

---

# 論点整理（案）

---

平成 1 4 年 1 0 月 2 1 日

# 目次

0 . 現状認識	2
1 . 競争評価の目的	3
2 . 研究会が前提とする改革内容	5
3 . 独占禁止法との関係	7
4 . 市場の概念	8
5 . 競争評価	12
6 . その他の留意事項	24

(注) 凡 例

□ 論点整理(案)

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(これまでの  
会合における発言を含む)【構成員名】

関係者ヒアリングに際し、オブザーバから提出いただいた回答【社名】

## 0 . 現状認識

- 電気通信分野においては、累次の規制緩和措置によるネットワーク構築の柔軟性の向上を受け、様々なネットワークやサービスを自由に組み合わせた事業展開が可能となっている。
- また、IP化やブロードバンド化の進展に伴う新規参入の容易化も、多様なビジネスモデルの活発な登場を後押ししている。
- このような状況を踏まえると、事業者間の自由競争を政策の機軸に据えて新たな競争の枠組みを創造することで、競争による利益を利用者に最大限還元することが必要である。
- 多様なビジネスモデルの登場を促し、多数の事業者による競争の活性化を実現するには、全般的な**規制水準の引下げが有効**である。この際、**市場支配力を有する事業者が存在するため、公正競争の確保や利用者保護の観点から必要と認められる場合には、競争の進展状況を踏まえた所要の措置を講ずる**ことで市場メカニズムを補完することが重要だが、特に、**利用者向けサービスは**、事業者間の活発な競争が低廉で多様なサービスの提供を促している点に留意する必要がある。
- **各事業者がより柔軟にサービス提供を行えるようにするため**、回線設備の設置の有無に着目した現行の事業区分を廃止した上で、**回線設備やボトルネック設備等の設置の有無に着目した利用者向けサービスの規制を見直す方向**で電気通信事業法の改正が検討されている。
- なお、接続や卸電気通信役務等の**電気通信事業者のネットワーク構築に関しては**、電気通信事業者のネットワーク構築の柔軟性を確保することが今後も重要であることから、他事業者にとって接続が必要不可欠な**ボトルネック設備等に着目したルールは継続**する。
- これにより、ボトルネック設備のオープン化等によって事業者のネットワーク構築の柔軟性を確保するとともに、利用者向けサービスへの規制は最低限にし、多様なビジネスモデルの登場を活発化し、多様な選択肢の中から自らのニーズに合ったサービスを利用者が安心して選択できる環境を整備することが可能となる。

接続ルール等の整備により、ADSL等の利用者向けサービス市場では競争が進展しているものもある。【齊藤座長】

装置産業たる電気通信は、ボトルネック設備の存在等他産業と異なる特徴を有するが、接続ルールの整備等の努力により、着実に競争的になってきた。【黒川構成員】

ADSLは、ボトルネックのオープン化、迅速な事後規制によって競争的な市場となっている。【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ない。【KDDI】

# 1. 競争評価の目的

- 電気通信分野における競争評価には、次の2種類の活用方法がある。
  - 市場支配力を有すると認められる事業者に対して課す規律が予め定められている時に、その適用対象を決定するために市場の競争状況を評価する方法（米国・EUドミナント認定型）
  - 市場の競争状況を評価し、それに適応した規律を検討して事業者に対して課す方法（英国「有効競争レビュー」型）
- 本研究会においては、本年8月に情報通信審議会より答申された新たな競争政策の枠組みの内容を踏まえて、当面、    を中心に研究の対象とする。
- すなわち、利用者向けサービス市場のうち、競争が十分進展している領域の料金・契約約款に関する規制を原則廃止し、競争が十分に進展していない領域においても市場支配的でない事業者については同じく原則廃止する制度改革を念頭に、競争的でない領域の特定及び当該領域における市場支配的な事業者の判別を行うための手法や基準を研究する。
- この競争評価は、競争の進んでいない利用者向けサービス市場において市場支配力を有する事業者に課す規律（契約約款作成義務等）を予め決めておき、どのサービスのどの事業者に対して課すかをできるだけ客観的に判断する手段を模索することを意味する。英国の「有効競争レビュー」のように事業者の免許条件の内容に反映することを前提に、多岐にわたる電気通信事業分野を対象に定期的に競争状況を評価し、新たな規制の創設を含む規制体系の見直しを競争の進展状況に応じて行うものとは、一線を画するものである。
- ただし、競争評価を制度の中にどう位置づけるかに係わらず、政策判断の際の評価手法をできるだけ明確化することは行政の透明性を高めることにつながる。このため、英国「有効競争レビュー」の手法についても研究対象から外すのではなく、その長所をできるだけ取り入れていきたい。

競争評価を規制緩和の手段に用いるのは結構だが、分析した上でそれに応じた規制を課すということならば慎重に議論を進める必要がある【田村構成員】

事業者の行動を経営戦略の一環と容認するか、または国民の利益を阻害するものと判断するかは区分困難【黒川構成員】

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。【日本テレコム】

「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。」と言明せず、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】

# 【参考】英米における競争の枠組みの比較（概要）

注：網掛けは競争評価の対象範囲

	英国（公衆電気通信事業者）				米国（連邦・コモンキャリア）			
	一般事業者	支配的事業者			一般事業者	支配的事業者		
		BT	SMP	MI		新規地域電話会社	既存地域電話会社	ベル系地域電話会社
接続等	<ul style="list-style-type: none"> <li>他事業者の接続の請求に実行不可能な場合を除き応じる義務</li> <li>再販を認める義務</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>接続料金に対するプライスカップ規制</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>他事業者の接続請求に合理的条件で応じる義務</li> <li>接続約款の公表</li> <li>相互接続協定の報告・公表</li> <li>接続会計の整理</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>サービスプロバイダーへの移動無線通信サービスの提供</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>相互接続義務</li> <li>業界標準に適合しない設備を設置しない義務</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>再販売を禁止等しない義務</li> <li>番号ポータビリティ</li> <li>ダイヤリング・パリティ</li> <li>公道使用权へのアクセス</li> <li>相互補償協定の締結義務</li> </ul> <p>【+一般】</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>接続協定の誠実交渉義務</li> <li>公正、合理的かつ非差別な接続提供義務</li> <li>アンバンドル・パスの非差別なアクセスの提供義務</li> <li>卸売料金での再販売提供義務</li> <li>ネットワーク変更通知義務</li> <li>コケーション提供義務</li> </ul> <p>【+一般・CLEC】</p>	<p><u>LATA 間参入等規制</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>14項目のチェックリスト[OSSへの非差別アクセス等]</li> </ul> <p>【+一般・CLEC・ILEC】</p>
競争		<ul style="list-style-type: none"> <li>不当な内部相互補助の禁止</li> <li>会計の分離</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>不当な優遇及び差別の禁止</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>不当な優遇及び差別の禁止</li> <li>事業ごとの会計の整理</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>分離関連会社要件</li> <li>機器の製造・電子出版等の制限</li> </ul>
タリフ	<ul style="list-style-type: none"> <li>料金・条件の公表・届出</li> <li>公表した料金及び条件による提供</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>小売料金に対するプライスカップ規制</li> <li>スタックテスト</li> <li>BT発ボーダフォン/セルネット着通話に係る平均純留保額に対する規制</li> </ul>	<p><b>非対称規制の対象となる支配的事業者の存在の検証のみならず、競争評価の結果に基づき規律内容自体も改正。</b> (規制内容は免許条件で規定)</p>		<p>州際・国際通信</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>デタリフ化</li> </ul> <p>一部サービスは届出可能 届け出たタリフは2日後に発効 (公示1日)</p>	<p>州際通信</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>プライスカップ</li> </ul> <p>ドミナントであり、かつFCCの指定する地域電話会社が提供する州際アクセスチャージ(ケースごとに、タリフの公示期間を設定)</p> <p>国際通信</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>実施の1日前に届出</li> <li>料金算定根拠不要</li> </ul>	<p><b>非対称規制の対象となる支配的事業者の存在を検証。</b> (規制内容はFCC規則で規定)</p>	

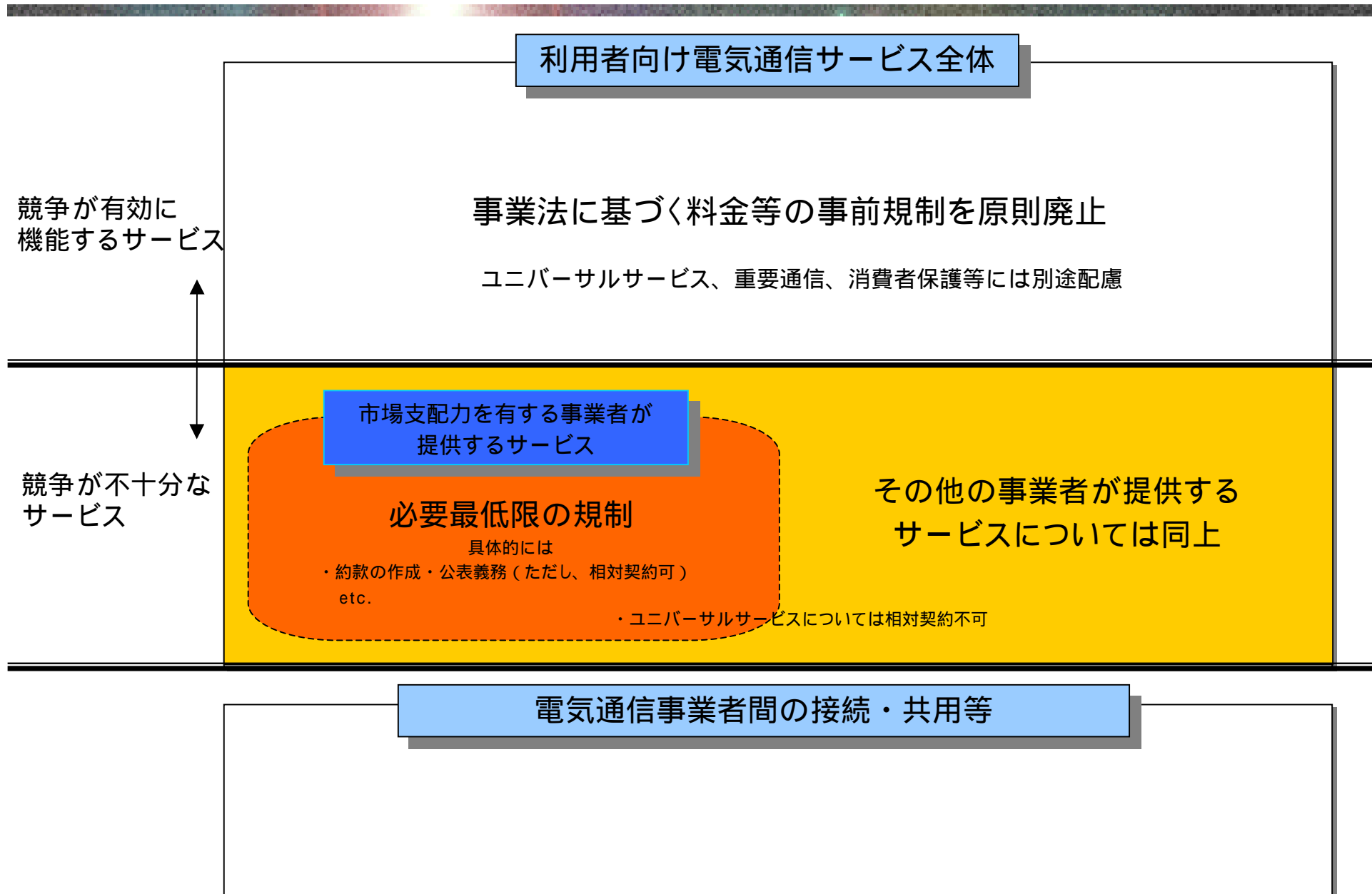
## 2. 研究会が前提とする改革内容

電気通信事業法の改正作業は、今後、多くの点で法制的な詰めを要し、現時点でその内容を固めることはできないが、本研究会では、先の情報通信審議会の答申内容を踏まえた上で、次のような前提に立って競争評価手法の研究を進めていただきたい。

- 電気通信事業法の改正では、競争が十分に機能しているサービスについては、料金・提供条件に関する規制を原則廃止し、契約約款の策定・公表を義務づけないようにする。そうでないサービスについても、サービス毎に競争の進展状況を評価し、市場支配的でない事業者が提供するものは同様に原則廃止する。
- このことは、競争が十分機能しているサービスとそうでないサービスが混在して存在している現実に対し、競争が全てのサービス市場に進展・浸透するのを待って一律に規制を緩和するのではなく、競争が進展しているサービス領域から料金・提供条件に関する事前規制を廃止していくことを意味している。その他の領域も競争の進展を待って緩和を進めていくことになる。
- 競争の状況に応じた非対称規制は、全事業者に対する規制水準の引下げという一般原則の例外を意味するものの、例外は、競争が有効に機能していないサービス領域において市場支配力を有する事業者に対してのみ適用される。こうした一部の事業者は、約款の策定・公表義務が課され、約款記載の料金・提供条件でのサービス提供が義務付けられるが、相対契約も可とすることで、当該事業者の競争上の地位を著しく劣位に置くことがないよう措置する。



# 【参考】競争状況の評価による市場・事業者の特定（イメージ）



注：プライスカップ規制については別途整理

### 3. 独占禁止法との関係

電気通信分野の競争評価の手法を前述の競争評価の目的を踏まえて検討していくに当たっては、**企業結合の際に市場の競争状況を事前に評価している独占禁止法の考え方との関係を整理**する必要がある。

- 「電気通信の健全な発達及び国民の利便の確保」を目的とする電気通信事業法にとって、「公正な競争の促進」は目的達成手段の一つである。**今般の競争評価も、その目的達成のために競争が十分進展していない市場と市場支配的な事業者を特定する際の行政判断を透明化する手法**として模索しているのであって、**独占禁止法の下、企業結合の際に行われる競争評価の目的や要請される手法の厳格さとは自ずと一線が画されるものと考えられる。**
- 一方、市場を画定し、競争状況を評価する以上、**公正取引委員会が培ってきた手法や経験には多くの学ぶべき点があるはずであり、本研究会でもそのような具体的な手法について研究したい。**

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】

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。【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。【テレコムサービス協会】

市場の画定に当たっては、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】



## 4 . 市場の概念 (1)分析の対象について

- 電気通信市場では、急速な技術革新によって新サービスが次々と登場する一方で、加入電話に代表される伝統的なサービスも存続している。
- このような変化の激しい市場では、事前に全ての利用者向けサービスの市場を詳細に画定して規制内容を変えることは、多様なビジネスモデルの登場を阻害したり、技術中立性を損なうことにならないか懸念する意見がある。また、実作業面から見ても、分析に必要なデータ収集等に少なくとも現状では課題が多いと考えられる。
- この点、事前に規制の対象となるサービスを詳細に特定するのではなく、ある程度大きなサービス領域として捉えた上で、現実に利用可能なデータを基に分析を行い、さらに細分化の妥当性と現実性が示されたケースについては、市場をさらに細かく分析していくという方法であれば現実的な方法ではないか。
- 例えば、競争評価を行う目的に照らして、利用者向けサービス市場全体の中から、市場支配力を有する事業者が存在しているために競争が十分に機能していない蓋然性の高いサービス領域を意見募集等によってある程度絞ることとし、関連データの収集を行った上で、分析していくような方法が想定されるのではないか。

独禁法では、問題が発生した際、独占者の存在を発見するために市場を狭く捉える傾向があるが、本研究会では、独占者を必ずしも発見するのではなく、独禁法とは少し異なった視点で、中長期的な観点から広めに市場を捉えることになるのではないか。【田村構成員】

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】

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、事前的市場の画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】

## 4 . 市場の概念 (2)需要の代替性について

- 事業者の創意工夫によるサービスの多様化・高度化や料金の低廉化を通じて、利用者に競争の利益を還元することが電気通信政策の大きな目的である。従って、**市場の画定は、利用者の視点から、サービスの効用・機能に着目した需要の代替性を基本**にしてはどうか。
- 実際の検証方法としては、英国の「有効競争レビュー」における**利用者向けアンケート**やEUガイドライン等における**仮想独占事業者テストの例**があるので、**それらの実効性の検証が必要**ではないか。
- **供給の代替性についても**、提供サイドからのサービスの特性を左右するので、**一定の考慮が必要**ではないか。

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。【加藤構成員】

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】

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】

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】

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】

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仮想独占事業者テスト(the hypothetical monopolist test、しばしばSSNIPとしても参照)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&W IDC】

## 4 . 市場の概念 (3)利用者の属性について

- 利用者の視点からの需要の代替性を中心にサービスの同一性を判断していくと、利用者の属性が特徴として自然と現れてくると考えられるので、利用者の属性を基準として市場を画定する必要はないのではないか。
- ただし、マスマーケットとビジネスユーザーが同一サービスの需要者である場合に、両者の情報収集力やサービス提供事業者との交渉力の違いをどのように取扱うべきかという点や、現実のデータ収集上の問題等について留意を要すると考えられ、この点、独占禁止法や英国「有効競争レビュー」の事例を検証する必要があるのではないか。

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るが、サービスの本質性 / 利用者提供する実際上の利便による区分が大切。【NEC】

利用者からみた需要代替性を中心に同一性を判断する場合、ユーザー属性も一つの市場の画定要因に位置づけられると考えるが、その実態把握の際には、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が必要。【NTTドコモ】

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、自らの個々別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ケット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】

マスマーケット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、マスマーケット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切と考えられる。【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、ビジネス顧客向け市場と家庭顧客向け市場に分けられる。例えば、ビジネス顧客は確かな製品・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ておらず、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、ビジネス顧客は家庭顧客向け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】

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、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も、ユーザー属性により市場を区分する必要はない。【KDDI】



## 4 . 市場の概念 (4)地理的市場について

- 今後の増加が予想される次のようなケースでは、同一サービスであっても地域によって競争状況が異なることが想定される。
  - 大都市等特定地域に限定して参入している事業者が、当該地域において支配力を有していると考えられる場合
  - 全国規模で参入している事業者が、ある地域のみで支配力を有していると考えられる場合
  - 全国規模では事業展開していない事業者が、比較的大きな業務区域内で支配力を有していると考えられる場合
- このため、市場画定の際には、地理的要因を考慮することが必要であるが、現実的には、地域別に競争状況を把握することが妥当だとしても、必要なデータの収集、公表に課題があることが予想されるため、この点でも独占禁止法や英国の「有効競争レビュー」の事例を検証することが重要ではないか。

市場の画定の過程では競争環境の相違による地理的市場の画定が意味をなすが、競争状況の評価の過程では参入障壁の有無だけが問題となり、あえて取り扱わなければならない理由はなく、現実にも問題になっていないのではないかと。【黒川構成員】

地域というのはある程度意識しなければいけないが、その際には参入規制になるようなことが起こっているかどうかだけをチェックすればいいのではないかと。【黒川構成員】

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】

全国でサービスを提供する事業者がいる一方、特定エリア(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、市場支配力の判断の際には、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。【NTT西日本】

地理的市場の区分を考える場合、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】

全国規模のサービスを提供する事業者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、特定地域にサービス提供を限定した事業者が、その地域において圧倒的な支配力を有する場合が想定され、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。【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ける方法によると、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・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。【C&W IDC】

## 5 . 競争評価

- エンドユーザ向けサービス市場におけるサービス領域を画定し、当該サービス領域の競争状況を評価した結果、当該サービス領域におけるサービス提供について市場支配力を有すると判断された事業者に対して特別な規律を課すことを前提とした上で、どのような要因を考慮して、サービス領域の競争状況を評価・判断していくことが適当かを十分検討する必要がある。
  
- 具体的には、
  - (1) 競争評価の際に考慮すべき要因（指標等）  
をどのように考えるべきかが重要であり、さらには、それらの事項を踏まえて、
  - (2) 競争状況を判断する際に考慮すべき事項  
を十分検討する必要があるのではないか。
  
- 以下の頁は、それぞれについて、主要な論点の形で整理する。

## 5 . 競争評価 (1)競争評価の際に考慮すべき要因(1/8)

競争評価にあたって、具体的にどのような要因を考慮すべきか。

### ・全体

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。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】

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。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】

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】

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。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な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】



## 5 . 競争評価 (1)競争評価の際に考慮すべき要因(2/8)

### 市場構造、供給者の行動

#### (a) 加入者数及び売上高のシェア並びにその推移

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一段階。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】

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】

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は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が必要。【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】

## 5 . 競争評価 (1)競争評価の際に考慮すべき要因(3/8)

### (b) 参入障壁の大きさ、参入事業者数、新規参入・撤退の動向及びその要因

参入・退出事業者数は単にその数字を見るだけでなく、それに到った要因の分析が必要。【齊藤座長】

独占状態が持続するのは一般的に何らかの参入上の障壁があると考えられるので、どのような要因があるのか分析することは必要。【醍醐座長代理】

新規参入の阻害要因と促進要因があると考えられるが、後者についてももっと洗い出し、評価のためのファクターを複数準備した方がよい。【米澤構成員】

一般論からすると、新サービスの登場を容易にする環境整備の方法について議論することが第一優先。【黒川構成員】

事業者にとって新サービスを提供しようとしたときの阻害要因は何かということをも明確化すれば具体的な議論につながるのではないか。【加藤構成員、中空構成員】

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】

## 5 . 競争評価 (1)競争評価の際に考慮すべき要因(4/8)

### (c) 当該事業者及び関連事業者が他市場で有する市場支配力の影響

- 例えば、あるサービス領域の競争状況に対して大きく影響する他のサービス領域又は他の事業分野の競争状況の評価はどう取扱うか。
- 例えば、課金、認証等において市場支配力を有する通信事業者、ソフトウェア製造業者等の存在を競争評価ではどう取扱うか。
- 例えば、ある市場（他の公益事業分野を含む）で市場支配力を有する事業者が直接又は子会社形態でその他の市場に参入する場合を競争評価ではどう取扱うか。
- 例えば、地方自治体の提供するインフラ、電力会社の有する光ファイバ等の存在を競争評価ではどう取扱うか。

### ・ 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、競争が進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】

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】

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】

## 5 . 競争評価 (1)競争評価の際に考慮すべき要因(5/8)

### ・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】

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】

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る場合においては、従前から議論されてきたオープン化、F W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】

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とは適切でない。【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

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】

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】

## 5 . 競争評価 (1)競争評価の際に考慮すべき要因(6/8)

### (d) 前項のうち設備保有のサービス市場への影響

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】

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】

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あるため、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】



## 5 . 競争評価 (1)競争評価の際に考慮すべき要因(7/8)

(e) 価格水準の変化、国際比較

(f) サービスの多様化

競争評価を行うにあたっては、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】



## 5 . 競争評価 (1)競争評価の際に考慮すべき要因(8/8)

### 利用者の利益・行動

- (a) 利用者のサービスへの満足度 (アンケート調査)
- (b) 利用者が十分な情報を得ているか (アンケート調査)
- (c) サービス変更に際しての障壁

## 5 . 競争評価 (2)競争状況の判断の際に考慮すべき事項(1/3)

- 競争状況の判断にあたっては、単に市場シェアだけでなく、様々な要因を考慮することになるが、その際に、どの要因を他の要因に比べて重視して、どのように総合的な判断を下せばよいか。
  - 例えば、市場シェアが高いからといって必ずしも市場支配力を有するとは限らないし、逆に市場シェアがそれほど高なくても他の要因から市場支配力を有すると認められ場合もあると考えられる。
  - 例えば、料金が低下傾向にあれば、市場シェアが高くても競争が機能していると判断できる場合もあると考えられる。
- これら各々の要因について、一定の基準を示すことはできないか。
- 個別事案ごとに判断していくしかないにしても、行政の透明化を図ろうとすれば、各々の要因のうち、何を主とし従とするのか、あるいは、対立する内容が認められる場合、一つの行政判断へとどのように導くのかは、出来るだけ明らかにすることが望ましい。 そうした判断に到る過程を、独占禁止法ではどのように基準化し、英国ではどのように取扱い、公表しているのか。

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】

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。【中空構成員】

## 5 . 競争評価 (2)競争状況の判断の際に考慮すべき事項(2/3)

- **市場・サービスの成熟度とは、どのような指標で、他の指標との間でどのように勘案されるべきか。**
  - 新サービスの**揺籃期**は、創始者の他に同様のサービスを提供する事業者が存在しないために**創始者の有する市場シェアが高くなる傾向があるが、このような状況をもって市場支配力が存在すると評価することには反対との意見**がある。
  - この点、新サービスへの**新規参入の阻害要因が認められない場合**には、単に創業者又は先行者の有する**市場シェアが高いことをもって市場支配力の存在を判断することは困難**であろうが、**そうでない場合、どのような客観的なデータがどう変化することをもって市場支配力が存在しないと判断すればよいか。**
  - また、**揺籃期において市場支配力が存在すると判断された場合**でも、競争促進とは異なる政策目的から**規制を差控えるという考え方も成立しうるのではないか。**
- **時間軸をどう加味するべきか。**
  - あるサービス領域の競争状況は、**現時点における状況の判断を基本とし、その前後の市場変化を加味して判断することが適当との考え方**がある。競争の状況は、単なる可能性として捉えるのではなく、**現実**に**有効競争が存在していることをもって競争的と捉えるべきではないか。**その上で、**現在は競争が有効に機能していないが競争的に向かおうとしている変化の方向が認められる場合やその逆の場合について、一定の基準化を図ることが適当ではないか。**

新サービスの登場の活性化のため、サービス揺籃期における正当な先行者利益の確保は重要。【齊藤座長】

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】

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。【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で、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。【中空構成員】

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

市場の成熟度は、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)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)の両方がありう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、むしろ市場画定の際に考慮すべき要因としての位置付け。【NTTドコモ】

## 5 . 競争評価 (2)競争状況の判断の際に考慮すべき事項(3/3)

### ・市場の成熟度を考慮すべき

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】  
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】

### ・市場の成熟度に係わらず同一の手法で評価すべき

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】  
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ではなく、各市場において、個別に分析されなければならない。【C&W IDC】  
既存サービスにおいて市場支配力を持つ事業者が当該サービスと連携し、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。こ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】

### ・揺籃期の取扱

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】  
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】  
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】  
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。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】  
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】

### ・成熟期の取扱

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】  
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、旧来からのサービス提供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】  
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】



## 6. その他の留意事項

競争評価に必要なデータはどのように収集すべきか。

- 企業秘密等は非公開とする必要があると考えられるが、その場合、評価プロセスの透明性や評価結果の客観性を如何にして確保するのか。
- 基本的に公開情報を中心に評価を行う場合でも、各社の公開情報の定義・時期等の調整・整合を図るためには、一定の報告を求めることが必要ではないか。

競争評価は、原理原則に基き、誰が、どうやって、その結果をどこまで発表できるのかが重要【齊藤座長】

通信事業者の会計開示の程度について、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は困難。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か。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。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か。【清藤構成員】

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公表しており、企業秘密とは考えられない。【日本テレコム】

事業者の公表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（企業秘密情報も含む）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】

事業者に負担となるような過度な要求を避ける、データ提供は、特定の事業者のみでなく、全事業者（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、事業者の提供データの扱いは、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】

サービス毎の会計分離が前提で、サービス毎の利益確保状況の確認が重要。損益分岐点に達するまでは、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あり。このような観点も十分監査する必要があり、前述の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。会計情報（売上、コスト、利益などの情報）、加入者数（マスコウザ向け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】

事業者がデータ提供を依頼された際、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の確保は重要。【C&W IDC】