

意見書

平成 20 年 12 月 19 日

総務省総合通信基盤局
電気通信事業部事業政策課 御中

郵便番号 105-0001

とうきょうとみなとくらのもん
住 所 東京都港区虎ノ門 2-10-1
氏 名 イー・アクセス株式会社

だいひょうとりしまりやくしゃちょう ふかだ こうじ
代表取締役社長 深田 浩仁

郵便番号 105-0001

とうきょうとみなとくらのもん
住 所 東京都港区虎ノ門 2-10-1
氏 名 イー・モバイル株式会社

だいひょうとりしまりやくしゃちょう
代表取締役社長 エリック・ガン

「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）」に関し、別紙のとおり意見を提出します。

項	段落	意見
1	2008 年度競争評価の基本方針	
1-1	<p>定点的評価 (P.1)</p> <p>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>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。</p> <p>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<u>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。</u></p> <p>「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」では、「競争評価としては、F T T H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。</p>
1-1	<p>(P.1)</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><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N T T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</p>

		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。
1 - 2	<p>戦略的評価 (P. 1)</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>■「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取り組みを行う時期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> <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
2	競争評価における透明性の確保	—
	(p. 2)	—
3	その他	—
3 - 1	<p>情報収集 (p. 2)</p> <p>① 需要者（利用者）側からの情報収集</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>
3 - 2	市場画定	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。

		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、 <u>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。</u>
3-3	実施スケジュール	賛成します。

以上