

## 競争評価アドバイザーボード 第3回 議事要旨 (案)

- 1 日 時 平成19年3月29日(木) 10:00~12:30
- 2 場 所 総務省地下2階第1・第2・第3会議室
- 3 出席者
  - ・ 構成員(五十音順、敬称略)  
縣公一郎、依田高典、大橋弘、川濱昇、辻正次、野原佐和子、舟田正之
  - ・ 総務省  
桜井電気通信事業部長、鈴木事業政策課長、今川公正競争推進室長、片桐料金サービス課課長補佐、西澤事業政策課課長補佐
- 4 議事内容
  - 開 会
  - 議 事
    - (1) 市場画定2006(案)に関する意見募集結果の概要
    - (2) 市場画定2006(案)に関する補足意見
    - (3) フリーディスカッション
  - 閉 会
- 5 主な議論
  - (1) 市場画定2006(案)に関する意見募集結果の概要
    - 事務局及び依田構成員から、市場画定(案)の概要、それに用いた計量経済分析の概要、市場画定(案)に対する意見募集結果の概要について、説明があった。
  - (2) 市場画定2006(案)に関する補足意見
    - ※市場画定案に対する意見募集の結果を踏まえ、関係事業者から意見聴取を行い、フリーディスカッションを行った。  
KDDI株式会社、西日本電信電話株式会社、株式会社ケイ・オプティコム及びソフトバンクテレコム株式会社から提出資料を基に説明頂き、フリーディスカッションを行った。  
○KDDI提出資料のp5「隣接市場間のレバレッジ」、ソフトバンク提出資料のp7「独占市場における市場支配力の行使(レバッジ)」等、「レバレッジ」という用語が使われているが、どういう意味か。  
→必ずしも厳密に定義していないが、NTTは固定電話で市場支配力を有しており、例えばOABJ-IP電話の営業でも、利用者は黒電話の延長としてNTTのサービスを疑いなく受け入れる一方で、新規参入事業者の場合は、個別に一からの説明が必要となるのが現状。固定電話での市場支配力が他の電気通信サービスにも及んでいるのが実態であり、これをレバレッジと捉えている。  
→NTTは、ブランド力や総合的な事業能力が絶大。NTT東西の営業の現場では、例えば「活用業務」のような概念が十分に認識されていないので

はないか。

○画定市場と部分市場はどのような意味を持つのか。部分市場は評価の対象とならないのか。

→部分市場についても、シェア等の競争状況の分析を独立して行い、評価も行う。

○部分市場の位置付けを明確にして欲しい。部分市場で独占等の問題が認められた場合、自動的に全体の画定市場でも問題となるのか。

→部分市場で問題となったからといって、直ちに全体の市場で問題とはならない。市場が過渡期にあることを踏まえ、インターネット接続領域では、ブロードバンド市場という広い観点からの分析も加えたということ。

○市場画定における需要の代替性について、各事業者はどのように考えているのか。

→ADSLは、低価格のプランの利用者が増える一方、FTTHへ移行する利用者も多く、ユーザ層が多様化している。ADSLとFTTHで、映像配信の利用動向は余り変わらず、選択理由を精査する必要があるが、需要面で差が大きいとは言えない。ただし、供給構造が大きく異なり、事業者側の印象としてはADSLとFTTHは異なると言えるのではないか。

○ソフトバンク提出資料のp10で、FTTHでは加入者の分岐が出来ないとのことだが、そもそも技術的に可能なのか。

→1分岐単位で出来るよう提案し、実験を行っているところであり、技術的には可能。

○ブロードバンド市場は、供給構造が異なる。合成の誤謬も考えられ、性質の違うものを足し上げることに意味があるのか。

→市場画定は、基本的には需要の代替性から判断するもの。供給構造に差異があっても、利用者が同じサービスと認識していれば同じ市場。

○事業者別では、ADSLは純減とはなっていないところもある。市場画定案では自己弾力性を測定しているが、相互間の弾力性を見る必要はないのか。

→競争を考える上では、交叉弾力性も必要であり、経済学では交叉弾力性をみる。しかし、競争評価では世界的なスタンダードになっているSSNIPテストの考え方を基本としており、これは自己価格弾力性に着目する反トラスト法の枠組み。

○問題となる市場の範囲を見るのは自己弾力性。他方、広い市場で見て、市場間や部分市場間の関係を見るのは交叉弾力性。独禁法の観点からも、市場全体の中から特に政策的に重要な部分を部分市場として取り出して分析するという事は、当然あり得ること。

○計量経済分析を実施する上で、ADSLからFTTHへのマイグレーションの要因をどのようにとらえているのか。

→今回の利用者アンケート調査では、動画利用の質問を加えたが、今のところ特段の傾向が得られていない。既に移行した人、移行しつつある人等、多様な利用者が混在している状況では、マイグレーションの要因分析は難しい面もある。

○FTTHの普及は、OABJ-IP電話が鍵。最近のFTTHのPR手法は、ADSLと加入電話の総額よりもFTTHとOABJ-IP電話の総額の

方が安いという点。利用者は、インターネットと固定電話を一体的にみて移行しているのではないか。

→今回は、「インターネット接続領域」の枠組みで分析を行っている。固定電話を含めるとなると、モデル等の分析枠組を再構築することが必要。技術の進歩が速いので、通信分野の市場画定は難しく、絶えず見直していく必要がある。

続いて、イー・アクセス株式会社及びニフティ株式会社から提出資料を基に御説明頂き、フリーディスカッションを行った。

○ニフティ提出資料 p4 でのワンストップメニューとあるが、ユーザの契約はどうなっているのか。回線部分とISP部分で垂直統合がおこっているということか。

→市場画定案 p22 でいうと、従来は①であったのが、②に該当。利用者の契約窓口はISP事業者となる。緩やかな意味での垂直連携的なもの。

○ISP事業を行っていないNTT東西の場合、実態としては、一括請求が可能なISPと可能でないISPが存在する。アクセス部分を有するNTT東西が市場支配力を行使している事例と考えられるのではないか。

○音声とパケット通信を分離することであるが、供給の代替性は低いのか。  
→設備的には代替性はあるが、パケット通信部分ではMVNOが進んでいるという実状がある。参入については、ともに電波法に基づく免許が必要である。

→移動体通信領域の市場画定については、カード型通信端末、MVNO、公衆無線LAN、新規参入事業者等の現状を踏まえ、来年度以降、見直しを検討して参りたい。

○固定と移動では、モビリティをどう考えるかが重要。携帯電話が伸びている一方、固定電話は横ばいの状況であり、必ずしも大きく減っているわけではない。各々は、完全な代替材ではなく、むしろ補完的な要素が強い。

○市場画定は、現時点のみを対象に行うものなのか。それとも、将来を見据え、継続性を踏まえて行うものなのか。

→市場画定は、基本的には現時点の市場を対象に行うもの。ただし、技術革新の進展の急速な市場ではあるが、毎年のように頻繁に見直すと混乱するため、ある程度の期間を見据えて継続性も考慮して行っている。

○固定電話とインターネット接続の融合については、どのように考えるべきか。  
→現在は、別の領域としてみているが、戦略的評価で「隣接市場の相互関係に関する分析」を行う予定。今後、市場の動向がさらに進展し、市場画定を見直すほどのものとなれば、検討することとしたい。

○毎年度の競争評価は、電気通信事業が発展する中で、消費者の利便性が適切に確保されているかをみるものと理解。電気通信が急速に発展する中で、今までのデータでは必ずしも十分に分析できない分野も出てきているのではないか。データの収集方法についても、事業者を含めて検討すべき。

○ブロードバンド市場として市場を画定することに賛成。ADSL、CATV、FTTHは相互に全体の中で競争しているものであり、今後もそうなのではないか。

## 6 今後の予定

市場画定案に関しては、座長と事務局で調整の上、最終案として取りまとめることとし、最終案について、次回（第4回）を持ち回り会合とご了承いただくこととした。

以 上