

# 電気通信市場検証会議（第3回）

## 議事要旨

- 1 日時：平成28年11月25日（金）15:00～16:40
- 2 場所：総務省10階 共用10階会議室
- 3 出席者：
  - ・ 構成員（五十音順）  
青木構成員、大木構成員、大橋座長、佐藤構成員、中尾構成員、西村構成員、  
林座長代理、森構成員
  - ・ 総務省  
富永総合通信基盤局長、巻口電気通信事業部長、秋本総務課長、  
竹村事業政策課長、藤野料金サービス課長、三田データ通信課長、  
徳光消費者行政第一課長、安東事業政策課調査官、  
内藤料金サービス課企画官、堀内事業政策課市場評価企画官、  
佐藤事業政策課課長補佐

#### 4 議事

##### (1) 開会

##### (2) 議題

- ① 電気通信市場の現状について
- ② 市場分析の対象について
- ③ 利用者アンケート・事業者アンケートの実施について
- ④ 電気通信事業者の業務の状況等に関するヒアリング調査の実施について
- ⑤ その他

##### (3) 閉会

#### 5 議事要旨

（議事に先立ち、加入者回線数及びそのシェアについて、藤野料金サービス課長から参考資料4に沿って説明。）

##### (1) 電気通信市場の現状について

（堀内市場評価企画官から資料3-1に沿って説明。質疑の内容は以下のとおり。）

**林座長代理：** 資料3-1の15ページにおいてMNOとMVNOの間の競争が相当程度進展していることが、また16ページにおいてMVNO事業者が多数存在することが読み取れる。更に具体的・正確な競争状況の把握のためには、どのMNOからどのMVNOへどの程度契約者が移行したかについて、またMVNO同士の間の契約者数の移行データについて、公表するか否かは別途検討するとして、検証会議で分析すべきではないか。

**堀内市場評価企画官：** 現状、電気通信事業報告規則に基づき、各事業者の契約数、各MNOの番号ポータビリティに係る年度毎のポートイン数及びポートアウト数の総

量を報告いただいている。しかし、どの MNO 又は MVNO へ移行したかということについては報告対象になっておらず情報を持ち合わせていない。MVNO 及び MNO の競争状況をよりの確に把握・分析していく上で、ご指摘の情報を把握できれば有益な分析ができると考える。

**佐藤構成員：** 追加的な点で、どのような消費者が MVNO へ移行してきたのかということも大変興味深い。従来の MNO に関する分析に加え、MVNO に関する分析においても、ヘビーユーザーとライトユーザーの違いについて着目し、MVNO への移行の原因やどのような消費者が移行しているかということに注視しながら、今後検討できれば良いと思う。

**内藤料金サービス課企画官：** 林座長代理のご指摘の点について、別の会合の関係で調査を行ったことがあるが、把握上の限界があることが判明している。番号ポータビリティの転入側において、どの MNO 網から移行してきたか、その中で自社に移行したか自社網 MVNO に移行したかということは把握できるが、MNO から移行してきたのか MVNO から移行してきたかということについては MNO 自身も把握ができていない。これを厳密に把握するために MVNO にアンケートを行ったとしても、MVNO 自身も実際にどこから移行してきたかについて全て確認しているとは限らないため、転入側の傾向は把握できるものの、転出側の傾向やどこの MNO・MVNO から移行してきたかということについては把握できない。

先の調査で把握した範囲では、MVNO への MNP が MNO への MNP を上回っているため、契約数の純増と同様の傾向を示しているという結果であった。この調査は半年単位で三半期分の推移を見るという形で実施したものであり、事業者の理解が得られれば、検証会議の場にデータを提示することは可能であると思う。

**中尾構成員：** 資料 3-1 の 16 ページにおいて二次以降の MVNO が 333 者と非常に大きな数になっており、欧米と比べてもかなり多いようである。日本は非常に特殊な状況にある、言い方を変えれば競争政策が成功して MNO が少ない分 MVNO により競争が促進されていると言えると思う。一方で、MVNO 契約数については欧州の方が多いと聞いているため、MVNO の事業者数の比較だけではなく、契約数についてどこまで増やせば正当な競争が行われていると言えるのか、またどのようなところをターゲットとしてこの政策を実施していくのか、お尋ねしたい。

**堀内市場評価企画官：** MVNO 契約数のターゲットとしては、総務省が一昨年前に公表した『モバイル創生プラン』において、「2016 年中に約 1,500 万契約」とする成果イメージを示している。契約数以外にも、前回会合でご議論いただいた後、パブリックコメントを経て策定・公表した「電気通信事業分野における市場検証に関する年次計画（平成 28 年度）」において、公正競争の促進及び利用者利便の確保の観点からどのように検証していくのかということを示している。移動系通信に関し、公正競争環境に関する検証の観点からは、MNO による料金・サービスを中心とした競争に加え、MVNO の参入等が促進され、サービスの多様化が進むなど、MVNO が実質的なプレーヤーとして競争できる環境の整備が重要であるとした上で、①MNO 間、MNO と MVNO の間及び MVNO 間の公正競争が確保され、料金・サービスの多様化、低廉化が促進されているか、②MNO 間で料金・サービスを中心とした競争が進展しているかということを示している。また、利用者利便に関する検証の観点からは、利

用者がより多様で、より低廉なサービスの中から、自らのニーズに応じたサービスを合理的に選択できる環境になっていることが重要であるとした上で、①ライトユーザー向けの料金プランや期間拘束・自動更新付契約の見直し等により、利用者利便の向上・利用者の満足度の向上につながっているか、②MVNOやMVNEの普及・活発な事業展開により、利用者のサービス選択の幅が拡大しているか、③SIMロック解除の進展等により、利用者が事業者変更・サービス変更をする際のスイッチングコストが低廉化しているかということ等を挙げている。今後実施するアンケート等で補完した情報も加味しながら、これらの観点が実現しているか検証していきたいと考えている。

**中尾構成員：** 検証会議の目的とは異なることを承知の上でお聞きしたいが、『モバイル創生プラン』の約1,500万という数字の根拠は何か。

**堀内市場評価企画官：** 『モバイル創生プラン』を策定した一昨年当時のMVNO契約数をベースとして、MVNO振興等に係る各種対策を講じた結果、契約数がどの程度増加すれば一定程度の普及が図られたと言えるかということに鑑み、約1,500万という数字を設定した。最近のMVNO契約数の動向からは、概ね達成できるのではないかという水準まで来ていると考える。

**竹村事業政策課長：** 補足すると、『モバイル創生プラン』策定当時の日本におけるMVNOのシェアが5%程度であったのに対し、アジア・欧米では10~15%程度であったことを勘案し、目標としてシェア10%程度ということ念頭に置きながら、当時の純増数及び今後見込まれる純増数を勘案して約1,500万という数字を設定した。

**大橋座長：** 資料3-1の5ページにおいてモバイルデータ接続料が近年下げ止まっており、収斂しているように見えるが、これは限界費用に近づいているということか。

**内藤料金サービス課企画官：** モバイル音声接続料と比べて著しく低廉化しているモバイルデータ接続料については、ガイドラインにおける算定方法等の見直しなどが反映されたものである。2012年度から2013年度にかけての低廉化は需要算定に用いる実績値を「当年度」に変更した際の差分が反映されたためであり、2013年度から2014年度にかけての低廉化はそのような制度変更によらない通常のコスト低廉化を反映したものである。

なお、モバイルデータ接続料については、現在「原価+利潤」を需要で割るという形で算定しているが、その利潤部分が過大にならないように見直しするための省令案を作成し、意見募集をしているところである。これによって事業者間の利潤の格差が縮小し、更なる低廉効果をもたらすことを期待している。

**中尾構成員：** 資料3-1の40ページの固定電話に係る接続料の推移において、今年度のメタル加入者回線の接続料が、前年度に比べると急に高くなっているが、これは何故か。

**内藤料金サービス課企画官：** メタル加入者回線の接続料については、回線の需要が減り続けているため接続料が右肩上がりでも上昇していくところを、費用の配賦方法

を見直す形で原価の算定方法を見直しており、この効果が反映されて 2014 年度及び 2015 年度は低廉化している。2016 年度はその算定方法の見直しによる低廉効果が薄れてしまうため、本来の需要低減による効果が反映され上昇傾向に戻っている。

なお、先ほどご質問のあったモバイルデータ接続料の低廉化の理由については、回線需要の増分が年平均で 2 倍弱伸びていることもあり、原価の設備投資がどの程度増加するかということにもよるが、基本的には右肩下がりで低廉していくことが期待されている。

## (2) 市場分析の対象について

(堀内市場評価企画官から資料 3 - 2 に沿って説明。質疑の内容は以下のとおり。)

**林座長代理：** 市場分析の対象について、非常に分かりやすくなったと考える。前回の競争評価にも参加させていただいた立場から申し上げますと、卸電気通信役務の重要性が高まってきていることもあり、市場画定の見直しは大変時宜を得たものであると思う。というのも、平成 28 年 3 月末データより、卸契約数を別途収集することができるよう報告規則が改正され、同年 6 月末データの公表時点より、小売市場のより適切な評価に資するため、小売契約数に含まれる卸契約数の割合が分かるように、シェアグラフの変更が行われ、競争評価時代よりも市場の実態・競争状況を見て取れるようになった。一方、市場画定はあくまでも手段であるところ、今回の市場画定の見直しにあるとおり卸売市場を画定して何が見えてくるのかということが重要で、これからの分析の主眼になると思う。例えば、自己設置・接続等の多様な提供形態ごとのバランスが保たれ、接続が形骸化することがないように、料金・サービスの多様化を図ることが重要である。また、日本とは規制制度が異なるため単純比較はできないが、例えば EU においては卸売ローカルアクセス市場や卸売ブロードバンドのアクセス市場が画定され、SMP 事業者の非差別義務が規定され、卸契約の透明性などについて議論されている。公正競争環境の整備という観点から、「基本方針」・「年次計画」に即し、画定した後の市場の検証を定量的・定性的に実施することを期待したい。

**大木構成員：** 資料 3 - 2 の 6 ページ・7 ページのように、卸売市場と小売市場それぞれについてのデータが分析できることは、研究者としても非常に有り難い。電気通信役務が通常の消費財と大きく異なる部分は、卸売を行う事業者が垂直的結合関係にあり、小売市場におけるプレーヤーとしても登場しているところではないかと思う。そのことを踏まえると、卸売市場と小売市場の競争状況を組み合わせて判断するためには、契約数ベースのデータに加え、金額ベースのデータを用いて各プレーヤーの価格推移を上手く経年比較することなどができれば、競争を考える上で興味深い動きがあるかどうか把握できるのではないかと思う。

**中尾構成員：** 年次計画案に対するパブリックコメントの内容も、この分析対象の見直しに反映されており大変良いものになっている。特に、卸売市場の分析について、林座長代理や大木構成員もご指摘したように、透明性が非常に高くなっていること、また、MVNO と MNO 間の競争についても分析をやっていくということが明示されており、大変良い。

また、隣接市場間の分析についても、サービス間の垣根が低くなってきているという指摘がある中、最近モバイルと光回線をセットで販売する例が多く登場しているため、そのような販売形態を考慮した相関分析をすると良いと思う。

一方で、携帯電話の通信料金低廉化に関するタスクフォース等において、端末の価格を通信料金に含めることによって、端末料金を低く見せる代わりに通信料金が高額になっていたところを是正する動きがある中、端末と回線の抱き合わせ販売についても禁止しようということを総務省からも打ち出していることを記憶しているが、セット販売が多く登場すると、光回線においても何らかの端末の料金を吸収するような問題が生じることを指摘する人もいる。この場合、適正な競争が阻害される可能性があるため、そのような観点からも併せて検証していくと良いと思う。

端末料金について補足すると、特に日本の企業が作った端末ではないもののシェアが非常に大きいため、その料金が高額であることが同タスクフォースでも問題になっていたことと思う。検証会議ではないにしても、例えば中古端末の市場の活性化といった観点についても、競争政策の中で把握していく必要があると思う。

**西村構成員：** まず、昨今登場したサービス卸という新たなサービスに注目する意味は非常に大きいと認識している。これを競争という観点から定点観測を続けていくことは非常に重要であり、延いては公正な競争への議論を活発化させるものと考えている。

また、資料3-2の8ページにおける隣接市場間の分析について、中尾構成員もご指摘のとおり、具体的には隣接市場間の相互の影響について分析する上で、利用者アンケート・事業者アンケート等で何を求めていくのかが重要になると思う。例えば、事業者間でどのような乗り換えが行われたのか、あるいはセット料金の推移はどのようになっているか等、より詳細な分析をするべきであるように感じた。

**堀内市場評価企画官：** 「年次計画」を策定する段階から、連携サービスについては問題意識として持っていた。競争状況を的確に把握・分析するためには、単独の通信サービスの動向のみならず、連携サービスが競争環境に与える影響について分析する必要があり、そのために必要となる分析手法等について、検証会議においても研究を行っていくということを当初から打ち出させていただいた。

市場画定については単独の通信サービスに関する分析が中心となっているが、隣接市場間の分析という観点も非常に重要であると考えている。本日いただいたご助言を踏まえながら、的確に分析が行えるようにしてまいりたい。

なお、隣接市場間の分析については、従来より確たる手法を用いて実施した例がない。試行錯誤を重ねながらの分析になるかと思うが、省令等に基づく情報に加え、事業者・利用者へのアンケート等により得られる情報を総合的に加味しながら分析を行ってまいりたい。引き続き、ご助言をいただければと考えている。

**大橋座長：** 分析対象市場についてどのように見直すのかということ踏まえてこれから分析を進めていくこととなるが、事務局から大きく分けて3点の変更に係る提案があった。構成員の皆様からは、基本的には事務局から提案のあった市場の分け方を踏まえてデータを取るべき、或いはサービス・端末等に関する市場相互の関係を分析していくべきといった今後に向けての意見が多かったと思う。事務局から説明のあった方向性については異論がなかったため、今後その方向性で分析・研究を進めていきたい。

### (3) 利用者アンケート・事業者アンケートの実施について

(佐藤課長補佐から資料3-3に沿って説明。質疑の内容は以下のとおり。)

**森構成員：** 事業者アンケート・利用者アンケートを両輪として、公正競争環境に関する検証と利用者利便に関する検証をしっかりと実施していただくことは大変結構なことである。中尾構成員からもご指摘のあった販売奨励金の問題について、販売奨励金を一定限度減額させて通信料金を低廉化させる方向に誘導することになるが、一方では通信料金を直接規制した方が良いという意見が、また他方ではそのような試み自体が公正競争の理念に反しているため干渉すべきでないという意見があったところである。

そもそもこのような問題が発生した原因は、利用者がどのように考えどのように行動しているかということがアンタッチャブルではっきり分からないことにある。また、例えば利用者に対する情報提供等の解決手段があった可能性もあり、利用者自身もこのようなことが分かればもう少し上手くサービスを利用できるという面があったのではないかと感じている。

アンケート項目、特に認知度という項目において、SIMロック・料金の認知度について挙げられているが、これに加えて、利用者が、自分がどのようなサービスを利用して、どの程度サービスを利用しているかについて知っているかという観点もある。事業者側から利用量等について情報提供してもらえば、低利用ユーザーが多いということは把握できるが、利用者の行動は利用量で決まるわけではなく、それについて自分が知っているかどうかという部分に関わってくるため、自らがどの程度データ通信を利用しているか知っているかといったことも、併せて質問したら良いのではないか。そのような結果を合わせて検討し、利用者を守るような政策を考えていくのが良いのではないか。

**青木構成員：** 資料に挙げられているのは利用者アンケートの調査事項であり、具体的な質問の文章及び回答形式については委託される調査会社との間で調整していくものと思うが、森構成員から認知度についてのご指摘もあったが、何をもって認知したのか、例えば家電量販店に行って知った・インターネットで調べた等、サービスを認知・変更した媒体及び場所、端末を買い換える時等サービスを認知・変更した時期、またプランを変更しなかった理由というようなことが分かるような質問ができれば、特に市場の分析をする際に有用ではないかと感じた。

また、通信サービスを契約する際に、例えばある程度知識・経験のある人はインターネットで情報を収集するのか、また通信サービスについてよく知らない人は店舗に行って聞くのか等、利用者が何を利用して知るのかについて調査ないしアンケートをとるといことも考えていただければと思う。

**佐藤構成員：** 事業者アンケートにおいて、卸売市場に着目して検証したいということで、例えば卸電気通信役務を提供している事業者と提供していない事業者に対し、どのような条件であれば参入しやすいか、また参入して卸を受けたサービスを行う場合に上手くいっているかについても質問してはどうか。卸を受けている事業者とそうでない事業者とでは、感じ方が異なる。つまり、見えない参入障壁のようなものがあり、結局料金が高止まりしてしまうため卸に参入しないのか、地方・都市部

等どのような場所であれば参入がしやすいか、また参入がしにくいのかといった、卸売事業者と卸受事業者間の競争環境について、より詳細な質問等を考えていただければ、今年度の市場検証としては非常に有益な情報になるかと思う。

**堀内市場評価企画官：** 本日いただいたご助言の趣旨をできるだけアンケートに盛り込めるようにし、事業者・利用者のご協力をいただいて有益な情報を収集できるようにしたい。

**(4) 電気通信事業者の業務の状況等に関するヒアリング調査の実施について**  
(堀内市場評価企画官から資料3-4に沿って説明。特段、質疑なし。)

**(5) 今後のスケジュールについて**

佐藤課長補佐から、次回以降のスケジュールについて説明があり、詳細については別途連絡することとなった。

(以上)