

接続料と利用者料金の関係の検証(固定通信分野)に関する検討に係る論点整理案

令和4年4月25日

事 務 局

1. 検証対象について①

論点

- 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。

各者意見

<事業者の意見>

【NTT東西】

- 「維持・縮退フェーズ」に移行していることから、加入電話及びISDNを検証対象から除外すべき。
- MNO3社がモバイル網を用いた固定OAB-J電話サービスの提供を開始している。当該サービスは各社のサービススペック・提供条件を踏まえると、当社固定電話を代替していることは明らかであり、その料金が当社固定電話の利用者料金やドライカップ接続料を下回る水準で設定されていることからすると、「当社固定電話の利用者料金とドライカップ接続料の関係性」が価格圧搾を起こすような市場環境ではなくなっていると考えられる。
- 既にサービスの「終了フェーズ」にあることから、フレッツADSLをスタックテストの検証対象から除外すべき。

【KDDI】

- 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・市場支配力の観点や、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、従来どおり、検証を実施すべき。
- 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。

【ソフトバンク】

- 検証対象は第一種指定電気通信設備を用いた全てのサービスを原則とすべき(既に廃止が決定しているサービスは対象外を検討)。
- フレッツ光クロス、フレッツ光ライトプラス、Interconnected WANは検証対象に追加すべき。
- サービスブランド、サービスメニューの分類についても、改めて整理すべき。

<構成員の意見>

- スタックテストを実施するに当たってどれくらいのコストがかかっているのか、また、今の競争状況と比べて、それだけのコストをかけてスタックテストを行うに値するののかという議論をしてはどうか。
- ISDNやADSLも終わりが見えてきているので、この辺りを考え直すということについては、あまり異論はないのではないか。
- サービスにはライフサイクルがあり、新しいサービスも出てくる一方で、古いサービスも終了していくので、検証の対象を見直すということが必要。見直すに当たっては、基本的な考え方を整理しておく必要がある。マーケットの状況として競争が起こらない、競争相手が存在しないようなものにスタックテストが要るかという点については、議論の余地がある。
- 現行制度では、価格圧搾による不当な競争が生じないかどうかを数値として見ていくことになっている。そのため、競争が行われている、あるいは他事業者や接続事業者が存在している以上は、(加入電話も)継続して見ていかざるを得ないのではないか。

論点整理案

- 加入電話及びISDNについては、今なおメタルアクセス回線を用いた競争事業者(直収電話)が存在することから、直ちに検証対象から除外することは不適當ではないか。
- 他方、
 - 現在では、固定電話市場における競争は(移動通信に比して)減退していること、
 - その中でも契約数が増加傾向にあるOABJ-IP電話に比して、加入電話の契約数は少なく、また減少傾向にある^{※1}こと、
 - モバイル網を用いたOABJ-IP電話サービスの提供が広がっており、実際、当該サービスを提供する事業者が、「加入電話の代替」として広告・訴求しているところ、品質面においての差異はあるものの、一般の利用者から見れば、加入電話との代替性が一定程度認められ得ること、
 - MNO3社が提供する当該サービスの料金が、加入電話の利用者料金やドライカップ接続料を下回る水準であることなどから、今後、これらの状況も見定めた上で、加入電話及びISDNを引き続き検証の対象とすべきかについて、改めて検討することが適當ではないか。

※1 本研究会第一次報告書(2017年9月)時点から比べても、加入電話の契約数はさらに減少(2017年3月末:2,114万⇒2021年3月末:1,573万)している一方で、OABJ-IP電話の契約数はさらに増加(2017年3月末:3,245万⇒2021年3月末:3,568万)している。

- フレッツADSLについては、既にサービスの終了が決定しており、スタックテストによる検証の必要性はもはや認められないことから、検証対象から除外することが適當ではないか。
- 近年追加された新しいサービスのうち、フレッツ光ライトプラス、Interconnected WAN^{※2}については、将来原価方式に基づき接続料が算定された機能を利用して提供され、競争事業者が存在することから、検証の必要性が高いと認められ、サービスメニューごとのスタックテストの対象に追加することが適當ではないか。

※2 フレッツ光ライトプラスは2016年に、Interconnected WANは2021年に提供開始。なお、フレッツ光クロスについては、2020年からサービスメニューごとの検証対象に追加されている。

2. 営業費相当額の基準値について

論点

- 営業費相当額の基準値は、どのように見直すことが適当であると考えられるか。

各者意見

【NTT東西】

- 現行の営業費相当額の基準値(20%)については、2007年度の設定時から15年が経過していることから、直近の実績を踏まえて見直しを検討する余地はある。

【KDDI】

- 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、営業費当額の基準は当時(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べき。

【ソフトバンク】

- 営業費相当額の基準は設定から15年以上経過 ⇒ 最新のデータに基づき検討することが適当

論点整理案

- 最新のデータに基づき見直すことが適当。

<参考>

1. 現行の指針(※1)に基づく営業収益・営業費から算出(※2)した営業費比率(直近5年)

赤枠内は構成員限り

	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	平均
NTT東日本						
NTT西日本						
平均						

2. 現行の指針に基づく営業収益・全ての営業費から算出した営業費比率(直近5年)

	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	平均
NTT東日本						
NTT西日本						
平均						

(※1) 営業収益…全ての営業収益から電報収入を除いたもの
営業費…全ての営業費から顧客営業、宣伝、企画一般営業費用を除いたもの

(※2) NTT東日本・西日本より提出された指定電気通信役務損益配賦方法書から算出

論点

- 現行においては、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という考えに基づき、営業費の一部(前頁参照)を除外して計算している。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も踏まえると、**営業費相当額の範囲についてどのように考えるべきか。**

各者意見

<事業者の意見>

【NTT東西】

- 営業費の範囲について、顧客営業、販売取次手数料、広告宣伝といった**顧客獲得費用を除いた定常的な営業費相当をもとに基準値を設定する**とした現状のガイドラインの整理は、顧客獲得費用の性質を踏まえると一定の合理性がある。

【KDDI】

- **「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どおり、営業費相当額の基準値からは除外することで良い。**

- ・ 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がある。FTTH市場にてNTT東西が新しいサービスブランドや料金プランを随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。

- また、**固定・モバイル分野において、当該費用の目的・用途大きく異なるものではないため、算定方法は揃えるべき。**

【ソフトバンク】

- **サービス提供が順次拡大されている場合、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ため営業費に含まないことが適当。**

3. 営業費相当額の範囲について②

< 構成員の意見 >

- マイグレーションに便乗した詐欺を防ぐための周知のようなものに要する費用と、顧客獲得のための費用は、区別して考える必要がある。
- ほかの競争事業者から顧客を引き剥がすための広告だとしたら、それにかかる費用を範囲外にするというのは適当ではない。

論点整理案

- 利用者料金と接続料等の関係は、第一種指定電気通信設備に係る接続料等の水準の妥当性を検証することが目的であり、その検証方法として当該水準が価格圧搾による不当な競争を引き起こすことにならないかについて確認するものであって、仮に営業費相当額を入れずに上記確認をしたとしても、価格圧搾による不当な競争が行われるおそれ(利用者料金と接続料が近接する等のおそれ)があることから、接続料のほか営業費相当額を加えて上記確認をすることが適当ではないか。

- 他方、現在は、営業費相当額から「顧客営業」、「宣伝」、「企画」及び「販売サポート・一般営業(特約店等)」に係る営業費を除外して、確認を行っている。

これは、「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はあり得る」という考え方^{※1}に沿って、例外的に当該営業費を除外しているが、特にFTTHアクセスサービスについては、その始まり(2001年)から20年以上が経過し、既に契約数も約3,500万に達し、さらに近年は契約数の増加率も微増傾向にとどまっている^{※2}といった現状を踏まえれば、「サービスの立ち上がり期」には該当せず、例外的に当該営業費を除外する必要がない。

よって、「顧客営業」、「宣伝」、「企画」及び「販売サポート・一般営業(特約店等)」に係る費用も原則計上することが適当ではないか。

※1 「コロケーションルールの見直し等に係る接続ルール整備について」答申 2007年3月30日情報通信審議会)

※2 2015年度末～2020年度末時点における契約数の対前年同期比の増加率は、いずれも5%前後。

- ただし、CSR活動に係る営業費等自社サービス(それに付随するものを含む。)の提供を直接目的としない営業費(例えば、NTT東日本・西日本が行うマイグレーションに関する周知にかかる費用等)については、価格圧搾による不当な競争を引き起こすおそれが低いことから、除外することが適当ではないか。

●接続料の算定に関する研究会 第一次報告書(平成29年9月)
第7章 接続料と利用者料金との関係の検証

<検証対象について>

利用者料金については、サービス競争がなされている、又は、潜在的にその可能性があるものから対象とすることが適当である。ただし、その内容及び接続料の水準の面から接続事業者にとって十分代替的な機能が別にある機能で、これに係るサービスの需要が減退し、小さくなっているものに関しては、検証の対象外とすることが適当と考えられる。

加入電話の基本料と端末回線伝送機能の接続料に関しては、現時点では、上記の要件を満たしているとは考えがたい。しかしながら、今後メタルアクセス回線の利用が更に一層縮退するとして、これに代替する機能の接続料等の水準によっては、本検証の対象外とすることも考えられ得るので、まずは、2年後を目途として、これについて再度検討を行うことが適当と考えられる。

<営業費の基準額について>

営業費の基準値は、接続料設定事業者であるNTT東日本・西日本の電気通信事業会計における電気通信事業収益(電報収入を除く。)の対営業費(顧客営業、販売サポートのうち特約店に支払う取次手数料、宣伝及び企画に係るものを除く)比率が20%弱(2001～2005年度の平均値)であることに鑑み、利用者料金の20%としており、当面の間はこの基準値によることとするが、その根拠となるデータは10年以上前のものとなっていることもあり、接続会計において除かれている費用の範囲の考え方との異同について検証し、最新のデータに基づいて、改めて営業費の基準値について検討することが適当である。