

「2005 度電気通信事業分野における競争状況の評価（案）」に対して寄せられた意見及び総務省の考え方  
全体

頁	段落	意見	備考
		<p>【意見】</p> <p>本報告書では、各領域において、市場支配力を「梃子」として隣接市場の競争に利用することについて注意深く監視や検証することが必要、との指摘がされています。しかしながら具体的にどのような手法で梃子を特定し、どのように検証を行うのかといった手法が明確にされていないものと考えます。今回の各分析においても、梃子を利用したものがあのかどうかの判断をどのように行っているのかが不明であり、明確化を図るとともに、今後当該手法についての検討が必要と考えます。</p> <p>【ソフトバンクBB株式会社】 【BBテクノロジー株式会社】 【日本テレコム株式会社】 【BBモバイル株式会社】 【ボーダフォン株式会社】</p>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 我が国のブロードバンドユーザは、多様な事業者が技術革新を背景に創意工夫を凝らし、ユーザニーズに対応すべく、活発な競争を繰り広げてきた結果、通信速度、料金、普及率等において世界最高水準のサービスを享受しているところであり、ブロードバンド市場全体としてみれば、競争は有効に機能していると評価をすべきものと考えます。</li> <li>・ 技術革新を背景とした新しいサービスの登場やサービスの融合化、新たなビジネスモデルの出現等により変化の激しさを増すブロードバンド市場においては、「市場画定にあたっては、利用者から見て代替的なサービスについては市場を細分</li> </ul>	

		<p>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」と主張してきたところ です。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ブロードバンドを利用したいとするユーザには、メタルや光といった伝送媒体に着目することなくその効用を求めているのであり、また、評価(案)にあるとおり「ADSLからFTTHへの移行が本格化している」ことは、まさに利用者から見て代替性の高いものであり、同一市場であることの証左です。</li> <li>・インターネット接続領域においては、ADSL、FTTHともに第一種指定電気通信設備制度や電柱・管路の累次のオープン化施策が実施された結果、両サービスともに参入障壁は低く、意欲ある事業者であれば、自由に事業展開できる環境にあるものと認識しております。そのような条件のもと、どのようなビジネスモデルで、どこまで積極的に事業展開するかは各事業者の経営判断によるものです。</li> <li>・ブロードバンド市場においては、ADSL専業事業者、FTTH専業事業者、ADSL・FTTH兼業事業者、CATVインターネット事業者など、様々な事業形態の事業者が、それぞれの事業戦略に基づいて激しい競争を繰り広げており、弊社としても他社ADSLとの競争等ブロードバンド市場全体での競争環境の中でお客様を獲得すべく、ADSLのみならず当社の強みである光技術を用いるFTTHサービスに注力してきているところです。</li> <li>・評価(案)においては、ブロードバンドサービス市場の評価・分析にあたり市場を細分化して、ADSL、FTTH、CATVインターネットをそれぞれ独立した市場としてとらえることを前提に、「マイグレーションのジレンマ」という問題を提起しているが、ユーザの動向や各事業者の事業戦略を背景とした競争状況など、市場の実態に即してブロードバンドサービス市場全体を大きく捉えるならば、競争は有効に機能しているものと考えられ、評価(案)が提起するような問題は存在しないと考えます。</li> </ul> <p style="text-align: right;">【西日本電信電話株式会社】</p>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・基本方針において、「市場支配力」は、「その意思によってある程度自由に価格、品質、数量及び商品選択の多様性その他各般の条件を左右する力」と定義され</li> </ul>	

		<p>ているところです。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ しながら、評価(案)においては、それぞれの市場区分により、例えば以下のとおり、「市場支配力」が表す内容が異なっています。 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 固定電話の加入部分における市場支配力の存在についての分析にあたっては「不可欠設備を保有していること」及び「シェアが高いこと」</li> <li>・ 固定電話市場における市場支配力を梃子として隣接市場に影響力を及ぼす懸念についての分析にあたっては「加入電話の顧客情報を保有することによる営業面での優位性」及び「シェアが高いこと」</li> <li>・ ADSL市場における市場支配力の存在についての分析にあたっては「不可欠設備を保有していること」</li> <li>・ FTTH市場における市場支配力の存在についての分析にあたっては「不可欠設備を保有していること」及び「シェアが高いこと」</li> </ul> </li> <li>・ 以上のとおり、評価(案)で用いられる「市場支配力」は、分析対象となっている市場や局面により多義的で一貫性に欠けることから、その結果として「市場支配力を行使しうる地位にある」「市場支配力が行使される可能性は低い」等の評価が分かりにくくなっています。</li> <li>・ したがって、「市場支配力」が何を意味するのか、その定義を再度明確にしたうえで、その定義に沿った分析・評価することが必要と考えます。</li> </ul> <p style="text-align: right;">【西日本電信電話株式会社】</p>	
<p>基本 方針6</p> <p>別添</p>	<p>(1)</p>	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>競争評価における「市場支配力」の定義： 「その意思によってある程度自由に価格、品質、数量、及び商品選択の多様性その他各般の条件を左右する力」</p> <p>固定電話（加入部分）と、NTT加入電話に係る部分市場の中継電話及び050-IP電話に分けて競争状況を分析し、市場支配力の「存在」と「行使」を評価。</p>	<p>※ 1-6 要約(第1章 P63)、 1-6(2)(第1章 P63~64)、 1-6(3)(第1章 P64) と同意見</p>

**意見**

- ・市場の競争状況を分析するにあたり、市場支配力の定義を「その意思によってある程度自由に価格、品質、数量、及び商品選択の多様性その他各般の条件を左右する力」とし、「市場支配力」の「存在」と「行使」の有無で評価することについては、賛同。
- ・しかしながら、市場支配力の「行使」の基準を、主に料金面での支配力の観点から評価していることについては、賛同できない。
- ・元々独占から始まった固定電話市場においては、NTT東・西が独占時代から継承した設備面・営業面の競争上の優位性という非价格的な影響力が、市場支配力を構成する要因となっている。
- ・すなわち、「存在」と「行使」は切り離されたものではなく、市場支配力の「存在」そのものが公正競争を阻害していると考えられる。
- ・したがって、公正競争が実現されているかどうかを判断する上では、非价格的な影響力、つまり、NTT東・西が独占時代から継承した設備面・営業面の競争上の優位性(\*)も競争評価の尺度とすべき。

(\*)NTT東・西が独占時代から継承した競争上の優位性

①設備面の優位性:ボトルネック設備

(固定電話契約数に占めるNTT東・西のシェア=94.1%:2005年12月)

→別添1「ボトルネック設備と公正競争の関係」参照

②営業面の優位性:6,000万の顧客基盤、ブランド力(“電話といえばNTT”の既成概念)

→別添2「ブランド力と公正競争の関係」参照

【KDDI 株式会社】

## 評価結果の概要

頁	段落	意見	備考
5	4 図表②	<p>【総務省案】</p> <p>4. 評価結果のポイント</p> <p>図表②市場支配力に関する評価結果(図は省略)</p> <p>【意見】</p> <p>電気通信市場全体でみると寡占的傾向を強めていると認識いたします。なぜなら、電気通信市場の中で市場規模の大きい分野である固定電話市場(約5兆円市場)や移動体通信(約9兆円市場)が独占もしくは寡占状態であり、競争的であるインターネット接続市場(約1兆円市場)は市場規模が非常に小さいからです。</p> <p>しかも、最も市場規模の大きい移動体市場は、<u>協調して市場支配力の行使のおそれがあり、問題であると考えます。</u></p> <p style="text-align: right;">【イー・アクセス株式会社】</p>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・ すべての領域において「市場支配力の存在」を認めつつも、「市場支配力の行使」は認められないという評価になっています。基本方針では、市場支配力とは、「その意思によってある程度自由に価格、品質、数量及び商品選択の多様性その他各般の条件を左右する力。」と定義されていますが、市場支配力の存在や市場支配力の行使を判断する定義は明確化されておりません。</li> <li>・ 従って、本年の評価において存在と行使をどのように区分して分析しているかについて、各領域ごとに丁寧な説明が必要と考えます。</li> </ul> <p style="text-align: right;">【ソフトバンクBB株式会社】 【BBテクノロジー株式会社】 【日本テレコム株式会社】 【BBモバイル株式会社】</p>	

		【ボーダフォン株式会社】	
6	5	<p>【総務省案】</p> <p>(略)・・・この様に、通信サービスは、全般的に市場集中度が高水準であること、特にNTTグループのシェアが高いことを考慮に入れて、今後の競争状況にあたってNTTグループ各社を注意深く観察して行く必要がある。</p> <p>【意見】</p> <p>上記について賛同いたします。</p> <p>NTTグループの全体動向も注意深く監視していただきたい。</p> <p>【フュージョン・コミュニケーションズ株式会社】</p>	
7	6	<p>【総務省案】</p> <p>6. 今後の展望</p> <p>(・・・略)</p> <p>競争評価の役割は、まさにこのような急速な変化を適格に捉え、タイムラグを生じることなく、詳細かつ緻密な市場分析を行って広く情報提供することである。その結果、民産学の間でインターネットオープンな政策論議を呼び起こし、政策形成に適切に反映されていくことが期待される。</p> <p>今後も今回の評価対象とした4つの領域を定点観測的に分析しつつ、引き続き時宜に応じた評価対象を選択して着実に分析を実施することにより、競争評価の意義と役割を高めていくこととしたい。</p> <p>【意見】</p> <p>賛成いたします。毎年データを更新して定点観測を行う意義はあると考えます。今後の課題としては、<u>固定電話市場やその隣接市場については、支配的事業者との事業者間取引についての分析、移動体市場については、番号ポータビリティの競争への効果、垂直統合の進展について分析をしていただけますよう要望いたします。</u></p> <p><u>消費者選好の調査については繰り返し調査するなどして精度を向上していくべきと思います。また、市場支配力の行使の有無の検証方法など分析方法についても再評</u></p>	

	<p><u>価すべきと考えます。</u></p> <p>今回、市場支配力の存在の有無と行使の有無とに区別されわかりやすくなったと思います。今後は、<u>市場支配力の行使として懸念される事象を明確化し、政策への反映の可能性についてもレビューが必要と考えます。</u></p> <p>【イー・アクセス株式会社】</p>	
--	---	--

【第1編】

第1章 固定電話領域の市場分析

頁	段落	意見	備考
<b>1-2 市場の規模</b>			
<b>1-2-2 固定電話の加入部分</b>			
<b>1-2-2-4 OABJ-IP電話</b>			
12		<p>【総務省案】</p> <p>1-2-2-4 OABJ-IP電話</p> <p>契約数は、05年12月には85万加入に到達、05年度末には100万加入を大きく超えた規模(注8)である。</p> <p>(注8)06年3月末で、NTT東西のみで約89万加入となっている。</p> <p>【意見】</p> <p><u>OABJ-IP電話が急伸していますが、固定電話の代替サービスともなるOABJ-IP電話においてもNTT東西のシェアが約8割と高いことを競争評価でどう評価していくかも課題と考えます。特に、IP化になってもNTT東西の市場支配力が高い原因についての十分な分析が必要と考えます。</u></p> <p style="text-align: right;">【イー・アクセス株式会社】</p>	
<b>1-3 競争状況の分析</b>			
<b>1-3-2 利用者料金</b>			
<b>1-3-2-2 利用者料金の推移</b>			
28	【要約】	<p>【総務省案】</p> <p>しかし最近では、<u>中継電話で、NTTコミュニケーションズが大幅な低価格路線を打ち出し、競争を先導。</u></p>	

		<p><b>【意見】</b></p> <p>「プラチナライン」は、お客様ニーズ、及び新型直収電話開始等の固定電話市場全体のマーケット動向を踏まえて提供しているものであること、また、その価格が「大幅な低価格」であるか否か明確な基準がないことから、そのことを明確にしていきたい。</p> <p>(修正案)</p> <p>しかし最近では、<u>新型直収電話等の動向も踏まえ、中継電話でNTTコミュニケーションズが料金値下げを行い、最安価な料金(例. 市内:8円/3分)でサービス提供。</u></p> <p style="text-align: right;"><b>【NTTコミュニケーションズ株式会社】</b></p>	
28	(1)	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>1-3-2-2 利用者料金の推移</p> <p>(1)基本料</p> <p>(…略…)</p> <p>NTT加入電話の基本料については、95年2月に料金改定があり、1750円に値上げされた。その後、03年7月に平成電電が新直収電話のサービスを開始し、基本料を1700円に設定した。06年12月には日本テレコムが新型直収電話に本格的に参入し、基本料をNTT東西より安くしたが、NTT東西はこれに対抗し、05年1月に基本料を1700円に値下げした。</p> <p>(…中略…)</p> <p>特に、NTT加入電話の基本料については、競争事業者の本格的な参入により一定の競争圧力が働き、過去には値下げされることのなかったNTT東西の基本料に対して、料金引き下げ圧力が生じていることが伺える。</p> <p><b>【意見】</b></p> <p>NTT東西は新型直収電話に対抗するため、ドライカツパの接続料金を値下げせずに、利用者料金のみを値下げしました。新型直収電話の出現がNTT東西に値下げ圧力が生じたのは事実ですが、接続料金の値下げをともなわない利用者料金の値下げはプライスキーズをおこしている可能性があり、競争を促進しているとは</p>	

		<p>いいがたいと考えます。現在、利用者料金は届出となっており、このようなプライススクイズが生じている可能性が実際にあるため、特に、<u>ボトルネック設備の利用者料金と接続料金についてNTT東西が市場支配力を行使していないかどうか検討する場が必要と考えます。</u></p> <p>さらに、NTT東西の基本料金の変更は今後のユニバーサルサービスの在り方にも影響を及ぼす可能性があるため、慎重に検討されるべきと考えます。</p> <p>新型直収電話には日本テレコムやKDDIといった長距離事業者が参入していますが、NTTコミュニケーションズは参入していません。マイラインの値下げにより対抗している状況です。<u>直収電話等の出現に対するNTT東西やNTTコミュニケーションズの対応についても競争評価が必要と考えます。</u></p> <p style="text-align: right;">【イー・アクセス株式会社】</p>	
30	(2)	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>NTTコミュニケーションズが提供する「プラチナライン」が、・・(略)・・NTTコミュニケーションズのシェアが急拡大していることから、・・・注意を要する。</p> <p><b>【意見】</b></p> <p>上記について賛同いたします。</p> <p>NTTグループの全体動向も注意深く監視していただきたい。</p> <p style="text-align: right;">【フュージョン・コミュニケーションズ株式会社】</p>	
30	(3)	<p><b>【総務省案】</b></p> <p><u>ただし、近年では、NTTコミュニケーションズが提供する「プラチナライン」が通話料の大幅な値下げによって最安値を実現し、NTTコミュニケーションズのシェアが急拡大していることから、これまでの料金競争のパターンとは異なる様相を呈していることに注意を要する。</u></p> <p><u>図表1-3-2⑤ 中継電話通話料(市内)の推移 (表略)</u></p> <p><u>図表1-3-2⑥ 中継電話通話料(中距離)の推移 (〃)</u></p>	<p>※ 1-3-5-2(P39)、1-3-5-2(P46) と同意見</p>

		<p><u>図表1-3-2⑦ 中継電話通話料(長距離)の推移 (〃 )</u></p> <p><b>【意見】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ KDDI殿や日本テレコム殿はNTT加入電話発信(マイライン)の通話料を値下げせず、自社の直収電話の通話料をより安く設定することで、マイラインユーザを直収電話へ移行させる営業戦略をとっています。弊社の「イチリッツ」やNTTコミュニケーションズの「プラチナライン」は、直収電話に対抗するための通話料割引サービスであります。</li> <li>・ したがって、通話料の推移やシェアの分析を行う際には、NTT加入電話だけでなく、直収電話等を含めた中継電話市場全体で、分析を行う必要があると考えます。</li> <li>・ 例えば、通話料の推移の表に、直収電話の料金を加えると、激しい値下げ競争の実態がより明らかになると考えます。(別添資料1の通り記述を追加願います。)</li> </ul> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	
<b>1 - 3 - 3 接続料</b>			
32	(1)	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>02年度まで大幅な値下げ傾向が続き、近距離・長距離の通話料金競争の促進に寄与してきたが、トラヒックの減少を受け<u>03年度以降は若干の値上げ傾向が続いている。</u></p> <p><b>【意見】</b></p> <p>06年度の接続料は値下げされていることを記述していただきたいと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	

1-3-5 市場の集中度			
1-3-5-1 固定電話全体			
36	(1)	<p>【総務省案】</p> <p>しかし、それでも05年12月で<u>94.1%</u>であり、NTT東西の<u>圧倒的な市場シェア</u>が維持されている。</p> <p>【意見】</p> <p>中継電話市場では、45.8%(県間・通信回数)のシェアで「圧倒的なシェア」と記述されている一方で、050-IP電話市場では49.0%のシェアでも「圧倒的」とされておりません。「圧倒的なシェア」とはどういう場合を言うのか、その判断基準をお示しいただきたいと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	<p>※ 1-3-5-2(P39)、1-3-5-2(P43)、1-3-5-2(P46)、1-3-5-3(P47)と同意見</p>
1-3-5-2 中継電話			
39	(1)	<p>【総務省案】</p> <p>図表1-3-5⑤～⑦は、中継電話(マイライン、マイラインプラス)の契約数における<u>NTTグループ(NTT東西及びNTTコミュニケーションズ)のシェア及びHHIの推移を、市内、県内市外、県外、国際の区別に示したものである。</u></p> <p>【意見】</p> <p>NTTグループとして、NTT東西とNTTコミュニケーションズを一体的に捉えた分析がなされておりますが、再編成以後、各社は別会社として事業運営を行っております。</p> <p>したがって、グループ3社合計のシェアだけで分析を行うのではなく、各社毎のシェアを明らかにした上で分析をしていただきたいと思います。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	<p>※ 1-3-5-2(P43)、2-2-2(第2章 P10)、2-3-2(第2章 P16)と同意見</p>
39	(1)	<p>【総務省案】</p> <p><u>06年3月における中継電話でのNTTグループのシェアは、市内で82.3%、県</u></p>	<p>※ 1-6(P64)と同意見。</p>

		<p><u>内市外で78.2%、県外で75.9%、国際で63.5%となり、NTTグループが国内通話では8割前後、国際では6割強の圧倒的なシェアを確保している。</u></p>	
40～ 42	図表1－ 3－5⑤ ～⑦	<p>図表1－3－5⑤、⑥の注釈 <u>注1:マイライン登録をしていない場合については、NTT東西に計上している。</u></p>	
		<p>図表1－3－5⑦の注釈 <u>注1:県外通話については、マイライン登録をしていない場合については、NTTコミュニケーションズに計上している。</u></p>	
43	(2)	<p><u>国際通話を除き、NTTグループが市内で7割超、県内市外で約6割、県外で約5割の圧倒的なシェアを有している。</u></p>	
46	図表1－ 3－5－ ⑬	<p>図表1－3－5⑬ NTTグループ等のシェア(市内通話／県内市外通話／県外通話／国際通話)(抜粋) <u>県外通話 通信回数45.8%、通信時間51.1%、(参考)契約数75.9%</u></p>	
46	(2)	<p><u>通信量におけるNTTグループのシェアは、いずれの区分でも契約数でのシェアを下回る結果となっている。(中略)NTTグループは、国際通話を除き、契約数でも通信量でも5割～8割程度の圧倒的なシェアを占めている結果となった。</u></p>	
		<p><b>【意見】</b> 中継電話市場の分析にあたっては、以下の点に留意する必要があると考えます。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. NTT加入電話の部分市場としてだけでなく、直収電話等を含めた中継電話市場全体で、通話料金やシェアの分析を行わないと、最近の競争実態を的確に反映したものとならない。</li> <li>2. NTTグループ3社合計のシェアだけで分析を行うのではなく、各社毎にシェア</li> </ol>	

を明らかにした上で分析を行う必要がある。

3. 契約数と通信量の2つの指標を用いてシェアの分析を行っているが、通信量の方が収益と密接な関連があることから、通信量のシェアに重点をおいた分析が必要である。

例えば、国際通話市場では、NTTコミュニケーションズの契約数は63.5%であるが、通信量(通信時間)では26.4%以下と大幅な乖離があり、契約数の指標は市場の競争実態を表していない。

4. マイライン登録をしていないユーザをNTT東西やNTTコミュニケーションズの契約者として取り扱っているが、マイライン登録をしないユーザの中には、

①基本的に着信専用として使っているためマイライン登録の必要を感じていないユーザ

②ACR、PBX等で呼毎に事業者の使い分けをするため、マイライン登録をしないユーザ

等が一定の割合で存在するため、NTTグループのシェアが過大評価になっている。

なお、結果からみると、下表のとおりマイライン登録をしていないユーザを除いて算定した契約数シェアの方が、通信量シェアに近い数字になっており、適切である。

【NTTグループのシェア】

通話区分	① 契約数 (未登録含む)	②契約数 (未登録除く)	③通信量 (通信時間)	差 ①-③	差 ②-③
市内	82.3%	78.1%	75.0%	7.3%	3.1%
県内市外	78.2%	73.1%	60.5%	17.7%	12.6%
県外	75.9%	66.4%	51.1%	24.8%	15.3%
国際	-	63.5%	26.4%	-	37.1%

				以下		以上	
		<p>※「差」は表中のシェア(パーセンテージ)の差をとったもの。          通話区分が国際の場合は、未登録ユーザをNTTグループに含めていない。</p> <p style="text-align: center;"><b>【東日本電信電話株式会社】</b></p>					
39	(1)	<p><b>【総務省案】</b>  <u>市内及び県内市外では、NTT東西のシェアが緩やかに減少する一方で、NTTコミュニケーションズがシェアを急増させており、NTTグループとしてのシェアは増加している。また、県外及び国際では、NTTコミュニケーションズのシェアが近年急増していることが特徴的である。いずれの区分も、NTTコミュニケーションズが提供する全区分一括割引サービス(プラチナライン)の影響が大きく現れているものと考えられる。</u></p>					※ 1-3-2-2(P30)、 1-3-5-2(P46)と同意見
46	(2)	<p>なお、通信量のデータは04年度のものであるが、05年度のデータが明らかになった段階では、契約数におけるデータと同様、<u>NTTコミュニケーションズの「プラチナライン」の影響により、通信量でのNTTグループのシェアが全区分で上昇していることが予測される。</u></p> <p><b>【意見】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ KDDI殿や日本テレコム殿はNTT加入電話発信(マイライン)の通話料を値下げせず、自社の直収電話の通話料をより安く設定することで、マイラインユーザを直収電話へ移行させる営業戦略をとっています。弊社の「イチリッツ」やNTTコミュニケーションズの「プラチナライン」は、直収電話に対抗するための通話料割引サービスであります。</li> <li>・ したがって、通話料の推移やシェアの分析を行う際には、NTT加入電話だけでなく、直収電話等を含めた中継電話市場全体で、分析を行う必要があると考えます。例えば、通話料の推移の表に、直収電話の料金を加えると、激しい値下げ競争の実態がより明らかになると考えます。(別添資料1の通り記述を追加願います。)</li> </ul>					

		【東日本電信電話株式会社】	
39	(1)	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>(1) 契約数にみる市場集中度</p> <p>図表1-3-5⑤～⑦は、中継電話(マイライン、マイラインプラス)の契約数におけるNTTグループ(NTT東西及びNTTコミュニケーションズ)のシェア及びHHIの推移を、市内、県内市外、県外、国際の区分別に示したものである。06年3月における中継電話でのNTTグループのシェアは、市内で82.3%、県内市外で78.2%、県外で75.9%、国際で63.5%となり、NTTグループが国内通話では8割前後、国際では6割強の圧倒的なシェアを確保している。</p> <p>[中略]..</p>	
43～ 46	(2)	<p>(2) 通信量にみる市場集中度</p> <p>中継電話については、契約数における事業者シェアの他に、通信量(通信回数、通信時間)における事業者シェアを把握することが可能である。そこで、図表1-3-5⑨～⑫に、通信量におけるNTTグループ(NTT東西及びNTTコミュニケーションズ)のシェアの推移を、通信回数と通信時間の別に示した。なお、通信量はフローのデータであり集計に時間を要することから、契約数とは異なり04年度のデータが最新である。</p> <p>分析の結果、04年度におけるNTTグループのシェアは、市内通話で72.8%(通信回数)と75.0%(通信時間)、県内市外通話で55.3%(通信回数)と60.5%(通信時間)、県外通話で45.8%(通信回数)と51.1%(通信時間)となっている。一方、国際通話については、契約数ではNTTコミュニケーションズが63.5%を占めているが、通信量ではKDDIがシェア1位(通信回数で27.1%、通信時間で26.4%)を占めているため、KDDIのシェアを記載している。国際通話を除き、NTTグループが市内で7割超、県内市外で約6割、県外で約5割の圧倒的なシェアを維持している。</p> <p>また、NTTグループのシェアの推移をみると、市内通話や県内市外通話では通信回数、通信時間ともやや減少傾向にある一方、県外通話では通信回数は</p>	

やや減少傾向だが通信時間はやや増加傾向にある。また、国際通話については、通信回数、通信時間もKDDIのシェアが大幅な減少傾向にある。

[中 略]

以上の結果を、契約数におけるシェアとの比較も含め、市内通話、県内市外通話、県外通話の区分毎に図表1-3-5⑬にまとめた。

図表1-3-5⑬ NTTグループ等のシェア

(市内通話／県内市外通話／県外通話／国際通話)

	通信回数	通信時間	(参考)契約数
市内通話	72.8% (▲1.9%)	75.0% (▲1.8%)	82.3%
県内市外通話	55.3% (▲2.8%)	60.5% (▲1.9%)	78.2%
県外通話	45.8% (▲0.4%)	51.1% (▲2.3%)	75.9%
国際通話	KDDI 27.1% (▲11.4%)	KDDI 26.4% (▲10.3%)	NTTコム 63.5%

(注)通信回数・通信時間は05年3月、契約数は06年3月のデータ。括弧内は前年度比を示す。

通信量におけるNTTグループのシェアは、いずれの区分でも契約数でのシェアを下回る結果となっている。また、収益との関係がより密接な通信時間におけるNTTグループのシェアは、通信回数におけるシェアを上回っている。NTTグループは、国際通話を除き、契約数でも通信量でも、5割～8割程度の圧倒的なシェアを占めている結果となった。

		<p><b>【意見】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 通話市場のシェアにおいては、NTTグループ3社合計で算定し分析を行うのではなく、少なくともNTTコミュニケーションズ殿を分離し、他の中継事業者と同等に扱っていただきたいと考えます。</li> <li>・ マイライン非登録ユーザは、ACRによる中継事業者の使い分けを行っているユーザもあり、必ずしも弊社、NTT東殿及びNTTコミュニケーションズ殿を選択しているとは限らないため、「未登録」として扱うべきと考えます。</li> <li>・ マイライン契約数と通信量の両方の指標を用いてシェアを併記しておりますが、基本的には通信量の方が収益と密接に関連があることから、実態に即していると考えます。図表1-3-5⑬に、通話区分毎のNTTグループの通信量（通信時間、通信回数）と契約数のシェアが記載されておりますが、大きな乖離が存在しています。</li> <li>・ 固定電話における通話は、NTT東西の加入電話だけでなく、直収電話、CATV電話やOABJ-IP電話における中継電話においても同様に発生することから、マイライン通話だけでなくそれらの通信量も含めてシェアを見るべきであると考えます。</li> </ul> <p style="text-align: right;"><b>【西日本電信電話株式会社】</b></p>	
39	(3)	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>1-3-5-2 中継電話</p> <p>(1) 契約数にみる市場集中度</p> <p>〔中 略〕</p> <p>市内及び県内市外では、NTT東西のシェアが緩やかに減少する一方で、NTTコミュニケーションズがシェアを急増させており、NTTグループとしてのシェアは増加している。また、県外及び国際では、NTTコミュニケーションズのシェアが近年急増していることが特徴的である。いずれの区分も、NTTコミュニケーションズが提供する全区分一括割引サービス(プラチナライン)の影響が大きく現れているものと考えられる。</p>	

		<p><b>【意見】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ KDDI殿及び日本テレコム殿はマイラインの通話料を据え置く一方で、直収電話の通話料をより安く設定することにより、自社のマイラインユーザを直収電話へ誘導する事業戦略をとっているものと推定されます。これに対して、NTTコミュニケーションズ殿はマイラインの通話料割引サービス「プラチナライン」を導入することにより、自社のマイライン登録を拡大する事業戦略をとっているものと想定されます。</li> <li>・ 以上のとおり、マイラインシェアの変動は、各事業者の事業戦略に左右されるものであり、固定電話市場（通話部分）の分析にあたっては、単にNTT加入電話に閉じたマイラインシェアだけで捉えるのではなく、直収電話、CATV電話及びOABJ-IP電話含めた固定電話市場全体における中継電話の競争市場として捉える必要があると考えます。</li> </ul> <p style="text-align: right;"><b>【西日本電信電話株式会社】</b></p>	
40～ 45		<p><b>【総務省案】</b></p> <p>図表1-3-5⑤ 中継電話契約数でのNTTシェアの推移（市内通話／全国・東西別）（表略）</p> <p>図表1-3-5⑥ 中継電話契約数でのNTTシェアの推移（県内市外通話／全国・東西別） （〃）</p> <p>図表1-3-5⑦ 中継電話契約数でのNTTシェアの推移（県外通話／国際通話） （〃）</p> <p>図表1-3-5⑨ 通信量によるNTTシェアの推移（市内通話） （〃）</p> <p>図表1-3-5⑩ 通信量によるNTTシェアの推移（県内市外通話） （〃）</p> <p>図表1-3-5⑪</p>	

		<p>通信量によるNTTシェアの推移(県外通話) (〃)</p> <p><b>【意見】</b></p> <p>当該図表には、NTT東西及びNTTコミュニケーションズのシェアしか記載されておりません。「1-1市場画定 (3)主要指標の取扱い」(1-5頁)の原則通り、シェアの上位3社を順に記載していただきたいと考えます。また、図表1-3-5⑨～⑪については、NTT東西とNTTコミュニケーションズは別々に記載していただきたいと考えます。</p> <p style="text-align: right;"><b>【東日本電信電話株式会社】</b></p>	
43	(2)	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>そこで、図表1-3-5⑨～⑫に、通信量におけるNTTグループ(NTT東西及びNTTコミュニケーションズ)のシェアの推移を、通信回数と通信時間の別に示した。</p> <p><b>【意見】</b></p> <p>NTTグループとして、NTT東西とNTTコミュニケーションズを一体的に捉えた分析がなされておりますが、再編成以後、各社は別会社として事業運営を行っております。</p> <p>したがって、グループ3社合計のシェアだけで分析を行うのではなく、各社毎のシェアを明らかにした上で分析をしていただきたいと考えます。</p> <p style="text-align: right;"><b>【東日本電信電話株式会社】</b></p>	<p>※ 1-3-5-2(P39)、 2-2-2(第2章 P10)、 2-3-2(第2章 P16)と同意見</p>
43	(2)	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>国際通話を除き、NTTグループが市内で7割超、県内市外で約6割、県外で約5割の圧倒的なシェアを有している。</p> <p><b>【意見】</b></p> <p>中継電話市場では、45.8%(県間・通信回数)のシェアで「圧倒的なシェア」と記述されている一方で、050-IP電話市場では49.0%のシェアでも「圧倒的」とされておりません。「圧倒的なシェア」とはどのような場合を言うのか、その判断基準をお示し</p>	<p>※ 1-3-5-1(P36)、1-3-5-2(P39)、 1-3-5-2(P46)、1-3-5-3(P47) と同意見</p>

		<p>いただきたいと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	
46	(2)	<p>【総務省案】</p> <p>NTTコミュニケーションズの「プラチナライン」の影響により、通信量でのNTTグループのシェアが全区分で上昇していることが予測される。</p> <p>【意見】</p> <p>上記について賛同いたします。</p> <p>NTTグループの全体動向も注意深く監視していただきたい。</p> <p style="text-align: right;">【フュージョン・コミュニケーションズ株式会社】</p>	
46		<p>【総務省案】</p> <p>NTTグループは、国際通話を除き、<u>契約数でも通信量でも5割～8割程度の圧倒的なシェアを占めている結果となった。</u></p> <p>【意見】</p> <p>中継電話市場では、45.8%（県間・通信回数）のシェアで「圧倒的なシェア」と記述されている一方で、050-IP電話市場では49.0%のシェアでも「圧倒的」とされておりません。「圧倒的なシェア」とはどのような場合を言うのか、その判断基準をお示しいただきたいと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	<p>※ 1-3-5-1(P36)、 1-3-5-2(P39)、1-3-5-2(P43) 1-3-5-3と同意見</p>
<b>1-3-5-3 050-IP電話</b>			
47		<p>【総務省案】</p> <p>050-IP電話については利用番号数のシェアを見ることになるが、<u>05年12月において、ソフトバンクBBが49.0%でシェア1位、NTTコミュニケーションズが25.4%で2位、KDDIが9.8%で3位となっている。</u></p> <p>【意見】</p>	<p>※ 1-3-5-1(P36)、 1-3-5-2(P39)、1-3-5-2(P43)、 1-3-5-2(P46)と同意見</p>

	<p>中継電話市場では、45.8%(県間・通信回数)のシェアで「圧倒的なシェア」と記述されている一方で、050-IP電話市場では49.0%のシェアでも「圧倒的」とされておりません。「圧倒的なシェア」とはどういう場合を言うのか、その判断基準をお示しいただきたいと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	
--	---	--

**1-5 IP 電話市場としての市場分析**

54	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>IP電話については、050-IP電話と0ABJ-IP電話の区別を認識していない利用者も多く、各種統計データについても両者を合計して収集整理することが一般的に行われている。また、技術的なネットワーク構造についても、加入者回線部分の構造を除けば、互いに似通っている面が多い。そこで、<u>050-IP電話と0ABJ-IP電話を「IP電話市場」として一括りとし、競争状況を分析した。</u></p> <p><b>【意見】</b></p> <p><b>意見 1</b></p> <p>メタルから光への本格的な移行が、ADSL市場でもたらされた活発な競争を後退させ、NTT東・西によるFTTH市場の市場支配力を生み出す結果となっている。この構造的問題については、お客様にとってメタル回線から光ファイバへのリプレースであり、固定電話市場におけるNTT東・西の市場支配力が影響を及ぼしているという観点を踏まえ、早急に是正すべき。</p> <p><b>【理由】</b></p> <p>FTTHは既存の固定電話(メタル回線)からのリプレースであることから、NTT東・西が約94%を占めるNTT加入電話の市場支配力が梃子となり、FTTH市場においても優位性を発揮することになる。NTT東・西が、シェア約63%の市場シェアを有するFTTH(商品名:Bフレッツ)と一体的に提供される0ABJ-IP電話(商品名:ひかり電話)は、NTTがグループ丸となって取り組む中期経営戦略</p>	<p>※ 6-7 要約(第6章 P3)、 6-7(3)(第6章 P31) と同意見</p>
----	--	---

／2010年光サービス3,000万加入計画により、独占性が增大する可能性が大きい。

お客様が、固定電話(メタル回線)からFTTH(光ファイバ)に切り替えようとする場合、NTT東・西と他事業者の提供エリアの間に大きな格差があるために、お客様の意向に係わらずNTT東・西に切り替えざるを得ない状況も想定される。

#### **意見 2**

FTTHの本格普及に伴い、FTTHと一体的に提供されるOABJ-IP電話の市場規模も急速に拡大しており、今後その重要性が高まることが必至。したがって、OABJ-IP電話市場の扱いについて、050-IP電話を含むIP電話全体としての分析にとどまらず、個別に踏み込んで評価すべき。

※1-57頁 1-5-2(1)

「050-IP電話とOABJ-IP電話における競争状況は…<略>…IP電話全体の競争状況と050-IP電話の競争状況はほぼ同様のものとなる。」についても同意見。

#### **【理由】**

IP電話のうち、特にOABJ-IP電話は、既存の固定電話からのリプレースとしての性質を有する。既存の固定電話からFTTH上で提供されるOABJ-IP電話に切り替える際、それまで「通話」部分でのマイラインとして登録していた事業者は、獲得していた契約を失う可能性が高くなる。NTT東・西は、マイラインにおいて圧倒的シェアを占めていた「市内通話」「県内市外通話」を維持するのみならず、従来シェアがゼロであった「県間通話」、「国際通話」も一括して獲得することになる。マイラインの導入を通じてかつて存在していた健全な競争は、FTTHの普及に伴い、NTT東・西の独占状態への回帰という形で失われかねない。

【KDDI 株式会社】

**1-6 2005年度の競争状況の評価**

<p>全体</p>		<p><b>【意見】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 今回の競争評価は、契約数や通話量のシェアを中心に分析がなされておりますが、競争実態をよりの確に把握するためには、移動体通信市場で行われているように、売上高や利益率等の分析が必須であると考えます。固定電話市場を売上高で分析すると、料金値下げ競争の結果、通信量以上に市場の縮小が急速に進んでいることが明らかになると考えます。また、利益率で分析すると、移動体市場に比べ利益率は非常に低く、中には赤字の事業者や経営破綻する事業者もあらわれるなど経営的に大変厳しい市場環境の中で競争が繰り広げられていることが明らかになると考えます。</li> <li>・ また、競争評価にあたっては、高いシェア自体を問題視するのではなく、その理由がネットワークのオープン化等が行われていないことによって生じているものなのか、各事業者の営業努力の結果であるか等、定性的な要因について十分に分析を行っていただきたいと考えます。</li> </ul> <p style="text-align: right;"><b>【東日本電信電話株式会社】</b></p>	
<p>63</p>	<p>要約</p>	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>1-6 2005年度の競争状況の評価 (要約)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 固定電話市場では、NTT東西が単独で市場支配力を行使しうる地位にあるが、サービススペースの公正な競争条件が整備されており、料金競争も行われていることから、実際に行使する可能性は高くない。ただし、固定電話市場における市場支配力を「梃子」として他の隣接市場で利用する懸念がある。</li> <li>・ 中継電話では、NTT東西またはNTTコミュニケーションズが単独で市場支配力を行使しうる地位にあり、複数の事業者が協調して市場支配力を行使しうる可能性もある。しかし、単独、協調にかかわらず、実際に市場支配力が行使される可能性は低い。</li> <li>・ 050-IP電話では、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</li> </ul>	

		<p>いが、複数の事業者が協調して市場支配力を行使する可能性がある。しかし、単独、協調にかかわらず、実際に市場支配力が行使される可能性は低い。</p> <p>【意見】</p> <p><u>固定電話はIP化により、サービスの質の向上やコストの低廉化のみならず、競争が促進されることも期待されると考えます。</u></p> <p>【イー・アクセス株式会社】</p>	
63	要約	<p>【総務省案】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 固定電話市場(加入部分)では、<u>NTT東西が単独で市場支配力を行使しうる地位にあるが、サービスベースの公正な競争条件が整備されており、料金競争も行われていることから、実際に行使する可能性は高くない。</u>ただし、固定電話市場における市場支配力を「梃子」として他の隣接市場で利用する懸念がある。</li> <li>・ 中継電話(NTT加入電話に係る部分市場)では、<u>NTT東西又はNTTコミュニケーションズが単独で市場支配力を行使しうる地位にあり(国際通話を除く)、複数の事業者が協調して市場支配力を行使する可能性もある。</u>しかし、単独・協調にかかわらず、<u>実際に市場支配力が行使される可能性は低い。</u></li> </ul>	※ 基本方針6、報道資料別添(1)と同意見 〈全体に対する意見に掲載〉
63	(2)①	<p>① 市場支配力の存在</p> <p>a NTT東西は単独で市場支配力を行使しうる地位にある。 (中略)</p> <p>NTT東西はサービスベースで独占的であるのみならず、設備ベースでも不可欠設備を独占しており、<u>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される。</u></p>	
64	(2)②	<p>②市場支配力の行使</p> <p>a 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、固定電話</p>	

64～ 65	(3)①②	<p>市場における市場支配力を梃子として、他の隣接市場(ブロードバンド)、移動体通信等)に影響力を及ぼす懸念がある。</p> <p>NTT東西はボトルネック設備を独占しているため、独占による弊害を除去し、公正な競争環境を整備するため、電気通信事業法ではNTT東西のネットワーク設備を第一種指定電気通信設備として指定し、設備開放義務など各種の規制を適用している。<u>これらの非対称規制や競争ルールはほぼ有効に機能しており、NTT東西の市場支配力の行使を抑制しているものと考えられる。</u>また、<u>新型直収電話やOABJ-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積極的に展開し、NTT東西がNTT加入電話に関する料金を引き上げる誘引を抑えており、NTT東西が固定電話市場において市場支配力を行使する可能性は高くないと考えられる。</u></p> <p>(3) <u>中継電話(NTT 加入電話に係る部分市場)</u></p> <p>①市場支配力の存在</p> <p>a <u>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)</u></p> <p><u>&lt;略&gt;..したがって、NTT東西は市内通話及び県内市外通話で、NTTコミュニケーションズは県外通話で、それぞれ単独で価格等に影響を与えうる地位にあると判断される。</u></p> <p>②市場支配力の行使</p> <p>a <u>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。</u></p> <p><u>&lt;略&gt;..また、近年では中継電話より安価な050-IP電話やソフトフォンが、ブロードバンド利用者にとっての通話サービスとして存在感を高めつつあることから、中継電話の料金を引き上げる誘引が高いとは考えられない。</u></p> <p>【意見】</p>	
-----------	-------	---	--

**意見 1**

・市場の競争状況を分析するにあたり、市場支配力の定義を「その意思によってある程度自由に価格、品質、数量、及び商品選択の多様性その他各般の条件を左右する力」とし、「市場支配力」の「存在」と「行使」の有無で評価することについては、賛同。

・しかしながら、市場支配力の「行使」の基準を、主に料金面での支配力の観点から評価していることについては、賛同できない。

・元々独占から始まった固定電話市場においては、NTT東・西が独占時代から継承した設備面・営業面の競争上の優位性という非価格的な影響力が、市場支配力を構成する要因となっている。

・すなわち、「存在」と「行使」は切り離されたものではなく、市場支配力の「存在」そのものが公正競争を阻害していると考えられる。

・したがって、公正競争が実現されているかどうかを判断する上では、非価格的な影響力、つまり、NTT東・西が独占時代から継承した設備面・営業面の競争上の優位性(\*)も競争評価の尺度とすべき。

(\*) NTT東・西が独占時代から継承した競争上の優位性

①設備面の優位性: ボトルネック設備

(固定電話契約数に占めるNTT東・西のシェア=94.1%: 2005年12月)

→別添1「ボトルネック設備と公正競争の関係」参照

②営業面の優位性: 6,000万の顧客基盤、ブランド力(“電話といえばNTT”の既成概念)

→別添2「ブランド力と公正競争の関係」参照

**意見 2**

「NTT東・西が固定電話市場において市場支配力を行使する可能性は低い」との認

識に賛同することはできない。仮に市場支配力を料金面での支配力とした場合でも、以下の理由により、市場支配力は現に行使されていると見るべきである。

【理由】

第一種指定設備に関する開放ルールは、公正競争を実現する上で重要な役割を果たしているが、接続料水準を含め様々な課題もあり、未だ十分に機能しているとは言えない。また、料金が値下げされた加入電話の基本料についても、以下の観点から、競争圧力等の抑止力が十分に機能しているとは言えない。

ア) 基本料市場における独占時代の値上げと維持

NTT東・西は、基本料市場において競合事業者が存在せず独占状態であった時代には、長期に渡り基本料の値下げをすることなく、値上げも実施(平成7年)。ドライカッパを利用した他事業者の直収電話サービスの本格導入を受けて、NTT東・西も初めて基本料を値下げ(平成17年)したが、それまでの間は、本来可能であった値下げを見送り独占的利益を得ていたことから、支配力が行使されていたと考えるべき。

イ) 施設設置負担金の高止まり、プッシュ回線付加機能使用料の維持

NTT東・西は、施設設置負担金について、競合事業者が存在せず独占状態であった時代には値下げをすることなく、長期に渡り料金を維持。直収電話サービスの本格導入を受けて、基本料の値下げを実施したが、それまでの間は本来可能であった値下げを見送り、独占的利益を得ていたことから、支配力が行使されていたと考えるべき。

また、事業環境の変化によるコスト吸収余力が発生していたにも関わらず料金水準を維持しつつ、直収電話サービスの本格導入に伴い撤廃されたプッシュ回線付加機能使用料についても同様。

		<p>ウ) 級局別料金の維持</p> <p>歴史的経緯とはいえ、NTT東・西は、コストに基づかない級局別料金を維持。競争が進展しつつある中でも都市部を中心とする3級局で、高コストの1級局より高い料金を維持できるのは、支配力を行使していることに他ならない。</p> <p>上記の事例からも、基本料の値下げ等が実施された僅か数年前までNTT東・西の支配力が実際に存在していたことや、コストに基づかない級局別料金を維持し今尚支配力を行使していることに鑑みれば、他事業者の直収電話等のシェアが僅かである現状(約6%)においては、「NTT東・西が固定電話市場において市場支配力を行使する可能性は低い」との認識は適切ではない。</p> <p style="text-align: right;">【KDDI 株式会社】</p>	
63	【要約】	<p>【総務省案】</p> <p>(略)・・・引き続きNTT東西の市場支配力の行使について注意深く監視。</p> <p>【意見】</p> <p>上記について賛同いたします。</p> <p>NTTグループの全体動向も注意深く監視していただきたい。</p> <p style="text-align: right;">【フュージョン・コミュニケーションズ株式会社】</p>	
63	(2)①	<p>【総務省案】</p> <p>(2) 固定電話市場(加入部分)</p> <p>① 市場支配力の存在</p> <p>a. <u>NTT東西は単独で市場支配力を行使しうる地位にある。</u></p> <p>NTT東西の市場シェアは引き続き90%を大きく超えており、圧倒的である。また、NTT東西はメタルの加入者回線のほぼ100%を保有している。NTT東西はサービスベースで独占的であるのみならず、設備ベースでも不可欠設備を独占しており、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される。</p>	

【意見】

(総論)

- ・ 固定電話の加入部分について、評価(案)においては、弊社は「市場シェアが引き続き90%を超えており、圧倒的である。また、NTT東西はメタル回線の加入者回線のほぼ100%を保有している」ことをその根拠とし、弊社は「市場支配力を行使しうる地位にある」と評価されているところです。
- ・ 「NTT東西のシェアが高い」のは、①1985年の通信自由化以前は制度的に独占が認められていたという歴史的経緯に加え、②固定電話市場全体が縮減する中で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、③CATV電話やOABJ-IP電話についてはケーブルテレビ放送やインターネット接続などを含めた利用者の総合的な判断により選択されるものであり、単に音声通話のみを要望する利用者にとっては、NTT加入電話及び直収電話と比べて総額として料金が高く、選択肢たりえないこと、等の要因によるものです。
- ・ 「NTT東西が不可欠設備を保有していること」に関しては、電気通信事業法において、NTT東西が不可欠設備を保有していることによる弊害を除去し、公正な競争環境を整備するため、NTT東西のネットワーク設備を第一種指定電気通信設備として指定し、設備開放義務など各種の規制を適用しているところです。
- ・ 以上に鑑みれば、NTT東西が不可欠設備を保有していることは事実であるものの、そのことにより市場支配力を行使することは制度的に不可能であり、そもそも「市場支配力を行使しうる地位にある」という評価自体が成り立たないと考えます。

(各論)

- ・ 「サービスベースでほぼ独占的」「設備ベースでも不可欠設備を独占」という表

		<p>現は、あたかも弊社が市場支配力を行使して競争事業者を排除したかのごとき印象を与えますが、現実には制度上独占が認められなくなった通信自由化以降、弊社のシェアは減少しており、制度上も設備ベースでの参入を妨げる障壁は存在しておりません。</p> <p>なお、「不可欠設備」は、「当該財、サービスに係る一定の取引分野において事業活動を行い又は行おうとしている者が、当該施設等と有効に競争可能な施設等を自ら構築することが経済的、技術的又は法律上その他の理由により著しく困難であること」が基本要件の一つであり、そのような設備を「独占する」という表現はトートロジーであると考えます。</p> <p style="text-align: right;">【西日本電信電話株式会社】</p>	
64	(2)①	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>①市場支配力の存在</p> <p>a. NTT東西は単独で市場支配力を行使しうる地位にある。</p> <p>(中略)</p> <p>NTT東西はサービスベースでほぼ独占的であるのみならず、<u>設備ベースでも不可欠設備を独占しており</u>、NTT東西は単独で価格等に影響を与える地位にある。</p> <p><b>【意見】</b></p> <p>不可欠設備を「独占」という記述は、不可欠設備を「保有」に修正願います。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	
64	(2)②a	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>(2)固定電話市場(加入部分)</p> <p>②市場支配力の行使</p> <p>a. 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、固定電話市場支配力における市場支配力を梃子として、他の隣接市場(ブロードバンド、移動体通信等)に影響力を及ぼす懸念がある。</p>	

	<p>NTT東西はボトルネック設備を独占しているため、独占による弊害を除去し、公正な競争環境を整備するため、電気通信事業法ではNTT東西のネットワーク設備を第一種指定電気通信設備として指定し、設備開放義務など各種の規制を適用している。これらの非対称規制や競争ルールはほぼ有効に機能しており、NTT東西の市場支配力の行使を抑制しているものと考えられる。</p> <p>【意見1】</p> <p><u>NTT東西のボトルネック設備の競争への影響は非常に大きい</u>ため、<u>今後も引き続き検証すべきと考えます。</u></p> <p>具体的な例としましては、弊社が平成13年11月5日に総務省殿に意見申出を行いました、NTT東西のマイラインプラスとフレッツサービスのセット割引については、平成13年11月29日の総務省殿の通知により、「構成な競争を阻害するものであるかどうか、引き続き注視、調査することが適当と判断した」とあります。NTT東西がボトルネック設備と一体となった通信サービス(県内通話)と他役務サービスをバンドルしてセット割引を行うことは、他の事業者には不可能です。<u>ボトルネック設備とのバンドルサービスや、ボトルネック設備に関する接続料金を値下げせずに利用者料金のみを値下げするなどの行為については、公正有効競争上問題があると考えますので厳しく監視いただけますよう要望いたします。</u></p> <p style="text-align: right;">【イー・アクセス株式会社】</p>	
	<p>【意見2】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 総務省殿の見解のとおり、非対称規制や競争ルールは、NTT東西の市場支配力行使の抑制に、一定の効果をあげているものと考えます。</li> <li>・ しかしながら、「NTT東西がNTT加入電話に関する料金を引き上げる誘因を抑えており、NTT東西が固定電話市場において市場支配力を行使する可能性は高くないと考えられる。」という見解については、適当でないものと考えます。</li> <li>・ NTT東西は、新型直収電話の登場に伴い、1952年の旧電電公社発足以来実質的に値下げしたことのない基本料を値下げし、現在の交換機では標準機能と</li> </ul>	

		<p>なっているにもかかわらず徴収し続けてきたプッシュホン使用料を廃止しました。これは一面的には競争事業者の参入による値下げが実施された事例であります、独占的な市場支配力に基づきNTT東西が価格を維持し続けてきたことにより、過大な利潤を確保してきたことも示しています。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>このことから、価格上昇が見られないことからすなわち市場支配力の行使可能性が高くないという判断は適当ではなく、市場支配力を有する事業者は価格水準を維持しているだけでも、当然にその市場支配力を行使していると判断することが適当と考えます。</li> <li>また、市場支配力行使の可能性を、価格支配力のみで判断されていますが、判断基準として不十分と考えます。特にボトルネック設備に基づく市場支配力については、接続事業者の事業運営に対して直接影響を与えるものであるため、新規参入の排除、競合する接続事業者への競走阻害行為、市場支配的サービスの顧客情報を利用した営業上の優位性等の影響について考慮することが必要です。</li> </ul> <p style="text-align: right;">【ソフトバンクBB株式会社】 【BBテクノロジー株式会社】 【日本テレコム株式会社】 【BBモバイル株式会社】 【ボーダフォン株式会社】</p>	
64	(2) ②	<p>【総務省案】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>しかし、固定電話と密接な関係にあるADSLやFTTHといったブロードバンド市場ではNTT東西のシェアが増加傾向にあり、NTT東西が保有するNTT加入電話の顧客情報によって営業面等で競争事業者に対して優位である可能性も指摘されている。また、FMCの進展に伴い、固定電話と移動体電話の融合・連携サービスの提供がされつつあるが、移動体電話ではNTTドコモが5割を超すシェアを有しており、固定電話市場内ではNTT東西が市場支配力を行使する可能性は高くないとしても、固定電話市場における市場支配力を梃子として、隣接</li> </ul>	

		<p>市場(ブロードバンド、移動体通信等)に影響力を及ぼすことへの懸念は少ない。したがって、このように市場支配力を梃子として活用するような企業行動について、競争評価の適切な運用を通じ、引き続き注意深く監視することが必要である。</p> <p><b>【意見】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>総務省殿の見解に賛同します。固定電話市場の独占的市場支配力を梃子にすることにより、現状若しくは将来の競争市場に固定電話市場の市場支配力を活用させることは厳に避けなければなりません。</li> </ul> <p style="text-align: right;">【ソフトバンクBB株式会社】 【BBテクノロジー株式会社】 【日本テレコム株式会社】 【BBモバイル株式会社】 【ボーダフォン株式会社】</p>	
64	(2)②	<p><b>【総務省】</b></p> <p>a. <u>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、固定電話市場における市場支配力を梃子として、他の隣接市場(ブロードバンド、移動体通信等)に影響力を及ぼす懸念がある。</u></p> <p>(中略) <u>しかし、固定電話と密接な関係にあるADSLやFTTHといったブロードバンド市場ではNTT東西のシェアが増加傾向にあり、NTT東西が保有するNTT加入電話の顧客情報によって営業面等で競争事業者に対して優位である可能性も指摘されている。</u>また、FMCの進展に伴い、固定電話と移動体電話の融合・連携サービスの提供がされつつあるが、移動体電話ではNTTドコモが5割を超すシェアを有しており、固定電話市場内ではNTT東西が市場支配力を行使する可能性は高くないとしても、<u>固定電話市場における市場支配力を梃子として、隣接市場(ブロードバンド、移動体通信等)に影響力を及ぼすことへの懸念は少ない。</u>したがって、このように市場支配力を梃子として活用するような企業行動について、競争評価の適切</p>	

		<p>な運用を通じ、引き続き注意深く監視することが必要である。</p> <p><b>【意見】</b></p> <p>ブロードバンド市場で弊社のシェアが伸びているのは、①積極的な設備投資によるサービスエリアの拡大、②多数のISPや放送サービスに対応しており、お客様の選択肢が豊富、③多種多様な新サービスの投入、④回線開通工事期間の短縮などお客様サービスの改善、等の施策がお客様に支持されている結果であると考えます。</p> <p>また、弊社は第一種指定電気通信設備を設置する事業者として、ネットワークのオープン化に努めるとともに他の事業者を公平に取り扱っており、ご指摘のような懸念(固定電話市場における市場支配力を梃子として、隣接市場に利用する)はないものと考えます。</p> <p style="text-align: right;"><b>【東日本電信電話株式会社】</b></p>	
64	(2)②	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>② 市場支配力の行使</p> <p>a. <u>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、固定電話市場における市場支配力を梃子として、他の隣接市場(ブロードバンド、移動体通信等)に影響力を及ぼす懸念がある。</u></p> <p>NTT東西はボトルネック設備を独占しているため、独占による弊害を除去し、公正な競争環境を整備するため、電気通信事業法ではNTT東西のネットワーク設備を第一種指定電気通信設備として指定し、設備開放義務など各種の規制を適用している。これらの非対称規制や競争ルールはほぼ有効に機能しており、NTT東西の市場支配力の行使を抑制しているものと考えられる。また、新型直収電話やOABJ-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積極的に展開し、NTT東西がNTT加入電話に関する料金を引き上げる誘因を抑えており、NTT東西が固定電話市場において市場支配力を行使する可能性は高くないと考えられる。</p>	

しかし、固定電話と密接な関係にあるADSLやFTTHといったブロードバンド市場ではNTT東西のシェアが増加傾向にあり、NTT東西が保有するNTT加入電話の顧客情報によって営業面等で競争事業者に対して優位である可能性も指摘されている。また、FMCの進展に伴い、固定電話と移動体電話の融合・連携サービスの提供がされつつあるが、移動体電話ではNTTドコモが5割を超すシェアを有しており、固定電話市場内ではNTT東西が市場支配力を行使する可能性は高くないとしても、固定電話市場における市場支配力を梃子として、隣接市場(ブロードバンド、移動体通信等)に影響力を及ぼすことへの懸念は少なくない。したがって、このように市場支配力を梃子として活用するような企業行動について、競争評価の適切な運用を通じ、引き続き注意深く監視することが必要である。

なお、市場はほぼ独占的であり、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。

**【意見】**

- ・ 前述のとおり、弊社は制度上、固定電話市場において市場支配力を実際に行使することはできないことから、当該市場支配力を梃子として隣接市場に影響力を及ぼすこともありえません。
- ・ しかしながら、評価(案)において、確たる根拠も示さず、弊社がブロードバンド市場においてシェアを伸ばしている要因があたかも加入電話の顧客情報を営業活動に利用しているためであるかのような分析をしている点については、ブロードバンド市場における各事業者の事業戦略や弊社の企業努力を閑却するものであり、評価として適切性を欠くものであります。
- ・ 評価(案)は、固定電話市場におけるNTT東西のシェアが高いということをもって市場支配力に結びつけた上で、「固定電話市場における市場支配力を梃子として隣接市場に影響力を及ぼすことへの懸念は少なくない」とし、「このように市場支配力を梃子として活用するような企業行動について、競争評価の適切な運

		<p>用を通じ、引き続き注意深く監視することが必要」と言及していますが、このような記載は、あたかも弊社が不法行為を行っているかのような誤解を与えかねず、また、企業イメージを損なうことにもなりかねないので、適切な表現に修正していただきたいと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【西日本電信電話株式会社】</p>	
64	(3)	<p><b>【総務省案】</b></p> <p><u>契約数での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、通信量でも同様にいずれも5割を超えるシェアを維持している。(中略)マイライン・マイラインプラスの未登録者は、市内・県内市外ではNTT東西の、県外ではNTTコミュニケーションズのマイラインに登録したのと同様の取扱いを受けることになっているという事情もある。</u></p> <p>(中略)一方、国際通話ではNTTコミュニケーションズの<u>契約数でのシェアが63.5%に及ぶが、通信量ではKDDIに次ぐシェア2位の存在にとどまっております。単独で市場支配力を行使しうる地位にあるとは言えない。</u></p> <p><b>【意見】</b></p> <p>中継電話市場の分析にあたっては、以下の点に留意する必要があると考えます。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. NTT加入電話の部分市場としてだけでなく、直収電話等を含めた中継電話市場全体で、通話料金やシェアの分析を行わないと、最近の競争実態を的確に反映したものとならない。</li> <li>2. NTTグループ3社合計のシェアだけで分析を行うのではなく、各社毎にシェアを明らかにした上で分析を行う必要がある。</li> <li>3. 契約数と通信量の2つの指標を用いてシェアの分析を行っているが、通信量の方が収益と密接な関連があることから、通信量のシェアに重点をおいた分析が必要である。</li> </ol>	※ 1-3-5-2(P39~46)と同意見

例えば、国際通話市場では、NTTコミュニケーションズの契約数は63.5%であるが、通信量(通信時間)では26.4%以下と大幅な乖離があり、契約数の指標は市場の競争実態を表していない。

4. マイライン登録をしていないユーザをNTT東西やNTTコミュニケーションズの契約者として取り扱っているが、マイライン登録をしないユーザの中には、

①基本的に着信専用として使っているためマイライン登録の必要を感じていないユーザ

②ACR、PBX等で呼毎に事業者の使い分けをするため、マイライン登録をしないユーザ

等が一定の割合で存在するため、NTTグループのシェアが過大評価になっている。

なお、結果からみると、下表のとおりマイライン登録をしていないユーザを除いて算定した契約数シェアの方が、通信量シェアに近い数字になっており、適切である。

【NTTグループのシェア】

通話区分	② 契約数 (未登録含む)	②契約数 (未登録除く)	③通信量 (通信時間)	差 ①-③	差 ②-③
市内	82.3%	78.1%	75.0%	7.3%	3.1%
県内市外	78.2%	73.1%	60.5%	17.7%	12.6%
県外	75.9%	66.4%	51.1%	24.8%	15.3%
国際	—	63.5%	26.4% 以下	—	37.1% 以上

※「差」は表中のシェア(パーセンテージ)の差をとったもの。

通話区分が国際の場合は、未登録ユーザをNTTグループに含めていない。

【東日本電信電話株式会社】

65	(3)①a	<p>【総務省案】</p> <p>NTT東西は市内通話及び県内市外通話で、NTTコミュニケーションズは県外通話で、それぞれ単独で価格等に影響を与えうる地位にあると判断される。</p> <p>【意見】</p> <p>固定電話市場においては、新型直収電話サービスの急拡大により、従来のマイライオン制度を前提とした競争の枠組みから大きく変化しており、今後もその流れは拡大していくものと思われる。</p> <p>したがって、市場支配力を行使しうる地位にあるか否かについては、他の部分市場（直収電話、OABJ-IP 電話等）とも合せ、固定電話市場全体で評価することにより、競争実態をよりの確に反映した評価が可能と考える。</p> <p>(修正案)</p> <p>NTT東西は市内通話及び県内市外通話で、NTTコミュニケーションズは県外通話で、それぞれ単独で価格等に影響を与えうる地位にある<u>可能性があるが、その評価にあたっては固定電話市場全体の競争状況を考慮する必要がある。</u></p> <p>【NTTコミュニケーションズ】</p>	
65	(3)①	<p>【総務省案】</p> <p>(3)中継電話(NTT加入電話に係る部分市場)</p> <p>①市場支配力の存在</p> <p>a. <u>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)。</u></p> <p>契約数での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、<u>通信量でも同様にいずれも5割を超えるシェアを維持している。</u>(中略)したがって、<u>NTT東西は市内通話及び県内市外通話で、NTTコミュニケーションズは県外通話でそれぞれ単独で価格等に影響を与えうる地位にあると判断される。</u>一方、国際通話ではNTTコミュニケーションズの契約数でのシェアが63.5%に及ぶが、通信量ではKDDIに次ぐ2位の存在にとどまっており、単独で市場支配力を</p>	<p>※ 1-6(4)(P65)、 3-2-3(3)(第3章 P30)と同様の趣旨</p>

		<p>行使しうる地位にあるとは言えない。</p> <p><b>【意見】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 中継電話、050-IP電話、ADSLのいずれの市場においても、「多数の事業者間で料金競争を繰り広げている」のは同じであります。</li> </ul> <p>ところが、050-IP電話市場では約5割のシェアをもつ事業者が、「市場支配力を行使する地位にない」とされる一方、中継電話市場やADSL市場では約5割又は約4割のシェア（NTTコミュニケーションズの県間・通話回数シェアは45.8%、NTT東西のADSLシェアはそれぞれ38.2%、39.9%）をもつ事業者が「市場支配力を行使する地位にある」とされています。</p> <p>「市場支配力を行使する地位にある」とする判断基準を明確にしていきたいと考えます。</p> <p style="text-align: right;"><b>【東日本電信電話株式会社】</b></p>	
65	(3)②	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>マイライン(未登録者を含む)については、登録を変更しなくても通話時に相手先の電話番号の前に事業者識別番号をダイヤルすることでマイラインの契約先以外の事業者を選択することも可能となっており、一定の競争圧力が働いている。</p> <p><b>【意見】</b></p> <p>マイライン・マイラインプラスの未登録者をNTT東西及びNTTコミュニケーションズに計上している結果、マイライン契約数におけるシェア(県外区分で75.9%)と通信回数/通信時間におけるシェア(同45.8%/51.1%)との間には乖離が生じている。このように、競争圧力が現在発生していることを、より明確にして頂きたい。</p> <p>(修正案)</p> <p>マイライン(未登録者を含む)については、登録を変更しなくても通話時に相手先の電話番号の前に事業者識別番号をダイヤルすることでマイラインの契約先以外</p>	

		<p>の事業者を選択することも可能となっており、一定の競争圧力が働いている。NTTグループの通信回数／通信時間シェアはマイライン契約数のシェアを下回っており、競争圧力が現に発生していることを裏付けている。</p> <p style="text-align: center;">【NTTコミュニケーションズ株式会社】</p>	
65	(3)②	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>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。</p> <p>マイライン・マイラインプラスは、提供事業者の変更時に登録料を要し、相応の乗換費用が発生するが、マイライン(未登録者を含む)については、登録を変更しなくても通話時に相手先の電話番号の前に事業者識別番号をダイヤルすることでマイラインの契約先以外の事業者を選択することも可能な制度となっており、一定の競争圧力が働いている。</p> <p>また、近年では中継電話より安価な050-IP電話やソフトフォンが、ブロードバンド利用者にとっての通話サービスとして存在感を高めつつあることから、中継電話の料金を引き上げる誘因が高いとは考えられない。したがって、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と判断される。</p> <p><b>【意見】</b></p> <p>マイライン及びマイラインプラス制度の整備により、一定の競争圧力が働いているのは事実ですが、未登録者については単独で市場支配力を行使しうる地位にあると評価された NTT 東西及び NTT コミュニケーションズをデフォルト選択することとなり、市場支配的事業者への優位性を残した制度となっています。</p> <p>さらに、単独で市場支配力を行使することは、協調する場合と比較して容易であることは明白であることから、NTT グループにより単独で市場支配力が行使される可能性は、競争事業者の協調による場合より高いものと考えられ、可能性を同等に評価することは適当でないものと考えます。</p> <p>また、NTT コミュニケーションズの提供する「プラチナライン」の影響を検証すべきと考えます。「プラチナライン」は、マイラインの 4 区分全てにおいてマイラインプラス</p>	

		<p>の登録を行うことを条件として低料金での通話を実現するサービスですが、競争事業者は接続料金の水準から、「プラチナライン」と同等の料金水準を実現することは困難です。NTT コミュニケーションズ単体で見ると、競争事業者と同じ状況にありますが、NTTグループ全体で見ればNTT東西の接続料収入は増加するため、グループ内の収支移転という見方が可能です。これは、NTTグループの協調による市場支配力の行使とも考えられます。</p> <p>さらに、「プラチナライン」によりマイラインの利用者が増加することにより、NTT東西の加入電話契約が維持されることとなります。この点でも競争事業者の直収電話サービス等との間の競争優位が確保されており、NTTグループの協調による市場支配力の行使の可能性は高いものと考えられます。</p> <p style="text-align: right;">【ソフトバンクBB株式会社】 【BBテクノロジー株式会社】 【日本テレコム株式会社】 【BBモバイル株式会社】 【ボーダフォン株式会社】</p>	
65	(4)①	<p>【総務省案】</p> <p>(4)050-IP電話(NTT加入電話に係る部分市場)</p> <p>① 市場支配力の存在</p> <p>a. <u>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。</u></p> <p style="padding-left: 2em;"><u>シェア1位のソフトバンクBBのシェアは49.0%であり、多数の事業者間で料金競争を繰り広げていることから、単独で価格等に影響を与えうる地位にある事業者はないと判断される。</u></p> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 中継電話、050-IP電話、ADSLのいずれの市場においても、「多数の事業者間で料金競争を繰り広げている」のは同じであります。</li> </ul> <p>ところが、050-IP電話市場では約5割のシェアをもつ事業者が、「市場支配力</p>	<p>※ 1-6(3)(P64)、 3-2-3(3)(第3章 P30)と同様の趣旨</p>

		<p>を行使する地位にない」とされる一方、中継電話市場やADSL市場では約5割又は約4割のシェア(NTTコミュニケーションズの県間・通話回数シェアは45.8%、NTT東西のADSLシェアはそれぞれ38.2%、39.9%)をもつ事業者が「市場支配力を行使する地位にある」とされています。</p> <p>「市場支配力を行使する地位にある」とする判断基準を明確にしていきたいと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	
66	1-6 (5) ①	<p><b>【総務省案】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>固定電話領域内では、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電話の急拡大など、NTT加入電話の代替サービスをめぐる市場環境の変化が激しいため、これらのサービスの契約数や料金、サービス内容、事業者の参入退出等の動向に注視していく必要がある。</li> </ul> <p><b>【意見】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>総務省殿の見解に賛同します。</li> <li>特にFTTH移行に伴い拡大する光OAB-J IP電話との競争においては、FTTHの普及度合いにより地域間に格差が生じることが考えられるため、非競争地域における市場支配力の行使に注意することが必要と考えます。非競争地域における市場支配力に基づく独占利潤を用いて、競争地域においても間接的に市場支配力を行使することが可能となり、競争環境を歪めることが懸念されます。</li> </ul> <p style="text-align: right;">【ソフトバンクBB株式会社】 【BBテクノロジー株式会社】 【日本テレコム株式会社】 【BBモバイル株式会社】 【ボーダフォン株式会社】</p>	

66	(5)③	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>NTT東西の固定電話市場における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、<u>固定電話市場における市場支配力を梃子として、隣接市場に利用する動き等についても注意していくことが必要である。</u></p> <p><b>【意見】</b></p> <p>弊社は第一種指定電気通信設備を設置する事業者として、ネットワークのオープン化に努めるとともに他の事業者を公平に取り扱っており、ご指摘のような懸念(固定電話市場における市場支配力を梃子として、隣接市場に利用する)はないものと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	※ 1-6(2)(P64) と同様の趣旨
<b>参考1 -A 公衆電話サービスに関する主要指標の分析</b>			
<b>1 -A -1 サービスの規模</b>			
68	(1)	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>ユニバーサルサービスの提供義務が課せられているNTT東西以外の事業者は第一種公衆電話を設置しておらず、また、NTT東西も収支を考慮して不採算施設を撤去している。</p> <p>なお、このような背景もあり、公衆電話施設は、<u>現在ではNTT東西による独占状態となっている。</u></p> <p><b>【意見】</b></p> <p>「独占状態となっている」を「だけが提供している」に表現を修正願います。</p> <p>不採算事業であるため他事業者の参入がなく(又は撤退があり)、結果としてユニバーサルサービス提供責務のあるNTT東西だけがサービスを維持していることを明確にしていきたいと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	

70	(2)	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>なお、(1)で述べたように、NTT東西以外の事業者は公衆電話施設を設置していないことから、結果として市内・市外通話はNTT東西、県外通話はNTTコミュニケーションズによる独占状態となっている。</p> <p><b>【意見】</b></p> <p>「独占状態となっている」を「だけが提供している」に表現を修正願います。</p> <p>不採算事業であるため他事業者の参入がなく(又は撤退があり)、結果としてユニバーサルサービス提供責務のあるNTT東西だけがサービスを維持していることを明確にしていきたいと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	※ 1-A-1 (P68) と同意見
<b>参考1 -B 固定電話の各サービスにおける主な料金</b>			
75	(1)	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>(1)NTT加入電話、マイライン、CATV電話の料金</p> <p><b>【意見】</b></p> <p>別添資料2のとおり料金やサービスに関する記述を追加願います。</p> <p>(追加する内容のポイント)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ NTT加入電話は多数のADSL、ISPに対応しており、お客様の選択肢が豊富であることを記載。(新型直収電話の欄に対応しているADSL、ISPが記載されていることとのバランス)</li> <li>・ NTT加入電話は多数のマイライン事業者に対応していることを記載。また、その代表例として、日本テレコム殿及びKDDI殿のマイラインの通話料金等を記載。</li> </ul> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	

## 第2章 隣接市場との相互関係

頁	段落	意見	総務省の考え方
<b>2-1 固定電話市場と隣接市場</b>			
<b>2-1-1 固定電話市場を取り巻く市場</b>			
2	要約	<p>【総務省案】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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・移動体通信市場への影響力の可能性を分析することが必要。</li> </ul> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>総務省殿の見解に賛同します。尚、今後、固定電話市場と隣接市場との相関関係を注視していく際には、IP化への移行を踏まえた上で、NTTグループのボトルネック性、ドミナント性を念頭においていただく必要があると考えます。</li> <li>具体的には、NTTグループの次世代ネットワーク(NGN)の構築の際の、NTT東西とNTTドコモとの連携や、NTT東西が既存網における市場支配力やボトルネック性を維持したままNGNへの移行を行うこと等が該当するものと考えます。</li> <li>更に、県内/県間、東日本/西日本、固定/移動のIPベースのシームレスなサービスの提供をNGNのネットワーク構築にて実現することがNTTグループの中期経営戦略において計画されており、これについてもNTT東西とNTTドコモの連携等に関して留意することが必要であると考えます。</li> </ul> <p style="text-align: right;">【ソフトバンクBB株式会社】 【BBテクノロジー株式会社】 【日本テレコム株式会社】 【BBモバイル株式会社】 【ボーダフォン株式会社】</p>	

## 2-1-2 固定電話市場の市場支配力と隣接市場

4

### 【総務省案】

- ・ 固定電話市場の加入部分におけるNTT東西のシェアは圧倒的であり、この市場支配力を梃子として、隣接市場における事業者間競争に利用することへの懸念が存在する。したがって、固定電話市場の市場支配力に由来する影響力の経路を検証していくことが必要である。また、移動体通信市場との間では、携帯電話・PHS市場におけるNTTドコモの市場シェアは54.1%(05年12月)を維持していることから、固定電話市場からの経路のみではなく、移動体通信市場からの市場支配力の影響も考慮する必要がある。
- ・ 以上を踏まえ、次のそれぞれ2つのサービス間における相互関係の有無について、利用者の事業者選択を分析することによって検証を試みる。
- ・ 【インターネット接続市場との関係】
  - ① 固定電話の加入部分とADSL
  - ② 固定電話の加入部分と050-IP電話 (※ISPの選択を代理変数とする)
  - ③ 中継電話とADSL
  - ④ 中継電話と050-IP電話
  - ⑤ ADSLと050-IP電話

### 【意見】

- ・ 「固定電話市場の市場支配力に由来する影響力の経路を検証していくことが必要」とする、総務省殿の見解に賛同します。
- ・ しかしながら、インターネット接続市場との関係に、FTTH及び0AB-J IP電話との関係についても分析することが必要と考えます。特に、0AB-J IP電話は、固定電話の加入部分及び通話を代替するものであるとともに、現状85万契約程度とはいえ、今後普及していくことが考えられるサービスであり、固定電話市場の市場支配力に由来する影響力の経路を検証する対象として必須と考えます。
- ・ また、FTTHはすでにNTT東西が市場支配力を有する水準にあると評価(本競争

		<p>評価案「3-3-8 2005年度の競争状況の評価」されており、0AB-J IP電話は主にFTTHに付随するサービスとして普及しています。固定電話市場とブロードバンド市場の双方に重畳するサービスとされている0AB-J IP電話(本競争評価案「図表2-1-1 ① 固定電話市場と隣接市場の関係」)は、ともに市場支配力が存在するとされている市場に関係するものであるため、相互関係を検討することが必要と考えます。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>さらに、この部分に限らず、0AB-J IP電話は本評価案の様々な部分において触れられておりますが、0AB-J IP電話に特化して十分な評価が行われていないように見受けられます。0AB-J IP電話に関しても、より詳細な評価を行うことが必要であり、今回個別の評価が行われていない理由を明確にすべきであると考えます。</li> </ul> <p style="text-align: right;">【ソフトバンクBB株式会社】 【BBテクノロジー株式会社】 【日本テレコム株式会社】 【BBモバイル株式会社】 【ボーダフォン株式会社】</p>	
<b>2-2 インターネット接続市場との関係</b>			
<b>2-2-1 固定電話(加入部分)とADSL</b>			
7~8		<p>【総務省案】</p> <p>その結果、事業者選好に一定の傾向が見出された。すなわち、固定電話でNTT東西を利用しているユーザは、ADSLでもNTT東西を利用している比率が比較的高い(36.0%)。しかし、逆に固定電話でNTT東西以外を利用しているユーザは、NTT東西を利用している比率は16.7%にとどまる。</p> <p>(中略)</p> <p>その結果、事業者選好に一定の傾向が見出された。固定電話でNTT東西を利用しているユーザは、ISPでもNTTグループを利用している比率が比較的高い(19.4%)。しかし、逆に固定電話でNTT東西以外を利用しているユーザは、NTT</p>	

		<p>系のISPを利用している比率が非常に低い(4.7%)。</p> <p><b>【意見】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「事業者選好に一定の傾向が見出された」と記述されておりますが、固定電話でNTT東西を利用しているユーザがADSLでもNTT東西を利用している比率(36.0%)は、全体の比率(34.8%)とほとんど変わりません。また、ISPでもNTTグループを利用している比率(19.4%)も全体の比率(18.4%)とほとんど変わりません。</li> <li>・一方、固定電話でNTT東西以外を利用しているユーザがNTTグループのADSLやISPを利用している比率は「非常に低い」と記述されておりますが、そもそも他事業者の直収電話の場合は、サービス構成上自社系列のADSLやISPしか選択できません。(NTTグループのADSLやISPは現実には選択できないため、理論的には利用比率はゼロとなるはずです。)</li> <li>・つまり、NTT東西の固定電話は多数のADSLやISPに対応しているため、お客様の選択が可能ですが、他事業者の直収電話は選択の余地がないことから、この比較をもって事業者選考に一定の傾向があると判断することはできないと考えます。</li> </ul> <p style="text-align: right;"><b>【東日本電信電話株式会社】</b></p>	
7~8		<p><b>【総務省案】</b></p> <p>2-2-1 固定電話(加入部分)とADSL</p> <p>[中略]</p> <p>その結果、事業者選好に一定の傾向が見出された。すなわち、固定電話でNTT東西を利用しているユーザは、ADSLでもNTT東西を利用している比率が比較的高い(36.0%)。しかし、逆に固定電話でNTT東西以外を利用しているユーザは、NTT東西を利用している比率は16.7%にとどまる。NTT東西以外を利用しているユーザは、固定電話で利用している事業者又はその系列のADSL事業者を選択する傾向が強いと考えられる。</p>	

		<p>〔中 略〕</p> <p>その結果、事業者選好に一定の傾向が見出された。固定電話でNTT東西を利用しているユーザは、ISPでもNTTグループを利用している比率が比較的高い(19.4%)。しかし、逆に固定電話でNTT東西以外を利用しているユーザは、NTT系のISPを利用している比率が非常に低い(4.7%)。ADSLと同様、NTT東西以外を利用しているユーザは、固定電話で利用している事業者又はその系列のISPを選択する傾向が強いと考えられる。</p> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 図2-2-1①及び図2-2-1②において、固定電話でNTT東西を利用しているユーザは、ADSL及びISPについてソフトバンクBB殿を選択しているユーザが最も多く(それぞれ40.1%、22.7%)、虚心坦懐に見るならば、「固定電話でNTT東西を利用しているユーザは、ソフトバンクBB殿のADSL及びISPを選択する傾向が強い」と分析されることが自然と考えます。</li> </ul> <p style="text-align: right;">【西日本電信電話株式会社】</p>	
<b>2-2-3 ADSL と ISP</b>			
12		<p>【総務省案】</p> <p>図2-2-3①は、ADSLの利用者に対し、ADSLとISPのそれぞれの事業者選好を尋ねた結果を示したものである。なお、ADSLは5区分の選択肢(NTT東西、ソフトバンクBB、イー・アクセス、アッカ・ネットワークス、その他)、ISPは7区分の選択肢(NTTグループ、BIGLOBE、DION、@nifty、so-net、Yahoo!BB、その他)とした。</p> <p>この両者の関係は、ADSL事業者の事業戦略が明確に現れる結果となった。ソフトバンクBBのADSLを選択した場合は必ず自社のISPを選択する形(ソフトバンクBB利用者の100%がYahoo!BBを選択)となるが、NTT東西やイー・アクセス、アッカ・ネットワークスのADSLの場合はISPの選択が原則自由に行える。ただし、後者の場合にも、事業者間の提携等を反映した割引料金や営業戦略</p>	

		<p>により、一定の事業者選好のパターンを示している。例えば、NTT東西のADSL利用者の43.5%がNTTグループのISPを選択しているが、NTTコミュニケーションズと資本関係のあるアッカ・ネットワークスのADSL利用者も34.7%がNTTグループのISPを選んでいる。</p> <p><u>ADSLへの加入時には、利用者が販促キャンペーン等を利用してADSLとISPをセットで選択することが一般的であり、その後にISPを変更することもあるものの、加入時のサービス選択が利用者の事業者選好パターンに影響しているものと考えられる。</u></p> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 弊社のADSLは多数のISPに対応しているため、消費者の選好を測ることが可能ですが、ソフトバンクBB殿はISPの選択ができず、イー・アクセス殿やアッカ・ネットワークス殿等もISPの選択の範囲は当社に比べて制約があるため、同列での比較はできないと考えます。</li> <li>・ また、「ISPを変更することもあるものの、加入時のサービス選択が利用者の事業者選好パターンに影響している」との記述がありますが、お客様にとってはISPの変更はメールアドレスの変更を伴うため、むしろADSL事業者を変更の方が心理的な抵抗は少ないとも考えられます。(販促キャンペーンは、新規加入の時だけでなく、事業者変更の際にも適用されるため、料金面でのスイッチングコストも高くありません。)ご指摘の記述を裏付ける理由についてご教示いただきたいと思います。</li> </ul> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	
<b>2-2-4 固定電話市場とインターネット接続市場</b>			
13		<p>【総務省案】</p> <p>以上、固定電話とADSL(ISP含む)の事業者選択に関する消費者選択に関する消費者選好を分析した。<u>ADSLとISPの関係は、サービス構成上、同一の事業者を選択する傾向が強くなるのは当然だろう。しかし、固定電話とADSL、固定電</u></p>	<p>※ 2-2-1(P7)の意見と同意見</p>

	<p><u>話とISPの関係においても、サービス上必ずしも必然的な関係はないにも係らず、同一の事業者・グループを選択する傾向が得られた。</u></p> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ NTT東西の固定電話は多数のADSLやISPに対応しているため、お客様の選択が可能ですが、他事業者の直収電話は選択の余地がないことから、この比較をもって事業者選考に一定の傾向があると判断することはできないと考えます。</li> <li>・ また、「ADSLとISPの関係は、サービスの構成上、同一の事業者を選択する傾向が強くなるのは当然」との記述がありますが、これはソフトバンク殿のADSLについて言えることで、弊社のADSLのように多数のISPに対応しているケースにはあてはまりません。</li> </ul> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	
13	<p>【総務省案】</p> <p><u>しかし、固定電話とADSLや、固定電話とISPの事業者選択に相関が働く傾向があるとすれば、固定電話で90%のシェアを超える既存事業者に対し、ADSL市場での競争において有利に働く可能性は否定できない。</u></p> <p>日本のADSLサービスは、世界でも最も進んだアンバンドリング規制が採用された結果、活発な競争が展開され、既存事業者のシェアは世界で最も低水準にある(図表2-2-4①)。しかし、<u>近年では、ADSLやISPにおけるNTTグループのシェアが年々上昇し、ADSLで競争の牽引役を果たしたソフトバンクBBのシェアが低下する傾向にある。したがって、本分析で示唆された消費者選好のパターンが、事業者間の有効な競争から生じたものではなく、NTT東西の固定電話における市場支配力を梃子としてADSL市場での競争に利用しようとする企業行動から生じているのではないかという観点から、固定電話市場とADSL市場との相互関係をISPも考慮に入れつつ詳細に観察していくことが必要である。具体的には、NTT東西による両市場にまたがる共同営業の排除や適正な会計分離の徹底等</u></p>	

		<p><u>について、注視を続ける必要がある。</u></p> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 2-2-1(2-7~8頁)及び2-2-3(2-12頁)に対する意見で述べたとおり、固定電話・ADSL・ISPの選択にあたって、サービス構成上大きな制約があるのは他事業者のサービスの場合です。弊社の固定電話・ADSLの場合は、多数のADSL・ISPの中から選択することが可能であり、このことがお客様に支持されているものと考えます。</li> <li>・ また、競争評価にあたっては、高いシェア自体を問題視するのではなく、その理由がネットワークのオープン化等が行われていないことによって生じているものなのか、各事業者の営業努力の結果であるのか等、定性的な要因について十分に分析を行っていただきたいと考えます。</li> </ul> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	
<b>2-3 移動体通信市場との関係</b>			
<b>2-3-1 固定電話（加入部分）と携帯電話・PHS</b>			
14		<p>【総務省案】</p> <p><u>その結果、固定電話でNTT東西を利用しているユーザは、携帯電話・PHSでNTTドコモを選択する比率が高く(46.5%)、同様にKDDIを利用しているユーザは、auを選択する比率が高い(50.0%)。したがって、固定電話と携帯電話・PHSの事業者選好には一定の傾向が見出されると言える。</u></p> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「事業者選好には一定の傾向が見出される」「一定の相関が存在する」と記述されておりますが、固定電話でNTT東西を利用しているユーザが携帯・PHSでドコモを利用している比率(46.5%)は全体の比率(45.0%)とほとんど変わりません。</li> </ul> <p>したがって、この調査結果だけで「事業者選好には一定の傾向が見出される」と</p>	

		<p>判断することはできないと考えます。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>また、仮にKDDI殿(固定電話と携帯電話を1社で提供している)の場合に、「相関が高い」と言えるとしても、NTTグループの場合にはそれぞれ別会社として事業運営を行っており、また、他の事業者を公平に取り扱っていることから、KDDI殿の事例をもってNTTグループにもそれがあてはまると判断するのは、論理の飛躍があると考えます。</li> </ul> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	
<b>2-3-3 インターネット接続と携帯電話・PHS</b>			
18		<p>【総務省案】</p> <p>その結果、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(FTTH、ADSL及びISDN)は、携帯電話・PHSでもNTTドコモを選択している比率が比較的高いことが認められる。ここでも、異なるサービス間での消費者選好に一定の相関が存在することが伺える結果となった。</p> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>インターネット接続でNTTグループを選択している場合の比率は、FTTH(53.8%)、ADSL(48.4%)、ISDN(51.6%)と全体の比率(46.0%)とあまり変わらず、むしろDU(36.7%)の場合は、非常に低くなっています。</li> </ul> <p>したがって、この調査結果だけで「事業者選好には一定の傾向が見出される」と判断することはできないと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	※ 2-3-1(P14)の意見と同意見
<b>2-3-4 固定電話市場と移動体通信市場</b>			
19		<p>【総務省案】</p> <p>固定電話の事業者選択について、加入部分でも中継電話の通話部分でも、携帯電話・PHSの事業者選択と同一の事業者・グループを選択する傾向が強くなった。</p> <p>(中略)しかし、固定電話と携帯電話・PHSの事業者選択に相関が働く傾向が</p>	

あるとすれば、固定・移動の両市場で事業を行う事業者・グループにとって、固定電話で圧倒的に大きなシェアを有することが、携帯電話・PHS市場での競争において有利に働く可能性は否定できない。また、携帯電話・PHS市場で大きなシェアを有することが、固定電話市場での競争にさらに有利に働く可能性もある。

また、携帯電話・PHS市場とインターネット市場との間でも、事業者選択に相関が見られたため、インターネット接続市場に対して、固定電話市場と携帯電話・PHS市場の双方から市場支配力に基づく何らかの影響が及ぶ可能性もある。

(中略)このような変化の中で、固定電話市場と移動体通信市場はもちろん、インターネット接続市場も含めた3つの隣接市場間での関係を継続的に分析しつつ、一つの市場での市場支配力を梃子として、他の市場での競争に乱用しようとする企業行動を監視していくことが必要である。特にNTTグループは固定電話市場で9割を超える圧倒的なシェアを持つと同時に、携帯電話市場でも5割超、インターネット接続市場でもADSL市場で約4割、FTTH市場で約6割のシェアを有しており、固定電話市場を源泉とする市場支配力のみならず、その他の市場を源泉とする市場支配力についても注視すべきである。

**【意見】**

- ・ 2-2-1(2-7~8頁)及び2-3-1(2-14頁)などに対する意見で述べたとおり、この調査結果だけで「相関が働く傾向がある」とは判断できないと考えます。
- ・ また、弊社は第一種指定電気通信設備を設置する事業者として、ネットワークのオープン化に努めるとともに他の事業者を公平に取り扱っております。
- ・ 競争評価にあたっては、高いシェア自体を問題視するのではなく、その理由がネットワークのオープン化等が行われていないことによって生じているものなのか、各事業者の営業努力の結果であるのか等、定性的な要因について十分に分析を行っていただきたいと考えます。

**【東日本電信電話株式会社】**

19		<p>【総務省案】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・特に、NTTグループは、固定電話市場で9割を超える圧倒的なシェアをもつと同時に、携帯電話市場でも5割超、インターネット接続市場でもADSL市場で約4割、FTTH市場で約6割のシェアを有しており、固定電話市場を源泉とする市場支配力のみならず、その他の市場を源泉とする市場支配力についても注視すべきである。</li> </ul> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 総務省殿の見解に賛同します。尚、今後、固定電話市場と隣接市場との相関関係を注視していく際には、IP化への移行を踏まえた上で、NTTグループのボトルネック性、ドミナント性を念頭においていただく必要があると考えます。</li> <li>・ 具体的には、NTTグループの次世代ネットワーク(NGN)の構築の際の、NTT東西とNTTドコモとの連携や、NTT東西が既存網における市場支配力やボトルネック性を維持したままNGNへの移行を行うこと等が該当するものと考えます。</li> <li>・ 更に、県内/県間、東日本/西日本、固定/移動のIPベースのシームレスなサービスの提供をNGNのネットワーク構築にて実現することがNTTグループの中期経営戦略において計画されており、これについてもNTT東西とNTTドコモの連携等に関して留意することが必要であると考えます。</li> </ul> <p style="text-align: right;">【ソフトバンクBB株式会社】 【BBテクノロジー株式会社】 【日本テレコム株式会社】 【BBモバイル株式会社】 【ボーダフォン株式会社】</p>	<p>※ 2-1-1(P2)、2-3-4(P19)、 2-4(P21)の意見と同意見</p>
<b>2-4 固定電話市場と隣接市場との相互依存関係に関する評価</b>			
20	要約	<p>【総務省案】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・固定電話市場での事業者選好と移動体市場での事業者選好にも、一定の相関が存在。</li> </ul>	

		<p><b>【意見】</b></p> <p><u>固定電話市場支配力と隣接市場の間で相関関係が認められたことに対し、原因の分析が必要と考えます。ボトルネック設備だけでなく、NTTグループのブランド力などが競争に及ぼす影響についても検証すべきと考えます。</u></p> <p>【イー・アクセス株式会社】</p>	
20	(1)	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>(1) <u>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。</u></p> <p>(中略)これらの消費者のサービス選択パターンは、企業ブランド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、固定電話市場で不可欠設備を保有するNTT東西のシェアが圧倒的となるため、<u>固定電話市場における市場支配力を梃子として、隣接市場であるインターネット接続市場で利用する可能性について、注視していくことが必要である。(例えば、116番号によるFTTH等の新規サービス受付等の営業活動の抑制など、固定電話市場と隣接市場との間での情報、会計等に関するファイヤウォールの徹底を図ること等が挙げられる。)</u></p> <p><b>【意見】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 2-2-1(2-7~8頁)及び2-3-1(2-14頁)などに対する意見で述べたとおり、この調査結果だけで「一定の相関がある」とは判断できないと考えます。</li> <li>・ ブロードバンド市場で弊社のシェアが伸びているのは、①積極的な設備投資によるサービスエリアの拡大、②多数のISPや放送サービスに対応しており、お客様の選択肢が豊富、③多種多様な新サービスの投入、④回線開通工事期間の短縮などお客様サービスの改善、等の施策がお客様に支持されている結果であると考えます。</li> <li>・ また、弊社は第一種指定電気通信設備を設置する事業者として、ネットワークのオープン化に努めるとともに他の事業者を公平に取り扱っております。</li> </ul>	

		<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 競争評価にあたっては、高いシェア自体を問題視するのではなく、その理由がネットワークのオープン化等が行われていないことによって生じているものなのか、各事業者の営業努力の結果であるのか等、定性的な要因について十分に分析を行っていただきたいと考えます。</li> <li>・ なお、仮に市場支配力の隣接市場への影響を「注視していく」としても、そのことから、「例えば、116番号によるFTTH等の新規サービス受付等の営業活動の抑制など、固定電話市場と隣接市場との間での情報、会計等に関するファイヤウォールの徹底を図ること等が挙げられる」といった新たな行為規制を導くのは論理の飛躍であり、また、お客様利便やサービス向上の観点から問題が大きいため、記述は削除していただきたいと考えます。</li> </ul> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	
20	(1)	<p>【総務省案】</p> <p>(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。</p> <p>〔中 略〕</p> <p>これらの消費者のサービス選択パターンは、企業ブランド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、<u>固定電話市場で不可欠設備を保有するNTT東西のシェアが圧倒的であるため、固定電話市場における市場支配力を梃子として、隣接市場であるインターネット接続市場で利用する可能性について、注視していくことが必要である。</u>(例えば、116番号によるFTTH等の新規サービス受付等の営業活動の抑制など、固定電話市場と隣接市場との間での情報、会計等に関するファイヤウォールの徹底を図ること等が挙げられる。</p> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 弊社は固定電話に係るメタルの加入者設備を保有しているが、この不可欠設備を保有することによる弊害を除去し、公正な競争環境を整備するため、電気通信事業法の厳格な第一種指定電気通信設備制度による接続規制を及び禁</li> </ul>	

		<p>止行為が適用されており、市場支配力を行使することができない状況となっています。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>このような状況の中で、評価(案)は固定電話市場における市場支配力を梃子として隣接市場で利用する可能性が高いとの前提に立って、「固定電話市場における市場支配力を梃子として隣接市場で利用する可能性について注視していくことが必要である」と言及していますが、このような記載は、あたかも弊社が不法行為を行っているかのような誤解を与えかねず、また、企業イメージを損なうことにもなりかねないので、適切な表現に修正していただきたいと考えます。</li> </ul> <p>さらに、その内容は詳らかではないが、「固定電話市場と隣接市場であるインターネット市場との間で情報及び会計等に関するファイアーウォールの徹底を図る」との例示を行い、現行法の規制を上回る規制強化を示唆することは、競争評価の枠組みを超えるものであり、このような例示は削除していただきたいと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【西日本電信電話株式会社】</p>	
20	(1)	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>(1)～固定電話市場で不可欠設備を保有するNTT東西のシェアが圧倒的であるため、固定電話市場における市場支配力を梃子として、隣接市場であるインターネット接続市場で利用する可能性について、注視していくことが必要である。(例えば、116番号によるFTTH等の新規サービス受付等の営業活動の抑制など、固定電話市場と隣接市場との間での情報、会計等に関するファイヤウォールの徹底を図ること等が挙げられる。)</p> <p><b>【意見】</b></p> <p>第2章 2-4(1)につきまして、本内容を平成17年度評価案に明確に記述して頂いたことについて、御礼申し上げますと共に強く賛同致します。弊社としましては、公正な競争環境を継続して維持する為にも本内容の評価は非常に重要な要素と考えております。</p>	

		<p>よって、「固定電話市場における市場支配力を梃子として、隣接市場であるインターネット接続市場」で利用していないかについては、継続して貴省にて注視して頂くと共に、「固定電話市場における市場支配力」の濫用や「両市場にまたがる共同営業」を監視、防止するため、また両市場間の「情報、会計等に関するファイヤウォール」を徹底するために、より有効に競争評価が機能するよう、NTT東西殿による活用業務認可条件の遵守状況を監視または確実に担保する仕組みの制度化等について政策提言して頂きますよう要望します。</p> <p style="text-align: right;">【株式会社ケイ・オプティコム】</p>	
20	(1)	<p><b>総務省案</b></p> <p>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、<u>一定の相関が存在。</u></p> <p>&lt;略&gt;…<u>これらの消費者のサービス選択パターンは、企業ブランド等も反映した結果であり、競争上直ちに問題となるわけではないが、固定電話市場で不可欠設備を保有するNTT東西のシェアが圧倒的であるため、固定電話市場における市場支配力を梃子として、隣接市場であるインターネット接続市場で利用する可能性について、注視していくことが必要である。</u></p>	
21	(2)	<p>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、<u>一定の相関が存在。</u></p> <p>&lt;略&gt;…<u>これらの消費者のサービス選考パターンは、企業ブランド等も反映した結果であり、競争上直ちに問題となるわけではないが、NTTグループは固定電話市場で9割超、携帯電話市場で過半のシェアを有しているため、また固定電話サービスの不可欠設備としての第一種指定電気通信設備や、これに準ずる移動体通信サービスの第二種指定電気通信設備を保有していることから、市場支配力の隣接市場への影響や複数事業者による共同支配力について注視することが必要である(例えば、NTT東西とNTTドコモの共同営業の禁止等が挙げられる)。</u></p>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">例 1</div>

21	(3)	<p>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必要以上に高まることによって、消費者利益が逆に低下する可能性もあるため、市場の競争環境を注意深く把握し、適切な競争政策の整備・運用を検討していくことが必要となるだろう(例えば、<u>自らのグループのみならず、他の事業者やグループによるサービスのバンドル化に対する応諾義務を課すこと等</u>が挙げられる)</p> <div data-bbox="1167 379 1317 448" style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block; margin-left: 400px;">例 2</div> <p><b>意見 1</b></p> <p>固定電話市場におけるNTT東・西の圧倒的シェアと隣接市場でのお客様による事業者選好には、強い相関関係がある。固定電話市場における市場支配力が隣接市場で梃子として利用されている。(非価格競争力であるブランド力等)</p> <p>(例)NTT東・西とNTTドコモの連携、NTT東・西とぷららネットワークスの連携</p> <p><b>【理由】</b></p> <p>インターネット接続市場は、ダイヤルアップ接続から始まり、ADSL、FTTHへとブロードバンド化が進展。ダイヤルアップ接続全盛の時代、NTT東・西の固定電話市場での市場支配力が、そのままインターネット接続市場での市場支配力となっていた。ADSLの出現・普及により、一時的にはNTT東・西のインターネット接続市場における支配力が低減したが、メタル回線から光ファイバへのリプレースが進むに従い、固定電話市場での優位性とFTTHでの事業者選好との相関関係が改めて強化されつつある。また、携帯電話市場での事業者選好においても、固定電話での圧倒的なNTTブランドがNTTドコモの選好に影響を及ぼしていると考えられる。このため、固定電話市場における市場支配力が、隣接市場で梃子として利用されている。</p> <p><b>意見 2</b></p> <p>それぞれ約94%及び約56%のシェアを有するドミナント事業者である「NTT東・</p>	
----	-----	---	--

		<p>西」と「NTTドコモ」の統合サービスについては、競争をさらに制限するものであり、お客様の利便を低下させるものとして容認できない。</p> <p><b>【理由】</b>  各事業者が行う統合サービスは原則として自由。ただし、それぞれドミナント事業者であるNTT東・西とNTTドコモによる統合サービス展開は、有効な競争を排除することによって、結果的にお客様の利便性を低下させることになるため、認められるべきではない。報告書案には、当該統合サービスで付すべき条件が例示（P. 7 例1／例2）されているが、他グループとの差別化を図るといふ統合サービスの意義を考えると、NTTグループ各社が自らのグループと他グループを真に同等に取り扱うことは想定し難い。</p> <p style="text-align: right;"><b>【KDDI株式会社】</b></p>	
21	(2)	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>(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。</p> <p>（中略）これらの消費者のサービス選択パターンは、企業ブランド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、NTTグループは固定電話市場で9割超、携帯電話市場で過半の市場シェアを有しているため、また固定電話サービスの不可欠設備としての第一種指定電気通信設備や、これに準ずる移動体通信サービスの第二種指定電気通信設備を保有していることから、市場支配力の隣接市場への影響や複数事業者による共同支配力について注視することが必要である。（例えば、NTT東西とNTTドコモとの共同営業の禁止等が挙げられる。）。</p>	
21	(3)	<p>(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  同様に、通信サービスの利用者に対するアンケート調査の分析を、インターネット接続市場と移動体通信市場との相互関係に適用したところ、この両市場の間</p>	

でも同様の傾向が認められた。したがって、3つの市場の間において、異なる市場間での同一の事業者・グループを選好する傾向は、通信サービスにおいてはある程度一般的に認められるものと考えられる。

(中略)FTTHへの移行やFMC、トリプルプレー等の進展に伴い、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依存関係がさらに密接になることが予想されるため、この関係を精緻に分析し、固定電話市場における市場支配力の濫用の可能性や、複数事業者による共同支配力の有無を監視していくことが重要となる。

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必要以上に高まることによって、消費者利益が逆に低下する可能性もあるため、市場の競争環境を注意深く把握し、適切な競争政策の整備・運用を検討していくことが必要となるだろう(例えば、自らのグループのみならず、他の事業者やグループによるサービスのバンドル化に対する応諾義務を課すこと等が挙げられる。)

**【意見】**

- ・ 2-2-1(2-7~8頁)及び2-3-1(2-14頁)などに対する意見で述べたとおり、この調査結果だけで「一定の相関がある」とは判断できないと考えます。
- ・ 弊社とNTTドコモは、それぞれネットワークのオープン化に努めるとともに、他の事業者を公平に取り扱っており、ご指摘のような懸念(市場支配力を隣接市場に利用する等)はないものと考えます。
- ・ なお、仮に市場支配力の隣接市場への影響を「注視していく」としても、そのことから、「例えば、NTT東西とNTTドコモとの共同営業の禁止等が挙げられる」や「例えば、自らのグループのみならず、他の事業者やグループによるサービスのバンドル化に対する応諾義務を課すこと等が挙げられる」といった新たな行為規制を導くのは論理の飛躍であり、また、お客様利便やサービス向上の観点から問題が大きいと、記述は削除していただきたいと考えます。

		【東日本電信電話株式会社】
21	(2)	<p>【総務省案】</p> <p>(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。</p> <p>〔中 略〕</p> <p>これらの消費者のサービス選択パターンは、企業ブランド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、<u>NTTグループは固定電話市場で9割超、携帯電話市場で過半の市場シェアを有しているため、また固定電話サービスの不可欠設備としての第一種指定電気通信設備や、これに準ずる移動体通信サービスの第二種指定電気通信設備を保有していることから、市場支配力の隣接市場への影響や複数事業者による共同支配力について注視することが必要である(例えば、NTT東西とNTTドコモとの共同営業の禁止等が挙げられる。)</u>。</p> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 弊社は固定電話に係るメタルの加入者設備を保有しているが、この不可欠設備を保有していることによる弊害を除去し、公正な競争環境を整備するため、電気通信事業法の厳格な第一種指定電気通信設備制度による禁止行為規制を受けており、特定の事業者のみ不当に特恵的に扱う若しくは不当に不利に扱うなどの行為を禁止されています。</li> <li>・ したがって、ドコモ殿と他事業者を公平に取り扱う限りにおいて、NTTドコモ殿との共同営業も制度上可能というべきであり、仮に弊社とNTTドコモ殿だけが共同営業を禁止された場合は、お客様利便やサービスの向上の観点から問題であると考えます。</li> <li>・ また、評価(案)は市場支配力の隣接市場へ影響や複数事業者による共同支配力が行使される可能性が高い、との前提に立って、「市場支配力の隣接市場へ影響や複数事業者による共同支配力に注視することが必要である」と言及していますが、このような記載は、あたかも弊社が不法行為を行っているかのような</li> </ul>

		<p>誤解を与えかねず、また、企業イメージを損なうことにもなりかねないので、適切な表現に修正していただきたいと考えます。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>さらに、その内容は詳らかではないが、「NTT東西とNTTドコモとの共同営業の禁止」との例示を行い、現行法の規制を上回る規制強化を示唆することは、競争評価の枠組みを超えるものであり、このような例示は削除していただきたいと考えます。</li> </ul> <p style="text-align: right;">【西日本電信電話株式会社】</p>	
21	(2)	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>(2)～NTTグループは固定電話市場で9割超、携帯電話市場で過半の市場シェアを有しているため、また固定電話サービスの不可欠設備としての第一種指定電気通信設備や、これに準ずる移動体通信サービスの第二種指定電気通信設備を保有していることから、市場支配力の隣接市場への影響や複数事業者による共同支配力について注視することが必要である(例えば、NTT東西とNTTドコモとの共同営業の禁止等が挙げられる。)</p> <p><b>【意見】</b></p> <p>第2章 2-4(2)につきまして、本内容を平成17年度評価案に明確に記述して頂いたことについて、御礼申し上げますと共に強く賛同致します。弊社としましては、公正な競争環境を継続して維持する為にも本内容の評価は非常に重要な要素と考えております。</p> <p>よって、「市場支配力の隣接市場への影響」について、継続して貴省にて注視して頂くと共に、「複数事業者による共同支配力」が行使されていないか、またNTT東西殿とNTTドコモ殿による市場支配力を有する事業者同士の不当な営業行為が為されていないか等について、より有効に競争評価が機能するよう、これらを監視、防止する制度を政策提言して頂きますよう要望します。</p> <p style="text-align: right;">【株式会社ケイ・オプティコム】</p>	

【総務省案】

これらの消費者のサービス選択パターンは、企業ブランド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、NTTグループは固定電話市場で9割超、携帯電話市場で過半の市場シェアを有しているため、また固定電話サービスの不可欠設備としての第一種指定電気通信設備や、これに準ずる移動体通信サービスの第二種指定電気通信設備を保有していることから、市場支配力の隣接市場への影響や複数事業者による共同支配力について注視することが必要である（例えば、NTT東西とNTTドコモとの共同営業の禁止等が挙げられる。）。

【意見】

- ・「また固定電話サービスの不可欠設備としての第一種指定電気通信設備や、これに準ずる移動体通信サービスの第二種指定電気通信設備」とありますが、第二種指定電気通信設備の概念は設備の不可欠性に着目されて導入されたものではなく、「移動体通信事業者の設備は不可欠設備とはいえない」（「接続ルールの見直しについて」の第一次答申：H12/12/21）とされていることから、不可欠性を理由とした第一種指定電気通信設備と同様の性質のものとして扱うことは不適當であるため、記載を削除すべきと考えます。
- ・「共同支配力」とありますが、「共同支配力」とは何かをこれまでに定義しておらず、また今回の評価でも明らかになっていませんが、評価の段階になって基本方針・実施細目に示されていない新しい概念を導入することは客観性・透明性に欠ける評価であり不適切であるため、共同支配力に関する記載を削除すべきと考えます。
- ・また、市場支配力の隣接市場への影響を注視するとしても「NTT東西とNTTドコモとの共同営業の禁止等」といった行為規制が「注視する」から導かれるのは

		論理に飛躍があることから、記載を削除すべきと考えます。 【株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ】	
21	(2)	<p>【総務省案】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>NTTグループは固定電話市場で9割超、携帯電話市場で過半の市場シェアを有しているため、また固定電話サービスの不可欠設備としての第一種指定電気通信設備や、これに準ずる移動体通信サービスの第二種指定電気通信設備を保有していることから、市場支配力の隣接市場への影響や複数事業者による共同支配力について注視することが必要である(例えば、NTT東西とNTTドコモとの共同営業の禁止等が挙げられる。)</li> </ul> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>総務省殿の見解に賛同します。尚、今後、固定電話市場と隣接市場との相関関係を注視していく際には、IP化への移行を踏まえた上で、NTTグループのボトルネック性、ドミナント性を念頭においていただく必要があると考えます。</li> <li>具体的には、NTTグループの次世代ネットワーク(NGN)の構築の際の、NTT東西とNTTドコモとの連携や、NTT東西が既存網における市場支配力やボトルネック性を維持したままNGNへの移行を行うこと等が該当するものと考えます。</li> <li>更に、県内/県間、東日本/西日本、固定/移動のIPベースのシームレスなサービスの提供をNGNのネットワーク構築にて実現することがNTTグループの中期経営戦略において計画されており、これについてもNTT東西とNTTドコモの連携等に関して留意することが必要であると考えます。</li> </ul> <p>【ソフトバンクBB株式会社】 【BBテクノロジー株式会社】 【日本テレコム株式会社】 【BBモバイル株式会社】 【ボーダフォン株式会社】</p>	※ 2-1-1(P2)、2-3-4(P19)、 2-4(P21)と同意見
21	(3)	<p>【総務省案】</p> <p>(3)～FTTHへの移行やFMC、トリプルプレー等の進展に伴い、固定電話市場、イ</p>	

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依存関係がさらに密接になることが予想されるため、この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や、複数事業者による共同支配力の有無を監視していくことが重要となる。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必要以上に高まることによって、消費者利益が逆に低下する可能性もあるため、市場の競争環境を注意深く把握し、適切な競争政策の整備・運用を検討していくことが必要となるだろう(例えば、自らのグループのみならず、他の事業者やグループによるサービスのバンドル化に対する応諾義務を課すこと等が挙げられる。)

**【意見】**

第2章 2-4(3)につきまして、本内容を平成17年度評価案に明確に記述して頂いたことについて、御礼申し上げますと共に強く賛同致します。弊社としましては、公正な競争環境を継続して維持する為にも本内容の評価は非常に重要な要素と考えております。

特に、NTTグループ殿の中期経営戦略では、NTT東西殿とNTTドコモ殿による次世代ネットワークの構築を表明されていますが、この一体運営により、本当に公正競争が確保されるのかが非常に懸念されます。

よって、インターネット接続市場に対して、固定電話市場と移動体市場の双方から市場支配力の影響が及ぶ可能性や、NTTグループが様々な市場で概ね過半数以上のシェアを有しており、固定電話市場だけではなく、その他の市場の市場支配力の影響力についても注視が必要なことから、FMCの進展等に伴うNTTグループによる市場の共同支配を防止する為にも、本文でも御指摘して頂いた通り「複数事業者による共同支配力の有無」や「同一の事業者・グループによる囲い込み(ロックイン)」、「他の事業者やグループによるサービスのバンドル化に対する応諾義務を課すこと」等について、継続して「適切な競争政策の整備・運用を検討」して頂くと共に、これらを制度化する等の政策提言を実施して頂きますよう要

		望します。	
		【株式会社ケイ・オプティコム】	
(3)	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>FTTHへの移行やFMC、トリプルプレー等の進展に伴い、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依存関係がさらに密接になることが予想されるため、この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や、複数事業者による共同支配力の有無を監視していくことが重要となる。</p> <p>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必要以上に高まることによって、消費者利益が逆に低下する可能性もあるため、市場の競争環境を注意深く把握し、適切な競争政策の整備・運用を検討していくことが必要となるだろう(例えば、自らのグループのみならず、他の事業者やグループによるサービスのバンドル化に対する応諾義務を課すこと等が挙げられる。)</p> <p><b>【意見】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「複数事業者による共同支配力」とありますが、「共同支配力」とは何かをこれまでに定義しておらず、また今回の評価でも明らかになっていませんが、評価の段階になって基本方針・実施細目に示されていない新しい概念を導入することは客観性・透明性に欠ける評価であり不適切であるため、共同支配力に関する記載を削除すべきと考えます。</li> <li>・「固定電話における市場支配力の濫用の可能性や、複数事業者による共同支配力の有無を監視していくことが重要となる。」「適切な競争政策の整備・運用を検討していくことが必要となるだろう(例えば、自らのグループのみならず、他の事業者やグループによるサービスのバンドル化に対する応諾義務を課すこと等が挙げられる。)」とありますが、仮に固定電話における市場支配力の濫用の</li> </ul>		

		<p>可能性を監視するとしても、「監視」することはあくまで競争状況を評価することであるにもかかわらず、「応諾義務を課すこと等」といった行為規制が「監視」するから導かれるのは論理に飛躍があることから、記載を削除すべきと考えます。</p> <p>【株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ】</p>	
21	(3)	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>FTTHへの移行やFMC、トリプルプレー等の進展に伴い、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依存関係がさらに密接になることが予想されるため、この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や、複数事業者による共同支配力の有無を監視していくことが重要となる。</p> <p><b>【意見】</b></p> <p>FTTHへの移行やFMC、トリプルプレー等の進展に伴い、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依存関係がさらに密接になることが予想されるため、この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や、複数事業者による共同支配力の有無を監視していくことが重要となる。</p> <p>これら3市場を含む通信市場の水平展開が予想されると同時に、通信、機器、プラットフォーム、アプリケーションを含む垂直統合市場の展開が予想される。この時、固定電話あるいは移動体通信における市場支配が、他のレイヤーにおける市場支配につながらないように監視していくことが重要となる。</p> <p>【村上 裕康(個人)】</p>	

【第2編】

第3章 インターネット接続領域の市場分析

頁	段落	意見	総務省の考え方
<b>3-2 ADSL市場の主要指標の分析</b>			
<b>3-2-2 競争状況の分析</b>			
<b>3-2-2-3 契約回線数の事業者別シェア</b>			
25	(3)	<p>【総務省案】</p> <p>(3)主要国との比較</p> <p>図表3-2-2-3④には、主要国のADSL市場のシェアを示した。諸外国では加入者回線を保有する既存事業者のシェアが日本に比べ総じて高い様子が見て取れる。</p> <p>【意見】</p> <p>ADSLやCATVと同様、FTTHについても諸外国との比較について記述していただきたいと考えます。具体的には、「諸外国ではまだ殆ど提供されていないが、日本では設備を含めて激しい競争が展開されており、その結果FTTHサービスが最も普及している」旨の記述をしていただきたいと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	
<b>3-2-3 2005年度の競争状況の評価</b>			
30	(3)①	<p>【総務省案】</p> <p>(3)市場支配力の存在</p> <p>①NTT東西は単独で市場支配力を行使しうる地位にある</p> <p>(中略)</p>	
30	(4)①	<p>(4)市場支配力の行使</p>	

31	(5)	<p><u>①NTT東西は単独で市場支配力を行使する可能性は低い</u> (中略)</p> <p>(5)今後の注視事項</p> <p>昨年度以降、ADSL市場の成長は減速し、2005年度においては、その傾向が顕著となった。<u>ADSLやCATVインターネットからのFTTHへの移行が本格化する中で競争環境の変化に注視する必要がある。</u></p> <p><u>今後、ADSLの契約回線数は全体として純減に転じることが予想され、その状況下で競争優位にある特定事業者のシェアが急激に高まる可能性があり、注意を要する。</u>ソフトバンクBBをはじめとするADSLの顧客獲得キャンペーンにも一時的勢いはなく、市場が成熟する中で、暗黙の協調など複数の事業者による価格面等での協調的行動が発生する可能性もある。また、<u>FTTHへの移行に伴い、現行のADSLサービスの内容や品質の低下等によって消費者利益が減少する懸念にも注視する必要がある。</u></p> <p>さらには、<u>ADSLからFTTHへの移行が本格化している状況において、FTTHとADSLの両サービスを提供している事業者については、各市場における市場支配力を「梃子」として活用し、一方のサービス市場においてその影響力を与える可能性についても注意が必要である。</u></p> <p><b>【意見】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 昨年度と同様にADSL、FTTH、CATVインターネットを別市場として分析されておりますが、「ADSLやCATVインターネットからFTTHへの移行が本格化」との記述があるように、利用者からみて代替的な関係にあるサービスについては、市場を細分化するのではなく、全体をブロードバンド市場として大括りに捉えた上で、競争評価を行う必要があると考えます。</li> <li>・ また、市場の実態に即して、ブロードバンド市場全体で捉えれば、「マイグレーション」という問題を提起する必要もないと考えます。ブロードバンド市場では、ADSL単独事業者、FTTH単独事業者、ADSL・FTTH兼業事業者、CATV事業者、</li> </ul>	
----	-----	--	--

		<p>さらには、ISP・ADSL兼業事業者、ISP・FTTH兼業事業者、ISPと協業する事業者等、様々な事業形態の事業者がそれぞれの事業戦略に基づいて激しい競争を繰り広げており、競争は有効に機能していると考えます。また、激しい競争が行われている以上、「サービス内容や品質の低下等によって消費者利益が減少する懸念」も不要であると考えます。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ なお、「ADSL全体の契約回線数が純減に転じる」とどうして「競争優位にある特定事業者のシェアが急激に高まる可能性がある」のか不明ですので、その理由をご教示いただきたいと考えます。</li> </ul> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	
30	(3)①	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>(3)市場支配力の存在</p> <p>① <u>NTT東西は単独で市場支配力を行使しうる地位にある</u></p> <p>前述したように、ADSL市場の地理的市場として画定された東日本においては、<u>NTT東日本のシェアは38.2%、ソフトバンクBBが31.4%、西日本におけるNTT西日本のシェアは39.9%、ソフトバンクBBが38.0%</u>(図3-2-2-3②参照)で、2社のシェアは拮抗状態にある。</p> <p>(中略)しかし、このような状況は、第一種指定電気通信設備の開放によって競争事業者がNTT東西のメタルの加入者回線を利用できることから生まれている。<u>NTT東西は、潜在的にはこの不可欠設備の利用に対する料金や各種手続きを通じて競争事業者に影響を与えることのできる立場にある。</u></p> <p><u>以上のことから、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するのが妥当である。</u></p> <p><b>【意見】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 中継電話、050-IP電話、ADSLのいずれの市場においても、「多数の事業者間で料金競争を繰り広げている」のは同じであります。</li> </ul> <p>ところが、050-IP電話市場では約5割のシェアをもつ事業者が、「市場支配力</p>	※ 1-6-(3)、(4)(第1章 P65)と同意見

		<p>を行使する地位にない」とされる一方、中継電話市場やADSL市場では約5割又は約4割のシェア(NTTコミュニケーションズの県間・通話回数シェアは45.8%、NTT東西のADSLシェアはそれぞれ38.2%、39.9%)をもつ事業者が「市場支配力を行使する地位にある」とされています。</p> <p>「市場支配力を行使する地位にある」とする判断基準を明確にさせていただきたいと考えます。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>また、NTT東西は不可欠設備を保有していることは事実ですが、それをオープン化しており、そもそも「市場支配力を行使する地位にある」という評価自体が成り立たないと考えます。</li> </ul> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	
31	(5)	<p><b>【総務省案】</b></p> <p><b>(5) 今後の注視事項</b></p> <p>昨年度以降、ADSL市場の成長は減速し、2005年度においては、その傾向が顕著となった。ADSLやCATVインターネットからのFTTHへの移行が本格化する中で競争環境の変化に注視する必要がある。</p> <p>今後、ADSLの契約回線数は全体として純減に転じることが予想され、その状況下で競争優位にある特定の事業者のシェアが急激に高まる可能性があり、注意を要する。ソフトバンクBBをはじめとするADSLの顧客獲得キャンペーンにも一時的勢いはなく、市場が成熟する中で、暗黙の協調など複数の事業者による価格面等での協調的行動が発生する可能性もある。また、FTTHへの移行に伴い、現行のADSLサービスの内容や品質の低下等によって消費者利益が減少する懸念にも注視する必要がある。</p> <p>さらには、ADSLからFTTHへの移行が本格化している状況において、FTTHとADSLの両サービスを提供している事業者については、各市場における市場支配力を「梃子」として活用し、一方のサービス市場においてその影響力を与える可能性についても注意が必要である。</p>	

**【意見1】**

本報告書では、各領域において、市場支配力を「梘子」として隣接市場の競争に利用することについて注意深く監視や検証することが必要、との指摘がされています。しかしながら具体的にどのような手法で梘子を特定し、どのように検証を行うのかといった手法が明確にされていないものと考えます。今回の各分析においても、梘子を利用したものがあのかどうかの判断をどのように行っているのかが不明であり、明確化を図るとともに、今後当該手法についての検討が必要と考えます。

【ソフトバンクBB部式会社】

【BBテクノロジー株式会社】

【日本テレコム株式会社】

【BBモバイル株式会社】

【ボーダフォン株式会社】

**【意見2】**

- ・ ブロードバンド市場については、第一種指定電気通信設備制度の存在や累次にわたるネットワークのオープン化により、多種多様な新規事業者が市場に参入し、活発な競争が繰り広げられており、両市場ともに参入障壁は低く、市場全体として事業者間での活発な競争が展開されており、ADSL市場、FTTH市場いずれにおいてもNTT東西は単独で市場支配力を行使しうる地位にはないものと認識しています。
- ・ 現に、CATVインターネット等を加えたブロードバンド市場全体で見れば、弊社のフレッツADSLとフレッツ光をあわせた西日本エリアにおけるシェアは平成18年3月末現在で38%であり、さらに関西エリアにおいては33%に過ぎません。
- ・ ADSL、FTTHにおけるシェアの変動はユーザニーズの変化や事業者の事業戦略等の様々な要因により生ずるもので、ブロードバンド市場全体を見れば、競争は有効に機能しているものと考えます。
- ・ したがって、当社のシェアが高まってきていることのみをとらえて、「FTTHとADSLの両サービスを提供している事業者については、各市場における市場支配力を

	<p>「梘子」として活用し、一方のサービス市場においてその影響力を与える可能性についても注意が必要である。」としている点については、あたかも弊社が不法行為を行っているかのような誤解を与えかねず、また、企業イメージを損なうことにもなりかねないので、適切な表現に修正していただきたいと思います。</p> <p style="text-align: right;">【西日本電信電話株式会社】</p>	
--	---	--

### 3-3 FTTH市場の主要指標の分析

<p>全体</p>	<p><b>【意見】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 分岐方式の接続形態であるシェアアクセスの料金体系においては、分岐回線収容領域(光配線区域)の屋外スプリッタに収容される加入者数に応じて実質的な接続料金の水準が定まる構造にあります。当該加入者数は、屋外スプリッタのサービス提供可能エリアである光配線区域の情報により影響を受ける特性があるため、光配線区域の情報利用に関して、接続事業者とNTT東西の利用部門との間の同等性が確保されているか、実際の利用実態を踏まえ検証していただく必要があると考えます。</li> <li>・ 現行のシェアアクセスの接続料金が認可された際の情報通信審議会の答申(平成16年12月21日)においては、「NTT東日本及びNTT西日本において、総務省に対し、今後定期的に、光配線区域当たりの世帯数、シェアアクセスへの加入数、参入状況等の情報について報告を行うこと」とあります。</li> <li>・ 上記の検証にあたっては、この報告内容を踏まえるとともに、NTT東西が定める光配線区域が、NTT東西が公表するとおり、所内装置の収容効率や配線ケーブルを含めた構成設備全体でのコストの低廉化、開通工事の効率化、保守・運用上から見た設備品質の確保等を考慮するとともに、既存の配線ルート、ケーブルによる道路横断の可否など、各地域の属性も勘案の上、設定されているかについても併せて検証していただく必要があると考えます。</li> <li>・ 競争評価案においては、FTTH市場におけるNTT東西のシェアが極めて高水準のまま依然として上昇傾向にあると確認されていますが、そうした傾向の要因が、NTT東西の特性として、指定電気通信設備の管理部門が同設備の利用部門と同</li> </ul>	
-----------	--	--

		<p>一の事業者であることに起因しているとするれば、接続事業者とNTT東西の利用部門との間の同等性確保の観点から問題となり得ます。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>従って、これらの検証は、より本質的な競争評価を行い政策展開に反映するためにも重要であると考えます。</li> </ul> <p>なお、平成18年6月6日に開催された「IP化の進展に対応した競争ルールの在り方に関する懇談会」において公正取引委員会からも、「NTT 東西が、分岐方式を採用するための設備計画すらなく、分岐方式による競争業者との接続が不可能な状況にあるにもかかわらず、分岐方式を前提とした廉価なサービス料金により顧客に対して営業活動を行うことは独占禁止法上問題」との見解が示されているところであり、上記の検証を踏まえ、公正競争政策の形成に適切に反映されることを期待します。</p> <p style="text-align: right;">【ソフトバンクBB株式会社】 【BBテクノロジー株式会社】 【日本テレコム株式会社】 【BBモバイル株式会社】 【ボーダフォン株式会社】</p>	
<b>3-3-2 競争状況の分析</b>			
<b>3-3-2-2 料金の推移等</b>			
42	(2)	<p>【総務省案】</p> <p>昨年からの変化はなく据え置きしている事業者が多いが、変化として見られるのは、<u>電力系事業者には積極的に料金の引き下げを行っているところがある。</u></p> <p>【意見】</p> <p>弊社は、図表3-3-2-2①にあるように、「マンションタイプ・プラン2ハイパー」(アクセス回線の速度を100Mbpsから1Gbpsに高速化)や「マンションタイプ・ミニ」(最低利用者を8ユーザから6ユーザに引き下げ)を新たに投入し、実質的な値下げを行っています。また、販売促進キャンペーンとして初期工事費を半額無料から全額無料に拡大した他、多種多様な新サービス(光IP電話や多数の付加サービ</p>	

		<p>ス)の提供に積極的に取り組んでおり、事実と異なります。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	
<b>3-3-3 部分市場としての集合住宅市場</b>			
<b>3-3-3-2 事業者数/料金/事業者シェア/市場の集中度</b>			
56	(3)	<p>【総務省案】</p> <p><u>これは、近年において、NTT東西やUSEN、KDDI、電力系事業者などの大手事業者が集合住宅向けメニューをADSL並みの料金体系で提供してきており、棟内配線も含めたビジネス展開を行っているため、マンション内ISPのシェアは次第に減少し、大手事業者による寡占傾向が強まっていることが主な原因である。</u></p> <p>【意見】</p> <p>ADSL並みの料金で提供しているのは、マンション内ISPも弊社も同じであります。シェアが変動している理由は、料金水準ではなく、サービス内容や品質(通信速度、ISPが選択できる、光IP電話が利用できる等)の差にあると考えます。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	
<b>3-3-6 サービス競争と設備競争</b>			
全体		<p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 評価(案)においては、「FTTHサービスの全国普及のためには、サービス競争にとどまらず、設備ベースの競争が進むことが望ましい」とされているところです。</li> <li>・ 弊社としてもFTTHサービスの普及・拡大の観点から、弊社を含む設備構築事業者の投資インセンティブを確保し、各事業者がインフラベースの競争を積極的に行える環境整備を促すべきであると考えます。</li> <li>・ 現行のNTT東西の加入者光ファイバだけを指定電気通信設備とし、現時点においてはコスト水準以下の接続料金で他事業者にも貸し出す義務を負わせる仕組みは、自ら投資リスクを負って設備を構築するよりも借りる方が有利なルールであり、弊社の設備投資インセンティブを阻害するとともに、加入者光ファイバの接続料がコスト水準以下に設定されていることが、結果として、他事業者の設備構</li> </ul>	

		<p>築のインセンティブを損ない、健全な設備競争を阻害していると考えます。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 弊社としては、他事業者が弊社に真に依存しなければならない設備(電柱、管路等)に規制範囲を限定する等、これまでの規制の枠組みに捉われない大胆かつ抜本的な規制緩和が必要であると考えます。</li> <li>・ 電柱・管路等の線路敷設基盤は、既に「公益事業者の電柱・管路等使用に関するガイドライン」に基づき開放されており、現に、電柱・管路を保有していないCATV事業者は、弊社や電力会社の電柱・管路を利用して自前で回線を敷設し、平成17年度末時点で2700万以上の世帯にケーブルテレビ放送を提供するなど、意欲さえあれば、自前で設備を敷設することが可能であります。</li> <li>・ 更に、NTT東西は新たな電柱添架ポイントの開放、電柱添架手続きの簡素化等も実施することとしており、競争事業者が光ファイバを自ら敷設できる環境は一層整備されると考えられます。このような取組みを通じ、FTTHサービスを提供しようとする事業者は、自前で設備を構築することが一層容易となり、NTT東西の加入者光ファイバにもはや不可欠性はないことから、指定電気通信設備の対象から除外すべきであると考えます。</li> <li>・ さらに、NTT東西だけに、現時点においてはコスト水準以下の接続料金で他事業者に貸し出す義務を負わせ、電力系事業者はビジネススペースの自由な料金を設定できる現在の規制のあり方は、電力系事業者との公平かつ健全な設備競争を歪め競争中立性を欠くものであると考えます。</li> <li>・ 持続可能なブロードバンドの発展を目指す観点から、NTT東西の加入者光ファイバを指定電気通信設備の対象から除外し、設備を設置する事業者の投資インセンティブが働くようにすべきであると考えます。</li> </ul> <p style="text-align: right;">【西日本電信電話株式会社】</p>	
74～ 75	(1)	<p>【総務省案】</p> <p>(1)光ファイバ敷設と投資インセンティブ</p> <p>①光ファイバ敷設の現状</p> <p>首都圏及び近畿圏を中心に複数事業者が光ファイバ網を構築しているのは、現</p>	

77～ 78	(2)③	<p><u>在の競争環境下においても投資インセンティブが働いているからである。これは、NTT東西の光ファイバ等の設備開放制度により、集合住宅向けや法人向けを中心とした競争が展開されており、光ファイバを用いた電気通信サービスが拡大を続けているからである。</u></p> <p>(中略)</p> <p><u>これまで、集合住宅、戸建て住宅にかかわらず、加入者系光ファイバを物理的に敷設する能力と意欲があるのは、収容局から建物に至る電柱・管路等やそこに敷設される光ファイバを所有するNTT東西と電力系事業者にはほぼ限られてきた。</u></p> <p>(中略)</p> <p>②第一種指定電気通信設備制度</p> <p>(中略)</p> <p><u>光ファイバの指定電気通信設備制度の存在は、FTTH市場において市場支配力の行使を抑制し、電気通信サービスの競争を進展させることで、ネットワークインフラである光ファイバの需要を喚起している効果に注目する必要がある。この制度により、新規事業者が自前で光ファイバを敷設しなくともダークファイバを利用してFTTHサービスが提供でき、サービス競争が進展する。</u></p> <p>(中略)</p> <p>(2)光ファイバ投資の現状</p> <p>(中略)</p> <p>③競争事業者による光ファイバ敷設の障壁</p> <p><u>NTT東西、電力系事業者以外の競争事業者が光ファイバを敷設する際には、次のような事情がある。</u></p> <p>(中略)</p> <p><u>加入者回線全体に光ファイバを架設しようとするれば、このような膨大な初期コストと時間を要する現実が、線路敷設のための基盤を持たない競争事業者の将来収益を見込みにくくしている。</u></p> <p>それでもなお、FTTHのサービスが立ち上がりつつある段階では、<u>設備競争を促</u></p>	
-----------	------	---	--

78	(3)	<p><u>しながら既存の設備を活用した実行ある新規参入を促し、加入者数の迅速な拡大を促すことが政策的にも求められる。</u></p> <p>(中略)</p> <p>(3)設備競争とサービス競争</p> <p>(中略)</p> <p><u>サービスベースでのNTT東西のシェアは徐々に高まってきており、さらに市場集中が進む事態となれば、一層の競争促進のための措置が必要となる局面もあるだろう。</u></p> <p>(中略)</p> <p><u>しかし、FTTHサービスの全国普及のためには、サービス競争にとどまらず、設備ベースの競争が進むことが望ましく、NTT東西や電力系事業者のみならず、他の競争事業者も光ファイバの設備競争を行いやすい環境を整えることが課題である。</u></p> <p><b>【意見】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「FTTHサービスの全国普及のためには、サービス競争にとどまらず、設備ベースの競争が進むことが望ましい」との意見に賛成です。</li> <li>・我が国においては、弊社の他、電力系事業者が積極的に光ファイバ投資を行っており、また電柱・管路等を保有していないCATV事業者やUSEN殿も、弊社や電力会社の電柱・管路等を利用して、自前でアクセス設備を構築しています。</li> <li>・電柱・管路については既に開放ルールが整備されており、加えて新たな添架ポイントの開放や電柱添架手続きの簡素化・短縮化も行われることから、他事業者においてもNTT東西と同等の条件で光ファイバ敷設が可能になっています。</li> <li>・また、現行のNTT東西の光ファイバだけを指定電気通信設備とし、コスト水準以下の接続料金で他事業者にも貸し出す義務を負わせる仕組みは、自ら投資リスクを負って設備構築をするよりも借りる方が有利なルールであり、弊社の設備投資インセンティブを阻害するとともに、結果として他事業者の設備構築のインセン</li> </ul>	
----	-----	--	--

		<p>タイプを損ない、健全な設備競争を阻害しています。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ さらに、NTT東西だけに他事業者に貸し出す義務を負わせ、電力系事業者はビジネススペースの自由な料金を設定できる現在の規制のあり方は、電力系事業者との公平かつ健全な設備競争を歪め競争中立性を欠くものであると考えます。</li> <li>・ したがって、持続可能なブロードバンドの発展を目指す観点から、NTT東西の加入者光ファイバを指定電気通信設備の対象から除外していただきたいと考えます。</li> <li>・ なお、競争評価にあたっては、「シェアが高まっている」こと自体を問題視することは適切ではなく、その要因が事業者の営業努力の結果であるか否かなど、定性的な要因を十分に分析することが必要です。それを経ずに「一層の競争促進のための措置が必要となる」とするのは論理の飛躍であり、記述は削除していただきたいと考えます。</li> </ul> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	
74	(1)①	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>(1)①～これまで、集合住宅、戸建て住宅にかかわらず、加入者系光ファイバを物理的に敷設する能力と意欲があるのは、収容局から建物に至る電柱・管路等やそこに敷設される光ファイバを所有するNTT東西と電力系事業者にほぼ限られてきた。</p> <p><b>【意見】</b></p> <p>第3章3-3-6(1)①において「収容局から建物に至る電柱・管路等やそこに敷設される光ファイバを所有するNTT東西と電力系事業者」と記述され、また、第3章3-3-6(2)②につきましても「自ら電柱・管路等を設置して光ファイバを敷設し大規模に事業展開する電気通信事業者は、NTT東西と電力系事業者」と記述されておりますが、電力系電気通信事業者である弊社は、少なくとも自ら電柱・管路等を所有または設置している事実はありません。</p> <p>これら電柱・管路等の設備については、あくまでも電柱共架申請や道路二次占</p>	

		<p>用等の必要手続を踏み、利用料を負担した上で使用している設備であることから、「収容局から建物に至る電柱・管路等やそこに敷設される光ファイバを所有する」、また「自ら電柱・管路等を設置」の部分につきましては適切な表現に変更して頂きますようお願い申し上げます(別の箇所と同様の表現を用いられる場合も、上記の主旨にて適切に表現して頂きますようお願い致します)。</p> <p>以下に僭越ながら、弊社案を例示させていただきますので、御参考として頂ければ幸いです。</p> <p>(例)</p> <p>第3章 3-3-6(1)①</p> <p>○これまで、集合住宅、戸建て住宅にかかわらず、加入者系光ファイバを物理的に敷設する能力と意欲があるのは、収容局から建物に至る電柱・管路等やそこに敷設される光ファイバを所有するNTT東西、または電力会社等の設置する収容局から建物に至る電柱・管路等を利用し、そこに敷設される光ファイバを所有する電力系事業者にはほぼ限られてきた。</p> <p style="text-align: right;">【株式会社ケイ・オプティコム】</p>	
77	(2)②	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>(2)②現状において自ら電柱・管路等を設置して光ファイバを敷設し大規模に事業展開する電気通信事業者は、NTT東西と電力系事業者の他には想定しにくい。</p> <p><b>【意見】</b></p> <p>第3章 3-3-6(1)①において「収容局から建物に至る電柱・管路等やそこに敷設される光ファイバを所有するNTT東西と電力系事業者」と記述され、また、第3章 3-3-6(2)②につきましても「自ら電柱・管路等を設置して光ファイバを敷設し大規模に事業展開する電気通信事業者は、NTT東西と電力系事業者」と記述されておりますが、電力系電気通信事業者である弊社は、少なくとも自ら電柱・管路等を所有または設置している事実はございません。</p>	

		<p>これら電柱・管路等の設備については、あくまでも電柱共架申請や道路二次占用等の必要手続を踏み、利用料を負担した上で使用している設備であることから、「収容局から建物に至る電柱・管路等やそこに敷設される光ファイバを所有する」、また「自ら電柱・管路等を設置」の部分につきましては適切な表現に変更して頂きますようお願い申し上げます(別の箇所と同様の表現を用いられる場合も、上記の主旨にて適切に表現して頂きますようお願い致します)。</p> <p>以下に僭越ながら、弊社案を例示させていただきますので、御参考として頂ければ幸いです。</p> <p>第3章 3-3-6(2)②</p> <p>○自ら電柱・管路等を設置または電力会社等の設置する電柱・管路等を利用して光ファイバを敷設し大規模に事業展開する電気通信事業者は、現状においてNTT東西と電力系事業者の他には想定しにくい。</p> <p style="text-align: right;">【株式会社ケイ・オプティコム】</p>	
77	(2)③	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>③ 競争事業者による光ファイバ敷設の障壁</p> <p>NTT東西、電力系事業者以外の競争事業者が光ファイバを敷設する際には、次のような事情がある。</p> <p>(a) NTT東西や電力会社の電柱・管路を借りる必要があり(自ら電柱・管路等を新たに建設新たに建設することは非現実的)、その手続きに時間を要する。例えば、東京電力の標準処理機関は添架可否判定に1ヶ月、全体で3ヶ月である。</p> <p>(b) これまで共架申込みに対して添架ポイントに空きが無いことを理由に拒否された実績はほとんどないが、今後添架ポイントに対する実需が高まり空きが無い状況が頻出するようだと、代替ルートを探さなければ事態のために、さらに時間・費用を要することになる。</p> <p>(c) 電柱1本当たり年間千数百円の使用料を支払う必要がある。</p> <p>(d) 電柱貸与希望の区間に空きがない場合や、設備保有者側で設備使用計画が決まっている場合などには利用できない。</p>	

		<p><b>【意見】</b></p> <p>中部エリアでは、電力系事業者である当社も、NTT東西や電力会社の電柱・管路等を借りる際の条件および手続きは競争事業者と同じであり、本項の障壁は電力系事業者にも該当するものである。</p> <p>とりわけ当社は、引込線はもちろん、幹線系の光ファイバネットワークまで自網構築していることから、本件について大きな影響を受けることとなる。</p> <p>なお、NTT西においては、(a)～(d)の事項のほか、電柱強度不足による添架不可回答がしばしば発生しており、現状においても電柱建替えや代替ルートの検討に時間・費用を要している実態にある。</p> <p style="text-align: right;">【中部テレコミュニケーション株式会社】</p>	
<b>3-3-8 2005年度の競争状況の評価</b>			
85～ 86	(3)	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>(3)集合住宅市場</p> <p>①市場支配力の存在</p> <p><u>a. NTT東西は単独で市場支配力を行使しうる地位にある</u></p> <p>(中略)</p> <p>②市場支配力の行使</p> <p>(中略)</p> <p><u>a. NTT東西は単独で市場支配力を行使する可能性は低い</u></p>	
86～ 87	(4)	<p>(4)戸建て住宅市場</p> <p>①市場支配力の存在</p> <p><u>a. NTT東西は単独で市場支配力を行使しうる地位にある</u></p> <p>(中略)</p> <p>②市場支配力の行使</p> <p>(中略)</p> <p><u>a. NTT東西は単独で市場支配力を行使する可能性は低い</u></p>	

89	(5)	<p>(中略)</p> <p>(5) 今後の注視事項</p> <p>①(中略)  <u>今後もNTT東西による市場支配力の行使の可能性には注意が必要である。</u></p> <p>②(中略)  <u>特にADSLやCATVインターネットとの競争圧力が弱まってくることが予想される。特にADSL市場からの値下げ圧力が弱まることで、FTTHサービス料金が値上げに転じたり下方硬直性を有する可能性がある。このような状況下では、市場支配力の単独または強調による行使の可能性が高まることに注意が必要といえる。</u></p> <p>③(中略) <u>特に市場支配力を有する事業者である場合、FTTHの新規顧客獲得にあたり、各市場の市場支配力を「梃子」として活用し、価格やサービス提供条件に自社に有利となるような行動を複数の市場間で行う恐れがあるため、注視する必要がある。</u></p> <p><b>【意見】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 昨年度と同様にADSL、FTTH、CATVインターネットを別市場として分析されておりますが、「ADSLやCATVインターネットからFTTHへの移行が本格化」との記述があるように、利用者からみて代替的な関係にあるサービスについては、市場を細分化するのではなく、全体をブロードバンド市場として大括りに捉えた上で、競争評価を行う必要があると考えます。</li> <li>・ また、市場の実態に即して、ブロードバンド市場全体で捉えれば、「マイグレーション」という問題を提起する必要もないと考えます。ブロードバンド市場では、ADSL単独事業者、FTTH単独事業者、ADSL・FTTH兼業事業者、CATV事業者、さらには、ISP・ADSL兼業事業者、ISP・FTTH兼業事業者、ISPと協業する事業者等、様々な事業形態の事業者がそれぞれの事業戦略に基づいて激しい競争を繰り広げており、競争は有効に機能していると考えます。また、激しい競争</li> </ul>	
----	-----	--	--

		<p>が行われている以上、「FTTHのサービスの料金の値上げに転じる」懸念も不要であると考えます。</p> <p>・ なお、競争評価にあたっては、「シェアが高まっている」こと自体を問題視することは適切ではなく、その要因が事業者の営業努力の結果であるか否かなど、定性的な要因を十分に分析することが必要であると考えます。</p> <p>【東日本電信電話株式会社】</p>	
86	(3)②b	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>また、集合住宅向けのFTTH料金は、<u>NTT東西は据え置きとなっているが、対抗事業者は、NTT東西に対抗した料金を設定して値下げを行っており、ISP料金も含んだ料金で3000円台の前半まで下がっている。</u></p> <p><b>【意見】</b></p> <p>弊社は、図表3-3-2-2①にあるように、「マンションタイプ・プラン2ハイパー」(アクセス回線の速度を100Mbpsから1Gbpsに高速化)や「マンションタイプ・ミニ」(最低利用者を8ユーザから6ユーザに引き下げ)を新たに投入し、実質的な値下げを行っています。また、販売促進キャンペーンとして初期工事費を半額無料から全額無料に拡大した他、多種多様な新サービス(光IP電話や多数の付加サービス)の提供に積極的に取り組んでおり、事実と異なります。</p> <p>【東日本電信電話株式会社】</p>	※ 3-3-2-2(P42)と同意見
<b>3-4 CATVインターネット市場の主要指標の分析</b>			
<b>3-4-2 競争状況の分析</b>			
<b>3-4-2-2 料金の推移等</b>			
103	(3)	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>(3)国際的な比較</p> <p>図表3-4-2⑤は、CATVインターネット料金を国際比較したものである。料金水準自体も安いですが、通信速度を考慮した場合、他国が2~10MMbpsであるのに対して日本は30Mbpsであり、速度当たりでの料金比較では日本が格段に安い水</p>	※ 3-2-2-3(3)(P25)と同意見

	<p>準にある。</p> <p><b>【意見】</b></p> <p>ADSLやCATVと同様、FTTHについても諸外国との比較について記述していただきたいと考えます。具体的には、「諸外国ではまだ殆ど提供されていないが、日本では設備を含めて激しい競争が展開されており、その結果FTTHサービスが最も普及している」旨の記述をしていただきたいと考えます。</p> <p style="text-align: right;"><b>【東日本電信電話株式会社】</b></p>	
--	--	--

## 第4章 移動体通信領域の市場分析

頁	段落	意見	備考
<b>4-2 携帯電話・PHS市場の主要指標の分析</b>			
<b>4-2-2 競争状況の分析</b>			
<b>4-2-2-3 利用者料金と接続料</b>			
35		<p>【総務省案】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>固定電話事業者が料金設定した場合の料金は、携帯電話事業者が料金設定した場合の料金の45%～81%程度と、低くなっていることがわかる。</li> </ul> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>異なる事業者によって設定された料金を比較する際には、同一事業者の利用者向け料金を比較対象とすることで、より適切な料金比較が可能になるものと考えます。</li> <li>例えば、NTT東日本が設定したボーダフォン向け料金とボーダフォンが設定した料金とを比較することによって得られる比率等を用いることが適切であると考えます。</li> </ul> <p style="text-align: right;">【ソフトバンクBB株式会社】 【BBテクノロジー株式会社】 【日本テレコム株式会社】 【BBモバイル株式会社】 【ボーダフォン株式会社】</p>	
<b>4-2-4 2005年度の競争状況の評価</b>			
53	要約	<p>【総務省案】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>NTTドコモグループは単独で市場支配力を行使する地位にあるが、その市場支配力を単独で行使する可能性は高くない。</li> </ul>	

		<p>・複数の事業者が市場支配力を協調して行使する懸念は残るが、番号ポータビリティの導入、新規事業者の参入、MVNOの発展等による、事業者戦略やビジネスモデルの多様化から、昨年度に比べ懸念はやや緩和されている。</p> <p><b>【意見】</b> 顧客の困り込みが促進されることもあり、市場支配力の行使の懸念は緩和されているというよりもむしろ競争上問題となりつつあると考えます。<u>番号ポータビリティの導入の効果、垂直統合化の影響、協調による市場支配力の行使のチェックについて競争評価を継続して行っていただけますよう要望いたします。</u> <u>新規事業者の育成のためにも、事業開始初期の電波利用料の減免措置を適用いただけますよう強く要望いたします。</u></p> <p style="text-align: right;"><b>【イー・アクセス株式会社】</b></p>	
53	(3)①	<p><b>【総務省案】</b> 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</p> <p><b>【意見】</b> ・評価案はその理由を「NTTドコモグループが料金の値上げをした場合、競争事業者が料金を据え置けば乗り換える利用者が相当数いるかもしれないが、NTTドコモグループの利用者を吸収しきる余力は他の事業者にはなく・・・」としていますが、仮に相当数が移行するのであれば「吸収しきる余力」に関わらず、ドコモグループは市場支配力を行使しうる地位に無いと評価すべきと考えます。</p> <p style="text-align: right;"><b>【株式会社NTTドコモ】</b></p>	
53	(4)②	<p><b>【総務省案】</b> <b>【要約(53ページ)】</b>第3項; 複数の事業者が市場支配力を協調して行使する懸念は残るが、番号ポータビリティの導入、新規事業者の参入、MVNO の発展等による、事業者戦略やビジネスモデルの多様化から、昨年度に比べ懸念はやや緩和されている。</p>	

【意見】

日本の携帯電話サービスは、2010年ユビキタスネット社会の実現に向けた u-Japan 政策に謳われているような、「いつでも、どこでも、何でもつながるネットワーク」を基盤として、継続的に進化することが期待されています。そのための手段が、新規事業者の参入や番号ポータビリティの導入、そしてMVNOの発展等であると理解しています。

従来、携帯電話事業を始めとする電気通信事業は、重要な社会インフラ故に一定の運用規則(電波免許の付与等)を課す必要があること、及び巨大な設備投資を必要とすること等の理由から、一部の限られた事業者により運用されてきました。このような状況の中で、携帯電話事業に興味を持つ多くの企業がこの分野に参画する手段は、その企業体自身で設備を所有しない形態、即ち仮想移動体通信事業者(MVNO)として事業を運営することです。

この参入形態が有効であることを背景に、総務省が平成14年に「MVNOに係る電気通信事業法及び電波法の適用に関するガイドライン」を制定し、また、昨年度より2回にわたり、MVNOに関する意見募集を行うなど、MVNOの適正な市場参入メカニズムの確立に向けて尽力を頂いているところです。

しかしながら、その進展度合いは極めて低く、相変わらず大きな参入障壁が存在していると言わざるを得ません。今回作成された競争状況の評価(案)によれば、MVNO契約数は約24万契約(2005年9月現在)であり、携帯電話総契約数のわずか0.3%にも及びません。

MVNO事業が進展しない理由が、移動体通信事業者(MNO)とMVNOとの圧倒的な交渉力の差にあることは明らかです。事業者間の個別交渉に委ねられている現状は、明らかにMVNOの健全な発展を阻害している状況にあると言わざるを得

		<p>ません。</p> <p>当社は以前より、各移動体通信事業者(MNO)に対し、各事業者が保有する無線通信網を使用することについて交渉を行ってきていますが、これまでの段階では進展していません。その原因の一つとして、再販事業と MVNO 事業との区分が明確になっていないということがあります。再販事業においても、「無線通信網を使用」していると解釈できてしまうからです。しかし MVNO が、MNO の提供していない新たな通信サービスを提供するためには、単に MNO のサービスの再販では意味がなく、MVNO が独自にサービスを作り出せる環境が極めて重要となり、そのために必要となる接続等の技術要件を満たさなければなりません。このような技術や制度に関して深い議論が必要となるのですが、MNO と MVNO との間に圧倒的な交渉力の差があるため交渉が進展していないのが今日の状況であると、MVNO 推進のための交渉を行ってきた当事者として捉えています。事業者間の個別交渉に委ねられている現状は、明らかに MVNO の健全な発展を阻害している状況にあると言わざるを得ません。</p> <p>かかる状況の中、MVNO が一部事業者による市場支配力を緩和する効果を有しているか否かは未知であり、現状で一定の期待を持つことは時期尚早と考えます。従って、以下の2点を要望致します。</p> <p>(1)4-53ページ【要約】第3項の表現修正；</p> <p>MVNO の発展度合いはきわめて低く、複数の事業者による市場支配力の協調行使に対する懸念を緩和する効果があるとは言い難いので、「MVNO の発展」は削除すべきと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【日本通信株式会社】</p>	
54	(3)①	<p>【総務省案】</p> <p>a)携帯電話・PHS市場におけるNTTドコモグループの契約数シェアは05年12月末</p>	

		<p>で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%、営業利益率は18.39%となっており、いずれも前年同時期と比較して、大きな変化は起きていない。</p> <p><b>【意見】</b></p> <p>・当社の営業利益率は前回の競争評価においても諸外国との比較において高くないものとされ市場支配力有無の評価の基準として利用されていないにも関わらず、今回の評価において営業利益率の高低が市場支配力の存在の根拠であると位置づけることは、競争評価の客観性・透明性および継続性を欠くこととなり不適切であるため、記載を削除すべきと考えます。</p> <p><b>【株式会社NTTドコモ】</b></p>	
54	(3)①	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>b)NTTドコモグループが料金の値上げをした場合、競争事業者が料金を据え置けば乗り換える利用者が相当数いるかもしれないが、NTTドコモグループの利用者を吸収しきる余力は他の事業者にはなく、また乗り換えには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あるため、実際の移行は限られた範囲に留まると考えられる。この場合、市場支配力事業者の利益機会が確保されないだけの効果が期待できる競争事業者が存在しない可能性が高い。</p> <p><b>【意見】</b></p> <p>・「吸収しきる余力」とありますが、その意味するところが不明確であり、客観性・透明性に欠けると考えます。仮にドコモの利用者すべてを吸収しきる余力という意味であるならば、供給を完全に代替する事業者が存在しないかぎり「市場支配力を行使する地位にある」となりますが、他の競争的とされている業界にも当てはまるとされることから実感と異なる評価基準であり、また完全に代替することを要求する合理的根拠も欠いているものと考えます。従って評価案にある通り「NTTドコモグループが料金の値上げをした場合、競争事業者が料金を据え置けば乗り換える利用者が相当数いる」のであれば市場支配的地位には無いと評価することが適切と考えます。</p>	

		<p>・また行使の可能性の所で述べられている「仮にNTTドコモグループが単独で価格等への影響力を行使して利益の拡大をしようとするれば、他の競争事業者にシェアを奪われることが予想され、NTTドコモグループの利益に合致するとは限らない」との記述は、相当数の利用者が他社に移行することを述べているものと思われませんが、このことも当社が市場支配的地位にはないことを示すものと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【株式会社NTTドコモ】</p>	
54	(3)	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>b)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協調して市場支配力を行使することは潜在的には容易であると考えられる。</p> <p><b>【意見】</b></p> <p>・寡占市場であればいかなる状況にあっても協調による市場支配力を行使しうる地位にあることとなるため、合理的な判断とは言い難いと考えます。むしろ、P4-55 にもある通りMNPを控えた新規利用者の獲得競争の活発化や新規参入事業者の存在等を勘案すると、協調による市場支配力を行使しうる地位は存在しないと評価することが、合理的な判断と考えます。</p> <p style="text-align: right;">【株式会社NTTドコモ】</p>	
54	(4)①	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>① 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 (中略)</p> <p>b)このような状況で、仮にNTTドコモグループが単独で価格等への影響力を行使して利益の拡大をしようとするれば、他の競争事業者にシェアを奪われることが予想され、NTTドコモグループの利益に合致するとは限らない。従って、過半のシェアがあるにもかかわらず、NTTドコモグループはそのような行動をとる可能性は低いと考えられる。</p>	

		<p><b>【意見】</b></p> <p>・「b)このような状況で(中略)従って、過半のシェアがあるにもかかわらず、NTTドコモグループはそのような行動をとる可能性は低いと考えられる。」とありますが、厳しい競争環境を考えると「可能性は低い」という水準ではなく「実質的に可能性は無い」と評価すべきと考えます。</p> <p>・また、一般的に行使の可能性の検討において「行使の可能性が高くない」もしくは「可能性が低い」、または「実質的に可能性は無い」と考えられる場合には、それは市場支配力の地位の判断においても重要な影響を与え得る重要視されるべき判断であるため、そもそも地位にあるか否かといった点に翻って検討がなされるべきと考えます。</p> <p style="text-align: right;"><b>【株式会社NTTドコモ】</b></p>	
	(4)①	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>c)NTTドコモグループには、第二種指定電気通信設備に基づく接続や禁止行為に係る規制が存在しており、優越的な地位に対して一定の歯止めが規制によって講じられている。</p> <p><b>【意見】</b></p> <p>・第二種指定電気通信設備に基づく接続や禁止行為に係る規制の効果については、推察に基づくものであり、その意味では市場の実態面での客観的な評価とは位置づけが異なることを確認させていただきたい。</p> <p style="text-align: right;"><b>【株式会社NTTドコモ】</b></p>	
54	(4)①	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>b)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協調して市場支配力を行使することは潜在的には容易であると考えられる。</p> <p>以下の理由から、2004年度と同様、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と判断する。</p>	

	<p>a) 携帯電話・PHS 市場は、前年度に引き続き、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状況にある。</p> <p>b) 既存事業者は事業戦略やビジネスモデルが類似し、同質的な事業者であるため利害が一致しやすく、結果として暗黙の協調等による協調関係が生まれやすいと考えられる。</p> <p>c) 携帯電話等の料金体系が複雑化し、料金水準の推移を把握しにくくなっている。</p> <p><b>【意見】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・複数の事業者が協調して市場支配力を行使しうるかどうかを、「市場のシェア」、「収益額の水準」、「事業戦略やビジネスモデルが類似する」という理由のみで判断するのは、適当でなく、番号ポータビリティや新規参入事業者等の市場環境の動向を加味していただくと共に、定性的要因についても十分な検証を行なうことが適当であると考えます。</li> <li>・定性的要因の具体的な分析項目としては、複数の事業者が協調することによって得られるメリットの有無、協調関係にある事業者が相互に監視するようになっているかどうか、協調関係を解消することによって得られるメリットよりも、解消することによって他事業者から受ける制裁の影響の方が大きいかどうか等が該当するものと考えます。</li> <li>・また、「c)携帯電話等の料金体系が複雑化し、料金水準の推移を把握しにくくなっている」点を「協調による市場支配力を行使する懸念が残る」ことの理由とすることは誤りであると考えます。</li> <li>・「料金体系の複雑化」は、例えば、一部の事業者において提供している音声定額料金プラン等のように、「料金プランの多様化」と認識しており、むしろ料金競争が進展し</li> </ul>	
--	--	--

		<p>ていることの象徴であると考えます。従って、「協調による市場支配力を行使する懸念が残る」理由とはならないものと考えます。</p> <p>【ソフトバンクBB株式会社】  【BBテクノロジー株式会社】  【日本テレコム株式会社】  【BBモバイル株式会社】  【ボーダフォン株式会社】</p>	
55	(4)②	<p>【総務省案】</p> <p>a)携帯電話・PHS市場は、前年度に引き続き、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状況にある。</p> <p>【意見】</p> <p>・我が国の携帯事業者の営業利益率は前回の競争評価においても諸外国との比較において高くないものとされ、協調による市場支配力行使の可能性の基準として利用されていないにもかかわらず、今回の評価において営業利益率の高低が協調による市場支配力行使の可能性の基準であると位置づけることは、競争評価の客観性・透明性および継続性を欠くこととなり不適切であるため、記載を削除すべきと考えます。</p> <p>【株式会社NTTドコモ】</p>	
55	(4)②	<p>【総務省案】</p> <p>c)項 全体; MVNO の本格的な登場も新しい要素である。…他社 ISP に対し無線通信インフラを提供する計画を予定していること、MVNE の登場により MVNO の参入が促進されることが予想されること等…。</p> <p>【意見】</p> <p>日本の携帯電話サービスは、2010年ユビキタスネット社会の実現に向けた u-Japan 政策に謳われているような、「いつでも、どこでも、何でもつながるネットワ</p>	※ 4-2-4【要約】(P53)と同意見

ーク」を基盤として、継続的に進化することが期待されています。そのための手段が、新規事業者の参入や番号ポータビリティの導入、そしてMVNOの発展等であると理解しています。

従来、携帯電話事業を始めとする電気通信事業は、重要な社会インフラ故に一定の運用規則(電波免許の付与等)を課す必要があること、及び巨大な設備投資を必要とすること等の理由から、一部の限られた事業者により運用されてきました。このような状況の中で、携帯電話事業に興味を持つ多くの企業がこの分野に参画する手段は、その企業体自身で設備を所有しない形態、即ち仮想移動体通信事業者(MVNO)として事業を運営することです。

この参入形態が有効であることを背景に、総務省が平成14年に「MVNOに係る電気通信事業法及び電波法の適用に関するガイドライン」を制定し、また、昨年度より2回にわたり、MVNOに関する意見募集を行うなど、MVNOの適正な市場参入メカニズムの確立に向けて尽力を頂いているところです。

しかしながら、その進展度合いは極めて低く、相変わらず大きな参入障壁が存在していると言わざるを得ません。今回作成された競争状況の評価(案)によれば、MVNO契約数は約24万契約(2005年9月現在)であり、携帯電話総契約数のわずか0.3%にも及びません。

MVNO事業が進展しない理由が、移動体通信事業者(MNO)とMVNOとの圧倒的な交渉力の差にあることは明らかです。事業者間の個別交渉に委ねられている現状は、明らかにMVNOの健全な発展を阻害している状況にあると言わざるを得ません。

当社は以前より、各移動体通信事業者(MNO)に対し、各事業者が保有する無

		<p>線通信網を使用することについて交渉を行ってきていますが、これまでの段階では進展していません。その原因の一つとして、再販事業と MVNO 事業との区分が明確になっていないということがあります。再販事業においても、「無線通信網を使用している」と解釈できてしまうからです。しかし MVNO が、MNO の提供していない新たな通信サービスを提供するためには、単に MNO のサービスの再販では意味がなく、MVNO が独自にサービスを作り出せる環境が極めて重要となり、そのために必要となる接続等の技術要件を満たさなければなりません。このような技術や制度に関して深い議論が必要となるのですが、MNO と MVNO との間に圧倒的な交渉力の差があるため交渉が進展していないのが今日の状況であると、MVNO 推進のための交渉を行ってきた当事者として捉えています。事業者間の個別交渉に委ねられている現状は、明らかに MVNO の健全な発展を阻害している状況にあると言わざるを得ません。</p> <p>かかる状況の中、MVNO が一部事業者による市場支配力を緩和する効果を有しているか否かは未知であり、現状で一定の期待を持つことは時期尚早と考えます。従って、以下の2点を要望致します。</p> <p>(2)4-55ページ c)項全体；</p> <p>MVNO の登場が本格的なレベルにあるとは言い難いこと、MVNE が登場するかどうかは不確定であること、従って、「MVNE の登場により MVNO の参入が促進されることが予想される」かどうかは不確定であることから、“今後、これらの事象が起こる可能性がある”という認識がより正確であり、この認識に立って今後の議論がなされることを要望します。</p> <p style="text-align: right;">【日本通信株式会社】</p>	
55	(4)②	<p>【総務省案】</p> <p>b) 既存事業者は事業戦略やビジネスモデルが類似し、同質的な事業者であるため利害が一致しやすく、結果として暗黙の協調等による協調関係が生まれやすいと考</p>	

		<p>えられる。</p> <p><b>【意見】</b></p> <p>・「同質」とはいかなる意味か明らかになっていないため、明確化すべきと考えます。また、評価案にて記載されているように、「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、新技術や新サービスの導入競争が熾烈であり、また固定電話と携帯電話の料金請求の一本化等のいわゆるFMCサービスが開始され」、従前以上に事業者間の同質性は薄れてきていることから、行使の可能性が低下しているのみならず、そもそも協調して市場支配力を行使することは容易ではない状況と考えるため、協調して市場支配力を行使する地位にないと評価することが適切と考えます。</p> <p style="text-align: right;"><b>【株式会社NTTドコモ】</b></p>	
55	(4)②	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>c)携帯電話等の料金体系が複雑化し、料金水準の推移を把握しにくくなっている。</p> <p><b>【意見】</b></p> <p>・携帯電話等の料金体系の複雑化は顧客ニーズと競争の結果であると考えます。競争の結果により評価が困難になっているものを市場支配力行使の可能性の根拠とすることは不適切と考えます。また、基本方針では「約款料金での提供が一般的で市場価格に透明性があることから、協調が形成されやすく、逸脱が生じにくい」とされている一方、今回の評価案ではその反対の評価が示されていることは料金体系の透明性や複雑化と市場支配力の行使の可能性を関係付けることの困難さを示しているものと考えられます。以上のことから、本記載は合理性を欠くため削除すべきと考えます。</p> <p style="text-align: right;"><b>【株式会社NTTドコモ】</b></p>	
56	(5)	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>アプリケーションやプラットフォームのレイヤにまたがって市場支配力を行使しようとする既存事業者の行動は、これまでの垂直統合型のビジネスモデルを強固にすることにもつながるため、レイヤ間の公正競争確保の観点から、今後も引き続き注視してい</p>	

		<p>く必要がある。</p> <p><b>【意見】</b>          総務省殿の見解に賛同します。特に、電気通信サービスレイヤにおいて市場支配力を有する既存事業者がアプリケーションやプラットフォームレイヤにまたがって市場支配力を行使しうる行動を注視することが必要であると考えます。</p> <p>具体的には、電気通信サービスレイヤにおいて、市場支配力を有する事業者によって、アプリケーションやプラットフォームレイヤでのグループ企業以外の事業者に対する差別的取扱いが行なわれていないかどうかや、グループ企業による複数のレイヤにまたがった市場支配力の行使が行われていないかどうか等について検証が必要であると考えます。</p> <p style="text-align: right;">【ソフトバンクBB株式会社】          【BBテクノロジー株式会社】          【日本テレコム株式会社】          【BBモバイル株式会社】          【ボーダフォン株式会社】</p>	
<b>4-2-A MVNO</b>			
60		<p><b>【総務省案】</b>          ただし、MNOとMVNOの責任分担の整理や、MVNOと、MVNOにネットワークを提供しているホストMNOの力学関係(MVNO&lt;MNO)を踏まえた公正競争上の課題、MVNOが事業を行うために必要な技術条件、インフラ投資の維持等、MVNOの本格的な市場拡大のために解決すべきいくつかの課題がある。</p> <p>今後は寄せられた意見を踏まえ、06年中を目途に、ガイドラインの改正等を念頭に置きつつ、政策対応を検討していく予定である。</p> <p><b>【意見】</b>          MNOとMVNO間における様々な課題に関しては、過度な規制介入を行なうのではな</p>	

	<p>く、基本的には事業者間における個別協議により解決すべきであると考えます。</p> <p>従って、ガイドラインの改正等を行なう際には、今後の多様なビジネスモデルの登場を阻害することのないよう、事業者による自由な事業運営の遂行を確保しつつ、必要最小限のルールを整備することが適当であると考えます。</p> <p>また、検討に際しては、MNO、MVNO 両社の意見を踏まえた上で、客観性、透明性を確保しつつ、議論を進める必要があると考えます。</p> <p style="text-align: right;">【ソフトバンクBB株式会社】 【BBテクノロジー株式会社】 【日本テレコム株式会社】 【BBモバイル株式会社】 【ボーダフォン株式会社】</p>	
<b>4-3 公衆無線LAN等の主要指標の分析</b>		
<b>4-3-1-2 競争状況の分析</b>		
64	<p><b>【意見】</b></p> <p>公衆無線 LAN は、高速なユビキタス・ネットワークを構成する要素の一つとして高い期待が寄せられおり、様々な事業者が公衆無線 LAN サービスを展開していますが、使用周波数や技術仕様に幾つかの自由度が存在していることもあり、各社とも事業収益モデルを模索している状況であると考えられます。</p> <p>このような状況下、事業者の中には、他の事業収益を基にした、コスト割れでの公衆無線 LAN サービスを展開していると推測されるところがあります。事業の立ち上げ段階では、収益を圧縮しての事業展開は戦略上認められるものですが、コスト割れでの事業展開は、健全な市場形成への阻害要因となり、排除されるべきものです。また、戦略によっては、まずは無料ないし極めて低価格のサービスで、コスト割れとなっても市場シェアを獲得し、その後、シェアを獲得してから価格を上げることで長期的収益を確立すると考えている事業者もあるのではないかと推測しますが、現実には料金値上げは難しく、また、消費者保護の観点および公正な競争環</p>	

		<p>境整備の観点からも、極めて大きな問題であるということが言えると考えます。</p> <p>我が国として、公衆無線 LAN の普及を推進していく立場を取るのであれば、公衆無線 LAN 事業者の事業モデルについて、監督官庁が監督する等の何らかのチェック機能を仕組みとして織り込む必要があると考えます。各公衆無線 LAN 事業者が、その設備投資額、運用コスト、および収益に関する情報を、監督官庁に明らかにすることで、不適切な事業戦略が排除され、公正な競争環境が整うものと考えます。</p> <p>特に、公衆無線 LAN 事業には、関連事業として通信事業者が参入しているところがあり、この場合、上述の懸念は極めて大きなものとなります。また、公衆無線 LAN 事業は諸外国でも活発に展開されていますが、例えば米国のように、コスト割れのような不当な事業モデルでの事業展開が一般に許容されていない市場でも着実に事業が発展している状況を見ても、上述の懸念への早期対応は重要であると考えます。</p> <p style="text-align: right;">【日本通信株式会社】</p>	
--	--	--	--

## 第5章 法人向けネットワークサービス領域の市場分析

頁	段落	意見	備考
<b>5-3 競争状況の分析</b>			
<b>5-3-2 市場の集中度</b>			
<b>5-3-2-2 専用サービス市場</b>			
15	(1)	<p>【総務省案】</p> <p>また、05年3月末でNTT東西合わせて88.5%を占めており、独占的な状態が続いている。</p> <p>【意見】</p> <p>88.5%というシェア算定に用いられている専用線の回線数には接続専用線が含まれていると推測されますが、接続専用線は他事業者の足回りとして利用されている回線です。したがって、シェアを分析する際には、接続専用線を除いて算定する必要があると考えます。2003年度の競争評価においては接続専用線を除いた分析を行っていただいておりますので、2005年度の競争評価においても同様の分析を行っていただきたいと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	

**5-4 2005年度の競争状況の評価**

17	(3)②	<p><b>【総務省案】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ただし、新型WANサービス全体では、NTTグループのシェアは05年9月末時点で67.5%に達することなどから、仮にNTTグループが協調すれば市場支配力が存在する可能性は残ると考えられる(図表5-3-2-1①参照)。</li> </ul> <p><b>【意見】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>総務省殿の見解に賛同します。</li> </ul> <p>特にNTTグループのNGNの構築に伴い、NTT東西及びNTTコミュニケーションズのサービスが統合される等の状況が起こることが懸念されます。この場合、NTTグループとして実質的な市場支配力を有するような競争状況に、短期間で変化することが考えられるため、NGNの構築等、IP化への対応状況を注視することが必要です。</p> <p style="text-align: right;">【ソフトバンクBB株式会社】 【BBテクノロジー株式会社】 【日本テレコム株式会社】 【BBモバイル株式会社】 【ボーダフォン株式会社】</p>	
17	(4)	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>05年3月末のNTT東日本とNTT西日本のシェアの合計は05年3月末で88.5%に達し、過去数年を見ても85%を超えていることからほぼ独占である。</p> <p><b>【意見】</b></p> <p>88.5%というシェア算定に用いられている専用線の回線数には接続専用線が含まれていると推測されますが、接続専用線は他事業者の足回りとして利用されている回線です。したがって、シェアを分析する際には、接続専用線を除いて算定する必要がありますと考えます。2003年度の競争評価においては接続専用線を除いた分析を行っていただいておりますので、2005年度の競争評価においても同様の分析を</p>	※ 5-3-2-2(1)(P15)と同意見

		<p>行っていただきたいと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	
18	(5)③	<p><b>【総務省案】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ アクセス網の部分は、メタルから光ファイバを用いたネットワーク構築への移行が鮮明になりつつあるが、法人ビルディングへの光ファイバの引込みについては、より注意する必要がある。インターネットVPNの伸張により、法人ビルディングに引き込まれる光ファイバは、「Bフレッツ・ビジネスタイプ」のようなFTTHのサービスに用いられるのか、IP-VPN、広域イーサネット、「メガデータネッツ等」などのデータ通信系サービスに用いられるのかの判別が付きにくくなっているからである。</li> <li>・ 法人向けのFTTHのサービスの利用が中小企業を中心に拡大する中で、光ファイバという物理レイヤと電気通信サービスというネットワークレイヤを峻別し、さらにIP電話のようなアプリケーションとの関係を意識してデータの把握に努める必要がある。</li> </ul> <p><b>【意見】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 本競争評価案「3-3-8 2005年度の競争状況の評価」において評価されているように、NTT東西のFTTHサービスのシェアは拡大しており、単独でも市場支配力を行使しうる地位にあります。総務省殿の見解にもありますように、法人向けネットワークサービスの足回り回線としてFTTHサービスを用いている場合があるため、FTTHサービスの市場支配力が法人向けネットワークサービスに影響することも懸念されます。</li> <li>・ 法人向けネットワークサービスの提供においては、様々なサービス、ソリューションを組み合わせ提供することが多いため、総務省殿の見解にあるように、物理レイヤ／サービスレイヤ／アプリケーションレイヤ一箇々の競争状況及び関係性に着目していくことが必要と考えます。</li> </ul> <p style="text-align: right;">【ソフトバンクBB株式会社】</p>	

		【BBテクノロジー株式会社】 【日本テレコム株式会社】 【BBモバイル株式会社】 【ボーダフォン株式会社】	
--	--	--	--

## 第6章 マイグレーション分析

頁	段落	意見	備考
<b>6-1 マイグレーション分析とは</b>			
6	(6)	<p>【総務省案】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>FTTH市場での市場支配力を梃子に活用して、他の市場に影響を与える可能性についても分析を試みる。</li> </ul> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>FTTH市場はNTT東西への移行傾向が高いとの分析結果が示されていますが、当該分析方針とされたFTTHから他の市場への梃子については、分析及び結果が不明確であると考えます。</li> </ul> <p style="text-align: right;">【ソフトバンクBB株式会社】 【BBテクノロジー株式会社】 【日本テレコム株式会社】 【BBモバイル株式会社】 【ボーダフォン株式会社】</p>	
<b>6-2 FTTH移行者の動向</b>			
<b>6-2-1 FTTH移行者が過去利用していたインターネット接続回線事業者と現在利用しているFTTH</b>			
7	(1)	<p>【総務省案】</p> <p>(1) FTTH移行者が過去利用していたインターネット接続回線事業者と現在利用しているFTTH(図表6-2-1)</p> <p>FTTHでNTT東西を選択する利用者の割合は、過去ADSLとISDNを利用していた者に多い(それぞれADSL55.7%、ISDN64.9%)。</p> <p>ISDNの大部分はNTT東西によるものであり(6-1⑥参照)、ISDNもADSLと同様にNTT東西への変更手続きが相対的に煩雑でないため選択される割合が高く</p>	※ 6-7(P30) と同意見

		<p>なっている可能性がある(ADSLについては次ページ参照)。</p> <p><b>【意見】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 図表6-2-3①によれば、NTT東西からNTT東西への移行者においては、「以前の回線事業者信頼性」や「ISPを変更しないで済む」等の要因が大きく、「導入手続きが簡単」は回答として最も少ないことから、<u>手続上の煩雑さは事業者選択理由として重要なポイントではないものと考えられます。</u></li> </ul> <p style="text-align: right;"><b>【西日本電信電話株式会社】</b></p>	
7~8	(1)	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>(前略) ISDNの大部分はNTT東西によるものであり(6-1⑥参照)、ISDNもADSLと同様に<u>NTT東西への変更手続きが相対的に煩雑でないため選択される割合が高くなっている可能性がある。</u></p> <p>一方、CATVインターネットからNTT東西のFTTHへの移行は相対的に少ない(40.0%)。この理由としては、<u>CATVインターネット利用者はNTTへの移行により、事業者を変更する必要がある等の手続上の煩雑さ等が想定される。</u></p>	
8	(2)	<p>(中略) NTT東西のADSL利用者が、移行の際に事業者を変更しない原因としては、ADSL事業者上位5社(NTT東西、ソフトバンクBB、イー・アクセス、アッカネットワークス)のうち、FTTHにおいてもシェアが上位である事業者がNTT東西のみであること、<u>NTT東西という同一事業者内の移行では、他事業者への移行に比べて、手続きの煩雑さなどが相対的に軽減されること等が考えられる。</u></p> <p><b>【意見】</b></p> <p>NTT東西からNTT東西に移行する理由として「変更手続きが煩雑でない」が主たる要因とされていますが、図表6-2-3①のNTT東西→NTT東西に移行する理由としては「導入手続きが簡単だった」は10.2%と他の項目と比べて最も少なく、非NTT東西→NTT東西の18.4%、非NTT東西→非NTT東西の12.2%と比べても少ないため、「変更手続きが煩雑でない」は主たる要因ではないと考えます。</p>	

		<p>一方、図表6-3-2②を見ると、NTT東西→NTT東西に移行を希望する理由として、「ISPを変更したくない」(30.5%)が「ブランド力や信頼性」(31.7%)とともに上位になっています。</p> <p>マイグレーション分析にあたっては、NTT東西のADSL・FTTHは多数のISPに対応しているため、お客様がISPを変更することなくFTTHに移行することが可能ですが、他社の場合はISPの選択に制約が多い点を重視する必要があると考えます。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	
8	(1)	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>(1)FTTH移行者が過去利用していたインターネット接続回線事業者と現在利用しているFTTH(図表6-2-1)</p> <p>[中略]</p> <p>一方、CATVインターネットからNTT東西のFTTHへの移行は相対的に少ない(40.0%)。この理由としては、CATVインターネット利用者はNTTへの移行により、事業者を変更する必要がある等の手続上の煩雑さ等が想定される。</p> <p><b>【意見】</b></p> <p>CATVインターネットからFTTHに移行する際には、NTT東西であっても、NTT東西以外であっても事業者を変更する必要があり、NTT東西とその他のFTTH事業者とで事業者変更手続の煩雑さの度合いに差異はないものと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【西日本電信電話株式会社】</p>	
<b>6-3 FTTH移行希望者</b>			
<b>6-3-2 事業者の変更を希望する理由・希望の事業者の選択理由</b>			
18	(1)	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>事業者選択の理由として、<u>NTT東西への移行者は「ブランドや信頼性」を主な理由とする傾向が強い。</u></p>	

		<p><b>【意見】</b></p> <p>「NTT東西への移行者は「ブランドや信頼性」や「ISPを変更したくない」を主な理由とする傾向が強い」に記述を修正願います。図表6-3-2②では、この2つの理由がほぼ同じ割合(31.7%と30.5%)になっています。</p> <p style="text-align: right;"><b>【東日本電信電話株式会社】</b></p>	
19	(2)	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>(2) 希望するFTTH事業者とその選択理由(複数回答)</p> <p>図表6-3-2②は、希望するFTTH事業者とその選択理由を、移行パターン別に分析したものである。事業者の選択理由として、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(NTT東西からでは31.7%、非NTT東西からでは48.1%)。非NTT東西から非NTT東西への移行希望者では、「ISを変更したくない」(25.9%)が高くなっている。また、NTT東西から非NTT東西への移行希望者では、「ブランド力や信頼性」、「サービスが魅力的」、「ISPを変更したくない」など、理由が比較的分散している傾向がある。</p> <p><b>【意見】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ NTT東西への移行者については「ISPを変更したくない」とする回答が「ブランドや信頼性」にほぼ匹敵します。また、「非NTT東西⇒非NTT東西」の利用者において「ISPを変更したくない」とする回答が最多数となっております。6-25頁にも「FTTHへの移行希望者のFTTH事業者選択理由として、「ISPを変更したくない」という理由があげられた」との記載があるとおり、FTTHへの移行に際し、利用者はISP事業者の変更を望まない傾向が強いと考えられます。</li> </ul> <p style="text-align: right;"><b>【西日本電信電話株式会社】</b></p>	

6-5 マイグレーションのジレンマ			
23	(1)	<p>【総務省案】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・メタルから光への移行が進み、超高速のブロードバンド環境が世界に先駆けて整備されることは、インフラ整備の観点から非常に望ましいことである。</li> <li>・ただし、現状ではFTTHを全国的に積極的に提供できる事業者はNTT東西にほぼ限られており、メタルから光へのマイグレーションが、ADSL市場でもたらされた活発な競争を後退させ、NTT東西によるFTTH市場の市場支配力を生み出す結果となる恐れが存在する(図表6-5①参照)。</li> </ul> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・現在は、メタルから光への移行が進展している状況であり、移行期の競争状況評価を行うにあたって、マイグレーション分析は有用かつ必要な分析と考えます。</li> <li>・ADSLからFTTHへの移行にあたり、NTT東西のFTTH市場における市場支配力の存在はすでに顕在化(本競争評価案「3-3-8 2005年度の競争状況の評価」)しており、FTTH移行に伴う市場支配力の拡大を解消し、FTTH市場においても高いレベルの競争環境を実現するために、マイグレーション分析のような要因分析をより充実させていくことが必要です。</li> </ul> <p style="text-align: right;">【ソフトバンクBB株式会社】 【BBテクノロジー株式会社】 【日本テレコム株式会社】 【BBモバイル株式会社】 【ボーダフォン株式会社】</p>	※ 6-7(3)(P31) と同意見
23	(1)	<p>【総務省案】</p> <p>メタルから光への移行が進み、超高速のブロードバンド環境が世界に先駆けて整備されることは、インフラ整備の観点から非常に望ましいことである。</p> <p>ただし、現状ではFTTHを全国的に積極的に提供できる事業者はNTT東西にほぼ限られており、メタルから光へのマイグレーションが、ADSL市場でもたらされた活</p>	※ 6-7(3)(P31)と同意見

発な競争を後退させ、NTT東西によるFTTH市場の支配力を生み出す結果となる恐れが存在する。

特にADSL市場で高いシェアを有するソフトバンクBBのADSL利用者の多くが、同じソフトバンクBBのFTTHに移行したいという希望があるにも関わらず、ソフトバンクBBのFTTH提供エリアが非常に限定されていることもあり、実際には多くのソフトバンクBB利用者がNTT東西のFTTHへ移行していることが推測される。このような状況は、FTTH市場における競争促進の観点からは悩ましいものであり、市場環境の動向に応じては、FTTH市場における競争促進のための措置を検討する必要が生じる可能性もある。

**【意見】**

- ・ ご指摘のとおり、ブロードバンドインフラが世界に先駆けて高度化されることは、大変望ましいことであると考えます。
- ・ また、弊社や電力系事業者以外でも投資意欲さえあれば全国でFTTHサービスを提供できる環境にあることは3-3-6(3-74~78頁)に対する意見で述べたとおりです。現にCATV事業者やUSEN殿も自前でアクセス設備を敷設しています。
- ・ 今回はADSL、FTTH、CATVインターネットを別市場として分析されておりますが、利用者からみて代替的な関係にあるサービスについては、市場を細分化するのではなく、全体をブロードバンド市場として大括りに捉えた上で、競争評価を行う必要があると考えます。
- ・ また、市場の実態に即して、ブロードバンド市場全体で捉えれば、「マイグレーション」という問題を提起する必要もないと考えます。
- ・ ブロードバンド市場では、ADSL単独事業者、FTTH単独事業者、ADSL・FTTH兼業事業者、CATV事業者、さらには、ISP・ADSL兼業事業者、ISP・FTTH兼業事業者、ISPと協業する事業者等、様々な事業形態の事業者がそれぞれの事業戦略に基づいて激しい競争を繰り広げており、競争は有効に機能していると考えま

		<p>す。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ なお、弊社のシェアが拡大しているのは、①積極的な設備投資によるサービスエリアの拡大、②多数のISPや放送サービスに対応しており、お客様の選択肢が豊富、③多種多様な新サービスの投入、④回線開通工事期間の短縮などお客様サービスの改善、等の施策がお客様に支持されている結果であると考えます。</li> <li>・ 競争評価にあたっては、高いシェア自体を問題視するのではなく、その理由がネットワークのオープン化等が行われていないことによって生じているものなのか、各事業者の営業努力の結果であるのか等、定性的な要因について十分に分析を行っていただきたいと考えます。それを経ずに「政策的対応が求められる」とするのは論理の飛躍であり、記述を削除すべきであると考えます。</li> </ul> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	
24	(2)	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>図表6-5②に各社のFTTHサービスの料金水準等を示した。戸建て、集合住宅ともに他の事業者と比較して、<u>NTT東西のFTTHが料金や通信速度で特段の優位性をもつとは必ずしも言えない状況にある。</u></p> <p>(中略) <u>ここでも、NTT東西のトリプルプレイサービスが、他の事業者と比較して、料金、コンテンツ、アプリケーション等の面で特段の優位性をもつとは必ずしも言えない状況にある。</u></p> <p>(中略) <u>以上のように、NTT東西のFTTHサービスが他事業者のFTTHサービスと比較して特段の優位性をもっているとは必ずしも言えないことから、他に何らかの原因が存在する可能性がある。</u></p> <p><b>【意見】</b></p> <p>弊社のFTTHサービスは、他社に比べ、以下のような特徴を持っており、「特段の優位性をもつとは必ずしも言えない」というのは事実と異なります。</p> <p>1. 積極的な設備投資によりサービス提供エリアが最も広い</p>	

2. 多数のISPや放送サービスに対応しており、お客様の選択肢が最も豊富  
 3. 多種多様なオプションサービスの提供(下表のとおり)

インターネットアクセス	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「フレッツ・オフィス」や「フレッツ・グループアクセス」、「フレッツ・アクセスポート」などの法人向けメニューの充実</li> <li>・「マンションタイプ・ミニ」など細やかなお客様ニーズへの対応</li> <li>・「フレッツ・セーフティ」などのセキュリティメニューの充実</li> <li>・「フレッツ・ドットネット」によるIPv6コミュニケーション</li> <li>・「フレッツ・セッションプラス」によるセッション追加</li> <li>・「フレッツ・オンデマンド」による安定したコンテンツ配信</li> </ul>
光IP電話	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 利用環境にあわせて選べる「ひかり電話」「ひかり電話ビジネスタイプ」「ひかり電話オフィスタイプ」</li> <li>・ 2チャンネル5番号まで拡張可能(ひかり電話の場合)</li> <li>・ 「着信お知らせメール」により外出先でも着信を確認可能</li> <li>・ 「FAXお知らせメール」によりPCでFAXを確認可能</li> </ul>
放送サービス	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 多数の放送サービスの中から選択が可能(4thMEDIA、OCNシアター、オンデマンドTV、スカパー！光)</li> <li>・ IP放送だけでなく多チャンネル放送や地上デジタル放送にも対応(スカパー！光)</li> </ul>

【東日本電信電話株式会社】

25

(3)

【総務省案】

前述したとおり、FTTH移行希望者のFTTH事業者選択理由として、「ISPを変更したくない」という理由が挙げられた。これは一つの重要なヒントとなりうる。

通信サービスの事業者変更には、変更手続、工事費・手数料、電話番号・メールアドレスの変更、端末機器の買い換え、設定変更、サービス開始までの待機時間、割引料金の機会損失(長期継続割引やポイント等)、ブランド選好などの乗換費用(ス

		<p>スイッチングコスト)が発生するため、FTTHへの移行時に同じ事業者を選択しようという誘引が働き、囲い込み(ロックイン)効果が発生しやすい。</p> <p><b>【意見】</b></p> <p>ご指摘のとおり、「ISPを変更したくない」という理由が重要だと考えます。弊社のADSL・FTTHサービスは多数のISPに対応しているため、FTTHへの移行の際に、お客様にご迷惑をお掛けしないですむことが特徴であると考えます。</p> <p>なお、工事料・手数料や電話番号、設定変更、待機時間等のスイッチングコストは番号ポータビリティの利用や工事費無料キャンペーン、お客様サービスの向上など各事業者の営業努力によって克服可能であり、実際にも激しい競争が展開されています。</p> <p style="text-align: right;"><b>【東日本電信電話株式会社】</b></p>	
26～ 27	(3)	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>(3)ジレンマの要因。</p> <p>[中 略]</p> <p>一方、FTTH市場の構造的要因も、FTTHにおけるNTT東西のシェアを高める原因の一つとして存在しうる。既に全国に張り巡らされているメタルの加入者回線の開放により、比較的容易に参入できたADSLとは異なり、FTTHの多くはまだこれから回線を整備する必要がある。競争事業者自らがFTTHを敷設してNTT東西に対抗するか、またはNTT東西の回線を借りてサービス提供することとなるが、前者の場合はもちろん相応のコストやリスクの負担が不可欠であり、後者の場合でも、どれだけの加入者を獲得するかで単価コストが大きく変わるため、回線を借りる側にも相当の事業リスクが存在する。</p> <p>具体的には、ADSL事業ではドライカットパ接続料が1回線単位となっており、ADSLの利用料金はこのコストを元に決めれば良いのに比べ、ダークファイバ接続料は、戸建て向けではPON(Passive Optical Network)によるシェアドアクセス方式(最大8分岐を1単位とする。図表6-5④参照。)に基づく接続料が、集合住宅向</p>	

けではメディアコンバーター方式に基づく接続料が適用されるが、いずれの場合もその先につく利用者数によって1利用者当たりのコストが変動し、利用者料金との関係によっては採算がとれなくなる事業リスクが存在する。

FTTHの需要が近年急増していることもあり、この需要増のスピードを踏まえれば、このような問題も今後徐々に改善されていくことが期待される。ただし、構造的要因として問題が解消されない事態が続けば、有効な政策対応が求められる局面も出てくるだろう。

**【意見】**

- ・ 評価(案)においては、「FTTH市場において 競争事業者自らがFTTHを敷設してNTT東西に対抗する場合にコストやリスクの負担が不可欠であり、NTT東西の回線を借りてサービス提供する場合でも、どれだけの加入者を獲得するかで単価コストが大きく変わるため、回線を借りる側にも相当の事業リスクが存在する」ことを「FTTH市場における構造的要因」としています。
- ・ しかしながら、加入者単位にアンバンドルしたメニューで貸し、その設備投資リスクを回線を借りる側が負担しないということになると、設備を設置する事業者は自らが設置した設備の費用負担を償却が終了するまで負うことになるのに対し、借りる側はそのような費用負担を免れることになるので、明らかに不平等であります。
- ・ このように、借りる側が自ら投資リスクを負わないビジネスモデルを認めることは、自ら光ファイバを投資する事業者の意欲を著しく阻害することにより、設備ベースでの競争を成り立たなくし、ひいては持続可能なブロードバンド市場の発展を望めなくするものです。
- ・ また、FTTHサービスの高度化・多様化は、光ファイバに接続する装置によって実現されるものであるところ、加入者単位のアンバンドルメニューを認めることは、結局、回線を借りる側がそのサービス内容について回線を貸す側に大きく依存せざるを得ないこととなり、技術革新や各事業者の創意工夫を通じた付加価値競争が望めないこととなります。

		<p>・ 以上に鑑みれば、世界最先端のブロードバンド先進国を目指す我が国として、こうした方策はとるべき道ではないと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【西日本電信電話株式会社】</p>	
		<p>【意見】</p> <p>・ FTTHサービスの展開にあたり、大きな事業リスクを負うことは弊社と他事業者とで差はありません。むしろ、弊社は採算割れの接続料で他事業者に光ファイバを貸し出す義務を負っていることから、他事業者の事業リスクまで負わされており、不公平であると考えます。</p> <p>・ 「構造的要因として問題が解消されない事態」が何を想定しているのか不明ですが、弊社と他事業者とで事業リスクの負担に差がなければ、「政策対応」は不要であり、記述は削除していただきたいと考えます。</p> <p>なお、弊社は戸建て向けサービスの提供にあたりシェアドアクセス方式を採用しておりますが、電力系事業者は主に芯線直結方式を採用しています。他の事業者がいずれの方式を採用されるかは当該事業者の判断の問題であると考えます。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	
<b>6-6 「ブロードバンド・マイグレーションとロックイン効果」分析結果について</b>			
29	(3)	<p>【総務省案】</p> <p>このように考えると、<u>NTT東西のADSLからNTT東西のFTTHへのマイグレーションはスムーズに進む反面、ソフトバンクのADSLからNTT東西はじめソフトバンク以外のFTTHへのマイグレーションはスムーズに進んでいないことが判る。言い換えると、同一ブランド内でADSLからFTTHへ移行する際のスイッチング費用は低く、異なるブランド間でADSLからFTTHへ移行する際のスイッチング費用は高いと言える。</u></p> <p>(中略) また、<u>NTT東西では、FTTHマイグレーションがスムーズに進むが、その他の事業者ではスムーズに進まないかもしれない。ロックイン効果それ自体は事業者ブランド力とも言え、必ずしも市場試合力の存在とその行使を意味するものではないが、今後の市場注視の必要性を示唆している。</u></p>	

		<p><b>【意見】</b></p> <p>ご指摘のように、弊社のADSL・FTTHは、多数のISPに対応しているため、FTTHへの移行の際に、お客様にご迷惑をおかけしないですむことが特徴であると考えます。多数のISPと接続するか、自社系列のISPとだけ接続するかは各事業者の事業戦略の問題であり、「ブランド力」や「市場支配力」の問題ではないと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	
<b>6-7 消費者の選択状況の特徴と電気通信市場の今後の推移</b>			
30	要約	<p><b>【総務省案】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ FTTHの純増数が急増し、FTTHへの移行が本格化している。</li> <li>・ 特にNTT東西のFTTHへ移行する傾向が顕著である。①NTT東西のインターネット接続回線(ADSL、ISDN等)からNTT東西のFTTHへ移行する傾向が強く、また、②NTT東西以外のインターネット接続回線からもNTT東西のFTTHへ5割弱が移行しており、さらに、このようなNTT東西の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。</li> </ul> <p><b>意見 1</b></p> <p>メタルから光への本格的な移行が、ADSL市場でもたらされた活発な競争を後退させ、NTT東・西によるFTTH市場の市場支配力を生み出す結果となっている。この構造的問題については、お客様にとってメタル回線から光ファイバへのリプレイスであり、固定電話市場におけるNTT東・西の市場支配力が影響を及ぼしているという観点を踏まえ、早急に是正すべき。</p> <p><b>【理由】</b></p> <p>FTTHは既存の固定電話(メタル回線)からのリプレイスであることから、NTT東・西が約94%を占めるNTT加入電話の市場支配力が梃子となり、FTTH市場においても優位性を発揮することになる。NTT東・西が、シェア約63%の市場シェアを有するFTTH(商品名:Bフレッツ)と一体的に提供されるOABJ-IP電話</p>	※ 1-5(第1章 P54)と同意見

(商品名:ひかり電話)は、NTTがグループ一丸となって取り組む中期経営戦略／2010年光サービス3,000万加入計画により、独占性が增大する可能性が大きい。

お客様が、固定電話(メタル回線)からFTTH(光ファイバ)に切り替えようとする場合、NTT東・西と他事業者の提供エリアの間に大きな格差があるために、お客様の意向に係わらずNTT東・西に切り替えざるを得ない状況も想定される。

#### **意見 2**

FTTHの本格普及に伴い、FTTHと一体的に提供されるOABJ-IP電話の市場規模も急速に拡大しており、今後その重要性が高まることが必至。したがって、OABJ-IP電話市場の扱いについて、050-IP電話を含むIP電話全体としての分析にとどまらず、個別に踏み込んで評価すべき。

※1-57頁 1-5-2(1)

「050-IP電話とOABJ-IP電話における競争状況は…<略>…IP電話全体の競争状況と050-IP電話の競争状況はほぼ同様のものとなる。」についても同意見。

#### **【理由】**

IP電話のうち、特にOABJ-IP電話は、既存の固定電話からのリプレースとしての性質を有する。既存の固定電話からFTTH上で提供されるOABJ-IP電話に切り替える際、それまで「通話」部分でのマイラインとして登録していた事業者は、獲得していた契約を失う可能性が高くなる。NTT東・西は、マイラインにおいて圧倒的シェアを占めていた「市内通話」「県内市外通話」を維持するのみならず、従来シェアがゼロであった「県間通話」「国際通話」も一括して獲得することになる。マイラインの導入を通じてかつて存在していた健全な競争は、FTTHの普及に伴い、NTT東・西の独占状態への回帰という形で失われかねない。

		【KDDI 株式会社】	
30	(2)	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>このようにNTT東西からNTT東西に移行する傾向が強いのは、同じ事業者のサービスを利用することから、変更手続きが相対的に容易であることや、NTT東西に対してブランド等を感じる利用者層が存在することが理由として想定される。</p> <p><b>【意見】</b></p> <p>NTT東西からNTT東西に移行する理由として「変更手続きが煩雑でない」が主たる要因とされていますが、図表6-2-3①のNTT東西→NTT東西に移行する理由としては「導入手続きが簡単だった」は10.2%と他の項目と比べて最も少なく、非NTT東西→NTT東西の18.4%、非NTT東西→非NTT東西の12.2%と比べても少ないため、「変更手続きが煩雑でない」は主たる要因ではないと考えます。</p> <p>一方、図表6-3-2②を見ると、NTT東西→NTT東西に移行を希望する理由として、「ISPを変更したくない」(30.5%)が「ブランド力や信頼性」(31.7%)とともに上位になっています。</p> <p>マイグレーション分析にあたっては、NTT東西のADSL・FTTHは多数のISPに対応しているため、お客様がISPを変更することなくFTTHに移行することが可能ですが、他社の場合はISPの選択に制約が多い点を重視する必要があると考えます。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	※ 6-2-1(1)、(2)(P7~8)と同意見
31	(3)	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>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</p> <p>&lt;略&gt;…仮にこのFTTHへの移行が、ADSL市場でもFTTH市場でも競争圧力を構造的に弱めることが確認されれば、NTT東西の市場支配力の行使を抑制する何らかの政策的対応が求められる。</p> <p>&lt;略&gt;…また、今後はFTTHならではのサービスであるOABJ-IP電話や映像サービス等も重視されるようになると考えられ、これらのサービスの充実度やFM</p>	※ 1-5(第1章 P54)、6-7(2)(P30)と同意見

C(固定と移動の融合)等への対応次第で、今後の競争環境も大きく変わり得ると思われる。

なお、現段階では、FTTHのみで利用できるOABJ-IP電話の普及割合はそれほど高くないが、ここ一年で急激に契約数が増加しており、今後FTTHへの移行に当って、OABJ-IP電話サービスが選択理由としてクローズアップされる可能性があり、FTTH市場と固定電話市場との関係については、今後も引き続き注視することが重要である。

**意見 1**

メタルから光への本格的な移行が、ADSL市場でもたらされた活発な競争を後退させ、NTT東・西によるFTTH市場の市場支配力を生み出す結果となっている。この構造的問題については、お客様にとってメタル回線から光ファイバへのリプレイスであり、固定電話市場におけるNTT東・西の市場支配力が影響を及ぼしているという観点を踏まえ、早急に是正すべき。

**【理由】**

FTTHは既存の固定電話(メタル回線)からのリプレイスであることから、NTT東・西が約94%を占めるNTT加入電話の市場支配力が梃子となり、FTTH市場においても優位性を発揮することになる。NTT東・西が、シェア約63%の市場シェアを有するFTTH(商品名:Bフレッツ)と一体的に提供されるOABJ-IP電話(商品名:ひかり電話)は、NTTがグループ一丸となって取り組む中期経営戦略/2010年光サービス3,000万加入計画により、独占性が增大する可能性が大きい。

お客様が、固定電話(メタル回線)からFTTH(光ファイバ)に切り替えようとする場合、NTT東・西と他事業者の提供エリアの間に大きな格差があるために、お客様の意向に係わらずNTT東・西に切り替えざるを得ない状況も想定される。

		<p><b>意見 2</b></p> <p>FTTHの本格普及に伴い、FTTHと一体的に提供されるOABJ-IP電話の市場規模も急速に拡大しており、今後その重要性が高まることが必至。したがって、OABJ-IP電話市場の扱いについて、050-IP電話を含むIP電話全体としての分析にとどまらず、個別に踏み込んで評価すべき。</p> <p>※1-57頁 1-5-2(1)</p> <p>「050-IP電話とOABJ-IP電話における競争状況は…&lt;略&gt;…IP電話全体の競争状況と050-IP電話の競争状況はほぼ同様のものとなる。」についても同意見。</p> <p><b>【理由】</b></p> <p>IP電話のうち、特にOABJ-IP電話は、既存の固定電話からのリプレースとしての性質を有する。既存の固定電話からFTTH上で提供されるOABJ-IP電話に切り替える際、それまで「通話」部分でのマイラインとして登録していた事業者は、獲得していた契約を失う可能性が高くなる。NTT東・西は、マイラインにおいて圧倒的シェアを占めていた「市内通話」「県内市外通話」を維持するのみならず、従来シェアがゼロであった「県間通話」、「国際通話」も一括して獲得することになる。マイラインの導入を通じてかつて存在していた健全な競争は、FTTHの普及に伴い、NTT東・西の独占状態への回帰という形で失われかねない。</p> <p style="text-align: right;">【KDDI 株式会社】</p>	
31	(3)	<p><b>【総務省案】</b></p> <p>今後は、FTTHならではのサービスであるOABJ-IP電話や映像サービス等も重視されるようになって考えられ、これらのサービスの充実度やFMC(固定と移動の融合)等への対応次第で、今後の競争環境も大きく変わり得ると思われる。…(略)…今後FTTHへの移行に当たって、OABJ-IP電話サービスが選択理由としてクローズアップされる可能性があり、FTTH市場と固定電話市場との関係については、今後も引</p>	

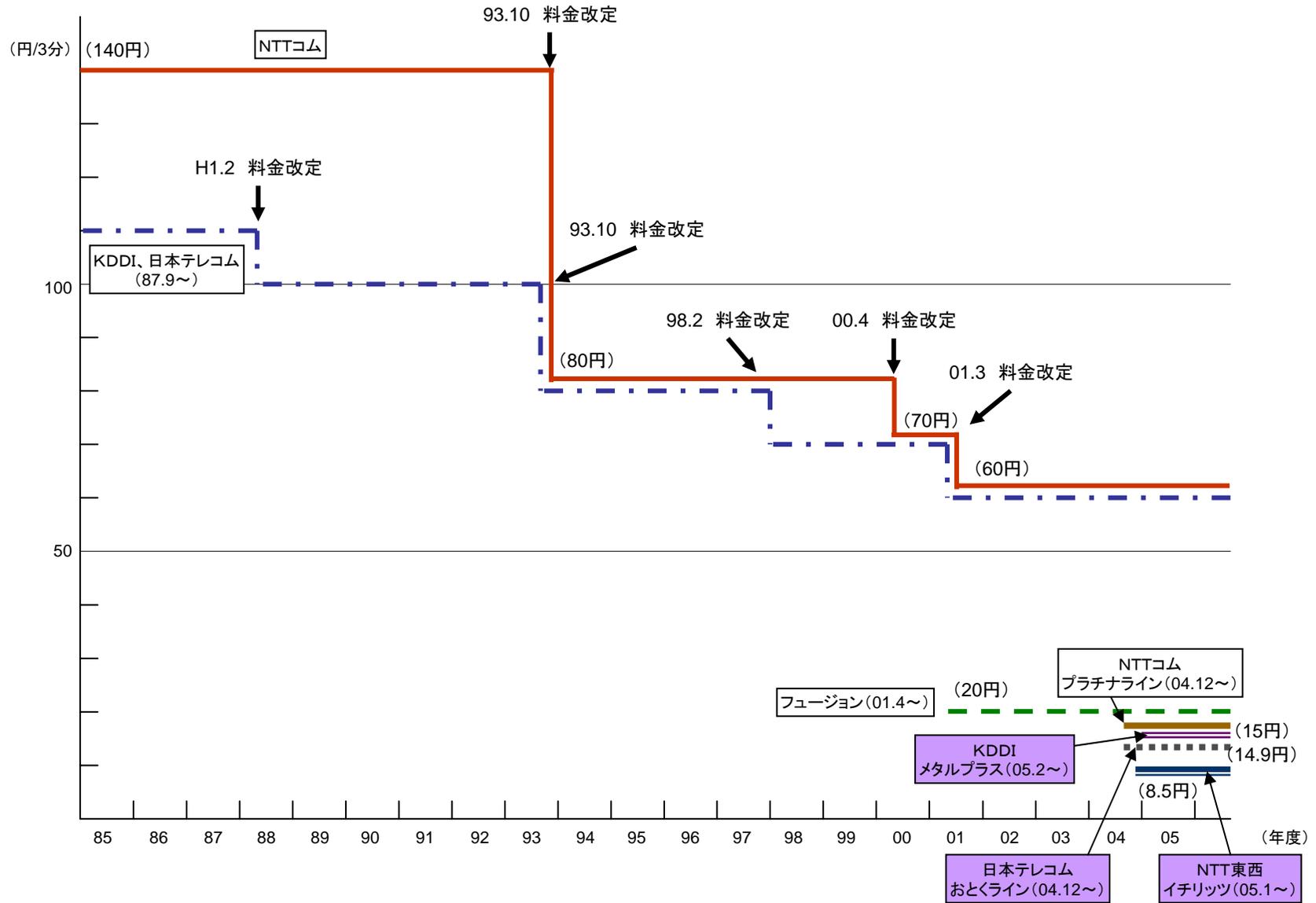
		<p>き続き注視することが重要である。</p> <p><b>【意見】</b>  上記について賛同いたします。  NTTグループの全体動向も注意深く監視していただきたい。  <b>【フュージョン・コミュニケーションズ株式会社】</b></p>	
31	(3)	<p><b>【総務省案】</b>  また、今後は、FTTHならではのサービスであるOABJ-IP電話や映像サービス等も重視されるようになって考えられ、これらのサービスの充実度やFMC(固定と移動の融合)等への対応次第で、今後の競争環境も大きく変わり得ると思われる。</p> <p><b>【意見】</b>  また、今後は、FTTHならではのサービスであるOABJ-IP電話や映像サービス等も重視されるようになって考えられ、これらのサービスの充実度やFMC(固定と移動の融合)等への対応次第で、今後の競争環境も大きく変わり得ると思われる。  また、FTTHの展開は、中小零細規模事業者の加入電話(事務用)からOABJ-IP電話へのマイグレーションを促す。これらの事業者は、法人向けネットワークサービスよりも低コストの消費者向けFTTHサービスを利用すると考えられる。今後、中小零細規模事業者を対象としてFTTH市場の環境を整備していく必要がある。  <b>【村上 裕康】</b></p>	
31	(3)	<p><b>【総務省案】</b>  そして、<u>仮にこのFTTHへの移行が、ADSL市場でもFTTH市場でも競争圧力を構造的に弱めることが確認されれば、NTT東西の市場支配力の行使を抑制する何らかの政策的対応が求められる。</u></p> <p><b>【意見】</b>  ・ 今回はADSL、FTTH、CATVインターネットを別市場として分析されております</p>	※ 6-5(1)(P23)と同意見

	<p>が、利用者からみて代替的な関係にあるサービスについては、市場を細分化するのではなく、全体をブロードバンド市場として大括りに捉えた上で、競争評価を行う必要があると考えます。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ また、市場の実態に即して、ブロードバンド市場全体で捉えれば、「マイグレーション」という問題を提起する必要もないと考えます。</li> <li>・ ブロードバンド市場では、ADSL単独事業者、FTTH単独事業者、ADSL・FTTH兼業事業者、CATV事業者、さらには、ISP・ADSL兼業事業者、ISP・FTTH兼業事業者、ISPと協業する事業者等、様々な事業形態の事業者がそれぞれの事業戦略に基づいて激しい競争を繰り広げており、競争は有効に機能していると考えます。</li> <li>・ なお、弊社のシェアが拡大しているのは、①積極的な設備投資によるサービスエリアの拡大、②多数のISPや放送サービスに対応しており、お客様の選択肢が豊富、③多種多様な新サービスの投入、④回線開通工事期間の短縮などお客様サービスの改善、等の施策がお客様に支持されている結果であると考えます。</li> <li>・ 競争評価にあたっては、高いシェア自体を問題視するのではなく、その理由がネットワークのオープン化等が行われていないことによって生じているものなのか、各事業者の営業努力の結果であるのか等、定性的な要因について十分に分析を行っていただきたいと考えます。それを経ずに「政策的対応が求められる」とするのは論理の飛躍であり、記述を削除すべきであると考えます。</li> </ul> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	
--	--	--

その他

頁	段落	意見	備考
		<p>電気通信事業分野における競争状況の評価は、2003年度から2005年の3年間にわたり行われ、分析が完結し、電気通信市場全体の概観が可能となったことは非常に有意義であると考えます。また、電気通信市場に関するデータが整備され、分析が行いやすくなりました。今後も継続して競争評価を行い政策へ具体的に反映していただけますよう要望いたします。</p> <p style="text-align: right;">【イー・アクセス株式会社】</p>	
		<p><b>【意見】</b></p> <p>「競争評価」につきましては、今回をもちまして一旦終了するものと認識しておりますが、ネットワークのIP化の進展等、急速に変化しつつある現在の電気通信事業を取り巻く環境を鑑みれば、今後も継続して貴省による「競争評価」の必要性を強く感じており、つきましては平成18年度以降も同様に「競争評価」を実施して頂きますようお願い申し上げます。</p> <p>将来的に、貴省にて継続して「競争評価」を実施して頂けるのであれば、以下のポイントを「競争評価」に追加して頂ければ幸いです。</p> <p>■グループ単位での競争評価の実施 ⇒NTTグループ殿の各社の連携は、公正競争確保の阻害要因となりうるか。</p> <p style="text-align: right;">【株式会社ケイ・オプティコム】</p>	

### 中継電話通話料(中距離)の料金推移

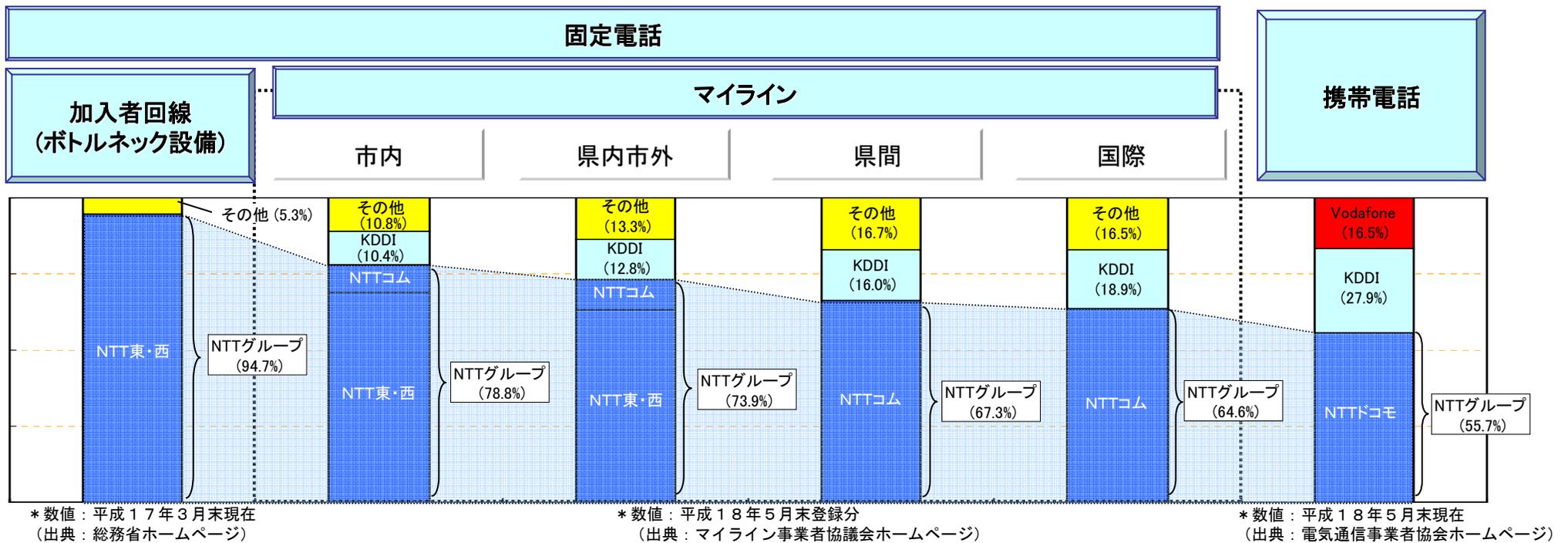


※NTT東西のイチリッツは県内市外通話の場合

(1) NTT加入電話、マイライン、CATV電話の料金

事業者名		基本料				通話料(3分/8:00~19:00)					その他
		住宅用				市内	県内 60km 以内	県間 100k m以	携帯 への 通話	IP電話 への通 話	
		3級局	2級局	1級局	ISDN64						
加入電話	NTT 東日 本	1700 (税込 1785 )	1600 (税込 1680 )	1600 (税込 1680 )	2780 (税込 2919 )	8.5 (税込8.925) (イチリツ)	上 8.5 (税込 8.925) (イチリツ) ※県内の 料金	52.5 (税込 55.125)~ 63(税込 66.15) (0036利用)	※IP電話 事業者毎 に異なる	・ADSLは、フレッツ、Yahoo!BB、 イー・アクセス等多数の事業者に対 応 ・フレッツADSLはOCN、@nifty、 BIGLOBE等多数のISPに対応 利用時にマイラインを市内・市外と もNTT東にした場合、フレッツ料 金を月額10%割引	
	マイ ライ ン	/				8.0 (税込8.4)	14.83 (税込 15.57)	52.5 (税込 55.125)~ (0033利用)		} ・マイラインは多数 の事業者に対応	
	日本テレ コム (マイライン プラス)					8.5 (税込8.925)	31 (税込 31.5)	54 (税込56.7) (0088利用)			
KDDI (マイライ ンプラ ス)	8.5 (税込8.925)					31 (税込 31.5)	51.3 (税込 53.865)~ 54(税込 56.7) (0077利用)				
CATV電話	ジュー ピー ターテレ コム (JCOM- PHONE )	1330(税込 1397)				7.9 (税込8.3) ※自社 CATV電 話間なら 5.0(税込 5.3)	24.3 (税込8.3) ※自社 CATV電 話間なら 15.1(税込 15.9)	65 (税込68) ※自社 CATV電 話間なら 40.4(税込 42.4)	52.5 (税込 55.1)(ド コモ) 54(税込 56.7)(au ポータ フォン)	9.4 (税込9.9)	

# 「ボトルネック設備」の有無は、公正競争の進展に大きく影響



## 【固定通信】

- NTT東・西以外は、加入系線路設備の自前設備構築が困難。
- 設備／営業面で、NTT東・西は公社時代からの独占的優位性を継承。

## 【移動体通信】

- ボトルネック設備の影響を受けずに自前設備構築が可能。
- NTTドコモ分離の結果、NTTドコモと新規参入者は、統一ブランドの利用等グループ影響力の行使を除き、基本的に対等。

- お客様の多くが、電話といえばNTTを思い浮かべる現状（「電話＝NTT」の既成概念化）。  
⇒当社調べでは、約80%のお客様が、「固定電話サービス」といえば「NTT」と回答。
- 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、統一ブランド効果が競争に与える影響について議論を深めるべき。

NTTの加入者回線シェア

昭和60年（民営化当時）	平成17年
100%	94.7%

歴史的経緯によるNTTの独占状態

電話といえば  
NTT?

「固定電話サービス」企業名想起率\*  
約80%（平成17年度KDDI調べ）

お客様

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。

= 「NTT東・西」「NTTコミュニケーションズ」という事業者名で区別していない可能性がある。

\* 「固定電話サービスといえば浮かぶ企業名」を質問（企業名の例示なし）