

報告書（案）ドラフト（第1 2 回会合配布資料1 ）に対して
オブザーバから寄せられた意見

（敬称略）

【頁】

石津 浩一	K D D I 株式会社 渉外・広報本部渉外部長	1
辻村 清行	株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ 取締役経営企画部長	3

平成15年5月7日

総務省「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」事務局 御中

KDDI株式会社

研究会報告書(案)についてのコメント

研究会報告書(案)(以下、「報告書(案)」といいます。)につきまして、当社より、下記のとおりコメントを述べさせていただきたく、宜しくお取り計らいの程お願い申し上げます。

記

1 報告書(案)4-1「基本的考え方」について

【報告書(案)】p.15

「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を分析し、その外郭で市場を画定するようにすべきである。」

【当社コメント】

市場画定については、第12回研究会において、「市場」の中に「サービス」が存在する場合、「サービス」の中に「市場」が画定される場合の双方があり得る旨、議論されたものと理解しております。

上記報告書(案)においては、「市場」の中に「サービス」が存在する場合のみ想定されていることが考えられるため、双方が想定される趣旨に修文していただきたいと考えます。

2 報告書（案）4 - 2（4）「地理的市場」について

【報告書（案）】p.17
（上記項目全文）

【当社修文案】

（全文削除の上以下のとおり修正）

「妥当な地理的市場の画定の在り方については、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る。」

【当社コメント】

地理的市場の画定については、現時点においては、適切な在り方について十分整理された段階ではないことから、本報告書において踏み込んだ記述をすることは適当でないと考えます。

なお、レバレッジ等の問題やボトルネック性に起因する影響力を考慮すると、地理的市場については、基本的には国内を一つの地理的市場として観念せざるを得ないものと考えます。

以 上

研究会報告書案に対する意見(1 / 5)

平成15年5月7日
(株)NTTドコモ

前回 < 第11回(平成15年4月24日) > の意見に以下を加え、提出させていただきます。

報告書案	修文	修文理由・ドコモ意見
<p>P.14 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。</p> <p>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。</p>	<p>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 <u>が</u> 想定されるであろう。</p> <p>また、対象分野の決定方法としては、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可能性についても考慮されるべきであろう。</p> <p style="color: red;">< (2) を削除 ></p>	<p>年度(もしくは半期)ごとに対象サービスを取り上げるスキームからは意見公募で十分であり、アドホックに意見申し出を認める必要性は乏しい。意見申し出を認めた場合、個別の紛争案件を有効競争レビューの場に持ち込まれる可能性もある。</p>
<p>P.27 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が否かについては、他の指標等と併せて総合的に評価する必要がある。</p>	<p>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、<u>高いシェアは当該事業者のサービス開発能力、顧客開拓の経営努力の結果でもあると考えられるから</u>、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が否かについては、他の指標等と併せて総合的に評価する必要がある。</p>	<p>高いシェアが、公正かつ有効な競争をベースに創意工夫をこらして新サービスを開発・提供し、顧客満足度を維持することによる結果か否かを考慮すべきである。</p>

研究会報告書案に対する意見(2 / 5)

平成15年5月7日
(株)NTTドコモ

報告書案		修文	修文理由・ドコモ意見
P.27	<p>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。</p>	<p>削除</p>	<p>ここでは、フロー(純増)シェアの動きがそれほど大きくない場合の、競争評価の考え方を示しているものとして、いわば指標の結果の捉え方である。これと、指標の持つ意味や有用性は別次元と考える。</p>
P.28	<p>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。</p>	<p>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。<u>ただし、このような場合であっても、そもそもシェアの格差は当該事業者のサービス開発能力、顧客開拓の経営努力の結果でもありと考えられるので、留意が必要である。</u></p>	<p>シェア格差が、公正かつ有効な競争をベースに創意工夫をこらして新サービスを開発・提供し、顧客満足度を維持することによる結果か否かを考慮すべきである。</p>

研究会報告書案に対する意見(3 / 5)

平成15年5月7日
(株)NTTドコモ

	報告書案	修文	修文理由・ドコモ意見
P.28	<p>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。</p>	<p>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、市場集中度の考慮も検討すべきである。</p>	<p>市場の寡占的傾向を示す指標であるHHIの考慮をただちに否定するものではないが、HHIの値がどの程度であれば市場集中度が高いとの判断基準が一概には確立されているとまでは言えないことから、「不可欠」とまでは言えない。</p>
P.34	<p>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。</p>	<p>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、<u>その市場規模に比べて高い割合で発生し、かつ、それが当該市場の全事業者に共通して係わると認められる場合には、</u>その一要素として勘案することが有用である。</p>	<p>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は、事業者毎に把握することが可能なことから、本来的には、問題が起こった際に個別に行政指導を行うべきものである。またユーザの絶対数が多い市場が結果的に苦情・相談件数も多いことが想定され、さらに当該市場の特定の事業者に認められる案件が全事業者に認められる案件かも考慮に入れた上で、競争状況の評価要素として勘案するべきである。</p>

研究会報告書案に対する意見(4 / 5)

平成15年5月7日
(株)NTTドコモ

報告書案	修文	修文理由・ドコモ意見
<p>P.41 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。</p>	<p>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<u>法省令の範囲内で</u>、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、<u>事業法37条の2を適用され、会計報告公表義務が課されている事業者とそうでない事業者との公開情報格差に留意する必要がある。</u> <u>また、自らデータを公表している場合でも</u>、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。</p>	<p>データを求める際には、法省令における規定を前提とするとともに、守秘義務等に係わる規律を構ることが必要である。</p> <p>現状において、市場支配的な事業者とそうでない事業者との間で、総務省への情報提供の格差が生じているが、競争状況の評価結果に基づく判断の透明性確保の観点から、有効競争レビューの実施の際に、市場支配的な事業者とそうでない事業者との公開情報の格差を解消する必要がある。</p>

研究会報告書案に対する意見(5 / 5)

平成15年5月7日
(株)NTTドコモ

	報告書案	修文	修文理由・ドコモ意見
<p>図表 6-1-1</p>	<pre> graph TD A[競争状況の評価] --> B[当該市場では競争が有効に働いている] A --> C[当該市場では競争が有効に働いていない] </pre>	<pre> graph TD A[競争状況の評価] --> B[右記以外] A --> C[当該市場では競争が有効に働いていないと明確に判断できる] </pre>	<p>競争が有効に働いているか否かは二者択一で判断できるものではなく、法省令の見直しの「トリガー」として競争評価が論じられることも考慮すると、「競争が有効に働いていない」との判断には、明確な根拠が必要である。</p>