

電気通信事業分野における市場検証(令和元年度)の概要

令和 2 年 6 月 2 9 日

総務省 総合通信基盤局
電気通信事業部 事業政策課

検証結果

- 契約数等の状況(2019年度末時点)
 - ✓ 固定系ブロードバンドサービス契約数:4,120万(前期比+0.5%、前年同期比+2.4%)
 - ✓ FTTH契約数:3,309万(前期比+1.1%、前年同期比+4.5%)
 - ✓ 固定系ブロードバンド契約数全体に占めるFTTH契約数の割合:80.3%(前期比+0.4ポイント、前年同期比+1.6ポイント)

⇒ 固定系ブロードバンドサービス契約数全体及びFTTH契約数のいずれについても緩やかな増加傾向を維持している。
- FTTH市場の競争状況(2019年度末時点)
 - ✓ 提供形態別の契約数:「卸電気通信役務」型が1,694万(51.2%)、「自己設置」型が1,326万(40.1%)、「接続」型が289万(8.7%)
 - ✓ NTT東西の小売シェア:23.5%(前期比▲0.7ポイント、前年同期比▲3.0ポイント)
 - ✓ 卸電気通信役務の提供に係るものを含めたNTT東西のシェア:65.4%(前期比▲0.4ポイント、前年同期比▲1.1ポイント)

⇒ FTTH市場(特に卸売市場)において、NTT東西は依然として大きな影響力を有している。
- MNO系光コラボ(※1)について
 - ✓ FTTH市場におけるMNO2者の小売シェア:30.7%(前期比+0.3ポイント、前年同期比+1.7ポイント)
 - ✓ NTT東西のサービス卸契約数におけるMNO2者のシェア:72.8%(前期比+0.1ポイント、前年同期比+0.6ポイント)
 - ✓ 総合的満足度、料金の満足度、通信速度・品質の満足度のいずれについても、MNO系光コラボ利用者の満足度がその他のFTTH利用者の満足度を大きく上回っているという結果は確認できなかった。

⇒ FTTHの小売市場において、MNO系光コラボのシェアが高まっているのは、FTTHサービス自体の料金や品質の優位性以外によるものであると考えられる。

※1 NTT東西のサービス卸を利用して提供されるFTTHアクセスサービスのうち、MNO(NTTドコモ及びソフトバンク)が提供するもの

検証結果

- 今年度の利用者アンケートにおいては、同一の事業者からFTTHサービスと携帯電話サービスの提供を(セットで)受けている者に対し、仮にセット割引が全事業者において廃止された場合にどのような対応をとるかについて質問した。
 - ✓ FTTHサービス・携帯電話サービスの「いずれについても利用を継続する」と回答した者の割合は半数を下回った。
 - ✓ 特に、FTTHサービスについて事業者を変更すると回答した者が多くみられた。
- ⇒ FTTHサービスの選択の場面において、「携帯電話サービスとのセット割」の存在が強い訴求力を有していることがうかがえる。
- 仮に現時点においてどの固定ブロードバンドサービスも利用していない状況にあった場合、新たにどの固定ブロードバンドサービスを利用したいかについて質問したところ、3割以上の者が「現在利用中の事業者以外の事業者の固定インターネット回線を利用したい」又は「固定インターネット回線を利用しない」との回答をしている。
- ⇒ スイッチングコスト(事務手続の面倒、解約時の違約金・工事費等)の存在により、自らにとって最適なサービスを選択できていない者が一定程度存在していることがうかがえる。
- 固定ブロードバンドサービスの利用契約において期間拘束が付されている場合があることについての認識、及び、自身が加入しているプランが期間拘束契約かどうかについての認識について質問したところ、FTTH利用者のうち約半数の者が、「期間拘束契約を知らない」又は「期間拘束契約を知っているが、自分の契約しているプランが期間拘束契約かはわからない」と回答している。
- ⇒ 期間拘束契約の有無を含め、利用者が固定ブロードバンドサービスの契約内容について把握できていない可能性がある。

今後の課題

- 設備ベースで見れば、依然としてFTTH市場におけるNTT東西の存在感が大きい状況であることから、引き続き、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について注視する必要がある。
- 令和元年7月以降、サービス卸の最終利用者は、卸先事業者の変更を行う際に追加工事が不要となるなど、事業者変更に要するコストが低下することとなった。令和元年度の市場検証においては、「事業者変更」の開始によって固定系ブロードバンド市場における競争状況に大きな変化が生じたといったような状況は確認されなかった(利用者における「事業者変更」の認知度も低調であった。)が、サービス卸を利用しないで固定系ブロードバンドサービスを提供する事業者を含めた競争状況について引き続き注視する必要がある。
- 利用者アンケートにおいては、一部の利用者において、FTTHサービスの選択に当たり、携帯電話サービスとのセット割など、FTTHサービス自体の料金やサービス内容以外の要素に強く誘引されていることがうかがえる結果がみられた。事業者におけるサービスの提供条件等について引き続き注視するとともに、各種のスイッチングコスト(事務手続の面倒、解約時の違約金・工事費等)の存在が利用者の選択(再選択)に与える影響について把握・分析する必要がある。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、利用者の通信サービスの利用意向にも大きな変化が生じている可能性があると考えられる。各市場のシェア・HHI等の指標の推移、利用者料金その他の提供条件の変化に関する情報等のほか、利用者や事業者に対するアンケート等を通じて、利用者の通信サービスの利用意向の変化及び当該利用意向の変化が各市場における競争に与える影響について把握を行う必要がある。

検証結果

● 契約数等の状況(2019年度末時点)

- ✓ 移動系通信の契約数:1億8,661万(前期比+1.0%、前年同期比+3.4%)
- ✓ MNOが提供する通信モジュールの契約数:2,985万(前期比+4.4%、前年同期比+23.8%)
- ✓ 通信モジュールを除いた契約数:1億5,676万(前期比+0.4%、前年同期比+0.3%)
- ✓ MVNO契約数:2,465万(前期比+3.2%、前年同期比+14.7%)

⇒ 移動系通信の契約数は、引き続き緩やかな増加傾向を維持しているが、これは通信モジュールの契約数の増加によるものであり、スマートフォン・フィーチャーフォン向けサービスの契約数については、頭打ち状態にある。

⇒ MVNO契約数は、引き続き増加傾向にある。

● 移動系通信の契約数における事業者別シェア(2019年度末時点)

- ✓ NTTドコモ:37.3%(前期比▲0.1ポイント、前年同期比▲0.6ポイント)
- ✓ KDDIグループ:27.6%(前期比▲0.1ポイント、前年同期比+0.2ポイント)
- ✓ ソフトバンクグループ:21.8%(前期比±0ポイント、前年同期比▲0.9ポイント)
- ✓ MVNO:13.2%(前期比+0.3ポイント、前年同期比+1.3ポイント)

⇒ MVNOのシェアは、引き続き増加傾向にある。

検証結果

● MNO間の競争状況について

- ✓ 事業者別シェアは、NTTドコモ:43.0%(前期比、前年度比ともに±0ポイント)、KDDIグループ:31.8%(前期比±0ポイント、前年同期比+0.7ポイント)、ソフトバンク:25.1%(前期比±0ポイント、前年同期比▲0.7ポイント)となっている。

⇒ **各社とも1ポイント以内の変動幅にとどまっている。**

- ✓ 通信モジュールの各社シェアは、NTTドコモ:30%台前半、KDDI:40%台前半、ソフトバンク:20%台半ばとなっている。

● MVNO (SIMカード型)間の競争状況について

- ✓ 事業者別シェアは、楽天モバイル(17.9%)、インターネットイニシアティブ(13.1%)、NTTコミュニケーションズ(10.6%)、オプテージ(8.7%)、LINEモバイル(5.7%)の順となっている。

⇒ **SIMカード型契約数上位5者の中では、LINEモバイルがシェアを伸ばしている。**

- ✓ サブブランドの契約数を加えて各者のシェアをみると、ワイモバイルのシェアは、他のMVNO事業者のシェアと比較して依然と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のシェアは、インターネットイニシアティブのシェアを上回り、楽天モバイルのシェアを下回っている。

検証結果

● 携帯電話サービスの満足度

- ✓ 総合満足度:MNO利用者33.3%、サブブランド利用者46.0%、MVNO利用者50.3%
 - ✓ 料金満足度:MNO利用者20.3%、サブブランド利用者59.4%、MVNO利用者74.0%
 - ✓ 通信速度・品質に対する満足度:MNO利用者44.3%、サブブランド利用者46.5%、MVNO利用者32.5%
 - ✓ MNO利用者について、1ヶ月当たりのデータ利用量と総合満足度との関係を見ると、データ利用量が多くなるにつれ、「非常に満足」又は「満足」と回答した者の割合が大きくなる関係がみられた。
 - ✓ 継続利用年数と総合満足度の関係を見ると、利用年数「1年未満」の者については、「非常に満足」又は「満足」と回答した者の割合が比較的多く、「不満」又は「非常に不満」と回答した者の割合が比較的少なかった。利用年数「10年以上」の者については、「非常に満足」又は「満足」と回答した者の割合が比較的少なく、「不満」又は「非常に不満」と回答した者の割合が比較的多かった。
- ⇒ **継続利用年数の長さは、携帯電話サービスの満足度を必ずしも意味しない。**

検証結果

- 今年度の利用者アンケートにおいては、同居の家族の携帯電話サービスの利用状況についての質問を行ったところ、その回答状況をみると、MNO利用者、サブブランド利用者、MVNO利用者のいずれについても、2人家族の場合、過半数の者が、「同居の家族と同じ携帯電話事業者のサービスを利用している」と回答している。特に、MNO利用者については、4人家族の場合でも、65.7%の者が、「家族全員が同じ携帯電話事業者のサービスを利用している」と回答している。
 - ⇒ 「家族割」などの存在により、携帯電話サービスの選択が家族単位でなされていることがうかがわれる。
- また、今年度の利用者アンケートにおいては、携帯電話サービスの利用状況とポイントサービスや携帯電話端末を用いた決済サービスの利用状況との関係について質問を行った。
 - ✓ 日頃の買い物の際に「最も」利用しているポイントサービスとして、携帯電話サービスの利用に応じて得られるポイントサービス(NTTドコモ利用者におけるdポイント、au利用者におけるau WALLETポイント、ソフトバンク・ワイモバイル利用者におけるTポイント、楽天モバイル・DMMmobile利用者における楽天ポイント)を挙げる者が多くみられた。
 - ✓ これら回答者の一部の者においては、当該ポイントサービスの存在が、携帯電話サービスの選択に一定程度影響を与えたという趣旨の回答をしているところである。
 - ✓ また、携帯電話利用に対するポイントの付与が、日頃の買い物におけるポイント利用の仕方や買物の仕方にも一定の影響を与えていることがうかがえる結果がみられた。
 - ⇒ ポイントサービス等の存在が、携帯電話サービスの切り替えの際のスイッチングコストとなる可能性もある。

今後の課題

- 令和元年10月に、携帯電話事業者及び販売代理店による一定の競争阻害的な行為を禁止する電気通信事業法の一部を改正する法律が施行された。このほか、楽天モバイル株式会社によるMNOサービスの提供開始、一部移動系通信事業者による5Gサービスの提供開始などにより、市場環境に大きな変化が生じることが予想されることから、シェア・HHI等の指標の推移、利用者料金その他の提供条件の変化に関する情報等を多角的に分析することを通じ、市場構造の変化を的確に把握するとともに、事業者による競争阻害的な行為の有無について検証する必要がある。
- 一部の電気通信事業者(又はそのグループ内事業者)においては、ポイントサービスや決済サービス等の提供を行っており、通信サービスとの連携もみられるところである。ポイントサービスや決済サービスを含め、通信サービスに付帯して利用者に提供されるサービスの提供状況について把握するとともに、電気通信事業分野における事業者間の公正競争を確保する上での課題の有無について引き続き分析する必要がある。
- **【固定系通信市場と共通】**新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、利用者の通信サービスの利用意向にも大きな変化が生じている可能性があると考えられる。各市場のシェア・HHI等の指標の推移、利用者料金その他の提供条件の変化に関する情報等のほか、利用者や事業者に対するアンケート等を通じて、利用者の通信サービスの利用意向の変化及び当該利用意向の変化が各市場における競争に与える影響について把握を行う必要がある。