

電気通信事業分野における 競争状況の評価

（2005年度評価結果（案）概要）

2006年6月

総務省 総合通信基盤局 事業政策課

～ 目 次 ～

第Ⅰ編【新規の分析対象】

第1章 固定電話領域の市場分析

第2章 隣接市場との相互関係

第Ⅱ編【定点観測の分析対象】

第3章 ブロードバンド領域の市場分析

第4章 移動体通信領域の市場分析

第5章 法人向けネットワークサービス領域の市場分析

第6章 マイグレーション分析

第Ⅰ編 【新規の分析対象】

第1章 固定電話領域

固定電話領域の市場画定

【サービス市場】

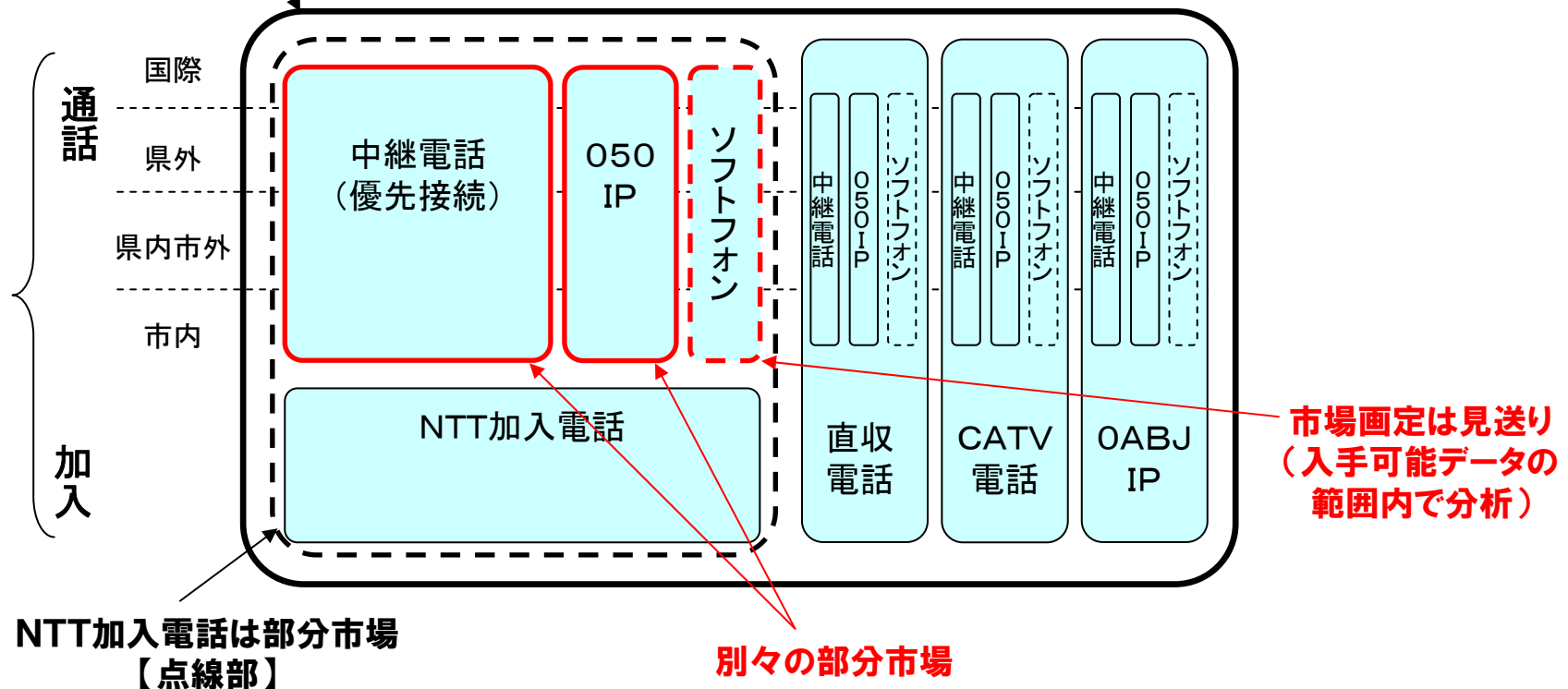
○固定電話市場は「NTT加入電話＋直収電話＋CATV電話＋OABJ－IP電話」の範囲

○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】

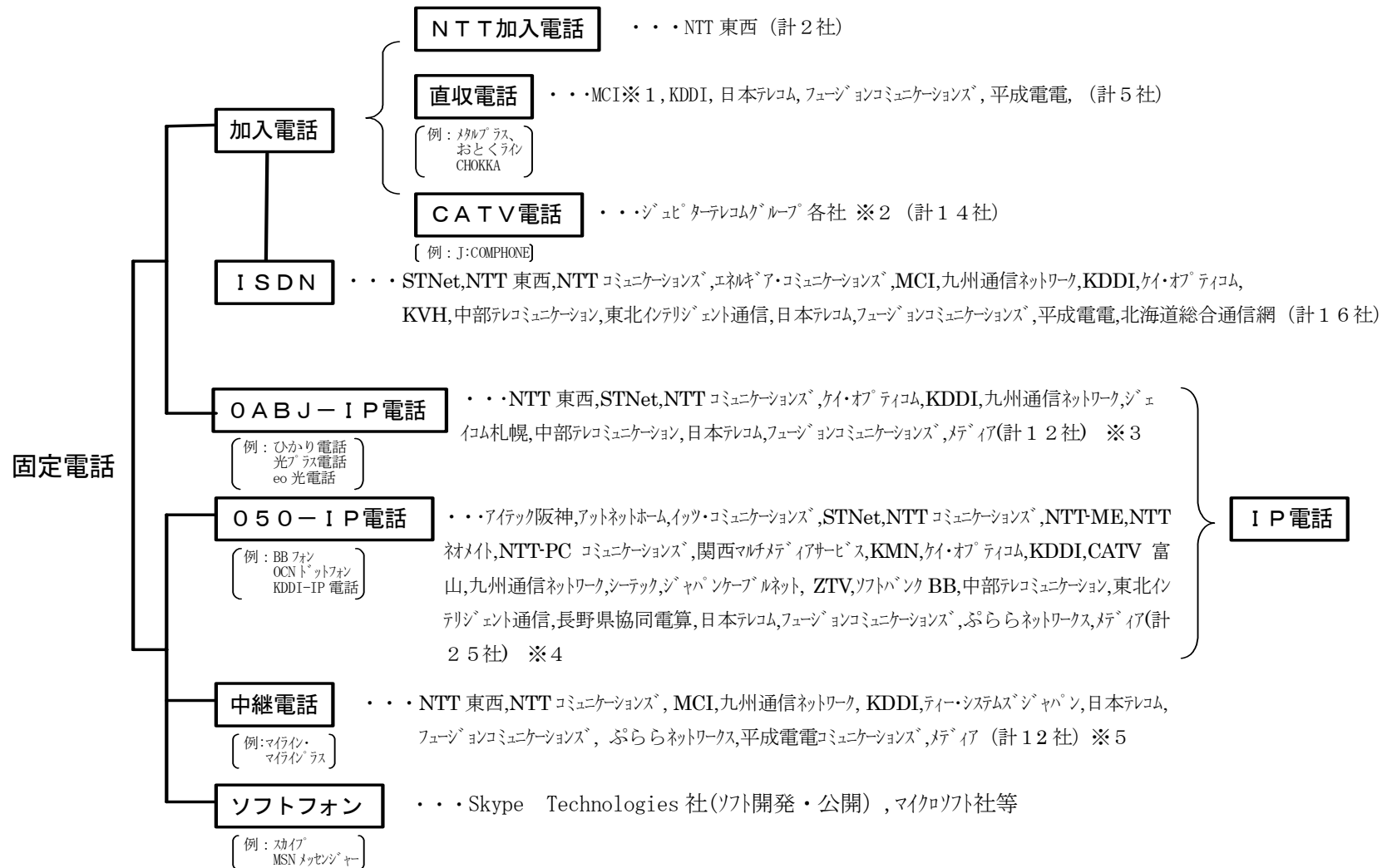
○都道府県単位が最小の分析対象。東日本・西日本の2地域、全国10の地域ブロックで市場を分析。

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



固定電話市場における競争事業者

固定電話の各サービスにおける提供事業者とサービス名称例 (2005年9月末)



※1 MCIは06年1月にペライゾンと合併している。

※2 シエコム東京、シエコム湘南、土浦ケーブルテレビ、浦和ケーブルテレビ・ネットワーク、メディアさいたま、シエコム千葉、シエコム関東、シエコム関西、北摂ケーブルネット、ケーブルネット神戸芦屋、ケーブルビジョン21、シエコム北九州、福岡ケーブルネットワーク、ケーブルネット下関

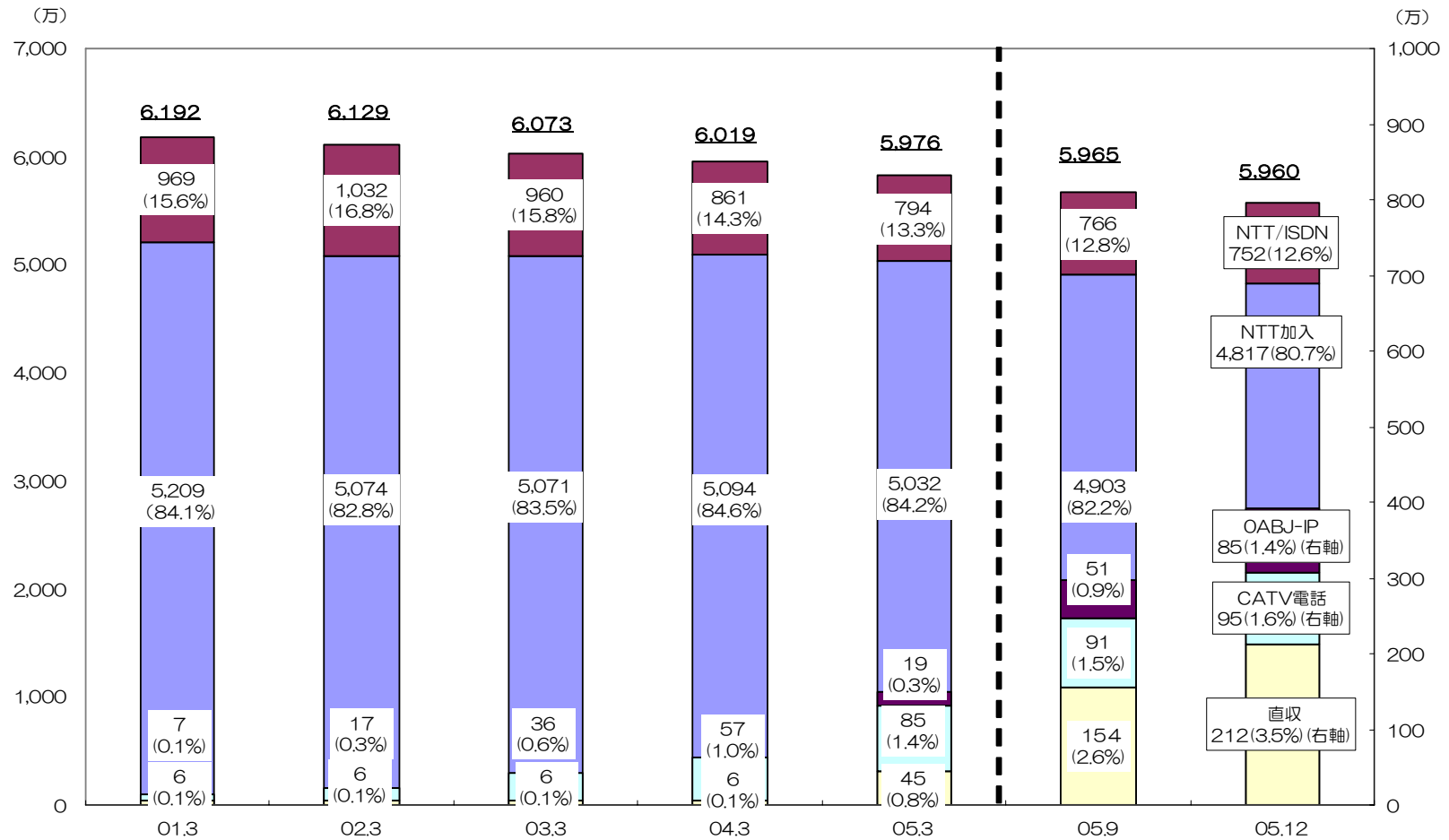
※3,4 この他、電話番号の卸を受けてIP電話を提供する事業者が存在する

※5 この他、事業者識別番号をダイヤルすることで利用可能な事業者が存在する。

固定電話市場全体の競争状況(その1)

- NTT東西の加入電話及びISDNの契約数のシェアは05年12月末で93.3%。その比率は徐々に低下。
- 直収電話の占める割合は05年12月末で3.5%。増加傾向にあり、9月末と比較して3ヶ月間で37.7%の増加。

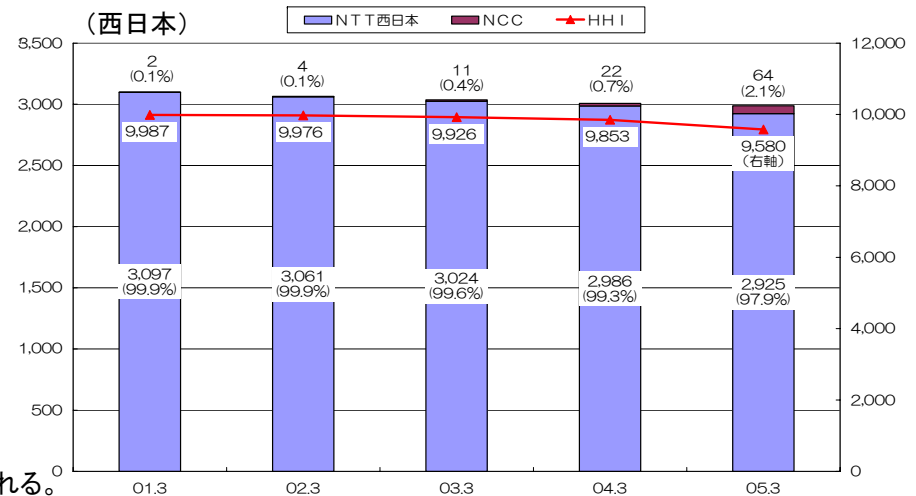
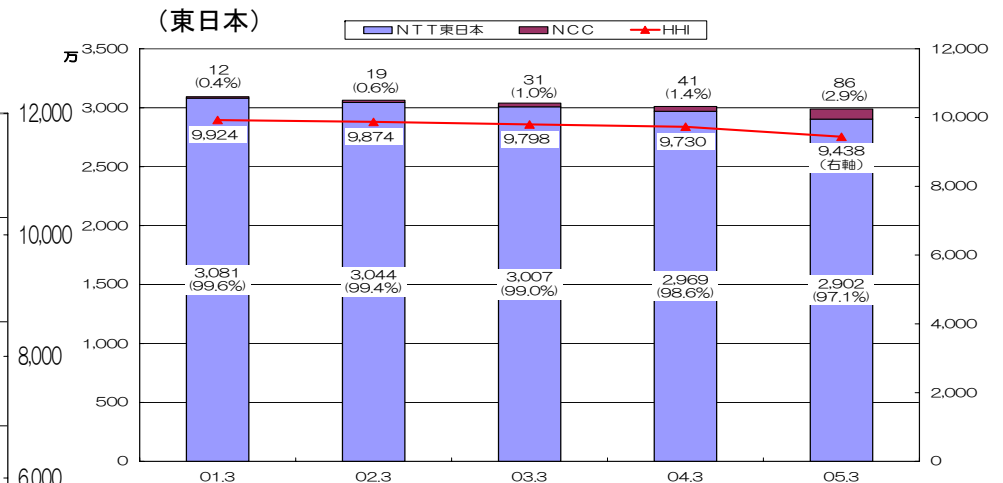
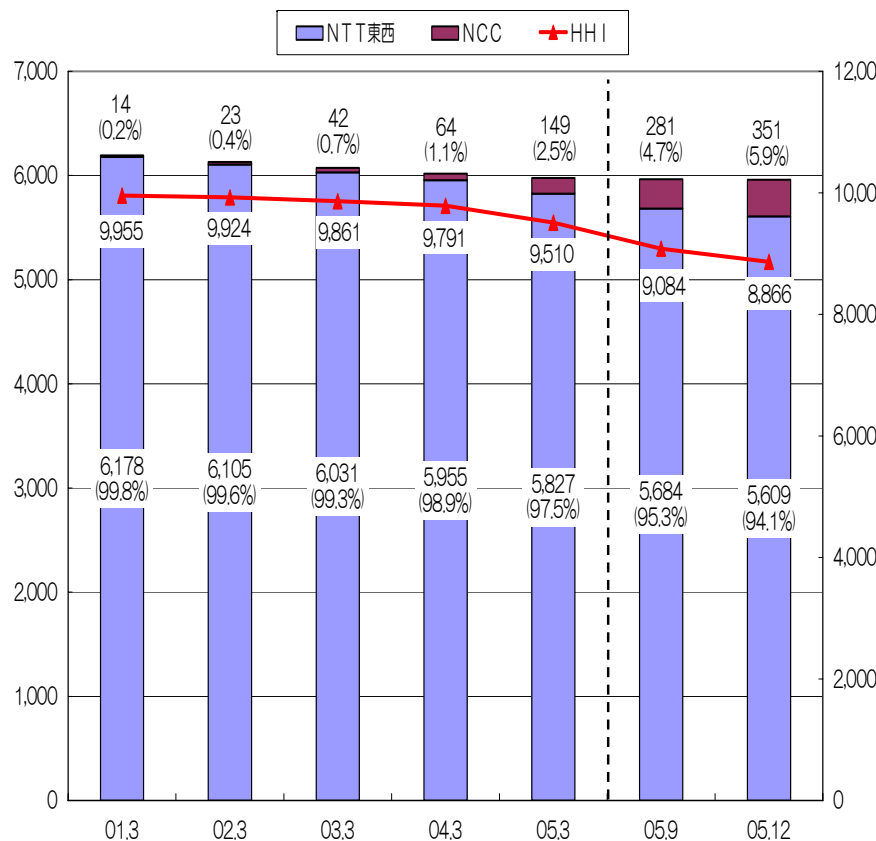
固定電話契約数の推移(サービス別)



固定電話市場全体の競争状況(その2)

○ NTT東西のシェア(NTT加入電話及びOABJ-IP電話)は年々僅かながら減少し、05年12月末で94.1%。

固定電話契約数(加入)におけるNTT東西のシェアとHHIの推移



注1: NTT東西のシェアには、NTT加入電話(ISDNを含む)、OABJ-IP電話が含まれる。

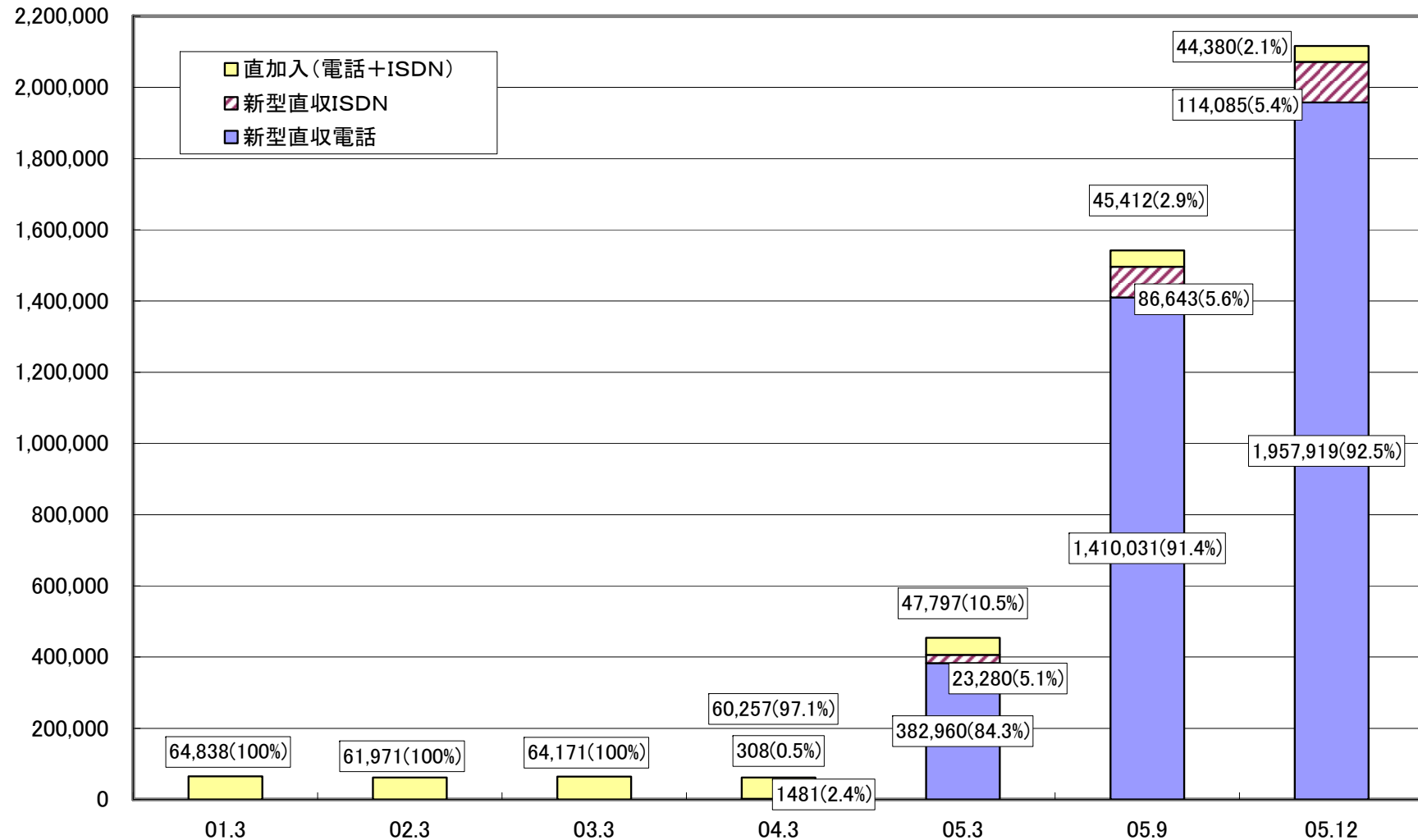
注2: 全国ベースのHHIは、NTT東西を1社として算出している。

(出所)総務省資料

直収電話の契約数の推移

- 05年になって、NTT東西のドライカップを利用した新型直収電話が伸張。KDDI、日本テレコム等の3社が提供。
- 旧来型の直加入電話とあわせ、直収電話全体で212万加入（05年12月）に達している。

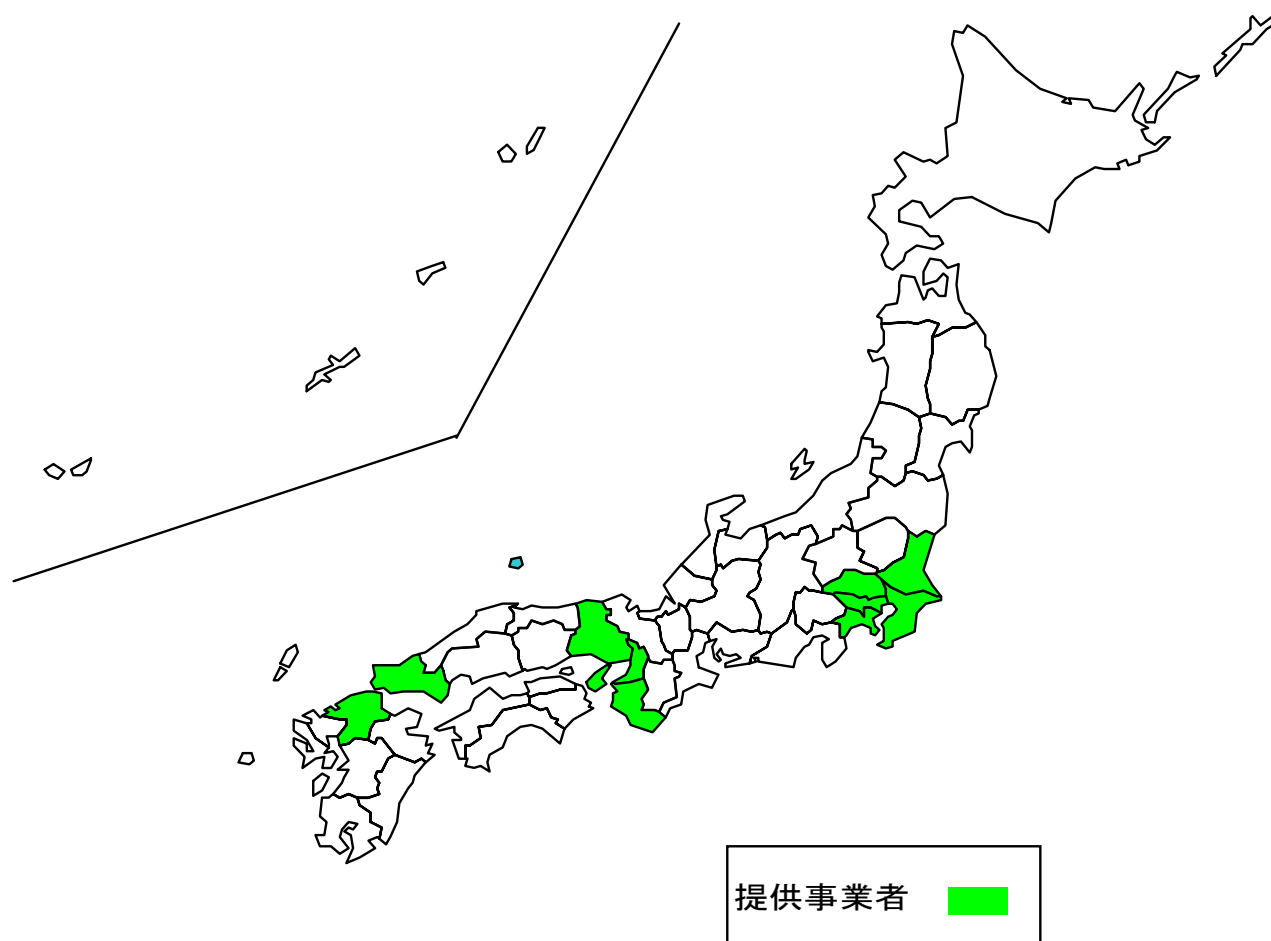
直収電話の市場シェアの推移



CATV電話の提供状況

- CATV電話を提供している事業者は、J:COMのみ。関東、近畿、中国・九州の一部でサービスを提供。05年12月で95万加入に達する。
- CATV電話は全国的に提供されているCATV放送の付加的サービスであるが、NTT加入電話の代替サービスとして全国的に普及している状況とは言えない。

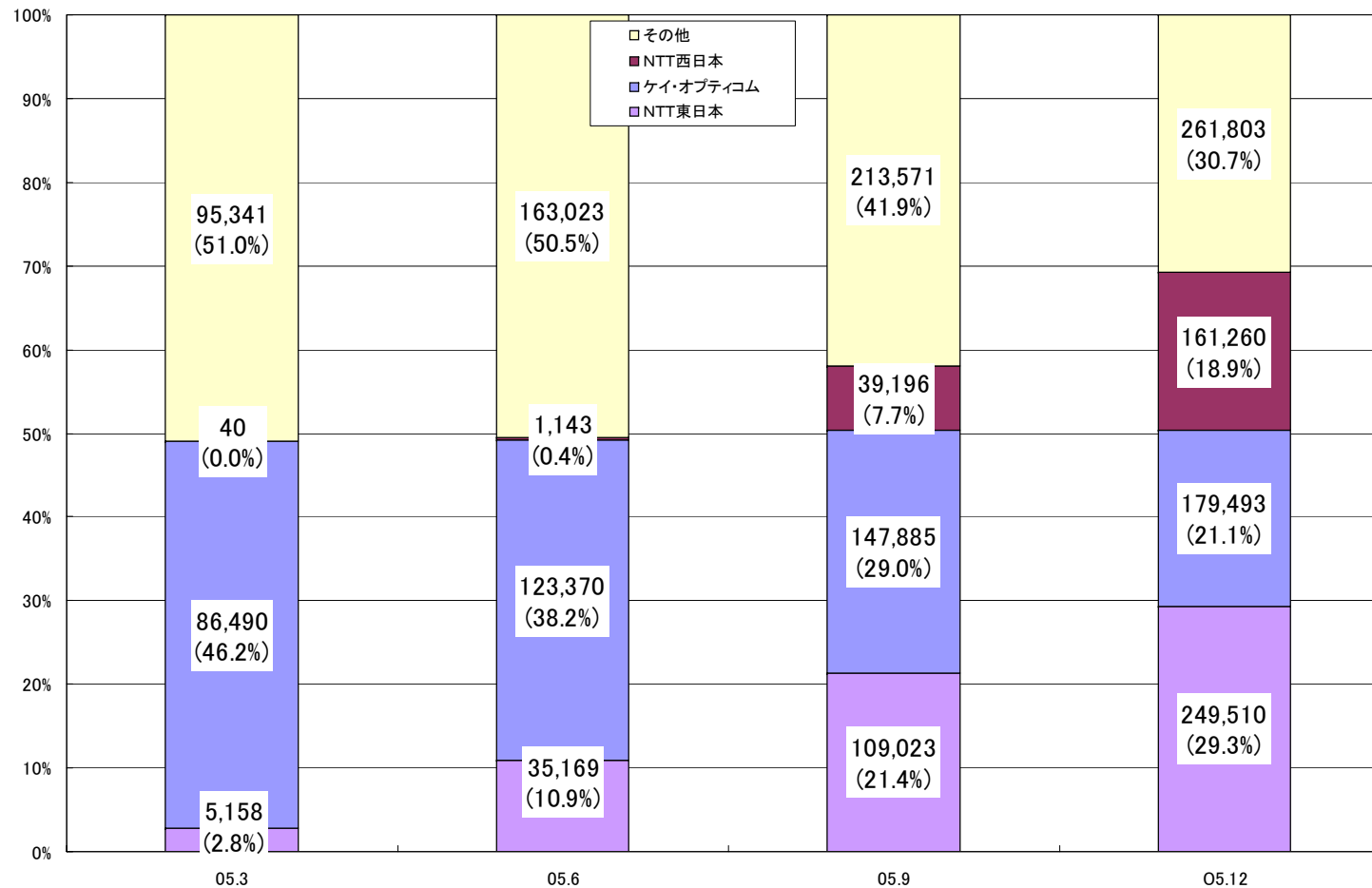
CATV電話の提供状況



OABJ－IP電話における競争状況

- NTT東がシェア1位で29.3%を占め、ケイ・オプティコムを逆転。NTT西が続く。NTT東西のシェアが増加傾向、ケイ・オプティコムは減少傾向。
- 上位3社シェアは69.3%、上位5社シェアは88.0%と、寡占的な市場。

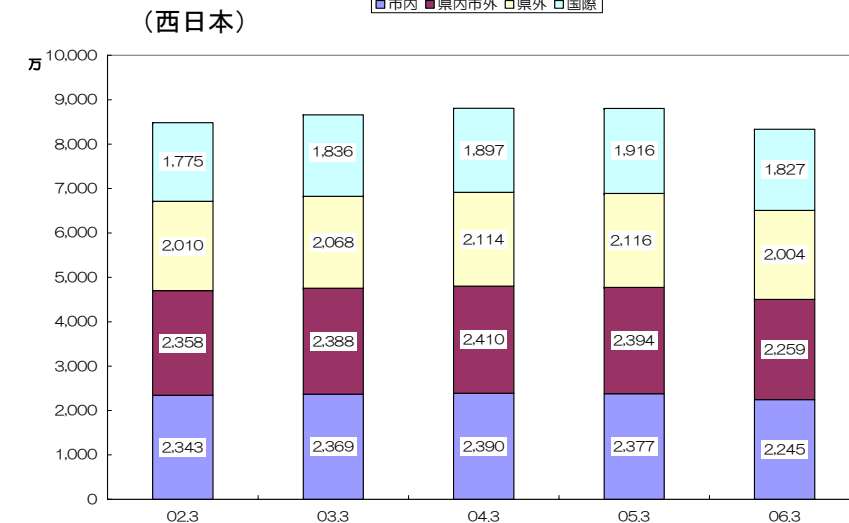
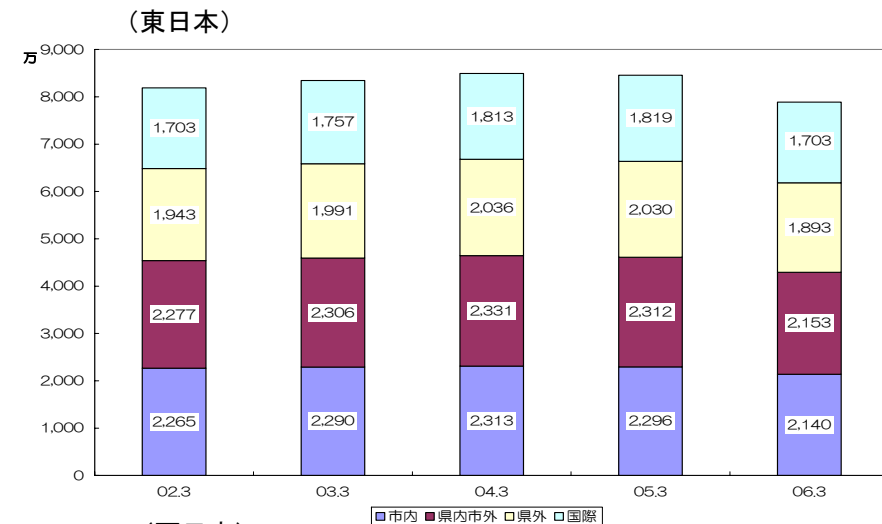
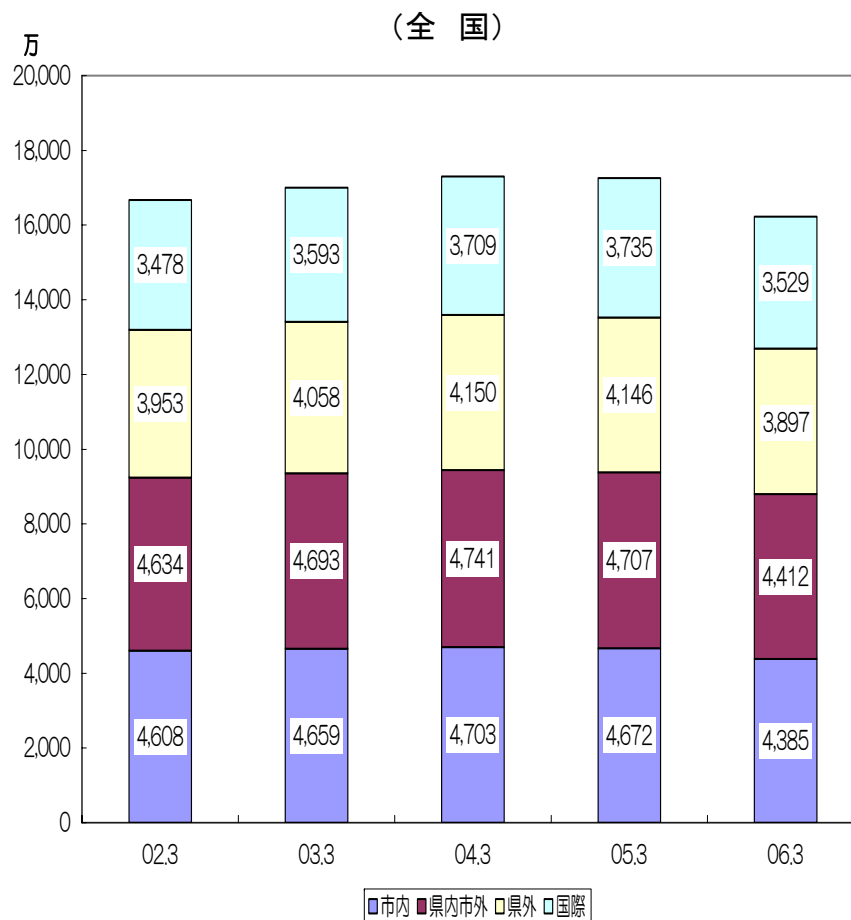
IP電話(OAB～J)利用番号数における上位3社シェアの推移(番号指定を受けている者に限る)



NTT加入電話における競争状況 ①中継電話(その1)

- NTT加入電話の減少等を背景として05年度末は大きく減少。
- 東日本と西日本で大きな際は認められない。

マイライン契約数の推移(区分別／全国・東西別)



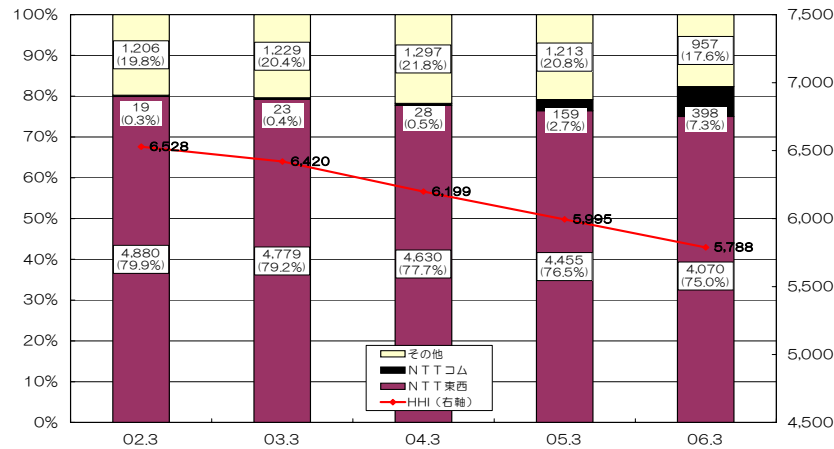
※ 都道府県別のデータがとれない事業者については、東西別に計上していない。

NTT加入電話における競争状況 ①中継電話(その2)

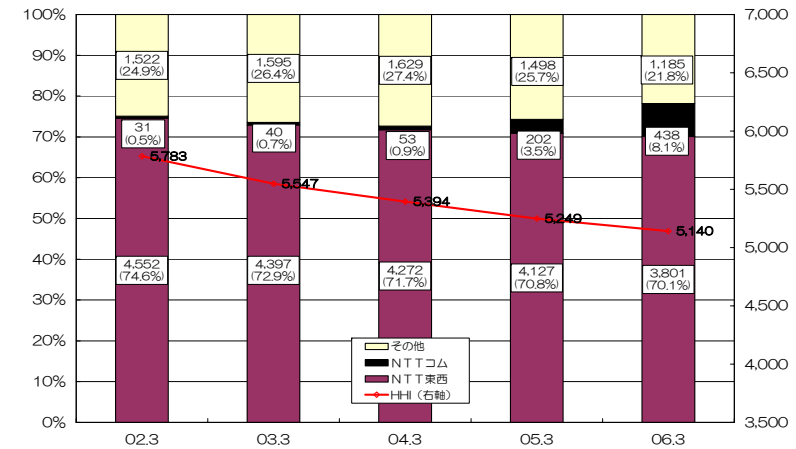
- NTTシェア(NTT東西及びNTTコミュニケーションズ)は市内で82.3%、県内市外で78.2%、県外で75.9%、国際で63.5%。
- NTTコミュニケーションズのプラチナラインの影響等により、04年度には全区分でNTTシェアが拡大。

マイライン契約数におけるNTTシェアの推移(市内通話・県内市外通話・県外通話・国際通話)

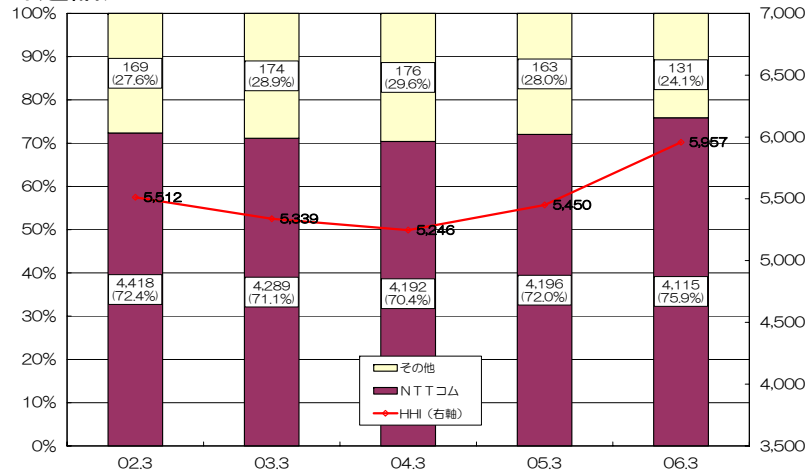
(市内通話)



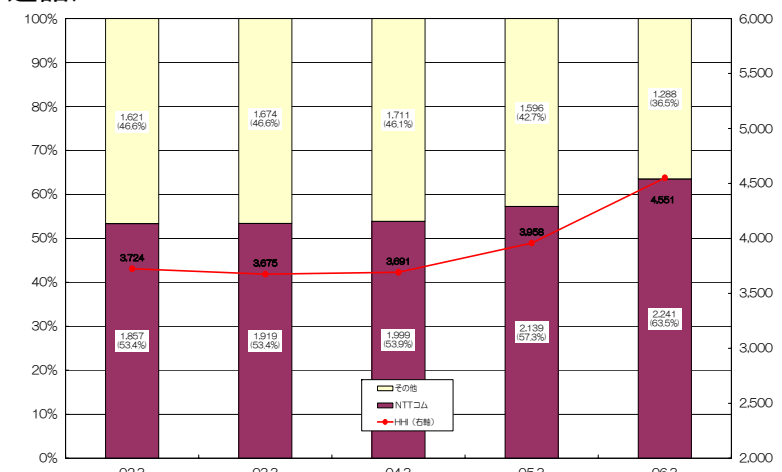
(県内市外通話)



(県外通話)



(国際通話)



注1: マイラインの申込みをしていない場合は、市内・県内市外はNTT東西に、県外はNTTコミュニケーションズに計上している。

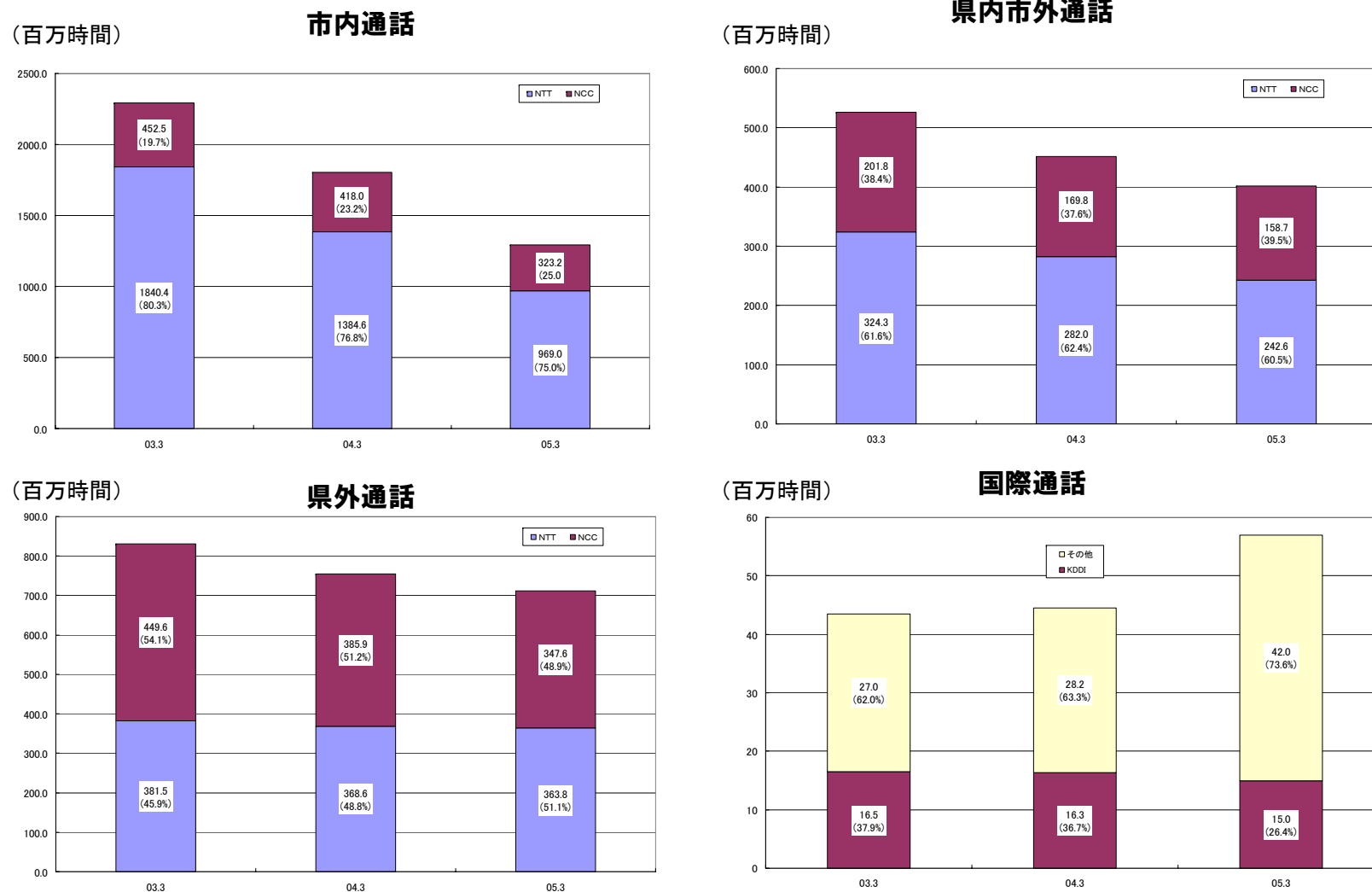
注2: 全国ベースのHHIは、NTT東西を1社として算出している。

(出所) 総務省資料

NTT加入電話における競争状況 ①中継電話(その3)

- NTTシェア(NTT東西及びNTTコミュニケーションズ)は市内で75.0%、県内市外で60.5%、県外で51.1%。
- 国際通話の通信量ではKDDIがシェア1位。NTTコミュニケーションズは契約数では1位だが、通信量では2位。

通信量(通信時間)にみるNTTシェア等の推移



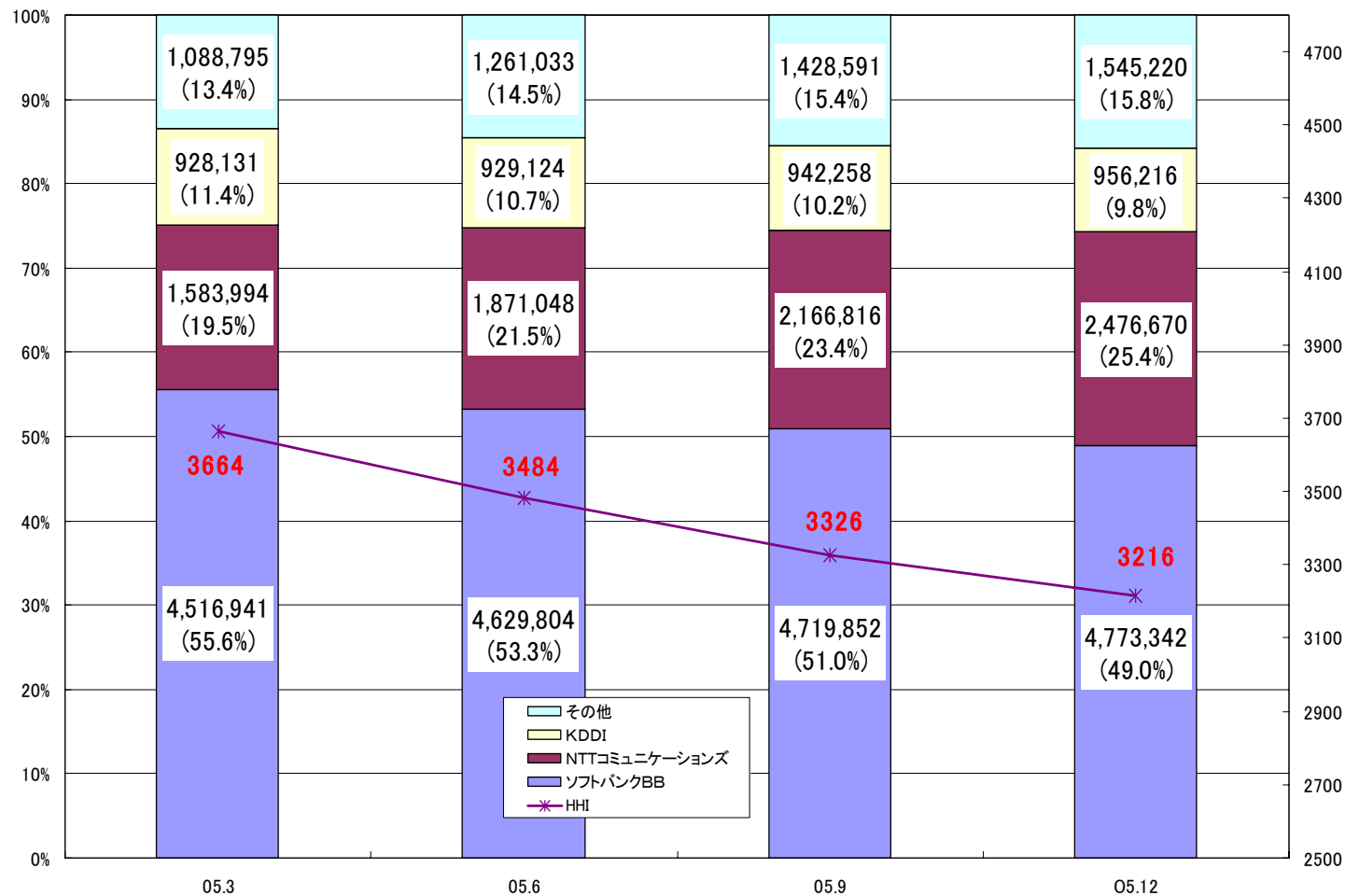
(出所)総務省資料

注: 05年3月から対象範囲を拡大しているため、単純に経年比較はできない。

NTT加入電話における競争状況 ②050-IP電話(その1)

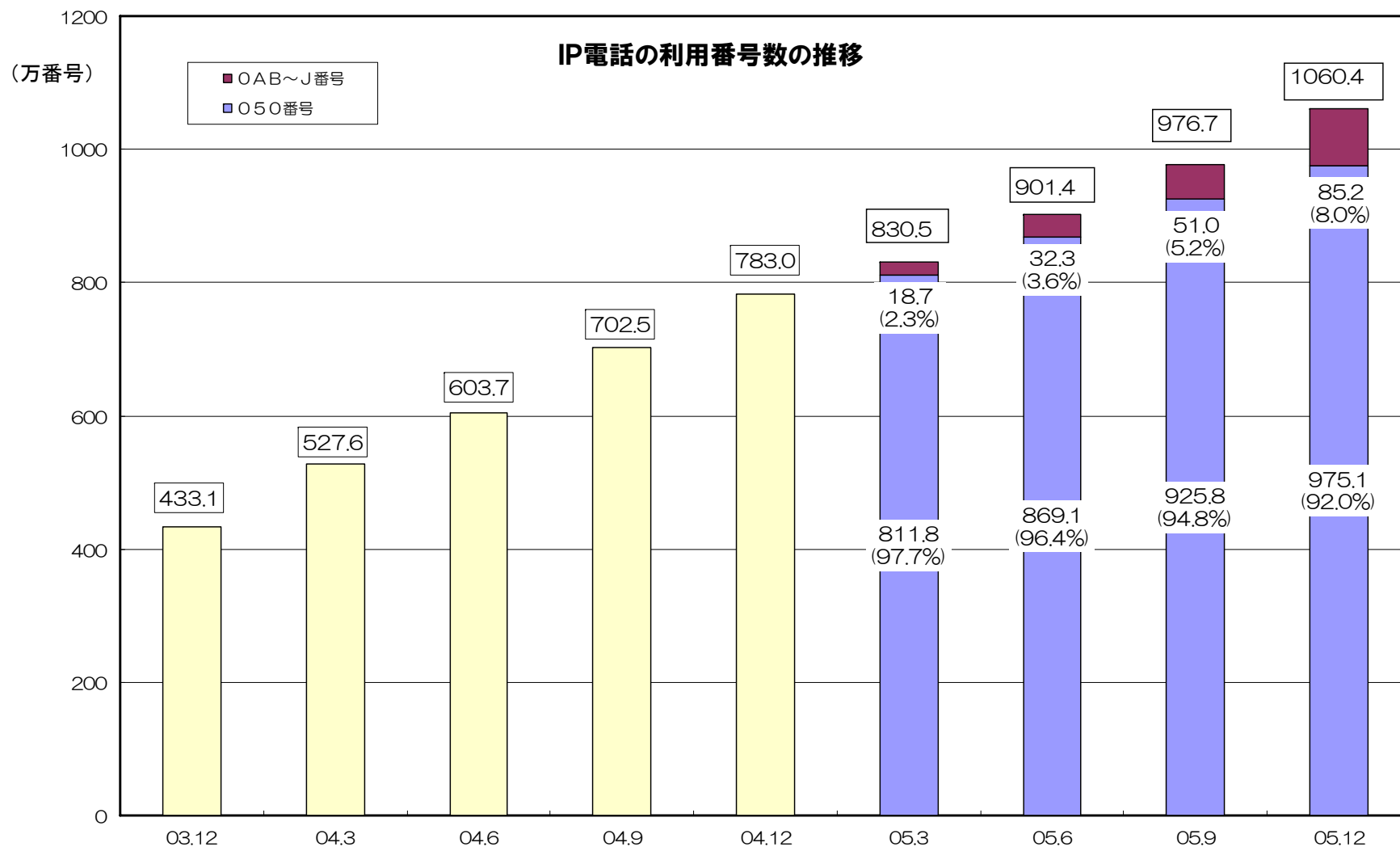
- ソフトバンクBBが1位でシェア49%を占めるが、シェアは減少傾向。NTTコム、KDDIが続き、特にNTTコムのシェアが増加傾向。
- 上位3社シェアは84.2%、上位5社シェアは95.6%と、寡占的な市場。

IP電話(050)利用番号数における上位3社シェア・HHIの推移(番号指定を受けている者に限る)



【参考】 IP電話市場(050-IP 電話と 0ABJ-IP電話を1つの市場とした場合)

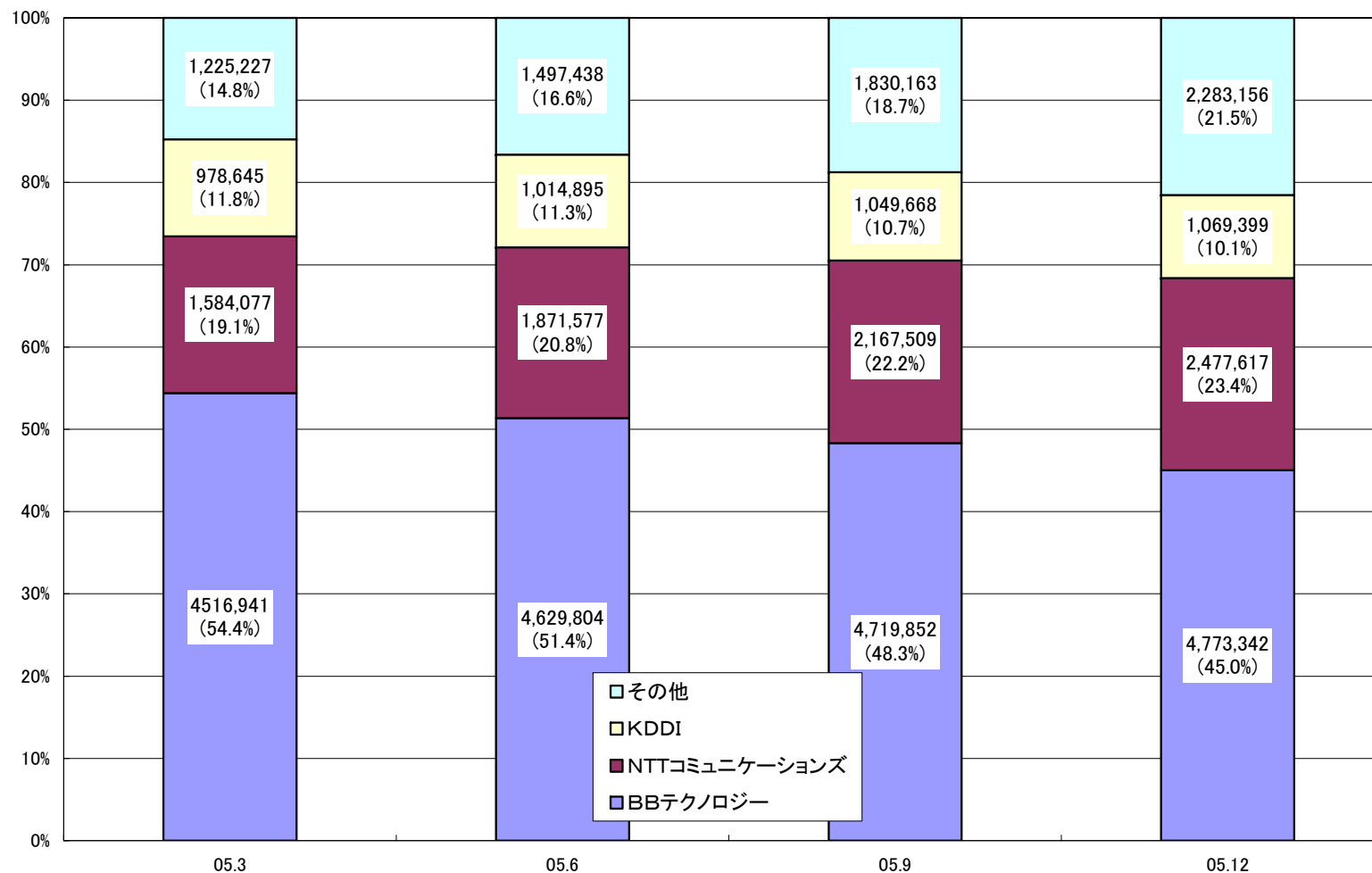
- IP電話全体の利用番号数は、05年12月末で1000万を突破。固定電話契約数の約17%に相当。
- 050-IP電話が92%、0ABJ-IP電話が8%。伸び率は、前四半期比で050-IPが3%増、0ABJ-IPが67%増。



【参考】 IP電話市場(050-IP 電話と 0ABJ-IP電話を1つの市場とした場合)

- ソフトバンクBBが1位でシェア45%を占めるが、シェアは減少傾向。NTTコム、KDDIが続き、特にNTTコムのシェアが増加傾向。
- 上位3社シェアは78.5%と、寡占的な市場。

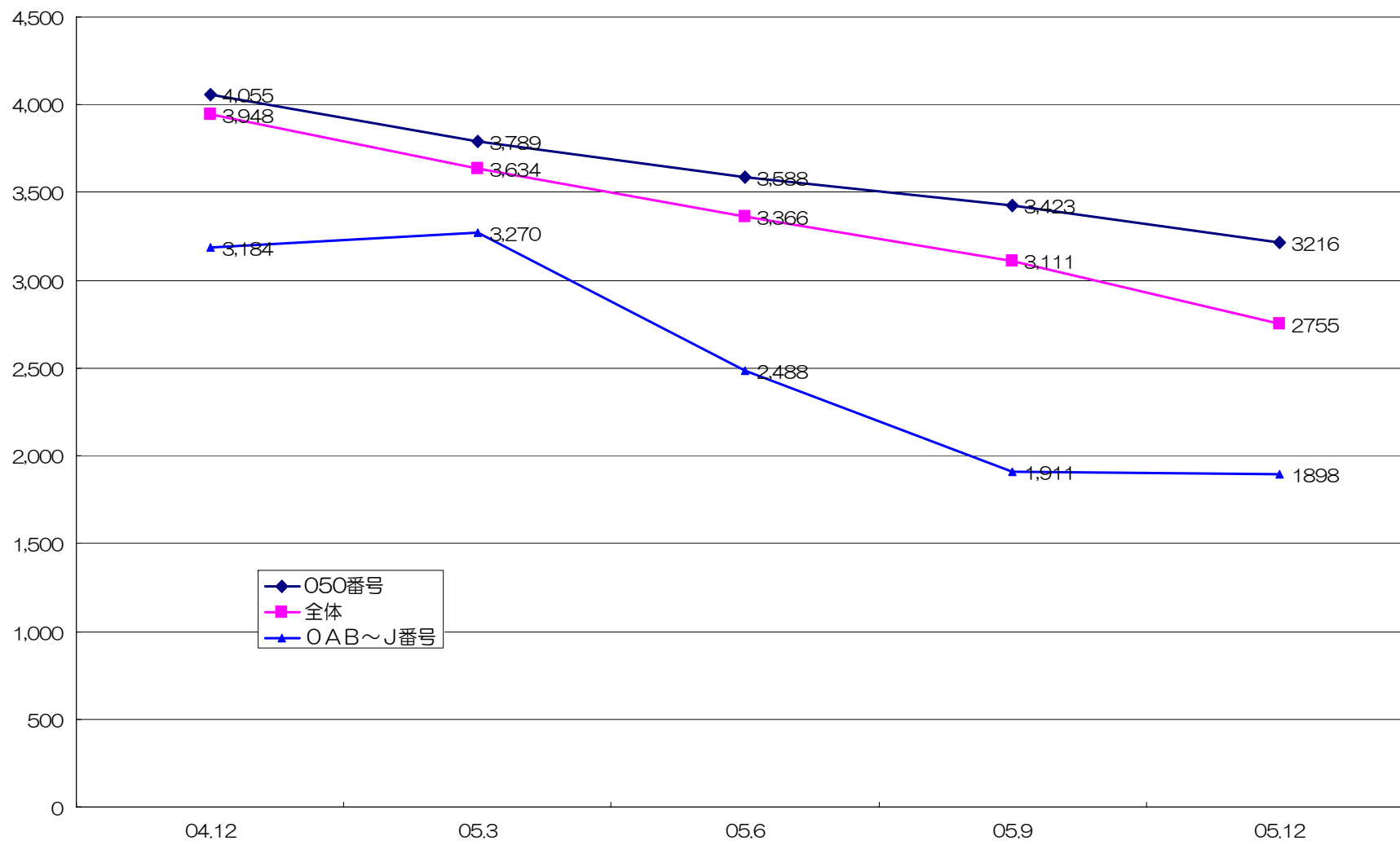
IP電話(全体)利用番号数における上位5社シェアの推移(番号指定を受けている者に限る)



【参考】 IP電話市場(050-IP 電話と 0ABJ-IP電話を1つの市場とした場合)

- シェア1位のソフトバンクのシェア低下を反映し、全体のHHIは低下傾向。
- 050-IP電話のHHIも同様の理由で低下傾向。
- 0ABJ-IP電話のHHIは、シェア1位と2位の入れ替わり等により、直近では横ばい。

IP電話利用番号数におけるHHIの推移(番号指定を受けている者に限る)



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。
- ・ドライカップ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。

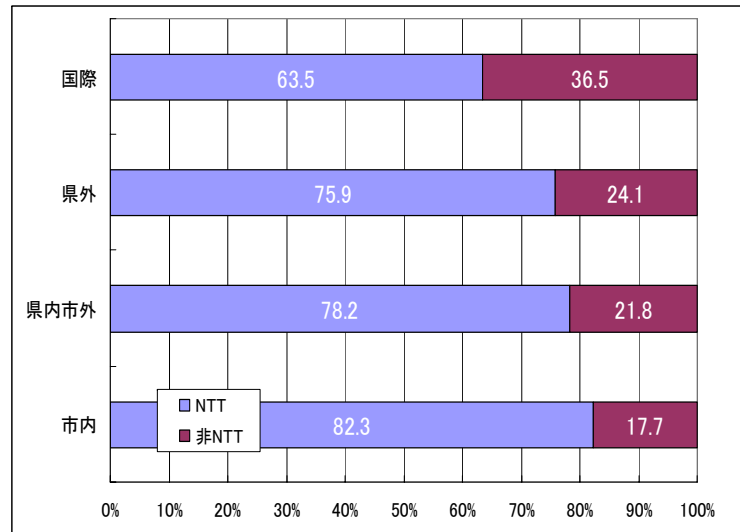
第2章 隣接市場との相互関係

インターネット接続市場との相互関係(その1)

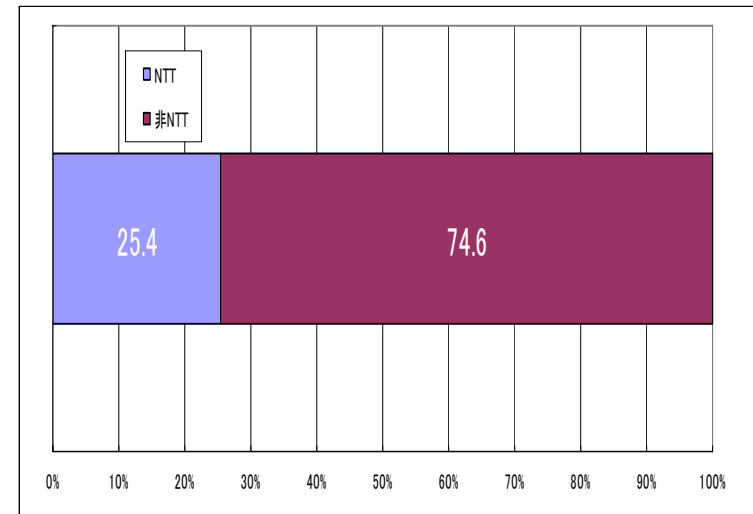
- 固定電話の加入部分におけるNTT東西の市場支配力が圧倒的。この市場支配力に由来するインターネット接続市場への影響力の分析が必要。

通話

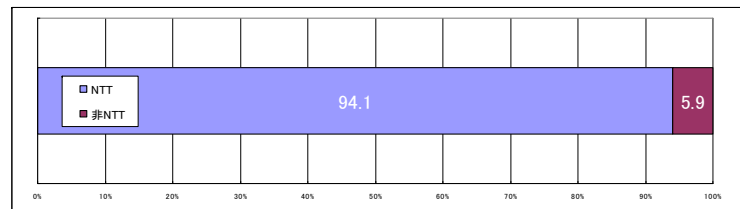
中継電話



050-IP電話

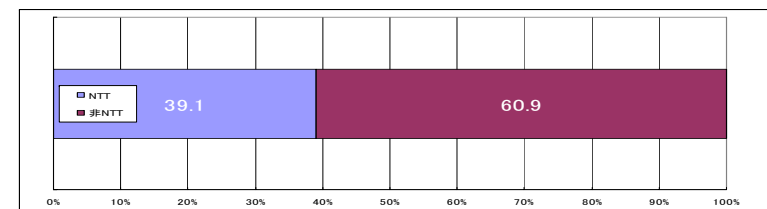


マイライン・マイラインプラス



固定電話

ADSL

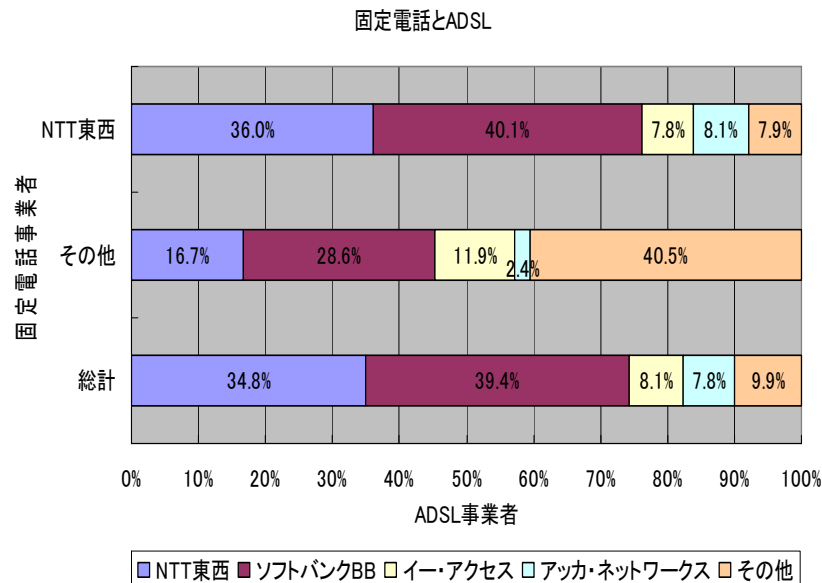


加入

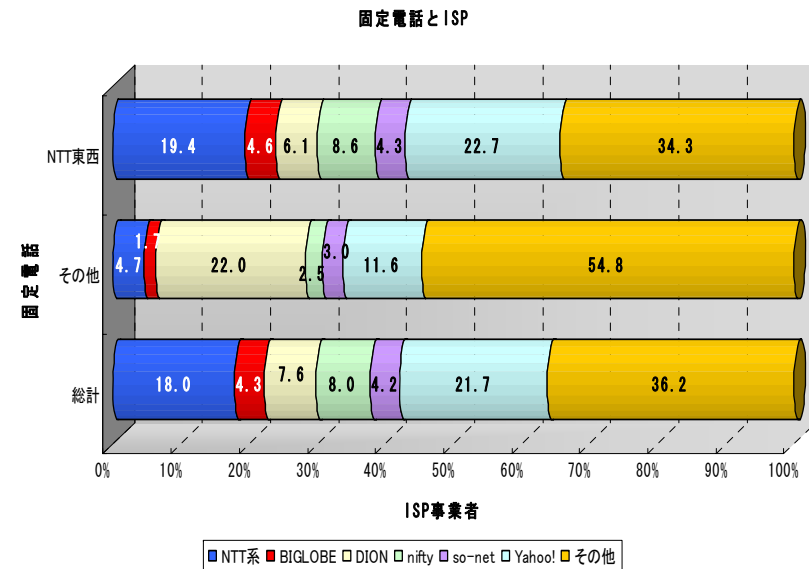
インターネット接続市場との相互関係(その2)

- 固定電話でNTT東西を利用しているユーザは、ADSLの事業者選択やISPの事業者選択(050-IP電話の代理変数)においても、NTTグループを選択する比率が高い。
- 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、ADSLやISPにおけるNTTグループのシェアは年々高まる傾向にあるため、NTT東西の固定電話における市場支配力の利用(営業活動など)の有無について、注視が必要。

①固定電話 → ADSL



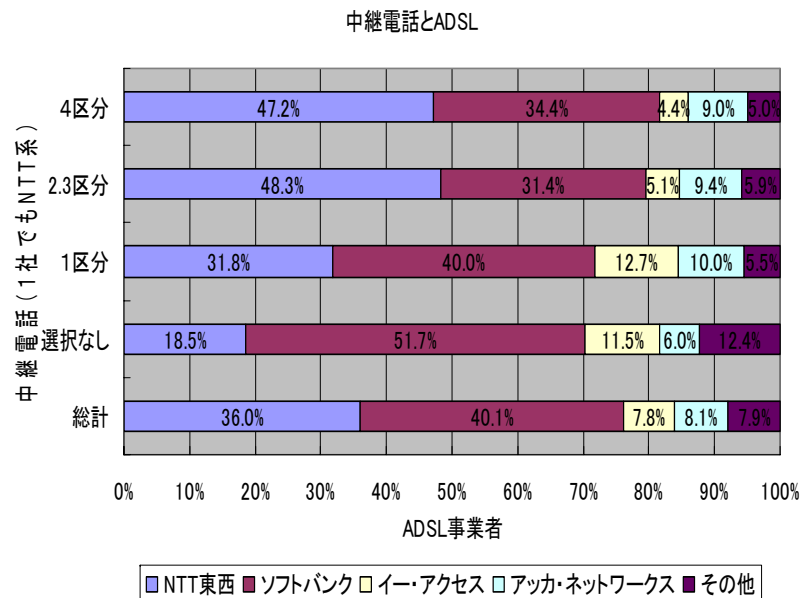
②固定電話 → ISP



インターネット接続市場との相互関係(その3)

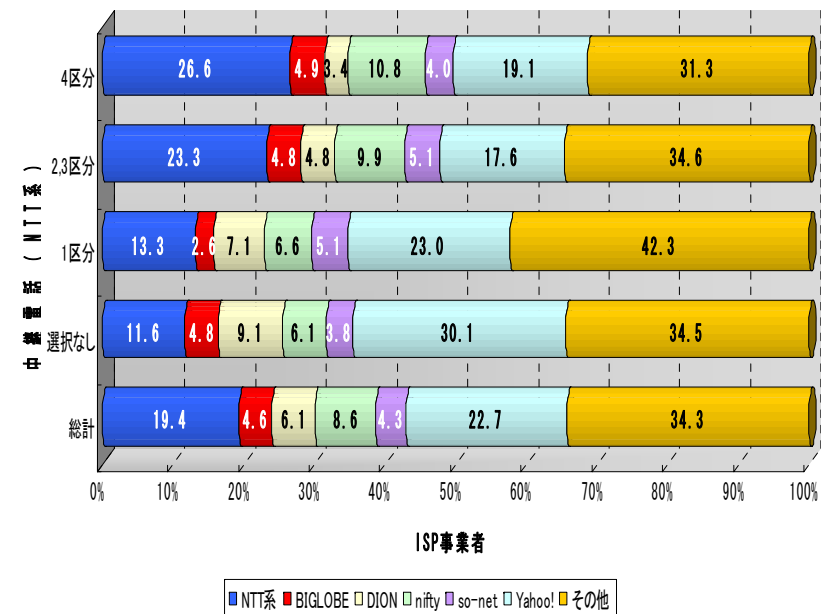
- 中継電話でNTTグループを利用しているユーザは、ADSLの事業者選択やISPの事業者選択(050-IP電話の代理変数)においても、NTTグループを選択する比率が高い。
- 企業ブランドやセット割引等も反映した結果であり、直ちに問題となる訳ではないが、ADSLやISPにおけるNTTグループのシェアは年々高まる傾向にあるため、NTT東西及びNTTコミュニケーションズの中継電話における市場支配力の利用(営業活動など)の有無について、注視が必要。

③中継電話 → ADSL



④中継電話 → ISP

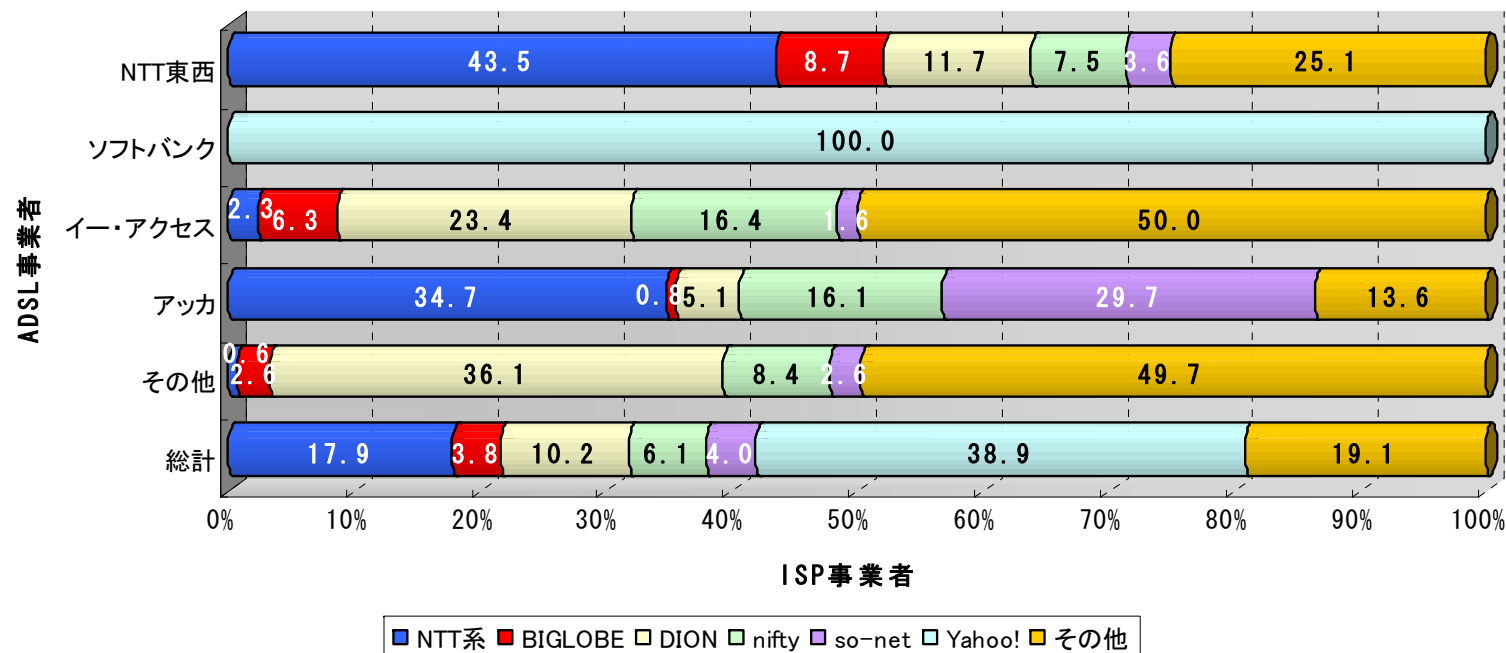
中継電話とISP事業者



インターネット接続市場との相互関係(その4)

- ADSLでNTTグループを利用しているユーザは、ISPの事業者選択(050-IP電話の代理変数)においても、NTTグループを選択する比率が高い。
- ただし、ADSLでソフトバンクを利用しているユーザの全員がソフトバンク系のISPを選択している一方で、NTT東西のユーザは、ISPを自由に選択できるようになっている。
- ADSLとISPはセットで選択することが多く、このような傾向が直ちに問題となる訳ではないが、ADSLにおけるNTTグループのシェアは年々高まる傾向にあるため、固定電話市場に由来する市場支配力の利用が伺えるような場合には、さらなる市場分析が必要。

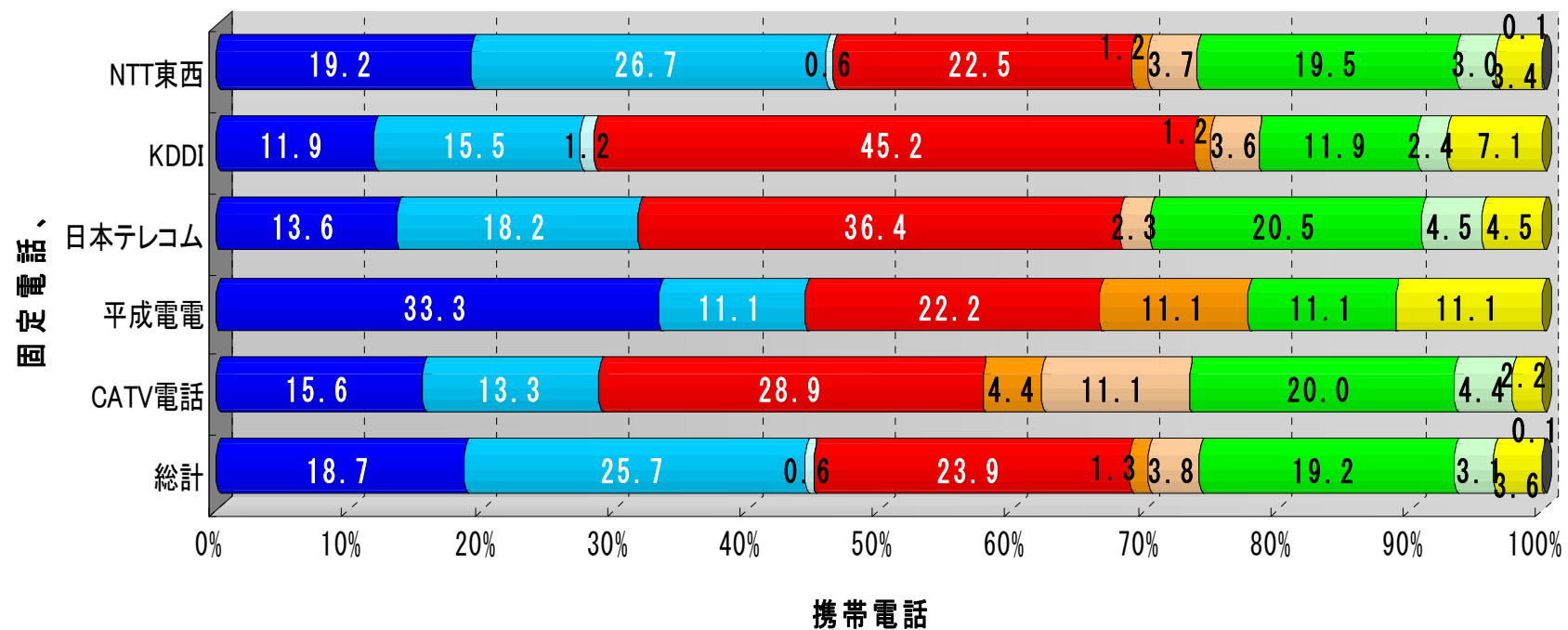
⑤ADSL → ISP



移動体通信市場との関係(その1)

- FMCによる固定電話と移動体電話の融合の動きが注目を集める。現時点では、両者を別市場とするものの、その相互関係を競争評価の観点で分析しておくことが必要。
- 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ユーザ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、固定電話と携帯電話の両市場で市場支配力を有する企業が存在する場合には、その影響力に注視する必要がある。

携帯電話と固定電話

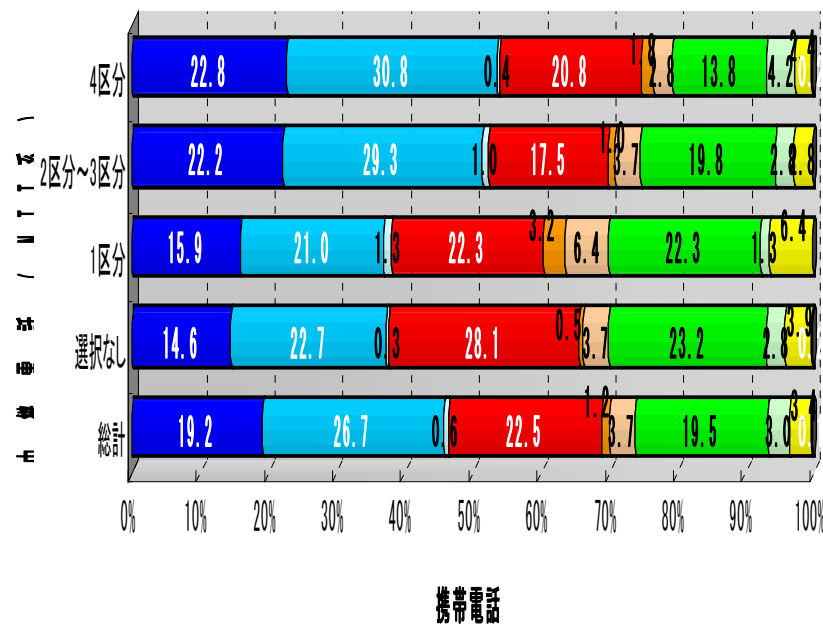


■ ドコモ3G ■ ドコモ2G ■ ドコモPHS ■ au3G ■ au2G ■ ツーカー ■ ボーダフォン2G ■ ボーダフォン3G ■ ウィルコム ■ アステル

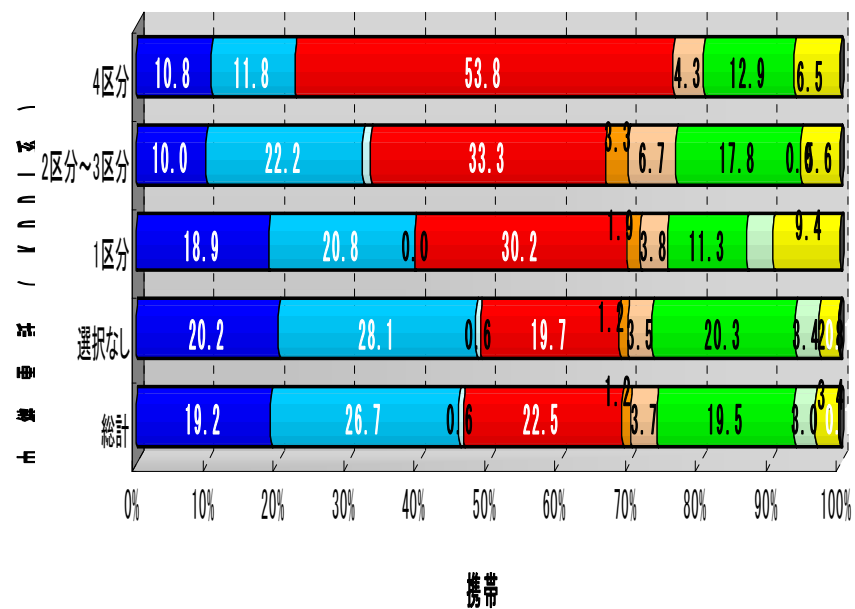
移動体通信市場との関係(その2)

- 固定電話（通話：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グループ・企業の携帯電話サービスをユーザ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、固定電話と携帯電話の両市場で市場支配力を有する企業が存在する場合には、その影響力に注視する必要がある。

携帯電話と中継電話（NTT系）



携帯電話と中継電話（KDDI系）



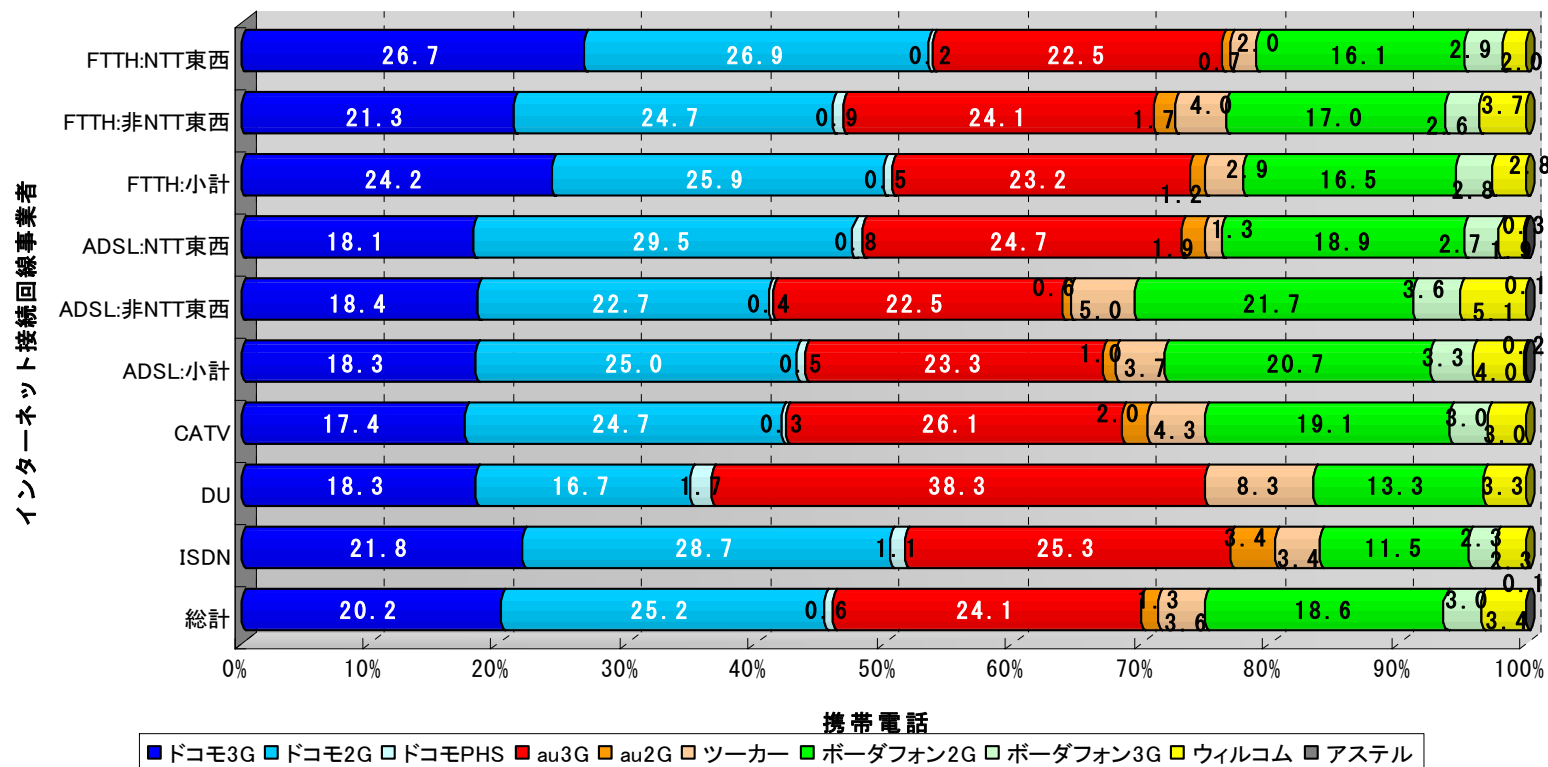
■ドコモ3G ■ドコモ2G ■ドコモPHS ■au3G ■au2G ■ソーカー ■ポータフォン2G ■ポータフォン3G ■ウィルコム ■その他

■ドコモ3G ■ドコモ2G ■ドコモPHS ■au3G ■au2G ■ソーカー ■ポータフォン2G ■ポータフォン3G ■ウィルコム ■その他

移動体通信市場との関係(その3)

- インターネット接続（FTTH、ADSL、ISDN等）と携帯電話の利用状況も見たところ、インターネット接続でNTTグループを選択しているユーザは、携帯電話でもNTTドコモを選択している比率が高い。
- FMCやマイグレーションが進行していく中で、市場支配力の他市場への活用に注視する場合には、固定電話、移動体通信、インターネット接続の3つの市場間での関係を分析する必要がある。

インターネット接続回線事業者と携帯電話



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)

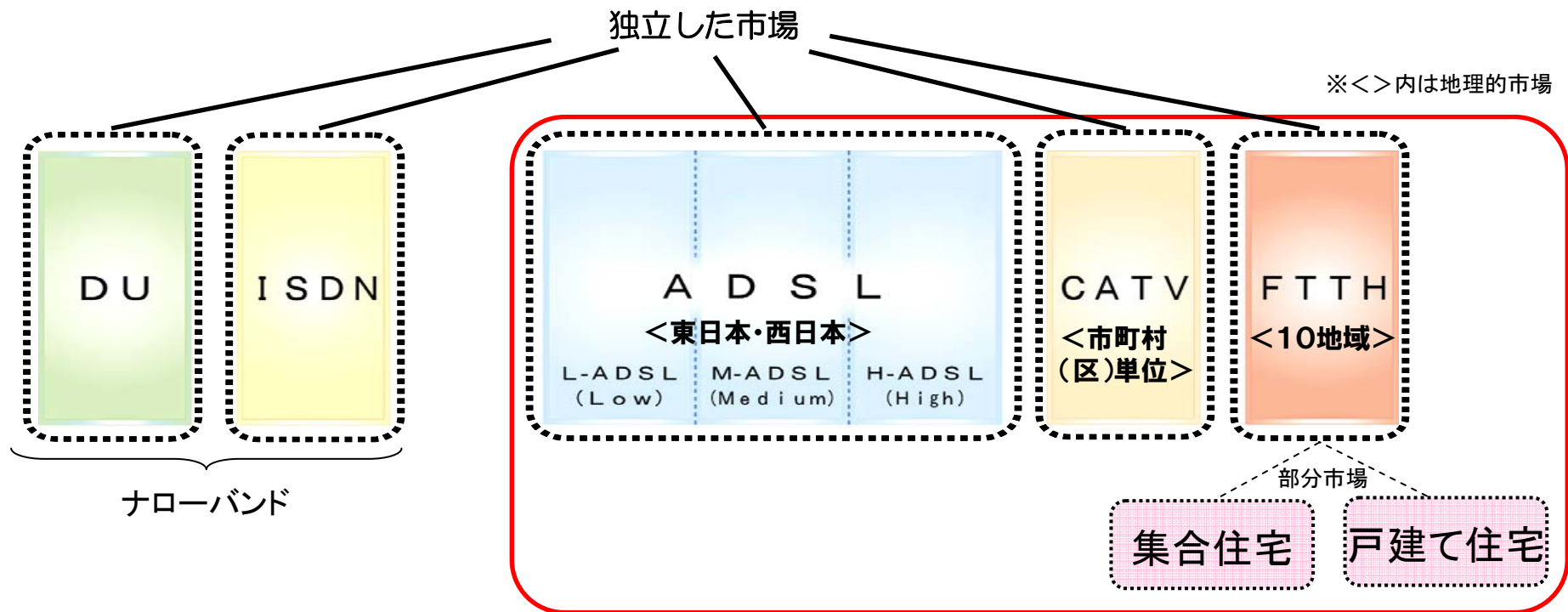
第Ⅱ編 【定点観測の分析対象】

第3章 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

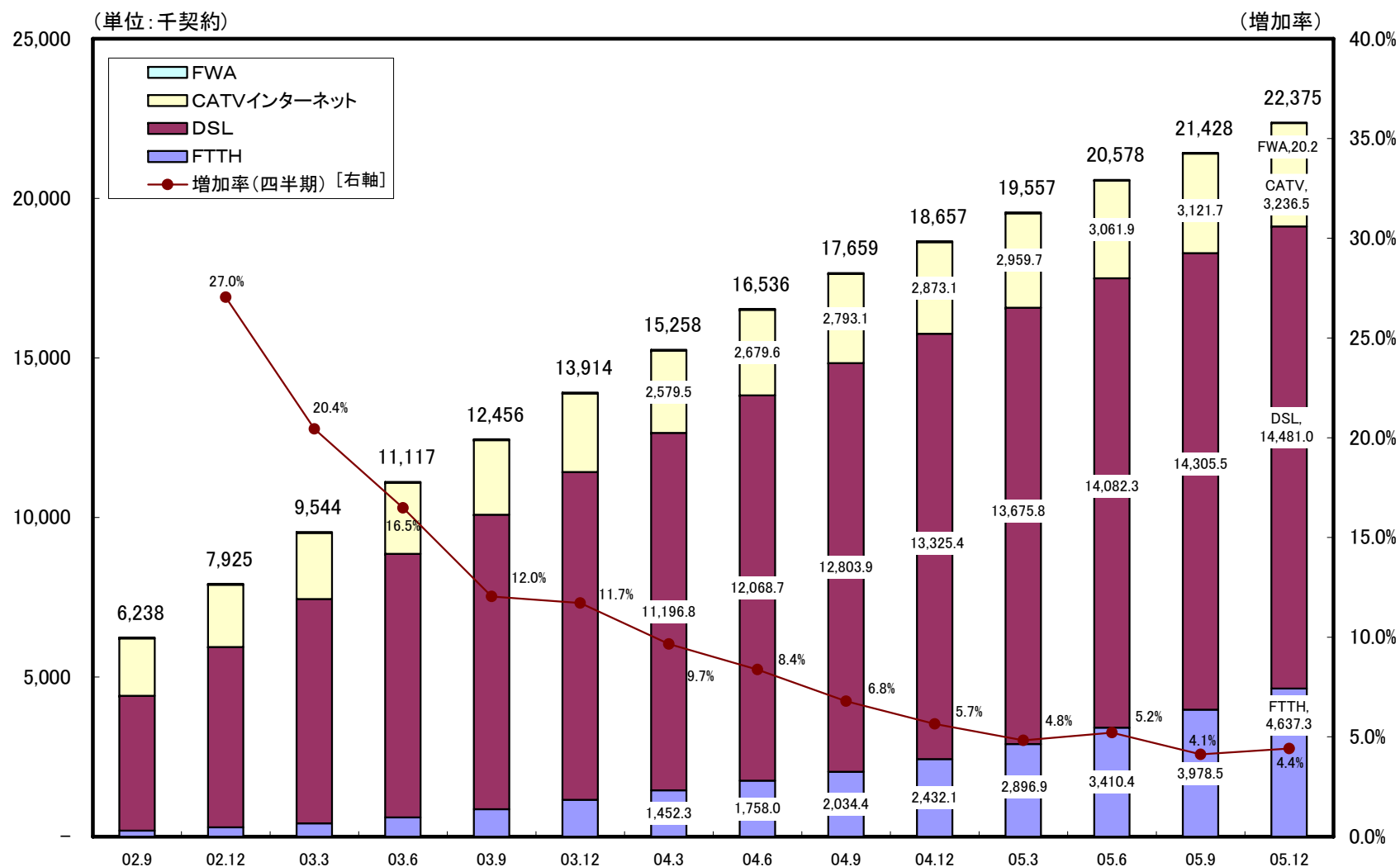
- ・需要の代替性等を基に、DU、ISDN（常時接続）、ADSL、CATVインターネット、FTTHをそれぞれ独立したサービス市場として画定。
- ・2004年度以降は、市場の動向を踏まえ、ブロードバンド領域のみを評価。
- ・FTTH市場は、部分市場として、集合住宅市場と戸建て住宅市場を設定。



ブロードバンド（2004年度以降の評価対象）

ブロードバンドの契約回線数の推移

- ・ 総契約数は、05年12月末で2238万回線に到達。
- ・ 契約数の伸び率(四半期)は、市場の成長を反映して鈍化傾向となり、4%台に低下。
- ・ FTTHが464万回線に達し、ブロードバンド全体の21%を占める。

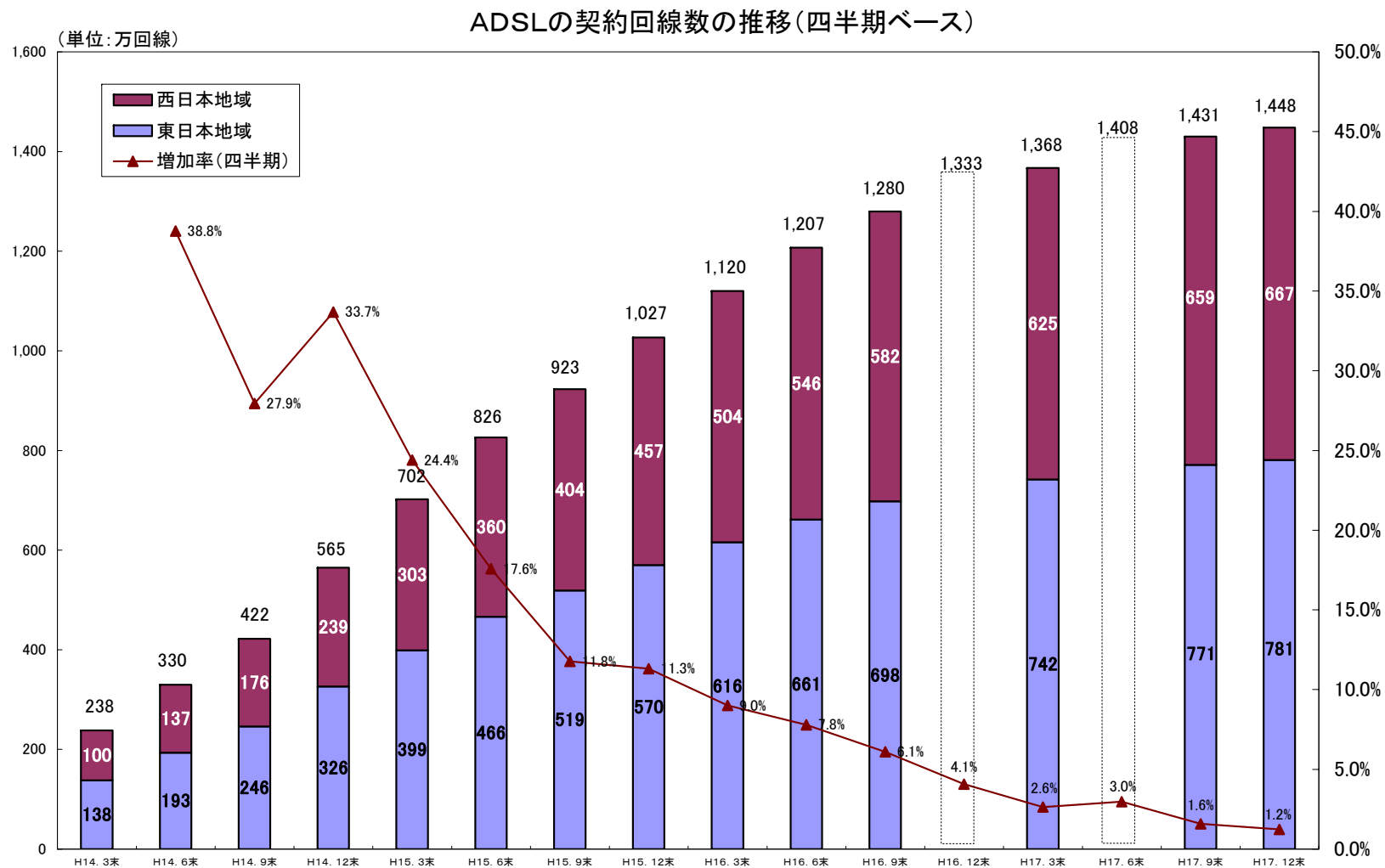


※ 04年3月末以前は、一部推計値を含む

ADSL市場

ADSLの契約回線数の推移

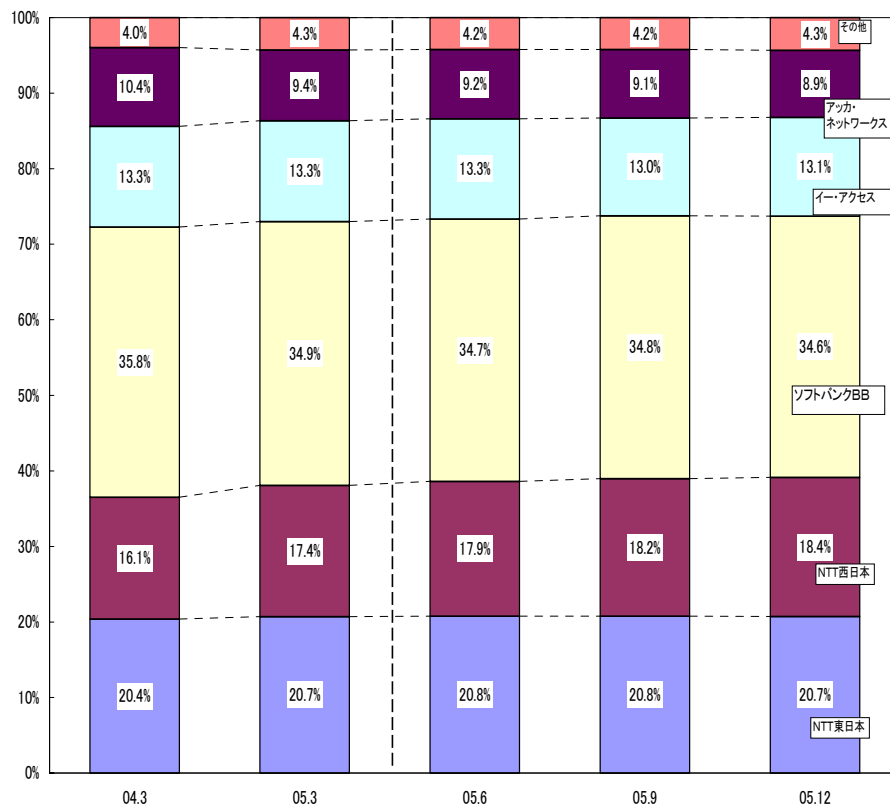
- 05年12月末で1448万回線。東日本が西日本を上回って推移している。
- 契約数の伸び率(四半期)は、市場の成熟を反映して鈍化傾向となり、1%台に低下。



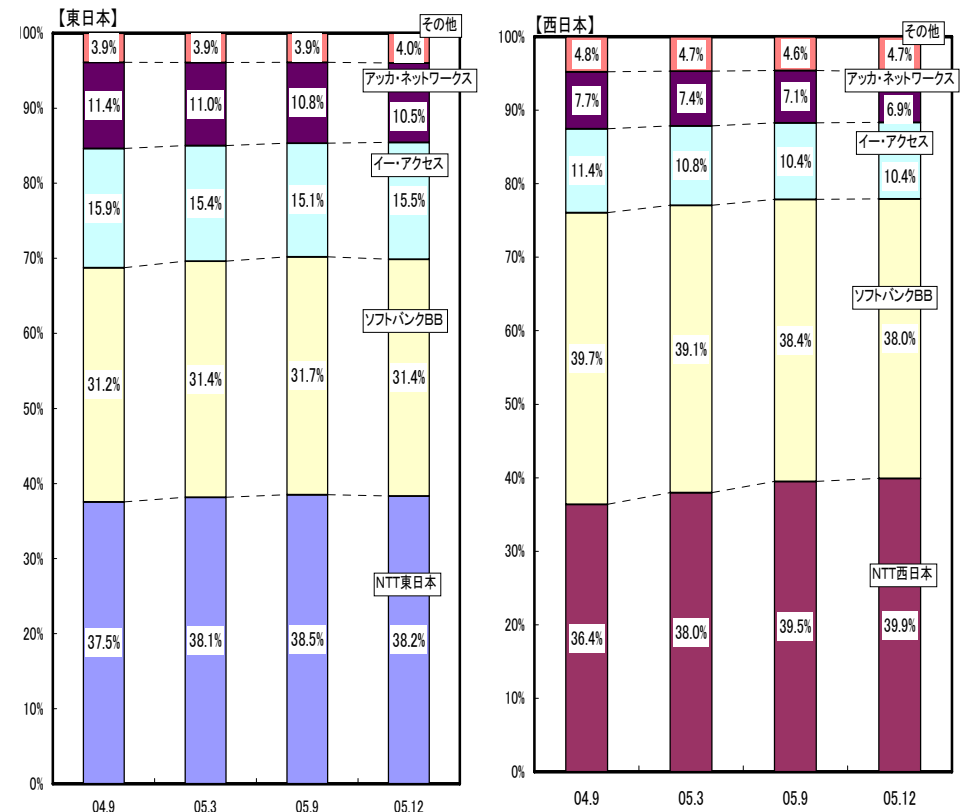
ADSLの契約回線数の事業者別シェア

- ・ 全国では、NTT東西が39.1%で、ソフトバンクBBの34.6%を上回る。NTT東西のシェアが増加傾向。
- ・ 東日本は、NTT東日本が38.2%、ソフトバンクBBが31.4%。
- ・ 西日本は、NTT西日本が39.9%、ソフトバンクBBが38.0%で、05年9月末に初めてNTT西日本がソフトバンクBBを抜いてシェア1位に。

全国シェア



東西シェア



ADSL市場の上位3社シェアとHHI

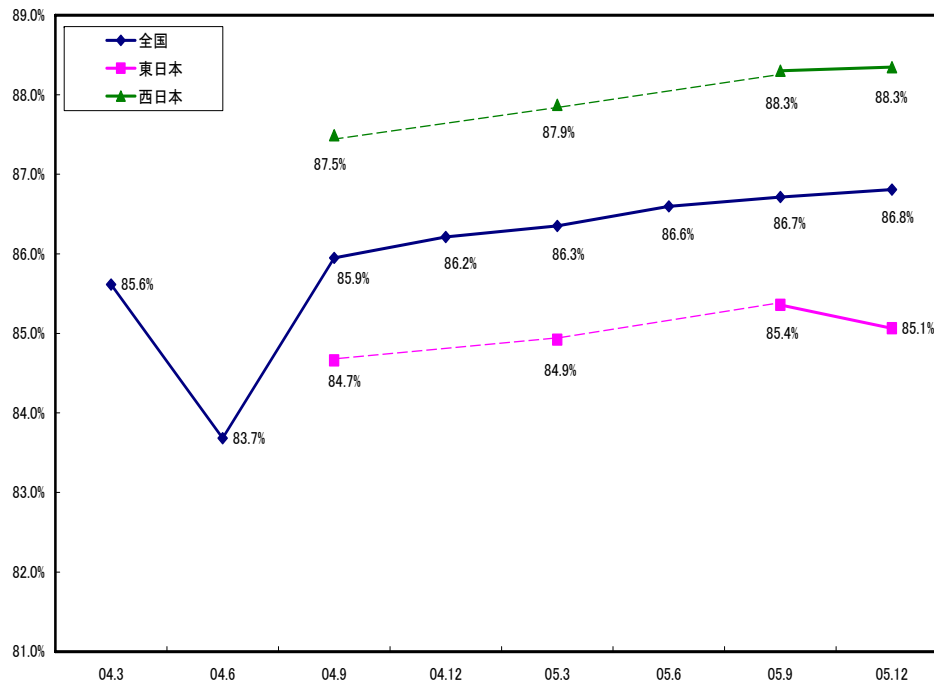
【上位3社シェア】

- ・ 05年12月末で、全国では86.8%、東日本85.1%、西日本88.3%。上位3社シェアは高く、市場は寡占的。
- ・ 東日本の方が上位3社シェアは低く、他の競争事業者との競争がより活発。

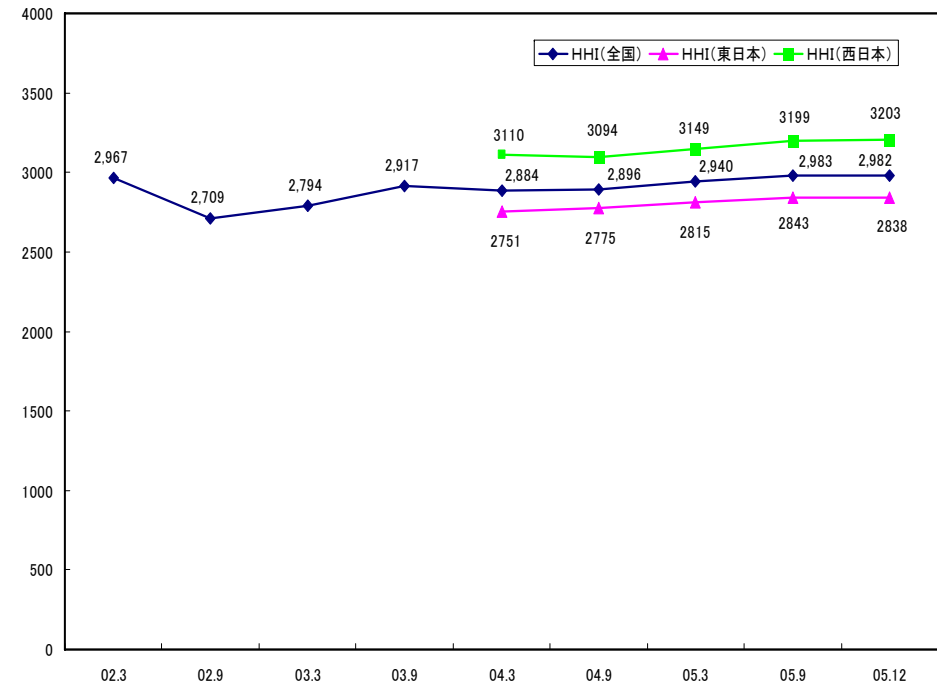
【HHI】

- ・ 05年12月末で、全国で2982、東日本2838、西日本3203。微増傾向にある。
- ・ HHIの上昇は、NTT東西のシェアの増加傾向が要因。

上位3社シェア



HHI



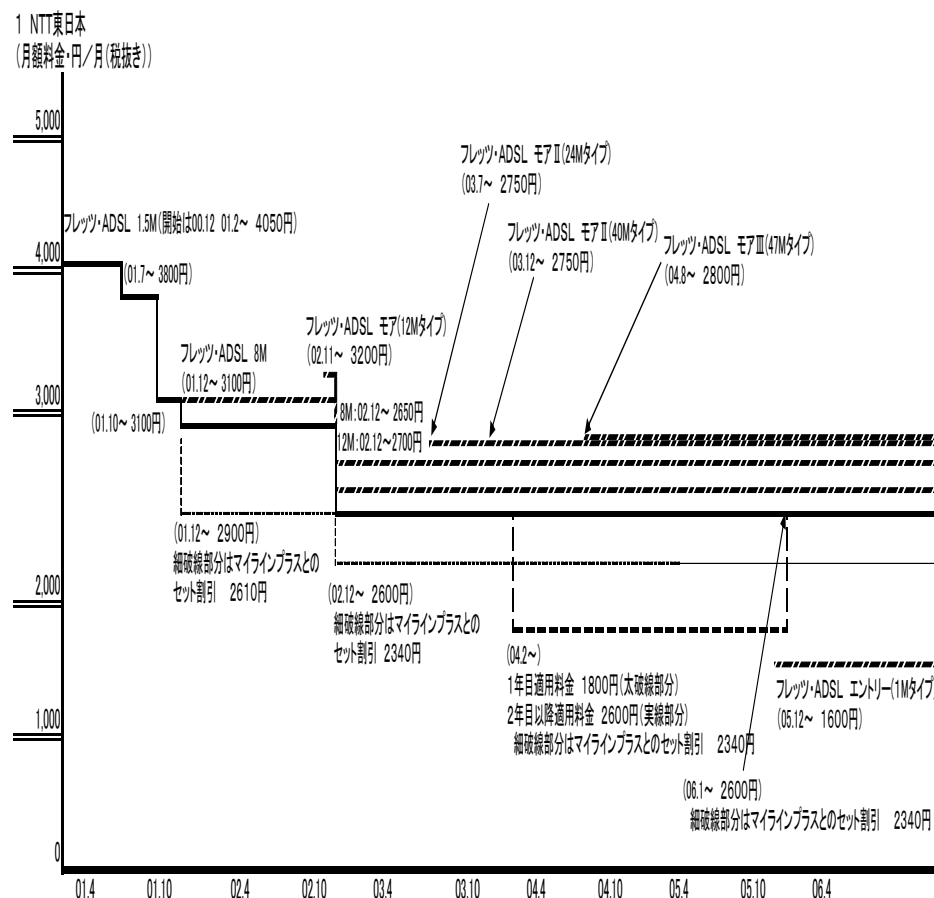
注：全国ベースの上位3社シェア及びHHIは、NTT東西を1社として算出している。

ADSLの価格の推移

- 2001～2002年の値下げ競争以降、各社とも顕著な値下げは行っておらず、ほぼ下げ止まり。
- ただし、料金は同水準のまま高速化が進み、実質的な値下げとなっている。

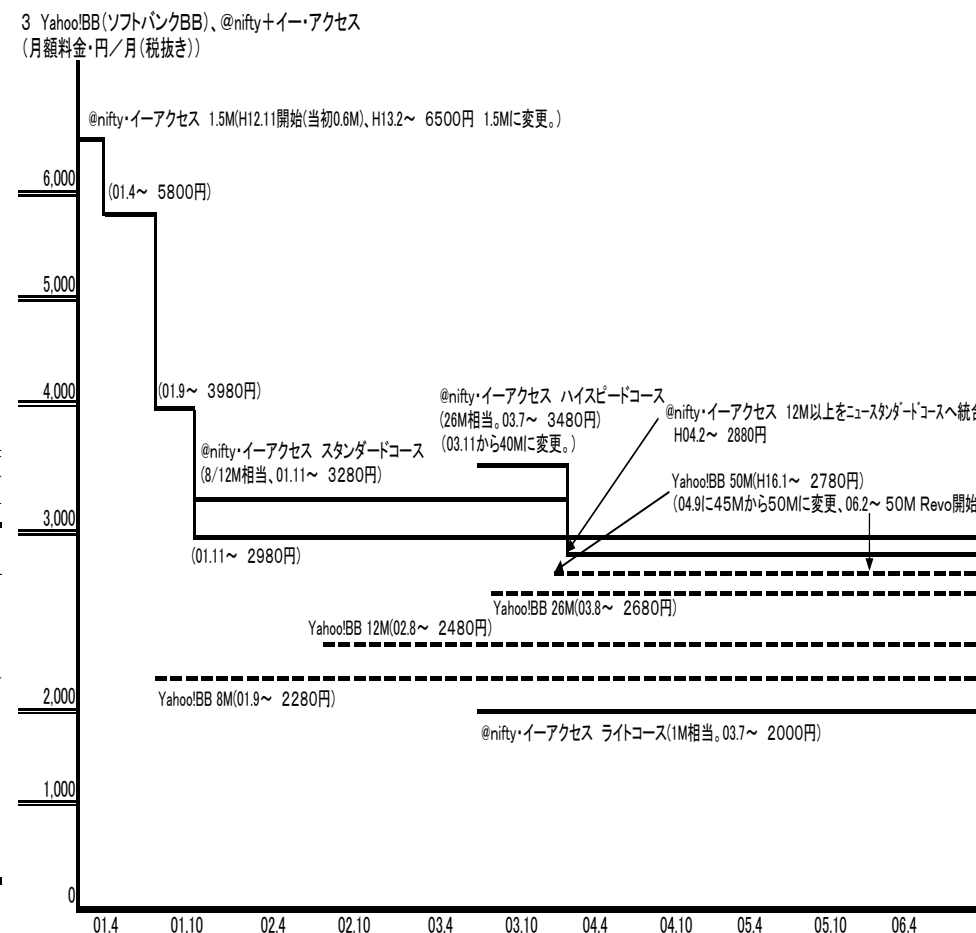
■ 代表的なサービスと料金

(NTT東日本：フレッツADSL、ソフトバンクBB：Yahoo!BB、イー・アクセス：@niftyを利用した場合)



(注1) 電話共用型の料金、ISP料金、加入電話月額基本料、ADSLモデムレンタル料は含まない。

(注2) 1.5M以外でもマイラインプラスとのセット割引があるが、本図では記入していない。



(注) 電話共用型の料金、ISP料金を含む。NTT東西加入電話月額基本料、ADSLモデムレンタル料、NTT・ADSL回線使用料は含まない。

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。

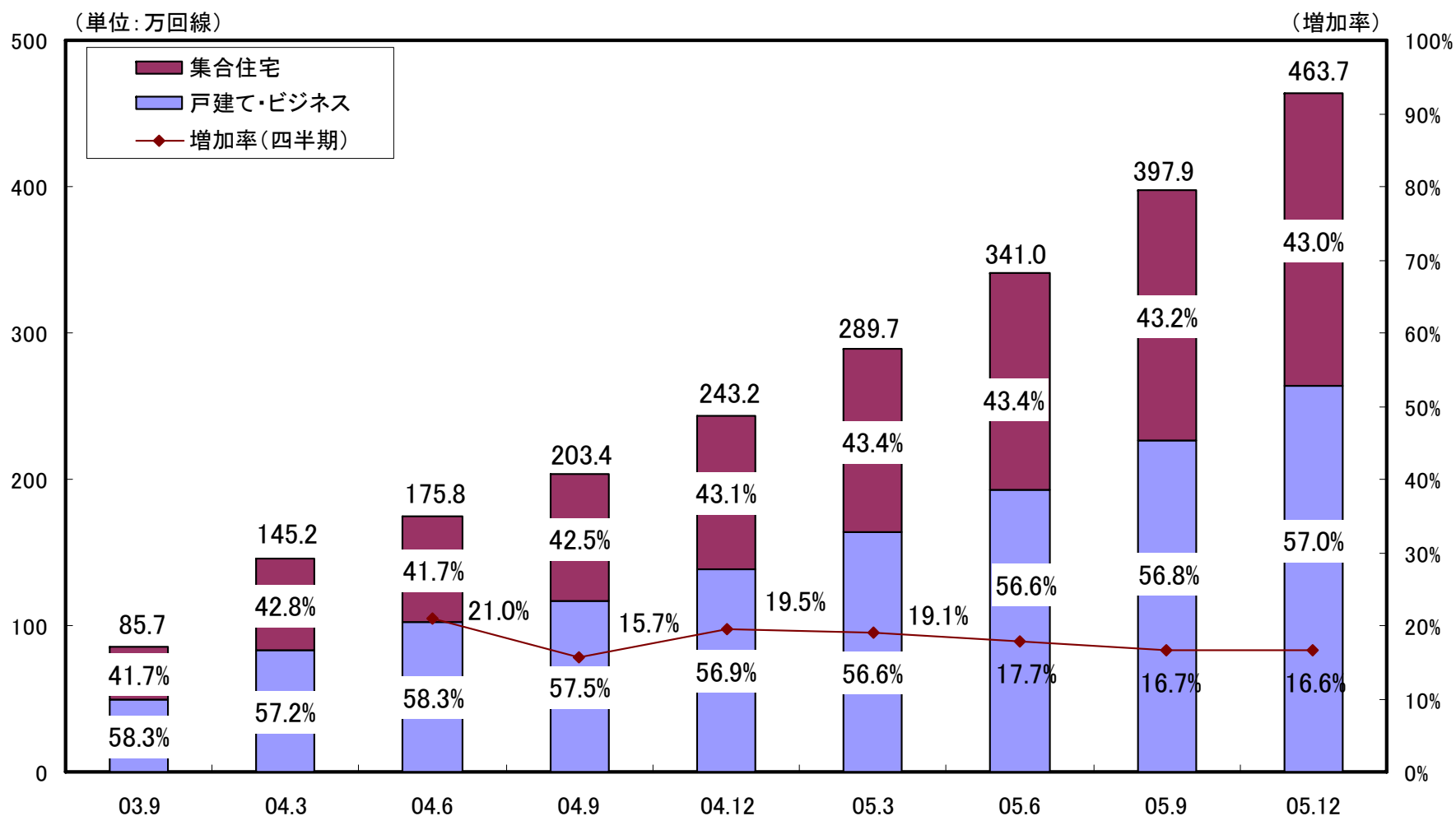
4 今後の注視事項： ADSLからFTTHへの移行に伴う競争環境の変化を注視

- ・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市場の契約回線数の推移

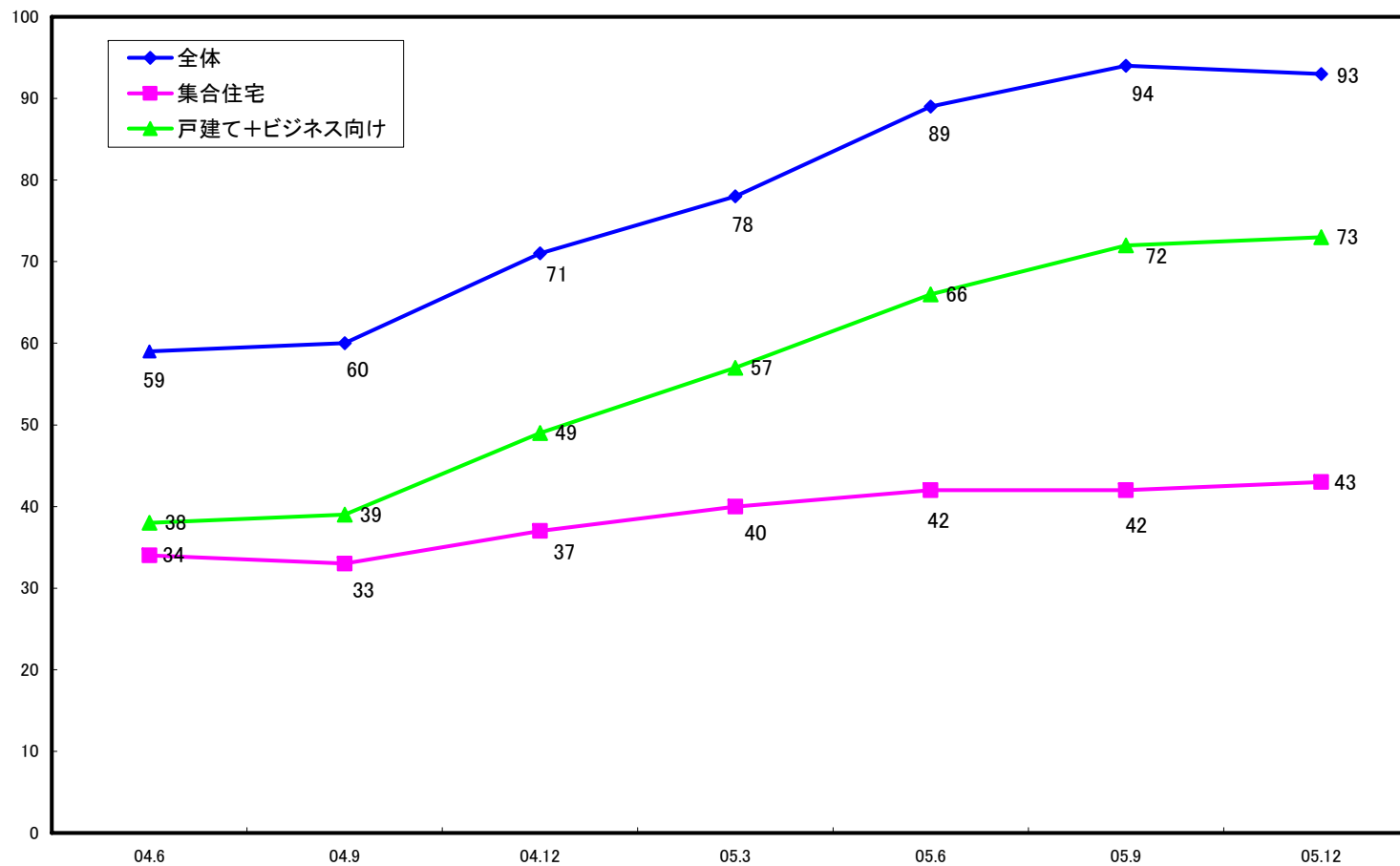
- 普及が本格化し、05年12月末で464万回線に到達。うち、集合住宅向けは43%（199万回線）、戸建て＋ビジネス向けは57%（265万回線）。
- 伸び率（四半期）は2割弱の高成長を維持。



FTTHの事業者数の推移

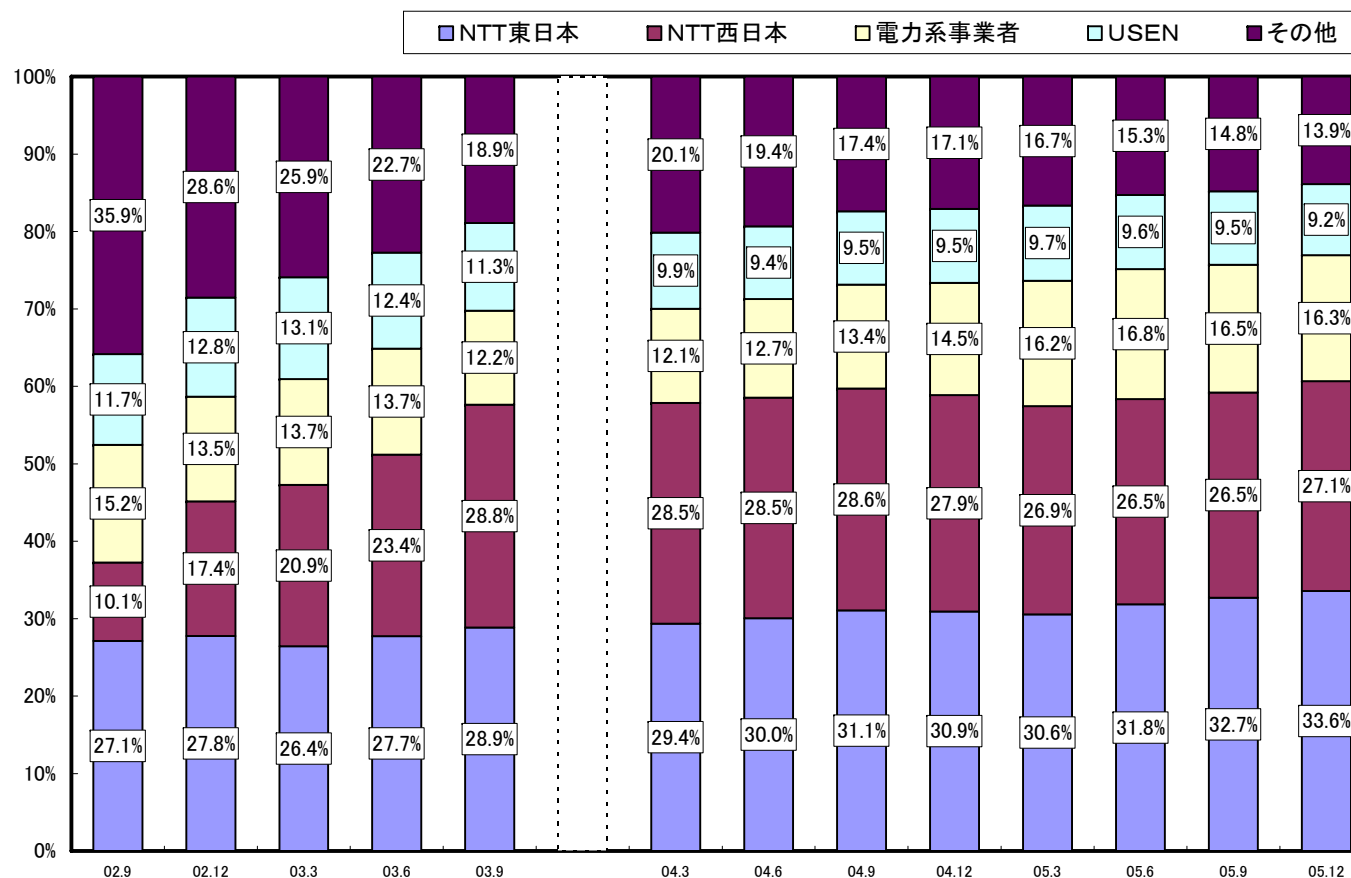
- ・ 04年9月以降、事業者数の増加が顕著だったが、05年後半は新規参入は落ち着いてきている。
- ・ 戸建て+ビジネス向け市場への参入が引き続いている一方で、集合住宅市場の事業者数は横ばい。

FTTHの事業者数の推移(四半期ベース)



FTTH市場の事業者別シェア(全国)

- ・ NTT東西、電力系事業者、USENの3社で86.1%を占める。
- ・ NTT東西のシェアが高い状態で推移しており、05年12月末で60.7%を占める。



FTTH市場の事業者別シェア(集合住宅／戸建て・ビジネス)

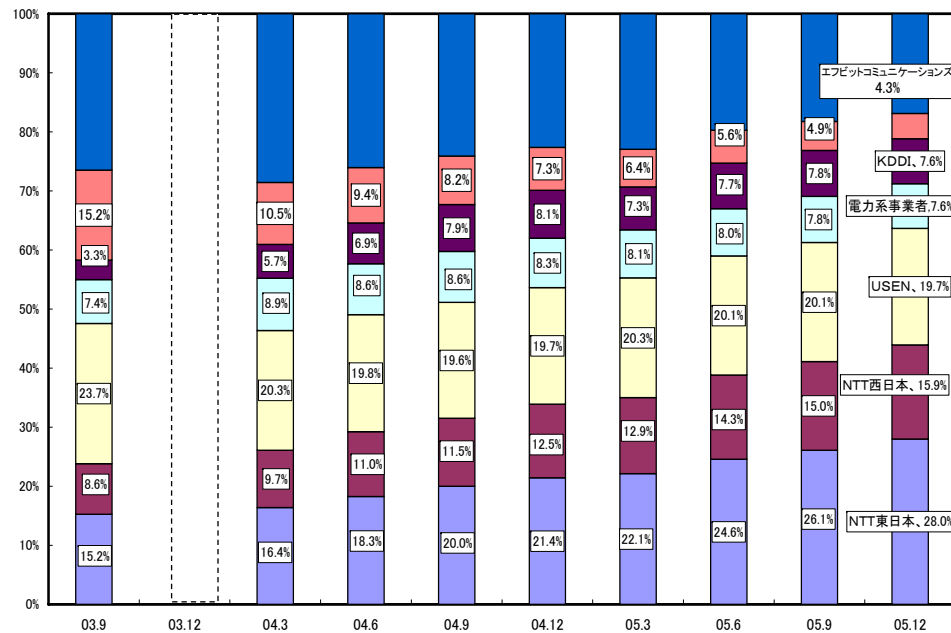
【集合住宅市場】

- ・ 主な事業者は、NTT東西、USEN、電力系事業者、KDDI、エフビットコミュニケーションズ等。
- ・ NTT東西のシェアが徐々に増加しており、05年12月末で43.9%に到達。

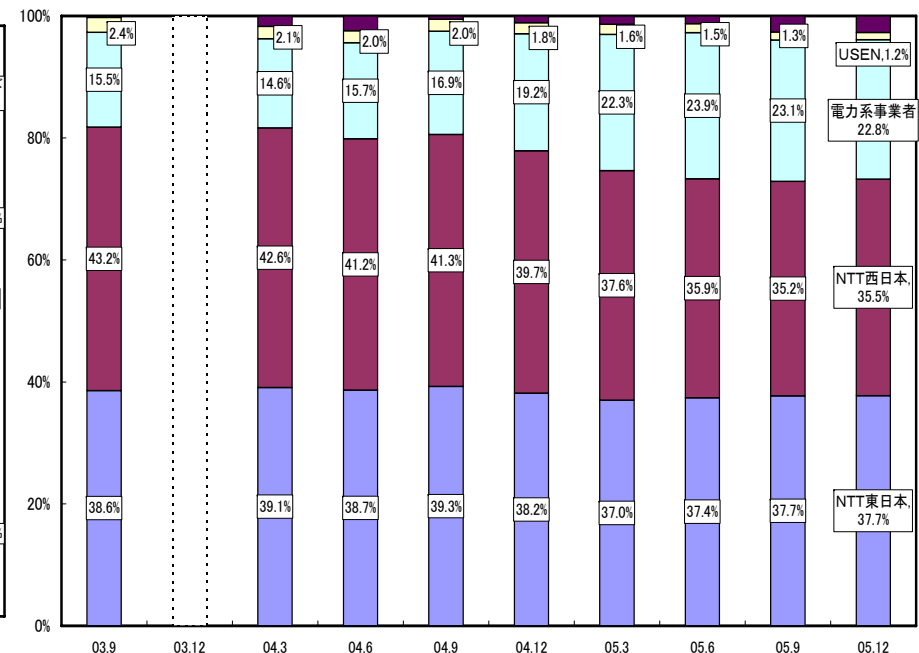
【戸建て・ビジネス市場】

- ・ 主な事業者は、NTT東西、電力系事業者、USEN等。
- ・ NTT東西のシェアは徐々に低下しているものの、05年12月末で73.2%を維持。
- ・ 電力系事業者のシェアが増加傾向にあり、05年12月末で22.8%。

集合住宅



戸建て／ビジネス向け



FTTH市場の上位3社シェアとHHI

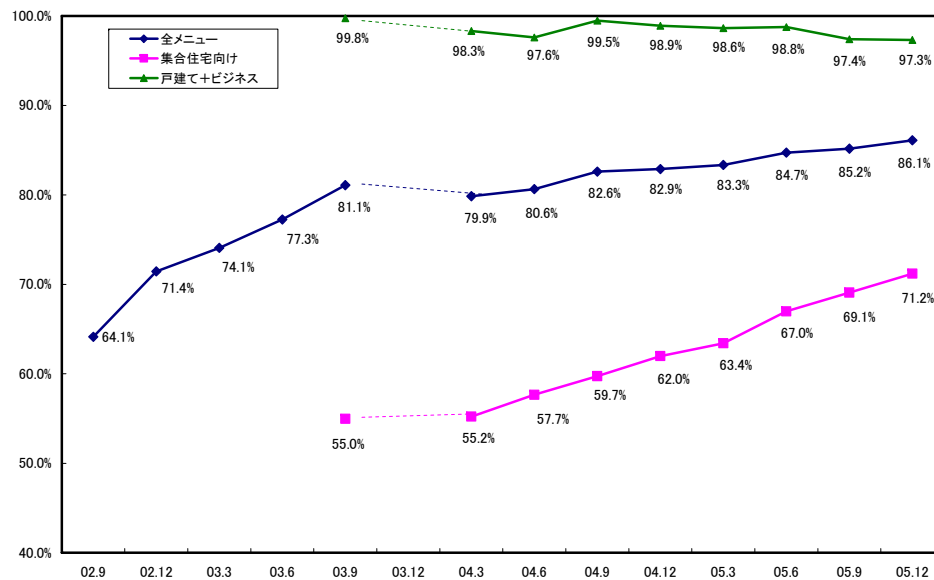
【上位3社シェア】

- ・ FTTH市場全体で86.1%。市場は寡占的。
- ・ 戸建て+ビジネス向け市場では、97.3%と非常に高く、NTT東西と電力系事業者の事実上の複占。
- ・ 集合住宅市場でも増加傾向にあり、05年12月末で71.2%に到達。市場集中が進む。

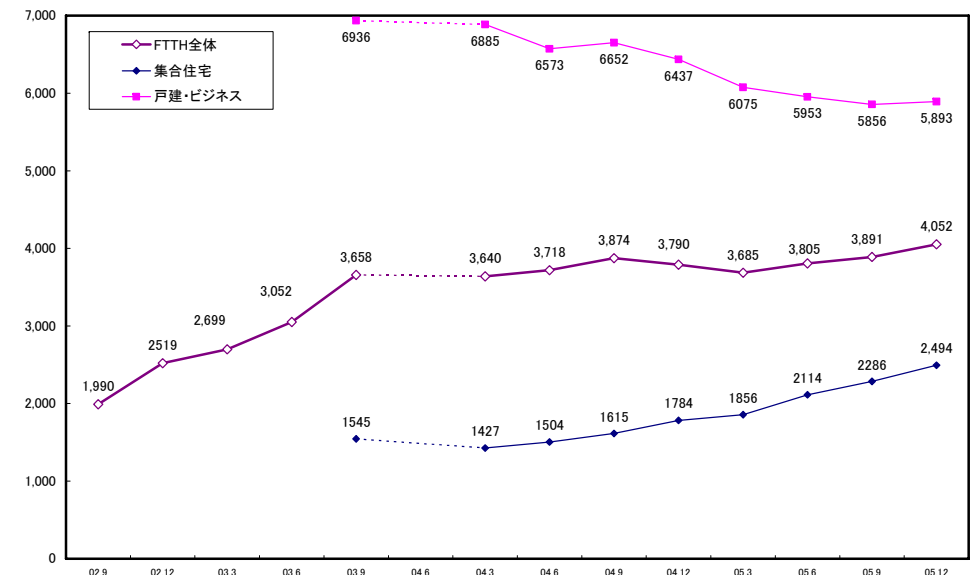
【HHI】

- ・ FTTH市場全体で4052。ADSL市場の2982等、他の電気通信サービスに比較して高水準。
- ・ 戸建て+ビジネス向け市場は、低下傾向にはあるものの、複占状態を反映して5893。
- ・ 集合住宅市場は、市場集中の進展を反映して上昇傾向にあり、2494に到達。

上位3社シェア



HHI

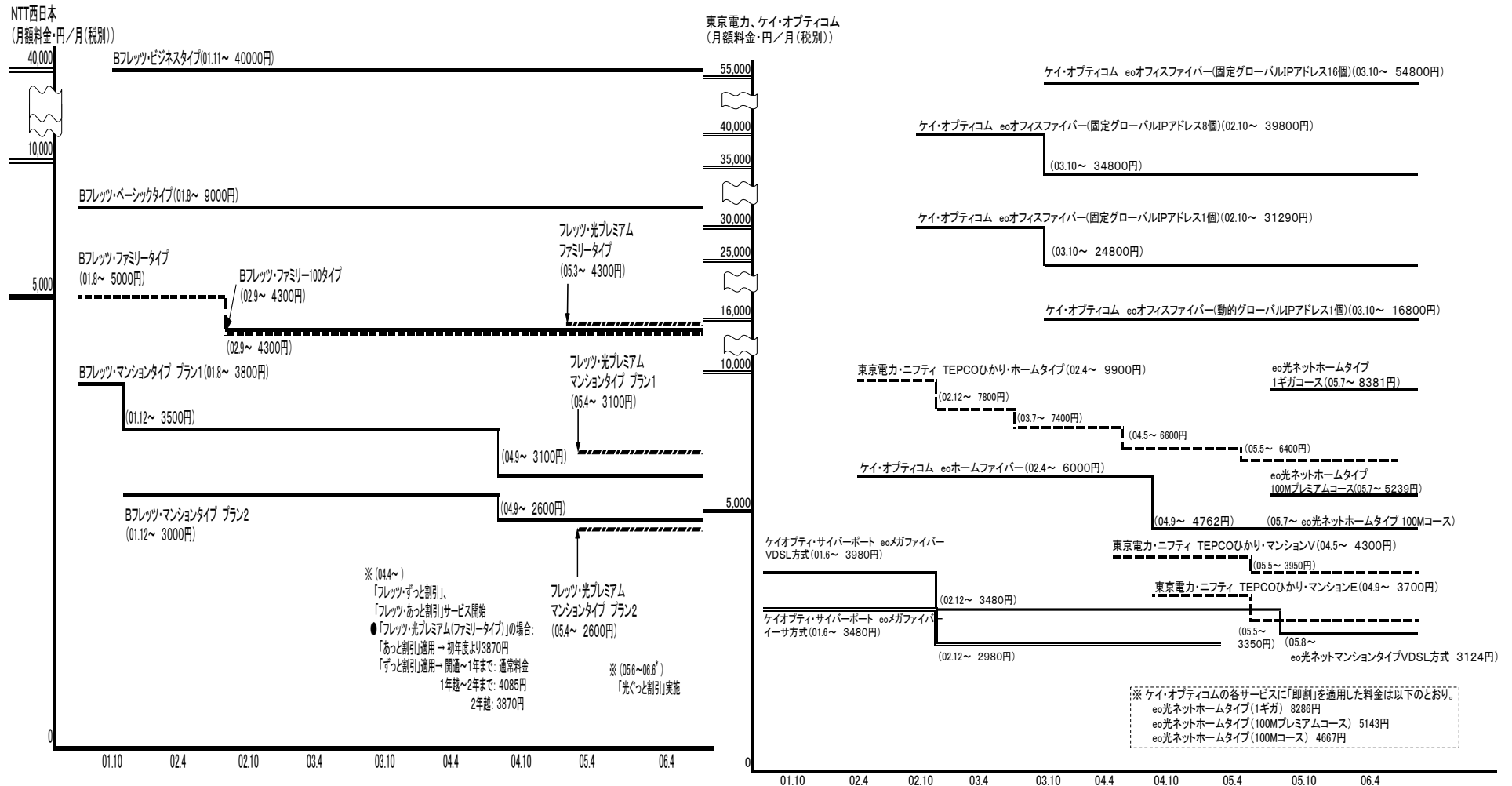


注: 全国ベースの上位3社シェア及びHHIは、NTT東西を1社として算出している。

FTTHの価格の推移

- NTT東西と電力系事業者の料金競争が活発。特に、電力系事業者が積極的に値下げを行っている。
- 集合住宅向けの料金は、ADSLとほぼ同水準にまで料金低下し、ADSLとの競合が進んでいる。

◆例：NTT西日本（Bフレッツ）、ケイ・オプティコム（eo光ネット）、東京電力（TEPCO光+@nifty）



(注)ISP料金、付加機能使用料、回線終端装置使用料は含まない。

* 平成18年5月時点での終了予定

(注1)ISP料金、端末設備使用料、モデム使用料(東京電力・ニフティ TEPCOひかり・マンションEを除く)を含む。また、付加機能料、割引サービス等は加味していない。

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割を超す地域も多く存在（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にない限り、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。

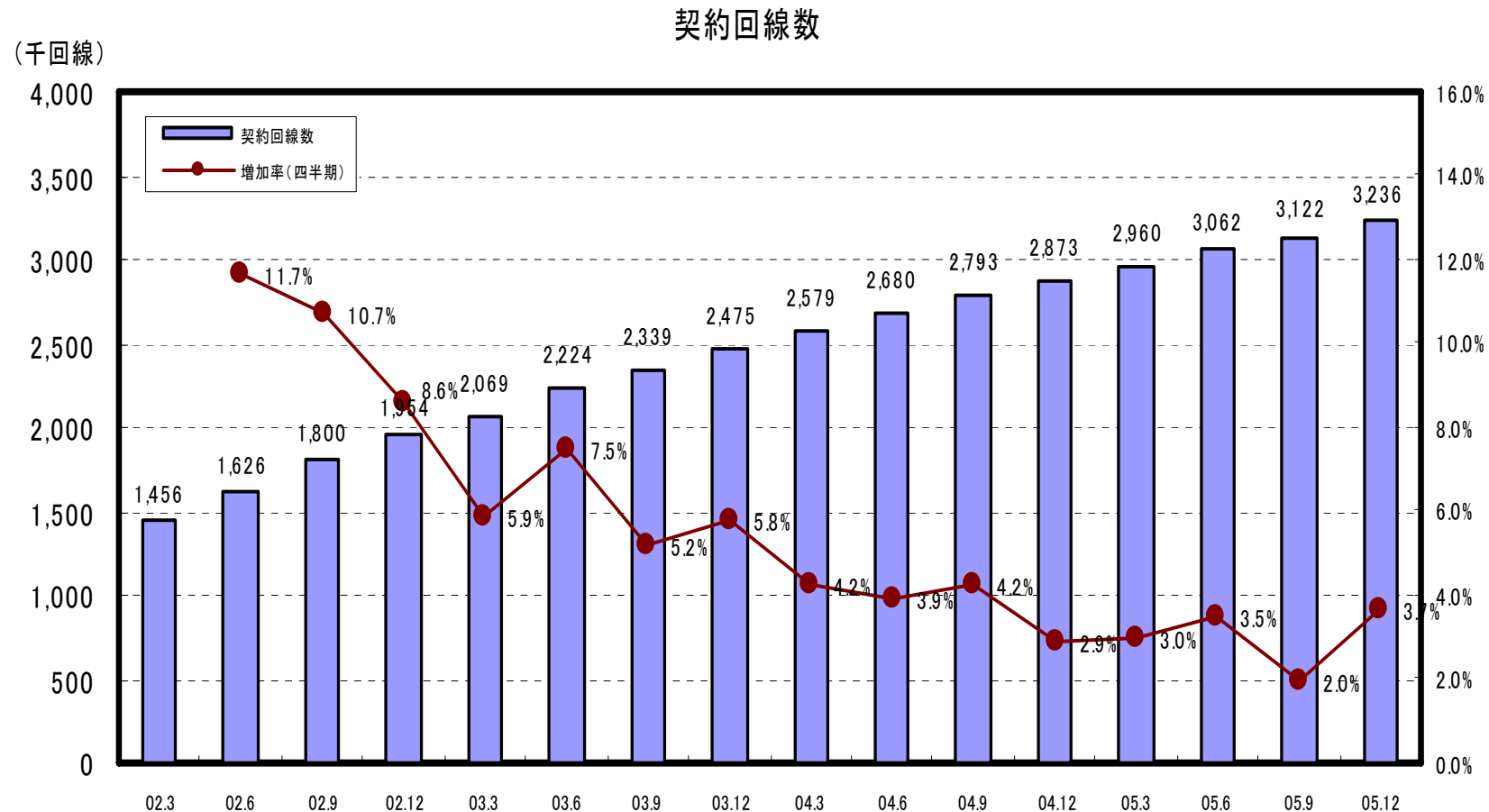
4 今後の注視事項： FTTHへの移行に伴う競争環境の変化を注視。

- ・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

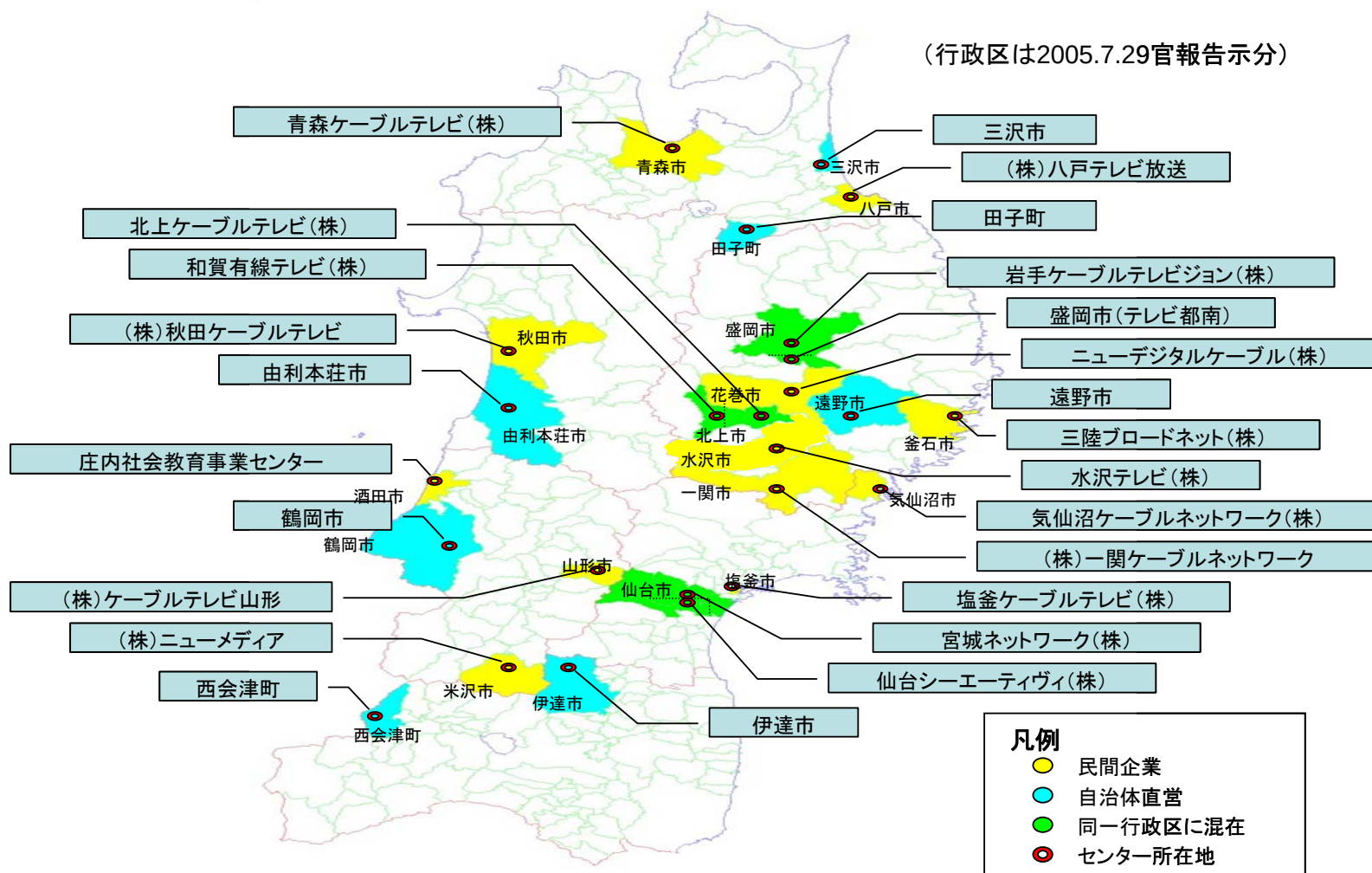
CATVインターネットの契約回線数の推移

- 05年12月末の契約回線数は323.6万に到達。
- 契約回線数は依然として増加傾向にあるが、その伸び率は低下傾向。



CATVインターネットの競争状況

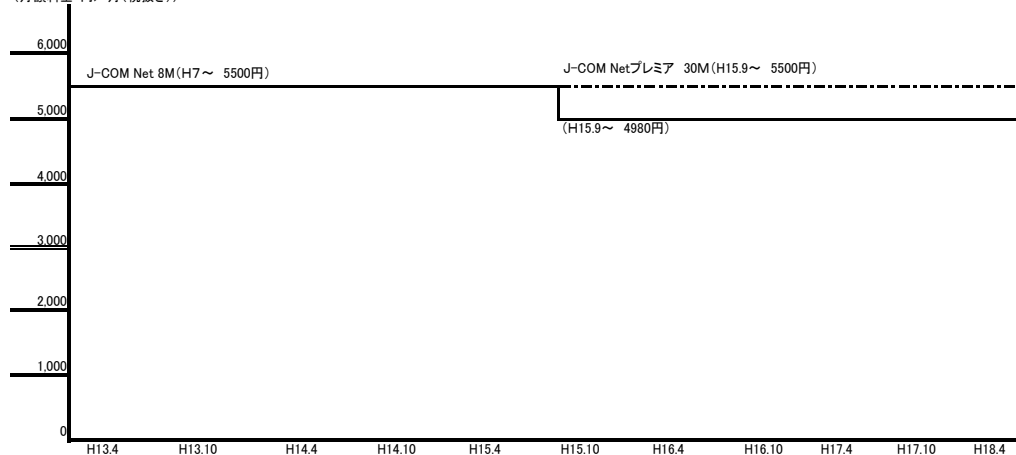
- ・ CATVインターネットはCATV放送事業者がCATV放送の付加的サービスとして提供。
- ・ 提供区域は市町村(区)単位が多く、複数の事業者が存在するケースは例外的。複数の事業者が存在しても、提供区域は互いに重なっていないことが通常。
- ・ したがって、CATVインターネットは事実上地域独占的に提供されている状態。



CATVインターネットの価格の推移

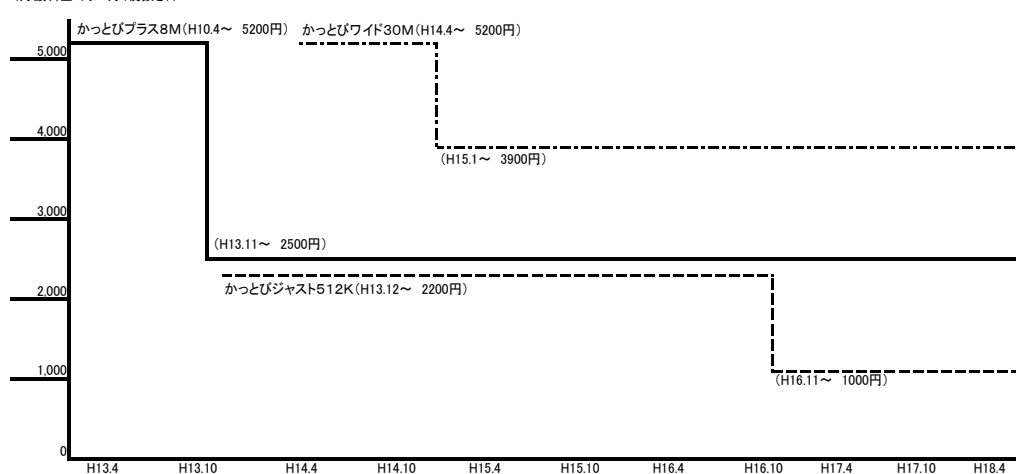
- 近年は料金水準は据え置かれているものの、通信速度が高速化しているため、実質的には低廉化が進展。

1 ジュビターテレコム
(月額料金・円/月(税抜き))



(注) ケーブルモデムレンタル料は含まない。

2 イッツ・コミュニケーションズ
(月額料金・円/月(税抜き))



(注) ケーブルモデムレンタル料は含まない。

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。

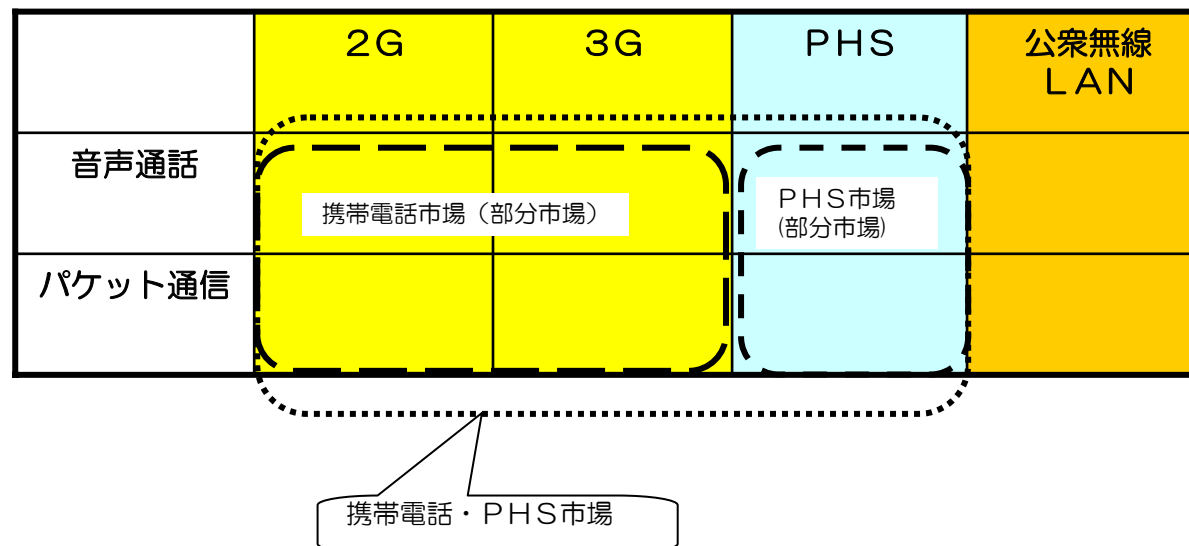
第4章 移動体通信領域

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

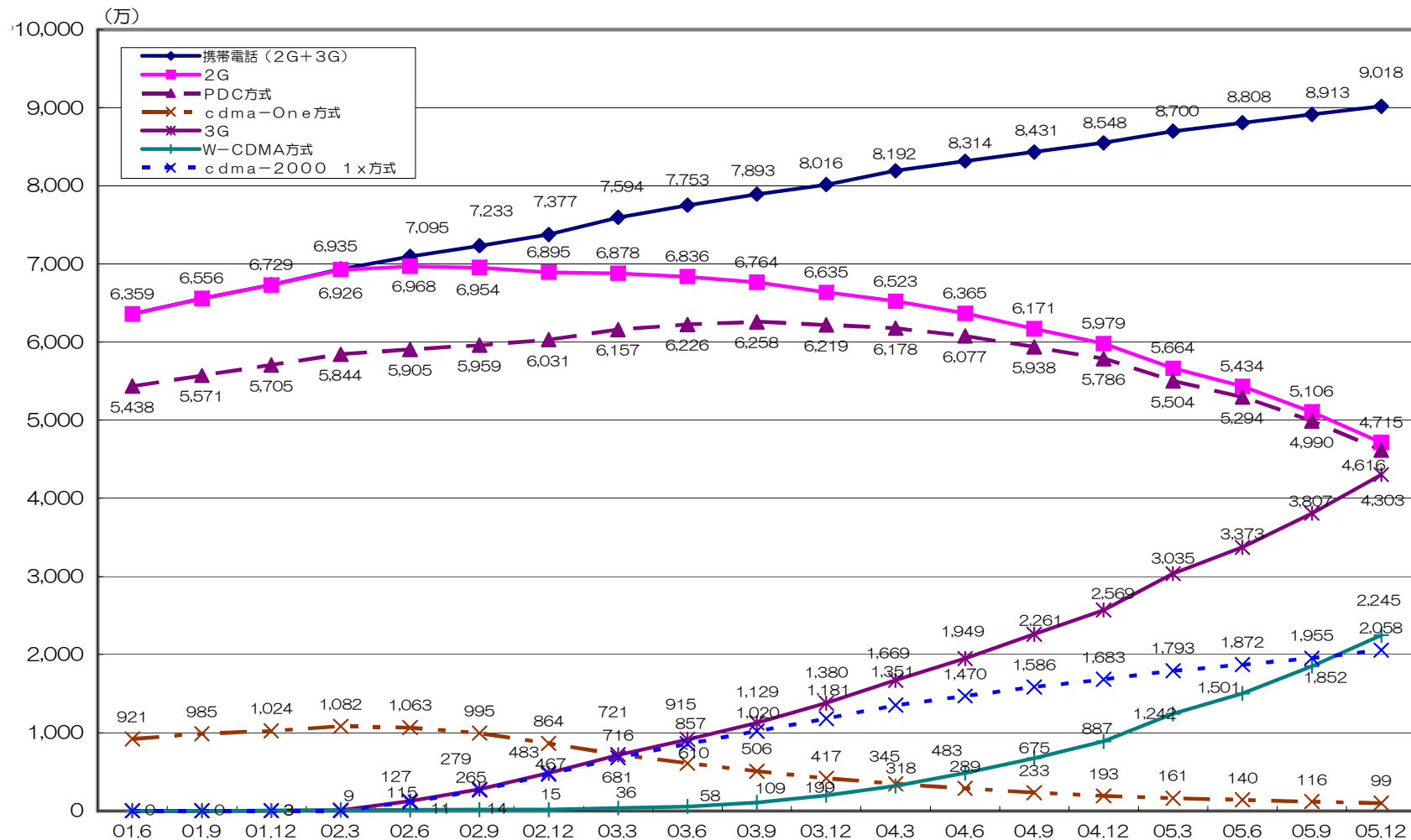
- 音声通話とパケット通信は同一のサービス市場。
- 2Gと3Gも同一のサービス市場。
- 携帯電話とPHSも同一のサービス市場。ただし、携帯電話、PHSはそれぞれを部分市場としても観念。
- 公衆無線LANは市場としては輪郭が未成熟なため、市場画定は行わない。

「移動体通信」領域のサービス市場の画定



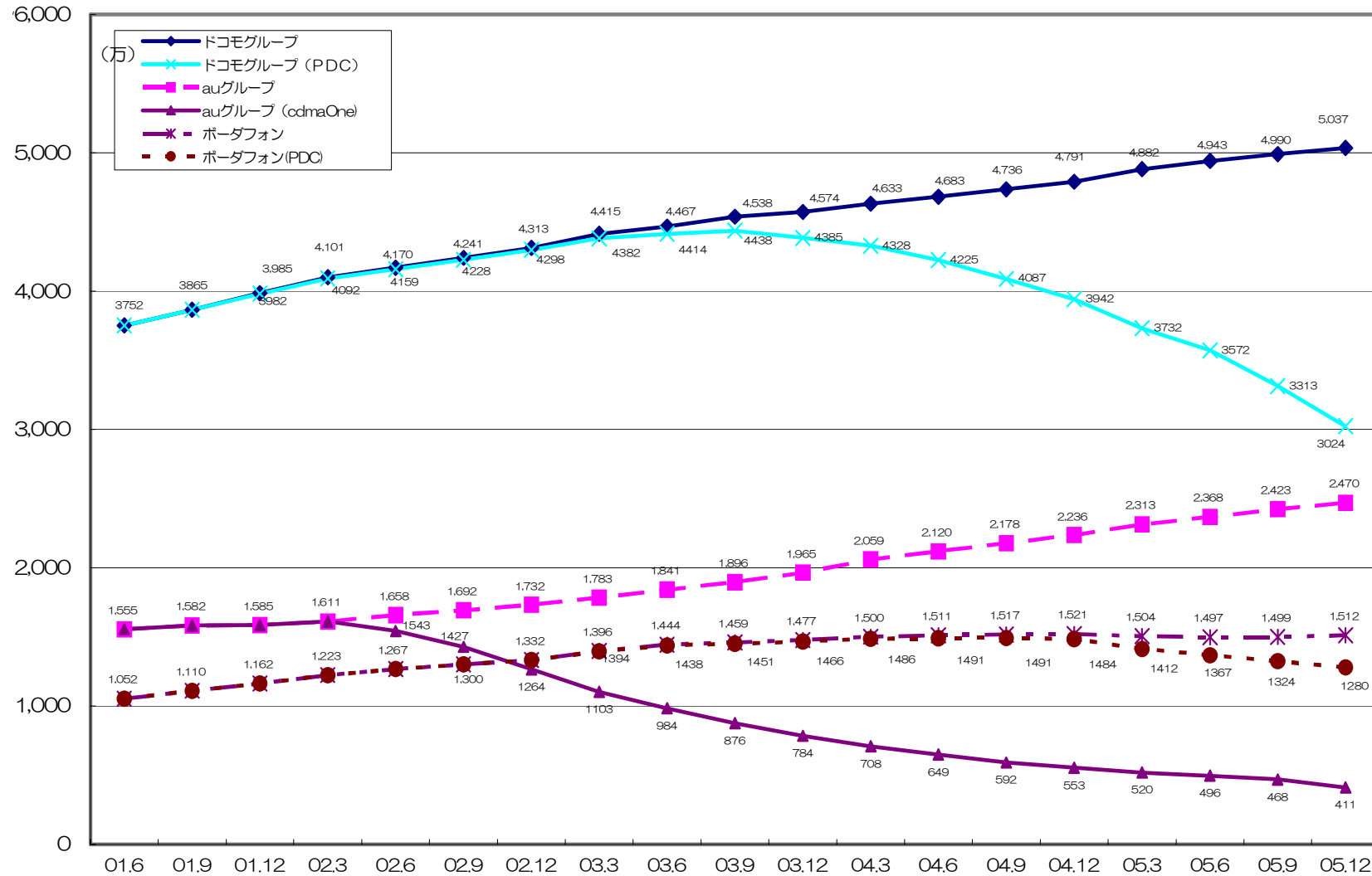
移動体通信(携帯電話+PHS)の契約数の推移

- 2G、3Gの契約数比は05年12月に52:48(05年3月は65:35)となり、ほぼ互角となった。
- 05年12月にW-CDMA方式がcdma-2000 1X方式を初めて逆転した。



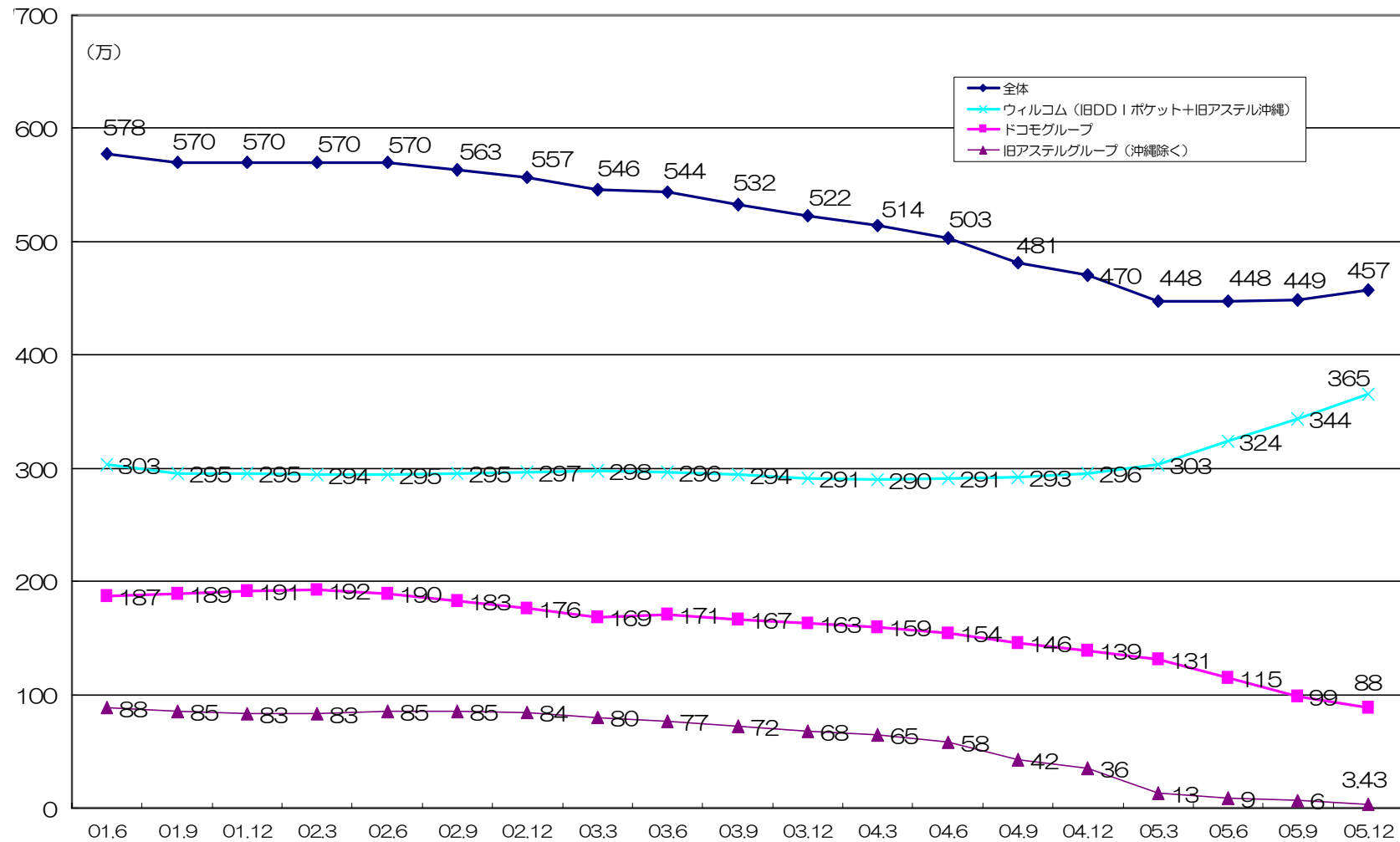
携帯電話の事業者別契約数の推移

○ 各社とも2Gの減少が続いている。



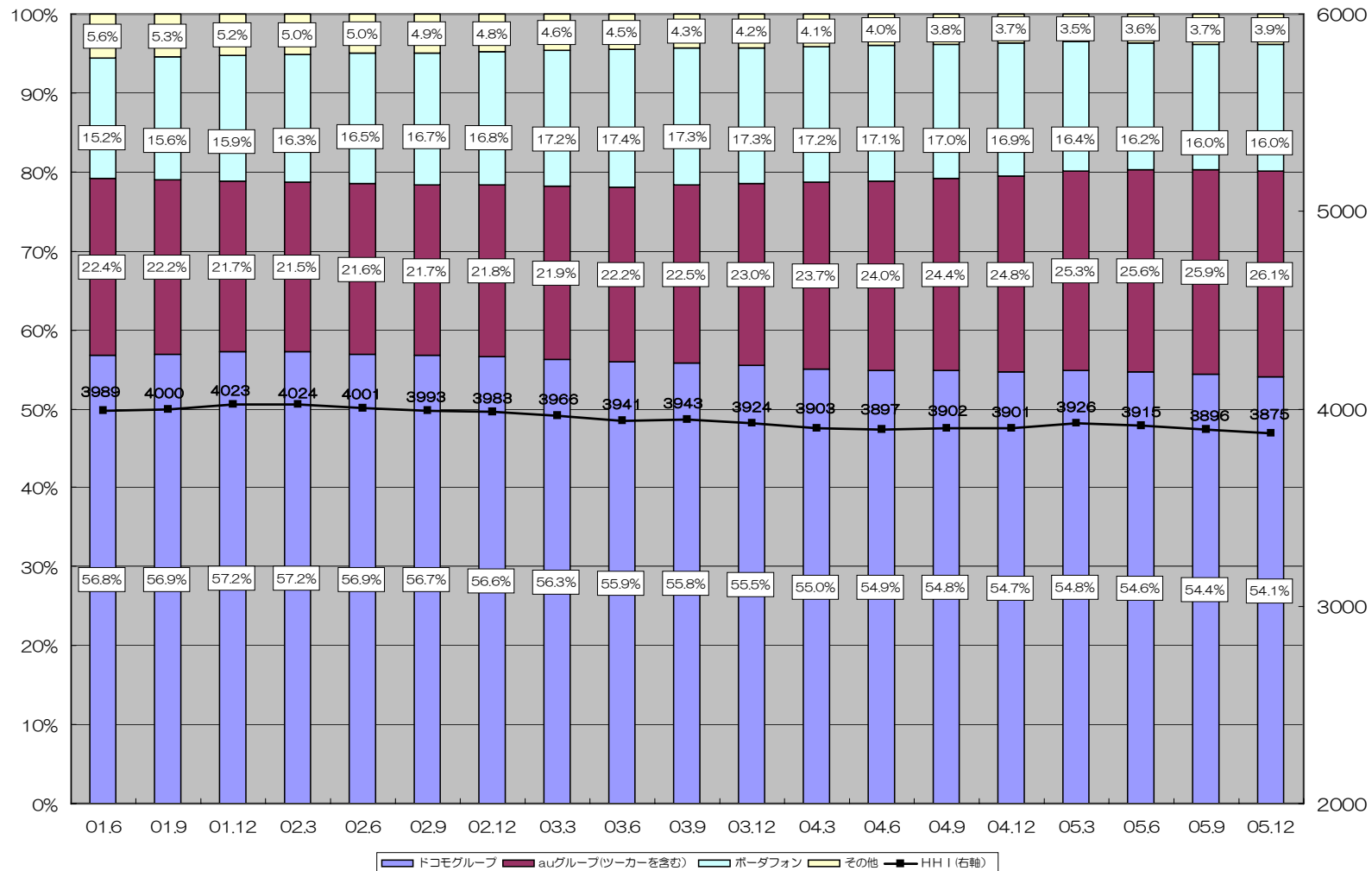
PHSの事業者別契約数の推移

○ 契約数の減少が続いていたが、05年に入り微増に転じ05年12月末で457万。



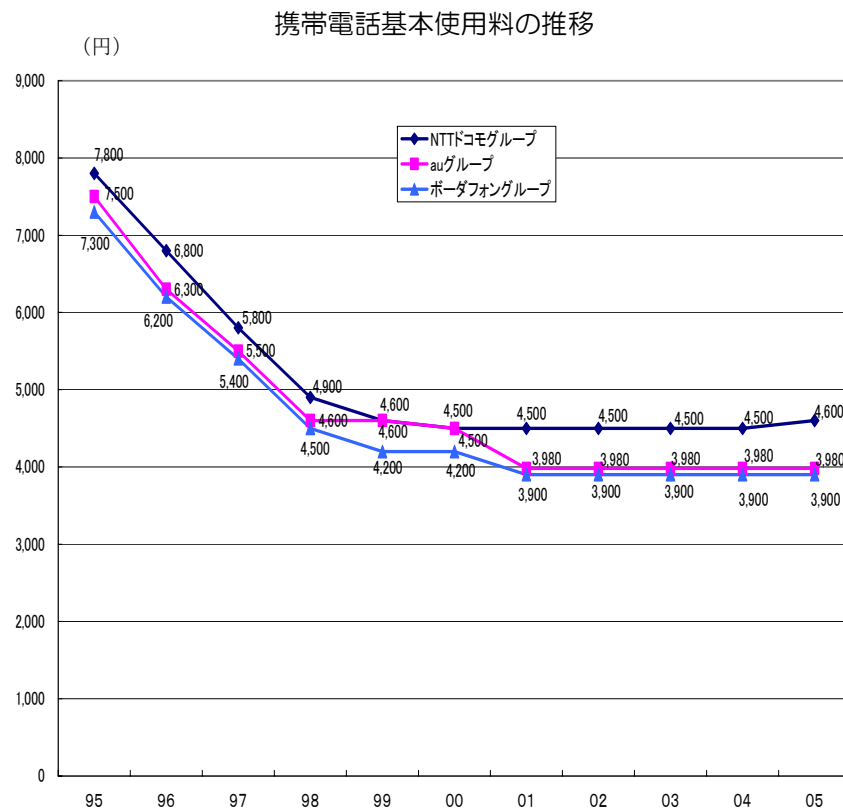
移動体通信市場における上位3社シェアとHHI

- ・ 上位3社シェアは05年12月末で96.1%と05年6月以降僅かに減少。
- ・ HHIは3,875と、FTTHの4,052と並び市場集中度は高い。
- ・ NTTドコモのシェアは、05年12月末で54.1%と未だ過半数を占める。

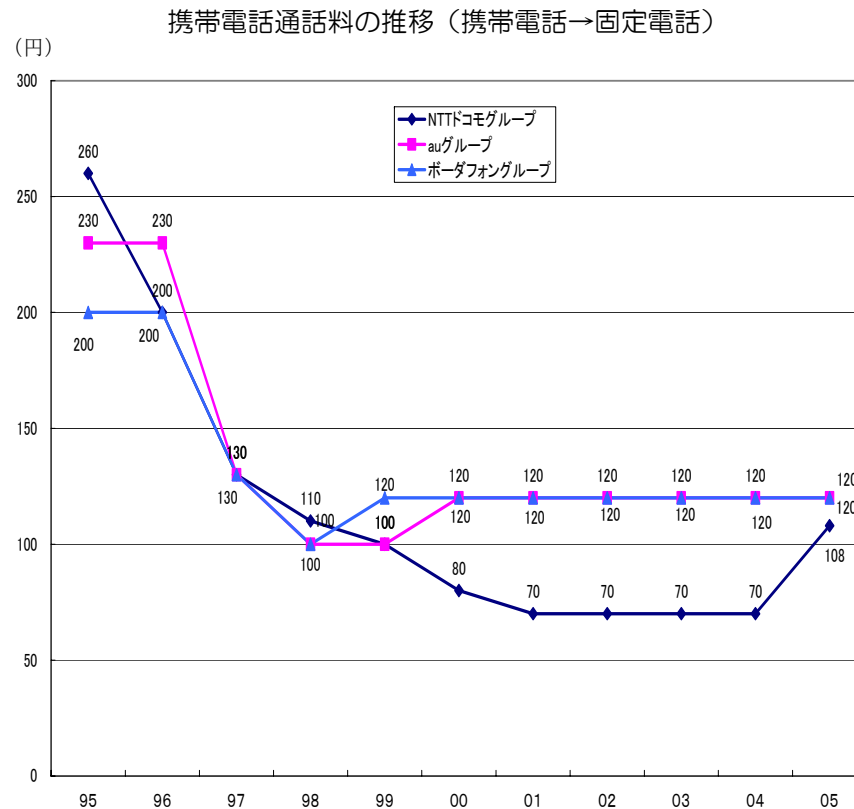


携帯電話の価格の推移

- 基本料、通話料ともに01年以降はほとんど変化なし。
- 各社は様々な割引制度や基本料の一部に無料通話料を含ませた複数の料金メニューの設定等で、料金を多様化し、実質的な値下げが進む。



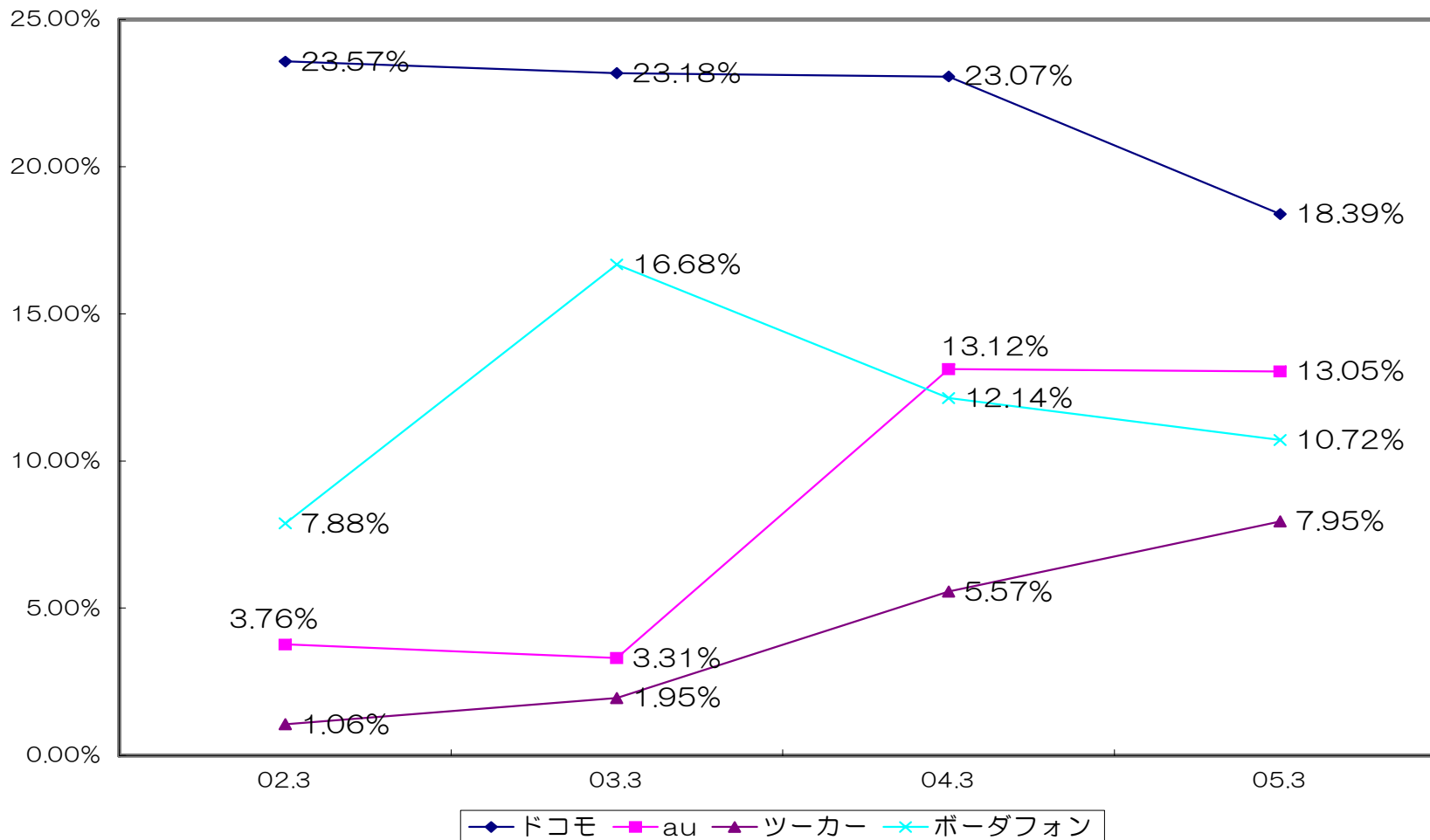
注：NTTドコモ：プランA(H17.11からタイプS) au：コミコミOneエコノミープラン(H11.4CDMA開始時から。それまではおてごろプラン) ボーダフォン：スタンダードプラン(H10.6からトークパックライト。H15.2からバリューパック)



注：平日昼間、市内加入電話に3分間かけたときの料金(税抜) NTTドコモ：プランA(H17.11からタイプS) au：コミコミOneエコノミープラン(H11.4CDMA開始時から。それまではおてごろプラン) ボーダフォン：スタンダードプラン(H10.6からトークパックライト。H15.2からバリューパック)

移動体通信事業者の営業利益率の推移

- 04年期中まで23%台で安定していたNTTドコモグループが、05年期中では18.39%に減少。
- auグループは04年期中に拡大した13%台の利益率を05年期中も維持。



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。

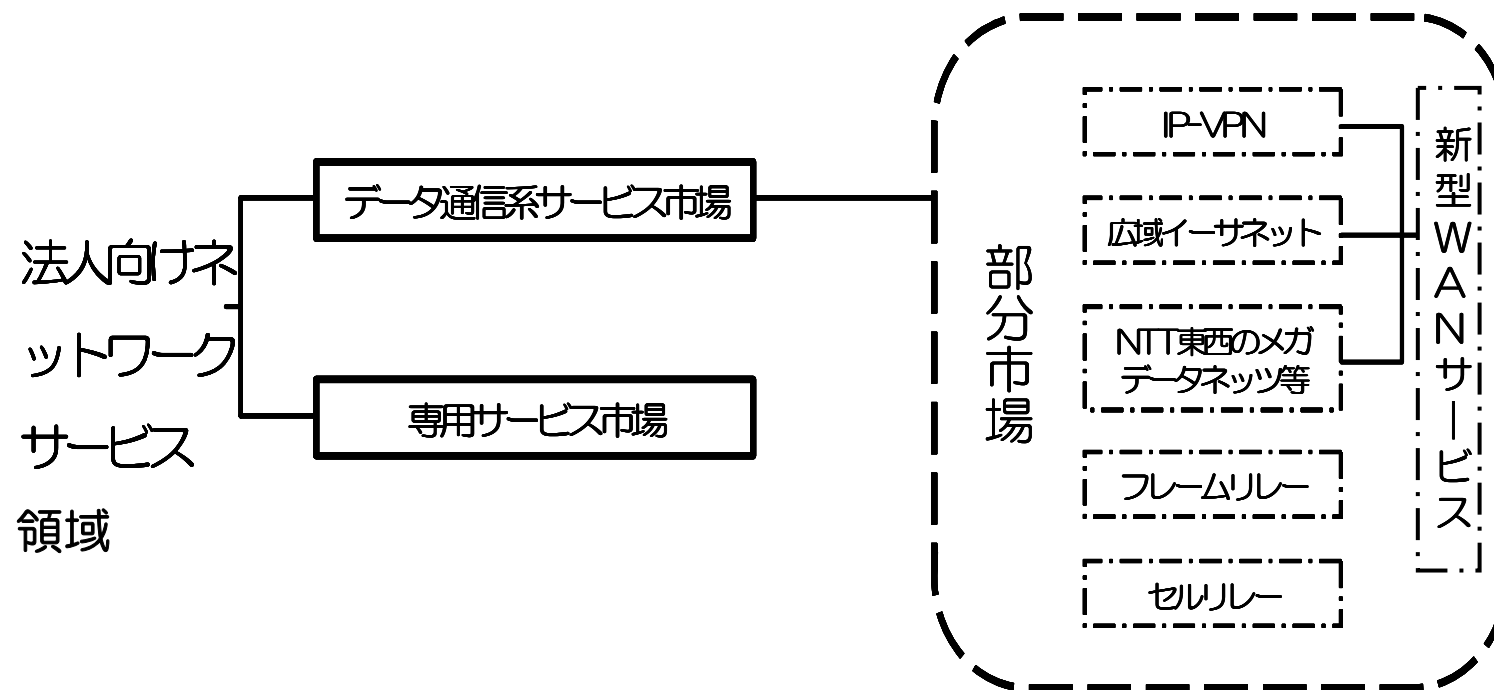
- ・番号ポータビリティや新規参入により、囲い込み強化による消費者利益の損失やシェア変動等の競争環境の具体的変化を注視。
- ・公式サイト等のアプリケーション、決済・認証等のプラットフォーム等、レイヤーをまたがって市場支配力を行使する可能性に注視。

第5章 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。

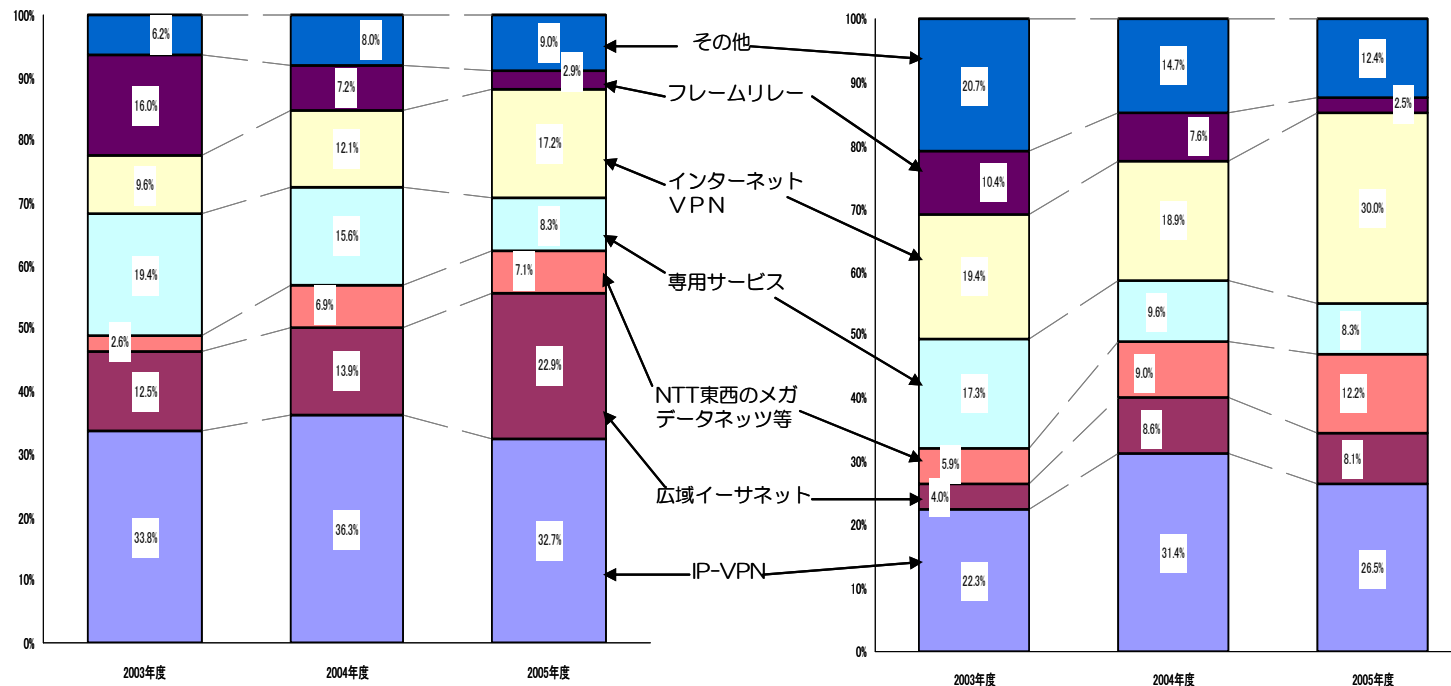
- ・ 「データ通信系サービス市場」については、技術的方式や機能・効用等を考慮し、新型WANサービス(IP-VPNサービス、広域イーサネットサービス、メガデータネッツ等)、フレームリレー、セルリレーのそれぞれを部分市場と設定
- ・ データの入手可能性等を考慮し、主に新型WANサービスを中心に競争状況を分析



法人利用の主力サービスの特徴

- 法人利用の主力サービスは、幹線系ではIP—VPN、広域イーサネット、支線系ではIP—VPN、インターネットVPNが中心。
- データ通信系サービスでは、広域イーサネットや「メガデータネッツ等」が増加し、旧来型のフレームリレー等は減少を続けている。
- 幹線系では広域イーサネット、インターネットVPN、「メガデータネッツ等」、支線系ではインターネットVPN、「メガデータネッツ等」が増加傾向。
- 専用サービスは、幹線系・支線系ともに減少傾向。

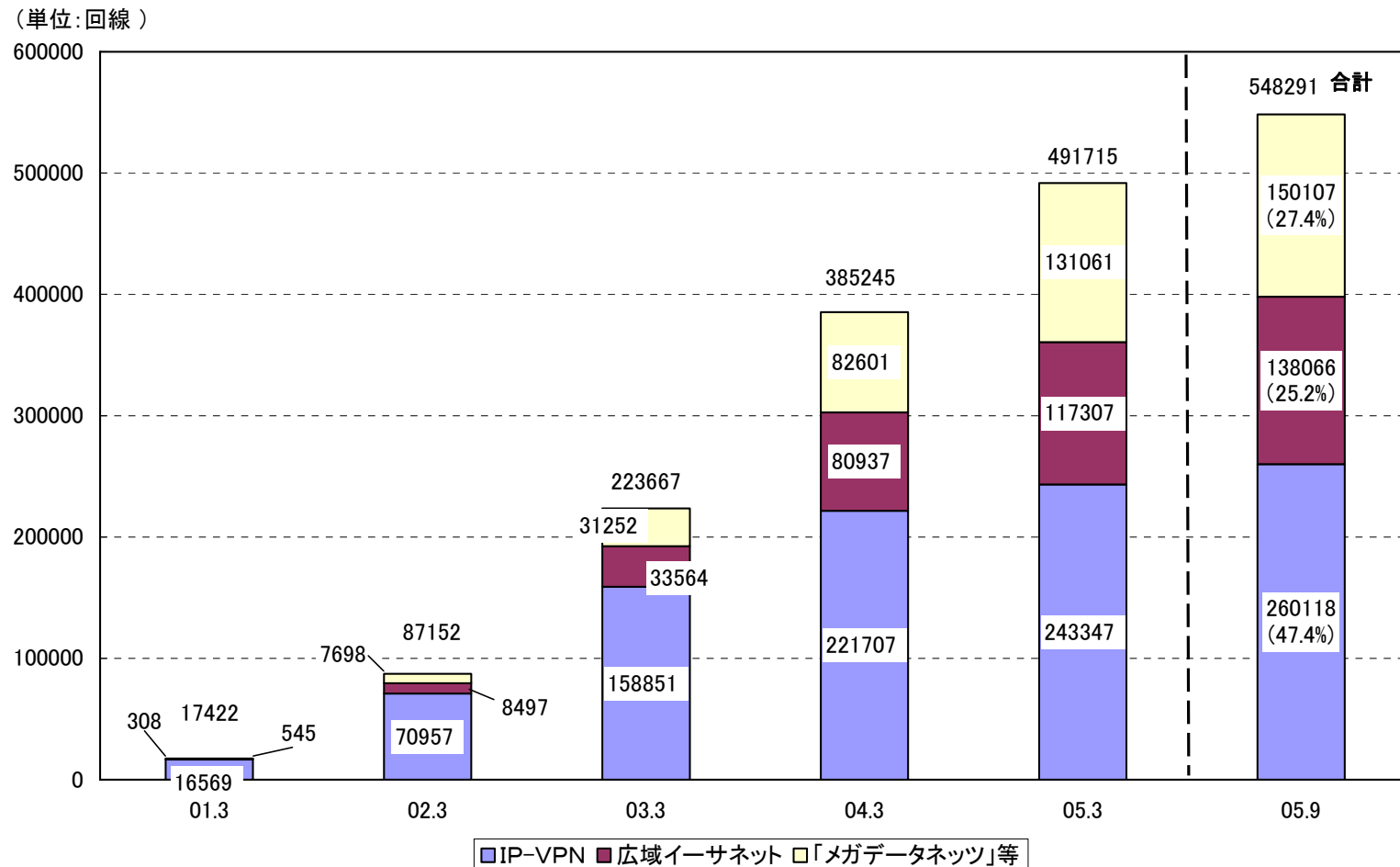
法人利用の主力サービス(注)の構成
(注)主力サービス:導入したサービスのうち最も主要なサービスの単一回答。



回線数の推移(新型WANサービス)

- ・ 新型WANサービス全体の契約回線数は、急速な拡大が続く。
- ・ IP-VPNの伸びは鈍化傾向にある一方、広域イーサネット、「メガデータネッツ等」は増加傾向。

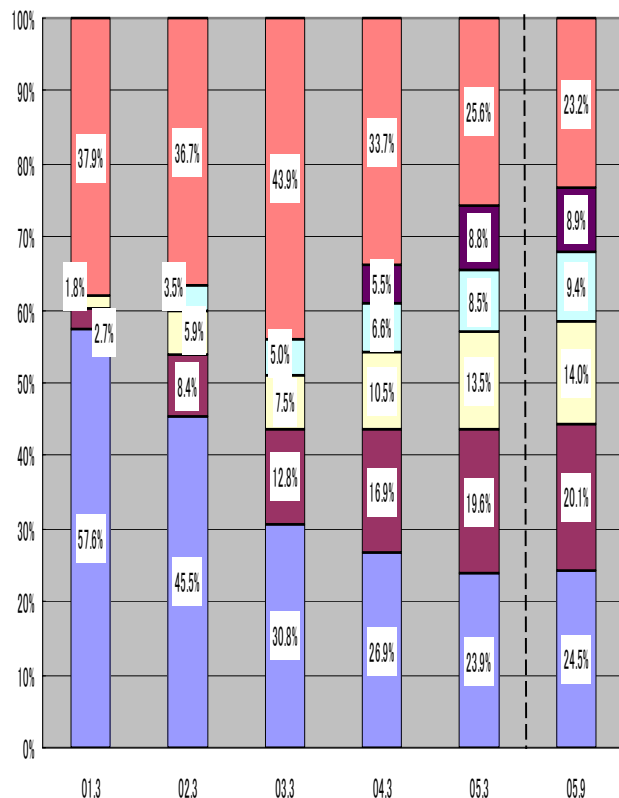
新型WANサービスの回線数の推移



事業者別シェア(新型WAN全体、IP-VPN、広域イーサネット)

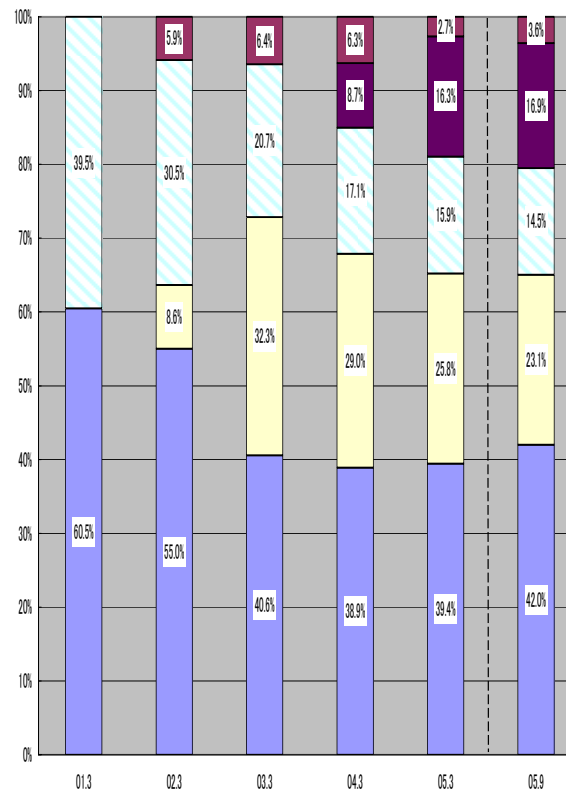
- ・ 新型WANサービス全体では、NTTコミュニケーションズ、NTT東日本、NTT西日本の上位3社シェアの増加が続き、計58.5%を占める。
- ・ IP-VPN市場では、NTTコミュニケーションズのシェアが回復傾向にあり、42.0%を占める。
- ・ 広域イーサネット市場では、旧パワードコム、NTTコミュニケーションズ、NTT東日本が上位3社で、計50.2%を占める。

新型WAN全体の事業者別シェア



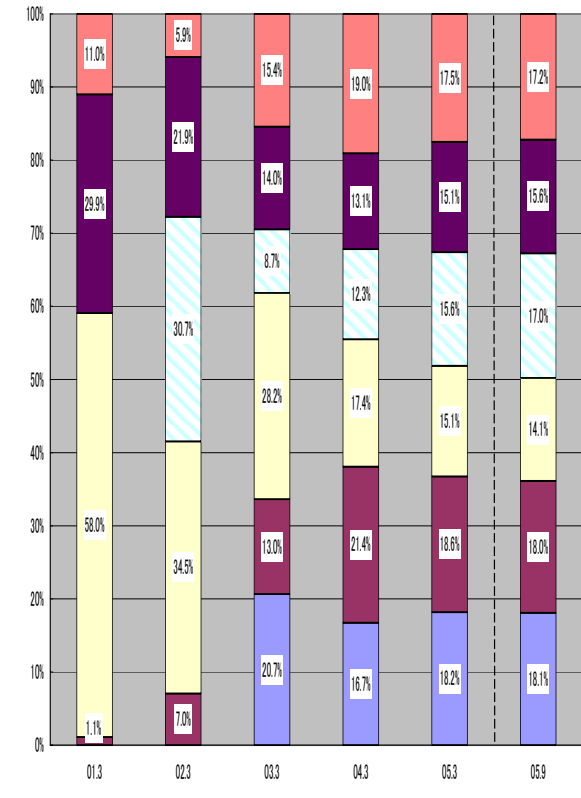
■NTTコミュニケーションズ ■NTT東日本 ■NTT西日本 ■電力系事業者 ■その他NTTグループ ■その他

IP-VPNの事業者別シェア



■NTTコミュニケーションズ ■OKDDI ■日本テレコム ■その他NTTグループ ■その他

広域イーサネットの事業者別シェア

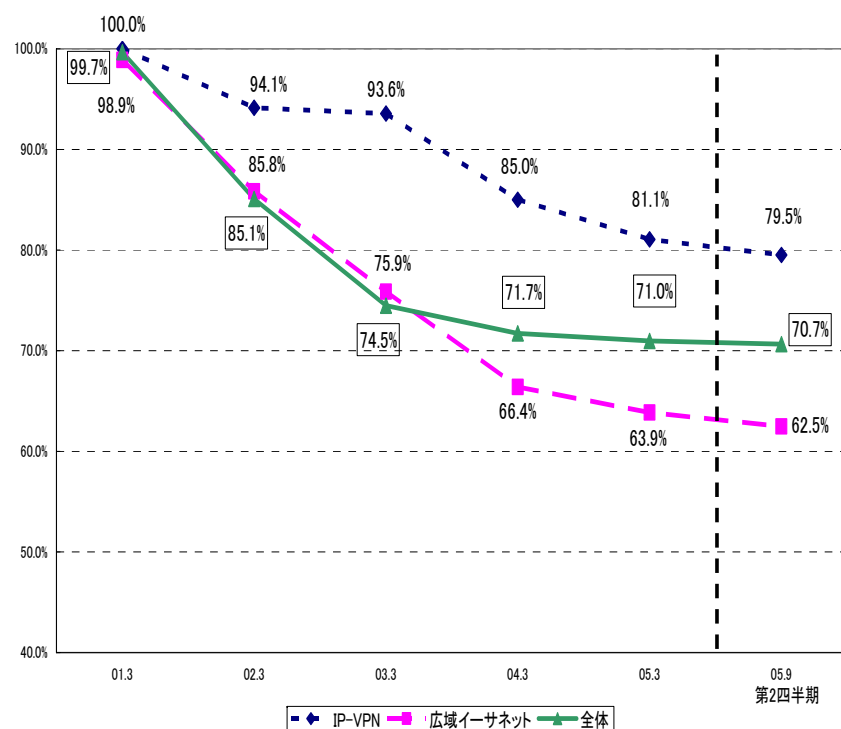


■旧パワードコム ■NTTコミュニケーションズ ■NTT東日本 ■その他電力系事業者 ■その他NTTグループ ■その他

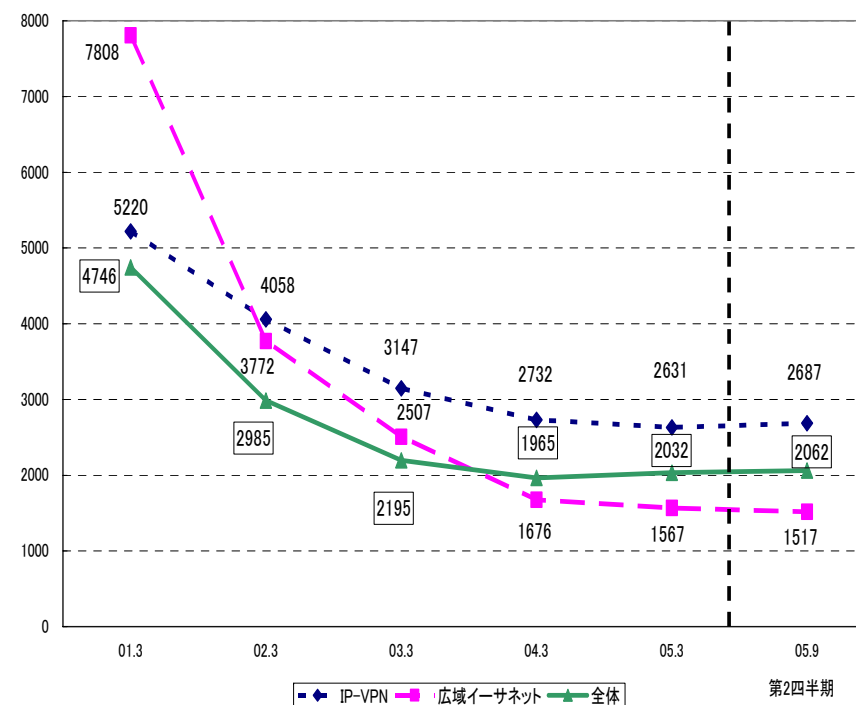
上位3社シェア、HHIの推移(新型WAN全体、IP-VPN、広域イーサネット)

- ・ 新型WAN全体の上位3社シェアは徐々に減少しているものの、04年3月以降はほぼ横ばい状態。IP-VPN、広域イーサネットでは、ゆるやかではあるが、上位3社シェアは減少傾向。
- ・ HHIについては、新型WAN全体では減少傾向にあったが、05年3月から再度増加。IP-VPNも同様の動きだが、広域イーサネットについては減少傾向。

新型WANサービスの上位3社シェアの推移



新型WANサービスのHHIの推移

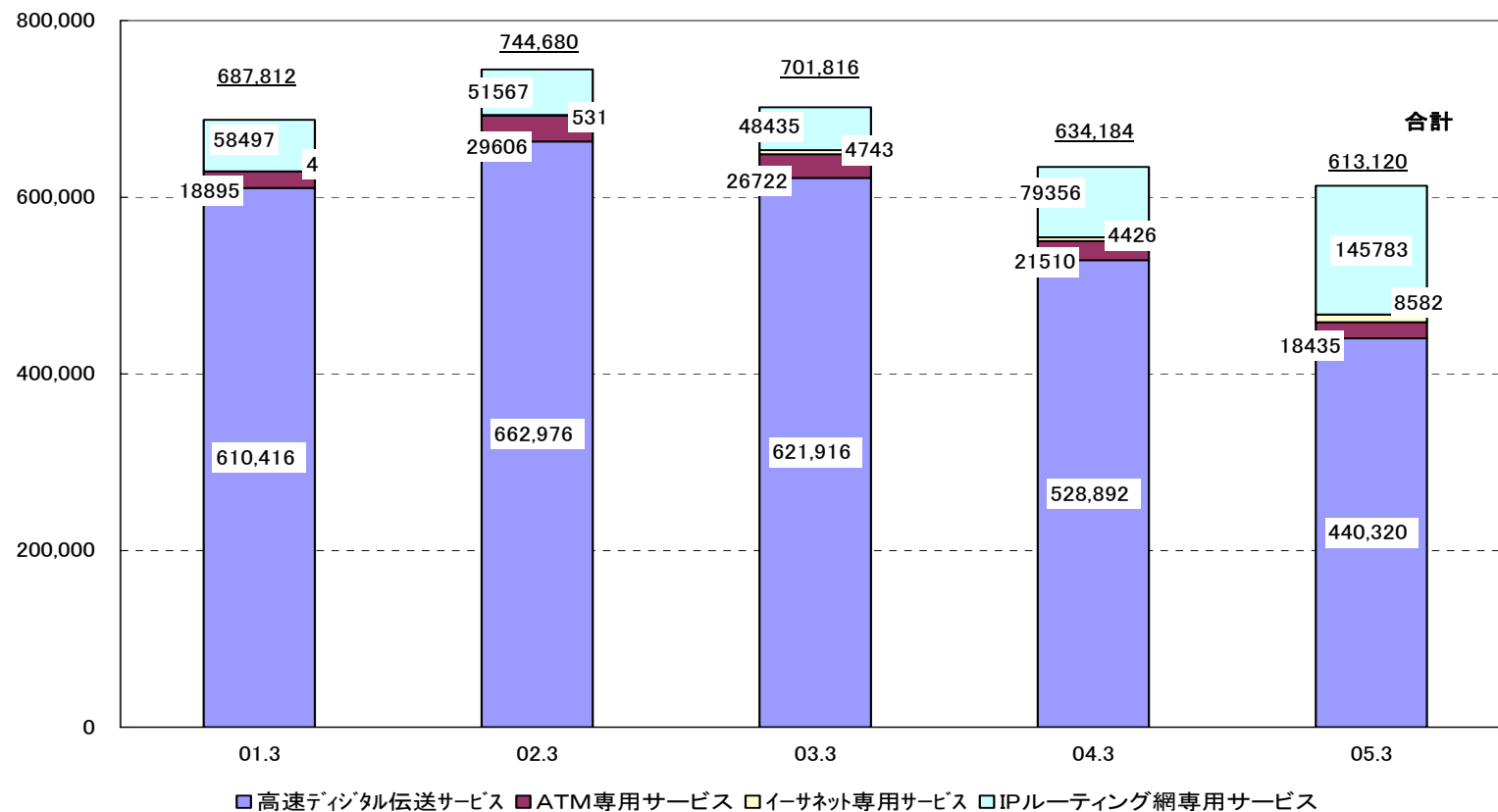


注: 上位3社シェア及びHHIは、NTT東西を1社として算出している。

回線数の推移(専用サービス)

- 専用サービス市場の契約回線数は年々減少を続けている。
- 高速デジタル伝送サービスが減少する一方、IPルーティング網専用サービスは増加。

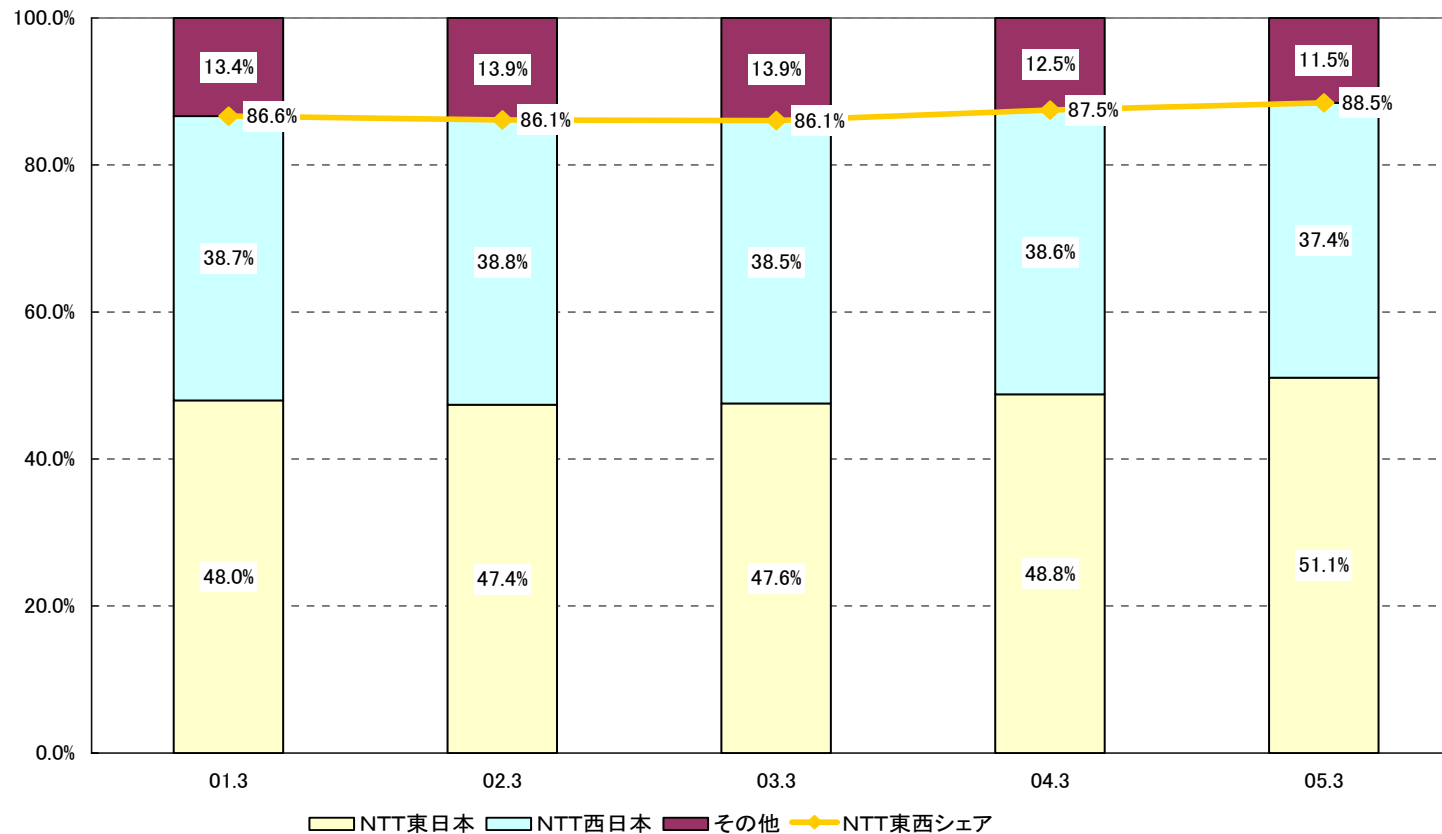
専用サービスの回線数の推移



事業者別シェア(専用サービス)

- ・ NTT東日本のシェアが51.1%に達し、増加傾向。NTT西日本はやや減少傾向。
- ・ NTT東西ではシェアが88.5%となり、市場の集中度が非常に高い。

専用サービス契約回線数の事業者別構成比の推移



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ツ(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。

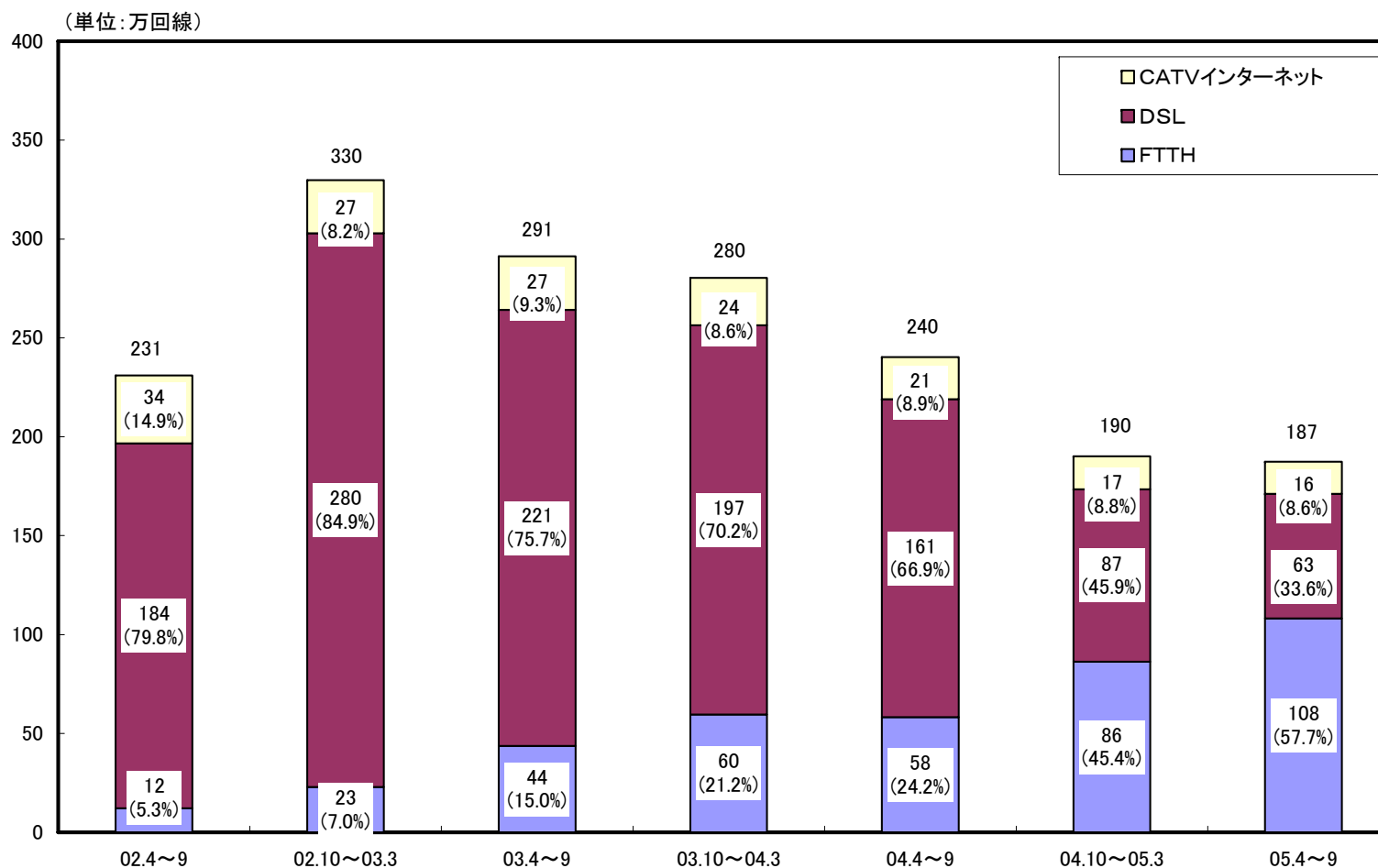
4 今後の注視事項： IP電話やセントレックス、モバイル等のサービスの普及による競争環境の変化に注視

- ・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。

第6章 マイグレーション分析

DSL、CATV、FTTHの純増数の推移

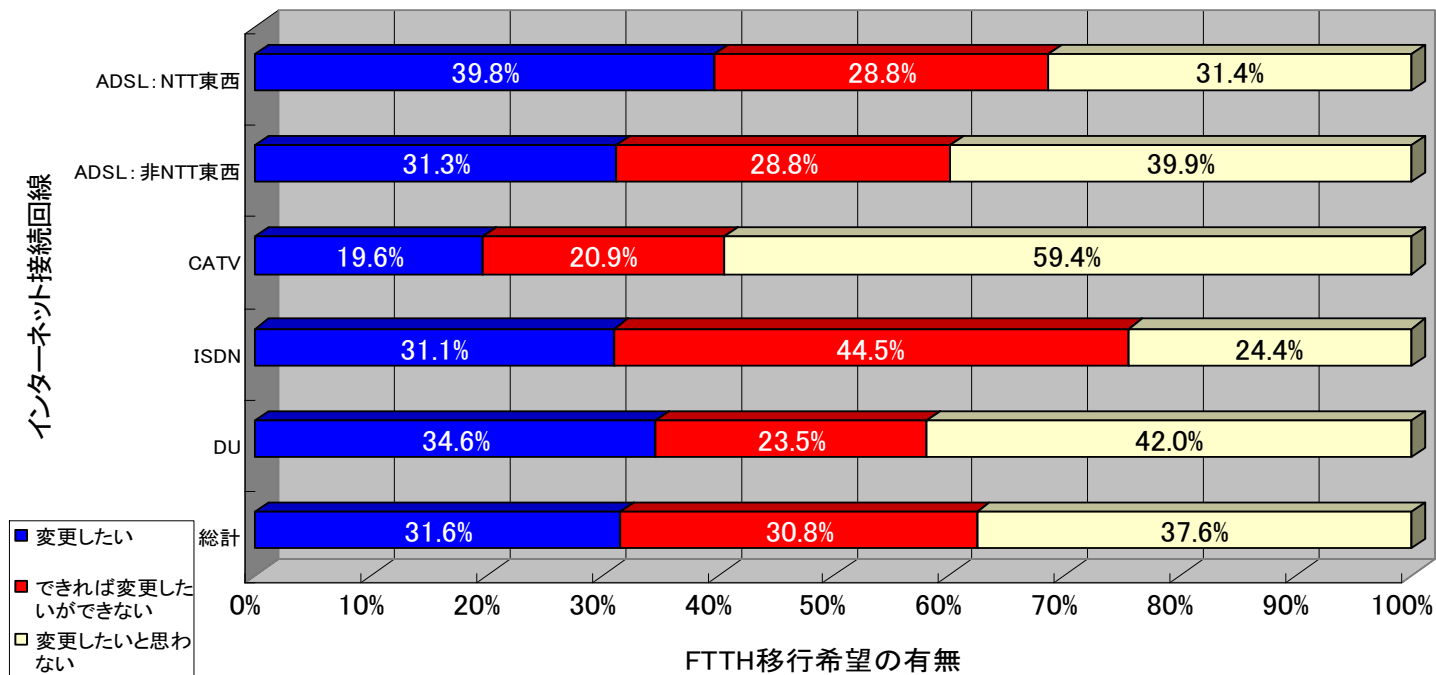
- 02～04年度前期まではDSLがブロードバンド回線の中心として成長。04年度後期から純増数が大きく減少。
- FTTHは近年純増数が急増し、05年度前期では、ADSLの純増数を上回った。
- ADSLからFTTHへの移行が本格化しつつある。



FTTHへの移行希望

- ・ FTTHに移行していない利用者のうち、全体では、FTTHへの明確な変更希望者は31.6%で、また、「出来れば変更したいが変更できない」が30.8%を占め、計6割強がFTTHへのニーズを有している。

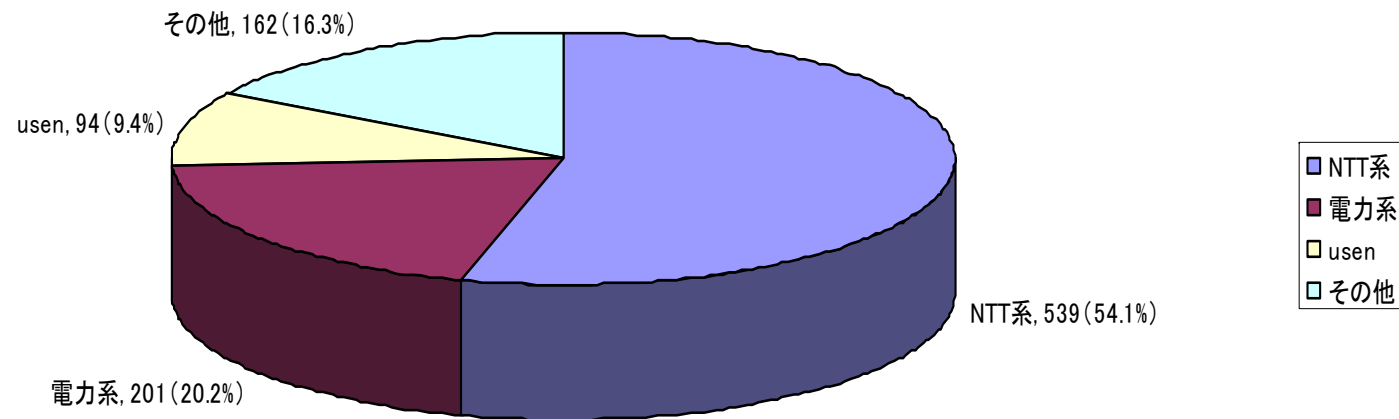
FTTH移行希望の有無



現在のFTTH利用回線の事業者

- ・ 本調査の対象者では、FTTH移行者の54.1%がNTT系のFTTH回線を利用。次いで、電力系が20.2%。

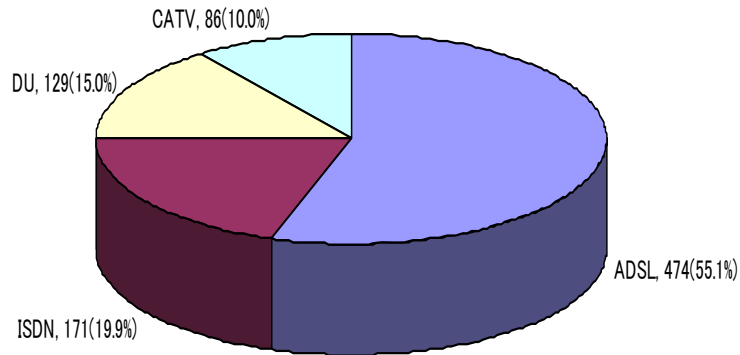
現在のFTTH利用回線



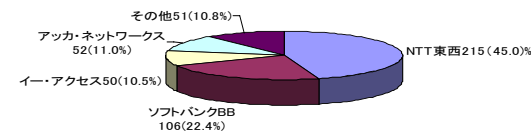
FTTH移行者の過去のインターネット接続回線事業者

- 本調査の対象者中のFTTH移行者のうち、過去ADSLを利用していた者は45.0%がNTT東西のADSLを利用、また、22.4%がソフトバンクBBのADSLを利用。過去ISDNやDUを利用していた者では、8割から9割の者が過去NTT東西を利用。

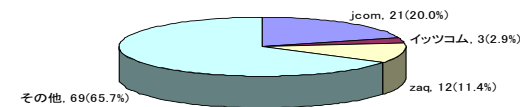
FTTH移行者の過去のインターネット接続回線事業者



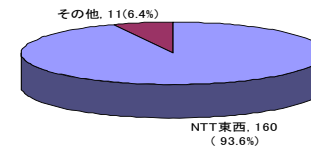
過去の回線事業者 (ADSL事業者)



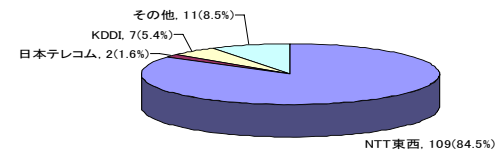
過去の回線事業者 (CATVインターネット)



過去の回線事業者 (ISDN)



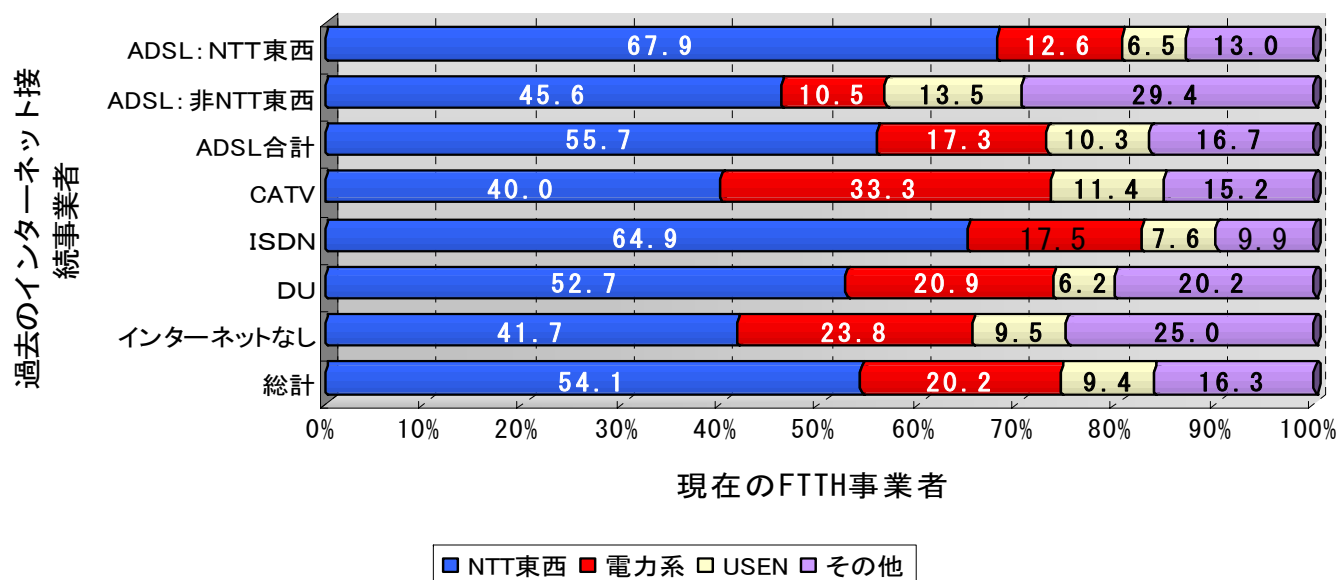
過去の回線事業者 (DU)



FTTH移行者の事業者選好

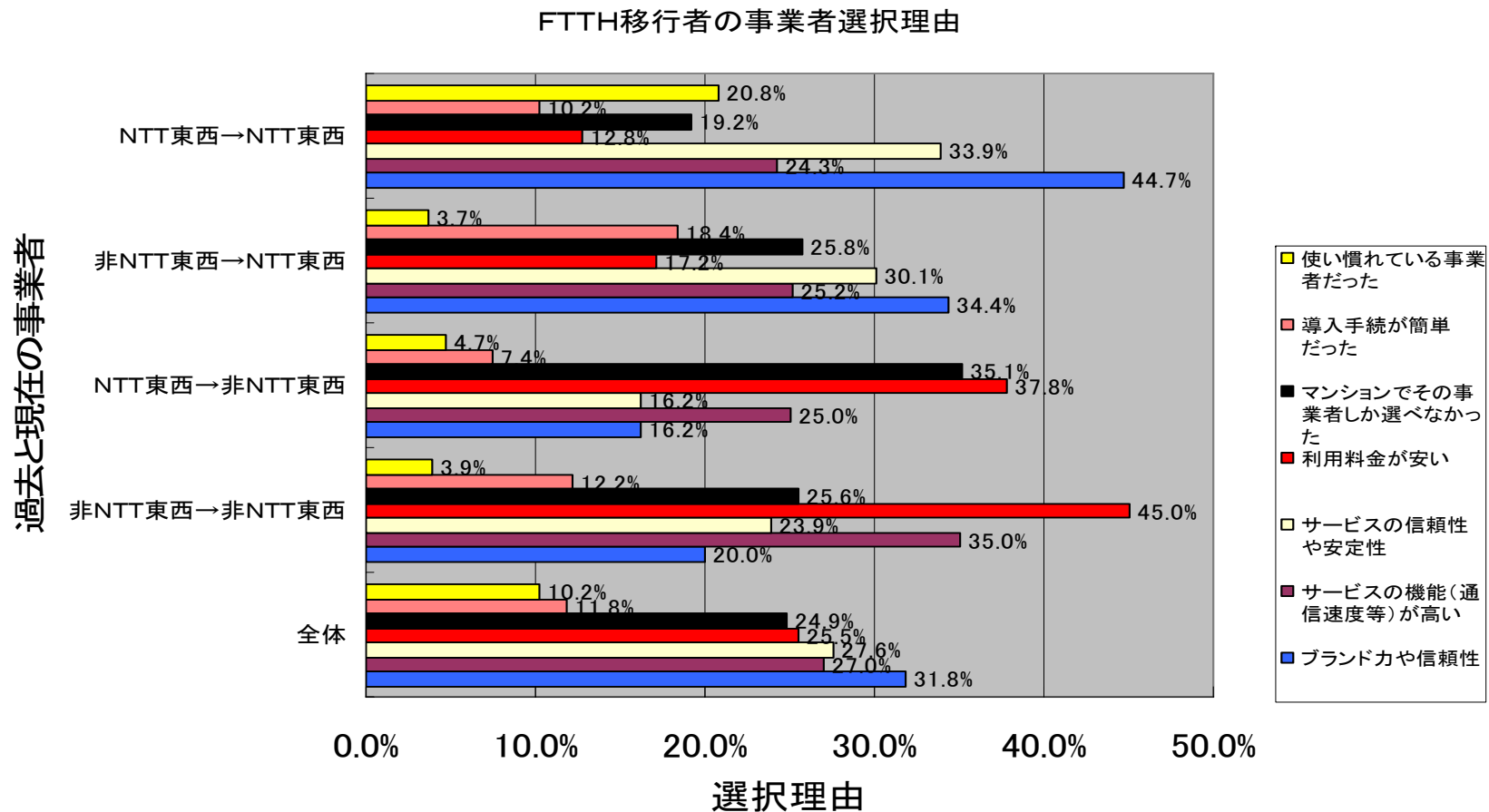
- ・ FTTH移行者のうち、過去にADSLとISDNを使用していた者は、FTTHへの移行時にNTT東西を選択した割合が高い(ADSLで55. 7%、ISDNで64. 9%)。
- ・ 過去にインターネットを利用していなかった者やCATVインターネットを使用していた者は、NTT東西のFTTHの選択割合が比較的低い(インターネット非利用で41. 7%、CATVインターネット利用で40. 0%)。
- ・ 過去にNTT東西のADSLを利用していたユーザーは、そのままNTT東西のFTTHへ移行する率が特に高い(67. 9%)。

◎過去使用していたインターネット接続事業者と
現在使用しているFTTH事業者



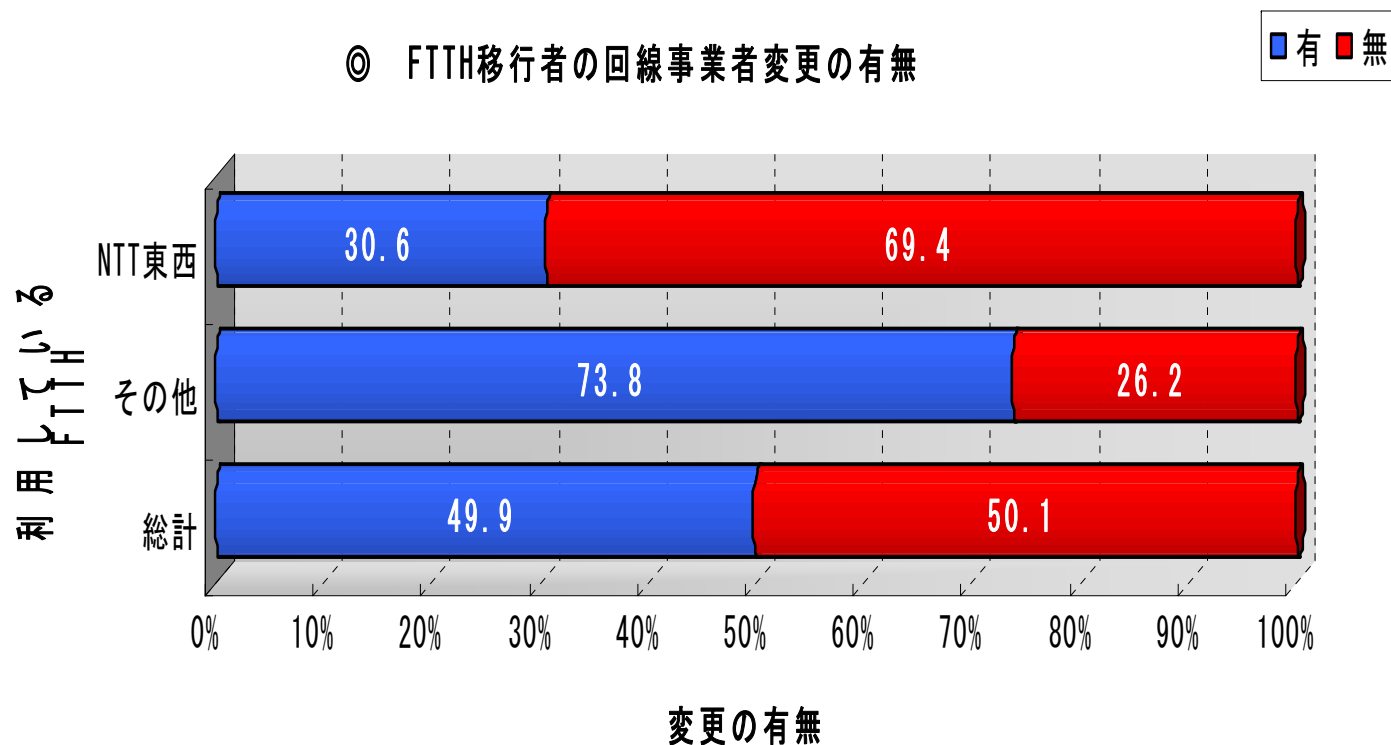
FTTH移行者の事業者選択理由

- ・ FTTH移行者の事業者選択理由について、NTT東西への移行者は、「ブランド力や信頼性」や「サービスの信頼性や安定性」を主な選択理由にしている。
- ・ 一方、非NTT東西への移行者は、「料金が安い」ことを主な選択理由にしている。



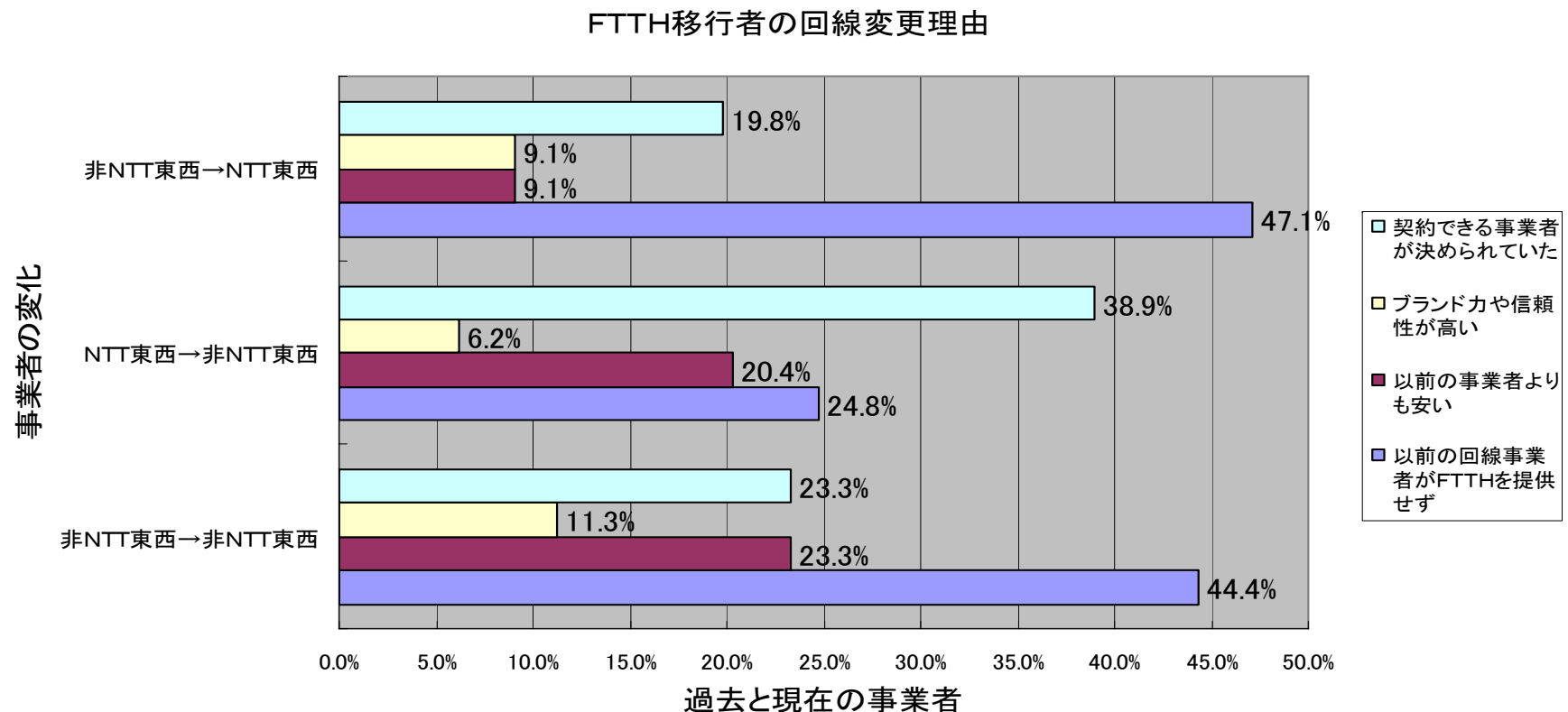
FTTH移行者の移行前後における事業者変更の有無

- ・ NTT東西のFTTH利用者は、移行前と移行後で回線事業者を変えていない(NTT東西のままFTTHへ移行した)比率が比較的高い(69.4%)。



FTTH移行者の移行前後における事業者変更理由

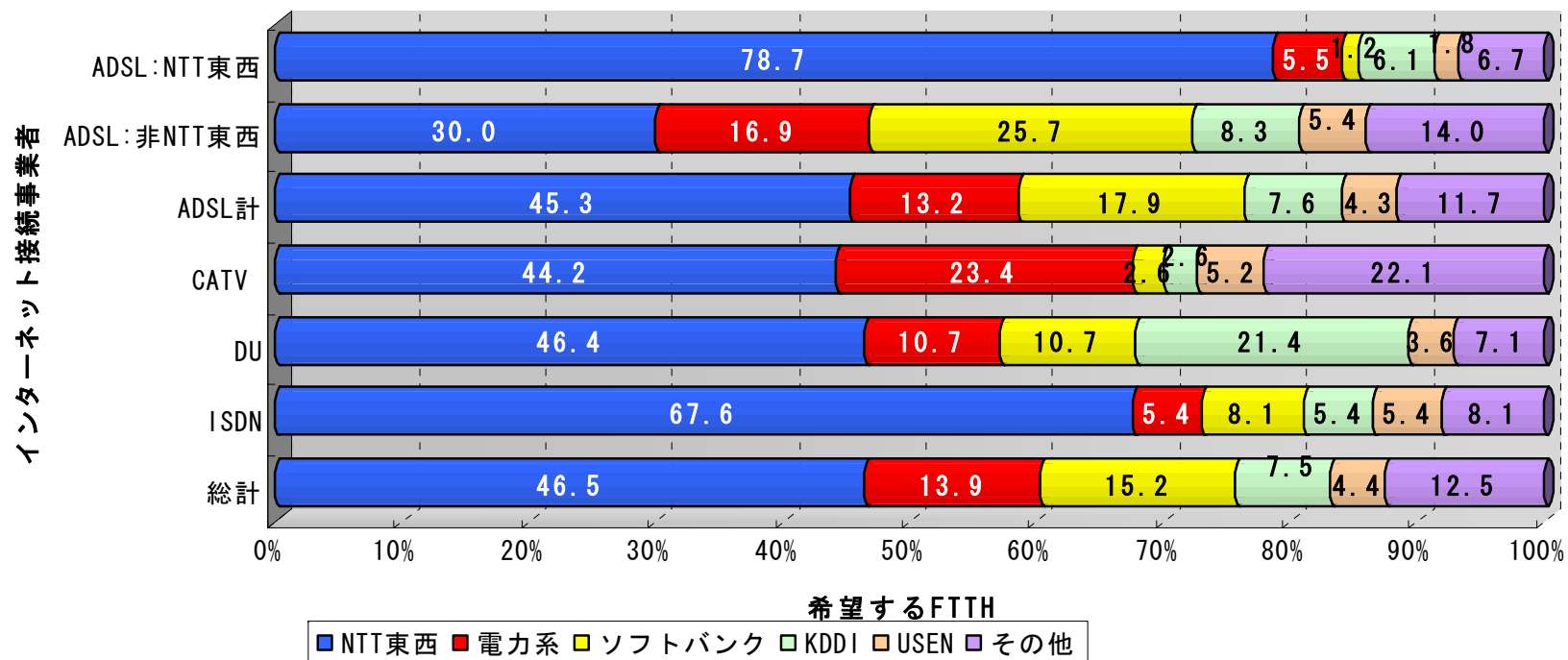
- ・ 非NTT東西からNTT東西への移行者では、「以前の回線事業者がFTTHを提供せず」(41.7%)とする回答が特に高く、「契約できる事業者が決められていた」(19.8%)が続いている。
- ・ NTT東西から非NTT東西に移行した者では「契約できる事業者が決められていた」(38.9%)が最も高い。



FTTH移行「希望」者の事業者選好

- ・これからFTTHへの移行を希望する者の約半数が、NTT東西のFTTHを希望（総計46.5%）。
- ・特に現在NTT東西を利用している者は、その傾向が強い。（NTT東西のADSL利用で78.7%、ISDN利用で67.6%）。

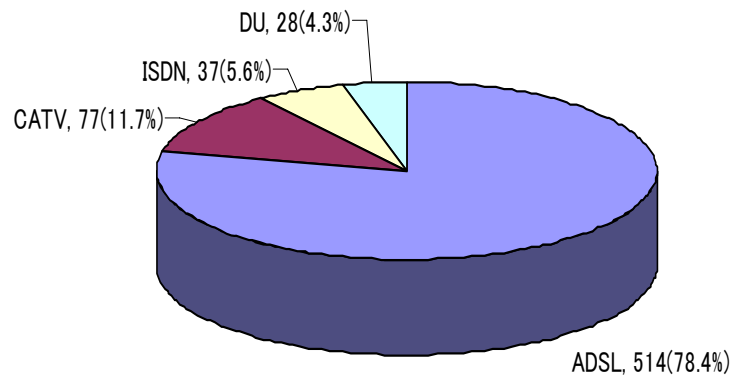
◎FTTH移行希望者の現在のインターネット接続事業者と希望するFTTH



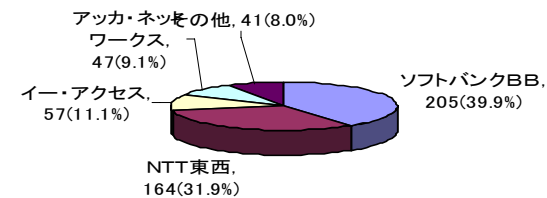
FTTH移行「希望」者の現在使用しているインターネット接続回線

- ・ 本調査では、FTTH移行希望者が現在使用しているインターネット回線は、ADSLが78.4%を占める。
- ・ ADSL使用者のうち、NTT東西は31.9%、ソフトバンクBBは39.9%。

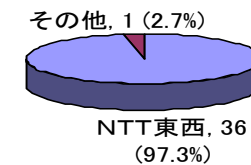
FTTH移行希望者のインターネット接続回線



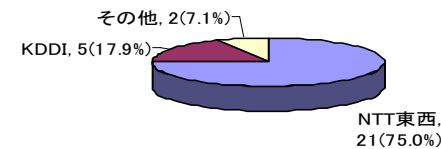
FTTH変更希望者(ADSL)



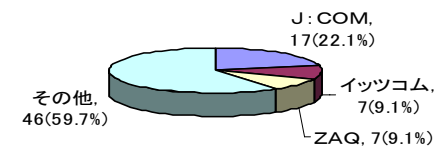
FTTH移行希望者のインターネット接続回線 (ISDN)



FTTH移行希望者のインターネット接続回線 (DU)

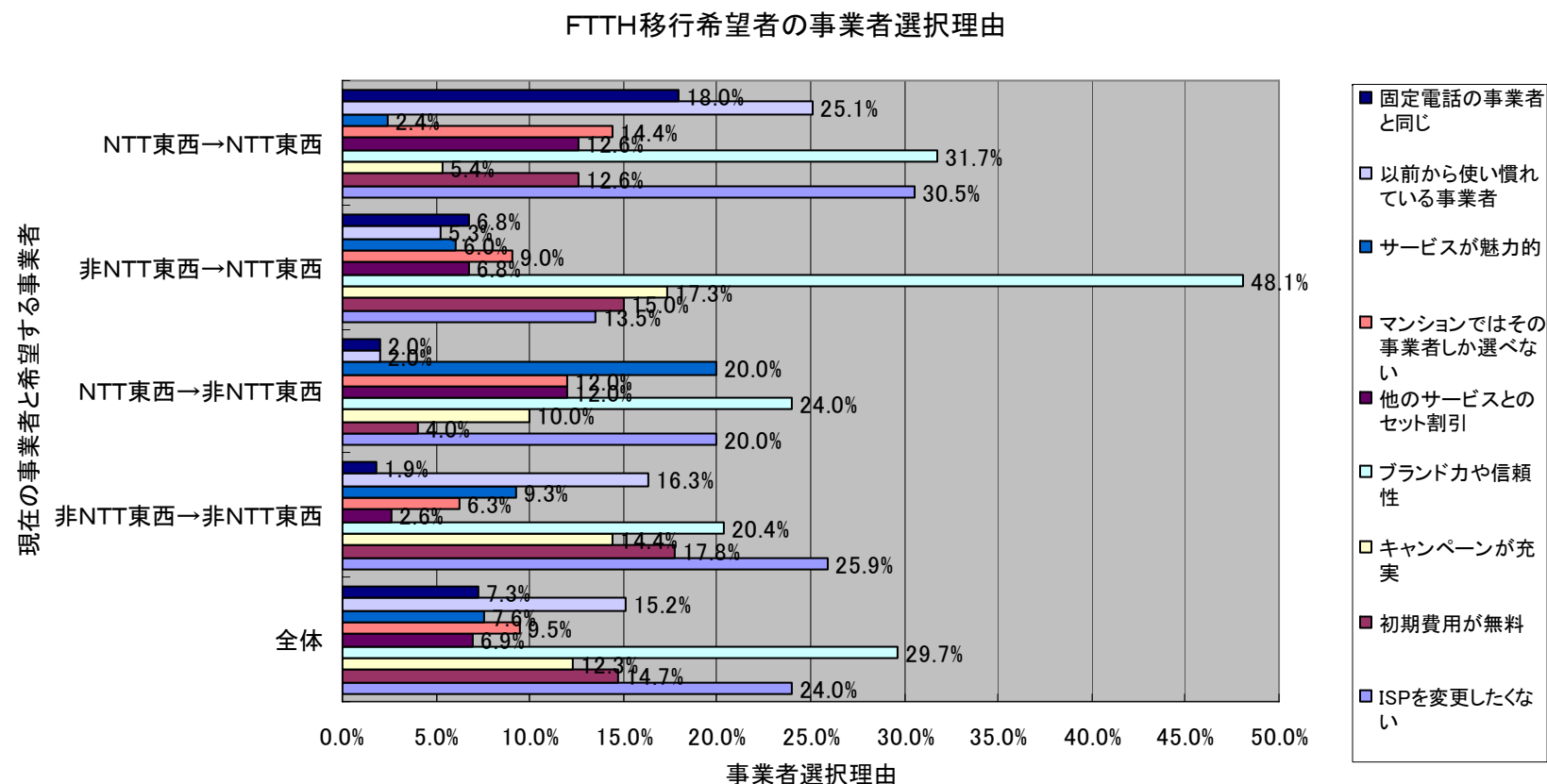


FTTH移行希望者のインターネット接続回線 (CATV)



FTTH移行「希望」者の事業者選択理由

- ・これからFTTHへの移行を希望するユーザーのうち、NTT東西への移行希望者は「ブランドや信頼性」を理由とする傾向が強い。
- ・現在も非NTT東西の回線を使用し、移行後も非NTT東西のFTTHを希望する者は、「ISPを変更したくない」(25.9%)を理由とする傾向が強い。また、NTT東西から非NTT東西への移行を希望する者では、「他のサービスとのセット割引」、「サービスが魅力的」等があがっており、比較的分散している。



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也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)