

情報通信審議会 電気通信事業政策部会 接続政策委員会
接続料の算定等に関するワーキンググループ（第5回）議事概要

日時 令和8年2月13日（金）10:00～10:58

場所 オンライン会議による開催

参加者 （1）構成員

相田主査、関口主査代理、高橋構成員、橋本構成員

（2）オブザーバー

NTT東日本株式会社 中井 裕史 経営企画部 営業企画部門長

NTT西日本株式会社 木下 雅樹 経営企画部 営業企画部門長

KDDI株式会社 橋本 雅人 相互接続部長

田淵 翔 相互接続部 推進2グループリーダー

ソフトバンク株式会社 伊藤 健一郎 渉外本部 通信サービス統括部

相互接続部長

原 裕樹 渉外本部 通信サービス統括部

相互接続部 課長

一般社団法人テレコムサービス協会

中野 一弘 MVNO委員会運営分科会 主査

一般社団法人日本インターネットプロバイダー協会

小畑 至弘 常任理事

一般社団法人 IPoE 協議会

石田 慶樹 理事長

（3）総務省

吉田電気通信事業部長、井上事業政策課長、

飯嶋料金サービス課長、小川料金サービス課課長補佐、

【議事要旨】

（1）「指定設備卸役務の卸料金の検証の運用に関するガイドライン」に基づく検証結果（光サービス卸）及び固定通信分野の特定卸電気通信役務に関する規律の運用状況に関するヒアリング

- NTT東日本株式会社及びNTT西日本株式会社から説明を行い、質疑応答及び意見交換を行った。

【主な発言】

○高橋構成員

まず、コメントからですが、少しずつNTT東西がいろんな情報を開示していく幅が増えてきたかなと思いました。人件費の推移とかの情報が出てきたりしているということですね。これは喜ばしいことだと思います。どんどん開示の幅、少しずつでもいいので広げていっていただければと思います。

それと、27ページのシステム投資等による運用コストの効率化効果について、人件費の削減というのが出てきているよという見せ方、この角度からの投資効果という

の、見せ方も一つあると思うんですが、要望としては、他の視点でも、こういうふうにランニングコストが下がったというのをお示ししていただければ、なおいいかなと思います。もうちょっと何か他にないかなというところがコメントです。

J A I P Aにお伺いしたいのですけれども、今日のN T T東西の話でいくと営業コストの内訳を指数で、構成比の開示という、資料でいくと24ページのところですが、どうしても、どういう理由でこれを知りたいと思っていच्छやるのかがよく分からなくて、こういう比率だとけしからんとか、こういう比率だと納得しますというような基準を持った上で、比率を示せとおっしゃっているのかどうか。何か比率見てもしょうがないような気がするのですけれど、どういう意図で、この情報を求めているのかわかるのかと思います。

この手の話は多分、計算のほうが手間とコストもかなりあると思うのですけれども、これをもし開示するとなった場合、N T T東西の社内での色々な稟議とか決裁手続き、かなり煩雑なものが要求されると思います。そういう要求をした上で、こういう情報を受け取って、どういう使い方を意図されているのかというのをJ A I P Aにお伺いしたいです。

○日本インターネットプロバイダー協会

現時点では営業コストというのは完全にブラックボックスになっていまして、卸事業なので普通は営業コストというのはかからないと思うのですけれども、つまり卸先が販売をしているわけですから、本来営業コストを担うのも卸先であってN T T東西ではないと思うのですけれども、そういう意味で、そもそもこれがどういう意味を持っているのか、その構成比が何であるか、というのを理解したいというところです。

つまり、卸先に対する販売支援という形であれば、それは卸契約上、どのような形でなされているのかとか、まずはそういうところも含めた理解をしないと、そもそも多い、少ないというところが全く我々としては検討の俎上にも上がらない状況なのです。そういう意味で構成比等伺いして、それが、我々としては多い、少ないと判断できるような構成要素であるかどうかというところを、まずは見たいというところです。

○高橋構成員

でも、それは構成比の話ではなくて、内容がどういう内容かという説明を求めるということですね。

○日本インターネットプロバイダー協会
ですから内容と、その比率です。

○高橋委構成員
比率は要りますか。

○日本インターネットプロバイダー協会
どこに何を使っているか分からなければ、例えば内容が全て適切かどうか、内容を見ないと分からないわけです。

○高橋構成員
適切かどうかという判断って、どうされるのでしょうか。準備されていますか。

○日本インターネットプロバイダー協会
まず我々としては今、販売促進費というのは、ルールとしては公正に支払われているとはお聞きしています。ただ、そのルールとして公正であるということと、要するに、回線ごとのコストなので、平等に行き渡っているかというのはまた別な話かと思うのです。

○高橋構成員
何かちょっと、それは話がずれているような気がしますけど、おっしゃりたいことは分かりました。

○日本インターネットプロバイダー協会
何がどういうふうに割り当てられているかという比率を見ないことには、そもそも、それが平等に支払われていて、公正かつ平等に使われているかどうか判断もできないですし、それが公正ないし平等でない部分があるというのは当然、全てを否定するも

のではないわけですが、その比率を見ることによって公正かつ平等でない部分については、多寡があれば別の形で運用されるということを求めると考えています。

○高橋構成員

何をもって公正、平等と判断する基準があるのかどうかちょっと理解しがたいのですが。

○日本インターネットプロバイダー協会

平等というのは回線ごとに、例えば新規の売り上げでないしリテンションとして販売促進費が卸先に払われるかどうか、何ともいえないのですけれども、新規販売に対して均等に割り当てられているというのは間違いなく平等だと思うんですね。

それは公正なルールであるかどうかというのはまた別の問題で、公正というのはそれぞれの新規販売策に対して、この施策には割り当てるけれども、この施策には割り当てないとしても、ルールを決めてやっているわけですから、それは公正であるには違いありません。ただ、平等であるかどうかというのは、全新規販売に対して回線ごとの販売促進費の支払いが均一であるというのは平等だと思うのですが、それは中身を見てもないと分からないですし、もちろん一番いいのは中身とともに単価全部を出してもらるのが一番いいのですけれども、多分そこまで求めるのも難しいということなので、まず、中身を見せていただいて平等性を判断するということだと思います。

○高橋構成員

では、とりあえず、何が平等かというのは、そういう何か基準みたいなのはあるということですか。

○日本インターネットプロバイダー協会

全て販売促進費用分かどうかも含めてですが、販売促進費用として営業コストが払われている場合には、それは新規の売上に対して卸先に、1回線当たり平等に同じ金額がなされていれば平等だと思いますし、そうでなければ平等ではない、つまり同じ金額であるかどうかというのが平等性の判断だと思うのですけれども。

○高橋構成員

分かりました。ありがとうございました。

○関口構成員

先ほどのＪＡＩＰＡからの御説明というのは、顧客ごとに平等かどうかということを知りたいという趣旨だと思うのですが、それは顧客先の情報を全部開示して、それぞれの奨励金の単価を示さないと分からないんですよね。それはさすがに経営情報ですから得られないし、２４ページの構成比を見ても、顧客ごとの単価が平等に支払われているかどうかは一切分からないというのが高橋構成員の御質問で、そこに対する答えがちょっとかみ合っていないという印象を持ちました。これは私の感想でございます。

私のほうでのコメントを差し上げたいことですが、２９ページ、ここには委員限り情報も入っているので、ぼかさくてはいけないのですが、東西の一芯当たりのユーザ数は相対的に高いということで、２ユーザ収容の場合、４ユーザ収容の場合という、８分の２、８分の４という２つのサンプルが示されていて、何となく４ユーザを想定しなさいと誘導しているような気がする数字なのですが、この相対的な高い水準とはいえ、実は１４ページでお示しいただいているように、２０２２年度から２０２４年度まで指数として１００から全く動いていないのですね。それにもかかわらず接続料相当指数は東で１１２、西で１１０と確実に上がってきていることと対比すると、純増数の伸び悩みがこうやって数字ではっきり分かってきております。

これは何を意味するかというと、固定費のユーザ当たりの負担に変化がないということ。つまり顧客数が伸びているときには固定費のユーザ当たりの単価が下がってくるので、同じコストがかかっているのに固定費部分の割り掛けが下がってくるから、値下げ要素が出てくるということですが、今回お示しした資料ではユーザ数がほとんど動かなくなってしまうところというと、固定費の負担もユーザ当たり単価は経年的に変化がないということで、効率化以上のコストの減少、単価の減少というものが考えられなくなってしまうということだと思います。

このことは結構重たくて、２１ページの左側は、先ほどＪＡＩＰＡからの説明で、このコストの内訳がここまでは分かっているという情報ですけれども、この卸原価の

右側の2020年から2024年度で何割増えたかというので見ると、値下がりしている指数は一つもないですね。

ここの最大の伸びは電気料指数でありまして、6割を超えて上がってきているということで、これは先ほどN T T東日本の御説明で、従業員給与指数1割というのは、全体の2割から考えると経営効率化がここに1割程度、反映しているのだという説明もありましたが、このような経営効率化の反映が貢献するにしても全体としては間違いなくコスト増である中で、料金値下げをこのようにずっと続けることは本当にサステナブルなのだろうかという疑問があります。

9ページの文章のところで、料金はコストだけではなくて、市場環境や競争環境を総合的に勘案しているのだということで、サービス卸の相手であるコラボ事業者に対して、中長期で安定的サステナブルな設定とするとありますが、中期はいいけれども、身を削って長期ではサステナブルって言えるのだろうかというのは、私はやや疑問なのです。

その意味で、コスト回収をきっちりとするために真にサステナブルな設定であるためには、私はどこかで少し値上げも検討しなければいけないんだと思います。ただ、事業者としては、どのくらい価格弾力性が高いか低いかの判断によるところもあります。恐らく値上げができない環境というのは、コラボ事業者が逃げないようにという配慮があるということなのだけれども、ただ、自己設置、接続のハードルは非常に高いですから、サービス卸のお客さんの逃げ場はそれほど多くないと考えると、弾性値はあまり高くないんだろうと考えております。ただ、そこはN T T東西との考え方の違いかもしれないとは思いますが、真にサステナブルというためには、ある一定値まで我慢した後は値上げのタイミングを検討せざるを得ないというのが、私の21ページを拝見しての偽らざる印象でございます。

○相田主査

N T T東西にもコメントもお伺いしてみましようか。

○関口構成員

はい、お願いします。

○NTT東日本

おっしゃるとおり、コスト・需要はかなり厳しい、伸び悩む状況になっていく中で、様々物件費・人件費等、高騰している状況でございます。とはいえ光卸サービスはコラボパートナーの皆さまに売っていただいて、ようやく成り立っているような状況でございますので、単にコストが上がったからというところで値上げをするとコラボ事業者が離れてしまう、それが一番我々としても望まないところでございますので、そこは全体を総合的に勘案したい。

また、競争環境で言えば、自己設置や相互接続へ参入するハードルは高いというお話もありましたが、5Gのホームルーターやモバイル側に流出するというのもございますので、そこも含めて競争環境も見ながら判断しなければいけない状況だと理解しております、ひとまず、こういった中長期で安定的にやっていきたいというところで我々としては考えております。

○関口構成員

ありがとうございます。5Gルーターもベストエフォートでやるのでユーザ数が多くなると途端に遅くなってしまって、例えばビル単位で全部5Gルーターというところと全く機能しなくなるはずなので、その意味では、私は光の優位性はまだ保たれているとは思っておりますが、いずれにしても、お答えいただきありがとうございました。

○橋本構成員

簡単にコメント1点と、それから質問1点、述べさせていただきたいと思います。

高橋構成員、関口構成員と同じような形になるんですけど、この情報の開示に関して、この開示された情報を開示されて終わりではなくて、もう少し有効に使っていく必要があるのかなと思っています。

コストの削減などもそうなのですが、例えば21ページや22ページ辺りで人件費関連のデータが一部ですが開示されたりしているのですけれども、この数字がコストの上昇とかコストの削減とかが適切なのかという判断に関しては、企業物価指数や給与指数等と比較したりもしていますけれども、それよりもNTT東西の近くの企業の数字と比較するのが一番適切ではないかなと思うんですね。

そうするとNTT東西の近くの企業というところ、構造は違いますけど、MNOとかM

VNOあたりがやはり近くの企業になりますので、こういう指標が出てきたときに、この人件費の上昇は大き過ぎるのではないかと、コストの削減が進んでないのではないかというのは、MNOやMVNOの数字と比較できれば、より適切に判断できるかなと思っています。そういう意味では、お互いがある程度、情報を出し合って、このようなワーキンググループの場で議論し合うのがいいかなと思っています。

それからもう1点、NTT東西に御質問なのですが、東西同一料金の考え方について、31ページですが、色々な考え方があるということでしたけれども、私自身はこれ、ものすごく重要なことだと思っています。同一料金にするのか、料金を変えてくるのかで将来的に大きく日本の構造が変わるかなと思っています。

例えば旧道路公団について、高速道路の料金は全国同じ基準で作られていたり、深夜割引とかも全国一律でやっていたりしますので、どちらかといえばNTT東西が一緒にやっているようなのと似たような感じで戦略を立ててやっている。その一方で最近、違ってきているのがJRで、東と東海と西でそれぞれ料金設定が少し異なってきたりとか、切符の種類なんかも自社内で完結するような切符を出してきたりと、少しずつ違ったものを出し始めていて、それに伴って受容する我々消費者もそれを意識しながら行動しなければいけないようになってきている。そういう意味では同一料金にするか、違う料金にするかというのは、ものすごく大きな影響を将来に及ぼすのかなと思っています。

そこでNTT東西に1点御質問なんですけども、本日の御説明ではアンケート結果で同一料金を望んでいるので同一料金にしていますというような御説明だったと思うんですけど、仮にアンケートで別料金にしてくれということがあれば、別料金にしていくのかということですよね。あるいは、アンケートでどちらでもいいよというような結果だったときに、別料金に今後することもあるのか、あるいは同一料金でやっていくのかという、NTT東西の戦略ですね、可能な範囲でいいですので、この同一料金に対する自社内の考え方みたいなのをお聞きできればいいかなと思います。

○NTT東日本

まず、東西同一料金にしている考え方なのですが、先ほどもアンケート結果で判断しているというお話を差し上げたかもしれませんが、少し語弊がありまして、サービス開始当初、効用も同一ですので、社として可能な限り東西同じスペックでやりたい

と、機能や料金を極力合わせたいという思いがあったのと、当時、関係事業者にも相談したところ、東西均一がいいという声も多かったというところから始めたというところでございます。昨年のアンケートは、その考え方を改めて確認する目的でとって見たのですが、7割程度の事業者さんが、東西同一がいいという回答でございました。

アンケートの結果で仮に別料金がいいという事業者が多くなった場合は、その場でその時、考えるしかないんですけれども、基本的には、ある意味、光ブロードバンドのサービスというのはユニバーサルサービスにも位置づけられておりますし、ルーラルエリアの料金を都心部より高くすべきではないといった考え方もあるようなところもございますし、まさに基盤として提供するようなサービスなので極力、均一料金にするのが基本的な考え方なんだろうと考えております。

いずれにしても、仮にそういった意見が多ければ改めて検討する形にはなりますが、現時点ではこのように考えております。

○橋本構成員

どうもありがとうございます。ユニバーサルサービスで全国均一にすることと、別料金になってしまったりすると境界のところでビジネスというのがやりにくくなったりしますので、将来的なこともいろいろ考えながら判断していただければありがたいなと思っております。以上です。ありがとうございます。

○相田主査

ほかにいかがでございましょうか。チャット欄にJ A I P Aさまからいただきましたのは、ただいま発言を御希望でいらっしゃいましょうか。

○日本インターネットプロバイダー協会

先ほどの質問の意図を誤解していたことを気づきましたので、訂正・追加させていただきます。

まず、我々で構成比を示していただきたい点は、これまでも当協会から意見を出させていただいていますけれども、営業コストと言われている中の販売支援に関わる部分、これが非常に大きな割合を占めているのではないかと協会では考えております。まず、それが正しいかどうかというのを知りたいというのが、まず1点です。

つまり営業支援の部分が大きければ、それが適切であるかどうかということも考えないといけないわけなのですけれども、例えば全体のコストの上昇を見るとどう見ても支援設備等の開発コストとは思えないのですけれども、その比率を見ることによって、販売支援コストがどの程度になっているかというのを見たいのが正直なところです。

その先として先ほど申し上げたように、それが平等に支払われているかどうかというのも判断したいと思うのですけれども、まずは多寡を見ることによって、平等であるかということを検討する必要があるかどうかというのを見たいというのが、営業コストの比率を見たいということです。

○相田主査

そうすると、先ほど高橋構成員から、数字を取りまとめるのにはかなりの手間がかかるのではないかという御指摘もあったのですけれども、あまり正確な数字というよりは、ざっくりと何割、というような数字をまず知りたいというようなことでよろしいでしょうか。

○日本インターネットプロバイダー協会

そうですね。例えば、それが半分とかになれば、何千億円という話でしょうし、それが10分の1ということであれば、何百億円ということなのではないかなと思うのですけれども。

○相田主査

高橋先生、何か、ただいまのJ A I P Aからの発言についてコメントございますか。

○高橋構成員

そうですね。さきほど関口構成員からまとめていただいたとおりのところで、かみ合ってなかったのですけれども、平等かどうかを見る前のステップという理解でよろしいんですね。

○日本インターネットプロバイダー協会

そうですね。申し訳ありませんでした。

○高橋構成員

そこはでも、多分、なかなか比率を出すとか、ざっくりでも難しいのかなという気もするので、質的なところでお互いの理解を深めるための何か別の聞き方というの模索されたほうがいいのではないかなと思いました。

○日本インターネットプロバイダー協会

はい、ありがとうございました。

○相田主査

ほかにかがでございましょうか。 私から 1 点。先ほど関口構成員との発言と関連して、私もやはりこれからなかなか厳しいかなと。それから、あともう一つは先ほども少しございましたようにユニバーサルサービスの最終保障提供責務との関係というのが今後どうなっていくのかなというところが、まだ私にもよく理解できていないので、よく注意して見ていかなければいけないかなと思っております。

それに関連して、あまり本題とは関係ないのですが、資料 7 ページ目のグラフは前からよく分からなくて、接続の場合、この接続料相当額というか、この緑の線は、先程からもございますように、ユーザ数増えると主端末回線当たりの収容量が増えてくるので、直線ではなく多分寝てくるのだろうそれに対して、卸料金が一番右のところで、卸料金からオレンジの矢印で下がっているような線を引くのが結局、今の接続料相当額が、どの傾きを見ているのかというところがあまり明確でないというので、多分 N T T 東西のユーザ数のところでの原点からの傾きを接続料相当額と言っているのかなというところで、ちょっとその辺りがこの図を見ても読み取れないところなので、次にこの図をお出しになる機会があれば、そのときに少しこの図を見直していただければなと思いました。

○N T T 東日本

この絵については、少し見方が分かりづらいところがあるかと思うのですが、自己設置、接続とサービス卸、それぞれ違いがあって、自己設置や接続は初期投資が一

定、固定費が相当程度かかるので、ユーザ数が相当程度たまった段階で、ようやく収入を上回るような状況になるというところに対して、サービス卸の場合は基本的にオペレーティングコストのようなものがあると思いますけれども、設備投資をしないので、1ユーザに売った瞬間から利益が出るという構造になっているというところですよ。

それに対して、接続事業者の主張は、完全に接続料に連動して卸料金を下げろということでしたので、そうすると、一番右の図の緑の線レベルにいきなり卸料金を下げろということになるので、これはさすがにフェアじゃないですよということをお伝えするためのものです。ちょっと相田主査の観点とうまくかみ合っていないのかもしれないのですが、言いたいことはそういうことです。

○相田主査

目的は理解できるんですけど、なまじいろいろ線が引いてあるので、何か、ここを直線で引くのは正しくないのではないかとか、接続料相当額が結局どこの数字を言っているのかとか、そういうところがネットワーク工学者としては気になるということをおっしゃいました。

○NTT東日本

概念というか、イメージとして語っていますので、厳密にどこがクロスポイントかまでは表しきっていないと思います。

(以上)