、実質的な料金の低廉化が進んでいること、
 - ④ 戦略的評価に示しているように、競争事業者による「固定インターネット＋固定電話」型の市場間の連携サービスの展開が進んでいることから、NTT 東西が実際に市場支配力を行使する可能性は低い。
18. 事業者別シェアの数値のみを見れば、NTT 東西を含む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あるが、FTTH 市場における上記①～④の競争状況を勘案すれば、実際に協調して市場支配力を行使する可能性は低い。

（今後の留意事項）

19. 固定系ブロードバンド市場において言及したとおり、固定系ブロードバンド市場全体に占める FTTH の比率が高まっているところ、FTTH 市場における NTT 東西のシェアが依然として 70%を超える高い水準にあることから、その動向を引き続き注視していく必要がある。あわせて、移動系超高速ブロードバンドサービスやスマートフォン等の普及の影響については、FTTH サービスとの品質差や利用者の固定系と移動系のブロードバンドの代替性に関するニーズ、戦略的評価で取り上げる市場間の連携サービスの動向を含めて注視を要する。
20. 固定系ブロードバンド市場において契約数ベースで 2 位の KDDI グループが、2013 年度より 3 位の J:COM グループの連結子会社化を行う旨を表明済みであり、事業者グループ内の事業連携の状況を注視するとともに、グループ単位での事業者別の契約数のシェアの分析を充実させていく必要がある。
21. FTTH 市場においては価格競争による料金の低廉化が見られた一方で、サービス品質については、民間事業者が実施した通信速度調査を基にした分析結果では、表示される最大通信速度（ベストエフォート）と実効速度の間には乖離が存在しているが、このような実態について利用者に分かりやすい情報提供がなされていない可能性があることを踏まえ、引き続き注視することとする。今後は、調査対象の母集団、インターネット利用環境、サンプル数をはじめとした通信速度等の測定条件を、国際的な整合性と比較可能性に留意しつつ実証等により確立することで、利用者が適切なサービス選択をできる環境を整えとともに、分析の精緻

化を図ることが重要である。

22. 東日本と西日本という広域で比較することはもちろんのこと、都道府県毎に比べても事業者別シェアや市場集中度をはじめとしたサービス競争の進展状況、とりわけその背景にある設備競争と事業者間取引の状況には大きな差異があり、地域性を勘案した分析・評価を実施していく必要がある。
23. 都道府県等の地域の特性に応じて、設備競争の結果である設備シェアや加入光ファイバの事業者間取引を反映している NTT 東西の回線貸出率のほか、域内の FTTH サービスの提供事業者数、超高速ブロードバンド基盤整備率等の新たな勘案要素を適用することで、FTTH 市場の競争状況の評価の精緻化を図っていくこととする。

第4章 音声通信（固定系）

<固定電話市場>

（市場の規模）

1. 固定電話市場の総契約数は、2012年度末で5,681万（対前年度末比0.2%減）と微減傾向が続いている。サービス別には、メタルから光ファイバへのマイグレーションが進む中、0ABJ-IP電話が堅調に増加する一方で、NTT東西加入電話の減少が続いている。また、直収電話とCATV電話についても減少が続いている。

（事業者別シェア及び市場集中度）

2. 2012年度末時点における契約数の事業者別シェアを見ると、全国ではNTT東西のシェアが76.5%（対前年度末比2.7ポイント減）、地域別ではNTT東日本77.4%（同2.9ポイント減）、NTT西日本75.5%（同2.5ポイント減）となっており、いずれも減少傾向にあるが、依然として両者がそれぞれ東日本と西日本で高い市場シェアを占めている状況にある。また、市場集中度も6,065（同363ポイント減）と依然として高いが、前年度から大きな減少となっている。

（料金等）

3. 主な固定電話サービスの基本料は、過去5年以上にわたって一定の金額で推移している。サービス別に基本料を比較すると、住宅用と事務用のいずれの場合であっても、NTT東西加入電話、直収電話、CATV電話、0ABJ-IP電話の順に高くなっている。
4. 主な固定電話サービスの通話料は、ごく一部のサービスを除き、過去5年以上にわたって一定の金額で推移してきている。通話料を比較すると、各社共通で携帯電話への通話が県間通話、0ABJ-IP電話あて通話及び市内通話よりも高水準であるほか、事業者間でも一部、料金の違いが見られる。
5. 競争事業者がNTT東西に支払う接続料については、GC接続及びIC接続による接続料は2012年度及び2013年度は微増となっている。また、ドライカップ接続料も2012年度及び2013年度は増加している。

（固定電話の利用状況）

6. 固定電話の利用者アンケート調査によれば、利用回数では週当たり3回未満、利用時間では週当たり5分未満がそれぞれ5割以上を占める。また、月額の利用料では、4,000円未満の利用者が全体の6割程度を占める。

7. 現在利用している固定電話サービスに対して満足している利用者の割合は、3割程度であった。その内訳を見ると、0ABJ-IP 電話で 40%を超えていたのに対し、NTT 東西加入電話では 21%程度にとどまっている。固定電話サービスを利用していない利用者の割合は 13%程度で、その多くは「通話は携帯電話等で行うこと」を理由に挙げている。また、固定電話を保有している世帯は減少傾向にあること、固定電話を保有していない割合が高い単身世帯数が増加傾向にあることも踏まえれば、今後、携帯電話の固定電話への代替が進む可能性がある。

(評価)

8. 上記のような状況を勘案し、固定電話市場における市場支配力に関しては、NTT 東西が依然として単独で市場支配力を行使し得る地位にあると考えられるが、第一種指定電気通信設備に係る規制措置が講じられている中、
- ・ NTT 東西のシェアが低下傾向にあること、
 - ・ 固定電話の利用について、携帯電話等への代替が生じていること、
 - ・ 固定電話市場にあって増加傾向の続く 0ABJ-IP 電話の影響が強まっているが、0ABJ-IP 電話は主に FTTH とセットで提供されているところ、第 3 章データ通信（固定系）の評価のとおり、FTTH 市場において NTT 東西が実際に市場支配力を行使する可能性は低いこと
- 等も踏まえれば、NTT 東西が同市場において実際に市場支配力を行使する可能性は低い。
9. なお、事業者別シェアの数値のみを見れば、NTT 東西を含むシェア上位の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が、第 3 章データ通信（固定系）において分析した FTTH 市場における競争状況を勘案すれば、実際に協調して市場支配力を行使する可能性は低い。

(今後の留意事項)

10. 近年の固定電話市場の契約数は漸減が続いているが、これは NTT 東西加入電話、CATV 電話及び直収電話の契約数の減少が、0ABJ-IP 電話の契約数の年率 10%を上回る増加を吸収・相殺してきた結果である。固定電話の携帯電話等への代替等によって、0ABJ-IP 電話の増加が鈍化すれば、固定電話市場の縮小が加速していく可能性があり、固定電話の利用動向を携帯電話等と併せて注視していく必要がある。

戦略的評価

第1章 移動系通信市場における新規参入事業者の事業環境（供給側）

1. MVNOの市場参入状況を見ると、契約数・事業者数ともに増加傾向にある。契約数規模別の事業者数をみると、契約数1万未満の小規模事業者が全体の大多数を占める。
2. MNO主要3社の通信料金は、データ通信定額料などにおいておおむね同一水準となっている一方、MVNOは、最大通信速度やデータ通信量の上限を低くおさえることで、MNOと比べて低料金のサービスを提供している。
3. サービス変更コストについて、
 - ① MNOからMNO等に移行する場合であって、SIMロック解除に応じていない場合やSIMロック解除に応じているが通信方式が異なる場合、
 - ② MVNOからMNOに移行する場合であって、SIMロック解除端末等を保有しており通信方式が同じ場合とを比較すると、①が②よりも高い結果となった。

これはSIMロック解除端末等をそのまま使用できる場合は新たな端末の購入が不要であるのに対し、SIMロック解除に応じていない場合や転出元と転入先の通信方式が異なる場合には、サービス変更時に端末の再購入が必要となることが大きな理由である。ただし、サービス変更先がMNOである場合は、端末購入費を含む総コストはキャンペーン等によって減殺されることが多い。
4. このようにMNOからのサービス変更コストは相対的に高く、MNOサービスとMVNOサービスの間には現時点では需要の代替性が十分に確保されていない可能性があることから、今後とも両サービスの利用動向やサービス実態について注視していく必要がある。
5. MVNOの属性を見ると、サービス内容ではデータ通信が主流であり、MNOとの契約形態は卸電気通信役務が大半を占める。また、MVNOにおける登録電気通信事業者/届出電気通信事業者の比率は概ね4：6となっており、登録電気通信事業者の中にはMNOでもあるMVNOが含まれる。
6. MVNOの事業展開に当たっては、MVNOから、MNOとのサービス差別化や事業者間取引の条件が課題であるとの意見が多くみられた。なお、MVNOに関する利用者の認知度は3割程度にとどまっている。

7. 今後の移動系通信市場における MVNO の果たす役割や重要性を判断するに際しては、MVNO の市場参入動向、事業者の属性や提供サービス内容（MNO との対比を含む。）等について引き続き注視していくことが必要であり、そのためには、電気通信事業報告規則に基づく事業者からの提出データや事業者アンケートによる回答データ等を通じた、より詳細な分析について検討することが必要である。

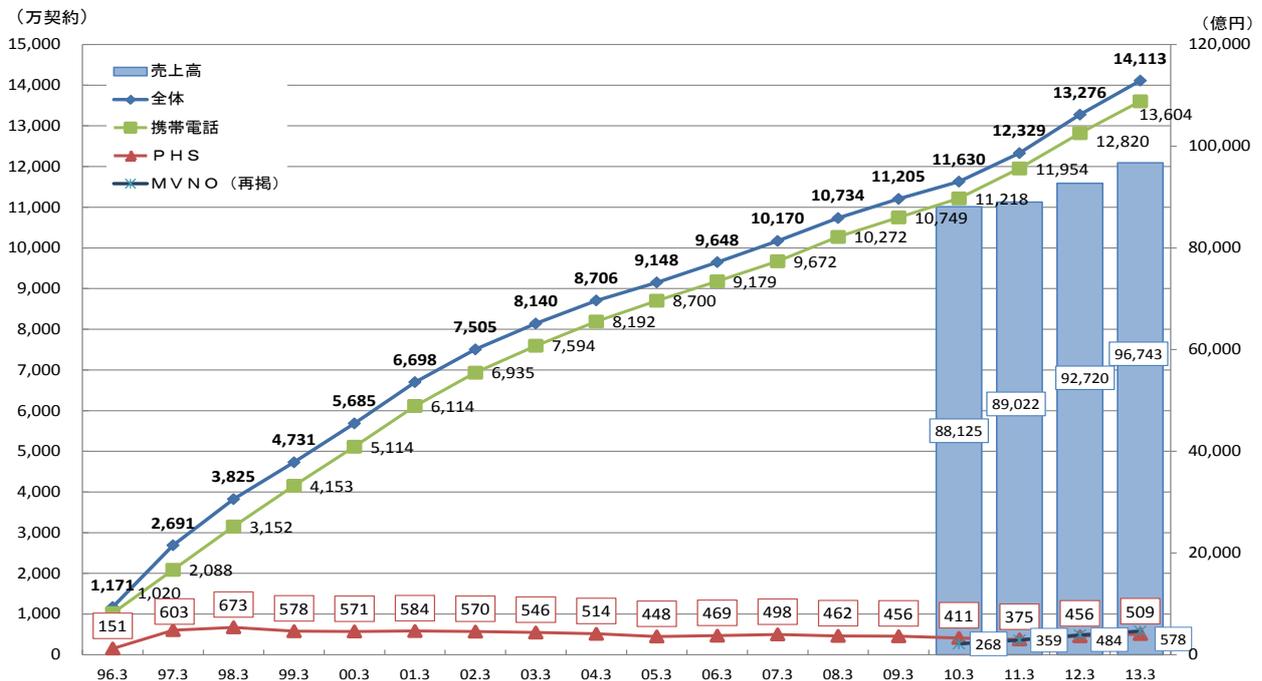
第2章 市場間の連携サービスの利用動向（需要側）

1. 市場間の連携サービスは、その典型的な組合せとして、「固定インターネット＋固定電話」型の連携サービスと「移動系通信＋固定系通信」型の連携サービスが挙げられる。利用者アンケート結果によれば、「固定インターネット＋固定電話」型の連携サービスの利用割合はアンケート回答者全体の53.0%と大きな割合を占めるのに対し、「移動系通信＋固定系通信」型の連携サービスは2.9%にとどまり、現時点においては大きな割合を占めるには至っていない。
2. 「固定インターネット＋固定電話」型の連携サービスのうち、その中心的なサービスである「FTTH＋固定電話」型の連携サービスでは、事業者別利用割合が個々のサービス市場における事業者別シェア構成と類似の傾向が見られる一方、これら個々のサービス市場と比較して市場集中度は低い。なお、「移動系通信＋固定系通信」型の連携サービスについては、回答数が少ないため、現時点で判断するのは難しい。
3. 連携サービスの利用者満足度は、個々のサービスごとの利用者満足度をそれぞれ超えているが、「移動系通信＋固定系通信」型の連携サービスにおける利用者満足度の上昇に比べ、「固定インターネット＋固定電話」型の連携サービスの利用者満足度の上昇はさほど高くない。
4. 移動系／固定系に関連するサービスであるソフトフォンの利用率は高まりを見せており、主に移動端末を利用する者の寄与度が高い。また、一週間当たりの通話時間は昨年と比べ減少しており、一回当たりの通話時間を見ると、主に固定端末を利用する場合（11.0分/回）と主に移動端末を利用する場合（5.8分/回）で相違が見られる。
5. 通信事業者の他業種への出資・業務提携の状況については、NTT、KDDI、ソフトバンクの各グループはそれぞれ上位レイヤーに進出しており、今後通信と隣接事業領域の間での新たな連携サービスが生まれてくる可能性がある。
6. 今回、取り上げた「固定インターネット＋固定電話」型（「FTTH＋固定電話」型）は、既に市場間の連携サービスとして定着しており、固定系通信におけるデータ通信と音声通信の連携は一定程度進展している。
7. もう一つの代表的な市場間の連携サービスとして取り上げた「移動系通信＋固定系通信」型の連携サービスについては、急速な立ち上がりを見せてはいるものの、未だ利用者数では移動系通信・固定系通信の各市場へのインパクトは限定的

である。また、移動系通信・固定系通信の連携サービスを広義で捉えた場合、料金収納業務の一本化なども含まれうることから、改めて連携サービスの範囲を検討した上で、個別の市場への影響について分析を行っていく必要がある。

<移動系データ通信市場>

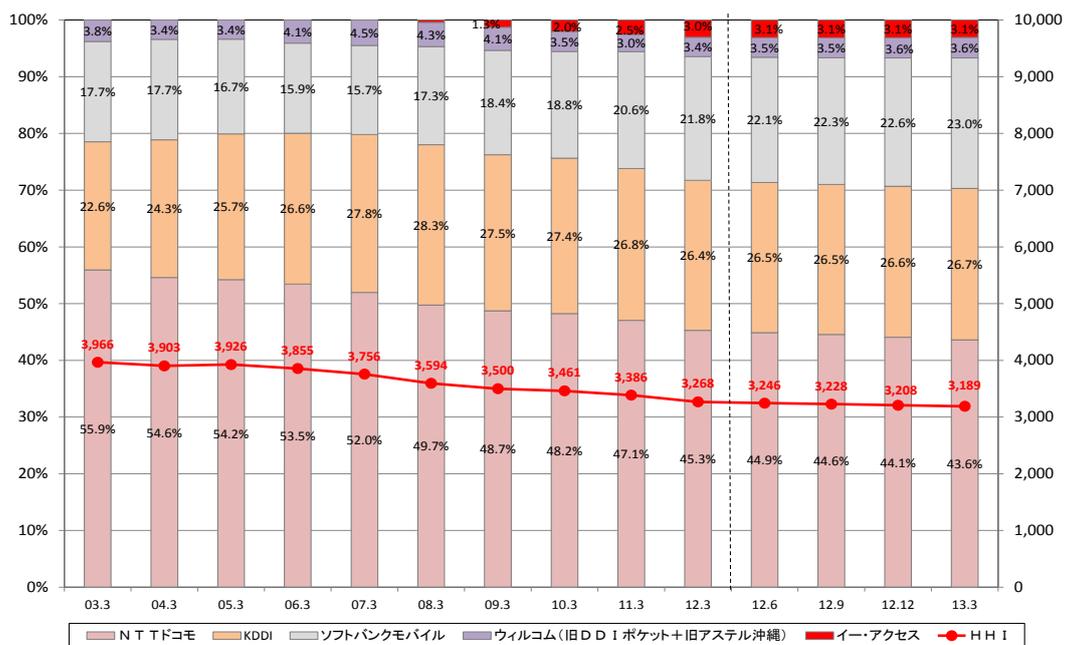
【図表 I - 1 携帯・PHS サービスの契約数及び売上高の推移】



(注) 各社の決算額等から市場の売上高を算出。ただし、携帯電話事業の売上高を公表していない社については推計値を使用。

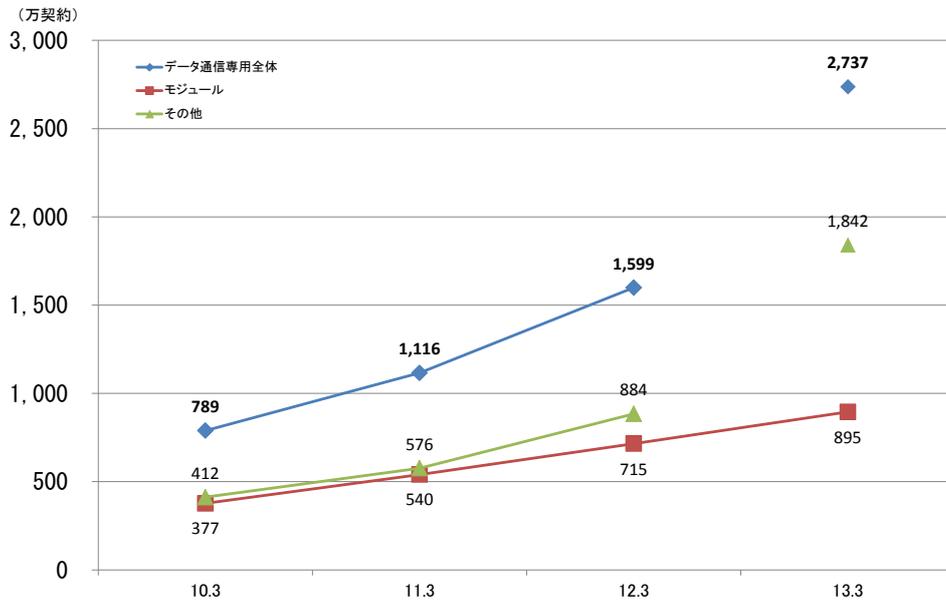
出所：(社) 電気通信事業者協会及び総務省資料

【図表 I - 7 携帯・PHS サービスの事業者別シェア及び市場集中度の推移】



出所：(社) 電気通信事業者協会及び総務省資料

【図表 I -11 データ通信専用サービスの契約数の推移】



(注) 契約数について、2012年3月末までの数値は、競争評価2011事業者アンケートに基づく数値であり、当該アンケートにおいては、原則としてMVNO契約数を除いたMNO契約数の合算値。ただし、音声・データ通信専用といった区分では分計不可と回答があった一部の事業者についてはMVNOの契約数を含んでいる。2013年3月の数値は、電気通信事業報告規則による報告に基づく数値であり、MVNO契約数を含んだMNO契約数の合算値。

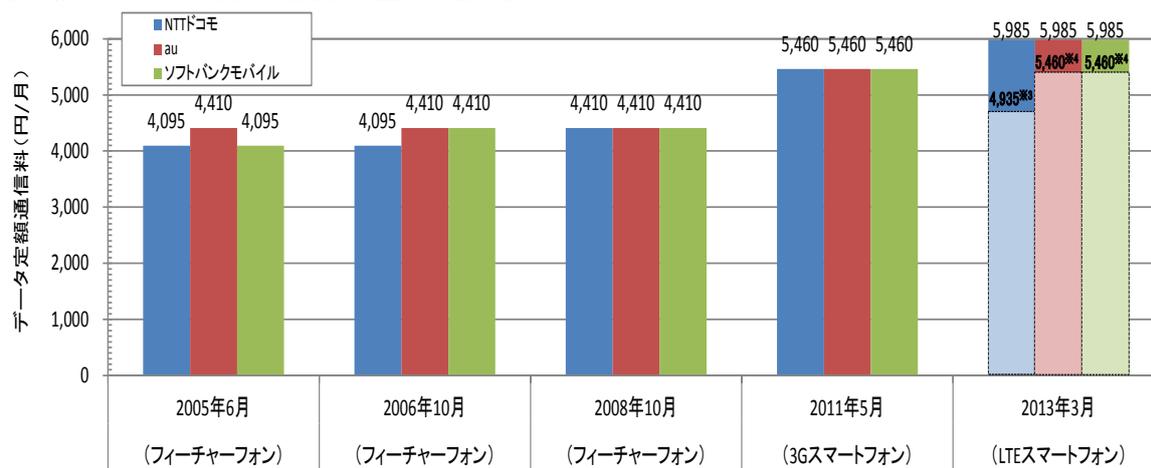
出所：総務省資料、公表資料等及び競争評価2011事業者アンケートを基に総務省作成

【図表 I -12 データ通信専用サービスの契約数の事業者別シェア】



出所：総務省資料

【図表 I -15 携帯電話料金の推移】



	2005年6月 (フィーチャーフォン)	2006年10月 (フィーチャーフォン)	2008年10月 (フィーチャーフォン)	2011年5月 (3Gスマートフォン)	2013年3月 (LTEスマートフォン)
NTTドコモ	パケ・ホーダイ	パケ・ホーダイ	パケ・ホーダイ ダブル	パケ・ホーダイフラット ^{※1}	Xiパケ・ホーダイフラット ^{※2}
au	ダブル定額ライト	ダブル定額ライト	ダブル定額ライト	ISフラット ^{※1}	LTEフラット ^{※2}
ソフトバンクモバイル	デュアルパケット定額	パケットし放題	パケットし放題	パケットし放題 for スマートフォン ^{※1}	パケットし放題フラット for 4G LTE ^{※2}

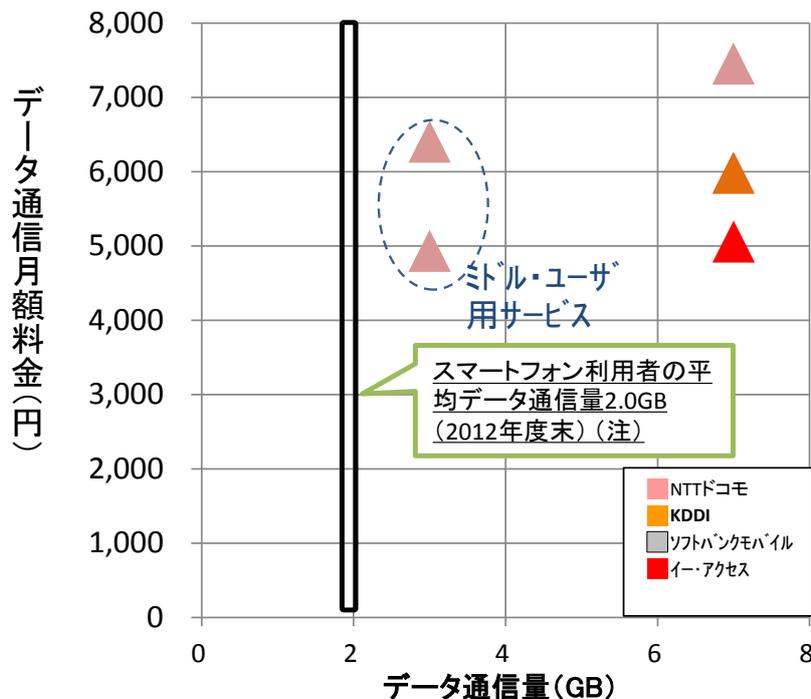
(注1) フルブラウザ利用時の料金は 5,985 円となる。

(注2) データ通信量は 7GB を上限として、上限超過後は速度制限。ただし、各社とも 2GB 当たり 2,625 円の追加料金で速度制限を解除することが可能。

(注3) Xi パケ・ホーダイ ライト プラン (3GB まではデータ通信量制限なし)

(注4) 割引キャンペーンを適用することにより、最大 2 年間は月額 5,460 円 (割引期間終了後は、月額 5,985 円)

【図表 I -17 料金のデータ通信量別の比較 (3. 9G, BWA)】

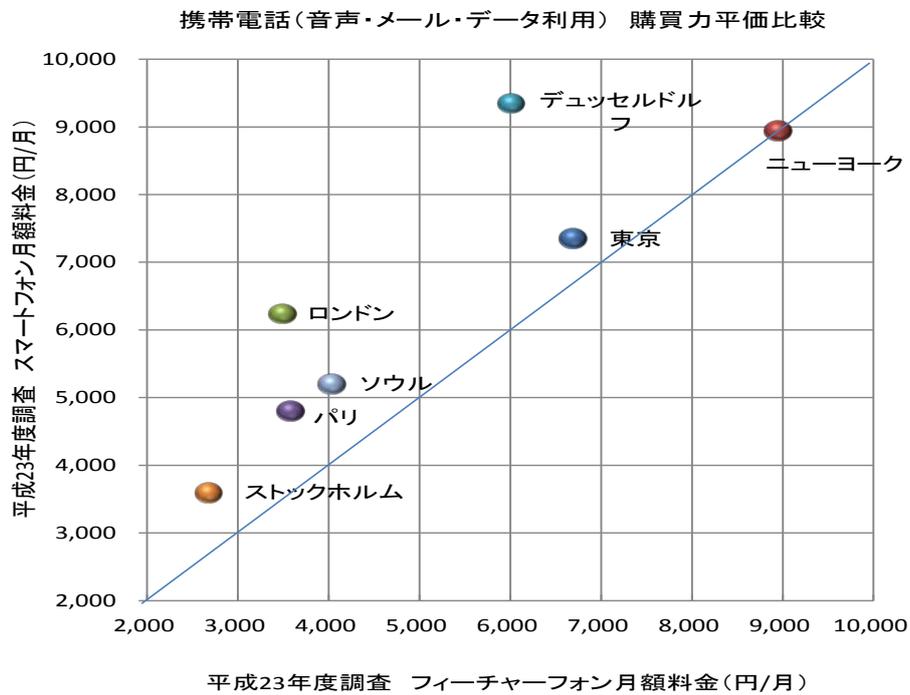


(注) 総務省推計値。

出所：各社 HP 及び総務省資料

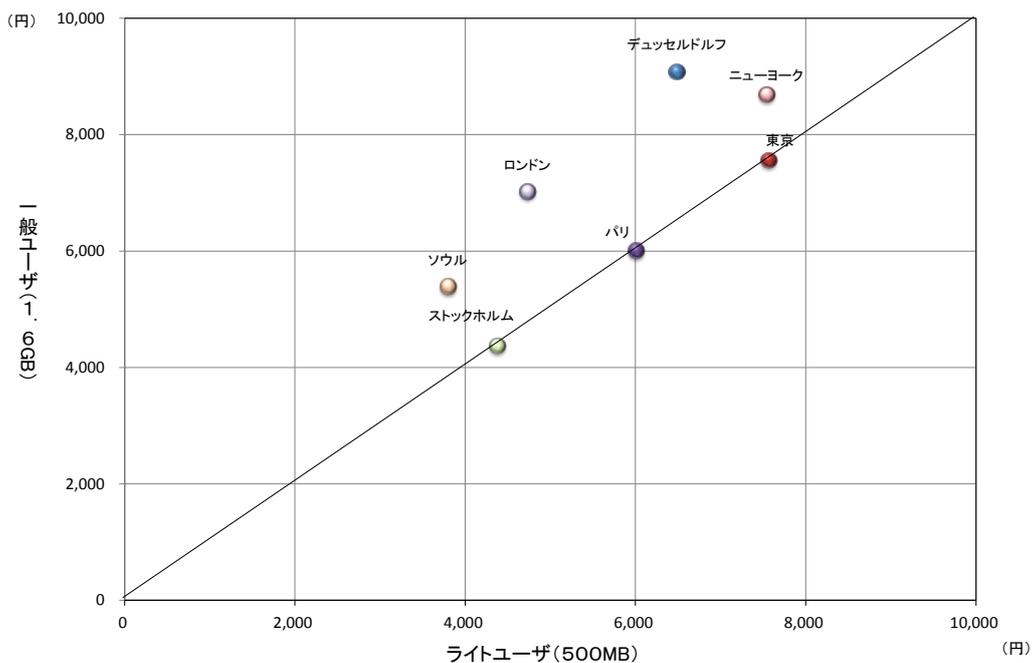
【図表 I -19 携帯電話料金の国際比較】

＜2011 年度のスマートフォン/フィーチャーフォンの月額料金の国際比較＞



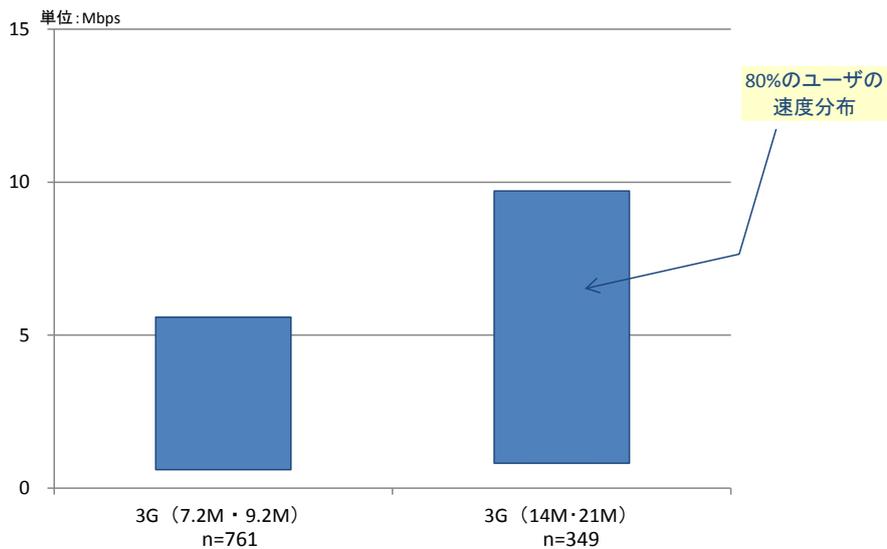
出所：総務省資料

＜2012 年度の一般ユーザ・ライトユーザ別の月額料金の国際比較＞



出所：総務省資料

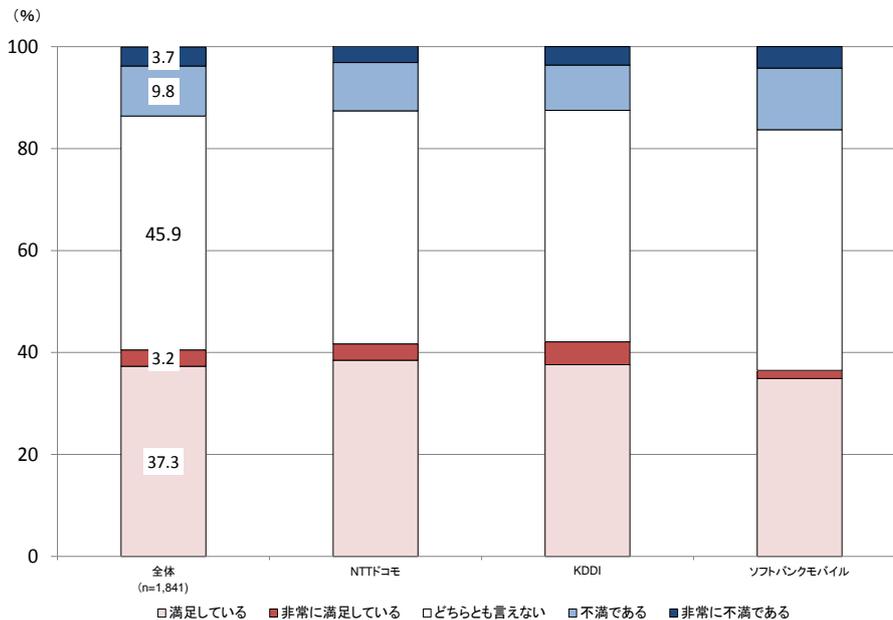
【図表 I -21 データ通信速度】



(注) 本調査¹は、調査対象の母集団、インターネット利用環境、サンプル数をはじめとした測定条件が確立される前の特定の条件下のものである。また、本実効速度は、サンプル値の一定（中央値に近い80%）の分布を示したものであり、この幅を超えた実効速度も存在している。

出所：民間事業者によるサンプル調査（注）の分析結果

【図表 I -24 現在主に利用しているデータ通信速度（移動）に対する満足度】

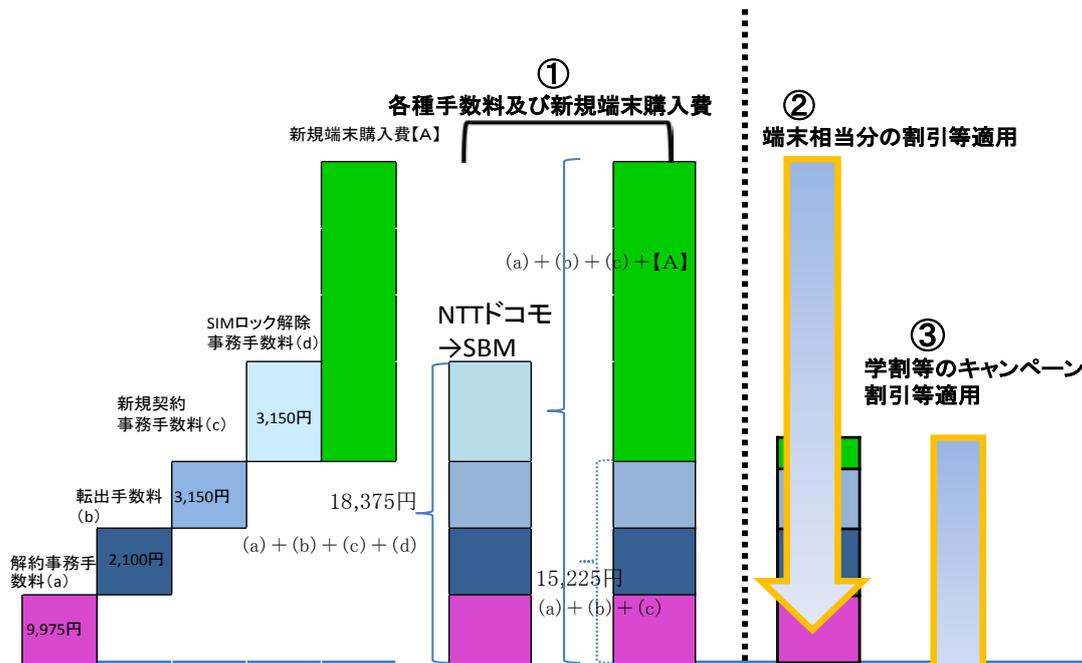


出所：競争評価 2012 利用者アンケート

¹ 調査概要は以下のとおり。

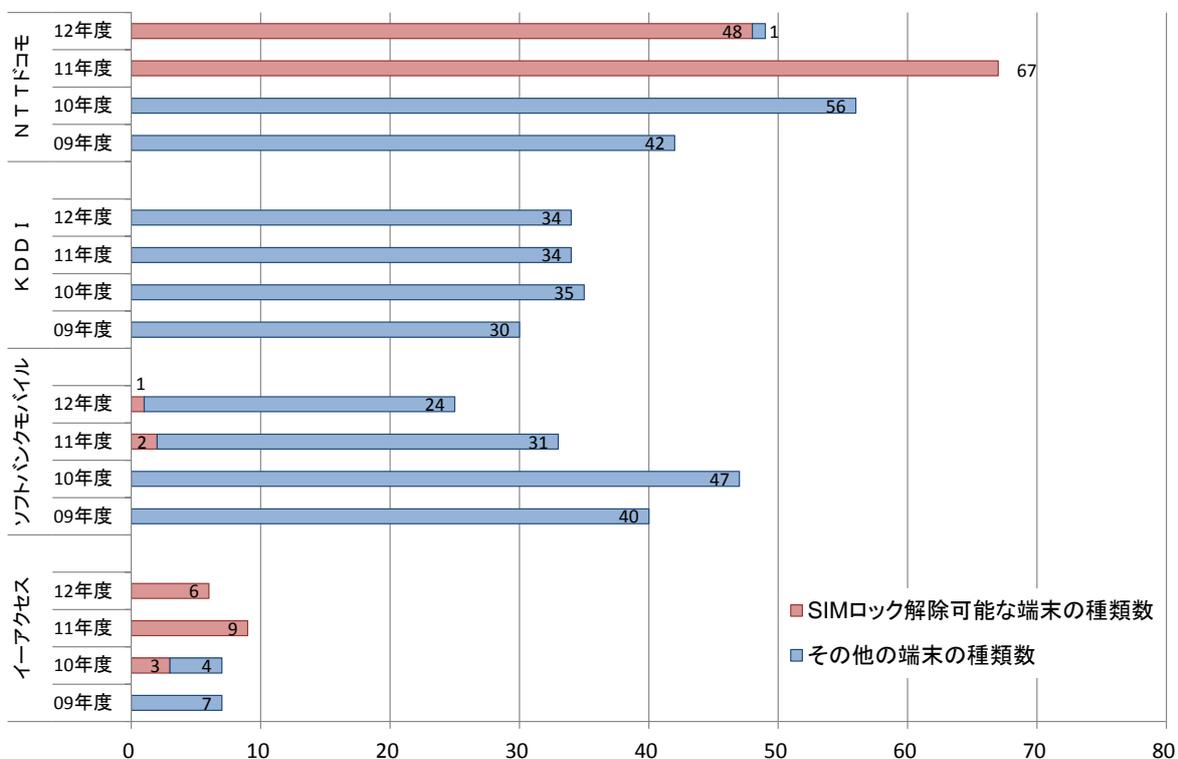
調査時期：2012年10月～2013年2月（(株) Studio Radishによる調査）。サンプル数：全18万6千サンプル（固定・移動含む）のうち、一部から作成。調査概要：Studio Radishの測定サーバ（東京と大阪の二か所）に、利用者端末からアクセスした際の下り速度を調査。同一の利用者が複数回の計測を行った場合には測定品質（速度が安定している程高い）が最も高い結果のみを利用。また、回線種別・速度等は、利用者の選択入力であり実際の回線と一致していない場合がある（表示速度を超える実効速度は異常値として除外して集計）。

【図表 I -25 サービス変更コストの構成】



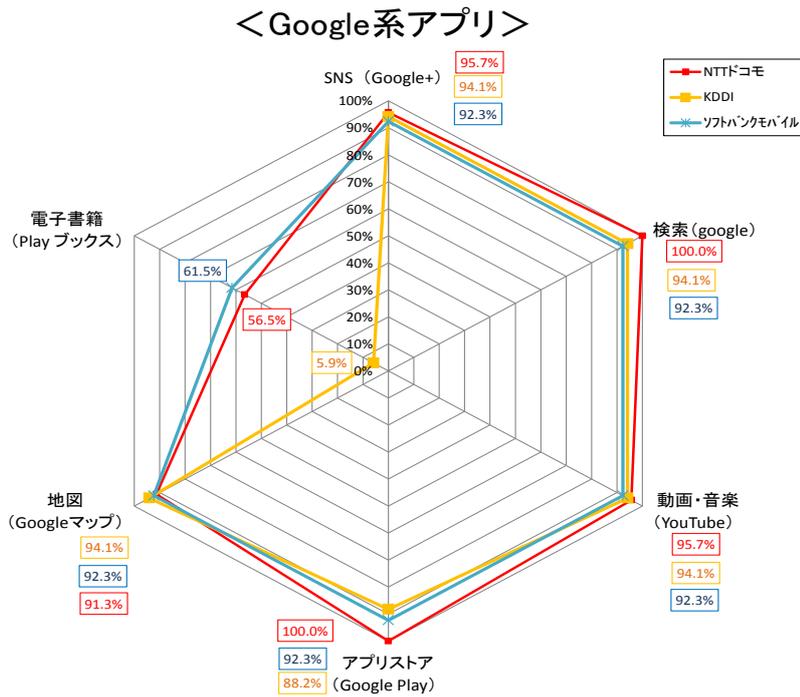
※ 当該ケースは、通信キャリアのみを変更(保有の端末を保持したままサービス移行)の意向を持つ者を前提にしており、特定の通信キャリアが提供する端末を利用したいために、サービス変更する者等は対象としていない。また、移行先で保有端末を使用できない場合は、新規端末を購入することになる。

【図表 I -30 事業者別のSIMロック解除可能な端末の取扱状況】



出所：競争評価 2012 利用者アンケート

【図表 I -38 スマートフォンへのアプリのプリインストール状況】

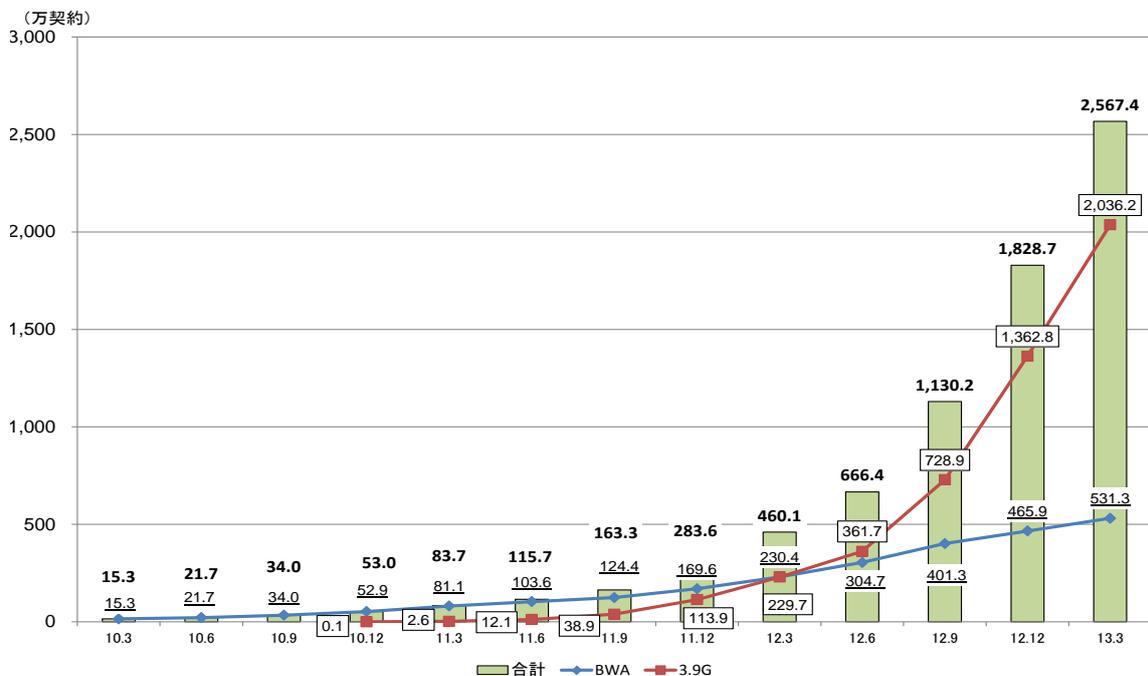


(注1) NTTドコモ 23機種、KDDI17機種、ソフトバンクモバイル13機種、計53機種（2012年5月（2012年夏モデル）以降に発売された端末中心）を調査。

(注2) 各サービス分野において、最もプリインストール率の高いアプリを採用。

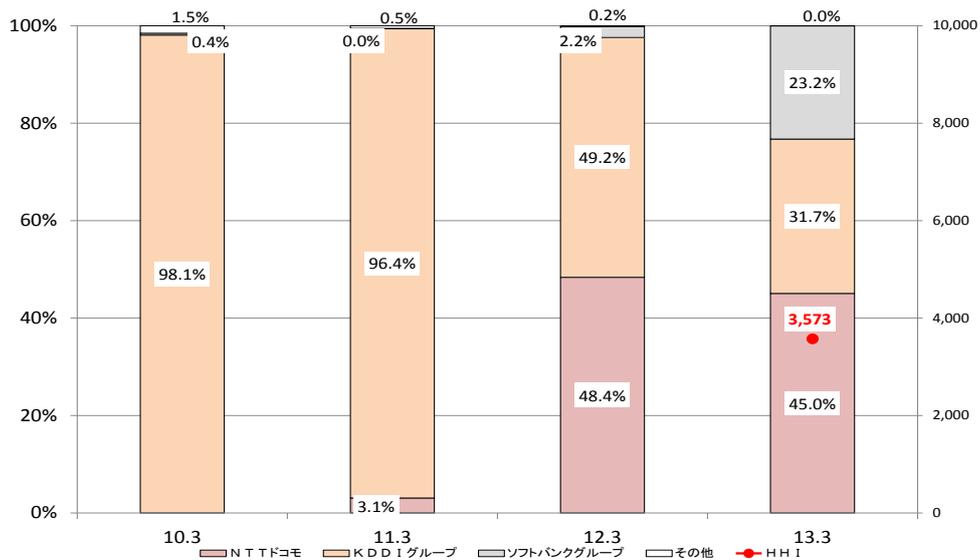
出所：競争評価 2012 利用者アンケート

【図表 I -39 契約数（移動系超高速ブロードバンド）の推移】



出所：総務省資料

【参考4 移動系超高速ブロードバンド市場のグループ別シェア】



(注1) 2010年12月、NTTドコモが3.9Gサービスを開始。

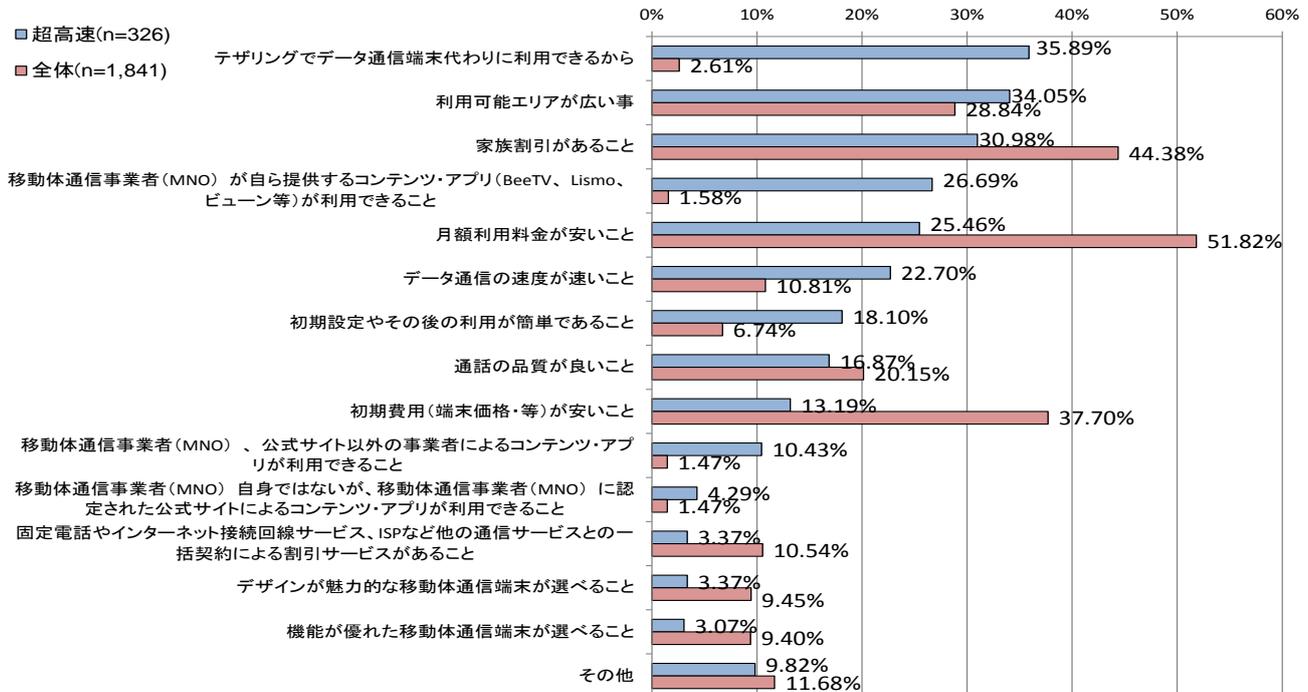
(注2) KDDIグループには、KDDIのほか、UQコミュニケーションズが含まれる。2009年2月、UQコミュニケーションズがBWAサービスを開始。2012年9月、KDDI（沖縄セルラーを含む。以下同じ。）が3.9Gサービスを開始。

(注3) ソフトバンクグループには、ソフトバンクモバイルのほか、ワイヤレス・シティ・プランニングとイー・アクセスが含まれる。2012年9月、ソフトバンクモバイルが3.9Gサービスの提供を開始。それに先立つ2009年4月にワイヤレス・シティ・プランニングがBWAサービスを開始し、2012年2月からはソフトバンクモバイルがワイヤレス・シティ・プランニングのMVNOとしてサービスを開始。イー・アクセスは、2012年3月から3.9Gサービスを提供しており、2013年3月からはソフトバンクモバイルがワイヤレス・シティ・プランニングのMVNOとしてサービスを提供している。

(注4) 移動系超高速ブロードバンド市場においては、KDDIグループ及びソフトバンクグループを1社とみなしてHHIを算定している。

出所：総務省資料

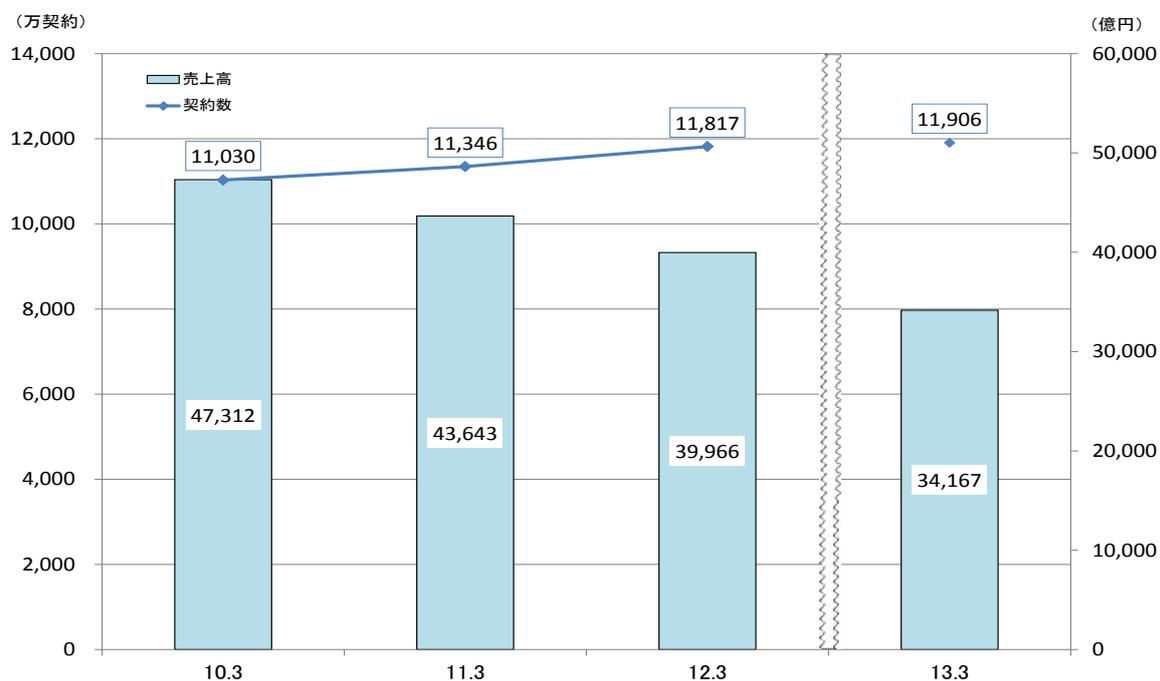
【図表I-43 現在利用しているサービスを選択した理由】



出所：競争評価2012利用者アンケート

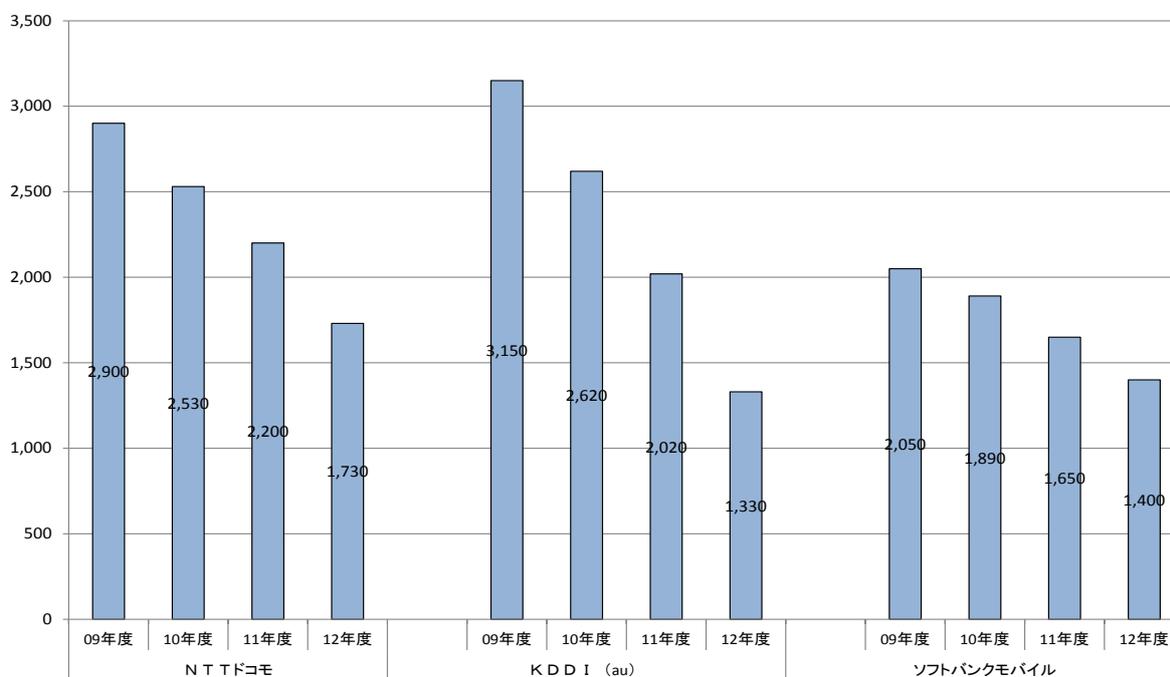
<移動系音声通信市場>

【図表Ⅱ－１ 契約数と売上高の推移（音声通信）】



出所：競争評価 2011 事業者アンケート及び総務省資料

【図表Ⅱ－６ 音声 ARPU の推移】

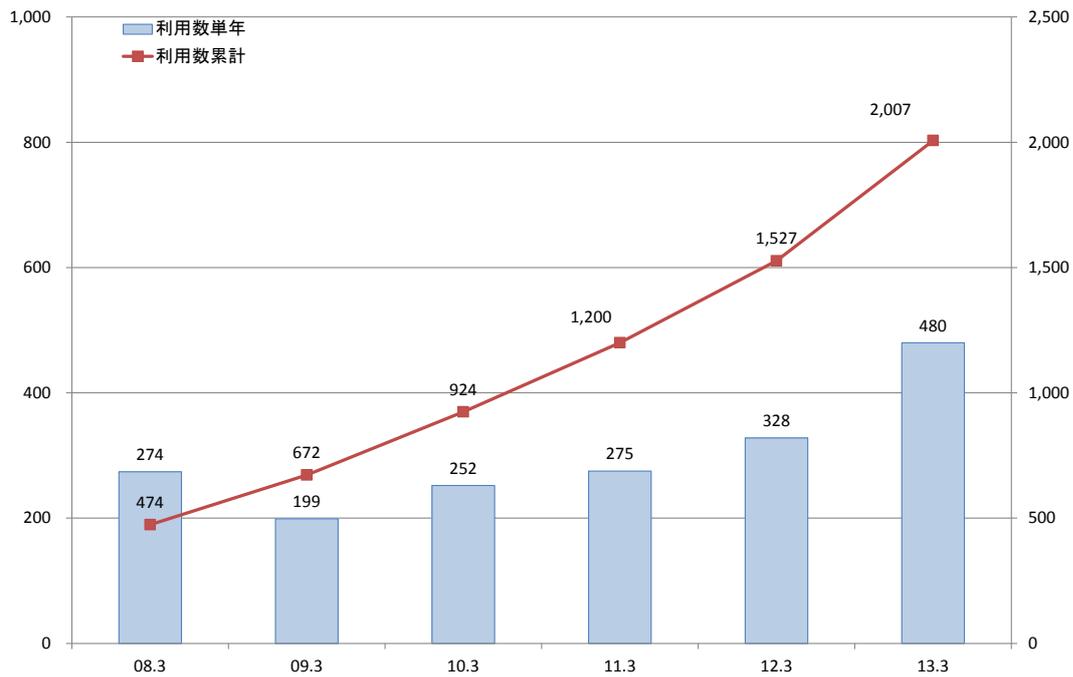


(注) KDDI の 2012 年度 ARPU は、「パーソナルセグメントの au の ARPU」を使用。割引適用額 (650 円) を控除した額を記載。

出所：各社決算資料

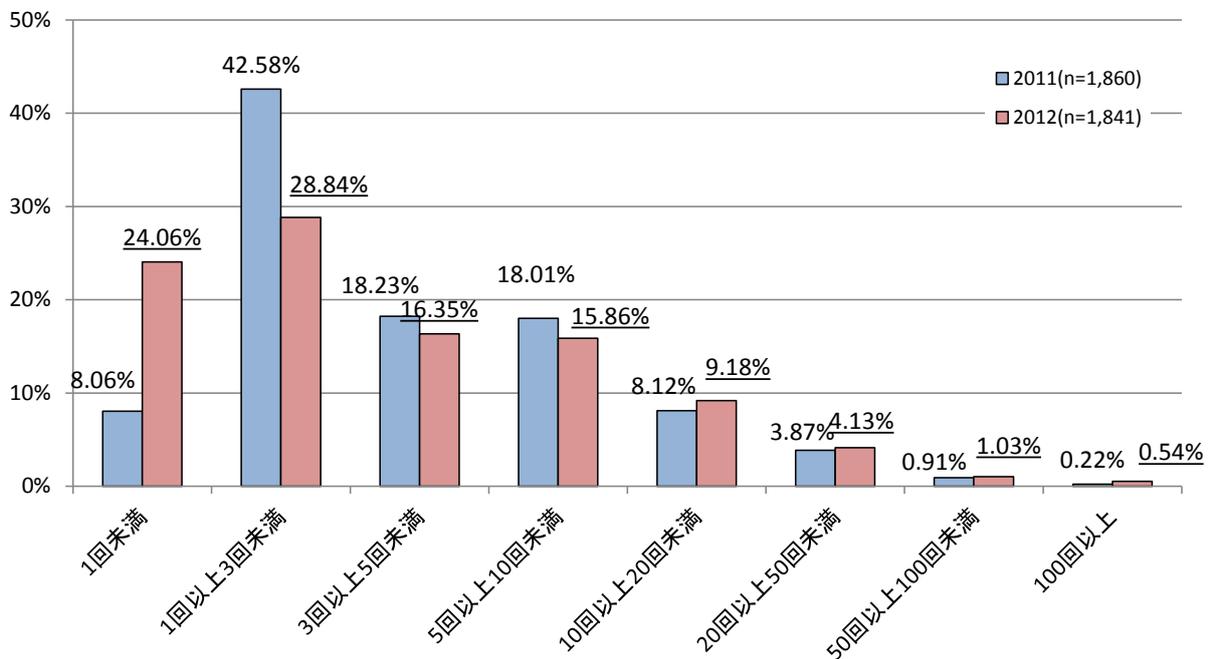
【図表Ⅱ－8 MNPの利用状況】

(単位: 万件)



出所：総務省資料

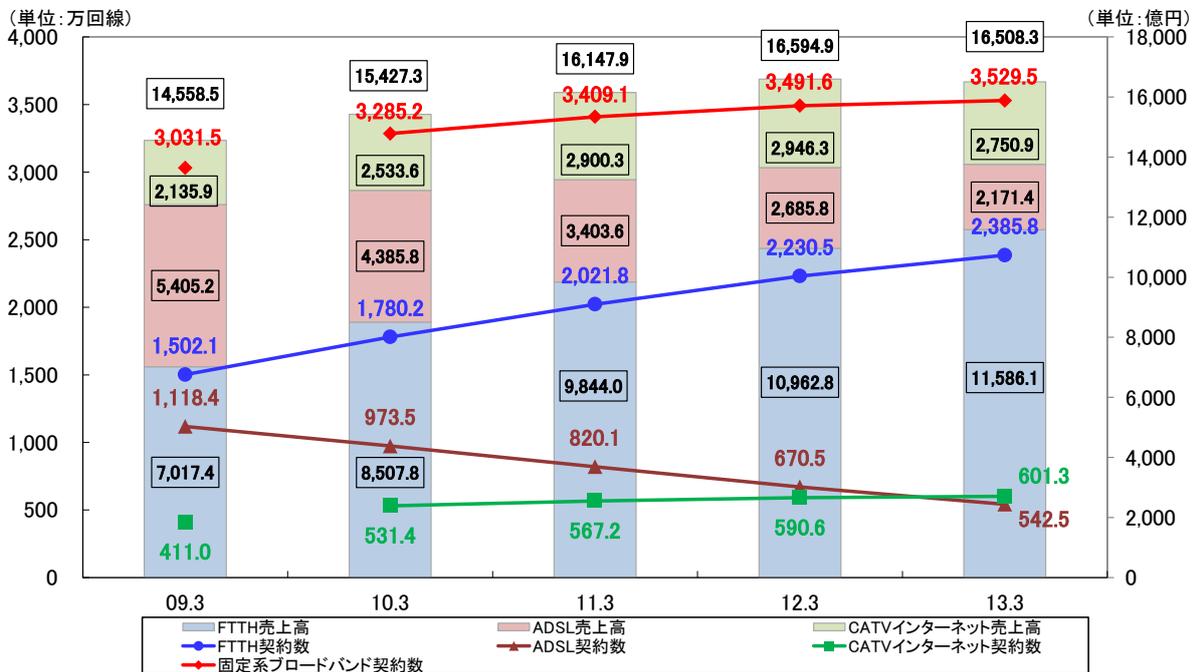
【図表Ⅱ－10 移動体通信端末での1週間当たりの通話利用回数】



出所：競争評価 2012 利用者アンケート

<固定系ブロードバンド市場>

【図表Ⅲ－１ 契約数と売上高の推移】

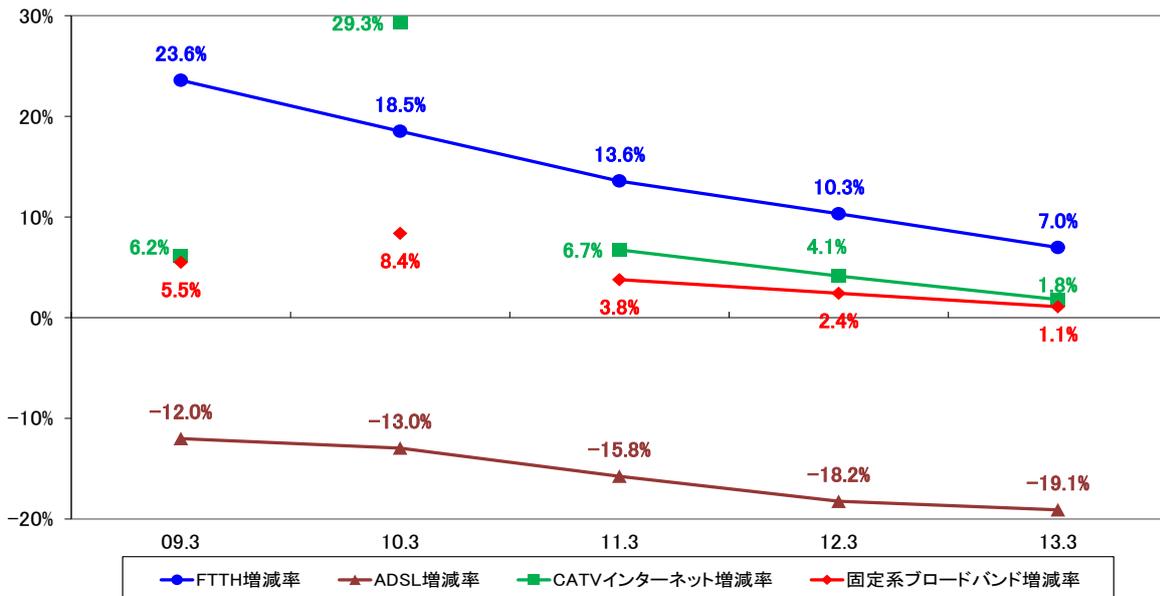


※一部の事業者より契約数について集計方法の変更が報告されたため、10.3の固定系ブロードバンド契約数及びCATVインターネット契約数について前期との間で変動が生じている。

出所：総務省資料（契約数）

出所：各回線の主要事業者の公表資料等及び総務省資料を基に（株）三菱総合研究所推計（売上高）

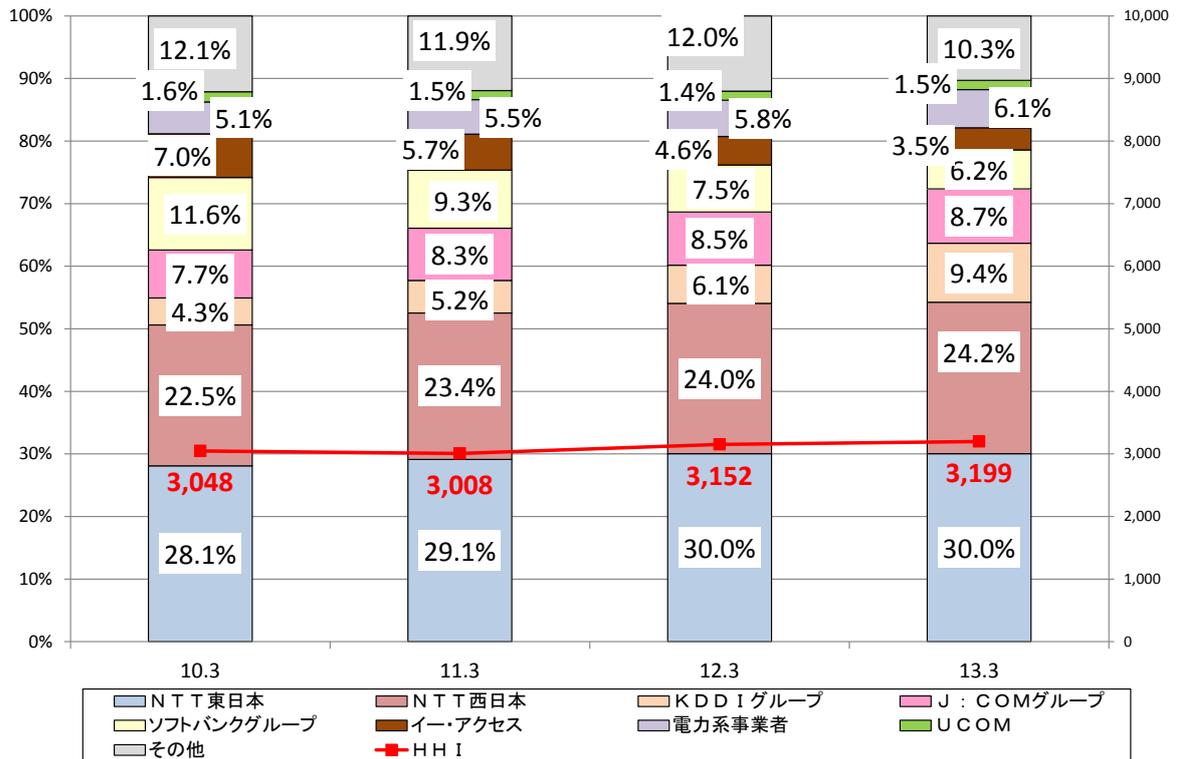
【図表Ⅲ－２ 契約数の増減率の推移】



※一部の事業者より契約数について集計方法の変更が報告されたため、10.3の固定系ブロードバンド増減率及びCATVインターネット増減率について前期との間で変動が生じている。

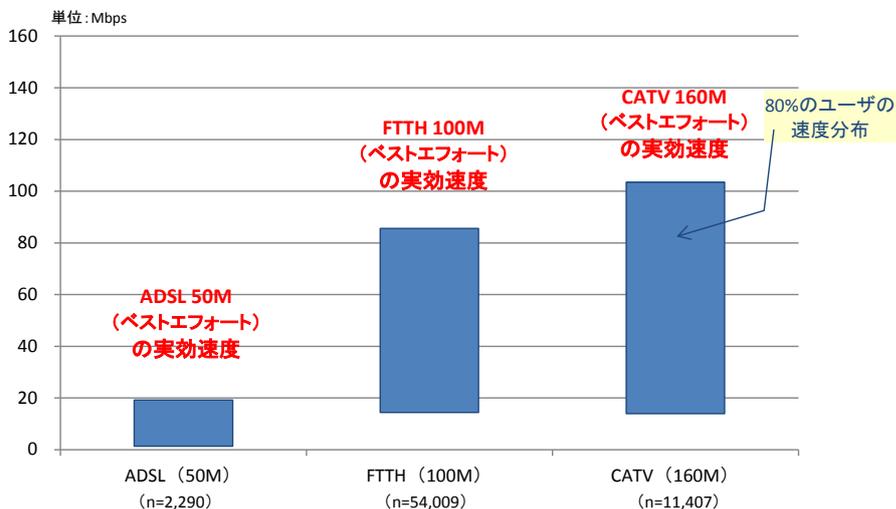
出所：総務省資料

【図表Ⅲ－３ 事業者別シェア及び市場集中度（HHI）の推移】



出所：総務省資料

【図表Ⅲ－９ 主要なサービス（FTTH, ADSL, CATV）の実効速度】



(注)本調査²は、調査対象の母集団、インターネット利用環境、サンプル数をはじめとした測定条件が確立される前の特定の条件下のものである。また、本実効速度は、サンプル値の一定(中央値に近い80%)の分布を示したものであり、この幅を超えた実効速度も存在している。

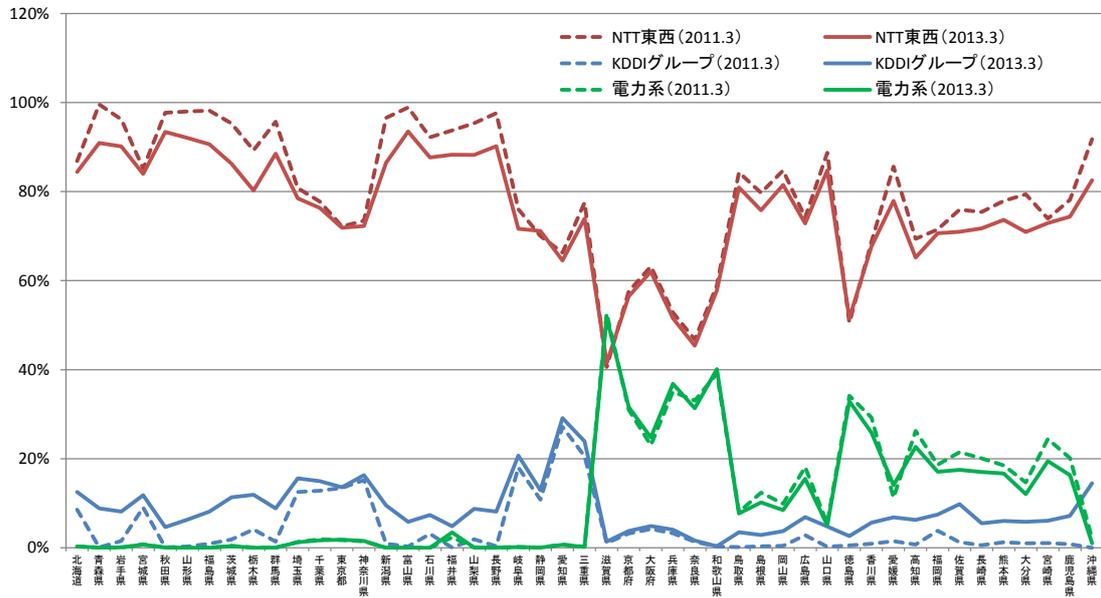
出所：民間事業者によるサンプル調査(注)の分析結果

² 調査概要は以下のとおり。

調査時期：2012年10月～2013年2月（(株) Studio Radishによる調査）。サンプル数：全18万6千サンプル（固定・移動含む）のうち、一部から作成。調査概要：Studio Radishの測定サーバ（東京と大阪の二か所）に、利用者端末からアクセスした際ののり速度を調査。同一の利用者が複数回の計測を行った場合には測定品質（速度が安定している程高い）が最も高い結果のみを利用。また、回線種別・速度等は、利用者の選択入力であり実際の回線と一致していない場合がある（表示速度を超える実効速度は異常値として除外して集計）。

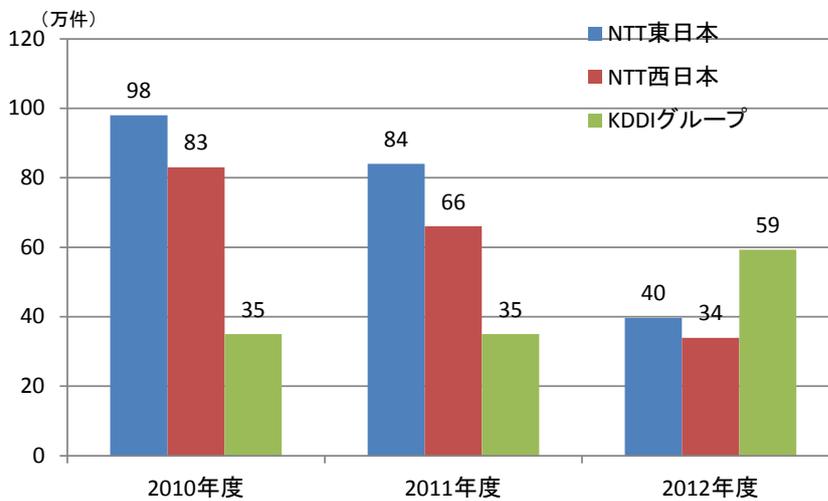
<FTTH 市場>

【図表Ⅲ-19 都道府県別の主要事業者の FTTH サービスシェアの変遷】



出所：総務省資料

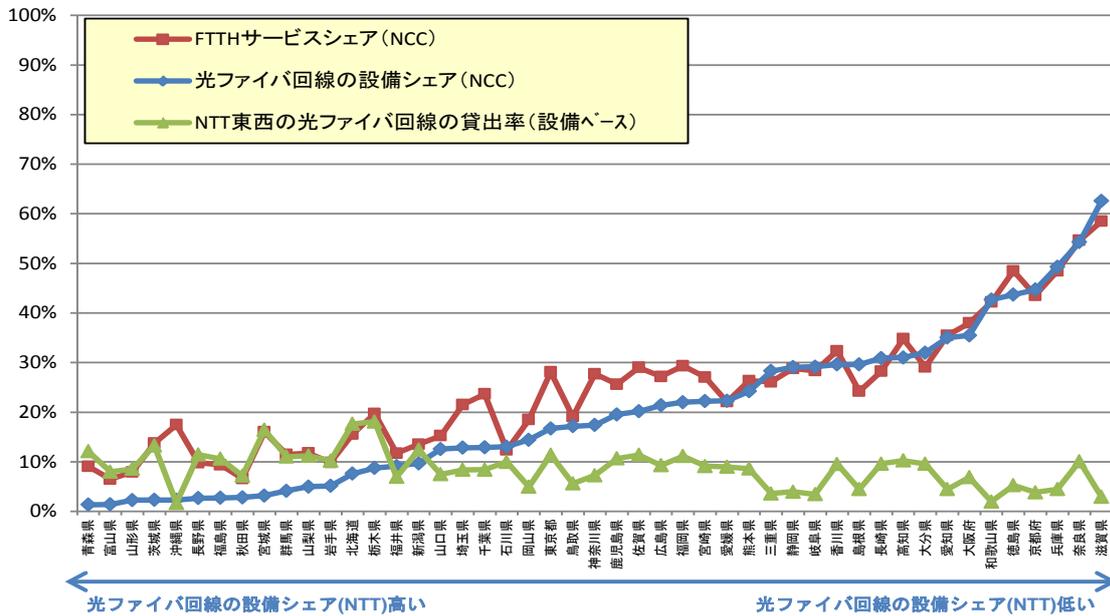
【図表Ⅲ-20 FTTH 契約数の純増数の推移】



出所：総務省資料

【図表Ⅲ-24 競争事業者の FTTH サービスシェア・光ファイバ回線の設備シェア・NTT 東西の光ファイバ回線の貸出率³の関係】

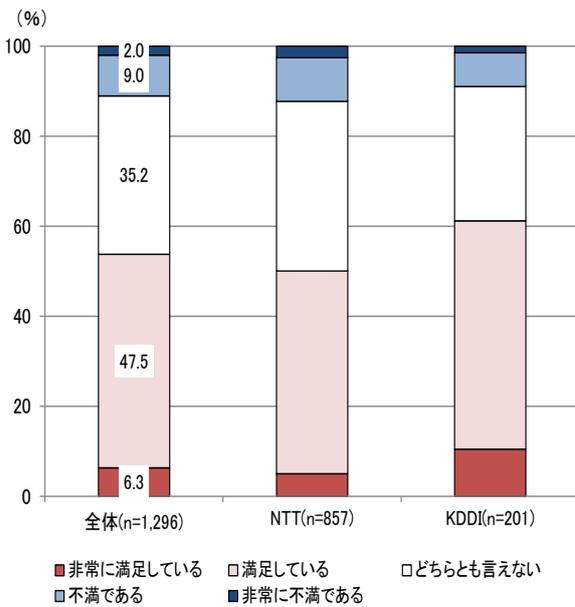
(2013.3 末時点)



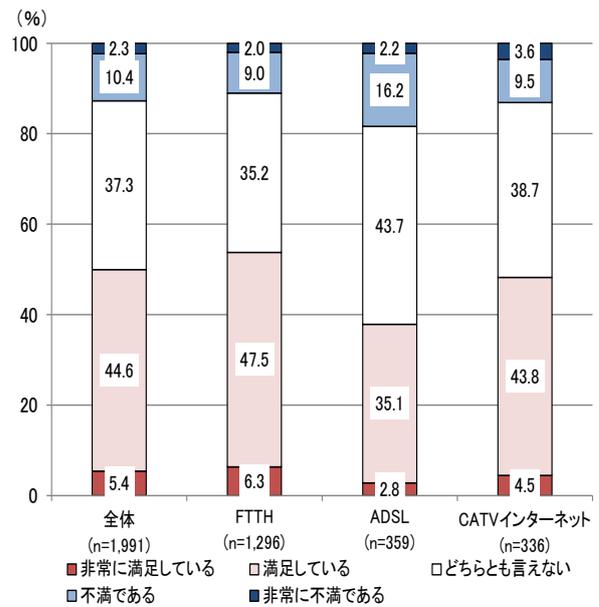
出所：総務省資料及び競争評価 2012 事業者アンケート

【図表Ⅲ-36 インターネット接続回線サービスに対する満足度】

<FTTH利用者(事業者別)>



<固定インターネット利用者(回線種別)>

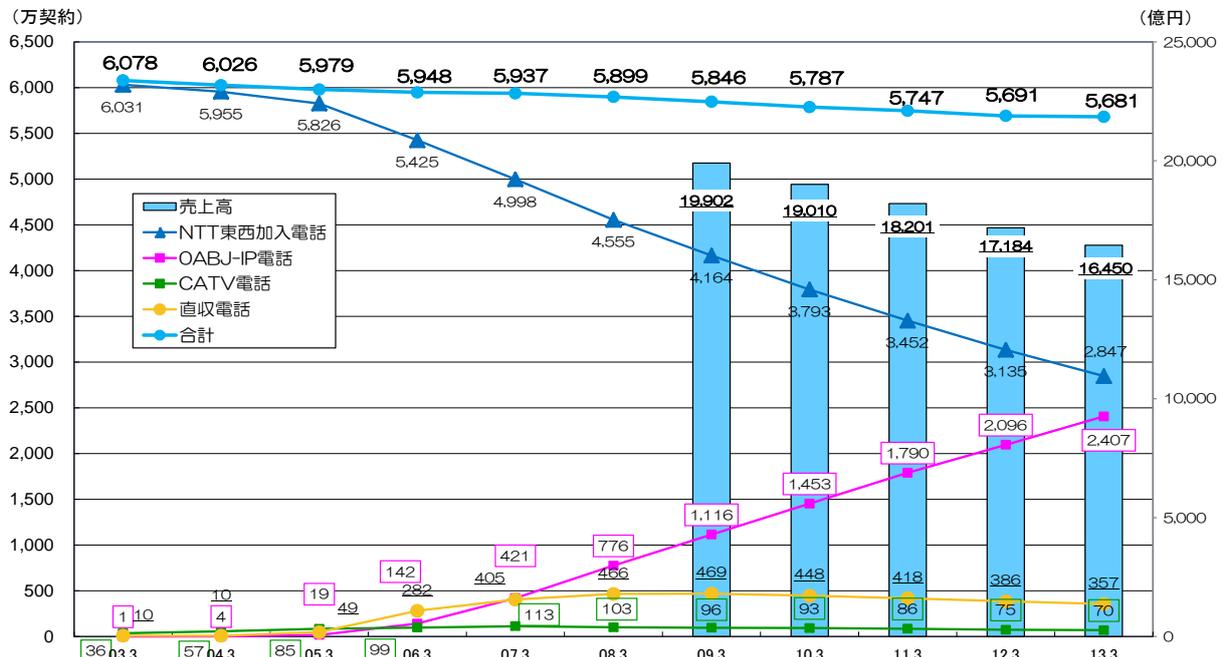


出所：競争評価 2012 利用者アンケート

³ NTT 東西の光ファイバ回線の貸出回線数を NTT 東西の光ファイバ回線数 (設備数) で除したもの

<固定電話市場>

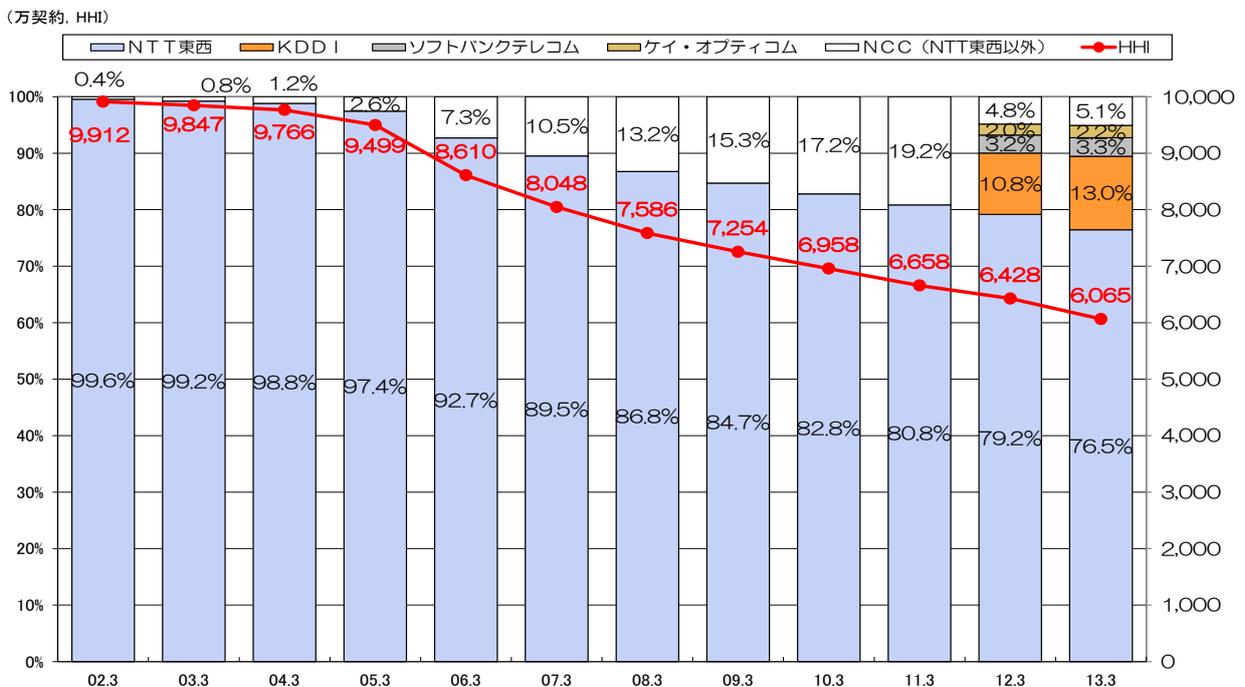
【図表Ⅳ－１ 契約数及び売上高の推移】



(注) OABJ-IP電話については利用番号数を示しており、2004.3以前の利用番号数については事業者アンケート結果に基づく数値を、2005.3以降は電気通信事業報告規則に基づく報告値を用いている。

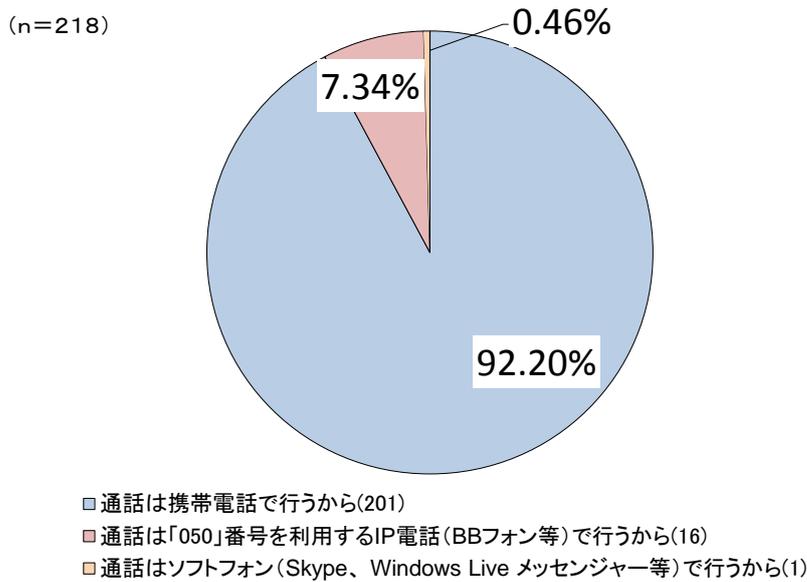
出所：総務省資料

【図表Ⅳ－４ 事業者別シェア及び市場集中度 (HHI) の推移】



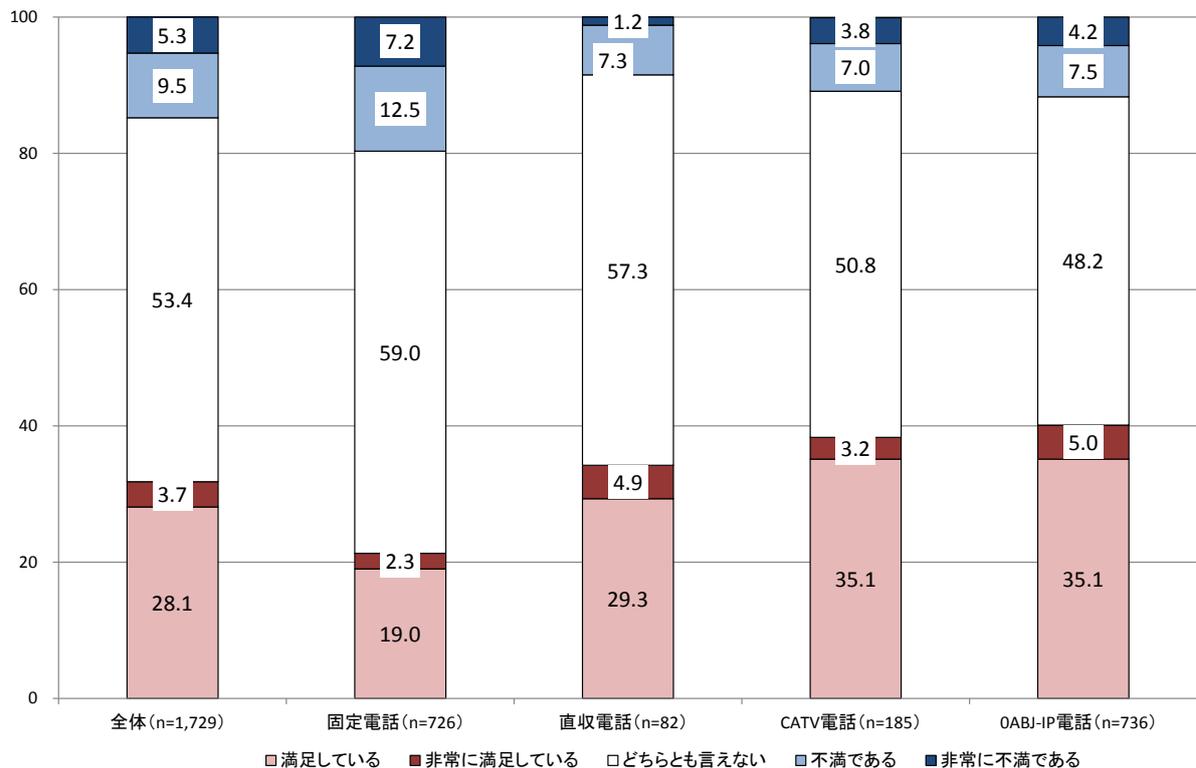
出所：総務省資料

【図表Ⅳ－18 固定電話サービスを利用していない理由】



出所：競争評価 2012 利用者アンケート

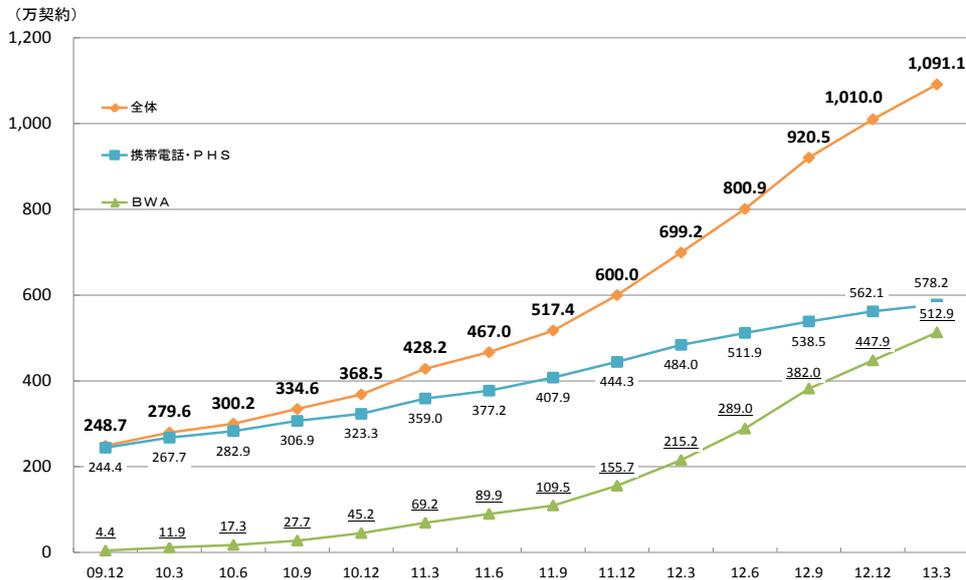
【図表Ⅳ－21 現在利用している固定電話サービスに対する満足度】



出所：競争評価 2012 利用者アンケート

<移動系通信市場における新規参入事業者の事業環境（供給側）>

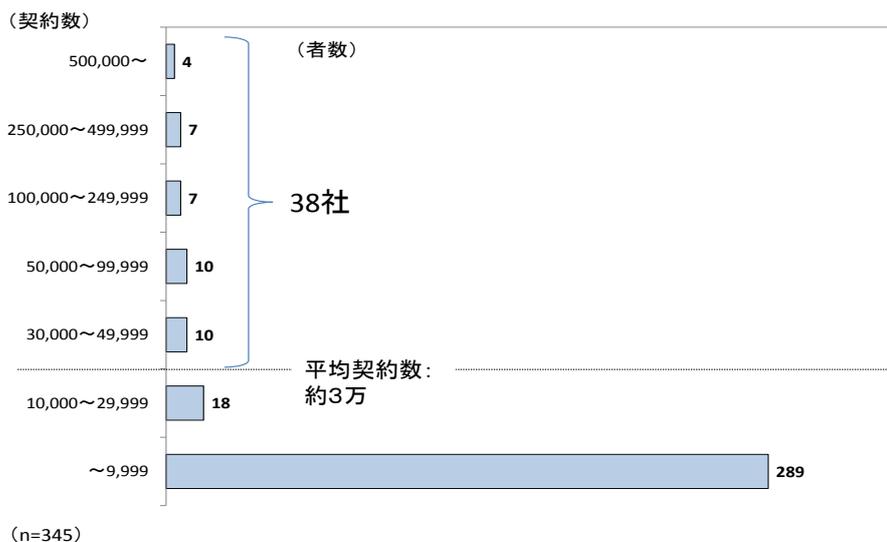
【図表VI-2 MVNO 契約数の推移】



- (注1) 上表中のMVNOの契約数は、電気通信事業報告規則に基づきMNOから報告のあった数値の単純合算値(延べ数)。
 (注2) MVNOの分析対象として、競争評価2011においては携帯・PHSサービスのみに着目してきたが、競争評価2012においては、移動系データ通信市場の分析対象を踏まえ、BWAサービスも含めて分析している。
 (注3) 報告対象事業者
 携帯・PHS：NTTドコモ、KDDI、ソフトバンクモバイル、イー・アクセス、ウィルコム
 BWA：UQコミュニケーションズ、ワイヤレス・シティ・プランニング

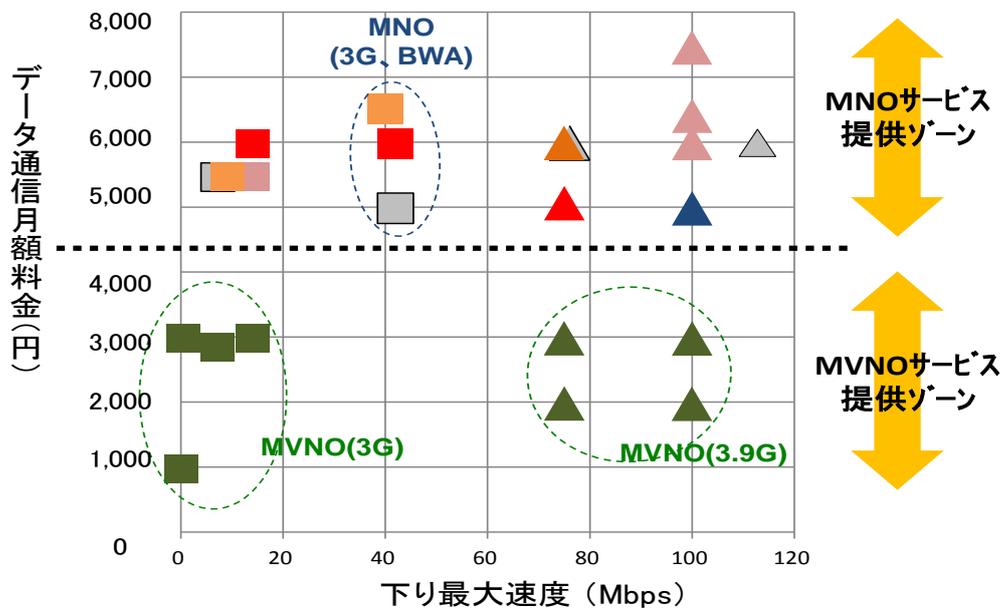
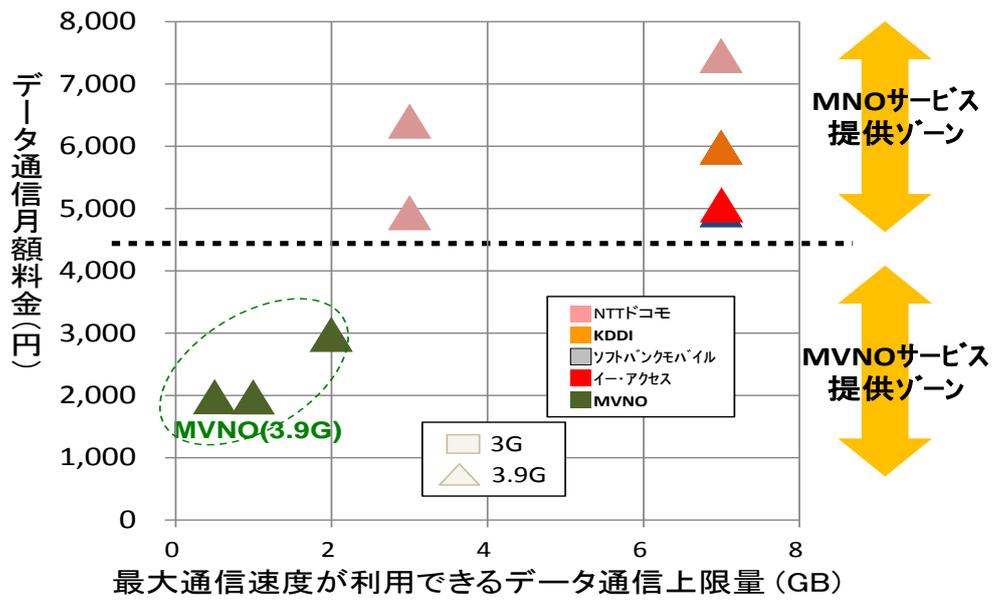
出所：総務省資料

【図表VI-4 契約数規模別のMVNOの事業者数（2012年12月末時点）】



出所：競争評価2012事業者アンケート及び総務省資料

【図表VI-9 MNO/MVNO のデータ通信量別・通信回線速度別の比較】

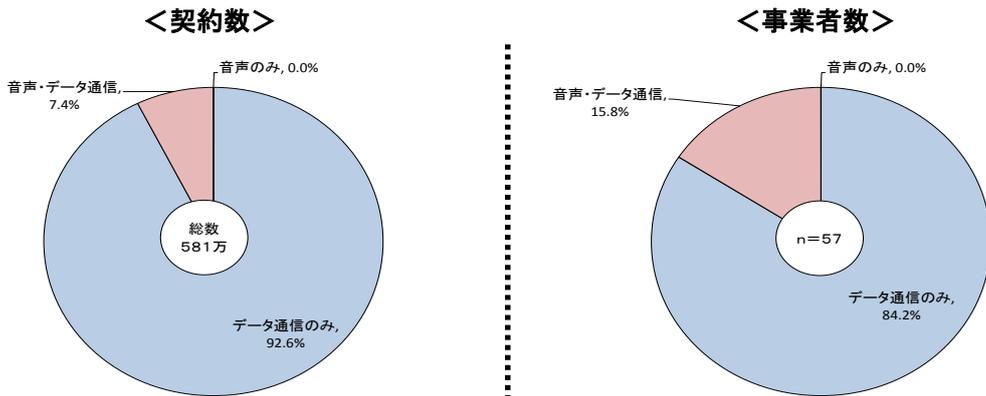


(注1) MNO (NTTドコモ、KDDI、ソフトバンクモバイル、イー・アクセス)、MVNO (IIJ、NECビッグロープ、日本通信、NTTぶらら、Sonet) 各社の主なサービスを基に作成 (図表VI-10参照)。

(注2) 2013年3月時点のスマートフォン利用者の平均データ通信量は2.0GB (総務省推計値)

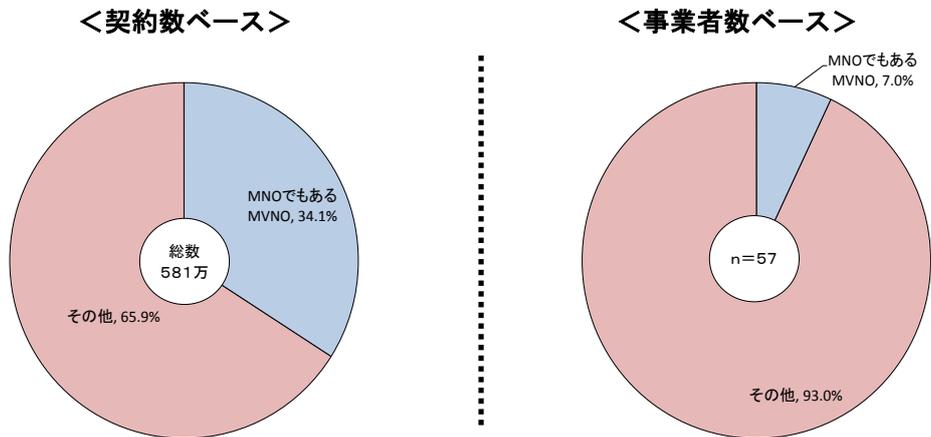
出所: 公表資料を基に総務省作成

【図表VI-15 データ通信/音声通信別の契約数及び事業者数】



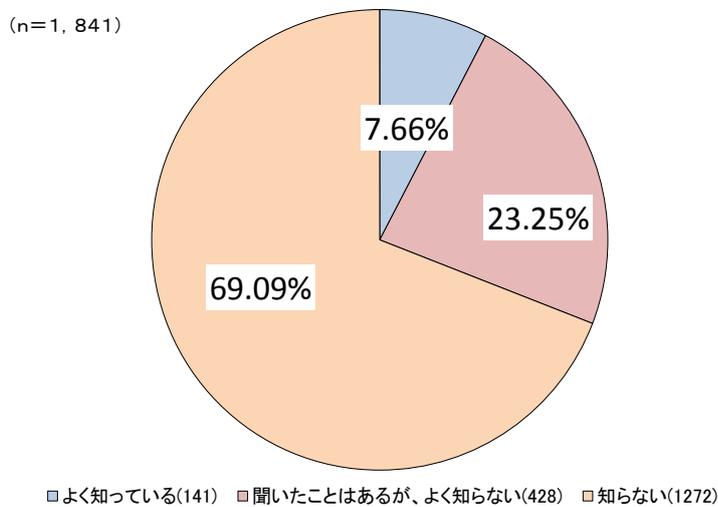
出所：競争評価 2012 事業者アンケート

【図表VI-18 MNOでもあるMVNO/その他】



出所：競争評価 2012 事業者アンケート

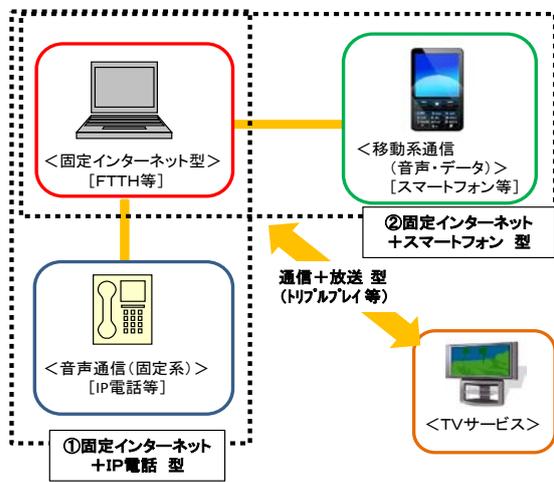
【図表VI-22 MVNOの認知度】



出所：競争評価 2012 利用者アンケート

<市場間の連携サービスの利用動向（需要側）>

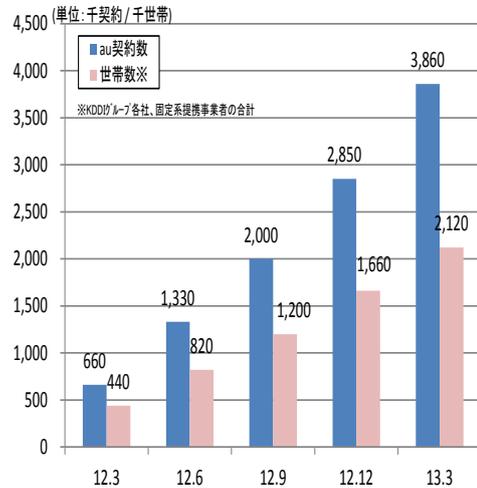
【図表Ⅶ-1 連携サービスの類型】



出所：公表資料を基に総務省作成

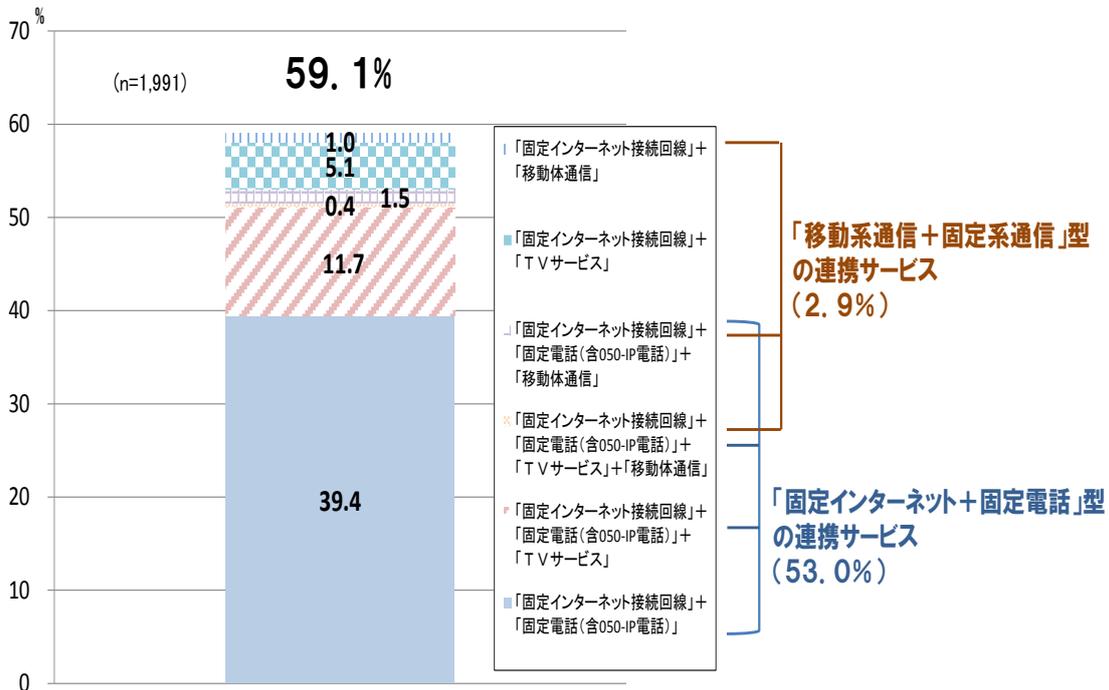
【図表Ⅶ-2 「移動系通信+固定系通信」の例】

<au スマートバリュー契約数の推移>



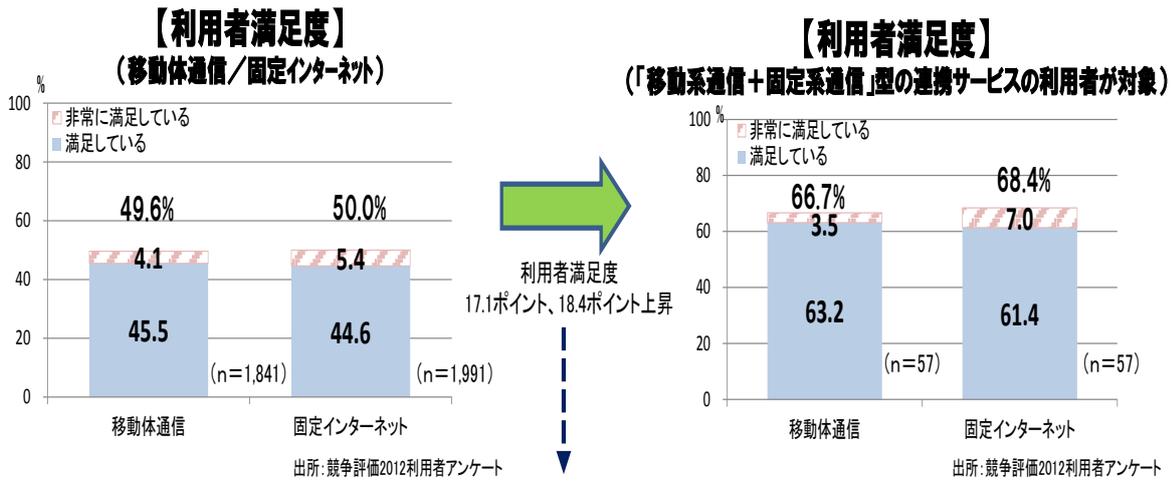
出所：KDDI 決算資料を基に総務省作成

【図表Ⅶ-5 市場間の連携サービスの利用状況】

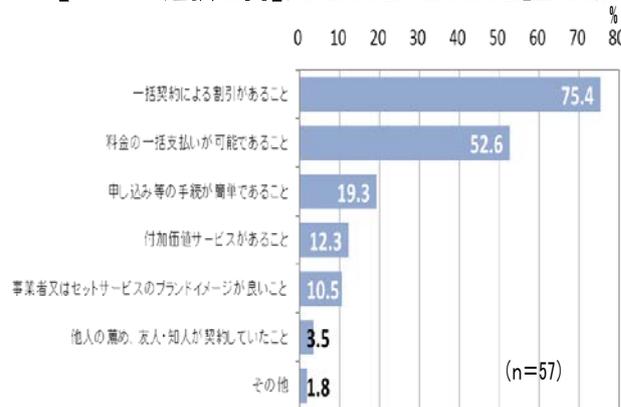


出所：競争評価 2012 利用者アンケート

【図表Ⅶ－9 「移動系通信＋固定系通信」型の連携サービスにおける利用者満足度等】



【サービス選択理由】(「移動系通信＋固定系通信」型の連携サービス)



【図表Ⅶ－17 ソフトフォンの利用端末別構成比の推移】

