

「電気通信事業分野における競争状況の評価2012（案）」に対して寄せられた意見及び総務省の考え方

「意見」で引用しているページは、意見招請時の（案）のページ。

総論

頁	意見	総務省の考え方
	【意見1】従来の固定・移動、音声・データといった枠組ではなく、現在の市場や消費者の利用実態を踏まえた新たな評価の枠組が必要ではないか。	
一	<p>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るとはいえません。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。</p> <p style="text-align: right;">【日本電信電話株式会社】</p>	「電気通信事業分野における競争状況の評価2012（案）」（以下「競争評価2012」という。）では、2012年2月に改定された「電気通信事業分野における競争状況の評価に関する基本方針」（以下「基本方針」といいます。）に基づき、主要サービスの需要の代替性等を考慮して市場の画定を行っており、現在の市場の実態を十分に勘案してデータ通信（移動系）とデータ通信（固定系）等を別々の市場とし、各市場それぞれの分析・評価を行っています。
一	<p>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、グローバルプレイ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ります。</p> <p>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っかりと踏まえた分析・評価を行っていただ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</p>	<p>なお、競争評価2011において、固定系と移動系の連携サービスの状況を含め、将来的な市場の画定の在り方についても視野に入れつつ、その動向を注視していくことが必要</p>

	<p>きであると考えます。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	<p>であるとしていることも踏まえ、競争評価2012（第2編第2章）では、固定系と移動系の連携サービスの利用動向、複数市場に関連するその他のサービス等についても分析を行っています。</p>
<p>第1編 第3章 2 50</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・サービス市場の画定については、ユーザの視点や事業者の競争戦略の観点から実態に即して行うことが必要と考えます。 ・スマートフォンなど高機能端末の登場以降、ユーザはより利便性の高い端末を選択する一方、ネットワークについては、LTEやWiMAX、固定ブロードバンドと連携したWiFi通信、さらにはテザリング技術等を、利用シーンに応じて自由に選択するなど、通信手段にとらわれない使い方が既に広がっており、現にFTTH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、FTTHを超える勢いで急増しています。 ・また、こうしたユーザニーズに対応し、KDDI 殿の au スマートバリューのように、スマートフォンと固定通信とのセット割り引き等、固定と移動を組み合わせた顧客囲い込み戦略の展開や、WiMAX サービス事業者による屋内外での利用を訴求した戦略の展開など、事業者による固定・移動の垣根にとらわれない戦略が本格化しています。 ・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。 <p style="text-align: right;">【西日本電信電話株式会社】</p>	
	<p>【意見2】競争評価でも、ICT利活用の取組の効果について分析・評価を行うべき。特に、電気通信事業者やそれ以外のメーカー、コンテンツ、医療機関、教育機関等のプレイヤーの役割及びICT利用促進への貢献についての分析・評価が必要ではないか。</p>	
<p>—</p>	<p>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、多様なプレイ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</p>	<p>電気通信事業者やそれ以外のプレイヤーがそれぞれどのような役割を果たし、ICT利活用促進に貢献したのかといった点について、分析・評価を行うべきとの御意見については、データ収集の可能性も含</p>

	<p>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 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。</p> <p>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く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り組みが 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。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	<p>め、今後の政策立案の検討に当たっての参考とさせていただきます。</p> <p>なお、競争評価2012（第1編第3章第2節第3項）では、ICTの利活用と一部関連する項目として超高速ブロードバンド基盤整備率とFTTH基盤利用率の関係に関する分析を行っています。</p>
	<p>【意見3】移動系超高速ブロードバンド市場は移動系データ通信の契約者全体の2割に満たない状況であり、個別の分析対象とするには時期尚早と考える。</p>	
<p>第1編 第1章 41</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> <p style="text-align: right;">【KDDI 株式会社】</p>	<p>競争評価2012（第1編第1章第2項）のとおり、移動系超高速ブロードバンド市場は、スマートフォンやデータ通信専用端末等の急速な普及を背景に2012年度末で3.9Gの契約数は2,036万契約、BWAの契約数は531万契約と合計2,500万契約超になっており、拡大傾向にあること等にかんがみると、移動系データ通信市場の部分市場として分析す</p>

		ることが必要と考えています。																
	<p>【意見4】移動系通信市場の分析・評価は、分析は音声とデータを分けて行う一方、評価は一体的に行うことが適当と考える。2012年度の事業者別シェア比較でも音声・データはほぼ同様の状況であり、評価を分けるに値する異なる様相にはないと考える。</p>																	
第1編 第1章 54	<p><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。</p> <p>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しており、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ついて検討することが必要である。」と述べています。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p><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</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>NTTドコモ</th> <th>KDDI</th> <th>ソフトバンクモバイル</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>移動系データ通信</td> <td>43.5% (45.6%)</td> <td>23.9% (25.4%)</td> <td>22.4% (21.4%)</td> </tr> <tr> <td>移動系音声通信</td> <td>45.1% (47.0%)</td> <td>28.9% (28.2%)</td> <td>22.1% (21.6%)</td> </tr> <tr> <td>携帯電話・PHS</td> <td>43.6% (45.3%)</td> <td>26.7% (26.4%)</td> <td>23.0% (21.8%)</td> </tr> </tbody> </table>		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%)	<p>競争評価2012では、基本方針に基づき、主要サービスの需要の代替性等を考慮して市場の画定を行っており、現在の市場の実態を十分に勘案してデータ通信（移動系）と音声通信（移動系）を市場とし、それぞれの分析・評価を行っています。</p> <p>2012年度末の移動系の両市場の規模を比較すると、契約数は1億4,161万契約（データ）と1億1,906万契約（音声）、売上高は6兆2,576億円（データ）と3兆4,167億円（音声）と推計しているところです。さらに、移動系のデータ通信市場は拡大基調にあるのに対して、音声通信市場は縮小傾向にあり、今後の両者の差がより顕著になることを踏まえれば、両者を区分して評価を行うことに一定の合理性があると考えています。</p>
	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%)															

	<p>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。</p> <p style="text-align: right;">【KDDI 株式会社】</p>	
	<p>【意見5】地理的市場を細分して分析する場合には、県別ではなく事業者の参入エリア別に分析を行うべき。また、参入が進んでいないエリアについては、各事業者の戦略や参入意欲の問題等を含めて、要因を多角的に分析すべき。</p>	
<p>第1章 第3章 24 43</p>	<p>本評価（案）では、都道府県別に FTTH サービスシェア・光回線の設備シェア・NTT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 IRU 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 IRU 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> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	<p>電気通信事業法（以下「法」といいます。）における第一種指定電気通信設備については、電気通信役務の利用状況と並んで都道府県の区域を勘案して定める区域ごとに電気通信設備を指定することとしており（法第33条第1項）、都道府県を単位とする分析には一定の合理性があるものと考えています。御提案のあった、より細分化したエリアを対象にした分析については、今後の検討に当たっての参考とさせていただきます。</p> <p>また、FTTH市場における参入が進んでいないエリアの状況に関する分析について、各事業者の参入方針を含めて多</p>

		角的に行うべきとのご意見については、貴社を含めた電気通信事業者の協力を得つつ、検討を進めてまいりたいと考えています。
	【意見6】音声通話に関する無料アプリケーションの登場で、音声通話自体がデータ通信上の一つのアプリケーションとなっており、単独の市場としての画定する従来の手法は市場の実態にそぐわない。抜本的見直しが必要ではないか。	
第2編 第3章 5	<p>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いると考えております。</p> <p>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考えます。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	<p>競争評価2012では、基本方針に基づき、主要サービスの需要の代替性等を考慮して市場の画定を行っており、現在の市場の実態を十分に勘案して音声通信（移動系）と音声通信（固定系）を市場とし、それぞれの分析・評価を行っています。</p> <p>音声通話に関する無料アプリケーションを含むソフトフォンの利用状況等について、競争評価2012（第2編第2章第3節）において取り上げておりますが、ソフトフォンの利用率は1年間に4ポイント増の23.2%というアンケート結果でした。今後、ソフトフォンが移動系・固定系の両面で音声通信への影響を強めていくとは予想されるものの、依然として膨大な契約数を有</p>

		<p>する移動系音声通信市場（1億1,906万契約）と固定系音声通信市場（5,681万契約）を完全に代替している状況にはなく、両市場の見直しを要する段階にはないものと考えます。</p>
--	--	--

第1編第1章

頁	意見	総務省の考え方
	<p>【意見7】 NTT はグループ内に閉じた連携や一体的活動を行って市場支配力を強化していることを評価に追加すべき。同グループ内での連携施策による利用者数の推移など、NTT グループドミナンスが競争に与える影響を分析・評価すべき。</p>	
<p>ー</p>	<p>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>○ 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>【事例】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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） <ul style="list-style-type: none"> ➢ 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。 ・ 光ポータブル（NTT 東西殿のモバイル WiFi ルータ） <ul style="list-style-type: none"> ➢ 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。 ・ 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） <ul style="list-style-type: none"> ➢ 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。 <p>○ 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> <p style="text-align: right;">【株式会社ケイ・オプティコム】</p>	<p>本評価では、市場間の連携サービスとして、グループ外も含めた連携サービスについての分析を競争評価2012（第2編第2章）で行っていますが、NTTのグループに特化した分析は行っていません。</p>
	<p>【意見8】 移動系データ通信市場においては、スマートフォンやLTE 普及によるグローバル化の進展、移動・固定の連携サービス等の状況等を踏まえた評価が必要。当社には市場支配</p>	

	力はない。	
1	<p>(評価結果の概要 1)</p> <p>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等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、さらには当社は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行使し得る地位にある」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 style="text-align: center;">【株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ】</p>	<p>これまでの競争評価では、基本方針に基づいて国内市場を単位として市場画定をしており、競争評価2012でも国内市場の枠組の中で行っています。</p> <p>また、移動・固定の連携サービスについては、競争評価2012(第2編第2章)において、固定系と移動系の連携サービスの利用動向、複数市場に関連するその他のサービス等についての分析を行っています。</p> <p>市場支配力の存在については、事業者別シェアの数値等を踏まえて評価を行ったところですが、実際に市場支配が行われる可能性については、単独及び複数事業者による協調のいずれの場合も低いものと評価しているのは、競争評価2012(第1編第1章第1節第3項26)の記述のとおりです。</p>

	<p>【意見9】上位3社のデータ料金がほぼ同一水準で料金競争が進展していないとの指摘は不当。様々なキャンペーンや割引等を含めて、競争状態を評価すべき。また、料金に関する情報は、誤解を生じさせない提供に努めている。各種プラン等は多種多様なニーズに対応したものであり、一概に複雑化とはいえない。</p>	
1	<p>(評価結果の概要 5)</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いがた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 style="text-align: right;">【株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ】</p>	<p>競争評価2012(第1編第1章第1節第2項図表I-15)では、主要な携帯電話料金(データ定額通信料)の推移を示しておりますが、各時点において上位3社の主要なデータ通信サービスの内容と料金表がほぼ同一水準であったことは事実であると考えています。</p>
2	<p>(評価結果の概要 8)</p> <p>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て参り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。</p> <p style="text-align: right;">【株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ】</p>	<p>事業者間の料金比較の対象について、「Xiパケホーダイ・ライトプラン」を競争評価2012の図表I-15等で取り上げているところですが、さらにキッズ・シニア層向けのプラン等も比較対象に含めるか否かに関しては、アンケート回答に基づく利用割合やプランの比較可能性を考慮して、今後検討を考えてまいります。</p>

		<p>御指摘のキャンペーンや割引等については、番号ポータビリティをはじめとした通信サービスの変更に伴って利用が可能となる場合が多いことや、その内容が時期・地域等によって異なること、さらに通信サービスと端末とを同時に契約した場合に適用が可能となることが多いこと、2年間の期間拘束付契約を前提にしている場合が多いこと等にかんがみて、サービス変更コストの中の一要素として分析を行っています。</p> <p>こうした分析結果を踏まえ、「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がたいものとなっています。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」との評価を行</p>
--	--	--

		いました。(第1章第1節第3項27)。
	【意見10】卸元と卸先双方はMNOの場合、MVNOの契約数が二重に計上。正確なシェア把握のためには、二重計上分を控除する必要がある。	
9	<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ます。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> <p style="text-align: right;">【KDDI株式会社】</p>	<p>契約数については、MVNO契約数を含めてMNOから報告をいただいた数値に基づいています。</p> <p>複数の事業者の通信ネットワークを利用するサービスの集計方法に関しては、競争評価2012(第1編第1章第2節第3項34)の記述のとおりであり、御意見は今後の参考とさせていただきます。</p> <p>なお、より正確なMVNOの現状把握に資するため、現在、電気通信事業報告規則等の改正を進めているところです。</p>
	【意見11】 今後は、事業者別のシェアをグループ単位でも分析を実施するに賛同。またグループ別シェア及びHHIは参考でなく、基本データとすべき。さらに移動系のみならず固定系も含めたグループ単位での分析・評価も必要。	
11	企業グループ単位の市場分析に賛同	グループ単位での分析の導入の必要性について、基本的に賛同の御意見として取り扱わせていただきます。また、
12	○ 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	
51	単位でも分析を実施していく」に賛同します。	
52	○ 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	
56		

	<p>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。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 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。 ○ 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、グループ単位での分析を実施し、分析・評価を充実させることが必要と考えます。 <p style="text-align: right;">【株式会社ケイ・オプティコム】</p>	<p>調査内容及び分析・評価の方法についての御意見は、今後の検討に当たっての参考とさせていただきます。</p>
	<p>【意見12】フィーチャーフォンとスマートフォンはトラヒック需要の違いから単純な料金比較は適当ではない。また、各社、サービスや料金を様々な段階で提供することで料金競争を一定程度進展させている。料金設定は引き続き事業者間の競争に委ねるべき。</p>	
<p>20 55</p>	<p>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「スマートフォンの月額料金はフィーチャー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ヒ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、スマートフォンの料金を単純にフィーチャー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 style="text-align: right;">【ソフトバンクグループ】</p>	<p>スマートフォン、フィーチャーフォンのそれぞれのサービスの利用者又は市場に共通性が見られる以上、両者の料金水準を時系列で分析していくことは必要であると考えています。</p> <p>また、料金競争の進展については【意見9】に対する考え方を御参照願います。なお、料金設定を引き続き事業者間の競争に委ねるべきとの御意見につきましては、今後の検討の参考とさせていただきます。</p>
	<p>【意見13】SIMロック解除の普及状況には格差がある。その状況を正確に伝えると共に、誤解を与えないよう端末の分類を再整理し、さらに利用者負担の有無で分けるなど、詳細な</p>	

	分析・評価を実施すべき。	
3 1	<p>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> <p style="text-align: right;">【株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ】</p>	SIMロック解除の普及状況等については、競争評価2012（第1編第1章第1節第2項2-2-3）で分析を行っており、その結果として、事業者間でその取組状況に大きな差が生じていることが分かりました。
3 1～3 4	<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"> ○ 「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。 ○ 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"> 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 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 ③ SIM ロック端末 : 利用者が SIM ロック解除できない端末 ○ 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。 ○ 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。 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 「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） ➢ 「SIM ロック解除された件数」の分析 <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>	<p>SIMロック解除に関しては、2010年6月に「SIM ロック解除に関するガイドライン」を公表しており、その中で、「事業者の主体的な取組により、対応可能な端末から解除を実施することを期待し、当面の間、法制化による検討は留保し、事業者による取組状況を注視する」こととしています。本件に関しては注視を続けるとともに、その態様の詳細な分析・評価について検討してまいりたいと考えます。</p>

		【株式会社ケイ・オプティコム】
	【意見14】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。	
51 (第1節 第3項)	<p>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 style="list-style-type: none"> ○ 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つあります。 ○ 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。 ○ 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。 ○ 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。 ○ また、単身向けマンショ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。 <p style="text-align: right;">【株式会社ケイ・オプティコム】</p>	<p>移動系データ通信市場及び移動系音声通信市場については、いずれも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がかんがみて、「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」と評価しているところです。</p> <p>なお、固定系から移動系へのサービス移動については、競争評価2012(第1編第3章第2節2-3(4))のとおり、「移動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「将来的に不要になる」と回答した利用者は11.2%にとどまっています。</p>
	【意見15】移動系データ通信市場においては、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。	

5 4	<p>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べき</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 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を行使し得る地位にある」とする評価に賛同します。 ○ 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。 <ul style="list-style-type: none"> ➤ 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。 ➤ 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。 ➤ 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。 ➤ 上位3事業者は、高額な解約手数料とMNP^{※1}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 ➤ 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^{※2}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 <p style="text-align: right;">【株式会社ケイ・オプティコム】</p>	<p>移動系データ通信市場については、競争評価2012(第1章第1節第3項26)で、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をかんがみて、「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」と評価しているところです。</p>
	<p>【意見16】移動系データ通信市場及び移動系音声通信市場において、NTTドコモには圧倒的プレゼンスがあり、支配力が低下しているとの評価は不当。また、NTTグループの連携が同社シェアの維持の要因と考えられるため、分析・評価時に考慮が必要。</p>	
5 4	<p><NTTドコモの市場支配力について></p> <p>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。</p>	<p>NTTドコモの市場支配力を行使し得る地位は低下していないとの御意見については、競争評価2012(第1編第1章第1節第3項26等)では、</p>

	<p>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（実質的セット割や、NTT 東・西領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 style="text-align: right;">【KDDI 株式会社】</p>	<p>NTT ドコモのシェアが依然として高いものの、近年減少傾向にあることや、番号ポータビリティによる転出状況などを踏まえて、「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」と評価したところです。</p>
<p>第 2 章 17</p>	<p><NTT ドコモの市場支配力について></p> <p>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（実質的セット割や、NTT 東・西領域等子会社によるド</p>	

	<p>コモシヨップ兼営、 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)</p> <p style="text-align: right;">【KDDI 株式会社】</p>	
	<p>【意見 17】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など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おり、影響は大きい。上位下位レイヤーのレバレッジ等の影響の分析を、移動体だけではなく固定等も含めて情報通信市場全体俯瞰して行うべき。</p>	
2	<p>(評価結果の概要 9)</p> <p>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、ネットワークレ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、ネットワークレ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、ネットワークレ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 style="text-align: right;">【株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ】</p>	<p>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、移動系データ通信市場における上位下位レイヤーを含めた市場の分析を行い、現時点では、総合的に考えるとネットワークレイヤーへの影響は限定的であると競争評価 2012 (第 1 編第 1 章第 1 節第 3 項 31) で記述しています。</p>
5 5	<p>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。</p> <p>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</p>	<p>その背景として、ほとんどのプラットフォーム事業者が、携帯電話事業者を特定せずにネットワークレイヤーのオープン性を確保していることが挙げられます。なお、iPhone では、利用</p>

	<p>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思います。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	<p>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が不可能であり、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旨については競争評価2012（第1編第1章第1節第3項21、22）にも併記しているところです。</p> <p>上位下位レイヤーを含めた今後のサービスや市場の動向については、データ収集の可能性も含め、引き続き注視してまいります。</p>
	<p>【意見18】移動系データ通信市場については、上位3社の事業者間の料金競争が進展しているとは言い難いとあるが、これまでの各社の料金は料金競争の結果であり、事業者が協調して市場支配力を行使しうる地位にあるとの判断は不当。様々な割引サービス、キャンペーン等による競争が繰り返されており、協調が成立する環境にはないと考える。</p>	
55	<p><料金競争の進展について></p> <p>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い難い」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、これらを以て、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、</p>	<p>料金競争の進展については【意見9】に対する考え方を御参照願います。</p> <p>基本方針（P39）中「例えば上位3社の累積市場シェアが大きかったり、拮抗していたりすると、協調的行動が生じや</p>

	<p>協調が成立する市場ではないと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【KDDI 株式会社】</p>	<p>すいことに留意する必要がある」とあるとおり、上位3社の市場シェアの合計が約9割の寡占的状況の下で、主要事業者が協調的に行動して市場支配力を行使できる場合、複数事業者の協調による市場支配力が存在すると考えられます。</p> <p>なお、競争評価において、市場支配力の考察は「存在」と「行使」の二段階に分けて行っています。市場の成熟度、市場シェア、市場集中度、事業者数、料金の推移等の諸条件を総合的に勘案し、市場支配力の「存在」が認められた場合、第2段階として市場支配力が実際に「行使」される懸念があるか否かを分析するというアプローチをとっており、競争評価2012（第1編第1章第1節第3項26）では「複数事業者が協調して市場支配力を実際に</p>
--	--	---

		行使する可能性は低い」としています。
	【意見19】グループ単位での分析でも、移動系データ通信、移動系音声通信、携帯電話・PHS市場それぞれの分析を行い、評価は音声・データを一体的に「携帯・PHS市場」とすることが適当。移動系超高速ブロードバンド通信は個別に扱うには時期尚早。	
56	<p><グループ単位での分析について></p> <p>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 style="text-align: right;">【KDDI株式会社】</p>	<p>グループ単位での分析の実施について、基本的に賛同の御意見として取り扱わせていただきます。</p> <p>データ通信（移動系）と音声通信（移動系）について、現状の市場の状況を踏まえ、別々の市場として分析・評価を行っている点については、【意見1】に対する考え方とおおりです。音声通信（移動系）の区分は、携帯電話とPHSの両サービスの音声通信部分で構成されていますが、これは基本方針を踏まえて毎年度策定している「電気通信事業分野における競争状況の評価に関する実施細目2012」に基づくものです。</p> <p>一方、データ通信（移</p>

		<p>動系)には携帯電話・PHSのデータ通信部分にBWAサービスを加えています。したがって、携帯電話・PHSサービスについて、一定の分析を行っていますが、個々に画定した市場として取り扱っておらず、評価の対象としてはしていません。</p> <p>なお、移動系超高速ブロードバンド市場の取扱いについては、【意見3】に対する考え方のおりです。</p>
--	--	--

第1編第3章

頁	意見	総務省の考え方
	<p>【意見20】NTT東西はNTT再編の趣旨に反し、NTT東の全国サービス（オフィスまるごとサポート）など、活用業務を利用した業務拡大を行っている。これらのサービスの提供状況について、利用者数推移などを踏まえて、分析・評価を行うべき。</p>	
<p>一</p>	<p>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"> ○ 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、なし崩し的に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（オフィスまるごとサポート）を開始したことはその象徴です。 ○ 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。 ○ 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。 <p style="text-align: right;">【株式会社ケイ・オプティコム】</p>	<p>NTT東西による活用業務については、日本電信電話株式会社等に関する法律（以下「NTT法」といいます。）第2条第5項の規定に基づき、地域電気通信業務等の円滑な遂行及び電気通信事業の公正な競争の確保に支障のない範囲で営むことができるものです。</p> <p>これまでNTT東西から届け出を受けている活用業務に関しても、総務省において、いずれも公正競争環境を確保した上で業務を営むものであることは確認を行っております。</p> <p>また、業務の実施状況については公表を行っているところであり、御指摘の市場への影響については、公正競争レビ</p>

		ユー制度を通じて確認を行っています。
	【意見21】固定系ブロードバンド市場において、NTT東西が単独で市場支配力を行使しうる地位にあるのとの指摘だが、移動系におけるブロードバンドサービスの拡大や上位レイヤーサービスの影響を踏まえれば、NTT西日本には市場支配力はない。	
14 15 49 50	<p>・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 FTTH 市場に閉じて、シェアの大小を分析し、「NTT東西が単独で市場支配力を行使し得る地位にある」と評価するとともに、「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。</p> <p>・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、FTTH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、FTTH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。</p> <p>・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、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、これまで主に通信事業者が提供してきた電話やメール等の通信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。</p> <p>・なお、評価案にあるとおり、FTTH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。</p> <p>・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>西日本地域での固定系ブロードバンド市場におけるNTT西日本の市場シェアの50.1%は、それに続くJ:COMグループ（7.7%）とKDDI（6.6%）を大きく引き離しています（競争評価2012（図表Ⅲ-5））。このような状況を踏まえ、競争評価2012（第1編第3章第1節第3項12）においては、「NTT東西が単独で市場支配力を行使し得る地位にある」としています。</p> <p>また、実際に市場支配力が行使される可能性については、単独及び複数事業者による協調のいずれの場合も低いものと評価しているのは、競争評価2012（同編同章同節同項14、15）の記述のとおりです。</p>

		【西日本電信電話株式会社】 <p>なお、固定と移動を代替性のある一つの市場として捉えることが必要との意見については、【意見1】に対する考え方のおりです。</p>
	【意見22】NTT東西の固定ブロードバンド市場でのシェア、FTTH市場でのシェアは圧倒的。これは固定電話市場の市場支配力や連携サービス等により、グループによる市場支配力を行使した結果であり、市場支配力を行使する可能性が低いとの評価は不当。	
14	<p><NTT東・西の市場支配力について></p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>(※) 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「光もっと2割」</p> <p>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。</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・</p>	<p>固定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しているとの御意見について、競争評価2012では、従来の契約数や事業者別シェアのみならず、FTTH契約数増加率の鈍化傾向や新たなサービス競争状況といった要素を勘案しています。</p> <p>特に、競争評価2012の図表Ⅲ-19の主要事業者のFTTHサービスシェアの変遷、同図表Ⅲ-20のFTTH契約数の純増数の推移からは、NTT東西のシェアが競争事業者に比して低下していることが見て取れます。</p>

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

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囲い込み効果の影響も、来季の戦略的評価で検証が必要と考えます。

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「思いっきり割」、NTT西のキャンペーン割引「光もっともっと割」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、協調的行動が成立する市場環境にはないと考えます。

【KDDI株式会社】

このような状況を踏まえ、総合的な評価として、競争評価2012(第1編第3章第2節第3項17)で「実際に市場支配力を行使する可能性は低い」としています。

15

<NTT東・西の市場支配力について>

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、グループ体系的な営業体制、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

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で、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。

【KDDI 株式会社】

49

<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囲い込み効果の影響も、来季の戦略的評価で検証が必要と考えます。

【KDDI株式会社】

第4章
21

<NTT東・西の市場支配力について>

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を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。

- ・「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、

	<p>高止まりが長期化していること。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「携帯電話等への代替が生じている」としてはありますが、固定電話（NTT東・西加入電話、直収電話、CATV電話及びOABJ-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。 <p>また、「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」ことを根拠の一つに挙げてはいますが、上述のとおり、FTTH市場においては、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。</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、グループ体系的な営業体制、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。</p> <p style="text-align: right;">【KDDI 株式会社】</p>	
	<p>【意見23】NTT東西は固定電話市場の市場支配力が、固定系ブロードバンド市場のレバレッジになっている懸念がある。ADSL市場等での注視が必要。また、レバレッジ懸念に関しては「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、併せて検証することが適当ではないか。</p>	
47	<p>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ものの、OABJ-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</p>	<p>NTT東西加入電話によるレバレッジに関しては、競争評価2012（第1編第3章第3項3-2）中で、利用者アンケート結果を踏まえて、「NTT東西</p>

	<p>注視していただきたいと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【イー・アクセス株式会社】</p>	<p>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」との分析を行っています。</p> <p>ただし、御指摘のとおり利用者アンケートに依拠した調査結果では、十分に幅広い側面から分析できているとは言いがたい部分もあるため、番号ポータビリティの利用状況を詳細に分析するなど、関係事業者の協力を得て引き続き多面的な分析を行う必要があると考えています。</p>
47	<p><加入電話からFTTHへのレバレッジについて></p> <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。</p> <p>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、利用者が問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> <p style="text-align: right;">【KDDI 株式会社】</p>	<p>なお、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関する御意見については、本意見募集の直接の対象ではありませんが、政策の方向性に関する御意見として、今後の行政推進に当たっての参考とさせていただきます。</p>
47	<p>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」という評価結果案は、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。弊社共としましては、現状を客観的に捉えた場合、東日本電信電話株式会社殿及び西日本電信電話株式会社殿（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勘案要素</p>	

	<p>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ビュー制度」においても、併せて検証することが適当と考えます。</p> <p style="text-align: right;">【ソフトバンクグループ】</p>	
<p>4 7 第 4 章 2 1</p>	<p>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> <ul style="list-style-type: none"> ○ 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。 ○ 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。 <ul style="list-style-type: none"> ➤ 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 ➤ 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 OABJ-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 ➤ 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 ○ 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>○ 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、「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。」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 OABJ-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> <p style="text-align: right;">【株式会社ケイ・オプティコム】</p>	
	<p>【意見 24】固定系データ通信市場については、様々な割引サービス、キャンペーン等による競争が繰り返されており、協調が成立する環境にはない。</p>	
50	<p><協調による市場支配力の行使について></p> <p>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「光ももっとも割」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> <p style="text-align: right;">【KDDI 株式会社】</p>	<p>競争評価2012の固定系データ通信市場に係る評価（第1編第3章第1節第3項15）に対する賛同の御意見として取り扱わせていただきます。</p>

第1編第5章

頁	意見	総務省の考え方
	<p>【意見25】WANサービス市場におけるNTTグループのシェアは依然として6割超。これはグループとしての市場支配力が及んだ結果。NTTグループはクラウド化等を通じてその顧客基盤を一層強化していくのではないかと。報告書案の指摘のとおり、通信回線のみでの区分に基づく現状の分析・評価の在り方について、検討が必要。</p>	
15	<p><NTTグループの市場支配力について></p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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、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 style="text-align: right;">【KDDI株式会社】</p>	<p>WANサービス市場において、NTT系事業者が市場支配力を行使しているとすべきとの御意見については、競争評価2012（第1編第5章第1節第4項4）では、事業者別シェア等の数値に加え、新たなサービスの動向等の要素を勘案し、総合的な評価として、「実際に市場支配力を行使する可能性は低い」としています。</p> <p>なお、WANサービス市場については、今後クラウドサービス等を一体的としたサービス展開がさらに普及・拡大するものと推測されることから、通信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て検討が必要であるとしています。</p>

第2編第1章

頁	意見	総務省の考え方
	<p>【意見26】次年度以降の競争評価では、移動通信市場のサービス競争（MVNOの参入状況等）の動向分析・評価を定点的評価として行うべき。</p>	
<p>第1編 第1章 第2章 第2編 第1章</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> <p>○ 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。</p> <p>○ 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。</p> <p>○ 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。</p> <p style="text-align: right;">【株式会社ケイ・オプティコム】</p>	<p>次年度以降の競争評価では、MVNOの参入状況等に関する分析・評価を定点的評価として行うべきとの御指摘については、今後の検討に当たっての参考とさせていただきます。</p> <p>なお、MVNOの競争環境については、競争評価2012（第2編第1章第3節7）のとおり、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を通じて、より詳細な分析について検討することが必要であることは記述のとおりです。現在、そのための集計に係る電気通信事業報告規則の改正を進めているところであり、そ</p>

		の報告等を踏まえて、来年度以降の定点的評価の充実を考えてまいります。
	【意見27】MVNOは順調に契約者数及びシェアを伸ばしている。キャンペーンや広告等における上位3社のサービス訴求力が他社に比べて大きいため、3社が高いシェアを維持しているとの評価は不当。また、MNOとは戦略も異なり、MVNOが伸び悩んでいるわけではない。上位3社同様のキャンペーン等の戦略は可能である。	
第1編 第1章 2	<p>(評価結果の概要 7)</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。</p> <p style="text-align: right;">【株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ】</p>	<p>MVNOの契約数が経年では伸びを示していることは、競争評価2012(第1編第1章第2項2-1-4の図表I-13)で記載したとおりですが、2012年度末の契約数は1,091.1万契約(7.7%)であり、携帯電話・PHSサービス全体の契約者数の1億4,113万契約と比べて大きなシェアを占めているとはいえません。</p> <p>また、MVNOの1社当たりの平均契約件数は2012年12月末時点で3万契約程度にとどまるのに対し、MNOの上位3社では3,000万契約を超えています。</p>

	<p>【意見28】MNOであるMVNOの契約数を別に扱うことに加えて、MNO（特に二種指定事業者）と資本関係にないMVNOの参入実態について評価・分析を行うことで、競争の健全性が明らかにできるものとする。</p>	
<p>第1編 第1章 55, 56</p>	<p>MNO（特に二種指定事業者）と資本関係にない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"> ○ 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」の契約数を別に扱う」に賛同します。 ○ 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」※1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。 <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"> ○ つまり、MNOと資本関係にないMVNOの参入実態※2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。 <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(卸業務提供/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> <p style="text-align: right;">【株式会社ケイ・オプティコム】</p>	<p>MVNOの競争環境、特にMNOとの関係性については、競争評価2012(第2編第1章第2節第6項)のとおり、MVNOに対するアンケート結果では、事業者間取引の条件が課題であるとした社が、回答11社中6社から寄せられており、MVNOの競争環境について、競争評価2012(同章第3節7)では、引き続き注視していくことが必要であるとしています。</p> <p>今後、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て、事業者間取引の状況について把握に努めると共に、御指摘の点も踏まえて、より詳細な分析を検討してまいります。</p>
	<p>【意見29】MVNOの競争環境促進には、その依存対象となる新興のMNOの競争環境が整備されていることが必要であり、その分析を行うべき。</p>	

<p>第1編 第1章 56</p>	<p>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> <p style="text-align: right;">【イー・アクセス株式会社】</p>	<p>MNO、MVNOを問わず適正な競争環境の整備は極めて重要であることは御意見のとおりと考えています。</p>
<p>1～2</p>	<p>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。</p> <p>一方で、長年事業を営む既成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。</p> <p style="text-align: right;">【イー・アクセス株式会社】</p>	<p>なお、新興事業者の競争環境の分析には、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おける各社の協力が極めて重要であるとと考えています。</p>
	<p>【意見30】SIMロック解除とMVNOへの移行コストの関連性の分析は特定の一面だけ切り出した分析。通信方式や利用周波数も違いなどの環境を考慮すべき。</p>	
<p>第1編 1章 31 11 19</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需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</p>	<p>通信方式や利用周波数の違いにより、SIMロック解除が機能しない場合があることは御指摘のとおりです。</p> <p>他方、通信事業者間のサービス変更時に通信方式や利用周波数の制約がない場合も考えられますので、そのようなときにはSIMロックが解除された端末であれば、利用者は自由に通信サービスを選択、変更することが可能となり、利用</p>

	<p>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> <p style="text-align: right;">【ソフトバンクグループ】</p>	<p>者利便の面ではより望ましいものになると考えます。</p>
	<p>【意見31】MVNOがアンケートでサービス差別化や事業者間取引条件が課題との指摘をしたとのことだが、当社では真摯に対応。むしろ問題は接続義務に縛られて自由かつ柔軟な取引ができない点が問題ではないか。</p>	
17	<p>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イドライン」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、事業者の不満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ベースの取引が行える制度に改めることで、MNOとMVNOがWin-Winの関係を構築し、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 style="text-align: right;">【株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ】</p>	<p>御意見の点については、競争評価2012の事業者アンケートにおいてMVNOから提出された意見を記述したものであり、総務省としての評価を示したものではありません。</p> <p>なお、御意見については今後の政策立案の参考とさせていただきます。</p>
	<p>【意見32】当社ではSIMロック解除の取組も実施。MNO→MVNOのサービス変更コストは相対的に高いとはいえない。</p>	
19	<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</p>	<p>「MNOからのサービス変更コストは総体的に高」との記述は、競争評価2012の第1編第1章第1節第2項2-2-3、同第2編第1章第1節第3項の図表IV-12のデ</p>

ではないと考えます。

【株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ】

一々等に基づく分析結果によるものです。

なお、通信方式の違いやキャンペーン等により条件が異なることについては、同第2編第1章第3節3等で併記しているとおりです。御社については、御意見のとおり、御社から他事業者に変更する場合のコストは、SIMロック解除が可能な場合を考慮した分析を行っています。具体的には競争評価2012の図表I-27の①で、御社から通信方式が同じソフトバンクモバイルに移行する場合の価格例中には新規端末購入費は含まれていません。

なお、各事業者別のSIMロック解除の取組状況は、イー・アクセスが6機種100%、NTTドコモが48機種98.0%、ソフトバンクモバイルが1機種4%となっており（なお、通信方式が異なる

		KDDIは0%)、MNO間でその取組に差が生じていることは、明らかであり、引き続き注視が必要と考えています。
	【意見33】 MVNO サービスは今後も多様なサービス展開が期待される。今後市場を俯瞰した分析・評価を行うためには、法令上の定義にとらわれない幅広く競争状況の把握・分析が必要	
19	<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、今後も多様なサービス展開が期待されるところです。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> <p style="text-align: right;">【ソフトバンクグループ】</p>	<p>MVNOの競争環境に係る分析について、基本的に賛同の御意見として取り扱わせていただきます。</p> <p>他方、MVNOの定義については、「MVNOに係る電気通信事業法及び電波法の適用関係に関するガイドライン」等で明確化されており、この定義に基づいた実態として把握に努めてまいります。</p>

第2編第2章

頁	意見	総務省の考え方
	<p>【意見34】移動系データ通信と固定系ブロードバンド回線の相互の需要代替性は現時点では認められないため、次年度も別市場として画定することが適当。また次年度は、3.9Gと固定ブロードバンドの両サービスを契約している利用者の割合をアンケート調査すべき。</p>	
<p>第1編 第3章 40</p>	<p>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、移動系データ通信と固定系データ通信は、モビリティ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、移動系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> <p style="text-align: right;">【ソフトバンクグループ】</p>	<p>頂いた御意見については、今後の検討を行うに当たっての参考とさせていただきます。</p> <p>固定系通信と移動系通信の代替性については、競争評価2012（第1編第3章第2節第2項2-3）の図表Ⅲ—40の移動系データ通信サービスによる固定ブロードバンドの代替性に関する意識調査で、「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「将来不要になる」と回答した利用者が11.2%となっているところです。</p> <p>なお、評価に当たっては、競争評価2012（同節第4項19）のとおり、「移動系超高速ブロードバンドサービスやスマー</p>

		<p>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」ことを指摘しています。</p>
	<p>【意見35】ブロードバンド市場では移動系と固定系はひとつの市場として分析・評価すべき。また移動系超高速ブロードバンドのみのユーザーも調査対象にして、分析・評価を行うべき。</p>	
<p>第1編 第3章 40, 41</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す。</p> <p>この市場は、固定系ブロードバンド通信で行ってい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を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き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てきてい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たと考えており、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を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</p>	<p>ブロードバンドを移動系と固定系の別々の市場で分析をすることを含め、市場の画定については【意見1】に対する考え方のとおりです。</p> <p>固定系ブロードバンドを利用しない、移動系超高速ブロードバンドのみの利用者也調査対象とすべきとの御意見につきましては、今後の検討に当たっての参考とさせていただきます。</p>

	<p>用している FTTH 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であることから、市場の実態を的確に捉えているものであるとはいえないと考えます。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考えます。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	
	<p>【意見 36】「移動系通信と固定系通信」型の連携サービスについて、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としているが、今後も急速な拡大が見込まれる部分であり、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 市場が他の市場に与える影響について、分析・評価を行う必要があるのではないか。</p>	
<p>第 1 編 第 3 章 4 8 5 9 5 1 8</p>	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>また、スマートフォンの契約者数は、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 FTTH・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 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 FTTH 市場にも影響を与える状況となってきていま</p>	<p>市場画定については、【意見 1】に対する考え方のとおりです。</p> <p>移動系通信と固定系通信の連携サービスについては、競争評価 2012（第 2 編第 2 章第 2 節）で分析を行っており、同章第 5 節の 7 では、利用者数を踏まえれば、現時点での移動系通信・固定系通信の各市場へのインパクトは限定的であるとする一方で、同第 1 編第 3 章第 2 節第 4 項 19 では、今後の留意事項として、「移動系超高速ブロードバンドサービ</p>

	<p>す。</p> <p>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・評価をいただいているところです。</p> <p>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。」と評価されております。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「au スマートバリュー」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。</p> <p>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。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	<p>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」ことを指摘しています。</p>
<p>1 18</p>	<p>・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」としています。</p> <p>・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ています。また、固定系166万はFTTH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。</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 style="text-align: right;">【西日本電信電話株式会社】</p>	
	<p>【意見37】 ソフトフォンの世代別・利用サービス別の実態把握と、無料アプリケーション通話サービスの影響について評価分析を行うべき。</p>	
<p>第1編 第2章 17 11</p>	<p>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。</p> <p>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。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	<p>ソフトフォンについては、競争評価2012（第2編第2章第3節）のとおりに、概況と利用動向等について分析を行うとともに、他の市場への影響について記述しています。（競争評価2012の第2編第2章第3項4）</p>
	<p>【意見38】 移動系通信+固定系通信型の連携サービスの浸透は、移動系通信市場に大きく影響を与えており、当社利用者への提供が否定される状況を速やかに解消されるべき。</p>	
18	<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ている状態は速やかに解消されるべきと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ】</p>	<p>御意見については、今後の検討を行うに当たっての参考とさせていただきます。</p> <p>また、料金業務の移管に伴う総務省からの要請の趣旨は、NTTグループによる業務の効率化や請求書の一本化による利用者利便の向上といった利点がある一方で、NTTグループの市場支配力を踏まえ、料金業</p>

					務会社を通じたグループ協業を行うことで公正競争環境を潜脱する等の懸念があることから法及びNTT法の観点から要請を行ったものであり、その状況については引き続き注視していく予定です。																										
		【意見39】 移動系+固定系通信の連携サービスの影響について、料金収納業務の一本化等を連携サービスの範囲に含めて、各市場への影響等について、引き続き評価分析を行うべき。																													
一	<p>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。</p> <p>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~63.6pt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。</p> <p><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。</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>NTTグループ各社</th> <th>各市場</th> <th>NTTグループ各社のシェア</th> <th>ランク</th> <th>次位シェアとの差</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">NTT東・西</td> <td>固定系ブロードバンド</td> <td>54.2% (+0.2%)</td> <td>1位</td> <td>44.8pt</td> </tr> <tr> <td>FTTH</td> <td>72.5% (-1.7%)</td> <td>1位</td> <td>63.6pt</td> </tr> <tr> <td>固定電話</td> <td>76.5% (-2.7%)</td> <td>1位</td> <td>63.5pt</td> </tr> <tr> <td>NTTドコモ</td> <td>移動系通信</td> <td>43.6% (-1.7%)</td> <td>1位</td> <td>16.9pt</td> </tr> <tr> <td>NTTコミュニケーションズ</td> <td>050-IP電話</td> <td>40.4% (+1.0)</td> <td>1位</td> <td>3.0pt</td> </tr> </tbody> </table>	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	固定系ブロードバンド	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		御意見の指摘については、次年度以降の競争評価の実施に当たっての参考とさせていただきます。
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	固定系ブロードバンド	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																											

シヨンズ				
NTT系事業者 (グループ各社合 計)	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に、NTTコミュニケーションズが出資するNTTぷららがいる。NTTぷらら(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、グループ体系的な営業体制、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。

これらの総体的・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。

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。

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、グループ体系的な営業体制など、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。

(*) 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

	<p>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 style="text-align: right;">【KDDI 株式会社】</p>	
18	<p><連携サービスについて></p> <p>今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「コマーシャルバンドリング」と考えます。例えば、au スマートバリューも、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"> ・今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が、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を起点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。 ・「移動系通信+固定系通信」型の連携サービスは、au スマートバリュー等を対象としていると思われませんが、au スマートバリュー等を選択したユーザ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力が影響していることも想定されます。au スマートバリュー等を選択したユーザよりも、NTT に留まったユーザ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>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> <p style="text-align: right;">【KDDI 株式会社】</p>	
18	<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 style="text-align: right;">【ソフトバンクグループ】</p>	
19	<p>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うると考えます。</p> <p>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一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)</p> <p>調査手法：Web 調査、対象者：20～69 歳の男女、サンプル数：1,500ss、実施期間：2013 年 1月 28 日～1月 29 日</p> <p style="text-align: right;">【ソフトバンクグループ】</p>	

その他

頁	意見	総務省の考え方
	<p>【意見40】評価に当たっては回答者の属性や質問の具体的内容を踏まえる必要がある。対象サンプルの概要や実際の質問票も公表すべき。</p>	
<p>全編</p>	<p>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思料する。</p> <p style="text-align: right;">【ヤフー株式会社】</p>	<p>調査内容に係る収集データの取り扱いに関しては、実施細目の別添1及び2で、需用者（利用者）及び供給者（事業者）から収集する情報について、「集計前のデータや専門機関と連携して収集したデータ等、公表された場合に当事者又は第三者の権利、利益や公共の利益を害するおそれのあるデータについては、非公表とすることも含め、取扱いに十分な配慮をすることとする」としています。</p> <p>なお、利用者アンケートの実施方法やアンケート回答者の属性に関する情報につきましては、競争評価2012の報告書と併せて公表している「競争評価データブック2012」に掲載しています。</p>

	【意見4 1】事業者データの開示においては、各社公表データにとどめる等事業者の事業活動への影響を十分配慮して欲しい。	
—	<p>1. 事業者のデータの取扱い</p> <p>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 style="text-align: right;">【ソフトバンクグループ】</p>	<p>御意見については、今後の検討を行うに当たっての参考とさせていただきます。</p> <p>なお、収集データの取り扱いに関しては十分な配慮をすることとしています。</p>
	【意見4 2】アドバイザリーボードについては、透明性確保の観点から今後も可能な限り公開すべき。	
—	<p>2. アドバイザリーボードの公開</p> <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> <p style="text-align: right;">【ソフトバンクグループ】</p>	<p>競争評価アドバイザリーボードについては、原則公開としています。ただし、議事内容が各社の事業に影響を及ぼすような情報を扱う場合には、非公開とすることがあります。</p>
	【意見4 3】図中でYahoo!マーケット、Yahoo!検索がSBMの欄にあると、SBM社の提供サービスと誤解されるおそれがある。キャリア以外の項目に掲載して欲しい。	
第1編 第1章 37	<p>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/SBM）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か、ヤフー株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、事実と相違しているばかりか、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>御社はソフトバンクの連結子会社であるほか、Yahoo!ケータイは、ソフトバンクモバイルのポータルサイトとして同社のサイトで紹介されているなど、グループとしての取組の実態</p>

		【ヤフー株式会社】 があることを踏まえて、 図中の位置とさせてい ただきました。 御指摘を踏まえて、図 自体はそのままとした 上で、Yahoo!マーケッ ト、Yahoo!検索が御社提 供のサービスであるこ とを注記により明らか にすることにさせえて いただきたいと思います。
	【意見 4 4】上位レイヤーサービス中、ゲームが幅広く普及。調査対象の市場に加えるべき。	
第 1 編 第 1 章 3 7	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。	調査内容及び分析・評 価の方法についての御 意見として、今後の検討 に当たっての参考とさ せていただきます。
	【意見 4 5】固定系ブロードバンド市場で NTT 東西のシェアに留意が必要であることに賛同。 NTT 東西は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期に公表して欲しい。	
第 1 編 第 3 章 6 1 5	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。 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ー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。 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	固定系ブロードバン ド市場において、FTTH 市場でのシェアの高い NTT東西のシェアが高 まっていることに留意が 必要との記述に対して、 基本的に賛同の御意見 として取り扱わせてい ただきます。 なお、NTT東西のアク

	<p>ただき、電話網移行円滑化委員会においては、引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について整理を図っていただきたく、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> <p style="text-align: right;">【DSL 事業者協議会】</p>	<p>セス回線に関するマイグレーション計画に関する御意見については、本意見募集の直接の対象ではありませんが、政策の方向性に関する御意見として、今後の行政推進に当たっての参考とさせていただきます。</p>
	<p>【意見 4 6】 FTTH 及び固定系ブロードバンド市場の成長が鈍化。活性化のための新たな政策に向けた市場や競争環境の分析が必要。</p>	
<p>第 1 編 第 3 章 1 3 ~ 1 4</p>	<p>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ものと考えますが、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という視点において、市場や競争環境の分析をしていただく必要があるのではないかと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【イー・アクセス株式会社】</p>	<p>政策の方向性に関する御意見として、今後の行政推進の参考とさせていただきます。</p> <p>なお、ブロードバンド普及促進に係る取組状況については、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検証を実施しており、競争評価においてもその検証を踏まえて、分析・評価を行っています。</p>
	<p>【意見 4 7】 FTTH 市場のサービス競争が一定程度進展したとの評価だが、あくまで既存事業者間の競争であり、新規参入事業者を含めた競争にはなっていない。卸の提供については NTT 東西が中心であることを含めて、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すべき。</p>	
<p>第 1 編</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</p>	<p>FTTH 市場における</p>

<p>第3章 28 48</p>	<p>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」とされていますが、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、全国で見た場合のNTT東西のシェア自体は、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おりますが、前述のFTTH市場のシェアに占める事業者にはほぼ変化がないことを踏まえると、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み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 style="text-align: center;">【ソフトバンクグループ】</p>	<p>KDDIのシェア拡大は、自社設備のみによるものではなく、NTT東西の光ファイバ回線の活用等を通じて実現していることについては、競争評価2012（第1編第3章第1項1-3(3)）の分析のとおりです。</p> <p>事業者間取引により業務拡大が可能であるという面では、KDDIだけでなく他の事業者も同じ競争条件下にあるものと考えられます。また競争評価2012の図表Ⅲ-33のとおり、2013年4月からso-netがFTTHサービスに参入するなど、新規事業者の参入も見られています。</p> <p>なお、御意見のとおり、新規事業者の参入環境等については、引き続き分析が必要と考えており、競争評価2012（第1編第3章第4項23）に記述のとおり、NTT東西の光ファイバ回線の貸出率のほか、域内のFTTH</p>
--------------------------	---	--

		サービスの提供事業者数等の新たな勘案要素を適用することで、FTTH市場の競争評価の精緻化を図る必要があると考えています。
	【意見48】 HHI が高水準の都道府県は設備競争と事業者間取引が低調とのことだが、都市部と地方ではその傾向がより顕著ではないか。都市部、地方との観点でも分析を行うべき。また公正競争レビューにも同じ観点を追加すべき。	
第1編 第3章 48	<p>「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」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> <p style="text-align: right;">【DSL 事業者協議会】</p>	<p>都市部と地方の競争環境の差が、HHIの水準の違いによる都道府県の競争状況の違いに影響しているのではないかと御意見は、分析等の勘案要素として重要な御指摘と考えますが、より詳細な分析については、収集可能なデータの範囲等も考慮して、検討させていただきます。</p> <p>なお、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、本競争評価と連携し、都道府県別に基盤整備率や基盤利用率を算出して検証を行っているところです。</p>

以上