

## 意見書

平成19年6月25日

総務省総合通信基盤局  
電気通信事業部事業政策課 御中

郵便番号 105-7304  
(ふりがな) とうきょうとみなとくひがしんぼし  
住 所 東京都港区東新橋一丁目9番1号  
(ふりがな) びーびーかぶしがいしゃ  
氏 名 ソフトバンクBB株式会社  
だいひょうとりしまりやくしゃちょうけんしーいーおー そん まさよし  
代表取締役社長兼CEO 孫 正義

郵便番号 105-7316  
(ふりがな) とうきょうとみなとくひがしんぼし  
住 所 東京都港区東新橋一丁目9番1号  
(ふりがな) かぶしがいしゃ  
氏 名 ソフトバンクテレコム株式会社  
だいひょうとりしまりやくしゃちょうけんしーいーおー そん まさよし  
代表取締役社長CEO 孫 正義

郵便番号 105-7317  
(ふりがな) とうきょうとみなとくひがしんぼし  
住 所 東京都港区東新橋一丁目9番1号  
(ふりがな) かぶしがいしゃ  
氏 名 ソフトバンクモバイル株式会社  
だいひょうとりしまりやくしゃちょうけんしーいーおー そん まさよし  
代表取締役社長兼CEO 孫 正義

「電気通信事業分野における競争状況の評価2006(案)」(定点的評価)及び(戦略的評価)に  
関し、別紙のとおり意見を提出します。

はじめに、「電気通信事業分野における競争状況の評価2006(案)」（定点的評価）及び（戦略的評価）（以下、「評価結果案」という。）に関しまして、今回このような意見提出の機会を設けて頂いたことに、厚く御礼申し上げます。

以下に弊社共意見を述べさせていただきますので、宜しくお取り計らいの程、お願いいたします。

総論	<p><b>【意見】</b></p> <p>■全般</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 評価結果案においては、FTTHが今後の情報社会のネットワーク基盤の核となるインフラとして位置付けられており※、インターネット接続領域の市場分析の中では、FTTH市場におけるNTT東西のシェアの増加傾向や隣接市場への市場支配力の濫用に関する懸念が示されているところです。</li></ul> <p>評価結果案を見ても、FTTH市場におけるNTT東西の独占化傾向、独占市場から隣接市場への市場支配力の濫用、NTTグループの共同的・一体的営業等が競争環境に多大な影響を与えているのは明らかであり、この結果、ADSL市場における競争がもたらしたブロードバンド市場の発展傾向が縮退する方向に向かっていることは否定し難い事実であると考えます。</p> <p>従って、単に市場環境を注視するのみではこの傾向に歯止めが掛けられず手遅れとなることから、早急に競争促進を図るべく政策の転換が必要であると考えます。具体的には、以下に列挙する各種競争促進のための措置を講じることに加え、NTTグループの在り方についても早期に議論を開始すべきであると考えます。</p> <p>なお、市場におけるシェアの推移や、アンケート等による利用者の嗜好調査のみでは、競争環境における具体的な問題の所在を明らかにすることはできないことから、FTTH市場におけるNTT東西のシェア増加等の問題を引き起こしている背景・理由について、競争評価の中でさらに詳細に分析を深めることが必要です。</p> <p>※ 「FTTHは、今後の情報社会のネットワーク基盤の核となるインフラであるため、これが独占的な環境ではなく健全な競争環境の下で提供されるよう、競争評価としても市場分析を進めつつ、所要の制度整備を提言していくべきである」(評価結果案 3-4-6「2006年度の競争状況の評価」(5)「今後の注視事項」より)</p>
----	---

#### ■接続ルールの見直し

- ・ 評価結果案の7-2-3「固定電話市場とインターネット接続市場の関係の総括」において、「日本のADSLは、世界でも最も進んだアンバンドル規制が適用された結果、活発な競争が展開され、既存事業者のシェアは世界でも最低水準にある」とされているとおり、ADSL市場においては徹底的な設備開放政策がとられたことで、競争事業者の参入が促進されたところです。

しかしながら、FTTH市場においては、NTT東西により設定された光配線区域が狭小であることや、光ファイバの貸し出し形態が8分岐単位であること等により、競争事業者の設備稼働率が向上せずコスト高になるという構造上の問題が存在するため、競争事業者が当該サービス市場において事業を行うことは実質的に不可能です。

これについては、「電気通信事業分野における競争状況の評価に関する基本方針2006～2008」4-3-1-2(2)①「不可欠設備の存在」において、「加入者回線等のサービス提供に不可欠な設備を保有している事業者から当該設備を借り受け、同時に最終利用者に対するサービス市場でその事業者と競争する状況下では、当該設備の開放の内容や程度によっては劣位な条件での競争を強いられる」とされている事態が、現に生じていることに他ならないものと考えます。

このため、設備開放の有無は表面的に判断するのではなく、上述のような接続条件における構造上の問題等を踏まえて判断することが不可欠であり、その上で当該市場における競争阻害要因<sup>※</sup>を取り除くべく適切な措置を講じる必要があります。具体的には、光配線区域の見直しや1分岐単位での光ファイバの貸し出し等の措置を早急に講じる必要があると考えます。

※ 参考資料 競争評価アドバイザリボード(第3回)配布資料6-4「ソフトバンクテレコム株式会社提出資料」20～27頁

(URL: [http://www.soumu.go.jp/joho\\_tsusin/policyreports/chousa/advisory\\_board/pdf/070329\\_2\\_si6-4.pdf](http://www.soumu.go.jp/joho_tsusin/policyreports/chousa/advisory_board/pdf/070329_2_si6-4.pdf))

#### ■独占市場から隣接市場への市場支配力の濫用

- ・ IP化の進展により、固定電話市場における市場支配力がFTTH市場等隣接市場へ濫用される恐れがより高ま

			<p>っていることから、このような事態を回避すべく、実効性のあるファイヤーウォール措置等を追加的に課すことが急務であると考えます。</p> <p>■市場支配的事業者グループの共同的・一体的営業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>市場において現実の営業実態として見られる、Bフレッツ販売時のOCN推奨販売や、ドコモショップにおけるBフレッツと携帯電話端末（NTTドコモ契約）のセット販売による割引等、市場支配力を有するNTTグループによる共同的・一体的営業は、公正な競争環境を侵す恐れがあるものです。このような行為の競争阻害性を特定し、明確に禁止行為と位置付けない限り、各市場におけるNTTグループの市場支配力がさらに強化されることは明らかです。</li> </ul> <p>現在、禁止行為については、電気通信事業法第30条第3項第2号において、市場支配的事業者は特定の電気通信事業者に対して不当に優先的な取扱いをしてはならない等規定されているところですが、当該規定に反すると思われる行為が実際に行われていても、その実態を外部から検証することは不可能であるため、当該規定は実効性を欠いているというのが実情です。このため、「電気通信事業分野における競争の促進に関する指針」や「東・西NTTの業務範囲拡大に係る公正競争ガイドライン」において、NTTグループの共同営業に関し、禁止行為に該当する具体的事例の充実化等を図ることが必要です。</p> <p>加えて、本年5月11日のNTT社長会見において、FMCについては、NTT東西（固定側）からのアプローチに加え、NTTドコモ側からのアプローチも存在するとの見解が示されているところですが、NTTドコモにおいても、その歴史的背景に起因する総合的な事業能力の高さや、現に第二種指定電気通信設備を有し、過半という高いシェアを有することを考慮すると、公正競争環境確保のためには、NTTドコモにおける禁止行為を具体的に記載したガイドラインを個別に策定するといったさらに徹底した予防措置を早急に講じる必要があると考えます。</p>
第1章	57頁	1-6(3)	<p>■固定電話市場における市場支配力の行使とその濫用</p> <p>【総務省案】</p>

		<p>1-6 2006年度の競争状況の評価</p> <p>(3) 固定電話市場(加入部分)</p> <p>② 市場支配力の行使</p> <p>a NTT東西が単独で市場支配力を行使する可能性は高くないが、固定電話市場における市場支配力を梃子として、他の隣接市場(ブロードバンド、移動体通信等)に影響力を及ぼす懸念がある。</p> <p>以下の要素等を総合的に勘案し、現行の規制や市場の環境下においては、NTT東西が単独で市場支配力を行使する可能性は高くないが、固定電話市場における市場支配力を梃子として、他の隣接市場に影響力を及ぼす懸念があると評価する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ NTT東西には、第一種指定電気通信設備制度に基づく接続規制・行為規制・サービス規制が適用されており、市場支配力の行使を抑止・牽制するための一定の歯止めとなる措置が講じられている。これらの規制は、一定程度有効に機能しているものと考えられる。</li> </ul> <p>(中略)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 一方、固定電話と密接な関係にあるFTTH市場ではNTT東西のシェアが急増傾向にあり、OABJ-IP電話におけるNTT東西のシェアも同様に急増している。</li> <li>・ このような傾向については、NTT東西が保有するNTT加入電話の顧客情報によって営業面等で競争事業者に対して優位である可能性も指摘されている。従って、固定電話市場における市場支配力のレバレッジの有無について、競争評価の適切な運用を通じ、引き続き注意深く監視することが必要である。</li> </ul> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 固定電話領域に関し、NTT東西が単独で市場支配力を行使する可能性は高くないとの分析は、妥当性を欠くものと考えます。</li> </ul> <p>市場支配力行使の評価にあたっては、例えば、現行の市場支配力認定において明確な位置付けがなされていないブランド等による競争優位性の存在自体が市場支配力の行使につながり得ることについて考慮する必要があるものと考えます。</p>
--	--	--

			<p>また、市場支配力行使の評価においては、市場支配力行使のおそれや可能性がどの程度のレベルであれば、行使の可能性が高いと判断されるのか等の指標を明確にすることにより、評価結果の透明性・客観性を担保すべきです。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li> <p>・ 独占市場である固定電話市場におけるNTT東西の優位性が、他の隣接市場に影響を及ぼしていることは明らかであり、この傾向について注視を行うのみでは不十分であると考えます。</p> <p>複数の市場に係る市場支配力の濫用防止に関する新たな規制の枠組については、「新しい競争ルールの在り方に関する作業部会」等でも議論されているところですが、隣接市場への市場支配力の濫用防止のための措置を講じることは急務であり、この検討を可能な限り前倒し、早急に実効性のある行為規制等を課すことが必要であると考えます。</p> </li> <li> <p>・ なお、「固定電話市場における市場支配力を梃子として、他の隣接市場(ブロードバンド、移動体通信等)に影響力を及ぼす懸念がある」と評価されている点については、現在、ガイドラインの見直しが行われているNTT東西による活用業務にも大きく関連する事項であると考えます。現在、意見募集が行われている「東・西NTTの業務範囲拡大に係る公正競争ガイドライン(活用業務ガイドライン)」の改正案においては、NTTドコモとの連携によるFMCサービスの提供に係る共同営業の禁止のみ明確化されているところですが、FMC以外の活用業務を含むその他の通信サービスにおける共同営業についても、電気通信事業法第30条第3項第2号が厳格に適用されることを、「電気通信事業分野における競争の促進に関する指針」等各種ガイドラインに具体的事例を盛り込む等によって明確化すべきと考えます。</p> </li> </ul>
--	--	--	--

第2章	44頁	2-2-4	<p>■移動体通信市場における市場支配力の源泉</p> <p>【総務省案】</p> <p>2-2-4 2006年度の競争状況の結果</p> <p>(3)市場支配力の存在</p> <p>① NTTドコモグループは単独で市場支配力を行使しうる地位にある</p> <p>b その他の主な判断要素</p> <p>(中略)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 移動体通信市場は、周波数の希少性や規模の経済性等によって、参入には一定の制約が存在することから、既存事業者でかつ大きなシェアを有する事業者の市場における影響力は非常に大きく、参入圧力が働きにくい。</li> </ul> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 高いシェアを有する事業者や効率的なエリア整備を可能とする周波数帯を保有する事業者が、エリアの拡大やサービスの拡張においても有利であり、これらの要素が現状の市場支配力の源泉となっている可能性があるものと考えます。従って、公正な競争環境を確保するためには、例えば事業者が保有する周波数帯域の相違が競争環境にもたらす影響の定量化等を実施することでその影響力の分析を行い、その分析結果をもって、必要な措置を講じるべきと考えます。</li> </ul>
	47頁	2-2-4	<p>■ビジネスモデル見直しに伴うルール整備の重要性</p> <p>【総務省案】</p> <p>2-2-4 2006年度の競争状況の結果</p> <p>(5)今後の注視事項</p> <p>(中略)</p>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>また、利用者の大きな関心事項として、料金水準の低下が挙げられる。ソフトバンクモバイルの料金戦略の影響等による今後の料金競争の進展が期待される。一方、販売奨励金やSIMロックの見直しも、料金面に影響を及ぼす要素になる可能性がある。現在の携帯電話市場においては、販売奨励金により高機能携帯電話端末の販売価格を抑える一方、そのコストを通信料で回収しており、これが通信料の低廉化を妨げる一因となっている。また、携帯電話事業者は、SIMカードの差し替えによる端末の利用範囲を制限(SIMロック)しているが、利用者の利便性や事業者間競争を制限している可能性がある。これらについては、総務省の研究会で議論が進められており、その結果を踏まえたビジネスモデルの見直しの動きを、競争評価としても注視していく必要がある。</li> </ul> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>モバイルビジネス研究会にて議論されているSIMロックの在り方等、移動体通信領域におけるビジネスモデルの見直しにおいては、事業者間の公平性を担保したルール整備が不可欠であると考えます。よって、競争評価においても、その見直しによる事業者間の競争状況への影響について、具体的な指標を示した上で分析し、必要な措置を講じるべきと考えます。</li> </ul>
第3章	81頁	3-4-6	<p>■市場支配力の行使</p> <p>【総務省案】</p> <p>3-4 部分市場としてのFTTH市場の主要指標の分析</p> <p>3-4-6 2006年度の競争状況の評価</p> <p>(4) 市場支配力の行使</p> <p>① NTT東西が単独で市場支配力を行使する可能性は高くないが、固定電話市場からのレバレッジの懸念あり 以下の要素等を総合的に勘案し、現行の規制や市場の環境下においては、NTT東西が単独で市場支配力を行使する可能性は高くないが、固定電話市場からのレバレッジの懸念があると評価する。</p> <p>(中略)</p>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>・ NTT東西には、第一種指定電気通信設備制度に基づく接続規制・行為規制・サービス規制が適用されており、市場支配力の行使を抑止・牽制するための一定の歯止めとなる措置が講じられている。これらの規制は、一定程度有効に機能しているものと考えられる。</li> </ul> <p><b>【意見】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ FTTH市場に関する「NTT東西が単独で市場支配力を行使する可能性は高くない」との分析は、妥当性を欠くものと考えます。</li> <li>・ 前述のとおり、ブランド等による競争優位性の存在や、独占市場である固定電話市場における優位性の他市場への濫用を考慮し、市場支配力の存在自体が市場支配力の行使につながり得ることを前提に評価する必要があり、また、市場支配力行使の可能性を判断する際の評価基準を明確にすることにより、評価結果の透明性・客観性を担保すべきです。</li> </ul>
--	--	--	--

81頁	3-4-6 (4)	<p>■接続ルールの見直し</p> <p>【総務省案】</p> <p>3-4 部分市場としてのFTTH市場の主要指標の分析</p> <p>3-4-6 2006年度の競争状況の評価</p> <p>(4) 市場支配力の行使</p> <p>① NTT東西が単独で市場支配力を行使する可能性は高くないが、固定電話市場からのレバレッジの懸念あり 以下の要素等を総合的に勘案し、現行の規制や市場の環境下においては、NTT東西が単独で市場支配力を行使する可能性は高くないが、固定電話市場からのレバレッジの懸念があると評価する。</p> <p>(中略)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ NTT東西には、第一種指定電気通信設備制度に基づく接続規制・行為規制・サービス規制が適用されており、市場支配力の行使を抑止・牽制するための一定の歯止めとなる措置が講じられている。これらの規制は、一定程度有効に機能しているものと考えられる。</li> </ul> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「市場支配力の行使を抑制するための一定の歯止めとなる措置」が一定程度有効に機能しているとの評価は適切でないと考えます。NTT東西が設定した狭い光配線区域やOSU共用が実現されていないこと等により、競争事業者にとって採算がとれないという構造上の問題がある以上、現行のボトルネック性に対する規制である第一種指定電気通信設備制度による設備開放が、十分有効な実効性のある措置になっているとは言えません。</li> </ul> <p>このような市場環境下においては、競争事業者が事業を行うことは実質的に不可能であり、このままではFTTH市場においてNTT東西の独占化がさらに進展することは明らかです。</p> <p>従って、ADSL市場と同様、FTTH市場においても十分な設備開放(広い区域でのサービス提供可能エリアの設定や1分岐単位による貸し出し等)のルールを整備することが不可欠であると考えます。</p>
-----	--------------	---

82頁	3-4-6 (5)	<p>■隣接市場の市場支配力の濫用</p> <p>【総務省案】</p> <p>3-4 部分市場としてのFTTH市場の主要指標の分析</p> <p>3-4-6 2006年度の競争状況の評価</p> <p>(5) 今後の注視事項</p> <p>① FTTH市場は依然拡大期にあり、今後も契約数の増加が見込まれるところであるが、一方で、NTT東西のシェアは02年9月末の37.2%から06年12月末では67.5%まで急上昇し、独占的な市場となりつつある。今後も、引き続き、市場シェア等の競争状況を集合住宅向け・戸建て向けの部分市場の別や、地域ブロックの別等により詳細に把握し、市場の変化を的確に捉え、NTT東西による市場支配力の行使の可能性、特に固定電話市場からの市場支配力のレバレッジの可能性について、注視していく必要がある。</p> <p>(中略)</p> <p>③ 今後、OABJ-IP電話やトリプルプレイ、FMCサービス等の普及により、固定電話や携帯電話など隣接市場との関連が強まり、複数のサービスがバンドル提供されることが予想される。そのような流れの中で、FTTH市場における新規顧客の獲得に当たり、隣接市場における市場支配力を梃子に利用する動きについても、注視が必要である。</p> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 前述のとおり、NTT東西の独占市場である固定電話市場における競争優位性が、FTTH市場等の隣接市場に影響を及ぼしていることは明らかであり、この傾向について注視を行うのみでは不十分であると考えます。今後、OABJ-IP電話を含むトリプルプレイ、FMCサービスの普及等による複数サービスのバンドル提供が進展する中、固定電話市場におけるNTT東西の競争優位性が他市場において濫用されることのないよう、NTT東西における機能分離等の実効性あるファイヤーウォール措置を早急に講じるとともに、NTTグループの在り方についても早期に議論を開始すべきと考えます。</li> </ul>
-----	--------------	--

80頁	3-4-6 (2)②	<p>■市場支配的事業者・グループによる共同的・一体的営業</p> <p>【総務省案】</p> <p>3-4 部分市場としてのFTTH市場の主要指標の分析</p> <p>3-4-6 2006年度の競争状況の評価</p> <p>(2) 2006年度の動向</p> <p>(中略)</p> <p>② OABJ-IP電話やトリプルプレイサービスの提供がFTTHの魅力を上</p> <p>FTTHの料金は低廉化が進み、特に集合住宅においては、ADSLやCATVインターネットと遜色のない水準に達し、競争力を増している。また、NTT東西の「ひかり電話」、KDDIの「ひかりone電話」、ケイ・オプティコム「eo光電話」などNTT加入電話に比べて割安なOABJ-IP電話サービスのセット提供も、消費者への訴求力が非常に高く、FTTHに対する需要拡大の大きな要因となっている。</p> <p>また、各事業者は、インターネット接続とOABJ-IP電話、さらには映像サービスを加えた「トリプルプレイサービス」のセット販売も開始しており、FTTHの魅力がさらに高まっている。</p> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>今後、トリプルプレイやFMCサービスがさらに進展していく状況下においては、NTTグループの共同的・一体的営業活動への注視が必要であると考えます。</li> </ul> <p>総論でも述べたとおり、現に市場で行われているBフレッツとOCNのセット提供やドコモショップにおけるFTTHの販売等のNTTグループによる一体的・共同的営業が競争環境に与える影響は今後さらに大きくなることが想定されます。</p> <p>評価結果案において、「第一種指定電気通信設備制度に基づく接続規制・行為規制・サービス規制が適用されており、市場支配力の行使を抑止・牽制するための一定の歯止めとなる措置が講じられている」とされているところですが、NTTグループの連携により、これら措置が無効になることが懸念されます。</p>
-----	---------------	---

			<p>電気通信事業法第30条第3項第2号において、市場支配的事業者は特定の電気通信事業者に対して不当に優先的な取扱いをしてはならない等規定されているところですが、当該規定に反すると思われる行為が実際に行われていても、その実態を外部から検証することは不可能であるため、当該規定は実効性を欠いているというのが実情です。このため、「電気通信事業分野における競争の促進に関する指針」や「東・西NTTの業務範囲拡大に係る公正競争ガイドライン」において、NTTグループの共同営業に関し、禁止行為に該当する具体的事例の充実化等を図ることが必要です。</p> <p>加えて、本年5月11日のNTT社長会見において、FMCについては、NTT東西（固定側）からのアプローチに加え、NTTドコモ側からのアプローチも存在するとの見解が示されているところですが、NTTドコモにおいても、その歴史的背景に起因する総合的な事業能力の高さや、現に第二種指定電気通信設備を有し、過半という高いシェアを有することを考慮すると、公正競争環境確保のためには、NTTドコモにおける禁止行為を具体的に記載する個別のガイドラインを策定するといったさらに徹底した予防措置を早急に講じる必要があると考えます。</p>
第5章	27頁	5-5	<p>■OAB-JのIP電話とFTTHの関係</p> <p>【総務省案】</p> <p>5-5 まとめ</p> <p>(4) OABJ-IP電話の利用者は増加しておりFTTHへの移行を押し上げる潜在的要因に</p> <p>FTTH移行者によるOABJ-IP電話の利用は、また高くないが、大幅な増加傾向にあることから、今後OABJ-IP電話がFTTH移行の鍵となる可能性が高い。インターネット接続市場と固定電話市場との関係にも留意しながら、引き続きFTTHとOABJ-IP電話の関係を注視していく必要がある。</p> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ NTT東西の独占市場である固定電話からOABJ-IP電話への移行時に電話番号を変えずに移行が可能であることや、OABJ-IP電話とBフレッツのセット提供が行われているといった実態は、固定電話市場のみならず</li> </ul>

			<p>FTTH市場、さらにはADSL市場等にも影響を及ぼしていることは明らかです。</p> <p>このため、独占市場の優位性が、その他の市場(OABJ-IP電話やFTTH市場等)に影響を及ぼしている問題について詳細な分析を行い、これらの隣接市場に対する市場支配力の濫用を防止する措置を早急に講じる必要があると考えます。</p>
12頁 27頁	5-2-5 (図表2-5-1) 5-5	<p>■NTTの総合的事業能力(ブランド力等)</p> <p>【総務省案】</p> <p>5-2-5 FTTH移行者の事業者選択理由・事業者変更の有無等</p> <p>(1) FTTH移行者の事業者選択理由</p> <p>NTT東西のFTTHへの移行者は、「事業者のブランド力や信頼性が高い」(NTT東西からの移行者で54.4%、NTT東西以外からの移行者で43.3%)を事業者選択理由とする傾向が強い。また、「工事や手続等、導入が容易」も高い(それぞれ50.3%、46.6%)(図表5-2-5①)。</p> <p>また、FTTH移行に当たって、NTT東西のサービスを使い続けた者では、「他のサービスと同じ事業者にしたから」(40.1%)が、他の区分よりも高い。</p> <p>一方、NTT東西以外のFTTHへの移行は、「利用料金が安い」(NTT東西からの移行者で73.3%、NTT東西以外からの移行者77.6%)や「工事や手続等、導入が容易」(それぞれ60.0%、46.0%)の割合が高い。</p> <p>5-5 まとめ</p> <p>(3) NTT東西を使い続ける利用者は、ブランド力や信頼性を最も重視</p> <p>FTTH移行に当たって、NTT東西を使い続ける利用者は、利用料金以外にも、ブランド力や信頼性、他のサービスと同じ事業者にしたい等を理由とするものが多く、逆にNTT東西以外への移行者は、料金の安さを理由とするものが圧倒的に高い。</p> <p>これは、NTT東西を使い続ける利用者には、料金のほかに、NTT東西のいわゆる「ブランド力」が大きく影響</p>	

			<p>していると考えられる。一方、NTT東西以外への移行者は、料金に敏感であると考えられる。</p> <p><b>【意見】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ NTT東西が提供するFTTHサービスへの移行者の多くが、事業者選択理由として「事業者のブランド力や信頼性が高い」や「工事や手続等導入が容易」を挙げている実態からも、「NTT」というブランドの効果が存在することや、自由競争によって勝ち得た性格とは異質のブランド力(公社時代から引継がれた公共性の高い企業イメージ等)を有していること、さらには手続き面等において競争事業者との同等性が欠如していることは明らかです。定量化が困難なこれらのNTT東西の優位性に対しては、これまで、競争事業者との同等性確保のための十分な措置が講じられているとは言い難く、例えばNTTブランドの使用に関する規制や屋内配線工事等における手続き面での完全な同等性を確保するルール整備などの追加的措置が付加されるべきと考えます。</li> <li>・ また、NTT東西が提供する光IP電話サービスにおいて、幾度かの障害事例が発生しているという事実にも関わらず、「NTTはブランド力や信頼性が高い」と回答する利用者が多いという点から、競争評価では分析しきれないNTT東西の優位性が働いていることは明らかであり、そうした定量化が困難な優位性についても今後十分に分析を行うことが重要であると考えます。</li> </ul>
第6章	1頁 28頁	6-1 6-6	<p>■指定電気通信設備との接続に関する事業者間取引の重要性</p> <p><b>【総務省案】</b></p> <p>6-1 はじめに</p> <p>(1)戦略的評価において事業者間取引を取り扱う意義 (中略)</p> <p>これまでの競争評価では、最終利用者向けの小売市場を対象に分析を行ってきた。しかし、固定電話やADSL・FTTHのサービスにおける加入者回線のような不可欠設備が存在する場合には、加入者回線部分に係る事業者間取引(接続、卸など)が小売市場の競争状況に及ぼす影響は少なくない。そこで、本章では、加入者</p>

			<p>回線に関連する事業者間取引に特に注目し、加入者回線部分における競争状況と小売市場における競争状況との関係を考察する。</p> <p>(2)分析に当たって留意すべき事項</p> <p>(中略)</p> <p>第一に、事業者間取引を分析するためのデータが必ずしも充実していないため、分析に一定の限界が存在している点である。</p> <p>(中略)</p> <p>第二に、本テーマは電気通信事業分野の競争評価を行う上で非常に重要なテーマであることから、2006年度の競争評価で一時的に取り扱うにとどまらず、分析すべきテーマの整理、各種統計データの整備、分析手法の検討等をさらに深めるため、継続的に実施する必要がある。</p> <p>6-6 まとめ</p> <p>(中略)</p> <p>事業者間取引や卸市場については、競争政策上重要なテーマであり、諸外国でも卸市場の分析を行っていることから、2007年度以降の競争評価においても継続的に実施していくことが重要である。</p> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「戦略的評価」として新たに事業者間取引市場(接続・卸など)の分析に着手したことについては、有益な試みとして評価できますが、データの不完全性や分析手法が確立していないこと等から試行的な内容にとどまっており、今後、手法の精緻化が必要であると考えます。</li> </ul> <p>特に、加入者回線部分に係る指定電気通信設備との接続に関する事業者間取引が小売市場の競争状況に及ぼす影響は甚大であり、現にFTTH市場では、8分岐単位の貸出と狭い光配線区域という構造上の問題により、実質的に、競争事業者はNTT東西の光ファイバを利用できない状況にあります。</p> <p>従って、事業者間取引の分析においては、指定電気通信設備との接続に関する表面的な接続義務の有無で</p>
--	--	--	---

			はなく、8分岐単位の貸出しや狭い光配線区域等の構造上の問題といった実態にまで踏み込んで評価する必要があると考えます。
18頁 21頁	6-4-1 6-4-2	<p>■事業者間取引市場の競争状況と設備開放の実態</p> <p>【総務省案】</p> <p>6-4-1 卸売市場における競争状況</p> <p>(1)回線数による卸売市場の競争状況</p> <p>(中略)</p> <p>ただし、全回線の合計では、NTT東西のシェアが約94%を占めるため、市場構造から判断する限り、卸売市場におけるNTT東西の市場支配力は圧倒的であり、NTT東西が保有する加入者回線は不可欠設備性が非常に高いと考えられる。</p> <p>(2)敷設距離による卸売市場の競争状況(光ファイバのみ)</p> <p>(中略)</p> <p>中継系・加入者系のいずれもNTTグループが総敷設距離で6割を超える状況であり、回線ベースでみた光ファイバにおけるNTT東西のシェア(78.6%)も含めて考えると、NTTグループが日本の光ファイバ回線網の主たる役割を担っていることが明確である。</p> <p>6-4-2 卸売市場及び小売市場における競争状況</p> <p>(2) 光ファイバ回線における設備・サービス別のシェア</p> <p>次に、図表6-4-2②の光ファイバ回線における設備・サービス別のシェアでは、設備ベースにおける各都道府県のNTT東西のシェアは、FTTHサービスにおける同シェアとほぼリンクする形となっている。しかし、関東や近畿、北海道、宮城、愛知、福岡などの都道府県では、サービスベースのシェアが設備ベースのシェアを大きく下回っているケースが見られ、これらの地域ではNTT東西の光ファイバとの接続によりFTTHサービスの提供を行っている競争事業者が多いことが推測される。この結果に基づけば、光ファイバにおいては、東日</p>	

			<p>本では第一種指定電気通信設備制度による加入者回線設備の開放等を中心に、西日本ではさらに一定の設備競争の寄与もあり、小売市場におけるサービス競争が展開されていると言える。</p> <p><b>【意見】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>回線数や敷設距離による卸売市場の競争状況を見ても、事業者間取引市場におけるNTT東西の市場支配力は圧倒的であり、この傾向は光ファイバ回線網(NTT東西のシェアは78.6%)においても変わるものではありません。このような事実からも、NTT東西が保有する加入者回線に対する十分な開放ルールの整備は、有効かつ公正な競争を実現するために必要不可欠であると考えます。</li> </ul> <p>しかしながら、現状、光ファイバ回線においては、評価結果案において「設備ベースにおける各都道府県のNTT東西のシェアは、FTTHサービスにおける同シェアとほぼリンクする」とされているとおり、事業者間取引市場と小売市場におけるNTT東西のシェアが類似しており、このことは、光ファイバ回線の開放が十分に実施されていないことを示しています。</p> <p>これについては、「電気通信事業分野における競争状況の評価に関する基本方針2006～2008」4-3-1-2(2)①「不可欠設備の存在」において、「加入者回線等のサービス提供に不可欠な設備を保有している事業者から当該設備を借り受け、同時に最終利用者に対するサービス市場でその事業者と競争する状況下では、当該設備の開放の内容や程度によっては劣位な条件での競争を強いられる」とされている事態が、現に生じていることに他ならないものと考えます。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>なお、「東日本では第一種指定電気通信設備制度による加入者回線設備の開放等を中心に、西日本ではさらに一定の設備競争の寄与もあり、小売市場におけるサービス競争が展開されていると言える」とされている点については、当該事例が、設備競争、サービス競争が他の地域に比べ、相対的に進展している程度に過ぎないこと、また、当該地域が非常に局地的であることを踏まえると、これらをもって、今後、競争が進展する可能性があるかと安易に考えるのは不適當です。</li> </ul>
--	--	--	--

		<ul style="list-style-type: none"> <li>また、特定の都道府県の状況をもって競争の進展を判断することは早計であり、NTTグループあるいはNTT東西という市場支配力を有する事業者の業務区域をもとにした全国1ないし2区分、または、NTT東西と電力系事業者の競争状況という実態を踏まえた全国10の地域区分※等、マーケットの特性にそって地理的市場を捉え、評価がなされるべきと考えます。</li> </ul> <p>※ 「FTTHを全国的に提供するNTT東西と、これに対抗する電力系事業者等の競争事業者の競争状況が主たる関心事となるため、電力系事業者の業務区域を考慮し、全国10の地域ブロックを地理的市場として画定する」(「電気通信事業分野における市場画定 2006」より)</p>
26頁	6-5 (図表6-5①)	<p><b>■サービス競争の重要性</b></p> <p><b>【総務省案】</b></p> <p>6-5 卸売市場の競争状況が小売価格に及ぼす影響(参考)</p> <p>(1) 設備・サービス別の競争状況と実勢価格の関係</p> <p>(中略)</p> <p>ただし、サービスベースの競争が設備ベースの競争を大きく上回っている地域(FTTH契約数のシェアの線が光ファイバ回線数のシェアの線を大きく下回っている地域)では、共通価格設定制約の存在にもかかわらず、実勢価格が低くなっている傾向が観察される。仮にこの傾向が事実だとすれば、設備ベースにおける競争の進展が小売料金の低廉化を促進することは疑いようもないが、設備ベースの競争が困難な場合には不可欠設備の開放によってサービスベースの競争が十分に進展すれば、設備ベースにおける競争と比肩しう程の小売料金の低廉化が実現することの傍証になる可能性もある。</p> <p><b>【意見】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>サービスベースの競争が設備ベースの競争を大きく上回っている地域(NTT東西のFTTH契約数のシェアが光ファイバ回線数のシェアを大きく下回っている地域)において、小売料金の実勢価格が低くなっている傾向が見られることは、サービスベースの競争が消費者厚生にとって有効であることを示していると言えます。</li> </ul> <p>従って、設備ベースの競争促進に偏らず、サービスベースの競争もより進展させることが、利用者利便の向上</p>

			のためにも適切です。
第7章	5頁 17頁 21頁 22頁 27頁 32頁	7-2 7-3 7-3-3 7-4 7-5 7-6	<p>■事業者選好の傾向</p> <p>【総務省案】</p> <p>7-2 固定電話市場とインターネット接続市場の関係</p> <p>【要約】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 固定電話市場とインターネット接続市場(ADSL、FTTH及びISP)の利用者選好については、利用者は双方の市場で同じ事業者を選択する傾向が存在。</li> <li>・ NTTグループのサービス利用者にもその傾向が強く、また、FTTH利用者において、その傾向が強い。</li> <li>・ 固定電話市場及びインターネット接続市場での事業者選択に相関があるとすれば、固定電話で90%を超えるNTT東西にとって、インターネット接続市場での競争が有利に働く可能性があることから、注意が必要。</li> </ul> <p>7-3 固定電話市場と移動体通信市場の関係</p> <p>【要約】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 固定電話市場と移動体通信市場(携帯電話・PHS)での消費者の事業者選好には、同一の事業者を選択する傾向が存在。</li> <li>・ 中継電話と携帯電話・PHSの利用状況を見ると、マイライン・マイラインプラスで選択した事業者と同じ事業者・グループの携帯電話・PHSを利用者が選択している比率が高い傾向が認められる。</li> <li>・ 異なるサービス間における事業者選択の相関は、固定電話で90%を超える既存事業者に対し、移動体通信市場での競争が有利に働く可能性についても留意していく必要がある。また、FMCの進展等に伴い、一方の市場における市場支配力を梃子に他方の市場で利用しようとする企業行動等についても注視することが必要がある。</li> </ul> <p>7-3-3 固定電話市場と移動体通信市場の関係の総括</p>

		<p>異なるサービス間における事業者選択の相関は、企業ブランドや営業努力等も反映した結果であり、競争政策上直ちに問題視すべき事象でもないが、(以下略)</p> <p>7-4 インターネット接続市場と移動体通信市場</p> <p>【要約】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ インターネット接続市場でNTTグループを選択している利用者(NTT東西のFTTH、NTT東西のADSL及びISDN)は、移動体通信市場でもNTTドコモを選択している比率が高いことが認められる。</li> <li>・ ISPでNTT系を利用している利用者は、移動体通信でもNTTドコモを利用している傾向が強い。同様の傾向はKDDIグループ間及びソフトバンクグループでも見られる。</li> </ul> <p>7-5 複数市場で同一事業者のサービスを利用するものの傾向</p> <p>【要約】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 複数市場で同一サービスを利用する者については、全体として、利用料金の安さを重視する傾向があるが、NTTグループの利用者は、他よりもブランド力を重視する傾向がある。</li> <li>・ (略)</li> </ul> <p>7-6 サービスの一体的提供について</p> <p>【要約】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ インターネット接続、固定電話及び映像配信(放送)について、同じグループから一体的な提供を受けている利用者については、三つのサービスでNTTグループのサービスを利用している者がブランド力を最も重視しているのに対して、それ以外のグループのサービスの利用者は、利用料金を最も重視している傾向がある。</li> <li>・ 5割以上の利用者が、固定電話、移動体通信及びインターネット接続について一体的なサービス提供を受けたいと回答。今後、サービス融合がさらに進展し、同一グループによる一体的なサービス提供・割引等が進めば、一体的にサービス提供を受ける利用者は増加する可能性。</li> </ul>
--	--	---

			<p><b>【意見】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>各市場（固定電話市場、インターネット接続市場、携帯電話市場）におけるサービスの選択において、利用者は同一の事業者・グループのサービスを選好する傾向が強いという結果に関しては、市場支配力を有するNTTグループのブランド力や隣接市場における市場支配力の濫用、あるいは共同的・一体的営業といった要因が強く影響しているものと考えます。</li> </ul> <p>現在、市場において、Bフレッツ販売時のOCN推奨販売や、ドコモショップにおけるBフレッツと携帯電話端末（NTTドコモ端末）のセット販売による割引等が現実の営業実態として見られることもあり、市場支配力を有するNTTグループによる共同的・一体的営業を厳しく監視すべく、NTTグループ各社における禁止行為の範囲を明確にする必要があると考えます。</p> <p>具体的には、「電気通信事業分野における競争の促進に関する指針」や「東・西NTTの業務範囲拡大に係る公正競争ガイドライン」においてNTTグループの共同営業に関する反競争的行為の具体的事例の記載の充実を図ることが必要であると考えます。</p> <p>加えて、NTTドコモにおける禁止行為を具体的に記載する個別のガイドラインを策定する等、さらに徹底した予防措置を早急に講じるべきと考えます。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>また、「異なるサービス間における事業者選択の相関は、企業ブランドや営業努力等も反映した結果であり、競争政策上直ちに問題視すべき事象でもない」と評価されていますが、前述のとおり、NTTグループのブランド力は、自由競争によって勝ち得た価値のみで築かれたものではなく、他社が追随できない特異な要素（例えば、公社時代の電電公社から引継がれた企業イメージやユニバーサルサービス提供に伴う公共性の高い企業イメージ）を有していることは明らかです。</li> </ul> <p>このため、NTTグループのサービス利用者がブランド力を重視する傾向が見られる以上、単に消費者の嗜好や需要の動向注視にとどまることなく、NTTブランドが有する顧客誘引力や、当該ブランドを有するNTTグループ各社間の連携が競争環境へ与える影響を詳細に分析した上で、公正競争環境確保のために適切な措置を</p>
--	--	--	--

		<p>講じる必要があると考えます。</p>
<p>その他</p>		<p><b>【意見】</b></p> <p>■競争評価手法の更なる精緻化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>現在の競争評価については、一部判断基準に不透明な点がある等の課題が依然として存在しており、引き続き分析手法や評価結果の導出手法の精緻化を図る必要があると考えます。</li> </ul> <p>特に、市場支配力の行使有無の判断の際には、市場支配力が存在するだけで実質的に行使しているのと同等の効力を持ち得る場合があることを認識すべきであると考えます。</p> <p>例えば、ブランド等が有する競争優位性やサービス提供に係る手続面における指定電気通信設備を有する事業者の優位性等、市場支配力の存在自体が、競争事業者の事業展開を困難にするという実態が存在しています。また、市場支配力を有した事業者の存在自体が、他事業者の当該市場への参入意欲を削ぎ、結果として新規参入が生じないといった事態も想定されるところであり、このようなケースにおいては市場支配力を有した事業者の存在自体が参入障壁になっていると捉えるべきです。</p> <p>■NTTグループ各社の総合的な事業能力</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>上述のとおり、現行ルールにおいて規制されていない各種市場支配力(ブランド力やサービスに係る手続面の優位性等)が、実態として現に存在していることから、適切な競争評価を行うためには、それらの定量化や実証が困難な指標について着目することが不可欠です。</li> </ul> <p>また、今後は、クワトロプレイ等の多様なサービス登場に伴う複雑な市場環境の変化が予想されることから、適切な競争評価を行うためには、表面的な消費者選好やシェア等といった定量化や実証が容易なデータの分析にとどまらず、ブランド力等、より一層、定量化が困難な指標も含むNTTグループ各社の総合的な事業能力を測定し、分析の一要因に含めることが重要であると考えます。</p> <p>■アンケートの公表</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>分析にあたり実施したアンケート内容については、競争評価制度全体の透明性を確保し、評価結果の信頼性</li> </ul>

を高めるために、意見募集のタイミングにて、サンプル属性に限らず実際に用いられたアンケートの設問・回答結果・集計結果等についても公表すべきと考えます。

■レバレッジ

- ・ 評価結果案において使用されている「レバレッジ」という用語については、必ずしもその定義が明確となっておらず、該当行為が及ぼす影響や効果についてもイメージ化がしづらいことから、「隣接市場への市場支配力の濫用」といった表現に統一することが適当と考えます。

以 上