

IP化の進展に対応した競争ルールの在り方に関する懇談会（第4回）議事概要

1 日時：平成18年2月22日（水）10：15～13：00

2 場所：低層棟1階 総務省第1会議室

3 出席者

（1）構成員（五十音順、敬称略）

依田 高典、尾家 祐二、酒井 善則（座長代理）、佐藤 治正、菅谷 実、
関口 博正、東海 幹夫、林 敏彦（座長）、藤原 まり子、舟田 正之、増野 大作、
森川 博之

（2）関係事業者・団体

株式会社ACCESS、イー・アクセス株式会社、株式会社インフォシティ、株
式会社ケイ・オプティコム、KDDI株式会社、株式会社Jストリーム、株式会
社ジュピターテレコム、情報通信ネットワーク産業協会、ソフトバンク株式会社、
社団法人テレコムサービス協会、東京都地域婦人団体連盟、日本電信電話株式会
社、富士通株式会社、ボーダフォン株式会社、モバイル・コンテンツ・フォーラ
ム

（2）総務省

須田 総合通信基盤局長、寺崎 電気通信事業部長、谷脇 料金サービス課長、
泉 料金サービス課企画官、鈴木 事業政策課長、大橋 データ通信課長、
渡辺 電気通信技術システム課長、古市 消費者行政課長、門馬 番号企画室長、
湯本事業政策課調査官

4 議題

関係事業者・団体からのヒアリング②

○ 関係事業者等からのプレゼンテーション

(1) 株式会社ケイ・オプティコム（資料1）は、「東西NTTの業務拡大に関する公正競争ルールのガイドライン」（活用業務ガイドライン）が機能しているかの検証が必要であること、また、NTTの構築する次世代ネットワークは非常に大きな市場支配力であるため、NTT東西・ドコモの網は分離した上でそれぞれ接続の同等性を確保すべきであることを主張。

(2) 株式会社ジュピターテレコム（資料2）は、NTTや電力系のネットワークは社会公共財として独占的に構築されたものなので、①透明性・公正性の確保（NTTは研究所も含めて完全資本分離）、②子会社／関連会社による間接的独占の規制（特に、放送事業への参入に係るルール）が必要であること、NTTのNGN計画は、技術面・条件面の透明性・公平性・中立性の担保が必要だが、まずは、仕様などの詳細情報を早急に開示すべきと主張。また、公正競争に関する監視をリアルタイムで行うなど、

監視機能の更なる強化及びF T T Hだけでなく多様なアクセス網についても議論することを要望。

- (3) 社団法人テレコムサービス協会（資料3）は、市場監視能力の向上（総務省の組織規模の量的・質的拡大、上位レイヤーにおける公正競争環境の整備、行政の効率化・一元化）が必要であること、設備保有事業者のネットワークのオープン化、特に支配的事業者に対し、①アクセス部門の機能分離、②ブランド力の観点からの規制、③オープン化を決定するプロセスのルール化が必要であることを主張。
- (4) 情報通信ネットワーク産業協会（資料4）は、次世代ネットワークについて、継続性や技術革新への対応力が必要であること、端末機器間、端末とネットワーク間、異なるネットワーク間の相互接続とオープン性の確保が必要であること、情報通信ネットワーク産業の国際競争力強化に向け、産官学の連携が必要であること、また検討の場を設けるべきであること、事業者によるインフラ整備の機運を維持しつつ、それを事業者間で公平に利用できる仕組みとすることが肝要であることを主張。
- (5) 富士通株式会社（資料5）は、各レイヤーで公平かつオープンな競争環境が整備されることが重要であること、ネットワークインフラについては、それが安定的に提供され、かつ、継続的な技術革新（FMCなど）が阻害されないような制度とすべきであること、ベンダーの国際競争力強化に向け、キャリア・ベンダー・政府が一体となった国際標準化への取組に加え、テストベッドや人材育成の強化が必要であることを主張。
- (6) モバイル・コンテンツ・フォーラム（資料6）は、通信キャリアの優越的な地位が他のレイヤーに影響しない競争環境を実現することが必要であること、特に、端末への「ホームボタン」（ユーザが任意のポータルにワンプッシュでアクセスできるボタン）の実装、ユーザ認証システムの開放が重要であることを主張。
- (7) 株式会社インフォシティ（資料7）は、ユビキタスネットワーク時代に向けて、電気通信事業者の上位レイヤーに対する行為規範、上位レイヤーに進出する場合の構造規範などレイヤー構造に着目した競争ルール整備の必要性、また競争ルールの検討において、①自由なイノベーション環境を担保すること、②普及促進フェーズと利用増大フェーズで適用を変えることなどの重要性を主張。
- (8) 東京都地域婦人団体連盟（資料8）は、料金情報等の適切な提供、ユニバーサルデザインを取り入れた技術開発、競争の結果が分かりやすく消費者に提示される仕組みが必要であることを主張。

○ 主な議論

構成員 本日のプレゼンテーションでは、多くの事業者・団体からレイヤーごとの規制が必要との指摘が多くなされた。他方、レイヤーをまたがった垂直統合による競争というのも一つの戦略であり、社会的ニーズもあるものといえる。まずは、こうした組織の在り方、NGNといったことを踏まえつつ、レイヤーごとに競争ルールをどう整備していくか、その際の留意点等について議論したい。

構成員 モバイル・コンテンツ・フォーラム（以下MCF）の資料やインフォシティの資料では、キャリアが上位レイヤーに進出する場合の懸念が示されているが、例えばNTTドコモのiモードのオープン化についてはかつて議論がなされ、いったんは解決されたと認識していたが、当時と何か状況が変わったのか。また、具体的な問題点があれば指摘していただきたい。

KDDI株式会社 MCF資料の2頁にあるモバイルコンテンツ市場の売上高は、すべてコンテンツプロバイダの売上げであり、キャリアの売上げはない。当社は、プラットフォームを提供しているのみである。

次に、9頁の認証システム（ユーザID）の開放については、当社はユーザIDをコンテンツプロバイダに開放している。ユーザIDは、メールアドレスとセットになると個人情報に該当するのではないかとということで個人情報保護の観点からグレーであるが、コンテンツプロバイダからの要望により開放している。

さらに、ホームボタンの実装義務化については、当社端末でキャリアボタンを長く押せばユーザが任意に設定したポータルに飛ぶことができる仕組みとなっている。当社としては、端末についても開放を進めてきていると認識。

ボーダフォン株式会社 補足すると、コンテンツ利用料は少額であることから、料金回収代行を携帯電話事業者が行っており、携帯電話事業者は回収代行手数料を収受するのみで、利用料自体はそのままコンテンツプロバイダの収入となる。コンテンツは、優良のものを提供しているのであればよいが、コンテンツプロバイダによってはアダルト系などのコンテンツを提供することがある。当時は、こうしたコンテンツを無闇にキャリアが提供することは、公共サービスの観点から問題であるとの議論があり、コンテンツを公式なもの（キャリア公認のもの）と一般のものに分け、公式のもののみ料金回収代行を行っていた。また、当時は、このような公式サイトのみ料金回収代行を行うのは不当な差別的取扱いではないかと議論になったこともあった。

日本電信電話株式会社（以下NTT） ホームボタンを搭載している端末については、NTTドコモもいくつかの機種を提供している。

端末の使いやすさという話があったが、固定電話でも黒電話からいろいろな機能が付加されたボタン電話に移行していったが、結局は扱いづらくなってしまったため、現在は、使いやすさに着目して端末を提供しているところである。

また、MCFの資料の中に、キャリアが上位に進出すると記載されているが、これは非常に難しいのではないかと考えている。キャリアの下請け的存在ではありたくないとの話があったが、まったくその通りだと思う。これからのNGNが作り出すサ

ービスやビジネスモデルについては、いろいろ話し合っていく中で作り上げていくものであると考える。

MCF 当時は、課金アプリケーションに関しては、それぞれの事業者が構築するという点で今回の資料には入れていない。当時と状況が変わってきている点として、通信事業者は通信料金でビジネスコードを作り、コンテンツ事業者はコンテンツ料金でビジネスコードを作るという点で win-win の関係にあったが、現在はパケット通信料の定額化も進んだ結果、リッチコンテンツの登場によってパケット量が増大している点が挙げられる。キャリアが通信料金以外の部分でも勝負していかなければならないという点で、キャリアとコンテンツ事業者はコンペティターの関係にならざるを得ないと思う。

端末のホームボタンについても、端末ごとに操作方法が異なるとプロモーションもできないので、共通仕様を決めてほしい。

ユーザIDについては、メールアドレスが付随すれば個人情報になってしまうかグレーであるが、認証情報自体が直ちに個人情報に該当するとは言いえないのではないかと考える。パソコンのクッキーの運用ガイドラインにおけるのと同様の扱いをすることも可能ではないかと考える。

株式会社ACCESS 以前、料金回収代行とコンテンツをどう切り離すかについて議論があった。ダイヤルQ2やアダルト系サイトのコンテンツに対してキャリアが料金回収代行するのであればキャリアの責任となるのではないかと議論があったことから、自分たちが保証できるサイトでないと料金回収の代行をしないということになっているのではないかと理解している。

また、端末の開放が進んだかという議論に関しては、確実に開放は進んでいるのではないかと考えている。

ホームボタンの共通化については、現在各社が競争している最中であり、そのような状況下で共通化を進めようというのはどうなのかと思う。

もうひとつ重要なことで、通信料金が定額化すると、ヘビーユーザが得をしてしまうという形になる。定額化すべきというのは、ヘビーユーザ以外に負担を強いているのではないかと考えられ、QOSに基づいて料金体系を変えていくということも議論の中に入れるべきではないか。

構成員 レイヤーの議論に戻ると、下位レイヤーでのブランド等を上位レイヤーにおいて利用するのが適切かどうかはバランスの問題。ユーザの目から見た利便性の問題と、独禁法で禁止する抱き合わせ販売などに該当するかの兼ね合いであり、個別具体的な問題から一般論をここで議論すべきかどうか難しい。

ところで、上位レイヤーから下位レイヤー、例えばコンテンツ分野において市場支配力を有する事業者が流通部門に対してリーダーシップを発揮するというのは想定されるのか。

株式会社インフォシティ 米国では2015年にグーグルとアマゾンが合併して全ての情

報流通を支配しているという空想が語られたことがあるが、上位レイヤーから下位レイヤーへの進出も十分あり得ることだと思う。しかし、もし上位レイヤーから進出した事業者が下位レイヤーでも市場を席卷した場合、当然何らかの競争ルールが適用されるべきだと考える。当社資料の7ページについてだが、現在の特定の市場について指摘するつもりはなく、むしろ、あらゆる機器がさまざまなネットワークに繋がっているような、将来のユビキタスネットワーク時代に向けて、という観点で書いている。

ソフトバンク株式会社（以下ソフトバンク） 上位のレイヤーについては更なる議論を進めてもらいたい。前回の議論で最も下位部分のレイヤーについて議論がなされたが、その中で、光ファイバを月額690円で本当に提供できるのかということについてNTTの和田社長及び構成員の方から質問を受けた。それについての説明として、資料9-3の資料2を用意させていただいた（概要説明）。20年後には月額250円で提供できるのではないかと考えている。NTTの光ファイバ5000円が赤字だという主張はまったくあてはまらない。すべての国民が光ファイバ設備を安価に得られるということが望ましい。

構成員 その点に関しては、この懇談会において今後議論していきたい。

ソフトバンクの資料の中で、日本の技術力（国際競争力）についても指摘がなされている。続いて、この点について議論をしていきたい。我が国の携帯端末はハイスペックであるが儲かっているのか、あるいは我が国の技術は外国で太刀打ちできるのかという点について伺いたい。

情報通信ネットワーク産業協会（以下CIAJ） 確かに端末のメーカー等が海外のメーカーに遅れをとっている部分もあるが、国際競争力を議論するには様々な尺度があり、日本の技術力が劣っているとは一概にはいえない。

構成員 海外のメーカーに遅れをとっている要因は何か。

CIAJ どの分野でもそうだが、特にデジタルの場合、キーとなるデバイスを揃えれば先進国でも発展途上国でも簡単に製品を作ることができる。税制も含めた国の総合的な育成政策もあるのではないか。また、日本の場合は国内の競争にかなりの力を注いでいるため、海外で疲弊してしまうという理由もあるのではないか。

なお、携帯電話の第4世代の端末開発についても競争が始まったところであり、決して遅れをとっていない。こうした問題は、各界の知恵を集めて議論してもらいたい。

イー・アクセス株式会社 自社で使用している機器は、海外（特にシリコンバレー）の製品が多い。確かに、故障が多く保守に苦労しているが、安いためにそれを使用している。他方、日本の機器は、故障は少ないが高価である。これは、海外の事業者はグローバルな視点から様々なユーザのニーズを考えて製品を供給しているが、日本の事業者は、NTTの仕様に合うものを作っているからである。これは、我々のニーズに合わない。

MCF 日本の端末は非常に優れており、最先端である。プロダクツは優れているのだが、プロモーション、プライスが市場に対して過剰スペックであったり市場とミスマッチであったりしていると思う。これは、垂直統合の弊害であるかもしれないと思っ

ている。こうした点を克服できれば、ユーザのニーズに合致するのではないか。

NTT 日本では、ネットワーク系の光伝送技術は大変優れている。映像圧縮技術やケーブル技術も日本は非常に進んでいる。しかし、ルータ、サーバは遅れを取っている。

ソフトバンク 構造的な問題について指摘したい。以前、韓国の三星電子に話を聞いたことがあるが、日本のメーカーは優れた技術を有しているが、NTT仕様となっているため、世界で通用しないことに注力している。そのため海外市場には日本のメーカーが参入してこない。他方、韓国の市場は小さいため、欧米に打って出たわけであるが、日本のメーカーが参戦してこなかったことから、結果的に三星電子は利益を出せているとのことであった。日本では、似たような話としてWDMやADSLの例がある。特に、NTTは（当時）ADSLについて否定的な意見を述べられていた。NTTの仕様に合わないものは市場に出せないわけであり、当社が海外からよいものを導入しても、NTTにおける試験が進まない。構造問題として、研究開発がNTT仕様に執着しすぎているという問題がある。

構成員 今のソフトバンクの指摘のとおりであるとすれば、NTTはなぜシスコのルータを使っているのかという疑問が生じる。

富士通株式会社 プロダクトの問題は、NTTがどうこうというのではなく、我々自身のマーケットに対するアプローチの問題である。当社は、一番の激戦区である北米の光伝送システム分野で28%のシェアを有しており、他のどこにも負けていない。当社は光関係事業に相当の投資をしているが、それはそれくらい投資しなければ戦えないからである。また、光でここまでのシェアを取れたのは、NTTが光に関してどこよりも早く目を付け、ベンダーと一緒に体制を作ってきたことの結果でもあり、このような技術がどこから出てきたのかということも考えていただきたい。

他に英国（BT）のADSLに関しては、当社が50%のシェアを有している。BTには中国のメーカーも選ばれている。ユーザから見た場合、新しいことをやるのに日本のメーカーは信用できるということだと思う。一方、日本のものは高いので、安い中国のものを使うということであるが、中国の研究開発の構造がどのようになっているのか、国対国の総力戦になっているということも事実であり、その点も考えるべきというのが私の趣旨である。

構成員 NGNに関して、最初の2社（ケイ・オプティコム及びジュピターテレコム）のプレゼンテーション資料では、NTTがNGNを開放しないで構築してしまうのではないかと警戒感がみられるが、NGN自体を否定しているのではなく、NGNを見据えた競争政策を議論すべきという主張であるとの理解でよいか。

ケイ・オプティコム株式会社 NTTによる一方的なオープン化では困るということを申し上げたかったもの。

ボーダフォン株式会社 これまでの議論や提出された資料の中で、当社の意見に対して誤解をされていると見受けられる部分があるので、改めて当社の考え方を提出できる機会を設けていただきたい。

以上