

電気通信事業分野における 競争状況の評価2008

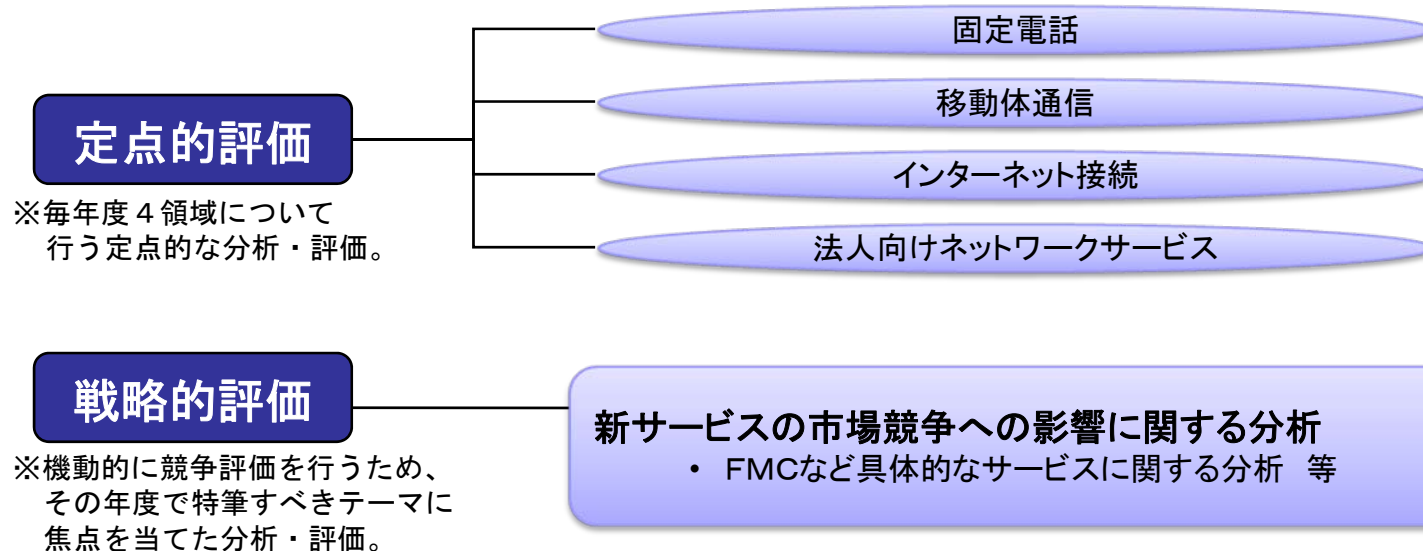
概要（案）

平成20年11月
総務省総合通信基盤局事業政策課

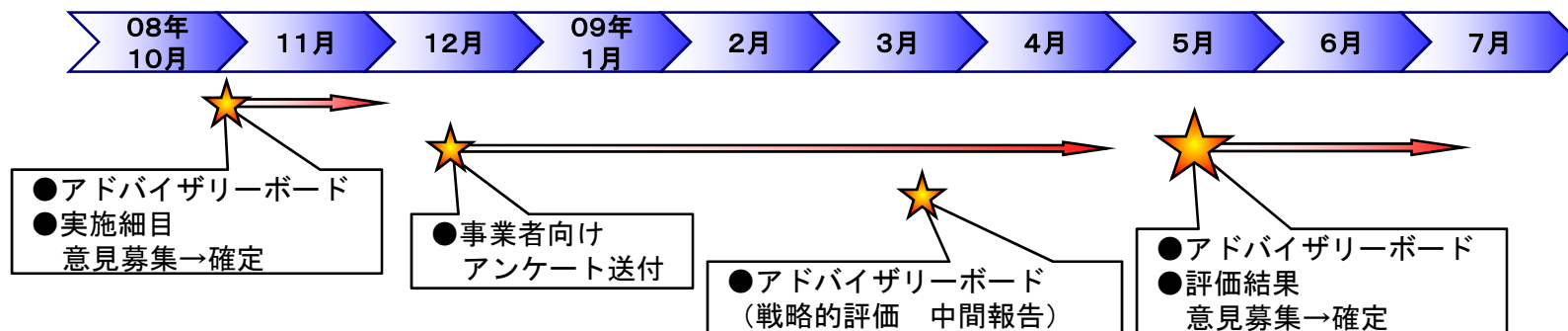
「電気通信事業分野における競争状況の評価2008」の方針（案）

- 「競争評価」とは、電気通信市場における競争状況を分析・評価するため、2003年から総務省が実施。
- 調査結果は広く公表するとともに、政策の企画・立案へ活用。

<概要>



<今後のスケジュール>

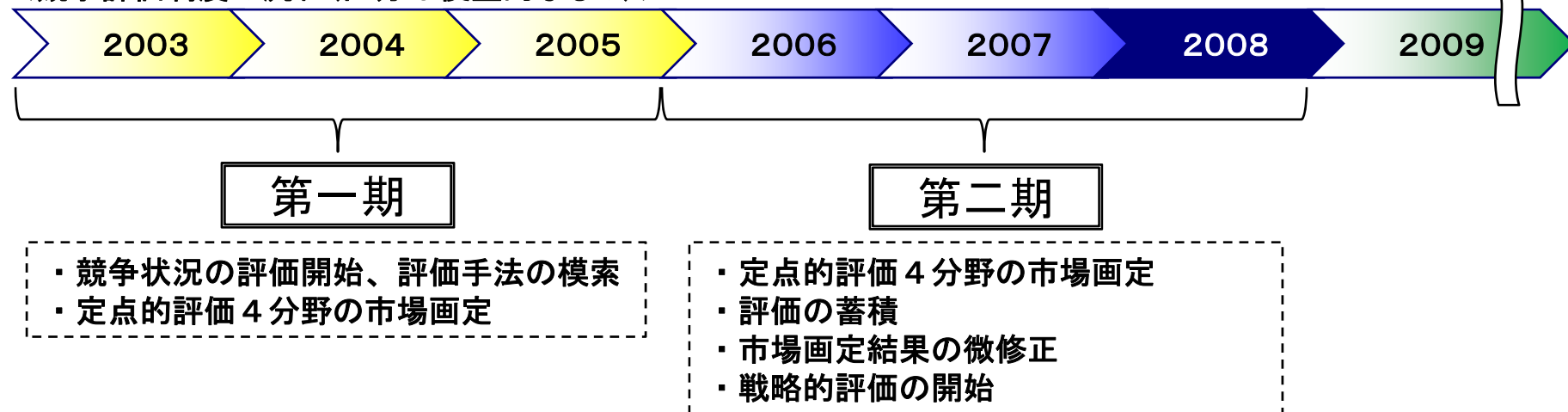


「競争評価2008」 定点評価の留意点

03～07の評価の総括、今後の課題の整理

- 「競争状況の評価2008」は、現行の「基本方針2006～2008」がカバーする最終年度
- 既存の競争評価は、03年度～07年度 of 取組を通じて相当程度定着。
- これまでの評価を踏まえた分析を実施しつつ、競争評価09へ向けた課題の整理を図る。
 1. 分析内容
 2. 実施体制、評価プロセス
 3. 評価結果の周知や活用

<競争評価制度の流れ(区分は便宜的なもの)>



競争評価の目的との関連において

1. 電気通信事業分野の市場の競争状況の変化の正確な把握について
 - ・ 市場や競争の捉え方 等
 - ・ レイヤーをまたぐビジネスモデルへの対応
2. 競争状況をめぐる認識の共有化及び政策の透明性や予見性の向上について
 - ・ 定点的評価・戦略的評価の意義・課題 等
 - ・ 実データによる分析の意義・課題
3. 政策の国際的な整合への貢献について
 - ・ 評価結果の周知や普及 等
4. その他
 - ・ 評価プロセスの簡素化 等

「戦略的評価」について

競争評価(2006, 2007)から得られた示唆

今後注視すべき事項

- ブロードバンドに関する市場成熟、NTT東西のシェア上昇の要因、技術革新の影響等の検証が必要。
- 携帯電話・PHSに関する新サービス提供の影響等の検証が必要。

BB時代において、利用者がどのような点を重視してサービス選択をしているか

- 固定・移動のバンドリング(FMC型のサービス)等、市場への影響が大きなサービス提供形態について、市場への影響について詳細に考察する
- 併せて、加入の手続、料金水準 等々の様々な要素が、利用者の選択に対してどのように影響しているのか調査を行う

- 競争に関する諸課題や、サービス融合の趨勢等を念頭に、ネットワークレイヤのサービスへの需要動向を把握する
- 各種の政策課題のプライオリティや方向性の判断のための基礎的なデータを提供する

FMC提供形態が利用者の選択に及ぼす影響の分析

具体的なバンドル事例として最も加入者が多数なサービス同士の組み合わせである「固定」＋「移動」の組み合わせ（FMC: Fixed Mobile Convergence）をピックアップし、具体的なサービス提供形態が、利用者の選択に及ぼす影響について分析

□分析手法の例・・コンジョイント分析などを想定

属性・水準のイメージ(案)

請求書の一本化の有無

電話番号の一本化の有無

端末の一本化の有無

ポータル・サービスの共有化の有無

コンテンツ・アプリの共有化の有無

料金水準

1 プロファイルの作成

- ・例: 属性・水準が組み合わせられた仮想材を作成

2 選択問題の実施

- ・例: 異なる仮想材を数種類提示し、その中から、回答者が一つを選択

3 各属性・水準が回答者の選択確率に与える影響を算出

□ FMCなど、新たなサービスの導入メリットを定量的に評価し、市場成果の最大化と公正競争の確保を両立させるための示唆を得る

(参考) 市場におけるFMC型サービス例

サービス(提供事業者)

サービスの組合せ

KDDIまとめて請求
(KDDI)



■KDDIからお届けする固定通信サービス「メタルプラス電話・ADSL one・ひかりone (au one net)・マイライン等(0077国内電話、001国際電話、0077携帯宛電話など)」の請求書と、「auケータイ」の**請求書をひとつにまとめるもの**。

auまとめてトーク
(KDDI)



■「KDDIまとめて請求」等をご利用した場合、「**auおうち電話**」※ から「**auケータイ**」及び「**auおうち電話**」※への**国内通話が24時間無料**。
また、自宅の電話が「auおうち電話」※の場合、「**auケータイ**」から**自宅への国内通話が24時間無料**。
※「ひかりone電話サービス」、「メタルプラス電話」等のKDDI固定電話サービス(マイラインを除く)

ホワイトコール24
(ソフトバンクBB・
ソフトバンクモバイル)

ホワイトコール24

■ソフトバンクBB**050番号の固定IP電話**とソフトバンクモバイル**携帯電話間の国内通話が24時間無料**※。
※ソフトバンクBB「Yahoo! BB ADSL」等及びソフトバンクモバイル「ホワイトプラン」に加入し、ホワイトコール24への申込みが条件。

ホワイトライン24
(ソフトバンクテレコム・
ソフトバンクモバイル)

ホワイトライン24

■ソフトバンクテレコムの**固定電話**とソフトバンクモバイル**携帯電話間の国内通話が24時間無料**※。
※ソフトバンクテレコム「おとくライン」等及びソフトバンクモバイル「ホワイトプラン」に加入し、ホワイトライン24への申込みが条件。

ホームU
(NTTドコモ)



■「Bフレッツ」等のブロードバンド回線網とNTTドコモ携帯電話網を併用するサービス。ホームUで接続した場合、パケット通信無料で高速パケット通信を利用可能。
また、**ホームU利用者がホームU以外のサービスへIP電話で通話する場合、FOMA通話料より約3割安い通話料を適用。更に、ホームU利用者間でIP電話として通話する場合、24時間通話無料**。

iモード.net(NTTドコモ)



■インターネットを介して、**PC端末においてiモードメールが送受信可能**。

J:COM MOBILE (J:COM)



■J:COMの**サービス(Net、CATV電話、TV等)のいずれかとPHSをセットで加入することにより、基本料金が割引**。

BT Fusion
(BT)



■**端末が外出先ではGSM携帯電話として機能し、家庭やオフィスでは固定電話として機能**。ネットワークの自動切替を具備。

Fast Forward
(AT&T Mobility LLC)



■在宅時、**クレードルに携帯電話機を入れておくと、携帯あての着信をあらかじめ登録した自宅の固定電話機に転送**。

(参考) 競争評価07における利用者のサービス選択に影響する要素についての記述

各領域における利用者の観点からの考察

○固定電話領域

- …他サービスとのセット割引など料金水準が市場シェアに与える影響が大きいと考えられる。また、同時に、**セット割引された他サービスに対して固定電話市場におけるシェアが影響**することも考えられる。(p59)

○移動体通信領域

- …**利用者側からは、料金関係への関心が高い**ことがうかがえる。(p104)

○インターネット接続領域

- …(平成19年度電気通信サービスモニター)アンケート結果は、**料金やキャンペーン等に加え工事や手続等が競争上重要な要素であることを裏付けている**と考えられる。(p141)

各領域における今後の注視事項

○固定電話領域

- …固定電話市場における競争状況については、(中略)注視していくことが必要である。
(中略)
 - ・**FMCの進展に伴う固定・移動の融合・連携の進捗**
 - ・**トリプルプレイ等のサービスのバンドル化の進展**(p65)

○移動体通信領域

- …**新技術の投入やそれに伴う市場の動向について、引き続き注視していく必要がある**。(p110)
- …**携帯電話・PHSの料金体系の在り方等について、引き続きモニタリングする**とともに…(p111)

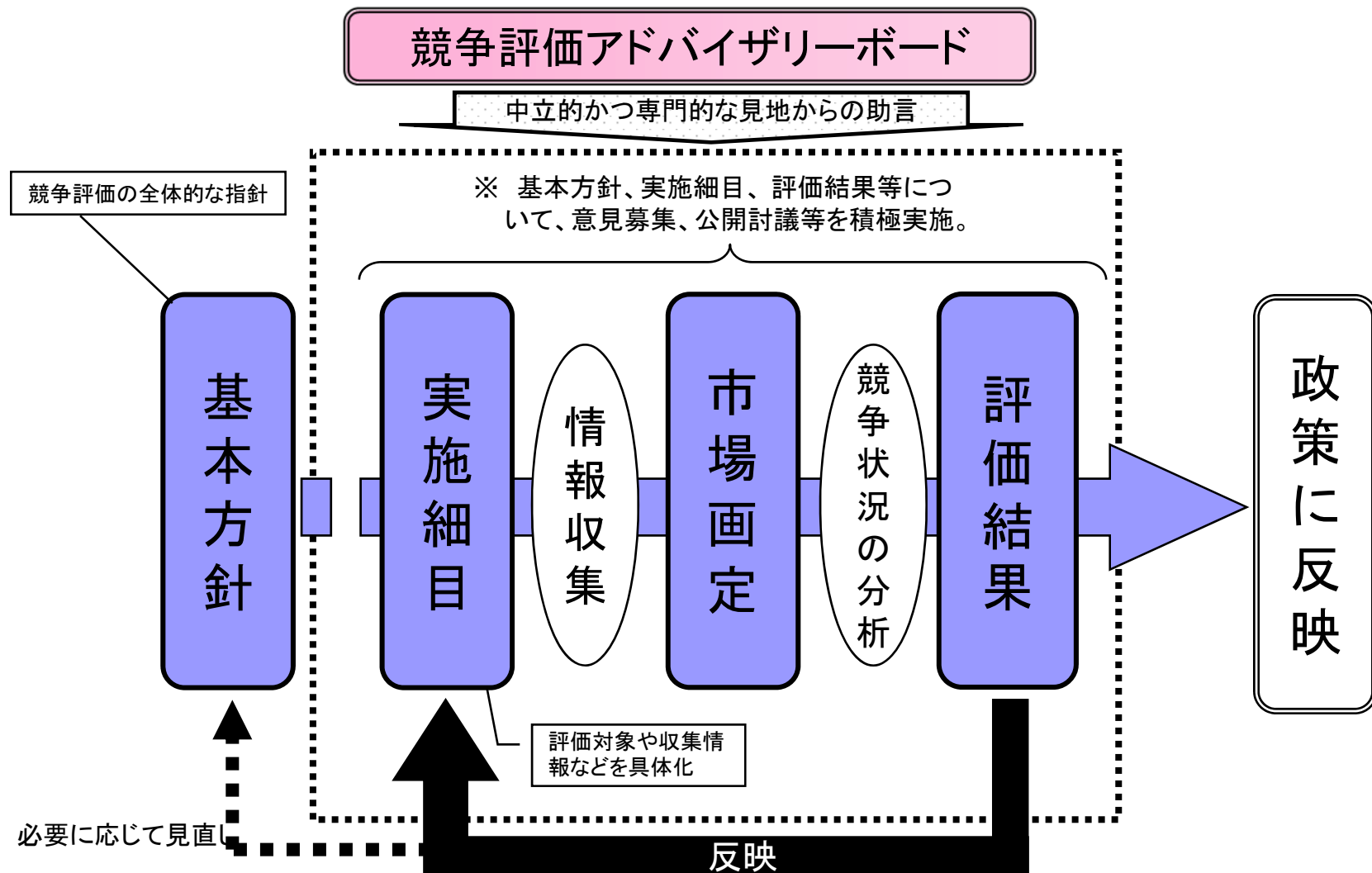
○インターネット接続領域

- …**工事・手続等に関する格差の有無等に関する格差の有無等に関する具体的な検証を行うことなどが重要**であると考えられる。(p146)
- …**技術革新によるブロードバンドサービスの多様化について引き続き注視する必要がある**。(p146)

参 考 資 料

競争評価の手順

- ◆ 基本方針を定め、これに従い、実施細目→情報収集→市場画定→競争状況の分析→評価結果という手順で競争評価を実施。評価結果は、政策に適宜反映させるとともに、フィードバックを行う。
- ◆ 意見募集や公開カンファレンスを多数開催する等、透明かつオープンなプロセスを重視。
- ◆ 競争評価2007においては、固定電話、移動体通信、インターネット接続、法人向けネットワークサービスの4領域の定点的評価に加え、プラットフォーム機能及び事業者間取引が競争に及ぼす影響について戦略的評価として分析。



定点的評価の主な結果①(市場集中度)

- ◆通信市場はいずれも高度に寡占的。特に、固定電話(加入)、FTTH、専用サービスの市場集中度が高い。これらの市場では、NTTグループのシェアがいずれも6割を超えており、NTTグループの存在感が圧倒的。
- ◆NTTグループのシェアは、固定電話(加入)、中継電話、携帯電話・PHS及びADSLを除く全ての市場で上昇傾向。

領域	主な画定市場 (部分市場を含む)	07年度の評価結果	
		市場集中度(HHI)	NTTグループのシェア (()は06年度の数値)
固定電話	固定電話(加入) (NTT加入電話、直収電話、CATV電話、OA BJ-IP電話における加入部分)	7676 ↓	87.3% ↓ (90.4%)
	中継電話 (NTT加入電話、直収電話、CATV 電話、OABJ-IP電話の通話部分)	市内 3189 ↓	市内 76.2% ↑ (73.2%)
		県内市外 2928 ↓	県内市外 73.6% ↓ (73.7%)
		県外 4259 ↓	県外 72.1% ↑ (71.9%)
		国際 3243 ↓	国際 63.7% ↑ (61.8%)
	050-IP電話	3261 ↑	31.1% ↓ (32.1%)
移動体通信	携帯電話・PHS	3651 ↓	50.6% ↓ (52.8%)
インターネット 接続	ブロードバンド	2551 ↑	46.3% ↑ (42.5%)
	ADSL	3053 ↑	37.1% ↓ (38.5%)
	FTTH	5331 ↑	71.4% ↑ (67.5%)
	CATVインターネット	1159 ↑	—
	ISP	1554 ↓	29.5% ↑ (27.6%)
法人向けネット ワークサービス	WANサービス	2232 ↑	69.0% ↓ (69.1%)
	専用サービス	8551 ↑	96.1% ↑ (94.7%)

(注)
表中の矢
印(↑↓)は
昨年度値
との比較
を示す。

(※)市場集中度指数はハーフィンダル指数(HHI)による。0(完全競争)～10,000(完全独占)の値をとり、市場集中度が高いほど、10,000に近づく。なお、公正取引委員会では、企業合併後のHHIが1000未満は「市場構造が寡占的でない」、1000以上1800未満は「市場構造が高度に寡占的でない」としている。

(注)「市場集中度(HHI)」の算出にあたっては、全国レベルではNTT東西を1者とみなし、その他のNTTグループの会社は別会社とみなしている(ただし、ブロードバンド・ISPにおいてはソフトバンクグループ、J:COMグループ、JCNグループ及び電力系事業者を、CATVインターネットにおいては、J:COMグループ、JCNグループを、FTTHにおいては電力系事業者をそれぞれ1者とみなしている)。「NTTグループのシェア」のうち、050-IP電話はNTTコミュニケーションズ、ADSL・FTTHは、NTT東西のシェア、専用サービスはNTT東西、NTTコミュニケーションズ、NTT-MEのシェア。なお、固定電話、移動体通信及びインターネット接続は当該年度の12月時点、中継電話は当該年度の3月時点、WANサービスは9月時点、専用サービスは前年度の3月時点のデータ。

定点的評価の主な結果②(市場支配力)

- 各市場の市場シェア、事業者数、価格動向、利益水準等を総合的に勘案し、「市場支配力の存在」(潜在的・長期的な市場支配力の有無、事前規制の必要性を示唆)及び「市場支配力の行使」(市場支配力の短期的な実効性の有無)を検証。
- 固定電話(加入)、中継電話、携帯・PHS、ブロードバンド、ADSL、FTTH及び専用サービスの各市場において、NTT系の事業者に単独の市場支配力が存在(事前規制が必要)。ただし、規制の存在等により、市場支配力の行使が概ね抑止されていると評価。

領域	な画定市場 (部分市場を含む)	07年度の評価結果	
		市場支配力の 存在	市場支配力の 行使
固定電話	固定電話(加入)	◎ (単独)	△ (ブロードバンドへのレバレッジの懸念)
	中継電話	○ (単独・協調)	× (低)
	050-IP電話	△ (協調のみ)	× (低)
移動体通信	携帯電話・PHS	○ (単独・協調)	× (料金の透明性確保、プラットフォームの 互換性を注視)
インターネット 接続	ブロードバンド	○ (単独・協調)	△ (DSL→FTTHのマイグレーションを注視)
	ADSL	○ (単独・協調)	× (低)
	FTTH	○ (単独・協調)	△ (固定電話市場からのレバレッジの懸念)
	CATV インターネット	× (単独・協調)	— (存在しない)
	ISP	× (単独・協調)	— (存在しない)
法人向けネット ワークサービス	WANサービス	△ (協調のみ)	× (低)
	専用サービス	◎ (単独)	× (低)

(注)

「単独」とは、他事業者の行動に関わり無く行使することができる市場支配力のこと。

「協調」とは、市場が寡占的な状況にある場合に、主要な事業者が協調的に行動して行使することができる市場支配力のこと。

(※)◎は「強く存在すること」、○は「存在すること」、△は「何らかの懸念が存在すること」、×は「可能性が低いこと」を意味する。塗りつぶしは特に注意が必要と思われる点。

政策への反映状況

定点的評価

○市場画定を踏まえて判断された各市場における市場支配力が、実際に行使される状況にあるかどうかを毎年チェックし、競争ルールの効果を確認

＜例＞ 固定電話市場(加入部分)

- ・ NTT東西の市場シェアは87.3%(07年12月末)、回線シェア(メタル+光ファイバ)は92.5%(07年3月末)と高く、市場支配力を単独で行使し得る。
- ・ しかしながら、NTT東西には第一種指定電気通信設備に基づく接続規制等が適用され、また0ABJ-IP電話等、競争事業者が競争を展開するサービスも見られる。ゆえに、市場支配力を行使する可能性は低い。

戦略的評価

○番号ポータビリティの経済効果についての試算を実施し、番号ポータビリティのもたらした競争促進の効果に関して確認

- ・ MNP制度導入決定後、各種割引や低料金プラン等が登場し、料金水準は低下。また、新機種端末投入数の増加、コンテンツサービスの充実等、サービスが多様化。計量経済分析による推計においても、携帯電話利用者全体の利益が拡大したと推計。
- ・ MNP制度導入は、競争促進と利用者利益向上の観点から、成果があったと総括。

○プラットフォーム機能が競争に及ぼす影響に関する分析の成果を 議論の枠組みとして利用し、平成20年2月に通信プラットフォーム研究会の議論を開始

EUでの市場分析の進捗状況 その1

○ 08/8/6、EU加盟国の市場分析の進捗状況に関するレポートを公表。

＜市場分析第1ラウンドの状況＞

	オーストリア	ベルギー	ブルガリア	キプロス	チェコ	デンマーク	エストニア	スペイン	フィンランド	フランス	ドイツ	ギリシア	ハンガリー	アイルランド	イタリア	リトアニア	ルクセンブルク	ラトビア	マルタ	オランダ	ポーランド	ポルトガル	ルーマニア	スウェーデン	スロベニア	スロバキア	イギリス
市場1	a	a		a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a		a	a	a	a
市場2	a	a		a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a		a	a	a	a
市場3	a	a		a	a	a	a	a	a	a	a		a	3/a	a	a	a	a	a	a	a	a		a	a	a	a
市場4	a	a		a	a	a	a	a	a/v*	a	a	a	a	3/a	a	a	a	a	a	a	a	a		a	a	a	a
市場5	a	a		a	a	a	a	a	a	a	a		a	3/a	a	a	a	a	a	a	a	a		a	a	a	a
市場6	a	a		a	a	a	a	a	a/v*	a	a	a	a	3/a	a	a	a	a	a	a	a	a		a	a	a	a
市場7	a	a		a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	3/a	a	a	a	a	a	a	a	a		a	a		a
市場8	a	a		a	a	a	a	a	a	a	a	a	a		a	a	a	a	a	a	a	a		a	a	a	a
市場9	a	a		a	a	a	a	a	a	a	a	a	a		a	a	a	a	a	a	a	a		a	a	a	a
市場10	a/v*	a		a	a	a	a	a	a	a	a	a	a		a	a	3/a	a	a	a	a	a		a	a		a
市場11	a			a	a	a	a	a	a	a	a/v*	a	a	a	a	a		a	a	a	a	a		a	a	a	a
市場12	a			a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a		a	w	a	a	a		a	a		a
市場13	a	a		a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a		a	a	a	a
市場14	a	a		a	a		a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	w	a		a		w	a
市場15	a	a		a	a	a	a	a	a/v	w		a	a	a	a	a	a	a	a	a	a			a	a		a
市場16	a	a		a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a		a	a	a	a
市場17	a				a	a	a	a	a			a			a						a						
市場18	a	w		a	a	3/a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a			w	a	a	a		a	a		a

	→有効競争市場：事前規制は実施せず。
	→部分的な有効競争市場：部分的な事前規制の実施。
	→有効競争が行われていない市場：事前規制の実施。
w	→EU委員会に市場分析案が却下された後、未報告。
3	→市場画定の3基準を満たさない市場。

v	→EU委員会に分析案を却下された。
v*	→EU委員会に分析案が却下された後、修正が行われた。
	→市場分析と規制適用のプロセスが別々に行われている。
a	→市場分析完了。

※08/8/6時点。

EUでの市場分析の進捗状況 その2

＜市場分析第2ラウンドの状況＞

※第2ラウンドとは、第1ラウンドの評価について差し戻しを受けた国が行う再分析のこと。

	オーストリア	ベルギー	キプロス	チェコ	デンマーク	エストニア	スペイン	フィンランド	フランス	ドイツ	ギリシア	ハンガリー	アイルランド	イタリア	リトアニア	ルクセンブルク	ラトビア	マルタ	オランダ	ポーランド	ポルトガル	スウェーデン	スロベニア	スロバキア	イギリス
市場1																									
市場2																									
市場3																									
市場4																									
市場5																									
市場6																									
市場7																									
市場8																									
市場9																									
市場10																									
市場11																									
市場12																									
市場13																									
市場14																									
市場15																									
市場16																									
市場17																									
市場18																									

	→有効競争市場：事前規制は実施せず。
	→部分的な有効競争市場：部分的な事前規制の実施。
	→有効競争が行われていない市場：事前規制の実施。
w	→EU委員会に市場分析案が却下された後、未報告。
3	→市場画定の3基準を満たさない市場。

v	→EU委員会に分析案を却下された。
v*	→EU委員会に分析案が却下された後、修正が行われた。
	→市場分析と規制適用のプロセスが別々に行われている。
a	→市場分析完了。

※08/8/6時点。

EUでの市場分析の実施状況（現行：簡素化前）

○ 関連市場勧告（欧州委員会「関連製品・サービス市場に関する勧告」）において、分析の対象とする18市場を定義。

サービス種別	分析対象市場	
	小売レベル	卸売レベル
固定電話（住宅用）	市場1：固定公衆電話網へのアクセス 市場3：固定市内及び（又は）全国電話サービス 市場4：国際電話サービス	市場8：固定公衆電話網上の呼発信 市場9：個々の固定公衆電話網上の呼着信 市場10：固定公衆電話網における中継サービス 市場11：ブロードバンド及び音声サービス用メタリックループ及びサブグループへのアンバンドルアクセス
固定電話（非住宅用）	市場2：固定公衆電話網へのアクセス 市場5：固定市内及び（又は）全国電話サービス 市場6：国際電話サービス	
ブロードバンド	—	市場12：ブロードバンドアクセス
専用線	市場7：最小限の専用線一式（2Mbps以下）	市場13：専用線の終端 市場14：専用線の幹線部分
移動体通信	—	市場15：移動体公衆電話網上のアクセス及び呼発信 市場16：個々の移動体電話網上の呼着信 市場17：移動体公衆電話網上の国際ローミングの卸売の全国市場
放送用伝送	—	市場18：放送コンテンツをエンドユーザーに提供するための放送の伝送サービス

※ 勧告と異なる市場の定義を行う場合には、欧州委員会等との協議が必要

関連市場の考え方

電子通信分野には検討すべき市場は主に2つ

- ・小売市場 エンドユーザーに提供される商品・サービスに関する市場
- ・卸売市場 通信事業者がエンドユーザーに商品・サービスを提供するために必要な投入に関する市場

→需要サイド・供給サイドの特徴に応じて、更に市場を区分
小売市場を西定してから、卸売市場を特定することが適当

以下の3つの基準を基に18市場を西定

① 高くて一時的でない参入障壁が存在していること

・参入障壁には、初期費用や需要の条件から生じる構造的な障壁、法的・規制上の障壁がある。

② 長期的に有効競争が生じる傾向がない構造の市場であること

・ある対象期間内で参入障壁が低下することを考慮。

③ 競争法の適用のみで対処するには不十分であること