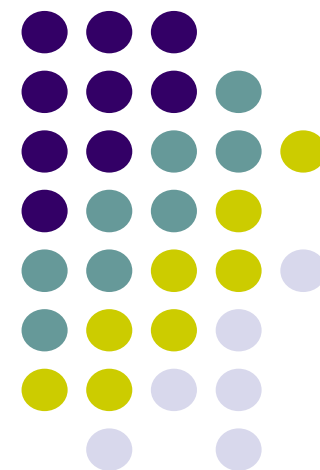


# 公開カンファレンス概要

平成19年7月6日  
総務省



# 電気通信事業分野における競争状況の評価2006 公開カンファレンス



- ・主催：総務省
- ・後援：社団法人電気通信事業者協会、社団法人テレコムサービス協会、財団法人日本データ通信協会
- ・日時：平成19年6月29日(金) 13:00～17:30 場所：三田共用会議所
- ・総参加者数 約130名

## ○基調講演

「Web 2.0時代の通信競争政策」  
関口 和一氏（日本経済新聞社 編集委員兼論説委員）

## ○概要説明

「2006年度の競争評価結果（案）及び意見募集結果の概要」  
今川 拓郎（総務省総合通信基盤局事業政策課市場評価企画官）

## ○ラウンドテーブル

**第一部 定点的評価について：ブロードバンド市場を中心に**

**第二部 戦略的評価について：事業者間取引、隣接市場間の相互関係、MNP制度導入による競争状況の変化**

### パネリスト

- |         |  |
|---------|--|
| 依田 高典氏  | （京都大学大学院経済学研究科教授）                              |
| 辻 正次氏   | （兵庫県立大学大学院応用情報科学研究科教授）                         |
| 野原 佐和子氏 | （株式会社イプシ・マーケティング研究所代表取締役社長）                    |
| 林 秀弥氏   | （名古屋大学大学院法学研究科准教授）                             |
| 大平 弘氏   | （東日本電信電話株式会社営業企画部門長）                           |
| 加藤 徹氏   | （株式会社ジュピターテレコム取締役商品戦略本部長）                      |
| 庄司 勇木氏  | （イー・アクセス株式会社専務執行役員企画本部長・イー・モバイル(株)専務執行役員企画本部長） |
| 須田 智紀氏  | （ニフティ株式会社広報・IR室長）                              |
| 田口 泰弘氏  | （株式会社NTTドコモ企画調整室長）                             |
| 土森 紀之氏  | （株式会社ケイ・オプティコム常務取締役）                           |
| 筒井 多圭志氏 | （ソフトバンクBB株式会社取締役常務執行役員兼CS）                     |
| 長尾 毅氏   | （KDDI株式会社渉外・広報本部長兼渉外部長）                        |
| 平澤 弘樹氏  | （株式会社ウィルコム執行役員常務ネットワーク技術本部長）                   |
| 湯崎 英彦氏  | （株式会社アッカ・ネットワークス代表取締役副社長執行役員）                  |
| 鈴木 茂樹氏  | （総務省総合通信基盤局事業政策課長）                             |
| 今川 拓郎氏  | （総務省総合通信基盤局事業政策課市場評価企画官）                       |
| 西澤 雅道氏  | （総務省総合通信基盤局事業政策課課長補佐）                          |

# 主な意見～第1部定点的評価について:ブロードバンド市場を中心に①～



## 【ブロードバンド全体で評価することについて】

- ・ 評価結果は、営業で普段感じている実感と同じ。(イーアク)
- ・ ブロードバンド全体と各部分市場に分けて評価することを有用。(アッカ)
- ・ FTTHとADSLは全く同じではないので、ブロードバンドのうち、どのサービスが伸びているか見ることも必要。(KDDI)
- ・ 03年度の評価開始当初は、ADSLもFTTHも非弾力的だったが、現在はかなり弾力的になった。ただし、マイグレーションはFTTHへ移行する一方向のものであり、NTTが主張しているように、ブロードバンドとして一つの市場としてしまいいいかは悩ましい(依田先生)。
- ・ 正当な評価になっている。(NTT東)
- ・ 実感に即した分析で営業戦略上も参考になる。地域性を重視して、エリア別の分析が必要。IP電話とブロードバンドはセット販売が一般的なのでIP電話についても一緒に評価すべき。(J:COM)

## 【固定電話からFTTHへのレバレッジについて】

- ・ NTT東西のFTTHが赤字なのは大幅割引(インセンティブ)のせい。この原資がどこからきているのか問題。また、NTT東西の現場では、固定電話の顧客情報をFTTHの販売に使っている。(ケイオプ)
- ・ NTTには独占時代からのボトルネック設備が存在することが問題。また顧客情報の流用の問題もある。さらに、116センターではフレッツの受付センターと一体化しており問題。(KDDI)
- ・ レバレッジの概念は独禁法上も固まっていない。顧客情報の流用については、行為規制で対処できないものが想定されるのかわからない。(林先生)
- ・ NTTは資本関係のあるアウトソーシング子会社との取引関係に関して指摘されている問題について立証責任あり。他事業者も具体的事実を立証すべき。証拠に基づいて、具体的議論ができるようお互い努力する必要。(依田先生)
- ・ 営業面からみるとレバレッジはFTTHからOABJ-IP電話に向かっている。(アッカ)

# 主な意見～第1部定点的評価について:ブロードバンド 市場を中心に②～



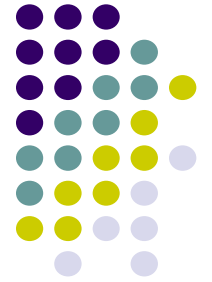
## 【FTTHにおけるNTTグループのシェアの上昇について】

- ・ FTTHはシェアドアクセスのアンバンドリングが困難であることから、ADSLと違ってNTT東西以外の事業者がサービスベースで対等に競争するのは厳しいが、事業者同士が大同団結して競争してもらいたい。また、総務省も対策を講じてほしい。(依田先生)
- ・ シェアドアクセスのアンバンドリングについては技術的な工夫により改善の余地有り、無線系を活用するといった選択肢もある。また、CATV事業者が対抗軸になる可能性もある。(総務省)
- ・ KDDIとソフトバンクでシェアドアクセスを他事業者と一緒に促進しようとして共同実験までしているが、NTTの設備で実験ができない。(KDDI・ソフトバンク)
- ・ 各事業者のサービス仕様が同一でない中では、実験は無理。(NTT東)
- ・ FTTHが最終サービスというのが前提で議論が進んでいるが、WiMAXやCATVの高度化も進んでおり、CATVも競争できるようにしてほしい。(J:COM)

## 【ISPについて】

- ・ 大企業の一部が、インセンティブを出して量販店で販売しているが、同じことをするのは難。ISP全体の競争状況を公開すべきであり、5万契約以上の事業者がどのくらいなのか興味がある。シェアを公表した場合に、上位ISPに利用者が集中する(ネットワークの経済性)可能性については、即シェアの変動につながるわけではないので、特に問題を感じない。(ニフティ)
- ・ 事業者のシェアのみ、既存のマーケットのみに着目しすぎではないか。価格も定価のみでなく、実売価格を見ていくことが必要。また、顧客満足度といった点も見ていくべき。(野原先生)

# 主な意見～第2部戦略的評価について:事業者間、隣接市場間の相互関係、MNP制度による競争状況の変化

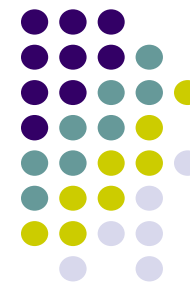


## 【設備競争について】

- ・関西で設備競争が進んだのは、親会社(電力会社)の全面的バックアップがあったから。バックアップがないと、設備競争は非常に厳しい。(ケイオプ)
- ・NTTの設備のボトルネック性が問題。NTTグループ内の取引は、実質的に社内取引で他の事業者よりも有利。KDDIとしては、東京電力から引き継いだFTTHやCATVとの連携で設備競争を進めたいが、まだまだ時間がかかる。設備競争とサービス競争を並行して進めたい。(KDDI)

## 【隣接市場間の相互関係】

- ・ブランド力については計量的に分析するのは非常に困難だが、どのように分析していくべきかが今後の課題。(辻先生)
- ・NTTグループの固定電話と携帯電話を利用している割合は、実際のドコモのシェアよりも小さいので、同じNTTグループの事業者を両市場で利用している割合が小さいのではないか。(ドコモ)
- ・固定と移動体の相関関係は統計的に実証済。固定と移動体を同ブランドで揃えるのはNTTのみに限ったものではない。違いは、選択する理由であり、NTTを選択する理由が信頼性であるのに対し、他事業者を選択する理由は料金の安さである。この選択理由の違いに着目していくべき。(依田先生)
- ・NTT東西の子会社がドコモショップをやっていたり、ドコモショップでNTT東西のサービスを販売しているのは問題。(KDDI)
- ・ブランド力と信頼性は別ものであり、選択肢で分けたほうがいい。(野原先生)
- ・今後、グループ総合力での競争になると思われるが、グループ企業を持たない単独企業が公正に競争できる市場環境を整えてほしい。(ウィルコム)



# 公開カンファレンスアンケート結果概要①

総参加者数約130名中アンケート有効回答者数34名

## ◆ ラウンドテーブル第1部（定点的評価）

大変有意義16(47.1%)、有意義16(47.1%)、あまり有意義でない0(0%)、有意義でない0(0%)、未回答2(5.9%)

## ◆ ラウンドテーブル第2部（戦略的評価）

大変有意義17(50.0%)、有意義14(41.2%)、あまり有意義でない0(0%)、有意義でない0(0%)、未回答3(8.8%)

### 主なコメント

#### 【1部、2部共通】

- ・ 立場の違う事業者が事業者の立場で意見を言い合うことは、偏らない判断ができて良い。(その他)
- ・ データとしては良いが、評価について詳しく知りたかった。(電気通信事業者)
- ・ 事業者の生の声が聞けた。(シンクタンク、アナリスト)
- ・ 総務省の分析に対して、各社の方針を各々が主張する形で聞くことが出来て良い。(その他)
- ・ 各社の問題意識が分かった。(電気通信事業者)
- ・ 各社の本音が見えて良かった。(電気通信事業者)

#### 【第1部】

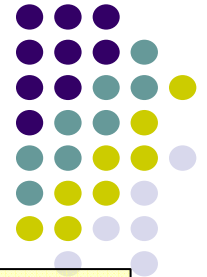
- ・ アッカやケイ・オプティコムから指摘のあった「ひかり電話」のセット販売についてさらにクローズアップが必要。今後の競争評価で取り上げて欲しい。(電気通信事業者)
- ・ ブロードバンド市場の評価を一体で行ったことが評価できる。(電気通信事業者)
- ・ サービス競争のみを行っている、DSLからFTTHへのマイグレーションのとおり、そのうち市場が衰退すると感じた。(電気通信事業者)

#### 【第2部】

- ・ サービス競争か設備競争かといった競争政策に密接に繋がる議論があり、非常に良かった。(電気通信事業者)
- ・ 設備ベースの競争とサービスベースの競争についてのディスカッションは有意義だった。(電気通信事業者)
- ・ 設備ベースの競争をすべきと感じた。(電気通信事業者)



## 公開カンファレンスアンケート結果概要②



### ◆競争評価全体について：

#### 主なコメント

- ・ ブランド力の定義をした上でのブランド分析を競争評価に繋げることが必要。(その他)
- ・ 課題の認識、洗い出しが出来て良い。(その他)
- ・ ブランド力の及ぼす影響についての分析をしてほしい。また、現在の市場の伸び傾向と今後の市場予測も併せて行い、現状結果と今後の市場シェアの変化の可能性も加味し、政策に反映できるように繋げないと、競争市場は成り立たなくなるのではないか。(その他)
- ・ 一般消費者、法人のセグメント分けをした評価も行って欲しい。(電気通信事業者)
- ・ 前年度から変更が少ないところは報告書を薄くし、新しい部分にページを割いて欲しい。  
(電気通信事業者)
- ・ 卸売市場の競争評価を継続・充実させて貰いたい。(電気通信事業者)
- ・ 固定、移動に加え、放送分野とのレバレッジも分析していただきたい。(電気通信事業者)
- ・ (市場支配力が)「行使」されると判断されるのはどのような場合なのか気になる。(電気通信事業者)
- ・ 中小、ニッチ事業者が生き残れる環境整備をお願いしたい。(電気通信事業者)
- ・ 議論を透明にするのに非常に良い企画。是非推進して欲しい。継続性は大事。  
(シンクタンク、アナリスト)
- ・ キャリアの評価(NTT、KDDI、SB)に依ってしまっていたので、次回は改善してほしい。(電気通信事業者)