

「電気通信事業分野における競争状況の評価2012（案）」  
に対する意見提出者

合計13者

(意見提出順、敬称略)

| 名称                               | 代表者氏名等      |         |
|----------------------------------|-------------|---------|
| <a href="#">西日本電信電話株式会社</a>      | 代表取締役社長     | 村尾 和俊   |
| <a href="#">株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ</a> | 代表取締役社長     | 加藤 薫    |
| <a href="#">ヤフー株式会社</a>          | 代表取締役       | 宮坂 学    |
| <a href="#">東日本電信電話株式会社</a>      | 代表取締役社長     | 山村 雅之   |
| <a href="#">日本電信電話株式会社</a>       | 代表取締役社長     | 鵜浦 博夫   |
| <a href="#">ソフトバンクBB株式会社※</a>    | 代表取締役社長兼CEO | 孫 正義    |
| <a href="#">ソフトバンクテレコム株式会社※</a>  | 代表取締役社長兼CEO | 孫 正義    |
| <a href="#">ソフトバンクモバイル株式会社※</a>  | 代表取締役社長兼CEO | 孫 正義    |
| <a href="#">株式会社ウィルコム※</a>       | 代表取締役社長     | 宮内 謙    |
| <a href="#">イー・アクセス株式会社</a>      | 代表取締役社長     | エリック・ガン |
| <a href="#">株式会社ケイ・オプティコム</a>    | 代表取締役社長     | 藤野 隆雄   |
| <a href="#">DSL事業者協議会</a>        | 会長          | 三須 久    |
| <a href="#">KDDI株式会社</a>         | 代表取締役社長     | 田中 孝司   |

※4者連名

# 意見書

平成25年8月5日

総務省総合通信基盤局  
電気通信事業部事業政策課 御中

郵便番号 540-8511  
住所 おおさかふおおさかしちゅうおうくばんぼちょう 大阪府大阪市中央区馬場町3番15号  
名称及び にしにっぽんでんしんでんわかぶしがいしゃ 西日本電信電話株式会社  
代表者の氏名 代表取締役社長 むらお かずとし 村尾 和俊

「電気通信事業分野における競争状況の評価2012（案）」に関し、別紙のとおり意見を提出します。



|   |  |  |
|---|--|--|
| 第1編<br>第3章  |  | <p>ています。</p> <p>・したがって、固定系と移動系を別市場ではなく、大括りに捉えて分析・評価する必要があると考えます。</p> |
| <p><b>【総務省案】</b></p> <p>第1節 固定系ブロードバンド市場の分析および競争状況の評価 第3項 競争状況の評価</p> <p>(評価)</p> <p>14</p> <p>12. 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F T T Hサービス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N T T東西のシェアが徐々に上昇し、また市場集中度(H H I)が依然として高い水準にあることから、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考えられる。</p> <p>(今後の留意事項)</p> <p>15</p> <p>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F T T H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F T T Hサービス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、F T T H市場においてシェアの高いN T T東西のシェアが高まっていることに留意が必要である。</p> <p>第2節 F T T H市場の分析及び競争状況の評価 第4項 競争状況の評価</p> <p>(評価)</p> <p>49</p> <p>15. F T T H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(H H I)の水準にかんがみれば、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考えられる。</p> <p>(今後の留意事項)</p> <p>50</p> <p>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F T T H</p> |  |  |

サービスの比率が高まっているところ、F T T H市場におけるN T T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。

【意見】

・評価案においては、固定ブロードバンド市場及びその部分市場たるF T T H市場に閉じて、シェアの大小を分析し、「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」と評価するとともに、「F T T H市場においてシェアの高いN T T東西のシェアが高まっていることに留意が必要」であり、「その動向を引き続き注視していく必要がある」としています。

・しかしながら、市場やユーザの動向に即し、固定と移動を別々の市場と捉えるのではなく、代替性のあるサービスを有する一つの市場として捉えることが必要です。現に平成24年度の高速度データ通信サービスの増加を見れば、F T T Hユーザ数が約2,230万（平成24年3月末）から約2,390万（平成25年3月末）と伸び悩む一方、WIMAXおよびLTEによるブロードバンドサービスのユーザ数は約460万（平成24年3月末）から約2,570万（平成25年3月末）と、1年間で5倍以上になり、F T T Hを超える勢いで急増しているとともに、KDDI殿のauスマートバリューの契約数は固定系212万、移動系386万（ともに平成25年3月末）に達しています。

・また、GoogleやApple等のグローバルプレイヤーやLINE・Skype等のコミュニケーション・無料通話アプリケーションによる通話サービスが急拡大しています。特にLINEは、全世界で2億ユーザ、国内だけでも4,500万ユーザが存在し、固定音声契約者数に迫る勢いとなっております。これらの事業者はスマートフォンやタブレット端末上で、これまで主に通話事業者が提供してきた電話やメール等の通話サービスをアプリケーションサービスとして自在に提供しています。また、それら事業者は、端末とコンテンツ・アプリケーションサービスを一体的に提供するようになっていきます。

・なお、評価案にあるとおり、F T T H市場では6府県で他事業者シェアが40%（滋賀県、奈良県では50%）を超えており、またCATV事業者等の積極的な事業展開等、参入意欲のある事業者が存在するエリアを中心に、地域毎に特色のある活発な競争が展開されています。

・このように、ブロードバンド市場においては、固定・移動を問わず多種多様な事業者が参入し、活発な競争が

|                    |          |   |
|--------------------|----------|---|
|                    |          | <p>繰り広げられており、さらには上位レイヤ事業者からの影響も考慮すると、NTT西日本は市場支配力を行使し得る地位にはありません。</p>   |
| <p>第2編<br/>第2章</p> | <p>1</p> | <p>【総務省案】<br/>第1節 分析の目的等<br/>第1項 分析の目的</p> <p>近年では、IP化の進展に伴う固定系の音声通信・データ通信の両サービスの一體的な販売や、スマートフォンやモバイルデータ通信専用サービスの普及に伴う移動系トラフィックの急激な増加により、従来型の4市場の区分に縛られない動きが顕在化しつつある。</p> <p>18</p> <p>第5節 まとめ</p> <p>1. 固定インターネットと固定電話を組み合わせた「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がアンケート回答者全体の53.0%と連携サービス全体の過半を占めているのに対し、移動系通信と固定系通信を組み合わせた「移動系通信+固定系通信」型の連携サービスの利用者は2.9%であり、現時点において大きな割合を占めるには至っていない。</p> <p>18</p> <p>7. 「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。</p> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 評価案においては、利用者アンケートの回答者のうち、「移動系通信+固定系通信」型の連携サービスの利用者が2.9%であることをもって、「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」としていません。</li> <li>・ しかしながら、KDDI殿のauスマートバリューの契約数は、平成25年3月末時点で固定系166万、移動系386万に拡大し、固定系ではauひかり新規契約の55%、移動系ではスマートフォン新規契約の39%がauスマートバリューを契約しており、auスマートバリューが移動系通信、固定系通信の契約数の拡大に大きく貢献し</li> </ul> |

ています。また、固定系166万はF T T Hアクセスサービスの契約数（平成25年3月末で約2,390万）の約9%を占め、平成24年3月末時点の約2%から急速に拡大しており、さらにはソフトバンク殿等も同様のサービスを展開していることから、今後は「移動系通信+固定系通信」型の連携サービスが主流になっていくことも考えられます。

- ・したがって、固定系と移動系を別市場ではなく、大括りに捉えて分析・評価する必要があると考えます。

意見書

平成25年8月5日

総務省総合通信基盤局  
電気通信事業部事業政策課 御中

郵便番号 100-6150  
住所 とうきょうとちよだくながたちょうにちようめ  
東京都千代田区永田町二丁目11番1号  
氏名 かぶしがいしゃ  
株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ  
だいはりとりしまりやくしやちよう かとう かおる  
代表取締役社長 加藤 薫

「電気事業通信分野における競争状況の評価2012(案)」に関し、別紙のとおり意見を提出します。

(別紙)

「電気事業通信分野における競争状況の評価2012(案)」に関して、意見提出の機会をいただき、厚く御礼申し上げます。つきましては、当社の意見を以下のとおり提出させていただきますので、お取り計らいの程宜しくお願い申し上げます。

意見提出者：NTTドコモ

| 領域        | 頁 | 意見   |
|-----------|---|--|
| 第1編第1章第1節 | 1 | <p>【総務省案】<br/>評価結果の概要<br/>(評価)</p> <p>1. 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使用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使用し得る地位は低下している。</p> <p>【当社意見】<br/>スマートフォンやLTEの普及等によるOTT(Over The Top)主導のグローバル化の進展や、移動・固定の連携サービスにより固定側の合従連衡が移動体市場に影響を与えている状況を踏まえた評価が必要であると考えます。</p> <p>ソフトバンク殿がスプリント・ネクステル殿買収によって売上高で世界第4位の規模となり、端末や通信設備の調達力が大きく向上することや、国内においても当社、KDDI 殿、イー・アクセス殿を含めたソフトバンク殿の3グループの収益シェアが近接していること、さらには当社が昨年度においては二度も月次契約数の純減を経験し、年間の純増数においても第3位に甘んじていることや、競争力の源泉である保有周波数帯域幅(逼迫度)において当社が最も不利であること、前述のOTT(Over The Top)などの様々な上位レイヤーの事業者が提供するプラットフォームサービスが利用者の支持を得ていることを踏まえれば、当社は「単独で市場支配力を使用し得る地位にある」のではなく、当社には市場支配力がないことは明らかであると考えます。</p> <p>※「別紙1」参照</p> |

|  |   |   |
|--|---|---|
|  |   | <p><b>【総務省案】</b><br/> <b>評価結果の概要</b><br/> (評価)</p> <p>5. 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えない。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。</p> <p><b>【当社意見】</b></p> <p>当社では、他社が提供していない安価な「Xi パケ・ホーダイ ライト」が既に代表的なプランとなっているほか、低利用が見込まれるキッズ・シニア層向けに、より低廉なプランも提供しており、上位 3 社のデータ通信料金がほぼ同一の水準かつ料金競争が進展しているとは言えないという指摘は当たりません。</p> <p>様々なキャンペーンや割引等により、上位 3 社が激しい料金競争を行っていることは自明であり、これらを踏まえて競争状況を評価すべきと考えます。</p> <p>※「別紙2」参照</p> |
|  | 2 | <p><b>【総務省案】</b><br/> <b>評価結果の概要</b><br/> (評価)</p> <p>7. 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。</p> <p><b>【当社意見】</b></p> <p>MVNO は、携帯電話・PHS 市場全体で毎年約 100 万純増し、昨年度は市場全体の純増数の 12%程度を占め、順調に契約数及びシェアを伸ばしています。従って、上位3社のサービス訴求力が他社に比べて大きく、その結果 3 社が高いシェアを維持しているとの指摘は当たりません。</p> <p>また、MVNO は、MNO とは異なる戦略(価格帯や販売チャネル等)を取っており、MNO と同様の戦略を展開していないことが原因で MVNO のシェアが伸び悩んでいると捉えることは適当ではないと考えます。さらに</p>                        |

は、仮に、OTT(Over The Top)等の大規模な事業者がMVNOに参入すれば、MNOと同様に販売促進費を投じたキャンペーンや広告・宣伝を活用した戦略を採ることも可能であると考えております。

**【総務省案】  
評価結果の概要  
(評価)**

8. 上位3事業者にあつては、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。

**【当社意見】**

データ通信サービスの通信速度等については、例えば測定の根拠となるデータや考え方を示す等、利用者保護の観点から誤解を生じさせない訴求に努めたいと考えております。

一方、料金については、キッズやシニア等の低利用が見込まれるケース等、様々な利用者の多種多様なニーズが存在します。そういったニーズに応えることは事業者の責務と考えており、各種プランや割引サービスの提供等を行っているところであり、メニューが多様化していることを以って、一概に複雑とは言えないものと考えます。

**【総務省案】  
評価結果の概要  
(評価)**

9. 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、サービスシエ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。

**【当社意見】**

Apple 殿(iPhone)を「一部の例外的な事業者」と捉えていると考えられますが、2012年度のiPhoneの国内

|                                |           |   |
|--------------------------------|-----------|---|
|                                |           | <p>出荷シェアは25%超で第1位となっており、更にはApp Storeの利用率も極めて高くなっていることから、ネットワーケイヤーへの影響は限定的であると評価することは適当ではありません。</p> <p>Apple 殿や Google 殿、LINE 殿等によるエコシステムが形成され、ネットワーケイヤーの相対的な地位は急速に低下しています。今や利用者は上位・下位レイヤー中心にサービスを選択しており、ネットワーケイヤーは大きく影響を受けていると評価すべきと考えます。</p>   |
| <p>第1編第1章第1節<br/>第2項 2-2-3</p> | <p>31</p> | <p><b>【総務省案】</b><br/>(SIM ロック解除の普及状況)<br/>図表 I-31 のとおり、利用者アンケート結果によれば、SIM ロックの認知度は「聞いたことはある」も含めれば74%程度であったのに対し、SIM ロック解除の意向のある利用者は「将来解除予定」を含めても14%程度にとどまった。</p> <p><b>【当社意見】</b><br/>ソフトバンクモバイル殿は端末が殆どSIM ロック解除に対応しておらず、KDDI 殿は方式が異なる状況では、アンケートにおいて「将来解除予定あり」を選択し得ないことが、解除意向が14%に留まった要因であり、SIM ロック解除に対する事業者間の取組み格差が顕在化しているのは問題であると考えます。</p> |

| 領域                      | 頁         | 意見  |
|-------------------------|-----------|---|
| <p>第2第1章第2節<br/>第6項</p> | <p>17</p> | <p><b>【総務省案】</b><br/>MVNO 各社への事業者アンケートの結果によれば、MNO とのサービス差別化や事業者間取引の条件がMVNO の事業展開に当たっての大きな課題とされており、サービス差別化ではMNO と比較して、例えば位置情報サービスやおサイフケータイ等の付加価値サービスを提供できない結果、価格競争を強いられるといったような意見が、事業者間取引では接続や卸の条件がMVNO に不利であること等の意見がそれぞれ挙げられている。</p> <p><b>【当社意見】</b><br/>MVNO からの「付加価値サービスを提供できない」との意見については、当社はMNO でなければ技術的に実現できない機能は、求めに応じて協議に応じているうえ、「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」における制度整備もなされているところです。</p> <p>「事業者間取引の条件が不利である」との意見については、当社は「事業者間協議の円滑化に関するガ</p> |

|                 |           |  |
|-----------------|-----------|--|
|                 |           | <p>イドライイン」に則り、真摯に対応しています。また、パケット接続料については法令に基づく適正な算定により、当社においては毎年度低減しており、2012年度適用接続料は対前年度比4割超と大幅に低減しています。</p> <p>寧ろ、MNOはMVNOに対して接続義務により広くあまねく画一的対応を求められていることが、事業者の不满に繋がっている面もあると考えられます。M2M市場の拡大等により、今後益々MVNOの重要性が高まると想定されることから、当社としてもMVNOの参入促進に積極的な取組みに努めていく必要があると認識しています。そのためには、MNOのMVNOに対する接続義務を撤廃し、諸外国同様、卸方式による自由かつ柔軟なビジネスの取引が行える制度に改めることで、MNOとMVNOがWin-Winの関係構築し、多種多様なサービスの提供を可能とすることが極めて重要であると考えます。</p>  |
| <p>第2第1章第3節</p> | <p>19</p> | <p>【総務省案】</p> <p>3. サービス変更コストについて、</p> <p>① MNOからMNO等に移行する場合であって、SIMロック解除に際していない場合やSIMロック解除に際して異なる通信方式が異なる場合、</p> <p>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</p> <p>とを比較すると、①が②よりも高い結果となった。</p> <p>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ロック解除に際し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。</p> <p>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間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。</p> <p>【当社意見】</p> <p>MVNOではSIMのみを販売しMNOとの契約時に利用していた端末を持ち込む前提でサービス提供しているケースも多く見られます。その際、当社がサービス提供または接続しているMVNOにおいて端末を利用する場合、SIMロックの解除は必要ありません。</p> <p>また、少なくとも当社は、原則、SIMロック解除可能とする対応を行っており、当社からMVNOにサービスを</p> |

|                 |           |  |
|-----------------|-----------|--|
|                 |           | <p>変更する場合、必ずしも新たに端末を購入する必要はありません。したがって、端末購入代金をサービス変更コストに算入するのは適当ではないと考えます。</p> <p>以上のことから、「MNO からのサービス変更コストは相対的に高い」と評価することは適当ではないと考えます。</p>  |
| <p>第2第2章第5節</p> | <p>18</p> | <p>【総務省案】</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>【当社意見】</p> <p>KDDI 殿の「au スマートバリュー」は、サービス開始後わずか一年余りで 463 万契約(2013 年 7 月 30 日 KDDI 殿決算発表)に達し、申込数では、KDDI 殿のスマートフォン新規の 4 割弱を占める(同決算発表)上、利用者満足度も高く、「インパクトは限定的」と評価することは適当ではありません。寧ろ、「移動系通信＋固定系通信」型の連携サービスは、移動体通信市場における競争に大きな影響を及ぼしている」と評価すべきです。</p> <p>「移動系通信＋固定系通信」型の連携サービスは、当社は禁止行為規制により特定の電気通信事業者に対する差別的取扱いが禁止されているほか、料金業務の移管に伴う総務省殿からの要請により移動・固定が連携した割引が否定され、事実上提供できない状況にあります。利用者満足度が高いことを踏まえれば、当社の利用者のみ利便性向上が否定され、速やかに解消されるべきと考えます。</p> |

(別紙1) 3事業者グループの周波数逼迫度



【周波数逼迫度(加入者数/MHz)】

|                 | ドコモ    |        | au     | ソフトバンクグループ     |         |
|-----------------|--------|--------|--------|----------------|---------|
|                 | 東名阪    | 全国     |        | ソフトバンク<br>モバイル | イー・アクセス |
| 3G-LTE<br>合計周波数 | 160MHz | 120MHz | 110MHz | 90MHz          | 50MHz   |
|                 | 6,154万 |        |        | 140MHz         |         |
| 契約数             | 6,154万 |        | 3,771万 | 3,680万         |         |
| 周波数<br>逼迫度      | 38.5万  |        | 34.3万  | 26.3万          |         |

※ 契約数は2013年3月末時点、周波数幅は700MHz等未使用のもの含む。  
ドコモの周波数逼迫度は東名阪の160MHzで算出。

# (別紙2) 国内の主な携帯事業者のLTEパケット定額制料金比較



2013年7月末時点

| 会社名                   | docomo   |   | au   | SoftBank  |
|-----------------------|--|---|--|---|
| サービス名                 | ①Xiパケ・ホーダイフラット   | ②Xiパケ・ホーダイライト   | ①LTEフラット<br>LTEフラット(iPhone用)   | ①パケット放題フラット<br>パケット定額サービス(iPhone用)  |
| 各社のフラット型<br>パケット定額制料金 | <p>(料金) ←</p> <p>5,985円</p> <p>2Gごと +2,625円</p> <p>128K制限</p> <p>7GB (7ヶ月量)</p>                                  | <p>←</p> <p>4,935円</p> <p>2Gごと +2,625円</p> <p>128K制限</p> <p>3GB</p> | <p>←</p> <p>5,985円</p> <p>5,460円 iPhone5</p> <p>2Gごと +2,625円</p> <p>128K制限</p> <p>7GB</p> <p>無制限</p> | <p>←</p> <p>5,985円</p> <p>5,460円 iPhone5</p> <p>2Gごと +2,625円</p> <p>128K制限</p> <p>7GB</p>                                     |
| その他<br>特化型            | <p>③Xiパケ・ホーダイ for ジュニア</p> <p>④Xiらくらくパケ・ホーダイ *1</p> <p>⑤らくらくパケ・ホーダイ *2</p> <p>2,980円</p> <p>(500MB以上で128K制限)</p> | <p>←</p> <p>2,980円</p> <p>128K制限</p> <p>500MB</p>                   | <p>—</p>   | <p>④パケット放題フラット<br/>for シンプルスマホ *2</p> <p>2,980円</p> <p>(500MB以上で128K制限)</p> <p>←</p> <p>2,980円</p> <p>128K制限</p> <p>500MB</p> |

\*1: Xiらくらくパケ・ホーダイ対象機種は8月中旬発売予定      \*2: 当社のらくらくパケ・ホーダイ、Softbankのパケット放題フラットforシンプルスマホは、3Gサービス

意見書

平成25年8月5日

総合通信基盤局  
電気通信事業部事業政策課 御中

郵便番号 107-6211  
(ふりがな) とうきょうとみなとくあかさか  
住所 東京都港区赤坂 9-7-1  
(ふりがな) やふーかぶしきがいしゃ  
氏名 ヤフー株式会社  
代表取締役 宮坂 学

「電気通信事業分野における競争状況の評価 2012 (案)」に関し、別紙のとおり意見を提出します。

|            |  |  |
|------------|--|--|
| 領域         | 頁<br>※頁数の表示は表紙からの通し頁数を示し、評価案下部に記載のページ数を括弧内に記載する。 | 意見   |
| 全編         | 全編   | <p>【総務省案】<br/>引用している利用者アンケート等の調査結果について</p> <p>【意見】<br/>アンケートを基にした調査結果については、その評価を行うにあたって、回答者の属性や質問の具体的な内容を踏まえた検討が必要になると思われることから、対象サンプルの概要や実際の質問票についても公表すべきと<br/>思料する。</p>   |
| 第1編<br>第1章 | 41頁(37頁)   | <p>【総務省案】<br/>【図表 I - 36 上位下位レイヤーのサービス提供状況・シェア】</p> <p>【意見】<br/>アプリマーケットの「Yahoo!マーケット」及び検索サービスの「Yahoo!」について、これらはヤフー株式会社の提供するサービスを指しているものと思われるが、現状の位置(ネットワークレイヤー系(キャリア)/国内事業者/SB M)に記載されていると、同サービスはソフトバンクモバイル株式会社が提供しているものであると、ヤフー株</p> |

|                    |                 |   |
|--------------------|-----------------|---|
|                    |                 | <p>式会社とソフトバンクモバイル株式会社が独占的・排他的関係性を築いていると、読者に誤解を与えかねず、事実に関連しているばかりか、ひいては、両者の事業展開に悪影響も与えかねないことから、当該サービスの記載位置は、「上位レイヤー（プラットフォーム）系／キャリア以外」が適切であると思料する。</p>               |
| <p>第1編<br/>第1章</p> | <p>41頁(37頁)</p> | <p>【総務省案】<br/>【図表 I - 36 上位下位レイヤーのサービス提供状況・シェア】<br/><br/>【意見】<br/>近時、上位レイヤーサービスにおいては、ゲーム（ブラウザ型／ダウンロード型）についても幅広く普及している状況であるから、これらのサービスについても、調査対象の市場とすべきであると思料する。</p> |

以上

意見書

東経企営第 13-0072 号

平成 25 年 8 月 5 日

総務省総合通信基盤局

電気通信事業部事業政策課 御中

郵便番号 163-8019

住所 とうきょうとしんじゅくにしんじゅく  
東京都新宿区西新宿3-19-2

名称及び代表者の氏名

ひがしにっぽんでんしんでんわかぶしきかいしゃ  
東日本電信電話株式会社

代表取締役社長 やまむら 山村 まさゆき 雅之

「電気通信事業分野における競争状況の評価2012（案）」に関し、別紙のとおり意見を提出します。

【別紙】

| 領域 | 項 | 意見   |
|----|---|--|
|    |   | <p>【総論】</p> <p>情報通信市場は、技術のイノベーションが非常に早く、モバイル化、ブロードバンド化が大きく進展し、同時にサービスやプレーヤーのグローバル化が急激に進むなど、大きなパラダイムシフトが進展しています。</p> <p>移动通信市場においては、過去10年間で、最大384Kbps（当初）の通信が可能な3Gユーザー数は10万から1.3億へと拡大し、固定通信市場に比べて4倍ものユーザーが、既にインターネットへアクセスできる環境にあります。さらに、WIMAXやLTEの契約数は、2012年3月末時点で約460万契約であったものが2013年3月末時点では約2,570万契約と急拡大しており、超高速ブロードバンド化が急速に進展してきております。</p> <p>また、スマートフォン契約数は、約2,570万契約（2012年3月末）から約4,340万契約（2013年3月末）に急増しています。</p> <p>このスマートフォンの利用者は、自宅ではWiFi＋固定ブロードバンド回線、駅や公共施設・カフェ等では公衆無線LAN、それ以外の屋外では3Gで利用する等、1つの端末で移動・固定を組み合わせ、最適な回線を選択して利用しています。さらに、他事業者は自社のスマートフォンと自社または他社のFTH・CATVを組み合わせた割引サービスの提供を開始しており、例えばKDDI殿のauスマートバリューの契約数は、2012年3月末時点では固定44万世帯、移動体を66万契約であったものが、2013年3月末には固定212万世帯、移動体386万契約（KDDI殿2013年3月期決算報告）となっております。このようにスマートフォンをトリガーに固定通信と移动通信が融合したFMC市場が急速に拡大し、これが単体のFTH市場にも影響を与える状況となっております。</p> <p>加えて、サービスやプレーヤーのグローバル化が急速に進み、例えばGoogleやApple等の巨大なグローバルレイヤーやLINE・Skype等のコミュニケーション・無料通話アプリケーションによる通信サービスが急拡大しています。特にLINEは、全世界で2億ユーザー、国内だけでも4,500万以上のユーザーが存在し、固定音声ユーザー（約5,680万契約）に迫る勢いとなっております。これらの事業者はタブレットPCやスマートフォン上のアプリケーションに</p> |

【別紙】

より通信サービス（電話・メール等）を自在に提供するなど、端末やコンテンツ・アプリケーションと通信との一体的なサービス提供が進展しています。

このように、移動通信の超高速ブロードバンド化の進展、FMC市場の拡大、グローバルプレーヤーによる一体的なサービス提供といった市場環境・競争環境のパラダイムシフトにより、ユーザーの選択肢が固定通信と移動通信の垣根を越えるとともに、国内の通信事業者だけでなく、海外のプロバイダが提供する通信サービスまで非常に多様化し、ユーザーはその多様なサービスを個々の必要に応じて自由自在に使いこなしています。こうした点は、サービスを提供する通信事業者が当初NTT1社しかなく、アプリケーションも音声通信しかなかった電話時代とは大きく状況が異なっています。

したがって、競争評価を行うにあたっては、市場環境や競争環境の変化をしつかりと踏まえた分析・評価を行っていただけでなく必要があると考えます。今回の「電気通信事業分野における競争状況の評価2012（案）」（以下、「本評価（案）」という）では、「移動系超高速ブロードバンド市場」を新たに画定すると共に、戦略的評価として「市場間連携サービスの利用動向」等を取り上げていただき利用動向を把握しておりますが、当社としては、市場が激しく変化し流動的である中、従来からの固定・移動、音声・データといった市場の枠組みを維持したままの競争状況の評価は、市場の実態に即していないことから、変化を続ける情報通信市場全体を俯瞰し、多種多様なプレーヤーが様々なサービス競争を展開している実態を踏まえ、消費者の視点に立って、競争状況を評価するべきであると考えます。

また、モバイルを含めたブロードバンド全体のエリアカバー率は100%、NTT東西のフレッツ光のエリアカバー率だけでみても94%（2013年3月末）に達しており、ブロードバンド基盤は全国的に整備されてきておりますが、平成25年度版情報通信白書にも記載されているとおり、日本におけるICT利活用は、例えば公的分野では諸外国と比較して遅れており、ICT利活用促進に向け、多様なプレーヤーが様々な形で貢献していくことが求められています。当社はこれまで、自治体と連携した住民へのブロードバンド回線を利用した告知サービス、医療機関と連携したテレビ電話による遠隔健康相談やクラウド基盤上で医療機関の電子カルテ化を安価に提供する「Bizひかりクラウド Future Clinic 21 ワープ」、光iフレームを活用した高齢者への買い物支援、教育機関と連携したデジタル教材の提供に加え、職員室の電子化を支援する「Biz

【別紙】

ひかりクラウド おまかせ校務」の提供を予定しており、医療、教育、行政等の分野におけるICT利活用の促進に向けた事業展開を進めてきておりますが、こうした取り組みをさらに推進していくためには、今後とも政府や自治体等に加え、端末メーカー、アプリケーション・コンテンツプロバイダ等のプレーヤーと連携、協業していく必要があると考えております。

平成25年3月29日公表の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き検証結果においては、政府が主体となったICT利活用の促進策（予算確保、事業推進、規制・制度等の見直し等）の例とその実施状況の評価が紹介されていますが、競争評価においても、ICT利活用の取り組みやその取組みがICT利活用促進にどれだけ効果があったのか分析・評価するとともに、通信事業者や、通信事業者以外の端末メーカー、アプリケーション・コンテンツプロバイダ、医療機関や教育機関等のプレーヤーがそれぞれどのような役割を果たし利活用促進に貢献したのかといった点について、より掘り下げた分析・評価を行う必要があると考えます。

【別紙】

| 領域         | 項  | 意見   |
|------------|----|--|
| 第1編<br>第3章 | 48 | <p>【総務省案】</p> <p>第2節 FTTH 市場の分析及び競争状況の評価</p> <p>第4項 競争状況の評価</p> <p>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。</p>  |
| 第2編<br>第2章 | 59 | <p>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 サービス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。</p> |
| 第2編<br>第2章 | 5  | <p>第2節 市場間の連携サービスの利用動向の分析</p> <p>第2項 市場間の連携サービスの利用動向</p> <p>このうち、固定インターネットと固定電話を組み合わせた「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がアンケート回答者全体の 53.0%と連携サービスの過半を占めているのに対し、移動系通信と固定系通信を組み合わせた「移動系通信＋固定系通信」型の連携サービスの利用者は 2.9%であり、現時点において大きな割合を占めるには至っていない。</p>                                    |
| 第5節        | 18 | <p>まとめ</p> <p>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</p>  |

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。

## 【意見】

総論で述べたとおり、市場の評価にあたっては、固定通信・移動通信を一つとして捉えたFMC市場の分析・評価や、FMC市場が個々の市場に与える影響の分析・評価を行うべきであると考えます。

移動通信市場においては、過去10年間で、最大384Kbps（当初）の通信が可能な3Gユーザー数は10万から1.3億へと拡大し、固定通信市場に比べて4倍ものユーザーが、既にインターネットへアクセスできる環境にあります。さらに、WiMAXやLTEの契約数は、2012年3月末時点で約460万契約であったものが2013年3月末時点では約2,570万契約と急拡大しており、超高速ブロードバンド化が急速に進展してきております。

また、スマートフォンの契約数は、約2,570万契約（2012年3月末）から約4,340万契約（2013年3月末）に急増しています。

このスマートフォンの利用者は、自宅ではWi-Fi＋固定ブロードバンド回線、駅や公共施設・カフェ等では公衆無線LAN、それ以外の屋外では3Gで利用する等、1つの端末で移動・固定を組み合わせ、最適な回線を選択して利用しています。さらに、他事業者は自社のスマートフォンと自社または他社のFTH・CATVを組み合わせた割引サービスの提供を開始しており、例えばKDDI殿のauスマートバリューの契約数は、2012年3月末時点で固定44万世帯、移動体66万契約であったものが、2013年3月末には固定212万世帯、移動体386万契約となっております。このようにスマートフォンをトリガーに固定通信と移動通信が融合したFMC市場が急速に拡大し、これが単体のFTH市場にも影響を与える状況となっております。

本評価（案）の「第2編 戦略的評価」では、「市場間連携サービスの利用動向」を分析・評価されており、市場環境の変化に応じた分析・評価をしていただいているところです。

その中で「固定系通信と移動系通信」型連携サービスについては、利用者側アンケート結果（2012年12月実施）にお

【別紙】

いて利用率が2.9%であったことから、「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。」と評価されており。しかしながら、消費者はモバイル・ブロードバンド料金や端末料金の支払いを前提として、それに加えられるものとして固定ブロードバンド/FTTHの料金を考え、モバイルと固定とを含めたトータルでの支払額を基準に通信事業者を選択していると考えられ、事実、上述の通り、KDDI 殿の「a u s マーケットバリュー」は、2012年3月末には44万世帯であったものが2013年3月末には212万世帯へと急拡大しており、今後も引き続きこうした傾向は継続すると想定されます。

このように、こうした新たな市場・分野については、今後、急速な拡大が見込まれることから、現状の利用動向把握に留まらず、当該市場・分野における競争状況が今後どのように変化し、これが各通信事業者にどのような影響を与えるかといった点まで踏み込んだ分析・評価を行う等、固定市場や移動市場といった単体市場よりも、より重点的な分析・評価をしていただきたいと思います。

【別紙】

| 領域         | 項  | 意見  |
|------------|----|---|
| 第1編<br>第1章 | 55 | <p>【総務省案】</p> <p>第1節 移動系データ通信市場の分析及び競争状況の評価</p> <p>第3項 競争状況の評価</p> <p>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。</p>  |
| 第1編<br>第2章 | 17 | <p>第2節 競争状況の評価</p> <p>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ウェア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。</p> <p>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。</p> |
| 第2編<br>第2章 | 11 | <p>第3節 複数市場に関連するその他のサービス</p> <p>第1項 ソフトフォンの概況</p> <p>移動系／固定系の各市場に関連するサービスとして、近年、ソフトフォンの利用が拡大しつつある。</p>  |

【別紙】

|                    |          |  |
|--------------------|----------|--|
| <p>第2編<br/>第3章</p> | <p>5</p> | <p>第4項 通話回数と通話時間<br/>(略)</p> <p>また、スマートフォンと固定電話の利用動向を比較すると、平均通話回数ではスマートフォンが一週間当たり3.4回と固定電話の4.4回を下回るのに対し、平均通話時間ではスマートフォンは一週間当たり28.3分と固定電話の17.6分を上回る。</p> <p>第2節 分析結果</p> <p>第1項 電気通信サービスの上流サービス利用の分析</p> <p>2. 固定系サービス</p> <p>(2) 固定系ブロードバンドの上流サービスの利用動向</p> <p>固定電話における上流サービスの利用動向では、メールサービス、検索、動画配信、SNSが多くのユーザーが利用するサービスであり、特にメールサービス、検索については、100%近いユーザーが利用している。なお、上記傾向に関しては、FTTH利用者とADSL利用者といった利用回線別でも大きな差は見られない。</p> <p>(3) エコシステム</p> <p>① Googleのエコシステム</p> <p>Googleのエコシステムでは、動画配信におけるシェアが圧倒的に高くなっている。一方、その他のサービスについては、検索、地図ナビゲーションサービスが一定のシェアを有していることを除けば、それほど高いシェアを有しているサービスはない。</p> <p>ただし、検索については、直接Googleが提供している検索のほか、Yahoo!等の検索エンジンもGoogleが提供している点に注意が必要である。</p> <p>② Appleのエコシステム</p> <p>Appleのエコシステムでは、音楽サービスの利用シェアが圧倒的に高くなっている。一方、その他のサービスについては、それほど高いシェアを有しているサービスはない。</p> |
|--------------------|----------|--|

【別紙】

【意見】

総論で述べたとおり、情報通信市場は、技術のイノベーションが非常に早く、モバイル化、ブロードバンド化が大きく進展し、同時にサービスやプレーヤーのグローバル化が急激に進み、例えばGoogleやApple等の巨大なグローバルプレーヤーやLINE・Skype等のコミュニケーション・無料通話アプリケーションによる通信サービスが急拡大しています。特にLINEは、全世界で2億ユーザー、国内だけでも4,500万以上のユーザーが存在し、固定音声契約者数(約5,680万契約)に迫る勢いとなっております。これらの事業者は、タブレットPCやスマートフォン上のアプリケーションにより通信サービス(電話・メール等)を自在に提供するなど、端末やコンテンツ・アプリケーションと通信との一体的なサービス提供が進展しています。

上述の市場環境の変化に伴い、利用者は、端末やアプリケーションといった上位下位レイヤーの魅力を理由に通信サービスを選択していることから、このような状況を踏まえ、上位レイヤサービスが移動体市場だけでなく固定通信市場に対して与えている影響や、各通信事業者にどのような影響を及ぼしているのかといった点まで踏み込む等、電気通信市場に限定した分析・評価だけでなく情報通信市場全体を俯瞰し、多種多様なプレーヤーが様々なサービス競争を展開している実態を踏まえ、上位下位レイヤーのレバレッジ等について、より重点的な分析・評価をしていただきたいと考えます。

LINE・Skype等のソフトフォンは、通話回数や通話時間といった利用総量が把握できず、既存の通信サービスにどのような影響を与えているかを分析できない状況ですが、これらのサービスは今後も大きく拡大していくことが想定されることから、少なくとも定量的な利用状況データの把握が必要だと考えます。

また、これらのサービスはその使用の中心が若年層であると想定されるため、世代別・利用サービス別の通話回数・時間についても把握していただき、現状における無料アプリケーション通話サービスの影響を分析・評価していただくと共に、今後、時間の経過と共に、現在の若年層が世代の中心となっていくにつれ、既存のキャリア通信サービスにどの程度大きな影響を与えていくかについても分析・検証していただきたいと考えます。

当社としては、このような無料アプリケーションの登場により、既に音声通話自体がアプリケーションのひとつとして市

【別紙】

場に認知されてきており、そもそもの音声通信市場の縮小と相まって音声通信市場単独の市場として画定していく従来の手法は、市場の実態にそぐわないものとなっております。

このような市場環境や競争環境の変化を適宜・適切に捉え、現在の音声通信市場を移動系と固定系（NTT東西加入電話・0ABJ-IP電話等）に細分化して分析・評価することや、そもそも音声通信市場を単独の市場として画定することの必要性・妥当性を含めて抜本的に見直しを検討していただきたいと思います。

【別紙】

| 領域         | 項  | 意見  |           |     |      |       |         |  |       |                   |   |       |          |                                       |
|------------|--|---|-----------|-----|------|-------|---------|--|-------|-------------------|---|-------|----------|---------------------------------------|
| 第1章<br>第3章 | 24   | <p>【総務省案】</p> <p>第2節 FTTH 市場の分析及び競争状況の評価</p> <p>第1項 基本データ(供給側データ)の分析</p> <p>1-3 都道府県別の競争状況</p> <p>(1) サービス競争</p> <p>2012年度末時点で、FTTH 契約数が突出して多いのは300万超の東京都で、100万契約を超えているのは神奈川県、大阪府、愛知県、埼玉県、千葉県、千葉県、兵庫県の6府県であり、それに続くのは、50万超の北海道、福岡県、静岡県、京都府、広島県の5道府県である。</p>  |           |     |      |       |         |  |       |                   |   |       |          |                                       |
| 43         | 第3項 評価に当たったの勘案要素の分析 <p>3-1 FTTH 市場における参入が進んでいないエリアの状況</p> <p>(4) 分析に当たっては、参入が進んでいない地域の指標として、1-3(4)で示したHHIの違いに注目した都道府県別の分析を行うこととし、そのグループ分けは以下のとおりである。</p> | <p>【図表Ⅲ-41 都道府県のHHIのグループ別による分類】</p> <table border="1" data-bbox="986 707 1246 1514"> <thead> <tr> <th data-bbox="986 1368 1018 1514">2013.3末時点</th> <th data-bbox="986 1227 1018 1368">HHI</th> <th data-bbox="986 707 1018 1227">都道府県</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="1018 1368 1078 1514">グループ①</td> <td data-bbox="1018 1227 1078 1368">7,500以上</td> <td data-bbox="1018 707 1078 1227">富山県、秋田県、山形県、青森県、福島県、長野県、岩手県、群馬県、山梨県、福井県、石川県、新潟県、茨城県(13県)</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1078 1368 1187 1514">グループ②</td> <td data-bbox="1078 1227 1187 1368">5,000<br/>～7,500未満</td> <td data-bbox="1078 707 1187 1227">北海道、山口県、宮城県、沖縄県、岡山県、鳥取県、栃木県、埼玉県、愛媛県、千葉県、三重県、鳥取県、鹿児島県、熊本県、宮崎県、広島県、岐阜県、神奈川県、長崎県、佐賀県、静岡県、東京都、福岡県、香川県、大分県、愛知県(26都道府県)</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1187 1368 1246 1514">グループ③</td> <td data-bbox="1187 1227 1246 1368">～5,000未満</td> <td data-bbox="1187 707 1246 1227">和歌山県、高知県、大阪府、滋賀県、京都府、兵庫県、徳島県、奈良県(8府県)</td> </tr> </tbody> </table> <p>出所：総務省資料により作成</p> | 2013.3末時点 | HHI | 都道府県 | グループ① | 7,500以上 | 富山県、秋田県、山形県、青森県、福島県、長野県、岩手県、群馬県、山梨県、福井県、石川県、新潟県、茨城県(13県) | グループ② | 5,000<br>～7,500未満 | 北海道、山口県、宮城県、沖縄県、岡山県、鳥取県、栃木県、埼玉県、愛媛県、千葉県、三重県、鳥取県、鹿児島県、熊本県、宮崎県、広島県、岐阜県、神奈川県、長崎県、佐賀県、静岡県、東京都、福岡県、香川県、大分県、愛知県(26都道府県) | グループ③ | ～5,000未満 | 和歌山県、高知県、大阪府、滋賀県、京都府、兵庫県、徳島県、奈良県(8府県) |
| 2013.3末時点  | HHI  | 都道府県  |           |     |      |       |         |  |       |                   |   |       |          |                                       |
| グループ①      | 7,500以上  | 富山県、秋田県、山形県、青森県、福島県、長野県、岩手県、群馬県、山梨県、福井県、石川県、新潟県、茨城県(13県)  |           |     |      |       |         |  |       |                   |   |       |          |                                       |
| グループ②      | 5,000<br>～7,500未満  | 北海道、山口県、宮城県、沖縄県、岡山県、鳥取県、栃木県、埼玉県、愛媛県、千葉県、三重県、鳥取県、鹿児島県、熊本県、宮崎県、広島県、岐阜県、神奈川県、長崎県、佐賀県、静岡県、東京都、福岡県、香川県、大分県、愛知県(26都道府県)   |           |     |      |       |         |  |       |                   |   |       |          |                                       |
| グループ③      | ～5,000未満   | 和歌山県、高知県、大阪府、滋賀県、京都府、兵庫県、徳島県、奈良県(8府県)   |           |     |      |       |         |  |       |                   |   |       |          |                                       |

【別紙】

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  | <p><b>【意見】</b><br/>本評価（案）では、都道府県別にF T T Hサービッシュェア・光回線の設備シェア・N T T東西の光回線の貸出率についての関係性や参入が進んでいないエリア（自治体I R U方式）についての分析・評価を行っていただいておりますが、事業者は必ずしも都道府県という単位で市場に参入するとは限らず、また、参入が進んでいないエリアは自治体I R U方式を実施しているエリアだけであるとは限りません。したがって、地理的市場を細分化して分析する場合には、市町村等、各事業者の参入エリアに合わせて市場をより細分化して把握した上で、事業者の参入が進んでいるエリアを対象に、競争状況の分析・評価を行うべきであると考えます。</p> <p>さらに、参入が進んでいないエリアについても、なぜ参入が進まないのか、各事業者の事業戦略や参入意欲の問題まで含め、その要因を多角的に分析すべきと考えます。</p> |
|--|--|--|

【別紙】

| 領域         | 項  | 意見   |
|------------|----|--|
| 第1編<br>第3章 | 40 | <p>【総務省案】</p> <p>第2節 FTTH 市場の分析及び競争状況の評価</p> <p>第2項 基本データ（需要側データ）の分析</p> <p>2-3 サービス変更コスト（解約手数料等サービス変更に関する利用者の意向）</p> <p>(4) なお、移動体データ通信サービスを合わせて利用している FTTH サービス利用者のうち、「移動体データ通信回線があれば固定ブロードバンド回線は不要である」と回答した利用者は 11.2%となっている（図表Ⅲ-40）。</p>  |
|            | 41 | <p>(5) これらのことから、現時点では多くの利用者が固定ブロードバンドサービスを必要と認識していることがうかがえるが、一方で、FTTH サービスをはじめとする固定ブロードバンドサービスの契約数の伸び率は年々減少傾向にあることから、引き続きその原因を分析していくことが必要である。</p> <p>【意見】</p> <p>総論で述べたとおり、WiMAXやLTEの契約数は、2012年3月末時点で約460万契約であったものが2013年3月末時点では約2,570万契約と急拡大しており、超高速ブロードバンド化が急速に進展してきており、本評価(案)においても「移動系超高速ブロードバンド市場」と定義されているところである。</p> <p>この市場は、固定系ブロードバンド通信で行ったさまざまな上位アプリケーションサービスを移動体端末上で利用するとともに、場合によっては、テザリング等の技術を利用し、従来固定系ブロードバンドで利用していたPCや固定端末による通信も取り込む市場となっており、移動ブロードバンドのみで固定ブロードバンドを不要と考えているユーザーが増えているのが実態だと認識しております。また、固定ブロードバンドの利用者においても、スマートフォンやタブレット等のオフロード等を目的としたモバイルの補完としての利用形態が増えつつあるものと認識しています。</p> <p>このように、当社としては、少なくともブロードバンド市場においては移動系と固定系の市場の垣根はなくなってきてい</p> |

【別紙】

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  | <p>ると考えており、その両者をひとつの市場として捉え、分析・評価すべきと考えております。</p> <p>本評価（案）では、「現時点では多くの利用者が固定ブロードバンドサービスが必要と認識している」との評価をしておりますが、本調査は、「移動体データ通信サービスを合わせて利用しているF T T Hサービス利用者」を対象としたアンケート結果であり、すでに固定ブロードバンド回線を不要と判断し、移動系超高速ブロードバンドのみを利用しているユーザーを対象としていないものことから、市場の実態を的確に捉えているものではないかと考えます。少なくとも、移動系超高速ブロードバンドのみを利用しているユーザーに対しても調査対象を拡大し、固定系と移動系との間の代替性や補完性等を適切に分析・評価し、固定系・移動系に区分している現状の市場の画定方法を含め、抜本的に見直しを検討していただきたいと思います。</p> |
|--|--|--|

意見書

平成 25 年 8 月 5 日

総務省 総合通信基盤局  
電気通信事業部 事業政策課 御中

郵便番号 100-8116

とうきょうと ちよだく おおてまち にちようめ

住所 東京都千代田区大手町二丁目 3 番 1 号

名称及び代表者の氏名

にっぽん でんしんでんわ かぶしきがいしゃ

日本電信電話株式会社

うのうら ひろお

代表取締役社長 鵜浦 博夫

「電気通信事業分野における競争状況の評価 2012 (案)」に関し、別紙のとおり意見を提出します。

## 別紙

### 電気通信事業分野における競争状況の評価2012(案) についてのNTTの考え方

近年、情報通信市場については、スマートフォンやタブレット端末の普及や、LTEを始めとしたワイヤレスブロードバンドの高速化等を背景として、モバイルを中心とした市場へと急速に変化しています。

そのモバイル市場においては、コンテンツやアプリケーションといった上位レイヤーサービス、あるいはスマートフォンやタブレット等の端末の果たす役割が大きくなっています。一方、固定通信市場については、従来からの固定電話サービスは縮小を続けていますが、固定ブロードバンドサービスは通信速度や信頼性等の面において今後も一定程度のニーズが存続していくものと考えております。

そうした中、消費者は、インターネット上のコンテンツやアプリケーション、端末等を、利用シーンに応じて通信サービスを使い分けながら利用しています。

Facebook や YouTube、LINE 等は、こうした利用実態を示す典型例であり、スマートフォンを使い、モバイル回線からでも、Wi-Fi を通じた固定回線からでも利用でき、従来のサービス区分を超えて利用者数を増加させています。

今後も、こうした傾向は続いていくものと考えられ、固定や無線といった通信サービスの区別を意識せずにコンテンツやアプリケーション、端末等が利用可能となる「シームレス化」に対するニーズが高まってくると想定しております。

競争状況の評価にあたっては、従来の区分を維持したまま市場を細かく分断し、その中での通信事業者間だけの競争に着目する現行の枠組みは、現在の消費者の利用実態に即したものになっていないといえます。消費者の選択は、ネットワークサービスではなく、コンテンツやアプリケーション、端末等へと変化しており、ユーザ利便の向上に資する政策立案に向け、消費者の視点から競争状況を捉えるには、こうした市場の変化を踏まえることが実態に沿うことになると考えます。

以上

## 意見書

平成 25 年 8 月 5 日

総務省総合通信基盤局

電気通信事業部事業政策課 御中

郵便番号 105-7304  
(ふりがな) とうきょうとみなとくひがしんぼし  
住 所 東京都港区東新橋一丁目 9 番 1 号  
(ふりがな) びーびーかぶしがいしや  
氏 名 ソフトバンクBB株式会社  
だいひょうとりしまりやくしやちようけんしーいーおー そん まさよし  
代表取締役社長兼CEO 孫 正義

郵便番号 105-7316  
(ふりがな) とうきょうとみなとくひがしんぼし  
住 所 東京都港区東新橋一丁目 9 番 1 号  
(ふりがな) かぶしがいしや  
氏 名 ソフトバンクテレコム株式会社  
だいひょうとりしまりやくしやちようけんしーいーおー そん まさよし  
代表取締役社長兼CEO 孫 正義

郵便番号 105-7317  
(ふりがな) とうきょうとみなとくひがしんぼし  
住 所 東京都港区東新橋一丁目 9 番 1 号  
(ふりがな) かぶしがいしや  
氏 名 ソフトバンクモバイル株式会社  
だいひょうとりしまりやくしやちようけんしーいーおー そん まさよし  
代表取締役社長兼CEO 孫 正義

郵便番号 105-7317  
(ふりがな) とうきょうとみなとくひがしんぼし  
住 所 東京都港区東新橋一丁目 9 番 1 号  
(ふりがな) かぶしがいしや  
氏 名 株式会社ウィルコム  
だいひょうとりしまりやく みやうち けん  
代表取締役社長 宮内 謙

「電気通信事業分野における競争状況の評価 2012(案)」に関し、別紙のとおり意見を提出します。

このたびは、「電気通信事業分野における競争状況の評価 2012(案)」(以下、「本評価結果案」という。)に対する意見募集に関し、意見提出の機会を設けて頂いたことにつきまして、御礼申し上げます。以下のとおり弊社共の意見を述べてさせていただきますので、宜しくお取り計らいの程、お願い申し上げます。

| 領域                          | 頁  | 意見  |
|-----------------------------|----|---|
| 第1編 定点的評価<br>第1章 データ通信(移動系) | 20 | <p>【総務省案】<br/>第2項 移動系データ通信市場の分析<br/>2-2-1 料金等</p> <p>(5) 総務省の実施している内外価格差調査の2011年度の結果等によれば、スマートフォンの月額料金はフィーチャーフोनよりも高くなる傾向が世界的に見られる。</p> <p>第3項 競争状況の評価</p> <p>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。</p> <p>【意見】<br/>現状、携帯電話・PHSサービスを提供する各事業者は利用者の多様なニーズに応えるべく、新たな料金プランの導入等を通じて、魅力的なサービスや料金の提供等により、互いに競争しているところ です。各種通信方式における各社の料金プランを網羅的に見ると、データ通信量の上限が500MBのものから7GBのものまで、様々な段階で提供されており、また料金においても、月額2,980円(別途キャンペーンあり)から提供されている等、データ通信量の上限に応じた低廉な料金で提供されています。</p> <p>また、本評価結果案においては「スマートフォンにおいては「スマートフォンよりも高くなる傾向」との指摘もありますが、スマートフォン普及を背景としたトラフィックの動向を見ると、2012年に総務省殿において開催された無線LANビジネス研究会(第7</p> |
|                             | 55 |   |

| 領域                          | 頁  | 意見   |
|-----------------------------|----|--|
| 第1編 定点的評価<br>第3章 データ通信(固定系) | 40 | <p>回)の資料7-2「移動通信トラヒックの将来動向」において、今後本格的にスマートフォンを利用していくユーザのトラヒック需要は年間1.77倍で推移するとの推計にもあるように、スマートフォン普及に伴いトラヒックは急増しています。加えて、移動体各社は、高速なLTEサービスの展開を進めているところであり、スマートフォン料金を単純にフィーチャフォンと比較するのは適切ではなく、こうした急増するトラヒックやサービスの普及状況を踏まえて考察すべきと考えます。</p> <p>以上より、各社は様々な要因を考慮しつつ料金競争を一定程度進展させているものと考え、料金設定については、引き続き、事業者間の競争に委ねるべきと考えます。</p> <p>【総務省案】<br/>第2節 FTTTH市場の分析及び競争状況の評価<br/>2-3 サービス変更コスト(解約手数料等サービス変更に関する利用者の意向)<br/>(4) なお、移動体データ通信サービスを合わせて利用しているFTTHサービス利用者のうち、「移動体データ通信回線があれば固定ブロードバンド回線は不要である」または「将来的に不要となる」と回答した利用者は11.2%となっている。</p> <p>【意見】<br/>本評価結果案の利用者アンケート結果においても、移動体データ通信回線の利用により固定ブロードバンド回線が不要と回答した利用者は11%あまりに留まっていますが、移動体データ通信と固定系データ通信との観点による両者の利用形態の違いから状況によって使い分けられていると想定され、相互の需要代替性の存在は現時点では認められないと考えます。従い、次年度においても、移動体データ通信と固定系データ通信は別市場として画定することが適当であると考えます。</p> <p>また、今年度は利用者の意識を調査されていますが、次年度においては実際の利用実態調査として、利用者によって3.9Gと固定ブロードバンド回線がそれぞれ使い分けられているかどうかを明らかにすべく、両サービス共に契約している利用者の割合をアンケート調査することを検討頂きたいと考えます。</p> |
| 第1編 定点的評価<br>第3章 データ通信(固定系) | 47 | <p>【総務省案】<br/>第2節 FTTTH市場の分析及び競争状況の評価<br/>3-2 NTT東西加入電話によるFTTH市場へのレバレッジの懸念関係</p>   |

| 領域                        | 頁  | 意見  |
|---------------------------|----|---|
| 第1編 定点的評価<br>第3章 データ通信(固) | 28 | <p>(5) ブロードバンド回線の変更に至るまでの利用者の選択の過程には様々な要因があるが、利用者アンケートによれば、割引や料金の低廉さが第一であると考えられる。その上で、固定電話を変更した利用者がブロードバンド回線としてNTT (FTTH) を選択する割合を見ると決して高いとは言えず、NTT東西加入電話によるFTTH市場へのレバレッジは明示的には見られなかった。ただし、上記の分析はもっぱら利用者へのアンケートの依拠しており、十分に幅広い側面から分析できているとは言いがたい。</p> <p>【意見】<br/>今年度のレバレッジ懸念に対する「NTT東西加入電話によるFTTH市場へのレバレッジは明示的には見られなかった」という評価結果は、上記にも記載があるようにあくまで利用者アンケートの結果に基づき判断されたものであると認識しています。弊社共としては、現状を客観的に捉えた場合、東日本電信電話株式会社及び西日本電信電話株式会社(以下、合わせて「NTT東西殿」という。)は、NTT東西加入電話の契約者情報等を、FTTH販売促進のための営業活動に利用し得る環境にあるという事象のみを以ってしても、レバレッジの懸念は生じ得るのではないかと危惧しています。現在はメタルから光へのマイグレーションの最中にあることから、次年度以降も引き続き、固定系データ通信市場の評価の動向要素としてレバレッジ懸念を分析していくべきと考えます。</p> <p>また、NTT東西殿の116窓口において、NTT東西殿が接続業務で取得している顧客情報を基に、フレッツ光サービスへの勧誘を行うといった不適切な営業行為(以下、「116勧誘」という。)が継続的に生じているところであり、2013年7月に弊社共が行った、Yahoo!BBサポートセンターへ引越しのご連絡があったユーザーに実施したアンケート結果では、約52%の利用者がフレッツ光サービスの勧誘を受けたと回答しており、事態は改善されていません。</p> <p>レバレッジ懸念に関しては、116勧誘に見られる不適切な営業行為等も含めた幅広い視野に立ち、現政策により公正競争環境が確保されているかを検証するという観点から、「ブロードバンド普及促進のための公正競争レギュレーション」においても、併せて検証することが適当と考えます。</p> |
| 【総務省案】                    |    | 第2節 FTTH市場の分析及び競争状況の評価  |

| 領域  | 頁 | 意見   |
|-----|---|--|
| 定系) |   | <p>第1項 基本データ(供給側データ)の分析</p> <p>1-3 都道府県別の競争状況</p> <p>(3) アクセス回線の事業者間取引</p> <p>③ NTT東西が保有する光ファイバ回線数(未利用の回線を除く。以下同じ)に占める貸出回線数の割合(2012年度末時点)を見ると、当該割合の全都道府県の平均は9.2%であり、昨年度の5.8%から増加傾向にある。また、東京都、愛知県等の都市部及び近畿地方等を除く31県では、対前年度末比で貸出回線数が2倍以上の伸びを示している。なお、KDDIは、NTT東西との事業者間取引を活用すること等により、2012年1月には東日本及び西日本の複数の地域においてFTTHのサービス提供エリアを拡大しているところである。</p> <p>第4項 競争状況の評価</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>【意見】</p> <p>本評価結果案では、「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」とされており、実態はあくまで既存事業者間での競争が主体であり、新規参入事業者を含めた競争が進展している訳ではありません。既存事業者間の競争をとっても、地域毎の分析では多少進展が見られるものの、全国で見えた場合のNTT東西殿のシェア自体は、ほぼ横ばいの状態が継続しています。また、NTT東西殿が保有する光ファイバ回線数に占める貸出回線数の割合は昨年度と比較して増加傾向となっていますが、前述のFTTH市場のシェアに占める事業者にほぼ変化がないことを踏まえ、借り入れの多くは既存事業者に因るものと想定されます。以上よ</p> |

| 領域  | 頁  | 意見   |
|---|----|--|
| 第1編 定点的評価<br>第1章 データ通信(移動系)                   | 31 | <p>り、今年度の評価においては、現在のサービス競争は既存事業者間の限られた範囲で進展しているものであり、新規参入事業者を含む競争の進展には課題があることを明記頂きたいと考えます。</p> <p>なお、次年度においては、新規参入事業者を含む競争が未だ進展していない要因や、NTT東西殿による貸出回線の用途別割合(戸建て・ビジネス・集合住宅別)等について、精緻に分析頂きたいと考えます。</p> <p>【総務省案】<br/>           第2項 移動系データ通信市場の分析<br/>           2-2-3 サービス変更コスト<br/>           (SIMロック解除の普及状況)</p> <p>図表 I -31のとおり、利用者アンケート結果によれば、SIMロックの認知度は「聞いたことはある」も含めれば74%程度であったのに対し、SIMロック解除の意向のある利用者は「将来解除予定」を含めても14%程度にとどまった。</p> |
| 第2編 戦略的評価<br>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) | 11 | <p>第2節 移動系通信市場における新規参入事業者の事業環境の分析<br/>           第3項 料金・サービス面から見たMNO/MVNOの比較<br/>           【図表VI-12 MNO/MVNOのサービス変更コストの構成要素】<br/>           (略)</p>   |
| 第3節 まとめ<br>3. サービス変更コストについて、                  | 19 | <p>① MNOからMNO等に移行する場合であって、SIMロック解除に依拠していない場合やSIMロック解除に応じているが通信方式が異なる場合、<br/>           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。<br/>           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</p>   |

| 領域        | 頁  | 意見   |
|-----------|----|--|
|           |    | <p>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。</p> <p>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の利用実態について注視していく必要がある。</p> <p>【意見】</p> <p>本評価結果案のまとめ「3. サービス変更コストについて」の中で、SIMロック解除端末をそのまま利用できる場合は新たな端末の購入が不要となるため、サービス変更時に旧端末を継続利用することを想定した比較が為されていますが、SIMロック解除の意向者が14%程度に留まるとの利用者アンケートの結果からも分かる通り、サービス変更時には、端末を含めて買い替えることが一般的で、SIMだけを新たに購入し、旧端末を利用したいというニーズはそもそも少ないものと想定されます。また、ここで比較されている二者は、MNOにおいてはSIMロック解除が不可である場合、MVNOにおいてはSIMロック解除が可能である場合と、特定のケースが扱われています。</p> <p>以上のように、上記比較はある特定の側面のみを切り出した分析であるため、「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必要の代替性が十分に確保されていない可能性がある」とする評価は、全体を俯瞰した評価とは言い切れないと考えます。従い、上記評価はある側面のみを捉えたものと位置付け、この評価を以って今後の全般的な政策に繋げるというようないことが無いようにして頂きたいと考えます。</p> <p>なお、上述の比較の前提となっているSIMロック解除については、通信方式や利用周波数帯の違いにより、現時点において市場全体で機能する環境が整っていないため、SIMロック解除における今後の政策を考える際にはその点を考慮頂きたいと考えます。</p> |
| 第2編 戦略的評価 | 19 | 【総務省案】   |

| 領域  | 頁  | 意見  |
|---|----|---|
| 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)          |    | <p>第3節 まとめ</p> <p>7. 今後の移動系通信市場におけるMNO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。</p> <p>【意見】</p> <p>2013年7月5日より意見募集が行われている「電気通信事業法施行規則及び電気通信事業報告規則の一部を改正する省令案」により、届出を要するMVNOが法令上明確化されることとなっていますが、固定回線とのセット販売・位置情報サービス・法人回線へのアクセス提供等、現状においても仮想移動電気通信サービスは様々であり、届出を要しない電気通信事業者による提供も含めて、今後多様なサービス展開が期待される所です。従い、今後、MVNO市場を俯瞰した分析・評価を行うためには、今年度対象とした範囲と同様、必ずしも法令上の「MVNO」の定義に捉われず、「MNOの無線ネットワークを活用して多様なサービスを提供する」という本来の仮想移動電気通信サービスの趣旨を勘案して、広く競争状況を把握・分析していくことが必要と考えます。</p> |
| 第2編 戦略的評価<br>第2章 市場間の連携<br>サービスの利用動向(需要側) | 18 | <p>【総務省案】</p> <p>第5節 まとめ</p> <p>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かけているものの、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。</p> <p>【意見】</p> <p>「移動系通信＋固定系通信」型の連携サービスの利用割合は2.9%であることから、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と評価されていますが、その代表的サービスである「au スマートバリュー」の提供が開始されて1年あまりしか経</p>   |

| 領域  | 頁  | 意見   |
|---|----|--|
| 第2編 戦略的評価<br>第2章 市場間の連携<br>サービスの利用動向(需<br>要側) | 19 | <p>過していないことに鑑みると、連携サービスについては今後も引き続き分析対象として注視頂くことを要望します。</p> <p>【総務省案】<br/>           第5節 まとめ</p> <p>7. 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。</p> <p>【意見】<br/>           本評価結果案の通り、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には、料金収納業務の一本化も連携サービスに含まれると考えます。<br/>           弊社共が民間調査会社に委託し、料金収納業務の一本化の利用意向等について独自にアンケート調査*を実施したところでは、約57%の人が料金収納業務の一本化を利用したいと回答したという結果が出ています。このことから、料金収納業務の一本化は利用者の事業者選択に一定程度の影響を与えることが推測でき、関連する複数市場に影響を与える可能性が考えられます。</p> <p>従い、次年度以降において、料金収納業務の一本化を連携サービスの形態として位置付け、各市場への影響等を分析・評価頂くことについて賛同します。</p> <p>*「一括請求に関する調査」(弊社共から民間調査会社に委託)<br/>           調査手法: Web調査、対象者: 20～69歳の男女、サンプル数: 1,500名、実施期間: 2013年1月28日～1月29日</p> <p>【意見】</p> <p>1. 事業者のデータの取扱い<br/>           現状、事業者のデータを利用する際、その取扱いについては配慮頂いているところではありますが、今後においても引き続き、開示の対象を各社公表データに留める等、事業者の事業活動への影響に十分配慮頂くことを要望します。</p> <p>2. アドバイザリーボードの公開</p> |
| 「電気通信事業分野における競争状況の評価」の在り方全般について               | -  | <p>【意見】</p> <p>1. 事業者のデータの取扱い<br/>           現状、事業者のデータを利用する際、その取扱いについては配慮頂いているところではありますが、今後においても引き続き、開示の対象を各社公表データに留める等、事業者の事業活動への影響に十分配慮頂くことを要望します。</p> <p>2. アドバイザリーボードの公開</p>  |

| 領域 | 頁 | 意見  |
|----|---|---|
|    |   | <p>今年度においては、4回開催されたアドバイザリーボードのうち3回を公開して頂き、本政策の評価対象事業を営む電気通信事業者自身が、その場における議論や評価プロセスを一定程度把握することが出来、有意義であったと考えます。透明性確保の観点から、今後においても、可能な限り公開して頂くことを要望します。</p> |

以上

# 意見書

平成25年8月5日

総務省総合通信基盤局  
電気通信事業部事業政策課 御中

郵便番号 105-0001

とうきょうとみなとくちらのもん  
住 所 東京都港区虎ノ門2-10-1  
氏 名 イー・アクセス株式会社

だいひょうとりしまりやくしやちよう  
代表取締役社長 エリック・ガン

「電気通信事業分野における競争状況の評価2012（案）」に関し、別紙のとおり意見を提出します。

| 領域                       | 頁     | 意見   |
|--------------------------|-------|--|
| 第1編第1章<br>データ通信<br>(移動系) | 56    | <p><b>【総務省案】</b><br/> <b>第3項 競争状況の評価</b><br/> (今後の留意事項)</p> <p>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。</p> <p><b>【意見】</b><br/> MVNOの競争環境促進のためには相対的にMVNOの依存度が高いとされる、新興MNOが大規模MNOとの競争環境が整備されていることも重要な要素であるため、新興MNOの競争環境の整備に資する分析も加えていただきたいと思います。</p>   |
| 第1編第3章<br>データ通信<br>(固定系) | 13～14 | <p><b>【総務省案】</b><br/> <b>第3項 競争状況の評価</b><br/> (市場の規模)</p> <p>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。</p> <p>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(対前年度末比7.0%増)とCATVインターネット(同1.8%増)が増加、ADSL(同19.1%減)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。</p> <p>(中略)<br/> (料金等及びサービス品質)</p> |

|                                   |           |   |
|-----------------------------------|-----------|---|
| <p>第1編第3章<br/>データ通信<br/>(固定系)</p> | <p>47</p> | <p>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。</p> <p>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。</p> <p><b>【意見】</b><br/>FTTH 市場において、料金競争、サービス競争が進展しているとの評価がされているもの、一方で、FTTH 市場の増加率は年々縮小しており市場の成長性が明らかに鈍化している状況にあります。</p> <p>これまで「光の道」構想を基にしたブロードバンド普及促進に向けた累次の政策が執られてきたことから、現状の市場が、実態として FTTH 市場及び固定系ブロードバンド市場の成長が鈍化している状況にあることから、現状の市場競争に委ねたままでよいのか、市場を活性化させるための何らかの新たな政策が必要な時期に差し掛かっているのではないかとこの観点において、市場や競争環境の分析をさせていただく必要があるのではないかと考えます。</p> <p><b>【総務省案】</b><br/>3-2 NTT 東西加入電話による FTTH 市場へのレバレッジの懸念関係<br/>(略)</p> <p>(5) ブロードバンド回線の変更に至るまでの利用者の選択の過程には様々な要因があるが、利用者アンケートによれば、割引や料金の低廉さが第一であると考えられる。その上で、固定電話を変更した利用者がブロードバンド回線として NTT (FTTH) を選択する割合を見ると決して高いとは言えず、NTT 東西加入電話による FTTH 市場へのレバレッジは明示的には見られなかった。ただし、上記の分析はもっぱら利用者へのアンケートに依拠しており、十分に幅広い側面から分析できていないと言いたい。今後、FTTH 市場へのレバレッジの判断材料としては、例えば、番号ポータビリティの状況について、事業者の協力を得つつ、利用者の事業者の乗り換え状況を詳細に分析することを検討することも考えらえるところであり、引き続き多面的な分析を行うことが必要である。</p> <p><b>【意見】</b><br/>利用者アンケートを踏まえ、NTT 東西の FTTH 市場へのレバレッジは明示的に見られなかったと評価されている</p> |
|-----------------------------------|-----------|---|

|  |            |  |
|--|------------|--|
|  |            | <p>もの、0ABJ-IP 電話が主に FTTH とセットで提供されていること、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こと、そもそも NTT 東西の保有する巨大な加入電話の顧客基盤自体がレバレッジの潜在的懸念事項であることから、引き続き市場への影響を注視する必要があると考えます。そのため、継続的な分析を実施していただくとともに、実質的にマイグレーションの及ぼす影響が最も大きい ADSL 市場については、特に注視していただきたいと考えます。</p>  |
| <p>第2編第1章<br/>移動系通信<br/>市場における<br/>新規参入事<br/>業者の事業環<br/>境(供給側)</p> | <p>1～2</p> | <p><b>【総務省案】</b><br/> <b>第1節 分析の目的等</b><br/> <b>第1項 分析の目的</b><br/>     近年の無線通信のブロードバンド化が進展する中、移動系通信市場の契約数は引き続き安定的に拡大基調にあるのは、第1編第1章において述べてきたとおりである。<br/>     この背景には、事業者が刻々と変化する技術革新に対応した新たなサービスを供給し、利用者の需要を喚起し続けたことが第一に挙げられる。第二に、買収を通じて市場に参入したソフトバンクモバイルのほか、イー・アクセスや UQ コミュニケーションズ等の新規参入事業者が既存事業者とは一線を画した事業を展開し、成熟期にさしかかりつつあった移動系通信市場の活性化を促したことがある(図表VI-1)。その結果として、同市場における新規参入事業者の市場シェアの増加と市場集中度(HHI)の低下が見られた。<br/>     (中略)<br/>     以上のように、移動系通信市場における上位3社が影響力を強める中、同市場におけるさらなる競争促進に際し、今後 MVNO の果たす役割や重要性がますます高まっていくことが想定される。そこで、本章では、「移動系通信市場における新規参入事業者の事業環境」をテーマとして取り上げ、新規参入事業者の中でも特に MVNO を対象として、その動向や事業内容、MVNO から見た移動系通信市場の競争状況等について分析を試みることにする。<br/> <b>【意見】</b><br/>     当社をはじめ新規参入事業者が市場の活性化を促したと評価していただいたことは非常に意義のあることであり、新興事業者の存在が市場の競争促進において重要な役割を果たしていることが評価された結果と考えます。一方で、長年事業を営む既存事業者と比較した場合、依然として新興事業者の競争環境が対等な状況とは言</p> |

|  |  |
|--|--|
|  | い難い状況であり、市場活性化に寄与する継続的な事業活動が推進されるよう環境整備が必要と考えるため、MVNO だけでなく新興事業者の競争環境についても引き続き評価、分析を行っていただくことが望ましいと考えます。 |
|--|--|

以上

## 意見書

平成25年8月5日

総務省 総合通信基盤局  
電気通信事業部 事業政策課 御中

郵便番号 530-6116  
(ふりがな) おおさかし きたく なかのしま 3ちようめ3ばん23ごう  
住 所 大阪市北区中之島3丁目3番23号  
(ふりがな) かぶしきがいしゃ  
氏 名 株式会社ケイ・オプティコム  
だいひようとりしまりやくしやちよう ふじの たかお  
代表取締役社長 藤野 隆雄

「電気通信事業分野における競争状況の評価2012(案)」に関し、別紙のとおり意見を提出します。

## 「電気通信事業分野における競争状況の評価2012(案)」に対する意見

| 領域         | 頁 | 意見   |
|------------|---|--|
| 第1編<br>第1章 |   | <p data-bbox="276 172 343 1877">【総務省案】<br/>第1節 移動系データ通信市場の分析及び競争状況の評価<br/>第3項 競争状況の評価</p> <p data-bbox="470 172 534 1877">【意見】<br/>上位3事業者の強い市場支配力により、移動系通信市場から固定系通信市場へのレバレッジが存在すると評価すべき</p> <ul data-bbox="582 172 1157 1877" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="582 172 694 1877">○ 上位3事業者の市場支配力は、有限希少な電波資源の利用がもたらす市場特性、大規模な売上高、顧客基盤、ブランド力等をベースとして、ますます強大化しています。それら3事業者を含む企業グループは、移動系通信市場での売上を原資としてさまざまな事業分野に進出し、隣接市場である固定系通信市場へも影響力を拡大しており、電気通信市場全体の健全な発展が阻害されつづきます。</li> <li data-bbox="742 172 805 1877">○ この状況を踏まえ、「上位3事業者の強い市場支配力により、移動系通信市場から固定系通信市場へのレバレッジが存在する」と評価することが適当と考えます。</li> <li data-bbox="853 172 917 1877">○ さらに、移動系通信サービスの高速大容量化に伴い、固定系通信サービス(FTTH、ADSL)から移動系通信サービスへの移行が進むものと考えられ、今後、移動系通信市場から固定系通信市場へのレバレッジが一層強まる恐れがあります。</li> <li data-bbox="965 172 1029 1877">○ そのため、企業グループの拡大と密接に関係する各市場間のレバレッジについて詳細に把握するため、移動系音声／移動系データ／固定系音声／固定系データの各通信市場間の相関関係を網羅的に分析・評価する必要があると考えます。</li> <li data-bbox="1077 172 1157 1877">○ また、単身向けマシソン等で固定系から移動系へのサービス移行の影響がみられることから、データ通信専用端末やテザリング利用の動向、2 台目需要の実態について分析し、固定系通信市場への影響について評価することが必要と考えます。</li> </ul> |

| 領域         | 頁  | 意見  |
|------------|----|---|
| 第1編<br>第1章 | 54 | <p data-bbox="199 1736 231 1870">【総務省案】</p> <p data-bbox="231 1220 263 1870">第1節 移動系データ通信市場の分析及び競争状況の評価</p> <p data-bbox="263 1601 295 1870">第3項 競争状況の評価</p> <p data-bbox="295 1780 343 1870">(評価)</p> <p data-bbox="343 190 470 1848">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、同社の市場支配力行使し得る地位は低下している。</p> <p data-bbox="470 190 542 1848">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行使し得る地位にあると考えられる。</p> <p data-bbox="542 190 694 1848">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2種指定電気通信設備として指定した。</p> <p data-bbox="694 190 774 1848">26. 市場競争をめぐる上位3事業者間の関係や、第2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。</p> <p data-bbox="853 1780 885 1870">【意見】</p> <p data-bbox="885 1176 925 1870">複数事業者が協調して市場支配力行使していると評価すべき</p> <p data-bbox="965 291 1005 1870">○ 移動系データ通信市場における市場支配力について、「複数事業者が協調して市場支配力行使し得る地位にある」とする評価に賛同します。</p> <p data-bbox="1045 190 1125 1870">○ 一方、「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」とされていますが、次の点を踏まえ、「複数事業者が協調して市場支配力を行使している」と評価することが適当と考えます。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="1125 212 1157 1814">➤ 上位3事業者を中心とした各企業グループが、移動系通信市場への参入に不可欠で、国民の共有財産である有限希少な周波数を占有している。</li> <li data-bbox="1157 660 1189 1814">➤ 上位3事業者の通信料金は、各社ともほぼ同一の料金水準で推移しており、料金競争が進んでいない。</li> <li data-bbox="1189 907 1220 1814">➤ 上位3事業者の各種手数料についても、各社ともほぼ同一料金で推移している。</li> <li data-bbox="1220 190 1316 1814">➤ 上位3事業者は、高額な解約手数料とMNP<sup>※1</sup>割引を組み合わせた同一の施策を展開しているが、この施策は資本力のある上位3事業者でしか実行できないことから、事実上、3事業者による利用者の囲い込みにつながっている。 ※1 番号ポータビリティ</li> <li data-bbox="1316 190 1396 1814">➤ 上位3事業者またはそのグループ企業は、新規事業者(MVNO)と競合する低料金のサービス<sup>※2</sup>を展開することで、上位3事業者の高い料金水準の維持に寄与しつつ、新規事業者の参入を阻む動きがみられる。 ※2 NTTドコモ殿の「Xiデータプラン ライト」、ウィルコム殿の「ウィルコムプランLite」等</li> </ul> |

| 領域                                  | 頁 | 意見  |
|-------------------------------------|---|---|
| 第1編<br>第1章<br>第2章<br><br>第2編<br>第1章 |   | <p>【総務省案】</p> <p>第1編 定点的評価<br/>           第1章 データ通信(移動系)<br/>           第2章 音声通信(移動系)</p> <p>第2編 戦略的評価<br/>           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)</p> <p>【意見】</p> <p>サービス競争(MVNO)の動向分析・評価を定点的評価で実施すべき</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 移動系通信市場の分析・評価にあたり、「第1編 定点的評価」において、データ通信(第1章)と音声通信(第2章)を別の章立てとした上で、前年度までに比べ、さらに踏み込んだ分析・評価がなされていることは大変有意義であると考えます。</li> <li>○ また、「第2編 戦略的評価」において、移動系通信市場における MVNO の参入状況について一定の分析・評価がなされていることも大きな前進であり、次年度以降も継続的に分析・評価を進めるとともに、分析内容を充実させていく必要があると考えます。</li> <li>○ 固定系通信市場の分析・評価(第1編 第3章 データ通信(固定系))では、サービス競争と設備競争を併せて分析・評価していることから、次年度以降の競争評価では、固定系と同様に、定点的評価の中で移動系通信市場のサービス競争(MVNO)の参入状況等)に関する分析・評価を進めることが適当と考えます。</li> </ul> |

| 領域  | 頁  | 意見  |
|-----|----|---|
| 第1編 | 55 | 【総務省案】  |
| 第1章 | 56 | <p>第1節 移動系データ通信市場の分析及び競争状況の評価</p> <p>第3項 競争状況の評価<br/>(今後の留意事項)</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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月にワイルコム、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。</p> <p>【意見】<br/>MNO(特に二種指定事業者)と資本関係のない MVNO の参入実態について分析・評価することが必要</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 56 ページの記述「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」に賛同します。</li> <li>○ さらに、すべての MVNO に対して適正な参入機会が確保されるよう、MNO と MVNO の資本関係に着目し、「MNO (特に、二種指定事業者)と資本関係にある MVNO」<sup>※1</sup> に関するデータについても別に取り扱うことが必要と考えます。</li> </ul> <p>※1 例えば、UQ コミュニケーションズ殿(MNO)と KDDI 殿(MVNO)との関係や、ソフトバンクモバイル殿(MNO)とウィルコム殿(MVNO)との関係等が挙げられる。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ つまり、MNO と資本関係のない MVNO の参入実態<sup>※2</sup>を分析・評価することで、移動系通信市場における競争の健全性を明らかにできるものと考えます。</li> </ul> <p>※2 競争評価 2012(案)と同様に、各 MNO 別に「事業者数」、「契約数」、「事業者間取引の形態(卸役務提供/事業者間接続)」等について分析することが有効と考えます。</p> |

| 領域         | 頁                          | 意見   |
|------------|----------------------------|--|
| 第1編<br>第1章 | 11<br>12<br>51<br>52<br>56 | <p><b>【総務省案】</b></p> <p>第1節 移動系データ通信市場の分析及び競争状況の評価<br/> 第2項 移動系データ通信市場の分析 [11～12 ページ]<br/> <b>【参考 グループ別シェア及び市場集中度(HHI)】</b></p> <p>第3項 競争状況の評価 [51～52 ページ]<br/> (事業者別シェア)</p> <p>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・プランニング及びビィー・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。</p> <p>第3項 競争状況の評価 [56 ページ]<br/> (今後の留意事項)</p> <p>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・プランニング及びビィー・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。</p> <p><b>【意見】</b></p> <p><b>企業グループ単位の市場分析に賛同</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 56 ページの記述「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」に賛同します。</li> <li>○ 移動系通信市場において健全な競争がなされているかを評価するため、二種指定事業者の事業者間取引については、「自社グループ内」と「自社グループ外」に取引を区分して分析し、グループ外の MVNO の参入状況を明らかにすることが必要と考えます。</li> <li>○ 一方、第2項 (11～12 ページ) に記されている「グループ別シェア及び市場集中度(HHI)」は、参考扱いとすべきでなく、グループ単位の分析を基本的な分析項目として位置づけ、基本データとして取り扱うべきと考えます。</li> <li>○ また、電気通信市場全体でグループ化が進展しつつある状況を踏まえ、移動系通信市場に限らず、固定系通信市場の分析においても、グループ単位の分析を実施し、分析・評価を充実させることが必要と考えます。</li> </ul> |

| 領域         | 頁             | 意見  |
|------------|---------------|---|
| 第1編<br>第1章 | 31<br>～<br>34 | <p>【総務省案】</p> <p>第1節 移動系データ通信市場の分析及び競争状況の評価<br/> 第2項 移動系データ通信市場の分析<br/> 2-2 基本データ(需要側データ)の分析<br/> 2-2-3 サービス変更コスト</p> <p>(SIM ロック解除の普及状況)</p> <p>2011 年度より、NTT ドコモ及びソフトバンクモバイルによる SIM ロック解除の自主的な取組が開始された。2012 年度末における SIM ロック解除可能な端末の種類数は、当該年度に発売された種類数 114 のうち、55(48.2%)であった(図表 I-29)。事業者別の SIM ロック解除端末の割合では、イー・アクセスが 100%、NTT ドコモが 98.0%、ソフトバンクモバイルが 4%、KDDI は 0%となっている(図表 I-30)。</p> <p>図表 I-31 のとおり、利用者アンケート結果によれば、SIM ロックの認知度は「聞いたことはある」も含めれば 74%程度であったのに対し、SIM ロック解除の意向のある利用者は「将来解除予定」を含めても 14%程度にとどまった。また、SIM フリー端末の購入の意向については、「将来購入予定」を含めて関心を持っている利用者の割合は 22%程度であった。</p> <p>なお、SIM ロックを解除したことがある又は将来解除する予定のある利用者が挙げた、SIM ロック解除の理由としては「利用している端末を他の国内携帯電話会社(MVNO 含む。)の SIM で利用するため」が 43%と最も高かった(図表 I-32)。</p> <p>【意見】</p> <p>「SIM ロック解除の普及状況」について分析結果を再整理するとともに、さらに詳細な分析・評価を実施すべき</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 「SIM ロック解除の普及状況」を正確に伝えるとともに、分析結果に対する誤解を与えないようにするため、「端末の分類」を再整理し、わかりやすく記述すべきと考えます。</li> <li>○ 図表 I-29、図表 I-30 および関連する記述について、原案では、端末を2つの分類（「SIM ロック解除可能な端末」、「その他の端末」）で分析されていますが、次の3つの分類であらためて分析し、その結果を明らかにする必要があると考えます。 <ul style="list-style-type: none"> <li>① SIM フリー端末                   ： 利用開始時点でSIMロック解除された端末</li> <li>② SIM ロック解除可能な端末       ： 利用者が SIM ロック解除できる端末</li> <li>③ SIM ロック端末                   ： 利用者が SIM ロック解除できない端末</li> </ul> </li> <li>○ 特に、上記②の場合、利用者が SIM ロックを解除するには、手続きと手数料が必要となるため、この負担が SIM の差替による事業者乗り換えを阻害する要因になり得ることから、利用者負担の有無で上記①と②に区分し、分析することが必要と考えます。</li> </ul> |

| 領域 | 意見   | 頁 |
|----|--|---|
|    | <p>○ また、SIM ロック解除の普及状況をさらに正確に把握するため、原案の「端末の種類数(図表 I - 29、図表 I - 30)」に基づいた分析に加え、次の分析も必要と考えます。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 「端末の利用台数」による分析 (SIMフリー端末の利用台数、SIM ロック解除可能な端末の利用台数)</li> <li>➢ 「SIMロック解除された件数」の分析</li> </ul> <p>○ 今後、LTE 等の普及により、SIMフリー端末が流通することの重要性はますます大きくなるものと考えられることから、分析内容を充実させつつ、継続的に分析・評価していくことが必要と考えます。</p> |   |

| 領域  | 頁 | 意見   |
|-----|---|--|
| 第1編 |   | <p data-bbox="204 172 236 1877">【総務省案】<br/>第1編 定点的評価</p> <p data-bbox="363 172 395 1877">【意見】<br/>NTTグループのグループドミナンスが存在し、行使されていると評価すべき</p> <p data-bbox="475 172 587 1877">○ NTTグループにおいては、実質的にグループ内に閉じた連携や一体的活動を行っており(下記事例参照)、各市場で保持する市場支配力をさらに強めていることから、市場別の評価に加え、「固定系通信市場及び移動系通信市場において、NTTグループによる市場支配力が存在し、行使されている」との評価を追加することが適当と考えます。</p> <p data-bbox="603 172 635 1877">【事例】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="635 172 667 1877">・ NTT ID ログインサービス (NTTドコモ殿、NTTコミュニケーションズ殿等のID連携)</li> <li data-bbox="683 172 746 1877">➢ オープンな技術を採用しているが、名称やアイコンに「NTT」を使用する等、NTTグループ色を前面に出し、実質的にNTTグループ以外の会社が参加しにくい排他的なしくみとなっている。</li> <li data-bbox="794 172 826 1877">・ 光ポータブル (NTT東西殿のモバイルWiFiルータ)</li> <li data-bbox="842 172 874 1877">➢ NTT東日本殿によるレンタル開始時、NTTドコモ殿のSIMロック端末とSIMフリー端末の2機種が投入された。</li> <li data-bbox="922 172 954 1877">・ NTTファイナンス殿によるNTTグループ内の利用料金の一括請求 (おまとめ請求、NTTグループカード等)</li> <li data-bbox="970 172 1034 1877">➢ NTTグループ4社の膨大な顧客情報が、NTTファイナンス殿に集約されることになり、それらの情報を利用したクロスセル営業など不正競争の懸念がある。</li> </ul> <p data-bbox="1066 172 1129 1877">○ また、公正競争レビュー制度との連携の観点から、NTTグループのグループドミナンスが競争に与える影響について分析・評価を進める必要があると考えます。例えば、上記の事例それぞれについて、利用者数の推移等を明らかにすることが必要と考えます。</p> |

| 領域         | 頁 | 意見   |
|------------|---|--|
| 第1編<br>第3章 |   | <p data-bbox="199 1736 231 1870">【総務省案】</p> <p data-bbox="231 1646 263 1870">第1編 定点的評価</p> <p data-bbox="263 1556 303 1870">第3章 データ通信(固定系)</p> <p data-bbox="391 1780 422 1870">【意見】</p> <p data-bbox="422 1321 462 1870">NTT 東西殿の活用業務について分析・評価すべき</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="502 179 582 1870">○ NTT 東西殿は、公正競争環境を確保するために行われた NTT 再編の趣旨に反し、活用業務を利用して、なし崩しの業務範囲を拡大しています。先般、NTT 東日本殿が全国サービス(オフイスまるごとサポート)を開始したことはその象徴です。</li> <li data-bbox="614 179 694 1870">○ これにより、NTT 東西殿のシェアが高止まりしている要因となっていることから、活用業務を利用したサービスの提供状況について詳細に分析・評価することが必要と考えます。</li> <li data-bbox="726 179 805 1870">○ 例えば、活用業務によって実現されたサービスの利用者数推移等の分析を実施し、活用業務届出の確認後、当初の想定以上に市場へ影響を与えていないか継続的に確認することが必要と考えます。</li> </ul> |

| 領域  | 頁  | 意見  |
|-----|----|---|
| 第1編 |    | 【総務省案】  |
| 第3章 | 47 | 第1編 定点的評価   |
| 第4章 | 21 | 第3章 データ通信(固定系)<br>第2節 FTTH 市場の分析及び競争状況の評価<br>第3項 評価に当たったのの勘案要素の分析   |
|     |    | <p>3-2 NTT 東西加入電話による FTTH 市場へのレバレッジの懸念関係 [47 ページ]</p> <p>(5) ブロードバンド回線の変更に至るまでの利用者の選択の過程には様々な要因があるが、利用者アンケートによれば、割引や料金の低廉さが第一であると考えられる。その上で、固定電話を変更した利用者がブロードバンド回線として NTT (FTTH) を選択する割合を見ると高いとは言えず、<u>NTT 東西加入電話による FTTH 市場へのレバレッジは明示的に見られなかった。ただし、上記の分析をみると利用ユーザーへのアンケートに依拠しており、十分に幅広い側面から分析できているとは言いがたい。今後、FTTH 市場へのレバレッジの判断材料としては、例えば、番号ポータビリティの状況について、事業者の協力を得つつ、利用者の事業者の乗り換え状況を詳細に分析することも考えらえるところであり、引き続き多面的な分析を行うことが必要である。</u></p> <p>第4章 音声通信(固定系)<br/>第1節 固定電話市場の分析及び競争状況の評価<br/>第3項 競争状況の評価 [21 ページ]<br/>(評価)</p> <p>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、<u>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、</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ NTT 東西のシェアが低下傾向にあること、</li> <li>・ 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、</li> <li>・ 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</li> </ul> <p>等も踏まえれば、<u>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。</u></p> <p>【意見】<br/>NTT 東西殿は固定電話市場において市場支配力を行使しており、固定系ブロードバンド市場へのレバレッジが存在すると評価すべき</p> <p>○ 固定電話市場における評価「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」に賛同します。</p> |

| 領域 | 頁 | 意見   |
|----|---|--|
|    |   | <p>○ 一方、次の点を踏まえると、「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」とする評価は妥当ではなく、「NTT 東西は同市場において市場支配力を行使しており、固定系ブロードバンド市場へのレバレッジが存在する。これにより、NTT 東西は固定系ブロードバンド市場における市場支配力を強化しつつ、同市場における市場支配力の維持につなげている」と評価することが適当と考えます。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 加入電話を独占的に提供してきたことで醸成されたNTTのブランドイメージ等により、利用者がフレッツ光を優先的に選択するよう影響を与えている</li> <li>▶ フレッツ光とひかり電話のセット販売等により加入電話から0ABJ-IP 電話への移行を促すことで、FTTHのシェア拡大と固定電話の加入者維持を両立している</li> <li>▶ 固定電話市場におけるNTT 東西殿のシェアが他を圧倒している状況に大きな変化はない</li> </ul> <p>○ また、第3章47ページについて、利用者アンケートの結果のみをもってレバレッジの存在を否定せず、「引き続き多面的な分析を行うことが必要」とすることに賛同します。</p> <p>○ 一方、「NTT 東西加入電話によるFTTH 市場へのレバレッジは明示的には見られなかった。」は、誤解を与える恐れがあることから、「<u>今回の利用者アンケートの結果からは、NTT 東西加入電話によるFTTH 市場へのレバレッジは明示的には見られなかった。</u>」に修正すべきと考えます。</p> <p>○ 加えて、PSTNマイグレーションに伴い、今後、番号ポータビリティの利用による0ABJ-IP 電話への移行が増加すると考えられますが、NTT 東西殿のひかり電話への移行に限り、利用者の手間を省くこと(手続きの簡素化)等が行われれば、他事業者への乗り換えの阻害要因となり得ることから、番号ポータビリティの状況を分析することも必要と考えます。</p> |

## 意見書

平成 25 年 8 月 5 日

総務省総合通信基盤局

電気通信事業部事業政策課 御中

郵便番号 650-0027

(ふりがな)ひょうごけんこうべしちゅうおうくななまちどおり

住所 兵庫県神戸市中央区中町通 2 丁目

3 番 2 号 神戸駅前ツインビル 7 階

(関西ブロードバンド株式会社 内)

(ふりがな)でいーえすえるじぎょうしゃきょうぎかい かいちょう みす ひさし

氏名 DSL事業者協議会 会長 三須 久

「電気通信事業分野における競争状況の評価 2012(案)」に関し、別紙のとおり意見を提出します。

このたびは、「電気通信事業分野における競争状況の評価 2012(案)」に関し、意見提出の機会を設けて頂いたことにつきまして、御礼申し上げます。以下のとおり弊社共の意見を述べさせていただきますので、宜しくお取り計らいの程、お願い申し上げます。

## 意見提出者 DSL 事業者協議会

| 領域                          | 頁  | 意見   |
|-----------------------------|----|--|
| 第1編 定点的評価<br>第3章 データ通信(固定系) | 6  | <p>【総務省案】<br/>第1節 固定系ブロードバンド市場の分析及び競争状況の評価<br/>第1項 基本データ(供給側データ)の分析<br/>1-3 東日本/西日本の競争状況</p> <p>2012年度末における固定系ブロードバンド市場の契約数を東日本地域と西日本地域別に見ると、それぞれ1,826.5万(対前年度末比1.0%増)、1,703.0万(同1.2%増)となっており、全国の傾向と同様の状況となっている。また、事業者別シェアを見ると、東日本地域ではNTT東日本が58.1%、西日本地域ではNTT西日本が50.1%を占めている。</p> <p>その他の事業者について見ると、地域別の特徴として、東日本地域ではKDDIグループのシェアが大きく、西日本地域では電力系事業者のシェアが大きい状況となっている(東日本地域ではKDDIグループ12.1%、電力系事業者0.8%であるのに対し、西日本地域ではKDDIグループ6.6%、電力系事業者11.8%)。</p> <p>市場集中度(HHI)については、東日本地域と西日本地域別では、それぞれ3,674、2,809となっており、東日本において高い傾向にある。</p> |
|                             | 15 | <p>第3項 競争状況の評価<br/>(今後の留意事項)</p> <p>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ます。特に、固定系ブロードバンド全体に占めるFTTHサービス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。</p>   |

| 領域 | 頁  | 意見  |
|----|----|---|
|    |    | <p>【意見】<br/> 今後の留意事項として記載いただいた「固定系ブロードバンド全体に占めるFTTHサービス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」という内容について賛同いたします。</p> <p>現にNTT東西殿は、固定系ブロードバンド市場のシェアが高まってきており、2012年度は西日本エリアにおいてさえ50%を超えるシェアを占めるまでに伸びています。都市部と比較しユーザ一規模が少ない地方においては、NTT東西殿以外の事業者がFTTHサービスを展開することがより困難になっていることから、ADSLからFTTHへのマイグレーションが進展するに従い、NTT東西殿のシェアがさらに高まっていくことが懸念されます。</p> <p>なお、公正競争レビューにおいて、地方におけるFTTHサービスの競争環境について検証いただき、電話網移行円滑化委員会においては、引き続きマイグレーションを見越したADSL同等のFTTHサービスの競争環境の整備を図っていただきたいと、NTT東西殿におかれましても、アクセス回線に関する具体的なマイグレーション計画を早急に公表していただきたいと考えます。</p> |
|    | 48 | <p>【総務省案】<br/> 第2節 FTTH市場の分析及び競争状況の評価<br/> 第4項 競争状況の評価</p> <p>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。</p> <p>【意見】<br/> 「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</p>   |

| 領域 | 頁 | 意見   |
|----|---|--|
|    |   | <p>調である」とありますが、都市部と地方においては、その傾向がより顕著と考えます。競争評価において、都市部、地方といった観点でも分析を実施頂きたいと考えます。また、「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」においても、併せて分析をして頂きたいと考えます。</p> |

以上



## 意見

【意見】  
総論

NTT東・西・NTTドコモ・NTTコミュニケーションズを始めとするNTTグループ各社のシェアは、全市場において首位を独占しています。さらに、ISP市場を除く、すべての市場において、当該各社のシェアは40%を超えています。

比較的市場への参入が容易なISP市場や、主にADSLと一体的に提供される050-IP電話市場を除き、NTT東・西・NTTドコモ等のシェアと、2位以下とのシェアの差は、16.9pt～63.6 ptと依然として大きく、各市場におけるNTT各社のシェアが他社を圧倒しています。

<2012年度の報告書案における各市場の評価> \*NTTグループ各社のシェア欄の( )内は、対前年度末比。

| NTTグループ各社     | 各市場        | NTTグループ各社のシェア | ランク | 次位シェアとの差 |
|---------------|------------|---------------|-----|----------|
| NTT東・西        | 固定系プロードバンド | 54.2%(+0.2%)  | 1位  | 44.8pt   |
|               | FTTH       | 72.5%(-1.7%)  | 1位  | 63.6pt   |
|               | 固定電話       | 76.5%(-2.7%)  | 1位  | 63.5pt   |
| NTTドコモ        | 移動系通信      | 43.6%(-1.7%)  | 1位  | 16.9pt   |
| NTTコミュニケーションズ | 050-IP電話   | 40.4%(+1.0)   | 1位  | 3.0pt    |
|               | WANサービス    | 61.8%(-3.7%)  | 1位  | 43.9pt   |
|               | ISP        | 29.2%(-1.0)   | 1位  | 2.9pt    |

\*050-IP電話市場には、NTT系事業者としては、NTTコミュニケーションズのほか、NTTコミュニケーションズが出資するNTTぶららがある。NTTぶらら(3.6%)を加えるとNTT系事業者シェアは、44.0%。

こうしたあらゆる市場におけるNTTグループ各社の高いシェアは、当該各社単独の市場支配力に加え、NTTグループ全体としての市場支配力が行使された結果であると言えます。NTTグループの市場支配力の源泉は、公社時代からのボトルネック設備(管路・電柱等の線路敷設基盤、加入系線路設備、局舎等)や加入電話の顧客基盤、グループ一体的な営業体制、信用力、ブランド力、資本関係等を通じたNTTグループの総合的な事業能力にあります。

|                                     |          |   |
|-------------------------------------|----------|---|
| <p>第1編 定点的評価<br/>第1章 データ通信(移動系)</p> | <p>9</p> | <p>これらの総合的・複合的な市場支配力によって、各市場において、NTTグループ各社の高いシェアが長期的に維持されているものと考えます。</p> <p>戦略的評価における市場間の連携サービスについては、「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うっていく必要がある。」との結論を下したことに賛同いたします。</p> <p>次期評価においては、NTTファイナンスによるグループ各社の料金収納業務の一本化に加え、NTTグループの実質的な連携サービスや、グループ一体的な営業体制など、各市場の競争状況に影響を与える様々な要因を、戦略的評価での重点的テーマとして多面的に分析し、その分析結果を定点的評価に反映して頂きたいと考えます。また、その際には、公正競争レビュー制度で取り上げられている指摘事項等(*)も十分に踏まえるよう要望いたします。</p> <p>(*) 戦略的評価においては、「競争政策の実効性を高める観点から、公正競争レビュー制度で取り上げられる事項についても、必要に応じ、分析及び評価を行うこと」(競争評価の基本方針)とされている。公正競争レビュー制度では、ブロードバンドの普及状況に関する検証のほか、NTT東・西・ドコモ等における規制の遵守状況等の検証を実施。毎年、各社から提出された指摘事項等を基に検証が行われている。</p> <p>【総務省案】<br/>第1節 移動系データ通信市場の分析及び競争状況の評価<br/>第2項 移動系データ通信市場の分析<br/>2-1 基本データ(供給側データ)の分析<br/>2-1-1 市場の規模<br/>2012年度における移動系データ通信市場の契約数は1億4,161万となっている。売上高は6兆2,576億円で、前年度と比べた増加率は18.6%であった。</p> <p>【図表 I-8 契約数及び売上高の推移(データ通信)】<br/>(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月末の数値は、電気通信事業報告規則(昭和63年郵政省令第46号)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。</p> <p>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</p> |
|-------------------------------------|----------|---|

|    |   |
|----|---|
|    | <p>2-1-2 主要事業者の動向</p> <p>移動系データ通信市場の市場集中度(HHI)は、2012年度末時点で2,989となっている。同年度の市場シェアについては、NTTドコモは43.5%、KDDIは23.9%、ソフトバンクモバイルは22.4%、イー・アクセスは3.0%などとなっている。</p> <p>【図表 I-9 契約数の事業者別シェア及び市場集中度の推移（データ通信）】</p> <p>(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月末の数値は、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。</p> <p>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</p> <p>【意見】</p> <p>＜MVNOに関するデータの集計方法について＞</p> <p>移動系データ通信市場のシェアは、MVNO契約数を含んだMNO契約数の合計値に基づいて算出されていますが、卸元と卸先双方がMNOの場合、卸元MNOだけでなく卸先MNOにもMVNO契約数が二重に計上されており、正確な市場シェアを算出するためには、前年度と同様、二重計上分を控除する必要があると考えます。</p> |
| 41 | <p>2-4 移動系超高速ブロードバンド市場の分析</p> <p>2-4-1 基本データ(供給側データ)の分析</p> <p>2-4-1-1 市場の規模</p> <p>2012年度末時点の3.9Gの契約数は2,036万、BWAの契約数は531万となっている。それぞれを前年度末の契約数と比較すると8.9倍、2.3倍と急激に増加したことが分かる。その推移を示したのが図表 I-39である。また図表 I-40のとおり、四半期毎の増加率は立ち上がり期から比べると低下しつつあるものの、依然として高い水準にある。</p> <p>移動系超高速ブロードバンドサービスの拡大の背景として第一に挙げられるのが、3.9Gに対応したスマートフォンの急速な普及である。前出のとおり、2012年度末時点のスマートフォンの契約数は4,337万に達している。第二に、スマートフォンに続き、タブレット端末やWi-Fiルータを含むデータ通信専用サービスの増加がさらに両サービスの契約数を押し上げている。第三に、2012年9月にKDDIとソフトバンクモバイルが3.9Gサービスを開始したばかりであり、既存のフィーチャーフォンのユーザーからの移行が進んでいる。</p>  |

|    |   |
|----|---|
|    | <p>ることが挙げられる。</p> <p>このように3.9GとBWAは、これまで分析してきた他の移動系データ通信サービスの中において、契約数の増加が際立っているだけでなく、他の移動系データ通信サービスと比べて最大通信速度や利用方法が大きく異なることから、両サービスを合わせて「移動系超高速ブロードバンド市場」という部分市場とし、2012年度の競争評価から分析・評価の対象としていくこととしている。</p> <p><b>【意見】</b></p> <p>＜移動系超高速ブロードバンド市場の位置づけについて＞</p> <p>移動系超高速ブロードバンド市場 (BWA, LTEのみ) の契約数 (13年3月末: 2,567万) は、移動系データ通信の契約数全体 (13年3月末: 1億4,161万) の2割にも満たず、未だ普及途上の段階で、部分市場であっても、個別の分析対象として取り扱うのは時期尚早であると考えます。</p> <p>当面の間は、BWA, LTEの普及状況を静観し、市場が成熟した段階で、改めてどう市場画定すべきかを検討すべきと考えます。</p>   |
| 54 | <p><b>【総務省案】</b></p> <p>第1節 移動系データ通信市場の分析及び競争状況の評価</p> <p>第3項 競争状況の評価 (評価)</p> <p>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用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用得る地位は低下している。</p> <p>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用得る地位にあると考えられる。</p> <p>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2種指定電気通信設備として指定した。</p> <p>26. 市場競争をめぐる上位3事業者間の関係や、第2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</p> |

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用する可能性は低い。

【意見】

＜分析・評価の対象について＞

移動系通信市場の分析及び評価については、昨年度と同様に、「分析」は音声通信とデータ通信に分けて行うとしても、「評価」に当たっては、一体的に取り扱うことが適当であると考えます。

昨年度の報告書では、「移動系データ通信市場については、同章でも分析しているとおおり、現時点では、契約数や事業者別シェア等の点で移動系音声通信市場とほぼ同じ状況であることから、分析は音声通信及びデータ通信に分けて行うものの、評価は「移動系通信(音声通信、データ通信)」として一体的に行っている。」とし、注釈の中で、「今後、移動系データ通信市場の状況が音声通信市場と異なる様相を見せるようになった場合には、評価そのものも音声通信とデータ通信を別々に分けて実施することにについて検討することが必要である。」と述べています。

下表のとおり、2012年度における各類型の事業者別シェアを比較してみても、傾向はほぼ同じ状況であり、「移動系データ通信市場の状況が音声通信市場と異なる様相を見せるようになった場合に該当するとは考えられません。したがって、昨年同様、「評価」については、「携帯・PHS市場」で行うことが適切と考えます。

＜各類型における事業者シェア＞ \*各欄の数字は2012年度のシェア。( )内は、2011年度のシェア

|          | NTTドコモ        | KDDI          | ソフトバンクモバイル    |
|----------|---------------|---------------|---------------|
| 移動系データ通信 | 43.5% (45.6%) | 23.9% (25.4%) | 22.4% (21.4%) |
| 移動系音声通信  | 45.1% (47.0%) | 28.9% (28.2%) | 22.1% (21.6%) |
| 携帯電話・PHS | 43.6% (45.3%) | 26.7% (26.4%) | 23.0% (21.8%) |

なお、WiMAXなどの超高速モバイルインターネット端末は、基本的に音声通話ができず、2台目としての用途が主流であり、携帯電話を代替するまでの手段には至っておりません。このため、携帯電話・PHSとは別の市場として扱うことが適当ですが、前述のとおり、移動系超高速ブロードバンド通信は、移動系データ通信の契約数全体(13年3月末:1億4,161万)の2割にも満たず、未だ普及途上の段階であり、個別の分析対象として取り扱うのは時期尚早であると考えます。

<NTTドコモの市場支配力について>

基本方針によると、「競争評価では、「市場支配力」を「事業者がその意思によってある程度自由に価格、品質、数量、商品選択の多様性その他各般の条件を左右する力」とした上で、市場構造や事業者間の競争状況等から長期的、潜在的な「市場支配力」の有無を分析した上で、これに政策の存在等を加味した上で短期的な「市場支配力」の実効性を総合的に評価する。」とあります。

携帯電話・PHS 市場におけるNTTドコモの位置づけは、契約者数6,154万、シェア43.6%と依然として圧倒的であり、他の競争事業者のシェア (KDDI:26.7% (3,771万契約)、ソフトバンクモバイル:23.0% (3,248万契約))との格差が大きい状況に変わりはありません。2位との格差が大きく、市場シェアが40%を超えている現状において、「支配的地位が低下している」と判断するべきではないと考えます。むしろ、市場支配力を行使した結果として、NTTドコモが圧倒的シェアを維持するに至っているものと考えます。

NTTドコモは、827社※の連結子会社を有するNTTグループ全体の7割の営業利益を上げるNTTグループの中核をなす企業です。また、端末ラインアップに係る戦略がメーカーの経営方針に甚大な影響を与えるほど、市場への影響力は絶大です。このようなNTTドコモの圧倒的プレゼンスに鑑みれば、「市場支配的地位が低下している」との評価は、市場の実態と乖離していると考えます。

さらに、NTTグループ連携による営業(実質的セト割や、NTT東・西地域等子会社によるドコモショップ兼営、NTTブランド等)やブランドなどが、NTTドコモの40%を超える市場シェアの維持の要因になっていることについても、分析・評価の際に考慮すべきと考えます。

※有価証券報告書(平成24年度)による。(前年度から57社増加)

【総務省案】

第1節 移動系データ通信市場の分析及び競争状況の評価

第3項 競争状況の評価

(評価)

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えない。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。

55

|    |  |
|----|--|
|    | <p><b>【意見】</b><br/>         &lt;料金競争の進展について&gt;<br/>         MNO3事業者のデータ定額通信料等について、ほぼ同一の料金水準で推移されてきたことなどに着目し、「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えない」とされていますが、これまでのMNO各社の料金は、3社が熾烈な料金競争等を繰り返した結果として導かれたものであり、これを以て、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判断することは適当でないと考えます。</p> <p>モバイル市場においては、NTT ドコモ、KDDI、ソフトバンクなどのモバイル各社が、様々な割引サービス、キャンペーン、端末を組み合わせで展開しており、MNP 制度もあり、激しい競争が繰り返されています。「暗黙の協調を促しやすい市場環境」にないことは明らかであり、協調が成立する市場ではないと考えます。</p>   |
| 56 | <p><b>【総務省案】</b><br/>         第1節 移動系データ通信市場の分析及び競争状況の評価<br/>         第3項 競争状況の評価<br/>         (今後の留意事項)<br/>         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、事業者別のシエ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。</p> <p><b>【意見】</b><br/>         &lt;グループ単位での分析について&gt;<br/>         グループ単位で市場を分析する場合であっても、移動系データ通信市場、移動系音声通信市場、携帯電話・PHS市場それぞれについて分析し、「評価」については、昨年同様、音声通信・データ通信を一体的に行うため、「携帯・PHS市場」で行うことが適当と考えます。</p> <p>また、WIMAXなどの超高速モバイルインターネット端末は、基本的に音声通話ができず、2台目としての用途が主流であり、携</p> |

|                                    |   |
|------------------------------------|---|
| <p>第1編 定点的評価<br/>第1章 音声通信(移動系)</p> | <p>帯電話を代替するまでの手段には至っておりません。このため、携帯電話・PHSとは別の市場として扱うことが適当ですが、前述のとおり、移動系超高速ブロードバンド通信は、移動系データ通信の契約数全体(13年3月末:1億4,161万)の2割にも満たず、未だ普及途上の段階であり、個別の分析対象として取り扱うのは時期尚早であると考えます。</p> <p>なお、事業者別のシェアをグループ単位で分析する場合、2位事業者(グループ)とのシェア差が縮小するように見えることとなります。しかしながら、グループ単位で見ること、NTTドコモの市場に与える影響力が実際に弱まるわけではなく、その圧倒的な市場シェア自体に変化は無い点について留意が必要です。</p>   |
| <p>17</p>                          | <p><b>【総務省案】</b><br/> 第1節 移動系音声通信市場の分析及び競争状況の評価<br/> 第2節 競争状況の評価<br/> (評価)</p> <p>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。</p> <p>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、複数事業者市場支配力を行使し得る地位にあると考えられる。</p> <p>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。</p> <p><b>【意見】</b><br/> &lt;NTTドコモの市場支配力について&gt;<br/> 前述のとおり、携帯電話・PHS 市場におけるNTTドコモの位置づけは、契約者数6,154万、シェア43.6%と依然として圧倒的であり、他の競争事業者のシェア(KDDI:26.7%(3,771万契約)、ソフトバンクモバイル:23.0%(3,248万契約))との格差が大きい状況に変わりはありません。2位との格差が大きく、市場シェアが40%を超えている現状において、「支配的地位が低下している」と</p> |

|  |           |  |
|--|-----------|--|
|  |           | <p>判断すべきでないと考えます。むしろ、市場支配力を行使した結果として、NTTドコモが圧倒的シェアを維持するに至っているものと考えます。</p> <p>NTTドコモは、827社※の連結子会社を有するNTTグループ全体の7割の営業利益を上げるNTTグループの中核をなす企業です。また、端末ラインアップに係る戦略がメーカーの経営方針に甚大な影響を与えるほど、市場への影響力は絶大です。このようなNTTドコモの圧倒的プレゼンスに鑑みれば、「市場支配的地位が低下している」との評価は、市場の実態と乖離していると考えます。</p> <p>さらに、NTTグループ連携による営業(実質的セグメント)や、NTT東・西地域等子会社によるドコモショップ兼営、NTTブランド等やブランドなどが、NTTドコモの40%を超える市場シェアの維持の要因になっていることについても、分析・評価の際に考慮すべきと考えます。</p> <p>※有価証券報告書(平成24年度)による。(前年度から57社増加)</p>  |
| <p>第1編 定点的評価<br/>第1章 データ通信(固定系)<br/>第1編 定点的評価<br/>第1章 データ通信(固定系)</p> | <p>14</p> | <p>【総務省案】<br/>第1節 固定系ブロードバンド市場の分析及び競争状況の評価<br/>第3項 競争状況の評価<br/>(評価)</p> <p>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サービス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。</p> <p>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。</p> <p>14. こうした規制措置が有効に機能している中、</p> <p>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、<br/>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、<br/>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</p> |

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使する可能性は低い。

**【意見】**

<NTT東・西の市場支配力について>

固定系ブロードバンド市場において、NTT東・西のシェアは54.2%と急激にシェアを伸ばし、圧倒的な地位を維持し続けています。2位の事業者とのシェア差も44pt近くあり、競争事業者と、NTT東・西との間に大きな格差がある状況に変わりはありません。

FTTH市場における累積シェアにおいても、NTT東・西のシェアは72.5%と依然として圧倒的であり、2位(11.4%)、3位(8.9%)の競争事業者と、NTT東・西との間に大きな格差がある状況に変わりはありません。

FTTH純増数においても、NTT東・西は、各種料金割引(※)により、2012年度(通期)で圧勝しています。

(※) NTT東日本の割引サービス「思いっきり割引」、NTT西日本のキャンペーン割引「光もっと2割」

さらに、NTT西については、8月1日～9月30日の期間、「どーんと割」キャンペーンを実施。最大2年間、「光もっともっと割」適用後の月額利用料金よりもさらに割引く。

FTTH契約数が1,000万を超えた2007年度以降、NTT東・西は、FTTH市場において70%超のシェアを維持していますが、この巨大なシェアは、独占時代からのポトルネック設備(管路・電柱等の線路敷設基盤、加入系線路設備、局舎等)を優先的に利用できることや固定電話事業に係る営業リソースの活用(顧客情報やサービスの活用)顧客情報やサービスの活用(顧客情報やサービスの活用)で分離されているわけではないこと、更にはOCN、ぷららとのセット割引やグループ子会社、第三社などを通じた実質的なグループ連携サービス、グループ一体的な営業体制、ブランド力等、固定電話市場における市場支配力及びNTTグループ一体運営を源泉とする市場支配力がFTTH市場に及んだ結果であるものと考えます。市場支配力を行使した結果として、NTT東・西が圧倒的シェアを維持するに至っているものと考えます。

▽2007年度にFTTH契約数は1,000万を突破

|        | 2003年度 | 2004年度 | 2005年度 | 2006年度 | 2007年度  | 2008年度  | 2009年度  | 2010年度  | 2011年度  | 2012年度  |
|--------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 契約数(万) | 144.6  | 288.9  | 544.8  | 879.5  | 1,215.3 | 1,501.7 | 1,778.9 | 2,021.8 | 2,230.5 | 2,385.8 |

|   | NTT東・西のシェア (%) | 58.1   | 57.6 | 62.7 | 69.0 | 72.2 | 74.1 | 74.4 | 74.5 | 74.2 | 72.5 |
|---|----------------|--|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| <p>2012年7月、NTT東・西、NTTドコモ、NTTコミュニケーションズ等の料金の請求・回収業務のNTTファイナンスによる統合が行われました。今般の請求・回収業務一本化による困り込み効果の影響も、来季の戦略的評価で検証が必要と考えます。</p> <p>なお、KDDIの「ギガ得プラン」よりも安価なNTT東の割引サービス「思いつき割り」、NTT西のキャンペーン割引「光もつと割り」に加え、「NURO」(So-net)の参入もあるなど、価格競争が激しく行われており、協調的行為が成立する市場環境にはないと考えます。</p> | 15             | <p><b>【総務省案】</b></p> <p>第1節 固定系ブロードバンド市場の分析及び競争状況の評価</p> <p>第3項 競争状況の評価<br/>(今後の留意事項)</p> <p>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ます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サービス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。</p> <p>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。</p> <p><b>【意見】</b></p> <p>&lt;NTT東・西の市場支配力について&gt;</p> <p>上述のとおり、FTTH契約数が1,000万を超えた2007年度以降、NTT東・西は、FTTH市場において70%超のシェアを維持しています。この巨大なシェアは、独占時代からのボトルネック設備(管路・電柱等の線路敷設基盤、加入系線路設備、局舎等)を優先的に利用できることや固定電話事業に係る営業リソースの活用(顧客情報やサービスの企画・営業スタッフは固定電話とFTTHで</p> |      |      |      |      |      |      |      |      |      |

分離されているわけではないこと)、更にはOCN、ぶららのセット割引やグループ子会社、第三社などを通じた実質的なグループ連携サービス、グループ一体的な営業体制、ブランド力等、固定電話市場における市場支配力及びNTTグループ一体運営を源泉とする市場支配力がFTTH市場に及んだ結果であるものと考えます。市場支配力を使用した結果として、NTT東・西が圧倒的シェアを維持するに至っているものと考えます。

▽2007年度にFTTH契約数は1,000万を突破

|               | 2003年度 | 2004年度 | 2005年度 | 2006年度 | 2007年度  | 2008年度  | 2009年度  | 2010年度  | 2011年度  | 2012年度  |
|---------------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 契約数(万)        | 144.6  | 288.9  | 544.8  | 879.5  | 1,215.3 | 1,501.7 | 1,778.9 | 2,021.8 | 2,230.5 | 2,385.8 |
| NTT東・西のシェア(%) | 58.1   | 57.6   | 62.7   | 69.0   | 72.2    | 74.1    | 74.4    | 74.5    | 74.2    | 72.5    |

なお、事業者別のシェアをグループ単位で分析する場合、2位事業者(グループ)とのシェア差が縮小するように見えることとなります。しかしながら、グループ単位で見ること、NTT東・西の市場に与える影響力が実際に弱まるわけではなく、その圧倒的な市場シェア自体に変化は無い点について留意が必要です。

47

第2節 FTTH市場の分析及び競争状況の評価

第3項 評価に当たったの勘案要素の分析

3-2 NTT東西加入電話によるFTTH市場へのレバレッジの懸念関係

(5) ブロードバンド回線の変更に至るまでの利用者の選択の過程には様々な要因があるが、利用者アンケートによれば、割引や料金の低廉さが第一であると考えられる。その上で、固定電話を変更した利用者がブロードバンド回線としてNTT(FTTH)を選択する割合を見ると決して高いとは言えず、NTT東西加入電話によるFTTH市場へのレバレッジは明示的には見られなかった。ただし、上記の分析はもっぱら利用者へのアンケートに依拠しており、十分に幅広い側面から分析できていないと言いたい。今後、FTTH市場へのレバレッジの判断材料としては、例えば、番号ポータビリティの状況について、事業者の協力を得つつ、利用者の事業者の乗り換え状況を詳細に分析することも考えらえるところであり、引き続き多面的な分析を行うことが必要である。

【意見】

<加入電話からFTTHへのレバレッジについて>

|    |   |
|----|---|
|    | <p>「NTT東西加入電話によるFTTH市場へのレバレッジは明示的には見られなかった」と判断することは早計であると考えます。むしろ、レバレッジの有無について判断するため、NTT東・西のFTTH市場シェアが高い理由について、改めて精緻な分析を実施して頂きたいと考えます。</p> <p>なお、今回、FTTHへのレバレッジ効果を分析するための利用者アンケートの調査結果が示されましたが、NTT東・西の加入電話を残したままフレッツを利用している利用者の扱いや、利用者が間いを正確に理解しているか等、不明な点も多く、必ずしも正確な分析結果を導いた調査とは言えないと考えます。特に、NTT東・西の加入電話は、未だ固定電話の半数以上(2,847万契約)を占めており、今後事業者変更をしないまま、フレッツ光に移行していくユーザーも相当数想定されます。</p> <p>FTTH市場におけるNTT東・西シェアが高い原因は、独占時代からのポトルネットワーク設備(管路・電柱等の線路敷設基盤、加入系線路設備、局舎等)を優先的に利用できることや固定電話事業に係る営業リソースの活用(顧客情報やサービス企画・営業スタッフは固定電話とFTTHで分離されているわけではないこと)、更にはOCN、ぷららとのセット割引やグループ子会社、第三社などを通じた実質的なグループ連携サービス、グループ一体的な営業体制、ブランド力等、固定電話市場における市場支配力及びNTTグループ一体運営を源泉とする市場支配力がFTTH市場に及んだ結果であるものと考えます。レバレッジについては、こうした様々な視点での分析を詳細に実施する必要があると考えます。</p> |
| 49 | <p>第2節 FTTH市場の分析及び競争状況の評価</p> <p>第4項 競争状況の評価<br/>(評価)</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>17. こうした規制措置が有効に機能している中、</p> <p>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の上昇が同時に進行していること、</p> <p>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、</p> <p>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、</p>   |

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。

**【意見】**

<NTT東・西の市場支配力について>

累積シェアにおいて、NTT東・西のシェアは72.5%と依然として巨大であり、2位(11.4%)、3位(8.9%)の競争事業者と、NTT東・西との格差が圧倒的である状況に変わりはありません。

FTTH純増数においても、NTT東・西は、各種料金割引(※)により、2012年度(通期)で他社を圧倒しています。

(※) NTT東日本の割引サービス「思いっきり割」、NTT西日本のキャンペーン割引「光もつと2割」

さらに、NTT西については、8月1日～9月30日の期間、「どーんと割」キャンペーンを実施。最大2年間、「光もつと2割」適用後の月額利用料金よりもさらに割引く。

FTTH契約数が1,000万を超えた2007年度以降、NTT東・西は、FTTH市場において70%超のシェアを維持していますが、この巨大なシェアは、独占時代からのボトルネック設備(管路・電柱等の線路敷設基盤、加入系線路設備、局舎等)を優先的に利用できることや固定電話事業に係る営業リソースの活用(顧客情報やサービス企画・営業スタッフは固定電話とFTTHで分離されているわけではないこと)、更にはOCN、ぷららとのセット割引やグループ子会社、第三社などを通じた実質的なグループ連携サービス、グループ一体的な営業体制、ブランド力等、固定電話市場における市場支配力及びNTTグループ一体運営を源泉とする市場支配力がFTTH市場に及んだ結果であるものと考えます。市場支配力を行使した結果として、NTT東・西が圧倒的シェアを維持するに至っているものと考えます。

▽2007年度にFTTH契約数は1,000万を突破

|               | 2003年度 | 2004年度 | 2005年度 | 2006年度 | 2007年度  | 2008年度  | 2009年度  | 2010年度  | 2011年度  | 2012年度  |
|---------------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 契約数(万)        | 144.6  | 288.9  | 544.8  | 879.5  | 1,215.3 | 1,501.7 | 1,778.9 | 2,021.8 | 2,230.5 | 2,385.8 |
| NTT東・西のシェア(%) | 58.1   | 57.6   | 62.7   | 69.0   | 72.2    | 74.1    | 74.4    | 74.5    | 74.2    | 72.5    |

また、2012年7月、NTT東・西、NTTドコモ、NTTコミュニケーションズ等の料金の請求・回収業務のNTTファイナンスによる統合が行われました。今般の請求・回収業務一本化による困り込み効果の影響も、来季の戦略的評価で検証が必要と

|                            |   |
|----------------------------|---|
|                            | 考えます。   |
| 50                         | <p>第2節 FTTH市場の分析及び競争状況の評価<br/>第4項 競争状況の評価<br/>(評価)</p> <p>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。</p> <p><b>【意見】</b><br/>       &lt;協調による市場支配力の行使について&gt;<br/>       KDDIの「ギガ得プラン」よりも安価なNTT東の割引サービス「思いっきり割」、NTT西のキャンペーン割引「光もつともっと割」に加え、「NURO」(So-net)の参入もあるなど、価格競争が激しく行われており、協調的行為が成立する市場環境にはないと考えます。</p>  |
| 第1編 定点的評価<br>第4章 音声通信(固定系) | <p>21</p> <p>第1節 固定電話市場の分析及び競争状況の評価<br/>第3項 競争状況の評価<br/>(評価)</p> <p>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、</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ NTT東西のシェアが低下傾向にあること、</li> <li>・ 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、</li> <li>・ 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</li> </ul> <p>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。</p> |

|   |           |  |
|---|-----------|--|
| <p>第1編 定点的評価<br/>第5章 法人向けネットワ<br/>ークサービス</p>              | <p>15</p> | <p>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行使する可能性は低い。</p> <p><b>【意見】</b></p> <p>＜NTT東・西の市場支配力について＞</p> <p>NTT東・西のシェア低下や携帯電話等への代替性が生じていること等を理由に、NTT東・西が実際に市場支配力行使する可能性は低いと評価していますが、以下の理由により、当該評価を改める必要があります。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「シェアが低下傾向にある」といっても、シェア自体が76.5%という高い水準であり、高止まりが長期化していること。</li> <li>・「携帯電話等への代替が生じている」としていますが、固定電話(NTT東・西加入電話、直収電話、CATV電話及び0ABJ-IP電話)の総契約数は5,681万契約と、全国規模の世帯と同数の契約者を持つ状況においては、携帯電話等への代替が生じているとはいえないこと。</li> </ul> <p>また、「FTTH市場においてNTT東・西が実際に市場支配力行使する可能性は低い」ことを根拠の一つに挙げていますが、上述のとおり、FTTH市場においては、市場支配力行使した結果として、NTT東・西が圧倒的シェアを維持するに至っているものと考えます。</p> <p>FTTH契約数が1,000万を超えた2007年度以降、NTT東・西は、FTTH市場において70%超のシェアを維持していますが、この巨大なシェアは、独占時代からのポトルネック設備(管路・電柱等の線路敷設基盤、加入系線路設備、局舎等)を優先的に利用できることや固定電話事業に係る営業リソースの活用(顧客情報やサービス企画・営業スタッフは固定電話とFTTHで分離されているわけではないこと)、更にはOCN、ぷららとのセット割引やグループ子会社、第三社などを通じた実質的なグループ連携サービス、グループ一体的な営業体制、ブランド力等、固定電話市場における市場支配力及びNTTグループ一体運営を源泉とする市場支配力がFTTH市場に及んだ結果であるものと考えます。市場支配力行使した結果として、NTT東・西が圧倒的シェアを維持するに至っているものと考えます。</p> |
| <p>第1節 WANサービス市場の分析及び競争状況の評価<br/>第4項 競争状況の評価<br/>(評価)</p> | <p>15</p> | <p>第1節 WANサービス市場の分析及び競争状況の評価<br/>第4項 競争状況の評価<br/>(評価)</p>  |

3. 上記のような状況を勘案し、WANサービス市場における市場支配力に関しては、事業者別シェア等を踏まえれば、NTT系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が、

① WAN市場全体の中での一定のシェアを占めるIP-VPNサービスにおいて、NTT系事業者のシェアの合計がここ数年、減少傾向にあること、

② 契約数が増加傾向にある広域イーサネットサービスにおいても、NTT系事業者のシェアが減少傾向にある一方、NTT東西とシェアが拮抗しているKDDIのシェアは増加傾向にあること、

③ 近年、従来の通信回線中心のサービス提供のみならず、各事業者がクラウドサービスや各種アプリケーション等との一体的なサービスを新たに展開し始めており、クラウドサービスの売上高が増加していること等を考慮すれば、実際に市場支配力を行使する可能性は低い。

(今後の留意事項)

4. WANサービスにおいては、今後、クラウドサービスや各種アプリケーション等を含めた一体的なサービスとしての展開がさらに普及・拡大していくと考えられることから、通信回線サービスのみに基づく現状の分析・評価の在り方について、市場の画定の在り方も含め、検討を行うことが必要である。

**【意見】**

＜NTTグループの市場支配力について＞

WANサービス市場において、NTT東・西、NTTコミュニケーションズ等のNTTグループは、依然として6割超のシェアを占めています。これは、NTTグループとしての市場支配力が現にWANサービス市場に及んだ結果であると考えます。

2012年11月8日、NTT持株会社は「新たなステージを目指して」と題した中期経営計画を発表し、グループ全体の戦略として、世界的なクラウド事業者へと転換を図ることを宣言しています。また、WANサービス市場で3割を超すシェアを持つNTT東・西は、今年6月のNTT東・西社長記者会見でも、クラウド事業を新たな収益源とすることを明言しています。

独占時代からの巨大な顧客基盤を維持したまま、NTTグループが今後、何ら規制を受けずに、総力を挙げて、クラウド化・ID連携基盤の拡大を展開していけば、通信レイヤー・上位レイヤー相互のレバレッジ効果により、既存の顧客基盤は一層強化・拡大していくことが懸念されます。

こうした懸念が現実になれば、長期的に競争が機能しなくなる恐れもあります。報告書案でも指摘されているとおり、「今後、クラウドサービスや各種アプリケーション等を含めた一体的なサービスとしての展開がさらに普及・拡大していくと考えられることから、

|   |   |  |
|---|---|--|
|   | 18  | <p>通信回線サービスのみに基づく現状の分析・評価の在り方について」検討が必要であると考えます。</p> |
| <p>第2編 戦略的評価<br/>第2章 市場間の連携サービスの利用動向(需要側)</p> | <p>【総務省案】<br/>第5節 まとめ</p> <p>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。</p> <p>【意見】<br/>＜連携サービスについて＞</p> <p>一般の戦略的調査において、「移動系通信+固定系通信」型の連携サービスは、「利用者数(アンケート回答者全体の2.9%)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」と判断し、その分析結果を定点的評価に反映させたことは適切であると考えます。</p> <p>なお、固定型連携サービス(固定インターネット+固定電話)、FMC型連携サービス(移動系通信+固定通信)は、別々の市場のサービスを営業上バンドルした単なる「コマージナルバンドリング」と考えます。例えば、auスマートフォン・機能面が融合して新市場を形成しているわけではありません。</p> <p>今後、「移動系通信+固定系通信」型の連携サービス等に関する調査を多面的かつ精緻に行う場合は、戦略的調査の客観性・透明性の更なる向上を図るため、以下を要望いたします。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 一般のアンケート調査は、固定系ブロードバンドを利用する世帯を対象としています。携帯電話しか持たない若年層等が除外されていることとなります。移動系通信サービス利用者全体として見た場合の連携サービスの位置づけ等、調査対象者の範囲・属性によって、結果も大きく変わってきます。したがって、アンケート対象者が調査目的に適う属性となるよう、アンケート設計段階で十分な精査が行われる必要があります。</li> <li>・ 「移動系通信+固定系通信」型の連携サービスは、auスマートフォン等を対象としていると思われませんが、auスマートフォン等を選択したユーザー側の分析だけでなく、料金面の優位性がありながらNTT東・西・ドコモに留まったNTTユーザー側の分析も併せて行うことが必要です。例えば、NTTに留まった要因には、NTTの信用力やブランド力など、NTTグループの総合的な事業能</li> </ul> |  |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  | <p>力が影響していることも想定されます。auスマートフォン・タブレット等を選択したユーザーよりも、NTTに留まったユーザーの方が圧倒的に多く存在することが想定されることから、その背景となる要因を分析して頂きたいと考えます。</p> <p>また、FMC型連携サービス以外にも、多数の連携サービス、セット販売が存在しています。報告書案に例示されるようなグループでの料金収納業務の一本化や、グループ連携サービス、グループでの共同営業体制など、市場支配力に影響を与える要素が多面的に存在していることから、各社の営業活動の実態を正確に捉えた分析を行うことが必要と考えます。</p> <p>その際には、公正競争レビュー制度で取り上げられている指摘事項等(*)も十分に踏まえるよう要望いたします。</p> <p>(*) 戦略的評価においては、「競争政策の実効性を高める観点から、公正競争レビュー制度で取り上げられる事項についても、必要に応じ、分析及び評価を行うこと」(競争評価の基本方針)とされている。公正競争レビュー制度では、ブロードバンド普及状況に関する検証のほか、NTT東・西・ドコモ等における規制の遵守状況等の検証を実施。毎年、各社から提出された指摘事項等について検証が行われている。</p> |
|--|--|--|

以上