

# 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

報告書（案）

# 目次

1	目的と背景	3
1 - 1	目的	3
(1)	これまでの経緯	3
(2)	競争評価手法の必要性	3
(3)	競争評価の導入の目的	4
1 - 2	背景	5
(1)	諸外国における競争評価	5
(2)	独占禁止法における競争評価	8
2	競争評価のプロセス	11
3	各論 分析対象となる利用者向けサービスの選定	13
3 - 1	基本的な考え方	13
3 - 2	対象分野の決定	14
4	各論 市場画定	15
4 - 1	基本的考え方	15
4 - 2	具体的に考慮すべき事項	15
(1)	需要の代替性	15
(2)	供給の代替性	16
(3)	利用者属性による市場の同一性	17
(4)	地理的市場	17
(5)	その他留意すべき事項	18
4 - 3	市場画定の具体的方法	19
(1)	アンケート調査	19
(2)	仮想独占者テスト (SSNIP テスト)	21
5	各論 競争状況の評価	24
5 - 1	基本的考え方	24
5 - 2	競争状況を示す定量的指標や定性的要因等の在り方	25
(1)	具体的な指標の特徴等	25
(2)	上記指標の判断基準	36
5 - 3	総合評価の基準の在り方	37

5 - 4	競争状況の評価に当たっての留意事項	39
( 1 )	透明性の確保	39
( 2 )	時間軸の取扱い	40
( 3 )	データの取得可能性・公開性等	41
6	今後の取組みについて	42
6 - 1	競争評価の実施方法	42
6 - 2	今後の検討課題	43

**参考資料**

## 1 目的と背景

### 1 - 1 目的

#### (1) これまでの経緯

本研究会は、電気通信サービスの競争状況を評価するための手法等を調査研究するため、平成14年9月から平成15年6月にわたって開催された(本研究会の構成員等については参考資料1を、本研究会の開催状況については参考資料2を、それぞれ参照のこと。)

なお、情報通信審議会は、平成14年8月の「IT革命を推進するための電気通信事業分野における競争政策の在り方についての最終答申」で、我が国の電気通信事業分野における定期的な市場分析の在り方を検討するよう、提言している。

#### (2) 競争評価手法の必要性

##### IP化・ブロードバンド化等の進展

電気通信事業分野では、累次の規制緩和措置等によってネットワーク構築の柔軟性が向上し、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おり、昨今のIP<sup>1</sup>化・ブロードバンド化の進展に伴う新規参入の容易化と相まって、多様な新サービスやビジネスモデルが日々登場するようになってきている。

このような状況の下、

- 音声・データ・映像、固定・移動、無線・有線、ナローバンド・ブロードバンドといった従来の市場区分が急速に統合又は包摂されたり、又は現在は想定されていない新たなサービスが次々に立ち上がる可能性がある
- 新規参入が容易になってきたこと等によって、サービスの構造や事業者間の競争状況が複雑になるとともに、サービスや地域による競争の進展度合いにも違いが生じている

ことなどから、同分野では、サービスの実態を踏まえて画定する市場毎に

---

<sup>1</sup> Internet Protocol (インターネットプロトコル) の略。インターネット上で用いる通信手順・方法の規約。

競争状況を評価しなければ、現実の競争状況を正確に把握することが難しくなっている。

### ルール行政の推進等

電気通信事業分野において競争政策を企画し、立案し、推進する際には、以前から競争の進展状況がその判断材料の一つとされているが、IP化、ブロードバンド化の進展によって同分野を取り巻く状況は急激に変化しており、これらの適切な遂行のためにはこれまで以上に迅速かつ的確に市場の競争状況を把握する手法の必要性が高まってきている。

同時に、市場の競争状況を客観的な情報に基づいて的確に評価・分析する手法を予め明確化しておくことは、行政の透明性を増し、電気通信事業者及び利用者の予見可能性を高めることとなる。

このような競争評価手法は、行政が自身の政策に活用することはもちろん、電気通信事業者等も自身の主張に用いることが可能である。このように、行政及び利害関係者等により共有化された手法の活用を通じて、市場の競争状況に係る現状認識についての社会的なコンセンサスの形成が促され、仮に、コンセンサスの形成に至らなくとも、意見の対立点が明確になり、様々な立場のプレイヤーにとって、その先の迅速、柔軟な行動につながることになる。

### 国際的な整合性の確保

英国は、電気通信事業分野における競争状況の評価を既に開始しており、EUも、情報通信分野の規制の枠組みの見直しの一環として加盟各国が競争状況の評価を行うよう制度設計を進めてきている。また、OECDでも、電気通信事業分野における競争評価のための指標が検討されてきている。このように、電気通信事業分野における競争評価手法の在り方は、今日、諸外国でも重要な政策的関心事項となっている。

このため、グローバル化が進展する同分野においては、特に国際的な整合性の確保に留意することが必要であり、諸外国の手法を参考とし意見も交換しつつ、我が国の市場の競争状況を最も適切に評価できる手法を確立していくべきである。

### (3) 競争評価の導入の目的

電気通信事業分野において、事業者間の自由な競争を基本としつつ、公

正競争が阻害されないような市場環境を形成・維持していくためには、行政は、市場の競争状況を適切にモニタリングする能力を備えなければならない。公正競争を確保すべき市場の競争状況に関して、情報を収集・整理し、分析・評価する定期的なモニタリングは、競争評価のコアであると同時に、礎となる。

市場の競争状況は、基本的に、根拠となる法令、例えば電気通信事業法やそれに基づく省令等の見直しによってはじめて具体的に政策に反映される。これらの法律や省令の制定・改廃は、国会や審議会での審議を経て行われるので、競争評価の結果が直ちにそれにつながるわけではない。しかし、市場のモニタリングによって競争状況の変化の兆候を明らかにし、それが公表されるルールが確立され、その実践が定着するようになれば、競争評価を「トリガー」として、市場の変化に対応した規制の見直しが論じられるようになるであろう。行政も、前述の政策反映の過程で、競争評価の結果をさらに詳細な分析のベースとして活用していくであろうし、事業者等が競争評価の結果に基づき政策の見直しを主張するようになることも予想される。

なお、電気通信事業分野の競争状況をどのように分析し、評価するのは、現在、諸外国でもその模索が続けられている（詳細については次節1 - 2参照）。競争評価手法をこれから精緻化していく途上との事情は、我が国と大差なく、競争評価を研究の段階から実践の段階へと速やかに移行し、その実践の中で必要な知識や経験の蓄積に努め、その方法論も完成に近づけていくことが現実的であるとともに重要である。

## 1 - 2 背景

(1) 諸外国における競争評価（詳細については、参考資料3を参照のこと。）

### EU「枠組み指令」に基づく「市場分析」

EUは、域内における電気通信事業分野の規制の協調、簡素化や透明化、競争の促進等を図るため、その枠組みを規律する6つの指令<sup>2</sup>をパッケージとして2002年に公布した。

---

2 競争指令(電子通信ネットワーク及びサービス市場における競争に関する2002年9月16日の欧州委員会指令(2002/77/EC))、枠組み指令(電子通信ネットワーク及びサービスに関する共通の規制枠組みに関する2002年3月7日の欧州議会及び理事会指令(2002/21/EC))、認証指令(電子通信ネットワーク及びサービスの認証に関する

その指令の一つである「枠組み指令」は、電子通信サービスネットワーク及びサービスに対する協調的な規制の枠組みを域内に確立し、適用することを目指すものであるが、その中で、SMP<sup>3</sup>の存在を検証する「市場分析」を実施して、SMPが存在する場合には当該SMPを有する事業者に対して競争原理を補完するための規律を課すことを、国内規制機関に対して義務づけている。この「枠組み指令」に基づき、欧州委員会は、「市場分析及びSMPの判定に関するガイドライン」（市場分析の際の市場画定の方法や、画定された市場においてSMPの存在を判定する際の基準やその考え方等について記述）を2002年6月に、「関連市場に関する勧告」（需要及び供給の代替性を考慮して「市場分析」を実施すべき関連市場を画定）を2002年10月に、それぞれ発表して、「枠組み指令」に規定された「市場分析」の内容を具体化している。

なお、この指令パッケージを国内法制化する作業は、2003年7月を期限に、EU加盟各国の責任において行われることとされているが、その進捗は、各加盟国により様々なようである。また、前述の「市場分析」も、国内法制化の期限までにいったん実施するように定められているが、もっとも進捗している英国も、当該期限内には上記勧告で示された18関連市場<sup>4</sup>についての分析は完了できそうになく、英国以外の加盟国で、分析に着手したとの情報は2003年4月時点では未確認である。

---

る2002年3月7日の欧州議会及び理事会指令(2002/20/EC))、アクセス指令(電子通信ネットワーク及び関連設備へのアクセス及び相互接続に関する2002年3月7日の欧州議会及び理事会指令(2002/19/EC))、ユニバーサル・サービス指令(電子通信ネットワーク及びサービスに関連するユニバーサル・サービス及び利用者の権利に関する2002年3月7日の欧州議会及び理事会指令(2002/22/EC))、プライバシー及び電子通信指令(電子通信分野における個人データ処理及びプライバシー保護に関する2002年7月12日の欧州議会及び理事会指令(2002/58/EC))。

以上の6指令のほか、無線周波数決定及びローカルループ・アンバンドル規則により、EUにおける電気通信分野の規制パッケージが構成されている。

<sup>3</sup> Significant Market Power(有意な市場支配力)の略。枠組み指令14条2によると、「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SMPを有すると見なされなければならない。」とされている。

<sup>4</sup> 小売レベル：固定系公衆電話網へのアクセスとして 住宅顧客向け及び 非住宅顧客向け、公衆用に利用可能な固定系地域/国内電話サービスとして 住宅顧客向け及び 非住宅顧客向け、公衆用に利用可能な国際電話サービスとして 住宅顧客向け及び 非住宅顧客向け、専用線

卸売レベル：固定系公衆電話網における 発信、着信及び トランジット、ブロードバンド及び音声サービスの提供のためのメタル回線へのアンバンドル・アクセス、ブロードバンドアクセス、専用線における 終端セグメント及び 中継セグメント、公衆移動体電話網におけるアクセス及び発信、個々の移動網における音声の着信、公衆移動電話網における国際ローミングのための国内市場、放送コンテンツをエンドユーザに配信するための、放送伝送サービス

## 英国 OFTEL 「有効競争レビュー」

英国においては、電気通信事業分野の各市場で、有効に競争が機能しているかどうか、規制水準が適正に確保されているかどうか等を検証するため、前述の「枠組み指令」に基づく「市場分析」に先駆けて、2000年から複数年次にわたり8つの市場<sup>5</sup>を対象とした「有効競争レビュー」を実施している。

さらに、EU「枠組み指令」の公布・施行後、当該指令に基づく「市場分析」の一環として、欧州委員会「関連市場に関する勧告」に規定された18関連市場のうち、8市場<sup>6</sup>についての「競争レビュー(=市場分析)」が、前述のEUの基準に基づいて実施されており、それらに関する諮問文書が2003年3月及び4月に公表されている。

「有効競争レビュー」は、2000年に公表された「有効競争レビューガイドライン」に基づき実施されており、EU指令の公布と「市場分析」の実施義務付けに伴って、「有効競争レビュー」における競争評価指標等のEU指令等との整合性を確保する必要性が生じたため、当該ガイドラインの見直しのための「SMPの評価基準」が2002年8月に公表された。この公表文書によると、SMPの評価基準は、欧州委員会「市場分析及びSMPの判定に関するガイドライン」に基づく必要があるが、それらの多くが既に「有効競争レビューガイドライン」に含まれているため、「有効競争レビュー」のアプローチに根本的な変化はないとしている。

なお、英国におけるSMPの定義は、前述の「枠組み指令」のそれと同様である。

---

<sup>5</sup> 移動通信、ダイヤルアップ・インターネットアクセス、固定電話サービス、専用線、広帯域サービス、双方向TVに対するアクセスコントロール、デジタルTVに対する条件付きアクセス、配信チャンネルの融合。なお、から の市場に関する有効競争レビューは2003年4月時点では未実施。

<sup>6</sup> 固定系ナローバンド小売市場、卸売の非従量課金制ナローバンドインターネット着信市場、卸売の固定系ナローバンド交換回線、発信、伝送及びトランジット市場、卸売の国際サービス、固定系着信市場、移動アクセス及び発信、専用線。卸売ブロードバンドアクセス市場。から については2003年3月に、から については同年4月に諮問文書が公表された。

なお、当該諮問文書の構成上、上記の8市場は、欧州委員会「関連市場に関する勧告」に規定された18関連市場とは市場の括り方が異なる場合がある。



## OECD「電気通信事業分野における競争評価のための指標」

OECDの電気通信・情報政策(TISP)作業部会において、2001年12月から「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が開始され、2003年1月に当該文書の最終稿が確定された。

当該文書は、7分類した市場<sup>7</sup>について、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た様々な指標を用いて競争を評価するよう提案する内容である。

## 米国FCCによる競争評価

ILEC(既存地域通信事業者)に対するUNE<sup>8</sup>の提供義務について、FCCは、1999年の連邦最高裁判決を受けてUNEに関する包括的レビューのNPRM<sup>9</sup>を2002年3月に、決定文書を2003年2月に発表している。当該決定文書の詳細は、2003年4月時点では未発表だが、当該決定文書によると、地理的要因、顧客要因等を考慮して市場を画定し、画定された市場における競争状況を評価して決定内容を導いたとしている。

また、州際通信分野におけるタリフ規制について、個々の事業者の市場支配力に着目した非対称規制が導入されているが、FCCは、1996年、当該分野における競争状況を評価して、その結果に基づいてAT&Tのドミナント認定を解除している。

## (2) 独占禁止法における競争評価

### 本研究会における検討に当たっての基本認識

電気通信事業法は「電気通信の健全な発達及び国民の利益の確保」を目的としたものであり、「公正な競争の促進」は、「電気通信事業の公共性にかんがみ、その運営を適正かつ合理的なものとする」ことと並んで、その目的を達成する手段の一翼である。一方、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律(以下、「独占禁止法」という。)は、「公正且つ自由な競争の促進」

<sup>7</sup> 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)

<sup>8</sup> Unbundled Network Elements(アンバンドルされたネットワーク要素)の略。

<sup>9</sup> Notice of Proposed Rule Making(規則制定提案告示)の略。

を目的とし、当然のことながら、電気通信事業法とは目的が異なっている。このため、それぞれの法目的の下で行われる競争評価が、異なる目的、意義や手順を与えられているとしても矛盾はない。例えば、独占禁止法に基づく企業結合審査の際に求められる評価手法の厳格さが、本競争評価に要求される必要は必ずしもないであろうし、それと表裏の関係として、評価結果の活用にも自ずと一線が画されるべきであろう。

しかし、その一方で、独占禁止法は、その法目的を達成するために「一定の取引分野」(いわゆる「市場」)を画定し、当該取引分野において「競争を実質的に制限する」又は「公正な競争を阻害するおそれがある」一定の行為や状態を規制しており、その運用、判例、学説等として長年にわたって培われてきた多くの知見がある。これらの知見は、法目的が違っても、競争評価の方法論の観点から、多くの示唆に富んでいる。

加えて、国際的な潮流として、諸外国、特にEUは、電気通信事業分野における一連の規制枠組みの中で、同分野に固有の規制手法から一般競争法への接近を図ろうとしており、電気通信事業分野における競争がEUと同等以上に進展している我が国において競争評価を導入するに当たっては、双方の手法の整合性を確保することについて一定の考慮が必要である。

#### 企業結合に関する規制

独占禁止法は、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなる場合及び不公正な取引方法による場合、会社の合併を禁止している(同法第15条第1項等)。

合併当事会社の合併が「一定の取引分野」における「競争を実質的に制限することとなる」か否かについては、その影響を判断することが求められた時点において得られた情報に基づいて、当該会社が事業活動を行っている財・サービスの種類、地理的範囲、取引の段階等に応じて「一定の取引分野」を画定し、その上で、当該取引分野における市場占拠率など各種の指標や要因を総合的に勘案して判断されている。

過去の独占禁止法の判例によると、「競争を実質的に制限することとなる」とは、「競争自体が減少して、特定の事業者又は事業者集団がその意志で、ある程度自由に、価格、品質、数量、その他各般の条件を左右することによって、市場を支配することができる状態をもたらすこと」(昭和28年12月7日東京高等裁判所判決:「東宝・新東宝事件」)であり、このことは、市場において競争が有効に機能しているかどうかを分析する手法に示唆を与えている。

なお、企業結合の審査に係る基本的考え方を、公正取引委員会は、「株式

保有、合併等に係る「一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなる場合」の考え方」(企業結合ガイドライン)として、平成10年12月に公表している。

### 独占的状态に対する規制

独占禁止法は、寡占産業の中でも1社ないし2社の企業がとびぬけて大きい高度寡占産業において有効な競争がなく弊害が発生している状態を独占的状态として問題視し、首位企業などに対して営業の一部譲渡その他の競争を回復させるために必要な措置を命ずることができる(同法第8条の4)としている。

同法に基づく「独占的状态」とは、

- (a) その産業(一定の商品・役務に係る一定の事業分野に加え、その機能及び効用が著しく類似している商品又は役務を含む。)の国内年間供給額が1,000億円を超える規模であること
- (b) 首位企業の市場シェアが50%を超えているか、又は上位2社の市場シェアが75%を超えていること
- (c) その産業への他の企業による参入が著しく困難であること
- (d) 需要が減ったり、コストが下がっても、価格が下がらない、又はその低下が僅少であること
- (e) 過大な利益をあげているか、又は広告費などの支出が過大であることの要件に該当する市場の状態を意味している(同法2条7項)。

また、この場合の一定の商品・役務、一定の事業分野は、財・役務の機能及び効用の同一性に着目して、工業統計表、日本標準産業分類に沿った形で画定されている。独占禁止法第8条の4の措置はかつて一度も発動されたことはないが、この独占禁止法の運用の際の考え方は、市場を画定する際に日本標準産業分類のような社会通念上常識的な事業・サービスの区分を借用する手法として参考になる。

なお、「独占的状态」に対する規制の基本的考え方を、公正取引委員会は、「独占的状态の定義規定のうち事業分野に関する考え方について」(独占的状态ガイドライン、平成14年11月改訂)として公表している。

## 2 競争評価のプロセス

我が国電気通信事業分野の市場の競争状況を分析し、評価するプロセスは、大きく、(1)「対象サービスの選定」、(2)「市場画定」、(3)「競争状況の評価」の3ステップから構成される(「競争評価」とは、この一連のプロセス全体を指す。以下同様。競争評価のプロセスについては、図表2-1を参照のこと。)

### (1) 対象サービスの選定

電気通信事業分野の利用者向けサービスのうち、どの範囲を競争評価の対象とするかは、競争評価が政策的に有意である範囲がどこかに依っている。また、対象とするサービスのうち、何を優先的、重点的に取り上げるのかも、競争評価を効率的、効果的に行う観点からは重要である。

### (2) 市場画定

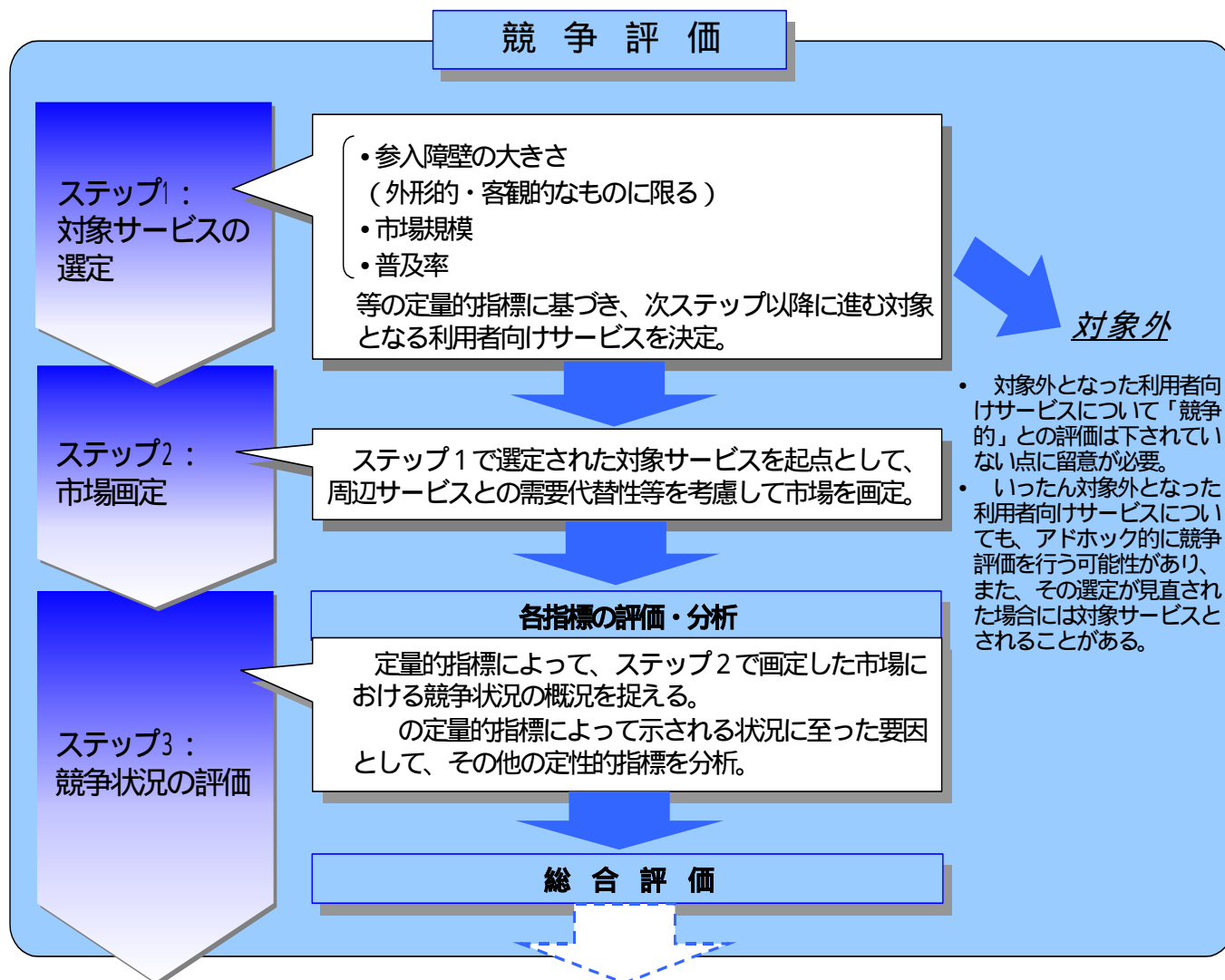
競争評価の対象サービスが選定されると、次に、市場画定のステップに進むこととなる。競争状況を評価するために必要なシェアや参入事業者数等の指標を算出・表記するためには、同一市場の範囲を決定する必要がある。シェアは、同一市場の中である事業者が占める比率なので、例えば、携帯電話とPHSを同一市場として取扱うかどうかといったことを決定しなければ、算出することができない。

なお、本研究会で検討している競争評価手法の場合と異なり、独占禁止法における市場は、本来、競争上問題となり得る個別具体的な行為態様に則して画定される性格のものである点に留意が必要である。

### (3) 競争状況の評価

競争状況を評価する前提作業としての「市場画定」を終えると、次に、様々な指標等を用いて、画定された市場毎にその競争状況を評価するステップに進むこととなる。競争状況を評価するための材料としては、定量的なものや定性的なものがあるので、まず定量的な指標に基づいて分析を行い、次いでそれらの背景にある定性的な要因を分析して、当該市場で競争が有効に機能しているかどうかを判断する。

図表 2 - 1 競争評価のプロセス（イメージ）



政策変更の有無については、評価の結果から自ずと導き出されるものでなく、法改正のための国会審議や省令改正のための審議会諮問等を経て所要の制度整備を実施する、そのトリガーとなるべきもの。

### 3 - 1 基本的な考え方

全ての利用者向けサービスを対象に市場画定を行い、各市場毎に競争状況を評価しようとする、実践上の諸問題に直面することとなる。競争評価に要するコストや要員の確保、データの収集可能性等を考慮すれば、全てを対象として市場画定以降の作業を行うことは現実的でなく、対象の選定が欠かせない。

EUは「関連市場に関する勧告」で18関連市場分野を、OECDは7分類した市場を分析対象としている。我が国でも、競争評価の対象分野を、まず決定すべきであろう。その上で、それらのサービスについては、総務省における既存の調査・統計等を極力活用しつつ、定期的、定点的に公開データを収集、整理することとする。このデータは、市場で提供されているサービスに関する情報であって、画定された市場に関するものではないが、競争評価のプロセスでも活用できる情報が多く含まれていると考えられるので、それらを収集、整理することは競争評価を効率的に実施していく上でも有益である。

また、これらの対象分野の全てについて、一度に競争評価を行うことは現実的には困難なので、数次に分けて順次実施していくことが適当である。

なお、ここで選定する対象分野は、社会通念上一般的なサービスから構成されるものであって、「市場画定」を行う起点となる単位サービス及びその周辺サービスを含むサービス領域を指している。例えば、基本料や市内通話等を中心とする固定電話サービス(一般の加入電話及びISDN<sup>10</sup>をいう。以下、同様。)携帯電話やPHS等を中心とする移動体通信サービス、ADSL<sup>11</sup>やCATVインターネット<sup>12</sup>等を中心とするインターネット接続サービス等が想定される。

この対象分野は、次の市場画定の段階において分析を行い、画定される「市場」とは異なるものである。例えば、インターネット接続サービスを対象分野として選定したとしても、市場画定の結果、常時接続インターネット接続サービスが一つの市場として画定されるかも知れないし、ADSLサービスやFT

<sup>10</sup> Integrated Services Digital Network(統合デジタル通信網)の略。一般の加入電話と異なり、音声を含めた通信データをすべてデジタル方式で伝送する電話回線

<sup>11</sup> Asymmetric Digital Subscriber Line(非対称デジタル加入者回線)の略。一般の加入電話回線で、音声通話の信号伝送に使用していない周波数帯域を利用する高速データ通信方式。

<sup>12</sup> ケーブルTV放送を提供するための回線を利用した高速インターネット接続サービス。

THサービス<sup>13</sup>がそれぞれ個別の市場として画定されるかも知れない点に留意が必要である。

### 3 - 2 対象分野の決定

前述のような競争評価の対象分野は、できるだけ客観的な基準に照らして決定されることが望ましい。その基準としては、例えば、国民生活への浸透度を表す市場規模や普及率、外形的・客観的な参入障壁といったもの想定されるであろう。

また、対象分野の決定方法としては、

- (1) 意見公募等の過程で、優先的、重点的に競争評価を行うべき対象分野を募る
- (2) 電気通信事業者等からある対象分野について競争評価を実施すべき旨の意見申し出等があって、その合理性が認められる場合に、当該対象分野についてアドホック的に競争評価を行う

可能性についても考慮されるべきであろう。

---

<sup>13</sup> Fiber To The Homeの略。各家庭まで敷設した光ファイバを利用する超高速通信サービス。

#### 4 - 1 基本的考え方

分析対象となるサービス市場の外郭を一般的なサービスの外郭として捉えて一義的に決定しておく方法は、分析を容易にする半面、市場の実態を勘案しない評価に陥る可能性が大きく、電気通信事業分野のように変化の激しい分野の競争状況を評価しようとする場合には、その可能性はより大きいものとなる。新しいビジネスモデルやサービスが次々に登場する中において、競争状況を日本標準産業分類のような固定的なサービス区分に基づいて評価する方法の限界は、明らかである。

したがって、市場画定の段階では、まずある程度大きなサービス領域を捉えて、競争評価の都度、現実に利用可能なデータを基に、分析の起点とする単位サービスを中心に同一サービスとしての広がり进行分析し、その外郭で市場を画定するようにすべきである。

なお、市場画定においては、対象分野について部分市場を含む複数の市場に重疊的に画定することがしばしば必要になる可能性がある点に留意しなければならない。例えば、定点的なモニタリングの観点から前回の評価との比較のために前回と同じ境界で市場を画定する必要がある場合や、部分市場間の相対的な変化を見ようとする場合などが、現時点でも想定され得る。

#### 4 - 2 具体的に考慮すべき事項

##### (1) 需要の代替性

電気通信事業分野における競争政策の第一義的な目的は、電気通信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実現して、競争の利益を利用者に還元することにある。この点、利用者から見た効用・機能に着目してサービスの同一性を勘案し、市場画定を進める考え方は、利用者の観点を重視したものであって合理的である。

なお、市場画定に当たって需要代替性を基本とするということは、技術的に異なるサービスであっても、利用者にとって当該サービスによって得られる効用・機能が同じなら、同一市場として画定されることを意味する。例え



ば、電波を利用したFWA<sup>14</sup>と固定系加入者回線を利用したADSLについては、共に主として高速インターネット接続サービスとして利用されているので、背景とする技術や設備は異なっているにもかかわらず、需要代替性に基づけば同一市場として画定される可能性がある。このことは、競争評価において技術的中立性が確保されていることを意味するものでもある。ただし、分析の結果、サービス間の変更障壁が大きい場合等には別市場として画定される可能性もあることに留意する必要がある。

## (2) 供給の代替性

市場画定の際、一般には、前述の需要代替性のほか、市場に参加していないが代替的なサービスを提供する能力を有する事業者の存在を考慮しなければ市場を正しく画定できないとの考え方にに基づき、供給の代替性も考慮することとされている。

設備の速やかな切替によって短期間のうちに同一のサービスを提供する能力を有しているが、その時点では同一でないサービスの存在を考慮することは、供給側の設備構成等を考慮することでもあり、サービスの特性全体を理解する上で有用な視点である。しかしながら、設備の転用が物理的に可能であるからといって同一市場に加えたのでは市場が過度に大きく画定される可能性があるため、仮に供給に要する設備に重要な変更を加えることなく分析対象サービスを提供できる事業者が存在していても、供給の代替性として考慮すべきは、実際にサービスを提供する意志のある事業者に限られる。このような事業者の意志は、当該事業者の経営戦略にも係わっていて、供給設備の切替費用等のサUNK・コスト(埋没費用)<sup>15</sup>や当該切替によって失われる逸失利益等を考慮して総合的に決断する事業者の行動を予測する又は把握することは、実際には極めて困難である。

このように予測又は把握が困難な事項によって、画定される市場の規模が大きく左右され、競争状況の評価に決定的な影響を与えるような事態は、競争評価手法を一般化、定型化する際にはできるだけ避けるべきであろう。

また、電気通信事業分野では、他サービスの提供のために利用している設備等を分析対象サービスの提供のために切り替えるようなことは一般的ではなく、急速な技術革新等を背景として、既存設備の利活用又は拡張によって

---

<sup>14</sup> Fixed Wireless Access (加入者系無線アクセス)の略。各家庭までを電波で繋ぐデータ通信サービス。

<sup>15</sup> 財・サービスの生産に要する固定費用のうち、他の代替的用途への転換等によって回収できない費用のこと。

他サービスを提供しつつ分析対象サービスの供給を開始するといった事業者の対応がより自然である。

以上のような理由から、生産設備に重要な変更を加えることなく当該サービスを供給できる事業者が存在する場合には、市場画定において供給の代替性を考慮することが特に重要と認められる場合を除き、分析対象となるサービス市場の競争状況を評価する段階において潜在的な競争者の新規参入圧力として勘案することを基本とする。

### (3) 利用者属性による市場の同一性

需要の代替性を基本とする市場画定は、あるサービスの利用者の多様な属性の分布を考慮し、標準的・平均的な一人の利用者に代表させるモデルを考察することで成立している。

しかしながら、実際には、ビジネスユーザと一般ユーザでは利用するサービスは異なるし、そのサービスに関する情報の理解度、サービス提供事業者との交渉力等にも格差が大きい場合もある。需要代替性に基づく市場の外郭は、属性が大きく異なる利用者が同じサービスを必要している場合には、どちらの利用者属性を前提とするかによって変わる可能性がある。このため、利用者属性の違いによって市場を分けて考えるべきか、あるいは一つの市場とすべきか、さらには一つの市場として画定した上でそれぞれの部分市場を画定すべきかといった点に留意する必要がある。

もっとも、このような市場画定の是非は、具体的なケースに則して検討する必要があるので、競争評価の具体的方法を確定し公表する際や個々の市場に関する競争評価を実施する際に併せて明らかにすべきである。

### (4) 地理的市場

地理的要因の重要性は、分析対象サービスの特性等に依っている。したがって、具体的なケースに則して、必要に応じ妥当な地理的市場を画定していくということにならざるを得ないが、その際には、例えば、まずは国内を一つの地理的市場として観念し、さらに地理的要因を勘案することが合理的と認められる場合には、地理的市場を、

参入事業者のサービス提供エリアや参入事業者数  
地域ブロック、都道府県等の行政区画  
等に基づいて、重層的に画定するのが適当であろう。

ただし、地理的市場をどの程度精緻に画定するのかは、当該市場における競争状況の評価の際に必要なデータの取得可能性をある種の推定<sup>16</sup>により無視するとしても、作業量とのトレードオフとなるので、負荷が著しく過度とならないような配慮が必要であろう。

また、画定される地理的市場は、競争評価に用いることができる一般のデータの地理的区分とは本質的に異なっているが、これらのデータ等に基づく分析である以上、データの地理的区分よりも精緻に地理的市場を画定することが現実的には困難であることに留意する必要がある。

このため、妥当な地理的市場の画定の在り方についても、競争評価を実践する際に明らかにし、さらに競争評価の実践を通じて知識や経験を蓄積しながら模索していくべきであろう。

なお、電気通信サービス、特に固定系サービスは、一般の財と異なり、自身の居住地以外で提供されているサービスを利用することが基本的にできないという特徴を有している。さらに、電気通信サービスは、回線設備が設置されている地域においてしか提供されないという被拘束性があるので、既存の回線設備の利活用が困難なサービスや普及の初期段階に相当するサービスについては、その提供エリアが特定の地域に限定される傾向がある。これらの点については、地理的市場の画定の際には留意する必要があるであろう。

## (5) その他留意すべき事項

### 代替関係の非対称性

ある利用者向けサービス間の需要の代替性は、一般には、いずれのサービスを分析の起点とするかによって非対称となる場合が多く、需要の代替性に基づき画定される市場の範囲は、分析の起点の取り方次第で変わり得る。

しかし、市場の競争状況をモニタリングする際には、定点的で定型的な情報収集と分析が必要となるので、このような非対称性を重視した結果、市場が過度に複雑に画定されることとならぬよう十分な配慮が必要である。

### 画定される市場の多義性・重層性

需要の代替性が本質的に内在している利用者属性、地理的要因、非対称性は、いずれも市場画定において部分市場を觀念する必要性を示唆している。

一般には、市場が一義的に画定されるのはむしろ例外で、重層的・多層的

---

<sup>16</sup> 例えば、人口比に基づく按分等が想定される。

に画定されることが少なくないと考えられる点に留意が必要である。

### 隣接市場の取扱い

需要の代替性は、本来連続的なものである。それにも係わらず、市場画定では、分析対象サービス及びその周辺サービスを、同一市場と隣接市場（分析対象サービスと同一市場には含まれないものの一定の需要代替性を有すると認められる周辺サービスをいう。以下、同様。）にデジタルに区別する必要がある。加えて、電気通信事業分野は、変化が急速で画定された市場もまた変化しやすい上、最近では、IP化の進展等が新サービスの活発な登場を促すとともに、サービス間の連携・融合が急速に進んでいることから、同一市場と隣接市場を区分することが現実的に難しい局面も想定される。

このため、市場を画定し、競争状況を評価する際には、その周期を、可能な範囲で短く設定するとともに、市場画定において捨象される隣接市場からの影響を、類似の機能を有する代替品としての競争圧力として、分析対象となるサービス市場の競争状況の評価において考慮すべきである。

## 4 - 3 市場画定の具体的方法

市場画定の具体的方法については、一般的には以下の方法が知られている。本研究会においても、ケーススタディとして、これらの方法についての有効性、限界、具体的方法等を検証した。（ケーススタディの概要については参考資料4を、利用者アンケートの試行結果については参考資料5 - 1及び5 - 2を、仮想独占者テストの試行結果については参考資料6を、それぞれ参照のこと。）

### （1）アンケート調査

需要の代替性は、アンケート調査によって利用者意識を直接的に調査することによって一定程度把握可能である。むしろ、サービス間の需要代替性に係る利用者意識を直接に把握する方法としては、現在のところ利用者に対するアンケート調査以外には想定し難いと言うのが現実であろう。

ただし、IP電話のように現時点における認知度が低い新サービスの場合は、標準的なモニターがその正確な情報を有していないので、需要の代替性等に関する利用者意識を把握することが困難という欠点もある。

また、アンケートの設問項目を含む具体的方法については、対象サービス等によって設計が大きく左右されるため、一般化・定型化は難しく、本研究会における試行結果を踏まえつつも、対象サービス毎に設計・分析せざるを得ないことにも留意が必要である（本研究会での試行結果に基づく市場画定に利用者アンケートを用いる場合の主な留意事項については、図表4 - 3 - 1を参照のこと）。

このため、アンケートの客観性・公平性の確保が重要な課題となるが、アンケート調査を実践する際には、例えば、中立的な専門家等の助言を得る等の措置を講ずる必要がある。

なお、利用者アンケートでは、一回の調査結果から判断するには不十分な調査事項も想定されるので、例えば半年に一度等、設問方法等を見直しながら、定期的に継続して実施することが重要であろう。

図表4 - 3 - 1 市場画定に利用者アンケートを用いる場合の主な留意事項

	利用者アンケートの実施の際に留意すべき主な事項
設計段階 (一般的事項)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 標本構成、標本数の確保等の統計学上の理論を踏まえること</li> <li>➢ アンケートの実施目的及びそれに沿った仮説を明確化すること</li> <li>➢ アンケートの実施方法（本ケーススタディの場合はインターネットを利用した方法）の特性を生かすとともに、その制約を十分に踏まえること</li> <li>➢ 電気通信サービス、特に新サービスについては、標準的な利用者が有する知識・情報には限界があり、設問、選択肢の作成に当たっては十分に配慮すること (本アンケートでは可能な限り注釈等を付記したが、それで十分か?)</li> </ul>
(特に設問の 設定等について)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 上記仮説を踏まえ、標本を構成するとともに、設問、選択肢を作成すること 特に設問方法については、 仮説の明確化が可能な場合、当該仮説に基づき選択肢を作成する方法 仮説の明確化が困難な場合（特に新サービス等）、モニターに自由に回答させる方法 両者の併用 が考えられるが、実施目的、分析対象サービスの特性等を踏まえ、設定することが重要。</li> <li>➢ 設問方法・設問内容（特に上記のうち、設問内容が主観的なもの）によっては、性質上、アンケート設計者が回答を誘導することも可能であるので、極力、恣意性を排除するよう留意すること</li> <li>➢ <u>市場画定に資する「需要代替性」等に関する利用者意識の把握が主な目的の場合、</u> モニターが<u>分析対象サービスを選択する際に比較対象となる周辺サービスの範囲及びその判断理由</u> <u>分析対象サービスの利用理由・未利用理由</u> <u>分析対象サービス及び周辺サービスの過去の利用経験及び変更理由</u> <u>分析対象サービス及び周辺サービスの将来的な利用意向</u> 等 についての設問を設定すること</li> </ul>
結果分析段階	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 一定の誤差を含むというアンケートという方法論の限界を十分踏まえること</li> <li>➢ 統計学上の理論を踏まえ、有意な分析が可能な回答回収数が確保されているかどうか配慮すること</li> </ul>
市場画定 分析段階	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ アンケートの結果のみならず、その他の客観的事実（分析対象サービス及び周辺サービスの外形的・客観的特徴、市場データ等）に基づき、総合的に分析を行うこと</li> </ul>

## (2) 仮想独占者テスト (SSNIPテスト)

仮想独占者 (hypothetical monopolist) テストとは、SSNIP<sup>17</sup>テストと同義であり（以下、「SSNIPテスト」という。）経済学的な理論に基づく競争法的観点から市場を画定するために需要と供給の代替性を検証する手法である（SSNIPテストの概要については、図表4 - 3 - 2を参照のこと）。

<sup>17</sup> Small but Significant Non-transitory Increase in Price (小幅だが有意な一時的でない価格の値上げ) の略。

もっとも、SSNIPテストは、

計量経済学的モデルに基づく各種定量的データ<sup>18</sup>によって、仮想独占者の価格引き上げにより当該独占者が超過利潤を享受できるかどうかをシミュレーションする場合だけでなく、

概念ツールとして、仮想独占者の価格引き上げに対する需要者・潜在供給者の反応を考慮する場合にも当てはまるようで、

欧米諸国の事例をみると、上記の、いずれの類型も、同テストを実施したこととして取扱っているようである。

特に、上記の類型については、電気通信事業分野への適用について、現実的で具体的な方法が未だ確立されておらず、

- 電気通信事業分野への適用例は、欧米にもほとんど事例がないこと
- 我が国の独占禁止法の運用でも未導入なこと
- 同テストに関する経済学的知見の蓄積が不十分なこと
- 同テストの実施に必要なデータの収集が現実には困難なこと

等から、その実現可能性の問題が未解決のままである。このため、現時点では、本競争評価に採用し、実施することは現実的ではない。

一方、上記の類型は、の類型を包含する現実的な方法論であって、英国及びEUが採用しているのも、このような概念ツールとしてのSSNIPテストのようである。また、概念ツールとしての同テストは、利用者アンケートによって把握する利用者意識等を用いた分析とも親和性がある<sup>19</sup>。

ただし、市場画定の概念ツールとしてSSNIPテストを採用する場合であっても、

- その実施の必要性・必然性
- 適用が困難な場合など、SSNIPテストの限界
- 概念ツールとして実施する際に不可欠な情報

等について検証が必要であり、実践の中で明らかにしていく必要がある。

---

18 シミュレーションに必要な定量的データは、需要の価格弾力性(実際には不明であり、利用者アンケート等も活用している模様)、価格費用マージン(=(価格-限界費用)/価格:検証を行う財の限界費用は不明なため、実際には平均費用で近似)、当該財の需要量。

19 なお、本研究会で試行した利用者アンケートにおいて、ADSL利用者に対し「ADSLの利用料金が現在より5%値上がりしたら、他のインターネット接続回線に変更したいと思いますか?」との質問をしたところ、少なくとも今回の設問の形式では、分析対象サービスの価格引き上げに対する当該サービス利用者の反応を直接把握することは困難であった。その詳細については、参考資料5-1及び5-2を参照のこと。

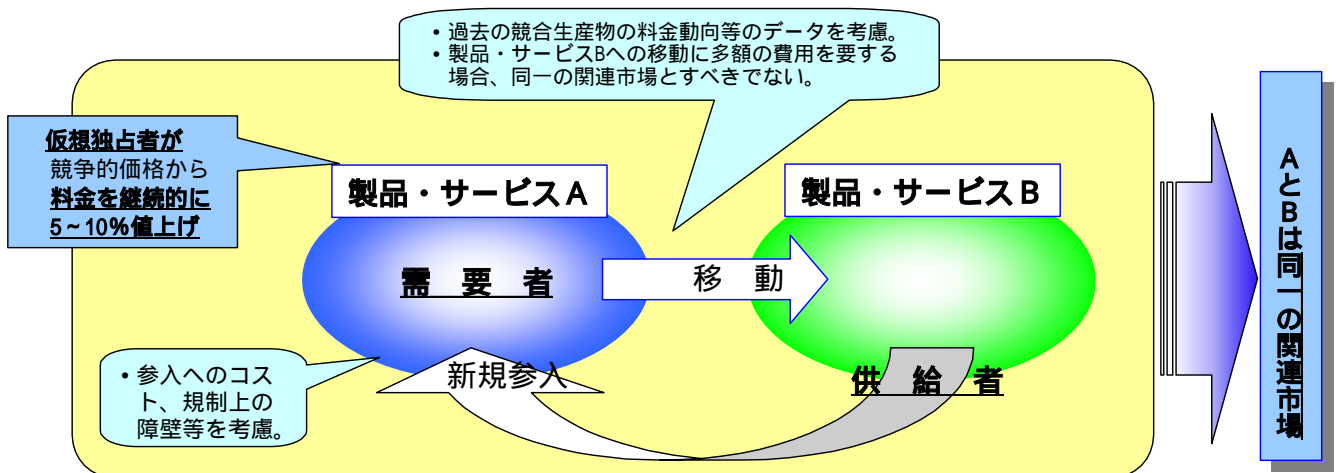
図表4-3-2 SSNIPテストの概要

1 概要

- 経済学上の理論に基づく競争法的観点から市場を画定するため、需要及び供給の代替性を検証する手法として提唱されているもの。SSNIP(Small but Significant Non-transitory Increase in Price)テストと同義。
- 同テストは、欧米諸国において、各種ガイドライン上では1990年代頃から採用されている模様であるが、実際の適用例が少なく、そのフィージビリティについての検証が必要。

2 具体的方法

- 考察対象の製品・サービスにおいて、単独市場の存在、唯一の供給者により当該製品・サービスが供給されていること(=「仮想独占者」)を仮定。
- その上で、仮想独占者が行う有意かつ継続的な価格の引き上げ(通常、5~10%の範囲)に対応して、消費者が代替生産物又はサービスに転換するかどうか、また考察対象の製品・サービスの潜在的供給者が当該製品・サービスの提供に新規参入するかどうかについて検証。





5 各論 競争状況の評価

5 - 1 基本的考え方

分析対象となるサービス市場の競争状況を的確に評価するためには、様々な定量的指標を多面的に分析するとともに、それらに示される状況に至った要因についても考慮することが極めて重要である（競争状況の分析において、考慮すべき指標等の整理については、図表5 - 1を参照のこと）。

さらに、様々な指標やその要因を分析・考慮した後には、総合的な評価を行うこととなるが、その際には、各指標を勘案する順序、軽重や優先順位を可能な限り明確化しておくことが、評価プロセスの透明性及び結論の予見可能性の確保の観点からも重要である。

図表5 - 1 - 1 競争状況の分析において考慮すべき指標等の整理

指標(例)	OFTEL 有効競争 ビューガイドライン	欧州委員会 SMP 評価ガイ ドライン・水平合併告示案	公取委企業結合 ガイドライン	備 考
<b>1 市場の構造や供給者の行動</b>				
(a) 加入者数及び売上高のシェア並びにその推移 ・ 市場シェアの大きさ ・ 市場シェアの増加(分) ・ 競争者との格差 ・ 市場集中度(上位3社の累積市場シェアの変動、HHI)				定量的指標
(b) 市場の状況 ・ 市場規模、市場の成長度				定量的指標
(c) 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 ・ 競争者の交代や数の増減の変動 ・ 参入に当たっての法制度の存在 ・ 参入に必要な最小資金規模の大小 ・ 参入に必要な技術条件 ・ 参入に必要な販売面の条件 ・ 生産設備に重要な変更を加えることなく当該サー ビスを供給できる事業者の存在				定量的指標(一部、定性 的指標を含む)
(d) 隣接する他市場が当該市場に与える影響 ・ うち、隣接市場からの競争圧力(地理的、取引段階、 代替品)	---	(市場支配力の梃子) (対抗する購買力?)	3.(a)の一部	定性的指標 定性的指標
(e) 前項のうち設備保有がサービス市場に与える影響 ・ うち、ボトルネック設備がサービス市場に与える影響			3.(a)の一部	定性的指標
(f) 価格水準の変化、国際比較		---		定量的指標
(g) サービスの多様化				定性的指標
<b>2 利用者の利益や行動</b>				
(a) 利用者のサービスへの満足度		---	---	利用者アンケート
(b) 利用者が十分な情報を得ているか		---	---	利用者アンケート
(c) 事業者変更に際しての障壁		---	---	定性的指標(利用者アン ケートとの組み合わせ)

【凡例】 : 重視している指標 : 考慮している指標

## 5 - 2 競争状況を示す定量的指標や定性的要因等の在り方

### (1) 具体的な指標の特徴等

#### 市場の構造や供給者の行動に関する指標

#### (a) 加入者数及び売上高のシェア並びにその推移

ある市場において、ある事業者が有するストック（累積）とフロー（純増）のシェアは、一般に、当該市場において当該事業者の有する地位を示す基本的な指標として重用されている。実際に、シェアは、以下のような多面的な分析を通じて、当該市場の競争状況について多くの示唆を与えるものである。

しかし、ある事業者が一定の基準を超える相当に高いシェアを有していたとしても、そのみでは市場支配力が存在している蓋然性が推測されるに過ぎず、その確証に至るものではない。

シェアは、競争評価に当たっての重要な指標に違いないが、唯一の指標でなく、その他の指標も総合的に考慮した上で、競争状況を評価する必要がある点に留意しなければならない。

#### (ア) シェア算出のベースについて

分析対象となるサービス市場において競争が有効に機能しているどうかは、当該サービス市場における価格その他の取引条件を支配する力の存在の有無やその影響力の程度に依り、それを検証する手段の一つとして事業者の有するシェアに着目することから、何に基づいてそのシェアを算出するかについては注意を要する。

もっとも、シェア算出のベースについては、当該サービス市場の特性に応じて適切に定める必要がある一方で、現実的にはシェアの算出に必要なデータの取得・公開可能性に制限があることから、当該サービス市場の特性に適したベースに基づいたシェアの算出が困難な場合も予想される。

このため、シェア算出のベースについては、当該サービス市場の特性及び関連データの取得・公表可能性によって、ケースバイケースで判断

する<sup>20</sup>ことにならざるを得ない。まずは、公開情報を広く収集・整理し、利用可能なものからシェアを算出した上で、複数のベースからシェアの算出が可能な場合には、分析対象となるサービス市場の特性を勘案し、適切な方を重視することとなる。

具体的には、例えば、加入数（契約数）ベースを用いることは、ネットワークの外部性<sup>21</sup>が働きやすい電気通信事業分野においては一定の合理性があると考えられ、ADSL等の定額制サービスのような場合には加入数（契約数）が販売数量とほぼ同一と考えられることから適切であろう。また、加入数は関連データが公表されていることが多く（未発表の事業者も存在）、シェアの算出が比較的容易である。他方、固定通話サービスの音声通話部分のように、加入数ベース（マイライン<sup>22</sup>登録数）よりも販売数量ベース（トラフィック）のシェアの方が当該サービスにおける競争状況をより適切に表していると考えられ、かつ、それらのデータが利用可能な場合もある。

なお、売上高は、サービス毎に会計を分離していない、あるいは、サービス毎の細目が不公表である事業者が多く、また、仮に公表されていても、事業者によってサービス区分が様々である場合が多い。競争評価において、透明性の確保の観点から公開情報を基本とする場合には、売上高ベースのシェアの算出が事実上不可能な場合が多い点に留意が必要である。固定電話、携帯電話等の基本料相当分及び定額制サービスであれば、加入数を用いて売上高を推測することで代替することも想定されるが、通話料等の従量課金部分については、トラフィックからの推測も困難である。

---

<sup>20</sup> 公正取引委員会「企業結合ガイドライン（1998年12月公表）においては、商品の製造販売業である場合は、市場シェアは一定の取引分野における販売数量（当該商品につき、かなりの価格差が見られ、かつ、価格で供給実績等を算定するという慣行が定着していると認められる場合など、数量によることが適当でない場合には、販売金額による。）のシェアによることとされている。また、EU「市場分析及びSMPの判定に関するガイドライン（2002.6月公表）」においては、一般的には売上げ量及び売上高の両方が尺度として有用な情報を提供するが、市場の存在を計測するために最も適切な基準が何かについては、関連市場の特性によって異なるので、国内規制機関によって判断されることとされている。

<sup>21</sup> 電気通信は同一のネットワークに加入する複数の利用者間において相互に行われるという双方向性を有するため、ネットワークに加入している利用者が多いほどそのネットワークの価値・効用が高まるという性質がある。このため、利用者は、より多くの利用者が加入しているネットワークに加入するという傾向を有する。

<sup>22</sup> 固定電話において、通話区別に予め利用する電話会社を登録し、事業者識別番号を入力せずに、登録した電話会社が利用できる電話会社選択サービス。

(イ) シェアの推移について

一定期間内におけるシェアの推移は、ある市場における競争状況の変化について短中期的な方向性を示唆している。

例えば、ある市場におけるシェアの順位が第一位の事業者（以下、「トップシェア事業者」と言う。）と競争者のシェアが激しく上下している場合や、トップシェア事業者の有するシェアが常に減少している場合には、当該市場は既に競争的な状況にある、又は、その方向に向かいつつある蓋然性が高いと考えられる。

逆に、トップシェア事業者が安定的に高いシェアを保持し続けている場合には、当該市場が競争的な状況にない可能性を示唆している。もっとも、それが当該トップシェア事業者の有する市場支配力に起因するものか否かについては、他の指標等と併せて総合的に評価する必要がある。

(ウ) ストック（累積）とフロー（純増）のシェアについて

ストックに基づくシェアは、ある事業者のある市場において有する地位を静的に示すものであり、当該市場における競争状況を評価する上で、基本となる指標である。

一方、フロー（純増）に基づくシェアは、ある市場における各事業者の提供サービスに対する比較的短期間の利用者の選評を示唆している。ある市場において、新たなサービスメニューが頻繁に投入されるような状況は、事業者間の競争が活発に行われていることを示唆するものであり、分析対象となるサービス市場における競争状況を的確に把握するためには、後述の「(g)サービスの多様化」と併せてフロー（純増）に基づくシェアに注目することが適当である。

なお、フロー（純増）に基づくシェアを考慮する場合、フローを算出する間隔は、短期間であるほど有用な情報が得られるが、例えば月毎の加入数等が公表されているサービスはそれほど多くないという現実にも留意する必要がある。

一方、分析対象となるサービス市場において新規参入や新たなサービスメニューの投入等があまり見られない等、当該サービス市場が安定しているような場合には、フロー（純増）に基づくシェアを考慮する必要性は、相対的に低いと考えられる。この点、指標の持つ意味や有用性が分析対象となるサービス市場によって異なる典型的な事例と言えよう。

(イ) 競争者との格差について

分析対象となるサービス市場におけるトップシェア事業者と第二位以下の事業者のシェアの格差は、当該トップシェア事業者の当該サービス

市場における地位がどれだけ優越的なものかを示唆するものである。

この点、トップシェア事業者の有するシェアが一定の水準を超える場合であって、かつ第二位以下の事業者とのシェアの格差が大きい場合、当該サービス市場においては、トップシェア事業者の市場支配力は比較的容易に形成・維持・強化される蓋然性が高いと考えられる。

逆に、トップシェア事業者と第二位以下の事業者とのシェアの格差が小さい場合、当該第二位以下の事業者の存在が、トップシェア事業者の市場支配力の形成・維持・強化を妨げるように作用し得ると考えられる。もっとも、このような場合であっても、例えば上位三事業者の合計シェアが一定の基準を超える場合は、いわゆる共同支配（＝共謀、協調的行動）の可能性もあると考えられるので、留意が必要である。

なお、競争者との格差は、後述の「(c) 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」とも関連するが、トップシェア事業者及びそれ以外の事業者の有するシェアの比較であることから、本項にて整理した。

#### (オ) 市場集中度について

市場集中度は、分析対象となるサービス市場の寡占的傾向を示す指標であり、一般に、上位3社の累積市場シェアの推移のほか、HHI<sup>23</sup>が適用されている。なお、HHIの算出には、理論的には当該市場における全事業者のシェアを必要とするが、シェアが相対的に小さい場合にはHHIの値に大きく影響しないため、小規模事業者に関する情報が十分でなくとも指標としての有用性は失われないこととされている<sup>24</sup>。

寡占的傾向が示された市場においては、一般に、新規参入事業者が当該市場において一定の地位を占めることは比較的困難なため、新規参入を躊躇する、又は、新規参入したとしても、結局、退出を余儀なくされることとなるなど、新規参入による競争圧力が生じにくいと考えられる。特に、ネットワークの外部性や規模・範囲の経済が働く電気通信事業分

<sup>23</sup> Herfindahl-Hirschman Index (ハーフィンダール(・ハーシュマン)指数)の略。当該市場における各事業者の有するシェアの2乗和として算出される指標。例えば、それぞれ40%、20%、15%、15%、10%の市場シェアを有する5事業者によって構成される市場のHHIは、2,550(=40<sup>2</sup>+20<sup>2</sup>+15<sup>2</sup>+15<sup>2</sup>+10<sup>2</sup>)。HHIは、分裂した市場における0に近い値から完全な独占市場における10,000の範囲のいずれかとなる。

<sup>24</sup> 公正取引委員会「企業・産業再生に係る事案に関する企業結合審査について(2003年4月公表)」においては、関係事業者の市場シェアを把握することが困難なためHHIの正確な値を算出することが困難な場合には、精算集中度調査から得られた関係式(HHI=69.5×上位3社累積シェア(%) - 2,344.4)による推計値を用いることとされている。

野においては、この傾向が顕著であると考えられるので、市場集中度の考慮は不可欠である。

なお、市場集中度についても、後述の「(c) 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」と関連するが、シェアを用いて算出される指標であることから、本項にて整理した。

## (b) 市場の状況

競争状況の評価では、分析対象となるサービス市場の特徴の一つとして、当該サービス市場が成長・普及過程のどの段階に位置しているのかを把握すること<sup>25</sup>は、各種の指標の意味するところを理解する上で有益である。

もっとも、いわゆる「市場の成熟度」を定量的に示す指標は単一のものとしては見当たらず、例えば、加入数ベース等の市場規模、成長や衰退を示唆する市場規模の推移や変化、サービスの普及率、後述の「(c) 参入事業者数、新規参入・撤退の動向」、「(g) サービスの多様性」等から、大凡の市場の成熟度を推測せざるをえない。

## (c) 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

参入事業者数とその変動は、分析対象となるサービス市場の参入障壁の大きさを表す、明瞭で基本的な定量的指標である。

一方で、そのような表層に現れる数値だけで参入障壁の有無や程度を判断しては、その本質を見誤る可能性もある。

このため、以下のような参入に係る要因を併せて勘案することにより、数値として示される参入事業者数とその変動の背後にある新規参入や撤退に影響を与えている諸条件等を分析することが可能になり、市場の構造的な特徴を把握することができる。

### (ア) 参入に当たっての法制度の存在について

電気通信事業分野には、例えば、携帯電話のような無線系サービスのように、電波資源が有限であるために付与可能な無線局免許数に制限があるなど、法制度による規制の存在が参入の動向に決定的な影響を与え

---

<sup>25</sup> 米国の社会学者 E.M. ロジャース教授のイノベーション普及理論において、「市場の成熟度」に関する考え方が示されている。「Diffusion of Innovation (E.M. ロジャース、1983)」によると、イノベーションの開発から普及に至るまでの過程は、釣鐘型の正規分布に従った度数分布曲線と S 字型の累積度数分布曲線によりイメージできるとしている。

る場合がある。

もっとも、参入時の規制に係る法制度は、携帯電話のように物理的制約のために無線局免許数が厳しく制限されるものから、インターネット接続サービスのように一般には届出のみで開始できるものまで様々である。

したがって、参入に当たっての法制度の存在は、参入を厳しく限定するために、新規参入・撤退が生じにくく、市場が寡占的傾向を示すような場合に、特に、参入に係る他の指標との相関の中で考慮することが適当である。

#### (1) 参入に必要な諸条件について

事業者が市場に新規参入するためには、前述の法制度上の要件のほかにも、一定規模の投資資金（ sunk・コストを含む。）一定の技術レベル、事業展開に不可欠な資源（設備、特許等）へのアクセス、他の競争者とのサービスの差別化、販売網等が必要となる。

例えば、従来の固定電話サービスに新規参入するためには専用の交換機等に大きな投資が必要であり、また、FTTHのインフラサービスに新規参入するためには加入者宅までの光ファイバの敷設に巨額の投資を要する。しかも、これらの投資は sunk・コストとなる可能性があり、その投資規模の大きさからも参入リスクは大きいと考えられる。一方、インターネット接続サービスに新規参入する場合には、必要なルータ<sup>26</sup>等の設備が一般の汎用品で賄える上、投資規模も比較的小規模であることから、参入リスクは比較的小さいと考えられる。

しかし、近年、接続ルールの整備、累次の規制緩和等によって、ネットワーク構築の柔軟性が高まっており、新規参入しようとする事業者は、自らの事業戦略、資金規模等に応じて、自らの判断によってサービス提供レベル（例えば、自ら設備を設置するか、又は他事業者の設備を利用するか等）やサービス提供エリアの範囲等を選択することが以前に較べて容易になっている。

このため、前述の諸条件については、考慮を要する指標であるものの、現在の電気通信事業分野にあっては、接続ルール等の存在や技術革新等を背景に、従来に較べて、指標としての重要性は、相対的に低下していると考えられる。

---

<sup>26</sup> 複数のネットワークを接続して、あるネットワーク上の伝送データを他のネットワークに中継する機能を有する機器。

(ウ) 生産設備に重要な変更を加えることなく当該サービスを供給できる事業者の存在について

生産設備に重要な変更を加えることなく分析対象サービスを供給できる事業者の存在を、市場画定の段階で供給代替性として考慮することの是非については前述(4-2(2))のとおりであるが、特に勘案することが重要と認められる場合を除いては、競争状況の評価の段階で、潜在的な競争事業者の市場参入圧力として考慮することが適当であろう。

(d) 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(隣接する他市場が当該市場に与える影響)

隣接する他市場が当該市場に与える影響は、主に、

- 1) いわゆる「市場支配力の梃子(レバレッジ)」<sup>27</sup>等、分析対象となるサービス市場と関連性を有する他市場が当該サービス市場に与える影響
  - 2) 市場画定の際、分析対象サービスと同一市場に括られなかった隣接市場からの、当該サービス市場に与える競争圧力
- に分類できる。

隣接市場の取扱いについても、前述のとおり(4-2(5))である。分析対象サービスと同一市場には含まれない隣接市場が、類似の機能を有する代替品として、分析対象となるサービス市場への競争圧力として作用する場合には、競争状況の評価の段階で考慮することが適当である。

(ア) 上記1)について

一般に、事業者の経営戦略としては、本来的に優位性のある分野から事業を開始し、その後、垂直的又は水平的に他サービスに進出することで規模・範囲の経済<sup>28</sup>性を追求していくケースが少なくない。

このような事業者の行動は、ワンストップビリング<sup>29</sup>の設定による利便性の向上、関連性を有する複数サービスのセット割引の設定による料金

<sup>27</sup> EU 枠組み指令第14条(3)によれば、「事業者が特定の市場においてSMPを有する場合、当該事業者は、これと密接に関連している市場においてもSMPを有するとみなされる可能性がある。その場合、これら2つの市場の関連性が、一方の市場で有している市場支配力を他の市場に及ぼすものであり、それによって事業者の市場支配力を強化することになる」とされている。

<sup>28</sup> 規模の経済とは、ある財・サービスの生産量の増大に、その生産に要する平均費用が減少する結果、利益率が高まる傾向をいう。範囲の経済とは、複数の種類の財・サービスを生産するときに必要とされる費用の合計が、それぞれ単独で生産するときの費用の合計に比べて小さいことをいう。例えば、ある技術や設備が複数の財・サービスの生産に活用できる場合には範囲の経済が発生する。

<sup>29</sup> 複数の支払いを一括して処理することが可能な請求方式。



の低廉化等のメリットを利用者にもたらすことが期待できる側面があるので、一律に否定されるべき性格のものではない。

一方、分析対象となるサービス市場に関連する他市場において、歴史的経緯、法制度上の規制等によって独占的地位を有する事業者が、例えば、両市場間の不当な内部相互補助や当該他市場において非競争的に知り得た情報の目的外利用、セット割引等バンドルサービスの提供等を行った場合には、競争事業者は対抗手段を有し得ず、当該サービス市場における競争状況に及ぼす影響が甚大となる恐れがある。従って、競争状況の評価では、当該他市場からのレバレッジの行使がどのように防止されているかを、両市場間のファイアウォールの有無やその作用に着目して分析することが重要である。

#### (1) 上記2)について

分析対象となるサービス市場とその隣接市場との間の関連性は、例えば、両市場における加入数や料金水準の推移、サービスの多様化の状況等として大凡表れることから、競争状況の評価では、両者の相関関係のうち当該隣接市場が当該サービス市場に与える競争圧力の部分を勘案することになる。

なお、隣接市場は、一般には、機能が類似する代替品のほか、地理的観点や取引段階の観点からも存在している。もっとも、電気通信事業分野では、地理的観点からの隣接市場の影響は、ローミングに関し一定の考慮が必要な移動系サービスを除いて、地理的拘束性が電気通信サービスの基本的な特性であることから、一般の財・サービスに較べて小さいと考えられる。

#### (e) 前項のうち設備保有がサービス市場に与える影響

設備保有がサービス市場に与える影響については、主に、

- 1) いわゆる「ボトルネック設備」<sup>30</sup>のような存在がサービス市場に与える影響
  - 2) 垂直統合的なビジネスモデルの観点から、設備の保有がサービス市場に与える影響
- に分類できる。

---

<sup>30</sup> 他事業者の事業展開上も利用者の利便性の確保の観点からも接続が不可欠な固定系加入者回線を相当な規模で有し、また、他に追従を許さないほどの規模の設備であることから、当該設備に依存せざるを得ない非代替的な電気通信設備のこと。

利用者向けサービス市場の競争状況を評価する際、接続ルールの整備等が進んで固定系加入者回線網のオープン化が進展している状況では、当該回線網に関連するサービス市場に対するその影響が遮断されるので、当該回線網に関して観念されるインフラ市場の状況と峻別して、当該サービス市場の競争状況を評価することができる。

しかし、一般には、上記1)のような影響、すなわち、設備のボトルネック性に起因した影響力が関連するサービス市場において行使されることへの懸念が存在するので、賛否両論はあるものの、前述のレバレッジのとも関連して、競争状況の評価でも考慮することとなろう。ただし、ここで留意すべきは、競争状況はあくまで分析対象となるサービス市場についてのものであって、ボトルネック性に起因する影響力の大小にかかわらず、それを与件として当該サービス市場の競争状況を評価していくという点である。

また、上記2)のビジネスモデルは、基本的には、事業者自らが、他事業者との競争上のメリット・デメリットを勘案した上で、自らの意志により経営戦略として選択するものであって、その是非がはじめからあるわけではない。しかし、参入に必要な諸条件等との関連から、ビジネスモデル自体が新規参入の障壁となる可能性があるため、前述の「(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」の要因の一つとして考慮すべきであろう。

#### (f) 価格水準の変化、国際比較

価格は、供給者（事業者）・需要者（利用者）の双方にとって、財・サービスの価値を示すもっとも重要な定量的指標の一つである。価格水準の推移をその他の指標と併せて検証することで、分析対象となるサービス市場における事業者間の競争状況やその変化の方向性を客観的に把握することが可能となろう。

なお、価格水準の国際比較も、諸外国の利用者に比べて我が国の利用者がどの程度競争の利益を享受しているのかを示唆するものであり、市場の競争状況を判断する際の参考になる。ただし、その際には、為替レートの変動の影響を補正するために購買力平価を用いるなどの工夫が必要であり、我が国と諸外国とのサービス内容や料金制度等の違いについても留意する必要がある。

## (g) サービスの多様化

事業者にとっては、価格水準以外にも、自らの提供サービスの内容を競争者と差別化することは、他事業者との競争上極めて重要である。また、利用者にとっても、自らのニーズに最適なサービスを自らの意志で合理的に選択することが容易になるので、事業者によってサービスの多様化が図られることは有益である。

このため、サービスの多様化（高度化も含む）は、供給者（事業者）・需要者（利用者）の双方にとって重要な関心事項であり、競争状況の評価においてその進展状況を考慮することは重要である。

ただし、サービスの多様化は、

- 他事業者とのサービスと差別化を図ることにより限定的な利用者からなるニッチな市場を独占するために、事業者により活発に行われることもあり、サービスの多様化が競争の進展を意味するとは限らない
- 新規参入を阻害する一要因として作用することもある
- その性格上、定性的な分析によらざるをえない上、競争状況との因果関係を特定しにくい

等の特徴に留意する必要がある。

### 利用者の利益や行動

## (a) 利用者の当該サービスへの満足度

電気通信事業分野における競争政策の第一義的な目的は、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、最終的に利用者に競争の利益を還元することであり、競争評価の最終的な目的もまた同様である。

このような基本的な認識の下、競争状況の評価に当たって、分析対象となるサービス市場の競争状況を示す指標の一つとして利用者の満足度を勘案することは妥当であろう。利用者の満足度については、アンケート等の方法によって把握することのみならず、国民生活センター、総務省等における利用者からの苦情・相談の状況についても、その一要素として勘案することが有用である。

また、利用者の満足度と競争状況との相関については、あるサービス市場が競争的である状況では、各事業者は、その提供サービスについて、他事業者との競争上、料金の低廉化や、機能、品質等の向上に努めるので、結果として利用者の満足度が高まることが予想される。しかしながら、利

用者の満足度は、相対的なものとして利用者に意識されるものである上、サービスが内在する本質的な効用に対する評価なのか、事業者間の競争により生じた価格の低廉化、品質の向上等に対する評価なのか分け難いので、利用者の満足度が高いことをもって、サービス市場において競争が有効に機能していると判断するに足る競争状況との因果関係は見だし難い。アンケート等の方法によって把握される利用者の主観的な満足度を、そのまま競争状況を示す指標として用いることがどこまで可能か、又は適切かといった点にも留意が必要である。

したがって、利用者の満足度については、競争状況を示す指標の一つとして活用できるものの、他の指標との相関等についてはさらなる検討が必要であり、今後の競争評価の実践を通じて指標としての有効性とその限界を検証していくことが適当である。

なお、利用者の満足度は、英国 OFTEL「有効競争レビューガイドライン」及び「SMPの評価基準」では考慮すべき指標の一つとして採用されているが、欧州委員会「市場分析及びSMPの判定に関するガイドライン」や公正取引委員会「企業結合ガイドライン」では採用されていない。

#### (b) 利用者が十分な情報を得ているか

市場競争が有効に機能するためには、利用者が自らのニーズに適したサービス・事業者を合理的に選択できるような環境が整備されていることが重要である。利用者が十分かつ適切にサービス・事業者に関する情報を入手することは、いわば競争の前提条件と言えよう。

また、サービスの多様化や新規参入事業者の増加は、利用者にとってサービスや事業者の選択の自由度を高める一方で、市場を複雑化し、高度化して利用者によるサービス内容の理解を遠ざける側面もある。利用者が合理的にサービスを選択する上で必要な情報を入手することが困難になれば、一般の利用者は、サービス・事業者選択の際に混乱したり、不利な選択をしたりすることも生じ得る。このため、利用者にとって、適切な選択を行うために必要な情報を十分かつ適切に入手できる状況にあるかどうかは、重要な意味がある。

したがって、利用者が十分な情報を得ているかについては、指標として注視すべきものであることは違いないものの、前述の利用者の満足度と同様に競争状況との相関について留意が必要であり、指標としての活用には、十分注意する必要がある。

なお、利用者が十分な情報を得ているかについては、事業者が適切に情報を提供しているかを把握するのみでは不十分であり、本来、それらに対

する利用者の認識が重要である。この点、アンケート等の方法は、利用者の主観的な認識を把握できる利点があるものの、その結果の取扱いに注意が必要な点は、(a)の「利用者のサービスへの満足度」と同様である。

### (c) 事業者変更に際しての障壁

あるサービスの利用者が当該サービスの提供事業者を変更しようとする際の障壁が大きいと、利用者の選択は制約されるので、このような障壁の存在は、当該サービス市場における競争状況に大きく影響することとなる。

事業者変更の障壁（ただし、その全てが排除されるべきものとは限らない。）としては、例えば、

- 1) CATV や光ファイバー等が既設の集合住宅に利用者が居住している場合、CATV や FTTH 等の提供事業者を変更しようすると大規模な工事等が必要となり、居住環境面で、実態として事業者変更が困難
- 2) 電気通信サービスの提供事業者を変更する際に併せて変更が必要となる電話番号（ナンバーポータビリティ<sup>31</sup>が確立していないサービスに限る。）や E-Mail アドレス等が存在
- 3) 事業者変更には手続、費用、待機期間等が必ず必要となるが、その煩雑さ、負担の大きさ、待機期間の長さ等（加入者宅に設置する端末設備等について、事業者によって採用技術が異なるために買換えが必要な場合や、利用開始時に複雑な設定が必要な場合等も相当）

といった類型が想定される。

これらのうち、上記 1)及び 2)は客観的に把握できるが、上記 3)は、利用者の主観的な捉え方が大きく影響するので、主にアンケート等の方法により把握することとならざるを得ず、前述の「利用者の満足度」や「利用者が十分な情報を得ているか」の場合と同様に、その結果の取扱いには留意が必要である。

## (2) 上記指標の判断基準

競争状況を示す各指標は、単独で決定的な判断材料足りえることは稀で、特に定量的指標は、その背後にある定性的要因を分析してはじめてその意味を解することができる場合が少なくない。

分析対象となるサービス市場は、それを需要する側も供給する側も一様で

---

<sup>31</sup> サービス提供事業者を変更しても、現在使用している電話番号が引き続き利用できること。固定電話サービスでは導入済み。

はなく、またサービスの特徴・特性も様々であることから、一律の基準をもって当該サービス市場の競争状況を判断することには限界があり、また、慎重を期す必要がある。

このため、定量的な分析によって明らかになる部分と、その背景にある要因をはじめ定性的な分析が欠かせない部分の存在を認識し、各指標間の相互関係を明確化した上で、競争評価の実践を通じ総合評価の基準の在り方について明確化を図っていくことが今後の課題の一つであろう。

ただし、定量的指標の評価については、客観性、透明性に優れ、事業者の予見可能性を高めるという長所があるので、競争状況の評価のプロセスにおいて、例えば、シェアや市場集中度等については、諸外国や独占禁止法の事例を参考<sup>32</sup>に、一つの目安として外形的基準を設定することも合理的であろう。

### 5 - 3 総合評価の基準の在り方

競争状況の総合評価に当たっては、前述の各指標を順序立て、また、軽重、優先順位をつけて勘案していくことが必要であるが、この過程における透明性を高めるためには、総合評価に当たっての基本的考え方を整理して、予め明確化しておくことが重要である。

もちろん、個別具体的な政策の判断材料の一つとして競争状況を詳しく評価するような場合には、その用いる指標や勘案の軽重、優先順位は、異なることがあり得るので、一般化・定型化には限界がある。しかし、各指標等の間の相

---

<sup>32</sup> 例えば、市場シェアについては、EU「市場分析及びSMPの判定に関するガイドライン(2002.6月公表)」においては、欧州裁判所における判例を引用し、50%超の場合は例外的な状況を除きドミナンスの証明となり、40%超の場合は通常ドミナンスが発生し、25%未満の場合はドミナンスを享受しそうにないこととされている。また、英国「市場調査ガイドライン(2002.8月公表)」においても、市場シェアの基準についてEUガイドラインと同趣旨の記述がある。加えて、公正取引委員会「企業結合ガイドライン(1998年12月公表)」においては、競争を実質的に制限することとなるとは通常考えられない場合として、合併当事会社グループの市場シェアが10%以下、参入が容易かつ寡占的でない一定の取引分野において合併当事会社グループの市場シェアが25%以下かつ順位が第二位以下であることが例示されている。

例えば、市場集中度については、EC競争総局「水平合併評価告示案(2002年12月公表)」においては、当事会社グループ合併後のHHIが1,000未満の場合には調査を行わないことが多い(従って競争上問題がない可能性が高い)こととされている。また、米国司法省・FTC「水平合併ガイドライン(1992年4月公表)」においては、合併後のHHIが1,000未満の場合には非集中、1,000以上1,800未満の場合には中位集中、1,800以上の場合には高度集中とされている。加えて、公正取引委員会「企業・産業再生に係る事案に関する企業結合審査について(2003年4月公表)」においては、企業結合後のHHIが1,000未満の場合には「市場構造が寡占的ではない」、1,800未満の場合には「市場構造が高度に寡占的ではない」こととされている。

互関係を明確化した上で、

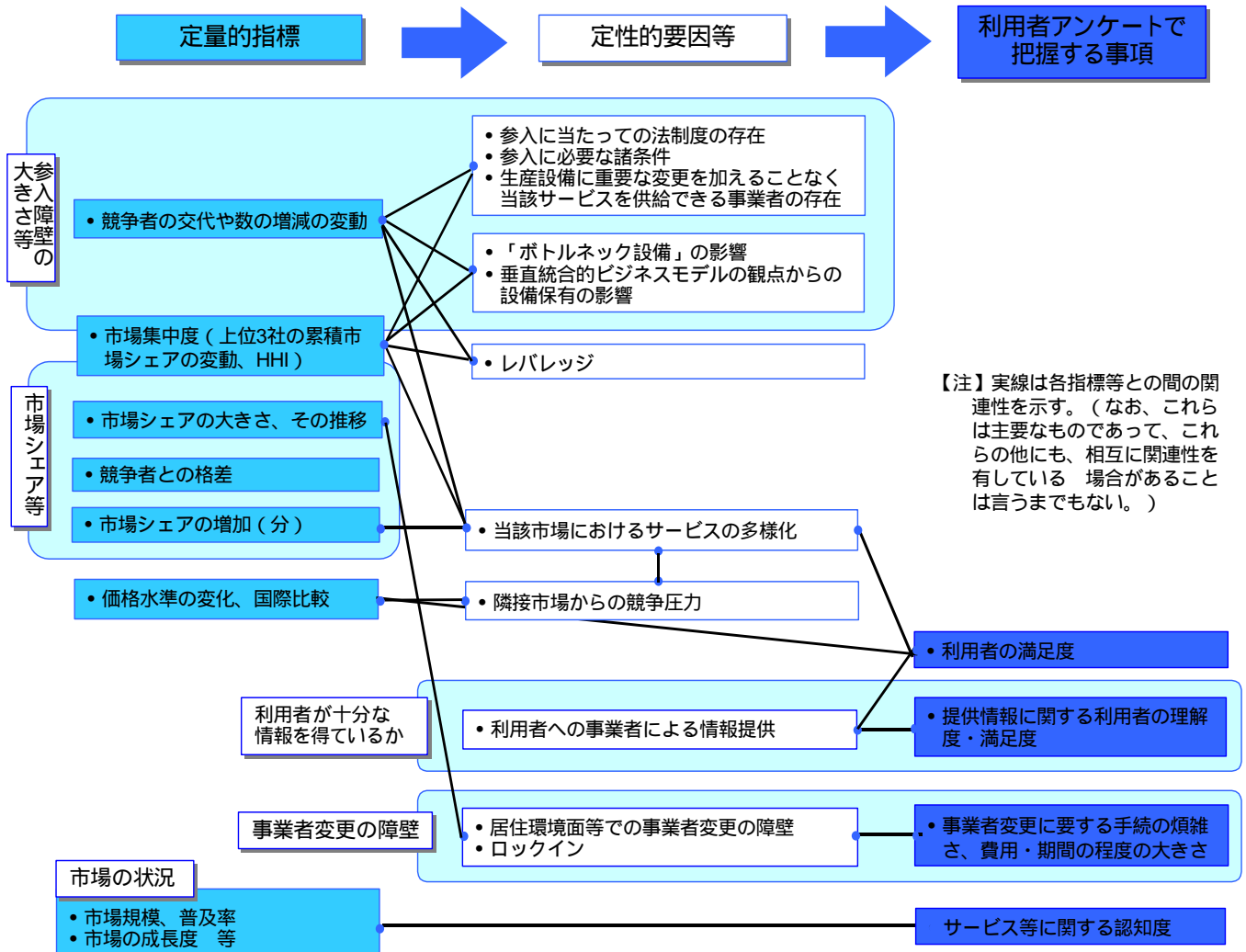
- (1) 分析対象となるサービス市場の競争状況を正確に把握するための第一接近として、まず定量的指標を考慮し、それによって概況を捉えること
- (2) さらに、そのような定量的指標が示す概況をもたらした要因として、その他の定性的指標等を考慮していくこと

を競争状況を評価するフローの骨格とすることは合理的であろう(定量的指標と定性的要因等の関係については、図表5-3-1を参照のこと)。

また、行政が電気通信事業分野におけるサービス市場の状況を常時モニタリングすれば、当該サービス市場において競争が制限又は阻害される予兆が顕在化していないか、又は既に競争が十分に機能する市場に変化していないかが常にチェックできるようになり、事業者を含む利害関係者等がその情報を広く知りえるようにすることは、市場の競争状況のモニタリングであると同時に、政策執行に対するモニタリングとしても機能するようになる。

このような観点からは、分析対象となるサービス市場ごとの特殊性を過度に意識するよりも、「加入数又は売上高のシェア及びその推移」や「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」をまず優先して勘案することが望ましい。

図表 5 - 3 - 1 定量的指標と定性的要因等の関係



## 5 - 4 競争状況の評価に当たっての留意事項

### (1) 透明性の確保

競争評価のプロセスは、その全体を通じて、透明性の確保に努める必要がある。そのためには、競争状況の評価に当たって考慮する指標やその基本的な考え方、総合評価の手順等を予め明らかにするとともに、指標として用いる情報の公開性等にも十分配慮する必要がある。例えば、後述の(3)のように公開情報や利用者アンケートの結果等に基づいて競争評価を実施することによって、情報の公開性を確保するように努めるべきであろう。



以上のような手法の工夫と併せ、競争評価の結果を用いたデータ等と併せて公表し意見を求めるとともに、競争評価の実施過程においても、広く意見公募を行うようにすべきである。

## (2) 時間軸の取扱い

市場の成熟度は、サービスの成長・普及過程の段階と対応し、一般には、その段階毎に共通する市場構造上の特徴がある。このため、分析対象となるサービス市場が、成長・普及過程において位置している段階に応じて、総合評価の際の各指標の勘案に軽重や優先順位をつけることには一定の合理性がある。

いわゆる「揺籃期」にある市場での先行者利益は、正当なもので、競争評価においても配慮が必要であろう。すなわち、「揺籃期」には、事業者は、創業者リスクを負いつつ、創意工夫をこらして新サービスを開発・提供するものであり、正当な先行者利益を尊重することで革新的サービスの開発・提供への事業者のインセンティブを確保することは、そうしたサービスの提供を通じた利用者利益の増進にも必要であるとの社会的なコンセンサスが存在している。分析対象となるサービス市場が「揺籃期」にある場合は、参入事業者が少ないので先行者が高いシェアを有するのはむしろ自然で、競争が有効に機能しているかどうかを判断する指標として、シェアを重視することは適当でない。このような場合には、例えば、参入障壁の有無等に注視するようにすべきであろう。

もっとも、いわゆる「揺籃期」に相当するサービスについては、利用者の認識度が低いために当該サービスに係る市場を画定すること自体が困難な場合も予想される<sup>33</sup>ので、留意する必要がある。

なお、いわゆる「衰退期」に相当するサービスでは、競争事業者の退出によって既存事業者のシェアの上昇等がしばしば生じるが、「揺籃期」の場合と違って、当該サービスをとりたてて他の市場と区別して競争評価すべき理由は、見当たらない。ただし、このような状況は、一般には、当該サービスと

<sup>33</sup> 本研究会で試行した利用者アンケートの結果によると、その実施(2003年1月)時点では、IP電話の未利用者が回答者全体の89%(=1,784/2,000)を占め、その理由としては、IP電話を「よく知らない」ことが46%(=819/1,784)で第1位となった。さらに、IP電話の未利用者が抱いているIP電話のイメージとしては、「わからない」が30%程度(=442/1,505)で第一位となった。なお、本アンケートはインターネットを利用して実施しており、その回答者はネット調査会社にモニター登録しているようなIT利用者であることから、インターネットに関する知見を比較的多く有していると推測されるので、一般的国民のIP電話に関する認知度はこの結果よりもさらに低いと推測される。その詳細については、参考資料5-1及び5-2を参照のこと。

一定の需要代替性を有する新サービスの開始・普及に起因していると考えられるので、市場画定の段階でこれらのサービスが同一市場として画定される、又はこれらのサービスが別市場として画定された場合でも競争状況の評価の段階で隣接市場の影響が考慮される可能性を否定するものではない。

### (3) データの取得可能性・公開性等

競争評価に当たっては、各種データが必要であり、実際に競争評価を行う際には、

どのようなデータに基づき競争評価を行うのか

どのような方法で各種データを収集するのか

という点が大きな問題となる。

この点、評価プロセスの透明性や評価結果の客観性のみならず、利用する各種データの公開性が確保されていなければならない点については前述のとおりであるが、そのためには、基本的に、公開情報や利用者アンケートにより収集した情報に基づいて競争評価を行うことが望ましい。そのためには、行政が必要な情報収集に努めることはもちろん、例えば、競争評価のプロセスの中で各事業者等から公表可能な情報を募る等、競争評価に係るデータを可能な限り社会的に蓄積・共有できるように努めることが望ましい。

なお、データが公表されている場合でも、各事業者によって、例えば、競争評価の基本となる提供サービスの加入数や契約数等の定義、公表の時期・頻度等が統一されていないことに留意が必要である。

## 6 - 1 競争評価の実施方法

本研究会は、競争評価手法を検討し、その骨格をこの報告書として取りまとめた。もちろん、その内容は完成されたものではないが、もとより重要なのは、研究会の報告書自体でなく実践への引導役にある。

したがって、行政には、できるだけ速やかに、行政の名において競争評価の実施を表明することを期待する。その際には、競争評価の姿を、今より具体的な形とし、ガイドラインのような文書として対外的に発表すべきである。

本研究会では、競争評価手法は、単に行政がその行政手法として必要とするだけでなく、広く関係事業者等が市場の競争状況について理解、共有、利用できるものを目指して検討を進めてきた。本報告書で足りない部分は、これからの実践の過程で形作られるべきところで、関係事業者等が意見をし、智恵を出すことで、競争評価手法として一步一步完成に近づいていくことを期待するものである。

そのためにも、行政は、競争評価手法を自身の内に抱え込むのではなく、常に外に向けて公表し、意見公募等の機会をできるだけ設けるように努めるべきである。

その具体的な方法の一つが競争評価の内容の文書化とその公表であり、具体的には、次のような行動を行政には期待するところである。

- (1) 競争評価を定期的を実施することを、行政として明確化する。
- (2) 競争評価の具体的実施方法等を含む全体像について、本研究会の研究成果を踏まえ、実施要領（ガイドライン）を定める。競争評価の対象分野や実施の間隔などが含まれる必要がある。いわば、競争評価の設計図（本研究会として取りまとめた競争評価の実施に係るフローは図表6-1-1のとおり）に相当するものなので、その内容について、広く関係事業者等の意見を聞くため、意見公募を行う。

なお、このガイドラインについては、一定期間後、例えば競争評価の対象分野が一巡した後や、競争評価の実践を通じて指標等を含む具体的手法に改善が見られた場合等に、見直しを行うものとする。この際にも、例えば意見公募等を通じて、広く利害関係者等の意見を聞くことが望ましい。

(3) 競争評価は、総合判断とされている部分をできるだけ定型化することが望ましい。競争評価全体に共通する方法としては難しくても、対象サービス毎であれば、ある程度可能になるかも知れない。ガイドラインが全体の設計図に当たるものなら、競争評価を行う度の具体的な計画書(キックオフドキュメント)もまた重要であり、競争評価の実施毎にこれを文書化して公表し、意見公募を行う。

(4) 評価結果についても、公表し、意見公募を行う。

## 6 - 2 今後の検討課題

本研究会で検討した手法を用いた競争評価によって、市場の競争状況の全てが明らかになるはずはないが、競争評価の実践等を通じてその客観性や透明性を一段と高めるための漸進的かつ着実な取組みを行政には期待したい。

競争評価の実践は、手法としての完成を意味するものでなく、さらなる改善を常に意識して行うべきであり、今後の検討課題として、以下の点を指摘しておきたい。

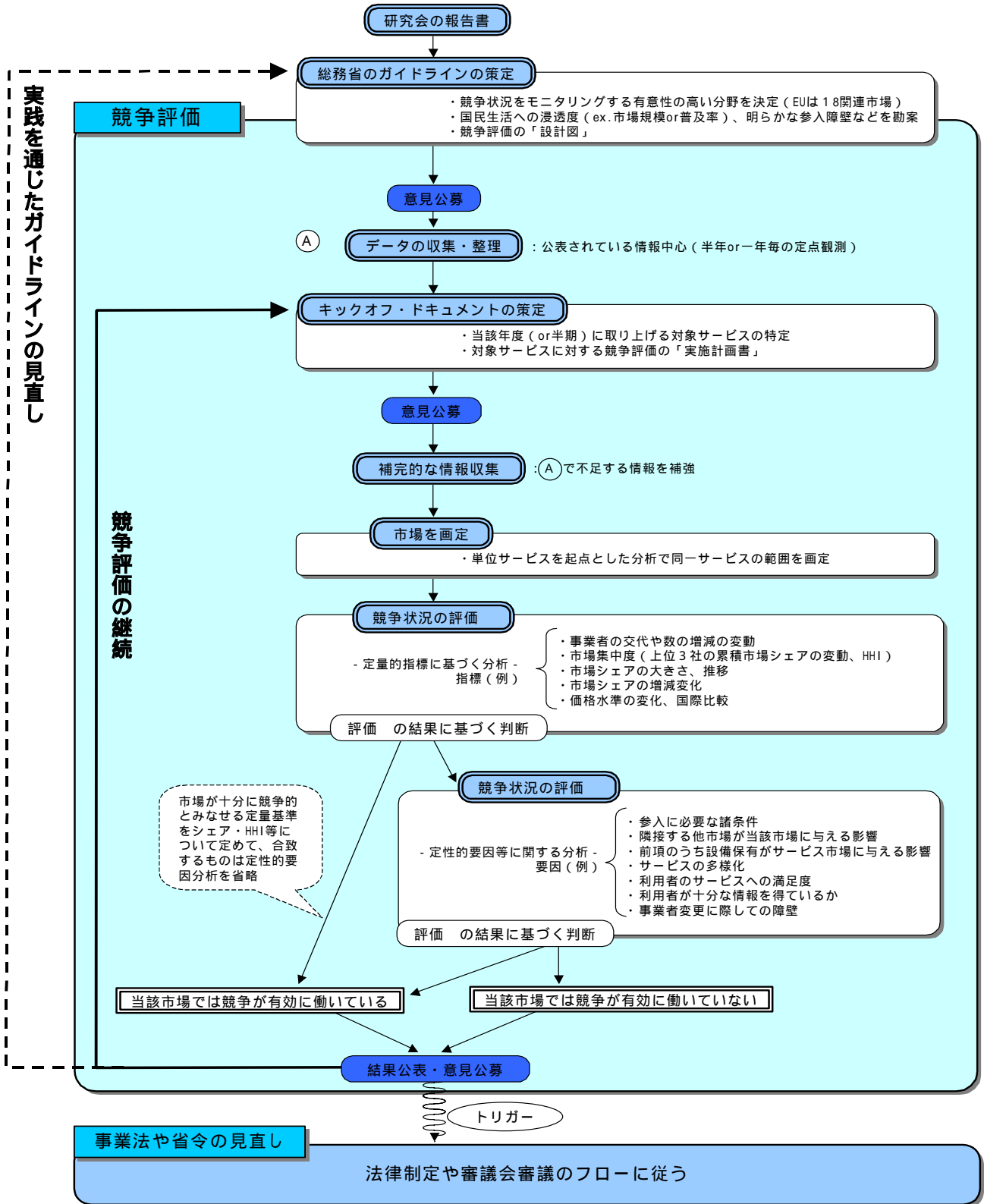
(1) SSNIP テストについて、概念ツールとしての実践のみならず、定量的分析手法の将来的な適用可能性の検討を視野に入れ、理論面、実践面の両面にわたって知見や経験の蓄積を図る。

(2) 競争評価に用いることができるデータの地理的区分や競争評価に要する負荷等に鑑み、適切な地理的市場の画定についての在り方を検証する。

(3) 競争状況の評価のための各種指標等について、更なる精緻化を図る。

(4) 上記(3)のうち、特に利用者の満足度等のアンケート調査によって把握する事項等について、競争状況の評価との因果関係の明確化を図る。

図表6-1-1 競争評価実施に係るフロー（案）



## 参 考 資 料

- 1 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 構成員等
- 2 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 開催状況等
- 3 諸外国における電気通信事業分野の競争評価の現状（現在、更新中）
- 4 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におけるケーススタディの概要
- 5 - 1 利用者アンケートの試行結果（分析編）
- 5 - 2 利用者アンケートの試行結果（データ編）
- 6 仮想独占者テストの試行結果

「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」  
構成員等

1 構 成 員

(敬称略、座長及び座長代理を除き五十音順)

座 長	さいとう 齊藤	ただお 忠夫	東京大学名誉教授
座長代理	だいが 醍醐	さとし 聰	東京大学大学院経済学研究科教授
	いそべ 磯辺	こういち 浩一	全国消費者団体連絡会事務局次長
	おおたに 大谷	かずこ 和子	株式会社日本総合研究所法務部長
	かとう 加藤	しょういち 彰一	株式会社みずほコーポレート銀行産業調査部 (情報通信チーム)次長
	くろかわ 黒川	かずよし 和美	法政大学経済学部教授
	さとう 佐藤	はるまさ 治正	甲南大学経済学部教授
	さんべ 三邊	なつお 夏雄	横浜国立大学大学院国際社会科学研究所教授
	せいどう 清藤	ただし 正	日本生活協同組合連合会政策企画部
	たちばな 立花	ひろし 宏	社団法人日本経済団体連合会常務理事
	たむら 田村	じろう 次朗	慶応義塾大学法学部教授
	なかぞら 中空	まな 麻奈	モルガン・スタンレー証券会社債券統括本部 ヴァイスプレジデント
	ねぎし 根岸	あきら 哲	神戸大学大学院法学研究科教授
	よねざわ 米澤	あきのり 明憲	東京大学大学院情報理工学系研究科教授

## 2 オブザーバ

(敬称略)

あおき 青木	さとし 敏	株式会社電算 取締役情報システム研究所長
ありま 有馬	あきら 彰	東日本電信電話株式会社取締役 経営企画部長
いざき 井崎	なお じ 直 次	ニフティ株式会社取締役 企画統括部長
いしづ 石津	こういち 浩一	K D D I 株式会社渉外・広報本部渉外部長
(平成 15 年 4 月～)		
え べ 江部	つとむ 努	西日本電信電話株式会社常務取締役 経営企画部長
かとう 加藤	よしふみ 義文	日本電気株式会社 B I G L O B E 企画本部 統括マネージャー
きまた 木全	のりもと 紀元	ジェイフォン株式会社執行役員 経営企画本部企画部長
くわた 桑田	あきら 昭	東京電力株式会社情報通信事業部長
さくらい 櫻井	ひろし 浩	日本テレコム株式会社経営戦略本部担当部長
しょうじ 庄司	ゆうき 勇木	イー・アクセス株式会社経営企画部長
じよなさん シヨナサン	さんどぼっち サントハッチ	ケーブル・アンド・ワイヤレス・アイディーシー株式会社 制度担当ヴァイスプレジデント
(平成 15 年 1 月～)		
たかせ 高瀬	みつひろ 充弘	エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社取締役 経営企画部長
たきざわ 滝沢	こうじゅ 光樹	社団法人テレコムサービス協会幹事会議長
つかもと 塚本	ひろゆき 博之	株式会社パワードコム 経営企画部長
つじむら 辻村	きよゆき 清行	株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ取締役 経営企画部長
ふじの 藤野	としゆき 利行	K D D I 株式会社渉外・広報本部渉外部長
(～平成 15 年 3 月)		
り さ リサ	す ー つ スーツ	ケーブル・アンド・ワイヤレス・アイディーシー株式会社 制度担当ヴァイスプレジデント
(～平成 14 年 12 月)		
たなべ 田辺	おさむ 治	公正取引委員会事務総局経済取引局調整課企画官



「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」  
開催状況等

会 合 等	内 容
<b>第一回会合</b> ・ 日時：H14.9/5(木)16:30～18:00	(1) IP 化が進む電気通信分野の競争評価について
	(2) 諸外国における電気通信分野の競争評価について
	(3) 今後の検討スケジュール等について
<b>第二回会合</b> ・ 日時：H14.9/13(金)16:30～18:30	(1) 今後の検討に当たっての論点について
	(2) 関係者ヒアリングについて（案）
	(3) その他（諸外国の動向）
<b>第三回会合</b> ・ 日時：H14.10/1(火)14:00～16:00	(1) オブザーバへのヒアリング
<b>第四回会合</b> ・ 日時：H14.10/21(月)14:00～16:00	(1) 論点整理
	(2) その他（今後の進め方について）
<b>第五回会合</b> ・ 日時：H14.11/6(水)14:00～16:00	(1) 構成員・オブザーバへのヒアリング（磯辺 構成員、C&W IDC(株)、公正取引委員会事務総局）
	(2) 電気通信サービスの現状等について
<b>第六回会合</b> ・ 日時：H14.11/14(木)14:00～16:10	(1) ケーススタディその 1（主に市場画定）
	(2) 次回会合までの進め方について
<b>第七回会合</b> ・ 日時：H14.12/5(木)10:00～12:10	(1) 意見提出者（オブザーバ）のプレゼンテーション（NTT 東日本、NTT ドコモ、日本テレコム）
	(2) ケーススタディその 2（主に市場画定）
<b>第八回会合</b> ・ 日時：H14.12/12(木)10:00～12:10	(1) ケーススタディその 3（主に市場画定）
	(2) 利用者アンケートについて
<b>利用者アンケートの実施</b> ・ 実施時期：H15.1 月下旬	---
<b>第九回会合</b> ・ 日時：H15.3/26(水)14:00～16:30	(1) ケーススタディその 4（市場画定、競争状況の評価）
	(2) 今後のスケジュール等について
<b>第十回会合</b> ・ 日時：H15.4/15(火)14:00～16:30	(1) ケーススタディその 5（競争状況の評価）
	(2) 今後のスケジュール等について
<b>第十一回会合</b> ・ 日時：H15.4/24(木)14:00～16:30	(1) ケーススタディその 6（競争状況の評価）
	(2) 報告書骨子（案）について
<b>第十二回会合</b> ・ 日時：H15.5/2 (金)14:00～16:30	(1) 報告書（案）について

---

諸外国における  
電気通信事業分野の  
競争評価の現状

---

# EUにおける新指令パッケージ

## 制度変更の目的

規制の枠組みの協調化・簡素化・透明化

競争の促進

競争の進展状況に応じた分野特殊な規制への依存度の軽減

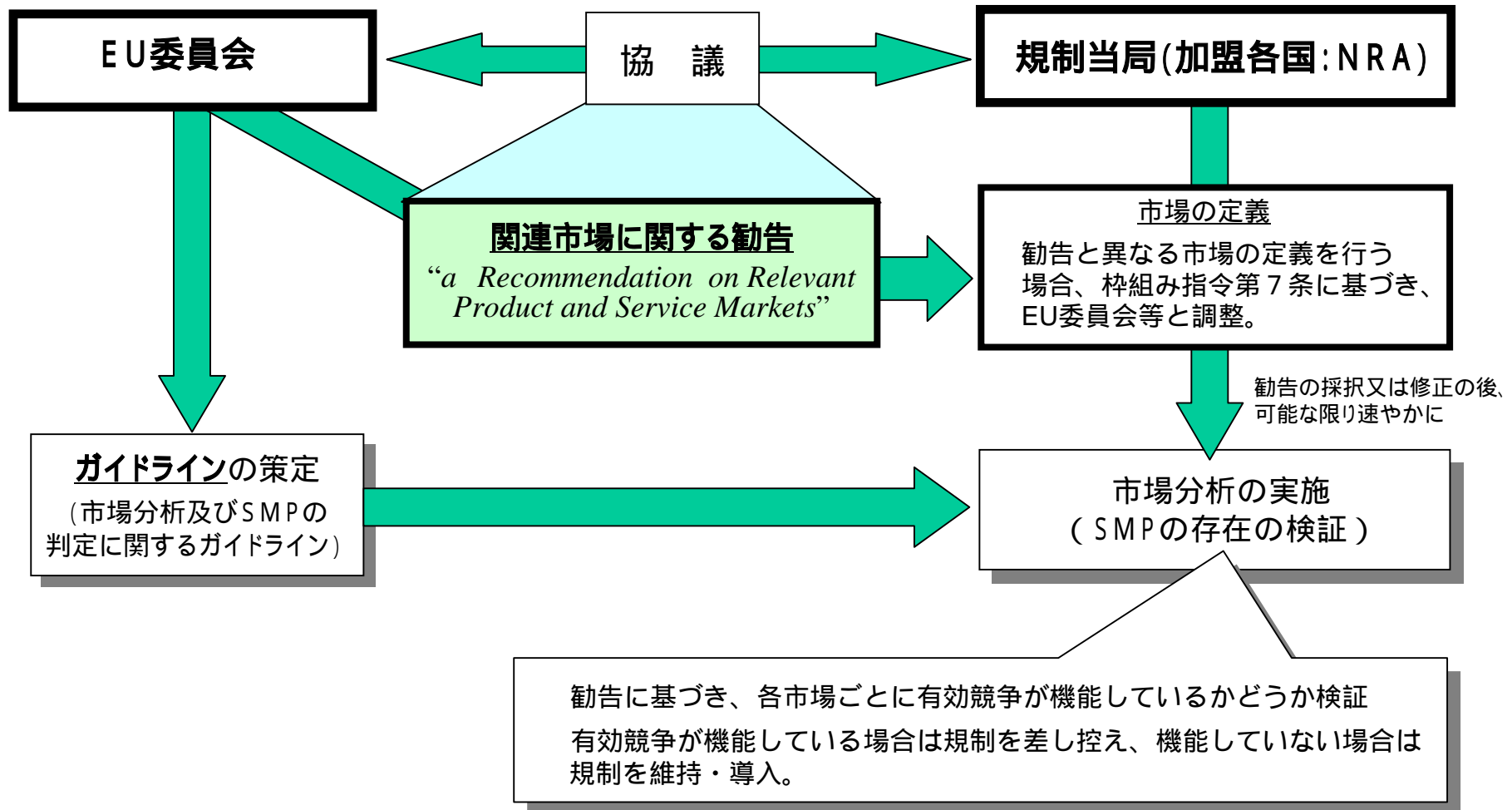
## 新指令パッケージ

以下の指令が、EUにおける電気通信分野の規制の枠組みを規律する1つのパッケージを構成。

名称	概要	採択年月日	国内法制化期限
○ 競争指令	<ul style="list-style-type: none"> <li>電子通信サービスネットワーク及びサービスの提供に伴う独占権・特別権の廃止等競争に係わる基本事項を規定。</li> </ul>	02年9月16日	03年7月24日 (英国においては、新指令の国内法制化のための情報通信法案を本年2月に国会に提出。そのほか、フランス、ドイツにおいても情報通信法案が公表されている。)
○ 枠組み指令	<ul style="list-style-type: none"> <li>電子通信サービスネットワーク及びサービスについてのEU内での協調的な規制の枠組みを確立・適用するため、主に以下のような内容を規定。               <ul style="list-style-type: none"> <li>国内規制機関の在り方・責務</li> <li><b>SMP(有意な市場支配力)事業者規制</b></li> <li><b>市場分析手続き</b></li> <li>事業者間の紛争解決 等</li> </ul> </li> </ul>	02年3月7日	
○ 認証指令	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業参入資格の認証についてのEU内での手続き・条件の共通化・簡素化を図るため、一般認証により付与される権利及び課される条件等を規定。</li> </ul>		
○ アクセス指令	<ul style="list-style-type: none"> <li>電子通信ネットワークへのアクセス・相互接続についての規制の在り方を調和させるため、事業者に関する権利・責務、<b>枠組み指令に基づき指定されたSMP事業者に課される責務</b>等を規定。</li> </ul>		
○ ユニバーサル・サービス指令	<ul style="list-style-type: none"> <li>ユニバーサルサービスの提供をEU内を通じて保証するため、ユニバーサル・サービスの範囲、費用算定、財源調達等を規定。</li> <li>上記に加え、<b>枠組み指令に基づき小売市場、専用線市場等において指定されたSMP事業者に課される料金・提供条件規制</b>、ユーザ・消費者保護の観点からユーザ・消費者が有する権利等を規定。</li> </ul>		
○ プライバシー及び電子通信指令	<ul style="list-style-type: none"> <li>個人情報の処理についてのプライバシー保護を確保し、個人データ、電子通信器機及びサービスの域内での自由な移動を確保する規定の調和を図るため、事業者へのセキュリティ確保の責務、特定の個人情報の取扱い等について規定。</li> </ul>	02年7月12日	03年10月31日

# EU指令に基づく「市場分析」の実施手続き

EU「枠組み指令」において、加盟各国における「市場分析」の実施を義務づけ。



# EUガイドライン・勧告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、関連市場を画定。

### 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、料金の下落
- 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

# EUにおける市場画定とSMP事業者に課される規律

枠組み指令付属書1及び勧告において、旧指令・規則に基づき、市場分析を行うべき関連サービス・製品市場（合計18市場）を規定。  
 枠組み指令に基づく関連サービス・製品市場を分析した結果、SMP事業者が存在した場合に課される具体的規律は、アクセス指令及びユニバーサル・サービス指令に規定。

勧告草案における関連サービス・製品市場		勧告(03年2月11日採択)における 関連サービス・製品市場	左記市場におけるSMP事業者 に課される規律
小 売	・固定系公衆電話網へのアクセス	➢住宅顧客向け	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢プライスカップ等の料金規制</li> <li>➢事業者選択・事前選択サービスの提供</li> </ul>
		➢非住宅顧客向け	
	・公衆用に利用可能な固定系電話サービス	➢住宅顧客向け地域（及び/又は国内）	
		➢住宅顧客向け国際	
・専用線	➢非住宅顧客向け地域（及び/又は国内）	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢非差別的な提供</li> <li>➢原価計算に基づく料金設定</li> <li>➢技術的条件、料金及び提供条件についての透明性の確保</li> </ul>	
	➢非住宅顧客向け国際		
卸 売	・固定系公衆電話網における発信・着信、トランジット	➢同左	NRAは、SMP事業者が存在する左記市場の特性に鑑み、必要に応じて、SMP事業者に対して以下の規律を課することができる。 <ul style="list-style-type: none"> <li>➢相互接続に関する透明性確保（技術使用、ネットワーク特性、利用条件、料金等）</li> <li>➢接続約款の公表</li> <li>➢相互接続に関するサービス・情報の提供についての非差別性確保</li> <li>➢相互接続に関する事業についての会計分離・公表</li> <li>➢アンバンドルされたネットワーク要素（加入者回線を含む）の提供</li> <li>➢相互接続の交渉</li> <li>➢再販のための卸売サービスの提供</li> <li>➢コロケーションの提供</li> <li>➢OSS等の提供</li> <li>➢料金規制及び費用会計責務</li> </ul>
	・ブロードバンドインターネットサービスの提供のためのローカルアクセス(特にメタル回線へのアンバンドルアクセス)の卸売	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ブロードバンド及び音声サービスの提供のためのメタル回線へのアンバンドルアクセスの卸売</li> <li>➢ブロードバンドアクセスの卸売</li> </ul>	
	・専用線のローカル又は終端セグメントの卸売	➢専用線の終端セグメントの卸売	
	---	➢専用線の基幹セグメントの卸売	
	・公衆移動電話網におけるアクセス・発信	➢同左	
	・個別の移動網における着信	➢個別の移動網における音声の着信	
	・公衆移動電話網における国際ローミングのための卸売国内市場	➢同左	
	(・広帯域コンテンツをエンドユーザに配信するための放送伝送サービス・配信ネットワーク)	➢同左	

(注)  ユニバーサル・サービス指令に規定されたSMP事業者に課される規律

アクセス指令に規定されたSMP事業者に課される規律

# 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有意な市場支配力(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)。

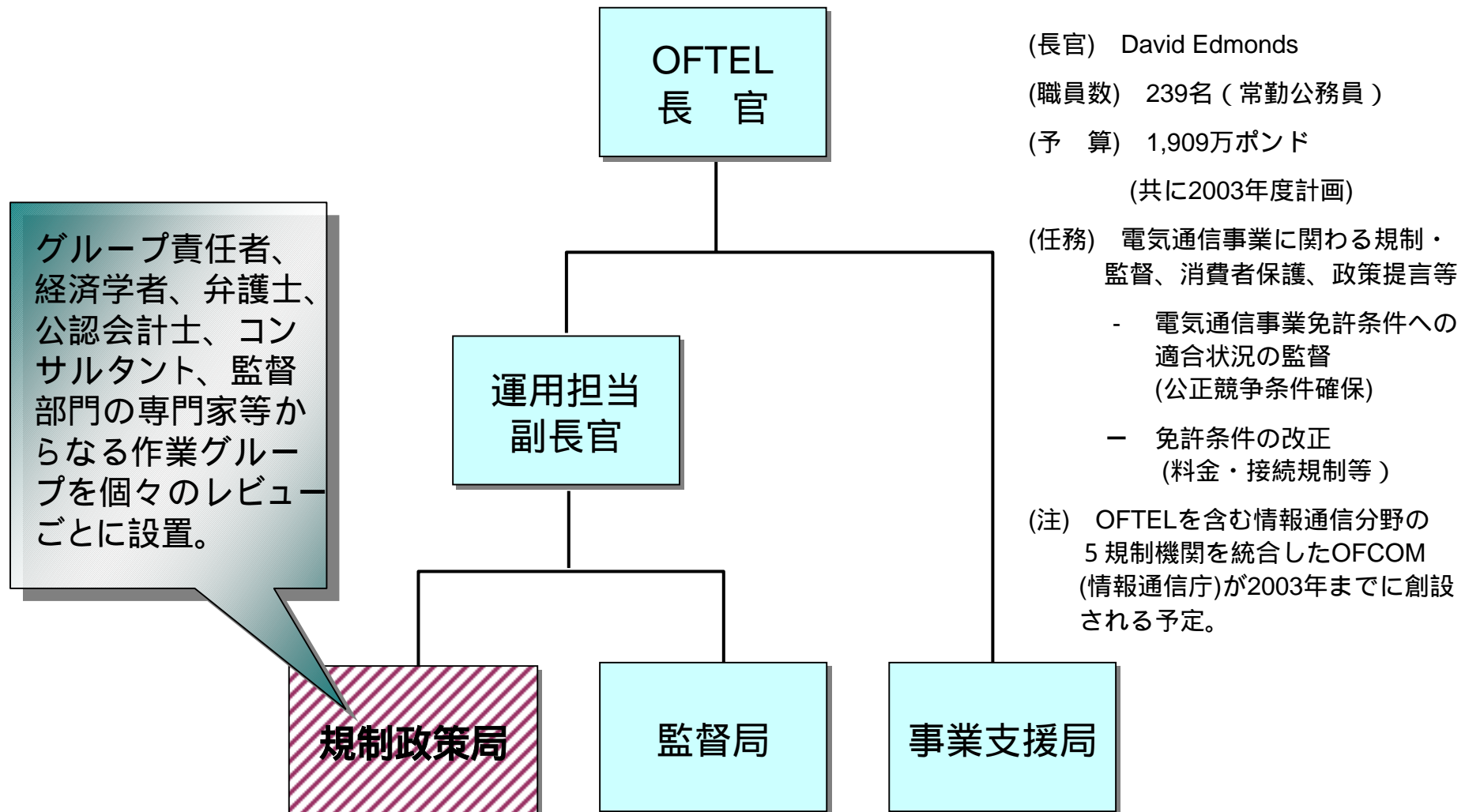
- 事業規模
- 容易には再構築できないインフラの支配
- 技術上の優位性または卓越性
- 資本市場/財源への容易な又は特権的なアクセス
- 製品/サービスの多様性(例えば、抱き合わせ販売)
- 規模(scale)の経済
- 垂直統合
- 高度に発展した流通及び販売ネットワーク
- 対抗する購買力の不在
- 範囲(scope)の経済
- 潜在的な競争の不在

## 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*

# 英国OFTEL(電気通信庁)の競争レビュー担当





# 英国「有効競争レビューガイドライン」のポイント

~ OFTEL, "Implementing OfTel's Strategy : Effective Competition Review Guideline" (August 2000) ~

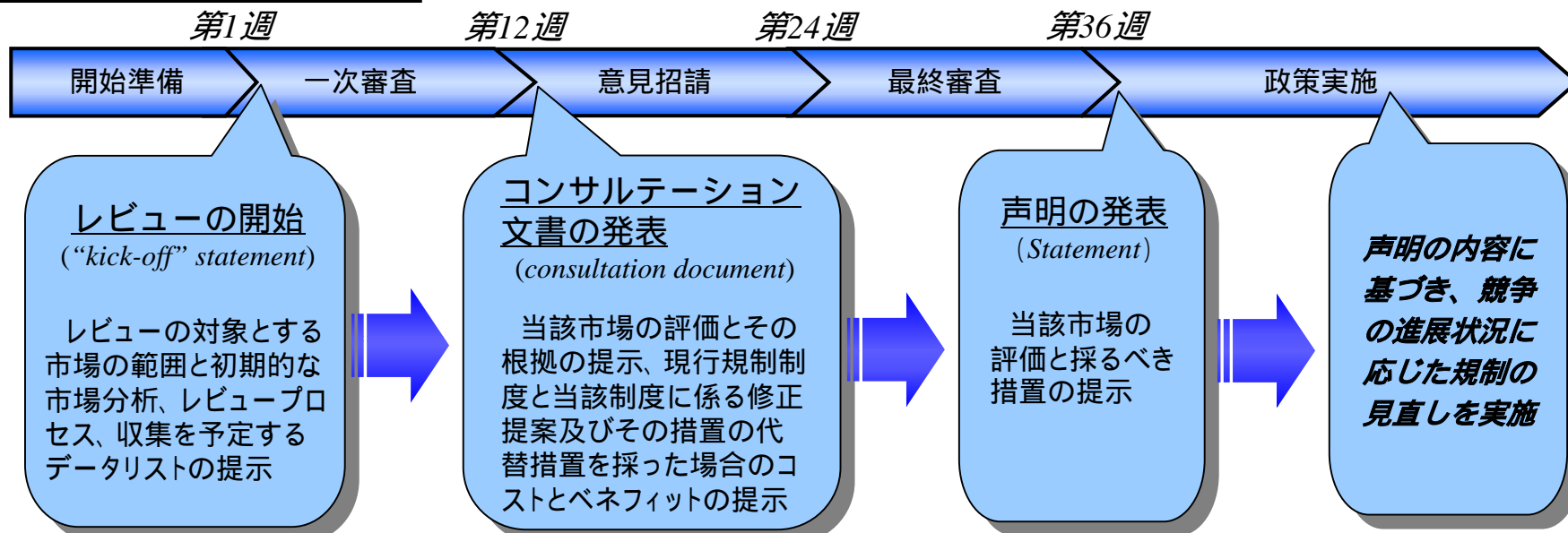
## 「有効競争」(Effective Competition)

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、2002年4月に公布・施行されたEU新指令に基づき、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8月 一部見直しがなされた

## レビューのプロセス



# 英国「有効競争レビューガイドライン」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。

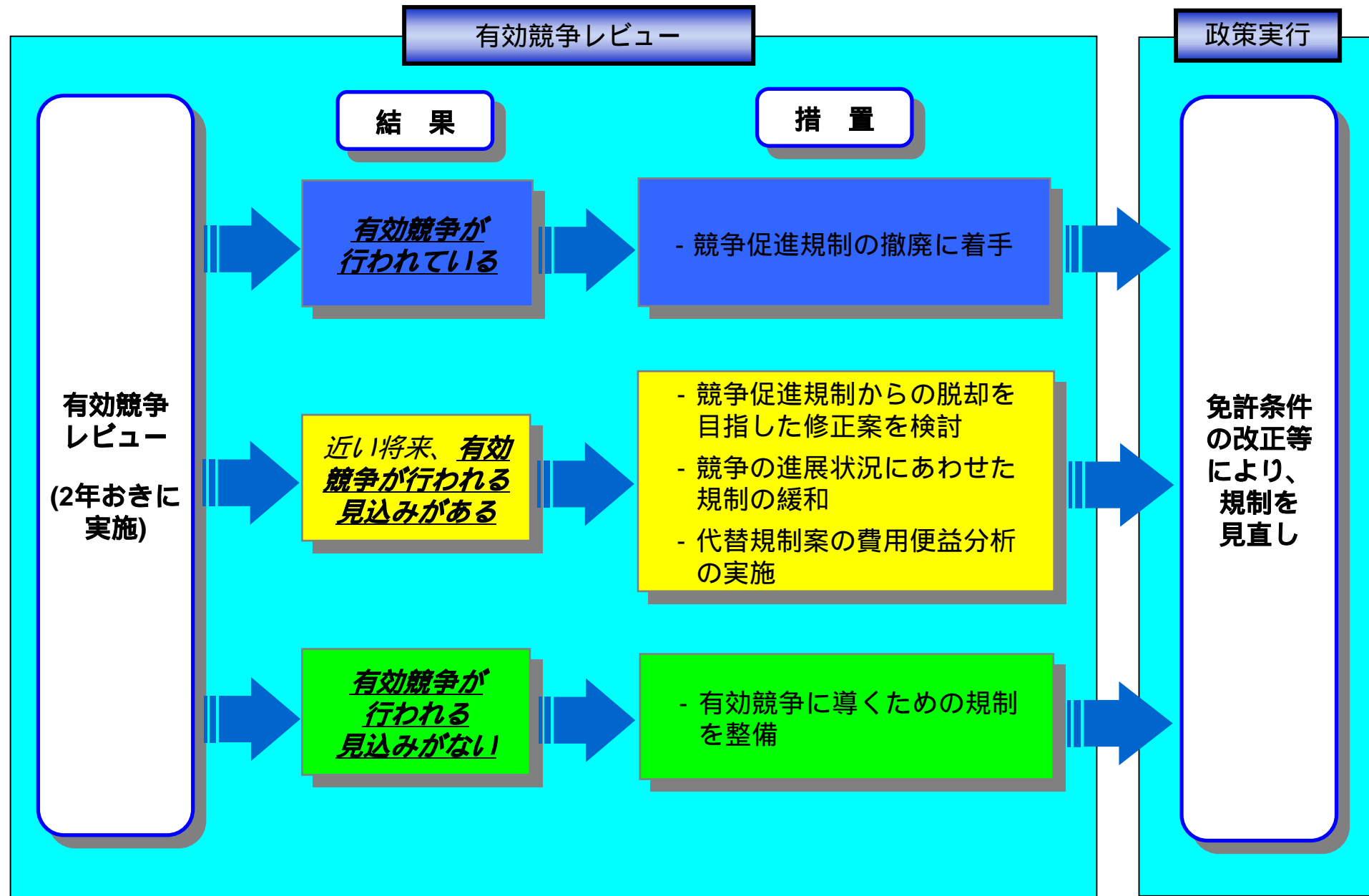
### 供給者の行動

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。

# 英国「有効競争レビュー」の結果から政策実行までの流れ



# 英国「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
<b>移動通信</b> <small>詳細については次頁参照</small>	2001年9月に声明が公表。次回は2002年後半から実施予定。 ・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(Significant Market Power)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
<b>ダイヤルアップ・インターネットアクセス</b>	2002年1月に声明が公表。次回は2002年後半から実施予定。 ・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。
<b>固定電話サービス</b>	2002年6月に声明が公表。次回は2004年に実施予定。 ・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。
<b>専用線</b>	2000年12月に声明が公表。次回は2005年初頭から実施予定。 ・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。
<b>広帯域サービス</b>	2004年後半から実施予定。（当初、2005年に実施を予定していたが、これについては、新たな市場セグメントであるので適切なタイムスケジュールであるとしていた。）
<b>インタラクティブTVに対するアクセスコントロール</b>	2002年前半から実施予定。（現時点では、開始声明は未公表。）
<b>デジタルTVに対する条件付アクセス</b>	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。）
<b>（ デリバリーチャンネルの融合 ）</b>	（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。

# FCCとFTCについて

## FCC（連邦通信委員会）

<b>委員長</b>	Michael K. Powell
<b>任 務</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>国際及び州際電気通信に係わる政策の企画・立案、規制・監督及び裁定等</li> </ul> <p>州内通信については、各州に設置された州公益事業委員会の管轄</p>
<b>組 織</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>委員会並びにその下に設置された6局及び10室から構成。</li> <li>委員会は上院の助言と承認を得て、大統領が任命する5名の委員をもって組織され、委員長は大統領が指名。</li> <li>各委員の任期は5年。同一政党に属する委員の限度は3名。</li> </ul>
<b>職員数</b>	約2,000名（2002年度）
<b>予 算</b>	約\$249B（2002年度）

## FTC（連邦取引委員会）

<b>委員長</b>	Timothy J. Muris
<b>任 務</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>クレイトン法又は連邦取引委員会法に基づく不公正競争・取引に係わる規制・監督及び審査・審判等</li> </ul> <p>ほとんどの州が各州独自の反トラスト法を制定し、州司法長官が施行</p>
<b>組 織</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>委員会並びにその下に設置された4局、3室及び8地方事務所から構成。</li> <li>委員会は上院の助言と承認を得て、大統領が任命する5名の委員をもって組織され、委員長は大統領が指名。</li> <li>各委員の任期は7年。</li> </ul>
<b>職員数</b>	NA
<b>予 算</b>	NA

## 両機関の連携・調整

- 通信事業者合併案件について、FCCは連邦通信法に基づく通信政策上の公益確保の観点から、司法省・FTCは反トラスト法に基づく競争政策の観点から、それぞれ審査を行うこととされている（次頁実例参照）。
- 連邦通信法第271条（RBOCのLATA間通信サービスへの参入）において、FCCによる司法長官へ協議条項あり。

# (例) AOLとタイムワナーの合併

## AOL (America Online, Inc.)

- ・ 米国最大のISP (約2600万人の加入者)
- ・ 事業収入69億\$、純利益12.3億\$、従業員数15,000人

## タイムワナー (Time Warner Inc.)

- ・ 米国2位のCATV事業を運営 (約1260万人の加入者、接続可能世帯数約2000万世帯)
- ・ 事業収入273億\$、純利益19.5億\$、従業員数69,700人

2000.1.10 合併計画の発表 { 株式交換による合併 (AOL株式1:新株1、タイムワナー株1:新株1.5)  
新会社の株式の55%をAOL株主、45%をタイムワナー株主が所有。

## FCC (連邦通信委員会)

合併が公共の利益に適うものかどうか審査  
委員5人全員一致により条件付き合併承認  
(条件)

### 高速インターネットサービスについて

- ・ 競合ISPへのCATV網の開放 (FTC条件により)
- ・ 顧客によるISP選択に際し系列ISPを有利に扱わないこと
- ・ 顧客の初期画面を非系列ISPが管理できること
- ・ 顧客への料金請求を非系列ISPが直接行えること
- ・ 標準技術性能を非差別的にISPに提供すること
- ・ 契約ISPのFCCへの契約開示を制限しないこと

### インスタント・メッセージ (IM) について

- ・ 以下の3条件のうちの1つを満たすまで、IMプロトコルを使ったビデオストリーミングのアプリケーションの提供禁止

サーバ間の相互運用性のための標準仕様の採用  
非系列プロバイダーの最低1社とサーバ間の相互運用性に関する契約を締結し、その後180日以内に2社との契約を追加すること

本制限が公共の利益と合致しないことの証明

### その他

- ・ AT&TのCATVとの排他的協定の禁止 等

(注) 事業収入等の数次は合併計画発表時のもの

## FTC (連邦取引委員会)

反競争的行為の有無について、反トラスト法に基づき  
審査

委員5人全員一致により条件付き合併承認  
(条件)

### 競合ISPへのCATV網の開放

- ・ 自社CATV網での自社ISPサービス提供前に、資本関係のない1社のISPサービスを利用可能とすること
- ・ 自社ISPサービスを提供可能としてから90日以内に、他の資本関係のない2社のISPサービスを利用可能とすること

競合ISP等によるAOLタイムワナーのネットワーク経由のコンテンツ配信を妨害しないこと

タイムワナーによるCATV回線の存在する地域であるか否かに関わらず、AOLは同条件でDSLサービスを提供すること

条件違反の場合、各違反につき11,000ドルの民事罰金  
本同意命令は5年間有効

2000.12.14

2001.1.11

AOLタイムワナー (AOL Time Warner Inc.) の成立

2001.1.12



# 通信法見直しに向けた米国連邦議会の動向

96年連邦通信法の枠組み自体には「規制緩和」と「規制強化」の双方向の動きがあり、現時点では  
いづれの法案も成立の見通しが立っていない。

## “The Internet Freedom and Broadband Deployment Act of 2001” [インターネット自由化及びブロードバンド普及法案 (H.R.1542)]

2001年4月24日、連邦下院のエネルギー・商業委員会のTauzine委員長をはじめとする複数の議員が共同で提出。(同年5月24日エネルギー・商業委員会を通過、2002年2月27日連邦下院を通過)

### 法案の概要

#### 高度サービスの迅速な普及のため、次の手法により市場のインセンティブを創出することが目的

高速データサービス、インターネット・バックボーンサービス、インターネット・アクセスサービスについて非規制化  
(例)光ループやパケット交換のUNE化を禁止

RBOCのLATA間サービス提供の禁止が高速データサービス及びインターネット・バックボーンサービスに及ばないことを明確化

競争する複数のISPをユーザが選択できることを確保

5年以内の全国達成を目指して、段階的なブロードバンドサービス普及義務

上記ブロードバンド普及法案の上院通過が困難との見通しに立ち、2002年4月30日、Breau上院議員らが「ブロードバンド規制均衡法案(S.2430)」を提出。その内容は、ブロードバンドサービス及びブロードバンドアクセスサービス並びに当該サービス提供会社に対する規制を公平にするという原則を掲げ、その実現のための具体的ルールをFCCに委ねている。

## “Telecommunications Fair Competition Enforcement Act of 2001” [電気通信公正競争執行法案(S.1364)]

2001年8月3日、連邦上院の商業・科学・運輸委員会のHollings委員長及び通信小委員会Inoue委員長が共同で提出。(未審議)

### 法案の概要

#### 96年電気通信法の相互接続関連規定の執行強化

新たな紛争処理制度の導入(293条)  
罰金の強化、三倍損害賠償(295条)等

#### 卸・小売分離の義務付け(機能分離又は構造分離)

全RBOCに対し、法律施行後1年以内に、卸売部門と小売部門の間に一定のファイアウォールを設け、機能分離することを義務付け

法律施行後2年以内に、RBOCが意図的に相互接続関連規定に違反した場合、小売部門の別会社化をFCCが命令。当該別会社との間は分離関連会社規定(272条)に定めるファイアウォールを適用。

# 米国の競争政策の見直しの動向

米国FCC（連邦通信委員会）は、現行の96年連邦通信法の枠内で競争政策の包括的な見直しに着手。複数のレポートを相次ぎ発表（2001年11月～翌年3月）しているが、政策決定には未達。

## 原則及び政策目標

1. インターネットへのブロードバンドアクセスに係るユビキタスな利用可能性をすべての国民が確保できるよう促進
2. ブロードバンドサービスの多様なプラットフォーム（DSL、CATV、衛星等）による競争の促進
3. ブロードバンドサービスを最低限の規制環境に置くことにより投資と技術革新を促進
4. 多様なプラットフォームに可能な限り整合的な分析の枠組みを開発

公表日 (告示日)	意見招請項目	意見提出 期 限	応答意見 提出 期限
2001.11.19 (2001.11.30)	UNE（アンバンドル構成要素）のパフォーマンス評価基準に関するNPRM（Notice of Proposed Rule Making） ～全米で統一的な基準の在り方～	2002. 1.22	2002. 2.12
2001.11.19 (2001.12.10)	州際専用アクセスサービスのパフォーマンス評価基準に関するNPRM ～全米で統一的な基準の在り方～	2001. 1.22	2002. 2.13
2001.12.20 (2002. 1.15)	ILEC（既存地域電話会社）によるブロードバンド電気通信サービスに関するNPRM ～既存事業者によるブロードバンドサービスに係る規制上の取扱い～	2002. 3. 1	2002. 4. 1
2001.12.20 (2002. 1.15)	UNEに関する3年目の包括的レビュー ～地域電話網のアンバンドルルールの在り方～	2002. 3.18	2002. 4.18
2002. 2.15 (2002. 2.28)	固定系ブロードバンドアクセスに関するNPRM ～インターネットへの固定系ブロードバンドアクセスサービスに関する規制の 枠組みの在り方～	2002. 4.15	2002. 5.14
2002. 3.14 (2002. 4.17)	ケーブルモデムに関するNPRM ～ケーブルモデムを情報サービスと位置づける規制の在り方～	2002. 6.17	2002. 7.16



# パフォーマンス評価基準に関する見直し

FCCは、ILEC（既存地域通信事業者）がCLEC（競争的地域通信事業者）にUNE（アンバンドル網構成要素）や専用アクセスサービスを提供する際のパフォーマンス評価基準を連邦レベルで統一化することを提案。

（目的）

- ・ I L E C が自己利用と同等の設備やサービスを C L E C に対し提供する際の公平性の担保
- ・ 州毎に異なる規制を課すことによる事業者負担の軽減
- ・ 基準違反に対する自己是正措置を含む執行制度の確立

ベルアトランティックNY（現ベライゾン）のLATA間市場参入許可に当たっては、州公益事業委員会は、UNE・再販・接続・コロケーションの4区分に150項目超の詳細なパフォーマンスデータの毎月の報告義務、基準に達しない場合の罰金の自発的提供等のパフォーマンス保証計画の提出を求めた。

州レベルの規制を連邦の規律へ統合・簡素化

ベライゾン：ニューヨーク、マサチューセッツ、コネチカット、ペンシルバニア、ロードアイランド、バーモント、メイン、ニュージャージーの各州、  
SBC：テキサス、オクラホマ、ミズーリ、アーカンソーの各州、  
ベルサウス：ジョージア、ルイジアナの各州  
（全米で合計15州）において、LATA間市場参入が認められている(2002.9.11現在)。

## パフォーマンス基準（12項目）

### 【事前調査評価】

1. I L E C は、C L E C からの事前の照会に迅速かつ合理的な対応を行っているか（O S S 事前調査）

### 【契約申込評価】

2. C L E C からの契約申込に対して、I L E C が当該契約申込の確認とサービスの提供期日の通知に要する期間
3. 契約申込の完了からC L E C への通知の間までに要する時間
4. I L E C が、期限に適合できない危険性を事前に通知する「期限前未達成通知」を発出した割合

### 【開通工事評価】

5. 契約申込が開通予定期限前または当日に完了する割合
6. I L E C が開通予定期限に遅れた場合の平均遅延期間
7. 契約申込の完了から30日後までに、C L E C から障害報告が行われた割合（開通品質）
8. I L E C の設置担当者がC L E C 顧客に関して予約欠損した回数
9. 各報告期間末に開通予定期限を超過している回線の割合

### 【保守・修理評価】

10. 一定の期間内に報告された回線及び回路障害の割合
11. 30日以内に再発生した障害通知の割合
12. C L E C が障害通知を提出した後、I L E C がサービス復旧に要する時間

# ILECによるブロードバンドサービスに関する見直し

FCCは、ブロードバンド市場の成長と投資拡大に向けた適切なインセンティブを確保するため、ILECに対するドミナント規制をブロードバンドサービスの提供に関して如何にすべきかの検討を開始。

(状況認識)

- ・新たなネットワーク(CATV、衛星、固定無線等)によるブロードバンドサービスの提供が可能となり、従来の電話網の代替が進行。
- ・特に公衆向けサービスは揺籃期にあり、巨額の設備投資と技術革新が必要。

## 検討の手法

ILECが提供するブロードバンドサービスと代替性のある関連サービス市場(relevant service market)の画定の在り方の検討

- 公衆市場とビジネス市場との分類の適切性
- ビジネス市場を大規模市場と中小規模市場に分類する必要性
- 卸市場と小売市場(特に他サービスとの組合せ提供の場合)との分類の必要性
- xDSL、ケーブル、衛星、固定無線、移動無線等の代替性
- 大規模市場におけるフレームリレー、ATM等の代替性
- 公衆市場の狭帯域・低速サービスと広帯域・高速サービスの代替性
- 既存事業者による電話サービスとブロードバンドサービスの提供に係るバンドル性

関連地域市場(relevant geographical market)の画定の在り方の検討

同等のサービスを競争的に選択できるすべての利用者をまとめて、同一市場とみなす手法の適切性。

## 市場支配力の分析 (market power analysis)

同一の関連サービス・地域市場で既存事業者が市場支配力を行使し得るかどうか検証。

高い市場シェアを背景とした価格吊り上げの可能性

競合事業者に対するボトルネック設備へのアクセス制限等による価格吊り上げの可能性

また、異なる技術(ケーブル、衛星、移動無線等)間の代替性・競合性について検証。

## ILECによるブロードバンドサービスの提供に関する適切な規制の在り方の検討

現行の規制の必要性、規制緩和・代替的規制の可能性等を勘案し、競争進展とブロードバンドネットワークの普及等の観点から、ILECがブロードバンドサービスにおける市場支配力を有するかどうかを判断し、ILECのブロードバンドサービスの提供についてノドミナントと認定するか否かを検討。

(注) FCC "Review of Regulatory Requirements for Incumbent LEC Broadband Telecommunications"(Dec. 20, 2001) を基に作成。

# UNEに関する3年目の包括的レビュー

FCCは、市内競争促進のためILECのボトルネック設備であるネットワーク構成要素をアンバンドルして競争事業者に提供することを求め（96年連邦通信法第251条）、1996年にUNE (Unbundled Network Elements) の提供義務に関する規則を制定。

その後、1999年の連邦最高裁判決を受け、「UNE Remand Order」を発出してUNEの範囲を見直し、さらに3年毎に見直す旨を規定。今回のレビューは、その一環。

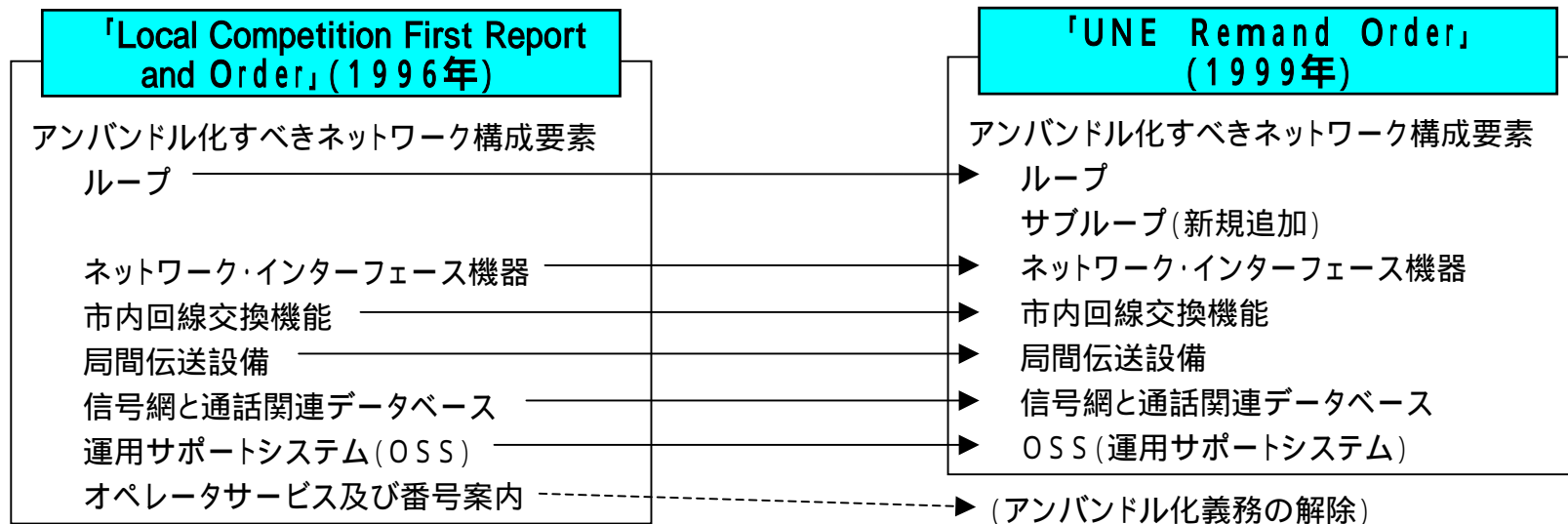
参考

連邦通信法第251条(d)

(2) アクセス基準 - 委員会は(ネットワーク構成要素のアンバンドル義務の)目的のために利用可能にしなければならないネットワーク構成要素を決定するに当たり、**最低限**次の事項を考慮しなければならない。

(A) 性質上独占的なネットワーク構成要素へのアクセスの**必要性の存否**

(B) ネットワーク構成要素へのアクセスを提供しないことによる、アクセスを求めている電気通信事業者のサービス提供能力に対する**阻害性の存否**



## 今回の見直しの具体的検討項目

上記の7つのアンバンドル化すべきネットワーク構成要素について、より詳細な分類に基づく「必要性」・「阻害性」の判断により、アンバンドル義務を軽減すべきか否かを検討

例) 光ファイバーをUNEの対象から除外すべきか

・大都市か否かの地理的要因や、住宅用顧客であるか事業用顧客であるかの顧客要因等を考慮すべきか

(注) FCC "Review of Section 251 Unbundling Obligations of Incumbent Local Exchange Carriers," (Dec. 20, 2001)を基に作成。

# 固定系ブロードバンドアクセスに関する見直し

## 検討の前提

固定系ブロードバンドインターネットアクセスサービスを「電気通信サービス(telecommunication service)」とはしないで、「電気通信の構成要素」を利用した「情報サービス (information service)」と分類する旨の暫定的な結論。

固定系ブロードバンドインターネットアクセスサービスを提供するための伝送サービスの要素は“telecommunications”であるが“telecommunications service”ではないとの位置づけ。

## 効果

情報サービスと位置づけられれば、例えばxDSLサービスには連邦通信法における第 編「公衆通信事業者」に係る規制(料金規制・接続規制等)が適用されなくなる。

## 固定系ブロードバンドアクセスに関する検討項目

そもそも固定系ブロードバンドインターネットアクセスサービスは「情報サービス」に分類されるべきか。例えばxDSLの卸売は、単なる要素としての「電気通信」と捉えるべきか、「電気通信サービス」と捉えるべきか。コンピュータ裁定(Computer Inquiry)によるネットワークアクセスに係る要請は、修正又は削除されるべきか。国家の安全、ネットワークの信頼性、利用者保護等の義務をブロードバンドインターネットサービスに適用すべきか。

ユニバーサルサービス基金の拠出義務の範囲は見直されるべきか(電気通信キャリアに限定せず、広く設備ベースのブロードバンドインターネットアクセス提供者(ISP等)からも売上の全部又は一部からの拠出を求めるべきか。)

## ケーブルモデムに関する検討項目

ケーブルモデムを用いたブロードバンドサービスについて、ケーブルサービスでもなく、電気通信サービスでもなく、「情報サービス」と分類すると結論づけ、必要な規制の枠組みを検討。

(注) FCC “Appropriate Framework for Broadband Access to the Internet over wireline facilities : Universal Service Obligations of Broadband Providers,” (Feb. 14, 2002)等を基に作成。

## 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、2003年1月に最終稿が確定した。

### 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
	参入障壁の存在 / 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）



---

「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」における  
ケーススタディの概要

---

# 1. ケーススタディの目的と対象

～ 本研究会の議論を具体的・実践的なものとするために～

● 本ケーススタディは、市場画定や競争状況の評価の際の考え方や課題等の競争評価手法について具体的に議論・検討することを目的に、マスメディア向けサービス市場において実際に取引されているADSL、固定電話、携帯電話の3サービスを対象として行うものである。

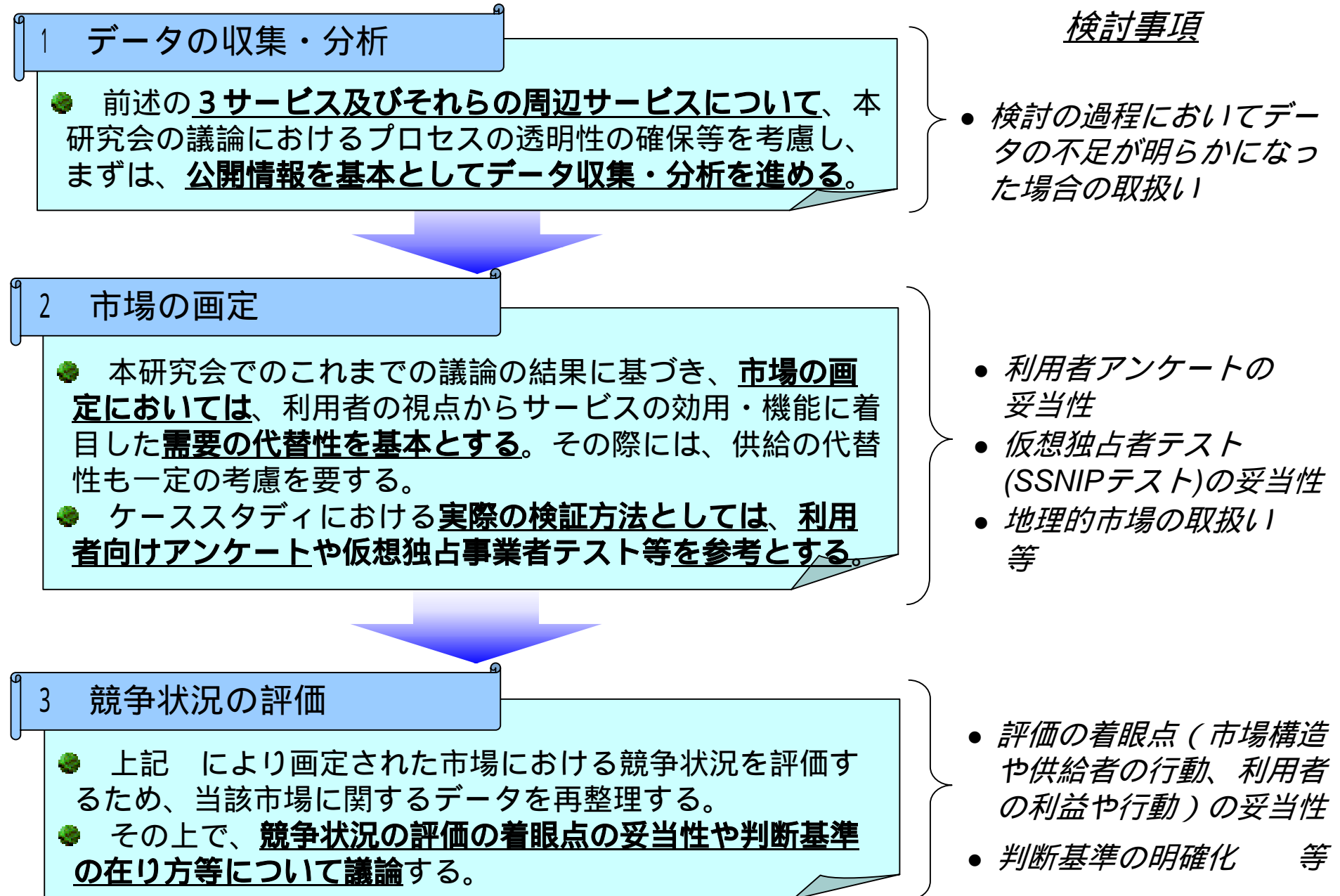
なお、本ケーススタディは、上記目的のとおり、その対象3サービスをいわゆる「ADSL」、「固定電話」及び「携帯電話」市場として画定し、当該市場における競争状況を評価することを意図したものでないことは言うまでもない。

● なお、ADSL、固定電話、携帯電話を対象として取り上げるのは、以下の理由によるものである。

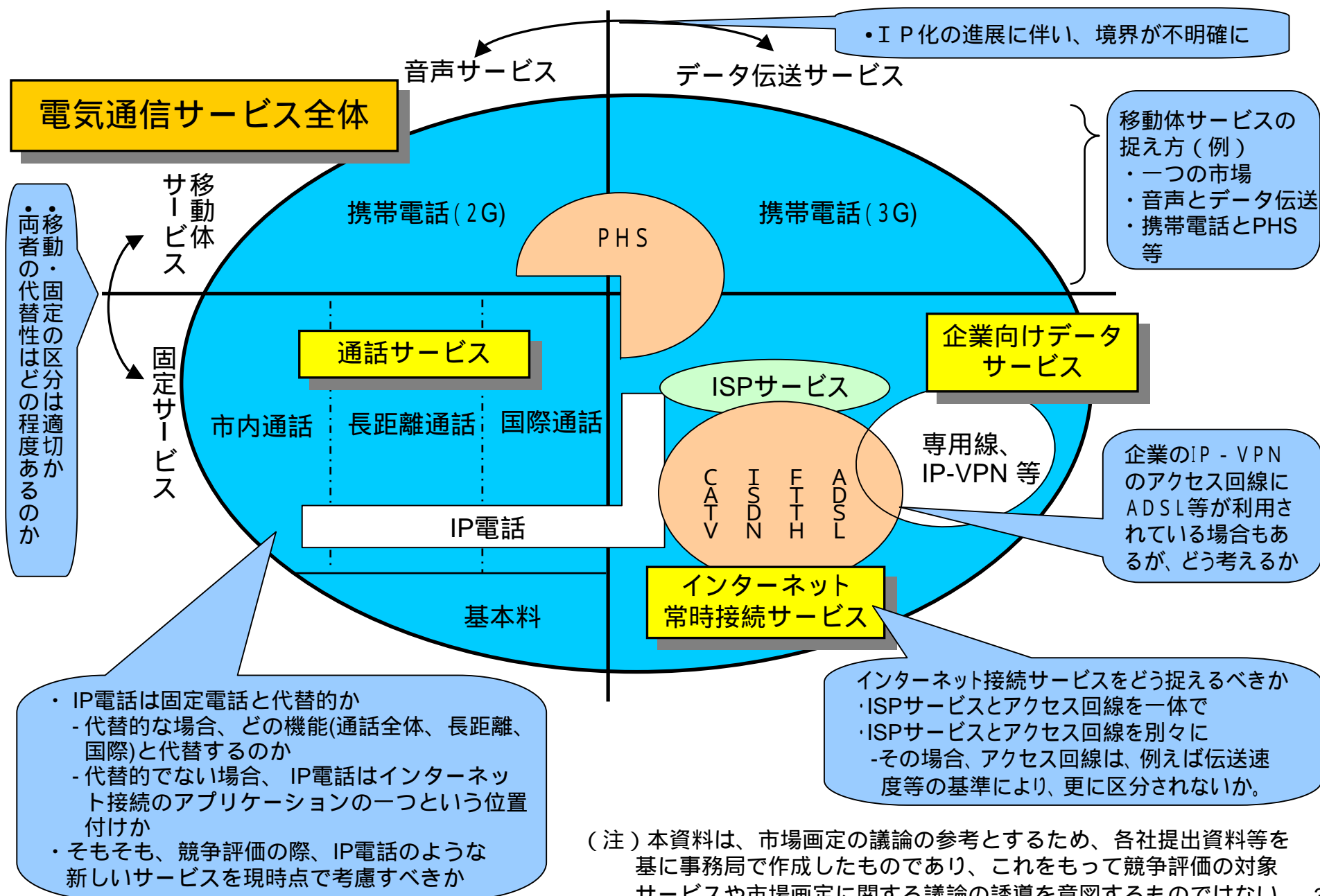
- (1) ADSL・・・ADSLは、近年、加入数が急激に増加している代表的な高速インターネット接続サービスである。また、他にも複数のインターネット接続サービスが存在し、それらと同一サービスとして市場が画定されるかどうかによって競争状況の評価は、大きく変わる可能性がある。このため、複数のサービスとの代替性を多角的に検討するケースとして優れている。
- (2) 固定電話・・・固定電話は、加入数の多い代表的な電気通信サービスであるが、近い将来にIP電話等の新技術により代替されていく可能性が指摘されている。また、設備のボトルネック性を有している。このため、従来と異なる新技術の市場画定に与える影響やボトルネック設備の存在が競争状況に与える影響等を検討するケースとして優れている。
- (3) 携帯電話・・・携帯電話は、加入数が固定電話を上回る代表的な電気通信サービスである。また、設備のボトルネック性を有していないが、電波資源の有限性の故に参入事業者が限られる特性がある。このため、有線とは異なる無線の特徴を反映する競争評価の必要性の有無等を検討するケースとして優れている。



## 2. ケーススタディの進め方



# 【参考】第7回会合提出資料 市場の画定に係る諸論点(イメージ)



---

# 利用者アンケートの試行結果 (分析編)

---

# 1. 利用者アンケートの概要 (1/2)

## 1 利用者アンケートの実施目的

- 研究会における市場画定及び競争状況の評価の際の考え方や課題等を明らかにするためのケーススタディの一環として、競争評価、特に市場画定の重要な指標の一つと考えられる**利用者意識の把握に係る利用者アンケートの有用性、限界等を検証**するとともに、その**具体的方法を検討**する。

## 2 利用者アンケートの着目点

- これまでの研究会において、市場の画定に当たっては、利用者の視点からサービスの効用・機能に着目した**需要代替性を中心に判断する旨の方向性が示されている**ところ。
- このため、本アンケートは、市場画定の際の主たる判断材料と考えられる「**利用者サイドの需要代替性**」に着目し、**それらに係る利用者意識を可能な限り把握**するよう、アンケートの設問を設定した。
- 具体的には、ケーススタディ対象サービス及びその周辺サービスについて、市場のサービスの利用状況、主な利用シーン、サービス間の優劣の比較経験等の設問を通じて、前頁の市場画定に係る基準（仮説）の妥当性の検証等を行うものである（具体的設問については参考資料1参照）。

## 3 利用者アンケートの実施時期等

- **1月下旬**、外部業者への委託により**インターネットを利用して実施**（結果については、次頁以降及び参考資料1を参照）。
- なお、回答回収数は2,000（2-3頁参照）。

# 1. 利用者アンケートの概要 (2/2)

## 4 サンプル抽出方法等

- ネット調査会社が把握している属性データのうち、  
人口規模に応じた都市区分（「都市人口規模」）  
年齢層（「世代」）  
に着目し、我が国全体の人口分布におけるそれらの構成比に応じて、サンプルを抽出した。  
（なお、性別についても著しい偏りが無いよう考慮した。）  
その上で、同データに基づき、  
ADSLの利用の有無  
に応じて、2グループのサンプル集団を抽出した。
- なお、ネット調査会社によりサンプルの詳細な属性が予め把握されており、かつ、それらを利用可能なことから、本アンケートにおいては、回答者の負担を軽減するために回答者自身によるフェイスシートの記入は行わないこととした。

ネット調査会社においては、モニター登録者の以下の属性を把握しており、これらとアンケート結果とを組み合わせた様々な集計が可能。ただし、サンプル抽出段階において考慮していない属性については、サンプル集団の構成比と我が国全体の構成比が大きく異なる可能性があり、当該属性を用いた分析を行う際には、十分留意が必要。

- |            |           |           |            |
|------------|-----------|-----------|------------|
| • 性別       | • 世代      | • 都市人口規模  | • 独身・既婚    |
| • ネット利用場所  | • ネット接続環境 | • ネット利用時間 | • 携帯電話     |
| • 家族の世帯携帯  | • 同居家族の人数 | • 子供の人数   | • 世帯年収     |
| • 職業分類     | • 業種分類    | • 職種分類    | • 自家用車     |
| • 勤務先の従業員数 | • 最終学歴    | • コンビニ    | • クレジットカード |
| • 自宅の種類    | • 地域分類    | • 生命保険    | • 銀行       |
| • 新聞       | • テレビ視聴時間 | • ラジオ聴取時間 |            |

## 2. 利用者アンケートの結果の概要 (1/2)

### 1 回答回収者の属性

● 回答回収者の属性については、下表のとおり、サンプル抽出段階において想定した構成比をほぼ満足しており、ほぼ妥当な結果が得られたと考えられる。

年齢階層	都市人口規模	東京23区及び 政令指定都市	市部			町村	合計	【参考】20代～50代に おける構成比
			～30万	30～10万	10万～			
20代	度数	104	76	102	83	105	470	26%
	全体に占める割合	5.2%	3.8%	5.1%	4.2%	22.3%	23.5%	
30代	度数	113	98	100	90	115	516	24%
	全体に占める割合	6%	5%	5%	5%	22%	26%	
40代	度数	112	93	110	99	110	524	23%
	全体に占める割合	5.6%	4.7%	5.5%	5.0%	21.0%	26.2%	
50代	度数	111	93	108	88	90	490	27%
	全体に占める割合	5.6%	4.7%	5.4%	4.4%	18.4%	24.5%	
合計	度数	440	360	420	360	420	2,000	100%
	全体に占める割合	22%	18%	21%	18%	21%	100%	
【参考】総人口における構成比		22.0%	18.0%	21.0%	18.0%	21.0%	100.0%	---

	男性	女性	合計
度数	1,032	968	2,000
全体に占める割合	51.6%	48.4%	100.0%
【参考】総人口における構成比	48.7%	51.3%	100.0%

平成12年度国勢調査の結果に基づく。

## 2. 利用者アンケートの結果の概要 (2/2)

### 2 利用者アンケートの結果 (電気通信サービスの利用状況) 及び留意点

- 本アンケートの結果に基づくケーススタディ対象のADSL、携帯電話及び固定電話並びにそれらの周辺サービスの利用状況については、下表のとおり。
- **本アンケートの回答者は、ネット調査会社にモニター登録するようなIT利用者であることから、一般的国民に比べ、比較的新しい電気通信サービスについては利用率が高いと推測され、アンケート結果の分析に当たっては一定の考慮が必要と考えられる。**また、サンプル抽出の際にADSL利用の有無を考慮したことから、固定電話及び携帯電話の分析に際しては、その影響について一定の留意が必要である。
- なお、**インターネット接続サービスの利用状況については、本アンケートの実施方法がインターネットを利用したものであること、サンプル抽出段階でADSL利用の有無を考慮したこと等から分析が困難であるが、一般的国民に比べ、常時接続及びブロードバンドの比率が高いと推測される。**

インターネット接続サービス	ダイヤルアップ	ADSL	常時接続ISDN	FTTH	CATV	FWA	その他	無回答
度数	293	1,000	245	59	348	12	42	1
回答者(2,000)に占める割合	15%	50%	12%	3%	17%	1%	2%	0%

ADSLの利用・未利用については、ネット調査会社の有する属性データにより既知。

上記 以外の電気通信サービス		固定電話 <sup>1</sup>	IP電話 <sup>1</sup>	携帯電話 <sup>2</sup>	PHS <sup>2</sup>	その他	いずれも未利用
度数	ADSL利用者	881	200	742	86	3	32
	ADSL未利用者	897	16	780	74	1	22
	合計	1,778	216	1,522	160	4	54
回答者(2,000)に占める割合		88.9%	10.8%	76.1%	8.0%	0.2%	2.7%
【参考】普及率 <sup>3</sup>		91.2%	4.0%	58.2%	4.4%	---	---

1 世帯で利用。

2 個人で利用。

3 東西NTTの住宅用固定電話加入数はH14.3月末現在、IP電話契約数はH15.1月末現在の主要10社合計、携帯電話及びPHSの契約数はH15.1月末現在、人口又は世帯数はH12国勢調査の結果に基づく。

### 3 . ADSLに係る市場画定の仮説とアンケート結果に基づく検証(1/6)

#### 1 利用者アンケート設計段階に推測した市場画定の主な判断基準（仮説）

- ADSL及びその周辺サービス(固定電話<sup>1</sup>によるダイヤルアップ、常時接続・定額制ISDN、CATVインターネット、FWA及びFTTH)について市場画定する際、次の事項が判断基準として重要と推測した<sup>2</sup>。

常時接続・定額制

通信速度

複合的な機能の有無 等

1 加入電話及びISDN

2 重要度・優先順位は降順

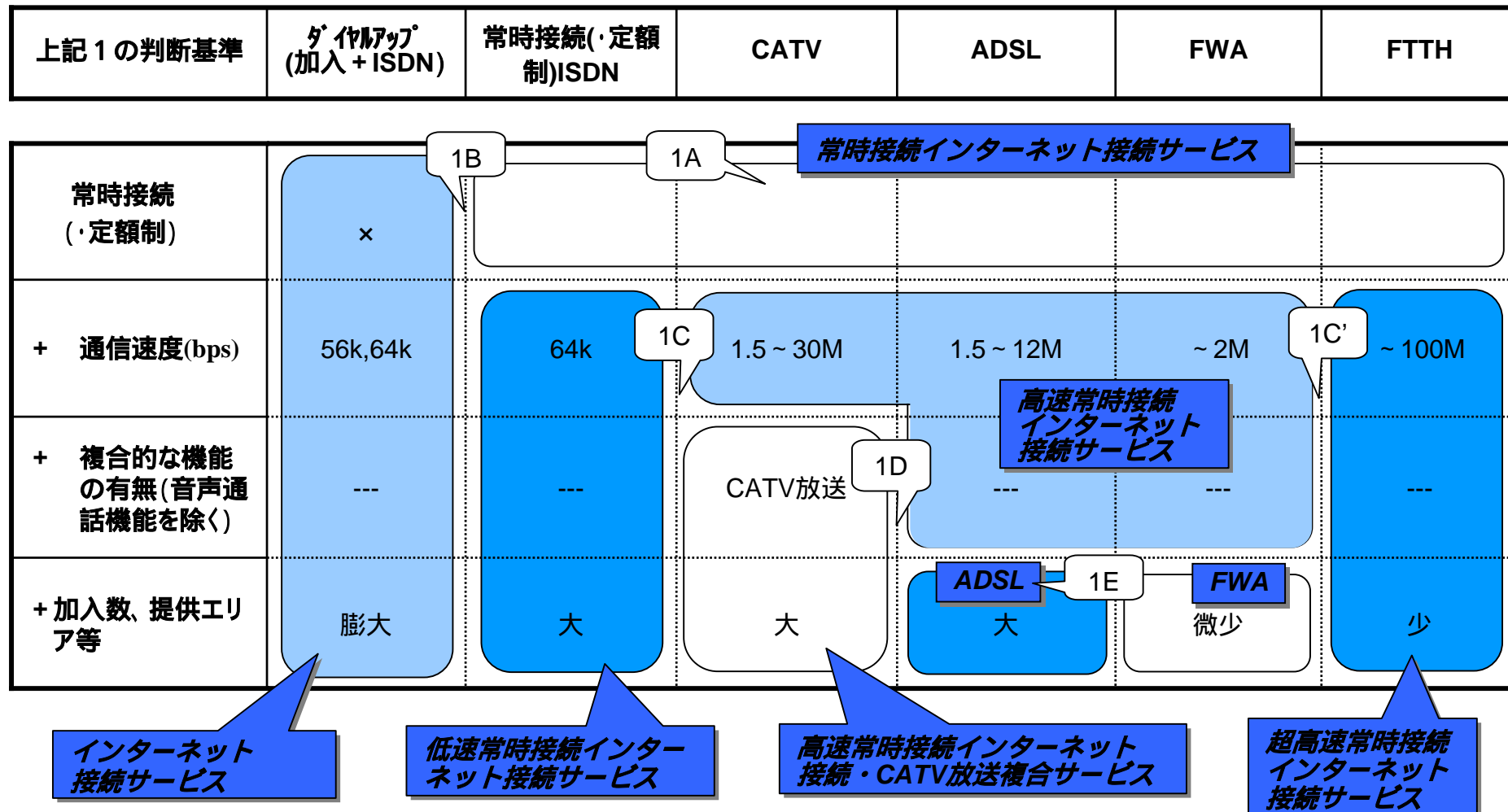


### 3. ADSLに係る市場画定の仮説とアンケート結果に基づく検証(2/6)

2 1の仮説に基づく市場画定のイメージ(例)

凡例： 次頁以降の行番号

画定された市場イメージ



【注】上表の市場(イメージ)は行毎に平行でなく、重層的に画定される可能性あり。

### 3 . ADSLに係る市場画定の仮説とアンケート結果に基づく検証(3/6)

#### 3 アンケート結果に基づく検証

【注】FWAについては、6頁に示すとおり、回収回答数が極めて少ないため、本アンケートに基づく市場画定の対象足り得ない可能性が大きい点に留意が必要。

検証内容	アンケート設問	分析結果
判断基準 (仮説) の妥当性	ADSL利用者に対する設問(以下、「利」) Q1-3: ADSLの利用理由 回収回答数N=1,000	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ ADSLの利用理由の上位には、常時接続性57%、通信速度46%、料金の安さ40%、定額料金29%があげられており、これらが利用者にとってADSLを選択する際の重要な判断基準であったと推測される。</li> <li>➤ 特に、上位の2項目については、ADSLの機能面の特徴でもあることから、ADSL及びその周辺サービスとの需要代替性を検証する上で、妥当な判断基準であると推測される。</li> </ul>
	利Q1-4-1: ADSLへの変更理由 N=980	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 以前利用していたインターネット回線からADSLへの変更経験者の当該変更理由の上位には、通信速度65%、常時接続性52%、料金の安さ30%、定額料金28%があげられている。</li> <li>➤ この結果は上記Q1-3の結果とほぼ同じであり、上記判断基準の妥当性がより強く推測される。</li> <li>➤ なお、Q1-3の結果に比べ、通信速度が変更理由としてより多くあげられていることから、インターネットの利用経験者にとっては、他の事項に比べ、通信速度(=より快適なインターネット接続環境への欲求?)がより重要な判断基準となっている可能性が高いと推測される。</li> </ul>
	ADSL未利用者に対する設問(以下、「未」) Q1-4: ADSLの未利用理由 N=1,000	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ ADSLの未利用理由の上位には、導入の煩雑さ35%、現行の通信速度で満足32%、料金の高さ15%、提供エリア外15%、ADSLをよく知らない12%、常時接続性関連11%があげられており、インターネット接続回線を選択する際の判断基準として判別可能な項目は、通信速度、料金、常時接続性であると推測される。</li> </ul>

### 3. ADSLに係る市場画定の仮説とアンケート結果に基づく検証(4/6)

検証内容	アンケート設問	分析結果															
1A	利Q1-2：他回線との比較経験 × 利Q1-3：ADSLの利用理由	➤ ADSL利用者は、他回線と比較してADSLを選択した理由の上位として、 <table border="1" data-bbox="969 417 2126 632"> <tr> <td>ダイヤルアップと比較 (N=355)</td> <td>常時接続 (57%)</td> <td>通信速度 (49%)</td> </tr> <tr> <td>常時接続ISDNと比較 (N=277)</td> <td>通信速度 (56%)</td> <td>常時接続 (54%)</td> </tr> <tr> <td>FTTHと比較 (N=158)</td> <td>料金 (56%)</td> <td>常時接続 (46%)</td> </tr> <tr> <td>CATVと比較 (N=298)</td> <td>常時接続 (48%)</td> <td>料金 (46%)</td> </tr> <tr> <td>FWAと比較 (N=20)</td> <td>料金 (50%)</td> <td>常時接続 (50%)</td> </tr> </table> をそれぞれあげている。 ➤ FTTH、CATV及びFWAについては、価格面を主体にADSLと比較されており、利用者は、ADSLと比較して通信速度等の機能面では大きな劣位に見なしていると推測されることから、 <b>ADSL、CATV、FWA及びFTTHを同一市場と捉えることに一定の合理性があると推測される。</b>	ダイヤルアップと比較 (N=355)	常時接続 (57%)	通信速度 (49%)	常時接続ISDNと比較 (N=277)	通信速度 (56%)	常時接続 (54%)	FTTHと比較 (N=158)	料金 (56%)	常時接続 (46%)	CATVと比較 (N=298)	常時接続 (48%)	料金 (46%)	FWAと比較 (N=20)	料金 (50%)	常時接続 (50%)
ダイヤルアップと比較 (N=355)	常時接続 (57%)	通信速度 (49%)															
常時接続ISDNと比較 (N=277)	通信速度 (56%)	常時接続 (54%)															
FTTHと比較 (N=158)	料金 (56%)	常時接続 (46%)															
CATVと比較 (N=298)	常時接続 (48%)	料金 (46%)															
FWAと比較 (N=20)	料金 (50%)	常時接続 (50%)															
1B	利Q1-1：利用可能なインターネット 接続回線(ダイヤルアップ) N=898 (/1,000) × 利Q1-2：他回線との比較経験 (ダイヤルアップ以外) N=577 (/898) 利Q1-4：過去の利用回線(ダイヤルアップ) × 利Q1-4-1：ADSLへの変更理由 N=629 (/1,000) 未Q1-1：現在の利用回線(ダイヤルアップ) × 未Q1-4：ADSLの未利用理由 × 世代・性別・都市人口規模・ インターネット利用時間 N=244	➤ ADSLを選択した際、ダイヤルアップが利用できる環境であるにも係わらず、ダイヤルアップを比較対象に含めなかったADSL利用者は64%(577/898)にのぼっている。 ➤ 上記より、 <b>ADSL利用者は、「常時接続性」及び「通信速度」の判断基準に基づき、ダイヤルアップを別市場と捉えている可能性が高いと推測される。</b> ➤ <b>ダイヤルアップからADSLに変更した理由の上位は、常時接続性66%、通信速度57%、定額制34%、料金の安さ29%であり、これらの観点から、ADSL利用者は、ダイヤルアップを別市場と捉えている可能性が高いと推測される。</b> ➤ <b>ダイヤルアップ利用者がADSLを利用しない理由の上位には、料金の高さ(25%)、提供エリア外(18%)のほか、常時接続不要(18%)及び常時接続時のセキュリティ上の不安(5%)があげられている。</b> ➤ <b>これらの観点から、特にインターネットのライトユーザ層にとって、ダイヤルアップはADSLと別市場である可能性が高いと推測される。</b> ➤ <b>ダイヤルアップ利用者について、世代及び都市人口規模の属性においては明確な特徴は見いだせなかったが、</b> ・インターネット利用時間：1週間に90分未満が55%(134/244) ・都市人口規模別：10万以下の市部及び町村部が49%(120/244) となっており、ADSL未利用者全体と比べて明確な差異がある。このため、これらの属性を有する利用者の一部がインターネットのライトユーザ層を形成している可能性があると推測される。															

### 3. ADSLに係る市場画定の仮説とアンケート結果に基づく検証(5/6)

検証内容	アンケート設問	分析結果
1C	利Q1-4：過去の利用回線(常時接続ISDN) × 利Q1-4-1：ADSLへの変更理由 N=256	➤ 常時接続ISDNから変更したADSL利用者の変更理由は、殆んどが通信速度(87%)であって、次いで料金の安さ(32%)となっており、 <b>ADSLからISDNへの代替性は低い</b> と推測される。
1C'	利Q1-15：ADSLに係る料金引き上げへの反応 N=1,000 × 利Q1-16-1：(FTTHへの)変更理由 N=207	➤ 本設問の妥当性の分析については、2-22頁参照。 ➤ ADSL料金が上昇した場合、他回線への変更意志を有するADSL利用者(27%)のうち、FTTHへの変更意向はその78%(207/266)を占めている。 ➤ ただし、その変更理由は「いずれ変更する予定」が多く(75% 155/207)、価格変動に対する反応ではなく、将来の利用意向によるものと考えられる。
	Q3-1：将来の利用意向 利N=1,000 × Q3-2-7：FTTHの利用意向の理由 利：N=361、未：N=305	➤ 将来FTTHを利用する意向を有するADSL利用者は36%であるが、FTTH(36%)及びADSL(62%)以外のインターネット接続回線の利用意向は少ない。 ➤ FTTHを将来的に利用したいというADSL利用者の意向の理由は、通信速度が93%を占めており、 <b>特にADSL利用者については、通信速度の観点から、FTTHは上位代替関係にあると捉えている可能性が高い</b> と推測される。 ➤ 現時点において、FTTHは普及率が低く、本設問の結果が示すとおり、将来的な発展性・可能性を多分に期待している向きが多いと考えられ、FTTHに係る市場画定は時期尚早の感もある。
1D	Q3-1：将来の利用意向 N=2,000 × Q3-2-8：CATVの利用意向の理由 利：N=79、未：N=291	➤ ADSL未利用者の29%が将来CATVを利用する意向を有しているが、当該意向の理由としては、継続利用のほか、TV放送の視聴(36%)があげられている。 ➤ このため、 <b>CATVについては、インターネット接続サービス以外の機能を重視している一定の利用者が存在している</b> ことが推測される。

### 3 . ADSLに係る市場画定の仮説とアンケート結果に基づく検証(6/6)

検証内容	アンケート設問	分析結果															
1E	未Q1-1：現在の利用回線 N=1,000 × 未Q1-4：ADSLの未利用理由 N=1,000	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ ADSLの未利用理由の上位として、「現状のサービスで満足」(32%)、「料金の高さ」(15%)のほか、「工事等導入が煩雑」(35%)があげられている。</li> <li>➤ ADSLの未利用理由について、現在の利用回線別で見た場合、               <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <tr> <td style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">ダイヤルアップ (N=244)</td> <td style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">導入が煩雑 (41%)</td> <td style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">料金の高さ (25%)</td> </tr> <tr> <td style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">常時接続ISDN (N=247)</td> <td style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">導入が煩雑 (44%)</td> <td style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">提供エリア外23%</td> </tr> <tr> <td style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">FTTH (N=60)</td> <td style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">現状に満足 (42%)</td> <td style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">導入が煩雑 (18%)</td> </tr> <tr> <td style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">CATV (N=332)</td> <td style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">現状に満足 (61%)</td> <td style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">導入が煩雑 (27%)</td> </tr> <tr> <td style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">FWAと比較 (N=14)</td> <td style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">導入が煩雑 (29%)</td> <td style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">現状に満足 (21%)</td> </tr> </table> </li> </ul> <p>工事等の導入の煩雑さが多くあげられており、これが利用者側のイメージなのか実態なのか確認が必要であるが、何らかの変更障壁が存在する可能性があると考えられる。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ なお、この工事等導入が煩雑・面倒と考える利用者層は、年代や職業との相関は見られず、都市人口規模で東京23区内・政令指定都市及び人口30万人以上の市に多い(47%：165/352)傾向が見られる。</li> </ul>	ダイヤルアップ (N=244)	導入が煩雑 (41%)	料金の高さ (25%)	常時接続ISDN (N=247)	導入が煩雑 (44%)	提供エリア外23%	FTTH (N=60)	現状に満足 (42%)	導入が煩雑 (18%)	CATV (N=332)	現状に満足 (61%)	導入が煩雑 (27%)	FWAと比較 (N=14)	導入が煩雑 (29%)	現状に満足 (21%)
ダイヤルアップ (N=244)	導入が煩雑 (41%)	料金の高さ (25%)															
常時接続ISDN (N=247)	導入が煩雑 (44%)	提供エリア外23%															
FTTH (N=60)	現状に満足 (42%)	導入が煩雑 (18%)															
CATV (N=332)	現状に満足 (61%)	導入が煩雑 (27%)															
FWAと比較 (N=14)	導入が煩雑 (29%)	現状に満足 (21%)															
	未Q1-4：ADSLの未利用理由 (その他の自由回答) N=195	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ ADSLの未利用理由のうち、その他の自由回答では、「電話局からの距離等により通信速度が遅い」、「サービスエリア外」、「電話回線が光化されている」、「マンション等で他の回線が敷設済」等、ADSLの利用可能エリアに関する理由(居住環境面におけるADSLの導入の困難性を含む)が30%程度あげられている。</li> <li>➤ このため、<b>ADSLについては、特定地域においては、利用可能エリア面での変更障壁が存在する可能性がある</b>ことが推測される。</li> </ul>															

# 4. 固定電話に係る市場画定の仮説とアンケート結果に基づく検証(1/7)

## 1 利用者アンケート設計段階に推測した市場画定の主な判断基準（仮説）

● 固定電話（加入電話及びISDN）及びその周辺サービス（IP電話及び携帯電話）について市場画定する際、次の事項が判断基準として重要と推測した。

可搬性  
機能性

重要度・優先順位は降順

## 2 上記仮説に基づく市場画定のイメージ（例）

凡例： 次頁以降の行番号

画定された市場イメージ

上記1の判断基準	IP電話	固定電話		携帯電話
		加入電話	ISDN	

可搬性	×	固定電話サービス		2A	携帯電話サービス
		×	×		
+ 多機能性等	---	FAX機能等	FAX機能等	2C	カメラ等の端末機能

特定のADSL事業者の利用者においては代替性が存在するが、現時点では明確な判断が困難。 2D

特定の世代、家族構成等の属性によっては、一部代替性が存在。 2B



## 4 . 固定電話に係る市場画定の仮説とアンケート結果に基づく検証(2/7)

### 3 アンケート結果に基づく検証

検証内容	アンケート設問	分析結果
判断基準 (仮説) の妥当性	Q2-1-1：固定電話の利用理由・利用シーン N=1,778(/2,000)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 固定電話の利用理由・利用シーンとしては、他の通信手段の保有状況やADSLの利用の有無に概ね係わらず、自宅での近距離音声通話（89%）及び遠距離音声通話（56%）が多い。</li> <li>➤ IP電話の利用理由・利用シーンとしては、回答者が少ないものの、固定電話と比べて料金的な優位性が強まる遠距離音声通話が多くなるという傾向があるものの、自宅での利用という点では当然ながら固定電話と相違ない。</li> <li>➤ 一方、携帯電話の利用理由・利用シーンについては、他の通信手段の保有状況やADSLの利用の有無、年代及び世帯構成の属性に概ね係わらず、外出時の音声通話の発信（90%）及びメールの送信（60%）が多い。一方、自宅では、音声通話の発信（17%）及びメールの送信（12%）ともに利用が少ない。</li> <li>➤ よって、可搬性は、固定電話及びその周辺サービスとの需要代替性を検証する上で、妥当かつ重要な判断基準であると推測される。</li> </ul>
	Q2-2-1：IP電話の利用理由・利用シーン N=216 (/2,000)	
	Q2-3-1：携帯電話の利用理由・利用シーン N=1,522(/2,000)	
	Q3-2-3：携帯電話の将来の利用意向の理由 N=1,212(/2,000)	
	Q2-1-1：固定電話の利用理由・利用シーン N=1,778(/2,000)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 携帯電話の将来の利用意向を有する理由として、「継続利用」(84%)、「代替手段の無さ」(54%)に次いで、「特定機能（カメラ・GPS等）や端末の利用」が多く挙げられており（12%）、携帯電話を通信手段のみならず、常時身につけている多機能端末の1つとして利用する意向が存在していると推測される。</li> <li>➤ よって、機能性は、固定電話及びその周辺サービスとの需要代替性を検証する上で、妥当な判断基準であると推測されるが、その重要性は、上記の可搬性に比べて低いと推測される。</li> <li>➤ なお、固定電話におけるFAXの利用も、固定電話の利用理由・利用シーンとして比較的多くあげられている（18%）のものの一つであり、固定電話の一つの機能として認識されている模様。</li> </ul>

## 4. 固定電話に係る市場画定の仮説とアンケート結果に基づく検証(3/7)

検証内容	アンケート設問	分析結果
2A	Q2：利用サービス <i>固定電話</i> N=1,778(2,000) <i>携帯電話</i> N=1,522(2,000) × Q2-3-1：携帯電話の利用理由・利用シーン N=1,388(2,000)	➤ 固定電話と携帯電話の両方の利用者は、全体の69%(1388/2,000)を占めている。当該利用者の携帯電話の利用目的・利用シーンについては、外出時の利用（音声通話の発信91%、メールの送信60%）が多くあげられており、自宅での利用（音声通話の発信17%、メールの送信12%）は少ない。
	Q2：利用サービス（固定電話未利用・携帯電話利用） N=104 × Q2-3-1：携帯電話の利用理由・利用シーン N=104	➤ 携帯電話のみの利用者（N=104）についても、外出時の利用（音声通話の発信79%、メールの送信59%）に比べ、自宅での利用（音声通話の発信24%、メールの送信10%）は少ない。 ➤ このため、固定電話は自宅、携帯電話は外出時という利用場所による使い分けが概ね定着しており、 <b>固定電話及び携帯電話には補完関係が成立している</b> と推測される。
	Q2-3-1：携帯電話の未利用理由 N=478(2,000)	➤ 携帯電話の未利用理由について、「固定電話の利用」をあげた者は20%にとどまり、「料金の高さ」（60%）や「電話自体を利用しないこと」（28%）に比べても少ない。 ➤ このため、 <b>現時点においては、固定電話と携帯電話は、概ね別市場であると推測される。</b>
2B	Q2：利用サービス（固定電話未利用・携帯電話利用） N=134 × Q2-1-0-1：固定電話の未利用理由 × 世代・世帯構成	➤ 携帯電話のみの利用者が固定電話を利用しない理由の上位として、「携帯電話の利用」（43%,57/134）が一位となっている。 ➤ このうち、携帯電話を利用しているために固定電話を利用しないADSL未利用者（N=70）については、回答者全体と比べて、20代（33%,23/70）、単身者（19%,13/70）に集中する傾向が見られ、携帯電話と固定電話を代替的と捉える利用者層は、世代や世帯構成と相関関係があると推測される。 ➤ このため、 <b>若年層、単身者等の属性を有する利用者の一部は、固定電話と携帯電話を同一市場と捉えている可能性がある</b> と推測される。



## 4 . 固定電話に係る市場画定の仮説とアンケート結果に基づく検証(4/7)

検証内容	アンケート設問	分析結果
2C	Q3-2-3：携帯電話の将来の利用意向の理由 N=1,212(/2,000)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 携帯電話の将来の利用意向を有する理由として、代替手段の無さに次いで、特定機能（カメラ・GPS等）が多く挙げられており（11%）、携帯電話を通信手段のみならず、常時身につけている多機能端末の1つとして利用する意向が存在していると推測される。</li> <li>➤ このため、<u>前述2Aの結果と併せて、固定電話にない機能性の観点からも、固定電話と携帯電話は別市場である可能性が高い</u>と推測される。</li> </ul>
2D	Q2：利用サービス（IP電話） 利N=200(/1,000) 未N=16(/1,000)  Q2-2-2：利用しているIP電話事業者 利N=200	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ IP電話利用者の全体に占める割合は、11%であり、現時点では固定電話の利用者に比べて、少数である。</li> <li>➤ また、IP電話利用者のうち、93% (200/216)がADSLを利用している。</li> <li>➤ さらに、ADSLを利用し、かつIP電話も利用している場合、特定の事業者と契約している場合がほとんど（85%）である。</li> </ul>
	Q2-2-1：IP電話の利用理由・利用シーン N=216 (/2,000)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ IP電話の利用理由・利用シーンとしては、固定電話と比べて料金的な優位性が強まる自宅での遠距離音声通話が多くあげられている（72%）ものの、近距離、利用音声通話も58%あげられており、無料通話となる同一事業者又は提携ISPの加入者間の場合（34%）よりも多い。</li> <li>➤ 上記のように<u>IP電話の利用者は特定事業者の契約者に偏在しており、また、回答回収数が少ないため、現時点において断定することは困難であるが、今後、特に長距離音声通話において、固定電話とIP電話の代替関係が顕在化する可能性があると</u>推測される。</li> </ul>

## 4. 固定電話に係る市場画定の仮説とアンケート結果に基づく検証(5/7)

検証内容	アンケート設問	分析結果
2D (続き)	Q3-1：将来の利用意向 N=2,000 × Q3-2-8：I P 電話の利用意向 の理由 利：N=383、未：N=243	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 全体の31%が、IP電話を将来的に利用する意向を有している。なお、その意向について、ADSLの利用者と未利用者で比較すると、ADSL未利用者(24%)に比べ、ADSL利用者の方が高い(38%)。</li> <li>➤ IP電話を将来的に利用する意向の理由としては、料金の安さが約73%を占め、第1位となっている。</li> <li>➤ このため、<b>今後、固定電話とI P 電話との代替関係が顕在化する可能性がある</b>と推測される。</li> </ul>
	Q2-2-0-1：I P 電話の未利用理由 利N=800、未N=984	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 本アンケートの回答者は、ネット調査会社にモニター登録しているようなIT利用者であることから、一般的国民に比べ、インターネットに関する知見を比較的多く有していると推測されるが、それでもなお、IP電話の未利用理由としては、よく知らないことが46%にのぼり、第1位となっている。</li> <li>➤ よって、<b>現時点では、標準的な利用者におけるI P 電話の認知度は極めて低い</b>と推測される。</li> <li>➤ なお、IP電話の未利用理由としてよく知らないことをあげた比率について、ADSLの利用者と未利用者で比較すると、ADSL利用者(41%= 331/800)に比べ、ADSL未利用者の方が若干高い(50%=488/984)ため、IP電話の認知度については、ADSL利用者の方が高いと推測される。</li> </ul>
	Q2-2-0-2：I P 電話のイメージ N=1,505(/2,000)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ IP電話の未利用者がIP電話に抱くイメージに関する自由回答の結果を分類すると、「わからない」が30%程度と第一位であり、現時点では、IP電話のイメージすら浮かばない利用者が相当数存在し、I P 電話の認知度が低いことが推測される。</li> <li>➤ そのほかには、「料金が安いこと」(15%)が多くあげられており、断片的な価格情報のみが先行して伝搬していることが推定される。なお、「料金の安さ」以外では、マイナスイメージの表現が多いことが特徴的である。</li> </ul>

# 4. 固定電話に係る市場画定の仮説とアンケート結果に基づく検証(6/7)

## 4 固定電話サービス内の部分市場（イメージ）

凡例：画定された市場イメージ

判断基準	基本料		音声通話			
	加入電話	ISDN	市内	県内市外	県外	国際
効用	<b>固定回線アクセスサービス</b>		<b>固定音声通話サービス</b>			
	音声通話、インターネット接続等のための回線	音声通話、インターネット接続等のための回線	音声通話	音声通話	音声通話	音声通話
可能なインターネット接続	ダイヤルアップ、ADSL <b>ADSL回線アクセスサービス</b>	ダイヤルアップ、常時接続・定額制ISDN <b>常時接続SDNアクセスサービス</b>	---	---	---	---
使用頻度	---	---	多い	比較的 多い	比較的 多い	少ない

国内短距離音声通話サービス

国内長距離音声通話サービス

国際音声通話サービス

【注】上表の市場(イメージ)は行毎に平行でなく、重層的に画定される可能性あり。

## 4. 固定電話に係る市場画定の仮説とアンケート結果に基づく検証(7/7)

### 5 固定電話サービス内の部分市場について

- **固定電話サービス内の部分市場の検証については、利用者アンケートにおいては設問数の制限から具体的な設問の設定を行わなかったところであるが、本アンケートにおける固定電話の利用状況に係る設問において、以下の結果が得られた。**
- **ただし、該当する設問は、固定電話サービス内の部分市場の検証を主な目的としたものではないため、その分析結果も市場画定の論拠としては比較的弱いと考えられる。**

検証内容	アンケート設問	分析結果
ADSL利用者における固定電話利用意識	利Q2：利用サービス (固定電話) N=1,000 × Q2-1-0-1：固定電話の未利用理由 N=119	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ ADSLには加入電話回線を利用しているが、ADSL利用者のうち12%が固定電話を未利用と回答した。</li> <li>➢ その理由の上位には、「利用料金が高い」(35%)、「IP電話を利用」(32%)があげられており、加入電話をインターネット接続回線として利用しているものの音声通話は利用していないことが推測される。</li> <li>➢ このため、特にADSL利用者の一部は、<b>いわゆる「固定電話」は「音声通話」と捉えており、ADSLサービスのための回線部分(=基本料)は「固定電話」とは別と観念している</b>ことが推測される。</li> <li>➢ なお、ADSLには電話共用型とADSL専用型があり、上記の推測は電話共用型のみ該当することとなるが、回答者の多くは、複数回線の必要性やコストの面から電話共用型を利用していると推測される。</li> </ul>
音声通話の区分	Q2-1-1：固定電話の利用シーン Q2-1-3：マイライン登録状況(市内) Q2-1-4：同(県内市外) Q2-1-5：同(県外) Q2-1-6：同(国際)  N=1,778 (/2,000)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 国際通話については、利用シーンも少なく(2%)、また、マイラインの登録状況に置いて他の区分に比べ未登録者が多い(32%)ことから、多くの固定電話利用者は国内通話と異なる市場として捉えている可能性が高いと推測される。</li> <li>➢ <b>国内通話の細分化については、利用者アンケートの結果から分析することは困難。</b></li> </ul>

## 5. 携帯電話に係る市場画定の仮説とアンケート結果に基づく検証(1/4)

### 1 利用者アンケート設計段階に推測した市場画定の主な判断基準（仮説）

- 携帯電話及びその周辺サービス（PHS及び固定電話）について市場画定する際、次の事項が判断基準として重要と推測した。

可搬性  
 端末等の機能性  
 移動時通話可能性

重要度・優先順位は降順

### 2 上記仮説に基づく市場画定のイメージ（例）

凡例：次頁以降の行番号

画定された市場イメージ

上記1の判断基準	PHS	携帯電話	固定電話
可搬性	3A 移動通信サービス		2A 固定電話サービス ×
+ 端末の機能性	端末の多機能性で携帯電話に劣る	3B カメラ等の多機能端末	FAX機能等
+ 走行時通話可能性等		3C	×
	PHSサービス	携帯電話サービス	

【注】上表の市場(イメージ)は行毎に平行でなく、重層的に画定される可能性あり。

## 5. 携帯電話に係る市場画定の仮説とアンケート結果に基づく検証(2/4)

### 3 アンケート結果に基づく検証

検証内容	アンケート設問	分析結果
判断基準 (仮説) の妥当性	Q2-1-1: 固定電話の利用理由・利用シーン N=1,778(2,000)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 固定電話の利用理由・利用シーンとしては、他の通信手段の保有状況やADSLの利用の有無に概ね係わらず、自宅での近距離音声通話(88%)及び遠距離音声通話(56%)が多い。</li> <li>➢ 一方、携帯電話の利用理由・利用シーンについては、他の通信手段の保有状況やADSLの利用の有無、年代及び世帯構成の属性に概ね係わらず、外出時の音声通話の発信(90%)及びメールの送信(60%)が多い。一方、自宅では、音声通話の発信(17%)及びメールの送信(12%)とともに利用が少ない。</li> <li>➢ また、PHSの利用理由・利用シーンについても、外出時の音声通話の発信(69%)及びメールの送信(40%)が多い。一方、自宅では、音声通話の発信(16%)及びメールの送信(3%)とともに利用が少ない。</li> <li>➢ よって、可搬性は、携帯電話及びその周辺サービスとの需要代替性を検証する上で、妥当かつ重要な判断基準であると推測される。</li> </ul>
	Q2-3-1: 携帯電話の利用理由・利用シーン N=1,522(2,000)	
	Q2-4-1: PHSの利用理由・利用シーン N=160(2,000)	
	Q3-2-3: 携帯電話の将来の利用意向の理由 N=1,212(2,000)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 携帯電話の将来の利用意向を有する理由として、代替手段の無さに次いで、特定機能(カメラ・GPS等)が多く挙げられており(12%)、携帯電話を通信手段のみならず、常時身につけている多機能端末の1つとして利用する意向が存在していると推測される。</li> </ul>
	Q2-4-0-3: PHSのイメージ N=1,631	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ また、PHSの未利用者がPHSに抱くイメージに関する自由回答の結果を分類すると、通話エリアの狭さ・走行時の繋がりにくさに次いで、「時代遅れ・流行おくれ」が8%程度ある。</li> <li>➢ よって、端末の機能性は、携帯電話及びその周辺サービスとの需要代替性を検証する上で、妥当な判断基準であると推測される。しかしながら、その重要性は、上記の可搬性に比べて低いと推測されるが、固定電話及びその周辺サービスとの需要代替性の検証の際に比べた場合には重要性は高いと推測される。</li> </ul>
	Q2-4-0-3: PHSのイメージ N=1,631	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ PHSの未利用者がPHSに抱くイメージに関する自由回答の結果を分類すると、「範囲が狭い」、「つながりにくい」という通話エリアの狭さ・走行時の繋がりにくさが28%で第一位となっている。</li> <li>➢ この点は、携帯電話とPHSの通信機能における基本的な特徴、差異であることから、携帯電話及びPHSの需要代替性を検証する上で、妥当な判断基準であると推測される。しかしながら、その重要性は、上記の可搬性、端末の機能性に比べて低いと推測される。</li> </ul>



## 5 . 携帯電話に係る市場画定の仮説とアンケート結果に基づく検証(3/4)

検証内容	アンケート設問	分析結果
3A	Q2 : Q2 : 利用サービス N=2,000  Q2-3-0-1 : 携帯電話の未利用理由 N=478 (/2,000)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 携帯電話の未利用理由として、全体に占める割合は小さいが、「固定電話の利用」(20%)と同程度、「PHSの利用」(19%)があげられている。</li> <li>➤ 固定電話利用者が全体の90%であるのに対し、PHS利用者は全体の8%に過ぎない点を考慮すれば、携帯電話の未利用理由として「PHSの利用」の占める割合は十分に大きい。</li> <li>➤ このため、<b>PHSから見ると、両者は同一市場である可能性が高い</b>と推測される。</li> </ul>
	Q2-4-0-1 : PHSの未利用理由 N=1,840 (/2,000)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ PHSの未利用理由として、「携帯電話で代替可能」が72%あげられており、第1位となっている。</li> <li>➤ このため、<b>携帯電話から見た場合も、両者は同一市場である可能性が高い</b>と推測される。</li> </ul>
3B	Q3-2-3 : 携帯電話の将来の利用意向の理由 N=1,212(/2,000)  Q2-4-0-3 : PHSのイメージ N=1,631	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 携帯電話の将来の利用意向を有する理由として、代替手段の無さに次いで、特定機能(カメラ・GPS等)が多く挙げられており(12%)、携帯電話を通信手段のみならず、常時身につけている多機能端末の1つとして利用する意向が存在していると推測される。</li> <li>➤ また、PHSの未利用者がPHSに抱くイメージに関する自由回答の結果を分類すると、通話エリアの狭さ・走行時の繋がりにくさに次いで、「時代遅れ・流行おくれ」が8%程度ある。</li> <li>➤ この点、PHSは、携帯電話に比べ、新サービス・端末の新モデルの投入が遅いことによるものと推測される。</li> </ul>

## 5 . 携帯電話に係る市場画定の仮説とアンケート結果に基づく検証(4/4)

検証内容	アンケート設問	分析結果
3C	Q2-3-0-1：携帯電話の未利用理由 利N=258 (/1,000) 未N=220 (/1,000)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 携帯電話の未利用理由として「PHSの利用」を選択した者の割合は、ADSL未利用者(18%)に比べADSL利用者(21%)の方が高い。</li> </ul>
	上記設問の「PHSの利用」選択者 N=92(/478) × 都市人口規模・年代	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 携帯電話の未利用理由として「PHSの利用」を選択した者の属性を見ると、20～30代(65%,60/92)のほか、東京23区内・政令指定都市及び人口30万人以上の市に多い(60%, 55/92)。</li> <li>➤ 上記の理由としては、人口規模の大きい都市においては、通話可能エリアの観点からは携帯電話及びPHSに大差ないためと推測される。</li> <li>➤ 逆に、それ以外の都市人口規模の居住者については、携帯電話と比較する上で、PHSの通話可能エリアの狭さが大きく影響する可能性があり、<b>当該居住者にとっては、PHSは、携帯電話と別市場である可能性がある</b>と推測される。</li> </ul>
	Q2-4-0-3：PHSのイメージ N=1,631	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ PHSの未利用者がPHSに抱くイメージに関する自由回答の結果を分類すると、「範囲が狭い」、「つながりにくい」という通話可能エリアの狭さ・走行時の繋がりにくさが28%程度で第一位となっている。</li> <li>➤ このため、PHSについては、<b>通話エリア・走行時通話可能性等の観点から、携帯電話と別市場である可能性</b>があると推測される。</li> </ul>
	Q2-4-4：PHSの評価できる項目 N=160 (/2,000)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ PHSの評価できる項目として、「料金の安さ」(79%)に次いで「通話品質の高さ」(31%)があげられており、これらの観点から、携帯電話との差別化がなされていると認識している一定の利用者層が存在すると推測される。</li> <li>➤ このため、<b>現在のPHS利用者の一部は、PHSは携帯電話と別市場と捉えている可能性</b>があると推測される。</li> </ul>



## 6. 「価格引き上げに対する利用者の反応」に係る設問の分析(1/3)

1 分析対象サービスの価格引き上げに対する当該サービス利用者の反応（他の周辺サービスへ変更するか否か）をアンケートにより把握することは可能かどうか検証するため、今般の利用者アンケートにおいて、ADSL利用者に対して、「ADSLの利用料金が現在より5%値上がりしたら、他のインターネット接続回線に変更したいと思いますか？」との質問を行った。

2 その結果、「わからない」との回答が「変更したいと思わない」（44%, N=1,000）に次いで第二位（29%, N=1,000）となり、「変更したい」（27%, N=1,000）との回答を上回る結果となった（次頁参照）。

3 また、周辺サービスへの変更を希望した場合でも、その理由としては「いずれ変更しようと考えていたから」が大多数（64%, N=266）を占め、「通信速度等の機能等に大きな差がないから」（21%, N=266）を大きく上回る結果となった。

さらに、本設問と電気通信サービスの将来的な利用意向の設問の結果を重ねて分析すると、FTTHへの変更の選択者(207/1,000)のうち70%が、将来的にFTTHを利用したいという意向を有していることが分かった（2-23頁参照）。

このことから、本設問に対して、回答者の多くは、本来的な意味での「価格引き上げに対する反応」ではなく、将来的な他サービスへの変更意向（具体的にはADSLからFTTHへの変更意向）について回答したものと推測される。

4 以上より、アンケート方式により分析対象サービスの価格引き上げに対する当該サービス利用者の反応を把握することは、少なくとも今回の質問形式では困難であると推測される。

ただし、利用者アンケートにおいて、例えば、

➤ ADSL利用者に対する「FTTHとの料金格差が現在より縮小した場合、FTTHに変更するか？」等の質問に修正（どの程度の縮小を想定するのが適切か？）、

➤ 将来の利用意向に関する質問との組み合わせ

等を行った上で得られた結果は、市場画定の分析の一助となり得るとも考えられる。

## 6. 「価格引き上げに対する利用者の反応」に係る設問の分析(2/3)

対象：ADSL利用者(N=1,000)

利Q1-15.		利Q1-16-1. Q1-15で【変更したい】を選択した方におうかがいします。その理由は何ですか。とくにあてはまるものを1つお選びください					合計 (全体 (N=1,000)に 占める割合)	
		通信速度等の機能等に大きな差がないから	いずれ変更しようと考えていたから	変更が容易だから	わからない	その他		無回答
ADSLの利用料金(月額)が現在より5%値上がりしたら、他のインターネット接続回線に変更したいと思いますか	変更したい	55	171	10	10	17	3	266
	行構成比	20.7%	64.3%	3.8%	3.8%	6.4%	1.1%	26.6%
	常時接続ISDN	3	1	1	1	4	0	10
	列構成比	5.5%	0.6%	10.0%	10.0%	23.5%	0.0%	1.0%
	FTTH	33	155	5	6	7	1	207
	列構成比	60.0%	90.6%	50.0%	60.0%	41.2%	33.3%	20.7%
	CATV	15	10	4	2	5	0	36
	列構成比	27.3%	5.8%	40.0%	20.0%	29.4%	0.0%	3.6%
	FWA	1	3	0	0	0	0	4
	列構成比	1.8%	1.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.4%
	その他	3	2	0	1	1	2	9
	列構成比	5.5%	1.2%	0.0%	10.0%	5.9%	66.7%	0.9%
	変更したいと思わない	---	---	---	---	---	---	---
行構成比	---	---	---	---	---	---	---	43.9%
わからない	---	---	---	---	---	---	---	290
行構成比	---	---	---	---	---	---	---	29.0%
無回答	---	---	---	---	---	---	---	5
行構成比	---	---	---	---	---	---	---	0.5%
合計		---	---	---	---	---	---	1,000
全体(N=1,000)に占める割合		---	---	---	---	---	---	100.0%

## 6. 「価格引き上げに対する利用者の反応」に係る設問の分析(3/3)

対象：ADSL利用者(N=1,000)

	Q1-15. ADSLの利用料金(月額)が現在より5%値上がりしたら、他のインターネット接続回線に変更したいと思いますか									合計 (合計 (N=1,000)に 占める割合)
	変更したい					変更したい と思わない	わからない	無回答		
	常時接続 ISDN	FTTH	CATV	FWA	その他					

Q3-1.

1年後に利用したい、又は利用していると思う通信サービスはどれですか	FTTH	2	144	10	1	4	113	85	2	361
	列構成比	20.0%	69.6%	27.8%	25.0%	44.4%	25.7%	29.3%	40.0%	36.1%
合計		10	207	36	4	9	439	290	5	1,000
合計(N=1,000)に占める割合		1.0%	20.7%	3.6%	0.4%	0.9%	43.9%	29.0%	0.5%	100.0%

Q1-15.

ADSLに月額いくら支出していますか。インターネット接続に関わる総費用でお答えください(モデムレンタル料は含みません)	3,000円未満	3	55	13	1	3	157	88	1	321
	列構成比	30.0%	26.6%	36.1%	25.0%	33.3%	35.8%	30.3%	20.0%	32.1%
3,000円～4,000円未満		7	93	12	1	3	191	126	2	435
列構成比		70.0%	44.9%	33.3%	25.0%	33.3%	43.5%	43.4%	40.0%	43.5%
4,000円～5,000円未満		0	44	10	2	2	69	58	2	187
列構成比		0.0%	21.3%	27.8%	50.0%	22.2%	15.7%	20.0%	40.0%	18.7%
5,000円以上		0	15	1	0	1	21	16	0	54
列構成比		0.0%	7.2%	2.8%	0.0%	11.1%	4.8%	5.5%	0.0%	5.4%
無回答		0	0	0	0	0	1	2	0	3
列構成比		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.7%	0.0%	0.3%
合計		10	207	36	4	9	439	290	5	1,000
合計(N=1,000)に占める割合		1.0%	20.7%	3.6%	0.4%	0.9%	43.9%	29.0%	0.5%	100.0%

## 7. 回答者の属性についての分析 (1/2)

### 1 地理的要因に関する利用者アンケートの結果について (2-27 ~ 2-32頁)

- 本アンケートにおける回答者属性のうち、地理的要因については
  - サンプル抽出の際に考慮した「都市人口規模」属性を用いて各サービスの普及率を算出してみると、他の統計・調査の結果と比較して大差がない結果が得られた。  
このため、本アンケートにおいて、**「都市人口規模」属性については他の設問の結果と重ねた分析に耐えうる**と考えられる。
  - 一方、「地域ブロック」属性については、サンプル数の制限によりサンプル抽出の際に考慮できなかったところ、それを用いて各サービスの普及率を算出してみると、他の統計・調査の結果と比較して大きく乖離している結果となった。  
このため、**本アンケートにおいて、「地域ブロック」属性と他の設問の結果と重ねた分析は困難**と考えられる。
- なお、この原因としては、本アンケートを実施したネット調査会社のモニターの居住地域が特定の地域ブロック（具体的には関東圏及び近畿圏）に集中していることが大きいと考えられる。

### 2 世代要因に関する利用者アンケートの結果について (2-33 ~ 2-34頁)

- 本アンケートにおける回答者属性のうち、サンプル抽出の際に考慮した「世代」属性については、それを用いて該当区分における各サービスの利用率を算出してみると、他の統計・調査の結果と比較して大差がない結果が得られた。
- このため、本アンケートにおいて、**「世代」属性については他の設問の結果と重ねた分析に耐えうる**と考えられる。

## 7. 回答者の属性についての分析 (2/2)

### 3 性別要因に関する利用者アンケートの結果について (2-35、2-36頁)

- 本アンケートにおける回答者属性のうち、サンプル抽出の際に考慮した「性別」属性については、それを用いて該当区分における各サービスの利用率を算出してみると、他の統計・調査の結果と比較して他の統計・調査の結果と比較して大きく乖離している結果となった。
- この原因は、本アンケートのサンプル構成や方法等によるものなのかどうか、判別が困難であり、ひとまず、本アンケートにおいて、「性別」属性と他の設問の結果と重ねた分析は行わないこととする。

### 4 各サービスに対する属性の影響について

- 本アンケートの結果によると、
  - 固定電話や携帯電話のように普及率が高いサービスの利用状況については、「都市人口規模」による格差に比べ、「世代」による格差の方が大きい傾向が示された。
  - 一方、ADSLのような比較的新しいサービスの利用状況については、当該サービスの利用可能エリアの問題もあり、「都市人口規模」の格差が大きく影響すると考えられるが、「世代」による格差も大きいと考えられるので、どちらの影響がより大きいかについての判別は困難である。
  - なお、各サービスの利用状況についての「性別」による格差は、それほど大きいものではなかった。
- いずれにせよ、本アンケートの結果のみでは地理的要因の影響に関する分析は困難。

# 【参考】アンケート結果の属性分析(地理的要因) インターネット接続(1/2)

## 1 都市人口規模

	東京23区及び 政令指定都市	市部			町村	合計		
		~ 30万	30~ 10万	10万~				
ADSL利用者(=回答回収数N) <sup>1</sup>	220	180	210	180	210	1,000		
ADSL未 利用者	回答回収数N	220	180	210	180	210	1,000	
	ダイヤル アップ	度数	48	29	47	52	68	244
		世帯利用率	21.8%	16.1%	22.4%	28.9%	32.4%	24.4%
	常時接続 ISDN	度数	53	38	31	56	69	247
		世帯利用率	24.1%	21.1%	14.8%	31.1%	32.9%	24.7%
	CATV	度数	62	73	104	48	45	332
		世帯利用率	28.2%	40.6%	49.5%	26.7%	21.4%	33.2%
	FWA	度数	4	4	4	2	5	19
		世帯利用率	1.8%	2.2%	1.9%	1.1%	2.4%	1.9%
	FTTH	度数	22	13	11	10	4	60
		世帯利用率	10.0%	7.2%	5.2%	5.6%	1.9%	6.0%
	その他	度数	12	14	5	5	19	55
		世帯利用率	5.5%	7.8%	2.4%	2.8%	9.0%	5.5%
	無回答	19	9	8	7	0	43	

ADSL利用者については、予め都市人口規模別の総人口構成比に基づきサンプルを構成しており、回答回収数と度数は同値。

# 【参考】アンケート結果の属性分析(地理的要因)

# インターネット接続(2/2)

## 2 地域ブロック

### ADSL

	北海道	東北	関東	北陸	中部	近畿	中国	四国	九州・沖縄	合計
ADSL利用者(=回答回収数N) <sup>1</sup>	40	37	438	32	121	211	46	23	52	1,000
全体(N=2,000)に占める比率	4.0%	3.7%	43.8%	3.2%	12.1%	21.1%	4.6%	2.3%	5.2%	100.0%
【参考1】契約数に基づく世帯利用率 <sup>2</sup>	5.4%	5.0%	12.1%	5.9%	7.6%	9.0%	5.0%	4.5%	4.1%	8.3%
【参考2】総世帯数に占める比率 <sup>3</sup>	4.9%	6.9%	33.5%	3.9%	13.2%	16.7%	6.0%	3.3%	11.6%	100.0%

1：ADSL利用者については、予め都市人口規模別の総人口構成比に基づきサンプルを構成しており、回答回収数と度数は同値。

2：ADSL契約数はH14.8月末現在、世帯数はH12国勢調査の結果に基づく。

3：H12国勢調査の結果に基づく。

### その他のインターネット接続サービス

	北海道	東北	関東	北陸	中部	近畿	中国	四国	九州・沖縄	合計	
回答回収数N	34	46	373	28	128	235	51	31	74	1,000	
ダイヤルアップ	度数	4	6	76	7	29	43	8	7	11	191
	世帯利用率	11.8%	13.0%	20.4%	25.0%	22.7%	18.3%	15.7%	22.6%	14.9%	19.1%
常時接続ISDN	度数	18	13	85	12	27	41	14	14	23	247
	世帯利用率	52.9%	28.3%	22.8%	42.9%	21.1%	17.4%	27.5%	45.2%	31.1%	24.7%
CATV	度数	5	5	125	10	56	86	13	8	24	332
	世帯利用率	14.7%	10.9%	33.5%	35.7%	43.8%	36.6%	25.5%	25.8%	32.4%	33.2%
FWA	度数	0	0	3	0	2	8	1	0	0	14
	世帯利用率	0.0%	0.0%	0.8%	0.0%	1.6%	3.4%	2.0%	0.0%	0.0%	1.4%
FTTH	度数	0	1	28	1	4	21	1	1	3	60
	世帯利用率	0.0%	2.2%	7.5%	3.6%	3.1%	8.9%	2.0%	3.2%	4.1%	6.0%
その他	度数	0	1	17	1	1	13	6	1	1	41
	世帯利用率	0.0%	2.2%	4.6%	3.6%	0.8%	5.5%	11.8%	3.2%	1.4%	4.1%
無回答	1	2	21	1	8	13	4	5	7	62	



# 【参考】アンケート結果の属性分析(地理的要因)

## 固定電話

### 1 都市人口規模

	東京23区及び 政令指定都市	市部			町村	合計
		～30万	30～10万	10万～		
回答回収数N	440	360	420	360	420	2,000
固定電話 の世帯利 用者度数	ADSL利用	197	156	186	153	189
	ADSL未利用	195	159	189	162	192
	合計	392	315	375	315	381
固定電話の世帯利用率	89.1%	87.5%	89.3%	87.5%	90.7%	88.9%
【参考】H13年通信利用 動向調査の結果 <sup>1</sup>	東京23区、政 令指定都市及 び県庁所在地	その他の市			町村	全体
回答回収数N	1,421	1,720			704	3,845
世帯保有率	85.8%	82.6%			80.5%	83.4%

1：H14通信利用動向調査の主な結果は公表中であるが、該当部は現時点では未発表。

### 2 地域ブロック

	北海道	東北	関東	北陸	中部	近畿	中国	四国	九州・沖縄	合計
回収回答数N	74	83	811	60	249	446	97	54	126	2,000
全体(N=2,000)に占める比率	3.7%	4.2%	40.6%	3.0%	12.5%	22.3%	4.9%	2.7%	6.3%	100.0%
【参考】総世帯数に占める比率 <sup>2</sup>	4.5%	7.7%	31.9%	4.4%	12.6%	17.9%	6.1%	3.8%	11.6%	100.0%
固定電話の世帯利 用者度数	ADSL利用	36	31	391	27	104	185	39	22	46
	ADSL未利用	32	42	341	23	113	213	40	25	68
	合計	68	73	732	50	217	398	79	47	114
固定電話の世帯利用率	91.9%	88.0%	90.3%	83.3%	87.1%	89.2%	81.4%	87.0%	90.5%	88.9%
【参考】世帯普及率 <sup>3</sup>	90.0%	89.2%	92.1%	91.7%	90.0%	93.3%	91.4%	90.5%	88.5%	0.0%

2：H12国勢調査の結果に基づく。

3：東西NTTの住宅用固定電話加入数はH14.3月末現在、世帯数はH12国勢調査の結果に基づく。



# 【参考】アンケート結果の属性分析(地理的要因)

## IP電話

### 1 都市人口規模

	東京23区及び 政令指定都市	市部			町村	合計
		～30万	30～10万	10万～		
回答回収数N	440	360	420	360	420	2,000
IP電話の世帯 利用者度数	ADSL利用	40	39	49	37	200
	ADSL未利用	3	0	3	7	16
	合計	43	39	52	44	216
IP電話の世帯利用率	9.8%	10.8%	12.4%	12.2%	9.0%	10.8%

### 2 地域ブロック

	北海道	東北	関東	北陸	中部	近畿	中国	四国	九州・沖縄	合計
回収回答数N	74	83	811	60	249	446	97	54	126	2,000
全体(N=2,000)に占める比率	3.7%	4.2%	40.6%	3.0%	12.5%	22.3%	4.9%	2.7%	6.3%	100.0%
【参考】総世帯数に占める比率 <sup>2</sup>	4.5%	7.7%	31.9%	4.4%	12.6%	17.9%	6.1%	3.8%	11.6%	100.0%
IP電話の世帯 利用者度数	ADSL利用	5	11	81	3	28	52	4	6	200
	ADSL未利用	0	1	5	1	2	6	0	0	16
	合計	5	12	86	4	30	58	4	6	216
	全体(N=216)に 占める割合	2.3%	5.6%	39.8%	1.9%	13.9%	26.9%	1.9%	2.8%	5.1%
IP電話の世帯利用率	6.8%	14.5%	10.6%	6.7%	12.0%	13.0%	4.1%	11.1%	8.7%	10.8%

【参考】IP電話の世帯利用率 4.0%

(IP電話契約数はH15.1月末現在の主要10社合計、世帯数はH12国勢調査の結果に基づく。)

# 【参考】アンケート結果の属性分析(地理的要因)

# 携帯電話

## 1 都市人口規模

	東京23区及び 政令指定都市	市部			町村	合計
		～30万	30～10万	10万～		
回収回答者数N	440	360	420	360	420	2,000
携帯電話の個人利用者	327	290	308	276	321	1,522
携帯電話の個人利用率	74.3%	80.6%	73.3%	76.7%	76.4%	76.1%

【参考】H13年通信利用 動向調査の結果 <sup>1</sup>	東京23区、政 令指定都市及 び県庁所在地	その他の市			町村	全体
回収回答者数N	1,421	1,720			704	3,845
世帯保有率	75.6%	78.3%			71.3%	75.6%

1：H14通信利用動向調査の主な結果は公表中であるが、該当部は現時点では未発表。

## 2 地域ブロック

	北海道	東北	関東	北陸	中部	近畿	中国	四国	九州・沖縄	合計
回収回答数N	74	83	811	60	249	446	97	54	126	2,000
全体(N=2,000)に占める 比率	3.7%	4.2%	40.6%	3.0%	12.5%	22.3%	4.9%	2.7%	6.3%	100.0%
【参考】総人口に占める比 率 <sup>2</sup>	4.5%	7.7%	31.9%	4.4%	12.6%	17.9%	6.1%	3.8%	11.6%	100.0%
携帯電話の個人利用者	57	51	624	50	197	336	69	41	97	1,522
携帯電話の個人利用率	77.0%	61.4%	76.9%	83.3%	79.1%	75.3%	71.1%	75.9%	77.0%	76.1%
【参考】人口普及率 <sup>3</sup>	53.0%	46.9%	63.7%	50.5%	61.7%	60.6%	53.3%	51.8%	52.5%	58.2%

2：H12国勢調査の結果に基づく。

3：携帯電話加入数はH15.1月末現在、人口はH12国勢調査の結果に基づく。

# 【参考】アンケート結果の属性分析(地理的要因)

PHS

## 1 都市人口規模

	東京23区及び 政令指定都市	市部			町村	合計
		～30万	30～10万	10万～		
回答回収数N	440	360	420	360	420	2,000
PHSの個人利用者	56	34	33	21	16	160
PHSの個人利用率	12.7%	9.4%	7.9%	5.8%	3.8%	8.0%

【参考】H13年通信利用 動向調査の結果 <sup>1</sup>	東京23区、政 令指定都市及 び県庁所在地	その他の市			町村	全体
回答回収数N	1,421	1,720			704	3,845
世帯保有率	13.5%	7.1%			5.4%	9.1%

1：H14通信利用動向調査の主な結果は公表中であるが、該当部は現時点では未発表。

## 2 地域ブロック

	北海道	東北	関東	北陸	中部	近畿	中国	四国	九州・沖縄	合計
回答回収数N	74	83	811	60	249	446	97	54	126	2,000
全体(N=2,000)に占める 比率	3.7%	4.2%	40.6%	3.0%	12.5%	22.3%	4.9%	2.7%	6.3%	100.0%
【参考】総人口に占める 比率 <sup>2</sup>	4.5%	7.7%	31.9%	4.4%	12.6%	17.9%	6.1%	3.8%	11.6%	100.0%
PHSの個人利用者	6	14	85	2	5	26	9	5	8	160
PHSの個人利用率	8.1%	16.9%	10.5%	3.3%	2.0%	5.8%	9.3%	9.3%	6.3%	8.0%
【参考】人口普及率 <sup>3</sup>	3.3%	4.3%	6.4%	2.2%	2.4%	4.6%	3.6%	3.9%	2.7%	0.0%

2：H12国勢調査の結果に基づく。

3：携帯電話加入数はH15.1月末現在、人口はH12国勢調査の結果に基づく。

## 【参考】アンケート結果の属性分析(世代要因)

## インターネット接続

		20代	30代	40代	50代	合計	
ADSL利用者 (=回答回収数N) <sup>1</sup>	度数	239	264	268	229	1,000	
	行構成比	23.9%	26.4%	26.8%	22.9%	100.0%	
【参考】20～50代の合計に占める比率 <sup>2</sup>		25.6%	23.8%	23.6%	27.0%	100.0%	
ADSL未利用者	回答回収数N	度数	231	252	256	261	1,000
		全体に占める比率	23.1%	25.2%	25.6%	26.1%	100.0%
	ダイヤルアップ	度数	67	68	58	51	244
		該当世代の利用率	29.0%	27.0%	22.7%	19.5%	24.4%
	常時接続ISDN	度数	56	67	70	54	247
		該当世代の利用率	24.2%	26.6%	27.3%	20.7%	24.7%
	CATV	度数	62	72	89	109	332
		該当世代の利用率	26.8%	28.6%	34.8%	41.8%	33.2%
	FWA	度数	4	2	4	4	14
		該当世代の利用率	1.7%	0.8%	1.6%	1.5%	1.4%
	FTTH	度数	11	19	13	17	60
		該当世代の利用率	4.8%	7.5%	5.1%	6.5%	6.0%
	その他	度数	15	10	9	7	41
		該当世代の利用率	6.5%	4.0%	3.5%	2.7%	4.1%
	無回答	度数	16	14	13	19	62
		該当世代に占める比率	6.9%	5.6%	5.1%	7.3%	6.2%

1：ADSL利用者については、予め世代の構成比に基づきサンプルを構成しており、回答回収数と度数は同値。

2：H12国勢調査の結果に基づく。

## 【参考】アンケート結果の属性分析(世代要因)

## その他のサービス

			20代	30代	40代	50代	合計
回答回収 数N	度数	ADSL利用者	239	264	268	229	1,000
		ADSL未利用者	231	252	256	261	1,000
		合計	470	516	524	490	2,000
	構成比		23.5%	25.8%	26.2%	24.5%	100.0%
【参考】20～50代の合計に占める比率 <sup>1</sup>			25.6%	23.8%	23.6%	27.0%	100.0%
固定電話	度数	ADSL利用者	197	239	241	204	881
		ADSL未利用者	187	228	237	245	897
		合計	384	467	478	449	1,778
	該当世代の利用率		81.7%	90.5%	91.2%	91.6%	88.9%
	【参考】H13年通信利用動向調査の結果 <sup>2</sup>		75.8%	87.9%	91.0%	86.0%	83.4%
I P 電話	度数	ADSL利用者	42	47	57	54	200
		ADSL未利用者	3	2	5	6	16
		合計	45	49	62	60	216
	該当世代の利用率		9.6%	9.5%	11.8%	12.2%	10.8%
携帯電話	度数	ADSL利用者	191	196	198	157	742
		ADSL未利用者	194	191	201	194	780
		合計	385	387	399	351	1,522
	世代利用率		81.9%	75.0%	76.1%	71.6%	76.1%
	該当世代の利用率		90.5%	85.9%	87.5%	84.1%	75.6%
P H S	度数	ADSL利用者	21	28	24	13	86
		ADSL未利用者	20	18	16	20	74
		合計	41	46	40	33	160
	該当世代の利用率		8.7%	8.9%	7.6%	6.7%	8.0%
	【参考】H13年通信利用動向調査の結果 <sup>2</sup>		7.1%	11.4%	12.5%	9.0%	9.1%
その他	度数	ADSL利用者	0	0	3	0	3
		ADSL未利用者	0	0	1	0	1
		合計	0	0	4	0	4
	該当世代の利用率		0.0%	0.0%	0.8%	0.0%	0.2%
いずれも 未利用	度数	ADSL利用者	6	9	8	9	32
		ADSL未利用者	3	8	7	4	22
		合計	9	17	15	13	54
	該当世代に占める比率		1.9%	3.3%	2.9%	2.7%	2.7%

1：H12国勢調査の結果に基づく。

2：世帯主の年齢。なおH14通信利用動向調査の主な結果は公表中であるが、該当部は現時点では未発表。 34

## 【参考】アンケート結果の属性分析(性別要因) インターネット接続

		男性	女性	合計	
ADSL利用者 (=回答回収数N) <sup>1</sup>	度数	508	492	1,000	
	行構成比	50.8%	49.2%	100.0%	
【参考】総人口に占める比率 <sup>2</sup>		48.7%	51.3%	100.0%	
ADSL未 利用者	回答回収数N	度数	524	476	1,000
		性別利用率	52.4%	47.6%	100.0%
	ダイヤルアップ	度数	130	114	244
		性別利用率	24.8%	23.9%	24.4%
	常時接続ISDN	度数	125	122	247
		性別利用率	23.9%	25.6%	24.7%
	CATV	度数	177	155	332
		性別利用率	33.8%	32.6%	33.2%
	FWA	度数	7	7	14
		性別利用率	1.3%	1.5%	1.4%
	FTTH	度数	35	25	60
		性別利用率	6.7%	5.3%	6.0%
	その他	度数	21	20	41
		性別利用率	4.0%	4.2%	4.1%
	無回答	度数	29	33	62
		該当性別に占める比率	5.5%	6.9%	6.2%

1 : ADSL利用者については、予め世代の構成比に基づきサンプルを構成しており、回答回収数と度数は同値。

2 : H12国勢調査の結果に基づく。

## 【参考】アンケート結果の属性分析(性別要因)

## その他のサービス

			男性	女性	合計
回答回収 数N	度数	ADSL利用者	508	492	1,000
		ADSL未利用者	524	476	1,000
		合計	1032	968	2,000
	構成比	51.6%	48.4%	100.0%	
【参考】総人口に占める比率 <sup>1</sup>			48.7%	51.3%	100.0%
固定電話	度数	ADSL利用者	444	437	881
		ADSL未利用者	468	429	897
		合計	912	866	1,778
	性別利用率	88.4%	89.5%	88.9%	
I P 電話	度数	ADSL利用者	113	87	200
		ADSL未利用者	9	7	16
		合計	122	94	216
	性別利用率	11.8%	9.7%	10.8%	
携帯電話	度数	ADSL利用者	382	360	742
		ADSL未利用者	426	354	780
		合計	808	714	1,522
	性別利用率	78.3%	73.8%	76.1%	
【参考】H13年通信利用動向調査の結果 <sup>2</sup>			48.4%	35.8%	41.2%
P H S	度数	ADSL利用者	53	33	86
		ADSL未利用者	44	30	74
		合計	97	63	160
	性別利用率	9.4%	6.5%	8.0%	
【参考】H13年通信利用動向調査の結果 <sup>2</sup>			3.3%	3.3%	3.3%
その他	度数	ADSL利用者	1	2	3
		ADSL未利用者	0	1	1
		合計	1	3	4
	性別利用率	0.1%	0.3%	0.2%	
いずれも 未利用	度数	ADSL利用者	17	15	32
		ADSL未利用者	11	11	22
		合計	28	26	54
	該当性別に占める比率	2.7%	2.7%	2.7%	

1：H12国勢調査の結果に基づく。

2：世帯主の年齢に基づく。なお、H14通信利用動向調査の主な結果は公表中であるが、該当部は現時点では未発表。 36

# 利用者アンケートの試行結果 ( データ編 )

- 参考5 - 2 - 0 利用者アンケートの概要について
- 参考5 - 2 - 1 利用者アンケートにおける回答回収者の属性について
- 参考5 - 2 - 2 ADSLに係る利用者アンケートの結果について
- 参考5 - 2 - 3 ADSL以外のインターネット接続サービスに係る利用者アンケートの結果について
- 参考5 - 2 - 4 インターネット接続サービス以外の電気通信サービスに係る利用者アンケートの結果について
- 参考5 - 2 - 5 固定電話に係る利用者アンケートの結果について
- 参考5 - 2 - 6 IP電話に係る利用者アンケートの結果について
- 参考5 - 2 - 7 携帯電話に係る利用者アンケートの結果について
- 参考5 - 2 - 8 PHSに係る利用者アンケートの結果について
- 参考5 - 2 - 9 電気通信サービスの将来の利用意向に係る利用者アンケートの結果について
- 参考5 - 2 - 10 設問又は回答者属性間のクロス集計の結果について



# 利用者アンケートの概要について

## 1 利用者アンケートの実施目的

研究会における市場画定及び競争状況の評価の際の考え方や課題等を明らかにするためのケーススタディの一環として、競争評価、特に市場画定の重要な指標の一つと考えられる利用者意識の把握に係る利用者アンケートの有用性、限界等を検証するとともに、その具体的方法を検討することを目的とする。

アンケートの具体的設計に当たっては、研究会におけるこれまでの議論を踏まえ、市場画定の主たる基準と考えられる需要の代替性に着目し、それらに係る利用者意識を可能な限り把握できるよう努めることとする。

## 2 利用者アンケートの実施方法

### (1) アンケートの実施方法

Web アンケート<sup>1</sup>

### (2) サンプル数 (= 回答回収者数)

2,000

### (3) サンプル抽出の方法

人口規模に応じた都市区分<sup>2</sup> 及び  
年齢層<sup>3</sup>

に着目し、我が国全体の人口分布におけるそれらの構成比に応じて、ネット調査会社が把握しているサンプル属性に基づき、サンプルを抽出する。

その上で、同サンプル属性に基づき、

A D S Lの利用の有無<sup>4</sup>

に応じて、2グループのサンプルを抽出する。

<sup>1</sup> Web アンケートの特性から、他のアンケート方法に比べ所定のサンプル構成に従って所定の有効回答者数を比較的短期間で確保することが容易。

<sup>2</sup> 都市区分に着目する理由は、人口カバー率がほぼ100%に近い固定電話及び携帯電話に比べ、A D S Lは現時点においては相対的に人口カバー率が低いため、利用者が都市部に多い傾向が予想されること等による。

<sup>3</sup> 年齢層に着目する理由は、特に携帯電話については、生活様式の相違等により、年齢(世代)による利用格差が予想されること等による。

<sup>4</sup> A D S Lの利用の有無に着目する理由は、固定電話及び携帯電話と同様の方法による場合、相対的にA D S Lの普及率が低いことから、サンプル数の制約上、分析に耐えうる有意なアンケート結果を得ることが難しく、その有意性の確保に配慮する必要があること等による。なお、固定電話及び携帯電話の分析に際しては、A D S Lの利用の有無によるサンプル属性の影響について一定の留意が必要。

#### (4) 標本誤差

標本誤差は、回答者数(N)と得られた回答の比率(p)によって異なるが、単純任意抽出法(無作為抽出)を仮定した場合の誤差(95%は信頼できる誤差の範囲)は下表のとおり<sup>5</sup>。

N \ p	10% (又は90%)	20% (又は80%)	30% (又は70%)	40% (又は60%)	50% (又は50%)
2,500	±1.2%	±1.6%	±1.8%	±1.9%	±2.0%
2,000	±1.3%	±1.8%	±2.0%	±2.1%	±2.2%
1,000	±1.9%	±2.5%	±2.8%	±3.0%	±3.1%
500	±2.6%	±3.5%	±4.0%	±4.3%	±4.4%
100	±5.9%	±7.8%	±9.0%	±9.6%	±9.8%

上表より、本アンケートにおいて想定している有効回答者数2,000の場合、最大の標本誤差は±2.2%であり、統計学上、十分分析に耐え得る範囲と見なされ、本アンケートの統計的精度は確保できたと考えられる。

なお、内閣府の各種世論調査における有効回収数は通常2,100程度<sup>6</sup>であり、本アンケートの標本誤差は、調査方法、サンプル抽出法の相違はあるものの、内閣府の世論調査と同程度であると考えられる。

### 3 利用者アンケートの設問

#### (1) 設問数

Webアンケートにおいては、経験則として、モニターから有意な回答が回収できる最大設問数が1調査票あたり60問程度であることが明らかになっている。

このため、本アンケートにおいても、1調査票あたりの最大設問数を60問程度とした。

#### (2) ADSL、固定電話及び携帯電話に関する設問の設定方法

同一のモニターに対して、ケーススタディ対象サービス(ADSL、固定電話及び携帯電話並びにそれらの周辺サービス)に関する全設問を質問した。

#### (3) アンケートフロー

別紙に基づき、ADSLの利用の有無に応じて2種類の調査票を作成した。

具体的設問については、実務経験が豊富なネット調査会社等の助言を得て、Webアンケートに適した質問方法を設定した<sup>7</sup>。

### 4 利用者アンケートの実施時期

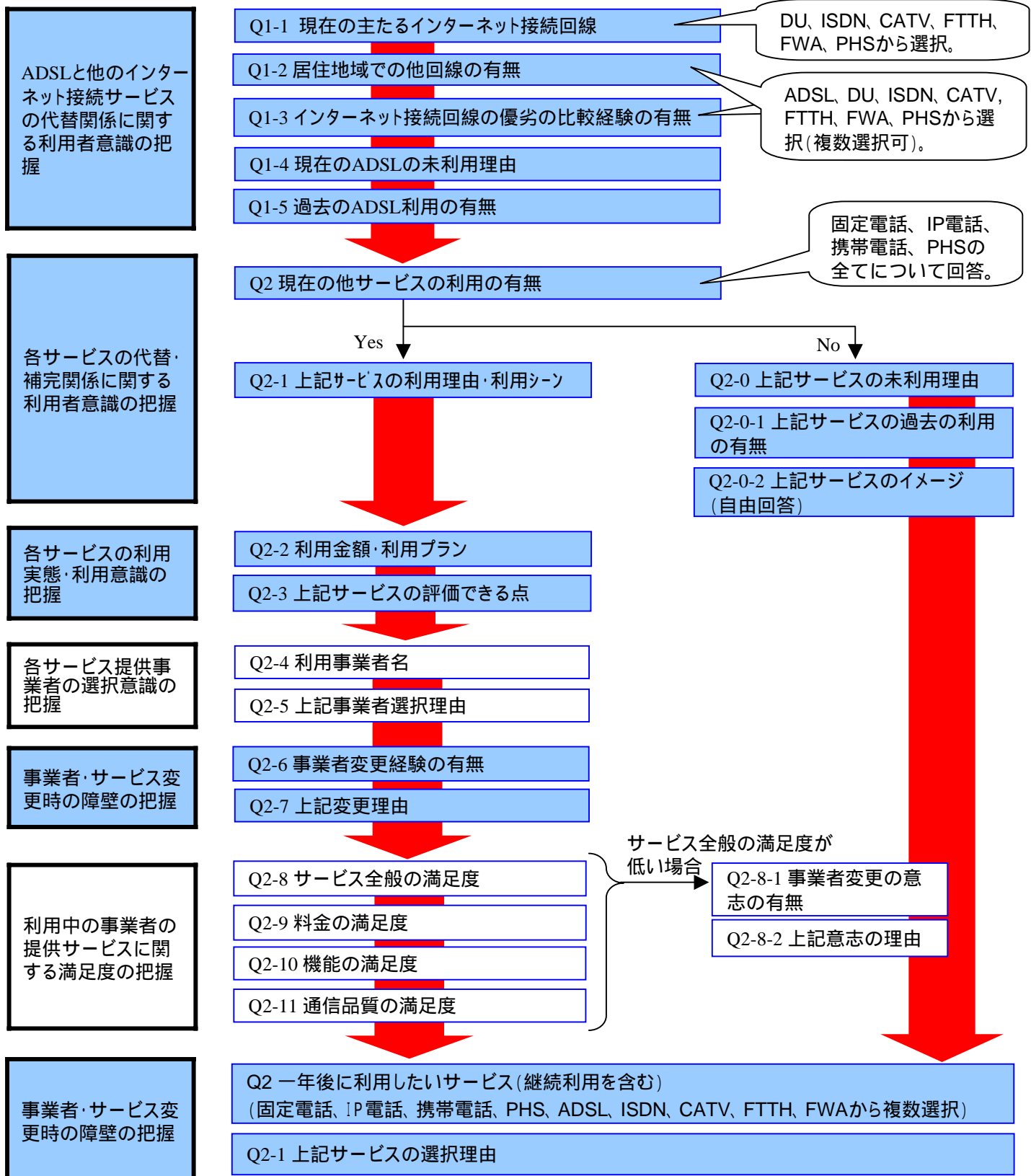
1月下旬に実施。

<sup>5</sup> なお、本アンケートのようなサンプル抽出の場合は標本誤差が若干増減することもある。また、誤差には回答者の誤解等による計算不能な非標本誤差もある。

<sup>6</sup> 内閣府世論調査でのサンプル設計の例：<http://www8.cao.go.jp/survey/h14/h14-gaikou/chuui.html>

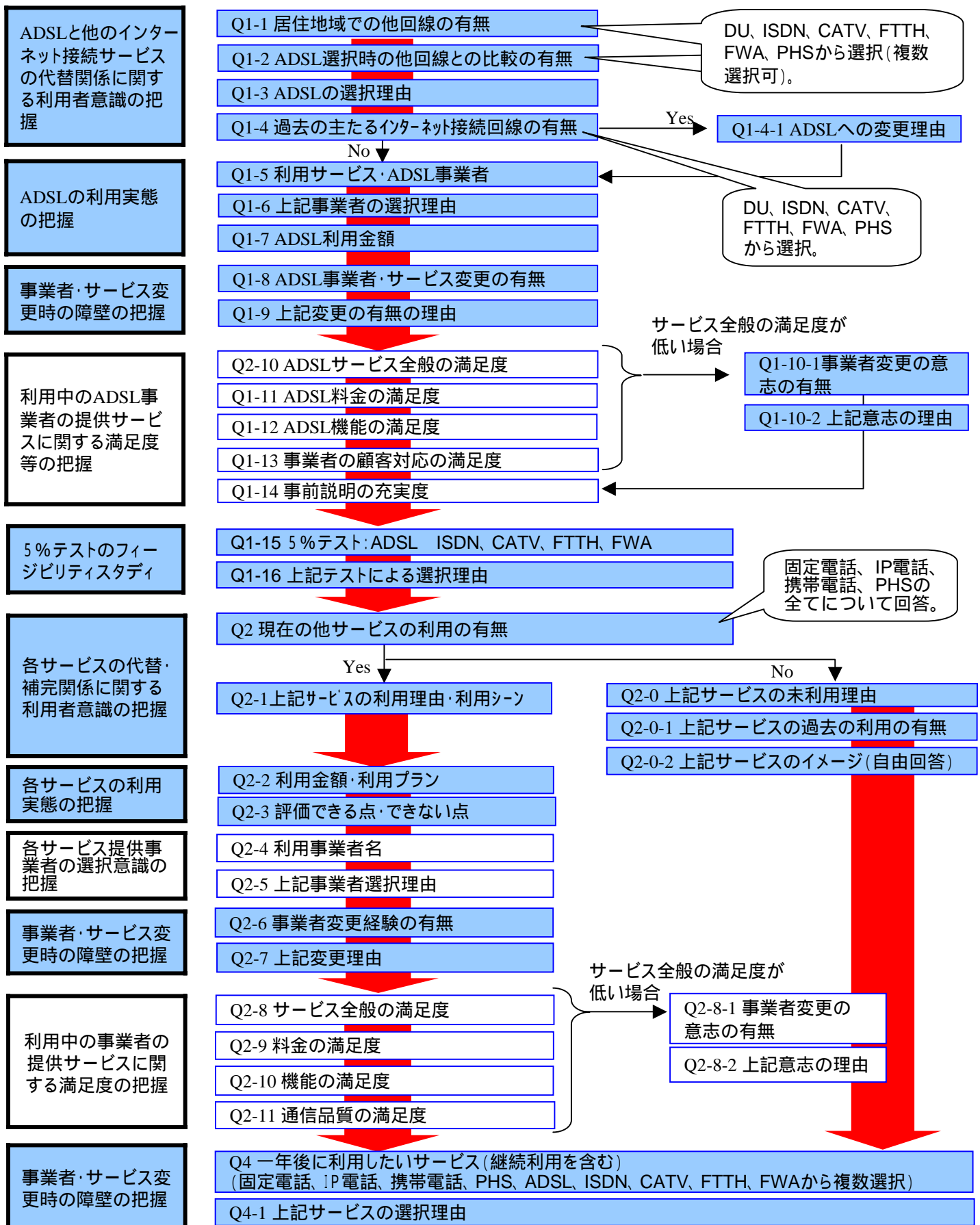
<sup>7</sup> モニターからの回答の信頼性を高めるため、フェイスシート等において本アンケート調査の主催者、実施目的等を明記する予定。また、難解な用語、略称等については、用語集、説明・注釈等を適宜付す予定。

# アンケートフロー (ADSL未利用者の場合) 別紙



**凡例：** 市場画定と関連性が高い設問 競争状況の評価と関連性が高い設問

# アンケートフロー (ADSL利用者の場合)



## 利用者アンケートにおける回答回収者の属性について

### 1 サンプル構成の段階において予め考慮した属性

#### 都市規模

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計		H12国勢調査
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)	
東京23区と政令指定都市	220	22.0	220	22.0	440	22.0	21.8
人口30万人以上の都市	180	18.0	180	18.0	360	18.0	17.9
人口10万人以上の都市	210	21.0	210	21.0	420	21.0	21.0
人口10万人未満の都市	180	18.0	180	18.0	360	18.0	18.0
町村	210	21.0	210	21.0	420	21.0	21.3
合計	1,000	100	1,000	100	2,000	100	100

#### 年代

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計		H12国勢調査 (%)	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)	20～50代に占める割合	総人口に占める割合
20代	231	23.1	239	23.9	470	23.5	25.6	14.3
30代	252	25.2	264	26.4	516	25.8	23.8	13.3
40代	256	25.6	268	26.8	524	26.2	23.6	13.2
50代	261	26.1	229	22.9	490	24.5	27.0	15.1
合計	1,000	100	1,000	100	2,000	100	100.0	55.9

#### 性別

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計		H12国勢調査
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)	
男性	524	52.4	508	50.8	1,032	51.6	48.7
女性	476	47.6	492	49.2	968	48.4	51.3
合計	1,000	100	1,000	100	2,000	100	100

## 2 その他の属性

### 居住地域

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計		H12国勢調査
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)	
北海道	34	3.4	40	4.0	74	3.7	4.5
東北	46	4.6	37	3.7	83	4.2	7.7
関東	373	37.3	438	43.8	811	40.6	31.9
北陸	28	2.8	32	3.2	60	3.0	4.4
中部	128	12.8	121	12.1	249	12.5	12.6
近畿	235	23.5	211	21.1	446	22.3	17.9
中国	51	5.1	46	4.6	97	4.9	6.1
四国	31	3.1	23	2.3	54	2.7	3.8
九州	74	7.4	52	5.2	126	6.3	11.6
合計	1,000	100	1,000	100	2,000	100	100

### 家族の世帯形態

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計		H12国勢調査
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)	
一人暮らし	84	8.4	105	10.5	189	9.5	10.4
夫婦のみ	118	11.8	160	16.0	278	13.9	14.2
核家族	530	53.0	502	50.2	1,032	51.6	51.0
2世帯同居	151	15.1	126	12.6	277	13.9	24.5
3世帯同居	58	5.8	46	4.6	104	5.2	
その他	59	5.9	61	6.1	120	6.0	
合計	1,000	100	1,000	100	2,000	100	100

### 自宅の種類

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計		H12国勢調査
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)	
持ち家(一戸建)	614	61.4	481	48.1	1,095	54.8	61.1
持ち家(集合住宅)	152	15.2	150	15.0	302	15.1	
借家(一戸建)	34	3.4	39	3.9	73	3.7	33.8
借家(集合住宅)	163	16.3	254	25.4	417	20.9	
寮・社宅	28	2.8	62	6.2	90	4.5	3.9
その他	9	0.9	14	1.4	23	1.2	1.2
合計	1,000	100	1,000	100	2,000	100	100

### 最終学歴

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計		H12国勢調査
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)	
大学院	48	4.8	36	3.6	84	4.2	15.4
大学	400	40.0	413	41.3	813	40.7	
短大・高専	156	15.6	139	13.9	295	14.8	47.2
専門学校	95	9.5	108	10.8	203	10.2	
高校(旧制中学)	275	27.5	279	27.9	554	27.7	25.0
中学(旧制小学)	18	1.8	20	2.0	38	1.9	
その他	8	0.8	5	0.5	13	0.7	
合計	1,000	100	1,000	100	2,000	100	100

### 世帯の年収

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計		H12国勢調査
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)	
300万円未満	123	12.3	149	14.9	272	13.6	27.2
300～500万円未満	246	24.6	257	25.7	503	25.2	21.6
500～700万円未満	209	20.9	239	23.9	448	22.4	17.5
700～1000万円未満	266	26.6	224	22.4	490	24.5	17.2
1000～1500万円未満	124	12.4	109	10.9	233	11.7	11.5
1500万円以上	32	3.2	22	2.2	54	2.7	4.9
合計	1,000	100	1,000	100	2,000	100	100

### 職業

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計		H13通信利用動向調査	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
会社員・役員	391	39.1	384	38.4	775	38.8	1594.0	42.1
自営業	84	8.4	72	7.2	156	7.8	596.0	15.8
専門職	37	3.7	31	3.1	68	3.4	573.0	15.1
公務員	53	5.3	36	3.6	89	4.5	-	-
学生	49	4.9	44	4.4	93	4.7	30.0	0.8
専業主婦	224	22.4	250	25.0	474	23.7	-	-
パートアルバイト	106	10.6	108	10.8	214	10.7	151.0	4.0
無職	28	2.8	39	3.9	67	3.4	536.0	14.2
その他	28	2.8	36	3.6	64	3.2	304.0	8.0
合計	1,000	100	1,000	100	2,000	100	3784	100

### 平日のインターネットの利用時間

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計		インターネット白書2002
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)	
30分未満	28	2.8	21	2.1	49	2.5	19.9
30分～1時間未満	134	13.4	103	10.3	237	11.9	
1時間～1時間30分未満	184	18.4	159	15.9	343	17.2	
1時間30分～2時間未満	135	13.5	166	16.6	301	15.1	
2時間～3時間未満	209	20.9	228	22.8	437	21.9	
3時間～4時間未満	125	12.5	132	13.2	257	12.9	
4時間～5時間未満	56	5.6	57	5.7	113	5.7	
5時間以上	127	12.7	133	13.3	260	13	
平日利用しない	2	0.2	1	0.1	3	0.15	
合計	1,000	100	1,000	100	2,000	100	100

1週間あたりの利用時間

## ADSLに係る利用者アンケートの結果について

対象：ADSL利用者（N=1,000）

利Q1-1. お住まいの地域で、ADSL以外に利用可能なインターネット接続回線は何ですか（複数回答可）

	度数	割合(%)
固定電話回線によるダイヤルアップ（*固定電話=加入電話及びISDNをいいます。以下、同様）	898	89.8
常時接続・定額制ISDN	769	76.9
FTTH（光ファイバー）	260	26
CATV（ケーブルテレビ）	493	49.3
FWA（加入者系無線アクセス）	40	4.0
その他	15	1.5
分からない	39	3.9
無回答	5	0.5
合計	1,000	100

利Q1-2. ADSLに加入する際に他のインターネット接続回線との比較をしましたか（複数回答可）

	度数	割合(%)
固定電話回線によるダイヤルアップ	355	35.5
ADSL	368	36.8
常時接続・定額制ISDN	277	27.7
FTTH（光ファイバー）	158	15.8
CATV（ケーブルテレビ）	298	29.8
FWA（加入者系無線アクセス）	20	2.0
その他	30	3.0
分からない	49	4.9
無回答	16	1.6
合計	1,000	100

利Q1-3. ADSLを選択した理由は何ですか。あてはまるものを2つお選びください

	度数	割合(%)
常時接続が可能だから	566	56.6
通信速度が優れているから	462	46.2
利用料金が安いから	399	39.9
利用料金が定額制だから	290	29.0
工事等、導入が容易だから	95	9.5
IP電話等のサービスが利用できるから	39	3.9
事業者等からのキャンペーンや勧誘があった、又は広告・宣伝を見たから	56	5.6
その他	14	1.4
無回答	4	0.4
合計	1,000	100



利Q1-4. 現在のADSL以前に主として利用していたインターネット接続回線は何ですか

	度数	割合(%)
<b>固定電話回線によるダイヤルアップ</b>	<b>629</b>	<b>62.9</b>
常時接続・定額制ISDN	256	25.6
FTTH(光ファイバー)	1	0.1
CATV(ケーブルテレビ)	17	1.7
FWA(加入者系無線アクセス)	5	0.5
その他	12	1.2
ADSL以外に利用したことがない	80	8.0
無回答	0	0.0
合計	1,000	100

Q1-4のいずれかの回線の選択者

(「ADSL以外に利用したことがない」、「無回答」以外)

利Q1-4-1. なぜ、ADSLに変更したのですか。あてはまるものを2つお選びください

	度数	割合(%)
常時接続が可能だから	480	52.2
以前のサービスに比べ通信速度が優れているから	600	65.3
以前のサービスに比べ利用料金が安いから	277	30.1
利用料金が定額制だから	257	28.0
工事等の導入が容易だから	31	3.4
IP電話等のサービスが利用できるから	41	4.5
事業者等からのキャンペーンや勧誘があった、又は広告・宣伝を見たから	36	3.9
その他	19	2.1
無回答	1	0.1
合計	919	100

利Q1-5. どの事業者のADSLを利用していますか

	度数	割合(%)
ソフトバンクBB (Yahoo!BB)	319	31.9
NTT東日本、NTT西日本 (フレッツADSL)	384	38.4
イー・アクセス	114	11.4
アッカ・ネットワークス	66	6.6
その他	111	11.1
無回答	6	0.6
合計	1,000	100

利Q1-6. Q1-5のADSL事業者を選択した理由は何ですか。あてはまるものを2つお選びください

	度数	割合(%)
事業者のブランド力・信頼性が高いと思ったから	289	28.9
通信速度等のサービスの機能が高いと思ったから	175	17.5
サービスの信頼性・安定性が高いと思ったから	242	24.2
利用料金が安かったから	441	44.1
IP電話とセットで利用できるから	98	9.8
固定電話(マイライン)等他サービスとのセット割引があったから	130	13.0
他の提供事業者が存在しないから	171	17.1
その他	110	11.0
無回答	0	0.0
合計	1,000	100

利Q1-7. ADSLに月額いくら支出していますか。インターネット接続に関わる総費用でお答えください(モデムレンタル料は含みません)

	度数	割合(%)
3,000円未満	321	32.1
3,000円～4,000円未満	435	43.5
4,000円～5,000円未満	187	18.7
5,000円以上	54	5.4
無回答	3	0.3
合計	1,000	100

利Q1-8. これまでにADSLの提供事業者を変更したことがありますか

	度数	割合(%)
変更したことがある	71	7.1
変更したことがない	922	92.2
無回答	7	0.7
合計	1,000	100

Q1-8:ADSL提供事業者を[変更したことがある]の選択者

利Q1-9-1. なぜ変更したのですか。あてはまるものを1つお選びください

	度数	割合(%)
サービス全般に不満があったから	11	15.5
顧客対応、アフターケアが不満だったから	6	8.5
利用料金が高かったから	17	23.9
通信速度が不満だったから	21	29.6
ブランド力・信頼性で不安だから	1	1.4
その他	14	19.7
無回答	1	1.4
合計	71	100

Q1-8:ADSL提供事業者を[変更したことがない]の選択者

利Q1-9-2. なぜ変更しなかったのですか。とくにあてはまるものを1つお選びください

	度数	割合(%)
現在の提供事業者のサービスで満足だから	406	44.0
他の提供事業者が存在しないから	78	8.5
事業者変更コストが多額だから	58	6.3
変更手順がわからない、又は煩雑・面倒だから	126	13.7
E-MAILアドレスの変更が必要だから	140	15.2
変更によりインターネットが利用できない期間が発生するから	48	5.2
ブランド力・信頼性で不安だから	8	0.9
わからない	11	1.2
その他	44	4.8
無回答	3	0.3
合計	922	100

利Q1-10. 現在利用している事業者のADSLサービス全般に満足していますか

	度数	割合(%)
非常に満足	131	13.1
やや満足	626	62.6
やや不満	177	17.7
非常に不満	27	2.7
わからない	22	2.2
無回答	17	1.7
合計	1,000	100

Q1-10: 現在の事業者のADSLサービス全般に[やや不満]又は[非常に不満]の選択者

利Q1-10-1. 事業者を変更したいと考えていますか

	度数	割合(%)
変更したい	124	60.8
変更したくない	80	39.2
無回答	0	0.0
合計	204	100

Q1-10-1: 事業者を[変更したくない]の選択者

利Q1-10-2. なぜ変更したくないのですか。とくにあてはまるものを1つお選びください

	度数	割合(%)
他の提供事業者が存在しないから	7	8.8
事業者変更コストが多額だから	13	16.3
変更手続きがわからない、又は煩雑・面倒から	21	26.3
変更によりインターネットが利用できない期間が発生するから	9	11.3
E-MAILアドレスの変更が必要だから	16	20.0
ブランド力・信頼性で不安だから	3	3.8
事業者による具体的な違い・メリットがわからないから	5	6.3
その他	6	7.5
無回答	0	0.0
合計	80	100

利Q1-11. 現在利用している事業者のADSLサービスの利用料金についてどう思いますか

	度数	割合(%)
非常に満足	112	11.2
やや満足	495	49.5
やや不満	324	32.4
非常に不満	54	5.4
わからない	14	1.4
無回答	1	0.1
合計	1,000	100

利Q1-12. 現在利用している事業者のADSLサービスの通信速度など機能についてはどう思いますか

	度数	割合(%)
非常に満足	102	10.2
やや満足	480	48.0
やや不満	330	33.0
非常に不満	78	7.8
わからない	6	0.6
無回答	4	0.4
合計	1,000	100

利Q1-13. 現在利用しているADSL提供事業者の顧客対応、アフターケアについてはどう思いますか

	度数	割合(%)
非常に満足	95	9.5
やや満足	434	43.4
やや不満	218	21.8
非常に不満	68	6.8
わからない	182	18.2
無回答	3	0.3
合計	1,000	100

利Q1-14. ADSL提供事業者又は代理店のHP・宣伝広告を含む事前説明と実際のサービスの内容は同じでしたか

	度数	割合(%)
ほぼ同じだった	675	67.5
異なるところが一部あった	171	17.1
異なるところが多かった	27	2.7
わからない	123	12.3
無回答	4	0.4
合計	1,000	100

利Q1-15. ADSLの利用料金(月額)が現在より5%値上がりしたら、他のインターネット接続回線に変更したいと思いますか

	度数	割合(%)
常時接続・定額制ISDN	10	1.0
FTTH(光ファイバー)	207	20.7
CATV(ケーブルテレビ)	36	3.6
FWA(加入者系無線アクセス)	4	0.4
その他	9	0.9
変更したいと思わない	439	43.9
わからない	290	29.0
無回答	5	0.5
合計	1,000	100

Q1-15: ADSLの料金値上げに反応して【変更したい】の選択者

利Q1-16-1. その理由は何ですか。とくにあてはまるものを1つお選びください

	度数	割合(%)
通信速度等の機能等に大きな差がないから	55	20.7
いずれ変更しようと考えていたから	171	64.3
変更が容易だから	10	3.8
わからない	10	3.8
その他	17	6.4
無回答	3	1.1
合計	266	100

Q1-15[変更したいと思わない]選択者

利Q1-16-2. その理由は何ですか。次のうちあてはまるものを2つお選びください

	度数	割合(%)
通信速度等の機能等に大きな差があるから	73	16.6
変更コストが多額だから	193	44.0
変更手続きがわからない、又は煩雑・面倒だから	171	39.0
変更によりインターネットが利用できない期間が発生するから	87	19.8
E-MAILアドレスの変更が必要だから	127	28.9
ADSLサービスとセットのIP電話が利用できなくなるかわからない	44	10.0
わからない	9	2.1
その他	37	8.4
無回答	1	0.2
合計	439	100

## ADSL以外のインターネット接続サービスに係る 利用者アンケートの結果について

対象：ADSLの未利用者（N=1,000）

未Q1-1. 現在主に利用しているインターネット接続回線は何ですか。とくにあてはまるものを1つお選びください

	度数	割合(%)
固定電話回線によるダイヤルアップ	244	24.4
常時接続・定額制ISDN	247	24.7
FTTH（光ファイバー）	60	6.0
CATV（ケーブルテレビ）	332	33.2
FWA（加入者系無線アクセス）	14	1.4
その他	41	4.1
無回答	62	6.2
合計	1,000	100

未Q1-2. お住まいの地域で利用可能な他のインターネット接続回線は何ですか（複数回答可）

	度数	割合(%)
固定電話回線によるダイヤルアップ	624	62.4
ADSL	696	69.6
常時接続・定額制ISDN	504	50.4
FTTH（光ファイバー）	206	20.6
CATV（ケーブルテレビ）	258	25.8
FWA（加入者系無線アクセス）	46	4.6
その他	10	1.0
分からない	75	7.5
無回答	98	9.8
合計	1,000	100

未Q1-3. Q1-1で選択した現在主に利用しているインターネット接続回線と、お住まいの地域で利用可能な他のインターネット接続回線との優劣を比較したことがありますか（複数回答可）

	度数	割合(%)
固定電話回線によるダイヤルアップ	191	19.1
ADSL	361	36.1
常時接続・定額制ISDN	138	13.8
FTTH（光ファイバー）	102	10.2
CATV（ケーブルテレビ）	109	10.9
FWA（加入者系無線アクセス）	12	1.2
その他	5	0.5
比較したことがない	345	34.5
分からない	20	2.0
無回答	83	8.3
合計	1,000	100

未Q1-4. ADSLを利用していない理由は何ですか。あてはまるものを2つお選びください

	度数	割合(%)
ADSLについてよく知らないから	116	11.6
常時接続が不要だから	70	7.0
提供エリア外だから	146	14.6
利用料金が安いから	153	15.3
現在利用しているインターネット接続回線の通信速度等 機能で満足しているから	316	31.6
サービスの安定性・信頼性が不安だから	84	8.4
工事等、導入が煩雑、面倒だから	352	35.2
通信速度の高速性が要求されるコンテンツが不足してい るから	23	2.3
常時接続時のセキュリティに不安があるから	35	3.5
その他	195	19.5
無回答	2	0.2
合計	1,000	100

未Q1-5. 過去にADSLを利用していましたか

	度数	割合(%)
利用していた	38	3.8
利用していない	951	95.1
無回答	11	1.1
合計	1,000	100

## インターネット接続サービス以外の電気通信サービスに係る 利用者アンケートの結果について

対象：全員(N=2,000)

Q2. インターネット接続サービス以外に利用している通信サービス（通話・データ通信）がありますか  
（複数回答可）

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
固定電話 【主としてご自身が利用していない場合でも、同じ世帯で利用している場合には選択してください】	897	89.7	881	88.1	1,778	88.9
IP電話（一般の電話機を利用するものに限ります。以下、同様） 【主としてご自身が利用していない場合でも、同じ世帯で利用している場合には選択してください】	16	1.6	200	20	216	10.8
携帯電話 【ご自身が利用している場合に選択してください】	780	78	742	74.2	1,522	76.1
PHS 【ご自身が利用している場合に選択してください】	74	7.4	86	8.6	160	8
その他	1	0.1	3	0.3	4	0.2
いずれも利用していない	22	2.2	32	3.2	54	2.7
無回答	0	0.0	0	0.0	0	0.0
合計	1,000	100	1,000	100	2,000	100



## 固定電話に係る利用者アンケートの結果について

対象：固定電話の未利用者（N=222）

Q2-1-0-1. 固定電話を利用していない理由は何ですか。あてはまるものを2つお選びください

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
利用料金が高いから	23	22.3	41	34.5	64	28.8
初期費用（施設設置負担金等）が高いから	14	13.6	12	10.1	26	11.7
自宅にあまりいないから	22	21.4	13	10.9	35	15.8
IP電話を利用しているから	2	1.9	38	31.9	40	18.0
携帯電話を利用しているから	39	37.9	22	18.5	61	27.5
PHSを利用しているから	6	5.8	5	4.2	11	5.0
電話自体をあまり利用しないから	25	24.3	26	21.8	51	23.0
その他	10	9.7	11	9.2	21	9.5
無回答	1	1.0	2	1.7	3	1.4
合計	103	100	119	100	222	100

Q2-1-0-2. 過去に固定電話を利用していたことがありますか。とくにあてはまるものを1つお選びください

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
家族等と同居していたので利用していた	44	42.7	53	44.5	97	43.7
自分で加入或いは自分の負担で利用していた	33	32.0	42	35.3	75	33.8
利用していない	26	25.2	24	20.2	50	22.5
無回答	0	0.0	0	0.0	0	0.0
合計	103	100	119	100	222	100

対象：固定電話の利用者(N=1,878)

Q2-1-1. 主にどのような場合に利用していますか。あてはまるものを2つお選びください

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
自宅での市内等近距離通話	806	89.9	765	86.8	1,571	88.5
自宅での県外等遠距離通話	480	53.5	522	59.3	1,002	56.4
自宅での海外との国際通話	12	1.3	14	1.6	26	1.5
自宅でのインターネット接続	238	26.5	145	16.5	383	21.6
自宅でのLモード	3	0.3	3	0.3	6	0.3
自宅でのFAX	162	18.1	163	18.5	325	18.3
無回答	0	0.0	3	0.3	3	0.2
合計	897	100	881	100	1,778	100

Q2-1-2. 最近の月間利用料金はいくらぐらいですか

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
500円未満	59	6.6	141	16.0	200	11.2
500円～2,000円未満	120	13.4	230	26.1	350	19.7
2,000円～3,000円未満	166	18.5	210	23.8	376	21.1
3,000円～5,000円未満	224	25.0	166	18.8	390	21.9
5,000円～10,000円未満	265	29.5	118	13.4	383	21.5
10,000円～20,000円未満	54	6.0	14	1.6	68	3.8
20,000円～30,000円未満	6	0.7	0	0.0	6	0.3
30,000円以上	1	0.1	0	0.0	1	0.1
無回答	2	0.2	2	0.2	4	0.2
合計	897	100	881	100	1,778	100

Q2-1-3. マイライン（市内通話）の登録事業者はどちらですか

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
NTT東日本、NTT西日本	539	60.1	546	62.0	1,085	61.0
KDDI	104	11.6	94	10.7	198	11.1
日本テレコム	61	6.8	64	7.3	125	7.0
東京電話	57	6.4	85	9.6	142	8.0
九州電話	2	0.2	4	0.5	6	0.3
平成電電	0	0.0	1	0.1	1	0.1
メディア	1	0.1	2	0.2	3	0.2
登録していない	93	10.4	63	7.2	156	8.8
わからない	40	4.5	22	2.5	62	3.5
無回答	0	0.0	0	0.0	0	0.0
合計	897	100	881	100	1,778	100

Q2-1-4. マイライン（同一県内の市外通話）の登録事業者はどちらですか

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
NTT東日本、NTT西日本	448	49.9	438	49.7	886	49.8
KDDI	133	14.8	121	13.7	254	14.3
日本テレコム	73	8.1	93	10.6	166	9.3
東京電話	57	6.4	80	9.1	137	7.7
九州電話	3	0.3	3	0.3	6	0.3
フュージョン・コミュニケーションズ	37	4.1	51	5.8	88	4.9
平成電電	0	0.0	1	0.1	1	0.1
メディア	1	0.1	1	0.1	2	0.1
ケーブル・アンド・ワイヤレスIDC	3	0.3	0	0.0	3	0.2
登録していない	92	10.3	65	7.4	157	8.8
わからない	48	5.4	25	2.8	73	4.1
無回答	2	0.2	3	0.3	5	0.3
合計	897	100	881	100	1,778	100

Q2-1-5. マイライン（県外通話）の登録事業者はどちらですか

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
NTTコミュニケーションズ	357	39.8	322	36.5	679	38.2
KDDI	156	17.4	147	16.7	303	17.0
日本テレコム	99	11.0	111	12.6	210	11.8
東京電話	48	5.4	65	7.4	113	6.4
九州電話	2	0.2	2	0.2	4	0.2
フュージョン・コミュニケーションズ	64	7.1	113	12.8	177	10.0
平成電電	0	0.0	1	0.1	1	0.1
メディア	1	0.1	2	0.2	3	0.2
ケーブル・アンド・ワイヤレスIDC	2	0.2	1	0.1	3	0.2
登録していない	106	11.8	73	8.3	179	10.1
わからない	57	6.4	41	4.7	98	5.5
無回答	5	0.6	3	0.3	8	0.4
合計	897	100	881	100	1,778	100

Q2-1-6. マイライン（国際通話）の登録事業者はどちらですか

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
KDDI	153	17.1	139	15.8	292	16.4
NTTコミュニケーションズ	189	21.1	201	22.8	390	21.9
日本テレコム	62	6.9	80	9.1	142	8.0
東京電話	31	3.5	49	5.6	80	4.5
フュージョン・コミュニケーションズ	26	2.9	43	4.9	69	3.9
メディア	1	0.1	1	0.1	2	0.1
ケーブル・アンド・ワイヤレスIDC	7	0.8	2	0.2	9	0.5
ティーシステム・ジャパン（旧ドイツテレコム・ジャパン）	3	0.3	4	0.5	7	0.4
ワールドコム・ジャパン	1	0.1	0	0.0	1	0.1
登録していない	311	34.7	265	30.1	576	32.4
わからない	111	12.4	96	10.9	207	11.6
無回答	2	0.2	1	0.1	3	0.2
合計	897	100	881	100	1,778	100

Q2-1-7. Q2-1-4～Q2-1-6のマイライン登録事業者を選択した主な理由は何ですか。あてはまるものを2つお選びください

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
事業者のブランド力・信頼性が高いと思ったから	367	40.9	353	40.1	720	40.5
通話品質等のサービスの機能が高いと思ったから	160	17.8	176	20.0	336	18.9
料金が安かったから	227	25.3	286	32.5	513	28.9
携帯電話等他サービスとのセット割引があったから	103	11.5	136	15.4	239	13.4
た、又は広告・宣伝を見たから	220	24.5	200	22.7	420	23.6
いずれのサービス区分にも登録はしていない	105	11.7	65	7.4	170	9.6
その他	88	9.8	91	10.3	179	10.1
無回答	12	1.3	10	1.1	22	1.2
合計	897	100	881	100	1,778	100

Q2-1-8. マイライン登録事業者を変更したことはありますか

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
変更したことがある	105	11.7	119	13.5	224	12.6
変更したことがない	784	87.4	756	85.8	1,540	86.6
無回答	8	0.9	6	0.7	14	0.8
合計	897	100	881	100	1,778	100

Q2-1-8：マイライン登録事業者を【変更したことがある】の選択者

Q2-1-9-1. なぜ変更したのですか。とくにあてはまるものを1つお選びください

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
サービス全般に不満があったから	10	9.5	12	10.1	22	9.8
顧客対応、アフターケアが不満だったから	3	2.9	7	5.9	10	4.5
利用料金が高かったから	43	41.0	35	29.4	78	34.8
通信品質等のサービスの機能が劣っていたから	6	5.7	8	6.7	14	6.3
事業者のブランド力・信頼性が不満だったから	5	4.8	6	5.0	11	4.9
その他	30	28.6	49	41.2	79	35.3
無回答	8	7.6	2	1.7	10	4.5
合計	105	100	119	100	224	100

**Q2-1-8：マイライン登録事業者を【変更したことがない】の選択者**

**Q2-1-9-2. なぜ変更しなかったのですか。とくにあてはまるものを1つお選びください**

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
現在の提供事業者のサービスで満足だから	351	44.8	353	46.7	704	45.7
他の提供事業者が存在しないから	4	0.5	1	0.1	5	0.3
事業者変更コストが必要だから	66	8.4	83	11.0	149	9.7
変更手続きがわからない、又は煩雑・面倒だから	137	17.5	153	20.2	290	18.8
ブランド力・信頼性で不安だから	6	0.8	11	1.5	17	1.1
事業者による具体的な違い・メリットがわからないから	164	20.9	100	13.2	264	17.1
その他	45	5.7	47	6.2	92	6.0
無回答	11	1.4	8	1.1	19	1.2
合計	784	100	756	100	1,540	100

**Q2-1-10. 現在利用している事業者の固定電話サービス全般に満足していますか**

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
非常に満足	85	9.5	97	11.0	182	10.2
やや満足	506	56.4	528	59.9	1,034	58.2
やや不満	98	10.9	118	13.4	216	12.1
非常に不満	20	2.2	26	3.0	46	2.6
わからない	177	19.7	100	11.4	277	15.6
無回答	11	1.2	12	1.4	23	1.3
合計	897	100	881	100	1,778	100

**Q2-1-10：現在の事業者の固定電話サービス全般に【やや不満】または【非常に不満】の選択者**

**Q2-1-11. 事業者を変更したいと考えていますか**

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
変更したい	61	51.7	55	38.2	116	44.3
変更したくない	54	45.8	81	56.3	135	51.5
無回答	3	2.5	8	5.6	11	4.2
合計	118	100	144	100	262	100

**Q2-1-11：事業者を【変更したくない】の選択者**

**Q2-1-12. なぜ変更したくないのですか。とくにあてはまるものを1つお選びください**

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
他の提供事業者が存在しないから	2	3.7	10	12.3	12	8.9
事業者変更コストが必要だから	8	14.8	17	21.0	25	18.5
変更手続きがわからない又は煩雑、面倒だから	21	38.9	23	28.4	44	32.6
事業者による具体的な違い・メリットがわからないから	18	33.3	23	28.4	41	30.4
その他	4	7.4	5	6.2	9	6.7
無回答	1	1.9	3	3.7	4	3.0
合計	54	100	81	100	135	100

Q2-1-13. 現在利用している事業者の固定電話の料金についてどう思いますか

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
非常に満足	47	5.2	60	6.8	107	6.0
やや満足	344	38.4	391	44.4	735	41.3
やや不満	337	37.6	309	35.1	646	36.3
非常に不満	65	7.2	75	8.5	140	7.9
わからない	104	11.6	46	5.2	150	8.4
無回答	0	0.0	0	0.0	0	0.0
合計	897	100	881	100	1,778	100

## IP電話に係る利用者アンケートの結果について

対象：IP電話の未利用者（N=1,784）

Q2-2-0-1. IP電話を利用しない理由は何ですか。次のうちあてはまるものを2つお選びください

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
サービスが提供されていないから	129	13.1	93	11.6	222	12.4
IP電話についてよく知らないから	488	49.6	331	41.4	819	45.9
通信品質等の機能面で不安があるから	96	9.8	97	12.1	193	10.8
着信先に制限があるから	132	13.4	145	18.1	277	15.5
利用料金が安いと思わないから	46	4.7	42	5.3	88	4.9
一般の固定電話を利用しているから	247	25.1	217	27.1	464	26.0
加入手続きがわからない、又は煩雑・面倒だから	180	18.3	119	14.9	299	16.8
電話自体をあまり利用しないから	183	18.6	205	25.6	388	21.7
その他	32	3.3	26	3.3	58	3.3
無回答	0	0.0	0	0.0	0	0.0
合計	984	100	800	100	1,784	100

対象：IP電話の未利用者（N = 1,784）

Q2-2-0-2：IP電話のイメージについて(自由回答)

用語整理		0:わからない、知らない	1:料金安い	2:料金高い	3:機能がよい	4:機能が悪い	5:品質がよい	6:品質が悪い	7:興味がでない	8:面倒	9:難しい	10:不安	11:音質が悪い	12:範囲が狭い・制限がある	13:つながりにくい	14:メリット(利点)がわからない	15:セキュリティに不安	16:とくになし	17:便利	18:不便	19:使ってみたい	20:いらぬ、不要	21:様子を見ている	22:その他	合計
ADSL利用者	度数(人)	168	117	6	6	1	3	23	41	4	20	48	36	31	4	23	4	27	15	13	12	20	19	47	669
	割合(%)	25.1	17.5	0.9	0.9	0.1	0.4	3.4	6.1	0.6	3.0	7.2	5.4	4.6	0.6	3.4	0.6	4.0	2.2	1.9	1.8	3.0	2.8	1.6	100.0
ADSL未利用者	度数(人)	274	110	11	0	3	0	20	4	29	22	25	37	7	2	20	7	14	11	14	15	42	25	187	837
	割合(%)	32.7	13.1	1.3	0.0	0.4	0.0	2.4	0.5	3.5	2.6	3.0	4.4	0.8	0.2	2.4	0.8	1.7	1.3	1.7	1.8	5.0	3.0	22.3	100.0
合計	度数(人)	442	227	17	6	4	3	43	45	33	42	73	73	38	6	43	11	41	26	27	27	62	44	234	1,506
	割合(%)	29.3	15.1	1.1	0.4	0.3	0.2	2.9	3.0	2.2	2.8	4.8	4.8	2.5	0.4	2.9	0.7	2.7	1.7	1.8	1.8	4.1	2.9	15.5	100.0

(注)自由回答を上記「用語整理」に分類するにあたり、回答の表現によっては、若干の誤差を含むことは避けられないと思われる。なお同回答においては、複数の分類項目に及んでいるものがある。

【参考】Q2-2-0-1.IP電話を利用しない理由

選択肢		サービスが提供されていないから	IP電話についてよく知らないから	通信品質等の機能面で不安があるから	着信先に制限があるから	利用料金が安いと思わないから	一般の固定電話を利用しているから	加入手続きがわからない、又は煩雑・面倒だから	電話自体をあまり利用しないから	その他	無回答	合計
ADSL利用者	度数(人)	93	331	97	145	42	217	119	205	26	0	800
	割合(%)	11.6	41.4	12.1	18.1	5.3	27.1	14.9	25.6	3.3	0.0	100.0
ADSL未利用者	度数(人)	129	488	96	132	46	247	180	183	32	0	984
	割合(%)	13.1	49.6	9.8	13.4	4.7	25.1	18.3	18.6	3.3	0.0	100.0
合計	度数(人)	222	819	193	277	88	464	299	388	58	0	1,784
	割合(%)	12.4	45.9	10.8	15.5	4.9	26.0	16.8	21.7	3.3	0.0	100.0



対象：IP電話の利用者（N=216）

Q2-2-1. 主にどのような場合にIP電話を利用していますか。あてはまるものを2つお選びください

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
同一事業者又は提携している事業者グループの加入者間通話の場合	5	31.3	69	34.5	74	34.3
自宅での市内等近距離通話	4	25.0	121	60.5	125	57.9
自宅での県外等遠距離通話	10	62.5	146	73.0	156	72.2
自宅での海外との国際通話	3	18.8	6	3.0	9	4.2
無回答	0	0.0	0	0.0	0	0.0
合計	16	100	200	100	216	100

Q2-2-2. どの事業者のIP電話を利用していますか（試験サービスを含む）

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
Yahoo!BB	2	12.5	170	85.0	172	79.6
BIGLOBE	0	0.0	4	2.0	4	1.9
OCN、ドリームネット、@nifty、So-net	3	18.8	7	3.5	10	4.6
DION、hi-ho、ODN	1	6.3	1	0.5	2	0.9
その他	8	50.0	16	8.0	24	11.1
わからない	2	12.5	2	1.0	4	1.9
無回答	0	0.0	0	0.0	0	0.0
合計	16	100	200	100	216	100

Q2-2-3. Q2-2-2のIP電話事業者を選択した理由は何ですか。あてはまるものを2つお選びください

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
事業者のブランド力・信頼性が高いと思ったから	3	18.8	6	3.0	9	4.2
通話品質等のサービスの機能が高いと思ったから	3	18.8	5	2.5	8	3.7
利用料金が安かったから	7	43.8	107	53.5	114	52.8
ADSLとセットで利用できるから	2	12.5	165	82.5	167	77.3
ISP、ADSL等とのセット割引があったから	1	6.3	9	4.5	10	4.6
家族、友人等の通話回数が多い相手の利用している事業者だから	4	25.0	14	7.0	18	8.3
事業者等からのキャンペーンや勧誘があった、又は広告・宣伝を見たから	3	18.8	29	14.5	32	14.8
その他	1	6.3	3	1.5	4	1.9
無回答	0	0.0	0	0.0	0	0.0
合計	16	100	200	100	216	100

Q2-2-4. IP電話の評価できる点は何ですか。とくにあてはまるものを2つ以内でお選びください

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
固定電話より利用料金が安いこと	11	68.8	166	83.0	177	81.9
通話距離によらず料金が均一なこと	8	50.0	139	69.5	147	68.1
使い勝手が固定電話と大差ないこと	4	25.0	43	21.5	47	21.8
その他	1	6.3	4	2.0	5	2.3
無回答	0	0.0	0	0.0	0	0.0
合計	16	100	200	100	216	100

## 携帯電話に係る利用者アンケートの結果について

対象：携帯電話の未利用者（N=478）

Q2-3-0-1. 携帯電話を利用していない理由は何ですか。あてはまるものを2つお選びください

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
利用料金が高いから	126	57.3	161	62.4	287	60.0
初期費用（携帯電話端末の購入費用等）が高いから	29	13.2	19	7.4	48	10.0
外出先での通信手段を確保したくないから、又は確保する必要がないから	43	19.5	46	17.8	89	18.6
固定電話を利用しているから	49	22.3	47	18.2	96	20.1
PHSを利用しているから	39	17.7	53	20.5	92	19.2
加入手続きがわからない、又は煩雑・面倒だから	3	1.4	4	1.6	7	1.5
電話自体をあまり利用しないから	59	26.8	76	29.5	135	28.2
その他	21	9.5	21	8.1	42	8.8
無回答	5	2.3	1	0.4	6	1.3
合計	220	100	258	100	478	100

Q2-3-0-2. 過去に携帯電話を利用していましたか

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
利用していた	71	32.3	92	35.7	163	34.1
利用していない	149	67.7	166	64.3	315	65.9
無回答	0	0.0	0	0.0	0	0.0
合計	220	100	258	100	478	100

対象：携帯電話の利用者（N=1,522）

Q2-3-1. 主にどのような場合に携帯電話を利用していますか。あてはまるものを2つお選びください

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
外出時の音声通話の発信	705	90.4	661	89.1	1,366	89.8
外出時のE-Mail（画像添付メールを含む）	443	56.8	471	63.5	914	60.1
外出時の携帯電話端末によるインターネット接続	61	7.8	57	7.7	118	7.8
自宅での音声通話の発信	150	19.2	104	14.0	254	16.7
自宅での携帯電話端末によるE-Mail（画像添付メールを含む）	95	12.2	87	11.7	182	12.0
接続	8	1.0	8	1.1	16	1.1
無回答	0	0.0	2	0.3	2	0.1
合計	780	100	742	100	1,522	100

Q2-3-2. 先月（又はご記憶のうちで最近1ヶ月間）の利用料金はどのぐらいですか

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
500円未満	14	1.8	17	2.3	31	2.0
500円～2,000円未満	65	8.3	62	8.4	127	8.3
2,000円～3,000円未満	117	15.0	130	17.5	247	16.2
3,000円～5,000円未満	311	39.9	277	37.3	588	38.6
5,000円～10,000円未満	206	26.4	199	26.8	405	26.6
10,000円～20,000円未満	55	7.1	52	7.0	107	7.0
20,000円以上	11	1.4	5	0.7	16	1.1
無回答	1	0.1	0	0.0	1	0.1
合計	780	100	742	100	1,522	100

Q2-3-3. どの事業者の携帯電話を利用していますか

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
NTTドコモグループ	388	49.7	345	46.5	733	48.2
auグループ	132	16.9	136	18.3	268	17.6
Jフォン	194	24.9	206	27.8	400	26.3
ツーカーグループ	66	8.5	55	7.4	121	8.0
無回答	0	0.0	0	0.0	0	0.0
合計	780	100	742	100	1,522	100

Q2-3-4. Q2-3-3の携帯電話事業者を選択した理由は何ですか。あてはまるものを2つお選びください

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
事業者のブランド力・信頼性が高いと思ったから	338	43.3	304	41.0	642	42.2
通話品質等のサービスの機能が高いと思ったから	213	27.3	220	29.6	433	28.4
利用料金が安かったから	250	32.1	263	35.4	513	33.7
家族、友人等の通話回数が多い相手の利用している事業者だから	323	41.4	332	44.7	655	43.0
固定電話（マイライン）等他サービスとのセット割引があったから	30	3.8	29	3.9	59	3.9
特定の機能（カメラ、ムービー、GPS等）	36	4.6	55	7.4	91	6.0
その他	96	12.3	59	8.0	155	10.2
無回答	0	0.0	1	0.1	1	0.1
合計	780	100	742	100	1,522	100

Q2-3-5. 携帯電話事業者を変更したことはありますか

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
変更したことがある	225	28.8	234	31.5	459	30.2
変更したことがない	555	71.2	508	68.5	1,063	69.8
無回答	0	0.0	0	0.0	0	0.0
合計	780	100	742	100	1,522	100

Q2-3-5：携帯電話事業者を【変更したことがある】の選択者

Q2-3-6-1. なぜ変更したのですか。とくにあてはまるものを1つお選びください

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
サービス全般に不満があったから	31	13.8	34	14.5	65	14.2
顧客対応、アフターケアが不満だったから	7	3.1	5	2.1	12	2.6
利用料金が高かったから	60	26.7	63	26.9	123	26.8
通話品質等のサービスの機能が劣っていたから（音質が悪い、繋がりにくい、よくきれる等）	58	25.8	55	23.5	113	24.6
事業者のブランド力・信頼性が不満だったから	13	5.8	10	4.3	23	5.0
特定の機能（カメラ、ムービー、GPS等）	20	8.9	32	13.7	52	11.3
その他	35	15.6	34	14.5	69	15.0
無回答	1	0.4	1	0.4	2	0.4
合計	225	100	234	100	459	100

**Q2-3-5：携帯電話事業者を【変更したことがない】の選択者**

**Q2-3-6-2. なぜ変更しなかったのですか。とくにあてはまるものを1つお選びください**

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
現在の提供事業者のサービスで満足だから	236	42.5	182	35.8	418	39.3
電話番号が変わるから	211	38.0	231	45.5	442	41.6
事業者変更コストが多額だから	21	3.8	22	4.3	43	4.0
変更手続きがわからない、又は煩雑・面倒だから	32	5.8	28	5.5	60	5.6
事業者による具体的な違い・メリットがわからないから	33	5.9	25	4.9	58	5.5
その他	17	3.1	17	3.3	34	3.2
無回答	5	0.9	3	0.6	8	0.8
合計	555	100	508	100	1,063	100

**Q2-3-7. 現在利用している携帯電話のサービス全般についてどう思いますか**

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
非常に満足	82	10.5	74	10.0	156	10.2
やや満足	441	56.5	438	59.0	879	57.8
やや不満	150	19.2	147	19.8	297	19.5
非常に不満	40	5.1	35	4.7	75	4.9
わからない	37	4.7	24	3.2	61	4.0
無回答	30	3.8	24	3.2	54	3.5
合計	780	100	742	100	1,522	100

**Q2-3-7：現在の事業者の携帯電話サービス全般に【やや不満】または【非常に不満】の選択者**

**Q2-3-8. 事業者を変更したいと考えていますか**

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
変更したい	48	25.3	57	31.3	105	28.2
変更したくない	140	73.7	124	68.1	264	71.0
無回答	2	1.1	1	0.5	3	0.8
合計	190	100	182	100	372	100

**Q2-3-8：事業者を【変更したくない】の選択者**

**Q2-3-9. なぜ変更したくないのですか。とくにあてはまるものを1つお選びください**

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
電話番号が変わるから	90	64.3	77	62.1	167	63.3
事業者変更コストが多額だから	9	6.4	11	8.9	20	7.6
変更手続きがわからない、又は煩雑・面倒だから	18	12.9	13	10.5	31	11.7
事業者による具体的な違い・メリットがわからないから	13	9.3	12	9.7	25	9.5
その他	9	6.4	8	6.5	17	6.4
無回答	1	0.7	3	2.4	4	1.5
合計	140	100	124	100	264	100

Q2-3-10. 現在利用している携帯電話の料金についてどう思いますか

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
非常に満足	48	6.2	48	6.5	96	6.3
やや満足	242	31.0	242	32.6	484	31.8
やや不満	344	44.1	298	40.2	642	42.2
非常に不満	105	13.5	126	17.0	231	15.2
わからない	27	3.5	8	1.1	35	2.3
無回答	14	1.8	20	2.7	34	2.2
合計	780	100	742	100	1,522	100

Q2-3-11. 現在利用している携帯電話の通信品質（切れる、繋がりにくさを含む）についてどう思いますか

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
非常に満足	108	13.8	89	12.0	197	12.9
やや満足	367	47.1	343	46.2	710	46.6
やや不満	214	27.4	215	29.0	429	28.2
非常に不満	44	5.6	63	8.5	107	7.0
わからない	32	4.1	12	1.6	44	2.9
無回答	15	1.9	20	2.7	35	2.3
合計	780	100	742	100	1,522	100

## PHSに係る利用者アンケートの結果について

対象：PHSの未利用者（N=1,840）

## Q2-4-0-1. PHSを利用しない理由は何ですか。あてはまるものを2つお選びください

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
利用料金が高いから	129	13.9	130	14.2	259	14.1
外出先での通信手段を確保したくないから、 又は確保する必要がないから	82	8.9	85	9.3	167	9.1
固定電話を利用しているから	252	27.2	243	26.6	495	26.9
携帯電話を利用しているから	668	72.1	657	71.9	1,325	72.0
他の常時接続・定額制インターネット接続 サービスを利用しているから	62	6.7	73	8.0	135	7.3
電話自体をあまり利用しないから	120	13.0	132	14.4	252	13.7
加入手続きがわからない、または煩雑・面倒 だから	36	3.9	30	3.3	66	3.6
その他	93	10.0	88	9.6	181	9.8
無回答	5	0.5	2	0.2	7	0.4
合計	926	100	914	100	1,840	100

## Q2-4-0-2. 過去にPHSを利用していましたか

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
利用していた	216	23.3	252	27.6	468	25.4
利用していない	710	76.7	662	72.4	1,372	74.6
無回答	0	0.0	0	0.0	0	0.0
合計	926	100	914	100	1,840	100

対象：PHSの未利用者（N = 1,840）

Q2-2-0-2：PHSのイメージについて（自由回答）

用語整理		0:わからない、知らない	1:料金安い	2:料金高い	3:機能がよい	4:機能が悪い	5:品質がよい	6:品質が悪い	7:興味が無い	8:子供向け	9:流行遅れ・廃れる	10:よい	11:音質が悪い	12:範囲が狭い	13:つながりにくい	14:メリット(利点)がわからない	15:コンテンツやサービス	16:とくになし	17:便利	18:不便	19:使ってみたい	20:いらない、不要	21:高速移動で使えない	22:その他	合計
ADSL利用者	度数(人)	31	84	29	17	27	6	19	7	22	57	10	16	168	90	38	14	37	32	29	2	27	36	84	807
	割合(%)	3.8	10.4	3.6	2.1	3.3	0.7	2.4	0.9	2.7	7.1	1.2	2.0	20.8	11.2	4.7	1.7	4.6	4.0	3.6	0.2	3.3	4.5	10.4	100.0
ADSL未利用者	度数(人)	46	45	8	2	10	6	11	6	11	85	5	3	154	50	13	0	35	18	20	2	55	20	218	824
	割合(%)	5.6	5.5	1.0	0.2	1.2	0.7	1.3	0.7	1.3	10.3	0.6	0.4	18.7	6.1	1.6	0.0	4.2	2.2	2.4	0.2	6.7	2.4	26.5	100.0
合計	度数(人)	77	129	37	19	37	12	30	13	33	142	15	19	322	140	51	14	72	50	49	4	82	56	302	1,631
	割合(%)	4.7	7.9	2.3	1.2	2.3	0.7	1.8	0.8	2.0	8.7	0.9	1.2	19.7	8.6	3.1	0.9	4.4	3.1	3.0	0.2	5.0	3.4	18.5	100.0

(注)自由回答を上記「用語整理」に分類するにあたり、回答の表現によっては、若干の誤差を含むことは避けられないと思われる。なお同回答においては、複数の分類項目に及んでいるものがある。

【参考】Q2-2-0-1.PHSを利用しない理由

選択肢		利用料金が安いから	外出先での通信手段を確保したくないから、又は確保する必要がないから	固定電話を利用しているから	携帯電話を利用しているから	他の常時接続・定額制インターネット接続サービスを利用しているから	電話自体をあまり利用しないから	加入手続きがわからない、または煩雑・面倒だから	その他	無回答	合計
ADSL利用者	度数(人)	130	85	243	657	73	132	30	88	2	914
	割合(%)	14.2	9.3	26.6	71.9	8.0	14.4	3.3	9.6	0.2	100.0
ADSL未利用者	度数(人)	129	82	252	668	62	120	36	93	5	926
	割合(%)	13.9	8.9	27.2	72.1	6.7	13.0	3.9	10.0	0.5	100.0
合計	度数(人)	259	167	495	1,325	135	252	66	181	7	1,840
	割合(%)	14.1	9.1	26.9	72.0	7.3	13.7	3.6	9.8	0.4	100.0



対象：PHSの利用者（N=160）

Q2-4-1. 主にどのような場合にPHSを利用していますか。あてはまるものを2つ選択してください

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
常時接続・定額制のインターネット接続	14	18.9	6	7.0	20	12.5
外出時の音声通話の発信	44	59.5	66	76.7	110	68.8
外出時のE-Mail	20	27.0	44	51.2	64	40.0
外出時のインターネット接続	23	31.1	16	18.6	39	24.4
自宅での音声通話の発信	12	16.2	14	16.3	26	16.3
自宅でのE-Mail	2	2.7	3	3.5	5	3.1
自宅でのインターネット接続	12	16.2	1	1.2	13	8.1
無回答	1	1.4	0	0.0	1	0.6
合計	74	100	86	100	160	100

Q2-4-2. どの事業者のPHSサービスを利用していますか

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
DDIポケット	44	59.5	52	60.5	96	60.0
NTTドコモグループ	26	35.1	25	29.1	51	31.9
アステルグループ	4	5.4	9	10.5	13	8.1
無回答						
合計	74	100	86	100	160	100

Q2-4-3. Q2-4-2のPHS事業者を選択した理由は何ですか。あてはまるものを2つお選びください

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
事業者のブランド力・信頼性が高いと思ったから	24	32.4	30	34.9	54	33.8
通話品質等のサービスの機能が高いと思ったから	19	25.7	29	33.7	48	30.0
利用料金が安かったから	32	43.2	45	52.3	77	48.1
定額制の無線インターネット常時接続サービスを利用したかったから	14	18.9	6	7.0	20	12.5
家族、友人等の通話回数が多い相手の利用している事業者だから	14	18.9	17	19.8	31	19.4
特定の機能（位置情報サービス等）やPHS端末を利用したかったから	1	1.4	3	3.5	4	2.5
固定電話（マイライン）等他サービスとのセット割引があったから	5	6.8	7	8.1	12	7.5
その他	12	16.2	12	14.0	24	15.0
無回答	0	0.0	0	0.0	0	0.0
合計	74	100	86	100	160	100

Q2-4-4. PHSの評価できる点は何ですか。とくにあてはまるものを2つ以内でお選びください

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
携帯電話より利用料金が安いこと	58	78.4	68	79.1	126	78.8
携帯電話より通話品質が高いこと	16	21.6	34	39.5	50	31.3
外出先でも一般加入電話より速い通信速度でインターネット接続が出来ること	23	31.1	18	20.9	41	25.6
常時接続・定額制のインターネット接続が出来ること	12	16.2	9	10.5	21	13.1
その他	3	4.1	6	7.0	9	5.6
無回答	0	0.0	0	0.0	0	0.0
合計	74	100	86	100	160	100

## 将来の利用意向に係る利用者アンケートの結果について

対象：全員(N=2,000)

Q3-1. 1年後に利用したい、又は利用していると思う通信サービスはどれですか(複数回答可)

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
固定電話	592	59.2	571	57.1	1,163	58.2
IP電話	243	24.3	383	38.3	626	31.3
携帯電話	596	59.6	616	61.6	1,212	60.6
PHS	66	6.6	61	6.1	127	6.4
ADSL	340	34.0	629	62.9	969	48.5
常時接続・定額制ISDN	105	10.5	17	1.7	122	6.1
FTTH(光ファイバー)	305	30.5	361	36.1	666	33.3
CATV(ケーブルテレビ)	291	29.1	79	7.9	370	18.5
FWA(加入者系無線アクセス)	32	3.2	32	3.2	64	3.2
その他	23	2.3	22	2.2	45	2.3
無回答	0	0.0	64	6.4	64	3.2
合計	1,000	100	1,000	100	2,000	100

Q3-1: [固定電話]の選択者

Q3-2-1. なぜ1年後に固定電話を利用したい、又は利用していると思ったのですか、とくにあてはまるものを2つ以内でお選びください

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
現在も利用しており、今後とも必要だから	530	89.5	520	91.1	1,050	90.3
代替が可能な他の通信手段がないから	74	12.5	85	14.9	159	13.7
利用料金が安いから	81	13.7	82	14.4	163	14.0
事業者等からのキャンペーンや勧誘があった、又は広告・宣伝を見たから	4	0.7	3	0.5	7	0.6
音声通話品質が良いから	58	9.8	49	8.6	107	9.2
サービスの安定性・信頼性が高いから	115	19.4	114	20.0	229	19.7
その他	26	4.4	23	4.0	49	4.2
無回答	2	0.3	0	0.0	2	0.2
合計	592	100	571	100	1,163	100

Q3-1: [IP電話]の選択者

Q3-2-2. なぜ1年後にIP電話を利用したい、又は利用していると思ったのですか、とくにあてはまるものを2つ以内でお選びください

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
現在も利用しており、今後とも必要だから	3	1.2	101	26.4	104	16.6
利用料金が安いから	163	67.1	292	76.2	455	72.7
導入が容易だから	13	5.3	16	4.2	29	4.6
「050」の事業者識別番号により固定電話からの着信が可能になるから	54	22.2	63	16.4	117	18.7
提供事業者が増えるから	35	14.4	36	9.4	71	11.3
ISP等の提携により無料通話が可能なユーザ数が増えるから	61	25.1	100	26.1	161	25.7
現在よりも通信品質等の機能が向上するから	47	19.3	32	8.4	79	12.6
事業者等からのキャンペーンや勧誘があった、又は広告・宣伝を見たから	7	2.9	3	0.8	10	1.6
その他	7	2.9	7	1.8	14	2.2
無回答	2	0.8	2	0.5	4	0.6
合計	243	100	383	100	626	100

Q3-1:【携帯電話】の選択者

Q3-2-3. なぜ1年後に携帯電話を利用したい、又は利用していると思ったのですか。とくにあてはまるものを2つ以内でお選びください

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
現在も利用しており、今後とも必要だから	493	82.7	523	84.9	1,016	83.8
外出先での代替が可能な他の通信手段がないから	306	51.3	342	55.5	648	53.5
導入が容易だから	34	5.7	36	5.8	70	5.8
利用料金が安いから	14	2.3	16	2.6	30	2.5
特定の機能(カメラ、ムービー、GPS等)や携帯電話端末を利用したいから	68	11.4	76	12.3	144	11.9
事業者等からのキャンペーンや勧誘があった、又は広告・宣伝を見たから	3	0.5	1	0.2	4	0.3
その他	16	2.7	13	2.1	29	2.4
無回答	4	0.7	5	0.8	9	0.7
合計	596	100	616	100	1,212	100

Q3-1:【PHS】の選択者

Q3-2-4. なぜ1年後にPHSを利用したい又は利用していると思ったのですか。とくにあてはまるものを2つ以内でお選びください

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
現在も利用しており、今後とも必要だから	40	60.6	38	62.3	78	61.4
外出先での代替が可能な他の通信手段がないから	12	18.2	14	23.0	26	20.5
導入が容易だから	5	7.6	5	8.2	10	7.9
利用料金が安いから	22	33.3	22	36.1	44	34.6
を利用したいから	13	19.7	8	13.1	21	16.5
事業者等からのキャンペーンや勧誘があった、又は広告・宣伝を見たから	1	1.5	0	0.0	1	0.8
その他	5	7.6	7	11.5	12	9.4
無回答	1	1.5	0	0.0	1	0.8
合計	66	100	61	100	127	100

Q3-1: [ADSL]の選択者

Q3-2-5 .なぜ1年後にADSLを利用したい、又は利用していると思ったのですか。とくにあてはまるものを2つ以内でお選びください

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
現在も利用しており、今後とも必要だから	4	1.2	560	89.0	564	58.2
代替が可能な他のインターネット接続手段がないから	10	2.9	86	13.7	96	9.9
導入が容易だから	27	7.9	18	2.9	45	4.6
利用料金が安いから	109	32.1	232	36.9	341	35.2
通信速度等の機能が優れているから	241	70.9	110	17.5	351	36.2
IP電話等のインターネット接続以外のサービス	47	13.8	61	9.7	108	11.1
特定のコンテンツを利用したいから	18	5.3	1	0.2	19	2.0
事業者等からのキャンペーンや勧誘があった、又は広告・宣伝を見たから	33	9.7	1	0.2	34	3.5
その他	21	6.2	3	0.5	24	2.5
無回答	5	1.5	3	0.5	8	0.8
合計	340	100	629	100	969	100

Q3-1: [常時接続・定額制ISDN]の選択者

Q3-2-6. なぜ1年後に常時接続・定額制ISDNを利用したい、又は利用していると思ったのですか。

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
現在も利用しており、今後とも必要だから	56	53.3	6	35.3	62	50.8
代替が可能な他のインターネット接続手段がないから	27	25.7	1	5.9	28	23.0
導入が容易だから	9	8.6	0	0.0	9	7.4
利用料金が安いから	34	32.4	4	23.5	38	31.1
事業者等からのキャンペーンや勧誘があった、又は広告・宣伝を見たから	11	10.5	1	5.9	12	9.8
その他	7	6.7	3	17.6	10	8.2
無回答	3	2.9	3	17.6	6	4.9
合計	105	100	17	100	122	100

Q3-1: [FTTH]の選択者

Q3-2-7. なぜ1年後にFTTH(光ファイバー)を利用したい、又は利用していると思ったのですか。

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
現在も利用しており、今後とも必要だから	40	13.1	1	0.3	41	6.2
代替が可能な他の通信手段がないから	10	3.3	6	1.7	16	2.4
導入が容易だから	5	1.6	14	3.9	19	2.9
利用料金が安いから	22	7.2	17	4.7	39	5.9
通信速度等の機能が優れているから	261	85.6	334	92.5	595	89.3
IP電話等のインターネット接続以外のサービス	34	11.1	26	7.2	60	9.0
特定のコンテンツを利用したいから	19	6.2	23	6.4	42	6.3
事業者等からのキャンペーンや勧誘があった、又は広告・宣伝を見たから	16	5.2	28	7.8	44	6.6
その他	18	5.9	15	4.2	33	5.0
無回答	1	0.3	7	1.9	8	1.2
合計	305	100	361	100	666	100

Q3-1: [CATV]の選択者

Q3-2-8. なぜ1年後にCATV(ケーブルテレビ)を利用したい、又は利用していると思ったのですか。

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
現在も利用しており、今後とも必要だから	190	65.3	10	12.7	200	54.1
代替が可能な他の通信手段がないから	19	6.5	1	1.3	20	5.4
導入が容易だから	11	3.8	6	7.6	17	4.6
利用料金が安いから	35	12.0	5	6.3	40	10.8
通信速度等の機能が優れているから	53	18.2	31	39.2	84	22.7
TV放送サービスと併せて利用したいから	106	36.4	49	62.0	155	41.9
IP電話等のインターネット接続以外のサービスを利用したいから	7	2.4	2	2.5	9	2.4
事業者等からのキャンペーンや勧誘があった、又は広告・宣伝を見たから	8	2.7	8	10.1	16	4.3
その他	13	4.5	3	3.8	16	4.3
無回答	5	1.7	4	5.1	9	2.4
合計	291	100	79	100	370	100

Q3-1: [FWA]の選択者

Q3-2-9. なぜ1年後にFWA(加入者系無線アクセス)を利用したい、又は利用していると思ったのですか。

	ADSL未利用者		ADSL利用者		合計	
	度数	割合(%)	度数	割合(%)	度数	割合(%)
現在も利用しており、今後とも必要だから	7	21.9	1	3.1	8	12.5
代替が可能な他の通信手段がないから	6	18.8	1	3.1	7	10.9
導入が容易だから	3	9.4	6	18.8	9	14.1
利用料金が安いから	5	15.6	4	12.5	9	14.1
通信速度等の機能が優れているから	5	15.6	15	46.9	20	31.3
IP電話等のインターネット接続以外のサービス	3	9.4	4	12.5	7	10.9
特定のコンテンツを利用したいから	3	9.4	3	9.4	6	9.4
事業者等からのキャンペーンや勧誘があった、又は広告・宣伝を見たから	1	3.1	2	6.3	3	4.7
その他	8	25.0	6	18.8	14	21.9
無回答	0	0.0	2	6.3	2	3.1
合計	32	100	32	100	64	100

## 設問又は回答者属性間のクロス集計の結果について

(参考資料5 - 1の分析に使用したクロス集計の結果)

資料1 - 2の分析番号	クロス集計を行った設問又は回答者属性	頁
<a href="#">1A</a>	ADSL利用者 . Q1-3×Q1-2	クロス-2
<a href="#">1B-</a>	ADSL利用者 . Q1-2×Q1-1	クロス-3
<a href="#">1B- (1C- )</a>	ADSL利用者 . Q1-4-1×Q1-4	クロス-4
<a href="#">1B- 、 1D、 1E</a>	ADSL未利用者 . Q1-4×Q1-1	クロス-5
<a href="#">1B-</a>	ADSL未利用者 . インターネット利用時間×Q1-1	クロス-6
<a href="#">1B-</a>	ADSL未利用者 . 都市規模×Q1-1	クロス-7
<a href="#">1C'-</a>	ADSL利用者 . Q1-15×Q1-16-1	クロス-8
<a href="#">1E-</a>	ADSL未利用者 . Q1-4 × 都市規模別	クロス-9
<a href="#">2A-</a>	合算 . Q2×Q2	クロス-10
	合算 . 固定利用かつ携帯利用×Q2-3-1	クロス-11
<a href="#">2A-</a>	携帯電話のみ利用者×Q2-3-1	クロス-12
<a href="#">2B-</a>	固定電話未利用者×携帯電話利用者×Q2-1-0-1	クロス-13
<a href="#">2B-</a>	固定電話未利用者×携帯電話利用者×Q2-1-0-1×年齢階層	クロス-14
	固定電話未利用者×携帯電話利用者×Q2-1-0-1×世帯数	クロス-16
<a href="#">3C-</a>	年齢階層×Q2-3-0-1.携帯電話を利用していない理由	クロス-18
	都市規模×Q2-3-0-1.携帯電話を利用していない理由	クロス-19

【注】 クロス集計とは、ある回答者が複数の設問に対してどのように回答したか、また、ある設問の回答者の属性はどのようなものかを分析するためのアンケート結果等の集計方法。



## 1A

対象：ADSL利用者

## Q1-3とQ1-2.ADSL加入時の他のインターネット回線との比較経験のクロス集計

Q1-2.		Q1-3. ADSLを選択した理由は何ですか。あてはまるものを2つお選びください									合計 全体 (N=1,000)に 占める割合
		常時接続が 可能だから	通信速度が 優れている から	利用料金が 安いから	利用料金が 定額制だか ら	工事等、導 入が容易だ から	IP電話等の サービスが 利用できる から	事業者等か らのキャン ペーンや勧 誘があっ た、又は広 告・宣伝を 見たから	その他	無回答	
ADSLに加入する際 に他のインターネット 接続回線との比較 をしましたか（複数 回答可）	固定電話回線による ダイヤルアップ	201	175	138	123	25	12	22	1	1	355
	行構成比	56.6%	49.3%	38.9%	34.6%	7.0%	3.4%	6.2%	0.3%	0.3%	35.5%
	ADSL	235	174	149	107	23	15	14	1	1	368
	行構成比	63.9%	47.3%	40.5%	29.1%	6.3%	4.1%	3.8%	0.3%	0.3%	36.8%
	常時接続・定額制 ISDN	149	156	100	90	22	12	15	2	1	277
	行構成比	53.8%	56.3%	36.1%	32.5%	7.9%	4.3%	5.4%	0.7%	0.4%	27.7%
	FTTH（光ファイ バー）	72	49	88	38	29	9	9	5	1	158
	行構成比	45.6%	31.0%	55.7%	24.1%	18.4%	5.7%	5.7%	3.2%	0.6%	15.8%
	CATV（ケーブルテ レビ）	142	115	138	81	50	18	23	5	2	298
	行構成比	47.7%	38.6%	46.3%	27.2%	16.8%	6.0%	7.7%	1.7%	0.7%	29.8%
	FWA（加入者系無 線アクセス）	10	8	10	4	5	1	0	0	1	20
	行構成比	50.0%	40.0%	50.0%	20.0%	25.0%	5.0%	0.0%	0.0%	5.0%	2.0%
	その他	17	16	14	4	1	1	3	0	0	30
	行構成比	56.7%	53.3%	46.7%	13.3%	3.3%	3.3%	10.0%	0.0%	0.0%	3.0%
分からない	28	23	13	13	1	0	5	1	1	49	
行構成比	57.1%	46.9%	26.5%	26.5%	2.0%	0.0%	10.2%	2.0%	2.0%	4.9%	
無回答	12	10	2	4	2	0	0	0	0	16	
行構成比	75.0%	62.5%	12.5%	25.0%	12.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.6%	
合計	566	462	399	290	95	39	56	14	4	1,000	
全体（N=1,000）に占める割合	56.6%	46.2%	39.9%	29.0%	9.5%	3.9%	5.6%	1.4%	0.4%	100.0%	

## 1B-

対象：ADSL利用者

## Q1-2とQ1-1のクロス集計

Q1-1.		Q1-2. ADSLに加入する際に他のインターネット接続回線との比較をしましたか（複数回答可）									合計 全体 (N=1,000)に 占める割合
		固定電話回線によるダイヤルアップ	ADSL	常時接続・定額制ISDN	FTTH（光ファイバー）	CATV（ケーブルテレビ）	FWA（加入者系無線アクセス）	その他	分からない	無回答	
お住まいの都市規模で、ADSL以外に利用可能なインターネット接続回線はありますか（複数回答可）	固定電話回線によるダイヤルアップ	321	337	258	147	271	19	29	42	13	898
	行構成比	35.7%	37.5%	28.7%	16.4%	30.2%	2.1%	3.2%	4.7%	1.4%	89.8%
	常時接続・定額制ISDN	253	293	254	129	231	16	22	34	12	769
	行構成比	32.9%	38.1%	33.0%	16.8%	30.0%	2.1%	2.9%	4.4%	1.6%	76.9%
	FTTH（光ファイバー）	59	100	61	102	88	8	5	5	5	260
	行構成比	22.7%	38.5%	23.5%	39.2%	33.8%	3.1%	1.9%	1.9%	1.9%	26.0%
	CATV（ケーブルテレビ）	164	156	125	85	256	10	10	19	8	493
	行構成比	33.3%	31.6%	25.4%	17.2%	51.9%	2.0%	2.0%	3.9%	1.6%	49.3%
	FWA（加入者系無線アクセス）	8	16	9	12	13	12	1	0	1	40
	行構成比	20.0%	40.0%	22.5%	30.0%	32.5%	30.0%	2.5%	0.0%	2.5%	4.0%
	その他	4	6	5	5	4	0	2	0	1	15
	行構成比	26.7%	40.0%	33.3%	33.3%	26.7%	0.0%	13.3%	0.0%	6.7%	1.5%
分からない	16	13	4	2	3	0	1	6	0	39	
行構成比	41.0%	33.3%	10.3%	5.1%	7.7%	0.0%	2.6%	15.4%	0.0%	3.9%	
無回答	1	2	1	0	1	0	0	0	1	5	
行構成比	20.0%	40.0%	20.0%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.5%	
合計		355	368	277	158	298	20	30	49	16	1,000
全体(N=1,000)に占める割合		35.5%	36.8%	27.7%	15.8%	29.8%	2.0%	3.0%	4.9%	1.6%	100.0%

1B- (1C- )

対象：ADSL利用者

ADSL利用者Q1-4-1とQ1-4のクロス集計

Q1-4.		Q1-4-1. なぜ、ADSLに変更したのですか。あてはまるものを2つお選びください									合計 全体 (N=1,000)に 占める割合
		常時接続が 可能だから	以前のサー ビスに比べ 通信速度が 優れている から	以前のサー ビスに比べ 利用料金が 安いから	利用料金が 定額制だか ら	工事等の導 入が容易だ から	IP電話等の サービスが 利用できる から	事業者等か らのキャン ペーンや勧 誘があっ た、又は広 告・宣伝を 見たから	その他	無回答	
現在のADSL以前に 主として利用してい たインターネット接 続回線は何ですか	固定電話回線による ダイヤルアップ	417	358	180	211	13	23	19	7	0	629
	行構成比	66.3%	56.9%	28.6%	33.5%	2.1%	3.7%	3.0%	1.1%	0.0%	62.9%
	常時接続・定額制 ISDN	59	222	81	43	16	11	14	7	0	256
	行構成比	23.0%	86.7%	31.6%	16.8%	6.3%	4.3%	5.5%	2.7%	0.0%	25.6%
	FTTH（光ファイ バー）	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1
	行構成比	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%
	CATV（ケーブルテ レビ）	0	5	9	0	2	4	2	5	1	17
	行構成比	0.0%	29.4%	52.9%	0.0%	11.8%	23.5%	11.8%	29.4%	5.9%	1.7%
	FWA（加入者系無 線アクセス）	2	5	3	0	0	0	0	0	0	5
	行構成比	40.0%	100.0%	60.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%
その他	2	9	4	3	0	2	1	0	0	12	
行構成比	16.7%	75.0%	33.3%	25.0%	0.0%	16.7%	8.3%	0.0%	0.0%	1.2%	
ADSL以外に利用し たことがない	0	0	0	0	0	0	0	0	0	80	
行構成比	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	8.0%	
合計		480	600	277	257	31	41	36	19	81	1,000
全体(N=1,000)に占める割合		48.0%	60.0%	27.7%	25.7%	3.1%	4.1%	3.6%	1.9%	8.1%	100.0%

Q1-4.ADSLを利用していない理由×Q1-1のクロス集計

Q1-4. ADSLを利用していない理由は何ですか。あてはまるものを2つお選びください		Q1-1.											合計 全体 (N=1,000)に 占める割合
		ADSLにつ いてよく知 らないから	常時接続が 不要だから	提供エリア 外だから	利用料金が 高いから	現在利用し ているイン ターネット 接続回線の 通信速度等 機能で満足 しているか ら	サービスの 安定性・信 頼性が不安 だから	工事等、導 入が煩雑、 面倒だから	通信速度の 高速性が要 求されるコ ンテンツが 不足してい るから	常時接続時 のセキュリ ティに不安 があるから	その他	無回答	
現在主に利用してい るインターネット接 続回線は何ですか。 とくにあてはまるも のを1つお選びくだ さい	固定電話回線による ダイヤルアップ	32	43	45	62	24	11	100	4	13	34	0	244
	行構成比	13.1%	17.6%	18.4%	25.4%	9.8%	4.5%	41.0%	1.6%	5.3%	13.9%	0.0%	24.4%
	常時接続・定額制 ISDN	23	10	56	27	37	25	109	9	7	58	1	247
	行構成比	9.3%	4.0%	22.7%	10.9%	15.0%	10.1%	44.1%	3.6%	2.8%	23.5%	0.4%	24.7%
	FTTH（光ファイ バー）	3	1	6	6	25	8	11	2	1	21	0	60
	行構成比	5.0%	1.7%	10.0%	10.0%	41.7%	13.3%	18.3%	3.3%	1.7%	35.0%	0.0%	6.0%
	CATV（ケーブルテ レビ）	35	6	24	40	204	36	91	5	10	52	1	332
	行構成比	10.5%	1.8%	7.2%	12.0%	61.4%	10.8%	27.4%	1.5%	3.0%	15.7%	0.3%	33.2%
	FWA（加入者系無 線アクセス）	2	2	2	1	3	0	4	0	1	4	0	14
	行構成比	14.3%	14.3%	14.3%	7.1%	21.4%	0.0%	28.6%	0.0%	7.1%	28.6%	0.0%	1.4%
その他	7	4	5	6	10	1	14	1		13	0	41	
行構成比	17.1%	9.8%	12.2%	14.6%	24.4%	2.4%	34.1%	2.4%		31.7%	0.0%	4.1%	
無回答	14	4	8	11	13	3	23	2	3	13	0	62	
行構成比	22.6%	6.5%	12.9%	17.7%	21.0%	4.8%	37.1%	3.2%	4.8%	21.0%	0.0%	6.2%	
合計	116	70	146	153	316	84	352	23	35	195	2	1,000	
全体(N=1,000)に占める割合	11.6%	7.0%	14.6%	15.3%	31.6%	8.4%	35.2%	2.3%	3.5%	19.5%	0.2%	100.0%	

## 1B-

対象：ADSL未利用者

## ADSL未利用者インターネット利用時間とQ1-1のクロス集計

Q1-1.	回答者属性	平日のインターネット利用時間									合計 全体 (N=1,000)に 占める割合
		30分未満	30分～1時間未満	1時間～1時間30分未満	1時間30分～2時間未満	2時間～3時間未満	3時間～4時間未満	4時間～5時間未満	5時間以上	平日は利用しない	
現在主に利用しているインターネット接続回線は何ですか。とくにあてはまるものを1つお選びください	固定電話回線によるダイヤルアップ	11	60	63	36	35	23	2	14	0	244
	行構成比	4.5%	24.6%	25.8%	14.8%	14.3%	9.4%	0.8%	5.7%	0.0%	24.4%
	常時接続・定額制ISDN	2	27	35	23	57	40	22	41	0	247
	行構成比	0.8%	10.9%	14.2%	9.3%	23.1%	16.2%	8.9%	16.6%	0.0%	24.7%
	FTTH（光ファイバー）	1	9	11	6	12	6	4	11	0	60
	行構成比	1.7%	15.0%	18.3%	10.0%	20.0%	10.0%	6.7%	18.3%	0.0%	6.0%
	CATV（ケーブルテレビ）	9	25	55	48	84	45	21	43	2	332
	行構成比	2.7%	7.5%	16.6%	14.5%	25.3%	13.6%	6.3%	13.0%	0.6%	33.2%
	FWA（加入者系無線アクセス）	0	3	2	2	3	0	0	4	0	14
	行構成比	0.0%	21.4%	14.3%	14.3%	21.4%	0.0%	0.0%	28.6%	0.0%	1.4%
その他	1	2	10	5	10	4	2	7	0	41	
行構成比	2.4%	4.9%	24.4%	12.2%	24.4%	9.8%	4.9%	17.1%	0.0%	4.1%	
無回答	4	8	8	15	8	7	5	7	0	62	
行構成比	6.5%	12.9%	12.9%	24.2%	12.9%	11.3%	8.1%	11.3%	0.0%	6.2%	
合計		28	134	184	135	209	125	56	127	2	1,000
全体(N=1,000)に占める割合		2.8%	13.4%	18.4%	13.5%	20.9%	12.5%	5.6%	12.7%	0.2%	100.0%

## 1B-

対象：ADSL未利用者

## 都市規模×Q1-1.主に利用しているインターネット接続回線

Q1-1.	回答者属性	都市規模					合計 全体 (N=1,000)に 占める割合
		東京23区 政令指定都市	市部 30万～	市部 30～10万	市部 10万～	町村	
現在主に利用しているインターネット接続回線は何ですか。とくに当てはまるものを1つお選びください	固定電話回線によるダイヤルアップ	48	29	47	52	68	244
	行構成比	19.7%	11.9%	19.3%	21.3%	27.9%	24.4%
	常時接続・定額制ISDN	53	38	31	56	69	247
	行構成比	21.5%	15.4%	12.6%	22.7%	27.9%	24.7%
	FTTH（光ファイバー）	22	13	11	10	4	60
	行構成比	36.7%	21.7%	18.3%	16.7%	6.7%	6.0%
	CATV（ケーブルテレビ）	62	73	104	48	45	332
	行構成比	18.7%	22.0%	31.3%	14.5%	13.6%	33.2%
	FWA（加入者系無線アクセス）	4	4	4	2	0	14
	行構成比	28.6%	28.6%	28.6%	14.3%	0.0%	1.4%
その他	12	14	5	5	5	41	
行構成比	29.3%	34.1%	12.2%	12.2%	12.2%	4.1%	
無回答	19	9	8	7	19	62	
行構成比	30.6%	14.5%	12.9%	11.3%	30.6%	6.2%	
合計		220	180	210	180	210	1,000
全体(N=1,000)に占める割合		22.0%	18.0%	21.0%	18.0%	21.0%	100.0%

## ADSL利用者Q1-15とQ1-16-1のクロス集計

Q1-15.		Q1-16-1. その(Q1-15)理由は何ですか。とくにあてはまるものを1つお選びください					合計 全体 (N=266)に 占める割合	
		通信速度等 の機能等に 大きな差が ないから	いずれ変更 しようと思 っていたか ら	変更が容易 だから	わからない	その他		無回答
ADSLの利用料金(月額)が現在より5%値上がりしたら、他のインターネット接続回線に変更したいと思いますか	常時接続・定額制ISDN	3	1	1	1	4	0	10
	行構成比	30.0%	10.0%	10.0%	10.0%	40.0%	0.0%	3.8%
	FTTH(光ファイバー)	33	155	5	6	7	1	207
	行構成比	15.9%	74.9%	2.4%	2.9%	3.4%	0.5%	77.8%
	CATV(ケーブルテレビ)	15	10	4	2	5	0	36
	行構成比	41.7%	27.8%	11.1%	5.6%	13.9%	0.0%	13.5%
	FWA(加入者系無線アクセス)	1	3	0	0	0	0	4
	行構成比	25.0%	75.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.5%
	その他	3	2	0	1	1	2	9
	行構成比	33.3%	22.2%	0.0%	11.1%	11.1%	22.2%	3.4%
	変更したいと思わない	0	0	0	0	0	0	0
	行構成比	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
わからない	0	0	0	0	0	0	0	
行構成比	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
無回答	0	0	0	0	0	0	0	
行構成比	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
合計		55	171	10	10	17	3	266
全体(N=266)に占める割合		20.7%	64.3%	3.8%	3.8%	6.4%	1.1%	100.0%

## 1E-

対象：ADSL未利用者

## 都市規模×Q1-4.ADSLを利用していない理由

		Q1-4. ADSLを利用していない理由は何ですか。あてはまるものを2つお選びください											合計 全体 (N=1,000)に 占める割合
		ADSLにつ いてよく知 らないから	常時接続が 不要だから	提供エリア 外だから	利用料金が 高いから	現在利用し ているイン ターネット 接続回線の 通信速度等 機能で満足 しているか ら	サービスの 安定性・信 頼性が不安 だから	工事等、導 入が煩雑、 面倒だから	通信速度の 高速性が要 求されるコ ンテンツが 不足してい るから	常時接続時 のセキュリ ティに不安 があるから	その他	無回答	
回答者属性	東京23区・政令指定 都市	21	16	19	30	71	26	89	4	5	47	0	220
	行構成比	9.5%	7.3%	8.6%	13.6%	32.3%	11.8%	40.5%	1.8%	2.3%	21.4%	0.0%	22.0%
	市部 30万～	22	11	9	33	67	20	76	1	6	32	0	180
	行構成比	12.2%	6.1%	5.0%	18.3%	37.2%	11.1%	42.2%	0.6%	3.3%	17.8%	0.0%	18.0%
	市部 30～10万	30	12	16	29	87	16	76	6	8	38	1	210
	行構成比	14.3%	5.7%	7.6%	13.8%	41.4%	7.6%	36.2%	2.9%	3.8%	18.1%	0.5%	21.0%
	市部 10万～	17	11	27	29	55	12	60	8	8	35	1	180
	行構成比	9.4%	6.1%	15.0%	16.1%	30.6%	6.7%	33.3%	4.4%	4.4%	19.4%	0.6%	18.0%
町村	26	20	75	32	36	10	51	4	8	43	0	210	
行構成比	12.4%	9.5%	35.7%	15.2%	17.1%	4.8%	24.3%	1.9%	3.8%	20.5%	0.0%	21.0%	
合計		116	70	146	153	316	84	352	23	35	195	2	1,000
全体(N=1,000)に占める割合		11.6%	7.0%	14.6%	15.3%	31.6%	8.4%	35.2%	2.3%	3.5%	19.5%	0.2%	100.0%



2A-

対象：全員(ADSL利用者及びADSL未利用者)

Q2×Q2のクロス集計

Q2.		Q2 インターネット接続サービス以外に利用している通信サービス（通話・データ通信）がありますか（複数回答可）						合計 全体 (N=2,000)に 占める割合
		固定電話	IP電話	携帯電話	PHS	その他	いずれも 利用してい ない	
インターネット接続サービス以外に利用している通信サービス（通話・データ通信）がありますか（複数回答可）	固定電話	1778	176	1388	134	3	0	1778
	行構成比	100.0%	9.9%	78.1%	7.5%	0.2%	0.0%	88.9%
	IP電話	176	216	161	22	0	0	216
	行構成比	81.5%	100.0%	74.5%	10.2%	0.0%	0.0%	10.8%
	携帯電話	1388	161	1522	59	4	0	1522
	行構成比	91.2%	10.6%	100.0%	3.9%	0.3%	0.0%	76.1%
	PHS	134	22	59	160	0	0	160
	行構成比	83.8%	13.8%	36.9%	100.0%	0.0%	0.0%	8.0%
	その他	3	0	4	0	4	0	4
	行構成比	75.0%	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.2%
いずれも利用していない	0	0	0	0	0	54	54	
行構成比	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	2.7%	
合計		1778	216	1522	160	4	54	2,000
全体 (N=2,000)に占める割合		88.9%	10.8%	76.1%	8.0%	0.2%	2.7%	100.0%

## 2A-

対象：固定電話及び携帯電話の利用者

## 固定利用かつ携帯利用×Q2-3-1のクロス集計

Q2.		Q2-3-1. 主にどのような場合に携帯電話を利用していますか。あてはまるものを2つお選びください							合計 全体 (N=1,388)に 占める割合
		外出時の音声通話の発信	外出時のE-Mail (画像添付メールを含む)	外出時の携帯電話端末によるインターネット接続	自宅での音声通話の発信	自宅での携帯電話端末によるE-Mail (画像添付メールを含む)	自宅での携帯電話端末によるインターネット接続	無回答	
インターネット接続サービス以外に利用している通信サービス(通話・データ通信)がありますか(複数回答可) 携帯電話のみの利用者	ADSL利用者	611	430	47	94	80	6	1	678
	行構成比	90.1%	63.4%	6.9%	13.9%	11.8%	0.9%	0.1%	100.0%
	ADSL未利用者	648	405	55	133	87	5	0	710
	行構成比	91.3%	57.0%	7.7%	18.7%	12.3%	0.7%	0.0%	100.0%
合算		1,259	835	102	227	167	11	1	1,388
全体 (N=1,388)に占める割合		90.7%	60.2%	7.3%	16.4%	12.0%	0.8%	0.1%	100.0%

## 2A-

対象：携帯電話のみの利用者

## 携帯電話のみ利用者×Q2-3-1のクロス集計

Q2.		Q2-3-1. 主にどのような場合に携帯電話を利用していますか。あてはまるものを2つお選びください							合計 全体 (N=104)に 占める割合
		外出時の音声通話の発信	外出時のE-Mail（画像添付メールを含む）	外出時の携帯電話端末によるインターネット接続	自宅での音声通話の発信	自宅での携帯電話端末によるE-Mail（画像添付メールを含む）	自宅での携帯電話端末によるインターネット接続	無回答	
インターネット接続サービス以外に利用している通信サービス（通話・データ通信）がありますか（複数回答可） 携帯電話のみの利用者	ADSL利用者	30	26	4	9	4	2	1	41
	行構成比	73.2%	63.4%	9.8%	22.0%	9.8%	4.9%	2.4%	39.4%
	ADSL未利用者	52	35	6	16	6	3	0	63
	行構成比	82.5%	55.6%	9.5%	25.4%	9.5%	4.8%	0.0%	60.6%
合算		82	61	10	25	10	5	1	104
全体(N=104)に占める割合		78.8%	58.7%	9.6%	24.0%	9.6%	4.8%	1.0%	100.0%

2B-

対象：固定電話の未利用者であり、かつ携帯電話の利用者

固定電話未利用者×携帯電話利用者×Q2-1-0-1のクロス集計

Q2.		Q2-1-0-1. 固定電話を利用していない理由は何ですか。あてはまるものを2つお選びください									合計 全体 (N=134)に 占める割合
		利用料金が 高いから	初期費用 (施設設置 負担金等) が高いから	自宅にあま りいないか ら	IP電話を利 用している から	携帯電話を 利用してい るから	PHSを利用 しているか ら	電話自体を あまり利用 しないから	その他	無回答	
インターネット接続 サービス以外に利用 している通信サービ ス(通話・データ通 信)がありますか (複数回答可) 固定電話未利用者で あり 携帯電話利用者	ADSL利用者	23	8	5	23	20	1	12	3	2	64
	行構成比	35.9%	12.5%	7.8%	35.9%	31.3%	1.6%	18.8%	4.7%	3.1%	47.8%
	ADSL未利用者	13	10	17	1	37	1	14	6	1	70
	行構成比	18.6%	14.3%	24.3%	1.4%	52.9%	1.4%	20.0%	8.6%	1.4%	52.2%
合算		36	18	22	24	57	2	26	9	3	134
全体(N=134)に占める割合		26.9%	13.4%	16.4%	17.9%	42.5%	1.5%	19.4%	6.7%	2.2%	100.0%

2B-

対象：固定電話の未利用者であり、かつ携帯電話の利用者

固定電話未利用者×携帯電話利用者×Q2-1-0-1×年齢階層のクロス集計

回答者属性	Q2-1-0-1. 固定電話を利用していない理由は何ですか。あてはまるものを2つお選びください										合計 全体に占める割合
	利用料金が 高いから	初期費用 (施設設置 負担金等) が高いから	自宅にあま りいないか ら	IP電話を利 用している から	携帯電話を 利用してい るから	PHSを利用 しているか ら	電話自体を あまり利用 しないから	その他	無回答		

ADSL利用者

年齢階層	20代	30代	40代	50代	合計	理由					割合				
	人数	人数	人数	人数	人数	利用料金が 高いから	初期費用 (施設設置 負担金等) が高いから	自宅にあま りいないか ら	IP電話を利 用している から	携帯電話を 利用してい るから	PHSを利用 しているか ら	電話自体を あまり利用 しないから	その他	無回答	全体に占める割合
20代	10	8	3	2	23	10	4	3	10	8	1	8	2	1	29
行構成比	34.5%	27.6%	10.3%	6.9%	35.9%	34.5%	13.8%	10.3%	34.5%	27.6%	3.4%	27.6%	6.9%	3.4%	45.3%
30代	8	6	1	1	16	8	2	1	2	6	0	0	1	0	12
行構成比	66.7%	50.0%	8.3%	7.1%	18.8%	66.7%	16.7%	8.3%	16.7%	50.0%	0.0%	0.0%	8.3%	0.0%	18.8%
40代	3	2	1	0	6	3	1	1	8	2	0	1	0	1	14
行構成比	21.4%	15.4%	7.1%	0.0%	21.9%	21.4%	7.1%	7.1%	57.1%	14.3%	0.0%	7.1%	0.0%	7.1%	21.9%
50代	2	4	0	3	9	2	1	0	3	4	0	3	0	0	9
行構成比	22.2%	30.8%	0.0%	33.3%	14.1%	22.2%	11.1%	0.0%	33.3%	44.4%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	14.1%
合計	23	20	5	23	64	23	8	5	23	20	1	12	3	2	64
全体(N=64)に占める割合	35.9%	31.3%	7.8%	35.9%	100.0%	35.9%	12.5%	7.8%	35.9%	31.3%	1.6%	18.8%	4.7%	3.1%	100.0%

ADSL未利用者

年齢階層	20代	30代	40代	50代	合計	理由					割合				
	人数	人数	人数	人数	人数	利用料金が 高いから	初期費用 (施設設置 負担金等) が高いから	自宅にあま りいないか ら	IP電話を利 用している から	携帯電話を 利用してい るから	PHSを利用 しているか ら	電話自体を あまり利用 しないから	その他	無回答	全体に占める割合
20代	4	1	6	2	13	4	9	11	1	23	1	7	2	0	38
行構成比	10.5%	2.6%	15.8%	5.3%	32.6%	10.5%	23.7%	28.9%	2.6%	60.5%	2.6%	18.4%	5.3%	0.0%	54.3%
30代	1	6	4	0	11	1	0	4	0	6	0	4	2	0	12
行構成比	8.3%	50.0%	33.3%	0.0%	17.1%	8.3%	0.0%	33.3%	0.0%	50.0%	0.0%	33.3%	16.7%	0.0%	17.1%
40代	6	3	2	0	11	6	1	2	0	3	0	1	1	1	11
行構成比	54.5%	27.3%	18.2%	0.0%	15.7%	54.5%	9.1%	18.2%	0.0%	27.3%	0.0%	9.1%	9.1%	9.1%	15.7%
50代	2	5	0	0	7	2	0	0	0	5	0	2	1	0	9
行構成比	22.2%	71.4%	0.0%	0.0%	12.9%	22.2%	0.0%	0.0%	0.0%	55.6%	0.0%	22.2%	11.1%	0.0%	12.9%
合計	13	37	17	1	70	13	10	17	1	37	1	14	6	1	70
全体(N=70)に占める割合	18.6%	52.9%	24.3%	1.4%	100.0%	18.6%	14.3%	24.3%	1.4%	52.9%	1.4%	20.0%	8.6%	1.4%	100.0%

回答者属性	Q2-1-0-1. 固定電話を利用していない理由は何ですか。あてはまるものを2つお選びください									合計
	利用料金が 高いから	初期費用 (施設設置 負担金等) が高いから	自宅にあま りいないか ら	IP電話を利 用している から	携帯電話を 利用してい るから	PHSを利用 しているか ら	電話自体を あまり利用 しないから	その他	無回答	全体 (N=134)に 占める割合

合算

年齢階層	20代	14	13	14	11	31	2	15	4	1	67
	行構成比	20.9%	19.4%	20.9%	16.4%	46.3%	3.0%	22.4%	6.0%	1.5%	50.0%
	30代	9	2	5	2	12	0	4	3	0	24
	行構成比	37.5%	8.3%	20.8%	8.3%	50.0%	0.0%	16.7%	12.5%	0.0%	17.9%
	40代	9	2	3	8	5	0	2	1	2	25
	行構成比	36.0%	8.0%	12.0%	32.0%	20.0%	0.0%	8.0%	4.0%	8.0%	18.7%
	50代	4	1	0	3	9	0	5	1	0	18
	行構成比	22.2%	5.6%	0.0%	16.7%	50.0%	0.0%	27.8%	5.6%	0.0%	13.4%
合計	36	18	22	24	57	2	26	9	3	134	
全体(N=134)に占める割合	26.9%	13.4%	16.4%	17.9%	42.5%	1.5%	19.4%	6.7%	2.2%	100.0%	

## 2B-

対象：固定電話の未利用者であり、かつ携帯電話の利用者

## 固定電話未利用者×携帯電話利用者×Q2-1-0-1×世帯数のクロス集計

回答者属性	Q2-1-0-1. 固定電話を利用していない理由は何ですか。あてはまるものを2つお選びください									合計 全体に占める割合
	利用料金が 高いから	初期費用 (施設設置 負担金等) が高いから	自宅にあま りいないか ら	IP電話を利 用している から	携帯電話を 利用してい るから	PHSを利用 しているか ら	電話自体を あまり利用 しないから	その他	無回答	

## ADSL利用者

世帯数	一人暮らし	3	2	1	5	6	0	4	1	0	14
	行構成比	21.4%	14.3%	7.1%	35.7%	42.9%	0.0%	28.6%	7.1%	0.0%	21.9%
夫婦のみ	3	0	0	1	1	0	1	0	0	4	
行構成比	75.0%	0.0%	0.0%	25.0%	25.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	6.3%	
核家族	14	5	2	14	11	0	4	1	1	35	
行構成比	40.0%	14.3%	5.7%	40.0%	31.4%	0.0%	11.4%	2.9%	2.9%	54.7%	
2世帯同居	1	0	1	3	2	1	2	1	1	7	
行構成比	14.3%	0.0%	14.3%	42.9%	28.6%	14.3%	28.6%	14.3%	14.3%	10.9%	
3世帯同居	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	
行構成比	0.0%	100.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.6%	
その他	2	0	0	0	0	0	1	0	0	3	
行構成比	66.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	4.7%	
合計	23	8	5	23	20	1	12	3	2	64	
全体(N=64)に占める割合	35.9%	12.5%	7.8%	35.9%	31.3%	1.6%	18.8%	4.7%	3.1%	100.0%	

## ADSL未利用者

世帯数	一人暮らし	4	6	8	0	13	0	2	1	0	20
	行構成比	20.0%	30.0%	40.0%	0.0%	65.0%	0.0%	10.0%	5.0%	0.0%	28.6%
夫婦のみ	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	
行構成比	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	1.4%	
核家族	8	4	7	1	15	0	6	5	0	34	
行構成比	23.5%	11.8%	20.6%	2.9%	44.1%	0.0%	17.6%	14.7%	0.0%	48.6%	
2世帯同居	1	0	2	0	4	0	3	0	1	9	
行構成比	11.1%	0.0%	22.2%	0.0%	44.4%	0.0%	33.3%	0.0%	11.1%	12.9%	
3世帯同居	0	0	0	0	1	0	1	0	0	2	
行構成比	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	2.9%	
その他	0	0	0	0	3	1	1	0	0	4	
行構成比	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	75.0%	25.0%	25.0%	0.0%	0.0%	5.7%	
合計	13	10	17	1	37	1	14	6	1	70	
全体(N=70)に占める割合	18.6%	14.3%	24.3%	1.4%	52.9%	1.4%	20.0%	8.6%	1.4%	100.0%	

回答者属性	Q2-1-0-1.	固定電話を利用していない理由は何ですか。あてはまるものを2つお選びください								合計
		利用料金が 高いから	初期費用 (施設設置 負担金等) が高いから	自宅にあま りいないか ら	IP電話を利 用している から	携帯電話を 利用してい るから	PHSを利用 しているか ら	電話自体を あまり利用 しないから	その他	無回答

合算

世帯数	一人暮らし	7	8	9	5	19	0	6	2	0	34
	行構成比	20.6%	23.5%	26.5%	14.7%	55.9%	0.0%	17.6%	5.9%	0.0%	25.4%
	夫婦のみ	3	0	0	1	2	0	2	0	0	5
	行構成比	60.0%	0.0%	0.0%	20.0%	40.0%	0.0%	40.0%	0.0%	0.0%	3.7%
	核家族	22	9	9	15	26	0	10	6	1	69
	行構成比	31.9%	13.0%	13.0%	21.7%	37.7%	0.0%	14.5%	8.7%	1.4%	51.5%
	2世帯同居	2	0	3	3	6	1	5	1	2	16
	行構成比	12.5%	0.0%	18.8%	18.8%	37.5%	6.3%	31.3%	6.3%	12.5%	11.9%
	3世帯同居	0	1	1	0	1	0	1	0	0	3
	行構成比	0.0%	33.3%	33.3%	0.0%	33.3%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	2.2%
	その他	2	0	0	0	3	1	2	0	0	7
行構成比	28.6%	0.0%	0.0%	0.0%	42.9%	14.3%	28.6%	0.0%	0.0%	5.2%	
合計	36	18	22	24	57	2	26	9	3	134	
全体(N=134)に占める割合	26.9%	13.4%	16.4%	17.9%	42.5%	1.5%	19.4%	6.7%	2.2%	100.0%	



3C-

対象：携帯電話の未利用者

年齢階層×Q2-3-0-1.携帯電話を利用していない理由

回答者属性		Q2-3-0-1.携帯電話を利用していない理由は何ですか。あてはまるものを2つお選びください									合計 全体 (N=478)に 占める割合
		利用料金が 高いから	初期費用 (携帯電話 端末の購入 費用等)が 高いから	外出先での 通信手段を 確保したく ないから、 又は確保す る必要がな いから	固定電話を 利用してい るから	PHSを利用 しているか ら	加入手続が わからな い、又は煩 雑・面倒だ から	電話自体を あまり利用 しないから	その他	無回答	
年齢階層	20代	52	11	8	15	27	2	15	3	3	85
	行構成比	61.2%	12.9%	9.4%	17.6%	31.8%	2.4%	17.6%	3.5%	3.5%	17.8%
	30代	74	10	24	21	30	1	42	8	1	129
	行構成比	57.4%	7.8%	18.6%	16.3%	23.3%	0.8%	32.6%	6.2%	0.8%	27.0%
	40代	79	13	22	25	18	2	41	15	0	125
	行構成比	63.2%	10.4%	17.6%	20.0%	14.4%	1.6%	32.8%	12.0%	0.0%	26.2%
50代	82	14	35	35	17	2	37	16	2	139	
行構成比	59.0%	10.1%	25.2%	25.2%	12.2%	1.4%	26.6%	11.5%	1.4%	29.1%	
合計		287	48	89	96	92	7	135	42	6	478
全体(N=478)に占める割合		60.0%	10.0%	18.6%	20.1%	19.2%	1.5%	28.2%	8.8%	1.3%	100.0%

対象：携帯電話の未利用者

## 都市規模×Q2-3-0-1.携帯電話を利用していない理由

回答者属性		Q2-3-0-1.携帯電話を利用していない理由は何ですか。あてはまるものを2つお選びください									合計 全体 (N=478)に 占める割合
		利用料金が 高いから	初期費用 (携帯電話 端末の購入 費用等)が 高いから	外出先での 通信手段を 確保したく ないから、 又は確保す る必要がな いから	固定電話を 利用してい るから	PHSを利用 しているか ら	加入手続が わからない 、又は煩 雑・面倒だ から	電話自体を あまり利用 しないから	その他	無回答	
都市規模	東京23区・政令指定 都市	72	11	25	17	31	1	25	10	1	113
	行構成比	63.7%	9.7%	22.1%	15.0%	27.4%	0.9%	22.1%	8.8%	0.9%	23.6%
	市部 30万～	39	7	7	10	18	2	18	7	1	70
	行構成比	55.7%	10.0%	10.0%	14.3%	25.7%	2.9%	25.7%	10.0%	1.4%	14.6%
	市部 30～10万	65	12	23	22	23	1	37	6	0	112
	行構成比	58.0%	10.7%	20.5%	19.6%	20.5%	0.9%	33.0%	5.4%	0.0%	23.4%
	市部 10万～	60	9	13	21	14	1	24	7	1	84
	行構成比	71.4%	10.7%	15.5%	25.0%	16.7%	1.2%	28.6%	8.3%	1.2%	17.6%
町村	51	9	21	26	6	2	31	12	3	99	
行構成比	51.5%	9.1%	21.2%	26.3%	6.1%	2.0%	31.3%	12.1%	3.0%	20.7%	
合計	287	48	89	96	92	7	135	42	6	478	
全体 (N=478)に占める割合	60.0%	10.0%	18.6%	20.1%	19.2%	1.5%	28.2%	8.8%	1.3%	100.0%	

---

# 仮想独占者テスト(SSNIPテスト) の試行結果

---

# 1. 仮想独占者テスト (SSNIPテスト) について

## 1 欧米諸国におけるSSNIPテストの捉え方

- 仮想独占事業者(hypothetical monopolist)テストは、次頁の参考のとおり市場画定の手法の一つであるが、欧米諸国においては、市場画定の際に、  
**概念ツール**として、仮想独占者の価格引き上げに対する需要者・潜在供給者の反応を考慮  
計量経済学的モデルに基づく**各種定量的データ**によって、仮想独占者の価格引き上げにより当該独占者が**超過利潤**を享受できるかどうかについて**シミュレーション**  
**のいずれの場合も、同テストを実施したものと捉えている**模様<sup>1</sup>。

<sup>1</sup> 欧州委員会「関連市場勧告」及びOFTEL「有効競争レビュー」における市場画定に係る分析は定性的なものであるが、両者は、仮想独占者テストの上記の類型に相当すると考え、同テストを用いて市場画定を実施したとしているものと推測。

## 2 SSNIPテストのうち上記1. の類型について

- 研究会においては、**SSNIPテスト**について、オブザーバからの情報提供を含め調査・議論してきたところであるが、**特に上記1. の類型については具体的な方法が不明**であり、
  - 日本においては、独占禁止法の運用においても同テストの適用事例がない可能性が高く、また、同テストに関する経済学的知見の蓄積が不十分なこと
  - 同テストの実施に必要な定量的データ<sup>2</sup>が取得できない可能性が極めて高いこと等から、その**フィージビリティ**について**疑義があった**ところ。
- なお、米国においても、**上記1. については、企業合併における訴訟のうち重要な事案について限定的に実施されるにとどまり、実際の適用例はほとんどない**とのこと。その場合においても、訴訟当事者の仮定・モデルについての相対的な合理性・妥当性を判断する材料にとどまっている模様。

<sup>2</sup> 需要の価格弾力性（実際には不明であり、利用者アンケート等も活用している模様）、 $\frac{\text{価格費用マージン}}{\text{価格}}$ （=（価格 - 限界費用）/ 価格：検証を行う財の限界費用は不明なため、実際には平均費用で近似）及び当該財の**需要量**

## 2 . 概念ツールとしてのSSNIPテストの試行

1 ケーススタディの一環として、概念ツールとしてのSSNIPテストのフィージビリティを検証するため、ADSL、固定電話及び携帯電話並びにそれらの周辺サービスに対して同テストを試行的に実施した（その結果は次頁以降）。

2 その際、これまでの研究会における議論の方向性に沿って、主に需要者サイドの視点から同テストを実施した。

また、その判断材料としては、

- 各サービスの外形的特徴、機能、料金等の客観的事実
- 資料1 - 2の利用者アンケートの結果

を利用した。

なお、利用者アンケートにおいて、ADSL利用者に対して「ADSLの利用料金が現在より5%値上がりしたら、他のインターネット接続回線に変更したいと思いますか？」との質問を行ったところ、少なくとも今回の質問形式では、分析対象サービスの価格引き上げに対する当該サービス利用者の反応をアンケート方式によって直接的に把握することは困難であった。

3 なお、今回は、分析対象サービス及び周辺サービスに対して、いったん同テストを実施したものであり、これをもって当該サービスに係る市場の画定に一定の結論付けを行うものではない。

### 3. ADSL及び周辺サービスに対するSSNIPテスト (1/5)

検証対象		分析結果
ADSL	ダイヤルアップ	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ ADSLの仮想独占供給者による有意かつ継続的な価格の引き上げがなされた場合、その顧客は、ダイヤルアップにはないADSLの機能面の特徴（常時接続・定額制、高速性等）により、ダイヤルアップにはほとんど移動しないと推測される。</li> <li>➤ 特に、インターネットの利用経験者や頻繁に利用する特定の層にとって、両者の需要代替性の判断基準として、常時接続・定額制の有無のみならず通信速度の差異がより重要とされる可能性が高く、インターネットの普及に伴い、両者が別市場である可能性が高まることが推測される。</li> <li>➤ よって、<b>ADSLから見ると、両者は別市場である可能性が高い</b>と推測される。</li> <li>➤ なお、ADSL利用可能エリアにおいては、基本的にはダイヤルアップは利用可能と考えられる。</li> </ul>
	ダイヤルアップ	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ ダイヤルアップ利用者がADSLとの代替性を比較する場合、通信速度の他、回線使用料を含む1回又は単位時間当たりの料金がより重要となると考えられ、特にインターネット利用においてE-MAILのチェック等が主目的のライトユーザ層にとっては、その傾向が顕著になると推測される。</li> <li>➤ ダイヤルアップの仮想独占供給者による有意かつ継続的な価格の引き上げがなされた場合、 <ul style="list-style-type: none"> <li>- その顧客は、ADSLを利用した方が料金が安ければ、ADSLを利用することとなる。</li> <li>- 一方、インターネットの利用頻度によっては、ダイヤルアップを利用した方が料金が安い顧客も存在し、そのような顧客は引き続きダイヤルアップを利用することとなる。</li> </ul> </li> <li>➤ また、セキュリティ等の観点から常時接続を敬遠する利用者も存在する模様。</li> <li>➤ さらに、ダイヤルアップ利用可能エリアにおいて、電話局舎と加入者宅との距離等のADSLの利用可能エリアの問題によりADSLが利用できない場合もある。</li> <li>➤ よって、<b>ダイヤルアップから見ると、両者は別市場である可能性が高い</b>と推測される。</li> </ul>

### 3. ADSL及び周辺サービスに対するSSNIPテスト (2/5)

検証対象		分析結果
ADSL	常時接続 ISDN	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ ADSLの仮想独占供給者による有意かつ継続的な価格の引き上げがなされた場合、その顧客、特に通信速度を判断基準として重視する特定の層は、ADSLと比較した場合の常時接続（・定額制）ISDNの低速性等により、常時接続（・定額制）ISDNにほとんど移動しないと推測される。</li> <li>➤ 両者の利用可能エリア内の場合、現時点では、両者の価格差が小さく（ISP料金を含む場合、ADSLの方が廉価な場合もある）、利用者は主に通信速度によって比較すると推測されるため、上記の傾向はより顕著となる可能性が高いと推測される。</li> <li>➤ さらに、常時接続ISDNに移動するためには、ADSLで使用するアナログ加入電話回線からISDN回線に変更する必要があるが、加入電話を解約する場合には工事費や工事に要する期間は必要なため、これらが心理的な変更障壁になる可能性がある。</li> <li>➤ よって、<b>ADSLから見ると、両者は別市場である可能性が高い</b>と推測される。</li> </ul>
	常時接続 ISDN	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 常時接続ISDNの仮想独占供給者による有意かつ継続的な価格の引き上げがなされた場合、その顧客の多くは、常時接続ISDN及びADSLの機能面での同一性及びADSLの高速性により、ADSLに移動すると推測される。</li> <li>➤ 両者の利用可能エリア内の場合、現時点では、両者の価格差が小さく（ISP料金を含む場合、ADSLの方が廉価な場合もある）、当該顧客は、通信速度において優位にあるADSLに移動する可能性が高いと推測される。</li> <li>➤ よって、<b>常時接続ISDNから見ると、両者は同一市場である可能性が高い</b>と推測される。</li> <li>➤ しかしながら、常時接続ISDNの利用者がADSLに移動するためには、ISDN回線からアナログ加入電話回線に変更する必要があるが、工事費や工事に要する期間は必要なため、これらが心理的な変更障壁になる可能性がある。さらに、NTT局舎からの距離等地域によっては、ADSLが利用できない場合も想定される。</li> <li>➤ このため、常時接続ISDNからADSLへの移動には、変更障壁が存在する可能性があり、上記の推測に係わらず、<b>常時接続ISDNから見ると、両者は別市場である可能性もある</b>と推測される。</li> </ul>



### 3. ADSL及び周辺サービスに対するSSNIPテスト (3/5)

検証対象		分析結果
ADSL	CATV	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ ADSLの仮想独占供給者による有意かつ継続的な価格の引き上げがなされた場合、その顧客、特に通信速度や通信品質の安定性等を判断基準として重視する特定の層は、一般的には現行のCATVの料金はADSLと比べて高額であるものの、それらCATVの特徴により、CATVに移動する可能性があると推測される。</li> <li>➤ よって、<b>ADSLから見ると、両者は同一市場である可能性がある</b>と推測される。</li> <li>➤ なお、通信速度の高速化等によりADSLとの差別化を図っているCATV事業者も存在し、CATVの通信速度等によっては、<b>ADSLと同一市場内の上位サービスと位置づけられる可能性もある</b>。</li> <li>➤ ただし、CATVへの移動の際、CATVケーブルが敷設済の一部の集合住宅等を除き、数万円程度の工事費が必要となる。現時点では、両者の月額使用料の差異に比べ、CATVへの移動に要する所期コストが相対的に大きく、インターネット接続サービスについての機能面、料金面のみでの比較では、CATVへの移動を躊躇するADSL利用者も存在すると考えられる。さらに、CATVの普及は、地域によって大きな差があり、居住地域によっては、CATVが利用できない可能性もある。このため、上記の推測に係わらず、<b>ADSLから見ると、両者は別市場である可能性もある</b>と推測される。</li> </ul>
	CATV	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ CATV利用者は、インターネット接続と同等又はそれ以上に、CATV放送により得られる効用を重視している場合が多いと考えられる。また、CATVでは、インターネット接続及びCATV放送のセット割引が提供されている場合が多く、それらの機能を複合的に利用した方がコスト的にもメリットが大きい。</li> <li>➤ このため、CATVの仮想独占供給者による有意かつ継続的な価格の引き上げがなされた場合、その顧客は、CATVのインターネット接続サービスについての機能面での特徴に加え、CATV放送を視聴可能という複合的な機能やセット割引の存在等により、ADSLに移動する可能性は低いと推測される。</li> <li>➤ さらに、居住地域によっては、ADSLが利用できない可能性もある。</li> <li>➤ よって、<b>CATVから見ると、両者は別市場である可能性が高い</b>と推測される。</li> </ul>



### 3. ADSL及び周辺サービスに対するSSNIPテスト (4/5)

検証対象		分析結果
ADSL	FWA	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>現時点においては、FWAの普及率が極めて低く、利用者アンケートの結果においても分析に耐える回答数を回収することが出来なかったため、<u>両者の明確な需要代替性を把握することは困難。</u></b></li> <li>➤ なお、一般的には、ADSLの仮想独占供給者による有意かつ継続的な価格の引き上げがなされた場合、その顧客は、ADSL及びFWAの機能面での同一性により、<b><u>FWAに移動する可能性がある</u></b>と推測される。なお、両者の通信速度の安定性については諸説があり、他方に比べ一方が明らかに優位にあるとは言い難い。</li> <li>➤ よって、<b><u>ADSLから見ると、両者は同一市場である可能性がある</u></b>と推測される。</li> <li>➤ ただし、FWAへの移動の際、数万円程度の工事費が必要となる。また、現時点においては、FWA利用可能エリアが一部の都市部に限定されている。このため、上記の推測に係わらず、<b><u>ADSLから見ると、両者は別市場である可能性もある</u></b>と推測される。</li> </ul>
	FWA	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b><u>現時点において、両者の明確な需要代替性の把握が困難であることは前述のとおり。</u></b></li> <li>➤ なお、一般的には、FWAの仮想独占供給者による有意かつ継続的な価格の引き上げがなされた場合、その顧客は、ADSL及びFWAの機能面での同一性により、<b><u>ADSLに移動する可能性がある</u></b>と推測される。</li> <li>➤ ただし、現時点においては、FWA利用可能エリアが一部の都市部に限定されており、また、居住地域によっては、ADSLが利用できない可能性もある。このため、上記の推測に係わらず、<b><u>FWAから見ると、両者は別市場である可能性もある</u></b>と推測される。</li> </ul>

### 3. ADSL及び周辺サービスに対するSSNIPテスト (5/5)

検証対象		分析結果
ADSL	FTTH	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <u>現時点においては、FTTHの普及率が極めて低いため、両者の明確な需要代替性を把握することは困難。</u></li> <li>➤ なお、一般的には、ADSLの仮想独占供給者による有意かつ継続的な価格の引き上げがなされた場合、その顧客、特に通信速度や通信品質の安定性等を判断基準として重視する特定の層は、一般的には現行のFTTHの料金はADSLと比べて高額であるものの、FTTHの超高速性等により、FTTHに移動する可能性があるかと推測される。</li> <li>➤ さらに、現在、FTTH料金が低下しつつあり、また、各事業者が工事費無料等の各種キャンペーンを展開しているため、ADSL及びFTTH間の価格差は、両者の通信速度等の差に比べ相対的に縮小傾向にあり、今後、上記の傾向が顕著となる可能性がある。</li> <li>➤ よって、<u>ADSLから見ると、両者は同一市場の可能性があると推測される。</u></li> <li>➤ なお、その場合、FTTHの通信速度等によっては、<u>ADSLと同一市場内の上位サービスと位置づけられる可能性もある。</u></li> <li>➤ ただし、現時点においては、FTTH利用可能エリアが主に都市部であることから、上記の推測に係わらず、<u>ADSLから見ると、両者は別市場である可能性もある</u>と推測される。</li> </ul>
	FTTH	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <u>現時点において、両者の明確な需要代替性の把握が困難であることは前述のとおり。</u></li> <li>➤ なお、一般的には、FTTHの仮想独占供給者による有意かつ継続的な価格の引き上げがなされた場合、その顧客は、FTTHの高速性等により、ADSLに移動する可能性は低いと推測される。よって、<u>FTTHから見ると、両者は別市場である可能性が高い</u>と推測される。</li> </ul>

## 4. 固定電話及び周辺サービスに対するSSNIPテスト

検証対象		分析結果
固定電話	I P 電話	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>現時点においては、一般の利用者層におけるI P 電話に関する認識度が極めて低いと推測され、また、一般の固定電話からI P 電話への着信を可能とする「050」の識別番号を用いたI P 電話の商用サービスが開始されて間もないことから、固定電話とI P 電話の明確な需要代替性を把握することは困難であり、市場画定を行うことは困難</b>と考えられる。</li> <li>➤ なお、一般的には、固定電話の音声通話の仮想独占供給者による有意かつ継続的な価格の引き上げがなされた場合、その顧客は、I P 電話の価格優位性により、特に長距離通話については、I P 電話に移動する可能性がある</li> <li>➤ また、今後、I P 電話とバンドルされる常時接続・定額制インターネット接続サービスの多様化、当該サービスの普及がより一層浸透した場合、上記の傾向は強まると推測される。</li> <li>➤ よって、固定電話の一部の音声通話から見ると、両者は同一市場の可能性があると推測される。</li> <li>➤ ただし、現時点においては、I P 電話は、緊急通報等の着信先の制限があり、また通信品質が固定電話に劣ること等から、特にI P 電話の価格優位性が相対的に低い近距離音声通話については、両者は別市場である可能性もあると推測される。</li> </ul>
	I P 電話	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>現時点において、両者の明確な需要代替性の把握が困難であることは前述のとおり。</b></li> <li>➤ なお、一般的には、I P 電話の仮想独占供給者による有意かつ継続的な価格の引き上げがなされた場合、その顧客は、それでもなお固定電話に対するIP電話の価格優位性が大きい</li> <li>➤ よって、I P 電話から見ると、<b>両者は別市場である可能性があると推測される。</b></li> <li>➤ ただし、ADSLサービスは加入電話回線を使用しているため、ADSL利用者にとっては、I P 電話から固定電話の音声通話に移動する障壁が比較的小さく、I P 電話の価格優位性が弱まった場合、固定電話の通話品質等を重視する一部のADSL利用者は、特に短距離通話については、I P 電話から固定電話の音声通話に移動する可能性がある</li> <li>➤ このため、上記の推測に係わらず、I P 電話から見ると、<b>両者は同一市場の可能性もあると推測される。</b></li> </ul>
	携帯電話 携帯電話	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 3-10頁参照。</li> </ul>

## 5 . 携帯電話及び周辺サービスに対するSSNIPテスト (1/2)

検証対象		分析結果
携帯 電話	固定電話	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 携帯電話の仮想独占供給者による有意かつ継続的な価格の引き上げがなされた場合、その顧客は、携帯電話の有する可搬性の特性等により、固定電話に移動する可能性は低いと推測される。</li> <li>➤ また、若年層や自営業以外の就業者等の携帯電話利用者の一部は、近年の携帯電話端末の進歩により、携帯電話は単なる通信手段でなく、常に身につけている多機能端末のように捉えていると推測される。</li> <li>➤ よって、<b>携帯電話から見ると、両者は別市場である可能性が高い</b>と推測される。</li> </ul>
	固定電話	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 固定電話の仮想独占供給者による有意かつ継続的な価格の引き上げがなされた場合、その顧客は、自宅でも携帯電話を用いて音声通話が可能にもかかわらず、固定電話と携帯電話の通話料や通信品質の差異等により、携帯電話に移動する可能性は低いと推測される。</li> <li>➤ よって、<b>固定電話から見ると、両者は別市場である可能性が高い</b>と推測される。</li> <li>➤ ただし、<b>若年層、単身者等の属性を有する一部の利用者は</b>、可搬性の観点で携帯電話は固定電話を包含し、音声通話が可能という観点では両者は同等と捉えていると推測されることから、<b>両者を同一市場と捉えている可能性もある</b>と推測される。</li> </ul>

## 5 . 携帯電話及び周辺サービスに対するSSNIPテスト ( 2/2 )

検証対象		分析結果
携帯電話	P H S	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 携帯電話の仮想独占供給者による有意かつ継続的な価格の引き上げがなされた場合、その顧客は、携帯電話及びP H Sの可搬性の観点からの同一性等により、P H Sに移動する可能性がある<u>と推測される。</u></li> <li>➤ よって、<b><u>携帯電話から見ると、両者は同一市場である可能性が高い</u></b>と推測される。</li> <li>➤ ただし、P H Sは、特に地方においては通話可能エリアに制限があり、また走行時の通話にも制限がある。</li> <li>➤ さらに、若年層や自営業以外の就業者等の携帯電話利用者の一部は、近年の携帯電話端末の進歩により、携帯電話は単なる通信手段でなく、常に身につけている多機能端末のように捉えていると推測され、端末及び通信機能を除く機能面においては、携帯電話及びP H Sは代替関係にないと捉えていると推測される（ただし、今後、P H S 端末の機能向上が図られる可能性もあり、その場合、上記推測は変更しうる。 ）。</li> <li>➤ このため、上記の推測に係わらず、<b><u>携帯電話から見ると、両者は別市場である可能性もある</u></b>と推測される。</li> </ul>
	P H S	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ P H Sの仮想独占供給者による有意かつ継続的な価格の引き上げがなされた場合、その顧客は、その顧客は、携帯電話及びP H Sの可搬性の観点からの同一性等により、携帯電話に移動する可能性が高いと推測される。</li> <li>➤ また、端末の多機能性、通話可能エリアの広さ、走行時通話可能性等を重視するP H S利用者は、携帯電話により容易に移動すると推測される。</li> <li>➤ よって、<b><u>P H Sから見ると、両者は同一市場である可能性が高い</u></b>と推測される。</li> <li>➤ しかしながら、特に通話可能エリアの観点から制限が少ない都市部のP H S利用者の一部にとっては、通話料、通信品質の高さ等を判断基準として重視する場合には、両者が代替的でないと捉えている可能性がある。このため、上記の推論に係わらず、<b><u>P H Sから見ると、両者は別市場である可能性もある</u></b>と推測される。</li> </ul>