

# 光コラボレーションモデルに係る当社の取組み

2021年11月12日

## 当社は、これまでもパートナーと「共創」し、新たな価値創造にチャレンジ

2014年5月 NTTプレゼンテーション資料(抜粋)

新たな価値創造によるICT市場の活性化 **NTT**

日本社会は少子高齢化や環境エネルギー問題等様々な課題を抱えつつ、ICT利活用による解決は遅れ気味	NTT東西は世界最高水準の光アクセスインフラを構築 一方で光サービスの伸びは鈍化、固定・移動融合サービスは未成熟
--	---

↓

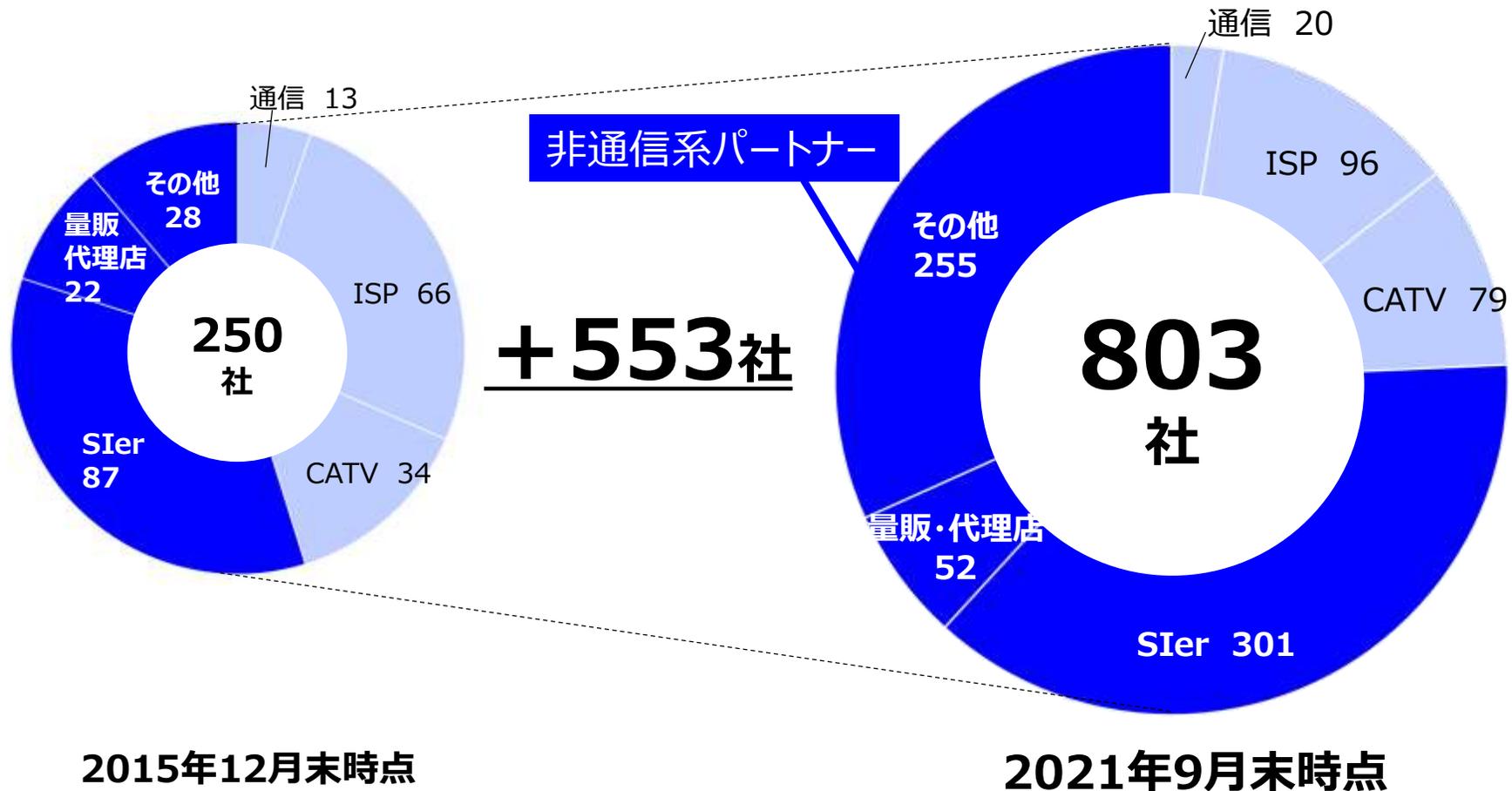
- NTT東西は光アクセスの「サービス卸」をスタート
- 多様なプレイヤーの新たな価値創造をお手伝いすることでICT市場を活性化
- 更には社会課題の解決や日本の産業競争力強化へ貢献

- 1 - Copyright©2014 日本電信電話株式会社



光コラボ開始当初から大きく伸長、特に非通信系は全体の約8割に

【パートナー数（東西計）】



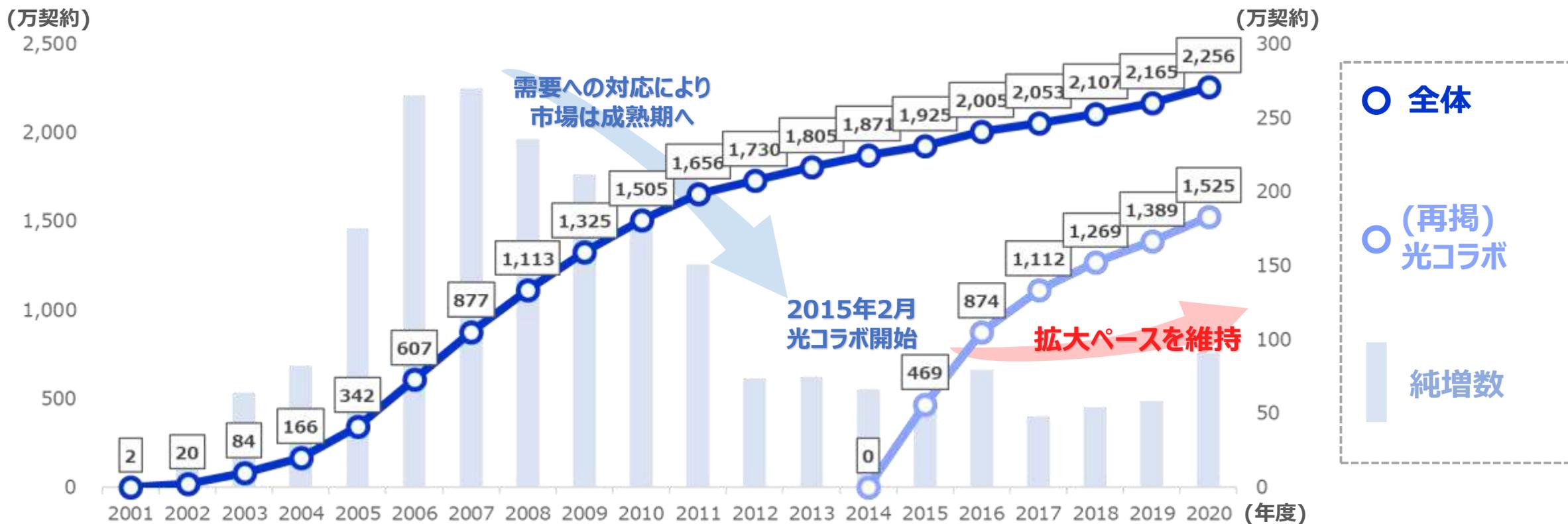
# 光サービスの普及・拡大

## 光コラボの開始により、成熟する市場の中で拡大ペースを維持

高速インターネット  
需要への対応

無線ブロードバンド  
の台頭

利活用の促進  
光コラボへの転換



【当社FTTH契約数・純増数（東西計）】

## 光コラボはビジネスベース・接続は事業者要望に応じて対応

### 提供サービス

- 光コラボはパートナーの商材と組み合わせた付加価値をエンドユーザに提供
- 接続は通信サービスを構成する機能を接続事業者を提供

### 対応契機

- 光コラボはビジネスベースで自ら開拓するアウトバウンド対応
- 接続は事業者要望に応じたインバウンド対応

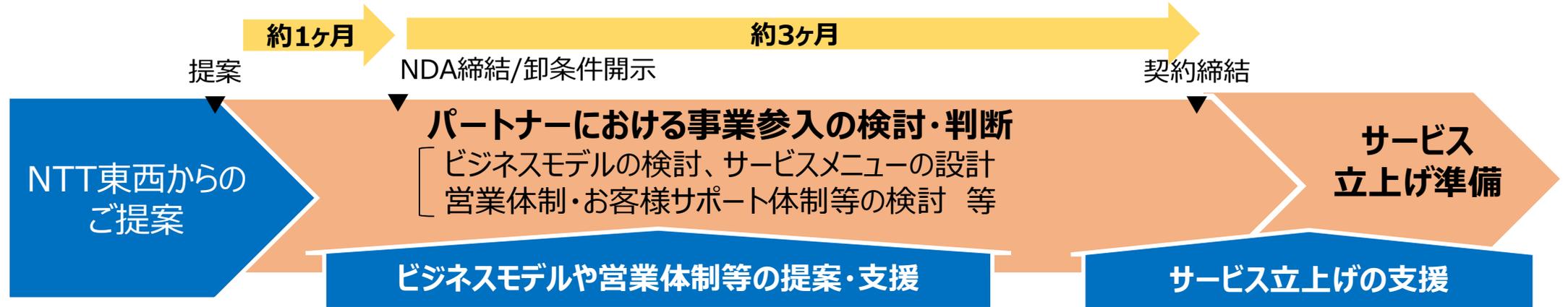
### 投資リスク (通信設備)

- 光コラボは当社が負担しており、自らパートナーやエンドユーザを拡大するインセンティブあり
- 接続はコストの適正な回収が原則

# 新規パートナー契約・サービス開始に向けたプロセス

## ■ 新たにパートナーとしてご契約する場合の流れ

契約を締結するまでの間で、当社側の検討・手続き等により協議に時間を要するようことはありません。



## <パートナーと当社との協業によるビジネスモデルの例>



エネルギー系  
パートナー



入居後スグ使える！  
セットでおトク！



パートナーのお客様



## ビジネス連携協議のポイント

- パートナーのサービスを活かしたビジネスモデル提案
- 電気通信事業参入に向けた手続きをサポート  
(事業届出、定款変更、契約約款作成等)
- 当社が培ってきたお客様対応や営業体制のノウハウを共有し、パートナーの新規ビジネスを早期に立ち上げ

月額料金モデルになじみのないパートナー向けに、料金回収代行等の支援メニューもご用意

# 当社から新規パートナーへ提供する情報

## <当社からの提案・支援にあたり、パートナーに提供する情報>

当社は、NDA締結後速やかにパートナーに下記の各種情報をご提供し、支援に努めています。

これまでもパートナーは下記情報を踏まえて、事業参入の検討・判断を実施されていると考えています。

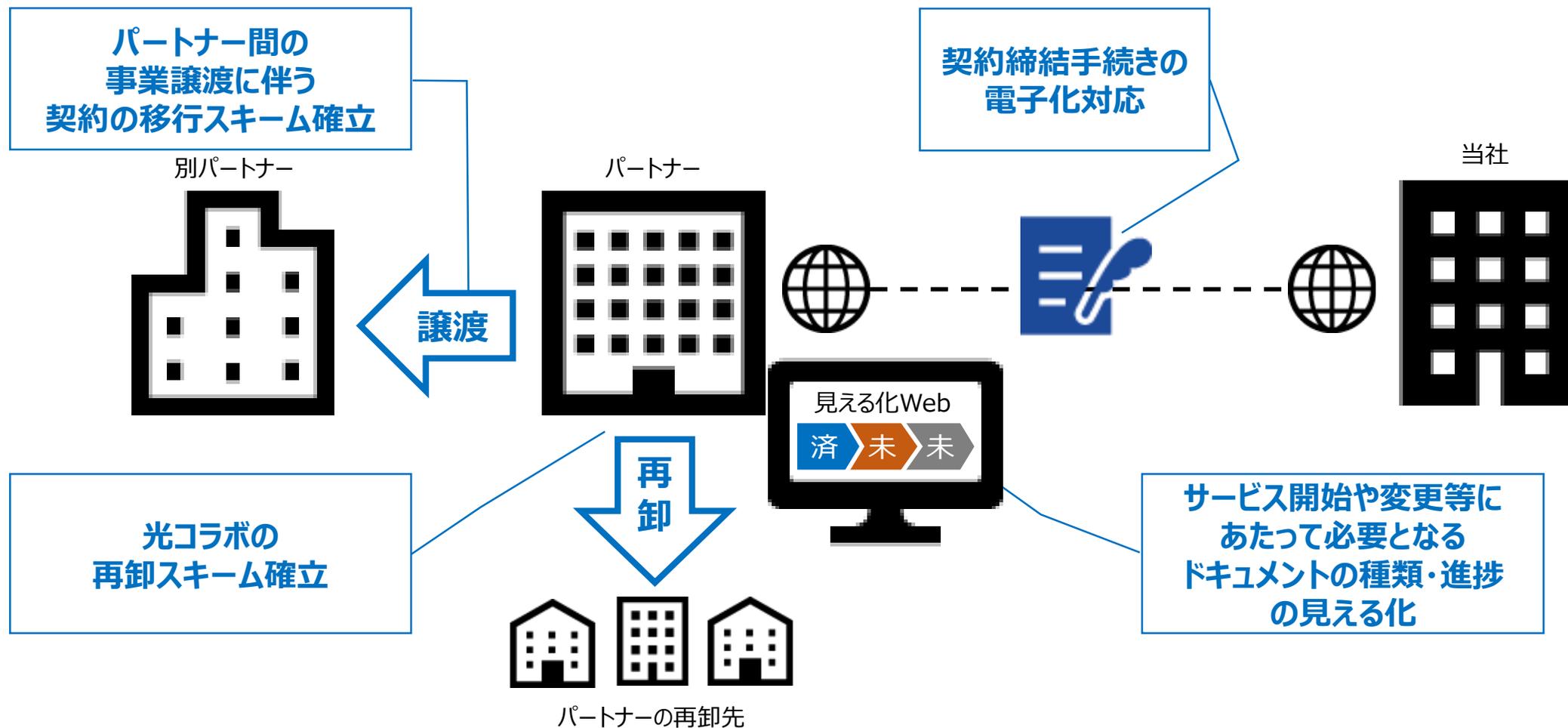
- ・当社とパートナーの業務分担※
- ・各種サービス提供料金一覧
- ・各種業務マニュアル
- ・契約書条文
- ・消費者保護に関する解説書
- ・工事・故障発生情報の確認方法
- ・提供メニューの概要※
- ・商標に関する解説書・判定ツール
- ・システム設定解説書・連携仕様書
- ・電気通信事業への参入方法解説書
- ・キャンペーン・奨励金の通知書
- ・各種窓口の連絡先、営業時間

等

※ NDA締結前からパートナーへ情報開示を実施

# 具体的な改善事例①

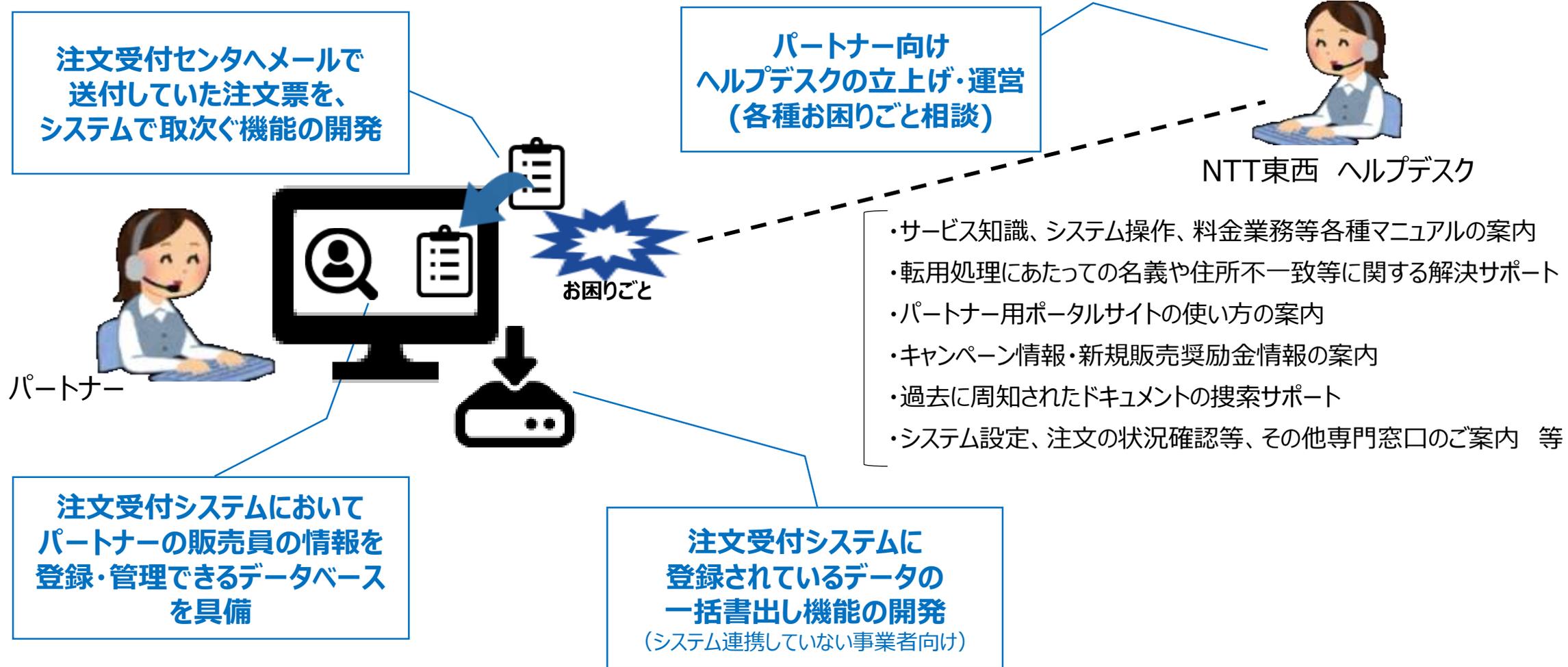
## ■ パートナーとの契約に関する改善



※当社がこれまで光コラボで実施してきた改善事項は、当社からの提案か、特定のパートナーからのご提案かによらず、そのプロセスにおいては当該のパートナー以外からもご意見等を伺いながら検討を行い、最終的にはすべてのパートナーへ周知・展開していくこととなります。

# 具体的な改善事例②

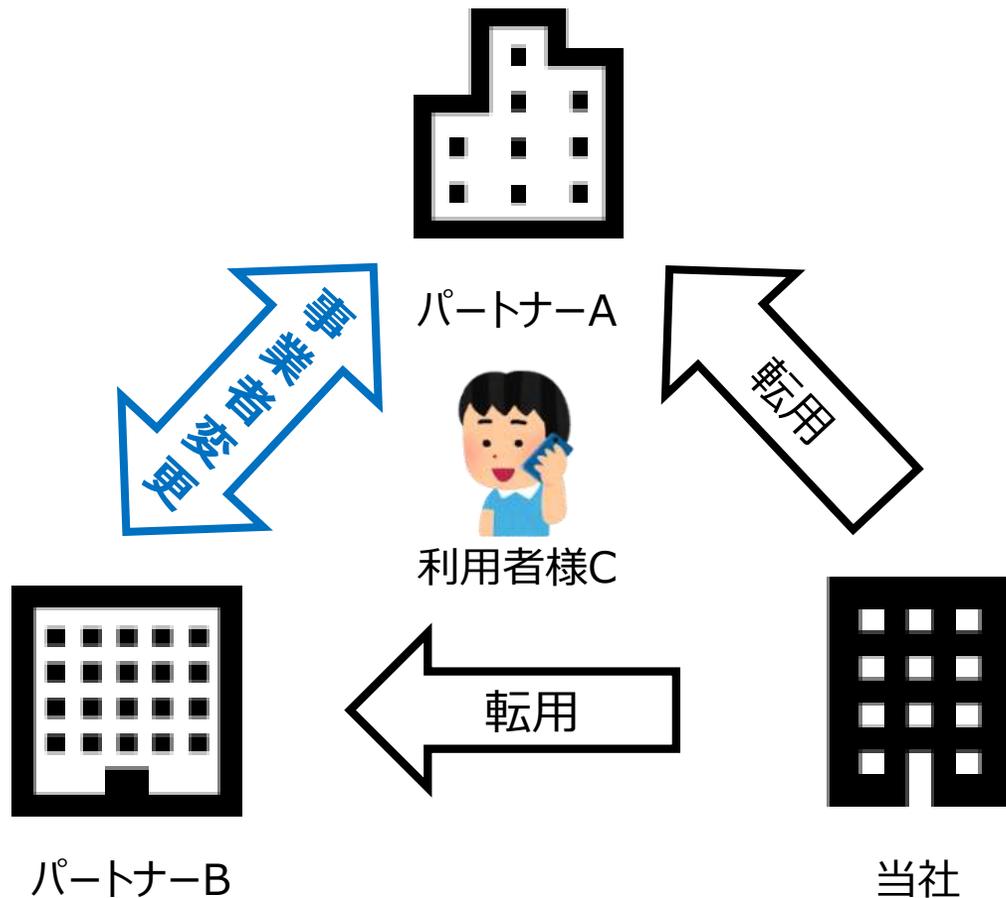
## ■ パートナーからのご注文の受付に関する改善



※当社がこれまで光コラボで実施してきた改善事項は、当社からの提案か、特定のパートナーからのご提案かによらず、そのプロセスにおいては当該のパートナー以外からもご意見等を伺いながら検討を行い、最終的にはすべてのパートナーへ周知・展開していくこととなります。

# 具体的な改善事例③

## ■「事業者変更」のスキーム確立



パートナーの意見・要望を取りまとめ、仕様検討や仕組みの導入に向けた議論を牽引



システムを大幅改修

※パートナーの負担を考慮し改修費用はイニシャルではなくランニングで回収



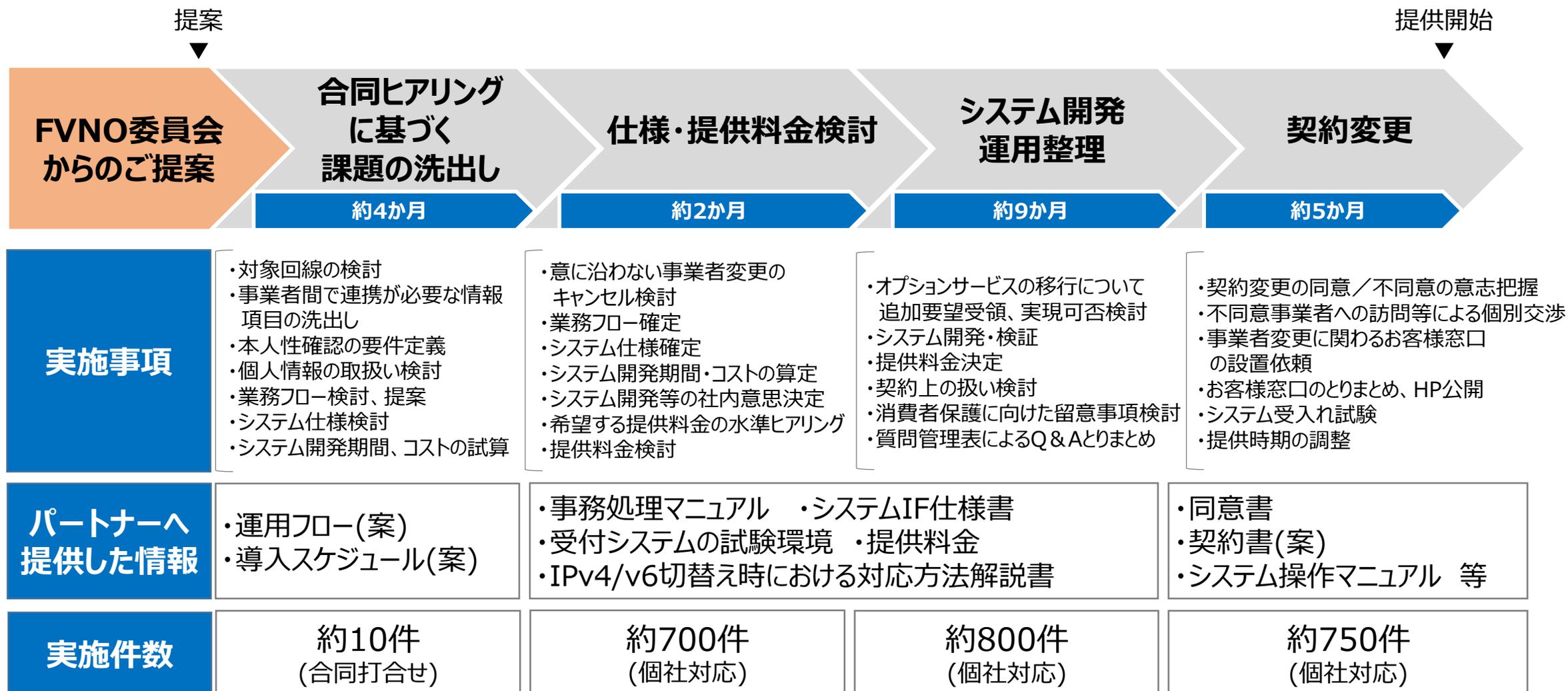
運用マニュアルの整備・体制構築により、ご利用者様に混乱をきたすことなく仕組みを運用



全パートナーとの契約更改を主導

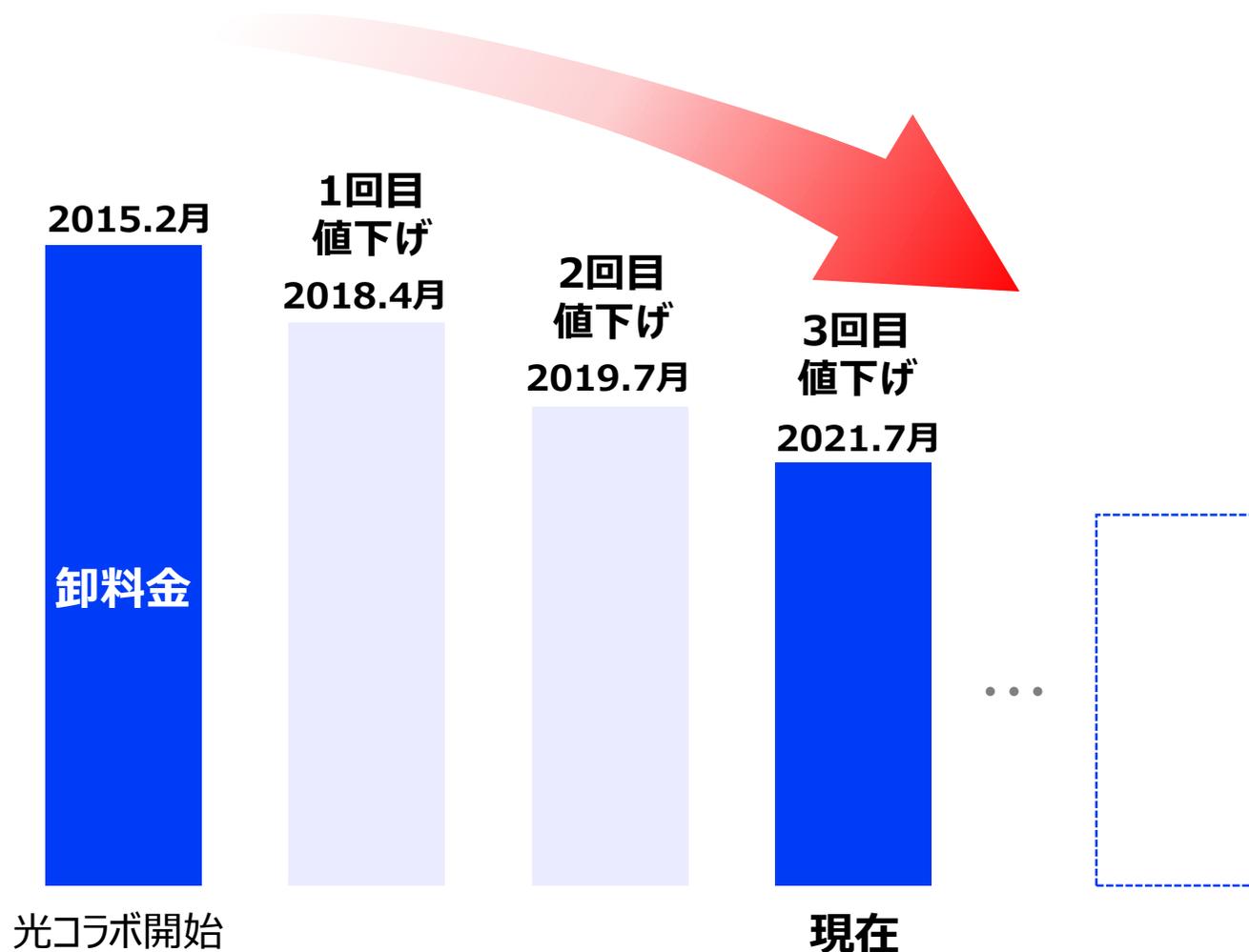
# 具体的な改善事例③

## ■ 事業者変更スキームの導入



# 卸料金の値下げ

これまでサービス開始から約7年間で3度にわたり卸料金を値下げ



総額1,000億円規模  
の値下げ(東西計)※

※1回目値下げ以降、2021年度末までの合計額見込み

## 光コラボにおける当社の考え（総括）

- 当社は、パートナーの皆様との「共創」により、with/afterコロナの時代を見据えたりリモートワーク・遠隔医療/教育の推進等を始めとしたICTによる社会課題の解決を通じて、サステナブルな社会の実現に貢献していく考えです。
- そのために、当社は、今後も新たなパートナーの開拓を進めていくとともに、パートナーの皆様からのご要望等にお応えし、継続的にサービスの運用フローの改善や様々な形でのビジネス支援、サービスの高度化等を行っていく考えです。
- また、当社としても、経営努力として不断のコスト効率化に努め、その効果も踏まえた卸料金の値下げ等を通じ、パートナーの皆様にとって光コラボをより使いやすいものにしていくことで、共に成長を図っていく考えです。



# Appendix

各論点に対する当社の考え

# 各論点に対する当社の考え〔論点1〕

指定設備卸役務については、第5次報告書において、事業者間協議が有効に機能し、料金その他の提供条件の適正化が自律的に進むような制度整備の検討を行うことが適当としたところ、その前提となる卸協議の実態について把握する必要がある。

- ①卸協議における協議開始から契約締結までの標準的なプロセスの流れはどうなっているか。各プロセスにおいてどのような情報の提示や手続があり、それぞれどの程度時間を要するのか。
- ②①について、卸元事業者から提案する場合と、卸先事業者から提案が行われる場合でプロセスやその要する時間等が異なることがあるか。異なる場合、具体的にどのような違いがあるか。
- ③卸先事業者からの提案について、これまでどの程度成立してきたか。不成立の場合は、どのような観点で不成立となったのか。
- ④上記を踏まえ、事業者間協議が有効に機能するためにどういった課題があると考えられるか。

## ①について

- ・光コラボに関して、新規パートナーの開拓時における卸協議の提案は、その大宗が市場開拓のために卸元である当社が行っています。
- ・卸協議開始～契約締結は、一般に、まずは「**当社からのパートナー（卸先事業者）提案**」を行い、「**NDA締結/卸条件開示**」を経ながら「**パートナーにおいて事業参入の検討・判断**」をいただき、「**契約締結**」という流れとなっています。また、パートナーが事業参入の検討をされる際、当社は、**ビジネスモデルや営業体制等の提案・支援**を当該パートナーに行っています。
- ・一般的に契約を締結するまでは、パートナーにおける事業参入の検討・判断が必要となることから4か月程度の時間がかかっていますが、通常、**当社側の検討・手続き等により協議に時間を要するようなことはありません。**

## ②について

- ・各種改善事項に関して、当社からパートナーに提案するケースとパートナーから当社にご提案いただくケースの双方がありますが、検討に要する時間はどちらが提案主体となるかで変わるものではなく、改善事項の内容によって大きく左右されます。具体的には、当社もしくはパートナーにおける**組織整備や人員増強、システム開発が必要となる場合は期間を要する傾向があります。**
- ・なお、次々項以降で述べる事例も含め、当社がこれまで光コラボで実施してきた改善事項は、当社からの提案か、特定のパートナーからのご提案かによらず、そのプロセスにおいては当該のパートナー以外からもご意見等を伺いながら検討を行い、**最終的にはすべてのパートナーへ周知・展開**していくこととなります。

# 各論点に対する当社の考え〔論点1〕

指定設備卸役務については、第5次報告書において、事業者間協議が有効に機能し、料金その他の提供条件の適正化が自律的に進むような制度整備の検討を行うことが適当としたところ、その前提となる卸協議の実態について把握する必要がある。

- ①卸協議における協議開始から契約締結までの標準的なプロセスの流れはどうなっているか。各プロセスにおいてどのような情報の提示や手続があり、それぞれどの程度時間を要するのか。
- ②①について、卸元事業者から提案する場合と、卸先事業者から提案が行われる場合でプロセスやその要する時間等が異なることがあるか。異なる場合、具体的にどのような違いがあるか。
- ③卸先事業者からの提案について、これまでどの程度成立してきたか。不成立の場合は、どのような観点で不成立となったのか。
- ④上記を踏まえ、事業者間協議が有効に機能するためにどういった課題があると考えられるか。

③について

- ・次頁以降にこれまで成立してきた、あるいは不成立となった改善事項の提案事例の代表例をお示しします。
- ・なお、光コラボにおいては、複数のパートナーが参画する定例的な会合（例：FVNO委員会）だけでなく、個社別の不定期な打合せや当社からの日常的な営業支援活動等、複数のチャネルを通じてパートナーのご要望、ご意見、お困りごと等を丁寧に伺った上で、②に述べた改善事項の検討を行っているため、これまでの対応案件について、具体的な提案件数を網羅的に把握しておりません。

④について

- ・光コラボにおいては、これまでも事業者間協議は有効に機能しており、特に課題はないと考えます。

# 各論点に対する当社の考え〔論点1〕

<光コラボに関するこれまでの成立案件の事例>

## ◆組織整備や人員増強、システム開発が必要となったもの

実績	所要期間	提案元
事業者変更スキームの導入	約20か月	パートナー
新サービス（フレッツ 光ライトプラス等）の卸提供	約12か月	パートナー
サービス開始や変更等にあたって必要となるドキュメントの種類・進捗の見える化	約10か月	パートナー
注文受付システムに登録されているデータの一括書出し機能の開発	約6か月	当社
注文受付システムにおけるパートナーの販売員情報の登録・管理データベース具備	約6か月	パートナー
注文受付センタへメールで送付していた一部の注文票を、システムにより取次ぐ機能の開発	約12か月	当社
地域別の運営となっていた注文受付センタに対し、対応スキルを標準化し全国統一窓口・広域受付体制を構築	約15か月	当社
パートナー向けヘルプデスクの立上げ・運営	約3か月	当社

## ◆業務・運用見直しによるもの

実績	所要期間	提案元
パートナー間の事業譲渡に伴う、契約の移行スキーム確立	約2か月	パートナー
契約締結手続きの電子化への対応	約6か月	パートナー
卸料金の決済方法をクレジットカード払いへ対応	約3か月	パートナー
フレッツ光ご利用中のお客様による「転用承諾番号」払出し時における本人性確認条件の追加（なりすまし防止対策）	約2か月	当社
光コラボの再卸スキーム確立	約4か月	パートナー
注文受付センタのパートナー要望を踏まえたオペレータの対応スクリプトの変更	1か月以内	パートナー
注文受付センタの業務改善による法人の利用者向けサービスの提供納期短縮	約2か月	パートナー

## ◆上記以外のもの

実績	所要期間	提案元
新規販売奨励金の設定（2015～2021年の7年間、4か月毎に随時見直し）	約4か月	パートナー
光コラボ料金の値下げ（2015～2021年の7年間で3度）	-※	パートナー

※継続的に協議を実施

# 各論点に対する当社の考え〔論点1〕

<光コラボに関するこれまでの不成立案件の事例>

内容	不成立理由	提案元
フレッツ光ご利用中のお客様に成り代わっての「転用承諾番号」取得スキーム（委任状等の活用）	パートナーによる代理取得は、パートナーが <b>お客様になりすまして承諾番号を取得し、お客様の意に沿わない転用が行われる</b> ことにつながる恐れ（光コラボの提供開始当初に実際発生）があるため。	パートナー
特定のパートナーへ専用の工事枠を確保するスキームの導入	<b>効率的かつ公平な利用を図る観点から、工事枠は接続事業者も含めて共通のもの</b> としており、 <b>一部のパートナーを優先的に取扱うことはできない</b> ため。	パートナー
光コラボの開通工事を、パートナー自身が実施するスキームの導入	<b>事業用電気通信設備であり、当社の役務提供区間であるため、当社が責任を持って実施</b> する必要があるため。	パートナー
システムの24時間・365日稼働	深夜受付やサポート体制を保持していない中でシステムのみをフル稼働させても、 <b>システムメンテナンス時間の確保や新機能の安全なリリースといった品質確保と費用対効果の観点から困難</b> なため。	パートナー

## 各論点に対する当社の考え〔論点2〕

第5次報告書では、制度整備の具体策として、公正競争上の影響が大きい卸役務については、例えば、卸料金その他の提供条件等についての卸先事業者への事前の情報開示を義務付けるなど、電気通信事業法の改正も含めたルール整備の検討を行うことが適当としたところ、そうした情報開示を義務付ける場合に、

- ①第5次報告書では、光サービス卸及びモバイル音声卸を例に挙げていたが、公正競争上の影響が大きい卸役務の範囲をどう設定するべきか。
- ②どのような情報を開示すべきか(例えば、接続料相当額、回収が見込まれている費用項目、標準プラン等の情報)。
- ③情報の開示は、a) 誰に対し、b) いつ、行われるべきか(例えば、a) 卸先事業者に対し、b) 卸先事業者の求めがあれば応ずることを基本とするなど)。

### ①について

- ・前述のとおり、当社は、今後も新たなパートナーの開拓を進めていくとともに、パートナーの皆様からのご要望等にお応えし、継続的にサービスの運用フローの改善や様々な形でのビジネス支援、サービスの高度化等を行うとともに、経営努力として不断のコスト効率化に努め、その効果も踏まえた卸料金の値下げ等を通じ、パートナーの皆様にとって光コラボをより使いやすいものにしていくことで、共に成長を図っていく考えです。
- ・したがって、光コラボについては、**情報開示の義務付け等の規制が必要な状況になく、引き続き事業者間の自由な取組みに委ねていただきたい**と考えます。

### ②および③について

- ・当社は、これまでもパートナーとの対話を通じて**光コラボ事業の運営や更なる改善にあたって必要な情報の提供に努めてきた**ところです。
- ・加えて、省令に基づく対応として、**すべてのパートナーとの光コラボの契約内容、料金等について総務省殿への届出を実施**しており、**届出内容はすべてのパートナーが閲覧することができます**。当社としては、今後も、**パートナーとの積極的な対話を通じ、情報開示を進める**考えです。
- ・なお、例示されている**接続料相当額は、以下の点で開示することは不相当**と考えますが、卸料金を含む事業者間協議の進展に必要となるのであれば、パートナーのご要望等を踏まえた上で、今後も「卸料金により回収を見込んでいる費用項目」や「すべての料金プラン」をご提供していく考えです。
  - ✓ パートナーには接続事業者も含まれるため、接続事業者との競争関係において、1ユーザあたり接続料を開示することは、**当社だけが競争相手にサービス原価（価格の下限）を知られることとなり、競争上不利益を被ること**
  - ✓ 1ユーザあたりの接続料の開示は、当社が設備にどの程度のユーザを収容し、どの程度のスループット・品質でサービスを提供しているかという**当社のサービス戦略、設備戦略に係る重要な経営情報**の開示にほかならず、その開示を**当社にのみ強制することは競争政策として中立性を欠くこと**
  - ✓ 一般的な商慣習からしても、**取引先に自らのサービス原価の開示が強制されることはあり得ない**と考えられること

## 各論点に対する当社の考え〔論点3〕

卸協議の活性化のために、例えば、接続の場合には、電気通信事業法上、接続応諾義務(第 32 条)、指定設備に係る接続約款作成・認可(又は届出)義務(第 33 条、第 34 条)、協議不調による協議開始・再開命令(第 35 条)、【 第一種指定設備のみ 】指定設備に係る網機能提供計画の届出・公表(第 36 条)等の義務やルールが設けられているが、公正競争上の影響が大きい卸役務について、有効な事業者間協議を実現させるために、情報開示に加えて、必要となる義務やルールが考えられるか。

- ・光コラボにおいては、**電気通信事業法第38条の2に基づくすべてのパートナーとの契約内容の届出や第39条の2に基づく公表に加え、これまでも事業者間協議は有効に機能しており、義務やルールは必要な状況にない**と考えます。
- ・なお、卸協議に関して、電気通信事業法第156条において協議不調時における裁定・あっせん・仲裁に関するルールはこれまでも定められていると考えます。