



ブロードバンド普及促進のための競争政策

—モバイル市場の競争促進—

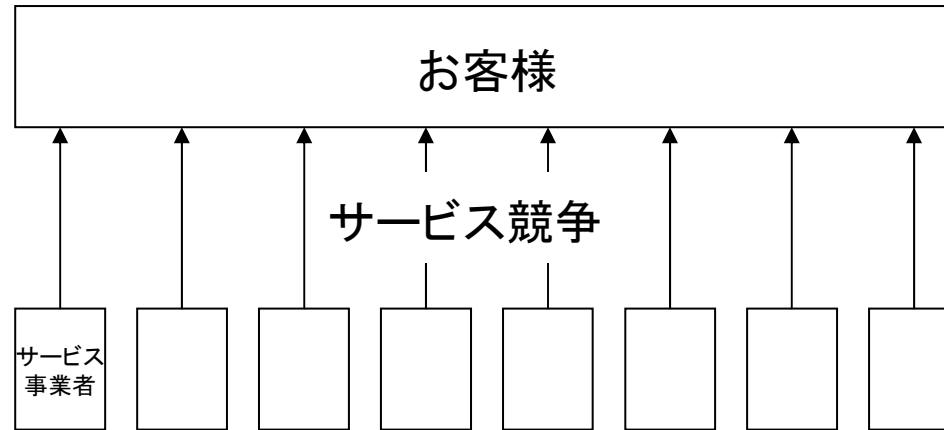
2011年6月14日

日本通信株式会社

モバイル競争促進の本質的ジレンマ



顧客視点



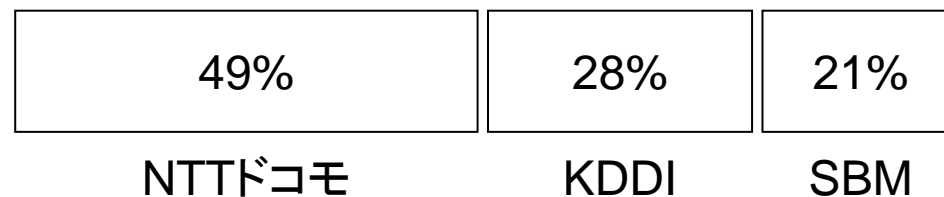
① サービス事業者は多いほど競争に



低廉化、多様化

どう両立させるか？

設備視点



② 設備事業者を増やそうとしても有効に増やせない



数兆円投資が必要

モバイル・サービス提供の3つの方法



必要な投資・事業規模

A. 周波数免許を得て、携帯設備事業者に

数兆円

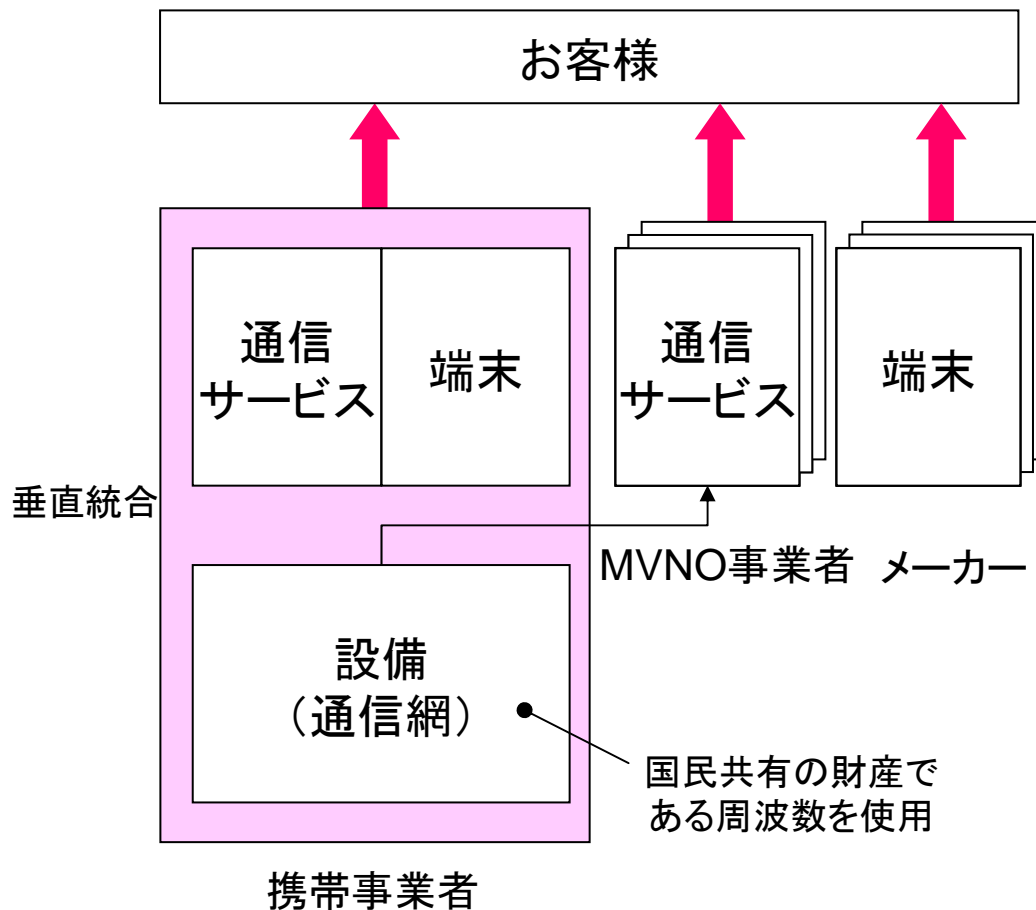
B. 欧米型MVNO(卸でサービスを再販)

数千億円～
数百億円

C. 日本型MVNO(接続を伴う)

数十億円～

競争促進が進展中の日本のモバイル市場



①通信サービス事業者が急速に数倍に
(MVNOの参入が相次ぐ)

②日本ユニーク端末からグローバル端末への変化
→ キャリア固有仕様は時代遅れ
(APNロック、SIMロック他)

③設備(通信網)に関しては、
原価+適正利潤で接続
「ダムパイプ化」という意見もあるが、
それは適正利潤の利益率の問題

設備事業者とサービス事業者の関係



① 設備部分から得られる収益は、それ自体が適正レベルの利益を上げるべき

➡ 今後の設備投資へのインセンティブ
(ただし、国民共有の財産を使用していることを考慮)

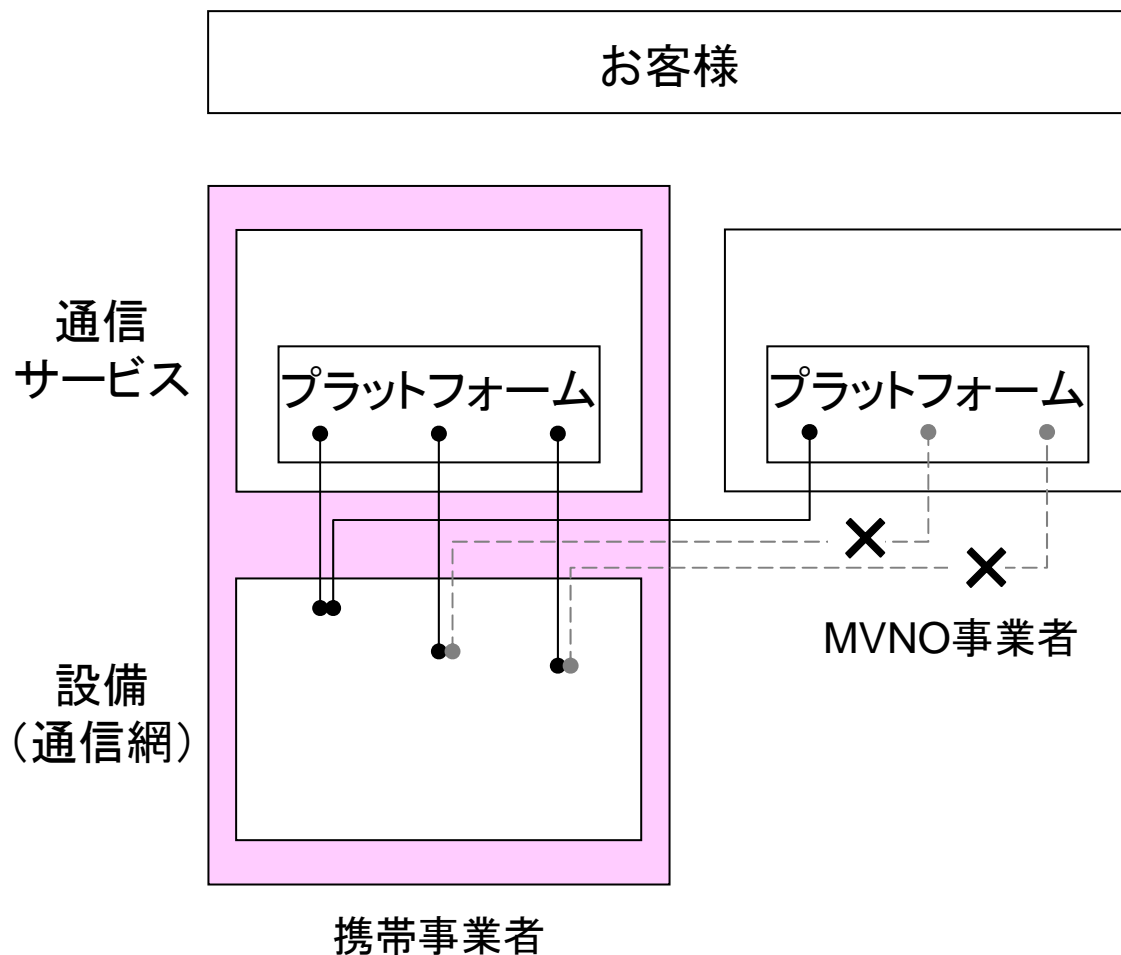
② 携帯事業者との接続条件交渉を民々に委ねるのはほとんど不可能

(総務大臣裁定において、A社は接続料を2億6,000万円との主張。
結果は1,500万円)

③ 携帯事業者のサービス事業部門と他のサービス事業者とはイコールフットイングにすべき

➡ 極めて多くの課題
(原価情報を得るタイミング、設備機能の使用可否、他)

設備機能の使用制限

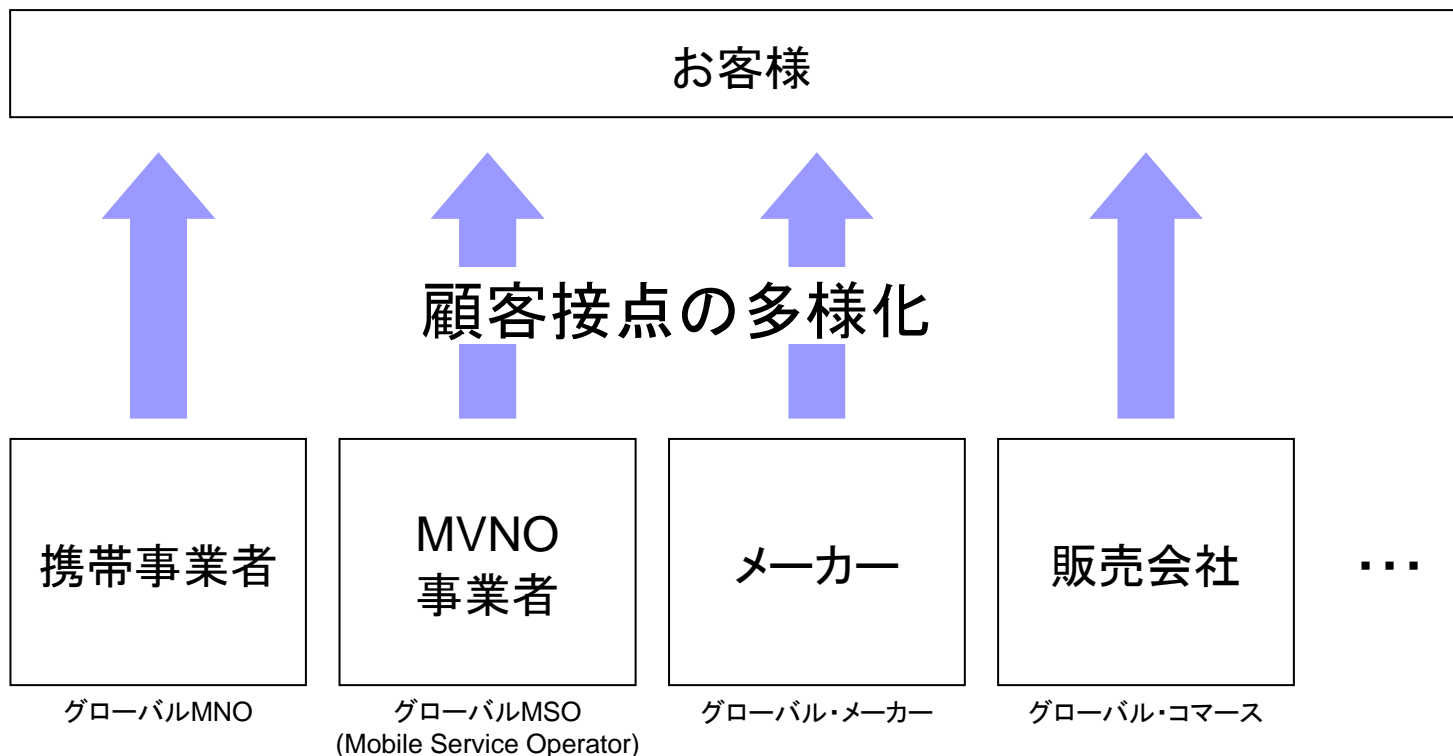


設備機能の使用制限がMVNO事業者にとってボトルネック

例)

1. パケット通信における端末呼び出し機能
2. 端末固有番号通知機能 (IMEI情報の通知)
3. 位置情報通知機能 (AGPS、HLR)

グローバル競争へ



海外で普遍的な水平分業モデルへの移行が
グローバル競争への第一歩

消費者ニーズに基づく競争が 求められている



携帯事業者の意見

携帯事業者への提言

- A** 「携帯3社のユーザ料金は同程度の水準」
(ドコモ意見書より)
- B** 「アップル社が携帯事業者に代わって、
ユーザに対する「顔」となり、…」
(ドコモ意見書より)
- C** 「SBMIは『つながりにくい』『途切れる』と
いった利用者の不満も増幅
(2月7日産経新聞)
(ドコモ意見書より)
- 通信サービスで勝負すべき
(談合と思われても仕方ない同水準料金はおかしい)
- なぜ端末で勝負しているのか？
(携帯事業者がベストサービスを提供
することでアップルと組めばよい)
- 国民共有の財産たる周波数を使う以上、
設備投資を行い、利用効率を最大化すべき
(監督努力不足)

日本経済復活の原動力は 移動体通信にあり

- 2001年 IMT-2000(3G)ビジネスモデル研究会から
10年間一貫して準備してきた成果が正に出始めている
 - オークションしなかった結果、日本は5~10年の競争リーダーシップを持っている
 - リーダーシップを確保している時には、フォロワーと比較すべきではない