



# 「料金設定の在り方に関する研究会」からの ご質問に対する回答

---

平成15年2月14日

ソフトバンクBB株式会社

# 弊社の基本的な考え方

---

1. IP電話は、固定電話とも携帯電話とも分類できないカテゴリーである。
2. 料金設定権は、通信市場全体として公正競争促進をもって、市場原理により低価格化や利便性向上を図る体系を実現すべきです。(携帯事業者だけ、固定事業者だけで低価格化競争を続けても、既に、両市場は飽和状態に近く、他事業者が参入しなくては真の競争にはならないと考えます。)
3. 公正競争促進の為には、場合によっては市場の支配的な事業者と、そうでない事業者を区別して制度適用を考慮する必要があると考えます。

### 【ご質問1】

これまで事業者間では、発側(顧客を獲得した側)、コストを多く負担している側、といった要素を考慮して、どの事業者が利用者料金を設定するかを決定してきたと考えられるところ、貴社は、どの事業者が料金設定するべきであると考えるか。また、その理由は何か。(固定電話発携帯電話着の接続協定に限らない。) (全事業者)

### 【回答】

消費者の利益を最優先に考え、通話のサービスを提供する主幹事業者が料金設定すべきであると考えます。

但し、公正競争促進を原則として考えるため、支配的事業者が価格を硬直化しているか、または競争を支配している場合には、その限りではないと考えます。

### 【理由】

基本的には、その通話のサービスを利用(提供)する顧客を獲得した事業者に、サービスの主幹があると考えます。

消費者保護の観点からも、利用者料金を負担する側に直結する立場にある事業者が、価格を設定した方が通話の利用形態を把握しやすく、利便性が保たれることとなります。

## 【主幹の考え方】

主幹の考え方としては、通話のサービスが発生させる要素を生み出した事業者であり、受動的な立場の事業者ではないと考えます。

通話の発生要素の具体例として、

固定電話発 - 固定電話着の発信側に料金設定権がある場合

- 発信側がサービスを提供することにより通話が発生し、着信側は受動的に存在しているだけである

着信課金通話の着信側に料金設定権がある場合

- 着信側の事業者及び消費者がサービスを楽しむ事となるため、着信側にサービスの主幹がある

固定電話発 - 携帯電話着の着信側に料金設定権がある場合

- 着信側は受動的に存在しているだけであるため、本来は発信側の事業者には設定権があるべきである

受動的な立場の事業者にはサービスの主幹性は無く、従来問題視されてきたコストや機能性については、その事業者が発信側に立って初めて要素になりうるものと考えております。

【ご質問9】

貴社は、IP電話発携帯電話着の接続形態においてどの事業者が料金設定をすべきと考えるか。固定電話発携帯電話着と同じと考えるべきか、それとも、例えば、これまでの経緯、料金体系等といった点において異なる要素があると考えるか。（全事業者）

【回答】IP電話事業者が料金設定をするべきと考えます。

【理由1】

■ 公正な競争の必要性

1:市場を支配している事業者が、発着信両方の料金設定を行うことは、競争そのものを支配しており消費者利益を損うこととなります。従い競争導入の観点からIP電話発はIP電話事業者が料金設定権を持つ意義があります。

接続の種類		トラフィックボリューム比率
携帯電話発	携帯電話着	97%
I P 電話発	携帯電話着	
I P 電話発	I P 電話着	3%

(詳細は補足資料を参照)

2:携帯各社は4社間で熾烈な競争をしていることは認知しているが、残念ながら着信側の料金負担が無い為、固定発携帯着の料金引き下げインセンティブは全く働いていない。

## 【理由2】

### ■コスト、設備機能は料金設定権の帰属を決定する要因とすべきか？

コスト、設備機能などによって料金設定権を決めるべきという考えよりも、事業者間競争という市場メカニズムを有効に機能させるために、主幹事業者である発信側が料金設定をするべきであると考えます。

技術進歩や市場トレンドなどによりコストは変動します。コスト負担が多いことは他社の権利まで支配するための理由にならないと考えます。

IP電話の050番号はルーチングを行うIPアドレス等に対応付けられる論理的な番号であり、地理的な識別が無いためルーチング機能は不可欠です。（\*IP電話ネットワーク構成はご質問「10」の回答参照）

ネットワーク構成、システム改善、サービス範囲、コストパフォーマンスなどの詳細要素は事業者によって異なる為、立場によりいくらでも難しく、複雑に主張することができその理由もつけられます。

短期間で全事業者の個別的な事情を分析することは困難であり、そのため、コスト、設備に関わらず、主幹事業者である発信側（IP電話事業者）が料金を設定するべきであると考えます。

## 【理由3】

### ■ 接続料以外のコストに関する考え方

IP電話事業者としてもマーケティング、販売促進、サービスサポートなどの営業費用(接続料以外のコスト)が発生するのにも関わらず、携帯電話事業者に営業費を回収されると、IP電話事業者の携帯電話への発信サービスはトータルコストを回収できません。(図1参照) また、携帯電話事業者は自社携帯利用者へ多大な割引プランを適用する一方で、他社の利用者が負担している固定発携帯着の通話料には一切特典割引は適用されません。これは本来自社ユーザからの通話収入でまかなうべき営業費用を、他社ユーザからの収入で補填しているかのように受け取れます。(図2参照)

【図1】 携帯事業者が設定する場合(営業費を発着両方から回収)

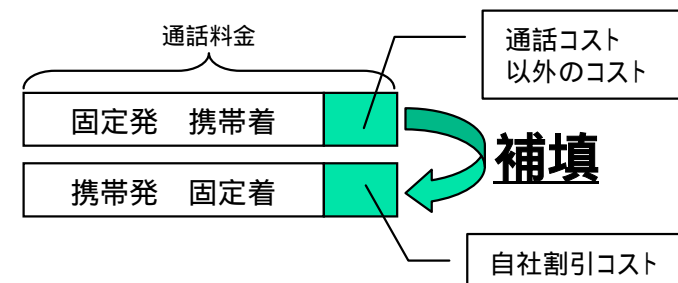
(例:NTTドコモ NTT東西)

NTTドコモ発 NTT東西着			NTT東西発 NTTドコモ着		
91円			80円		
NTTドコモ 接続料 39円	接続料以外の コスト 47円	NTT東西 接続料 5円	NTTドコモ 接続料 39円	接続料以外の コスト 33円	NTT東西 接続料等 5+3円

\* 網掛け部分を携帯事業者が回収

本来なら発側の  
収益となる部分

【図2】 固定 携帯の通話料金の補填部分



主幹事業者である発側料金設定の場合、両社が通話サービスについて接続料で回収し、接続料以外のコストは発側利用者である自社の利用者から回収すべきと考えます。(図3参照)

【図3】 発側事業者が設定する場合(営業費を自社加入者から回収)

(例:NTTドコモ NTT東西)

NTTドコモ発 NTT東西着			NTT東西発 NTTドコモ着		
124円			39円 + x円 + 5円		
NTTドコモ 接続料 39円	接続料以外の コスト 80円	NTT東西 接続料 5円	NTTドコモ 接続料 39円	営業費用 x円	NTT東西 接続料 5円

\* 網掛け部分を携帯事業者が回収

## 【理由4】

### ■現慣例の矛盾

現在既にいくつかの固定またはIP電話事業者から、国際経由で1分20円程度の格安固定発携帯着サービスが提供されています。これは本来国内のみで終端できるトラフィックを、料金設定権のみの理由で非効率なルーチングにより実現しているものですが、このようなサービスが出てきた以上、現行慣例が既に破綻していることを意味します。料金設定権の慣例が改変されれば、非効率なトラフィックを増やすことなく低廉な携帯着信サービスが実現されるものと思慮します。

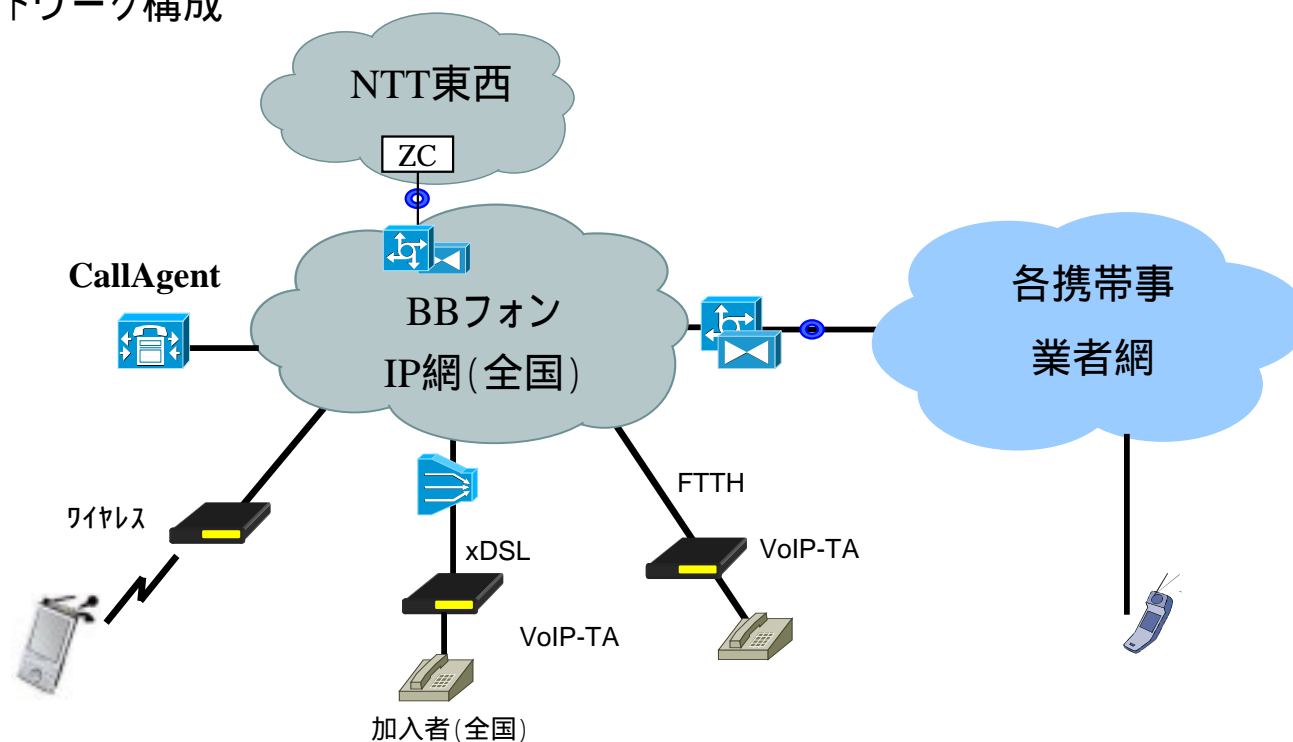


## 【ご質問10】

IP電話について、ネットワーク構成(特に、携帯電話とどの階層で接続するのかといった点を含む。)及びその料金等に対する考え方をご説明いただきたい。(IP電話事業者等)

## 【回答】

### 1. 弊社のIP電話ネットワーク構成



2. 接続料、市場価格、利用者のニーズを考慮し、利用者料金水準が低廉かつ公平に設定することを考えております。

## 補足資料

# 「マーケットの実質的な支配関係について」

(接続呼種ごとのトラフィックシェアをもとにした、マーケットの実質的な支配関係について説明します。)

# 1. IP電話 対 携帯電話の場合

接続の種類	トラフィックボリューム比率 (加入者から推測)	マーケット状況
M M I M	97%	支配的
M I I I	3%	極小

【用語の定義】  
 I：IP電話  
 M：携帯電話  
 矢印( )は呼の向き

- 現在Mの普及率は限りなく高い
- 着信側がMを有する確率は97%
- それに比べIの普及率は未だ低い
- 着信側でIを有している人の確率は3%
- ある人がある人に電話をするとき
  - となる確率は非常に小さい、トラフィックシェア3%
- 事実上のマーケットは 携帯で占有されている
- この場合 固定の通話料金が競争状態であることが望ましい
- 残念だが現在は 固定も 携帯もM事業者が料金設定をしている
- これは競争状態でなく、競争支配であり、市場支配である
- 例えばM事業者が 固定よりも 携帯を割高に料金設定すれば意図的にトラフィックを自社網に誘導し、利益をあげることが可能である。
- そこで 固定のときに、I事業者側に料金設定権があれば 固定のトラフィックは少なくとも現在よりはるかに健全な競争状態が生まれる。

## 2. IP電話 対 固定電話の場合

接続の種類	トラフィックボリューム比率 (加入者から推測)	マーケット状況
L L L I	96%	競争状態が必要
I L I I	4%	拡大中だが 市場シェアは極小

【用語の定義】  
 I：IP電話  
 L：固定電話  
 矢印( )は呼の向き

- 現在Lの普及率はほぼ100%
- 着信側でLを持っている確率は100%
- それに比べIの普及率は伸びているものの未だに低い
- 着信側でIを持っている人の確率は1割以下
- ある人がある人に電話をするとき
  - または となる確率は非常に小さい、トラフィックシェア4%
- 事実上のマーケットは か で占有されている
- この場合 と の通話料金が競争状態であることが望ましい
  - も もL事業者が料金設定すると仮定すると
  - これは競争状態ではなく、競争支配であり、市場支配が可能
  - 例えばL事業者が よりも を割高に料金設定すれば意図的にトラフィックを自社網に誘導し、利益をあげることが可能である。
- そこで のときに、I事業者側に料金設定権あれば と のトラフィックには競争状態がうまれる。

### 3. 固定電話 対 携帯電話の場合

接続の種類	トラフィックボリューム比率 (加入者から推測)	マーケット状況
M M L M	7000万 / 55%	競争状態なし M側の価格支配
M L L L	6000万 / 45%	競争状態有り

【用語の定義】  
M：携帯電話  
L：固定電話  
矢印( )は呼の向き

- 現在M L 共に普及率はほぼ100%
- 及び はそれぞれの呼種に両事業者が料金設定を行っているため競争が生まれている
- のとき、L事業者側に料金設定権あれば と のトラフィックには少なくとも現在より健全な競争状態がうまれる。