

**「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（案）」  
 に対して寄せられた意見及び総務省の考え方**

意見 番号	頁	提出意見	提出意見に対する考え方
1		<p>・ 2003 年から 2005 年の第一期、2006 年から 2008 年の第二期に引き続き、2009 年も競争状況の評価が継続的に行われることに大いに賛同します。</p> <p>・ また、2009 年 10 月 30 日より「グローバル時代における ICT 政策に関するタスクフォース」が開催されます。このタスクフォースでは、我が国における電気通信政策を過去から今後にかけて包括的に議論する場と認識しており、2009 年の競争評価から示唆される事項は特に、市場支配力が強い NTT グループの扱いによっては日本の電気通信市場の競争環境を大きく変わる可能性があると考えております。したがって、2009 年の基本方針では、競争評価の過去を振り返りつつ、予見性のある基本方針を策定することが必要と考えます。</p> <p>・ 構造的な変化が見込まれる時期であるため、この競争状況の評価の取組みが今後も電気通信市場の競争促進政策に具体的に反映され、電気通信市場及び周辺市場の活性化をもたらす結果として消費者利益に適うことを大きく期待します。</p> <p align="right">【イー・アクセス／イー・モバイル】</p>	<p>賛同の御意見として取り扱わせていただきます。</p> <p>なお、基本方針では競争評価の手順、大まかな方針等を定めるものであり、2009 年度の競争評価（以下、「競争評価 2009」といいます。）を具体的にどのように行うかについては、今後策定される実施細目において定められる予定です。</p>
2		<p>競争評価の目的として、IP 化・ブロードバンド化等により市場環境が激変する中で、通信事業者等から収集した情報を分析することによって現時点での市場における競争状況を正確に把握し、政策立案の基礎データを提供することに賛同します。</p> <p>また、競争評価の透明性・客観性を担保することを前提として、シェアのみならず定性的要素を含め、総合的な判断によって競争評価を実施し、結果、問題が生じていた場合には、それに対する制度上の措置を講じ、その制度の有効性を検証するプロセスを実施していただきたいと考えます。</p> <p align="right">【KDDI】</p>	<p>賛同の御意見として取り扱わせていただきます。</p> <p>なお、競争評価を実施するに当たっては、基本方針でも言及しているとおり、シェアだけでなく、不可欠設備の有無等それ以外の要素も勘案することとしているところです。</p>

3		<p>各時点での市場の状況を透明性の高い手法で客観的に分析した結果の蓄積は、これまでの競争政策の有効性をレビューするにあたっても有用であることから、「グローバル時代における ICT 政策に関するタスクフォース」での検討においても役立てていただきたいと思います。</p> <p style="text-align: right;">【KDDI】</p>	<p>基本方針でも言及しているとおり、競争評価の結果については、御指摘のタスクフォースだけでなく、広く政策の立案の基礎データとして活用することとしています。</p>
4		<p>特に、近年現れてきた通信サービスをコアとしてコンテンツ等の上位レイヤーや端末との有機的な連携によって実現するサービスが、上位レイヤーと通信等の下位レイヤーが一体となって提供されるケースがあるが、通信レイヤーにおける競争の活性化こそが上位レイヤーの発展に資するものであるため、当該レイヤーの競争状況、特に NTT 東・西による独占が進んでいる FTTH 市場を含むブロードバンド市場について、引き続き十分に分析していただきたいと思います。</p> <p style="text-align: right;">【KDDI】</p>	<p>「競争評価 2009」において取り上げるテーマについては、今後策定される実施細目において定められる予定です。</p>
5		<p>(総論)</p> <p>■ 今回の基本方針について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 今回の基本方針については前回と同様の枠組みを踏襲されているが、競争評価の実施にあたっては、これまで弊社が提起した課題・意見を踏まえ、速やかに見直しを図り、より精度の高い現状把握・分析の実現を通じて、これまで以上に政策の透明性・予見性の向上等に貢献する競争評価として頂きたいと考えます。</li> </ul> <p>■ これまで提起した課題・意見</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ サービス市場の画定については、利用者からみて代替的なサービスであるものについては市場を細分化せず、全体を大括りにとらえたうえで評価することが必要と考えます。例えば、ブロードバンドを利用したいとするユーザは、メタルや光といった伝送媒体に着目することなくその効用を求めているのが実態であり、競争評価 2006 においては、大括りのブロードバンド市場が画定されています。今後とも事業者の視点でなく、利用者の視点から実態に即した市場画定を行うことが必要である</li> </ul>	<p>今後の検討に当たって参考とさせていただきます。</p> <p>なお、地理的市場に関しては、電気通信事業者の業務区域等も踏まえて画定しているところです。地理的市場をどこまで細分化して画定するかについては、様々な考え方があるものと認識しており、御指摘の内容については今後の検討に当たって参考とさせていただきます。</p>

		<p>と考えます。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地理的市場の画定については、基本方針においては、「地域間で大きく競争状況が異なっていると予想され、かつ地理的に画定した市場に関する分析に必要な情報が実際に収集できる場合に」地理的市場に分けて画定するとされています。ブロードバンド市場においては、都道府県ごとに極めて特色のある競争環境を呈しており、シェアにも大きなバラツキがあります。こうした特性を踏まえ、とりわけブロードバンド市場の競争状況を正確に把握するためには、都道府県毎に市場を画定し、詳細な分析を行うことが不可欠であると考えます。</li> </ul> <p style="text-align: right;">【西日本電信電話】</p>	
6		<ul style="list-style-type: none"> <li>・定量的な要因分析については、基本方針においては、シェア、HHI、事業者数の推移、料金の推移、利益水準などにより分析を行うとされていますが、利益水準についてはこれまで言及されてきておりません。例えば、コスト効率の高いエリアでの競争状況などは、全エリアのシェアには現れませんが、利益水準の推移の分析はその一助となる可能性があります。基本方針においても「政策立案に当たっては、検討のための様々な情報及びデータが必要不可欠である」とされています。広く議論の題材を提供し、競争政策に関する議論を充実させるためにも、利益水準をはじめ、競争環境の把握に有用なデータについては、過不足無く提供していただくことが望ましいと考えます。</li> <li>・定性的な要因分析については、これまでの競争評価においては、必ずしも十分に考慮されてきたとは言い難いと考えます。例えば、シェアの増減を分析するにあたって、経営戦略・事業意欲等の側面に関する考慮や言及が無いことは、市場や競争の実態を的確に捉えた分析とはならないと言わざるを得ません。一方で、競争セーフガード制度における根拠不十分な他社意見の引用は評価の客観性・中立性を欠くことから適切ではないと考えます。</li> </ul> <p style="text-align: right;">【西日本電信電話】</p>	<p>競争評価を行うに当たっては、シェアだけでなく、それ以外の量的基準やその他の様々な要素を勘案することとしています。</p> <p>このような分析を行うために収集したデータについては、データ提供者である事業者が公表を望まないものも含まれていますが、可能な限り公表することとしています。</p> <p>また、定性的な要因分析について、どのような要素を組み合わせるべきかについては様々な考え方があり、御指摘の点については今後の参考とさせていただきます。</p>
7		<ul style="list-style-type: none"> <li>・「固定電話市場における市場支配力のレバレッジ」については、FTTH市場やOAB</li> </ul>	<p>競争評価に関して、隣接市場</p>

		<p>J-I P電話市場におけるシェアの向上について、その要因の分析が十分でないまま、レバレッジの懸念が提示され、またFMC型サービスの分析においても、前段の言及無くレバレッジの懸念が表明されています。このように「固定電話市場における市場支配力のレバレッジ」を必要以上に強調することは、新サービス市場に対する、固定電話時代と同様の事前規制につながりかねず、今後のブロードバンド市場における市場開拓・サービス開発に関わる事業者の意欲を削ぎ、ひいては利用者・国民の利益にならないと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【西日本電信電話】</p>	<p>へのレバレッジの状況を分析することは重要な観点であり、固定電話とその隣接市場と考えられるFTTHサービス、OAB～JIP電話サービスの関係に着目して、レバレッジについて注視することは必要であると考えます。</p>
8		<p>・SaaS型サービス、クラウドコンピューティングの進展等により、近年、事業者による垂直統合的なサービス・ビジネスが展開されています。こうした市場の状況を踏まえ、従来のネットワークレイヤにおける市場支配力の及ぼす影響にとどまらず、コンテンツ・アプリケーションなどの上位レイヤにおける市場支配力が、他のレイヤに及ぼす影響について注視していくことが必要であると考えます。</p> <p>■ 総括</p> <p>・電気通信市場における健全な競争の進展は、電気通信市場の発展に不可欠な要素であり、競争状況の基礎データを提供する競争評価の役割はますます大きくなると考えます。したがって、今回の基本方針の策定にあたっては、その実施にあたっては、電気通信市場における市場環境・競争環境の変化を踏まえ、必要に応じ見直しを行い、競争評価のより一層の信頼性の向上に努めていただくことを期待いたします。</p> <p style="text-align: right;">【西日本電信電話】</p>	<p>今後の検討に当たって参考とさせていただきます。</p>
9	p1	<p>・電気通信事業法と独占禁止法の目的は異なりますが、公正競争実現のための施策を立案・実施する上では、統一的な基準による整合性の取れた運用が図られるべきです。政策との連動性において、一般法である独占禁止法の考えと乖離することのないよう留意していただきたいと思います。ただし、電電公社時代から国民負担で全国に構築した歴史的背景を持ち、現在においてもボトルネック性が排除されていない固定通信については、特別法である電気通信事業法を踏まえて政策立案につなげていただきたいと思います。</p>	<p>電気通信事業法と独占禁止法の関係については、公正取引委員会と共同で「電気通信事業分野における競争の促進に関する指針」を策定し、適用関係を整理しているところです。</p>

		す。  【KDDI】	
10	p1	・戦略的テーマの選定に当たっては、事前に意見募集等を実施していただき、事業者側の意見をくみとっていただきたいと考えます。  【KDDI】	戦略的評価のテーマについては、今後策定される実施細目において定められる予定であり、実施細目案については広く意見募集を行うこととしています。
11	p1	・「競争セーフガード制度」との有機的な連携が引き続き図られることは重要であると考えます。その際、公正競争が実現されているかどうか判断する上で価格等に対する影響力行使と合わせて、「競争セーフガード制度の運用に関する意見募集(2009年度)」で当社が指摘させていただいたように、NTT東・西が保有する不可欠設備のボトルネック性が公正競争に与える影響やNTT東・西の加入電話の顧客情報による営業上の優位性、NTTグループのブランド力等、設備面・営業面の競争上の優位性(非価格的な影響力)について競争評価においても着目して分析していただきたいと考えます。  【KDDI】	今後の検討に当たって参考とさせていただきます。 なお、「競争セーフガード制度」との連携は図っていくこととしていますが、競争評価は政策立案の基礎データを提供するものであるという位置付けを踏まえ、「競争セーフガード制度」で取り扱われるべき事項を直接取り上げるものではありません。
12	P1	・競争評価制度(以下、「本制度」という。)と競争セーフガード制度の連携については、これまで以上に有機的連携を図るよう、運用を見直すべきと考えます。これまでもNTT東西殿の市場支配力のレバレッジの問題等、本制度において注視事項とされているものの、競争セーフガード制度の検証プロセスにおいて、それらを十分踏まえた判断がなされず、同種の競争阻害事案が事実上放置されるといった例も存在しています。 ・このように、現状では必ずしも本制度の評価結果が、競争セーフガード制度へ適切に反映されているとは言い難い状況であることから、今年度以降、本制度と競争セーフガード制度の連携を強化し、競争阻害的事案に対する実効的措置につなげていくことが必要と考えます。	今後の検討に当たって参考とさせていただきます。なお、「競争セーフガード制度」との連携は図っていくこととしていますが、競争評価は政策立案の基礎データを提供するものであるという位置付けを踏まえ、「競争セーフガード制度」で取り扱われるべき事項を直接取り上げるも

		【ソフトバンクグループ】	のではありません。
1 3	p3~p4 1-2	<p>・2009年10月30日より「グローバル時代におけるICT政策に関するタスクフォース」が開催されます。個別の部会では「過去の競争政策のレビュー」を行う部会が設置されるなど、通信自由化後の通信政策の総括として競争評価が活用されることを望みます。このような取り組みの中で、依然として市場支配力の強い事業者の分析、特に市場支配力の源泉については明確にならない状況が続いております。2009年の基本方針では市場支配力が高い事業者となっている事例に対して支配力の源泉を分析することを含めることを強く希望します。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●レイヤー統合によるグループドミナンスの有無の検証</li> <li>●事前規制（非対称規制）の効果</li> </ul> <p style="text-align: center;">【イー・アクセス／イー・モバイル】</p>	<p>「競争評価2009」の戦略的評価のテーマについては、今後策定される実施細目において定められる予定であり、実施細目案の検討プロセスにおいては、広く意見募集を行うこととしています。</p>
1 4	p3~p4 1-2	<p>・EU等の諸外国との相互理解・国際協調に賛成</p> <p>携帯電話の接続料の見直しのように、EU等諸外国の事例も参考にして、国際的に整合性のある競争状況の評価が今後も我が国の問題点を踏まえつつ議論されていくことを歓迎します。</p> <p>電気通信のグローバル化に伴う国際的に整合性のある評価とは何か明確化すべきと考えます。</p> <p style="text-align: center;">【イー・アクセス／イー・モバイル】</p>	<p>競争評価については、EU諸国においても導入されているところであり、その評価手法等についてこれまでも参考としてきたところです。また「競争評価2007」については英訳を行い、諸外国の関係者に対し、情報提供を行ったところです。</p>
1 5	p3~p4 1-2	<p>・「競争セーフガード制度」で競争評価の状況が反映される旨は明記されているところですが、その他の政策への反映方法については具体的に示されているのかどうか不明です。</p> <p>・この競争状況の評価が政策への反映される方法について、どのようなプロセスがあるのかについて明記していただけるよう要望します。</p> <p>・また、様々な方法で政策へ反映されているのであれば、それを統合的に検討する場が必要かと考えます。</p> <p>・「競争セーフガード制度」で検討されている事項は、「事業法に基づく指定電気通信設</p>	<p>競争評価の目的は、政策立案の基礎データを収集することであり、「競争セーフガード制度」の枠組においても、競争評価の結果が参照されているところです。</p> <p>なお、「競争セーフガード制度」等に関する御意見について</p>

		<p>備制度及びNTT法に関連したNTTグループに係る累次の公正競争要件（NTT法第2条第5項に規定する活用業務認可制度に係るものを含む。以下同じ。）の有効性・適正性を確保するため、これらを定期的に検証する」ことですが、それ以外の問題については、別途検討する場が必要ではないかと考えます。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・具体的には、ドライカップの接続料は競争状況の評価でも問題点が毎年指摘されているところですが、「電気通信市場の環境変化に対応した接続ルールの在り方について（答申）」（平成21年10月16日）で「ドライカップ接続料等については、IP化が進展する中で、今後も回線数の減少が続くことが想定されるため、総務省においては、今後の接続料水準を注視しつつ、ユニバーサルサービス制度の在り方との関係にも配慮しながら、必要に応じ接続料算定の在り方について検討を行うことが適当である。なお、当該検討には、NTTが2010年度に公表予定の概括的展望の中で、PSTNからの具体的な移行展望等が示されることが必要であるため、NTTにおいては、必要な情報の積極的な開示が期待される。」とされていますが、NTT東西の情報提示がない場合でも待ちぼうけをしながらいたずらに時間を過ごすことはせずに、早急に検討していただけるよう強く要望します。</li> <li>・競争状況の評価も優先度をつけて行っていくべきと考えますが、タスクフォースでの電気通信政策・過去の競争状況の検討、及び、ドライカップ等PSTNに関連する接続料金の上昇、ユニバーサルサービス制度の見直しは非常に優先度が高い事項と認識しております。</li> </ul> <p style="text-align: center;">【イー・アクセス／イー・モバイル】</p>	<p>は、今後の検討に当たって参考とさせていただきます。</p>
16	P4~p5 1-3	<ul style="list-style-type: none"> <li>・(1)～(4)の基本スタンスに賛成します。</li> <li>・毎年行われる競争セーフガード制度と歩調を合わせるためにも、「競争評価を毎年実施する」、「競争セーフガードと連携する」ことを基本スタンスに追加することを提案します。</li> </ul> <p style="text-align: center;">【イー・アクセス／イー・モバイル】</p>	<p>賛同の御意見として取り扱わせていただきます。なお、「競争セーフガード制度」との連携については、「はじめに」において言及しているところです。</p>
17	P4 1-2(2)	<p>競争評価で提供する基礎データを政策立案に役立てることに賛同します。そのためには、戦略的評価のテーマ選定や事業者等からの情報収集は、政策立案への活用という観</p>	<p>賛同の御意見として取り扱わせていただきます。</p>

		<p>点を基本に実施していただきたいと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【KDDI】</p>	
18	P5 1-3(3)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本制度における中立性・透明性確保の観点から、各評価プロセスのオープン性を十分に確保することが必須と考えます。従って、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とする必要があると考えます。</li> <li>・また、「競争評価アドバイザリーボード」（以下、「アドバイザリーボード」という。）についてはオープンに議論を行い、議事内容や配布資料を公開すべきと考えます。</li> </ul> <p style="text-align: right;">【ソフトバンクグループ】</p>	<p>競争評価において取り扱うテーマ等の詳細については、実施細目において定めることとしており、その検討プロセスでこれまでも広く意見募集を行ってきたところです。</p> <p>また、競争評価アドバイザリーボード会合については、最終評価案の検討を行う場合以外は、これまでも議事を公開するとともに、配布資料等の公表を行ってきたところです。</p>
19	P6~p7 1-4	<ul style="list-style-type: none"> <li>・定点的評価と戦略的評価に分けて評価することについて賛成します。</li> <li>・しかしながら、今後は、固定（ADSL や FTTH を含む）と移動との融合も進んでいくことから、固定・移動を含んだ市場での評価も必要と考えます。定点的評価で固定・移動を統合した市場画定をしてもよいし、もしくは戦略的評価で NTT グループ、KDDI グループといったグループというまとまりで評価してもよいと考えます。グループで大きな力を持つ事業者はレイヤーを超え垂直統合に向けたグループドミナンスを強化しており、市場支配力におけるレバレッジの大きさを測る上でも重要な分析となると考えております。</li> <li>・そのうえで、一種二種指定制度の包括的見直しといった政策の検討に資することも可能と考えます。</li> </ul> <p style="text-align: right;">【イー・アクセス／イー・モバイル】</p>	<p>賛同の御意見として取り扱わせていただきます。</p> <p>なお、定点的評価については、毎年同じ形で継続的にデータ収集・分析を行うことに意味があるという要素もあることから、御指摘のような分析を行う場合には、戦略的評価として取り上げることが適切だと考えます。戦略的評価のテーマについては、実施細目において定めることとしており、その検討プロセスにおいて広く意見募集を行う</p>



			予定です。
20	P8 1-5(1)②	<ul style="list-style-type: none"> <li>・利用者の料金低下はたしかに利用者利益としてわかりやすい指標ではありますが、接続料金と利用者料金の関係においてプライスキーズがあったり、独占分野から競争分野への内部相互補助等は、競争促進の結果とは必ずしも言えず競争阻害要因となりえますので、「適正な料金低下等」といった表現とすることが適当と考えます。</li> </ul> <p style="text-align: center;">【イー・アクセス／イー・モバイル】</p>	<p>ここでいう「料金低下」とは、「競争が有効に機能するように環境整備すること（後略）」と前段で記載していることから、御指摘のプライスキーズ等の結果による「料金低下」の可能性は、除外されているものです。</p>
21	P8 1-5(1)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・今後の競争評価においては、競争上の懸念が高い重要な領域、すなわち FTTH 市場について、より詳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事業者間取引市場についても分析が必要と考えます。</li> <li>・この点、本基本方針案においても、「競争状況の分析・評価に当たっては、電気通信サービスにおける競争形態の多様性を考慮し、事業者間取引の勘案や設備競争・サービス競争の峻別等、多面的な分析に努めることが必要」と、当該事業者間取引市場分析について、一定の必要性が示されているところです。</li> <li>・なお、当該事業者間取引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。</li> </ul> <p style="text-align: center;">【ソフトバンクグループ】</p>	<p>FTTH市場については、「インターネット接続領域」の部分市場として、定点的評価の1つとして継続的に分析を行ってきたところです。定点的評価に関して、当該年度においてどの分野に重点を置かかについては、実施細目において定めることとしており、その検討プロセスにおいて広く意見募集を行う予定です。</p>
22	P9 1-5(2)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・NTT グループの独占支配力は、NTT 持株会社という構造的な問題から起因することであり、当初、NTT 分割の目的が達せられているかどうか疑問であると考えます。</li> <li>・「独占禁止法とは異なり」とありますが、2010 年 NTT 組織問題でも、競争状況の評価が政策で有効に使われることを想定して、独禁法の適用ともあわせて検討していくべき課題であると認識しています。</li> </ul> <p style="text-align: center;">【イー・アクセス／イー・モバイル】</p>	<p>今回の意見募集のテーマとは直接関係のある御意見ではありません。</p>
23	P11 2-1	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「電気通信市場の環境変化に対応した接続ルールの在り方について（答申）」（平成 21 年 10 月 16 日）で「ドライカップ接続料等については、IP 化が進展する中で、今</li> </ul>	<p>今回の意見募集のテーマとは直接関係のある御意見ではあり</p>

		<p>後も回線数の減少が続くことが想定されるため、総務省においては、今後の接続料水準を注視しつつ、ユニバーサルサービス制度の在り方との関係にも配慮しながら、必要に応じ接続料算定の在り方について検討を行うことが適当である。なお、当該検討には、NTTが2010年度に公表予定の概括的展望の中で、PSTNからの具体的な移行展望等が示されることが必要であるため、NTTにおいては、必要な情報の積極的な開示が期待される。」とされていますが、NTT東西のPSTNからの具体的な移行展望は、今後の電気通信市場の競争環境に大きく影響を与えることから、情報として早く提示するよう総務省からも要請いただけるよう要望します。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・特に、接続料算定のもととなる原価データや会計データについてもNTT東西からの積極的な情報提供が必要と考えます。</li> </ul> <p style="text-align: center;">【イー・アクセス／イー・モバイル】</p>	<p>ません。</p>
24	p15 3-1(1)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・移動体通信市場においては、電波の有限希少性及び端末設備のシェアを相対的に多数有する事業者（端末シェア25%以上）の強い交渉力等を根拠に、二種指定事業者と非指定事業者との間で接続料算定等に規制格差が存在する中、非指定事業者の接続料高止まりによる格差の問題が顕在化する等、競争環境が変化しており、従来のようにサービス市場、地理的市場に着目した市場画定手法だけでは、事業者間の競争状況の適正な評価が困難となると考えます。</li> <li>・『電気通信市場の環境変化に対応した接続ルールの在り方について』の答申（平成21年10月16日）においても、市場環境・競争環境の変化に伴い、今後の市場画定における検討課題として「我が国でも、現在行っている競争評価等と連動させて、EU類似の市場画定手法を採用することの適否についても検討が必要」とされていることを踏まえ、本基本方針の策定にあたっては、EUのように発信市場、着信市場等に細分化して市場画定を行うアプローチ等、新たな市場画定手法の採用の是非についても検討すべきと考えます。</li> </ul> <p style="text-align: center;">【NTTドコモ】</p>	<p>今後の検討に当たって参考とさせていただきます。</p> <p>なお、御指摘の点は、指定電気通信設備制度の在り方にかかわるものであることから、情報通信審議会の答申も踏まえて政策的な検討を継続する必要があると考えます。</p>
25	p24	<ul style="list-style-type: none"> <li>・移動体通信市場においては、電波の有限希少性及び端末設備のシェアを相対的に多数</li> </ul>	

	4-2-1(2)	<p>有する事業者（端末シェア 25%以上）の強い交渉力等を根拠に、二種指定事業者と非指定事業者との間で接続料算定等に規制格差が存在する中、非指定事業者の接続料高止まりによる格差の問題が顕在化しています。</p> <p>・『電気通信市場の環境変化に対応した接続ルールの在り方について』の答申（平成 21 年 10 月 16 日）では、モバイル市場における市場支配力の認定について「有限希少な電波の割当を受けることと市場支配力との関係について検討することが必要」とされているところであり、競争評価における市場支配力の分析にあたっては、着信市場を分析対象市場として画定した上で、市場支配力の存在の判断基準として「電波の有限希少性」の要素を追加し、市場シェア等の定量的分析に加え、全携帯事業者が有限希少な電波の割当を受けていることを踏まえた分析を行うべきと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【NTTドコモ】</p>	
26	P24～p25 4-2-1	<p>&lt;市場支配力の存在と行使の区分について&gt;</p> <p>・本年 8 月の電気通信事業分野における競争状況の評価 2008（案）（以下、「2008 年度評価結果案」という。）に対する意見募集において、市場支配力の「存在」と「行使」の区分に関する意見に対し、総務省殿は「競争評価は、市場構造や事業者間の競争状況等から潜在的な市場支配力の有無を分析し、これに政策の存在等を加味した上で市場支配力の実効性を評価するものであって、市場支配力を有していること自体に規範的評価を与えるものではありません」としているところです。</p> <p>・しかしながら、実際の市場において、市場支配力が「存在」する場合には、仮に、各種ルールや規制が存在することで能動的な「行使」が行われなくとも、「存在」することだけで市場に対し潜在的な影響を与えているのが実態です。例えば、市場支配力を有した事業者が存在すること自体が障壁となり、参入してもビジネスチャンスとなり得ないものとして参入希望者の参入意欲を事前に排除する等の作用が働くものと考えます。</p> <p>・従って、市場支配力の「存在」と「行使」を分けて考えるアプローチは不適切であり、市場支配力の「存在」自体をより重視した評価を行うべきです。</p>	<p>市場支配力の「存在」と「行使」の関係の在り方については様々な考え方があると認識していますが、総務省における競争評価においては、「存在」と「行使」を分けて捉えるアプローチを採用してきたところです。御指摘の「潜在的な影響」の例として掲げられている事案については、市場支配力が「存在」しても「行使」できない状況になっているのであれば、参入障壁とはなり得ないものと考えます。</p>

		<p>・仮に、市場支配力について「存在」と「行使」に分けたアプローチを採用する場合、市場支配力の実効性の評価においては、政策の存在等を加味するだけでなく、市場支配力の「存在」自体が市場に及ぼす潜在的な影響について実態を厳密に分析・評価すべきです。なお、政策の存在等の加味にあたっては、当然ながら、各種ルールや規制の存在のみをもって「行使」できないと安易に判断するのではなく、当該ルール等が機能しており、市場支配力の「行使」ができない状況にあるのか等、市場実態を厳密に分析し、評価すべきです。</p> <p style="text-align: right;">【ソフトバンクグループ】</p>	
27	P24～p25 4-2-1	<p>&lt;市場支配力の存在の判断基準について&gt;</p> <p>・市場支配力の「存在」を判断する基準として、諸条件（市場シェア、市場集中度、事業者数、規模・範囲の経済性、不可欠設備等）を総合的に勘案するとありますが、具体的にこれらの諸条件のうち、どの要素を重視して判断するかを明確にすべきと考えます。例えば、アドバイザリーボードや意見募集等における議論を通じてこの点を明確にすることで、より多くの関係者の合意に基づいた市場支配力の判断基準を形成できるものと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【ソフトバンクグループ】</p>	<p>今後の検討に当たって参考とさせていただきます。なお、EUの競争評価においても総合的な勘案要素として掲げられている事項のうち、具体的にどれを重視するのかについては必ずしも明確化されていないところで</p>
28	p26 4-2-3	<p>・分析を進めていくにあたっては、上位レイヤーにおいて市場支配力を有する事業者が垂直統合型サービスを展開し、上位レイヤーにおける市場支配力を通信レイヤーで行使することも想定されることから、上位レイヤー事業者の通信レイヤー市場への市場支配力の行使等についても分析を行うことが必要であると考えます。</p> <p style="text-align: right;">【NTTドコモ】</p>	<p>今後の検討に当たって参考とさせていただきます。</p>
29	p26 4-2-3	<p>NTT東・西が市場支配力を有する固定電話市場からブロードバンド市場（特にFTTH市場）への水平的なレバレッジが現に行使されています。それに加え、NTT東・西のNGNは同社が独占して持つ加入光アクセス回線部分と一体となって提供されていることから、NGNと一体となった加入光アクセス回線部分を保有するNTT東・西の市場支配力がグループドミナンスとの組み合わせにより上位レイヤー（ISP市場、映像サービス、コンテンツ・アプリケーション）にまで行使される懸念があります。</p>	<p>今後の検討に当たって参考とさせていただきます。なお、固定電話市場での市場支配力のFTTH市場へのレバレッジの可能性については、「競争評価2008」において懸念がある旨言</p>

		<p>「競争セーフガード制度に基づく検証結果（２００８年度）」で記述があったようなアクセス回線部分を独占しているNTT東・西とNTTグループ内他社とのレイヤー間の連携や水平的な連携は、公正競争を歪める恐れが大きいと考えます。したがって、独占的な加入光アクセスと一体となっているNGNから上位レイヤーへの垂直的なレバレッジをはじめとした、NTT東・西のボトルネック設備を起点とする、NTTグループ間における下位レイヤーと上位レイヤーの関係や隣接する市場間の水平的な関係等に関して、より詳細な分析を実施していただきたいと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【KDDI】</p>	<p>及しているところです。</p>
30	P28 4-3(2)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本制度におけるHHIの分析は、個別企業毎のシェアを用いて算出をしていますが、市場支配的グループの共同的・一体的市場支配力やグループ企業のバンドルサービスが競争状況に大きな影響を与えることが想定される現状では、グループ企業単位でのHHI算出がより競争環境を適切に反映した指標となり得るものと考えます。</li> <li>・また、NTTグループは、持株体制を活用し企業の集合体としての競争力を増大させており、今後、市場の競争環境を評価する上で、グループ企業単位での視点の重要性はより一層高まるものと考えます。</li> <li>・従って、HHIの分析においては、個別企業毎の数値に加え、グループ企業単位での算出結果を新たな指標に加える必要があると考えます。</li> </ul> <p style="text-align: right;">【ソフトバンクグループ】</p>	<p>HHIの算出に当たっては例えば「競争評価2008」の各章のシェアに関する補足説明においても記述しているとおおり、適宜複数者のシェアを合計して算出しているところです。さらに大括りとすべきか否かについては、画定された市場の競争の構造も踏まえ、さらに検討すべき事項であると考えます。</p>
31	P30 4-3(4)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・2008年度評価結果案に対する意見募集において、弊社の周波数帯の相違と市場支配力有無の相関等に関する意見について、総務省殿は「周波数帯域の相違が直ちに市場支配力若しくはこれに関連する競争ルールの適用に結びつけられるものではない」としているところです。</li> <li>・弊社共としては、2008年度評価結果案に関する意見募集に対する弊社共意見書で述べたとおり、保有周波数帯の相違により、事業者間のエリアカバレッジや設備費用負担面で大きな格差を生じさせており、市場支配力を有する事業者は当該格差を基に市場における競争優位性を発揮し、市場支配力をより強固なものとしている実態が存在しているものと考えます。</li> </ul>	<p>今回の意見募集のテーマとは直接関係のある御意見ではありません。</p>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>・従って、具体的な検証をせずに周波数帯域の相違が直ちに市場支配力に結びつけられるものではないと判断すべきではなく、本基本方針案においてこれら保有周波数帯の相違と市場支配力有無の相関等について詳細な分析を行うことを明記すべきと考えます。</li> </ul> <p style="text-align: center;">【ソフトバンクグループ】</p>	
3 2	P32 4-3	<ul style="list-style-type: none"> <li>・不可欠設備もしくは他社ネットワークの利用料がコストとなるサービスについては、事業者間取引が価格決定の重要な要素となっており、接続料と利用者料金の関係を分析することも、競争状況や市場支配力を評価するツールになると考えます。</li> <li>・したがって、価格については、利用者料金だけでなく接続料金の動向も分析する必要がある旨、追記していただけるよう要望します。</li> <li>・事業者間取引の価格についての分析の追加を要望します。事業者間取引価格は電気通信政策においてサービス競争・設備競争が進展する・しない理由を分析する上でも重要な指標となると考えます。したがって、電気通信政策の進捗及び予見性ある政策立案の一助となるよう事業者間取引についての分析も今後も継続的に必要と考えております。</li> </ul> <p style="text-align: center;">【イー・アクセス／イー・モバイル】</p>	<p>定点的評価に関しては、主に小売市場を対象としており、事業者間取引に係る卸売市場については過去にも実施したように戦略的評価のテーマとして取り上げるとい形で実施しています。「競争評価2009」において戦略的評価として取り扱うテーマについては、実施細目で定めることとしており、その検討プロセスにおいて広く意見募集を行う予定です。</p>
3 3	P32～p33 4-3(5)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本基本方針案において、「サービスや事業者を乗り換える際のスイッチングコストが大きいと、利用者は現在利用しているサービスを替えようとする誘因が低下」し、「新規顧客獲得のための競争が活発になる一方で、囲い込まれた利用者に対するサービス競争が弱まる可能性があり、また市場への新規参入が生まれにくくなる可能性もある」ことから、競争状況の分析にあたって、スイッチングコストの程度を判断の要素として考慮することが示されています。</li> <li>・この点、2008年度評価結果における携帯電話市場の分析では、「利用者にとって、(中略)ポータブルなメールアドレスを利用できる環境にはないこと等が、スイッチングコストとなっていると考えられる」との評価結果が示されているところであり、今後の競争評価では、事業者変更に伴うスイッチングコストが具体的にどの程度であるか</li> </ul>	<p>今後の検討に当たって参考とさせていただきます。</p> <p>なお、「競争評価2009」において戦略的評価として取り扱うテーマについては、実施細目で定めることとしており、その検討プロセスにおいて広く意見募集を行う予定です。</p>

		<p>詳細な分析が必要と考えます。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・本件に関連し、2006年10月24日に導入された番号ポータビリティ制度（以下、「MNP」という。）については、事業者間のシェアは累計ではほぼ変化がなく、MNP導入後から現在に至るまでに、各事業者において0～5%程度のシェアの増減があるのみに留まっています。</li> <li>・すなわち、既存顧客の流動性は極めて低い状況にあり、競争促進と利用者利便の向上を目的として導入されたMNPは各種阻害要因により十分に機能せず、市場の流動性並びにそれに基づく利用者利便の向上が十分に体现されていない状況と言えます。</li> <li>・以上を踏まえ、MNP導入の成果については、再度その有効性を分析し、サービス面でのMNPの移行の障壁やドミナント事業者による顧客囲い込みの存在等、問題の所在を明らかにすべきと考えます。</li> </ul> <p style="text-align: center;">【ソフトバンクグループ】</p>	
34	P33 4-3	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本基本方針案に「ブランド力が強く働いている市場では、機能や効用が同じであっても特定の事業者のサービスに顧客の選好が固定される可能性がある」とあるように、ブランド力は事業者の総合的な事業能力として競争に与える影響が大きいと認識されています。</li> <li>・また、過年度の競争状況の評価結果においても、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るところです。また、NTTグループのブランド力は2010年NTT組織問題においても重要な論点になると考えており、現状の規制の枠組みでは解決できない問題と認識しております。</li> <li>・したがって、ブランド力の分析方法や評価について、今後も継続的に検討していただくだけでなく、優先的に競争状況の評価で検討していくべき課題と考えています。</li> </ul> <p style="text-align: center;">【イー・アクセス/イー・モバイル】</p>	<p>今後の検討に当たって参考とさせていただきます。なお、ブランド力については、事業者の総合的な事業能力を構成する要素の一つとして基本方針において言及しているところです。</p> <p>分析・評価に当たっては様々な要素を総合的に勘案することが適切であり、ブランドについてのみ特に着目すべきか否かについては引き続き検討が必要と考えます。</p>
35	P33 4-3(6)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本基本方針案の「分析に用いる判断要素」において、「ブランド力が強く働いている市場では、機能や効用が同じであっても特定の事業者のサービスに顧客の選好が固定される可能性がある」とし、競争状況の分析にあたって、ブランド力を含む事業者の総合的な事業能力の高さを判断の要素として考慮することが示されています。また、</li> </ul>	

	<p>2008 年度の評価結果の定点的評価においても、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るところです。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・しかしながら、ブランド力の評価については、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、事業者に具体的提案を委ねるのみで、その検討が進展していない状況にあります。</li> <li>・ブランド力が競争環境に与える影響は決して無視できるものでなく、2009 年度の競争セーフガード制度の運用及び 2008 年度評価結果案に関する意見募集に対する弊社共意見書においても述べたとおり、ブランド問題は、諸外国における支配的事業者等の再編問題に絡めて必ず議論になる論点であり、今後の「NTT 組織の見直し議論」においても、重要な論点の一つとなるものと考えます。</li> <li>・こうしたブランド問題に関しては、総務省殿が具体的な検討を先送りしている中において、民間においても各種定量分析がなされている状況にあり、例えば株式会社シード・プランニング殿が公表した「電気通信事業におけるグループ・企業ブランド力調査」（2009 年 7 月 24 日公表：下記参考）においては、「NTT」ブランドの優位性や子会社においても社名に「NTT」を冠することによる NTT グループとしての一体性が見受けられる結果が導き出されているところです。</li> <li>・従って、民間によるこうした調査も参考にしつつ、総務省殿において、ブランド力が競争環境に影響を及ぼしていることを明らかにした上で、公正競争環境確保のために、NTT グループによる NTT ブランドの使用を全面的に禁止する、若しくは全てのグループ会社に対して個別のブランド使用を義務付ける等のブランド使用に係るルールを早急に確立することが必要と考えます。</li> </ul> <p>&lt;参考&gt;</p> <p>「電気通信事業におけるグループ・企業ブランド力調査」（株式会社シード・プランニング殿、2009 年 7 月 24 日公表）の概要  <a href="http://www.seedplanning.co.jp/press/2009/2009072301.html">http://www.seedplanning.co.jp/press/2009/2009072301.html</a></p> <p>1. 多数の消費者が、「NTT」の前身は電電公社であると認識するとともに、これが公的な</p>	
--	--	--



	<p>企業イメージに結びついている</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「電電公社は NTT の前身」と認識している消費者は 84.8%にのぼるほか、NTT は信頼性が高いと考える人のうち 69.4%がその理由を「公的なイメージがあり、サービスを安心して使えるから」としている。</li> </ul> <p>2. 「NTT」ブランドは消費者のサービス購入時に影響</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・サービスや商品購入の際に社名に「NTT」を冠することで、59.1%の消費者が利用意向が増すと回答</li> </ul> <p>3. NTT 東西殿と県域等子会社を別会社と認識している消費者は少数</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「NTT 東日本ー東京南」や「NTT 西日本ー関西」という社名を「NTT 東日本や NTT 西日本の子会社」と捉えている消費者が 14.0%に対し、「NTT 東日本や NTT 西日本の支社又は支店」と捉えている消費者は 52.6%と半数を超えている。</li> </ul> <p style="text-align: right;">【ソフトバンクグループ】</p>	
--	---	--

以上