

接続料と利用者料金との関係の検証(スタックテスト)の運用に関するガイドライン

平成24年7月
総務省

1. 目的

第一種指定電気通信設備に係る接続料(以下「接続料」という。)は、能率的な経営の下における適正な原価に照らし公正妥当なものでなければならない(電気通信事業法(昭和59年法律第86号)第33条第4項第2号)。具体的には、接続料は、当該接続料に係る収入がその原価と一致するように定めなければならない(接続料規則(平成12年郵政省令第64号)第14条第1項)ほか、その水準が、当該接続料を設定する事業者と接続事業者との間に不当な競争を引き起こさないものであることが求められる(同条第4項)。

そこで、一般的に利用者料金はコストに適正利潤を乗せて設定されることにかんがみ、接続料の水準が不当でないことを確認するため、接続料の認可時等に、接続料と利用者料金の関係についての検証(スタックテスト)を行うことが適当である。なお、本検証は利用者料金の妥当性を検証することを目的とするものではない。

本ガイドラインは、スタックテストの実施に係る透明性を確保するため、その基本的な考え方及び具体的な実施方法等を規定するものである。

2. 基本的な考え方

スタックテストの実施に関する基本的な考え方は、以下のとおりである。

- ① スタックテストは、これを効果的かつ効率的に実施する観点から、基本的には、接続料を設定する事業者が大括りのサービスごとに実施し、特に詳細に検討することが必要なサービスについては、接続料を設定する事業者が定める電気通信役務の品目及び細目による区分(保守時間の態様によるものを除く。)(以下「サービスメニュー」という。)ごとに総務省が実施する。
- ② スタックテストにおいては、利用者料金と接続料¹の差分を営業費相当分とみなし、当該営業費相当分が営業費の基準値を下回らないものであるか否かを検証し、当該要件に合致する場合、当該接続料の水準について、スタックテストの観点からは妥当と判断する。その際、検証の対象が接続料水準の妥当性であることにかんがみ、当該営業費には、顧客獲得に要する費用(販売促進費等)は含めないこととする。

¹ 接続料が設定されていない設備を利用している場合は、当該設備の費用を含む。

- ③ ただし、利用者料金は必ずしも接続料に連動して設定されるものではない。このため、スタックテストは、接続料水準の妥当性を判断する一意的な基準としてではなく、接続料算定の妥当性について、接続料設定事業者に合理的な論拠の提示を求める場合の判断基準として運用する。したがって、スタックテストの要件が満たされない場合であっても、接続料設定事業者から合理的な論拠が提示された場合は、当該接続料の水準について、スタックテストの観点からは妥当と判断する。

3. 検証の実施方法

(1) 接続料を設定する事業者が実施するスタックテスト

ア 検証時期

検証は、毎事業年度の実績原価方式により算定される接続料の認可申請時及び接続会計の公表時に行うものとする。

イ 検証区分

検証区分は、サービスの代替性やサービスを提供する際に利用する機能の差異を考慮して設定することとし、その際、総務省が実施する競争評価に用いられている市場画定を参考とする。

以上を踏まえ、具体的な検証区分は次のとおりとする。

[検証区分]

- ①加入電話・ISDN基本料、②加入電話・ISDN通話料、③公衆電話、④番号案内、⑤Bフレッツ、⑥フレッツADSL、⑦フレッツISDN、⑧フレッツ光ネクスト、⑨フレッツ光ライト、⑩ひかり電話、⑪ビジネスイーサワイド

ウ 検証方法

検証区分ごとに、利用者料金収入と接続料収入との差分(営業費相当分)が営業費の基準値を下回らないものであるか否かを検証する。

接続料設定事業者である東日本電信電話株式会社及び西日本電信電話株式会社の電気通信事業会計における電気通信事業収益(電報収入を除く。)の対営業費(顧客営業、販売サポートのうち特約店に支払う取次手数料、宣伝及び企画に係るものを除く。別紙参照。)比率が20%弱(01～05年度の平均値)であることにかんがみ、本検証における営業費の基準値を利用者料金収入の20%とし、営業費相当分が当該基準値を下回っていない場合、当該接続料の水準について、スタックテストの観点からは妥当と

判断する。

(2) 総務省が実施するスタックテスト

ア 検証時期

検証は、次のいずれかの時点で行う。

- ①実績原価に基づき毎事業年度再計算して算定される接続料の認可時
- ②対象となるサービスに係る接続料の認可時(上記①の認可時を除く。)

イ 検証区分及び対象範囲

検証区分は、個々のサービスメニューごととし、その対象範囲は、次のサービスのうち市場が拡大傾向にあるものを基本として、総務省が毎年度決定する。

- ①新規に接続料が設定された機能を利用して提供されるサービス
- ②接続料の算定方法が変更された機能を利用して提供されるサービス
- ③将来原価方式により算定された機能を利用して提供されるサービス

なお、上記①及び②については、初年度だけでは接続料水準の妥当性について十分に判断できないと認められる場合、需要等の傾向が一定程度見られるようになるまでの複数年にわたり、検証を実施する。

ウ 検証方法

営業費はサービスメニューごとに均等に生じるものではないことから、営業費相当分と営業費の基準値との関係の検証は、サービスブランド(接続料設定事業者により同種のサービスとして位置づけられているサービスメニューの集合をいう。)を単位として行う。

ただし、接続料は基本的にサービスメニューごとに異なることから、併せて、利用者料金が接続料を上回っているか否かについてサービスメニュー単位で検証する。

本検証における営業費の基準値は、上記(1)ウと同様、利用者料金収入の20%とする。

(3) スタックテストの要件を満たさない場合の扱い

スタックテストの要件を満たさないサービス(公衆電話、番号案内及び接続料が長期増分費用方式により算定されている加入電話・ISDN通話料を除く。)については、総務省にお

いて、接続料設定事業者に対し、接続料水準が妥当であるにもかかわらず当該要件を満たさないことについての論拠の提示を求めることとする。

総務省においては、当該論拠について検証を行い²、当該論拠が合理的であると認められない場合、当該接続料を是正するために所要の措置³を講ずることとする。

4. 検証結果の公開

スタックテストの透明性を確保するため、検証結果については、当該結果が接続料設定事業者の経営情報に該当する場合には、可能な限り公開することとする。

具体的には、接続料設定事業者が実施する検証の結果については、原則公開する。また、総務省が実施する検証の結果⁴については、検証区分ごとに要件を満たしているか否かの情報、要件を満たしていない場合は接続料設定事業者が提示した論拠及び当該論拠に対する総務省の検討結果、その他経営情報に該当しないと認められる情報を公表することとする。

5. 見直し

本ガイドラインは、接続料設定事業者が新たなサービスを開始した場合、会計データの把握方法等に変更が生じた場合及び接続ルールの見直しが実施された場合等において、必要に応じて見直すものとする。なお、当該見直しを行う場合は、意見公募を行うなど手続の透明性の確保に十分留意する。

² 当該検証は、総務省によるスタックテストの実施に併せて行う。

³ 具体的には、申請された接続約款の変更案に対する不認可処分、現行の接続約款の変更認可申請命令（電気通信事業法第33条第6項）等が制度上想定される。

⁴ 当該検証結果の案については、接続料の認可に際して行う情報通信審議会への諮問時において認可申請に対する審査結果の一部として公表する。このため、検証結果のうち総務省の考え方に係る部分については、意見公募の対象となる。

(別紙)

○ 営業費の内訳

費用科目	費用科目に計上される費用の内容
注文受付	営業窓口、116における受付等に必要な費用
顧客営業※	利用者に対する営業活動に係る費用(電話の増設、廃止、移転等の対応に係る費用を含む)
システムサポート	顧客営業の技術サポートに係る費用
販売サポート	営業業務に係るオーダー処理費用、契約者管理費用及びテレフォンカード販売等に係る
	特約店に支払う取次手数料※
出納	電話料金等の受入業務に必要な費用
料金	料金計算業務、請求書の編集・作成及び発行業務、料金催促並びに回収業務等に必要
広報	利用者相談センター・報道対応等の広報活動に必要な費用
宣伝※	テレビ新聞等の広告・宣伝に必要な費用
企画※	営業部門における企画業務に必要な費用
共通営業	各営業業務に共通して発生する費用

(注)※印は、本検証において営業費に含めない費用科目。

【参考】スタックテストの手順(概要)

要件： 利用者料金－接続料等 \geq 営業費の基準値
(営業費相当分) (利用者料金の20%)

検証手順

ステップ1 $\frac{\text{営業費相当分}}{\text{利用者料金収入}} \geq 20\%$ \rightarrow 妥当

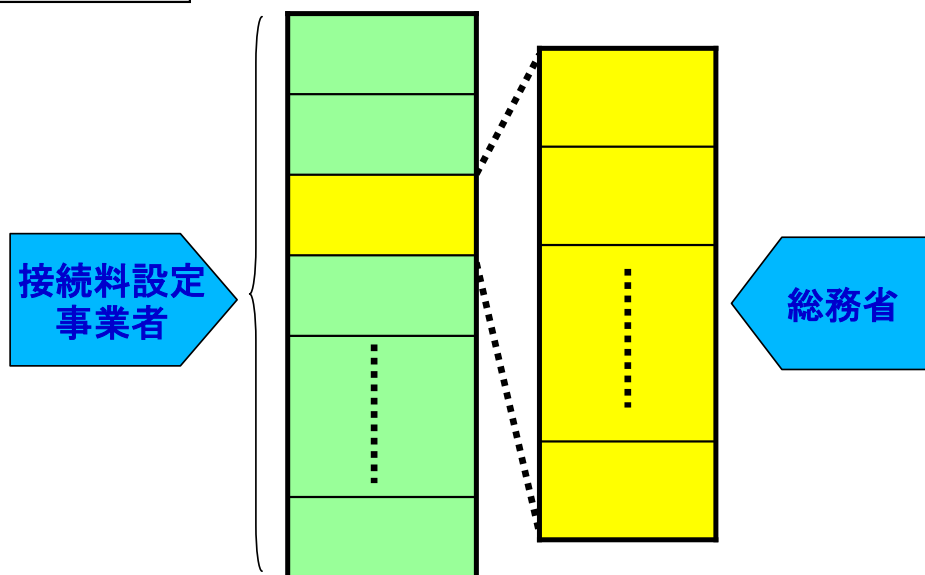
\downarrow 要件に合致しない場合

ステップ2 接続料設定事業者の提示する根拠の検証 \rightarrow 妥当

\downarrow 根拠に合理性が認められない場合

所要の措置(接続約款変更命令等)

検証区分



大括りの区分
で検証
【現行11区分】

サービスメニュー
ごとに検証

営業費相当分と営業費の基準値との関係の検証は、サービスブランドを単位として実施。併せて、個別のサービスメニューごとに、利用者料金が接続料等を上回っているか否かを検証。