

競争評価カンファレンス資料

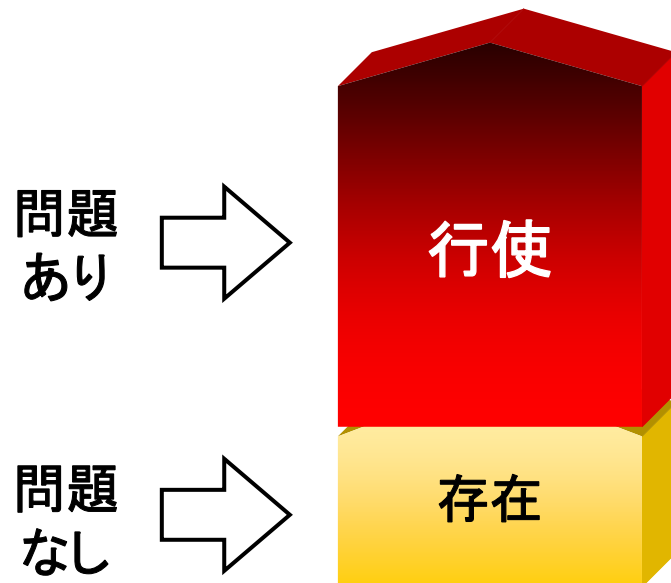


平成18年6月27日
ソフトバンクグループ

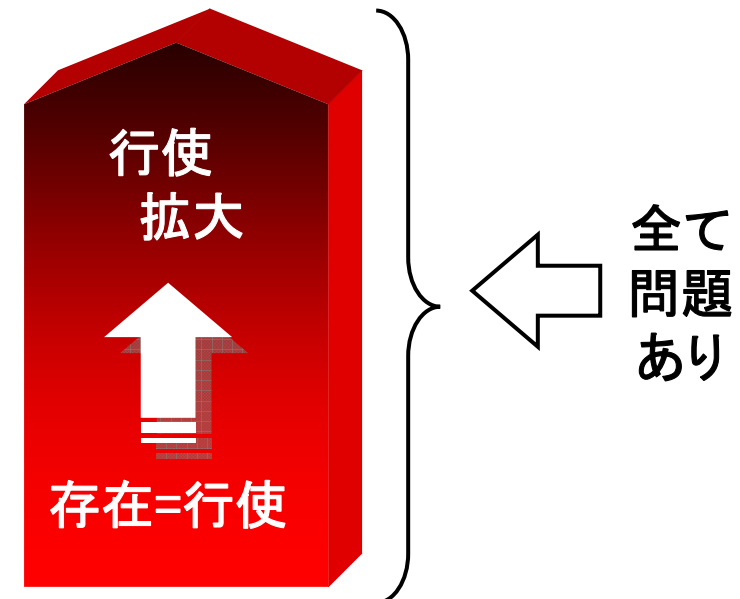
1. 市場支配力の存在と行使

市場支配力の「存在」する場合、同時に「行使」されている

(1) 競争評価(案)の認識



(2) 当社の認識



市場支配力が「存在」する場合、
常に問題があるという視点で競争を評価すべき

“116”問題

過去からの市場支配力により、固定化した競争優位が存在

“116”による市場支配力行使



(2) “116”によるインターネットサービス販売等
市場支配的サービス(固定電話)の問い合わせ先を用いた、他サービスの販促及び
他事業者の営業阻害(レバレッジング)

禁止

(1) “116”の独占的使用
競争事業者より少ない桁数の問合せ番号
の独占的利用という、競争優位

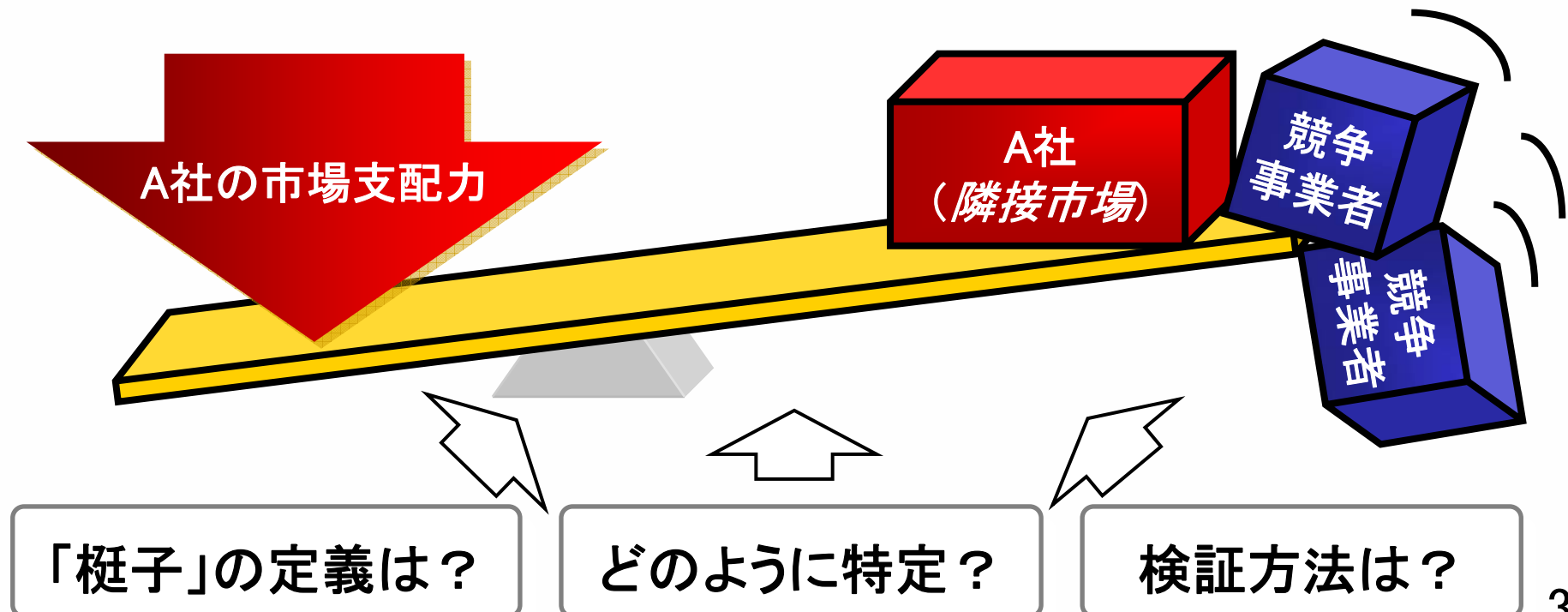
容認

過去から常態化/固定化した競争優位は、容認されている

2. 「梔子」の検証が必要

「梔子」の特定、検証手法の明確化が必要

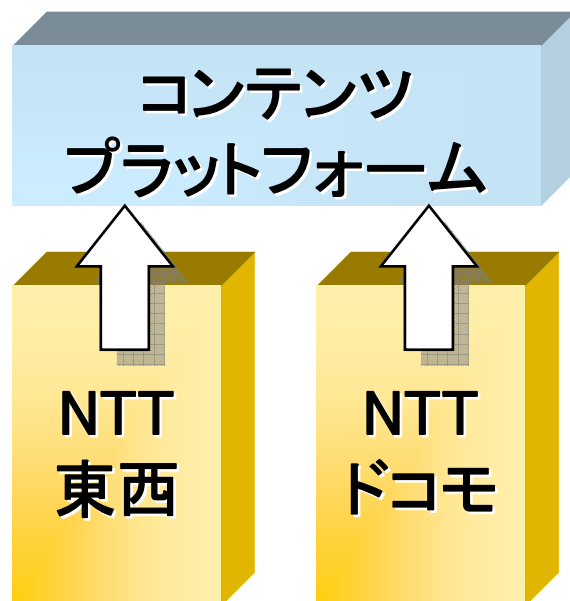
- (1) 評価案では、市場支配力を「梔子」とした隣接市場への影響を懸念し、監視や検証の必要性を指摘
- (2) しかし、「梔子」の特定や検証手法については、言及されず



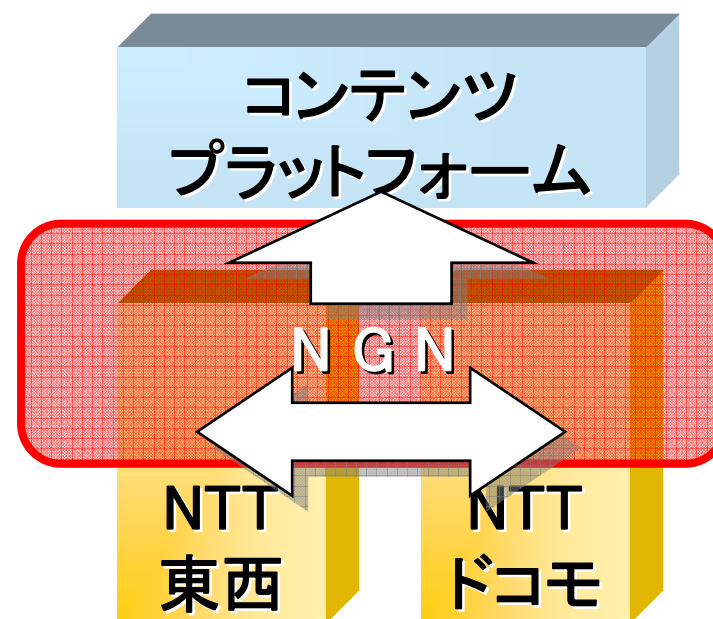
NGN整備とレバレッジング

NTTのNGN整備に伴い、レバレッジング拡大が懸念される

(1) 現状



(2) NGN整備後

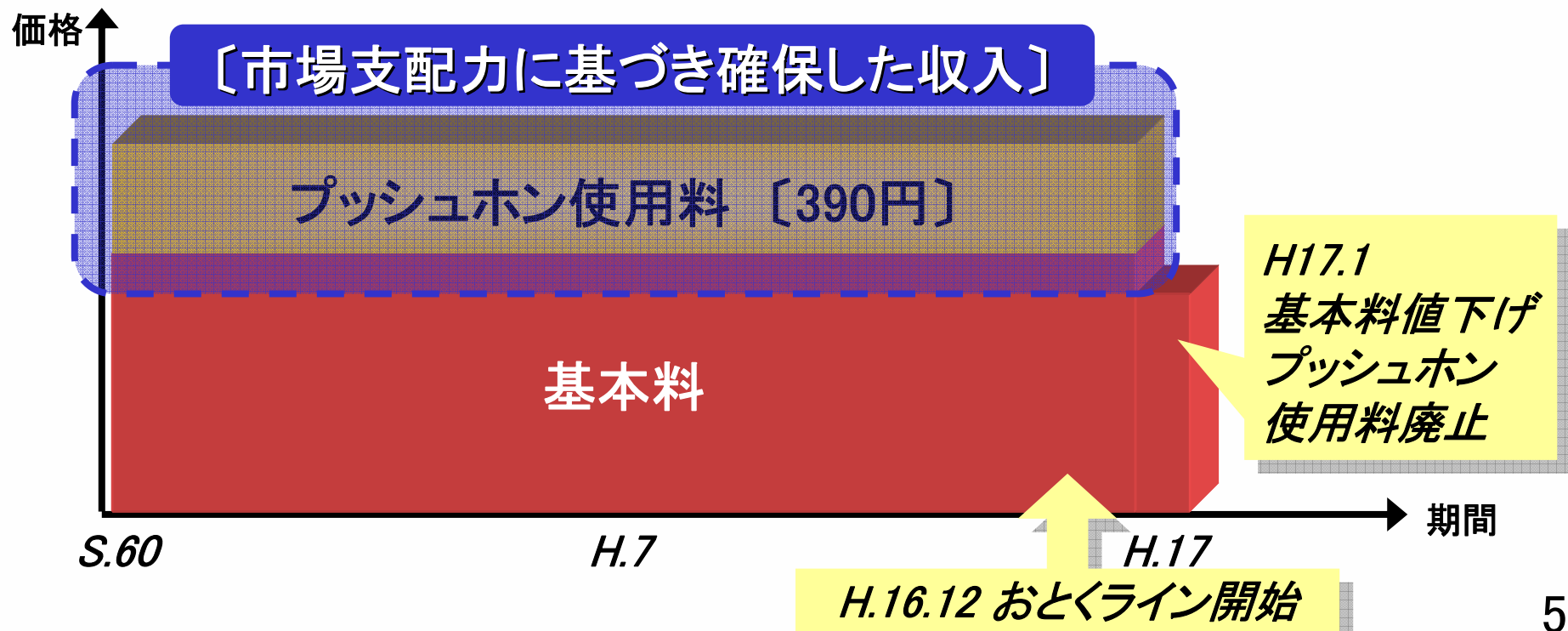


レバレッジングの拡大に対応し、
「梃子」の特定、明確化を進めることが必要

3. 価格支配力の考え方 (1)

価格維持のケースでも、価格支配力は行使されている

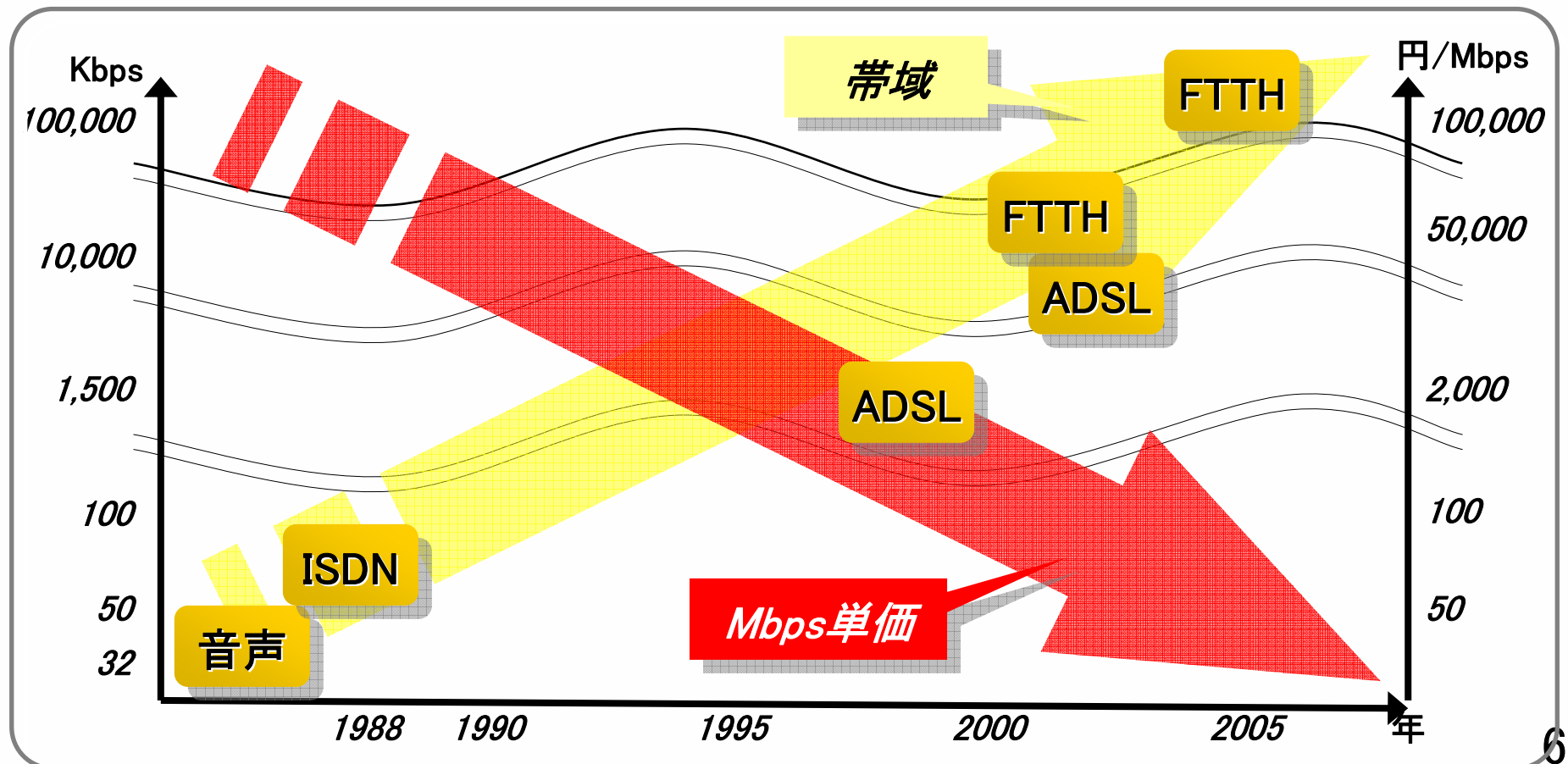
- (1) 評価案では、値上げが生じていない場合、価格支配力＝市場支配力が行使されていないものと判断
- (2) しかし、NTTは市場支配的領域で価格維持することで、独占利潤を確保



3. 価格支配力の考え方 (2)

技術の進展により、(実質的な)価格は自然に低減

➡ 価格下落なし = 市場支配力行使の可能性



4. 協調による市場支配力行使 ～ 「プラチナライン」

「プラチナライン」により、NTTグループとして顧客を囲い込み

- (1) NTTグループ内で接続料支払いを相殺できるため実現可能な通話料水準
= 競争事業者は対抗不可
- (2) マイライン登録の確保
= 加入電話契約維持／直収電話流出阻止
= NTT東西の市場支配力維持

