

**IP化等に対応した電気通信分野の
競争評価手法に関する研究会
ご説明資料
2002年11月6日**

ケーブル・アンド・ワイヤレスIDC株式会社



Lisa Suits
Fixed: 03-5820-5010
e-mail: Lisa.Suits@cwidc.com

目次（競争評価の手順）

- イン트로ダクション
- レビューを行う市場の選択
- 市場の定義
- 競争の評価
- 評価に基づく施策
- パブリックコンサルテーション
- 施策の実施と異議の申し立て



イントロダクション: 競争評価を行う目的

- 市場の失敗を特定し、これを救済する。
- 市場の失敗は、消費者 / 顧客が望む、合理的な価格で製品やサービスが提供されないところで認められます。
- 電気通信市場における例としては、インカンベントな事業者が、合理的な条件で接続サービスを競争事業者へ提供することを拒否するような場合があげられます。
- これは、独占力の乱用であり、もし正されなければ、恒常的な市場の失敗が定着してしまうことになります。
- このような場合、事前規制は「事業活動のレベル」によって、有効性を確保し競争を促進させるために必要とされます。



規制機関は、どのようにレビューを行う市場を選定するのでしょうか？

- 市場がきちんと働いていない兆候
 - 消費 / 顧客からの苦情が起こっている。(価格、契約条件、選択、品質)
 - 事業者 / 競争事業者からの苦情
 - 参入障壁
 - 投入へのアクセス
 - 供給に対する差別 / 拒否
 - 不利な契約条件
 - 規制機関自らの観察
 - 参入障壁、垂直的統合
 - 否定的な国際比較(価格等)



1. 規制機関がレビューのための市場を選定します

- 規制機関は監視が必要な市場を選定するために、(先述したような)地域市場の情報を入手することが重要です
- 例えばECでは、事前規制が必要な市場を特定するための3つの(累積的な)基準を指定しました。
 - 高くて、一時的ではない参入障壁
 - 適切な期間に、自然に有効な競争的な状態に移行しない市場
 - 競争法単独では対応できない問題を含んだ市場 - 問題が起こることが単純に持続して、競争が妨げられるような状況
- 最近ECによって指定された、これら基準を満たす市場として、移動体着信市場、専用線市場が含まれています。



2. 規制機関が市場を定義します

- 標準的なツールとして、仮想独占者テスト (hypothetical monopolist test) を用います。独占者は以下のことを、引き起こさずに、サービスXの価格を5 - 10%引き上げることが可能か。。。
 - **需要サイドの代替性。** 顧客は、そのニーズを満たすために同様なサービスに切り替えることが可能であり、自ら進んで行うことをいいます。例えば、VoIPは、PSTN音声サービスの代替品でしょうか？ もし違うのであれば、PSTN事業者は、VoIPの提供により脅威を受けるものではありません。これらは、異なる市場です。
 - **供給サイドの代替性。** 似通ったサービスYのサプライヤーは、サービスXの価格上昇に対応してサービスXに容易に切り替えることができるでしょうか？ もし、できるとすれば、Xの価格上昇は他のサービスプロバイダーに事業機会を創出することになり、高いサービスを維持できないことになり、同じ市場ということになります。



代替性の評価方法

- Oftelは、年に2 - 4回の独立した消費者調査を依頼しています。
- Oftelは既に**顧客の定期的な調査**を運営しており、これは、法人及び個人に対するもので、このプロセスと調査がマーケットレビューの「証拠」の一部として構成されるということを通知します
- 調査では、ユーザがサービスの価格の変化にどのように反応するかを把握する目的で質問します：
 - もし価格の変化があった場合に、ニーズに合わせるために少々違ったサービスを簡単に利用することができるか？
 - ユーザがそのようにすることを妨げる何かが存在するか？ - 変更コスト、長期契約など
 - 消費者は代替的なサービスもしくは製品に気付いているか？
- そして、実際にこれまでそのような変化に対して反応したか？
- Oftelのエコノミストは、また彼ら自身の分析を通して、その調査から証拠を供給します。**サプライサイドの代替性**があるという情報を得るために、業界(調査会社、事業者等)と直接話すことができます。



市場定義の例：Ofcomの移動体レビュー (発信市場) (2001)

- Ofcomによる最初の質問：
固定と移動体の音声通話は同じ市場か？
- 需要サイド
 - 固定回線は場所にリンクされており、個人にではない
 - 異なった機能である
- 供給サイド
 - 電波の有限性
 - 移動体網構築の sunk cost
- 回答：固定と移動体は異なる市場
- 「移動中に呼を発信させたり、着信させることが可能な利便性は消費者にとって有効な代替性があるといえない」
- 「移動体市場における仮想独占者テストにより、価格の上昇に反応した供給サイドの代替性の機会はほとんど現れなかった。」



3. ターゲットマーケットでの競争の評価

- Oftelは、競争評価において、多くの要因を監視しています。
- 一定期間の市場シェア
 - >50% - ドミナンスが見込まれる
 - > 40% - ドミナントの可能性
 - 25 - 40% 確定的ではない
 - < 25% ドミナントについて考慮する必要がない
- **参入障壁**

Oftelのエコノミストは、次のような証拠を求めています。

 - キーとなるインプットをコントロールする事を含んだ、**絶対的な参入障壁**
 - **戦略的な参入障壁** - 例えば、略奪的価格設定などの行為
 - 特許や事業の認可条件などの**その他の障壁**
 - また、直近の参入に成功した証拠も参照されます。



3. ターゲットマーケットでの競争の評価

- **垂直的統合の範囲**
 - ある市場においてドミナンスを持つ垂直的な統合をしている事業者が、密接に関連した競争的である可能性を持つ市場において事業を行う場合、レバレッジの問題が起こる可能性があります。
- **ユーザは、価格、品質、そして選択に満足しているでしょうか？**
 - 顧客は、課せられている料金を快く受け入れているでしょうか？どのよう
に他の国と比較されているでしょうか？顧客は、もっともよい条件を得られ
る情報を持っているでしょうか？
- **サプライヤーは、価格と提供されるサービスの範囲についてどのような行動したのでしょうか？**
 - 利益性や価格の傾向、イノベーションの範囲、その他、多くの要因を見る
ことが評価を行うために有効となります。

市場にドミナンスが存在しますか？という質問は、競争事業者や顧客や最終的には消費者の行動に対して考慮することなしに行動することが可能な経済的な強さのポジションをどの事業者が持っているのかということです。



競争評価の例：Ofcomによる移動体のレビュー (発信市場) (2001)

Ofcomの質問：

- 移動体のセクターは有効競争的か？
- 市場のシェア
- 参入障壁
- 垂直統合とレバレッジの可能性
- 供給者の行動
- 顧客満足度

回答：

- 全てを考慮した結果、まだ有効競争的ではない。
- VodafoneとCellnetはまだ市場支配力を持つ(コレクティブドミナンスの可能性あり)
- 「移動体事業者は、電波の有限性とネットワーク構築の高コストという絶対的な参入障壁によって保護され続けている。」
- 新たに出現するリテールサービス(例えば移動体インターネット)に対してネットワークのレベルで市場支配力をレバレッジするインセンティブと可能性が将来増加する。
- いくつかの価格は変化がなく、その他は下がりつつあるものの、まだ競争的なレベルとは言えない。全体的に見て、かなりの高利益体質である。
- 全体的には、満足度は高いが、Ofcomは、顧客が十分に情報を提供されているかどうか、確信は持てない。



CABLE & WIRELESS

4. もし、市場が競争的でないとすれば、適切な対策が選択されます

- もし、市場がドミナンスのために有効競争的でない場合には、そのドミナンスが原因となる問題に対応した対策が選択されます。
- もし、ドミナンスが差別的な問題を作り出している場合には、規制機関は例えば以下のような規制を課します。
 - 非差別要件、報告要件を通しての実施(例:会計分離と価格の公表)
 - インフラやプラットフォームのアンバンドルを要求
 - コストベースの相互接続
- 差別要件に関してのもっとも厳しいものとしては、構造分離を課すことがあげられます。



5 . 最終的に結論づける前の一時中断と コンサルテーション

Oftelは、市場レビューの結論についてその初期段階の見解を公表し、消費者 / ユーザ / 競争事業者や他のポテンシャル参加者からのコメントを求めます。

- **市場定義の結論**や、もし関連するのであれば、代替性の可能性についての追加的な証拠を提出します。
- Oftelによって検討された個々の要因に関する**ドミナンスの評価**や、提供可能な追加情報も提供することが可能です。例えば市場シェアなど。
もし、Oftelが規制を必要とする恒常的な市場の失敗を特定すれば、提案した対応策についても公表し、コメントを求めます。
- これらのステートメントに対して意見のあるものは、なぜその対応策が適切ではないのか、あるいは、より好ましい対策について、コメントすることができます。

Oftelは、この公表の過程において、各企業の社外秘の情報については公表するものではありません。



CABLE & WIRELESS

6. 対応策の導入と異議の申し立て

- 特定の規制が要求されたところには、ライセンスの修正をもって、導入されます。
- 規制機関の別の部門が、対応策の導入を実施します。
- Ofcomでは、レビューを実施する規制政策局とは別の監督局が、この対応策の違反行為があった場合や、必要な実施行為を取る場合のあらゆる不服や意義を受付ける責任があります。
- Ofcomは、あらゆる紛争を4ヶ月以内に解決しなければなりません。
- 規制機関により決定されたことで影響される誰でもが、申し立てを行える、分離した申立機関が必要です。
- ECでは、市場定義、競争評価、に対する不服を申し立てができる独立した機関を持つことが加盟各国に求められています。英国では競争委員会がこれにあたります。



もし、事前規制がなかったならば？

- ドミナント事業者は、競争事業者を打ち負かすために、その市場支配力を制限することなしに利用することができます。
- 例えば、以下のようなことが可能です。
 - 内部相互補助
 - プライススキーズ
 - 差別価格
 - 割引 / バンドリング
 - 過剰課金 (オーバーチャージ)
- これらの行動は果たして公共政策の観点から見て許されるでしょうか？



添付資料

構成員からの質問



醍醐座長代理

1. 英国では、競争レビューを行う主体は、そのレビューの結果を受けて対策を決める主体とは分離しているか？

Ofcomの中には、競争レビューを行い、適切な対応策を決定する一つのチームがあります。


またそれとは別に、監督局の中にその対応策を実施・導入するチームがあります。

監督局はまた、消費者や競争事業者から、この対応策が実施されていないことについての不服や異議を取り扱います。

もし対応策が機能していないことが見つければ、その見解が政策チームに送付され、オリジナルの対応策についての改善を提案します。



CABLE & WIRELESS



Q2. 英国において、SMPレギュレーションとMIレギュレーションにはどのような関係が存在するのか？ Oftelは2001年9月のステートメントにより、ボーダフォンをSMP事業者として指定したが、ボーダフォンに対するMI規制は取り消された。MI規制の適用とSMPの指定の間には、どのような規準の違いもしくは区別が存在するのか？ MI規制は、EUのフレームワーク指令に含まれるのか？

・MIは、2003年7月の新欧州フレームワークが導入されたときに、英国の規制コンセプトとしてはなくなります。SMPがこれに代わるただ一つのコンセプトとなり、ドミナンスと同じものとして定義されます。MIはフレームワーク指令には含まれておらず、英国のみで利用されてきたものであって、他の加盟各国では使われていませんでした。

弊社では、新フレームワークの下で、ボーダフォンは着信市場においてのみSMP(ドミナント)を持つと決定されることを予想しています。



3. Oftelが、ポータフォンをSMP事業者と指定した理由の一つは、有効競争下での料金よりも高い料金を設定したことです。

- 1) 一つの理由は、ポータフォンのROCEが大変に高いことですが、ROCEが大変に高いと判断したときにOftelが用いた規準は、どのようなものだったのか、産業界平均か？それとも資本コストか？

Oftelは、関連市場において、能率的な事業者の資本コストとROCEを比較します。Oftelはまた競争的な市場において産業界の利潤の平均を算出することも可能でしょう。

資本コストは投資のために必要な資本に対する利益であり、競争的な市場での平均的に期待される売上げとだいたい同じです。このように、ROCEと資本コストとの間の違いは、超過利益を示しています。


資本コストには、数多くの予測の方法があります。Oftelは、負債コストとエクイティの加重平均を計算しました。計算にはリスクのパラメーターや、エクイティコストvs負債などの多くの情報が要求されました。この情報のうちのいくつかは、株式市場に上場している会社であれば入手は可能です。英国では、ポータフォンだけが上場しています。

今回ROCEだけがOftelのこのレビューや他の市場で監視された、ただ一つの要因であることは強調されなければなりません。

そこで、Oftelは市場シェア、参入障壁、市場構造など、他の要因にも頼らねばならなくなると思われます。



CABLE & WIRELESS



2) Oftelは、高いROCEの要因の確認のためにコスト優位性があるかどうかを見たといっています。しかしながら、この検討のために、ボーダフォンのコストデータだけではなく他の会社のデータも必要に思われます。Oftelはどのようにそのような社外秘データを手にしたのか？

Oftelは、事業者からコンフィデンシャルなデータを収集する様々な力を持っており、必要なときにこれらの力を使います。

このケースの場合、事業者はOftelがそのような力を使うことなしに、Oftelに対して情報を提供するインセンティブがありました。ボーダフォンとは異なる資本コストであるというデータを提出することは、他の事業者にとって、Oftelに対して提出した彼らの異議をサポートするものであって、利益となるからです。例えば、彼らは、その資本コストの上昇といったボーダフォンとは異なるリスクプロファイルを持っているということを議論しようとするかもしれません。

再度申し上げますが、資本コストとROCEを比較することは全ての市場において可能なわけではありません。実際に、他の要因も考慮に入れる必要があります。実際Oftelは全ての市場においてROCEを見ているわけではありません。これは多くの証拠の中野一つにすぎません。ドミナンスの指定は、ROCEは適切な範囲内であっても可能です。



CABLE & WIRELESS



4. 50%以下のシェアを持つ場合、定性的な要因は考慮されるのか？
50%以上の場合、定性的な要因は利用されるのか？

- 一般的に言って、経済的な市場の分析を表現する場合には、定性的な要因はいつでも利用されます。
- ドミナンスの発見には市場シェアだけでは不可能で、他の要因が考慮されねばなりません。50%以上のシェアの場合、ドミナンスの発見において、ほとんどの場合にドミナンスが見込まれるということです。しかし、一定期間にそのシェアが高いレベルで安定していなければなりません。
- 安定したシェアは、高い参入障壁があることを示しており、これはドミナンスを発見する上でのキーファクターです。



5. 地域網の保有によるレバレッジは、定性的な例として用いられます。評価において、高いシェアとレバレッジパワーはどのように統合されるのでしょうか

- 以下に示すのは、定義段階での市場分析の一部です。

分析では、与えられたサービスのなかでのプレーヤーの監視をします。もし関連しているとすれば、誰が地域網を所有しているのでしょうか？ それはその企業に優位性を与えているのでしょうか？ どの企業が高い市場シェアを持っているのでしょうか？ そこには高い参入障壁があるのでしょうか？ どの企業が垂直的に統合しているのでしょうか？ そのサービスの価格は上昇しているのでしょうか、それとも下がっているのでしょうか？

もしある企業が多く数の優位性を持って出現し、他の企業に対してそれらを利用する可能性がある場合、その企業はおそらくSMPを持つと考えられます。シェアは一つの要因でしかありません。

ボトルネックのコントロールは、また別です。もしシェアが50%以上と同時に持つのであれば、それはほぼ確実にSMPを持ちます。

しかし注意していただきたいのは、ボトルネックは、キーとなる特許であったり、排他的なコンテンツのコントロールであったり、あるいはそのような技術などのことでもあり、必ずしもインフラでなくてもかまいません。



佐藤構成員

1.英国もしくはEUにおいて、通信法より競争法に重点を移すべきだというような議論はありますか？

これは、新フレームワークについての議論をしているときにありましたが、拒否されました。その理由は、多くの各国規制機関は有効競争がまだ十分ではないと考えているからです。

そして、通信に特化した規制は、未だに有効な目的を果たしていると考えられています。

新欧州規制フレームワークは、いくつかの通信市場にはまだ恒常的な市場の失敗が存在し、ここについては、事前規制が唯一有効であるということを認めています。

ドミナンスの評価や市場の定義に関して適用される競争法の原理に、競争法ではより重要なことを取り扱うという理解だけが存在しています。




CABLE & WIRELESS

2. 英国における独立規制機関とFTCの関係

- Oftelは、英国において2つの役割を持っていて、それは特定業種の規制であり、そして
- (競争当局であるOFT:Office of Fair Tradeとともに、)1998年競争法に基づく事後競争法を適用する権限を持っています。
- OFTは、通信市場の規制 - もしくは通信分野の競争法の適用 - には関与しません - OFTは、必要な経験を持っていないことが認められています。
- 例外は合併の決定で、合併についての決定についてはOFTのみが権限を持っています。しかし、Oftelは通信市場が含まれるいかなる合併にもアドバイスを与える役割を担っています。




CABLE & WIRELESS



3. 英国における有効競争レビューを用いた事例を教えてください：対象市場の確定、市場の評価、評価に基づく政策対応。

- 以下に2つの有効競争レビューの実例を紹介します。
- “Effective competition review: mobile” - 26 September 2001 (<http://www.oftel.gov.uk/publications/mobile/mmr0901.htm>)
- Oftel's” Effective competition review of dial-up Internet access” - 30 July 2001 (<http://www.oftel.gov.uk/publications/internet/imr070.htm>)



4. 英国あるいは欧州における有効競争レビューはどのような役割を果たすものであり、それは総務省が実施しようとしているものとどこが違うのでしょうか。

- 英国や欧州における目的は、競争が有効に働いているか、あるいは有効な競争とそれを維持することを妨げている様な市場の失敗がないかどうかを特定する事です。もしそれが見つかれば、その市場の失敗をただすための適切な対策を見いだすことをこのレビューによって行います。
- 市場の失敗は、消費者が適切な価格で消費すべき製品やサービスを受けることができないことを意味します。多くの場合に、この失敗は生じます。それは市場支配力を持つ企業が消費者のニーズに対して注意を払っていないことによります。
- またそのサービスを提供する市場において十分な競争がないのかもしれない。
- レビューはある企業が市場支配力を持つかどうかを特定し、矯正する行為の勧告を行います。日本においては、様々なレビューの方法論を調査するための時間が限られており、その目的が非常に限られたものであると考えられます。



CABLE & WIRELESS

5. 有効競争レビューを実施するに際、OFTELは各事業者に必要な情報を提出させる、法的権限を持っていますか。

- ・ Oftelは、競争法と通信法に基づいて、データを集めるための多くの法的な権限を持っています。
- ・ また、EUフレームワーク指令5条により、情報の提供のための特定の要求項目が規定されています。
- ・ これは、Oftelのような各国の規制機関に対して、欧州指令の下で(財務情報を含む)彼らの義務を遂行するために必要な全ての情報を収集する権限を与えています。
- ・ 第5条はまた、いかなるデータも適切な秘匿性を確保しなければならず、しかし可能なものは(例えば、事業上の秘匿性を傷つけるものでないなど)競争市場や公開性に貢献するものであれば、情報を公表すべきであるとも述べています。
- ・ Oftelは最近、その情報収集の必要性を権限について、文書を公表しました。これは、以下を参照いただきたいと思います。

http://www.oftel.gov.uk/publications/market_info/2002/info0702.htm#chapterone



CABLE & WIRELESS



6. 英国並びに欧州における有効競争レビューの対象となる市場、並びにレビューのスケジュールを教えてください。

これらの内容は、ECによって規定されます。このリストは、まだ最終的に決定していませんが、遅くとも2002年12月までには決まる予定です。Ofcomは2003年7月までには全てのレビューを終えなければなりません。

現時点で、リストでは次の市場が特定されています。

fixed call origination/wholesale transit; wholesale narrowband Internet call termination; fixed geographic call termination; retail price control; IDD; broadband markets (leased lines; wholesale local access; local dedicated capacity); mobile (call termination; wholesale national market for international roaming on public mobile networks; access and call origination on mobile networks); broadcasting.

しかしながら、このリストはあくまでドラフトであって、変更されることがあります。最新の情報では、このリストはもっと多くなるとの情報があります。



CABLE & WIRELESS


清藤構成員

1. 電気通信事業者を理解する前提となる、電気通信市場に対する共通の理解を得るためのマーケット情報の公開性に日本と英国での差はないか。

・ たぶん、Ofcomは、市場データのために、英国にある多くの市場調査会社、アナリスト、コンサルティング会社などを頼っています。これらは、レビューのための市場の構図を描くために、独自で消費者や、この事業者から情報を得ます。市場の情報を収集し、分析しこの結果を広く知らしめることは西欧においてはビッグビジネスです。



CABLE & WIRELESS



2. Oftelと消費者協議会はどのような関係にあるか？協議会からOftelに対して有効で影響を及ぼした提言、助言、不服の申し立てなどの行為の例はあるか？

Oftelの決定に対して意見を言う数多くの消費者団体が存在します。Oftelは定期的にこれらの団体と会い、彼らの意見を聞いています。

(WACT-Welsh Advisory Committee on Telecommunication, plus DIEL という障害者とお年寄りのテレコムユーザの利益を見ている地域団体もあります)

このような団体は、他と同様に、特定のコンサルテーションにコメントを提出しています。

通信法の下では、特定の消費者パネルを設置する条項があり、これは独自の予算を持っていて、独自の調査を実施できるようになっています。そしてOftel(OFCOM)に対して助言を行います。

3. C & W I D C の顧客満足度 (C S) のマネジメントについて

- 全てのC&WのユニットはIDCも含めた世界中で、ボイス・オブ・カスタマーという年2回の調査を実施しています。これは、社外の調査会社により実施されているもので、弊社が質問の中でチェックしたいと考えている項目を織り込んで開発されます。調査はウェブベースで行われ、完全に独立性が保たれてレポートされます。この調査では、弊社のプロダクト、価格、品質、またこれらについての競争事業者の状況、弊社のサービスレスポンスタイム、フォローアップなどが質問されます。
- 弊社では特定の達成目標を掲げています。全てのシニアマネージャーは彼らの年次業務目標にこのターゲットが組み込まれていて、その結果は彼らのボーナスに結びついています。



CABLE & WIRELESS

中空構成員

OFTELの有効競争レビューは社会的に受け入れられているのか、それによって消費者はハッピーと感じているのか？

- Oftel規制機関としての法令上の権限は、公共の利益を促進し、利用可能な価格で様々なサービスの提供を促進することを含んでいます。競争レビューは、消費者の需要に応える市場の活性化を見込んでおり、競争に拍車をかけ、ドミナントパワーを軽減する一つの方法です。
- Oftelや他の加盟各国における規制機関は、現在ECによってこれらのレビューを実施することを義務づけられています。