

意見書

平成24年8月16日

総務省総合通信基盤局  
電気通信事業部事業政策課 御中

郵便番号 100-6150  
住所 とうきょうとちよだくながたちょうにちようめ  
東京都千代田区永田町二丁目11番1号  
氏名 かぶしきがいしゃ  
株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ  
だいひょうとりしまりやくしゃちょう かとう かおる  
代表取締役社長 加藤 薫

「電気事業通信分野における競争状況の評価2011(案)」に関し、別紙のとおり意見を提出します。

「電気事業通信分野における競争状況の評価2011(案)」に関して、意見提出の機会をいただき、厚く御礼申し上げます。つきましては、当社の意見を以下のとおり提出させていただきますので、お取り計らいの程宜しくお願い申し上げます。

領域	頁	意見
第1編第1章	33	<p>【総務省案】 第2節 第2項 2-4 2-4-1 移動系と固定系の連携サービス (1) (略) 移動系通信事業者の一部(注)では、自社グループ内事業者又は CATV 事業者等の固定系ブロードバンドサービスと組み合わせ、移動系と固定系の連携サービスを展開し始めている。</p> <p>(注) 主要事業者のうち、NTT ドコモ以外の KDDI 及びソフトバンクグループがスマートフォン向けに移動系と固定系の連携サービスを提供し始めている(スマートフォン料金を割引)。</p> <p>(2) これらのサービスは提供が開始され始めたばかりであるが、移動系通信市場と固定系通信市場にまたがるサービスであることから、今後、将来的な市場の画定の在り方も視野に入れつつ、同サービスの移動系通信市場に与える影響について注視していくことが必要である。</p> <p>【当社意見】 移動系と固定系の連携サービスについては、当社には電気通信事業法 第30条の禁止行為規制により特定の電気通信事業者に対する差別的取扱いの禁止条項が課されているほか、先般の料金等業務のNTTFアイナンスへの移管にあたり、総務省からの要請により債権譲渡に伴う料金の割引が否定され得ない状況にあります。他方、KDDI殿は当社が同様のビジネスモデルをなし得ないと示唆したうえで、サービスを開始し、わずか4ヶ月で133万契約(6月末時点、KDDI殿第一四半期決算発表)を突破するなど、利用者の強い支持を受けています。これはいわば、公正競争確保の大義名分の下、当社の利用者の利便性向上を否定したものと見え、このような片務的状态が公正競争上、真に望ましいか疑問が残るところであり、市場支配力の評価においても、その影響を十分に考慮すべきであると考えます。</p>

領域	頁	意見
第1編第1章	61	<p>【総務省案】  第3節 第2項 2-6  2-6-9 ネットワークレイヤーと上位下位レイヤーとの関係  (3) (略)現時点において、上位下位レイヤーとの関係においてネットワークレイヤーの市場が大きく影響を受けている状況にあるとは言えない。</p> <p>【当社意見】  iPhone 販売による月次増加率の上昇や、iPhone 取扱開始後のKDDI殿の番号ポータビリティの転入超状況を踏まえれば、Google 殿や Apple 殿等の海外巨大プレイヤーが急速に市場支配力を有してきている事実は看過できなくなっています。また、Google 殿や Apple 殿等の海外巨大プレイヤーが、圧倒的な利用者の支持の下、デベロッパーから非常に多くのアプリを集め、確固たる地位を築いていることから、ネットワークレイヤーに影響を及ぼしていると考えられます。移動系通信市場の動向を正確に捉えるためには、各レイヤー間の関係を踏まえた上位下位レイヤーの関係等についての分析を「補完的に」実施するだけでは不十分であり、ネットワークレイヤーだけでなく、各レイヤーを一体的に捉え、競争状況の分析・評価の枠組みに明確に組み入れることが必要であると考えます。</p> <p>※「別紙1」・「別紙2」参照</p>
第1編第1章	64	<p>【総務省案】  第3節 6. ①  NTTドコモのシェアを見ると依然として高いが、近年減少傾向にあること、平均月次増加率や番号ポータビリティの状況などを踏まえれば、市場支配力を行使し得る地位は低下している傾向にあると考えられる。</p> <p>【当社意見】  当社単独の市場支配力の存在について、近年の競争状況を踏まえた評価がなされたことは適切な評価の方向性であり、賛同致します。</p> <p>しかしながら、単独の市場支配力について、当社とKDDI殿およびソフトバンクモバイル殿との差分がいかほどの分析がされた形跡はなく、さらには直近の競争状況を基本方針における市場支配力の定義(平成 24年 2月 3日公表)「事業者がその意思によってある程度自由に価格、品質、数量、商品選択の多様性その他各般の条件を左右する力」に当て嵌めれば、当社が「市場支配力を行使し得る」とは到底言い難い状況であ</p>

領域	頁	意見
		<p>ることは明らかであり、移動体通信市場においては、明らかに市場支配力を有するとされる事業者は存しないと考えております。</p> <p>※「別紙3」・「別紙4」参照</p>

# (別紙1) アプリマーケットの概要

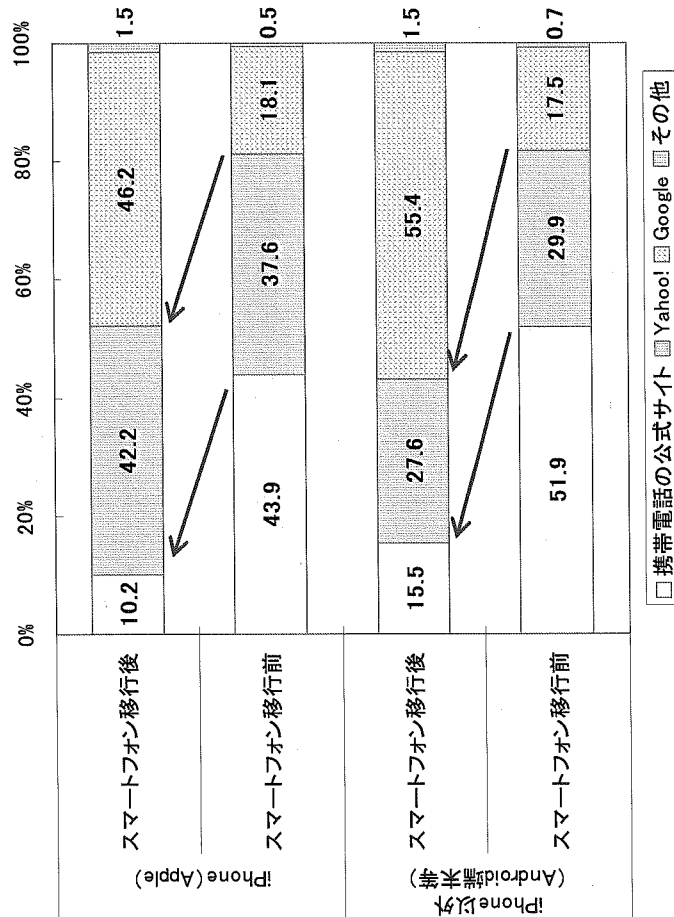
サービス名	App Store	Google Play	dマーケット アプリストア	au Market	@アプリ	Marketplace
1. 会社名	Apple Inc. (米国)	Google Inc. (米国)	㈱エヌ・ティ・ティ・ドコ モ	KDDI(株)	ソフトバンクモバイル	Microsoft Corporation (米国)
2. サービス開始	2008年7月～	2012年3月～ (旧Android Market 2009年3月～)	2011年11月～ (旧ドコモマーケット 2010年4月～)	2010年6月～	2010年11月～	2009年12月～
3. ビジネスモデル	課金収入 (販売手数料収入)	課金収入 (販売手数料収入)	なし (アプリの紹介のみ)	課金収入 (販売手数料収入)	なし (アプリの紹介のみ)	課金収入 (販売手数料収入)
4. 登録アプリ数	約58.5万(2012.2)	45万以上(2012.3)	約1,010(2012.3)	約7,500(2012.4)	約2,000(2012.4)	6.4万以上(2012.3)
5. ネットワーク対応						
	×	Android	Android	×	×	×
au	iOS	Android	×	Android	×	Windows Phone
SB	iOS	Android	×	×	Android	×

利用者の支持の下、圧倒的な登録アプリ数

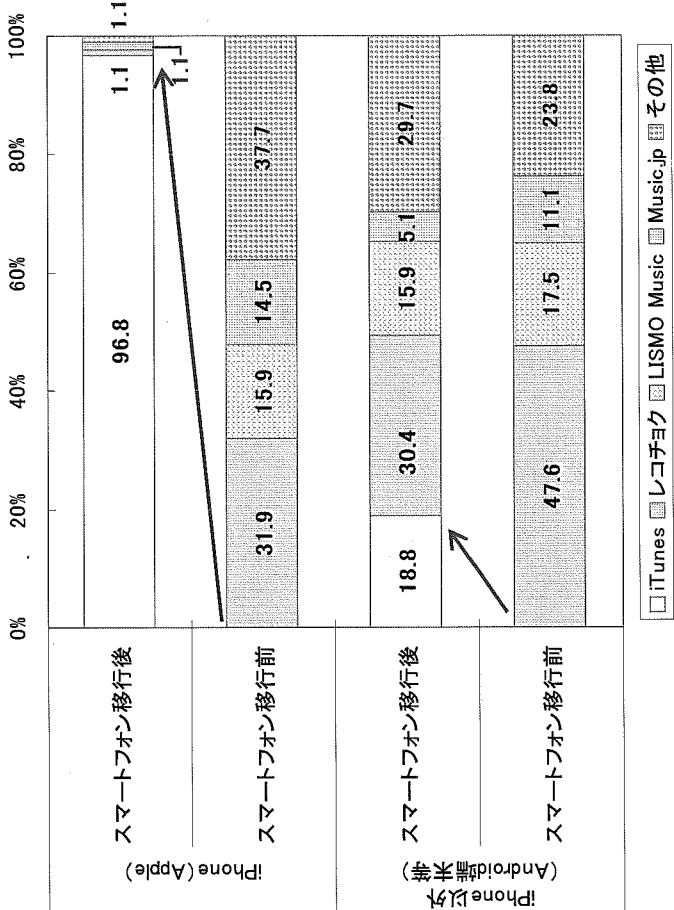
## (別紙2) スマートフォンシフトに伴うサービス利用率の変化

- ◇ 検索サービスについては、スマートフォン移行に伴い、キャリアのポータルサイトからGoogleに大きくシフト。
- ◇ 音楽配信サービスについては、スマートフォン移行に伴い、iTunesのシェアが大きく拡大。

### ■ 検索サービスのスマートフォン移行前後の利用率



### ■ 音楽配信サービスのスマートフォン移行前後の利用率



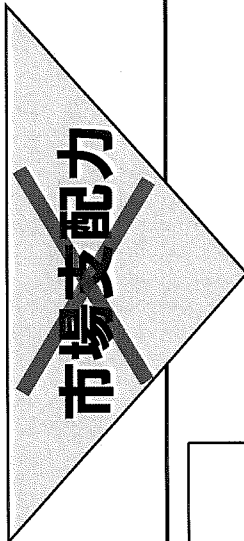
### (別紙3) 定義に照らしたドコモの「市場支配力」の実態

・ドコモがシェアを失うことなく、価格を高止まりさせたり、品質を悪化させたりすることが可能といった、「市場を支配することができる状態」とは到底言い難い状況。

市場支配力の定義

事業者がその意思によってある程度自由に価格、品質、数量、商品選択の多様性その他  
**各般の条件を左右する力**

(「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」平成24年2月3日総務省公表)



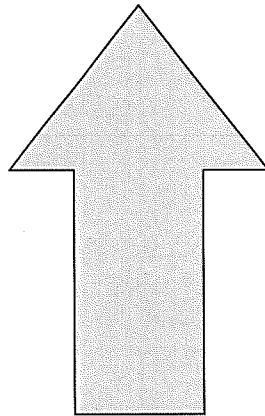
価格	<p>○携帯3社のユーザー料金は同程度の水準</p> <p>◆各社の基本使用料比較 ドコモ 780円、au 780円、SBM 980円</p>
エリア品質	<p>○ドコモのエリア品質は携帯3社の中で最も高水準と想定</p> <p>◆ドコモは「通信品質・エリア」部門で2年連続、第1位の評価を受賞</p>

にもかかわらず、ドコモの契約  
 数シェアは継続的に減少傾向

02年3月末 56.7%

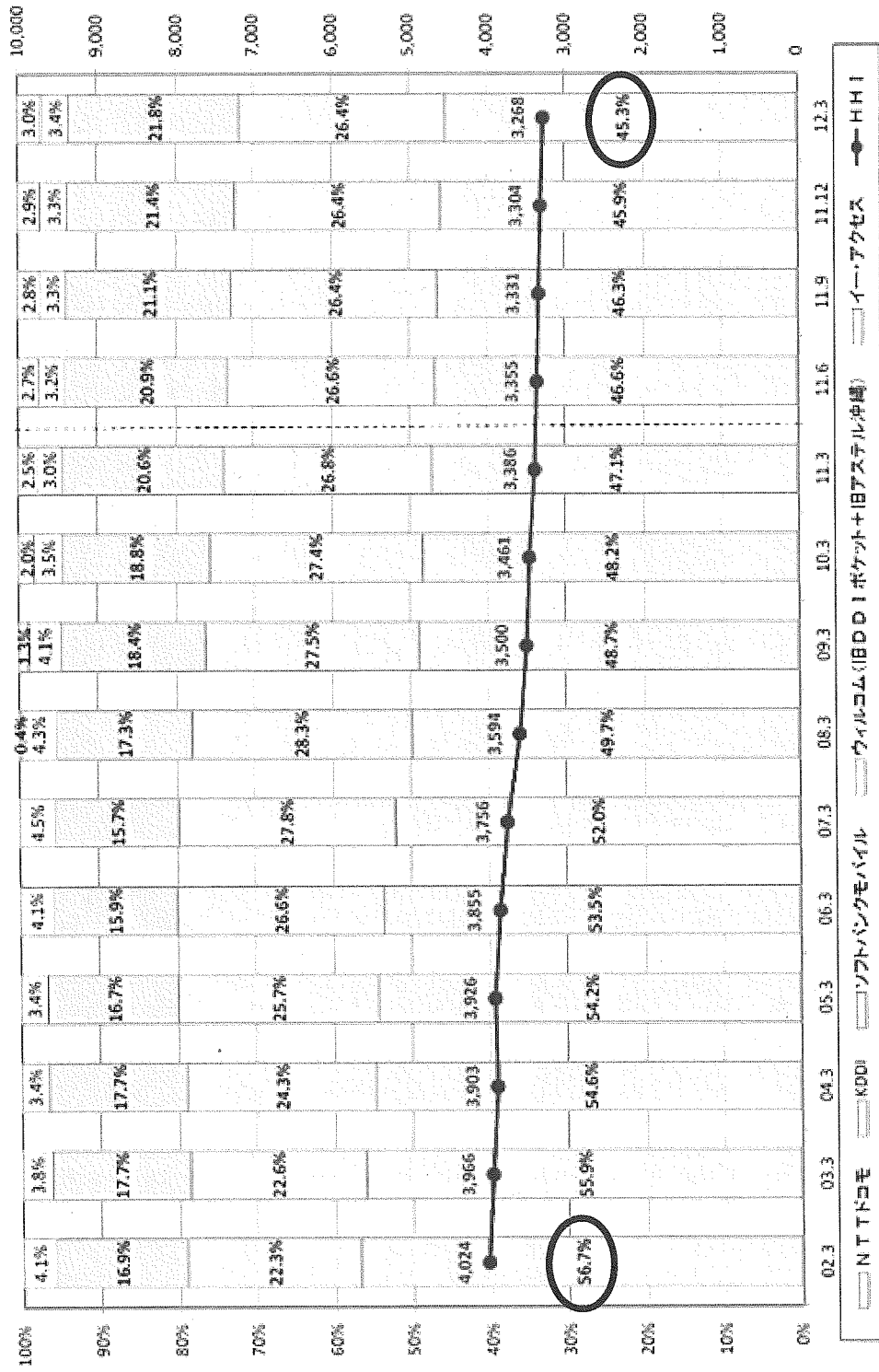
07年3月末 52.0%

12年3月末 45.3%



# (別紙4) 事業者別シェアの推移

◇2002年3月末と比し、当社のシェアは56.7%から45.3%へ11.4%低下した。



出所：総務省「電気通信事業分野における競争状況の評価2011(案)」を基に当社作成