

基本方針（案）に対して寄せられた意見

●総論

番号	頁	段 落	意 見
1			- 電気通信市場は、技術革新が激しく、新サービスの登場や複数サービスのパッケージ化、垂直的統合サービスの出現等、従来の市場の枠を越えた競争が展開され、市場が流動化・複雑化している状況にあります。今回の分析・評価対象である「固定電話」についても、IP電話やドライカップを利用した直収電話の登場や、移動体通信やブロードバンドサービスとの競合、さらにはFMCやトリプルプレーなど市場横断的なサービスとの関係等、多角的な分析・検討が必要であると考えます。 - 他方、固定電話（加入電話、公衆電話、緊急通報等）は、現時点ではユニバーサルサービスとして全国あまねく確保すべきサービスとしての性格を有しております。競争評価にあたっては、こうした社会的要請との関係についても、分析・検討していただきたいと考えます。 【東日本電信電話株式会社】
2			我が国の電気通信市場においては、移動体通信、インターネット接続サービスの利用者が飛躍的に拡大しており、本年度の分析・評価対象である固定電話サービスの電気通信市場における比重は低下していると考えられます。 一方、IP化、ブロードバンド化、ユビキタス化の進展により、FMCサービスやトリプルプレー等の市場横断的なバンドルサービスの提供も始まるなど、従来のサービス区分は急速に融合しつつあります。 このようにダイナミックに変化し続ける電気通信市場においては、弊社も含めた多様な事業者が市場に参画し、各事業者が創意工夫を最大限発揮してサービスの高度化、多様化を競い合うことが、電気通信市場を健全に発展させ、利用者利便の向上につながり、ひいてはu-J a p a n構想の実現に資すると考えます。 【西日本電信電話株式会社】

●第二章 情報の収集と公表

番号	頁	段 落	意 見
3	11	2-1(5)	<総務省案> 分析に用いる情報の中には企業として公表を望まないものが少なくなく、行政側の立場のみで公表できるものではない一方で、企業として一般に公表していないのだから秘匿が当然というわけでもない。このため、競争評

			価の分析で用いた情報は可能な限り公表することとするが、実際には次の2つを公表ルールとする。 ① 電気通信事業法の改正を踏まえて、法令上事業者に報告が義務付けられている情報については、個々に公表の必要性和妥当性を事業者の説明し、協議しながら判断を行う。 ② 競争評価のために独自に収集した情報については、事業者の同意が得られない場合は問題のないよう加工するなど、提出元の事業者の同意を公表に当たって、必ず得るようにする。 <意見> 競争評価にあたって事業者から総務省殿に提出するデータは、通常事業者が公開していない企業経営や事業戦略に関わる情報も含まれており、公表に関しては極めて慎重に取り扱って頂く必要があるものと考えます。今年度の基本方針案において、データの公表が事業者の同意なしに一方的に行われることはないことと明記されており、この点について賛同いたします。 【ボーダフォン株式会社】
4	1 2	2 - 3	<総務省案> (1) 競争評価は、事実関係の正確な把握と認識の共有を目指しているため、事実関係の認識に対立があるなら、掘り下げてその対立の解消を進めるのが原則である。したがって、どのような点に意見の対立があり、対立する両者の意見はどのような事実を基にした主張なのかを明らかにする手段が重要であり、そのために意見公募を利用する。 (2) また、議論する内容によっては、技術性や専門性を要することもあるので、事業者なども主体的に参画する会合を開催するなどして内容を深めることとし、その模様は公開する。 <意見> 競争評価をより客観的で効果的なものとするために、より多くの意見募集や公開討論の場を設けて頂きたいと考えます。 意見募集については、「基本方針案」「実施細目案」「評価結果案」に関するものだけでなく、「市場画定案」や「画定後の各市場の初期評価案」についても実施して頂く必要があると考えます。特に、市場画定にあたっての意見募集は必須であると考えます。なぜなら、市場画定が適切になされなかった場合には、画定された市場についての評価結果も、適切なものにならないと考えられるためです。 また、各意見募集において、提出された意見に対する再意見募集を実施するとともに、意見募集の期間は少な

			くとも 20 営業日を確保して頂きたいと考えます。加えて、このような充実した意見募集や討論会を確実なものとするために、必要に応じて全体の評価期間を延長して頂くことを希望いたします。 【ボーダフォン株式会社】
--	--	--	--

●第四章 競争状況の分析と評価

番号	頁	段落	意 見
5	26	4-3(2)	＜総務省案＞ このため、競争状況进行分析・評価する際には、特に次の三点に留意する。 ① 価格の引上げなどの行動を抑止する他事業者が最終利用者向けサービス市場の中に存在するか。（＝顕在的競争事業者の分析） ② 価格の引上げなどの行動を抑止する他事業者がその市場の内外（例えば隣接市場）に存在するか。（＝潜在的競争事業者の分析） ③ 政策措置は、こうした事業者間の関係にどう影響しているか。（＝政策措置の分析） ＜意見＞ 市場支配力の分析にあたっては、定量的データのみでは決して判断しないというのが、最近の国際的な傾向です。その意味で、総務省殿案のように、「シェアなどは重要な指標であるが、そのみに依拠して競争の状況を判断することはしない」とした上で、定量的な指標と合わせて、「定性的な要因を分析する」と述べていることは、国際的傾向と一致しており、賛同いたします。 諸外国の例を見てみると、たとえば EU では、2002 年に公布された「欧州委員会による、市場分析及び市場支配力の評価に関するガイドライン^注」において、「マーケットシェアのみで市場支配力を判定してはならない」「規制当局は、市場支配力の存在について結論を出す前に、関連市場の経済的な特徴について、あらゆる面から徹底的に分析を行わなければならない」とした上で、事業者が、競争事業者や消費者を無視して振舞えるかどうかを判断するための指標の例として以下のものを挙げていますが、これらの中には定性的指標も含まれています。 ・ 事業者の企業規模 ・ 簡単には代替を構築できないようなインフラについて、どうコントロールしているか

			・ 技術的な進展度合い ・ 事業者に対し影響力のある購買力の不在、または不足 ・ 資本・財源に対するアクセスのしやすさ ・ 製品やサービスの多様性／多角化の度合い（バンドルサービスなど） ・ 規模の経済性 ・ 範囲の経済性 ・ 垂直統合状態 ・ 強大な販売力 ・ 潜在的な競争力の不在 ・ 拡大障壁 こうした諸外国の事例を参考に、実施細目において定性的要因分析に関するより詳細な記載を行って頂くことを希望します。また、評価対象となる分野に特化した、定性的な指標の策定や、分析の手法を検討する際に、関係事業者や経済学者などから広く意見を募集したり、これらの参加者から成る公の討論の場を設けたりすることが有効であると考えます。 注 “Commission guidelines on market analysis and the assessment of significant market power under the Community regulatory framework for electronic communications networks and services,” 2002: Article 78. 【ボーダフォン株式会社】
6	29	(2)	<総務省案> ①寡占の有無： 寡占化にある市場では事業者は協調的行動に与するインセンティブが働きやすい。』 <意見> 自身教鞭を執る私学業界もいわば参入障壁の高い寡占マーケットであるが最早 他学と協調的行動を取る「座死」行為の余裕・猶予が無い様態である。電気通信業界は企業数に限りがあり上述インセンティブが働く環境にあるやもしれぬが、一律に他業界に波及展開することは難であると思料する。 【森 浩晴】

平成17年度実施細目（案）に対して寄せられた意見

総 論

番号	頁	段落	意 見
7 ※基本方針1と同じ			- 電気通信市場は、技術革新が激しく、新サービスの登場や複数サービスのパッケージ化、垂直的統合サービスの出現等、従来の市場の枠を越えた競争が展開され、市場が流動化・複雑化している状況にあります。今回の分析・評価対象である「固定電話」についても、IP電話やドライカップパを利用した直収電話の登場や、移動体通信やブロードバンドサービスとの競合、さらにはFMCやトリプルプレーなど市場横断的なサービスとの関係等、多角的な分析・検討が必要であると考えます。 - 他方、固定電話（加入電話、公衆電話、緊急通報等）は、現時点ではユニバーサルサービスとして全国あまねく確保すべきサービスとしての性格を有しております。競争評価にあたっては、こうした社会的要請との関係についても、分析・検討していただきたいと考えます。 【東日本電信電話株式会社】
8 ※基本方針2と同じ			我が国の電気通信市場においては、移動体通信、インターネット接続サービスの利用者が飛躍的に拡大しており、本年度の分析・評価対象である固定電話サービスの電気通信市場における比重は低下していると考えられます。 一方、IP化、ブロードバンド化、ユビキタス化の進展により、FMCサービスやトリプルプレー等の市場横断的なバンドルサービスの提供も始まるなど、従来のサービス区分は急速に融合しつつあります。 このようにダイナミックに変化し続ける電気通信市場においては、弊社も含めた多様な事業者が市場に参画し、各事業者が創意工夫を最大限発揮してサービスの高度化、多様化を競い合うことが、電気通信市場を健全に発展させ、利用者利便の向上につながり、ひいてはu-J a p a n構想の実現に資すると考えます。 【西日本電信電話株式会社】
9			2005年度において新たに取り上げる「固定電話」領域を分析及び評価の対象とすることにあたり、以下の項目を特に主要な観点として取り扱って頂けるよう要望します。 (1) アクセス回線におけるボトルネック性から市場への影響

		(2) N T Tグループとしての市場への影響 固定電話市場の評価を行う上で、マイライン市場におけるN T Tコミュニケーションズのシェアの拡大及び移動体通信市場におけるN T Tドコモの支配力などN T Tグループの影響力を分析することは必要不可欠と考えます。 (3) 今後のN T Tグループの戦略の方向性への注視 特に、F M Cへの対応を契機にしたN T T地域会社とN T Tドコモの提携、さらにN T Tグループ内での統合型経営の動向など、今後の戦略の方向性については、十分に注視しながら、分析を行うことが必要不可欠と考えます。 【イー・アクセス株式会社】
--	--	--

1 平成17年度の分析対象

番号	頁	段落	意 見
10	2	1-(3)(5)	<総務省案> 【1-(3)】 伝統的なN T T東西の加入電話を中心とする分析にとどまらず、直収電話、C A T V電話、I P電話といった音声伝送サービスを包括的に分析 【1-(5)】 固定電話と密接な関係を有する音声伝送サービスである携帯電話・P H Sなどの「移動体通信」や、I P電話と一体として提供されるブロードバンドサービスなどの「インターネット接続」といった隣接市場との関係にも注目して分析する <意見> 固定電話市場においては、累次のオープン化措置や優先接続制度の導入等の競争環境の確立により、加入電話サービスにおいて競争が進展してきたのみならず、I P化・ブロードバンド化等の技術革新を背景に、I P電話等の新たなサービスが普及しつつあり、様々な事業者により熾烈な競争が行われております。その結果、料金の低廉化、サービスの多様化が進展し、利用者にも多種多様な選択肢が用意されるなど、その市場は変化し続けております。

		また、音声通話の手段として、従来の加入電話に代えて、インターネット接続と一体となって提供されるＩＰ電話や、携帯電話等のみを利用する利用者也増加するなど、隣接市場の動向が固定電話市場に少なからぬ影響を及ぼしています。 こうした状況のもと、今回の実施細目（案）において、『伝統的なＮＴＴ東西の加入電話を中心とする分析にとどまらず、直収電話、ＣＡＴＶ電話、ＩＰ電話といった音声伝送サービスを包括的に分析（２ページ１－（３））』し、『固定電話と密接な関係を有する音声伝送サービスである携帯電話・ＰＨＳなどの「移動体通信」や、ＩＰ電話と一体として提供されるブロードバンドサービスなどの「インターネット接続」といった隣接市場との関係にも注目して分析する（２ページ１－（５））』とする考え方が示されております。 弊社としては、競争状況を評価する際には、最終利用者からみて代替的なサービスであるものについては市場を細分化せず、全体を大括りに捉えたうえで評価することが必要であると考えており、本年度の実施細目（案）における固定電話市場の画定の考え方について賛同します。 【西日本電信電話株式会社】
--	--	--

3 意見公募と議論公開

番号	頁	段落	意 見
11	7	3－(1)	<総務省案> 競争評価は、事実関係に関する関係者の認識の共有が目的の一つなので、原則として以下のものは意見公募を行う。 ① 基本方針（改正案） ② 平成17年度実施細目（案） ③ 評価結果（案） <意見> 市場画定の段階において意見募集を実施する原則を、今後も維持していただきたいと思います。市場画定に際しては、関係者間で意見の大きな隔たりが生じることも想定されます。ただし、大きな隔たりがないことが明らかな場合においては必要ないものと考えます。 【ＫＤＤＩ株式会社】

4 市場の画定

番号	頁	段落	意 見
12	8	4－1(2) ①	<総務省案> ① 加入に関しては、従来型のＮＴＴ加入電話に加え、直収電話、ＣＡＴＶ電話及びＯＡＢＪ－ＩＰ電話との間での選択として捉えることができる。 <意見> 事業者が提供しているサービス種別から考えると、ＮＴＴ加入電話とＯＡＢＪ－ＩＰ電話は別のサービス種別として捉えられ、利用者が移行していけばシェアに変動があるように見えます。しかし、ＮＴＴ地域会社の「ひかり電話」のように自社のＦＴＴＨ網を利用したＯＡＢＪ－ＩＰ電話への移行は、事業者自らによる移行先サービスへの誘導（自社間におけるサービスの乗換え）となることから、事実上ユーザーの囲い込みとなり、一概にシェアの変動として捉えられない側面もあると考えます。

			従いまして、この点については考慮のうえ、分析と評価を行う必要があります。 【イー・アクセス株式会社】
13			<意見> 上記に賛成いたします。 加入と通話に分けた分析を通じて、固定電話における市場支配力の源泉である加入者回線のボトルネック性に着目することが重要と考えます。 【ＫＤＤＩ株式会社】
14	8	4－１（２） ②	<総務省案> ② 一方、通話に関しては、上記の電話加入に従って利用可能となる中継電話の間での選択に加え、インターネットへの常時接続による０５０－ＩＰ電話又はソフトフォンとの間での選択も対象となる。なお、ＮＴＴ加入電話の場合には、市内・県内市外・県外・国際の区分毎に事業者を予め指定（マイライン・マイラインプラス）するか、又は通話毎に事業者を選択することが行われている。 <意見> 例えば、市内通話および県内市外通話におけるＮＴＴ東西の圧倒的シェアは、加入におけるＮＴＴ東西の市場支配力が通話に作用していることも考えられ、「加入」における市場支配力と「通話における競争」の関係に留意する分析方法は適切であると考えます。 【ＫＤＤＩ株式会社】
15	8	4－１（２） ③	<総務省案> ③ 固定電話の市場画定は、以上のような構造を念頭において検討する。ただし、利用者が加入と通話を一体的に捉えてサービス選択を行っている可能性があることにも留意して分析する。 <意見> 「③ （略）ただし、利用者が加入と通話を一体的に捉えてサービス選択を行っている可能性があることにも留意して分析する。」との指摘は重要であると考えます。

			更にいえば、「固定電話サービス＝ＮＴＴ」という既成概念が根強く浸透しており、「加入」と「通話」の一体的なサービス選択以前に事業者の選択すら行われていない可能性もあります。つまり、お客様は、「ＮＴＴ東西」「ＮＴＴコム」という事業者名で区別しているのではなく、むしろ加入や通話を含む全ての固定電話サービスを「ＮＴＴ」として認識している可能性があります。 こうした点を重点的に調査するため例えば、固定電話サービスに関するお客様の企業名想起率の調査等を実施し、議論を深めるべきであると考えます。ＮＴＴの独占状態に競争を導入してきた歴史的経緯のある固定電話サービスでは、公正競争条件整備を目的に実施したＮＴＴ再編成やマイライン制度の導入を経ても、会社名にグループ共通の冠「ＮＴＴ」を付した「ＮＴＴ東西」「ＮＴＴコム」が圧倒的なシェアを維持しています。 【ＫＤＤＩ株式会社】
16	8	4－１（２） ③	<総務省案（下線は意見提出者による）> 固定電話の市場画定は、以上のような構造を念頭において検討する。ただし、<u>利用者が加入と通話を一体的に捉えてサービス選択を行っている可能性がある</u>ことにも留意して分析する。 <意見> （修正案） 「固定電話の市場画定は、以上のような構造を念頭において検討する。ただし、ＮＴＴ東西の固定電話は加入と通話を分けて利用できるが、他の事業者の固定電話は加入と通話を分けて利用することはできないため、利用者がサービス選択を行う場合に、加入と通話を一体的に捉えている可能性があることにも留意して分析する。」 （理由） 加入と通話を分けて選択できるのはＮＴＴ東西の固定電話だけであり、他の事業者の固定電話は分けられないという点を明確にしていきたいと考えます。 【東日本電信電話株式会社】
17	9	4－１（４）	<総務省案> なお、固定電話と密接な関係を有する音声伝送サービスである携帯電話・PHSなどの「移動体通信」や、ＩＰ電話と一体的に提供される～（略）～「ＦＭＣ」、「トリプルプレイ」などのサービスの動向も踏まえつつ、分析する。

			<意見> 今後、「FMC」及び「トリプルプレイ」がどのような形で実現していくのかについては不透明な部分も多くありますが、この点について注視していくことが重要であると考えます。例えば、固定電話シェア1位のNTT東西と携帯電話シェア1位のドコモが協力して「FMC」を推進することになると、市場支配力、ネットワーク外部性やスイッチングコストなどの点から、他の事業者が追随することは実質的には困難であり、競争阻害要因となります。 従いまして、この点においても、NTT地域会社の業務分離の実施、またそれに伴う業務領域の見直し等制度の枠組みの見直しをおこなう必要があると考えますし、「FMC」及び「トリプルプレイ」がNTT一体型経営への契機とならないよう、注視していくべきと考えます。 【イー・アクセス株式会社】
18	1 4	4-4-1 (3)②	<総務省案> ② 通話とパケット通信の同一性 通話とパケット通信は、共通価格が設定されているので同一のサービス市場として画定する。 <意見> 通話用の携帯電話を使用してのパケット通信については、メールの送受信、ブラウザフォンを用いたWEB閲覧や着メロ・ゲームのダウンロードなど、トラフィックとして考えた場合には音声通話との関係を見逃すことができない状況にあると思われます。音声通話とパケット通信の利用については異なったトレンドがある可能性を考慮していただき、同一市場であっても、データについては、可能な限り通話とパケット通信のそれぞれで収集・公表していくことが適切と考えます。 【イー・アクセス株式会社】
19	1 4	4-4-1 (3)③	<総務省案> ③ 2G、3G、PHSの同一性 最終利用者は2Gと3Gの違いを～（略）～2Gと3Gは同一のサービスとみなす。 <意見> 最終利用者が2Gと3Gの違いに必ずしも注意していないとはいえ、事業者側が3Gへの転換を推進する目的

			で料金格差やサービスの差別化を図っていることは事実と思われます。 また、今後３Ｇのみのサービスで参入する事業者が出現する可能性なども考慮していただき、２Ｇと３Ｇでそれぞれデータを取得し、部分市場として画定する方向で検討を行うことが適切と考えます。 【イー・アクセス株式会社】
--	--	--	---

5 競争状況の分析と評価

番号	頁	段落	意 見
20	17	5－2（2）	<総務省案> 固定電話サービスは、その歴史的経緯や市場構造などからＮＴＴ東西が大きな市場支配力を有している市場であり、競争政策上最も重要な分野の一つである。 <意見> 【修正案】 「固定電話サービスは、その歴史的経緯や市場構造などからＮＴＴ東西が大きなシェアを有している市場であり、競争政策上最も重要な分野の一つである。」 （理由） ＮＴＴ東西が大きな「シェア」を有しているのは事実ですが、「市場支配力」を有しているかどうかは、市場分析・評価をした後に判断することが適切であると考えます。 【東日本電信電話株式会社】
21	17	5－2（2）	<総務省案> 固定電話サービスは、その歴史的経緯や市場構造などからＮＴＴ東西が大きな市場支配力を有している市場であり、競争政策上最も重要な分野の一つである。技術革新の進展により、固定電話サービスにも直収電話やＣＡＴＶ電話、ＩＰ電話といった新しいサービスが次々に登場し、競争状況がダイナミックに変化しつつあり、この市場の競争状況を綿密に評価することによって、競争が有効に機能しているのか、これからどう変化していくかを明らかにすることは、今後の政策論議にとっても大きな関心事である。

			<意見> 上記に賛成いたします。ＮＴＴ東西には一社独占から始まっている歴史的経緯があることを考慮すべきと考えます。 ＮＴＴ東西の加入電話での市場支配力は、ＩＰ電話（活用業務）にも作用している恐れがあります。 【ＫＤＤＩ株式会社】
22	17	5-2(2)	<総務省案> 固定電話サービスは、その歴史的経緯や市場構造などからＮＴＴ東西が大きな市場支配力を有している市場であり、 <意見> 実施細目（案）において、『固定電話サービスは、その歴史的経緯や市場構造などからＮＴＴ東西が大きな市場支配力を有している市場（17 ページ5-2（2））』と断定している点については、予断をもって分析・評価に臨むものであり、適当でないと考えます。 固定電話市場におけるＮＴＴ東西の加入電話サービスのシェアが高いことは事実ですが、市場支配力を有しているか否かについては、シェアの高低のみではなく、以下の固定電話市場の現状・特性を踏まえて分析する必要があります。 ・ ＮＴＴ東西はユニバーサルサービスとしてあまねく全国に加入電話サービスを提供する義務を負っているのに対し、他事業者は都市部中心に直収電話等の事業展開を自由に行えること。 ・ 累次のオープン化措置、番号ポータビリティ制度、優先接続制度の導入等により、能力と意欲のある事業者にとって固定電話市場への参入は容易となっており、事実、他事業者による固定電話サービスの提供が進んでいること。 ・ 固定から移動へ、音声からデータへといった需要のシフトや、固定と移動等異なる分野を跨るサービスの提供が進んでいるなど、隣接市場である移動体通信やインターネット接続市場の動向が固定電話市場に少なからぬ影響を及ぼしていること。 【西日本電信電話株式会社】

23	1 8	5－2(3) ①	<総務省案> ① 利用者向け料金、接続料の動向はどうなっているか。 <意見> 固定電話領域として、NTT加入電話、直収電話、CATV電話及びIP電話などが分析の対象となっていますが、音声通話における通信事業者間の接続料金を含む相互接続関係は、分析及び評価を行ううえで大きな要因になると考えます。 従いまして、事業者間の相互接続関係については、論点における大項目の一つとして取り扱うことが適切と考えます。 その際、NTTグループ内におけるNTTコミュニケーションズとNTT地域会社の関係についても十分な検討を行うことが必要です。NTTコミュニケーションズが戦略的な料金設定をおこないマイライン市場のシェアを拡大している背景としては、相互接続の関係にあるといえども、NTTグループ内での接続料金の精算に終始する状態があり、明らかに他事業者の事業環境とは異なっていると考えられることから、この点が市場に与える影響も評価すべきと考えます。 【イー・アクセス株式会社】
24	1 8	5－2(3) ③	<総務省案> ③ 通話における競争 (中略) ・ 加入における市場支配力が、通話における競争に影響していないか。 <意見> ・ 加入市場には、以下の特殊性があるものと認識しております。 － 現状ではお客様にとって不可欠な基本インフラであり、保守対応・利用できるサービスの違い、競争事業者への切り替え時の手順等がお客様に非常に大きな影響を与える。 － 競争が始まったばかりで、歴史的経緯による構造的な独占性が非常に高い市場であり、独占的リソース(カネ、設備、人材、情報、ブランド)を活用するメリットが大きい。

		・ 上記のような特殊性ゆえに他市場では問題とならないことが障壁となります。したがって、このような特殊性を勘案し、実施細目（案）に挙げられた項目に加え、以下の視点での分析もあわせて行うべきと考えます。 ① 加入サービスにおける市場支配力が、競争事業者が提供している加入サービスとの競争に与える影響 加入サービスにおける既存事業者の市場支配力は、通話サービス市場だけでなく、加入サービス市場においても影響を与えるものと考えます。例えば以下の観点について、競争への影響を分析すべきと考えます。 (1) 切り替えに不可欠な情報の開示の問題が競争に与える影響 ・ 番号ポータビリティの制度が導入されたことにより番号は事業者間で引き継ぐことが可能となりましたが、以下のような情報についても事業者間で円滑に引き継がれないと、本当の意味で番号ポータビリティが実現したことにはならず、公正競争の実現は困難と考えます。 ・ 顧客は正確に詳細情報を記憶していない場合があります、このような場合にはN T T東西殿に情報開示の手続きをして詳細情報を入手しなければなりません。しかしながら、顧客が情報を入手するためには、名義人の確認や開示手数料の負担などが求められることから円滑に詳細情報が引き継がれない場合もあります。 ・ このような、N T T東西殿からの情報開示の問題が競争に与える影響についても分析すべきと考えます。 (a) 市場支配的事業者は把握しているが、競争事業者が顧客から取得することが事実上困難な情報 (例) クレジット認証端末・セキュリティー端末用のパケットサービスの詳細情報 (例) 代表組みのハント順・ダイヤルインの番号送出方法・桁数・付加サービスなど詳細情報 (例) A D S Lの利用状況（法人において総務部等電話を管理する部門が把握していない場合） (例) H R（H L）アダプタの設置情報 (b) 市場支配的事業者も把握していないため、競争事業者が事実上取得不可能な情報 (例) ガス・水道会社の保守のためのノーリングの利用情報 (例) 1 1 0 番・1 1 9 番号直接通報装置（逆信利用）の設置情報
--	--	--

			(2) 歴史的経緯による独占的リソースの活用が競争に与える影響 上記で述べたように、加入市場は歴史的経緯による構造的な独占性が非常に高く、独占的リソース（カネ、設備、人材、情報、ブランド）を活用するメリットが大きいという特殊性が存在します。そうしたリソースの活用が競争に与える影響について分析をおこなうべきと考えます。 (例) 市場支配的事業者のグループ間でのリソースの活用が競争に与える影響 (例) 市場支配的事業者が 1 X Y 番号による顧客獲得が可能なことによる競争への影響 ② 加入者線設備の市場支配力が、加入サービス・通話サービス市場に与える影響 加入者線設備の市場支配力については、接続ルールの整備によって公平性が担保されております。特に、ドライカップ、ダークファイバ、コロケーションルールの整備は、加入サービスにおける競争に寄与したものと認識しております。しかしながら、現状でも、十分に公正性が担保されていない部分が存在しているものと認識しております。そうした部分の存在が競争に与える影響について、分析すべきと考えます。 (1) 手続き処理の内外無差別原則が確実に担保されているかどうか競争に与える影響 事業法の内外無差別原則がどの程度担保されているかを検証し、確実に担保されているかどうか競争に与える影響を検討すべきと考えます。 (2) 工事・保守対応条件の非対称性が競争に与える影響 工事や保守に関し、加入者線設備を設置している市場支配的事業者と、競争事業者との間には、例えば以下のような条件の非対称性が存在します。このような非対称性の存在が競争に与える影響について分析すべきと考えます。 (例) 開通までの工事期間の差 (例) 加入者線区間での保守対応情報の差 ③ 加入電話の市場支配力が I P 電話に与える影響 ・ N T T 東西の 0AB-J IP 電話サービスは、活用業務として市場支配力のある加入サービスの独占的リソース（カネ、設備・人材・情報・ブランド）を利用できるという特殊性があります。活用業務認可にあたっては、いくつかの条件が付与されておりますが、条件付与の下での競争が有効に行われている
--	--	--	--

		るかについて、以下の視点での分析を行うべきと考えます。 (a) 活用業務の認可条件事項が競争に対し有効に機能しているかどうか N T T 東西殿は毎年「活用業務実施報告書」を公表しておりますが、この内容で他事業者として、認可条件事項が担保されているか否かを確認することは困難です。貴省において、認可条件事項が担保されているか否かを検証したうえで、確実に担保されているかどうか競争に与える影響を検討すべきと考えます。 (例) 加入電話・I N S 6 4 の顧客情報の利用の禁止 (b) 認可条件以外に競争に影響を与える要因があるかどうか (例) 1 X Y 番号による顧客獲得 (例) ブランドネーム等の利用 ④ ブロードバンド市場における競争状況が、0AB-J IP 電話および固定電話における競争に与える影響 (1) F T T H の競争状況が 0AB-J IP 電話や加入電話の競争に与える影響 ・ 昨年度の競争評価においては、住宅向け F T T H 市場において、市場支配力の行使はないものの、寡占状況にあることが示されました。0AB-J IP 電話は現状 F T T H のアプリケーションとして提供されており、F T T H 市場の拡大に伴い、0AB-J IP 電話が基本インフラとして加入電話を代替した場合、F T T H の市場支配力が加入電話に大きな影響を与える可能性があります。したがって、F T T H の寡占状況が 0AB-J IP 電話や固定電話との競争にどのように影響しているのかを分析すべきと考えます。 (2) A D S L と直収電話サービスとの重畳の状況が競争に与える影響 ・ 1,300 万を超える加入者がいる A D S L 市場におけるメジャープレーヤーのサービスと加入電話との重畳の可否は、基本インフラである加入電話におけるお客様の利便性に大きく影響を与えるものと考えます。したがって、A D S L と直収電話との重畳の状況が競争に与える影響について、分析を行うべきと考えます。 【ソフトバンク B B 株式会社】 【日本テレコム株式会社】
--	--	---

25	18	5－2(3) ⑥	<総務省案> このため、次のような論点を意識しながら、分析・評価を進める。 ⑥ 移動体通信との関係 ・ 携帯電話、PHS、公衆無線LANなどのサービスは、今後どの程度固定電話を代替・補完していくのか。 ・ FMCサービスは、今後どのように展開されていくのか。 ・ 固定電話における市場支配力と移動体通信における競争は、どう関係しているか。 <意見> ① 上記に賛成いたします。「固定電話における市場支配力」や「隣接市場における競争」との関係に留意する分析は適切と考えます。 ② ボトルネック設備に起因するNTT東西の加入電話での市場支配力は、現在も、移動体・インターネット等の隣接市場にも作用しています。さらに、FMC等の今後のサービスにも作用してくる恐れがあります。NTT東西の市場支配力を軸としたグループ会社間の連携（FMC等）は、公正競争を阻害する恐れがあります。 【KDDI株式会社】
26 ※ 実施細目11に同じ	18	5－2(3) ⑥	<総務省案> ⑥ 移動体通信との関係 ・ FMCサービスは、今後どのように展開されていくのか。 <意見> 今後、「FMC」及び「トリプルプレイ」がどのような形で実現していくのかについては不透明な部分も多くありますが、この点について注視していくことが重要であると考えます。例えば、固定電話シェア1位のNTT東西と携帯電話シェア1位のドコモが協力して「FMC」を推進することになると、市場支配力、ネットワーク外部性やスイッチングコストなどの点から、他の事業者が追随することは実質的には困難であり、競争阻害要因となります。 従いまして、この点においても、NTT地域会社の業務分離の実施、またそれに伴う業務領域の見直し等制度の枠組みの見直しをおこなう必要があると考えますし、「FMC」及び「トリプルプレイ」がNTT一体型経営への契機とならないよう、注視していくべきと考えます。

			【イー・アクセス株式会社】
27	18 19	5-2(3) ③～⑦	<総務省案> ③通話における競争 ・ 加入における市場支配力が、通話における競争に影響していないか。 ⑥移動体通信との関係 ・ 固定電話における市場支配力と移動体通信における競争は、どう関係しているか。 ⑦インターネット接続との関係 ・ 固定電話における市場支配力とインターネット接続における競争は、どう関係しているか。 <意見> 固定電話分野の競争評価においては、固定電話における市場支配的事業者の独占力が、どのように周辺の市場に影響を及ぼしているかを適切に把握することが極めて重要であると考えます。実施細目案において、この点に関して、論点として捉えられていることについて、賛同いたします。また、特に、異なる市場をまたがって一体として提供されるサービスについて、十分な分析を行うことが必要であると考えます。
			【ボーダフォン株式会社】
28	18 19	5-2(3) ③⑥⑦	<総務省案> ⑤ ネットワーク構造 ⑥ 移動体通信との関係 ・ 携帯電話・PHS・公衆無線LANなどのサービスは、今後どの程度固定電話を代替・補完していくのか。 ・ FMCサービスは、今後どのように展開されていくのか。 ⑦ インターネット接続との関係（中略） ・ 『トリプルプレイ』サービスは、今後どのように展開されていくのか。 <意見> ・ 変化の早い電気通信市場において、将来の状況の展望を分析することは、変化に対応した迅速な政策立案に役

			立つものと認識しております。しかしながら、将来展望には不確実性が伴うものであり、将来予測に誤りがあつた場合、それに基づく政策によって競争が逆に阻害される危険性もあります。したがって、将来予測に基づく制度設計により、競争を阻害することがないように、その時々現状分析による見直しが必要と考えます。 ・ また、移動体電話や公衆無線ＬＡＮなどの周辺市場のサービスとの間の競争状況を分析することには意義があるものと考えます。さらに、ＮＴＴ東西の加入電話トラヒックの減少は、他の固定電話事業者、ＩＰ電話事業者、携帯電話事業者の競争だけでは説明ができないことから、音声系サービスの関係だけでなく、メールやメッセージ等、非音声系サービスとの関係を分析し、それがどのように各事業者の競争に影響しているか分析すべきと考えます。 ・ 一方で、こうした周辺サービスには加入電話との代替性が完全にあるものではなく、むしろ補完的な関係にあるものと認識しております。固定電話⇄移動体電話、固定電話⇄公衆無線ＬＡＮといったサービス間競争だけでなく、サービス内競争も市場を発展させる重要なファクターであることから、サービス間競争の分析に終始することなく、サービス内競争の分析についても十分に行うべきと考えます。 【ソフトバンクＢＢ株式会社】 【日本テレコム株式会社】
29 ※ 基本方針 5 と同じ	19	5-3	<総務省案> 競争状況をめぐる認識をできるだけ具体化し、行政の透明性や予見可能性を高めていくためには、定性的要因を分析し評価する際の手順や基準をできるだけ定型化することが望ましい。平成17年度の分析・評価は、このような点も意識しながら進める。 <意見> 市場支配力の分析にあたっては、定量的データのみでは決して判断しないというのが、最近の国際的な傾向です。その意味で、総務省殿案のように、「シェアなどは重要な指標であるが、そのみに依拠して競争の状況を判断することはしない」とした上で、定量的な指標と合わせて、「定性的な要因を分析する」と述べていることは、国際的傾向と一致しており、賛同いたします。 諸外国の例を見てみると、たとえばEUでは、2002年に公布された「欧州委員会による、市場分析及び市場支配力

		の評価に関するガイドライン^注」において、「マーケットシェアのみで市場支配力を判定してはならない」「規制当局は、市場支配力の存在について結論を出す前に、関連市場の経済的な特徴について、あらゆる面から徹底的に分析を行わなければならない」とした上で、事業者が、競争事業者や消費者を無視して振舞えるかどうかを判断するための指標の例として以下のものを挙げていますが、これらの中には定性的指標も含まれています。 ・ 事業者の企業規模 ・ 簡単には代替を構築できないようなインフラについて、どうコントロールしているか ・ 技術的な進展度合い ・ 事業者に対し影響力のある購買力の不在、または不足 ・ 資本・財源に対するアクセスのしやすさ ・ 製品やサービスの多様性／多角化の度合い（バンドルサービスなど） ・ 規模の経済性 ・ 範囲の経済性 ・ 垂直統合状態 ・ 強大な販売力 ・ 潜在的な競争力の不在 ・ 拡大障壁 こうした諸外国の事例を参考に、実施細目において定性的要因分析に関するより詳細な記載を行って頂くことを希望します。また、評価対象となる分野に特化した、定性的な指標の策定や、分析の手法を検討する際に、関係事業者や経済学者などから広く意見を募集したり、これらの参加者から成る公の討論の場を設けたりすることが有効であると考えます。 注 “Commission guidelines on market analysis and the assessment of significant market power under the Community regulatory framework for electronic communications networks and services,” 2002: Article 78. 【ボーダフォン株式会社】
--	--	---

【別紙】 サービスの供給構造

番号	頁	段落	意 見
30	29	1－4（2）	<総務省案（要約）> IP 電話のサービス形態を分類すると①「IP 中継電話」と②「IP 電話」の二つとなるが、②を分析の対象とする「IP 電話」と位置づける。 <意見> ①については、1－1（3）NTT 加入電話に分類されるのがよいと考えます。IP 電話の分類説明として本段落に記載があることには賛成ですが、①「IP 中継電話」は「NTT 加入電話」に位置づける旨明記したほうがよいと考えます。 【フュージョン・コミュニケーションズ株式会社】
31	30	1－4（3）	<総務省案> …（略）OABJ - IP 電話は、呼制御サーバやルータなどの設備の高機能化や設備の二重化などによりネットワークの高信頼性を図り、固定電話相当の音声品質の基準を満たし、契約者回線の地理的識別などが可能となり「OAB～J 番号」を取得できるようになる。 <意見> 「OAB～J 番号」を取得できる条件として「位置特定システム等を利用した緊急通報受理機関との接続条件を解決し、緊急通報を利用可能とする仕組みを持てる場合（ただし総務大臣が特に認める場合を除く）」という条件も追加する必要があると考えます。 【フュージョン・コミュニケーションズ株式会社】

【別添1 -1】 個人向けアンケート実施要領

番号	頁	段落	意見
32	5 2	別紙 1 【図表】	＜総務省案＞ 【図表】 モニターアンケート フロー（固定電話への加入） ＜意見＞ 実施細目案の固定電話への加入に関する利用者アンケートフローでは、スイッチングコストや、利用者が事業者の乗り換えやすさを認識しているかどうかを把握するための質問が含まれていません。スイッチングコストや乗

			り換えやすさの認識は、市場を画定する際にも、評価する際にも、重要な指標となるため、固定電話分野の競争評価においても不可欠な指標であり、アンケートの調査項目にこれらに関する質問を含めて頂きたいと考えます。 【ボーダフォン株式会社】
--	--	--	---

【別添2】 供給者（事業者）側から収集する情報とその公表の取扱い

番号	頁	段落	意 見
33	63	2-(2)②	<総務省案> ② IP電話に関する情報 <意見> IP電話に関する情報のうち、「050番号」と「0AB～J番号」について区分を設けたほうがよいと考えます。また「0AB～J番号」のうち、番号ポータビリティを利用したものと、自社で取得している電気通信番号を利用したものを、区別したほうがよいと考えます。 【フュージョン・コミュニケーションズ株式会社】

【別添3】 固定電話についての離散選択モデル分析

番号	頁	段落	意 見
34	82	3-(2)⑦	<総務省案> ⑦ 市場画定において最も重要な数値は、需要の価格に対する自己弾力性である。 <意見> これは尤もな考え方であり、弾力性が価格鋭敏性を示すパラメーターである以上自明である。今後の電気通信市場で自己弾力性がどこまで各事業者に再認識されるかが、大きなポイントであろう。 【森 浩晴】