

I 固定電話領域

目 次

第1章 固定電話領域の市場画定	1
1. サービス市場の画定	1
2. 地理的市場の画定	2
第2章 固定電話市場の主要指標の分析	4
1. 市場の規模	4
2. 競争状況の分析	12
3. 地理的市場別の分析	28
4. IP電話市場としての市場分析	31
5. 競争状況の評価	34

第1章 固定電話領域の市場画定

本章では、固定電話領域の市場画定を概観する。

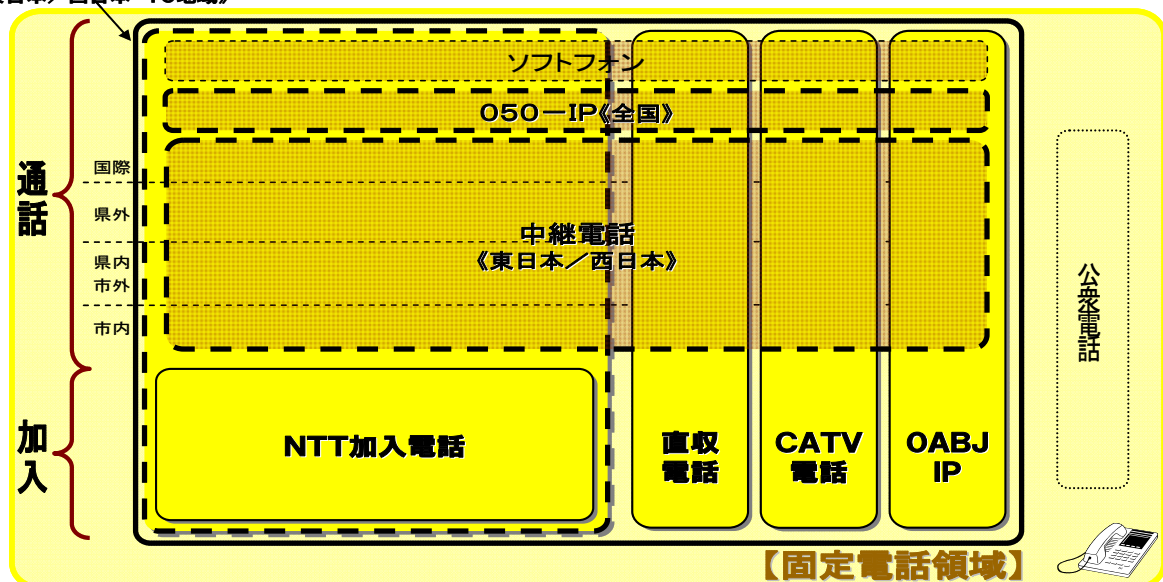
1. サービス市場の画定

サービス市場については、06年度の市場画定を引き続き採用し、加入と通話を分けずに両者を一体的にとらえた市場とする。加入部分についてはNTT加入電話、直収電話、CATV電話、OABJ-IP電話の間の選択、通話部分については中継電話、050-IP電話、ソフトフォンの間の選択と捉える。また、NTT加入電話、中継電話、050-IP電話については、それぞれ部分市場として分析を行う。

なお、実際には直収電話、CATV電話、OABJ-IP電話を選択した場合、通話部分について利用者がサービスを選択することは通常出来ない。また、ソフトフォンについては、データの入手可能性の点から、市場画定は行っていない。

【図表 I - 1 固定電話領域の市場画定】

固定電話市場の範囲＝ NTT加入電話＋直収電話＋CATV電話＋OABJ-IP電話
《東日本／西日本 10地域》



凡例： 市 場 部分市場 I

2. 地理的市場の画定

地理的市場についても、07年度の市場画定の基準に従い、

- ①データの入手可能性
- ②代替的なサービスの選択肢の存在
- ③各事業者のサービス提供エリア 等

を踏まえ、東日本と西日本の2地域を地理的市場として画定した。この2地域とは、以下のとおりである。

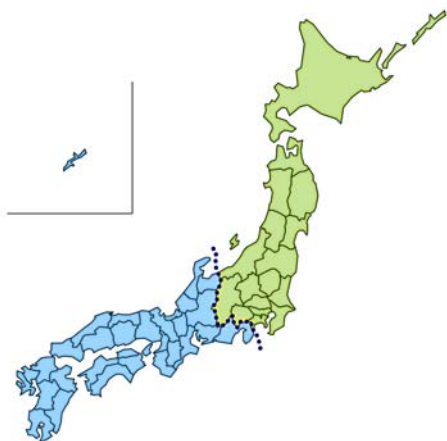
(i) 東日本地域

北海道、青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県、茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、新潟県、山梨県、長野県

(ii) 西日本地域

静岡県、愛知県、三重県、岐阜県、富山県、石川県、福井県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県、鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県、高知県、福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県、沖縄県

【図表 I - 2 東日本、西日本の2地域と見た地理的区分】



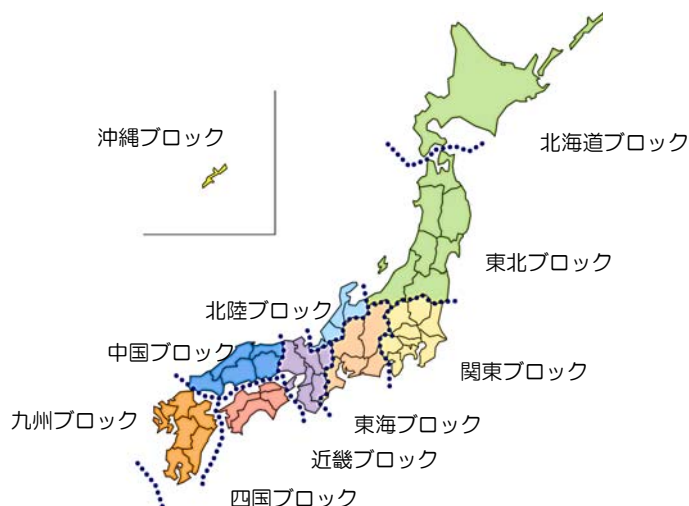
また、必要に応じて、全国10の地域ブロック（電力系事業者¹の業務区域）につい

¹電力系事業者とは、北海道総合通信網、東北インテリジェント通信、テプコシステムズ、北陸通信ネットワーク、中部テレコミュニケーション、ケイ・オプティコム、ケイオプティ・サイバーポート、エネルギー・コミュニケーションズ、STNet、九州通信ネットワーク、沖縄通信ネッ

ても分析を行うこととしており、これらは以下のとおりである。

- (i) 北海道ブロック：北海道
- (ii) 東北ブロック：青森県、岩手県、秋田県、宮城県、山形県、福島県、新潟県
- (iii) 関東ブロック：茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、神奈川県、
山梨県、静岡県²（富士川以東）
- (iv) 東海ブロック：長野県³、岐阜県、静岡県（富士川以西）、愛知県、三重県
- (v) 北陸ブロック：富山県、石川県、福井県
- (vi) 近畿ブロック：滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県
- (vii) 中国ブロック：鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県
- (viii) 四国ブロック：香川県、徳島県、愛媛県、高知県
- (ix) 九州ブロック：福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、
鹿児島県
- (x) 沖縄ブロック：沖縄県

【図表 I - 3 全国 10 ブロックと見た地理的区分】



トワークを指す。

²静岡県は、「住民基本台帳人口要覧」（08年3月）から富士川を境にした世帯数比率を算出し、その比率に基づき分計している。また、静岡県はN T T西日本の業務区域であるが、10地域のブロックで画定する際には、富士川を境に以西の地域を東海ブロック、以東の地域を関東ブロックの契約回線数として集計した。したがって、関東ブロックは基本的にN T T東日本の業務区域に含まれるものの、N T T東日本の業務区域ではない静岡（富士川以東）の契約回線数を含んでいる。

³長野県はN T T東日本の業務区域であるが、今回の地理的市場の画定においては東海ブロックに相当している。したがって、東海ブロックは基本的にN T T西日本の業務区域に含まれるものの、N T T西日本の業務区域ではない長野県の契約回線数を含んでいる。

第2章 固定電話市場の主要指標の分析

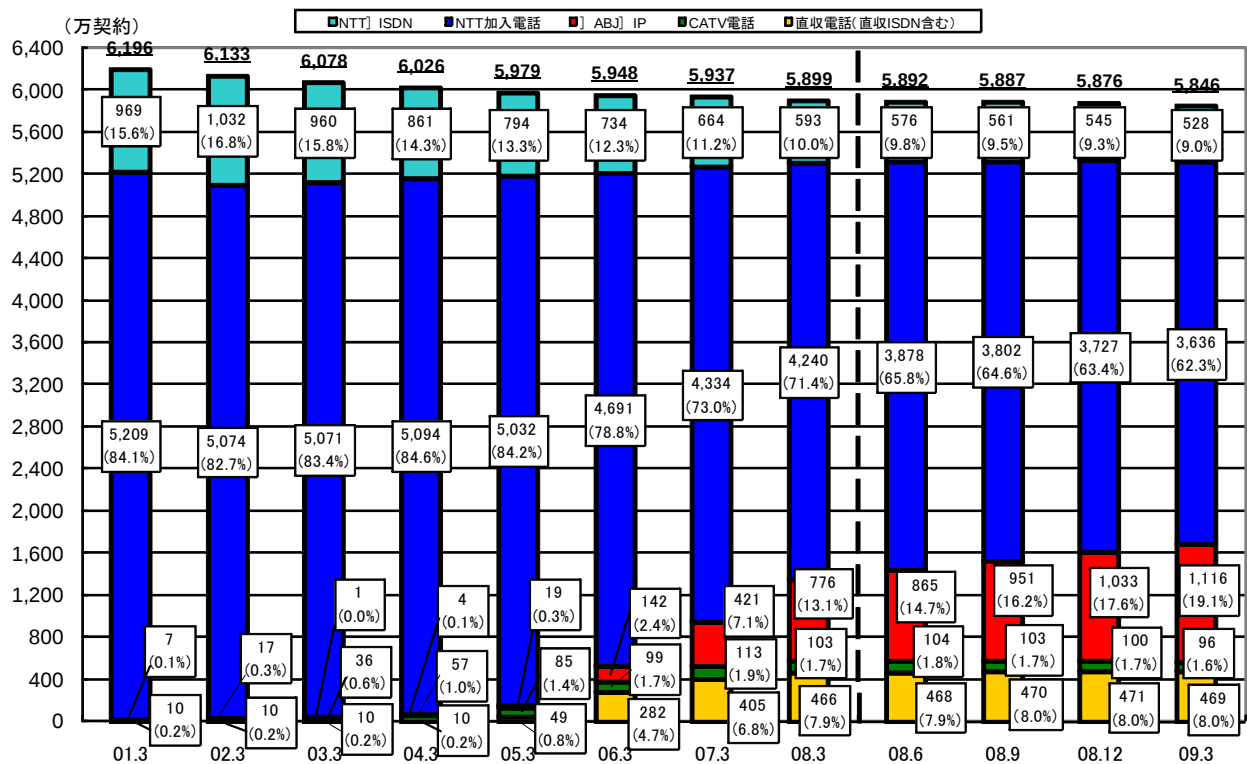
本章では、固定電話市場の主要指標の分析を行う。

1. 市場の規模

(1) 契約数

固定電話全体では、契約数は０９年３月末時点で５，８４６万契約と年々僅かに減少が続いている。固定電話全体に占めるＮＴＴ加入電話（ＩＳＤＮを含む）のシェアは０９年３月末時点で７１．３％と徐々に低下してきているのに対し、直収電話は８．０％、０ＡＢＪ－ＩＰ電話は１９．１％と増加傾向にある。引き続き０ＡＢＪ－ＩＰ電話の増加が大きい。

【図表Ⅰ－４ 固定電話の契約数の推移】



（注１）固定電話は、ＮＴＴ加入電話（ＩＳＤＮを含む）、０ＡＢＪ－ＩＰ電話、ＣＡＴＶ電話、直収電話（直加入、新型直収、直収ＩＳＤＮの合計）を合計したものとする。

（注２）０ＡＢＪ－ＩＰについては利用数となっており、０３年３月末、０４年３月末時点の利用数は事業者アンケートによる。

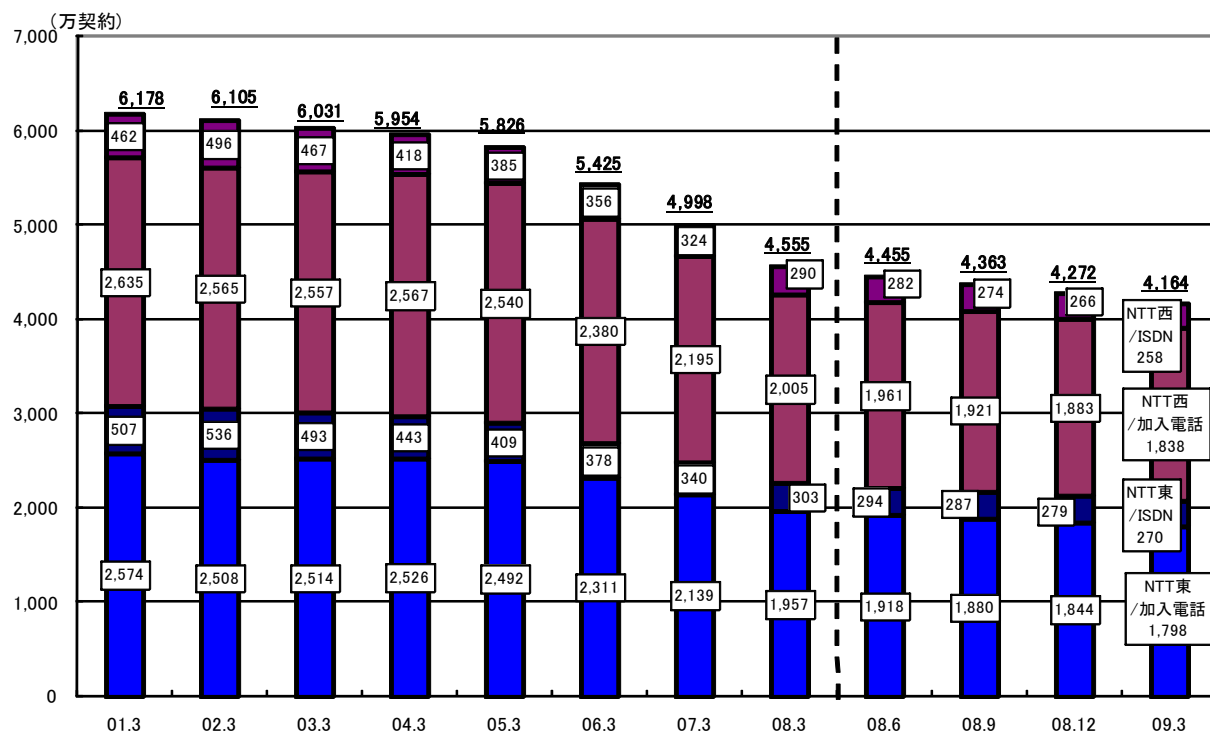
（注３）四捨五入の関係上、合計が１００％にならない場合がある。以下同じ。

（出所）総務省資料

1) 固定電話(加入)の契約数

NTT加入電話（ISDNを含む）の契約数は、減少を続けており、09年3月末時点で4,164万となっている。この減少は、新型直収電話、OABJ-IP電話といった他の固定電話サービスへの移行、また移動体通信による固定電話の代替が要因となっていると考えられる。

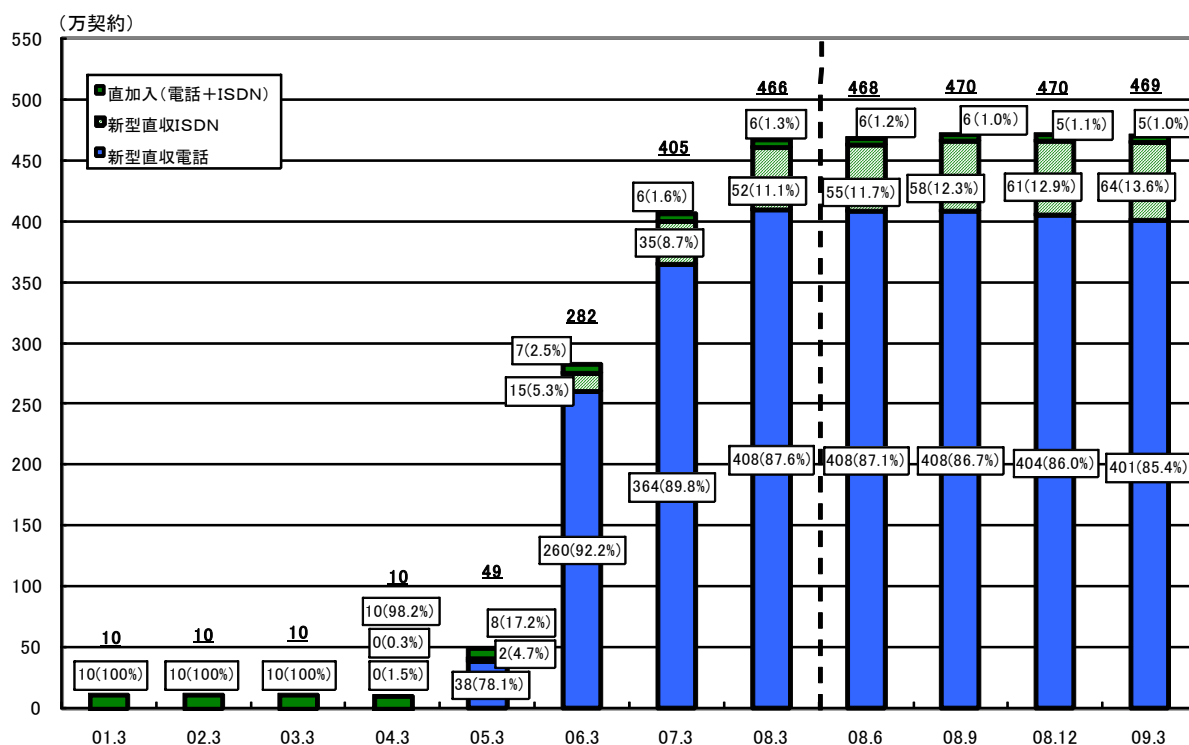
【図表 I - 5 NTT加入電話の契約数の推移】



(出所) 総務省資料

直収電話⁴の契約数は、０３年から０５年の間に開始されたドライカップパを利用した新型直収電話⁵の提供により伸張し、０９年３月末時点で直収電話全体の８５．４％を占めている。旧来型の直加入電話とあわせ、直収電話全体の契約数は０９年３月末時点で４６９万となり横ばいに転じている。

【図表Ⅰ－６ 直収電話の契約数の推移】



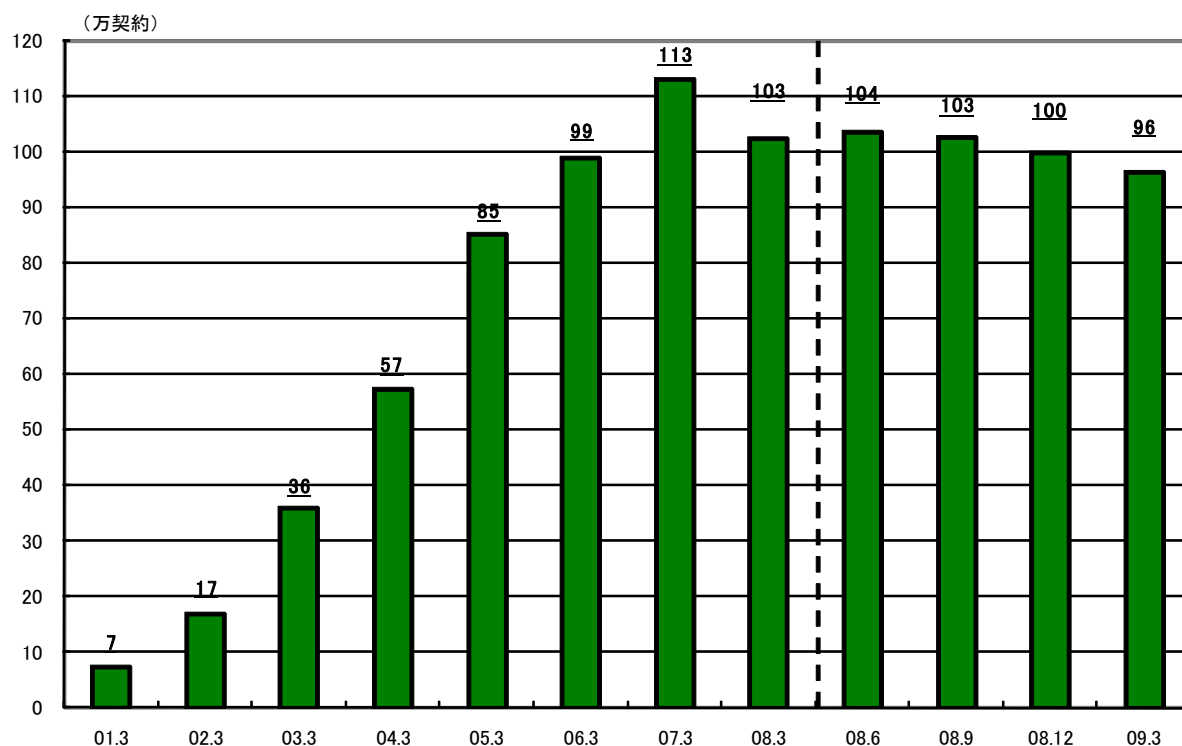
(出所) 総務省資料

⁴ NTT東西以外の電気通信事業者が提供する加入電話サービスで、直加入電話、直加入ISDN、新型直収電話、新型直収ISDNを合わせた総称をいう。なお、「直加入電話」とは、NTT回線ではなく、自社の電話回線を直接オフィス等に引き込んで提供する電話サービスのこと。NTT東西に対しての施設設置負担金相当額が不要等の利点がある。

⁵ NTT東西が電話局と利用者宅間に敷設しているメタル回線の中で、未使用のもの（ドライカップパ）を借り受け、それを用いて提供する加入電話サービスのこと。０３年７月に平成電電、０４年１２月にソフトバンクテレコム（旧日本テレコム）、０５年２月にＫＤＤＩが提供を開始した。

C A T V電話の契約数は、これまで増加傾向が続いていたが、０７年６月末以降減少傾向に転じており、０９年３月末で９６万となっている。なお、後述するように、C A T V電話の提供は一部の地域に限定されている。

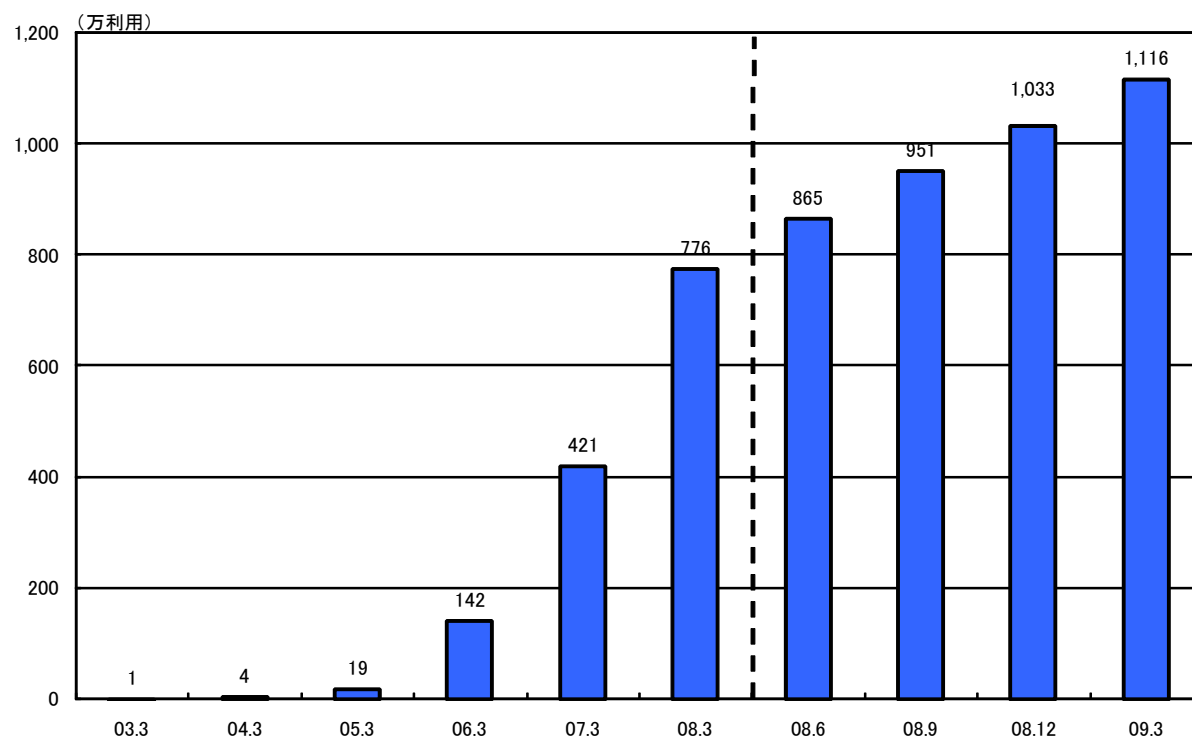
【図表Ⅰ－７ C A T V電話の契約数の推移】



(出所) 総務省資料

ＯＡＢＪ－ＩＰ電話^６の利用数は、ＦＴＴＨ契約数の増加を反映して依然増加傾向にあり、０９年３月末時点で１，１１６万となっている。前年の同期と比べると１．４倍を超えており、引き続き増加傾向にある。

【図表Ⅰ－８ ＯＡＢＪ－ＩＰ電話の契約数の推移】



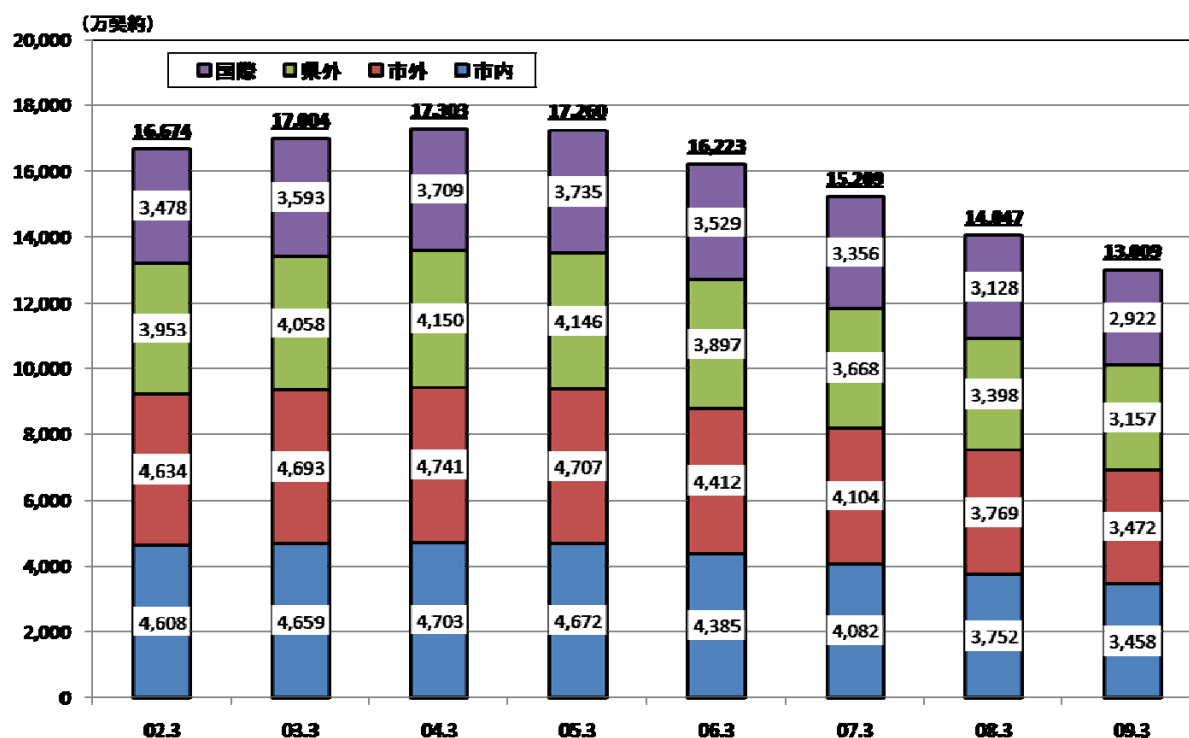
(出所) 総務省資料

^６主にＦＴＴＨによるインターネット接続に伴い提供されている固定電話サービス。ただし、ＨＦＣ形式（光ファイバと同軸のケーブルを組み合わせた方式。基幹部分に光ファイバを用い、途中に光電気変換機器を設置してユーザ宅の引き込み線に同軸ケーブルを用いている。）を用いてＯＡＢＪ－ＩＰ電話を提供している例もある。（例：アットネットホームの「プライマリ電話サービス」、ＫＤＤＩの「ケーブルプラス電話」）

2)固定電話(通話)の契約数

中継電話（マイライン・マイラインプラス）の契約数（延べ）⁷は、０９年３月末時点で１３，００９万であり、ＮＴＴ加入電話の契約数の減少等を背景として減少している。

【図表Ⅰ－９ 中継電話（マイライン・マイラインプラス）の契約数（延べ）の推移】

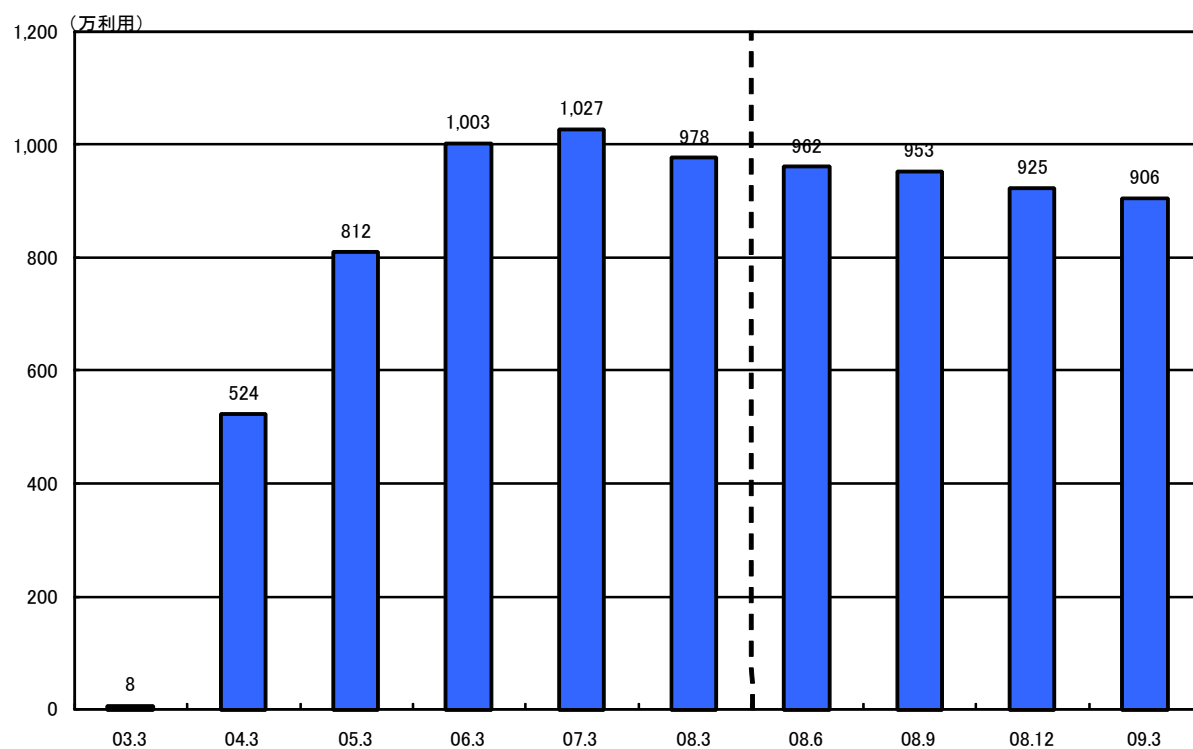


(出所) 総務省資料、マイライン協議会資料

⁷未登録者数は除外している。なお、未登録者は、マイライン、マイラインプラス導入前の実態を考慮し、市内・市外ではＮＴＴ東西に、県外ではＮＴＴコミュニケーションズのマイラインに登録したものと扱われることとなっている。

０５０－ＩＰ電話の契約数は、０９年３月末時点で９０６万であり、０７年６月末以降減少傾向となっている。

【図表Ⅰ－１０ ０５０－ＩＰ電話の契約数の推移】

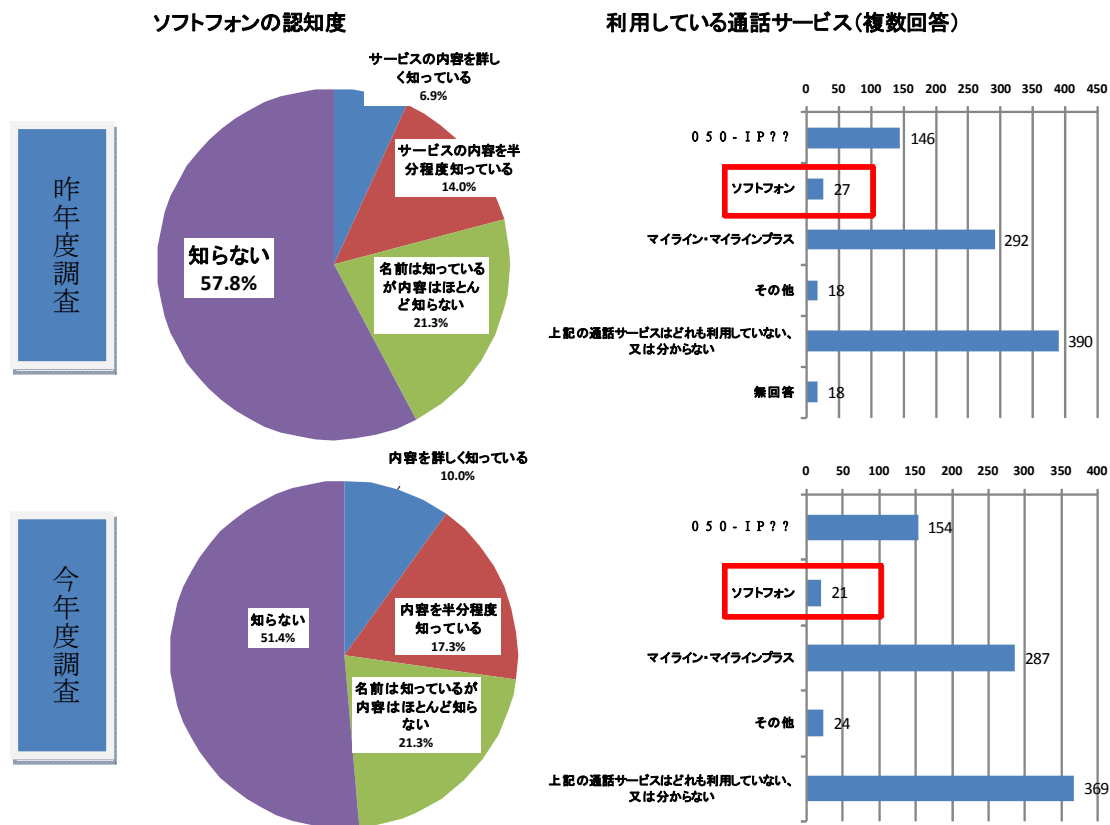


(注) ０３．３と０４．３については、事業者アンケートに基づく数値、それ以降は電気通信事業報告規則第２条に基づき報告された数値を用いている。

(出所) 総務省資料

ソフトフォン⁸については、認知度が引き続き低調で、約5割が名前を知らず、サービス内容まで含めると約7割にまだ知られていない。その結果、サービスの利用度は約2.6%にとどまる。また、認知度、利用度ともに昨年度調査からの変化は小さい。

【図表Ⅰ－１１ ソフトフォンの認知度と利用度】



(出所) 総務省資料

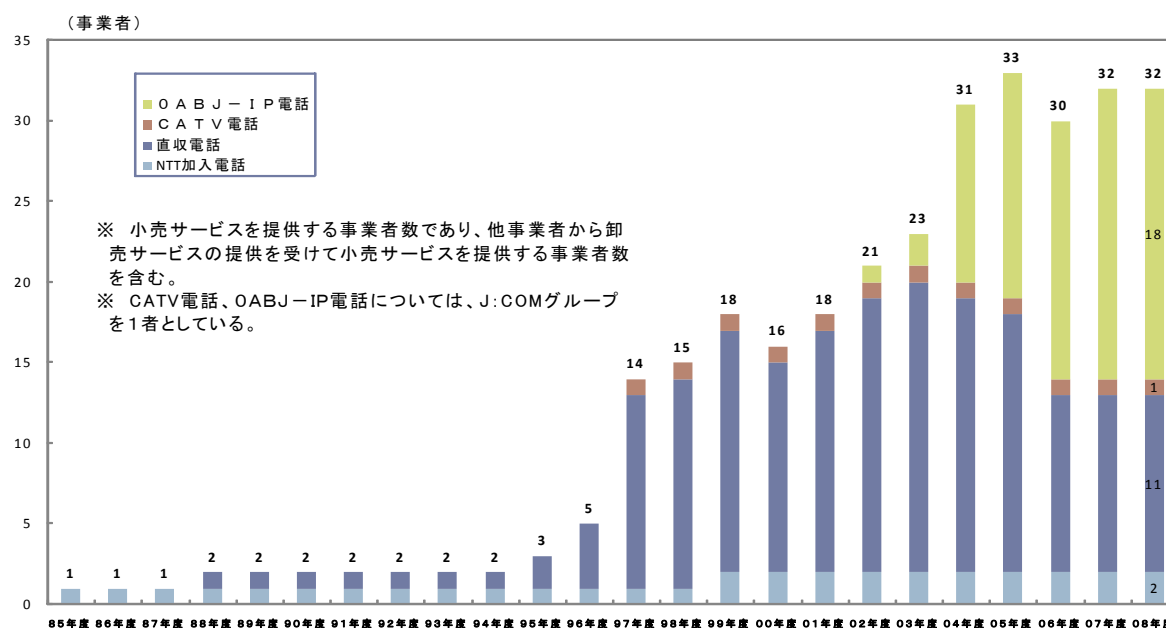
⁸ソフトウェアフォンの略。ソフトウェアを用いてインターネット経由で通話を行うもの。

2. 競争状況の分析

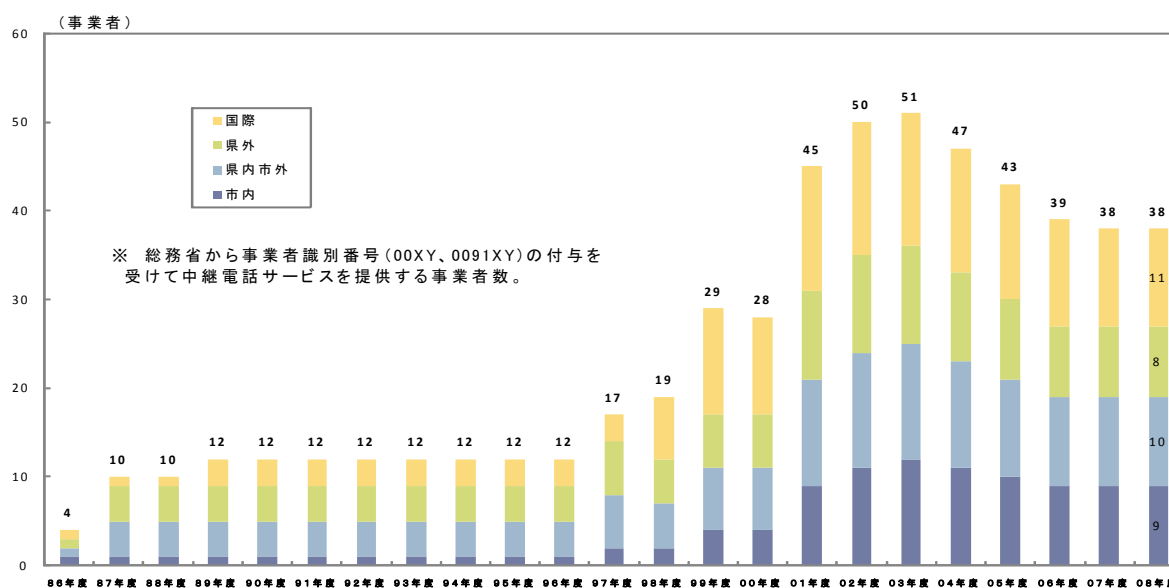
(1) 事業者数

固定電話の各サービスを提供する事業者数、中継電話（N T T加入電話に係る部分のみ）を提供する事業者数とも昨年から変化無く、08年度はそれぞれ32者、38者となっている。

【図表 I - 1 2 固定電話の事業者数の推移】



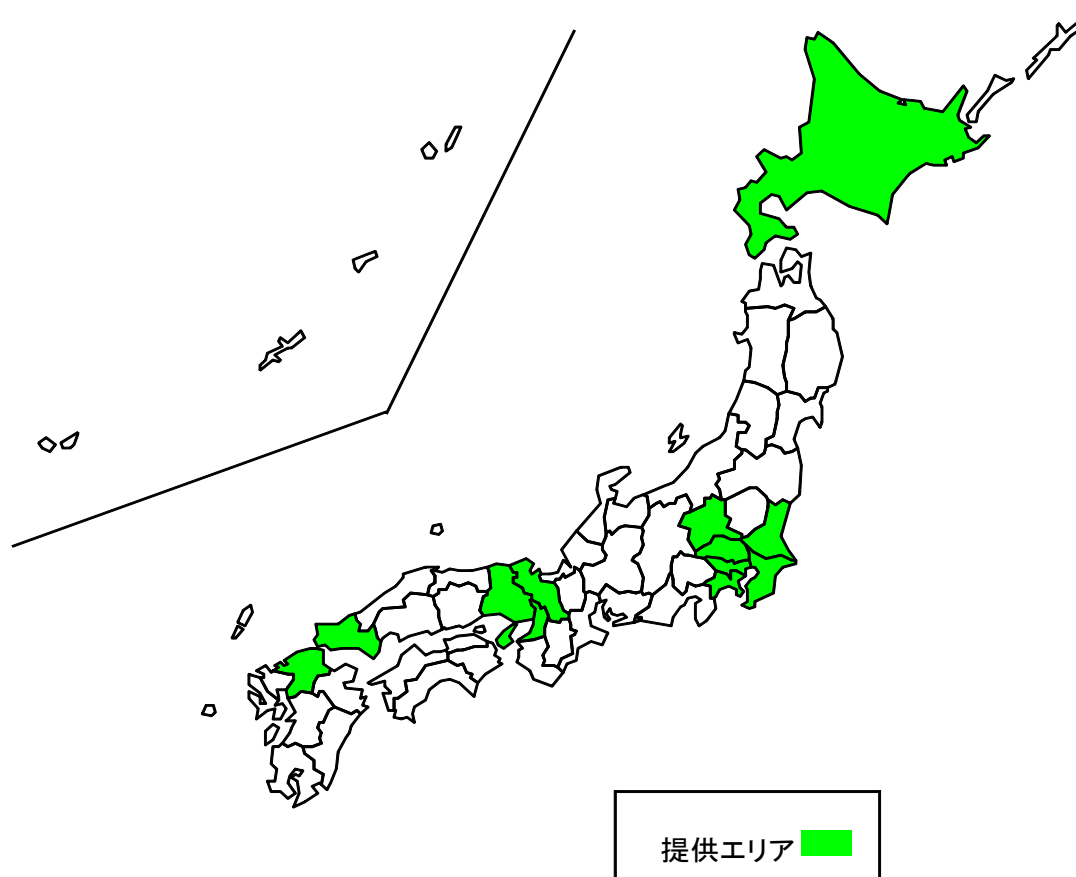
【図表 I - 1 3 中継電話（N T T加入電話に係る部分）の事業者数の推移】



なお、CATV電話は全ての都道府県で提供されているものではなく、その範囲は限定的で、北海道、関東、近畿、中国、九州の一部のみで提供されている。そのため、NTT加入電話の代替サービスとして全国的に普及している状況とは言えない。

また、提供者は全てJ：COMグループであるため、事業者数を数える場合は1者としている。

【図表Ⅰ－１４ CATV電話の提供エリア】

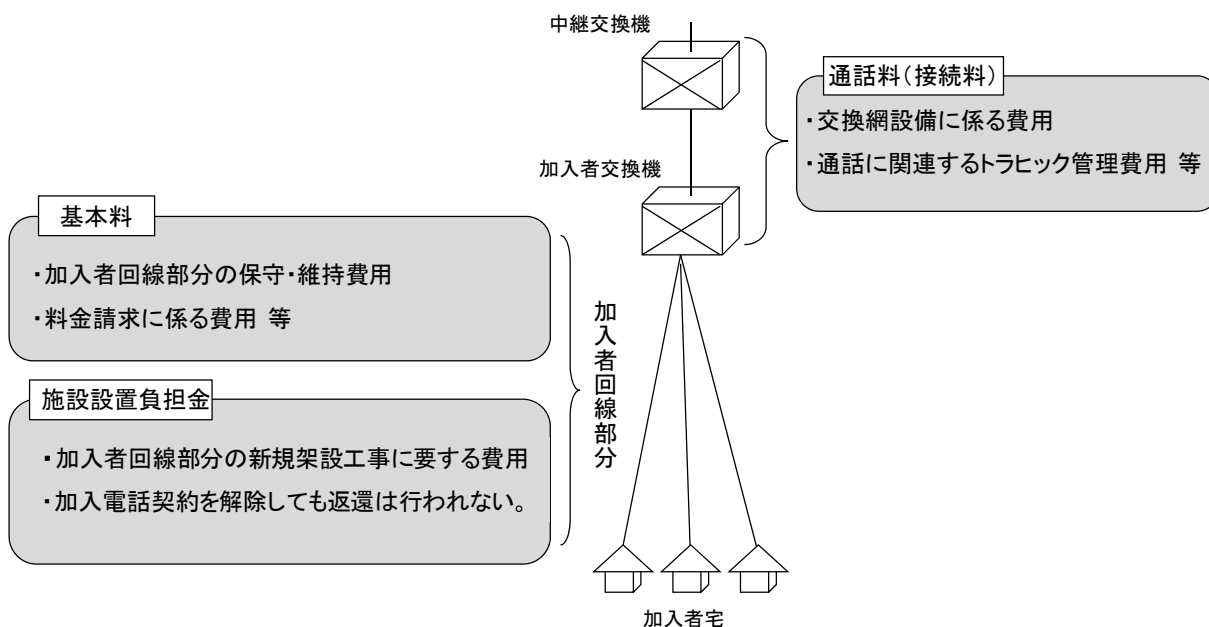


(2)料金

1)利用者料金の類型

固定電話の料金構造は、主に「基本料」（通信量に関わらず定期的（毎月等）に一定額を支払う料金）と「通話料」（通信量に応じて支払う従量制料金（一部定額制を含む））の二部料金制となっている。NTT加入電話を例として考えると、それぞれの料金は次の図のように各費用に対応している。また、NTT加入電話を利用する上で必要とされてきた「施設設置負担金」については、現在基本料に定額を上乗せするライトプランも提供されている。

【図表 I - 1 5 NTT加入電話の主な料金構造】

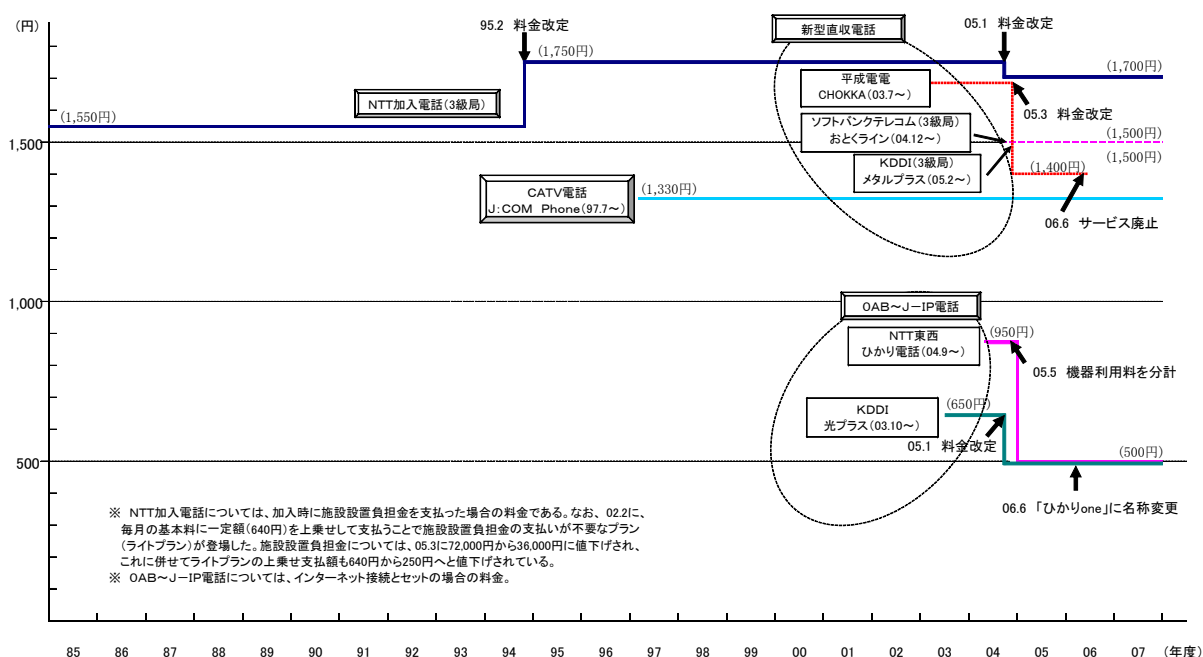


2)利用者料金の推移

①基本料

基本料については、新型直収電話やOABJ-IP電話といったNTT加入電話以外の固定電話サービスの提供開始を受けて05年に進展した値下げ以来、横ばいとなっている。

【図表 I - 16 固定電話基本料（住宅用）⁹の推移】



(出所) 各社Webサイト

【図表 I - 17 NTT加入電話と新型直収電話の料金比較】

			NTT東西		ソフトバンク テレコム (おとくライン)	KDDI (メタルプラス)
			加入電話	加入電話 ライトプラン		
施設設置負担金			36,000円			
開通工事費				2,000円	100円×60月	100円×60月
基本料	住宅用	3級局	1,700円	1,950円	1,500円	口座振替:1,400円 窓口支払い:1,500円
		2級局	1,550円 (1,600円)	1,800円 (1,850円)	1,350円	
		1級局	1450円 (1,600円)	1,700円 (1,850円)		
	事務用	3級局	2,500円	2,750円	2,350円	口座振替:2,300円 窓口支払い:2,400円
		2級局	2,350円 (2,400円)	2,600円 (2,650円)	2,200円	
		1級局	2,300円 (2,400円)	2,550円 (2,650円)	2,050円	

※ 級局については、3級:大規模局、2級:中規模局、1級:小規模局のイメージ

※ 括弧内はプッシュ回線用の場合の料金

※ NTT東西の加入電話の開通工事費については、既存の屋内配線が利用可能な場合の費用

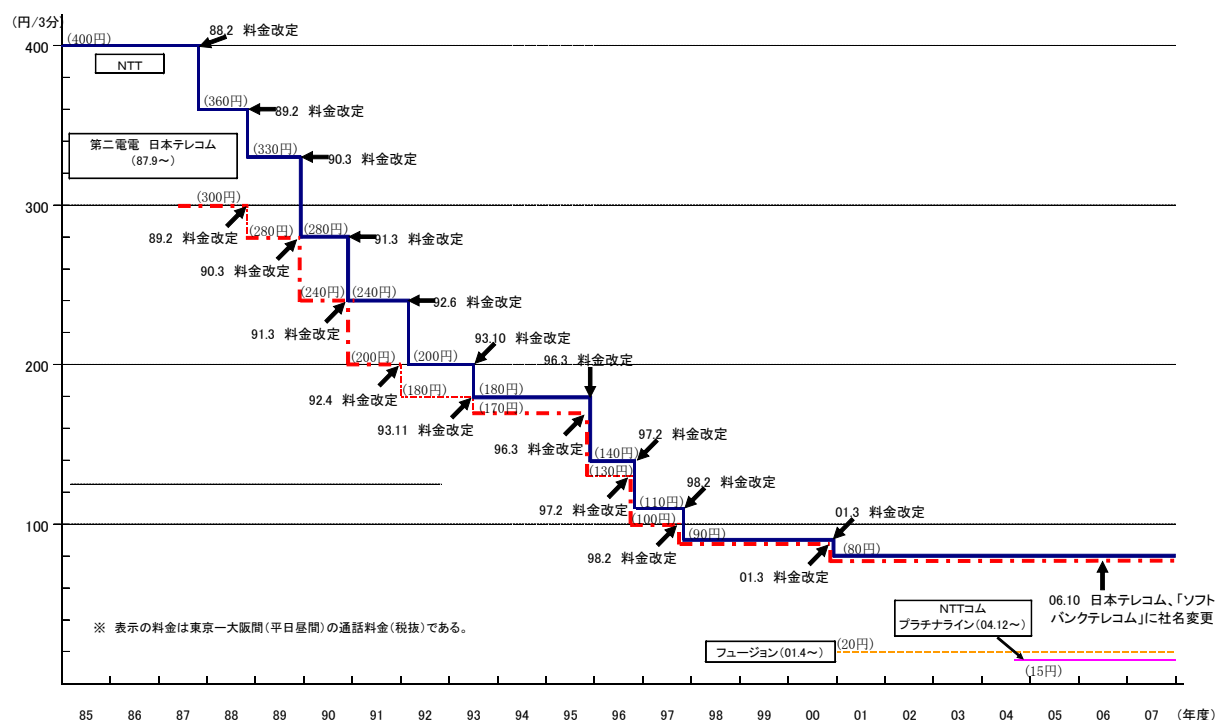
(出所) 各社Webサイト

⁹都市部等最も高い「3級局」の基本料（住宅用）（税抜）を示している。

②通話料

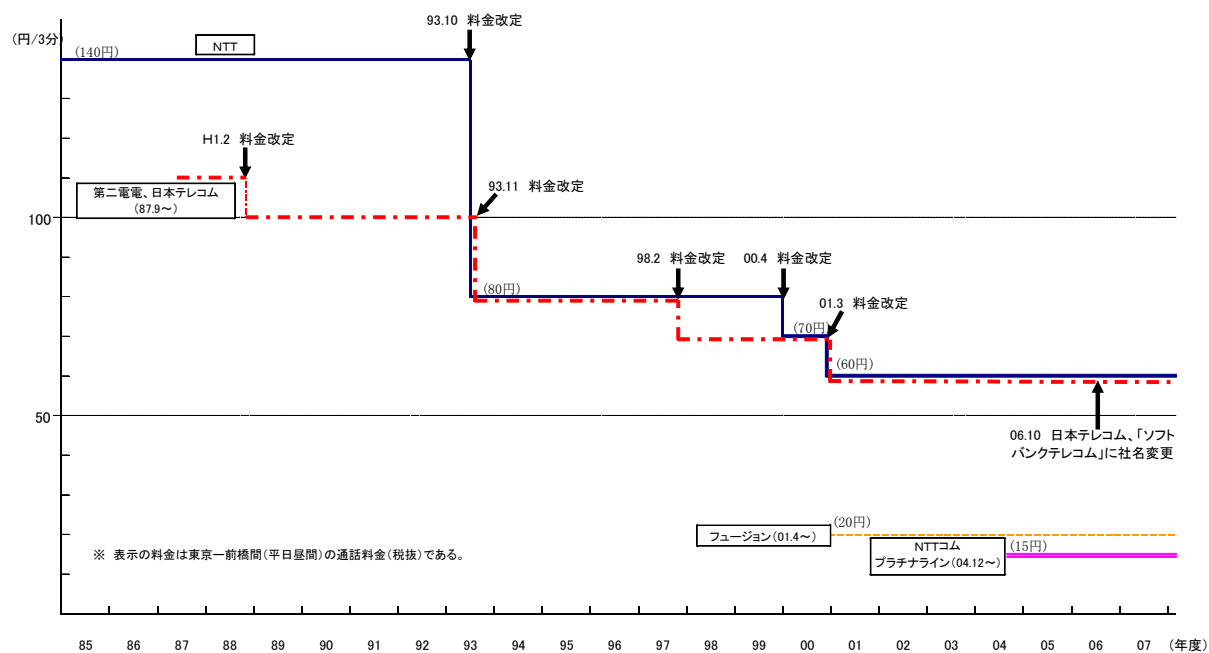
通話料についても、０５年度からは特段の変化が見られない。例として、長距離における中継電話通話料の推移を見ると、近年においてはＮＴＴコミュニケーションズによる「プラチナライン¹⁰」の提供以来、目立った動きは見られない。

【図表Ⅰ－１８ 中継電話通話料（長距離）の推移】

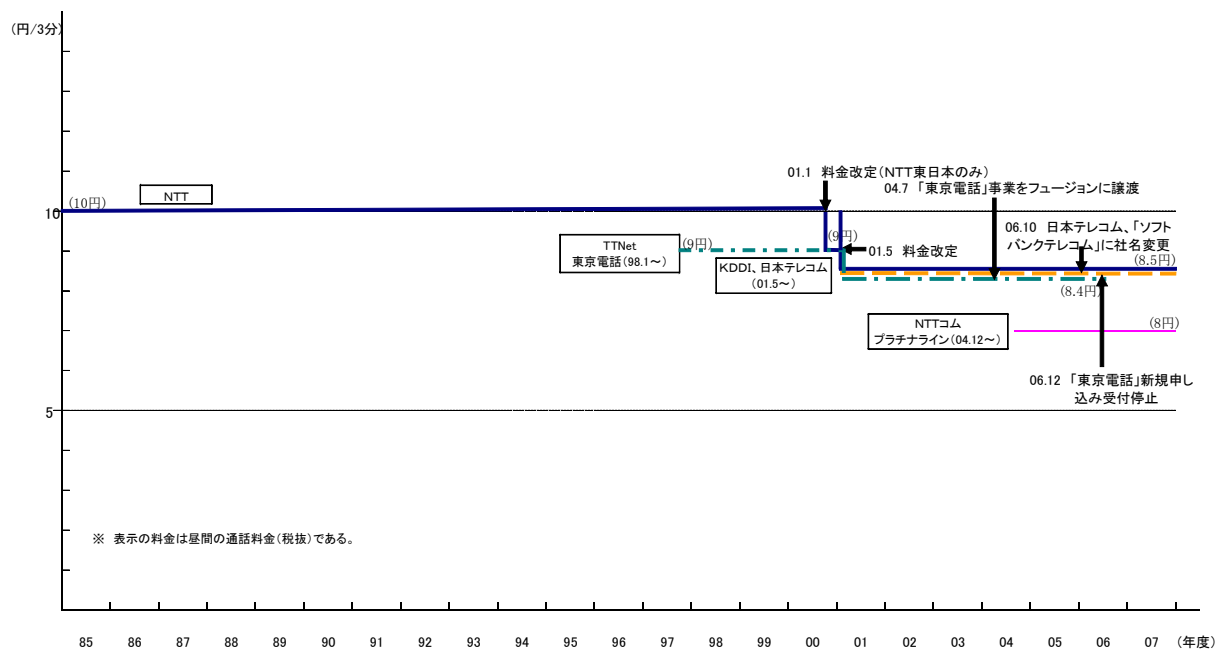


¹⁰マイラインプラスの四区分（市内、市外、県外、国際）全てをＮＴＴコミュニケーションズに登録することで、通話料を大幅に値下げするサービス。

【図表 I - 19 中継電話通話料（中距離）の推移】



【図表 I - 20 中継電話通話料（市内）の推移】



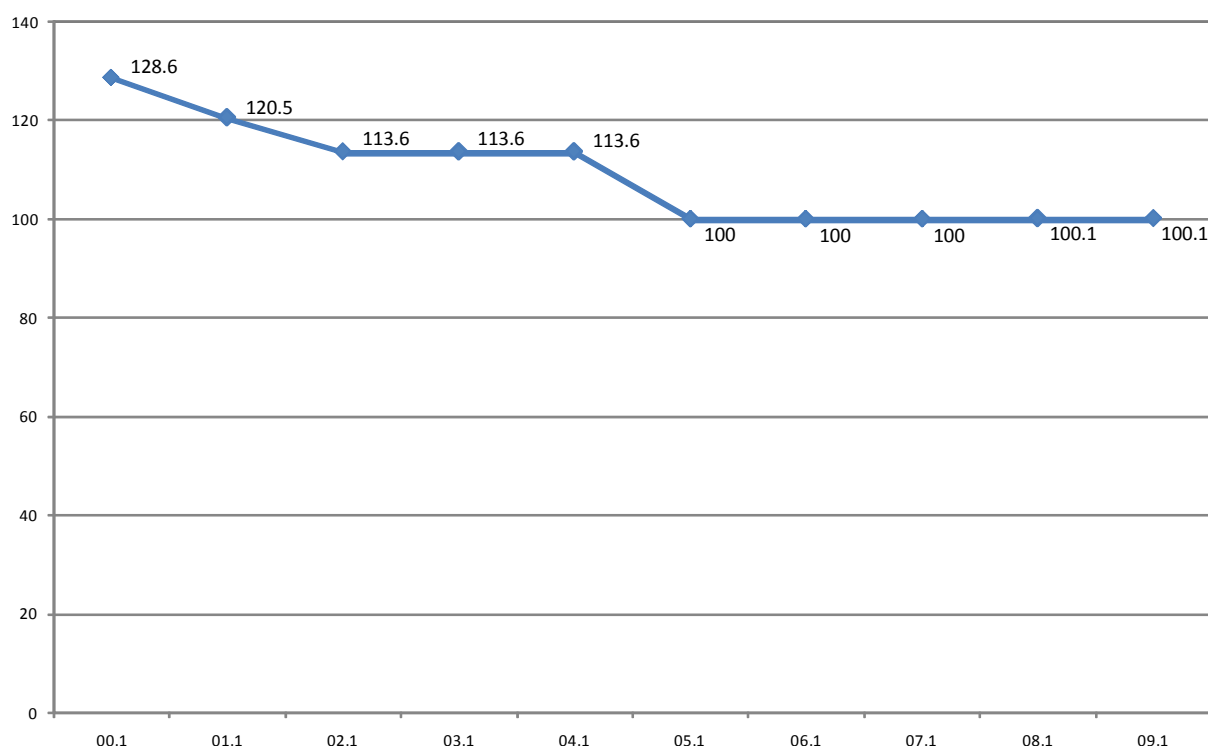
（出所）各社Webサイト、（社）電気通信事業者協会資料

③消費者物価指数(CPI)の推移

価格水準を考察する指標として、全国の世帯が購入する家計に係る財及びサービスの価格等を総合した物価の変動を時系列的に測定した、消費者物価指数（C P I : Consumer Price Index）の推移を見ることも有益である。

〇 5 年度基準の「固定電話通信料¹¹」について推移を見ると、〇 5 年まで低下した後、それ以降はほぼ横ばいとなっており、これまでの分析と合致する。

【図表 I - 2 1 固定電話通信料の消費者物価指数（〇 5 年度基準）の推移】



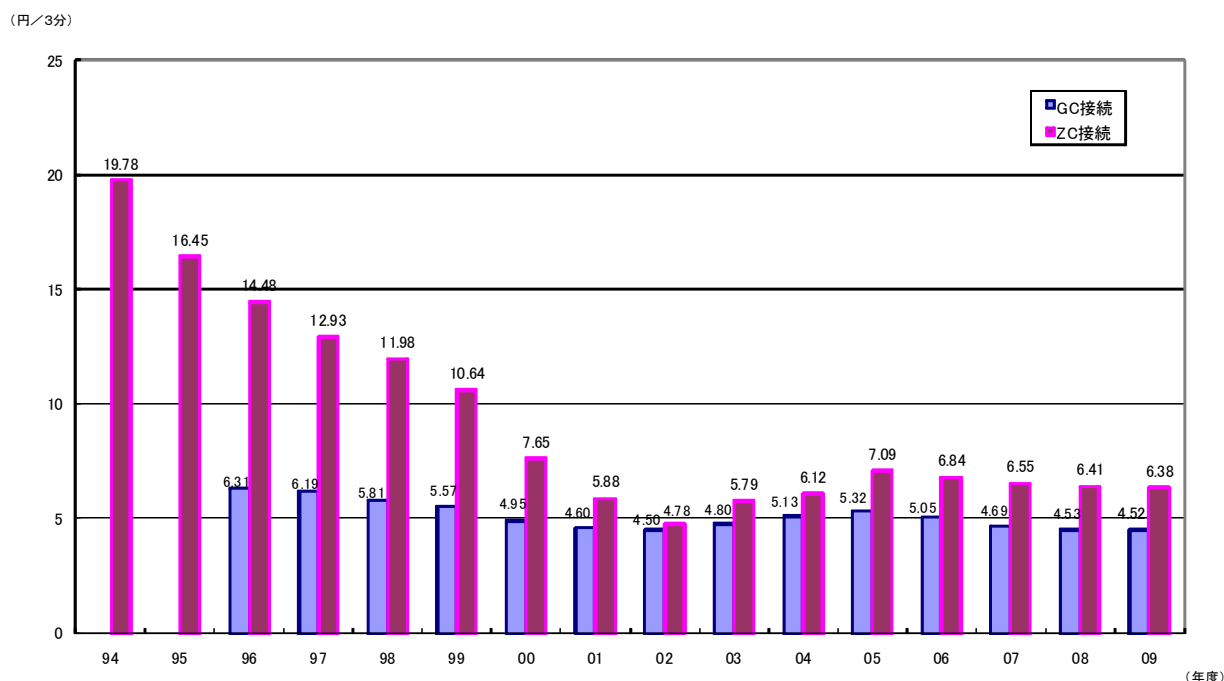
（出所）総務省資料

¹¹「固定電話通信料」（品目符号 7410）の価格指数の作成に当たっては、所定のモデル式により月々の価格指数を算出している。具体的には、①トラヒックシェアの高い複数の事業者を選定、②N T T 加入電話について基本料金（プッシュ回線・ダイヤル回線の別で加重平均した回線使用料と配線使用料の合計）と通話料金（家計調査から推計された月額平均通話料金を、距離別・時間帯別通信量等により補正）を合計、③直収電話について基本料金（基本使用料と開通工事費の合計）と通話料金（家計調査から推計された月額平均通話料金を、距離別通信量等により補正）を合計、④N T T 加入電話と直収電話の価格を、事業者・プラン別契約者数により加重平均、という過程により価格を算出し、これを基準年＝100 とする価格指数として計算する。

(参考)接続料

N T T加入電話の加入者に対し、中継電話サービスを提供するには、N T T東西の交換機とG C¹²、Z C¹³で接続することが必要であり、事業者（N T T東西のサービス部門を含む）はN T T東西の設備部門に対して接続料を支払う。この推移を見ると、トラヒックの減少を受けて、05年度まで一時上昇傾向にあったが、新規投資の抑制等の環境変化も踏まえたモデルの見直し¹⁴が行われ、低下傾向に戻っている。

【図表 I - 2 2 G C、Z Cの推移】



(出所) 総務省資料

新型直収電話サービスを提供するには、N T T東西の未利用のメタル加入者回線（いわゆるドライカップ）を利用することが必要であり、競争事業者はN T T東西に

¹²Group Center。加入者交換局のことで、エリア内の加入電話からの回線を集約している。

¹³Zone Center。中継交換局のことで、G Cからの回線を集約し、他局に中継している。

¹⁴「接続料規則の一部を改正する省令」（平成 17 年総務省令第 14 号）により、N T S（Non-Traffic Sensitive Cost）コスト（交換機等の費用のうち、通信量に依存せず、回線数に依存する費用）を段階的に接続料より控除し、毎年、前年度下期及び当年度上期の予測通信量等を用いて接続料を算定することとされた。なお、「接続料規則の一部を改正する省令の一部を改正する省令」（平成 20 年総務省令第 10 号）により、N T Sコストのうち、実質的にユニバーサルサービス制度の補てん対象外となるき線点 R T（Remote Terminal：加入者宅と加入者交換機を設置する局舎との間に設置され、複数のメタルケーブルを収容し、光化して伝送することにより端末回線費用の節減を図っているもの。）－G C間伝送路費用は段階的に接続料原価へ算入することとされた。

対してドライカップの接続料を支払う。また、NTT東西の未利用の光ファイバ（いわゆるダークファイバ）を利用してOABJ-IP電話を提供するという接続形態もあり、この場合、競争事業者はNTT東西に対してダークファイバの接続料を支払う。

代表的な事例として、前者の新型直収電話に関するドライカップの接続料の推移を見ると、ここ数年上昇している。接続料に回線管理運営費を含んだ合計額は低下傾向にあったが、NTT東日本における09年度接続料（09.2.24認可）においては微増となった。なお、NTT西日本よりもNTT東日本の方が低くなっている。

【図表 I-23 ドライカップ接続料の推移】

認可日			NTT東日本	NTT西日本
00.12.15			1,905円	1,905円
	回線管理運営費	1回線	157円	157円
		1請求書	128円	128円
02.1.31			1,790円	1,790円
	回線管理運営費	1回線	143円	143円
		1請求書	126円	126円
03.2.14			1,690円	1,803円
	回線管理運営費	1回線	139円	147円
		1請求書	125円	125円
03.10.29			1,290円	1,399円
	回線管理運営費	1回線	139円	147円
		1請求書	125円	125円
04.2.17			1,256円	1,318円
	回線管理運営費	1回線	129円	135円
		1請求書	130円	134円
05.3.1			1,248円	1,256円
	回線管理運営費	1回線	118円	112円
06.3.3			1,205円	1,241円
	回線管理運営費	1回線	128円	164円
07.2.26			1,204円	1,254円
	回線管理運営費	1回線	107円	139円
08.3.27			1,216円	1,294円
	回線管理運営費	1回線	69円	89円
09.2.24			1,261円	1,300円
	回線管理運営費	1回線	62円	78円

（注）1回線あたり月額料金は各年度の各費用の合計となる。

（例：09.2.24欄のNTT東日本は、 $1,261 + 62 = 1,323$ （円））

（出所）総務省資料

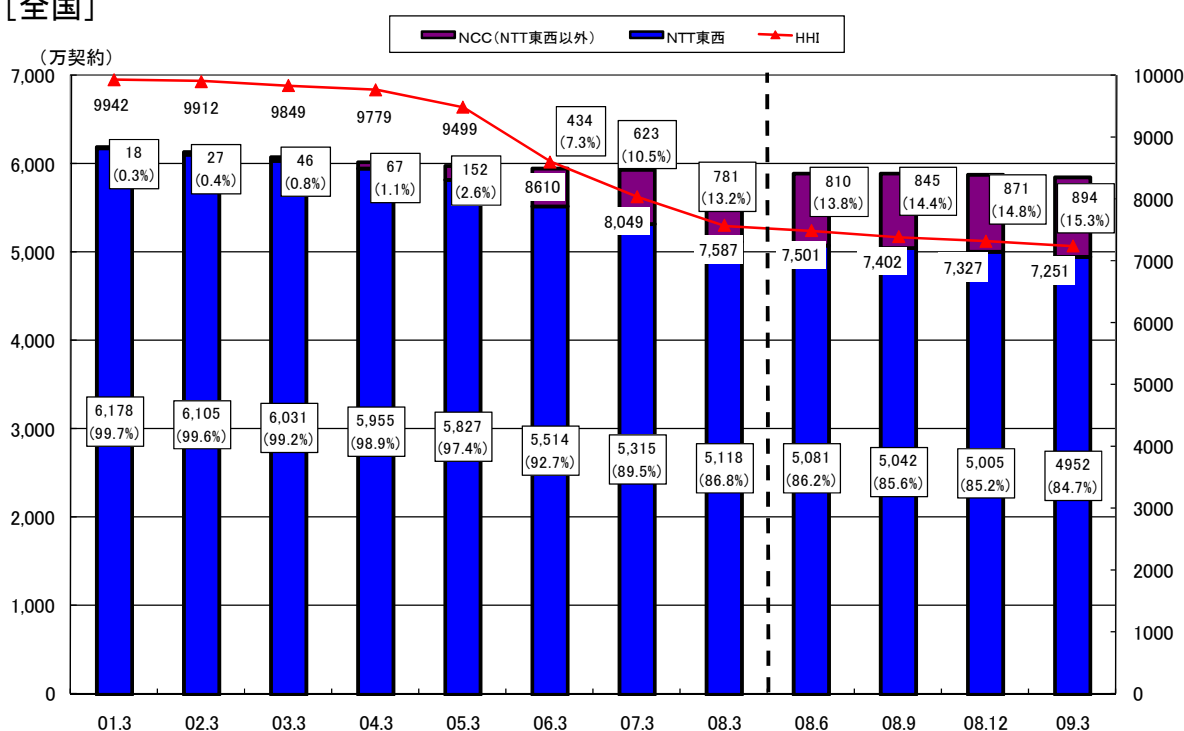
(3)市場の集中度

1)固定電話(加入部分)

固定電話（加入部分）の契約数に占めるNTT東西のシェア（NTT加入電話及びOABJ-IP電話）は新型直収電話の提供開始等から減少傾向にあるが、09年3月末時点で84.7%となっており、依然としてシェアは極めて大きい。また、HHIは09年3月末時点で7251となり、漸減傾向にあるが、なお極めて高い水準にある。

【図表 I-24 固定電話（加入部分）の契約数におけるNTT東西のシェアとHHIの推移】

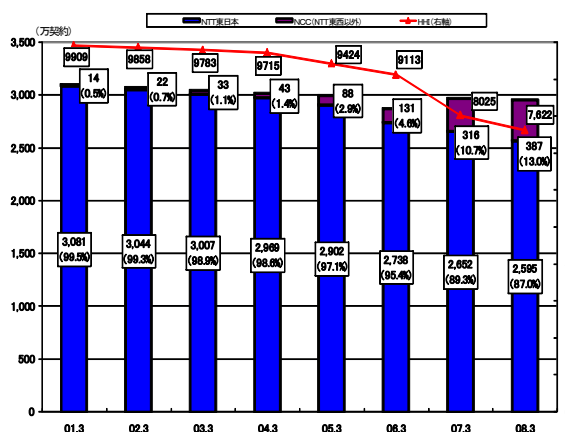
[全国]



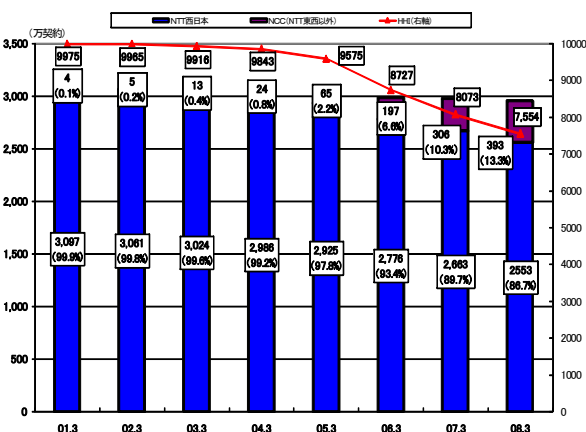
(注1) NTT東西のシェアには、NTT加入電話（ISDNを含む）、OABJ-IP電話（利用数）が含まれる。

(注2) HHIは、NTT東西を1者として算出している。

[東日本地域]



[西日本地域]



(注) 05年3月末、07年3月末のOABJ-IP電話については、それぞれの年の9月末の都道府県別番号利用数の各者内割合を用いて算出した推計値となっている。

(出所) 総務省資料

東日本、西日本地域の別で契約数（加入）の上位3社シェアを見ると、傾向としては全国とほぼ同様で、NTT東西が9割近いシェアを占め、上位3社シェアとなると95%を超える。HHIを見ても、漸減傾向にはあるものの、東日本、西日本双方共に7500を超えており、市場集中度は非常に高い。

【図表 I - 25 固定電話（加入部分）の契約数の上位3社シェアとHHIの比較】

区 分	全国(08.3)	東日本地域(08.3)	西日本地域(08.3)
契約数	5,898 万	2,952 万	2,947 万
参入事業者数	15 者	11 者	14 者
HHI	7587	7622	7554
上位1社シェア	86.8%	86.9%	86.6%
上位2社シェア	93.6%	94.3%	92.9%
上位3社シェア	96.1%	97.0%	95.2%

（注1） 全国のHHI及び上位1～3社シェアについては、NTT東西を1者として算出している。

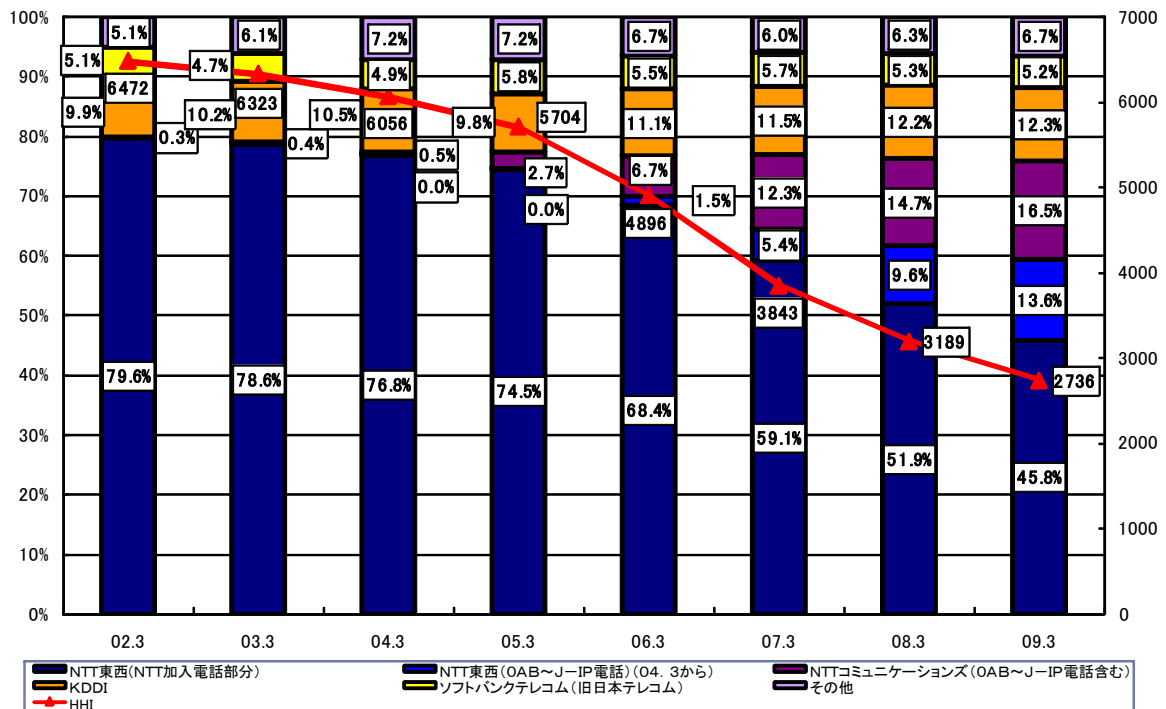
（注2） OABJ-IP電話（利用数）については、9月末の都道府県別番号利用数の各者内割合を用いて算出した推計値となっている。

（出所）総務省資料

2)固定電話(通話部分)

中継電話については、マイライン・マイラインプラスの四区分（市内、県内市外、県外、国際）の各契約数に、直収電話、CATV電話、OABJ-IP電話（利用数）の契約数を合計して区分毎に市場シェア等を算出した。09年3月末時点でのNTTグループのシェアは、市内が75.9%、県内市外が73.6%、県外が72.4%、国際が65.3%となっており、国内通話では7割超、国際通話では6割超をNTTグループが占めている。また、HHIの推移を見ると、各区分とも減少傾向にあるものの、依然高い水準にある。

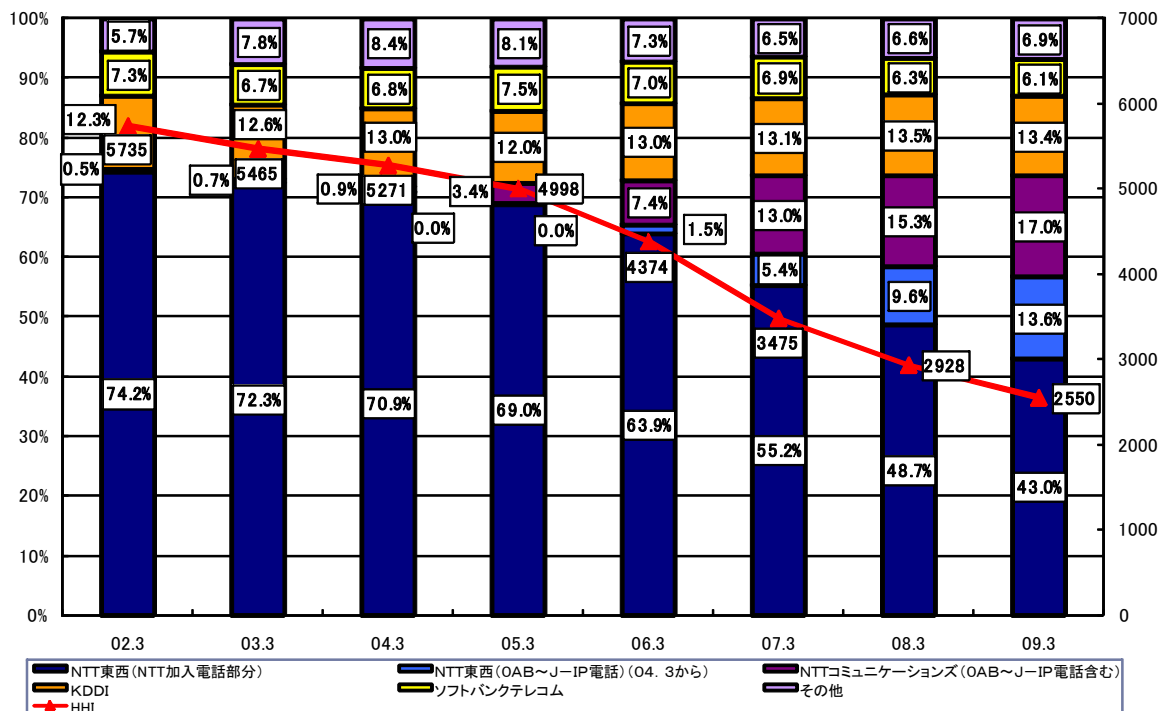
【図表Ⅰ－２６ 中継電話（市内・全国）の契約数におけるシェアの推移】



(注) OABJ-IP電話の03年3月末、04年3月末時点の利用数は事業者アンケートによる。

(出所) 総務省資料、マイライン協議会資料

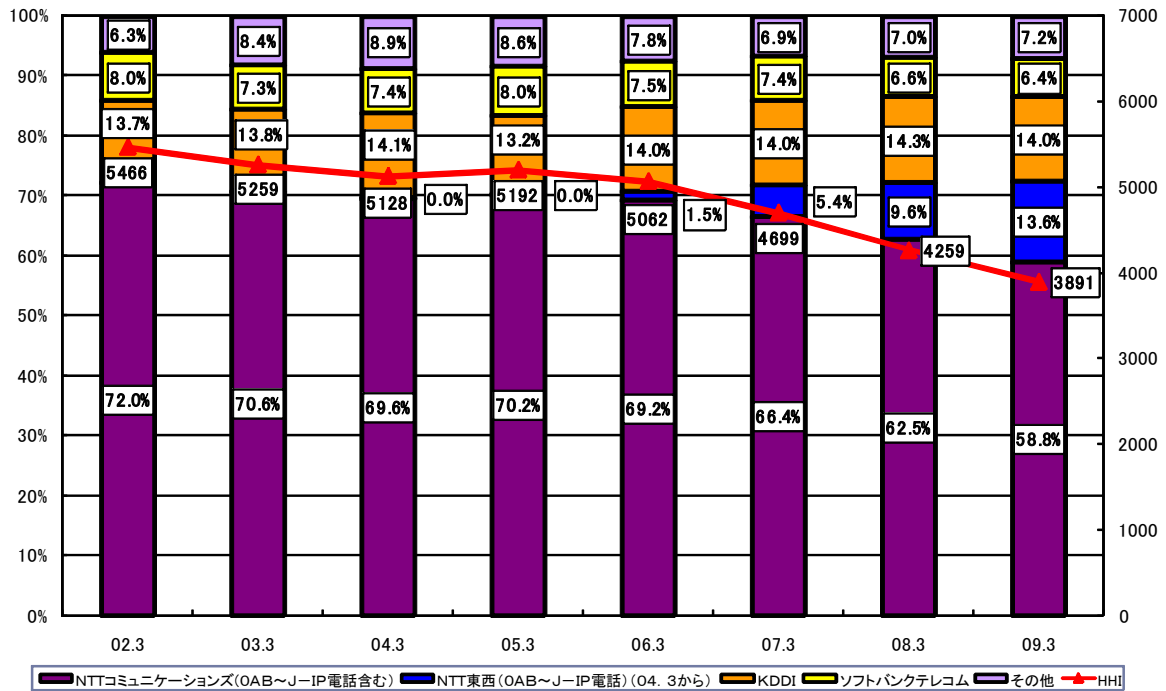
【図表Ⅰ－２７ 中継電話（県内市外・全国）の契約数におけるシェアの推移】



(注) OABJ-IP電話の03年3月末、04年3月末時点の利用数は事業者アンケートによる。

(出所) 総務省資料、マイライン協議会資料

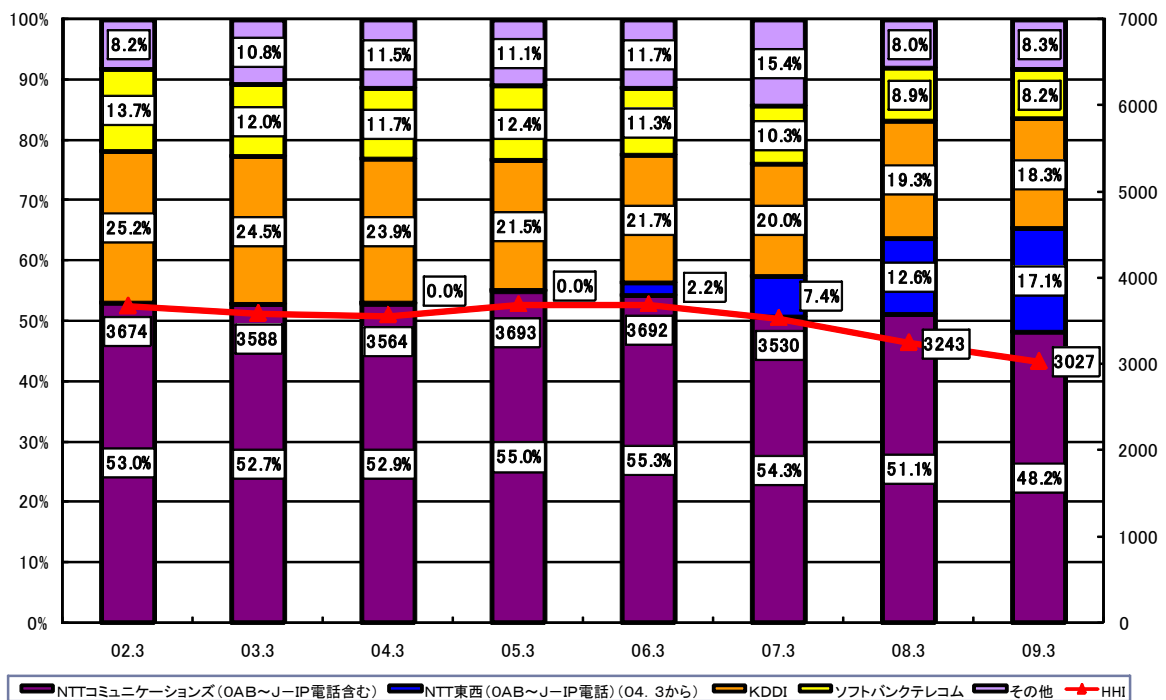
【図表 I - 2 8 中継電話（県外・全国）の契約数におけるシェアの推移】



(注) OABJ-IP電話の03年3月末、04年3月末時点の利用数は事業者アンケートによる。

(出所) 総務省資料、マイライン協議会資料

【図表 I - 2 9 中継電話（国際・全国）の契約数におけるシェアの推移】



(注) OABJ-IP電話の03年3月末、04年3月末時点の利用数は事業者アンケートによる。

(出所) 総務省資料、マイライン協議会資料

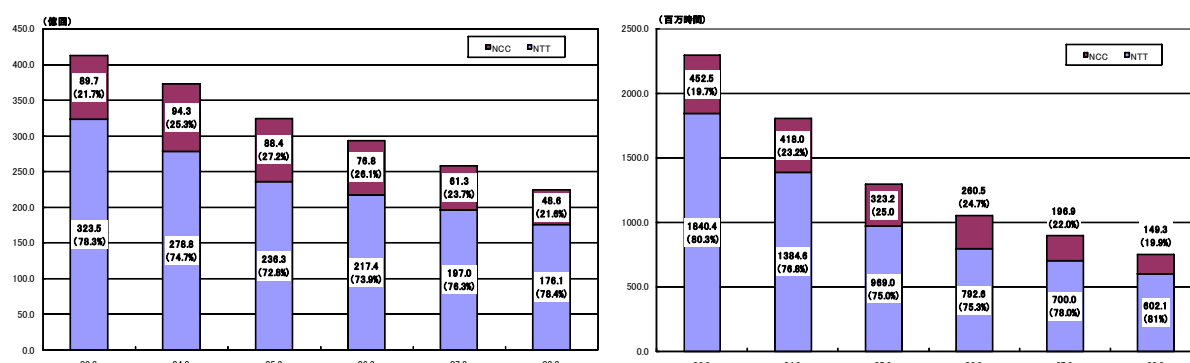
なお、中継電話について、東日本、西日本の地理的市場に分け、上位3社シェアを見ると、双方共に全国と同様HHIが高い水準にある。

【図表 I－30 中継電話4区分（東西別）の契約数における上位3社シェア（08年3月）】

	市内		県内市外		県外		国際	
	東日本	西日本	東日本	西日本	東日本	西日本	東日本	西日本
HHI	4353	4163	4013	3819	4749	4961	3441	4017
第1社シェア	NTT東 63.1%	NTT西 60.8%	NTT東 59.8%	NTT西 57.3%	NTT コミュニケーションズ 66.8%	NTT コミュニケーションズ 68.5%	NTT コミュニケーションズ 53.5%	NTT コミュニケーションズ 59.5%
第2社シェア	NTT コミュニケーションズ 14.2%	NTT コミュニケーションズ 17.4%	NTT コミュニケーションズ 14.8%	NTT コミュニケーションズ 18%	KDDI 13.5%	KDDI 13.5%	KDDI 19.6%	KDDI 18.4%
第3社シェア	KDDI 11.4%	KDDI 11.2%	KDDI 12.7%	KDDI 12.7%	ソフトバンク テレコム 6.9%	ソフトバンク テレコム 6.8%	ソフトバンク テレコム 9.7%	ソフトバンク テレコム 9.0%
上位3社 シェア	88.6%	89.4%	87.3%	88.0%	87.1%	88.8%	82.8%	86.9%

中継電話については、契約数における事業者シェアの他に、通信量（通信回数、通信時間）における事業者シェアを把握することが可能である。そこで、市内通話、県内市外通話、県外通話に係る通信量におけるNTTグループ（NTT東西及びNTTコミュニケーションズ）のシェアの推移を、また国際通話に係る通信量におけるKDDIのシェアの推移を通信回数と通信時間の別に見る¹⁵と、07年度におけるNTTグループのシェアは、市内通話で78.4%（通信回数）と80.1%（通信時間）、県内市外通話で60.9%（通信回数）と64.3%（通信時間）、県外通話で49.4%（通信回数）と51.0%（通信時間）、国際通話についてのKDDIのシェアは22.8%（通信回数）と23.6%（通信時間）となっている。契約数におけるシェアと比較して、県内市外通話と県外通話に関しては、NTTグループのシェアが低くなっている。

【図表 I－31 通信量（通信回数・通信時間）によるNTTシェアの推移（市内通話）】

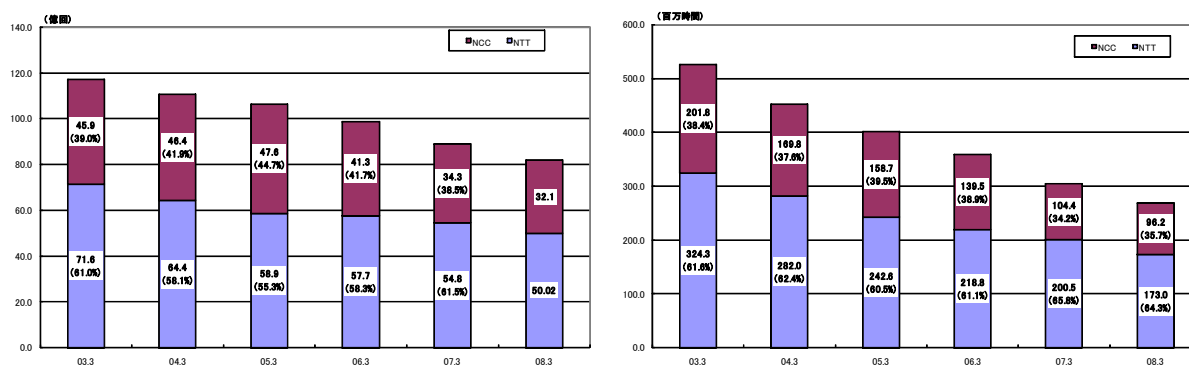


（注）ここでのNTTとは、NTTグループのうち、NTT東西、NTTコミュニケーションズを指す。

（出所）総務省資料

¹⁵通信量は集計に時間を要することから、07年度のデータが最新である。なお、データの制約上、この通信量データには、0ABJ-IP電話及び050-IP電話のトラヒックは含まれない。

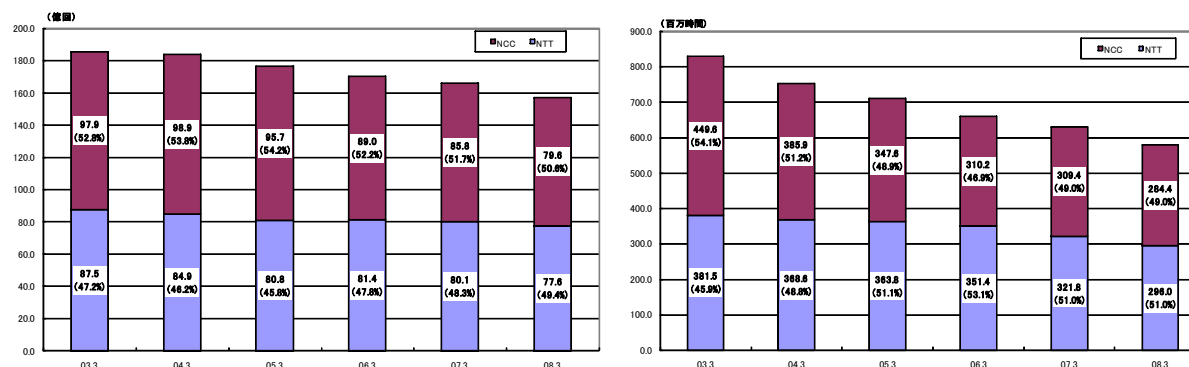
【図表Ⅰ－３２ 通信量（通信回数・通信時間）によるＮＴＴシェアの推移（県内市外通話）】



（注）ここでのＮＴＴとは、ＮＴＴグループのうち、ＮＴＴ東西、ＮＴＴコミュニケーションズを指す。

（出所）総務省資料

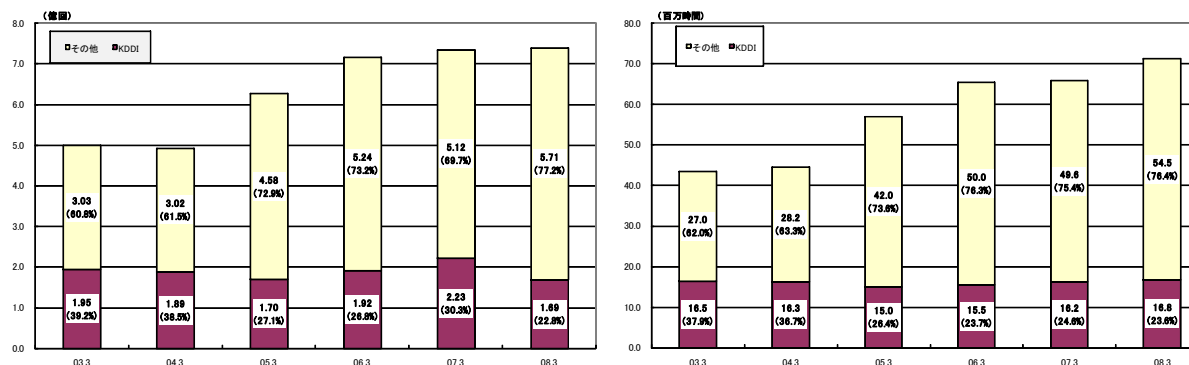
【図表Ⅰ－３３ 通信量（通信回数・通信時間）によるＮＴＴシェアの推移（県外通話）】



（注）ここでのＮＴＴとは、ＮＴＴグループのうち、ＮＴＴコミュニケーションズを指す。

（出所）総務省資料

【図表Ⅰ－３４ 通信量（通信回数・通信時間）によるＫＤＤＩシェアの推移（国際通話）】



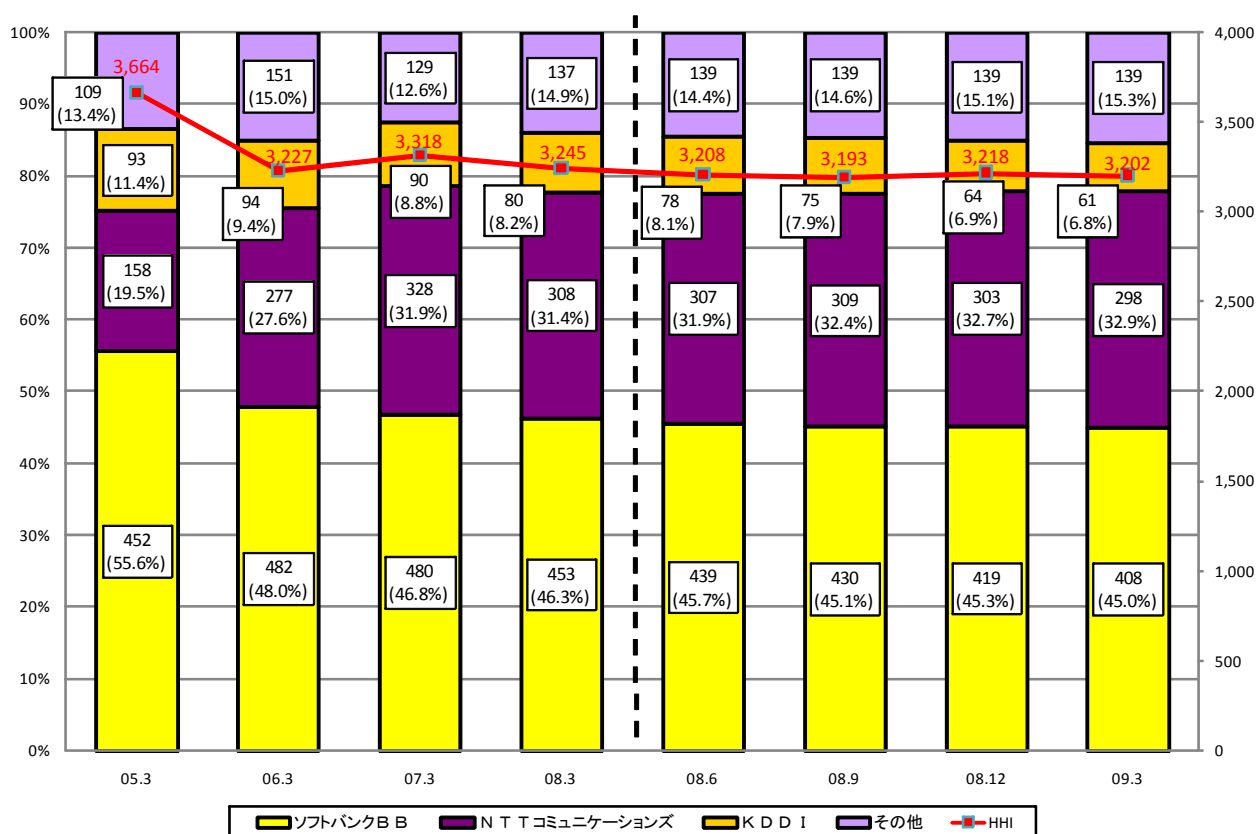
（注）０５年３月から報告対象事業者の範囲を拡大しているため、単純に比較はできない。

（出所）総務省資料

０５０－ＩＰ電話については、上位３社のシェアは０９年３月末で８４．７％となっており、０７年以降ほぼ横ばいである。ＨＨＩについても、０６年以降大きな変化は無く、０９年３月末で３２０２となっている。

ただし、利用数のシェアは、番号の指定を受けている事業者から卸売サービスの提供を受けて小売サービスを行っている事業者のシェアが反映されていない点には留意することが必要である。

【図表Ⅰ－３５ ０５０－ＩＰ電話における上位３社シェアの推移】



(出所) 総務省資料

3. 地理的市場別の分析

固定電話領域の地理的市場については、原則としてNTT東西の業務区域を踏まえた東日本・西日本の2地域として画定しているが、電力系事業者が参入しているOABJ-IP電話に関連した動向も踏まえ、必要に応じて電力系事業者の業務区域を踏まえた全国10の地域ブロックについても分析を行うこととしている。ここでは特に、全国10の地域ブロックについての分析を行う。

(1) 契約数

固定電話領域の各地域ブロックの契約数を見ると、関東が全国の36.5%を占め、関東と近畿のみで5割を超え、東海を加えると65%に達する。なお、データ入手の制約上、OABJ-IP電話を除いた契約数は08年3月時点、OABJ-IP電話の番号利用数は08年9月時点の地域ブロック別の各者内シェアを用いて08年3月時点の利用数を割り当てたものを用いている。

【図表 I-36 全国10の各地域ブロックの契約数、全国に対する比率（08年3月）】

区 分	北海道	東北	関東	東海	北陸
契約数	264 万	495 万	2,159 万	702 万	129 万
比率	4.5%	8.4%	36.5%	11.9%	2.2%
区 分	近畿	中国	四国	九州	沖縄
契約数	1,002 万	344 万	184 万	576 万	52 万
比率	17.0%	5.8%	3.1%	9.8%	0.9%

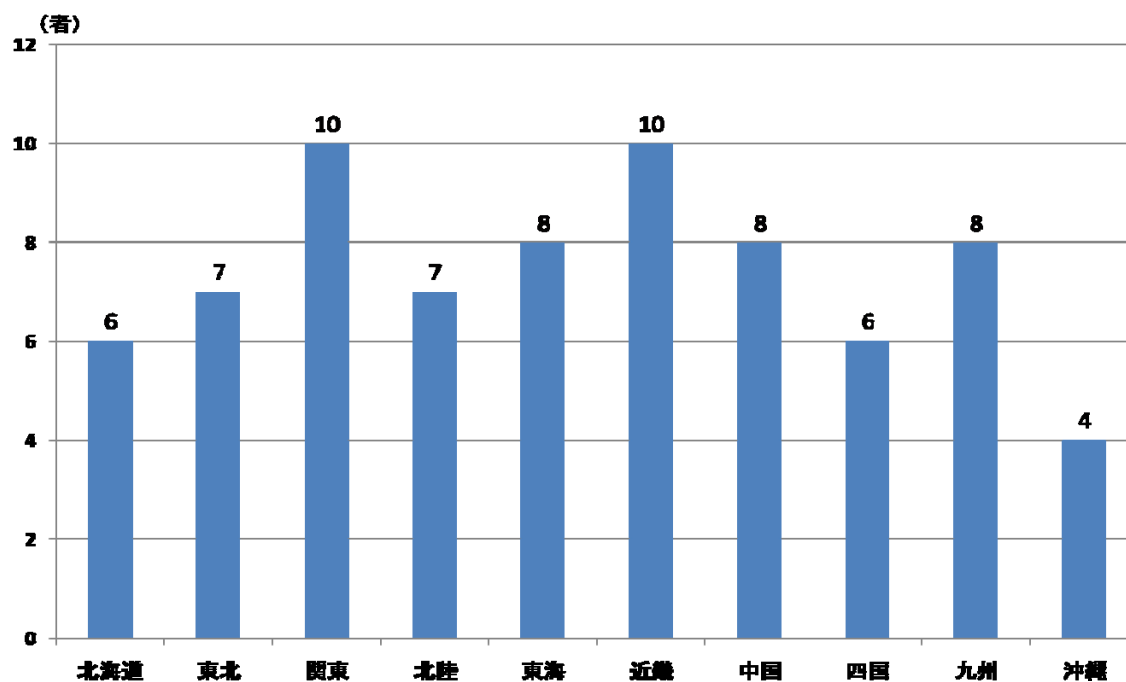
（注） 東海ブロックについては、NTT東が提供している地域とNTT西が提供している地域を合算し、NTT東西1社として計算している。

（出所）総務省資料

(2)事業者数

各地域ブロックの事業者数を見ると、最も多い関東、近畿で10者、最も少ない沖縄で4者がサービスを提供しており、一つの事業者が単独でサービスを提供している地域ブロックは存在しない。

【図表 I－37 全国10の各地域ブロックの事業者数（08年）】



(注) J : COMグループについては、各ブロックで1者として扱っている。

(出所) 総務省資料

(3)市場集中度

固定電話（加入部分）の各地域ブロックにおける市場集中度を見ると、どの地域ブロックにおいても上位３社シェアの合計は１００％に近く、HHIも極めて高い。

しかしながら、前年と比較するといずれの地域ブロックにおいてもHHIは引き続きわずかながら低下してきている。

【図表Ⅰ－３８ 固定電話（加入部分）に関するシェア等（０８年３月）】

区 分	北海道	東北	関東	東海	北陸
参入事業者数	６者	７者	１０者	８者	７者
HHI	8,116	8,811	7,261	8,083	8,914
上位１社シェア	89.8%	93.8%	84.7%	89.6%	94.3%
上位２社シェア	96.6%	97.8%	93.0%	96.0%	97.7%
上位３社シェア	98.7%	99.8%	96.7%	98.3%	99.9%
区 分	近畿	中国	四国	九州	沖縄
参入事業者数	１０者	８者	６者	８者	４者
HHI	6,444	8,661	8,623	7,821	8,659
上位１社シェア	79.5%	93.0%	92.7%	88.2%	92.9%
上位２社シェア	88.2%	96.2%	96.5%	93.1%	98.0%
上位３社シェア	92.0%	97.8%	98.2%	95.3%	100.0%

（注）東海ブロックについては、NTT東が提供している地域とNTT西が提供している地域を合算し、NTT東西１者として計算している。

（出所）総務省資料

4. IP電話市場としての市場分析

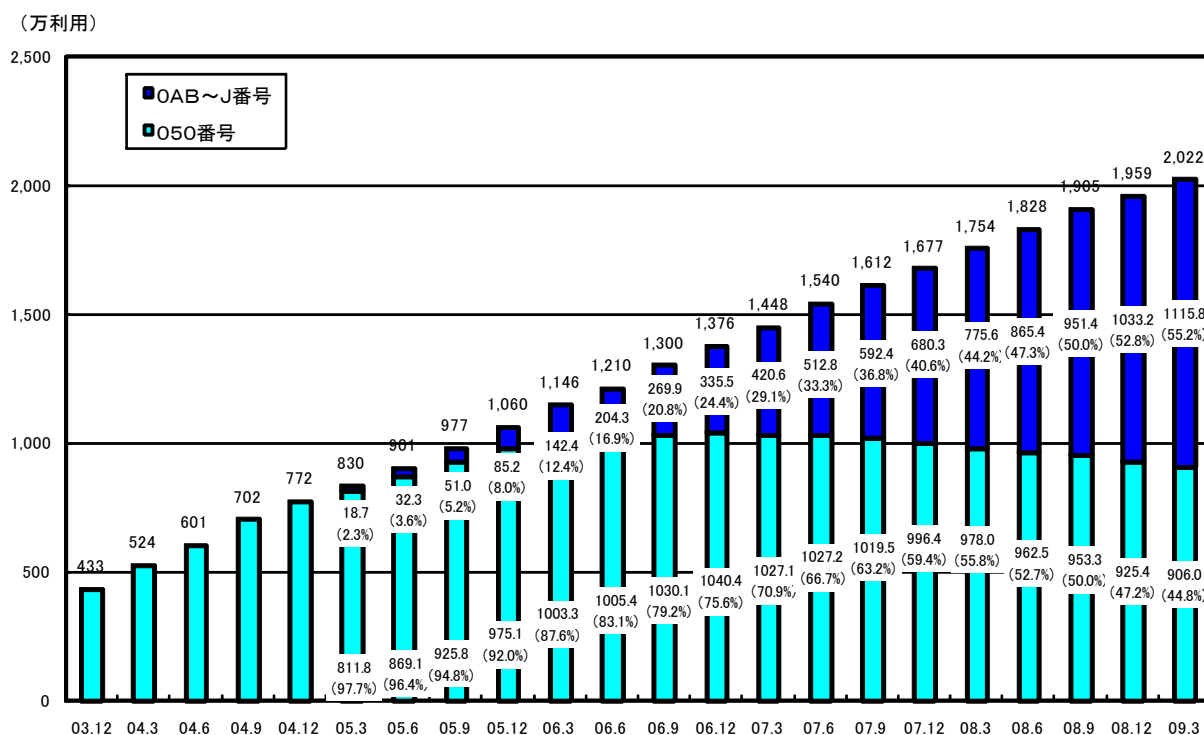
050-IP電話と0ABJ-IP電話については、この区別を認識していない利用者も多く、各種統計データにおいても両者を合計して収集整理することが一般的に行われている。また、技術的にも似通っている点が多い。

そのため、05～07年度と同様に08年度においても、050-IP電話と0ABJ-IP電話を「IP電話市場」として一括りとし、競争状況を分析した。

(1) 利用数

IP電話全体の利用数は、09年3月末時点で約2021.8万であり、固定電話契約数の約3割強に相当する。また、0ABJ-IP電話がその割合を急速に伸ばしており、IP電話全体に占める割合は、08年3月末時点の050-IP電話55.8%、0ABJ-IP電話44.2%に対し、09年3月末時点で050-IP電話が44.8%、0ABJ-IP電話が55.2%と逆転している。

【図表 I-39 IP電話の利用数の推移】



(注1) 04年3月末以降については、電気通信事業報告規則第2条に基づき報告された数値を用いている。

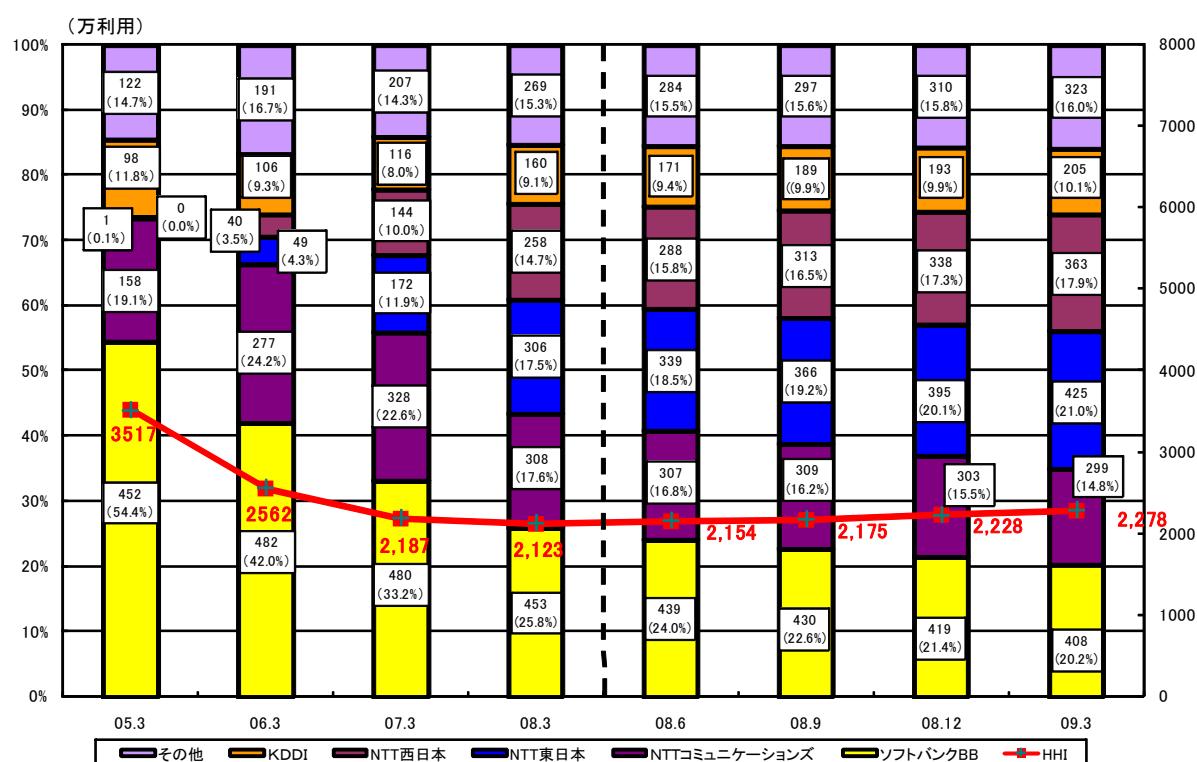
(注2) 04年12月末以前については、050番号及び0ABJ番号の合算値となっている。

(出所) 総務省資料

(2)市場集中度

I P電話全体の利用数における事業者別シェアの推移を見ると、NTT東西が1位でシェア38.9%を占め、増加傾向にあるのに対し、ソフトバンクBBのシェアが20.2%と減少傾向にある。この背景の一つには、I P電話全体の利用数において、NTT東西がシェア1位である0ABJ—I P電話の利用数の割合が増加しているのに対し、ソフトバンクBBがシェア1位である050—I P電話の利用数の割合が減少していることが挙げられる。また、上位3社シェアは73.9%と、依然として高い水準にある。

【図表 I－40 I P電話全体の利用数における上位シェアの推移】



(注1) 番号指定を受けている者に限る。

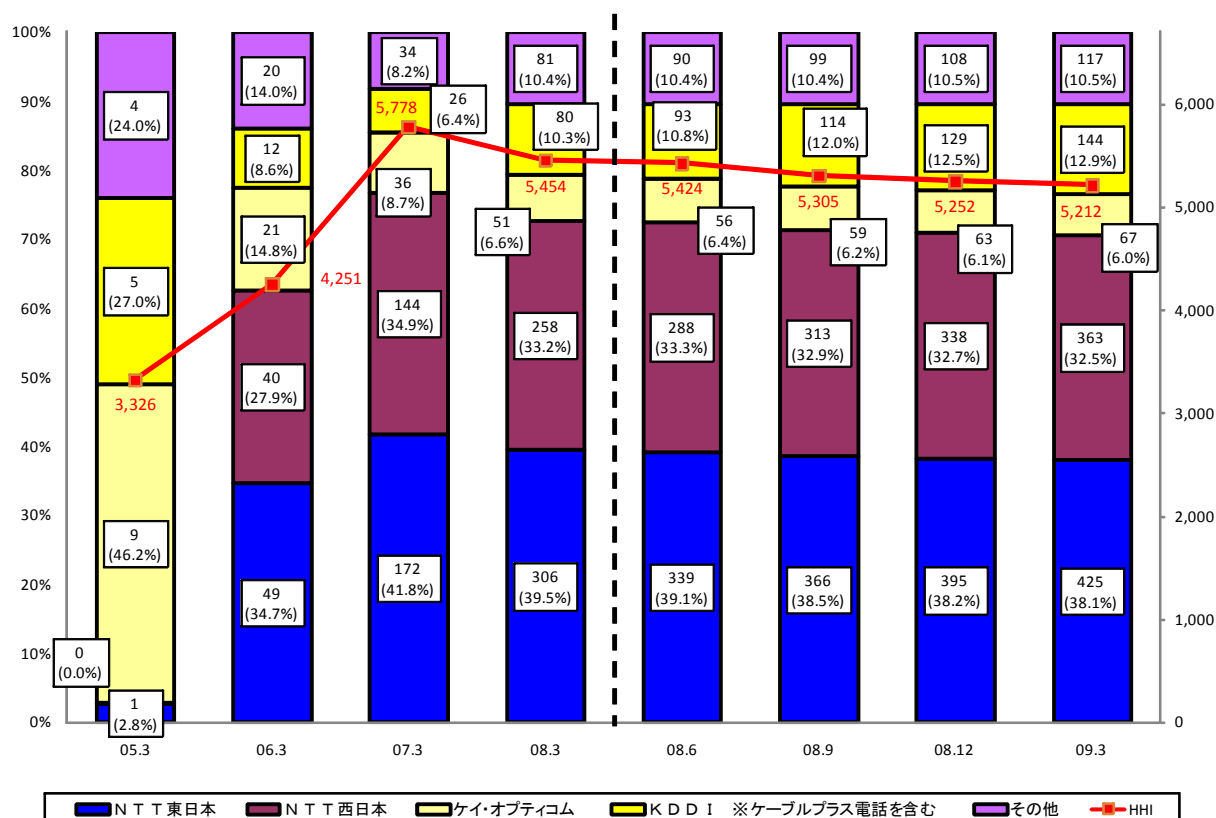
(注2) HHIはNTT東西を1者として算出している。

(出所) 総務省資料

I P電話のうち、050—I P電話については、既に通話部分の箇所で記述しているのでここでは省略する。

ＯＡＢＪ－ＩＰ電話については、シェア１位のＮＴＴ東西が０９年３月時点で７０．６％を占めている。サービス立ち上がり直後の０５年３月時点においては、ケイ・オプティコムやＫＤＤＩが先行したが、ＮＴＴ東西のサービス提供が本格化するに伴い、０７年に入るまでにＮＴＴ東西のシェアが急増し、その後、ほぼ横ばいとなっている。また、ケイ・オプティコムのシェアが減少傾向にあるが、ＫＤＤＩは増加傾向にある。上位３社シェアを見ると、８９．５％と減少しているが、依然として高度に寡占的であると言える。

【図表Ⅰ－４１ ＯＡＢＪ－ＩＰ電話の利用数における上位３社シェアの推移】



(注１) 番号指定を受けている者に限る。

(注２) HHIはNTT東西を１者として算出している。

(出所) 総務省資料

5. 競争状況の評価

(1)2008年度の動向

1)NTT東西のシェアの動向

固定電話全体の契約数は年々減少傾向にあり、09年3月末時点で5,846万加入となっている。この中に占めるNTT東西のシェア（NTT加入電話及びOABJ－IP電話）は漸減傾向にあるものの、09年3月末時点で84.7%であり、依然として高い水準にあると言える。

また、直収電話は依然増加傾向にあるものの、その伸びがやや鈍化し、CATV電話は減少に転じている。

2)IP電話市場の拡大

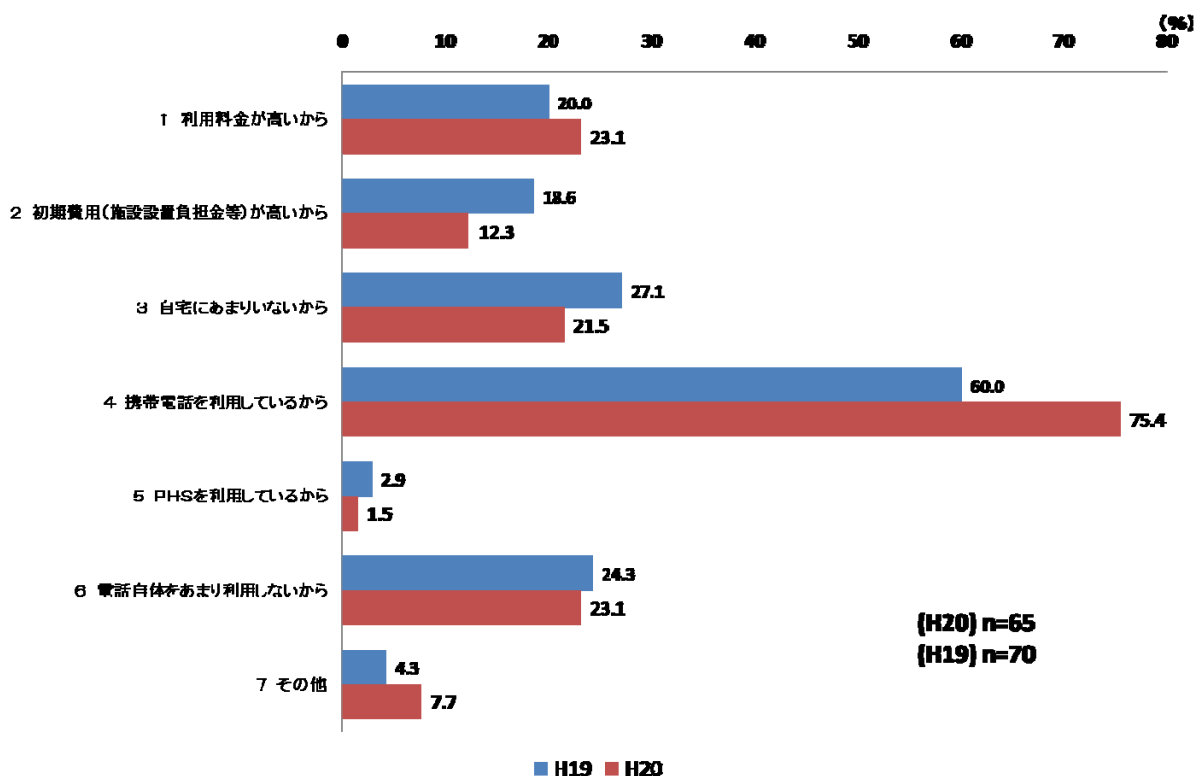
一方、FTTHの普及拡大に伴い、OABJ－IP電話が大きく伸張しており、09年3月末時点で利用数は約1,116万に達し、直収電話の契約数を大きく上回るに至っている。

(2)利用者の観点からの考察

固定電話領域に関する利用者の意向について、「平成20年度電気通信サービスモニターに対する第1回アンケート調査」¹⁶の結果から主要な点について考察する。

固定電話領域のサービスを利用しないという消費スタイルの者について、その理由を集計すると、「携帯電話を利用しているから」が75.4%に達している。固定電話、移動体通信と利用シーン別で端末を分けることなく、一つの端末で電話サービスを利用する傾向が強まっている可能性がある。

【図表 I - 4 2 固定電話サービスに加入していない理由（2点まで）】

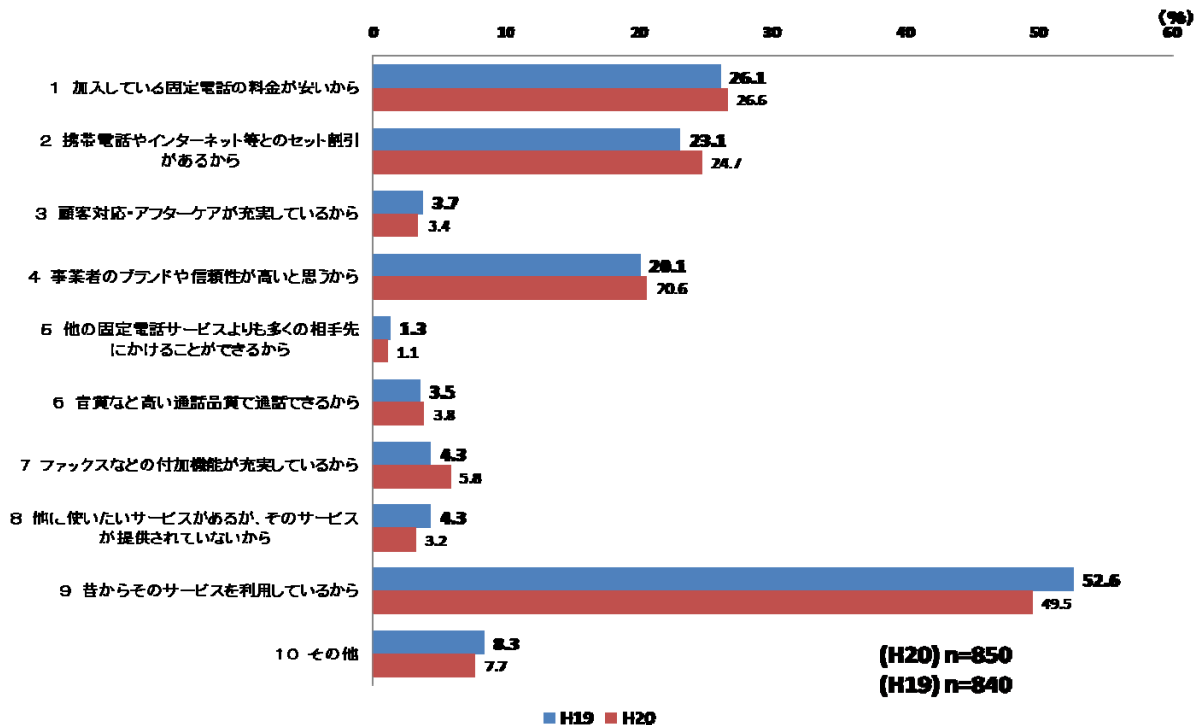


(出所) 総務省「平成19年度電気通信サービスモニターに対する第1回アンケート調査結果」
「平成20年度電気通信サービスモニターに対する第1回アンケート調査結果」

次に、固定電話サービス加入者のサービスの選択理由としては、「昔からそのサービスを利用している」が49.5%と最も多くなっており、その次に料金に関する理由、また提供事業者への信頼性に関する理由が挙げられている。全体として、昨年と比べて大きな変化は見られないが「携帯電話やインターネット等とのセット割引があるから」を挙げる回答者が微増している。

¹⁶ 09年4月10日公表。http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/02kiban08_000008.html を参照。

【図表 I－43 加入している固定電話サービスの選択理由（2点まで）】



（出所）総務省「平成19年度電気通信サービスモニターに対する第1回アンケート調査結果」、
「平成20年度電気通信サービスモニターに対する第1回アンケート調査結果」

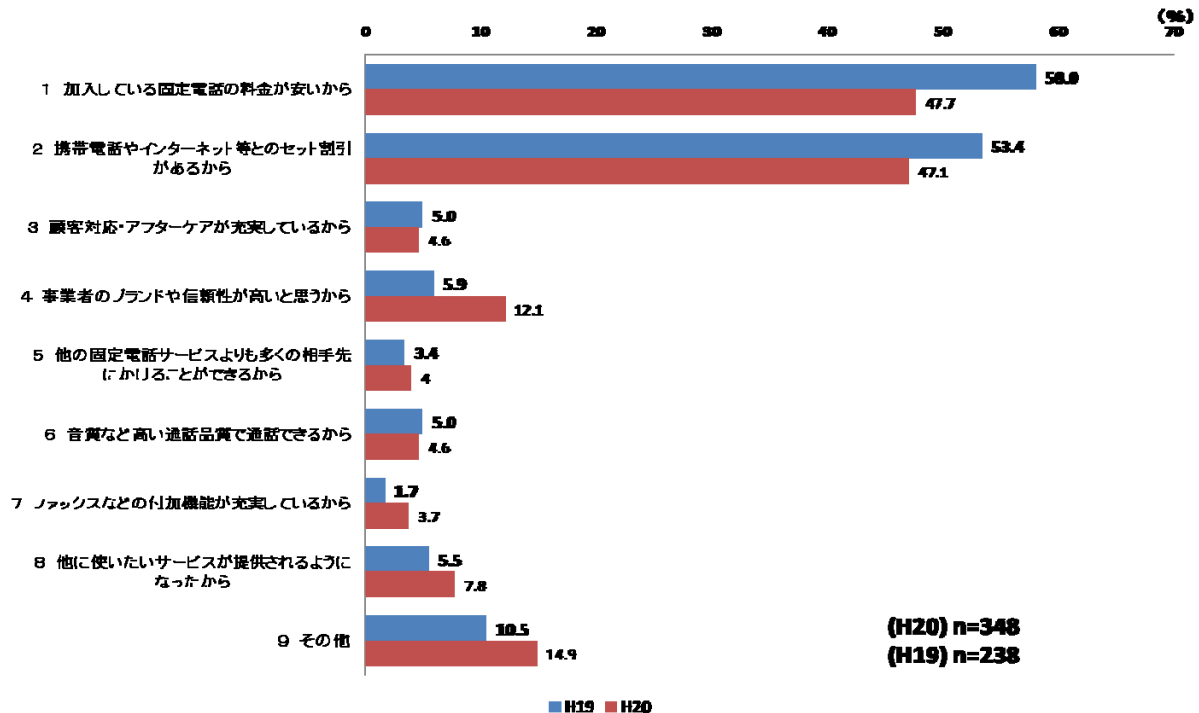
さらに、加入している固定電話サービスについて、他の固定電話サービスから変更して現在のものを利用している者と、以前から現在利用している固定電話サービスを使い続けて変更していない者とを分けて集計した。

固定電話サービスを変更した理由としては、「加入している固定電話の料金が安いから」が47.7%、次に「携帯電話やインターネット等とのセット割引があるから」が47.1%と、昨年に比べれば減少しているものの、料金面の理由を挙げている者が最も多い。なお、「事業者のブランドや信頼性が高いと思うから」を挙げた回答者が12.1%と昨年の倍以上に増加している。この点に関しては、平成20年度の電気通信事故件数が平成19年度の151件から189件へ増加、特に、重大な事故の件数が11件から18件へ大幅に増加¹⁷していることが影響を及ぼしている可能性も考えられる。

これに対し、一度も固定電話サービスを変更したことが無い者の理由としては、「事業者のブランドや信頼性が高いと思うから」が43.8%と最も高い。また、セット割引など料金面の理由を挙げた回答者が増加している。

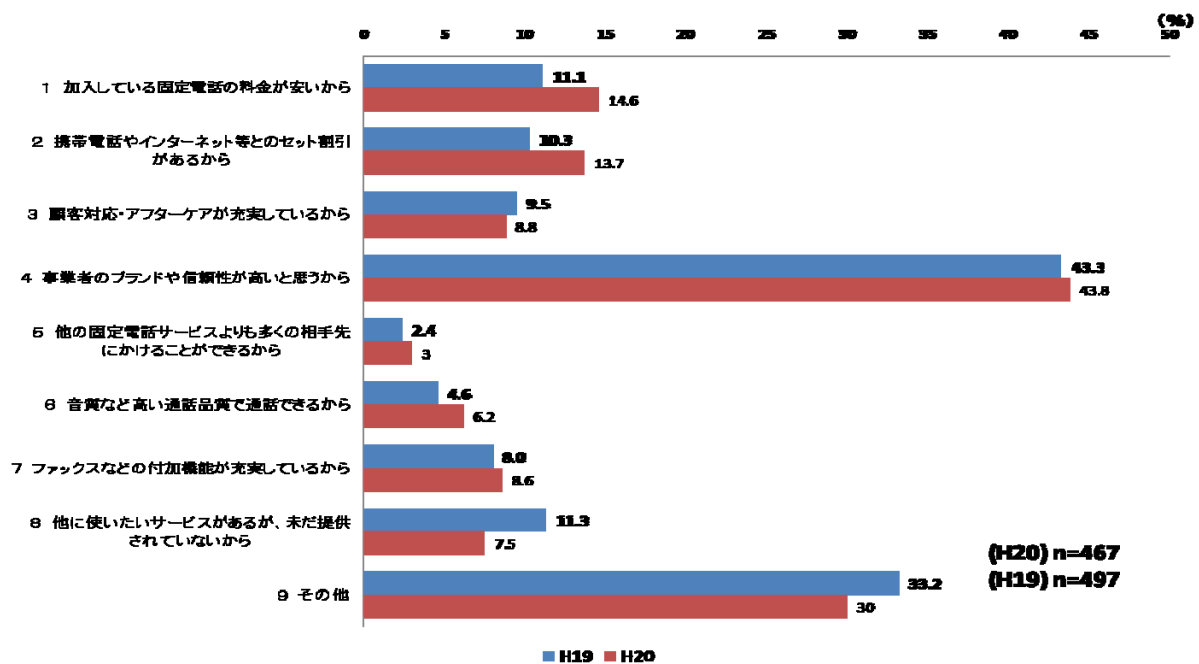
¹⁷ 「電気通信事故発生状況（平成20年度）」（総務省、09年5月21日公表）

【図表Ⅰ－４４ 現在加入している固定電話サービスに変更した理由（２点まで）】



（出所）総務省「平成１９年度電気通信サービスモニターに対する第１回アンケート調査結果」、
「平成２０年度電気通信サービスモニターに対する第１回アンケート調査結果」

【図表Ⅰ－４５ 現在加入している固定電話サービスを変更していない理由（２点まで）】



（出所）総務省「平成１９年度電気通信サービスモニターに対する第１回アンケート調査結果」、
「平成２０年度電気通信サービスモニターに対する第１回アンケート調査結果」

携帯電話を常時使用する回答者の増加、他のサービスとのセット割引など料金水準を重視する回答者数等を考慮すれば、固定電話と携帯電話のセット提供、あるいは固定電話とインターネット接続のセット提供など他領域のサービスに固定電話市場におけるシェアが影響することもある¹⁸。なお、この調査はあくまでモニター調査であり、以下の考察が利用者全体及びその代表的な利用者の意向とは必ずしも一致しない可能性があることに留意が必要である。

(3)市場支配力

1)固定電話市場(加入部分)

① 市場支配力の存在

以下の判断要素等を総合的に勘案し、N T T東西が市場支配力を単独で行使し得る地位にあると評価する。現存の市場構造や事業者間の競争状況においては、一定の競争ルールが存在なしには、シェア1位のN T T東西が単独で価格その他各般の条件を左右し得る地位にある蓋然性が高い。

a)量的基準

固定電話市場（加入部分）におけるN T T東西の市場シェアは、近年緩やかな減少傾向にあるものの、09年3月末時点で84.7%と、依然として他の競争事業者のシェアとの差は大きく、市場では引き続き大きな存在となっている。

この傾向は地理的市場個別に見ても同様で、08年3月末時点で東日本地域においては87.0%、西日本地域では86.7%となっており、全国10地域に分けた場合は関東、近畿を除けば他8地域でシェアは90%を超えている。

b)その他の主な判断要素

N T T東西は、契約数において大きな市場シェアを占めているだけでなく、設備面でも引き続きシェアが大きい。08年3月時点で、メタルと光ファイバ等を合わせた加入者回線数シェアは91.0%、光ファイバのみを見ても78.9%、メタルの

¹⁸なお、固定電話サービスの料金について、総務省にてO E C Dモデルに基づく内外価格差に関する調査を行っている。(最新のものは、http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/2008/080801_8.htmlを参照。)これによると、O E C Dモデルに基づく東京の料金は、住宅用はソウルに次いで安く、通常料金は平均的、割引料金は中位の水準、事務用はソウル、ニューヨークに次いで安く、通常料金、割引料金とも中位の水準にあるとされている。

みを見ると99.8%となっており、不可欠設備を保有している状況にある¹⁹。

このため、競争事業者がサービスを提供する際に、NTT東西の設備を借り受けることが必要な場合があり、この設備利用に関する各種手続等を通じて、競争事業者に影響を与えることが可能である²⁰。

なお、独占的な市場であるため、協調による市場支配力については省略する。

② 市場支配力の行使

以下の判断要素等を総合的に勘案し、現行の規制や市場の環境下においては、NTT東西が単独で市場支配力を行使する可能性は低いと評価する。

NTT東西には、第一種指定電気通信設備に基づく接続規制、行為規制、プライスキップなどのサービス規制が適用されており、市場支配力の行使を抑止・牽制するための一定の歯止めとなる措置が講じられている。総務省では、指定電気通信設備の範囲やNTTグループに係る累次の公正競争要件（活用業務認可制度に係るものを含む。）の有効性について定期的に検証することを目的として「競争セーフガード制度」を07年度から運用しており、これによりこれら措置の有効性を担保している。

また、新型直収電話やOABJ-IP電話の提供のように、シェアは小さいながらも、NTT東西の競争事業者が価格面・サービス面で競争を展開している状況にあり、特に後者のOABJ-IP電話は今後の更なる伸張も期待される。そのため、NTT東西が固定電話に関する料金を引き上げるインセンティブは働きにくいと考えられる。

ただし、モニターアンケート調査結果を考慮すれば、他領域のサービスとのセット提供と固定電話サービスの選択が関連している可能性がある。例えば、FTH市場でのNTT東西のシェア増大（09年3月末時点で74.1%）に対してOABJ-IP電話とのセット提供が寄与している可能性があると考えられる。

また、競争事業者からは、NTT東西が保有するNTT加入電話の顧客情報によって営業面等で競争事業者に対して優位である可能性について指摘がある。このような状況を踏まえれば、固定電話市場における市場支配力のFTH市場等他市場でのレバレッジの有無等について、引き続き注視が必要である。

¹⁹この中には、固定電話向けのネットワークのみならず、インターネット接続や法人向けネットワーク等に用いられるものも含まれている。

²⁰例えば、新型直収電話のサービス提供は、NTT東西のドライカップの利用により成り立つ。

2)中継電話(部分市場)

① 市場支配力の存在

以下の判断要素等を総合的に勘案し、NTTグループが単独又は複数の事業者が協調して市場支配力を行使し得る地位にあると評価する。

a)量的基準

中継電話市場におけるシェア1位のNTTグループのシェアは09年3月末時点で市内が75.9%、県内市外が73.6%、県外が72.4%、国際が65.3%となり、競争事業者のシェアとの差は大きく、またシェアは安定的である。上位3社シェアは市内が88.2%、県内市外が87.0%、県外が86.4%、国際が83.6%であり、HHIは市内が2736、県内市外が2550、県外が3891、国際が3027となっており、市場は高度に寡占的である。

b)その他の主な判断要素

NTT加入電話に係る中継電話部分のマイラインやマイラインプラスは、利用者が提供事業者を変更する際には電話番号毎に「マイライン登録料(税込840円)」を支払う必要があり、諸手続を含めると相当程度のスイッチングコストが生じる。

また、NTTコミュニケーションズは直収電話に参入するのではなく、プラチナラインの提供によるNTT加入電話に係る中継電話部分の低廉な通話料で競争を行っている。NTT東西とNTTコミュニケーションズは資本関係を有していることから、両者の間に一定の結び付きが存在する可能性があり、協調の要因となることが考えられる。一方で、NTTグループ、KDDI、ソフトバンクテレコムの間での協調関係を考慮する必然性は低い。

さらに、固定電話における通話サービスは同質的であり、市場も成熟していると考えられる。

② 市場支配力の行使

以下の判断要素等を総合的に勘案し、NTTグループが単独又は複数の事業者が協調して市場支配力を行使する可能性は低いと評価する。

OABJ-IP電話の伸びが大きく、全体としては減少傾向にあるNTT加入電話

に係るマイライン・マイラインプラスに基づくNTTグループの中継電話でのシェア拡大には一定の制約があると考えられる。ただし、この点については、今後のOABJ-IP電話におけるNTT東西のシェアの推移を注視する必要がある。

また、通話における機能や効用が類似し、中継電話より安価な050-IP電話やソフトフォンが潜在的な競争圧力として存在するため、少なくとも短期的に見てNTTグループが中継電話の料金を引き上げる誘因は低いと考えられる。

3)050-IP電話(部分市場)

① 市場支配力の存在

a)単独での市場支配力

以下の判断要素等を総合的に勘案し、単独で市場支配力を行使し得る地位にある事業者は存在しないと評価する。

i)量的基準

050-IP電話市場におけるシェア1位のソフトバンクBBのシェアは09年3月末時点で45.0%、2位のNTTコミュニケーションズは32.9%となっており、双方ともにほぼ横ばいで、シェアが拮抗している状況にある。

ii)その他の主な判断要素

050-IP電話市場においては、参入は他の各種固定電話サービスと比較して容易であり、事業者数も多く、価格面やサービス面で活発な競争が展開されていると考えられる。

b)複数の事業者による市場支配力

以下の判断要素等を総合的に勘案し、複数の事業者が協調して市場支配力を行使し得る地位にあると評価する。

i)量的基準

０５０－ＩＰ電話市場における上位３社シェアの合計は、０９年３月末時点で８４．７％、ＨＨＩは３２０２となっており、市場は高度に寡占的である。また、０７年以降このシェアはほぼ横ばいである。

ii)その他の主な判断要素

０５０－ＩＰ電話のサービス内容や料金体系、品質等においては、同一サービスの加入者間の通話無料等の割引料金等、事業者毎のサービス間に一定の同質性が生まれる傾向があると考えられる。

また利用数が緩やかな減少傾向にあるため、０５０－ＩＰ電話市場は成熟しつつあると考えられ、新たな利用者獲得の中でのシェア獲得競争といったものが起こりにくい状況にある。

② 市場支配力の行使

以下の判断要素等を総合的に勘案し、シェア上位の複数の事業者が協調して市場支配力を行使する可能性は低いと評価する。

０５０－ＩＰ電話はＡＤＳＬ等のブロードバンドの付加サービスの的な位置付けであり、音声通話が安価に実現できることが重要な意味を持っている。また、音声同一サービスの加入者間での通話無料等の割引料金が定着しており、利用者にも認識されている。このため、０５０－ＩＰ電話に関する利用料を引き上げるインセンティブは働きにくいと考えられる。

さらに、潜在的な競争圧力として、中継電話やソフトフォンが存在している。これらは安価な音声通話を実現するものとして、効用が類似している上、０５０－ＩＰ電話よりもより安価なサービスを提供しているものもある。これらとの需要の代替性が一定程度存在している点を考えると、この点からも利用料を引き上げるインセンティブが働きにくいと判断できる。

(4)今後の注視事項

以上の評価結果を踏まえつつ、評価結果としての今後の注視事項として、以下を指摘することができる。

他の領域とのセット提供の動向について今後とも注視すべきである。特に、NTT東西の固定電話市場における市場支配力の隣接市場へのレバレッジに関しては、固定電話の加入市場全体においてはNTT東西のシェアは減少傾向にあるものの、FTTHとセットで提供されるOABJ-IP電話がその歯止めとなるとともに、逆にFTTH市場におけるNTT東西のシェア上昇に繋がっている可能性があると考えられる。

また、転居等に伴うNTT加入電話移転手続の際にBフレッツサービスの営業活動が行われているとの指摘もある²¹。これらを踏まえれば、固定電話市場における市場支配力のブロードバンド市場等隣接市場へのレバレッジの有無については、今後も注視していく必要がある。

この他、固定電話市場における競争状況については、引き続き固定電話領域内の競争状況、ソフトフォンの普及動向、FMCの進展に伴う固定・移動の融合・連携の進捗、サービスのバンドル化の進展等を注視していくことが必要である²²。

²¹例えば「競争セーフガード制度の運用に関する意見及びその考え方」（総務省、09年2月25日公表）における意見48において、イーアクセス、イーモバイルが「ユーザがNTT116窓口において、加入電話移転転居の手続を行った際に、ユーザからBフレッツに関する問合せを行っていないにも拘らず、現状の他社サービスの利用状況を確認された上で、移転先においてBフレッツサービスの勧誘が奨励されていないか等」についての検証が必要とする意見、ケイ・オプティコムが「マーケティング調査のために、フレッツ光ユーザに対しフレッツ光を選択した理由やきっかけをお聞きしたとき、加入電話の移転のためにNTTに連絡・相談した際にフレッツ光に誘導されたのとれる回答が散見されました。」との意見を提出している。ただし、この意見に対して、NTT東日本、NTT西日本は顧客情報の適切な取扱いや委託業務で知り得た情報の目的外利用の禁止について業務委託契約に規定する等、適切な措置を講じている旨意見を提出している。

²²なお、FMCやサービスのバンドル化に関しては、第V章「新サービスの市場競争への影響に関する分析」において利用者の需要動向等に関して基礎的な分析を行っている。

【参考】 固定電話の各サービスにおける主な料金(09年4月時点)

(1)NTT加入電話、新型直収電話、CATV電話の料金

事業者名		基本料				通話料(3分/8:00～19:00)					その他
		住宅用				市内	県内 60km 以内	県間 100km 以上	携帯への 通話	IP電話への 通話	
		3級局	2級局	1級局	ISDN 64						
加入 電話	NTT 東日本	1700 (税込 1785)	1550 (税込 1627.5)	1450 (税込 1522.5)	2780 (税込 2919)	8.5 (税込8.925) (イリッパ・プラン1の場合)	—	※携帯電話事 業者ごとに異な る (0036利用)	※IP電話事業者 ごとに異なる	・フレッツISDNまたはフレッツADSL利用時にマイライ ン・プラスを市内・県内市外ともNTT東にした場 合、フレッツ料金を月額10%割引 ※フレッツ・ADSLエントリータイプを除く ・左記料金表に加え、1電話番号ごとにユニ バーサルサービス料8円(税込8.4円)/月が 必要	
	新型 直収 電話	ソフトバンクテ レコム(旧日本 テレコム) (おとくライン)	1500 (税込 1575)	1350 (税込 1417.5)	1350 (税込 1417.5)	2580 (税込 2709)	7.89 (税込8.2845) (シンプルプラン)	14.9 (税込15.645) (シンプルプラン)	75.0 (税込78.75) (シンプルプラン)	10.0 (税込10.5) (シンプルプラン)	・おとくライン/ダイヤルアップサービスは基本料無料
	KDDI (メタルプラス)	1400(税込1470) ※個人向けISDNはなし ※窓口支払いの場合は1,500(税込1,575)				8.5 (税込8.925)	30 (税込31.5)	80 (税込84)	46.5 (税込48.825) (au系) 48.0 (税込50.4) (それ以外)	10.0 (税込10.5)	・「au自割II」により、au携帯からの自宅への 通話料が半額(7xau1one電話、auone.net のADSL・050番号サービス、ケーブルプラス電話、 スカイプラスで3区分以上KDDIに登録時と同 様) ・auone.netダイヤルアップメタルプラス電話コースは 月額945円でつなぎ放題(通信料無料) ・KDDIのメタルプラス電話、ADSL one、ひかり one(auone.net)、auone.netまたはスカイラインの 請求書とauの請求書をまとめて、固定通信 側の月額請求額から105円割引
CA TV 電話	ジュピターテレ コム (J.COM PHONE)	1,330(税込1,397)				7.9 (税込8.295) ※ J.COM PHONE 加入 者間なら5.0 (税込5.250)	25.5 (税込26.775) ※ J.COM PHONE 加入 者間なら15.0 (税込15.75)	68.0 (税込71.4) ※ J.COM PHONE 加入者間なら40.0 (税込42.0)	52.5 (税込55.125) (ドコモ) 54 (税込56.7) (au、ソフトバン ク) 58.5 (税込61.425) (イー・モバイ ル)	9.9 (税込10.395)	●ヘビーユーザー割引 通話料金が ・8,000円以上40,000円未満の 場合: 8%の割引 ・40,000円以上の場合: 10%の 割引を適用 ●とくとくトーク(月額料250円) (税込263円) 県内/県外への通話が一律 県内: 7.9円(税込8.3円)/3分 県外: 14.8円(税込15.5円)/3分 特定通話先(J.COM PHONE、 J.COM MOBILE)への通話10,000円 (税込10,500円)分の通話料が無料

※1 平成18年6月16日に日本テレコムに事業譲渡。同年10月、日本テレコムはソフトバンクテレコムに社名変更。

(2)中継電話の料金

事業者名	基本料				通話料(3分／8:00～19:00)				
	住宅用				市内	県内 60km 以内	県間100km 以上	携帯への 通話	IP電話への 通話
	3級局	2級局	1級局	ISDN64					
NTTコミュニケーションズ (プラチナライン)					8.0 (税込8.4)		15 (税込15.75)	48.0 (税込50.4) (0033利用)	
ソフトバンクテレコム (マイラインプラス)					8.5 (税込8.925)	30 (税込31.5)	80 (税込84)	54 (税込56.7)	
KDDI (マイラインプラス)					8.5 (税込8.925)	30 (税込31.5)	80 (税込84)	49.5 (税込51.975) ※auあての通話の場合 47.025 (税込49.376)	

(3)0ABJ-IP電話の料金

会社名	サービス名	月額利用料 (利用料にはアダプタ使用料等も含む。また、それとは別にアクセス回線料やプロバイダ料が必要。)	通話料				備考
			加入者間	国内	携帯への通話	米国への通話	
NTT東日本	ひかり電話	500円 (税込525円)	8円/3分 (税込8.4円)	8円/3分 (税込8.4円)	16円/分 (税込16.8円) ～17.5円/分 (税込18.375円)	9円/分	他社IP電話(050番号)への通話は、通話相手ごとに分かれ、10.4円～10.8円となる。(3分) また、Chや番号の追加取得が可能。
KDDI	ひかりone電話	500円 (税込525円)	8円/3分 (税込8.4円)	8円/3分 (税込8.4円)	au: 15.5円/分 (税込16.275円) 上記以外: 16円/分 (税込16.8円)	9円/分	「au→自宅割」により、auケータイからの通話料が半額になる。 自宅がauおうち電話の場合はauケータイから自宅への通話は無料になる。 オプションで050番号サービス(KDDI-IP電話)に申込みば、KDDI-IP電話(050番号)や提携ISPのIP電話への通話は無料。
ケイ・オプティコム	eo光電話	286円 (税込300円)	0円	近畿2府4県: 7.4円/3分 (税込7.77円) それ以外: 8円/3分 (税込8.4円)	18円/分 (税込18.9円)	6円/分	無料提携ISPの050-IP電話への通話は無料。
ソフトバンクテレコム	BBフォン光	1550円 (税込1627円)	0円 (BBフォンを含む)	7.99円/3分 (税込8.3895円)	25円(昼間)/分 (税込26.25円) 20円(夜間)/分 (税込21円)	7.99円/3分	無料提携ISPの050-IP電話への通話は国内限定通話料と同じ。 また、一部のプランのBBフォンについては050番号にかけない場合は無料にはならない。

(4)050-IP電話の料金

会社名	サービス名	基本料	通話料				IP網卸会社	備考
			加入者間	国内限定	携帯	米国		
NTTコミュニケーションズ	OCNドットフォン	0円	0円	8円/3分 (税込8.4円)	16円/分 (税込16.8円)	9円/分 (グアム、サイパンを除く)	NTTコミュニケーションズ	「ひかり電話」と併存可能。発信の際にはOCNドットフォンが優先される。
KDDI	KDDI-IP電話	0円	0円 (ひかりone・ADSL oneの場合は150円(税込157円))	8円/3分 (税込8.4円)	Au: 15.5円/分 (税込16.275円) 上記以外: 16円/分 (税込16.8円)	9円/分	KDDI	ADSLの低料金タイプではIP電話付きプランとなしプランがあり、有りプランの方が294円(税込)高い。
ニフティ	@niftyフォン (C,F,K)	0円	0円 (ただし、同じタイプ同士及び各タイプの無料通話相手のみ)	8円/3分 (税込8.4円)	18円/分 (税込18.9円)	タイプ:F 2.5円/分 タイプ:C,K 9円/分	@niftyフォン-C:NTTコミュニケーションズ @niftyフォン-F:ぶららネットワークス @niftyフォン-K:KDDI	@niftyフォン-C,F間は、通話無料 @niftyフォン-CとKまたはFとKは、それぞれ異なるグループのIP網を利用しているため、異なるタイプへの発信通話料がかかる。

(5)トリプルプレイサービスの料金

会社名	電話	インターネット接続	テレビサービス	統合料金
KDDI (ひかりone)	8.4円/3分 (OAB~J) ※オプションで050IP電話も可	最大100M (ひかりoneネットサービス)	多チャンネル放送(50CH) VOD(約5,000本)	9,660円(ひかりoneホーム) 6,615円(ひかりoneマンションタイプE(イーサネット))
ソフトバンクBB (Yahoo!BB光)	8,389円/3分 (OAB~J)	最大100M (Yahoo!BB光)	多チャンネル放送 (チャンネルサービス 35CH) VOD (電子レンタルビデオ 約5,000本)	8,966円 (Yahoo!BB光TV package(ホーム)+BBフォン光) 4,766円 (Yahoo!BB光TV package(マンション)+BBフォン光)
NTT東 ぶらら アイキャ スト	8.4円/3分 (050/ぶららフォン) (OAB~J/ひかり電話)	最大100M (Bフレッツ)	多チャンネル放送 (基本サービス10CH、プレミアチャンネル20CH以上、総チャンネル70CH以上) VOD(約10,000本)	9,975円(※1 ※2 ※3) (戸建て向け(ホームタイプ):ぶらら光トリプルバック/お値うちプラン) 7,139円(※1 ※3 ※4) (集合住宅向け(マンションタイプ):ぶらら光トリプルバック/お値うちプラン)
ジェイコム 東京	8,295円/3分 (OAB~J) (JCOM間5.3円/3分)	最大40M (J:COM NET 40Mコース)	多チャンネル放送 (地上放送、BS、CS含めて100CH以上) VOD(約13,000本)	8,800円(税込) (お得プラン40:J:COM NET 40Mコース+J:COM TV デジタル+J:COM PHONE) ※通常バック料金は10,815円
ケイ・オプ ティコム	7.77円/3分(近畿2府4県) 8.4円/3分(それ以外) (OAB~J)	最大100M (eo光ネット)	多チャンネル放送 (地上放送、BS・CS含めてコンパクト 31CH、ベーシックHD 67CH、プレミアムHD 83CH)	8,700円 (eo光テレビ ベーシックHD +eo光電話+eo光ネット(ホームタイプ)100Mコース) 8,025円 (K-CAT eo光テレビ ベーシックHD+eo光電話+eo光ネット(マンションタイプ))

- ※1 インターネット接続サービスおよび映像配信サービス「ひかりTV」はNGN(フレッツ 光ネクスト)にも対応。
 ※2 NTT東日本 Bフレッツ ハイパーファミリータイプ利用の場合。機器利用料、チューナーレンタル料、屋内配線利用料等を含む。
 ※3 NTT東日本 ひかり電話の月額基本料は含まない。
 ※4 NTT東日本 Bフレッツ マンションタイプ プラン2利用の場合。機器利用料、チューナーレンタル料等を含む。

(出所) 各社Webサイト