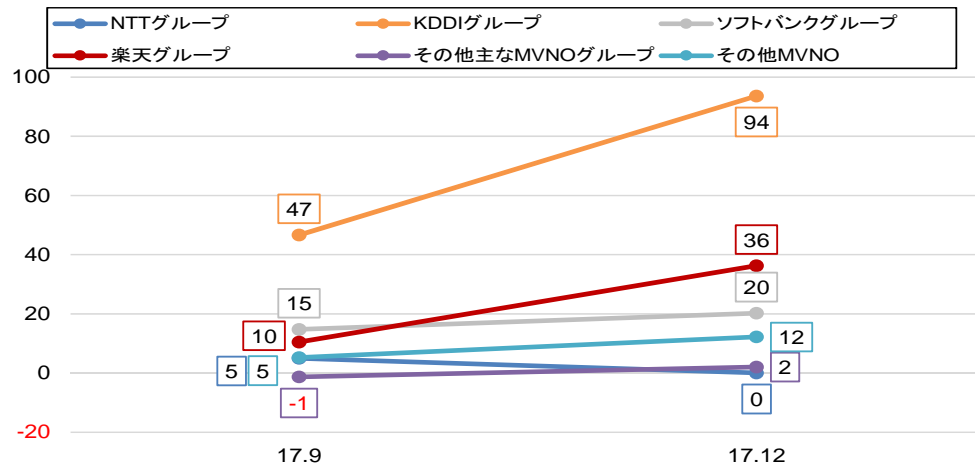


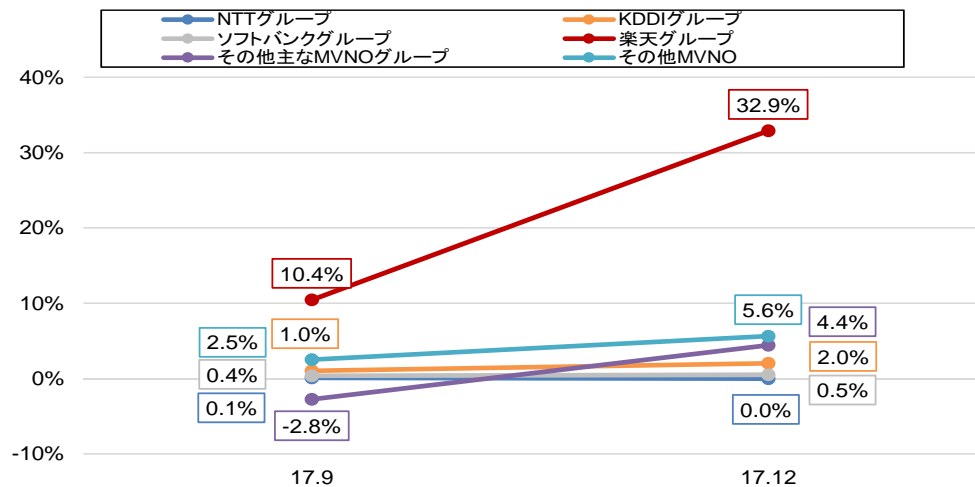
7. グループ化の動向に係る分析

- 移動系通信市場におけるグループ別純増数は、KDDIグループ(+94万)及び楽天グループ(+36万)が増加傾向。グループ別増加率は楽天グループ(+32.9%)が増加傾向。(2017年12月末)
- 移動系通信市場におけるグループ別シェアは、KDDIグループ(27.7%、前期比+0.3ポイント)及び楽天グループ(0.9%、前期比+0.2ポイント)が増加傾向。NTTグループ(40.6%、前期比▲0.4ポイント)及びソフトバンクグループ(23.5%、前期比▲0.1ポイント)が減少傾向。HHIは2,974(前期比▲23)と微減となっている。

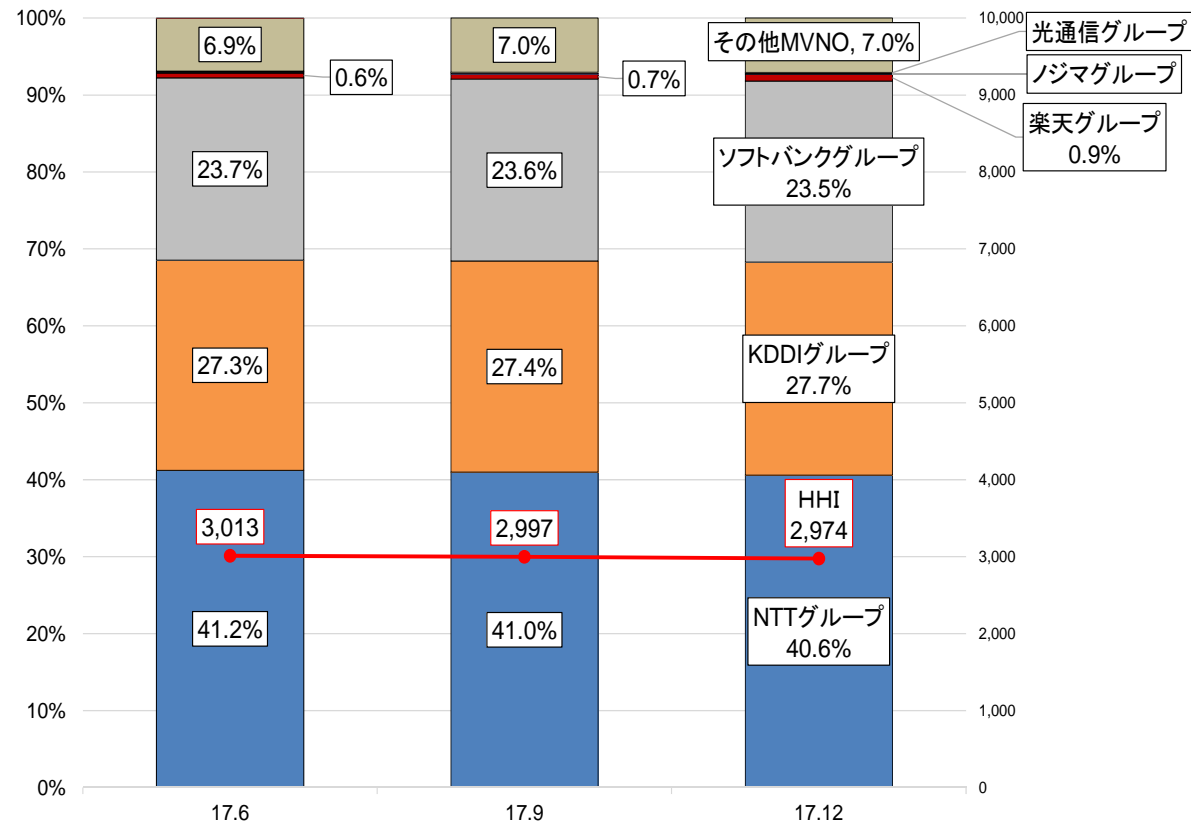
【グループ別前期比純増減数】(単位:万契約)



【グループ別前期比増減率】



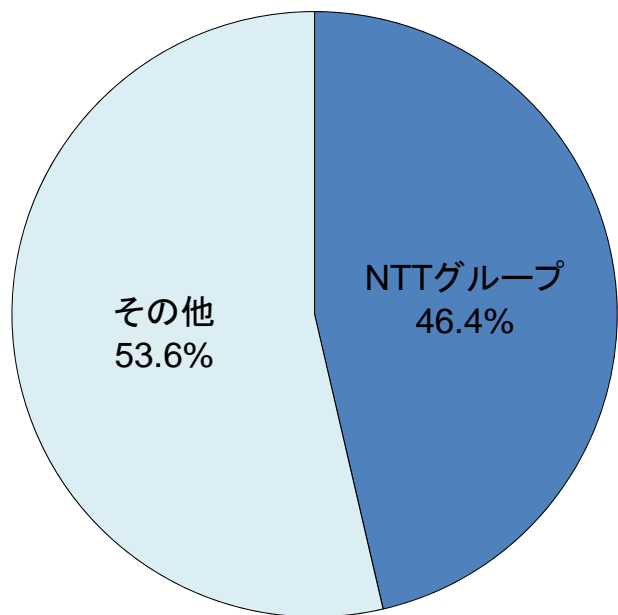
【グループ別シェア】



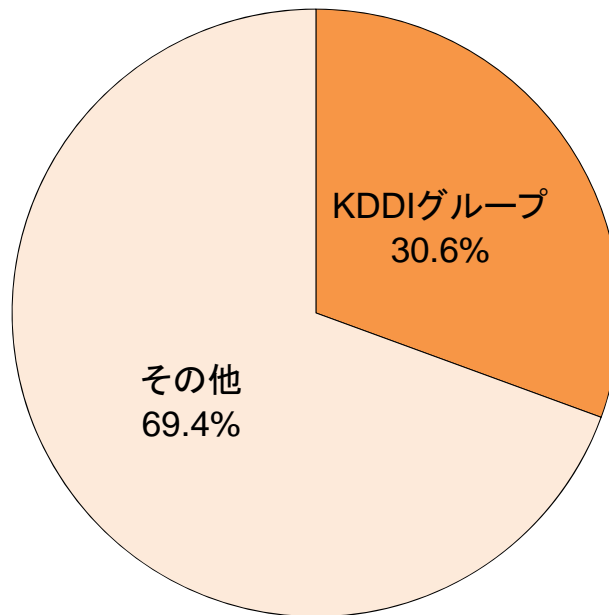
注1:各グループの構成は後記「移動系通信市場における主な電気通信事業者グループの構成」参照。以下「7.グループ化の動向に係る分析」において同じ。
 注2:楽天グループの2017年12月末期における契約数の増分には、他のMVNOの事業承継によるものも含まれる。

- NTTドコモにおけるグループ内取引比率(46.4%、前期比▲0.1ポイント、前年同期比+2.1ポイント)は高まっているが、MVNEでもあるグループ内事業者における再卸の割合が高まっていることが一つの要因として考えられる。
- KDDIにおけるグループ内取引比率(30.6%、前期比+4.9ポイント、前年同期比+17.3ポイント)は、グループ内MVNOの契約数の増加に伴い高まっている。
- ソフトバンクにおけるグループ内取引比率(4.0%、前期比▲0.2ポイント、前年同期比▲0.1ポイント)は低く、ほぼ横ばいで推移。

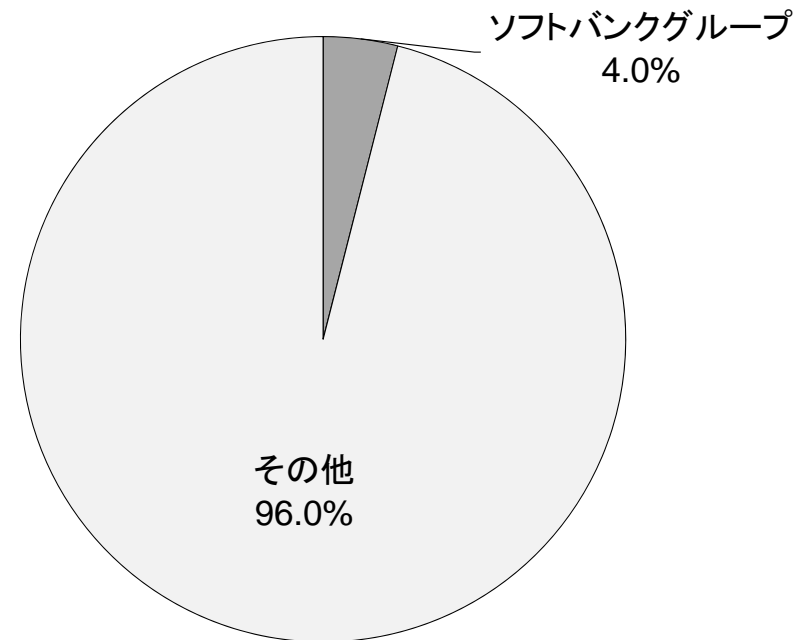
【NTTドコモ】



【KDDI】



【ソフトバンク】



(参考)NTTドコモにおけるグループ内取引比率の推移

16.12	17.3	17.6	17.9	17.12
44.3%	44.7%	46.1%	46.5%	46.4%

(参考)KDDIにおけるグループ内取引比率の推移

16.12	17.3	17.6	17.9	17.12
13.3%	18.0%	22.1%	25.7%	30.6%

(参考)ソフトバンクにおけるグループ内取引比率の推移

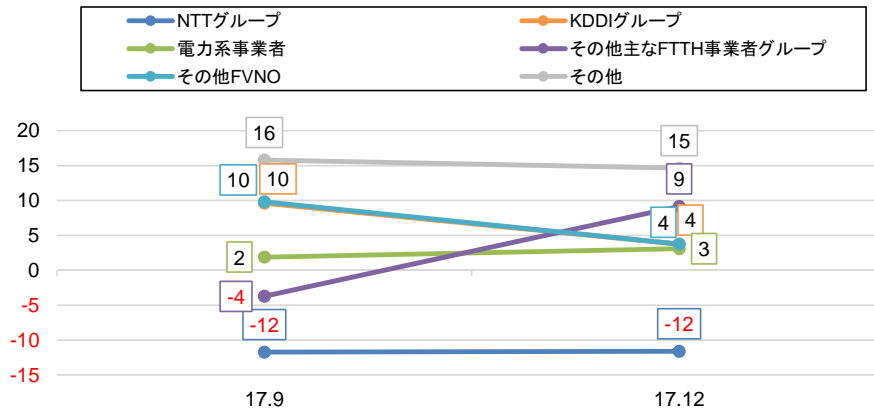
16.12	17.3	17.6	17.9	17.12
4.1%	4.2%	4.3%	4.2%	4.0%

注1:MNOであるMVNOへの提供に係るものを含む。ただし、MNOであるMVNOの自社BWAサービスのキャリアアグリゲーションに用いる携帯電話に係るものは含まない。

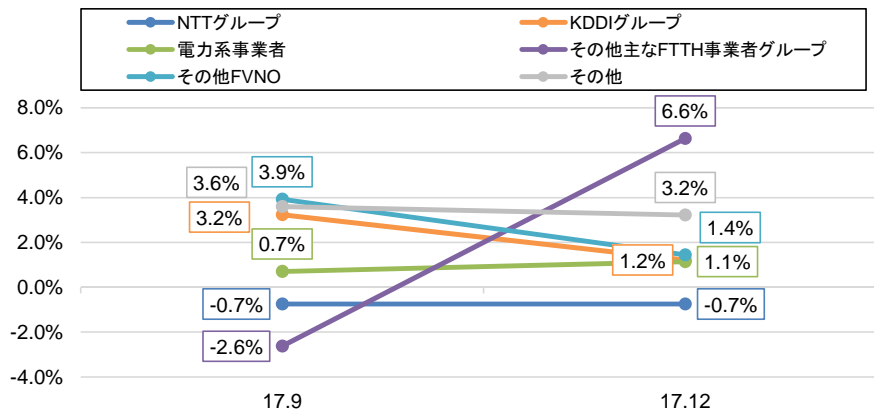
注2:「その他」に分類される事業者においても各グループに該当する事業者は存在する。

- FTTH市場におけるグループ別純増減数及びグループ別増加率は、いずれも電力系事業者が増加傾向。(純増数+3万、増加率+1.1%) (2017年12月末)
- FTTH市場におけるグループ別シェアは、KDDIグループ(10.4%、前期比±0ポイント)が増加傾向、NTTグループ(51.2%、前期比▲0.8ポイント)が減少傾向。HHIは2,951(前期比▲73)と減少している。

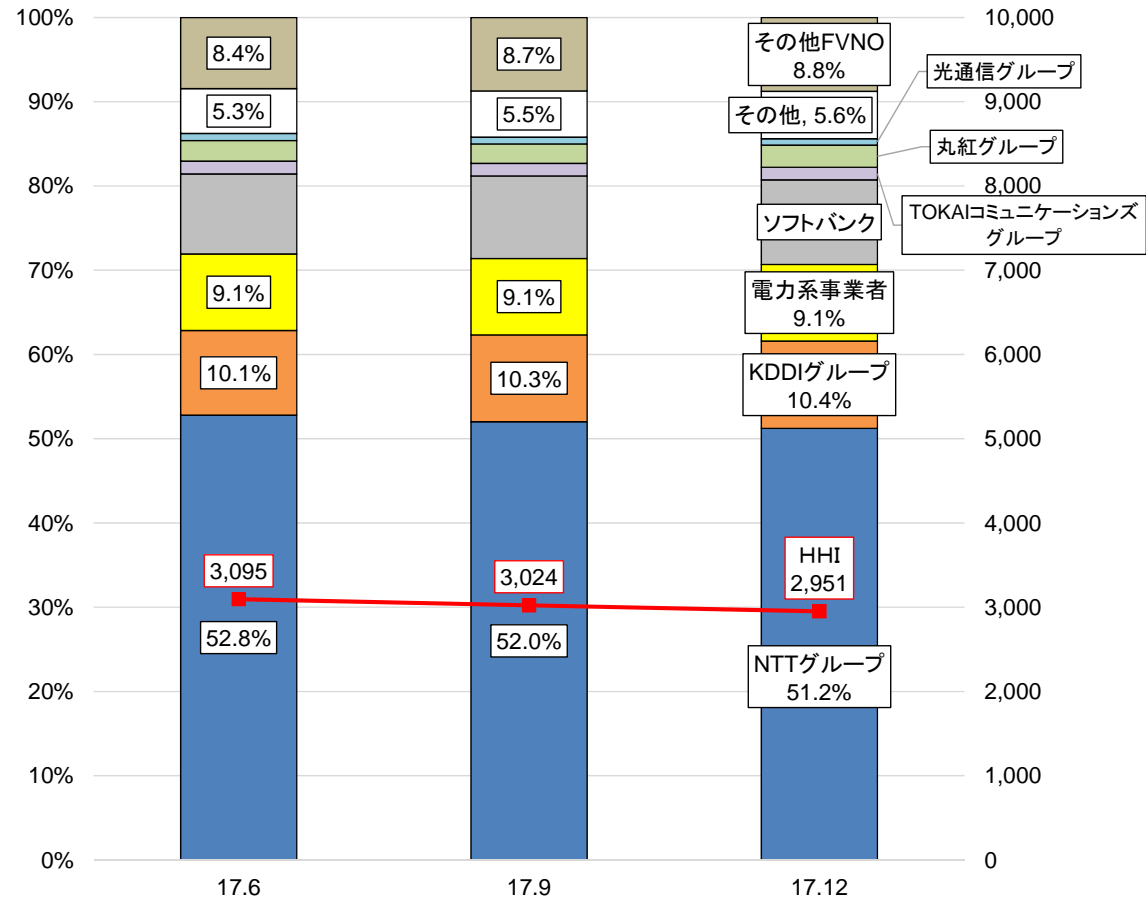
【グループ別前期比純増減数】 (単位: 万契約)



【グループ別前期比増減率】



【グループ別シェア】

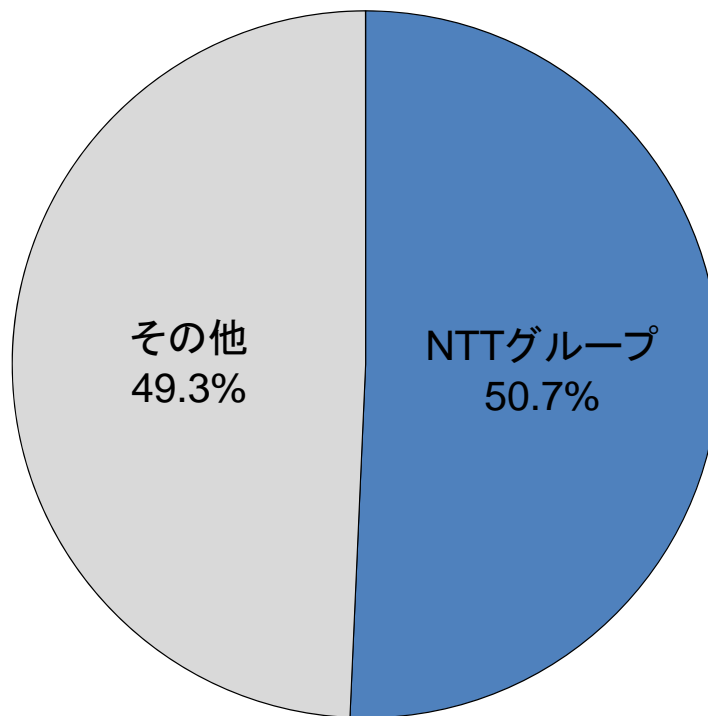


注: 各グループの構成は後記「FTTH市場における主な電気通信事業者グループの構成」参照。以下「7. グループ化の動向に係る分析」において同じ。

出所: 電気通信事業報告規則に基づく報告に基づき作成

- 卸契約数全体(1,066万)におけるNTTグループ(NTTドコモ、エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ及びNTTぷらら)の卸契約数(540万)の割合は**50.7%**(前期比+0.6ポイント、前年同期比+2.9ポイント)と**過半**を占めている。

【NTT東西】



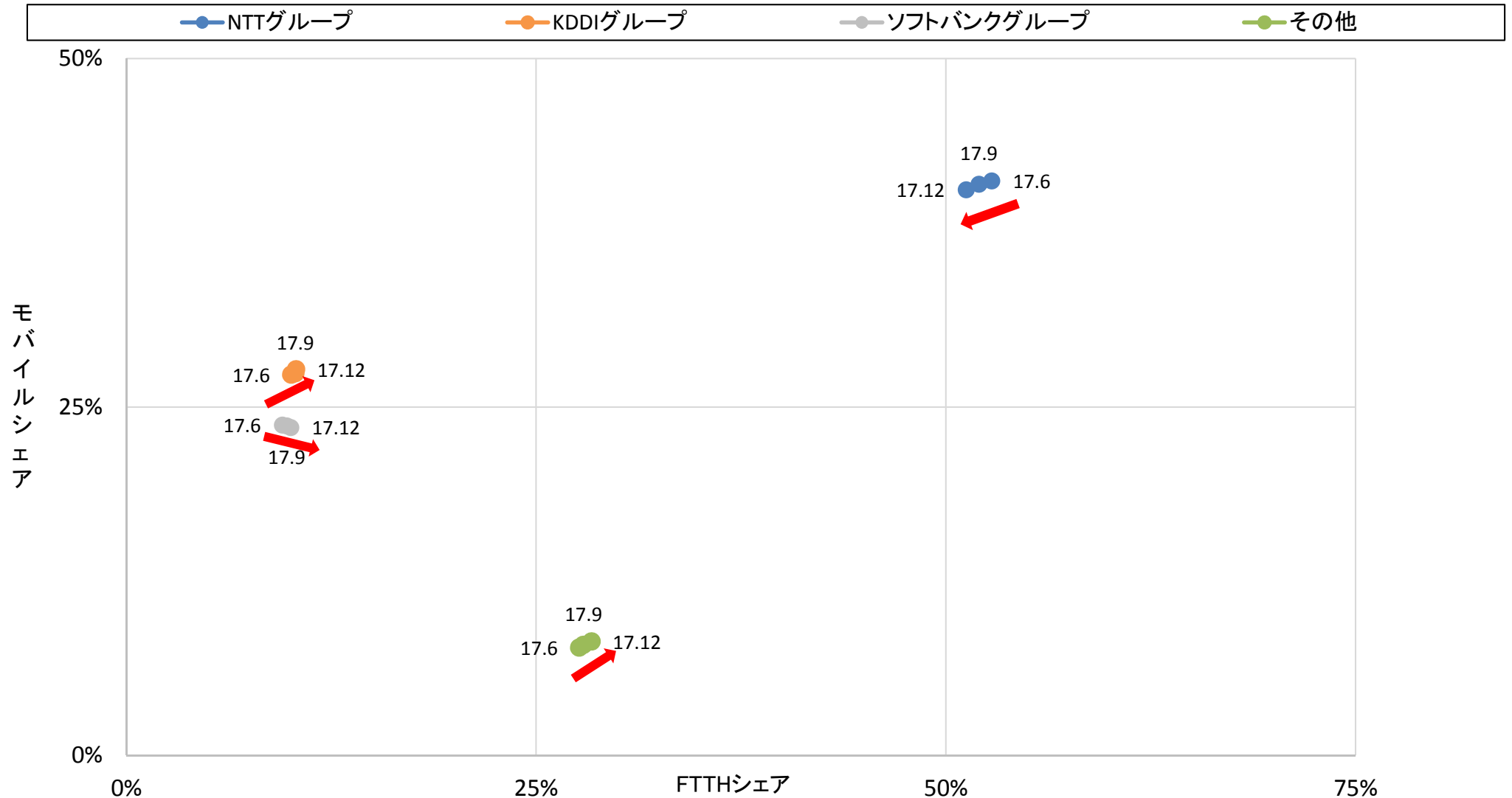
(参考)NTT東西におけるグループ内取引比率の推移

2016.12	2017.3	2017.6	2017.9	2017.12
47.8%	48.6%	49.3%	50.1%	50.7%

注:「その他」に分類される事業者においても「NTTグループ」又は「ISP」に該当する事業者は存在する。

- 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**主要市場におけるNTTグループの存在感が顕著に大きい**。

【移動系通信市場・FTTH市場（小売市場）におけるグループ別シェアの推移】



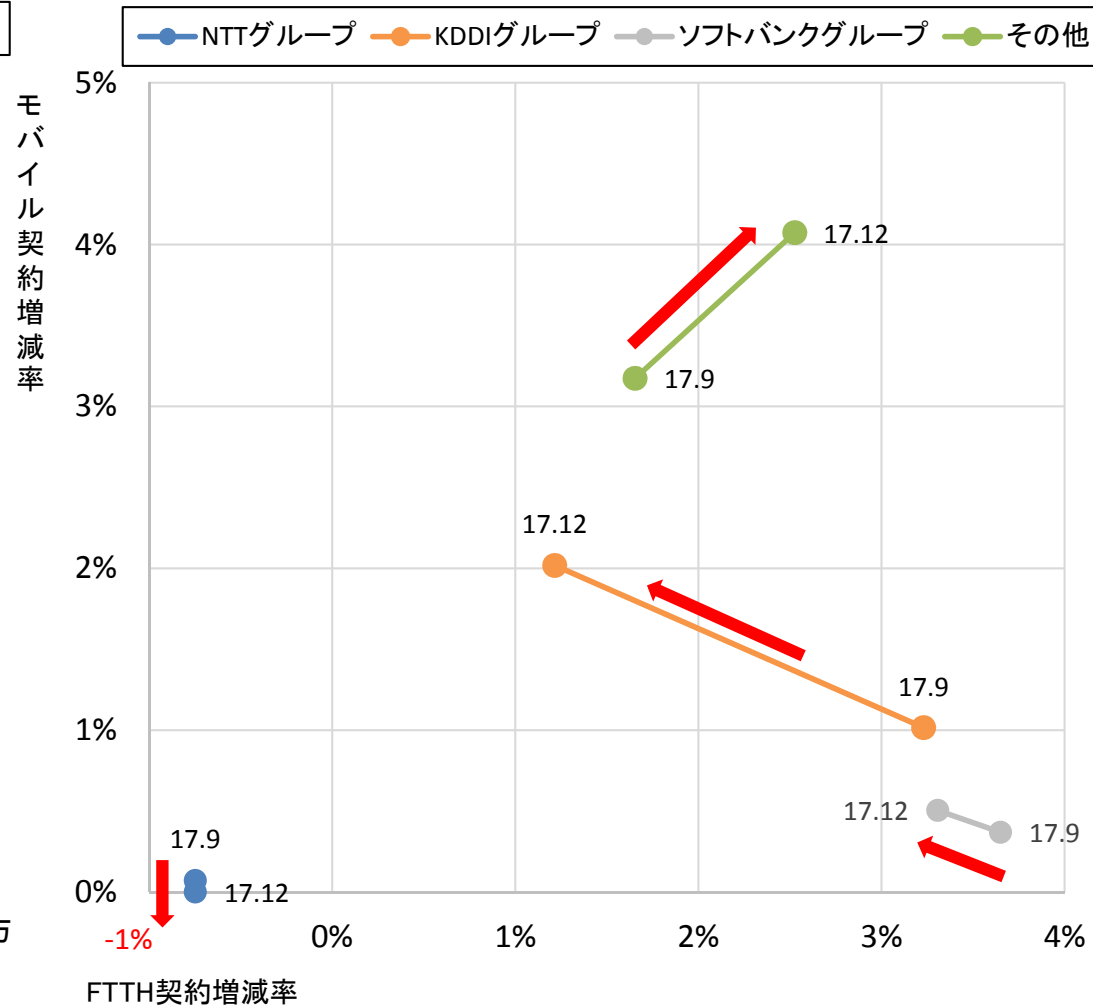
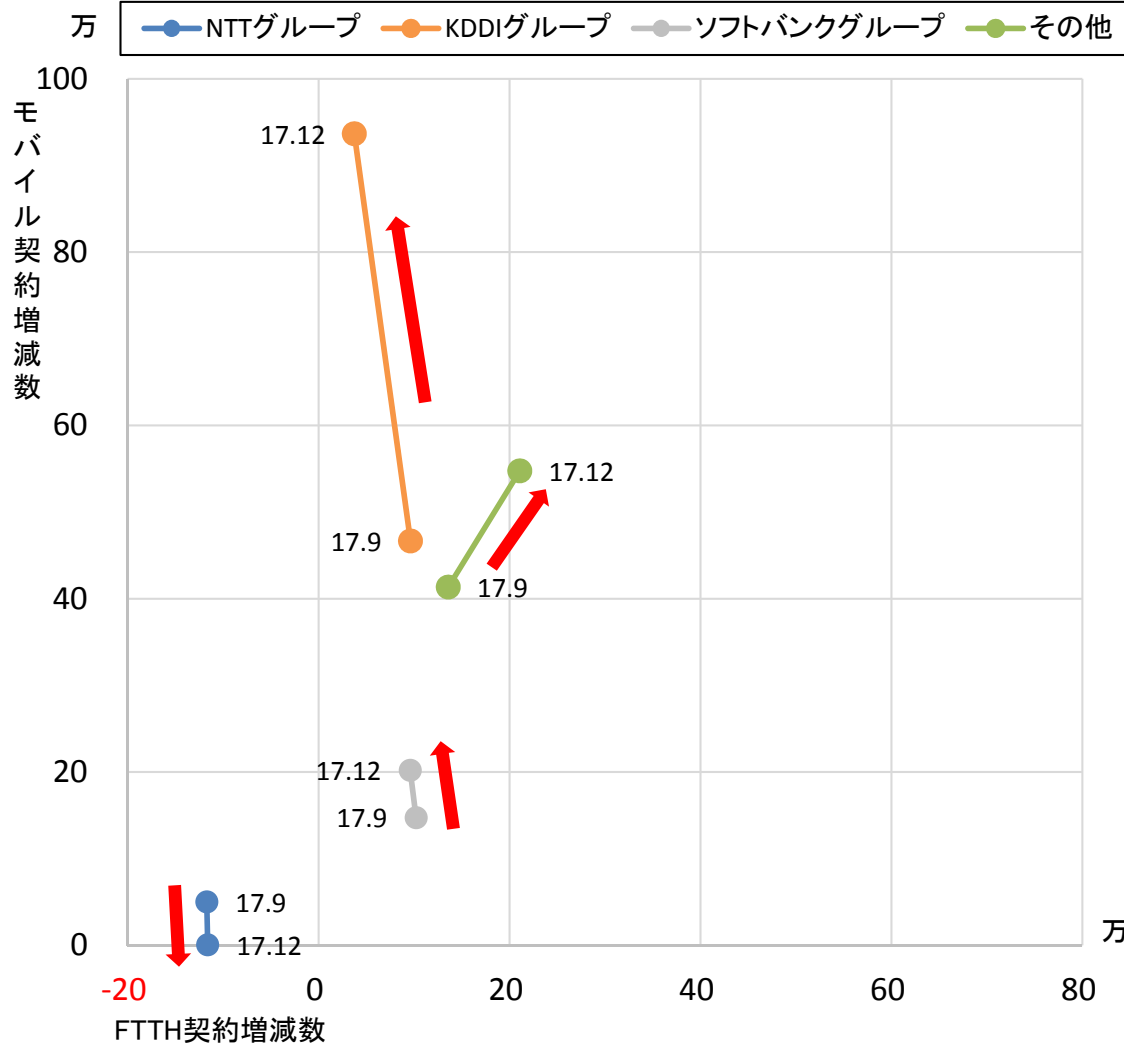
注:「その他」には主要3グループ以外の事業者が含まれる。

出所:電気通信事業報告規則に基づく報告に基づき作成

- 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。

【移動系通信市場・FTTH市場（小売市場）におけるグループ別純増減数の推移】

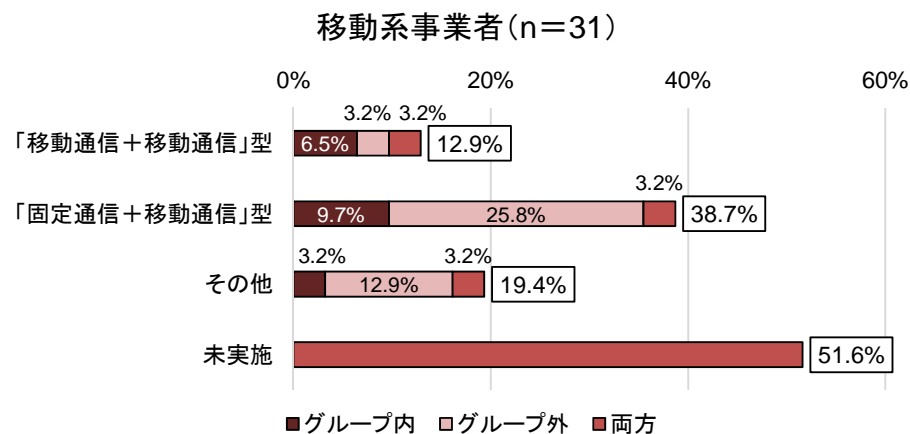
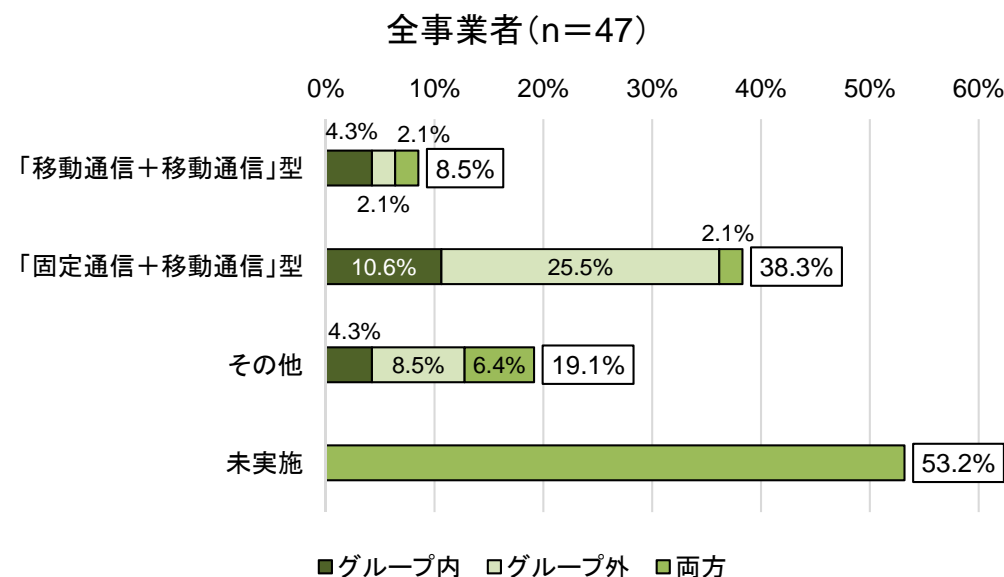
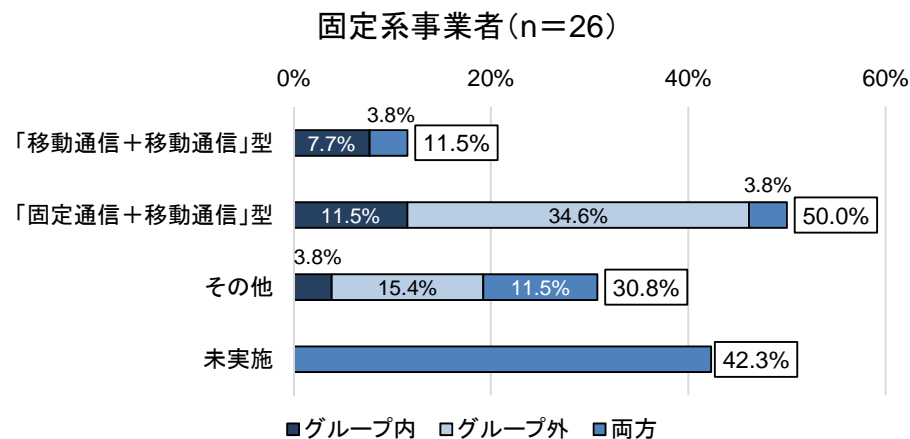
【移動系通信市場・FTTH市場（小売市場）におけるグループ別増減率の推移】



注:「その他」には主要3グループ以外の事業者が含まれる。

- アンケートに回答した事業者の約半数(46.8%)が事業者間連携サービスを行っており、固定系通信事業者の方が移動系通信事業者よりも実施割合が高い(固定系事業者:57.7% 移動系事業者:48.4%)。
- 事業者間連携サービスの内容についてみると、「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かった(38.3%)。固定系事業者と移動系事業者との間で傾向の差はほとんどなかったものの、固定系通信事業者においては「固定通信+移動通信」型の割合が移動系通信事業者に比して多かった。
- また、「移動通信+移動通信」型サービス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みられた一方で、「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かった。

【事業者間連携サービスの実施状況】 ※複数回答可



<参考>連携サービスの例

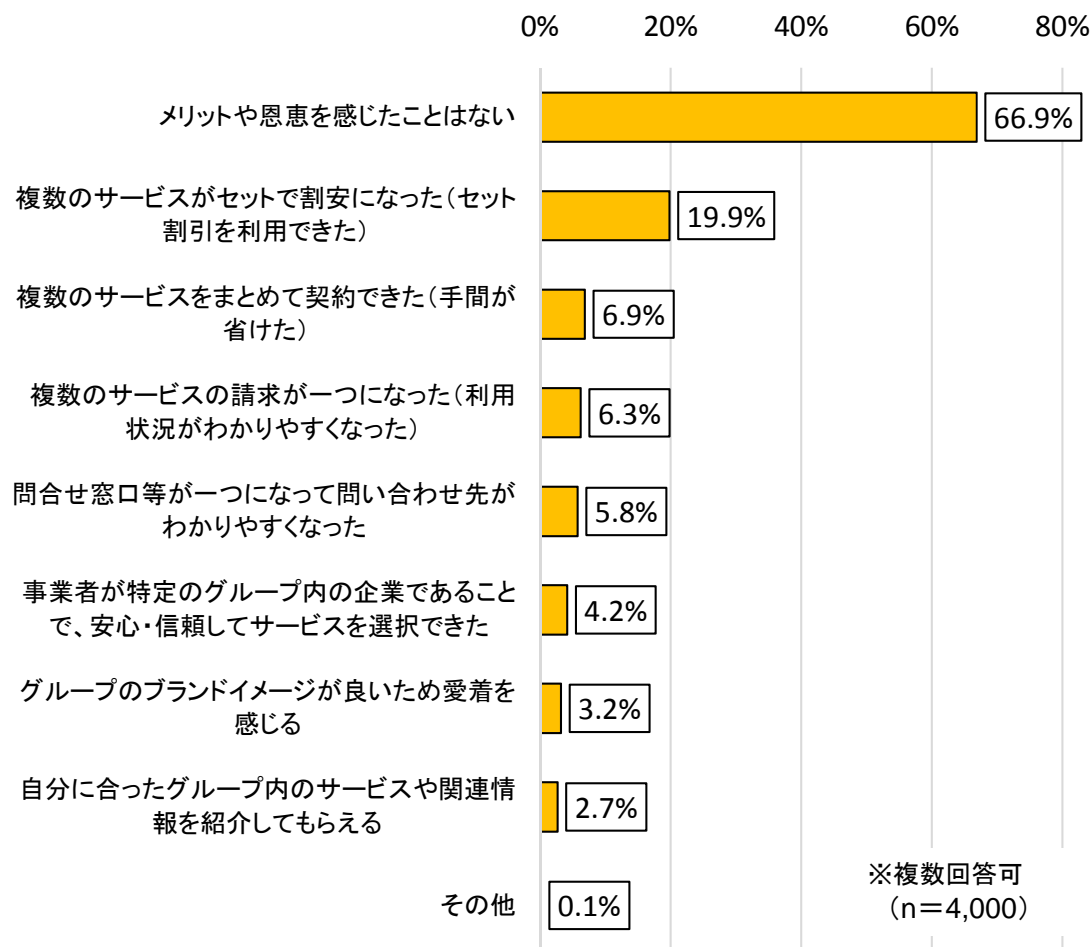
「移動通信+移動通信」型：キャリアアグリゲーション、携帯電話・BWAサービスのセット割引

「固定通信+移動通信」型：携帯電話・FTTHサービスのセット割引、フェムトセル、中継電話

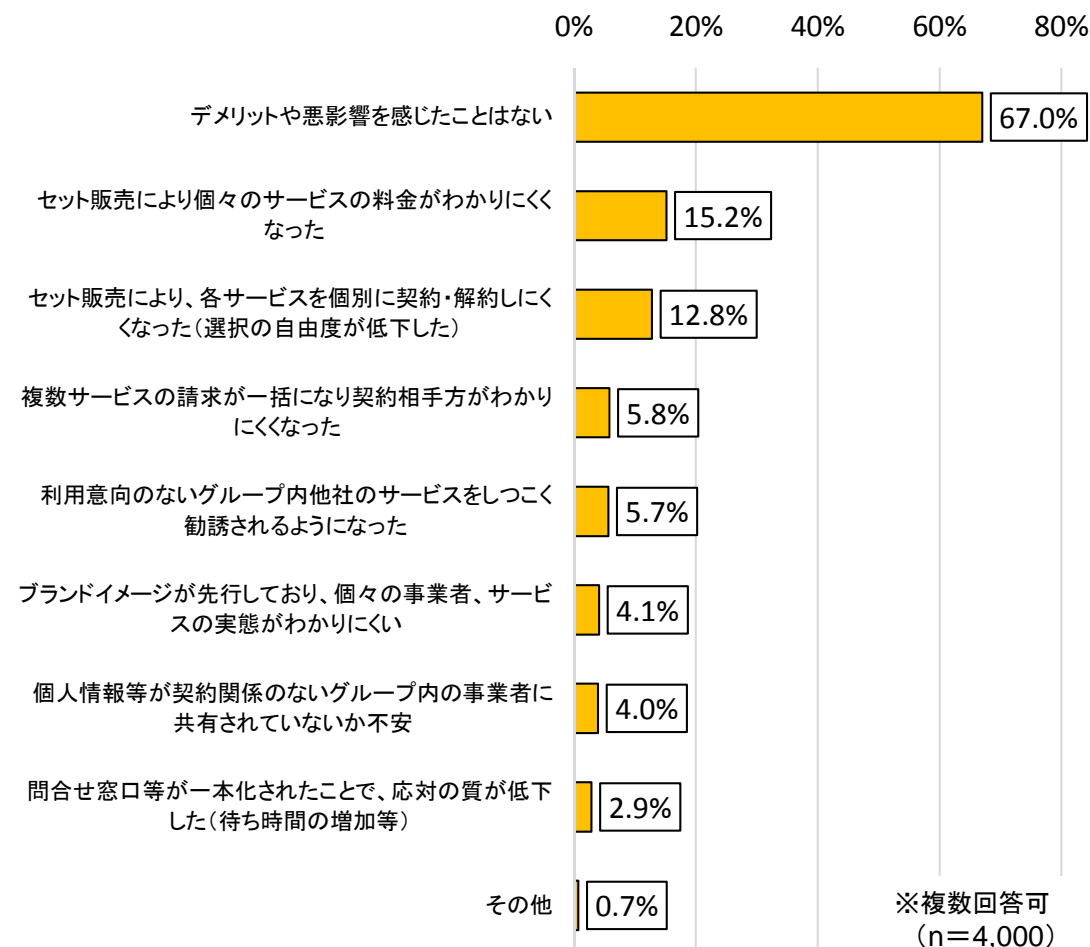
その他：映像配信サービス、電気等のセット提供・割引

- グループ化のメリットに対する利用者の認識は、「**メリットや恩恵を感じたことはない**」(66.9%)が最も多く、次いで「**セット割引が利用できた**」(19.9%)であった。
- グループ化のデメリットに対する利用者の認識は、「**デメリットや悪影響を感じたことはない**」(67.0%)が最も多く、次いで「**セット販売により個々のサービスの料金がわかりにくくなった**」(15.2%)であった。

【グループ化によって感じたメリット】

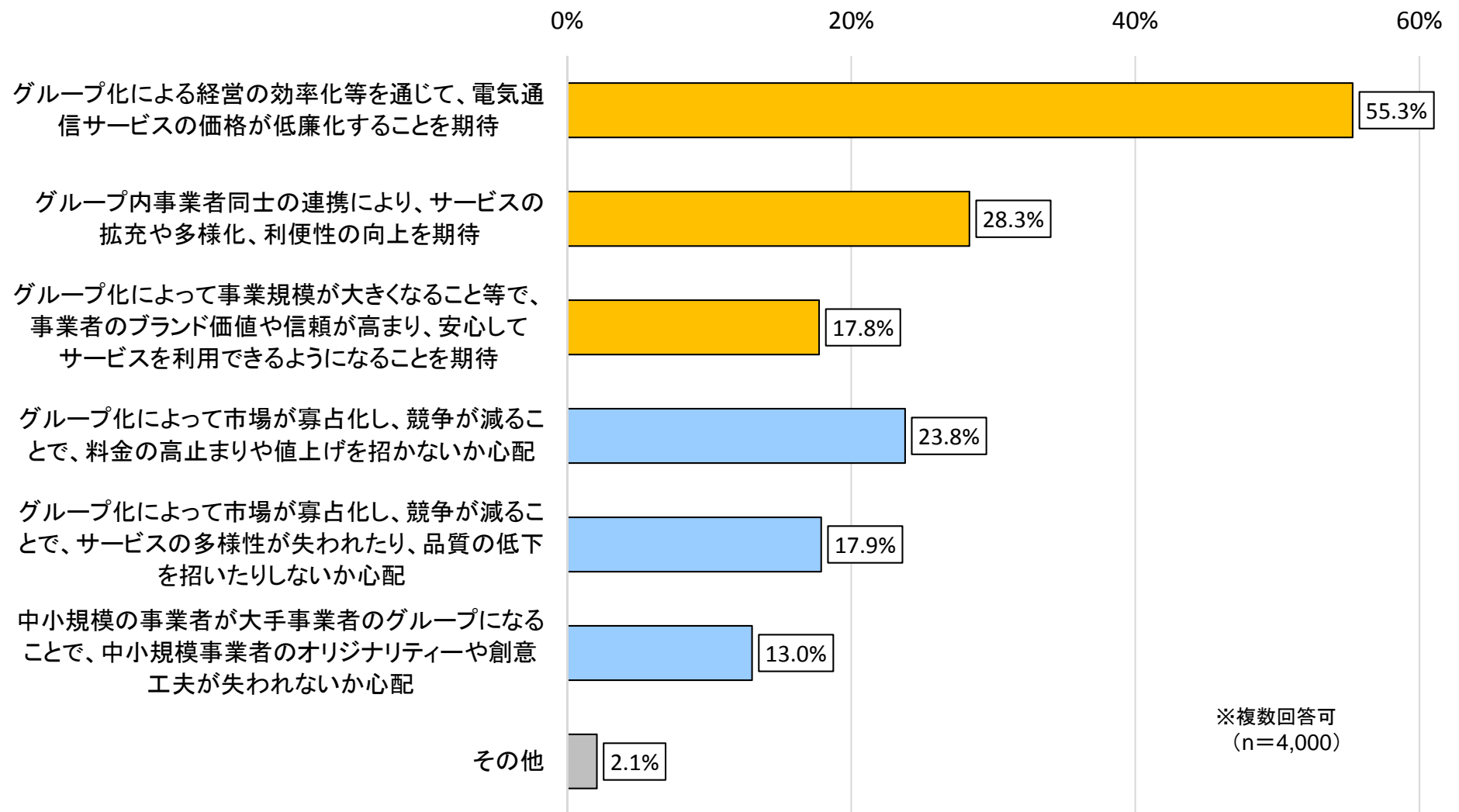


【グループ化によって感じたデメリット】



- **グループ化の進展に対する利用者の認識**では、料金の低廉化や利便性の向上等に**期待する者**の割合が、料金高止まりや品質低下等を**心配する者**の割合を上回っている。

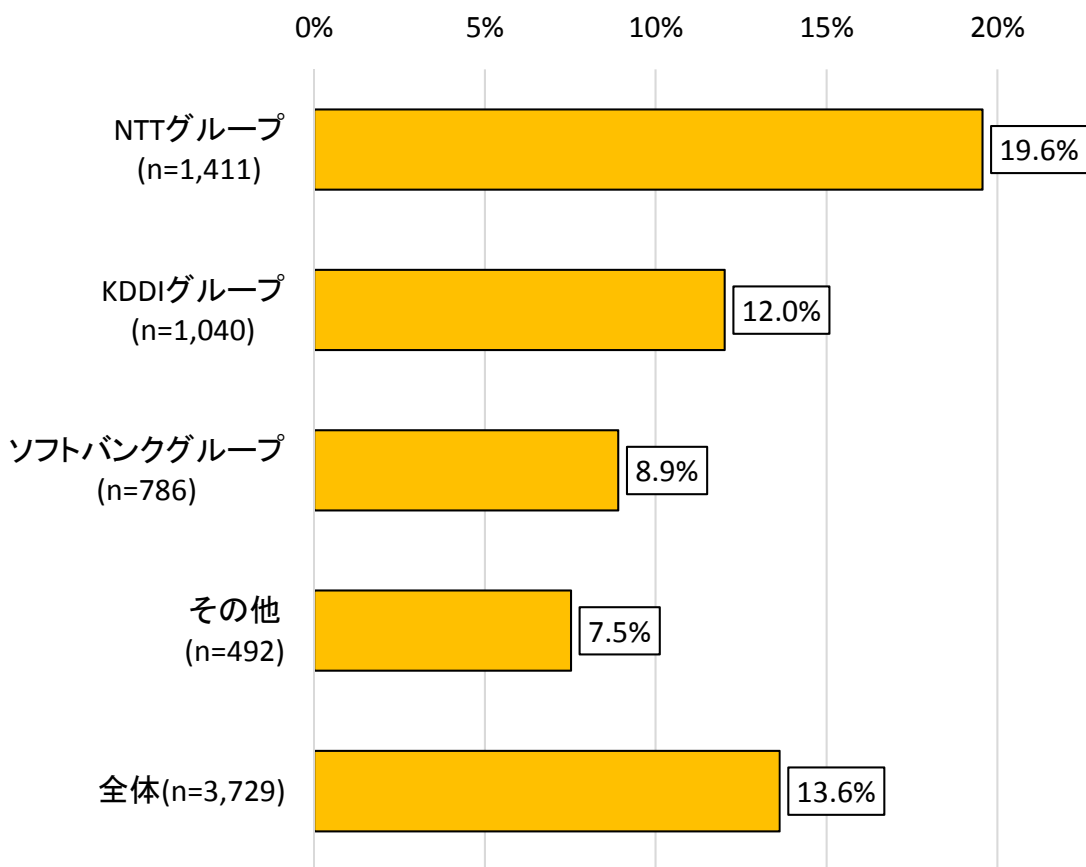
【グループ化の進展に対する認識】



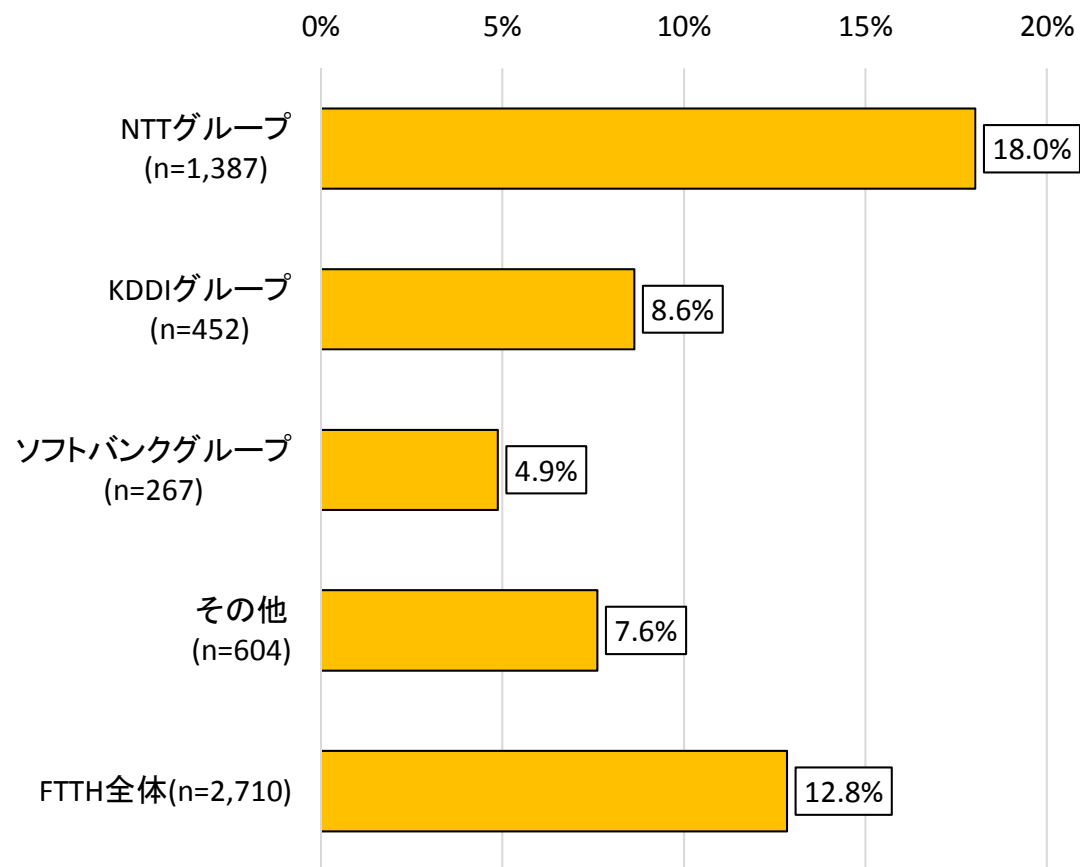
※複数回答可
(n=4,000)

- 移動系通信サービスの選択時に事業者のブランドイメージを重視した人の割合は全体で13.6%であり、グループ別ではNTTグループが最も高く19.6%であった。
- 固定系通信サービス(FTTHアクセスサービス)の選択時に事業者のブランドイメージを重視した人の割合は全体では12.8%であり、グループ別ではNTTグループが最も高く18.0%であった。

【ブランドイメージを重視した人の割合(移動系通信)】



【ブランドイメージを重視した人の割合(固定系通信)】



注: サービス選択の理由として「通信事業者のブランドイメージが良い」を挙げた者の割合

時期	事例
2017年1月	KDDI(MNO・FTTH)によるビッグロブ(ISP・MVNO・FTTH)の株式取得【完全子会社化】
	U-NEXT(MVNO・FTTH・ISP)及びヤマダ電機(MVNO)によるMVNO事業に係る合弁会社Y.U-mobileの設立
3月	アルテリア・ネットワークス(FTTH・MVNO)によるつなぐネットコミュニケーションズ(FTTH)の株式取得【子会社化】
4月	ノジマ(MVNO)によるニフティ(ISP・MVNO・FTTH)の株式取得【完全子会社化】
7月	TOKAIホールディングス(FTTH・CATV)による東京ベイネットワーク(CATV)の株式取得【子会社化】
8月	KDDI(MNO・FTTH)によるソラコム(MVNO)の株式取得【子会社化】
11月	つなぐネットコミュニケーションズによるアルテリア・ネットワークスからのマンション向けインターネットサービス事業の承継【吸収分割】〔グループ内事業者間〕
	楽天(MVNO)によるプラスワン・マーケティング(MVNO)からのMVNO事業の承継【吸収分割】
	EPARK(ITソリューション)による楽天クーポン〔現:EPARKマーケティング〕(MVNO)の株式取得【完全子会社化】
	TOKAIホールディングス(FTTH・CATV)によるテレビ津山(CATV)の株式取得【子会社化】
2018年2月	エイチ・アイ・エス(旅行業)及び日本通信(MVNO)によるMVNO事業に係る共同出資会社H.I.S.Mobileの設立
3月	スマートモバイルコミュニケーションズ(MVNO)によるプレミアモバイル(MVNO)からのMVNO事業の承継【吸収分割】〔グループ内事業者間〕
4月	ソフトバンク(MNO・FTTH)によるLINEモバイル(MVNO)の株式取得【子会社化】

注: ()内は当該事業者の主な提供サービス

【移動系通信市場】

グループ	構成事業者	議決権保有比率
NTTグループ	NTTドコモ	NTT66.66%
	NTTコミュニケーションズ	NTT100%
	NTTPCコミュニケーションズ	NTTコミュニケーションズ100%
	NTTデータ	NTT54.2%
	インターネットイニシアティブ (IIJ)	NTT22.5.% + NTTコミュニケーションズ4.4%
KDDIグループ	KDDI	—
	沖縄セルラー電話	KDDI51.5%
	UQコミュニケーションズ	KDDI32.3%
	ジュピターテレコム (J:COM)	KDDI50.0%
	ビッグローブ	KDDI100%
	ソラコム (2017年8月以降)	KDDI50%超
ソフトバンクグループ	ソフトバンク	ソフトバンクグループインターナショナル (ソフトバンクグループ完全子会社) 99.99%
	Wireless City Planning	ソフトバンクグループインターナショナル32.2%
	ヤフー	ソフトバンクグループインターナショナル36.4% + SBBM (ソフトバンクグループ完全子会社) 6.6%
	ウィルコム沖縄	ソフトバンク84%
	LINEモバイル (2018年4月以降)	ソフトバンク51%

グループ	構成事業者	議決権保有比率
楽天グループ	楽天	—
	楽天コミュニケーションズ	楽天100%
	楽天クーポン (EPARKマーケティング) (2017年10月まで)	楽天100%
ノジマグループ	ノジマ	—
	ニフティ	ノジマ100%
光通信グループ	アクセル	光通信100%
	スマートモバイルコミュニケーションズ	光通信100%
	Hi-Bit	光通信100%
	プレミアモバイル (2018年2月まで)	光通信100%
	メンバーズモバイル	光通信100%
	EPARKマーケティング (旧楽天クーポン) (2017年11月以降)	EPARK (光通信子会社) 100%

注1:「子会社」、「親会社」及び「兄弟会社」(親会社の子会社)並びに「株式発行会社の総株主の議決権に占める株式所有会社の属する企業結合集団に属する会社等が保有する株式に係る議決権を合計した割合が20%を超え、かつ、当該割合の順位が第1位となる場合の当該株式発行会社」の関係にある事業者については、一定程度又は完全に一体化して事業活動を行う関係が形成・維持・強化されることにより、市場構造が非競争的に変化し、競争に何らかの影響を及ぼすこととなる場合を想定して、当該事業者同士をすべて同一の事業者グループとして分類している(次頁において同じ。)

注2:構成事業者は電気通信事業報告規則に基づき契約数の把握が可能な事業者のみ掲載(次頁において同じ。)

【FTTH市場】

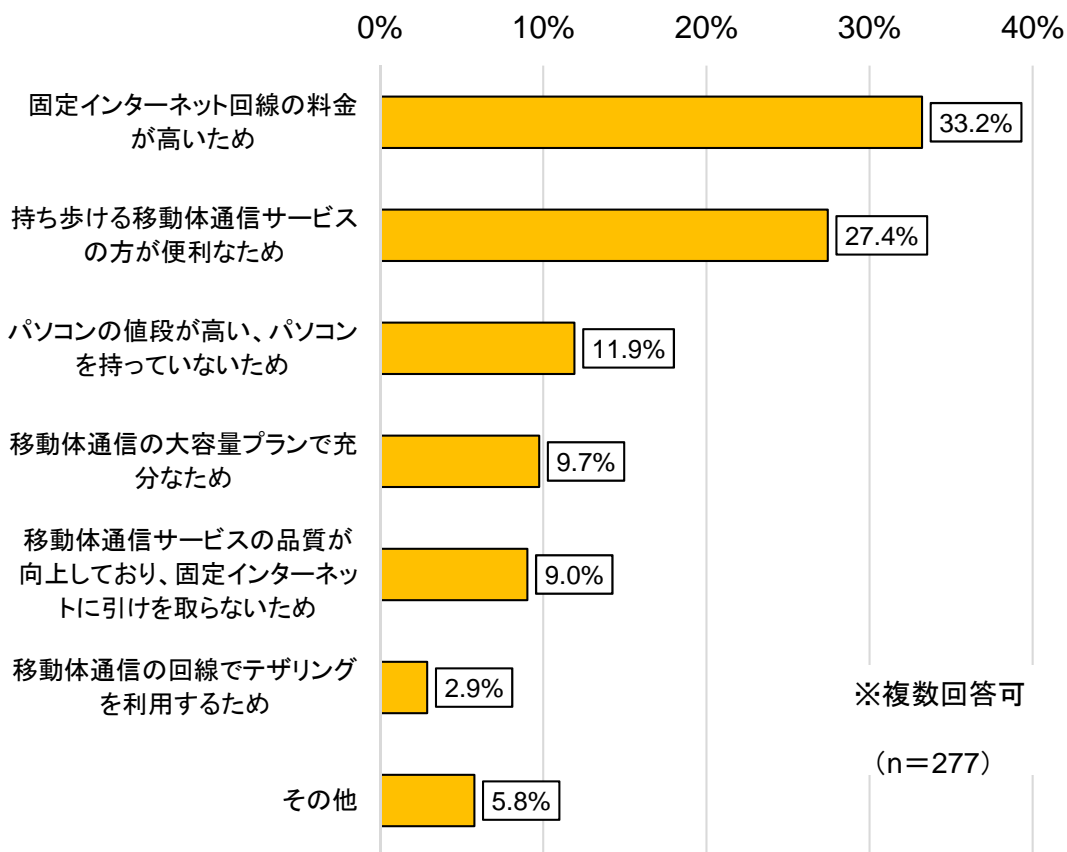
グループ	構成事業者	議決権保有比率
NTTグループ	NTT東日本	NTT100%
	NTT西日本	NTT100%
	NTTドコモ	NTT66.66%
	NTTコミュニケーションズ	NTT100%
	NTTぷらら	NTTコミュニケーションズ+NTTドコモ 計95.39%
	NTTME	NTT東日本100%
	NTTメディアサプライ	NTT西日本100%
	NTTビジネスソリューションズ	NTT西日本100%
	インターネットイニシアティブ (IIJ)	NTT22.5%+NTTコミュニケーションズ4.4%
KDDIグループ	KDDI	—
	中部テレコミュニケーション (CTC)	KDDI80.5%
	沖縄セルラー電話	KDDI51.5%
	沖縄通信ネットワーク (OTNet)	沖縄セルラー電話51.1%+KDDI3.1%
	ジュピターテレコム (J:COM)	KDDI50.0%
	ビッグロープ	KDDI100%
	日本ネットワークイネイブラー	KDDI55%+ビッグロープ9%
丸紅グループ	アルテリア・ネットワークス	丸紅.50%
	つなぐネットコミュニケーションズ	アルテリア・ネットワークス60%
	丸紅テレコム	MXモバイル(丸紅子会社)100%

グループ	構成事業者	議決権保有比率
STNetグループ	STNet	四国電力100%
	ケーブルテレビ徳島	四国電力75.6%
TOKAIホールディングスグループ	TOKAIコミュニケーションズ	TOKAIホールディングス100%
	TOKAIケーブルネットワーク	TOKAIホールディングス100%
	イースト・コミュニケーションズ	TOKAIホールディングス100%
	いちほらコミュニティー・ネットワーク・テレビ	TOKAIホールディングス90.4%
	トコちゃんねる静岡	TOKAIホールディングス85.9%
	倉敷ケーブルテレビ	TOKAIホールディングス98.3%
光通信グループ	厚木伊勢原ケーブルネットワーク	TOKAIホールディングス99.2%
	Hi-Bit	光通信100%
	アイエフネット	エフティグループ(光通信子会社)53.0%

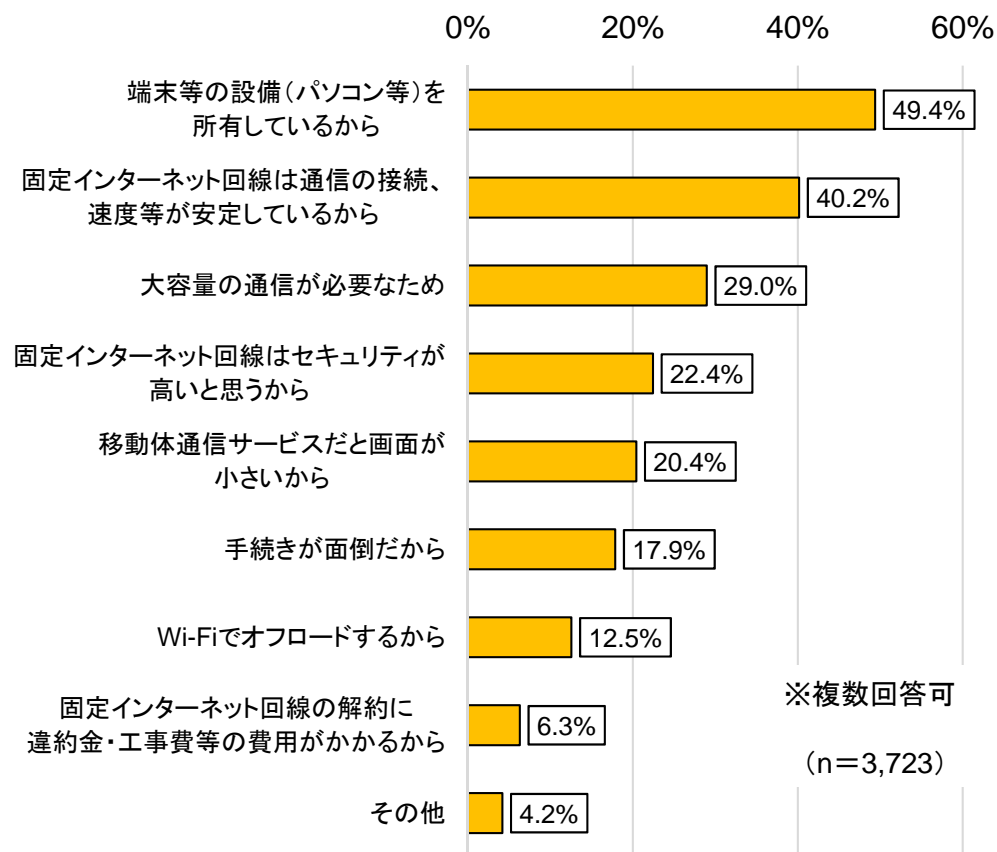
8. 隣接市場間分析

- 移動系通信サービスのみの利用者における**移動系のサービスに通信を集約する理由**では、「**固定系インターネットの料金が**高い」(33.2%)が**最も多い**。次いで、「**持ち歩いて便利**」(27.4%)であった。
- 移動系と固定系の通信サービスの利用者における**移動系サービスに通信を集約しない理由**では、「**パソコン等を所有している**」(49.4%)が**最も多い**。次いで、「**回線が安定している**」(40.2%)、「**大容量通信を行う**」(29.0%)であった。

【移動系通信サービスに集約する理由】

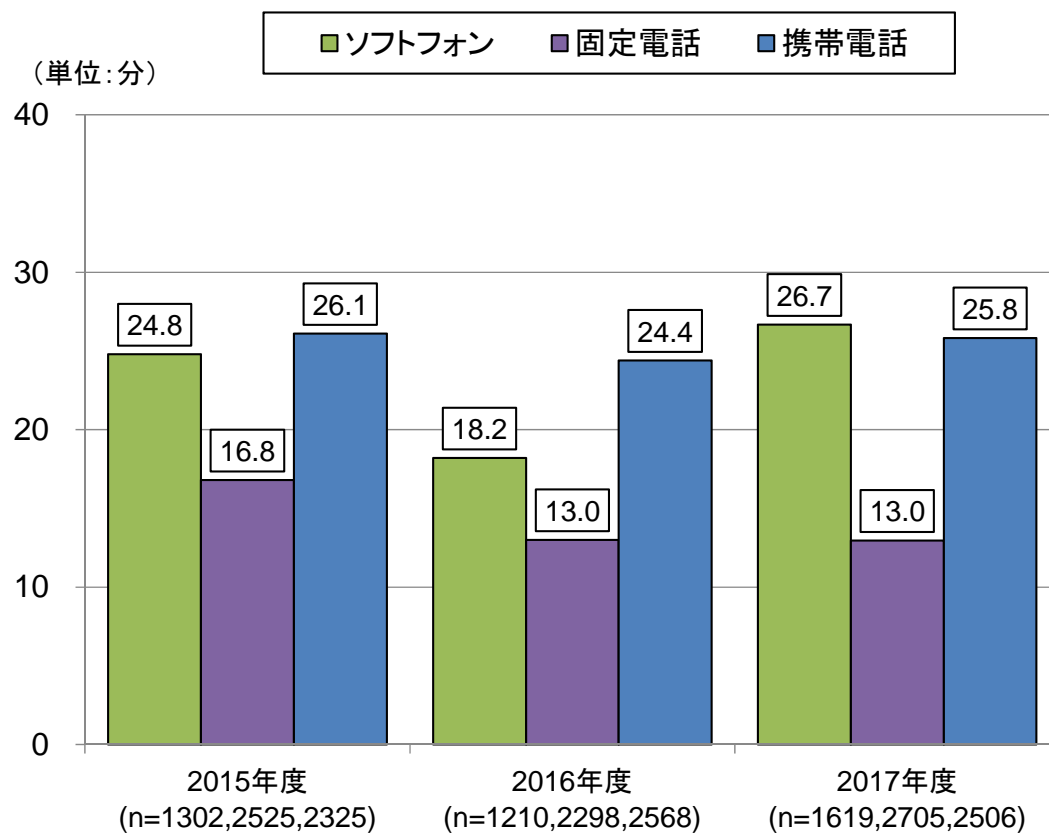


【移動系通信サービスに集約しない理由】

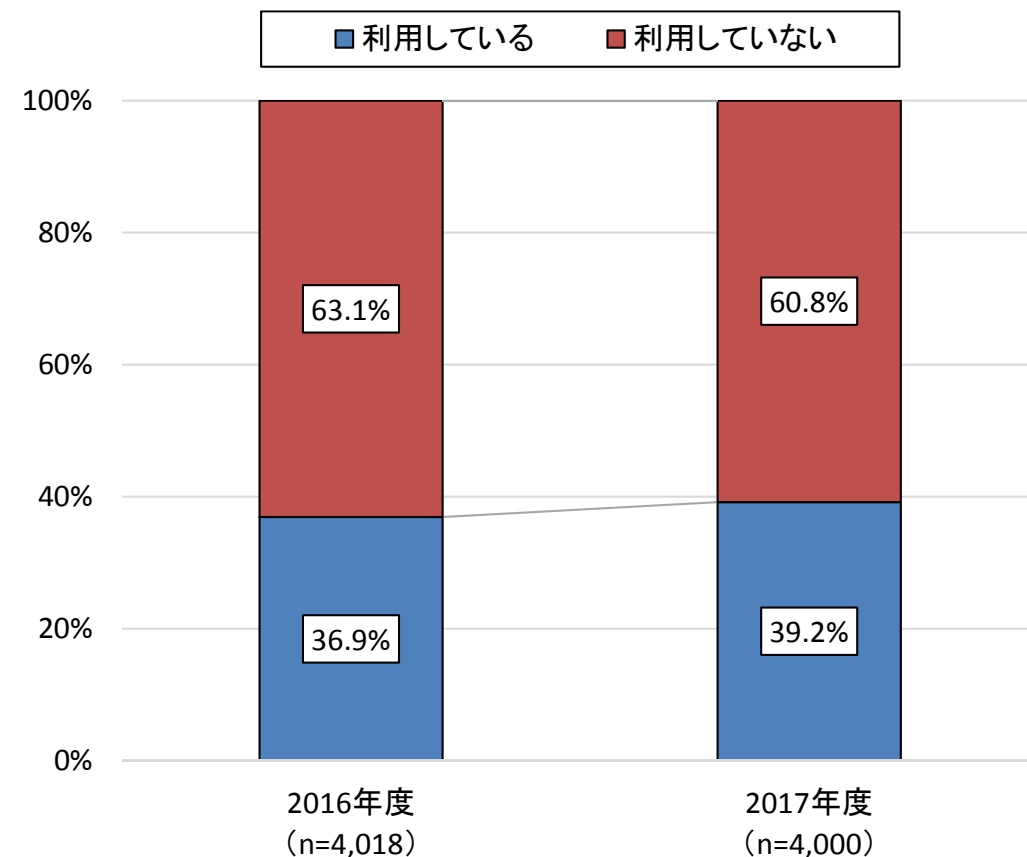


- 一週間あたりの平均通話時間の推移では、ソフトフォンの平均通話時間が**増加**(26.7分、前年度比+8.5分)。固定電話と携帯電話の平均通話時間は**横ばい**(固定電話13.0分、前年度比±0分 携帯電話25.8分、前年度比+1.4分)。
- ソフトフォンの利用状況では、「利用している」と回答した者の割合が**増加**(39.2%、前年度比+2.3ポイント)。

【一週間あたりの平均通話時間の推移】

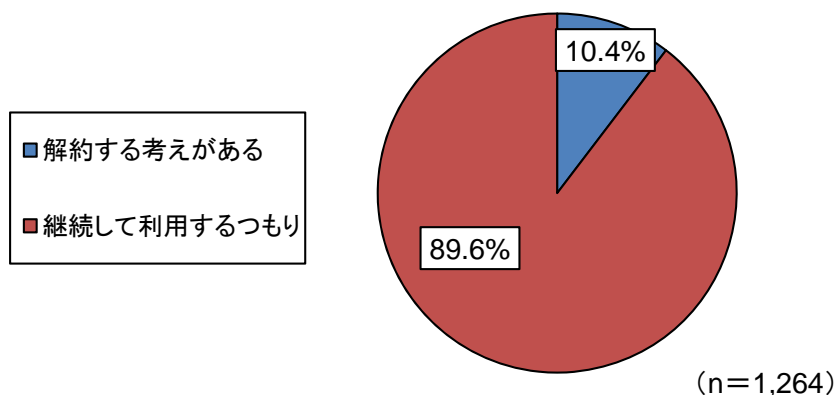


【ソフトフォンの利用状況】

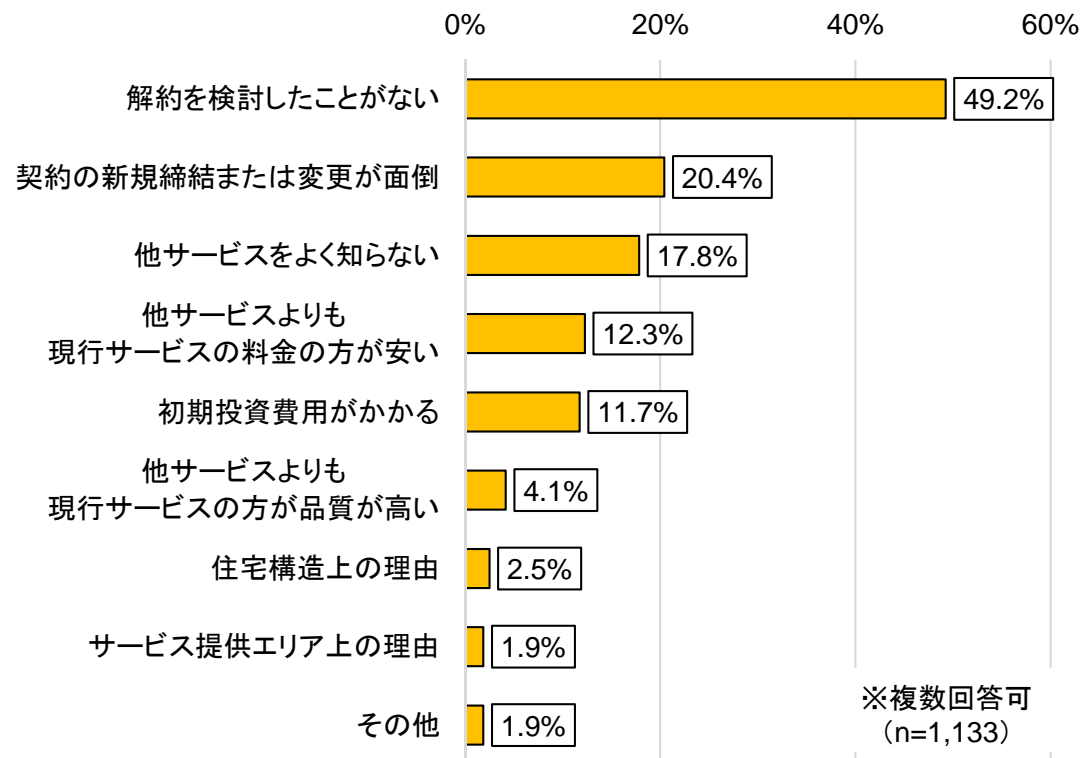


- 固定電話の今後の利用意向では、「**継続して利用する**」との回答が**89.6%**であった。
- **メタル電話の代替**として利用を検討しているサービスでは、「**OAB-J IP電話**」(42.0%)で**最も多かった**。
- **メタル電話を継続して利用する理由**では、「**解約を検討したことがない**」(49.2%)が**最も多く**、次いで「**契約の変更等が面倒**」(20.4%)であった。

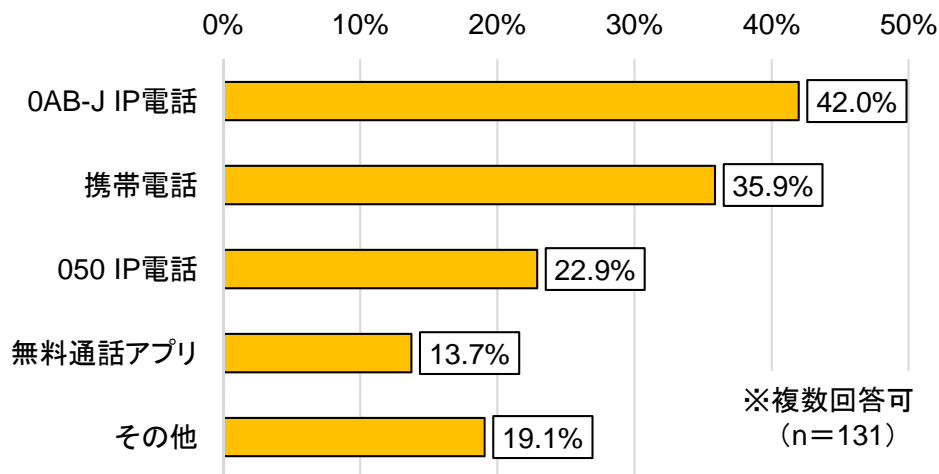
【利用中のメタル電話の今後の利用意向
(1年以内に解約する考えの有無)】



【メタル電話を継続利用する理由
(他のサービスを利用しない理由)】



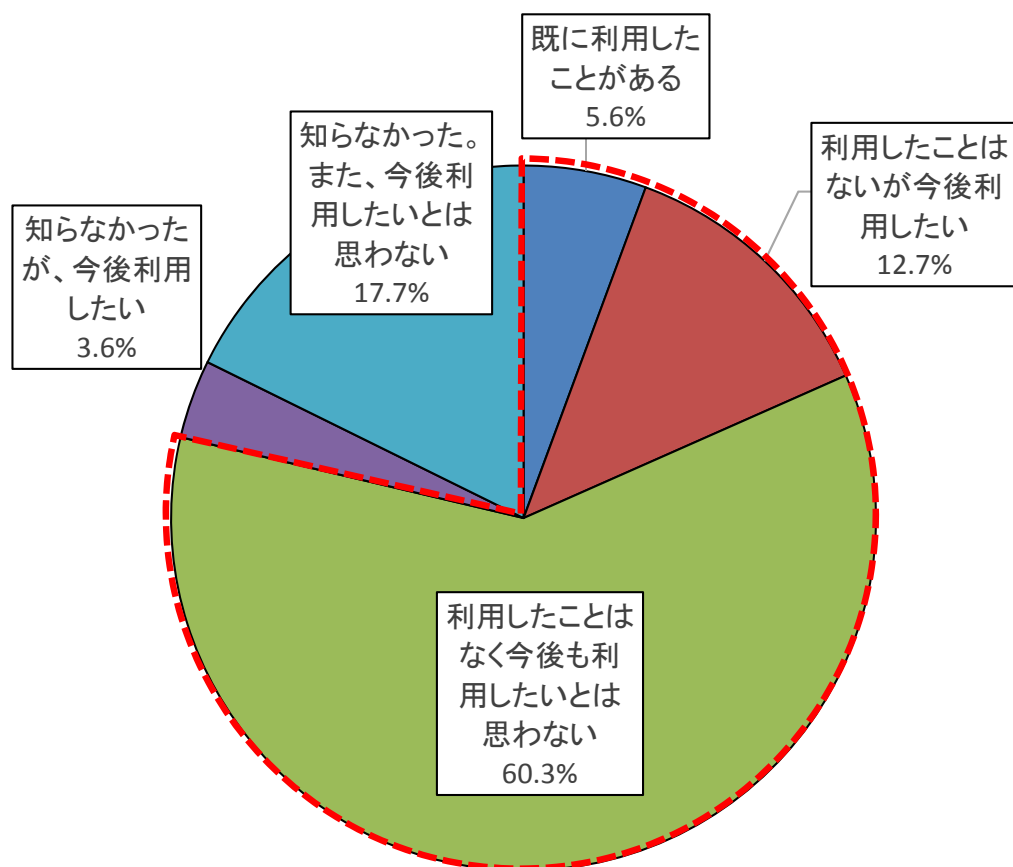
【メタル電話の代替として利用を検討しているサービス】



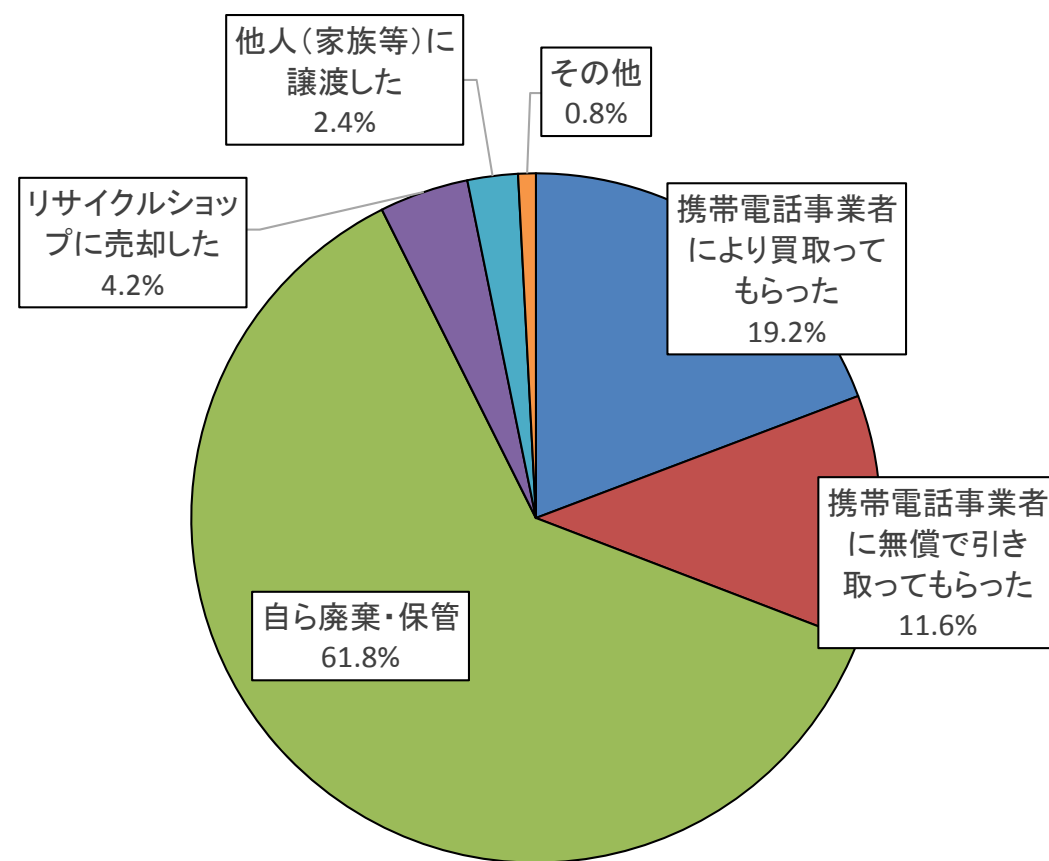
(参考) 中古端末の流通に係る分析

- 移動系通信の中古端末の流通に関する認知度は、78.6%であった。
- 一方、認知している者の利用意向は、「既に利用したことがある」が5.6%、「今後利用したい」は12.7%に留まっている。
- 以前利用していた端末の処分方法では、「自ら廃棄・保管」(61.8%)が最も多く、次いで「携帯電話事業者による有償買取」(19.2%)、「携帯電話事業者による無償引取り」(11.6%)であった。

【中古端末の流通に関する認知度・利用意向】(n=3,603)

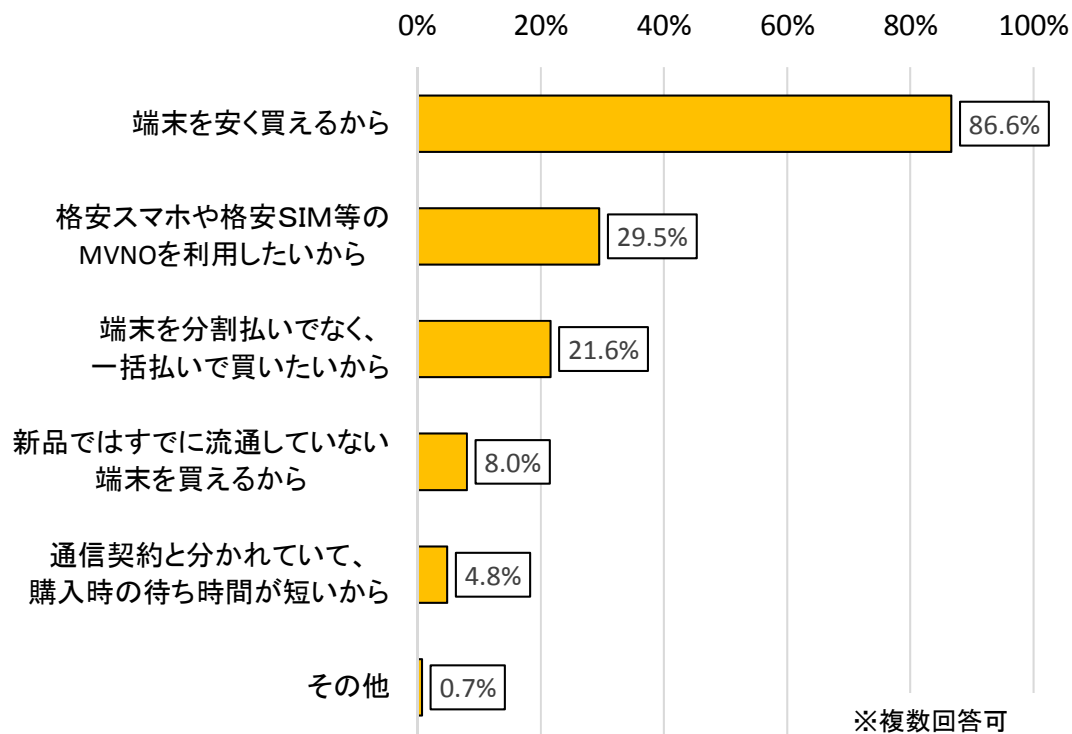


【利用していた端末の処分方法】(n=3,513)

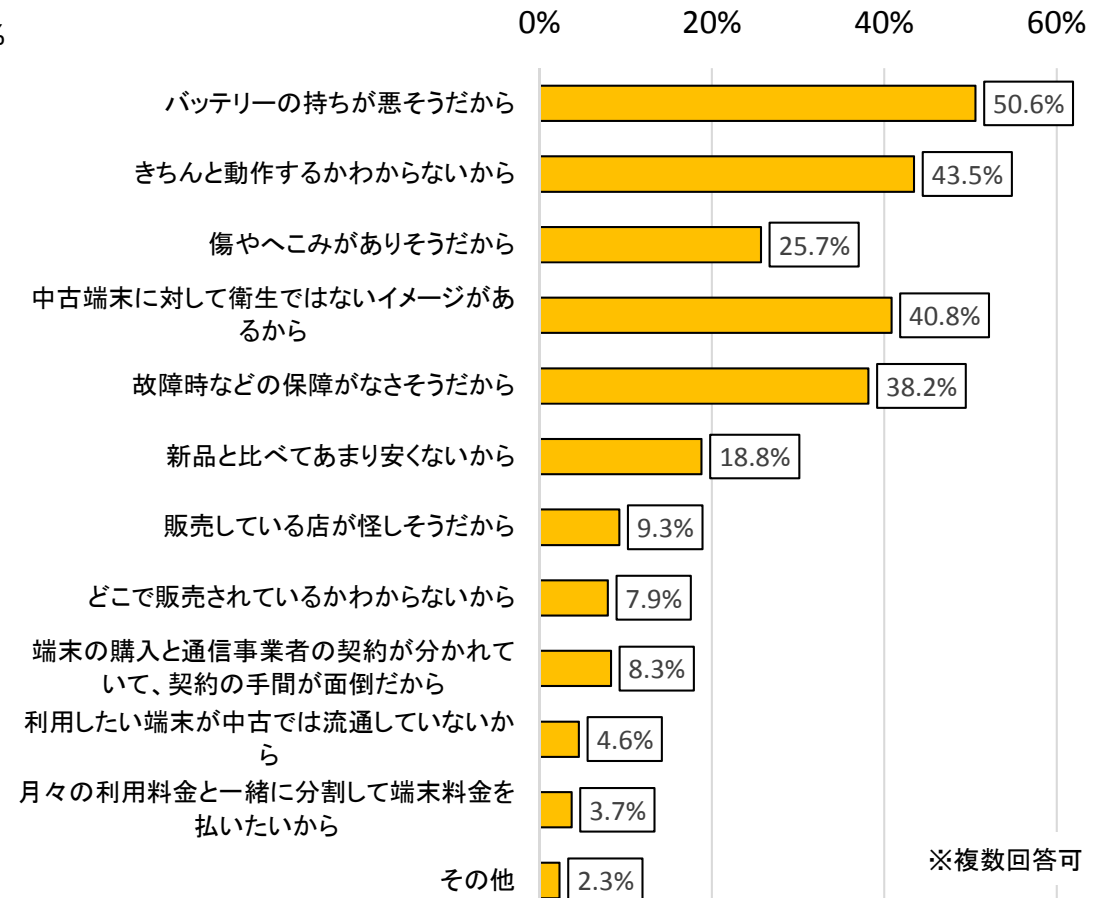


- 移動系通信における中古端末を利用したい理由では、「端末を安く買える」(86.6%)が最も多かった。
- また、中古端末を利用したくない理由では、「バッテリーの持ちが悪そう」(50.6%)が最も多く、次いで「きちんと動作するかわからない」(43.5%)、「衛生ではないイメージがある」(40.8%)、「故障時などの保証がなさそう」(38.2%)であった。
- 一方、販売店舗や販売経路等に対する不安や不信を理由とする者は少なかった。

【中古端末を利用したい理由】
(n=936)



【中古端末を利用しない理由】
(n=2,811)

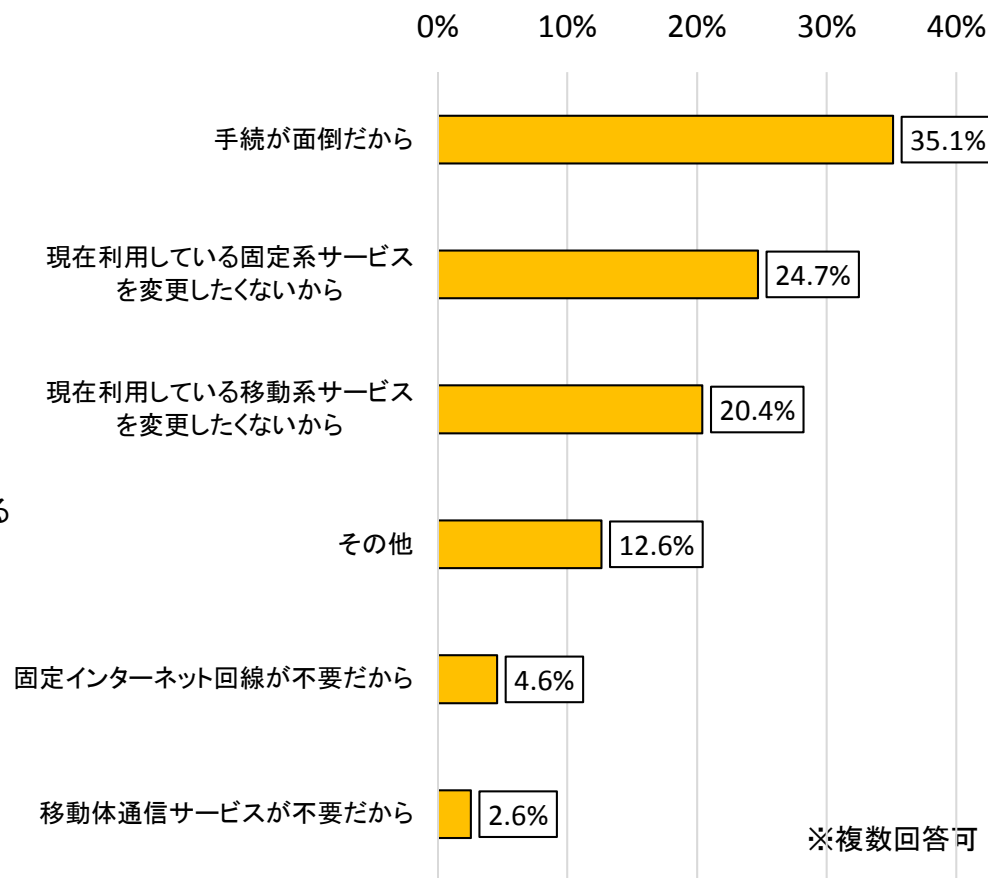
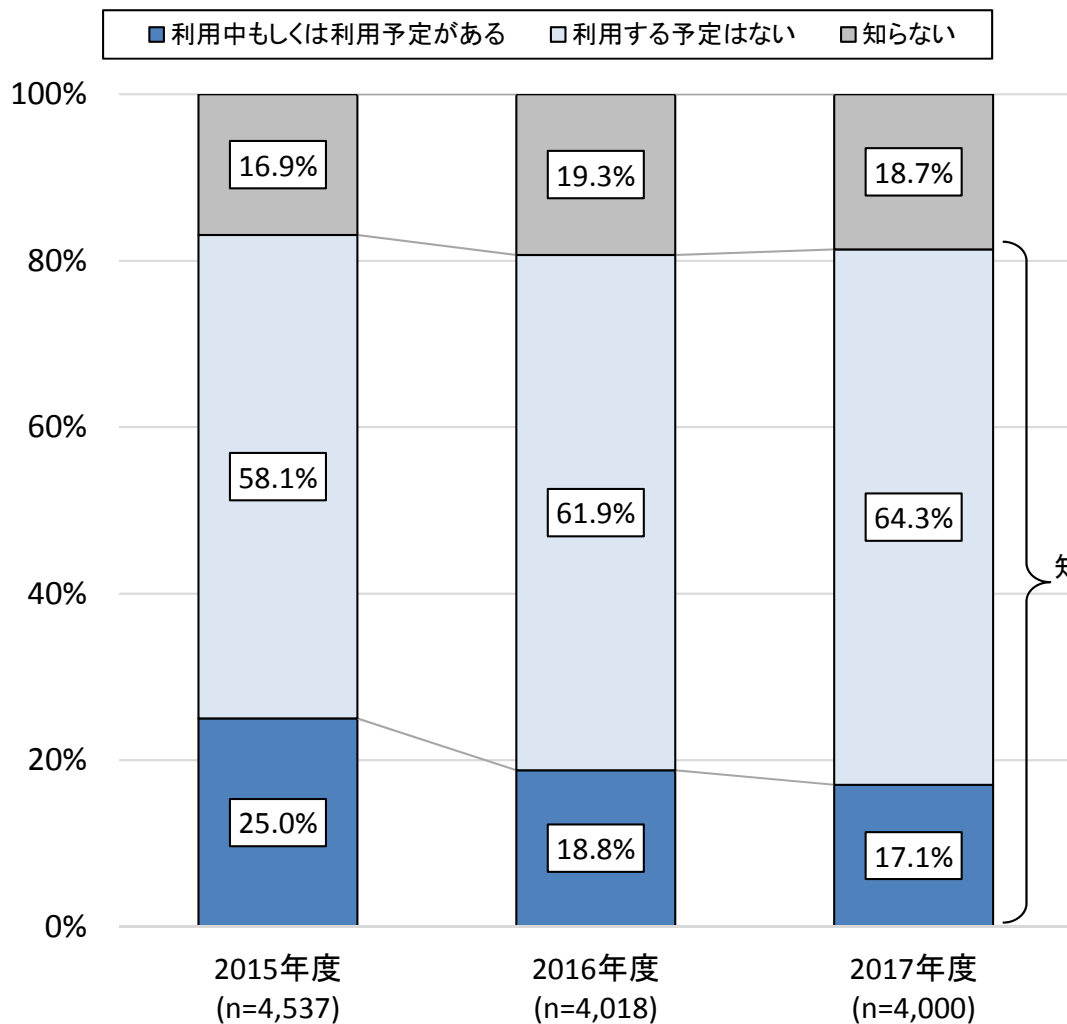


(参考) 連携サービスの影響に係る分析

- 電力等と通信サービスのセット割引の認知度では、「知っている」(81.4%)が、昨年度(80.7%)から若干増加。利用意向では、「利用中もしくは利用の予定がある」(17.1%)が昨年度(18.8%)から若干低下。
- 電力等とのセット割引を利用しない理由では「手続きが面倒」(35.1%)が最も多く、次いで各種通信サービスを変更したくないとの理由が続く。
- 電力等と通信サービスのセット販売は、割引によるメリットに比べ通信サービスのスイッチングコストが高いことが窺える。

【電力等と通信サービスのセット割引の認知度及び利用意向】

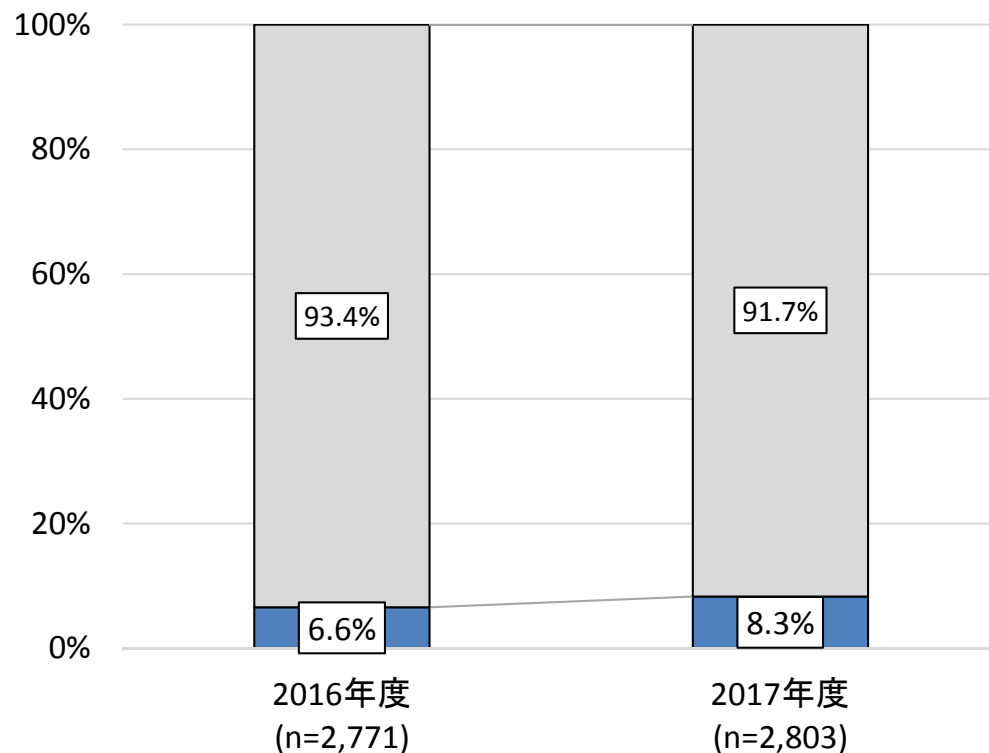
【電力等と通信サービスのセット割引を利用しない理由】
(n=2,572)



※複数回答可

- MNO各社は、**ポイントサービスと連携**し、ポイントを付与する提携事業者等の拡充を行っている。
- 各種ポイントサービスを利用した利用者への還元策をサービス選択の際に重視する人の割合については、**移动通信サービス利用者**では**8.3%**(前年度比 +1.7ポイント)、**FTTHアクセスサービス**では**9.1%**(前年度比 +8.0ポイント)といずれも増加しているものの割合は低い。
- MNO各社とポイントサービスとの連携による利用者への**誘引効果は小さい**といえる。

【ポイントサービスを重視する割合
(MNOが提供する移动通信サービスの利用者)】



【ポイントサービスを重視する割合
(MNOが提供するFTTH利用者)】

