

**「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2009（案）」
意見募集に対する意見及び提出意見に対する考え方**

1 総論

頁	段落	提出意見	提出意見に対する考え方
—		<p>【総論】 当社としましては、競争評価2009においては、以下に述べる観点が特に重要と考えおり、これらの観点をふまえ各項目について意見を述べさせていただきます。なお、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> <ul style="list-style-type: none"> ・ 固定と移動体の融合を見据えた競争状況の評価の実施と、移動体に軸足をおいたドミナント規制の包括的な見直しが必要。 ・ PSTN、FTTH、及び移動体における事業者間取引についても、引き続き分析が必要。 ・ モバイルにおける戦略的評価については、既存事業者間の競争を分析するよりも、新規参入事業者の参入状況を分析することが有益。 ・ NTTグループにおいては、グループドミナンスの問題が顕著であり、ブランド力の検証も含めて競争状況の評価をおこない政策の立案に活用すべき、また、通信市場はグループへの集約化が進んでおり、グループ単位での評価も必要。 <p>また、第1回アドバイザリーボードでも委員の先生から意見がありましたように、公開カンファレンス等の開催等によるオープンな議論は引き続き有効と考えますので、当社としても積極的に参加させていただきたいと考えます。</p> <p align="right">【イー・アクセス／イー・モバイル】</p>	<p>御指摘の点につきましては、今後とも市場の状況の変化等を注視しつつ、今年度の分析を行うに当たって参考とさせていただきます。</p> <p>また、事業者間取引の影響を勘案した分析の実施については、「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」（09年12月公表）（以下「基本方針」といいます。）においても、言及しているところであります。</p> <p>オープンな議論を確保するための方策については引き続き検討してまいります。</p>
—		<p>【意見】 総論 1985年に通信が自由化されて以降、市場環境の変化に対応した競争政策が実施されてきたことにより料金の低廉化やサービスの多様化等、利用者の利益に貢献してきており、市場が成長していく機会をとらえてタイミングよく競争政策を実施することが市場の発展には不可欠であると考えます。</p> <p>しかしながら、現在においても、電電公社時代に国民負担で敷設されたアクセス基盤を継承しているNTTグループによるボトルネック設備の独占や電話時代の顧客基盤の移し替え等公正競争上イコールフットィングではない状況が未だに解決されておらず、電気通信市</p>	<p>御指摘の点につきましては、今年度の分析を行うに当たって参考とさせていただきます。</p>

	<p>場の活性化や消費者利益の向上が阻害されており、過去を振り返ると必ずしも適時適切かつ十分に政策が実行されてきたとは言えないと考えます。</p> <p>競争評価は市場の状況を透明性の高い手法で客観的に分析する枠組みであり、PDCAのツールとして非常に有用であることから、競争政策の有効性について市場実態を正確に捉えた検証を行い、これまで以上に有効な政策に資するよう競争評価を実施していただきたいと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【KDDI】</p>	
--	---	--

2 「2009年度競争評価の基本方針」

頁	段落	提出意見	提出意見に対する考え方
1	1-1	<p>【総務省案】</p> <p>1-1 定点的評価</p> <p>定点的評価の対象は、2008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>なお、特定の領域に焦点を当てることについては、戦略的評価がそうした観点から行われていること、また、経時的な変化を継続的に把握するという定点的評価の趣旨を踏まえ、今年度は実施しないこととする。</p> <p>【意見】</p> <p>(1) 固定と移動との融合を見据えた競争評価の追加を要望</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「定点的評価は経時的な変化を継続的に把握する」という趣旨に賛成します。 ・なお、4領域に追加して、固定から移動体市場への移行や固定（ADSLやFTTHを含む）と移動との融合も進んでいることから、固定・移動を含んだ市場での評価を強く要望します。移動体市場の売上高規模は約9兆円であり固定市場の約6兆円に比べると約1.5倍であり、また移動体の契約者数は約1.1億で国民生活上の基盤サービスとなっている認識です。まず、定点的評価で4領域の分析を行ったうえで、さらに、総合的な評価として固定と移動の融合市場についての評価を重畳させることで、我が国における市場動向の分析が促進されることが考えます、将来的な見通しを構築する観点でも大変有益と考えます。 	<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、御指摘の点につきましては、今後とも市場の状況の変化等を注視しつつ、今後の参考とさせていただきます。</p>

(2) 定点的評価には、PSTN から IP への移行期における事業者間取引に関する評価も必要

・ドライカップ等 PSTN 関連接続料金の上昇についての継続的な分析

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おり、「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。

ドライカップ接続料の推移は 2008 年度の競争状況の評価においても取り上げられているところですが、2009 年度の競争状況の評価においても、ドライカップ等 PSTN に関連する接続料金の上昇については引き続き分析していただけるよう要望します。平成 22 年度の接続料の改定で NTT 東西殿が申請している内容でも、以下のとおり接続料は大幅に上昇しており、最早利用者料金への影響が避けられない状態（見込み）にあること、また、固定電話の利用者料金のようにプライスカップがかかっている一方で接続料金だけが上昇を続ければ、固定電話のような独占的なサービスにおいてプライススクイーズの懸念もあり、非常に大きな問題と考えます。

	NTT 東日本	NTT 西日本
MDF (ラインシェアリング)	31円 (平成21年度) ⇒34円 (平成22年度) ↑ 上昇	31円 (平成21年度) ⇒34円 (平成22年度) ↑ 上昇
ドライカップ	1,261円 (平成21年度) ⇒1,375円 (平成22年度) ↑ 上昇	1,300円 (平成21年度) ⇒1,352円 (平成22年度) ↑ 上昇

・PSTN から光ファイバサービスへの移行計画の必要性

メタルケーブルも光ファイバもボトルネック設備であり、接続事業者は NTT 東西殿と相互接続をすることが不可欠となっています。

上述した接続料金の上昇がもたらす問題は、NTT 東西殿からメタルケーブルと光ケー

「基本方針」においても、事業者間取引の影響を勘案した分析の実施について言及しているところであり、御指摘の点につきましては、今年度の分析を行うに当たって参考とさせていただきます。

	<p>ブルについて将来どのような計画を持っているか全く公表されていないことも主な要因の1つです。独占事業者の不作为によって、アンバンドル設備の接続条件や接続料金などの将来性を接続事業者が予測できず、ビジネスの検討ができない状態になっているのが現状です。このように、アンバンドル設備についての予見性については、独占事業者であるNTT東西殿と接続事業者との間で大きな情報の非対称性があり、競争上、接続事業者にとっては非常に不利なものになる点についても事業者取引を分析する上での観点とすべきと考えます。</p> <p>・FTTHにおける接続料金と利用者料金の関係の分析</p> <p>平成22年度の接続料の改定でNTT東西殿が実施したスタックテストに対して、総務省では、「Bフレッツ全てのサービスメニューにおいて利用者料金が接続料金等を上回っており、かつ、営業費相当分は基準を上回っているため、接続料が不適正であるとは認められない。」と評価しています。しかしながら、シェアードアクセスのアンバンドルメニューを利用してFTTHに参入している事業者は殆ど存在しません。スタックテストで適正となっても、なぜFTTHで競争事業者が存在しないのかも分析を行う必要があると考えます。</p> <p>また、このような分析には事業者のデータ開示が必要となりますが、特に、NTT西日本殿からの意見では、「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。」とありますので、ドミナント事業者の積極的な情報開示を大いに期待します。</p>	
--	---	--

		<p>(3) 定点的評価には、移動体の事業者間取引に関する評価も必要</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 接続料金についての分析と評価 <p>携帯電話の接続料金については、「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)の検討にて、最大の課題として議論が行われました。その中で、接続料原価、算定プロセス等の適正性及び透明性の確保が不十分であることが問題点として提起されていますが、従来の接続料金の低廉化が進まなかったことが、「携帯電話の料金競争が自網内に特化され、自網内と他事業者網間の利用者料金の差分を生んでいること」、「寡占状態にある既存大手3社内での利益の確保」につながっていると考えますので、引き続き、評価対象として分析する必要があると考えます。</p> <p>また、NTTドコモ殿より基本方針の意見募集の際に、着信ボトルネック規制の導入に関する意見が示されていますが、「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)では、第二種指定電気通信設備制度の検証のなかで「しかし、「着信ボトルネック」規制の考え方を導入する場合には、個々の事業者のネットワークごとに市場(着信呼市場)を画定する考え方の適否について検討が必要になるとともに、我が国とEUでは、そもそも市場画定の単位や市場支配力の認定方法等が異なるため、我が国の指定電気通信設備制度の体系との整合性を図ること等も必要となることから、「着信ボトルネック規制」については、これらの点について更に検討を深めた上で、その導入の適否を判断することが必要」と着信ボトルネック規制については慎重な結論となっています。</p> <p>今後、接続料金のガイドライン化が行われ一定程度の成果は出るものと考えますが、移動体市場の拡大、固定と移動体の融合等を見据えながら、利用者料金の低廉化を目途とし、着信ボトルネック規制の導入、移動体に軸足を置いたドミナント規制について速やかに検討が行われる必要があります。</p> <p style="text-align: center;">【イー・アクセス/イー・モバイル】</p>	<p>「基本方針」においても、事業者間取引の影響を勘案した分析について言及しているところであり、御指摘の点につきましては、今年度の分析を行うに当たって参考とさせていただきます。</p> <p>着信ボトルネック規制については、「基本方針」に関する提出意見に対する考え方でも示しているとおり、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>
1	1-1	<p>【総務省案】</p> <p>定点的評価の対象は、2008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>なお、特定の領域に焦点を当てることについては、戦略的評価がそうした観点から行われていること、また、経時的な変化を継続的に把握するという定点的評価の趣旨を踏まえ、今年度は実施しないこととする。</p>	<p>御指摘の点につきましては、今年度の分析を行うに当たって参考とさせていただきます。</p>

【意見】

- ・ 定点的評価は継続的な市場観測の視点から引き続き実施することが必要であると考えます。とりわけ、「固定電話市場」、「F T T H市場」におけるN T T東・西の市場支配力の存在がある旨、「電気通信事業分野における競争状況の評価2008」において言及されておりますが、競争評価アドバイザーボードでもご指摘があったように、市場支配力が存在している場合に単に規制・ルールが存在することのみをもって「行使されていない」と判断するのではなく、「実際に市場で何が起きているのか」という市場実態を踏まえて判断すべきであると考えます。現実に行政指導が繰り返し行われるような事態が発生しているということは、規制やルールが十分に機能せず、結果として市場支配力が行使されていることを示していると考えます。

市場実態の具体例としては、「N T T西日本が把握している他事業者のD S L利用情報・他事業者へ移行した番号ポータビリティ情報等のN T T西日本の販売代理店への不適切な提供（2009年11月18日N T T西日本報道発表）」という事例が挙げられます。接続上知り得た他の電気通信事業者情報がN T T西日本の販売代理店に提供されたという本事案は、電気通信事業法第30条（禁止行為等）等に抵触する可能性がある重大な問題であると認識しています。

競争評価の実施にあたっては、このような市場実態をしっかりと把握した上で、市場支配力が行使されているか否かを詳細に分析していただきたいと考えます。

- ・ 競争評価と競争セーフガード制度との有機的な連携については、引き続き図られることは重要であると考えますが、市場支配力を行使する状況か否かを検証する競争評価と規制やルールが遵守されているか否かの実態を検証する競争セーフガード制度の検証結果を各々単独で検討・評価するのではなく、競争セーフガード制度の検証結果を競争評価の要素に加え、市場の実態を踏まえた競争状況の評価につなげていくことが有機的な連携の在るべき姿であると考えます。

なお、上述のN T T西日本の事例について、競争セーフガード制度においても十分議論がなされる必要があると考えます。

		<ul style="list-style-type: none"> ・ ブロードバンド市場においては、2009年6月末時点でのNTT東・西のシェアが50.6%と50%を超え、かつ、FTHでは74%を超えており、引き続きNTT東・西のシェアが上昇しています。これは、NTT東・西が高いシェアを有する加入電話からOABJ-IP電話へのマイグレーションが進展する中で、加入電話の顧客情報を利用できるという営業上優位な立場にあるNTT東・西の市場支配力が、固定電話市場からブロードバンド市場へのレバレッジによって行使された結果であると考えます。そのため、このようなレバレッジによる市場支配力の行使がブロードバンド市場におけるNTT東・西のシェア上昇の要因となっているか否かを詳細に分析していただきたいと考えます。 ・ 固定電話市場からFTH市場への水平方向のレバレッジだけでなく、固定アクセス回線から上位レイヤーサービスへの垂直的なレバレッジもあると考えられます。具体的には、NTT東・西によるFTHサービスの提供において、廉価なオプションとして地デジ再送信が可能となる「フレッツ・テレビ」等上位レイヤーサービスも併せて提供されていることが挙げられます。 NTT東・西は活用業務認可ガイドラインによって上位レイヤーサービスである放送事業への参入が禁止されていますが、市場の実態を見ると、利用者にあたかも放送サービスの提供主体がNTT東・西であると誤認させるような広告を行うことで、利用者の選択に影響を与えていると考えます。NTT東・西のこうした営業手法については行政指導（2009年2月25日総務省報道発表）がNTT東日本に対してなされているにもかかわらず、実態が一向に改善されていないことは、規制やルールが十分に機能せず、結果として垂直方向のレバレッジが行使されていることを示していると考えます。 このため、競争評価の実施にあたっては、このような実態を踏まえて、垂直方向へのレバレッジが行使されているか否かについても詳細に分析していただきたいと考えます。 【KDDI】 	<p>「電気通信事業分野における競争状況の評価2008」（09年10月公表）において、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旨言及しているところです。</p> <p>また、「基本方針」において、市場支配力のレバレッジについては、水平的な市場関係のみならず、垂直的な市場関係についても着目した分析の必要性について言及しているところです。</p> <p>御指摘の点につきましては、今年度の分析を行うに当たって参考とさせていただきます。</p>
1	1-1	<p>【総務省案】</p> <p>定点的評価の対象は、2008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】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 2009年度の競争評価制度（以下、「本制度」という。）においては、競争上の懸念が最も高 	<p>「基本方針」において、事業者間取引の影響を勘案した分析について記述しているところであり、御指摘の点につきましては、今年度の分析を行うに当たって参考とさせていただきます</p>

		<p>いFTTH市場について、事業者間取引市場を含む詳細な分析を行うべきです。</p> <ul style="list-style-type: none"> この点、「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」（2009年12月）（以下、「基本方針」という。）においても、「競争状況の分析・評価に当たっては（中略）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」とされているところです。 なお、当該事業者間取引市場の分析にあたっては、その重要度や事業者からの情報収集の負荷等を考慮し、東日本電信電話株式会社殿及び西日本電信電話株式会社殿（以下、合わせて「NTT東西」という。）と接続事業者との間の事業者間取引に焦点を当てた分析を行うことが適当であると考えます。 <p style="text-align: right;">【ソフトバンクグループ】</p>	<p>す。</p>
1	1-2	<p>【総務省案】</p> <p>1-2 戦略的評価</p> <p>戦略的評価は、競争政策の展開との機動的な連携を図る観点から、特定のテーマに焦点を当てるものとして2006年度から実施しており、評価対象とする具体的テーマについては、実施細目において定めるものである。</p> <p>2009年度は、競争評価の開始以降6年が経過し、主だったテーマについては一巡したこと、また、収集データの蓄積も相当程度あること等を踏まえこれまでの競争評価の取組を総括するとともに次年度以降の戦略的評価にも反映させていく観点から、以下の2テーマを取り上げることとする。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. モバイル及びブロードバンドの普及に関するこれまでの競争政策の経済効果の定量分析 2. 電気通信サービスに係る消費者選好の変化に関する経時的分析 <p>なお、評価結果については、定点的評価とともに、2010年6月目途で取りまとめ、意見招請を実施して最終的に確定する。</p> <p>【意見】</p> <p>(1) 「1. モバイル及びブロードバンドの普及に関するこれまでの競争政策の経済効果の定量分析」について</p> <ul style="list-style-type: none"> 本テーマについて賛成します。 基本方針の意見書でも、競争評価における「価格の低廉化」は「競争促進している」と必ずしもならないと述べさせていただいたところ、総務省殿にて「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の結果」と考え方を示して頂いたとおり、価格の低廉化は指標として分かりやすいものではありませんが、電気通信分野においては、利用 	<p>賛同の御意見として取り扱わせていただきます。</p> <p>また、御指摘の点については、今年度の分析を行うに当たって参考とさせていただきます。</p> <p>なお、競争評価は、市場の競争状況の変化の正確な把握、政策の透明性や予見性の向上のための過去及び現在の基礎データの提供を主な目的としており、将来的な予測については、必ずしも対象となるものではありません。</p>

者料金と接続料金の両方を分析して初めて健全な競争環境であるか評価ができると思います。

- ・ 定点的評価に関する事業者間取引でも述べましたが、市場支配力を持つ事業者が、接続料金と利用者料金の関係において内部補助を代表とする行為により反競争的な価格設定を行い競争が阻害されていないかどうか、競争評価で分析していただきたいと考えます。

- ・ モバイルの新規参入状況についての分析が必要

モバイルでの競争状況についての分析は非常に重要であると考えます。

現在、モバイルは、NTTドコモ殿、KDDI殿、SBM殿の3社寡占となっています。これまでの周波数割当政策、競争政策によって、当社のほか、BWA事業者、並びに多数のMVNOなどがようやく参入することが出来ました。これら新規参入事業者のモバイル市場における成功例と失敗例について分析し、今後必要とされる競争政策について示唆することが必要と考えます。

当社は2008年3月にサービスを開始した独立系の事業者ですが、このような新規参入事業者には、既存3事業者が10年以上にわたって構築してきた全国ネットワーク、資金力、ブランド力、端末調達スキーム、周波数といったようにいくつもの課題を乗り越える必要があります。

たとえば、固定での競争環境は、不可欠設備を持つNTT東西殿と競争事業者との間で非対称規制を設けることにより競争事業者の育成及び公正競争環境の醸成が図られてきました。市場が固定からモバイルへ大きくシフトしている中で、NTTドコモ殿のような市場支配力を有する事業者に対して、緩やかな規制ではなく確りとしたドミナント規制を行うことによって、新規参入事業者でも競争力のあるプレイヤーとして参入可能な環境整備が必要と考えます。

また、「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、「今後、固定通信と移動通信の融合等が進展する中で、固定通信市場とモバイル市場をア・プリオリに画定して規制体系を構築する指定電気通信設備制度の包括的な見直しが必要となる事態も想定されることから、当該見直しの中で、モバイル市場の事業者間競争の進展状況等も踏まえ、二種指定制度の規制根拠については、改めて検証を行うことが適当である。」となっており、まずやらなければならないことは、「モバイル市場の新規参入状況を含む事業者間競争の進展状況」と認識しています。

- ・ モバイルの経済的価値の分析には、将来予測の観点も必要

2010年度以降において、LTE等の技術革新による高速化、また高速化による利便性向

	<p>上が見込まれるなどモバイルも次段階のフェイズを迎えますので、これまでの経済効果の定量分析にくわえて、将来的な分析も行うことが有益と考えます。具体的には、以下のような指標もしくは要素についての分析をおこない、将来的なユニバーサルサービスとしてのモバイルの可能性も探り、あわせて、例えばネットワーク共用やローミングの推進等の政策の検討も示唆していくことが必要と考えます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ①固定電話・携帯電話の効用の違い（代替性、利便性の数値化など） ②固定ブロードバンドと移動体ブロードバンドの効用の違い（代替性、利便性について） ③料金・サービスの多様化（定額制、データ通信の広帯域化など） ④MVNO 含む新規参入状況と市場の拡大、シェアの推移 ⑤移動体における規制の影響 ⑥接続料の低廉化の推移 ⑦ドミナント事業者の紛争事例 	
	<p>(2) 戦略的評価においては、グループ単位での分析も必要</p> <ul style="list-style-type: none"> ・グループ単位での分析について、テーマの1つとして加えていただくか、2つのテーマに取り組む上での項目として取り上げて頂きたいと考えます。 ・グループ単位での分析の必要性については、以下のとおり。 <ul style="list-style-type: none"> 「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）においても「FMCサービスに対応した市場画定の要否も含めて検討することが必要になる」とあるように、今後、固定と移動が融合していくにあたって、NTTグループ、KDDIグループといったグループ単位での評価が重要と考えます。グループで大きな力を持つ事業者はレイヤーを越えて垂直統合及び水平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ます。そのうえで、ドミナント規制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。 ・特にNTTグループに関するグループドミナンスとブランド力の分析が重要。 <ul style="list-style-type: none"> 「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）でも、「一の市場の市場支配力の関連市場へのレバレッジの問題や、異なる市場で市場支配力を有する事業者であって互いに密接な資本関係を有する事業者同士が、一体的な事業展開を行うことの問題、市場支配的事業者が、一の市場で子会社等と一体的な事業展開を行うことの問題など、共同的・一体的市場支配力等の行使に係る問題について、市場支配力の認定との関係で検討することが必要になると」とされ、 	<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りに適宜複数者のシェアを合計して算出してきたところです。</p> <p>また、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」の中で位置づけているところです。</p> <p>これらを踏まえ、御指摘の点につきましては、今年度の分析を行うに当たって参考とさせていただきます。</p>

	<p>「規制内容を検討する場合は、規制の構成要素（接続関連規制、行為規制、サービス関連規制）、規制構造（接続関連規制前置）、各規制構成要素の規制内容等について、それぞれ検討することが必要になると考えられるが、これらは、市場の画定内容や規制根拠とリンクした市場支配力の認定方法と密接に関連すると考えられるため、各市場の特性や市場ごとの規制根拠等に照らして、個別具体的に検討することが必要になる」と結論づけられており、特にNTTグループのグループドミナンスの問題とその影響を分析し、今後必要とされる競争政策を検討する材料とすべきと考えます・</p> <p>なお、NTTグループの分析については、各部分市場ごとに分析となる指標を示していき、今後の競争政策の検討に資することが必要と考えます。</p> <p>【過去3年間の競争評価からの示唆】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●長距離電話ではNTTコムの支配力が高い ●固定電話及びFTTHではNTT東西の支配力が高い ●携帯電話ではNTTドコモの支配力が高い ●総合的に、NTTグループの支配力が高い <p>また、基本方針の当社意見でも述べましたが、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ので、特に、NTTグループのブランド力について、分析方法も含めて検討していただけるよう強く要望します。</p> <p style="text-align: center;">【イー・アクセス／イー・モバイル】</p>	
--	--	--

1	1-2	<p>【総務省案】 (中略) 2009年度は、競争評価の開始以降6年が経過し、主だったテーマについては一巡したこと、また、収集データの蓄積も相当程度あること等を踏まえこれまでの競争評価の取組を総括するとともに次年度以降の戦略的評価にも反映させていく観点から、以下の2テーマを取り上げることにする。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. モバイル及びブロードバンドの普及に関するこれまでの競争政策の経済効果の定量分析 2. 電気通信サービスに係る消費者選好の変化に関する経時的分析 <p>なお、評価結果については、定点的評価とともに2010年6月日途で取りまとめ、意見招請を実施して最終的に確定する。</p> <p>【意見】 実施細目(案)の通りこれまで収集・蓄積してきたデータを有効活用し、競争評価において新しい切り口で分析を実施することに賛同いたします。その際、以下の点に留意していただきたいと考えます。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. モバイル及びブロードバンドの普及に関するこれまでの競争政策の経済効果の定量分析について <ul style="list-style-type: none"> ・ 電気通信分野は、端末やコンテンツ・アプリケーションといった他のICT産業と密接に関わっているため、モバイルやブロードバンドの普及による他のICT産業への波及効果を併せて分析することが、電気通信分野の経済効果、ひいては競争政策の有効性を検証する上で重要であると考えます。 ・ モバイル市場では、携帯電話のように設備競争を基本とした競争環境の中で普及が進んだと考えます。一方、ブロードバンド市場においては、サービス競争の中で普及したDSLと、一部地域では設備競争が行われつつもNTT東・西が加入電話から顧客を移し替えることで普及が進んでいるFTTHとの双方による複合的な競争状況の中で普及が進んでいると考えます。 <p>このようにモバイル、ブロードバンドの両市場の競争環境には大きな違いがあるため、それぞれの市場の競争状況の実態を踏まえた上で競争政策の有効性について分析していただきたいと考えます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 通信自由化以降、競争事業者の参入によって料金の低廉化が進み、「携帯電話の売り切り制」や「メタル回線の開放」等により競争が促進され、電気通信分野における技術革新やサービスの高度化が進展するなど市場拡大と利用者の利便性向上に資する競争 	<p>御指摘の点につきましては、今年度の分析を行うに当たって参考とさせていただきます。</p>
---	-----	--	---

	<p>政策がなされてきました。しかし、その中で例えばマイライン制度はNCC参入から10年以上経過してから導入されたものであり、タイミングよく市場に導入されたとは言えず、NTT東・西のIP電話活用業務認可やNGN活用業務認可等においては競争条件が大きく変更されるにもかかわらず、十分な議論を経ておらず、公正競争条件が十分に整備された政策とは必ずしも言えないと考えられます。したがって、これまでの競争政策の導入タイミングと有効性について、競争評価を通じてPDCAサイクルを着実に実施していただきたいと考えます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ブロードバンド市場においては、固定電話市場において市場支配力を有するNTT東・西が「フレッツ光ネクスト」を提供することによって固定電話市場からFTTH市場へのレバレッジが行使される懸念や、NTTドコモの「ホームU」のように、ボトルネック設備を有するNTT東・西と各市場において市場支配力を有する他のNTTグループ会社との間でサービスを共有化することにより更に市場支配力が強化される可能性があることが考えられます。 <p>したがって、本分析においては、モバイルやブロードバンド（DSLやFTTH）といった単一市場の定量分析だけでなく、「フレッツ・テレビ」等上位レイヤーサービスも含めた垂直方向及び水平方向の隣接市場や他市場へ与えている影響についても分析し、その結果を踏まえて、今後の定点的評価を継続的に実施していただきたいと考えます。</p>	
	<p>2. 電気通信サービスに係る消費者選好の変化に関する経時的分析について 本年7月23日付の「電気通信事業におけるグループ・企業ブランド力調査」(株)シード・プランニング)によると、</p> <ul style="list-style-type: none"> ■固定電話サービスについては、「NTT」、「NTT東日本」、「NTT西日本」、「NTTコミュニケーションズ」を想起しており、「NTT」によって提供されていると消費者は認知している。 ■「NTT00」というように、「NTT」が加わることにより購入時に信頼感や利用意向が高まる傾向にある。 ■消費者が、NTTグループに対して持っている「信頼」のイメージは、NTTグループ特有の歴史的背景が影響している。 <p>という結果が出ています。</p> <p>他方、総務省実施による利用者意向のアンケート調査（平成20年度電気通信サービスモニターに対する第1・2回アンケート調査結果）では、</p> <ul style="list-style-type: none"> ■固定電話・移動体通信・インターネット接続において、「加入しているサービスの選 	<p>御指摘の点につきましては、今年度の分析を行うに当たって参考とさせていただきます。</p> <p>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」の中で位置づけているところです。</p>

	<p>択理由」が「事業者のブランドや信頼性が高いと思うから」という回答の割合が高い。</p> <p>■固定電話において「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」では、「事業者のブランドや信頼性が高いと思うから」という回答が最も多い。</p> <p>という結果となっています。</p> <p>以上のアンケート結果より、事業者のブランドや信頼感が消費者選好に与える影響は大きく、とりわけNTTグループは、もともと電電公社時代から独占的に電気通信サービスを提供してきたという電気通信市場特有の歴史的経緯やそれに由来する信頼感等、他の電気通信事業者にはない特殊な要素を有しているため、ブランド力が強いと考えます。</p> <p>現に、NTT東・西による「フレッツ光ネクスト」の提供においては、公社時代から引き継いだ高いブランド力や信頼感によって、F T T Hサービスにおけるユーザの選択を獲得するとともに、これとセットとなっているテレビサービス等上位レイヤーサービスの選択も同時に獲得していると考えられます。</p> <p>そのため、ブランド力の分析にあたっては、歴史的経緯やそれに由来する信頼感という要素に着目して、それらが固定電話からF T T Hへの移行における消費者選好や、バンドルされた隣接市場におけるサービスにまで及ぼす影響について詳細に分析していただきたいと考えます。</p> <p>また、市場全体に視点を置くと、固定電話市場からブロードバンド市場への水平方向のレバレッジだけでなく、ボトルネック設備である固定アクセス回線からコンテンツやアプリケーション等の上位レイヤーサービスへの垂直的なレバレッジもあると考えられます。そのため、今後消費者選好の分析をするにあたっては、このようなレバレッジがサービス選択に与える影響についても分析していただきたいと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【KDDI】</p>	
--	--	--

1	1-2	<p>【総務省案】 2009年度戦略的評価 テーマ1 モバイル及びブロードバンドの普及に関するこれまでの競争政策の経済効果の定量分析</p> <p>【意見】 <MNP 導入による経済効果と課題の検証></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「モバイルの普及に関するこれまでの競争政策の経済効果の定量分析」においては、携帯電話番号ポータビリティ制度（以下、「MNP」という。）の導入効果を中心に分析を行うべきと考えます。 ・ 2006年10月24日にMNPが導入されてから現在に至るまでに、事業者間のシェアは累計ではほぼ変化がなく、各事業者のシェアの増減も0~5%程度に留まり、既存顧客の流動性は極めて低い状況にあります。そのため、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は十分に機能せず、その経済効果も当初期待されていたもの※に比べ、極めて限定的な状況となっているものと考えます。 ・ また、「電気通信事業分野における競争状況の評価2008」（2009年10月）（以下、「2008年度評価結果」という。）における携帯電話市場の分析において、「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、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、MNPによる移行の障壁が何に起因するものか等についても詳細な分析が必要と考えます。 <p>※ 「携帯電話の番号ポータビリティの在り方に関する研究会」報告書（2006年4月） 第4章 携帯電話の番号ポータビリティの導入による効果と影響（P39） 「便益については、～番号ポータビリティの利用率が10%と仮定した場合、番号ポータビリティの利用者全体で年間総額約2,733~3,551億円になる。」</p>	<p>御指摘の点につきましては、今後の検討の参考とさせていただきます。</p>
---	-----	--	---

		<p><ブロードバンド市場における設備開放ルールの有効性></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「ブロードバンドの普及に関するこれまでの競争政策の経済効果の定量分析」においては、これまで講じられてきた設備開放ルールと競争促進効果の関係について詳細な分析を行うべきと考えます。 ・ ADSL 市場においては積極的な設備開放政策がとられたことで、競争事業者の参入が促進され、ブロードバンドサービスの発展による市場の活性化がもたらされたところですが、FTTH 市場においては、ADSL 市場と比較し新規事業者の参入が停滞しており、結果として NTT 東西殿の独占化傾向（2009 年 9 月末時点のサービスシェアが 74.3%）が進展しています。その結果、現在も市場における競争環境は悪化の一途を辿っており、ひいては市場の停滞を引き起こしているものと考えます。 ・ このような現状に鑑みると、本分析に際しては、ADSL と FTTH の市場毎に分析を行うことが妥当であり、どのような競争政策の違いが市場環境の相違を生じさせているかについて、要因を特定すべきと考えます。 <p style="text-align: right;">【ソフトバンクグループ】</p>	<p>御指摘の点につきましては、今年度の分析を行うに当たって参考とさせていただきます。</p>
1	1-2	<p>【総務省案】 2009 年度戦略的評価 テーマ 2 電気通信サービスに係る消費者選好の変化に関する経時的分析</p> <p>【意見】 <ブランド力が消費者選好に及ぼす影響></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「電気通信サービスに係る消費者選好の変化に関する経時的分析」において、ブランド力が消費者選好に及ぼす影響について分析すべきと考えます。 ・ ブランド力については、基本方針において、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るところであり、また、2008 年度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示されています。 ・ とりわけ、「NTT」というブランドは、国営であった電電公社時代に培ったブランドイメージを今なお有しており、そのブランド力に基づく顧客獲得における営業上の優位性等により、事業者間の競争環境に大きな影響を及ぼしているものと考えます。 ・ 本件については、過去に行なわれている民間業者による調査（株式会社シード・プランニ 	<p>御指摘の点につきましては、今年度の分析を行うに当たって参考とさせていただきます。</p> <p>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」の中で位置づけているところです。</p>

	<p>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：下記参考参照)等)も参考にしつつ、ブランド力が消費者選好に及ぼす影響について可能な限り定量的に分析を行い、より多面的・総合的な評価結果を導き出すべきと考えます。</p> <p><参考> 「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 (http://www.seedplanning.co.jp/press/2009/2009072301.html)</p> <ol style="list-style-type: none"> 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、これが公的な企業イメージに結びついている <ul style="list-style-type: none"> ・「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。 2. 「NTT」ブランドは消費者のサービス購入時に影響 <ul style="list-style-type: none"> ・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 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 <ul style="list-style-type: none"> ・「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。 	
	<p><FTTH市場に関連するバンドルサービスにおける消費者選好></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ FTTHに関連するバンドルサービスについては、FTTH市場におけるNTT東西殿の独占的地位と相俟って利用者のサービス選択に大きな影響を及ぼしています。 ・ この点に関して、本年7月の「競争セーフガード制度の運用に関する意見募集」に対する弊社共意見の中でも、各種バンドルサービス等に関連する競争阻害事例として、フレッツ・テレビやひかり電話等にかかる営業行為上の問題点を指摘したところですが、このようなバンドルサービスの提供を通じたNTT東西殿によるISP市場等の隣接市場へのレバレッジの懸念はより一層高まりを見せているものと考えます。 ・ この点、2008年度評価結果においても、FTTHに関連するバンドルサービスが利用者の選択に大きな影響を及ぼすことや、支配的事業者が関係するバンドルサービスは公正競争の確保の観点から注視することも重要といった分析結果が示されているところであり、上記 	<p>御指摘の点につきましては、今年度の分析を行うに当たって参考とさせていただきます。</p>

	<p>の公正競争上の懸念に係る弊社共の指摘を裏付けるものとなっています。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 以上のことから、「電気通信サービスに係る消費者選好の変化に関する経時的分析」においては、連年レバレッジの懸念が示されている FTTH 市場に関連するバンドルサービスについて重点的に分析を行うことが妥当であると考えます。 <p style="text-align: right;">【ソフトバンクグループ】</p>	
--	---	--

3 「競争評価における透明性の確保」

頁	段落	提出意見	提出意見に対する考え方
2	2	<p>【総務省案】</p> <p>2 競争評価における透明性の確保</p> <p>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リーボード」（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> <ul style="list-style-type: none"> ・ 第1回アドバイザリーボードでも委員の先生から意見がありましたように、公開カンファレンス等の開催等によるオープンな議論は引き続き有効と考えますので、当社としても積極的に参加させて頂きたいと考えます。 <p style="text-align: right;">【イー・アクセス／イー・モバイル】</p>	<p>オープンな議論を確保するための方策については引き続き検討してまいります。</p>
		<p>【総務省案】</p> <p>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</p>	<p>オープンな議論を確保するための方策については引き続き検討してまいります。</p>

	<p>ザリーボード」(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> <ul style="list-style-type: none"> 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。この点に関して、競争評価の評価材料として用いられる需要者からの情報収集等の各種市場調査についても、そのアンケートの内容や設問を実施細目において記載し、関係者からの意見聴取対象とする等、その客観性を担保すべきと考えます。 また、競争評価アドバイザリーボードは、実施細目案において原則公開とされていますが、例年、評価結果案に関する会合については「自由活発な意見聴取を行う必要がある」※ことを理由に非公開となっています。この点、基本方針において「競争評価の実施には、客観性や中立性が重要な要素」とされていることを踏まえ、全会合を公開し、検証プロセスの透明性や評価結果の信頼性を確保すべきと考えます。 <p>※ 総務省開催案内「平成20年度 競争評価アドバイザリーボード」第3回会合について http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/policyreports/chousa/advisory_board/15720.html)</p> <p style="text-align: right;">【ソフトバンクグループ】</p>	
--	--	--

4 「その他」

頁	段落	提出意見	提出意見に対する考え方
2	3-1 ①	<p>【総務省案】</p> <p>(1) 個人の利用動向調査</p> <p>個人の利用動向調査に関し、2009年度の情報収集は、次の方針で実施する。「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」の各領域の定点的評価については、郵送によるアンケートを行い、必要に応じてWebアンケートを実施する。</p>	<p>総務省では、電気通信サービスに関する意見・要望等を把握し、行政に反映させることを目的に、電気通信サービスに関心がある全国のモニターに対し</p>

		<p>【意見】 郵送による実施は経費がかさむ事や集計に手間が予想される事からインターネット環境を活用したものとするべき。インターネットを利用しない人々に対しては自治体等のインフラを活用して回答を求めれば対応可能であると考え。ブロードバンド普及を掲げている省庁の対応として「郵送」にこだわるのは不適切である。</p> <p style="text-align: right;">【個人】</p>	<p>て、平成 6 年度から毎年度アンケート調査（以下「モニターアンケート」といいます。）を実施していますが、モニターアンケートの調査結果については、競争評価においても、個人の利用動向を把握する上で有効活用できることから、実施細目に明記した上で、これまでも分析に活用してきたところです。</p> <p>モニターアンケートの調査手法については意見募集の対象ではありませんが、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>
	3-2	<p>【総務省案】 2009年度においては、市場画定时（「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】 急激な変化が見られないとされているが、改めて評価するために修正を要する部分（例えばWiMAXの追加等）はいくつも見受けられるので、意図した曲解ではない公正な評価であるために理由を付して修正すべきである。</p> <p style="text-align: right;">【個人】</p>	<p>御指摘の点につきましては、今後とも市場の状況の変化等を注視しつつ、今後の検討に当たって参考とさせていただきます。</p>

	<p>【総務省案】 需要者（利用者）側からの情報収集の一環として行う個人向けアンケート調査は、第1回を2009年11月に実施、第2回を2010年1月に実施予定。ただし、必要に応じ、随時追加的な調査を実施する。</p> <p>【意見】 意見募集をする前から着手している事となっているが真実ならば甚だ遺憾であり強く抗議する。</p> <p style="text-align: right;">【個人】</p>	<p>モニターアンケートについては、電気通信サービスに関する意見・要望等を把握し、行政に反映させることを目的に、競争評価のプロセスとは別に毎年秋から冬にかけて実施しているものです。</p> <p>同アンケートの結果は、利用者の考え方を分析する上で有益なものであることから、競争評価においても有効活用しているものであり、御指摘の点はあたらないものと考えます。</p>
--	--	--

5 「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	提出意見	提出意見に対する考え方
9		<p>【総務省案】 個人と法人の利用者を対象にそれぞれ郵送によるアンケートを実施するほか、必要に応じてWebアンケートを実施する場合がある。郵送アンケートの実施要領は、別紙1のとおりである。</p> <p>【意見】 前段でも申し述べたがインターネットを活用したアンケートへ主軸を置くべき。</p> <p style="text-align: right;">【個人】</p>	<p>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>
10		<p>【総務省案】 第2回 インターネット接続 他（項目検討中）</p>	<p>モニターアンケートの調査手法については意見募集の対象で</p>

		<p>【意見】 インターネットを利用しない層も取り込むとして郵送による手段を正当化しているにもかかわらず矛盾している。</p> <p style="text-align: right;">【個人】</p>	<p>はありませんが、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>
11		<p>【総務省案】 1 法人向けアンケートの実施方法日経BP社を通じて、以下のように実施。</p> <p>【意見】 意見募集をしている内容に対し、既に調査が終了しているのはおかしい。サンプル数もたった3割程度であり、疑問である。不正な取引があったと思われるのでは仕方がないのではないか？</p> <p style="text-align: right;">【個人】</p>	<p>法人向けアンケートについては、企業ネットワークの実態を把握することを目的に、競争評価のプロセスとは別に09年7月から8月にかけて実施したものです。</p> <p>同アンケートの結果は、法人向けサービスの動向を把握する上で有益なものであることから、競争評価においても有効活用しようというものであり、御指摘の点はあたらないものと考えます。</p>

6 「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	提出意見	提出意見に対する考え方
12	1	<p>【総務省案】 (中略)</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なる必要があるが、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>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> <p>なお、「基本方針」においても個々の事業者の負担が過度にならないよう、事業者の規模や業</p>

		<p>【意見】 今回の戦略的評価案のように蓄積してきたデータを活用し、新たな分析に役立てることは電気通信市場の活性化のために非常に有益であり、分析にあたっての情報は可能な限り提供していきたいと考えます。 なお、今後どのような分析をしていくか、ある程度の方向性を示した上で事業者に対して過度な負担とならないよう留意しながら情報収集を図っていただきたいと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【KDDI】</p>	<p>態等を勘案しながら情報収集を進める旨言及しているところです。</p>
13 14 21	<p>【総務省案】 13頁目 (5) MVNOが提供する移動電気通信サービスに関する情報提出を求める具体的内容は、別表2-5のとおりである。 14頁目 仮想移動電気通信役務提供事業者 →事業者数、契約数 21頁目 別表2-5 MVNOが提供する移動電気通信サービス</p> <p>【意見】 総務省におけるMVNO事業者の定義が曖昧であり、当該項目を含める事は事業者にとって過度な負担を与える。また評価結果が一部複雑に重複され適切な評価ができないので削除すべき。 またカード型だけを抽出しているが、政策上の意味は浅すぎる。これを特筆するなら組み込み型の携帯サービスを抽出の方が意味が深いと考えられる。もう少し思慮深い分類を求める。</p> <p style="text-align: right;">【個人】</p>	<p>MVNOに関する情報収集については、電気通信事業報告規則に基づく報告を活用することを原則とし、関係事業者への負担については、引き続き配慮してまいりたいと考えます。</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、御指摘の点については、今後の参考とさせていただきます。</p>	
14~	<p>【意見】 総務省案には盛り込まれていないが、携帯電話・PHS、FTTH、DSL、CATVについては近年問題となっている1ユーザーの帯域占有にかかる割合などを評価に盛り込むべきと考える。 また、競争状況を評価するに同じサービスでも品質の相違による評価がされていない事に疑問を感じる。各事業者の事故発生状況、復旧までの状況などサービス品質を評価に盛り込んだ上で、競争状況への影響を評価しなければ適切な評価とは言えない。</p>	<p>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 その他提出意見

頁	段落	提出意見	提出意見に対する考え方
—		<p>＜市場支配力の「存在」による市場への影響について＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 市場支配力の評価において、総務省殿においては「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あり、例えばFTTH市場については、2008年度評価結果において、市場支配力は「存在」するが、現行のルールが存在が抑止力になること等から直ちに市場支配力が行使される可能性は低いとしているところです。 ・ しかしながら、実際の市場の状態はNTT東西殿の独占化傾向（2009年9月末時点のサービスシェアが74.3%）が進んでおり、その要因に関する詳細な分析はなされていません。仮に、当該要因がNTT東西殿の市場支配力に起因する場合、市場支配力の「行使」が行われなくとも「存在」することだけで市場に対して多大な影響を与えていると言え、本制度においても「存在」自体をより重視した評価を行う必要があると考えます。 ・ 仮に、市場支配力が要因でないとするのであれば、このようなNTT東西殿の独占化傾向がどのような理由によるのか、例えば、現行の接続ルールに問題があるのか等、詳細な分析を行うべきと考えます。 ・ なお、市場における独占状態が市場環境や利用者に対し弊害をもたらすことは明白であり、現行の状態を放置することは、今後の電気通信事業の健全な発展を阻害することになりかねません。 ・ 現状の市場環境を抜本的に是正するためには、これまでのような表層的な評価を繰り返すのではなく、総務省殿においては、電気通信事業における監督官庁としての役割を果たすべく、FTTH市場における独占状態の問題の所在と必要な措置の明確化を図るべきと考えます。 <p>＜市場支配力の「存在」の判断基準について＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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、具体的にこれら諸条件のどの要素を重視して判断するかを明示すべきと考えます。 ・ なお、基本方針案の意見募集における弊社共の意見に対し、総務省殿は「EUの競争評価にお 	<p>競争評価における市場支配力の存在と行使に関する基本的な考え方については、09年12月に公表した「基本方針」において明らかにしているところです。</p> <p>なお、実施細目は、競争評価の具体的な実施プロセス等の詳細を定めるものであり、御指摘の点につきましては、意見募集の対象ではないと考えますが、今年度の分析を行うに当たって参考とさせていただきます。</p>

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」としてはいますが、このことをもって、本制度の市場支配力の判断基準を明確化しなくて良い理由とは全くなり得ません。

- ・このような判断基準の明確化がなされない場合、評価結果が恣意的なものとなる可能性を排除しきることが出来ず、そうした批判に因應するためにも、今後、関係者の議論等を踏まえ、具体的基準等の形成に資する検討をさらに深めることが必要であると考えます。
- ・なお、評価基準の具体化にあたっては、例えば、独占禁止法の考えとの整合等をより強く意識した分析方法の導入を検討する等が一案として考えられます。個別事案における競争制限的行為の事後的排除や企業結合等の事前規制を行なうための独占禁止法と、電気通信事業分野のサービス全般を俯瞰的に分析する本制度では、その性質に違いはあるものの、既に確立され、透明性の高い前者の分析手法については、本制度においても参考となる部分があるものと考えます。

<市場支配力の「行使」の判断基準について>

- ・市場支配力の「行使」の判断にあたっては、過去、各種ルールや規制の存在を根拠として、「行使できない」と判断している事例が散見されていますが、当該ルール等の存在のみをもって「行使」できないと安易に判断するのは誤りであり、それらが機能しているかを踏まえ、評価を行なうべきです。
- ・現に、NTT 西日本殿及び NTT 西日本殿の県域等子会社において、他事業者の DSL 利用情報や他事業者へ移行した番号ポータビリティ情報等を販売代理店へ不適切に提供していたと発表※しており、このような、電気通信事業法第 30 条第 3 項第 1 号の禁止行為に抵触する可能性がある行為が発生していること自体、現行のルールが実質的に機能していないことを如実に示す一例と言えます。
- ・また、平成 21 年度競争評価アドバイザーボード第 1 回会合（2009 年 12 月 3 日）において、一部の構成員からも、市場の競争状況を判断する際は、各種ルールや規制が全体として機能しているか否かについて確認する必要があるといった意見が述べられているところであり、各種ルールや規制の存在のみならず、その有効性について検証することが急務であると考えます。

※ 平成 21 年 11 月 18 日 報道発表資料 NTT 西日本一兵庫、NTT 西日本

「お客様ご利用のサービス情報の一部販売代理店への不適切な提供に関するお詫びとお知らせ」

(<http://www.ntt-west.co.jp/news/0911/091118a.html>)

		平成 21 年 12 月 17 日 報道発表資料 NTT 西日本ー北陸、NTT 西日本 「お客様ご利用のサービス情報の一部販売代理店への不適切な提供に関するお詫びとお知らせ」 (http://www.ntt-west.co.jp/news/0912/091217a.html) 【ソフトバンクグループ】	
--	--	---	--

以上