

第4章 マルチメディアをめぐる情報通信産業の構造変革

情報通信のマルチメディア化をめぐる動向のうち、各国の政策動向については第1章で概観してきたが、利用者ニーズの高度化・多様化や技術革新等を背景として、上記の政策を受けて、場合によっては、政策に先んじて、サービス提供事業者による様々な取組が見受けられる。

これには、各事業者が、既存の提供サービスを高度化・多様化していく取組のほか、他の市場への参入、あるいは、他企業・異業種との提携等の動向がある。

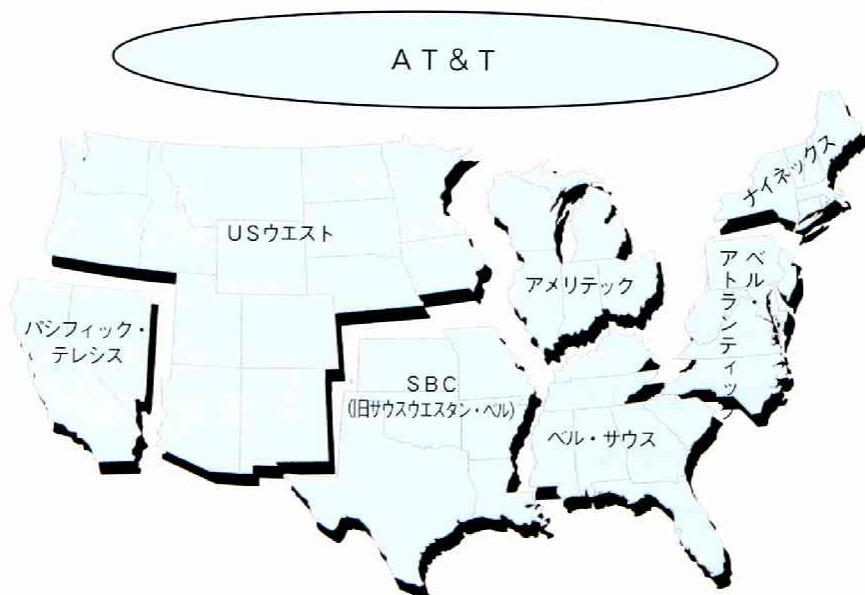
特に、米国においては、1984年のAT&T分割から10年を経過し、地域通信市場への競争導入、あるいは、通信と放送との融合に向けた動き等、近年特に大きな変化を見せつつあることから、本章では、米国の情報通信産業の動向を取り上げ、その構造変革の概要とその背景要因等について概観する。

第1節 米国の情報通信産業の現状

1 市場・サービス区分の概要

1982年のMFJ^(注)により、1984年、旧AT&T（ベル・システム）は、長距離・国際通信を提

第3-4-1-1図 AT&Tと7RHCs



(注) 旧AT&T等を相手に、司法省が提訴した反トラスト法訴訟は、双方の和解が成立したが、これを裁判上確定するために、ワシントン連邦地裁（グリーン判事）が下した司法的な手続きをMFJをいう。

供するAT&Tと、地域通信を提供する7社のRHC（傘下に22社のBOC）とに分割された（第3-4-1-1図参照）。

長距離通信市場では、上記のAT&TやMC I、スプリント等自ら設備を保有してサービス提供を行っている事業者のほか、多くの再販売事業者が参入しており、1993年12月現在、420社（FCC調べ）がサービスを提供している。

地域通信市場では、上記のRHCのほか、GTE、ロチェスターテレホン等の独立系通信事業者がサービスを提供している。市場には、これら大手の事業者の他、中小の事業者が多数存在し、1993年12月現在、1,305社（U.S. Telephone Association調べ）となっている。また、近年、TCG、MFS等のCAPと呼ばれる事業者が、大都市部を中心に光ファイバネットワークを構築し、主にビジネス顧客を対象とした市内通信サービス、長距離通信事業者に対するアクセスサービス等を提供している。

携帯・自動車電話市場では、全米を734のエリア^(注1)に分け、各エリアについて、2社ずつが免許を得てサービスを提供している。近年、事業者間の提携、合併が進行しており、7社のRHC系事業者^(注2)、マッコウセルラー、GTE系事業者等上位数社で、加入者数の大部分を占めている。

ケーブルテレビ事業者は、自治体からフランチャイズを得てサービス提供をしており、地域独占となっている。複数のフランチャイズを有する事業者はMSO（Multiple System Operator）と呼ばれており、TCI、タイムワナー・ケーブルのように数百万加入を有する巨大な事業者も出現している。

2 各市場別の概況

1) 長距離通信市場

長距離通信事業者の市外電話収入は、1984年の388億ドルから、1993年の615億ドルと、約1.6倍の増加になっている。

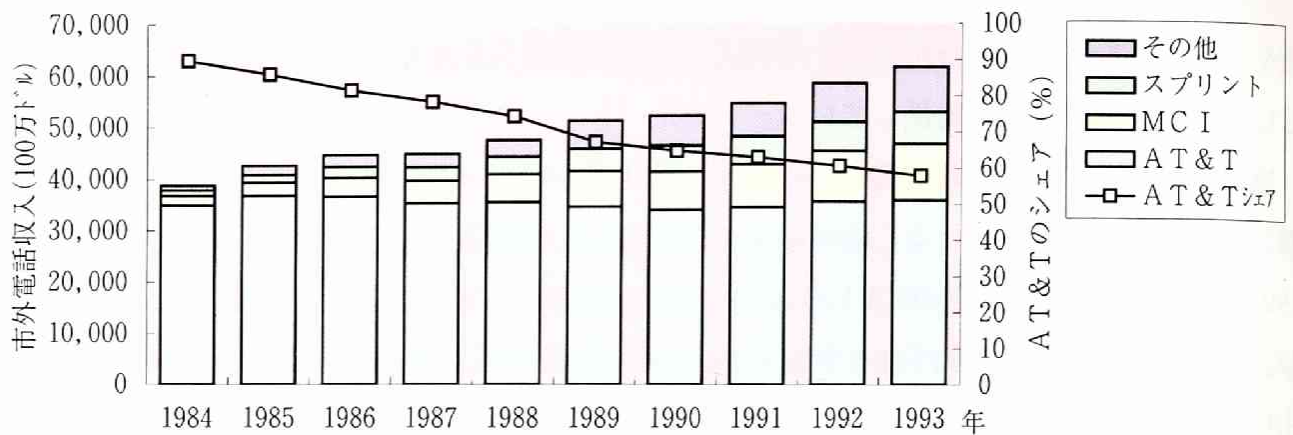
通話時間は、1984年の4,060億分から、1992年の7,050億分と、約1.7倍の増加で、同期間の市外電話収入の増加（約1.5倍）を上回っている。

また、事業者間のシェアでは、AT&Tのシェアは1984年の90.1%から年々低下しており、1993年には58.1%になっている。AT&T、MC I、スプリントの上位3社のシェアは、同年で85.8%となっている（第3-4-1-2図参照）。

注1) 全国を、306のMSA（Metropolitan Service Area）と、428のRSA（Rural Service Area）に分割し、各エリアについて、電話会社系、非電話会社系それぞれ1社ずつ免許が付与されている。

注2) 携帯・自動車電話の加入数において、RHC系の会社7社全てが上位10社に入っている。このうちの1社については、RHCと資本関係が切り離され、RHC名を冠しない社名に変更された。

第3-4-1-2図 市外電話収入、AT&Tのシェアの推移



(資料) Statistics of Communications Common Carriers (FCC)

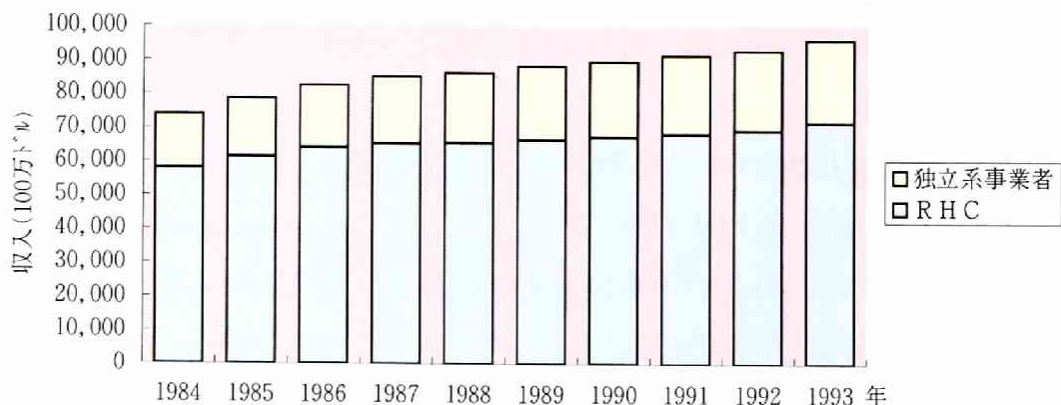
(2) 地域通信市場

ア 収入の推移

地域通信事業者の総収入は、1984年の739億ドルから、1993年の955億ドルと、約1.3倍の増加になっている (第3-4-1-3図参照)。

このうち、RHCの収入を見ると、総売上高は増加しているものの、サービス別では、独占である市内通信は収入の伸びが大きいですが、競争が導入されているアクセスサービス等は伸びが小さいか又はマイナスになっている (第3-4-1-4表参照)。

第3-4-1-3図 地域通信事業者の収入の推移



(資料) Statistics of Local Exchange Carriers (USTA)

第3-4-1-4表 RHCサービス別収入の推移

(単位：100万ドル)

区 分	1990	1991	1992	1993	増加率
市内電話サービス	31,202	32,654	34,128	35,664	4.6%
アクセスサービス	20,135	19,893	20,298	20,891	1.2%
LATA内長距離サービス	10,582	10,050	9,706	9,790	-2.6%
その他	17,376	16,476	17,042	17,871	0.9%
総売上高	79,295	79,073	81,174	84,216	2.0%

(注)「増加率」欄は、1990～1993年平均増加率
(資料) RHC 7社の次年報告書により作成

イ バイパス事業者の参入

CAPは、光ファイバネットワークの構築により地域通信市場に参入してきているが、その収入は、1993年において約2.5億ドルと、地域通信事業者の収入に比べかなり小さい。

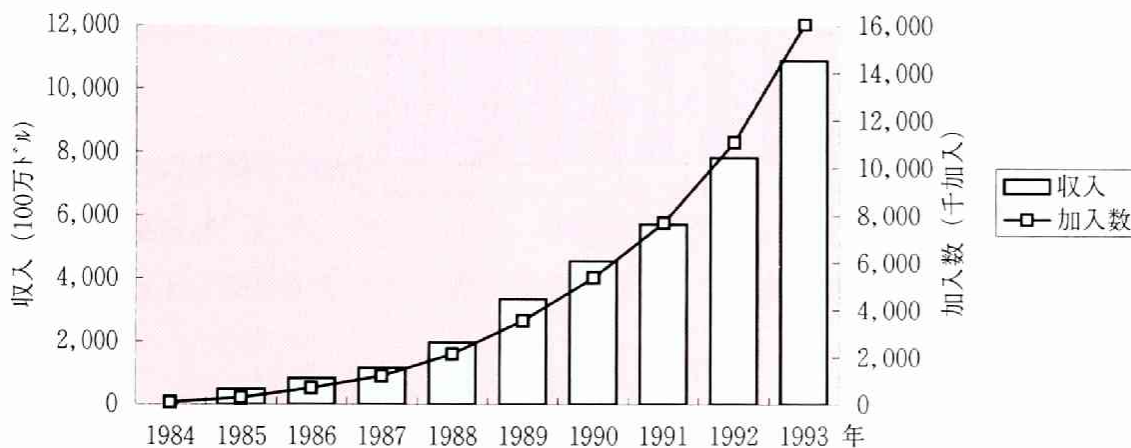
しかし、いわゆるコロケーション裁定^(注)をFCCが出したことにより、今後、CAPが事業展開を図っていく上での、管路、ビル等への引き込み口の確保等の課題の解消が図られていくものと予想される。

(3) 移動通信市場

ア 携帯・自動車電話の加入数、収入の推移等

携帯・自動車電話の加入数は、1984年末の9万加入から1993年末の1,600万加入に、収入でも、1985年の4.8億ドルから1993年の109億ドルに、ともに大幅に増加している(第3-4-1-5図参照)。

第3-4-1-5図 携帯・自動車電話の加入数、収入の推移



(資料) The Wireless Sourcebook Fall 1994 Update
(CTIA: Cellular Telecommunications Industry Association)

(注) 年商1億ドル以上の地域通信事業者に対し、CAP等との相互接続を義務づけた裁定であり、FCCから、1992年7月に専用アクセスについて、1993年7月に交換アクセスについて裁定が出されている。

一部RHC等から、物理的コロケーションの義務づけは憲法違反との提訴が行なわれたことに対し、1994年6月、ワシントン控訴裁判所は、仮想的コロケーションを原則とするよう裁定の見直しを命ずる判決を下した。同年7月、FCCから、同判決内容に従った裁定が出されている。

イ パーソナル・コミュニケーションズ・サービス（PCS）の動向

PCS (Personal Communications Service) については、1993年9月、免許方針、周波数割当て等を内容とするFCC規則が制定されたが、これに対して多数の意見が提出されたことに伴い、1994年6月、同規則のうち割当て周波数帯域等が修正された。

これに基づき、全国を51に分けたエリア(各2社に免許)⁽⁴⁾の免許の競争入札が同年12月に実施され、長距離通信事業者、地域通信事業者、ケーブルテレビ事業者、又はそれらの事業者による合弁会社等多様な業種の事業者が応札を行っている。

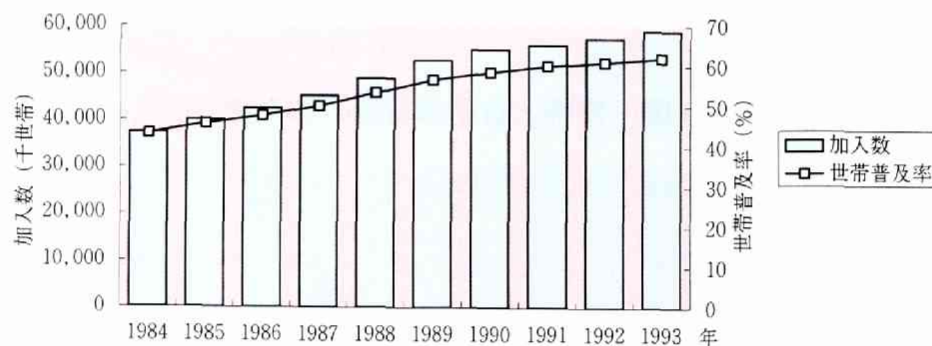
(4) ケーブルテレビ市場

ア 加入数、世帯普及率の推移

ケーブルテレビの加入数は、1984年末の3,729万加入から1993年末の5,883万加入に、約1.6倍に増加している。

世帯加入率でも、1984年末の43.7%から1993年末の62.5%に増加しており、また、加入可能世帯数は、1994年6月末現在約9,100万世帯で、全世帯の97%に達している(第3-4-1-6図参照)。

第3-4-1-6図 ケーブルテレビの加入数、世帯普及率の推移



(資料) A.C.Nielsen Co. 調べ

イ 収入の推移

ケーブルテレビ事業者の収入は、1984年の78億ドルから、1993年の230億ドルと、約2.9倍の増加になっている。収入内訳では、ペイサービス収入(34億ドル⇒46億ドル:1.4倍)よりも基本サービス収入(35億ドル⇒135億ドル:3.9倍)の増加率が高くなっている(A.C.Nielsen調べ)。

(注) 全国の51の主要通商地域(MTA)と492の基本通商地域(BTA)に区分し、それぞれに、2免許及び4免許分の周波数を割り当てており、1地域において最大6社が参入できる。

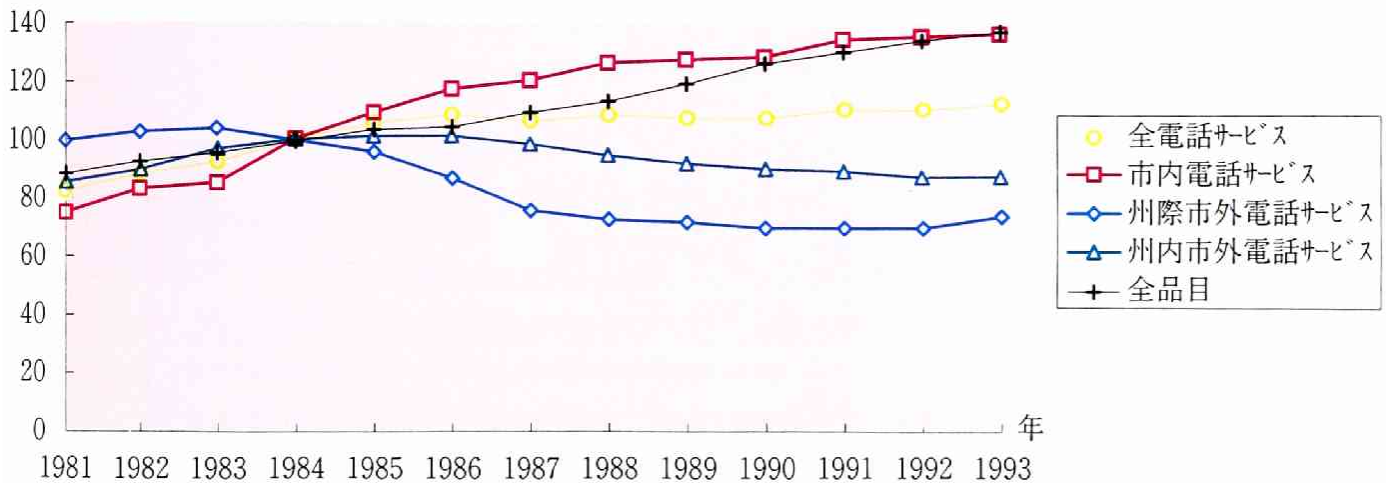
3 料金・サービスの動向

(1) 通信サービス料金の動向

1984年を100とする消費者物価指数で、長距離電話サービス料金の推移を見ると、1993年には、州内市外電話は86に、州際市外電話は74に低下しているが、ここ2、3年はほぼ横ばいの状況にある。

一方、市内電話サービス料金は136に上昇しているが、これは、同指数の全品目の値である138とほぼ同じ水準である（第3-4-1-7図参照）。

第3-4-1-7図 電話サービス料金（消費者物価指数）の推移



(資料) Statistics of Communications Common Carriers (FCC)

(2) 通信サービスの多様化の動向

長距離通信事業者は、近年、次のように、各社競って料金メニューの多様化に努めており、長距離電話料金の値下げ競争から、サービス競争に移行していると考えられる（第3-4-1-8表参照）。

(3) ケーブルテレビ料金等の動向

ケーブルテレビの料金のうち、基本サービス料金については、1984年の月額8.98ドルから、1993年の20.06ドルに上昇している（第3-4-1-9図参照）。

これは、従前、料金が原則非規制であったことが一因であるが、1993年4月からはFCCが料金規制を行っている^(註1)。

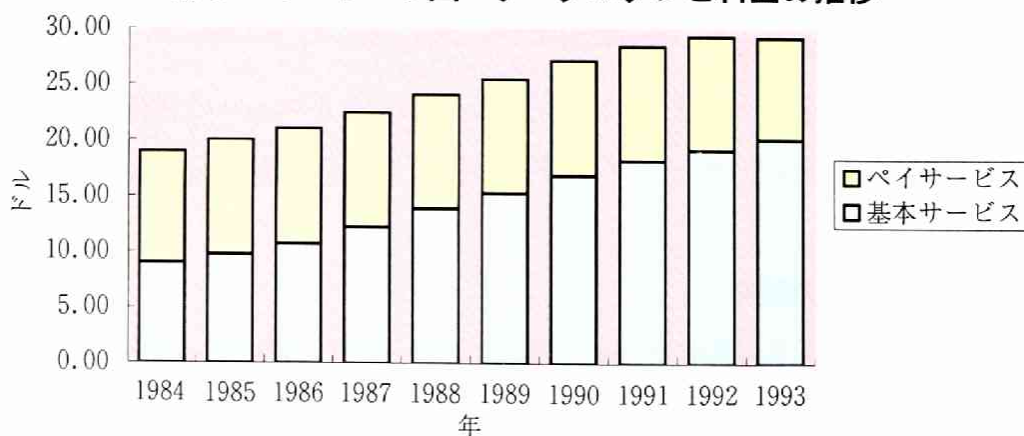
一方、これと並行して、FCCは、1992年7月、地域通信事業者にビデオ伝送サービスを認めるビデオ・ダイヤルトーン裁定^(註2)を行った。

第3-4-1-8表 長距離通信事業者の主な料金割引サービス

サービスの種類	提供会社	サービス内容
一定時間まで定額	A社	月々10ドルで、距離、曜日、時間帯に無関係に1時間まで何度でも国内通話が可能。1時間を超える分は、距離と無関係に割安な分刻み料金を適用。国際通話は5%割引。加入時に5ドル必要。
特定市外局番への通話の割引	A社	月々1.9ドルで、特定の1市外局番への国内通話に対し、距離に無関係に割安な分刻み料金を適用。他の国内地域あては5%割引。加入時に2ドル必要。
特定番号への通話の割引	B社	事前に登録した番号（国内20、国際3まで）への通話が25%割引（相手も同社に優先登録接続していることが必要）。あらゆる長距離通話が25%割引（事前登録した相手への通話は、50%割引）。
	C社	事前に登録された番号で、当該月の通話時間が最長だった1つの番号（国内又は国際）への通話が20%割引。同社に優先接続登録している相手への通話が20%割引（最長通話時間の相手が優先接続登録者の場合、36%割引）。
一定時間以上の通話を割引	A社	国内州際通話について、月間の通話料が25ドル以上の場合昼間が10%、夜間・週末が20~30%割引。
	C社	国内州際通話について、月間の通話料が20ドル以上の場合すべての通話が20%割引。
割安な料金体系の適用	A社	距離区分を、10段階から4段階に低減。短い課金単位の設定。
距離に無関係な料金の設定	A社	国内通話について、距離、曜日に無関係に、分刻み料金を適用（昼間とその他の時間帯で別料金）。加入時に25ドル必要。
	C社	国内通話について、距離に無関係に、割安な分刻み料金を設定（昼間と夜間・週末で別料金）。

(注) 7年3月現在の情報による。郵政省調べ。

第3-4-1-9図 ケーブルテレビ料金の推移



(資料) Paul Kagan Associates Inc. 調べ

第2節 米国の情報通信事業者の競争、提携等の動向

1 長距離通信事業者の動向

1) 移動通信事業への参入

ア 携帯・自動車電話会社等の買収・資本参加

長距離通信事業者の主要3社とも、携帯・自動車電話会社等の買収・資本参加を行っており、その概要は次のとおりである（第3-4-2-1表参照）。

第3-4-2-1表 主要長距離通信事業者の携帯・自動車電話会社等の買収・資本参加状況

事業者	対象の移動通信事業者	発表時期	内 容	備 考
A社	加入者数第1位の非電話会社系携帯・自動車電話会社	1993.8	100%買収 長距離電話会社名を冠した社名に変更	1994.8 ワシントン連邦地裁が、MFJの特認を付与
B社	大手のSMR運営会社（タクシー無線等に利用される移動通信）	1994.2	17%出資 長距離電話会社ブランドによるサービス提供	1994.9 白紙撤回
C社	加入者数第8位の独立系電話会社（地域通信も兼営）	1992.5	100%買収 長距離電話会社名を冠した社名に変更	1993.3 買収完了

（注）7年3月現在の情報による。郵政省調べ。

イ PCSへの参入

ある長距離通信事業者は、1994年10月、ケーブルテレビ事業者3社との提携による新会社設立を発表した。設立された新会社は同年12月のPCS免許の競争入札において、39地域で応札を行っている。

注1) 1992年ケーブルテレビ消費者保護及び競争法において、複数チャンネルの映像サービスを提供する競争会社が存在する場合を除き、FCCは、基本サービス料金の合理性判断基準を設定することとされた。これを受けて、FCCは、1993年4月、①1992年10月以降の値上げは無効、②フランチャイズごとに標準料金を設定、③左記標準を上回る料金の引下げ等を内容とする規則を制定し、同年9月実施することとされた。

注2) 地域通信事業者に映像番組の伝送を認める内容の裁定で、FCCから1992年7月に出されている。しかし、地域通信事業者は、番組内容の編集は行えず、また、番組供給会社に対する公平な施設提供が求められる。

また、別の長距離通信事業者に買収され、その社名を冠することとなった携帯・自動車電話加入数第1位の事業者は30地域で応札を行っている。

(2) 地域通信事業への参入

ある長距離通信事業者は、1994年1月、子会社により、20の大都市地域で地域通信ネットワークを構築する計画を発表した。この一環として、市内電話サービス提供の申請を、同年10月に5州、同年12月に3州の各公益事業委員会に対し行っている。

別の長距離通信事業者は1993年3月に、地域通信、携帯・自動車電話兼営の独立系通信事業者(地域通信で全米11位の売上高)を買収し、従来からの傘下事業者と合わせ、19州において地域通信サービスを提供することとなった。

2 RHCの動向

(1) 広帯域ネットワークの構築

RHCは、情報通信のマルチメディア化を視野に入れ、また、光ファイバ敷設により良質なサービスを提供しているCAPへの対抗上、各社ともネットワークの高度化に取り組む計画を次々と発表しており、その概要は次のとおりである(第3-4-2-2表参照)。

第3-4-2-2表 RHCの広帯域ネットワーク構築計画

RHC	発表時期	提供サービス	システム構成	対象範囲
A社	1994.1	VOD、在宅医療、遠隔学習、ゲーム等の双方向サービス	光・同軸ハイブリッド網	15年間で全エリア。1994年末まで100万世帯、2000年までに600万世帯に拡大。
B社	1994.5	VOD等の双方向サービス	光・同軸ハイブリッド網	1998年末までに850万世帯。その後、全エリアに拡大。
C社	1994.2	VOD等の双方向サービス	光・同軸ハイブリッド網	1996年末までに150~200万世帯。その後も順次拡大。
D社	1993.11	音声・データ伝送、VOD、ゲーム等の双方向サービス	光・同軸ハイブリッド網	1996年末まで150万世帯、2000年までに550万世帯に拡大。
E社	1993.2	双方向の映像・音声・データサービス	(不明)	1996年末までに20都市。2025年までに全エリアに拡大。

(注) 7年3月現在の情報による。郵政省調べ。

2) ケーブルテレビ事業等への参入

ア ケーブルテレビ事業者との提携

RHCは、現行では、通信事業とケーブルテレビ事業の兼営禁止(クロスオーナーシップ規制)により、自社営業エリア内ではケーブルテレビ事業は提供できないが、次のとおり、エリア外のケーブルテレビ事業者の買収や、また、規制の緩和を見越した、全国規模のケーブルテレビ事業者への資本参加等の動きが活発である。ただし、ケーブルテレビ事業者に対する料金規制の動向等により、提携が撤回された例もある(第3-4-2-3表参照)。

第3-4-2-3表 RHCとケーブルテレビ事業者との提携状況等

RHC	M S O 等	発表時期	内 容	備 考
A社	東部等を主要エリアとする会社	1993. 2	傘下の2ケーブルテレビ会社を買収	
	全国規模の会社(加入数第6位)	1993.12	合弁会社の設立(電話会社が出資、ケーブルテレビ会社が出資)	1994.4 白紙撤回
B社	南部・中西部等を主要エリアとする会社	1993.10	22.5%の出資	
C社	全国規模の会社(加入数第1位)	1993.10	傘下の番組供給会社と併せ買収	1994.2 白紙撤回
D社	西海岸等を主要エリアとする会社	1993.10	映画会社買収支援のための出資	
E社	全国規模の会社(加入数第2位)	1993. 5	22.51%の出資	
	ジョージア州をエリアとする会社	1994. 7	100%買収	
	ジョージア州をエリアとする会社	1994. 7	100%買収	

(注) 7年3月現在の情報による。郵政省調べ。

また、RHC 3社は、米国のケーブルテレビ事業者との提携等により、ケーブルテレビ事業の外資制限がない英国において、既に、ケーブルテレビサービスを提供済みであり、加入数でも上位を占めている状況にある。

イ ビデオ・ダイヤルトーンの提供

RHCは、1992年7月にFCCから出されたビデオ・ダイヤルトーン裁定を受けて、各社ともサービス提供に取り組んでおり、その概要は、次のとおりである。FCCから実験サービスや商用サービスの認可を受け、サービスが開始されつつある(第3-4-2-4表参照)。

ウ クロスオーナーシップ規制に対する訴訟

あるRHCが1992年12月にバージニア州アレキサンドリア連邦地裁に提訴したことを発端に、RHC 7社全てが、地元の連邦地裁に対し、クロスオーナーシップ規制は憲法違反との提訴を行っている。これに対し、最初に提訴した事業者が1993年8月に違憲判決を勝ち取ったのに続き、合計5社に対し同様の判決が下されている。

また、地域通信事業者の3団体共同の提訴に対しても、1995年1月に同様の判決が下されている。

第3-4-2-4表 RHCによるビデオ・ダイヤルトーン提供計画

RHC	提供区域	システム構成	認可状況
A社	シカゴ近郊	光・同軸ハイブリッド網	商用認可
	コロラス		〃
	デトロイト		〃
	ミルウォーキー		〃
	インディアナポリス		〃
B社	アーリントン	既存の電話線を利用	実験認可
	トーバー	光・同軸ハイブリッド網	商用認可
	北部バージニア	既存の電話線を利用	実験認可
	ワシントンD.C.近郊 フロアム	光・同軸ハイブリッド網等	商用申請中 〃
C社	アトランタ近郊	光・同軸ハイブリッド網	実験認可
D社	マンハッタン	〃	実験認可
	ロードアイランド州 マサチューセッツ州東部	〃	商用認可 〃
E社	サンフランシスコ	光・同軸ハイブリッド網	商用申請中
	ロサンゼルス		〃
	サン・ディエゴ		〃
	オレンジ・カウンティ		〃
F社	リチャードソン		計画中
G社	オマハ	光・同軸ハイブリッド網等	実験認可
	オマハ	〃	実験申請中
	デンバー	〃	商用申請中
	ミネアポリス、セントポール		〃
	ポートランド		〃
	ホイスター		〃
	ソルトレイク		〃

(注) 7年3月現在の情報による。郵政省調べ。

(3) 長距離通信事業への参入

あるRHCは、1993年3月、自社の市内通信網を競争事業者に開放することと引換えに、長距離通信事業へ参入することを内容とする計画を発表した。同社は、また、1993年12月、司法省に対し、長距離・国際通信サービス提供のための特認申請を行っている。

また、1994年7月、上記事業者とは別のRHC4社は共同で、MFJを所轄するワシントン連邦地裁に対し、MFJにおける長距離通信と機器製造への参入禁止の項目削除を求める申立てを行っている。

なお、上記4社のうちの1社は、1994年8月、司法省に対し、長距離・国際通信サービス提供のための特認申請を行っている。

(4) 移動通信事業への参入

各RHCは、傘下に携帯・自動車電話会社を所有しており、加入数において、上位10社中7社がRHC系である。

RHC3社と、ある携帯・自動車電話会社は、1994年10月、PCS事業を行う会社等の合弁会社設立について発表し、設立された当該会社は同年12月のPCS免許の競争入札に応札している。

また、上記3社とは別のRHC4社は、単独で応札しており、RHC7社全てがPCSへの参入を計画している。

3 ケーブルテレビ事業者の動向

(1) ケーブルテレビサービスの高度化等

ある大規模ケーブルテレビ事業者は、1993年1月、1998年までに同社の加入世帯の85%のケーブルネットワークを光化する計画を発表した。この一環として、1994年12月から、フロリダ州オーランドにおいて、ビデオ・オン・デマンド、ホームショッピング等のサービスを提供している。

また、別の大規模ケーブルテレビ事業者は、1993年4月、1996年までに全米250都市、同社の加入世帯の90%のケーブルネットワークを光化する計画を発表した。この計画では、ビデオ・オン・デマンド、双方向の教育番組、ホームショッピング等のサービス提供が計画されている。

(2) 通信事業への参入

ケーブルテレビ事業者2社は、1992年7月、証券会社が所有していた売上高第1位のCAPの株式を買収し、両社で100%所有することとなった。現在では、両社のほか、別のケーブルテレビ事業者3社も含めた5社で株式を所有している。

上記5社のうちの1社は、子会社のCAPにより、9都市において、長距離通信事業者へのアクセスサービスを提供している。また、同社は、ケーブルテレビ網を利用した市内通信サービスについて、1994年5月、ニューヨーク州公益事業委員会から同州ロチェスター市におけるサービス提供の認可を得ており、同年10月には、ニューヨーク市におけるサービス提供の計画を発表している。

4 コンテンツをめぐる動向

コンテンツをめぐる動向で特徴的だったのは、ある映画会社の買収をめぐる動向だった。1993年9月から、あるケーブルテレビ事業者とあるホームショッピング会社との間で激しい買収合戦が繰り広げられ、結果的に、1994年2月、ケーブルテレビ事業者による買収が確定した。この最中、ケーブルテレビ事業者、ホームショッピング会社には、それぞれ別のRHCが、買収資金供給等のため、それぞれ出資を行っており、RHC間のコンテンツをめぐる競争の一面を有している。

RHC3社は、1994年8月、ある総合娯楽会社との間で、映像番組の制作、販売、配信のための合弁会社設立で合意に達した旨を発表した。

また、別のRHC3社は、1994年10月、ビデオ番組や双方向映像サービスの提供に向けて、番組制作会社及び番組伝送のシステム開発を行う技術会社の設立について合意に達した旨を発表し

た。これには、ハリウッドの俳優・映画監督等のエージェント会社が、映像番組の制作等のコンサルタントとして参加することになっている。

5 国際提携をめぐる動向

米国の主要長距離通信事業者には、他国の通信事業者との戦略的な提携を図り、多国籍企業等をターゲットとした、世界規模で高品質な国際通信サービスを提供していこうとする動きがある。

ある長距離通信事業者は、1993年5月、日本及びシンガポールの通信事業者との提携により、3社の統一ブランド名で、専用線、VPN、フレームリレーのサービスを提供する構想を発表した。これに伴い、各社間の料金情報の交換、サービス品質基準の管理・調整等を行う合弁会社が設立された。その後、香港、オーストラリア、ニュージーランド、カナダ、韓国の通信事業者がこの構想に参加しており、1994年12月には、欧州におけるサービス提供を目指し、欧州の通信事業者グループとの合弁会社の設立も発表している。

別の長距離通信事業者は、1993年6月、英国の通信事業者が同社に出資すること、両社の合弁会社設立により世界規模での国際通信サービスを提供することを内容とする提携を発表した。この提携については、米国の関係機関における審議を経て、公正競争の視点からの条件が付された上で、1994年9月、出資が完了している。

また別の長距離通信事業者も、1994年6月、フランス及びドイツの通信事業者との間で、世界規模で国際通信サービス提供に係る提携を発表しており、これに対して、米国の関係機関においてその是非を審議中である。

第3節 米国の情報通信産業の構造変革

前節では、米国の事業者の競争、提携等の動向について概観したが、本節では、情報通信産業の現状等を踏まえ、その背景事情等も勘案の上、構造変革の態様について概観する。

1 構造変革の背景事情

(1) 競争を促進する市場構造

米国においては、電気通信市場において支配的事業者であった旧AT&Tが、1984年に、国際・長距離通信を提供する事業者と、地域通信を提供する事業者とに分割された。

この際、地域通信を提供するBOCには、全ての長距離通信事業者に対するイコールアクセス

が義務づけられ、長距離通信事業者間の競争条件が整備された。また、この分割に伴い、地域通信のバイパスが、一つのビジネスチャンスとなった。

また、地域別に分割されたRHCは、MFJにより禁じられていない映像伝送サービスや移動通信サービス等において、他社の営業エリアへも進出を図っている。

(2) 加入者アクセス手段の多様化

米国のケーブルテレビは、加入世帯数、世帯普及率とも大きく、このネットワークを活用して、通信を含む各種の双方向サービスも提供していこうとする動きが出ている。

また、携帯・自動車電話も、加入数の急速な伸びにより、先進国においてトップクラスの加入率になっているなど移動通信市場は成長が見込まれている。

このように、米国の情報通信分野では、加入者アクセスの手段が多様化している。

(3) 情報通信に係る技術革新の進展

地域通信市場は、従前、自然独占的な分野であると考えられてきたが、近年、光ファイバの低廉化、無線通信技術の進展等により、積極的な政策展開等があれば、新規参入が促進され、競争が実現すると考えられるようになった。

また、デジタル伝送、画像圧縮、交換技術等の進展により、各会社の提供するサービスのマルチメディア化が進みつつある。

(4) 構築が進む広帯域ネットワーク

RHC等地域通信事業者は、自社営業エリア内において広帯域ネットワークを構築しつつある一方、エリア外においては、ケーブルテレビ事業者の買収・提携を行い、これにより、映像伝送等幅広い双方向・大容量サービス提供が可能となっている。

一方、大規模ケーブルテレビ事業者は、伝送路の光ファイバへの置換やネットワーク構成を変えることにより通信を含む幅広い双方向サービスの提供が可能となっている。

このように、地域通信事業者とケーブルテレビ事業者双方が、ビデオ・オン・デマンド等双方向・大容量のサービス提供を目指しているという点で、両者の提供するサービスが競合するようになってきている。

2 構造変革の促進要因

(1) 政策当局等の取組

第1章で概観したような政府のN I I構想、連邦議会で審議されている競争関連法案のほか、次に示すように、情報通信市場の競争を促進する政策が採られている。

FCCのビデオ・ダイヤルトーン裁定により、地域通信事業者は映像伝送サービスに参入するみちが開かれ、また、裁判所判決によりケーブルテレビ事業そのものを提供できる可能性が出て

きている。

一方、約半数の州では、市内通信分野でC A Pやケーブルテレビ事業者等の参入を認めており、その一部の州では、専用線等の他、電話サービスの提供までを認めている^(注)。また、F C Cは、市内通信分野の競争促進のためのコロケーション裁定のほか、ケーブルテレビ事業者がC A Pを買収することを認める裁定も出している。

また、F C Cは、携帯・自動車電話については、1市場で2社ずつ免許を与えており、P C Sでは、1市場当たり最大6社の参入を認める方針である。

(2) マルチメディア化等に対する利用者ニーズの高まり

米国の市場調査会社が、1993年に実施した双方向テレビに関する意識調査によると、双方向テレビによるサービスに関心を有する人は半数を超えている。サービスメニューの中では、ビデオ・オン・デマンドに対する関心が最も高く、この他、ニュース等の情報サービス等へも関心を寄せている。

また、企業ユーザーを中心に、通信事業者等への委託により、高品質で効率的なネットワークを構築する動きがある。このうち、国際通信についても、通信事業者間のサービス規格の統一や、加入申込みの一元化(ワン・ストップ・ショッピング)、料金の一括支払い(ワン・ストップ・ビルディング)の実現等が求められている。

3 構造変革の態様

(1) 異市場・異業種への参入

構造変革の態様には、第一に、情報通信のマルチメディア化を視野に入れた異市場・異業種への参入がある。

R H C等の地域通信事業者は、構築しつつある広帯域ネットワークの有効活用及びそのための投資の回収を目指し、サービスの多様化に向けた事業展開を図っており、双方向・大容量の映像伝送サービス、ひいては、そのコンテンツにまで触手を伸ばしている。一方、ケーブルテレビ事業者は、大規模M S Oを中心に、光ファイバ化等ネットワークを置換しつつあり、州の規制が緩和しつつあること等を踏まえ、通信サービスを含む双方向・大容量のサービスの提供を目指している。すなわち、双方向・大容量の映像伝送サービス等の提供において、地域通信事業者とケーブルテレビ事業者とが競い合う形になっている。

また、R H Cが、他社営業エリアでのケーブルテレビ事業や携帯・自動車電話事業の買収等を

(注) 1994年9月現在、全分野で競争を導入しているのが12州、専用線のみ許容等部分的に競争を導入しているのが15州で、合わせて27州である。

(出典) "The Status of Competition in Intrastate Telecommunications" (NARUC : National Association of Regulatory Utility Commissioners)

進めた結果、RHC相互間という新たな競争がもたらされている。

(2) シームレスネットワークへの指向

第二には、シームレスネットワークへの指向がある。長距離通信事業者は、国内通信市場で、高品質のサービス又はアクセスチャージの負担軽減等を目指し、地域通信事業者以外の加入者アクセス手段の確保を画策しており、CAPの活用や自社による地域通信網構築等の動きがある。このような動きに対し、RHC側は対抗策として長距離参入申請等を行うというように、長距離/地域の相互参入の動きを引き起こしている。

また、長距離通信事業者が携帯・自動車電話会社の買収やPCS免許の競争入札への応札等、そのブランド名を利用して、移動通信市場へも参入する動きがあることに対抗し、RHC系携帯・自動車電話会社の再編という動きもある。

さらに、長距離通信事業者は、特定の外国通信事業者との連携を強めることにより、世界規模で高品質の国際通信サービスの提供を目指している。この場合、主要3社が、相互に対抗する形で、それぞれ別個の欧州等の通信事業者と提携を行っており、少数の大規模事業者グループ間で、大口ユーザーである多国籍企業等の囲い込みをめぐる競争が生じている。

(3) 情報通信産業における競争、提携等の動向の特徴

米国の情報通信産業における競争、提携等の動向の特徴は、第一に、各事業者の取組として、自社の持てる資源を補うため他社の買収や資本参加、また、他社との提携等が盛んに行われ、非常にダイナミックな動向になっていることである。取り分け、1984年の分割により誕生したAT&Tと7社のRHCは、相互に競い合う中で、電話にとどまらず、移動体通信、ケーブルテレビ、コンテンツ等広範な分野を舞台とし、他市場等への参入や提携の動きが顕著である。第二に、ある事業において競争相手となっている他社が、別の事業分野では提携相手になることもあるなどフレキシブルな対応が採られていることである。