

意見書

平成 21 年 12 月 28 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
代表取締役社長兼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に関する実施細目 2009(案)」に関し、別紙のとおり意見を提出します。

このたびは、「電気通信事業分野における競争状況の評価に関する実施細目 2009(案)」に対する意見募集に関し、意見提出の機会を設けて頂いたことにつきまして、御礼申し上げます。

以下のとおり弊社共の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、お願い申し上げます。

頁	段落	意見
1	1 2009 年度競争評価 の基本方針 1-1 定点的評価	<p>【総務省案】</p> <p>定点的評価の対象は、2008 年度に引き続き、①固定電話、②移動体通信、③インターネット接続及び④法人向けネットワークサービスの 4 領域とする。</p> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 2009 年度の競争評価制度(以下、「本制度」という。)においては、競争上の懸念が最も高い FTTH 市場について、事業者間取引市場を含む詳細な分析を行うべきです。 ・ この点、「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」(2009 年 12 月)(以下、「基本方針」という。)においても、「競争状況の分析・評価に当たっては(中略)事業者間取引の勘案や設備競争・サービス競争の峻別等、多面的な分析に努めることが必要」とされているところです。 ・ なお、当該事業者間取引市場の分析にあたっては、その重要度や事業者からの情報収集の負荷等を考慮し、東日本電信電話株式会社殿及び西日本電信電話株式会社殿(以下、合わせて「NTT 東西」という。)と接続事業者との間の事業者間取引に焦点を当てた分析を行うことが適当であると考えます。
1	1-2 戦略的評価 ①競争政策の経済効果	<p>【総務省案】</p> <p>2009 年度戦略的評価 テーマ 1 モバイル及びブロードバンドの普及に関するこれまでの競争政策の経済効果の定量分析</p> <p>【意見】</p> <p><MNP 導入による経済効果と課題の検証></p>

頁	段落	意見
		<ul style="list-style-type: none"> ・ 「モバイルの普及に関するこれまでの競争政策の経済効果の定量分析」においては、携帯電話番号ポータビリティ制度(以下、「MNP」という。)の導入効果を中心に分析を行うべきと考えます。 ・ 2006年10月24日にMNPが導入されてから現在に至るまでに、事業者間のシェアは累計ではほぼ変化がなく、各事業者のシェアの増減も0～5%程度に留まり、既存顧客の流動性は極めて低い状況にあります。そのため、競争促進と利用者利便の向上を目的として導入されたMNPは十分に機能せず、その経済効果も当初期待されていたもの※に比べ、極めて限定的な状況となっているものと考えます。 ・ また、「電気通信事業分野における競争状況の評価2008」(2009年10月)(以下、「2008年度評価結果」という。)における携帯電話市場の分析において、「利用者にとって、(中略)ポータブルなメールアドレスを利用できる環境にはないこと等が、スイッチングコストとなっていると考えられる」との評価結果が示されているところであり、事業者変更に伴うスイッチングコストが具体的にどの程度であるか、MNPによる移行の障壁が何に起因するものか等についても詳細な分析が必要と考えます。 <p style="margin-left: 40px;">※ 「携帯電話の番号ポータビリティの在り方に関する研究会」報告書(2006年4月) 第4章 携帯電話の番号ポータビリティの導入による効果と影響(P39) 「便益については、～番号ポータビリティの利用率が10%と仮定した場合、番号ポータビリティの利用者全体で年間総額約2,733～3,551億円になる。」</p> <p><ブロードバンド市場における設備開放ルールの有効性></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「ブロードバンドの普及に関するこれまでの競争政策の経済効果の定量分析」においては、これまで講じられてきた設備開放ルールと競争促進効果の関係について詳細な分析を行うべきと考えます。 ・ ADSL市場においては積極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、ブロードバンドサービスの発展による市場の活性化がもたらされたところですが、FTTH市場においては、ADSL市場と比較し新規事業者の参入が

頁	段落	意見
		<p>停滞しており、結果として NTT 東西殿の独占化傾向(2009 年 9 月末時点のサービスシェアが 74.3%)が進展しています。その結果、現在も市場における競争環境は悪化の一途を辿っており、ひいては市場の停滞を引き起こしているものと考えます。</p> <ul style="list-style-type: none"> このような現状に鑑みると、本分析に際しては、ADSL と FTTH の市場毎に分析を行うことが妥当であり、どのような競争政策の違いが市場環境の相違を生じさせているかについて、要因を特定すべきと考えます。
1	<p>1-2 戦略的評価 ②消費者選好の変化</p>	<p>【総務省案】 2009 年度戦略的評価 テーマ 2 電気通信サービスに係る消費者選好の変化に関する経時的分析</p> <p>【意見】</p> <p><ブランド力が消費者選好に及ぼす影響></p> <ul style="list-style-type: none"> 「電気通信サービスに係る消費者選好の変化に関する経時的分析」において、ブランド力が消費者選好に及ぼす影響について分析すべきと考えます。 ブランド力については、基本方針において、競争状況の分析にあたってブランド力を含む事業者の総合的な事業能力の高さを判断の要素として考慮することが示されているところであり、また、2008 年度評価結果の定点的評価においても、NTT グループのブランド力について一定の影響を認める評価が示されています。 とりわけ、「NTT」というブランドは、国営であった電電公社時代に培ったブランドイメージを今なお有しており、そのブランド力に基づく顧客獲得における営業上の優位性等により、事業者間の競争環境に大きな影響を及ぼしているものと考えます。 本件については、過去に行なわれている民間業者による調査(株式会社シード・プランニング殿が公表した「電気通信事業におけるグループ・企業ブランド力調査」(2009 年 7 月 24 日公表: 下記参考参照)等)も参考にしつつ、ブランド力が消費者選好に及ぼす影響について可能な限り定量的に分析を行い、より多面的・総合的な評価結果を導き出すべきと考えます。 <p><参考></p>

頁	段落	意見
		<p>「電気通信事業におけるグループ・企業ブランド力調査」(株式会社シード・プランニング殿、2009 年 7 月 24 日公表)の概要(http://www.seedplanning.co.jp/press/2009/2009072301.html)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 多数の消費者が、「NTT」の前身は電電会社であると認識するとともに、これが公的な企業イメージに結びついている <ul style="list-style-type: none"> ・ 「電電会社は NTT の前身」と認識している消費者は 84.8%にのぼるほか、NTT は信頼性が高いと考える人のうち 69.4%がその理由を「公的なイメージがあり、サービスを安心して使えるから」としている。 2. 「NTT」ブランドは消費者のサービス購入時に影響 <ul style="list-style-type: none"> ・ サービスや商品購入の際に社名に「NTT」を冠することで、59.1%の消費者が利用意向が増すと回答 3. NTT 東西殿と県域等子会社を別会社と認識している消費者は少数 <ul style="list-style-type: none"> ・ 「NTT 東日本ー東京南」や「NTT 西日本ー関西」という社名を「NTT 東日本や NTT 西日本の子会社」と捉えている消費者が 14.0%に対し、「NTT 東日本や NTT 西日本の支社又は支店」と捉えている消費者は 52.6%と半数を超えている。 <p><FTTH 市場に関連するバンドルサービスにおける消費者選好></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ FTTHに関連するバンドルサービスについては、FTTH 市場における NTT 東西殿の独占的地位と相俟って利用者のサービス選択に大きな影響を及ぼしています。 ・ この点に関して、本年 7 月の「競争セーフガード制度の運用に関する意見募集」に対する弊社共意見の中でも、各種バンドルサービス等に関連する競争阻害事例として、フレッツ・テレビやひかり電話等にかかる営業行為上の問題点を指摘したところですが、このようなバンドルサービスの提供を通じた NTT 東西殿による ISP 市場等の隣接市場へのレバレッジの懸念はより一層高まりを見せているものと考えます。 ・ この点、2008 年度評価結果においても、FTTH に関連するバンドルサービスが利用者の選択に大きな影響を及ぼすことや、支配的事業者が関係するバンドルサービスは公正競争の確保の観点から注視することも重要といった分析結果が示されているところであり、上記の公正競争上の懸念に係る弊社共の指摘を裏付けるものとなっています。

頁	段落	意見
		<ul style="list-style-type: none"> ・ 以上のことから、「電気通信サービスに係る消費者選好の変化に関する経時的分析」においては、連年レバレッジの懸念が示されている FTTH 市場に関連するバンドルサービスについて重点的に分析を行うことが妥当であると考えます。
2	2 競争評価における透明性の確保	<p>【総務省案】 競争評価のプロセスについて、十分な透明性を確保するとともに、関係各方面の幅広い知見を反映させる観点から、実施細目及び評価結果について意見招請を実施するとともに、事業者説明会等を必要に応じて開催する。</p> <p>また、競争評価に係る重要事項の決定については、学識経験者で構成する「競争評価アドバイザリーボード」(2006 年 11 月設置)における議論を踏まえることを原則とする。なお、本会合は原則公開とする。</p> <p>【意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 本制度における中立性・透明性確保の観点から、各評価プロセスのオープン性を十分に確保することが必須と考えます。この点に関して、競争評価の評価材料として用いられる需要者からの情報収集等の各種市場調査についても、そのアンケートの内容や設問を実施細目において記載し、関係者からの意見聴取対象とする等、その客観性を担保すべきと考えます。 ・ また、競争評価アドバイザリーボードは、実施細目案において原則公開とされていますが、例年、評価結果案に関する会合については「自由活発な意見聴取を行う必要がある」*ことを理由に非公開となっています。この点、基本方針において「競争評価の実施には、客観性や中立性が重要な要素」とされていることを踏まえ、全会合を公開し、検証プロセスの透明性や評価結果の信頼性を確保すべきと考えます。 <p>※ 総務省開催案内「平成 20 年度 競争評価アドバイザリーボード」第 3 回会合について (http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/policyreports/chousa/advisory_board/15720.html)</p>
-	その他	<p>＜市場支配力の「存在」による市場への影響について＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 市場支配力の評価において、総務省殿においては「存在」と「行使」を分けて捉えるアプローチを採用してきたところであり、例えば FTTH 市場については、2008 年度評価結果において、市場支配力は「存在」するが、現行のルールが存在が抑止

頁	段落	意見
		<p>力になること等から直ちに市場支配力が行使される可能性は低いとしているところです。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ しかしながら、実際の市場の状態は NTT 東西殿の独占化傾向(2009 年 9 月末時点のサービスシェアが 74.3%)が進んでおり、その要因に関する詳細な分析はなされていません。仮に、当該要因が NTT 東西殿の市場支配力に起因する場合、市場支配力の「行使」が行われなくとも「存在」することだけで市場に対して多大な影響を与えていると言え、本制度においても「存在」自体をより重視した評価を行う必要があると考えます。 ・ 仮に、市場支配力が要因でないとするのであれば、このような NTT 東西殿の独占化傾向がどのような理由によるのか、例えば、現行の接続ルールに問題があるのか等、詳細な分析を行うべきと考えます。 ・ なお、市場における独占状態が市場環境や利用者に対し弊害をもたらすことは明白であり、現行の状態を放置することは、今後の電気通信事業の健全な発展を阻害することになりかねません。 ・ 現状の市場環境を抜本的に是正するためには、これまでのような表層的な評価を繰り返すのではなく、総務省殿においては、電気通信事業における監督官庁としての役割を果たすべく、FTTH 市場における独占状態の問題の所在と必要な措置の明確化を図るべきと考えます。 <p><市場支配力の「存在」の判断基準について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 市場支配力の「存在」を判断する基準として、諸条件（市場シェア、市場集中度、事業者数、規模・範囲の経済性、不可欠設備等）を総合的に勘案するとありますが、具体的にこれら諸条件のどの要素を重視して判断するかを明示すべきと考えます。 ・ なお、基本方針案の意見募集における弊社共の意見に対し、総務省殿は「EUの競争評価においても総合的な勘案要素として掲げられている事項のうち、具体的にどれを重視するのかについては必ずしも明確化されていないところ」としていますが、このことをもって、本制度の市場支配力の判断基準を明確化しなくて良い理由とは全くなり得ません。 ・ このような判断基準の明確化がなされない場合、評価結果が恣意的なものとなる可能性を排除しきることが出来ず、そうし

頁	段落	意見
		<p>た批判に応えるためにも、今後、関係者の議論等を踏まえ、具体的基準等の形成に資する検討をさらに深めることが必要であると考えます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ なお、評価基準の具体化にあたっては、例えば、独占禁止法の考えとの整合等をより強く意識した分析方法の導入を検討する等が一案として考えられます。個別事案における競争制限的行為の事後的排除や企業結合等の事前規制を行なうための独占禁止法と、電気通信事業分野のサービス全般を俯瞰的に分析する本制度では、その性質に違いはあるものの、既に確立され、透明性の高い前者の分析手法については、本制度においても参考となる部分があるものと考えます。 <p><市場支配力の「行使」の判断基準について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 市場支配力の「行使」の判断にあたっては、過去、各種ルールや規制の存在を根拠として、「行使できない」と判断している事例が散見されていますが、当該ルール等の存在のみをもって「行使」できないと安易に判断するのは誤りであり、それらが機能しているかを踏まえ、評価を行なうべきです。 ・ 現に、NTT西日本殿及びNTT西日本殿の県域等子会社において、他事業者のDSL利用情報や他事業者へ移行した番号ポータビリティ情報等を販売代理店へ不適切に提供していたと発表[※]しており、このような、電気通信事業法第30条第3項第1号の禁止行為に抵触する可能性がある行為が発生していること自体、現行のルールが実質的に機能していないことを如実に示す一例と言えます。 ・ また、平成21年度競争評価アドバイザーボード第1回会合(2009年12月3日)において、一部の構成員からも、市場の競争状況を判断する際は、各種ルールや規制が全体として機能しているか否かについて確認する必要があるといった意見が述べられているところであり、各種ルールや規制の存在のみならず、その有効性について検証することが急務であると考えます。 <p>※ 平成21年11月18日 報道発表資料 NTT西日本一兵庫、NTT西日本 「お客様ご利用のサービス情報の一部販売代理店への不適切な提供に関するお詫びとお知らせ」</p>

頁	段落	意見
		<p data-bbox="719 288 1323 316">(http://www.ntt-west.co.jp/news/0911/091118a.html)</p> <p data-bbox="719 336 1532 363">平成 21 年 12 月 17 日 報道発表資料 NTT 西日本ー北陸、NTT 西日本</p> <p data-bbox="719 384 1794 411">「お客様ご利用のサービス情報の一部販売代理店への不適切な提供に関するお詫びとお知らせ」</p> <p data-bbox="719 432 1323 459">(http://www.ntt-west.co.jp/news/0912/091217a.html)</p>

以上