

〈総論〉

(1) 定点的評価における事業者間取引(卸電気通信役務、事業者間接続)の取扱い

- ① 現行の競争評価は小売分野を対象として市場を画定。これに加えて、事業者間取引を市場画定するかどうか(新たなデータ提出に係る事業者負担を勘案する必要あり)。
- ② 事業者間取引については、市場としては確定しないまでも、小売分野の市場を評価するに当たり、勘案要素の一つとして分析することは必要ではないか。
- ③ 携帯事業者間の接続料等、具体的に事業者間で問題とされている案件については、現行法制に基づき個別に対応するという事ではないか。

(2) 戦略的評価の活用方策

競争セーフガード制度との連携を強化する観点から、同制度で注視すべきと指摘されている事項等について、必要に応じ、戦略的評価として事業者間取引に係る市場を分析する枠組みを構築してはどうか。

競争評価の見直しに関する主な論点

〈各論〉

(定点的評価における市場画定及び分析・評価)

(1) 移動系のデータ通信市場の画定

- ① 従来、データ通信分野は固定系のみを対象。無線通信の高速化、スマートフォン等の端末の多様化が進展する中、移動系のデータ通信市場を画定してはどうか。
- ② その場合、近年、当該分野におけるビジネスモデルの多様化(従来のキャリア主導型と異なるモデルの登場)を踏まえ、コンテンツ、プラットフォームや端末の各レイヤー(上位下位レイヤー)の動向を反映することが必要ではないか。
- ③ 上位下位レイヤーの動向を具体的にどのように分析・評価に反映するか。例えば、利用者アンケート等を通じ、上位下位レイヤーのサービスや端末と、移動系の電気通信事業者のサービスとの関係を把握した上で、ネットワーク効果やロックイン効果等を分析してはどうか。

(2) FTTH市場を分析・評価する要素

- ① FTTH市場に関する政策的な重要性が増している中、従来の契約者数シェアのみならず、幅広い要素を勘案して分析してはどうか。例えば、都道府県別の分析、設備競争状況、NTT加入電話から光IP電話の移行状況、活用業務やNGN機能(品質保証等)によるサービス提供状況、料金体系(割引、解約違約金)、ISP等の隣接市場との関係等。
- ② この場合に勘案する要素の一つとして、事業者間取引の状況についても分析してはどうか。
- ③ 上記勘案に当たってのデータの収集のあり方(利用者や事業者へのアンケートの実施等)。

(3) 分析・評価の指標

ヒアリングにおいて提案された項目(注)について、指標としての有効性や分析の具体的な方法の検討が必要ではないか。(注)グループ単位、ブランド力、通信速度、周波数帯域、事業の革新性、国際展開度等