

# オブザーバから提出いただいた ヒアリング質問事項に対する回答 (事務局整理・要約)

(注) 凡例：

ヒアリング事項
事務局例示
論点案 (= ヒアリング事項) の整理に際し、構成員から提出いただいた意見 (第2回会合 (9月13日) における発言を含む) 【構成員名】
~ 意見の方向性 ~
・ 整理の都合上の見出し オブザーバから提出いただいた回答 【社名】

## 1 市場の概念について

### 総論

#### ～事前の市場画定の難しさを指摘する意見あり～

今後の発展が期待されるブロードバンドサービス（例：インターネット接続サービス）に焦点を当て、まずは早期の規制緩和の実施により、市場全体の発展を促すべき。【NTT 西日本】

市場」の定義：一般的な利用者が、一般的な目的を実現するための手段として、併用を想定せずに選択を行う対象となるサービスカテゴリ。

【日本テレコム】

市場の画定に関してはそれによりどのような政策を実現するかを見定めた上で慎重にその範囲を決定すべき。料金・約款の作成・公表を不要とする政策に関しては、内部補助や支配的地位を利用した略奪的価格設定の防止が適切に行われるかどうか重要であり、市場内での支配力というよりは市場外部から（ボトルネックや範囲の経済性等）の支配力を防止することの方がより重要。であれば、市場画定は市場外部からの支配力の及ぼす範囲、という観点から定義すべき。【イー・アクセス】

電気通信市場における競争の進展度合いを評価するにあたっては、ボトルネック性を的確に評価することが重要。ボトルネック設備は個別のサービスに帰属するものではなく、特に加入者回線に係る設備はあらゆるサービスに関連することから、サービス毎に評価を行うことは適当ではない。仮に、サービス毎に市場を区分して評価を行う場合であっても、サービス市場の細分化やサブマーケットの画定を過剰に行うことにより、結果として、支配的事業者による独占の助長に繋がらないよう留意すべき。【KDDI】

#### ・サービス市場の画定は困難

最近の電気通信市場では、IP化・ブロードバンド化によって、新たなサービスが次々に生み出され、あるいは既存サービスが急激に衰退するなど、激しい変化が生じている。特に揺籃期にあるIP系サービスについては、今後多種多様なサービスの出現が想定されることから、市場の画定を行うことは困難であり、このような状況下で、人為的に市場を画定することは、市場における競争、さらにはサービスの発展に歪みをもたらす。さらに、IP化により、コンテンツ・プラットフォーム分野等との垂直統合的なサービスが登場する一方、レイヤを特化してオープンポリシーで提供されるサービスもあるなど、ビジネスモデルの多様化が進展していることから、市場を固定して捉えることは、健全な市場の発展の妨げになる。【NTT 東日本】

IP化の進展によって、サービスで市場を区分することがますます困難になってきている。【東西NTT】

IPサービスのように流動的、発展的市場につき、事前的市場確定を云々することは適当ではない。こうした市場は、市場への参加者も多様であり、それ自身が、競争状態の進展を意味するものと思われる。固定電話市場のように成熟した市場では、市場区分が可能であろうが、そうでない分野に関しては、事後規制すなわち競争制限的行為が行われた、という事業者ないし消費者からの申告を受けて対処すべき。【東京電力】

<p><b>(a) 利用者サイドから見た需要代替性、事業者サイドから見た供給代替性によるサービスの同一性</b></p>
<p>最終ユーザから見ると同一の便益、効用を得られるサービスについては、異なるプラットフォームであっても同一のサービスとして捉えることが適当と思われるが、その際の便益、効用をどのように認識、把握するかという問題についての整理が必要（便益、効用の同一性に係る規定の仕方、考え方の整理、明示の必要性）。【加藤構成員】</p>
<p>・<b>総論</b></p>
<p>有効な代替性が存在する範囲を評価するための有効な経済学的手法として、以下のような仮想独占者テスト（the hypothetical monopolist test、しばしば SSNIP としても参照される）があり、当該手法により、需要サイド及び供給サイドの両面から市場の評価を行う必要がある。【C&amp;W IDC】</p>
<p>・<b>需要代替性</b></p>
<p>～「<b>利用者の視点からサービスの効用・機能に着目することが必要</b>」との意見が多い～</p>
<p>需要代替性は、利用者のどのような欲求に対する需要かによって、範囲が大きく異なる。競争が発生しうる「市場」とは、一般的な利用者が、一般的な目的を実現するための手段として、併用を想定せずに選択を行う対象となるサービスカテゴリであり、需要代替性とは、一般的な目的に対する併用が想定されない範囲におけるものとしてみるべき。【日本テレコム】</p>
<p>競争評価手法導入の第一義的な目的は、公正競争の実現による「利用者利便の向上」。それを前提とした場合、利用者サイドから見た需要代替性を中心に判断するのが適切。具体的にはサービス機能に応じた利用者の使い勝手や利用シーン、利用アプリケーション、それによるユーザが得られる効用等により市場画定すべき。利用者サイドと事業者サイド、それぞれの代替性のとらえ方は必ずしも一致するものでなく、「事業者にとっては別商品」となるか否かは事業者のサービス設定や提供条件設定に左右される点もふまえると、利用者サイド中心に判断するのが適切。【NTT ドコモ】</p>
<p>仮にサービス毎に市場を区分して評価を行う場合には、お客様がサービスを選択するにあたり比較・検討を行うサービスについては、同一の市場とすることが適当。【KDDI】</p>
<p>・<b>供給代替性</b></p>
<p>～「<b>供給者の視点から代替性を検証することは困難</b>」との意見が多い～</p>
<p>利用者サイドから見た需要代替性は考慮できるものと考えますが、供給代替性によるサービスの同一性は考慮すべきではない。【Jフォン】</p>
<p>事業者サイドから見た要素によって「市場」を区分することは、競争を阻害してしまうことから適当ではない。【日本テレコム】</p>
<p>提供者側にとって、他社との差別化は市場獲得のための最も重要な戦略であり、競争原理から導き出される当差別化が、利用者の得ることができる利益であるとも考える。そのため、供給代替性の観点から同一性を議論することは非常に困難であると考えべきであり、基本的サービス機能に同一性があるかを確認するに留めざるを得ない。【テレコムサービス協会】</p>
<p>・<b>例：加入電話とIP電話の捉え方</b></p>
<p>～「<b>現時点ではIP電話を独立したサービスと捉えることは困難</b>」との意見が多い～</p>
<p>ユニバーサルサービスと定義された社会公共性が極めて高いサービスやボトルネック性を有するネットワーク設備と機能による市場支配力が存在しうるサービス分野（前者）と、競争環境が全く同等で市場原理に基づき、利用者の選択・利用性向が反映され、且つ、事業者の創意工夫・創造性発揮により市場が発展拡大して行くサービス競争分野（後者）とは分けて考えるべき。前者の概念で後者の市場を捉えると新市場の創出、市場の革新・成長、利用者の利便性享受の阻害要因として作用する恐れがある。例示の加入電話とIP電話の関係について言及すると、IP電話はVoIP技術を使った加入電話～同技術を使ったインターネット電話、アプリケーションサービスまで多種多様であり、一意的に定義できない。先ず、後者として捉え、その中で、前者による阻害要因の有無を評価すべき。【NEC】</p>
<p>IP電話と加入電話について、仮想独占者テストを適用すると、(1) 需要サイド：現時点では今後2～3年間は同じ市場であるとは見なすことはできない。(2) 供給サイド：IP電話サービスの供給者は、ネットワークインフラの異なった形態に投資しなければならず、固定電話サービスの供給には簡単に変更できないということが考えられる。(3) 需要サイドの要因についての考察が、市場定義における全体的な結論に対してより決定的になるとと思われる。【C&amp;W IDC】</p>

## (b) ユーザの属性による市場の区分

例えば、利用者がマスマーカがビジネスユーザーかによって、商品によっては市場を区分して考えることが適当であるか。

～マスマーカがビジネスユーザーかによって市場を区分して捉えることに賛成と反対の相反する意見が拮抗～

### ・総論

企業活動の事業ドメインとして、一般個人ユーザー向けのコンシューマー事業領域、民間企業・官公庁向けのビジネス事業領域と云う市場区分は周知の通り一般的。目的に合う属性定義が何処まで可能か考えるべき。市場区分はユーザー属性による区分もありますが、サービスの本質性/利用者に提供しうる実際上の利便による区分が大切。【NEC】

利用者サイドからみた需要代替性を中心に同一性を判断する場合にはユーザーの属性も1つの市場の画定要因に位置づけられるものと考えますが、その実態把握にあたっては、契約名義と利用者の乖離もふまえ、根拠の取得の可否や妥当性について検証する必要がある。【NTTドコモ】

### ・賛成

ビジネスユーザーたる企業は、サービス提供事業者の選択肢が潤沢に存在するため、その立場は従来に比べはるかに強くなっており、自らの個々のニーズにより合致した柔軟なサービス提供条件や柔軟な料金設定に対する要求水準が高まっているところ。この点、情報収集力、事業者との交渉力等においてビジネスユーザーよりも劣り、その立場が弱いと想定される個人消費者向けのマスマーカ市場と同一に論ずるべきでない。

【NTTコミュニケーションズ】

マスマーカ向けとビジネスユーザー向けでは、自ずとマーケティングとセールスの方法は大きく異なってくる。同時に、マスマーカ向けおよびビジネスユーザー向けのいずれかに同類のサービスを限定した事業者の存在も考えられることから、ユーザーの属性により市場を区分することは適当と考えられる。【テレコムサービス協会】

異なるユーザー・クラスのために市場を分けて定義することが適切な場合がある。例えば、ビジネス顧客のための市場と家庭顧客のための市場に分けられる。例えば、ビジネス顧客は確かな製品もしくはサービスを必要とするだろうし、これは、家庭向けサービスとしては提供されない。このように、もしビジネス用の製品に重要な価格の上昇が生じた場合には、ビジネス顧客は家庭の顧客を対象としたサービスを有効な代替サービスと見なすことはないだろう。供給サイドにおいても、同様のことが言える。【C&W IDC】

### ・反対

ユーザーの属性は事業者サイドから見た要素であり、区分する必要はない。【日本テレコム】

仮にサービス毎に市場を区分して評価を行う場合には、お客様がサービスを選択するにあたり比較・検討を行うサービスについては同一の市場とすることで、自ずとコンシューマー向けサービスとビジネスユーザー向けサービスが区分されることになることから、政策的にこれらを区分する必要はない。双方が利用する可能性のあるサービスについても、ユーザーの属性により市場を区分する必要はない。【KDDI】

**(c) 地理的市場の区分**

例えば、全国で捉える場合と地域別に捉える場合では、競争の状態は異なることが考えられるが地域別に捉える手法はあるか。

～「全国で捉えるべき」、「地域別でとらえるべき」という相反する意見あり～

**・全国で捉えることに賛成**

地理的市場は事業者サイドから見た要素であり、区分する必要はない。【日本テレコム】

サービス提供エリアも当該サービスの品質の一つと考えられることから、市場は全国で捉えることが適当。【KDDI】

ISPでは全国規模の事業者が地域別で売上などを通常は公表しておらず、付加価値サービスについては地域的独立性もないことから、把握することは困難。一方、グループ会社の場合は、別会社でかつ地域が異なる事業体の場合であっても、同一の持株会社の下で同じもしくは非常に近いサービスを提供している場合は、その事業は一体として評価されるべき。【Nifty】

**・地域別で捉えることに賛成**

～その場合でも「業務区域ごとに捉えるべき」との意見あり～

全国でサービス提供する事業者がいる一方、特定のエリア(特に大都市圏)で集中的にサービス展開を図る事業者もいるなど、事業者の市場支配力の判断にあたっては、サービスエリア毎の競争状況の違いを考慮する必要があり、地理的市場の画定は重要なファクター。【NTT西日本】

地理的市場の区分を考える場合には、人口密度の地域格差、地元住民の年齢構成・世代格差、情報リテラシー格差、地場産業・地域産業振興施策との関係(格差)、地元コミュニティ・地域ポータル性との関係(格差)、市場のユニバーサル性の有無、色々な格差に伴う事業収益性の問題等、“地理的格差の諸問題”を踏まえたもので無ければ、実体評価に合わない。【NEC】

各事業者の業務区域に応じた市場評価を行う必要がある。【Jフォン】

以下のような状況が想定され、検討の余地があると考えられるならば、地理的市場区分も配慮すべきと考える。

(ア) 全国規模のサービスを提供する事業者が、総合的には支配的ではないが、特定の地域においては圧倒的な支配力を保有する場合。

(イ) 地域にサービスを限定した事業者であり、その地域において圧倒的な支配力を有する場合。

**【テレコムサービス協会】**

現行の市場支配的な事業者規制においては、それぞれの会社単位のシェアを設定・算定するしくみとなっているが、この方法によると特定地域においては市場支配的な地位を保有しているにもかかわらず、全国ベースでは対象外となるといった矛盾を抱えており、会社単位でなく同一の地理的区分で判断すべき。また、全国展開していない事業者が大半であり、地域単位で競争が行われている現状からは、地域別に捉えるのが適切。【NTTドコモ】

地理的市場は、問題となっている製品もしくはサービスの市場が販売されている地域と、代用が提供されている地域を含んだ領域によって定義される。地理的市場は、地域、国内、国際といった範囲や、いくつかの要因によって決められる。地理的市場の範囲は需要と供給の両面の要因を考慮する必要がある。需要サイドでは、ある特定の地理的領域において、仮想独占的供給者が重要な価格の上昇が可能かどうかというテストを行う。供給サイドでは、その領域での仮想独占供給者による関連価格上昇に対応して、どの程度容易に、また早く他の地理的領域において供給者が他の地理的領域に供給を変更できるかという点を再度検討することである。【C&W IDC】

**(d) 市場のくくり方の大きさ**

市場のくくり方が大きいと競争状態が過大に評価されないか。逆に小さいと競争評価自体が市場のかく乱要因となってしまう可能性はないか。

~「**予め想定されるものでなく、サービスごとの特徴によって適宜判断すべき**」との意見が重要~

合理的に市場を把握する必要がある。【Nifty】

市場のくくり方には、沢山の切り口がある。ボトルネック性による市場支配力が排除され、市場原理に基づく公正競争が行われている市場においては、当該の現実市場で展開されているサービス競争・事業構造に適ったものでなければならない。それは常に技術革新・創意工夫により変化を伴い大きく発展・拡大して行く市場であるので、対象市場をくくりの大きさだけ捉える問題ではない。【NEC】

英国やEUの有効競争レビューにおける市場画定方法を参考に国内にマッチしたくくりとすることが望ましい。【Jフォン】

「市場」= 基本料、市内通話、長距離・国際通話、データ通信（専用含む）、インターネット、移動体。なお、上述の「市場」の定義に則った場合、電気通信市場をさらに「市場」分けすると、電話・データ通信（専用含む）・インターネット・移動体となると考えられる。しかし、電話「市場」における基本料部分と市内通話部分については、ユニバーサルサービスによって制度的に完全な競争状態とはなりえないこと、現在の電話サービスのほとんどが独占事業という歴史的背景によって構築された加入者回線を通じて提供されており、料金設定についても競争事業者が持っていないことから、個別の市場とすべき。【日本テレコム】

ADSL市場は、ユーザへの提供形態が多様かつ様々な規模の事業者が参入しており、また需要代替性の認められる他サービスも存在している。このような多様性は市場が成熟するに従い収斂していくと思われるため、異技術間の競争を促進する観点からは市場画定は広範囲で行われるほうが望ましいと考えられる。しかしながら、市場画定の範囲を広げると市場支配力を過小評価する可能性も高まることも事実であり、未成熟な市場ではその危険性の方がユーザ利益を損なう可能性が高い。【イー・アクセス】

サービス市場を確定できていない現在、今後の議論において、サービス市場候補毎に検討すべき点であると考ええる。【テレコムサービス協会】

適当な市場の大きさについては、簡単なルールはない。これは、検討する市場の特徴によって変化する。市場の境界は、需要サイドと供給サイドを検討することによってのみ確立される。【C&W IDC】

**(e) 独禁法の市場画定との関係**

独禁法の市場の画定の考え方・手法をどのように生かせるか。

事前に市場画定を安直に行うと、独禁法で行う市場画定と差異が生じる可能性があり、事業者にとって、競争促進措置ではなく、競争を困難にする危険性あり。【田村構成員】

理論的には独占禁止法と同様の手法で行うべき。【根岸構成員】

~「**独禁法との整合性を確保すべき**」という意見が多いが、「**事業法独自の視点も重要**」という意見もあり~

**・独禁法との整合性を確保すべき**

できるだけ独禁法との間で調整を図り、同じ結果がでるような考え方、手法がなされるべき。【Nifty】

一般競争法たる独禁法の手法・考え方と整合性をとり市場を画定・評価すべきであると考えます。【NTTコミュニケーションズ】

ダンピングなどに代表される独禁法の観点と、公正競争、消費者保護などの観点からの市場レビューは、支配的事業者への規制の視点から考えると、できる限り同一市場での画定とすべきである。【テレコムサービス協会】

**・事業法独自の視点も重要**

本研究会は電気通信分野を対象とするが、インターネット関連事業は今や随分と裾野が広がってきているので、電気通信分野という対象市場を確認しておくことが大切。事実、インターネット関連と云うだけで、事業分野が全く異なると言われていた異業種・他社との間ですら容易に競争・協調の状態が生じるようになった。それは、一種事業者との間でも同様。そこで、市場の確定に当たっては、電気通信の核心である「回線を保有して他人の通信を媒介する」という画一的で基本的な部分とその他の部分に大別し、特に、その他の部分の市場は技術革新や市場の原理に基づき動的に変化して行く事を前提に、それぞれの商品・サービスの特性等に応じて市場を画定して行くのも良いのではないか。【NEC】

電気通信に関する規制機関の規制目的での判断基準を提供するものであるので、独禁法とは切り離して整理を行うことで良い。【Jフォン】

独禁法は競争制限行為に対する規制だが、事業法は有効競争の促進のための法律と捉えられるので、別の観点でも良いのでは。【日本テレコム】

## 2 競争評価手法について

### 総論

透明性や客観性を確保する観点から、客観的データを基本に判断すべきであり、定性的な要素は極力排除すべき。【NTT ドコモ】

#### 競争の評価に当たり、どのような要因をどのように考慮すべきか。

評価の指標は定性的要因にせよ、定量的要因にせよ、複数挙げられるはずであるが、各要因を単独で適用した場合、相互に異なる結論（評価）を導くとき、総合評価にあたって各要因をどのように勘案するか。【醍醐座長代理】

ネットワークのオープン化等により有効競争が実現する条件が整備されたことを以って有効競争ありとして捉えるのか、それとも、競争条件の整備の有無ではなく、現実には有効競争が存在していることを以って有効競争ありとして捉えるのか。【醍醐座長代理】

競争状態の評価には、時間軸の観点が必要であるが、競争の持続可能性に配慮することも重要。【醍醐座長代理】

有効競争の結果、需要者側＝多様なサービスを多様な価格帯で得ることができ、供給者側＝効率的な経営・事業を行った事業者が利益を稼得することができることが望ましい。それが観測できる限り、競争状態を定性的に評価することはあまり意味がないのではないかと。たとえば、市場の成熟度や参入・退出事業者数などは有効競争があるなしに関わらず、技術の進展に依存。参入・退出事業者が多いほど参入障壁が低いとは言えようが、それが必ずしも国民の利益にならないことは米国の事例をみれば明らか。【中空構成員】

#### (a) 市場の成熟度

市場の成熟状況は、競争の評価に当たってどう勘案するべきなのか。

事業分野の発展、成長段階に応じた競争政策の基本的な枠組みに則った、大きな観点からの議論が必要。市場の発展段階に応じて、競争の持つ意味、政策面からのアプローチの考え方、方法論等は異なるものと思われるが、こうした観点から基本的な競争政策の在り方についての整理を行うことが必要（発展段階の定義、評価の考え方、手法についての整理、それぞれの段階での基本的な政策目的、実現すべき競争環境の整理、明示）。【加藤構成員】

需要面（利用者側）にとっての通信サービス市場とは - 音声・データ・映像という伝達される情報および固定・移動の方法の種別がマトリックスになっている。技術の進化によるサービスの多角化は、段階に応じて捉えなおすことが必要。

供給面（事業者側）にとってサービスを発展させるインセンティブは利益をあげること。IP 網・IP 電話市場が収益を生み出す魅力的市場であることが肝要。

- 時間軸 : 第一期 = IP 電話勃興期 第二期 = IP 電話普及期。
- 市場の捉え方 : 第一期 = 新しい IP 網市場として捉える。 第二期 = 財の代替に注意して市場の枠組みを捉える。

【中空構成員】

～「市場の成熟度を考慮すべき」、「市場の成熟度に関わらず同一の手法で評価すべき」という相反する意見あり～

#### ・総論

市場の成熟度については、高いほど規制をより緩和すべきだという考え方（緩和しても一定水準の価格・サービスが維持される）と、高いほどより強化すべきとの考え方（新規参入が行われなため価格や技術が硬直する）の両方があると考えるのでケースバイケースで判断すべき。

【イー・アクセス】

市場の成熟度については、むしろ「市場の概念について」の中で論ずるべき。【NTT コミュニケーションズ】

市場の成熟度や代替サービスとの関係については、むしろ市場を画定するにあたって考慮すべき要因として位置付けられる。【NTT ドコモ】

<p><b>・市場の成熟度を考慮すべき</b></p> <p>ネットワークインフラ市場と、その上で展開される様々なネットワークサービス市場・アプリケーションサービス市場では、市場規模も事業参入者も対象顧客も競争軸も時間軸も異なるので区分して捉えるのが妥当。市場は公正・自由な競争に支えられた市場メカニズムの基で消費者の支援を得て成熟・発展して行くものである。発展を阻害し固定化させるものであってはならない。その観点から成熟度の大小評価において、常に公正・自由な競争に支えられた市場メカニズムが反映されていることが重要。【NEC】</p> <p>競争評価にあたって市場成熟度合いを考慮すべき。【Jフォン】</p>
<p><b>・市場の成熟度に係らず同一の手法で評価すべき</b></p> <p>基本的には、成熟度により差を設けるべきでない。揺籃期・成長期：市場支配力が確定していない可能性もあるが、放置してからでは遅い。成熟期：市場が固定化している原因を取り除き、活性化を図る必要あり【日本テレコム】</p> <p>市場における競争の評価は、市場の成熟性の状態に関係なく一般的な理論と同様に行われるべき。市場の成熟性についての決まった検討項目というものはなく、各市場において、個別に分析されなければならない。【C&amp;W IDC】</p> <p>既存サービスにおいて市場支配力を持つ事業者が、その既存サービスと連携して、新サービスの営業展開をすることで、優位性を早期に確保する場合が考えられる。上述のような状況を配慮すると、成熟度に関わり無く、全ての段階で市場監視の必要性がある。【テレコムサービス協会】</p>
<p><b>・揺籃期の取扱</b></p> <p><b>～上記のように「同一の手法で評価すべき」との意見がある一方、「揺籃期は非規制とすべき」という意見もある～</b></p> <p>非常に重要な要素となる。あまりに未成熟な段階での評価は、事業者にとって成長意欲阻害要因になり、逆に衰退期にあって消えつつあるような市場は評価してもメリットがないと思われる。【Nifty】</p> <p>市場成熟度に応じて競争評価や規制のあり方が異なるのではないか。例えば、揺籃期にあるサービスの事前規制や、ブロードバンドアクセスやプラットフォームに対する設備規制は、かえって市場拡大の阻害要因になる。【NTT 西日本】</p> <p>市場が創生期にあり、事業者が創業者リスクを負いつつ創意工夫をこらしサービスを展開しつつあるブロードバンドやプラットフォームレイヤサービスについては、非規制とするのが適切で、またユニバーサルサービス以外の代替性が確保されているサービスについては、非対称規制の対象外とするのが適切である。これらの市場については、基本的には独禁法による事後規制で十分対応可能。【NTT ドコモ】</p> <p>揺籃期・成長期の「市場」の検証のタイミングについては、電気通信市場は変化が急速であることから、検証の間隔を短くする必要がある。例えば、DSLについては、2000年にドライカップ・ラインシェアリングのアンバンドルが始まってからわずか2年だが、市場は大きく変化している。しかし、市場シェア等については一定期間の推移も検証する必要があることから、検証間隔は、揺籃期・成長期については半年～1年程度、成長期については2年程度とすべき。当初より必ず規制をかける必要はないが、常に検証を行う必要はある。【日本テレコム】</p> <p>ブロードバンド市場においては、事業者が創意工夫を行い、様々なビジネスモデルを構築していこうとしている段階であり、特に黎明期にある市場において、市場支配力を論ずることは競争政策の観点から適当でない。【NTT コミュニケーションズ】</p>
<p><b>・成熟期の取扱</b></p> <p><b>～「成熟期（衰退期）の競争評価は無意味」、「成熟期であっても競争評価は必要」という相反する意見あり～</b></p> <p>衰退期にあるサービスについては、競争を評価する意味も乏しい。【東西NTT】</p> <p>IP化によるサービスや市場の融合により既存サービスの市場定義は激変した結果、アナログ専用サービスや画像通信サービスは衰退期にあり、もはや新規参入があり得ない状況。このような市場において、旧来からそのサービスを提供する事業者が相対的に高いシェアを有するのは当然であり、衰退サービス市場を単独の市場と捉えて市場支配力を論ずるのは競争政策の観点から適当でない。【NTT コミュニケーションズ】</p> <p>衰退しつつある市場についてはレビューは必要ないとの議論もあるようだが、衰退の原因が参入障壁等による不完全な競争であることも想定され、また、大規模なサービスの場合は市場への影響が大きいことから、こうした市場についてもネットワークの構造や市場の実態等に着目し評価を実施すべき。【KDDI】</p>



## (b) 代替サービスとの関係

例えば、サービス間の代替性が一部の機能に限られているような場合には、どう評価するのか。

「支配性」の変動可能性（技術的側面を含めた代替サービス出現可能性）との関係【加藤構成員】

～「市場画定の段階で考慮すべき」という意見が重要～

利用者の利用実態を踏まえ、合理的な評価が求められる。技術としては似ている場合でも、例えば Pc-to-Phone の IP 電話などは、通常の IP 電話と同じように音声電話と同一の市場区分に分類することは相応しくない。【Nifty】

公正・自由な競争市場の原理に照らして、例示された「サービス間の代替性が一部の機能に限られている場合」は、正に、ボトルネック性を有する不可欠設備による機能の独占性の事例に該当するような場合であり、同等の機能を他に求められない事由の確認と対処の在り方が重要。

【NEC】

「市場」で括ることによって、代替サービスも同一「市場」に含まれることから、その影響も「市場」の競争状況に内包される可能性が高い。

【日本テレコム】

提供者側にとって、他社との差別化は市場獲得のための最も重要な戦略であり、競争原理から導き出される当差別化が、利用者の得ることができる利益であるとも考える。そのため、供給代替性の観点から同一性を議論することは非常に困難であると考えられるべきであり、基本的サービス機能に同一性があるかを確認するに留めざるを得ないとする。【テレコムサービス協会】

需要サイドと供給サイドの要因の、ケースバイケースの分析が必要。【C&W IDC】

## (c) 他市場で有する市場支配力の影響

例えば、レバレッジ、垂直統合、内部相互補助の影響等をどう考えるか。

異なるレーヤの機能の間の競争

- ・エンドユーザサービスについての市場：エンドユーザに対して品質、接続範囲で同等のサービスについての競争状態に注目
- ・中間レーヤサービスについての市場：中間レベルからエンドユーザ自身が形成する各種のエンドユーザサービスの形成と事業者によって形成されるエンドユーザサービスについての競争状態に注目

【齊藤座長】

同じプラットフォームを通じ、異なる便益、効用が見込まれるサービスの提供が想定されるような場合における競争の捉え方についての議論の整理が必要。サービスの総合化が進むことが考えられる中、サービスごとにどこまで切り分けられるか、また切り分けることの意味が本当にあるかどうか【加藤構成員】

### ・総論

公正・自由な競争市場の原理に照らして、不可欠設備を以って市場支配力を有する事業者が、他市場でも当該の市場支配力の影響を行使している場合においては、従前から議論されてきたオープン化、FW規制などの対処が求められる。【NEC】

クロス・マーケットな市場支配力の影響については、評価項目の一つとして取り扱うべき。【Jフォン】

他の市場で力があることで、一律制限されるわけではなく、当該市場との関連性による。「有効競争」を実現するために影響がある場合には、当然考慮される。【日本テレコム】

競争の評価に当たり、市場外からの影響（他市場での支配力や設備保有による支配力等）を適切に評価することが重要。【イー・アクセス】

市場支配力のある事業者に対しては、社内的には、サービスごとの明確な会計分離と社内監査能力の整備、加えて、行政サイドからの評価や監視能力の向上が必須。【テレコムサービス協会】

### ・レバレッジの影響

あるレーヤについての独占性が認められる事業者が他のレーヤについての支配力をどこまで認めるのかについてはレーヤごとの独占性と異なる見方で競争状態について注目する必要がある。【齊藤座長】

隣接する市場あるいはサブ・マーケットをまたぐ市場支配力をどう評価するか。特定の市場（他の公益事業分野を含む）で支配力を有する事業者が子会社形態でその他の市場に参入する場合と、当該事業者が直接、業務範囲を他の市場に拡大する場合とでは、競争評価の基準は異なるのか、同じなのか。【醍醐座長代理】

### ～「考慮すべき」「考慮すべきでない」という相反する意見あり～

競争評価においてはあくまで、当該市場における市場支配力を評価すべきであって、ボトルネック性が存在する場合は別として他市場で有する市場支配力をもって評価項目化するのは適切でない。【NTT ドコモ】

ある市場においてドミナントである企業が、他の市場においても事業を行うことは、他の潜在的な競争市場へそのドミナンスをレバレッジングする危険性がある（上流市場へも下流市場へもどちらにも同様）。市場支配力のレバレッジが見いだされる市場は、競争上の問題の原因となり、そこへ厳格な被差別条件や、バンドリングの禁止といった適切な対処方法を適用することが重要。【C&W IDC】

### ・垂直統合の影響

情報通信のグローバル化が進むなかで、ブロードバンド市場の競争政策を考える際は水平／垂直統合ビジネスの展開も考慮するなど、規制により我が国の国際競争力を阻害しない観点からの議論が必要。【NTT 西日本】

垂直統合等については、経済性の観点や利用者利便性の観点から一概に否定されるべきものではなく、メリットについても加味した上で評価すべきであり、他市場で有する市場支配力の影響といった定量化が困難でかつあいまいな基準による競争評価をするべきではない。【NTT ドコモ】

### ・内部相互補助の影響

大規模事業者が、異なる市場に渡って事業活動を行っている場合、競争がすすんでいる市場に短期的に利益を投下するなど、内部補助が行われる場合がある。このように、現時点では競争が行われている状況でも、将来の競争を阻害する要因になりうるような点については、どのように評価されるのかといった点についても検討が必要。【磯辺構成員】

他の市場での「支配力」との関連性の有無についての評価方法：利益相互補助、サービスバンドリング【加藤構成員】

非常に重要な要素と考える。とりわけ内部相互補助などについては、複数の事業分野にまたがる事業者の場合は、市場ごとの会計分離などによってその関係を透明化することが求められる。ある事業分野で市場支配力がある企業が他の事業分野に内部補助などで支配力を行使することは、その分野における競争状況を阻害することになる。【Nifty】

支配的事業者に対しては、例えば会計の分離・公表等、内部相互補助の防止施策が必要。また、設備や会計・料金面のみならず、顧客情報や営業体制等の経営リソースについても、競争的な市場との完全な分離による内部相互補助の防止が必要。【KDDI】

#### (d) 設備保有に対する規制（接続規制等）のサービス市場への影響

例えば、設備保有、接続規制等のサービス市場の競争状況への影響をどう考えるか。

ボトルネック支配に基づく市場支配と、事実としての市場支配（高いシェアに基づく価格支配等）とは、それぞれに対応する政策措置（例えば、デタリフ化の可否）は異なるのか、同じなのか。【醍醐座長代理】

認証技術、コンテンツの保有など電気通信インフラ以外のボトルネック要素によって、市場支配力を強めることをどのように評価し、どのような政策で対応するか。【大谷構成員】

「支配性」を規定するボトルネックの有無、その具体的要因・要素の特定、明示【加藤構成員】

インフラによるボトルネックがあるとすれば、固定電話におけるアクセスチャージと同様の問題が生じる。

- ・ アクセスチャージについて、現段階では接続会計と企業（財務）会計の二種類がなされているなど却ってわかり難い。インフラのオープン化（イコールアクセス）が必要だとすれば、その原価の公表は第一歩。コスト回収は当然の権利ながら、外からその適正さが検証できることが必要。
- ・ 新規参入者にとっても、加入者数だけが不確定要素という状況が競争のスタートであることが望ましい。価格設定、減価償却費、設備投資額などは事業者が所与のものとして設定できる。事業者による大きな差が生じる場合は、背景の分析が必要である。有利不利がインフラを有することによるものであれば、是正のためのルールが必要。

【中空構成員】

～「ボトルネック設備の影響を考慮すべき」、「考慮すべきでない」との相反する意見あり～

#### ・総論

競争評価にあたって設備保有規制等の影響も考慮すべき。【Jフォン】

設備保有に対する非対称規制はボトルネック設備で十分であり、その他の設備に係る非対称規制は適切でない。そもそも設備を保有するというリスクを負うことについて、インセンティブやモチベーションを確保する対策が必要であり、設備を保有せずリスクを負わない事業者との比較で設備保有事業者に対して規制をかけるという枠組みは電気通信事業の健全な発展を損なう。【NTTドコモ】

#### ・ボトルネック設備の影響を考慮すべき

設備保有（とりわけボトルネック設備）はサービス市場の競争状況への影響が大きい。【Nifty】

従前から議論されてきた不可欠設備、ボトルネック性、支配的事業者に対する非対象規制と同類の対応問題。公正・自由な市場原理に基づいた市場の発展を阻害する要因とならないことを希望する。【NEC】

理論的には、運用・価格・情報・人的リソース等すべてを含め完全に他の事業者が同様に利用できるのであれば、影響ないが、設備保有事業者の組織を完全に分けない限り、特に情報・人的リソースにおいて完全に同一条件であることは期待できないことから、影響について検証を行うことが必要。具体的には、オープン化の進み具合、ヒト・モノ・カネ・情報のファイアーウォールの担保状況を判断すべき。【日本テレコム】

インフラにおけるボトルネック部分においては、ボトルネックを保有する事業者自らを含み、全ての事業者に対して公平な開放条件であることが客観的に確認できる形で担保されることが前提である。【テレコムサービス協会】

東西NTTの保有する加入者回線のボトルネック性に起因する市場支配力は、事業者間の取引のみならず利用者向けサービスの市場にも影響を及ぼす。こうしたボトルネック性を解消しないまま、東西NTTに対し新たなサービスの提供を認めることは、東西NTTによる独占を助長し、競争の促進とそれに伴う利用者利益の増進を阻害する結果となる恐れがあることから、レビューにあたっては、ボトルネック設備の影響を適切に評価出来るスキームを構築すべき。【KDDI】

同様な理論が接続についても適用されるべき。すなわち、ドミナント事業者は確実な義務を担うべき。【C&W IDC】

### ・ボトルネック設備の影響は考慮すべきでない

ネットワークのオープン化により、NTT東日本と他事業者は同等の条件でインフラを利用可能であり、サービスの提供に関しては、いずれの事業者も対等の立場にあることから、サービス市場において事前規制に差（非対称規制）を設ける必要はなく、むしろサービスの発展や市場競争を歪めるおそれが強いため、結果的に弊害が生じた場合に事後的に是正するアプローチを採ることが適当である。特に、IP分野については、各事業者のネットワーク構築やサービス展開が容易になっており、例えばISP市場等ではインフラを保有している事業者が必ずしも市場優位性を有しているわけではない。【NTT 東日本】

ADSL市場については、設備のオープン化が図られており、NTT東西と他事業者は同等の条件でインフラを利用可能な状況にあり、サービスの提供に関しては、いずれの事業者も対等の立場にあることから、当該市場において事前の非対称規制を設ける必要はない。【NTT 西日本】

### ・光ファイバの取扱

インフラ市場についても、光ファイバは、最近では電力系事業者の参入や自治体の光ファイバの開放等により、競争が進展している、ブロードバンド市場全体を見てもCATV・無線アクセス等との競争状況にあることから、ボトルネック性はなく、早急にボトルネック規制を見直すべき。【東西NTT】

### 定量的な評価モデルは構築可能か。

シェア等のようなデータをどのように評価することによって定量化が図れるか。

参入・退出数等のみで競争状況を評価することは困難であり、実状の分析が必要。【齊藤座長】

一つの観点としては、事業者側の収益確保。既存通信事業者のキャッシュフローの変化を予測する。そのキャッシュフローシナリオを描くためには、どんなことが必要なのかを検討していくことは、結果として「有効競争」の在り方を検討することになるのではないかと。ポイントはIPなど新しい事業でどれだけの純利益を稼ぎだすか？【中空構成員】

～「市場シェアは主要な要素であるが、他の要素も勘案すべき」との意見が大半～

### ・総論

まずは各社が自主的に公表している売上高などをもとに市場調査を行う方法があるかと思います。ただしそれに際しては各社の基準（定義）について統一化を図る必要がある。【Nifty】

シェア等の数値データは、市場競争の結果、利用者の自由な選択の結果にもとづいた数値であり事業経営の評価尺度として一般的であるが、それだけでは目的とする利用者利便の拡大に繋げる具体的アクションに結びつける尺度にはなり難い。実態市場における市場メカニズムとして機能する大事な要素として、例えば、アクセスポイント数、コンテンツ数など定量的な数字はあるが、コンテンツで言えば定義の問題（各社バラバラ）もあり、それだけでは不十分。また、利用者の立場に立った“使いやすさ、快適さ、面白さ、利便さ、有用さ、安心感”などの観点からの一意に評価できない重要な要素がある。【NEC】

評価項目・評価基準については、英国やEUにおいて実施されている有効競争レビューの内容を踏襲し、日本の独自事情を考慮すべき点があれば、修正を加えていくことが最善。【Jフォン】

市場シェアの分析は、ドミナンスを評価する上で便利な第1段階。しかしながら、市場シェアがドミナンスを評価する唯一の要因でないことを強調しておくことは重要。【C&W IDC】

## ・市場シェアの取扱

～「市場シェアに着目することは適当でない」、「市場シェアの推移の考慮が必要」という意見あり～

通信市場において次々と新サービスが登場するようにすることが、市場の活性化をもたらす。そのためには、創業者利益に配慮して事業者の創意工夫・開発インセンティブが最大限発揮されるような仕組みが必要。したがって、競争の結果として獲得した市場シェアに着目して評価を行うことは、事業者のインセンティブを阻害し、ひいては国際競争力を損なうことにつながることから、適当ではない。【NTT 東日本】

市場シェアについては、公正な競争の結果として、高いシェアを獲得するに至った場合には、それでもって非対称規制の根拠とするのは適切でない。【NTT ドコモ】

競争評価において、市場によっては、そのシェアの絶対レベルを評価するのではなく、徐々に市場シェアの低下が見られる場合市場支配力が欠如しているとみなすなど、時間経過による市場シェアのトレンドという要素も考慮する必要がある。【NTT 西日本】

シェア等の評価にあたっては、5年間程度の時系列的な評価が必要。その推移に与える要因は何か、今後変化が期待できるかという観点から見ると必要あり。【日本テレコム】

市場シェア等の定量的な評価のみでは評価できないが、第一段階として、加入者数シェア・売上高シェアについて定量的な評価を行うことには意味がある。但し、その結果について、要因分析が必要。【日本テレコム】

## ・市場シェア以外の指標

評価モデルは、透明性の観点からも、できる限り簡素なものにすべきである。例えば、成熟度に関わり無く、加入者（加入社）数、売上規模、利益の3点からの評価で十分との考え方は成り立たないものか？【テレコムサービス協会】

競争評価を行うにあたって、市場シェアや売上高シェアといった、ストック指標のみならず、むしろ純増シェアの変動等のフロー指標を重視するとともに、利用者利便の向上を第一義とする競争評価手法の導入趣旨からは、料金の低廉化状況や料金プラン、サービスの多様化状況、更には利用者の満足度といった要素を中心に判定するのが適切であり、これらにより定量的な評価は可能。【NTT ドコモ】

市場シェアの他、市場における競争者の位置、料金の推移、技術革新の有無、財務状況、顧客行動、参入障壁の有無等を考慮する必要がある。【日本テレコム】

市場支配力を評価する一つの視点として、「ユーザから得た収入が最終的にどの事業者の収入となるか」についても、採り上げていただきたい。すなわち、「各市場における売上高により市場評価する場合、その売上高は、事業者間取引を考慮した結果の売上高とすることも必要」（前回研究会（14.9.13）の提出資料より）ではないか。【東京通信ネットワーク】

## 独禁法の競争評価との関係

独禁法の合併審査等においては市場の競争環境へ与える影響が勘案されているが、その考え方・手法を、今回の競争評価にどう生かせるか。

～基本的には、1(e)「独禁法の市場画定との関係」での意見と同様～

### ・総論

自由な競争を促進するためには、競争により弊害が生じた場合に事後的に是正するアプローチが望ましいが、この場合においても、事業法と独禁法の二重規制は、事業者の負担軽減を図る観点から避けるべき。【NTT 東日本】

夫々の市場ごとに、その特性等に応じて考えて行くことになる。【NEC】

### ・独禁法との整合性を確保すべき

できるだけ独禁法との間で調整を図り、同じ結果が得られるような考え方、手法がなされるべき。【Nifty】

合併審査における評価においては、同一市場での規模拡大による影響を考察することに加え、それぞれ異なる市場での優位性を総合することで事業拡大の能力が加速されるか否かの評価を考えることが重要。【テレコムサービス協会】

合併の評価には、定義された市場が要求され、合併前後におけるその市場での競争が評価される必要がある。市場の定義のプロセスは、既に述べたものと同様のプロセスを取るべき。主な違いは、その合併によって競争がどのような影響を受けるかという見込みがなされるということで、これは合併を承認する判断のための要素に含まれる。【C&W IDC】

### ・事業法独自の視点も重要

電気通信に関する規制機関の規制目的での判断基準を提供するものであると考えますので、独禁法とは切り離して整理を行うことで良い。【Jフォン】

独禁法は競争制限行為に対する規制だが、事業法は有効競争の促進のための法律と捉えられるので、別の観点でも良いのでは。【日本テレコム】

本研究会で検討される競争評価手法は、電気通信市場の競争環境を整備するためのものである一方、独占禁止法はあらゆる市場において構造・行為違反の是正措置を行うための一般的なルールであり、両者は性格の異なるものと理解。【KDDI】

### 3 その他留意すべき事項

#### 評価手法の要件のプライオリティ

##### ・総論

中立性と透明性が高く求められる。中立性に関しては、技術に限らず、競争事業者間で公平な基準が適用されることが求められる。【Nifty】  
優先順位は、(a) (b) (c) (d)【Jフォン】  
手続きの透明性が最も確保されるべき事項。それが担保されれば、後の点はある程度担保できる。【日本テレコム】  
例示されている4つの要件はいずれも守られるべき重要なものであり、また、互いに相反するものではないことから、敢えてプライオリティをつけていずれかを活かし、他を放棄する性格のものではない。【NTTコミュニケーションズ】  
評価手法の要件として、透明性・客観性確保を図るために客観的データをもとにして評価すべき。その観点からは、(a)(b)(d)はプライオリティをつけられるものではなく、最大限配慮すべき要件。【NTTドコモ】  
いずれも重要。【テレコムサービス協会】

##### (a) 手法の透明性

競争評価の結果と政策措置の判断の対応関係を透明化する手法に対応する論点も必要。【磯辺構成員】  
規制対象になるか否かについての事業者の予見可能性の向上が必要。【大谷構成員】  
絶対的要件である。【NEC】  
市場の画定や定性的要因の定量化等は裁量の余地の大きい要因であり、市場支配力の評価スキーム全体の透明性確保が困難となる恐れがあることから、基準の明確化やパブリックコメントの実施の徹底によるディスクロージャーが必要。評価結果に応じた具体的な政策の決定にあたっては、例外なくパブリックコメントを実施するとともに、評価結果及び意見に対し行政が考え方を明示することで、説明責任を果たしていただきたい。本研究会には競合する事業者がオブザーバとして参加しているところだが、事業者間で、議論に参加する機会や得られる情報等について、平等性を確保していただきたい。【KDDI】  
パブリックコメントを利用して透明性のあるプロセスと手法を採用すべきであり、全ての情報を公開することが原則。【C&W IDC】

##### (b) 評価プロセスの透明性

評価プロセスを事前に定義、明示しておくことが必要条件。その上で、俎上にのった事由を明確にし、評価を行うことを判断・確定したことを明示して評価プロセスに入る。その過程の公表については議論を要する。【NEC】

##### (c) 手法の柔軟性

変化する市場に対しては、予め“手法の柔軟性”について原則を定めておく必要がある。評価の運用問題も内在するので、より公平で客観的であることが必要。【NEC】  
安易に変更されるということは避けるべき。【日本テレコム】  
競争評価手法や内容を適宜見直すことを内容としているのであれば、手順のオープン性が必要。具体的には、競争評価手法を変更する際には、パブリックコメントや有識者の意見を聞くべきであり、透明性や客観性の観点から、ガイドライン等で明文化を図るべき。【NTTドコモ】  
市場におけるドミナンスの評価と市場定義に用いられる手法はどのようなタイプの市場にも適用できるような柔軟性が必要。【C&W IDC】

##### (d) 評価の技術中立性

大事な要件と考える。【NEC】  
新たな規制フレームワークでは、欧州委員会は、技術中立性の必要性という特定の要件を作成しており、英国を含む加盟各国では、技術中立性を考慮した新たな規制フレームワークの導入が期待。【C&W IDC】

## 情報収集の現実性

競争評価に当たっては、事業者から評価に必要なデータ提供が不可欠なものとなるが、どのようなデータが必要か。また、その際、企業機密情報の取扱いなど、手法の確立に当たり留意すべき事項は何か。

通信事業者の会計開示の程度について、(1) サービス単位の収支決算は、推定可能なのか。市場の概略からのみでは競走状態を把握することに困難がある。証券取引法に沿った企業会計の開示の範囲だけでなく、個別事業に対する事業内容に踏み込んだ把握が必要ではないのか。(2) 一種事業者と二種事業者のサービス毎の収支決算は比較可能なのか。事業者ごとの企業会計ではなく、サービス単位での比較になりますから、会計基準や内部取引の透明性が確保されないと、異なる法人が営む同一サービスの比較が困難ではないのか。【清藤構成員】

### ～「事業者の過度な負担にならぬよう配慮すべき」、「公表データを中心にすべき」との意見が多い～

時々刻々と変化する競争状況の下で、最新の詳細なデータをそろえることは難しく、的確なレビューは現実には極めて困難。また、そのために事業者に過度の報告負担を課すことは避けるべき。【NTT 東日本】

情報収集の現実性については、変化の激しい競争下において、事業者にとってその報告が過度な負担となる情報や事業者の正当な利益を害する情報は対象としないなどの配慮が必要。【NTT 西日本】

サブマーケット単位での売上高など企業が税務上やIR上ディスクロージャーしているものを中心に収集し、企業秘密に関わるものの場合は非公開を前提としつつも、それ以外は評価の透明性確保の観点から公開されるほうがよい。【Nifty】

顧客数、売上高、財務状況が必要。これらの情報は主な事業者がすでに公表しているものであり、企業秘密とは考えられない。【日本テレコム】  
事業者のオープンデータや現状の事業法において報告義務が課されているレベルのデータで足りるものであり、また新たに報告義務を課することで事業者に過大な負担を招くことは適切でない。但し、各企業における数値の位置付けは区々である場合があることから、評価をする際には整合性を取るためベースを同一にすべき。【NTT ドコモ】

利用者の立場に立った“使いやすさ、快適さ、面白さ、利便さ、有用さ、安心感”などの観点からの一意に収集・評価できない重要な要素がある。絶対評価、相対評価を含めて、公平かつ客観的な評価の手法・手段を持っていなければ、俎上にのった事業者からデータ提出（企業機密情報も含む）を求めても、目的に合った評価は難しい。【NEC】

情報収集を行う項目についても英国やEUの有効競争レビューにおける実例を参考に我が国の市場にマッチした内容を決定すべき。具体的には、市場における企業の競争力、価格の傾向、市場シェアの推移、財務能力、消費者の行動などについて、データ収集が必要。また、情報収集は公平性を担保した上で実施すべき。【Jフォン】

ア) 事業者に負担となるような過度な情報の要求を避ける、イ) データの提供について、特定の事業者のみでなく、全ての事業者（電気通信事業者以外の事業者を含む）に同等にデータを要求する、ウ) 事業者の提供するデータの扱いにあたっては、競争上の地位その他正当な利益を害する恐れがあるものは公開しない点に留意すべき。また、データの収集・整理等に要する相当な期間の設定が必要。【NTT コミュニケーションズ】

サービス毎に会計分離がなされていることが前提で、サービス毎の利益確保状況の確認が重要。サービス開始後損益分岐点に到達するまでは、ダンピングと紙一重であるとも言える状況が存在する場合がある。上記のような観点も十分監査してゆく必要があり、前述のような簡素な評価基準が望まれる観点からは、サービス毎に以下のような情報の開示で現実的なものとしたい。 会計情報（売上、コスト、利益などの情報）

加入者数（マスコユーザに対する約款提示型サービス） 加入社数、相対契約条件（ビジネスユーザ向けサービス）

【テレコムサービス協会】

事業者がデータの提供を依頼されたとき、全ての営業上の秘密データを競争事業者には公表しないことを確保することは重要。【C&W IDC】



## 海外事例

日本における有効競争レビューについては、英国や EU における有効競争レビューを参考にした上で日本における競争評価手法を確立することが有益。なお、英国や EU においては、有効競争レビューを実施した結果、新たな規制の適用が必要と判断された場合には、新たな規制の導入によるコストを考慮の上、導入の可否が決定されている点についても考慮が必要。また、この競争評価手法は、競争環境を形成するためだけに用いるのではなく、市場が実質的に競争的になったと評価された場合には、その市場における特有の規制の廃止を判断するためにも活用されるべき。【Jフォン】

海外事例の評価はあっても良いが、それ以上に、わが国の実情において支配的事業者と考えられる NTT 東西と NTT ドコモに関して、十分納得の得ることができる市場評価のケーススタディがなされることが、当該研究会の成果を評価する上で最も重要。【テレコムサービス協会】  
電気通信における市場環境や規制状況、更には競争状況が異なることから、単純に海外事例を適用することは適切でないと考えているが、当社が移動体電気通信市場において把握している付加的な情報は下記のとおり。

EU や英国における競争評価手法の導入については、相互接続における規制を主目的としたものである。

その中で、英国の移動体通信におけるユーザ保護規制については、SMP、非SMPにかかわらず、同一の規制が取られている。

欧州主要国の中でもドイツ、また米国においては、移動体通信に対する非対称規制は存在していない。

【NTT ドコモ】

## 競争による利益の還元

競争を促進することによって、利用者の選択肢の拡大、価格の低廉化、電気通信市場自体のパイの広がり、電気通信を用いた他産業の活性化等により、最終的には利用者に対して利益の還元がなされるとが期待される一方、利用者の利便性を軽視した形での競争激化ということも想定される。競争状況を評価するにあたり、競争の利益の還元という視点を、どのような形で組み入れることが可能か。

電気通信市場を議論するに当たり、消費サイドの視点からの市場の現状把握が先ず必要。【清藤構成員】

最終的には利用者に対して利益・利便が還元され、それによる利用者の選択（支持の獲得）を以って、当該市場の更なる発展・拡大に繋げると云う、“市場における競争原理”そのものに帰着。【NEC】

今回の競争評価手法の導入は、公正競争環境の実現による「利用者利便の向上」を第一義の目的とするものと考えており、この観点から市場の画定は利用者の使い勝手や利用シーン、利用アプリケーション等、利用者サイドの効用を中心に判断するのが適切。【NTT ドコモ】

競争の利益の還元にあたっては、電気通信事業の健全な発展ということを踏まえて政策立案すべきであり、新規参入機会の拡大に伴う、いきすぎた競争や設備投資インセンティブに支障が生じる枠組みでは、かえって消費者の利便性を損ない競争による利益の還元がおぼつかなくなる。

【NTT ドコモ】

#### 4 その他の意見

##### ・研究会の目的

「競争状態の実践的評価手法の研究」では目的が狭く、規制緩和のためだけの有効競争評価となる。競争が進展していない、もしくは、市場支配力が働いている領域を特定し、その原因・競争を促進するための施策も研究対象でなければならない。「市場支配力」とは何か、「有効競争」とは何か、という基本概念について良く精査（定義）し、それを検証するための手法を構築する必要がある。【日本テレコム】

市場の競争評価手法を議論するにあたって、「何のためにそのようなデータ分析をするのか」という議論が相次ぎ、事業者側の利害関係から、議論が硬直化することを懸念している。したがって、「何のために」という点で議論を空回りさせないために、目的を「政策措置に活用する。」と表明せず、電気通信市場の状況を多面的に俯瞰してみるというスタンスに立つことが重要ではないか。【東京通信ネットワーク】

##### ・ケーススタディの取扱

「基本的考え方」を確定するために、この「試行的分析」を総務省殿の所有データでまず行い、それをベースに評価手法を議論することを提案する。具体的な市場や評価手法をイメージして議論を行うことにより、より活発な議論を展開可能と考える。【東京通信ネットワーク】

##### ・独禁法と事業法の適用関係等

有効競争レビューにより、「サブマーケットごとに市場を画定し、市場支配力を評価する」方法は、独占禁止法との二重規制となる恐れがあるが、現行の「電気通信事業分野における競争の促進に関する指針」は、これを回避するための公正取引委員会と総務省との連携について、連絡・情報交換の窓口を設置すると述べるのみで、具体的な回避手法につき触れるところがない。電気通信市場に有効競争レビューが導入された場合においても、独占禁止法と電気通信事業法の適用の在り方について整理すべく本研究会にて議論して頂くことを要望。【NTT コミュニケーションズ】

##### ・事前規制の在り方等

プラットフォーム分野はもともと規制のない分野であり、また、揺籃期にあることから、多種多様な事業者の参入が期待されています。このような中で、ネットワーク分野での市場支配力を理由として新たなサービス規制の導入を行うことは、例えばマイクロソフトのようにソフトウェア市場で市場支配力を持つ事業者がプラットフォーム分野に自由に進出できると著しくバランスを欠き、我が国の国際競争力を著しく損なうこととなります。【NTT 東日本】

市場支配力を有するサービスの提供に対して規制を課す際の実践的考え方としては、実際に市場支配力を濫用した場合に課す規制を定めることが適当であり、濫用の恐れがあることのみをもって予め規制を課すべきではない。問題が生じていないにもかかわらず、市場をリードするサービスを事前規制に係らしめることは、多様なサービス提供等を通じユーザが享受すべきメリットを奪いかねず、世界最高水準の高度情報通信ネットワーク社会の実現を遅らせかねない。【NTT コミュニケーションズ】

創業者リスクを負いつつ創意工夫をこらしサービスを展開しつつあるブロードバンドやプラットフォームレイヤサービスは非規制とするのが適切であり、また、ボトルネック設備もしくはユニバーサルサービス以外の代替性の確保されている設備・サービスについては非対称規制を導入する必要性に乏しく、基本的には独禁法による事後規制で十分対応可能。今回の競争評価手法の検討にあたっては、利用者利便の向上とともに国際競争力確保も図る観点が必要とされ、また非対称規制の導入によりかえって料金低廉化につながらなくなる事態を招かないよう考慮する必要がある。過当競争による弊害に歯止めをかけることや設備保有事業者の投資インセンティブの確保に最大限配慮するしくみが必要。【NTT ドコモ】

#### ・定期的な規制の見直し

特にボトルネックが存在する市場においては、定量的、定性的な現象面で競争が進展しているかに見える市場においても、現在適用されている規制によって当該競争が実現している場合も想定。したがって、仮にレビューにより当該市場が競争的と判断された場合であっても、現行規制を撤廃した場合に競争状態が保たれるか否かを十分に検討した上で規制の維持又は撤廃の判断を行うとともに、定期的な見直しを実施すべき。なお、英国においても、SMP 指定や MI 指定に基づく規制項目を仮に撤廃した場合に、市場競争が持続可能か否かについて、検証することとされている。【KDDI】

有効競争レビューを定期的に行う場合、一度競争が進展していると判断されたことにより規制が撤廃された市場についても、その後の市場動向の変化により、再度新たな規制の構築が必要になることも想定。したがって、有効競争レビューは例えば2年毎等、原則として定期的を実施することとし、見直しにあたっては、一旦規制を緩和した場合であっても、レビューの結果、再度新たな規制の構築が必要な場合は、当該規制が着実に実施されるよう、明確なルール化を行うべき。【KDDI】