

**電気通信事業分野における市場検証（平成 29 年度）
年次レポート（案）**

平成 30 年 月

「電気通信事業分野における市場検証(平成 29 年度)」(概要)

事後規制を基本とする電気通信事業法の枠組みの中で、急速な ICT の進展に伴う電気通信市場の構造変化や新たなビジネスモデルの登場など、変化の激しい電気通信事業分野における公正競争を促進し、利用者利便を確保するためには、市場動向を的確に把握し、適切に分析・検証を行い、政策展開に反映することが重要となっている¹。

総務省は、平成 28 年 5 月から、市場動向の分析・検証を充実させ、電気通信事業者の業務の適正性等に関するモニタリング機能の強化等を図り、効率的かつ実効性の高い行政運営を確保するに当たり、客観的かつ専門的な見地から助言を得ることを目的として、学識経験者等で構成する「電気通信市場検証会議」(座長：大橋弘東京大学大学院経済学研究科教授。以下「市場検証会議」という。)²を開催している。

また、市場検証会議から助言を得て、電気通信事業分野における市場検証プロセスの予見性及び透明性を確保し、市場検証に関する基本的な考え方や重点事項、検証プロセスの全体像を示すものとして「電気通信事業分野における市場検証に関する基本方針」(平成 28 年 7 月 15 日。以下「基本方針」という。[参考 10](#)参照。)を策定・公表している。

基本方針では、電気通信事業法等の一部を改正する法律(平成 27 年法律第 26 号。以下「改正電気通信事業法」という。)³を踏まえ、検証期間を平成 28 年夏から平成 31 年夏までの 3 年間とするとともに、当該検証期間において重点的に検証する事項(以下「重点事項」という。)について、

- ① 固定系通信・移動系通信における卸及び接続
- ② 移動系通信における禁止行為規制の緩和の影響
- ③ グループ化の動向
- ④ 消費者保護ルールに関する取組状況⁴

の 4 つの事項を基本とすることとしている。

さらに、基本方針を受け、市場検証会議から助言を得て、各年度の電気通信事業分野にお

¹ 情報通信審議会答申「2020 年代に向けた情報通信政策の在り方ー世界最高レベルの情報通信基盤の更なる普及・発展に向けてー」(平成 26 年 12 月 18 日)において、行政運営の在り方について、「明確なルールに基づく公正かつ透明な行政運営を通じて自由競争を有効に機能させ、新事業・新サービスの創出や利用者利便の向上を図るため、市場動向の分析・検証と、各事業者の業務の適正性等のチェックのプロセスの両面において、行政が、統一的な運営方針の下で、定期的・継続的に、必要な情報の収集を行った上で、市場動向の分析・検証及び業務の適正性等のチェックを実施し、その結果を監督上の措置や制度改正等に反映させることで一層的確・効果的な制度とその運用を図っていく、新たな行政運営サイクルを確立することが適当」との方向性が示されている。

² 「「電気通信市場検証会議」の開催」(平成 28 年 4 月 26 日総務省報道発表)

http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01kiban02_02000186.html

³ 平成 28 年 5 月 21 日施行。

⁴ 消費者保護ルールに関する取組状況に関する具体的な分析・検証等については、「消費者保護ルール実施状況のモニタリング定期会合」を中心として実務的な検討・作業を行うこととし、当該分析・検証等の結果又は進捗状況等について市場検証会議にも報告するなど、緊密な連携を図りながら、適切に検証プロセス全体を運用していくこととしている。

ける市場検証に関する重点事項や電気通信市場の分析・検証、電気通信事業者の業務の適正性等の確認に関する実施方針等を示す年次計画を策定・公表している。

平成 29 年度（以下「本年度」という。）については、「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 29 年度）」（平成 29 年 8 月 29 日。以下「本年度年次計画」という。[参考 11](#)参照。）において、上記①、③及び④⁵の 3 事項を重点事項とし、電気通信市場の分析、電気通信事業者の業務の適正性等の確認の結果を踏まえ、公正競争環境及び利用者利便の観点から検証を行うとともに、電気通信市場・利用者への影響の観点から重要となる課題等を取りまとめ、年次レポートを作成することとしている。

本年次レポートは、上記を踏まえ、本年度の市場検証結果について、市場検証会議から助言を得て取りまとめたものである。

⁵ 基本方針では、上記④について 1 年目から継続して重点事項とすることを規定している。

(凡例・用語解説)

- ◆ 事業者名については、原則として「株式会社」の記述を省略している。
- ◆ 年（年度）の表記は、原則として市場動向について記述する場合は西暦を使用している。
- ◆ 数値は表示単位未満を四捨五入しているため、合計の数値と内訳の計や、図表内の数値から計算される増減率と表示されている増減率等については一致しない場合がある。

MNO	電気通信役務としての移動通信サービス（以下単に「移動通信サービス」という。）を提供する電気通信事業を営む者であって、当該サービスに係る無線局を自ら開設（開設された無線局に係る免許人等の地位の承継を含む。以下同じ。）又は運用している者。
MVNO	①MNO の提供する移動通信サービスを利用して、又は MNO と接続して、移動通信サービスを提供する電気通信事業者であって、②当該サービスに係る無線局を自ら開設しておらず、かつ、運用をしていない者。
BWA	2.5GHz 帯を使用する広帯域移動無線アクセスシステム（WiMAX 等）でネットワークに接続するアクセスサービス
3.9-4 世代携帯電話	携帯電話等を用いて 3.9-4 世代移動通信システム（LTE）でネットワークに接続するアクセスサービス
グループ内取引調整	MNO が、同じグループに属する他の MNO から MVNO の立場で提供を受けた携帯電話や BWA のサービスを、1 つの携帯電話端末等で自社のサービスと併せて提供する形態について、2 契約ではなく 1 契約としてカウントするもの。例えば、KDDI グループ及びソフトバンクグループにおける LTE・BWA の両方の周波数に対応する携帯電話端末等に係るサービスが対象。
ブロードバンドサービス	FTTH、DSL、CATV、FWA、BWA 及び 3.9-4 世代携帯電話
FTTH	光ファイバー回線でネットワークに接続するアクセスサービス（集合住宅内等において、一部に電話回線を利用する VDSL 等を含む。）
DSL	電話回線（メタル回線）でネットワークに接続するアクセスサービス（ADSL 等）
CATV	ケーブルテレビ回線でネットワークに接続するアクセスサービス（FTTH に係るものを除く。）
FWA	固定された利用者端末を無線でネットワークに接続するアクセスサービス
卸電気通信役務	電気通信事業者の電気通信事業の用に供する電気通信役務
サービス卸	NTT 東日本・西日本（以下「NTT 東西」という。）の提供する FTTH の卸売サービス
HHI（市場集中度）	Herfindahl-Hirschman Index（ハーフィンダール・ハーシュマン指数）の略。当該市場における各事業者の有するシェアの二乗和として算出される指標 ⁶ 。

⁶ 公正取引委員会「企業結合審査における独占禁止法の運用指針」（平成 23 年 6 月 14 日改定）においては、HHI（市場集中度）について、次の考え方が示されている。

- ・企業結合（水平型）後：HHI 1,500 以下、又は HHI 1,500 超 2,500 以下（かつ HHI 増分 250 以下）、又は HHI 2,500 超（かつ HHI 増分 150 以下）・「競争を実質的に制限することとなる」とは通常考えられない
- ・企業結合（垂直型）後：シェア 10% 以下、又は HHI 2,500 以下（かつシェア 25% 以下）・「競争を実質的に制限することとなる」とは通常考えられない
- ・企業結合（水平型・垂直型）後：HHI 2,500 以下（かつシェア 35% 以下）・「競争を実質的に制限することとなるおそれは小さい」と通常考えられる

目次

「電気通信事業分野における市場検証（平成 29 年度）」（概要）	1
（凡例・用語解説）	3
第 1 編 電気通信市場の分析	8
1 分析対象市場（市場画定）	8
2 市場分析の構成	10
第 1 章 移動系通信	12
第 1 節 移動系通信市場（小売市場）	12
1 競争状況等に係る分析	12
2 利用者の動向等に係る分析	40
第 2 節 移動系通信市場（卸売市場）	74
1 競争状況等に係る分析	74
2 MVNE サービスの提供実態に係る分析	81
第 3 節 移動系通信市場の分析結果	82
1 移動系通信市場（小売市場）	82
2 移動系通信市場（卸売市場）	85
第 2 章 固定系データ通信	87
第 1 節 固定系ブロードバンド市場（小売市場）	87
1 競争状況等に係る分析	87
2 利用者の動向等に係る分析	114
第 3 節 FTTH 市場（卸売市場）	130
1 競争状況等に係る分析	130
2 サービス卸の提供状況等	134
3 FTTH 事業参入支援の状況	147
第 2 節 ISP 市場	148
1 競争状況等に係る分析	148
2 利用者の動向等に係る分析	152
第 4 節 固定系データ通信市場の分析結果	153
1 固定系データ通信市場（小売市場）	153
2 FTTH 市場（卸売市場）	156
第 3 章 固定系音声通信	159
第 1 節 固定電話市場	159
1 競争状況等に係る分析	159
2 利用者の動向等に係る分析	172
第 2 節 固定系音声通信市場の分析結果	174
1 固定電話市場	174

2	050-IP 電話市場	175
3	固定電話と 050-IP 電話の代替性	175
第4章	法人向けネットワーク	177
第1節	法人向けネットワーク（WAN サービス）市場	177
第2節	法人向けネットワーク（WAN サービス）市場の分析結果	182
1	競争の状況	182
2	料金の状況	182
第5章	グループ化の動向に係る分析	184
1	競争状況等に係る分析	185
2	利用者の動向等に係る分析	197
3	グループ化の動向に係る分析結果	200
第6章	隣接市場間分析	204
第1節	隣接市場間分析	204
1	隣接市場間の影響に係る分析	204
2	固定系ブロードバンド市場及び移動系通信市場間の影響に係る分析	205
3	FTTH 市場及び ISP 市場・移動系通信市場間の影響	207
4	ISP 市場及び移動系通信市場間の影響	208
5	固定電話市場・移動系通信市場・ソフトフォン間の影響	209
第2節	隣接市場間の影響に係る分析結果	218
1	概要	218
2	固定系ブロードバンド市場及び移動系通信市場間の影響	218
3	FTTH 市場及び ISP 市場・移動系通信市場間の影響	218
4	ISP 市場及び移動系通信市場間の影響	218
5	固定電話市場、移動系通信市場及びソフトフォン間の影響	219
第2編	電気通信事業者の業務の適正性等の確認	221
1	電気通信事業者の業務の適正性等の確認	221
2	電気通信事業者の業務の適正性等の確認結果の構成	221
第1章	固定系通信に関する電気通信事業者の業務の状況等の確認結果	223
第1節	NTT 東西におけるサービス卸の提供状況等の確認結果	223
1	NTT 東西におけるサービス卸の提供状況等の確認	223
2	NTT 東西におけるサービス卸ガイドラインを踏まえた対応状況等の確認結果等(概要)	224
3	NTT 西日本におけるサービス卸の提供料金と FTTH の利用者料金の水準に係る詳細確認結果等(概要)	225
第2節	サービス卸の卸先事業者におけるサービスの提供状況等の確認結果	227
1	サービス卸の卸先事業者におけるサービスの提供状況等の確認	227

2	サービス卸の卸先事業者におけるサービスの提供状況等の確認結果等（概要）	228
3	MNO が提供する FTTH と移動系通信サービスのセット割引に係る詳細確認結果等（概要）	229
第3節	グループ内外の電気通信事業者に対する不当な差別的取扱いの有無の確認結果	232
1	グループ内外の電気通信事業者に対する不当な差別的取扱いの有無の確認	232
2	グループ内外の電気通信事業者に対する不当な差別的取扱いの有無の確認結果等	232
第2章	移動系通信に関する電気通信事業者の業務の状況等の確認結果	235
第1節	移動系通信に関する電気通信事業者の業務の状況等の確認結果	235
1	移動系通信に関する電気通信事業者の業務の状況等の確認	235
2	電波利用の連携によるサービスの現状や MVNO の要望等についての確認結果等	237
3	平成 28 年度の確認結果を踏まえた制度整備を受けた対応状況及び事業者の取組を注視するとした事項の取組状況についての確認結果等	238
第2節	グループ内外の電気通信事業者に対する不当な差別的取扱いの有無の確認結果	241
1	グループ内外の電気通信事業者に対する不当な差別的取扱いの有無の確認	241
2	グループ内外の電気通信事業者に対する不当な差別的取扱いの有無の確認結果等	241
第3編	電気通信市場の検証	245
1	固定系通信に関する市場の検証	245
2	移動系通信に関する市場の検証	253
第4編	消費者保護ルールに関する取組状況の分析・検証	263
1	消費者保護ルールに関する取組状況の分析・検証について	263
2	「消費者保護ルール実施状況のモニタリング定期会合」の開催状況	263
参考資料		265

第1編 電気通信市場の分析

第1編 電気通信市場の分析

1 分析対象市場(市場画定)

総務省は、従前から、電気通信事業分野に関する市場の競争状況を分析するための前提として、対象とすべき市場の範囲を決定する市場画定を実施してきたところであり、市場画定に当たっては、需要の代替性を踏まえ、サービス市場及び地理的市場の画定を実施し、さらに、画定した市場のうち、一定の独立性・個別性が認められるサービスについては、部分市場として画定してきた。

平成28年度の電気通信事業分野における市場検証を行うに当たり、近年の市場環境の変化を踏まえて、分析対象市場(市場画定)の見直しを行ったところであるが、本年度においては、平成28年度から大きな市場環境の変化はないことから、同年度に実施した市場画定を維持して分析を行った。

【サービス市場】

小売市場
① 移動系通信市場(部分市場:MNOサービス市場、MVNOサービス市場) ② 固定系ブロードバンド市場(部分市場:固定系超高速ブロードバンド市場、FTTH市場) ③ ISP市場 ④ 固定電話市場 ⑤ 050-IP電話市場 ⑥ WANサービス市場
卸売市場
① 移動系通信市場 ② FTTH市場 ※ 移動系通信及びFTTH以外においても、卸電気通信役務の提供が行われている可能性があることに留意して分析を行う。

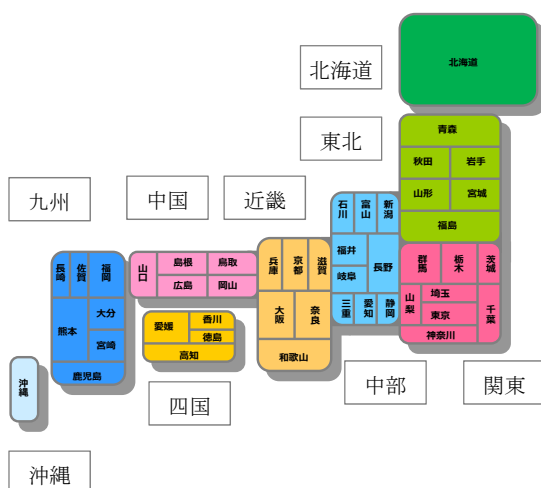
移動系	小売市場		移動系通信(携帯電話、PHS、BWA)
	卸売市場		MNOサービス MVNOサービス
固定系	データ通信	小売市場	移動系通信(携帯電話、PHS、BWA)
			固定系ブロードバンド
			固定系超高速ブロードバンド (FTTH、通信速度下り30Mbps以上のCATV)
	音声通信	小売市場	FTTH
			ADSL CATV
		卸売市場	ナローバンド ISP FTTH
法人向けネットワーク			固定電話 中継電話 050-IP電話 WANサービス 専用サービス

注: 表中、明朝部分は従前から分析の対象としないものを表す。

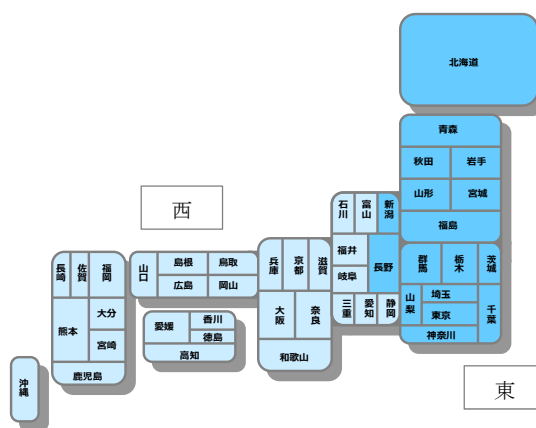
【地理的市場】

移動系	小売市場		移動系通信市場	全国
			MNO サービス市場	
		MVNO サービス市場		
卸売市場		移動系通信市場		全国
固定系	データ通信	小売市場	固定系ブロードバンド市場	ブロック別
			固定系超高速ブロードバンド市場	
			FTTH 市場	
			ISP 市場	全国
	卸売市場		FTTH 市場	ブロック別
音声通信	小売市場	固定電話市場		東西
		050-IP 電話市場		全国
法人向け WAN サービス		WAN サービス市場		全国

【ブロック別】



【東西別】



2 市場分析の構成

- 第1章 移動系通信
- 第2章 固定系データ通信
- 第3章 固定系音声通信
- 第4章 法人向けネットワークサービス
- 第5章 グループ化の動向に係る分析
- 第6章 隣接市場間分析

第 1 章 移動系通信

第1章 移動系通信

第1節 移動系通信市場(小売市場)

1 競争状況等に係る分析

(1) 移動系通信市場

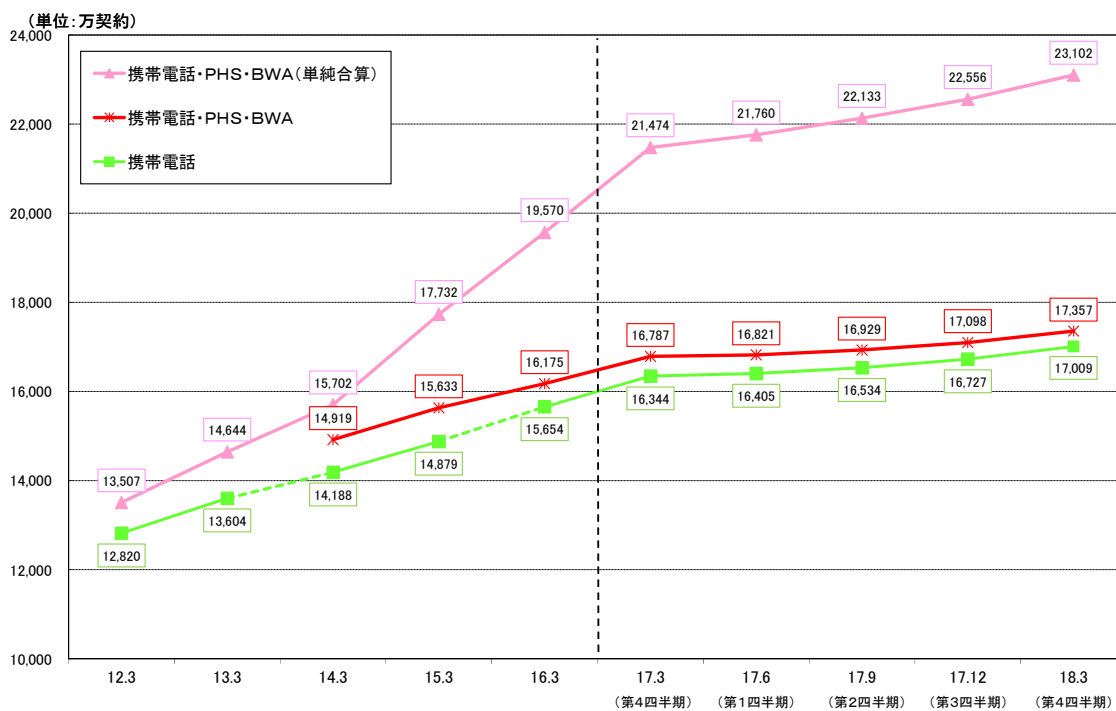
① 市場規模

ア 契約数

2017年度末時点における移動系通信⁷の契約数は、1億7,357万⁸(前期比+1.5%、前年度末比+3.4%：単純合算では2億3,102万)と増加している。

また、携帯電話の契約数は、1億7,009万(前期比+1.7%、前年度末比+4.1%)と増加している。

【図表I-1】移動系通信の契約数の推移



注：2013年度第2四半期よりMVNO契約数が報告事項に追加され、2015年度第4四半期よりMVNOサービスの区分別契約数が報告事項に追加された。このため、2011年度第4四半期及び2012年度第4四半期、2013年度第4四半期及び2014年度第4四半期、並びに2015年度第4四半期以降で、グループ内取引調整後の契約数等の算出方法が異なっている。以下この章において同じ。

出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

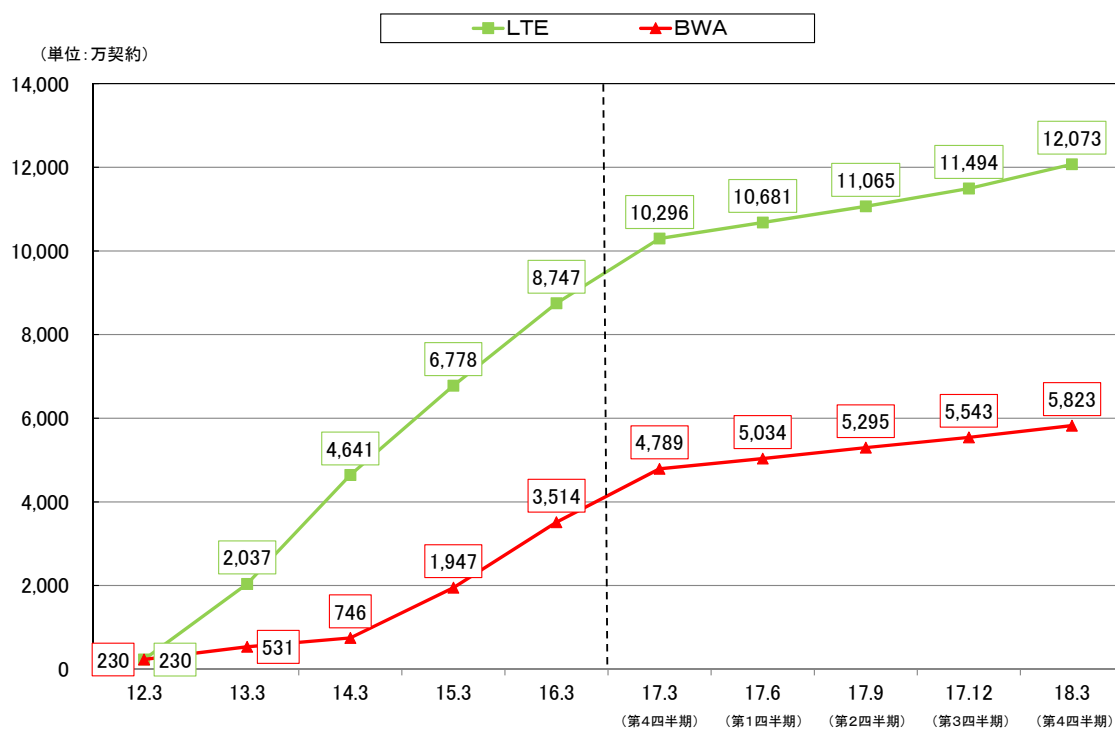
⁷ 携帯電話(3G及びLTE)、PHS及びBWA。以下同じ。

⁸ 携帯電話及び移動系通信の契約数については、特段の記載がない限り、グループ内取引調整後の数値。

2017年度末時点における移動系通信の契約数のうち、3.9-4世代携帯電話（LTE）の契約数（単純合算）は1億2,073万（前期比+5.0%、前年度末比+17.3%）で、携帯電話の契約数に占める割合は70.9%（前期比+2.3ポイント、前年度末比+8.0ポイント）と大きく増加している。

また、BWAの契約数（単純合算）も5,823万（前期比+5.0%、前年度末比+21.6%）と大きく増加している。

【図表 I - 2】 LTE 及び BWA の契約数の推移

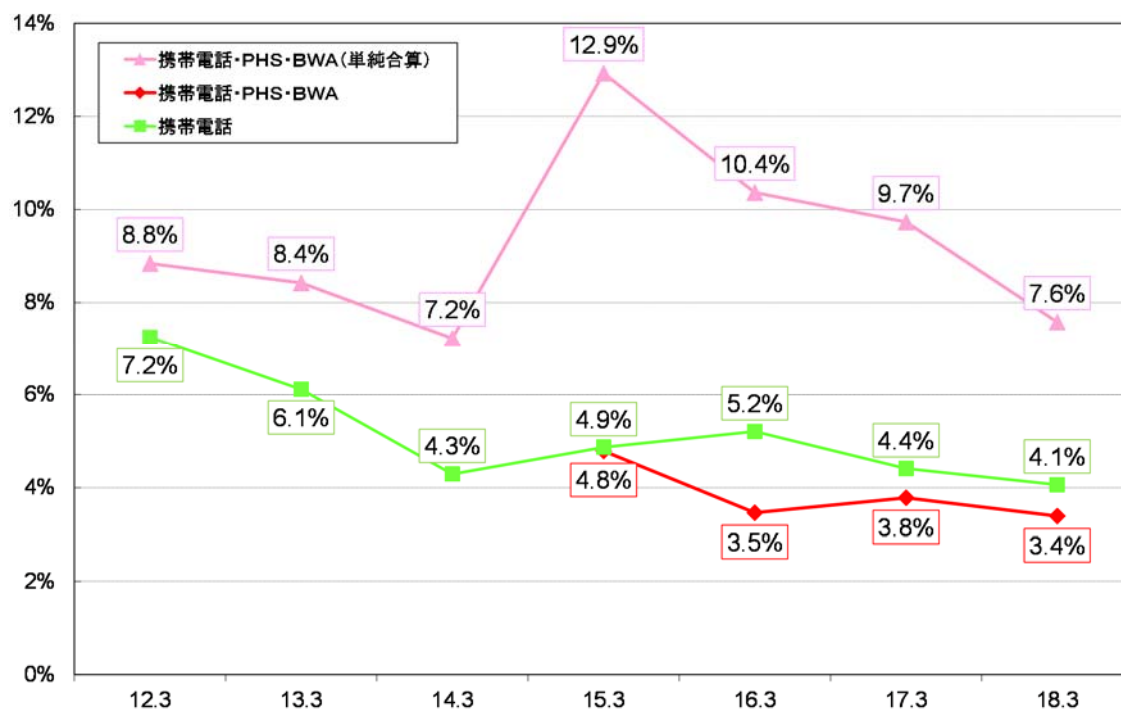


注：LTEの契約数には、3G及びLTEのどちらも利用可能である携帯電話の契約数が含まれる。

出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

移動系通信の契約数の契約数及び携帯電話の契約数の増加率をみると、2015 年 3 月末期と比較して 2016 年 3 月末期以降継続して鈍化している。

【図表 I - 3】移動系通信の契約数の増加率の推移



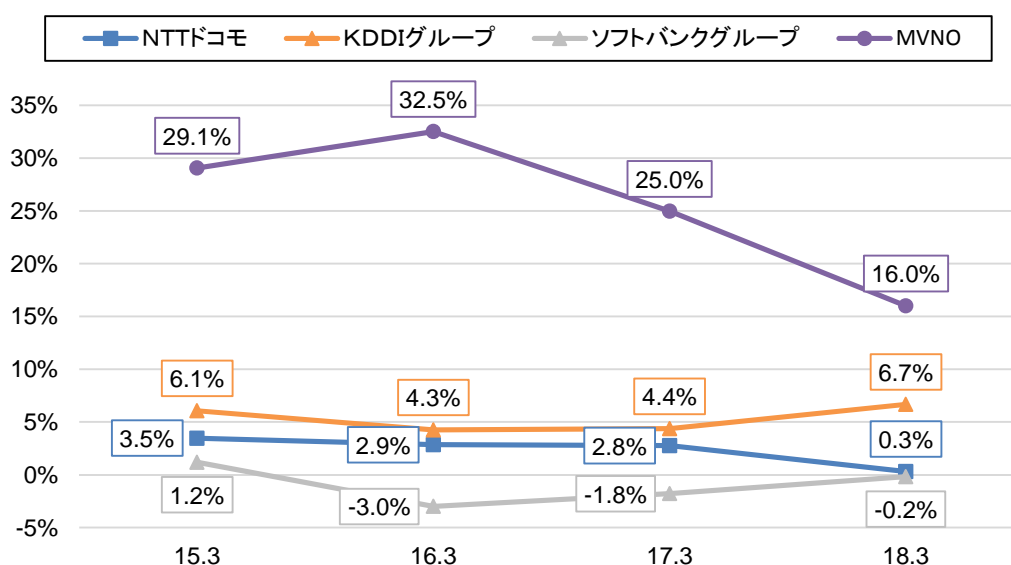
注：対前年度末比の増加率を表している。

出所：(一社) 電気通信事業者協会資料及び電気通信事業報告規則に基づく報告

MNO 3 グループにおける移動系通信の契約数（2017 年度末で 1 億 5,218 万）⁹の増減率をみると、NTT ドコモは 0.3%（前年度末比▲2.4 ポイント）と増加率が低下、KDDI は 6.7%（前年度末比+2.3 ポイント）と増加率が上昇、ソフトバンクは-0.2%（前年度末比+1.6 ポイント）と減少率が低下となっている。

一方、MVNO における移動系通信の契約数（2017 年度末で 1,840 万）¹⁰の増加率は、16.0%（前年度末比▲9.0 ポイント）と前年度に比べ低下したものの、MNO 3 グループより高い水準を維持している。

【図表 I - 4】 MNO 3 グループと MVNO の契約数の増減率の推移



注：対前年度末比の増加率を表している。

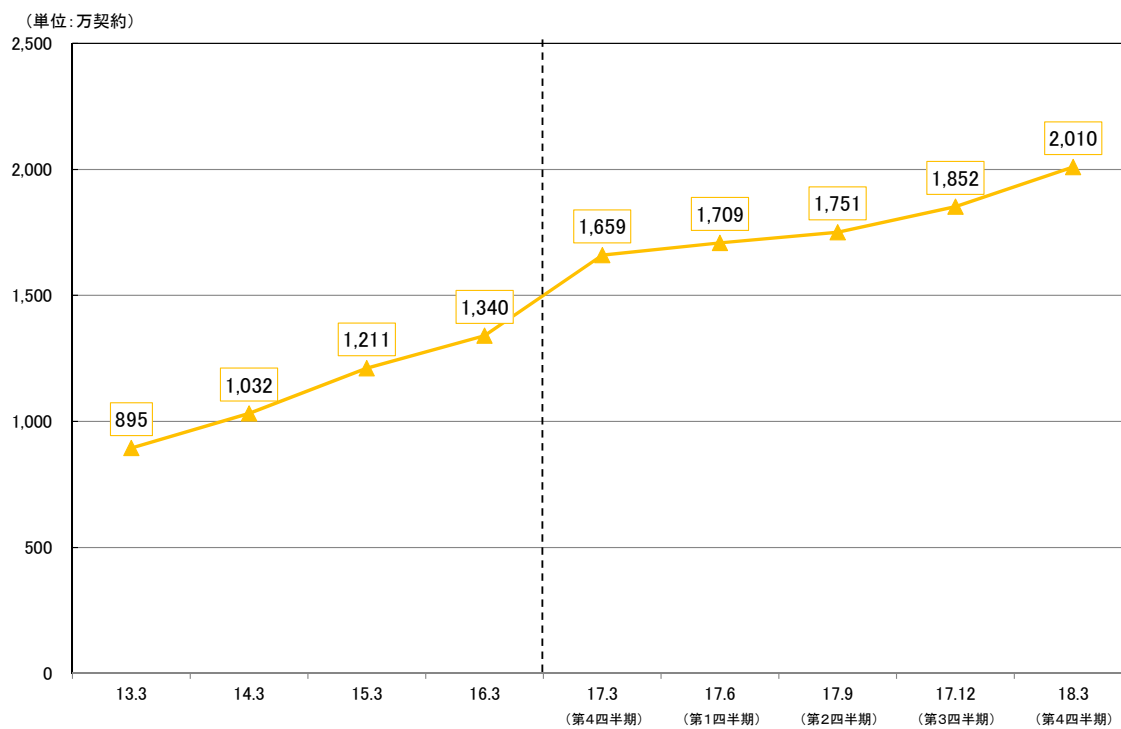
出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

⁹ MVNO（MNO である MVNO は除く。以下、特段の記載がない限り同じ。）への提供に係るものは含まない。また、グループ内取引により提供された LTE 及び BWA のうち、最終利用者又は MVNO に提供していないものを含む。

¹⁰ MNO における MVNO への提供に係る契約数であり、MVNO が小売市場において自ら最終利用者に提供している契約数を表すものではない。

通信モジュール¹¹の契約数は2,010万（前年度末比+21.1%）と、2016年度以降大きく増加している。

【図表1-5】通信モジュールの契約数の推移



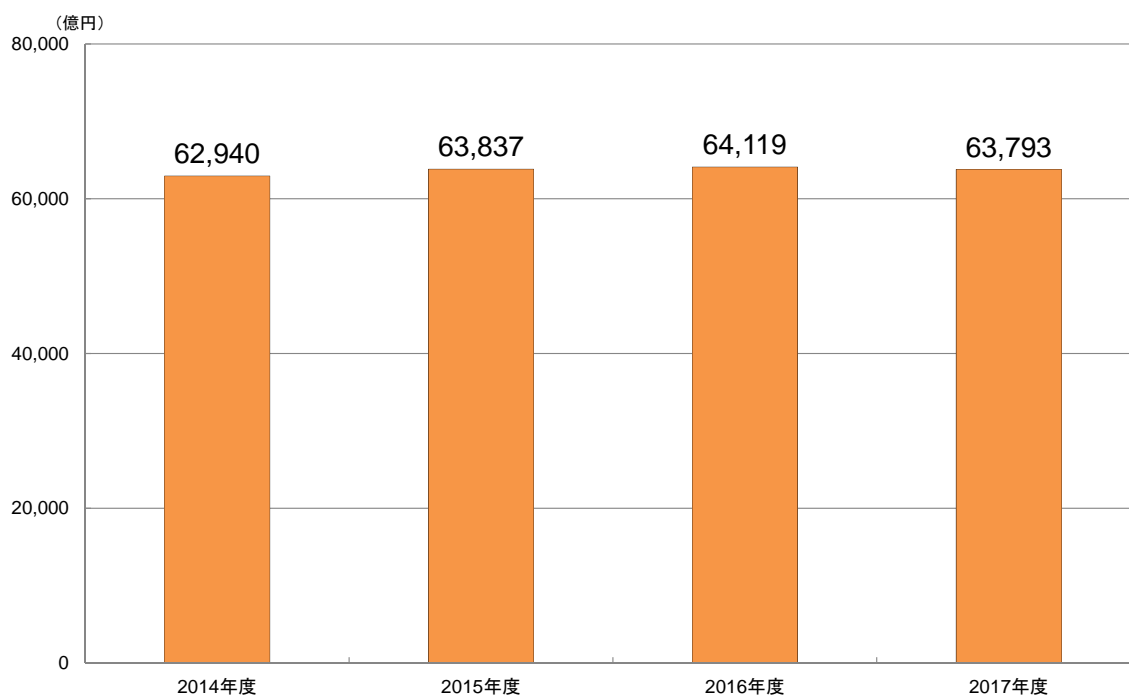
出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

¹¹ 移動系通信の拡大の背景の一つとして、通信モジュールの普及がある。通信モジュールはエレベーター・自動販売機の遠隔監視、自動車のカーナビ等の機械同士の通信であるM2M (Machine to Machine) 通信、電力・ガスの検針など、多岐にわたる企業活動で利用されている。

イ 売上高

2017年度の移動系通信全体の売上高¹²は6兆3,793億円（前年度比▲0.5%）であり、横ばいで推移している。

【図表 I - 6】移動系通信全体の売上高の推移



注：MNO 3社の決算額等から市場の売上高を算出。ただし、移動系通信事業の売上高を公表していない社については推計値を使用。

出所：各社決算資料を基に総務省作成

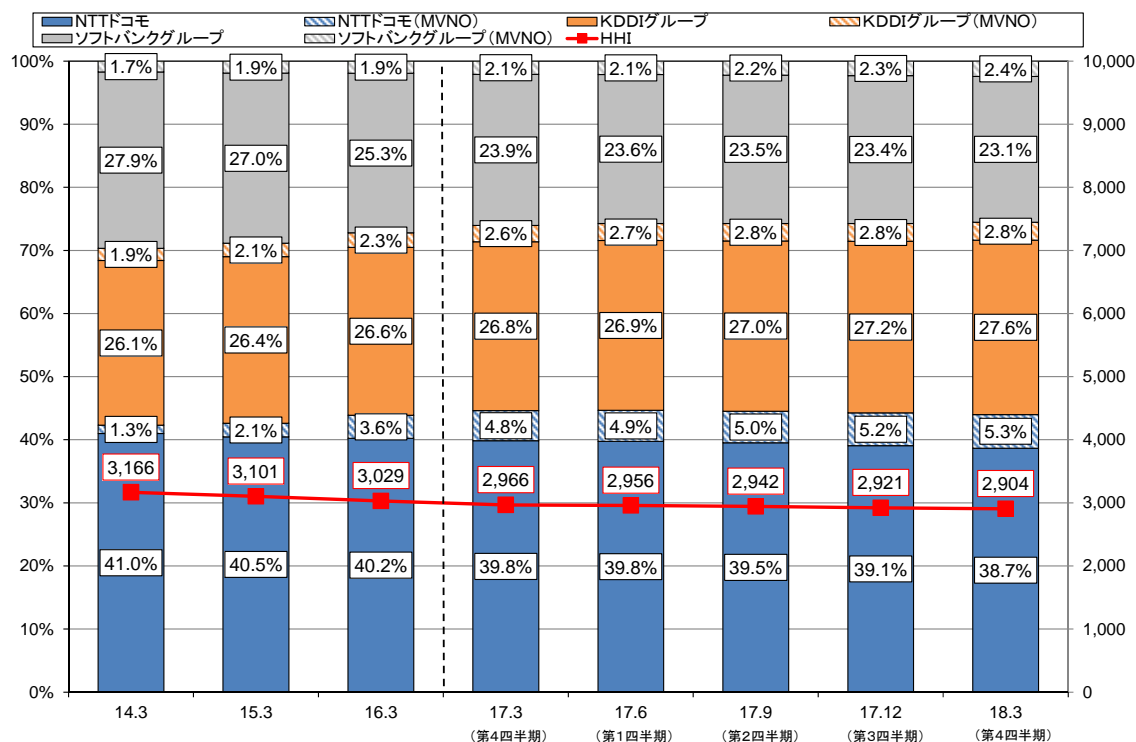
¹² 各 MNO の卸電気通信役務の提供に係るものも含む売上高の合計であり、各 MNO 及び各 MVNO の小売市場における売上高の合計を表すものではない。

② 市場シェア

2017年度末時点における移動系通信市場の事業者別シェア（MVNOへの提供に係る契約数を除いたMNO3グループとMVNOのシェア）は、NTTドコモが38.7%（前期比▲0.4ポイント、前年度末比▲1.2ポイント）、ソフトバンクグループが23.1%（前期比▲0.3ポイント、前年度末比▲0.8ポイント）とともに減少傾向、KDDIグループが27.6%（前期比+0.4ポイント、前年度末比+0.9ポイント）、MVNOが10.6%（前期比+0.3ポイント、前年度末比+1.2ポイント）と増加傾向となっている。

HHIは2,904（前期比▲17、前年度末比▲62）とMVNOのシェアの増加に伴って減少傾向となっており、MVNOを含めた競争が進展している。

【図表1-7】移動系通信市場の事業者別シェア及び市場集中度の推移（グループ別）



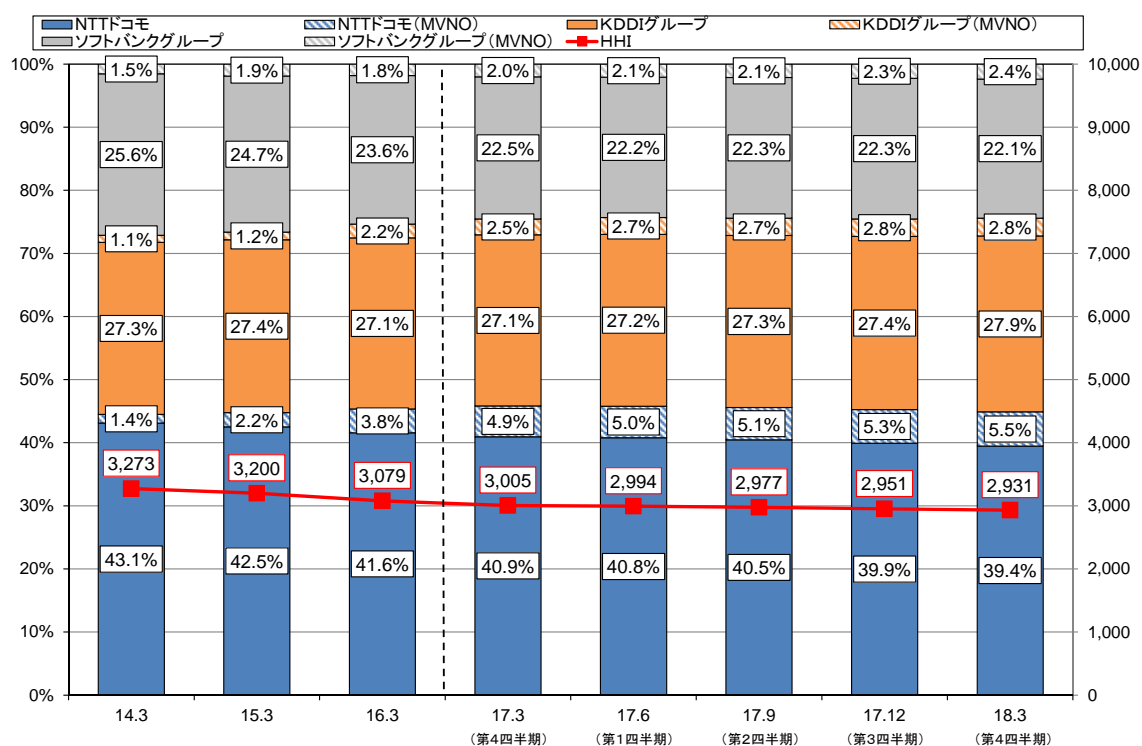
- 注1：「KDDIグループ」には、KDDI、沖縄セルラー及びUQコミュニケーションズが含まれる。
 注2：「ソフトバンクグループ」には、ソフトバンク、ウィルコム（14.3）、イー・アクセス（14.3）及びワイモバイル（15.3）が含まれる。
 注3：MVNOのシェアを提供元のMNOグループごとに合算し、当該MNOグループ名の後に「(MVNO)」と付記して示している。
 注4：HHIはMVNOのシェアを全て合算して算出している。

出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

携帯電話の契約数における事業者別シェア（MVNO への提供に係る契約数を除いた MNO 3 グループと MVNO のシェア）は、NTT ドコモが 39.4%（前期比▲0.5 ポイント、前年度末比▲1.5 ポイント）、ソフトバンクが 22.1%（前期比▲0.2 ポイント、前年度末比▲0.4 ポイント）とともに減少傾向、KDDI グループが 27.9%（前期比+0.4 ポイント、前年度末比+0.7 ポイント）、MVNO が 10.6%（前期比+0.3 ポイント、前年度末比+1.2 ポイント）と増加傾向となっている。

HHI は 2,931（前期比▲20、前年度末比▲74）と MVNO のシェアの増加に伴って減少傾向となっている。

【図表 I - 8】携帯電話の契約数における事業者別シェア及び市場集中度の推移（グループ別）



注 1：「KDDI グループ」には、KDDI、沖縄セルラー及びUQ コミュニケーションズが含まれる。
 注 2：「ソフトバンクグループ」には、ソフトバンク、イー・アクセス（14.3）及びワイモバイル（15.3）が含まれる。
 注 3：MVNO のシェアを提供元の MNO グループごとに合算し、当該 MNO グループ名の後に「(MVNO)」と付記して示している。
 注 4：HHI は MVNO のシェアを全て合算して算出している。

出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

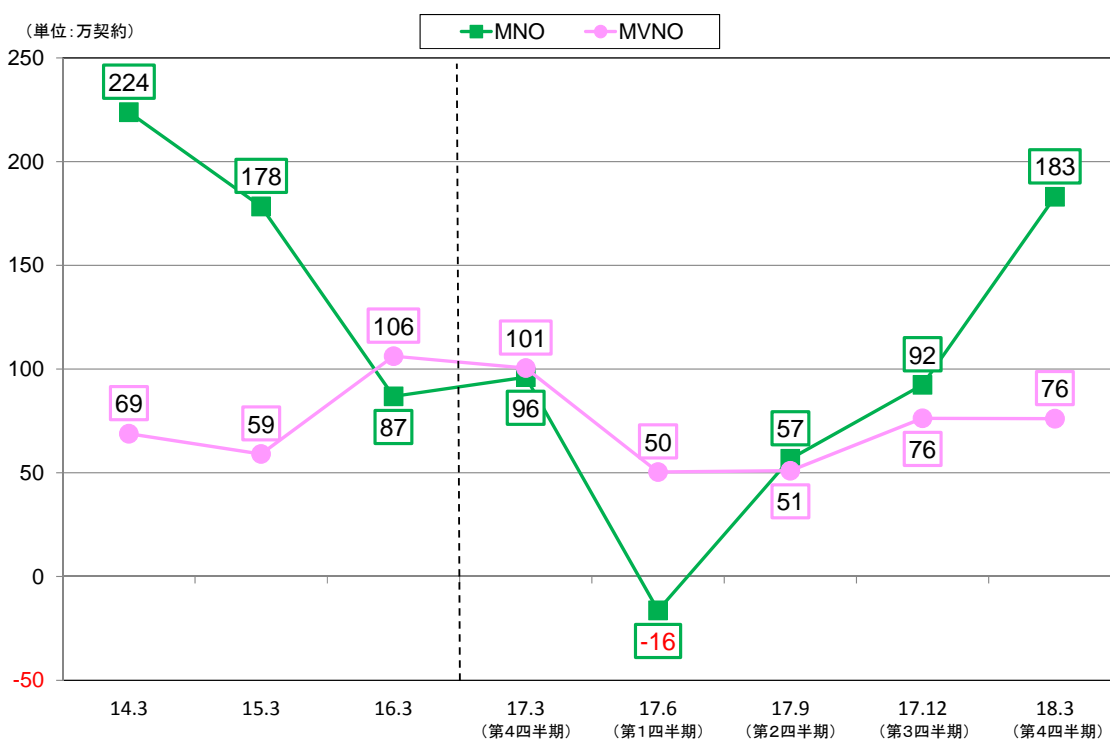
③ MNO・MVNO における契約数の純増減数

2017 年においては、6 月末を除き、MNO サービスの契約数（2017 年度末で 1 億 5,218 万）¹³の純増数が、MVNO の契約数（2017 年度末で 1,840 万）¹⁴の純増数を上回っている。

直近 1 年間（2017 年度）でも、MNO の純増数（314 万）が MVNO の純増数（254 万）を上回っている。

MNO の純増数増加の原因としては、通信モジュールの契約数（2,010 万）が大幅に増加したことが考えられる。

【図表 I - 9】 移動系通信の契約数における MNO / MVNO 別の純増減数の推移



注 1 : MNO からの報告を基に作成。

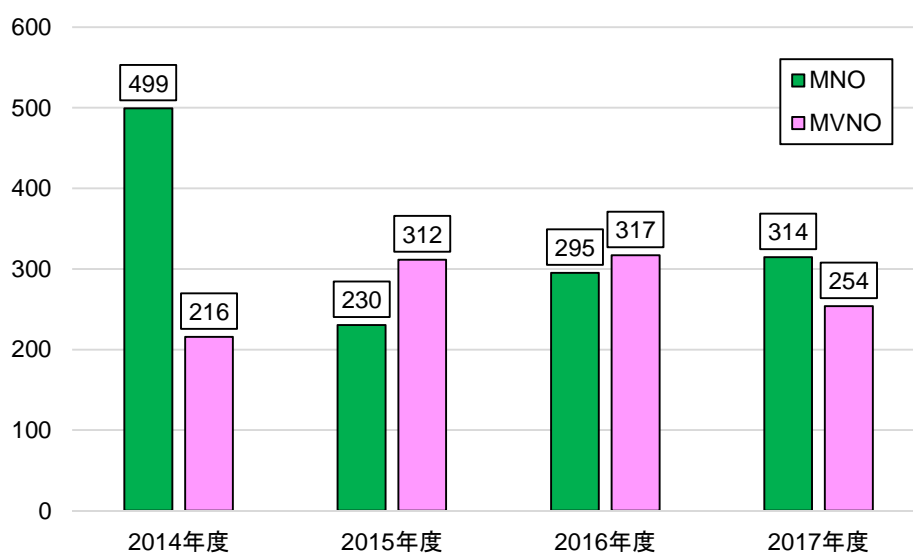
注 2 : MNO 全体における契約数の純増減数及び MVNO 全体における契約数の純増減数を示している。

出所 : 電気通信事業報告規則に基づく報告

¹³ 脚注 9 に同じ。

¹⁴ 脚注 10 に同じ。

【図表 I - 10】 MNO・MVNO の前年度末比純増数の推移



注：MNO からの報告を基に作成。

出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

④ MNO と MVNO の MNP の状況

携帯番号ポータビリティ（MNP）の件数について、2016 年度上半期以降、MNO は転出が転入を上回っているが、MVNO は転入が転出を大きく上回っている。

【図表 I - 11】 MNP の転出件数に対する転入件数の比

	2016 年度		2017 年度	
	上半期	下半期	上半期	下半期
MNO	0.8 倍	0.7 倍	0.7 倍	0.8 倍
MVNO	8.8 倍	9.3 倍	5.6 倍	2.9 倍

注：本表において、UQ コミュニケーションズは番号割り当てを受けていないため「MVNO」に含まれている。

出所：MNO 3 社提出資料

(2) MNO サービス市場

① 市場規模

ア 契約数

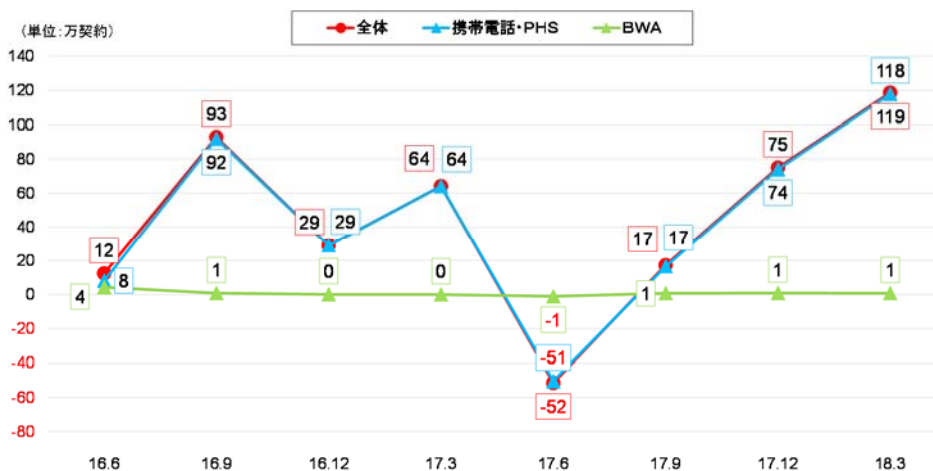
2017 年度末時点における MNO サービスの契約数¹⁵は 1 億 5,218 万（前期比+0.8%、前年度末比+1.1%）と増加している。純増数は時期ごとにばらつきがみられるが、BWA については横ばいで推移している。

【図表 I-12】 MNO サービス契約数の推移



出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

【図表 I-13】 MNO サービス純増数の推移



出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

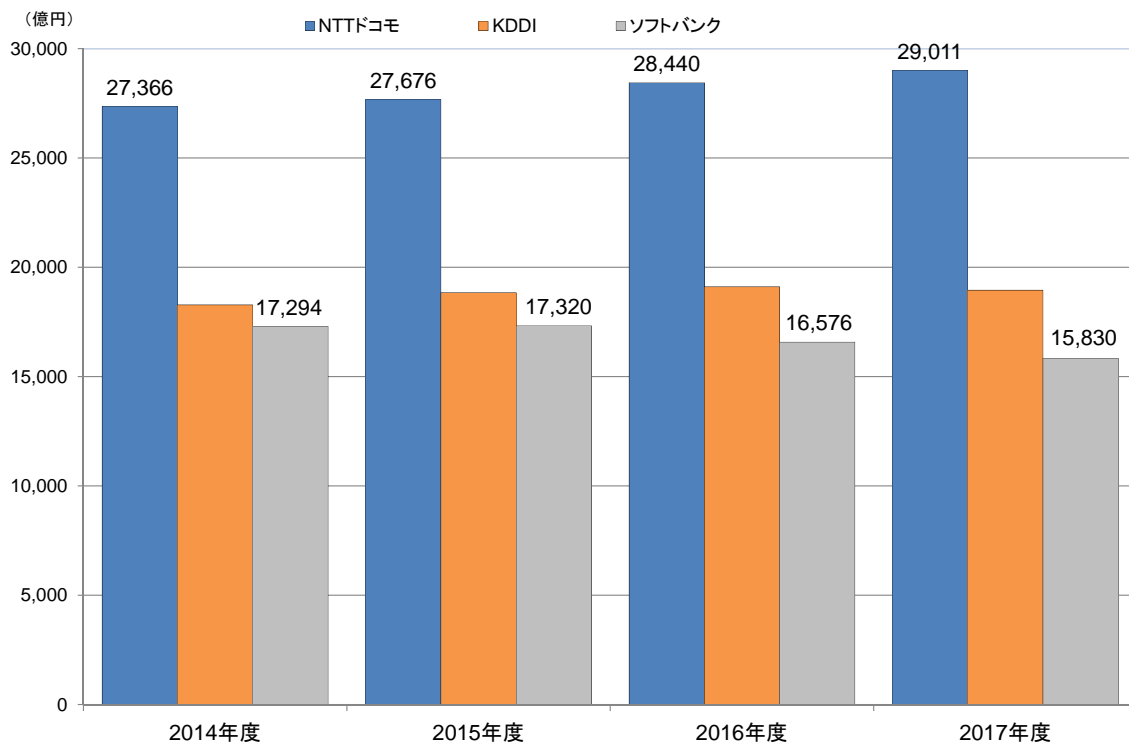
¹⁵ MVNO への提供に係るものは含まない。

イ 売上高等

2017年度におけるMNO3社の売上高¹⁶をみると、NTTドコモが2兆9,011億円（前年度比+2.0%）と最も大きい。

ソフトバンクグループは1兆5,830億円（前年度比▲4.5%）となっている。

【図表 I - 14】MNO 各社の売上高の推移



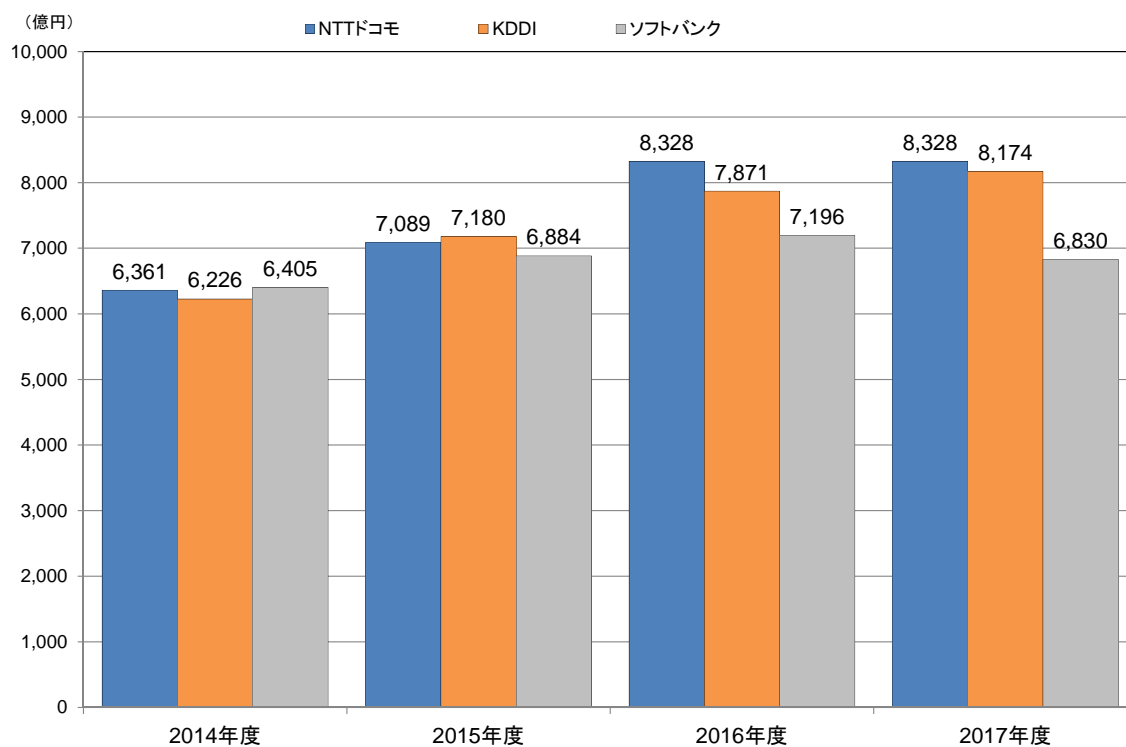
注：KDDIについては、2012年度から移動通信事業のセグメント情報の公表を取りやめたことから推計値を用いている。

出所：各社決算資料を基に総務省作成

¹⁶ 各MNOの卸電気通信役務の提供に係るものも含む売上高であり、各MNOの小売市場における売上高を表すものではない。

営業利益¹⁷をみると、NTTドコモが8,328億円（前年度比±0%）、KDDIが8,174円（前年度比+3.8%）ソフトバンクグループが6,830億円（前年度比▲5.1%）となっている。

【図表 I - 15】MNO 各社の営業利益の推移



出所：各社決算資料を基に総務省作成

¹⁷ 各 MNO の卸電気通信役務の提供に係るものも含む営業利益であり、各 MNO の小売市場における営業利益を表すものではない。また、各社の営業利益には、固定通信やサービス・コンテンツに係る利益が含まれる。

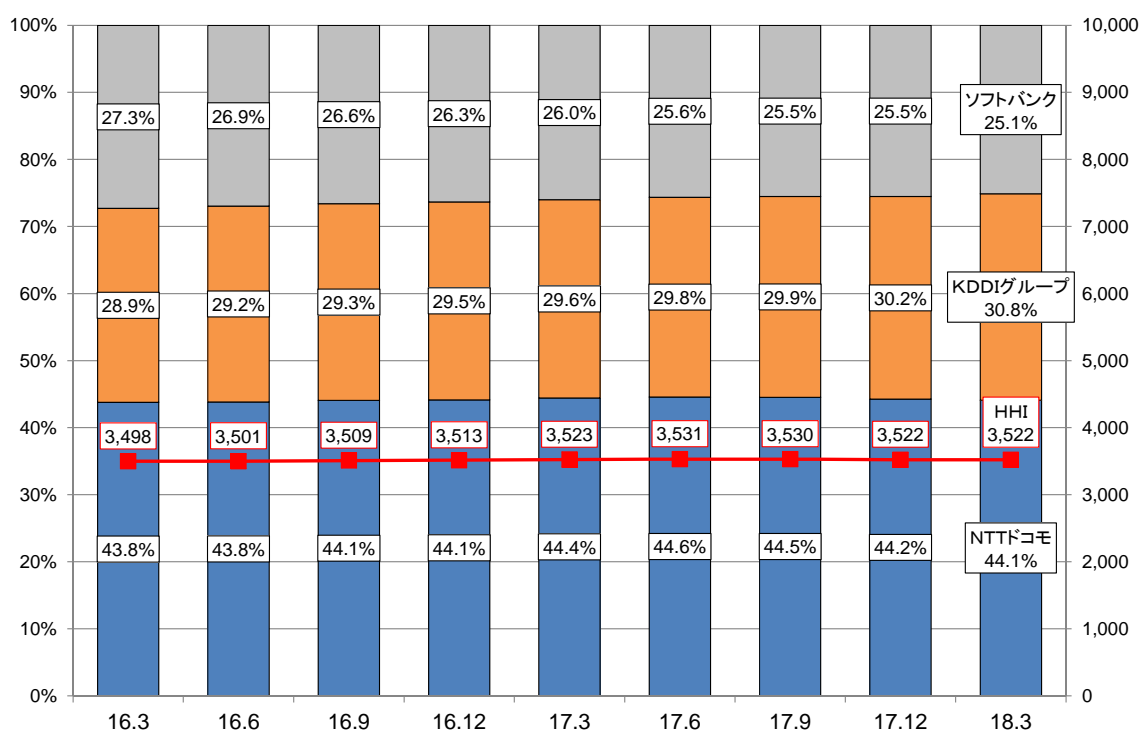
② 市場シェア

ア 契約数シェア

MNO サービス市場の事業者別シェア（グループ別）は、NTT ドコモが 44.1%（前期比▲0.2 ポイント、前年度末比▲0.3 ポイント）で横ばい、KDDI グループは 30.8%（前期比+0.6 ポイント、前年度末比+1.2 ポイント）と増加傾向、ソフトバンクが 25.1%（前期比▲0.4 ポイント、前年度末比▲0.9 ポイント）と減少傾向となっている。

また、HHI は 3,522（前期比±0、前年度末比▲1）と横ばいで推移している。

【図表 I - 16】 MNO サービス市場の事業者別シェア及び市場集中度の推移（グループ別）



注：「KDDI グループ」には、KDDI、沖縄セルラー及びUQ コミュニケーションズが含まれる。

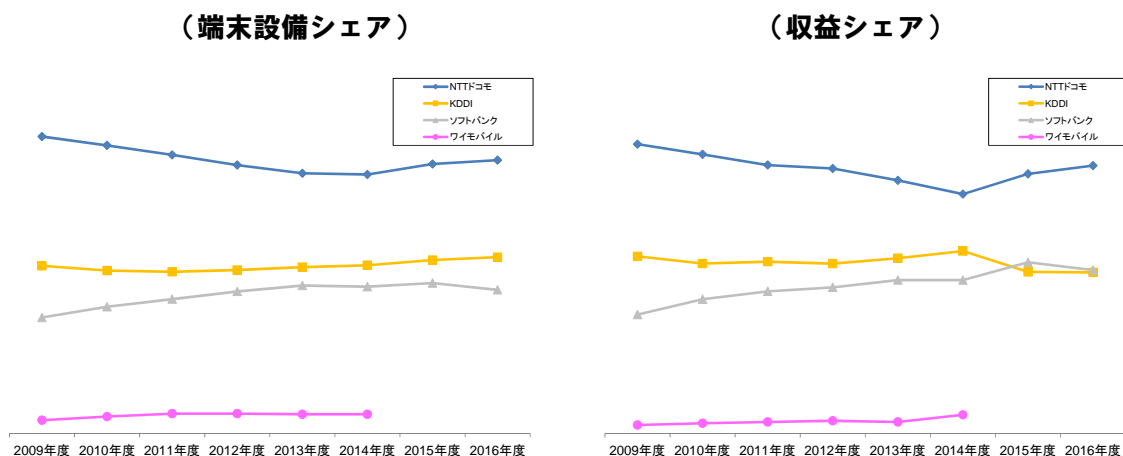
出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

イ 携帯電話に係る端末設備シェア・収益シェア

2017 年度における契約数シェアで首位である NTT ドコモは、携帯電話に係る端末設備シェア¹⁸及び収益シェア¹⁹においても 40%を超過している。

NTT ドコモ、KDDI 及びソフトバンクの間で比較すると、NTT ドコモは端末設備シェアと収益シェアにおいても首位であり、いずれも対前年度比で増加している。

【図表 I - 17】 携帯電話に係る端末設備シェア・収益シェアの推移



出所：電気通信事業報告規則に基づく報告に基づき作成

※ 端末設備シェア及び収益シェアは、2016 年度までの数値を用いている。成案公表時に更新予定。

¹⁸ 2001 年の電気通信事業法改正により、モバイル市場の公正競争環境を整備する観点から、第二種指定電気通信設備制度が導入された。これまで、NTT ドコモ（2002 年）、沖縄セルラー（2002 年）、KDDI（2005 年）及びソフトバンクモバイル（現ソフトバンク）（2012 年）を指定。2016 年 5 月に施行された「電気通信事業法施行規則等の一部を改正する省令（平成 28 年総務省令第 30 号）」により、端末シェアを算定する端末の範囲に BWA（WiMAX 2+及び AXGP）が追加されたため、当該施行後の指定には新しい基準で算定されたシェアが用いられる。なお、本表は携帯電話について当該施行以前の算定方法に基づき算定を行っている。

¹⁹ 電気通信事業報告規則の改正により 2015 年度から電気通信事業営業収益のみで算出しているため、2014 年度までとの単純比較はできない（2014 年度までは、電気通信事業営業収益及び附帯事業営業収益で算出。）。

③ MNO各社の料金プラン

2016年3月以降、大手携帯電話事業者各社は、ライトユーザの負担を軽減する料金プランを導入した。当該プランを選択することにより、概ね1人当たり3,500円以下でサービスを利用することができるようになっている。

また、2016年9月以降には各事業者がヘビーユーザ向けの大容量データ通信プランを導入したほか、利用期間に応じた料金割引やポイント還元等を行う長期ユーザ還元施策を実現している。

【図表 I - 18】MNOのライトユーザ向け料金プラン

(月額、税抜) (2018年4月1日現在)

会社名	NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク	ワイモバイル
基本料	980円 (家族内の国内通話かけ放題)	980円 (通話従量料金)	1,700円 (5分以内の国内通話 かけ放題)	2,980円 (10分以内の国内通話 かけ放題)
ネット 接続料	300円	300円	300円	基本料に含む
データ 通信	6,500円+500円×子回線数 (家族全員で5GB/月)	1,700円～ (1GB～/月)	2,900円 (1GB/月)	基本料に含む (1GB/月)
割引	特定機種で購入で 1,500円/月 割引	—	特定機種で購入及び 特定の料金プラン加入で 1,457円/月 割引	—
合計	2,280円/人 3人家族の場合	2,980円～	3,443円	2,980円
備考	・端末購入に伴う月額通信料金割引なし。 ・総額から割引。	・端末購入に伴う月額通信料金割引なし。	・端末購入に伴う月額通信料金割引なし。 ・契約後1年間は更に1,000円割引。 ・総額から割引。	・端末購入に伴う月額通信料金割引の適用あり。

出所：各社ウェブサイトを基に総務省作成

【図表 I - 19】MNO の大容量データ通信プラン

(月額、税抜) (2018年4月1日現在)

会社名 (名称)	NTTドコモ (ウルトラパック)	KDDI (スーパーデジラ)	ソフトバンク (ギガモンスター、 ウルトラギガモンスター)
データ通信料金	20GB	個人用プラン: 6,000円	個人用プラン: 6,000円
	30GB	個人用プラン: 8,000円 家族シェア用プラン: 13,500円	個人用プラン: 8,000円
	50GB	家族シェア用プラン: 16,000円	—
	100GB	家族シェア用プラン: 25,000円	—
データ繰越	○	○	○
家族データシェア	△ (家族シェア用プランのみ可能)	×	△ (家族シェア用プランのみ可能)
テザリング オプション	1,000円 (終了期限の定めなく無料)	1,000円 (2018年3月末まで無料)	500円 (個人用50GBは最大2か月間無料、 これ以外は2018年3月末まで無料)
提供開始	2016年9月14日: 個人用20・30GB 2016年9月23日: 家族シェア用50・100GB 2017年5月24日: 家族シェア用30GB	2016年9月15日: 個人用20・30GB	2016年9月13日: 個人用20・30GB 2016年9月29日: 家族シェア用50・100GB 2017年9月22日: 個人用50GB
備考	家族シェア用プランは個人でも利用可能 (子回線500円/月)		家族シェア用プランは個人での利用不可 (子回線500円/月)

注: 端末購入に伴う月額通信料金割引が適用されるプランを記載している。

出所: 各社ウェブサイトを基に総務省作成

【図表 I - 20】MNO の長期ユーザ還元施策

(税抜) (2018年4月1日現在)

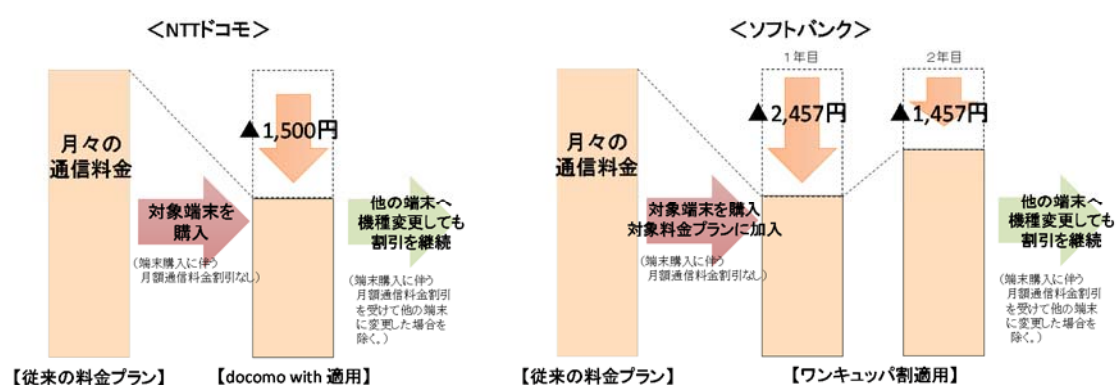
	ドコモ	KDDI	ソフトバンク																																																		
月々の 特典	①利用期間に応じた料金割引	①利用期間に応じたデータ容量の付与 (3か月ごと)	①利用期間に応じた割引率による 料金割引																																																		
	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">利用期間</th> <th colspan="2">割引額</th> </tr> <tr> <th>データMパック (5GB、5,000円/月)</th> <th>ウルトラシェアパック 100(100GB、 25,000円/月)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>4年～</td> <td>100円</td> <td>1,000円</td> </tr> <tr> <td>8年～</td> <td>200円</td> <td>1,200円</td> </tr> <tr> <td>10年～</td> <td>600円</td> <td>1,800円</td> </tr> <tr> <td>15年～</td> <td>800円</td> <td>2,500円</td> </tr> </tbody> </table>	利用期間	割引額		データMパック (5GB、5,000円/月)	ウルトラシェアパック 100(100GB、 25,000円/月)	4年～	100円	1,000円	8年～	200円	1,200円	10年～	600円	1,800円	15年～	800円	2,500円	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">データプラン例</th> <th colspan="3">利用期間</th> </tr> <tr> <th>4年～</th> <th>7年～</th> <th>10年～</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>データ定額 5/20/30</td> <td>1GB</td> <td>1.5GB</td> <td>2GB</td> </tr> <tr> <td>データ定額 2/3</td> <td>0.5GB</td> <td>0.75GB</td> <td>1GB</td> </tr> <tr> <td>データ定額 1</td> <td>—</td> <td>0.3GB</td> <td>0.5GB</td> </tr> </tbody> </table> <p>注: 「auビタットプラン」、「auフラットプラン」は、対象外。 及び</p>	データプラン例	利用期間			4年～	7年～	10年～	データ定額 5/20/30	1GB	1.5GB	2GB	データ定額 2/3	0.5GB	0.75GB	1GB	データ定額 1	—	0.3GB	0.5GB	<table border="1"> <thead> <tr> <th>利用期間</th> <th>割引率 (割引後のプラン定額料金を 割引率をかけた金額を割引)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2年～</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>4年～</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>6年～</td> <td>3%</td> </tr> <tr> <td>10年～</td> <td>4%</td> </tr> <tr> <td>14年～</td> <td>5%</td> </tr> </tbody> </table>	利用期間	割引率 (割引後のプラン定額料金を 割引率をかけた金額を割引)	2年～	1%	4年～	2%	6年～	3%	10年～	4%	14年～	5%		
	利用期間		割引額																																																		
		データMパック (5GB、5,000円/月)	ウルトラシェアパック 100(100GB、 25,000円/月)																																																		
4年～	100円	1,000円																																																			
8年～	200円	1,200円																																																			
10年～	600円	1,800円																																																			
15年～	800円	2,500円																																																			
データプラン例	利用期間																																																				
	4年～	7年～	10年～																																																		
データ定額 5/20/30	1GB	1.5GB	2GB																																																		
データ定額 2/3	0.5GB	0.75GB	1GB																																																		
データ定額 1	—	0.3GB	0.5GB																																																		
利用期間	割引率 (割引後のプラン定額料金を 割引率をかけた金額を割引)																																																				
2年～	1%																																																				
4年～	2%																																																				
6年～	3%																																																				
10年～	4%																																																				
14年～	5%																																																				
	又は	及び	又は																																																		
	②利用期間に応じたポイント還元	②利用期間に応じたポイント還元	②利用期間に応じたポイント還元																																																		
	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">利用期間</th> <th colspan="2">還元例</th> </tr> <tr> <th>データMパック (5GB、5,000円/月)</th> <th>ウルトラシェアパック 100(100GB、 25,000円/月)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>4年～</td> <td>120ポイント</td> <td>1,200ポイント</td> </tr> <tr> <td>8年～</td> <td>240ポイント</td> <td>1,440ポイント</td> </tr> <tr> <td>10年～</td> <td>720ポイント</td> <td>2,160ポイント</td> </tr> <tr> <td>15年～</td> <td>960ポイント</td> <td>3,000ポイント</td> </tr> </tbody> </table>	利用期間	還元例		データMパック (5GB、5,000円/月)	ウルトラシェアパック 100(100GB、 25,000円/月)	4年～	120ポイント	1,200ポイント	8年～	240ポイント	1,440ポイント	10年～	720ポイント	2,160ポイント	15年～	960ポイント	3,000ポイント	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">利用期間</th> <th>「auビタットプラン」、 「auフラットプラン」 (割引後のプラン定額料 金1,000円ごと)</th> <th>左のプラン以外の プラン (割引後のデータ定額料 金1,000円ごと)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>～4年</td> <td>10ポイント</td> <td>—</td> </tr> <tr> <td>4年～</td> <td>20ポイント</td> <td>20ポイント</td> </tr> <tr> <td>7年～</td> <td>30ポイント</td> <td>40ポイント</td> </tr> <tr> <td>10年～</td> <td>40ポイント</td> <td>60ポイント</td> </tr> <tr> <td>13年～</td> <td>60ポイント</td> <td>80ポイント</td> </tr> <tr> <td>16年～</td> <td>80ポイント</td> <td>100ポイント</td> </tr> </tbody> </table>	利用期間	「auビタットプラン」、 「auフラットプラン」 (割引後のプラン定額料 金1,000円ごと)	左のプラン以外の プラン (割引後のデータ定額料 金1,000円ごと)	～4年	10ポイント	—	4年～	20ポイント	20ポイント	7年～	30ポイント	40ポイント	10年～	40ポイント	60ポイント	13年～	60ポイント	80ポイント	16年～	80ポイント	100ポイント	<table border="1"> <thead> <tr> <th>利用期間</th> <th>ポイント (割引後のプラン定額料金を1,000円ごと)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2年～</td> <td>20ポイント</td> </tr> <tr> <td>4年～</td> <td>40ポイント</td> </tr> <tr> <td>6年～</td> <td>60ポイント</td> </tr> <tr> <td>10年～</td> <td>80ポイント</td> </tr> <tr> <td>14年～</td> <td>100ポイント</td> </tr> </tbody> </table>	利用期間	ポイント (割引後のプラン定額料金を1,000円ごと)	2年～	20ポイント	4年～	40ポイント	6年～	60ポイント	10年～	80ポイント	14年～	100ポイント
利用期間	還元例																																																				
	データMパック (5GB、5,000円/月)	ウルトラシェアパック 100(100GB、 25,000円/月)																																																			
4年～	120ポイント	1,200ポイント																																																			
8年～	240ポイント	1,440ポイント																																																			
10年～	720ポイント	2,160ポイント																																																			
15年～	960ポイント	3,000ポイント																																																			
利用期間	「auビタットプラン」、 「auフラットプラン」 (割引後のプラン定額料 金1,000円ごと)	左のプラン以外の プラン (割引後のデータ定額料 金1,000円ごと)																																																			
	～4年	10ポイント	—																																																		
4年～	20ポイント	20ポイント																																																			
7年～	30ポイント	40ポイント																																																			
10年～	40ポイント	60ポイント																																																			
13年～	60ポイント	80ポイント																																																			
16年～	80ポイント	100ポイント																																																			
利用期間	ポイント (割引後のプラン定額料金を1,000円ごと)																																																				
2年～	20ポイント																																																				
4年～	40ポイント																																																				
6年～	60ポイント																																																				
10年～	80ポイント																																																				
14年～	100ポイント																																																				
契約更 新特典	ポイント3,000円分	3,000円分のギフト券 (auSTARギフトセレクションでのみ利用可能)	初回更新時: ポイント3,000円分 以降の更新時: ポイント1,000円分																																																		
備考	<ul style="list-style-type: none"> ・ポイントはdポイント ・1ポイント=1円で利用可能 ・1ポイントから携帯料金の支払に利用可能 ・②については、2018年5月以降適用 (利用期間だけでなく、dポイント獲得数に も応じて還元額が変動) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ポイントはau walletポイント ・1ポイント=1円で利用可能 ・3,000ポイントから携帯料金の支払に利用 可能 	<ul style="list-style-type: none"> ・ポイントは期間固定Tポイント ・1ポイント=1円で利用可能 ・Yahoo! JAPANサービスのみの利用可能 (携帯料金の支払は不可) 																																																		

出所: 各社ウェブサイトを基に総務省作成

NTT ドコモは 2017 年 6 月に新料金プラン「docomo with」を提供開始した。このプランでは特定の対象端末の購入が必要ではあるものの、その後は他の端末に変更しても、恒常的に毎月 1,500 円が通信料金から割引される²⁰。

ソフトバンクは 2017 年 9 月に新割引プラン「ワンキュッパ割」を提供開始した。このプランでは特定の対象端末の購入及び特定の料金プラン²¹への加入が必要ではあるものの、その後は他の端末に変更しても、恒常的に毎月 1,457 円が通信料金から割引される²²。

【図表 I-21】MNO 各社の新たなプランの概要（NTT ドコモ、ソフトバンク）



出所：各社ウェブサイトを基に総務省作成

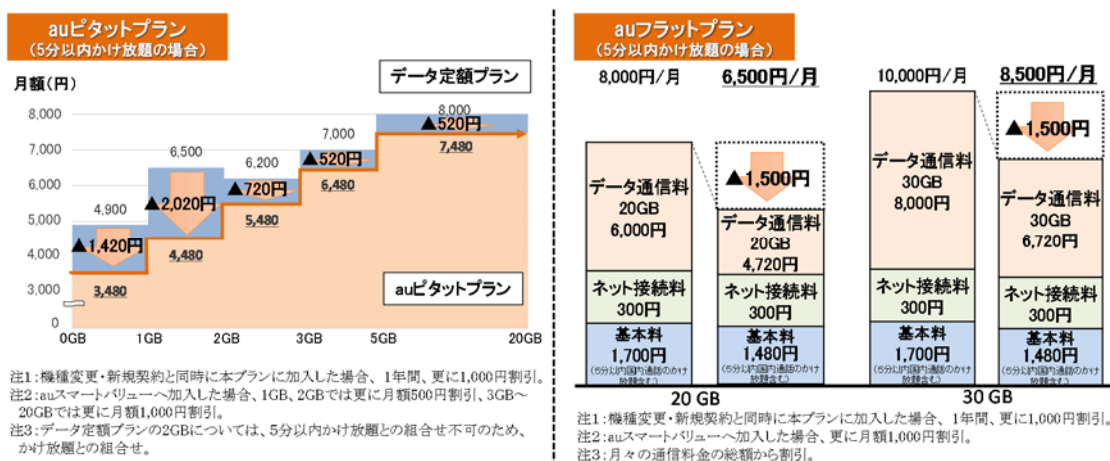
²⁰ 端末購入に伴う月額通信料金割引を受けて他の端末に変更した場合を除く。

²¹ 基本料：通話定額基本料又は通話定額ライト データ：データ定額 1 GB

²² 脚注 20 に同じ。

KDDI は 2017 年 7 月 14 日から、実際のデータ使用量に応じた定額料金が自動的に適用される「au ピタットプラン」及び 20GB 又は 30GB のデータ定額型料金の「au フラットプラン」を提供開始した。これらは端末購入を条件とする割引ではなく、通信料金を恒常的に値下げするものである。これまでのプランと比較すると、「au ピタットプラン」においては最大約 30% 料金が低廉化し、「au フラットプラン」においては 20GB 及び 30GB いずれのプランも 1,500 円料金が低廉化する²³。

【図表 I - 22】 MNO 各社の新たなプランの概要 (KDDI)

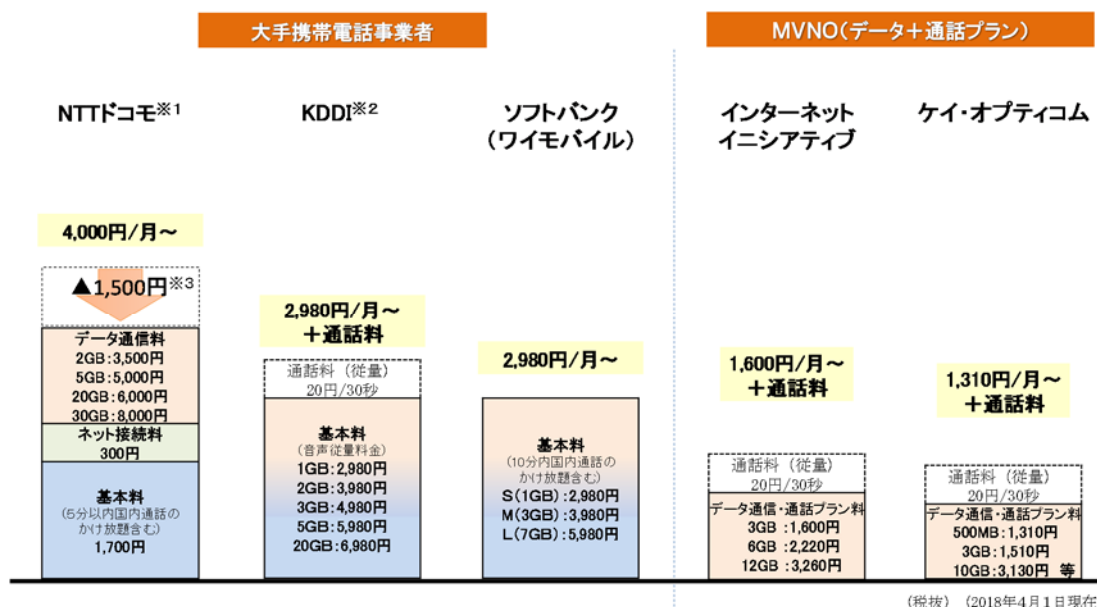


出所：各社ウェブサイトを基に総務省作成

²³ 2018年5月にはNTTドコモ(「ベーシックパック」)で4段階、2018年6月にはソフトバンク(「おてがるプラン」)で3段階の料金がデータ通信使用量に応じて自動的に適用されるプランの提供が開始されている。

上記のようなプラン等の登場により、大手携帯電話事業者における料金の低廉化が進展している。

【図表 I-23】MNO と MVNO のスマートフォンの料金比較（例）



- ※1：「docomo with」加入の場合。
- ※2：「auピタットプラン」（シンプル）加入の場合。
- ※3：月々の通信料金総額から割引。

出所：各社ウェブサイトを基に総務省作成

【参考】一定の使用状況を想定した1家族あたりの割引額の例

NTTドコモ(「docomo with」)の例

料金内訳	従来プランの場合					docomo with の場合	割引額
	基本料	データ通信料	シェアオプション	SPモード			
父 カナダイ(主) ~2GB	2,700	12,500	0	300	15,500	14,000	▲1,500
母 カナダイ(子) ~1GB	1,700	0	500	300	2,500	1,000	▲1,500
子 カナダイ(子) ~5GB	1,700	0	500	300	2,500	1,000	▲1,500
子 シンプル ~5GB	980	0	500	300	1,780	280	▲1,500
一家族合計	22,280					16,280	▲6,000

(単位 円/月)

※「従来プラン」において、データ通信料は「父」を主回線としたシェアパック(15GB)の使用を想定。また、端末代金や端末購入補助は考慮していない。
 ※「docomo with」において、特定の端末の購入が必須。本表において端末代金は考慮していない。

KDDI(「auピタットプラン」)の例

料金内訳	従来プランの場合				auピタットプラン の場合	割引額
	基本料	データ通信料	LTE NET			
父 カナ ~2GB	2,700	3,500	300	6,500	5,480	▲1,020
母 スーパーカナ ~1GB	1,700	2,900	300	4,900	3,480	▲1,420
子 スーパーカナ ~5GB	1,700	5,000	300	7,000	6,480	▲520
子 シンプル ~5GB	980	5,000	300	6,280	5,980	▲300
一家族合計	24,680				21,420	▲3,260

(単位 円/月)

※「従来プラン」において、端末代金や端末購入補助は考慮していない。
 ※「auピタットプラン」において、端末の新規購入は必須ではない。本表において端末代金は考慮していない。また、実際のデータ通信使用量によっては値下げ額が変動する可能性がある。

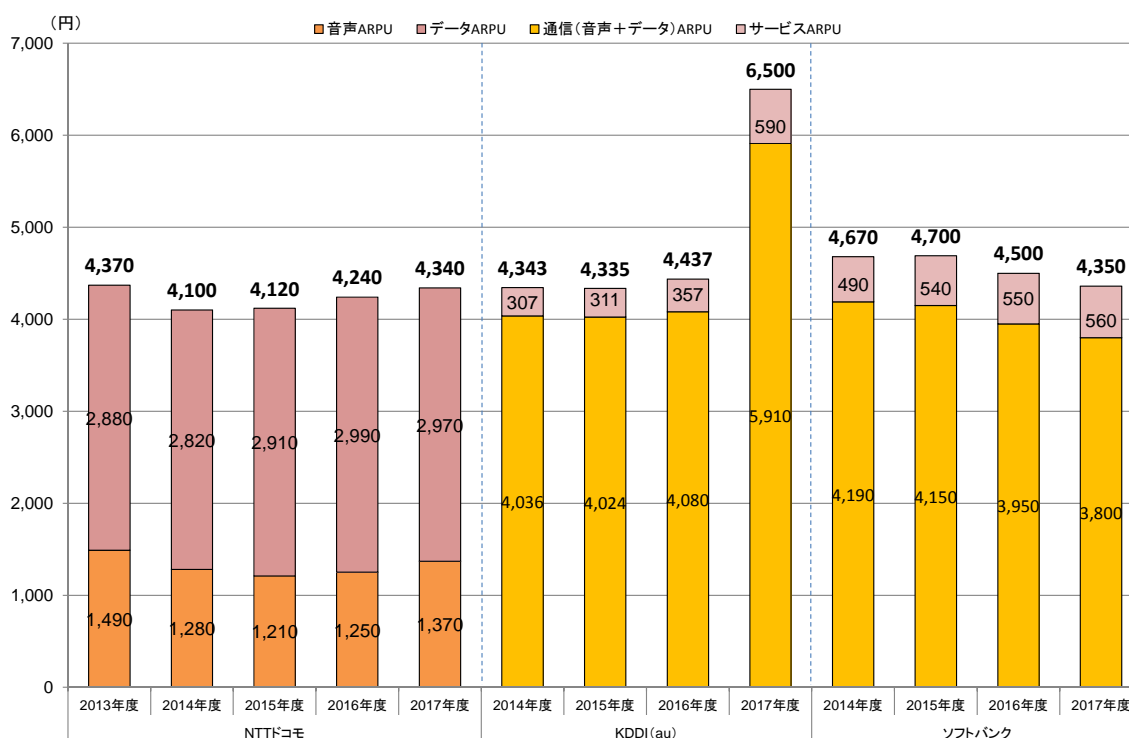
出所：各社ウェブサイトを基に総務省作成

④ MNO各社の利益水準

MNO各社の利益水準(ARPU²⁴)をみると、NTTドコモは4,340円(前年度比+100円)と増加傾向、ソフトバンクは4,350円(前年度比▲150円)と減少傾向となっている。

KDDIは6,500円となっている。

【図表I-24】MNO各社のARPUの推移



注1：各社のARPU等は各社ごとの基準で算出、公表されているもの。同一の計算方法で算出されたものではない。

注2：KDDIについては、2017年度以降、一人当たりモバイルデバイス数が公表されていないため、同社が公表しているARPA(Average Revenue Per Account)を用いている。

注3：ソフトバンクは、音声+データ合計のARPUのみ公表。

出所：各社決算資料を基に総務省作成

²⁴ Average Revenue Per Userの略。加入者一人当たりの月間売上高。

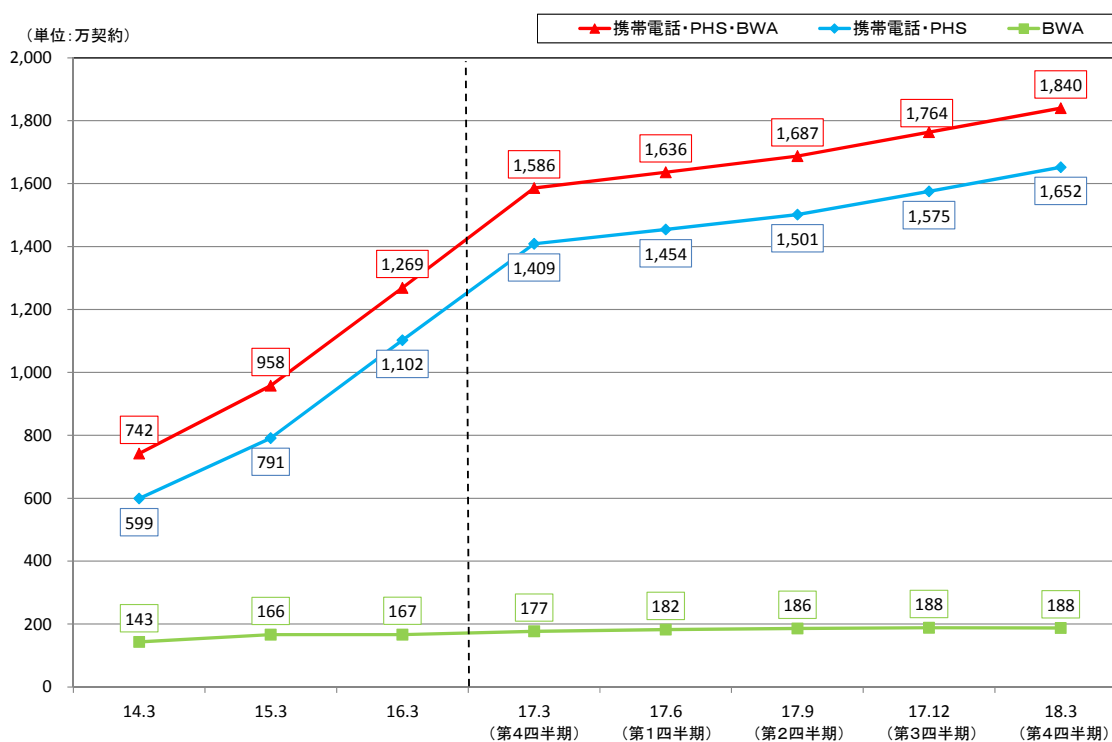
(3) MVNO サービス市場

① 市場規模

ア 契約数

2017年度末時点におけるMVNOサービス契約数は1,840万²⁵（前期比+4.3%、前年度末比+16.0%）と増加傾向である。

【図表 I - 25】MVNO（MNO である MVNO を除く）サービスの契約数の推移



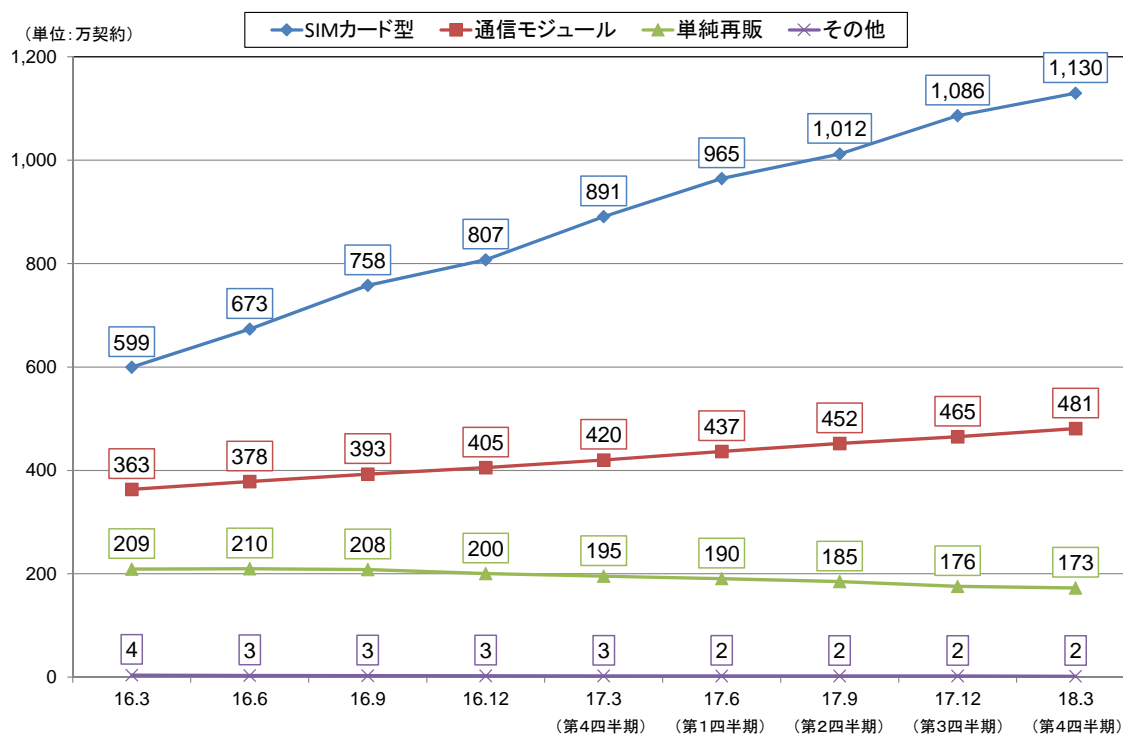
注：MNO からの報告を基に作成。

出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

²⁵ 脚注 10 に同じ。

契約数が3万以上のMVNOのサービス区別契約数は、SIMカード型が1,130万（前期比+4.0%、前年度末比+26.8%）、通信モジュールが481万（前期比+3.4%、前年度末比+14.4%）とともに増加傾向となっている。

【図表 I - 26】MVNO サービスの区別契約数の推移



注1：提供している契約数が3万以上のMVNOからの報告を基に作成。

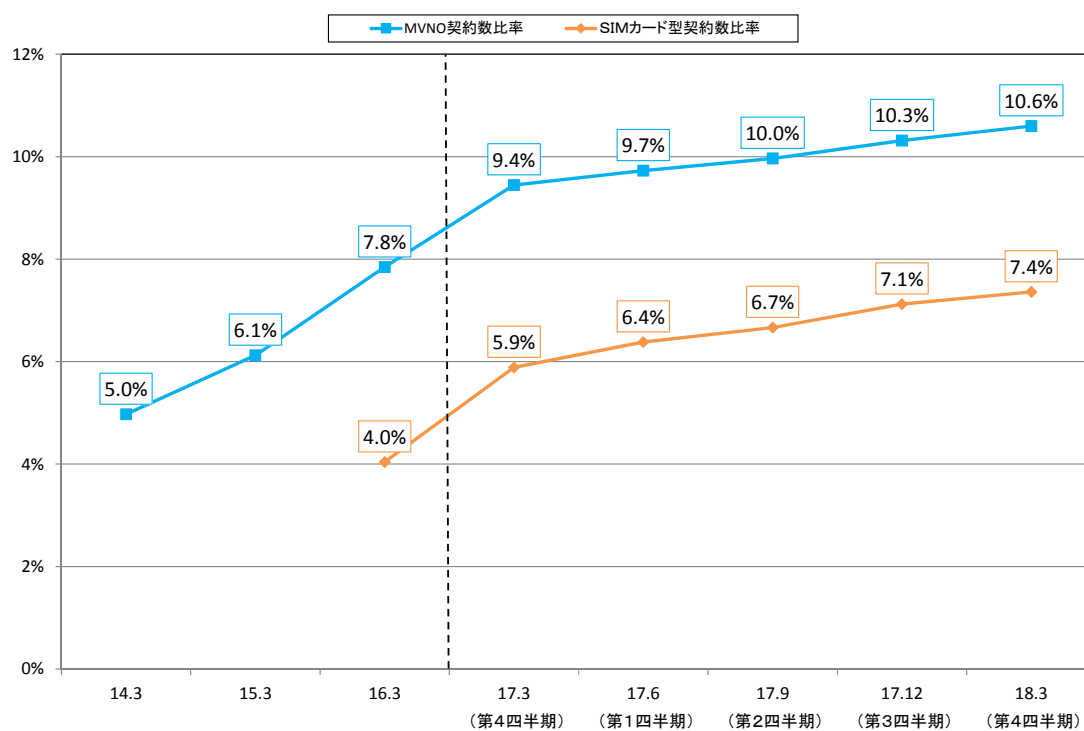
注2：それぞれの区分については以下のとおり。

- ・SIMカード型：SIMカードを使用してMVNOサービスを提供している場合（SIMカードが製品に組み込まれている場合を含む。）で、自ら最終利用者に提供しているもの。
- ・通信モジュール：特定の業務の用に供する通信に用途が限定されているモジュール向けに提供している場合で、自ら最終利用者に提供しているもの
- ・単純再販：MNOが提供するサービスと同内容のMVNOサービスを提供している場合で、自ら最終利用者に提供しているもの。
- ・その他：「SIMカード型」「通信モジュール」「単純再販」のいずれにも属さないMVNOサービス。

出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

移動系通信の契約数に占める MVNO サービスの契約数の比率は、10.6%（前期比+0.3ポイント、前年度末比+1.2ポイント）と増加傾向となっている。

【図表 I - 27】移動系通信の契約数に占める MVNO サービスの契約数比率及び SIM カード型の契約数比率の推移



注 1 : MVNO サービスの契約数比率=MVNO サービスの契約数/移動系通信の契約数

注 2 : SIM カード型の契約数比率=SIM カード型の契約数/(移動系通信の契約数-MNO が提供する通信モジュールの契約数)

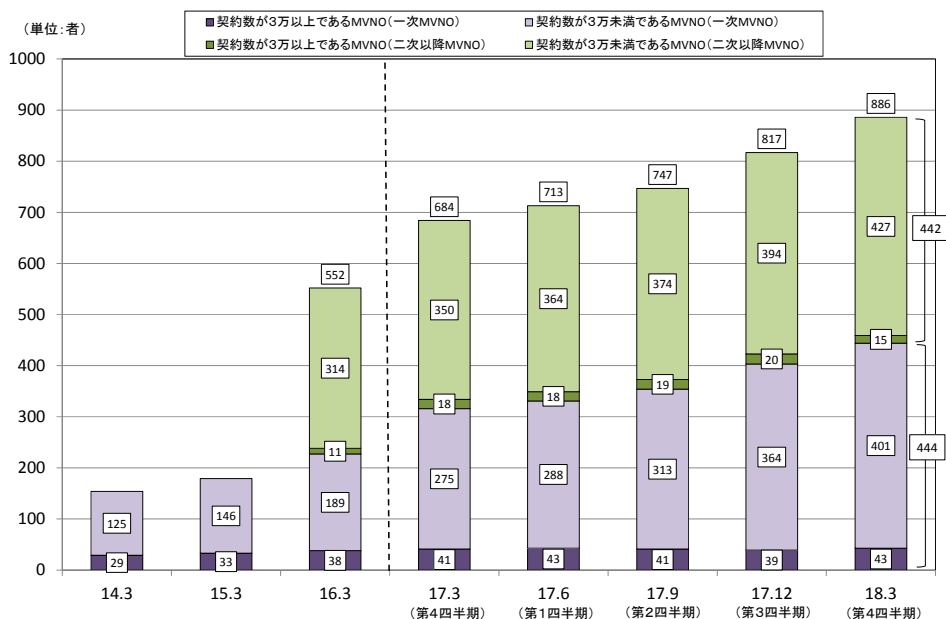
注 3 : MNO が提供する通信モジュールの契約数は 2,010 万 (2017 年度末)。

出所 : 電気通信事業報告規則に基づく報告

イ 事業者数

一次 MVNO²⁶サービスの事業者数は 444 者²⁷（前期比+41 者、前年度末比+128 者）、二次以降の MVNO²⁸サービスの事業者数は 442 者（前期比+28 者、前年度末比+74 者）とともに前年度末と比べて大きく増加している。

【図表 I-28】MVNO サービスの事業者数の推移



注 1 : MNO 及び提供している契約数が 3 万以上の MVNO からの報告を基に作成。

注 2 : 二次以降の MVNO の事業者数には、二次以降の MVNO のみから回線の提供を受けている契約数 3 万未満の MVNO の事業者数は含まない。

注 3 : 二次以降の MVNO サービスの事業者数については、2016 年 3 月末より報告事項に追加されている。

出所 : 電気通信事業報告規則に基づく報告

【参考】MVNO サービスの区分別事業者数の推移

(単位: 者)

区分	16.3	17.3	17.6	17.9	17.12	18.3
SIM カード型	29 (15)	41 (20)	42 (20)	41 (19)	41 (17)	42 (21)
通信モジュール	17 (12)	18 (12)	19 (14)	18 (14)	18 (14)	17 (13)
単純再販	17 (15)	19 (15)	19 (15)	20 (15)	21 (14)	22 (15)
その他	3 (2)	3 (2)	3 (2)	3 (2)	3 (2)	3 (2)

注 1 : 契約数が 3 万以上の MVNO からの報告を基に作成。

注 2 : 複数のサービスを提供する事業者については、それぞれの区分毎に事業者数を計上している。

注 3 : 括弧内はそれぞれの区分における一次 MVNO の事業者数。

出所 : 電気通信事業報告規則に基づく報告

²⁶ MNO から直接回線の提供を受ける MVNO。

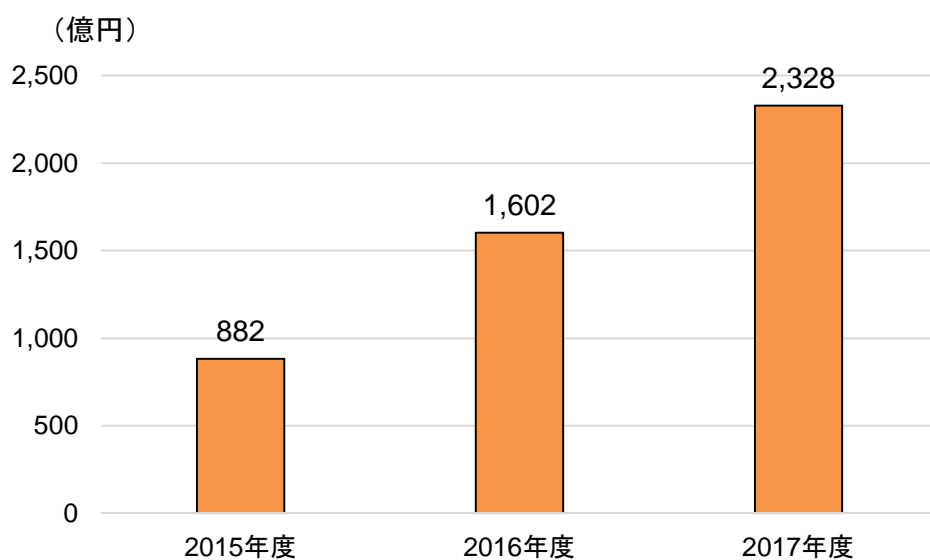
²⁷ MNO である MVNO を含めると 448 者。

²⁸ MVNO から回線の提供を受ける MVNO。

ウ 売上高

2017年度のMVNOサービスの売上高は2,328億円（前年度比+45.3%）と増加傾向となっている。

【図表 I - 29】MVNOサービスの売上高の推移



出所：各社決算資料を基に総務省作成

② 市場シェア

2017年度末時点におけるMVNOサービス市場の事業者（契約数が3万以上のMVNO）別シェア²⁹は、主に通信モジュールを提供する複数の事業者のシェアが減少。一方、主にSIMカード型を提供する事業者の上位5社のシェアの合計は増加傾向となっている。

また、契約数が3万以上のMVNOの事業者数は58者（前期比、前年度末比ともに▲1者）と横ばいで推移している。シェア上位のMVNOの契約数が増加傾向にあること、またMVNO間の事業承継等により、HHIは683（前期比+29、前年度末比+72）と増加傾向となっている。

契約数が3万以上のMVNOのうち、SIMカード型を提供する事業者の数は42者（前期比、前年度末比ともに+1者）と横ばいで推移している。シェア上位のMVNOの契約数が増加傾向にあること、またMVNO間の事業承継等により、当該MVNOの事業者別シェア³⁰を基に算出したHHIは822（前期比+22、前年度末比+100）と増加傾向となっている。

なお、MNOであるMVNO³¹を含めたSIMカード型の契約数が3万以上のMVNOの事業者別シェアを基に算出したHHIは766（前期比+24、前年度末比+89）となる。当該契約数に占めるUQコミュニケーションズのシェアは増加傾向であり、シェア上位のMVNOと同程度になっている。

さらに、MNOのサブブランド³²及びSIMカード型の契約数が3万以上のMVNOの事業者別シェアを基に算出したHHIは1,493（前期比▲56、前年度末比▲359）となる。ワイモバイルのシェアは他のMVNO事業者に比してかなり大きいものの、減少傾向にある。また、UQコミュニケーションズのシェアは増加傾向となっている。

契約数が3万以上のMVNOのうち、通信モジュールを提供する事業者の数は17者（前期比、前年度末比ともに▲1者）と横ばいで推移している。当該MVNOの事業者別シェアを基に算出したHHIは3,690（前期末比+164、前年度末比+282）と増加傾向となっている。

²⁹ 他のMVNOへの提供(再卸)に係るものは含まない。また、MNOのグループ内取引による契約数の重複を排除している。

³⁰ SIMカード型の契約数における事業者別シェアは、楽天が最も高く15.5%、その他の主な事業者のシェアは、インターネットイニシアティブが14.6%、NTTコミュニケーションズが11.7%、ケイ・オプティコムが10.1%、ビッグロープが5.2%となっている。

³¹ MNOであるMVNOのうち、UQコミュニケーションズがSIMカード型を提供。

³² ここではUQコミュニケーションズの提供するMVNOサービス及びソフトバンクの提供する「ワイモバイル」を指す。

③ MVNO の料金プラン

2018年4月時点における主要MVNOの料金プラン（音声通話付きデータ通信）は、以下のとおりである。

データ通信については、従来プランに加えて、2016年10月以降、大容量プラン（20GB以上を目安）が順次導入にされ、選択肢が拡大している。

音声通話について、基本料がデータ通信料金に含まれている定額制プランを提供している事業者もあるものの、各社概ね700円程度となっている。通話料については、主なMVNO各社は30秒当たり20円となっている。

【図表 I-30】MVNO のサービス・料金の概要（代表例）

（月額、税抜）（2018年4月1日時点）

会社名 （ブランド名）	楽天 （楽天モバイル）		インターネット イニシアティブ （Ujico） ※2		NTT コミュニケーションズ （OCNモバイルONE）	ケイ・オプティコム （mineo）		ビッグロープ （BIGLOBEモバイル）		（参考）UQコミュニケーションズ （UQモバイル）			
	従来プラン	スーパーホーダイ ※1						セレクトプラン ※3	スマホ まる特プラン ※4	従来プラン	おしゃべりプラン びったりプラン ※5		
データ通信料金	500MB	—	—	—	—	700円		—	—	—	—		
	1GB	—	—	—	—	800円		700円	2,980円	—	2,980円		
	2GB	—	2,980円	—	—	—		—	—	—	—		
	3GB	900円 (3.1GB)	—	900円	1,100円	900円	900円	900円	3,480円	980円	3,980円		
	4GB	—	—	—	—	—		—	—	—	—		
	5GB	1,450円	—	—	—	—		—	—	—	—		
	6GB	—	3,980円	1,520円	1,450円	1,580円	1,450円	1,450円	3,980円	—	—		
	7GB	—	—	—	—	—		—	—	—	5,980円		
	8GB	—	—	—	—	—		—	—	—	—		
	9GB	—	—	—	—	—		—	—	—	—		
	10GB	2,260円	—	—	2,300円	2,520円	—		—	—	—		
	12GB	—	—	2,560円	—	—		2,700円	5,980円	—	—		
	14GB	—	5,980円	—	—	—		—	—	—	—		
	20GB	4,050円	—	—	4,150円	3,980円	4,500円	4,500円	7,480円	—	—		
24GB	—	6,980円	—	—	—		—	—	—	—			
30GB	5,450円	—	—	6,050円	5,900円	6,750円	6,750円	8,980円	—	—			
料金 音声通信	基本料	700円	込み (5分以内かけ放題)		タイプA 700円	タイプD 700円	700円	Aプラン 610円	Dプラン 700円	700円	込み (10分以内かけ放 題or無料通話90分 /月)	700円	込み (5分以内かけ放 題or無料通話30分 /月)
	通話料	20円/30秒	20円/30秒 ※6	20円/30秒	20円/30秒	20円/30秒	20円/30秒	20円/30秒 ※6		20円/30秒	20円/30秒 ※6		
合計	1,600円～	2,980円～	1,600円～		1,800円～	1,310円～		1,400円～	2,980円～	1,680円～	2,980円～		

- ※1：国内通話5分以内かけ放題がセットになった月額料金プラン。通信量がデータ容量を超えた場合でも最大1Mbpsで通信可能。
- ※2：3,100円/月で+20GB、5,000円/月で+30GBの大容量オプションも提供。
- ※3：タイプD/Aから選ぶことができ、タイプAはデータ通信専用SIMの申込不可。1GBプランは音声通話SIMのみ利用可。
- ※4：国内通話10分以内かけ放題又は無料通話90分がセットになった料金プラン。
- ※5：国内通話5分以内かけ放題（おしゃべりプラン）又は無料通話30～90分（びったりプラン）を含む料金プラン。
- ※6：無料通話分超過時の従量料金。

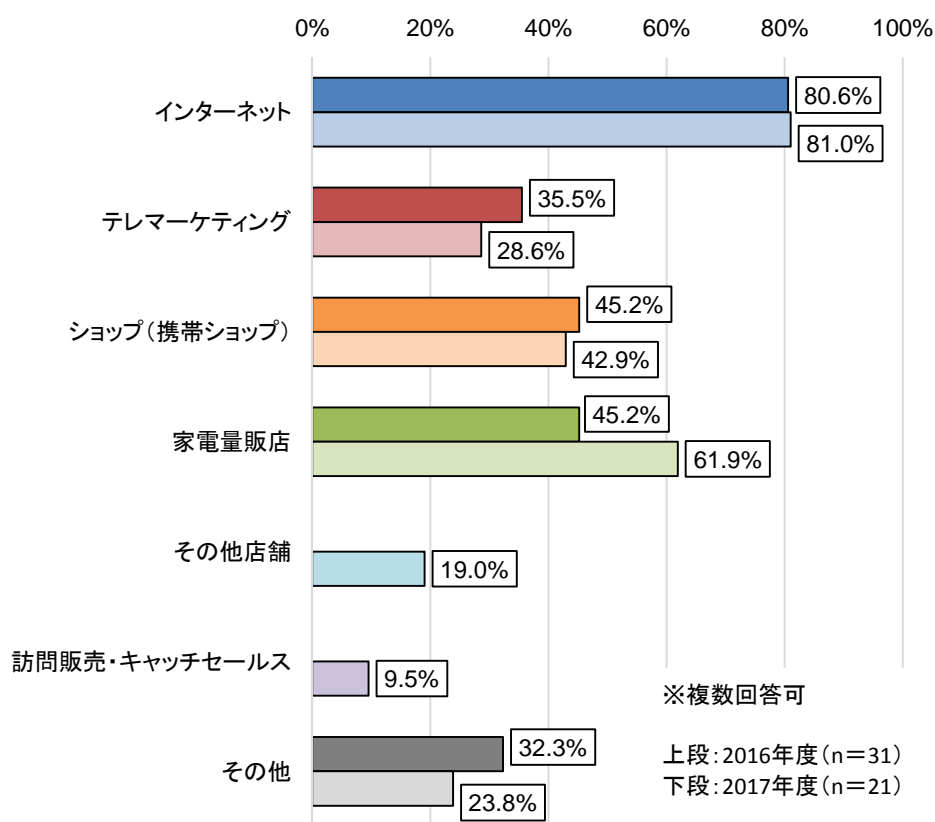
出所：各社ウェブサイトを基に総務省作成

2 利用者の動向等に係る分析

① 利用者の契約場所等

MVNO における販売チャネルの状況は 2016 年度と同傾向であり、「インターネット」(81.0%) が最も多いほか、次いで多かった「家電量販店」(61.9%) が 2016 年度に比して高い割合となった。

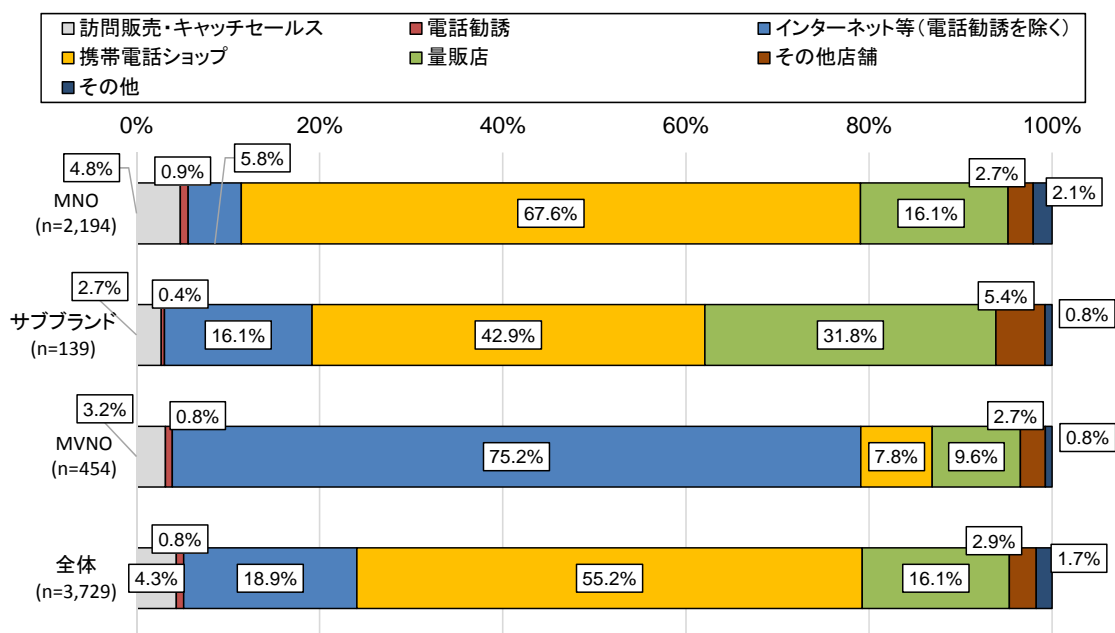
【図表 I - 31】 MVNO における販売チャネルの状況



出所：2016・2017 年度事業者アンケート

移動系通信サービスの契約場所についてみると、MNO 及び MVNO においては 2016 年度と同傾向であったが、サブブランドにおいては、昨年最も多かった「量販店」を「携帯電話ショップ」が上回り、最も多い結果となった。

【図表 I - 32】 移動通信サービスの契約場所

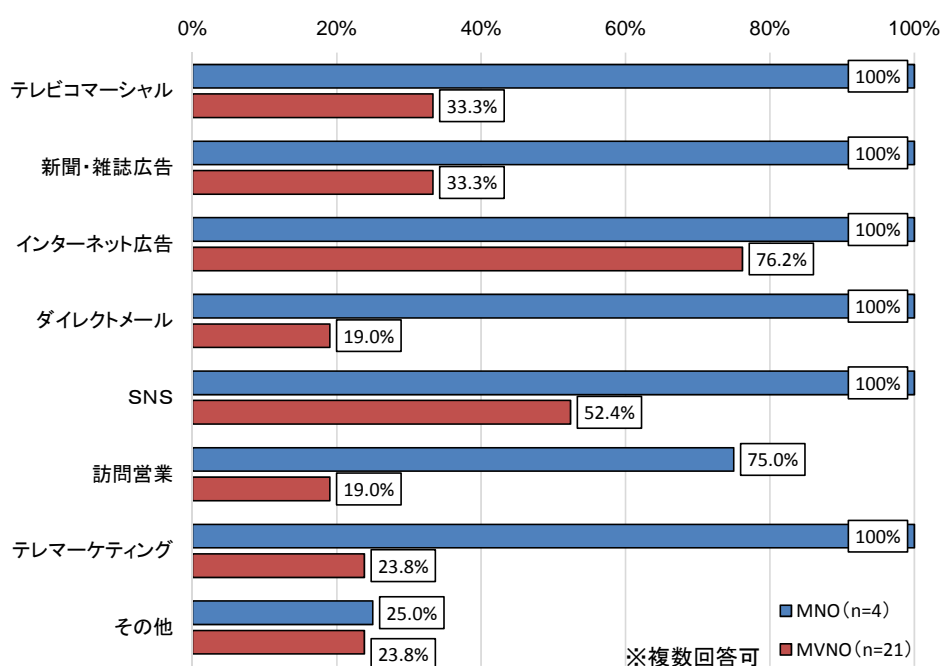


出所：2017 年度利用者アンケート

移動系通信サービスの周知方法についてみると、MNOはアンケートの選択肢にあるほぼ全ての周知方法を実施している。MVNOについては「インターネット広告」(76.2%)が最も多く、次いで「SNS」(52.4%)が多かった。

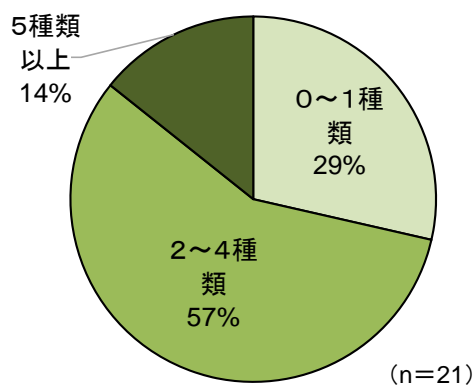
また、MNOが多様な周知方法を実施している一方で、MVNOは平均2～4種類に限定して周知を行っている。

【図表 I - 33】 移動通信サービスの周知方法の状況



出所：2017年度事業者アンケート

【図表 I - 34】 MVNOが実施している移動系通信サービスの周知方法の種類数



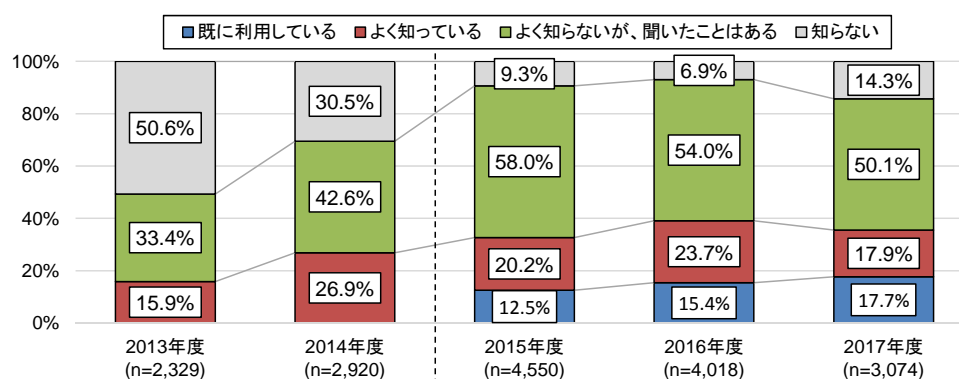
出所：2017年度事業者アンケート

② MVNOサービスの認知度等

MVNOサービスの認知度は、「よく知っている」の割合（17.9%、前年度比▲5.8ポイント）が低下した。「よく知らないが、聞いたことはある」の割合（50.1%、前年度比▲3.9ポイント）及び「知らない」の割合（14.3% 前年度比+7.4ポイント）の合計が微増している。

他方、MVNOサービスの利用率（「既に利用している」の割合）（17.7% 前年度比+2.3ポイント）は、増加傾向となっている。

【図表 I - 35】 MVNO サービスの認知度

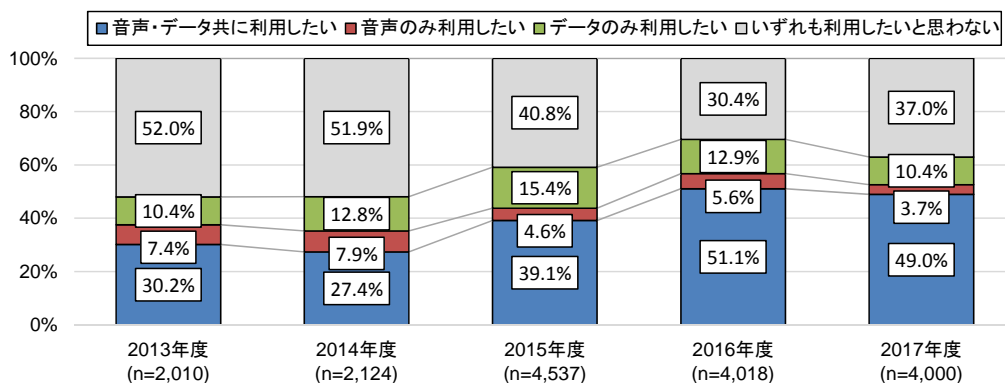


注：2015年度以降、グラフ要素として、「既に利用している」を算出している。

出所：2013～2017年度利用者アンケート

MVNOの今後の利用意向では、「(音声通話、データ通信の) いずれも利用したいと思わない」の割合が増加しているが、「(音声通話又はデータ通信を) 利用したい」の割合は6割超(63.1%)となっている。

【図表 I - 36】 MVNO サービスの今後の利用意向



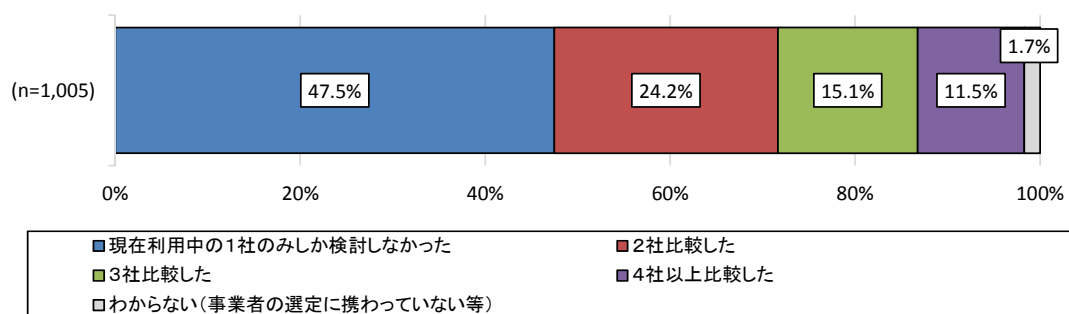
出所：2013～2017年度利用者アンケート

③ 事業者の選択・変更状況等

ア サービスの比較検討状況等

移動系通信事業者の比較検討状況については、「現在利用中の1社のみしか検討しなかった」(47.5%)が最も多い結果となった。

【図表 I - 37】 移動系通信事業者の比較検討状況

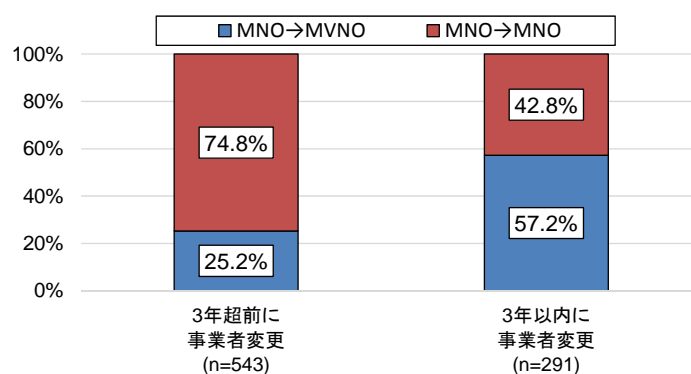


出所：2017年度利用者アンケート

移動系通信サービスの事業者変更経験について、3年以内にMNOから他のMNO又はMVNOへの事業者変更経験がある者のうち、MVNOに変更した者の割合（57.2%）が他のMNOに変更した者の割合（42.8%）を上回っており、3年超前と比べてMNOからMVNOへの移行が進んでいることが窺える。

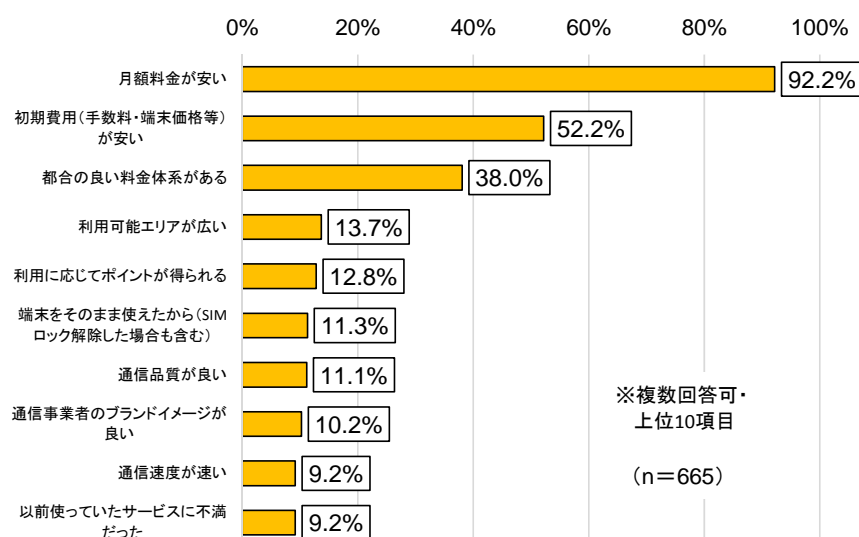
なお、MVNOサービスの選択理由としては、「月額料金が安い」（92.2%）が昨年に引き続き最も多い。

【図表 I - 38】MNOからの事業者変更の状況



出所：2017年度利用者アンケート

【図表 I - 39】MVNOサービスの選択理由



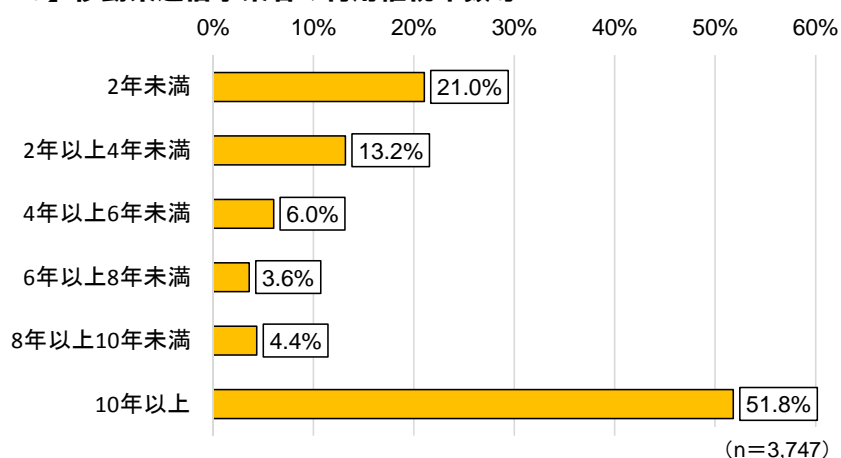
出所：2017年度利用者アンケート

イ 事業者の利用継続年数等

移動系通信事業者の利用継続年数は2016年度に引き続き「10年以上」(51.8%)が最も多く、次いで「2年未満」(21.0%)が多かった。

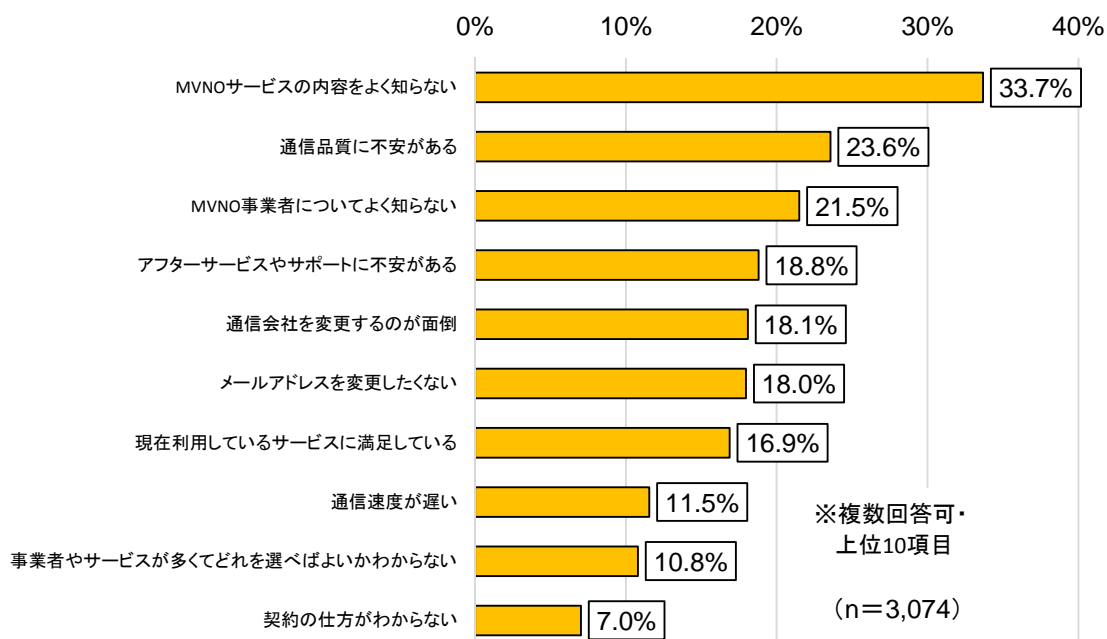
MVNOサービスを利用しない理由としては、「サービスの内容をよく知らない」(33.7%)が昨年に引き続き最も多く、次いで「通信品質に不安がある」(23.6%)が多く挙げられている。

【図表 I-40】 移動系通信事業者の利用継続年数等



出所：2017年度利用者アンケート

【図表 I-41】 MVNO サービスを利用しない理由



出所：2017年度利用者アンケート

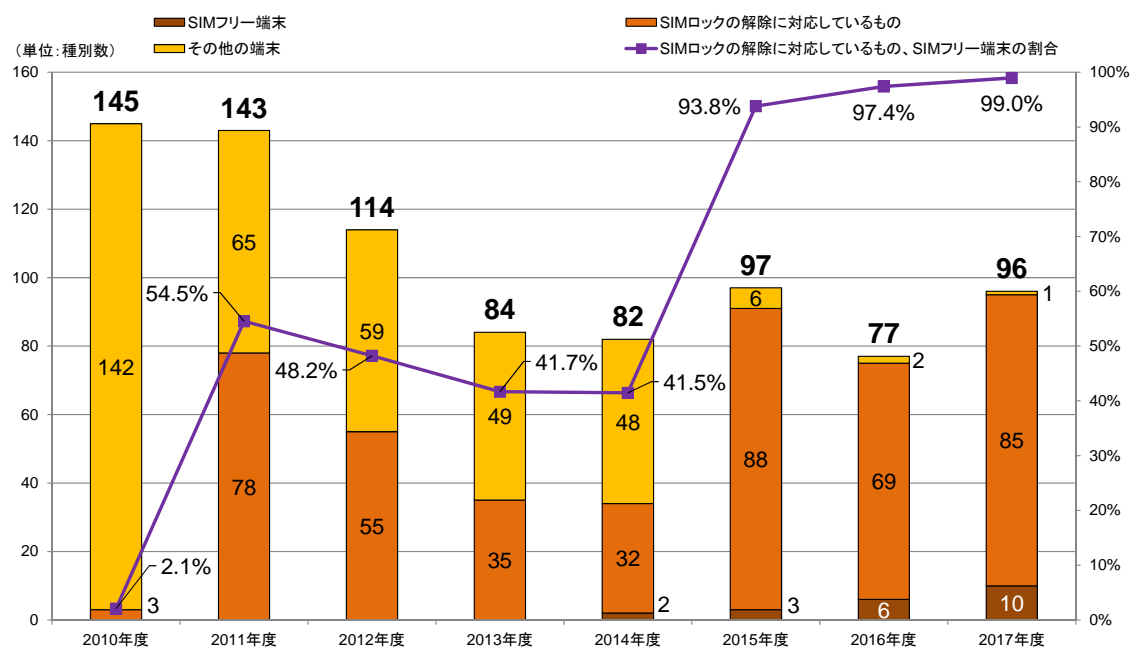
④ SIMロック解除の状況等

2017年度において発売された端末の種別96のほぼ全て(99.9%)がSIMロック解除可能な端末及びSIMフリー端末となっている。近年ではSIMフリー端末の種類も増加傾向にあり、2017年度においては10種類(前年度末比+4)のSIMフリー端末が発売された。

SIMロック解除の利用件数は、2016年度以降大きく増加しており、2017年度においては毎四半期平均1.5倍増加している。

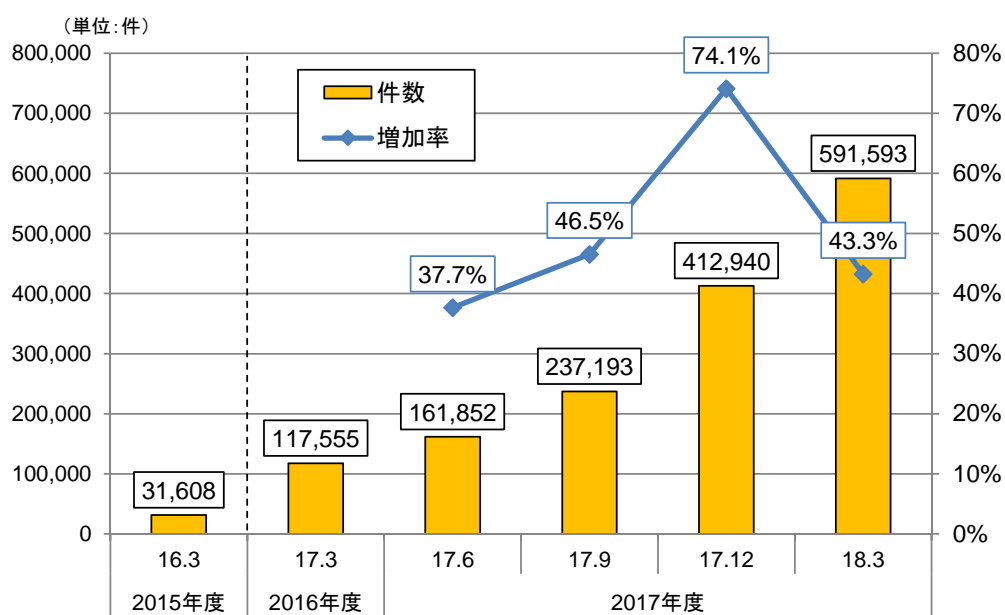
また、SIMロック解除の利用意向については、「既に活用した」「今後活用してみたい」の合計は64.5%(前年度比+9.8ポイント)と利用意向は高まりつつある。

【図表 I-42】 SIMフリー・SIMロック解除端末の状況



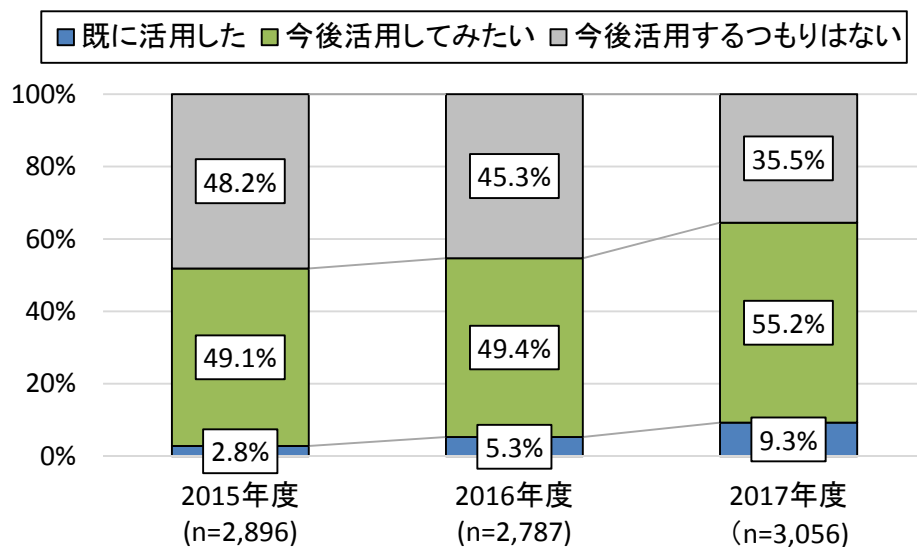
出所：2010～2014 事業者アンケート及び電気通信事業報告規則に基づく報告

【図表 I - 43】 毎四半期の SIM ロック解除の利用件数



出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

【図表 I - 44】 SIM ロック解除の利用意向



出所：2015～2017 年度利用者アンケート

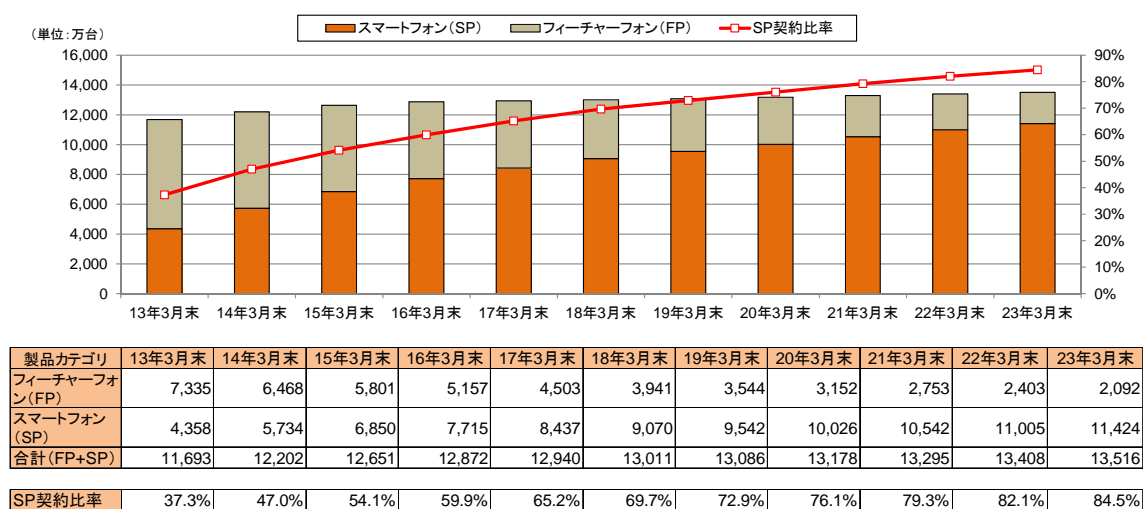
⑤ 料金プランの選択状況等

ア スマートフォン契約数等の推移

民間調査会社の推計によれば、2017年度末時点におけるスマートフォンの契約数は9,070万件であり、フィーチャーフォンとの合計の約7割となっている。

なお、利用者アンケートの回答者において現在利用している端末の調達方法についてみると、ショップ等、又は通信販売で新品を購入した者の割合が96.4%となっている。また、今後端末を交換する際の調達方法についても、新品を購入する予定の者の割合が95.7%となっており、新品の端末の利用意向が強い。

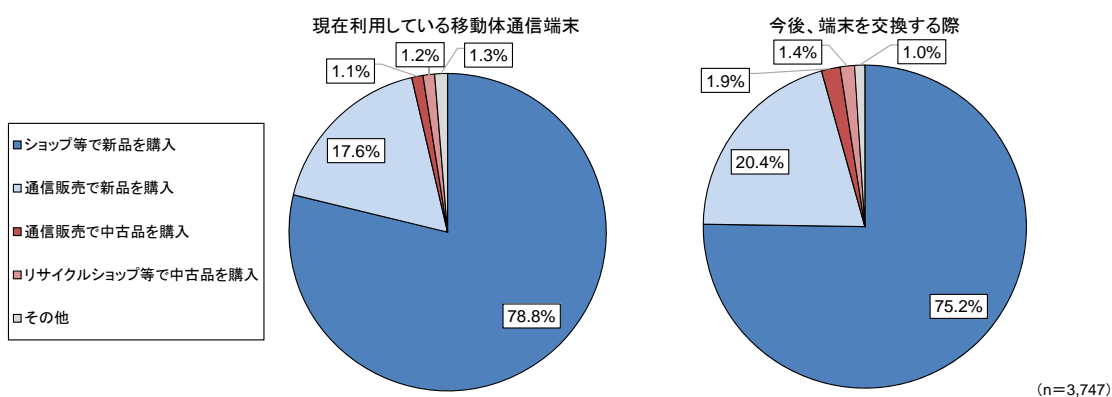
【図表 I - 45】 スマートフォン契約数の推移等



注：2017年度末以降は予測値。

出所：MM総研資料

【図表 I - 46】 端末の調達方法



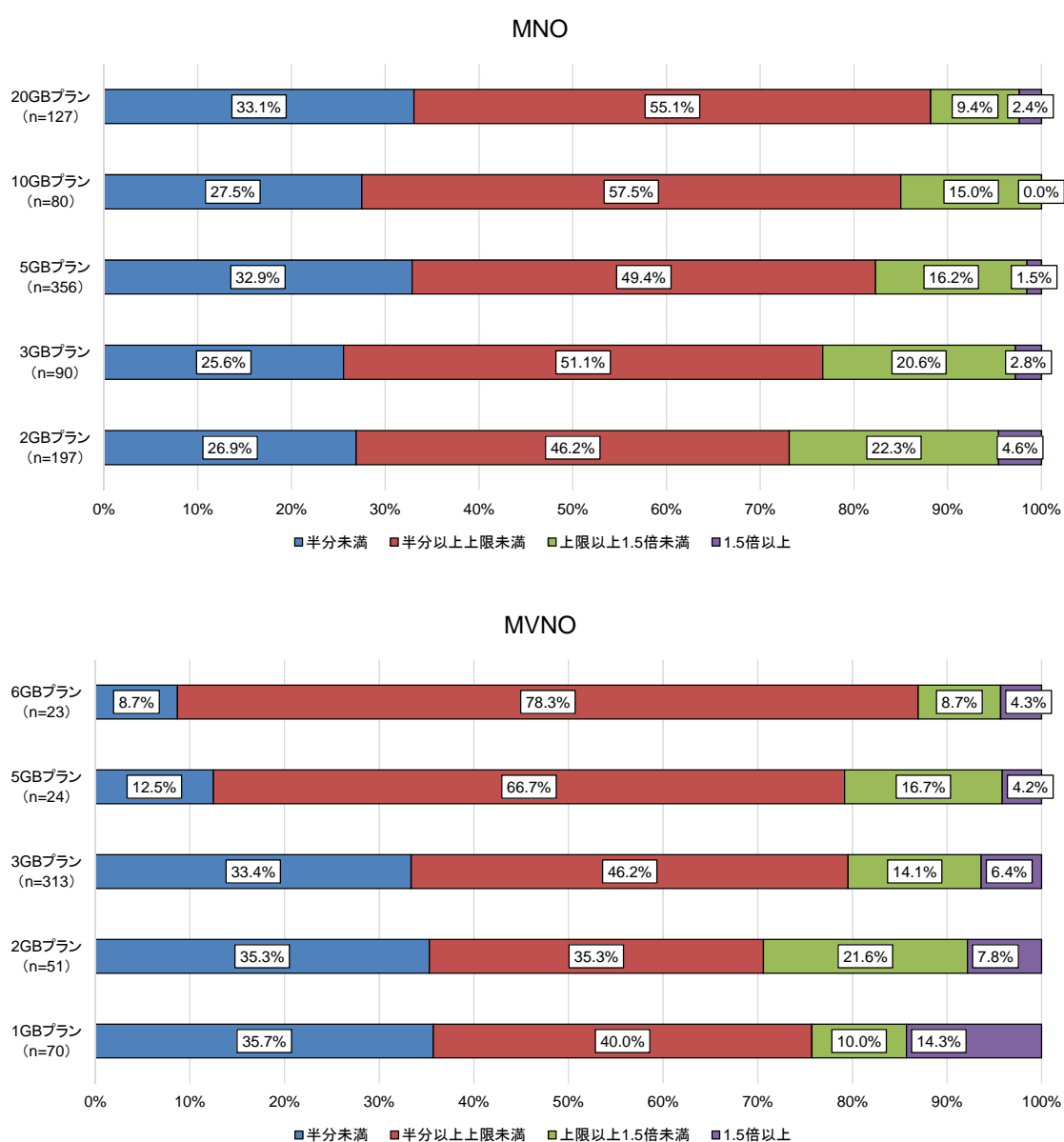
出所：2017年度利用者アンケート

イ データ通信使用量

データ通信の使用量に関して、MNO利用者においては、容量上限の「半分未満」と回答した者が概ね3割程度であった。

MVNO利用者においては、2GBプランや1GBプラン等の低容量プランの利用者では「半分未満」と回答した者がMNOの2GBプラン等を上回っているものの、6GBや5GBの利用者では「半分以上」と回答した者が9割程度であった。

【図表1-47】移動系通信サービスのデータ通信プランごとの実際の使用量



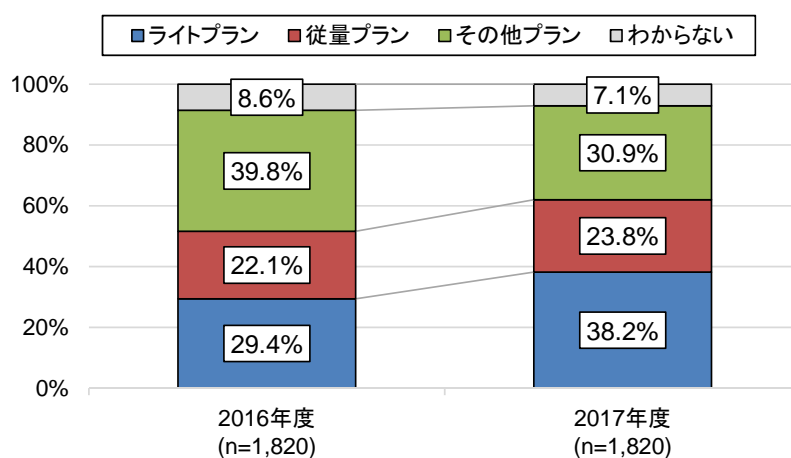
出所:2017年度利用者アンケート

ウ 音声のライトユーザ向けプランの選択状況等

MNO 利用者のうち、音声のライトユーザ向けプラン³³を利用している者の割合は 38.2%（前年度比+8.8 ポイント）となっている。また、従量プラン³⁴については 23.8%（前年度比 +1.7 ポイント）であった。

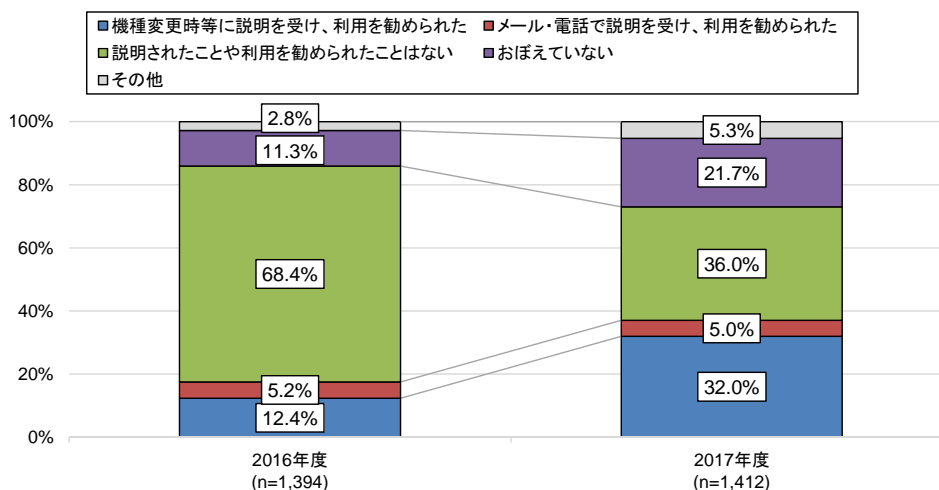
また、音声のライトユーザ向けプランの説明状況について、「機種変更時に説明を受け、利用を勧められた」が 32.0%（前年度末比+19.6 ポイント）となり、大幅に増加した。

【図表 I-48】MNO スマートフォン利用者における音声ライトユーザ向けプランの選択状況



出所：2016・2017 年度利用者アンケート

【図表 I-49】音声ライトユーザ向けプランの説明状況（利用者側の認識）



出所：2016・2017 年度利用者アンケート

³³ ライトユーザ向けプラン：MNO が提供している基本料金が 1,700 円のプラン。

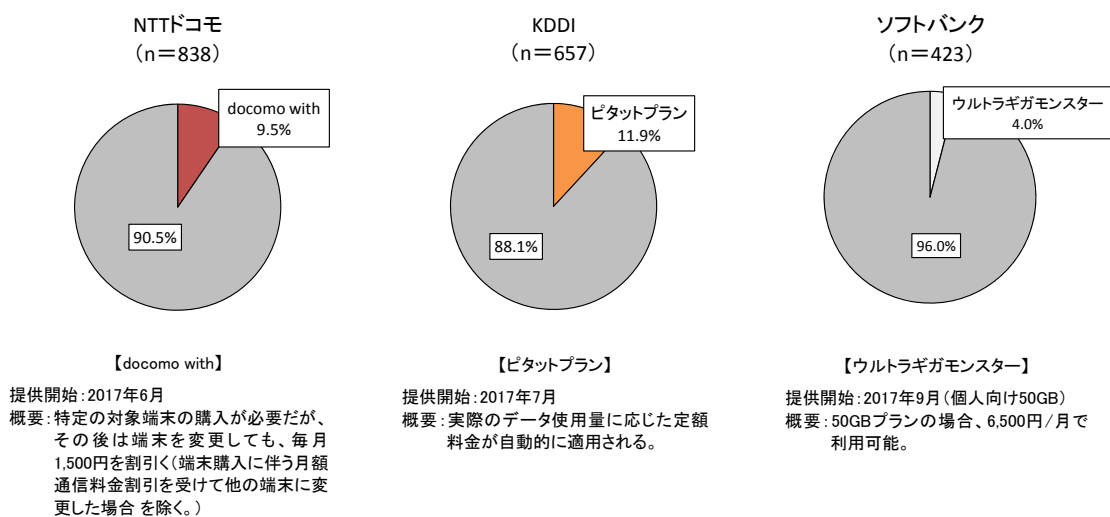
例) カケホーダイライトプラン (NTT ドコモ)、スーパーカケホ (KDDI)、スマ放題ライト (ソフトバンク)

³⁴ 従量プラン：MNO が提供している通話料が従量制 (一部無料)、基本料が 1,000 円未満のプラン。

例) シンプルプラン (NTT ドコモ)、LTE プラン (KDDI)、ホワイトプラン (ソフトバンク)

なお、利用者アンケートによれば、MNO 各社が提供する主な新料金プランの選択状況は、NTT ドコモが提供する「docomo with」については 9.5%、KDDI が提供する「ピタットプラン」については 11.9%、ソフトバンクが提供する「ウルトラギガモンスター」については 4.0%であった。

【図表 I - 50】MNO が提供する主な新料金プランの選択状況



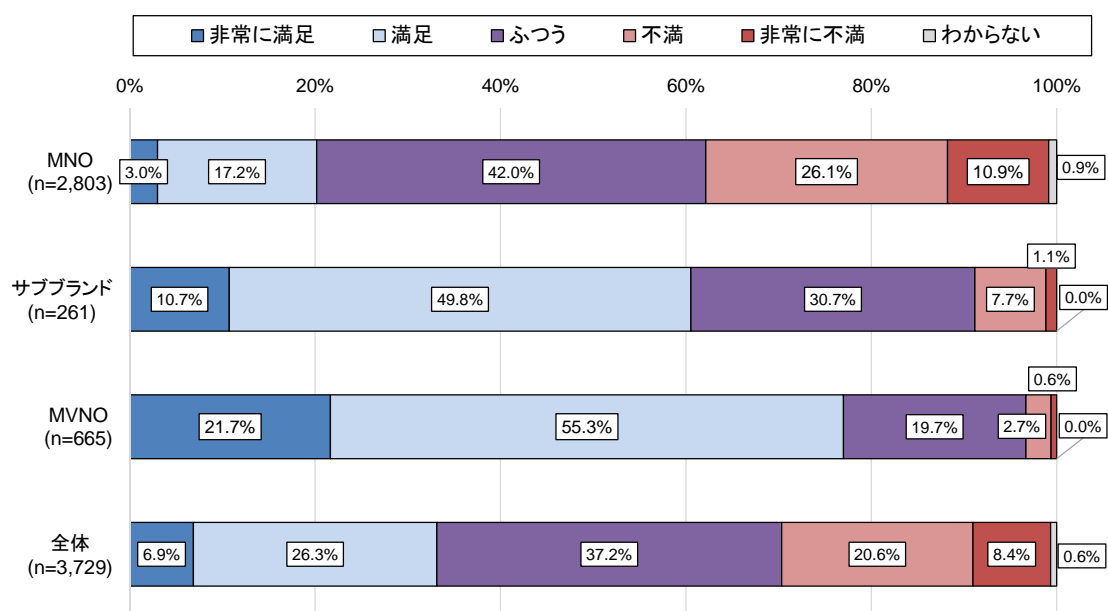
出所：2017 年度利用者アンケート

⑥ 満足度等

移動系通信サービスの料金に対する満足度についてみると、全ての事業者類型において「非常に満足」「満足」の合計の割合が増加し、MNOが20.2%（前年度比+4.1ポイント）、サブブランドが60.5%（前年度比+14.1ポイント）、MVNOが77.0%（前年度比+4.1ポイント）であった。

「不満」「非常に不満」の合計の割合では、MVNOが最も少なかったが微増した（3.3%、前年度比+1.4ポイント）。MNO（37.0%、前年度比▲6.7ポイント）及びサブブランド（8.8%、前年度比▲10.6ポイント）では減少した。

【図表 I -51】 移動系通信サービスの料金に対する満足度

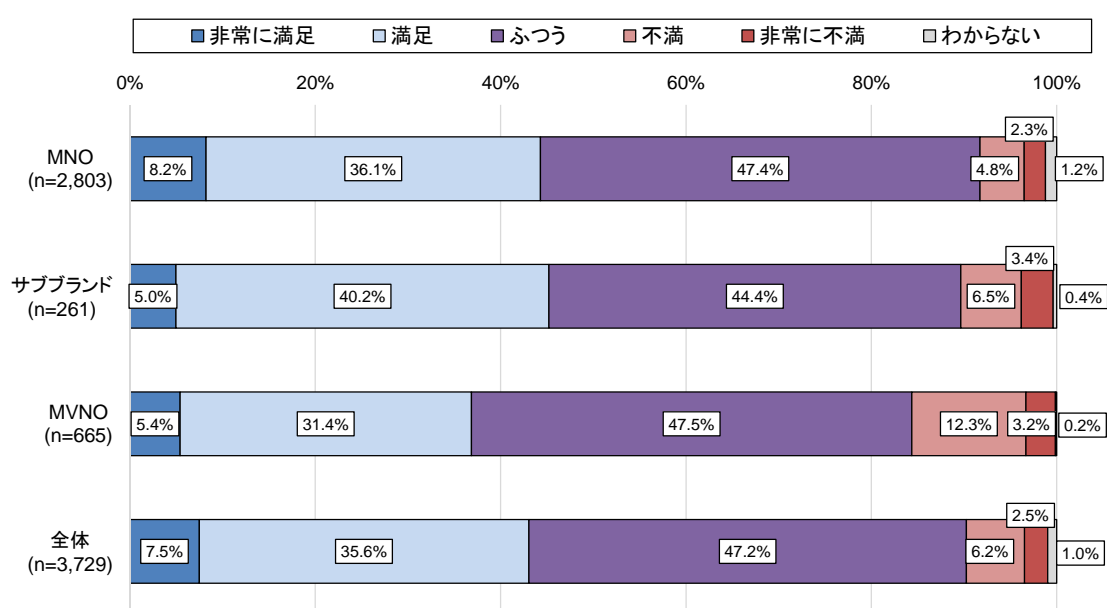


出所：2017年度利用者アンケート

通信速度・品質に対する満足度については、MNO（44.3%、前年度比+6.0ポイント）及びサブブランド（45.2%、前年度比+4.7ポイント）において「非常に満足」「満足」の合計の割合が増加した一方、MVNOにおいて減少した（36.8%、前年度比▲6.1ポイント）。

「不満」「非常に不満」の合計の割合では、全ての事業者類型において減少し、MNOが7.1%（前年度比▲2.6ポイント）、サブブランドが9.9%（前年度比▲6.4ポイント）、MVNOが15.5%（前年度比▲0.6ポイント）であった。

【図表1-52】 移動系通信サービスの通信速度・品質に対する満足度

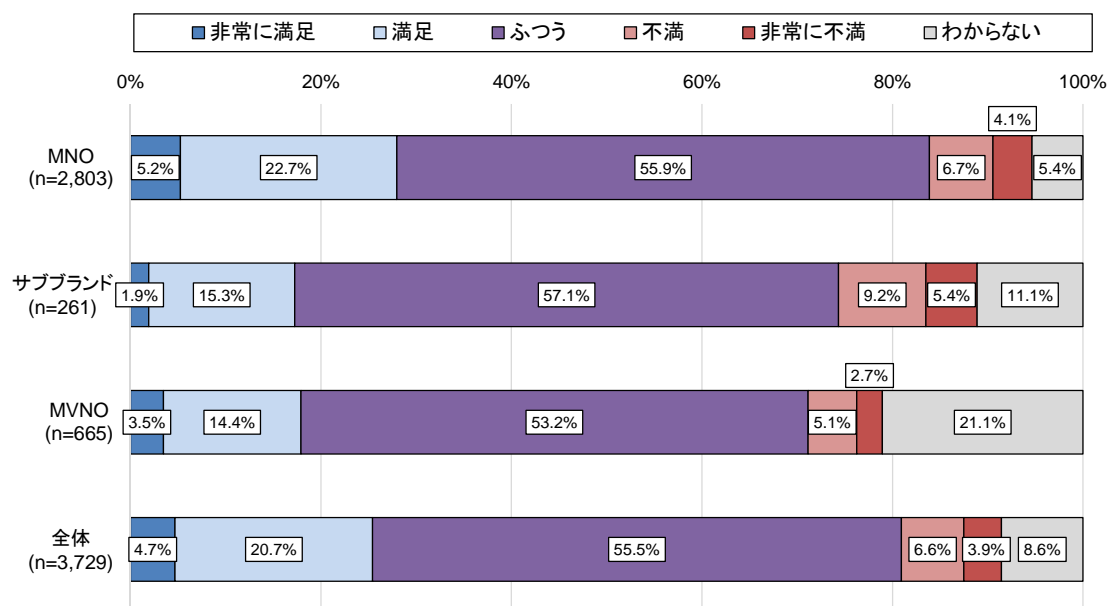


出所：2017年度利用者アンケート

アフターサービスに対する満足度については、MNO (27.9%、前年度比+5.4ポイント) 及びサブブランド (17.2%、前年度比+0.9ポイント) において「非常に満足」「満足」の合計の割合が増加し、MVNOにおいて微減した (17.9%、前年度比▲1.8ポイント)。

「不満」「非常に不満」の合計の割合では、全ての事業者類型においてほぼ横ばいであり、MNOが10.8% (前年度比±0ポイント)、サブブランドが14.6% (前年度比+0.8ポイント)、MVNOが7.8% (前年度比±0ポイント) であった。

【図表 I-53】 移動系通信サービスのアフターサービスに対する満足度

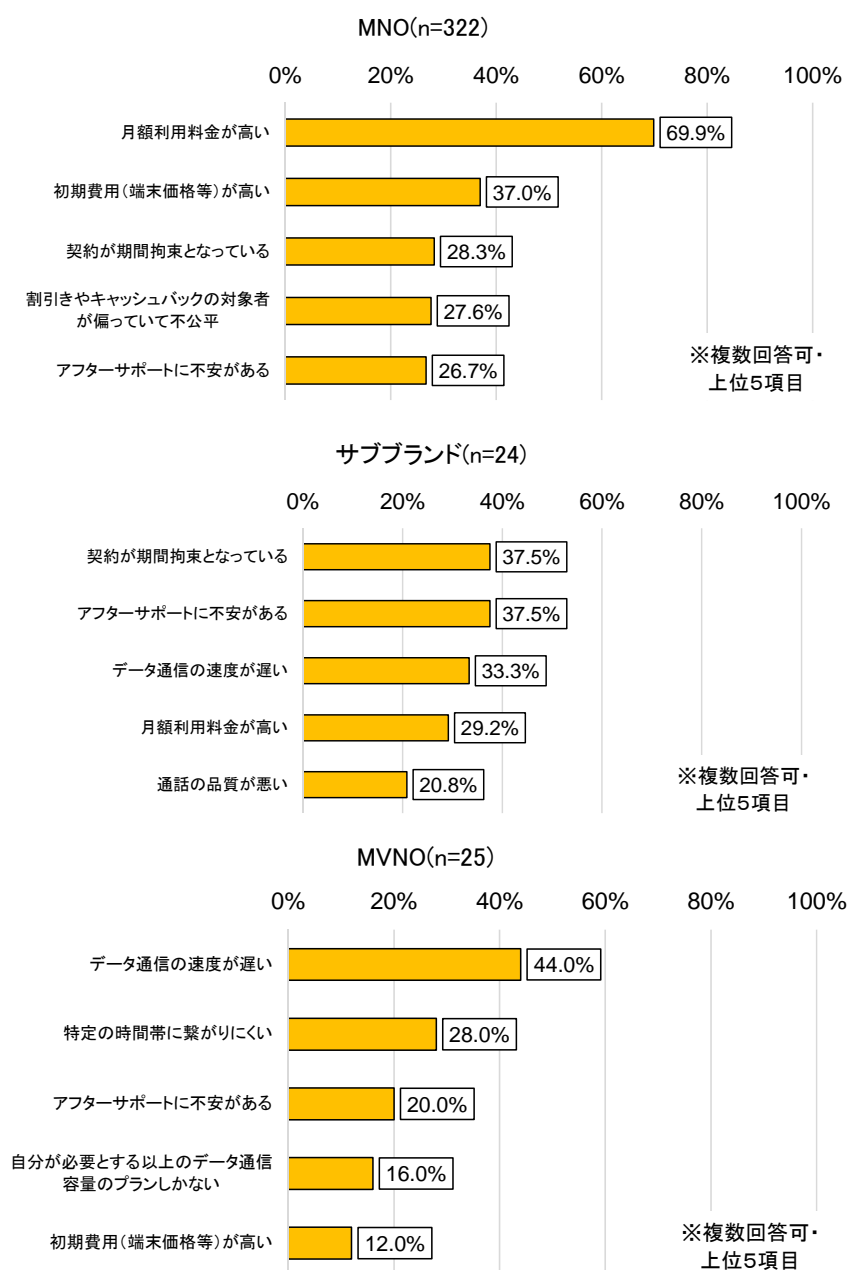


出所：2017年度利用者アンケート

移動系通信サービスの不満足な点については、MNO においては「月額料金が高いこと」が 2016 年度に引き続き最も多かった（69.9%、前年度比▲8.3 ポイント）が、サブブランドにおいては、割合が大幅に減少した（29.2%、前年度比▲24.1 ポイント）。

また、MVNO においては、「データ通信速度が遅いこと」が昨年到现在に引き続き最も多かったが、割合は減少した（44.0%、前年度比▲15.5 ポイント）。

【図表 I - 54】 移動系通信サービスの不満足な点



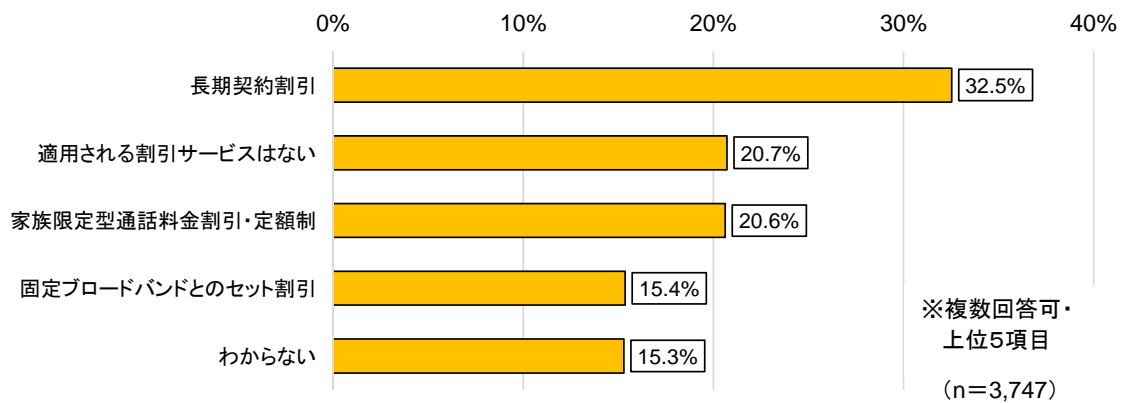
出所：2017 年度利用者アンケート

⑦ 割引の利用状況等

移動系通信サービスの利用者が適用を受けている割引サービスは、契約期間に応じて基本料金等の値引きが行われる「長期契約割引」（32.5%、前年度比+1.2ポイント）が最も多く、また魅力を感じる割引サービスでも最も多かった（21.8%、前年度比▲1.4ポイント）。

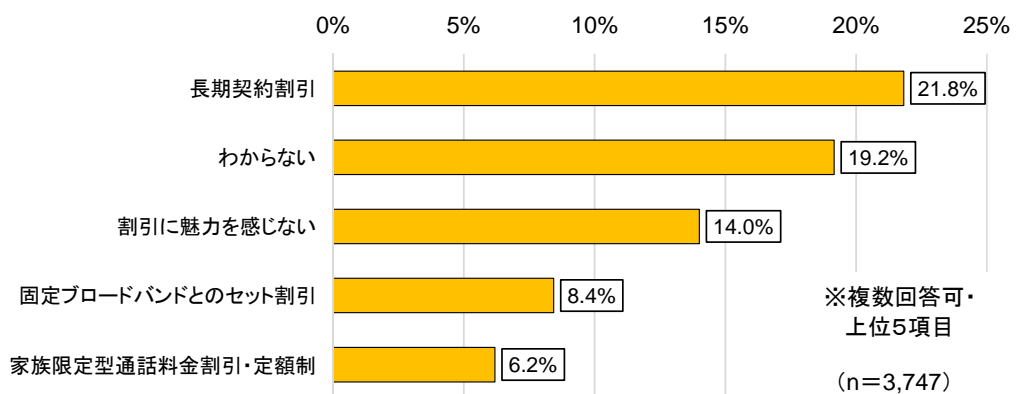
利用者が魅力を感じる「長期継続利用」による割引を実施しているMVNOの割合は、2016年度に比して増加した（23.8%、前年度比+14.1ポイント）。

【図表 I - 55】現在適用を受けている割引サービス



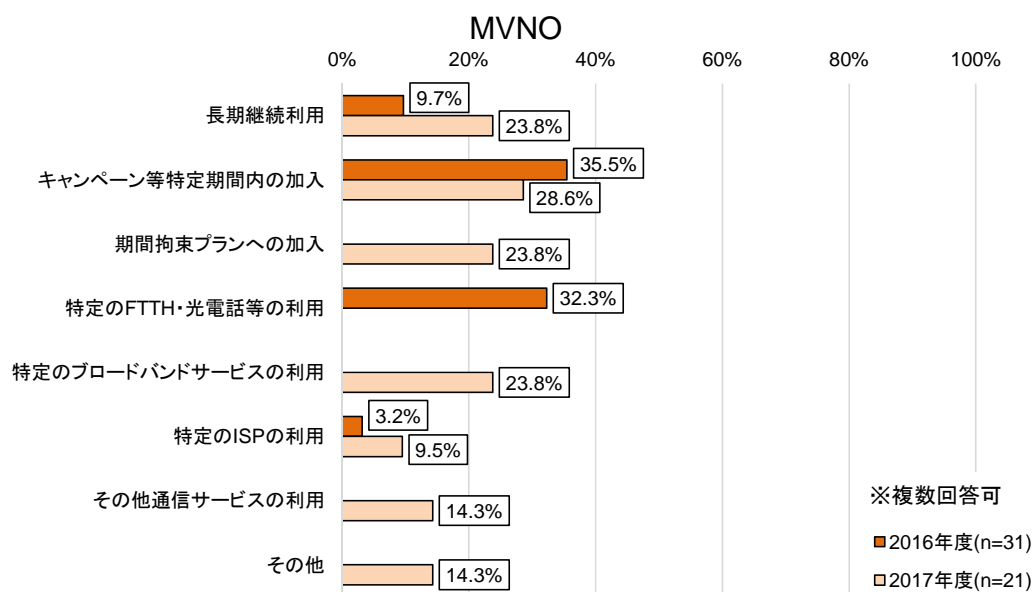
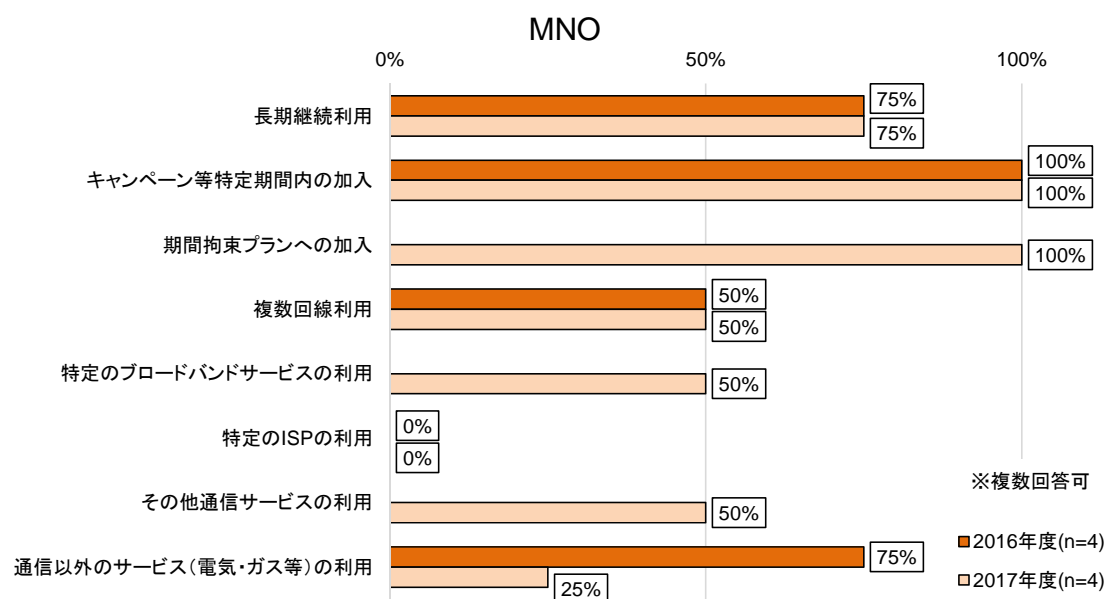
出所：2017年度利用者アンケート

【図表 I - 56】魅力を感じる割引サービス



出所：2017年度利用者アンケート

【図表 I - 57】 移動系通信事業者における割引サービスの実施状況



出所：2016・2017年度事業者アンケート

⑧ キャッシュバックに対する認識等

移動系通信事業者におけるキャッシュバックの実施状況をみると、アンケートに回答した全てのMNO及び約半数のMVNOがキャッシュバックを実施しており、還元対象費目を特に設定せずに実施している事業者が多かったほか、2016年度に引き続きMNOのみが他社設定違約金を還元対象費目としていた。

還元方法はMNO、MVNOのいずれも同傾向であったが、現金でのキャッシュバックを実施したと回答したMNOはいなかった。

【図表 I - 58】 移動系通信事業者におけるキャッシュバックの実施状況

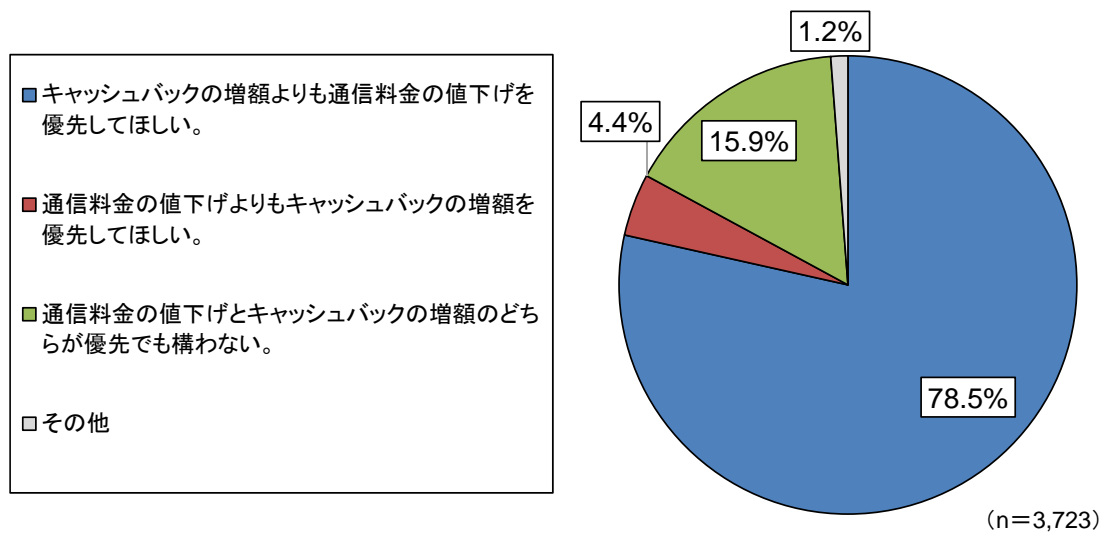
	MNO	MVNO
アンケート回答者数	4者	21者
実施事業者数	4者	10者
還元対象費目	<ul style="list-style-type: none"> ・他社設定違約金(1) ・事務手数料(1) ・月額通信料金(1) ・端末機器等代金(1) ・なし(3) 	<ul style="list-style-type: none"> ・他社設定違約金(0) ・事務手数料(1) ・月額通信料金(1) ・端末機器等代金(1) ・なし(7)
還元方法	<ul style="list-style-type: none"> ・現金(0) ・商品券等の金券(2) ・料金無償化、割引(1) ・専用ポイント(3) ・その他(1) 	<ul style="list-style-type: none"> ・現金(3) ・商品券等の金券(3) ・料金無償化、割引(3) ・専用ポイント(3) ・その他(0)

注：() 内の数字は実施している事業者の数。複数回答可。

出所：2017年度事業者アンケート

移動系通信サービスにおけるキャッシュバックと料金値下げに関する認識については、「キャッシュバックの増額よりも通信料金の値下げを優先してほしい」との回答が最も多かった（78.5%）。

【図表1-59】 移動通信サービスにおけるキャッシュバックと料金値下げに関する認識

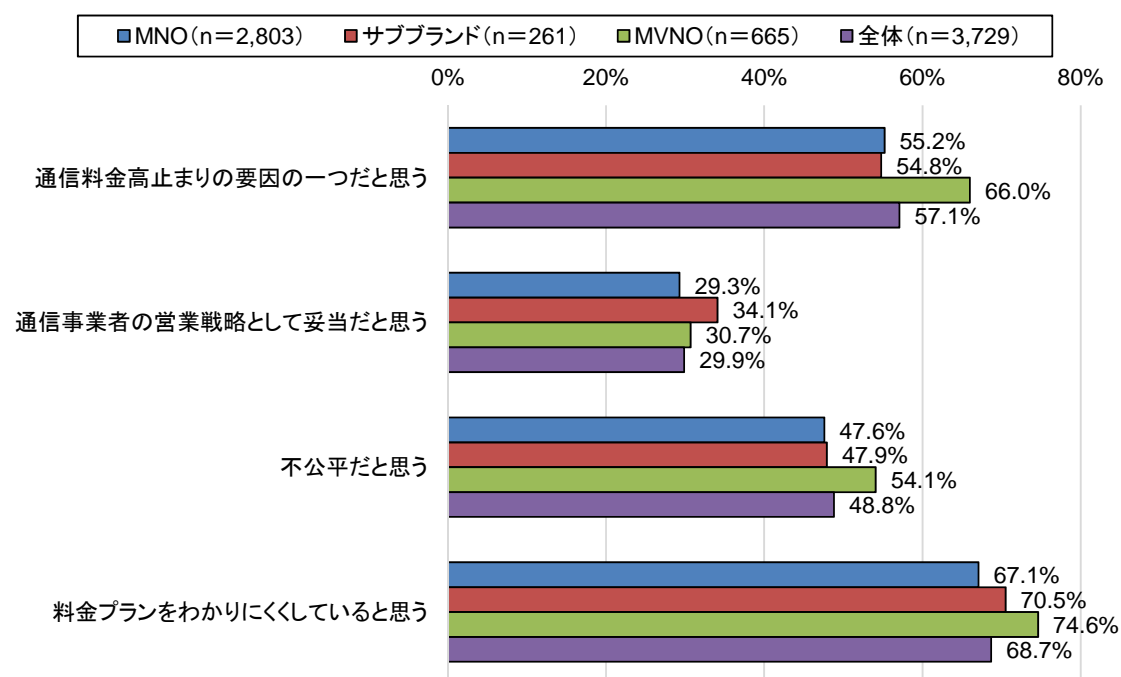


出所：2017年度利用者アンケート

キャッシュバックに対する認識では、MVNO利用者において批判的な意見の割合が高い。また、「料金プランを分かりにくくしている」と感じる人の割合は全体で68.7%であり、他の項目に比べ最も高かった。

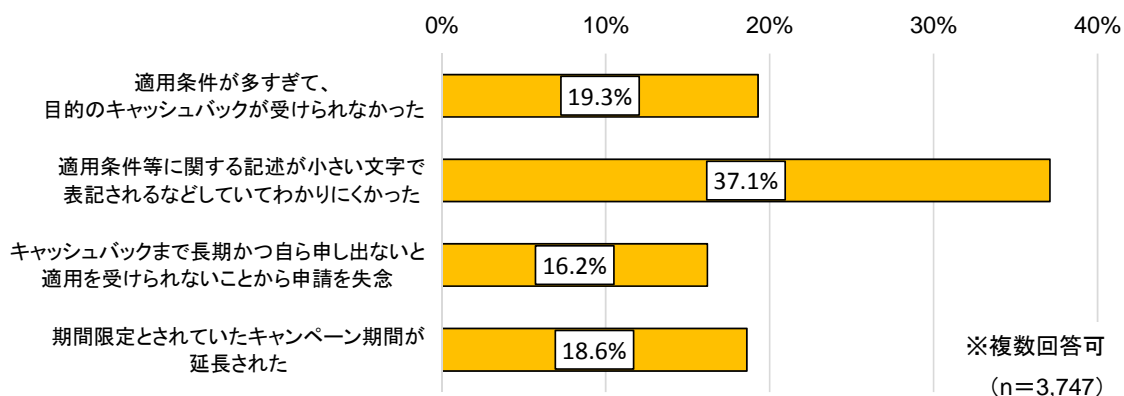
キャッシュバックに関する利用者の経験では、「適用条件等の表記がわかりにくい」が37.1%で最も多かった。

【図表Ⅰ-60】 移動通信サービスにおけるキャッシュバックに対する認識



出所：2017年度利用者アンケート

【図表Ⅰ-61】 移動系通信事業者のキャッシュバックに関する利用者の経験



出所：2017年度利用者アンケート

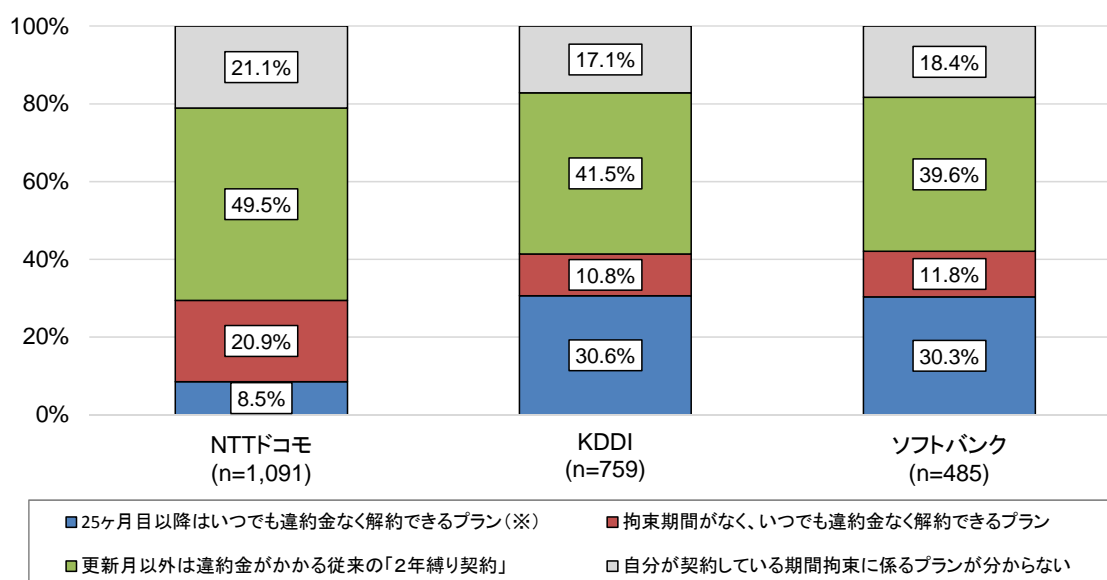
⑨ 期間拘束プランに関する状況

ア MNOにおける期間拘束契約に係る状況

MNOの利用者における期間拘束契約の選択状況をみると、MNOの利用者における期間拘束契約の選択状況では、全ての事業者において、「従来の『2年縛り契約』」の利用割合が高まる結果となり、NTTドコモが49.5%（前年度比+8.9ポイント）、KDDIが41.5%（前年度比+0.8ポイント）、ソフトバンクが39.6%（前年度比+4.7ポイント）であった。

また、NTTドコモの利用者において、「25ヶ月目以降は違約金なく解約できるプラン」の選択割合が低下し（8.5%、前年度比▲3.0ポイント）、KDDI（30.6%、前年度比+5.0ポイント）及びソフトバンク30.3%、前年度比+5.4ポイントの利用者では選択割合が増加した。

【図表 I - 62】 期間拘束プランの状況(MNO別)

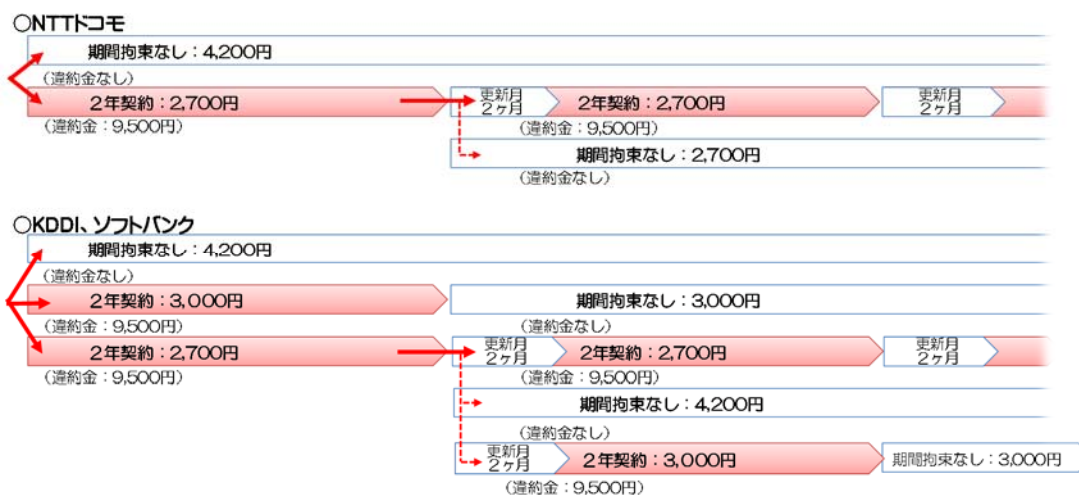


※：NTTドコモが提供するプラン（「フリーコース」）は期間拘束の更新月に選択可能。KDDIが提供するプラン（「誰でも割ライト」）及びソフトバンクが提供するプラン（「二年契約（フリープラン）」）は、期間拘束の更新月及び新規契約時に選択可能。

出所：2017年度利用者アンケート

大手携帯電話事業者各社は、2016年6月より、2年経過後はいつでも違約金なく解約できる料金プランを導入しているほか、当初から期間拘束がなく違約金のかからないプランも提供している（国内通話かけ放題となる料金プランの場合：4,200円）。

【図表 I - 63】大手携帯電話事業者における期間拘束・自動更新を伴う契約



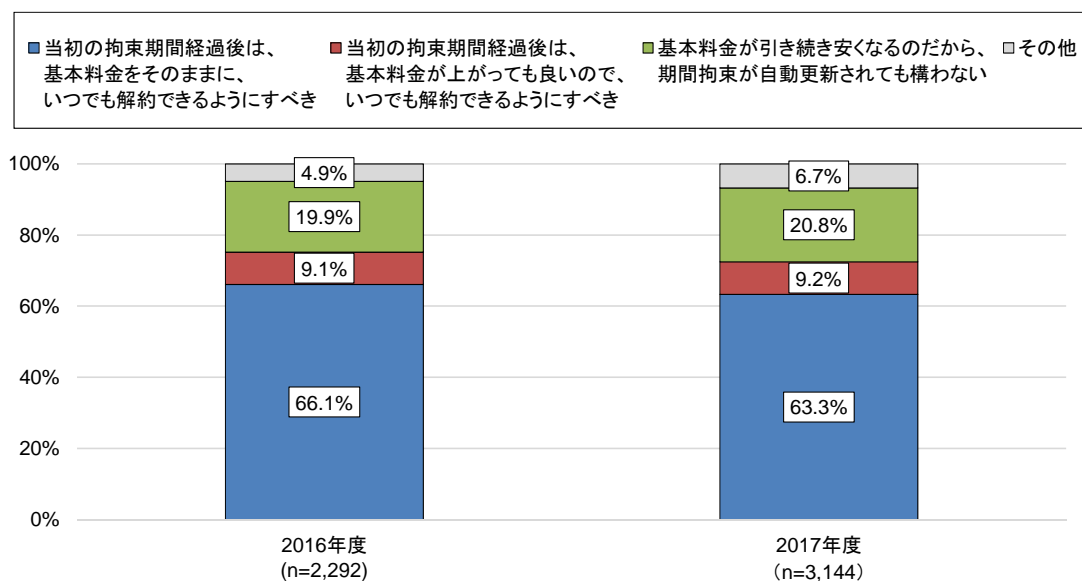
- 注1：国内通話かけ放題となる料金プランの場合の料金を記載。
 注2：ドコモは、2年契約が自動更新するプランについて、更新時に3,000ポイントを付与するとともに、利用年数に応じた割引を実施。
 注3：KDDIは、2年契約が自動更新するプランについて、更新時に3,000円のギフト券を付与。また、いずれのプランについても、利用年数に応じてポイントを付与。
 注4：ソフトバンクは、期間拘束のないプランを除き、更新時に3,000ポイントを付与するとともに、利用年数に応じて割引又はポイント付与。

出所：各社ウェブサイトを基に総務省作成

イ 期間拘束プランに対する認識等

移動系通信サービスにおける期間拘束プランの拘束期間に対する利用者の認識については、「当初の拘束期間を経過後は、料金をそのままにいつでも解約できるようにすべき」が最も多く、63.3%（前年度比▲2.8ポイント）であった。

【図表 I - 64】 拘束期間の自動更新に関する利用者の認識



出所：2017年度利用者アンケート

これまで MNO において実施されてきた端末代金の分割払いの期間は 2 年間が一般的だが、2017 年度から、KDDI 及びソフトバンクにおいて端末料金代金の分割支払い期間を 48 か月とする支払いプログラム³⁵が提供されている。

【図表 I - 65】 端末の長期(24 か月超)分割支払いプログラムの一例

提供事業者名 (プログラム名)	KDDI (アップグレード プログラムEX)	ソフトバンク (半額サポート for iPhone)
提供開始	2017年7月14日	2017年9月22日
利用者のメリット	端末の残債免除(最大 24か月分)	端末の残債免除(最大 24か月分)
適用条件(以下の全ての条件を満たす必要がある)		
プログラム料	390円/月×24回	なし
端末代金の 支払い方法	48回の賦払い	48回の賦払い
端末の最低使用期間	12ヶ月間※1利用後 機種変更	12ヶ月間※2利用後 機種変更
当該端末の処分方法	事業者に引渡し	事業者に引渡し
次端末のプログラム	同プログラムへの加入 が必須	同プログラムもしくは 機種変更先取りプログラ ムへの加入が必須
通信契約を解約した場合	割賦残債を支払い (分割・一括選択可)	割賦残債を支払い (分割・一括選択可)

※1 : 13 か月目～24 か月目での機種変更の場合、390 円×24 回目までの残回数分の支払いが必要。

※2 : 13 か月目～24 か月目での機種変更の場合、24 ヶ月目までに支払う端末代金の残額を分割支払い。

出所：各社ウェブサイトを基に総務省作成

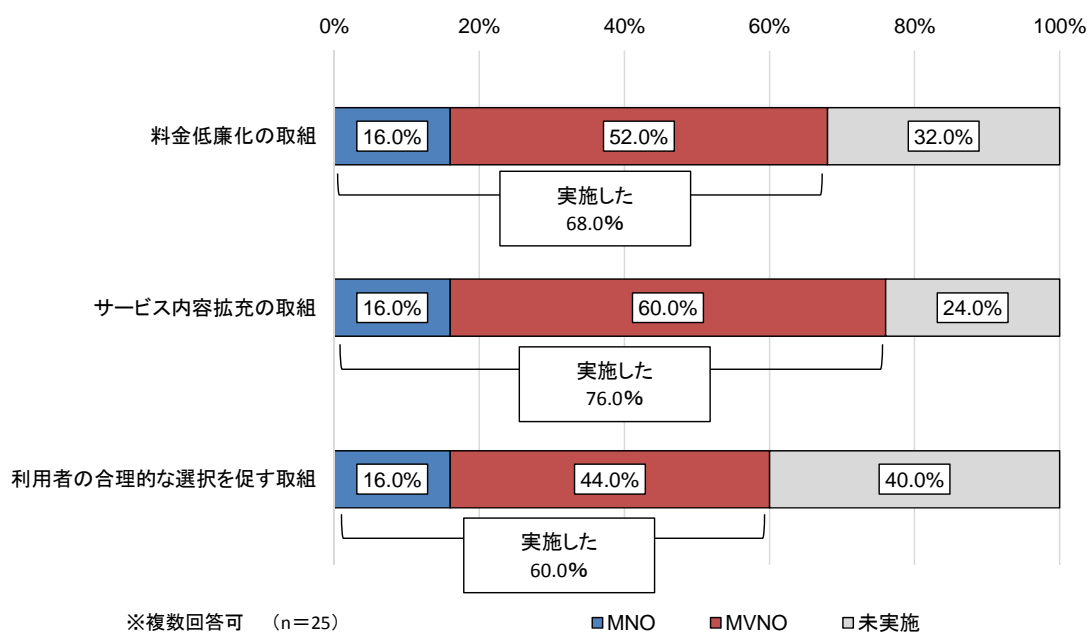
³⁵ 25 ヶ月目以降に同事業者の新端末に乗り換えることを前提に旧端末の残債が免除される値引きを伴う。

⑩ サービス向上に関する取組

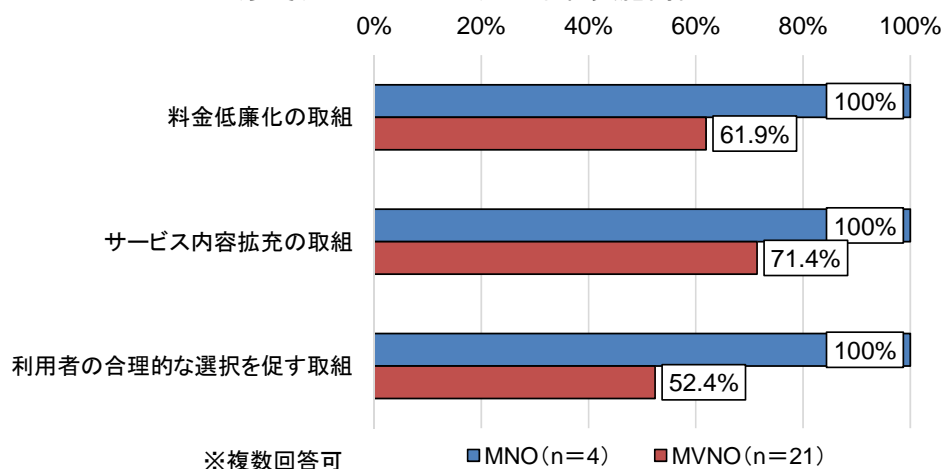
料金低廉化、サービス内容拡充、利用者の合理的な選択を促す取組といった移動系通信サービスの向上に関する取組の実施状況についてみると、いずれも6～7割の事業者が取組を実施しており、サービス内容拡充の取組を実施した事業者の割合が最も多く76.0%であった。

MNO については全事業者が全ての取組を実施した旨の回答があったほか、MVNO についても半数以上の事業者が取組を実施したと回答した。

【図表 I -66】 移動系通信事業者におけるサービス向上に関する取組の実施状況



(参考) MNO・MVNO別の取組実施割合

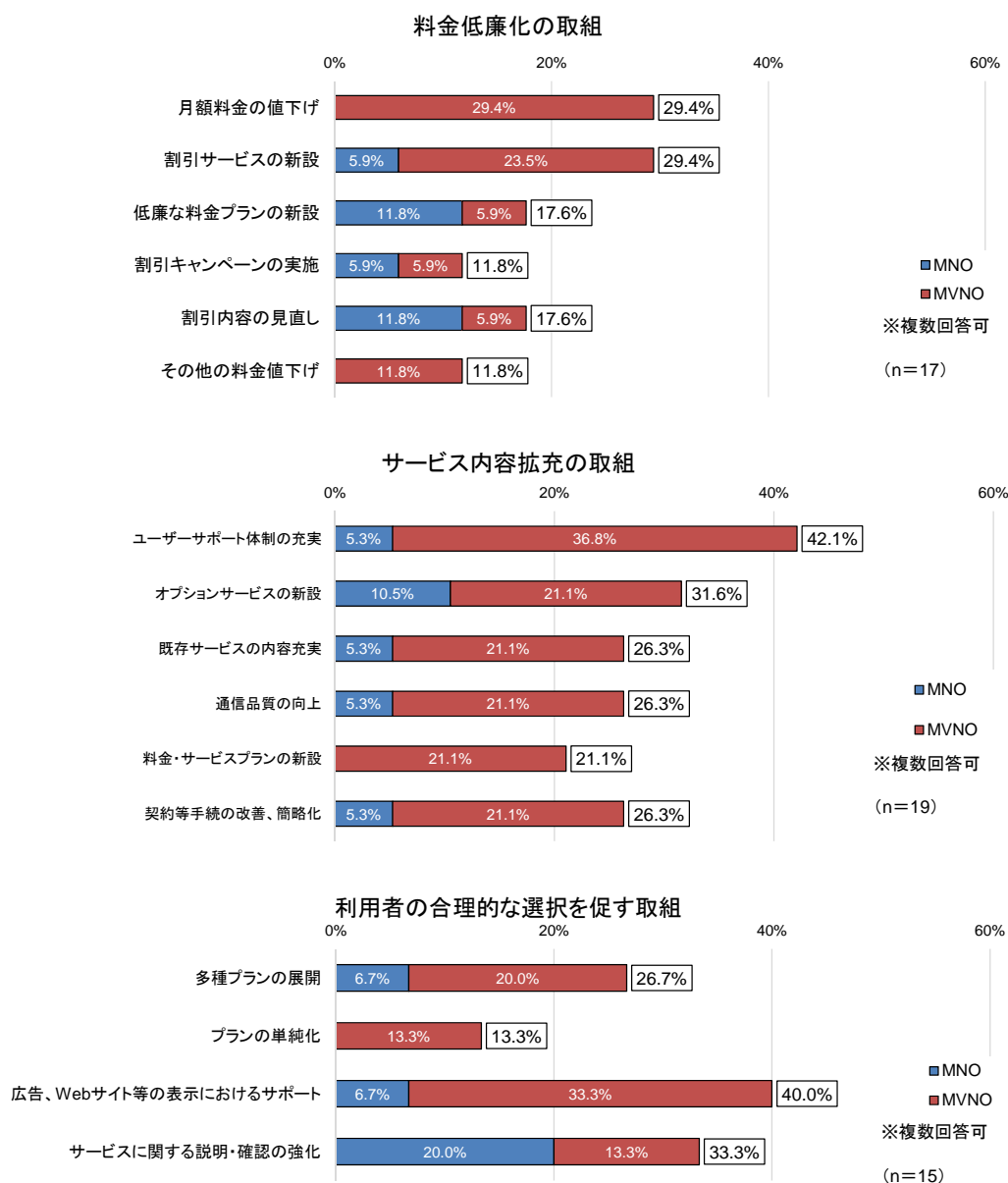


出所：2017年度事業者アンケート

移動系通信サービスの向上に関する取組の実施内容についてみると、各取組において実施した事業者の割合が最も多かったものは、料金低廉化の取組が月額料金の値下げ及び割引サービスの新設（29.4%）、サービス内容拡充の取組がユーザーサポート体制の充実（42.1%）、利用者の合理的な選択を促す取組が広告、Web サイト等の表示におけるサポート（40.0%）であった。

いずれの取組においても、MVNO 事業者は MNO 事業者より多種の取組を実施した傾向がみられた。

【図表 I -67】 移動系通信事業者におけるサービス向上に関する取組の実施内容



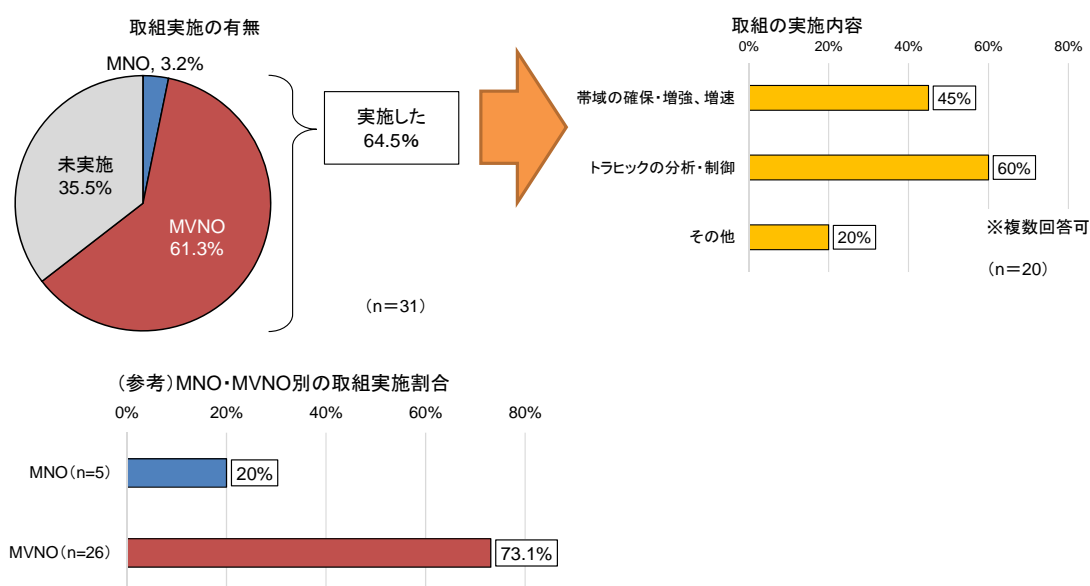
出所：2017 年度事業者アンケート

移動系通信サービスにおいて、品質の安定・向上等の取組を行っていると回答した事業者は全体の64.5%であり、MNOの実施割合（20%）よりMVNOの実施割合（73.1%）の方が高い。

取組の内容についてみると、帯域の確保・増強・増速（45%）より、トラフィックの分析・制御による品質の安定化（60%）を行っている事業者の割合が多かった。

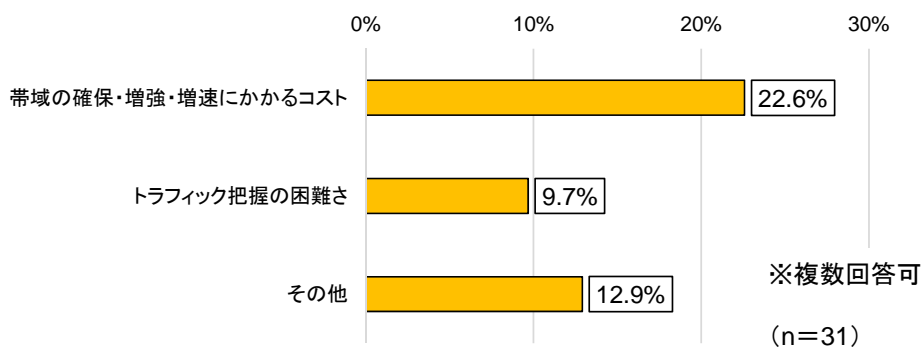
一方で、品質の安定・向上等に当たっての課題については、トラフィック把握の困難さ（9.7%）より、帯域の確保・増強・増速にかかるコスト（22.6%）を挙げた事業者の割合が多かった。

【図表Ⅰ-68】移動系通信サービスの品質の安定・向上に関する取組の実施状況



出所：2017年度事業者アンケート

【図表Ⅰ-69】移動系通信サービスの品質の安定・向上に当たっての課題



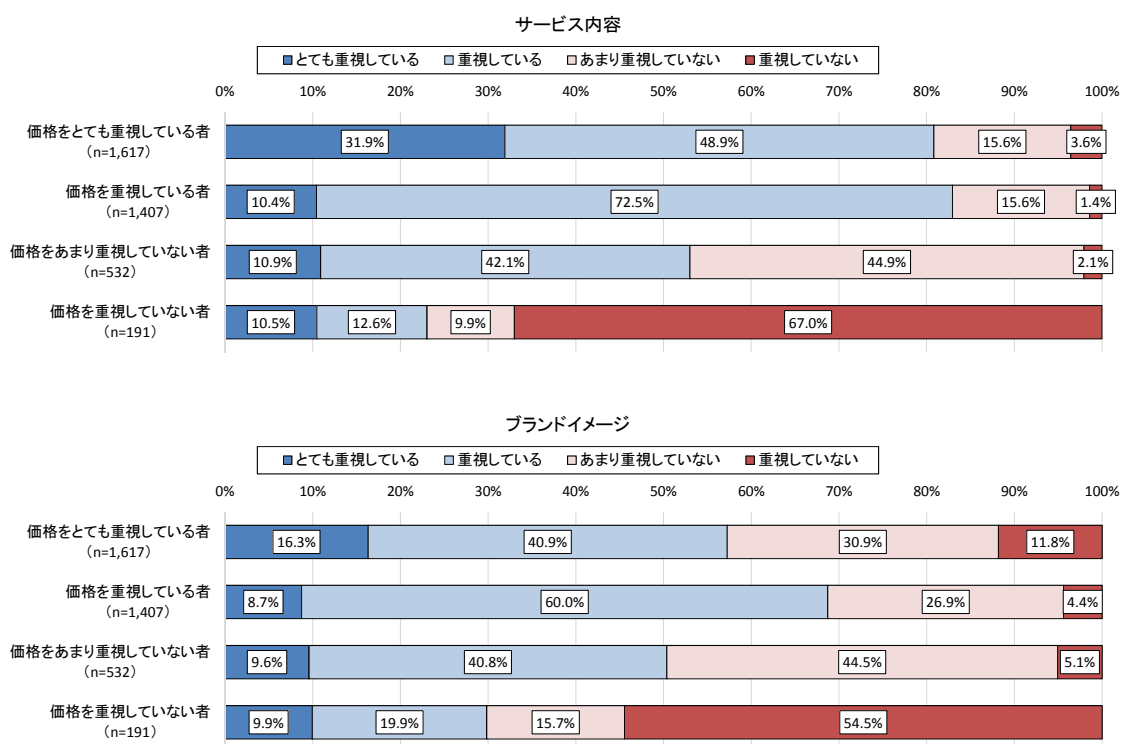
出所：2017年度事業者アンケート

⑪ 契約時に重視した点等

移動系通信サービス契約時に重視した点では、価格について「とても重視している」「重視している」と回答した者が全体の80.7%であった。また、これらの者はサービス内容、ブランドイメージともに「とても重視している」「重視している」と回答した者が大半であり、移動系通信サービス利用者の多くはコストパフォーマンスを考慮してサービス選択を行っている。

一方、価格を「重視していない」と回答した者は全体の5.1%程度であるが、その7割程度がサービス内容やブランドイメージを重視していない状況であった。

【図表 I - 70】 移動系通信サービス契約時において重視した点

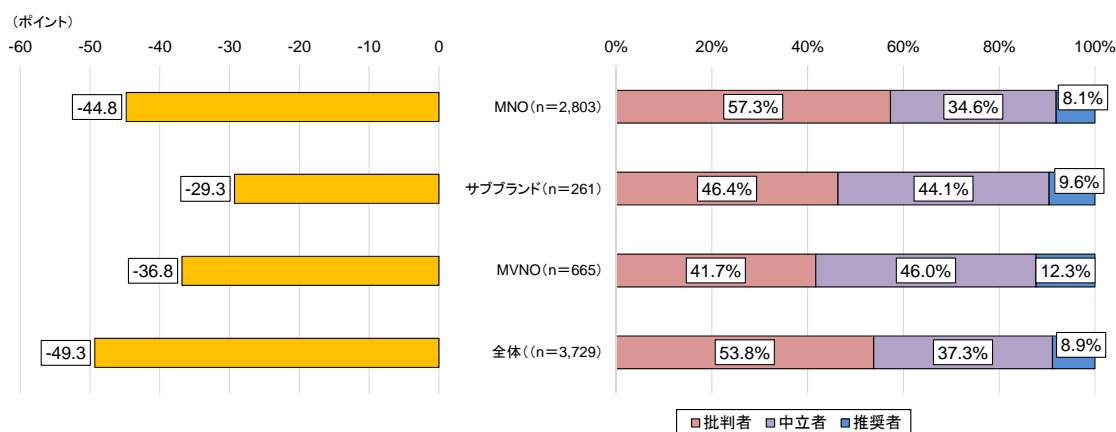


出所：2017年度利用者アンケート

現在利用中の移動系通信サービスを友人や同僚にどれくらい薦めたいかを10～0の11段階で回答を求め、回答結果について、「10、9」と回答した者を推奨者、「8、7」と回答した者を中立者、「6～0」と回答した者を批判者としてその割合から推奨度³⁶を測定した結果、移動通信全体では-44.8ポイント、MNOでは-49.3ポイント、サブブランドでは-36.8ポイント、MVNOでは-29.3ポイントであった。

批判者が重視した点及び中立者が重視した点の改善を図ることで、推奨度の向上が期待される。

【図表 I-71】 移動系通信サービスの推奨度



出所：2017年度利用者アンケート

【図表 I-72】 推奨度の回答に当たり重視した点

MNO推奨者	利用可能エリア(44.7%)、通信品質(42.9%)、通信速度(39.8%)、事業者のブランドイメージ(32.3%)、家族割引の有無・内容(27.9%)
MNO中立者	利用可能エリア(34.1%)、通信品質(33.5%)、家族割引サービスの有無・内容(29.3%)、月額料金(29.1%)、通信速度(26.5%)
MNO批判者	月額料金(33.9%)、特に理由はない(29.4%)、料金体系(21.5%)、利用可能エリア(13.6%)、初期費用(13.0%)
サブブランド推奨者	月額料金(88.0%)、料金体系(52.0%)、通信品質、通信速度、初期費用(同率36.0%)
サブブランド中立者	月額料金(88.7%)、料金体系(47.0%)、初期費用(35.7%)、通信品質(29.6%)、通信速度(25.2%)
サブブランド批判者	月額料金(50.4%)、料金体系(23.1%)、初期費用(20.7%)、特に理由はない(19.8%)、通信品質(13.2%)
MVNO推奨者	月額料金(92.7%)、料金体系(52.4%)、初期費用(41.5%)、利用可能エリア(18.3%)、通信品質(15.9%)
MVNO中立者	月額料金(87.9%)、料金体系(41.8%)、初期費用(33.0%)、通信速度(16.7%)、通信品質(14.1%)
MVNO批判者	月額料金(53.8%)、料金体系(24.2%)、特に理由はない(16.2%)、通信速度(15.2%)、初期費用(14.1%)

出所：2017年度利用者アンケート

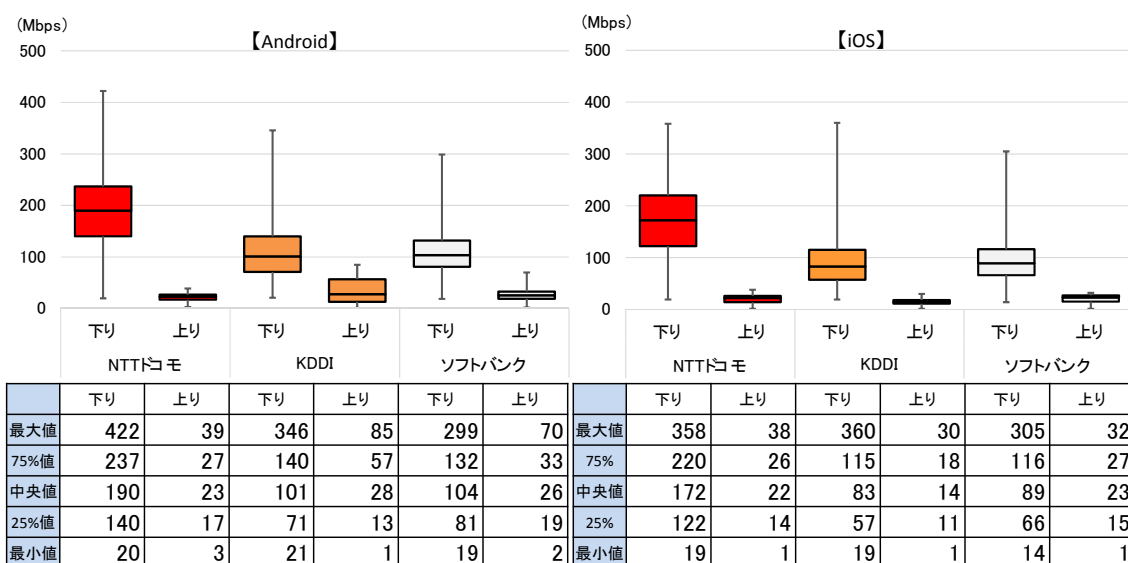
³⁶ 推奨度 = 推奨者の割合 - 批判者の割合

⑫ 通信速度（実効速度）

MNO 各社のホームページにおいて、2015 年 7 月に総務省が作成した「移動系通信事業者が提供するインターネット接続サービスの実効速度計測手法及び利用者への情報提供手法等に関するガイドライン」（平成 27 年 7 月 31 日策定。以下「実効速度に関するガイドライン」という。）³⁷に則して計測された実効速度が公表されている³⁸。

実効速度の最大値と最小値との差異については、各社とも下りで顕著にみられる。

【図表 I-73】「実効速度に関するガイドライン」に基づく測定結果



注1：同一時点、同一地点の計測結果の比較ではない。
注3：各社の理論上の最大値は異なる。

注2：NTTドコモ及びKDDIの計測期間は2018年1月～3月、ソフトバンクの計測期間は2018年2月～3月。

出所：各社ウェブサイトを基に総務省作成

総務省は、平成 29 年度に、IoT 時代において様々な場面で利用され重要性を増すモバイル通信システムについて、多様な通信方式の登場を踏まえ、MVNO の伝送速度の計測手法の検討に資するための実証実験を行った。

当該実証実験の結果を活用し、電気通信サービス向上推進協議会において MVNO の実効速度計測及び表示の手法について検討しているところである。

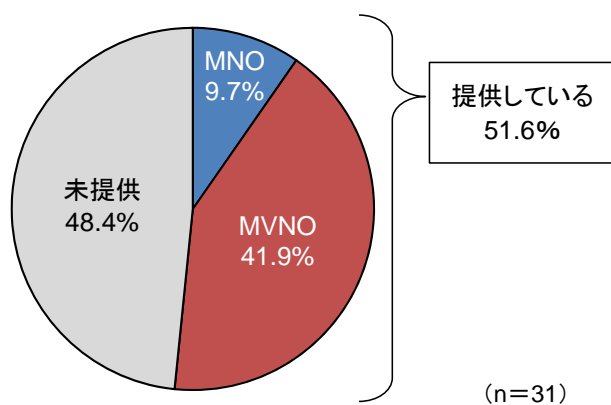
³⁷ 総務省では、「インターネットのサービス品質計測等の在り方に関する研究会」を開催し、実効速度等のサービス品質計測等の在り方や必要な方策を検討し、2015 年 7 月に報告書を公表。また、同報告書を受けて、移動系通信事業者が提供するインターネット接続サービスの事業者共通の実効速度計測手法及び利用者への情報提供手法等をまとめた「移動系通信事業者が提供するインターネット接続サービスの実効速度計測手法及び利用者への情報提供手法等に関するガイドライン」を公表。

³⁸ NTTドコモ https://www.nttdocomo.co.jp/support/area/effective_speed/index.html
KDDI <http://www.au.kddi.com/mobile/area/effective-speed/>
ソフトバンク <http://www.softbank.jp/mobile/network/explanation/speed-survey/>

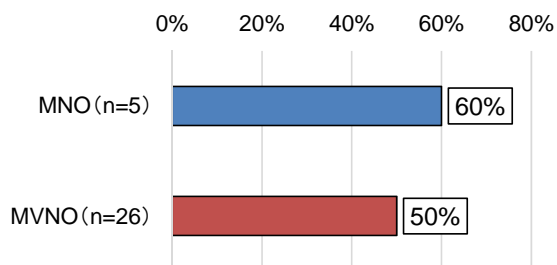
⑬ IoT/M2Mサービス

移動系通信サービスを提供する事業者において、IoT/M2M サービスを行っていると回答した者は全体の 51.6%であり、MNO (60%) 及びMVNO (50%) とともにほぼ半数の事業者がIoT/M2M サービスを提供している。

【図表 I -74】IoT/M2M サービスの提供状況



(参考)MNO・MVNO別の取組実施割合

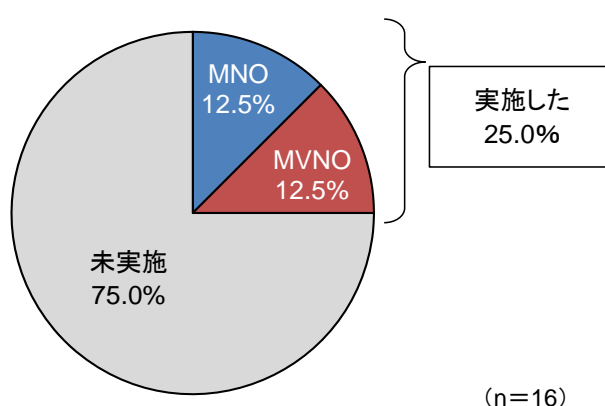


出所：2017 年度事業者アンケート

IoT/M2M サービスを提供していると回答した事業者のうち 25%が料金低廉化の取組を実施しており、当該サービスにおいても料金低廉化がある程度進んでいる。

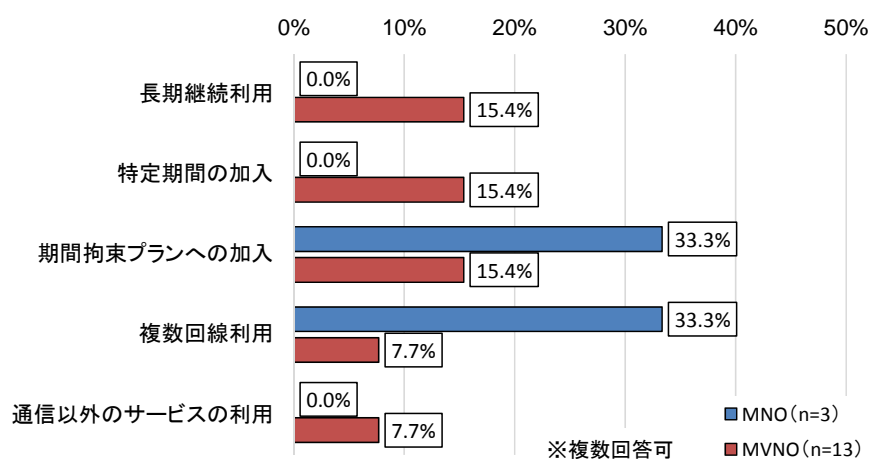
IoT/M2M サービスにおける割引の実施状況についてみると、「期間拘束プランへの加入」(MNO : 33.3%、MVNO : 15.4%) が最も多かったほか、MNO においては「複数回線利用」(33.3%)、MVNO においては「長期継続利用」(15.4%)「特定期間の加入」(15.4%) と回答した事業者もいた。また、MVNO は MNO より多種の割引サービスを実施している。

【図表 I - 75】IoT/M2M サービスにおける料金低廉化の取組実施状況



出所：2017 年度事業者アンケート

【図表 I - 76】IoT/M2M サービスにおける割引の実施状況



出所：2017 年度事業者アンケート

第2節 移動系通信市場(卸売市場)

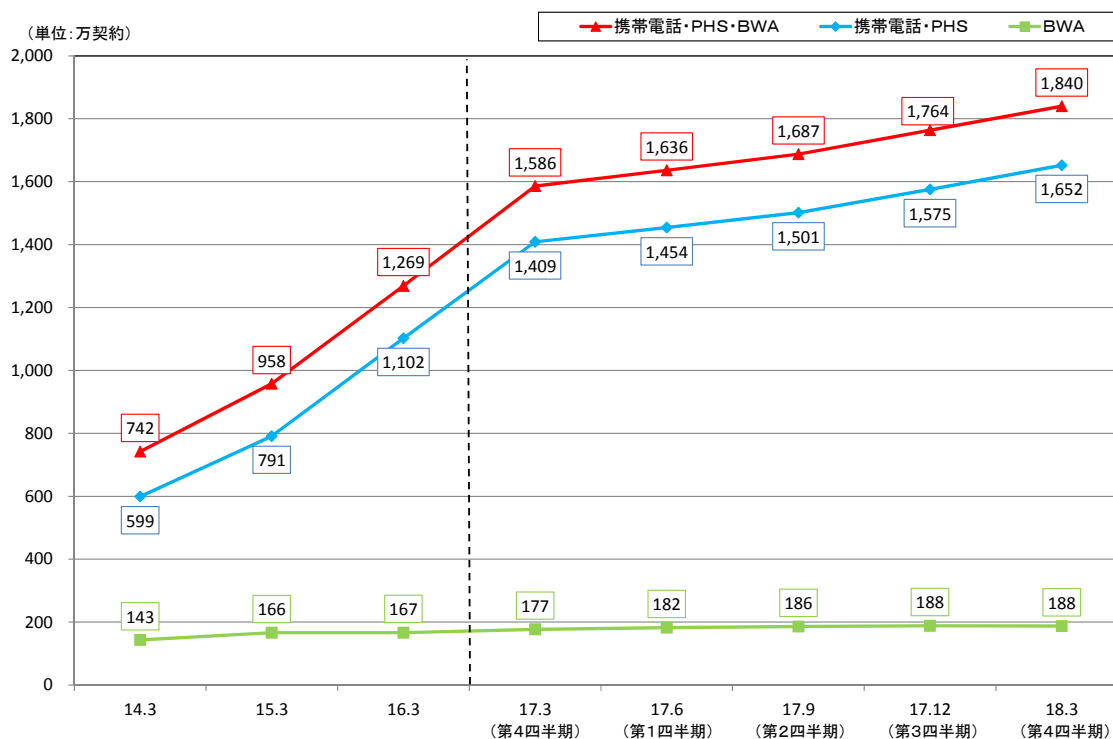
1 競争状況等に係る分析

① 市場規模

2017年度末時点におけるMNOの卸契約数(MVNOへの提供に係る契約数)は1,840万(前期比+4.3%、前年度末比+16.0%)、再卸事業者³⁹が提供する再卸の契約数⁴⁰は718万(前期比+3.4%、前年度末比+29.1%)とともに増加傾向となっている。

なお、契約数が3万以上のMVNO(58者)のうち、再卸事業者は24者(前期比▲1者、前年度末比▲2者)と微減している。

【図表 I - 25】MVNO (MNO である MVNO を除く) サービスの契約数の推移<再掲>



注：MNOからの報告を基に作成。

出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

³⁹ 他のMVNOに対し、MVNOサービスを卸電気通信役務として提供するMVNO。

・主な再卸事業者：インターネットイニシアティブ、NTTコミュニケーションズ、ネットワークコンサルティング、フリービット、丸紅無線通信、楽天コミュニケーションズ

⁴⁰ 契約数が3万以上のMVNOのうち、再卸を行う事業者の再卸契約数。

【図表 I-77】MVNO サービス区分「再卸」の契約数の推移

(単位：万契約)

16.3	17.3	17.6	17.9	17.12	18.3
378	556	602	641	695	718

注：契約数が3万以上のMVNOからの報告を基に作成。

出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

【参考】再卸事業者数の推移

(単位：者)

16.3	17.3	17.6	17.9	17.12	18.3
23 (17)	26 (19)	27 (19)	25 (19)	25 (19)	24 (19)

注1：契約数が3万以上のMVNOからの報告を基に作成。

注2：括弧内は一次MVNOの事業者数。

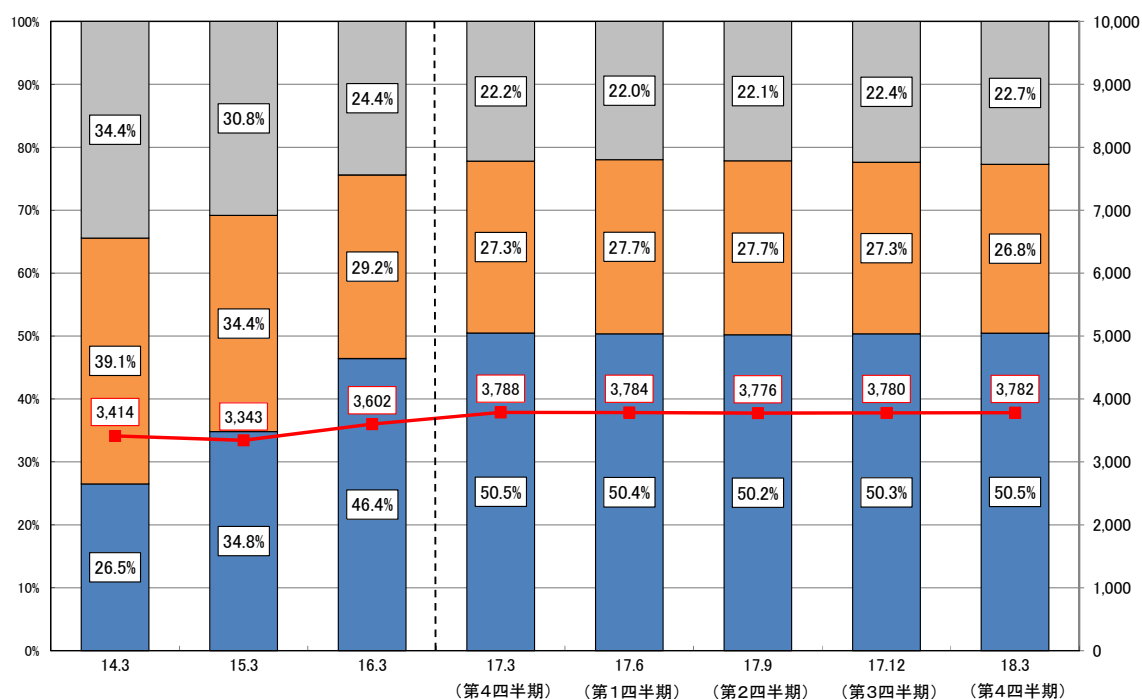
出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

② 市場シェア

2017年度末時点におけるMNOの卸契約数における事業者別シェア（グループ別）は、NTTドコモが50.5%（前期比+0.1ポイント、前年度末比±0ポイント）と横ばい、KDDIグループが26.8%（前期比▲0.4ポイント、前年度末比▲0.5ポイント）と減少傾向、ソフトバンクグループが22.7%（前期比+0.3ポイント、前年度末比+0.5ポイント）と増加傾向となっている。

また、HHIは3,782（前期比+2、前年度末比▲6）と横ばいで推移している。

【図表 I-78】MNOの卸契約数における事業者別シェア及び市場集中度の推移（グループ別）



注1：MNOからの報告を基に作成。

注2：「KDDIグループ」には、KDDI、沖縄セルラー及びUQコミュニケーションズが含まれる。

注3：「ソフトバンクグループ」には、ソフトバンク、ワイモバイル（15.3まで）及びWireless City Planningが含まれる。

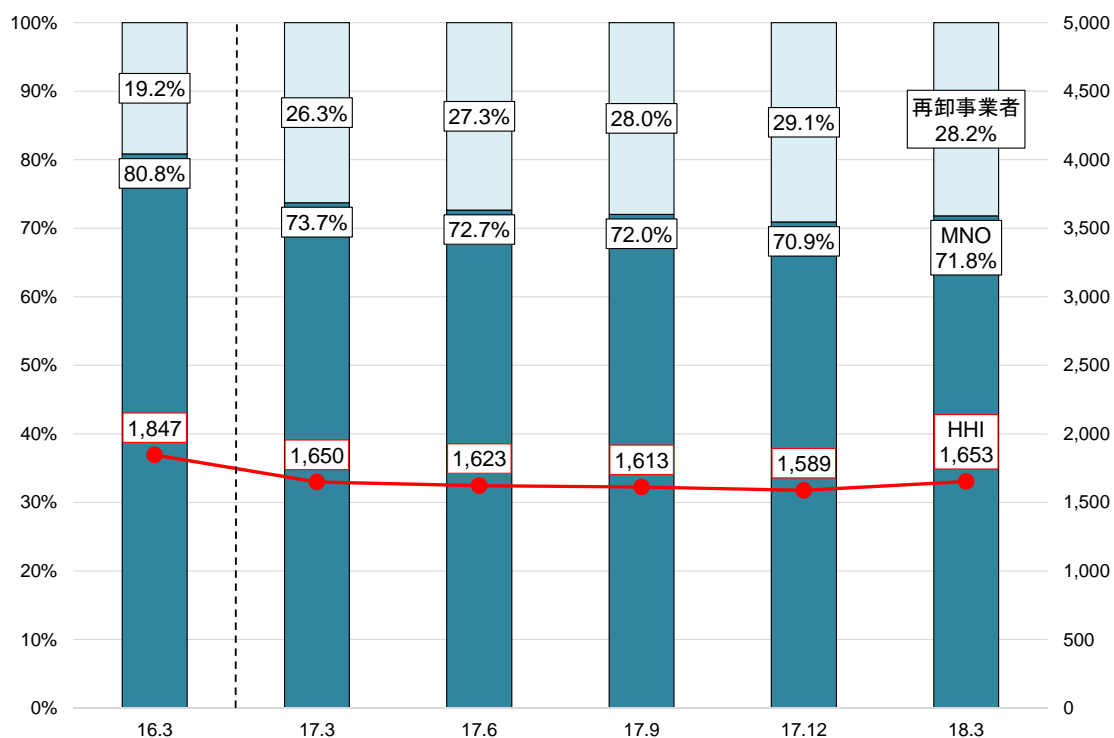
出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

最終利用者に提供するMVNO（契約数が3万以上のMVNO）に対する卸契約数における卸元事業者別シェアは、再卸事業者のシェアの合計が28.2%（前期比▲0.9ポイント、前年度末比+1.9ポイント）と微増となっている。

HHIは減少傾向であったものの、2017年度末は1,653（前期比+65、前年度末比+3）と増加に転じている。

当該事業者別シェアを詳細にみる（MNOを個社ごと、再卸事業者を利用するMNOの回線ごと）と、NTTドコモ、UQコミュニケーションズの回線を利用する再卸事業者及び複数のMNOの回線を利用する再卸事業者のシェアが増加傾向となっている。

【図表 I - 79】最終利用者に提供するMVNOの卸元事業者別シェア及び市場集中度の推移
（全体）



注1：契約数が3万以上のMVNOからの報告を基に作成。

注2：MNOのグループ内取引による契約数の重複を排除している。

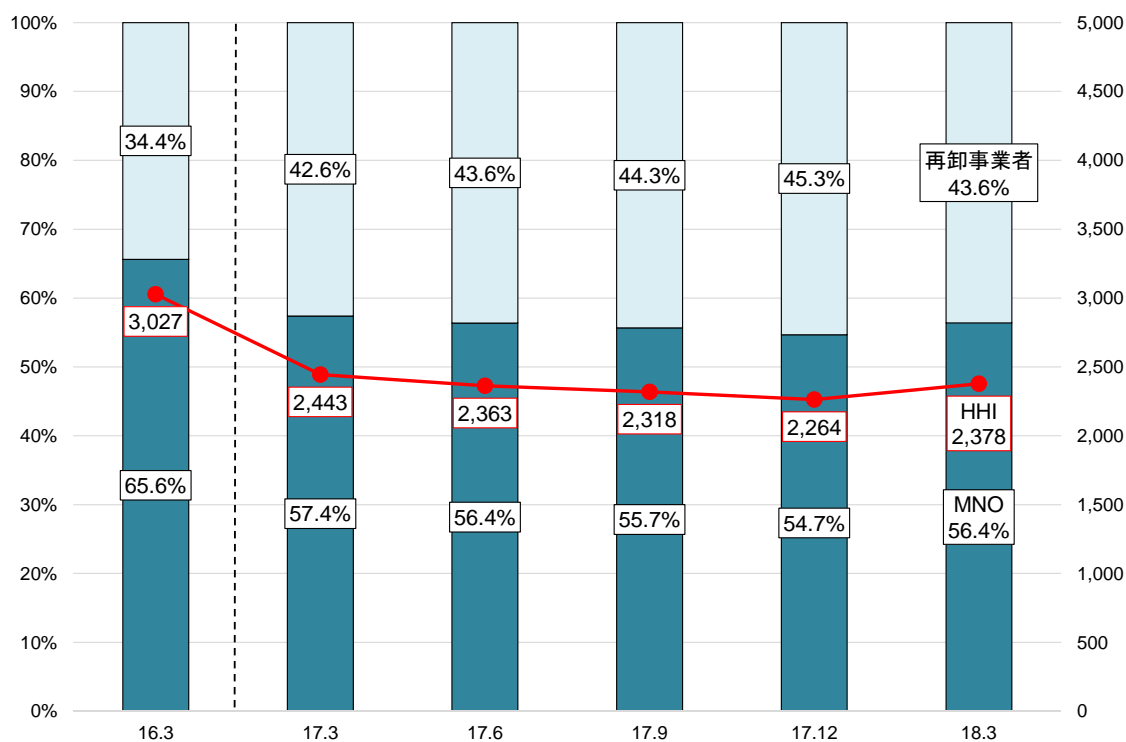
出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

SIMカード型の卸契約数における卸元事業者別シェアについてみると、再卸事業者のシェアの合計が43.6%（前期比▲1.7ポイント、前年度末比+1.0ポイント）と、2017年度末には減少したものの、概ね増加傾向となっている。

これに伴い、HHIも2,378（前期比+114、前年度末比▲66）と概ね減少傾向となっている。

当該事業者別シェアを詳細にみると、NTTドコモ及びNTTドコモの回線を利用する再卸事業者のシェアが高いが、他社回線を利用する再卸事業者のシェアも増加傾向となっている。

【図表 I-80】最終利用者に提供するMVNOの卸元事業者別シェア及び市場集中度の推移（SIMカード型）



注1：契約数が3万以上のMVNOからの報告を基に作成。

注2：MNOのグループ内取引による契約数の重複を排除している。

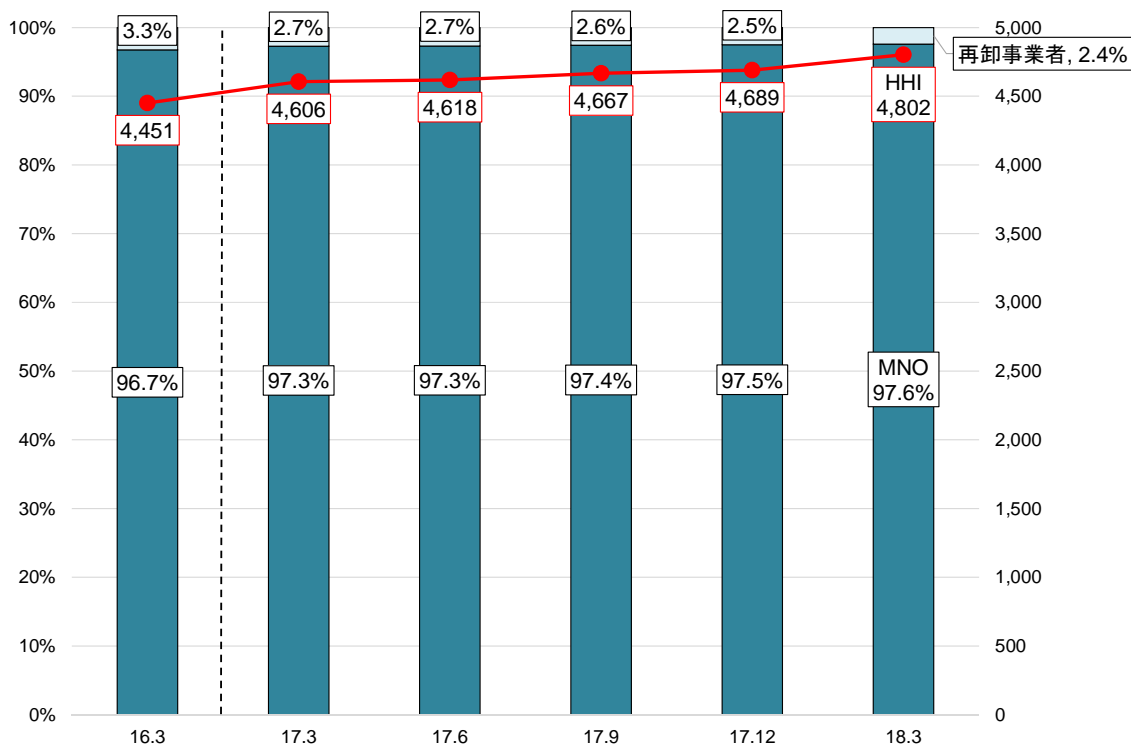
出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

通信モジュールの卸契約数における卸元事業者別シェアについてみると、再卸事業者のシェアの合計が 2.4%（前期比▲0.1 ポイント、前年度末比▲0.3 ポイント）と減少傾向となっている。

これに伴い、HHI は 4,802（前期比+113、前年度末比+196）と増加傾向となっている。

当該事業者別シェアを詳細にみると、2016 年度に引き続き MNO のシェアが高く、MNO の回線を利用する再卸事業者のシェアは小さい。

【図表 I - 81】最終利用者に提供する MVNO の卸元事業者別シェア及び市場集中度の推移（通信モジュール）



注 1：契約数が 3 万以上の MVNO からの報告を基に作成。

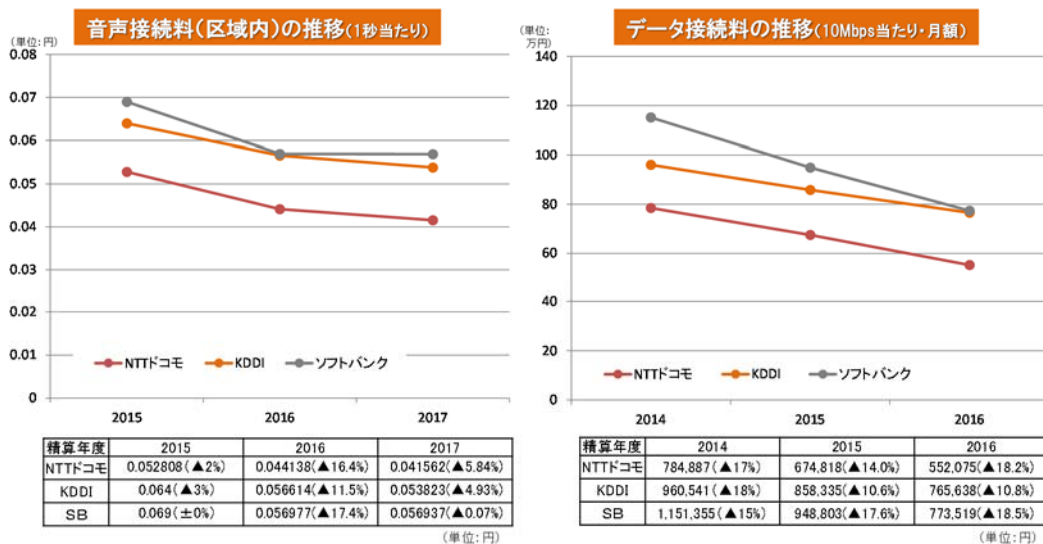
注 2：MNO のグループ内取引による契約数の重複を排除している。

出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

③ 接続料

最新の接続料は、対前年度比で、音声は約1～6%減少しており、データは約11～19%減となった。

【図表 I - 82】 モバイル接続料の推移



※1：2015年度の音声接続料及び2014年度のデータ接続料の値は、2016年5月の第二種指定電気通信設備接続料規則施行後の届出値。

※2：2016年度の音声接続料からソフトバンクは区域内外の区別を廃止した。

注：各算定期間年度に基づく接続料は、概ね算定期間年度の翌年度末に届出がなされ、原則、各算定期間年度の翌年度期首以降の接続協定に適用し遡及精算される。ただし、2013年度以降の算定期間に基づくデータ接続料は各算定期間年度の翌年度ではなく、当該年度の期首以降の接続協定に適用し遡及精算される。従って、2014年度の接続協定は、最終的に、2013年度を算定期間とする音声接続料及び2014年度を算定期間とするデータ接続料が適用され精算される。

出所：総務省資料

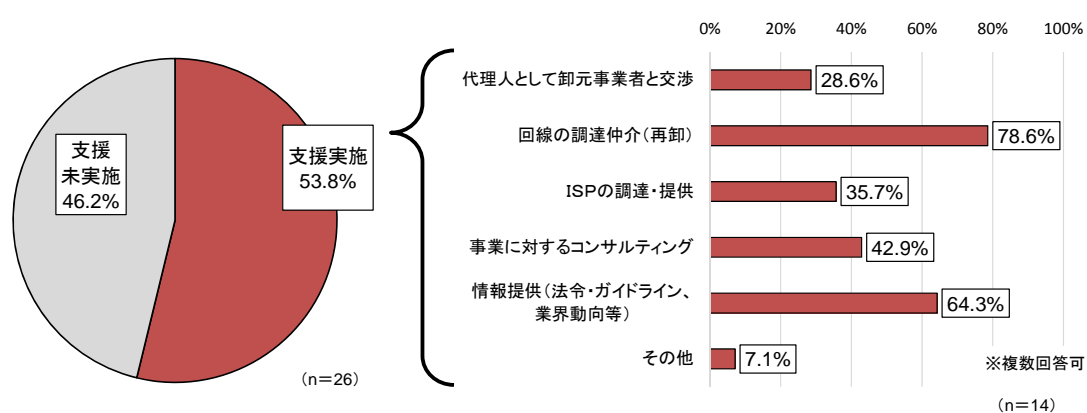
2 MVNE サービスの提供実態に係る分析

MVNO 事業の開始に当たって、MVNE⁴¹として支援を行ったと回答した事業者は 53.8%であった。

行った支援の内容については、「回線の調達仲介（再卸）」（78.6%）が最も多く、次いで「情報提供」（64.3%）が多かった。

なお、2種類以上の支援を行った事業者は約6割であった。

【図表 I - 83】 MVNE による支援の状況



出所：2017年度事業者アンケート

⁴¹ Mobile Virtual Network Enabler の略。MVNO との契約に基づき当該 MVNO の事業の構築を支援する事業を営む者（当該事業に係る無線局を自ら開設・運用している者を除く。）。

第3節 移動系通信市場の分析結果

1 移動系通信市場(小売市場)

(1) 移動系通信市場(小売市場)全体の競争状況等

2017年度末時点における移動系通信市場の事業者別シェア（MVNOへの提供に係る契約数を除いたMNO 3グループとMVNOのシェア）をみると、NTTドコモが38.7%（前期比▲0.4ポイント、前年度末比▲1.2ポイント）、ソフトバンクグループが23.1%（前期比▲0.3ポイント、前年度末比▲0.8ポイント）とともに減少傾向、KDDIグループが27.6%（前期比+0.4ポイント、前年度末比+0.9ポイント）、MVNOが10.6%（前期比+0.3ポイント、前年度末比+1.2ポイント）と増加傾向となっている。

HHIは2,904（前期比▲17、前年度末比▲62）とMVNOのシェアの増加に伴って減少傾向となっている。

また、MVNOサービスの認知度等は低下したものの、利用率は上昇している。

これらのことから、引き続き、移動系通信市場におけるMVNOやMNOのサブブランドも含めた競争が進展しているといえる。

MVNOを含めた市場の競争を一層加速させることにより、利用者ニーズに合致した料金・サービスの提供が促されることが期待できる。

(2) MNO サービス市場の競争状況等

2017年度末時点におけるMNOサービス市場の事業者別シェア（グループ別）は、NTTドコモが44.1%（前期比▲0.2ポイント、前年度末比▲0.3ポイント）で横ばい、KDDIグループは30.8%（前期比+0.6ポイント、前年度末比+1.2ポイント）と増加傾向、ソフトバンクが25.1%（前期比▲0.4ポイント、前年度末比▲0.9ポイント）と減少傾向となっている。

また、HHIは3,522（前期比±0、前年度末比▲1）と横ばいで推移している。

料金プランについてみると、特定端末の購入等を条件としつつも恒常的な割引を受けられるプランやデータ使用量に応じて段階的に料金が適用されるプランが新たに提供されるなど、各社の料金プランの差別化が進みつつあり、また、利用者料金の低廉化に繋がり得る取組が進展している。

今後も各事業者が料金低廉化に向けた取組を行うことが期待される。

(3) MVNO サービス市場の競争状況等

MVNOサービス市場の事業者（契約数が3万以上のMVNO）別シェアは、主にSIMカード型を提供する事業者が上位に多くみられ、特に上位5社のシェアが増加傾向となっている。

契約数が3万以上のMVNOの事業者別シェアを基に算出したHHIは683（前期比+29、前年度末比+72）であり、シェア上位のMVNOの契約数が増加傾向にあること、またMVNO間の事業承継等により増加傾向となっている。

なお、MNOのサブブランド（ソフトバンクの「ワイモバイル」、UQコミュニケーションズのMVNOサービス）及びSIMカード型が3万以上のMVNOの事業者別シェアを見ると、ワイモバイルのシェアはMVNOに比してかなり大きいものの減少傾向にある。UQコミュニケーションズは増加傾向となっている。

また、MVNOにおいても、料金低廉化やサービス内容の拡充（マルチキャリア対応や通信品質の向上等も含む）に向けた取組が行われている。

(4) 移動系通信サービスの満足度等

移動系通信サービスの満足度をみると、MNO利用者は料金面で不満を感じている者が多い。それに対して、MVNO利用者は料金面での満足度が非常に高いものの、通信速度・品質面で不満を感じている者がMNOやサブブランドに比べて若干多い。

また、サービス契約時に価格（コスト）を重視する者は、サービス内容（パフォーマンス）も重視する傾向にあるが、MNO利用者・MVNO利用者間で、料金面の満足度に比して通信速度・品質の満足度の差は小さい。

MVNOサービスを利用しない理由については、2016年度に引き続き、「MVNOサービスの内容をよく知らない」（33.7%）が多く挙げられている。また、移動系通信サービスの検討状況では、1社のみしか検討しなかった者が半数近くいる（47.5%）。

MVNOサービスが検討の俎上に載っていない場合が多いと考えられる。

(5) ライトユーザ向けプランや期間拘束に係る新たなプランの普及状況等

MNOにおける音声のライトユーザ向けプランについては、利用状況、説明の実施状況等からも普及が進んでいることが窺える。

期間拘束に係る新たなプラン(2年契約かつ解約時の違約金負担がないものの、従来の2年契約プランに比べて基本料金が高い又は長期利用割引が受けられないもの)の普及も一定程度進んでいるものの、2016年度に引き続き、「当初の拘束期間経過後は、料金をそのままいつでも解約できるようにすべき」(63.3%)との意見が最も多かった。

各事業者において、引き続き、利用者ニーズや総務省の行政指導を踏まえた対応が期待される。

(6) キャッシュバックに対する認識

移動系通信サービスにおけるキャッシュバックと料金値下げに対する認識として、「キャッシュバックよりも通信料金の値下げを優先してほしい」と感じている者の割合が78.5%であった。

また、キャッシュバックに対する認識については「料金プランを分かりにくくしている」と感じている者の割合が68.7%、「通信料金高止まりの一因」と感じている者の割合が57.1%であった。

キャッシュバックに関する利用者の経験では、「適用条件等の表記がわかりにくい」が37.1%で最も多く、次いで「適用条件が多すぎて、目的のキャッシュバックを受けられなかった」(19.3%)、「期間限定だったはずのキャンペーンが延長された」(18.6%)、「長期間経過後に自らの申請が必要であったが、申請を失念」(16.2%)であった。

移動系通信サービスの月額料金に対する負担感は大きく、また、キャッシュバックに対しては否定的に感じている者が多く、利用者のニーズは複雑な適用条件等による一時的なキャッシュバックの実施ではなく、低廉な月額料金であると考えられる。特にMNOにおいて、利用者ニーズを踏まえた積極的な対応が期待される。

2 移動系通信市場(卸売市場)

(1) 競争状況等

2017年度末時点におけるMNOの卸契約数は1,840万(前期比+4.3%、前年度末比+16.0%)、再卸事業者の再卸契約数は718万(前期比+3.4%、前年度末比+29.1%)とともに増加傾向となっている。

MNOの卸契約数における事業者別シェアは、NTTドコモが横ばい、KDDIグループが減少傾向、ソフトバンクグループが増加傾向となっており、HHIは3,782(前期比+2、前年度末比▲6)と横ばいで推移している。

他方、最終利用者に提供するMVNO(契約数が3万以上のMVNO)に対する卸契約数における卸元事業者別シェアは、再卸事業者の合計が28.2%(前期比▲0.9ポイント、前年度末比+1.9ポイント)と微増となっており、HHIは1,653(前期比+65、前年度末比+3)となっている。

SIMカード型における卸元事業者別シェアについてみると、再卸事業者のシェアの合計が43.6%(前期比▲1.7ポイント、前年度末比+1.0ポイント)であり、HHIは2,378(前期比+114、前年度末比▲66)となっている。

これらのことから、卸売市場において、MNOと再卸事業者(MVNO)間の競争が一定程度進展しているといえる。

また、SIMカード型における卸元事業者別シェアはNTTドコモ及びNTTドコモの回線を利用する再卸事業者のシェアが高く、これはNTTドコモの接続料に比して他のMNOの接続料が高いことが一因であると考えられる。

MVNOがMNOに支払う接続料は対前年度比で約11~19%低減化した。これによりMVNO間の競争が一層進展することが期待される。

(2) MVNE サービスの提供実態

事業者アンケートに回答したMVNOのうち半数以上(53.8%)の事業者が、他の事業者のMVNO事業の開始に当たり、MVNEとして支援を行ったと回答した。

支援内容としては、「回線の調達仲介(再卸)」(78.6%)のみならず、「情報提供(法令・ガイドライン等)」(64.3%)や「事業のコンサルティング」(42.9%)等も行っており、MVNO事業の展開において一定の役割を果たしている。

引き続き、再卸事業者を始めとするMVNEの積極的な事業展開により、MVNOサービス市場がより活性化することが期待できる。

第2章 固定系データ通信

第2章 固定系データ通信

第1節 固定系ブロードバンド市場(小売市場)

1 競争状況等に係る分析

(1) 固定系ブロードバンド市場

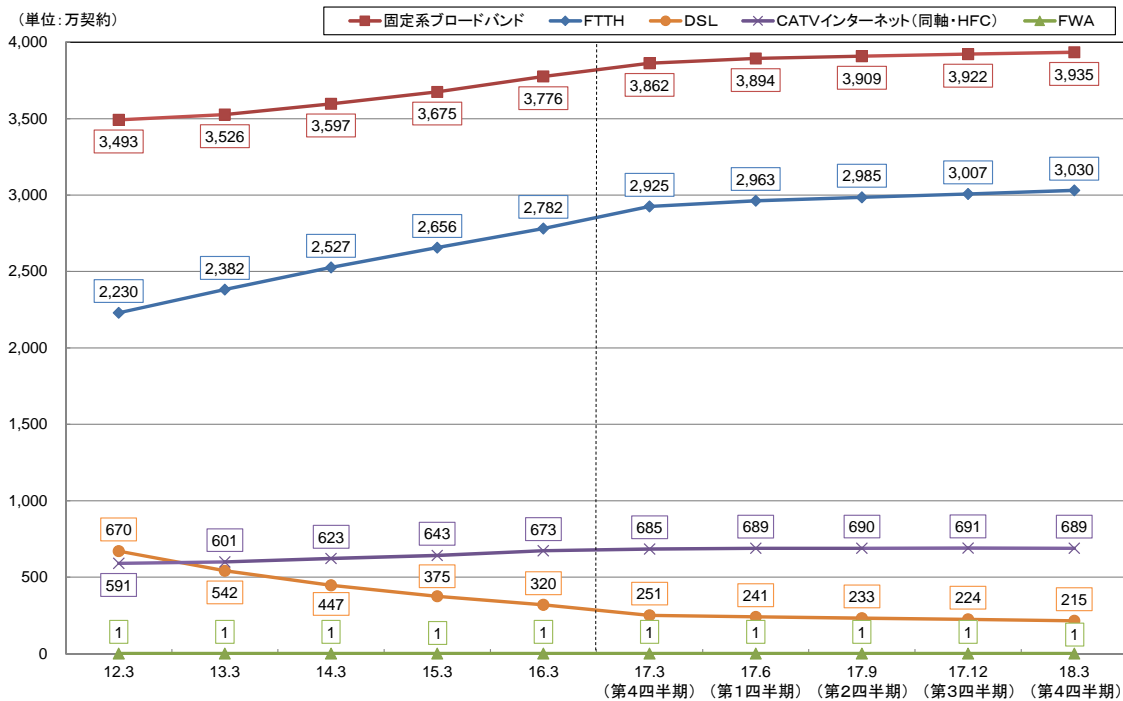
① 市場規模

ア 契約数

2017年度末時点における固定系ブロードバンドサービス⁴²の契約数は、3,935万（前期比+0.3%、前年同期比+1.9%）と増加傾向となっている。

FTTHの契約数は、3,030万（前期比+0.8%、前年度末比+3.6%）と増加傾向であり、固定系ブロードバンド契約数全体に占める割合は、77.0%（前期比+0.4ポイント、前年度末比+1.3ポイント）となっている。

【図表Ⅱ-1】 固定系ブロードバンド市場の契約数の推移

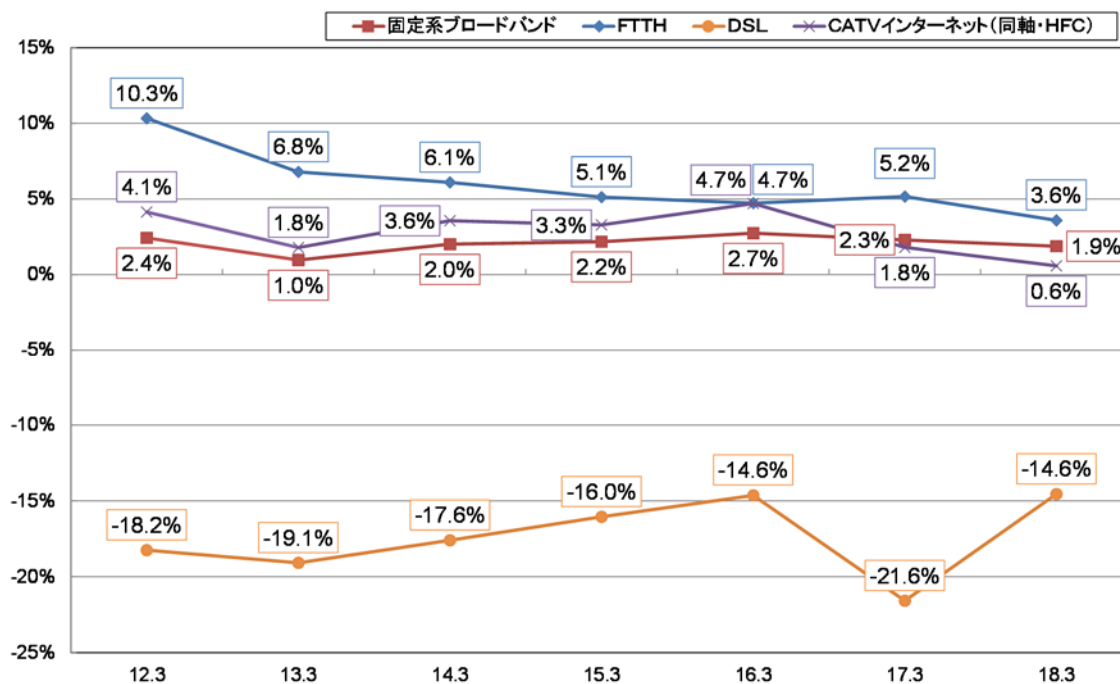


出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

⁴² FTTH、DSL、CATVインターネット及びFWA。以下、特段の記載がない限り本章において同じ。

固定系ブロードバンドサービスの契約数の増加率は、固定系ブロードバンドサービスが1.9%、FTTHが3.6%で、ともに2017年3月末と比べて低下している。

【図表Ⅱ-2】固定系ブロードバンドサービスの契約数の増減率の推移



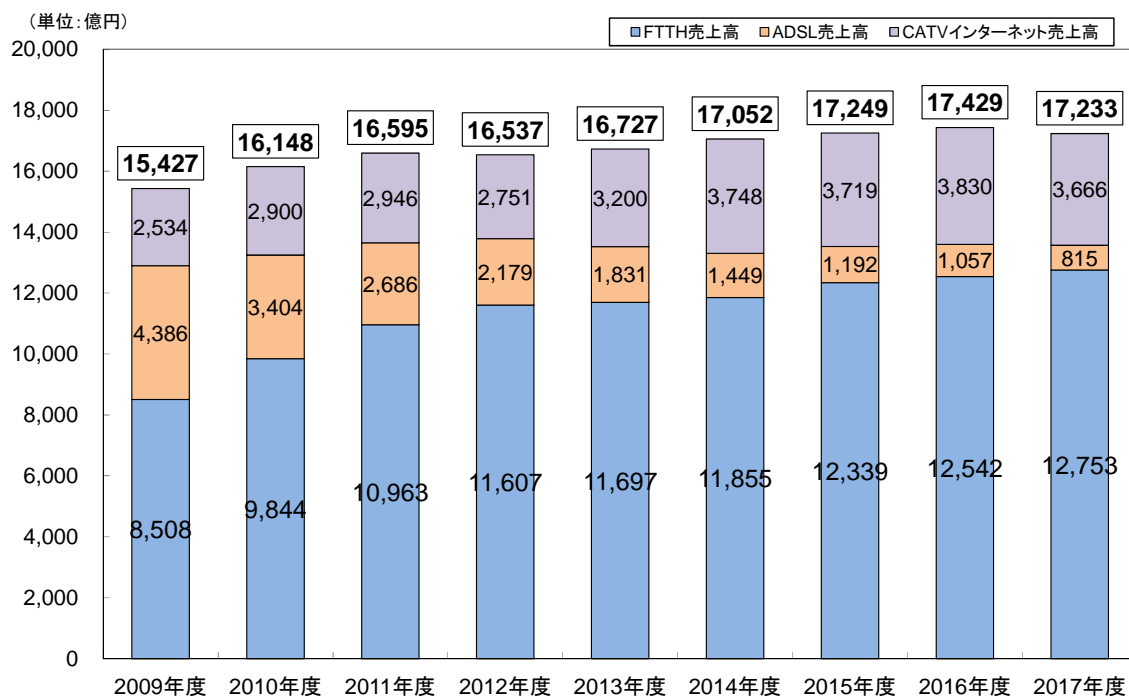
注：対前年度末比の増加率を表している。

出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

イ 売上高

固定系ブロードバンド市場における売上高については、2017年度において1兆7,233億円（前年度比▲1.1%）となっており、サービス別ではFTTHが全体の74.0%（前年度比+2.0ポイント）を占めている。

【図表Ⅱ－3】 固定系ブロードバンド市場の売上高の推移



注：各社の公表資料等を基に市場の売上高を推計している。

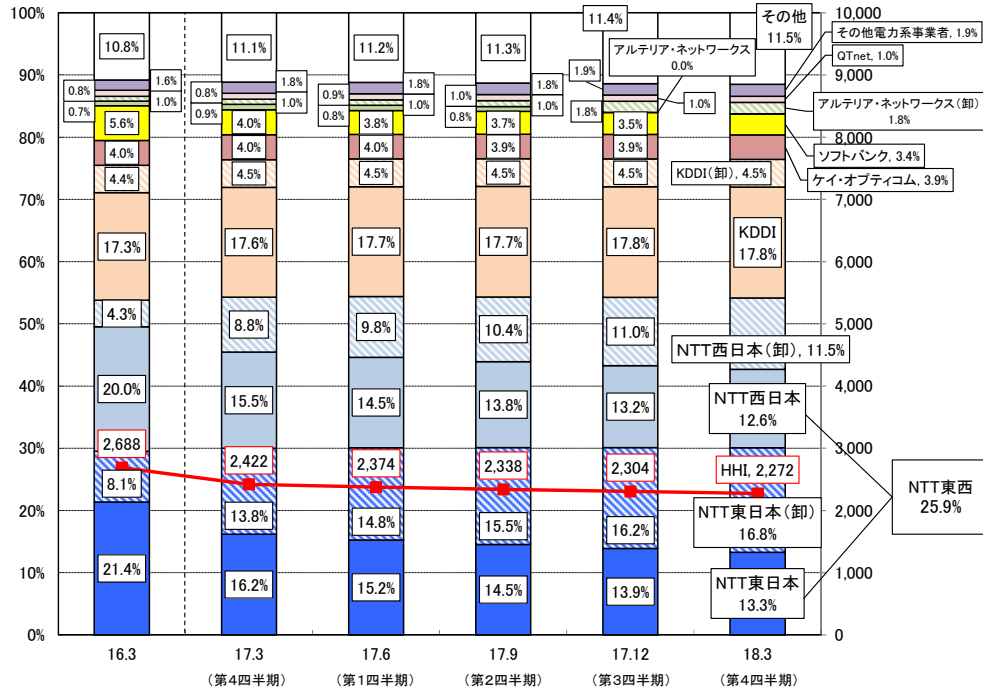
出所：各社決算資料を基に総務省作成

② 市場シェア

2017年度末時点における固定系ブロードバンド市場の事業者別シェアは、NTT東西が25.9%⁴³（前期比▲1.2ポイント、前年度末比▲5.7ポイント）、KDDIが17.8%⁴⁴（前期比±0ポイント、前年度末比+0.2ポイント）、ソフトバンクが3.4%（前期比▲0.2ポイント、前年度末比▲0.6ポイント）となっている。

HHIは2,272（前期比▲33、前年度末比▲150）と減少傾向となっている。

【図表Ⅱ-4】 固定系ブロードバンド市場の事業者別シェア及び市場集中度の推移



- 注1：固定系ブロードバンド契約数の事業者別シェアはFTTH、DSL及びCATVインターネットを対象としており、FWAを含んでいない。以下同じ。
- 注2：KDDIのシェアには、沖縄セルラー、JCN、CTC、OTNet及びJ:COMグループが含まれる。以下、特段の記載がない限り同じ。
- 注3：その他電力系事業者のシェアには、北陸通信ネットワーク、STNet、エネルギア・コミュニケーションズ及びファミリーネット・ジャパンが含まれる。以下同じ。
- 注4：卸電気通信役務を利用してFTTHを提供する事業者のシェアを、当該卸電気通信役務を提供する事業者（その他に含まれる事業者は除く。）ごとに合算し、当該事業者名の後「(卸)」と付記して示している。以下同じ。

出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

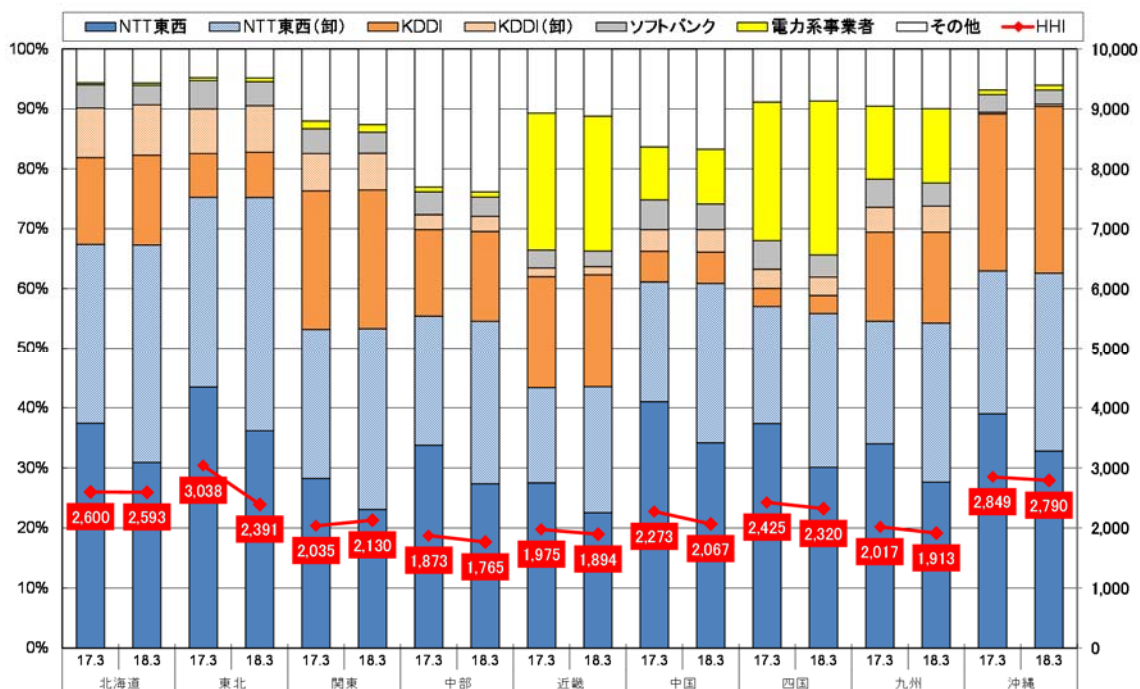
⁴³ 卸電気通信役務の提供に係るものは含まない。卸電気通信役務の提供に係るものを含めると54.2%。

⁴⁴ 卸電気通信役務の提供に係るものは含まない。卸電気通信役務の提供に係るものを含めると22.3%。

地域ブロック別では、サービス卸の増加に伴い、NTT東西のシェアが全ての地域で減少し、4割⁴⁵を下回っている。

HHIは、最も高い地域は沖縄で2,790、最も低い地域は中部で1,765となっている。

【図表Ⅱ－５】固定系ブロードバンド市場の事業者別シェア及び市場集中度の推移
(地域ブロック別)



注：地域ブロック別のHHIは、卸電気通信役務を利用してFTTHを提供する事業者のシェアを、当該卸電気通信役務を提供する事業者（その他に含まれる事業者は除く。）ごとに合算して算出している。以下同じ。

出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

⁴⁵ 卸電気通信役務の提供に係るものは含まない。

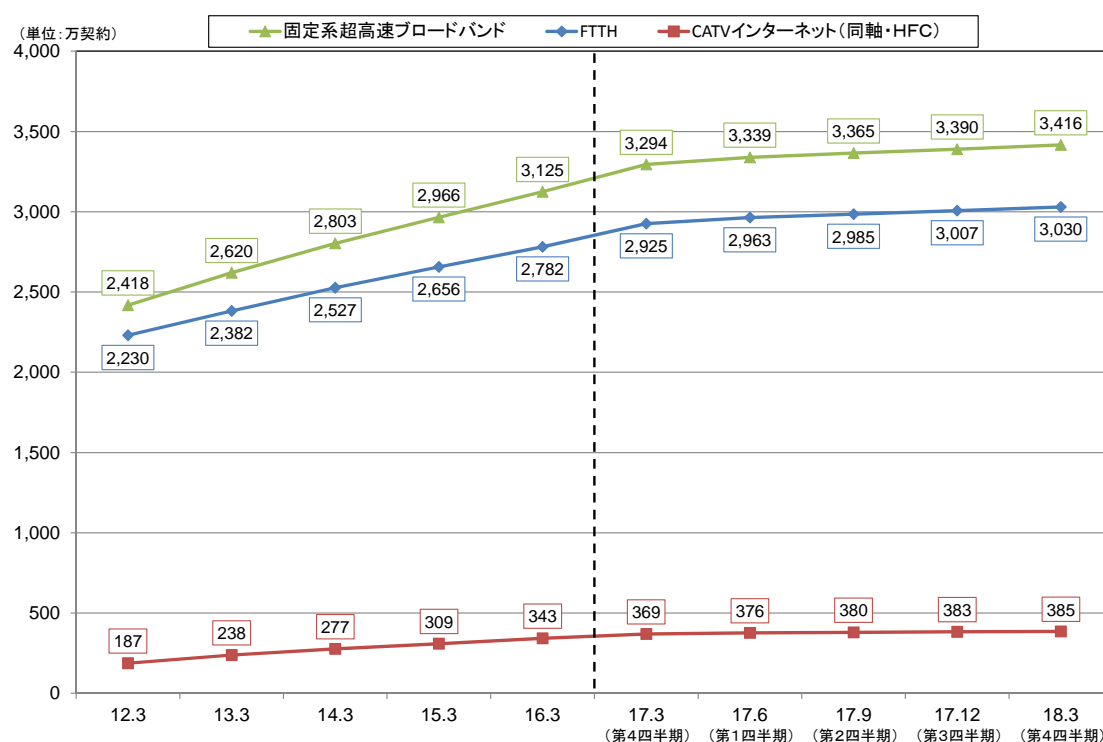
(2) 固定系超高速ブロードバンド市場

① 市場規模（契約数）

2017 年度末時点における固定系超高速ブロードバンドサービスの契約数は、3,416 万（前期比+0.8%、前年度末比+3.7%）と増加傾向となっている。

このうち、CATV インターネット（同軸・HFC）⁴⁶は、385 万（前期比+0.6%、前年度末比+4.4%）となっている。

【図表 II-6】固定系超高速ブロードバンドサービスの契約数の推移

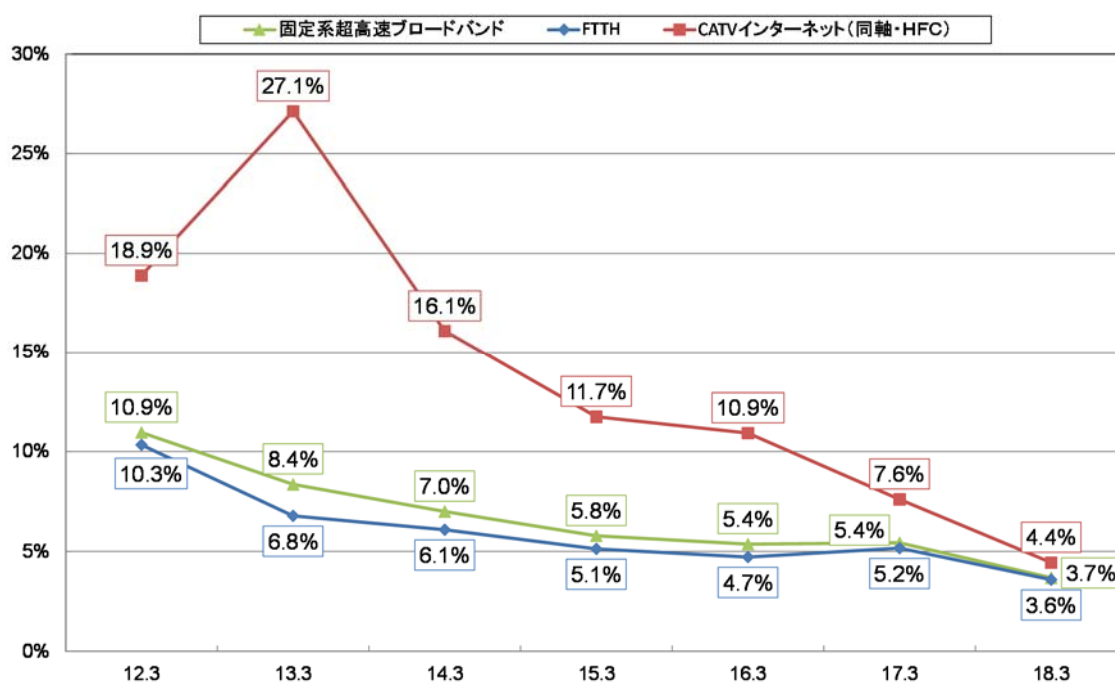


出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

⁴⁶ 通信速度下り 30Mbps 以上のものに限る。以下この（2）及び第4節（2）において同じ。

固定系超高速ブロードバンドサービスの契約数の増加率は、固定系超高速ブロードバンドサービスが3.7%、CATVインターネット（同軸・HFC）が4.4%で、ともに2017年3月末期と比べて低下している。

【図表Ⅱ－7】固定系超高速ブロードバンドサービスの契約数の増加率の推移

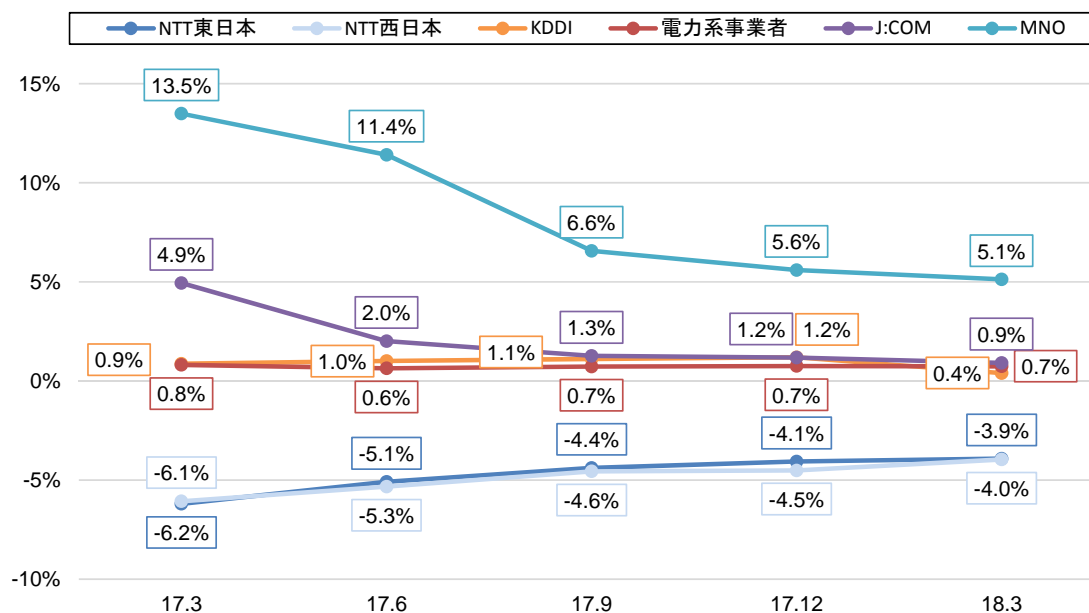


注：対前年度末比の増加率を表している。

出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

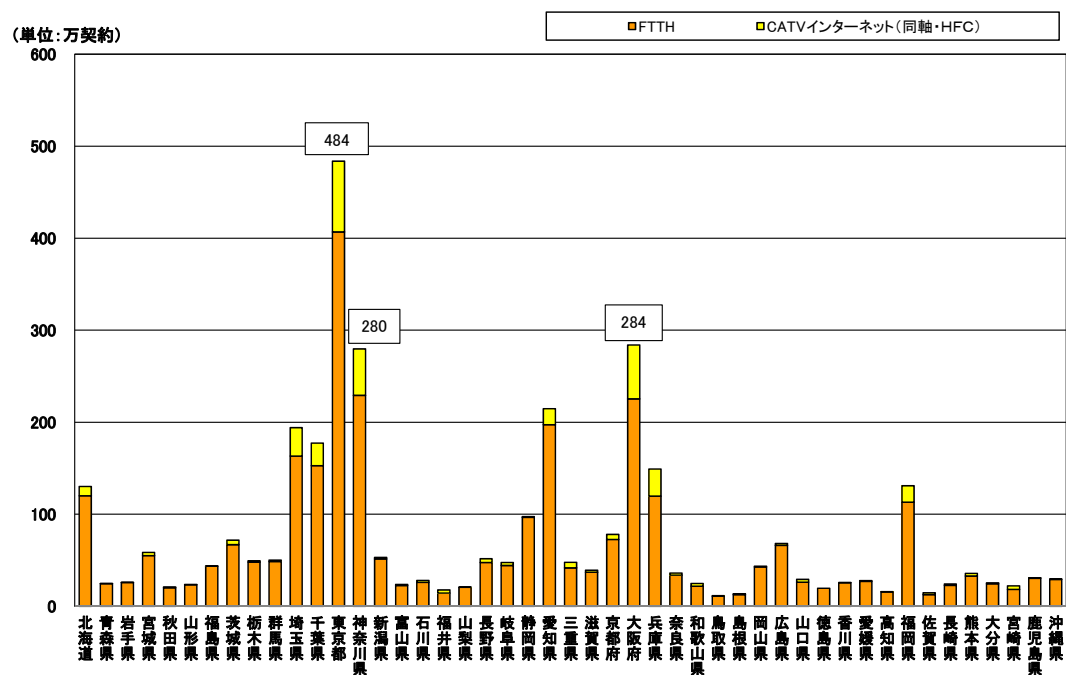
固定系超高速ブロードバンドサービスの契約数の増減率を事業者別に見ると、NTT東西が－5％前後、KDDI、電力系事業者及びJ:COMグループが1～2％程度で推移している。MNO（ドコモ及びソフトバンク）の増加率は低下してきているものの、5％超を維持している。

【図表Ⅱ－8】固定系超高速ブロードバンドサービスの契約数の事業者別増減率の推移



出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

【参考】固定系超高速ブロードバンドサービスの都道府県別の契約数



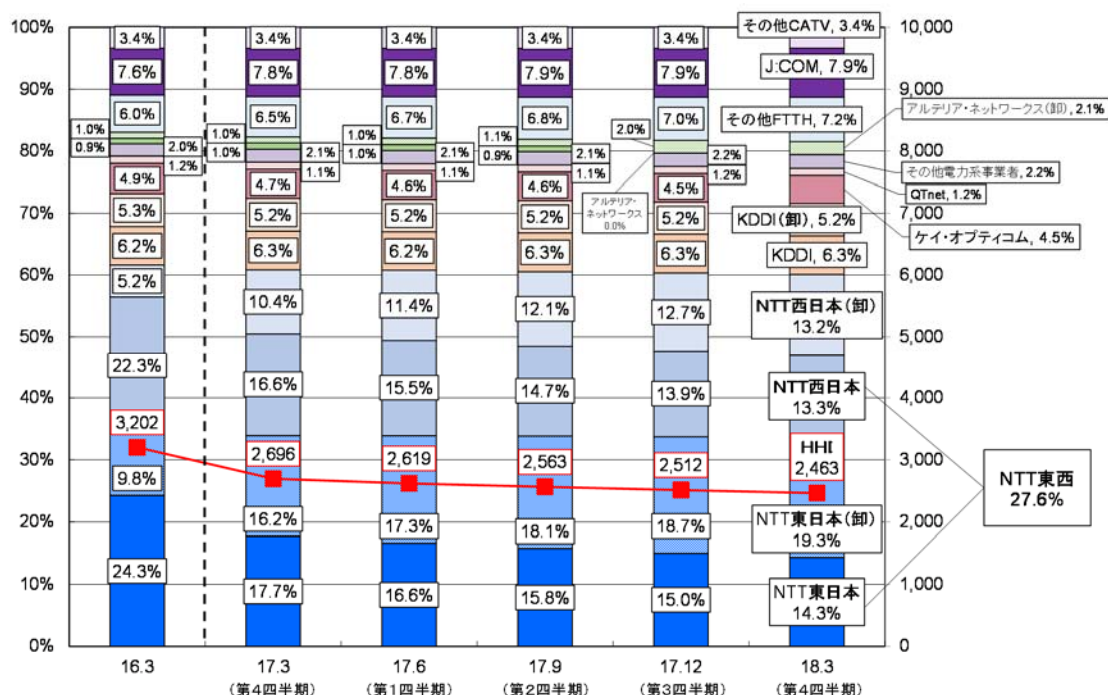
出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

② 市場シェア

2017年度末時点における固定系超高速ブロードバンド市場の事業者別シェアは、NTT東西が27.6%⁴⁷（前期比▲1.3ポイント、前年度末比▲6.8ポイント）、J:COMグループが7.9%（前期比±0ポイント、前年度末比+0.1ポイント）、KDDIが6.3%⁴⁸（前期比、前年度末比ともに±0ポイント）となっている。

HHIは2,463（前期比▲49、前年度末比▲233）と減少傾向となっている。

【図表Ⅱ－9】 固定系超高速ブロードバンド市場の事業者別シェア及び市場集中度の推移



注：J:COM各社が提供するCATVインターネット（同軸・HFC）は、「J:COM」としてKDDIとは別に計上、表示している。

出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

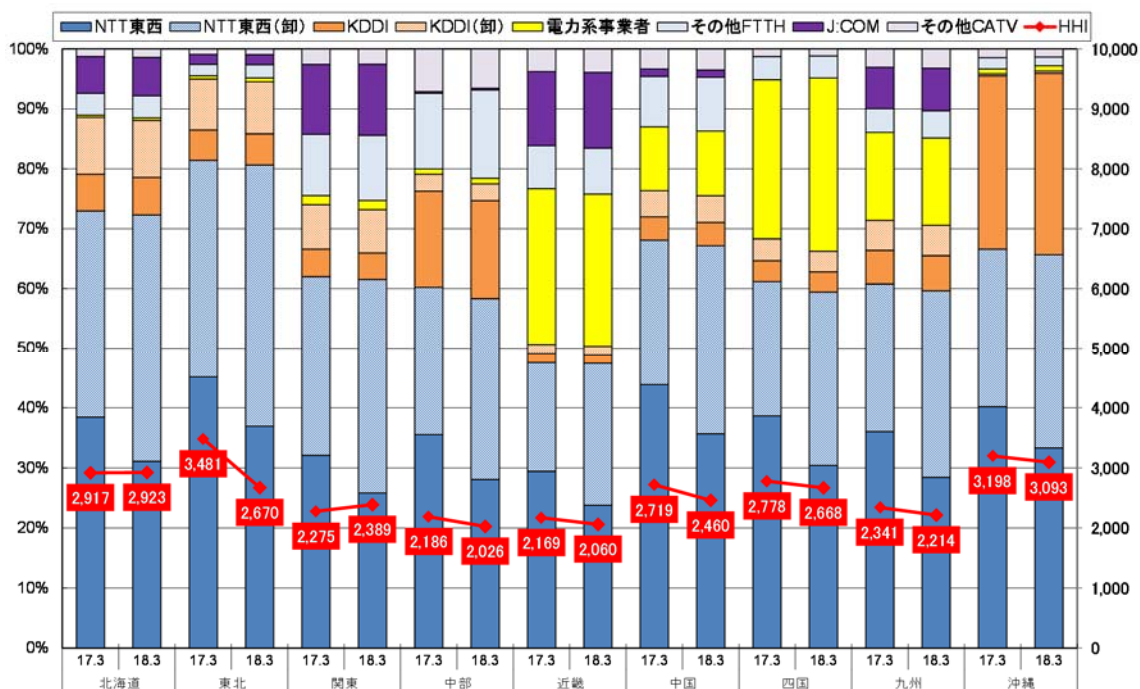
⁴⁷ 卸電気通信役務の提供に係るものは含まない。卸電気通信役務の提供に係るものを含めると60.1%。

⁴⁸ 卸電気通信役務の提供に係るものは含まない。卸電気通信役務の提供に係るものを含めると11.4%。

地域ブロック別のシェアでは、サービス卸の増加に伴い、NTT東西のシェアが全ての地域で減少し、4割⁴⁹を下回っている。

HHIは、最も高い地域は沖縄で3,093、最も低い地域は中部で2,026となっている。

【図表Ⅱ-10】 固定系超高速ブロードバンド市場の事業者別シェア及び市場集中度の推移（地域ブロック別）



出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

⁴⁹ 卸電気通信役務の提供に係るものは含まない。

③ 設備競争及びサービス競争の状況

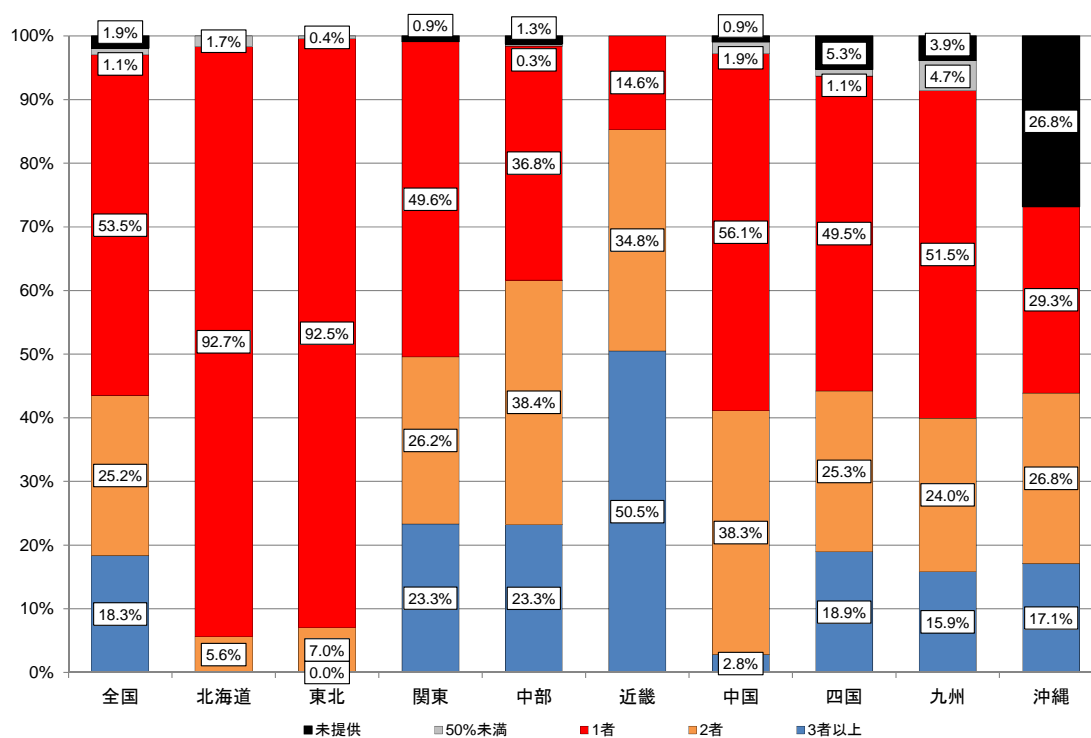
ア 設備競争の状況

固定系超高速ブロードバンドの設備は、全国的におおむね整備されているものの、1.9%の市町村が完全未提供、53.5%の市町村が「1者」という状況になっている。

設備整備事業者数別の状況をみると、「1者」が最も多く53.5%、「2者」が25.2%、「3者以上」が18.3%となっており、1者の設備しか整備されていない市町村が約半数を占めている。

地域別の設備競争の状況をみると、北海道・東北においては、9割以上の市町村において事業者数が「1者」となっているのに対し、近畿においては、NTT西日本の他にケイ・オプティコム、地域のCATV事業者等が積極的に設備整備を行っているため、50.5%の市町村が「3者以上」となっている。

【図表II-11】設備整備事業者数別の市区町村シェア（地域ブロック別）



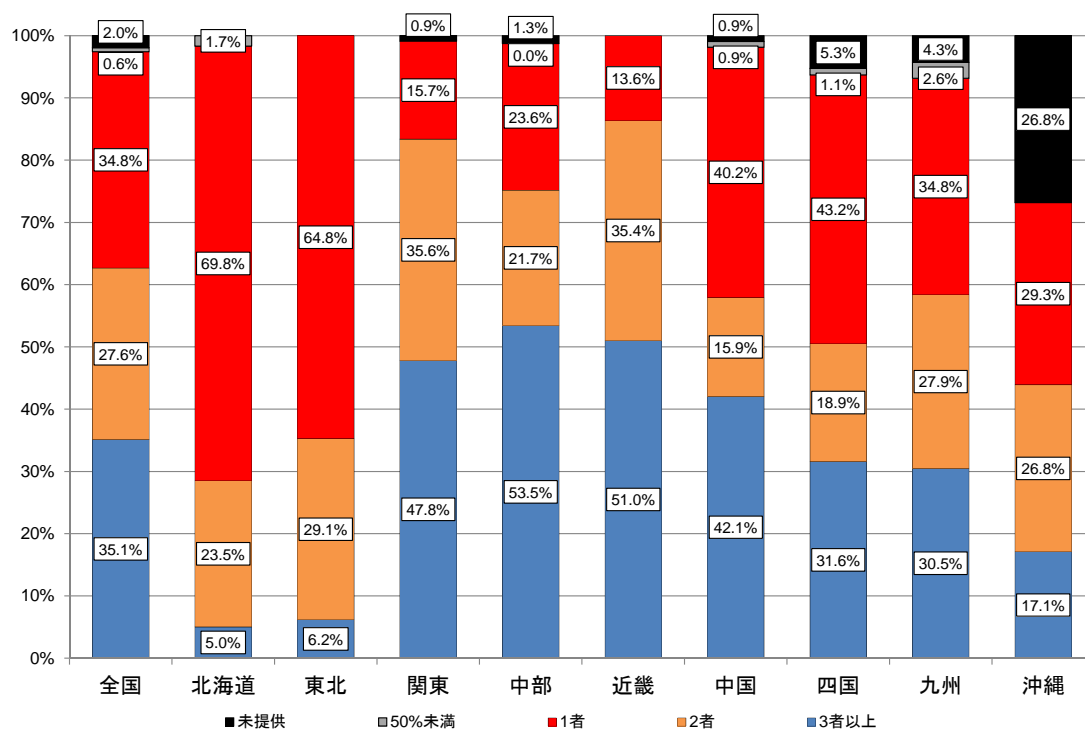
出所：総務省資料

イ サービス競争の状況

サービス提供事業者⁵⁰数別の状況を見ると、35.1%の市町村において「3者以上」、27.6%の市町村において「2者」となっており、設備競争の状況と比べて競争が進展している。

地域別のサービス競争の状況を見ると、北海道・東北は低調であること、関東・西日本は活発であることは設備競争の状況と似た傾向であるが、設備競争の状況と比べ、ほぼ全ての地域で「2者」又は「3者以上」の市区町村の割合が増加しており、特に中部では、53.5%の市区町村において「3者以上」となっている。

【図表II-12】サービス提供事業者数別の市町村シェア（地域ブロック別）



出所：総務省資料

⁵⁰ 卸電気通信役務を利用して固定系超高速ブロードバンドサービスを提供する事業者は含まない。参考3において同じ。

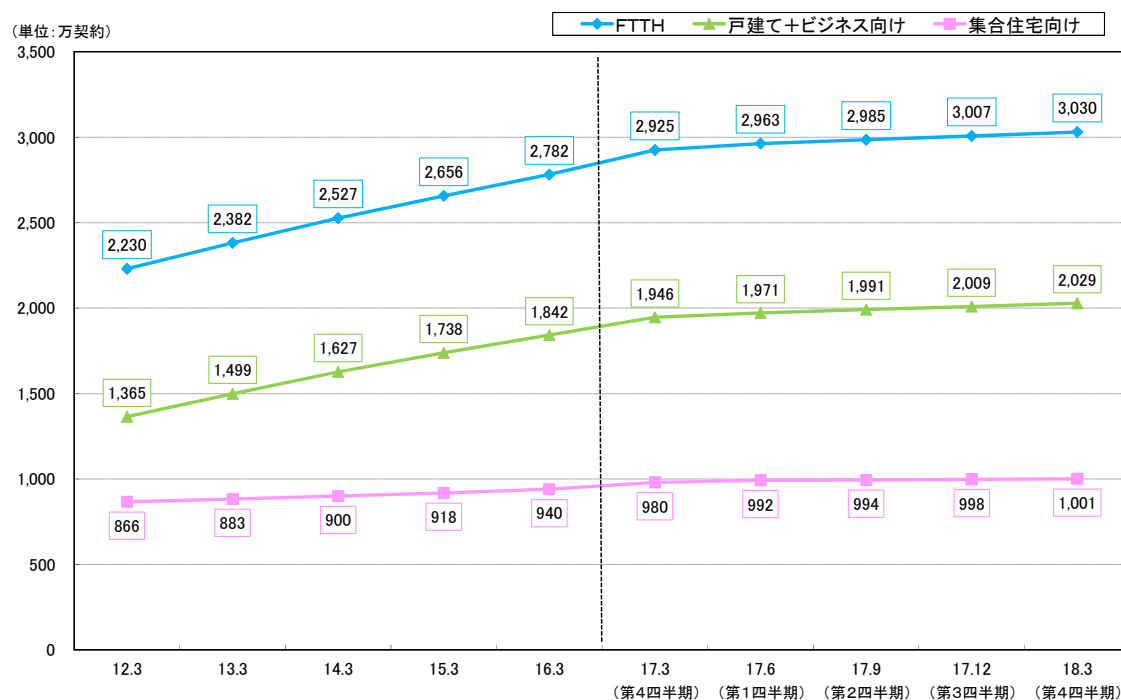
(3) FTTH 市場(小売市場)

① 市場規模(契約数)

ア 契約数

2017 年度末時点における FTTH の契約数は、3,030 万(前期比+0.8%、前年度末比+3.6%)と増加傾向となっている。

【図表 II-13】 FTTHサービスの契約数の推移



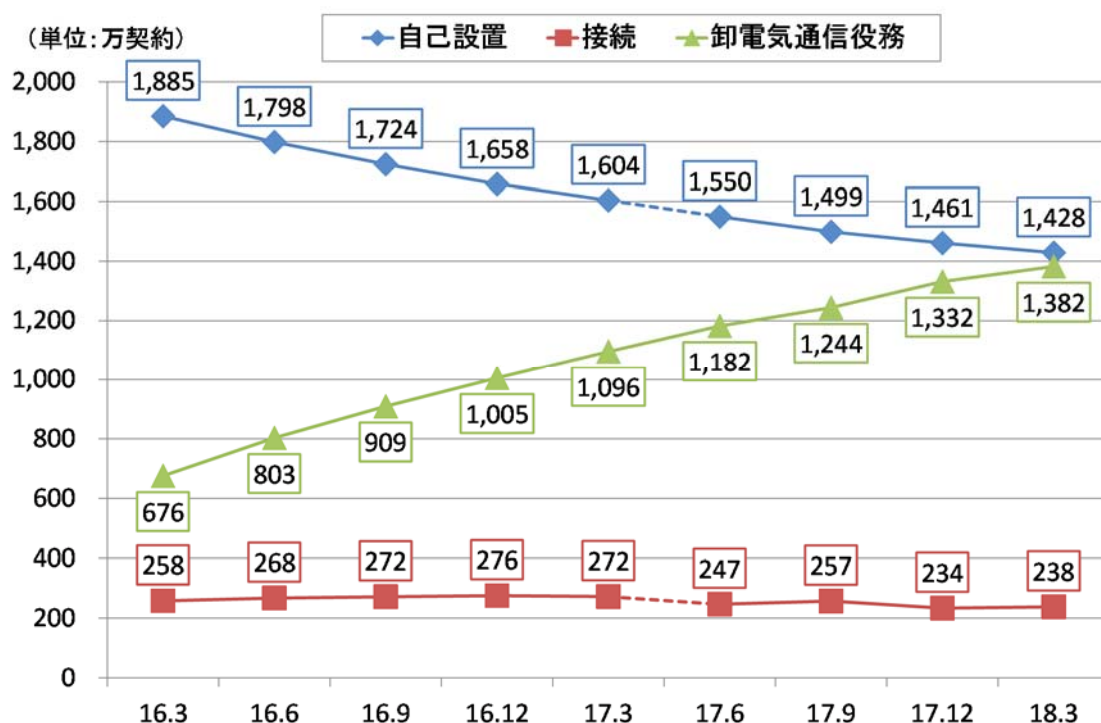
出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

イ 提供形態別契約数等

2017年度末時点におけるFTTHの提供形態別⁵¹の契約数は、「自己設置」型が1,428万（前期比▲33万、前年度末比▲175万）と減少傾向、「接続」型が238万（前期比+5万、前年度末比▲34万）と横ばい、「卸電気通信役務」型が1,382万（前期比+51万、前年度末比+286万）と増加傾向となっている。

「卸電気通信役務」型の増加は「自己設置」型の減少要因となり得るが、「卸電気通信役務」型の純増（51万）ほど「自己設置」型は純減（33万）していない。

【図表Ⅱ－14】FTTHの提供形態別の契約数の推移

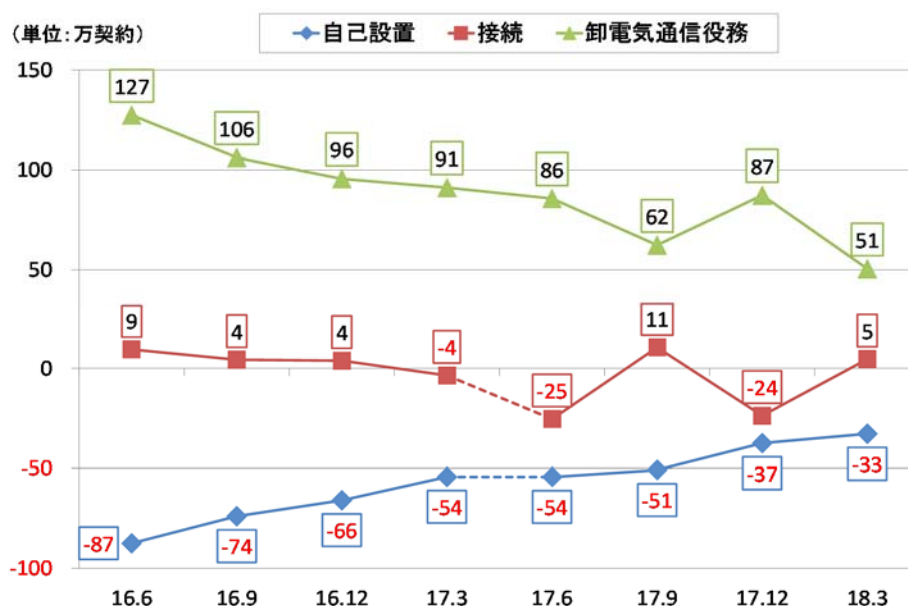


注：「卸電気通信役務」の契約数の一部については、「自己設置」、「接続」の契約数に含まれている。そのため、FTTHの契約数とは合計値が異なる。なお、「自己設置」及び「接続」の契約数の一部について当該重複の排除を行っており、2017年6月末以降においては重複排除可能な事業者が増加している。

出所：電気通信事業報告規則に基づく報告及び2016・2017年度事業者アンケート

⁵¹ 「自己設置」型：電気通信事業者が自ら設備を設置して、利用者にFTTHサービスを提供するもの。
「接続」型：電気通信事業者が接続料を支払って、他の電気通信事業者の加入光ファイバを利用し、利用者にFTTHサービスを提供するもの。
「卸電気通信役務」型：電気通信事業者が他の電気通信事業者から卸電気通信役務の提供を受け、利用者にFTTHサービスを提供するもの。

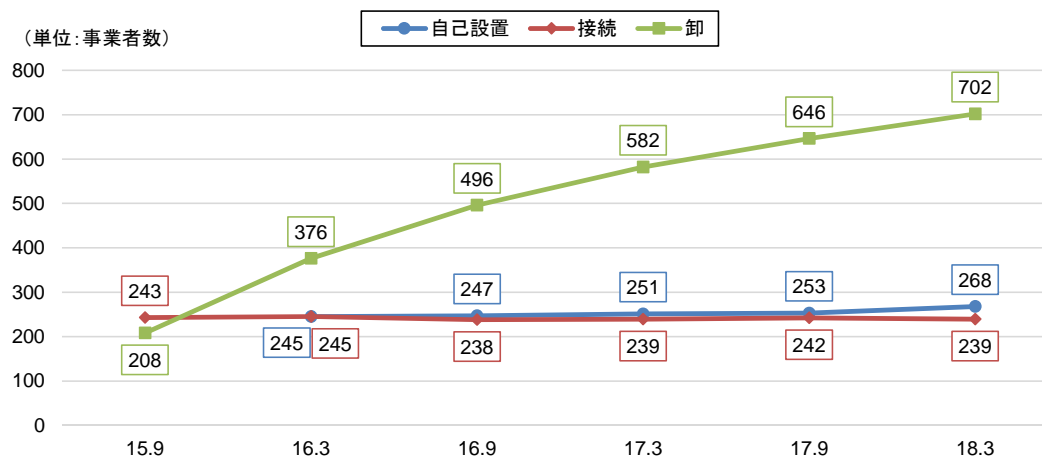
【図表Ⅱ－15】FTTHの提供形態別の契約数の純増減数の推移



出所：電気通信事業報告規則に基づく報告及び2016・2017年度事業者アンケート

FTTHの提供形態別の事業者数は、卸による参入の増加が顕著であるが、自己設置事業者も微増となっている。接続事業者については微減している。

【図表Ⅱ－16】FTTHの提供形態別の事業者数の推移



- 注1：自己設置の事業者数は、電気通信事業報告規則の改正により2016年3月以降把握可能となった。
- 注2：接続の事業者数は「加入光ファイバに係る接続制度の在り方に関して講ずべき措置について（要請）（平成27年8月29日）」に基づく半期ごとの報告によるNTT東西との接続事業者の数。
- 注3：卸の事業者数はNTT東西の光コラボサービスを提供する事業者。2015年9月末については、「FTTHアクセスサービス等の卸電気通信役務の提供に関して対応及び報告すべき事項について（要請）」に基づくNTT東西からの報告による。
- 注4：複数の提供形態でサービスを提供している事業者については重複して計上されている。

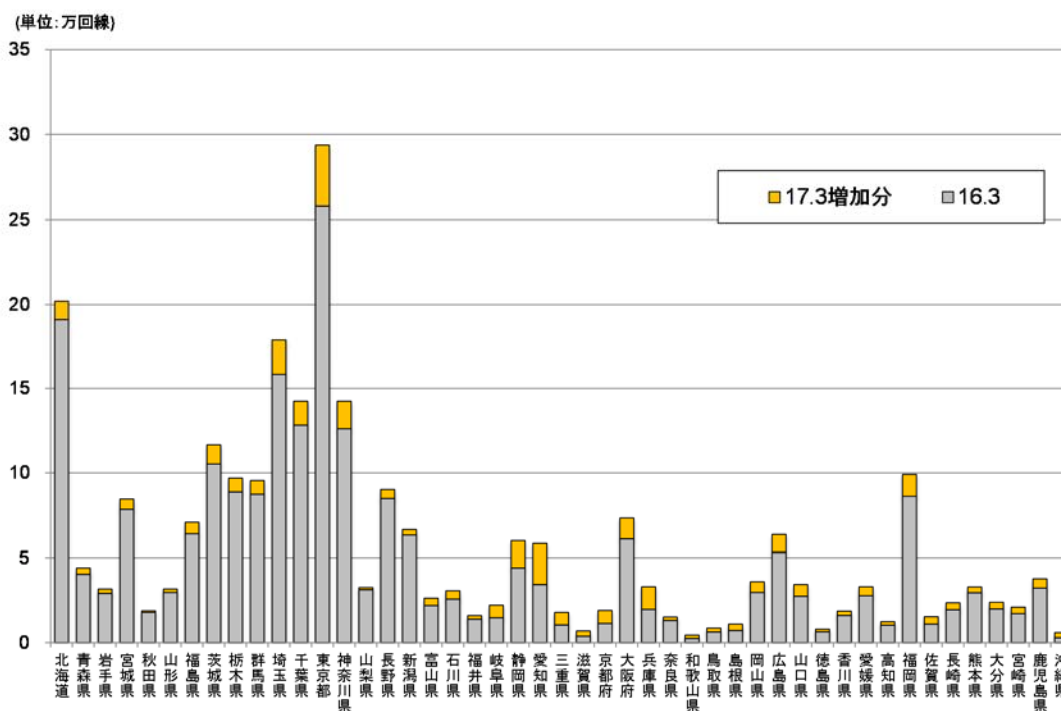
出所：電気通信事業報告規則に基づく報告及び加入光ファイバに係る接続制度の在り方に関して講ずべき措置について（要請）

ウ 貸出回線数 ※ 2016年度までの数値を用いている。成案公表時に更新予定。

NTT東西の光ファイバ回線については、競争事業者への貸出義務が課されている⁵²ところであるが、2017年度の状況をみると以下のとおりである。

- 2017年度末時点におけるNTT東西による光ファイバ回線の貸出し（加入光ファイバの相互接続）の総数は約261万回線。このうち、NTT東日本分は約174万回線（66.7%）、NTT西日本分は約87万回線（33.3%）であり、東高西低の状況となっている。
- NTT東西の光ファイバ回線の貸出回線数が多いのは、東京都（約29万）、北海道（約20万）、埼玉県（約18万）のほか、千葉県及び神奈川県（約14万）、茨城県（約12万）、福岡県、栃木県及び群馬県（約10万）、長野県（約9万）などであり、主に関東地方での貸出回線数が多い。
- 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）に占める貸出回線数の割合（2017年度末時点）をみると、当該割合の全都道府県の平均は14.9%（前年度末比+1.3ポイント）であり、引き続き増加傾向にある。

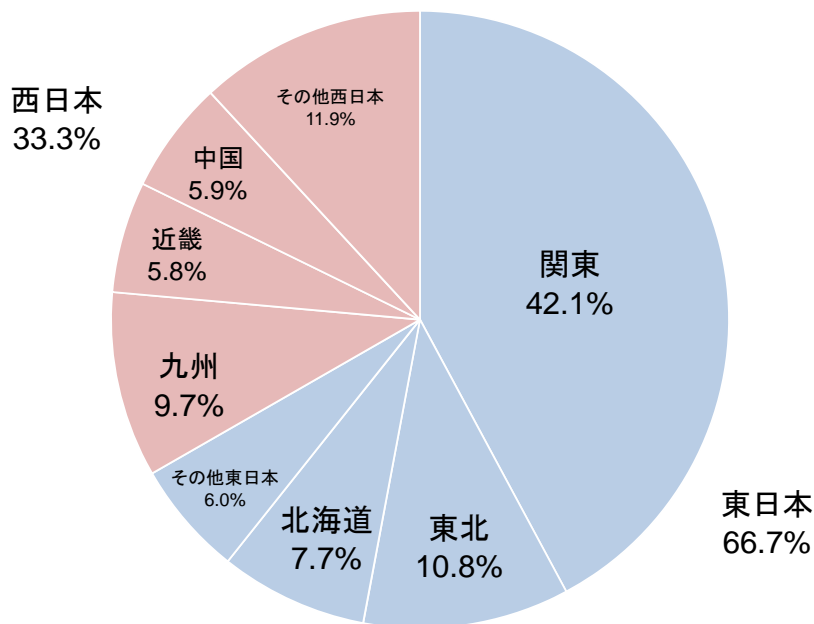
【図表Ⅱ－17】NTT東西による光ファイバ回線の貸出回線数（都道府県別）



出所：2017年度事業者アンケート

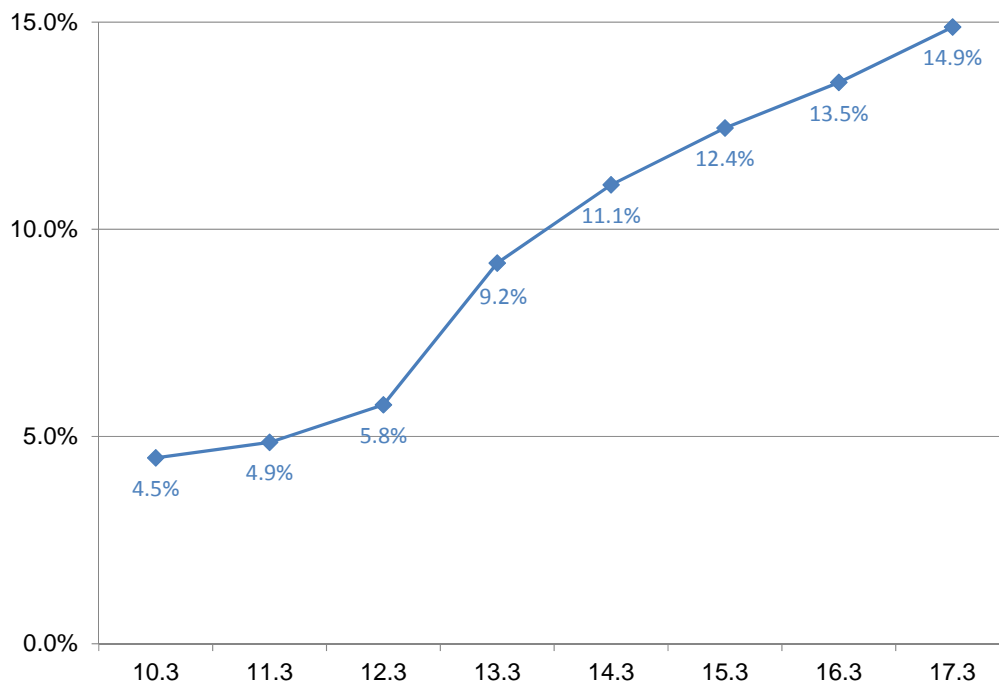
⁵² 電気通信事業法第32条及び第33条

【図表Ⅱ－18】NTT東西による光ファイバ回線の貸出回線数（東西別）



出所：2017年度事業者アンケート

【図表Ⅱ－19】NTT東西が保有する光ファイバ回線（未利用の回線を除く）に占める貸出回線数の割合⁵³の推移



出所：2017年度事業者アンケート

⁵³ NTT東西による光ファイバの貸出回線数を、NTT東西が保有する光ファイバ回線の総数（未利用の回線を除く）で除したものの。

② 市場シェア

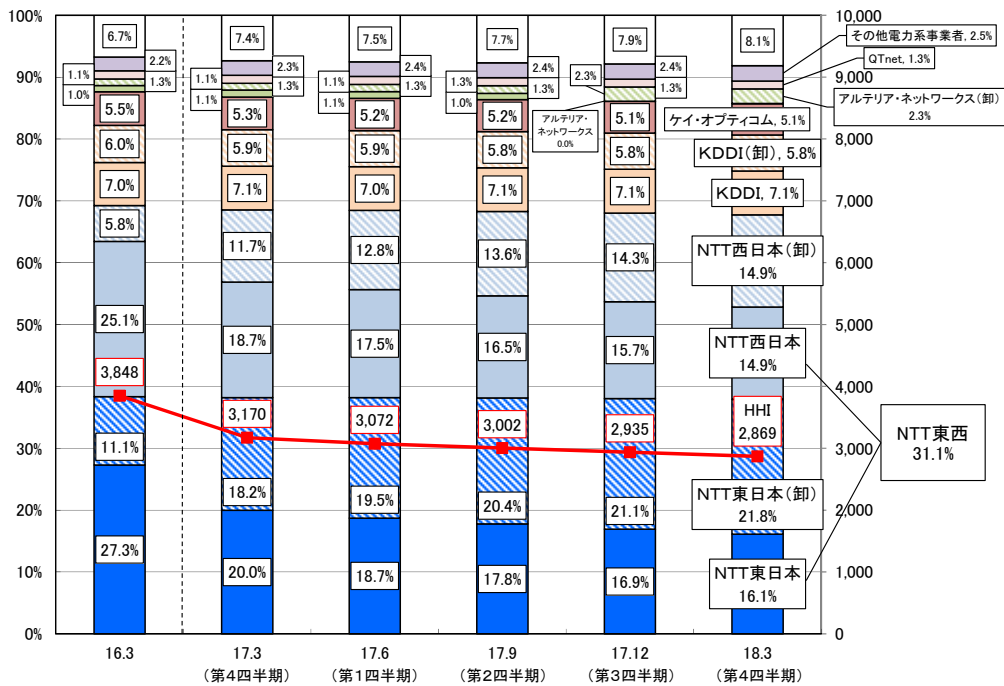
ア 契約数シェア

2017年度末時点におけるFTTH市場（小売市場）の事業者別シェアは、NTT東西が31.1%⁵⁴（前期比▲1.5ポイント、前年度末比▲7.6ポイント）、KDDIが7.1%⁵⁵（前期比、前年度末比ともに±0ポイント）、ケイ・オプティコムが5.1%（前期比±0ポイント、前年度末比▲0.2ポイント）となっている。

HHIは、2,869（前期比▲65、前年度末比▲300）であり、サービス卸の増加に伴い減少傾向となっている。

当該事業者別シェアを詳細にみる（卸電気通信役務を利用する事業者のシェアを個社ごとにみる）と、MNO（NTTドコモ及びソフトバンク）のシェアの合計が26.0%（前期比+1.1ポイント、前年度末比+5.6ポイント）と増加傾向となっている。また、ISPのシェアも増加傾向となっており、主にサービス卸を利用する事業者のシェアが増加傾向にある。

【図表Ⅱ-20】FTTH市場（小売市場）の事業者別シェア及び市場集中度の推移



出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

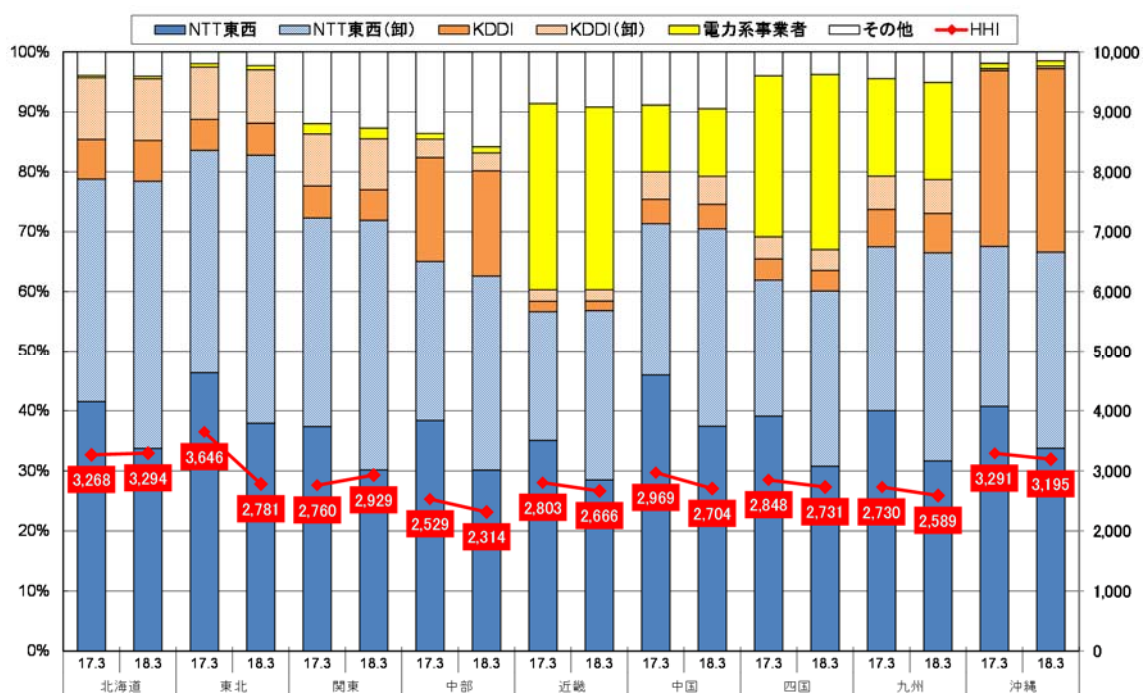
⁵⁴ 卸電気通信役務の提供に係るものは含まない。卸電気通信役務の提供に係るものを含めると67.7%。

⁵⁵ 卸電気通信役務の提供に係るものは含まない。卸電気通信役務の提供に係るものを含めると12.9%。

地域ブロック別の事業者別シェアは、サービス卸の増加に伴い、NTT東西のシェアが全ての地域で減少し、4割⁵⁶を下回っている。

HHIは、最も高い地域は北海道で3,294、最も低い地域は中部で2,314となっている。

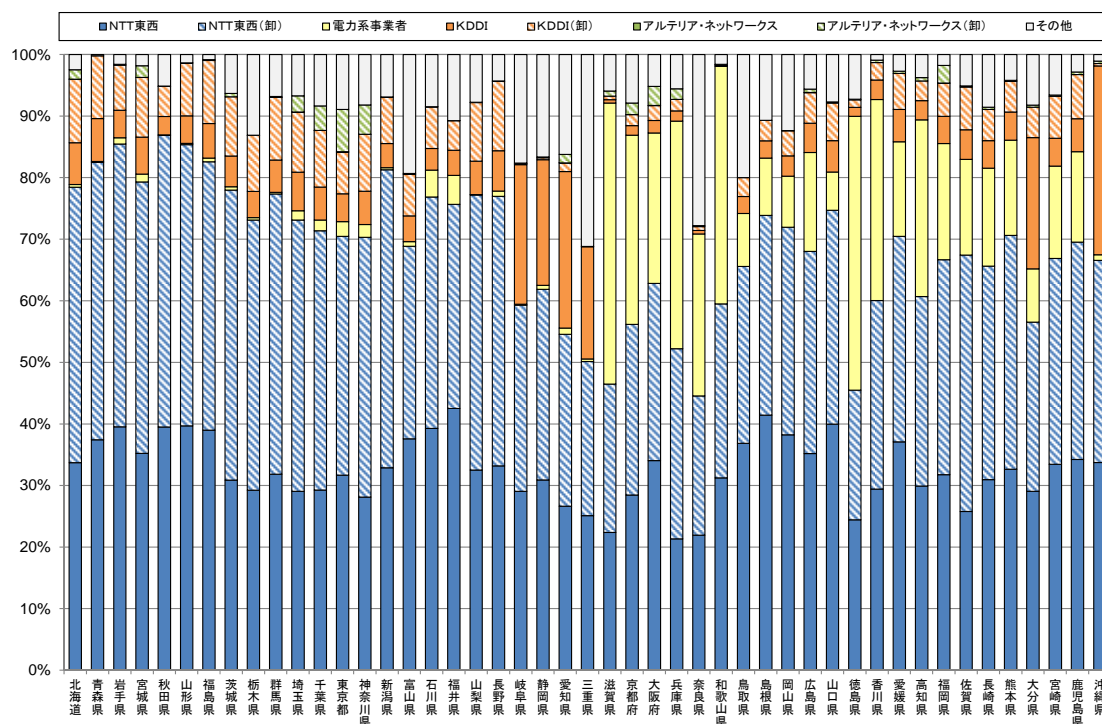
【図表Ⅱ-21】FTTH市場（小売市場）の事業者別シェア及び市場集中度の推移
（地域ブロック別）



出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

⁵⁶ 卸電気通信役務の提供に係るものは含まない。

【参考】FTTH市場（小売市場）の事業者別シェア（都道府県別）



出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

イ 提供形態別契約数シェア

2017年度末時点における「自己設置」型の契約数における事業者別シェアは、NTT東西が65.9%（前期比▲1.2ポイント、前年度末比▲3.3ポイント）と減少傾向である一方、KDDI、ケイ・オプティコム・QTnet等の電力系事業者及びCATV事業者が増加傾向となっている。

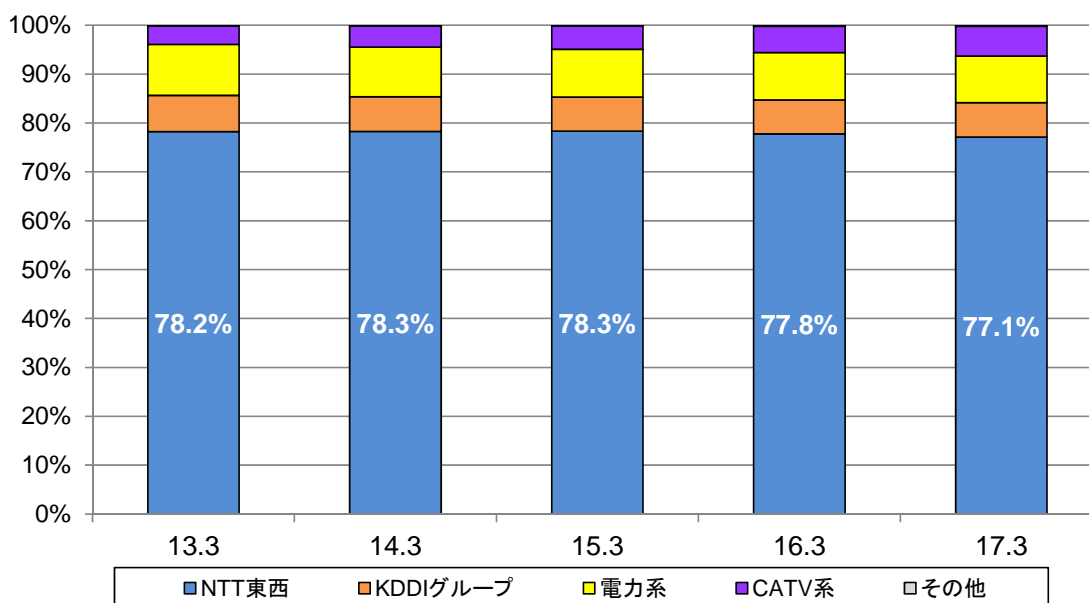
「接続」型の契約数における事業者別シェアは、ソニーネットワークコミュニケーションズが増加傾向となっている。

「卸電気通信役務」型の契約数における事業者別シェアは、MNO（NTTドコモ及びソフトバンク）のシェアの合計が過半を占め（57.0%、前期比+0.8ポイント、前年度末比+0.7ポイント）、増加傾向である一方、MNO以外の事業者のシェアは減少傾向となっている。

ウ 設備シェア ※ 2016年度末時点の数値を用いている。成案公表時に確定予定。

設備競争の状況についてみると、全国の光ファイバ回線の総数⁵⁷は、2017年度末において約2,272万回線であり、このうちNTT東西のシェアは77.1%（前年度末比▲0.6ポイント）となっている。

【図表Ⅱ-22】光ファイバ回線の設備シェアの推移（全国）

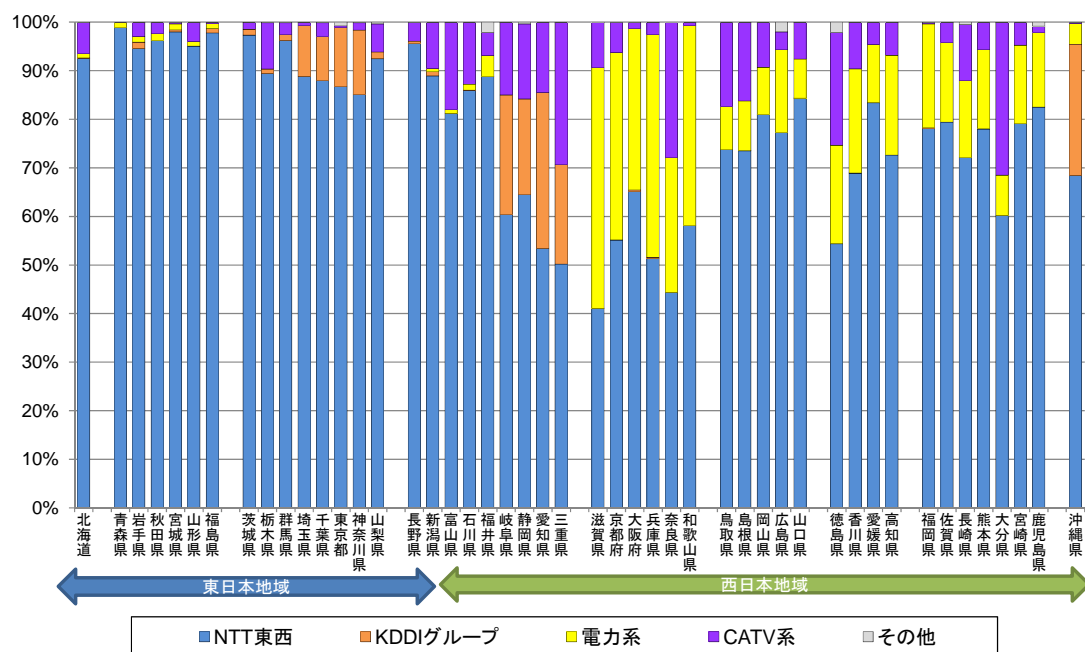


出所：総務省資料

⁵⁷ 「平成 28 年度末における固定端末系伝送路設備の設置状況」（平成 29 年 7 月 10 日 総務省報道発表）
http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01kiban03_02000426.html

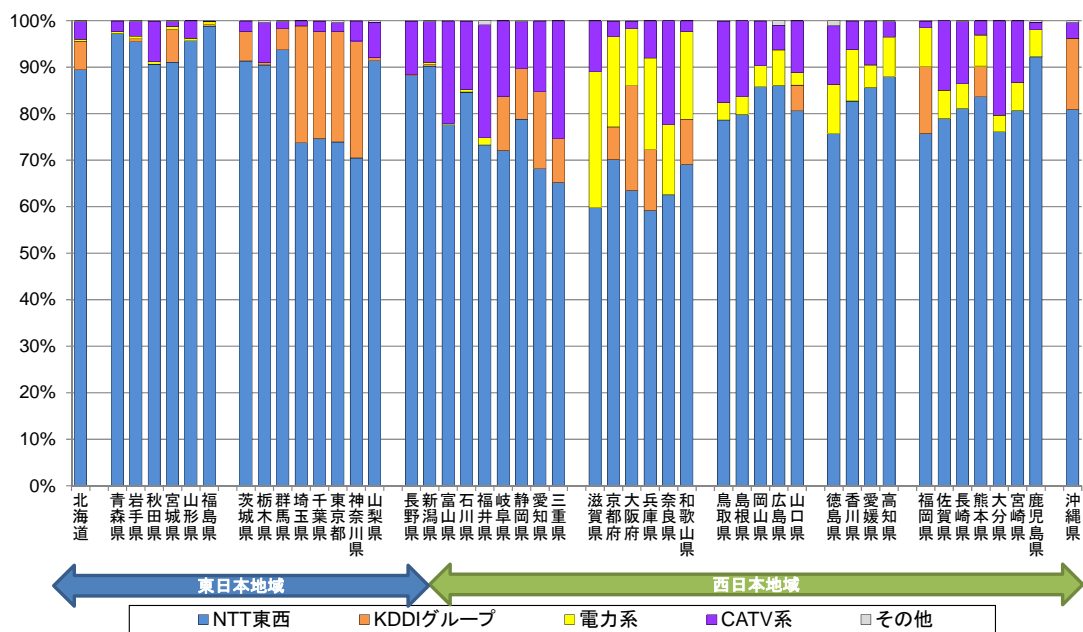
地域別でみた場合、東日本地域に比べ、西日本地域はKDDIグループ、電力系事業者、CATV事業者等との設備競争が活発な傾向にあり、近畿ブロックの各府県に岐阜県、静岡県、愛知県、三重県、徳島県、香川県、大分県及び沖縄県を加えた14府県では、NTT西日本以外の競争事業者のシェアが30%超となっている。特に滋賀県及び奈良県においては、競争事業者の設備シェアの合計が50%超となっている。

【図表II-23】光ファイバ回線の都道府県別設備シェア(2017年度末)



出所：総務省資料

【参考】加入者回線全体の都道府県別設備シェア（2017年度末）



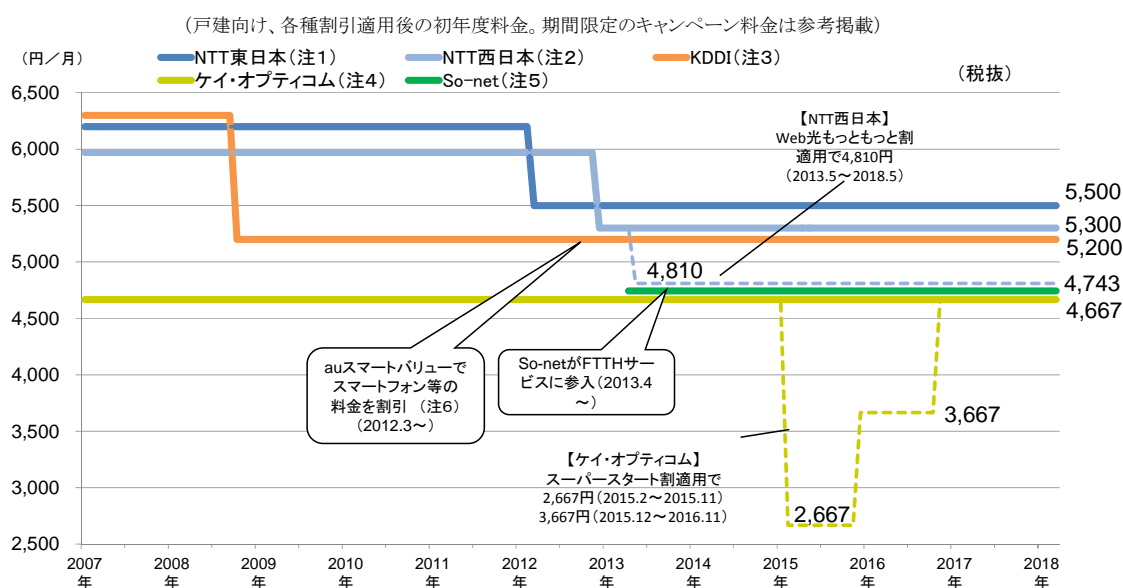
出所：総務省資料

③ FTTHの料金

ア FTTH料金の推移

FTTHの月額料金は、近年、おおむね5,000円／月（戸建向けの場合）で推移しており、値下げの動きはみられない。

【図表Ⅱ-24】FTTHの月額料金の推移



- 注1：【NTT東日本】ISP料金（ぷらら）、屋内配線利用料、回線終端装置利用料を含む。2008年3月まではBフレッツ・ハイパーファミリータイプ、2008年3月からフレッツ・光ネクストファミリータイプの料金（2012年3月からはにねん割適用料金）。
- 注2：【NTT西日本】ISP料金（ぷらら）、屋内配線利用料、回線終端装置利用料を含む。2005年2月まではBフレッツ・ファミリー100タイプ、2005年3月からはフレッツ・光プレミアムファミリータイプ、2008年3月からフレッツ・光ネクストファミリータイプの料金（2012年11月まではあっと割引適用料金、2012年12月からは光もっともっと割適用料金）。
- 注3：【KDDI】ISP料金（au one net）、端末設備使用料、HGWレンタル料を含む。2006年12月までは東京電力のTEPCOひかり・ホームタイプ、2007年1月からKDDIのひかりone、2008年10月からはギガ得プラン、2015年3月からはずっとギガ得プラン（1年目）の料金。
- 注4：【ケイ・オプティコム】ISP料金、回線終端装置使用料を含む。eo光ネット（ホームタイプ）100Mコース（2005年7月eoホームファイバーから改称）の料金（即割適用料金）。
- 注5：【So-net】ISP料金（so-net）、端末設備使用料、モデム使用料を含む。NURO光の料金（2年継続契約）。
- 注6：auスマートバリューは、一定の条件を満たすスマートフォン等について、条件により、1台あたり最大月額2,000円引き。

出所：各社ウェブサイトを基に作成

イ 接続料の推移

2016年7月に認可した加入光ファイバに係る接続料のうち、2019年度のシェアードアクセス方式⁵⁸に係る主端末回線の接続料は、NTT東日本においては2,036円、NTT西日本においては2,044円となっている。

【図表Ⅱ-25】加入光ファイバ接続料の推移



- 注1：本グラフはシェアードアクセス方式の主端末回線に係る接続料の推移を示したものである。
- 注2：接続料は、7年間(2001年度～2007年度)、3年間(2008年度～2010年度)、(2011年度～2013年度)、(2014年度～2016年度)又は4年間(2016年度～2019年度)を算定期間とする将来原価方式により算定。なお、2019年度の接続料は今後乖離額調整を予定。
- 注3：上記接続料には、局外スプリッタ料金(2006年度までは将来原価方式、2007年度以降は実績原価方式で算定)を含み、分岐端末回線に係る接続料を含まない。

出所：総務省資料

⁵⁸ 加入光ファイバのうち主端末回線部分を最大8利用者で共用する方式。

④ 通信速度

ICT化の進展に伴い、高速・大容量通信のニーズが高まっているところ、KDDIやソニーネットワークコミュニケーションズといった接続事業者において最大通信速度(上下)10Gbpsのサービスも提供され始めている。

【図表Ⅱ-26】主要なFTTHサービスの利用料金と通信速度

区分	事業者	サービス名称	メニュー	最大速度(下り)	月額料金
戸建	NTT東日本	フレッツ光ネクスト	ファミリー・ギガラインタイプ	1Gbps	4,700円※1
			ファミリー・ハイスピードタイプ	200Mbps	4,500円※1
	NTT西日本	フレッツ光ネクスト	ファミリー・スーパーハイスピードタイプ集	1Gbps	4,300円※1、2
			ファミリー・ハイスピードタイプ	200Mbps	
	KDDI	auひかり ホームタイプ	au ひかりホーム 1ギガ	1Gbps	5,100円※3
			au ひかりホーム 5ギガ	5Gbps	5,100円※3
			au ひかりホーム 10ギガ	10Gbps	5,880円※3
	ソニーネットワークコミュニケーションズ	NURO光	NURO 光G2V	2Gbps	4,743円
			NURO 光 10G	10Gbps	6,480円
			NURO 光 10Gs ※2018年10月以降開通予定	10Gbps	5,743円
			NURO 光 6Gs ※2018年10月以降開通予定	6Gbps	5,243円
	ケイ・オプティコム	eo光ネット	1ギガコース	1Gbps	4,795円
	QTNet	BBIQ 光インターネット	ギガコース ホームタイプ	1Gbps	4,700円
STNet	ピカラ光ねっと	ホームタイプ ステップコース5	1Gbps	4,500円※4	
中部テレコミュニケーション	コミュファ光	1ギガホーム	1Gbps	3,640円※5	
エネルギア・コミュニケーションズ	メガ・エッグ 光ネット	ギガ王 ファミリーコース	1Gbps	4,000円※6	
集合	NTT東日本	フレッツ光ネクスト	マンション・ギガラインタイプ	1Gbps	2,950円～3,950円※1
			マンション・ハイスピードタイプ	200Mbps	2,750円～3,750円※1
		フレッツ光ライト	100Mbps	2,000円～4,300円※1	
	NTT西日本	フレッツ光ネクスト	マンション・スーパーハイスピードタイプ集	1Gbps	3,200円～4,500円※1※2
			マンション・ハイスピードタイプ	200Mbps	
	フレッツ光ライト	100Mbps	2,200円～4,400円※1		
		1Gbps	4,050円		
	KDDI	auひかり マンションタイプ	マンション ギガ	1Gbps	3,400円～4,100円
			タイプV、都市機構デラックス、E、F	100Mbps	
	ソニーネットワークコミュニケーションズ	NURO光	NURO 光 for マンション	2Gbps	1,900～2,500円
			100Mbps	3,524円	
	ケイ・オプティコム	eo光ネット	マンションタイプ(VDSL方式)	1Gbps	建物規模等により異なる
			マンションタイプ(光配線方式)1ギガコース	1Gbps	4,795円
	つなぐネットコミュニケーションズ(ア ルテリア・ネットワークスグループ)	UCOM光レジデンス ※7	マンションタイプ 1ギガコース	1Gbps	
			マンション全戸一括 10Gタイプ(光配線方式)	2Gbps	建物規模等により異なる
	QTNet	BBIQ 光インターネット	ギガコース マンション([ダイレクト]、[棟内LAN方式])タイプ	1Gbps	3,800円～5,800円
	STNet	ピカラ光ねっと	マンションタイプ ステップコース3	1Gbps	3,400円※8
中部テレコミュニケーション	コミュファ光	1ギガマンションF	1Gbps	5,250円	
エネルギア・コミュニケーションズ	メガ・エッグ 光ネット	[マンション]ギガ王 ファミリーコース	1Gbps	2,000円～2,200円※6	

※1：ISP料金は含まれない。

※2：「光はじめ割」（2018年5月1日提供開始）適用時の1年目の料金。

※3：「ずっとギガ得プラン」（3年契約）適用時の1年目の料金。

※4：「ずっとトク割5年契約」適用時の1～2年目の料金。

※5：「ギガデビュー割」適用時の1年目の料金。

※6：「複数年契約割引 3年契約」、「新規加入割引」適用時の1年目の料金。

※7：集合住宅の全戸一括で契約する方式。総戸数100戸の場合、月額料金は1,800円/戸～。

なお、名称の10Gはマンションまでの専有回線の速度であり、各戸までは最大2Gbps。

※8：「ずっとトク割3年契約」適用時の1～3年目の料金。

注：特段記載がある場合を除き、金額は全て税抜き、長期契約割引適用後、ISP料金込み。2018年5月末現在。

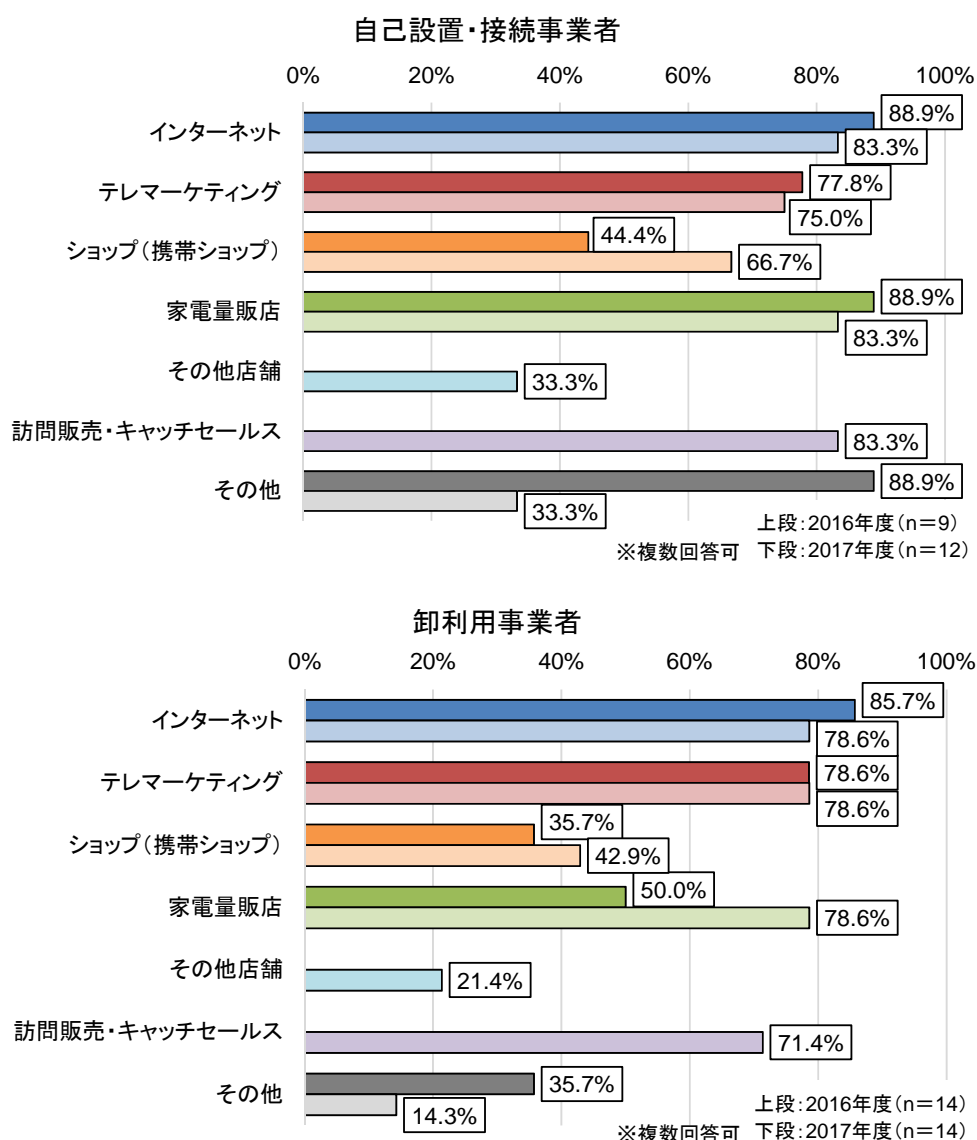
出所：各社ウェブサイトを基に総務省作成

2 利用者の動向等に係る分析

① 利用者の契約場所等

FTTHの販売チャネルの状況は概ね2016年度と同傾向であった。自己設置・接続事業者においては「携帯ショップ」(66.7%)が、卸利用事業者(自己設置・接続事業者の卸電気通信役務を利用したFTTHを提供する事業者)においては「家電量販店」(78.6%)が2016年度に比して高い割合となった。

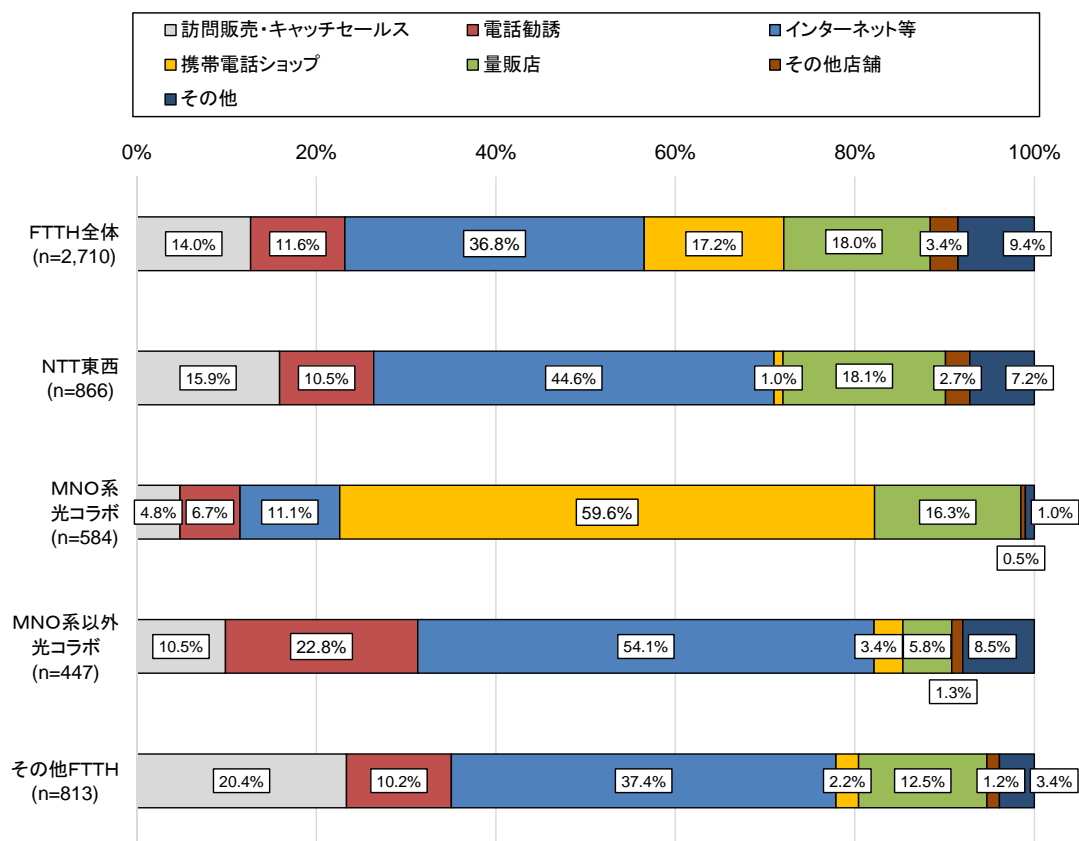
【図表II-27】FTTH事業者の販売チャネル



出所:2016・2017年度事業者アンケート

FTTHの契約場所について、全体では「インターネット等」の割合（36.8%）が最も多いが、MNO系の光コラボ事業者（サービス卸を利用したFTTH〔以下「光コラボ」という。〕を提供する事業者）では「携帯電話ショップ」（59.6%）が半数以上となっている。また、MNO系以外の光コラボ事業者では「電話勧誘」の割合（22.8%）が他の類型に比べ高い。

【図表Ⅱ－28】FTTHの契約場所（事業者類型別）

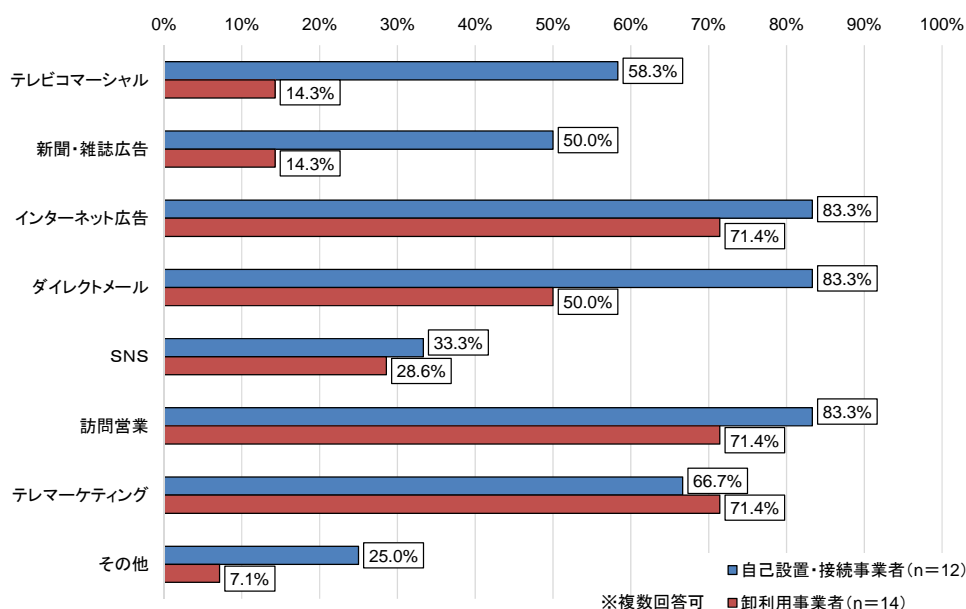


出所：2017年度利用者アンケート

固定系ブロードバンドサービスの周知方法についてみると、自己設置・接続事業者及び卸利用事業者ともに「インターネット広告」「訪問営業」が最も多かったほか、自己設置・接続事業者は「ダイレクトメール」（83.3%）、卸利用事業者は「テレマーケティング」（71.4%）が同率で最も多かった。このほか、自己設置・接続事業者においては「テレビコマーシャル」（58.3%）及び「新聞・雑誌広告」（50.0%）が卸利用事業者に比して多い結果となった。

また、5割の自己設置・接続事業者が5種類以上の周知方法を実施していると回答した一方で、同様に回答した卸利用事業者は3割弱（29%）であった。

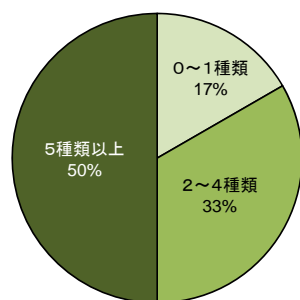
【図表Ⅱ-29】FTTH アクセスサービスの周知方法の状況



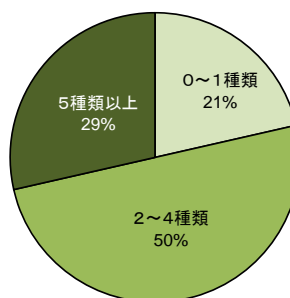
出所：2017年度事業者アンケート

【図表Ⅱ-30】FTTH アクセスサービスの周知方法の種類数

自己設置・接続事業者 (n=12)



卸利用事業者 (n=14)



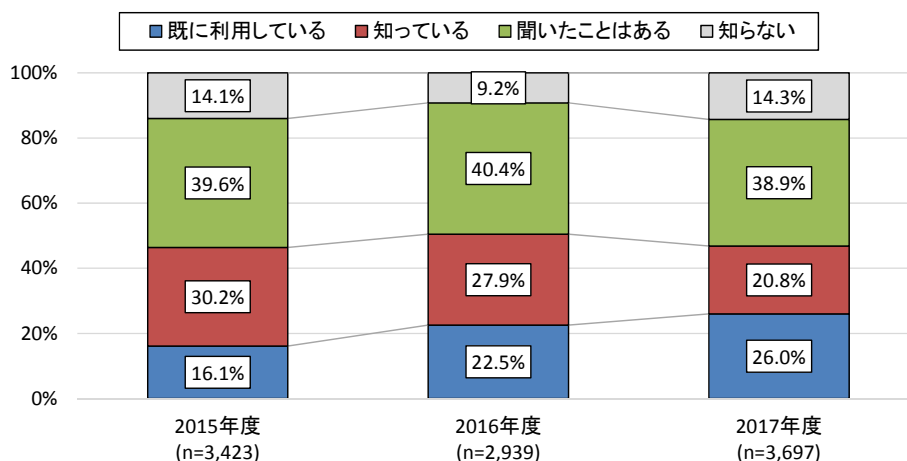
出所：2017年度事業者アンケート

② 光コラボサービスの認知度等

光コラボサービスの認知度では、「既に利用している」（26.0%）及び「知っている」（20.8%）の合計の割合が低下、「知らない」（14.3%）が増加している。

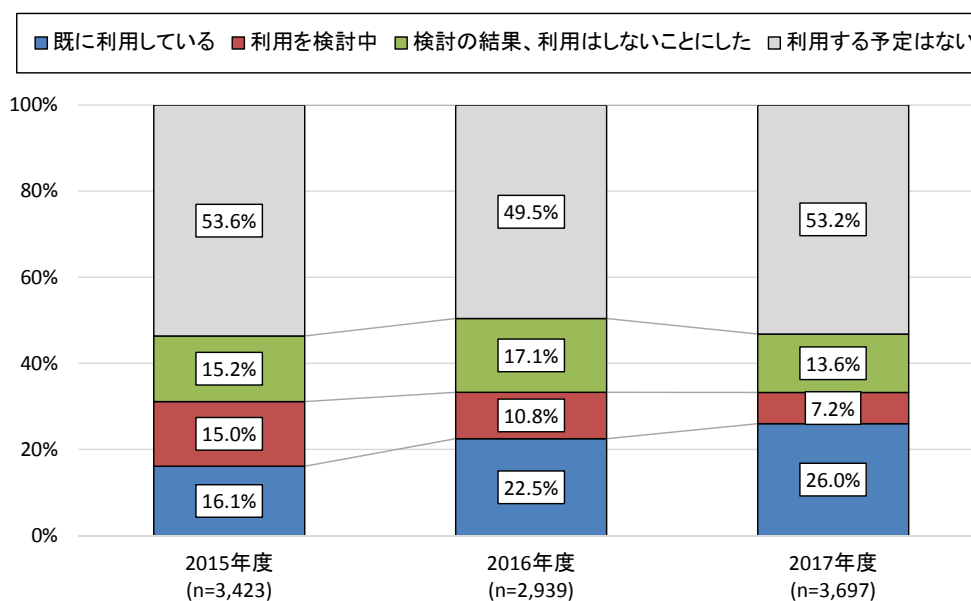
また、光コラボサービスの今後の利用意向では、「検討の結果、利用はしないことにした」（13.6%）及び「利用する予定はない」（53.2%）の合計の割合は横ばいであった。

【図表Ⅱ-31】光コラボサービスの認知度の推移



出所：2015～2017年度利用者アンケート

【図表Ⅱ-32】光コラボサービスの今後の利用意向



出所：2015～2017年度利用者アンケート

③ 事業者の選択・変更状況等

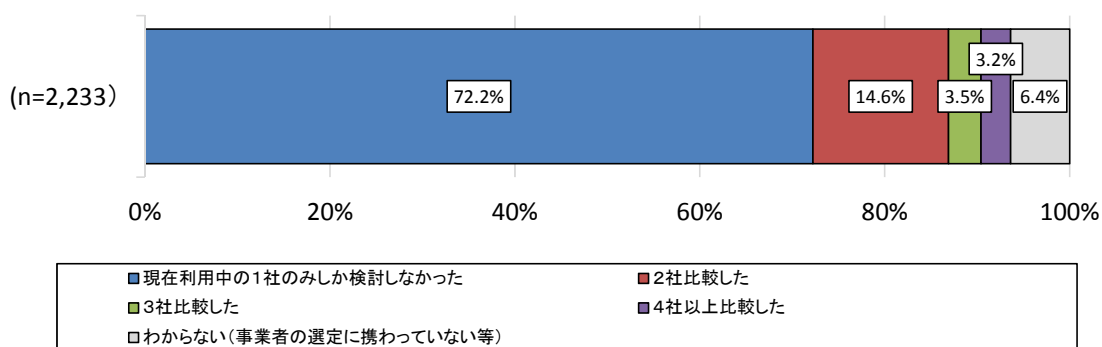
ア サービスの比較検討状況等

固定ブロードバンドサービスの事業者変更経験がある者について、事業者選択の際の比較検討状況を確認したところ、「現在利用中の事業者しか検討しなかった」（72.2%）が最も多かった。

今後、事業者変更をする際の事業者選択の決め手については、「月額料金が安い」（81.1%）が最も多く、次いで「初期費用が安い」（59.5%）が多かった。

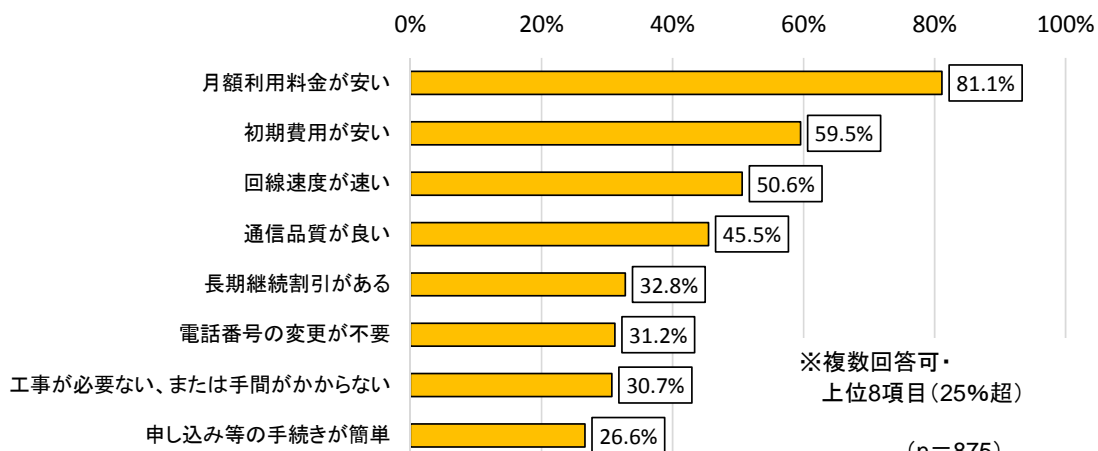
なお、「電話番号の変更が不要」（31.2%）、「工事が不要、手間がかからない」（30.7%）、「申し込み等の手続きが簡単」（26.6%）といったスイッチングコストの低廉性も事業者選択の決め手として上位に挙げられている。

【図表Ⅱ-33】固定系ブロードバンドサービスの比較検討状況



出所：2017年度利用者アンケート

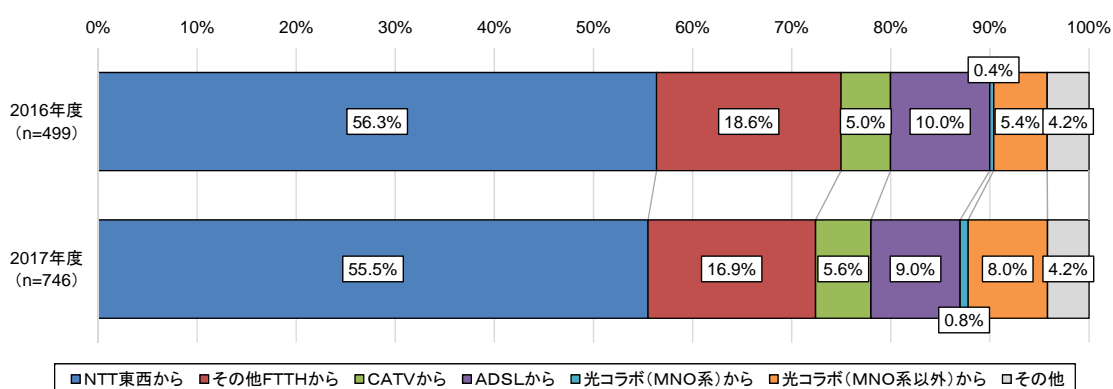
【図表Ⅱ-34】今後事業者変更する際の事業者選択の決め手



出所：2017年度利用者アンケート

光コラボ利用者の事業者変更状況（光コラボ利用前に契約していた事業者）については、NTT 東西（55.5%、前年度比▲0.8 ポイント）が最も多く、次いでその他 FTTH 事業者⁵⁹（16.9%、前年度比▲1.7 ポイント）、ADSL 事業者（9.0%、前年度比▲1.0 ポイント）、MNO 以外の光コラボ（8.0%、前年度比+2.6 ポイント）、CATV 事業者（5.6%、前年度比+0.6 ポイント）、MNO 系光コラボ（0.8%、前年度比+0.4 ポイント）となっている。

【図表Ⅱ-35】光コラボ利用者の事業者変更状況

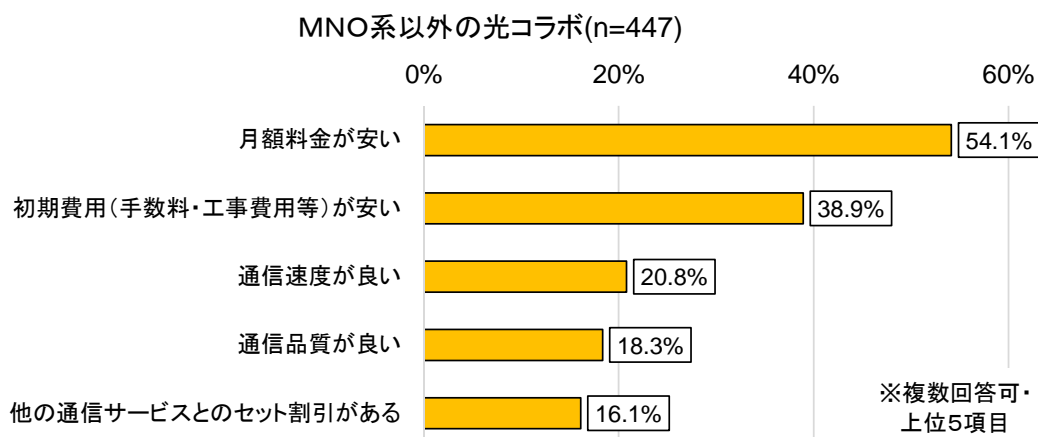
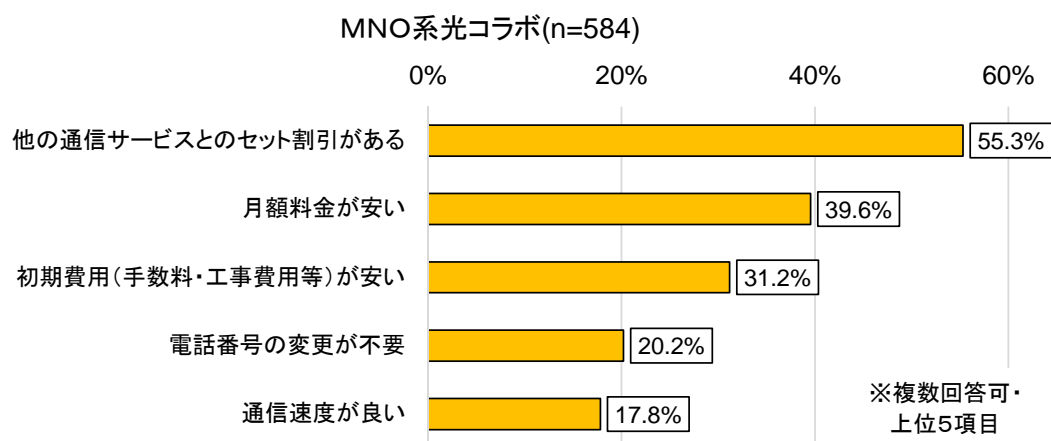


出所：2016・2017年度利用者アンケート

⁵⁹ NTT 東西及び光コラボ事業者以外の FTTH 事業者。

光コラボ利用者の事業者選択理由については、MNO系光コラボでは「セット割引がある」(55.3%、前年度比+5.6ポイント)、MNO系以外の光コラボでは「月額料金が安い」(54.1%、前年度比+8.6ポイント)と回答した者の割合が多かった。

【図表Ⅱ-36】光コラボ利用者の事業者選択理由

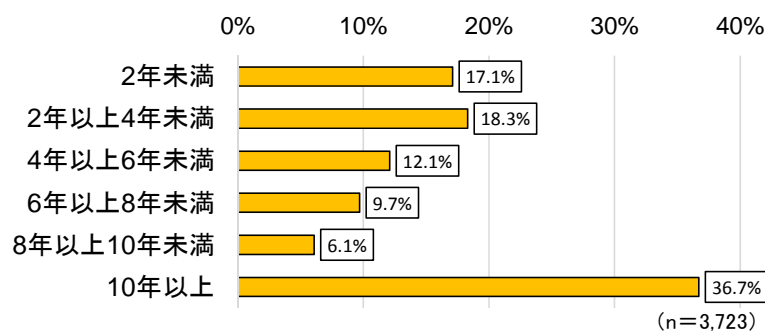


出所：2017年度利用者アンケート

イ 事業者への利用継続年数等

固定系ブロードバンド事業者の利用継続年数は「10年以上」（36.7%）が最も多く、次いで「2年以上4年未満」（18.3%）であった。

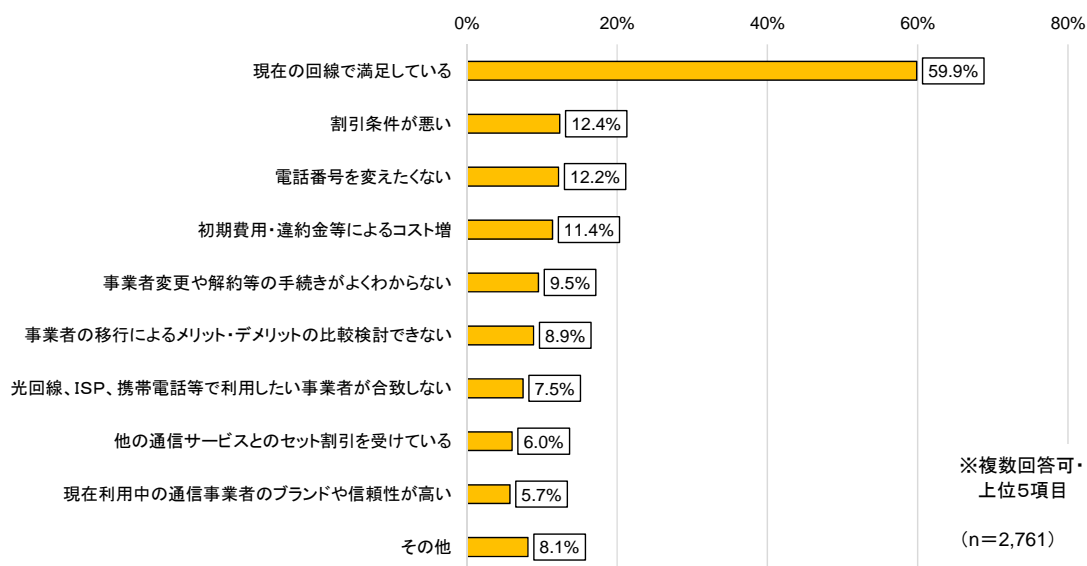
【図表Ⅱ-37】固定系ブロードバンド事業者の利用継続年数



出所：2017年度利用者アンケート

また、光コラボ以外のサービス利用者について、光コラボを利用しない理由を確認したところ、「現在の回線に満足」（59.9%）が最も多かった。

【図表Ⅱ-38】光コラボを利用しない理由



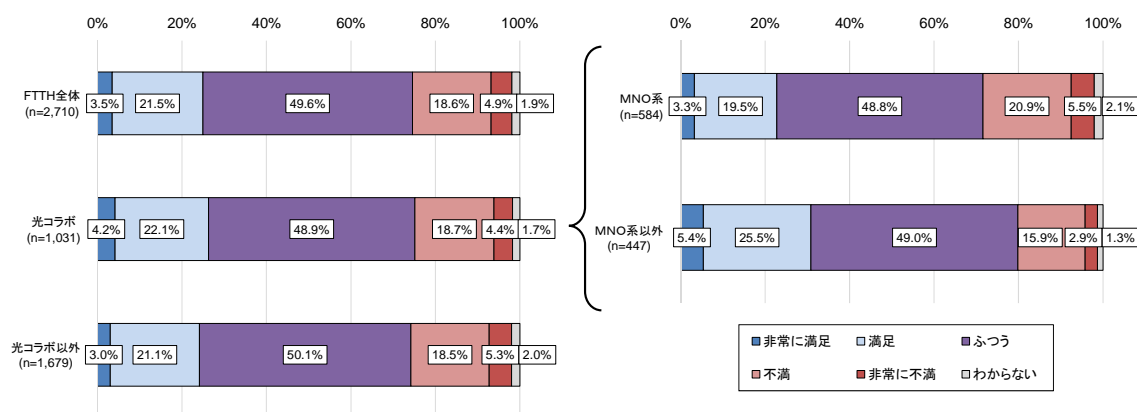
出所：2017年度利用者アンケート

④ 満足度等

FTTHアクセスサービスの料金に対する満足度についてみると、MNO系光コラボでは「不満」「非常に不満」の合計が「非常に満足」「満足」の合計を上回ったものの、その他の事業者類型では満足度の割合の方が高かった。

また、MNO系以外の光コラボは他の事業者類型に比べ最も満足度が高かった。

【図表Ⅱ-39】FTTHの料金に対する満足度

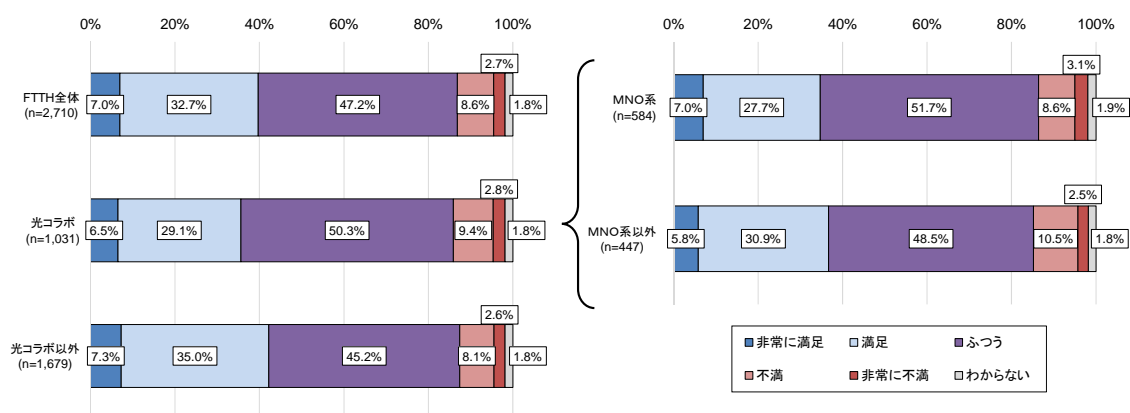


出所：2017年度利用者アンケート

通信速度・品質に対する満足度については、全ての事業者類型において「非常に満足」「満足」の合計が「不満」「非常に不満」の合計を上回った。

また、光コラボにおいて若干満足度が低いものの、事業者類型による大きな満足度の差は見受けられない。

【図表Ⅱ-40】FTTHの通信速度・品質に対する満足度



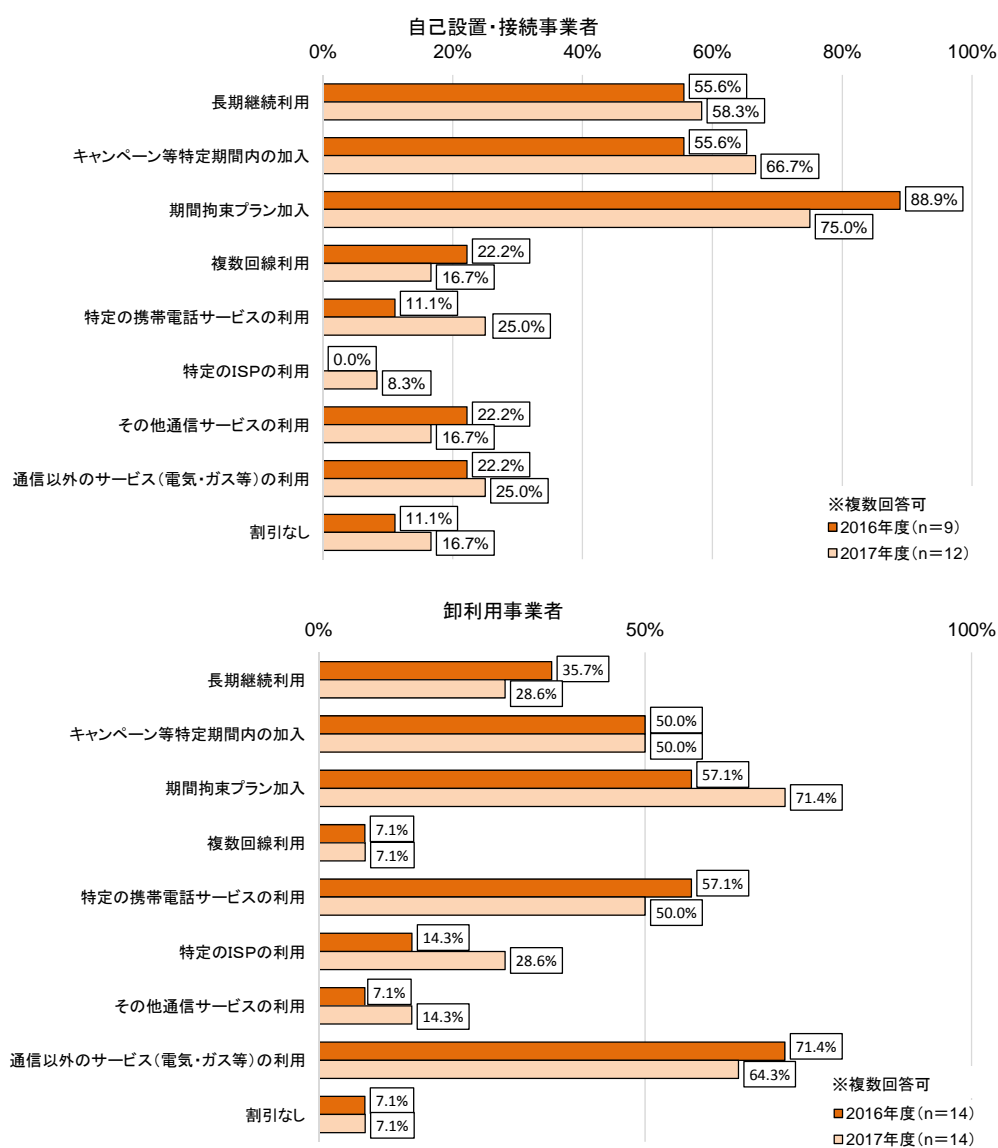
出所：2017年度利用者アンケート

⑤ 割引の実施状況等

事業者が実施している割引サービスの状況は2016年度と同傾向であり、自己設置・接続事業者及び卸利用事業者ともに「期間拘束プランの加入」「キャンペーン等特定期間内の加入」による割引を実施した事業者が多かった。

また、自己設置・接続事業者においては「長期継続利用」(58.3%)が、卸利用事業者においては「通信以外のサービス(電気・ガス等)の利用」(64.3%)及び「特定の携帯電話サービスの利用」(50.0%)が2016年度に引き続き多い結果となった。

【図表Ⅱ-41】FTTH事業者が実施する割引の適用条件



出所：2016・2017年度事業者アンケート

⑥ キャッシュバックに対する認識等

主要なFTTHアクセスサービスにおけるスイッチングコスト（経済的コスト）について、新規契約時手数料はNTT東西において 比較的低廉、設置工事費は接続事業者（KDDI及びソニーネットワークコミュニケーションズ）において比較的高額であった。

解約時違約金は当該料金見直し前のケイ・オプティコムにおいて他と比べ高額であった。撤去工事費は、NTT東西のFTTHアクセスサービスを利用している場合（NTT東西、NTTドコモ、ソフトバンク）は無償であり、自己設置事業者及び接続事業者（ケイ・オプティコム、KDDI及びソニーネットワークコミュニケーションズ）の場合は有償となっており、KDDIにおいては2018年3月1日以降申込みの場合、他と比べ高額である。

【図表Ⅱ－42】 主要なFTTHアクセスサービスにおけるスイッチングコスト

事業者名	新規契約時		解約時	
	手数料	設置工事費 ※1	違約金等 ※2	撤去工事費 ※1
NTT東日本(フレッツ光)	800円	18,000円	9,500円	—
NTT西日本(フレッツ光)	800円	18,000円	10,000円	—
KDDI(auひかり)	3,000円	37,500円	9,500円	28,800円 ※3 (2018年3月1日以降に申込みの場合)
ソニーネットワークコミュニケーションズ(NURO光)	3,000円	40,000円	9,500円	10,000円
ケイ・オプティコム(eo光)	3,000円	27,000円	28,704円 ※4 (2018年4月1日までに申込みの場合)	10,000円
NTTドコモ(ドコモ光)	3,000円	18,000円	13,000円	—
ソフトバンク(ソフトバンク光)	3,000円	24,000円	9,500円	—

※1：約款等に記載されている標準的な工事費。土日祝日指定追加費用等は含まない。

※2：定期契約を解除した場合に請求される費用。最低利用期間が最も短いプランにおける最高額。

※3：2018年2月28日までに申込みの場合で撤去を希望する場合10,000円。

※4：2018年4月2日以降に申込みの場合12,000円。

注1：いずれも、戸建向けプラン新規契約の場合。プランによって、その他の費用が必要となる場合がある。金額は税抜き。

注2：キャンペーン等による割引や減免を行う前の金額。割賦請求の場合は割賦の総額を記載。

出所：各社ウェブサイトを基に総務省作成

固定系ブロードバンドサービス事業者におけるキャッシュバックの実施状況をみると、アンケートに回答した固定系ブロードバンド事業者の約7割がキャッシュバックを実施しており、卸利用事業者よりも自己設置・接続事業者において高い割合であった。

還元対象費目には開通・撤去工事費を設定した事業者が多かったほか、自己設置・接続事業者は他社設定違約金、卸利用事業者は特に費目を設定しないものが多かった。

還元方法は現金が最も多かったほか、自己設置・接続事業者は商品券等の金券、卸利用事業者は料金無償化・割引によるキャッシュバックが多かった。

【図表Ⅱ－43】固定系ブロードバンドサービス事業者におけるキャッシュバックの実施状況

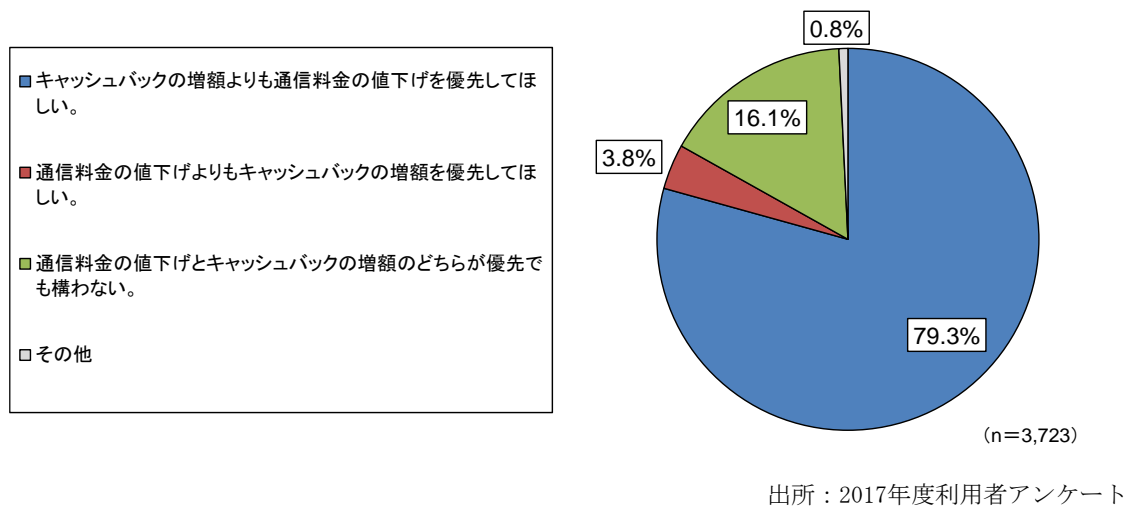
	自己設置・接続事業者	卸利用事業者
アンケート回答者数	12者	14者
実施事業者数	9者	8者
還元対象費目	<ul style="list-style-type: none"> ・他社設定違約金(5) ・事務手数料(2) ・月額通信料金(2) ・開通、撤去工事費(6) ・なし(2) 	<ul style="list-style-type: none"> ・他社設定違約金(2) ・事務手数料(1) ・月額通信料金(1) ・開通、撤去工事費(3) ・なし(5)
還元方法	<ul style="list-style-type: none"> ・現金(5) ・商品券等の金券(5) ・料金無償化、割引(4) ・専用ポイント(1) ・その他(1) 	<ul style="list-style-type: none"> ・現金(6) ・商品券等の金券(1) ・料金無償化、割引(3) ・専用ポイント(1) ・その他(0)

注：（ ）内の数字は実施している事業者の数。複数回答可。

出所：2017年度事業者アンケート

固定系通信サービスにおける、キャッシュバックと料金値下げに関する認識では、「キャッシュバックの増額よりも通信料金の値下げを優先してほしい」との回答が最も多かった（79.3%）。

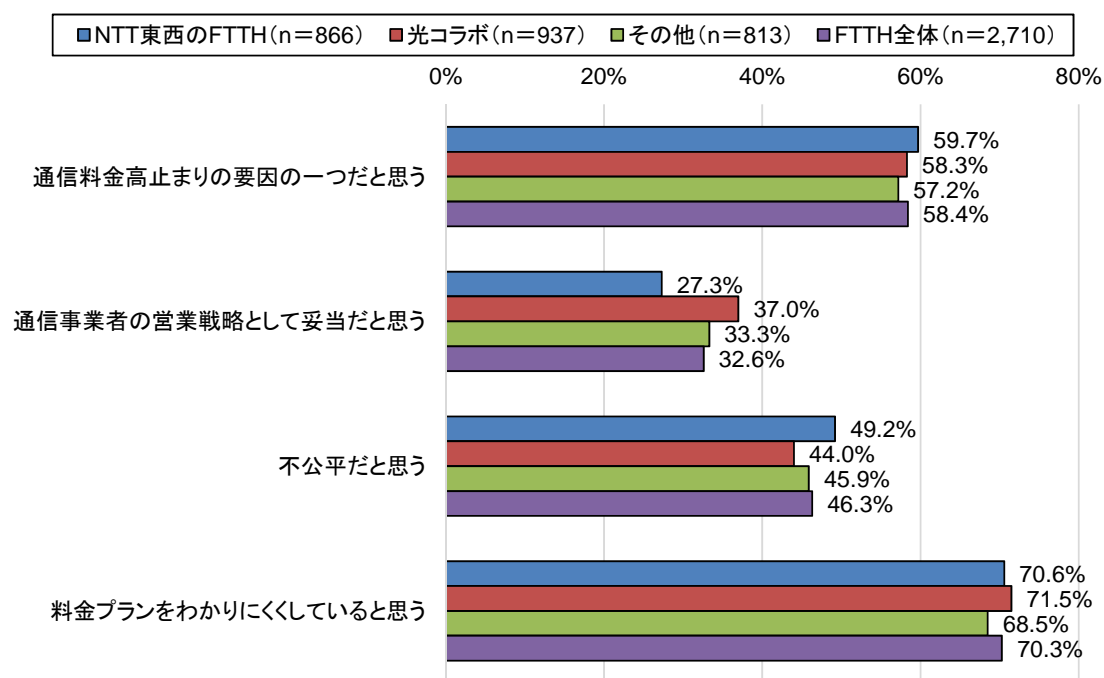
【図表Ⅱ-44】固定系ブロードバンドサービスのキャッシュバックと料金値下げに関する認識



固定系ブロードバンドサービスにおけるキャッシュバックに対する認識では、「料金プランを分かりにくくしている」と感じる人の割合は全体で70.3%であり、他の項目に比べ最も高かった。

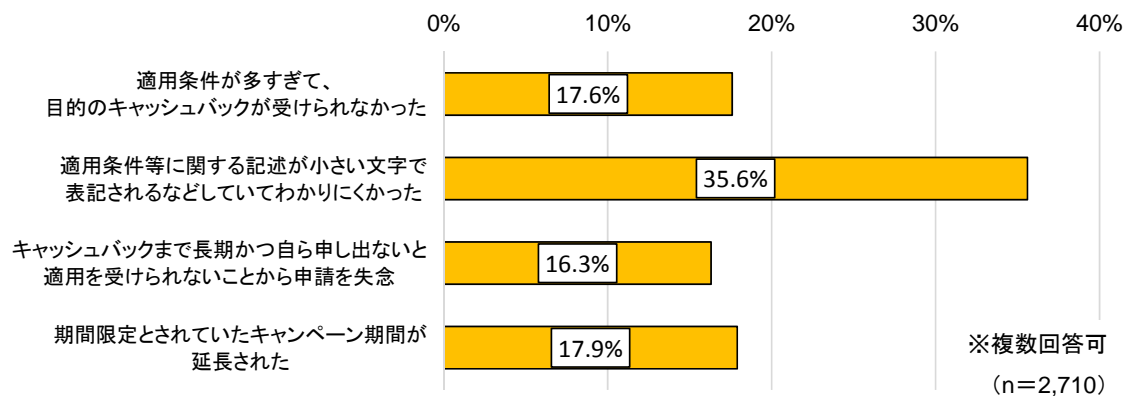
キャッシュバックに関する利用者の経験では、「適用条件等の記述が分かりにくかった」が35.6%で最も多かった。

【図表Ⅱ-45】固定系ブロードバンドサービスのキャッシュバックに対する認識



出所：2017年度利用者アンケート

【図表Ⅱ-46】固定系ブロードバンドサービスのキャッシュバックに関する利用者の経験



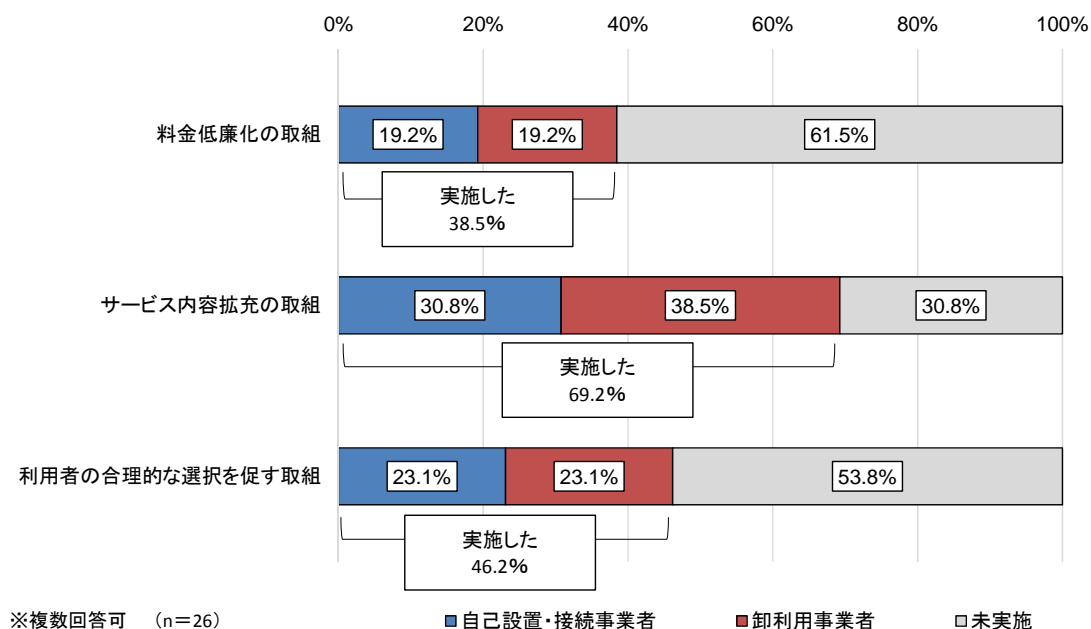
出所：2017年度利用者アンケート

⑦ サービス向上に関する取組

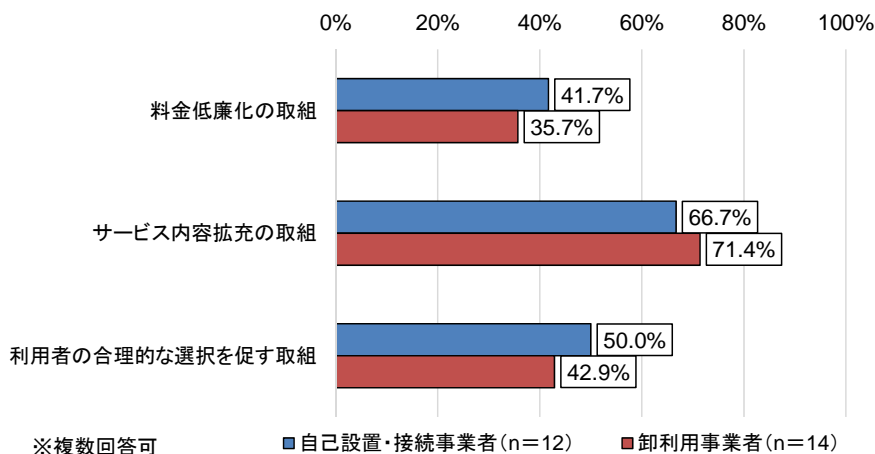
料金低廉化、サービス内容拡充、利用者の合理的な選択を促す取組といった固定系ブロードバンドサービスの向上に関する取組の実施状況についてみると、サービス内容拡充の取組を実施した事業者の割合が最も多く69.2%であった。一方で、料金低廉化の取組及び利用者の合理的な選択を促す取組を実施した事業者は半数以下であった（料金低廉化の取組：38.5%、利用者の合理的な選択を促す取組：46.2%）。

各取組の実施状況は自己設置・接続事業者、卸利用事業者とも同程度であった。

【図表Ⅱ-47】固定系ブロードバンド事業者におけるサービス向上に関する取組の実施状況



(参考)提供形態別の取組実施割合

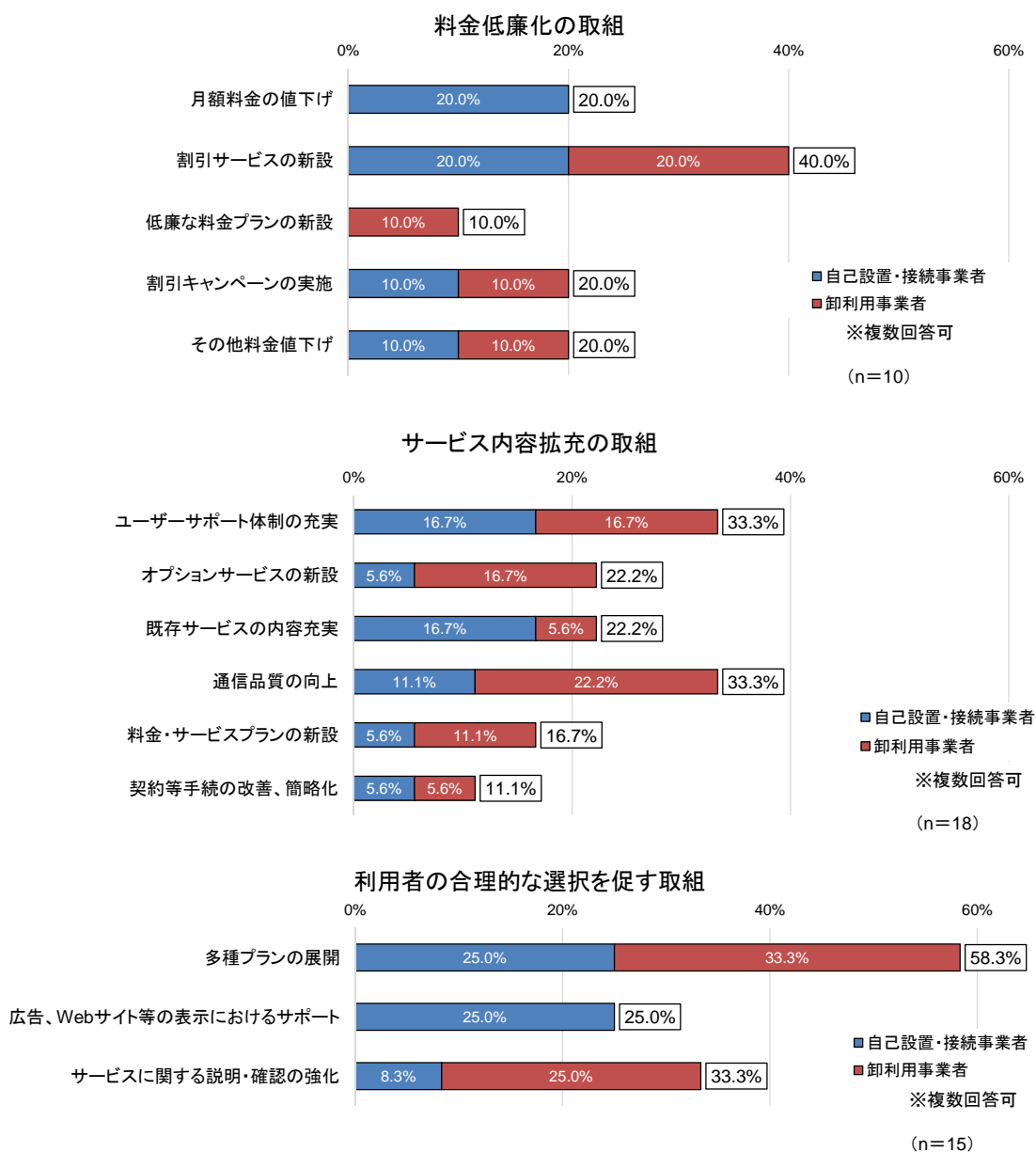


出所：2017年度事業者アンケート

固定系ブロードバンドサービスの向上に関する取組の実施内容についてみると、各取組において実施した事業者の割合が最も多かったものは、料金低廉化の取組が割引サービスの 신설 (40.0%)、サービス内容拡充の取組がユーザーサポート体制の充実及び通信品質の向上 (33.3%)、利用者の合理的な選択を促す取組が多種プランの展開 (58.3%) であった。

実施した取組の種類は、自己設置・接続事業者、卸利用事業者とも同程度であった。

【図表II-48】固定系ブロードバンド事業者におけるサービス向上に関する取組の実施内容



出所：2017年度事業者アンケート

第3節 FTTH 市場(卸売市場)

1 競争状況等に係る分析

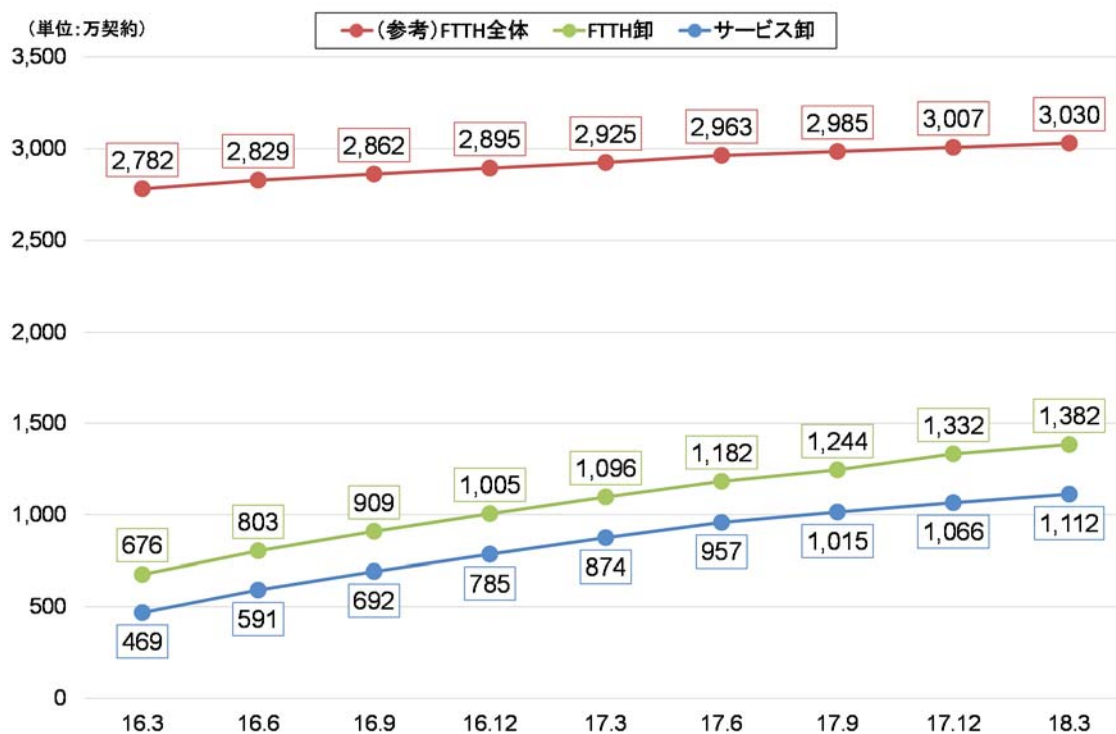
① 市場規模

ア 契約数

2017年度末時点におけるFTTHの契約数(3,030万)のうち、卸電気通信役務を利用して提供される契約数(以下「卸契約数」という。)は、1,382万(前期比+51万、前年度末比+286万)となっている。

このうち、サービス卸の契約数は、NTT東西合計で1,112万(前期比+46万、前年度末比+237万)とともに増加傾向となっている。

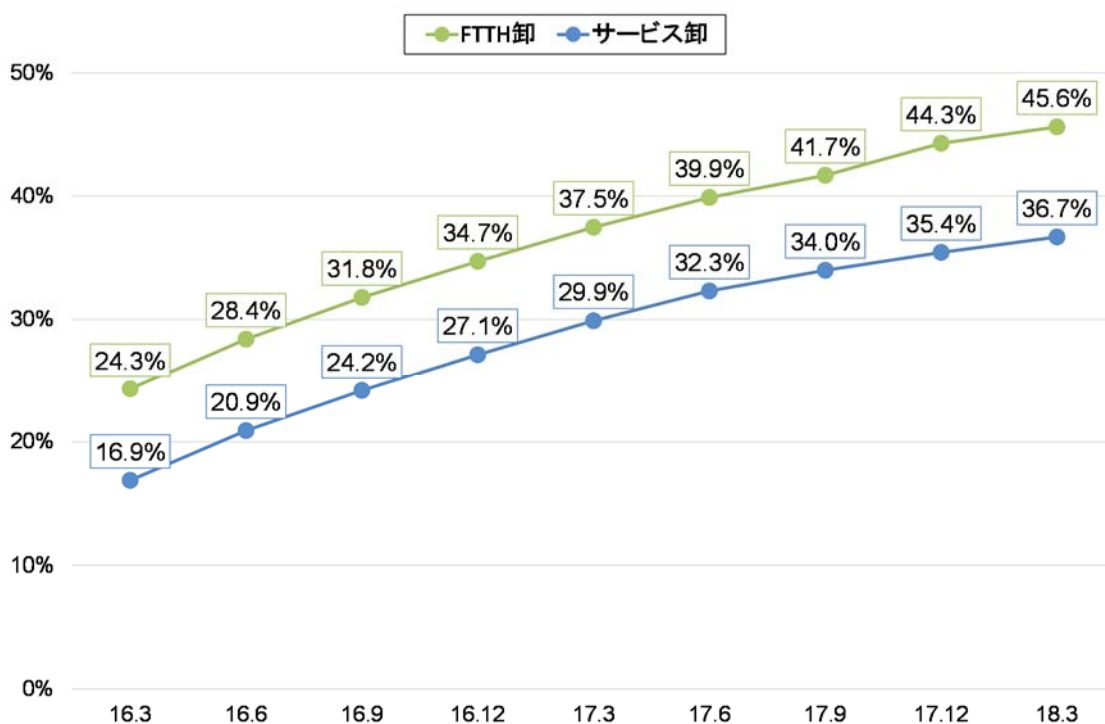
【図表II-49】FTTHの卸契約数等の推移



出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

FTTHの契約数全体における卸契約数の割合は、45.6%（前期比+1.3ポイント、前年度末比+8.1ポイント）、サービス卸の契約数の割合は、NTT東西合計で36.7%（前期比+1.3ポイント、前年度末比+6.8ポイント）とともに増加傾向となっている。

【図表Ⅱ-50】FTTHの契約数における卸契約数等の割合の推移



出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

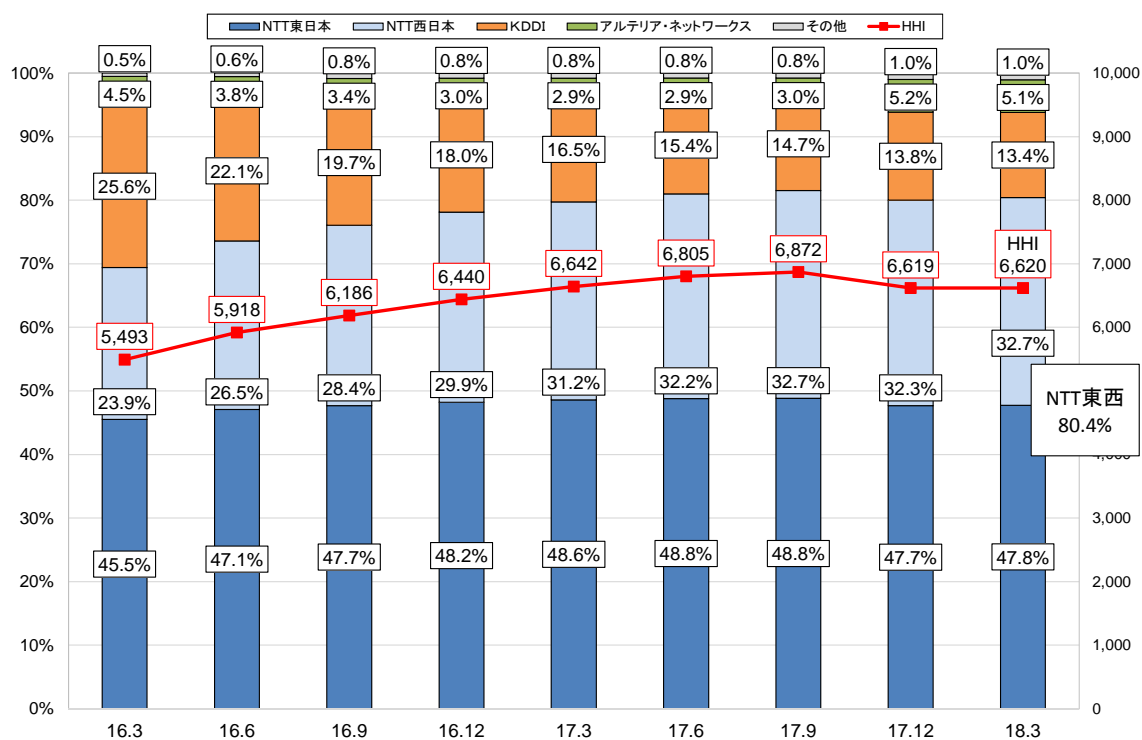
② 市場シェア

2017年度末時点におけるFTTH市場（卸売市場）の事業者別シェアは、NTT東西が80.4%（前期比+0.4ポイント、前年度末比+0.7ポイント）、KDDIが13.4%（前期比▲0.4ポイント、前年度末比▲3.1ポイント）、アルテリア・ネットワークスが5.1%（前期比±0ポイント、前年度末比+2.2ポイント）となっている。

また、HHIは6,620（前期比+1、前年度末比▲22）となっている。

サービス卸の増加に伴いNTT東西のシェア及びHHIが高まっていたが、2017年12月末はアルテリア・ネットワークスのシェア増加に伴いHHIが減少した。

【図表Ⅱ-51】FTTH市場（卸売市場）の事業者別シェア及び市場集中度の推移



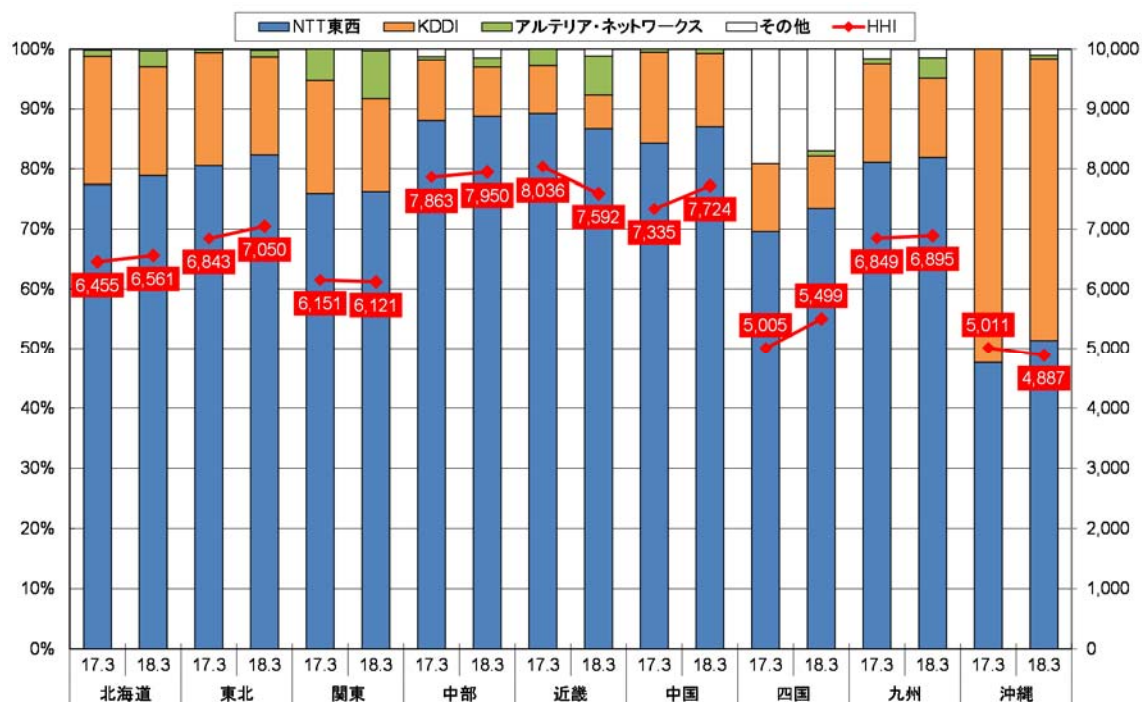
注；設備を設置して提供する事業者及び接続により提供する事業者による卸電気通信役務の提供に係る事業者別シェアであり、当該卸先事業者による再卸先事業者への再卸に係るものは含まない。

出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

地域ブロック別では、NTT東西のシェアが沖縄を除く全ての地域で7割超となっている。近畿以外の地域でNTT東西のシェアが増加し、近畿では減少している。

また、HHIは、最も高い地域は中部で7,950、最も低い地域は沖縄で4,887となっている。

【図表Ⅱ－52】 FTTH市場（卸売市場）の事業者別シェア及び市場集中度の推移
（地区ブロック別）



注；設備を設置して提供する事業者及び接続により提供する事業者による卸電気通信役務の提供に係る事業者別シェアであり、当該卸先事業者による再卸先事業者への再卸に係るものは含まない。

出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

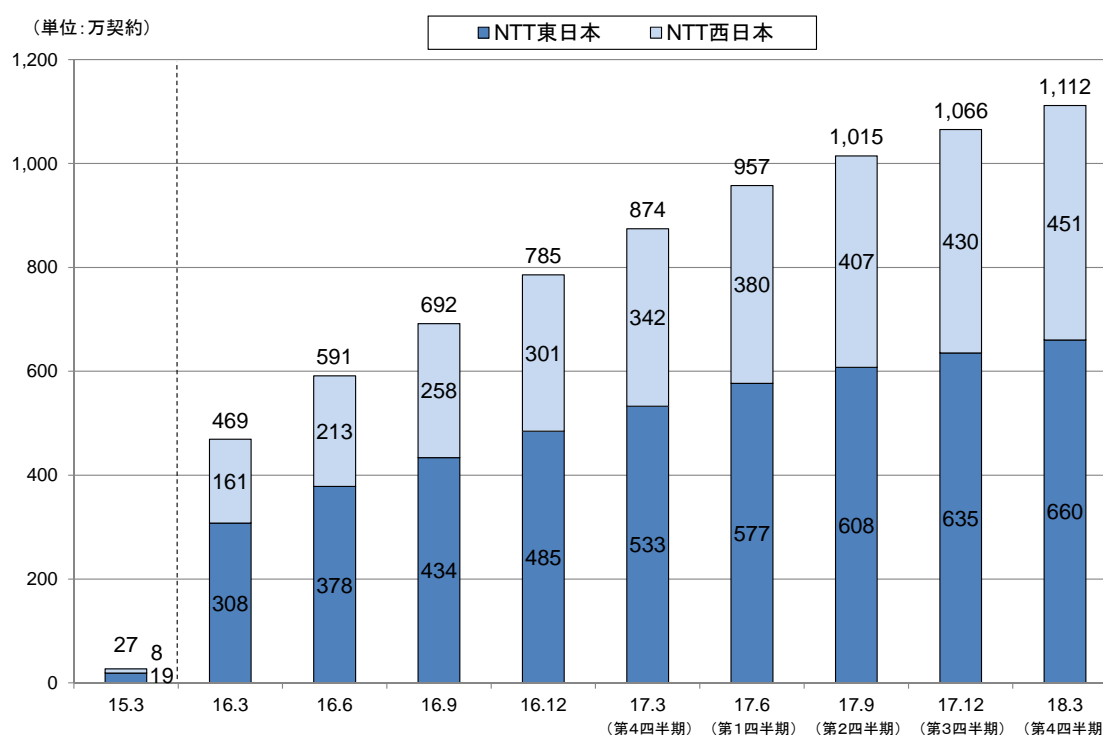
2 サービス卸の提供状況等

① 契約数・開通数

2017年度末時点におけるサービス卸の契約数は、NTT東西合計で1,112万（前期比+46万、前年度末比+237万）となっている。

NTT東西別でみると、NTT東日本は660万（前期比+25万、前年度末比+127万）、NTT西日本は451万（前期比+21万、前年度末比+110万）となっている。

【図表Ⅱ-53】サービス卸の契約数の推移（NTT東西合計、NTT東西別）



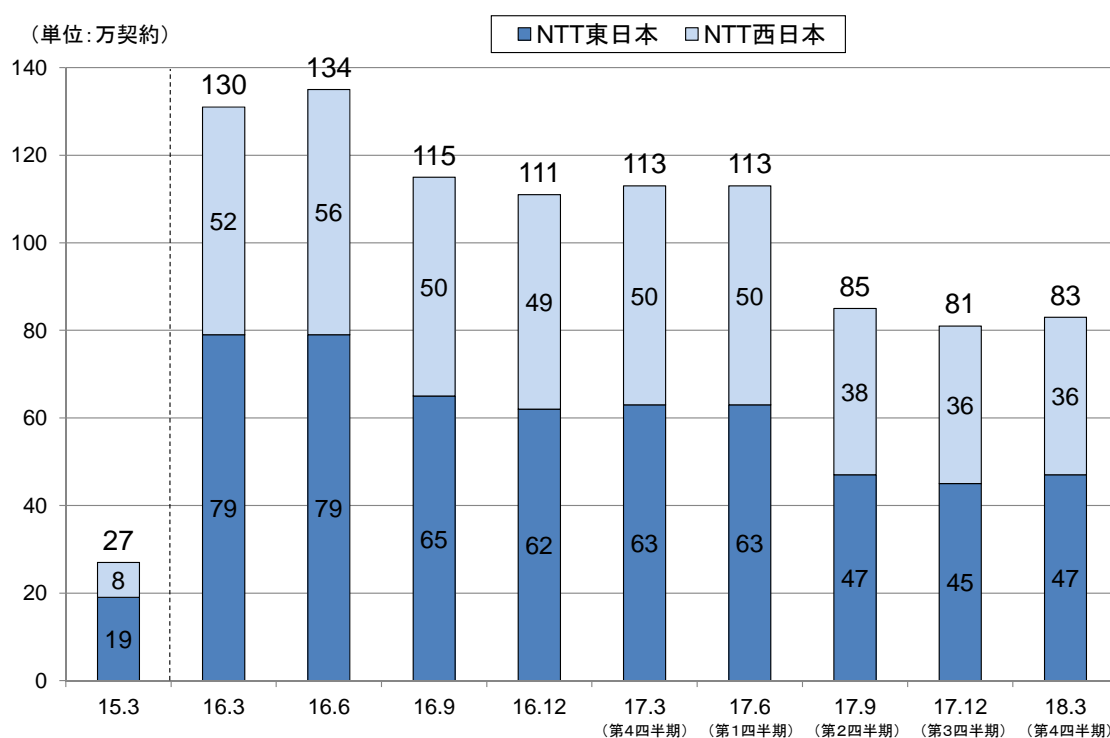
注：卸契約数は、累計の卸開通数から累計の卸解約数を引いた数である。

出所：「FTTHアクセスサービス等の卸電気通信役務の提供に関して対応及び報告すべき事項について（要請）」（以下「要請」という。）に基づくNTT東西からの報告（15.3）、電気通信事業報告規則に基づくNTT東西からの報告（16.3以降）

直近の四半期（2018年1月～3月）のサービス卸の開通数は、NTT東西合計で83万（前期比+2万、前年度末比▲30万）となっている。

NTT東西別で見ると、NTT東日本は47万（前期比+2万、前年度末比▲16万）、NTT西日本は36万（前期比±0万、前年度末比▲14万）となっている。

【図表Ⅱ-54】毎四半期の開通数の推移（NTT東西合計、NTT東西別）

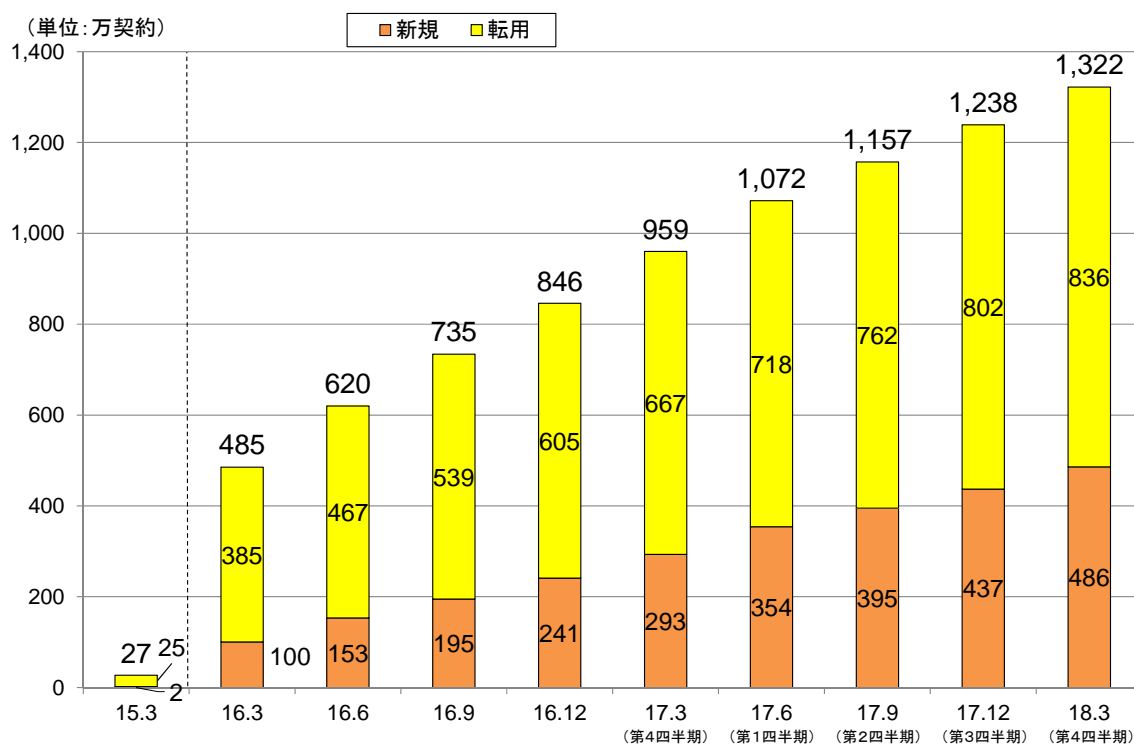


出所：NTT提出資料

NTT 東西合計の累計開通数（1,322 万）のうち、新規は 486 万（36.8%、前期比+1.5 ポイント、前年度末比+6.3 ポイント）、転用⁶⁰は 836 万（63.2%、前期比▲1.5 ポイント、前年度末比▲6.3 ポイント）となっている。

NTT 東西別にみると、NTT 東日本において、新規が 290 万（36.7%）、転用が 500 万（63.3%）、NTT 西日本において、新規が 196 万（36.9%）、転用が 336 万（63.1%）となっている。NTT 東西いずれも新規の割合が 3 割を超えている。

【図表 II-55】 累計開通数の推移（NTT東西合計、新規・転用別）



注：NTT 東西において卸解約数の新規・転用別の内訳を集計していないため、卸契約数の新規・転用別の内訳は不明。

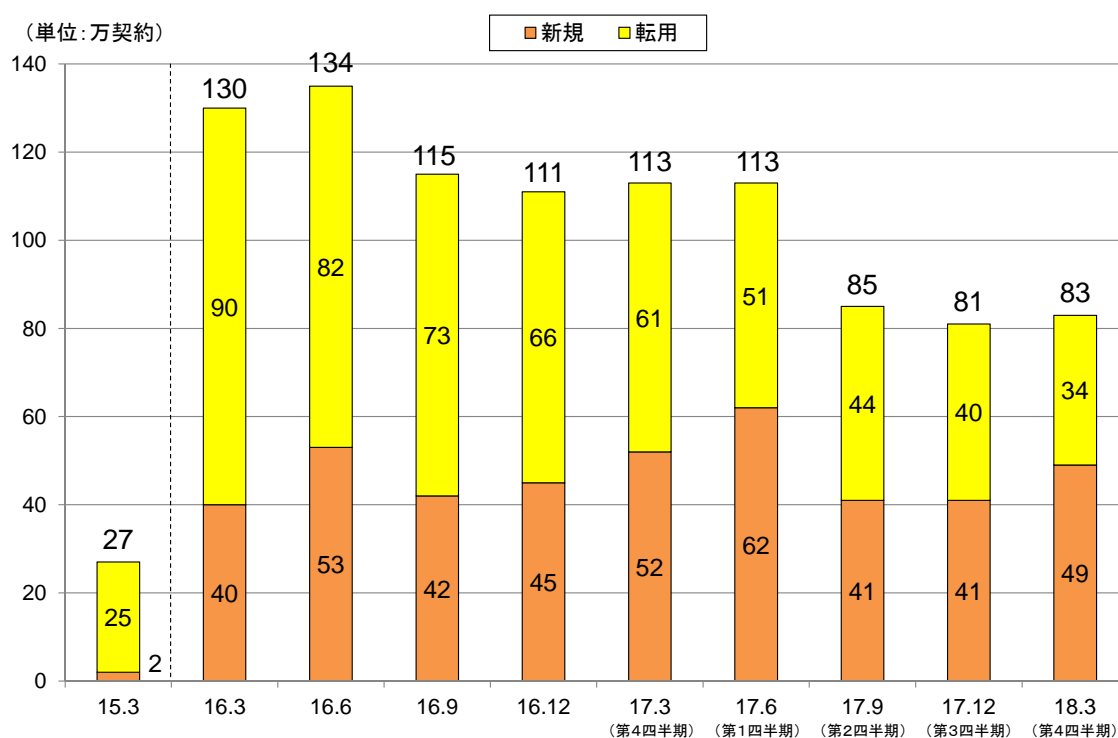
出所：NTT提出資料

⁶⁰ 「フレッツ光」を利用中のユーザが電話番号等を変更することなく卸先事業者の提供するサービスに切り替えること。

直近の四半期（2018年1月～3月）のNTT東西合計の開通数（83万）のうち、新規は49万（59.0%、前期比+7.9ポイント、前年度末比+13.1ポイント）、転用は34万（41.0%、前期比▲7.9ポイント、前年度末比▲13.1ポイント）となっている。

2017年9月末期を除く2017年度においては、新規に係る開通数が転用に係る開通数を上回っている。

【図表II-56】毎四半期の開通数の推移（NTT東西合計、新規・転用別）



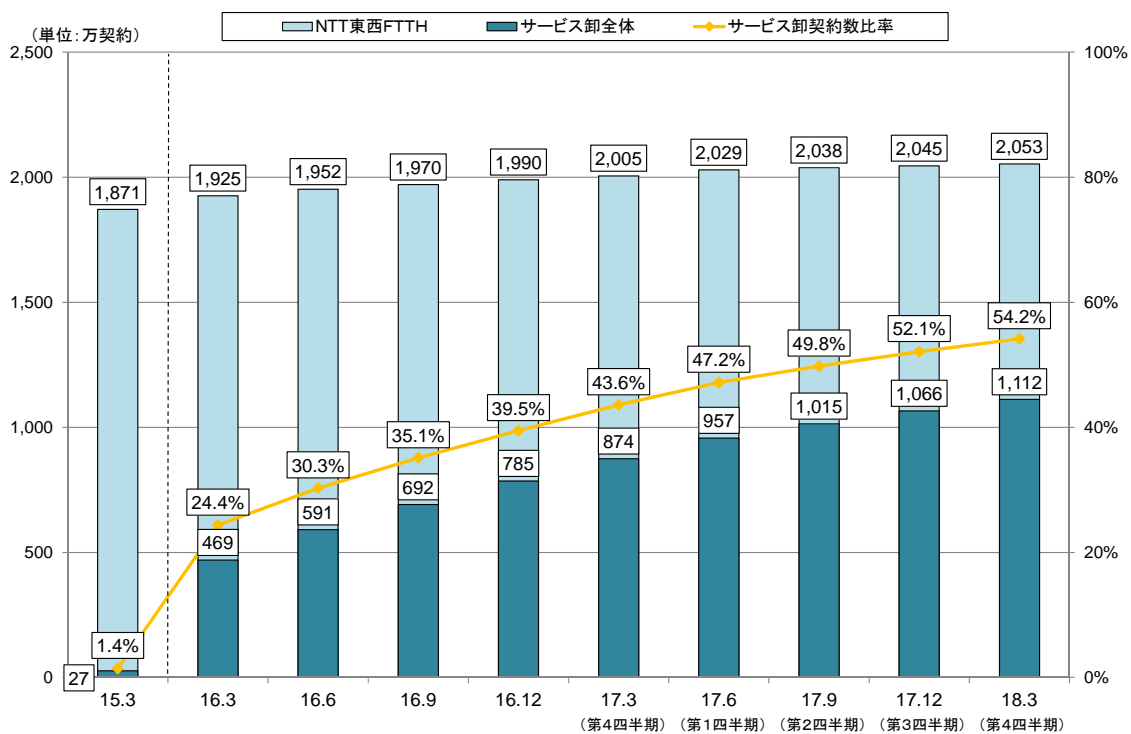
注：NTT東西において卸解約数の新規・転用別の内訳を集計していないため、卸解約数の新規・転用別の内訳は不明。

出所：NTT提出資料

② NTT東西のFTTH契約数におけるサービス卸契約数の割合

2017年度末時点において、NTT東西のFTTH契約数（2,053万）におけるサービス卸の契約数（1,112万）の割合は、54.2%（前期比+2.1ポイント、前年度末比+10.5ポイント）となっている。

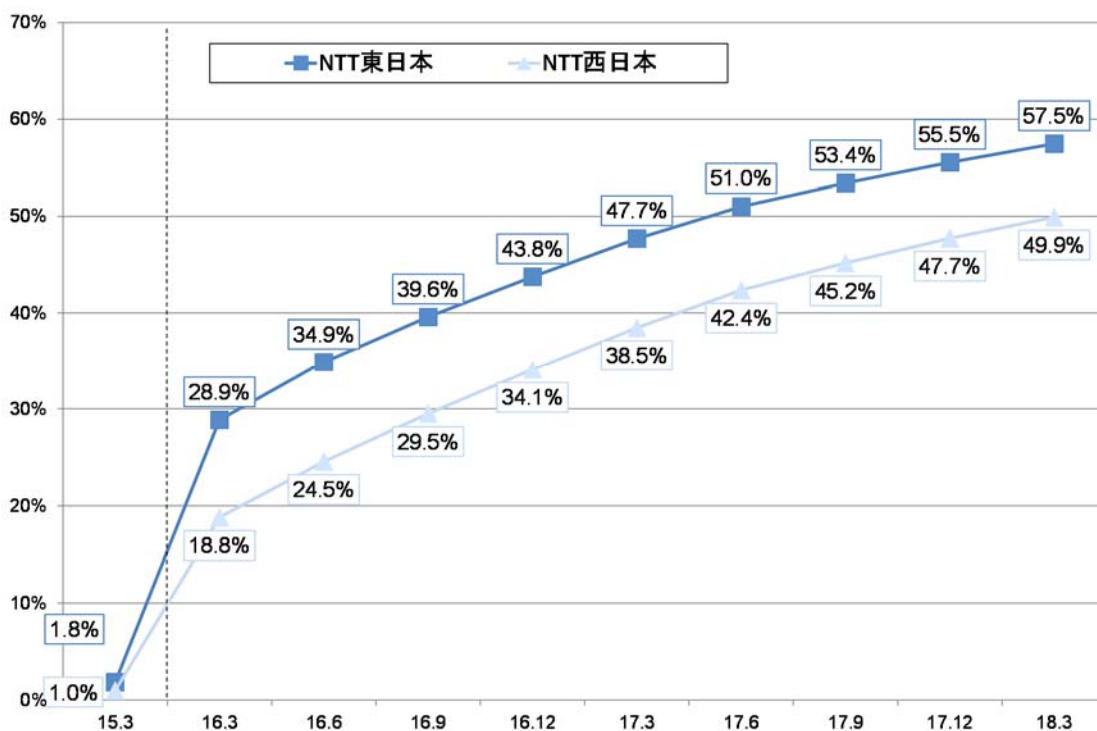
【図表Ⅱ－57】NTT東西のFTTH契約数におけるサービス卸契約数の割合（NTT東西合計）



出所：要請に基づくNTT東西からの報告及び電気通信事業報告規則に基づくNTT東西からの報告

NTT東西別でみると、NTT東日本のFTTH契約数（1,149万）におけるサービス卸の契約数（660万）の割合は57.5%（前期比+1.9ポイント、前年度末比+9.8ポイント）、NTT西日本のFTTH契約数（904万）におけるサービス卸の契約数（451万）の割合は49.9%（前期比+2.2ポイント、前年度末比+11.5ポイント）となっている。

【図表Ⅱ-58】NTT東西のFTTH契約数におけるサービス卸契約数の割合（NTT東西別）



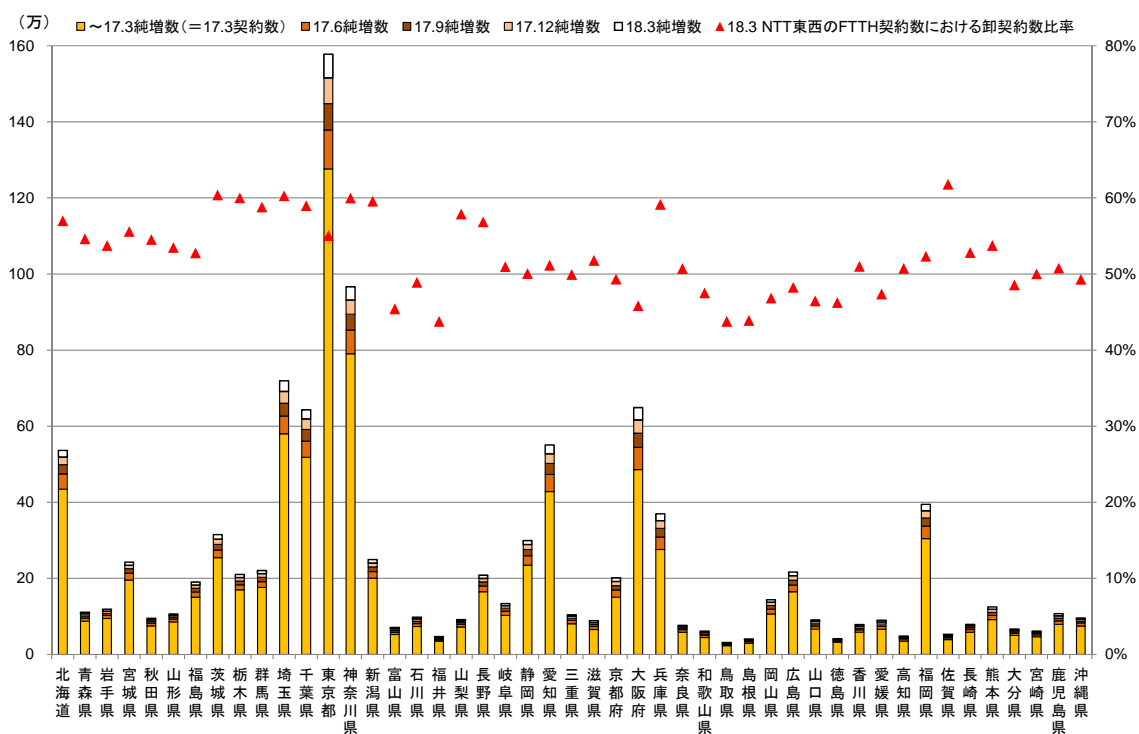
出所：要請に基づくNTT東西からの報告及び電気通信事業報告規則に基づくNTT東西からの報告

2017 年度末時点における都道府県別のサービス卸の卸契約数をみると、東日本地域においては、東京都（158 万、前期比+ 6 万）、神奈川県（97 万、前期比+ 3 万）、埼玉県（72 万、前期比+ 3 万）、千葉県（64 万、前期比+ 2 万）で 60 万を超え、北海道（54 万、前期比+ 2 万）では 50 万を超えている。

西日本地域においては、大阪府（65 万、前期比+ 3 万）で 60 万を超え、愛知県（55 万、前期比+ 2 万）では 50 万を超えたものの、全体として低い水準となっており、引き続き、「東高西低」の傾向となっている。

都道府県別の NTT 東西の FTTH 契約数における卸契約数の割合は、東日本地域においては全ての県で 50% を超えており、西日本地域ではおおむね 50% 前後となっている。

【図表 II-59】 サービス卸の都道府県別契約数等

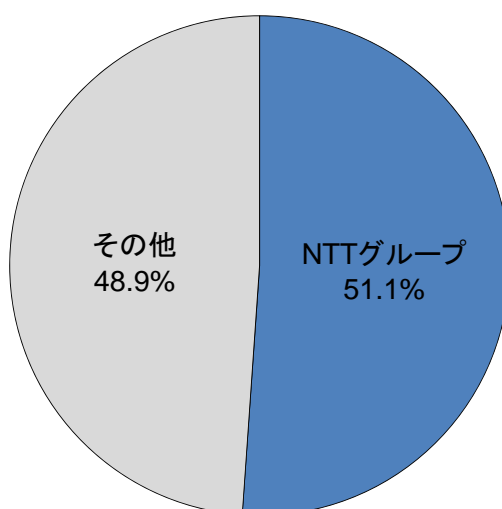


出所：電気通信事業報告規則に基づくNTT東西からの報告

③ サービス卸の契約数シェア等

2017年度末時点において、サービス卸の契約数全体（1,112万）におけるNTTグループ⁶¹の契約数（568万）の割合は51.1%（前期比+0.4ポイント、前年度末比+2.5ポイント）となっており、過半を占めている。

【図表II-60】 サービス卸のグループ別契約数シェアの推移



(参考) NTTグループのシェアの推移

	2017.3	2017.6	2017.9	2017.12	2018.3
NTTグループ	48.6%	49.3%	50.1%	50.7%	51.1%

注：「その他」に分類される事業者においても「NTTグループ」に該当する事業者は存在する。

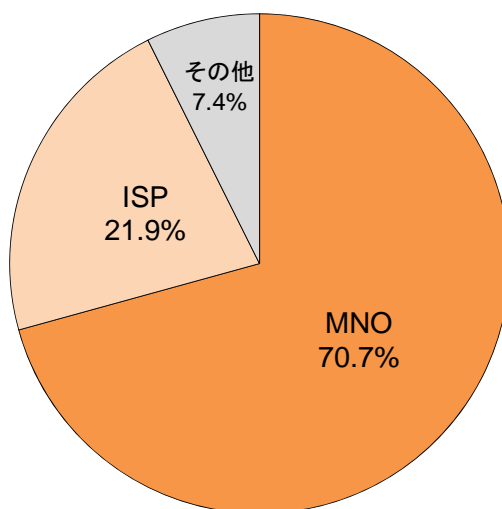
出所：電気通信事業報告規則に基づくNTT東西からの報告に基づき作成

⁶¹ NTT ドコモ、エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ及びNTT ぷらら。

事業者形態別で見ると、MNOの契約数（786万）が70.7%（前期比+0.5ポイント、前年度末比+2.5ポイント）、次いでISPの契約数（244万）が21.9%（前期比▲0.7ポイント、前年度末比▲2.2ポイント）となっており、MNOの比率が継続的に高まっている。

また、サービス卸の契約数が3万以上の卸先事業者（18者）の契約数は、サービス卸の契約数全体の90%以上を占めている。

【図表Ⅱ-61】 サービス卸の事業者形態別契約数シェアの推移



(参考) MNO/ISPのシェアの推移

	2017.3	2017.6	2017.9	2017.12	2018.3
MNO	68.2%	69.4%	69.8%	70.2%	70.7%
ISP	24.1%	22.8%	22.8%	22.6%	21.9%

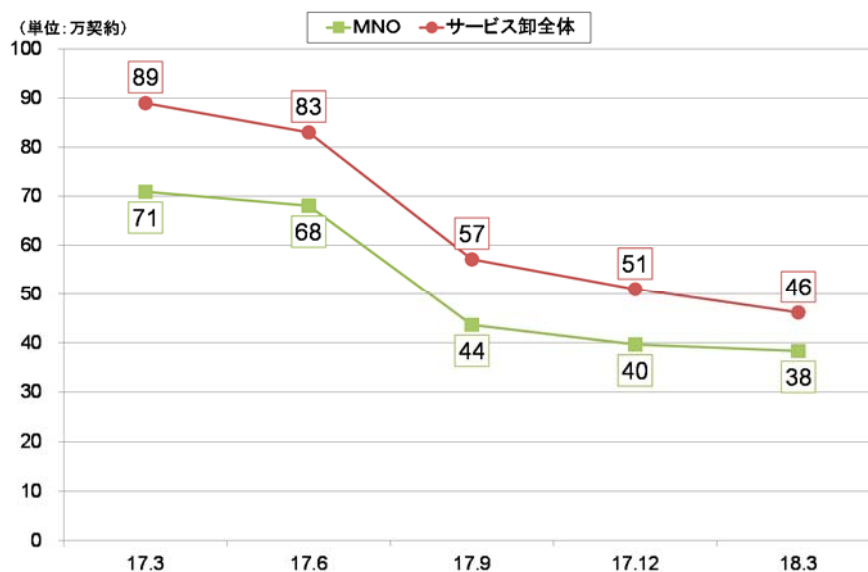
注：「その他」に分類される事業者においても「ISP」に該当する事業者は存在する。

出所：電気通信事業報告規則に基づくNTT東西からの報告に基づき作成

直近四半期（2018年1月～3月）におけるサービス卸の契約数の純増数（46万、前期比▲5万、前年同期比▲43万）のうち、MNOの契約数の純増数は38万（前期比▲1万、前年同期比▲33万）となっている。

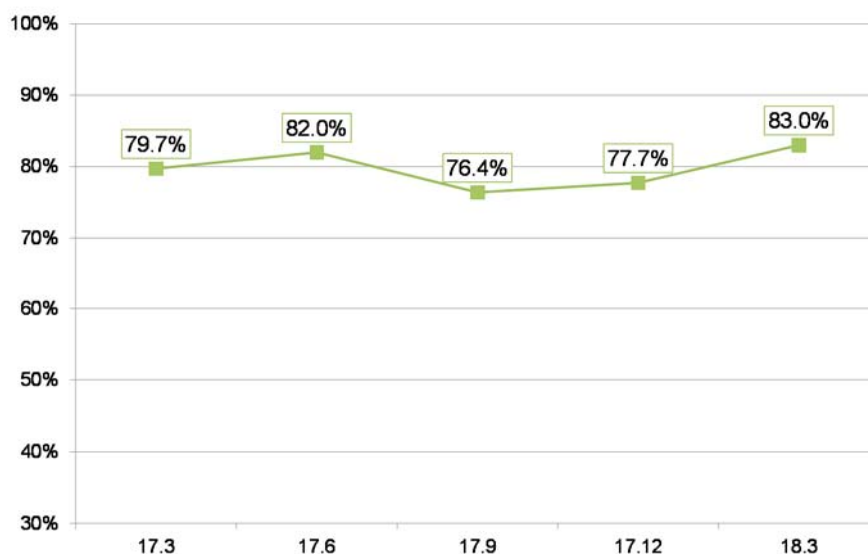
直近四半期（2018年1月～3月）におけるサービス卸の契約数の純増数に占めるMNOの契約数の純増数の割合は83.0%（前期比+5.3ポイント、前年同期比+3.3ポイント）となっている。

【図表Ⅱ－62】MNO契約数の純増数の推移



出所：電気通信事業報告規則に基づくNTT東西からの報告に基づき作成

【図表Ⅱ－63】サービス卸純増数におけるMNO契約純増数の割合の推移



出所：電気通信事業報告規則に基づくNTT東西からの報告に基づき作成

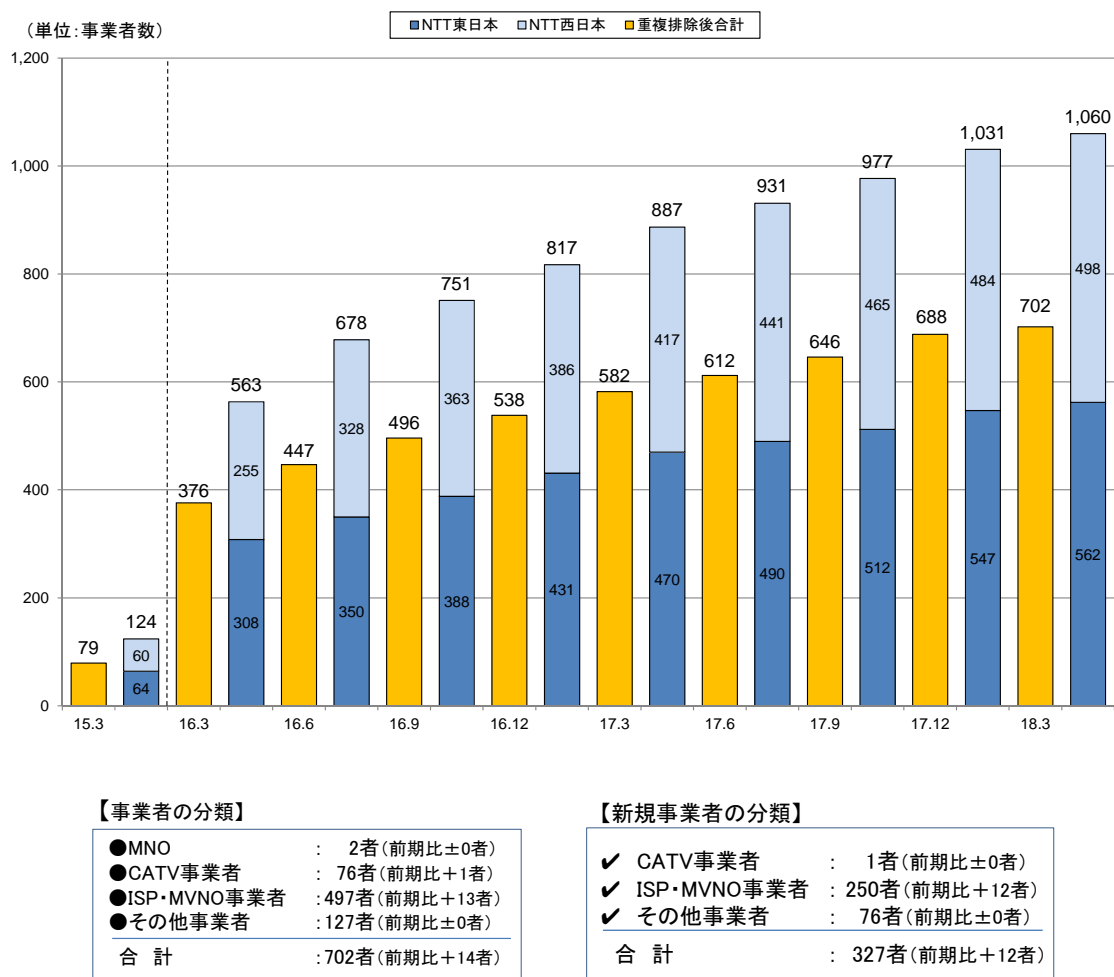
④ 卸先事業者数

2017年度末におけるサービス卸の卸先事業者数は、NTT東西の両者から卸電気通信役務の提供を受けている事業者の重複を排除した場合には702者（前期比+14者、前年度末比+120者）となっている⁶²。

このうち、NTT東西両者から卸電気通信役務の提供を受けている事業者は358者、NTT東日本のみの事業者は204者、NTT西日本のみの事業者は140者となっている。

また、サービス卸の開始以降、新たに電気通信事業の届出を行った事業者数は327者（前期比+12者、前年度末比+83者）となっている。

【図表Ⅱ-64】 サービス卸の卸先事業者数



出所：要請に基づくNTT東西からの報告、電気通信事業報告規則に基づくNTT東西からの報告及び各社届出情報

⁶² 重複を排除しない単純合算の場合では1,060者（前期比+29者、前年同期比+173者）。

⑤ サービス卸の卸先事業者による提供サービス例

サービス卸の卸先事業者による提供サービス例は以下のとおりとなっている。

サービス卸の開始以降、不動産、自動車販売、印刷・ITソリューション、生活協同組合、WEBマーケティング、医療・介護・高齢者支援、教育、歯科・医療機器販売、住宅用ガス機器販売、エネルギー事業、プロスポーツクラブ等、様々な分野からの参入により新たなサービスの提供が進んでいる。引き続き、様々な業種との連携による更なるイノベーションの促進が期待されている。

【図表 II - 65】 卸先事業者による提供サービス例

(2018年5月1日現在)

	事業者名	サービス名	光回線料金	概要
MNO	NTTドコモ	ドコモ光	5,200円 (ISP料金一体型(タイプA))	・モバイルとのセットで、モバイル料金を最大3,500円引き ※特定のモバイルプランへの加入が必須。プランによって割引額が異なる
			5,400円 (ISP料金一体型(タイプB))	
	ソフトバンク	SoftBank光	5,200円	・ISPと光回線のパッケージ販売 ・モバイルとのセットで、モバイル料金を最大1,000円引き ※1家族当たり最大10回線まで。特定のモバイルプランへの加入が必須 ・電気とのセットで、光回線料金を最大300円引き ※居住エリアによって割引の内容が異なる
ISP	エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ	OCN 光	5,100円	・ISPと光回線のパッケージ販売 ・同社モバイル(MVNO)とのセットで、モバイル料金を200円引き ※1家族当たり最大5回線まで適用可
	NTTぷらら	ぷらら光	4,800円	・ISPと光回線のパッケージ販売 ・ひかりTVとのセットで、ひかりTVを1,600円引き
	ソニーネットワークコミュニケーションズ	So-net光 コラボレーション	4,500円	・ISPと光回線のパッケージ販売 ・auスマホ等とのセットで、スマホ等料金を最大2,000円引き ※スマホ等の契約プランによって割引額が異なる
	TOKAI コミュニケーションズ	@T COMヒカリ	5,100円	・ISPと光回線のパッケージ販売 ・同社モバイル(MVNO)とのセットで、モバイル料金を最大300円引き ※最大5回線まで適用可。モバイルの契約プランによって割引額が異なる
	ビッグロープ	ビッグロープ光	4,980円	・ISPと光回線のパッケージ販売 ・同社モバイル(MVNO)とのセットで、セット料金を300円引き ・auスマホ等とのセットで、スマホ等料金を最大2,000円引き ※スマホ等の契約プランによって割引額が異なる ・電気とのセットで、光回線料金を100円引き
CA TV	飯田ケーブルテレビ	いい- NET光	4,900円	・4,300円+プロバイダ料金(600円) ・光キャストTV及びひかり電話とのセットで最大300円引き ※光キャストTVのプランによって割引額が異なる
(参考)	NTT東日本	フレッツ光ネクスト	5,200円～	・4,700円+プロバイダ料金(500円～)

注1：「光回線料金」は、特段の記載がない限り、戸建て向け・ISP一体・新規回線・定期契約割引適用の場合における利用開始1年目の月額料金（税抜）。セット割引等の割引は含まない。

注2：割引額は、特段の記載がない限り、1回線当たりの月額。

出所：各社ウェブサイトを基に総務省作成

【図表Ⅱ-66】 サービス卸を活用した新たなサービス

事業者等	サービス概要
パナホーム株式会社(不動産)	・インターネットとHEMS(Home Energy Management System)を連携させ、より安心・快適で省エネルギーなくらしを提案するための通信基盤として「パナホーム光」を提供。(月額4,760円:Wi-Fi・ISP料金込み)
株式会社カーセブンディベロプメント(自動車販売)	・自動車買取専門店、ガソリンスタンド、新車ディーラー、中古車販売店等の自動車関連店舗向けに、Wi-Fiスポットの拡充、デジタルコンテンツのサービス提供などを行うための通信基盤として「カーセブン光」を提供。
旭化成ホームズ株式会社(不動産)	・自社顧客向けに「HEMS」(Home Energy Management System)による住宅内の家電制御や電気使用量等のエネルギー使用状況を把握ができる光回線サービスとして「へーベル光」を提供。(月額4,780円:ISP料金込み)
株式会社廣済堂 (印刷・ITソリューション、人材ソリューション)	・文化施設や商業施設のインバウンド対策を公衆無線LAN(Wi-Fi)整備等により支援するサービスの一環として「KOSAIDO光サービス」を提供。(月額5,500円:ISP料金込み)
コープ東北サンネット事業連合(生活協同組合) ※東北6県限定で展開	・迷惑電話防止システム端末の無償提供と組み合わせた光回線サービスとして「COOP光」を提供。 (月額5,800円+ISP料金300円)
株式会社JACOM(マーケティング) ※提携先:認定NPO乳房健康研究会	・月額料金の一部をNPO等に寄付する寄付運動型の(日本初)光回線サービスとして「ピンクリボンひかり」を提供。 (月額4,300円+ISP料金)
株式会社ローカル鉄道ドットコム (WEBマーケティング等企業支援)	・「行かなくても、乗らなくても、買わなくても」全国のローカル鉄道を支援することができる仕組みとして「ローカル線光GO」を提供。(月額6,000円:ISP料金込み、指名された鉄道会社に収益の一部を還元)
一般社団法人なのはなシニアサポート (高齢者支援)	・シニア向けに脳トレアプリ等の利用が可能なタブレット付の光回線サービスとして「なのはな光」を提供。 (月額6,000円:ISP料金込み、タブレット代込み)
バーバス株式会社 (住宅用ガス機器・情報ソフトウェア等製造販売)	・ガス事業者向けに光回線サービスとして「バーバスひかり」を提供。HEMSコントローラー、コンテンツ配信、電気をバンドルし、ガス事業者による「ガス&エコジョーズ+通信+電力+コンテンツ」のカルテット販売を支援。
株式会社百戦錬磨 (ICTサービス開発・運営、民泊仲介事業)	・民泊施設オーナー向けに民泊利用者が使える光回線インターネットとして「ステイジャパン光」を提供。光回線、Wi-Fi環境、光電話のセットプランもあり。(月額5,400円+ISP料金)
フィード株式会社(歯科・医療機器等販売)	・歯科医院向けに毎月2,000円のクーポンが付与される「フィード光」を提供。(月額5,980円+ISP料金)
株式会社ミツウロコ(エネルギー事業)	・エキサイト(ISP事業者)と業務提携し、電気・ガスの自社顧客を中心に電気・ガスとのセット割を提供する光回線サービスとして「ミツウロコ光」を提供(回線サービスのみ利用可)。 (月額4,300円+ISP(エキサイトの場合)料金700円)
株式会社みらい町内会 (メディカル・ケア・サービス、介護支援)	・見守りやホームセキュリティ等のサービスと組み合わせることができる光回線サービスとして「みらいコラボ光」を提供
横浜マリノス株式会社(プロスポーツクラブ)	・プロサッカークラブ横浜F・マリノスの独自コンテンツ等の特典もある、プロスポーツ界初の光回線サービスとして「横浜F・マリノス光」を提供。(月額5,050円:ISP料金込み)

注1: サービス概要を公表している事業者について記載。

注2: 特段の記載がない限り、月額料金は「戸建て向け(最大速度1Gbps程度/無制限容量)・新規回線・割引適用なし」の場合における料金を記載。

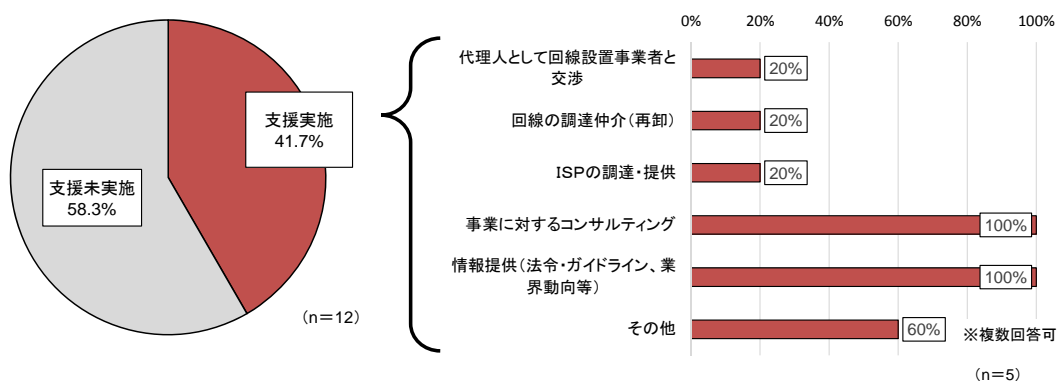
出所: 各社ウェブサイトを基に総務省作成

3 FTTH 事業参入支援の状況

他事業者（卸利用事業者）のFTTH事業の開始にあたり、参入支援を行ったと回答した自己設置・接続事業者は41.7%であった。支援内容については、参入支援を実施した全ての事業者が「事業に対するコンサルティング」及び「情報提供」を行ったと回答した。

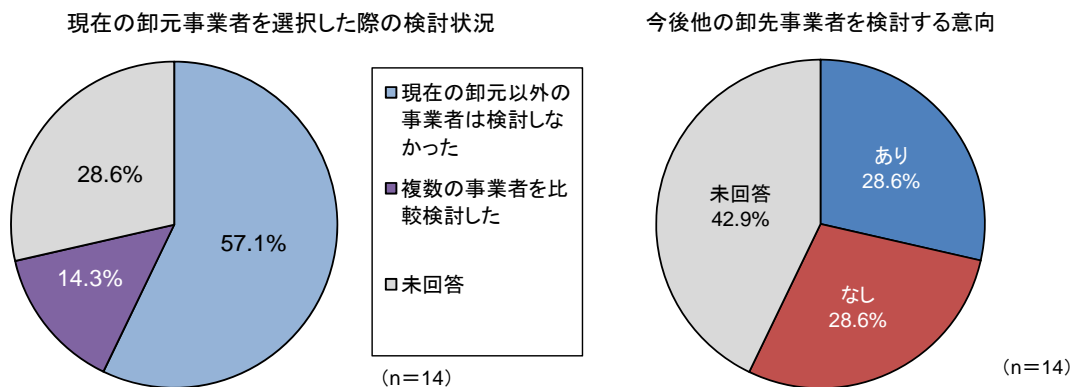
卸利用事業者において、現在の卸元事業者を選択した際に複数の事業者を比較検討したと回答した者は14.3%であり、半数以上（57.1%）が現在の卸元以外の事業者は検討しなかったと回答した。また、今後他の卸先事業者を検討する意向については、検討する意向が「ある」と回答した事業者と、「ない」と回答した事業者の割合はいずれも28.6%であった。

【図表Ⅱ－67】自己設置・接続事業者における FTTH 事業参入支援実施の有無及び支援内容



出所：2017年度事業者アンケート

【図表Ⅱ－68】卸利用事業者における卸元事業者の検討状況



出所：2017年度事業者アンケート

第2節 ISP 市場

1 競争状況等に係る分析

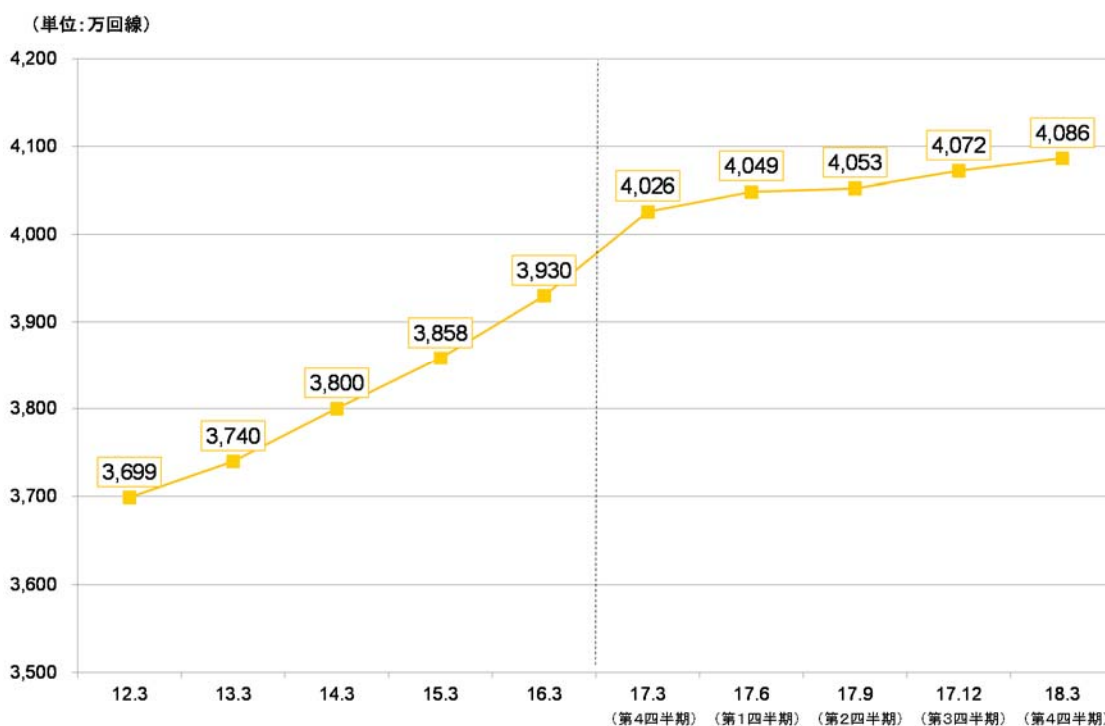
① 市場規模

ア 契約数

2017 年度末時点における ISP（固定系）市場の契約数（契約数 5 万以上の ISP の「固定系インターネット接続サービス」契約数）は、4,086 万（前期比+0.3%、前年度末比+1.5%）となっている。

また、契約数が 5 万契約以上の事業者数は、65 者（前期比▲1 者、前年度末比+2 者）となっている。

【図表 II-69】ISP（固定系）市場の契約数の推移

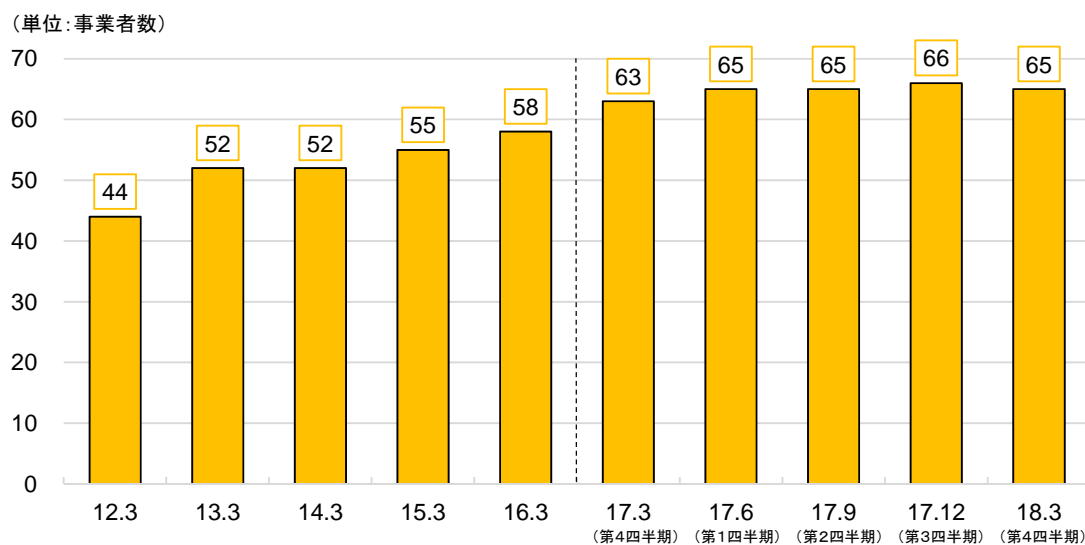


注 1：契約数が 5 万以上の ISP からの報告を基に作成。

注 2：主契約のみの契約数。

出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

【図表Ⅱ－70】 契約数が5万以上のISP事業者数の推移

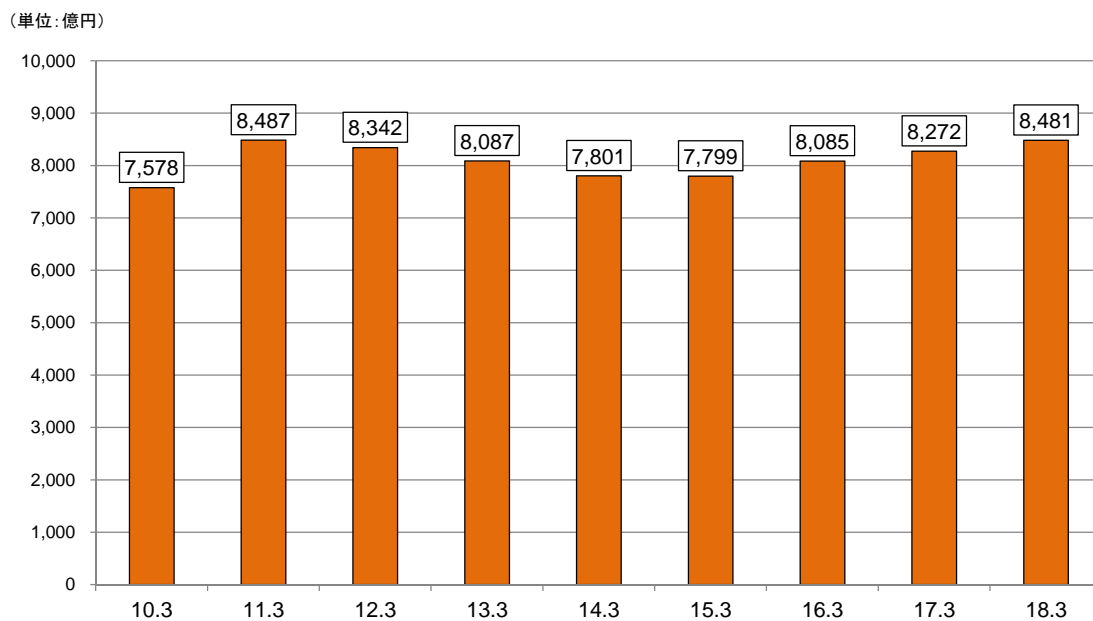


出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

イ 売上高

ISP市場の売上高（インターネット接続事業等）については、2017年度において8,481億円（前年度比+2.5%）となっている。

【図表Ⅱ－71】 ISP（固定系）市場の売上高の推移



注；売上高の一部については、公表されている事業者の売上高及び契約数から推計している。

出所：総務省資料

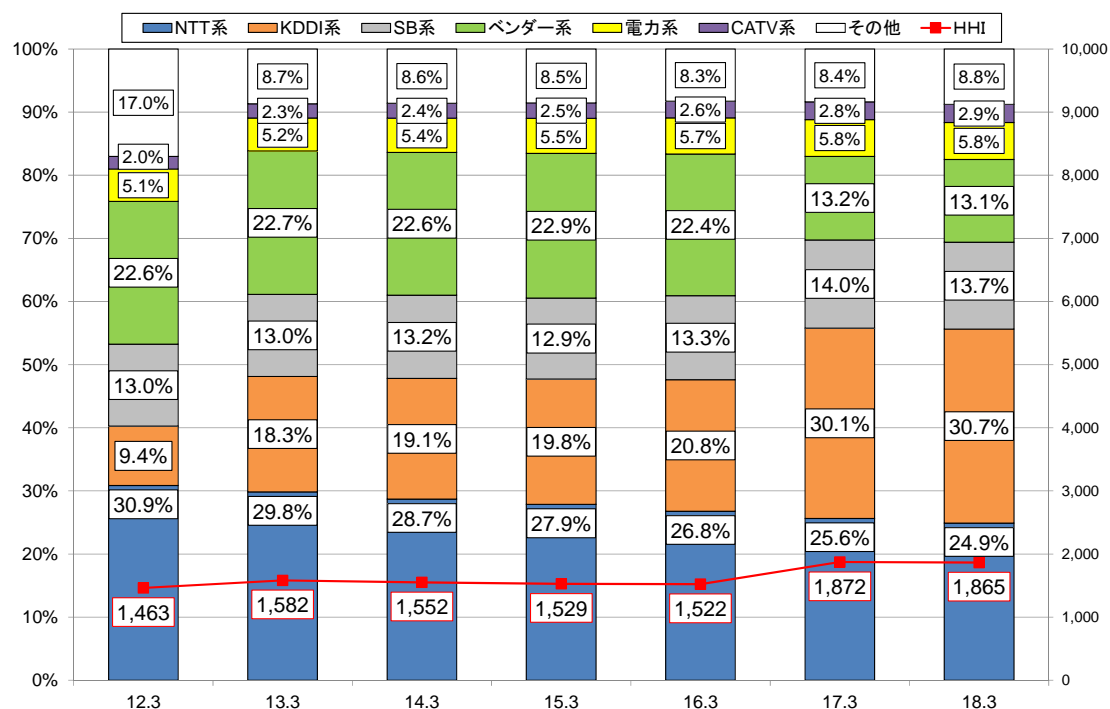
② 市場シェア

2017年度末時点におけるISP市場の事業者別シェアは、KDDI系が30.7%（前年度末比+0.6ポイント）と増加傾向、NTT系が24.9%（前年度末比▲0.8ポイント）、ソフトバンク系が13.7%（前年度末比▲0.2ポイント）とともに減少傾向となっている。

2016年度末に大きく減少したベンダー系⁶³のシェアは13.1%（前年度末比▲0.1ポイント）と微減にとどまっている。

HHIは、2016年度末においてKDDI系のシェアの増加に伴い増加したが、2017年度末においては1,865（前年度末比▲7）と微減している。

【図表Ⅱ-72】ISP（固定系）市場の契約数における事業者別シェア及び市場集中度の推移



注1：NTT系のシェアには、エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ、NTTぷらら、NTTドコモ等が含まれる。

注2：KDDI系のシェアには、KDDI、CTC、J:COMグループ（14.3以降）、ビッグロブ（17.3以降）等が含まれる。

注3：ソフトバンク系のシェアには、旧ソフトバンクBB、旧ワイモバイル等が含まれる。

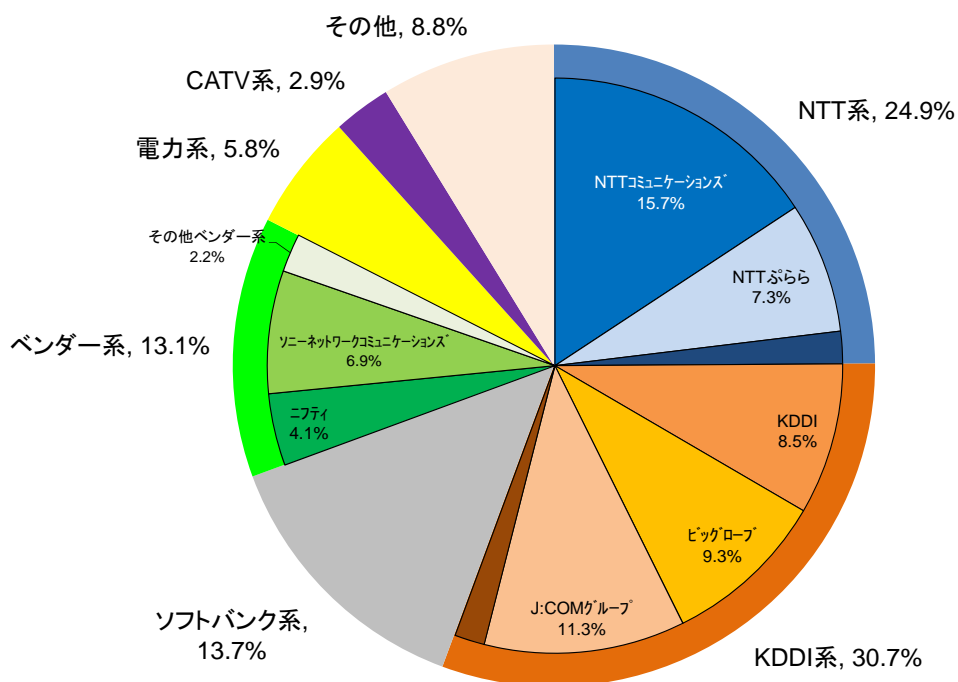
注4：ベンダー系のシェアには、ビッグロブ（16.3まで）、ソニーネットワークコミュニケーションズ、ニフティ等が含まれる。

注5：電力系のシェアには、ケイ・オプティコム、STNet、QNet等が含まれる。

出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

⁶³ 電気通信機器の販売・提供等を行う事業者又はその関係会社等（現在は独立した事業者も含む）をいう。

【参考】「事業者別シェア」の個社内訳



注：内訳は一定規模以上の事業者について表示している。

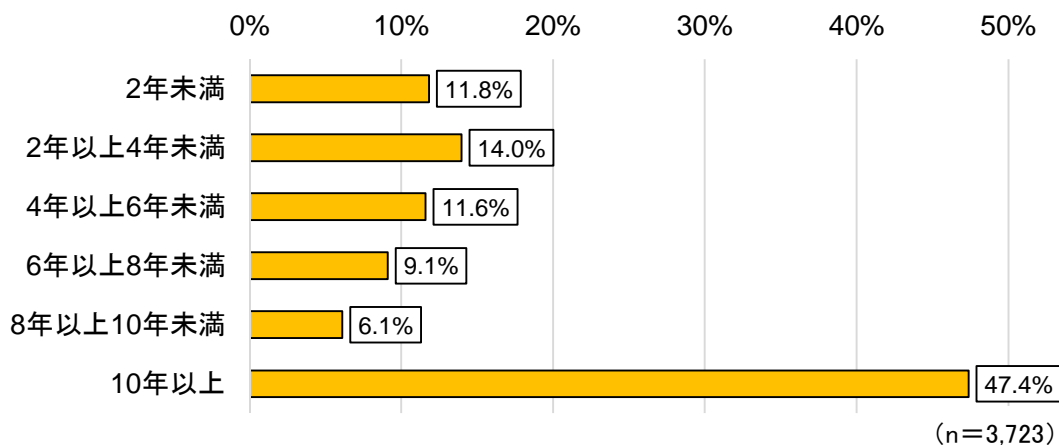
出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

2 利用者の動向等に係る分析

ISP の利用継続年数は「10 年以上」（47.4%）が最も多い。

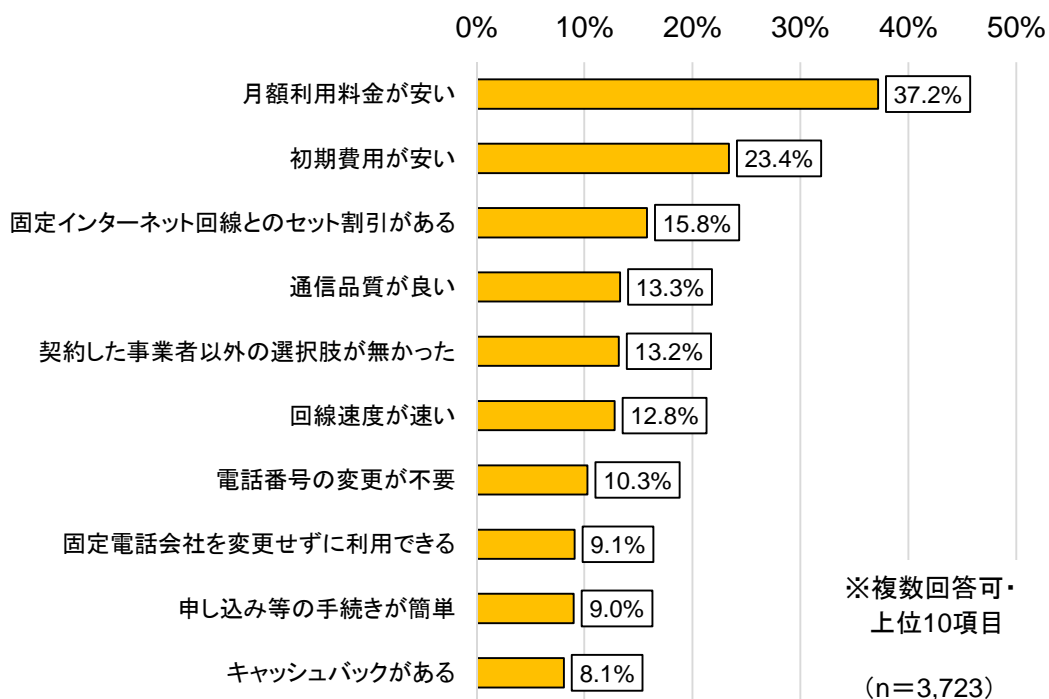
ISP の選択理由については、他の通信サービスと同様に、「月額料金が安い」（37.2%）、
「初期費用が安い」（23.4%）が多い。

【図表 II-73】 ISPの利用継続年数



出所：2017年度利用者アンケート

【図表 II-74】 ISPの選択理由



出所：2017年度利用者アンケート

第4節 固定系データ通信市場の分析結果

1 固定系データ通信市場(小売市場)

(1) 固定系ブロードバンド市場の競争状況等

2017 年度末時点における固定系ブロードバンド市場の契約数は 3,935 万（前期比+0.3%、前年同期比+1.9%）、このうち FTTH の契約数は 3,030 万（前期比+0.8%、前年度末比+3.6%）と、ともに増加傾向となっている。

契約数の増加率は、2017 年 3 月末期と比べ、固定系ブロードバンドサービスで▲0.4 ポイント、FTTH で▲1.6 ポイントと、ともに低下している。

固定系ブロードバンド市場の事業者別シェアを地域ブロック別で見ると、サービス卸の増加に伴い、NTT 東西のシェアが全ての地域で減少し、4 割を下回っている。

これにより、関東⁶⁴を除く全ての地域で HHI が減少しており、各地域において競争が進展しているといえる。

(2) 固定系超高速ブロードバンド市場の競争状況等

2017 年度末時点における固定系超高速ブロードバンド市場の契約数は 3,416 万（前期比+0.8%、前年度末比+3.7%）、このうち CATV インターネット（同軸・HFC）の契約数は 385 万（前期比+0.6%、前年度末比+4.4%）と、ともに増加傾向となっている。

契約数の増加率は、2017 年 3 月末期と比べ、固定系超高速ブロードバンドサービスで▲1.7 ポイント、CATV インターネット（同軸・HFC）で▲3.2 ポイントと、ともに低下している。

固定系超高速ブロードバンド市場の事業者別シェアを地域ブロック別で見ると、サービス卸の増加に伴い、NTT 東西のシェアが全ての地域で減少し、4 割を下回っている。

これにより、北海道と関東を除く全ての地域で HHI が減少しており、各地域において競争が進展しているといえる。

⁶⁴ サービス卸を利用する事業者のシェアを合算して算出しているため、当該合算シェアが増加したことで、HHI が上昇に転じている(下記(2)(3)の北海道及び関東について同じ。)

(3) FTTH 市場(小売市場)の競争状況等

FTTH 市場の事業者別シェアを地域ブロック別でみると、サービス卸の増加に伴い、NTT 東西のシェアが全ての地域で減少し、4割を下回っている。

これにより、北海道と関東を除く全ての地域で HHI が減少しており、各地域において競争が進展しているといえる。

FTTH 市場の事業者別シェアを詳細にみると、MNO (NTT ドコモ及びソフトバンク) のシェアの合計が 26.0% (前期比+1.1 ポイント、前年度末比+5.6 ポイント) と増加傾向となっている。また、ISP のシェアも増加傾向となっており、主にサービス卸を利用する事業者のシェアが増加傾向にある。

「自己設置」型が 1,428 万 (前期比▲33 万、前年度末比▲175 万) と減少傾向、「接続」型が 238 万 (前期比+5 万、前年度末比▲34 万) と横ばい、「卸電気通信役務」型が 1,382 万 (前期比+51 万、前年度末比+286 万) と増加傾向となっている。

「自己設置」型の契約数における事業者別シェアは、NTT 東西が減少傾向であることもあり、KDDI、電力系事業者及び CATV 事業者が増加傾向となっている。「接続」型の契約数における事業者別シェアは、ソニーネットワークコミュニケーションズが増加傾向となっている。「卸電気通信役務」型の契約数における事業者別シェアは、MNO が過半(57.0%)を占め、増加傾向である一方、MNO 以外の事業者のシェアは減少傾向となっている。

FTTH の提供形態別の事業者数は、卸による参入の増加が顕著であるが、自己設置事業者も微増となっている。接続事業者については微減している。

サービス卸を契機とした新規参入の増加によって、各地域における競争が進展しているが、特に MNO のシェアが顕著に増加している。また、サービス卸の契約数も含めた NTT 東西のシェアは約 7割を占め、最も高い東北で 8割超、最も低い近畿で過半。近畿においては、サービス卸の契約数も含めた NTT 東西のシェアが微増している。

光コラボサービスの認知度は低下したが、利用率は上昇した。利用予定のない者の割合は横ばいであった。

FTTH の月額料金は、近年おおむね 5,000 円/月(戸建向けの場合)で推移している。基本となる月額料金の低廉化の動きはみられず、移動系通信サービスやその他のサービスとのセット割引やキャッシュバック・キャンペーン割引による競争が中心となっている。

FTTH の通信速度については、ICT 化の進展に伴い、高速・大容量通信のニーズが高まっているところ、KDDI やソニーネットワークコミュニケーションズといった接続事業者において最大通信速度(上下)10Gbps のサービスも提供され始めている。

(4) FTTH アクセスサービスの満足度等

固定系ブロードバンドサービスの事業者選択の決め手として「月額利用料金が安いこと」(81.1%)が多く挙げられているが、FTTH アクセスサービスの料金に対する満足度をみると、MNO系光コラボを除き「非常に満足」「満足」の割合が「不満」「非常に不満」の割合を上回った。

通信速度・品質に対する満足度では、光コラボ(MNO系、MNO系以外)、光コラボ以外とも「非常に満足」「満足」の割合が「不満」「非常に不満」の割合を上回り、各事業者類型間でも大きな差は見受けられない。

固定系ブロードバンドサービスの検討状況では、1社のみしか検討しなかった者が7割超(72.2%)であった。光コラボ以外のサービス利用者の光コラボを利用しない理由は、「現在の回線で満足」が過半(59.9%)であった。

利用率の高いMNO系光コラボを除き、光コラボサービスが検討の俎上に載っていない場合が多いと考えられる。

(5) キャッシュバックに対する認識

固定系ブロードバンドサービスにおけるキャッシュバックと料金値下げに対する認識として、「キャッシュバックよりも通信料金の値下げを優先してほしい」と感じている者の割合が79.3%であった。

また、キャッシュバックに対する認識については「料金プランを分かりにくくしている」と感じている者の割合が70.3%、「通信料金高止まりの一因」と感じている者の割合が58.4%であった。

キャッシュバックに関する利用者の経験では、「適用条件等の表記がわかりにくい」が35.6%で最も多く、次いで「期間限定だったはずのキャンペーンが延長された」(17.9%)、「適用条件が多すぎて、目的のキャッシュバックを受けられなかった」(17.6%)、「長期間経過後に自らの申請が必要であったが、申請を失念」(16.3%)であった。

事業者選択の決め手として「初期費用が安いこと」(59.5%)等のスイッチングコストが低廉であることが多く挙げられている一方で、キャッシュバックに対しては否定的に感じている者が多く、利用者のニーズは複雑な適用条件等による一時的なキャッシュバックの実施ではなく、低廉な月額料金であると考えられる。各事業者において、利用者ニーズを踏まえた積極的な対応が期待される。

2 FTTH 市場(卸売市場)

(1) 競争状況等

2017 年度末時点における FTTH の契約数 (3,030 万) のうち、卸電気通信役務を利用して提供される契約数は 1,382 万 (前期比+51 万、前年度末比+286 万)、そのうちサービス卸を利用して提供される契約数は NTT 東西合計で 1,112 万 (前期比+46 万、前年度末比+237 万) とともに増加傾向となっている。

FTTH の契約数全体における卸契約数の割合は 45.6% (前期比+1.3 ポイント、前年度末比+8.1 ポイント)、サービス卸の契約数の割合は 36.7% (前期比+1.3 ポイント、前年度末比+6.8 ポイント) とともに増加傾向となっている。

FTTH の卸売市場のシェアは、NTT 東西 (サービス卸) が 80.4% (前期比+0.4 ポイント、前年度末比+0.7 ポイント) と増加傾向となっている。HHI は 6,620 (前期比+1、前年度末比▲22) となっている。

地域ブロック別でみると、NTT 東西のシェアが沖縄を除く全ての地域で 7 割超となっている。近畿以外の地域で NTT 東西のシェアが増加している。

依然として、FTTH の卸売市場における NTT 東西の存在感は大きいといえる。

FTTH の小売市場における公正競争の土台となる卸売市場における公正な取引の確保が引き続き重要となっている。

卸利用者事業者における卸元事業者の検討状況では、現在の卸元事業者以外を検討しなかった事業者が過半 (57.1%) であった。他方、約 3 割 (28.6%) の事業者が、今後他の卸元事業者を検討する意向を持っている。

NTT 東西は、営業コスト削減等の取組により、本年 4 月に卸料金の値下げを行ったところであるが、他の自己設置事業者又は接続事業者が積極的に卸電気通信役務の提供を行うことにより、卸売市場における競争が活性化し、卸料金の更なる引き下げ、延いては利用者料金の引き下げにつながることを期待できる。

(2) サービス卸の影響等

2017 年度末におけるサービス卸の卸先事業者数は、NTT 東西の両者から卸電気通信業務の提供を受けている事業者の重複を排除した場合には 702 者（前期比+14 者、前年度末比+120 者）となっている。

また、サービス卸の開始以降、新たに電気通信事業の届出を行った事業者数は 327 者（前期比+12 者、前年度末比+83 者）となっている。

NTT 東西のサービス卸の契約数全体（1,112 万）における NTT グループ の契約数（568 万）の割合は 51.1%（前期比+0.4 ポイント、前年度末比+2.5 ポイント）となっており、過半を占めている。

事業者形態別で見ると、MNO の契約数（786 万）が 70.7%（前期比+0.5 ポイント、前年度末比+2.5 ポイント）、次いで ISP の契約数（244 万）が 21.9%（前期比▲0.7 ポイント、前年度末比▲2.2 ポイント）となっており、MNO の比率が継続的に高まっている。

サービス卸を含めた NTT 東西の FTTH 契約数は 2017 年度末で 2,053 万であり、直近 3 年間（2015 年 3 月末～2018 年 3 月末）で約 180 万増加しているが、サービス卸の提供開始前に比べて顕著に増加したとは認められない。

他方で、サービス卸の提供開始以降、様々な分野からの参入により新たなサービスの提供が進んでいる。引き続き、様々な業種との連携による更なるイノベーションの促進が期待されている。

様々な分野の事業者との連携を通じて FTTH の利用促進につながっているか引き続き注視が必要である。

第3章 固定系音声通信

第3章 固定系音声通信

第1節 固定電話市場

1 競争状況等に係る分析

(1) 固定電話市場

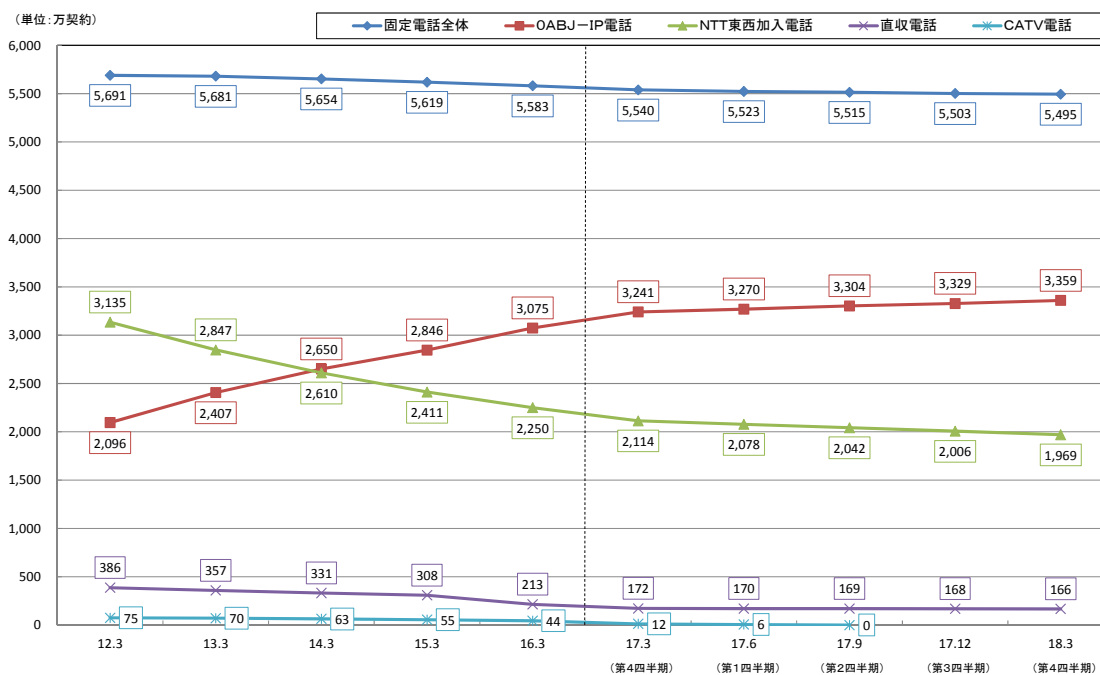
① 市場規模

ア 契約数

2017年度末時点における固定電話⁶⁵の契約数⁶⁶は、5,495万（前期比▲0.1%、前年度末比▲0.8%）となっている。

このうち、0ABJ-IP電話は3,359万（前期比+0.9%、前年度末比+3.6%）となっている一方、0ABJ-IP電話以外⁶⁷の契約数は2,135万（前期比▲1.8%、前年度末比▲7.1%）、NTT東西加入電話は1,969万（前期比▲1.8%、前年度末比▲6.9%）となっている。

【図表Ⅲ－1】固定電話の契約数の推移



注1：「0ABJ-IP電話」は、利用番号数をもって契約数と見なしている。なお、0ABJ-IP電話はNTT東西加入電話等との代替性が高いため固定電話に加えている。

注2：「CATV電話」は、CATV事業者が提供する固定電話サービスのうちアナログ電話を計上している。なお、CATV事業者が提供するIP電話については「0ABJ-IP電話」に計上している。

出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

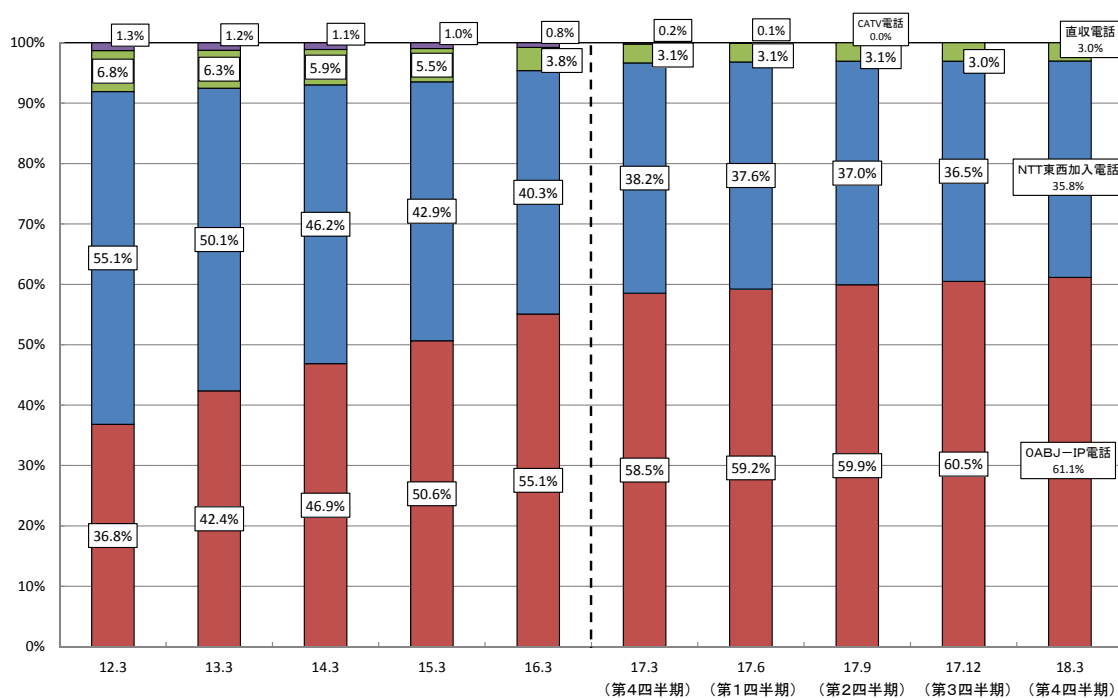
⁶⁵ NTT東西加入電話（ISDNを含む。）、直取電話（直加入、新型直取、直取ISDNの合計）、0ABJ-IP電話及びCATV電話を指す。以下同じ。

⁶⁶ 卸電気通信役務の提供に係るものを含む。以下同じ。

⁶⁷ NTT東西加入電話（ISDNを含む。）、直取電話（直加入、新型直取、直取ISDNの合計）及びCATV電話を指す。

固定電話の契約数におけるサービス別内訳をみると、OABJ-IP電話は61.1%（前期比+0.6%、前年度末比+2.6%）であり、NTT東西加入電話は35.8%（前期比▲0.6%、前年度末比▲2.3%）となっている。

【図表Ⅲ－２】固定電話の契約数におけるサービス別内訳の推移

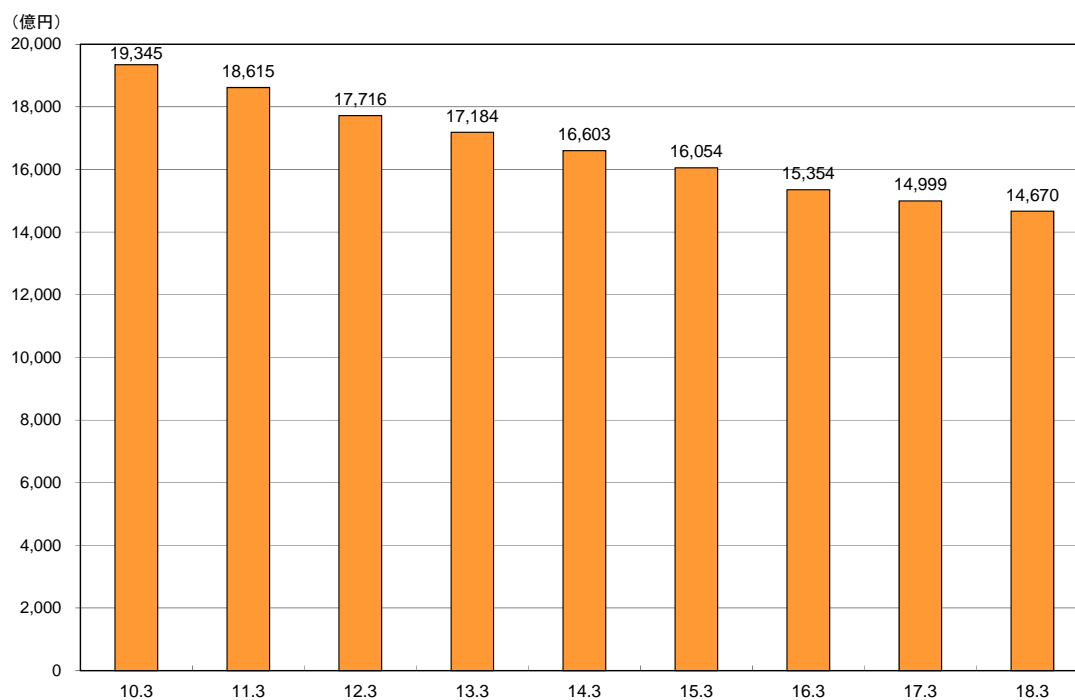


出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

イ 売上高

固定電話市場における売上高は、2017年度末時点で1兆4,670億円（前年度末比▲2.2%）となっており、年々減少傾向となっている。

【図表Ⅲ－3】固定電話市場の売上高の推移



注：売上高の一部については、公表されている事業者のARPU及び契約数から推計している。

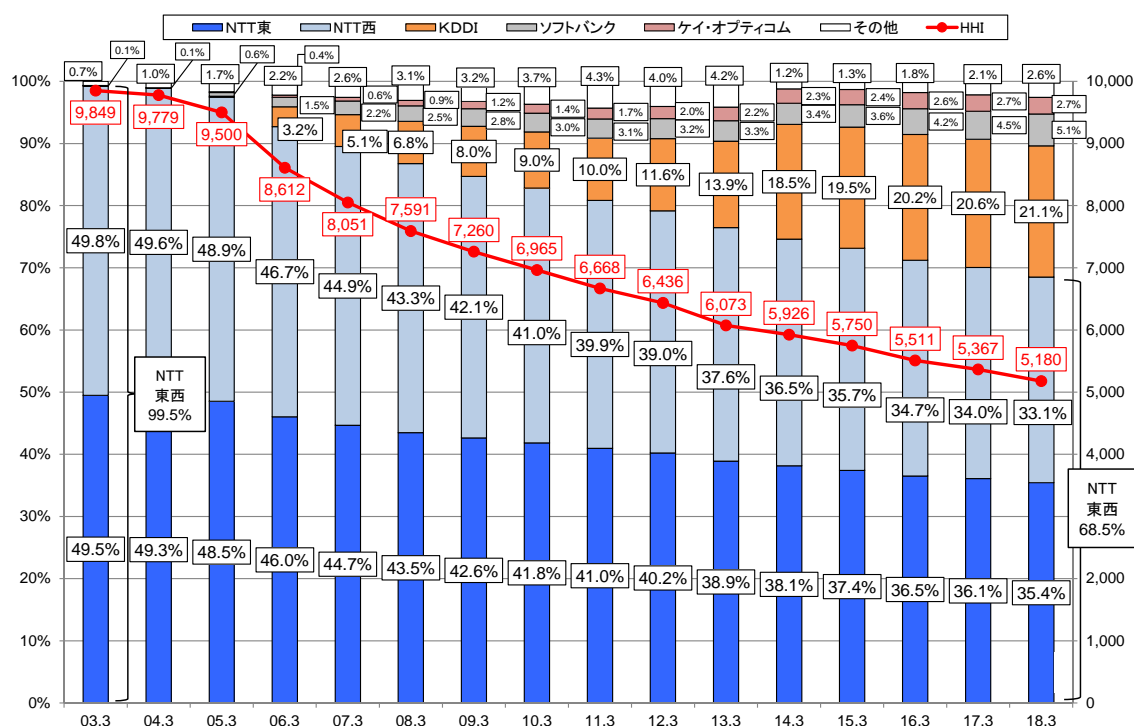
出所：各社決算資料に基づき作成

② 市場シェア

2017年度末時点における固定電話市場の事業者別シェアは、NTT東西が68.5%（前年度末比▲1.5ポイント）、KDDIが21.1%（同+0.5ポイント）、ソフトバンクが5.1%（同+0.6ポイント）となっている。

HHIは5,180（前年度末比▲187）と減少傾向となっている。

【図表Ⅲ－４】固定電話の契約数における事業者別シェア及び市場集中度の推移



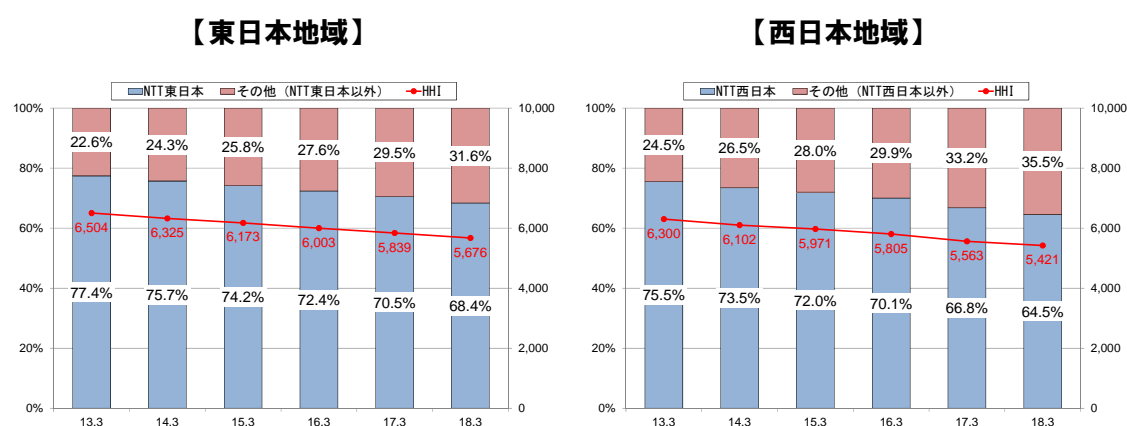
注：KDDIのシェアには、CTC及びJ:COMグループ（14.3以降）が含まれる。

出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

東西別では、NTT東西のシェアは、東日本地域で68.4%（前年度末比▲2.1ポイント）、西日本地域で64.5%（同▲2.3ポイント）となっており、東日本地域におけるNTT東日本のシェアが、西日本地域におけるNTT西日本のシェアと比較してやや高い状況となっている。

HHIは、東日本地域は5,676（前年度末比▲163）、西日本地域は5,421（同▲142）となっており、いずれも高い数値であるが、年々減少傾向にある。

【図表Ⅲ－5】事業者別シェアの推移（東西別）

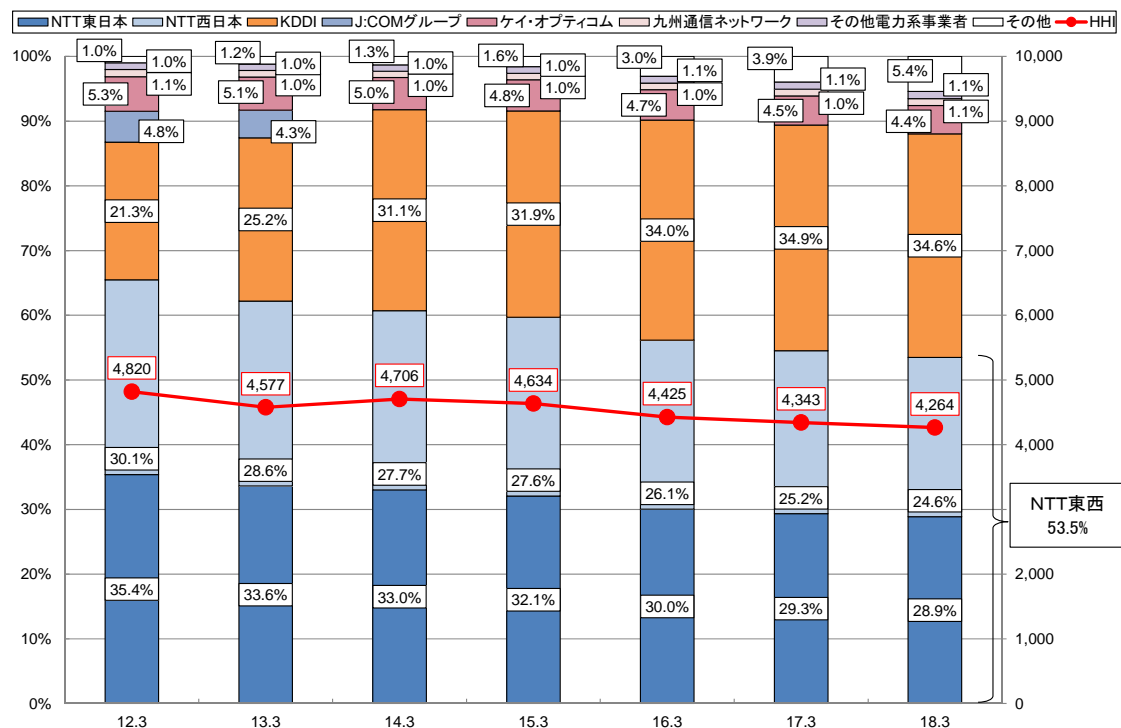


出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

OABJ-IP電話の利用番号数における事業者別シェアは、NTT東西が53.5%（前年度末比▲1.1ポイント）、KDDIが34.6%（同▲0.3ポイント）、ケイ・オプティコムが4.4%（同▲0.2ポイント）となっている。

HHIは4,264（前年度末比▲79）と減少傾向となっている。

【図表Ⅲ－6】OABJ-IP電話の利用番号数における事業者別シェア及び市場集中度の推移



注：KDDIのシェアには、CTC及びJ.COMグループ（14.3以降）が含まれる。

出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

③ 料金等

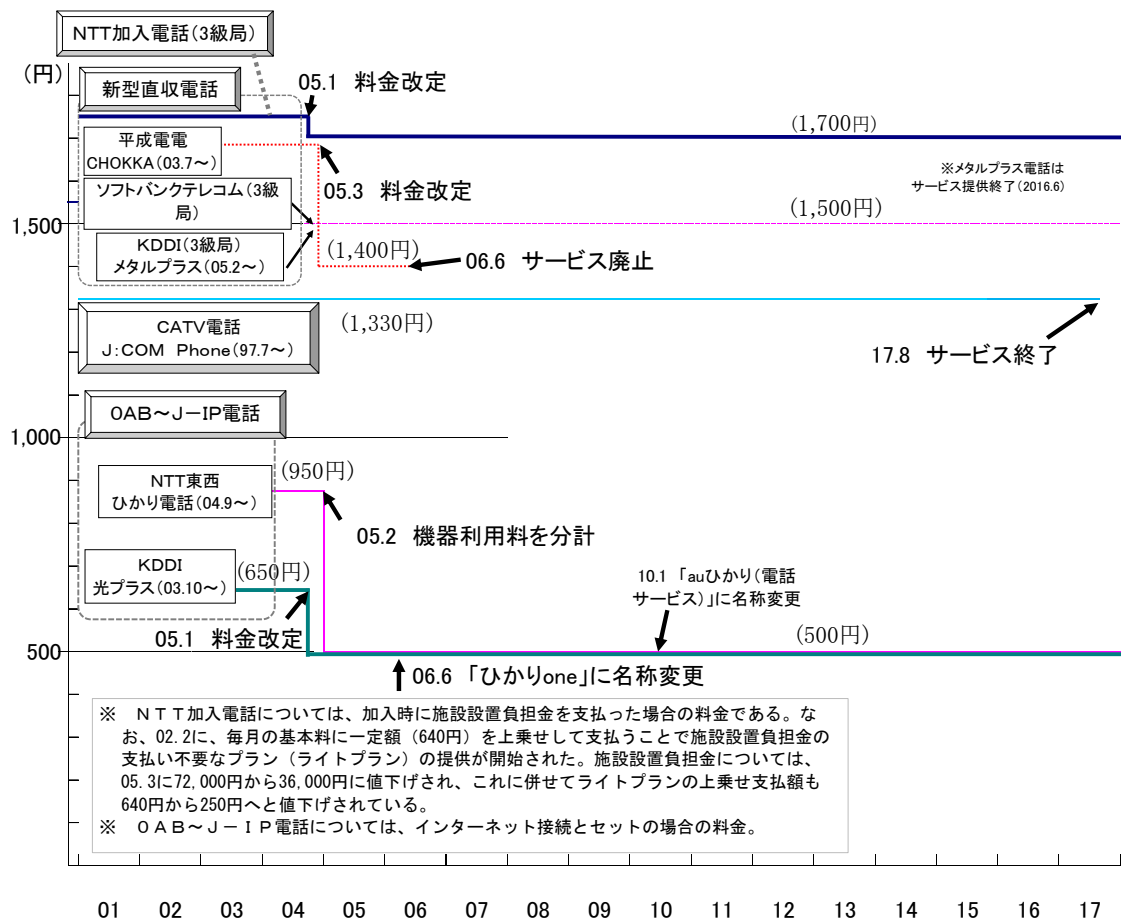
ア 基本料金・通話料金

固定電話サービスの料金体系は、主として通信量にかかわらず定期的（毎月等）に一定額を支払う「基本料」と、通信量に応じて支払う従量制（一部定額制を含む。）の「通話料」の二部料金制となっている。

固定電話サービスの基本料金については、近年大きな変化は見られず、一定の金額で推移している。

また、通話料金についても、事業者間で一部差異がみられるものの、近年大きな変化はみられない。

【図表Ⅲ－７】固定電話サービスの基本料金の推移



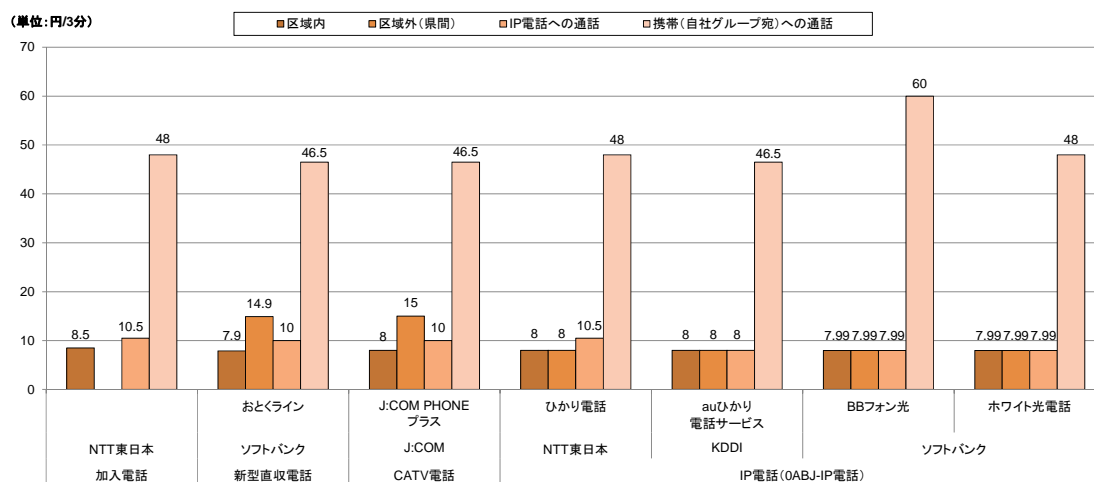
注1：級局については、3級：大規模局、2級：中規模局、1級：小規模局のイメージ。

注2：括弧内はプッシュ回線用の場合の料金。

注3：NTT東西の加入電話の開通工事費については、既存の屋内配線が利用可能な場合の費用。

出所：各社ウェブサイトを基に総務省作成

【図表Ⅲ－８】主な固定電話サービスの通話料



注：表は住宅用の料金、2017年度末時点。

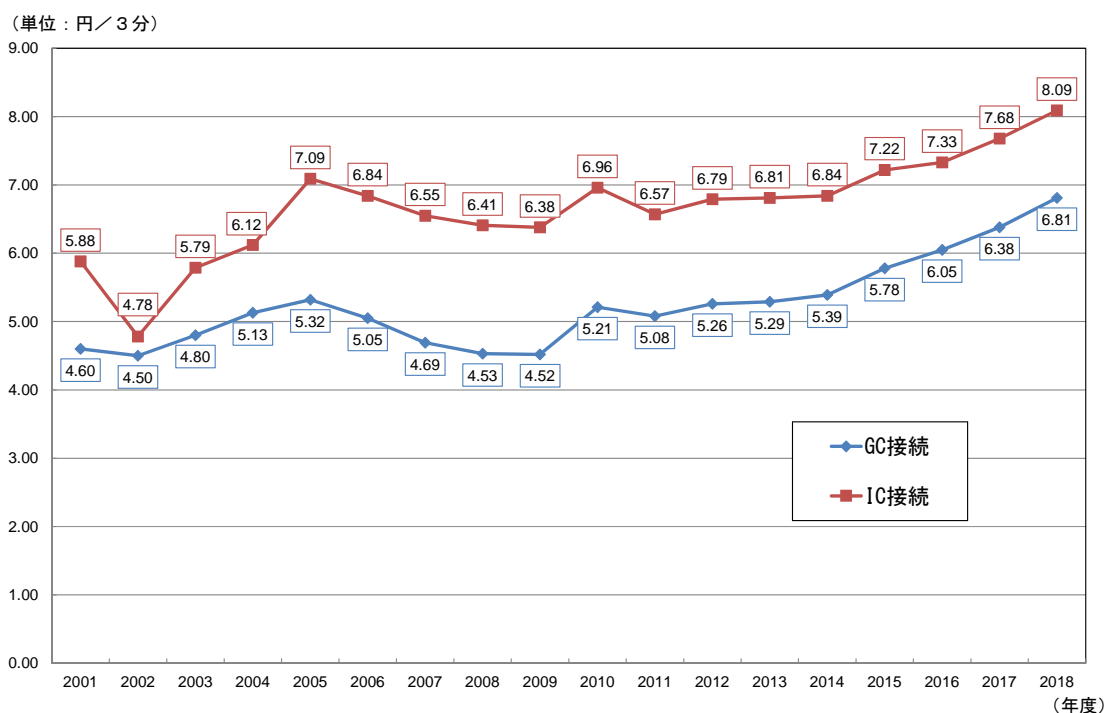
出所：各社ウェブサイトを基に総務省作成

イ 固定電話に係る接続料

NTT東西のGC接続⁶⁸又はIC接続⁶⁹による接続料は、2006年度以降低下傾向にあったが、2012年度以降は上昇傾向となっている。

NTT東西のメタル加入者回線の接続料については、2018年度は約1,600円程度で推移している。

【図表Ⅲ－９】GC接続及びIC接続による接続料の推移

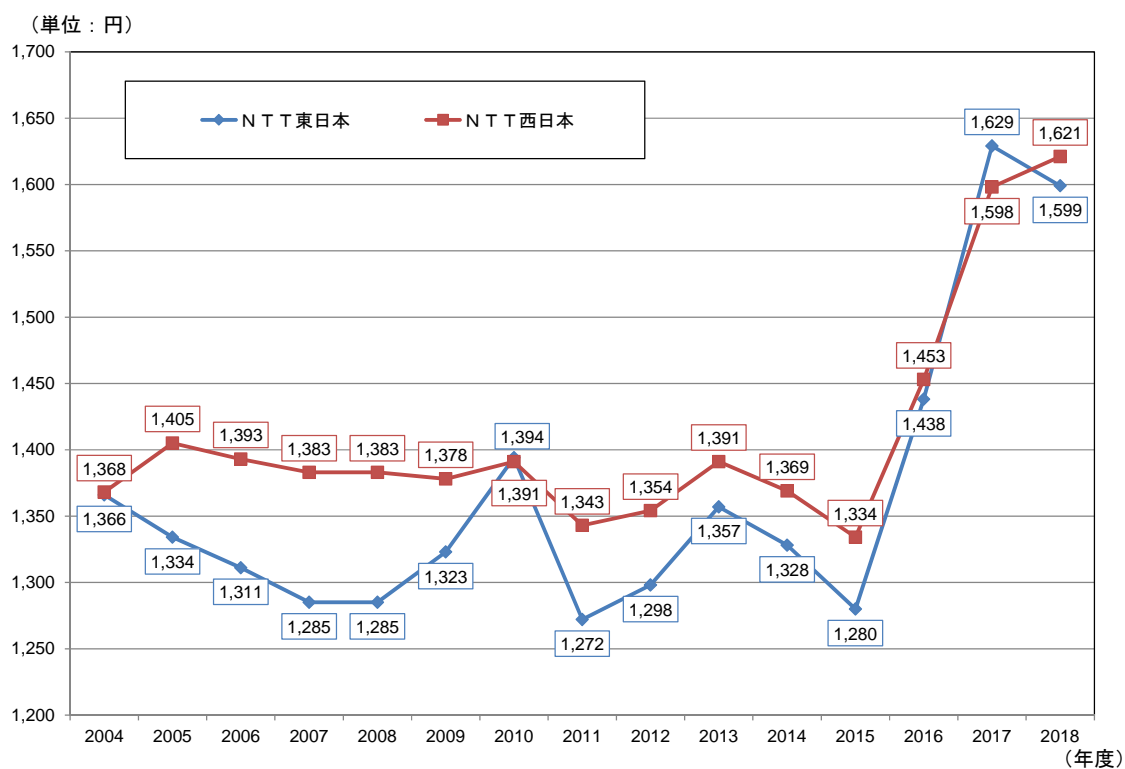


出所：総務省資料

⁶⁸ Group Unit Center (加入者交換局) 接続の略。NTT 東西以外の事業者が、NTT 東西のネットワークと加入者交換局レベルで相互接続することを指す。

⁶⁹ Intra-zone Center (中継交換局) 接続の略。NTT 東西以外の事業者が NTT 東西のネットワークと中継交換局レベルで相互接続すること。中継交換局は、GC から回線を集約し、他局に中継している局のこと。

【図表Ⅲ－10】メタル加入者回線（ドライカップ）の接続料の推移



注：回線管理運営費を含む。

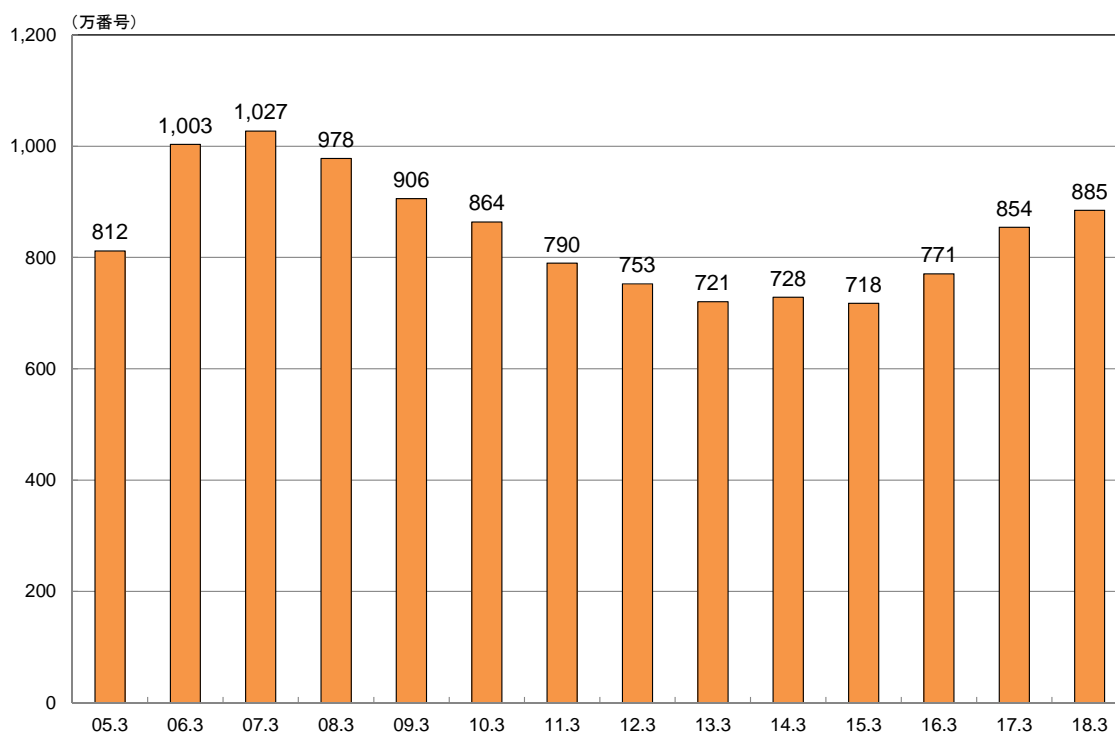
出所：総務省資料

(2) 050-IP 電話

① 市場規模（利用番号数）

2017年度末時点における050-IP電話の利用番号数⁷⁰は、885万（前年度末比+3.6%）と増加傾向となっている。

【図表Ⅲ－11】050-IP電話の利用番号数の推移



出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

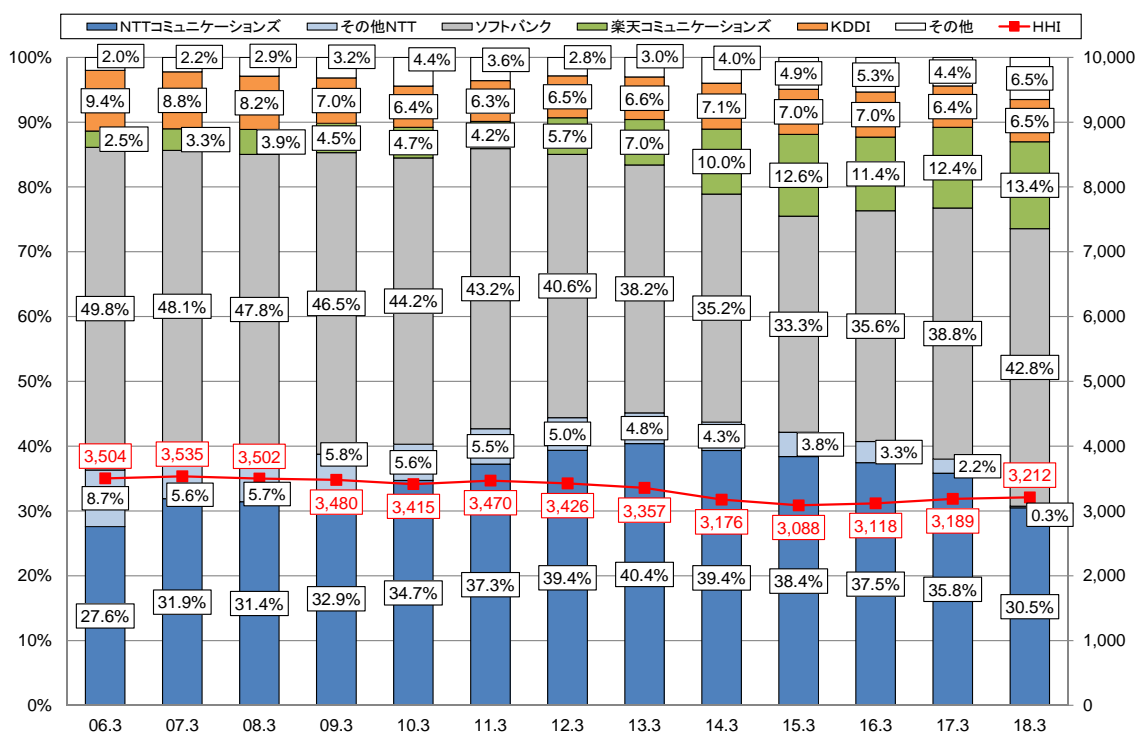
⁷⁰ 卸電気通信役務の提供に係るものを含む。

② 市場シェア

2017年度末における事業者別シェアは、ソフトバンクが42.8%（前年度末比+4.0ポイント）、NTTコミュニケーションズが30.5%（同▲5.3ポイント）、楽天コミュニケーションズが13.4%（同+1.0ポイント）、KDDIが6.5%（同+0.1ポイント）となっている。

HHIは3,212（前年度末比+23）であり、近年増加傾向となっている。

【図表Ⅲ－12】050-IP電話の利用番号数における事業者別シェア及び市場集中度の推移



注1：その他NTTには、NTTぷらら、NTT-ME、NTTネオメイト、NTTPCコミュニケーションズ、NTTドコモが含まれる。

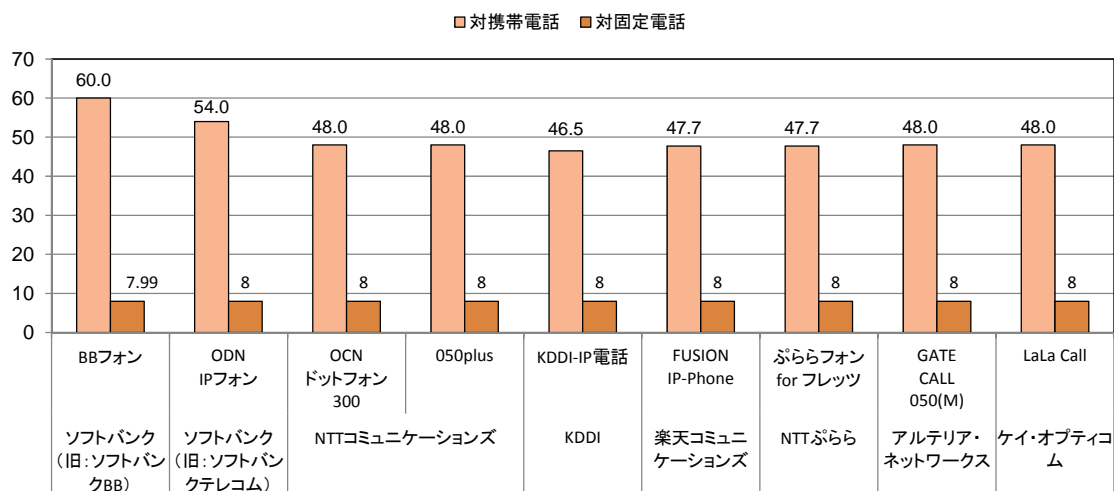
注2：KDDIには、CTCが含まれる。

出所：電気通信事業報告規則に基づく報告

③ 料金等

050-IP電話サービスの通話料金は、各事業者間でほぼ横並びの状況であり、近年では大きな変化はみられない。

【図表Ⅲ－13】050-IP電話サービスの通話料



注1：ケイ・オプティコムは2017年2月に携帯電話向け通話料金の改定を行い、54円/3分から48円/3分への値下げを実施。

注2：自網内通話及びIP-IP接続を行っている050-IP電話事業者が提供するサービスの利用者との通話においては、無料通話が可能。

出所：各社ウェブサイトを基に総務省作成

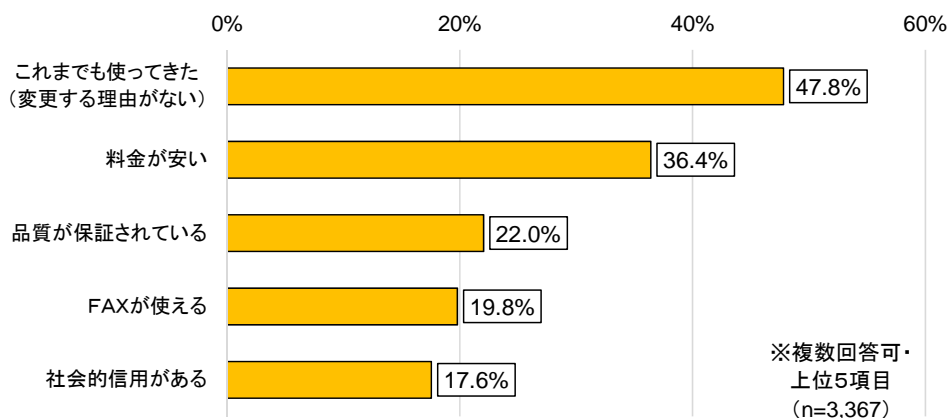
2 利用者の動向等に係る分析

固定電話に関する利用者の動向については、2016年度と同傾向となっている。

固定電話を利用する理由は、「以前から利用してきた（変更する理由がない）」が47.8%で最も多く、「品質が保証されている」（22.0%）「FAXが使える」（19.8%）「社会的信用がある」（17.6%）など、固定電話特有の理由も上位に挙げられている。

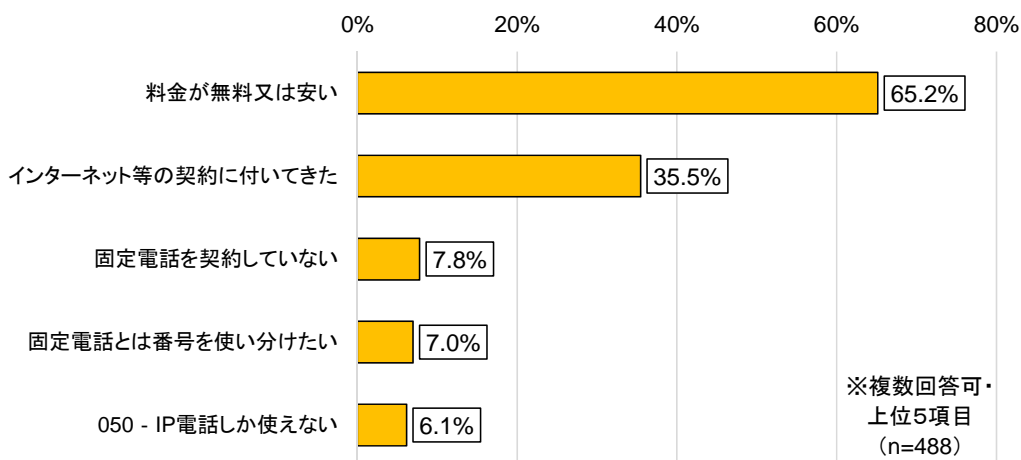
なお、050-IP電話を利用する理由は、「料金が無料又は安い」（65.2%）が最も多く、「固定電話を契約していない」（7.8%）「固定電話とは番号を使い分けたい」（7.0%）は少ない。

【図表Ⅲ－14】固定電話を利用する理由



出所：2017年度利用者アンケート

【参考】050-IP電話等を利用する理由

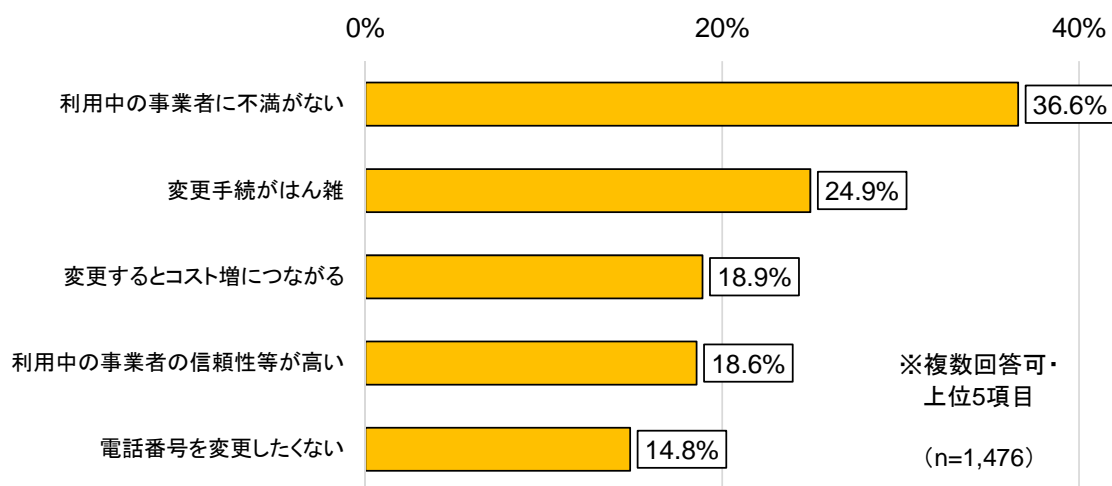


出所：2017年度利用者アンケート

固定電話サービスを変更しない理由は、「利用中の事業者に不満がない」（36.6%）が最も多い。

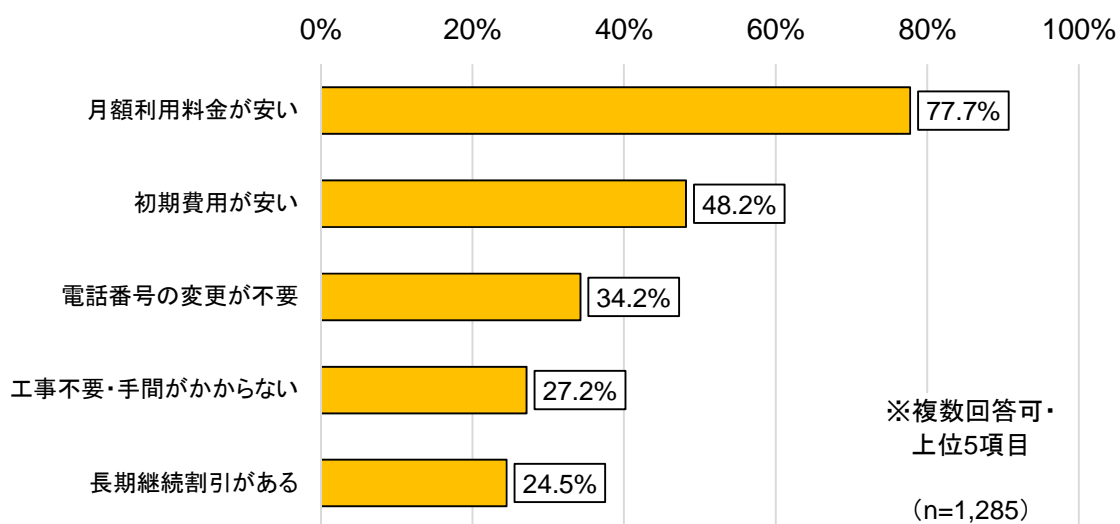
サービスを変更する際の決め手は、「月額利用料金が安い」（77.7%）「初期費用が安い」（48.2%）など、支出額を低く抑えたい意向の回答が2016年度に引き続き多い。

【図表Ⅲ－15】固定電話サービスを変更しない理由



出所：2017年度利用者アンケート

【図表Ⅲ－16】固定電話サービスを変更する際の決め手



出所：2017年度利用者アンケート

第2節 固定系音声通信市場の分析結果

1 固定電話市場

(1) 競争の状況

2017年度末時点における固定電話の契約数は、5,495万（前期比▲0.1%、前年度末比▲0.8%）と減少傾向にある中、0ABJ-IP電話は、3,359万（前期比+0.9%、前年度末比+3.6%）と増加傾向となっている。

固定電話市場の事業者別シェアは、NTT東西が減少傾向、KDDI及びソフトバンクが増加傾向となっていることから、HHIは5,180（前年度末比▲187）と減少傾向となっている。

東西別では、NTT東西のシェアは、東日本地域で68.4%（前年度末比▲2.1ポイント）、西日本地域で64.5%（同▲2.3ポイント）となっている。HHIは、東日本地域は5,676（前年度末比▲163）、西日本地域は5,421（同▲142）となっており、いずれも高い数値であるが、年々減少傾向にある。

また、0ABJ-IP電話の利用番号数における事業者別シェアにおいても、NTT東西が減少傾向となっていることから、HHIは4,264（前年度末比▲79）と減少傾向となっている。

固定系ブロードバンドサービスの進展に伴って、ユニバーサルサービスとして位置づけられているNTT東西加入電話を中心とする従来の固定電話サービスから、0ABJ-IP電話への移行が進み、固定電話市場の競争は0ABJ-IP電話が中心となってきている。

(2) 料金の状況

主な0ABJ-IP電話サービスの基本料金は、過去10年以上にわたって一定の金額で推移し、通話料金についても、事業者間で一部差異がみられるものの近年大きな変化はみられない。

固定電話の利用理由等からも固定電話に係る支出額を抑えたい意向が強くみられるところ、固定系ブロードバンドサービスと併せて0ABJ-IP電話サービスの競争がより一層進展することにより、固定電話料金を含む固定系通信料金全体の低廉化が図られることが期待される。

2 050-IP 電話市場

(1) 競争の状況

2017 年度末時点における 050-IP 電話の利用番号数は、885 万（前年度末比+3.6%）と近年増加傾向にある。

また、2016 年度にシェアが首位となったソフトバンクが引き続き増加傾向となっていることから、HHI は 3,212（前年度末比+23）と近年増加傾向となっている。

(2) 料金の状況

050-IP 電話の通話料金は、一部の事業者において値下げの動きがあったものの、各事業者間でほぼ横並びの状況であり、近年大きな変化はみられない。

3 固定電話と 050-IP 電話の代替性

固定電話を利用する理由として「品質が保証されている」（22.0%）「FAX が使える」（19.8%）「社会的信用がある」（17.6%）等固定電話ならではの理由が一定程度挙げられている一方、050-IP 電話を利用する理由として「固定電話を契約していない」（7.8%）「固定電話とは番号を使い分けたい」（7.0%）は多く挙げられていないことから、固定電話と 050-IP 電話の代替性は低く、補完関係も限定的であると考えられる。

第4章 法人向けネットワーク

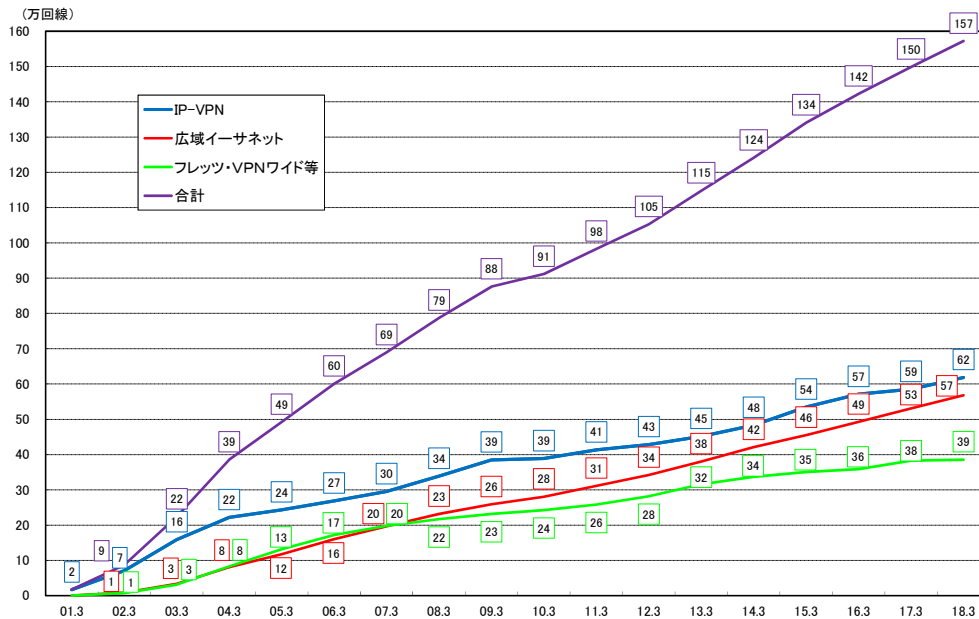
第4章 法人向けネットワーク

第1節 法人向けネットワーク(WAN サービス)市場

① 市場規模

2017年度末時点におけるWANサービス市場（IP-VPN⁷¹、広域イーサネット⁷²、フレッツVPNワイド等⁷³）の契約数は、157万（前年度末比+4.9%）となっている。サービス別の契約数の推移をみると、全体的に増加傾向が続いている。

【図表Ⅳ－1】WANサービスのサービス別契約数等の推移



出所：総務省資料及びNTT東西の公表資料等を基に総務省作成

⁷¹ IP-VPN (Internet Protocol-Virtual Private Network) 電気通信事業者の IP 網を用いて企業の拠点間通信ネットワークを構築するもの。インターネットを経由しないため、インターネット VPN よりも機密性や信頼性に優れているとされる。

⁷² 企業 LAN などでも利用されているイーサネット方式を使い、地理的に離れた拠点の LAN 同士をつないで企業通信ネットワークを構築するもの。IP 以外のプロトコルを利用できる。

⁷³ NTT 東西のフレッツ・VPN ワイド等

① フレッツ網を利用した企業内通信サービス

「フレッツ・VPN ゲート」、「フレッツ・VPN ワイド」及び「フレッツ・VPN プライオ」

「フレッツ・VPN ゲート」は、法人のネットワークやサーバー等を NTT 東西の IP 通信網に接続し、「フレッツ光ネクスト」や「B フレッツ」等のフレッツ・アクセスサービスの契約者との間でセンタ～エンド型の通信を可能とするサービス。「フレッツ・VPN ワイド」は、「フレッツ光ネクスト」や「B フレッツ」等のフレッツ・アクセスサービスを利用し、最大 1,000 拠点を接続することを可能とするサービス (NTT 東西をまたがる拠点間を接続するサービスの提供等も可能)。「フレッツ・VPN プライオ」は、帯域優先型のフレッツ・アクセスサービスである「フレッツ 光ネクスト プライオ」を利用し、従来の「フレッツ・VPN ワイド」より高速で安定したプライベートネットワークの構築を可能とする IP-VPN サービス。2014 年 8 月 20 日提供開始 (NTT 東日本のみ)。

② メガデータネット

同一都道府県内における拠点間を 1 対 1 接続するもので、1 か所のホストを中心としたセンタ～エンド型の通信網を構築することができる。ただし、近年の契約数は、フレッツ・オフィス等の契約数の増加に伴い、大きく減少している。なお、フレッツ・オフィス、フレッツ・オフィス ワイド及びフレッツ・グループシステムについて、NTT 東日本においては 2014 年 3 月 31 日、NTT 西日本においては 2017 年 11 月 30 日にサービスの提供を終了。

② 市場シェア

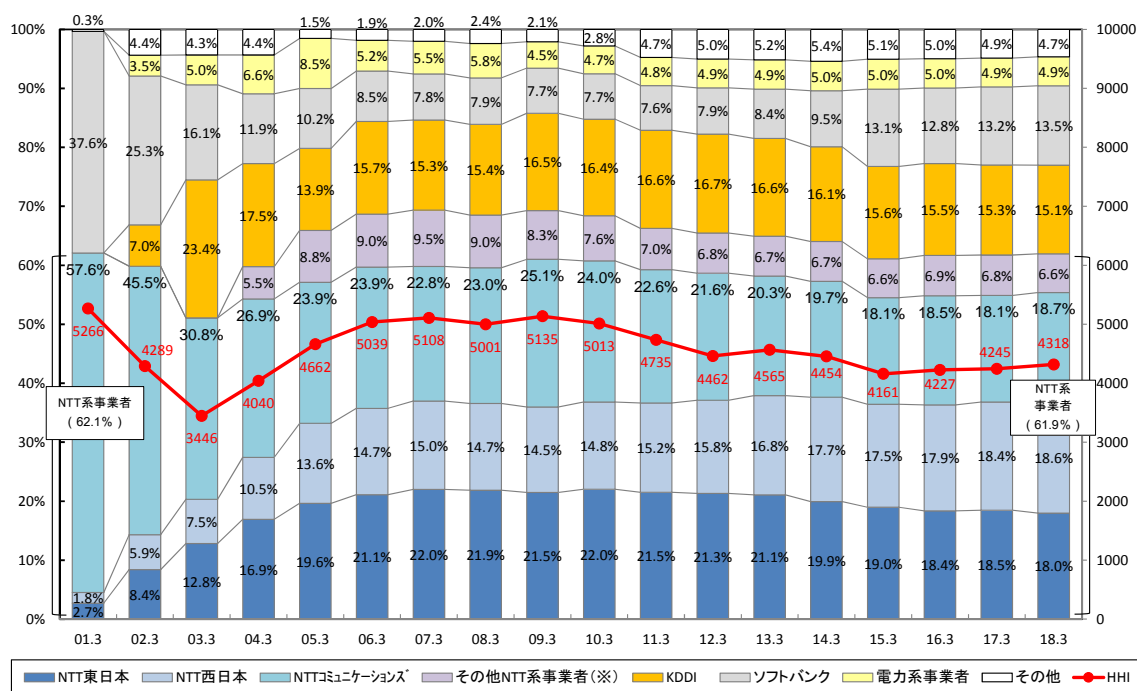
2017 年度末時点における WAN サービス市場の事業者別シェアは、NTT 東西が 36.6% (前年度末比▲0.2 ポイント)、NTT コミュニケーションズが 18.7% (同+0.7 ポイント)、KDDI が 15.1% (同▲0.2 ポイント)、ソフトバンクが 13.5% (同+0.2 ポイント)、電力系事業者が 4.9% (同±0 ポイント) となっている。

また、NTT 系事業者のシェアの合計をみると、61.9% (前年度末比+0.2 ポイント) となっており、近年は横ばいで推移している。

3 グループ (NTT 系事業者、KDDI 及びソフトバンク⁷⁴) のシェアの合計は、90.5% (前年度末比+0.2) と横ばいとなっている。

HHI は 4,318 (前年度末比+73) となっている。

【図表Ⅳ-2】WANサービス市場の事業者別シェア及び市場集中度の推移



※：NTTPC コミュニケーションズ、NTT-ME、NTT ネオメイト等

注：KDDI のシェアには、中部テレコミュニケーション (09.3 以降) 及び沖縄通信ネットワーク (10.3 以降) が含まれる。以下この章において同じ。

出所：総務省資料及び NTT 東西の公表資料等を基に総務省作成

⁷⁴ 2015 年 4 月 1 日にソフトバンクテレコムはソフトバンクモバイルに吸収合併され、同年 7 月 1 日にソフトバンクに商号変更を行っている。

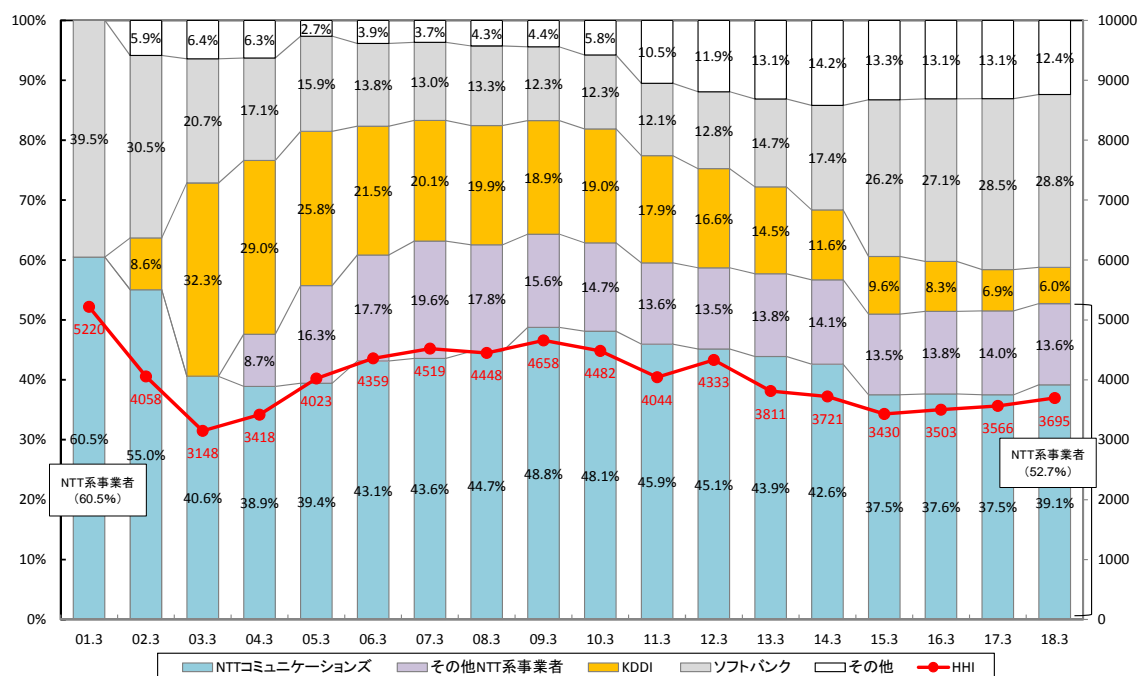
WAN サービスの一つである IP-VPN の事業者別シェアをみると、NTT コミュニケーションズは近年横ばいで推移していたが、2017 年度末時点では 39.1%（前年度末比+1.6 ポイント）と増加している。

その他、KDDI は 6.0%（前年度末比▲0.9 ポイント）で減少傾向が続いており、ソフトバンクは 28.8%（同+0.3 ポイント）と増加傾向となっている。

また、NTT 系事業者のシェアの合計をみると、52.7%（同+1.2 ポイント）となっている。

HHI は 3,695（前年度末比+129）となっている。

【図表Ⅳ－３】IP-VPNの事業者別シェア及び市場集中度の推移



注：NTT 東西の提供するフレッツ・VPN ワイド等は含まれていない。

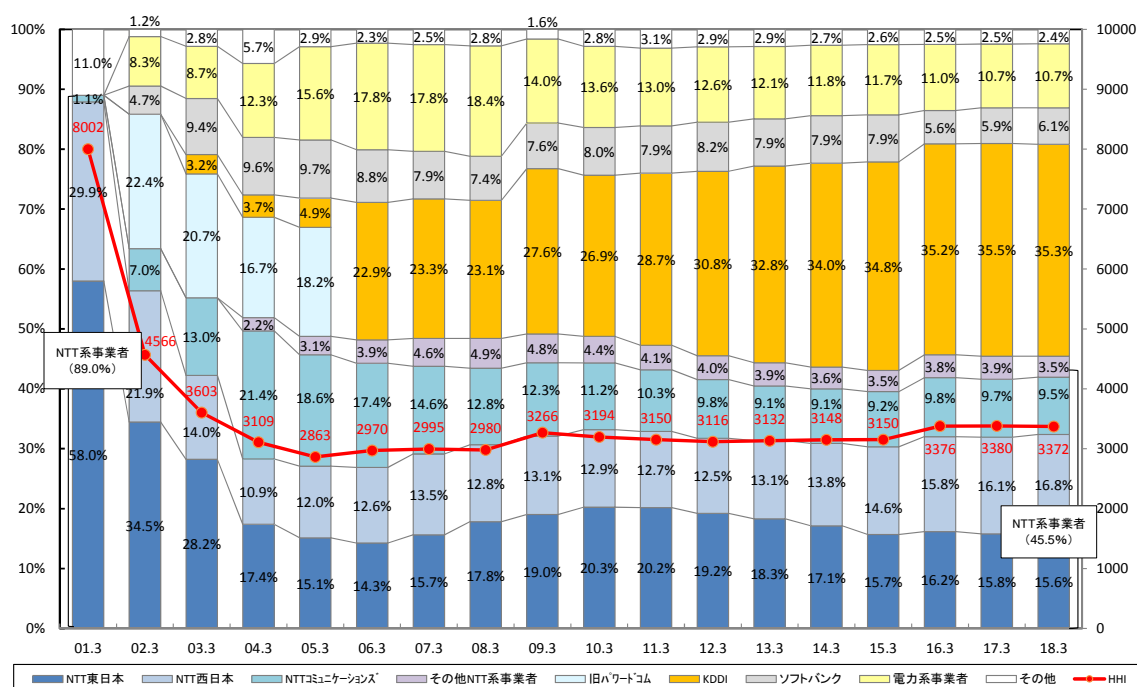
出所：総務省資料

WAN サービスの一つである広域イーサネットの事業者別シェアをみると、2017 年度末時点でNTT 東西が 32.4%（前年度末比+0.5 ポイント）、KDDI が 35.3%（同▲0.1 ポイント）となっており、ここ数年間は横ばいで推移している。ソフトバンクは近年ほぼ横ばいの傾向から減少に転じていたが、2016 年度末以降は増加しており、2017 年度末時点で 6.1%（前年度末比+0.2 ポイント）となっている。

また、NTT 系事業者のシェアの合計をみると、45.5%（同±0 ポイント）となっている。

HHI は 3,372（前年度末比▲8）となっている。

【図表Ⅳ-4】広域イーサネットの事業者別シェアの推移



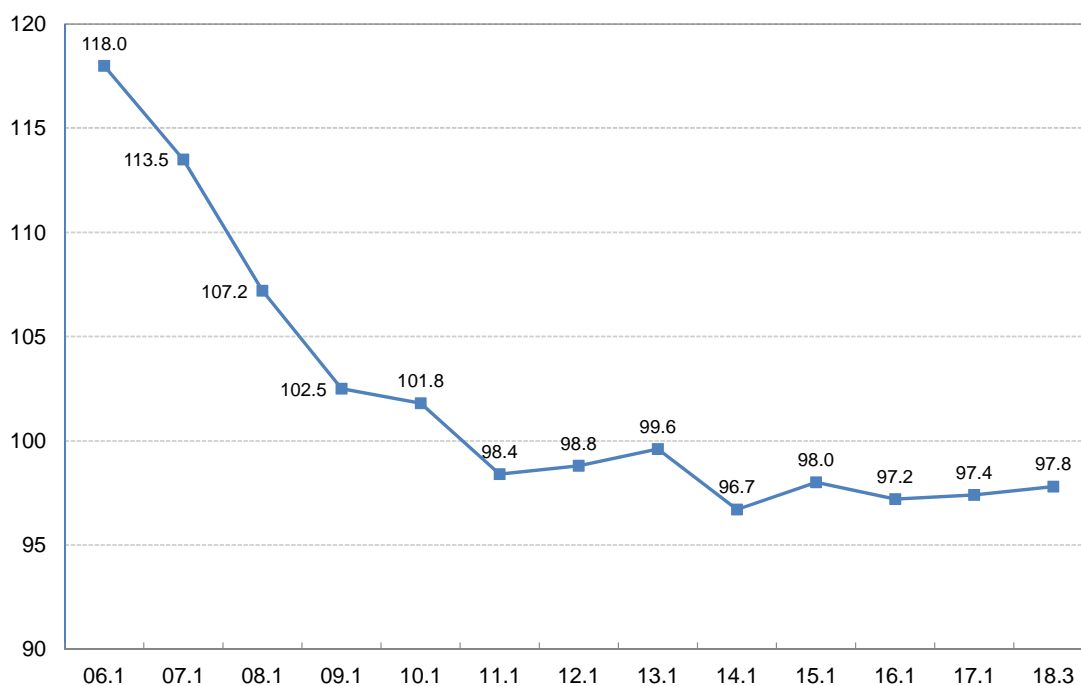
注1：2005年10月、旧パワードコムはKDDIと合併。

出所：総務省資料

③ 価格指数

WANサービスについては、実際に提供されている料金の推移等を把握することは困難であるが、「2010年基準 企業向けサービス価格指数⁷⁵」の一部として、日本銀行が公表しているIP-VPNと広域イーサネットを対象とするWANサービスの価格指数をみると、近年は横ばいで推移している。

【図表Ⅳ－5】WANサービスの価格指数の推移



出所：日本銀行「2010年基準 企業向けサービス価格指数」に基づき作成

⁷⁵ 企業間で取引される「サービス」の価格に焦点を当てた物価指数であり、指数の対象となっているサービスの価格に、各々のサービスの重要度（ウェイト）を掛け合わせ、集計することにより作成した物価指数である。価格は、サービスの代表的な価格を個別に調査することにより入手し、ウェイトは、指数の対象となっている企業間取引額から算出している。指数は、個別に調査したサービスの代表的な価格をそれぞれ指数化し、ウェイトで加重平均することにより作成している。なお、詳細は「企業向けサービス価格指数の解説」（日本銀行）参照。

第2節 法人向けネットワーク(WAN サービス)市場の分析結果

1 競争の状況

WAN サービス市場における総契約数は、2017 年度末時点で 157 万(前年度末比+4.9%)となっている。サービス別の契約数の推移をみると、全体的に増加傾向が続いている。

WAN サービス市場の事業者別シェアは、NTT 東西が 36.6%(前年度末比▲0.2 ポイント)、NTT コミュニケーションズが 18.7%(同+0.7 ポイント)、KDDI が 15.1% (同▲0.2 ポイント)、ソフトバンクが 13.5% (同+0.2 ポイント)、電力系事業者が 4.9% (同±0 ポイント)となっている。

WAN サービス市場全体における市場集中度 (HHI) は、4,318 (前年度末比+73) と引き続き高い水準となっている。

2 料金の状況

WAN サービスについては、実際に提供されている料金の推移等を把握することは困難であるが、「2010 年基準 企業向けサービス価格指数」の一部として、日本銀行が公表している IP-VPN と広域イーサネットを対象とする WAN サービスの価格指数をみると、近年は横ばいで推移している。

第5章 グループ化の動向に係る分析

第5章 グループ化の動向に係る分析

電気通信事業においては、巨額の設備投資を必要とし、規模の経済が働くことにより、自然独占化の傾向を有し、移動系通信分野では、更に、電波が有限希少であることから、寡占化の傾向を有する。

近年、電気通信事業分野において、主要電気通信事業が3大グループに収れんしている。

また、平成28年度において、MNOによるISPの株式取得やMVNOによるISPの株式取得の動きもみられた。

加えて、移動系通信分野では、携帯電話、BWA等を組み合わせた「電波利用の連携」等が拡大している。

こうした点を踏まえ、本年度年次計画においては、「グループ化の動向」を重点事項とし、グループ化・寡占化の動向、グループごとの競争状況、また事業者間連携によるサービス提携の実態等について分析を行った。

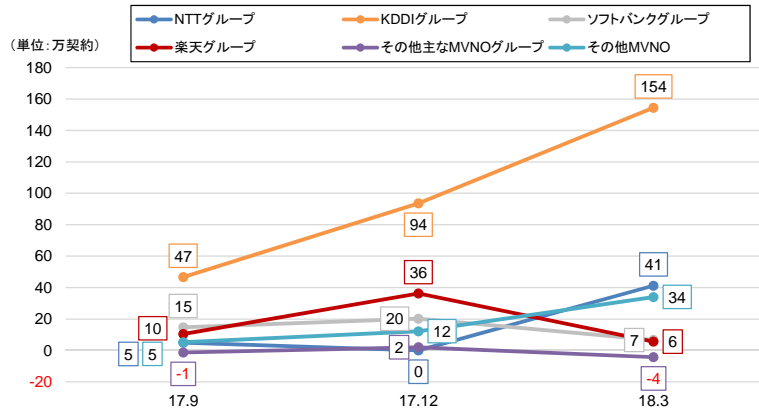
1 競争状況等に係る分析

① グループ別契約数等の状況

移動系通信市場における 2017 年度末のグループ別純増数は、KDDI グループ (+154 万) が増加傾向となっている。グループ別増加率は KDDI グループ (+3.3%) が増加傾向となっている。

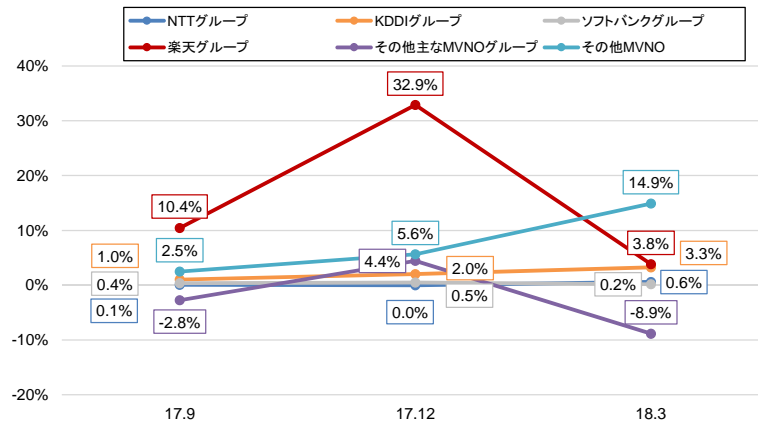
移動系通信市場における 2017 年度末のグループ別シェアは、KDDI グループ (28.2%、前期比+0.5 ポイント) が増加傾向となっている。NTT グループ (40.2%、前期比▲0.4 ポイント) 及びソフトバンクグループ (23.2%、前期比▲0.3 ポイント) が減少傾向となっている。HHI は 2,957 (前期比▲17) と微減となっている。

【図表 V-1】 移動系通信市場におけるグループ別前期比純増減数



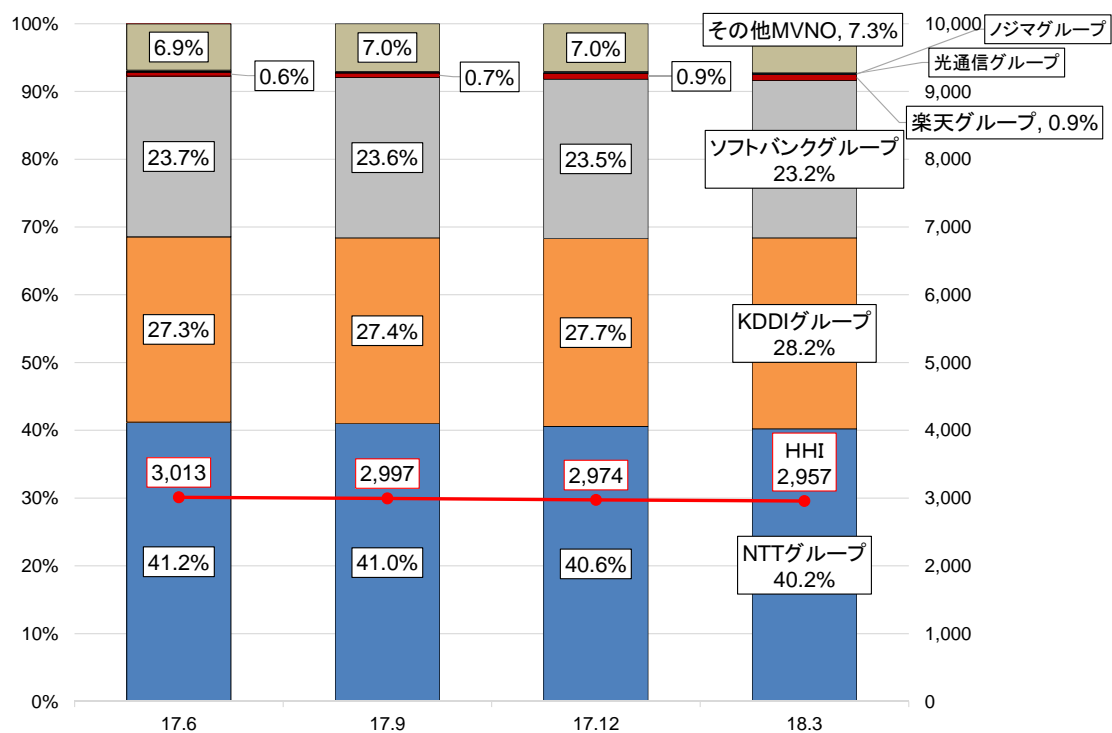
出所：電気通信事業報告規則に基づく報告に基づき総務省作成

【図表 V-2】 移動系通信市場におけるグループ別前期比増減率



出所：電気通信事業報告規則に基づく報告に基づき総務省作成

【図表V-3】移動系通信市場におけるグループ別シェア



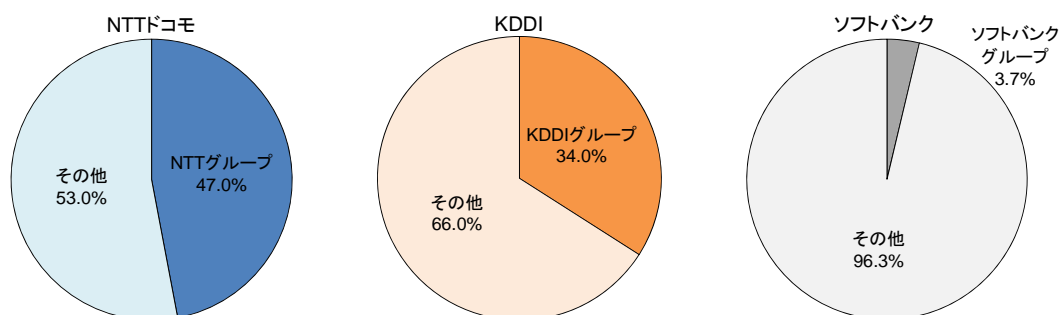
出所：電気通信事業報告規則に基づく報告に基づき総務省作成

NTTドコモにおけるグループ内取引比率（47.0%、前期比+0.7ポイント、前年同期比+2.3ポイント）は高まっているが、MVNEでもあるグループ内事業者における再卸の割合が高まっていることが一つの要因として考えられる。

KDDIにおけるグループ内取引比率（34.0%、前期比+3.5ポイント、前年同期比+16.1ポイント）は、グループ内MVNOの契約数の増加に伴い高まっている。

ソフトバンクにおけるグループ内取引比率（3.7%、前期比▲0.2ポイント、前年同期比▲0.5ポイント）は低く、減少傾向となっている。

【図表V-4】二種指定設備設置事業者における携帯電話の卸契約数に係るグループ内取引比率



(参考)NTTドコモにおけるグループ内取引比率の推移

17.3	17.6	17.9	17.12	18.3
44.7%	46.1%	46.5%	46.4%	47.0%

(参考)KDDIにおけるグループ内取引比率の推移

17.3	17.6	17.9	17.12	18.3
18.0%	22.1%	25.7%	30.6%	34.0%

(参考)ソフトバンクにおけるグループ内取引比率の推移

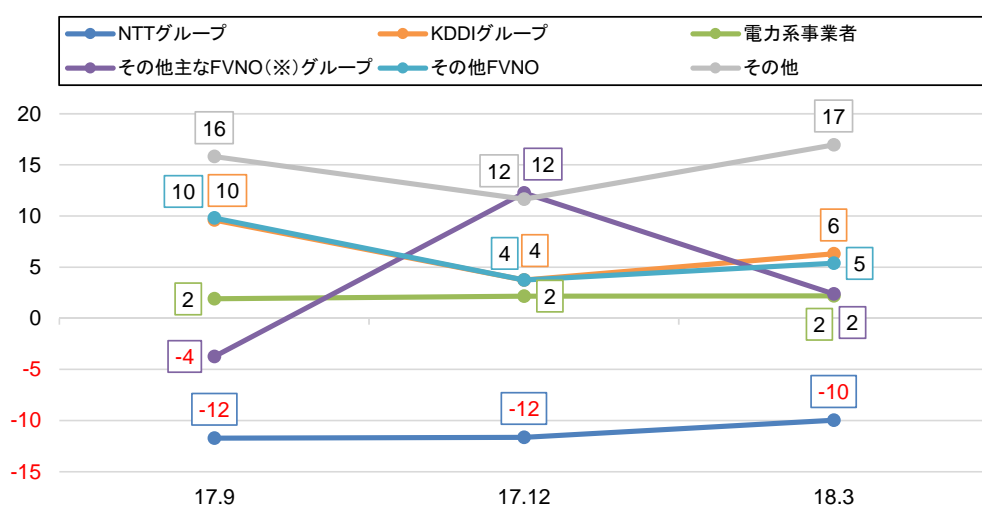
17.3	17.6	17.9	17.12	18.3
4.2%	4.3%	4.2%	4.0%	3.7%

出所：電気通信事業報告規則に基づく報告に基づき総務省作成

FTTH 市場における 2017 年度末のグループ別純増数及びグループ別増加率は、いずれも横ばいで推移している。

FTTH 市場における 2017 年度末のグループ別シェアは、KDDI グループ（10.5%、前期比 +0.1 ポイント）が増加傾向、NTT グループ（50.5%、前期比▲0.7 ポイント）が減少傾向となっている。HHI は 2,888（前期比▲65）と減少している。

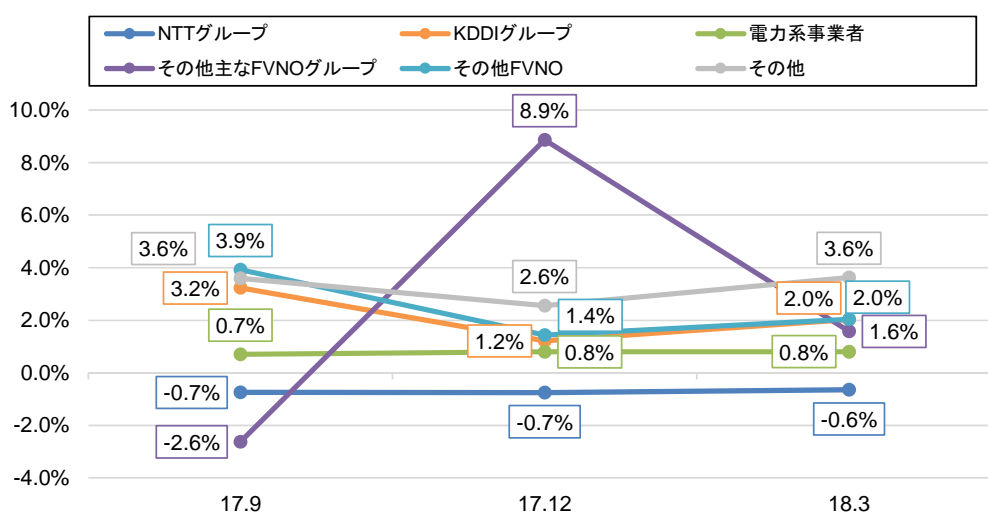
【図表 V-5】 FTTH市場におけるグループ別前期比純増減数



※：Fixed Virtual Network Operator

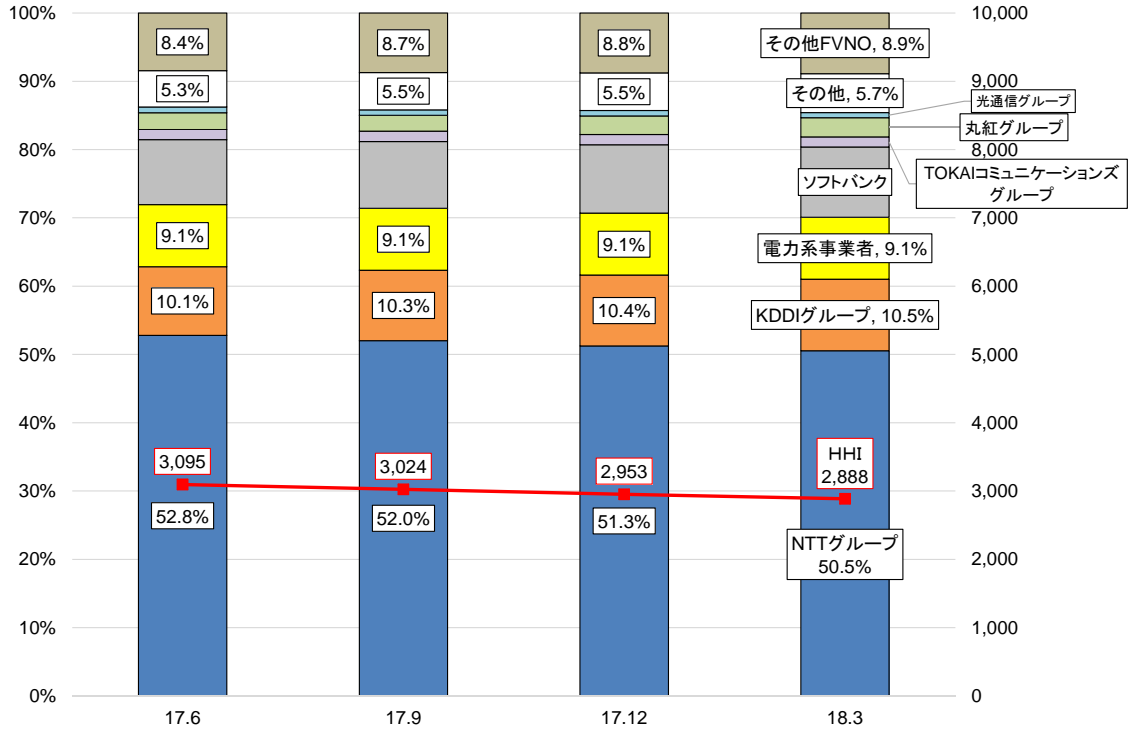
出所：電気通信事業報告規則に基づく報告に基づき総務省作成

【図表 V-6】 FTTH市場におけるグループ別前期比増減率



出所：電気通信事業報告規則に基づく報告に基づき総務省作成

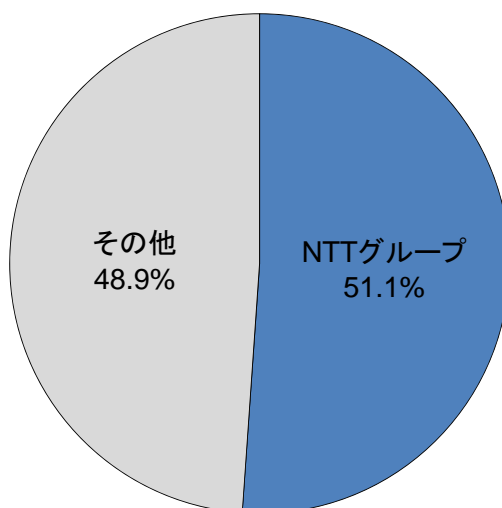
【図表V-7】FTTH市場におけるグループ別シェア



出所：電気通信事業報告規則に基づく報告に基づき総務省作成

2017年度末時点において、サービス卸の契約数全体（1,112万）におけるNTTグループ⁷⁶の契約数（568万）の割合は51.1%（前期比+0.4ポイント、前年度末比+2.5ポイント）となっており、過半を占めている。

【図表II-60】サービス卸のグループ別契約数シェアの推移<再掲>



(参考) NTTグループのシェアの推移

	2017.3	2017.6	2017.9	2017.12	2018.3
NTTグループ	48.6%	49.3%	50.1%	50.7%	51.1%

注：「その他」に分類される事業者においても「NTTグループ」に該当する事業者は存在する。

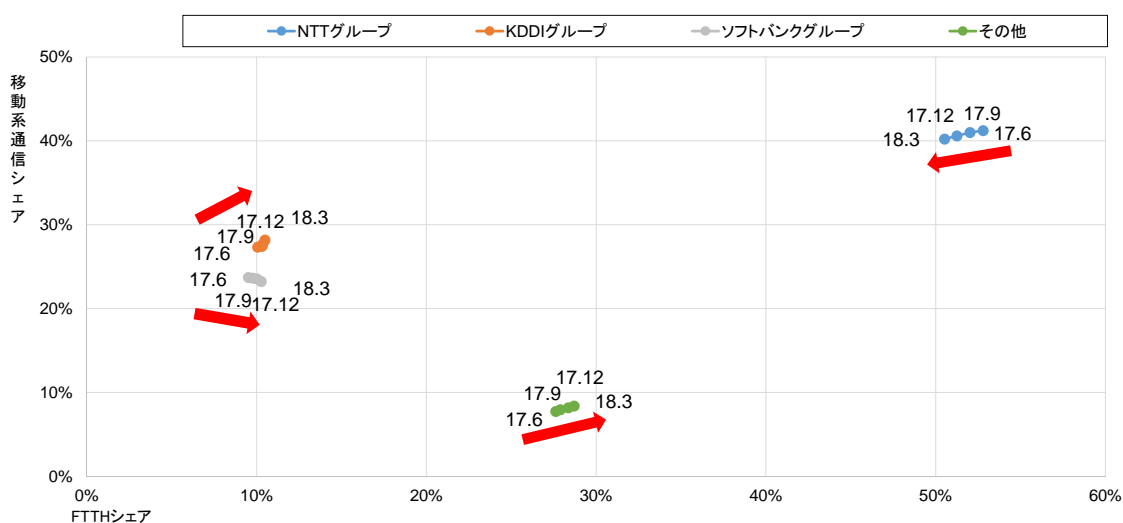
出所：電気通信事業報告規則に基づくNTT東西からの報告に基づき作成

⁷⁶ 脚注 61 に同じ。

移動系通信市場及びFTTH市場を俯瞰してみると、グループ別シェアについてはNTTグループのシェアが減少傾向であり、他の主要グループ及びその他事業者のシェアが概ね増加傾向であるものの、全体として大きくは変動しておらず、依然として主要市場におけるNTTグループの存在感が顕著に大きい。

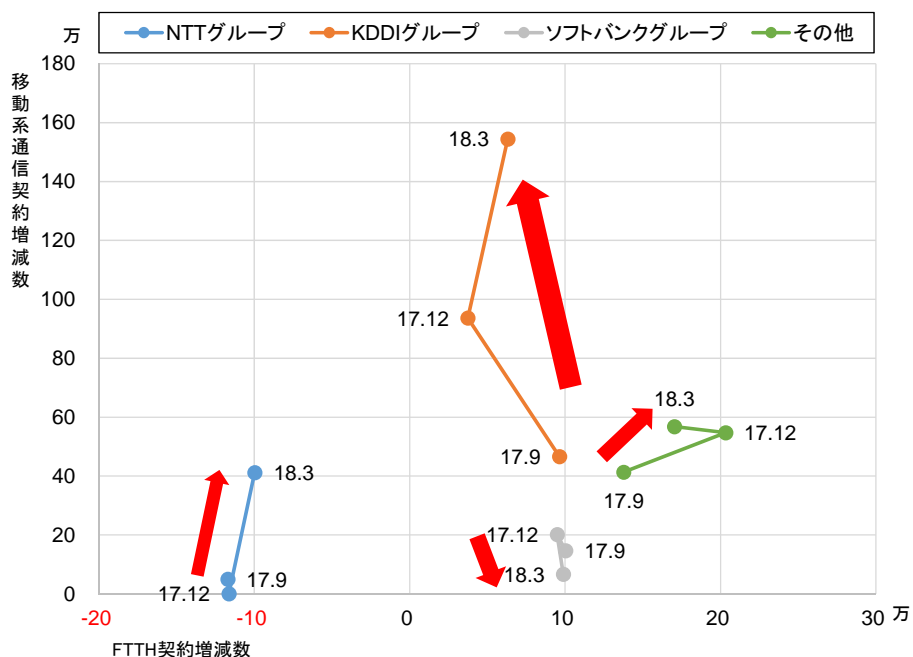
同様にグループ別純増減数及び増減率についてみると、NTTグループ及びKDDIグループは、移動系通信契約数の伸びが拡大している。また、主要グループ以外の事業者をまとめて見ると、移動系通信契約数の伸びがやや拡大している。

【図表V-8】移動系通信市場・FTTH市場（小売市場）におけるグループ別シェアの推移



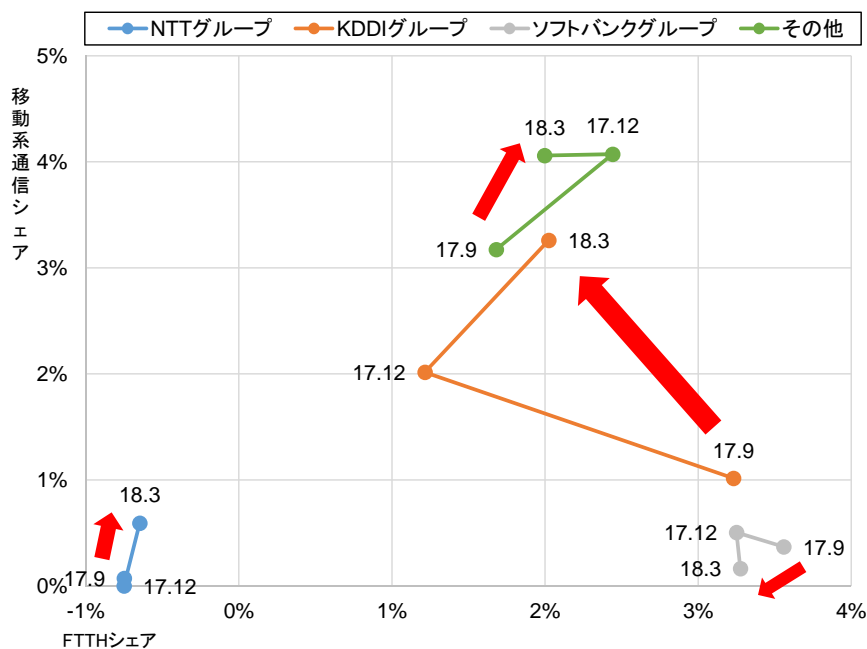
出所：電気通信事業報告規則に基づく報告に基づき総務省作成

【図表V-9】移動系通信市場・FTTH市場（小売市場）におけるグループ別純増減数の推移



出所：電気通信事業報告規則に基づく報告に基づき総務省作成

【図表V-10】移動系通信市場・FTTH市場（小売市場）におけるグループ別増減率の推移



出所：電気通信事業報告規則に基づく報告に基づき総務省作成

② 事業者間連携サービスの状況等

電気通信事業者における事業者間連携サービスの状況についてみると、アンケートに回答した事業者の約半数（46.8%）が事業者間連携サービスを行っており、固定系通信事業者（57.7%）の方が移動系通信事業者（48.4%）よりも実施割合が高い。

事業者間連携サービスの内容⁷⁷についてみると、「固定通信＋移動通信」型の連携サービスを行っている事業者が最も多かった（38.3%）。固定系事業者と移動系事業者との間で傾向の差はほとんどなかったものの、固定系通信事業者においては「固定通信＋移動通信」型の割合が移動系通信事業者に比して多かった。

また、「移動通信＋移動通信」型サービスについてはグループ内事業者と連携する事業者が比較的多くみられた一方で、「固定通信＋移動通信」型についてはグループ外の事業者とも連携してサービスを提供する事業者の方が多かった。

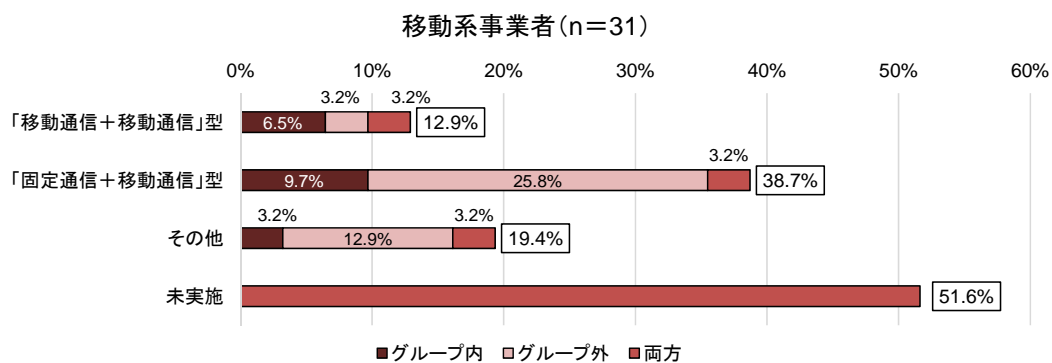
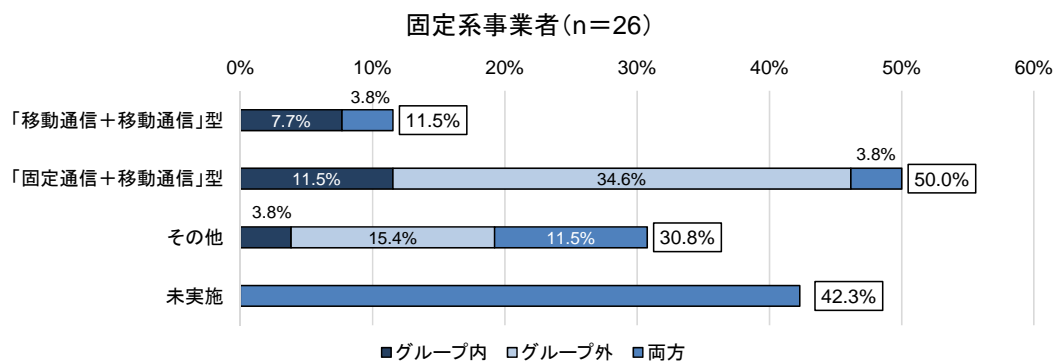
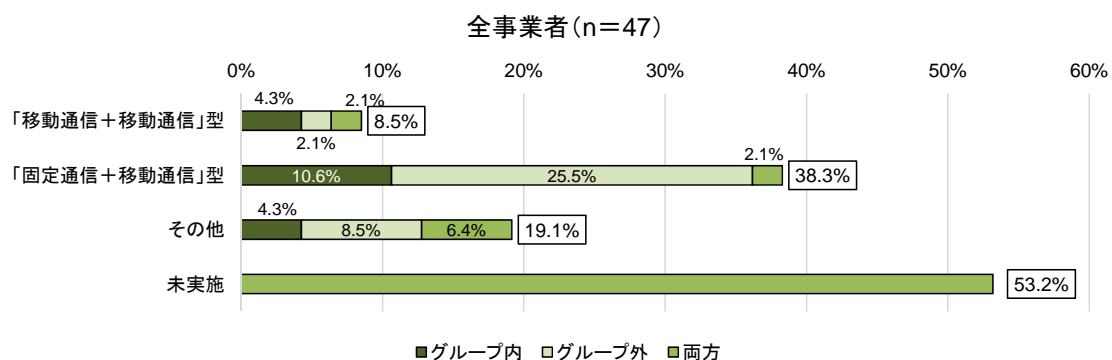
⁷⁷ 主な連携サービスの例については以下のとおり。

「移動通信＋移動通信」型：キャリアアグリゲーション、携帯電話・BWA サービスのセット割引

「固定通信＋移動通信」型：携帯電話・FTTH サービスのセット割引、フェムトセル、中継電話

その他：映像配信サービス、電気等のセット提供・割引

【図表V-11】事業者間連携サービスの実施状況



※複数回答可

出所：2017年度事業者アンケート

電気通信事業分野における企業結合についてみると、2017年以降においても、MNOによるMVNOの子会社化、MVNO間の事業承継等の多くの事案が見られた。

【参考】電気通信事業分野における最近の主な企業結合事例

時期	事例
2017年1月	KDDI(MNO・FTTH)によるビッグロブ(ISP・MVNO・FTTH)の株式取得【完全子会社化】
	U-NEXT(MVNO・FTTH・ISP)及びヤマダ電機(MVNO)によるMVNO事業に係る合弁会社Y.U-mobileの設立
3月	アルテリア・ネットワークス(FTTH・MVNO)によるつなぐネットコミュニケーションズ(FTTH)の株式取得【子会社化】
4月	ノジマ(MVNO)によるニフティ(ISP・MVNO・FTTH)の株式取得【完全子会社化】
7月	TOKAIホールディングス(FTTH・CATV)による東京ベイネットワーク(CATV)の株式取得【子会社化】
8月	KDDI(MNO・FTTH)によるソラコム(MVNO)の株式取得【子会社化】
11月	つなぐネットコミュニケーションズによるアルテリア・ネットワークスからのマンション向けインターネットサービス事業の承継【吸収分割】[グループ内事業者間]
	楽天(MVNO)によるプラスワン・マーケティング(MVNO)からのMVNO事業の承継【吸収分割】
	EPARK(ITソリューション)による楽天クーポン[現:EPARKマーケティング](MVNO)の株式取得【完全子会社化】
	TOKAIホールディングス(FTTH・CATV)によるテレビ津山(CATV)の株式取得【子会社化】
2018年2月	エイチ・アイ・エス(旅行業)及び日本通信(MVNO)によるMVNO事業に係る共同出資会社H.I.S.Mobileの設立
3月	スマートモバイルコミュニケーションズ(MVNO)によるプレミアモバイル(MVNO)からのMVNO事業の承継【吸収分割】[グループ内事業者間]
4月	ソフトバンク(MNO・FTTH)によるLINEモバイル(MVNO)の株式取得【子会社化】

注：（）内は当該事業者の主な提供サービス。

出所：各社公表情報を基に総務省作成

【参考】移動系通信市場における主な電気通信事業者グループの構成

グループ	構成事業者	議決権保有比率	グループ	構成事業者	議決権保有比率
NTTグループ	NTTドコモ	NTT66.66%	楽天グループ	楽天	—
	NTTコミュニケーションズ	NTT100%		楽天コミュニケーションズ	楽天100%
	NTTPCコミュニケーションズ	NTTコミュニケーションズ100%		楽天クーポン(EPARKマーケティング)(2017年10月まで)	楽天100%
	NTTデータ	NTT54.2%	ノジマグループ	ノジマ	—
KDDIグループ	インターネットイニシアティブ(IIJ)	NTT22.5%+NTTコミュニケーションズ4.4%	ニフティ	ノジマ100%	
	KDDI	—	光通信グループ	アクセル	光通信100%
	沖縄セルラー電話	KDDI51.5%		スマートモバイルコミュニケーションズ	光通信100%
	UQコミュニケーションズ	KDDI32.3%		Hi-Bit	光通信100%
	ジュビターテレコム(J-COM)	KDDI50.0%		プレミアムモバイル(2018年2月まで)	光通信100%
ビッグロープ	KDDI100%	メンバーズモバイル		光通信100%	
ソラコム(2017年8月以降)	KDDI50%超	EPARKマーケティング(旧楽天クーポン)(2017年11月以降)	EPARK(光通信子会社)100%		
ソフトバンクグループ	ソフトバンク	ソフトバンクグループインターナショナル(ソフトバンクグループ完全子会社)99.99%			
	Wireless City Planning	ソフトバンクグループインターナショナル32.2%			
	ヤフー	ソフトバンクグループインターナショナル36.4%+SBBM(ソフトバンクグループ完全子会社)6.6%			
	ウィルコム沖縄	ソフトバンク84%			
	LINEモバイル(2018年4月以降)	ソフトバンク51%			

注1：「子会社」、「親会社」及び「兄弟会社」（親会社の子会社）並びに「株式発行会社の総株主の議決権に占める株式所有会社の属する企業結合集団に属する会社等が保有する株式に係る議決権を合計した割合が20%を超え、かつ、当該割合の順位が第1位となる場合の当該株式発行会社」の関係にある事業者については、一定程度又は完全に一体化して事業活動を行う関係が形成・維持・強化されることにより、市場構造が非競争的に変化し、競争に何らかの影響を及ぼすこととなる場合を想定して、当該事業者同士をすべて同一の事業者グループとして分類している（次表において同じ。）。

注2：構成事業者は電気通信事業報告規則に基づき契約数の把握が可能な事業者のみ掲載（次表において同じ。）。

出所：各社公表情報を基に総務省作成

【参考】FTTH市場における主な電気通信事業者グループの構成

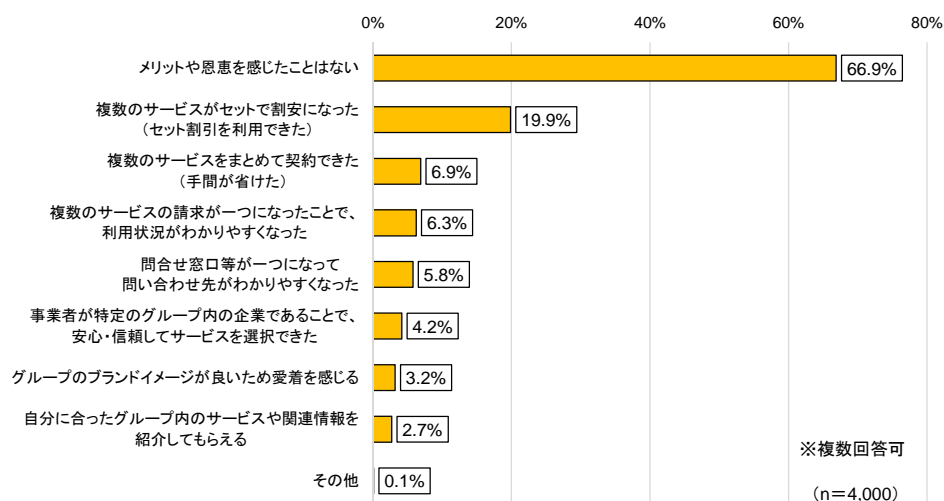
グループ	構成事業者	議決権保有比率	グループ	構成事業者	議決権保有比率
NTTグループ	NTT東日本	NTT100%	STNetグループ	STNet	四国電力100%
	NTT西日本	NTT100%		ケーブルテレビ徳島	四国電力75.6%
	NTTドコモ	NTT66.66%	TOKAIホールディングスグループ	TOKAIコミュニケーションズ	TOKAIホールディングス100%
	NTTコミュニケーションズ	NTT100%		TOKAIケーブルネットワーク	TOKAIホールディングス100%
	NTTぷらら	NTTコミュニケーションズ+NTTドコモ 計95.39%		イースト・コミュニケーションズ	TOKAIホールディングス100%
	NTTME	NTT東日本100%		いちほらコミュニティ・ネットワーク・テレビ	TOKAIホールディングス90.4%
	NTTメディアサプライ	NTT西日本100%		トコちゃんねる静岡	TOKAIホールディングス85.9%
	NTTビジネスソリューションズ	NTT西日本100%		倉敷ケーブルテレビ	TOKAIホールディングス98.3%
	インターネットイニシアティブ(IIJ)	NTT22.5%+NTTコミュニケーションズ4.4%		厚木伊勢原ケーブルネットワーク	TOKAIホールディングス99.2%
KDDIグループ	KDDI	—	光通信グループ	Hi-Bit	光通信100%
	中部テレコミュニケーション(CTC)	KDDI80.5%		アイエフネット	エフティグループ(光通信子会社)53.0%
	沖縄セルラー電話	KDDI51.5%			
	沖縄通信ネットワーク(OTNet)	沖縄セルラー電話51.1%+KDDI3.1%			
	ジュビターテレコム(J-COM)	KDDI50.0%			
	ビッグロープ	KDDI100%			
丸紅グループ	日本ネットワークイネブラー	KDDI55%+ビッグロープ9%			
	アルテリア・ネットワークス	丸紅50%			
	つなぐネットワークコミュニケーションズ	アルテリア・ネットワークス60%			
	丸紅テレコム	MXモバイル(丸紅子会社)100%			

出所：各社公表情報を基に総務省作成

2 利用者の動向等に係る分析

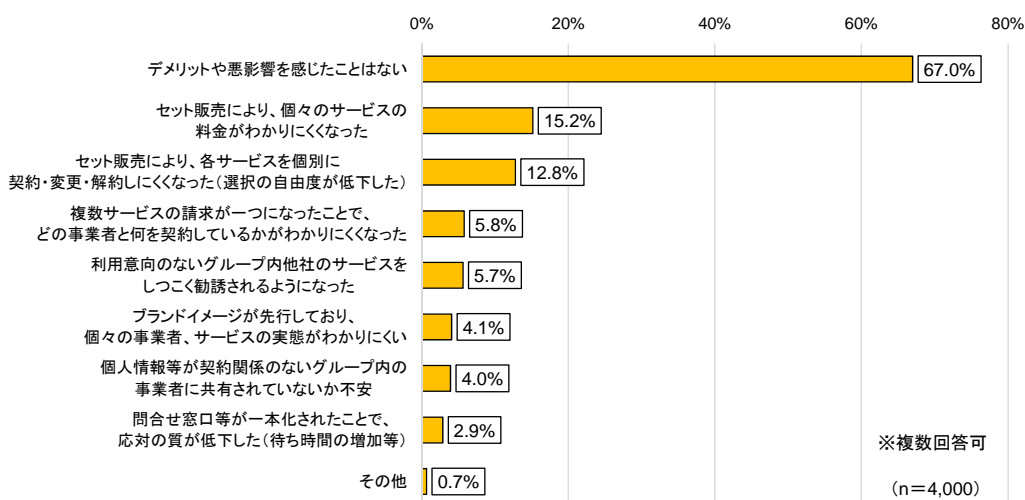
グループ化のメリットに対する利用者の認識についてみると、「メリットや恩恵を感じたことはない」(66.9%)が最も多く、次いで「セット割引が利用できた」(19.9%)であった。一方グループ化のデメリットに対する認識についても、「デメリットや悪影響を感じたことはない」(67.0%)が最も多かったほか、次いで「セット販売により個々のサービスの料金がわかりにくくなった」(15.2%)が多かった。

【図表V-12】グループ化によって感じたメリット



出所：2017年度利用者アンケート

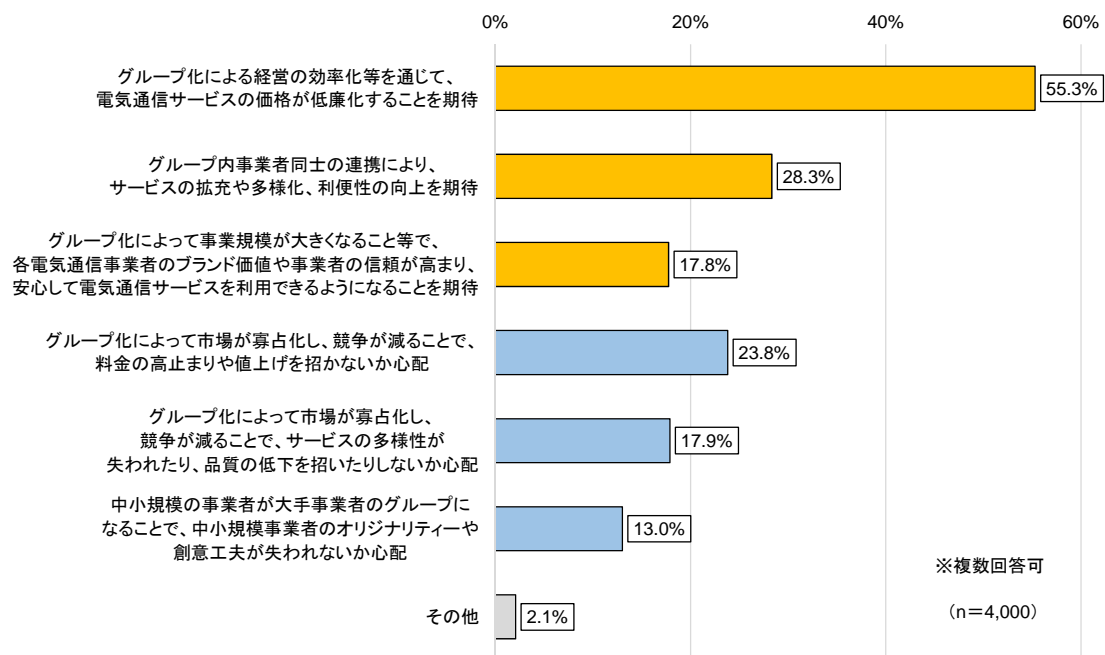
【図表V-13】グループ化によって感じたデメリット



出所：2017年度利用者アンケート

グループ化の進展に対する利用者の認識については、料金の低廉化や利便性の向上等に期待する者の割合が、料金高止まりや品質低下等を心配する者の割合を上回っている。

【図表V-14】グループ化の進展に対する認識

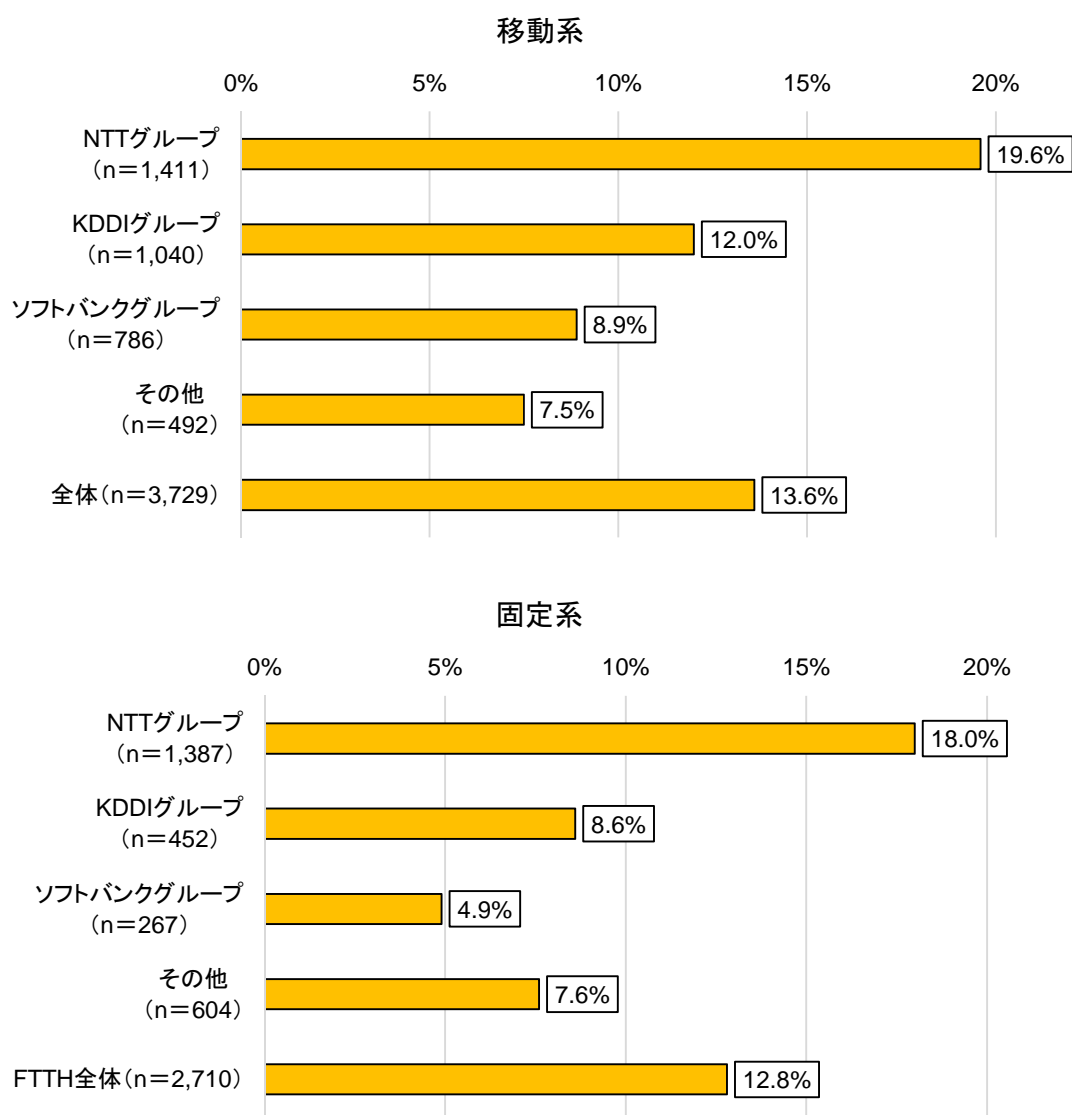


出所：2017年度利用者アンケート

移動系通信サービスの選択時に事業者のブランドイメージを重視した人の割合は全体で13.6%であり、グループ別ではNTTグループが最も高く19.6%であった。

固定系通信サービス(FTHH アクセスサービス)の選択時に事業者のブランドイメージを重視した人の割合は全体では12.8%であり、グループ別ではNTTグループが最も高く18.0%であった。

【図表V-15】ブランドイメージを重視した人の割合



出所：2017年度利用者アンケート

3 グループ化の動向に係る分析結果

(1) グループごとの競争状況等

移動系通信市場における2017年度末のグループ別シェアは、KDDIグループ（28.2%、前期比+0.5ポイント）が増加傾向となっている。NTTグループ（40.2%、前期比▲0.4ポイント）及びソフトバンクグループ（23.2%、前期比▲0.3ポイント）が減少傾向となっている。

HHIは2,957（前期比▲17）と微減となっている。

各グループの各事業者の純増数及び増加率を見ると、特定の事業者のみが顕著に成長しているような状況や横並びの状況にはなく、グループ内競争も一定程度存在すると考えられる。

二種指定設備設置事業者におけるグループ内取引比率については、NTTドコモ及びKDDIが増加傾向、ソフトバンクが減少傾向となっている。

また、FTTH市場における2017年度末のグループ別シェアは、KDDIグループ（10.5%、前期比+0.1ポイント）が増加傾向、NTTグループ（50.5%、前期比▲0.7ポイント）が減少傾向となっている。

HHIは2,888（前期比▲65）と減少している。

FTTH市場においても、各グループで特定の事業者のみが顕著に成長しているような状況や横並びの状況にはなく、グループ内競争も一定程度存在すると考えられる。

一種指定設備設置事業者（NTT東西）におけるグループ内取引比率は増加傾向となっている。

さらに、移動系通信市場及びFTTH市場を俯瞰してみると、グループ別シェアについてはNTTグループのシェアが減少傾向であり、他の主要グループ及びその他事業者のシェアが概ね増加傾向であるものの、全体として大きくは変動しておらず、依然として主要市場におけるNTTグループの存在感が顕著に大きい。

なお、NTTグループ及びKDDIグループについては、移動系通信契約数の伸びが拡大している。また、主要グループ以外の事業者をまとめて見ると、移動系通信契約数の伸びがやや拡大している。

(2) 事業者間連携サービスの状況

電気通信事業者における事業者間連携サービスの状況についてみると、アンケートに回答した事業者の約半数（46.8%）が事業者間連携サービスを行っており、固定系通信事業者（57.7%）の方が移動系通信事業者（48.4%）よりも実施割合が高い。

事業者間連携サービスの内容についてみると、「固定通信＋移動通信」型の連携サービスを行っている事業者が最も多かった（38.3%）。「移動通信＋移動通信」型サービスについてはグループ内事業者と連携する事業者が比較的多くみられた一方で、「固定通信＋移動通信」型についてはグループ外の事業者とも連携してサービスを提供する事業者の方が多かった。

FTTH市場においては、MNOが、自社の携帯電話とのセット割引を強みとしてシェアを拡大し続けており、MNOの競争力の高さが際立っている。

(3) グループ化に対する利用者の認識

グループ化のメリットに対する利用者の認識は、「メリットや恩恵を感じたことはない」（66.9%）が最も多く、次いで「セット割引が利用できた」（19.9%）であった。一方、グループ化のデメリットに対する認識も、「デメリットや悪影響を感じたことはない」（67.0%）が最も多かったほか、次いで「セット販売により個々のサービスの料金がわかりにくくなった」（15.2%）が多かった。

グループ化の進展に対する利用者の認識については、「料金低廉化に対する期待」（55.3%）や「サービス拡充・利便性向上に対する期待」（28.3%）が大きい。一方で、「料金高止まり・値上げに対する懸念」（23.8%）や「サービス多様性の喪失・品質の低下に対する懸念」（17.9%）も一定程度の割合を占めた。

「通信事業者のブランドイメージが良い」をサービス選択の理由に挙げた者の割合は、移動系通信（13.6%）及び固定系通信（12.8%）ともにあまり多くはないものの、NTTグループの事業者のサービス選択者は、比較的当該項目を挙げた割合が高い（移動系：19.6%、固定系：18.0%）。

(4) 電気通信事業分野における企業結合の状況

2017年以降において、MNOによるMVNOの子会社化、MVNO間の事業承継等、電気通信事業分野に係る企業結合事案が多く見られる。

なお、改正電気通信事業法（平成27年法律第26号）においては、設備設置事業者のグループ化による更なる寡占化の防止を通じ、設備設置事業者によるサービスの多様化・料金の低廉化の実現や、積極的な投資の維持・促進を図るため、第一種・第二種指定電気通信

設備を設置する電気通信事業者又はそのグループ会社が、グループ外の大規模な設備設置事業者と合併や株式取得等を行った場合、当該電気通信事業者に対し、電気通信事業の登録の更新を義務付け、電気通信の健全な発達を阻害しないか等を審査することとしたところである(電気通信事業法第12条の2)。

他方、2017年において、上記審査の対象とならないような、主要事業者とMVNO・ISP間の企業結合やMVNO間の企業結合の事案が多く見られるところである。

このため、総務省においては、このような設備設置事業者以外の事業者との間の企業結合がもたらす市場シェアや市場集中度の変化、当該企業結合が電気通信市場全体の競争に与える影響を含め、電気通信事業分野におけるグループ化の動向を引き続き注視するとともに、状況に応じて、必要な対応について検討していく必要があると考えられる。

第6章 隣接市場間分析

第6章 隣接市場間分析

第1節 隣接市場間分析

1 隣接市場間の影響に係る分析

従来、別々のサービスとして提供・利用されてきた電気通信サービスについて、サービスの高度化、利用者によるニーズの多様化等を背景として、サービス間の垣根が低くなっている。

具体的には、例えば、

- ・固定系ブロードバンドと移動系通信は、持ち運びの可否、料金体系、回線速度等の面で大きな差異が存在したが、移動系通信においてLTE・BWAにより、又はそれらを組み合わせることにより大容量の通信を実現していること、パケット通信料定額サービスや大容量データ通信プランも登場してきていることから、固定系ブロードバンドに引けを取らない水準のサービスの利用が可能となってきていること、
- ・また、スマートフォンやタブレットを保有する世帯の割合が上昇傾向にある一方、固定電話やパソコンを保有する世帯の割合は近年減少傾向にあること、
- ・さらに、移動系通信、固定系ブロードバンド及び固定系音声通信の各市場に関連するスマートフォンサービスが普及していること

などが挙げられる。

また、卸電気通信役務を活用したFTTHと移動系通信サービス・ISPサービスのセット販売など、固定系通信・移動系通信サービスの連携等が進んできている。

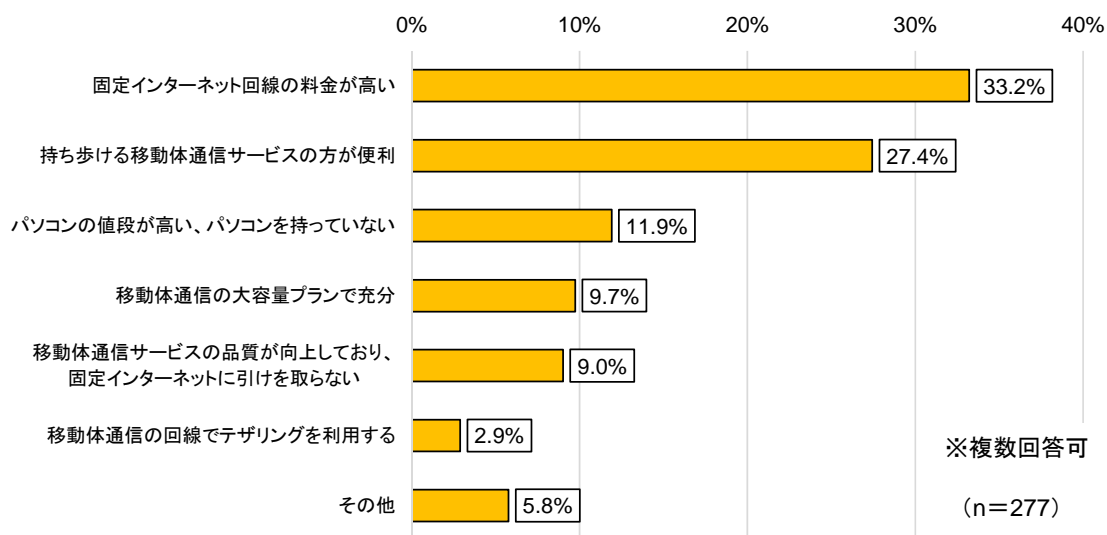
このような電気通信市場における環境変化を踏まえ、電気通信市場の動向を適切に分析するため、平成28年度に引き続き隣接市場間における相互の影響についても分析を行った。

2 固定系ブロードバンド市場及び移動系通信市場間の影響に係る分析

移動系通信サービスのみの利用者における固定系ブロードバンドサービスを利用しない理由（解約した理由）は、「固定系インターネットの料金が高い」（33.2%）が最も多かった。次いで、「持ち歩いて便利」（27.4%）であった。

移動系通信サービスの料金プランでは月々のデータ通信容量が大容量のプランも提供されているが、「移動系通信サービスの大容量プランで十分」（9.7%）であることや「移動系の回線でテザリングを利用する」（2.9%）ことを理由とする者は少なかった。

【図表VI-1】移動系通信サービスに集約する理由

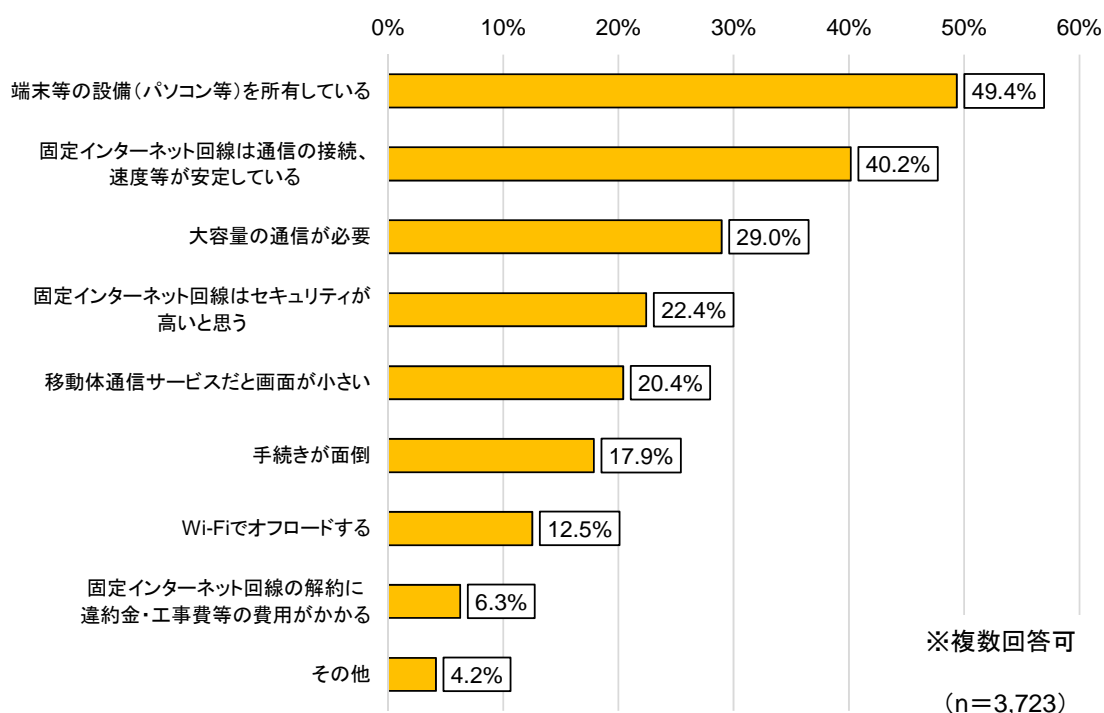


出所：2017年度利用者アンケート

また、固定系ブロードバンドサービス利用者における移動系通信サービスに集約しない理由は、「パソコン等を所有している」（49.4%）が最も多かった。次いで、「回線が安定している」（40.2%）、「大容量通信を行う」（29.0%）であった。

一方、「Wi-Fiでオフロード通信するため」（12.5%）とする者は少なかった。

【図表VI-2】移動系通信サービスに集約しない理由



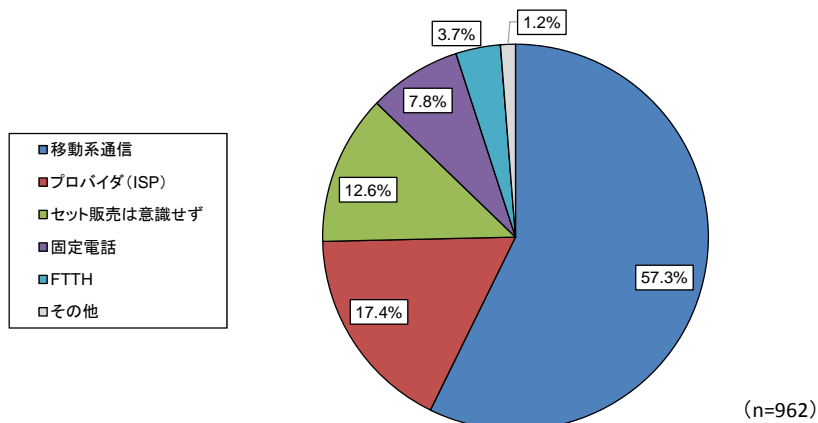
出所：2017年度利用者アンケート

このように、利用者はモビリティや品質・安定性の観点から移動系通信サービスと固定系通信サービスを使い分けており、両サービスは、補完関係にあるが代替関係にあるとは言い難いと考えられる。

3 FTTH 市場及び ISP 市場・移動系通信市場間の影響

光コラボ利用者がセット販売の利用を検討した際の中心に位置づけたサービスは、「移動系通信(携帯電話等)」(57.3%)が2016年度に引き続き最も多く、次いで「ISP」(17.4%)であった。

【図表VI-3】セット販売を検討した際の中心的サービス

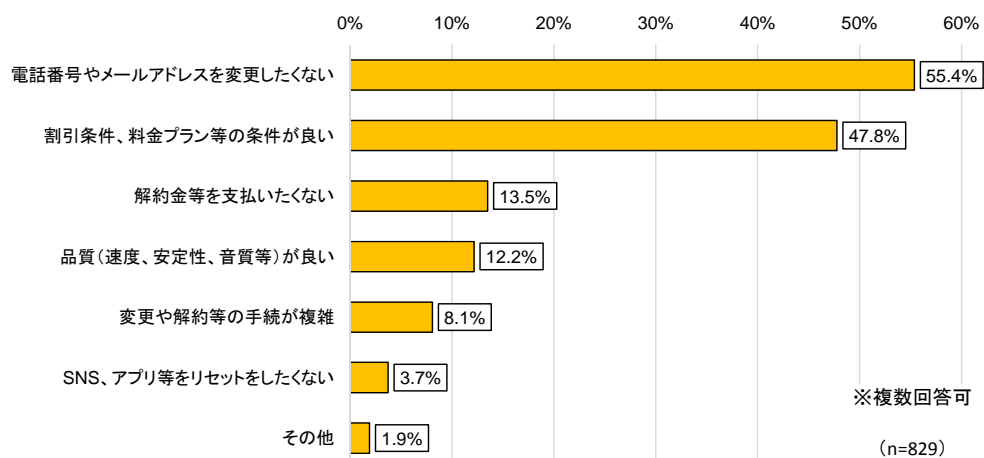


出所：2017年度利用者アンケート

セット販売利用検討時に特定のサービスを検討の中心に位置づけた理由についても、「電話番号やメールアドレスを変更したくない」(55.4%)が2016年度と同様に最も多く、依然として連絡先の変更がスイッチングコストとして強く意識されていることが窺えた。

また、「割引条件、料金プラン等の条件が良い」(47.8%)も多く、セット販売のメリットである通信料金総額の低廉化に期待する意識が強いことも窺える。

【図表VI-4】セットの中心に位置づけた理由



出所：2017年度利用者アンケート

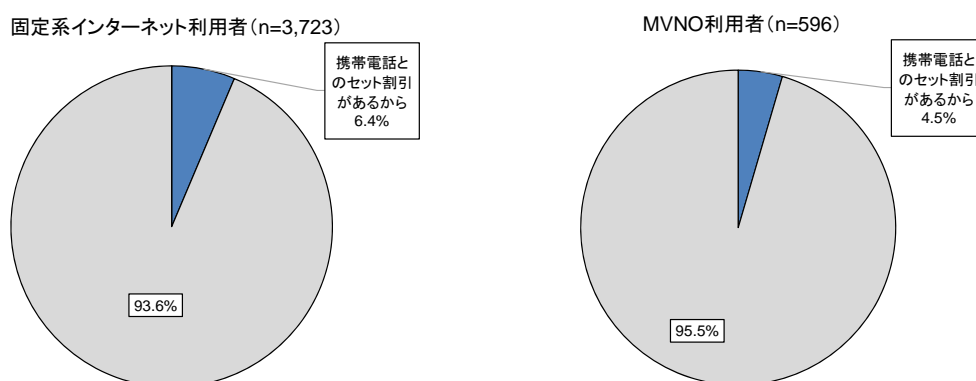
以上を踏まえると、利用者は、特に移動系通信サービス又はISPのスイッチングコストを強く意識し、両サービスをセット販売利用検討時の中心的サービスと位置づけているため、移動系通信市場又はISP市場からFTTH市場に与える影響は、FTTH市場から移動系通信市場及びISP市場に与える影響よりも大きいと考えられる。

4 ISP 市場及び移動系通信市場間の影響

ISP選択の際の決め手として、「携帯電話とのセット割引があるから」と回答した者の割合は6.4%に留まっている。これをMVNOサービス利用者に限ってみると、「携帯電話とのセット割引があるから」と回答した者の割合は、4.5%と更に低くなっている。

セット割引を決め手にした者の割合は2016年度に比して増加したものの、ISP事業者の選択時における携帯電話とのセット販売による誘引効果は依然として小さいといえる。

【図表VI－5】ISP選択の際の決め手



出所：2017年度利用者アンケート

5 固定電話市場・移動系通信市場・ソフトフォン間の影響

① 通話時間等への影響

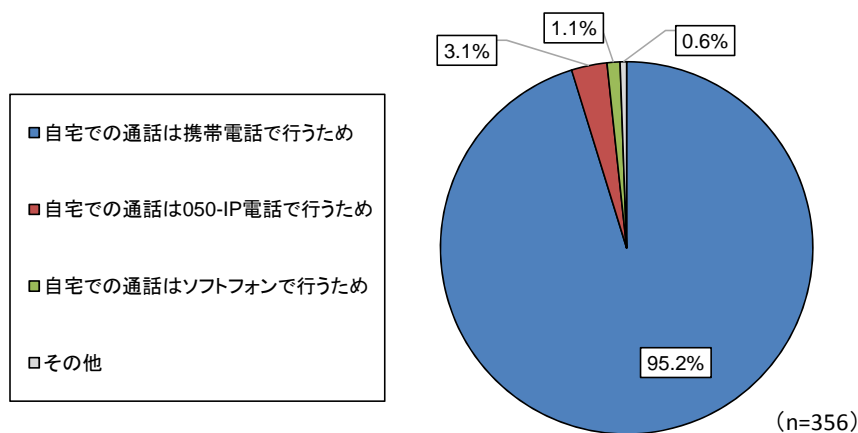
固定電話に対する携帯電話の影響についてみると、固定電話を契約しない理由では「自宅での通話は携帯電話で行うため」（95.2%）が最も多かったものの、一週間あたりの平均通話時間の推移では、固定電話での通話は横ばい（13.0分、前年度比±0分）で、携帯電話での通話は微増（5.8分、前年度比+1.4分）にとどまっており、携帯電話が固定電話の利用状況に与える影響は大きくはないと考えられる。

固定電話及び携帯電話に対するソフトフォンの影響についてみると、固定電話を契約しない理由では「自宅での通話はソフトフォンで行うため」（1.1%）は僅かであり、ソフトフォンの一週間あたりの利用状況では「利用していない」（60.8%）が過半であった。

また、一週間あたりの平均通話時間の推移をみると、ソフトフォンでの通話が増加（26.7分、前年度比+8.5分）しているものの、固定電話での通話は横ばい、携帯電話での通話は微増となっている。

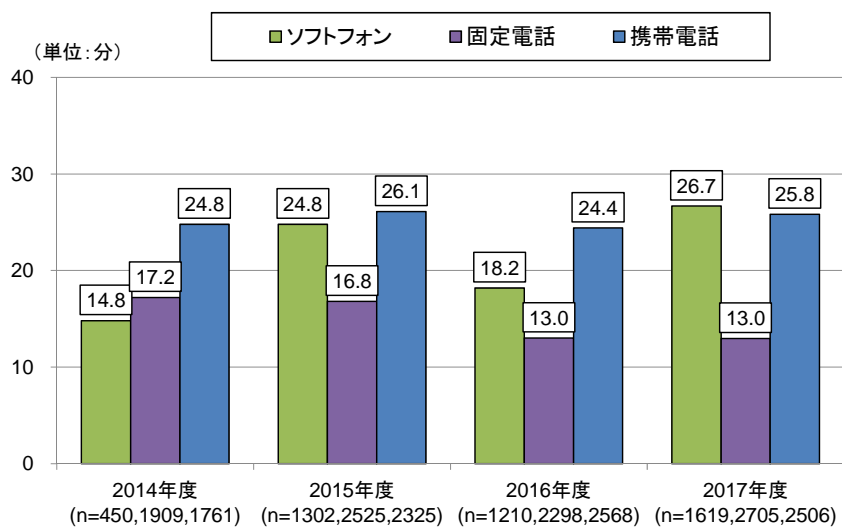
以上のことから、ソフトフォンを「利用している」と回答した者の割合は増加（39.2%、前年度比+2.3ポイント）しているものの、ソフトフォンが固定電話や携帯電話の利用状況に与える影響は大きくはないと考えられる。

【図表VI－6】固定電話を契約していない理由



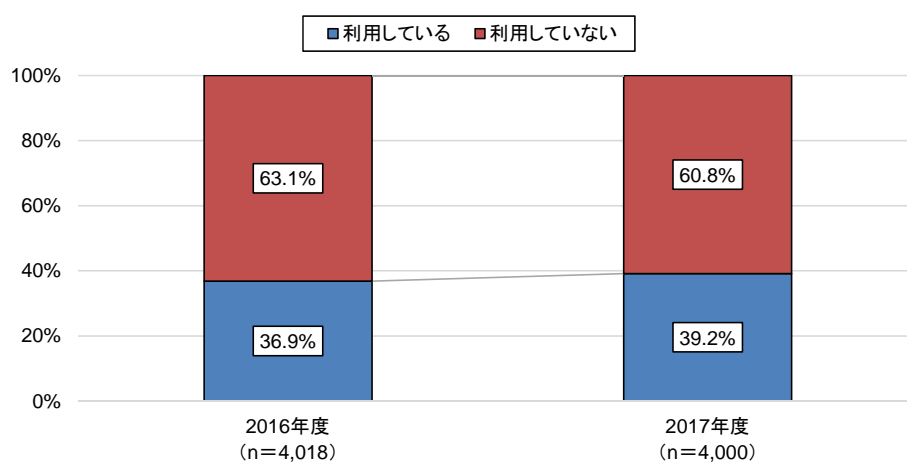
出所：2017年度利用者アンケート

【図表VI-7】一週間あたりの平均通話時間の推移



出所：2014～2017年度利用者アンケート

【図表VI-8】ソフトフォン利用状況

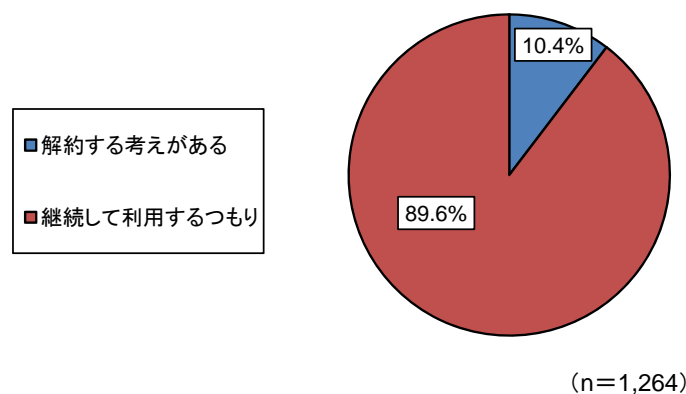


出所：2016・2017年度利用者アンケート

② 固定電話需要への影響

固定電話の今後の利用意向についてみると、「継続して利用する」と回答した者は89.6%であった。

【図表VI-9】利用中のメタル電話の今後の利用意向

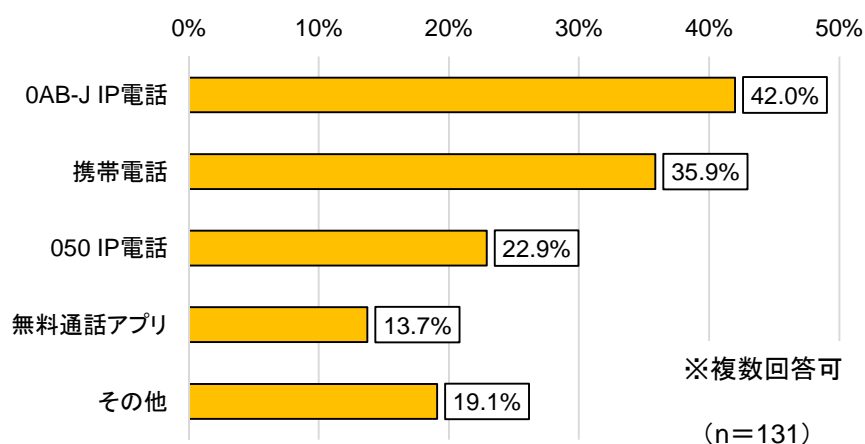


出所：2017年度利用者アンケート

メタル電話を解約する場合に代替りとなる音声サービスとしては、0ABJ-IP電話が42.0%で最も多く、次いで携帯電話が35.9%であった。

【図表VI-10】メタル電話の代替として利用を検討しているサービス

(メタル電話を「解約する考えあり」と回答した者)



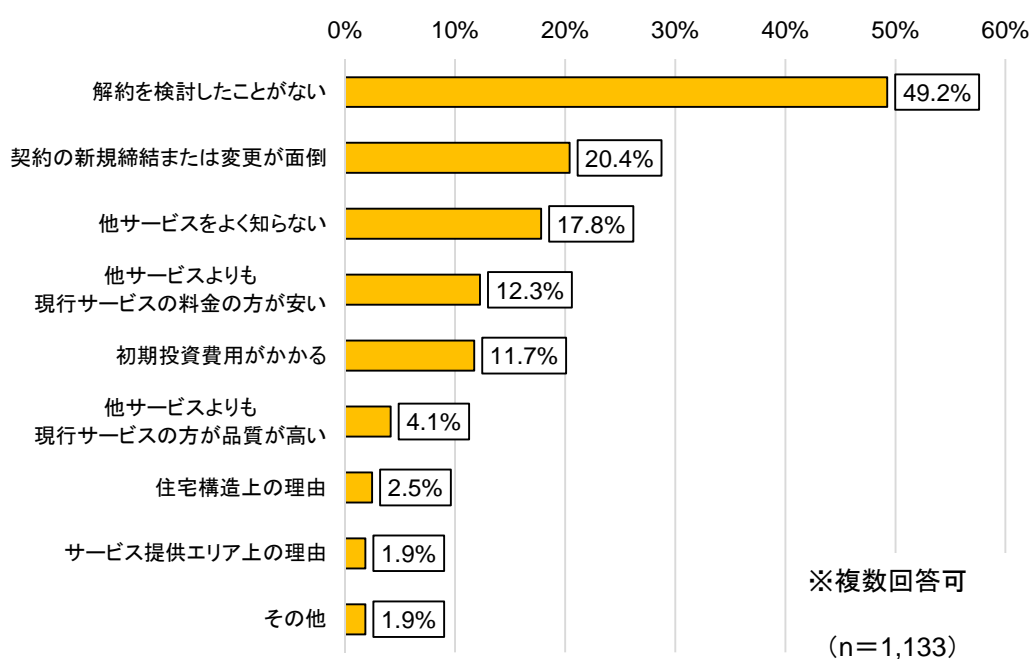
出所：2017年度利用者アンケート

以上のことから、携帯電話やソフトフォンなどが固定電話利用者の需要に与えている

影響は、現時点では小さいと考えられる。

ただし、メタル電話を「解約する考えはない」という理由としては、「解約を検討したことがない」（49.2%）が最も多く、次いで「契約の変更等が面倒」（20.4%）であり、他サービスと比較したメタル電話の長所を理由とする者は少ないことから、メタル電話の提供終了に伴い、携帯電話などの音声通話サービスによる固定電話の需要への影響が一定程度生じるものと考えられる。

【図表VI-11】メタル電話を継続して利用する理由（他のサービスを利用しない理由）
（メタル電話を「解約する考えはない」と回答した者）



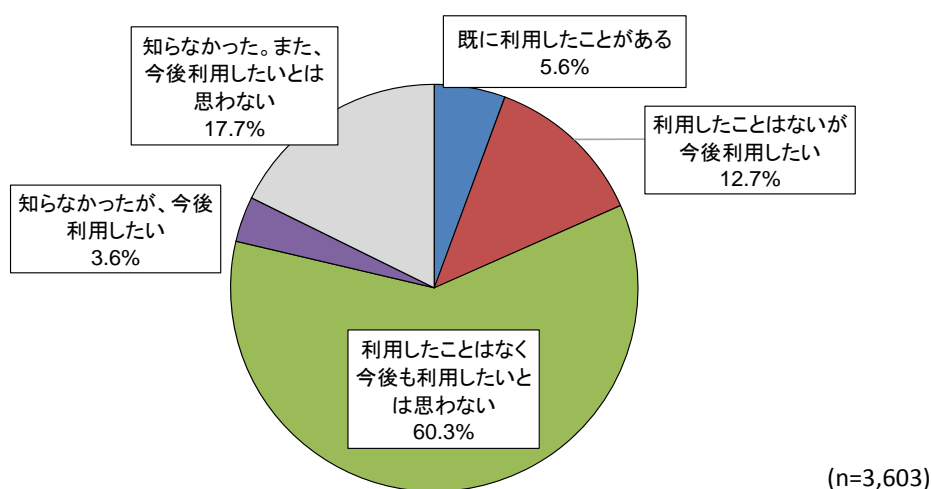
出所：2017年度利用者アンケート

（参考）中古端末の流通に係る分析

移動系通信の中古端末の流通に関する認知度は、78.6%であった。一方、認知している者の利用意向は、「既に利用したことがある」が5.6%、「今後利用したい」は12.7%に留まっている。

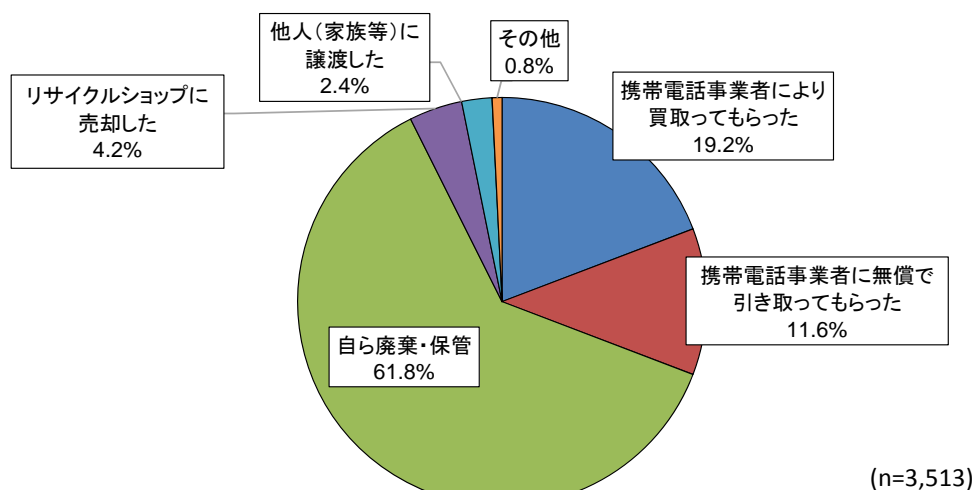
以前利用していた端末の処分方法については、「自ら廃棄・保管」(61.8%)が最も多く、次いで「携帯電話事業者による有償買取り」(19.2%)、「携帯電話事業者による無償引き取り」(11.6%)であった。

【図表VI-12】 移動系通信における中古端末の流通に関する認知度・利用意向



出所：2017年度利用者アンケート

【図表VI-13】 利用していた端末の処分方法

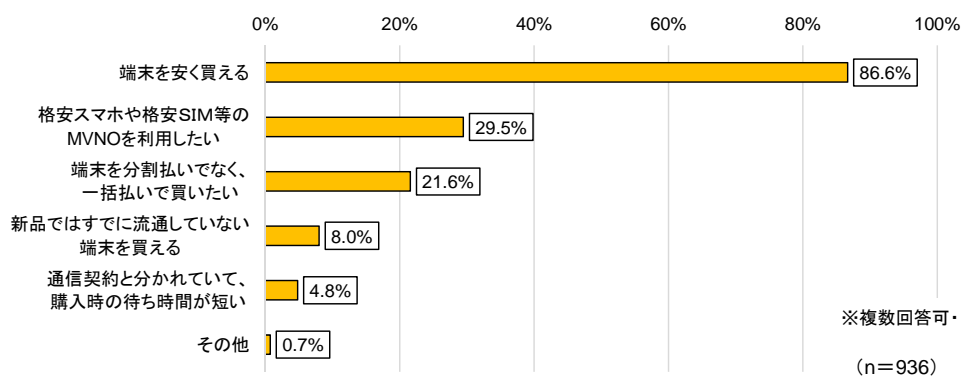


出所：2017年度利用者アンケート

移動系通信における中古端末を利用したい理由は、「端末を安く買える」（86.6%）が最も多かった。

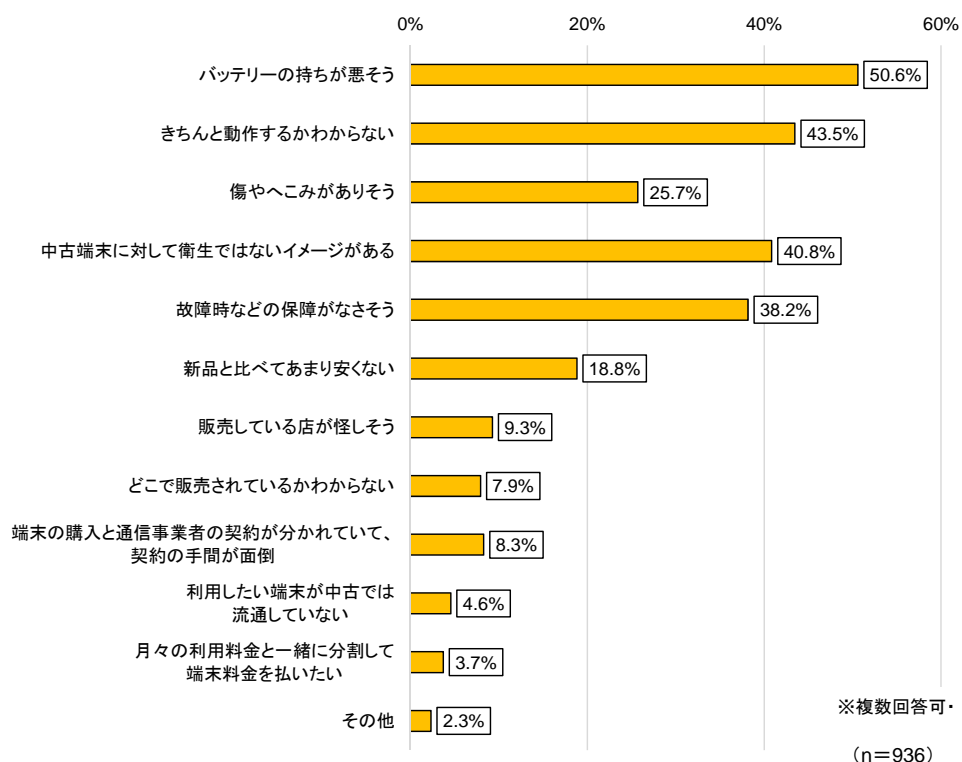
また、中古端末を利用したくない理由では、「バッテリーの持ちが悪そう」（50.6%）が最も多く、次いで「きちんと動作するかわからない」（43.5%）、「衛生ではないイメージがある」（40.8%）、「故障時などの保証がなさそう」（38.2%）であった。一方、販売店舗や販売経路等に対する不安や不信を理由とする者は少なかった。

【図表VI-14】中古端末を利用したい理由



出所：2017年度利用者アンケート

【図表VI-15】中古端末を利用しない理由



出所：2017年度利用者アンケート

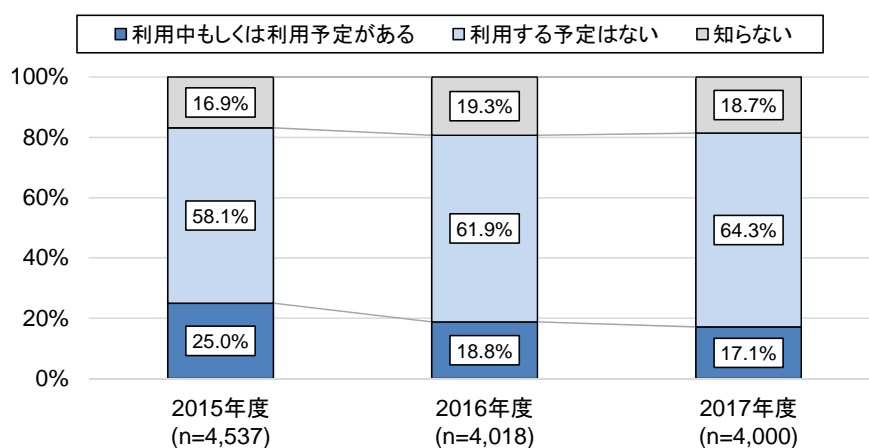
（参考）異業種連携サービスの影響

① 通信以外のサービス（電力等）との連携

電力と通信サービスのセット割引の認知度については、「知っている」（81.4%）が、2016年度（80.7%）から若干増加した。利用意向については、「利用中もしくは利用の予定がある」（17.1%）が2016年度（18.8%）から若干低下した。

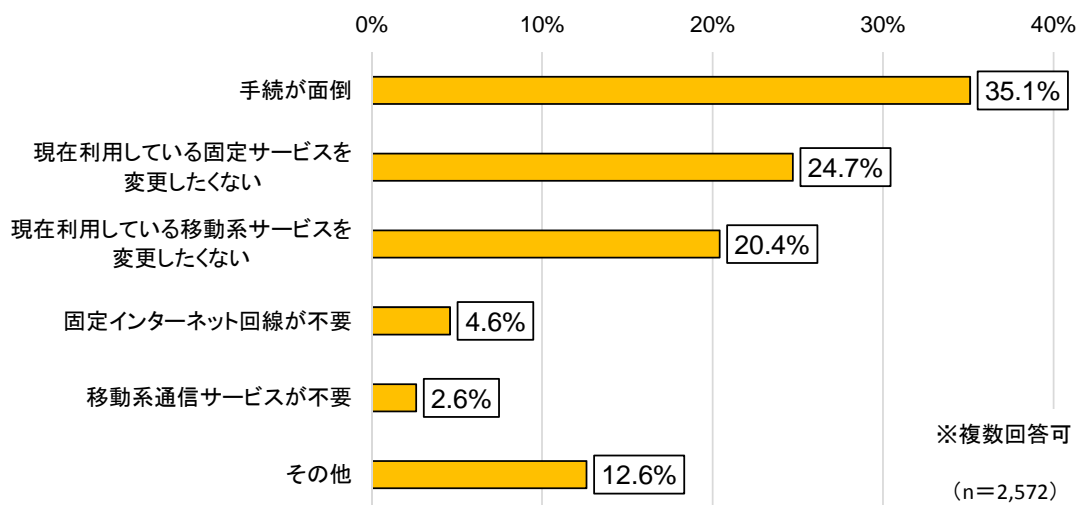
電力等とのセット割引を利用しない理由では「手続きが面倒」（35.1%）が最も多く、次いで各種通信サービスを変更したくないとの理由が続いており、電力等と通信サービスのセット販売は、割引によるメリットに比べ通信サービスのスイッチングコストが高いことが窺える。

【図表VI-16】電力等と通信サービスのセット割引の認知度及び利用意向



出所：2015～2017年度利用者アンケート

【図表VI-17】電力等と通信サービスのセット割引を利用しない理由



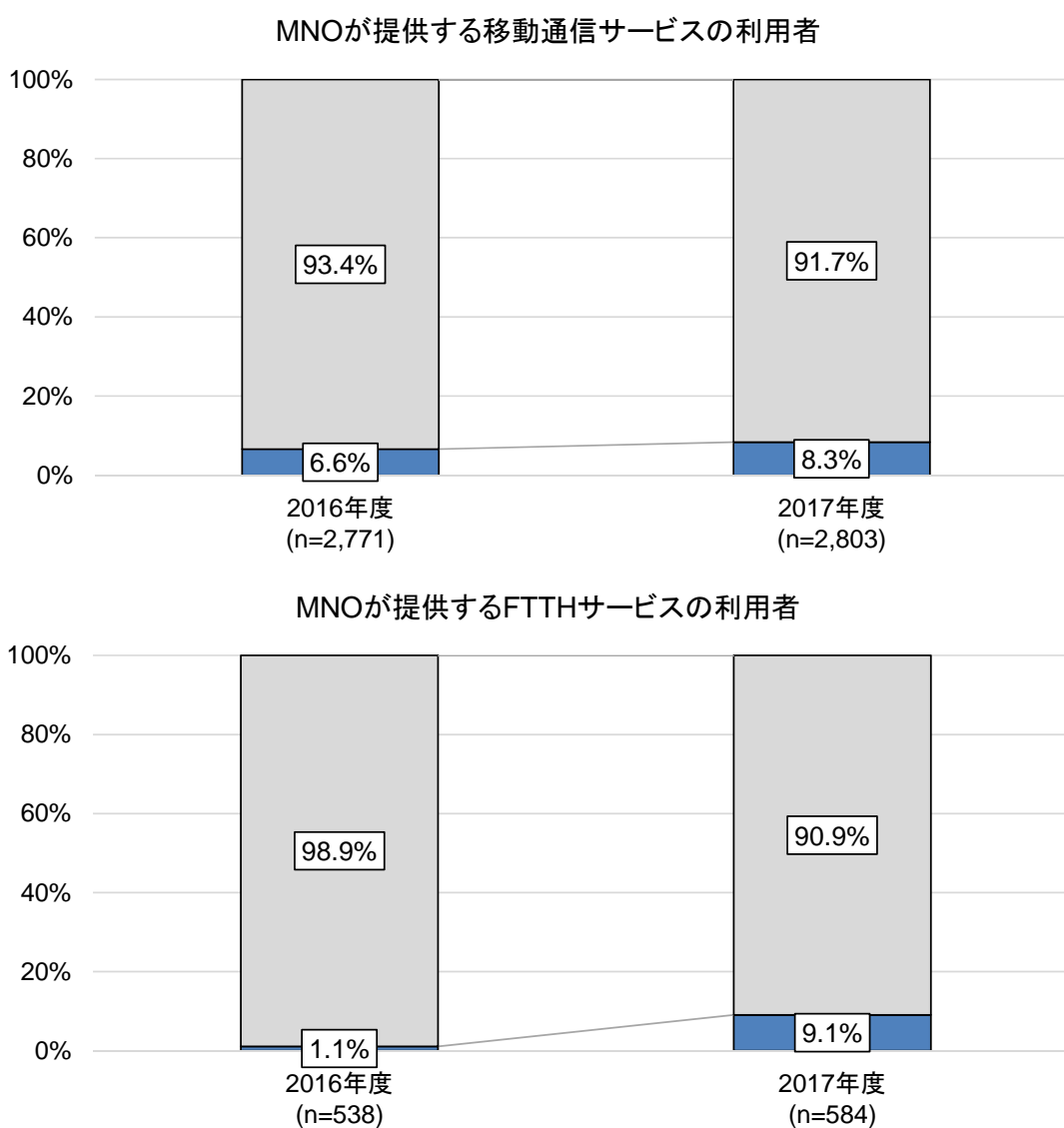
出所：2017年度利用者アンケート

② ポイントサービスとの連携

MNO各社は、ポイントサービスとの連携を強めており、ポイントを付与する提携事業者・店舗を拡大している。

各種ポイントサービスを利用した利用者への還元策をサービス選択の際に重視する人の割合については、移動通信サービス利用者では8.3%（前年度比+1.7ポイント）、FTTHアクセスサービスでは9.1%（前年度比+8.0ポイント）といずれも増加しているものの割合は低いことから、利用者に対するポイントサービスの誘引効果は小さいといえる。

【図表VI-18】事業者選択理由（ポイントを重視した者の割合）

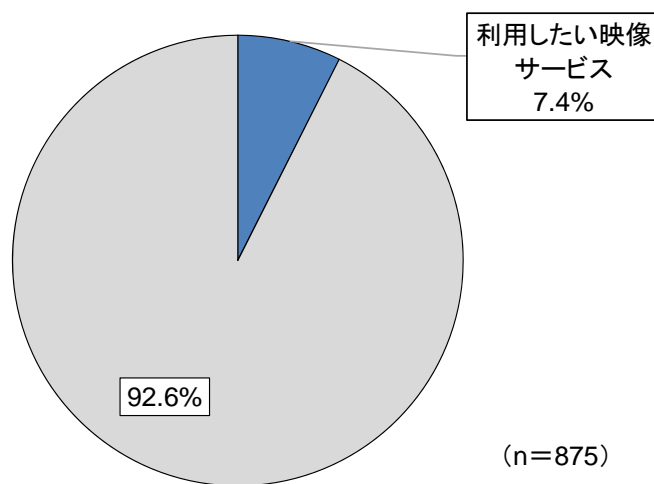


出所：2016・2017年度利用者アンケート

③ 映像サービスの影響

今後固定系ブロードバンドサービスの事業者を変更する意向があると回答した者において、事業者変更の際に映像サービスを重視する人の割合は7.4%であり、固定系ブロードバンドサービスの利用者に対する映像サービスの誘引効果は小さいといえる。

【図表VI-19】 今後固定系ブロードバンドサービスの事業者を変更する上での決め手
(映像サービスを重視する者の割合)



出所：2017年度利用者アンケート

第2節 隣接市場間の影響に係る分析結果

1 概要

電気通信市場における環境変化を踏まえ、隣接市場間における相互の影響について分析を行った。

とりわけ、利用者は、特に移動系通信サービス及びISPのスイッチングコストを強く意識し、両サービスをセット販売利用検討時の中心的サービスと位置づけていることから、移動系通信市場及びISP市場からFTTH市場に与える影響は、FTTH市場から移動系通信市場及びISP市場に与える影響よりも大きいと考えられる。

その他の隣接市場間の影響については、現時点では、特定の市場の動向等が隣接市場の動向等に大きな影響を与えていることは確認されなかった。

電気通信市場における環境変化を踏まえ、競争状況を的確に把握・分析するためには、隣接市場間における相互の影響について注視し分析する必要があることから、当該分析に必要となる分析手法等について引き続き研究を行うこととする。

2 固定系ブロードバンド市場及び移動系通信市場間の影響

固定系ブロードバンドサービスを利用しない理由及び移動系通信サービスに集約しない理由をみると、利用者は、モビリティや品質・安定性の観点から、移動系通信サービスと固定系ブロードバンドサービスを使い分けていることから、両サービスは補完関係にあるが代替関係にあるとは言い難い。

3 FTTH 市場及び ISP 市場・移動系通信市場間の影響

光コラボ利用者におけるセット販売の利用を検討した際の中心に位置づけたサービス及び中心に位置づけた理由をみると、利用者は、特に移動系通信サービス及びISPのスイッチングコストを強く意識し、両サービスをセット販売利用検討時の中心的サービスと位置づけていることから、移動系通信市場及びISP市場からFTTH市場に与える影響は、FTTH市場から移動系通信市場及びISP市場に与える影響よりも大きいと考えられる。

4 ISP 市場及び移動系通信市場間の影響

ISPの選択の際の決め手についてみると、「携帯電話とのセット割引があること」と回答した者の割合は僅かである（MVNO利用者に限ってみるとさらに小さい）ことから、現時点で、ISP事業者の選択時における携帯電話とのセット販売による誘引効果は小さいといえる。

5 固定電話市場、移動系通信市場及びソフトフォン間の影響

固定電話に対する携帯電話の影響について、一週間あたりの平均通話時間の推移では、固定電話は横ばい、携帯電話は微増にとどまっており、携帯電話が固定電話の利用状況に与える影響は大きくはないと考えられる。

また、固定電話及び携帯電話に対するソフトフォンの影響について、固定電話を契約しない理由として「自宅での通話はソフトフォンで行う」を挙げた者は僅かであること、ソフトフォンの一週間あたりの利用状況では、「利用していない」が約6割であること、一週間あたりの平均通話時間の推移では、ソフトフォンでの通話が増加しているものの、固定電話での通話は横ばい、携帯電話での通話は微増となっていることから、ソフトフォンが固定電話や携帯電話の利用状況に与える影響は大きくはないと考えられる。

さらに、固定インターネット回線を契約しておらず、携帯電話とメタル電話を契約している者のうち、メタル電話を近日中に解約する予定がある者は約1割であり、ほとんどの利用者は現時点で解約する考えはなく、継続して利用する意向であることから、携帯電話やソフトフォンなどが固定電話利用者の需要に与えている影響は、現時点では小さいといえる。

第2編 電気通信事業者の業務の 適正性等の確認

第2編 電気通信事業者の業務の適正性等の確認

1 電気通信事業者の業務の適正性等の確認

事後規制の実効性を確保するためには、総務省が、定期的・継続的に情報の収集を行い、電気通信事業者の事業運営を絶えず確認し、電気通信事業者の業務の状況等に係る問題を早期に発見するとともに、必要な監督上の措置を講じ、問題が深刻化する前に改善のための取組を推進していくことが重要である。

このことから、総務省は、電気通信事業者の業務の適正性等を確保するため、これまで随時実施してきたヒアリング等を充実させ、重点事項及び検証プロセスをあらかじめ明らかにするとともに、重点事項を中心に定期的・継続的にヒアリング等を行うこととしている。

本年度年次計画において、電気通信事業者の業務の状況等の確認に関する実施方針を示し、当該実施方針に基づき確認を行ったところ、確認結果は以下第1章及び第2章に示すとおりである。

2 電気通信事業者の業務の適正性等の確認結果の構成

第1章 固定系通信に関する電気通信事業者の業務の状況等の確認結果

第2章 移動系通信に関する電気通信事業者の業務の状況等の確認結果

第1章 固定系通信に関する電気通信事業者の 業務の状況等の確認結果

第1章 固定系通信に関する電気通信事業者の業務の状況等の確認結果

第1節 NTT 東西におけるサービス卸の提供状況等の確認結果

1 NTT 東西におけるサービス卸の提供状況等の確認

NTT 東西が提供するサービス卸について、NTT 東西における「NTT 東西の FTTH アクセスサービス等の卸電気通信役務に係る電気通信事業法の適用に関するガイドライン」（平成 28 年 5 月 20 日改定。以下「サービス卸ガイドライン」という。）を踏まえた対応状況等について確認を行った。

また、NTT 西日本が提供する「フレッツ光ネクスト」サービスにおいては、「光もっと²割」と「Web 光もっと²割」の2種類の長期利用割引が提供されていたところ、これらの割引を適用した後の利用者料金の水準については、NTT 東西が提供するサービス卸の提供料金（以下この章において「卸料金」という。）の水準に鑑みると、サービス卸の提供を受けて FTTH サービスを提供する事業者（卸先事業者）の事業運営に影響を及ぼすものとなっているのではないかとこの視点を「電気通信事業分野における市場検証（平成 28 年度）年次レポート」（平成 29 年 8 月 29 日。以下「平成 28 年度年次レポート」という。）⁷⁸において示したところであり、それを受け、NTT 西日本における利用者料金と卸料金の関係が不当な競争を引き起こすものとなっていないかという観点から、詳細確認を行った。

確認内容	確認方法
NTT 東西におけるサービス卸ガイドラインを踏まえた対応の適正性等	<p>➤ サービス卸ガイドラインに規定された電気通信事業法上問題となり得る行為の有無等及び消費者保護の充実等の観点から望ましい行為についての対応状況を確認</p> <p>【確認項目】</p> <ol style="list-style-type: none">① 競争阻害的な料金の設定等 (NTT 西日本におけるサービス卸の提供料金と FTTH の利用者料金の水準に係る詳細確認を含む。)② 提供手続・期間に係る不当な差別的取扱い③ 技術的条件に係る不当な差別的取扱い④ サービス仕様に係る不当な差別的取扱い⑤ 競争阻害的な情報収集⑥ 情報の目的外利用⑦ 情報提供に係る不当な差別的取扱い⑧ 卸先事業者の業務に関する不当な規律・干渉⑨ 業務の受託に係る不当な差別的取扱い⑩ 消費者保護の充実等の観点から望ましい行為

⁷⁸ http://www.soumu.go.jp/main_content/000504889.pdf

2 NTT 東西におけるサービス卸ガイドラインを踏まえた対応状況等の確認結果等(概要)

NTT 東西より、「競争阻害的な料金の設定等」や「提供手続・期間に係る不当な差別的取扱い」等のサービス卸ガイドラインに規定する電気通信事業法上問題となり得る行為に該当する事実はない旨報告があった。

また、NTT 等に係る累次の公正競争要件及び利用者利益の確保や卸先事業者に対するサービス卸ガイドラインの周知等についても、行政指導⁷⁹に反する行為に該当する事実はない旨報告があった。

さらに、総務省において、契約数の多い卸先事業者等に対してアンケート調査を行ったところ、卸先事業者からは、以下のような観点からの意見や要望があったものの、明確に電気通信事業法上問題となる行為が行われているとの指摘はなかった。

- － 卸料金の水準
- － NTT 東西における FTTH サービスの小売やサービス卸の開通等までの期間
- － 契約手続に関する利便性

一方で、NTT 東日本において、同社が販売委託会社に提出していた電話勧誘リストに、目的外利用に当たる利用者情報が含まれていることが分かった。

総務省においては、今後とも、サービス卸の提供において、競争阻害的な行為や不当な差別的取扱い等に該当する行為がないか、注視を継続していく⁸⁰とともに、個別事案については、状況に応じて、必要な措置をとることとしている。

(確認結果等の詳細については、参考 4参照。)

⁷⁹ 平成 27 年 2 月、総務省は、サービス卸ガイドラインの策定と併せて、サービス卸の提供に関して対応及び報告すべき事項について要請。当該要請においては、NTT 等に係る累次の公正競争要件及び利用者利益の確保（下記①～③）を踏まえた対応とともに、全ての卸先事業者に対して、サービス卸ガイドラインに定める電気通信事業法上問題となり得る行為及び消費者保護の充実等の観点から望ましい行為（特に「卸先事業者においては契約関係のある全ての卸先契約代理業者に対し、本ガイドラインの周知を定期的に行うとともに、その遵守を担保するための措置を講じること」の部分）を参照すべきことを明示して、周知することを求めている。

① 公正有効競争条件（平成 4 年 4 月郵政省・日本電信電話株式会社公表）抜粋
：「NTT から新会社への社員の移行は、「転籍」により行うこととし、出向形態による人事交流は行わないこととする」

② 日本電信電話株式会社の事業の引継ぎ並びに権利及び義務の承継に関する基本方針（平成 9 年郵政省告示第 664 号）抜粋
：「地域会社と長距離会社との間において在籍出向は行わないこと」

③ 情報通信審議会答申（平成 26 年 12 月 18 日情通審第 47 号）抜粋
：「利用者利益を確保する観点から、サービス卸を提供する場合でも、利用者からの求めがある場合には、少なくとも当分の間はフレッツ光サービスや IP 電話サービス等を自ら利用者に提供することが期待される」

⁸⁰ 総務省は、NTT 東西のサービス卸の卸先事業者が、不公平な取扱いを受けていないか自ら確認できるよう、電気通信事業法第 38 条の 2 の規定（脚注 98 参照）により届け出られた内容に関する資料について、卸先事業者（希望する事業者）の閲覧に供する措置を講じている。

http://www.soumu.go.jp/joho_tsusin/eidsystem/competition02_08.html

3 NTT 西日本におけるサービス卸の提供料金と FTTH の利用者料金の水準に係る詳細確認結果等(概要)

本調査開始以後、NTT 東西は、営業コスト削減等の取組により、平成 30 年 4 月から、卸料金を値下げし、さらに、NTT 西日本は、「光もっと²割」及び「Web 光もっと²割」の新規申込受付を平成 30 年 4 月 30 日をもって終了⁸¹し、新たな長期継続利用割引サービスである「光はじめ割」の提供を平成 30 年 5 月 1 日から開始したところであり、本調査においては、当該卸料金の値下げ及び利用者料金設定の見直しも踏まえて確認を行った。

卸料金と利用者料金の関係については、サービス卸ガイドラインにおいて、利用者料金よりも高い卸料金を設定すること（逆転現象）が、電気通信事業法上問題となり得る事例とされているが、電気通信事業法との関係では、他にも例えば、主に接続料の検証のための指針ではあるものの、「接続料と利用者料金の関係の検証に関する指針」（平成 30 年 2 月 26 日）⁸²が存在し、そこでは、利用者料金収入と振替接続料⁸³の総額との差分が 20%⁸⁴を下回る場合に、接続料水準が価格圧搾による不当な競争を引き起こすものとなっているのではないかな等の考え方から、一定の措置⁸⁵を講じるべきとされている。

このため、逆転現象に加え、同指針を参考として、利用者料金水準と卸料金水準が接近しているかどうかにも着目して確認を行ったところ、利用者料金水準と卸料金水準の逆転現象は認められず、また両者の接近がみられる場合も限定的と考えられる結果であった。

ただし、卸利用事業者から「割引適用後の NTT 西日本の利用者料金が低いため競争が困難」である旨の意見があったことも踏まえ、総務省から NTT 西日本に対し、卸利用事業者からの各意見内容を添えた上で、卸利用事業者による高度かつ多様な電気通信サービスの提供の促進という観点から、どのような考え方により卸料金水準を設定しているのか

⁸¹ 二段階定額制メニューであるフレッツ光ライト向けの割引サービス「光ライト割」及び「まるまる 3 か月無料」も、同日に終了。

⁸² http://www.soumu.go.jp/main_content/000535524.pdf

⁸³ 当該機能の利用のために第一種指定設備利用部門が負担すべき認可接続料その他の接続料（当該機能の利用に係る特定接続がある場合は、それに関し負担すべき接続料を含む。）

⁸⁴ ここでいう 20%の値は、「接続料と利用者料金との関係の検証（スタックテスト）の運用に関するガイドライン」（旧ガイドライン。平成 24 年 7 月総務省策定、平成 28 年 5 月最終改定。）において、接続料設定事業者である NTT 東西の電気通信事業会計における電気通信事業収益（電報収入を除く。）の対営業費（顧客営業、販売サポートのうち特約店に支払う取次手数料、宣伝及び企画に係るものを除く。）の比率が 20%弱（2001～05 年度の平均値）であることに鑑み、営業費の基準値を利用者料金収入の 20%としたことを背景として定められている。

⁸⁵ 当該指針においては、下記①②のいずれかの措置を講じるものとされている。

- ① 例えば、本件サービスに関して競合する他の電気通信事業者が存在しない、早期に事態の改善が見込まれる、本件サービスの需要が減退し小さくなっていると同時にその内容・接続料の水準の面から他の電気通信事業者にとって十分代替的な機能が別に存在するなど、価格圧搾による不当な競争を引き起こさないものであることを示すに足る十分な論拠を、認可接続料の認可申請に際して、その原価算定根拠において提示する。
- ② 例えば、第一種指定電気通信設備接続料規則第 14 条の 2 の規定による接続料の水準の調整を行う、利用者料金の変更を行うなど、本指針による検証の結果認められる利用者料金による収入と振替接続料の総額との間の差分が営業費相当基準額を下回る状況が解消される所要の措置を講じた上で、認可接続料の認可申請を行う。

についての見解⁸⁶を求めた。

同社の回答では、利用者料金水準との関係について、「光サービス卸を用いた新サービスとフレッツ光を競合させる意図はなく」「様々なプレイヤーの独自サービスとコラボ光を組み合わせた複合サービスへの円滑な移行が可能となるよう」卸料金を設定しているとの見解が示された。

これについて、同社において、現在、「光サービス卸」を推進していることは事実であるが、他方で、多くの FTTH 事業者が NTT 西日本の卸役務に依存している現況からすれば、同社では、卸料金水準（又は利用者料金水準）の設定によって、価格圧搾を行う能力を有しており、また、今後、価格圧搾を行う誘因が生じる可能性があるのも事実である。

したがって、総務省から NTT 西日本に対し、今回の検証結果を情報提供し、今後とも価格圧搾による不当な競争が引き起こされないよう、卸料金水準と利用者料金水準の関係について状況把握を行っていくことが適当であると考えられる。

なお、回答によれば、卸料金水準について今後も見直し等の検討が行われていくということであり、引き続き卸料金の引き下げも視野に入れた取組が行われることが期待される。

（確認結果の詳細については、第 8 回電気通信市場検証会議資料 8 - 2⁸⁷参照。）

⁸⁶ 各意見に対する見解及び利用者料金水準との関係に関する見解を含む。

⁸⁷ http://www.soumu.go.jp/main_content/000553415.pdf

第2節 サービス卸の卸先事業者におけるサービスの提供状況等の確認結果

1 サービス卸の卸先事業者におけるサービスの提供状況等の確認

NTT 東西からサービス卸の提供を受ける卸先事業者に対し、サービス卸ガイドラインを踏まえた対応状況及びサービス提供に当たっての課題等について確認するため、アンケート調査を実施した。

また、NTT ドコモ及びソフトバンクが NTT 東西のサービス卸の提供を受けることにより実現している FTTH サービスと両社それぞれの移動系通信サービスの間のセット割引⁸⁸については、平成 28 年度年次レポートにおいて、サービス卸ガイドラインに規定する「競争阻害的な料金の設定等」に該当する可能性を指摘していたところ、当該セット割引が不当な競争を引き起こすものとなっていないかという観点から、詳細確認を行った。

対象事業者	① NTT 東西のサービス卸の提供を受ける MNO (NTT ドコモ及びソフトバンク) ② 総務省が選定した事業者 (選定に当たっては卸契約数や苦情相談件数等を考慮)
確認方法	アンケート調査 (合計 17 社から回答あり)
確認内容	➤ サービス卸ガイドラインに規定された電気通信事業法上問題となり得る行為の有無等及び消費者保護の充実等の観点から望ましい行為についての対応状況並びにサービス提供に当たっての課題等を確認 【確認項目】 ① 競争阻害的な料金の設定等 (MNO が提供する FTTH と移動系通信サービスのセット割引に係る詳細確認を含む。) ② 消費者保護の充実等の観点から望ましい行為 ③ サービス提供に当たっての課題等

⁸⁸ 移動系通信サービスと FTTH サービスの両方を契約することを条件とする利用者料金の割引をいう。

2 サービス卸の卸先事業者におけるサービスの提供状況等の確認結果等(概要)

各卸先事業者における「競争阻害的な料金の設定等」への対応については、サービス卸ガイドラインに規定する電気通信事業法上問題となり得る行為は現段階では確認されなかった。

「消費者保護の充実等の観点から望ましい行為」への対応については、各卸先事業者において、一定の取組を行っていることを確認したが、業界自主基準等の遵守については回答がなかったところ、一般社団法人テレコムサービス協会（FVNO 委員会）におけるサービス卸を利用した FTTH サービスの説明・勧誘の在り方についての検討結果を踏まえ、各卸先事業者において、その説明・勧誘方法について必要な見直しを行うこと等により、消費者保護を充実・向上させていく必要があると考えられる。

その他「サービス提供に当たっての課題等」については、一部の卸先事業者から、現状の卸料金水準では小売料金設定の自由度が狭く得られる利潤も低いこと、また、運用コスト等の負担が大きいことから、卸料金の値下げが望ましいとの意見があった。

これについて、卸料金は営業コストの削減等が進んだことから平成 30 年 4 月より値下げが行われ、また、NTT 西日本からは「様々なプレーヤーによる高度かつ多様なサービスの提供を促進する観点から、今後とも、卸料金の見直し等の料金面での対応を検討していく」との見解が示されているところ、引き続き卸料金の引き下げも視野に入れた取組が行われることを期待するとともに、その状況を注視することとしている。

(確認結果等の詳細については、[参考 5](#) 参照。)

なお、平成 28 年度年次レポートにおいては、サービス提供に当たっての課題として、NTT 東西のサービス卸の卸先事業者を変更する際の IP 電話番号の継続利用が実現できていない点について指摘し、業界団体の委員会における検討状況を注視することとしたところである。

これについては、平成 29 年 6 月に総務省が一般社団法人テレコムサービス協会 FVNO 委員会に対して行った要請を受け、同委員会及び同委員会番号移行関係 TF において、同年 7 月より議論が行われ、平成 30 年 4 月に大まかな考え方の整理が行われた。

同年 5 月より、総務省において、ICT サービス安心・安全研究会の下に「NTT 東西の光サービスの卸売サービスの事業者変更の在り方についてのタスクフォース」（主査：新美育文明治大学法学部教授）⁸⁹を設置し、同協会での議論を踏まえ、IP 電話番号の継続利用を含めた卸先事業者の変更の在り方について検討を行ってきたところ、平成 30 年 7 月を目処に開催予定の同タスクフォースにおいて、報告書が取りまとめられる予定となっている。

⁸⁹ http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/kenkyu/ict_anshin/index.html

3 MNO が提供する FTTH と移動系通信サービスのセット割引に係る詳細確認結果等(概要)

(1) 適正なコストとの関係について

MNO 2 社のセット割引については、まずそれにより適正なコストを下回る料金設定になっていないかを検証した。具体的には、セット割引の料金設定について、MNO 2 社に対し、FTTH・移動通信（移動系通信）のいずれの割引であるか、及び適正なコストを下回らないことの説明を求めたところ、両社ともに、契約約款上は移動通信料金からの割引⁹⁰である旨、及び適正なコストを下回っていない旨の回答があった。

実際に、当該割引は、契約約款上、移動通信料金からの割引として設定されているところ、移動通信料金からの割引であれば、MNO 2 社の割引後の利用者料金と MVNO の利用者料金を単純比較する限りにおいては、一部の大容量プランを除いて MNO 2 社の利用者料金が上回っていることから、この点では、不当な競争を引き起こすものになっているとは考えにくい。

しかしながら、本件調査では、これ以外にも、現段階では移動系通信市場が寡占的であることも考慮し、割引総額帰属テスト⁹¹による検証も試行的に行った。

その結果、NTT ドコモのセット割引については、割引総額を FTTH の利用者料金のみで帰属させたとしても、セット割引の対象となっている FTTH サービス全体の平均では、利用者料金が卸料金を上回るという結果が得られた。

また、ソフトバンクのセット割引については、移動通信 1 回線当たり割引額を FTTH 1 回線ごとの割引として割引総額帰属テストを実施したところ、卸料金を ISP 原価を加えたもの⁹²を割引後の FTTH 利用者料金が上回るという結果が得られた。

ただし、ソフトバンクのセット割引は、1 回線の FTTH を家族で共同利用する場合に家族全員それぞれの移動通信回線に適用される⁹³ため、本来は、家族全員の移動通信の割引額（複数回線の総割引額）を家族で共同利用する FTTH 1 回線の割引として計算を行うことが、割引総額帰属テストでは、より望ましいものであるが、データの制約により現時点ではそうしたテストまで行うことができていない。

いずれにせよ、ソフトバンクの FTTH の最近の契約数増加率は、他の卸先事業者合計の

⁹⁰ NTT ドコモの一部のセット割（「期間限定割」個人用 2GB のモバイルデータ通信契約とのセットの場合に契約当初約 1 年間 500 円/月の割引）については、FTTH からの割引であるとのことであった。

⁹¹ 利用者が移動通信と FTTH の双方を需要する場合に、仮に、移動通信市場において利用者の選択肢が MNO 以外に事実上存在せず、MNO が移動通信で得た超過利潤を用いて自社の FTTH を対象にセット割引を実施しているのであれば、競争事業者は MNO のセット割引に価格上で対抗するためには FTTH において相当の割引を行わざるを得ないから、そうした場合に MNO と同程度以上に効率的な競争事業者まで排除されることとならないかを検証するためにはセット割引全額を FTTH の割引とみなしてコストとの関係を確認すべきとの考え方に基づく検証。

⁹² ソフトバンクの FTTH は ISP 一体型のため ISP 原価もコストとして考慮する必要があるが、ソフトバンクからは ISP 原価が総務省限りとして提供された。そのため、卸料金を ISP 原価を加えたものを割引後の利用者料金平均額が上回ることは、総務省において確認した。

⁹³ NTT ドコモのセット割引は、家族の場合でもその中の移動通信 1 回線のみ適用。

契約数増加率を下回っている状況であり、その観点からは、現時点で直ちにソフトバンクのセット割引が不当な競争を引き起こしているとは認められないと考えられるが、今後とも、不当な競争を引き起こされていないかという観点から、FTTH 市場における競争の状況及びMNOの動向を注視する必要がある。

(2) 表示等について

MNO 2社のセット割引後の料金水準と主要な競争事業者のセット販売の料金水準を比較すると、全般的には競争事業者の方が低廉であるが、FTTH 契約数増加幅は、競争事業者よりもMNO 2社の方が大きいところ、これについて、競争事業者からは、①利用者の合理的な選択を阻むような不当な表示等、及び②適正なコストを下回る可能性のある期間限定割引(キャンペーン等)又はキャッシュバック等の利益の供与による利用者の誘引があるのではないかとの指摘がなされた。

このうち①の表示等については、競争事業者からNTTドコモがFTTHの割引であるとして販売を行っているとの指摘があったこともあり、NTTドコモに確認したところ、確かに、同社のウェブサイトの一部において、FTTHからの割引であると図示する表記が認められ、総務省からの指摘を受けて、同社において速やかに修正されたが、当該表記は同社の主張する割引の仕組み(ドコモ光セット割はセット契約を条件とする移動通信からの割引)と矛盾する不適切な内容であり、不当な競争を引き起こすおそれがあったものと言わざるを得ない。

そのため、本件については、業務運営の適正性確保の観点から、再発防止等のための措置を講じることが適当と考えられたところ、総務省は、平成30年6月8日、NTTドコモに対し、i)原因の究明及び再発防止の徹底、ii)類似事例(提供条件と整合しない広告表示)の有無の調査、iii)媒介等業務受託者(代理店)における措置の徹底、iv)対応結果の同年8月31日までの報告の各措置を講じるよう行政指導を実施した⁹⁴。今後は、類似の事例が生じないように、他の電気通信事業者等にも注意喚起を行うことが適当であると考えられる。

さらに、同社及びその代理店が店頭で使用しているカタログにおいては、セット割引の最大額(3,500円)を訴求する表記が認められたが、当該割引が適用されるのは、ごく少数の利用者であるとのことであったところ、このような条件付の最安料金の訴求については、「モバイル市場の公正競争促進に関する検討会」(座長:新美育文明治大学法学部教授。以下「モバイル検討会」という。)⁹⁵報告書(平成30年4月27日)⁹⁶において、「電気通信サービスの広告表示に関する自主基準及びガイドライン」(平成16年3月電気通

⁹⁴ http://www.soumu.go.jp/main_content/000555932.pdf

⁹⁵ http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/kenkyu/mobile_market/index.html

⁹⁶ http://www.soumu.go.jp/main_content/000548405.pdf

信サービス向上推進協議会)の実施状況を注視するとともに、苦情相談の状況等を検証し、利用者自らの適切なサービス選択に関し、利用者に誤認を与え、利用者の利益の保護に支障を生じるおそれのある表示等の不適切な表示が認められた場合には、その是正を求める等、必要な対応をとることが適当であるとされたところである。

本件は、訴求されている割引額がごく少数の利用者にのみ適用されるものであるにもかかわらず、これが一般的に適用されるかのように広告を行っていることから、利用者のサービス選択を歪める効果が生じていないかという観点からも、注視を継続する必要があると考えられる。

また、利用者の適切なサービス選択という観点からは、MNO2社のセット割引の利用者が競争事業者のセット販売に乗り換える機会が十分に確保されることも重要であると考えられるため、セット割引がロックインの強化(スイッチングコストの上昇)を通じて競争制限的な効果をもたらしていないか、今後注視していく必要があると考えられる。

(確認結果の詳細については、第8回電気通信市場検証会議資料8-3⁹⁷参照。)

⁹⁷ http://www.soumu.go.jp/main_content/000553416.pdf

第3節 グループ内外の電気通信事業者に対する不当な差別的取扱いの有無の確認結果

1 グループ内外の電気通信事業者に対する不当な差別的取扱いの有無の確認

第一種指定電気通信設備を設置する電気通信事業者（以下「一種指定設備設置事業者」という。）及びそれらの特定関係法人である電気通信事業者によるグループ内外の電気通信事業者に対する電気通信役務及び電気通信役務の提供以外の業務（電気通信役務の提供と密接不可分に関係するものに限る。）に係る不当な差別的取扱いの有無について確認を行った。

2 グループ内外の電気通信事業者に対する不当な差別的取扱いの有無の確認結果等

サービス卸に係る届出⁹⁸内容からは、料金その他の提供条件等についてグループ内外の電気通信事業者に対する不当な差別的取扱いは認められていない（参考4も参照）。

他方、NTT 東西の特定関係法人並びに接続事業者及び卸先事業者に対し、電気通信役務及び電気通信役務の提供以外の業務等についてアンケート調査を実施したところ、指摘事項及び確認結果並びに対応方針は、以下のとおり。

指摘事項・確認結果	対応方針
<p>(1) 県間伝送路の調達関連</p> <p>・ 県間伝送路を調達する際の公募について、落札者やその選定理由が開示されていないため、NTT グループ会社が不当に落札している疑念があるとの指摘があった。</p> <p>⇒ 総務省において県間伝送路の調達実績を確認したところ、NTT グループ会社が不当に落札しているとは認められなかった。</p>	<p>○ 県間伝送路の調達に関して、グループ内の電気通信事業者に対して不当に有利な取扱いを行っていないか引き続き注視する。</p>
<p>(2) FTTH サービスの提供開始までに係る期間関連</p> <p>・ NTT 東西のフレッツ光に比べ、サービス卸の提供を受ける卸先事業者の FTTH サービスの申込みから提供開始までに係る期間が長いのではないかと指摘があった。</p> <p>⇒ 総務省において申込日から開通工事完了日まで</p>	<p>○ 卸を利用した光コラボ事業者の光サービスの申込みから提供開始までに係る期間に関して、光コラボ事業者に対して不当に不利な取扱いを行っていないか引き続き注視する。</p>

⁹⁸ 電気通信事業法第 38 条の 2 の規定に基づき、一種指定設備設置事業者又は第二種指定電気通信設備を設置する電気通信事業者（以下「二種指定設備設置事業者」という。）は、当該第一種指定電気通信設備又は第二種指定電気通信設備を用いる卸電気通信役務の提供の業務について総務大臣に届出を行うこととされている。また、同法第 39 条の 2 の規定に基づき、二種指定設備事業者が提供する卸電気通信役務について、上記届出の内容を総務大臣が整理・公表することとされているところ、総務省ホームページにおいて以下のとおり公表している。

- ・ 第一種指定電気通信設備を用いる卸電気通信役務の提供の業務に関する情報：
http://www.soumu.go.jp/menu_seisaku/ictseisaku/dailisyudai2syu/108254-04.html
- ・ 第二種指定電気通信設備を用いる卸電気通信役務の提供の業務に関する情報：
http://www.soumu.go.jp/menu_seisaku/ictseisaku/dailisyudai2syu/108254-06.html

<p>の期間の確認を行ったところ、不当な差別的取り扱いは認められなかった。</p>	
---	--

第2章 移動系通信に関する電気通信事業者の 業務の状況等の確認結果

第2章 移動系通信に関する電気通信事業者の業務の状況等の確認結果

第1節 移動系通信に関する電気通信事業者の業務の状況等の確認結果

1 移動系通信に関する電気通信事業者の業務の状況等の確認

二種指定設備設置事業者及びMVNOに対して、移動系通信に関する業務の状況等について確認を行い、サービス提供に当たっての課題について聴取するため、アンケート調査及びヒアリング調査を実施した（確認項目のうち一部については、モバイル検討会においてアンケート調査及びヒアリング調査を実施。）。

具体的には、BWA設備が第二種指定電気通信設備の指定対象となる可能性を念頭に、「電波利用の連携」の競争条件を検証するため、電波利用の連携によるサービスについて、その現状やMVNOの要望等について確認を行うとともに、平成28年度における業務の状況等の確認結果を踏まえた、第二種指定電気通信設備に係る接続及び卸電気通信役務の提供条件の透明性・適正性等を確保するための制度整備を受けた対応状況、事業者の取組を注視するとして事項の取組状況について確認を行った。

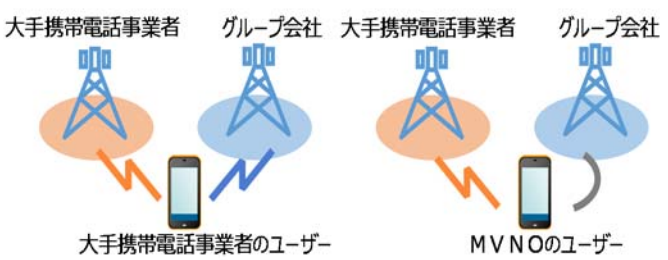
確認内容	確認方法
①第二種指定電気通信設備とBWA設備による電波利用の連携によるサービスの現状やMVNOの要望等	<ul style="list-style-type: none">➤ サービス提供の現状についてはKDDI及びソフトバンクより聴取➤ MVNOの要望等については、「モバイル市場の公正競争促進に関する検討会」における検討に際し、アンケート調査及びヒアリング調査を実施
②平成28年度の確認結果を踏まえた制度整備を受けた対応状況及び事業者の取組を注視するとして事項の取組状況	<ul style="list-style-type: none">➤ 二種指定設備設置事業者及びMVNOに対する個別書面調査（次頁参照）を実施

【個別書面調査の概要】

<p>対象事業者</p>	<p><二種指定設備設置事業者> NTT ドコモ、KDDI、ソフトバンク</p> <p><MVNO> 38 社（①MVNO 委員会に所属する MVNO（23 社）、②5 万契約数以上の MVNO（①を除く 11 社）、③二種指定設備設置事業者の特定関係法人である MVNO（①、②を除く 4 社）</p>
<p>確認方法</p>	<p><MVNO> 書面調査を実施（平成 30 年 2 月 2 日から同月 16 日まで）</p> <p><二種指定設備設置事業者> MVNO への調査結果を踏まえ、確認すべき内容について書面調査を実施（平成 30 年 3 月 28 日から同年 4 月 6 日まで）</p>
<p>確認内容</p>	<p>①平成 28 年度の確認結果を踏まえた制度整備を受けた対応状況及び事業者の取組を注視するとした部分の取組状況 （一部項目については、モバイル検討会において確認）</p> <p>【注視事項】</p> <p>a) MVNO に対する再卸制限のおそれ b) MVNO ユーザによるテザリングの利用可否 c) 二種指定設備設置事業者のグループ内優遇の可能性（料金設定及びサービス品質関連）</p> <p>②グループ内外の電気通信事業者に対する不当な差別的取扱いの有無のうち、販売支援関連及び端末関連 （本章第 2 節参照）</p>

2 電波利用の連携によるサービスの現状や MVNO の要望等についての確認結果等

電波利用の連携によるサービスについて、その現状や MVNO の要望等について確認を行った結果及び対応方針は、以下のとおり。

確認結果	対応方針
<p>(1) 電波利用の連携によるサービスの提供状況</p> <ul style="list-style-type: none"> 一部の二種指定設備設置事業者においては、そのグループの BWA 事業者の基地局設備を活用した電波利用の連携によるサービスを提供している。 BWA 事業者の基地局設備の利用について接続約款に定めがなく、MVNO は、二種指定設備設置事業者や BWA 事業者と個別に交渉する必要がある。(現実には、BWA 事業者から卸役務の提供を受ける二種指定設備設置事業者との交渉が行われている。)  <ul style="list-style-type: none"> KDDI においては、L2 接続と同様の形態で卸役務を提供する全ての MVNO に対し、BWA 事業者 (UQ) から卸役務で提供を受ける基地局設備を卸役務で提供している。 ソフトバンクにおいては、単純再販の形で卸役務を提供する MVNO に対し、BWA 事業者 (WCP) から卸役務で提供を受ける基地局設備を卸役務で提供している。 <p>(2) 「モバイル市場の公正競争促進に関する検討会」における MVNO に対するアンケート調査の結果</p> <ul style="list-style-type: none"> 電波利用の連携について、BWA 事業者の二種指定化、接続料化を支持する。 二種指定化、接続料化することによる値上がりを懸念する。 	<p>○総務省では、報告を受けている特定移動端末設備のシェアを勘案することにより、第二種指定電気通信設備制度の適用を検討する。</p>

3 平成 28 年度の確認結果を踏まえた制度整備を受けた対応状況及び事業者の取組を注視する とした事項の取組状況についての確認結果等

平成 28 年度の確認結果を踏まえた制度整備を受けた対応状況及び事業者の取組を注視する
とした事項の取組状況について確認を行った結果及び対応方針等は、以下のとおり。

(平成 28 年度の確認結果を踏まえた制度整備の内容及び当該制度整備を受けた二種指
定設備設置事業者の接続約款の変更内容については、[参考 6](#)及び[参考 7](#)参照。)

① 制度整備を受けた二種指定設備設置事業者の対応に係る MVNO の意見

確認結果	対応方針
<p>(1) 制度整備事項全般関連</p> <ul style="list-style-type: none"> 今般制度整備に対して MVNO からは、事業予見可能性の向上や接続料等の透明性及び適正性向上に資する等との意見があった。 	
<p>(2) 「接続料の、原価に利潤を加えたものに対する原価の比率並びに原価、利潤及び需要の対前算定期間比」関連</p> <ul style="list-style-type: none"> MVNO から、「接続料の、原価に利潤を加えたものに対する原価の比率並びに原価、利潤及び需要の対前算定期間比」については、MVNO による情報開示請求の件数や、それに対する二種指定設備設置事業者の対応等を注視すべきとの意見があった。 	<ul style="list-style-type: none"> ○接続料の算定根拠の透明性を向上するために、「接続料の、原価に利潤を加えたものに対する原価の比率並びに原価、利潤及び需要の対前算定期間比」の情報開示義務を新設した。 ○また、モバイル検討会報告書において、「接続料については、これを支払う事業者に対して、その算定根拠について透明性が確保されることが重要である。これについては、(略) 接続料の原価や需要等に関する情報開示を求める (略) 制度の運用状況等について検証を行う」とされた。 ○今般の確認において、MVNO から、MVNO による情報開示請求の件数や、それに対する二種指定設備設置事業者の対応等を注視すべき旨の意見があったことを踏まえ、総務省は引き続き制度の運用状況等について注視し、制度やその運用について改善が必要であるかの検証を行う。 <p>(参考) 関係法令等 ：平成 28 年総務省告示第 107 号</p>

確認結果	対応方針
<p>(3) 「いわゆる網改造料の見込み額の公表」 関連</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 網改造料の見込み額について二種指定電気通信設備設置事業者各社の HP にて公表されているが、NTT ドコモ及び KDDI においては、「数百万円」という記載である。 ・ 網改造料の見込み額算定の前提条件である設備構成として、「10G インターフェースにて接続し、XiGTP 接続利用機能を利用する」ことや「10Gbps による ACT/SBY の冗長構成」であることの記載がある。 <p>【MVNO からの指摘事項】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 一部の二種指定設備設置事業者においては、記載されている網改造料の見込み額の幅が広く、予見可能性が向上していない。 <p>【一部の二種指定設備設置事業者の意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 公表されている見込み額の幅を狭めることは可能。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 今般の制度整備（平成 29 年 9 月 28 日施行）により、予見可能性向上の見地から、二種指定電気通信設備設置事業者において、網改造料の見込み額を公表することとなった。 ○ これを受けて実際に公表された網改造料の見込み額の幅は、一部の二種指定設備設置事業者においては「数百万円」といった曖昧性のある表現となっており、これによって予見可能性が十分向上したとは言えない。 ○ これについて、二種指定設備設置事業者側では、見込み額の表現を改善するとの意見表明があったところであり、総務省では、MVNO にとっての予見可能性が向上するか、状況を注視していく。 <p>(参考) 関係法令等 : 平成 28 年総務省告示第 107 号</p>

② 注視するとした事項の取組状況

注視事項	取組状況・対応方針等
<p>(1) 「MVNO に対する再卸制限のおそれ」 関連</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ MNO が再卸に制限を設けるおそれがある。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 平成 28 年度の業務の状況等の確認において、一部の二種指定設備設置事業者等が再卸の制限を設けているケースが確認された。 ○ これを踏まえ、総務省において確認を行ったところ、平成 28 年度の確認時に再卸の制限を設けるおそれを示した MVNO と再卸の制限を設けていると回答した MNO との契約において、平成 28 年度年次レポートの公表後の平成 29 年 10 月 31 日に再卸を制限する条項が削除されたことを確認した。 <p>(参考) 関係法令等 : 電気通信事業法第 29 条第 1 項第 7 号、第 10 号</p>

注視事項	取組状況・対応方針等
<p>(2) 「MVNO ユーザによるテザリングの利用可否」 関連</p> <ul style="list-style-type: none"> 一部端末で、テザリングが MVNO で利用できない。 	<p>○MVNO においてテザリングができない状態が続くことは、MVNO と二種指定設備設置事業者の間、MVNO 間で同等の条件で競争ができない状態を放置することになる。</p> <p>○これについて、ソフトバンクのネットワークでは iPhone/iPad 端末においては平成 30 年 4 月 9 日から、Android 端末については平成 30 年 5 月 18 日からソフトバンクが販売する平成 30 年春夏モデル以降の端末で、テザリングが実現した。</p> <p>○KDDI については現時点で未実現であり、総務省は KDDI に対して、早期実現と実現時期の明示の要請を平成 30 年 6 月 6 日に行った。</p> <p>○なお、テザリング未対応の既発売端末への対応については、今後 MVNO からの要望の有無を総務省が確認する。</p> <p>(参考) 関係法令等 :電気通信事業法第 29 条第 1 項第 1 号、第 7 号、第 10 号</p>
<p>(3) 「二種指定設備設置事業者のグループ内優遇の可能性」 関連</p> <ul style="list-style-type: none"> 二種指定設備設置事業者のグループ企業である一部の MVNO の提供するサービスについて、他の MVNO と同等の料金設定で伝送速度が圧倒的に速いサービスの提供がなされており、当該二種指定設備設置事業者によるグループ内優遇の可能性はある。 	<p>(本章第 2 節の 2 (1) 参照)</p>

第2節 グループ内外の電気通信事業者に対する不当な差別的取扱いの有無の確認結果

1 グループ内外の電気通信事業者に対する不当な差別的取扱いの有無の確認

二種指定設備設置事業者及びそれらの特定関係法人である電気通信事業者によるグループ内外の電気通信事業者に対する電気通信役務及び電気通信役務の提供以外の業務（電気通信役務の提供と密接不可分に関係するものに限る。）に係る不当な差別的取扱いの有無について確認を行った。

確認内容	確認方法
二種指定設備設置事業者及びそれらの特定関係法人である電気通信事業者によるグループ内外の電気通信事業者に対する不当な差別的取扱いの有無	<ul style="list-style-type: none">➤ 料金設定及びサービス品質関連については、モバイル検討会における検討に際し、アンケート調査及びヒアリング調査を実施（また、電気通信事業法第38条の2に基づく卸電気通信役務に関する届出⁹⁹内容の確認を実施）➤ 販売支援関連及び端末関連については、二種指定設備設置事業者及びMVNOに対する個別書面調査を実施（個別書面調査の概要については、本章第1節の1参照）

2 グループ内外の電気通信事業者に対する不当な差別的取扱いの有無の確認結果等

二種指定設備設置事業者及びそれらの特定関係法人である電気通信事業者によるグループ内外の電気通信事業者に対する不当な差別的取扱いの有無について確認を行った結果及び対応方針は、以下のとおり。

⁹⁹ 脚注 98 参照

確認結果	対応方針
<p>(1) 料金設定及びサービス品質関連</p> <ul style="list-style-type: none"> 二種指定設備設置事業者のグループ企業である一部のMVNOの提供するサービスについて、他のMVNOと同等の料金設定で伝送速度が圧倒的に速いサービスの提供がなされており、当該二種指定設備設置事業者によるグループ内優遇の可能性がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ○二種指定設備設置事業者は、卸電気通信役務^{※1}の一部について、料金その他の提供条件等の届出を義務づけられており^{※2}、総務省において当該届出の内容の確認を行っているところ、当該届出に基づき確認できる範囲では、MVNOへの料金その他の提供条件等は、概ね接続約款に準拠するものであった。 <ul style="list-style-type: none"> ※1 特定関係法人かつ5万回線以上の卸先又は50万回線以上の卸先に提供するもの。 ※2 電気通信事業法第38条の2、電気通信事業法施行規則第25条の7第1項第4号、第25条の7の2 ○モバイル検討会において、MVNOのデータ伝送役務の提供に係る契約帯域幅及びその利用者数についてMVNO10社から情報提供を受けたところ利用者当たり契約帯域幅(kbps/利用者数)ではUQがこれらMVNOの中で最も大きい値であった。MVNOの支払額が接続約款に準拠するものであれば、UQでは、他のMVNOよりも利用者当たりで多額の料金を支払うことでそれに応じた大きな帯域幅を確保していることになる。 ○この点について、ネットワーク提供に際しての事実上の金銭的補助があるが故に上記の多額の支払いが可能となっているのかについては必要な検証が行われていない。 ○今後、本件検証について、総務省において検討を進めていく。
<p>(2) 販売支援関連関連</p> <ul style="list-style-type: none"> 店舗展開や販売促進面において、二種指定設備設置事業者と関連MVNO間の連携が過度に行われている。 	<ul style="list-style-type: none"> ○前回の調査において、関連MVNOと販売連携に係る契約を締結している二種指定設備設置事業者からは、他のMVNOに対しても、販売連携について協議に応じるとの説明があったところである。 ○今般の個別書面調査において、MVNOからは、販売支援の要望が不当に拒否されたとの回答はなかった。また、一部のMVNOにおいて当該二種指定設備設置事業者との間で平成29年度において販売連携を行っていた事例の回答があった。 ○また、同じ今般の個別書面調査において、当該二種指定設備設置事業者から、販売支援を要望するMVNOの間では現在協議を行っているとの回答があった。 ○今後も総務省において協議状況を注視することが必要である。

確認結果	対応方針
<p>(3) 端末関連</p> <ul style="list-style-type: none"> 市場シェアの高い端末について、メーカから二種指定設備設置事業者に対してのみ提供されている場合がある。 二種指定設備設置事業者からの市場シェアの高い端末 (iPhone) の提供が関連 MVNO でない MVNO では実現できていない。 <p>【関連 MVNO の意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> 特定関係法人である二種指定設備設置事業者に依頼し、iPhone の卸提供を受けている。 利用者満足度の向上のため、端末ラインナップの充実を図っているところ、iPhone は一定のニーズがある端末であり、競争事業者への対抗上も不可欠。 市場シェアが高く利用者ニーズの高い端末 (iPhone) を取り扱うことで、加入者増の効果を期待。 <p>【一部の二種指定設備設置事業者の意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> 特定関係法人である MVNO に市場シェアの高い端末 (iPhone) を提供している。 特定関係法人ではない複数の MVNO から市場シェアの高い端末 (iPhone) の提供について要望を受けたことがある^{※3}が、提供はしていない。 	<ul style="list-style-type: none"> ○端末の供給について、電気通信事業者が独立した事業主体として行った供給先の選択や供給に係る条件の設定は、基本的には、事業者による自由な事業活動として尊重される。 ○また、利用者利便の向上のため、市場シェアの高い端末について、MVNO 等の電気通信事業者が当該端末のメーカや当該端末の調達可能な電気通信事業者から調達を行うことが可能となることは、歓迎される。 ○しかしながら、市場シェアの高い端末のメーカからの供給が二種指定設備設置事業者のみに対してなされ、MVNO が自ら調達することが困難な状況において、二種指定設備設置事業者から MVNO への当該端末の転売が自己の関係事業者である MVNO のみに対して行われる場合には、結果として移動系通信市場（特に MVNO サービス市場）における競争に影響を及ぼす可能性がある。 ○このため、総務省において、二種指定設備設置事業者と MVNO との間の端末の提供に関する協議・交渉等の状況を注視し、状況に応じて必要な対応を検討する^{※4}。 <p>※3 当該 MVNO との間で条件等の協議を行ったか否かについて明確な回答はなかった。</p> <p>※4 一部の二種指定設備設置事業者からは、端末メーカから、自社の代理店及び特定関係法人以外の事業者に対する当該メーカの端末の販売を禁止されている事実はないとの回答があった。</p>

第3編 電気通信市場の検証

第3編 電気通信市場の検証

第1編「電気通信市場の分析」及び第2編「電気通信事業者の業務の適正性等の確認」の結果を踏まえ、公正競争の促進及び利用者利便の確保の観点から、電気通信市場の検証を行った結果は、以下に示すとおりである。

1 固定系通信に関する市場の検証

(1) 公正競争環境に関する検証

① 「自己設置」・「接続」・「卸電気通信役務」それぞれの提供形態ごとの間での公正競争やグループ内とグループ外との間の公正競争が確保され、料金・サービス競争の進展により、料金・サービスの多様化、低廉化が促進されているか。

ア 「自己設置」・「接続」・「卸電気通信役務」それぞれの提供形態ごとの間での公正競争やグループ内とグループ外との間の公正競争が確保されているか。

FTTH の小売市場への参入状況では、NTT 東西のサービス卸を利用した「卸電気通信役務」型による新規参入事業者の増加が続いている。また、「自己設置」型の事業者数は微増、「接続」型の事業者数は微減となっている。

FTTH の提供形態別の契約数では、「自己設置」型の契約数は減少傾向、「接続」型の契約数は横ばいとなっている。ただし、「卸電気通信役務」型の契約数の純増ほど「自己設置」型の契約数は純減していない。

FTTH の事業者別シェアでは、NTT 東西が減少傾向、NTT 東西のサービス卸を利用する事業者のシェアが増加傾向であり、とりわけMNO（NTT ドコモ及びソフトバンク）のシェアの合計の増加が顕著である。

FTTH の地域ごとの事業者別シェアでは、NTT 東西のシェアが全地域で減少し、4割を下回っている。これにより、北海道及び関東¹⁰⁰を除く地域でHHIが減少した。

FTTH の提供形態ごとの事業者別シェアでは、「自己設置」においては、転用の増加に伴い、NTT 東西のシェアが減少傾向となっている。「接続」においては、つなぐネットコミュニケーションズに小売事業を移管したアルテリア・ネットワークスのシェアが減少した一方、KDDI 及びソニーネットワークコミュニケーションズが増加傾向となっている。

「卸電気通信役務」においては、アルテリア・ネットワークスから小売事業を承継したつなぐネットコミュニケーションズのシェアが増加している。また、MNO（NTT ドコモ及びソフトバンク）のシェアの合計が過半を占めている。

NTT 東西のサービス卸の卸契約数に占める NTT グループの割合が過半を占めているものの、FTTH 市場の小売市場におけるグループ別シェアでは、KDDI グループが増加傾向、

¹⁰⁰ 脚注 64 参照

NTT グループが減少傾向であり、HHI は減少している。

FTTH の小売市場においては、「卸電気通信役務」型を中心とした参入事業者数の増加や HHI の低下等からも、一定程度競争が進展していると考えられるが、NTT 東西のサービス卸契約数に占める MNO の契約数の比率が継続的に高まっていることや、近畿においてサービス卸の契約数も含めた NTT 東西のシェアが微増となっていること等を踏まえ、引き続き競争状況の注視が必要である。

NTT 東西によるサービス卸は、第一種指定電気通信設備を利用して行われる事業者間取引であり、FTTH の小売市場における公正な競争の土台となるものであるため、NTT 東西に対し、サービス卸ガイドラインを踏まえた対応状況の適正性等について確認を行ったところ、「情報の目的外利用」に関して、NTT 東日本において、同社が販売委託会社に提出していた電話勧誘リストに、目的外利用に当たる利用者情報が含まれていることが分かった。このため、事案の全容を調査するとともに、状況に応じて、必要な措置をとることとしている。

また、平成 28 年度における電気通信事業者の業務の適正性等の確認結果を踏まえ、NTT 西日本におけるサービス卸の提供料金（以下本編において「卸料金」という。）と FTTH の利用者料金水準に係る詳細な調査を行った。本調査においては、利用者料金と卸料金の逆転現象は認められず、また、両者の接近がみられる場合も限定的であると考えられるという結果であったものの、多くの FTTH 事業者が NTT 西日本の卸役務に依存している現況からすれば、NTT 西日本が卸料金水準の設定によって価格圧搾を行う能力を有し、また、今後、価格圧搾を行う誘引が生じる可能性があるのも事実であることから、今後とも価格圧搾による不当な競争を引き起こさないよう、卸料金水準と利用者料金水準の関係について状況把握を行っていくことが適当と考えられる。

この点、NTT 東日本の卸役務についても同様であることから、NTT 東西のサービス卸について、引き続き注視していく必要がある。

NTT 東西の各卸先事業者におけるサービス卸ガイドラインを踏まえた対応状況については、サービス卸ガイドラインに規定する電気通信事業法上問題となり得る行為は現段階では確認されなかった。

また、平成 28 年度における電気通信事業者の業務の適正性等の確認結果を踏まえ、MNO が提供する FTTH と移動系通信サービスのセット割引について、不当な競争を引き起こすものとなっていないかという観点から詳細な確認を行ったところ、割引後の料金が、適正なコストを下回り、不当な競争を引き起こすものとなっているとは現段階では認められなかった¹⁰¹。一方、NTT ドコモのセット割引については、ウェブサイト上の広告において、

¹⁰¹ 試行的に実施した「割引総額帰属テスト」の結果を勘案しても、現時点で直ちにセット割引が不当な競争を引き起こしているとは認められなかった。

不当な競争を生じさせるおそれのある不適切な内容があったと認められたところ、業務運営の適正性確保の観点から、平成30年6月、同社に対して再発防止等の措置を講じること等を求める行政指導を行った。今後は、本調査結果を踏まえ、広告表示について他の事業者等に対する注意喚起を行うとともに、不当な競争が引き起こされていないかという観点から、FTTH市場における競争の状況及びMNOの動向を注視する必要がある。

さらに、NTTドコモを含め、割引等の広告表示に関し、複数の適用条件を満たした場合にのみ適用される最大割引額等を表示して利用者に訴求する手法を用いている点について、第8回電気通信市場検証会議（平成30年5月25日）において、複数の構成員より公正競争の観点から問題となり得るため、改善されるべき旨の指摘があったところ、このような条件付の最安料金の訴求については、モバイル検討会報告書において示されたとおり、電気通信サービスの広告表示に関する自主基準及びガイドラインの実施状況を注視するとともに、苦情相談の状況等を検証し、利用者自らの適切なサービス選択に関し、利用者に誤認を与え、利用者の利益の保護に支障を生じるおそれのある表示等の不適切な表示が認められた場合には、その是正を求める等、必要な対応をとることが適当である。

イ 料金・サービス競争の進展により、料金・サービスの多様化、低廉化が促進されているか。

FTTHの料金に関しては、シェアドアクセス方式に係る主端末回線の接続料は低廉化の傾向にある。また、上記アのとおり、2018年4月にNTT東西のサービス卸の卸料金の値下げが行われている。

このような中、主要なFTTHサービスの利用者料金についてみると、基本となる月額料金は、おおむね5,000円（戸建向けの場合）で推移しており、値下げの動きはみられない。

また、主要なFTTHサービスにおけるスイッチングコスト（新規契約時の手数料・開通工事費や解約時の違約金・撤去工事費等の経済的なコスト）についても、一部の事業者において違約金の値下げが行われたほかは、総じて、値下げの動きはみられず、撤去工事費の値上げを行った事業者もみられた。

このように、FTTHの料金競争については、新規参入の増加による競争の進展や接続料の低廉化や卸料金の値下げの動きがあったものの、基本となる月額者料金の低廉化に反映されるまでには至っておらず、セット割引やキャッシュバック・キャンペーン割引の実施による差別化が中心となっている。

とりわけキャッシュバックについては、アンケートに回答した事業者の7割以上が何らかのキャッシュバックを実施している状況であり、開通工事費、撤去工事費、他社設定の解約時違約金等がキャッシュバックの還元対象費目とされている場合が多いところ、このようなキャッシュバックはスイッチングコストを低減する効果を有するものの、過

度のキャッシュバックの実施により利用者間の公平性¹⁰²が損なわれていないか、事業者間の公正競争に悪影響を及ぼしていないか等、注視していく必要があると考えられる。

他方、FTTHのサービス競争においては、KDDIやソニーネットワークコミュニケーションズが「接続」型におけるサービス設計の自由度を活かし、最大通信速度（上下）10Gbpsのサービスの提供を開始するなど、サービスの多様化が進展してきている。

また、「卸電気通信役務」型においては、FTTHサービスは卸元事業者のサービスに準拠したものとなるが、様々な分野からの参入により、各卸先事業者固有のサービスとの連携サービスが提供されている。

このような「接続」型事業者及び「自己設置」型事業者並びに「卸電気通信役務」型事業者によるサービス競争が一層進展することにより、利用者の多様なニーズに対応したサービスの展開やイノベーションの促進が期待される。

② 卸売市場の競争の進展により、利用者料金の低廉化につながっているか。

FTTHの卸売市場における事業者別シェアをみると、3グループ（4社）の合計が約99%となっており、卸利用事業者にとって卸元事業者の選択肢は多くない状況である。

とりわけNTT東西のシェアの合計が約80%程度で推移するなど、その存在感は大きく、アルテリア・ネットワークスによるつなぐネットコミュニケーションズへの小売事業の移管に伴う同社の卸契約数・シェアの増加等により2017年12月末においてHHIが減少したものの、新規参入の増加による実質的な競争の進展はみられない。

NTT東西は営業コスト削減等の取組により、NTT東西のサービス卸の卸料金について2018年4月に値下げを行ったが、FTTHの接続料の水準を勘案すると限定的である。

このような中、FTTHの利用者料金については、上記①イのとおり、キャンペーン割引やキャッシュバックによる競争が中心であり、基本となる月額料金の低廉化に反映されるまでには至っていない。

したがって、現時点で、卸売市場の競争の進展はみられず、利用者料金の低廉化につながっているとは言い難い。

他方で、卸利用事業者における卸元事業者の検討状況については、アンケートに回答した事業者のうち「現在の卸元事業者以外を検討しなかった」事業者が過半であったが、「今後他の卸元事業者を検討する意向を持っている」事業者も約3割となっており、卸売市場への新規参入が増加することにより、卸売市場の競争が活性化し、延いては利用者料金の

¹⁰² 特定の者に対する不当な差別的取扱いに該当する場合、電気通信事業法第29条第1項第2号に基づき業務改善命令の対象となり得る。

低廉化につながることを期待できる。

また、NTT 東西は卸料金の値下げを行ったところ、NTT 西日本によれば、今後も卸料金水準の見直し等の検討を行うとのことであるが、NTT 東西において、引き続き卸料金の引き下げも視野に入れた取組みが行われることが期待される。

なお、FTTH の小売市場における NTT 東西のサービス卸の卸先事業者のシェアの増加を踏まえると、FTTH の卸売市場における事業者間取引の適正性・公平性の確保が引き続き重要であることから、総務省において、サービス卸ガイドラインの遵守状況等に関するモニタリングを継続していくことが必要である。

③ 料金・サービスの多様化、低廉化を通じ、FTTH の利用が促進されているか。

NTT 東西のサービス卸を契機として、「卸電気通信役務」型による FTTH の小売市場への新規参入の増加が続いており、様々な分野のサービスとの連携サービスが進展している。

また、KDDI やソニーネットワークコミュニケーションズといった「接続」型事業者により、最大通信速度（上下）10Gbps のサービスの提供が始まるなど、サービスや料金プランの多様化が進展しているといえる。

一方、利用者料金の低廉化に関しては、主要なコストである接続料の低廉化や NTT 東西のサービス卸の卸料金の値下げが見られたものの、FTTH の主要事業者において基本となる月額料金の値下げの動きはみられない。

また、FTTH 契約数の増加率は鈍化しており、サービス卸を含めた NTT 東西の FTTH 契約数をみると、直近3年間（2014 年度末～2017 年度末）で約 180 万増加しているものの、サービス卸の提供開始前に比べて顕著に増加したとは認められず、NTT 東西のサービス卸に占める MNO と ISP の割合も 9 割を超えている状況であり、他の分野から参入した事業者が十分に契約を獲得できていない状況といえる。

現時点で、料金・サービスの多様化、低廉化を通じ、FTTH の利用が十分に促進されているとは考えにくい。今後、「接続」型事業者の新サービスや異業種参入等によるイノベーションの促進を通じた新たなサービスの提供によって、FTTH の利用が一層促進されることが期待される。

なお、上記のとおり、FTTH の小売市場においては、MNO が、自社の携帯電話とのセット割引を強みとしてシェアを拡大し続けており、MNO の競争力の高さが際立っているが、当該 MNO が、他の事業者の FTTH サービスの組合せによるセット割引等の連携を行うことにより、当該他事業者の競争力が高まり、MNO のセット割引によって当該他事業者における FTTH 事業の運営が困難となる蓋然性は小さくなると考えられるため、今後そのような事業者間連携が行われることも期待される。

(2) 利用者利便に関する検証

① 新サービスの創出等により、利用者のサービス選択の幅が拡大され、利用者の満足度が向上しているか。

NTT東西のサービス卸の開始以降、様々な分野から「卸電気通信役務」型事業者の参入が進み、これらの事業者の固有のサービスとFTTHとの連携サービスの提供も進んでいるほか、「接続」型事業者によって、最大通信速度（上下）10Gbpsのサービスの提供が開始されるなど、利用者のサービス選択の幅は拡大しているといえる。

一方、NTT東西のサービス卸に占めるMNOとISPの割合が9割を超えているほか、光コラボサービスの認知度の低下もみられるなど、他の分野から参入した事業者が提供する光コラボサービスが、利用者の検討の俎上に載っていない場合が多いと考えられる。

他方、利用者のFTTHに対する満足度についてみると、MNO系以外の光コラボサービス及び光コラボ以外のFTTHについては、料金面及び通信速度・品質面ともに満足度が不満足度を上回っているが、市場において比較的高いシェアを占めるMNO系の光コラボサービスについては、料金面の満足度が不満足度を下回っており、サービス選択の幅は拡大したものの、現段階で、FTTHの満足度の向上に十分につながっているとまではいえず、今後も、FTTHに対する満足度の状況を注視していく必要がある。

また、現在、FTTHの主要事業者において、基本となる月額料金の低廉化の動きは見られず、キャンペーン割引やキャッシュバックが活発に実施されている状況であるが、利用者による事業者選択の決め手は「月額の利用料金が安いこと」が最も多く挙げられていること、キャッシュバックと料金に関する利用者の認識では「キャッシュバックの増額よりも通信料金の値下げを優先してほしい」が約8割となっていることなどから、各電気通信事業者において、キャッシュバック実施よりも、料金の低廉化やサービスの拡充を実施することにより、満足度が向上すると考えられる。

なお、総務省は、IP電話番号の継続利用を含めた卸先事業者の変更の在り方について、平成28年度における市場検証の結果やそれを受けた業界団体における検討状況を踏まえ、平成30年5月より「NTT東西の光サービスの卸売サービスの事業者変更の在り方についてのタスクフォース」を設置し、検討を開始したところ、今後、IP電話番号の継続利用を前提とした卸事業者の変更が実現することにより、事業者間における利用者の流動性が高まり、利用者利便の向上に資することが期待できる。

② FTTHを提供する事業者が増加することで競争が進み、FTTHの利用者料金の低廉化が

促進されているか。

上記(1)①のとおり、NTT東西のサービス卸を契機として、FTTHの小売市場において、「卸電気通信役務」型事業者の参入が進み、「自己設置」型の事業者数が微増、「接続」型の事業者数は微減となっており、「卸電気通信役務」型事業者の参入を中心とした競争が進展しているといえるものの、各類型の事業者とも、セット割引やキャッシュバック・キャンペーン割引の実施による差別化が中心となっており、主要なFTTHサービスにおいて、基本となる月額料金の低廉化に反映されるまでには至っていない。

③ FTTHの選択において、利用者がニーズに応じた合理的な選択ができているか。

上記(2)①のとおり、利用者による事業者選択の決め手は「月額の利用料金が安いこと」が最も多く挙げられている。また、キャッシュバックと料金に関する利用者の認識では「キャッシュバックの増額よりも通信料金の値下げを優先してほしい」が約8割となっているが、上記(1)①イのとおり、FTTHの主要事業者においては、基本となる月額料金の低廉化の動きはみられず、キャンペーン割引やキャッシュバックが活発に実施されている状況であり、利用者のニーズに十分に応じているとはいえない。

また、キャッシュバックに対する利用者の認識として、「料金プランを分かりにくくしていると思う」との意見が約7割であったほか、キャッシュバックに関する利用者の経験として、「適用条件等の記述がわかりにくい」を挙げた利用者が約4割、「期間限定だったはずのキャンペーンが延長された」「適用条件が多すぎて、目的のキャッシュバックを受けられなかった」「長期間経過後に自らの申請が必要であったが、申請を失念」を挙げた利用者也約2割であった。

さらに、NTT東西及び各卸先事業者におけるサービス卸ガイドラインに規定する「消費者保護の充実等の観点から望ましい行為」への対応状況については、平成28年度に引き続き一定の取組みが行われていることが確認でき、卸先事業者が提供するサービスを含むFTTHに関する苦情相談件数は減少したものの、依然として高い水準である。

このように、キャッシュバックに係る複雑な適用条件、分かりにくい表示等、また、それらに起因して生じている可能性のある誤案内や説明不足、不適切な営業手法等によって、利用者の合理的な選択の機会が阻害されている可能性があり、現時点で、利用者が自らのニーズに応じた合理的な選択が十分にできているとまではいえない。

このため、消費者保護の徹底の観点からは、引き続き、「電気通信事業の利用者保護規律に関する監督の基本方針」に基づき、「消費者保護ルール実施状況のモニタリング定期会合」を中心として消費者保護に関する取組状況について注視していく必要がある。

(3) 今後取組むべき課題等

FTTH の卸売市場においては、依然として NTT 東西の存在感が大きい状況であり、また、FTTH の小売市場においては NTT 東西のサービス卸の卸先事業者のシェアが 3 割を超え、増加傾向であることから、小売市場における公正な競争の土台となる卸売市場における公正な取引の確保が引き続き重要であるため、サービス卸ガイドラインの遵守状況等に関するモニタリングを継続する必要がある。その際、今年度試行的に実施した、「割引総額帰属テスト」のような先駆的な取組は、今後とも積極的に採用することを検討していくことが必要である。

FTTH の接続料の低廉化が進展しているものの、FTTH の主要な事業者において利用者料金の値下げがみられない状況等を踏まえ、FTTH の小売市場において、利用者料金の低廉化につながっていない要因について分析・検証を深めていく必要がある。

また、他のサービスとのセット販売やキャンペーン割引・キャッシュバック等が活発に実施されているところ、過度の割引・キャッシュバックやこれらに関する不適切な表示等によって、利用者間の公平性が損なわれていないか、更には、公正競争に悪影響が生じていないか、利用者の合理的な選択が阻害されていないか、注視していく必要がある¹⁰³。

¹⁰³ 適正なコストを著しく下回る料金が設定されている場合やサービス内容の表示について適切な表示が行われておらず、利用者に誤認を与え、利用者の利益の保護に支障を生ずる場合等は、電気通信事業法第 29 条の業務改善命令の対象となる可能性がある。なお、サービスの内容等の不適切な表示については景品表示法上の問題にもなり得る。

2 移動系通信に関する市場の検証

(1) 公正競争環境に関する検証

- ① MNO 間、MVNO 間及び MNO である MVNO や MNO のサブブランドも含めた MNO と MVNO との間の公正競争やグループ内とグループ外との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。

ア MNO 間、MVNO 間及び MNO である MVNO や MNO のサブブランドも含めた MNO と MVNO との間の公正競争やグループ内とグループ外との間の公正競争が確保されているか。

MNO サービス市場における MNO 各社のシェア及び HHI に大きな変化はみられない。

MVNO サービス市場においては、楽天によるプラスワン・マーケティングからの事業承継等により HHI が増加に転じているものの、事業者数は引き続き増加するするとともに、SIM カード型を提供する事業者を中心にシェアの変動もみられることから、事業者間の競争が進展しているといえる。

移動系通信市場について MNO 3 グループと MVNO のシェアをみると、MVNO が増加傾向となっており、それに伴い HHI も減少傾向となっていること、MVNO の契約数の増加率が MNO 3 グループに比して高い水準にあることなどから、MVNO も含めた競争が進展しているといえる。

なお、MNO のサブブランド¹⁰⁴及び契約数が 3 万以上の MVNO を含めた SIM カード型サービスにおける事業者別シェアについてみると、UQ コミュニケーションズのシェアが増加傾向にあるものの、ワイモバイルのシェアは減少傾向にあり、それに伴い HHI も減少傾向となっている。

また、移動系通信の技術進展の中で、電波利用の連携が MNO だけでなく、MVNO においても活用され、両者が同等の条件で競争することができる環境にあるか等の検証を行った。本検証の実施に当たっては、モバイル検討会を開催するとともに MNO や MVNO に対してアンケート調査及びヒアリング調査を実施した。

まず、第二種指定電気通信設備と BWA 設備による電波利用の連携によるサービスの現状や MVNO の要望等の確認においては、BWA 事業者の基地局設備の利用が接続約款化されていないため、MVNO は、二種指定設備設置事業者や BWA 事業者と個別に交渉する必要がある（現実には、BWA 事業者から卸役務の提供を受ける二種指定設備設置事業者との交渉が行われている。）ことが確認されたところ、総務省において、報告を受けている特定移動通信端末設備のシェアを勘案し、第二種指定電気通信設備制度の適用を検討することとしている。

¹⁰⁴ ここでは UQ コミュニケーションズの提供する MVNO サービス及びソフトバンクの提供する「ワイモバイル」を指す。

次に平成 28 年度における電気通信事業者の業務の状況等の確認結果を踏まえて行った、第二種指定電気通信設備に係る接続及び卸電気通信役務の提供条件の透明性・適正性等を確保するための制度整備を受けた対応状況の確認においては、MVNO から、今般の制度整備に概ね賛同の意見が得られた一方、二種指定設備設置事業者の実運用については、MVNO の情報開示請求の件数や、それに対する二種指定設備設置事業者の対応等を総務省において注視すべきとの意見、網改造料の見込み額について、MVNO からは、一部の二種指定設備設置事業者の記載する金額の幅が広く予見可能性が向上していないとの懸念が示された。このため、総務省において、引き続き制度の運用状況等について注視していくこととしている。

また、平成 28 年度における業務の状況等の確認結果における注視事項のうち、一部の端末において MVNO ではテザリングが利用できない状態であった点について、ソフトバンクは、iPhone/iPad 端末及び平成 30 年春以降販売する Android 端末において、MVNO 回線でのテザリングを実現したものの、KDDI は、現時点では実現していないため、平成 30 年 6 月、同社に対して早期実現と実現時期の明示について要請を行った。

同じく注視事項としていた、二種指定設備設置事業者のグループ企業である一部の MVNO（以下「当該関連 MVNO」という。）の提供するサービスが、他の MVNO のサービスと同程度の料金設定であるにもかかわらず、通信速度が圧倒的に速く、グループ内優遇の可能性がある点については、総務省への届出が行われている範囲では、同社が設定する料金その他の提供条件等が概ね接続約款に準拠していることを確認するとともに、モバイル検討会において、MVNO のデータ伝送役務の提供に係る利用者当たり契約帯域幅の調査を行い、当該関連 MVNO が最も大きい値であることを確認した。この点について、ネットワークの提供に際して、当該二種指定設備設置事業者から当該関連 MVNO に事実上の金銭的補助が行われていることによって、当該関連 MVNO において契約帯域幅に応じた多額の支払いが可能となっているのかについては十分な検証が行われていないため、今後、検証を進めていくこととしている。

さらに、グループ内外の電気通信事業者に対する不当な差別的取扱いの有無について確認を行ったところ、一部の二種指定設備設置事業者が、グループ内の MVNO に対してのみ市場シェアの高い端末を卸提供し、グループ外 MVNO に対しては提供していないことが確認された。

端末の供給については、基本的には、事業者による自由な事業活動として尊重されるが、移動系通信市場（特に MVNO サービス市場）における競争に影響を及ぼす可能性があることから、二種指定設備設置事業者と MVNO との間の協議・交渉等の状況を注視し、状況に応じて必要な対応を検討することとしている。

イ 料金・サービスの多様化、低廉化が促進されているか。

2017年度におけるMNO各社の料金プランについては、NTTドコモやソフトバンクによる特定端末の購入を条件とする恒常的な割引プランや、KDDIによる実際のデータ通信使用量に応じた多段階定額プランが新たに提供されたほか、一部のMNOにおいて、大容量データ通信プランの拡充や料金の値下げが行われた。また、IoT/M2M向けサービスについても料金水準の引き下げなどが行われた。

また、MVNOにおいても、料金の値下げ、割引サービスの新設、料金・サービスプランの新設等が実施されている。

これらのことから、移動系通信市場において、料金・サービスの多様化、低廉化が進展したといえる。今後も、各事業者において、利用者の多様なニーズに対応した料金・サービスの展開や料金の低廉化に向けた取組が行われることが期待される。

また、割引等の広告表示に関し、複数の適用条件を満たした場合にのみ適用される最大割引額等を表示して利用者に訴求する手法を用いている点について、第8回電気通信市場検証会議において、複数の構成員より公正競争の観点から問題となり得るため、改善されるべき旨の指摘があった。このような条件付の最安料金の訴求については、モバイル検討会報告書において示されたとおり、電気通信サービスの広告表示に関する自主基準及びガイドラインの実施状況を注視するとともに、苦情相談の状況等を検証し、利用者自らの適切なサービス選択に関し、利用者に誤認を与え、利用者の利益の保護に支障を生じるおそれのある表示等の不適切な表示が認められた場合には、その是正を求め等、必要な対応をとることが適当である。

② MNO間で料金・サービスを中心とした競争が進展し、料金・サービスの差別化が図られているか。

MNOサービスについては、料金・サービスの多様化、低廉化に資する積極的な取組が行われ、料金・サービスを中心とした競争が進展したといえる。

特に実際のデータ通信使用量に応じて段階的に通信料金が適用されるプランについては、契約したデータ通信容量と月々の実際のデータ通信使用量の乖離を低減しうるプランといえ、KDDIが平成29年7月から提供を開始した、実際のデータ通信使用量に応じて5段階の料金が自動的に適用されるプラン（「auピタットプラン」）は、MNOのスマートフォン向けプランとして初めて導入された¹⁰⁵。「auピタットプラン」は、ある家族モデルに

¹⁰⁵ 2018年5月にはNTTドコモ（「ベーシックパック」）で4段階、2018年6月にはソフトバンク（「おてがるプラン」）で3段階の料金がデータ通信使用量に応じて自動的に適用されるプランの提供が開始されている。

おける一定の使用状況を想定¹⁰⁶すると、同社の従来型プランと比べ、1家族当たりの通信料金が13%程度低廉化する場合もみられる。

また、特定端末の購入が条件ではあるものの、月々1,500円程度の割引が適用されるプランが平成29年6月にはNTTドコモ（「docomo with」）、平成29年9月にはソフトバンク（「ワンキュッパ割」）から提供されており、いずれも加入後に機種変更を行った場合であっても割引が継続するため、恒常的に通信料金が低廉化することが期待できる。

これらの特定端末の購入を条件とした恒常的な割引プランは、ある家族モデルにおける一定の使用状況を想定¹⁰⁷すると、当該プランによる割引がない場合と比べ、1家族当たりの通信料金が27%程度低廉化する場合もみられる。

このように、MNOサービスの利用者料金については一定の低廉化がみられたが、これらのプランは端末購入を条件とした割引と比べ、割引額が限定的になる場合もみられるため、引き続きMNO各社による更なる料金低廉化の取組が期待される。また、加入時に特定の端末の購入が必要となる点は、利用者の選択の幅を制限することになるため、今後、このような条件が緩和又は撤廃され、より多くの利用者に対して割引が提供されることが期待される。

なお、総務省は2018年4月9日に楽天モバイルネットワークによる第4世代移動通信システムにかかる特定基地局の開設計画の認定を行ったところである。同社は自らネットワークを構築して携帯電話事業を行う予定であり、同社も含めた携帯電話事業者各社が公正競争を行う中で、利用者にとって多様なサービスが使いやすい料金で実現することが期待される。

③ 卸売市場における競争の促進やMVNEの積極的な事業展開により、MVNOサービスの普及が促進しているか。

移動系通信サービスの卸売市場においては、MNOの卸契約数の事業者別シェアに大きな変動はなく、HHIは微増となっている。

他方、最終利用者にサービスを提供するMVNOに対する移動系通信サービスの卸契約数における卸元のシェアでは、MVNE（再卸事業者）が30%程度、MNOが70%程度ではあるものの、MNOの割合は減少傾向であり、HHIも減少傾向となっている。

¹⁰⁶ 4人家族で、通話基本料はカケホ1人、スーパーカケホ2人、シンプル1人、データ通信はそれぞれ2GB、1GB、5GB、5GB以内で使用した場合を想定し、当該割引以外の割引や端末代金及び端末購入を条件とした割引は考慮していない。

¹⁰⁷ NTTドコモにおいて、4人家族で、通話基本料はカケホーダイ1人、カケホーダイライト2人、シンプル1人、データ通信はシェアプラン（15GB）を利用した場合を想定し、当該割引以外の割引や端末代金及び端末購入を条件とした割引は考慮していない。

また、SIM カード型においては MVNE（再卸事業者）の割合が 45%程度となっており、MVNO の小売事業の展開や MVNO サービスの普及における MVNE（再卸事業者）の貢献が窺える。一方、通信モジュール型サービスにおいては MNO による卸提供の割合が 98%程度を占めている状況となっており、引き続き競争状況を注視する必要がある。

このような状況の中、MNO の卸契約数、MVNE（再卸事業者）の再卸契約数はともに増加傾向にあり、MVNO サービスの普及が進んでいるといえる。

(2) 利用者利便に関する検証

① ライトユーザ・ヘビーユーザ・長期利用ユーザ向けの料金プランや期間拘束・自動更新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。

移動系通信サービスの利用者料金の満足度をみると、MNO、サブブランド、MVNO ともに料金に対する満足度が上昇する結果となっているが、MNO においては不満足度が満足度を上回っている。利用者アンケートにおける MNO の利用者が不満を感じる点では「月額利用料金が高いこと」が約 7 割となっており、引き続き積極的な対応が期待される。

契約しているデータ通信容量と実際の使用量の状況については、概ね 3 割程度の利用者が、契約したデータ容量の半分未満しか使用していない状況であった。

利用者の利用実態に合わせたサービス選択については、モバイル検討会報告書において、契約プランが利用実態に合っているかどうかに関する更なる理解促進のための環境づくりが必要であるとされた。これを踏まえ、平成 30 年 6 月、MNO に対して、利用者がその利用実態に応じたサービス選択をできるよう、データ使用量と契約している料金プランに乖離が生じている利用者に対して、利用金額が適正となる料金プランの例を案内すること等の措置を講ずることを要請した¹⁰⁸。

音声のライトユーザ向けプランについては利用率が上昇したほか、説明状況では「説明を受け、利用を勧められた」との回答の割合が大幅に上昇するなど、MNO 各社において通信契約時に利用者のニーズの確認を行い、利用者のニーズに応じたプランを紹介するといった取組が行われていることが窺える結果となった。

他方、MVNO サービスについては利用者アンケートにおいて利用率が上昇しているものの、認知度や今後の利用意向については減少する結果となった。MVNO サービスを利用しない理由としては「MVNO のサービス内容をよく知らない」が最も多く、次いで「通信品質に不安があるから」となっている。

¹⁰⁸ http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01kiban03_02000486.html

MVNO サービスは、料金面での満足度が非常に高いこと、通信速度・品質面で不満を感じている者がやや多いものの MNO との差はあまり大きくはないこと、推奨度¹⁰⁹も MNO やサブブランドのサービスに比して高いことから、MVNO 各社においては、サービス内容等の周知を適切かつ積極的に進めるとともに、通信品質の改善や通信品質に対する利用者の不安を解消するための取組を進めることが期待される。

MNO、MVNO がこれらの取組を進めることにより、移動系通信サービス全体の利用者利便の向上・満足度の向上が期待できる。

また、MNO、MVNO ともにキャッシュバックを実施しているが、利用者アンケートでは「キャッシュバックの増額よりも通信料金の値下げを優先してほしい」との回答が約 8 割であり、「料金プランを分かりにくくしている」が約 7 割、「通信料金の高止まりの一因」が約 6 割であった。キャッシュバックに関する利用者の経験として「適用条件等の表記が分かりにくい」が約 4 割程度となっており、キャッシュバックに対しては否定的に感じている者の割合が高い状況であった。

期間拘束に係る新たなプランの普及（2年契約かつ解約時の違約金負担がないものの、従来の2年契約プランに比べて基本料金が高い又は長期利用割引が受けられないもの）も一定程度進んでいる一方、期間拘束付プランに対する利用者の認識では、「当初の拘束期間経過後は、料金をそのままに、いつでも解約できるようにすべき」が約 6 割となっており、最低利用期間経過後も自動的に拘束期間付契約が継続されることや、拘束期間付契約が継続されないものの、基本料金が高くなったり長期利用割引が受けられなくなったことに対しては否定的な意見が多数見受けられる。

なお、従来の2年契約プラン（いわゆる「2年縛り」）についてはモバイル検討会報告書において、利用者に不測の費用負担を求めることになりかねないとして、各 MNO に対して、2年契約満了時点又はそれまでに、違約金及び 25 か月目の通信料金のいずれも支払わずに解約することができるよう措置を講ずることを求めることが提言されたところであり、これを受け、平成 30 年 6 月、関係事業者に対して行政指導¹¹⁰を行った。

さらに、一部の MNO では「利用者が端末代金を 4 年間の割賦払いにし、2 年経った後に新機種に買い替えて同じプログラムに入り続ける場合に限り、代金の支払いを最大半分まで不要にする支払いプログラム」（いわゆる「4 年縛り」）の提供を開始したところであるが、当該プログラムは利用者が安く端末を買うことができるというメリットもある一方、途中で事業者変更をしづらいついたデメリットもある。このため、モバイル検討会

¹⁰⁹ 現在利用中の移動系通信サービスを友人や同僚にどれくらい薦めたいかを 10～0 の 11 段階で回答を求め、回答結果について、「10、9」と回答した者を推奨者、「8、7」と回答した者を中立者、「6～0」と回答した者を批判者としてその割合から推奨度を測定。「推奨度」は推奨者の割合から批判者の割合を差し引いたもの。

¹¹⁰ http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01kiban03_02000486.html

報告書において、利用者に当該デメリットがあることを理解した上で当該プログラムが選ばれるようにする必要があり、当該 MNO に利用者への説明を求めるべきとすることが提言されたところ、これを受けて、いわゆる「4年縛り」を MNO や販売代理店による契約前説明の対象とする消費者保護ガイドラインの改正の¹¹¹を進めている。

引き続き、各事業者において、利用者ニーズや総務省の行政指導等を踏まえた対応が期待される。今後も各事業者による利用者利便の向上・満足度の向上のための取組が行われているか注視していく必要がある。

② MNO の料金・サービスの差別化や MVNO・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。

MNO の料金・サービスについては 2017 年度に差別化が進んでいる。特に実際のデータ通信使用量に応じて段階的に通信料金が適用されるプランについては、契約したデータ通信容量と月々の実際のデータ通信使用量の乖離を低減しうるプランといえ、2018 年度以降、他社による同様のプラン展開もみられるが、各社ごとに提供条件の差異が見受けられる。

MVNO においては、付加サービスによる差別化や端末のラインナップの拡充等による獲得競争が活発に行われているほか、マルチキャリア化¹¹²によって利用者の選択の幅を拡大する取組も行われている。また、一部の MVNO においては、独自の加入者管理機能（HLR/HSS）を導入することによってプラン設計の自由度を高め、IoT/M2M 向けサービスの多様化と低廉化を実現している。

MVNE においては、アンケートに回答のあった事業者のうち、約 54%が他の事業者の MVNO 事業の開始に当たり、「回線の調達・仲介（再卸）」「情報提供（法令・ガイドライン、業界動向等）」等の支援を行っており、引き続き小売事業を行う MVNO にとって重要な役割を果たしていると考えられる。

MNO、MVNO いずれにおいてもサービスの差別化や多様化が進展し、利用者のサービス選択の幅が拡大しつつあるといえる。

③ SIM ロック解除の進展や MVNO 及びそのサービス内容に対する認知度・理解度の向上等により、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。

2017 年度に発売された端末種別のほぼ全てが SIM ロック解除可能な端末及び SIM フリ

¹¹¹ 平成 30 年 6 月 7 日より、改正案についての意見募集を実施している。

¹¹² ここでは複数の MNO 回線の卸売を受け、利用者が自身の端末に合わせて回線種別を選択可能とする取組を指す。

一端末となっている。また、SIM ロック解除の利用件数が 2016 年度第 1 四半期以降大きく増加するとともに、利用者アンケートに基づく SIM ロック解除の利用意向についても、「既に活用した」「今後活用してみたい」とする者の割合が増加しており、SIM ロック解除の認知度・理解度が向上していることが窺える。

一方、モバイル検討会の報告書において、いわゆる「2年縛り」において違約金か 25 か月目の利用料金のいずれかを必ず負担しなければ事業者変更ができない状況や端末を 48 回の賦払いとし、2 年後に同プログラムに加入すること等によって最大で 24 か月分の残債が免除される支払いプログラムについては、スイッチングコストの上昇等につながるものであり、必要な措置を講ずるとともに、今後、これらの影響を踏まえて競争状況を注視することが必要であると指摘されている。

また、MVNO サービスについては利用者アンケートにおいて利用率が上昇しているものの、認知度や今後の利用意向については減少する結果となっているところ、MVNO を利用しない理由として、「MVNO のサービス内容をよく知らない」が最も多く、次いで「通信品質に不安があるから」が挙げられていることから、そのような心理的抵抗もスイッチングコストとなっていることが窺える。

なお、モバイル検討会において、MNP 手続についての検討が行われ、同検討会報告書において、移転元事業者による引き止め機会のない MNP を可能とすること及びその方法としてウェブによる MNP 手続を可能とすることが有効である旨の指摘がなされた。

これを受け、平成 30 年 6 月、移転元事業者における MNP 利用手続について、対面や電話によらずウェブ（インターネット等）を利用する方法も可能とする旨を追加すること等を内容とする「携帯電話の番号ポータビリティの導入に関するガイドライン」（平成 16 年 5 月）の見直しを進めている。

移動系通信サービスにおけるスイッチングコストの上昇が、利用者のサービス検討機会を減少させ、利用者の合理的な選択や事業者間の競争状況に影響を生じさせていないか、引き続き注視していく必要がある。

(3) 今後取組むべき課題等

MVNO を含めた競争の加速などを通じ、幅広い利用者にとって納得感のある料金・サービスを実現し、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となるよう、引き続き公正競争環境の確保及び利用者利便の向上に取り組む必要がある。

特に、MNO と MVNO、サブブランドを含む MVNO 間の競争における同等性の確保については、現状、各 MNO とも、総務省への届出の範囲では MVNO に対して接続約款と同等の内容

で卸契約を行っているところであるが、卸契約そのものには含まれないその他の付随的な条件・機能面（テザリング、緊急通報時のGPS情報の取得等）等についての差異が見受けられる。これらについては、実態把握や事業者間協議の状況について注視していく必要がある。

また、端末購入に伴うキャッシュバックについては、モバイル検討会において、「代理店による高額キャッシュバックが横行しており、ガイドラインに沿った運用が行われているか検証が必要」等の指摘があり、また、第6回電気通信市場検証会議（平成29年11月20日）においても構成員から同様の指摘があった。同検討会報告書では、総務省においてMNOから販売店に対して端末代金の販売価格やその値引き額を実質的に指示することは、業務改善命令の対象となることを明確化するガイドライン¹¹³を策定することが必要、総務省が販売店による独占禁止法抵触の可能性がある事案を認知した場合に公正取引委員会に情報提供を行うことについて検討することが適当等の方向性が示された。これらを踏まえ、厳正に対処¹¹⁴していく必要がある。

なお、電気通信事業法第29条第2項においては、同法に定める消費者保護規律に違反した媒介等業務受託者に対し、業務改善命令を行うことができる旨規定されているものの、媒介等業務受託者が、媒介等業務や端末の販売について、電気通信市場の公正競争を阻害するような行為を行うことなどにより、電気通信の健全な発達又は国民の利便の確保に支障が生じるおそれがあるような場合には、法令上の根拠がなく、業務改善命令等の規定が適用されない。この点について、第8回電気通信市場検証会議において、構成員から、ガイドラインの抜け穴を突くキャッシュバックが一部横行していると見られる現状を踏まえると、電気通信事業法の改正を行い、総務省が媒介等業務受託者に対し直接指導等を行うことが可能となるような端末販売に対する規律を導入すべき旨の意見があった。

¹¹³ 平成30年6月7日より、「モバイルサービスの提供条件・端末に関する指針」の改正案についての意見募集を実施している。

¹¹⁴ ソフトバンクが販売店に対し、書面により、端末の販売価格の割引等の具体的な金額を提案していたことについて、販売店における端末の販売価格を事実上拘束することで、不当に同社に有利な金額を設定させようとするもので、電気通信の健全な発達に支障を生じさせかねない等とし、平成30年6月、同社に対して行政指導を行っている。（http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01kiban03_02000485.html）

第4編 消費者保護ルールに関する取組状況 の分析・検証

第4編 消費者保護ルールに関する取組状況の分析・検証

1 消費者保護ルールに関する取組状況の分析・検証について

改正電気通信事業法においては、利用者保護の観点から、「説明義務の充実」、「書面の交付義務の導入」、「初期契約解除制度の導入」、「勧誘行為の禁止・不実告知等の禁止」及び「代理店指導措置の導入」を行い、利用者保護に係る制度の充実を図ったところである。

総務省は、これらの消費者保護ルールに関する取組状況については、基本方針及び本年度年次計画において、検証期間の1年目から継続して重点事項とすることとし、「電気通信事業者の利用者保護規律に関する監督の基本方針」（平成28年5月20日公表。以下「監督基本方針」という。）に基づき、関係の専門家が参加する別の会合の場を中心として実務的な検討・作業を行い、当該分析・検証等の結果又は進捗状況等について市場検証会議にも報告するなど、緊密な連携を図りながら、適切に検証プロセス全体を運用していくこととしている。

2 「消費者保護ルール実施状況のモニタリング定期会合」の開催状況

監督基本方針に基づき、電気通信事業法及び関係法令等に基づく消費者保護ルールについて、法執行の適切な実施及び制度の実効性の確保のため、専門的な観点から情報を共有し、検討及び評価することを目的として、「ICTサービス安心・安全研究会」（座長：新美育文明治大学法学部教授）の下で、「消費者保護ルール実施状況のモニタリング定期会合」（主査：新美育文明治大学法学部教授。以下「消費者保護モニタリング会合」という。）を開催している。同会合の開催状況は以下のとおり。

【消費者保護モニタリング会合の開催状況】

	開催日	議題
第1回	平成28年9月15日	・開催の趣旨、評価実施の枠組み等について ・定期調査及び苦情等傾向分析の実施方法について
第2回	平成29年2月3日	・苦情等の分析について ・書面等調査の主な結果について
第3回	平成29年6月22日	・中間報告指摘のフォローアップ等 ・苦情分析の結果等 ・実施調査の主な結果 ・平成28年度の評価・総括
第4回	平成30年2月16日	・平成28年度消費者保護ルール実施状況のモニタリングにおける指摘事項に係る対応状況（フォローアップ）等 ・苦情相談の傾向分析の結果等

		<ul style="list-style-type: none"> ・実施調査の主な結果（MVNO サービス） ・要改善・検討事項（案）等 ・MVNO 音声通話付サービスの初期契約解除制度及び確約措置の導入について（案）
第5回	平成30年6月28日 （予定）	<ul style="list-style-type: none"> ・苦情相談の傾向分析の結果 等 ・実施調査の主な結果（MNO・FTTH サービス） ・平成28・29年度消費者保護ルール実施状況のモニタリング定期会合における指摘事項に係る対応状況（フォローアップ）等 ・平成29年度の評価・総括（案）

平成30年6月28日に開催される消費者保護モニタリング会合において、平成29年度の評価・総括について検討が行われ、取りまとめられる予定であるところ、総務省は、同月27日に開催された第9回市場検証会議において、当該評価・総括の取りまとめに向けた分析・検証の進捗状況等について報告を行った。当該評価・総括の取りまとめが行われ次第、市場検証会議に情報提供を行う予定。

総務省は、平成30年度においても引き続き消費者保護モニタリング会合を開催し、消費者保護ルールに関する取組状況について、監督基本方針に基づき分析・検証を行い、当該分析・検証等の結果又は進捗状況等について市場検証会議にも報告するなど、緊密な連携を図りながら、適切に検証プロセス全体を運用していく。

※ 消費者保護モニタリング会合の開催状況等については、一部予定を記載。成案公表時に更新予定。

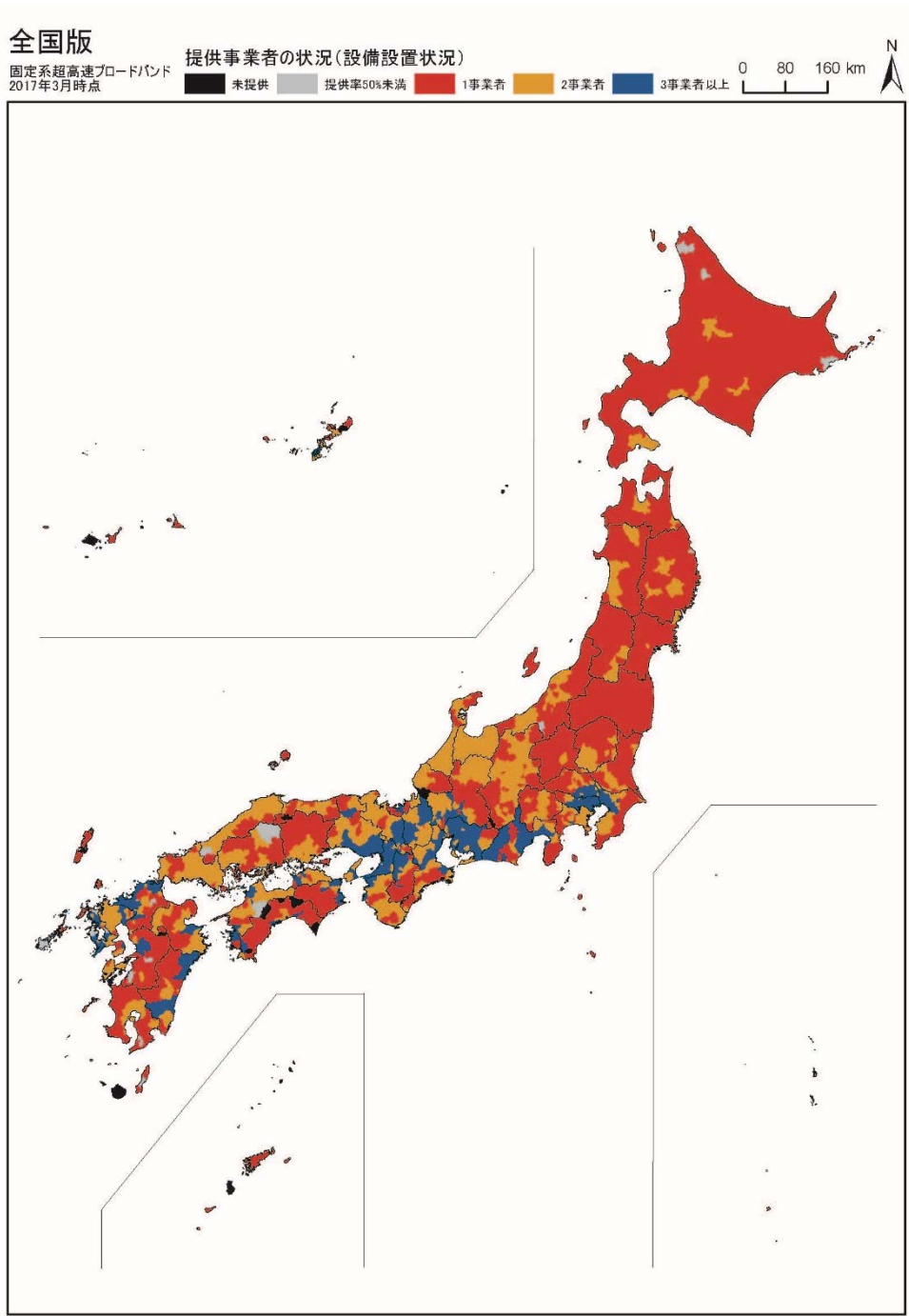
參考資料

市場検証会議構成員一覧

(五十音順、敬称略)

	あおき 青木	じゅんいち 淳 一	慶應義塾大学法学部准教授
	あさかわ 浅川	ひでゆき 秀之	株式会社日本総合研究所通信メディア・ハイテク戦略 クラスター長・上席主任研究員
	いけだ 池田	ちづる 千鶴	神戸大学大学院法学研究科教授
	おおき 大木	りょうこ 良子	法政大学経営学部准教授
(座長)	おおはし 大橋	ひろし 弘	東京大学大学院経済学研究科教授
	さとう 佐藤	えいじ 英司	福島大学経済経営学類准教授
	なかお 中尾	あきひろ 彰宏	東京大学大学院情報学環教授
	にしむら 西村	のぶふみ 暢史	中央大学法学部教授
(座長代理)	はやし 林	しゅうや 秀弥	名古屋大学大学院法学研究科教授
	もり 森	りょうじ 亮二	弁護士

設備競争のマッピング（全国）



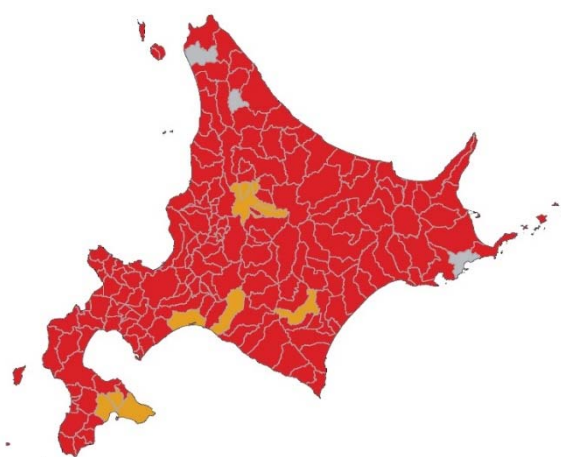
- 注1 :ある事業者の設備整備エリアに含まれる、固定系超高速ブロードバンドサービスが利用可能な世帯が、市区町村内全世帯のうち50%以上である場合、当該事業者はその市町村において設備整備済であるとし、着色する。
- 注2 :設備を整備している事業者はあるものの、50%以上の世帯をカバーする範囲で整備している事業者がない場合、「提供率50%未満」としている。なお、提供率50%未満の事業者が複数いる場合であっても合計はしない。
- 注3 : 1事業者によりFTTH及び通信速度30Mbps以上のCATVインターネットの両方のサービスが提供されている場合は、1事業者としてカウント。

出所：総務省資料

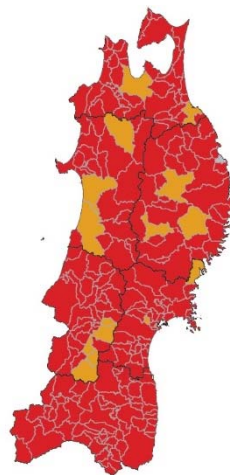
設備競争のマッピング（地域ブロック別）



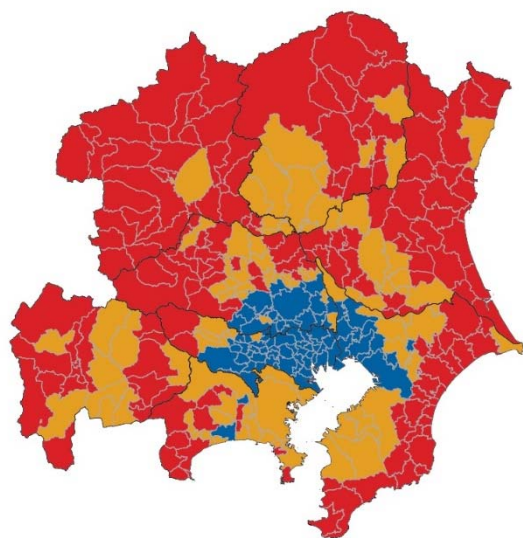
<北海道>



<東北>

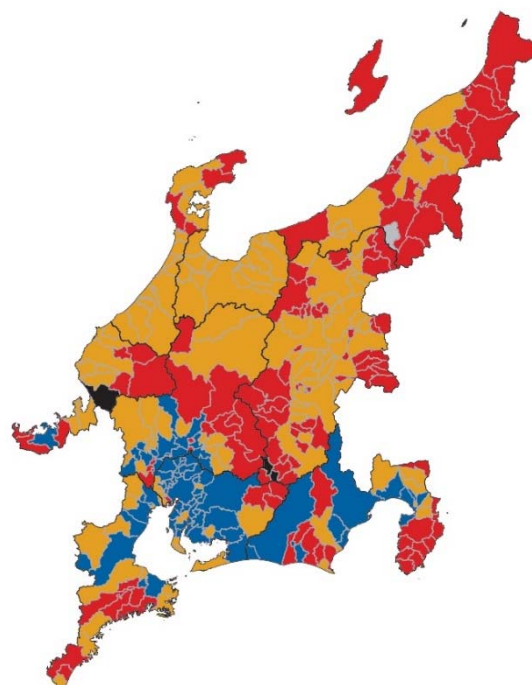


<関東>



※東京都島嶼部は非表示

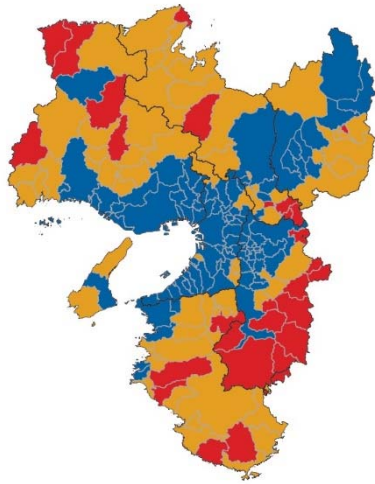
<中部>



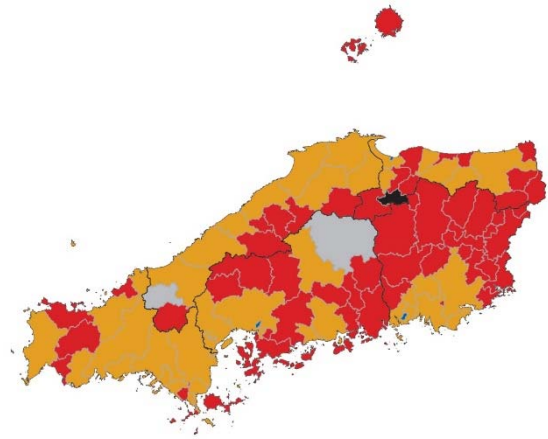
出所：総務省資料



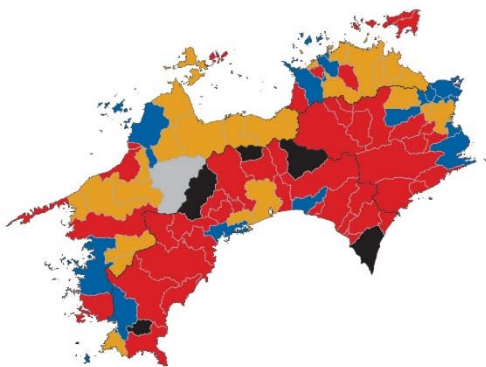
<近畿>



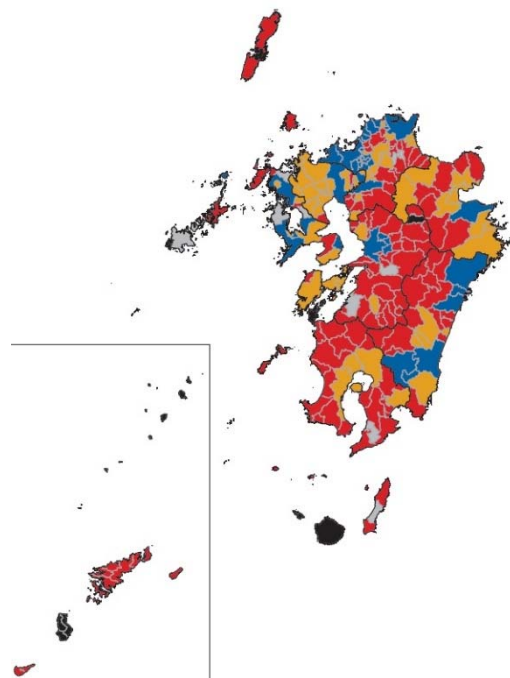
<中国>



<四国>



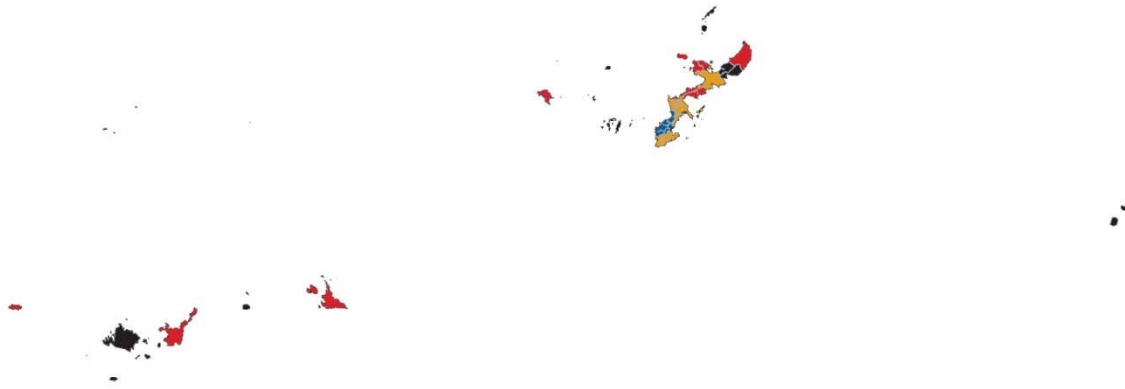
<九州>



出所：総務省資料

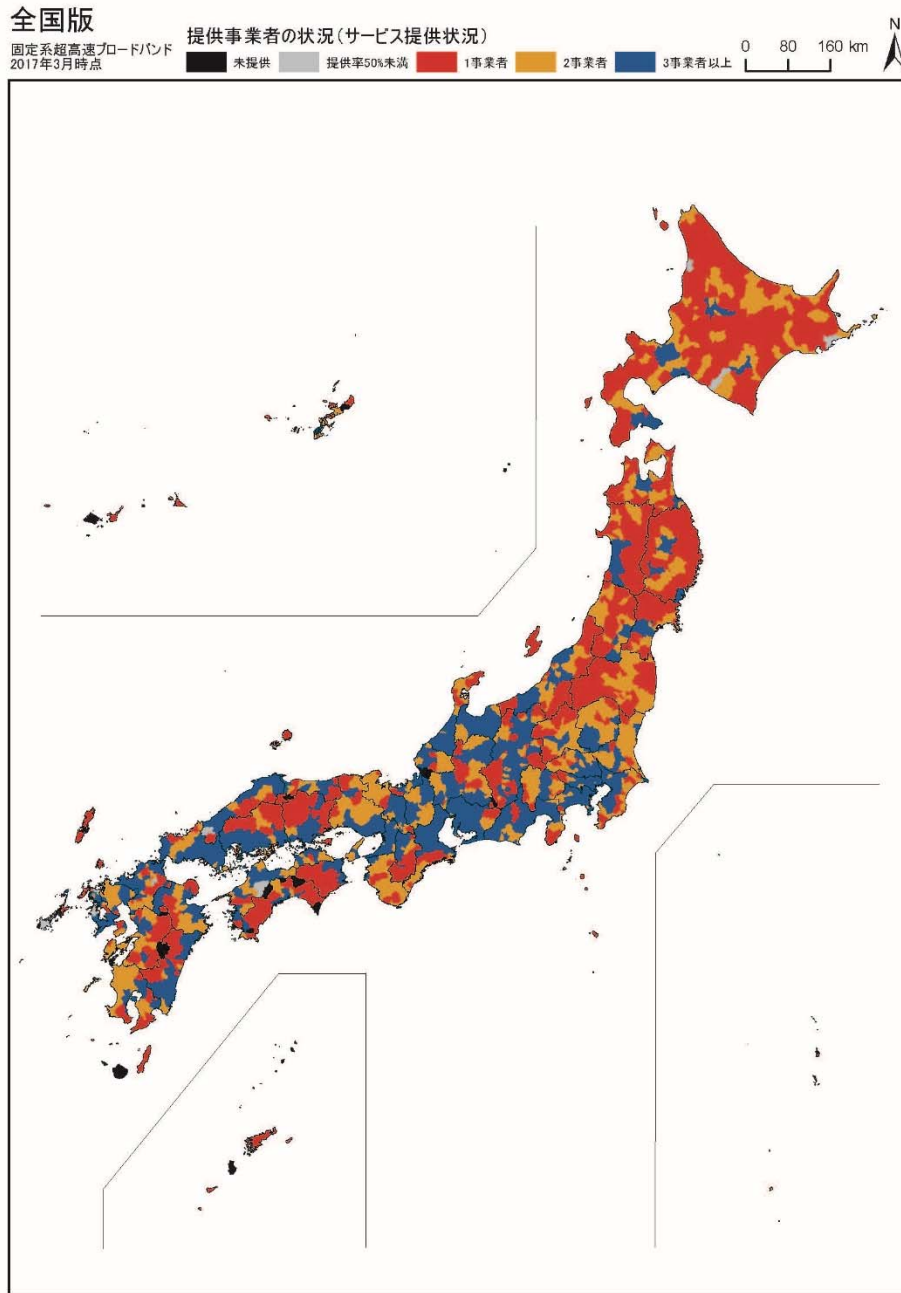


<沖縄>



出所：総務省資料

サービス競争のマッピング（全国）



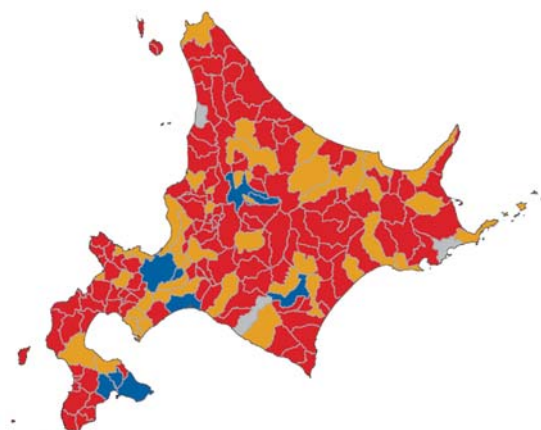
- 注 1 : ある事業者のサービス提供エリアに含まれる、固定系超高速ブロードバンドサービスが利用可能な世帯が、市区町村内全世帯のうち50%以上である場合、当該事業者はその市町村においてサービス提供済であるとし、着色する。
- 注 2 : サービスを提供している事業者はいるものの、50%以上の世帯をカバーする範囲で提供している事業者がない場合、「提供率50%未満」としている。なお、提供率50%未満の事業者が複数いる場合であっても合計はしない。
- 注 3 : 1事業者によりFTTH及び通信速度30Mbps以上のCATVインターネットの両方のサービスが提供されている場合は、1事業者としてカウント。

出所：総務省資料

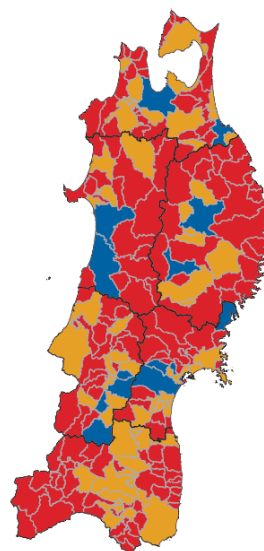
サービス競争のマッピング（地域ブロック別）



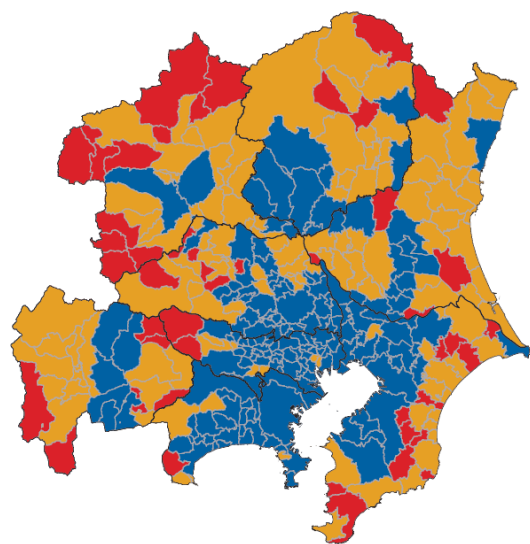
<北海道>



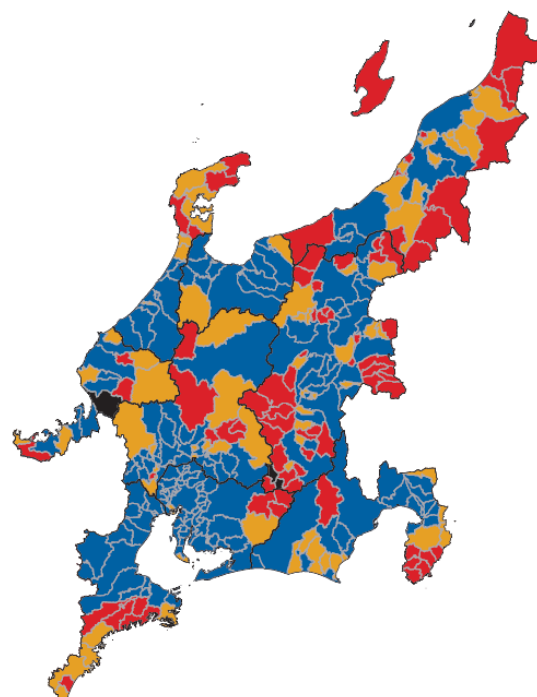
<東北>



<関東>



<中部>

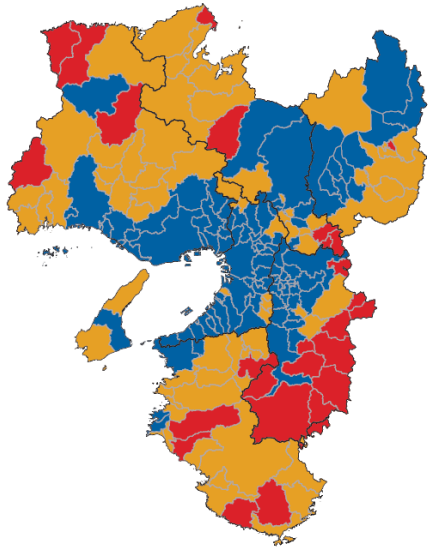


※東京都島嶼部は非表示

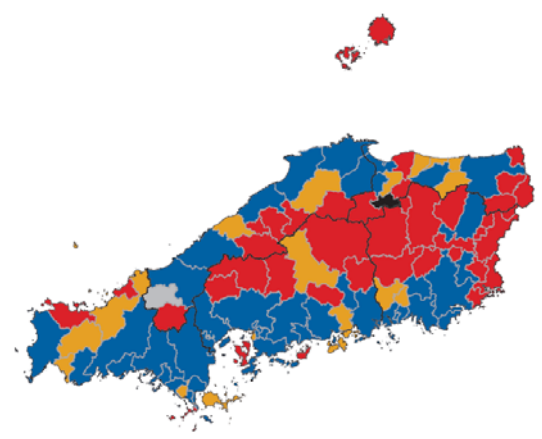
出所：総務省資料



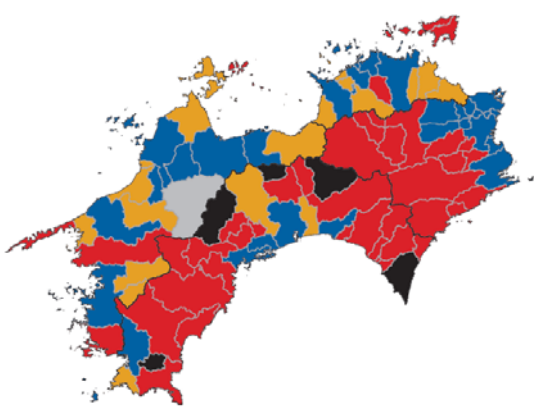
<近畿>



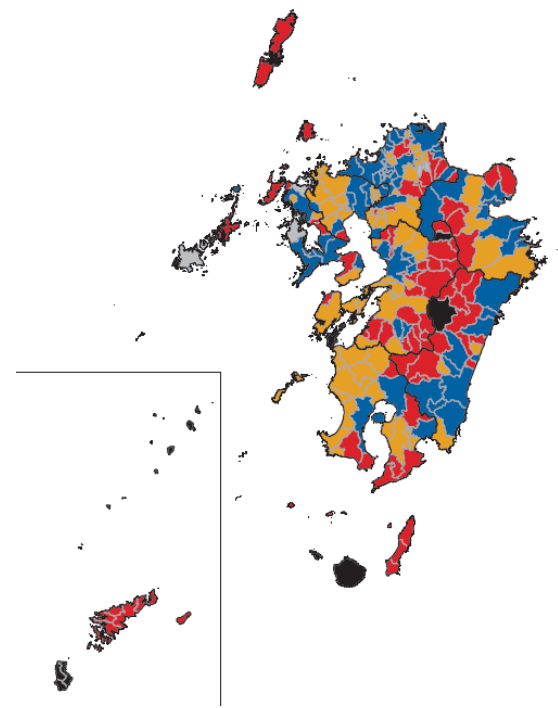
<中国>



<四国>



<九州>



出所：総務省資料



<沖縄>



出所：総務省資料

○ NTT 東西におけるサービス卸ガイドラインを踏まえた対応状況等の確認結果等（詳細）

① 競争阻害的な料金の設定等

確認内容及び確認結果	対応方針	(参考) 関係法令等
<p><特定の卸先事業者に対する不当な優遇> 自己の関係事業者のみを対象とした割引料金を設定するなど、特定の卸先事業者のみを合理的な理由なく有利に取り扱う場合、電気通信事業法上問題となり得る。</p> <ul style="list-style-type: none"> NTT 東西から届け出られている個別の契約内容（以下「届出契約内容」という。）¹¹⁵からは、自己の関係事業者のみを対象とした割引料金の適用がされているとは認められなかった。 	<ul style="list-style-type: none"> 特定の卸先事業者に対する不当な優遇が行われていないか、引き続き注視。 	<p>§ 特定卸役務の料金等(工事費、手続費等を含む。)について自己の関係事業者のみを対象とした割引料金を適用することや、問合せ等に対して自己の関係事業者のサービスのみを紹介することなど、特定の卸先事業者のみを合理的な理由なく有利に取り扱うこと。</p>
<p><特定の卸先事業者に適用が限定される割引> 実質的に特定の卸先事業者に適用が限定されるような大口割引を行う場合、電気通信事業法上問題となり得る。</p> <ul style="list-style-type: none"> 届出契約内容からは、実質的に特定の卸先事業者に適用が限定されることが明らかなような大口割引は認められなかった。 	<ul style="list-style-type: none"> 実質的に特定の卸先事業者に適用が限定されるような大口割引が行われていないか、引き続き注視。 	<p>§ 特定卸役務の料金等(工事費、手続費等を含む。)について、実質的に特定の卸先事業者に適用が限定されることが明らかなような大口割引¹¹⁶を行うこと。</p>
<p><他の電気通信役務とのバンドル提供に係る条件> 特定卸役務と他の電気通信役務をバンドル提供する際に、双方の役務の料金を区分せずに設定する、又は当該他の電気通信役務とのバンドル提供を受ける者にのみ特定卸役務を提供する場合、電気通信事業法上問題となり得る。</p> <ul style="list-style-type: none"> 届出契約内容からは、特定卸役務と併せて他の電気通信役務を提供する際に双方の役務の料金を区分せずに設定すること又は当該他の役務の提供を 	<ul style="list-style-type: none"> 他の電気通信役務とのバンドル提供に係る料金設定等が適正に行われているか、引き続き注視。 	<p>§ 特定卸役務と併せて他の電気通信役務を提供する際に、双方の役務の料金を区分せずに設定し、又は当該他の電気通信役務の提供を受ける者のみに当該特定卸役務を提供(いわゆるバンドル提供)すること。</p>

275

¹¹⁵ NTT 東西と届出対象事業者[※]との個別の契約に関して、電気通信事業法施行規則（昭和 60 年郵政省令第 25 号）第 25 条の 5 の規定により NTT 東西から提出された届出書、契約書その他の書面。

※ 電気通信事業法施行規則第 25 条の 7 に規定する以下のいずれかの基準に該当する卸先事業者をいう（4 事業者が該当）。

- ① NTT 東西の特定関係法人であって、NTT 東西から提供を受ける FTTH アクセスサービスに用いられる固定端末系伝送路設備の電気通信回線の数が 5 万以上の電気通信事業者
- ② NTT 東西から提供を受ける FTTH アクセスサービスに用いられる固定端末系伝送路設備の電気通信回線の数が 50 万以上の電気通信事業者
- ③ その一端が特定移動端末設備と接続される伝送路設備を設置する電気通信事業者（移動通信事業者）

¹¹⁶ 卸提供事業者が卸先事業者に支払う販売促進費等は、「インセンティブ」「コミッション」といった名称によらず、当該卸提供事業者による特定卸役務の料金の割引に該当するものとして取り扱われる場合があることに留意が必要である。すなわち、実質的に特定の卸先事業者に適用が限定されることが明らかなような販売インセンティブ等を設定する行為は、ここでいう大口割引に該当し、電気通信事業法上問題となることがある。

<p>受ける者のみに特定卸役務を提供することを認める規定があるとは認められなかった。</p>		
<p><適正なコストを下回る卸料金の設定> 競争事業者を排除又は弱体化させるために、適正なコストを下回る卸料金を設定する場合、電気通信事業法上問題となり得る。</p> <ul style="list-style-type: none"> 卸料金（額面）を、「接続料と利用者料金の関係の検証に関する指針」（平成30年2月総務省策定）に基づき NTT 東西において算定した接続料水準と比較した結果によると、接続料水準を下回る卸料金の設定がされているとは認められなかった。 	<ul style="list-style-type: none"> 適正なコストを下回る卸料金の設定が行われていないか、引き続き注視。 	<p>§ 特定卸役務の料金について、競争事業者を排除又は弱体化させるために適正なコスト¹¹⁷を下回る料金¹¹⁸を設定すること。</p>
<p><利用者料金を上回る卸料金の設定> 利用者料金を上回る卸料金を設定する場合、電気通信事業法上問題となり得る。</p> <ul style="list-style-type: none"> 「接続料と利用者料金の関係の検証に関する指針」に基づき NTT 東西において算定した利用者料金水準（工事費、手数料等を除く。）と卸料金（額面）を比較した結果によると、利用者料金よりも高い卸料金が設定されているとは認められなかった。 工事費、手数料等については、届出契約内容からは、利用者料金よりも高い額が設定されているとは認められなかった。 その他、卸料金水準と利用者料金（工事費、手数料等を除く。）との関係の詳細については、NTT 西日本の利用者料金と卸料金の関係（第2編第1章第1節の3）も参照。 	<ul style="list-style-type: none"> 利用者料金を上回る卸料金の設定が行われていないか、引き続き注視。 	<p>§ 特定卸役務の料金等（工事費、手数料等を含む。）について、利用者に対する料金よりも高い料金¹¹⁹を設定すること。</p>

② 提供手続・期間に係る不当な差別的取扱い

確認内容及び確認結果	対応方針	(参考) 関係法令等
<p><提供手続・期間に係る不当な差別的取扱い> 自己の関係事業者に比べて提供時期を遅らせるなど、合理的な理由がないのに卸先事業者によって差別的な取扱いをする場合、電気通信事業法上問題となり得る。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 提供手続・期間に係る不当な差別的取扱いが行われていないか、引き続き注視。 	<p>§ 特定卸役務の提供手続及び提供までの期間について、自己の関係事業者に比べて提供時期を遅らせるなど合理的な理由</p>

¹¹⁷ サービス卸の料金が利用者単位で設定される場合の「適正なコスト」とは、一利用者当たりの接続料相当額を基本とする額とする。

¹¹⁸ ここでいう料金は、必ずしも契約約款、契約書等に記載された特定卸役務の料金のみを指すものではなく、割引等を考慮した実質的な料金を指す場合がある。

¹¹⁹ 脚注92に同じ。

<ul style="list-style-type: none"> ・特定卸役務の提供手続については「光コラボレーションモデルの提供条件等について」に規定・公表（平成26年10月NTT東西）されていることを確認。 ・届出契約内容からは、契約の開始・解除について、合理的な理由なく卸先事業者によって差別的に取り扱うことを認める規定・条件が設けられているとは認められなかった¹²⁰。 ・NTT東西における全社員を対象に実施した公正競争に係る社内研修及び自主的な点検において、提供手続・期間に係る不当な差別的取扱いを行わないように社員教育を行っていることを確認。 ・提供手続・期間に係る不当な差別的取扱いに該当する具体的な事例は指摘されていない（第2編第1章第3節の2も参照）。 		<p>がないのに卸先事業者によって差が生じること。</p>
--	--	-------------------------------

③ 技術的条件に係る不当な差別的取扱い

確認内容及び確認結果	対応方針	(参考) 関係法令等
<p><技術的条件に係る不当な差別的取扱い> 技術的条件について、合理的な理由がないのに卸先事業者によって差別的な取扱いをする場合、電気通信事業法上問題となり得る。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・特定卸役務に係る技術的条件については「IP通信網サービス契約約款及び技術的参考資料（IP通信網サービスのインターフェース - フレッツシリーズ -）」に規定・公表されていることを確認。 ・卸先事業者に対して、同一のシステムによる特定卸役務の申込、同一のシステムによる故障申告を認めていることを確認。 ・届出契約内容からは、特定卸役務に係る技術的条件について、合理的な理由なく卸先事業者によって差別的に取り扱うことを認める規定・条件が設けられているとは認められなかった¹²¹。 	<ul style="list-style-type: none"> ・技術的条件に係る不当な差別的取扱いが行われていないか、引き続き注視。 	<p>§ 特定卸役務に係る技術的条件（設備を接続する場合の接続箇所における技術的条件や受付システムの技術的仕様等）について、合理的な理由がないのに卸先事業者によって差が生じること。</p>

¹²⁰ 各届出契約内容の間の相違点については、平成28年度にも確認したところであるが、本年度改めて、詳細に各届出契約内容を突き合わせる確認を総務省において実施したところ、届出対象事業者の間で、同種の役務の提供につき、契約規定上の相違点があることが判明した。

当該相違点^{*}について、NTT東西に見解を求めたところ、一部を除き、NTT東西からの周知を踏まえて各卸利用事業者が選択した内容に応じて生じた相違点である旨の回答が得られた。

当該一部の相違点については、不当な差別的取扱い等が行われたとまでは認められなかったが、当該1社との間において追加で規定されている内容の趣旨が他の卸利用事業者にとっても明確となるよう、NTT東日本において対応することが望ましいと考えられる。

※ それ以外の部分については、卸先事業者の提供する役務の種類・類型に応じ当然生じると考えられる相違点があったものの、実質的な相違点があるとは認められなかった。

¹²¹ 同上

<ul style="list-style-type: none"> ・NTT 東西における全社員を対象に実施した公正競争に係る社内研修及び自主的な点検において、技術的条件に係る不当な差別的取扱いを行わないように社員教育を行っていることを確認。 ・技術的条件に係る不当な差別的取扱いに該当する具体的な事例は指摘されていない。 		
--	--	--

④ サービス仕様に係る不当な差別的取扱い

確認内容及び確認結果	対応方針	(参考) 関係法令等
<p>＜サービス仕様に係る不当な差別的取扱い＞</p> <p>サービス仕様について、合理的な理由がないのに卸先事業者によって差別的な取扱いをする場合、電気通信事業法上問題となり得る。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・届出契約内容からは、禁止事項や商標利用に係る条件等について、合理的な理由なく卸先事業者によって差別的に取り扱うことを認める規定・条件が設けられているとは認められなかった。 ・NTT 東西における全社員を対象に実施した公正競争に係る社内研修及び自主的な点検において、サービス仕様に係る不当な差別的取扱いを行わないように社員教育を行っていることを確認。 ・サービス仕様に係る不当な差別的取扱いに該当する具体的な事例は指摘されていない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・サービス仕様に係る不当な差別的取扱いが行われていないか、引き続き注視。 	<p>§ 特定卸役務のサービス仕様について、合理的な理由がないのに卸先事業者によって差が生じること。</p>

⑤ 競争阻害的な情報収集

確認内容及び確認結果	対応方針	(参考) 関係法令等
<p>＜競争阻害的な情報収集＞</p> <p>卸先事業者の事業計画等の内容を合理的な理由なく聴取する場合、電気通信事業法上問題となり得る。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・届出契約内容に、NTT 東西が必要と認める場合及び卸先事業者の契約の履行状況に疑義が生じた場合に限り、資料提出や卸先事業者の事業所等の調査を行うなど、情報収集に一定の条件を設けていることを確認。 ・NTT 東西における全社員を対象に実施した公正競争に係る社内研修及び自主的な点検において、競争阻害的な情報収集に係る不当な差別的取扱いを行わないように社員教育を行っていることを確認。 	<ul style="list-style-type: none"> ・競争阻害的な情報収集が行われていないか、引き続き注視。 	<p>§ 特定卸役務の提供に当たって、卸先事業者の事業計画等（利用者料金の水準や料金体系、一体として提供しようとするサービスなど）の内容を合理的な理由なく聴取すること。</p>

・競争阻害的な情報収集に該当する具体的な事例は指摘されていない。

⑥ 情報の目的外利用

確認内容及び確認結果	対応方針	(参考) 関係法令等
<p><情報の目的外利用> 卸先事業者の情報を合理的な理由なく、自己又は自己の関係事業者の営業目的など、特定卸役務の用に供する目的以外の目的で利用・提供する場合、電気通信事業法上問題となり得る。</p> <ul style="list-style-type: none"> 届出契約内容に、営業上・技術上の機密情報を相手方の事前承諾なしに第三者に提供しないこと、契約の履行の目的以外には利用しないことが規定されていることを確認。 NTT 東西における全社員を対象に実施した公正競争に係る社内研修及び自主的な点検において、情報の目的外利用に係る不当な差別的取扱いを行わないように社員教育を行っていることを確認。 NTT 東日本において、同社が販売委託会社に提出していた電話勧誘リストに、目的外利用に当たる利用者情報が含まれていることが分かった。 	<ul style="list-style-type: none"> 情報の目的外利用が行われていないか、引き続き注視。 NTT 東日本において発生した個別事案については、事案の全容を調査するとともに、状況に応じて、必要な措置をとることとする。 	<p>§ 特定卸役務の提供に関して知り得た卸先事業者の情報を、合理的な理由なく、自己又は自己の関係事業者の営業目的など、その用に供する目的以外の目的のために利用し、又は提供すること。</p>

⑦ 情報提供に係る不当な差別的取扱い

確認内容及び確認結果	対応方針	(参考) 関係法令等
<p><情報提供に係る不当な差別的取扱い> 情報提供の内容及び質、提供時期等について、合理的な理由がないのに卸先事業者によって差別的な取扱いをする場合、電気通信事業法上問題となり得る。</p> <ul style="list-style-type: none"> 卸先事業者への情報提供について、一斉メールによる周知や卸先事業者が閲覧可能なポータルサイトにおける情報、FAQ 等の公開を行っていることを確認。 NTT 東西における全社員を対象に実施した公正競争に係る社内研修及び自主的な点検において、情報提供に係る不当な差別的取扱いを行わないように社員教育を行っていることを確認。 情報提供に係る不当な差別的取扱いに該当する具体的な事例は指摘されていない。 	<ul style="list-style-type: none"> 情報提供に係る不当な差別的取扱いが行われていないか、引き続き注視。 	<p>§ 自己又は自己の関係者を通じて提供される特定卸役務に係る情報の内容及び質や、当該情報の提供の時期等について、合理的な理由がないのに卸先事業者によって差が生じること。</p>

⑧ 卸先事業者の業務に関する不当な規律・干渉

確認内容及び確認結果	対応方針	(参考) 関係法令等
<p>＜卸先事業者の業務に関する不当な規律・干渉＞</p> <p>卸先事業者が接続を利用して提供する役務へと利用者に移転させることを不当に制限する、又は他の役務提供をさせないなど、合理的な理由なく卸先事業者のサービス提供を制限する場合、電気通信事業法上問題となり得る。</p> <ul style="list-style-type: none"> 届出契約内容からは、卸先事業者の業務へ合理的な理由なく規律・干渉することを認める規定・条件が設けられているとは認められなかった。 卸先事業者の事業活動のうち契約書に定める禁止事項に該当しないものの事例について、卸先事業者が閲覧可能なポータルサイトにおいて掲載されていることを確認。 NTT 東西における全社員を対象に実施した公正競争に係る社内研修及び自主的な点検において、卸先事業者の業務に係る不当な差別的取扱いを行わないように社員教育を行っていることを確認。 業務に関する不当な規律・干渉に該当する具体的な事例は指摘されていない。 	<ul style="list-style-type: none"> 卸先事業者の業務に関する不当な規律・干渉が行われていないか、引き続き注視。 	<p>§ 特定卸役務の提供に当たって、卸先事業者に対して、特定卸役務を利用して提供される役務から接続を利用して提供される役務へと利用者に移転させることを不当に制限すること、又は合理的な理由なく特定卸役務を利用しない他の役務提供の取扱いをさせないことなど、合理的な理由なく、卸先事業者のサービス提供を制限すること。</p>

⑨ 業務の受託に係る不当な差別的取扱い

確認内容及び確認結果	対応方針	(参考) 関係法令等
<p>＜業務の受託に係る不当な差別的取扱い＞</p> <p>料金請求・回収代行業務等の受託に関して、自己の関係事業者に対する手数料に比べて他の電気通信事業者に対する手数料を高く設定する、又は受託業務の提供時期を遅らせるなど、合理的な理由なく事業者によって差別的な取扱いをする場合、電気通信事業法上問題となり得る。</p> <ul style="list-style-type: none"> 料金請求・回収代行等の受託に関しては、受託する業務の内容・業務量が同様である場合は、同一の提供条件で提供していることを確認。 NTT 東西における全社員を対象に実施した公正競争に係る社内研修及び自主的な点検において、業務の受託に係る不当な差別的取扱いを行わないように社員教育を行っていることを確認。 	<ul style="list-style-type: none"> 業務の受託に係る不当な差別的取扱いが行われていないか、引き続き注視。 	<p>§ 特定卸役務に関する料金請求・回収代行業務等の受託に関して、コスト、業務内容、販売数量等の条件が同様であるにもかかわらず、自己の関係事業者から徴収する手数料に比べて他の電気通信事業者から徴収する手数料を高く設定する、又は受託業務の提供時期を遅らせるなど、合理的な理由なく、特定の事業者についてのみ</p>

<p>・業務の受託に係る不当な差別的取扱いに該当する具体的な事例は指摘されていない</p>		<p>優先的又は不利な取扱いをすること。</p>
---	--	--------------------------

⑩ 消費者保護の充実等の観点から望ましい行為

確認内容及び確認結果	対応方針	(参考) 関係法令等
<p>＜消費者保護の充実等の観点から望ましい行為＞</p> <p>サービス卸ガイドラインでは、消費者保護の充実を図る観点から、卸提供事業者においては、契約関係のある全ての卸先事業者に対し、同ガイドラインの周知を定期的に行うとともに、その遵守を担保するための措置を講じることが適当とされている。</p> <p>特に、卸先事業者における法令違反の事実が明らかになった場合には、再発防止など、適切な措置を講じることが適当とされている。</p> <ul style="list-style-type: none"> 卸先事業者向けのポータルサイトにおいて、卸先事業者が特に留意すべき点等を明示し、常時確認ができるようにしていることを確認。また、平成29年9月に行われた「電気通信事業法の消費者保護ルールに関するガイドライン」の改定を踏まえ、卸先事業者向けのマニュアルの改訂を実施の上、上記ポータルサイトへの掲載、及び掲載の旨を全卸先事業者にメールにて送信することにより周知していることを確認。 新規に卸提供の申し込みがあった卸先事業者に対しては、本契約の前までに、サービス卸ガイドラインを提供し、また、卸先事業者が特に留意すべき点をポータルサイトに掲載の上、掲載に関してメールで周知していることを確認。 卸先事業者のサービスの利用者から NTT 東西に苦情等が寄せられた場合、卸先事業者に対し、適切な対応を実施するよう依頼するとともに、問合せや調査依頼を行い、調査結果・改善結果の報告を受けていることを確認。 また、卸先事業者の不適切な営業活動等が明らかになった場合、サービス卸ガイドライン等を遵守した適正な営業活動を行うよう申し入れを実施し、是正されない場合には、受付停止・契約解除等の措置を講じていることを確認。 	<ul style="list-style-type: none"> NTT 東西において一定の取組を行っていることが確認でき、卸先事業者が提供するサービスも含めた FTH に関する苦情相談件数は減少したものの、依然として高い水準にあることに鑑み、「消費者保護の充実等の観点から望ましい行為」への対応状況について、引き続き注視。 	<p>§ 卸提供事業者においては契約関係のある全ての卸先事業者に対し、卸先事業者においては契約関係のある全ての卸先契約代理業者及び再卸先である卸先事業者に対し、本ガイドラインの周知を定期的に行うとともに、その遵守を担保するための措置を講じること。特に、本ガイドラインが遵守を求める法令に卸先事業者が違反していた事実が明らかとなった場合には、再発防止及び利用者利益の保護を図るための適切な措置を講じること。</p>

○ サービス卸の卸先事業者におけるサービスの提供状況等の確認結果等（詳細）

① 競争阻害的な料金の設定等

確認内容及び確認結果	対応方針	(参考) ガイドライン該当箇所等
<p><料金設定の適正性> 卸先事業者が、競争事業者を排除又は弱体化させるために、適正なコストを著しく下回るような料金設定をする場合、電気通信事業法上問題となり得る。</p> <ul style="list-style-type: none"> 各社に対するアンケートでは、NTT 東西のサービス卸の提供料金（卸料金）以外のコストについての十分な回答が得られなかったこと等から、現時点で競争阻害的な料金設定となっていないかどうかについて判断はできないが、少なくとも、次欄のセット割引を除き、各社から他の事業者において競争阻害的な料金設定がされているという指摘はなかった。 	<ul style="list-style-type: none"> 卸先事業者において適正なコストを著しく下回るような料金設定となっていないか、引き続き注視。 	<p>§ 特定卸役務の提供を受けてサービスを提供する際に、特定卸役務に係る需要を共通とする電気通信回線設備を設置する競争事業者を排除又は弱体化させるために適正なコストを著しく下回るような料金¹²²を設定すること。</p> <p>➤ 移动通信市場については、固定通信市場の隣接市場であること及び協調的寡占の色彩が強い市場であると指摘されていること等から、利用者料金等の設定が公正競争環境に与える影響が特に大きいと考えられる。このため、移动通信事業者（MNO）が卸先事業者になり、特定卸役務の提供を受けて提供する電気通信役務と自社の移动通信の役務とを組み合わせる料金設定を行って提供する場合（いわゆるセット割引）において、料金設定について懸念が生じたときには、それぞれの役務の料金について合理的な説明を行うことが求められる。</p>
<p><MNO が行うセット割引に係る料金設定の適正性> MNO の利用者料金等の設定が公正競争環境に与える影響が特に大きいと考えられるため、セット割引の料金設定について懸念が生じたときには、それぞれの役務の料金について合理的な説明を行うことが求められる。</p> <ul style="list-style-type: none"> 第 2 編第 1 章第 2 節の 3 参照 	<ul style="list-style-type: none"> MNO が行うセット割引がロックインの強化（スイッチングコストの上昇）を通じて競争制限的な効果をもたらしているのではないかという点について、今後注視。 	
<p><キャッシュバックの適正性> 過度なキャッシュバックなどの行為により、電気通信回線設備を設置する競争事業者の設備の保持が経営上困難となるおそれを生じさせる場合、電気通信事業法上問題となり得る。</p> <ul style="list-style-type: none"> 現段階では、過度なキャッシュバックなどにより電気通信回線設備を設置する競争事業者の設備の保持が経営上困難になるおそれがある旨の指摘はない。 なお、アンケートにより各卸先事業者のキャッシュバック施策の実施状況を質問したところ、主な結果は次のとおりであった。 <ul style="list-style-type: none"> 回答時点で、キャッシュバック施策を実施している卸利用事業者は、16 社*中 10 社 ※ 回答事業者数（17 社）から新規受付を停止中の事業者 1 社を除く。 	<ul style="list-style-type: none"> 過度なキャッシュバックなどの行為により、電気通信回線設備を設置する競争事業者の設備の保持が経営上困難となるおそれが生じていないか、引き続き注視。 	<p>§ 特定卸役務の提供を受けてサービスを提供する際に（特定卸役務の提供を受けて提供するサービスとセットで移动通信サービス等を提供する場合を含む。）、競争阻害的な料金設定</p>

¹²² ここでいう料金は、必ずしも契約約款、契約書等に記載された特定卸役務の料金のみを指すものではなく、割引等を考慮した実質的な料金を指す場合がある。

<ul style="list-style-type: none"> ー キャッシュバック施策を実施している卸先事業者においては、事業者や時期、適用条件によって変動するものの、1,000円～60,000円程度（商品券、ポイント等で提供する場合を含む。）の設定となっている。 ー 新規開通に伴う工事費用を無料化するサービスを実施している卸先事業者も存在。 		<p>や過度のキャッシュバックなどの行為により、特定卸役務に係る需要を共通とする電気通信回線設備を設置する競争事業者の設備の保持が経営上困難となるおそれを生じさせること。</p>
--	--	---

② 消費者保護の充実等の観点から望ましい行為

確認内容及び確認結果	対応方針	(参考) ガイドライン該当箇所等
<p>＜消費者保護の充実等の観点から望ましい行為＞</p> <p>サービス卸ガイドラインでは、消費者保護の充実を図る観点から、卸先事業者において、全ての契約代理業者及び再卸先事業者に対し、同ガイドラインの周知を定期的に行うとともに、その遵守を担保するための措置を講じることが適当とされている。</p> <p>また、卸先事業者において、同ガイドラインの内容を踏まえ、契約代理業者と連携しつつ適切な勧誘方法についての業界自主基準等の策定等を行い、その遵守を担保する体制を整備することが適当とされている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・卸先事業者から、サービス卸ガイドラインの内容について、その内容の周知、ガイドラインを踏まえた販売マニュアルの策定、集合研修・勉強会等による説明を実施していることについて、回答があった。 ・また、定期的なモニタリングや監査、契約内容の後確認の実施により、消費者保護に関する規律が遵守されているかチェックすることとしているという回答も複数の事業者からあった。さらに、事業者によっては、営業担当者による契約代理店に対するチェック体制や苦情検知の体制を整備し、運用しているとの取組も行っている旨、回答があった。 ・苦情事案や不適切勧誘事案が発生した場合においては、複数の事業者において、苦情申告内容や音声ログの提出に基づく個別調査の実施や、是正指導等の実施を行っているという回答があった。 ・その他、卸先事業者に対して寄せられた問合せや苦情の内容としては、問合せには工事や利用料金に関するものがあり、苦情には契約時の説明不足によるサービス内容・料金に関する認識の相違等があるとの回答があった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・引き続きサービス卸ガイドラインの周知状況等を注視するとともに「電気通信事業の利用者保護規律に関する監督の基本方針」に基づき、「ICT サービス安心・安全研究会消費者保護ルール実施状況のモニタリング定期会合」を中心として消費者保護ルールに関する取組状況の分析・検証を行う。 ・回答のなかった業界自主基準等については、例えば、(一社)テレコムサービス協会（FVNO委員会）においては、光卸を利用したFTTHサービスの説明・勧誘の在り方について具体的な検討が進められたところであり、同委員会での検討結果を踏まえ、各卸先事業者において、その説明・勧誘方法について必要な見直しを行うこと等により、消費者保護を充実・向上させていく必要があると考えられる（「平成 28 	<p>§ 卸先事業者においては契約関係のある全ての卸先契約代理業者及び再卸先である卸先事業者に対し、本ガイドラインの周知を定期的に行うとともに、その遵守を担保するための措置を講じること。</p> <p>§ 卸先事業者においては、本ガイドラインの内容を踏まえ、卸先契約代理業者と連携しつつ適切な勧誘方法についての業界自主基準等の策定等を行い、卸先事業者及び卸先契約代理業者においては、その遵守を担保する体制を整えること。</p>

<p>・なお、業界自主基準等の遵守については、特段の回答がなかった。</p>	<p>年度消費者保護ルール実施状況のモニタリング（評価・総括）」（平成 29 年 6 月 ICT サービス安心・安全研究会消費者保護ルール実施状況のモニタリング定期会合参照）。</p>	
--	--	--

③ サービス提供に当たっての課題等

確認内容及び確認結果	対応方針
<p>＜サービス提供に当たっての課題等＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現状の卸料金水準では小売料金設定の自由度が狭く得られる利潤も低いこと、また運用コスト等の負担が大きいことから、卸料金の値下げが望ましいとの意見があった。また、NTT 東西のサービス卸に関する運用システムや仕様書の提供といった運用面についても指摘があった。寄せられた意見、指摘は以下のとおり。 － 既存の FTTH 市場での商品売価を踏まえた場合、サービス卸の料金が高く、価格に対する設定自由度、競争範囲が狭くなっている結果、収益も低く、FTTH 単独での事業性を見出しにくい。さらに、トラフィックの増加に伴う事業コストが増加しており、これを吸収するべく卸料金の値下げが望まれる。 － 市場価格が概ねファミリータイプで 5,000 円前後（ISP 料金含む。）という状況で、卸料金額も加味すると、値下げも値上げも厳しく、サービス価格の差別化は図りにくい状況。キャッシュバック金額、販売代理御者への手数料額など、資本力のある企業（会員保有数があり、一定利益確保がある企業）が優位になる構図であり、現状の卸条件では中小企業が新規参入の上、事業立ち上げを行うにあたっては事業収益を見込むことが難しい構図であると感じる。 － NTT 東西の運用コスト／システム開発コストに対する事業者負担が想定より大きく、利益を圧迫している構造になっており、それらの運用コストを補うためにも卸料金の更なる値下げが必要。 － 従前は NTT 東西が行っていた運用業務をコラボ事業者自らが行う事業モデルとなったことで、運用コストの負荷が大きくなり、かつ、NTT 東西から 	<ul style="list-style-type: none"> • 卸料金は営業コストの削減等が進んだことから平成 30 年 4 月より値下げが行われ、また、NTT 西日本からは「様々なプレーヤーによる高度かつ多様なサービスの提供を促進する観点から、今後とも、卸料金の見直し等の料金面での対応を検討していく」との見解が示されているところ、引き続き卸料金の引き下げも視野に入れた取組が行われることを期待するとともに、その状況を注視する。 • 左記の指摘事項と同様の意見や要望（卸料金の引き下げに関するものを除く。）が卸先事業者から寄せられているかどうか、及びそれらが寄せられている場合の対応状況について NTT 東西に確認したところ、大部分の事項については同様の要望等が NTT 東西にも寄せられており、それを受けて改善対応を行い、又は対応について検討し若しくは協議をしている旨の回答が得られた。 • 引き続き、卸先事業者におけるサービス提供に当たっての課題等の状況を注視していく。

の卸支援メニューの料金の高さも大きな負荷となっている。卸料金及び卸支援メニュー料金の値下げが望ましい。

- － 正確で不備のない仕様書及び提供連携をしてほしいとの意見。
- － NTT 東西のシステム、運用方法の統一化や、システム改修等の実施タイミングの統一化に関する要望。
- － ユーザー要望に沿った品質・サポート・付加価値などの提供を実現したいが、光コラボのサービス仕様の制約等により、自由なサービス拡充を図ることができず、競争促進を阻害していることが課題。
- － 宅内に設置される ONU 設備までは NTT 設備であるため、ONU 設備までの開通がなされた後、光コラボ事業者のサービス開通となる。光コラボ事業者のサービス開通円滑化のため、ONU 設備までの開通状況などがリアルタイムに NTT 東西から光コラボ事業者へ共有されることを要望。
- － 転用を利用する場合、番号ポータビリティ可能な番号であっても「ひかり電話」から光コラボ事業者が独自に提供可能な音声通話サービスに関して、転用と同日には提供できない状況にある。NTT 東西と光コラボ事業者間で平等性に欠ける状況にあるため、番号ポータビリティにて転用と同日に音声通話サービスを開始できることを要望。
- － 事業者間精算における NTT 東西からの請求項目の一部に内訳不明なものがあり、本来利用者に請求すべき金額が請求出来ず、光コラボ事業者の負担となっている。利用者への適正な料金請求を可能にするため、請求内訳を追加する等の改善が必要との意見。
- － NTT 東西から光コラボ事業者へ提供されている、サービス提供に必要な機能/システムにおいて、オペレーション改善のためにいくつかの改善すべき点が見られるとの意見。例えば、ひかり Web（東日本エリアの「フレッツ」提供可否確認用サイト。光コラボ事業者のサービスでも使用。）のパスワード管理画面が不特定多数アクセス可能となっており、光コラボ事業者の管理者が変更を把握できない状況にあるので、パスワードの機密性を高めるための処置が必要。

○ 平成 28 年度における業務の状況等の確認結果を踏まえ行った第二種指定電気通信設備に係る接続及び卸電気通信役務の提供条件の透明性・適正性等を確保するための制度整備（概要）

改正対象	改正内容
A. 電気通信事業法施行規則	<ul style="list-style-type: none"> ・ 次の事項を接続約款への記載事項に追加 <ul style="list-style-type: none"> ① 標準的な役務利用管理システムの機能及び料金 ② SIM カードの種類ごとの機能 ③ 障害等に関する情報の接続事業者への通知責任 ④ いわゆる網改造料等の、案分方法を含む算定方法 ・ 次の事項を卸電気通信役務に関する届出事項に追加 <ul style="list-style-type: none"> ⑤ 役務利用管理システム及び SIM カードの機能、料金、提供条件
B. 第二種指定電気通信設備接続料規則	<ul style="list-style-type: none"> ・ データ伝送交換機能に以下の新たな区分及びそれぞれの単位を設ける。 <ul style="list-style-type: none"> ① 下記②③以外のもの（回線容量） ② 回線管理機能（回線数） ③ SIM カード（SIM カードの枚数）
C. 平成 28 年総務省告示第 107 号 （電気通信事業法施行規則第 23 条の 9 の 5 第 2 項の規定に基づき情報の開示に関する事項を定める件）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 次の事項について、接続を行う上で重要な事項であるとして、情報開示義務を追加 <ul style="list-style-type: none"> ① MNO 網における障害情報の通知 ② 役務利用管理システム又は SIM カードへの機能追加又は変更の通知 ③ いわゆる網改造料の見込み額の公表 ④ 端末接続試験の標準的な料金を含む情報の開示 ⑤ 接続料の、原価に利潤を加えたものに対する原価の比率並びに原価、利潤及び需要の対前算定期間比
D. 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	<ul style="list-style-type: none"> ① 頻度の高い工事の工事当たりの単価を約款に記載すべき旨明確化 ② 役務利用管理システム又は SIM カードの機能その他の提供条件の追加及び変更に関する情報を早期に通知するよう努めるよう記載 ③ MVNE として他の MVNO に電気通信役務の提供を行っている MVNO について、MNO から得たふくそう、事故等に関する情報を速やかに卸先事業者へ情報提供するよう記載

○ 第二種指定電気通信設備に係る透明性・適正性等の確保、公正競争環境の向上のため行った電気通信事業法施行規則等の改正（平成 29 年 9 月 28 日施行）に伴う、二種指定設備設置事業者の接続約款の変更内容

改正省令等	変更内容 (接続約款記載事項の追加)	NTT ドコモ	KDDI	ソフトバンク
1. 電気通信事業法施行規則	①標準的な役務利用管理システムの機能及び料金	・標準的な役務利用管理システムの機能及び料金を規定	・同左	・同左
	②SIM カードの種類ごとの機能	・SIMカードの種類ごとの機能を規定	・同左	・同左
	③障害に関する情報の接続事業者への通知責任	・障害に関する情報を接続事業者へに通知する旨を規定	・同左	・同左
	④いわゆる網改造料等の案分方法を含む算定方法	・いわゆる網改造料等の案分方法を含めて算定方法を規定	・同左	・同左
	⑤回線管理機能(回線数単位)の接続料	・94 円 (回線・月)	・88 円 (回線・月)	・88 円 (回線・月)
	⑥SIM カード(枚数単位)の接続料	・341 円 (枚)	・230 円 (枚)	・337 円 (枚)
2. 平成 28 年総務省告示第 107 号 (電気通信事業法施行規則第 23 条の 9 の 5 第 2 項の規定に基づき情報の開示に関する事項を定める件)	(第二種指定電気通信設備との円滑な接続を行う上で重要な事項の情報開示義務の追加)	<ul style="list-style-type: none"> ・下記項目に対応する旨を規定 <ul style="list-style-type: none"> － 障害に関する情報の通知 － 役務利用管理システム又は SIM カードへの機能追加又は変更に関する情報の通知 － 網改造料等の見込み額の公表 － 接続料の、原価に利潤を加えたものに対する原価比率並びに原価、利潤及び需要の対前年度比に関する情報の開示 	・同左	<ul style="list-style-type: none"> ・同左 <ul style="list-style-type: none"> － 端末接続試験について、標準的な料金を含む情報の開示
3. 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	・頻度の高い工事の工事当たりの単価	<ul style="list-style-type: none"> ・L2 接続の接続回線の帯域幅の変更に係る工事 <ul style="list-style-type: none"> ： 1 工事ごとに 31,180 円 (平日昼間の工事費の額) 	<ul style="list-style-type: none"> ・L2 接続の接続回線の帯域幅の変更に係る工事 <ul style="list-style-type: none"> ： 1 工事ごとに 63,400 円 (工事時間帯の制限なし) 	

○ 電気通信事業分野における事業環境整備・公正な競争環境の確保に向けた総務省の取組

総務省所管法令等の整備・見直し（平成 29 年 4 月 1 日～平成 30 年 3 月 31 日）

① 省令改正

省令名等	分類	内容（概要）	公布日	施行日
電気通信事業法施行規則等の一部を改正する省令 （平成 29 年総務省令第 68 号）	接続ルール 関連	「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）」に基づく調査結果を踏まえ、第二種指定電気通信設備設置事業者のネットワークの提供条件の透明性・適正性等を確保するため、接続約款記載事項等を追加等する改正。	平成 29 年 9 月 28 日	平成 29 年 9 月 28 日
電気通信番号規則等の一部を改正する省令 （平成 29 年総務省令第 70 号）	電気通信 番号関連	FMC 等専用番号を 060 番号帯から 0600 番号帯に移行するための改正。	平成 29 年 10 月 19 日	平成 29 年 10 月 19 日
第一種指定電気通信設備接続料規則の一部を改正する省令 （平成 30 年総務省令第 2 号）	接続ルール 関連	第一種指定電気通信設備に係る接続料のうち加入者交換機能、中継交換機能等に係る一部の接続料について、平成 30 年度の接続料算定に用いる入力値を更新するための改正。	平成 30 年 1 月 10 日	平成 30 年 4 月 1 日 <small>（一部の規定は 平成 30 年 1 月 30 日）</small>
電気通信事業法施行規則等の一部を改正する省令 （平成 30 年総務省令第 6 号）	接続ルール 関連	第一種指定電気通信設備の範囲、接続機能、接続約款の記載事項等に関する関係省令等の規定の改正。	平成 30 年 2 月 26 日	平成 30 年 4 月 1 日 <small>（一部の規定は 平成 30 年 2 月 26 日）</small>
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 （平成 30 年総務省令第 9 号）	手続関連	新たに LPWA サービスに関する報告様式を整備するほか、各報告様式に法人番号の記載を追加等するための改正。	平成 30 年 3 月 19 日	平成 30 年 4 月 1 日 <small>（一部の規定は 平成 30 年 7 月 1 日）</small>

② 告示改正

件名等	分類	内容（概要）	公布日	施行日
電気通信事業法施行規則第 23 条の 9 の 5 第 2 項の規定に基づき情報の開示に関する事項を定める件の一部を改正する件 (平成 29 年総務省告示第 321 号)	接続ルール 関連	「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）」に基づく調査結果を踏まえた、第二種指定電気通信設備設置事業者による情報開示義務についての改正。	平成 29 年 9 月 28 日	平成 29 年 9 月 28 日
電気通信事業法第 12 条の 2 第 4 項第 2 号口の電気通信設備を指定する件の一部を改正する件 (平成 29 年総務省告示第 391 号)	手続関連	電気通信事業法第 12 条の 2 第 4 項第 2 号口に規定する特定電気通信設備を指定する旨の告示。	平成 29 年 11 月 28 日	平成 29 年 11 月 28 日
公益事業者の電柱・管路等使用に関するガイドラインの一部を改正する件 (平成 30 年総務省告示第 7 号)	電気通信 業務関連	電柱等の提供・使用に係る事業者の業務の一層の円滑化を図るため、設備保有者及び認定電気通信事業者の責任に関する規定を追加等するための改正。	平成 30 年 1 月 9 日	平成 30 年 1 月 9 日
電気通信事業法第 33 条第 1 項及び電気通信事業法施行規則第 23 条の 2 第 1 項の規定に基づき電気通信設備を指定する件の一部を改正する件 (平成 30 年総務省告示第 68 号)	接続ルール 関連	第一種指定電気通信設備の指定に関する規定を明確化するための改正。	平成 30 年 2 月 26 日	平成 30 年 2 月 26 日
電気通信事業法施行規則第 23 条の 4 第 3 項の規定に基づく情報の開示に関する件の一部を改正する告示（平成 30 年総務省告示第 69 号）	接続ルール 関連	第一種指定電気通信設備設置事業者による情報開示に関する規定を整備するための改正。	平成 30 年 2 月 26 日	平成 30 年 2 月 26 日
電気通信事業法第 12 条の 2 第 4 項第 2 号口の電気通信設備を指定する件の一部を改正する件 (平成 30 年総務省告示第 126 号)	手続関連	電気通信事業法第 12 条の 2 第 4 項第 2 号口に規定する特定電気通信設備を指定する旨の告示。	平成 30 年 3 月 30 日	平成 30 年 3 月 30 日

③ 訓令・ガイドライン・指針等の改正・策定等

名称	分類	内容（概要）	制定日	施行日
電気通信事業法の消費者保護ルールに関するガイドライン	利用者保護 関連	「平成 28 年度消費者保護ルール実施状況のモニタリング（評価・総括）」（平成 29 年 6 月）及び最近の事例等を踏まえ、実施が適切である事項等として総支払額（合計金額）の明示・交付等を明記する等の改定。	平成 29 年 9 月 1 日	平成 29 年 9 月 1 日
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	接続ルール 関連	電気通信事業法施行規則等の一部を改正する省令（平成 29 年総務省令第 68 号）等の施行や「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）」に基づく調査結果を踏まえ、第二種指定設備設置事業者が接続約款に記載する工事費等の明確化等を行うための改定。	平成 29 年 9 月 28 日	平成 29 年 9 月 28 日
電気通信事業法関係審査基準の一部改正 （平成 30 年総務省訓令第 52 号）	手続関連	電子委任状の普及の促進に関する法律（平成 29 年法律第 64 号）による電気通信事業法の特例に関する規定の整備を行うための改正。	平成 29 年 12 月 4 日	平成 30 年 1 月 1 日
電気通信事業の登録等に係る事務処理規程	手続関連	電子委任状の普及の促進に関する法律の施行に伴い、電気通信事業法における手続等の整備を行うための改定。	平成 30 年 1 月 11 日	平成 30 年 1 月 11 日
接続等に関し取得・負担すべき金額に関する裁定方針	接続ルール 関連	電気通信事業法第 35 条第 3 項又は第 4 項の規定に基づく裁定の申請について、総務省における裁定の基本方針を定めるもの。	平成 30 年 1 月 16 日	平成 30 年 1 月 16 日
電気通信事業法の消費者保護ルールに関するガイドライン	利用者保護 関連	青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境の整備等に関する法律の一部を改正する法律（平成 29 年法律第 75 号）の施行に伴い、フィルタリング義務化等に係る所要の整備を行うための改定。	平成 30 年 2 月 1 日	平成 30 年 2 月 1 日
接続料と利用者料金との関係の検証に関する指針	接続ルール 関連	接続料と利用者料金との関係について、価格圧搾による不当な競争を引き起こすものとならないかを検証するための基本的な方法について定めるもの。	平成 30 年 2 月 26 日	平成 30 年 2 月 26 日

○ 電気通信事業分野における事業環境整備・公正な競争環境の確保に向けた総務省の取組
 電気通信事業法に基づく行政処分・行政指導（平成 29 年 4 月 1 日～平成 30 年 3 月 31 日）

分類	内容		件数
電気通信業務 関連	電気通信事業法に基づく手続の是正に係る指導	行政指導	4 件
	第一種指定電気通信設備との接続に関して講ずべき措置等の要請	行政指導	15 件
	第二種指定電気通信設備に関する接続料の算定方法に係る要請	行政指導	2 件
利用者保護 関連	利用者保護規律の違反等に係る指導	行政処分	3 件
		行政指導	46 件
	利用者保護の取組に係る関係事業者への要請	行政指導	15 件
電気通信番号 関連	電気通信番号の使用状況に係る確認	行政指導	2 件
	電話網間の信号接続状況に係る確認	行政指導	2 件

電気通信事業分野における市場検証に関する基本方針

平成 28 年 7 月 15 日
総 務 省

1. 背景

総務省は、昭和 60 年の通信自由化以来、電気通信市場を取り巻く環境変化を踏まえ、電気通信事業法（昭和 59 年法律第 86 号）の累次の改正により、参入規制や料金規制を段階的に緩和するとともに、電気通信事業者間の接続ルールの整備、消費者保護ルールの整備・充実等を図ることにより、事前規制から事後規制への移行を進め、電気通信事業の公正な競争の促進と国民利便の向上に努めてきた。

その間、電気通信市場はめざましい発展を遂げ、今や携帯電話は 1 人 1 台以上普及し、約 8 割の国民がインターネットを利用するなど、情報通信技術（以下「ICT」という。）は国民生活に不可欠な社会経済活動の基盤としての役割を担っている。また、ICT の利活用により企業活動の効率化や事業拡大が実現され、M2M やクラウド、ビッグデータ、IoT 等の新技術の発展によって多種多様な産業やサービスが生み出されるなど、我が国の社会経済活動において ICT の重要性はますます高まっている。

こうした状況の中、総務省は、平成 26 年 2 月、情報通信審議会に対し、2020 年代に向けた情報通信政策の在り方について諮問し、同審議会から平成 26 年 12 月に答申「2020 年代に向けた情報通信政策の在り方 ―世界最高レベルの情報通信基盤の更なる普及・発展に向けて―」（以下「2020 答申」という。）を受けたところである。2020 答申では、2020 年代に向けて、我が国の世界最高水準の ICT 基盤を更に普及・発展させ、経済活性化・国民生活の向上を実現するための政策の具体的方向性が示されている。

2020 答申等を踏まえ、電気通信事業の登録更新制の導入、移動系通信における禁止行為規制の緩和、卸電気通信役務の事後届出の導入、携帯電話網の接続ルールの充実による電気通信事業の公正な競争の促進、利用者保護に係る制度の充実を内容とする電気通信事業法の改正を行った（電気通信事業法等の一部を改正する法律（平成 27 年法律第 26 号）。以下「改正電気通信事業法」という。）¹²³。改正電気通信事業法附則第 9 条において、政府は、改正電気通信事業法の施行後 3 年経過時に、改正後の規定の施行状況について検討を加え、必要があると認めるときは、その結果に基づいて所要の措置を講ずるものとするとしている。

また、2020 答申においては、上記の法律改正に繋がる政策の方向性に加え、行政運営の在り方について、「明確なルールに基づく公正かつ透明な行政運営を通じて自由競争を有効に機能させ、新事業・新サービスの創出や利用者利便の向上を図るため、市場動向の分析・検証と、各事業者の業務の適正性等のチェックのプロセスの両面において、行

¹²³ 改正電気通信事業法は平成 28 年 5 月 21 日に施行。

政が、統一的な運営方針の下で、定期的・継続的に、必要な情報の収集を行った上で、市場動向の分析・検証及び業務の適正性等のチェックを実施し、その結果を監督上の措置や制度改正等に反映させることで一層的確・効果的な制度とその運用を図っていく、新たな行政運営サイクルを確立することが適当」との方向性が示されている。

以上を踏まえ、総務省は、市場動向の分析・検証と電気通信事業者の業務の適正性等の確認を一体的に行う市場検証を適切に実施していくため、市場検証に関する基本的な考え方及び検証プロセスの全体像を示す「電気通信事業分野における市場検証に関する基本方針」（以下「本方針」という。）を策定するものである。

なお、電気通信市場の環境変化や市場検証の結果、分析・検証手法の充実等を踏まえ、適時に本方針を見直すこととする。

2. 市場検証に関する基本的な考え方

総務省は、以下の3点を柱として、電気通信事業分野における市場検証を実施することとする。

① 予見性及び透明性の確保

市場検証を適切に実施するためには、検証プロセスの予見性及び透明性を確保することが重要である。

検証プロセスの予見性及び透明性を確保するため、下記4のとおり、検証プロセスの全体像を示すこととする。

② 市場動向の分析・検証の充実

事後規制を基本とする電気通信事業法の枠組み・政策体系の中で、急速なICTの進展に伴う市場構造の変化や新たなビジネスモデルが登場するなど、変化の激しい電気通信事業分野における公正競争を促進し、利用者利便を確保するためには、電気通信市場の動向を的確に把握し、適切に分析・検証を行い、政策に反映することが重要である。

これまで、総務省では、平成15年度より「電気通信事業分野における競争状況の評価¹²⁴」を実施し、市場支配力の有無等を中心に電気通信市場の競争状況を定量的・定性的に分析・評価してきた。また、平成24年度より「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¹²⁵」を運用し、指定電気通信設備制度に関する検証等、非対称規制を中心に公正競争環境の検証を行ってきたところであるが、市場環境の変化を踏まえ、利用者の利用実態や料金・サービス等を含めた電気通信市場の動向をよりの確に把握し、利用者利便を確保するため、料金政策や消費者保護政策を含

¹²⁴ 毎年度市場支配力の有無等を定期的に観測している「定点的評価」と、毎年度異なる特定のテーマに焦点を当てて分析を実施している「戦略的評価」で構成。

¹²⁵ 「競争セーフガード制度」（平成19年度から平成22年度までの間運用）を引き継ぐ形で非対称規制についての検証を行う仕組みとして位置付け。平成24年度及び平成25年度に運用。

む電気通信市場全般の動向について分析・検証を行うこととする。効率的かつ実効性の高い分析・検証を行うため、客観的・専門的知見も活用し、必要となる情報の収集を充実させるとともに、市場環境の変化や利用者視点等を踏まえた分析・検証手法の充実を図ることとする。

③ 電気通信事業者の業務の適正性等に関するモニタリング機能の強化

事後規制の実効性を確保するためには、総務省が、定期的・継続的に情報の収集を行い、電気通信事業者の事業運営を絶えず確認し、電気通信事業者の業務の適正性等に係る問題を早期に発見するとともに、必要な監督上の措置を講じ、問題が深刻化する前に改善のための取組を推進していくことが重要である。

電気通信事業者の業務の適正性等を確保するため、これまで随時に実施してきたヒアリング等を充実させ、重点的に検証する事項（以下「重点事項」という。）及び検証プロセスをあらかじめ明らかにするとともに、重点事項を中心に定期的・継続的にヒアリング等を行うこととする。本検証プロセスの一環として、必要に応じ、報告徴収等を実施することとする。

3. 平成 31 年までの重点事項

上記 1 のとおり、改正電気通信事業法において、施行後 3 年経過時の検討条項が規定されている。改正電気通信事業法を踏まえ、本方針に基づく検証期間を平成 28 年夏から平成 31 年夏までの 3 年間とし、市場動向の分析・検証及び電気通信事業者の業務の適正性等の確認を行うこととする。

本方針に基づく検証期間における重点事項については、改正電気通信事業法を踏まえ、以下の 4 つの事項を基本とする。

① 固定系通信・移動系通信における卸及び接続

改正電気通信事業法においては、固定系通信及び移動系通信における卸電気通信役務の提供の本格化を踏まえ、第一種指定電気通信設備を設置する電気通信事業者¹²⁶（以下「一種指定設備設置事業者」という。）又は第二種指定電気通信設備を設置する電気通信事業者¹²⁷（以下「二種指定設備設置事業者」という。）が提供する卸電気通信役務について、事後届出制を導入したところである。この改正を踏まえ、一種指定設備設置事業者・二種指定設備設置事業者から届け出された内容を確認し、当該一種指定設備設置事業者・二種指定設備設置事業者の業務の適正性等について分析・検証を行う。

具体的には、固定系通信について、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「NTT東西」という。）が提供する光回線の卸売サービス（以下「サ

¹²⁶ 平成 28 年 6 月末時点では、東日本電信電話株式会社及び西日本電信電話株式会社が該当。

¹²⁷ 平成 28 年 6 月末時点では、株式会社NTTドコモ、KDDI株式会社、沖縄セルラー電話株式会社、ソフトバンク株式会社が該当。

ービス卸」という。) について、公正な競争環境と利用者利便の確保の観点から、料金その他の提供条件の適正性・公平性の確保を中心に分析・検証を行う。

また、情報通信審議会答申「加入光ファイバに係る接続制度の在り方について」(平成27年9月14日)において、「接続料と「サービス卸」の料金水準やF T T H市場における競争の状況に関する検証を定期的実施し、その結果を情報通信審議会に報告することが適当」とされていることや、「改正電気通信事業法の3年後の見直しと併せて、接続料の低廉化の状況、光配線区画に関する取組の状況、「サービス卸」も含むF T T H市場全体の競争の状況などを評価し、諸外国の事例も参考としつつ、改めて見直しの検討を行うことが適当」とされていることを踏まえ、接続料とサービス卸の料金水準やF T T H市場における競争状況に関する分析・検証を行う。

移動系通信については、電波の有限希少性や多額の設備投資の必要性から、MNO¹²⁸が割当てを受けた電波を利用して移動系通信サービスを提供するMVNO¹²⁹の新規参入を促進し、MVNOが実質的なプレーヤーとして競争することができる市場環境の整備が重要である。改正電気通信事業法においては、MVNOの参入促進を図る観点から、二種指定設備設置業者に関する接続制度について、アンバンドル機能や接続料算定方法等を制度化したところであり、この改正や二種指定設備設置事業者による卸電気通信役務の提供が移動系通信における競争促進やサービスの多様化等に有効に機能しているかという観点から、MVNOをはじめとする移動系通信における競争状況の分析・検証を行う。

さらに、競争環境に影響を与え得る要素として、光回線と移動系通信サービスのセット割引について、過度のキャッシュバック等により料金の適正性等が実質的に損なわれ、公正な競争環境が歪められていないかといった点について分析・検証を行う。

② 移動系通信における禁止行為規制の緩和の影響

改正電気通信事業法においては、移動系通信の競争環境の変化を踏まえ、さまざまな業種の企業との連携により新事業・新サービスの創出を促進するため、移動系通信における市場支配的事業者¹³⁰に対する禁止行為規制を緩和したところである。

この改正により、移動系通信の競争環境にどのような変化が生じたかを的確に把握するため、移動系通信における市場支配的事業者がどのような企業と連携し、どのような影響を与えたか、また、連携によりどのような新事業・新サービスの創出が実現したかといった点を中心に分析・検証を行う。

¹²⁸ Mobile Network Operator の略。移動系通信サービスを提供する電気通信事業者であって、当該移動系通信サービスに係る無線局を自ら開設又は運用している者。

¹²⁹ Mobile Virtual Network Operator の略。MNOの提供する移動系通信サービスを利用して、又はMNOと接続して、移動系通信サービスを提供する電気通信事業者であって、当該移動系通信サービスに係る無線局を自ら開設かつ運用しておらず、かつ、運用をしていない者。

¹³⁰ 平成28年6月末時点では、株式会社NTTドコモが該当。

③ グループ化の動向

改正電気通信事業法においては、設備設置事業者のグループ化による更なる寡占化の防止を通じ、設備設置事業者によるサービスの多様化・料金の低廉化の実現や、積極的な投資の維持・促進を図るため、一種指定設備設置事業者・二種指定設備設置事業者又はその特定関係法人¹³¹（グループ会社）が、グループ外の大規模事業者（一種指定設備設置事業者・二種指定設備設置事業者、特定電気通信設備¹³²を設置する者）と合併や株式取得等を行った場合、当該一種指定設備設置事業者・二種指定設備設置事業者に対し、電気通信事業の登録の更新を義務付けたところである。

I C T基盤の社会的役割の増大や近年のトラヒックの急増等を踏まえれば、今後も設備設置事業者が複数存在し、公正な競争環境の下で健全な経営を行うことが重要であることに鑑み、グループ化や寡占化の進展状況についての的確に把握するとともに、電気通信市場の分析・検証を行う。

④ 消費者保護ルールに関する取組状況

改正電気通信事業法においては、利用者保護の観点から、「説明義務の充実」、「書面の交付義務の導入」、「初期契約解除制度の導入」、「勧誘継続行為の禁止・不実告知等の禁止」及び「代理店指導措置の導入」を行い、利用者保護に係る制度の充実を図ったところである。これらの消費者保護ルールの施行状況について、「電気通信事業の利用者保護規律に関する監督の基本方針」（平成 28 年 5 月 20 日公表¹³³）に基づき、分析・検証を行う。

本方針に基づく市場検証に当たり、改正電気通信事業法の施行や電気通信事業分野の市場動向等を勘案し、①固定系通信・移動系通信における卸及び接続を 1 年目の重点事項とし、②移動系通信における禁止行為規制の緩和の影響、③グループ化の動向については 2 年目以降の重点事項とすることを基本とする。なお、④消費者保護ルールに関する取組状況については 1 年目から継続して重点事項とする。

なお、上記以外の事項についても、別途毎年度策定する「電気通信事業分野における市場検証に関する年次計画」（以下「年次計画」という。）において、必要に応じ、各年度の重点事項として追加することとする。

4. 検証プロセスの全体像

4. 1 検証期間

上記 3 のとおり、本方針に基づく検証期間は、平成 28 年夏から平成 31 年夏までの 3 年間とする。

¹³¹ 電気通信事業法第 12 条の 2 第 4 項第 1 号に規定。

¹³² 電気通信事業法第 12 条の 2 第 4 項第 2 号に規定。

¹³³ 「電気通信事業の利用者保護規律に関する監督の基本方針」（平成 28 年 5 月 20 日）

http://www.soumu.go.jp/main_content/000429603.pdf

既に入手可能な各種データに基づき、分析・検証に着手しつつ、その実効性・効率性を高めるため、本検証期間の1年目、2年目において、分析データや市場動向の分析・検証手法の充実を図り、本検証期間の3年目において、改正電気通信事業法の施行状況に関する総合的な検証を行うこととする。

4. 2 年次計画

本方針を踏まえ、各年度における重点事項や分析・検証の実施方針等を年次計画に定め、公表する。

年次計画は、下記4. 7の電気通信市場検証会議において学識経験者等から助言を得るとともに、意見公募手続を経て策定する。

4. 3 電気通信市場の分析

電気通信市場の動向を的確に把握するため、各種データに基づき競争状況の分析を行う。具体的には、電気通信事業分野における各サービス市場の競争状況や市場動向について、電気通信事業報告規則（昭和63年郵政省第46号。以下「報告規則」という。）に基づく報告内容並びに事業者及び利用者へのアンケート（以下「事業者・利用者アンケート」という。）の結果等に基づき、定量的及び定性的な観点から分析を行う。

また、変化の激しい電気通信市場の動向について適切に分析を行っていくためには、絶えず電気通信市場の最新動向について注視し、分析手法を充実させていくことが重要であるため、最新動向等に関する研究を並行的に行っていくこととする。

4. 4 電気通信事業者の業務の適正性等の確認

事後規制の実効性を確保するため、電気通信事業者の業務の状況等の確認を行う。具体的には、毎年度設定する重点事項を中心としてヒアリングを実施するとともに、必要に応じて、報告徴収等を実施し、法令やガイドライン等の遵守状況の確認を行う。

4. 5 電気通信市場の検証

上記4. 3及び4. 4を踏まえ、電気通信市場の公正競争環境及び利用者利便に関する検証を行う。特に、公正競争の促進の観点から、非対称規制を含む電気通信市場の競争機能の有効性や競争阻害要因等について検証を行うとともに、利用者利便の確保・向上の観点から、サービスに対する利用者の利便性の状況について検証を行い、電気通信市場や利用者への影響の観点から重要となる課題を抽出する。

なお、電気通信市場の分析及び検証に当たり、報告規則や事業者・利用者アンケートから得られる情報に加えて、必要に応じ、関係事業者に対してヒアリングやデータの提供を求めることもある。

4. 6 年次レポート

毎年度実施した分析・検証の結果等を取りまとめ、年次レポートとして公表する。具体的には、上記4. 3から4. 5までの結果とともに、毎年度、総務省が講じた措置状況等についても整理し、今後重点的に取り扱う課題や取組等を取りまとめ、次年度の年次計画の策定に反映させる。

年次レポートは、下記4. 7の電気通信市場検証会議において学識経験者等から助言を得るとともに、意見公募手続を経て策定する。

年次レポートを踏まえ、適切な市場検証の実施に当たって行政が定期的に把握することが必要な情報については、事業者の負担にも配慮しつつ、報告規則に基づく報告事項として位置付けるなど、適切な対応を行うこととする。

4. 7 電気通信市場検証会議

変化の激しい電気通信市場の動向を的確に把握し、適切に分析・検証を行うためには客観的かつ専門的な見地から電気通信市場の分析・検証を行うことが重要である。

本方針、年次計画及び年次レポートのほか、電気通信市場の最新動向等に関する研究、電気通信市場の分析・検証を適切に行うために必要となるデータや分析・検証手法の充実等について、学識経験者等で構成する電気通信市場検証会議¹³⁴から助言を得る。

なお、消費者保護ルールに関する取組状況の具体的な分析・検証等については、上記3. ④で示した「電気通信事業の利用者保護規律に関する監督の基本方針」に基づき、関係の専門家が参加する別の会合の場を中心として実務的な検討・作業を行うこととし、当該分析・検証等の結果又は進捗状況等について電気通信市場検証会議にも報告するなど、緊密な連携を図りながら、適切に検証プロセス全体を運用していくこととする。

¹³⁴ 「「電気通信市場検証会議」の開催」（平成28年4月26日 総務省報道発表）
http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01kiban02_02000186.html

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 29 年度）

平成 29 年 8 月 29 日
総務省

「電気通信事業分野における市場検証に関する基本方針¹³⁵」（平成 28 年 7 月 15 日。以下「基本方針」という。）に基づき、平成 29 年度の電気通信事業分野における市場検証に関する重点事項及び分析・検証の実施方針等を示すものとして、以下のとおり「電気通信事業分野における市場検証に関する年次計画」（以下「年次計画」という。）を定める。

1. 平成 29 年度の市場検証に関する重点事項

平成 29 年度の重点事項については、基本方針に示すとおり、電気通信事業法等の一部を改正する法律（平成 27 年法律第 26 号。以下「改正電気通信事業法」という。）の運用状況や電気通信事業分野の市場動向等を勘案するとともに、「電気通信事業分野における市場検証（平成 28 年度）年次レポート」（平成 29 年 8 月 29 日）を踏まえ、以下の 3 事項とする。

- ・固定系通信・移動系通信における卸及び接続
- ・グループ化の動向
- ・消費者保護ルールに関する取組状況

なお、消費者保護ルールに関する取組状況については、平成 28 年度に引き続き、「電気通信事業の利用者保護規律に関する監督の基本方針¹³⁶」（平成 28 年 5 月 20 日）に基づき、「消費者保護ルール実施状況のモニタリング定期会合」を中心として分析・検証を行うこととする¹³⁷。

2. 電気通信市場の分析に関する実施方針

2-1 電気通信市場の分析

電気通信市場の動向を的確に把握するため、電気通信事業分野における各サービス市場の競争状況や市場動向について、電気通信事業報告規則（昭和 63 年郵政省令第 46 号。以下「報告規則」という。）に基づく報告内容並びに電気通信事業者及び利用者へのアンケートの結果等に基づき分析を行う。

分析に当たっては、市場規模やシェア、市場集中度指数（HHI¹³⁸）、事業者数、料金の推移（料金水準、

¹³⁵ 「電気通信事業分野における市場検証に関する基本方針」（平成 28 年 7 月 15 日）

http://www.soumu.go.jp/main_content/000430110.pdf

¹³⁶ 「電気通信事業の利用者保護規律に関する監督の基本方針」（平成 28 年 5 月 20 日）

http://www.soumu.go.jp/main_content/000429603.pdf

¹³⁷ 「消費者保護ルール実施状況のモニタリング定期会合」を中心として行う分析・検証の結果又は進捗状況等については、電気通信市場検証会議にも報告するなど、緊密な連携を図りながら、適切に検証プロセス全体を運用していく。

¹³⁸ Herfindahl-Hirschman Index（ハーフィンダール・ハーシュマン指数）の略。当該市場における各事業者の有するシェアの二乗和として算出される指標。

料金体系等)、利益水準(ARPU¹³⁹等)等を用いた定量的な分析に加え、定量的に把握できない競争状況等については定性的な分析を行う。

なお、変化の激しい電気通信市場の動向を適切に分析するためには、絶えず電気通信市場の最新動向について注視し、分析手法を充実させていくことが重要であるため、引き続き電気通信市場検証会議における学識経験者等からの助言を得て、分析対象や分析手法、必要となるデータやその収集の在り方等について検討を行い、当該検討の結果を順次取り入れながら、電気通信市場の分析を行うこととする。

また、平成 29 年度の重点事項を踏まえ、以下について重点的に分析を行う。

固定系通信

平成 28 年度における分析結果では、FTTH アクセスサービス(以下「FTTH」という。)に関しては、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「NTT 東西」という。)による光回線の卸売サービス(以下「サービス卸」という。)を契機として、MNO¹⁴⁰や ISP¹⁴¹、CATV 事業者をはじめとした様々な分野の事業者が参入するなど、FTTH の小売市場における競争の進展がみられた。

一方で、FTTH の小売市場における競争の進展が FTTH の利用者料金の低廉化に反映されるまでには至ってはならず、また、FTTH の利用の顕著な増加にはつながっていない。

こうした点を踏まえ、平成 28 年度に引き続き、提供形態別(「自己設置」・「接続」・「卸電気通信役務」)の FTTH の競争状況や FTTH に係る卸電気通信役務を活用した FTTH の競争状況等や新サービスの提供実態等について分析を行う。

また、NTT 東西のシェアが急速に高まっている FTTH の卸売市場に関して、当該卸売市場における競争状況や NTT 東西のサービス卸をはじめとする卸電気通信役務の提供実態等について分析を行う。

移動系通信

平成 28 年度における分析結果では、移動系通信の小売市場において、MVNO のシェアが増加するなど MVNO¹⁴²を含めた市場の競争が進展し、料金・サービスの多様化、低廉化についても一定の進展がみられた一方、今後も、MVNO を含めた競争の加速などを通じ、更なる料金・サービスの多様化、低廉化を促していく必要がある。

こうした点を踏まえ、平成 28 年度に引き続き、MVNO をはじめとする移動系通信の小売市場における競争状況や MVNO サービスの提供実態等について分析を行う。

その際、一部の MNO が展開するサブブランドについて、契約数などの詳細な動向の把握に努め、MVNO を含めた市場の競争状況をより適切に分析することとする。

加えて、移動系通信の卸売市場における競争の促進や MVNE¹⁴³の積極的な事業展開は、MVNO サービスの更なる普及促進に資するため、当該卸売市場における競争状況や MVNE サービスの提供実

¹³⁹ Average Revenue Per User の略。加入者一人当たりの月間売上高。

¹⁴⁰ Mobile Network Operator の略。移動通信サービスを提供する電気通信事業者であって、当該移動通信サービスに係る無線局を自ら開設又は運用している者。

¹⁴¹ Internet Service Provider の略。インターネット接続サービスを提供する電気通信事業者。

¹⁴² Mobile Virtual Network Operator の略。MNO から卸電気通信役務の提供を受け、又は MNO と接続をして、移動通信サービスを提供する電気通信事業者であって、当該移動通信サービスに係る無線局を自ら開設かつ運用していない者。

¹⁴³ Mobile Virtual Network Enabler の略。MVNO との契約に基づき当該 MVNO の事業の構築を支援する事業を営む者(当該事業に係る無線局を自ら開設・運用している者を除く。)

態等について分析を行う。

グループ化の動向

電気通信事業においては、巨額の設備投資を必要とし、規模の経済が働くことにより、自然独占化の傾向を有し、移動系通信分野では、更に、電波が有限希少であることから、寡占化の傾向を有する。

近年、電気通信事業分野において、主要電気通信事業者（第一種指定電気通信設備を設置する電気通信事業者（以下「一種指定設備設置事業者」という。）及び第二種指定電気通信設備を設置する電気通信事業者（以下「二種指定設備設置事業者」という。））が3大グループに収れんしている。

また、平成 28 年度においては、MNO による ISP の株式取得や MVNO による ISP の株式取得の動きもみられたところである。

加えて、移動系通信分野では、携帯電話、BWA 等を組み合わせた「電波利用の連携」等が拡大しているところである。

こうした点を踏まえ、改正電気通信事業法により導入した電気通信事業の登録の更新¹⁴⁴の対象となる合併や株式取得等に加え、グループ化・寡占化の動向や事業者間連携によるサービス提供の実態についての的確に把握するとともに、グループごとの競争状況等について分析を行う。

2-2 電気通信市場の最新動向等に関する研究

近年、電気通信市場においては、FTTH と移動系通信サービス・インターネット接続サービスのセット販売をはじめ、電気サービスやポイントサービス等の異業種サービスを組み合わせた形の販売など、固定系通信・移動系通信サービスの連携や異業種との連携サービスの提供が進んできている。

このような電気通信市場における環境変化を踏まえ、競争状況を的確に把握・分析するため、引き続き、電気通信市場の最新動向等の把握に努め、隣接市場間における相互の影響や異業種間連携サービスの影響について分析を行うとともに、当該分析に必要となる分析手法等について研究を行う。

3. 電気通信事業者の業務の適正性等の確認に関する実施方針

事後規制を基本とする電気通信事業法（昭和 59 年法律第 86 号）の実効性を確保するため、重点事項を中心として、以下のとおり、電気通信事業者の業務の状況等の確認を行う。

確認に当たっては、確認事項に応じ、対象の電気通信事業者に対し、あらかじめ確認事項を送付の上、当該確認事項等についてヒアリング等を行う。また、必要に応じ、報告徴収等を実施することとする。

3-1 固定系通信に関する電気通信事業者の業務の状況等の確認

FTTH の契約数における NTT 東西のサービス卸を利用して提供される契約数の割合が急速に高まっており、様々な分野の事業者の参入もみられることから、FTTH の卸売市場における公正な事業者間取引を確保するとともに、小売市場における公正競争を確保することがますます重要となっている。

また、NTT 東西からサービス卸の提供を受ける卸先事業者に係る苦情相談件数が依然として高い水準にあることに鑑み、卸先事業者において消費者保護の充実等の観点から適切な措置が講じられているか注視していく必要がある。

こうした点を踏まえ、平成 28 年度に引き続き、「NTT 東西の FTTH アクセスサービス等の卸電気通信業務に係る電気通信事業法の適用に関するガイドライン」（平成 28 年 5 月改定。以下「サービス卸ガイドライ

¹⁴⁴ 電気通信事業法第 12 条の 2 に規定。平成 29 年 7 月末現在、該当案件なし。

ン」という。)に基づき、NTT 東西及び NTT 東西からサービス卸の提供を受ける卸先事業者(卸先事業者から再卸を受ける電気通信事業者を含む。以下同じ。)に対し、サービス卸ガイドラインを踏まえた対応状況等について確認を行う。

その際、平成 28 年度における業務の状況等の確認結果を踏まえ、NTT 西日本におけるサービス卸の提供料金と FTTH の利用者料金の水準及び卸先事業者のうち MNO が提供している FTTH と移動系通信サービスのセット割引¹⁴⁵について、詳細な確認を行う。

また、卸先事業者に対して、サービス提供に当たっての課題等について聴取する。

【確認対象】

- ① NTT 東西
- ② 卸先事業者(MNO 及び総務省が選定する事業者¹⁴⁵)

¹⁴⁵ 卸先事業者の FTTH に係る苦情相談件数が依然として高い水準にあることに鑑み、各事業者に係る苦情相談件数も考慮した上で卸先事業者を選定。

【確認項目】

対象事業者	確認項目
NTT 東西	① 競争阻害的な料金の設定等 (NTT 西日本におけるサービス卸の提供料金と FTTH の利用者料金の水準に係る詳細確認を含む。) ② 提供手続・期間に係る不当な差別的取扱い ③ 技術的条件に係る不当な差別的取扱い ④ サービス仕様に係る不当な差別的取扱い ⑤ 競争阻害的な情報収集 ⑥ 情報の目的外利用 ⑦ 情報提供に係る不当な差別的取扱い ⑧ 卸先事業者の業務に関する不当な規律・干渉 ⑨ 業務の受託に係る不当な差別的取扱い ⑩ 消費者保護の充実等の観点から望ましい行為
卸先事業者	① 競争阻害的な料金の設定等 (MNO が提供する FTTH と移動系通信サービスのセット割引に係る詳細確認を含む。) ② 消費者保護の充実等の観点から望ましい行為 ③ その他サービス提供に当たっての課題等

3-2 移動系通信に関する電気通信事業者の業務の状況等の確認

移動通信の技術進展の中で、二種指定設備設置事業者¹⁴⁶及びBWA事業者¹⁴⁷は、両者に割り当てられた周波数を活用したエリア展開や、異なる周波数の通信波を複数束ねて高速通信を実現するキャリアアグリゲーション技術¹⁴⁸を両者の間で用いて、電波利用の連携により通信速度等のサービス品質を向上している。

こういった電波利用の連携によるサービス品質向上が、MNOだけでなく、MVNOにおいても活用され、両者が同等の条件で競争をすることができる環境にあるか、検証する必要がある。

これに関して、総務省においては、「電気通信事業法施行規則等の一部を改正する省令」(平成 28 年総務省令第 30 号)により、BWA(WiMAX2+及び AXGP)関係設備についても、第二種指定電気通信設備として指定できるよう制度を整備しており、今後、BWA 事業者の端末シェアの増加に伴い BWA 設備が指定の対象となる可能性を念頭に、「電波利用の連携」の競争条件を検証するため、電波利用の連携によるサービスについて、その現状や MVNO の要望等について確認を行う。

これに加え、平成 28 年度における業務の状況等の確認結果を踏まえ行った、第二種指定電気通信設備に係る接続及び卸電気通信役務の提供条件の透明性・適正性等を確保するための制度整備を受けた対応状況、事業者の取組を注視するとして事項の取組状況について確認を行う。

また、MVNO の新規参入やサービス提供に当たっての課題等について聴取する。

【確認対象】

¹⁴⁶ 平成 29 年 7 月末現在では、株式会社 NTT ドコモ、KDDI 株式会社、沖縄セルラー株式会社及びソフトバンク株式会社が該当。

¹⁴⁷ UQ コミュニケーションズ株式会社、Wireless City Planning 株式会社等。

¹⁴⁸ 平成 25 年 12 月の無線設備規則(昭和 25 年電波監理委員会規則第 18 号)改正により制度上実現。当初は同一 MNO 内でのキャリアアグリゲーションのみが制度上可能となっており、異なる MNO 間のキャリアアグリゲーションについては、平成 26 年 9 月の無線設備規則改正により制度上可能となった。

- ① MVNO(総務省が選定する事業者¹⁴⁹)
- ② 二種指定設備設置事業者
- ③ BWA 事業者(総務省が選定する事業者¹⁵⁰)

【確認項目】

対象事業者	確認項目
MVNO	① 電波利用の連携に関する現状及び要望等 ② 平成 28 年度の確認結果を踏まえた制度整備を受けた対応状況及び事業者の取組を注視するとした部分の取組状況 ③ その他サービス提供に当たっての課題等
二種指定設備設置事業者	○ 上記①から③までにに関する状況
BWA 事業者	○ 上記①から③までにに関する状況

3-3 グループ内外の電気通信事業者に対する不当な差別的取扱いの確認

近年、電気通信事業分野において、合併や株式取得等によりグループ化が進展し、主要電気通信事業者(一種指定設備設置事業者及び二種指定設備設置事業者)が3大グループに収れんしている状況にあることを踏まえ、電気通信事業者のグループ内とグループ外との間の公正競争の徹底により、多様なプレーヤーが公平な条件の下で競争できる環境を確保する観点から、一種指定設備設置事業者及び二種指定設備設置事業者並びにそれらの特定関係法人である電気通信事業者におけるグループ内外の電気通信事業者に対する不当な差別的取扱いの有無について確認を行う。

【確認対象】

- ① 一種指定設備設置事業者¹⁵¹
- ② 二種指定設備設置事業者
- ③ 一種指定設備設置事業者の特定関係法人である電気通信事業者¹⁵²
- ④ 二種指定設備設置事業者の特定関係法人である電気通信事業者
- ⑤ ①又は②の接続事業者及び卸先事業者(総務省が選定する事業者¹⁵³)

【確認項目】

対象事業者	確認項目
-------	------

¹⁴⁹ 一定規模以上の MVNO 等。

¹⁵⁰ 一定規模以上の BWA 事業者等。

¹⁵¹ 平成 29 年7月末現在では、NTT 東西が該当。

¹⁵² 特定関係法人である電気通信事業者のうち、以下の電気通信役務(通信モジュール向けに提供するものを除く。)のいずれかを提供し、当該電気通信役務のいずれかの契約数等が5万以上である者を基本として総務省が選定。以下「特定関係法人である電気通信事業者」について同じ。

・携帯電話 ・PSH ・携帯電話・PHS アクセスサービス ・3. 9世代携帯電話アクセスサービス

・BWA アクセスサービス ・MVNO サービス ・加入電話

・総合デジタル通信サービス(中継電話又は公衆電話であるもの及び国際総合デジタル通信サービスを除く。)

・IP 電話 ・インターネット接続サービス ・FTTH ・DSL アクセスサービス

¹⁵³ 一定規模以上の電気通信事業者等。

一種指定設備設置事業者	<ul style="list-style-type: none"> ① 特定関係法人である電気通信事業者との間の電気通信役務に関する契約及び当該役務に係る料金その他の提供条件等 ② 特定関係法人である電気通信事業者との間の電気通信役務の提供以外の業務(電気通信役務の提供と密接不可分に関係するものに限る。以下同じ。)に関する契約 ③ 特定関係法人である電気通信事業者以外の電気通信事業者との間の上記①又は②と同様の契約
二種指定設備設置事業者	<ul style="list-style-type: none"> ① 特定関係法人である電気通信事業者との間の電気通信役務に関する契約及び当該役務に係る料金その他の提供条件等 ② 特定関係法人である電気通信事業者との間の電気通信役務の提供以外の業務に関する契約 ③ 特定関係法人である電気通信事業者以外の電気通信事業者との間の上記①又は②と同様の契約
一種指定設備設置事業者の特定関係法人	<ul style="list-style-type: none"> ① 一種指定設備設置事業者との間の電気通信役務に関する契約及び当該役務に係る料金その他の提供条件等 ② 上記①の契約に関して要望又は協議を依頼した事項等 ③ 一種指定設備設置事業者との間の電気通信役務の提供以外の業務に関する契約 ④ 一種指定設備設置事業者以外の電気通信事業者との間の上記①又は③と同様の契約
二種指定設備設置事業者の特定関係法人	<ul style="list-style-type: none"> ① 二種指定設備設置事業者との間の電気通信役務に関する契約及び当該役務に係る料金その他の提供条件等 ② 上記①の契約に関して要望又は協議を依頼した事項等 ③ 二種指定設備設置事業者との間の電気通信役務の提供以外の業務に関する契約 ④ 二種指定設備設置事業者以外の電気通信事業者との間の上記①又は③と同様の契約
一種指定設備設置事業者又は二種指定設備設置事業者の接続事業者及び卸先事業者	<ul style="list-style-type: none"> ① 電気通信役務又は電気通信役務の提供以外の業務に関し、一種指定設備設置事業者又は二種指定設備設置事業者のグループ内の電気通信事業者に対する不当な優遇が疑われる事例 ② 電気通信役務又は電気通信役務の提供以外の業務に関し、一種指定設備設置事業者又は二種指定設備設置事業者のグループ外の電気通信事業者に対する不当に不利な取扱いが疑われる事例 ③ その他グループ化の進展等に伴う課題等

4. 電気通信市場の検証に関する実施方針

上記2及び3の結果を踏まえ、以下のとおり、公正競争の促進及び利用者利便の確保の観点から、電気通信市場の検証を行うとともに、電気通信市場や利用者への影響の観点から重要となる課題等を整理する。なお、以下に示す検証に当たっての観点は例示であり、上記2及び3の結果を踏まえ、追加等を行う場合がある。

電気通信市場の検証に当たっては、電気通信市場検証会議における学識経験者等からの助言を得て、多面的かつ総合的な検証を行う。

4-1 固定系通信に関する市場の検証

4-1-1 公正競争環境に関する検証

FTTH の利用を促進する観点からは、「自己設置」・「接続」・「卸電気通信役務」という三つの提供形態から、電気通信事業者が自らの資金力や事業戦略に応じた選択を合理的に行うことができる環境が整備され、FTTHの小売市場における競争が促進されることにより、料金が低廉化し、多様なサービスが創出されることが重要である。

また、NTT 東西によるサービス卸は、第一種指定電気通信設備を利用して行われる事業者間取引であり、FTTH の小売市場における公正な競争の土台となるものであるため、事業者間取引の適正性・公平性が確保されるとともに、卸売市場においても競争が促進されることが重要である。

この点、平成 28 年度の検証においては、NTT 東西のサービス卸を契機とした新規参入事業者の増加を受けて、FTTH の小売市場における競争の進展がみられた一方、当該競争の進展が FTTH の利用者料金の低廉化に反映されるまでには至ってはならず、また、FTTH の利用の顕著な増加にはつながっていないとしたところである。

したがって、以下の観点を中心として検証を行う。

- ① 「自己設置」・「接続」・「卸電気通信役務」それぞれの提供形態ごとの間での公正競争やグループ内とグループ外との間の公正競争が確保され、料金・サービス競争の進展により、料金・サービスの多様化、低廉化が促進されているか。
- ② 卸売市場の競争の進展により、利用者料金の低廉化につながっているか。
- ③ 料金・サービスの多様化、低廉化を通じ、FTTH の利用が促進されているか。

4-1-2 利用者利便に関する検証

FTTH の利用促進のためには、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となっていることが重要である。

この点、平成 28 年度の検証においては、FTTH の小売市場において、サービス卸の提供開始以降、様々な分野から事業者の参入が進み、新たなサービスも提供され始め、利用者のサービス選択の幅が拡大されつつある一方、現時点で、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することが十分にできているとまではいえないとしたところである。

したがって、以下の観点を中心として検証を行う。

- ① 新サービスの創出等により、利用者のサービス選択の幅が拡大され、利用者の満足度が向上しているか。
- ② FTTH を提供する事業者が増加することで競争が進み、FTTH の利用者料金の低廉化が促進されているか。
- ③ FTTH の選択において、利用者がニーズに応じた合理的な選択ができているか。

4-2 移動系通信に関する市場の検証

4-2-1 公正競争環境に関する検証

事業主体が実質的に3グループに収れんされ、協調的寡占の色彩を有している移動系通信分野における競争を促進し、料金・サービスの多様化、低廉化を促進するためには、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、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。

この点、平成 28 年度の検証においては、移動系通信の小売市場において、MVNO のシェアが増加す

るなど MVNO を含めた市場の競争が進展し、料金・サービスの多様化、低廉化についても一定の進展がみられた一方、MVNO を含めた競争の加速などを通じ、更なる料金・サービスの多様化、低廉化が必要であるとしたところである。

したがって、以下の観点を中心として検証を行う。

- ① MNO 間、MVNO 間及び MNO である MVNO や MNO のサブブランドも含めた MNO と MVNO との間の公正競争やグループ内とグループ外との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。
- ② MNO 間で料金・サービスを中心とした競争が進展し、料金・サービスの差別化が図られているか。
- ③ 卸売市場における競争の促進や MVNE の積極的な事業展開により、MVNO サービスの普及が促進しているか。

4-2-2 利用者利便に関する検証

国民生活の生活インフラとなっている携帯電話については、ライトユーザ・ヘビーユーザ・長期利用ユーザをはじめとした幅広い利用者にとって使いやすい料金・サービスとなること、納得感のある料金・サービスが実現すること等により、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となっていることが重要である。

この点、平成 28 年度の検証においては、MNO によるライトユーザ向けの新料金プランや大容量データ通信向けの新料金プランの導入、MVNO による音声定額プランや大容量データ通信向けプランの導入・拡大など、料金・サービスの多様化、低廉化について一定の進展がみられた一方、幅広い利用者が納得感をもって自らのニーズに応じたサービスを合理的に選択しているとまではいえないとしたところである。

したがって、以下の観点を中心として検証を行う。

- ① ライトユーザ・ヘビーユーザ・長期利用ユーザ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。
- ② MNO の料金・サービスの差別化や MVNO・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。
- ③ SIM ロック解除の進展や MVNO 及びそのサービス内容に対する認知度・理解度の向上等により、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。

5. 情報の収集

電気通信市場の分析・検証を適切に行う上では、サービスの供給(事業者)側の情報だけではなく、サービスの需要(利用者)側の情報についても収集し、サービスの需要・供給の両面から分析・検証を行うことが重要である。また、変化の激しい電気通信市場の動向を適切に分析・検証するためには、絶えず電気通信市場の最新動向について注視し、その手法の充実を図ることが重要である。

そこで、分析・検証に当たり、以下のとおり情報収集を行う。

なお、引き続き電気通信市場検証会議における学識経験者等からの助言を得て、電気通信市場の動向を的確に把握し、実効性の高い分析・検証を行うために必要となるデータやその収集の在り方等について検討を行う。

5-1 需要(利用者)側に関する情報の収集

(1) 情報収集の方法

情報通信に関する現状報告(情報通信白書)、通信利用動向調査等をはじめとした総務省が実施している調査や、各種公的機関及び民間調査機関等のデータを必要に応じて活用するとともに、利用者に対するアンケート調査を実施する。

(2) 収集する情報

多様化・複雑化する電気通信市場に影響を与える諸要因を様々な側面から把握し、電気通信市場の実相を適切に分析していくため、サービス料金やサービス品質、サービス変更コストに関連するデータ等、利用者直接影响到する情報を積極的に収集する。

(3) 情報の取扱い

需要(利用者)側から収集する情報は、利用者の視点から電気通信市場の競争状況を把握するとともに、サービスや機能の需要の代替性を測る上で重要なデータである。したがって、各種調査及びアンケートにより収集した情報については、集計の上、電気通信市場の競争状況の分析・検証に活用することとする。

なお、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。

5-2 供給(事業者)側に関する情報の収集

(1) 情報収集の方法

電気通信市場の競争状況の分析・検証を行うために必要な情報については、電気通信事業者等の協力を得ながら情報収集を行うことを原則とする。収集方法については、報告規則に基づく報告のほか、分析・検証を行うために必要な調査内容等に応じ、アンケート調査及びヒアリング等を通じて、電気通信事業者等から情報を収集する。

また、必要に応じ、事業者団体等にデータ収集に関する協力を要請するなど、情報の充実を図ることとする。

(2) 収集する情報

収集する情報は、最終利用者向けサービスに関する情報に加え、可能な限り、当該最終利用者向けサービスの提供のために行われている事業者間取引についても、電気通信事業者等から情報を収集する。また、各サービスに関する情報だけではなく、隣接サービスに関する情報についても、必要に応じ、情報を収集する。

(3) 情報の取扱い

電気通信市場の分析・検証を適切に実施するために公表が必要な情報であるにもかかわらず、電気通信事業者等から公表の承諾を得られないような場合には、承諾が得られないという事実を明確にする等により透明性の確保に努める一方、収集した情報のうち集計前のデータ等、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。

6. 実施スケジュール

本年度計画の策定後、市場環境の変化に対応した分析手法の充実等を図りながら、電気通信市場の分

析を実施する。また、必要となる情報収集として、報告規則に基づく報告のほか、利用者や電気通信事業者等へのアンケート調査を実施する。

電気通信市場の分析及び電気通信事業者の業務の適正性等の確認の結果を踏まえ、電気通信市場の検証を行うとともに、総務省が平成 29 年度に講じた措置状況及び今後重点的に取り扱う課題・取組等を取りまとめ、平成 30 年 7 月(目途)に年次レポート(案)を作成する。今後の課題等については、平成 30 年度年次計画(案)に反映させる。

平成 29 年度年次レポート及び平成 30 年度年次計画については、意見公募手続を経て、平成 30 年 8 月(目途)に策定・公表することとする。

想定する実施スケジュールは、以下のとおりである。

	平成29年	9月	10月	11月	12月	平成30年	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月
年次計画	● 年次計画													● 次年度の年次計画
電気通信市場の分析		最新の市場動向等に関する研究				分析作業								
電気通信事業者の業務の適正性等の確認		ヒアリング等による確認作業												
電気通信市場の検証										検証作業				
情報収集		利用者へのアンケート調査				事業者等へのアンケート調査								
		■ 報告規則に基づく 四半期データ(6月末)		■ 報告規則に基づく 四半期データ(9月末)		■ 報告規則に基づく 四半期データ(12月末)				■ 報告規則に基づく 四半期データ(3月末)				
		その他の情報収集(適宜)												
年次レポート														● 年次レポート