

# 競争評価アドバイザーボード（2014年度）

## 第4回議事概要

日時：平成27年6月19日（金）10:30～12:05

場所：総務省10階共用会議室

出席者：

- ・構成員（五十音順）  
縣構成員、依田構成員、大橋構成員、岡田構成員、辻座長、林構成員、舟田座長代理
- ・総務省  
吉良総合通信基盤局長、吉田電気通信事業部長、高橋総務課長、吉田事業政策課長、竹村料金サービス課長、飯村事業政策課企画官、片桐料金サービス課企画官、富岡事業政策課競争評価担当室長、松本事業政策課課長補佐

概要：

### 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動向

（富岡室長から資料4-1に沿って説明。質疑の概要は以下のとおり。）

**縣構成員：** サービス卸の開始による市場や社会へのインパクトを測定する方法について伺いたい。現状では卸先事業者数、契約数又は申込み回線数等で把握しているとのことだが、競争状況を分析するための指標として、今後更に具体的な利用状況等を測定することは可能か。

もう一点。卸先事業者には異業種からの参入が比較的少ないようだが、この異業種参入について、(政府として)インセンティブとなるような施策の実施、ノウハウの提供等はあるかと考えているのか。

**事務局：** 一点目のサービス卸の影響については、本年3月末時点で約27万契約のボリュームであり、市場にどのようなインパクトを与えているかとの判断はまだ難しいと考えている。ただし、アンケート調査結果でも御紹介したとおり、固定系ブロードバンドの隣接市場との関係では、その影響が出ている様子も伺える。例えば、卸利用FTTHサービスの契約に伴って、移動系サービスでは約14%のユーザが、ISPについては約24%のユーザが、それぞれ事業者を変更している。特にISPを見ると、固定系ISP事業に新規参入したNTTドコモが非常に大きなシェアを取っている。このような市場に与える影響については、きちんと見る必要があると考えており、そのためにも具体的な利用状況を注視し、指標として取り入れていくことも必要ではないかと考えている。

なお、固定系ブロードバンド市場では、多様な主体の参入によって競争が活性化され料金が低廉化する状況を見ていく必要がある。FTTHサービスに関し

では、接続という形態を採れば、サービスの自由度が高まるため差別化が可能となるが、今回始まった卸利用 FTTH サービスでは、基本的に NTT 東西のサービスをそのまま使うため差別化が困難という課題がある。今後のサービス卸の広がりによって、接続の形による参入が抑制されないかとの観点から注視すべきではないかと考える。

二点目について、現状では異業種の参入がそれほど多くないのは御指摘のとおり。ただし、NTT 自身も、サービス卸開始の趣旨は多くの異業種との連携で新しい価値を創造することであると述べており、今後より広がっていくことを期待している。どのようなインセンティブがあればより多くの業種に広がるのかという提案は、行政の立場から具体的に示すのは難しい。これからの NTT 東西あるいは卸先事業者の創意工夫に期待したい。

**縣構成員：** 一点目については、現状では卸先事業者数や契約者数による状況把握に限定され、インパクトも語れる段階にないとの理解で良いか。また、具体的な利用状況を数量的に把握する取組については、今後の可能性を含めてどう考えるのか。

**事務局：** 一義的には契約数・シェアから検証することになると思う。ただし、契約数等では見えないような変化についても可能な限り把握する必要があることは認識しており、当面はサービス卸が拡大する中でどのような影響が各方面に及ぶのかを注視した上で、逆にその影響の実態を軸に何を分析すべきなのかを考えるというような試行錯誤が求められる段階にあると思う。

**舟田座長代理：** 利用サービスの中身、つまり、電気通信サービスを使ってどのようなサービスが利用されているのかとの指摘については、依田構成員から発表をいただけるようなので、そちらを受けての議論になるかと思う。

もう一点の異業種参入の件、NTT 東西は異業種の参入による価値創造を目的としてサービス卸を始めた背景があり、以前、辻座長からも注視が必要との指摘があったように思う。事務局説明にあったように、すぐ効果が出るものではないことや、個別の企業との連携のために企業秘密の観点から情報の取扱いに壁があるだろうことは理解できる。ひとまず競争評価として、サービス卸に関しては、ドコモ光のようなボリュームのあるサービスを中心に扱うことは分かるが、異業種とのコラボの動向も、行政としての把握は困難かも知れないものの、可能な限り検証対象とすべき。

また、資料 4-1 の 30 ページでは、サービス卸に係る手続等の課題が言及されているが、今回のサービス卸では、NTT 東西の提供するシステムによって卸市場全体が作られるという意味合いがあり、FTTH サービスの卸市場としてうまく機能しているかという問題である。小売事業者が円滑に事業を展開できるかということは重要であり、NTT 東西の社内問題というよりは、一種の公的な事業性を持ったものだということを総務省としてもきちんと認識いただきたい。

**事務局：** 御指摘の点については配意してまいりたい。なお、業界団体の（一社）テレコムサービス協会において、卸元である NTT 東西と卸先である主要事業者との間で課題を共有し議論する場として FVNO 委員会が設置されたところであり、まずはそのような場で事業者間の話合いがどう進むかを見ていく必要があると考えている。

**依田構成員：** 個人的な話になるが、資料整理の際、4 年前に書いた情報通信関連の本が出てきた。中身をすっかり忘れていたのだが、再読したところ、接続と卸再販の 2 方式によるサービス競争が重要等との指摘をしており、今回につながる話として感慨深いものがあった。同書中で、接続料に関して言及した部分があったのだが、資料 4-1 の 34 ページの ISP の収支構造の図については、その本での指摘と重なる部分があるように思える。

誰もが異論がない原価があれば、論理的にはこのイメージ図にあるような均衡が生じることとなるが、実際にはそうはならないだろう。

現在の加入光ファイバの接続料は、総務省は競争促進の観点から、将来的な普及をあらかじめ織り込むという将来原価方式を採用している。接続事業者を活発に吸引するために将来の需要を前取りして、接続料の低廉化に取り組んだこの施策により、KDDI が東北地方で光ファイバのサービスを活発化する等の成果が出ているところ。

これに対して、今後、NTT 東西のフレッツ光の契約者が将来的に全て卸利用 FTTH サービスに流れる事態が生じた場合、接続による FTTH サービスが縮小してしまうことになり、政策目的によって誘導されてきた接続料と卸料金のリンクが離れることになるため、34 ページのイメージ図どおりにはならなくなってしまうと考えられる。

この部分をどう持って行くかは、舟田座長代理の御指摘にあった競争政策として大きなイコールフットイングを考える意味でも大変難しい課題。

今は接続料の算定方法等が定められ、かつ接続料と利用者料金の関係性がねじれないようスタックテストも行われており、安く売るともある程度防止されているが、誰も接続制度を使わなくなった際、接続料のベンチマークとしての意味が薄れる可能性がある。

また、卸と小売の料金のねじれを食いとめるようなスタックテストがなくなるかもしれないという懸念がある。競争政策上根幹を担う部分であり、総務省が担保する必要があると思う。

一方で、FTTH 市場においては、今までは固定系通信事業者のみだったプレイヤーに、移動系通信事業者等が参入すること、また、コストの算定にもバンドルされたサービスを含めて考えることで、コストの精査が非常に難しくなってくる等の複雑化が生じている。

全て市場原理に任せるというのも一つの手だが、今まで加入光ファイバ接続料を将来原価方式で行ってきたところの世界感が変わってしまうことを考えれば、市場原理のみで競争を扱うのは非常に難しいと思う。ここをどうするかは将来の通信の動向を決定づけるもので、学問的にも政策的にも、かなり重要な論点と考える。

**事務局：** FTTH サービスの競争は、自前型と卸型だけの競争で良いということになってはならないと考えている。サービスの差別化が可能という接続のメリットを生かす点からも、競争政策上でのベンチマークという意味合いを生かす点からも、御指摘の懸念には留意しながら検討していきたい。

**岡田構成員：** 今の指摘は大変重要なポイントと私も思う。競争政策的な観点から見ると、接続料は将来原価に照らして算出するという考え方がかなり浸透してきたこともあって、いわゆるプライススクイズのようなことが起きにくい費用構造になっている。競争政策の観点では、むしろ取引拒絶の問題や分岐に絡む錯誤的な行為をしてはいけないこと等がこれまで中心的な課題になってきたが、卸売となると基本的に企業間の話でブラックボックスになるので、プライススクイズのようなことが起こり得るため、見るときのスタンスが大分変わってくるのではと思う。

現状では両方のサービスが併存するため、接続料がある種のベンチマークとなることもあるだろう。ただし卸を展開するそもそもの考え方としては、サービスの差別化や異業種参入の側面があり、単純に同じようなサービスを同じようとして売るというものではなく、付加価値を加えたサービスを増やしていかうということが本来の目的だったのではないか。そのような趣旨からは、接続と卸では目指しているところにズレがあるということになる。

現状では異業種の参入や新しいサービスの登場がそこまで目立った状態にはないので接続料が実質的にベンチマークの役割を担うことになっているが、今後新しいサービス出てきた場合にはその意味合いが切れてくる。そうすると卸によるサービスと接続によるサービスは、別のスタンスで見ていく必要がでてくるのではないか。将来的な課題が浮かび上がってきているという印象を受けた。

**依田構成員：** 岡田構成員の御指摘を伺って考えたのだが、接続の場合、これまでの接続料はあまり高くなかったので、スタックテストの意味はあまり重要ではなかったが、卸の場合、再販の料金が高止まりするようなことがあれば、卸料金におけるスタックテスト的な制度が非常に重要な役割を持つのではないか。更に今後は、NTT 東西だけではなく卸先事業者を含めたコストを考慮するという話になるだろう。

**辻座長：** 卸料金については、一応届出を行うことにはなっているが、基本的には事業者間で決めるもの。しかし、FTTH サービスのシェアの約 70%を NTT 東西が持っている現状では、競争で卸料金を下げようにも、卸市場ではライバルがないため、競争によって卸サービスのコストを下げる力が働かない。そこはある程度、規制当局がガイドライン等の取組を行うことが重要になってくるのではないか。

**事務局：** 辻座長に参加いただいた情報通信審議会の議論でも、卸にも事前規

制が要るのではないかという意見が出されたが、最終的には、卸は事後届出し、その内容を検証するという制度で決着している。

シェア約 70%の NTT 東西が卸す場合には、卸料金部分の競争が働かないのではないかという議論があることも承知しているが、その点については依田構成員から御指摘いただいたように、当面はベンチマークとしての接続料あるいは接続制度が重要な役割を担うのではないか。今後、接続という形態による FTTH サービスの提供が完全になくなることになれば、卸料金部分の競争が働かないという懸念がより顕在化し、新たな取組が必要になるだろう。

**舟田座長代理：** 34 ページの FTTH サービスの 3 つの提供形態に関連するのだが、例えば、卸での FTTH の提供に当たっての卸料金は 1 回線当たりになることから、1 つの地域でより顧客を多く獲得できた場合には、試算上では接続の方が有利になるということが当然あり得るだろう。ところが、NTT 東西の卸の規定上は、卸利用 FTTH サービスで獲得した顧客を接続による FTTH サービスに振り向けることはできないとされているようだ。これは約款等書かれているのか。

**事務局：** サービス卸の制限事項として、意図的に卸利用 FTTH サービスから接続のような競合サービスへの移行を継続・反復的に行った場合、卸の契約を解除し違約金を適用することが契約事項に盛り込まれているようだ。

**舟田座長代理：** しかし、それはまさに卸を使う側の企業としては当然意図的にやりたいことであり、企業の活動としても合理的な構造になるのではないか。私は具体的な背景事情は分からないし、また、この場で議論する内容ではないかも知れないが、そのような制限の置き方は少し変に思う。

**事務局：** 御懸念の部分についても、反競争的行為でないか、さらに言えば、電気通信事業法に違反するものではないかというところはしっかり検証する必要があると考えている。

**大橋構成員：** 結局のところ、サービス卸によってどれだけ経済が活性化するのか、どれだけ多様な異業種の事業者が通信という基幹インフラを通じて育つのかという観点が必要ではないかと考える。縣構成員からは、何を新たな指標とするのかとの御指摘があった。私としても競争評価とは別にサービス卸の経済効果を調査すべきと思うが、競争評価としても既存の制度に縛られずに議論をしても良さそうに思う。今回の件は、なぜ卸利用 FTTH サービスで差別化が進展しないのかというところをきちんと原因究明した上で、議論すべきではないか。

なお、今回の接続による差別化の事例は、速度の高速化という FTTH サービスそのものの差別化であり、ネットワークレイヤーと異なる下流レイヤーのサービスによる差別化ではない点には留意が必要。接続での差別化を通じて、どれだけ他のレイヤーのサービスの差別化につながるのかという観点が重要な

ポイントと思う。

また、卸に規制が必要ではないかとの御指摘もあったが、これまでの消費者市場中心の分析から、企業間取引にフォーカスしていこうという流れは重要と考えており、更にその中でどのように消費者市場の活性化につなげるかとの視点は非常に重要と思う。分析のあり方についてはもう少し議論を重ねても良いのではないか。

**事務局：** 卸による差別化はなかなか難しいとはいっても、それはFTTH サービスを単独で見た場合であって、FTTH サービスを一つの部品として使うことにより社会に影響のあるサービスを提供するという在り方を含めて考えると、そのようなことを含めて差別化になるのではないかという御示唆は非常に参考になる。ただし、現時点ではサービス卸が開始されてから日も浅く、実績が少ないため、分析が困難な箇所があるのが実情だが、御指摘を踏まえて考えてまいりたい。

**舟田座長代理：** FTTH サービスが下流サービスにどのように影響を及ぼすとの御指摘があった。実際にユーザがどう使うのかは、下流サービス部分となるが、そのサービスに上流である卸がどのような影響を与えるのかという部分は興味があるところ。

**辻座長：** 今後どのような指標で分析すべきかとの論点は別として、サービス卸によるインパクトは見ていくべきと思う。

まだサービス黎明期であり、データ不足との話もあったが、一年後にはデータが増え、サービス卸がどのような形でユーザの固定系通信、移動系通信、あるいはアプリ等の選択に影響しているのか、細かい質問を組み合わせる等により、競争上の影響が見えてくるのではないか。実際に来年度にどのような分析を行うかはこれからの話となると思うが、サービス卸が契約数シェアやユーザの選択にどう影響したかを測る詳細なアンケートを行うと面白い結果が出るのではないか。

なお、第2回会合発表にあった2月実施の利用者アンケート結果では、回答のあった当時の連携サービス利用者は、au スマートバリューのユーザが大半を占めていたと思われるのだが、その時点では移動系通信を軸にして固定系通信を寄せているとの回答があったのに対して、今回の3月末の卸の追加アンケートでは、卸利用 FTTH サービスの利用者・予約者は、固定系を軸にサービスを選択しているという逆の結果が出ている。当たり前と言えれば当たり前だが、今後のNTT東西やNTTドコモのシェアにどのように影響を及ぼすのかというのは非常に大事なポイントと思う。

**岡田構成員：** どのような指標で見るかは大変難しい。転用も競争の活発化の表れとして評価できると思うが、やはり新規の申込みが増えるということは非常に分かりやすい指標と思う。新規契約が増え、その中身がどのような事業者、サービスが選択されるのかということが分かると、サービス卸の動き

が少しは見えてくるのではないかと思う。ただし卸利用 FTTH サービスの規模がまだ小さいので、その分析結果がどこまで価値が出るかは今後の状況次第だろう。

**舟田座長代理：** 新規で卸利用 FTTH サービスを選択した者の動向が興味深い指標になるだろうという点には同感。今回、様々な調査結果が報告されているが、10 ページの右側、利用・予約している卸利用 FTTH サービスのグラフを見る限り、この段階では 46.6%のドコモ光の圧勝、ISP も NTT ドコモを利用するユーザが多く、NTT ドコモが非常に強かったと理解で良いか。

**事務局：** あくまでもアンケート結果であり、実情をそのまま反映しているわけではないということには御留意いただければと思う。ただし、アンケート以外のデータでもドコモ光の契約数はある程度の規模の大きさとなっており、アンケートで示されたこの結果は、実態からもそう遠くはないと考えている。ISP についても、ドコモ光に限った話ではあるが、固定系 ISP として新規参入した NTT ドコモが最も多くのシェアを取ったという結果からは影響がかなり大きいのではないかと認識している。特に ISP 市場へのインパクトは注意して見る必要があると思う。

## 2 固定ブロードバンド・モバイルインターネットの上流サービスの利用分析結果

(依田構成員から資料 4-2 に沿って説明。質疑の概要は以下のとおり。)

**岡田構成員：** 資料 4-2 の 20 ページ「プライバシーポリシーの認知度・理解度・信頼度」について、プライバシーポリシーについて概ね理解しているとの回答者が 45.9%であり、私としては意外に多いとの印象を受けた。実際のアンケートの質問項目としてはどのようなものであったのか。例えば Google のプライバシーポリシーはこれまでドラステックな変化があって、個人的にも認めて良いのかと思う事項もあった。アンケートの回答結果を疑うのは良くないのかも知れないが、本当に理解して回答しているのかは、疑念を持たざるを得ない。

**依田構成員：** 利用者アンケートにおける選択肢回答の集計結果であり、理解度については、「詳細に理解している」及び「概ね理解している」と回答した者の合計が 5 割を超えているとの集計結果が出ているということ。

実態として、本当に回答者が認知・理解した上で回答しているか否かは分からず、御懸念の点までの分析はできていない。個人的な実感からすれば、そのように回答した全員が本当に理解していると考えるのは確かに難しいように思う。御指摘のように例えば利用している特定のサービスにおいて大きなポリシーの変更があったことを把握していない者がいる可能性は十分あるだろう。もし、今後アンケートを行う場合には、御指摘を踏まえた形での調査・分析が

可能か検討の参考としたい。

**辻座長：** 18 ページに Apple、Google のエコシステムの言及がある。以前は使いたいアプリによって移動系端末を選ぶ等の因果関係があったようだが、今はどのような相関があると考えられるのか。このグラフでクラウド以外はメール、検索、動画は Android、音楽サービスは iOS に特化しているとも読めるが、これは単純にどちらの端末やサービスが好き嫌いの嗜好の話のようにも思える。

**依田構成員：** このグラフは移動系端末ではなく固定系ブロードバンドにおけるエコシステムの比較を示したもの。Apple と Google の提供する各サービスが高い比率で利用されているとの調査結果を示したに過ぎず、固定系の各サービスとの相関も特段見えないため、今回は参考として掲載した次第。

ただし、御指摘のように、サービスに係る好みという嗜好的な部分や、または固定系の付属サービスがネットワークレイヤーの選択にどのように影響を与えるかなどの点で分析の余地はあるのかも知れない。その点は今後の課題としたい。

**舟田座長代理：** 移動系の場合、現在ほどの端末でも Google や Apple のサービスを利用できる。サービスは事業者や端末の選択に影響を与えず、ニュートラルになっていると考えて良いのではないか。

**依田構成員：** 移動系の端末ベースで考えた場合、現在の国内市場では Android が約 6 割、iOS が約 3 割との構成比になっている。一方で、実際には既に 3 つの MNO キャリアがそれぞれ Android、iOS の両方の端末を提供しており、その選択は嗜好的な部分を除けば、ニュートラルではないかとの舟田座長代理の御指摘はそのとおりと思う。

**大橋構成員：** 環境面ではニュートラルな状況が提供されているとしても、移動系端末の選択には、利用者の一定以上のリテラシーが必要であり、どの程度キャリアの乗換えが可能なのかは、ユーザ毎によって大きく差異が生ずるのではないかと思う。

また、2 ページにあるとおり、10 年以上の継続調査としての貴重な分析データとなっている点には感慨が深いものの、10 年経つと変わってくる部分も多いと思う。今となつては従来の調査形式に縛られず、取り組める部分も随分出てきているのではないか。

**依田構成員：** 毎年質問項目の精査は行っているが、御指摘いただいた観点から、今では意味を失っているものもあると思う。今後同様の調査を行う場合には、より精査して取り組みたいと考えている。

### 3 その他

- (1) 事務局から、構成員からいただいた意見を踏まえて「定点的評価」及び「戦略的評価」の案を作成する旨、言及。
- (2) 事務局から、次回の競争評価アドバイザリーボードは7月に開催を想定しており、上記案について議論いただくことを予定している旨、言及。

(以上)