

**I P 化等に対応した電気通信分野の競争評価手法に関する研究会  
ケーススタディに関する当社意見等**

平成14年12月5日  
K D D I 株式会社

## 目 次

1	はじめに	P	2
2	基本的考え方	P	3
3	個別事項	P	5

\* 組織名等の敬称は省略させていただいております。(以下同様)

# 1 はじめに

## 意見等

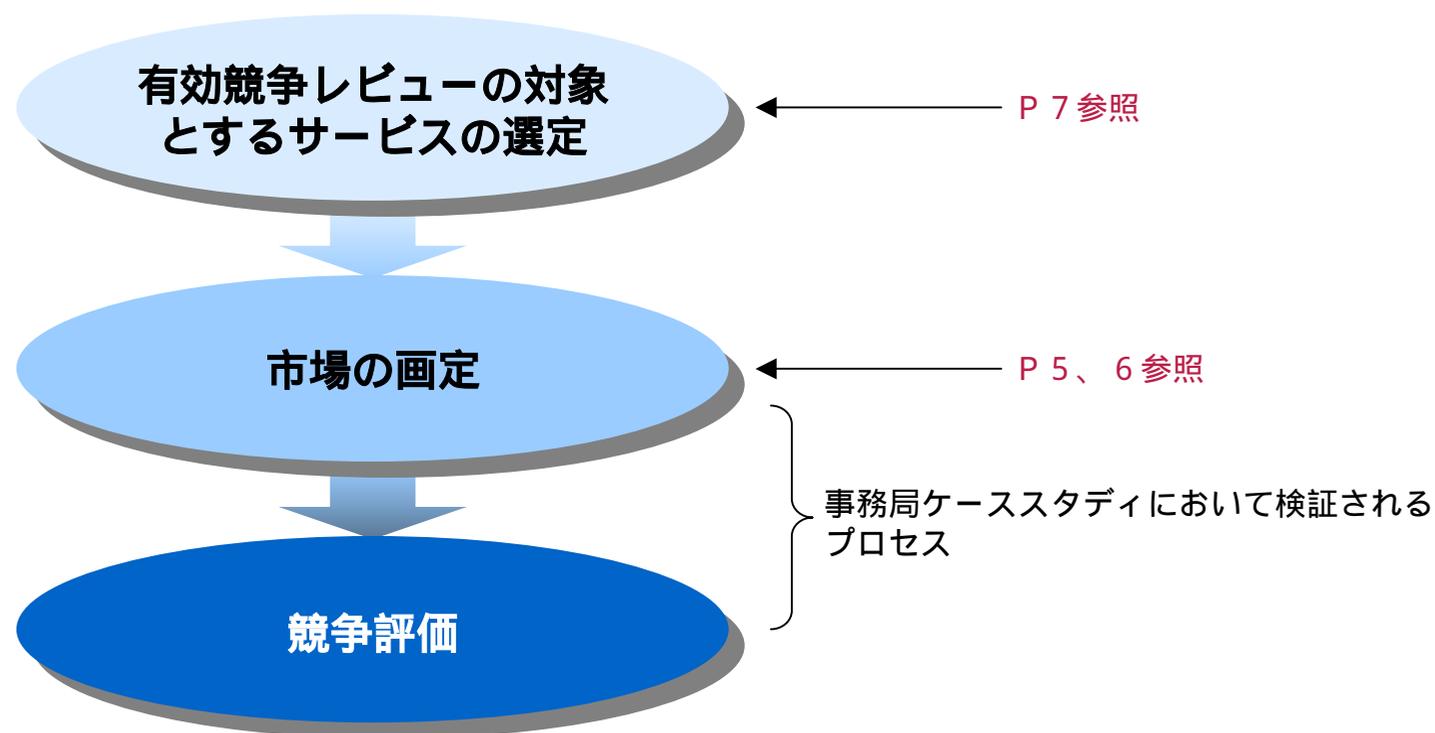
- 1 この度、標記の件について意見提出の機会を設定していただき、誠にありがとうございます。
- 2 以下に、当社の意見等を述べさせていただきますので、宜しくお取り計らいいただきますようお願い申し上げます。

## 2 基本的考え方 (1)

### 意見等

- 1 市場の画定に係るケーススタディについて  
ケーススタディにおいては、競争進展度の指標や水準のみならず、市場の画定に係るプロセスについても検討が必要と考えます。

【参考：イメージ】



## 2 基本的考え方 (2)

### 意見等

#### 2 市場の画定に必要な指標の検討について

市場の画定にあたって、ケーススタディにおいては、現在事務局より提案されている各サービスと代替性のあるサービスにも目を向けることが必要と考えます。

#### 3 既存の競争ルールの評価の必要性

これまでの競争進展は、規制が存在したが故に実現された場合も想定されることから、現象面として競争が進展しているかのように見える場合であっても、規制を撤廃した場合のインパクトを十分に検討の上、その趣旨を損なうことなく、有効競争に向けたルールを検討すべきと考えます。

### 3 個別事項 (1) 市場の画定 議論の進め方

#### 意見等

- 1 もし仮に、既に、事務局より出されたデータをもとに、各サービスの競争進展度に係る議論が進められようとしているのであれば、その前に必要な作業として、代替性等に基づいた市場の画定についての議論をすべきと考えます。  
市場の画定がなされない限り、競争の評価は不可能であると考えます。
- 2 利用者に対する影響力を正しく評価するためには、まずは、代替性等を踏まえた市場の画定を行う必要があるものと考えます。  
例えば、DSLの場合はF T T Hとの代替性を、携帯電話の場合はP H Sとの代替性を有すると考えますが、それらについて検証した上で、データの検証が必要となります。
- 3 市場の画定の方法については、既に事務局より、E Uの事例を参考にする等の提案があり、構成員及びオブザーバ等からも提案があると想定されることから、まずは当該提案等に基づき、市場画定のケーススタディを行うべきと考えます。  
安易な“仮の市場”に関するケーススタディは、それを以て市場とするような雰囲気醸成を醸成します。
- 4 上記のようなプロセスを踏まえた上で、前回事務局提出資料のような、競争の進展度に係る議論に進むべきと考えます。

### 3 個別事項 (1) 市場の画定 代替性

#### 意見等

- 1 サービス毎に市場を区分して評価を行う場合には、お客様がサービスを選択するにあたり比較・検討を行うサービスについては、代替性を有すると判断し、同一の市場とすべきと考えます。
- 2 需要の代替性の有無を判断する手段としては、消費者アンケートを実施することも一案と考えますが、実施するにあたっては、実施主体、方法、質問形式等、恣意性の介入する余地のないよう、透明な形で検討すべきと考えます。

### 3 個別事項 (2) 有効競争レビューの対象とするサービスの選定

#### 意見等

- 1 対象とするサービスを選定することについて、プロセスの明確化と透明性の確保が必要と考えます。
- 2 事務局のケーススタディにおいては、対象が既に3つのサービスに決定されておりますが、実際の運用においては、こうした対象サービスの選定にあたっては、恣意性が生じないための仕組みが必要と考えます。  
EUにおいては、市場(サービス)の選定には3つの基準もあります。(11月6日C&WIDC提出資料参照)  
基準の選定にあたっては、例えば、EUと同様の手法や、パブリックコメントによる選定等の方法が考えられます。  
また、すべてのサービスについて、仮想独占者テスト等による市場の画定を検討することも一案と考えます。

### 3 個別事項 (3) 競争評価 ボトルネック性の有無 (1/7)

#### 意見等

- 1 競争の進展度合を評価するにあたっては、シェアや料金のみを評価対象とし判断するのではなく、まずはボトルネック性の有無を的確に評価すべきと考えます。
- 2 例えば、元来国有財産であった東西N T Tの電柱・管路等の上に構築した設備（メタル/光ファイバ等）は、ボトルネック性が強いと考えます。こうした過去の経緯についても考慮する必要があると考えます。  
他の公益事業者（電力等）が電気通信サービスを行う場合も同様と考えます。
- 3 また、設備のみならず、当該設備を用いたサービスのための経営リソース（営業体制等）についても、ボトルネック性に強く起因するものであり、市場支配力の源泉になると考えます。（次々頁参照）  
例えば、仮にネットワークの開放等により設備面でのボトルネック性が解消されていたとしても、東西N T Tが固定電話サービスのために構築してきた営業体制を、A D S Lサービスに流用することは、有効競争を阻害する一因となり得るため、この点についても評価の指標とすべきと考えます。
- 4 ボトルネック設備を有する事業者の関連会社の取扱についても考慮すべきと考えます。  
例えば関連会社が親会社のボトルネック設備を利用するサービスについては、他の接続事業者との同等性を確保することが困難である場合も想定されることから、グループドミナンスの概念を導入することにより関連会社も支配的事業者として認定する等、反競争的行為を事前に抑制することが必要と考えます。

### 3 個別事項 (3) 競争評価 ボトルネック性の有無 (2/7)

#### 考え方

- 1 ゼロから大きな投資リスクを負って全国津々浦々をカバーする大規模なネットワークを構築し、その上で料金水準値下げや各種割引プラン、通話品質等の面での顧客獲得競争を経て、競争環境の下、ビジネスチャンスの拡大を目指してきた移動体事業者とは異なり、東西NTTは、公社時代から引き継いだ電柱・管路等の上に構築した設備（メタル/光ファイバ等）を有していることから、当該設備はボトルネック性が強いと考えます。
- 2 東西NTTの加入者回線は、既存の回線そのものもさることながら、新たな回線（例えば光ファイバ）を容易に敷設できる環境、即ち、電柱・管路等のインフラを全国規模で保有している点にボトルネック性の源泉があるものと考えます。  
こうした観点から、東西NTTは、ラストワンマイルに無線を用いる携帯電話事業者とも一線を画する存在であり、固定網の加入者回線市場における市場シェアはボトルネック性に直結するものと考えます。
- 3 また、ボトルネック設備は個別のサービスに帰属するものではなく、特に加入者回線に係る設備はあらゆるサービスに必要な設備であることから、サービス毎に市場を区分して評価を行う場合であっても、サービス市場の細分化やサブマーケットの画定を過剰に行うことにより、結果として、支配的事業者による独占の助長に繋がらないよう留意すべきと考えます。

### 3 個別事項 (3) 競争評価 ボトルネック性の有無 (3/7)

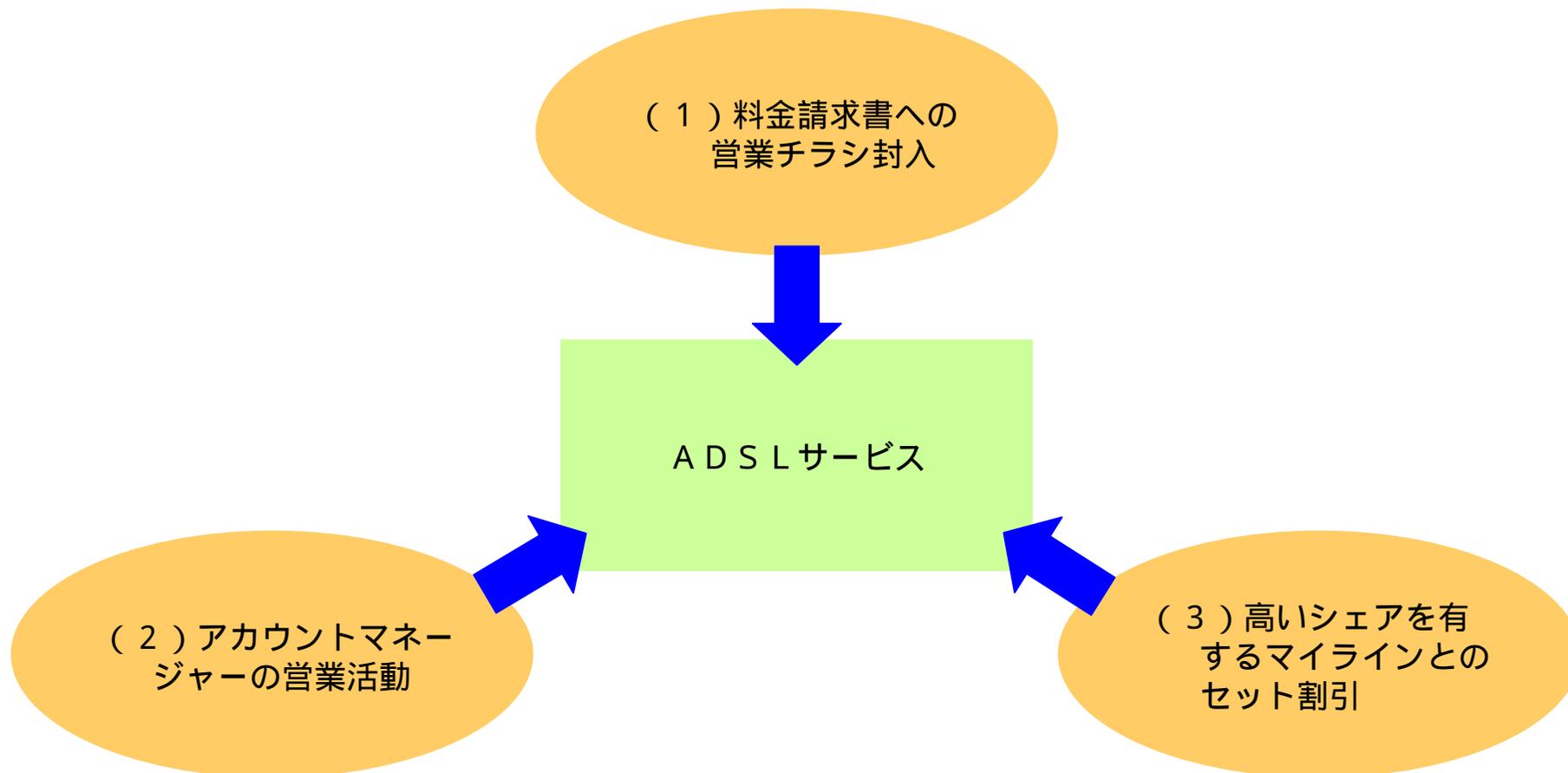
#### 考え方

- 1 ボトルネック性を有する設備を用いたサービスのための経営リソース (例示)
  - (1) 資金・資材
  - (2) 設備
  - (3) 人事 (情報)
  - (4) 会計
  - (5) 営業体制 / 営業活動 【次頁 (2)】
  - (6) 保守・運用体制 【次頁 (2)】
  - (7) 顧客情報 【次頁 (2)】
  - (8) 料金請求 (加入者回線部分の料金請求書等への営業チラシの同封等を含む) 【次頁 (1)】
  - (9) バンドルサービス【次頁 (3)】

### 3 個別事項 (3) 競争評価 ボトルネック性の有無 (4/7)

#### 考え方

- 2 リソースを活用していると思われる具体例(一例)  
(東西NTTが、固定電話サービスの経営リソースをADSLサービスに活用する場合)



### 3 個別事項 (3) 競争評価 ボトルネック性の有無 (5/7)

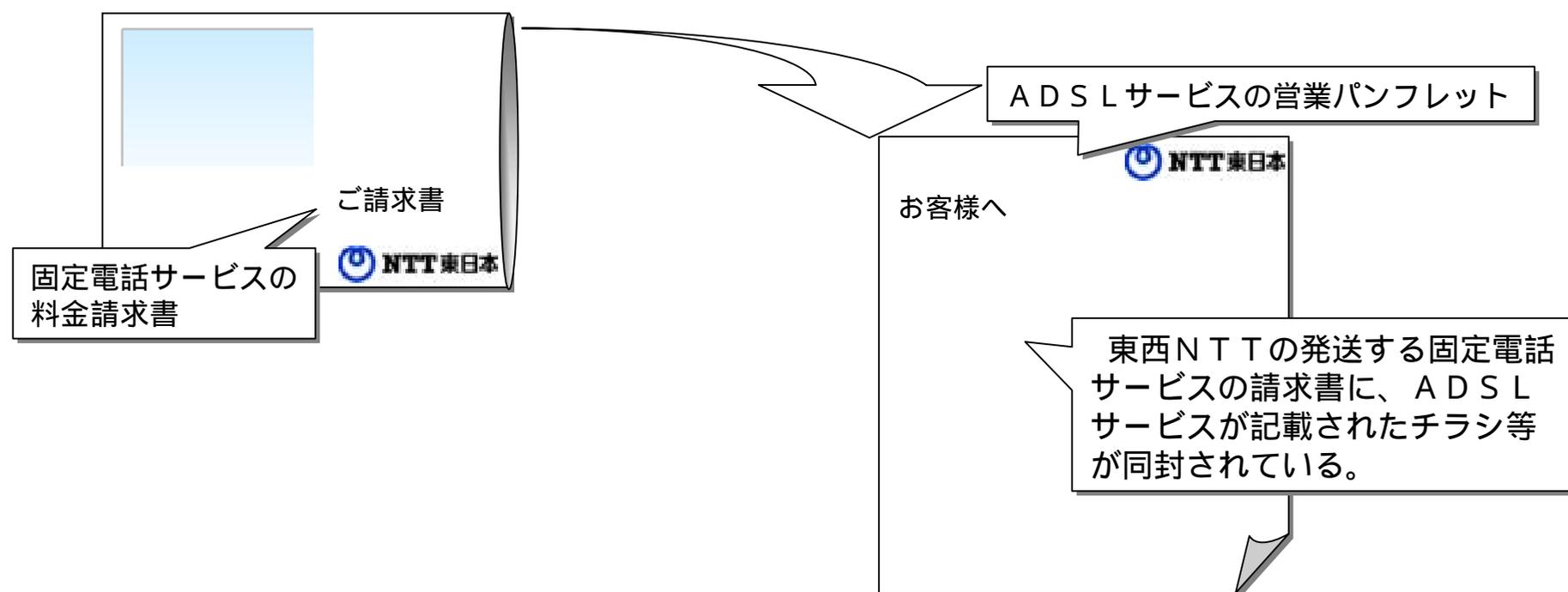
#### 考え方

#### (1) 料金請求書への営業チラシ封入

ボトルネック性を有する固定電話サービスで得た顧客情報を保有する東西NTTが、固定電話サービスの料金請求書にADSLサービスに関する営業チラシを同封することは他事業者には不可能な行為です。

上記1に示すような営業活動が可能な東西NTTは、他のADSL事業者に対し明らかに優位です。

\* “同封”のみならず、類似の営業行為の全てについて同様。

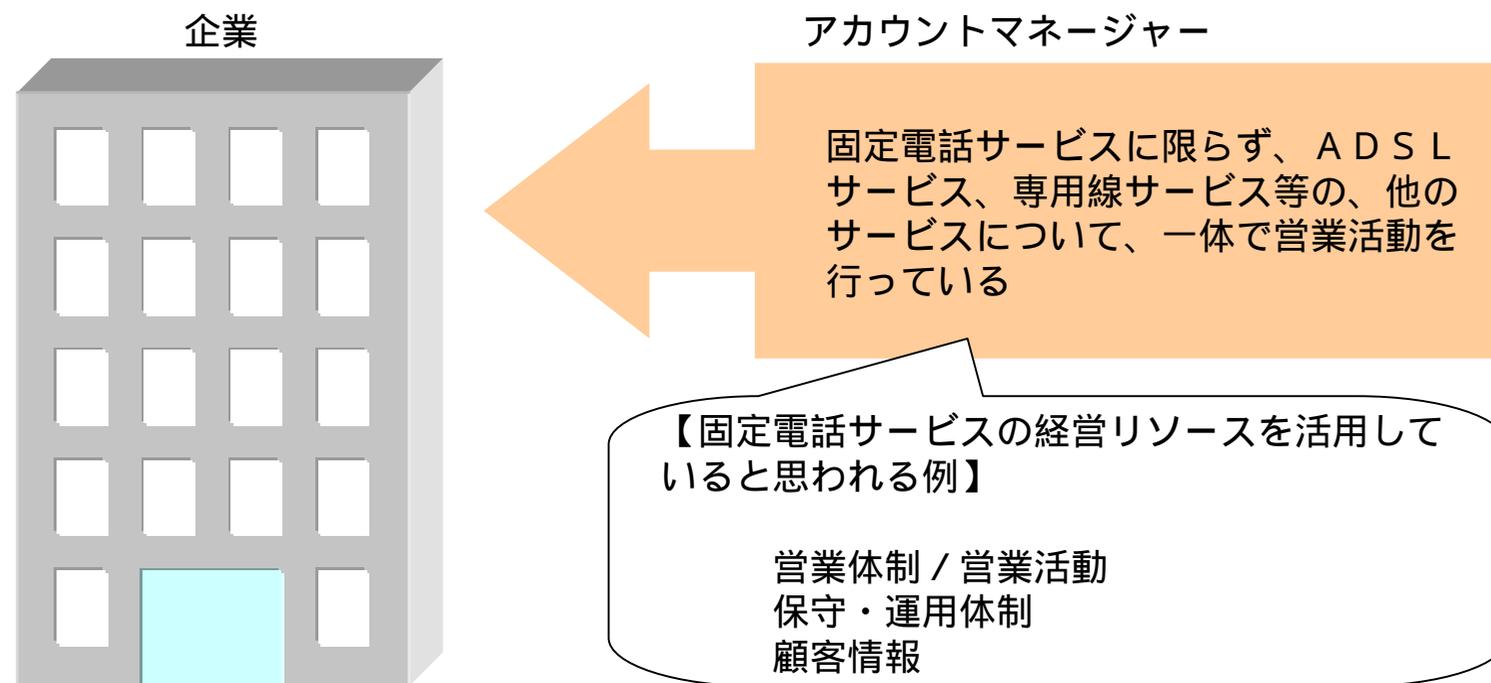


### 3 個別事項 (3) 競争評価 ボトルネック性の有無 (6/7)

#### 考え方

#### (2) アカウントマネージャーの営業活動

例えば、東西NTTの、企業向けのアカウントマネージャーが、ボトルネック性を有する固定電話サービスとその他のサービスを一括で、企業に対して営業活動を行っていることは、固定電話サービス、専用線サービス等の経営リソースを他のサービスに持ち込んでいることとなります。



### 3 個別事項 (3) 競争評価 ボトルネック性の有無 (7/7)

参考

東西NTT合計  
 市内 57.2%  
 県内市外 51.9%  
 県間 38.2%  
 (02年9月末)事務局資料より

(3) 高いシェアを有するマイラインとのセット割引

NTT東日本による一体割引の実態(例示) ~街頭配布~

【例】 NTT東日本「フレッツ・ADSL」のマイラインプラスとのセット割引  
 (2002年12月街頭にて配布)

12月1日(日)から、「フレッツ・ADSL」全タイプの電話共用型を一斉値下げ。  
 12Mタイプの「フレッツ・ADSL モア」は、  
 マイラインプラスとのセット割引で2,430円になります!

商品	値下げ前	値下げ後	マイラインプラスとのセット割引(10%OFF)
モア 12Mタイプ	3,200円/月	2,700円/月	<b>2,430円/月</b>
8Mタイプ	3,100円/月	2,650円/月	2,385円/月
1.5Mタイプ	2,900円/月	2,600円/月	2,340円/月

### 3 個別事項 (3) 競争評価 シェア、料金等

#### 意見等

- 1 事務局提案のケーススタディにおいては、加入者や料金等の分析がされておりますが、これらの分析を行うにあたっては、例えば、著しく流動性の高い（競争が激しく、シェアが継続して大きく変動している）サービスがある場合の想定や、新規参入事業者の増加や技術革新等の電気通信市場における動向を考慮する必要もあることから、長期的な推移を勘案すべきと考えます。

### 3 個別事項 (3) 競争評価 市場の成熟度

#### 意見等

- 1 衰退しつつある市場についてはレビューは必要ないとの議論もあるようですが、衰退の原因が参入障壁等による不完全な競争であることも想定され、また、大規模なサービスの場合は市場への影響が大きいことから、こうした市場についてもネットワークの構造や市場の実態等に着目し評価を実施すべきと考えます。

### 3 個別事項 (4) その他事務局資料への意見等

### A D S L サービス

#### 意見等

- 1 A D S L サービスのケーススタディにおいては、東西N T Tと他事業者との間の同等性が確保されているか否かについても分析すべきと考えます。
- 2 現状、事業者がA D S L サービスを提供するにあたっては、東西N T Tのボトルネットワーク設備を用いることが不可欠となっている実態を踏まえ、例えば事務局資料に示されている「開通までに要した時間」等のデータを分析し、その結果として、同等性が確保されているか否かを明記すべきと考えます。

### 3 個別事項 (4) その他事務局資料への意見等 固定電話サービス

#### 意見等

- 1 携帯電話サービスと異なり、固定電話サービスは、例えば加入者回線部分について、実態としてユーザに事業者を選択する余地がないと言えます。固定電話サービスのケーススタディにおいては、このことを勘案する必要があると考えます。
- 2 現状、ユーザが固定電話サービスを利用するにあたっては、東西NTTとの契約が不可欠となっている実態を踏まえ、例えば事務局資料に示されている「参入事業者数」等のデータを分析し、その結果として、ボトルネック性の有無を明記すべきと考えます。

### 3 個別事項 (4) その他事務局資料への意見等 携帯電話サービス

#### 意見等

- 1 携帯電話サービスの加入者数等のシェアが示されておりますが、利用者の視点に立ったサービスの代替性に鑑みれば、PHSの加入者数も含めた市場シェアを評価する必要があります。  
携帯電話サービスの参入事業者数は4グループですが、利用者の選択肢はPHSも含めれば7グループあるとカウントされます。一方、ADSLサービス(いわゆる足回り回線)の参入事業者数が「47社」となっておりますが、ユーザに事業者を選択する余地は、実質的には数社しかないものと考えます。
- 2 携帯電話市場は、固定電話に比べ、解約及び新規契約の割合が多く、流動性が高い点を考慮すべきと考えます。流動性の高さは、競争の進展状況を判断する上で重要な指標になるものと考えます。

### 3 個別事項 (5) その他 現行の規制・制度の競争環境への影響

#### 意見等

- 1 特にボトルネックが存在する市場においては、定量的、定性的な現象面で競争が進展しているかに見える市場においても、現在適用されている規制によって当該競争が実現している場合も想定されます。
- 2 したがって、仮にレビューにより当該市場が競争的と判断された場合であっても、現行規制を撤廃した場合に競争状態が保たれるか否かを十分に検討した上で規制の維持又は撤廃の判断を行うとともに、定期的な見直しを実施すべきと考えます。  
なお、英国においても、SMP指定やMI指定に基づく規制項目を仮に撤廃した場合に、市場競争が持続可能か否かについて、検証することとされております。

### 3 個別事項 (5) その他 再規制の担保

#### 意見等

- 1 有効競争レビューを定期的に行う場合、一度競争が進展していると判断されたことにより規制が撤廃された市場についても、その後の市場動向の変化により、再度新たな規制の構築が必要になることも想定されます。
- 2 したがって、有効競争レビューは例えば2年毎等、原則として定期的を実施することとし、見直しにあたっては、一旦規制を緩和した場合であっても、レビューの結果、再度新たな規制の構築が必要な場合は、当該規制が着実に実施されるよう、明確なルール化を行うべきと考えます。

### 3 個別事項 (5) その他 競争進展度合の評価に伴う政策の検討

#### 意見等

- 1 競争が進展している市場については東西NTTについても規制緩和を実施する方向で検討が行われておりますが、逆に競争が十分に進展していないことが明らかになった場合には、必要に応じて構造的な措置を含め、新たな規制を構築することも明確にすべきと考えます。
- 2 また、評価結果に応じた具体的な政策の決定にあたっては、例外なくパブリックコメントを実施するとともに、評価結果及び意見に対し行政が考え方を明示することで、説明責任を果たしていただきたいと考えます。

### 3 個別事項 (5) その他 議論の透明性の担保

#### 意見等

- 1 本研究会においては、予定されていた中間とりまとめが行われないこととなったと理解しておりますが、市場の画定や定性的要因の定量化等は裁量の余地の大きい要因であり、市場支配力の評価スキーム全体の透明性確保が困難となる恐れがあることから、基準の明確化やパブリックコメントの実施の徹底によるディスクロージャーが必要と考えます。
- 2 また、本研究会には競合する事業者がオブザーバとして参加しているところですが、事業者間で、議論に参加する機会や得られる情報等について、平等性を確保していただきたいと考えます。