

諸外国における電気通信市場の 競争評価について

平成14年9月5日
総務省総合通信基盤局

目 次

1 英国における有効競争レビュー	2
---------------------------	---

2 EUにおける有効競争レビュー	8
---------------------------	---

3 OECDにおける検討	12
-----------------------	----

1 英国における有効競争レビュー

英国における有効競争レビューの概要

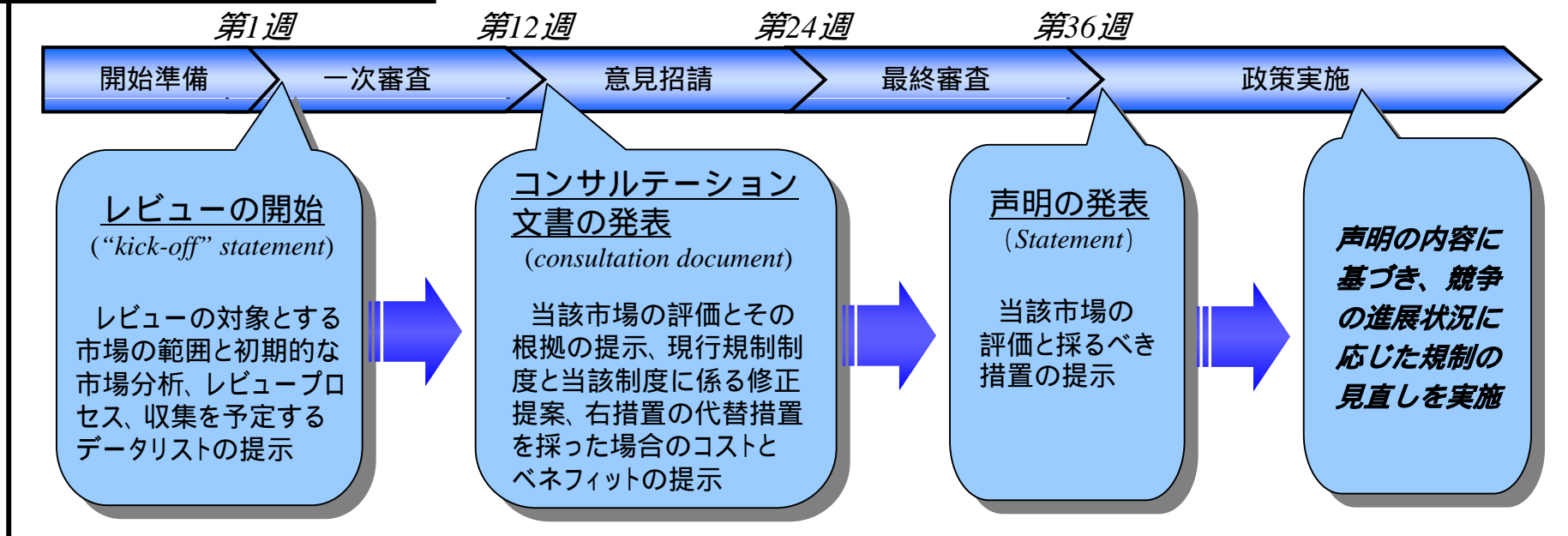
「有効競争」(Effective Competition)

競争促進のための規制を必要とすることなく、競争の結果として、より低廉、より高品質、より多様なサービスを消費者が選択することが可能な市場。

具体的な検証方法

各市場ごとに有効競争が実現しているかどうか、適正な規制水準が確保されているかどうかについて検証。
有効競争が実現していないと判断した場合、その原因の究明、競争水準を高めるための措置の検討等を実施。
2005年までに8つの市場のレビューを順次行う。
有効競争レビューは2年ごとに実施。ただし、EU新指令において有効競争レビューの実施が予定されており、これに対応して本ガイドラインも適宜見直し*。
*2002年7月 一部見直しがなされた

レビューのプロセス



(注) OFTEL, “Implementing Ofel’s Strategy : Effective Competition Review Guideline” (August 2000)を基に作成。

英国の有効競争レビューにおける「有効競争の指標」

有効競争の指標

消費者の利益

国内消費者が同様の経済力の他国の消費者と比較して最良又はほぼ最良のサービスを楽しんでいるかどうか。
国内消費者に多様なサービスが提供されているかどうか。
消費者はサービス品質に満足しているかどうか。
コストベースの料金設定がなされているかどうか（超過利潤が継続的に存在していないかどうか）。

消費者の行動

消費者の有効な選択ができるの十分な情報へのアクセスが実現しているかどうか。
消費者が市場機会に関する情報を十分用い、かつ利用できているかどうか。
消費者がサービス供給者を変更する際の障壁が存在するかどうか。

消費者を対象とした意識調査等を実施。

供給者の行動

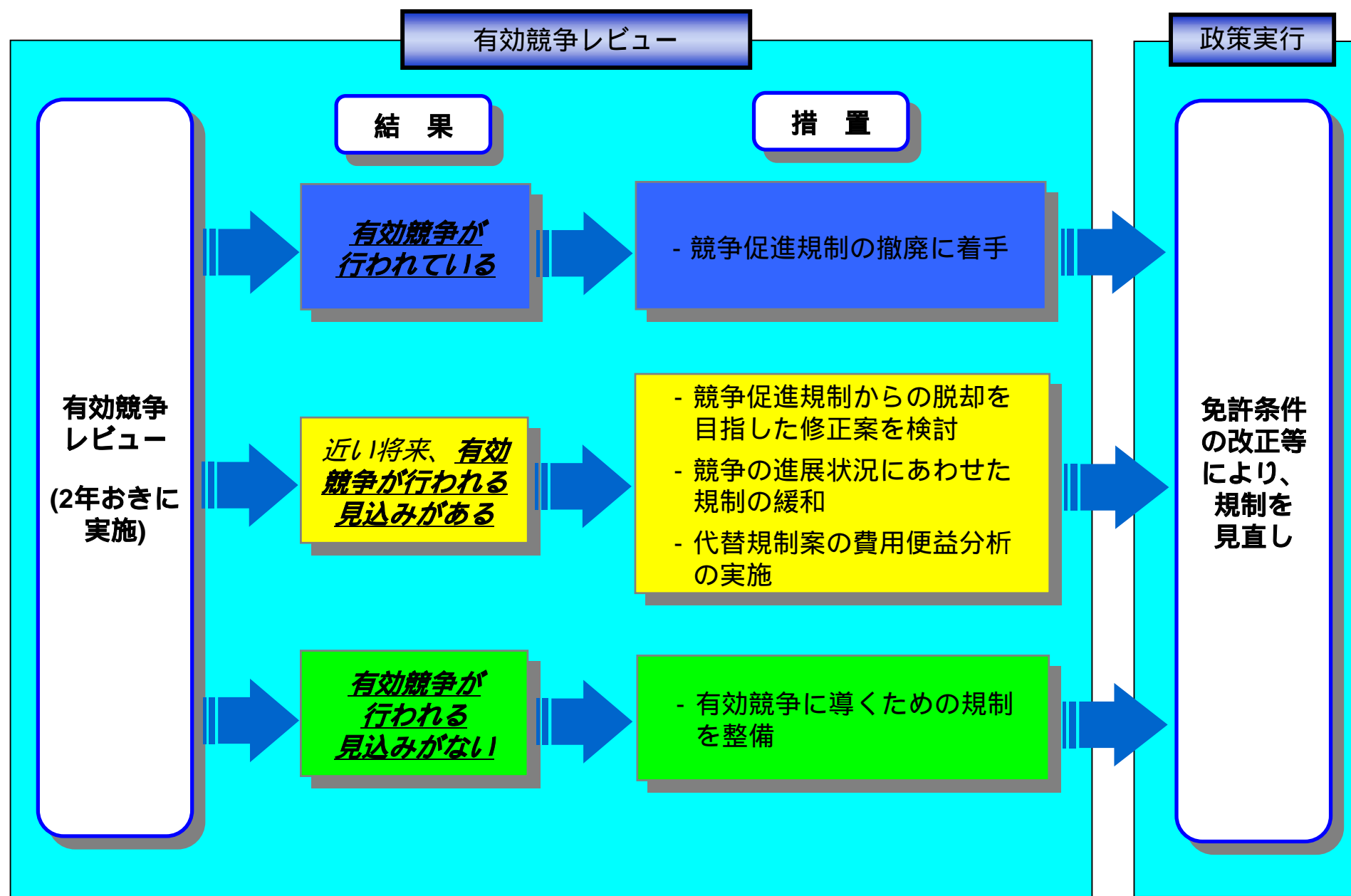
価格、品質、技術革新の面で活発な競争が行われているかどうか。
反競争的行為が存在しないかどうか。
共謀が存在しないかどうか。
消費者のニーズに合致しているかどうか。
サービス供給が効率的かどうか。
最近の新規参入の状況はどうか。

(市場)構造

参入障壁が存在しているかどうか。
非効率な事業者が存在し得ているかどうか。
市場支配力を有する事業者が関連市場において（垂直的統合又は水平的統合を通じて）当該市場支配力を行使することが制限されているかどうか。
市場構造の経年的な変化、特に市場集中がどの程度が緩和される傾向にあるかどうか。

(注) OFTEL, “Implementing OfTel’s Strategy : Effective Competition Review Guideline” (August 2000)を基に作成。

レビューの結果から政策実行までの流れ



英国の有効競争レビューの実施状況

レビュー対象となる 市場の範囲	レビューの実施状況
移動通信	<p>2001年9月に声明が公表。次回は2002年後半から実施予定。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・声明の主な内容：当該市場における有効競争は未だ行われていないが、今後競争的となる見込みがあり、規制内容を市場の競争水準に合わせて最小化するため、Vodafone及びBT Cellnetに対して、SMP指定は継続するが、MI(Market Influence)規制を解除（MVNOへの卸売義務の撤廃）等の規制の見直しを提案。MI規制の適用解除を2002年4月に正式決定
ダイアルアップ・インターネットアクセス	<p>2002年1月に声明が公表。次回は2002年後半から実施予定。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・声明の主な内容：小売及びバックボーン回線への接続市場は競争的であるが、BTが市場力を有する卸売の発信・着信市場は競争的でなく、現行の支配的事業者規制を継続。
固定電話サービス	<p>2002年6月に声明が公表。次回は2004年に実施予定。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・声明の主な内容：当該市場における競争は進展しているが、有効競争的ではなく、低額ユーザー保護制度は継続するが、プライスカップ方式による基本料請求権の移譲を含む加入者回線卸売サービスの提供、プライスカップ規制の将来的な撤廃（ただし、競争原理が機能するまでは新たなプライスカップ規制を継続）等の規制の見直しを決定。
専用線	<p>2000年12月に声明が公表。次回は2005年初頭から実施予定。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・声明の主な内容：当該市場は小売・卸売とも競争的でなく、BTに対して、現行の小売料金規制を継続し（プライス・キャップ方式導入の見送り）、セーフガード・キャップをアナログサービスに関してのみ2005年7月まで維持するが、終端回線の卸売サービスの他事業者への非差別的・コスト指向的な提供義務づけ等の規制の見直しを決定。
広帯域サービス	<p>2004年後半から実施予定。</p>
インタラクティブTVに対するアクセスコントロール	<p>2002年前半から実施予定。（現時点では、開始声明は未公表。）</p>
デジタルTVに対する条件付アクセス	<p>2001年10月コンサルテーション文書発表。（現時点では、声明は未公表。）</p>
(デリバリーチャンネルの融合)	<p>(注) 上記の予定については、“OfTel Management Plan 2001/02”(2001年3月公表)に基づく。</p>

移動通信に対するレビュー - Statement(2001.9月公表) -

市場の競争状態に関する評価

多くの点で、英国の消費者は競争の恩恵を受けている。
英国の移動体通信料金は、欧州で最も低額となっている。
移動体分野での長期的な料金低下傾向が証明されている。
消費者の満足度が高い。
品質面での競争が明白に存在する。

ただし、依然として問題点が存在する。
効果的な競争が存在する市場より高いレベルの料金設定を行っている事業者が存在する。
タリフの違いに関する消費者の認識が低い。
事業者間通話や国際通話の料金が低い。
消費者によるサービスプロバイダの乗り換えが困難。

効果的な競争が存在する市場より高いレベルの料金設定を行っている事業者が存在する。
Vodafoneについて、ROCE (Return on Capital Employed: 投下資本回収率) が非常に高いため、その要因がコスト優位性にあるか価格設定にあるかについて検証。コスト構造については、
市場規模 - 全事業者がVodafoneと同量の経済規模を持つことは不可能であり、規模の経済というコスト優位性を持つ。
効率的なトラフィックプロファイル - 平均的で効率的なトラフィックプロファイルは、Vodafoneに特有のものではない。
使用周波数帯の違いによるコスト比較 - 一定の範囲内でVodafoneの使用するGSM900のコストはGSM1800より安い。
イノベーションによる効率性 - 競合他社より先を進む製品・技術イノベーションの存在する証拠はない。
その他Vodafone特有の(特定不可能な)コスト優位性 - 特になし。
以上のから、 が他社より有利ではあるが、それだけではROCEの高さを十分に説明できないため、「Vodafoneは競争的な価格より継続的に相当程度高い料金設定を行っている」と結論。
BTCellnetについては、ROCE自体は高くないものの、資本コストを大幅に上回っている。

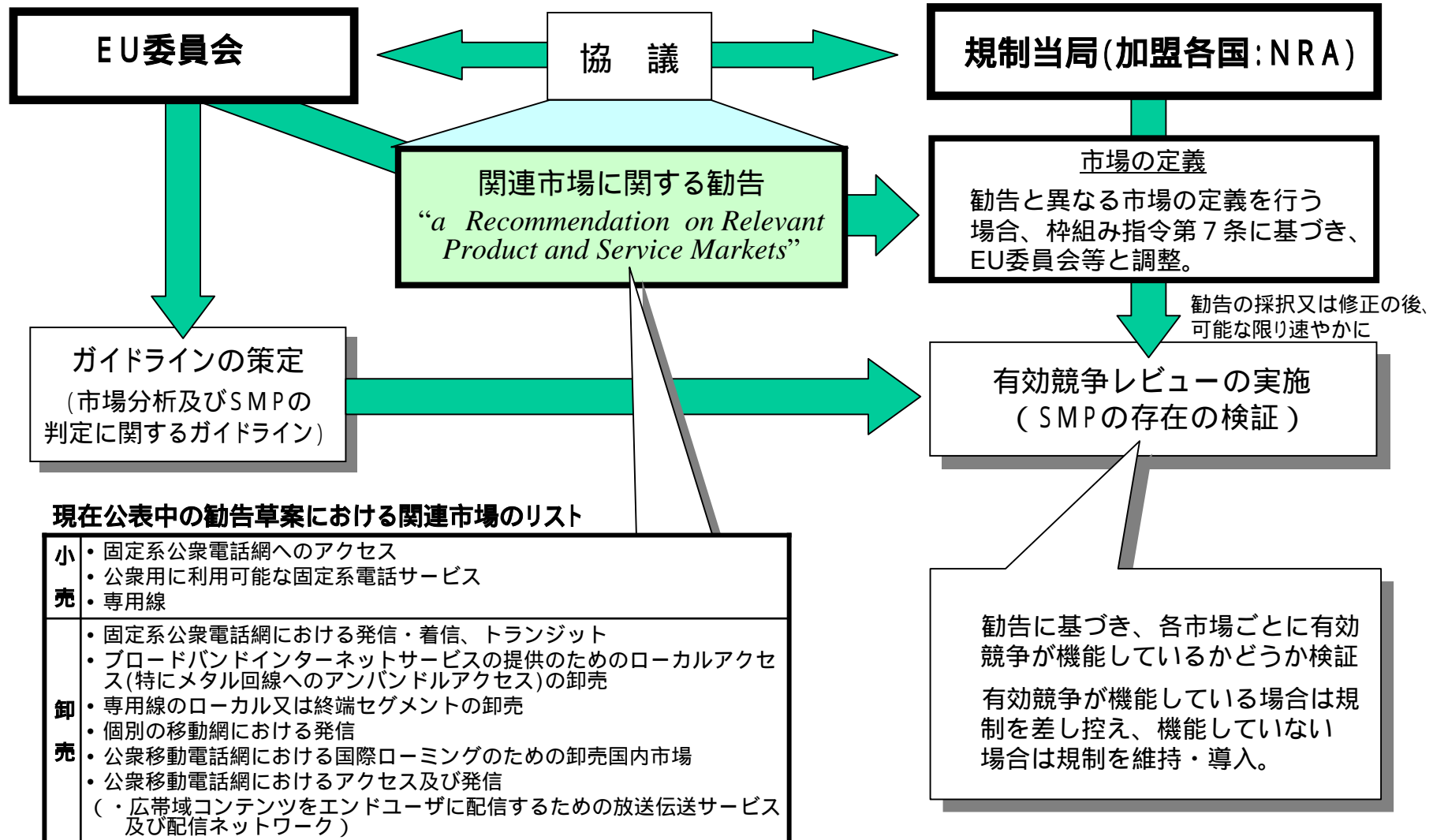
レビューの結論と規制

VodafoneとBTCellnetには、支配的事業者(SMP)規制を継続して課すこととする。
ただし、MI (Market Influence) 規制(MVNOへの卸売義務等)については、料金が将来的に下がる可能性があること、卸売義務を課すことが小売りサービス提供市場の競争にあまり影響を与えていないこと等から、Vodafone及びBTCellnetとも規制の対象からはずすこととする。
その他の問題点を解消するための規制を課すかどうかについては、引き続き市場の動向を見守る。

2 EUにおける有効競争レビュー

EUにおける有効競争レビューの実施手続き

EU新「枠組み指令」において、加盟各国における有効競争レビューの実施を義務づけ。



CEC "Directive of the European Council and of the Council on a Common Regulatory Framework for Electric Communications Networks and Services" (Article 14 ~16, Annex1)

EUガイドライン・勧告草案における関連市場の定義方法

SMPの存在を検証するため、競争法の方法論に基づいて「関連市場」を特定。

ステップ1：関連製品・サービス市場の画定

- 需要及び供給の代替性を考慮し、市場を特徴付け。
(仮想独占事業者テスト(hypothetical monopolist test)等の手法を利用)

- 以下の基準を考慮し、関連市場を確定。

参入への障壁

- 技術、コスト、需要等に関する構造的障壁
- 規制上の障壁

時間の経過により競争が進展するという特徴の有無

- 市場シェア、料金下落
- 技術革新

競争法と補完的な事前規制の効果

- 競争法のみで競争上の障害の除去が可能か否か

ステップ2：地理的市場の画定

- 国内の市場状況を考慮して、NRAが需要及び供給の代替性を検証し、地理的市場を画定。

主要な基準：
- ネットワークのカバーエリア
- 規制上の区分の存在

一般的な競争条件が同一又は十分に同質であり、当該条件について隣接エリアと明確に区別可能な地理的範囲

(参考) EUガイドラインにおけるSMPの評価基準

SMP(Significant Market Power)の定義

枠組み指令第14条2 事業者は、単独で又は共同で、ドミナンスと同等の地位、すなわち、競争者、顧客及び究極的には消費者から明らかに独立して行動するほどの経済力を有する地位を享受する場合は重要な市場支配力(SMP: Significant Market Power)を有すると見なされなければならない。

SMPの評価基準

市場シェア

- 50%超 : 例外的な状況を除きドミナンスの地位を証明
- 40%超 : 通常、ドミナンスが発生
- 25%未満: ドミナントな地位を占めているとはいえない
- 大きな市場シェアが持続して安定している場合のみSMPが発生。
- 当該市場において重要な地位を占める事業者が徐々に市場シェアを低下させている場合、市場がより競争的になっていることを示す。
- 市場シェアの不安定さは当該市場における市場支配力の欠如を暗示。

その他の利用可能な基準

- ドミナントな地位は、市場シェアのほか、下の組み合わせから導き得る(個別では必ずしも決定要因でない)。
- 事業規模
 - 容易には再構築できないインフラの支配
 - 技術上の優位性または卓越性
 - 対抗する購買力の不在
 - 資本市場/財源への容易な又は特権的なアクセス
 - 製品/サービスの多様性(例えば、抱き合わせ販売)
 - 規模(scale)の経済
 - 範囲(scope)の経済
 - 垂直統合
 - 潜在的な競争の不在
 - 高度に発展した流通及び販売ネットワーク

その他の考慮すべき事項

市場支配力の梃子 *leverage of market power*

共同支配性 *Collective dominance*

3 OECDにおける検討

OECDにおける電気通信の有効競争の評価指標の検討（1 / 2）

「電気通信における競争の評価のための指標」

OECDでは、2001年12月の電気通信・情報政策（TISP）作業部会において、「電気通信における競争の評価のための指標」に関する文書について議論を開始。

同文書は、2002年6月の作業部会においてリバイスされ、本年中に最終稿が確定する予定。

市場の分類と関連市場

以下の7分類を提案。

音声 - 市内、長距離、国際

公衆電話

専用線 - 国内、国際

データ通信役務

インターネットアクセス、

移動体通信

卸役務 - ローカルループアンバンドリング、相互接続

OECDにおける電気通信の有効競争の評価指標の検討 (2 / 2)

有効競争の評価のための指標

一般的な競争ルールと電気通信市場の特徴を組み合わせ、以下の指標を作成。

カテゴリ	指標	パラメータ
市場の構造	市場シェアとその動向	▶量ベース：通話時間、加入者数、価値ベース：収益、容量ベース：設置済回線数
	参入障壁あり / 参入が容易	▶絶対障壁：事業者数、規制による制限、不可欠設備の支配、戦略的障壁（広告力・資本力）、垂直統合 / 排除的障壁：垂直統合された企業の存在、料金水準
供給者の行動	積極的な価格競争と対抗	▶価格競争上の対抗：価格動向、料金変化への反応、プライスリーダーシップの有無 ▶非価格競争上の対抗：マーケティング・広告コスト、サービスエリア ▶間接的方法：業界参入 / 撤退の有無
	反競争的行動の有無	▶反競争的行動：LLU・相互接続の合意件数と要した時間、LLUによる競争事業者への回線提供率、事業者事前登録・ナンバーポータビリティの有無、苦情件数、共謀の有無 / 水準
	革新的サービスの提供	▶革新的サービスの多様化の程度と速度
消費者の行動	収益性及びその動向	▶企業別の収益の動向
	情報へのアクセス	▶消費者調査：消費者への定期的周知、ウェブサイトの質、タイムリーな情報提供
	情報及び市場機会の利用能力	▶消費者調査：現在のサービス、代替サービスに関する十分かつ正確な情報の所有
	供給事業者の変更コストと障壁	▶消費者調査：変更の阻害要素の程度や内容、顧客満足度と比較した場合の変更率
	対抗する購買力	▶消費者団体数、大規模ユーザーの有無及びそれが事業者収益に占める比率、消費者収入に占める サービス支出の比率、苦情数
消費者の利益	広範囲にわたる競争サービスの提供	▶消費者調査：サービスの提供品質や満足度
	料金及び安さについての消費者満足度	▶通話数・通話時間収入、消費者調査：現行サービスの料金の適切性、廉価サービスの有無、料金構造
	サービスの品質に関する消費者満足度	▶呼の輻輳率、呼の完了率/切断率、故障数、設置 / 修理に要する時間、消費者調査（品質、区域）