

**「電気通信事業分野における競争状況の評価に関する実施細目2008（案）」
に対して寄せられた意見及び総務省の考え方**

全体

頁	段落	意 見	総務省の考え方
		<p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「新競争促進プログラム 2010」において、2010 年までに一種・二種の指定電気通信設備制度の包括的な見直しを実施するとされ（※1）、見直しにあたっては、競争評価に基づく市場画定と各市場における市場支配力の有無の検証に基づきドミナント規制の適用の可否を判断する枠組みを構築することが示されているところです（※2）。 ・ また、2008 年度の競争評価は、「電気通信事業分野における競争状況の評価に関する基本方針 2006～2008」（以下「基本方針」という。）で整理された第二期の最終年にあたり、2009 年度以降の競争評価実施の枠組みの検討が必要になるものと認識しています。 ・ 従って、競争評価制度を今後、他制度の政策議論で活用する方向を模索するのであれば、今年度は、競争評価制度の在り方や実施プロセス等について見直しを行うべき時期にあると考えますが、現行の競争評価制度については、以下の課題があると弊社共では考えており、他制度との連携を図る上ではこれらの課題の解決を優先する必要があると考えます。 <ul style="list-style-type: none"> ① 分析の枠組み （定点的評価の重点項目の設定方法、戦略的評価のテーマ設定方法、定点的評価と戦略的評価の相関性等） ② 分析の手法 （市場画定やアンケート手法等） ③ 評価の手法 （市場支配力の認定の在り方、存在と行使議論等） ・ これら①～③の課題については、まずは関係者間での議論プロセスを経て合意形成を行う必要があると考えます。その上で、結果を 2009 年度以降の競争評価制度の実施方針として反映すべきであり、また他制度との連携については具体的な方法及びスケジュール等も明らかにすべきです。 ・ なお、昨今の電気通信市場における状況を考慮すると、FTTH 市場においては、東日本・西日本電信電話株式会社（以下、「NTT 東西」という）殿によるシェア増が継続する等独占が進展しており、当該市場における競争状況は極めて憂慮される状況であると考えられます。この点、2006 年度及び 2007 年度の競争評価において連続して固定独占市場からのレバレッジによる市場支配力行使が懸念され、当該市場における事業者間取引の 	<p>2009 年度以降の競争評価については、実施細目（案）に記載しているとおり、2008 年度競争評価において、今後取り組むべき課題等についての整理を試みることにしているところであり、御指摘の点も今年度の検討に当たっての参考とさせていただきます。</p> <p>また、「電気通信事業分野における競争状況の評価に関する基本方針 2006～2008」（以下、「基本方針 2006～2008」といいます。）においても、市場支配力のレバレッジに係る分析について記述しているところであり、御指摘のような点も今年度の検討に当たっての参考とさせていただきます。</p>

	<p>定期的な分析の必要性が示されているところでもあり(※3)、今後の競争評価においては、FTTH市場について特に重点的に分析していく必要があるものと考えます。</p> <p>・上記の認識を踏まえて、2008年度実施細目(案)について、以下項目別に意見します。</p> <p>※1 「『ネットワーク中立性に関する懇談会報告書』を踏まえ、市場統合に対応した市場画定や市場支配力の認定を行うことが可能な仕組みに移行するとともに、ドミナント事業者を起点として、これと資本関係を有する事業者との連携等による市場支配力の濫用を防止する包括的な枠組みを再構築する。このため、08年度中を目途に指定電気通信設備制度の見直しについて具体的な結論を得て、その後速やかに所要の制度整備を実施し、2010年までに運用を開始する。」(平成19年10月23日改定「新競争促進プログラム2010」)</p> <p>※2 「競争評価をドミナント規制の運用面に関連付けて運用する場合、具体的には市場画定における活用、市場支配力の認定における活用、行為規制の運用面において適正な公正競争要件の確保を図る上での検証への活用等が想定される。」(平成19年9月公表「ネットワーク中立性に関する懇談会報告書」)</p> <p>※3 「FTTHとADSLの市場構造の差異、その要因等についての分析の深化を図る必要がある。なお、競争評価の目的は、過去の実績データから市場構造を分析することにあるが、ブロードバンド市場は動的に変化している市場であり、単一時点を取り上げた評価ではそのダイナミズムを捉えることは困難であり、本来、事業者間取引について定期的な分析を行い、市場構造の変化とその要因を正確に把握することが望ましい」(平成20年9月5日公表「電気通信事業分野における競争状況の評価2007」) 【ソフトバンク株式会社・ソフトバンクテレコム株式会社・ソフトバンクモバイル株式会社】</p>	
--	--	--

1 2008年度競争評価の基本方針

頁	段落	意見	総務省の考え方
1頁	1-1 定点的 評価	<p>【総務省案】 定点的評価の対象は、2007年度に引き続き、①固定電話、②移動体通信、③インターネット接続及び④法人向けネットワークサービスの4領域とする。</p> <p>【意見】 継続的な定点観測が競争評価には重要であることから、定点的評価の対象は引き続き①～④の4領域は必要であると考えます。 また、③インターネット接続においては、2007年度に実施した卸ブロードバンドサービスの観点も考慮していただけるよう要望します。 「電気通信事業分野における競争状況の評価2007」(p.353) 戦略的評価「事業者間取引」</p>	<p>「基本方針2006～2008」においても、卸売市場の小売市場への影響を勘案した上での分析について記述しているところであり、御指摘の点も参考とさせていただき、今年度も小売市場の分析を行いつつ、必要な範囲で卸売市場を分析するこ</p>

では、「競争評価としては、FTTHへのマイグレーションが卸ブロードバンドサービス市場に及ぼす様々な影響について、積極的な調査分析を行うとともに、政策的対応を含め今後の動向を注視する必要がある。」とありますので、光ファイバの卸サービスについては③インターネット接続の定点的評価において、加味することが必要と考えます。
【イー・アクセス株式会社・イー・モバイル株式会社】

【意見】

定点的評価において2006年度に行った「マイグレーション分析」を、今年度は、加入電話からブロードバンドへの移行等についても実施していただきますよう要望致します。具体的には、固定電話市場において市場支配力を有するNTT東・西が、加入電話からOABJ-IP電話への置き換えを通じてFTTHサービスへ移行させる際に、市場支配力を濫用することやレバレッジを行使することによって、インターネット接続領域（FTTH市場及びISP市場）にどのような影響を及ぼしているかについて分析していただきたいと考えます。

なお、分析にあたっては、グループ連携営業、NTTブランドの利用、接続事業者との間の手続き（コロケーション手続きの具体的なプロセスや期間等）の同等性の問題や情報の非対称性等の定性的要素にも焦点を当てていただきますよう要望致します。（具体的には a. ～g. 参照）

<グループ連携>

- a. NTT東・西による「プロバイダパック」の対象となるISPの優遇
- b. 家電量販店等(販売代理店)におけるNTTコミュニケーションズのOCNの優遇
- c. NTTドコモショップ(販売代理店)における携帯電話端末とNTT東・西のフレッツサービスのセット販売
- d. NTTファイナンス(クレジット会社)によるNTTグループ各社のサービスの実質的なセット割引の実施

<NTTブランド>

- e. NTT東・西の県域子会社による「NTT東日本-〇〇」等の社名の使用

<手続・情報>

- f. NTT東・西の局舎へのコロケーション及び管路・電柱等の利用手続きの同等性
- g. NTT東・西が加入電話の顧客情報をフレッツサービス等の営業に活用していることへの懸念

インターネット接続領域については、FTTH市場におけるNTT東・西の市場支配力の行使について、加入者回線と一体で設置される屋内配線に着目し、詳細に分析すべきと考えます。例えば、NTT東・西がボトルネック設備である加入者回線と一体で設置する棟内光ファイバが集合住宅市場における利用者の事業者選択にどのように影響しているのか分析していただきたいと考えます。

としたいと考えます。

「基本方針 2006～2008」においても、市場支配力のレバレッジに係る分析について記述しているところであり、消費者の選択を分析するに当たって、グループ連携営業やブランドを考慮要素と想定することは、分析の視点のひとつとして有用であると考えますので、今年度の評価の実施に当たっても、これらの要素についても必要に応じて考慮してまいりたいと考えます。なお、ブランドが具体的に何に基づいて形成されているのか不明ですが、そのような定量化が困難な優位性に関する分析手法について、具体的な提案がございましたら御提示下さい。

また、インターネット接続領域、ブロードバンド卸売市場については、定点的評価の中で、御指摘の点も参考としつつ、必要な分析を行っていきたいと考えます。

		<p>また、今年度の定点的評価においては、昨年度実施した戦略的評価「事業者間取引」で確立した手法を用いて、ブロードバンド卸売市場における市場支配力について、改めて詳細な分析を行っていただきますよう要望致します。 【KDDI 株式会社】</p>	
1 頁	1-1 定点的 評価	<p>【総務省案】</p> <p>なお、本年度は現行の基本方針がカバーする最後の年度であることに鑑み、2009年度以降の競争評価に向け、今後取り組むべき課題等についての整理を試みる。</p> <p>【意見】</p> <p><u>2009年度以降の競争評価では以下の理由から移動体市場をさらに大きくとりあげていただけるよう要望します。</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ モバイルビジネス活性化プランにより、新料金プラン（通信料金と端末価格の分離プラン）、販売奨励金に係る会計整理、MVNO導入など、モバイル市場の制度環境が大きく変化 ・ モバイルのデータ通信の本格的普及により音声通信を主とした移動体市場が変革 ・ 通信プラットフォーム研究会によるメールアドレスやコンテンツのポータビリティの検討 ・ 固定電話の加入者数減少により、国民生活における携帯電話の位置付けが増大 <p>また、競争評価から競争政策への連携をあらためて明確にしておく必要があると考えます。2006年度から2008年度の基本方針では、「競争セーフガード制度との連携」や「指定電気通信設備制度の包括的な見直しに向けた準備」が想定されていました。しかしながら、第一種・第二種の指定電気通信設備の包括的な見直しの検討はまだ実施されず、競争評価に基づく市場画定と各市場における市場支配力の有無の検証に基づき、当該市場におけるドミナント規制の適用の可否を判断する枠組みを構築するという目的は削がれた状況になっています。</p> <p>2010年にはNTT組織問題の検討をひかえているため、ドミナント規制といった競争政策についても議論をおこないつつ2009年度以降の基本方針を策定することが必要と考えます。 【イー・アクセス株式会社・イー・モバイル株式会社】</p> <p>【意見】</p> <p><フォーカスすべき分析></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 総論で述べたとおり、今後の競争評価では、競争上の懸念が高い重要な領域、つまり FTTH 市場について、仔細な分析を行うべきです。また、同市場に関しては、小売市場の分析に留まらず卸売市場の分析が不可欠であり（※4）、当該卸売市場について継続して分析すべきものと考えます。なお、当該卸売市場の分析にあたっては、その重要度や、評価の作業及び事業者からの情報収集の負担を考慮し、NTT 東西殿と接続 	<p>2009 年度以降の競争評価については、実施細目（案）に記載しているとおおり、2008 年度競争評価において、今後取り組むべき課題等についての整理を試みることにしているところであり、御指摘の点も今年度の分析を行うに当たっての参考とさせていただきます。</p> <p>2009 年度以降の競争評価については、実施細目（案）に記載しているとおおり、2008 年度競争評価において、今後取り組むべき課題等についての整理を試みることにしているところであり、フォーカスすべき分析及びブランド力の評価に関する御指摘の点についても今年度の分析を</p>

		<p>事業者との間の事業者間取引のみを分析の対象とすべきと考えます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ なお、今回の実施細目（案）では重点評価の対象となる領域（以下、「重点領域」という。）が設定されていませんが、基本方針において「四つの領域を全て詳細に分析することは現実的ではないため、市場環境の変化や政策的な重要性に応じて、実施細目において、毎年度の重点評価の対象となる領域を決定するものとする。」とされているところでもあり、今年度の競争評価において重点領域の設定を行わないのであれば、実施細目においてその理由を明記すべきです。 <p><ブランド力の評価></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 定点的評価においては、これまでも NTT グループのブランド力について一定の影響を認める評価が出されていますが、未ださらなる影響を分析する上での評価手法は定まっておらず、その検討も十分に行われていない状況にあるものと考えます。ブランド力の具体的な評価手法については、アドバイザリボード等の場を活用し関係者間で十分な検討を実施することにより、今年度の競争評価において一定のブランド評価手法を確立するとともに、2009 年度以降の基本方針にブランド力の評価手法を反映することを可能とすべきと考えます。 <p>※4 「事業者間取引市場については指定電気通信設備制度によって市場のゆがみを是正している部分があるため、当該制度が市場環境の変化に適切に対応するものとなっているかについて不断の検証が必要」（平成 20 年 9 月 5 日公表「電気通信事業分野における競争状況の評価 2007」）、「事業者間取引市場は競争政策上重要なテーマであり、（略）2007 年度以降の競争評価においても継続的に実施していくことが重要」（平成 19 年 7 月 13 日公表「電気通信事業分野における競争状況の評価 2006」） 【ソフトバンクBB株式会社・ソフトバンクテレコム株式会社・ソフトバンクモバイル株式会社】</p>	<p>行うに当たっての参考とさせていただきます。</p> <p>なお、今年度の競争評価における重点評価の対象となる領域については、2008 年度競争評価において、今後取り組むべき課題等についての整理を試みることで、全体を俯瞰するために、特定の領域に焦点を当てる重点領域の設定は行わないこととしていますので、御指摘を踏まえ、実施細目にこの旨追記いたします。</p>
1 頁	1-2 戦略的 評価	<p>【総務省案】</p> <p>2008 年度における戦略的評価のテーマは、「新サービスの市場競争への影響に関する分析」とし、FMC など市場に登場しつつある新たなサービスが競争に及ぼし得る影響について分析することとする。</p> <p>【意見】</p> <p>■「新サービスの市場競争への影響に関する分析」 FMC など新サービスを重点的に分析することに賛成します。</p> <p>さらには、FMC にも関連しますが、<u>固定通信と移動通信を統合した通信市場全体</u>（以下、「全体市場」）での競争評価の実施についても<u>取り組みを行う時期</u>にきていると考えます。</p> <p>特に、着目すべき事項として以下の項目を取り上げていただけるよう要望します。</p>	<p>「新サービスの市場競争への影響に関する分析」に関しましては、御指摘の点も参考としつつ、必要な分析を行っていきたいと考えます。</p> <p>また、消費者の選択を分析するに当たって、ブランドや通信放送融合サービスを考慮要素と想定することは、分析の視</p>

<ul style="list-style-type: none"> ・ 固定通信から移動通信へ市場動向がシフトしている状況 ・ それによる通信事業者の収支状況への影響 ・ 固定通信と移動通信のサービスの選択動向 など <p>この観点の評価を行うことは、ドミナント規制の見直しに向けた準備にも直接繋がることになると考えます。</p> <p>また、戦略的評価として、下記の2つを追加で提案します。</p> <p>■ <u>ブランド力の影響について</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 企業、サービスブランドのユーザの購買意識及び市場に与える影響の検証 <p>■ <u>通信放送融合サービス登場による市場への影響について</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ サービス提供状況、サービス内容、料金構造の分析 ・ 市場への影響、市場構造の変化の検証 <p style="text-align: right;">【イー・アクセス株式会社・イー・モバイル株式会社】</p>	<p>点のひとつとして有用であると考えており、今年度の評価の実施に当たって、必要に応じて考慮してまいりたいと考えます。なお、ブランドが具体的に何に基づいて形成されているのか不明ですが、そのような定量化が困難な優位性に関する分析手法について、具体的な提案がございましたら御提示下さい。</p>
<p>【意見】</p> <p>FMCなど新たなサービスを含む全てのサービスは、原則、市場の競争に委ねるべきと考えます。ただし、公社時代に構築したボトルネック設備を保有するNTT東・西が展開するサービスについては、固定市場からのレバレッジを行使することによって市場を歪め公正競争上の問題を生じていないか分析すべきと考えます。</p> <p>特に、NTT東・西が、NTTドコモやグループ内のMVNO事業者と連携するFMCは、事業者間のサービス共有化が図られ、ブランド力を含めNTTグループの総合的な市場支配力がさらに発揮されるおそれがあることから、この点に着目した分析を行うべきと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【KDDI株式会社】</p>	<p>「基本方針 2006～2008」においても、市場支配力のレバレッジに係る分析について記述しているところであり、御指摘のような点も今年度の分析に当たっての参考とさせていただきます。なお、ブランド力が具体的に何に基づいて形成されているのか不明ですが、そのような定量化が困難な優位性に関する分析手法について、具体的な提案がございましたら御提示下さい。</p>
<p>【意見】</p> <p>現在、移動体市場が寡占的な構造にある中で、一部の移動体事業者が自社又は自社と資本関係にある事業者の固定電話との間の通話料を無料とする小売料金を設定しております。また、一部の移動体事業者からは「自社内通話や自社グループ間通話の利用料金を無料にする一方で自社以外の携帯電話などから着信した場合に接続料を頂けるので利益を出すことが出来る」（2008年3月期ソフトバンク社中間決算説明会）とのコメントが出されており、通話料無料のコストを接続料に転嫁し、回収しているという可能性が考えられます。</p> <p>以上のように、移動体市場の市場支配力を固定電話市場で行使している懸念があることから、詳細な分析が必要と考えます。</p> <p style="text-align: right;">【エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社】</p>	<p>「基本方針 2006～2008」においても、市場支配力のレバレッジに係る分析について記述しているところであり、御指摘のような点も今年度の分析に当たっての参考とさせていただきます。</p>

【意見】

＜テーマ選定＞

- ・ 基本方針において「戦略的評価のテーマは毎年度の実施細目で決定するが、テーマの候補については広く募集を行うことが望ましい」とされているところであり、制度の十分な透明性確保の観点から、本来、テーマの設定は公募等の手続きを踏まえて行われるべきと考えます。仮に、公募等の手続きなしに総務省殿主導にてテーマを設定するのであれば、実施細目において、テーマのみを示すのではなく、テーマの選定理由等を明らかにすべきと考えます。

＜分析対象＞

- ・ 実施細目（案）にあるとおり、2008年度のテーマを「新サービスの市場競争への影響に関する分析」とする場合、FTTH市場については急速な移行が進んでおり連年レバレッジの懸念が示されている点を考慮し、FTTH回線に紐づいたバンドルサービス（ブロードバンド回線に紐づく光IP電話・IPTV等のバンドルサービス）にフォーカスすべきと考えます。
- ・ この際、競争政策の展開との機動的な連携を図る観点から、圧倒的に高いシェアを持つNTTグループによる当該サービスについて、同グループの共同的・一体的営業による影響も含め、重点的に分析することが必要であると考えます。

＜分析手法＞

- ・ 戦略的評価の分析手順については、透明性・客観性の観点からも、実施細目の中で具体的に明示すべきと考えます。

また、定点的評価と戦略的評価については、相互に結果を共有し、双方の分析結果を加味した上での総合的な分析結果を導出するなど、競争評価全体での評価の精度を高めていくことが必要と考えます。

【ソフトバンクBB株式会社・ソフトバンクテレコム株式会社・ソフトバンクモバイル株式会社】

戦略的評価のテーマにつきましては、今後の選定に当たって、御指摘の点も参考にさせていただきます。

なお、今年度は、様々な新しいサービスが登場している市場の状況や各種検討会の議論を踏まえ、サービス融合等への需要動向、ブロードバンドサービスの選択に影響を及ぼす要因等を把握し、各種の政策課題のプライオリティや方向性を判断するための基礎的なデータを収集するため、「新サービス市場競争への影響に関する分析」を戦略的評価のテーマとしておりますので、御指摘を踏まえ、実施細目にこの旨追記いたします。

また、戦略的評価の実施に当たっては、御指摘の点も参考としつつ、必要な分析を行っていきたいと考えます。

2 競争評価における透明性の確保

頁	段落	意見	総務省の考え方
1-2 頁		【総務省案】 競争評価のプロセスについて、十分な透明性を確保するとともに、関係各方面の幅広	

	<p>い知見を反映させる観点から、実施細目及び評価結果について意見招請を実施するとともに、事業者説明会等を必要に応じて開催する。</p> <p>また、競争評価に係る重要事項の決定については、学識経験者で構成する「競争評価アドバイザーボード」(2006年11月設置)における議論を踏まえることを原則とする。なお、本会合は原則公開とする。</p>	
	<p>【意見】</p> <p>基本方針において、「競争評価における議論は、中立性や透明性が特に重視される」と述べられているとおり、競争評価の各評価プロセスについて、十分に透明性を確保することは必須です。従って、制度全体の透明性確保や評価結果の信頼性向上のために、特定の方向性を出すことを前提にしたような恣意的な分析テーマの設定や、アンケートの取り方などにならないようこれらの情報については事前に情報開示がなされ、関係者の意見を踏まえたものにして行く必要があると考えます。従って、アンケートの設問、回答結果・集計結果等のデータ、検証に係るプロセス等も可能な限り公表・関係者の意見を収集するなどのプロセスを踏むべきと考えます。</p> <p>【ソフトバンク株式会社・ソフトバンクテレコム株式会社・ソフトバンクモバイル株式会社】</p>	<p>競争評価に当たっての中立性・透明性確保の重要性に鑑み、これまでも関係者の意見収集に努めてきており、実施したアンケートの結果についても、評価結果等の中で、随時明らかにしてきているところですが、御指摘の点も参考とさせていただきます。今後とも評価の透明性の確保、評価結果の信頼性の向上に努めてまいります。</p>

3 その他

頁	段落	意見	総務省の考え方
2頁	3-1 情報 収集	<p>【総務省案】</p> <p>① 需要者（利用者）側からの情報収集</p> <p>(1) 個人の利用動向調査 (略)</p> <p>(2) 法人の利用動向調査 (略)</p>	
		<p>【意見】</p> <p>戦略的評価のテーマとして「新サービスの市場競争への影響に関する分析」ではFMCなどの市場を想定していますが、単なるサービスの囲い込みととらわれないようアンケート方法に工夫することが必要と考えます。</p> <p>サービスの組合せがオープンなものかどうか、消費者が選択できるサービスが限られているかどうかを明確にしたうえで調査を進める必要があります。</p> <p>【イー・アクセス株式会社・イー・モバイル株式会社】</p>	<p>戦略的評価の実施に当たっては、御指摘の点も参考とさせていただきます。</p>
		<p>【意見】</p> <p>制度全体の透明性確保や評価結果の信頼性向上の観点から、2「透明性の確保」で述</p>	<p>競争評価に当たっての中立性・透明性確保の重要性に鑑み、これまでも関係者</p>

		<p>べたとおり、実施細目において、事業者からの情報収集項目だけでなく、需要者からの情報収集項目（アンケートの内容や設問）についても明記すべきです。</p> <p>【ソフトバンクBB株式会社・ソフトバンクテレコム株式会社・ソフトバンクモバイル株式会社】</p>	<p>の意見収集に努めてきており、実施したアンケートの結果についても、評価結果等の中で、随時明らかにしてきているところですが、御指摘の点も参考とさせていただきます、今後とも評価の透明性の確保、評価結果の信頼性の向上に努めてまいります。</p>
3 頁	3-1 情報 収集	<p>【総務省案】</p> <p>② 供給者（事業者）側からの情報収集</p> <p>2008年度は、これまでの競争評価の実績を踏まえ、「固定電話」、「移動体通信」、「インターネット接続」及び「法人向けネットワークサービス」の各領域について、引き続きモニタリングすることを主眼とした情報収集を行う。また、戦略的評価のテーマについても、事業者等の協力を得ながら必要な情報収集に努める。</p> <p>事業者等からの情報収集は、具体的には次のように行う。</p> <p>(1) 報告規則において提出が義務付けられている情報については、新たに提出を求めない。</p> <p>(2) 報告規則で不足する情報は、競争評価独自の調査として必要に応じて収集する。</p> <p>また、関係事業者等からのヒアリング等も活用する。</p>	
		<p>【意見】</p> <p>電気通信事業報告規則に基づく報告以外の報告を求めることは、事業者に対して過大な負担を強いることになるおそれがあるため、収集目的を明確にした上で、競争評価を行う上で真に必要なものに限定していただきたいと考えます。</p> <p>その上で、シェア等の正確な把握に基づく公正な評価を行う観点から、全事業者が同等に提出することを前提とする必要があると考えます。</p> <p>なお、事業者間取引については、収集する情報が卸契約やIRU契約等、守秘義務や企業秘密に関する事項を含むものである上に、本年度の評価対象でもないことから、競争評価の基礎資料としての有効性を十分に説明されない限りは、各事業者に対して情報提出を求めることは適当でないと考えます。</p> <p>【西日本電信電話株式会社】</p>	<p>電気通信事業報告規則に基づく報告以外の情報収集については、実施細目別添2の3において、「関係事業者の協力を得ながら情報収集を進めることを原則とする」こととしており、御指摘の点にも十分留意してまいりたいと考えます。</p> <p>また、事業者間取引については、「基本方針 2006～2008」においても、卸売市場の小売市場への影響を勘案した上での分析について記述しているところであり、小売市場の分析を行いつつ、必要な範囲で卸売市場を分析する必要があるため、情報提供を求めているものです。</p> <p>なお、提出いただいた資料の取扱いには十分注意してまいります。</p>

3 頁	3-2 市場の 画定	<p>【総務省案】 電気通信市場は、技術革新が急速であり、サービス市場の外郭を固定的・永続的とみることが競争状況を的確に把握する上で適当でない。そのため、数年程度の比較的短い周期で市場画定の見直しを検討することが望ましいが、競争評価を継続的に実施していく上では、一旦画定した市場の範囲を過度に頻繁に変更することは避けなければならない。</p> <p>2008年度においては、市場画定時（「固定電話」は2005年度、「移動体通信」は2004年度、「インターネット接続」及び「法人向けネットワークサービス」は2006年度）から市場の外郭を見直すほどの急激な変化が認められないところであるから、原則として従来の市場画定の結果を踏襲する（図1～4参照）。</p>	
		<p>【意見】 従来の市場画定の結果を踏襲することは適当であると考えます。</p> <p>しかしながら、各市場の大きさや利用者にとっての価値が徐々に変化していることから、新サービスを含め、固定通信と移動通信を統合した市場（「全体市場」）の在り方についても、検討を行う時期にきていると考えるため、例えば、提供メディアに関係なく、音声通信・データ通信といった横串を刺すような試みも行っていただけるよう要望します。 【イー・アクセス株式会社・イー・モバイル株式会社】</p> <hr/> <p>【意見】 ●インターネット接続領域 多様な事業者が、ADSL、CATV、FTTHの各サービスを提供し、重層的に競合するブロードバンド市場については、競争状況は都道府県毎にそれぞれ特色があることから、競争状況を正確に把握するためには、都道府県別に分析することが必要と考えます。</p> <p>また、ブロードバンド市場の各部分市場（ADSL、CATV、FTTH）についても、事業者の参入状況や事業展開の積極度合いに差があるなど、地理的な競争環境がそれぞれ異なることから、都道府県別に分析することが適当と考えます。</p> <p>●法人向けネットワークサービス領域 専用サービスについては、近年、利用度が大幅に低下しており、法人向けネットワークサービス市場の競争全体に与える影響が小さくなっていること、企業通信における主たる役割を終えた状況にあり、急激に市場が縮小していることを鑑みて、敢えて競争評価で分析する意義に乏しいと考えます。 【西日本電信電話株式会社】</p>	<p>市場画定に関しては、「電気通信事業分野における市場画定2006」等においてお示している考え方を改めるような状況の変化についてのコンセンサスは現時点ではないと考えておりますが、御指摘の点も参考としつつ、今後とも市場の状況の変化等を注視してまいりたいと考えます。</p> <p>インターネット接続領域、法人向けネットワーク領域に係る市場画定に関しては、「電気通信事業分野における市場画定2006」等においてお示している考え方を改めるような状況の変化についてのコンセンサスは現時点ではないと考えておりますが、御指摘の点も参考としつつ、今後とも市場の状況の変化等を注視してまいりたいと考えます。</p>

【意見】

- 1-1「定点的評価」において述べたとおり、FTTH 市場について継続的に卸売市場に係る分析を実施すべきであり、当該卸売市場に係る市場画定についても実施細目に追記すべきと考えます。具体的には、当該卸売市場について、集合住宅向けと戸建住宅向けを区分して市場画定し、特に、NTT東西殿のシェアが圧倒的に高い戸建て住宅向けの市場にフォーカスし、NTT 東西殿と接続事業者間の取引条件等を仔細にみることを追記すべきと考えます。

固定電話		インターネット接続			法人向けNWサービス	移動体
固定電話（加入）		ブロードバンド			ISP	携帯電話・PHS
中継電話	050-IP電話	ADSL	FTTH 戸建 集合	CATV インターネット		
				新型WANサービス	専用サービス	

FTTH市場の中の戸建市場におけるNTT東西と接続事業者間の取引条件等を分析すべき

【ソフトバンクBB株式会社・ソフトバンクテレコム株式会社・ソフトバンクモバイル株式会社】

「基本方針 2006～2008」においても、卸売市場の小売市場への影響を勘案した上での分析について記述しているところであり、御指摘の点も参考とさせていただき、今年度も小売市場の分析を行いつつ、必要な範囲で卸売市場を分析することとしたいと考えます。

8 頁	3-3 実施スケジュール	<p>【総務省案】 (略)</p> <p>【意見】 賛成します。</p> <p>【イー・アクセス株式会社・イー・モバイル株式会社】</p>	<p>当方の趣旨に御賛同いただき御意見として承ります。</p>
-----	-----------------	---	---------------------------------

別添 1 需要者（利用者）側から収集する情報とその公表の取扱い

頁	段落	意見	総務省の考え方
(意見無し)			

別添2 供給者（事業者）側から収集する情報とその公表の取扱い

頁	段落	意見	総務省の考え方
12頁		<p>【総務省案】</p> <p>1 情報収集の基本的考え方 「固定電話」、「移動体通信」、「インターネット接続」及び「法人向けネットワークサービス」の各領域等に関する情報を、事業者から収集する。</p> <p>収集する情報は、報告規則によって収集される以外の情報を想定しており、最終利用者向けサービスに関する情報を原則としているが、その他可能な限り、当該最終利用者向けサービスの提供のために行われている事業者間取引についても、各事業者に対して提出を求める。</p> <p>また、各サービスに関する情報だけでなく、隣接市場との関係に関する情報についても、各事業者に対して必要に応じて情報の提出を求める。</p> <p>なお、競争評価において収集した情報のうち、分析に有用であった情報については、報告規則に定める等継続的な情報収集に資するようにする必要があるが、分析に使用しなかったデータであっても、競争評価の基礎資料として有効な場合があることに留意しなければならない。</p>	
		<p>【意見】（再掲）</p> <p>電気通信事業報告規則に基づく報告以外の報告を求めることは、事業者に対して過大な負担を強いることになるおそれがあるため、収集目的を明確にした上で、競争評価を行う上で真に必要なものに限定していただきたいと考えます。</p> <p>その上で、シェア等の正確な把握に基づく公正な評価を行う観点から、全事業者が同等に提出することを前提とする必要があると考えます。</p> <p>なお、事業者間取引については、収集する情報が卸契約やIRU契約等、守秘義務や企業秘密に関する事項を含むものである上に、本年度の評価対象でもないことから、競争評価の基礎資料としての有効性を十分に説明されない限りは、各事業者に対して情報提出を求めることは適当でないと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【西日本電信電話株式会社】</p>	<p>電気通信事業報告規則に基づく報告以外の情報収集については、実施細目別添2の3において、「関係事業者の協力を得ながら情報収集を進めることを原則とする」こととしており、御指摘の点にも十分留意してまいりたいと考えます。</p> <p>また、事業者間取引については、「基本方針 2006～2008」においても、卸売市場の小売市場への影響を勘案した上での分析について記述しているところであり、小売市場の分析を行いつつ、必要な範囲で卸売市場を分析する必要があるため、情報提供を求めているものです。</p> <p>なお、提出いただいた資料の取扱いには十分注意してまいります。</p>

以上