

電気通信市場の分析(中間報告)

平成30年5月25日

総務省 総合通信基盤局
電気通信事業部 事業政策課

小売市場

- ① 移動系通信市場 (部分市場: MNOサービス市場、MVNOサービス市場)
- ② 固定系ブロードバンド市場 (部分市場: 固定系超高速ブロードバンド市場、FTTH市場)
- ③ ISP市場
- ④ 固定電話市場
- ⑤ 050-IP電話市場
- ⑥ WANサービス市場

卸売市場

- ① 移動系通信市場
- ② FTTH市場

※ 移動系通信及びFTTH以外においても、卸電気通信役務の提供が行われている可能性があることに留意して分析を行う。

移動系	小売市場		移動系通信 (携帯電話、PHS、BWA)
			MNOサービス
			MVNOサービス
		卸売市場	移動系通信 (携帯電話、PHS、BWA)
固定系	データ通信	小売市場	固定系ブロードバンド
			固定系超高速ブロードバンド (FTTH、通信速度下り30Mbps以上のCATV)
			FTTH
			ADSL
			CATV
			ナローバンド
			ISP
		卸売市場	FTTH
音声通信	小売市場	固定電話	
		中継電話	
		050-IP電話	
		法人向けネットワーク	WANサービス
		専用サービス	

注: 表中、明朝部分は従前から分析の対象としないものを表す。

1. 移動系通信市場(小売市場)

①移動系通信市場(小売市場)の競争状況等

- 市場シェア：NTTドコモ39.1%(減少傾向)、KDDIグループ27.2%(増加傾向)、ソフトバンクグループ23.4%(減少傾向)、**MVNO10.3%**(増加傾向)
(→資料8-6 P.5)
 - HHI：2,921 (減少傾向 前年同期比▲62) (→資料8-6 P.5)
 - MVNOサービスの認知度等は低下したものの、利用率は上昇。直近1年の純増数はMVNO(278万)がMNO(229万)を上回っている。(→資料8-6 P.6)
(→資料8-6 P.25)
 - 引き続き、移動系通信市場における**MVNOやMNOのサブブランドも含めた競争が進展**。総務省においても、引き続き公正かつ自由な競争環境の確保に努める必要がある。
 - **MVNO等を含めた市場の競争を一層加速**させることで、利用者ニーズに合致した料金・サービスの提供が促されることが期待できる。
- ※ 総務省は、既存のMNO3グループに属さない**楽天モバイルネットワーク**について、第4世代移動通信システムに係る特定基地局の開設計画の認定を行った(平成30年4月9日)。今後、同社は自らネットワークを構築して携帯電話事業を行う予定であるところ、同社も含めた携帯電話事業者各社が公正競争を行う中で、利用者にとって多様なサービスが使いやすい料金で実現することが期待される。

②MNOサービス市場の競争状況等

- 市場シェア：NTTドコモ44.2%(横ばい)、KDDI30.2%(増加傾向)、ソフトバンク25.5%(減少傾向) HHI：3522 (横ばい 前年同期比+9)
(→資料8-6 P.9)
- 既存の類似プランの料金はほぼ横並びであるものの、特定端末の購入等を条件としつつも恒常的な割引を受けられるプランやデータ使用量に応じて段階的に料金が適用されるプランが新たに提供されるなど、各社の**料金プランの差別化が進みつつあり**、また、**利用者料金の低廉化に繋がり得る取組が進展**。(→資料8-6 P.10~15)
- 今後も各事業者において料金低廉化に向けた取組*が行われることを期待。

③MVNOサービス市場の競争状況等

- 市場シェア：一部を除き主にSIMカード型を提供するMVNOが上位を占める。当該MVNOのうち上位5社のシェアの合計が増加傾向。(→資料8-6 P.18)
(参考) MNOのサブブランド(UQコミュニケーションズのMVNOサービス、ソフトバンクの「ワイモバイル」)及びSIMカード型が3万以上のMVNOの事業者別シェアを見ると、**ワイモバイルのシェアはMVNOに比してかなり大きいものの減少傾向。UQコミュニケーションズは増加傾向。**
- HHI：654 (MVNO間の事業承継等に伴い増加 前年同期比+31) (→資料8-6 P.18)
- MVNOにおいても、**料金低廉化やサービス内容の拡充(マルチキャリア対応や通信品質の向上等も含む。)**に向けた取組が行われている。
(→資料8-6 P.44~46)
- 引き続き、市場動向を適切に分析するため、**MVNO間の競争状況やMVNOとMNOのサブブランドの競争状況について注視していく必要がある。**

※ ただし、職業・性別・人種などによって特定の利用者を正当な理由なく有利に又は不利に取り扱うような、合理的な理由のない特定の利用者のみを対象とした割引料金等の設定は、電気通信事業法第29条第1項第2号に基づく**業務改善命令の対象**となる。電気通信事業者においてその点留意が必要であるとともに、総務省においても、そのような割引料金等の設定が行われていないか注視が必要。

④移動系通信サービスの満足度等

- 移動系通信サービスの満足度：MNO利用者は料金面で不満を感じている者が多い。
 (→資料8-6 P.33~35) MVNO利用者は料金面での満足度が非常に高いものの、通信速度・品質面で不満を感じている者がやや多い。サービス契約時に価格(コスト)を重視する者は、サービス内容(パフォーマンス)も重視する傾向にあるが、MNO利用者・MVNO利用者間で、料金面の満足度に比して通信速度・品質の満足度の差は小さい。
- (参考) 推奨度(現在利用中の移動系通信サービスを友人や同僚にどれくらい薦めたいか)：MVNOサービスの方がMNOサービスよりも高い。(→資料8-6 P.48)
- MVNOサービスを利用しない理由として、昨年度に引き続き、「MVNOサービスの内容をよく知らない」(33.7%)が多く挙げられている。また、移動系通信サービスの検討状況では、1社のみしか検討しなかった者が半数近くいる(47.5%)。(→資料8-6 P.27,23)
- MVNOサービスが検討の俎上に載っていない場合も多いと考えられるところ、今後もMVNOにおいて、月額料金の安さを強みにしつつ、サービス内容等の周知を積極的に行うことにより、更にMVNOの利用率が向上し、移動系通信サービス全体の満足度が向上することが期待できる。

⑤ライトユーザ向けプランや期間拘束に係る新たなプランの普及状況等

- MNOにおける音声のライトユーザ向けプラン：利用状況、説明の実施状況等からも普及が進んでいる。(→資料8-6 P.32)
- 期間拘束プラン：期間拘束に係る新たなプラン(2年契約かつ解約時の違約金負担がないものの、従来の2年契約プラン*に比べて基本料金が高い又は長期利用割引が受けられないもの)の普及も一定程度進んでいるものの、昨年度に引き続き、「当初の拘束期間経過後は、料金をそのままにいつでも解約できるようにすべき」(63.3%)との意見が最も多かった。(→資料8-6 P.43)
- * 従来の2年契約プラン(いわゆる「2年縛り」)については、「モバイル市場の公正競争促進に関する検討会」(以下「モバイル検討会」)報告書(平成30年4月27日)において、利用者に不測の費用負担を求めることになりかねないとして、「総務省から各MNOに対して、2年契約満了時点又はそれまでに、違約金及び25か月目の通信料金のいずれも支払わずに解約することができるよう措置を講ずることを求めること」を提言。これを受けて、総務省は、関係事業者に対し行政指導を行う予定。
- ※ また、一部のMNOでは、「利用者が端末代金を4年間の割賦払いにし、2年経過後、新機種に買い替えて同じプログラムに入り続ける場合に限り、代金の支払いを最大半分まで不要にするプログラム」(いわゆる「4年縛り」)を提供。
 当該プログラムは、利用者が安く端末を買うことができるというメリットもある一方、途中で事業者を変更すると、支払い不要と思っていた代金の支払いを求められるため、事業者を変更しづらいというデメリットもある。
 モバイル検討会報告書では、利用者に、当該デメリットもあることを理解した上で当該プログラムが選ばれるようにする必要があるとして、当該MNOに利用者への説明を求めるべきとすることを提言。
 総務省では、これを受けて、いわゆる「4年縛り」をMNOや販売代理店による契約前説明の対象とする消費者保護ガイドラインの改正の手続を進めていくこととしている。
- 各事業者において、引き続き、利用者ニーズや総務省の行政指導を踏まえた対応が期待される。

⑥キャッシュバックに対する認識

- 移動系通信サービスのキャッシュバックと料金値下げに対する認識 (→資料8-6 P.39)
：「キャッシュバックよりも**通信料金の値下げを優先してほしい**」と感じている者の割合が**78.5%**。
- 移動系通信サービスのキャッシュバックに対する認識 (→資料8-6 P.40)
：「**料金プランを分かりにくくしている**」と感じている者の割合が**68.7%**。「**通信料金高止まりの一因**」と感じている者の割合が**57.1%**
- 移動系通信サービスのキャッシュバックに関する利用者の経験 (→資料8-6 P.40)
：「**適用条件等の表記がわかりにくい**」(37.1%)が**最多**。次いで「適用条件が多すぎて、目的のキャッシュバックを受けられなかった」(19.3%)、「**期間限定だったはずのキャンペーンが延長された**」(18.6%)、「**長期間経過後に自らの申請が必要であったが、申請を失念**」(16.2%)。
- 移動系通信サービスの月額料金に対する負担感は大きく、また、**キャッシュバックに対しては否定的に感じている者が多く**、利用者のニーズは複雑な適用条件等による一時的なキャッシュバックの実施ではなく、**低廉な月額料金であると考えられる**。特にMNOにおいて、**利用者ニーズを踏まえた積極的な対応が期待される**。

※ 端末購入に伴うキャッシュバックについては、モバイル検討会において、「代理店による高額キャッシュバックが横行しており、ガイドラインに沿った運用が行われているか、検証が必要」等の指摘があり、第6回電気通信市場検証会議(平成29年11月20日)においても構成員から同様の指摘があったところ、同検討会報告書において、「(総務省において)MNOから販売店に対して端末代金の販売価格やその値引き額を実質的に指示することは、業務改善命令の対象となることを明確化するガイドラインを策定する(ことが必要)」、「総務省が販売店による独占禁止法抵触の可能性のある事案を認知した場合、公正取引委員会に情報提供を行うことが必要」等の方向性が示された。

なお、この点に関し、電気通信事業法第29条第2項においては、同法に定める消費者保護規律に違反した媒介等業務受託者に対し、業務改善命令を行うことができる旨規定されているものの、媒介等業務受託者が、媒介等業務や端末の販売について、電気通信市場の公正競争を阻害するような行為を行うことなどにより、電気通信の健全な発達又は国民の利便の確保に支障が生じるおそれがあるような場合には、法令上の根拠がなく、**業務改善命令等の規定が適用されない**。

2. 移動系通信市場(卸売市場)

①移動系通信市場(卸売市場)の競争状況等

- MNOの卸契約数：1,764万(増加傾向 前年同期比+18.7%) 再卸事業者の再卸契約数：695万(増加傾向 前年同期比+33.5%) (→資料8-6 P.52)
- MNOの卸契約数シェア：NTTドコモ50.3%(増加傾向)、KDDIグループ27.3%(減少傾向)、ソフトバンクグループ22.4%(減少傾向)
上記シェアを基に算出したHHI：3,780(微増 前年同期比+29) (→資料8-6 P.52)
- 最終利用者に提供するMVNO(契約数が3万以上のMVNO)に対する卸契約数における卸元事業者別シェア：再卸事業者の合計が29.1%(増加傾向 前年同期比+2.8ポイント) 上記シェアを基に算出したHHI：1,589(減少傾向 前年度末比▲61) (→資料8-6 P.53)
- SIMカード型における卸元事業者別シェア：再卸事業者のシェアの合計が45.3%(増加傾向 前年度末比+2.7ポイント)
上記シェアを基に算出したHHI：2,264(減少傾向 前年度末比▲180) (→資料8-6 P.53)
- 卸売市場において、MNOと再卸事業者(MVNO)間の競争が進展。特に、SIMカード型を提供するMVNOに対する卸売の競争が進展。
- SIMカード型における卸元事業者別シェア：NTTドコモ及びNTTドコモの回線を利用する再卸事業者のシェアが高い。
NTTドコモの接続料に比して他のMNOの接続料が高いことが一因であると考えられる。(→資料8-6 P.54)
- MVNOがMNOに支払う接続料：対前年度比約11~19%低減化。これによりMVNO間の競争が一層進展することを期待。(→資料8-6 P.55)

②MVNEサービスの提供実態

- 卸売市場において、再卸事業者(MVNO)のシェアが増加傾向。(→資料8-6 P.54)
- アンケートに回答したMVNOのうち半数以上(53.8%)の事業者が、他の事業者のMVNO事業の開始に当たり、MVNEとして支援を行ったと回答。
- 支援内容としては、「回線の調達仲介(再卸)」(78.6%)のみならず、「情報提供(法令・ガイドライン等)」(64.3%)や「事業のコンサルティング」(42.9%)等も行っており、MVNO事業の展開において一定の役割を果たしている。(→資料8-6 P.56)
- 引き続き、再卸事業者(MVNO)を始めとするMVNEの積極的な事業展開により、MVNOサービス市場がより活性化することが期待できる。

3. 固定系ブロードバンド市場(小売市場)

①固定系ブロードバンド市場の競争状況等

- 契約数：固定系ブロードバンド3,923万(増加傾向 前年同期比+1.4%)、うちFTTH 3,008万(増加傾向 前年同期比+3.9%) (→資料8-6 P.58)
- 契約数の増加率(対前年同期比)：固定系ブロードバンド1.4%、FTTH 3.9%。ともに2017年3月末期と比べて低下。(→資料8-6 P.58)
- 市場シェア(地域ブロック別)：サービス卸の増加に伴い、**NTT東西**のシェアが**全地域**で減少し、4割を下回っている。(→資料8-6 P.59)
- HHI：最も高い地域は東北(2,972)、最も低い地域は中部(1,789)。関東※を除く各地域で**HHIは減少**。(→資料8-6 P.59)
 - ※ サービス卸を利用する事業者のシェアを合算して算出しているため、当該合算シェアが増加したことで、HHIが上昇に転じている(下記②の関東並びに③の関東及び北海道について同じ。)
- 各地域において競争が進展しているといえる。

②固定系超高速ブロードバンド市場の競争状況等

- 契約数：固定系超高速ブロードバンド3,391万(増加傾向 前年同期比+4.0%)、うちCATVインターネット(通信速度下り30Mbps以上)383万(増加傾向 前年同期比+5.0%) (→資料8-6 P.60)
- 契約数の増加率(対前年同期比)：固定系超高速ブロードバンド4.0%、CATVインターネット5.0%。ともに2017年3月末期と比べて低下。(→資料8-6 P.60)
- 市場シェア(地域ブロック別)：サービス卸の増加に伴い、**NTT東西**のシェアが**全地域**で減少し、4割を下回っている。(→資料8-6 P.61)
- HHI：最も高い地域は東北(3,401)、最も低い地域は中部(2,064)。関東を除く各地域で**HHIは減少**。(→資料8-6 P.61)
- 各地域において競争が進展しているといえる。

③FTTH市場(小売市場)の競争状況等

- 市場シェア(地域ブロック別)：サービス卸の増加に伴い、**NTT東西**のシェアが**全地域で減少**し、4割を下回っている。(→資料8-6 P.62)
- HHI：最も高い地域は東北(3,562)、最も低い地域は中部(2,369)。北海道及び関東を除く各地域で**HHIは減少**。(→資料8-6 P.62)
- 市場シェア(全国)：**MNO**(NTTドコモ及びソフトバンク)の合計が**25.0%**(増加傾向 前年同期比+6.7ポイント)。ISPも増加傾向。(→資料8-6 P.63)
- 提供形態別契約数：「自己設置」1,462万(減少傾向 前年同期比▲196万)、「接続」234万(横ばい 前年同期比 ▲42万)、「卸」1,332万(増加傾向 前年同期比+327万)。「卸」の純増(前期比+87万)ほど「自己設置」は純減(前期比▲37万)していない。(→資料8-6 P.64)
- 「自己設置」型契約数シェア：NTT東西が減少傾向であることもあり、KDDI、電力系事業者及びCATV事業者が増加傾向。
「接続」型契約数シェア：ソニーネットワークコミュニケーションズが増加傾向 (→資料8-6 P.65)
「卸」型契約数シェア：**MNOが過半**(56.2%)を占め増加傾向。MNO以外の事業者は概ね減少傾向。
- 提供形態別事業者数：卸による参入の増加が顕著であるが、自己設置事業者及び接続事業者も微増となっている。(→資料8-6 P.66)
- サービス卸を契機とした新規参入の増加によって、各地域における競争が進展しているが、特に**MNOのシェアが顕著に増加**。
- また、サービス卸の契約数も含めた**NTT東西のシェアは約7割**を占め、最も高い東北で8割超、最も低い近畿で過半。
近畿においては、サービス卸の契約数も含めた**NTT東西のシェアが微増**。(→資料8-6 P.62)
- 光コラボサービスの認知度は低下したが、利用率は上昇。利用予定のない者の割合は横ばいであった。(→資料8-6 P.72)
- 料金：月額料金は、近年おおむね5,000円/月(戸建向けの場合)で推移。
基本となる**月額料金の低廉化の動きはみられず**、移動系通信サービスやその他のサービスとの**セット割引やキャッシュバック・キャンペーン割引による競争が中心**。(→資料8-6 P.67)
- **セット割引やキャッシュバックの実施**が「自己設置」「接続」「卸」それぞれの提供形態ごとの間における**公正競争に与える影響については引き続き注視**する必要がある。
- 通信速度：ICT化の進展に伴い、高速・大容量通信のニーズが高まっているところ、KDDI及びソニーネットワークコミュニケーションズにおいて**最大通信速度(上下)10Gbpsのサービスも提供**され始めている。(→資料8-6 P.68)

④FTTHアクセスサービスの満足度等

- FTTHアクセスサービスの満足度：事業者選択の決め手として「月額利用料金が安いこと」(81.1%)が多く上げられているが、料金面では、MNO系光コラボを除き「非常に満足」「満足」の割合が「不満」「非常に不満」の割合を上回った。
(→資料8-6 P.71,74,75) 通信速度・品質面では、光コラボ(MNO系、MNO系以外)、光コラボ以外とも「非常に満足」「満足」の割合が「不満」「非常に不満」の割合を上回り、各事業者類型間でも大きな差は見受けられない。
- 固定系ブロードバンドサービスの検討状況では、1社のみしか検討しなかった者が7割超(72.2%)。光コラボ以外のサービス利用者の光コラボを利用しない理由は、「現在の回線で満足」が過半(59.9%)。(→資料8-6 P.71,76)
- 利用率の高いMNO系光コラボを除き、光コラボサービスが検討の俎上に載っていない場合が多いと考えられるところ、光コラボ事業者において、サービス内容等の周知を積極的に行うことにより、異業種参入等によるイノベーションの促進を通じた新たなサービスが選択されるようになることが期待される。

⑤キャッシュバックに対する認識

- 固定系ブロードバンドサービスのキャッシュバックと料金値下げに対する認識 (→資料8-6 P.80)
：「キャッシュバックよりも通信料金の値下げを優先してほしい」と感じている者の割合が79.3%。
- 固定系ブロードバンドサービスのキャッシュバックに対する認識 (→資料8-6 P.81)
：「料金プランを分かりにくくしている」と感じている者の割合が70.3%。「通信料金高止まりの一因」と感じている者の割合が58.4%。
- 固定系ブロードバンドサービスのキャッシュバックに関する利用者の経験 (→資料8-6 P.81)
：「適用条件等の記述がわかりにくい」(35.6%)が最多。次いで「期間限定だったはずのキャンペーンが延長された」(17.9%)、「適用条件が多すぎて、目的のキャッシュバックを受けられなかった」(17.6%)、「長期間経過後に自らの申請が必要であったが、申請を失念」(16.3%)。
- 事業者選択の決め手として「初期費用が安いこと」(59.5%)等のスイッチングコストが低廉であることが多く挙げられている一方で、キャッシュバックに対しては否定的に感じている者が多く、利用者のニーズは複雑な適用条件等による一時的なキャッシュバックの実施ではなく、低廉な月額料金であると考えられる。各事業者において、利用者ニーズを踏まえた積極的な対応が期待される。(→資料8-6 P.71,80)

4. FTTH市場(卸売市場)

①FTTH市場(卸売市場)の競争状況等

- 卸契約数：1,332万(増加傾向 前年同期比+327万) サービス卸契約数(NTT東西合計)：1,066万(増加傾向 前年同期比+280万) (→資料8-6 P.86)
- FTTH契約数全体に占める卸契約数の割合：44.3%(増加傾向 前年同期比+9.6ポイント) (→資料8-6 P.86)
FTTH契約数全体に占めるサービス卸契約数の割合：35.4%(増加傾向 前年同期比+8.3%)
- 小売市場における公正競争の土台となる卸売市場における公正な取引の確保が引き続き重要。総務省において、サービス卸ガイドラインの遵守状況等に関するモニタリングを継続していく必要がある。
- 市場シェア(地域ブロック別)：沖縄を除く全地域でNTT東西のシェアが7割超(沖縄でも5割超)。
(→資料8-6 P.87) 関東及び近畿以外の地域でNTT東西のシェアが増加し、関東及び近畿では減少。
- HHI：最も高い地域は中部(7,922)、最も低い地域は沖縄(4,941) (→資料8-6 P.87)
- 市場シェア(全国)：NTT東西(サービス卸)80.0%(前年同期比+1.9ポイント) (→資料8-6 P.87)
- 依然として、FTTHの卸売市場におけるNTT東西の存在感は大きい。
- 卸利用者事業者における卸元事業者の検討状況では、現在の卸元事業者以外を検討しなかった事業者が過半(57.1%)。他方、約3割(28.6%)の事業者が、今後他の卸元事業者を検討する意向を持っている。(→資料8-6 P.84)
- NTT東西は、営業コスト削減等の取組により、本年4月に卸料金の値下げを行ったところであるが、他の自己設置事業者又は接続事業者が積極的に卸電気通信役務の提供を行うことにより、卸売市場における競争が活性化し、卸料金の更なる引き下げ、延いては利用者料金の引き下げにつながる事が期待できる。

②NTT東西のサービス卸の影響等

- サービス卸の卸先事業者数：688者(増加傾向 前年同期比+150者) うち新たに電気通信事業に参入した事業者数：315者 (→資料8-6 P.95)
- サービス卸契約数全体に占めるNTTグループへの卸契約数の割合：50.7%(増加傾向 前年同期比+2.9ポイント) (→資料8-6 P.91)
- サービス卸契約数の事業者形態別シェア：MNO 70.2%(増加傾向)、ISP 22.6%(減少傾向)、MNOとISPの合計92.8% (→資料8-6 P.91)
- サービス卸を含めたNTT東西のFTTH契約数は2,045万。直近2年間(2015年12月末～2017年12月末)で約130万増加しているが、サービス卸の提供開始前に比べて顕著に増加したとは認められない。(→資料8-6 P.89)
- 他方で、サービス卸の提供開始以降、様々な分野からの参入により新たなサービスの提供が進んでいる。引き続き、様々な業種との連携による更なるイノベーションの促進が期待されている。(→資料8-6 P.97)
- 様々な分野の事業者との連携を通じてFTTHの利用促進につながっているか引き続き注視が必要。

5. グループ化の動向

①グループごとの競争状況等

【移動系通信市場(小売市場)】

- 市場シェア：NTTグループ40.6%(減少傾向)、KDDIグループ27.7%(増加傾向)、
ソフトバンクグループ23.5%(減少傾向)、楽天グループ0.9%(増加傾向) (→資料8-6 P.109)
- HHI：2,974 (減少傾向) (→資料8-6 P.109)
- グループ内競争：各グループの各事業者の純増数及び増加率を見ると、特定の事業者のみが顕著に成長しているような状況や横並びの状況にはなく、グループ内競争も一定程度存在すると考えられる。 (→資料8-6 P.110)
- グループ内取引比率(携帯電話に係るもの)：NTTドコモ46.4%(増加傾向)、KDDI30.6%(増加傾向)、ソフトバンク4.0%(ほぼ横ばい) (→資料8-6 P.111)

【FTTH市場(小売市場)】

- 市場シェア：NTTグループ51.2%(減少傾向)、KDDIグループ10.4%(増加傾向)、その他主なFTTH事業者グループ14.9%(増加傾向) (→資料8-6 P.112)
- HHI：2951 (減少傾向) (→資料8-6 P.112)
- グループ内競争：各グループの各事業者の純増数及び増加率を見ると、特定の事業者のみが顕著に成長しているような状況や横並びの状況にはなく、グループ内競争も一定程度存在すると考えられる。 (→資料8-6 P.110)
- グループ内取引比率(FTTHに係るもの)：NTT東西50.7%(増加傾向) (→資料8-6 P.114)

【移動系通信市場・FTTH市場(俯瞰分析)】

- NTTグループのシェアが減少傾向であり、他の主要グループ及びその他事業者のシェアが総じて増加傾向であるものの、**全体として大きくは変動しておらず、依然として主要市場(移動系通信市場・FTTH市場)におけるNTTグループの存在感が顕著に大きい。** (→資料8-6 P.115)
- なお、KDDIグループ及びソフトバンクグループは、移動系通信契約数の伸びがやや拡大している。また、**主要グループ以外の事業者をまとめて見ると、移動系通信契約数の伸びとFTTH契約数の伸びがともにやや拡大している。** (→資料8-6 P.116)

②事業者間連携サービスの状況

- ▶ アンケート回答事業者の約半数(46.8%)が事業者間連携サービス(卸取引そのものは含まない。)を実施。固定系通信事業者(57.7%)の方が移動系通信事業者(48.4%)よりも実施割合が高い。(→資料8-6 P.117)
- ▶ 「固定通信+移動通信」型の連携サービスを行っている事業者が最も多く38.3%。「移動通信+移動通信」型は8.5%。(→資料8-6 P.117)
- ▶ 「移動通信+移動通信」型については、グループ内事業者と連携する事業者が比較的多く見られる一方、「固定通信+移動通信」型については、グループ外の事業者とも連携してサービスを提供する事業者の方が多い。(→資料8-6 P.117)
- ▶ FTTH市場においては、MNOが、自社の携帯電話とのセット割引が強みとしてシェアを拡大し続けており、MNOの競争力の高さが際立っている。この点、当該MNOが、他の事業者との連携により、自社の携帯電話サービスと当該他事業者のFTTHサービスの組み合わせによるセット割引等を行うことにより、当該他事業者の競争力が高まり、MNOのセット割引により当該他事業者がFTTH事業の運営が困難となる蓋然性は小さくなくなると考えられるため、今後そのような事業者間連携が行われることが期待される。

③グループ化に対する利用者の認識

- ▶ グループ化のメリットに対する認識：「メリットや恩恵を感じたことはない」(66.9%)が最多。次いで「セット割引が利用できた」(19.9%)。(→資料8-6 P.118)
- ▶ グループ化のデメリットに対する認識：「デメリットや悪影響を感じたことはない」(67.0%)が最多。次いで「セット販売により個々のサービスの料金が分かりにくくなった」(15.2%)。(→資料8-6 P.118)
- ▶ グループ化の進展に対する認識：「料金低廉化に対する期待」(55.3%)や「サービス拡充・利便性向上に対する期待」(28.3%)が大きい。一方、「料金高止まり・値上げに対する懸念」(23.8%)や「サービス多様性の喪失・品質の低下に対する懸念」(17.9%)も一定程度存在。(→資料8-6 P.119)
- ▶ ブランドイメージのサービス選択への影響：「通信事業者のブランドイメージが良い」をサービス選択の理由に挙げた者の割合は、移動系通信(13.6%)及び固定系通信(12.8%)ともあまり多くはないものの、NTTグループの事業者のサービス選択者は、比較的当該項目を挙げた割合が高い(移動系:19.6%、固定系:18.0%)。(→資料8-6 P.120)

④電気通信事業分野に係る企業結合の状況 (→資料8-6 P.121~123)

- ▶ 2017年以降においても、MNOによるMVNOの子会社化、MVNO間の事業承継等、電気通信事業分野に係る企業結合事案が多く見られる。
- ※ 改正電気通信事業法(平成27年法律第26号)においては、設備設置事業者のグループ化による更なる寡占化の防止を通じ、設備設置事業者によるサービスの多様化・料金の低廉化の実現や、積極的な投資の維持・促進を図るため、第一種・第二種指定電気通信設備を設置する電気通信事業者又はそのグループ会社が、グループ外の大規模な設備設置事業者と合併や株式取得等を行った場合、当該電気通信事業者に対し、電気通信事業の登録の更新を義務付け、電気通信の健全な発達を阻害しないか等を審査することとしたところである(電気通信事業法第12条の2)。
- 他方、2017年以降は、上記審査の対象とならないような、主要事業者とMVNO・ISP間の企業結合やMVNO間の企業結合の事案が多く見られるところである。
- このため、総務省においては、このような設備設置事業者以外の事業者との間の企業結合がもたらす市場シェアや市場集中度の変化、当該企業結合が電気通信市場全体の競争に与える影響を含め、電気通信事業分野におけるグループ化の動向を引き続き注視するとともに、状況に応じて、必要な対応について検討していく必要があると考えられる。