

2006年度の競争評価結果（案）に対する意見募集結果

全体

頁	段落	意見
		<p>【意見】</p> <p>NTT東日本、NTT西日本、NTTコミュニケーションズは再編以後、別会社として事業運営を行っていますので、競争評価にあたってはそれぞれ別個の事業者として取り扱うべきと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>
		<p>【意見】</p> <p><1. 市場シェア以外の多面的な分析></p> <p>NTT東・西の加入者回線のボトルネック性に着目し、固定電話における市場支配力の隣接市場へのレバレッジを、水平的、垂直的に分析しようとする今般の競争評価のアプローチは適切です。設備のボトルネック性だけでなく、加入電話からADSL、FTTHへとブロードバンドへのマイグレーションにおける手続きの問題（例えば、光ファイバの戸建て宅内引込み工事は、NTT東・西は1回、競争事業者は2回等、他事業者との差分が存在）やブランドの問題（独占時代から引き継いだ資産であるブランド力の影響）等のスイッチングコストにも着目する分析は、公正競争実現のために必要な措置を検討する上で重要なものであり、競争評価がより実践的なものに改善されてきたものと評価されます。今後、地理的な広がり の強み（FTTHの部分市場毎のエリア等）の分析も含め、更に踏み込んだ分析が必要と考えます。</p> <p><2. レバレッジの問題></p> <p>一方、市場支配力の行使については、隣接市場に対するレバレッジの「懸念」に留まった評価となっており、不十分です。客観的なデータとして現れているFTTHやIP電話、法人向けサービス市場でのNTTグループのシェアの上昇は、加入電話における市場支配力が、隣接市場に波及していることを示すものであり、レバレッジによる公正競争上の問題（独占時代に培った優位性により、ブロードバンド・IPサービス市場でも市場支配力を濫用）は、懸念ではなく、顕在化している段階にあると評価する必要があります。</p> <p><3. 営業面の問題、グループ一体経営の在り方></p> <p>現在、指定電気通信設備制度の包括的な見直しや、NTT東・西の活用業務認可に関するガイドラインの見直しが行われているところであり、NTT東・西の単独の市場支配力だけでなく、NTTグループとしての共同的・一体的な市場支配力の濫用を防止するためのルールの整備についても、検討されています。競争評価をこうした公正競争ルールの見直しと連携させていく上では、ボトルネック設備の問題（線路敷設基盤の指定設備化、実際の利用者を収容するシェアアクセスの加入者単位の開放等）に留まらず、今後は一層、営業面の問題（加入電話の顧客情報を利用したフレッツサービスの販売、NTT東・西のフレッツサービスとNTTコムの一休販売等）やグループ一体経営の在り方まで視野に入れた分析に注力し</p>

ていくことが重要と考えます。

【KDDI株式会社】

■全般

- ・ 評価結果案においては、F T T Hが今後の情報社会のネットワーク基盤の核となるインフラとして位置付けられており
※、インターネット接続領域の市場分析の中では、F T T H市場におけるN T T東西のシェアの増加傾向や隣接市場への市場支配力の濫用に関する懸念が示されているところです。

評価結果案を見ても、F T T H市場におけるN T T東西の独占化傾向、独占市場から隣接市場への市場支配力の濫用、N T Tグループの共同的・一体的営業等が競争環境に多大な影響を与えているのは明らかであり、この結果、A D S L市場における競争がもたらしたブロードバンド市場の発展傾向が縮退する方向に向かっていることは否定し難い事実であると考えます。

従って、単に市場環境を注視するのみではこの傾向に歯止めが掛けられず手遅れとなることから、早急に競争促進を図るべく政策の転換が必要であると考えます。具体的には、以下に列挙する各種競争促進のための措置を講じることに加え、N T Tグループの在り方についても早期に議論を開始すべきであると考えます。

なお、市場におけるシェアの推移や、アンケート等による利用者の嗜好調査のみでは、競争環境における具体的な問題の所在を明らかにすることはできないことから、F T T H市場におけるN T T東西のシェア増加等の問題を引き起こしている背景・理由について、競争評価の中でさらに詳細に分析を深めることが必要です。

※ 「F T T Hは、今後の情報社会のネットワーク基盤の核となるインフラであるため、これが独占的な環境ではなく健全な競争環境の下で提供されるよう、競争評価としても市場分析を進めつつ、所要の制度整備を提言していくべきである」（評価結果案 3-4-6「2006年度の競争状況の評価」(5)「今後の注視事項」より)

■接続ルールの見直し

- ・ 評価結果案の7-2-3「固定電話市場とインターネット接続市場の関係の総括」において、「日本のA D S Lは、世界でも最も進んだアンバンドル規制が適用された結果、活発な競争が展開され、既存事業者のシェアは世界でも最低水準にある」とされているとおり、A D S L市場においては徹底的な設備開放政策がとられたことで、競争事業者の参入が促進されたところです。

しかしながら、F T T H市場においては、N T T東西により設定された光配線区域が狭小であることや、光ファイバの貸し出し形態が8分岐単位であること等により、競争事業者の設備稼働率が向上せずコスト高になるという構造上の問題が存在するため、競争事業者が当該サービス市場において事業を行うことは実質的に不可能です。

これについては、「電気通信事業分野における競争状況の評価に関する基本方針2006～2008」4-3-1-2(2)

①「不可欠設備の存在」において、「加入者回線等のサービス提供に不可欠な設備を保有している事業者から当該設備を借り受け、同時に最終利用者に対するサービス市場でその事業者と競争する状況下では、当該設備の開放の内容や程度によっては劣位な条件での競争を強いられる」とされている事態が、現に生じていることに他ならないものと考えます。

		<p>このため、設備開放の有無は表面的に判断するのではなく、上述のような接続条件における構造上の問題等を踏まえて判断することが不可欠であり、その上で当該市場における競争阻害要因※を取り除くべく適切な措置を講じることが必要です。具体的には、光配線区域の見直しや1分岐単位での光ファイバの貸し出し等の措置を早急に講じる必要があると考えます。</p> <p>※ 参考資料 競争評価アドバイザーボード（第3回）配布資料6-4「ソフトバンクテレコム株式会社提出資料」20～27頁（URL：http://www.soumu.go.jp/joho_tsusin/policyreports/chousa/advisory_board/pdf/070329_2_si6-4.pdf）</p> <p>■独占市場から隣接市場への市場支配力の濫用</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ IP化の進展により、固定電話市場における市場支配力がF T T H市場等隣接市場へ濫用される恐れがより高まっていることから、このような事態を回避すべく、実効性のあるファイアーウォール措置等を追加的に課すことが急務であると考えます。 <p>■市場支配的事業者グループの共同的・一体的営業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 市場において現実の営業実態として見られる、Bフレッツ販売時のOCN推奨販売や、ドコモショップにおけるBフレッツと携帯電話端末（NTTドコモ契約）のセット販売による割引等、市場支配力を有するNTTグループによる共同的・一体的営業は、公正な競争環境を侵す恐れがあるものです。このような行為の競争阻害性を特定し、明確に禁止行為と位置付けない限り、各市場におけるNTTグループの市場支配力がさらに強化されることは明らかです。 <p>現在、禁止行為については、電気通信事業法第30条第3項第2号において、市場支配的事業者は特定の電気通信事業者に対して不当に優先的な取扱いをしてはならない等規定されているところですが、当該規定に反すると思われる行為が実際に行われていても、その実態を外部から検証することは不可能であるため、当該規定は実効性を欠いているというのが実情です。このため、「電気通信事業分野における競争の促進に関する指針」や「東・西NTTの業務範囲拡大に係る公正競争ガイドライン」において、NTTグループの共同営業に関し、禁止行為に該当する具体的事例の充実化等を図ることが必要です。</p> <p>加えて、本年5月11日のNTT社長会見において、FMCについては、NTT東西（固定側）からのアプローチに加え、NTTドコモ側からのアプローチも存在するとの見解が示されているところですが、NTTドコモにおいても、その歴史的背景に起因する総合的な事業能力の高さや、現に第二種指定電気通信設備を有し、過半という高いシェアを有することを考慮すると、公正競争環境確保のためには、NTTドコモにおける禁止行為を具体的に記載したガイドラインを個別に策定するといったさらに徹底した予防措置を早急に講じる必要があると考えます。</p> <p>【ソフトバンクBB株式会社、ソフトバンクテレコム株式会社、ソフトバンクモバイル株式会社】</p>
		<p>【意見】</p> <p>■競争評価手法の更なる精緻化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 現在の競争評価については、一部判断基準に不透明な点がある等の課題が依然として存在しており、引き続き分析手法や評価結果の導出手法の精緻化を図る必要があると考えます。

特に、市場支配力の行使有無の判断の際には、市場支配力が存在するだけで実質的に行使しているのと同等の効力を持ち得る場合があることを認識すべきであると考えます。

例えば、ブランド等が有する競争優位性やサービス提供に係る手続面における指定電気通信設備を有する事業者の優位性等、市場支配力の存在自体が、競争事業者の事業展開を困難にするという実態が存在しています。また、市場支配力を有した事業者の存在自体が、他事業者の当該市場への参入意欲を削ぎ、結果として新規参入が生じないといった事態も想定されるところであり、このようなケースにおいては市場支配力を有した事業者の存在自体が参入障壁になっていると捉えるべきです。

■ N T Tグループ各社の総合的な事業能力

- ・ 上述のとおり、現行ルールにおいて規制されていない各種市場支配力（ブランド力やサービスに係る手続面の優位性等）が、実態として現に存在していることから、適切な競争評価を行うためには、それらの定量化や実証が困難な指標について着目することが不可欠です。

また、今後は、クワトロプレイ等の多様なサービス登場に伴う複雑な市場環境の変化が予想されることから、適切な競争評価を行うためには、表面的な消費者選好やシェア等といった定量化や実証が容易なデータの分析にとどまらず、ブランド力等、より一層、定量化が困難な指標も含むN T Tグループ各社の総合的な事業能力を測定し、分析の一要因に含めることが重要であると考えます。

■ アンケートの公表

- ・ 分析にあたり実施したアンケート内容については、競争評価制度全体の透明性を確保し、評価結果の信頼性を高めるために、意見募集のタイミングにて、サンプル属性に限らず実際に用いられたアンケートの設問・回答結果・集計結果等についても公表すべきと考えます。

■ レバレッジ

- ・ 評価結果案において使用されている「レバレッジ」という用語については、必ずしもその定義が明確となっておらず、該当行為が及ぼす影響や効果についてもイメージ化がしづらいことから、「隣接市場への市場支配力の濫用」といった表現に統一することが適当と考えます。

【ソフトバンクBB株式会社、ソフトバンクテレコム株式会社、ソフトバンクモバイル株式会社】

第1部

第1章 固定電話領域

頁	段落	意見
13	1-2-3 -3(1) 図表1-2 -3-3①	<p>【総務省案】 ドットフォンパーソナルV 月額基本料金を支払うことでPCからの格安通話を実現。</p> <p>【意見】 ドットフォンパーソナルVは、弊社の050-IP電話と同等の料金体系となっており、格安という表現は不適切。弊社サービスの利用者の誤解を招きかねない記載であり修正いただきたい。 <修正案> ドットフォンパーソナルV 月額基本料金を支払うことで050-IP電話とほぼ同等料金での通話を実現。 【エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社】</p>
22 23	1-3-2 -2【要約】、 (2)	<p>【総務省案】 【要約】 ・通話料では、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。</p> <p>(2) 通話料 通話料の詳細については、NTT加入電話、直収電話、CATV電話、OABJ-IP電話、050-IP電話、放送等とのサービスとのセット料金について、代表的な料金の例を参考1-Bにまとめたが、ここでは代表的な通話料の推移として中継電話を採り上げる。図表1-3-2⑤～⑦は、中継電話の通話料を、市内電話、中距離、長距離の別に示したものである。市内通話、中距離通話、長距離通話いずれとも05年度からは変化がないが、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」12が通話料の大幅な値下げによって最安値を実現し、料金競争を主導し、シェアを急拡大させているのが特徴的である。</p> <p>【意見】 直収電話、CATV電話、OABJ-IP電話、050-IP電話の料金を総合的に評価すべきである。料金競争は市場全体（「NTT加入電話+直収電話+CATV電話+OABJ-IP電話」）の状況に応じた総合的な判断に基づくものであり、参考1-Bに記載頂いた料金表から抜粋すると下記の状況であります。弊社の設定する料金と同等またはそれ以下の水準で他事業者により競合するサービスが提供されている現状において、弊社サービスを個別に取り上げ、「大幅な低価格路線」や「競争を先導」との記載は誤った分析であるため修正が適切。</p>

参考1-B 固定電話の各サービスにおける主な料金(2007年5月現在)より抜粋

	市内	県内60Km以内	県間100Km以上	携帯
ソフトバンクテレコム (おとくライン)	7.9	14.9	14.9	48.0 46.5(SBM宛)
ソフトバンクテレコム (BBフォン光)	7.99	7.99	7.99	25円(昼間)/分 20円(夜間)/分
KDDI (メタルプラス)	8.0	8.0	15.0	48.0 46.5(au・ツーカー宛)
KDDI (ひかりone電話)	8.0	8.0	8.0	48.0 46.5(au・ツーカー宛)
NTTコミュニケーションズ (プラチナライン)	8.0	8.0	15.0	48.0(※1)

・また、(※1)のとおり、弊社の携帯電話向け料金は、48.0円のため、参考1-Bも合わせて修正願います。

<修正案>

【要約】

・通話料は、市場全体(「NTT加入電話+直収電話+CATV電話+OABJIP電話」)の競争状況を反映している。

(2) 通話料

通話料の詳細については、NTT加入電話、直収電話、CATV電話、OABJ-IP電話、050-IP電話、放送等とのサービスとのセット料金について、代表的な料金の例を参考1-Bにまとめたが、市場全体(「NTT加入電話+直収電話+CATV電話+OABJIP電話」)の競争状況を反映し、ほぼ同等な料金にてサービスが提供されている。

【エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社】

29

1-3-4-1【要約】

【総務省案】

【要約】

・NTT東西のシェア(NTT加入電話及びOABJ-IP電話)は年々僅かながら減少し、06年12月末で90.4%。

【意見】

「僅かながら」は客観性のない定性的な表現ですので削除願います。

NTT東西のシェアは05年から06年で▲4.7%、06年から07年は推計で▲3%減少しており、例えば携帯電話・PHS市場における05年12月から06年12月にかけてのNTTドコモの減少幅▲1.3%と比べても大きな減少となっています。

【東日本電信電話株式会社】

32

1-3-4-2(1)

【総務省案】

各区分におけるNTTグループのシェアは(図表1-3-4⑪~⑬を参照)、市内が85.0%(NTT東西70.3%、NTTコミュニケーションズ14.7%)、県内市外が81.1%(NTT東西65.7%、NTTコミュニケーションズ15.4%)

		<p>ズ15.4%)、県外が79.0%(NTTコミュニケーションズ)、国際が69.5%(NTTコミュニケーションズ)となり、国際以外は8割前後で大差不い。</p> <p>【意見】 マイライン未登録ユーザは、ACRによる中継事業者の使い分けを行っているユーザもおり、必ずしも当社、NTT東日本殿及び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。 【西日本電信電話株式会社】</p>
32	1-3-4-2(1)	<p>【総務省案】 (1) 契約数に見る市場集中度 (中略) 各区分におけるNTTグループのシェアは(図表1-3-4⑪~⑬を参照)、市内が85.0%(NTT東西70.3%、NTTコミュニケーションズ14.7%)、県内市外が81.1%(NTT東西65.7%、NTTコミュニケーションズ15.4%)、県外が79.0%(NTTコミュニケーションズ)、国際が69.5%(NTTコミュニケーションズ)となり、国際以外は8割前後で大差不い。したがって、ここでは便宜的に、中継電話の用途として代表的な長距離電話の区間である「<u>県外</u>」を選択することとし、<u>NTTコミュニケーションズのシェアを、NTTグループ(NTT東西+NTTコミュニケーションズ)が提供するマイライン・マイラインプラスのシェアとみなし、代用することとする。</u> (*下線は当社による。)</p> <p>【意見】 中継電話市場の分析にあたっては、「県外」のみではなく、「市内」「県内市外」「国際」も含めて客観的に分析する必要があると考えます。また、NTT東日本、NTT西日本、NTTコミュニケーションズは再編成以後、別会社として事業運営を行っているところであり、NTTコミュニケーションズの「県間」シェアをNTTグループのシェアの代用とするのは適切でなく、三社を別個の事業者として取り扱うべきと考えます。 【東日本電信電話株式会社】</p>
32	1-3-4-2(1)	<p>【総務省案】 (1) 契約数に見る市場集中度 中継電話の競争状況を分析するに当たり、2005年度の競争評価ではNTT加入電話に係る中継電話部分(マイライン・マイラインプラス)を抽出して分析したが、今回はこれに直収電話、CATV電話、OABJ-IP電話の中継電話部分を加え、中継電話全体として分析することとした。これは、NTTコミュニケーションズが直収電話に参入せず、プラチナラインの提供によりマイライン・マイラインプラス部分の通話サービスを低廉な通話料で提供することにより競争を行っているため、直収電話等も含めた上で中継電話部分の競争状況を分析すべきとの指摘があったためである。 なお、これを行うためには、マイライン・マイラインプラスの4区分(市内、県内市外、県外、国際)の中から1区分</p>

を選択し、この区分に係る契約数と直収電話、CATV電話、OABJ-IP電話の契約数を合計して市場シェア等を算出する必要がある。各区分におけるNTTグループのシェアは（図表1-3-4⑪～⑬を参照）、市内が85.0%（NTT東西70.3%、NTTコミュニケーションズ14.7%）、県内市外が81.1%（NTT東西65.7%、NTTコミュニケーションズ15.4%）、県外が79.0%（NTTコミュニケーションズ）、国際が69.5%（NTTコミュニケーションズ）となり、国際以外は8割前後で大差ない。したがって、ここでは便宜的に、中継電話の用途として代表的な長距離電話の区間である「県外」を選択することとし、NTTコミュニケーションズのシェアを、NTTグループ（NTT東西+NTTコミュニケーションズ）が提供するマイライン・マイラインプラスのシェアとみなし、代用することとする。図表1-3-4⑤は、中継電話契約数（マイライン（県外）、直収電話、CATV電話、OABJ-IP電話）における上位3社シェアの推移を示したものである。中継電話全体におけるNTTコミュニケーションズのシェアは、06年3月末で69.2%で1位となっており、KDDIが14.0%で2位、ソフトバンクテレコムが7.5%で3位となっている。また、上位3社シェアは90.7%、HHIは5061となっており、市場集中度は高く高度に寡占的な市場となっている。

【意見】

意見1：市場集中度を把握する指標として、契約数と通信量が考えられるが、下記の事項を十分に考慮し、通信量を基本とすべき。

- ① マイライン未登録者、弊社マイライン登録者ともに、事業者識別番号を付加し通話することで、他社の中継電話を利用可能。
- ② 通話量はお客様毎に異なるため、事業規模を把握するには通信量（概ね収益に比例）が適切。
これらの影響により、弊社通信量シェアは53.1%となっており、契約数のシェア69.2%と大きく乖離しております。これより、契約数を元にした評価は、市場集中度（事業規模）を評価する指標として適切ではなく、33頁「（2）通信量にみる市場集中度」を基本とすべき。誤解を招かぬよう、以下のとおり修正すべき。
－（1）と（2）の順番を入れ替え、通信量を基本とした評価に変更。
－HHIは通信量を元に算出。
－要約部分についても通信量を元にした評価に修正する。
－契約数によるシェアについては、マイライン未登録者の存在をより明確にするため未登録と標記し、注釈で補足する。

意見2：マイライン未登録者を含めた弊社のマイラインシェアにより、NTTグループの評価とするといったことは不適切。

意見1のとおりに通信量を基本とすべきであり、図表1-3-4⑩のように、事業規模（≡通信量）は区分毎には大きく異なる。

【エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社】

34	1-3-4	【総務省案】
----	-------	--------

	<p>－ 2 (2)</p>	<p>05年度におけるNTTグループのシェアは、市内通話で73.9%(通信回数)と75.3%(通信時間)、県内市外通話で58.3%(通信回数)と61.1%(通信時間)、県外通話で47.8%(通信回数)と53.1%(通信時間)となっている。</p> <p>【意見】 市内通話、県内市外通話における通信量シェア(図表1-3-4⑥、図表1-3-4⑦)については、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、「NCC」として一括りにされている部分についても事業者の内訳を記載すべきと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【西日本電信電話株式会社】</p>
<p>37</p>	<p>1-3-4 -2(1)</p>	<p>【総務省案】 (1)契約数にみる市場集中度 図表1-3-4⑪~⑬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、国際の区別に示したものである。07年3月末における中継電話でのNTTグループのシェアは、市内で85.0%、県内市外で81.1%、県外で79.0%、国際で69.5%となり、NTTグループが国内通話では8割前後、国際では約7割の圧倒的なシェアを確保している。</p> <p>【意見】 市場集中度を把握する主な指標として、前述のとおり通信量を基本とすべき。昨年度評価においても、マイライン未登録を含む契約数により弊社のシェア:県外75.9%に対し、通信量の弊社シェアは県外:51.1%との評価となり、契約数のみでは実態を把握出来ていない。</p> <p style="text-align: right;">【エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社】</p>
<p>56 ~ 57</p>	<p>1-6(3)</p>	<p>【総務省案】 ①市場支配力の存在 a NTT東西は単独で市場支配力を行使しうる地位にある。 以下の判断要素等を総合的に勘案し、NTT東西が市場支配力を単独で行使しうる地位にあると評価する。現存の市場構造や事業者間の競争状況においては、一定の競争ルールの存在なしには、シェア1位のNTT東西が単独で価格その他各般の条件を左右しうる地位にある蓋然性が高い。</p> <p>量的基準 NTT東西の市場シェアは引き続き90%を超えており、独占的である。 (中略) その他の主な判断要素</p>

		<p>加入者回線合計（メタル回線、光ファイバ回線等の総計）に占めるNTT東西のシェア（06年3月末）は93.8%に達し、メタル回線のみでは99.9%となるため、NTT東西は不可欠設備を保有している。</p> <p>【意見】 NTT東西の加入電話については、その沿革、歴史を反映して、固定電話（加入部分）におけるシェアが高いことは事実ですが、現に、競争事業者の事業戦略や営業活動の結果、ドライカップパを利用した直収電話の進展等により、NTT東西の固定電話（加入部分）のシェアは近年急激に低下しています。</p> <p>また、固定電話（加入部分）においては、不可欠設備を保有していることによる弊害を除去し、小売市場での公正な競争環境を整備するために、第一種指定電気通信設備制度に基づく設備開放義務など各種の規制が適用されていることから、NTT東西が固定電話市場（加入部分）において市場支配力を行使することは制度的に不可能な仕組みになっています。</p> <p>以上のことから、そもそもNTT東西が「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。</p> <p style="text-align: right;">【西日本電信電話株式会社】</p>
57	1-6(3)	<p>【総務省案】 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>以下の要素等を総合的に勘案し、現行の規制や市場の環境下においては、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、他の隣接市場に影響力を及ぼす懸念があると評価する。</p> <p>（中略）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 一方、固定電話と密接な関係にあるFTH市場ではNTT東西のシェアが急増傾向にあり、OABJ-IP電話におけるNTT東西のシェアも同様に急増している。 ・ このような傾向については、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。したがって、固定電話市場における市場支配力のレバレッジの有無について、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>【意見】 前述のとおり、NTT東西は固定電話市場において「市場支配力を行使しうる地位」にないことから、隣接市場に影響力を及ぼす「梃子」を持っておりません。</p> <p>評価案は「固定電話と密接な関係」にあるFTH市場におけるNTT東西のシェア上昇を問題視していますが、当の固定電話市場（加入部分）においてNTT東西は近年シェアを急激に低下させており、当該市場においてすら行使し得な</p>

		<p>い力を梃子として隣接市場に影響力を及ぼすことはありません。</p> <p>また、NTT東西のOABJ-IP電話のシェアが上昇していることは事実ですが、5章（マイグレーション分析）でのFTH移行希望者のOABJ-IP電話利用意向がそれほど高くないとのアンケート結果からも見て取れるように、OABJ-IP電話を介して、固定電話（加入部分）の市場支配力をFTH市場に及ぼしているかのような分析は妥当ではありません。</p> <p>更には、確たる根拠も示さず、FTH市場やOABJ-IP電話においてNTT東西が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ますが、シェアは市場に参加している事業者がどこまで積極的に事業展開するかといった経営戦略や事業意欲によって変動するものであり、当社の企業努力を閑却するものであることから、評価として適切性を欠くものです。</p> <p style="text-align: right;">【西日本電信電話株式会社】</p>
57	1-6(3)	<p>【総務省案】</p> <p>①市場支配力の存在</p> <p>a NTTグループは単独又は協調により市場支配力を行使しうる地位にある。</p> <p>（中略）</p> <p>量的基準</p> <p>中継電話市場におけるシェア1位のNTTグループの契約数シェア（NTTコミュニケーションズのシェアで代用、マイライン・マイラインプラス部分のみ）は06年3月末で69.2%、2位のKDDIは14.0%となり、競争事業者とのシェアとの格差は非常に大きく、シェアの変動は安定的である。</p> <p>【意見】</p> <p>① より客観性のある分析とするために通信量シェアを加えた分析が必要であると考えます。</p> <p>なお、昨年度の競争評価においては、中継電話市場をNTT加入電話に係る通話に限定していたことから、通信量シェアの把握が難しかったと認識しておりますが、今回の競争評価においては中継電話市場を直収電話やIP電話にも広げたことから、通信量シェアによる分析が可能になったと考えます。</p> <p>② 「マイライン登録をしていないユーザ」はシェア分析から除外すべきと考えます。</p> <p>契約数シェアは顧客獲得における分析に特に有効であるということを踏まえると、自らが獲得した顧客ではない「マイライン登録をしていないユーザ」はシェア分析から除外すべきと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>
57	1-6(3)	<p>【総務省案】</p> <p>①市場支配力の存在</p> <p>a NTTグループは単独又は協調により市場支配力を行使しうる地位にある。</p> <p>（中略）</p>

		<ul style="list-style-type: none"> ・ N T T コミュニケーションズは直収電話に参入せず、プラチナラインの提供により中継電話（N T T 加入電話に係る部分）の低廉な通話料で競争を行っている。これは、<u>N T T 東西とN T T コミュニケーションズとの資本関係の存在を示唆するものであり、両社の間に一定の結び付きが存在し、協調の要因となる。</u> (* 下線は当社による。) <p>【意見】</p> <p>N T T 東日本、N T T 西日本、N T T コミュニケーションズは再編成以後、別会社として事業運営を行っており、直収電話に参入せず、プラチナラインを提供していることをもって、「資本関係の存在を示唆する」とする記述は根拠がなく、客観性に欠ける分析ですので削除願います。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>
5 7	1 - 6 (3)	<p>【総務省案】</p> <p>(3) 固定電話市場（加入部分）</p> <p>②市場支配力の行使</p> <p>a N T T 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。</p> <p>以下の要素等を総合的に勘案し、現行の規制や市場の環境下においては、N T T 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、他の隣接市場に影響力を及ぼす懸念があると評価する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ N T T 東西には、第一種指定電気通信設備制度に基づく接続規制・行為規制・サービス規制が適用されており、市場支配力の行使を抑止・牽制するための一定の歯止めとなる措置が講じられている。これらの規制は、一定程度有効に機能しているものと考えられる。 (中略) ・ 一方、固定電話と密接な関係にある F T T H 市場では N T T 東西のシェアが急増傾向にあり、O A B J - I P 電話における N T T 東西のシェアも同様に急増している。 ・ このような傾向については、N T T 東西が保有する N T T 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。従って、固定電話市場における市場支配力のレバレッジの有無について、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>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 固定電話領域に関し、N T T 東西が単独で市場支配力を行使する可能性は高くないとの分析は、妥当性を欠くものと考えます。 市場支配力行使の評価にあたっては、例えば、現行の市場支配力認定において明確な位置付けがなされていないブラ

		<p>ンド等による競争優位性の存在自体が市場支配力の行使につながり得ることについて考慮する必要があるものと考えます。</p> <p>また、市場支配力行使の評価においては、市場支配力行使のおそれや可能性がどの程度のレベルであれば、行使の可能性が高いと判断されるのか等の指標を明確にすることにより、評価結果の透明性・客観性を担保すべきです。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 独占市場である固定電話市場におけるNTT東西の優位性が、他の隣接市場に影響を及ぼしていることは明らかであり、この傾向について注視を行うのみでは不十分であると考えます。 複数の市場に係る市場支配力の濫用防止に関する新たな規制の枠組については、「新しい競争ルールの在り方に関する作業部会」等でも議論されているところですが、隣接市場への市場支配力の濫用防止のための措置を講じることは急務であり、この検討を可能な限り前倒し、早急に実効性のある行為規制等を課すことが必要であると考えます。 ・ なお、「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」と評価されている点については、現在、ガイドラインの見直しが行われているNTT東西による活用業務にも大きく関連する事項であると考えます。現在、意見募集が行われている「東・西NTTの業務範囲拡大に係る公正競争ガイドライン（活用業務ガイドライン）」の改正案においては、NTTドコモとの連携によるFMCサービスの提供に係る共同営業の禁止のみ明確化されているところですが、FMC以外の活用業務を含むその他の通信サービスにおける共同営業についても、電気通信事業法第30条第3項第2号が厳格に適用されることを、「電気通信事業分野における競争の促進に関する指針」等各種ガイドラインに具体的事例を盛り込む等によって明確化すべきと考えます。 【ソフトバンクBB株式会社、ソフトバンクテレコム株式会社、ソフトバンクモバイル株式会社】
57	1-6(3)	<p>【総務省案】</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）に影響を及ぼす懸念がある。</p> <p>【意見】</p> <p>「FTTHやOABJ-IP電話におけるNTT東西のシェア上昇が顕著であることから、固定電話市場における市場支配力を梃子として、他の隣接市場に影響力を及ぼす懸念がある」との評価に対し、強く賛同いたします。</p> <p>今後、現在改正手続き中の「活用業務ガイドライン」や今年度より運用開始されます「競争セーフガード制度」を通じて、固定電話の顧客情報に係る営業面でのファイアウォールのさらなる遵守徹底やNTT東西が予定しているNGNを利用したサービスに対する規制等を実施いただきたく、強く要望いたします。</p> <p>また、サービスの代替性やバンドル提供等から、固定電話・FTTH・OABJ-IP電話は、密接に関係していますので、これらの相互影響を引き続き注視いただきますようお願いいたします。</p>

		<p>さらに、急速にNTT東西のシェアが上昇しているOABJ-IP電話については、次回の競争評価において、個別の市場として詳細な分析を実施いただきますようお願いいたします。</p> <p style="text-align: right;">【株式会社ケイ・オプティコム】</p>
57	1-6(3)	<p>【総務省案】</p> <p>②市場支配力の行使 (中略)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 一方、固定電話と密接な関係にあるFTTH市場ではNTT東西のシェアが急増傾向にあり、OABJ-IP電話におけるNTT東西のシェアも同様に急増している。 ・ このような傾向については、<u>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>したがって、固定電話市場における市場支配力のレバレッジの有無について、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 style="text-align: right;">(*下線は当社による。)</p> <p>【意見】</p> <p>「NTT東西は、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」という記述は根拠のない、客観性に欠けるものであり、事実と反しているだけでなく、弊社の営業にも悪影響を及ぼしますので削除願います。</p> <p>なお、FTTH市場及びOABJ-IP電話において、弊社のシェアが伸びているのは、①積極的なサービスエリアの展開、②多数のISPに対応しており、お客様の選択肢が豊富、③放送サービスなど多種多様な新サービスの提供、④回線開通工事期間の短縮などお客様サービスの改善、等の取り組みがお客様に支持されているものと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>
57	1-6(3) ②	<p>【総務省案】</p> <p>(3)固定電話市場(加入部分)</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 style="text-align: right;">(*下線は当社による。以下同様。)</p> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ FTTHやIP電話、ISP等の各市場におけるNTTグループのシェアがいずれも上昇しているのは、NTT東西の固定電話市場(加入電話)における市場支配力のレバレッジが、水平方向及び垂直方向に働いていることを示しています。

		<p>単なる「懸念」としてではなく、“市場支配力の「梃子」による影響が、隣接市場に対して現に及んでいる”と評価すべきです。</p> <p><具体例></p> <p>○固定電話の市場支配力を隣接市場に対してレバレッジを働かせている事例、及び、NTTグループ（NTT東・西とNTTコム）としての共同的・一体的な市場支配力を行使している事例</p> <p>固定電話の移転や各種サービス等の申込み・問い合わせ窓口であるNTT東・西の116（フレッツ受付センター：0120-116-116 と同一）で、フレッツの営業を実施しているだけでなく、OCN等の一部プロバイダに限り、フレッツの契約と併せて一括で受付。</p> <p>⇒ 一括受付の場合、光引込み線工事日を調整できるため、プロバイダ経由での申込みに比べ、開通期間は数日短縮。</p> <p>○下位レイヤから上位レイヤへのレバレッジの事例</p> <p>東日本エリアの家電量販店でフレッツとOCNの組み合わせである「OCN光 with フレッツ」＋「ひかり電話」が優先的に販売され、他のISPとの組み合わせではポイント等が付与されない。これについて、NTT東日本からNTTコムに対して内部相互補助が行われているとすれば、NTT東日本がフレッツの優位性を上位レイヤのサービスであるOCNにも波及させていることになり、問題。</p> <p>・ 固定電話からブロードバンド又は上位レイヤ（ISP）といった隣接市場に対して、NTT東・西が現にレバレッジを働かせている状況に鑑みれば、FMCサービスの提供を通じて、今後、移動通信市場にも影響を及ぼす懸念が大いにありと考えられます。こうした市場支配力濫用を防止するためのルール整備が必要です。</p> <p style="text-align: right;">【KDDI株式会社】</p>
57	1-6(4)	<p>【総務省案】</p> <p>①市場支配力の存在</p> <p>a NTTグループは単独又は協調により市場支配力を行使しうる地位にある。</p> <p>以下の判断要素等を総合的に勘案し、NTTグループ（NTT東西及びNTTコミュニケーションズ）が市場支配力を単独又は協調により行使しうる地位にあると評価する。</p> <p>（中略）</p> <p>その他の主な判断要素</p> <p>・ 中継電話（NTT加入電話に係る部分）はマイライン、マイラインプラスに該当するが、利用者が提供事業者を変更するには電話番号ごとに「マイライン登録料（税込840円）」を支払う必要があり、諸手続も含め、相当程度のスイッチングコストが生じる。事業者変更による通話料金面でのメリットと比較すれば、このコストは相対的に大きく、事業者を変更しようとする誘因を低下させ、競争状況に及ぼす影響が大きい。</p> <p>・ NTTコミュニケーションズは直収電話に参入せず、プラチナラインの提供により中継電話（NTT加入電話に係る部分）の低廉な通話料で競争を行っている。これは、NTT東西とNTTコミュニケー</p>

		<p>シヨonzとの資本関係の存在を示唆するものであり、両社の間に一定の結び付きが存在し、協調の要因となる。</p> <p>【意見】 マイライン登録料は全ての事業者変更において必要なものであり、NTT東西及びNTTコミュニケーションズ殿から他社に変更する場合にのみ発生するスイッチングコストではありません。</p> <p>また、NTT東西とNTTコミュニケーションズ殿の間にNTT持株会社を介した資本関係があることは事実ですが、当社とNTTコミュニケーションズ殿はそれぞれ独立した企業として、自らの経営判断のもとで事業展開しており、競争評価上、「NTTグループ」として一括りにすることは妥当性を欠いています。</p> <p style="text-align: right;">【西日本電信電話株式会社】</p>
58	1-6(4)	<p>【総務省案】 NTTコミュニケーションズは直収電話に参入せず、プラチナラインの提供により中継電話（NTT加入電話に係る部分）の低廉な通話料で競争を行っている。これは、NTT東西とNTTコミュニケーションズとの資本関係の存在を示唆するものであり、両社の間に一定の結び付きが存在し、協調の要因となる。</p> <p>【意見】 市場への参入にあたっては、市場調査などを元に投資回収予測を行い、考えられる選択肢のなかから対応を決定していきます。プラチナラインは市内を含めたNTT東西殿と競合するサービスであり、弊社の市場予測などにに基づき導入を決定したものである。直収電話を弊社が提供しないことをもって、NTT東西との協調の要因であるとの記載は憶測にすぎず、修正すべき。</p> <p><修正案> NTTコミュニケーションズは直収電話に参入せず、プラチナラインの提供により中継電話（NTT加入電話に係る部分）の低廉な通話料で競争を行っている。</p> <p style="text-align: right;">【エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社】</p>
62	参考1-A(2)	<p>【総務省案】 ユニバーサルサービスの提供義務を受けて設置している第一種公衆電話機以外の施設については、<u>人口が多いこともあり利用が見込める都市部以外では収支を考慮して撤去が進んでいる。従って、東京都、大阪府等、大都市を有する都道府県の施設数が多くなっている。</u></p> <p style="text-align: right;">（*下線は当社による。）</p> <p>【意見】 大都市を有する都道府県の公衆電話施設数が多いのは、公衆電話が需要に応じて設置されているためであり、撤去が進まないことが理由ではありませんので記述を削除願います。</p>

64 参考1-B
(2)

【総務省案】
(2) 中継電話の料金（表省略）

【意見（再掲）】

直取電話、CATV電話、OABJ-IP電話、050-IP電話の料金を総合的に評価すべきである。料金競争は市場全体（「NTT加入電話+直取電話+CATV電話+OABJIP電話」）の状況に応じた総合的な判断に基づくものであり、参考1-Bに記載頂いた料金表から抜粋すると下記の状況であります。弊社の設定する料金と同等またはそれ以下の水準で他事業者により競合するサービスが提供されている現状において、弊社サービスを個別に取り上げ、「大幅な低価格路線」や「競争を先導」との記載は誤った分析であるため修正が適切。

参考1-B 固定電話の各サービスにおける主な料金(2007年5月現在)より抜粋

	市内	県内60Km以内	県間100Km以上	携帯
ソフトバンクテレコム (おとくライン)	7.9	14.9	14.9	48.0 46.5(SBM宛)
ソフトバンクテレコム (BBフォン光)	7.99	7.99	7.99	25円(昼間)/分 20円(夜間)/分
KDDI (メタルプラス)	8.0	8.0	15.0	48.0 46.5(au・ツーカー宛)
KDDI (ひかりone電話)	8.0	8.0	8.0	48.0 46.5(au・ツーカー宛)
NTTコミュニケーションズ (プラチナライン)	8.0	8.0	15.0	48.0(※1)

・ また、(※1)のとおり、弊社の携帯電話向け料金は、48.0円のため、参考1-Bも合わせて修正願います。

<修正案>

利用者料金の推移

【要約】

・ 通話料は、市場全体（「NTT加入電話+直取電話+CATV電話+OABJIP電話」）の競争状況を反映している。

(2) 通話料

通話料の詳細については、NTT加入電話、直取電話、CATV電話、OABJ-IP電話、050-IP電話、放送等とのサービスとのセット料金について、代表的な料金の例を参考1-Bにまとめたが、市場全体（「NTT加入電話+直取電話+CATV電話+OABJIP電話」）の競争状況を反映し、ほぼ同等な料金にてサービスが提供されている。

【エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社】

第2章 移動体通信領域

頁	段落	意見
27	2-2-2 -2(4)	<p>【総務省案】</p> <p>(4) 携帯電話、PHSの料金に対する需要者側の反応</p> <p>基本使用料や通話料、通信料が据え置きのまま、各種割引サービスが複雑化している近年の料金体系は、真の料金水準が非常に分かりにくいものとなっており、販売奨励金制度による端末の廉価販売や顧客囲い込みのためのスイッチングコストの引き上げなど携帯電話特有のビジネスモデルによる産物とも考えられる。</p> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「顧客囲い込みのためのスイッチングコストの引き上げ」としているのは、何を指しているのか不明確であり、顧客囲い込みのための戦略は必ずしも携帯電話特有のビジネスモデルによる産物とは言い切れないと考えます。 <p style="text-align: right;">【株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ】</p>
44	2-2-4 (3)	<p>【総務省案】</p> <p>(3) 市場支配力の存在</p> <p>①NTT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 (中略)</p> <p>現存の市場構造や事業者間の競争状況においては、一定の競争ルールが存在なしには、シェア1位のNTTドコモグループが単独で価格その他各般の条件を左右しうる地位にある蓋然性が高い。</p> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 市場支配力の行使の評価において「市場支配力を行使する可能性が低い」(第2章45頁)場合には、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。 ・ 当社は、熾烈な競争により、市場支配力を有する地位には無いと考えているが、スイッチングコストの減少(第8章23頁)、解約率の上昇(第2章9頁)、契約者数・純増数シェアの減少(第2章7頁、37頁)、を鑑みれば、少なくとも市場支配力を有する地位にある蓋然性は明らかに低下したことを踏まえ評価すべきであり、以下のように修文されるべきと考えます。 <p>(修文内容)</p> <p>①NTTドコモグループの単独で市場支配力を行使しうる地位にある蓋然性は昨年に比べ低下。 (中略)</p> <p>現存の市場構造や事業者間の競争状況においては、一定の競争ルールが存在なしには、シェア1位のNTTドコモグループ</p>

		<p>プが単独で価格その他各般の条件を左右しうる地位にあるが、蓋然性は昨年に比べ低下。</p> <p style="text-align: right;">【株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ】</p>
4 4	2 - 2 - 4 (3)	<p>【総務省案】</p> <p>b その他判断要素</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 料金体系の複雑化により料金水準の高低が把握しにくく、価格競争の進展の度合いが不明確となっている。定額制と従量制、利用時間や通信相手の別の料金設定等により、一つの料金改定が利用者によって実質的な値上げにも値下げにもなり得る。 <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「各社とも継続割引や家族割引等の割引率を引き上げ、顧客の囲い込みを図ること等により、実質的な値下げの動き。」（第2章16頁）と記載されている通り、価格競争は進展しています。 ・ また、第8章で記載されている通り、現在の携帯電話会社の選択・変更理由は、「魅力的な料金プランや割引があるから」（第8章16頁）が大きな要因となっていることから、ユーザは、料金を重要視し、事業者選択の判断理由にしていると考えます。 ・ さらに、記載されている通りソフトバンクモバイル社が「従来にない料金プランを導入し、上位2社とは一線を画した料金戦略をとっている」（第2章46頁）ことでユーザを獲得し、市場での流動性が高まっていることから、ユーザは料金に対して敏感に反応し、事業者を選択している状況が顕著に現れていると考えます。 ・ よって、価格競争は進展しており、またその度合いをユーザは認識していることから、該当箇所の記載は実態に合わないと考えられるため、削除すべきと考えます。 <p style="text-align: right;">【株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ】</p>
4 4	2 - 2 - 4 (3)	<p>【総務省案】</p> <p>(3) 市場支配力の存在</p> <p>①NTT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 その他の主な判断要素</p> <p>(中略)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 移動体通信市場は、周波数の希少性や規模の経済性等によって、参入には一定の制約が存在することから、既存事業者でかつ大きなシェアを有する事業者の市場における影響力は非常に大きく、参入圧力が働きにくい。 <p>【意見】</p> <p>■移動体通信市場における市場支配力の源泉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 高いシェアを有する事業者や効率的なエリア整備を可能とする周波数帯を保有する事業者が、エリアの拡大やサービスの拡張においても有利であり、これらの要素が現状の市場支配力の源泉となっている可能性があるものと考えます。

		<p>従って、公正な競争環境を確保するためには、例えば事業者が保有する周波数帯域の相違が競争環境にもたらす影響の定量化等を実施することでその影響力の分析を行い、その分析結果をもって、必要な措置を講じるべきと考えます。</p> <p>【ソフトバンクBB株式会社、ソフトバンクテレコム株式会社、ソフトバンクモバイル株式会社】</p>
45	2-2-4 (3)	<p>【総務省案】</p> <p>②複数の事業者が協調して市場支配力を行使しうる地位にある。</p> <p>(中略)</p> <p>各事業者は比較的高水準な利益率を維持しており、これまでの競争環境において、サービス内容や料金（料金体系、料金改定時期等）に一定の同質性が生まれる傾向がある。</p> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> 市場支配力の行使の評価において「市場支配力を行使する可能性が低い」（第2章46頁）場合には、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。 比較対象を示すことなく「各事業者は比較的高水準な利益率」と記載されていますが、推察に過ぎないと思われるため、削除すべきと考えます。 競争環境は、「暗黙の協調等の反競争的行為が生まれかねない環境とは異質なものに変化したと考えるべき」（第2章46頁）と記載されており、「一定の同質性が生まれる傾向」にはないと考えべきであることから、当判断要素により複数の事業者が協調して市場支配力を行使しうる地位にあるとする評価は不相当と考えます。 <p>【株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ】</p>
45	2-2-4 (4)	<p>【総務省案】</p> <p>(4) 市場支配力の行使</p> <p>①NTT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低い</p> <p>(中略)</p> <ul style="list-style-type: none"> NTTドコモグループには、第二種指定電気通信設備制度に基づく接続約款の届出や禁止行為に係る規制が適用されており、市場支配力の行使を抑止・牽制するための一定の歯止めとなる措置が講じられている。 <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> 第二種指定電気通信設備制度に基づく接続約款の届出や禁止行為に係る規制が、市場支配力の行使を抑止・牽制するための一定の歯止めとなる措置であることは、競争評価データに基づく事実ではないため、以下の通り修文すべきと考えます。 <p>(修文内容)</p> <p>NTTドコモグループには、第二種指定電気通信設備制度に基づく接続約款の届出や禁止行為に係る規制が適用されて</p>

		おり、市場支配力の行使を抑止・牽制するための一定の歯止めになっている可能性がある。 【株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ】
4 6	2-2-4 (4)	<p>【総務省案】</p> <p>(4) 市場支配力の行使</p> <p>②複数の事業者が協調して市場支配力を行使する可能性は低い</p> <p>以下の判断要素等を総合的に勘案し、04年度以降の評価結果を見直し、シェア上位の複数の事業者が協調して市場支配力を行使する可能性は低いと評価する。</p> <ul style="list-style-type: none"> 高度な寡占性、一定の参入制約、高利益率等により、協調による市場支配力が存在しやすい市場構造にはあるものの、番号ポータビリティ制度の開始に伴い、各種料金割引や多彩なサービスが導入され、新規顧客の獲得競争に加え、既に囲い込まれている既存顧客の獲得競争も非常に活発化し、市場シェア純増数、解約率が大きな変動を見せている。 <p>【意見】</p> <p>上記意見に賛同します。携帯電話市場では、MNP導入によりこれまで以上に、多様な選択肢（料金、端末、サービス等）がお客様に提供されています。</p> <p>今後、移動通信市場は、設備ベース或いはMVNOによる新規参入を通じて、一層の競争促進が見込まれます。弊社としても、こうした環境変化を踏まえ、積極的にお客様の利益向上を図る所存です。</p> <p>【KDDI株式会社】</p>
4 7	2-2-4 (5)	<p>【総務省案】</p> <p>(5) 今後の注視事項</p> <p>(中略)</p> <p>NTT東西とNTTドコモグループが連携しMVNO活用型で参入する場合は、NTTドコモグループがNTT東西に対して卸電気通信役務の提供ないしは接続を行なうことが想定されるが、(中略) 今後、NTTグループとそれ以外において不当な差別的取扱いがされないよう注視が必要である。</p> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> NTTグループのみを「注視が必要」とすることは、他の事業者が全く注視の対象外であるとの誤解を生ぜしめるとともに、自由なビジネスモデルの進展を阻害する恐れがあるため、事業者を特定するような記載は削除すべきと考えます。 <p>【株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ】</p>
4 7	2-2-4 (5)	<p>【総務省案】</p> <p>(5) 今後の注視事項</p>

		<p>(中略)</p> <p>NTT東西とNTTドコモグループが連携しMVNO活用型で参入する場合は、<u>NTTドコモグループがNTT東西に対して卸電気通信役務の提供ないし接続を行うことが想定されるが、その際、その他の事業者に対しても同等の条件下で行うことが求められる。今後、NTTグループとそれ以外において不当な差別的取扱いがされないよう注視が必要</u>である。これはまた、第二種指定電気通信設備制度の制約が課せられるauグループについても、接続に当たっては同様のことが求められる。</p> <p style="text-align: right;">（*下線は当社による。）</p> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> 競争評価案におけるNTT東・西とドコモグループとの連携に関する記述は、NTT東・西による移動体市場へのレバレッジの問題を解消しないまま、NTT東・西の事業領域拡大を容認する前提での記述となっており、適切ではありません。アクセス部門を分離し、ボトルネック設備の利用の同等性や、顧客情報へのアクセスにおける他の競争事業者との同等性を担保するといった措置がとられないまま、NTT東・西がMVNOとして移動体通信領域に参入することは、認められるべきではないと考えます。 NTT東・西がMVNOとなって移動体通信事業を行う場合には、NTTドコモグループを含む移動体事業者に対するルール以前に、設備面ではNTT東・西がアクセス部門を分離する等の措置、営業面では加入電話の顧客情報へのアクセスにおけるNTT東・西と他の競争事業者との同等な環境を整える等の措置が必要です。 <p style="text-align: right;">【KDDI株式会社】</p>
47	2-2-4 (5)	<p>【総務省案】</p> <p>(5) 今後の注視事項 (中略)</p> <ul style="list-style-type: none"> また、利用者の大きな関心事項として、料金水準の低下が挙げられる。ソフトバンクモバイルの料金戦略の影響等による今後の料金競争の進展が期待される。一方、販売奨励金やSIMロックの見直しも、料金面に影響を及ぼす要素になる可能性がある。現在の携帯電話市場においては、販売奨励金により高機能携帯電話端末の販売価格を抑える一方、そのコストを通信料で回収しており、これが通信料の低廉化を妨げる一因となっている。また、携帯電話事業者は、SIMカードの差し替えによる端末の利用範囲を制限（SIMロック）しているが、利用者の利便性や事業者間競争を制限している可能性がある。これらについては、総務省の研究会で議論が進められており、その結果を踏まえたビジネスモデルの見直しの動きを、競争評価としても注視していく必要がある。 <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> モバイルビジネス研究会にて議論されているSIMロックの在り方等、移動体通信領域におけるビジネスモデルの見

		<p>直しにおいては、事業者間の公平性を担保したルール整備が不可欠であると考えます。よって、競争評価においても、その見直しによる事業者間の競争状況への影響について、具体的な指標を示した上で分析し、必要な措置を講じるべきと考えます。</p> <p>【ソフトバンクBB株式会社、ソフトバンクテレコム株式会社、ソフトバンクモバイル株式会社】</p>
47	2-2-4 (5)	<p>【総務省案】</p> <p>(5) 今後の注視事項（本文省略）</p> <p>【意見】</p> <p>移動体通信サービス料金と端末機器販売における販売奨励金について一般的意見</p> <p>1 総務省はいわゆる0円や1円で販売される携帯電話の端末代金が販売奨励金として電気通信事業者から交付されることによって実現できる結果、長期に同一端末を使用している利用者の負担からまかなう結果になるのは不公平であるとして、新たなガイドライン創設などの方策を検討している。</p> <p>2 総務省が主導するガイドラインは適切でなく別途の対策で十分である。</p> <p>3 電気通信事業法制定当初の第一種電気通信事業者の料金は順次郵政省（当時）の関与がなくなり、市場の自由な競争にゆだねる届出制になっており、そのながれを逆行することは適当ではない。</p> <p>4 ただし、移動体通信サービスの料金は、原価積み上げ方式で基本料と通話料が定められているのではなく、料金自由化のときに郵政省（当時）が</p> <p>① 基本料が安いけど通話料が高い</p> <p>② 基本料は高いけど通話料が安い</p> <p>というプランを認めた段階から、原価主義がなされていないのである。</p> <p>ただし、基本料金がゼロであるプリペイド携帯電話ではいわゆるゼロ円携帯電話が自由競争の基本的条件になることはありえず、現実に出現していない。</p> <p>4 昨年には携帯電話の番号ポータビリティ制度が実施され、</p> <p>5 近年の携帯電話の番号はSIMによるIC収納技術によることとなった。</p> <p>6 SIMに対し他の携帯電話端末での利用を制限するロックを禁じる総務省令に技術基準を変更すると、もはや無料ないし1円携帯で提供する直後に別番号による利用を許容することになるため、無料ないし1円携帯によるビジネスモデルは成立せず、総務省が懸念する長期ユーザの利用料が新規ユーザや頻りに端末を機種変更するユーザに利益移転することはなくなる。現在でも9ヶ月未満の利用者の機種変更には販売奨励金が適用されることはなく割高になっており、その料金設定は自由な市場にゆだねるべきである。</p> <p>7 結論としてSIMロックによる端末利用の制限する技術基準である総務省令を改正することにより、反射的に利用者にたいする不公正は是正できるのである。</p> <p style="text-align: right;">【熊木 俊明（個人）】</p>

第3章 インターネット接続領域

頁	段落	意見
1	3-1【要約】	<p>【総務省案】</p> <p>【要約】</p> <ul style="list-style-type: none"> サービス市場はナローバンド市場・ブロードバンド市場として画定。各サービスは部分市場として画定。 <p>【意見】</p> <p>今回の競争評価からADSLとFTTHは需要の代替性や供給の代替性の観点から、ブロードバンド市場として市場画定が行なわれましたが、ブロードバンド市場のなかでFTTH市場の伸びが著しく、かつNTT東西のシェアが拡大していること、及び、固定電話市場からのレバレッジが懸念されていることから、<u>FTTHの部分市場についてはさらに注目してより深い分析を行なうべきと考えます。</u></p> <p style="text-align: right;">【イー・アクセス株式会社、イー・モバイル株式会社】</p>
18 ～ 19	3-2-4 (2)	<p>【総務省案】</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（本文省略）</p> <p>【意見】</p> <p>ブロードバンド市場については、ADSL事業者をはじめとするNTT東西の加入者回線を借りてサービス提供する事業者及びCATV事業者や電力系事業者など自前で設備を設置してサービス提供する事業者など、多種多様な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、NTT東西は市場支配力を行使しうる地位にありません。</p> <p>ブロードバンド市場には多様な事業者が参入していますが、どのようなサービス及びエリア展開で、どこまで積極的に事業展開するかは、各社の経営判断であり、全国的に見れば、NTT東西のシェアは高まっているものの、各社がユーザに魅力あるサービスを提供してくことにより、市場開拓・営業活動の結果としての市場シェアは常に変動するものだと考えます。</p> <p>また、エリアによって競争事業者の参入状況が異なっているため、競争事業者のそうした努力がNTT東西を上回った結果、シェアが低下するケースもあれば、逆に競争事業者の取組みが消極的であったためにシェアが上昇するケースもあります。</p> <p>このように、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あり、ブロードバンド市場トータルでの競争は有効に機能していると認識しています。</p> <p>西日本エリアを見ても、近畿エリア（当社のシェアは35.6%に過ぎない）では電力系事業者が活発な事業展開をする一方、北陸エリアにおいてはCATV事業者が活発な事業展開を行うなど、地域ブロックごとに競争状況に違いがあることはもとより、東海エリアにおいて、三重県ではCATV事業者が積極的な事業を展開していることが特徴的ですが、愛知</p>

		<p>県ではFTTHにおける競争が進展しているなど、競争状況は都道府県毎に大きく異なっています。</p> <p>このように、競争状況は都道府県毎にそれぞれ特色があることから、ブロードバンド市場の競争状況を正確に把握するためには、都道府県別に分析する必要があると考えます。</p> <p style="text-align: right;">【西日本電信電話株式会社】</p>
18 ～ 19	3-2-4 (2)	<p>【総務省案】</p> <p>(2) 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>(中略)</p> <p>a 量的基準</p> <p>ブロードバンド市場におけるNTT東西の契約数シェアは06年12月末で42.1%となり、上昇傾向が続いている。2位のソフトバンクグループは20.4%、3位のイー・アクセスは7.5%であるため、他の競争事業者のシェアとの格差は大きく、なお拡大が続いており、市場では非常に大きな存在となっている。</p> <p>【意見】</p> <p>ブロードバンド市場において「市場支配力を行使する地位」にあるとされているNTT東西のシェアは42.1%で、050-IP電話市場において「市場支配力を行使する地位」にないとされているソフトバンクBB殿のシェアは46.5%です。ソフトバンクBB殿の評価との一貫性という観点から、ブロードバンド市場において、NTT東西は「市場支配力を行使する地位」にないと評価すべきです。仮に「市場支配力を行使する地位」にあるとするのであれば、なぜ判断に差が生じるのかを明確にしていきたいと思いますと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>
18 ～ 19	3-2-4 (2)	<p>【総務省案】</p> <p>(2) 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>(中略)</p> <p>b その他の主な判断要素</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 加入者回線合計（メタル回線、光ファイバ回線等の総計）に占めるNTT東西のシェアは93.8%（06年3月末）に達し、NTT東西は不可欠設備を保有している。<u>したがって、競争事業者によるADSL・FTTHのサービス提供は、NTT東西の加入者回線設備の開放によって成り立っており、NTT東西は当該設備の利用に対する各種手続等を通じて、競争事業者に影響を与えることが可能な立場にある。</u> <p style="text-align: right;">（*下線は当社による。）</p>

		<p>【意見】 F T T Hサービスの提供にあたっては、電力系事業者やUSE N殿が自前の設備を構築してサービス提供を行っており、N T T東西に次ぐシェアを獲得していることから、ブロードバンドサービスの提供が「N T T東西の加入者回線設備の開放によって成り立っており、N T T東西は当該設備の利用に対する各種手続等を通じて、競争事業者に影響を与えることが可能な立場にある」という分析は客観性を欠いたものであり削除願います。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>
18 ～ 19	3-2-4 (2)	<p>【総務省案】 (2) 市場支配力の存在 ① <u>N T T東西は単独で市場支配力を行使しうる地位にある</u> (中略) b その他の主な判断要素 (中略) ・ <u>ナローバンドやADSLからF T T HへのマイグレーションにおけるN T T東西利用者のロックイン効果が観察され(第5章を参照)、N T T東西のインターネット接続回線サービスの利用に対するスイッチングコストが相当程度存在していると考えられる。</u></p> <p style="text-align: right;">(* 下線は当社による。)</p> <p>【意見】 ブロードバンド市場トータルの競争状況の評価にあたっては、市場トータルの判断要素を用いるべきであり、ADSLやF T T Hなどの部分市場と混同すべきではありませんので、当該記述を削除願います。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>
19	3-2-4 (3)	<p>【総務省案】 (3) 市場支配力の行使 ① N T T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、固定電話市場からのレバレッジの懸念あり</p> <p>【意見】 評価案に記載いただいたとおり、F T T Hサービスの加入について、ADSLからの移行や固定電話電話料金が大幅に割安となるO A B J-I P電話とのセット提供など、固定電話サービスと密接に関連しており、固定電話市場からF T T H市場への市場支配力のレバレッジにより、影響力を及ぼす懸念が強く存在していると考えます。</p> <p>また、F T T Hの急速な普及とN T T東西のシェアの上昇、N T T東西利用者のロックイン、不可欠性設備の保有状況を総合的に勘案して、「ブロードバンド市場全体において、固定電話市場から市場支配力のレバレッジにより、影響力を及ぼす懸念がある」と評価されたことに対し、強く賛同いたします。</p>

		【株式会社ケイ・オプティコム】
19	3-2-4 (3)	<p>(3)市場支配力の行使</p> <p>① <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、固定電話市場からのレバレッジの懸念あり。</u> (* 下線は当社による。)</p> <p>【意見（再掲）】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ F T T Hや I P 電話、 I S P 等の各市場における N T T グループのシェアがいずれも上昇しているのは、 N T T 東・西の固定電話市場（加入電話）における市場支配力のレバレッジが、水平方向及び垂直方向に働いていることを示しています。 単なる「懸念」としてではなく、“市場支配力の「梃子」による影響が、隣接市場に対して現に及んでいる”と評価すべきです。 ＜具体例＞ <ul style="list-style-type: none"> ○ 固定電話の市場支配力を隣接市場に対してレバレッジを働かせている事例、及び、 N T T グループ（ N T T 東・西と N T T コム）としての共同的・一体的な市場支配力を行使している事例固定電話の移転や各種サービス等の申込み・問い合わせ窓口である N T T 東・西の 1 1 6（フレッツ受付センター：0120-116-116 と同一）で、フレッツの営業を実施しているだけでなく、 O C N 等の一部プロバイダに限り、フレッツの契約と併せて一括で受付。 ⇒ 一括受付の場合、光引込み線工事日を調整できるため、プロバイダ経由での申込みに比べ、開通期間は数日短縮。 ○ 下位レイヤから上位レイヤへのレバレッジの事例 東日本エリアの家電量販店でフレッツと O C N の組み合わせである「 O C N 光 with フレッツ」＋「ひかり電話」が優先的に販売され、他の I S P との組み合わせではポイント等が付与されない。これについて、 N T T 東日本から N T T コムに対して内部相互補助が行われているとすれば、 N T T 東日本がフレッツの優位性を上位レイヤのサービスである O C N にも波及させていることになり、問題。 ・ 固定電話からブロードバンド又は上位レイヤ（ I S P ）といった隣接市場に対して、 N T T 東・西が現にレバレッジを働かせている状況に鑑みれば、 F M C サービスの提供を通じて、今後、移動通信市場にも影響を及ぼす懸念が大いにあると考えられます。こうした市場支配力濫用を防止するためのルール整備が必要です。 <p style="text-align: right;">【 K D D I 株式会社】</p>
19 20	3-2-4 (3)	<p>【総務省案】</p> <p>(3)市場支配力の行使</p> <p>① <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、固定電話市場からのレバレッジの懸念あり</u> 以下の要素等を総合的に勘案し、現行の規制や市場の環境下においては、 N T T 東西が単独で市場支配力を行使</p>

		<p>する可能性は高くないが、<u>固定電話市場からのレバレッジの懸念があると評価する。</u></p> <p>(中略)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ F T T Hサービスへの加入については、A D S Lからの移行や、固定電話料金が大幅に割安となるO A B J - I P電話とのセット提供など、固定電話サービスとの密接な関連を有している。N T T東西は、<u>N T T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あり、固定電話市場からF T T H市場への市場支配力のレバレッジにより、F T T H市場において影響力を及ぼすことへの懸念は少なくない。</u> ・ 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、競争評価としても引き続き注意深く監視することが必要である。 <p style="text-align: right;">(* 下線は当社による。)</p> <p>【意見】</p> <p>「固定電話市場からのレバレッジの懸念」についての記述は削除願います。本項目において指摘されているレバレッジの懸念とは、固定電話市場における市場支配力を「梃子」にブロードバンド市場において市場支配力を行使する可能性であり、ブロードバンド市場における市場支配力を「梃子」に隣接市場に市場支配力を行使する可能性ではありません。</p> <p>なお、総務省HPに掲載されている評価結果案の概要「第I編 定点的評価(案)」4頁の「定点的評価の主な結果(その2)」を報告書に掲載する場合には、上記の理由により、F T T H市場の「市場支配力の行使」の欄は「×」とすべきです。</p> <p>また、「N T T東西は、N T T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」という記述は根拠のない、客観性に欠けるものであり、事実と反しているだけでなく、弊社の営業にも悪影響を及ぼしますので削除願います。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>
19 20	3-2-4 (3)	<p>【総務省案】</p> <p>(3) 市場支配力の行使</p> <p>① N T T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、固定電話市場からのレバレッジの懸念あり以下の要素等を総合的に勘案し、現行の規制や市場の環境下においては、N T T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、固定電話市場からのレバレッジの懸念があると評価する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ N T T東西には、第一種指定電気通信設備制度に基づく接続規制・行為規制・サービス規制が適用されており、市場支配力の行使を抑止・牽制するための一定の歯止めとなる措置が講じられている。これらの規制は、一定程度有効に機能しているものと考えられる。 ・ ブロードバンドサービスの中でもF T T Hにおいては、N T T東西と電力系事業者等の競争事業者が活発な競争を展開しており、特に近畿等の西日本地域においてはN T T東西に対抗しうる有力な競争相手となっている。 ・ その一方で、F T T H市場におけるN T T東西のシェアは67.5%にまで達しており、戸建て向け市場にお

		<p>いて従来から8割程度のシェアを維持する一方で、集合住宅向け市場においてもそのシェアを6割近くまで伸ばすなど、著しいシェア増を見せている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ F T T Hサービスへの加入については、A D S Lからの移行や、固定電話料金が大幅に割安となるO A B J - I P電話とのセット提供など、固定電話サービスとの密接な関連を有している。N T T東西は、N T T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あり、固定電話市場からF T T H市場への市場支配力のレバレッジにより、F T T H市場において影響力を及ぼすことへの懸念は少なくない。 ・ 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、競争評価としても引き続き注意深く監視することが必要である。 <p>【意見】</p> <p>ブロードバンド市場のなかで中核であるA D S L市場でもF T T H市場でも第一種指定電気通信設備の規制があるにもかかわらず、N T T東西の市場シェアが高いという現状を考えると、<u>市場支配力のレバレッジは、寡占によるものよりもボトルネック性によるもののほうがより影響が大きいと認識します。</u></p> <p>さらに、<u>A D S L市場とF T T H市場ではN T T東西のシェアが異なることから、同じボトルネック設備についてもF T T Hではアンバンドル以外に競争を阻害している要因があると想定されます。</u>具体的には、固定電話がO A B J - I P電話へ与える影響、NWのオープン化施策が真に機能しているか、F T T Hのプライススクイズの可能性、事業者間取引が価格に与える影響などA D S LとF T T Hで異なる要因を洗い出し競争評価を行うのがよいと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【イー・アクセス株式会社、イー・モバイル株式会社】</p>
20	3-2-4 (5)	<p>【総務省案】</p> <p>(5) 今後の注視事項</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ブロードバンド市場においては、2006年度においては、F T T Hへのマイグレーションの傾向がより鮮明となったが、この現象が今後の競争環境の変化にどう影響を及ぼすか、より詳しく注視する必要がある。 ・ ブロードバンド市場全体におけるN T T東西のシェアが増加傾向にあるが、マイグレーションにおけるN T T東西の利用者のロックインも観察されるため、特にF T T H市場を中心に市場集中度の高まりと需要の動向を分析し、競争阻害要因の有無を注視すべきである。 ・ また、固定電話市場における市場支配力を梃子として、N T T東西がブロードバンド市場における影響力を拡大する行為がないか検証することが必要である。 ・ なお、ブロードバンドサービスの普及が全国的に進む中、地域間における情報格差の動向や、W i M A Xや次世代P H S等のサービス提供が可能となる広帯域移動無線アクセスシステム（BWA）等の無線ブロードバンドによる競争促進効果についても注目に値する。 <p>【意見】</p>

		<p>NTT東西の利用者のロックイン効果については、今後も注視して競争評価を行っていただけるよう要望します。</p> <p>なお、FTTH市場の拡大に伴ってNTT東西のシェアも拡大しているマーケット状況は、本評価でもあるように市場支配力の行使が強く懸念されており、現在総務省殿で検討が行われている指定電気通信設備の抜本的な見直しまで待つことなく、時期を逸することなく、早急に現状のNWのオープン化施策が真に機能しているか検証し、競争政策に反映する対処も必要と考えます。</p> <p style="text-align: right;">【イー・アクセス株式会社、イー・モバイル株式会社】</p>
39	3-3-3 (3)	<p>【総務省案】</p> <p>(3) 市場支配力の存在</p> <p>① 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 style="padding-left: 2em;">以下の判断要素等を総合的に勘案し、NTT東西が市場支配力を単独で行使しうる地位にあると評価する。</p> <p>(中略)</p> <p>b その他の主な判断要素</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 加入者回線合計（メタル回線、光ファイバ回線等の総計）に占めるNTT東西のシェア（06年3月末）は93.8%に達し、特にADSLの提供に必要となるメタル回線に限ると99.9%となるため、<u>NTT東西は不可欠設備を保有している。したがって、競争事業者によるADSLのサービス提供は、NTT東西の加入者回線設備の開放によって成り立っており、NTT東西は当該設備の利用に対する各種手続等を通じて、競争事業者に影響を与えることが可能な立場にある。</u> <p style="text-align: right;">（*下線は当社による。）</p> <p>【意見】</p> <p>サービス市場の評価にあたっては、サービス別市場のシェア等で判断すべきであり、卸市場の分析に基づいた記述は削除願います。今年度の競争評価から卸市場をテーマに加えたことから、サービス市場と卸市場は明確に区別して分析すべきです。</p> <p>卸市場における独占の有無によりサービス市場を判断すると、仮にソフトバンクBB殿のシェアがNTT東西のシェアを上回ったとしても、「NTT東西は単独で市場支配力を行使しうる地位にある」と評価することになり、極めて不合理であると考えます。</p> <p>なお、第6章において、「ADSL市場で典型的なように、設備ベースの卸売市場における独占がサービスベースの小売市場における競争状況にはほぼ影響していないことが伺える」とされており、サービス市場と卸市場とを区別して分析すべきであることの証左となっています。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>
50	3-4-2-2 (1)	<p>【総務省案】</p> <p>(1) 料金の推移</p>

		<p>(中略)</p> <p>全体としては、NTT東西の料金水準がやや高めに設定されており、競争事業者はそれよりも安く設定していることが分かる。(中略)</p> <p>また、事業者によっては、各種の割引料金を提供している。NTT西日本とケイ・オプティコムが代表例で、近畿圏において割引料金を含めた料金競争が行われていることが分かる。</p> <p>【意見】</p> <p>キャンペーン期間を継続して延長しているNTT西日本の「光ぐっと割引」を考慮すると、NTT西日本の料金水準が高めに設定されているという表現は適切でないと考えますので、「特に、NTT西日本においては、継続的なキャンペーン料金を大都市限定で適用することにより、実質的に電力系事業者よりも低価格な料金が設定されている」旨を、本文中に記載いただきたいと思います。</p> <p style="text-align: right;">【株式会社ケイ・オプティコム】</p>										
50	3-4-2-2(1)	<p>【総務省案】</p> <p>(1) 料金の推移</p> <p>(中略)</p> <p>全体としては、NTT東西の料金水準がやや高めに設定されており、競争事業者はそれより安く料金設定していることが分かる。</p> <p>【意見】</p> <p>「NTT東西の料金水準がやや高めに設定されており、競争事業者はそれより安く料金設定している」との記載は、下表(図表3-4-2-2②を元に作成)のとおり、事実と反しているだけでなく、弊社の営業活動に悪影響を及ぼすことから、「NTT東西の料金水準は他社と比べて高い場合もあるが、安い場合もある」に修正願います。</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 20%;">NTT東日本 Bフレツ・ ハイパファミリタイプ</td> <td style="width: 20%;">USEN Gyao 光 ホームタイプ</td> <td style="width: 20%;">ソフトバンクBB Yahoo!BB 光ホーム</td> <td style="width: 20%;">KDDI (ニフティ) @nifty 光 with TEPCO コース ホームタイプ</td> <td style="width: 20%;">ケイ・オプティコム eo 光ネット (ホームタイプ) 100M コース</td> </tr> <tr> <td>6,200 円</td> <td>5,700 円</td> <td>6,890 円</td> <td>6,400 円</td> <td>4,762 円</td> </tr> </table> <p>※NTT東日本は図表3-4-2-2②の料金にISP料金(ぷららの場合)を加算</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>	NTT東日本 Bフレツ・ ハイパファミリタイプ	USEN Gyao 光 ホームタイプ	ソフトバンクBB Yahoo!BB 光ホーム	KDDI (ニフティ) @nifty 光 with TEPCO コース ホームタイプ	ケイ・オプティコム eo 光ネット (ホームタイプ) 100M コース	6,200 円	5,700 円	6,890 円	6,400 円	4,762 円
NTT東日本 Bフレツ・ ハイパファミリタイプ	USEN Gyao 光 ホームタイプ	ソフトバンクBB Yahoo!BB 光ホーム	KDDI (ニフティ) @nifty 光 with TEPCO コース ホームタイプ	ケイ・オプティコム eo 光ネット (ホームタイプ) 100M コース								
6,200 円	5,700 円	6,890 円	6,400 円	4,762 円								

54 他	3-4-2- 3他	<p>【総務省案】 06年12月末時点のNTT東西のシェアは67.5%で、前年同月比では5.8%の上昇となっている。</p> <p>【意見】 FTTH市場のサービスシェアについて、NTT東西だけに着目し67.5%と記載されていますが、NTTグループ全体でのシェア把握が必要と考えますので、他の市場と同様にNTTグループ全体でのシェアも合わせて記載いただくことを要望します。</p> <p style="text-align: right;">【株式会社ケイ・オプティコム】</p>
72 73	3-4-5 (2) 図表3 -4-5③	<p>【総務省案】 ③事業者数 図表3-4-5③ 各ブロックにおける事象者一覧（06年12月末時点）</p> <p>【意見】 FTTH事業者名をランダムに記載されていますが、利用者が同一グループを選好する傾向を踏まえ、グループ単位（例えば、NTT系、電力系、CATV系等）に分類のうえ、記載いただきたいと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【株式会社ケイ・オプティコム】</p>
80	3-4-6 (2) ②	<p>【総務省案】 (2) 2006年度の動向 (中略) ②OABJ-IP電話やトリプルプレイサービスの提供がFTTHの魅力を上 FTTHの料金は低廉化が進み、特に集合住宅においては、ADSLやCATVインターネットと遜色のない水準に達し、競争力を増している。また、NTT東西の「ひかり電話」、KDDIの「ひかりone電話」、ケイ・オプティコムの「e光電話」などNTT加入電話に比べて割安なOABJ-IP電話サービスのセット提供も、消費者への訴求力が非常に高く、FTTHに対する需要拡大の大きな要因となっている。 また、各事業者は、インターネット接続とOABJ-IP電話、さらには映像サービスを加えた「トリプルプレイサービス」のセット販売も開始しており、FTTHの魅力がさらに高まっている。</p> <p>【意見】 ■市場支配的事業者・グループによる共同的・一体的営業 ・ 今後、トリプルプレイやFMCサービスがさらに進展していく状況下においては、NTTグループの共同的・一体的営業活動への注視が必要であると考えます。 総論でも述べたとおり、現に市場で行われているBフレッツとOCNのセット提供やドコモショップにおけるFTTHの</p>

		<p>販売等のNTTグループによる一体的・共同的営業が競争環境に与える影響は今後さらに大きくなることが想定されます。</p> <p>評価結果案において、「第一種指定電気通信設備制度に基づく接続規制・行為規制・サービス規制が適用されており、市場支配力の行使を抑止・牽制するための一定の歯止めとなる措置が講じられている」とされているところですが、NTTグループの連携により、これら措置が無効になることが懸念されます。</p> <p>電気通信事業法第30条第3項第2号において、市場支配的事業者は特定の電気通信事業者に対して不当に優先的な取扱いをしてはならない等規定されているところですが、当該規定に反すると思われる行為が実際に行われていても、その実態を外部から検証することは不可能であるため、当該規定は実効性を欠いているというのが実情です。このため、「電気通信事業分野における競争の促進に関する指針」や「東・西NTTの業務範囲拡大に係る公正競争ガイドライン」において、NTTグループの共同営業に関し、禁止行為に該当する具体的事例の充実化等を図ることが必要です。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 加えて、本年5月11日のNTT社長会見において、FMCについては、NTT東西（固定側）からのアプローチに加え、NTTドコモ側からのアプローチも存在するとの見解が示されているところですが、NTTドコモにおいても、その歴史的背景に起因する総合的な事業能力の高さや、現に第二種指定電気通信設備を有し、過半という高いシェアを有することを考慮すると、公正競争環境確保のためには、NTTドコモにおける禁止行為を具体的に記載する個別のガイドラインを策定するといったさらに徹底した予防措置を早急に講じる必要があると考えます。 <p>【ソフトバンクBB株式会社、ソフトバンクテレコム株式会社、ソフトバンクモバイル株式会社】</p>
80	3-4-6 (3)	<p>【総務省案】</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 (中略)</p> <p>a 量的基準 FTTH市場全体におけるNTT東西の契約数シェアは、06年12月末で67.5%（集合住宅向け市場で55.5%、戸建て向け市場で76.4%）となり、いずれの市場でも上昇傾向が続いている。 (中略)</p> <p>b その他の主な判断要素</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 加入者回線合計（メタル回線、光ファイバ回線等の総計）に占めるNTT東西のシェアは93.8%（06年3月末）、光ファイバ回線のみでも78.6%に達し、NTT東西は不可欠設備を保有している。 <p>【意見】</p> <p>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ます。</p> <p>評価案においても、「ADSLからFTTHへのマイグレーションが進行（18頁）」、「四国ブロックでは集合住宅、戸建</p>

		<p>て+ビジネス向けともHHIが低下しており、電力系事業者のSTNetやCATV事業者のケーブルテレビ徳島が契約数を伸ばしたことによりNTT西日本のシェアが減少(78頁)」との記載があるとおり、ADSL、CATVインターネット、FTTHは利用者から見て代替性の高いサービスであり、本年度の競争評価からADSL、CATVインターネット、FTTHをブロードバンド市場として大括りで分析・評価することになったものと考えます。</p> <p>また、ブロードバンド市場については、線路敷設基盤のオープン化により、参入機会の均等性は確保されており、意欲ある事業者であれば、自ら設備を構築し、自由に事業展開できる環境にあり、現に当社と電力系事業者、CATV事業者等との間で熾烈な設備ベースの競争が展開されています。</p> <p>評価案においては、ブロードバンド市場の部分市場たるFTTH市場に閉じてシェアの多寡を分析し、「NTT東西が圧倒的な存在になりつつある」といった考察を行い、FTTH市場におけるNTT東西の市場支配力を問題視していますが、ブロードバンド市場全体におけるNTT東西のFTTHのシェアは20%程度に過ぎず、そもそも市場支配力を行使する地位にありません。</p> <p style="text-align: right;">【西日本電信電話株式会社】</p>
80	3-4-6 (3)	<p>【総務省案】</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>(中略)</p> <p>地理的市場(地域ブロック単位)をみると、近畿、中国、四国、九州のようにNTT東西と電力系事業者の競争が活発な地域もあるが、他方、<u>北海道、東北、北陸のように電力系事業者がFTTHに参入しておらず、NTT東西が9割前後のシェアを有する独占的な地位にある地域も存在している。</u></p> <p style="text-align: right;">(* 下線は当社による。)</p> <p>【意見】</p> <p>「<u>NTT東西は単独で市場支配力を行使しうる地位にあるが、関東、近畿、中国、四国、九州においてはその地位にない</u>」に修正願います。</p> <p>事業者の参入度合いに差があるFTTH市場のような成長期の市場においては、都道府県ごと、あるいは地域ごとの分析を行い、それぞれの地域ごとに客観的な評価を行うことが必要であると考えます。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>
80	3-4-6 (3)	<p>【総務省案】</p> <p>加入者回線合計(メタル回線、光ファイバ回線等の総計)に占めるNTT東西のシェアは93.8%(06年3月末)、光ファイバ回線のみでも78.6%に達し、<u>NTT東西は不可欠設備を保有している。したがって、競争事業者によるFTTHのサービス提供は、NTT東西の加入者回線設備の開放によって成り立っており、NTT東西は当該設備の利用に対する各種手続等を通じて、競争事業者に影響を与えることが可能な立場にある。</u></p>

		<p style="text-align: right;">（*下線は当社による。）</p> <p>【意見】 FTTHサービスの提供にあたっては、電力系事業者やUSEN殿が自前の設備を構築してサービス提供を行っており、NTT東西に次ぐシェアを獲得していることから、ブロードバンドサービスの提供が「NTT東西の加入者回線設備の開放によって成り立っており、NTT東西は当該設備の利用に対する各種手続等を通じて、競争事業者に影響を与えることが可能な立場にある」という分析は客観性を欠いたものであり削除願います。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>
81	3-4-6 (4)	<p>【総務省案】 (4) 市場支配力の行使 ① 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、固定電話市場からのレバレッジの懸念あり。</p> <p>【意見】 「FTTHサービスの加入について、ADSLからの移行や固定電話電話料金が大幅に割安となるOABJ-IP電話とのセット提供など、固定電話サービスと密接な関連を有しており、固定電話市場からFTTH市場への市場支配力のレバレッジにより、影響力を及ぼす懸念がある」との評価につき、強く賛同いたします。 今後、現在改正手続き中の「活用業務ガイドライン」や今年度より運用開始されます「競争セーフガード制度」を通じて、固定電話の顧客情報に係る営業面でのファイアウォールのさらなる遵守徹底やNTT東西が予定しているNGNを利用したサービスに対する規制等を実施いただきたく、強く要望いたします。 また、サービスの代替性やバンドル提供等により、固定電話・FTTH・OABJ-IP電話は密接に関係していることから、これらの相互影響を引き続き注視いただきますとともに、FTTHを中心としたNTTグループ内の排他的連携の有無についても、着目いただくようお願いいたします。 さらに、急速にNTT東西のシェアが上昇しているFTTHについては、次回の競争評価においても、個別の市場として詳細な分析を実施いただきよう要望いたします。</p> <p style="text-align: right;">【株式会社ケイ・オプティコム】</p>
81	3-4-6 (4)	<p>【総務省案】 ① 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、<u>固定電話市場からのレバレッジの懸念あり</u> 以下の要素等を総合的に勘案し、現行の規制や市場の環境下においては、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、<u>固定電話市場からのレバレッジの懸念</u>があると評価する。 (中略) ・ FTTHサービスへの加入については、ADSLからの移行や、固定電話料金が大幅に割安となるOABJ-IP</p>

		<p>電話とのセット提供など、固定電話サービスとの密接な関連を有している。NTT東西は、<u>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あり、固定電話市場からF T T H市場への市場支配力のレバレッジにより、F T T H市場において影響力を及ぼすことへの懸念は少なくない。</u></p> <p style="text-align: right;">（*下線は当社による。）</p> <p>【意見】</p> <p>「固定電話市場からF T T H市場への市場支配力のレバレッジにより、F T T H市場において影響力を及ぼすことへの懸念」という記述は削除願います。本項目において指摘されているレバレッジの懸念とは、固定電話市場における市場支配力を「梃子」にF T T H市場において市場支配力を行使する可能性であり、F T T H市場における市場支配力を「梃子」に隣接市場に市場支配力を行使する可能性ではありません。</p> <p>なお、平成19年5月30日の説明会で配布された資料の4頁の表を報告書に掲載する場合には、上記の理由により、F T T H市場の「市場支配力の行使」の欄は「×」とすべきです。</p> <p>また、「NTT東西は、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」という根拠のない、客観性に欠けるものであり、事実と反しているだけでなく、弊社の営業にも悪影響を及ぼしますので削除願います。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>
8 1	3-4-6 (4)	<p>【総務省案】</p> <p>(4) 市場支配力の行使</p> <p>① 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、固定電話市場からのレバレッジの懸念あり以下の要素等を総合的に勘案し、現行の規制や市場の環境下においては、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、固定電話市場からのレバレッジの懸念があると評価する。</p> <p>(中略)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ NTT東西には、第一種指定電気通信設備制度に基づく接続規制・行為規制・サービス規制が適用されており、市場支配力の行使を抑止・牽制するための一定の歯止めとなる措置が講じられている。これらの規制は、一定程度有効に機能しているものと考えられる。 <p>【意見】</p> <p><市場支配力の行使について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ F T T H市場に関する「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」との分析は、妥当性を欠くものと考えます。 ・ 前述のとおり、ブランド等による競争優位性の存在や、独占市場である固定電話市場における優位性の他市場への濫用を考慮し、市場支配力の存在自体が市場支配力の行使につながり得ることを前提に評価する必要があり、また、市場

		<p>支配力行使の可能性を判断する際の評価基準を明確にすることにより、評価結果の透明性・客観性を担保すべきです。</p> <p>＜接続ルールの見直しについて＞</p> <p>「市場支配力の行使を抑制するための一定の歯止めとなる措置」が一定程度有効に機能しているとの評価は適切でないと考えます。NTT東西が設定した狭い光配線区域やOSU共用が実現されていないこと等により、競争事業者にとって採算がとれないという構造上の問題がある以上、現行のボトルネック性に対する規制である第一種指定電気通信設備制度による設備開放が、十分有効な実効性のある措置になっているとは言えません。</p> <p>このような市場環境下においては、競争事業者が事業を行うことは実質的に不可能であり、このままではFTTH市場においてNTT東西の独占化がさらに進展することは明らかです。</p> <p>従って、ADSL市場と同様、FTTH市場においても十分な設備開放(広い区域でのサービス提供可能エリアの設定や1分岐単位による貸し出し等)のルールを整備することが不可欠であると考えます。</p> <p>【ソフトバンクBB株式会社、ソフトバンクテレコム株式会社、ソフトバンクモバイル株式会社】</p>
82	3-4-6 (5)	<p>【総務省案】</p> <p>(5) 今後の注視事項</p> <p>① FTTH市場は依然拡大期にあり、今後も契約数の増加が見込まれるところであるが、一方で、NTT東西のシェアは02年9月末の37.2%から06年12月末では67.5%まで急上昇し、独占的な市場となりつつある。今後も、引き続き、市場シェア等の競争状況を集合住宅向け・戸建て向けの部分市場の別や、地域ブロックの別等により詳細に把握し、市場の変化を的確に捉え、NTT東西による市場支配力の行使の可能性、特に固定電話市場からの市場支配力のレバレッジの可能性について、注視していく必要がある。</p> <p>(中略)</p> <p>③ 今後、OABJ-IP電話やトリプルプレイ、FMCサービス等の普及により、固定電話や携帯電話など隣接市場との関連が強まり、複数のサービスがバンドル提供されることが予想される。そのような流れの中で、FTTH市場における新規顧客の獲得に当たり、隣接市場における市場支配力を梃子に利用する動きについても、注視が必要である。</p> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 前述のとおり、NTT東西の独占市場である固定電話市場における競争優位性が、FTTH市場等の隣接市場に影響を及ぼしていることは明らかであり、この傾向について注視を行うのみでは不十分であると考えます。 <p>今後、OABJ-IP電話を含むトリプルプレイ、FMCサービスの普及等による複数サービスのバンドル提供が進展する中、固定電話市場におけるNTT東西の競争優位性が他市場において濫用されることのないよう、NTT東西における機能分離等の実効性あるファイヤーウォール措置を早急に講じるとともに、NTTグループの在り方についても早期に議論を開始すべきと考えます。</p> <p>【ソフトバンクBB株式会社、ソフトバンクテレコム株式会社、ソフトバンクモバイル株式会社】</p>

106	3-6-3 (4)	<p>【総務省案】</p> <p>(4) 今後の注視事項</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ADSLからFTTHへのマイグレーションが進行しつつある中、NTT系事業者の市場シェアが緩やかな上昇傾向にある。インターネット接続サービスは、インターネット接続回線サービスと密接に関連する上位レイヤに位置づけられるサービスであり、ADSLやFTTHといった<u>下位レイヤから上位レイヤへの市場支配力の「梃子」による影響が及ぶことがないか、注視が必要である。</u> <p style="text-align: right;">（*下線は当社による。）</p> <p>【意見（再掲）】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ FTTHやIP電話、ISP等の各市場におけるNTTグループのシェアがいずれも上昇しているのは、NTT東・西の固定電話市場（加入電話）における市場支配力のレバレッジが、水平方向及び垂直方向に働いていることを示しています。 <p>単なる「懸念」としてではなく、“市場支配力の「梃子」による影響が、隣接市場に対して現に及んでいる”と評価すべきです。</p> <p>＜具体例＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ○固定電話の市場支配力を隣接市場に対してレバレッジを働かせている事例、及び、NTTグループ（NTT東・西とNTTコム）としての共同的・一体的な市場支配力を行使している事例 <p>固定電話の移転や各種サービス等の申込み・問い合わせ窓口であるNTT東・西の116（フレッツ受付センター：0120-116-116と同一）で、フレッツの営業を実施しているだけでなく、OCN等の一部プロバイダに限り、フレッツの契約と併せて一括で受付。</p> <p>⇒ 一括受付の場合、光引込み線工事日を調整できるため、プロバイダ経由での申込みに比べ、開通期間は数日短縮。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○下位レイヤから上位レイヤへのレバレッジの事例 <p>東日本エリアの家電量販店でフレッツとOCNの組み合わせである「OCN光 with フレッツ」+「ひかり電話」が優先的に販売され、他のISPとの組み合わせではポイント等が付与されない。これについて、NTT東日本からNTTコムに対して内部相互補助が行われているとすれば、NTT東日本がフレッツの優位性を上位レイヤのサービスであるOCNにも波及させていることになり、問題。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 固定電話からブロードバンド又は上位レイヤ（ISP）といった隣接市場に対して、NTT東・西が現にレバレッジを働かせている状況に鑑みれば、FMCサービスの提供を通じて、今後、移動通信市場にも影響を及ぼす懸念が大いにありとされます。こうした市場支配力濫用を防止するためのルール整備が必要です。 <p style="text-align: right;">【KDDI株式会社】</p>
-----	--------------	---

106	3-6-3 【要約】	<p>【総務省案】 NTT系事業者の市場シェアが緩やかな上昇傾向にあり、FTTHへのマイグレーションが進行する中で下位レイヤから上位レイヤへの市場支配力の「梃子」による影響が及ぶことがないか注視が必要。</p> <p>【意見】 FTTHのNTT東西シェア67.5%、ADSLのNTT東西シェア42.1%と比較し、NTTグループのISPのシェアは27.6%に過ぎず、ISP分野は競争が非常に進展している。また、ご存知のとおり弊社はグループ内で下位レイヤを提供しているNTT東西との間に特定関係者としてファイアウォール規制を受けております。</p> <p>ISPの選択は、各社の営業戦略、料金戦略、事業活動により得た信頼感等をもとにお客様が自由に判断しております。単に下位レイヤと上位レイヤのNTTグループのシェアの相関関係を見ることなどにより梃子の影響と判断されることがないようお願いいたします。</p> <p><修正案> NTT系事業者の市場シェアが緩やかな上昇傾向にあり、FTTHへのマイグレーションが進行する中で下位レイヤから上位レイヤへの市場支配力の「梃子」による影響が及ぶことがないか、各社の営業戦略、料金戦略、事業活動により得た信頼感等に注意を払いつつ注視が必要。</p> <p style="text-align: right;">【エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社】</p>
106 107	3-6-3 【要約】 3-6-3 (4)	<p>【総務省案】 ISP料金に値上げの動きが顕在化。さらに広がる可能性もあるため、注意深く観察することが必要。</p> <p>【総務省案】 二フティやOCNが既に公表したように、ISP料金に値上げの動きが顕在化しつつある。ISP各社は、映像配信等の通信量の多いサービスの広がりやP2Pの普及により、ネットワーク設備の増強を迫られており、その負担が増加しつつある中で値上げの動きがさらに広がる可能性もあるため、注意深く観察する必要がある。</p> <p>【意見】 弊社が5月25日に発表したOCN光マンションタイプの料金改定については、当初、戸建て向け光回線接続サービスと異なり、利用できるアクセス回線速度に制限があったことを考慮し、低廉な料金を設定してきました。しかしながら、近年の技術向上によりこうした制限が解消されたことで、現在では戸建て向けと同程度の回線速度で利用が可能となり、マンションタイプの通信量が著しく増大しています。弊社としてもこの状況に対応するため、バックボーンなどの設備増強に努めていますが、今後も安定したサービスの提供を行うために料金改定を実施したものです。これはマンションタイプに限った料金改定であること、また弊社の場合一部値下げしているプランもあることから、ISP料金すべてを値上げするかのように誤解を与える記載は誤りであり、修正すべき。</p> <p><修正案></p>

		<p>(P106) 光回線接続サービスのマンション向け ISP 料金について、料金改定を行う動きが顕在化。</p> <p>(P107) 光回線接続サービスのマンション向け ISP 料金について、当初戸建て向けサービスと比較して利用できるアクセス回線速度に制限があったことを考慮し、戸建て向けサービスより低い料金設定がされてきた。しかし、ニフティやOCNが既に公表したように、近年の技術向上によりアクセス回線速度の制限が解消されてきたことから、価格改定を行う動きが顕在化してきた。</p> <p style="text-align: right;">【エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社】</p>
107	3 - 6 - 3 (4)	<p>【総務省案】</p> <p>(4) 今後の注視事項</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ADSLからFTTHへのマイグレーションが進行しつつある中、NTT系事業者の市場シェアが緩やかな上昇傾向にある。インターネット接続サービスは、インターネット接続回線サービスと密接に関連する上位レイヤに位置づけられるサービスであり、ADSLやFTTHといった下位レイヤから上位レイヤへの市場支配力の「梃子」による影響が及ぶことがないか、注視が必要である。 ・ ニフティやOCNが既に公表したように、ISP料金に値上げの動きが顕在化しつつある。ISP各社は、映像配信等の通信量の多いサービスの広がりやP2Pの普及により、ネットワーク設備の増強を迫られており、その負担が増加しつつある中で値上げの動きがさらに広がる可能性もあるため、注意深く観察する必要がある。 ・ 多大なコスト負担が迫られる状況では、規模の経済性やネットワークの外部性等により、規模の小さい事業者が淘汰されるなど、市場が寡占化へ進む可能性がある。 <p>【意見】</p> <p>「ADSLからFTTHといった下位レイヤから上位レイヤへの市場支配力の「梃子」による影響が及ぶことがないか、注視が必要」との指摘に賛成します。</p> <p>戦略的評価でとりあげた事業者間取引を今後も継続し、レイヤ間の競争状況も評価していただけるよう強く要望します。</p> <p style="text-align: right;">【イー・アクセス株式会社、イー・モバイル株式会社】</p>

第4章 法人向けネットワークサービス領域

頁	段落	意見
17	4-3-4 (3)	<p>【総務省案】</p> <p>② <u>NTTグループの事業者が協調して市場支配力を行使しうる地位にある</u> 以下の要素等を総合的に勘案し、05年度以降の評価結果と同様、<u>NTTグループの複数の事業者が協調して市場支配力を行使しうる地位にあると評価する。</u> (中略) 市場は寡占的であるが、上位2社はともにNTT系の事業者であり、その<u>シェア合計は59.7%、その他NTTグループを加えると69.1%となり、7割近くのシェアに到達する。</u></p> <p style="text-align: right;">(* 下線は当社による。)</p> <p>【意見】</p> <p>新型WANサービスには、帯域や料金、契約形態、利用用途等の異なる多種多様なサービス(1G~10Gクラスのイーサ系サービスから100Mアクセスの付加機能であるフレッツ・グループアクセスのようなサービスまで)が含まれていることから、それらを同列に扱った契約回線数のシェアにより評価するのは客観性に欠け、不十分であり、例えば、帯域を加味したシェアを分析に加えることなどが必要と考えます。</p> <p>また、NTT東日本、NTT西日本、NTTコミュニケーションズは再編成以後、別会社として事業運営を行っているところであり、「NTTグループ」を一括りで分析するのは適切でないと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>
18	4-3-4 (5)	<p>【総務省案】</p> <p>(5) 今後の注視事項</p> <p>① <u>新型WANサービス全体では、NTTグループのシェアは06年9月末時点で69.2%であり、NTTグループのシェアが増加する傾向が見られることから、NTTグループによる市場支配力の存在や行使の可能性を注視する必要がある。</u></p> <p style="text-align: right;">(* 下線は当社による。)</p> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 法人向けネットワークサービス領域におけるNTTグループの市場支配力を認める競争評価案は適切です。 ・ 当該領域におけるNTTグループのシェアは、ボトルネック設備を保有するNTT東・西を起点とした共同的・一体的な市場支配力が現に発揮されていることを示しています。 ・ 法人向けネットワークサービスにおいてNTT東・西のサービスを利用しているとの事情により、お客様がモバイル

		<p>ソリューションでもNTTドコモを選択するケースがあります。NTT東・西を中心とするNTTグループの法人向けネットワークサービス領域での市場支配力が、既にモバイルソリューションにも影響を及ぼしており、法人向けサービス領域における固定から移動へのレバレッジの問題についても注視が必要です。</p> <p style="text-align: right;">【KDDI株式会社】</p>
22	4-4-2 (1)	<p>【総務省案】</p> <p>(1) 回線数の事業者別シェアの変化</p> <p>図表4-4-2①は専用サービスの回線数の事業者別シェアを示したものである。<u>NTT西日本のシェアはほぼ横ばいで推移、NTT東日本のシェアは近年増加傾向にある。</u></p> <p>06年3月末でNTT東西合わせて90.6%と高いシェアを占めており、ほぼ独占的な状態が続いている。</p> <p>(中略)</p> <p><u>接続専用回線は専用サービスの約8割を占めるサービスであり、接続専用回線を除いたデータでは市場を正確に把握することは難しい。他方、シェアについては接続専用回線を除いてもシェア1位のNTT東西のシェアは約7割に達し、市場支配力を評価するという観点からは、接続専用回線を除いて分析する意義が大きいとはいえない。</u></p> <p>そのため、接続専用回線を除いたデータについては、参考として載せるにとどめておく。</p> <p style="text-align: right;">(*下線は当社による。)</p> <p>【意見】</p> <p>サービス市場の評価にあたっては、卸市場ではなく、サービス市場の要素により分析を行うべきですが、今回の専用サービス市場の評価にあたって、卸市場で取引される接続専用回線がシェア算定に含まれており、サービス市場と卸市場の混同が見られます。</p> <p>今年度の競争評価から卸市場をテーマに加えたことから、サービス市場と卸市場は明確に区別して分析すべきです。なお、接続専用回線は、競争事業者のFTHサービスに用いられるIPルーティング網接続専用(いわゆる加入ダークファイバ)など卸市場で取引されているサービスであり、これらを含めたシェアによりサービス市場を分析するのは不適切なことから、接続専用回線を除いた分析とすべきと考えます。</p> <p>また、専用サービスには、帯域や料金等の異なる多種多様なサービスが含まれていることから、それらを同列に扱った契約回線数のシェアにより評価するのは客観性に欠け、不十分であり、例えば、帯域を加味したシェアを分析に加えることなどが必要と考えます。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>

第5章 マイグレーション分析

頁	段落	意見
12	5-2-5 (1) (図表5-2-5①)	<p>【総務省案】</p> <p>(1) FTTH移行者の事業者選択理由</p> <p>NTT東西のFTTHへの移行者は、「事業者のブランド力や信頼性が高い」（NTT東西からの移行者で54.4%、NTT東西以外からの移行者で43.3%）を事業者選択理由とする傾向が強い。また、「工事や手続等、導入が容易」も高い（それぞれ50.3%、46.6%）（図表5-2-5①）。</p> <p>また、FTTH移行に当たって、NTT東西のサービスを使い続けた者では、「他のサービスと同じ事業者にしたいから」（40.1%）が、他の区分よりも高い。</p> <p>一方、NTT東西以外のFTTHへの移行は、「利用料金が安い」（NTT東西からの移行者で73.3%、NTT東西以外からの移行者77.6%）や「工事や手続等、導入が容易」（それぞれ60.0%、46.0%）の割合が高い。</p> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ NTT東西が提供するFTTHサービスへの移行者の多くが、事業者選択理由として「事業者のブランド力や信頼性が高い」や「工事や手続等導入が容易」を挙げている実態からも、「NTT」というブランドの効果が存在することや、自由競争によって勝ち得た性格とは異質のブランド力（公社時代から引継がれた公共性の高い企業イメージ等）を有していること、さらには手続き面等において競争事業者との同等性が欠如していることは明らかです。定量化が困難なこれらのNTT東西の優位性に対しては、これまで、競争事業者との同等性確保のための十分な措置が講じられているとは言い難く、例えばNTTブランドの使用に関する規制や屋内配線工事等における手続き面での完全な同等性を確保するルール整備などの追加的措置が付加されるべきと考えます。 ・ また、NTT東西が提供する光IP電話サービスにおいて、幾度かの障害事例が発生しているという事実にも関わらず、「NTTはブランド力や信頼性が高い」と回答する利用者が多いという点から、競争評価では分析しきれていないNTT東西の優位性が働いていることは明らかであり、そうした定量化が困難な優位性についても今後十分に分析を行うことが重要であると考えます。 <p>【ソフトバンクBB株式会社、ソフトバンクテレコム株式会社、ソフトバンクモバイル株式会社】</p>
14 15	5-2-6 【要約】	<p>【総務省案】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ FTTH移行者では4割弱がOABJ-IP電話を利用しており、一概には比較できないが、昨年よりも大幅にOABJ-IP電話が普及してきていると考えられる。 ・ OABJ-IP電話は、FTTHへ移行する動機付けの一つとなっていると思われ、FTTHへの移行が固定電話市場における競争状況にも大きな影響を与える可能性がある

		<p>【意見】</p> <p>「OABJ-IP電話はFTTHへ移行する動機付けの一つになっている」とありますが、NTT東西ではOABJ-IP電話を現在単独ではサービスしておらず、「ユニバーサルサービス制度の将来像に関する研究会」でも注視されているところです。固定電話がIP化になってもNTT東西の市場支配力が高いままであるのは、FTTH市場で競争が阻害されていることが要因なのかどうかの分析が必要と考えます。</p> <p style="text-align: right;">【イー・アクセス株式会社、イー・モバイル株式会社】</p>
22	5-3-5	<p>【総務省案】</p> <p>FTTH移行希望者について、IP電話の利用希望を分析した結果、全体では12.5%のFTTH移行希望者がOABJ-IP電話を利用したいと答えており、全体としては予想した程には利用希望が高くない。</p> <p>【意見】</p> <p>分析結果によりますと、FTTH移行希望者のうち、OABJ-IP電話の利用意向は12%程度にも関わらず、実際のOABJ-IP電話の契約者数は、FTTHの普及とともに急増し、今や8割程度のバンドル率となっております。つきましては、その差の要因分析を実施いただく等、引き続き注視いただくよう要望いたします。</p> <p style="text-align: right;">【株式会社ケイ・オプティコム】</p>
26 ～ 28	5-5全体	<p>【意見】</p> <p>評価案においては、「FTTHへのマイグレーションがますます進展し、サービス競争が進んだADSL市場からNTT東西が6割超のシェアを占めるFTTH市場に比重が移り、ブロードバンド全体の市場集中度がさらに高まる」懸念を指摘しています。</p> <p>しかしながら、ブロードバンド市場での競争の比重が「サービスベースの競争」に立脚するADSL市場から、「設備ベースの競争」が主流であるFTTH市場に移ることは、価格中心の競争から脱却し、各事業者が自ら設備を設置し、技術を開発し、それぞれの創意工夫によりお客様ニーズに即したサービス開発を行うことにより、サービス内容での競争を活性化させることから、こうした移行はむしろ望ましいことと考えます。</p> <p>ブロードバンド市場においては、線路敷設基盤のオープン化により、意欲ある事業者であれば、自ら設備を構築し、自由に事業展開できる環境にあり、FTTH市場だけを見ても、実際にはNTT西日本エリアでは電力系事業者との熾烈な設備ベースの競争の結果、当社のシェアが50%を下回る地域も存在し、更には放送サービスとバンドルして提供されるCATVインターネットとの競争も活発です。</p> <p>したがって、ブロードバンド全体の市場集中度が高まったとしても、競争は有効に機能しており、利用者・国民に不利益をもたらすことはありません。</p> <p style="text-align: right;">【西日本電信電話株式会社】</p>
26	5-5 【要約】	<p>【総務省案】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 昨年度に続き、FTTHの純増数が急増し、ブロードバンドにおけるFTTHへの移行が本格化。

		<ul style="list-style-type: none"> ・ 特にNTT東西のFTTHへ移行する傾向が顕著である。NTT東西のインターネット利用者（ADSL、ISDN等）がNTT東西のFTTHへ移行する傾向が強いのみならず、NTT東西以外のインターネット利用者もNTT東西のFTTHへ移行する傾向が強い。 ・ 結果として、ADSLからFTTHへのマイグレーションがNTT東西のブロードバンド市場におけるシェアを押し上げる要因となっている。 <p>【意見】</p> <p>第3章 3-4-5の地理的市場でも分析されているように、光ファイバの普及困難なエリアでの競争状況も踏まえて、FTTHのマイグレーション分析を評価する必要があると考えます。</p> <p style="text-align: right;">【イー・アクセス株式会社、イー・モバイル株式会社】</p>
26	<p>5-5</p> <p>【要約】</p> <p>5-5 (3)</p>	<p>【総務省案】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 結果として、ADSLからFTTHへのマイグレーションがNTT東西のブロードバンド市場におけるシェアを押し上げる要因となっている。 ・ FTTH移行希望者の傾向からみても、今後マイグレーションがますます進展し、サービス競争が進んだADSL市場からNTT東・西が6割超のシェアを占めるFTTH市場に比重が移り、ブロードバンド全体の市場集中度がさらに高まる懸念がある（マイグレーションのジレンマ）。 <p>（中略）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ FTTHへの移行に伴う競争環境の変化を注視し、今後、競争セーフガード制度や指定電気通信設備制度の抜本的な見直しと連携し、競争政策に反映させることが必要。 <p>【総務省案】</p> <p>（3）NTT東・西を使い続ける利用者は、ブランド力や信頼性を最も重視</p> <p>（中略）</p> <p>これは、NTT東西を使い続ける利用者には、料金のほかに、NTT東西のいわゆる「ブランド力」が大きく影響していると考えられる。</p> <p style="text-align: right;">（*下線は当社による。）</p> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ FTTHへのマイグレーションの進展に伴うNTT東・西シェアの増加に対する懸念を指摘し、競争政策への反映が必要とする競争評価案は適切です。 ・ アンケート結果が示す通り、FTTH移行に当たってNTT東・西を使い続ける利用者は、「事業者のブランド力や信頼性が高い」や「工事や手続き等、導入が容易」を理由としており、ブロードバンドへの移行においては、スイッチングコストが高く、ロックイン効果が働いていることを示しています。

		<ul style="list-style-type: none"> つまり、NTT東・西の加入電話から同じNTT東・西のFTTHにアップグレードするより、NTT東・西の加入電話から他事業者のFTTHに乗り換える方がスイッチングコストは高く、光化に伴うFTTHへのマイグレーションにおいては、NTT東・西が競争上、優位な立場にあります。 こうした優位性により公正な競争が展開されているとは言えず、設備面（接続上の事務手続きに係るリードタイム、加入者単位での接続料設定等）、営業面（加入者回線の顧客情報活用の同等性、グループ一体営業の禁止、NTTブランドの取り扱い等）のルール整備が必要と考えます。 <p style="text-align: right;">【KDDI株式会社】</p>
26	5-5 【要約】	<p>【総務省案】</p> <ul style="list-style-type: none"> 結果として、ADSLからFTTHへのマイグレーションがNTT東西のブロードバンド市場におけるシェアを押し上げる要因となっている。 FTTH移行希望者の傾向からみても、今後マイグレーションがますます進展し、サービス競争が進んだADSL市場からNTT東西が6割超のシェアを占めるFTTH市場に比重が移り、ブロードバンド全体の市場集中度がさらに高まる懸念がある（<u>マイグレーションのジレンマ</u>）。 <p style="text-align: right;">（*下線は当社による。）</p> <p>【意見】</p> <p>「マイグレーションのジレンマ」という主観的な表現は削除願います。</p> <p>なお、第7章で「固定電話市場、インターネット接続市場、移動体通信市場での利用者の事業者選択について、同じ事業者又はグループのサービスを選択する傾向がある」とされていますが、仮にそうであれば、ADSLからFTTHへのマイグレーションにおいても、同一事業者あるいはグループのサービスへ移行する傾向が強いはずであり、「市場集中度がさらに高まる懸念」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>
27	5-5(3)	<p>【総務省案】</p> <p>(3) NTT東西を使い続ける利用者は、ブランド力や信頼性を最も重視</p> <p>FTTH移行に当たって、NTT東西を使い続ける利用者は、利用料金以外にも、ブランド力や信頼性、他のサービスと同じ事業者にしたい等を理由とするものが高く、逆にNTT東西以外への移行者は、料金の安さを理由とするものが圧倒的に高い。</p> <p>これは、NTT東西を使い続ける利用者には、料金のほかに、NTT東西のいわゆる「ブランド力」が大きく影響していると考えられる。一方、NTT東西以外への移行者は、料金に敏感であると考えられる。</p> <p>【意見（再掲）】</p> <ul style="list-style-type: none"> NTT東西が提供するFTTHサービスへの移行者の多くが、事業者選択理由として「事業者のブランド力や信頼性

		<p>が高い」や「工事や手続等導入が容易」を挙げている実態からも、「NTT」というブランドの効果が存在することや、自由競争によって勝ち得た性格とは異質のブランド力（公社時代から引継がれた公共性の高い企業イメージ等）を有していること、さらには手続き面等において競争事業者との同等性が欠如していることは明らかです。定量化が困難なこれらのNTT東西の優位性に対しては、これまで、競争事業者との同等性確保のための十分な措置が講じられているとは言い難く、例えばNTTブランドの使用に関する規制や屋内配線工事等における手続き面での完全な同等性を確保するルール整備などの追加的措置が付加されるべきと考えます。</p> <ul style="list-style-type: none"> また、NTT東西が提供する光IP電話サービスにおいて、幾度かの障害事例が発生しているという事実にも関わらず、「NTTはブランド力や信頼性が高い」と回答する利用者が多いという点から、競争評価では分析しきれていないNTT東西の優位性が働いていることは明らかであり、そうした定量化が困難な優位性についても今後十分に分析を行うことが重要であると考えます。 <p>【ソフトバンクBB株式会社、ソフトバンクテレコム株式会社、ソフトバンクモバイル株式会社】</p>
27	5-5(4)	<p>【総務省案】</p> <p>(4) OABJ-IP電話の利用者は増加しておりFTTHへの移行を押し上げる潜在的要因に FTTH移行者によるOABJ-IP電話の利用は、また高くないが、大幅な増加傾向にあることから、今後OABJ-IP電話がFTTH移行の鍵となる可能性が高い。インターネット接続市場と固定電話市場との関係にも留意しながら、引き続きFTTHとOABJ-IP電話の関係を注視していく必要がある。</p> <p>【意見】</p> <p>■OAB-JのIP電話とFTTHの関係</p> <ul style="list-style-type: none"> NTT東西の独占市場である固定電話からOABJ-IP電話への移行時に電話番号を変えずに移行が可能であることや、OABJ-IP電話とBフレッツのセット提供が行われているといった実態は、固定電話市場のみならずFTTH市場、さらにはADSL市場等にも影響を及ぼしていることは明らかです。 <p>このため、独占市場の優位性が、その他の市場（OABJ-IP電話やFTTH市場等）に影響を及ぼしている問題について詳細な分析を行い、これらの隣接市場に対する市場支配力の濫用を防止する措置を早急に講じる必要があると考えます。</p> <p>【ソフトバンクBB株式会社、ソフトバンクテレコム株式会社、ソフトバンクモバイル株式会社】</p>

第2部

第6章 事業者間取引が競争状況に及ぼす影響に関する分析

頁	段落	意見
全体		<p>【意見】</p> <p>(1) メタル回線について</p> <p>メタル回線のアンバンドルが進展していない英国と異なり、日本では、厳格な第一種指定電気通信設備規制が存在しており、NTT東西と接続事業者との間の取引は取引条件を一律に規定する接続約款に基づき実施されていることから、メタル回線を用いた通信サービスについては、そもそも事業者間取引という概念を持ち出すまでもなく、小売市場における競争状況の分析で十分であると考えます。</p> <p>(2) 光ファイバ回線について</p> <p>評価案では、事業者間取引が活発に行われるほど、小売市場における実勢価格が下がる傾向が存在することが示唆される、として、光ファイバに対する第一種指定電気通信設備規制が有効に機能しているとの趣旨の考察がされています。</p> <p>しかしながら、西日本エリアで顕著なように、卸売市場（物理網）での競争が激しく、事業者間取引が少ない地域ほど、小売市場でのNTT東西のシェアが低くなっており、事業者間取引の活発化が小売市場の競争進展につながらないことは明らかです。</p> <p>一方、首都圏を除く東日本で顕著なように、卸売市場（物理網）での競争が進展していない地域では小売市場でのNTT東西のシェアが高くなっています。</p> <p>首都圏においては、第一種指定電気通信設備規制により、自らリスクをとらずNTT東日本殿の光ファイバを借りてサービス提供する事業者の影響で、NTT東日本殿の小売市場でのシェアが低くなっていますが、他事業者の設備を借りて価格面等だけで競争をする「サービスベースの競争」は、産業全体の疲弊を招くだけでなく、結局はユーザーサービスの高度化・多様化・低廉化に結びつかないことから、こうした状況は望ましい競争形態ではありません。</p> <p>我国のブロードバンド市場の持続可能な発展、利用者利便の向上を考慮するならば、自ら設備を設置して、価格だけでなく、サービス内容・品質・設備コストの面での競争をする「設備ベースの競争」を促進することが、在るべき競争政策であると考えます。</p> <p>いずれにしても、光ファイバについてはNTT東西には厳格な第一種指定電気通信設備規制が適用されている一方、電力系事業者等はそうした規制を受けていないことから、接続事業者への光ファイバの供給者は実質的にNTT東西に限られているのが実態です。</p> <p>このように、光ファイバについては卸売市場と呼べるような市場が存在しない中で、「事業者間取引が活発であるかどうか」といったことを分析する意義は乏しく、光ファイバを用いた通信サービスについては、そもそも事業者間取引という概念を持ち出すまでもなく、小売市場における競争状況の分析で十分であるものと考えます。</p>

1

6 - 1
(1)

【総務省案】

(1) 戦略的評価において事業者間取引を取り扱う意義

2006年度の競争評価より新たに実施する戦略的評価は、競争政策との機動的な連動性を高めるため、特定のテーマに焦点を当てた評価である。戦略的評価のテーマは事業者からの提案募集を行ったが、その中で最も提案が多かったものがこの事業者間取引に関する分析である。

これまでの競争評価では、最終利用者向けの小売市場を対象に分析を行ってきた。しかし、固定電話やADSL・FTTHのサービスにおける加入者回線のような不可欠設備が存在する場合には、加入者回線部分に係る事業者間取引（接続、卸など）が小売市場の競争状況に及ぼす影響は少なくない。そこで、本章では、加入者回線に関連する事業者間取引に特に注目し、加入者回線部分における競争状況と小売市場における競争状況との関係を考察する。

【意見】

「ADSL・FTTHのサービスにおける加入者回線のような不可欠設備が存在する場合には、加入者回線部分に係る事業者間取引（接続・卸など）が小売市場の競争状況に及ぼす影響は少なくない。」とあります。

その主な理由についても記載いただけるよう要望します。1つ目は、NTT東西と接続している事業者にとって営業費用のなかでNTT東西へ支払う費用の割合が非常に大きいことです。NTT東西の接続会計報告書によれば、接続事業者がNTT東西に支払っている接続料の合計は約6,000億円にものぼります。取引金額のみならず、コロケーションやダークファイバの利用のリソース不足は、接続事業者の事業計画にとって深刻な問題となっています。この点は、コロケーションルールの見直しにより今後も改善が期待されているところです。

2つ目として、NTT東西のFTTHサービスが接続料と利用者料金との関係について過去に何度も問題になっていることです。今後、スタックテストが実施されることにより競争阻害があるのかどうか浮き彫りにされていくところです。光ファイバの接続料については「IP化の進展に対応した競争ルールの在り方について—新競争促進プログラム2010—（2006年9月）」でも注視されているところであり、NTT東西が接続事業者との事業者間取引に関して差別的取扱いなどを引き起こしやすい要因が根本的にあると想定されます。

※「IP化の進展に対応した競争ルールの在り方について—新競争促進プログラム2010—（2006年9月）」

http://www.soumu.go.jp/s-news/2006/pdf/060915_5_4.pdf

(2) 光ファイバに係る接続料の在り方

現行の光ファイバの接続料については、将来7年間（01～07年度）の収入・費用予測に基づいて算定され、01年8月に認可（00年12月26日に遡って適用）されており、現行水準は1芯占有型の場合で5,074円となっている。この光ファイバに係る接続料について、NTTは「現時点において、実績コストと予測コストとの間に大幅な乖離が生じており、算定期間内に適正なコスト回収を図ることが困難であることから、早急な見直しが必要」との見解を表明している。

		【イー・アクセス株式会社、イー・モバイル株式会社】
1	6-1	<p>【総務省案】</p> <p>(2)分析に当たって留意すべき事項</p> <p>事業者間取引を分析するに当たっては、以下の事項に留意する必要がある。</p> <p>第一に、事業者間取引を分析するためのデータが必ずしも充実していないため、分析に一定の限界が存在している点である。競争評価の実施に当たり依存しているデータの大半は、電気通信事業報告規則により得られるデータであるが、これらは加入者数や価格等、最終利用者向けの小売市場におけるデータが大半であり、接続や卸、再販、相対契約等を含む事業者間取引に係るデータは限定的である。したがって、事業者間取引の分析を本格的に行うためには、関係事業者によるデータ提供や事業者アンケート調査の設計・実施等、事業者側の協力が不可欠となる。</p> <p>【意見】</p> <p>「事業者取引に係るデータは限定的である」とあります。NTT東西の接続会計報告書では、「接続事業者が負担するコロケーション費用に係る収入額の内訳」及び、「工事費・手続費に係る収入・費用」について開示されています。また、NTT東西の網使用料算定根拠資料では、接続料金算定の対象となる光ファイバ芯線数などが開示されています。このようにNTT東西の接続会計報告書や網使用料算定根拠のデータも事業者間取引を分析するのに参考になると考えます。</p> <p style="text-align: right;">【イー・アクセス株式会社、イー・モバイル株式会社】</p>
1	6-1	<p>【総務省案】</p> <p>(2)分析に当たって留意すべき事項</p> <p>第二に、本テーマは電気通信事業分野の競争評価を行う上で非常に重要なテーマであることから、2006年度の競争評価で一時的に取り扱うにとどまらず、分析すべきテーマの整理、各種統計データの整備、分析手法の検討等をさらに深めるため、継続的に実施する必要がある。</p> <p>以上の状況を踏まえ、2006年度の競争評価では、事業者間取引の分析を試行的な位置づけとして行うものとする。具体的には、まず電気通信サービスに関連する事業者間取引の全体像を概観し、包括的に整理する。次に、EUの事例などを参考にしつつ、事業者間取引のうち競争評価を行う上で重要な部分を抽出し、その競争状況を分析する。さらに、加入者回線系の設備に係る事業者間取引の実態について、事業者へのアンケート調査に基づき分析を行う。最後に、FTHサービスを例とし、事業者間取引における競争状況が小売市場に及ぼす影響について考察する。</p> <p>【意見】</p> <p>「2006年度の競争評価で一時的に取り扱うにとどまらず、分析すべきテーマの整理、各種統計データの整備、分析手法の検討等をさらに深めるため、継続的に実施する必要がある。」とあります。</p> <p>今後も「事業者間取引」について継続的に分析を行なうことについて賛成します。まずは、優先度の高い不可欠設備に関する事業者間取引に注力して、作業会を開催するなどして分析手法の検討を行なうのがよいと考えます。現状の意見募</p>

		集や公開カンファレンスのみでは、分析手法の検討について議論を深めるのは非常に難しいと考えます。 【イー・アクセス株式会社、イー・モバイル株式会社】
1	6-1	<p>【総務省案】</p> <p>(1) 戦略的評価において事業者間取引を取り扱う意義 (中略)</p> <p>これまでの競争評価では、最終利用者向けの小売市場を対象に分析を行ってきた。しかし、固定電話やADSL・FTTHのサービスにおける加入者回線のような不可欠設備が存在する場合には、加入者回線部分に係る事業者間取引(接続、卸など)が小売市場の競争状況に及ぼす影響は少なくない。そこで、本章では、加入者回線に関連する事業者間取引に特に注目し、加入者回線部分における競争状況と小売市場における競争状況との関係を考察する。</p> <p>(2) 分析に当たって留意すべき事項 (中略)</p> <p>第一に、事業者間取引を分析するためのデータが必ずしも充実していないため、分析に一定の限界が存在している点である。 (中略)</p> <p>第二に、本テーマは電気通信事業分野の競争評価を行う上で非常に重要なテーマであることから、2006年度の競争評価で一時的に取り扱うにとどまらず、分析すべきテーマの整理、各種統計データの整備、分析手法の検討等をさらに深めるため、継続的に実施する必要がある。</p> <p>【意見】</p> <p>■指定電気通信設備との接続に関する事業者間取引の重要性</p> <p>「戦略的評価」として新たに事業者間取引市場(接続・卸など)の分析に着手したことについては、有益な試みとして評価できますが、データの不完全性や分析手法が確立していないこと等から試行的な内容にとどまっており、今後、手法の精緻化が必要であると考えます。</p> <p>特に、加入者回線部分に係る指定電気通信設備との接続に関する事業者間取引が小売市場の競争状況に及ぼす影響は甚大であり、現にFTTH市場では、8分岐単位の貸出と狭い光配線区域という構造上の問題により、実質的に、競争事業者はNTT東西の光ファイバを利用できない状況にあります。</p> <p>従って、事業者間取引の分析においては、指定電気通信設備との接続に関する表面的な接続義務の有無ではなく、8分岐単位の貸出しや狭い光配線区域等の構造上の問題といった実態にまで踏み込んで評価する必要があると考えます。</p> <p>【ソフトバンクBB株式会社、ソフトバンクテレコム株式会社、ソフトバンクモバイル株式会社】</p>
8	6-2-2-3	<p>【総務省案】</p> <p>以上のように、電気通信事業者が関連する事業者間取引といっても上位レイヤーから下位レイヤーまで様々な取引が関係し、競争評価で取り上げるに当たっては、競争政策の観点から重要性の高いテーマを優先する必要がある。電気通信事</p>

		<p>業において、競争政策上最も重要と考えられる事業者間取引は、指定電気通信設備制度（図表6-2-2-3を参照）の下で求められる「市場支配力を有する電気通信事業者1」の設備との接続である。なお、この事業者間取引は、図表6-2-2-1～2のそれぞれにおける①のタイプの事業者間取引に該当する。</p> <p>【意見】</p> <p>「競争政策上最も重要と考えられる事業者間取引は、指定電気通信設備制度の下で求められる「市場支配力を有する電気通信事業者」の設備との接続です。なお、この事業者間取引は 図表6-2-2-1～2のそれぞれにおける①のタイプの事業者間取引に該当する。」とあります。</p> <p>図表6-2-2-1～2のそれぞれにおける①のタイプの事業者間取引が競争政策上最も重要であるため優先的に分析することに賛成します。</p> <p>第7章の隣接市場間の相互関係に関する分析（38頁）でも「単にボトルネック設備の有無にとどまらず、NTTグループとしての歴史や総合的事業能力をどう考えるべきか」と指摘されているように、①のタイプの事業者間取引でもその点を考慮して、「社内取引」、「NTTグループ内取引」、「NTTグループ外取引」に分けて分析すべきと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【イー・アクセス株式会社、イー・モバイル株式会社】</p>
9	6-2-2-3	<p>【総務省案】</p> <p>2006年度の競争評価では事業者間取引を試行的に分析するとしたが、以上を踏まえ、<u>固定通信サービスの提供を行う上で最も重要となる不可欠設備（加入者回線網）との接続等</u>を取り上げ、分析対象とする。</p> <p style="text-align: right;">（*下線は当社による。）</p> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 固定通信サービスの提供を行う上で最も重要となる不可欠設備（加入者回線網）との接続等を取り上げ、事業者間取引の分析対象としたことは適切です。 ・ 事業者間取引に関する競争上の問題を戦略的に分析するには、シェア等を通じた取引量の分析といった視点に加えて、NTT東・西の利用部門と競争事業者とのボトルネック設備調達に係る同等性といった視点も必要です。 ・ 具体的には、加入者回線やコロケーションスペース等の調達における、NTT東・西利用部門と競争事業者との間の事務手続きやリードタイムの差等、競争に影響を与えている問題点の実態を明らかにし、市場シェアとの相関性について分析する必要があります。手続き面では一定の是正措置も取られているところではありますが、その効果を分析し、更なる措置が必要かどうか、注視していく必要があります。 <p style="text-align: right;">【KDDI株式会社】</p>
16 17	6-3-2	<p>【総務省案】</p> <p>(2)卸売市場の市場画定の在り方</p> <p>以上のように、固定通信分野及び移動体通信分野において、設備ベースの競争とサービスベースの競争を分けて考える</p>

		<p>必要が出てくる。</p> <p>まず、固定通信分野については、メタル回線、CATV回線、光ファイバ回線といった回線網は、固定電話やブロードバンド、さらには法人向けネットワークサービスのいずれの用途にも利用可能であり、小売レベルでは別々の市場であったとしても、卸売レベルではサービスに差異はないことから、メタル回線、CATV回線、光ファイバ回線等を含めて同一の卸売市場とすることが適当である。</p> <p>【弊社意見】</p> <p>CATV回線については、中継系が光ファイバ、加入者系は同軸ケーブルが主であり、卸売市場としては中継系の光ファイバがほとんど考えられます。</p> <p>「図表6-3-2① 日本の競争評価における卸売市場と小売市場のイメージ」については、<u>卸売市場の分類を「メタル回線」、「光ファイバ回線（加入）」、「光ファイバ回線（中継）」とするのがよいと考えます。</u>「メタル回線」、「光ファイバ回線（加入）」については、卸売市場と小売市場は図表のように対比していることもありますが、多くの事業者は加入者回線だけでなく、中継回線も使用しているのが現状です。単に「NTT」と記載があるのは、NTTグループのことなのか、NTT東西、NTTコミュニケーションズ、NTTドコモなど各社のことなのか不明確です。NTTコミュニケーションズだけでなく、NTTドコモもNTT東西の光ファイバを利用しています。<u>事業者間取引では、市場支配力を最も行使しやすい卸売市場に注目して分析するのがよいと考えます。</u></p> <p style="text-align: right;">【イー・アクセス株式会社、イー・モバイル株式会社】</p>
18	6-4-1	<p>【総務省案】</p> <p>(1) 回線数による卸売市場の競争状況 (中略)</p> <p>ただし、全回線の合計では、NTT東西のシェアが約94%を占めるため、市場構造から判断する限り、卸売市場におけるNTT東西の市場支配力は圧倒的であり、NTT東西が保有する加入者回線は不可欠設備性が非常に高いと考えられる。</p> <p>(2) 敷設距離による卸売市場の競争状況（光ファイバのみ） (中略)</p> <p>中継系・加入者系のいずれもNTTグループが総敷設距離で6割を超える状況であり、回線ベースでみた光ファイバにおけるNTT東西のシェア（78.6%）も含めて考えると、NTTグループが日本の光ファイバ回線網の主たる役割を担っていることが明確である。</p> <p>【意見】</p> <p>■事業者間取引市場の競争状況と設備開放の実態</p> <ul style="list-style-type: none"> 回線数や敷設距離による卸売市場の競争状況を見ても、事業者間取引市場におけるNTT東西の市場支配力は圧倒的

		<p>であり、この傾向は光ファイバ回線網（NTT東西のシェアは78.6%）においても変わるものではありません。このような事実からも、NTT東西が保有する加入者回線に対する十分な開放ルールの整備は、有効かつ公正な競争を実現するために必要不可欠であると考えます。</p> <p>しかしながら、現状、光ファイバ回線においては、評価結果案において「設備ベースにおける各都道府県のNTT東西のシェアは、FTTHサービスにおける同シェアとほぼリンクする」とされているとおり、事業者間取引市場と小売市場におけるNTT東西のシェアが類似しており、このことは、光ファイバ回線の開放が十分に実施されていないことを示しています。</p> <p>これについては、「電気通信事業分野における競争状況の評価に関する基本方針2006～2008」4-3-1-2（2）①「不可欠設備の存在」において、「加入者回線等のサービス提供に不可欠な設備を保有している事業者から当該設備を借り受け、同時に最終利用者に対するサービス市場でその事業者と競争する状況下では、当該設備の開放の内容や程度によっては劣位な条件での競争を強いられる」とされている事態が、現に生じていることに他ならないものと考えます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ なお、「東日本では第一種指定電気通信設備制度による加入者回線設備の開放等を中心に、西日本ではさらに一定の設備競争の寄与もあり、小売市場におけるサービス競争が展開されていると言える」とされている点については、当該事例が、設備競争、サービス競争が他の地域に比べ、相対的に進展している程度に過ぎないこと、また、当該地域が非常に局地的であることを踏まえると、これらをもって、今後、競争が進展する可能性があるかと安易に考えるのは不適當です。 ・ また、特定の都道府県の状態をもって競争の進展を判断することは早計であり、NTTグループあるいはNTT東西という市場支配力を有する事業者の業務区域をもとにした全国1ないし2区分、または、NTT東西と電力系事業者の競争状況という実態を踏まえた全国10の地域区分[*]等、マーケットの特性にそって地理的市場を捉え、評価がなされるべきと考えます。 <p>※「FTTHを全国的に提供するNTT東西と、これに対抗する電力系事業者等の競争事業者の競争状況が主たる関心事となるため、電力系事業者の業務区域を考慮し、全国10の地域ブロックを地理的市場として画定する」（「電気通信事業分野における市場画定2006」より）</p> <p style="text-align: center;">【ソフトバンクBB株式会社、ソフトバンクテレコム株式会社、ソフトバンクモバイル株式会社】</p>
21	6-4-2(1)	<p>【総務省案】</p> <p>(1)メタル回線における設備・サービス別のシェア (中略)</p> <p>したがって、メタル回線においては、<u>第一種指定電気通信設備制度の下で加入者回線のオープン化が確保されており、ADSL市場で典型的なように、設備ベースの卸売市場における独占がサービスベースの小売市場における競争状況にはほぼ影響していないことが伺える。</u></p> <p style="text-align: right;">（*下線は当社による。）</p> <p>【意見】</p>

		<ul style="list-style-type: none"> ・ ADSLに見られるように、設備開放ルールがサービス市場での競争に必須であることは明らかですが、設備開放ルールがあれば、ボトルネック設備による独占の弊害が解消され、小売市場での競争が十分に行われる訳ではありません。直収電話サービスでADSLと同様な競争が進展しないことを示す図表6-4-2①は、設備開放ルールだけでは十分でないことを示唆しています。 ・ ADSLは、NTT東・西の加入電話の契約を維持しつつ、新規サービスとして追加（重畳）するものであり、NTT東・西と競争事業者の競争は、一定程度、対等な条件で行われます。一方、直収電話の場合、NTT東・西のNTT加入電話契約の解除又は休止が必要となるため、NTT東・西から競争事業者への切り替えにおけるスイッチングコストの存在が強く影響していると考えられます。 ・ したがって、設備開放ルール以外の措置（手続きの同等性、加入電話の顧客情報へのアクセスの同等性、ブランドの扱い等を含む営業面でのルールの整備）が必要です。 <p style="text-align: right;">【KDDI株式会社】</p>
21	6-4-2(2)	<p>【総務省案】</p> <p>(2)光ファイバ回線における設備・サービス別のシェア</p> <p>次に、図表6-4-2②の光ファイバ回線における設備・サービス別のシェアでは、設備ベースにおける各都道府県のNTT東西のシェアは、FTTHサービスにおける同シェアとほぼリンクする形となっている。しかし、関東や近畿、北海道、宮城、愛知、福岡などの都道府県では、サービスベースのシェアが設備ベースのシェアを大きく下回っているケースが見られ、これらの地域ではNTT東西の光ファイバとの接続によりFTTHサービスの提供を行っている競争事業者が多いことが推測される。この結果に基づけば、光ファイバにおいては、東日本では第一種指定電気通信設備制度による加入者回線設備の開放等を中心に、西日本ではさらに一定の設備競争の寄与もあり、小売市場におけるサービス競争が展開されていると言える。</p> <p>【意見（再掲）】</p> <p>■事業者間取引市場の競争状況と設備開放の実態</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 回線数や敷設距離による卸売市場の競争状況を見ても、事業者間取引市場におけるNTT東西の市場支配力は圧倒的であり、この傾向は光ファイバ回線網（NTT東西のシェアは78.6%）においても変わるものではありません。このような事実からも、NTT東西が保有する加入者回線に対する十分な開放ルールの整備は、有効かつ公正な競争を実現するために必要不可欠であると考えます。 <p>しかしながら、現状、光ファイバ回線においては、評価結果案において「設備ベースにおける各都道府県のNTT東西のシェアは、FTTHサービスにおける同シェアとほぼリンクする」とされているとおり、事業者間取引市場と小売市場におけるNTT東西のシェアが類似しており、このことは、光ファイバ回線の開放が十分に実施されていないことを示しています。</p> <p>これについては、「電気通信事業分野における競争状況の評価に関する基本方針2006～2008」4-3-1-2</p>

		<p>(2) ①「不可欠設備の存在」において、「加入者回線等のサービス提供に不可欠な設備を保有している事業者から当該設備を借り受け、同時に最終利用者に対するサービス市場でその事業者と競争する状況下では、当該設備の開放の内容や程度によっては劣位な条件での競争を強いられる」とされている事態が、現に生じていることに他ならないものと考えます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ なお、「東日本では第一種指定電気通信設備制度による加入者回線設備の開放等を中心に、西日本ではさらに一定の設備競争の寄与もあり、小売市場におけるサービス競争が展開されていると言える」とされている点については、当該事例が、設備競争、サービス競争が他の地域に比べ、相対的に進展している程度に過ぎないこと、また、当該地域が非常に局地的であることを踏まえると、これらをもって、今後、競争が進展する可能性があるかと安易に考えるのは不相当です。 ・ また、特定の都道府県の状態をもって競争の進展を判断することは早計であり、NTTグループあるいはNTT東西という市場支配力を有する事業者の業務区域をもとにした全国1ないし2区分、または、NTT東西と電力系事業者の競争状況という実態を踏まえた全国10の地域区分*等、マーケットの特性にそって地理的市場を捉え、評価がなされるべきと考えます。 <p>※「FTTHを全国的に提供するNTT東西と、これに対抗する電力系事業者等の競争事業者の競争状況が主たる関心事となるため、電力系事業者の業務区域を考慮し、全国10の地域ブロックを地理的市場として画定する」(「電気通信事業分野における市場画定2006」より)</p> <p style="text-align: right;">【ソフトバンクBB株式会社、ソフトバンクテレコム株式会社、ソフトバンクモバイル株式会社】</p>
21	6-4-2(2)	<p>【総務省案】</p> <p>(2) 光ファイバ回線における設備・サービス別のシェア (中略)</p> <p>関東や近畿、北海道、宮城、愛知、福岡などの都道府県では、サービスベースのシェアが設備ベースのシェアを大きく下回っているケースが見られ、<u>これらの地域ではNTT東西の光ファイバとの接続によりFTTHサービスの提供を行っている競争事業者が多いことが推測される。</u>この結果に基づけば、光ファイバにおいては、東日本では第一種指定電気通信設備制度による加入者回線設備の開放等を中心に、西日本ではさらに一定の設備競争の寄与もあり、小売市場におけるサービス競争が展開されていると言える。</p> <p style="text-align: right;">(*下線は当社による。)</p> <p>【意見】</p> <p>光ファイバはFTTHサービスのほか、広帯域の法人ネットワークサービスや他事業者の中継ネットワーク等にも利用されており、設備ベースのシェアとFTTHサービスにおけるシェアの乖離がそのまま、事業者間取引の量と直結しているわけではありません。分析の客観性を高めるためには、FTTHサービスの提供事業者がそれぞれの設備をどのように調達したかを調査すべきと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>

24	6-4-3(2)	<p>【総務省案】 (2) 今後の課題 今回実施した調査については、あくまで試行的なものであり、事業者間取引についてこういった分析を行っていったら良いかを検討するための参考との位置づけにとどまる。今後、事業者間取引の実態をより正確かつ定量的に把握するためには、各事業者が保有する自前設備及び調達設備の双方について、例えば自前と調達の比率、調達先別の回線数等を詳細に把握することが望ましい。ただし、これらが経営上の重要情報に該当する場合等には、データの収集方法や公表方法について慎重に検討する必要がある。</p> <p>【意見】 「市場支配力を有する電気通信事業者」の設備との接続における事業者間取引を今後さらに分析する必要があります。その際には、「<u>ネットワークの中立性に関する懇談会</u>」などの各種研究会報告や「<u>スタックテスト</u>」、「<u>競争セーフガード</u>」など新しく創設される競争政策とも連携をとって評価すべきと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【イー・アクセス株式会社、イー・モバイル株式会社】</p>
25	6-5(1)	<p>【総務省案】 (1) 設備・サービス別の競争状況と実勢価格の関係 設備ベースとサービスベースにおける既存事業者のシェアが都道府県別に把握できることから、このデータと光ファイバにおけるFTTHサービスの実勢価格との関係を、試行的に分析してみることにした。FTTHサービスについては、NTT東西が東日本・西日本の別にそれぞれ均一料金を設定しており、戸建て住宅向け料金、集合住宅向け料金ともに、西日本の方がやや低価格となっている¹²。しかし、営業現場では、様々なキャンペーンによる割引が展開されており、初期費用の割引や、加入後数ヶ月間にわたる月額料金の割引、ポイントや商品券の還元などが適用されているため、実勢価格は地域の競争状況によっても変動があることが予想される。</p> <p>【意見】 「しかし、営業現場では、様々なキャンペーンによる割引が展開されており、初期費用の割引や、加入後数ヶ月間にわたる月額料金の割引、ポイントや商品券の還元などが適用されている」とあります。スタックテストでは、この営業費相当分について競争上問題がないかどうかを検討していますが、<u>特に営業費相当分が競争に与える影響について、競争評価の事業者間取引でも分析を行うべきと考えます。</u></p> <p>具体的には、支配的事業者がプライススクイズをおこしていないかどうか、独占分野からの内部相互補助を行っていないかどうかといった点があげられます。</p> <p style="text-align: right;">【イー・アクセス株式会社、イー・モバイル株式会社】</p>
26	6-5	<p>【総務省案】 設備競争やサービス競争の進んでいる西日本において、FTTH（ISPを含む）の実勢価格（戸建て住宅料金）は必</p>

		<p>ずしも低水準とは言えない。NTT東日本、NTT西日本はそれぞれの営業区域の中でFTTHサービスを均一料金で提供しており、その料金は西日本の方が低いにもかかわらず、このような状況となっている。FTTHサービスの競争は、NTT東西と電力系事業者が主たるプレイヤーであり、地域ブロックやさらに広域のエリア単位で共通価格を設定する制約（共通価格設定制約）が存在する等の諸条件も想定され、設備ベース又はサービスベースにおける競争の程度と小売価格の水準との関係は、単純には検証困難であった。</p> <p>ただし、サービスベースの競争が設備ベースの競争を大きく上回っている地域（FTTH契約数のシェアの線が光ファイバ回線数のシェアの線を大きく下回っている地域）では、共通価格設定制約の存在にもかかわらず、実勢価格が低くなっている傾向が観察される。仮にこの傾向が事実だとすれば、設備ベースにおける競争の進展が小売料金の低廉化を促進することは疑いようもないが、設備ベースの競争が困難な場合には不可欠設備の開放によってサービスベースの競争が十分に進展すれば、設備ベースにおける競争と比肩しうる程の小売料金の低廉化が実現することの傍証になる可能性もある。</p> <p>【意見】 設備ベースの競争を促進すべきか、サービスベースの競争を促進すべきか、また、両者とも必要であるのか、場合によって変わるのかなどについては、今後の競争政策にも大きな影響を与えることから、このような分析は有意義であると考えますので、継続して実施いただけるよう要望します。【イー・アクセス株式会社、イー・モバイル株式会社】</p>
26	6-5	<p>【総務省案】 サービスベースの競争が設備ベースの競争を大きく上回っている地域（FTTH契約数のシェアの線が光ファイバ回線数のシェアの線を大きく下回っている地域）では、共通価格設定制約の存在にもかかわらず、実勢価格が低くなっている傾向が観察される。仮にこの傾向が事実だとすれば、設備ベースにおける競争の進展が小売料金の低廉化を促進することは疑いようもないが、設備ベースの競争が困難な場合には不可欠設備の開放によってサービスベースの競争が十分に進展すれば、設備ベースにおける競争と比肩しうる程の小売料金の低廉化が実現することの傍証になる可能性もある。実際に、FTTHの実勢価格の水準を縦軸に、NTT東西の設備ベースにおけるシェアからサービスベースにおけるシェアを引いた値を横軸にとると、戸建て料金のケースについて右下がりの関係が得られた（図表6-5②）。</p> <p>この結果に基づけば、<u>FTTHサービスについて、事業者間取引が活発に行われるほど実勢価格が下がる傾向が存在することが示唆される。</u></p> <p style="text-align: right;">（*下線は当社による。）</p> <p>【意見】 事業者間取引の量とFTTHの小売価格との間に相関関係があるかについて、より客観的な分析を行うべきです。 光ファイバはFTTHサービスのほか、広帯域の法人ネットワークサービスや他事業者の中継ネットワーク等にも利用されており、設備ベースのシェアとFTTHサービスにおけるシェアの乖離がそのまま、事業者間取引の量と直結しているわけではありませんので、例えばFTTH需要と実勢価格との相関関係など、他の指標との相関関係を比較したうえで、結論付けるべきです。</p>

		【東日本電信電話株式会社】
26	6-5 (図表6-5①)	<p>■サービス競争の重要性</p> <p>【総務省案】</p> <p>(1) 設備・サービス別の競争状況と実勢価格の関係 (中略)</p> <p>ただし、サービスベースの競争が設備ベースの競争を大きく上回っている地域（FTTH契約数のシェアの線が光ファイバ回線数のシェアの線を大きく下回っている地域）では、共通価格設定制約の存在にもかかわらず、実勢価格が低くなっている傾向が観察される。仮にこの傾向が事実だとすれば、設備ベースにおける競争の進展が小売料金の低廉化を促進することは疑いようもないが、設備ベースの競争が困難な場合には不可欠設備の開放によってサービスベースの競争が十分に進展すれば、設備ベースにおける競争と比肩しうる程の小売料金の低廉化が実現することの傍証になる可能性もある。</p> <p>【意見】</p> <p>サービスベースの競争が設備ベースの競争を大きく上回っている地域（NTT東西のFTTH契約数のシェアが光ファイバ回線数のシェアを大きく下回っている地域）において、小売料金の実勢価格が低くなっている傾向が見られることは、サービスベースの競争が消費者厚生にとって有効であることを示していると言えます。従って、設備ベースの競争促進に偏らず、サービスベースの競争もより進展させることが、利用者利便の向上のためにも適切です。</p> <p style="text-align: right;">【ソフトバンクBB株式会社、ソフトバンクテレコム株式会社、ソフトバンクモバイル株式会社】</p>
28	6-6	<p>【総務省案】</p> <p>2007年度の競争評価においては、小売市場から卸市場を峻別して市場画定を行い、本格的な卸市場及び事業者間取引の分析に着手することを視野に入れるべきである。また、併せて、関係事業者の協力の下に、分析すべきテーマの整理、各種統計データの収集・信頼性向上、分析手法の改善等を進めていくことが必要である。</p> <p>事業者間取引や卸市場については、競争政策上重要なテーマであり、諸外国でも卸市場の分析を行っていることから、2007年度以降の競争評価においても継続的に実施していくことが重要である。</p> <p>【意見】</p> <p><u>「事業者間取引や卸売市場については、・・・2007年度以降の競争評価においても継続的に実施していくことが重要である。」</u>について賛成します。なお、事業者間取引については、定点的評価に組み入れて継続的に実施していくのがよいと考えます。</p> <p>今後サービスが予定されているNGNでは、プラットフォームレイヤーが第一種指定設備となることも想定されています。今後は、レイヤーごとの競争評価も視野に入れて、「図表6-2-2-1～2の①物理網を所有する電気通信事業者と</p>

		<p>これに接続する電気通信事業者の取引」及び「図表6-2-2-1~2の③電気通信事業者とISP・CP等との取引」について優先的に分析していただけるよう要望します。MVNOの促進や「モバイルビジネスモデル研究会」での検討を反映して、固定市場だけでなく、移動体市場での分析も引き続き要望します。</p> <p style="text-align: right;">【イー・アクセス株式会社、イー・モバイル株式会社】</p>
28	6-6	<p>【総務省案】</p> <p>2007年度の競争評価においては、小売市場から卸市場を峻別して市場画定を行い、本格的な卸市場及び事業者間取引の分析に着手することを視野に入れるべきである。</p> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 事業者間取引を取り扱う意義は、「サービスの市場の競争状況に直接又は間接に大きく影響している場合がある。」（基本方針23頁）ためであり、今回もサービス市場の競争状況への影響分析としての位置づけで分析が行われていることから、事業者間取引市場は、「競争評価が競争の状況を分析・評価しようとする直接の対象ではない」（基本方針23頁）とする基本方針におけるサービス市場の分析の補助的手段としての位置づけを崩すべきでは無いと考えます。 ・ よって、小売市場から卸市場を峻別して市場画定する必要は無く、本格的な事業者間取引の分析に着手する必要はないと考えます。 <p style="text-align: right;">【株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ】</p>
28	6-6	<p>【総務省案】</p> <p>2007年度の競争評価においては、小売市場から卸市場を峻別して市場画定を行い、本格的な卸市場及び事業者間取引の分析に着手することを視野に入れるべきである。</p> <p>【意見】</p> <p>今回は、様々な事業者間取引の態様がある中で、物理網に着目した分析を試行的に実施されておりますが、物理網に係る取引については、相当の規制や政策が既に実施されているものと考えております。</p> <p>次回以降の分析においては、コンテンツプロバイダー等の上位系レイヤと通信サービスレイヤ間の取引関係等、今後、政策的な取り組みが必要と考えられる事業者間取引の分析を中心に実施いただきたく要望いたします。</p> <p>また、分析にあたっては、排他的な連携が生じていないか等、NTTグループ内での事業者間取引の状況についても、注視いただくようあわせて要望いたします。</p> <p style="text-align: right;">【株式会社ケイ・オプティコム】</p>
28	6-6	<p>【総務省案】</p> <p>事業者間取引や卸市場については、競争政策上重要なテーマであり、諸外国でも卸市場の分析を行っていることから、2007年度以降の競争評価においても継続的に実施していくことが重要である。</p>

		<p>【意見（再掲）】</p> <p>■指定電気通信設備との接続に関する事業者間取引の重要性</p> <p>「戦略的評価」として新たに事業者間取引市場（接続・卸など）の分析に着手したことについては、有益な試みとして評価できますが、データの不完全性や分析手法が確立していないこと等から試行的な内容にとどまっており、今後、手法の精緻化が必要であると考えます。</p> <p>特に、加入者回線部分に係る指定電気通信設備との接続に関する事業者間取引が小売市場の競争状況に及ぼす影響は甚大であり、現にF T T H市場では、8分岐単位の貸出と狭い光配線区域という構造上の問題により、実質的に、競争事業者はN T T東西の光ファイバを利用できない状況にあります。</p> <p>従って、事業者間取引の分析においては、指定電気通信設備との接続に関する表面的な接続義務の有無ではなく、8分岐単位の貸出しや狭い光配線区域等の構造上の問題といった実態にまで踏み込んで評価する必要があると考えます。</p> <p>【ソフトバンクBB株式会社、ソフトバンクテレコム株式会社、ソフトバンクモバイル株式会社】</p>
--	--	---

第7章 隣接市場間の相互関係に関する分析

頁	段落	意見
全体		<p>【意見】</p> <p>今回の評価案においては、利用者アンケートの結果から「固定電話市場、インターネット接続市場、移動体通信市場での利用者の事業者選択について、同じ事業者又はグループのサービスを選択する傾向があること」が確認され、「NTT東西が固定電話市場で90%を超える市場シェアを有することから、この現象がNTTグループに対して有利に働き、通信市場における競争状況に重要な影響を及ぼす可能性」があることから、「固定電話市場を中心とするインターネット接続市場及び移動体通信市場への影響について、十分に注視していく必要がある」と評価されていますが、以下の理由から適当でないと考えます。</p> <p>(1) 固定電話、インターネット接続及び移動体通信の各市場において、利用者の事業者選好については、概ねNTTグループより他社グループにおいて、より強い相関関係があります。特にF T T HとI S Pにおける電力系事業者、固定電話と移動体及び固定電話とインターネット接続におけるK D D I 殿、ソフトバンクグループ殿などでこうした傾向が顕著です。</p> <p>前者については、電力系事業者はF T T HとI S Pの垂直統合型バンドルサービスの提供が中心であり、自社以外のI S Pを利用者が選択できないことが要因と考えられます。</p> <p>後者については、本章の後半で触れられているとおり、K D D I 殿、ソフトバンクグループ殿が固定系サービスと移動体サービスのセット割引を提供していることによる料金低廉化メリットが要因と考えられます。</p> <p>このように他社グループにおける強い相関関係及びその要因を考慮すれば、利用者による事業者選好に一定の傾向が見出されることはむしろ当然であり、このことが競争上、NTTグループに対して有利に働くとは考えられません。</p> <p>(2) NTTグループにおける事業者選好の相関について、固定電話と携帯電話を例に考えると、NTT東西の加入電話利用者がNTTドコモ殿の携帯電話を選択する割合と他社固定電話利用者がNTTドコモ殿の携帯電話を選択する割合を比較し、前者が後者より高いことをもって、利用者は双方の市場でNTTグループを選択する傾向が強いと分析しています。</p> <p>しかしながら、K D D I 殿を基点にして考えれば、メタルプラス電話の利用者は固定電話と携帯電話のセット割引が要因となりa uの携帯電話を選択する利用者が多くなり、その結果、メタルプラス電話利用者のうちのNTTドコモ殿の利用者の割合が減少します。</p> <p>一方で、NTT東西を基点にすれば、いずれの事業者の携帯電話サービスともセット割引を提供していないことから、加入電話利用者がa uの携帯電話を選択する割合が減り、その結果、市場のシェア動向を反映してNTTドコモ殿の携帯電話利用者の割合が高くなります。</p> <p>つまり、他社グループにおける強い事業者選好の相関関係の裏返しとして、NTTグループにおける事業者選好の相</p>

		<p>関関係が上昇しているだけであり、利用者が双方の市場でNTTグループを選択する傾向が強いという結論にはなりません。</p> <p style="text-align: right;">【西日本電信電話株式会社】</p>
5 17 21 22 27 32	7-2 7-3 7-3- 3 7-4 7-5 7-6	<p>■事業者選好の傾向</p> <p>【総務省案】</p> <p>7-2 固定電話市場とインターネット接続市場の関係【要約】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 固定電話市場とインターネット接続市場（ADSL、FTTH及びISP）の利用者選好については、利用者は双方の市場で同じ事業者を選択する傾向が存在。 ・ NTTグループのサービス利用者にその傾向が強く、また、FTTH利用者において、その傾向が強い。 ・ 固定電話市場及びインターネット接続市場での事業者選択に相関があるとすれば、固定電話で90%を超えるNTT東西にとって、インターネット接続市場での競争が有利に働く可能性があることから、注意が必要。 <p>7-3 固定電話市場と移動体通信市場の関係【要約】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 固定電話市場と移動体通信市場（携帯電話・PHS）での消費者の事業者選好には、同一の事業者を選択する傾向が存在。 ・ 中継電話と携帯電話・PHSの利用状況を見ると、マイライン・マイラインプラスで選択した事業者と同じ事業者・グループの携帯電話・PHSを利用者が選択している比率が高い傾向が認められる。 ・ 異なるサービス間における事業者選択の相関は、固定電話で90%を超える既存事業者に対し、移動体通信市場での競争が有利に働く可能性についても留意していく必要がある。また、FMCの進展等に伴い、一方の市場における市場支配力を梃子に他方の市場で利用しようとする企業行動等についても注視することが必要がある。 <p>7-3-3 固定電話市場と移動体通信市場の関係の総括</p> <p>異なるサービス間における事業者選択の相関は、企業ブランドや営業努力等も反映した結果であり、競争政策上直ちに問題視すべき事象でもないが、（以下略）</p> <p>7-4 インターネット接続市場と移動体通信市場【要約】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ インターネット接続市場でNTTグループを選択している利用者（NTT東西のFTTH、NTT東西のADSL及びISDN）は、移動体通信市場でもNTTドコモを選択している比率が高いことが認められる。 ・ ISPでNTT系を利用している利用者は、移動体通信でもNTTドコモを利用している傾向が強い。同様の傾向はKDDIグループ間及びソフトバンクグループでも見られる。 <p>7-5 複数市場で同一事業者のサービスを利用するものの傾向【要約】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 複数市場で同一サービスを利用する者については、全体として、利用料金の安さを重視する傾向があるが、NTTグループの利用者は、他よりもブランド力を重視する傾向がある。 <p>7-6 サービスの一体的提供について【要約】</p>

		<ul style="list-style-type: none"> ・ インターネット接続、固定電話及び映像配信（放送）について、同じグループから一体的な提供を受けている利用者については、三つのサービスでNTTグループのサービスを利用している者がブランド力を最も重視しているのに対して、それ以外のグループのサービスの利用者は、利用料金を最も重視している傾向がある。 ・ 5割以上の利用者が、固定電話、移動体通信及びインターネット接続について一体的なサービス提供を受けたいと回答。今後、サービス融合がさらに進展し、同一グループによる一体的なサービス提供・割引等が進めば、一体的にサービス提供を受ける利用者は増加する可能性。 <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 各市場（固定電話市場、インターネット接続市場、携帯電話市場）におけるサービスの選択において、利用者は同一の事業者・グループのサービスを選好する傾向が強いという結果に関しては、市場支配力を有するNTTグループのブランド力や隣接市場における市場支配力の濫用、あるいは共同的・一体的営業といった要因が強く影響しているものと考えます。 <p>現在、市場において、Bフレッツ販売時のOCN推奨販売や、ドコモショップにおけるBフレッツと携帯電話端末（NTTドコモ端末）のセット販売による割引等が現実の営業実態として見られることもあり、市場支配力を有するNTTグループによる共同的・一体的営業を厳しく監視すべく、NTTグループ各社における禁止行為の範囲を明確にする必要があると考えます。</p> <p>具体的には、「電気通信事業分野における競争の促進に関する指針」や「東・西NTTの業務範囲拡大に係る公正競争ガイドライン」においてNTTグループの共同営業に関する反競争的行為の具体的事例の記載の充実化を図ることが必要であると考えます。</p> <p>加えて、NTTドコモにおける禁止行為を具体的に記載する個別のガイドラインを策定する等、さらに徹底した予防措置を早急に講じるべきと考えます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ また、「異なるサービス間における事業者選択の相関は、企業ブランドや営業努力等も反映した結果であり、競争政策上直ちに問題視すべき事象でもない」と評価されていますが、前述のとおり、NTTグループのブランド力は、自由競争によって勝ち得た価値のみで築かれたものではなく、他社が追随できない特異な要素（例えば、公社時代の電電公社から引継がれた企業イメージやユニバーサルサービス提供に伴う公共性の高い企業イメージ）を有していることは明らかです。 <p>このため、NTTグループのサービス利用者がブランド力を重視する傾向が見られる以上、単に消費者の嗜好や需要の動向注視にとどまることなく、NTTブランドが有する顧客誘引力や、当該ブランドを有するNTTグループ各社間の連携が競争環境へ与える影響を詳細に分析した上で、公正競争環境確保のために適切な措置を講じる必要があると考えます。</p> <p style="text-align: center;">【ソフトバンクBB株式会社、ソフトバンクテレコム株式会社、ソフトバンクモバイル株式会社】</p>
2	7-1	【総務省案】

3	(2)	<p>(2)各市場におけるNTTグループのシェア</p> <p>隣接市場間の相互関係について、競争評価の観点から注目されるのは、固定電話市場における市場支配力が他の市場に及ぼす影響である。下記図表は、定点的評価の結果を踏まえ、固定電話市場、インターネット接続市場及び移動体通信市場におけるNTTグループの主なシェアを示したものである。</p> <p>図のように、固定電話市場の加入部分におけるNTT東西のシェアは90.4%と圧倒的であり、固定電話市場において、市場支配力を有しているとされている(第1章参照)。そのため、この固定電話市場で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影響を及ぼす懸念が存在する。</p> <p>【意見】</p> <p>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影響を及ぼす懸念を分析する際に、<u>NTTグループシェアは非常に重要な指標であると考えます。</u></p> <p style="text-align: right;">【イー・アクセス株式会社、イー・モバイル株式会社】</p>
3 4	7-1	<p>【総務省案】</p> <p>以上から、次の市場(サービス)間における相互関係の有無について、利用者の事業者選好を分析することによって検証を試みる。</p> <p>【固定電話市場とインターネット接続市場との関係】</p> <p>① 固定電話(加入部分)とADSL ② 固定電話(加入部分)とFTTH ③ 固定電話(加入部分)とISP ④ ADSLとISP ⑤ FTTHとISP ⑥ 中継電話とADSL ⑦ 中継電話とFTTH ⑧ 中継電話とISP</p> <p>【意見】</p> <p>(p. 3)図表7-1②では、FTTH市場でのNTT東西のシェアが67.5%と非常に高くなっておりロックイン効果について問題となっています。FTTH市場はNTT東西が市場支配力を行使することができる市場であるため、さらに細かい市場での分析も必要と考えます。</p> <p>したがって、<u>事業者選好の分析対象には、「固定電話(加入部分)とOABJ-IP電話」、「OABJ-IP電話とFTTH」の関係についても検証が必要と考えます。</u></p> <p style="text-align: right;">【イー・アクセス株式会社、イー・モバイル株式会社】</p>

5～7	7 - 2 - 1	<p>【総務省案】</p> <p>その結果、固定電話でNTT東西を選択している利用者は、NTT東西のFTTHを選択する比率が高く70.9%となっている。</p> <p>また、固定電話でNTT東西以外を選んでいる利用者でも、57.8%がNTT東西のFTTHを選択している。</p> <p>固定電話の加入者回線を利用するADSLの場合と異なり、FTTHを選択する場合は固定電話とのリンクが物理的に存在する訳ではなく、固定電話（NTT加入電話、直収電話、CATV電話）とFTTHを併用する利用形態となっている。しかし、この分析結果によれば、固定電話とFTTHの事業者選択に一定の相関が見られ、NTT東西の固定電話の利用者は、FTTHでもNTT東西を選択する傾向が強くなっている6。</p> <p>【意見】</p> <p>「この分析結果によれば、固定電話とFTTHの事業者選択に一定の相関が見られ、NTT東西の固定電話の利用者は、FTTHでもNTT東西を選択する傾向が強くなっている」とあります。FTTH市場については、固定電話での市場支配力を梃子として隣接市場でも市場支配力を行使できる可能性が高いと考えられます。また、FTTH市場はブロードバンドとして今後も急速な拡大が期待されている市場のため、競争評価では特に注目していく必要があると考えます。</p> <p>具体的には、現在提供されている「Bフレッツ」や「ひかり電話」について、固定電話（加入）でのNTT東西の市場支配力が働いていないかどうか、次のような営業活動の観点からも分析していく必要があると考えます。</p> <p><NTT東西の市場支配力についての分析（社内取引と社外取引の差別について）></p> <table border="1" data-bbox="495 852 1373 1342"> <thead> <tr> <th data-bbox="495 852 887 895">分析項目</th> <th data-bbox="887 852 1373 895">調査内容</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="495 895 887 1058">加入手続き</td> <td data-bbox="887 895 1373 1058">NTT東西の固定電話（加入）の利用者がADSLやFTTHを申し込みする際に利用した媒体、申込先窓口</td> </tr> <tr> <td data-bbox="495 1058 887 1137">工事期間、手続きの複雑さ</td> <td data-bbox="887 1058 1373 1137">加入申込から開通までに要した期間、コンタクト回数</td> </tr> <tr> <td data-bbox="495 1137 887 1342">ISPへの販売促進費用</td> <td data-bbox="887 1137 1373 1342">NTT東西から支払う販売促進費用がグループ会社か、競合会社かで1回線あたりの金額の差があるかどうか（販売促進費用を支払っていない会社があるかどうか）</td> </tr> </tbody> </table> <p data-bbox="1330 1366 2002 1398" style="text-align: right;">【イー・アクセス株式会社、イー・モバイル株式会社】</p>	分析項目	調査内容	加入手続き	NTT東西の固定電話（加入）の利用者がADSLやFTTHを申し込みする際に利用した媒体、申込先窓口	工事期間、手続きの複雑さ	加入申込から開通までに要した期間、コンタクト回数	ISPへの販売促進費用	NTT東西から支払う販売促進費用がグループ会社か、競合会社かで1回線あたりの金額の差があるかどうか（販売促進費用を支払っていない会社があるかどうか）
分析項目	調査内容									
加入手続き	NTT東西の固定電話（加入）の利用者がADSLやFTTHを申し込みする際に利用した媒体、申込先窓口									
工事期間、手続きの複雑さ	加入申込から開通までに要した期間、コンタクト回数									
ISPへの販売促進費用	NTT東西から支払う販売促進費用がグループ会社か、競合会社かで1回線あたりの金額の差があるかどうか（販売促進費用を支払っていない会社があるかどうか）									

8	7-2-1(4)	<p>【総務省案】 (4) ADSL市場とISP市場 (中略)</p> <p>以下は、ADSLの利用者について、ADSLとISPのそれぞれの事業者選好の相関について分析した結果を示したものである(図表7-2-1④参照)。なお、ADSL事業者は2区分の選択肢(NTT東西、その他)、ISPは9区分の選択肢とした。そして、下記図表では縦軸がADSLで選択している事業者、横軸がISPで選択している事業者を示している。</p> <p>その結果、NTT加入電話の利用者の中でもNTT東西のADSLを選択した場合には、ISPの選択が原則自由な中で、50.1%の利用者がNTT系のISPを選択している。したがって、<u>ADSLの事業者選好とISPの事業者選好との間には、それぞれ自由な選択が行える場合であっても事業者選好に一定の相関が生じていることが伺える。</u></p> <p style="text-align: right;">(*下線は当社による。)</p> <p>【意見】 異なる市場の相関関係をより客観的に分析するためには、図表7-3-1①のように事業グループごとの相関関係を比較し、相対的な評価を行うことが必要です。</p> <p>図表7-2-1④においては、ADSL事業者を「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」の5区分とし、それぞれの相関関係について分析すべきです。</p> <p style="text-align: right;">【東日本電信電話株式会社】</p>
9	7-2-1(5)	<p>【総務省案】 (5) FTTH市場とISP市場 (中略)</p> <p>図表7-2-1⑤は、FTTHの利用者について、FTTHとISPのそれぞれの事業者選好を分析した結果を示したものであり、FTTH事業者はNTT東西とその他の2区分に、ISPは9区分とした。なお、下記図表では、縦軸がFTTHで選択している事業者、横軸がISPで選択している事業者である。</p> <p>その結果、NTT東西のFTTHを選択した場合には、ISPの選択が原則自由な中で、41.9%の利用者がNTT系のISPを選択しており、<u>FTTHの事業者選好とISPの事業者選好との間には、それぞれ自由な選択が行える場合であっても一定の相関が生じていることが伺える。</u></p> <p style="text-align: right;">(*下線は当社による。)</p> <p>【意見】 異なる市場の相関関係をより客観的に分析するためには、図表7-3-1①のように事業グループごとの相関関係を比較し、相対的な評価を行うことが必要です。</p> <p>図表7-2-1⑤においては、FTTH事業者を「NTT東西」「電力系」「USEN」「KDDI」「ソフトバンクBB」</p>

		「その他」の6区分とし、それぞれの相関関係について分析すべきです。 【東日本電信電話株式会社】						
16	7-2-3	<p>【総務省案】</p> <p>日本のADSLは、世界でも最も進んだアンバンドル規制が適用された結果、活発な競争が展開され、既存事業者のシェアは世界でも最低水準にある（図表7-2-3②参照）。しかし、近年では、FTTHのみならず、ADSLや050-IP電話においても既存事業者であるNTTグループのシェアが上昇し、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事業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あれば問題はないものの、固定電話における市場支配力を梃子として、インターネット接続市場での競争に影響を与えようとする企業行動につながることはないかという観点から、固定電話市場とインターネット接続市場との相互関係をISPも考慮に入れつつ今後とも詳細に観察していくことが必要になる。</p> <p>【意見】</p> <p>「本分析で示唆された事業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あれば問題はないものの、固定電話における市場支配力を梃子として、インターネット接続市場での競争に影響を与えようとする」とありますので、<u>隣接市場の競争評価では事業者選好以外の評価手法も検討する必要があります</u>。消費者選好を含めて小売市場での分析が中心となっていますが、ADSLやFTTHの市場においては、事業者間取引が小売市場に与える影響が非常に大きいので、その影響も考慮した評価をする必要があると考えます。</p> <p>なお、小売市場については、市場パフォーマンス（市場シェア、HHI）、消費者行動（消費者選好）、消費者切替率（スイッチングコスト）だけでなく、例えば、価格・非価格での商品競争の実態把握、市場への参入障壁（法規制による参入要件以外にも、ブランド力、財務上や情報面の非対称性の問題）、利益率などの調査もあげられます。</p> <p>【イー・アクセス株式会社、イー・モバイル株式会社】</p>						
21	7-3-3 図表7-3-3①	<p>【総務省案】</p> <p>図表7-3-3① 固定電話市場と移動体通信市場での事業者選好の相関関係</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>固定電話（加入部分）</th> <th>中継電話</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>移動体通信</td> <td> 経路⑨：○ 携帯電話・PHS事業者の選択は自由だが、NTT東西の固定電話利用者はNTTドコモを選択する傾向が顕著（KDDI、ソフトバンクグループについても同様の傾向）。 </td> <td> 経路⑩：○ 携帯電話・PHS事業者の選択は自由だが、中継電話でのNTTグループの選好度が高いほど、NTTドコモを選択する傾向が顕著（KDDI、ソフトバンクグループについても同様の傾向）。 </td> </tr> </tbody> </table>		固定電話（加入部分）	中継電話	移動体通信	経路⑨：○ 携帯電話・PHS事業者の選択は自由だが、NTT東西の固定電話利用者はNTTドコモを選択する傾向が顕著（KDDI、ソフトバンクグループについても同様の傾向）。	経路⑩：○ 携帯電話・PHS事業者の選択は自由だが、中継電話でのNTTグループの選好度が高いほど、NTTドコモを選択する傾向が顕著（KDDI、ソフトバンクグループについても同様の傾向）。
	固定電話（加入部分）	中継電話						
移動体通信	経路⑨：○ 携帯電話・PHS事業者の選択は自由だが、NTT東西の固定電話利用者はNTTドコモを選択する傾向が顕著（KDDI、ソフトバンクグループについても同様の傾向）。	経路⑩：○ 携帯電話・PHS事業者の選択は自由だが、中継電話でのNTTグループの選好度が高いほど、NTTドコモを選択する傾向が顕著（KDDI、ソフトバンクグループについても同様の傾向）。						

		<p>この結果は、携帯電話・PHSの事業者選択について、固定電話（加入部分）や中継電話の事業者選択と同一の事業者・グループを選好する傾向を示唆しており、固定電話市場と移動体通信市場において、サービスのバンドル化の有無に関わらず、同一の事業者・グループを選好する傾向があることが指摘できる。</p> <p>異なるサービス間における事業者選択の相関は、企業ブランドや営業努力等も反映した結果であり、競争政策上直ちに問題視すべき事象でもないが、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あるとすれば、この傾向が、固定電話で圧倒的に大きなシェアを有する事業者・グループに対して、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事業者・グループに対して、固定電話市場での競争において有利に働く可能性も否定できない。</p> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 固定電話(加入部分)ではKDDI、ソフトバンクグループについては、携帯電話・PHS市場におけるシェアに比べ同一の事業者・グループを選択する比率が高くなる結果がでていますが、当社については、携帯電話・PHS市場におけるシェア（52.8%）よりも、同一の事業者・グループを選択する比率（48.1%）が低くなる結果が出ていることに注目すべきであり、少なくとも「NTTドコモを選択する傾向が顕著」であるとは言えないと考えます。 ・ 中継電話では「NTTグループの選好度が高いほど、NTTドコモを選択する傾向が顕著」とあるが、3区分・2区分において52.8%、4区分において49.8%（第7章図表7-3-2①）とNTTグループを選択する区分が増えるほど、ドコモを選択する比率はむしろ低下していることから「NTTグループの選好度が高いほど、NTTドコモを選択する傾向が顕著」であるとは言えないと考えます。 ・ 従って、当事業者間選択の相関分析により、同一の事業者・グループを選好する傾向があるとし、市場で大きなシェアを有する事業者・グループにつき「固定電話市場と移動体通信市場において、サービスのバンドル化の有無に関わらず、同一の事業者・グループを選好する傾向がある」および「固定電話市場での競争において有利に働く可能性も否定できない」とする理由に欠けるものと考えます。 <p style="text-align: right;">【株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ】</p>
27	7-5	<p>【総務省案】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 複数市場で同一サービスを利用する者については、全体として、利用料金の安さを重視する傾向があるが、NTTグループの利用者は、他よりもブランド力を重視する傾向がある。 ・ 複数市場におけるKDDI、ソフトバンクグループの利用者については、セット割引等がサービス選択に影響している可能性がある。 <p>【意見】</p> <p>NTTグループではセット割引等が無いため、調査の前提が他事業者とは異なり、ブランド重視の結果が出ていると推察されます。従って、一概に「他事業者よりもブランド力を重視する傾向がある」とは断定できないと考えます。</p>

		【株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ】
37	7-7	<p>【総務省案】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・その結果、固定電話市場、インターネット接続市場、移動体通信市場での利用者の事業者選択について、<u>同じ事業者又はグループのサービスを選択する傾向があることを確認。</u> ・このような需要動向は、<u>企業ブランドや料金設定、営業戦略等も反映した結果と考えられ、競争政策上直ちに問題となる事象とは言えない。</u> ・ただし、FMCやトリプルプレイ等の普及に伴い、この傾向が競争状況に大きな影響を与える可能性があることから、引き続きこのような需要の動向を注視。 <p style="text-align: right;">（*下線は当社による。）</p> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・完全に対等な競争条件の下で確立・構築されたブランドや営業体制による戦略であれば問題ありませんが、独占事業を出発点とするブランドや営業体制・戦略については、競争政策上、直ちに是正すべき問題ととらえ、真に公平な競争環境を整えるための措置を検討する必要があります。 ・NTT東・西のブロードバンド市場やIP電話市場でのシェアの急上昇は、加入電話からのマイグレーションに対する手続面での差や心理的負担を含むスイッチングコストが大きく影響していると考えられますが、特に新サービスの営業活動においては、独占時代から引き継いだ資産であるNTTブランドの効果は大きいと考えます。 ・また、ドコモショップでフレッツの受付を行うということは、同一のNTTブランドを活かした戦略であり、NTTグループ内連携におけるNTTブランドの使用は、他事業者に対する競争上の優位となっていると考えます。 <p style="text-align: right;">【KDDI株式会社】</p>
38	7-7 (3)	<p>【総務省案】</p> <p>(3)まとめ</p> <p>図表7-7に示すとおり、隣接市場間の事業者選択における利用者の一定の相関関係は、企業ブランドや料金設定、営業戦略等も反映した結果と考えられ、競争政策上直ちに問題となる事象とは言えない。</p> <p>ただし、事業者選択理由について分析を行った結果、NTTグループのサービス選択者はブランド力を重視し、その他の事業者のサービスの選択者は料金の安さを重視する傾向にあることが示唆されている。</p> <p>このような傾向については、単にボトルネック設備の有無にとどまらず、NTTグループとしての歴史や総合的事業能力をどう考えるべきかという点にもつながりうるものであるが、豊富なデータに基づく緻密な分析を行った上で、十分な議論が必要となろう。競争評価としては、引き続き利用者の需要動向の変化をフォローした上で、異なる市場における事業者選択に相関が生じる理由について、競争政策的観点から問題となるものとならないものを峻別した上で、より詳細に分析を行っていく必要がある。</p>

		<p>【意見】</p> <p>「単にボトルネック設備の有無にとどまらず、NTTグループとしての歴史や総合的事業能力をどう考えるべきかという点にもつながりうる」とあります。今後、垂直統合や水平統合でますますNTTグループの市場支配力が高まると想定されることから、隣接市場の競争評価でも着目していただけるよう強く要望します。</p> <p style="text-align: right;">【イー・アクセス株式会社、イー・モバイル株式会社】</p>
38	7-7 (3)	<p>【総務省案】</p> <p>(3) まとめ</p> <p>競争評価としては、引き続き利用者の需要動向の変化をフォローした上で、異なる市場において事業者選択に相関が生じる理由について、競争政策的観点から問題となるものとならないものを峻別した上で、より詳細に分析を行う必要がある。</p> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ サンプルがweb閲覧に習熟している利用者層に偏るという欠点をもつweb調査だけでなく、モニターアンケート調査も併用すべきと考えます。 ・ 「競争政策的観点から問題になるものとならないものを峻別」する際は、その判断基準を事前に明確にし、広く意見を募集することが必要であると考えます。 ・ 中継電話では「NTTグループの選好度が高いほど、NTTドコモを選択する傾向が顕著」とあるが、3区分・2区分において52.8%、4区分において49.8%（第7章図表7-3-2①）とNTTグループを選択する区分が増えるほど、ドコモを選択する比率はむしろ低下していることから「NTTグループの選好度が高いほど、NTTドコモを選択する傾向が顕著」であるとは言えないと考えます。 ・ 従って、当事業者間選択の相関分析により、同一の事業者・グループを選考する傾向があるとし、市場で大きなシェアを有する事業者・グループにつき「固定電話市場と移動体通信市場において、サービスのバンドル化の有無に関わらず、同一の事業者・グループを選好する傾向がある」および「固定電話市場での競争において有利に働く可能性も否定できない」とする理由に欠けるものと考えます。 <p style="text-align: right;">【株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ】</p>
38	7-7	<p>【総務省案】</p> <p>単にボトルネック設備の有無にとどまらず、NTTグループとしての歴史や総合的事業能力をどう考えるべきかという点にもつながりうるものであるが、豊富なデータに基づく緻密な分析を行った上で、十分な議論が必要となろう。競争評価としては、引き続き利用者の需要動向の変化をフォローした上で、異なる市場における事業者選択に相関が生じる理由について、競争政策的観点から問題となるものとならないものを峻別した上で、より詳細に分析を行っていく必要がある。</p>

	<p>【意見】</p> <p>分析結果によりますと、利用者の同一グループを選好する傾向が確認され、また利用者は一体的なサービス提供を希望していることが確認されています。</p> <p>他のグループと比較して、利用者にとって必ずしも利便性が高いとは思われないNTTグループにおいても、その傾向が高いことは、NTT東西による固定電話市場での市場支配力が、何らかの形で影響していることを示唆するものと考えますので、引き続き、同一グループを選好する要因を分析いただき、必要な措置を講じていただくよう要望いたします。</p> <p>また、これら傾向を加速するものとして、NTT東西とNTTコミュニケーションズとの一体的営業やNTT東西・NTTドコモの排他的な連携に強い懸念を感じておりますので、現在改正手続き中の「活用業務ガイドライン」や今年度より運用開始されます「競争セーフガード制度」を通じて、適切な措置を講じていただくよう強く要望いたします。</p> <p style="text-align: right;">【株式会社ケイ・オプティコム】</p>
--	--

第8章 携帯電話番号ポータビリティ制度導入による競争状況の変化に関する分析

頁	段落	意見
		<p>【意見（再掲）】 移動体通信サービス料金と端末機器販売における販売奨励金について一般的意見</p> <p>1 総務省はいわゆる 0 円や 1 円で販売される携帯電話の端末代金が販売奨励金として電気通信事業者から交付されることによって実現できる結果、長期に同一端末を使用している利用者の負担からまかなう結果になるのは不公平であるとして、新たなガイドライン創設などの方策を検討している。</p> <p>2 総務省が主導するガイドラインは適切でなく別途の対策で十分である。</p> <p>3 電気通信事業法制定当初の第一種電気通信事業者の料金は順次郵政省（当時）の関与がなくなり、市場の自由な競争にゆだねる届出制になっており、そのながれを逆行することは適当ではない。</p> <p>4 ただし、移動体通信サービスの料金は、原価積み上げ方式で基本料と通話料が定められているのではなく、料金自由化のときに郵政省（当時）が</p> <p>① 基本料が安いが通話料が高い ② 基本料は高いが通話料が安い</p> <p>というプランを認めた段階から、原価主義がなされていないのである。</p> <p>ただし、基本料金がゼロであるプリペイド携帯電話ではいわゆるゼロ円携帯電話が自由競争の基本的条件になることはありえず、現実には出現していない。</p> <p>4 昨年には携帯電話の番号ポータビリティ制度が実施され、</p> <p>5 近年の携帯電話の番号は SIM による IC 収納技術によることとなった。</p> <p>6 SIM に対し他の携帯電話端末での利用を制限するロックを禁じる総務省令に技術基準を変更すると、もはや無料ないし 1 円携帯で提供する直後に別番号による利用を許容することになるため、無料ないし 1 円携帯によるビジネスモデルは成立せず、総務省が懸念する長期ユーザの利用料が新規ユーザや頻りに端末を機種変更するユーザに利益移転することはなくなる。現在でも 9 ヶ月未満の利用者の機種変更には販売奨励金が適用されることはなく割高になっており、その料金設定は自由な市場にゆだねるべきである。</p> <p>7 結論として SIM ロックによる端末利用の制限する技術基準である総務省令を改正することにより、反射的に利用者にたいする不公正は是正できるのである。</p> <p style="text-align: right;">【熊木 俊明】</p>
10	8 - 3 - 1	<p>【総務省案】 MNP 制度導入から約 5 ヶ月で 199 万件、3 月末の携帯電話契約数に対して約 2% の利用率となっている。</p>

		<p>【弊社意見】</p> <p>MNP約2%の利用率をもって「一定の成果があった」という評価ですが、韓国ではMNP導入2年半ほどでMNP利用者は携帯電話加入者全体の約30%と高い値となっています。日本でのMNP利用率については数年かけて調査し競争評価を続けていくほうがよいと考えます。</p> <p>特に、移動体市場は現在3社寡占で垂直統合モデルのため、レイヤーごとの新規参入が非常に難しい状況となっています。この点についても分析し、今後は、MMP（モバイル・メール・ポータビリティ）やMCP（モバイル・コンテンツ・ポータビリティ）の充実によりMNPが促進されることを期待します。</p> <p style="text-align: right;">【イー・アクセス株式会社、イー・モバイル株式会社】</p>
21	8-5	<p>【総務省案】</p> <p>MNP 制度導入により、携帯電話市場の競争状況に変化がもたらされ、一定の競争を促進効果があったと認められる。</p> <p>【意見】</p> <p>上記意見に賛同します。携帯電話市場では、MNP 導入によりこれまで以上に、多様な選択肢（料金、端末、サービス等）がお客様に提供されています。</p> <p>今後、移動通信市場は、設備ベース或いはMVNOによる新規参入を通じて、一層の競争促進が見込まれます。弊社としても、こうした環境変化を踏まえ、積極的にお客様の利益向上を図る所存です。</p> <p style="text-align: right;">【KDDI株式会社】</p>
25 26	8-5	<p>【総務省案】</p> <p>本分析結果は、MNP制度が、携帯電話事業者間の競争促進と利用者の利便性向上の観点から、一定の成果があったことを実証的に確認したものと見える。</p> <p>MNP制度は一過性のものでなく、今後も継続されるものであり、引き続きMNP制度による競争促進効果により低廉な料金や魅力的なサービス等が提供され、利用者全体の利益に確実につながることが期待される。</p> <p>なお、総務省では「モバイルビジネス研究会」を開催し、販売奨励金やSIMロックの在り方を含む今後のモバイルビジネスの方向性に関する議論が展開されており、これらの議論も競争促進と利用者利益向上を目指すものである。この議論の結果を踏まえ、更なる競争環境整備に向けた競争政策が展開されることも予想されるため、MNP制度を含めた競争政策の効果について、今後も検証の試みを継続していくことが必要である。</p> <p>【意見】</p> <p>「MNP制度は一過性のものでなく、今後も継続されるもの」との指摘に賛成します。総務省の「モバイルビジネス研究会」の検討結果も反映して、継続的に競争評価を実施していただけるよう要望します。</p> <p style="text-align: right;">【イー・アクセス株式会社、イー・モバイル株式会社】</p>

以上