

固定通信分野における利用者料金と接続料の関係について

KDDI株式会社

2022年3月11日

検証対象＜対象サービス・プラン＞

- 近年の固定通信市場における競争環境及び需要の変化等を踏まえ、検証の対象とすべきサービスや料金プランの見直しが必要であるか。



- 現行の検証対象であるサービスブランドや料金プランについては、ボトルネック性・不可欠性を有する第一種指定電気通信設備における競争優位性・市場支配力の観点、および旧来のネットワークに係るサービスにおける需要減少による接続料の上昇が危惧される点を勘案し、従来通り、検証を実施すべきであると考える。
- 新しいサービスブランドや料金プラン（フレッツ光クロス、フレッツ光ライトプラス等）については、FTTH市場上の競争環境への影響を考慮すると、検証対象に含めることが妥当であると考える。
- なお、現行の固定分野にて実施されている「①サービスブランド単位(営業費考慮)、②サービスメニュー単位(営業費未考慮)」という検証方法については、以下の資料に記載されている考え方は合理的であり、特段見直しは不要であると考える。

「営業費はサービスメニューごとに均等に生じるものでないことから、サービスブランド※を単位として実施。」

(※) 接続料設定事業者により同種のサービスとして位置づけられているサービスメニューの集合。

#接続料と利用者料金との関係の検証(スタックトест)の運用に関するガイドライン
https://www.soumu.go.jp/main_content/000169484.pdf

検証方法＜営業費相当額＞

- **営業費相当額の基準値**（基準値20%の見直し方）
- **営業費相当額の範囲**（現在の固定通信分野の営業の実態やモバイル分野での検証との整合性を考慮）

- より実態に即した検証を行う必要があることを踏まえると、営業費相当額の基準値は当時(2001～2005年度)の比率20%ではなく、可能な限り最新のデータを用いて検証するべきと考える。
- 「顧客営業・宣伝・企画・販売サポート・一般営業(特約店等向け)」の費用は以下を理由に従前通り、営業費相当額の基準値からは除外することで良いと考える。
 - 当該費用は顧客獲得のために発生する短期的な費用であること。
 - 過去、平成24年7月の旧ガイドライン改定時、NTT東西殿が平成23年にフレッツ光ライトを新たに提供開始したことを起因として、当該費用を営業費に含めないとする整理になった経緯(詳細は次頁参照)がある。FTTH市場にてNTT東西殿が新しいサービスブランドや料金プランを隨時追加しているという状況は当時から変わっていないと考えていること。
 - なお、仮に新しいサービスブランドや料金プランの提供が止まり、サービス提供の拡大・拡販が止まっているという状況であれば、その際には営業費相当額の範囲対象の整理が必要であると考える。
- 固定・モバイル分野において、当該費用の目的・用途は大きく異なるものではないため、算定方法は揃えるべきであると考える。

スタックテストにおいて妥当性を検証する営業費相当分の算定については、平成19年3月30日付け情報通信審議会答申「コロケーションルールの見直し等に係る接続ルールの整備」において、「営業費は、基本的に各事業者が、競争状況、販売予測、コスト回収期間等を総合的に勘案して決定するものであり、特にサービスの立ち上がり期等においては短期的な収支にとらわれずに営業費を支出することがあり得る。したがって、当該営業費相当分の検証に当たり、これに販売促進費など顧客獲得に係る費用を含めることは適当ではない」との考え方が示されている。

また、平成20年にNGNの商用サービスが開始されてから、NTT東西はフレッツ光ネクストのサービス提供を順次拡大してきており、平成23年からフレッツ光ライトの新規提供が開始されたことを踏まえると、NGNに関連したサービス提供に当たり、販売促進費等の顧客獲得に係る費用を短期的な収支にとらわれず営業費として支出する可能性がある点については、現時点においても上記答申で言及されている点と特段の変化が生じているとはいえない。

よって、スタックテストにおける営業費の基準値の設定に当たり、販売促進費等は引き続き営業費に含まれないとすることが適当である。

「接続料と利用者料金との関係の検証(スタックテスト)の運用に関するガイドライン」の改正案に対する意見及びそれに対する考え方 考え方11
https://www.soumu.go.jp/main_content/000169958.pdf

Tomorrow, Together

