

電気通信事業分野における競争状況の評価

平成 18 年 5 月 31日

総合通信基盤局電気通信事業部事業政策課

競争評価の背景

- 電気通信市場が成熟し、規制緩和が急速に進む中で、競争評価は主要な政策ツールの1つ。
- IP化・ブロードバンド化によって変化を続ける市場の競争状況を政策展開に反映するため、平成15年度より実施。

電話の時代

インターネット・IPの時代

競争の導入

■競争原理の導入

- 電電公社の民営化
- 電気通信事業法制定

競争の促進

■ネットワークのオープン化

- NTT東西等の指定設備に対する接続規制の導入
- 長期増分費用方式の導入

■ドミナント規制

- ドミナント事業者による反競争的行為の類型化と禁止

■参入規制の緩和

- 需給調整条項の撤廃
- 外資規制の原則撤廃

■紛争処理制度の充実

- 電気通信事業紛争処理委員会の設立

競争の評価

■改正電気通信事業法の施行

- 参入規制の大幅緩和
- 料金・約款規制の原則廃止

■利用者保護の充実

- 改正法に基づく利用者保護ルールの整備
- プロバイダ責任制限法制定
- スпам対策法制定

■競争評価の実施

- 市場構造が複雑化する中で、市場における競争状況を分析・評価し、正確に把握

評価結果を広く公表し、政策に反映

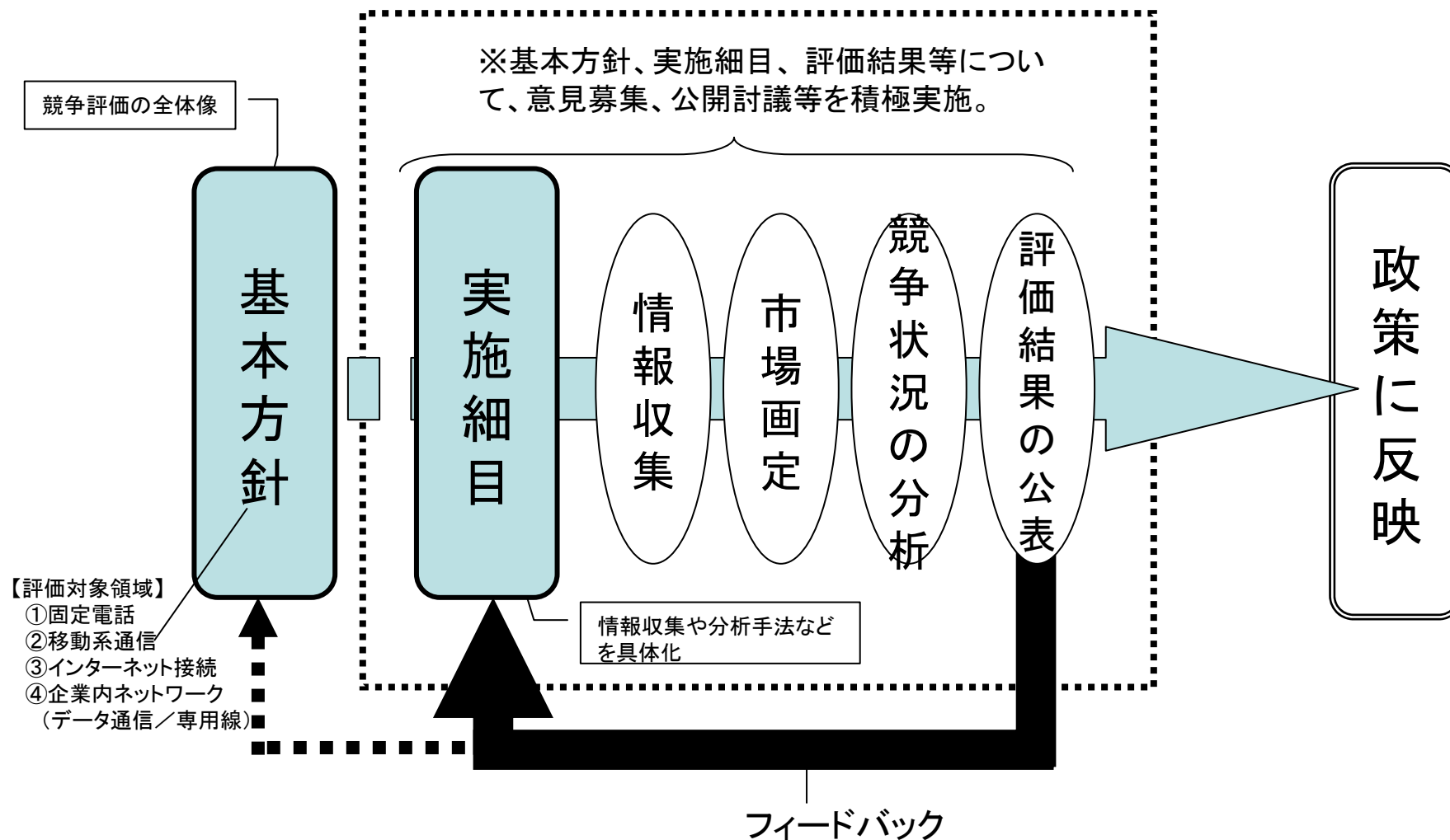
- 評価報告書を刊行
- コンファランス等を開催

関連する様々なデータを収集・公開

- データブックを刊行

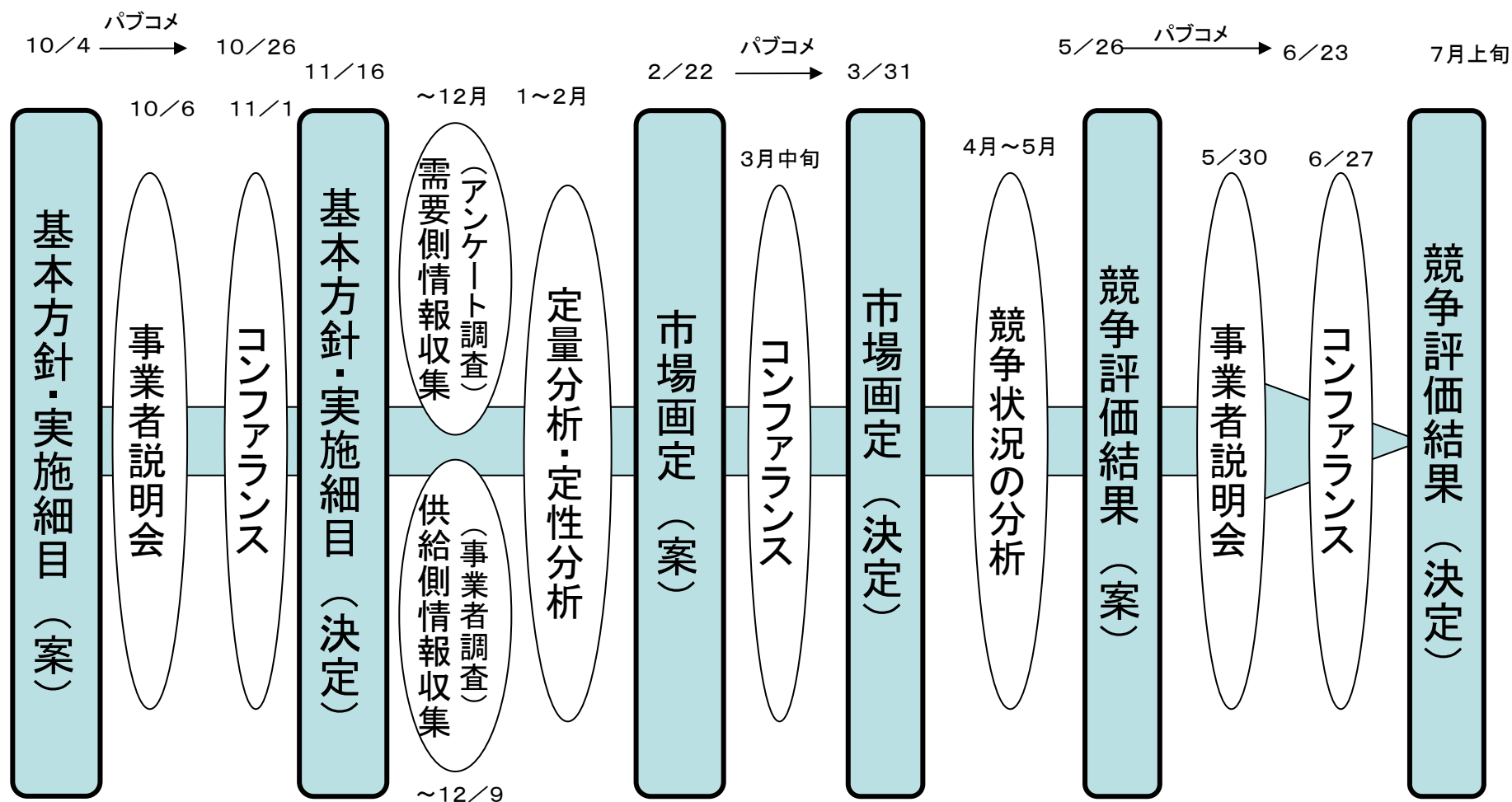
競争評価の手順

IP化・ブロードバンド化によって変化を続ける市場の競争状況を踏まえた政策反映に資するため、平成15年度より実施。今年7月、平成16年度評価結果を公表。
3年目となる平成17年度は、固定電話を中心に、全対象領域を総括。



競争評価のスケジュール(平成17年度)

○パブリックコメント、事業者説明会、コンファランスを経て、平成17年度の基本方針・実施細目、市場画定を決定・公表。現在、評価結果案の意見募集中



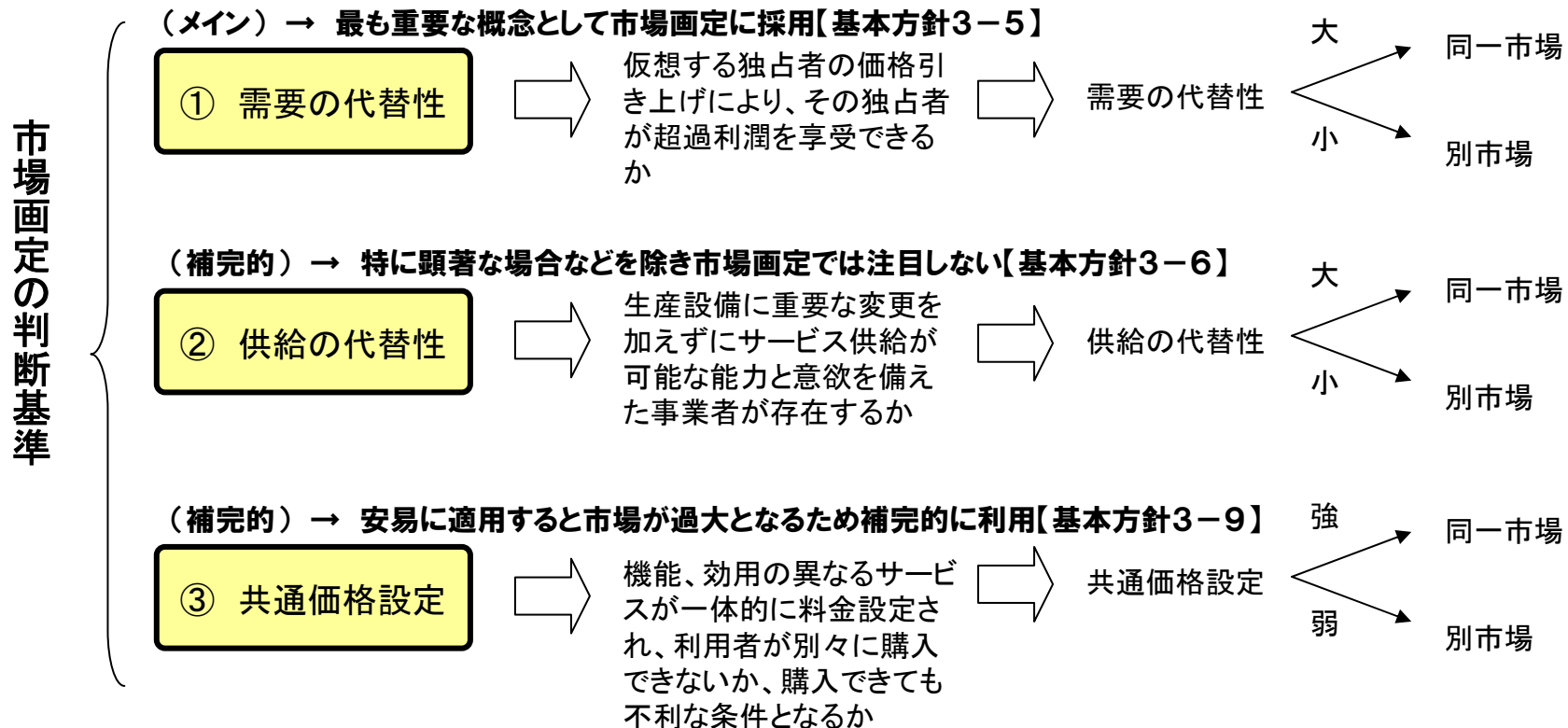
競争評価の対象領域

- 平成15年度は、「インターネット接続」、「企業内ネットワーク」領域を中心として、分析・評価を実施。
- 平成16年度は、「移動体通信」、「インターネット接続」領域を中心として、分析・評価を実施。
- 平成17年度は、「固定電話」領域を中心として分析・評価を実施しつつ、全対象領域を総括。

基本方針で示す4領域	平成15年度の対象領域	平成16年度の対象領域	平成17年度の対象領域	備考
固定電話 (IP電話を含む)	—	—	◎	◎:主な対象 △:付加的对象 —:対象外
移動体通信	—	◎	△ (定点観測)	
インターネット接続	◎	◎	△ (定点観測)	
企業内ネットワーク	◎	△ (定点観測)	△ (定点観測)	

市場画定について

- ①「需要の代替性」、②「供給の代替性」の2つの基準に基づき、市場画定を判断。
- ①「需要の代替性」については最も重要な概念として市場画定に採用。定性的及び定量的手法を組み合わせ、総合的に市場の同一性を判断。
- ②「供給の代替性」については、主として定性的な手法により、市場の同一性を判断。
- なお、③「共通価格設定」の基準を、必要に応じて援用



平成17年度競争評価の今後のスケジュール

スケジュール

- 5月26日（金）に報道発表・意見募集開始。
6月23日（金）に意見募集締切。
- 6月27日（火）に公開カンファレンスを開催予定。
- 7月初めに競争評価結果を決定。

固定電話領域

固定電話領域の市場画定

【サービス市場】

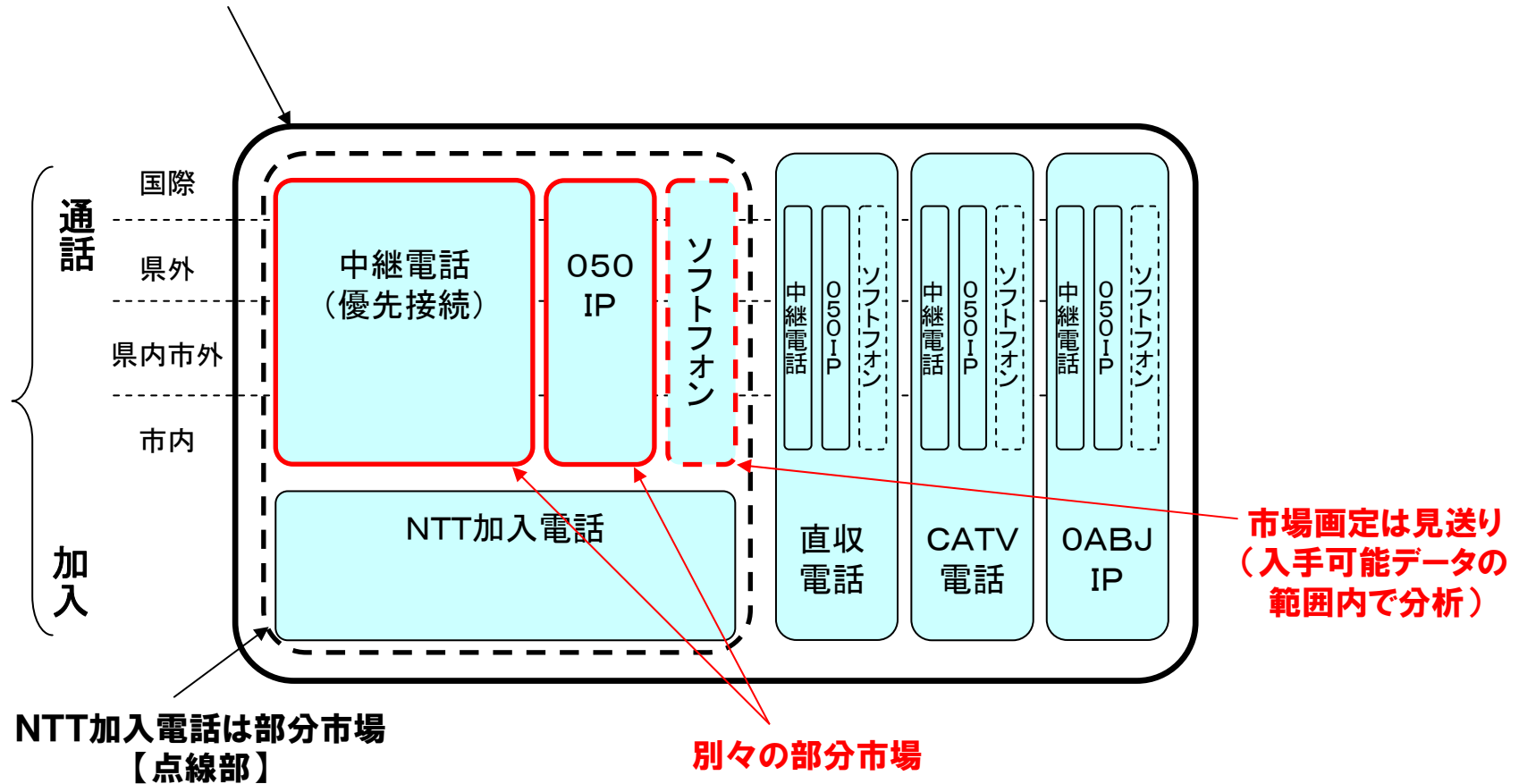
○固定電話市場は「NTT加入電話+直収電話+CATV電話+OABJ-IP電話」の範囲

○NTT加入電話は部分市場。中継電話と050-IP電話の別に市場を分析。(※ソフトフォンは市場画定せず)

【地理的市場】

○都道府県単位が最小の分析対象。東日本・西日本の2地域、全国10の地域ブロックで市場を分析。

固定電話市場の範囲 = NTT加入電話 + 直収電話 + CATV電話 + OABJ-IP電話



固定電話市場の2005年度の主な評価結果

1 2005年度の動向：NTT東西のシェアは依然として圧倒的だが、直収電話等も伸張。

- ・NTT東西のシェアは漸減傾向にあるものの94.1%に達し、依然として圧倒的。第一種指定電気通信設備に伴う各種規制を適用。
- ・ダークファイバを活用した新型直収電話が伸張し、直収電話全体で212万加入(05年12月)を獲得。
- ・FTTHの普及に伴い、0ABJ-IP電話が85万加入(05年12月)に達し、なお急拡大の兆し。

2 固定電話市場(加入部分)

2-1 市場支配力の存在：NTT東西は単独で市場支配力を行使しうる地位にある。

- ・NTT東西の市場シェアは引き続き90%を大きく超え、メタルの加入者回線のシェアもほぼ100%に達し、不可欠設備を保有。設備、サービスの双方で圧倒的なシェアを有し、単独で価格等に影響を与えうる地位にあると判断。

2-2 市場支配力の行使：NTT東西が単独で市場支配力を行使する可能性は高くないが、市場支配力を梃子にして隣接市場に影響を及ぼす懸念がある。

- ・第一種指定電気通信設備に係る競争ルールが有効に機能し、NTT東西の市場支配力の行使を抑止。
- ・新型直収電話や0ABJ-IP電話により、シェアは僅かながらも競争事業者が価格面・サービス面で競争を展開。

3 中継電話(NTT加入電話に係る部分市場)

3-1 市場支配力の存在

①単独：NTT東西又はNTTコミュニケーションズは単独で市場支配力を行使しうる地位にある(国際通話を除く)。

- ・NTT東西のシェアは市内で75.0%、県内市外で70.1%、NTTコミュニケーションズのシェアは県外で75.9%(いずれも06年3月末)に達し、通信量でも同様に5割を超えるシェアを維持。乗換費用も存在する等、単独で価格等に影響を与えうる地位にあると判断。
- ・国際ではNTTコミュニケーションズのシェアが63.5%に及ぶが、通信量ではKDDIに次ぐシェア2位の存在にとどまる。

②協調：複数の事業者が協調して市場支配力を行使しうる地位にある。

- ・市場は寡占的であり、シェア上位の事業者が協調する可能性はあると判断。(上位3社シェア(NTT東西又はNTTコミュニケーションズ、KDDI、日本テレコム)の合計)は、市内で91.0%、県内市外で88.9%、県外で94.3%、国際で93.4%。)

3-2 市場支配力の行使

単独、協調にかかわらず、市場支配力が行使される可能性は低い。

- ・マイラインは通話時に事業者識別番号を付与することで、契約先以外の事業者を選択することも可能な制度であり、競争圧力は強い。
- ・中継電話より安価な050-IP電話やソフトフォンが、競争圧力として存在。

固定電話市場の2005年度の主な評価結果

4 050-IP電話(NTT加入電話に係る部分市場)

4-1 市場支配力の存在

①単独： 単独で市場支配力を行使しうる地位にある事業者は存在しない。

- ・BBテクノロジーのシェアは49.0%にとどまり、単独で価格等に影響を与えうる地位にはないと判断。

②協調： 複数の事業者が協調して市場支配力を行使しうる地位にある。

- ・市場は寡占的であり、シェア上位の事業者が協調する可能性はあると判断。(上位3社シェアは、84.2%)

4-2 市場支配力の行使

協調により市場支配力が行使される可能性は低い。

- ・ADSL等のインターネット接続の付加サービスの位置づけであり、同一サービスの加入者間では通話無料等の割引料金が定着しているため、050-IP電話の通話料金を引き上げる誘因は低い。

5 今後の注視事項：直収電話やOABJ-IP電話等によるNTT加入電話の代替、050-IP電話やソフトフォンによる中継電話の代替等を通じた競争促進の動向を注視。

- ・固定電話内では、加入部分について、急増しつつある新型直収電話や、FTTHへの移行により利用可能となるOABJ-IP電話など、NTT加入電話の代替サービスの普及動向に注目。通話部分について、IP化等の進展を踏まえつつ、050-IP電話やソフトフォンなど中継電話の代替サービスの普及動向に注目。
- ・固定電話外との関係では、固定電話の契約数が年々減少傾向にある中で、固定電話と移動体電話の代替・補完関係に着目しつつ、FMCの進展に伴う固定・移動の融合・連携サービスの動向や、FTTHとの代替関係に注目し、トリプルプレイの進展に伴う通信・放送の融合・連携の推移も注視。
- ・NTT東西の市場支配力の行使については、競争政策の適切な運用により、引き続き注意深く監視するとともに、隣接市場に影響を及ぼす動きの有無等も注視。

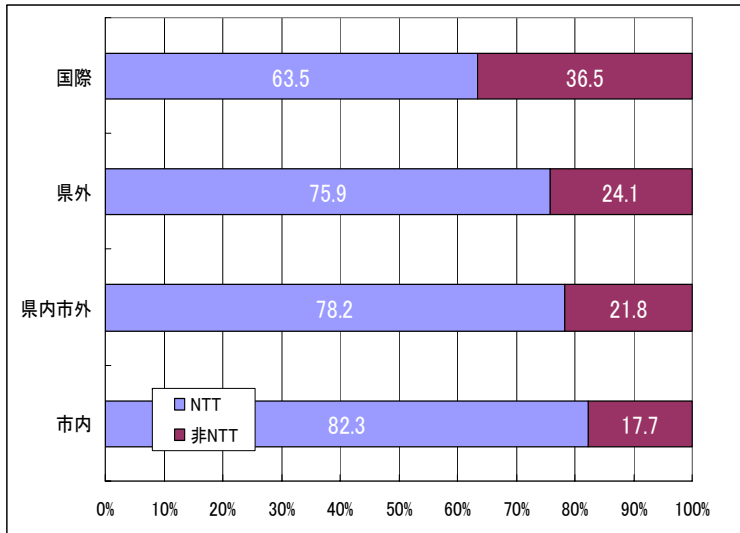
隣接市場との相互関係

インターネット接続市場との相互関係

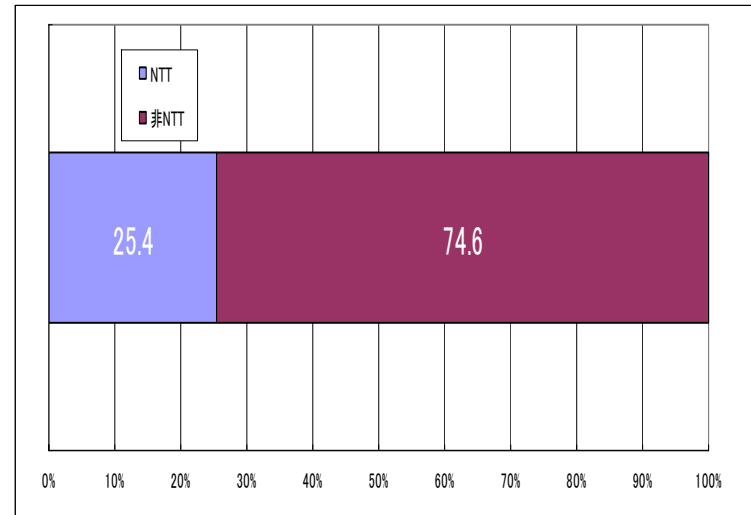
○ 固定電話の加入部分におけるNTT東西の市場支配力が圧倒的。この市場支配力に由来するインターネット接続市場への影響力の可能性を分析することが必要。

通話

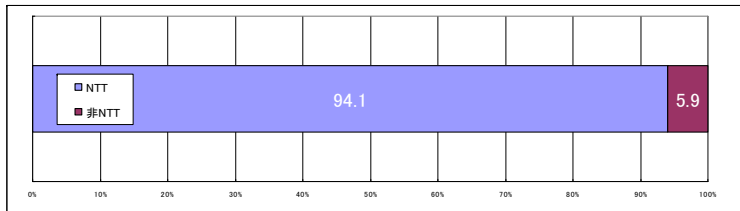
中継電話



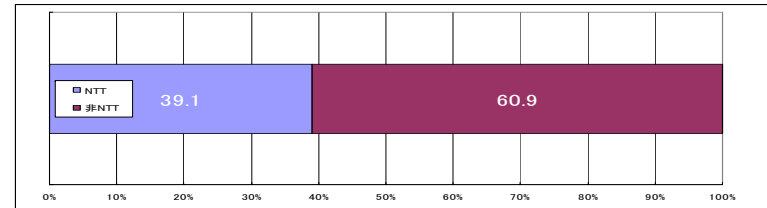
050-IP電話



マイライン・マイラインプラス



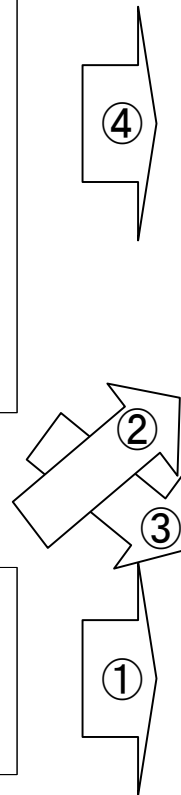
⑤



加入

固定電話

ADSL



隣接市場との相互関係に関する主な評価結果

1 固定電話市場での事業者選好とインターネット接続市場での事業者選好には、一定の相関が存在。

- ・固定電話(加入)とインターネット接続の利用状況を見ると、固定電話で選択した事業者と同じ事業者・グループのADSLやISP(050-IP電話の代理変数)を利用者が選択している比率が高い。
- ・中継電話とインターネット接続の利用状況を見ると、マイライン等で選択したサービスと同じ事業者・グループのADSLやISP(050-IP電話の代理変数)を利用者が選択している比率が高い。
- ・企業ブランドやセット割引等も反映した結果であり、競争上直ちに問題となる訳ではないが、固定電話市場におけるNTT東西のシェアは圧倒的であるため、固定電話市場における市場支配力の濫用の可能性について、注視が必要。

2 固定電話市場での事業者選好と移動体通信市場での事業者選好には、一定の相関が存在。

- ・固定電話(加入)と携帯電話の利用状況を見ると、NTT東西とNTTドコモ、KDDIとau等、固定電話で選択したサービスと同じ事業者・グループの携帯電話サービスを利用者が選択している比率が高い。
- ・中継電話と携帯電話の利用状況を見ると、マイライン等で選択したサービスと同じ事業者・グループの携帯電話サービスを利用者が選択している比率が高い。
- ・企業ブランドやセット割引等も反映した結果であり、直ちに問題となる訳ではないが、NTTグループは固定電話と携帯電話の両市場で大きな市場シェアを有しているため、それらの市場支配力の影響を注視することが必要。

3 固定電話市場、インターネット接続市場、移動体通信市場の相互関係に注視

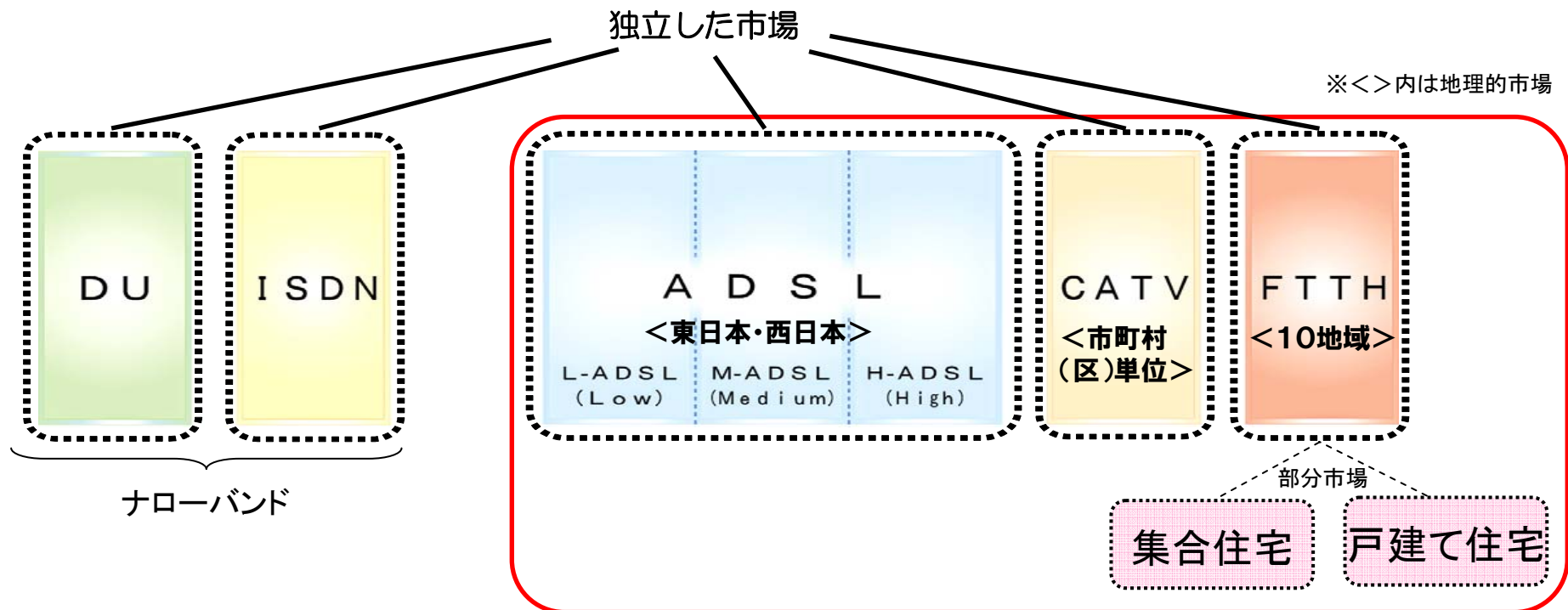
- ・異なる市場間で同一の事業者・グループを選好する傾向は、例えばインターネット接続市場と移動体通信市場の間でもある程度認められる。
- ・FTTHへの移行やFMCの進展に伴い、固定電話市場、インターネット接続市場、移動体通信市場の3市場にまたがる相互関係を精緻に分析し、固定電話における市場支配力の濫用の可能性を注視。
- ・同一の事業者・グループによる囲い込み(ロックイン)が強まり、スイッチングコストが高まることによって、消費者利益が低下する可能性もあるため、市場環境に応じて適切な競争政策の整備・運用が必要。(例えば、他事業者のサービスのバンドル化の応諾義務など)

ブロードバンド領域

ブロードバンド領域の市場画定

2003年度の市場画定を踏襲し、ADSL市場、CATVインターネット市場、FTTH市場をそれぞれ設定

- ・ 需要の代替性等を基に、DU、ISDN（常時接続）、ADSL、CATVインターネット、FTTHをそれぞれ独立したサービス市場として画定。
- ・ 2004年度以降は、市場の動向を踏まえ、ブロードバンド領域のみを評価。
- ・ FTTH市場は、部分市場として、集合住宅市場と戸建て住宅市場を設定。



ブロードバンド（2004年度以降の評価対象）

ADSL市場

ADSL市場の2005年度の主な評価結果

1 2005年度の動向： 接続ルール下で、競争は依然として活発

- ・NTT東西の第一種指定電気通信設備の開放の適切な運用の下、競争事業者との競争は引き続き活発。
- ・FTTHの伸張等によりADSLの契約数の純増は鈍化。NTT東日本のADSLでは既に純減しており、全体で純減に転ずる可能性も。
- ・NTT東西のシェアが徐々に増加傾向。西日本でもシェア1位に。（全国で39.1%、東日本で38.2%、西日本で39.9%）

2 市場支配力の存在

①単独： NTT東西は単独で市場支配力を行使しうる地位にある。

- ・NTT東西とソフトバンクBBのシェアは拮抗。（ソフトバンクBBのシェアは、全国で34.6%、東日本で31.4%、西日本で38.0%）
- ・ただし、ソフトバンクBBのサービス提供はNTT東西の第一種指定電気通信設備の開放によって成り立っているため、NTT東西は単独で価格等に影響を与えうる地位にあると判断。

②協調： 複数の事業者が協調して市場支配力を行使しうる地位にある。

- ・市場は寡占的であり、シェア上位の事業者が協調する可能性はあると判断。（上位3社シェアは全国で86.8%、東日本で85.1%、西日本で88.3%）

3 市場支配力の行使

①単独： NTT東西が単独で市場支配力を行使する可能性は低い。

- ・NTT東西と競争事業者は価格面・サービス面で活発な競争を展開。
- ・第一種指定電気通信設備の開放が、NTT東西の市場支配力の行使を抑制。

②協調： 複数の事業者が協調して市場支配力を行使する可能性は低い。

- ・高速化に伴う実質的な値下げ、サービスの多様化、新規加入キャンペーンの実施等、シェア獲得の競争は活発。
- ・接続ルールの下、参入障壁は高くない。
- ・都市部を中心に、FTTHとの競合関係が強まり、価格引き上げは困難。

4 今後の注視事項： ADSLからFTTHへの移行に伴う競争環境の変化を注視

- ・ADSL市場の成長が減速する環境下で、特定の事業者のシェアが急激に高まったり、複数の事業者による価格面等への暗黙の協調など協調的行動が発生する可能性に要注意。
- ・現行サービスの内容や品質低下等による消費者利益の減少にも注意。
- ・ADSLからFTTHへの移行が本格化し、ADSLとFTTHの両サービスを提供する事業者が各市場における市場支配力を「梃子」に利用する可能性についても、要注意。

FTTH市場

FTTH市場の2005年度の主な評価結果

1 2005年度の動向： FTTHの契約数が伸張、映像サービスも本格化。

- FTTHの契約数は05年末で463万。集合住宅向けで199万、戸建て・ビジネス向けで264万に増加。
- 高速大容量を活かした映像伝送サービスの提供が活発化し、CATV放送や衛星放送とも競合しつつある。
- 特に集合住宅向けの料金低下が進み、ADSLやCATVインターネットとの競合が進んでいる。
- トリプルプレイサービスの提供による料金競争が進展する可能性。
- ADSL市場に比べ、NTT東西が高いシェアを維持。(全体で60.7%、集合住宅向けで43.9%、戸建て・ビジネス向けで73.2%)
- 集合住宅市場では、KDDIのシェアが徐々に上昇し、第3位になっている。

2 集合住宅市場

(1) 市場支配力の存在

①単独： NTT東西は単独で市場支配力を行使しうる地位にある。

- 関東、近畿、中国、九州を除き、NTT東西のシェアは5割超。(北海道67.0%、東北79.8%、東海54.2%、北陸97.4%、四国94.8%、沖縄84.8%)
- いずれの地域も、競争事業者のサービス提供は不可欠設備たるNTT東西の光ファイバに大きく依存しているため、NTT東西は単独で価格等に影響を与えうる地位にあると判断。

②協調： 複数の事業者が協調して市場支配力を行使しうる地位にある。

- 市場は高度に寡占的であり、シェア上位の事業者が協調する可能性はあると判断。(上位3社シェア(NTT東西、USEN、KDDI)は全国で71.2%。地域ブロック別では7割～10割近くに達する。)

(2) 市場支配力の行使

①単独： NTT東西が単独で市場支配力を行使する可能性は低い。

- NTT東西は業務区域内で同一料金を設定しており、関東や近畿等の競争的地域における料金を北陸等の独占的な地理的市場でも適用。
- 各種割引制度の導入により、競争事業者との料金競争も行われている。

②協調： 複数の事業者が協調して市場支配力を行使する可能性は低い。

- 加入者獲得が比較的容易な集合住宅では、サービスの多様化、新規加入者キャンペーンの実施等、シェア獲得の競争は活発。
- USENや電力系事業者の他、多数の小規模事業者が参入。(計43社が存在)
- FTTHよりも一般的に安価なADSLやCATVインターネットが、競争圧力として存在。

FTTH市場の2005年度の主な評価結果

3 戸建て住宅市場

(1) 市場支配力の存在

①単独： NTT東西は単独で市場支配力を行使しうる地位にある。

- ・NTT東西のシェアは全国で73.2%。9割を超える地域も多く存在(北海道94.3%、東北96.3%、東海92.7%、北陸96.9%、沖縄91.3%)
- ・料金面でも、NTT東西の生産性が電力系事業者よりも劣位でない限り、一定期間経過後の利益を上げうる料金水準。
- ・いずれの地域も、競争事業者のサービス提供はNTT東西の光ファイバに大きく依存しているため、NTT東西は単独で価格等に影響を与えうる地位にあると判断。

②協調： 複数の事業者が協調して市場支配力を行使しうる地位にある。

- ・市場は事実上の複占。互いに協調する可能性はあると判断。(上位2社シェア(NTT東西、電力系事業者)は96.0%。地域別では、近畿98.6%、関東94.4%。)

(2) 市場支配力の行使

①単独： NTT東西が単独で市場支配力を行使する可能性は低い。

- ・NTT東西は業務区域内で同一料金を設定し、関東や近畿等の競争的地域における料金を他の地域にも適用。
- ・自ら光ファイバを設置し、NTT加入電話を代替しうるOABJ-IP電話も提供する電力系事業者のシェアが増加傾向にあり、NTT東西は対抗上シェア獲得を強く意識して対抗策を講じている。

②協調： 複数の事業者が協調して市場支配力を行使する可能性は低い。

- ・関東や近畿等ではサービスの多様化、新規加入者キャンペーンの実施等、シェア獲得の競争は活発。
- ・規模の経済性やネットワーク外部性が働きやすく、加入者の大小が事業の採算性を大きく左右するため、市場の成長局面ではシェア拡大が優先される傾向。FTTHと一体提供されるOABJ-IP電話や映像サービス等、将来性の高いサービスの基盤をめぐる主導権確保の競争といった面もある。
- ・FTTHよりも低料金のADSLやCATVインターネットが、競争圧力として存在。

4 今後の注視事項： FTTHへの移行に伴う競争環境の変化を注視。

- ・NTT東西のシェアが高まる傾向が顕著(FTTH全体で02年9月の37.2%から05年12月に60.7%まで上昇)であり、設備面も含め、NTT東西による市場支配力の行使の可能性を注視。
- ・FTTHへの移行が進むにつれADSLやCATVインターネットとの競争圧力が弱まり、市場支配力の単独又は協調による行使の可能性が高まることに注意。
- ・OABJ-IP電話やトリプルプレイ、FMCサービス等の普及により、固定電話や携帯電話など隣接市場との関連が強まるため、FTTHの新規顧客獲得に当たり、各市場における市場支配力を梃子に利用する可能性についても、注視が必要。

CATVインターネット市場

CATVインターネット市場の2005年度の主な評価結果

1 2005年度の動向： 契約数は依然として増加傾向だが、その伸びは鈍化。

- ・CATVインターネットの契約数は増加傾向を続け324万(05年12月末)に到達。
- ・市場の成長に伴い、契約数の伸びは年々鈍化。

2 市場支配力の存在： CATVインターネット事業者は単独で市場支配力を行使しうる地位にある。

- ・CATVインターネットを提供するのはCATV放送事業者であり、市町村(区)単位等の営業区域により地域的に独占的な地位を有していることが大半なため、その営業区域内において単独で市場支配力を行使しうる地位にあると判断。
(※市場は地域独占的であり、協調による市場支配力の存在や行使を考慮する必然性はない。)

3 市場支配力の行使： CATVインターネット事業者が単独で市場支配力を行使する可能性は低い。

- ・ADSLの圧倒的な存在やFTTHの台頭が著しく(05年6月末にはCATVインターネットの契約数をFTTHが逆転)、ブロードバンドサービス内での競争圧力が存在。CATVインターネットのみ利用可能な地域は解消しつつある。
- ・CATVインターネットはCATV放送の付加的サービスであるが、特にFTTHについては映像伝送サービスの提供が活発化しており、CATV放送自体との競合が生じ、CATVインターネットの競争状況にも大きく影響。
- ・以上のような状況で、CATVインターネット事業者が単独で価格等に影響力を行使する可能性は低いと判断。

4 今後の注視事項： FTTHへの移行、通信・放送融合等に伴う競争環境の変化を注視。

- ・IPマルチキャストによる電気通信役務利用放送について、著作権法上有線放送と同様の扱いとする動きが顕在化しており、VODやインターネット放送を含めた映像伝送サービスの普及動向に注目。
- ・ADSLと異なり、CATVインターネットは放送サービスとのバンドルによる優位性・独立性があるが、電気通信役務利用放送等による高品質・多チャンネルの映像伝送サービスを利用可能なFTTHへの移行が、CATVインターネットへ与える具体的な影響を注視。
- ・FTTH事業者はOABJ-IP電話、映像伝送サービスをバンドルしたトリプルプレイを志向しており、これがCATV放送事業者が提供するトリプルプレイとの間に生み出す競争環境の変化に注目。
- ・CATVケーブルを映像配信の足回りに利用する等、アクセス回線の提供による電気通信事業者との連携・共存を図る動きにも注目。

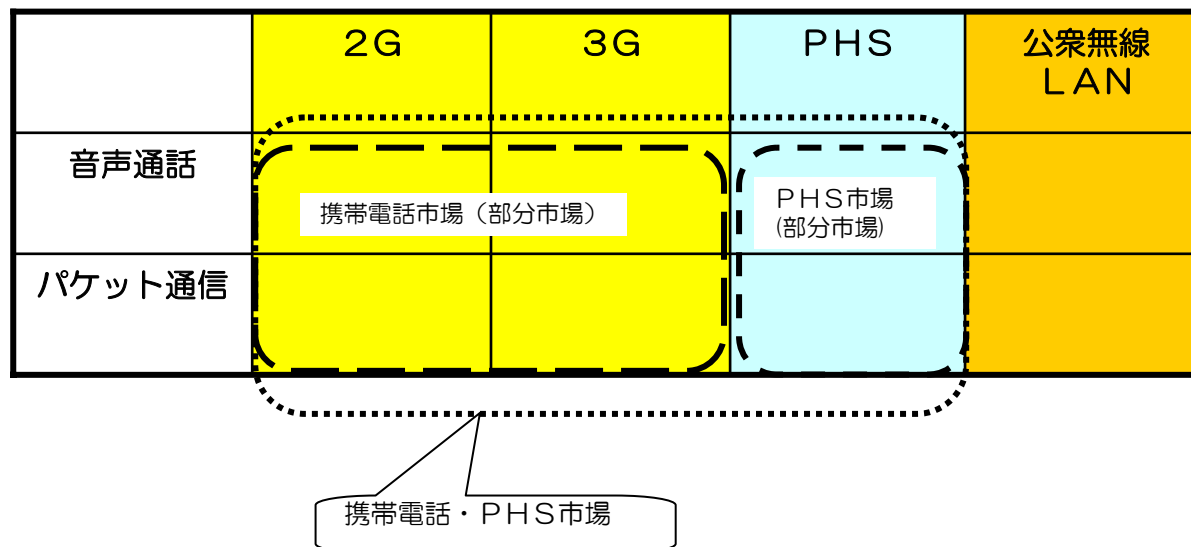
移動体通信領域

移動体通信領域の市場画定

2004年度に行った市場画定を引き続き踏襲し、「携帯電話・PHS市場」を設定

- 音声通話とパケット通信は同一のサービス市場。
- 2Gと3Gも同一のサービス市場。
- 携帯電話とPHSも同一のサービス市場。ただし、携帯電話、PHSはそれぞれを部分市場としても観念。
- 公衆無線LANは市場としては輪郭が未成熟なため、市場画定は行わない。

「移動体通信」領域のサービス市場の画定



移動体通信市場の2005年度の主な評価結果

1 2005年度の動向：2Gから3Gへの移行が進み、競争は依然として活発

- ・2Gと3Gの契約数比がほぼ半々となり、W-CDMAがcdma-2000 1xを逆転。
- ・NTTドコモが過半のシェアを維持。auのシェア増、ボーダフォンのシェア減の傾向が続く。PHSはウィルコムシェアが増加。
- ・ソフトバンクによるボーダフォンの買収が合意。新たに2社の参入も決定。

2 市場支配力の存在

①単独：NTTドコモグループは単独で市場支配力を行使しうる地位にある。

- ・NTTドコモグループのシェアは54.1%、携帯電話事業における売上高シェアも05年期中で55.5%、営業利益率も18.39%を越し、昨年と状況に大きな変化なし。
- ・電話番号の変更や各種料金割引によるスイッチングコストが存在し、料金を引き上げたとしても移行は限られた範囲にとどまり、支配的事業者が利益機会を獲得する可能性があるため、NTTドコモグループが単独で価格等に影響を与える地位にあると判断。

②協調：複数の事業者が協調して市場支配力を行使しうる地位にある。

- ・市場は05年12月末での上位3社シェアは96.1%と、依然として高度に寡占的。
- ・このような市場環境では、シェア上位の事業者が暗黙の協調等により市場支配力を行使することは潜在的に可能。

3 市場支配力の行使

①単独：NTTドコモグループは単独で市場支配力を行使する可能性は高くない。

- ・規模の経済性やネットワーク外部性が大きい市場であるため、シェア拡大に向かう誘引が強い。
- ・第二種指定電気通信設備に係る接続義務や禁止行為等の規制が機能し、NTTドコモグループの市場支配力の行使を抑制。

②協調：複数の事業者が協調して市場支配力を行使する懸念は残る。

- ・高度に寡占的で参入障壁があり、営業利益率も比較的高水準にあるため、市場支配力の形成や維持がそもそも生じやすい。
- ・既存事業者の事業戦略やビジネスモデルが類似しており、同質な事業者である。
- ・携帯電話等の料金体系が複雑化し、料金水準を把握しにくくなっている。

しかし、その懸念は以下の理由からやや緩和されつつある。

- ・番号ポータビリティ導入や新規参入を控え、各種料金割引や多彩なサービスの導入により、既存利用者の囲い込みや新規利用者の顧客獲得競争が非常に活発。
- ・MVNOの本格的登場や、電子マネーや認証機能等のプラットフォームサービス導入など、事業戦略やビジネスモデルが多様化。

4 今後の注視事項：行き過ぎた囲い込み競争、レイヤーをまたぐ競争の動向を注視。

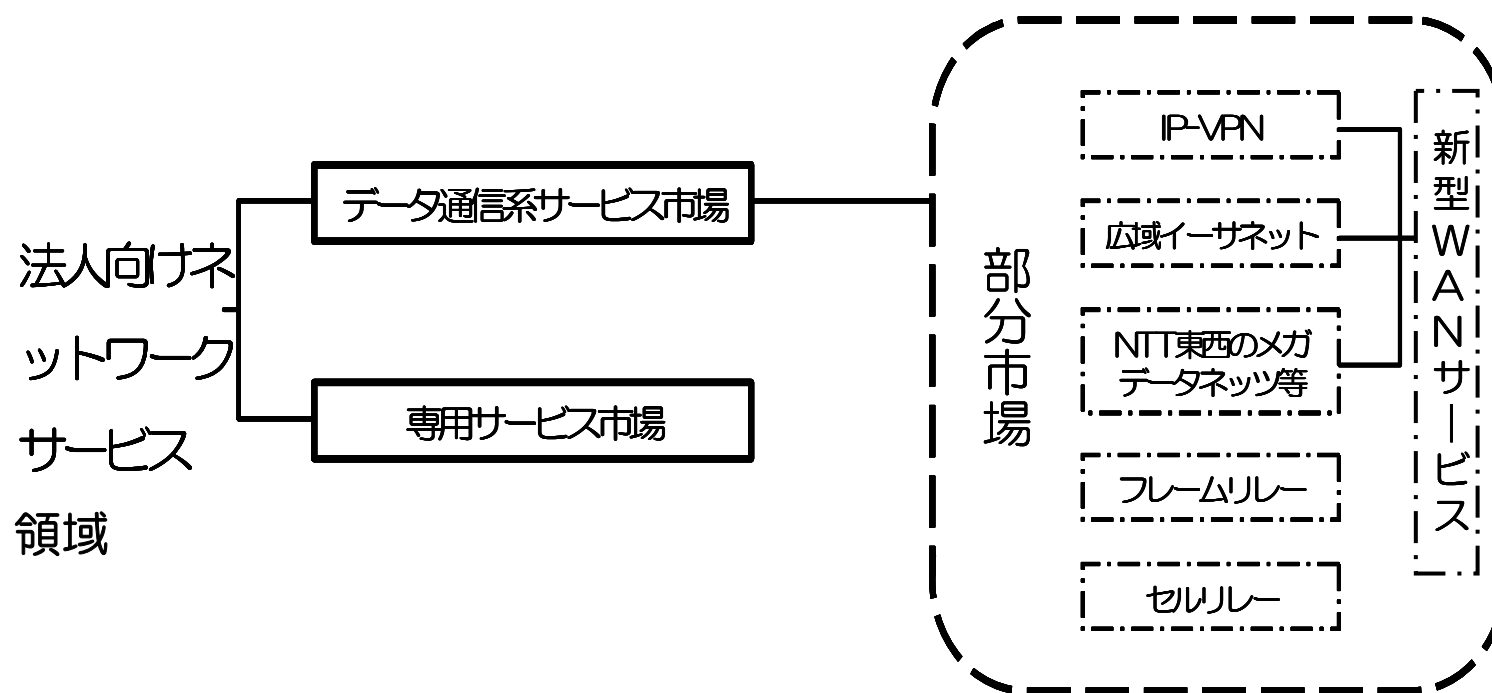
- ・番号ポータビリティや新規参入により、囲い込み強化による消費者利益の損失やシェア変動等の競争環境の具体的変化を注視。
- ・公式サイト等のアプリケーション、決済・認証等のプラットフォーム等、レイヤーをまたがって市場支配力を行使する可能性に注視。

法人向けネットワークサービス領域

法人向けサービス領域の市場画定

2003年度及び2004年度に行った市場画定を引き続き踏襲し、「データ通信系サービス市場」と「専用サービス市場」を確定。

- ・ 「データ通信系サービス市場」については、技術的方式や機能・効用等を考慮し、新型WANサービス(IP-VPNサービス、広域イーサネットサービス、メガデータネッツ等)、フレームリレー、セルリレーのそれぞれを部分市場と設定
- ・ データの入手可能性等を考慮し、主に新型WANサービスを中心に競争状況を分析



法人向けサービスの2005年度の主な評価結果

1 2005年度の動向：専用サービスからデータ通信系サービスへのシフトが続く。

- ・法人利用の主力サービスは、幹線系・支線系ともに専用サービスからデータ通信系サービスへのシフトが続いている。
- ・データ通信系サービスを代表する新型WANサービスは、市場の成長が顕著。(回線数は05年3月の49万から9月に55万へ)
- ・専用サービス市場は規模が縮小し続けている。(回線数は04年3月の63万から05年3月に61万へ)

2 データ通信系サービス市場(新型WANサービス)

(1)市場支配力の存在：単独で市場支配力を行使しうる事業者は存在しない。

- ・ただし、NTTグループとしてのシェアは67.5%にのぼり、グループで協調する可能性はあると判断。

(2)市場支配力の行使：協調して市場支配力が行使される可能性は低い。

- ・伸長著しいNTT東西が提供するメガデータネット(PVCメニュー)はアクセスチャージ化されている。
- ・データ通信系サービスの足回りにも使用されるダークファイバもアクセスチャージ化されている。
- ・法人向けネットワークサービスの1つとしてインターネットVPNの増加が顕著であり、新型WANサービスとの競争は活発。価格引き上げは容易ではないと推定。

3 専用サービス市場

(1)市場支配力の存在：NTT東西は市場支配力を行使できる地位にある。

- ・NTT東西を1社とみなせば88.5%に達し、単独で価格等に影響を与えうる地位にあると判断。

(2)市場支配力の行使：NTT東西が市場支配力を行使する可能性は低い。

- ・専用サービスにはプライスキップの規制がかけられている。
- ・専用サービス市場の規模が縮小しつつある中、価格を引き上げれば、データ通信系サービスへの顧客流出を加速化しかねない。

4 今後の注視事項：IP電話やセントレックス、モバイル等のサービスの普及による

競争環境の変化に注視

- ・法人向けのIP電話、インターネットVPN、セントレックスサービス、モバイル端末を活用したFMCサービス等の普及・導入動向に伴う、データ通信系サービスや専用サービスにおける競争環境の変化に注目。
- ・法人向けサービス市場においてもNTTグループのシェアが高まる傾向があり、市場支配力の行使の可能性に注視。

マイグレーション分析

2005年度の主な評価結果(マイグレーション分析)

1 FTTHへの移行が本格化

- ・ブロードバンドの契約数の純増数は、ADSLやCATVインターネットは鈍化する一方で、FTTHは急増。ブロードバンドに占めるFTTHの比率が上昇していく傾向。
- ・ナローバンド、ADSL、CATVインターネットの利用者のうち、FTTHへの変更意向は全体で3割強。変更したいが(料金やサービス提供の有無等により)変更できないとする利用者も3割いるため、約6割強がFTTHへの移行を希望。
- ・特にナローバンドとADSLからFTTHへ移行する希望が強い。

2 NTT東西のFTTHへ移行する傾向が顕著

①NTT東西からNTT東西へ移行する傾向が強い

- ・ADSLからFTTHへ移行した利用者について、NTT東西のADSL利用者の67.9%がNTT東西のFTTHへ移行。非NTT東西のADSL利用者は45.6%にとどまる。ISDN利用者も同様の傾向が顕著。
- ・今後FTTHへ移行を希望する利用者について、NTT東西のADSL利用者の78.7%がNTT東西のFTTHへの移行を希望。非NTT東西のADSL利用者は30.0%にとどまる。ISDN利用者も同様の傾向が顕著。

②NTT東西以外からもNTT東西へ5割近くが移行

- ・CATVインターネットやダイヤルアップについても、4割～5割強の利用者がNTT東西のFTTHへ移行。
- ・今後のFTTHへの移行希望についても、CATVインターネットやダイヤルアップ利用者の45%前後を占める。
- ・FTTHへの移行前に利用していた事業者が必ずしもFTTHを提供しておらず、NTT東西以外の選択肢が少ないことが要因か。

③FTTHへの移行がNTT東西のシェアを押し上げる構造的な要因に

- ・ナローバンド、ADSL、CATVインターネットからFTTHへ移行した全利用者の54%がNTT東西のFTTHへ移行。
- ・今後FTTHへ移行を希望する全利用者の47%がNTT東西のFTTHを希望。
- ・NTT東西の実際のシェアはADSLで39.1%、FTTHで60.7%。FTTHへの移行がNTT東西のシェアを押し上げる構造的な要因となっている。

3 FTTHへの移行に伴う競争環境の変化を注視し、競争政策に反映させることが必要

- ・FTTH移行に伴って事業者を変更した利用者の変更理由は、以前の回線事業者がFTTHを提供していなかったからという消極的な理由も少なくなく、設備競争やサービス競争の進展によってはNTT東西の競争優位が今後も維持されるとは限らない。(例えば、近畿地域では、電力系事業者がNTT西日本とのFTTHサービスの競争が進展)
- ・ただし、NTT東西の現在の圧倒的な優位性を踏まえ、適切な競争ルールの整備・運用によって、NTT東西の市場支配力の行使を抑制することが必要。(例えば、NTT東西によるFTTH等の新規サービス受付に116番号を使用しない等)