

寄せられた意見を踏まえた報告書（案）の主な修正箇所（案）

第3章 各論 分析対象となる利用者向けサービス分野の選定

頁	段落	報告書（案）の記述	意見の概要	報告書（案）の修正（案）
3 - 2 対象分野の決定に際しての留意点				
14	(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要請があって、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に競争評価を行う	<ul style="list-style-type: none"> 年度（もしくは半期）ごとに対象分野を取り上げるスキームからは意見公募で十分であり、アドホックな要請を認める枠組みを導入する必要性は乏しい。これを認めた場合、個別の紛争案件を競争評価の場に持ち込まれる可能性もある。よって、(2)を削除すべき。【NTTドコモ】 	電気通信事業者からある対象分野について競争評価を実施すべき旨の要請があって、 <u>そのをとりまく状況に急激な変化が生じること等により、早急に競争評価を実施する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に競争評価を行う</u>

第4章 各論 分析対象となる利用者向けサービス分野の選定

頁	段落	報告書（案）の記述	意見の概要	報告書（案）の修正（案）
4 - 3 市場画定の具体的方法				
20		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。（後略）	<ul style="list-style-type: none"> 市場の選定段階及び市場の画定段階の双方において、市場構造の分析を理論的に行い、市場の属性を正しく把握することが必要。市場の属性について初期の段階で明確になれば、市場もこれによって区別されるはず。評価段階での属性の考慮は必要かもしれないが、可能な限り早い段階で、属性による市場の区別ができていれば、属性を評価する上での不確実な恣意性を排除することが可能になる。また、市場構造を分析することによって、隣接市場を見逃してしまう危険性を排除することができる。したがって、いずれの段階においても、理論的な市場構造分析を行うことは必須。【C&W IDC】 	市場画定の際には、 <u>分析対象サービスの構造、外形的特徴、機能、料金等の客観的事実を考慮するのは言うまでもないが、そ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。（後略）</u>

第5章 各論 競争状況の評価

頁	段落	報告書(案)の記述	意見の概要	報告書(案)の修文(案)
5 - 2 競争状況を示す定量的指標や定性的要因等の特徴等				
25	(1)	<p>(前略)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、それ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。</p> <p>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、競争状況の評価する必要がある点に留意しなければならない。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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。よって、(1) (d)の文末に「<u>もっとも、このような高いシェアは、当該事業者の経営・営業努力の結果でもあると考えられるので、一概に否定的に評価されるものではなく、このような場合には、高いシェアの持続が何に起因するのかを定性的な要因も含めて精査する必要がある。</u>」のような文章を追加すべき。【NTTドコモ】 	<p>(前略)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、それ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。<u>また、このような高いシェアは、当該事業者の経営・営業努力の結果でもあると考えられるので、一概に否定的に評価されるものではない。</u></p> <p>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、競争状況の評価する必要がある点に留意しなければならない。</p>
	(1) (b)	<p>(前略)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、このような高いシェアは、当該事業者の経営・営業努力の結果でもあると考えられるので、一概に否定的に評価されるべきものではなく、このような場合には、高いシェアの持続が何に起因するのかを定性的な要因を含めて精査する必要がある。</p>		<p>(前略)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、このような高いシェアは、<u>当該事業者の経営・営業努力の結果でもあると考えられるので、一概に否定的に評価されるものではなく、このような場合には、高いシェアの持続が何に起因するのかを定性的な要因を含めて精査する必要がある。</u></p>
27	(1) (c)	<p>(前略)一方、フロー(純増)のシェアは、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する。ある市場において、新たなサービスメニューが頻繁に投</p>	<ul style="list-style-type: none"> フロー(純増)のシェアの変動は、「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」のみに起因しているわけではなく、むしろ営業活動や料金低廉化、ブランド力等事業者の総合的な企業経営活動のあり方や競争環境に起因するところが大きい。これ 	<p>(前略)一方、フロー(純増)のシェアは、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する。ある市場において、新たなサービスメニューがの投入や料金の低廉化等に応じ利用者</p>

	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す可能性があり、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、後述の「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。（後略）	らの観点からは、競争状況を端的に示す指標として、フローのシェアに注目することが重要であり、過去から現在の契約者の蓄積であるストックのシェアよりも、現在の市場状況を反映しているフローのシェアを重視すべき。よって、「（前略）ある市場において、 <u>事業者間の移動が頻繁に行われている状況は、事業者間の競争が活発に行われていることを示す可能性があり、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、（後略）</u> 」のように修文すべき。【NTTドコモ】	がサービス提供事業者を頻繁に投入変更していることが予想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す可能性があり、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、後述の「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。（後略）
--	---	---	---

5 - 5 競争状況の評価に際しての留意事項

4 0	(3)	<p>（前略）そのためには、行政が必要な情報収集に当たることはもちろん、例えば、競争評価のプロセスの中で各事業者等から情報を募り、その内容が企業秘密に係わるものであれば、公表できるように加工する等して、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べきである。</p> <p>なお、公表されているデータの中には、各事業者によって、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・頻度等がしばしば不統一である点に留意が必要である。したがって、競争評価の結果の信頼性を確保する観点から必要な情報の基準を明確化することについても、事業者に対して過度な負担とならぬよう、また、その他の法令等に基づく情報公開の内容との整合性等に配慮しつつ、検討する必要がある。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 競争評価実施において、各種データの整備が必要になるが、その際、事業者に負担となるような過度な情報の要求を避ける、事業者の提供するデータの扱いにあたっては、競争上の地位その他正当な利益を害する恐れがあるものは公開しないという点に十分留意すべき。また、事業者にデータを要求する場合、公平性の観点から、特定の事業者のみにデータの提供を求めるのではなく、全事業者に等しくデータを要求することを原則とすべき。なお、事業者へデータを要求する場合、その収集・整理等に要する相当な期間の設定が必要。【NTTコミュニケーションズ】 データの取得については、法省令における規定を前提とするとともに、データの公開については、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、競争評価の実施の際に、すべての事業者を同条件で扱うことで公開情報の格差を解消する必要がある。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。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 	<p>（前略）そのためには、行政が必要な情報収集に当たることはもちろん、例えば、競争評価のプロセスの中で各事業者等から情報を募り、その内容が企業秘密に係わるものであれば<u>秘密保持に配慮した上で</u>公表できるように加工する等して、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べきである。</p> <p>なお、<u>データの公開性には各事業者によって格差がある点や、公表されているデータの中には、各事業者によって、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・頻度等がしばしば不統一である点に留意が必要である。</u>したがって、競争評価の結果の客観性、<u>信頼性や公平性を確保する観点から必要な情報の基準を明確化することについても、特定の事業者が競争上不利にならないよう留意するとともに、事業者に対して過度な負担とならぬよう、また、その他の法令等に基づく情報公開の内容との整合性等に配慮しつつ、検討する必要がある。</u></p>
-----	-----	---	---	---

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、競争評価の実施の際に、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【NTTドコモ】

- 競争評価を行うためには、有効な情報を収集することが重要な鍵となる。公表された情報のみでは正確な実体を把握することが難しい場合がしばしば考えられる。そのような場合には、評価を実施する主体から、関連する事業者へ、必要とするデータの提供を求めることになるが、なんの根拠のない要求に応えることは、事業者としても協力することに限界のある場合がある。諸外国の例のように必要な情報の収集については、何らかの法的な根拠を確立しておくことが、有効な情報を収集することにつながる。このような新たなルールの確立について記述すべき。【C&W IDC】
- 競争評価の際に必要とされるデータについて、原則的に用いられる公開情報以外に行政が必要と判断して事業者等から別途情報収集を行う際には、事業者等に過度な負担がかからないよう、配慮することを要望。その際、当該情報の収集及び処理方法等について、あらかじめ事業者等に意見照会することを要望。収集したデータのうち企業匿名性の高いものについては、公表のために加工する際は収集データの加工基準及びその方法の明確化が必要。また、加工データの公表に当たっては、提出した事業者等(情報提供元)が意図する内容と加工データが意図する内容とで乖離が生じないように、事前に情報提供元へ確認を行うプロセス等を盛り込むことを要望。【J-フォン】

		<ul style="list-style-type: none">• 競争評価に用いるデータとして、事業者からの非公開情報が必要とされる場合、当該情報の取得、加工、および公開等については、法的根拠を明確にした上で実施していただきたい。【KDDI】• データの公開性・共有性を追及することは、素晴らしいこと。しかし、競争の最大の指標は料金であることから、競争分析に一番必要なものは、各事業者の料金算出モデルではないか。よって、ECの新パッケージ同様、当局の情報収集の権限と機密情報の取り扱いについての法的な取り決めが是非とも必要。【風間 法子】	
--	--	---	--

第6章 今後の取組み

頁	段落	報告書(案)の記述	意見の概要	報告書(案)の修文(案)
6 - 2 競争評価の具体的実施方法				
43	(1)	<p>まず、競争評価の具体的実施方法等についてガイドラインを策定・公表する。これには、</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 市場画定の方法や競争状況を評価するための各種指標等 ➢ 競争評価を実施していく対象分野やその選定基準(例えば、国民生活への浸透度(市場規模、普及率等)や外形的に明らかな参入障壁等が想定) ➢ 各対象分野についての競争評価の実施間隔(全対象分野を一度に分析、評価し、それを継続して繰り返していくことが理想であるが、実務上の理由からそれが難しい場合には、特に重要性の高い分野はできるだけ短い周期で繰り返し対象とするなど、競争の実態に応じて柔軟に対処すべきである。) <p>等が含まれる必要がある。</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 5 - 5 (3) についての意見を参照。 • 図表6 - 2 - 1のフロー図のなかに、競争評価の実実施スケジュールを具体的に書き込むべき。【KDDI、ソフトバンクBB、日本テレコム】 	<p>まず、競争評価の具体的実施方法等についてガイドラインを策定・公表する。これには、</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 市場画定の方法や競争状況を評価するための各種指標等 ➢ 競争評価を実施していく対象分野やその選定基準(例えば、国民生活への浸透度(市場規模、普及率等)や外形的に明らかな参入障壁等が想定) ➢ 各対象分野についての競争評価の実施の間隔(全対象分野を一度に分析、評価し、それを継続して繰り返していくことが理想であるが、実務上の理由からそれが難しい場合には、特に重要性の高い分野はできるだけ短い周期で繰り返し対象とするなど、競争の実態に応じて柔軟に対処すべきである。) ➢ <u>競争評価の実施に必要となるデータの取扱いについての具体的な基本方針(データ提出を要請する事業者の範囲等)</u> ➢ <u>一の対象分野についての競争評価の大凡の実実施スケジュール</u> <p>等が含まれる必要がある。</p>
44	(3)	<p>(前略)これには、</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 調査、分析のより具体的な内容とその実施スケジュール ➢ 必要となるデータやその収集・処理方法 <p>等の実施の細目が含まれる必要があろう。(後略)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 本研究会においては、競争評価の結果の信頼性を確保する観点から、必要情報の収集・処理方法等に加えて、情報の収集時期及びその期間の明確化についても議論が行われており、その点についても記載すべき。また、キックオフ・ドキュメントへ実施の細目を記載する際に、こうした情報の収集時期及びその期間も明記することを要望。【J - フォン】 	<p>(前略)これには、</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 調査、分析のより具体的な内容とその実施スケジュール ➢ 必要となるデータやその収集・処理方法、<u>収集時期</u> <p>等の実施の細目が含まれる必要があろう。(後略)</p>

4 7	図表 6-2-1	<p>(1) 総務省のガイドラインの策定 競争評価の「設計図」として、以下の事項を含む</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市場画定の方法や画定された市場の競争状況を評価するための指標等 ・競争状況をモニタリングする有意性の高い対象分野（EU は 18 関連市場）とその決定の基準（例えば、国民生活への浸透度（ex.市場規模 or 普及率）、明らかな参入障壁など） ・各対象分野の競争評価の実施間隔 等 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 6 - 2 (1) についての意見を参照。 	<p>(1) 総務省のガイドラインの策定 競争評価の「設計図」として、以下の事項を含む</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市場画定の方法や画定された市場の競争状況を評価するための指標等 ・競争状況をモニタリングする有意性の高い対象分野(EU は 18 関連市場)とその決定の基準(例えば、国民生活への浸透度(ex.市場規模 or 普及率)、明らかな参入障壁など) ・各対象分野の競争評価の実施間隔 ・必要となるデータの取扱いについての具体的な基本方針 ・一の対象分野についての競争評価の大凡の実施スケジュール 等
		<p>(3) キックオフ・ドキュメントの策定対象分野に関する競争評価の「実施計画書」として、以下の事項を含む</p> <ul style="list-style-type: none"> ・当該年度（or 半期）に取り上げる対象分野（分析の起点となるサービスを含む。）の特定 ・実施スケジュール 等 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 6 - 2 (3) についての意見を参照。 	<p>(3) キックオフ・ドキュメントの策定対象分野に関する競争評価の「実施計画書」として、以下の事項を含む</p> <ul style="list-style-type: none"> ・当該年度（or 半期）に取り上げる対象分野（分析の起点となるサービスを含む。）の特定 ・実施スケジュール ・必要となるデータやその収集・処理方法、収集時期 等
		<p>事業法や省令の見直し 法律制定や審議会審議のフローに従う。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 当該フロー（案）において、事業法や省令の見直しについては、「法律制定や審議会審議のフローに従う」とあるが、法律を定期的に見直すことはなく、そのようなフローは存在していないと理解。今般、競争評価実施に係るフローが確立されることを契機として、政策レビューの実施に係るフローも確立されることを要望。【日本テレコム】 	<p>事業法や省令等の見直し 法律制定や審議会審議のフロー法令の改正等所要の制度整備の<u>手続</u>に従う。</p>