

「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2014（案）」
に対する意見提出者
計10者

（意見提出順、敬称略）

	意見提出者	代表者氏名等	
1	個人	—	—
2	西日本電信電話株式会社	代表取締役社長	村尾 和俊
3	株式会社ジュピターテレコム	代表取締役社長	牧 俊夫
4	東日本電信電話株式会社	代表取締役社長	山村 雅之
5	株式会社ケイ・オプティコム	代表取締役社長	藤野 隆雄
6	株式会社NTTドコモ	代表取締役社長	加藤 薫
7	ワイモバイル株式会社	代表取締役社長	エリック・ガン
8	ソフトバンク BB 株式会社 ソフトバンクテレコム株式会社 ソフトバンクモバイル株式会社	代表取締役社長兼 CEO	孫 正義
9	日本電信電話株式会社	代表取締役社長	鶴浦 博夫
10	KDDI株式会社	代表取締役社長	田中 孝司

※連名での提出は1者とカウント

「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 2014（案）」 に対して寄せられた意見及び総務省の考え方

※「意見」の欄中、《 》で記載しているのは、意見提出者が
意見の対象として指定した、意見募集時の（案）の段落番号

1. 2014 年度の競争評価の基本的な考え方

意 見	総務省の考え方
<p>【意見 1-1】</p> <p>「電気通信事業分野における競争状況の評価」については、通信キャリア間の競争に着目した旧来のサービス区分による市場毎の分析・評価では、市場環境の変化を的確に捉えることができない。劇的な変化が続く市場環境を見据え、通信キャリアのみならず端末レイヤーから上位レイヤーに跨って分析・評価をすることで、多様なプレイヤーによる新しい価値創造を後押しする政策の立案に資するべき。</p>	<p>【考え方1-1】</p>
<p>《 - 》</p> <p>「2020 年代に向けた情報通信政策の在り方ー世界最高レベルの情報通信基盤の更なる普及・発展に向けてー」答申（案）でも示された通り、2020 年代に向けて、世界最高レベルの情報通信基盤を最大限に活用して、通信キャリアのみならず多様なプレイヤーとのコラボレーションによるイノベーションが促進され、新事業や新サービスの創出により、経済の活性化を図り、社会的課題の解決や国民生活の向上を実現していくことは、情報通信政策のテーマとして大変重要であると認識しています。</p> <p>情報通信市場の現状をみると、スマートフォンの普及や LTE を始めとしたワイヤレスブロードバンドの高速化を背景に、ユーザの選好は、通信キャリアが提供するネットワークサービスから、Google、Apple 等の様々なプレイヤーがグローバルに提供する端末やコンテンツ・アプリケーションサービスへ、既に移行しています。</p> <p>このように、プレイヤーの多様化や市場のグローバル化によって、市場環境の構造は大きく変化しており、もはや、通信キャリアは情報通信サービスの構成要素の一部になっています。</p> <p>しかしながら、「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 2014（案）」は、依然として、情報通信市場の構成要素の一部に過ぎない通信キャリアの競争に着目し、旧来のサービス区分により細分化された市場の枠組みを前提としていますが、このような枠組みでは、従来の垣根を越えてダイナミックに動いている市場変化を的確に捉えることができないことは明白であり、市場の競争状況を分析・評価し、政策に反映するという競争評価の目的に合致しません。</p> <p>2015 年度より「新たな分析・検証の仕組み」を開始するとされていますが、これまでの通信キャリア間の競争という限定的な市場に着目した評価方法を抜本的に見直し、劇的な変化が続く市場環境を見据え、グローバルかつフォワードルッキングな視点で、通信キャリアのみならず端末レイヤーから上位レイヤーに跨って分析・評価することで、多様なプレイヤーによる新しい価値創造を後押しする</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 2014年度の「電気通信事業分野における競争状況の評価」（以下「競争評価」という。）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実施細目2014（案）」（以下「実施細目2014案」という。）で示したとおり、2013年度までの市場分析・評価の仕組みを原則として維持することとしております。 ・ 前年度（2013年度）の競争評価（以下「競争評価2013」という。）では、従来の市場画定とその市場ごとの分析・評価を基本としつつも、電気通信事業者によるグループ別の分析、複数市場に係る連携サービスの分析など、これまでの市場区分のみにとらわれない新たな分析も併せて実施しており、その成果は「日本

	<p>政策の立案に資する競争評価とすべきと考えます。</p> <p style="text-align: center;">【日本電信電話株式会社、東日本電信電話株式会社、西日本電信電話株式会社】</p>	<p>再興戦略」等を踏まえて情報通信審議会で行った競争政策の見直し等に係る検討でも活用されたところ です。</p> <ul style="list-style-type: none"> 2014年度の競争評価（以下「競争評価2014」という。）においても、従来の市場画定を基本に置きつつ、市場をまたがる連携サービス等についての分析や、通信サービス以外のレイヤーからの影響を勘案した分析を行うことで、広い視点に立った分析を行ってまいります。 また、2015年度以降の「新たな分析・検証の仕組み」に関する御指摘については、今後の参考とさせていただきます。
<p>【意見 1-2】</p>	<p>今回の競争評価ではNTTの顕著な市場支配力の実態、特にNTT持株の指揮の下、関係会社が連携してグループ体系的な事業運営を行うことで各市場において支配力を高めている点に着目すべき。中でも“サービス卸”を通じた連携は、NTTの市場支配力を更に高めることとなるため、市場動向の分析を早期に行い、是正措置が必要であると判断される場合の政策につなげるべき。また、NTTグループ各社間の不透明な取引、不当な優遇等の競争阻害的な行為の影響に係る判断を行う上では、関係事業者や有識者等の第三者も交えて、十分に議論すべき。</p>	<p>【考え方1-2】</p>
<p>《 - 》</p>	<p>2014年度の競争評価は、「新たな市場動向の把握と今後の政策展開への反映を重視して行うこと」とし、「単なる市場の分析・評価にとどめるのではなく、当該分析・評価の結果を基に、競争政策等の展開に当たり総務省として留意する事項を整理し、明らかにする」としています。また、「2015年度以降の新たな分析・検証の仕組みへの橋渡しを視野に入れたものとする」など、これまで以上に現行競争ルールの実効性に踏み込む重要な役割を担うものと理解しています。</p> <p>今回の競争評価は、「10年超にわたる取組の集大成として位置づけられる」ものであるため、我が国における電気通信市場の最大の特徴となっているNTTの顕著な市場支配力の実態に着目すべきであり、特に政府出資の特殊法人である日本電信電話株式会社（以下、「NTT持株」と言う。）の指揮の下、関係会社が連携してグループ体系的な事業運営を行うことで各市場において支配力を高めている点に着目すべきです。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 競争評価では、「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」（以下「基本方針」という。）に基づいて、市場支配力に係る分析を中心に行っています。 特に市場支配力を有する事業者の動向については、シェアや市場集中度（HHI）などの複数の指標を通じて経年的な分析・評価に取り組んで

NTTグループは、公社時代から承継した不可欠設備等の国民的資産を保有し、NTT法により経営基盤の安定性が約束されている特殊法人としての東日本電信電話株式会社、西日本電信電話株式会社（以下、「NTT東・西」と言う。）を軸に、持株会社の下で一体的に電気通信事業を行うNTTコミュニケーションズ株式会社や株式会社NTTドコモ（以下、「NTTドコモ」と言う。）、関連事業を運営するNTTファイナンス株式会社（以下、「NTTファイナンス」と言う。）や株式会社エヌ・ティ・ティ・データ、経営資源活用会社である株式会社NTTファシリティーズ、エヌ・ティ・ティ・コムウェア株式会社等、900を超える子会社、関連会社で形成される巨大な企業グループです。このような政府系の巨大企業グループと民間の競争事業者とのイコールフットイングを確保するため、NTT東・西やNTTドコモに対する非対称規制やNTTグループ会社間のファイアーウォール等、これまで様々な公正競争ルールが整備されてきました。しかしながら、通信自由化以降の一連の競争促進措置にもかかわらず、NTTグループ各社は、電気通信市場で首位を独占しており、固定系ブロードバンド、FTTH、携帯電話等の主要通信事業の他、放送などの隣接領域を含め、様々な市場におけるNTT各社の契約数等は拡大し続けています。＜※詳細は別添参照＞

NTTグループ各社	市場	NTTグループ各社のシェア	ランク
NTT東・西	固定系ブロードバンド	54.5% (83.7%)	1位
	FTTH	71.2% (78.3%)	1位
	固定電話	74.6%	1位
NTTドコモ	携帯電話	44.5%	1位
	移動系通信	42.3%	1位
NTT系事業者	050-IP電話	43.7%	1位
	WANサービス	64.0%	1位
	ISP（固定系）	27.9%	1位

【主要市場におけるNTTグループ各社の市場シェア】（ ）内は設備ベースのシェア。

※出典：電気通信事業分野における競争状況の評価2013

このような状況において、NTT持株はNTT東・西のボトルネック設備を利用したFTTHの“サービス卸”を発表すると共に、NTTドコモは同“サービス卸”を利用した自社ブランド“ドコモ光”により、FTTH市場への参入を表明しています。これは、NTTドコモがNTT東・西の“フレッツ光”を販売することであり、これまでボトルネック設備に対し、厳格に適用されてきた公正競争ルールやNTTドコモ分離・NTT再編成の趣旨を潜脱する実質的なNTT再統合と同義です。NTT東・西とNTTドコモというドミナント同士が連携することはNTTの市場支配力を更に高めることとなると考えます。したがって、今般の競争評価においては“サービス卸”を通じた連携により「NTTグループ各社が各市場で市場支配力を高めていないか」、「サービス競争・設備競争にどのような影響を与えているか」、「サービス卸が真に市場拡大に繋がっているか」等の視点を踏まえて市場動向の分析を早期に行い、是正措置が必要であると判断される場合の政策につなげるべきと考えます。

おり、競争評価2014でも引き続き重点的に行ってまいります。

- NTT東西が提供を予定しているサービス卸については、同サービス及び同サービスを利用した小売サービスが開始された場合には、他の連携サービスに係る分析と併せて、グループによる取組が市場環境に与える影響等について検証してまいります。
- また、市場動向や市場支配力の分析に関して、関係事業者等を含めた議論が必要ではないかとの御意見については、今後の参考とさせていただきます。

	<p>また、適切かつ十分な公正競争ルールが整備されないまま NTT 東・西の“サービス卸”や NTT ドコモの“ドコモ光”が提供された場合、NTT グループ各社間の不透明な取引、不当な優遇等の競争阻害的な行為 <※詳細は別添参照> が想定されることから、そのような事例を未然に防止するよう総務省において必要な措置を講じ、その上で当該ルールが潜脱されないかも十分チェックする必要があります。</p> <p>なお、市場動向や NTT の市場支配力を分析し、前述のような競争阻害的行為が影響を及ぼしていないか等の判断を行う上では、関係事業者や有識者等の第三者も交えて、十分に議論すべきと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【KDDI 株式会社】</p>	
<p>【意見 1-3】</p>	<p>来年度以降競争評価の結果を、政策に繋げる新たな分析・検証の仕組みへと刷新するに当たっては、「評価結果の政策への直接的な反映」という観点から、過去の経緯や背景、今後の市場の方向性等の検討が必要。また、その検討に当たっては、事業者を含む関係者による検討の場を設ける等により、多角的な視点からの枠組みの構築に努める必要がある。</p>	<p>【考え方1-3】</p>
<p>《1.4》</p>	<p>電気通信市場においては、原則的に、最低限の規制を以て事業者間の自由競争が確保されるべきであり、今後検討される新たな分析・検証の仕組みは、こうした競争環境の維持・促進に資するべく既存の規制・制度が時代に即したものであるかを随時検証し、改善する枠組みとして活用されるべきと考えます。</p> <p>来年度以降、現行の競争評価について、評価結果を政策に繋げる新たな分析・検証の仕組みへと刷新するに当たっては、特に「評価結果の政策への直接的な反映」という観点から、例えば以下の点について検討が必要と考えます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・競争評価は、一時点における競争状況を断面的に分析・評価する枠組みであったのに対し、今後、評価結果を政策に繋げるに際しては、何故そのような競争環境や競争状況に至ったのかといった過去の経緯や背景、今後の市場の方向性等を総合的に勘案し、評価する必要がある点 ・市場の競争状況を評価する際、市場支配力の「存在」と「行使」という二段階に分けた評価がなされてきたものの、その評価基準が不明瞭であった点 ・事業者アンケートによる経営情報の過度な収集・公開は各社の経営戦略を詳らかにすることに繋がりがねず、経営に与える影響が大きいとともに、事業活動の結果しか把握できないという制約がある。一方、利用者アンケートは評価目的に沿った聴取方法（利用者の選考基準、今後の意向等）を採ることで、より有用なデータを把握できる面があり、改善の余地がある点 ・現行の競争評価は有識者の知見を得る構成ではあるものの、政策決定機関である総務省殿が自ら市場の競争状況を分析・評価するという枠組みになっており、客観性の確保という点において再考の余地がある点 <p>今後、来年度に向け、新たな分析・検証の仕組みについてその詳細が検討されていくことと想定しますが、その際には上記に挙げたような競争評価を背景とする論点も議題に含めて頂くとともに、事業者を含む関係者による検討の場を設ける等により、多角的な視点からの枠組みの構築に努めて頂き</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新たな分析・検証の仕組みに関する御意見については、今後の参考とさせていただきます。

	たいと考えます。 【ソフトバンク BB 株式会社・ソフトバンクテレコム株式会社・ソフトバンクモバイル株式会社】	
【意見 1-4】	これまでの競争評価は、その結果自体が規制等の政策に直接的に反映されるものではなかったと認識。競争評価 2014 では「競争政策等留意事項」を整理することが示されたが、従来の市場評価に基づくものでは限界があり、市場を広く俯瞰した適切かつ公平な結果を導くことは難しい。総合的な評価が難しい場合、電気通信市場の課題が包括的に留意事項に整理されるとは言い切れない。あくまで現行の競争評価の範囲から得られる限定的な事項であるとして、慎重に結論を出すべき。	【考え方1-4】
《1.5、4.1、4.2》	<p>「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」(2012年2月公表)において「競争評価の目的は、現存する市場の構造や競争状況を俯瞰的・客観的に分析し、政策立案の基礎データとすることにある」とされていることや、実際に行われている「定点的評価」からも明らかであるように、競争評価はその時点における市場の競争状況を断面的に分析・評価してきたものであり、その評価結果自体が規制等の政策に直接的に反映されるものではなかったと認識しています。2014年度の競争評価では新たに、今後の政策展開への反映を重視し、分析・評価の結果を基に「競争政策等留意事項」を整理するものという位置付けがなされましたが、従来の一時点における断面的な市場評価のみでは、例えば現在のサービス提供条件が設定された当初の理由が見過ごされ誤った解釈がなされる等、市場で起こっている事象の本質を捉える仕組みとして限界があるため、市場を広く俯瞰した適切かつ公平な結果を導くことは難しいと懸念します。</p> <p>今年度の評価結果より競争政策等留意事項を導くに当たっては、その事項が直接的に政策に結びつく可能性があることを考えると、本来的には過去の経緯・背景や今後の市場の方向性等を勘案し、総合的に評価することが必要です。しかしながら、仮に、現状の枠組みの制約上総合的な評価が難しい場合は、電気通信市場の課題が包括的に留意事項に整理されるとは言い切れないため、あくまで現行の競争評価の範囲から得られる限定的な事項であるとして、慎重に結論を出すべきと考えます。</p> <p>加えて、競争政策等留意事項として取り上げられた今後の課題・方向性等については、改めて関係者による検討の場を設けた上で、現在個々に進められている各種施策との整合性を図りながら政策への反映を行って頂きたいと考えます。</p> <p>【ソフトバンク BB 株式会社・ソフトバンクテレコム株式会社・ソフトバンクモバイル株式会社】</p>	<ul style="list-style-type: none"> 実施細目2014案に示したとおり、競争政策等留意事項は、あくまでも戦略的評価・定点的評価の結果から導き出される政策課題等について整理するものであり、総務省としての政策的関心事項を網羅的に提示するものではありません。

2. 2014 年度の戦略的評価の実施方針

(1) 「固定系超高速ブロードバンドに関する事業者間連携サービスの競争環境への影響に関する分析」

【意見 2-1】	従来のような固定に閉じた市場区分に基づき、その市場から見た事業者間連携サービスを分析・評価するのではなく、情報通信市場全体を広く俯瞰し、通信キャリアやプレイヤーによる連携サービスそのものの市場の現状から把握することが必要。	【考え方2-1】
《2.3～2.6》	<p>2020 年代に向け、世界最高レベルの情報通信基盤を最大限に活用し、通信キャリアのみならず多様なプレイヤーとのコラボレーションによるイノベーションが促進され、新事業や新サービスの創出により、経済の活性化を図り、社会的課題の解決や国民生活の向上を実現していくことが、「2020 年代に向けた情報通信政策の在り方ー世界最高レベルの情報通信基盤の更なる普及・発展に向けてー」答申（案）でも示された通り、情報通信政策のテーマとして大変重要であると考えます。</p> <p>しかしながら、日本の情報通信市場の現状は、情報通信基盤は世界最高水準であるものの、ICT の利活用は遅れ気味です。また、ユーザの選好は、端末や上位レイヤーがグローバルに提供するコンテンツ・アプリケーションサービスへ既に移行し、通信キャリアはそうしたサービスの構成要素の一部になっています。</p> <p>さらに、光ブロードバンドサービスの需要は、モバイルブロードバンドの進展やスマートフォンの普及拡大により伸び悩み、モバイル分野でも、サービスや料金の均質化により、限られたパイを奪い合う競争となっています。</p> <p>こうした市場環境において、イノベーションの促進による価値創造を競い合う新たな競争のステージへと移行するため、当社は、従来のビジネスモデルから大きく自己変革を図り、バリューパートナーとして、多様なプレイヤーによる新たなサービス創造を下支えしていくとの考えから、今般、「光コラボレーションモデル」（サービス卸）を提供することとしました。</p> <p>今回、「固定系超高速ブロードバンドに関する事業者間連携サービスを巡る状況とその変化を把握するとともに、隣接市場も含めた競争環境への影響を分析した上で、指定電気通信設備制度等関連する競争ルールへの運用に当たっての課題を整理する」とありますが、多様なプレイヤーのコラボレーションによるイノベーションにより、新事業や新サービスを創出していくためには、まずは、従来のような固定に閉じた市場区分に基づき、その市場から見た事業者間連携サービスを分析・評価するのではなく、情報通信市場全体を広く俯瞰し、通信キャリアやプレイヤーによる連携サービスそのものの市場の現状から把握することが必要であると考えます。その上で、こうした市場・競争評価を政策に反映していく場合には、多様なプレイヤーとのコラボレーションによるイノベーションの促進の取り組みが大きく花開くよう、ビジネスの自由度や柔軟性の確保等、多様なプレイヤーによる新しい価値創造への挑戦を後押しするための環境整備に向けた議論・検討をしていただきたいと思います。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	<ul style="list-style-type: none"> 市場画定を含めた分析対象の在り方については、考え方1-1のとおりです。

【意見 2-2】	サービス卸の提供に当たっては公正競争上の問題は発生しないものとする。総務省においては、ビジネスの自由度や柔軟性の確保等、環境整備に向けた議論・検討をしていただきたい。	【考え方2-2】
《2.4、2.6》	<ul style="list-style-type: none"> ・ 2020年代に向け、世界最高レベルの情報通信基盤を最大限に活用し、通信キャリアのみならず多様なプレイヤーとのコラボレーションによるイノベーションが促進され、新事業や新サービスの創出により、経済の活性化を図り、社会的課題の解決や国民生活の向上を実現していくことが、情報通信政策のテーマとして大変重要であると考えます。しかしながら、日本の情報通信市場の現状は、情報通信基盤は世界最高水準であるものの、ICTの利活用は遅れ気味であり、本格的な固定/モバイル連携も実現しておりません。また、ユーザの選好は、端末や上位レイヤーがグローバルに提供するコンテンツ・アプリケーションサービスへ既に移行し、通信キャリアはそうしたサービスの構成要素の一部になっています。さらに、光ブロードバンドサービスの需要は、モバイルブロードバンドの進展やスマートフォンの普及拡大により伸び悩み、モバイル分野でも、サービスや料金の均質化により、限られたパイを奪い合う競争となっています。 ・ こうした市場環境において、イノベーションの促進による価値創造を競い合う新たな競争のステージへと移行するため、当社は、従来のビジネスモデルから大きく自己変革を図り、バリューパートナーとして、多様なプレイヤーによる新たなサービス創造を下支えしていくとの考えから、今般、「光コラボレーションモデル」（サービス卸）を提供することとしました。 ・ 当社は、サービス卸の提供にあたり、当社に課せられている公正競争ルールを遵守し、幅広いプレイヤーに使っていただくために、卸料金はすべてのプレイヤーに対して同一とする考えであり、公正競争上の問題は発生しないものと考えます。 ・ 総務省殿には、その早期かつ円滑な実施に向け最大限のサポートをお願いするとともに、この取り組みが大きく花開くよう、ビジネスの自由度や柔軟性の確保等、多様なプレイヤーによる新しい価値創造への挑戦を後押しするための環境整備に向けた議論・検討をしていただきたいと考えます。 <p style="text-align: center;">【西日本電信電話株式会社】</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ NTT東西が提供を予定しているサービス卸については、情報通信審議会答申において、「多様な新サービスの創出や、光回線の利用率の向上に資するものであり、我が国の経済成長への寄与も期待できる」と評価する一方で、「NTT東西が依然として固定通信市場で市場支配力を有していること、協調的寡占とも指摘される移動通信市場の現状や、ケーブルテレビ・電力系の電気通信事業者等を含む複数事業者による設備競争の重要性を踏まえ、公正競争を確保することについて総務省において検討することが適当」とされているところであり、実施細目2014案においても、固定系超高速ブロードバンドに関する事業者間連携に影響を及ぼす可能性があるとしています。 ・ 競争評価2014では、これらを踏まえつつ、サービス卸及び同サービスを利用した小売サービスが開始された場合には、その市場環境に与える影響等について検証してまいります。
【意見 2-3】	NTTグループ各社が連携を通じて各市場で市場支配力を更に高める結果になっていないかを検証するため、固定ブロードバンド市場のみならず、隣接市場への波及等について分析を行うべき。また、NTTグループ各社間の不当な優遇が行われることが懸念されることから、サービス卸開始に伴って	【考え方2-3】

	NTT グループ内で公正競争を阻害する行為が行われていないかについても調査、分析すべき。	
<p>《2.3～2.6》</p>	<p>NTT 東・西による FTTH の“サービス卸”開始による各市場への影響を踏まえた分析を行うことについて賛同します。</p> <p>今回の競争評価においては、“サービス卸”が開始されることによってサービス競争・設備競争にどのような影響が生じているか、特に NTT 東・西や NTT ドコモをはじめとする NTT グループ各社が連携を通じて各市場で市場支配力を更に高める結果になっていないかを検証するため、以下の点について分析を行う必要があると考えます。</p> <p>＜“サービス”卸開始に伴う各市場への影響＞</p> <p>①固定ブロードバンド市場への影響に関する分析</p> <ul style="list-style-type: none"> ・固定ブロードバンド市場における設備競争やサービス競争にどのような影響が及んでいるか。 ・“サービス卸”を用いた新規参入事業者によって新規ユーザが増加したのか。 ・他事業者 FTTH や ADSL、CATV インターネットといった既存事業者のシェアを奪っているだけなのか。 ・NTT 東・西のフレッツユーザが NTT グループ各社の FTTH サービスに移行しただけなのか。 <p>(調査・分析に必要なデータ)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業者別固定ブロードバンドの契約者数・シェアや設備シェア ・フレッツ転用による卸利用事業者と各卸利用事業者の契約者数 <p>②固定ブロードバンドとモバイルのセット提供が各市場に与える影響の分析</p> <ul style="list-style-type: none"> ・NTT ドコモが、NTT 東・西の“サービス卸”を利用した FTTH サービス“ドコモ光”の提供により、FTTH 市場への参入を表明したことを踏まえ、固定ブロードバンドとモバイルのセットサービスが固定ブロードバンド、モバイル各市場にどのような影響を与えたか。 <p>(調査・分析に必要なデータ)</p> <p>【供給者側データ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・固定ブロードバンド市場、FTTH 市場、移動通信市場における各社の契約者数・シェア、設備ベースシェアの推移 ・各携帯電話事業者の契約数に占めるセット率 <p>【需要者側データ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・固定ユーザ、モバイルユーザそれぞれに対するセット割選考調査 <p>③隣接市場への波及に関する分析</p> <ul style="list-style-type: none"> ・インターネット接続 (ISP) やひかり電話、放送系サービス (例：フレッツ TV) 等、現在 NTT 東・西が提供しているフレッツ光に付随する各サービスの市場にどのような影響を与えたか (トリプルプレイ/クワトロプレイ提供の影響) <p>(調査・分析に必要なデータ)</p> <ul style="list-style-type: none"> (a) ISP：ISP のアクセス提供形態別 (バンドル/アンバンドル) ・アクセス回線提供事業者別 (FTTH 提供事業者別) 契約数、シェア (b) 電話：固定電話契約数、050-IP 電話契約数、携帯電話契約数、シェア (c) 映像サービス：各社映像伝送・放送サービス契約数、シェア <p>なお、NTT ドコモが、NTT 東・西の“サービス卸”を利用して、自社ブランド“ドコモ光”の提供により既に NTT 東・西が 7 割を超えるシェアを持つ FTTH 市場に参入することを表明していますが、これは、移動通信市場・固定通信市場それぞれにおいて市場支配的であり、禁止行為規制の適用を受</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ サービス卸開始による各市場への影響を踏まえた分析についての賛同の御意見として承らせていただきます。 ・ 分析に当たっては、御意見も踏まえつつ、隣接市場への影響も含む多面的な分析を行ってまいります。

ける兄弟会社が連携してサービスを提供することに他ならず、更にNTTファイナンスのような電気通信事業者でないグループ会社との連携や放送などの異業種等との連携を通じて、通信市場に留まらず隣接市場にも影響を及ぼすこと等も想定されます。

その際、以下の事例のようなNTTグループ各社間の不透明な取引や不当な優遇が行われることが懸念されることから、今回の競争評価においては、「単なる市場の分析・評価にとどめるのではなく、当該分析・評価の結果を基に、競争政策等の展開に当たり総務省として留意する事項を整理し、明らかにする」としていることを踏まえ、NTT東・西の“サービス卸”開始に伴ってNTTグループ内で公正競争を阻害する行為が行われていないかについても調査、分析すべきです。具体的には、NTT東・西とNTTドコモの間や、非電気通信事業者も含めたNTTグループ会社との様々な取引条件（電気通信役務の提供条件だけでなく、販売促進費や業務委託等の営業協力に係る個別取引含む）について、禁止行為規制適用事業者であるNTT東・西とNTTドコモに対する報告徴求や立入検査を実施することにより実態を把握し、公正な競争を確保するために必要な措置（卸取引条件の約款化・公表義務化や禁止行為規制の徹底等）を早期に講じるために活用すべきと考えます。

なお、NTTグループ内の連携を分析するにあたっては、政府出資の特殊会社であり、ボトルネック設備を保有しているNTTの特別な地位に鑑み、事実上NTT東・西やNTTドコモが統括するグループ会社や、少額出資で持分法適用会社の対象にはならないものの役員を派遣するなど実質的に当該会社を支配している会社についても、脱法的連携の温床となりうるため、NTTグループの関係事業者として広く捉えて分析を行うべきです。

<想定される事例>

①相対契約による不透明な取引の事例 ※詳細は別添資料B①参照

- ・卸料金について、特定の事業者を優遇
- ・利用可能な機能や技術条件について、特定の事業者にのみ事前に情報提供
- ・卸役務利用サービスの申し込み受付、開通業務について、特定の事業者を優遇

②NTT東・西による個別の取引条件等における特定事業者の不当な優遇の事例 ※詳細は別添資料B②参照

- ・販売促進費の多寡により特定の事業者を優遇
- ・販売促進費の多寡で競合事業者を狙い打ちし、間接的に自社サービス卸を優遇
- ・販売代理店を介して、販売促進費の多寡により特定の事業者を優遇
- ・販売代理店を介して、販売促進費の多寡で競合事業者を狙い打ち、間接的に自社サービス卸を優遇
- ・自己の関係事業者に一旦競争事業者と同一条件で卸し、再卸によって特定の事業者を優遇
- ・フレッツ光の契約解除料の有無でサービス卸利用事業者を優遇
- ・業務委託費の条件によって特定の事業者を優遇
- ・“サービス卸”に係る業務委受託を通じたNTT東・西の受付・運用等のリソースの特定の事業者への転用
- ・特定の事業者に対する優先的な設備リソースの確保
- ・システム開発、業務運用において特定の事業者にのみ事前の情報提供や戦略共有

③NTTドコモによる競争阻害行為の事例 ※詳細は別添資料B③参照

- ・固定アクセス区間の卸役務の利用に際して、NTT東・西のサービス卸を優先（競合事業者の卸を利用せずNTT東・西のサービス卸のみ利用）
- ・「ドコモ光」やセット割の料金やポイント、キャッシュバックでNTT東・西のサービス卸を優遇

	<ul style="list-style-type: none"> ・「ドコモ光」やセット割の販売や業務運用について、NTT 東・西のサービス卸を優遇 ・販売代理店を介して「ドコモ光」やセット割を優遇し、間接的にNTT 東・西のサービス卸を優遇 ・「ドコモ光」やセット割を通じて、NTT グループの ISP やコンテンツ事業者を優遇 ・「ドコモ光」を関係事業者に一旦競争事業者と同一条件で再卸し、再々卸によって特定の事業者を優遇 <p style="text-align: right;">【KDDI 株式会社】</p>	
【意見 2-4】	<p>NTT 東西殿によるサービス卸、及びそれによる排他的な NTT セット割には公正競争上の強い懸念があることから、競争評価においては小売市場のみならず、原価分析等の観点から卸売市場も含めて分析すべき。また、事業者等に対し、サービス卸の提供条件が、利用したいと思える競争可能な水準となっているか等をアンケート調査することも有用。</p>	【考え方2-4】
《2.3~2.6》	<p>戦略的評価テーマ（1）「固定系超高速ブロードバンドに関する事業者間連携サービスの競争環境への影響に関する分析」においては、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 東西殿といいます。）によるサービス卸や、株式会社 NTT ドコモ殿（以下、NTT ドコモ殿といいます。）が 2015 年 3 月期 第 2 四半期決算発表（本年 10 月 31 日）の場において今後の提供を表明しているサービス卸を利用したセット割（以下、NTT セット割といいます。）が、固定・移動双方の関連市場に与える影響については以下のような懸念があることから、特に後述する観点の分析を要望します。</p> <p>（1）サービス卸に対する懸念</p> <p>NTT 東西殿のボトルネック設備を用いて提供される「サービス卸」は、本年 10 月 20 日に公表された「2020 年代に向けた情報通信政策の在り方ー世界最高レベルの情報通信基盤の更なる普及・発展に向けてー答申（案）」において、「指定電気通信役務」に該当すると示されており、この場合、「保障契約約款」の事前届出義務や公表義務等が課されることとなりますが、当事者間の合意がある場合には相対契約が認められることとなります。しかしながら、NTT 東西殿によるサービス卸は、ボトルネック性を有する第一種指定電気通信設備との「接続」の代替となり得ることを踏まえると、その提供条件は「接続約款」と同様に約款の事前認可制とし、相対取引は明確に禁止されるべきと考えます。</p> <p>接続事業者がサービス卸を活用する場合、接続事業者の原価は NTT 東西殿への卸料金や工事費等の支払いに大きく左右されるため、卸価格等の設定の競争に与える影響が非常に大きいことは明白です。仮に、その卸料金が高く設定された場合、サービス卸を利用できるのは、グループ全体の収支に変動が生じない NTT グループ会社のみとなります。また、相対契約等における NTT グループ会社への優遇も危惧され、これらの場合、健全な FTTH 市場での競争の維持は困難となり、NTT グループ以外による回線利用や、それに起因した FTTH 市場における料金競争は進展しないものと考えます。</p> <p>また、日本電信電話株式会社殿は「“光コラボレーションモデル”～新たな価値創造への貢献～」(本年 5 月 31 日公表)の中で、利用者へのメリットとして「多様なプレイヤーが提供する価値創造を通じた革新的なサービス」が選択可能になると謳っていますが、卸形態による提供では基本的に同一サ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ NTT東西が提供を予定しているサービス卸については、同サービス及び同サービスを利用した小売サービスが開始された場合には、固定系通信市場への影響等の検証してまいります。 ・ なお、その際、原価分析等の観点から卸売市場も含めて分析することやアンケート調査するとの御意見も参考にさせていただきます。

サービススペックでの提供となりカスタマイズは困難であることから、既存のサービスを組み合わせたバンドルサービス以外に新たなサービスは生じにくいと考えます。

(2) NTT セット割に対する懸念

NTT ドコモ殿が提供を予定する NTT セット割は、FTTH 市場において 70%超の契約数シェアを持ち続け、非常に高い市場支配力を有する NTT 東西殿のフレッツサービスと、移動体通信市場において 42.3%※の契約数シェアを持ち、同じく市場支配力を有する NTT ドコモ殿のモバイルサービスを組み合わせたものです。仮に当該サービスが開始された場合、NTT 東西殿及び NTT ドコモ殿双方の市場支配力を背景とした NTT グループによる利用者の囲い込みが進展し、固定・移動双方の契約数シェアが硬直化することが懸念される他、NTT ドコモ殿が自社 ISP までも組み合わせて排他的に NTT セット割を行った場合には、サービス卸によるセット割を提供できない他の ISP は、NTT ドコモ殿への利用者流出により淘汰されるおそれがあります。

以上を踏まえると、NTT 東西殿によるサービス卸、及びそれによる排他的な NTT セット割には公正競争上の強い懸念があることから、競争評価においては小売市場のみならず、原価分析等の観点から卸売市場も含めて以下の点を分析すべきと考えます。

(卸売市場)

- ・ サービス卸の卸料金及び提供条件の適正性
- ・ サービス卸を利用する NTT グループ内外それぞれの事業者数の推移

(小売市場)

- ・ FTTH 市場の契約純増数の推移
- ・ FTTH 市場における料金競争の進展状況
- ・ ISP 市場を含む移動・固定双方の契約数シェアの変動
- ・ アクセス回線がフレッツである割合の推移
- ・ サービス卸を利用したサービスの種類、等

また、NTT セット割が開始された場合、一時的に利用者料金が低下することも想定されますが、先述の通り NTT グループへのロックインにより、固定・移動双方の契約数シェアが硬直化し、ひいては料金の高止まりを誘発するおそれがあることにも留意すべきと考えます。

なお、サービス卸を活用した利用者向けサービスは現時点では提供が開始されていないことから、今年度の競争状況を分析・評価する時点において、その分析に足る十分なデータが取得できない可能性も想定されます。その場合においても、事業者間取引の提供条件について、提示されている料金水準や付帯条件が適正かつ公平であるか等の分析は可能であるため、「サービス卸の卸料金及び提供条件」については分析を実施頂きたいと考えます。その際、提供条件の適正性を分析する 1 つの手法として、卸受けを検討する事業者等に対し、サービス卸の提供条件が、利用したいと思える競争可能な水準となっているか等をアンケート調査することも有用と考えます。

	<p>※電気通信サービスの契約数及びシェアに関する四半期データの公表（平成 26 年度第 1 四半期（6 月末））参照 http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01kiban04_02000084.html</p> <p>【ソフトバンク BB 株式会社・ソフトバンクテレコム株式会社・ソフトバンクモバイル株式会社】</p>	
【意見 2-5】	<p>NTT 東西による FTTH の卸売サービスは市場への好影響があると言われている一方で、固定通信市場の競争を歪める恐れ、禁止行為規制に抵触する恐れ等の影響も指摘されている。好影響と悪影響について総合的に評価・分析を行っていただくとともに、悪影響が上回ると判断される場合には、FTTH の卸売サービスの廃止を含めた制度的措置を検討すべき。</p>	【考え方2-5】
《2.3~2.6》	<p>NTT 東西殿による FTTH の卸売サービス（以下、FTTH の卸売サービス）の提供には、多様な異業種の事業者とのコラボレーションによりイノベーションを起こし、これまでに無い新規サービスの創出に資するといった、市場への好影響があると言われています。</p> <p>一方、FTTH の卸売サービスが市場へ与える悪影響について、多数の事業者等から下記の通り指摘されているところです。</p> <ul style="list-style-type: none"> - 協調的寡占状態にある移動系通信事業者が FTTH の卸売サービスを多額の販売奨励金を伴う形でセット販売することで、固定系通信市場の競争を歪めてしまう - NTT ドコモ殿が FTTH の卸売サービスをセット販売することは禁止行為規制に抵触する恐れがあり、脱法的に NTT グループの再統合へ繋がる <p>2014 年度の戦略的評価においては、これら FTTH の卸売サービスの市場への好影響と悪影響について総合的に評価・分析を行っていただくことを希望します。</p> <p>FTTH の卸売サービスの市場への好影響を評価する際には、FTTH の卸売サービスを利用して創出されたサービスが、従来のフレッツ光の直接販売と組み合わせる提供形態により実現可能なサービスであるか否かといった観点から評価されるべきであると考えます。創出されたサービスが従来の提供形態で実現可能なサービスである場合には、それは FTTH の卸売サービスが市場へ与える好影響には該当しません。</p> <p>また、FTTH の卸売サービスが市場に与える悪影響につきましては、下記の点等を考慮して多面的な評価・分析を実施していただくことを希望します。</p> <ul style="list-style-type: none"> - 移動系通信事業者が FTTH の卸売サービスをセット販売する際に、協調的寡占状態にある移動系通信市場から得た莫大な利益を原資として多額の販売奨励金を提供することで、健全な競争環境や利用者間の公平性を損なっていないか - 主要な移動系通信事業者の固定系通信市場におけるサービスシェアが高まり、移動系通信市場における協調的寡占状態が固定系通信市場に持ち込まれていないか - NTT ドコモ殿や NTT コミュニケーション殿の固定系通信市場におけるサービスシェアや、NTT 東西殿の設備シェアが高まることで、NTT グループによる市場独占への回帰傾向が見られない 	<ul style="list-style-type: none"> ・ サービス卸による固定系通信市場への影響等については、御意見も踏まえつつ、隣接市場への影響も含む多面的な分析を行ってまいります。

	<p>か</p> <p>評価・分析の結果、市場への好影響に対して悪影響が上回ると判断される場合には、FTTH の卸売サービスの廃止を含めた制度的措置を検討するべきであると考えます</p> <p style="text-align: right;">【株式会社ケイ・オプティコム】</p>	
【意見 2-6】	<p>NTT 東西による FTTH の卸売サービスの提供は、今まで以上に事業者間連携のチェックと政策実行のサイクルが重要。固定通信市場の公正競争を阻害することのないよう、適正性、公平性、透明性の確保の状況と、その後の運用状況について検証することが必要</p>	【考え方2-6】
《2.4》	<p>NTT 東西殿による FTTH の卸売サービスの提供は、今まで以上に事業者間連携のチェックと政策実行のサイクルが重要になると考えます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ NTT グループ内外における公正な提供条件の確保 NTT 東西殿のサービス開始前には、競争環境確保のための仕組みが必須であり、仕組みの構築と有効性への分析、評価を行うべきと考えます。なお、NTT ドコモ殿が 2014 年 10 月 31 日の 2015 年 3 月期第 2 四半期決算説明会にて、2015 年 2 月より、「ドコモ光パック」を提供開始予定と発表しておりますが、NTT グループ会社である NTT ドコモ殿が他社に先駆けてなし崩し的にサービス開始を発表したことについては、本来はあってはならないものと考えます。 ・ NTT グループ会社を通じた市場支配力の行使 固定市場で独占的な地位を有し、非対称規制や活用業務制度等の規制対象である NTT 東西殿から、提供主体が NTT グループ内の企業に移ることで、NTT グループの市場支配力が行使されない仕組みが必要であり、かつ、NTT グループ内の販売、営業リソースの集約が行われていないかといった NTT グループの一体化に対する分析、評価も行うべきと考えます。 ・ ISP 市場への影響 固定系超高速ブロードバンドに限らず、FTTH の卸売サービスの提供開始によって、従来の ISP における市場モデルへの影響も大きいと考えられるため、分析、評価の対象とすべきと考えます。 <p style="text-align: right;">【ワイモバイル株式会社】</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ サービス卸に係る分析については、考え方2-5のとおりです。 ・ また、NTTグループの一体化に係る分析については、考え方1-2のとおりです。
《2.4》	<p>NTT はすでに本年度に光のサービス卸の提供を始めることを公表しており、また NTT ドコモは 11 月の決算発表の場において、来年 2 月から NTT 東西の光のサービス卸を利用した「ドコモ光」の提供を開始することを発表しました。</p> <p>NTT 東西による光サービス卸が導入された場合には、「2020 年代に向けた情報通信政策の在り方ー世界最高レベルの情報通信基盤の更なる普及・発展に向けてー」答申（案）でも述べられているとおり、「NTT 東西が依然として固定通信市場において市場支配力を有している中でその市場支配力の源泉ともいえる第一種指定電気通信設備を用いて提供するサービスであること、さらに、その提供を受</p>	

	<p>けた電気通信事業者を通じて多数の一般の利用者にサービスが提供されることが想定されているため、その料金その他の提供条件が利用者の利益に及ぼす影響は極めて大きいこと」からすれば、固定通信市場の公正競争を阻害することのないよう、適正性、公平性、透明性の確保の状況と、その後の運用状況について検証することが必要であり、戦略的評価の枠組みの中でも重点的に検討されることを強く要望いたします。</p> <p style="text-align: right;">【株式会社ジュピターテレコム】</p>	
--	---	--

(2) 「移動系通信に関する新たな料金施策の競争環境への影響に関する分析」

<p>【意見 2-7】</p>	<p>移動通信市場においては、MNO 間の競争だけでなく様々な MVNO の参入によって熾烈な料金、サービスの競争を行っており、競争が十分に機能しているため、移動通信事業者の料金施策に対する過度な介入は不要。市場動向を把握する観点で分析を行う場合は、格安 SIM の販売等を含めた利用者選択肢の拡大の実態、サービス卸、ドコモ光によるモバイル市場への影響を分析すべき。</p>	<p>【考え方2-7】</p>
<p>《2.7～2.10》</p>	<p>移動系通信市場は MNO による設備競争が進展しており、これまでも定額プランや多段階プランなど市場ニーズに応じた多様な料金プランが提供されてきたところです。当社は、平成 26 年 6 月に 2GB～13GB までの 6 種類のデータ通信量定額サービスを用意し、お客様ご自身に合ったデータ容量を選ぶことが可能となりました。また、当社の通話プランにおいては定額プランに加え、従来のプランもこれまで通り選択いただけるなど、無駄なくご利用いただける独自のプランを発表したところです。さらに、MVNO の参入に伴ってお客様の選択肢は飛躍的に拡大していると認識しています。</p> <p>MNO 各社が提供する新料金プラン等について、料金政策の観点からの課題を整理するとしていますが、そもそも料金政策については、平成 15 年の電気通信事業法の改正により、利用者の利用形態や競争状況等を考慮しつつ、「ボトルネック性に基づく市場支配力の濫用の可能性」及び「国民生活・経済に必要不可欠であるために利用者利益の保護を図る必要性」がある NTT 東・西の一部サービスを除き、実質的な競争が進展し、市場メカニズムを通じた料金設定が期待されるサービスについては、これを電気通信事業者の自由な経営判断に委ねることとし、料金及び契約約款の届出等の規制を廃止するとともに、相対契約を認める規制緩和措置（デタリフ化）が講じられ、利用者料金については原則自由化されたところです。</p> <p>移動通信市場においては、MNO 間の競争だけでなく様々な MVNO の参入によって熾烈な料金、サービスの競争を行っており、競争が十分に機能していることから、移動通信事業者の料金施策に対する過度な介入は不要と考えます。</p> <p>なお、移動通信市場に関する市場の動向について把握する観点で分析を行うとする場合には、以下について分析すべきと考えます。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 移動系通信事業、特にデータ通信市場について、競争評価2013では、上位MNO 3社のデータ定額通信料が、ほぼ同一の料金水準で推移しており、料金水準だけに着目すれば、客観的には上位MNO 3社の料金競争が進展しているとは言い難いこと、また、下位MNOとSIMカード型のMVNOの合計の契約数は、移動系通信市場全体の8%程度にとどまっていること等に言及しています。 ・ 更に、各社による様々な割引制度やキャンペーン等の提供によって料金体系が複雑になっていること、そのため、通信料金の比較を通じた適切なサービス選択の機会が不十分な状況であること等も指摘しているところです。

	<p>－MNO 各社の新料金プランのみならず、格安 SIM の販売など MVNO による様々なサービスを通じた利用者選択肢の拡大の実態</p> <p>－NTT 東・西による“サービス卸”を活用した NTT ドコモの“ドコモ光”のセット提供がモバイル市場に与える影響</p> <p style="text-align: right;">【KDDI 株式会社】</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ また、情報通信審議会答申でも示されたとおり、移動通信市場は協調的寡占の色彩が強く、SIMロック等により利用者を過度に囲い込む一方、多額のキャッシュバック等による既存利用者の奪い合いのための競争が行われており、この点について御意見では「熾烈な料金、サービスの競争」と指摘していると考えられます。実際には、その結果として利用者の不公平感や料金高止まりによる負担感が増大している状況等にあり、答申においても、移動通信市場における公正競争の徹底や利用者利益確保のための環境整備等についても提言されているところです。 ・ 競争評価2014では、これらを踏まえつつ、新料金プランを始めとする新たなサービスの出現等にも着目した上で、市場の現状把握と競争環境への影響についての総合的な分析を行い、料金政策の観点からの課題を整理するものです。 ・ その際には、MNOのみならず、MVNOの動向についても考慮した上で分析を行ってまいります。 ・ なお、サービス卸に係る分析については、考え方2-5のとおりです。
【意見 2-8】	競争政策等留意事項の整理に際しては、引き続き事業者主体の料金設定がなされるべきこと、また、	【考え方2-8】

	<p>MVNO 振興や新規参入の促進等、適切な競争促進施策を講じることを通じて、携帯電話市場における料金プランの多様化・適正化を目指すものとして行うべき。</p>	
《2.7~2.10》	<p>本テーマに関する競争政策等留意事項を整理される際には、下記の点を考慮していただくことを要望します。</p> <ul style="list-style-type: none"> - 現行の制度下では、利用者料金の設定は事業者にゆだねられており、引き続き、事業者主体で料金設定がなされるべきであると考えます。 - このため、総務省殿が利用者料金そのものへ関与を強めるのではなく、MVNO 振興や新規参入の促進等、適切な競争促進施策を講じることを通じて、携帯電話市場における料金プランの多様化・適正化を目指すべきであると考えます。 <p>したがって、本テーマにおける分析・評価項目として、例えば下記の項目を検討していただくことを希望します。</p> <ul style="list-style-type: none"> - MNO 各社の接続料の比較 - MNO 各社の料金や財務状態からみた接続料の妥当性 - MNO と MVNO 間でサービス提供に係るコストのイコールフットィングが達成されているか 例：接続事業者が使用しない設備に係るコスト等が接続料の算定から除外されているか - MNO や MNO と資本関係にある MVNO が、コスト割れ等の不当な低価格な料金プランを設定することで、MNO と資本関係に無い MVNO にとって競争上不利な状況となっていないか <p style="text-align: right;">【株式会社ケイ・オプティコム】</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 料金に係る分析に関する御意見については、考え方2-7のとおりです。 ・ 分析方法に関する御意見については、今後の分析・評価に当たっての参考とさせていただきます。
【意見 2-9】	<p>料金の同一水準化は競争の結果起こり得るものであるため、そのことのみをもって競争が働いていないと評価することは適当ではない。料金競争の有無は、多様な料金プラン等による差別化、MVNO の動向など、多角的な視点から分析していただきたい。</p>	【考え方2-9】
《2.7~2.10》	<p>昨年度の競争評価では、それまで各社料金がほぼ同一の水準で推移してきたことを理由の一つとして、「上位 MNO 間の料金競争が進展しているとは言い難い」との評価がなされましたが、料金水準に着目すると、各社が料金設定をする際、他社に対抗して値下げする等の料金競争が働き、その結果として同一水準に収斂する蓋然性は高いものと考えます。今年度に入り、MNO 各社は新たな料金プランの提供を開始しましたが、その際にもやはり同様の料金収斂化が見られているところです。この通り、料金の同一水準化はむしろ各社が競争した結果として容易に起こり得るものであるため、そのことのみを以て競争が働いていないと評価することは適当ではないと考えます。</p> <p>また、プラン内容・提供条件の観点から各社の料金プランを見ると、MNO 各社は新料金プランにおいて、データ通信量上限の多段階設定・家族間データシェアの仕組み・データ容量の翌月への繰り越し可否等に関して各々に工夫した多様なプラン設定を行っており、更に各種割引・キャンペーンの実施により料金の差別化も図っているところです。一方、MVNO 各社においても、一部報道によると格</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 料金に係る分析に関する御意見については、考え方2-7のとおりです。 ・ なお、トラヒック当たりのデータ料金の低廉化等に係る御指摘等については、今後の検討の参考とさせていただきます。

	<p>安スマートフォンが100万台に達したとあるように、多様な低価格帯のプランが普及拡大の傾向にあることから、移動体市場の事業者全体の動向を見ると料金プランは多様化しているものと考えます。</p> <p>他方、移動体データ通信の市場全体における料金水準を時系列で見た場合には、トラヒックの急増に対応すべく各社が技術競争し、データ通信の大容量化を進めてきた結果、トラヒックあたりのデータ料金はこの2年間で約2分の1※になっており、むしろ急激に低廉化していると認識しています。</p> <p>以上に述べた通り、料金競争の有無は、競争結果としての料金水準を単純比較するだけでは測りきれないため、料金が同一水準化する背景をはじめ、上記に挙げた観点等を含む多角的な視点から分析して頂くことを要望します。</p> <p>※情報通信統計データベース「我が国の移動通信トラヒックの現状」（集計値）による月間通算トラヒック、大手3社公表のデータ ARPU、及び一般社団法人電気通信事業者協会 HP による事業者別契約数より算出(2012年6月～2014年6月の2年間)</p> <p>【ソフトバンク BB 株式会社・ソフトバンクテレコム株式会社・ソフトバンクモバイル株式会社】</p>	
<p>【意見 2-10】</p>	<p>料金政策によって市場のダイナミズムによる料金プランの自由度や多様性が損なわれることがないよう、留意いただきたい。また、過度の販売奨励金や端末下取り制度についても、消費者の購買活動に対する影響があるため評価指標として勘案すべき。</p>	<p>【考え方2-10】</p>
<p>《2.10》</p>	<p>料金施策の分析にあたっては、本来、料金戦略は事業者におけるサービス競争の根幹であり、サービスの評価は市場の競争原理によりなされること、さらに各社の創意工夫により、今までにない新たなサービスや料金プランが創出されることを踏まえ、料金政策によって市場のダイナミズムによる料金プランの自由度や多様性が損なわれることがないよう、留意いただく必要があると考えます。</p> <p>また、競争環境への影響を検討する上では、料金施策に加えて過度の販売奨励金や端末下取り制度についても、消費者の購買活動に対する影響があるため評価指標として勘案すべきと考えます。</p> <p>【ワイモバイル株式会社】</p>	<p>・ 料金に係る分析に関する御意見については、考え方2-7のとおりです。</p>

3. 2014 年度の定点的評価の実施方針

3-1 市場の画定

<p>【意見 3-1】</p>	<p>旧来のサービス区分により細分化された市場の枠組みではなく、端末やコンテンツ・アプリケーション分野を含めた情報通信市場全体を広く俯瞰し、ユーザの視点に立って市場区分を適切に見直し、競争状況を適切に評価していただきたい。</p> <p>なお、需要の代替性の範囲を考えた場合、固定系超高速ブロードバンド市場とは別に、FTTH 市場を部分市場として画定する必要はないのではないか。</p>	<p>【考え方3-1】</p>
<p>《3.1.1、 3.1.2》</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・サービス市場の画定及び競争評価については、ユーザの視点や事業者の競争戦略を踏まえ実態に即して行うことが必要であると考えます。 ・ユーザの選好は、端末や上位レイヤーがグローバルに提供するコンテンツ・アプリケーションサービスへ既に移行し、通信キャリアはそうしたサービスの構成要素の一部になっています。さらに、光ブロードバンドサービスの需要は、モバイルブロードバンドの進展やスマートフォンの普及拡大により伸び悩み、限られたパイを奪い合う競争となっています。 ・現に、ブロードバンド市場においては、3.9 世代携帯電話パケットアクセスサービス (3.9G)、BWA アクセスサービス (BWA) が急速に普及しており、平成 26 年 4 月～6 月において、FTTH アクセスサービス (FTTH) の純増数が約 41 万純増である一方、3.9G は約 448 万純増、BWA は約 66 万純増と、両者をあわせた純増は FTTH の純増の約 13 倍に達しており、3 者を合わせたブロードバンド市場において FTTH の純増シェアは約 7%に過ぎない状況となっています。さらに、LINE 等のコミュニケーション・無料通話アプリケーションによる通信サービスも急拡大しており、LINE においては、全世界で 5 億 6 千万ユーザ、国内だけでも 5,400 万以上のユーザが存在し、減少傾向にある固定音声契約者数 (約 5,640 万) に迫る勢いとなっております。(注：数字は、「電気通信サービスの契約数及びシェアに関する四半期データの公表 (平成 26 年度第 1 四半期 (6 月末)) (平成 26 年 9 月 19 日総務省報道発表資料)」、LINE 株式会社公表値 (平成 26 年 10 月 9 日) より) ・しかしながら、「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 2014 (案)」においては、需要の代替性等を踏まえ、FTTH と DL30Mbps 以上の CATV を新たに固定系超高速ブロードバンド市場と位置付けているものの、依然として、情報通信市場の構成要素の一部に過ぎない通信キャリアの競争に着目し、旧来のサービス区分により細分化された市場の枠組みを前提に競争状況の分析・評価を行うことには変わりはなく、前述のユーザニーズや市場構造の変化を踏まえれば、固定系と移動系を別市場でなく、同一市場として分析・評価する必要があると考えます。 ・また、今後の様々なプレイヤーによる競争を通じた市場の活性化や新たなイノベーションの促進に向けては、端末やコンテンツ・アプリケーション分野の動向からの影響も踏まえて情報通信市場全体を俯瞰し、ユーザの視点から見たサービス市場の実態を的確に把握・分析することにより、市場区分の適切な見直しを行った上で、情報通信市場の競争状況を評価していただきたいと考えます。 	<ul style="list-style-type: none"> ・市場の画定については、基本方針に基づき、主要サービスの需要の代替性等を考慮して行っています。 ・固定系と移動系との代替性については、競争評価2013において、需要の代替性等を踏まえ「移動は固定の補完にはなり得ても、代替にはなり得ないのが現状」と分析しており、実施細目2014案においても、固定系と移動系を区別し、分析・評価を行うこととしています。 ・ただし、競争評価2013 (第 1 編第 2 章第 3 項 3. 2) の中で、移動系の一層の高速化が進む中で固定系サービスとの比較を継続していく必要があるとしているところであり、実施細目2014案 (3. 3. 5) では、移動系データ通信による固定系ブロードバンドの代替性の有無を引き続き勘案要素とすることとしています。 ・また、上位下位レイヤーをレバレッジとしたネットワークレイヤー

	【西日本電信電話株式会社】	への影響については、競争評価2013では、上位レイヤーのプラットフォーム事業者が利用者のサービス選択に及ぼす影響を注視していく必要があるとしており、競争評価2014でも実施細目2014案(3.2.7)のとおりに、移動系データ通信市場の分析における勘案事項として、分析を行う予定です。
《3.1.2》	<p>移動系超高速ブロードバンドの進展、FMC市場の拡大、グローバルプレイヤーによる一体的なサービス提供といった市場環境・競争環境のパラダイムシフトにより、ユーザの選択肢が固定通信と移動通信の垣根を越えるとともに、国内の通信事業者だけでなく、海外のプロバイダが提供する通信サービスまで非常に多様化し、ユーザはその多様なサービスを個々の必要に応じて自由自在に使いこなしています。その際、ユーザはこうした多様なサービスや端末を先に選択した上で、それらの利用に適したネットワークを選択しており、ネットワークサービスよりもコンテンツ・アプリケーションや端末の方がユーザのサービス決定要因の多くを占めるに至っていると考えます。</p> <p>以上のような市場の変化・競争状況の変化を踏まえれば、従来からのデータ通信/音声通信、固定通信/移動通信といった市場の枠組みを維持したまま、競争状況の分析・評価を行うことは、市場の実態に即したものにはならないと考えます。</p> <p>当社としては、固定系超高速ブロードバンド市場やさらにその部分市場であるFTTH市場を単独の部分市場として分析・評価するのでなく、端末やコンテンツ・アプリケーション分野を含めた情報通信市場全体を広く俯瞰し、ユーザの視点から見たサービス市場の実態を的確に把握・分析することによって、市場区分を適切に見直した上で、情報通信市場の競争状況を適切に評価していただきたいと考えます。</p> <p>少なくとも、今回、部分市場として固定系超高速ブロードバンド市場を画定されるのであれば、需要の代替性等を踏まえ、FTTH市場を部分市場として画定する必要はないと考えます。</p>	<ul style="list-style-type: none"> なお、FTTH市場を超高速ブロードバンド市場とは別に部分市場として画定し、分析・評価を行うことについては、競争評価2013で需要の代替性が伺える一方で、FTTHが固定系超高速ブロードバンド市場において需要の中核を占めており、その動向が市場に大きく影響すること等の実態を踏まえたものです。
【意見3-2】	<p>新たに固定系超高速ブロードバンド市場が部分市場として位置付けられることに関連して、FTTH市場における契約純増数の推移、料金競争の進展状況、契約数シェアの変動等について、引き続き精緻な分析を要望する。</p> <p>また、新規参入事業者や参入意向事業者に対して競争環境の課題等に関するアンケートを実施することも有効ではないか。</p>	【考え方3-2】
《3.1.2》	<p>2020-ICT基盤政策特別部会 基本政策委員会においては、2020年に向けた課題として、固定系超高速ブロードバンド基盤の整備率が98.7% (2014年3月末) である一方その利用率は51.2% (2014年3月末) にとどまっている点、またFTTH市場におけるNTT東西殿のシェアが高止まり (2014年6月末71.1%) している点が指摘されており、超高速ブロードバンド基盤に係る競争の促進について検討が必要とされているところです。</p> <p>FTTH市場においては、上記の通りNTT東西殿の契約数シェアが依然7割超を占めていることに加え、こうした状況下でNTT東西殿によるサービス卸の提供が予定され、今後サービス競争や設備競争に影響を及ぼし得るといった観点を踏まえると、FTTH市場の分析はなお一層重要になってきていると考えます。特にサービス卸については、「固定系超高速ブロードバンドに関する事業者間連携サービスの競争環境への影響に関する分析」に対する意見においても述べさせて頂いた通り、NTT東西殿に</p>	<ul style="list-style-type: none"> 実施細目2014案では、FTTH市場について、固定系超高速ブロードバンド市場において需要の中核を占めており、その動向が市場に大きく影響すること等の実態を踏まえ、引き続き固定系ブロードバンド市場の部分市場として分析・評価を行うこととしています。

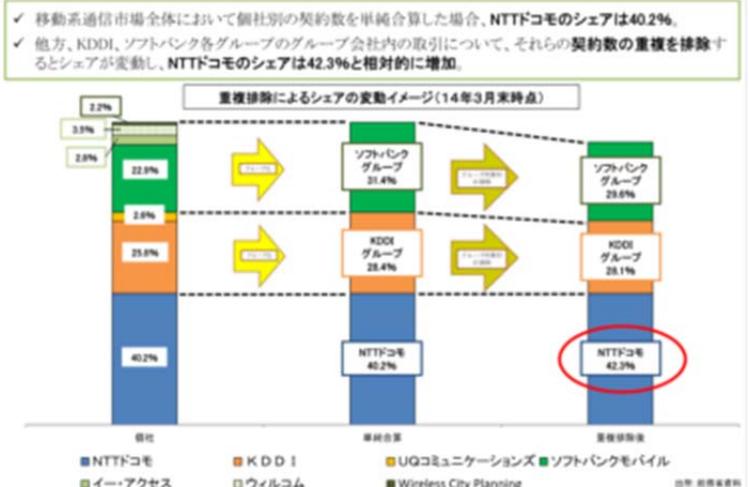
	<p>よる著しく高い卸料金等の設定や、NTT グループ会社への卸料金の優遇等により、NTT グループ以外による回線利用や FTTH 市場における料金競争が進展しない懸念や、NTT ドコモ殿が NTT セット割を提供することにより固定・移動双方の契約数シェアが硬直化する懸念があるため、これらの競争状況の変化について分析することが必要です。</p> <p>2014 年度の競争評価において、新たに固定系超高速ブロードバンド市場が固定系ブロードバンド市場の部分市場として位置付けられることに対し、昨年度の評価結果においても「FTTH 市場の重要性が固定系超高速ブロードバンド市場の部分市場化によって低下するものではない」とされているところですが、上記懸念を踏まえ、契約純増数の推移、料金競争の進展状況、契約数シェアの変動等について、引き続き精緻な分析を要望します。</p> <p>また、昨年度の競争評価 2013 の弊社共意見書においても述べさせて頂きましたが、利用率向上に資する分析として、新規参入事業者や参入意向事業者に対し、既存事業者とのサービス差別化や事業者間取引の条件等の観点から、事業参入・拡大の障壁となる競争環境の課題等に関してアンケートを実施することも有効であると考えます。</p> <p style="text-align: center;">【ソフトバンク BB 株式会社・ソフトバンクテレコム株式会社・ソフトバンクモバイル株式会社】</p>	<ul style="list-style-type: none"> • FTTH市場を含む固定系ブロードバンド市場に関する分析・評価においては、実施細目2014案の3-3(2)にあるとおり、市場の規模、事業者別シェア、料金の推移等の分析を行うこととしております。 • 新規参入事業者や参入意向事業者に対するアンケート項目等の、分析方法に関する御意見については、今後の分析・評価に当たっての参考とさせていただきます。
<p>【意見 3-3】</p>	<p>BWA は携帯電話とは異なる市場であると考えます。また、「音声通信・データ通信共用市場」と「データ通信専用市場」に再編し分析を行うことが適切。</p>	<p>【考え方3-3】</p>
<p>《3.1.2、3.1.3》</p>	<p>利用者のサービス選択の視点に立てば、音声が利用可能なサービスが中心の携帯電話とデータ通信専用の BWA に代替性があるとは言えず、BWA は携帯電話とは異なる市場であると考えます。したがって、「電気通信事業分野における競争状況の評価 2013」（以下、「競争評価 2013」と言う。）のとりまとめ通り、「音声通信・データ通信共用市場」と「データ通信専用市場」に再編し分析を行うことが適切と考えます。</p> <p style="text-align: right;">【KDDI 株式会社】</p>	<ul style="list-style-type: none"> • BWA と携帯電話の関係については、現状として BWA は 3.9G と同様の移動系超高速ブロードバンドサービスであること、携帯電話と同一の端末で一体的にブロードバンドサービスを提供しているものがあること、BWA と携帯電話の周波数を束ねて高速通信を実現することが可能であること等の実態があり、これらを踏まえて同一の市場とすることとしたものです。 • 「音声通信・データ通信共用市場」と「データ通信専用市場」に再編して分析を行うべきとの御意見については、実施細目2014案で示したとおり、データ通信専用サービスの多

		くは音声通信と共用のサービスとも需要の代替性があり、単独の市場を構成するとは考えられないこと等から、市場の再編を行わないこととしたものです。
【意見 3-4】	移動系データ通信・音声通信市場は依然として協調的寡占の色彩が強く、MVNO が競争促進に寄与しているか等の着眼点での分析が必要。	【考え方3-4】
《3.1.3》 《3.2.4~ 3.2.12》	<p>近年、MVNO の参入が活発化している一方で、移動系データ通信市場、移動系音声通信市場は依然として料金競争が進展しておらず、協調的寡占の色彩が強い状況とも指摘されているところです。</p> <p>これを踏まえると、モバイル市場の競争状況をさらに正確に把握する必要があり、MVNO が競争促進に寄与しているか、MNO と MVNO のサービスの間に需要の代替性が認められるか否かといった着眼点で分析する必要があり、特に、携帯電話（音声・データ共用）サービスの端末 1 台目需要のシェアを把握する必要があります。</p> <p>例えば、音声通信・データ通信共用サービスに着目し、そのシェアを MNO、MVNO を含めて継続的に把握することが必要と考えます。</p> <p style="text-align: right;">【株式会社ケイ・オプティコム】</p>	<ul style="list-style-type: none"> 移動系データ通信市場の分析においては、実施細目2014案（3.2.4及び3.2.6）にあるとおり、MVNOの状況を含め、競争評価2013より継続してデータを取得し、分析・評価を行うこととしています。 携帯電話サービスの端末 1 台目需要のシェアを把握する必要性等、分析方法に関する御意見については、今後の分析・評価に当たっての参考とさせていただきます。
【意見 3-5】	移動系通信事業に関して「データ通信専用市場」を新たな市場とは位置付けず、昨年度に引き続き「音声通信市場」及び「データ通信市場」として分析・評価を行うことに賛同。	【考え方3-5】
《3.1.3》	<p>本実施細目案において「携帯電話・PHS の利用に当たっての音声通信に対する需要は現在でも少なくない」とされている通り、現在においてもやはり移動体通信事業者の中心的なサービスは、携帯電話やスマートフォンといった音声通信が可能なサービスであると認識しています。こうした音声通信可能なハンドセットを主体とする契約数については、3 グループ中 NTT ドコモ殿のシェアが約 46%※と移動体通信市場全体より更に高いシェアを占め、単独で市場支配力を行使し得る可能性が高まることから、音声通信市場を個別の市場として継続分析することは適当であると考えます。</p> <p>また、モバイル Wi-Fi ルータ等多くのデータ通信専用端末の用途を考えても、スマートフォン等と組み合わせて使用することが一般的であり、データ通信専用市場が単独の市場を構成するとは考えられないとの総務省殿の判断は適当であると考えます。</p> <p>以上より、今年度の評価に当たり、移動系通信事業に関して「データ通信専用市場」を新たな市場とは位置付けず、昨年度に引き続き「音声通信市場」及び「データ通信市場」として分析・評価を行うことに賛同します。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 移動系通信事業に関して、「音声通信市場」及び「データ通信市場」を区別して分析・評価を行うことについて、賛同の意見として承らせていただきます。

	<p>※一般社団法人電気通信事業者協会 HP による事業者別契約数（2014 年 3 月末）を基に、各社の全契約数から通信モジュール数を差し引いて算出 http://www.tca.or.jp/database/2014/03/</p> <p>【ソフトバンク BB 株式会社・ソフトバンクテレコム株式会社・ソフトバンクモバイル株式会社】</p>	
【意見 3-6】	<p>複数の府県を一括りにするのではなく、各事業者の参入エリアに合わせて市場をより細分化し、そのエリア単位（少なくとも市区町村単位）での各事業者の契約者数等を含めて把握した上で、事業者参入の進展状況を多角的に分析していただきたい。</p>	【考え方3-6】
《3.1.4》	<p>「実施細目 2014（案）」において「固定系ブロードバンド市場（部分市場としての固定系超高速ブロードバンド市場及びFTTH市場を含む。以下同じ。）についてはブロック別（中略）を市場とする。」とありますが、そもそも、事業者は市町村等市場を細分化し、採算性を勘案した上で個々に参入を判断しているため、同一府県内であっても事業者の参入エリアは区々であることから、複数の府県を一括りにして分析することは競争状況の実態を的確に捉えた分析にならないと考えます。</p> <p>「電気通信事業分野における競争状況の評価 2013」（以下、「競争評価 2013」）では、市区町村単位での事業者の参入状況について調査を行っていただきましたが、なぜそのような参入状況になっているか等の要因分析が行われておりません。</p> <p>したがって、今回の競争評価にあたっては、各事業者の参入エリアに合わせて市場をより細分化し、そのエリア単位（少なくとも市区町村単位）での各事業者の契約者数等を含めて把握した上で、事業者の参入が進んでいるエリアでは競争状況の分析・評価を、参入が進んでいないエリアにおいては、なぜ参入が進まないのか、各業者の事業戦略や参入意欲の問題まで含め、その要因を多角的に分析していただきたいと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ ブロック別を市場として分析することについて、競争評価2013（第1編第2章）において分析を行った地域ブロックにおける超高速ブロードバンドサービスの競争状況では、同一の地域ブロック内の都道府県同士で競争状況に類似点が見られることからブロックごとの分析を行ったものであり、実施細目2014案（3.3.6）では、競争評価2014においても当該分析を踏まえ、ブロックごとにその後の動向のフォローアップを行うこととしております。 ・ 御指摘の市場をより細分化した分析については、関係事業者から提供いただける情報の程度等を考慮しながら、検討してまいります。 ・ また、参入状況の分析については、回線貸出率、地域におけるサービスの提供事業者数、カバー率等を勘案し、多面的に分析・評価することとしているところ、分析方法に関する御意見については、今後の分析・評価に当たっての参考とさせていただきます。

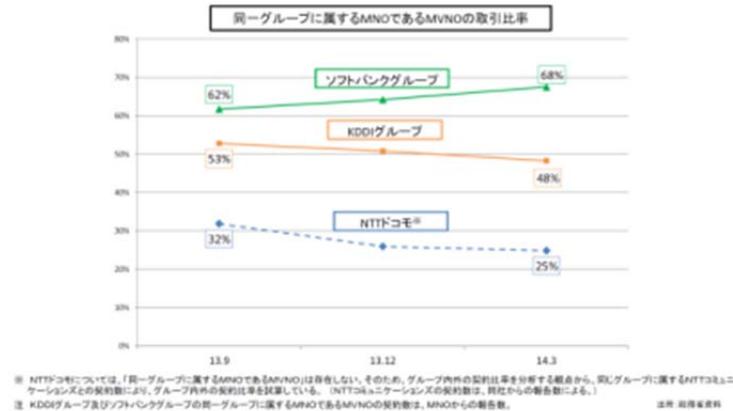
--	--	--

3-2 移動系通信事業に関する分析・評価の実施方針

【意見 3-7】	<p>端末が1台で同一利用者が契約しているとしても、複数サービスを利用している事実は変わらない等の理由から、重複計上排除により算定したグループの市場シェアを採用すべきではない。</p>	【考え方3-7】
《3.2.3》	<p>前年度評価においては「事業者間取引による連携サービスの重複計上排除の方法」として以下のようなグラフが採用されました。</p> <p>＜総務省 「電気通信事業分野における競争状況の評価 2013」 179 頁 IV-14＞</p>  <p>上記グラフにおいては、携帯電話+BWA のデュアルサービス等について同一グループ MNO 間のサービスの場合に限り、同一の利用者が契約しているものとして、二の契約を一の契約として計上する方法が採用されました。</p> <p>しかしながら、携帯電話+BWA のデュアルサービス等は、端末が1台で同一利用者が契約しているとしても、複数サービスを利用している事実は変わりません。その場合、例えばソフトバンクモバイル殿とのデュアルサービスを基本としている Wireless City Planning 殿のシェアがほぼ0%となります。電波の有限希少性から考えれば、周波数を割り当てられている事業者のシェアが、グループ化により個社数値が見えなくなっているとはいえ、ほぼ0%というシェアの考え方は適当ではありません。</p> <p>また、当社の契約者数が全く変わっていないもの関わらず、グループ別にした場合にのみあたかも契約者数が増えたかのようにシェアが増加することは、判りにくく誤解を招くものと考えます。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 市場シェアの分析に当たっては、市場実態をより反映することができる手法により行うことが適当と考えます。 競争評価2013において重複排除の対象としているのは、契約数を単位としたシェアに係る分析です。したがって、一つの契約で複数事業者を利用している場合、個社別に契約者数を出すときには、各社ごとに一の契約者として計上する一方で、グループ単位で計上する場合は、市場実態を踏まえ、一の契約が重複して計上されないように整理する必要があるため、当該処置を行ったものです。 競争評価2014においても、重複計上排除の方法等を維持しつつ、分析・評価いたします。 ただし、グループに属する個社別の契約数を単純合算した場合のシェアも併せて分析する等、多面的な分析・評価を行ってまいります。

	<p>さらに、「2020年代に向けた情報通信政策の在り方ー世界最高レベルの情報通信基盤の更なる普及・発展に向けてー」答申(案)(2014年10月20日 情報通信審議会 2020-ICT 基盤政策特別部会 公表)においては、市場を把握するため基本データ(本答申(案)「参考資料22」)として各MNOグループの市場シェアとして「重複計上排除」した市場シェアを採用せず、個社別の契約数を単純合算した市場シェアを採用していることから、整合性を欠いております。</p> <p>この点、「第1回競争評価アドバイザーボード」(2014年10月31日)においても、「電波の有限希少性」の観点等から「重複計上排除」の考え方について疑問を呈する意見も表明されていたところ</p> <p>です。</p> <p>従って、今年度の競争評価においては「重複計上排除」により算定した「グループの市場シェア」を採用すべきではありません。</p> <p style="text-align: right;">【株式会社NTTドコモ】</p>	
【意見3-8】	<p>実際の利用端末数により近い数値を基にサービスシェアを算定し得るため、実態により即したグループ間の競争力の把握が可能となることから、同一グループ内の事業者取引による連携サービスについて分析・評価する場合、重複計上排除することが適当。</p>	【考え方3-8】
《3.2.1~ 3.2.3》	<p>移動系通信事業全体の概況を把握するにあたって、携帯電話・PHS・BWAの3サービスに関する契約数、売上高、事業者別シェア等を分析する上で、同一グループ内の事業者取引による連携サービスについて分析・評価する場合には、重複計上排除の方法を維持することは適当と考えます。</p> <p>企業グループ単位での分析・評価を行う場合には、特に、NTTドコモは国が出資するNTT持株が現在も66%超の株式を保有するなどNTTグループ傘下にあり、NTTグループの営業利益の約68%(2014年3月期)を計上する主要な会社であること、契約者数が6,311万人(2014年3月末)にのぼり圧倒的な顧客基盤を保持していること、グループ一体的な営業体制、信用力、ブランド力、資本関係等を通じたNTTグループの総合的な事業能力を有していることに十分留意する必要があると考えます。</p> <p>今般の評価においても、競争評価2013において指摘された以下の考慮事項を、評価・分析に反映すべきと考えます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・NTTドコモは、日本電信電話株式会社(NTT)が66.65%の議決権を有する、NTTグループの主要会社であること ・3グループ内における移動系と固定系を含む国内電気通信事業に占める国内電気通信事業に占めるNTTグループの収益シェアは、54.4%に達すること <p style="text-align: right;">【KDDI株式会社】</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・同一グループ内の事業者間取引による連携サービスの重複排除に対する賛同の御意見として承らせていただきます。 ・なお、同一グループに限らない連携サービスの重複排除については、今後の分析・評価に当たっての参考とさせていただきます。
《3.2.3》	<p>弊社共としては「同一グループ内の事業者間取引による連携サービスの重複計上排除の方法等を維持」することに関して、事業者間取引に係る契約数を排除することで、実際の利用端末数により近い数値を基にサービスシェアを算定し得るため、実態により即したグループ間の競争力の把握が可能となると考えます。したがって、昨年同様、同一グループ内の事業者間取引における契約数を排除する方法を継続することに賛同します。</p>	

	【ソフトバンク BB 株式会社・ソフトバンクテレコム株式会社・ソフトバンクモバイル株式会社】	
《3.2.3》	より市場の実態との整合をとることが公平かつ公正な競争評価に資するため、連携サービスにおける重複排除は適切と考えますし、同一グループに限ることなく同じ市場にある連携サービスについては同様に扱うべきと考えます。また、他の指標についても同一観点での分析を実施すべきと考えます。	
	【ワイモバイル株式会社】	
【意見 3-9】	J:COM が KDDI と商品・サービスについて提携していること等は、存在する事実関係の一面に過ぎない。グループ単位での分析は個々の状況を踏まえて行われるべき。	【考え方3-9】
《3.2.3》	<p>昨年の「電気通信事業分野における競争状況の評価 2013」において、弊社として下記の意見を提出しております。</p> <p>『2013 年 4 月に KDDI の連結子会社になった』こと、かつ『KDDI との間で商品・サービスの連携をしている』ことをもって、「KDDI の企業グループ」の一員として整理されています。</p> <p>しかしながら、①弊社に対する出資比率は、KDDI と住友商事がそれぞれ 50 パーセントずつであり、昨年 KDDI と住友商事が発表のとおり、弊社は両社の共同経営体制による会社であって、KDDI による独占的実効支配下にはありませんし、②KDDI との商品・サービスの連携は、J:COM グループによる営業戦略の一環に過ぎません。また、③電気通信事業分野の市場において、KDDI の FTTH アクセスサービス (au ひかり) と J:COM グループの CATV アクセスサービス (J:COM NET) は実際に直接的な競合関係にあります。</p> <p>こうした事実から、少なくとも弊社については、KDDI の連結対象会社であることや商品・サービスを提携していることは、存在する事実関係の「ある一面」に過ぎませんので、ひとくくりに「(KDDI の) 企業グループ」として一律に整理されることについては、違和感があり、市場の競争状況の分析においてはこうした状況を踏まえて行われることを希望します。</p> <p>弊社としてこの認識は変わっておらず、引き続き分析にあたっては個別の状況を見ながら検証されることを要望します。</p> <p>【株式会社ジュピターテレコム】</p>	<ul style="list-style-type: none"> 競争評価に係るグルーピングの考え方については、競争評価2013（第1編第1章 2.3）では、関係法令等の企業集団の整理方法等を参考にしつつ、電気通信事業の特性を考慮して行う必要があることを踏まえた上で、ボトルネック設備の保有状況等をグルーピング基準の要素の一つとしつつ、意思決定、資金、取引関係等と組み合わせて総合的に勘案を行っています。 競争評価2014では、基本的に前年度の考え方を踏襲する一方で、電気通信事業者のグループ化の動きや企業グループ内におけるネットワークの相互利用や商品・サービスの差別化の進展等の市場動向を考慮しながら、検討を進めてまいります。
【意見 3-10】	「MNO である MVNO」と「同一グループ内の MVNO」は競争状況に与える影響が全く異なり、同列に扱うべきではない。「同一グループに属する MNO である MVNO」を分析指標とする場合には、NTT ドコモの比率は「0%」と明示すべき。	【考え方3-10】
《3.2.4、3.2.6》	競争評価 2013 においては、事業者間取引に関連するデータとして「同一グループに属する MNO である MVNO の取引比率」について以下のグラフが採用されました。	<ul style="list-style-type: none"> 競争評価2013では、NTTドコモと同じグループに属するNTTコミュニケ



当社には「同一グループに属する MNO である MVNO」が存在していないにも関わらず、「グループ化の情勢を伝える一助」を理由（総務省公表 『「電気通信事業分野における競争状況の評価 2013（案）」の一部に対する意見及び総務省の考え方』）として NTT コミュニケーションズの比率が表示されておりました。このグラフ中においては当社の表記他社とは異なる点線表記とし、その旨注釈が記載されているものの、本来は「NTT ドコモの比率は 0%」と明示すべきです。

「MNO である MVNO」は、周波数の割当を受けた MNO に対し、更にグループ内の MNO から電波を貸しているようなものであり、電波の有限希少性の観点から望ましくありません。他方、同一グループ内の MVNO は電波割当てを受けているわけではありません。また、グループ外の MVNO に MVNE 提供することにより、多数の MVNO（以下、「2次 MVNO」という）が存在しており、結果的にグループ外の MVNO と直接契約する場合と何ら変わりません。このように「MNO である MVNO」と「同一グループ内の MVNO」は競争状況に与える影響が全く異なり、同列に扱うべきではありません。

そもそも MNO が直接グループ外の MVNO に卸提供した場合は、グループ内取引としての規制対象とならない一方、「2020 年代に向けた情報通信政策の在り方ー世界最高レベルの情報通信基盤の更なる普及・発展に向けてー」答申（案）（2014 年 10 月 20 日 情報通信審議会 2020-ICT 基盤政策特別部会 公表）において、同一グループ内外での取引の公平性確保の観点から「総務省において必要な内容を把握できる仕組みを導入」するとされており、グループ内 MVNO を MVNE とするグループ外の 2次 MVNO は間接的に規制対象となり得ます。両者に何ら差異が無いにも関わらず、規制上の扱いが異なるのは適当ではありません。2次 MVNO にとってみれば、MNO と同一グループの MVNO と契約した際には、その卸条件が外部に把握されることは、却って MVNO の促進を阻害することになりかねません。

また、ドコモは禁止行為規制の適用を受けており、NTT コミュニケーションズと他の MVNO を全く同

ーションズとの契約数によりグループ内外の契約比率を試算併記していますが、あくまで比較用の参考として掲載したものであり、表中の標記も点線で行い、また※印の注記で、性格が異なる数値であることを明記しています。

- 競争評価2014においても、NTTドコモ・NTTコミュニケーションズ間の関係と、KDDIグループやソフトバンクグループとの性格の違いに留意した上で分析・評価を行ってまいります。

	<p>列に扱っております。そういった事実を踏まえると、「グループ化の情勢を伝える」ものにすらなっておりません。</p> <p>従って、今年度の競争評価において「同一グループに属する MNO である MVNO」を分析指標とする場合には、当社の比率は「0%」と明示すべきです。</p> <p style="text-align: right;">【株式会社 NTT ドコモ】</p>	
【意見 3-11】	<p>移動体市場の事業者間取引の分析として取扱う範囲は慎重に判断頂きたい。また、事業者間取引条件について聴取すると想定した場合、情報の取扱いには十分に配慮頂きたい。なお、企業グループ全体の連携状況を俯瞰できないことから、MNO に限定することなく固定・移動問わず同一グループに属する事業者全体をその対象とすべき。</p>	【考え方3-11】
《3.2.4、3.2.6》	<p>移動体市場における事業者間取引に関しては、2013 年度競争評価の「今後の留意事項」の中で、今後、より精緻なフォローアップが必要であり、その際、取引条件の衡平化の観点から透明性を確保する必要があるとされており、本実施細目案においても事業者間取引に関連するデータを取得・分析することとされています。</p> <p>移動体市場の事業者間取引条件にのみ踏み込んだ分析を行うことに関しては、ボトルネック性に着目した第一種指定電気通信設備制度と、接続協議における交渉力に着目しつつもそもそもは事業者間取引について市場原理に委ねることがその考え方の前提となっている第二種指定電気通信設備制度との違いや、禁止行為規制の適用の有無等、現在の規制制度全体の枠組みとの整合性が憂慮されるところであり、事業者間取引の分析として取扱う範囲は慎重に判断頂きたいと考えます。</p> <p>また、今年度競争評価アンケートとして仮に事業者間取引条件を聴取すると想定した場合、事業者には守秘義務が課せられている点が問題となる上、更に、事業者のサービス戦略そのものとも言える取引条件の開示がなされた場合には経営に与える影響が大きいこと等も懸念されます。したがって、各社非開示としている経営情報が類推されることがないように、取扱いには十分に配慮頂きたいと考えます。</p> <p>なお、上記分析において、昨年同様に同一グループ内の取引状況に焦点を当てる際のグループの範囲については、市場毎に区切った視点では様々な業態を含む企業グループ全体の連携状況を俯瞰できないことから、MNO に限定することなく固定・移動問わず同一グループに属する事業者全体をその対象とすべきです。</p> <p style="text-align: center;">【ソフトバンク BB 株式会社・ソフトバンクテレコム株式会社・ソフトバンクモバイル株式会社】</p>	<ul style="list-style-type: none"> 事業者間取引の分析については、実施細目2014案（5.2.2）のとおり、可能な範囲内で分析してまいります。情報の取扱いについては、考え方5-2のとおりです。 また、グルーピングに関する御意見については、考え方3-9で示したとおりです。
【意見 3-12】	<p>移動系データ通信市場の分析において、周波数保有量を直ちに市場支配力の有無の指標とすることは適切ではない。</p>	【考え方3-12】
《3.2.4～3.2.8》	<p>移動系データ通信市場の分析において、周波数の保有量を用いることは適切ではないことに留意すべきです。周波数の保有量は、工場の生産能力と同様に潜在的な供給能力の構成要素の一つに過ぎず、それ自体で製品（サービス）のシェア（占有率）と結びつく訳ではないことや、保有する周波数の特性等によってもサービス戦略に違いが出てくることから、保有量を直ちに市場支配力の有無の指標と</p>	<ul style="list-style-type: none"> 御指摘の周波数保有量は、そのまま契約数に比例するものではありませんが、一人当たりの周波数にも関

	<p>することは適切ではありません。</p> <p style="text-align: right;">【KDDI 株式会社】</p>	<p>係することから、競争評価2013では、競争環境を示す指標の一つとして十分に分析の対象となるものと捉えたものです。</p> <ul style="list-style-type: none"> ただし、御指摘のとおり、周波数の保有量は供給能力に関するものあり、利用者の選択の結果としての契約数や収益とは性格が異なるものであり、競争評価2014では、この点を踏まえた分析・評価を行ってまいります。
【意見 3-13】	各周波数帯域の利用制限や帯域毎の特性を勘案せずに比較することでは、各社の実際の競争力を正確に反映できない。また、グループ毎の帯域保有状況を分析する場合には、PHS 帯域を合算から除外すべき。	【考え方3-13】
《3.2.2、3.2.4、3.2.6》	<p>昨年度、評価に当たって指標の一つとされた周波数の保有状況の分析においては、弊社グループの保有帯域として PHS 帯域が合算され、その上で他社グループの保有状況との比較がなされたところで。しかしながら、PHS 帯域はそもそも個社に割当てられているのではなく、基地局免許や登録によってワイモバイル株式会社殿以外も利用可能な共用帯域であることから、個社の保有帯域に含めることは適切ではありません。また、周波数保有状況の分析に当たって、各帯域の利用制限や帯域毎の特性(回折性の強弱等)を勘案せずに比較することは、各社の実際の競争力を正確に反映できず、特定の事業者やグループの競争力を過小に、あるいは過大に評価することに繋がるおそれがあります。特に、今年度の競争評価は「今後の政策展開への反映を重視して行う」とされており、偏った評価結果が直接政策に結びつく可能性がある点も懸念されます。</p> <p>周波数の保有状況等について、今年度も引き続き分析・評価が予定されていることから、以上を踏まえ、グループ毎の帯域保有状況を分析する場合には、PHS 帯域を合算から除外するとともに各帯域の利用制限や特性を勘案した上で分析して頂きたいと考えます。</p> <p style="text-align: center;">【ソフトバンク BB 株式会社・ソフトバンクテレコム株式会社・ソフトバンクモバイル株式会社】</p>	<ul style="list-style-type: none"> 周波数の保有状況の分析に関しては、競争評価2013では、単なる周波数帯幅の合算だけではなく、周波数帯別の保有状況についての分析を行っているほか、700~900MHz帯に関しては既存利用者が移転作業中であり直ちに利用できないことを明記した上での分析を行いました。 競争評価2014においても、基本的に各帯域の利用制限等や帯域ごとの特性に留意して分析を行う予定であり、御指摘の点については分析に当たっての参考とさせていただきます。 なお、帯域保有状況の分析におけるPHSの取扱いについては、御指摘のとおり、携帯電話やBWAの周波数とは
《3.2.4、3.2.6》	<p>昨年度の競争評価においては、周波数の保有状況として、電波の幅(周波数幅)と契約者数の関係のみが取り上げられていますが、この分析手法では今までの市場状態を追認するに過ぎないことから、競争評価の分析指標として取り上げることは適切でないと考えます。周波数の保有を分析指標とする場合には、多角的、経年的な観点をもって評価すべきであり、例えば、周波数特性(低い周波数ほどエリア展開に優位)、グローバルな相互接続性(ネットワークや端末調達におけるスケールメリットによるコスト優位性及び期間短縮化)、及び保有周波数の割当て時期の前後差によるサービス投</p>	

	<p>入や設備投資の効率性（より計画的な事業展開が可能）といった周波数の質も競争優位性の要因となるため、これらの点も加味し分析を行うべきと考えます。</p> <p>また、昨年度の競争評価においては、PHS 帯域も加算されて分析が行われていますが、PHS については、周波数帯域が占有されていないため、周波数利用に制約がなく市場参入の機会が確保されていること、技術標準として汎用性が期待できず、また携帯電話との互換性もないことから、周波数の保有状況として携帯電話の周波数帯域と同列に扱うべきではないと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【ワイモバイル株式会社】</p>	<p>性格が異なるものであり、競争評価2014では、この点を踏まえた分析を行ってまいります。</p>
<p>【意見 3-14】</p>	<p>継続的かつ詳細に MVNO の動向を把握することが重要。特に、SIM カード系 MVNO の動向、上位 3 社グループとの資本関係、MNO から MVNO への移行を阻害する要因等に着目した分析・評価が必要。</p>	<p>【考え方3-14】</p>
<p>《3.2.4、3.2.6、3.2.10》</p>	<p>引き続き、MVNO の状況を分析・評価することに賛同します。</p> <p>移動系通信市場における競争促進の観点から、これまで以上に継続的かつ詳細に MVNO の動向を把握することが重要であり、特に次の点に着目して分析・評価することが必要と考えます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ SIM カード系 MVNO の動向および、上位 3 社グループと資本関係にある SIM カード系 MVNO と資本関係に無い SIM カード系 MVNO との比較 (調査項目例： <ul style="list-style-type: none"> ・ SIM カード系 MVNO の参入件数、加入者数 ・ ホスト MNO のシェア ・ SIM カード系 MVNO による網改造・端末接続試験等の申請件数（MVNO 側からの分析） ・ ホスト MNO による網改造・端末接続試験等の応諾・実施件数（ホスト MNO 側からの分析） ・ 移動系音声通信市場における SIM カード系 MVNO の動向および、上位 3 社グループと資本関係にある SIM カード系 MVNO と資本関係に無い SIM カード系 MVNO との比較 (調査内容例： <ul style="list-style-type: none"> ・ 移動系音声通信市場における SIM カード系 MVNO のシェア推移 ・ SIM カード系 MVNO の MNP 転入・転出件数の推移 (MNP 転入出状況（上位 MNO⇔MVNO、下位 MNO⇔MVNO、MVNO⇔MVNO）を詳細に分析) ・ MNO から MVNO への移行を阻害する要因の分析 (調査内容例： <ul style="list-style-type: none"> ・ 電話番号は持ち運べる（MNP 制度）一方で、メールアドレスが持ち運べないことが端末の流動性を阻害していないか（MNO が提供する「メールフィルター設定」等により、MVNO サービス利用者のメール送受信に支障が生じ、利便性を損なわれることで、MNO から MVNO への移行を阻害することとなっていないか） <p style="text-align: right;">【株式会社ケイ・オプティコム】</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ MVNO の状況を分析することに対する賛同の御意見として承らせていただきます。 ・ MVNO の分析方法等に関する御意見については、競争評価2013においても、MVNO を事業者の属性や提供しているサービスに区分した分析を行っているところですが、今後の分析・評価に当たっての参考とさせていただきます。

【意見 3-15】	サービス変更コストの分析を進めることに賛同する。グループ化の進展や MVNO の参入といった環境変化を踏まえ、下位 MNO や MVNO も分析対象に加え、上位 MNO、下位 MNO、MVNO の各事業者間のサービス変更コスト等を網羅的に分析すべき。	【考え方3-15】
《3. 2. 5、3. 2. 6、3. 2. 10》	<p>引き続き、サービス変更コストの分析を進めることに賛同します。</p> <p>利用者が SIM ロック解除の恩恵を受けられるよう、市場における端末の流動性が確保されているか否かを把握するためにサービス変更コストの分析およびその推移を把握することは極めて重要と考えます。</p> <p>過去の競争評価においては、上位 MNO※3社のみに着目したサービス変更コストの分析がなされていましたが、グループ化の進展や MVNO の参入といった環境変化を踏まえ、下位 MNO や MVNO も分析対象に加え、上位 MNO、下位 MNO※、MVNO の各事業者間のサービス変更コストを網羅的に分析すべきと考えます。</p> <p>また、SIM ロック解除の状況に関する分析については、より市場の実態に即した評価とするため、例えば、次の点を分析すべきと考えます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 実際に SIM ロックを解除した端末数（件数）の推移 ・ SIM ロック解除可能であっても他事業者回線では事実上利用できない端末の種類数 <p>※上位 MNO：二種指定事業者 下位 MNO：二種指定事業者を除く MNO（携帯電話事業者、BWA 事業者） 総務省「電気通信事業分野における競争状況の評価 2013」（平成 26 年 10 月 10 日公表）参照</p> <p style="text-align: right;">【株式会社ケイ・オプティコム】</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ サービス変更コストを分析することに対する賛同の御意見として承らせていただきます。 ・ SIMロック解除の状況に関する分析方法等に関する御意見については、今後の分析・評価に当たっての参考とさせていただきます。
【意見 3-16】	上位レイヤーによる市場への影響力が存在することは明らかであり、上位下位レイヤーも含め一体として「市場支配力の存在の有無」について評価を行うべき。	【考え方3-16】
《3. 2. 7》	<p>前年度競争評価において「利用者は通信サービスのほか、上位下位レイヤーを一体的に選択せざるを得ず、通信サービスに隣接領域からのレバレッジが働いている」「プラットフォーム事業者が、利用者の通信サービスの乗換えにどのような影響を及ぼすかについて、引き続き注視をしていく必要がある。」と評価されたにも関わらず、本実施細目（案）においては上位・下位レイヤーの扱いが引き続き「勘案要素」に留まっております。</p> <p>Apple 殿や、Google 殿、LINE 殿等 OTT によるエコシステムが形成されており、ネットワークレイヤーの相対的地位が低下し、利用者も上位・下位レイヤーを中心にサービス選択を行っている状況等を踏まえると、上位レイヤーによる市場への影響力が存在することは明らかと考えます。従って、上位下位レイヤーも含め、一体として「市場支配力の存在の有無」について評価を行うべきであると考えます。</p> <p style="text-align: right;">【株式会社 NTT ドコモ】</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 基本方針で示しているとおおり、競争評価では、需要の代替性等を踏まえて市場を画定し、画定した市場における市場支配力の有無について、上位・下位レイヤーの動向等も勘案しつつ評価を行っているところで ・ したがって、御指摘のとおり上位・下位レイヤーが通信サービスに影響を及ぼしているとしても、市場支配

		<p>力の評価は、あくまでも画定した市場ごとに行うこととなるものであり、現時点では、上位・下位レイヤーと通信サービスが同一の市場を構成するとは考えられないことから、競争評価2014においても、引き続き通信サービスについて評価を行うこととしています。</p>
--	--	--

3-3 固定系通信事業に関する分析・評価の実施方針

【意見 3-17】	サービス卸による様々な市場への影響の分析結果は、固定系ブロードバンド/FTTH/固定系超高速ブロードバンド各市場への定点的評価に反映することが必要。NTT 東西からのレバレッジの存在を考えると、NTT 東西のサービス利用者の分析に力を入れるべき。	【考え方3-17】
《3.3.2~3.3.6》	<p>一般の戦略的評価のテーマにあるとおり、NTT 東・西の“サービス卸”開始による固定系サービス市場への影響を見ることは重要と考えます。そして、当該戦略的評価を通じて得られる“サービス卸”による様々な市場への影響の分析結果は、固定系ブロードバンド/FTTH/固定系超高速ブロードバンド各市場への定点的評価に反映することが必要です。</p> <p>また、競争評価 2013 において、NTT 東西加入電話による FTTH 市場へのレバレッジ調査が行われましたが、「固定電話サービスの変更経験あり」と回答した利用者の FTTH サービス利用だけを分析したため、以下の理由から、不十分な分析となっています。競争評価 2014 においては、むしろ「固定電話サービスの変更経験無し」と回答した利用者の FTTH サービス利用状況を詳細に分析する必要があります。</p> <p><理由></p> <ul style="list-style-type: none"> ・「固定電話サービスの変更経験あり」と回答した利用者（41.1%）は、元々NTT 東西に対するロイヤリティが低く、NTT 東西以外の事業者のサービスを利用している可能性が高いこと。 ・「固定電話サービスの変更経験なし」と回答した利用者（58.9%）は、NTT 東・西の加入電話を残したままフレッツを利用しているか、或いはフレッツ上の「ひかり電話」を利用している可能性があり、レバレッジが作用している蓋然性が高いこと。 <p>お客様が、加入電話から固定系ブロードバンドへと切り換える場合、NTT 東・西のフレッツでは、サービスのアップグレード（NTT の固定電話⇒NTT の固定系ブロードバンド）で済みますが、他の事業者のブロードバンドサービスを利用する場合は、事業者変更（NTT の固定電話⇒他社の固定系ブロードバンド）となります。つまり、「サービスを変える」だけでなく「事業者を変える」ことになるため、心理的負担が高くなることが想定されます。お客様にとってのこのような心理的負担は、サービ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 実施細目2014案（2.4）では、NTT 東西によるサービス卸が固定系超高速ブロードバンドに関する事業者間連携の在り方に影響を及ぼす可能性を指摘しているとともに、同案2.6において、隣接市場も含めた固定系超高速ブロードバンドの競争環境への影響を分析することとしており、必要に応じ定点的評価にも反映してまいります。 ・ また、NTT東西加入電話によるレバレッジに関しては、御指摘も踏まえ、調査方法等を含めて見直しを行った上で分析・評価を行ってまいります。

	<p>ス変更上の障壁として NTT 東・西に有利に働きます。固定電話市場から FTTH 市場へのレバレッジを適切に分析するためにも、FTTH 市場で7割を占めるフレッツサービス利用者に焦点を当て、「NTT 東西サービスを利用し続ける理由」を詳細に分析すべきと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【KDDI 株式会社】</p>	
【意見 3-18】	<p>移動系データ通信のみを利用しているブロードバンド利用者の利用動向等も含め、固定系と移動系の代替性について分析・検証する必要がある。また、利用者がシーンに応じてどのサービスを選択しているか等についての把握・分析を行う必要がある。</p>	【考え方3-18】
《3.3.2 ~ 3.3.5》	<ul style="list-style-type: none"> ・競争評価 2013 において、「移動系のみ利用で足りるとする利用者層が既に一定割合存在し、今後増加していくと考えられる。」とされていたことを踏まえ、移動系データ通信のみを利用しているブロードバンド利用者の利用動向等も含めて分析することにより、固定系と移動系の代替性について検証する必要があると考えます。 ・また、利用者からの情報収集の際には、利用者の視点に立って、例えば、移動・固定ブロードバンドサービスの中から、利用者が自宅や外出先など利用シーンに応じてどのサービスを選択しているか等についての把握・分析を行う必要があると考えます。 ・例えば、SNS、ブログ、ツイッター、検索サービス、パーソナルクラウドサービス、オンラインショッピング、オンラインゲーム、メールサービス、動画視聴、各種ダウンロード等様々な利用目的ごとにユーザがどのブロードバンドサービスを選択しているかを把握・分析し、FTTH、CATV、LTE、BWA 等固定と移動のすべてのブロードバンドサービス間においてどのような需要の代替性が存在するかを検証することが必要であると考えます。 <p style="text-align: right;">【西日本電信電話株式会社】</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 移動系データ通信による固定系ブロードバンドの代替性に関しては、競争評価2013（第1編第2章第3項3.2）の中で、移動系の一層の高速化が進む中で固定系サービスとの比較を継続していく必要があるとしているところです。 ・ これを踏まえて実施細目2014案（3.3.5）では、移動系データ通信による固定系ブロードバンドの代替性の有無を勘案要素とすることとしています。 ・ 移動系データ通信のみを利用しているブロードバンド利用者の利用動向の分析、シーンに応じたサービス選択の動向等、分析方法に関する御意見については、今後の分析・評価に当たっての参考とさせていただきます。
【意見 3-19】	<p>移動通信トラヒックのオフロードが競争への影響を与えていないか確認するため、実態を把握・分析する必要がある。</p>	【考え方3-19】
《(2)》	<p>近年、スマートフォンの急速な普及等により、移動系データ通信トラヒックが急増しており、総務省殿の推計によれば、2015 年頃までに移動通信トラヒックの 64%が無線 LAN を通じて固定通信網へ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ トラヒックオフロードによる影響

<p>《3.3.2～ 3.3.6》</p>	<p>オフロードされる見込みとされています※。 移動通信トラヒックのオフロードは、本来、移動系通信事業者が負担すべき設備コストを軽減する一方、固定系通信事業者（ISP 事業者を含む）に設備コスト負担を強いる恐れがあります。 そのため、トラヒック負担の過度な偏りにより、その負担の公平性が損なわれ、競争への影響を与えていないか確認するため、トラヒックオフロードの実態を把握・分析する必要があると考えます。 ※電波政策ビジョン懇談会最終報告書（案）P9</p> <p style="text-align: right;">【株式会社ケイ・オプティコム】</p>	<p>については、競争評価データブック 2013（Ⅱ 通信基盤の現状・競争評価における参考データ等）において、スマートフォン1台当たりの月間トラヒック、公衆無線LANアクセスポイントに関するデータ等の現状について掲載しているところであり、競争評価2014でも引き続き注視してまいります。</p> <ul style="list-style-type: none"> その上で、トラヒックオフロードによる固定系通信に対する直接的な影響の分析については、今後の検討に当たっての参考とさせていただきます。
<p>【意見 3-20】</p>	<p>NTT 東西の加入電話による固定系ブロードバンド市場へのレバレッジが働く状況にはなっておらず、今回の競争評価において、これを調査分析する必要はない。 また、参入が進んでいないエリアの状況については、各事業者の参入エリアに合わせて市場をより細分化し、そのエリア単位（少なくとも市区町村単位）での各事業者の契約者数等を含めて把握した上で、事業者参入の進展状況を多角的に分析していただきたい。</p>	<p>【考え方3-20】</p>
<p>《3.3.5》</p>	<p>＜「NTT 東西加入電話による固定系ブロードバンド市場へのレバレッジの有無」について＞ NTT 東西加入電話から固定系ブロードバンド市場への移行先は、当社のひかり電話等の固定系ブロードバンドサービスに限られるものではなく、各事業者との競争とお客様の選択の結果、携帯やCATV等の他キャリアの電話サービスを含めたあらゆるブロードバンドサービスがその対象となっております。 また、「競争評価 2013」においても「NTT 東西加入電話による FTTH 市場へのレバレッジは明示的には見られなかった。」と評価されているところです。 したがって、NTT 東西の加入電話による固定系ブロードバンド市場へのレバレッジが働く状況にはなっていないと考えており、今回の競争評価において、これを調査分析する必要はないと考えます。</p> <p>＜「固定系ブロードバンド市場における参入が進んでいないエリアの状況」について＞ 「実施細目 2014（案）」において「固定系ブロードバンド市場（部分市場としての固定系超高速ブロードバンド市場及び FTTH 市場を含む。以下同じ。）についてはブロック別（中略）を市場とする。」とありますが、そもそも、事業者は市町村等市場を細分化し、採算性を勘案した上で個々に参入を判断しているため、同一府県内であっても事業者の参入エリアは区々であることから、複数の府県を一</p>	<ul style="list-style-type: none"> NTT東西の加入電話による固定系ブロードバンド市場へのレバレッジの有無については、競争評価2013の中で、関係事業者の協力を得て引き続き多面的な分析を行う必要があるとしているところであり、これを踏まえて実施細目2014案では、固定系ブロードバンド市場の評価に当たり、引き続き勘案要素とすることとしたものです。 また、ブロック別を市場として分析すること、及び参入状況の分析については、考え方3-6で示したとお

	<p>括りにして分析することは競争状況の実態を的確に捉えた分析にならないと考えます。</p> <p>「競争評価 2013」では、市区町村単位での事業者の参入状況について調査を行っていただきましたが、なぜそのような参入状況になっているか等の要因分析が行われておりません。</p> <p>したがって、今回の競争評価にあたっては、各事業者の参入エリアに合わせて市場をより細分化し、そのエリア単位（少なくとも市区町村単位）での各事業者の契約者数等を含めて把握した上で、事業者の参入が進んでいるエリアでは競争状況の分析・評価を、参入が進んでいないエリアにおいては、なぜ参入が進まないのか、各業者の事業戦略や参入意欲の問題まで含め、その要因を多角的に分析していただきたいと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	りです。
【意見 3-21】	NTT 東西加入電話による FTTH 市場等の固定ブロードバンド市場へのレバレッジの有無について、多面的な分析を行うべき。	【考え方3-21】
《3.3.5》	<p>昨年度の競争評価においては、利用者アンケートの結果に基づいて「固定電話を変更した利用者がブロードバンド回線として NTT (FTTH) を選択する割合を見ると決して高いとは言えず、NTT 東西加入電話による FTTH 市場へのレバレッジは明示的には見られなかった」との評価がなされました。しかしながら、昨年度のアンケートでは、NTT 東西加入電話による FTTH 市場へのレバレッジの有無の判断以前に、固定電話の変更者の中に 0ABJ-IP 電話以外のアナログ固定電話への変更者が含まれていたり、0ABJ-IP 電話への移行状況で FTTH 市場のレバレッジを測らざるを得なかったりといったアンケート収集上の課題があったと考えます。2014 年度の分析においては、固定電話サービスの移行全般を扱うのではなく、NTT 東西加入電話の契約を解除後、FTTH サービスへ移行した契約者及びそのうち NTT 東西殿提供のフレッツ光サービスを契約した者の割合について調査できるよう質問項目を変更する等、調査目的に合致したデータ収集・分析を頂きたいと考えます。</p> <p>また、上記に示したアンケート収集上の課題が解決されない中、分析された結果による評価を基に競争政策等留意事項を整理せざるを得ない場合は、その評価結果が分析目的に沿ったアンケートから導き出された結果ではない点に十分に留意すべきです。</p> <p>なお、利用者アンケートに基づく分析結果を公表する際には、何故この結果が導き出されたのかをよりの確に把握できるよう、アンケートの取り方（質問項目等）や対象者の基礎情報（変更前の利用サービスや属性等）を開示頂くことも有用であると考えます。</p> <p style="text-align: right;">【ソフトバンク BB 株式会社・ソフトバンクテレコム株式会社・ソフトバンクモバイル株式会社】</p>	<ul style="list-style-type: none"> NTT東西加入電話によるレバレッジに関しては、考え方3-17で示したとおりです。 アンケートの質問項目等、分析方法に関する御意見については、今後の分析・評価に当たっての参考とさせていただきます。
《3.3.5》	<p>評価に当たっての勘案要素として、「NTT 東西加入電話による固定系ブロードバンド市場へのレバレッジの有無」を取り上げることに賛同します。</p> <p>次の点を踏まえると、NTT 東西は固定電話市場における市場支配力の行使により、固定系ブロードバンド市場へのレバレッジを効かせており、「固定系ブロードバンド市場における市場支配力の強化」と「固定電話市場における市場支配力の維持」を両立していると考えられます。</p>	

	<ul style="list-style-type: none"> ・フレッツ光とひかり電話のセット販売等により加入電話から 0ABJ-IP 電話への移行を促すことで、FTTH のシェア拡大と固定電話の加入者維持を両立している ・固定電話市場における NTT 東西殿のシェアが他を圧倒している状況に大きな変化はない ・NTT 東西殿の固定電話から番号ポータビリティ制度を利用して他社に移行した利用者に対して、NTT 東西殿の販売代理店より、移行先の通信事業者と移転時期を把握していると考えうるに十分なセールストークでフレッツ+ひかり電話サービスの電話営業・勧誘を行うという事例が散見され、顧客情報のファイアウォールが適正に講じられてないという疑念がある ・加入電話を独占的に提供してきたことで醸成された NTT のブランドイメージ等により、利用者がフレッツ光を優先的に選択するよう影響を与えている <p>そのため、引き続き多面的な分析を行うべきであると考えます。</p> <p>加えて、PSTN マイグレーションに伴い、今後、番号ポータビリティの利用による 0ABJ-IP 電話への移行が増加すると考えられますが、NTT 東西殿のひかり電話への移行に限り、利用者の手間を省くこと（手続きの簡素化）等が行われれば、他事業者への乗り換えの阻害要因となり得ることから、番号ポータビリティの状況を分析することも必要と考えます。</p> <p style="text-align: right;">【株式会社ケイ・オプティコム】</p>	
【意見 3-22】	NTT 東・西のサービス卸の開始が他の市場、特に ISP 市場や隣接市場などへの与える影響も精緻に分析・評価すべき。	【考え方3-22】
《3.3.7～ 3.3.9》	<p>戦略的評価においても述べたとおり、NTT 東・西の“サービス卸”の開始が ISP 市場に与える影響を、アクセス回線との関係性を踏まえて精緻に分析する必要があります。NTT 東・西による“サービス卸”の開始や NTT ドコモによる“ドコモ光”の提供によって、ISP 事業が従来のようなフレッツモデルから、ISP 自身が“サービス卸”を利用して主体的に FTTH サービスを提供する形や“ドコモ光”と連携して提供する形へと転換されることが想定されます。したがって、前述のとおり ISP のアクセス提供形態別（バンドル／アンバンドル）・アクセス回線提供事業者別（FTTH 提供事業者別）契約数、シェアがそれぞれどのように変化するかを把握することによって、“サービス卸”が ISP 事業に与える影響を評価する必要があります。</p> <p style="text-align: right;">【KDDI 株式会社】</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 実施細目2014案 (2.4) では、NTT 東西によるサービス卸が固定系超高速ブロードバンドに関する事業者間連携の在り方に影響を及ぼす可能性を指摘しているとともに、同案2.6において、隣接市場も含めた固定系超高速ブロードバンドの競争環境への影響を分析することとしております。
《3.3.10～ 3.3.12》	<p>戦略的評価においても述べたとおり、“サービス卸”の開始が、固定電話市場及び 050-IP 電話市場などに与える影響も精緻に分析すべきであると考えます。“サービス卸”はアクセス回線だけでなく、ひかり電話やフレッツ TV といった付加サービスも提供可能であることを踏まえ、FTTH や CATV インターネットと組み合わせて提供される 0ABJ-IP 電話や 050-IP 電話の契約数の推移を、サービス卸開始前後でどのように変化したかを分析し、隣接市場にどの程度影響を与えたかの評価を行う必要があります。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ サービス卸が ISP 市場、固定電話市場、050-IP 電話市場等、隣接市場に及ぼす影響の分析方法に関する御意見については、今後の分析・評価に当たっての参考とさせていただきます。

	【KDDI 株式会社】	だきます。
【意見 3-23】	ISP 事業者が NTT 東西のダークファイバ等を利用して独自サービスを提供している状況自体は新たな動きではない。今回、何を目的に両者の関係性を取り上げるのか。	【考え方3-23】
《3.3.9》	<p>すでに、KDDI 殿が ISP 事業者の立場として、当社のダークファイバ等を利用して独自サービスを提供している状況にあり、ソネット殿が同様の形態で参入されること自体は、「新たな動き」ではないと考えます。こうした中、今回、何を目的に「両者の関係性を新たに取る」としているのかを明らかにしていただきたいと考えます。</p> <p>なお、当社の場合、自社または特定の ISP に限定して提供しているアクセス回線事業者と異なり、全ての ISP に対してオープンかつ公平に提供しているところです。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	<ul style="list-style-type: none"> 御指摘のとおり、ISP事業者によるダークファイバを利用した独自サービスの取組は既に行われているものであることは承知しております。 ただし、これまでのKDDIの取組は、ISP事業者としてNTT東西のダークファイバ等を利用しているほか、自ら設置した回線を用いてFTTHアクセスサービスを提供するものですが、昨年より開始されたソネットの新サービスについては、自らの回線を設置していないISP事業者による取組であり、今後の新たな動向を示す代表例として分析の対象として取り上げることとしたものです。

3-5 市場支配力の評価

【意見 3-24】	市場支配力の存在において、市場シェア以外の要因をどう勘案するか、そのプロセスを明確にすべき。	【考え方3-24】
《3.5.2》	<p>前年度評価においては、総務省より「競争評価 2013 案でも、携帯電話サービス市場を取り巻く諸状況を勘案した上で、同市場を明示的に表す指標として市場シェアを取り上げたもので、市場シェアのみで市場支配力を判断したものではありません。」（総務省公表 『「電気通信事業分野における競争状況の評価 2013（案）」の一部に対する意見及び総務省の考え方』）との考え方が示されました。</p> <p>しかしながら、そもそも、「明示的に表す指標」が何であるか議論した形跡はなく、あたかも所与のものとして市場シェアをとりあげられており、「市場支配力の存在の有無」を判定するにあたり、諸条件がどのように勘案されたのか、そのプロセスが不明確です。</p> <p>今年度評価においては「市場支配力の存在」においても、市場シェア以外の要因（市場シェアの推</p>	<ul style="list-style-type: none"> 競争評価では基本方針（4-3-1 市場支配力の存在と行使）のとおり、市場シェアだけではなく、複数の要素を元に競争状況を分析し、諸条件を総合的に勘案して、市場支配力の有無を判断することとしています。

	<p>移、エリア品質、料金・サービスの提供状況、上位下位レイヤーとの関係、グローバル化の状況等)をどう勘案するか、そのプロセスを明確にすべきです。</p> <p>なお、本実施細目(案)本文においては、市場支配力の考察について「諸条件を総合的に勘案し」とされている一方、図表の「市場支配力の存在」欄については「シェアを外形的に判断」とされており、本文と図表とが一致しておりません。従って、図表中の表現も「諸条件を総合的に勘案し判断」と修正すべきです。</p> <p style="text-align: right;">【株式会社 NTT ドコモ】</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 競争評価2013では、市場シェアのほか、過去からの推移、料金・サービスの提供状況など、市場環境をめぐる諸状況を考慮して分析を行いました。 ・ 競争評価2014でも引き続き、評価プロセスの更なる透明性の確保に取り組んでまいります。 ・ なお、御指摘の実施細目2014案における市場支配力の存在に係る記述については、あくまでも市場支配力の「存在」と「行使」の2つの段階の違いについて説明しているものであり、市場支配力の存在については、「市場シェア等を基に」としているとおおり、市場シェア以外の要素も含めて総合的に判断してまいります。
--	---	--

3-6 料金・サービスの評価

【意見 3-25】	<p>料金・サービスは原則自由競争に委ねるべき。したがって、評価を踏まえた留意事項を整理する場合には、事業者の自由な競争を阻害し兼ねない断定的な評価にならないよう留意すべき。</p>	【考え方3-25】
《3.6.1、3.6.2、4.1》	<p>今年度評価においては新たに競争政策や料金政策に関する留意事項を整理することとされていますが、特に料金政策に対して競争評価を含む行政評価制度の中で踏み込むことに関しては、料金プラン及びサービスが各社の創意工夫に基づく条件で提供されるものであり、他社とのサービス差別化要因ともなる各社戦略の要であることから、原則としては自由競争に委ねるべきであり行政が過度に介入することは適当でないと考えます。</p> <p>料金・サービスの分析自体は、上述の「料金施策の競争環境への影響に関する分析」に対する意見においても述べさせて頂いた通り、市場全体について多角的な視点から実施すべきと考えますが、最終的に料金・サービスを評価し、またそれを踏まえた留意事項を整理する場合には、その水準の高低やプランの適正性等にまで言及するといった事業者の自由な競争を阻害し兼ねない断定的な評価にな</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 料金施策に関する分析については、考え方2-7のとおりです。 ・ また、料金・サービスの評価に関して、関係事業者等を含めた検討が必要ではないかとの御意見については、今後の参考とさせていただきます。

	<p>らないよう留意が必要です。</p> <p>また、2015年度以降の新たな分析・検証の仕組みにおいて料金・サービスの評価を行う場合は、適正性・公平性・透明性を担保すべく、事前に料金に対する評価基準を明確に策定すべきであると考えます。更にもその際、別途上記「競争政策等留意事項」全般に対する意見においても述べさせて頂いた通り、事業者を含む当事者からのヒアリングも含め、改めて関係者による検討の場を設けて頂くことを要望します。</p> <p>【ソフトバンク BB 株式会社・ソフトバンクテレコム株式会社・ソフトバンクモバイル株式会社】</p>	
【意見 3-26】	<p>料金・サービスの評価やサービス変更コストの分析・評価を実施するにあたっては、キャンペーン・キャッシュバックについても分析すべき。</p>	【考え方3-26】
《3.6.1、3.6.2》 《3.2.5、3.2.6、3.2.10、3.3.3、3.3.4》	<p>移動系通信市場と固定系通信市場の両市場において、主要な事業者の系列販売代理店による高額なキャンペーン・キャッシュバックが現在も行われていると認識しております。</p> <p>これらのキャンペーン・キャッシュバックがサービス選択や変更の大きな要因になっていることは明白であり、それらの要素を踏まえない分析は市場の実態を正しく映し出しているとは言いがたいものであると考えます。</p> <p>したがって、料金・サービスの評価やサービス変更コストの分析・評価を実施するにあたっては、キャンペーン・キャッシュバックについても分析の対象としていただくことを希望します。</p> <p>【株式会社ケイ・オプティコム】</p>	<ul style="list-style-type: none"> 料金・サービスの評価やサービス変更コストの分析・評価に対する賛同の御意見として承らせていただきます。 キャンペーン、キャッシュバックに係る分析が必要ではないかとの御意見については、今後の参考とさせていただきます。

4. 競争政策等留意事項の整理

【意見 4-1】	<p>総務省として競争政策や料金政策に関し留意する事項を整理する場合には、旧来のサービス区分より細分化された市場の枠組みを前提に行うのではなく、市場画定のあり方を抜本的に見直し、今後の市場環境や消費者の利用実態等の変化を適切に捉えた上で、よりユーザ利便の向上に資する政策提言につながるような分析・評価を実施すべき。</p>	【考え方4-1】
《4.1、4.2》	<p>情報通信市場は、移動系超高速ブロードバンドの進展、FMC 市場の拡大、グローバルプレイヤーによる一体的なサービス提供といった市場環境・競争環境のパラダイムシフトにより、ユーザの選択肢が固定通信と移動通信の垣根を越えるとともに、国内の通信事業者だけでなく、海外のプロバイダが提供する通信サービスまで非常に多様化し、ユーザはその多様なサービスを個々の必要に応じて自由自在に使いこなしています。その際、ユーザはこうした多様なサービスや端末を先に選択した上で、それらの利用に適したネットワークを選択しており、ネットワークサービスよりもコンテンツ・アプリケーションや端末の方がユーザのサービス決定要因の多くを占めるに至っていると考えます。</p> <p>しかしながら、「実施細目 2014 (案)」においては、依然として、情報通信市場の構成要素の一部に</p>	<ul style="list-style-type: none"> 市場画定を含めた分析対象の在り方については、考え方1-1のとおりです。

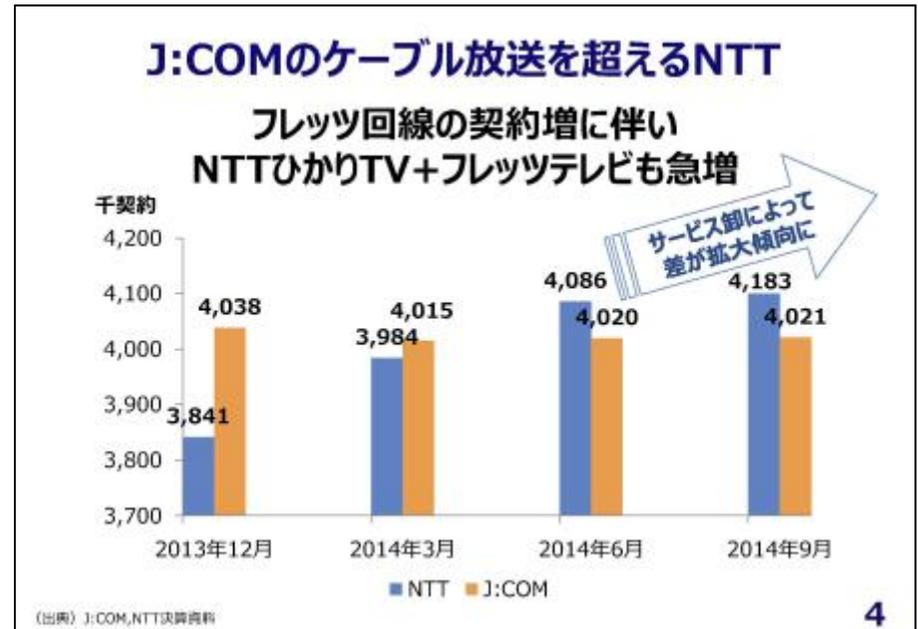
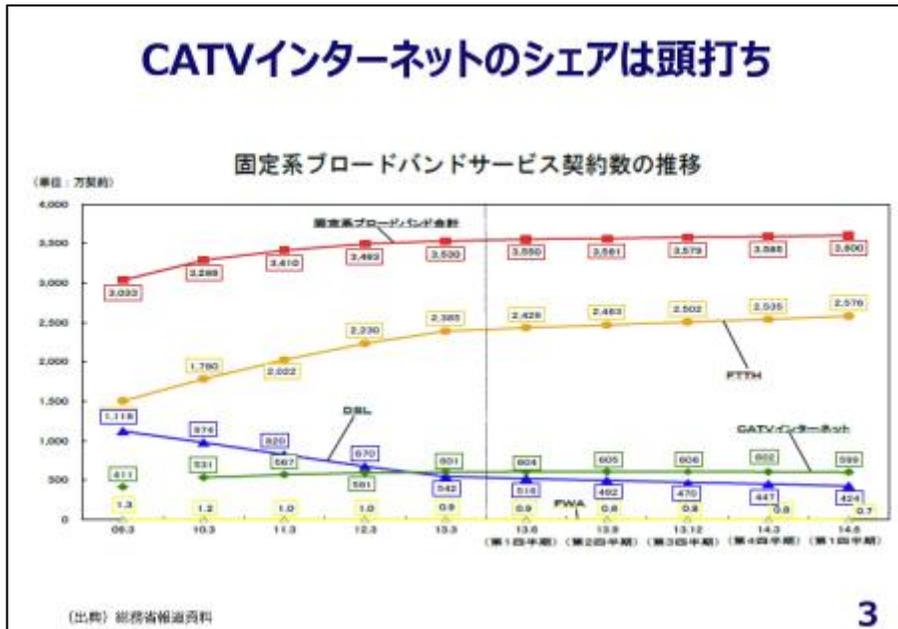
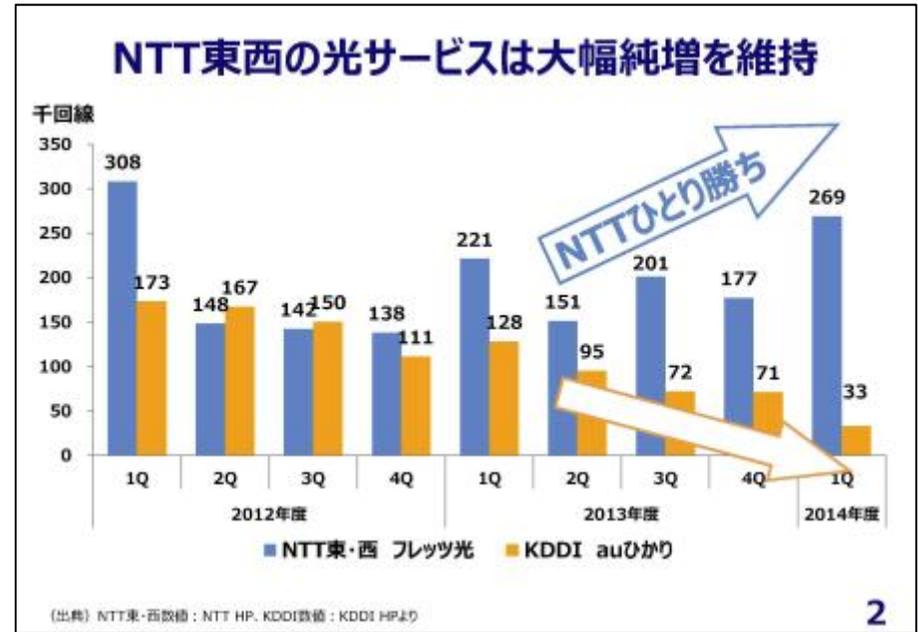
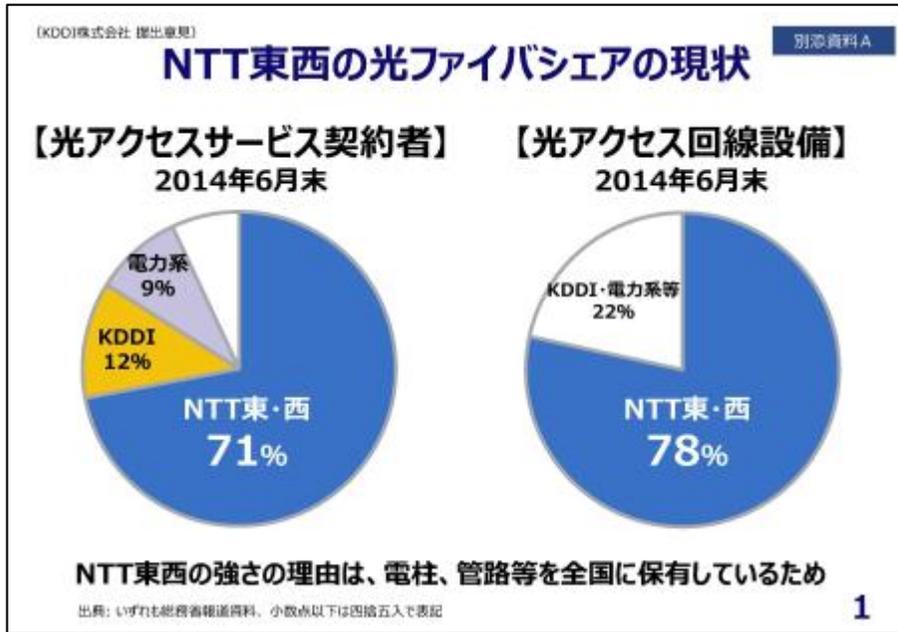
	<p>過ぎない通信キャリアの競争に着目し、旧来のサービス区分により細分化された市場の枠組みを前提に競争状況の分析・評価を行うこととされており、日本の情報通信市場の現状に即していないものと考えます。</p> <p>したがって、今回の「実施細目 2014（案）」を踏まえ、総務省として競争政策や料金政策に関し留意する事項を整理する場合には、旧来のサービス区分より細分化された市場の枠組みを前提に行うのではなく、まずは市場画定のあり方を抜本的に見直すとともに、今後の市場環境や消費者の利用実態等の変化を適切に捉え、情報通信市場全体を広く俯瞰し、その変化を捉えた上で、よりユーザ利便の向上に資する政策提言につながるような分析・評価を実施すべきと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	
--	---	--

5. 情報の収集

【意見 5-1】	<p>利用者側が、どのくらいの割合の利用者がどの程度の機能を望んでいるのか、把握していただきたい。</p>	【考え方5-1】
《5. 1. 3》	<p>需要（利用者）側からの情報収集(11 頁)では、どのくらいの割合の利用者がどの程度の機能を望んでいるのかという点も把握して欲しい。望んでもいない高機能のものより、低機能や旧式で安価なものを希望しても、手に入らない傾向がある。</p> <p style="text-align: right;">【個人】</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 需要側からの情報収集に関しては従前より、サービスを変更、または端末を購入するに当たり重視する点等の質問を含んだアンケート調査を行っており、競争評価2014でも引き続き行う予定です。 ・ 御提案については、今後の調査に当たっての参考とさせていただきます。
【意見 5-2】	<p>情報の収集においては、競争状況の分析を行うために真に必要不可欠なものか否かの見極めによる取捨選択を行い、必要最小限の項目に絞り込んだ上で実施すべき。</p> <p>また、データ公開の有無、公開する場合の範囲、総務省内での取扱い方法等に関して、十分に留意して頂きたい。</p>	【考え方5-2】
《5. 2. 1～5. 2. 3》	<ul style="list-style-type: none"> ・ 情報の収集については、これまでも、電気通信事業報告規則に基づく電気通信役務契約等の状況報告や競争評価に関する事業者アンケートの回答等、報告等の趣旨・目的を鑑み、当社として適切に対応してきたところです。 ・ 今後、情報収集の方法や収集する情報等について、具体的に検討する際には、現状の取り組みの棚卸と、競争状況の分析を行うために真に必要不可欠なものか否かの見極めによる取捨選択を行い、 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 競争状況の評価に当たっては、分析を行うに十分かつ正確な情報に基づくことが必要であるため、情報を収集するものです。

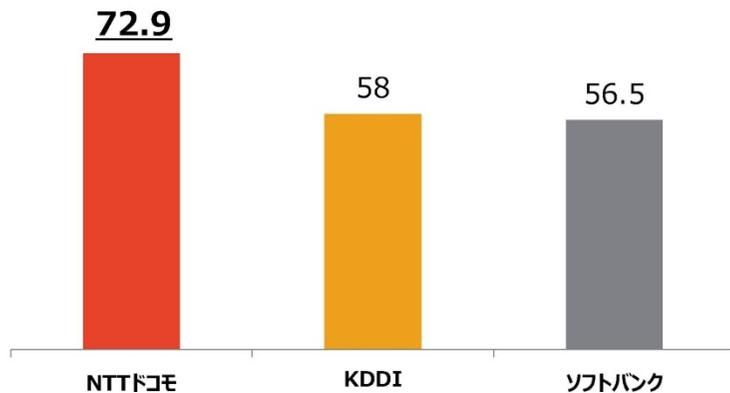
	<p>必要最小限の項目に絞り込んだ上で実施すべきだと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【西日本電信電話株式会社】</p>	
《5.2.1～5.2.3》	<p>今年度の分析においてもアンケート調査等により各事業者等から情報を収集することとされていますが、収集されたデータがどのように活用され、分析に寄与するのかを十分に検討した上で、収集するデータを選定して頂きたいと考えます。</p> <p>事業者アンケート・電気通信事業報告規則等によって収集されるデータの多くは事業者の経営情報であり、場合によってはごく一部の経営層のみが知り得る機密情報も含まれます。特に今年度の戦略的評価テーマ「移動系通信に関する新たな料金施策の競争環境への影響に関する分析」に係る料金関係の情報においては、例えばどのような料金設定を行い、料金プランを展開するか等は各事業者のサービス戦略の根幹に当たるものであるように、非常に機密性の高い情報です。したがって、事業者アンケートや省令の改正等により収集する範囲は必要最小限に留めて頂くとともに、利用者アンケート等の代替的な手段で収集可能な部分については、極力それらで代用頂きたいと考えます。また、これまでも配慮頂いているところではありますが、データ公開の有無、公開する場合のデータ範囲や対象相手の範囲、また総務省殿内での取扱い方法等に関して、個社のデータをそのまま公開しないよう努めることはもちろん、何等か公開する場合であっても各社の経営情報が類推されることがないように十分に留意して頂きたいと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【ソフトバンク BB 株式会社・ソフトバンクテレコム株式会社・ソフトバンクモバイル株式会社】</p>	<ul style="list-style-type: none"> 情報収集の項目については、実施細目2014案(5.2.2)にあるとおり、最終利用者向けサービスに関する情報を原則としつつ、事業者にとって過度な負担とならないよう配慮し、必要に応じて行うこととしております。 なお、収集した情報については、実施細目2014案(5.2.3)に記載のとおり、公表に際して事業者又は第三者の権利等を害することがないように取り扱います。
《5.2.2、5.2.3》	<p>収集情報の種類については年々増加している傾向にあり、中には平常管理していない情報も多く、情報整理のためにシステム及び人的な負荷が相当にかかっている状況です。さらに、対外的に公表不可な情報や取引関係にある他社事業者との間の情報もあり、経営上の機密情報も多分に含まれています。</p> <p>情報収集の項目については、上述した点をより勘案していただく必要があり、事業者の諸々状況によっては提出が出来ない情報も存することを改めて認識いただきたいと思います。</p> <p>なお、総務省殿においては、項目の取捨選択についても適宜行い、分析の目的等に応じて公開データで充足するものや収集頻度を下げるなどの措置を要望します。</p> <p>収集情報の中には、対外的に公表不可な情報や取引関係にある他社事業者との間の情報など経営上の機密情報が含まれるため、総務省殿における情報管理や公表の可否に関する適切な取り扱いなど情報提供に協力する事業者側の状況に配慮した十分な対応をお願いしたいと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【ワイモバイル株式会社】</p>	

(別添) KDDI 株式会社提出意見 別添資料A



主要携帯電話事業者の純増数 (2014年7月-9月)

(単位：万契約)

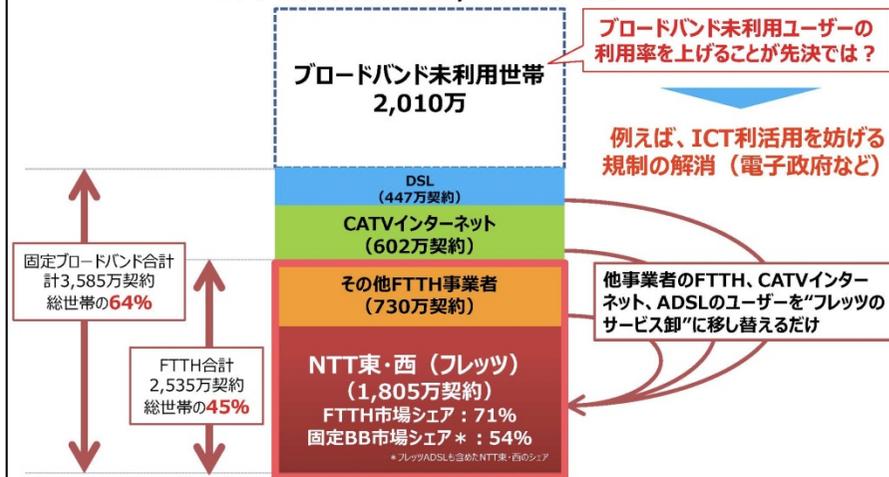


(出典) 各社IR資料より

5

固定アクセスはNTT東西一択に

日本の総世帯数 (5,595万世帯)



ブロードバンド未利用ユーザーの利用率を上げることが先決では？

例えば、ICT利活用を妨げる規制の解消 (電子政府など)

他事業者のFTTH、CATVインターネット、ADSLのユーザーを“フレッツのサービス圏”に移し替えるだけ

※ブロードバンド契約者数、FTTH、CATVインターネット、DSL：総務省公表資料 (電気通信サービスの契約数及びシェアに関する四半期データの公表 (平成25年度第4四半期 (3月末)))
日本の総世帯数：総務省公表資料 (住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数 平成26年1月1日現在)

(別添) KDDI 株式会社提出意見 別添資料B

(KDDI株式会社 提出意見) **別添資料B①**

相対契約による不透明な取引の事例

項目	具体的な行為	必要な措置
1 卸料金	最初は全ての事業者に同一料金で提供を始めるが、後でNTTドコモのみボリューム割引料金を設定。競合する事業者には知らせない。	<ul style="list-style-type: none"> 卸条件の約款義務化 ※約款以外の料金での提供は認めない 禁止行為規制等の法令に照らした対応 (卸料金での特定事業者の優遇禁止)
2 機能や技術条件の事前共有	新しい技術を使った機能(例:10千ガメニュー)を開発した場合に、NTTドコモのみ事前に情報提供。競合する事業者には知らせない。	<ul style="list-style-type: none"> 卸条件の約款義務化 ※新しい機能が開発された場合に同時に情報を開示させる 禁止行為規制等の法令に照らした対応 (利用可能な機能、技術条件の特定事業者への事前の情報提供禁止)
3 開通時期の優遇	「ドコモ光」のユーザー申込みは優先して1週間が開通させるが、競合他社がサービス卸を利用して光サービスを提供した場合は、申込みから開通まで1か月かかる。	<ul style="list-style-type: none"> 卸条件の約款義務化 ※申込みから開通までの期間について同等に扱うことを明記させる 禁止行為規制等の法令に照らした対応 (卸業務利用サービスの申込受付、開通業務での特定事業者の優遇禁止)

別添資料B②

NTT東・西による個別の取引条件等における特定事業者の不当な優遇の事例(1)

項目	具体的な行為の事例	必要な措置
1 事業者への販売促進費	サービス卸の利用事業者に対して、ボリュームに応じた高額の販売促進費を設定。 (「ドコモ光」のみが「家電無料」などの高額の割引やキャッシュバックが可能になる)	禁止行為規制等の法令に照らした対応 (販売促進費の多寡による、特定事業者の優遇禁止)
2 事業者への販売促進費	サービス卸の利用事業者に対して、サービス卸利用でない競合他社の光からチャーンした場合のみ高額の販売促進費を設定	禁止行為規制等の法令に照らした対応 (販売促進費の差で競合事業者を狙い打ちさせ、間接的に自社のサービス卸を優遇する行為の禁止)
3 代理店への販売促進費	販売代理店(量販店、ドコモショップ)に対して、「ドコモ光」販売時のみ高額の販売促進費を設定	禁止行為規制等の法令に照らした対応 (代理店を介した、販売促進費の多寡による特定事業者の優遇禁止)
4 代理店への販売促進費	販売代理店に対して、サービス卸利用でない競合他社の光からチャーンした場合のみ高額の販売促進費を設定	禁止行為規制等の法令に照らした対応 (代理店を介して、販売促進費の差で競合事業者のみを狙い打ちさせ、間接的に自社のサービス卸を優遇する行為の禁止)

NTT東・西による個別の取引条件等における特定事業者の不当な優遇の事例(2)

項目	具体的な行為	必要な措置
5 再卸先を介した優遇	NTTファイナンスのような関係事業者に一旦他事業者と同一料金で卸し、当該関係事業者がNTTドコモにのみ安い料金で再卸を提供。販売促進費に差をつける。 「ドコモ光」の再卸を受けた事業者の「○○光」にのみ高額の販売促進費を設定	禁止行為規制等の法令に照らした対応 (再卸先の事業者を介した、特定事業者の優遇禁止)
6 契約解除料	「フレッツ光」⇒「サービス卸利用光」への移行時のみフレッツ光の契約解除料を請求しない。 (他事業者の光への移行時には契約解除料発生)	禁止行為規制等の法令に照らした対応 (契約解除料の有無で自社のサービス卸を優遇する行為の禁止)
7 顧客情報の流用	地域販売子会社の代理店を通じてフレッツ光の顧客情報をNTTドコモのみに流し、NTTドコモはドコモ携帯を使っていないユーザーに重点的にセット割の販売をかける。	禁止行為規制等の法令に照らした対応 (顧客情報の特定事業者への不当な流用の禁止)

NTT東・西による個別の取引条件等における特定事業者の不当な優遇の事例(3)

項目	具体的な行為の事例	必要な措置
8 業務委託費	申込み受付・開通等の業務委託費にボリュームディスカウントを設定。 (NTTドコモのみが有利な条件で「ドコモ光」の販売を行うことが可能に。)	禁止行為規制等の法令に照らした対応 (業務委託費での特定事業者の優遇禁止)
9 業務移管	NTT東・西の申込み受付、開通等の要員を「ドコモ光センター」に移管。	禁止行為規制等の法令に照らした対応 (業務委託でドコモと一体化することの禁止)
10 リソース確保	あるエリアにおいて、競合事業者が「サービス卸利用」を申し込んだ場合には、リソース枯渇を理由に申込みを留保する一方、「ドコモ光」分のリソースは確保済で先に開通させる。	禁止行為規制等の法令に照らした対応 (特定事業者に対する優先的な設備リソース確保の禁止)
11 システム開発	「サービス卸」の受付・開通システムを、当初からNTTドコモの顧客管理システムに合わせた仕様で開発。競合する事業者にはシステム改修費を要求し、改修に時間がかかると説明。 (NTTドコモが先行してフレッツの契約者IDを、そのままNTTドコモの契約者IDに引き継ぐことができる。)	禁止行為規制等の法令に照らした対応 (システム開発、業務運用における特定事業者の優遇、事前の情報共有禁止)

NTTドコモによる競争排除行為の事例（1）

別添資料 B ④

項目	具体的な行為	必要な措置	
1	卸元としての NTT東・西優遇	「ドコモ光」提供にあたり、NTT東・西のサービス卸のみ仕入れる。 CATV等の競合事業者が、NTT東・西と同料金で固定BB光アクセスを卸す提案をしても拒否。	・禁止行為規制等の法令に照らした対応（卸役務の利用に際して、自己の関係事業者を優遇することの禁止）
2	競合事業者の卸利用と NTT東・西の卸利用の差別	NTT東・西のサービス卸利用の「ドコモ光」を、CATV等の卸利用の「ドコモ光」と比して優遇 - ドコモショップ、量販店で優先販売 - ユーザー料金に差を設ける - ドコモ携帯とのセット割の割引率を高く設定 - キャッシュバック、ポイントで差をつける	・禁止行為規制等の法令に照らした対応（サービス卸利用の「ドコモ光」優遇による自己の関係事業者（⇒卸元の東・西）の優遇禁止）
3	携帯とのセット販売における「ドコモ光」優遇	CATV等の固定BBとのセット販売を拒否 「ドコモ光」とのセット販売を優先、優遇	・禁止行為規制等の法令に照らした対応（ドコモ携帯とのセット販売における自社の「ドコモ光」（⇒卸元の東・西）優遇の禁止）
4	携帯とのセット販売における「ドコモ携帯」優遇	「ドコモ光」の販売にあたり、ドコモ携帯以外の競合他社携帯とのセット販売を拒否	・禁止行為規制等の法令に照らした対応（ドコモ携帯と「ドコモ光」のセット販売における自社優遇（⇒ドコモ携帯）の禁止）
5	自社ISP事業、コンテンツ事業優遇	ドコモ携帯と固定BBのセット割を行う際に、自社ISP（Mopera）、自社コンテンツ（映像サービスなど）の同時契約で更に割引を実施	・禁止行為規制等の法令に照らした対応（ISP事業、コンテンツ事業等の自社サービスの優遇禁止）

NTTドコモによる競争排除行為の事例（2）

項目	具体的な行為の事例	必要な措置	
6	代理店への販売促進費	販売代理店（ドコモショップ、量販店）に対し、NTT東・西のサービス卸利用の「ドコモ光」を、CATV等の卸利用の「ドコモ光」と比して優遇するよう、販売促進費で差をつける	・禁止行為規制等の法令に照らした対応（代理店を介した、自己の関係事業者（⇒卸元のNTT東・西）の優遇禁止）
7	代理店への販売促進費	販売代理店（ドコモショップ、量販店）に対し、ドコモ携帯とのセット販売において「ドコモ光」をCATV等の固定BBと比して優遇するよう、販売促進費で差をつける	・禁止行為規制等の法令に照らした対応（代理店を介した、自己の関係事業者（⇒卸元のNTT東・西）の優遇禁止）
8	代理店への販売促進費	販売代理店に対し、競合他社の光から「ドコモ光」にチャーンした場合に高額な販売促進費を設定（NTT東・西のフレッツ光からチャーン（転用）した場合は低く設定）	・禁止行為規制等の法令に照らした対応（代理店に販売促進費の差で競合事業者のみを狙い打ちさせ、間接的に自己の関係事業者（⇒NTT東・西のフレッツ光）卸を優遇する行為の禁止）
9	再々卸先を介した優遇	「ドコモ光」をNTTファイナンス等の関係事業者へ一旦他事業者と同一条件で再卸し、当該関係事業者が別の関係事業者のみに安い料金で再々卸を提供、販売促進費に差をつける 「ドコモ光」の再々卸を受けた事業者の「▲▲光」のみに高額な販売促進費を設定	・禁止行為規制等の法令に照らした対応（再卸先の事業者を介した、自己の関係事業者優遇の禁止）