

競争評価アドバイザーボード 第5回 議事要旨

- 1 日時 平成19年5月18日(金) 15:00~17:00
- 2 場所 総務省10階1001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、岡田羊祐、川濱昇、辻正次、野原佐和子、林秀弥、和久井理子
 - ・ 総務省
桜井電気通信事業部長、鈴木事業政策課長、今川事業政策課企画官、西澤事業政策課課長補佐、横手料金サービス課課長補佐
- 4 議事内容
 - 議事
※今会合では、「2006年度電気通信事業分野における競争状況の評価」における評価結果について、フリーディスカッションを予定しており、自由活発な意見交換を行う必要があることから、非公開とした。
- 5 主な議論
 - (1) 2006年度の競争評価の評価結果(案)について
※事務局から定点的評価について、配付資料に基づき説明を行った。
 - 資料2-1p4について、各々の評価結果の判断基準は具体的にあるのか。
 - EUでは市場シェアが50%以上、40%以上、25%未満のメルクマールがある。シェアだけで見ている訳ではないが、相場観として、シェア50%以上では特段の打ち消す要素がなければ、シェア40%以上では補足的な定性的要素等があれば、シェア25%以上では不可欠設備の存在等の特段の要素があれば、市場支配力が存在すると判断している。
 - その基準はどこかで明記されているのか。
 - 基本方針で判断要素を示し、EU等における判断基準も参考として注記しているが、競争評価としての独自の判断基準は明記していない。現状では競争評価が規制とは直結していないこともあり、様々な判断要素の中から総合的に勘案して客観的に判断することとしている。今後、ドミナント規制と関連づけて競争評価を運用していくことも考えられ、行政の透明性等の観点から明確な数値基準を出すことも検討する必要があるが、一方でシェア等の数値のみを基準とすべきでないという専門家の指摘もある。
 - 市場シェアが高いことと市場支配力があることのロジカルな結び付きには少々難がある。一生懸命競争してシェアを拡大した事業者が全て支配力ありとされるのは酷であり、経済学者としても違和感を覚えるところ。実際には価格や色々な要素を見て判断されているので、表現の問題だとは思うが。
 - この点は独占禁止法の先生方とも相談させて頂いているところ。シェア等の他、参入障壁の有無・市場の成長段階等の要素も勘案し、市場支配力が存在する可能性が高い、だから事前規制が望ましいというロジック。公取委のように、事後的に競争制限的な行為の有無を判断し、市場支配力が存

- 在するから違法性があるというようなアプローチとは異なる。
- 資料 2-1 p31 等で料金水準が言及されているが、これは実勢価格を踏まえたものか。割引等を踏まえた実際に利用者が支払っている価格をみるのが重要なのではないか。
 - 現状では実勢価格ではみていない。特に携帯電話では料金体系が複雑化しており、その点の留意が必要。この点は、別途、戦略的評価で言及している。今後は、ARPUや消費者物価指数等を併記することも要検討。
 - 資料 2-1 p4 で協調の場合の市場支配力の存在・行使の判断基準如何。単独の市場シェアの場合と同じように、HHI以外の補完要素はあるか。また、資料 2-1 p33 移動体通信について、新規加入者と継続加入者では直面している料金メニューが異なるのではないか。利用者が合理的に料金プランを選択しているとは限らず、新規加入者獲得のための競争が激化しやすい。
 - 協調の場合、上位3社シェア・HHIといった量的基準に加え、基本方針に挙げたようなその他の判断要素を加味して結論づけているところ。携帯電話市場の新規・継続の別の競争状況について、販売奨励金や端末料・通話料等の在り方といった論点についてモバイルビジネス研究会で議論されているところであり、ここでは評価の対象としていない。
 - 携帯電話市場では、例えば市場シェアが小さくても、その利用者を囲い込んでロックインされている場合もチェックすべきではないか。発信・着信の別で料金が異なることでそれが可能なため、そのような視点も必要ではないか。
 - 欧州では発信・着信の別に市場を分けて評価しており、着信市場では全ての事業者が独占的と結論づけている市場もある。このような市場画定は馴染みにくいとの意見もあり、現段階ではそのようなアプローチは不採用。
 - 資料 2-1 p4 に「レバレッジの懸念」があるが、具体的な行為、特に現行の法令・ガイドラインで規制し得ないもの等があるか。
 - この点については各事業者から意見があり、各研究会等でも議論されているが、競争評価では個別具体的な事例を個々に指摘するものではない。
 - 競争評価はドミナント規制の観点からのみ言及されているが、競争事業者が自由に事業活動を行えるようになることが重要である。例えば、CATVインターネット市場では、市区町村の地域ごとに見ていないが、その点についてはどうか。
 - 現状の競争評価はドミナント規制のための材料となっており、その部分に重点が置かれている。ただし、戦略的評価を創設し、アドホックな論点についても評価・分析を行うようにしており、これを今後活用すべき。CATVについては、確かに成立時は市区町村ごとにエリアが区分されていたが、現在では撤廃されて自由にエリア展開できるようになっており、逆に合併・買収により広域のMSOが出現している現状にある。
 - 資料 2-1 p60 について、FTTHの評価に、ADSLと同様に地理的市場ごとの視点も加えるべきではないか。東・西日本別の競争状況の差は大。
 - 資料 3-1 の本文では、地域ブロックでの競争状況にも言及している。資料 2-1 の概要にもご指摘を踏まえて盛り込むこととしたい。

※事務局から戦略的評価について、配付資料に基づき説明を行った。その際、

- 依田構成員及び大橋構成員から資料4及び5に基づき関連説明があった。
- 資料5について、MNPを利用した人だけでなく、利用しなかった人も消費者余剰の増加があるのではないかと。
 - 競争促進による価格低下の部分は、ここでは考慮していない。これを盛り込むとより大きな値になる。価格低下はMNPの効果と言えない部分もある。
 - 資料4について、消費者の属性等による要因分析は行えないのか。
 - 分析は可能であるが、競争政策に役立つような消費者の選択の要因、例えばレバレッジの具体的要因等まで掘り下げることは困難。
 - 競争評価でも、マイグレーション分析や隣接市場の分析で関連するが、個別の要因まで客観的に掘り下げることは困難であるのが現状。競争事業者中心にむしろその部分を積極的に評価すべきという意見を頂くが、定点的評価は健康診断的な側面が強いので、戦略的評価で掘り下げるのも一案。
 - 資料5のスイッチングコストの推計で、Shapiro=Varianの定義式が参考になるのではないかと。
 - 資料5p15にある価格データはどのような料金体系を採用しているのか。
 - それぞれの属性における最適な料金プランを会社別にあらゆるパターンを算出して選択するという、合理的な消費者を仮定している。
 - 資料4について、2Gと3Gで推計結果が大きく異なるが、日本の携帯電話は欧米とは異なる側面があり、消費者が何を考えて選択しているかという点について日本独特の点があるのか興味深いところ。
 - 資料2-2p7の都道府県別データの図表は実に興味深い。この点に関し、公開カンファレンスで、設備・サービスベースの競争の違いについて、事業者に意見聴取したい。また、時系列で比較することも重要ではないかと。
 - データは公開されているが、図表としては初出。過去2年しか遡れない。
 - 資料2-2p9について、事業者間取引は小売レベルの競争に大きく影響を与えるものであり、価格面だけでなく市場シェアの側面も考慮に入れるべき。また、小売料金が大きくそれなりのシェアが取れるから設備に投資するという逆の関係が存在する可能性もあり、分析をより深めると面白い。CATVは今後の展開に期待したく、資料2-1p49の政策的インプリケーションに市町村別区域の現状やMSOの動向を注視する旨言及すべき。市場支配力の判断要素は基準の共有が重要であり、概要版の資料でもその部分の記述をできるだけ細かくすると良いのではないかと。
 - 判断要素の基準の明確化は悩ましいところ。先生方や公取に伺っても、チェックすべきフルリストが存在する訳ではなく、市場の特性に応じて見るべき点は異なるというのが結論。リストを明確にする程、全ての市場でそれをフルに見るべきという風に誤解される。量的基準は必ず見るが、それ以外の要素はまさに「総合的に勘案」することが必要ではないかと。

6 今後の予定

次回（第6回）は、平成19年7月上旬に開催することとした。

以上