

第4回 IT・エネルギー・運輸 TF 議事概要

1. 日時：平成 19 年 7 月 5 日（木） 13:45～15:00
2. 場所：永田町合同庁舎 2 階 中会議室
3. 項目：「モバイルビジネス研究会報告書（案）」に関する総務省からのヒアリング
4. 出席者：【規制改革会議】中条主査、福井委員

【総務省出席者】総合通信基盤局 料金サービス課長 谷脇 康彦
総合通信基盤局 料金サービス課長補佐 白井 信竹

5. 議事：

（総務省総合通信基盤局料金サービス課関係者入室）

中条主査 今日はお忙しい中、お越しいただきまして、ありがとうございました。

今日は、モバイルビジネス研究会の報告書（案）について、概要を御説明していただいて、私どもの方から幾つかの質問をさせていただくということをお願いしたいと思います。

議事録は後日公開されることとなりますので、その点をお含みおきの上、よろしく願いいたします。

それでは、早速、御説明の方をお願いしてよろしいでしょうか。

谷脇課長 では、20 分ぐらいの御説明ということでよろしいでしょうか。

中条主査 そうですね。

谷脇課長 それでは、早速、御説明をさせていただきます。

まず、そもそもモバイルビジネス研究会というのを、どういう経緯でつくったかということでございますけれども、実は昨年 9 月に私どもブロードバンド全体の競争促進策をまとめる新競争促進プログラム 2010 というものを、竹中前総務大臣から発表させていただきました。その中でモバイルビジネスの活性化に向けた取組みをしていこうということで、この研究会をつくったという流れでございます。

早速ですけれども、1 ページ目でございます。「モバイルビジネス活性化に向けたロードマップ」と書かせていただいております。

その中で「7 つの現状認識」と一番左に書かせていただいております。

行ったり来たりで恐縮なんですけれども、6 ページ目をごらんいただきたいんですが、携帯電話の加入数の推移を書かせていただいております。これをごらんいただきますと、最近の対前年の加入数の増加率というのは 5 % 強ということで、かつての市場の伸びというのがだんだん成熟化してきている。右肩上がりの成長期から、成熟期へと移ってきているということでございます。いずれにしても、全体の数でいうと、携帯・PHS を合わせて 1 億加入を超えているということござ

いました。

お戻りいただきまして、1ページ目でございますけれども、今、申し上げましたように、市場が成長期から成熟期へと移ってきている。

今の携帯電話会社は、御案内のとおり、主要3社がございますけれども、そのシェアがほとんど固定化をしているということ。

料金プランが非常に複雑化しているということ。

端末とサービスというものを一体でビジネス展開をしていく。

ハイエンド型の端末が中心であるということ。

これからの可能性ということでいいますと、モバイルコンテンツあるいはソリューション系のビジネスの成長のポテンシャルというものが高いだろうと見ております。

これから成熟期に入らる中で、さらなるモバイルビジネスの活性化を図るために、競争促進策とその他の市場環境整備策ということで、今回とりまとめております。

今回のロードマップの出口、ターゲットイヤーということでいいますと、2011年をターゲットイヤーに置いております。理由は幾つかあります。

1つは2010年の時点で、NTTによりますと、F T T H、光の加入数が全体で約3,000万と見込んでおります。つまり、かつての電話の加入数が全体で6,000万でしたので、2010年を潮目として、今の回線交換網、電話の世界からI Pの世界へと大きくかじを切っていく。そういう時期でございます。

2010年の段階で、私どもブロードバンドゼロ地域の解消ということで、今、取り組んでおります。全国どこでもブロードバンドを使えるようにする。これが2010年。

2011年には、御案内のとおり、放送のデジタル化が完了するということがございまして、完全デジタル元年と呼んでおりますけれども、そこに向けてモバイルビジネスについても環境整備を図っていこうという考え方でございます。

競争促進ということでいいますと、今の販売モデルの見直しを今回提言しています。

M V N Oと呼ばれておりますネットワークを持っていない携帯事業者の新規参入を促進し、競争を更に進めていこうということでございます。

市場環境整備ということで、何点か書いております。これは後ほど触れさせていただきます。

いずれにしましても、こういった中身を通じまして、最終的には私どもこの研究会の報告書を9月にまとめることを予定しておりますけれども、それを受けまして、総務省として、モバイルビジネス活性化プランというものを策定し、これを進めていきたい。

これをつくり放しにするわけにはまいりませんので、別途、学識経験者で構成する評価委員会というものを組成いたしまして、定期的に会合においてマーケットをモニタリングするとともに、それぞれの施策がどこまで進んだのか。何が進んでいないのかということの評価していただき、かつ、進んでいるもの、いないもの、すべてプロGRESSレポートという形で公表し、透明性の確保にも努めていくということを考えているわけでございます。

この中で特に取り上げておりますのが、2ページ目のモバイルビジネスにおける販売モデルとい

うこととございます。その中で、特に販売奨励金、今のゼロ円端末などについて、どう考えるかという点の主要な議論が行われております。

販売奨励金というものの自体は、どの分野でもある意味払われておりますので、販売奨励金が支払われているということ自体が私どもは悪だとは思っておりません。販売奨励金が今までは果たしてきた役割ということと、例えば本来5万円する端末を1万円などで安く見せる。低価格で見せることによって、ハイエンド端末が市場に普及することを助けてきた。そういった意味では、より高機能の端末に対する需要を顕在化させるということに役に立ってきたと思います。

今、携帯電話の約7割を占めておりますのが、高速のデータ通信が可能な第3世代携帯電話でございます。7割の普及率というのは、諸外国には例がない非常に高い普及率になっております。こういったことが可能になったのも、販売奨励金によって低下価格端末として販売をしてきたという意味があったと思います。

もう一つの意味としては、端末とサービスを組み合わせることによって、非常に高度なサービスをなるべく早く市場に投入することが可能であったと評価できます。

他方、こういったモデルについて「留意すべき事項」と書いております。

これをごらんいただく前に、まず下の現行販売モデルをごらんいただきますと、今の携帯の販売モデルといたしますのは、先ほど申し上げました、例えば5万円の端末を1万円という端末価格で見せる。残りの4万円が端末販売奨励金という形で補われております。4万円分はどうするかというと、契約をした後の通信料金で月々支払いが行われるという形になっております。

したがって、吹き出しで書いておりますように、端末価格と通信料金が一体化していることによる不透明感があると消費者の側から見えます。また、通信料金からの補てんというのは、一定期間が終了した後、つまり、端末販売奨励金分が回収された後も通信料金が下がるわけではございませんので、引き続き、徴収をされるという形になります。したがって、端末を長く使っているほど、不公平感、払い過ぎというものが生まれることとなります。したがって、ユーザー間の不公平感が存在しているのではないかという問題意識があります。

こういった現行の販売モデルにつきましては、見直しをしていく必要があるのではないかとこのこととございまして、ポイントは端末の価格と通信料金をそれぞれ明確にユーザーに提示していく方策を検討すべきだということになっております。

特に上の留意事項の、は、今、申し上げたところですけれども、にありますように、ARPUの大体4分の1ぐらいが販売奨励金ということとございまして、通信事業者のコスト増が、ひいてはユーザーに対する価格にはね返っているということが言えると思います。

また、端末とサービスが一体となっておりますので、ユーザーのニーズに応じた端末の多様性というものが必ずしも確保されていないのではないかとといったような問題。

後ほど少し触れますけれども、公正競争上の問題も指摘しております。

現行の携帯端末は、通信キャリアが主体で開発をしておりますので、メーカー主導の端末開発が必ずしもできないという意味において、端末開発の多様性について制約が生まれているのではないかとこのこととございます。

他方、仮に販売奨励金を縮減する方向に働いた場合には、端末の買い換えサイクルが長期化する。つまり、端末の価格が高くなりますので、買え控えが起きて、市場規模が縮小するのではないかと、いった懸念も寄せられているところでございます。

こういった現状を踏まえて、3ページ目ですけれども、今回、報告書の案で提示をしております販売モデルの見直し案は、今、申し上げましたように、新モデルというところですが、端末の値段は端末としてお支払いをいただく。

通信料金については、通信料金としてお支払いをいただくというのが、まず基本的な考え方でございます。つまり、下の吹き出しに端末料金と通信料金の分離と書いておりますけれども、何に対して負担をしているのかということ消費者に対して明確に提示をしていただくということを、私どもとしてはこの中で提言をいただいている。

それに併せて、期間付契約と書いておりますけれども、例えば携帯電話に加入する際に、まず事前に2年契約でお入りいただくというようなことを想定するわけでございます。それによりまして、先ほどの赤い部分、つまり、端末の販売奨励金相当部分を2年なら2年の間できちんと回収していただく。それ以上払い過ぎることがないようにするというようなことを考えております。

今、電気通信役務の費用の方には、こういった端末の奨励金もすべて原価として含まれております。その結果として、例えば他事業者がネットワークを接続する際の接続料といったものの原価にも端末の販売奨励金相当部分が含まれております。これは競争事業者の競争対抗的なコストが接続料に含まれるということで、望ましくないのではないかとこの観点から、電気通信事業の費用から奨励金分を除いていただくということが提言されております。

これによって、結果として、接続料あるいは卸電気通信役務の原価が下がる。それによって、ネットワークを持たないMVNOの新規参入の促進、固定発携帯電話の料金が下がることが期待されると考えております。

こういったプランを導入することについて、私どもが規制でやるということは、この中では志向されておりません。料金そのものは、当然各キャリアにとっての根幹に関わる部分でございます。しかしながら、私どもとしては、消費者のサイドに立って、何が正しいコスト負担の在り方なのか。正しい価格というものを消費者の皆さんに提示をしていくという観点から、こういう基本的な考え方に沿って、新しい料金プランというものを考えていただいて、個別に2008年度を目途に部分的に導入をしていただくということを提言しております。

ただ、新しいプランに移行するとした場合には、その影響というのは、単に通信キャリアにとどまらず、ベンダーあるいは販売代理店、消費者に大きな影響を与える可能性がございます。したがって、様子を見た上で、2010年を目途に改めて評価を行いまして、こういった新しいプランに本格的に移っていくのかどうかという点について、結論を出すという流れになっているわけでございます。

こういった問題と併せて議論をされておりますのが、携帯電話の中に入っておりますICカード、SIMカードでございます。SIMカードは各携帯事業者が自社の端末しか使えないようにしている。例えばソフトバンクの端末からSIMカードを抜いて、ドコモの端末に差し込んだとしても、

この端末は使えないわけでございます。

S I Mロックというのは、事業者がそれぞれ自らの判断としてやっているわけでございますけれども、先ほど申し上げた2年というような利用期間を付けることになると、2年なら2年の間に端末価格のコストというものは回収できるわけでございますので、もはやS I Mロックをかけておく意味がないということになってまいります。

では、S I Mロックを外せばいいのかということなんですけれども、実は第3世代の携帯電話につきましては、ドコモ、ソフトバンクが採用しているW - CDMA と、a uが採用しているcmda2000という2つの方式がございまして、仮に今の時点でS I Mロックを解除したとしても、実は使える機能が音声電話とショートメッセージサービスぐらいしかないということでございます。したがって、現時点でS I Mロックを解除した場合には、a uには全く影響がない一方で、ドコモ、ソフトバンク間についてのみ競争が生まれるということで、むしろ、競争をゆがめる可能性もあるのではないかと指摘されております。

さはさりながら、基本的にこういったS I Mロックというものは、原則解除をすることが望ましいというのが、この報告書の基本的なラインでございます。そうした上で、B W Aと書いておりますけれども、広帯域の無線アクセスがどのように進んでいくのか。あるいはスマートフォンなどの端末市場の出てくる動向などを見て、2010年の時点で3.9世代あるいは第4世代と言われている次の携帯電話を中心として、S I Mロック解除を法制的に担保する。つまり、法制によってS I Mロック解除を義務づけることについて、最終的な結論を得るとということが提言されているということでございます。

4ページ目は、今、申し上げました販売モデルの話というのが、中ほどの販売奨励金をめぐる部分でございますけれども、その上にいわゆるM V N O、ネットワークを持たない携帯事業者の新規参入促進についても何点か施策を出しております。

その中ではM V N O事業化ガイドラインと書いておりますけれども、これは2002年に策定をいたしまして、本年2月に改定しております。中身的に見ますと、M V N Oがマーケットに入ってくる時に、私ども関係する法令で、どういうふうな解釈で法令が適用されるのかということの透明性を確保する観点から、このガイドラインをつくり、また改定をしております。

これにつきまして、なおM V N Oとして新規参入をしたいという方々から、いろいろとお問い合わせ等々がございますので、年度内に再度M V N Oガイドラインの見直しをするということ。

M N Oと書いておりますのは、既存の事業者でございますけれども、既存の事業者がM V N Oに対してホールセール、卸の電気通信役務を提供する場合の条件というのは、今、相対取引になっております。ここで書いておりますのは、標準的にM N OがM V N Oに卸役務を提供する際の条件をお示しただけないだろうかという提言をしております。

また、新規周波数の割り当て時におけるM V N Oへの配慮と書いてありますけれども、これにつきましては、今ちょうどオンゴーイングで動いておりますけれども、W i M A X等々の2.5ギガヘルツ帯の周波数割り当てにおきまして、周波数割り当ての1つの前提条件として、M V N Oを受け入れることを条件にしております。こういったことを今回に限らず検討していくことを書いてい

わけでございます。

その他、消費者保護策の強化ですとか、一番上にございますようなプラットフォーム連携強化、コンテンツ・アプリケーションの活性化につながるようなものも含めて、今回はモバイルビジネス活性化プランのアイテムとして整理をしているということでございます。

以上が概要でございます。したがって、これに沿って、また御質問等をいただければと思います。

中条主査 ありがとうございます。

それでは、幾つか御質問をさせていただきます。

まず内容についての質問をさせていただきたいのですが、端末と料金を端末価格としてきちんと示しなさい、ということですが、そういう場合は、示すだけでいいのですか。例えば請求書に端末料金1円と示せばいいということなんでしょうか。

谷脇課長 例えば1つのパターンとしては、現在ソフトバンクが月賦方式を導入しております。これなどは端末の値段全体一括払いだと幾らというのが見えます。これを例えば24回の分割払いにすることも選択することができるわけですが、そうすると、通信料金は幾ら、端末の価格は幾らだということが見えるわけです。しだって、ユーザーからすると、通信サービスに幾ら払っているのか。端末に対して幾ら払っているのかがわかる。こういう形が望ましいんだろうということです。

では、ゼロ円端末はなくなるのかという御質問だと思いますけれども、販売奨励金そのものをなくせとか、あるいは縮減すべきだということを、ここでは明確に言っておりません。したがって、1円端末がなくなるかという、それはなくならないと思います。

さはさりながら、もう少し申し上げますと、3ページ目の上に「会計整理において電気通信事業者の費用から除外」と書いてあります。これは損益計算書をつくるときに、今、附帯事業というのが、いわゆる端末販売のビジネスの収支を出しています。その中で収入というのは、まさに携帯キャリアが代理店に端末を売ったときの収入に立ちます。ベンダーからキャリアが端末を購入したときが費用に立ちます。ここにはほとんど利ざやがありません。したがって、ほとんど収支が均衡している形になっている。

ところが、実際の端末のビジネスというのは、その上に更に多額の販売奨励金がある。これが電気通信事業者の費用の中に埋め込まれている。今回は会計規則を改正して、埋め込まれている費用というものをそこから抜いて、附帯事業の方へ持ってくる。そうしますと、大幅な赤字が端末販売ビジネスにはあるということが見えます。これを見せることによって、マーケットがどのように判断をするのかということを、今回は少し試行してあります。

つまり、今、規制がございませんので、販売奨励金そのものを例えば半額にすると、私ども政府としては言えません。ただ、マーケットに対して、なるべくそれぞれのビジネスの実態というものを出していく。こういったことを私どもとしては、施行してまいりたいと思っているわけです。

中条主査 そんなことを出さなくても、わかる話だと思います。

谷脇課長 何がですか。

中条主査 要するに、どれだけのものにどれだけのコストがかかっているかについて。携帯の端末に金がかかっているのは当たり前なので、そんなものがただでできるなどと思っている人はだれもいないです。だから、そのところはコストがかかっています。販売奨励金というのは、要するに、キックバックしているわけですから、どのようなやり方にしても、その部分がコストの部分なわけです。

ですから、それを分けるということをやった場合に、分けて示すだけですかということをお尋ねしたかったんです。

谷脇課長 分けただけですかと言われれば、分けただけです。

中条主査 そうすると、例えば仮に費用として、端末を仕入れる費用はキックバックも含めて1億円です。それは会計上出てくることになる。会計上示さなければいけないことになりますね。

谷脇課長 そうです。

中条主査 だけれども、端末の方の収入は、仮にただで配っていたらゼロ円である。もし消費者に端末をゼロ円で売っていたらね。

谷脇課長 収入というのは、だれの収入ですか。

中条主査 消費者からもらう端末料金の価格収入です。

谷脇課長 現状ということですか。

中条主査 現状ではないです。今、示せばいいということだけおっしゃったので、そうすると、こういう示し方は可能なんでしょうかということをお聞きしています。

谷脇課長 新モデルで申し上げるならば、新しい形での収入というのは、最初は例えば1万円払いますね。残り4万円分の販売奨励金部分があるとしますね。これは最初には払わないわけです。それを例えば2年間にわたって払っていくわけです。これは通信キャリアがもらうわけです。それが毎月もらうごとに端末の収入として立ってくるわけです。

中条主査 端末として出てきますね。

谷脇課長 そうです。

中条主査 だから、それを仮にゼロ円、消費者からは取らない。端末代は消費者からは取りません。今と同じように、電気通信料金として取りますというやり方のものができるのか、できないのかということをお尋ねしているわけで、もしそういうことをやった場合に、当然のことながら、端末会計の部分を区分すると、そのところではコストがかかっているわけですね。

谷脇課長 そうです。

中条主査 だけれども、ゼロ円端末というものを仮に売りに出したら、収入はゼロなわけです。そうすると、そこは赤字です。それはそれで構わないのかということなんです。

谷脇課長 現行モデルでいうと、同じ4万円分というのは、月々の通信料金からみんなで薄く広く、言わば出しているわけです。この収入というのは、通信料金として一括で電気通信事業の収入に立っているわけです。

では、今のモデルを完全になくすのかということ、当面それでは大変でしょう。したがって、なるべくこちらへ動かしていただきたいけれども、両方が並存するということは当然あり得るんでしょ

うと思っています。そういった意味では、今までのモデルもあれば、新しいモデルも並存してマーケットに存在しているという形がとれます。

中条主査 実際に事業者がどういうふうに動くかは別として、考えておられる新しい規制制度の下で、ゼロ円で携帯を売るということは可能なんですね。それは大丈夫であるということですね。

谷脇課長 イエスです。

中条主査 端末会計の部分は赤字という形になりますけれども、それは構わないということなんですね。

谷脇課長 そうです。

中条主査 だから、赤字になっていても、文句を言われるわけでは決してないということですね。

谷脇課長 私どもは文句を言う立場ではございません。

中条主査 そうすると、意図としては、端末会計の部分が赤字になっていると世間に見せる。そうすると、何でここが赤字になっているんだという反応が利用者からはあるかもしれない。それに期待しておられるということですか。

谷脇課長 そうですね。それは1つあります。というのは、端末ビジネスとうもので、例えば今どれくらい販売奨励金が出ているのかということ自体が、会計上わからないんです。そこをやはりわかるようにしていただくということが、事業の透明性ということからも必要なのではないだろうかという問題意識はあります。

中条主査 わかりました。そこは明確になりました。

通常のほかの産業の場合に、そういった形で会計を明確にしるという話はないわけです。

例えばトヨタ自動車が車を売るときに、部品の部分は幾らで、シャシーの部分は幾らと出せとは言われないわけで、車全体として幾らという形ですね。なぜ通常の産業ではそれがなされないかと言えば、マーケットが競争的になっているから、メーカー間で競争がなされているから、その間どのような配分をやって、おかしな配分をやって、当然生き残れないという話になりますから、マーケットで裁定がなされる。だけれども、携帯電話の場合には、そういった競争が、通常の産業に比べて余りないという前提があるということなんですね。

谷脇課長 おっしゃるとおりです。

中条主査 そうしますと、例えば車やビールといった3社や5社しかないような産業と比べて、携帯電話の場合には、競争はどのようにないという形で示しておられるんですか。

谷脇課長 例えばビール事業法というものはないわけでごさいます。私どもには電気通信事業法というものがございます。そこは公益事業としての最低限の規律があると思っております。

特に携帯電話ビジネスの場合は、周波数というものを割り当てて携帯電話ビジネスをやっている。したがって、周波数という有限希少性のある公共財を割り当てる形でやっている。つまり、逆にいいますと、周波数は有限希少性が高い中で、寡占性が強いマーケットだと言うことができます。だれでも参入することはできない。

そういう中で公共性が高いということから、一定の電気通信事業法に基づく規律をかけているというのが、まず基本にあります。例えば接続料につきましても、適正な原価に基づいて接続料をつ

くっていただくということが、電気通信事業法上の規律になっています。これを確保するためには、電気通信事業会計規則というものがあって、そこで財務諸表についても、こういう形で整理をしてくださいというお願いをしているというのが、今のフレームワークになっている。

中条主査 そうしますと、マーケットが競争的かどうかという話ではなくて、電波の有限性ゆえに、それを配分されているんだ。配分された電波を使っているのであるから、規制に服すべきであるというロジックと考えるとよろしいんですか。

谷脇課長 電気通信事業法の基本的な精神を申し上げるならば、御案内のとおり、1985年にNTTも民営化し、電気通信事業全体に競争原理を入れました。つまり、独占から競争へという流れの中で、かつ公共性の強い通信サービスというものを提供していることで、電気通信事業法という規律があります。これもマーケットの変化に応じて規制緩和をやってきました。

例えば一種、二種といったような事業区分も廃止したという流れです。ただ、今も事前規制ということで言えば、御案内のとおり、ドミナント規制があります。これは第I種と第二種という2つのタイプのドミナンスを設けています。

第一種は、いわゆるボトルネック設備を持っている事業者ということで、NTT東西を指定している。そして、第二種の施設設備ということで、実は携帯事業、移動通信事業が第二種になっています。ここに事前規制をかける意味は、やはり周波数の有限希少性にも基づく寡占性が強いマーケットであるという観点から、一定のドミナント規制がかかっているということです。したがって、ボトルネック性がある、あるいはボトルネック性がないけれども、ドミナント性が高いと見込まれるマーケットについて、事前のドミナント規制をかけている。こういう仕組みになっているんだと思います。

中条主査 わかりました。ロジックは電波の有限希少性を基にしてなされているんだということですね。

谷脇課長 そうです。

中条主査 そうしますと、これに対応するに当たっては、まずはそこにドミナントな要因があるとお考えですか。ドミナント規制をやるということは、電波の希少性を基にしてドミナントな支配事業者がいると考えておられるということなんですね。

谷脇課長 まず、我々はドミナントな事業者はいると思っております。ただ、ドミナント性があるから、販売モデルの見直しをやっているわけではございません。

中条主査 もしかしたら、今のは私が誤解をしたのかもしれませんが。電気通信事業法で電波の希少性がある。それゆえに、それを配分しているんだから、寡占性があります。その下でドミナント性を持つ事業者がいる。それに対しては、ドミナント規制をやりますというのは、ロジックとしてわかるんですけども、それと違う規制をやるということの理由は何なんですか。

谷脇課長 それと違う規制というのは、どういうことですか。

中条主査 これはドミナント規制ではないですね。

谷脇課長 これは違います。

中条主査 だから、ドミナント規制ではない規制をやる根拠はどこにあるんでしょうかという質

問なんです。

谷脇課長 例えば電気通信事業法にも 26 条というものがございまして、消費者に対して契約の中身を説明する義務がキャリアには課せられています。つまり、競争政策は勿論事業者間の競争を促進するということが主たる目的ですけれども、最終的な目的というのは、当然それによって消費者に利益を還元するというのが一番の目的だと思います。したがって、特に電気通信事業法の中身も事前規制から事後規制へと大きくかじを切っている中で、消費者に対して正しい情報が提供されることが、すごく大事なことです。そういった意味で、今、私どもはこういったことをやっているわけです。

中条主査 そこまではよくわかるんですけども、例えばビールや自動車ではやらなくて、電気通信でやっているというのは、総務省さんの観点からすれば、本来ビールや自動車でもやらなければいけないものであるということですか。

谷脇課長 全く思いません。

中条主査 では、電気通信だけでやる理由は何ですか。電気通信事業法になぜそう書いてあるのか。その理由は何なんですか。

谷脇課長 もう一度繰り返します。電気通信事業法は、公益性が高いサービスであるという電気通信役務というものが、公益性が高い公益事業という前提に立っております。その上で、1985 年に競争原理を導入し、独占から競争へという過程に向かっております。その中で、特にネットワーク産業として、ネットワークをつなぎ込むことによって、全体的な厚生を高めることができます。

そのためには、例えば事業者間の接続あるいは小売料金の一部というものについては、今、最低限の規制をかけているということです。そういった全体の枠組みの中で、競争を促進することを考えているわけです。特にネットワーク型産業の場合には、特に力が強い事業者はネットワーク効果等あるいはロックイン効果によって、高い競争力を持ち得ることができると思います。これをある程度排除するために、公正競争を確保するために、電気通信事業法というものが機能しているということです。

中条主査 そうすると、理由は、先ほどの電波の話とはちょっと違って、ネットワーク産業であるがゆえにですか。

谷脇課長 かつ公益性が高いということです。

中条主査 公益性が高いゆえに規制が必要だとなると、それは情報を公示すべきだという規制を今おっしゃっているわけですね。情報を公示すべきだという規制はかける必要がある。

谷脇課長 正しい情報をユーザーに提供すべきだと言っているわけです。

中条主査 ネットワーク産業の場合には、なぜこういう情報を公示しなければいけないんですか。

谷脇課長 競争が明確に機能していれば、マーケットメカニズムによってプライスが決まるのが当然だと思います。これはアダム・スミス以来そうだと思います。

今、申し上げているのは、独占から競争へのトランジションの過程にあるということ。それから、マーケットメカニズムは、必ずしもうまく働かない蓋然性が高いということ。こういったことを考えて、私どもとしては、公正競争の確保、それによって競争促進が生まれ、消費者に正しい情報、

選択が正しく行われるような環境をつくっていくということが電気通信事業法の目的であると申し上げているわけです。

中条主査 わかりました。それだと非常によくわかるんですが、まだそういう公正な競争がなされていないという前提なわけですね。

谷脇課長 販売モデルのところにつきましては、公正競争が確保されていないからということを行っているわけではないです。なぜならば、すべてのキャリアが同じような販売モデルをとっているわけですから、ここで一番大事なことは、コストに基づいてプライスが明確に設定され、事業者が消費者に対して、提示されるような形をつくっていくという議論をしているわけです。

今、先生がおっしゃっている公正競争を確保するという観点からやるのは、ドミナント規制で基本的にはやるわけです。それとこれとは少し違います。

中条主査 では、これはどういう理屈に基づいておやりになっているかということ、コストに基づいて価格をつけなければいけないという前提ですか。

谷脇課長 そうです。コストに基づいたプライシングが行われて、かつそれが消費者に対して正しく提供される。つまり、ドミナント規制云々ではなくて、この部分に関しては、正しい情報を消費者に提供し、消費者利益の確保を図るところをメインにしているわけです。

中条主査 話が元へ戻るんですが、そういう情報を提供しなければいけないということに規制をかけるというのは、なぜですか。自動車とかビールは必要ないというお話でしたね。

谷脇課長 必要ないとは言っていません。私は他業態のことは申し上げたくありません。

ただ、私が申し上げているのは、公益事業として電気通信事業法というものが存在しているということをお知らせしている。かつ電気通信事業の特性というものは、ネットワーク性のあるものということ。それから、1985年に独占から競争に入り、そういった中で公正競争を確保し、競争を促進するというのを念頭に置いて、私どもは政策をやってきたということをお知らせしているわけです。

中条主査 それはわかりますけれども、何で電気通信事業法でそういうことを規定しているのか。今回の規制は、電気通信事業法の公益性というところのどういう部分を基にして言っておられるのかというのが、理解ができないのです。

要するに、寡占体制で競争が十分に機能していない。機能していないゆえに、コストと収入が乖離するような価格がつけられるということがおかしいのである。そういう可能性があるから、それはやめなさいというのは、ロジックとしてわかる話なわけです。

そうであるならば、業者の数は確かに同じように少ないかもしれないけれども、自動車やビールはどのように競争がなされていて問題がなくて、電気通信の方はまだ競争が足りないの、こういう規制が必要なんですというロジックを示していただくと、非常にわかりやすくなるんですということなんです。

谷脇課長 余りビールと比べて見たことがないので、よくわかりません。

中条主査 だから、そこはネットワーク産業ゆえに、ビールや自動車とは違って、同じような寡占体制であっても、それゆえに問題が起きてくるのである。したがって、こういう形で規制が必要

なんだというロジックが私はあるのかなと思っていて、まずはそこを出発点にして、でも、そのロジックはこういう点で問題がありませんかという議論をしようと思っていたんです。

谷脇課長 わかりました。そういった他業態、確かにビールなども寡占的な部分があると思えますけれども、それとのアナロジーで私どもは余り考えたことがないんです。

福井委員 情報の非対称ではないんですか。

谷脇課長 だれとだれがですか。

福井委員 端末の購入者と端末販売者です。

谷脇課長 それもあるでしょうね。

福井委員 要するに、車の値段というのはサービス部分と固定費部分に分かれているわけではなくて、通常買い切りですね。リースなどは別ですけれどもね。ビールも飲み切りですね。

だけれども、携帯の場合は多分端末の機械の値段と、機械を使って毎月通話するという部分とが2つあって、2種類のサービスを含んでいるんだけれども、内訳がどうもよくわからない。そういうところで、消費者はわからない。ビールや車に比べると内訳が知りたいという消費者のニーズに応える、一種の消費者保護的な意義もあるんでしょうけれども、わかりやすくした方が情報の非対称が解消されて、市場も活性化するかもしれない。

谷脇課長 確におっしゃるように、端末というのは1回買って、対価を払ったら終わりです。今、対価はほとんどないわけですがけれどもね。それを後で通信料金で戻していくという形。つまり、1回限りの取引ではないということです。そこがごっちゃになっている。バンドルされているということです。

中条主査 そういう産業はどこにでも幾らでもあります。確かにそれを示してくれたらいいので、ディズニーランドもそうだし、いろんなものがあるんです。そうかも知れないけれども、消費者はそんなにばかなのかなと私は思います。

谷脇課長 消費者は利口だと思います。

中条主査 だから、端末価格はゼロ円だと言っているけど、コストがかかるということは当然わかっていて、それは通信料金とかどこかで回収されているに違いないわけで、そんなことはわかって行動しているのではないか。何でこのためにわざわざ規制をかける必要があるのかなというのが、1つ気になります。どうもそれだけだと納得がいけないなという感じがするんです。

本当はもっと競争があってしかるべきところなんだけれども、競争が十分でないので、おかしな料金体系になっているから、これを是正しましょうというのであるならば納得できる話なんだけれども、要するに、仕入れ原価の中のいろんな項目があるわけで、それをどのように配分するか。特に共通費になっているような部分をどのように配分するかというのは、むしろマーケットに任せておいた方が、資源配分上は望ましい結果をもたらすわけです。

谷脇課長 経済学的にはそうですね。

中条主査 だから、お役所がこうやってわざわざおやりになることなのか。もしそうだとするならば、もうちょっと強い理由がほしい。

谷脇課長 消費者は利口だと思います。だから、消費者にとって必要がない施策だということであ

れば、それで終わりでしょう。やらなくていいんでしょう。そこは議論があるんでしょう。私どもは必要だと思っています。それは消費者に対して、今のゼロ円で端末を売っているということ。通信料金がその分高くなっているということ。それを本当に消費者が認知しているのかというと、少なくともこの研究会では十分な認知が行われていないという前提に立っている。

中条主査 例えばもっとたくさんの事業者が出てきたとしたならば、出てきた別の事業者は、携帯の端末は高くする。しかし、通信料金は安くする。そういうプライシングを考える事業者も出てくるかもしれない。そうすると、消費者が本当に今の価格体系が望ましくないと思っているんだしたら、そういう価格体系を選ぶでしょうし、あるいは同じ事業者の中でも、プランとして2種類あって、どちらを選びますかという選択ができているならば、消費者はいい方の選択を選ぶでしょう。そういう問題だったらわかるんです。

谷脇課長 わかります。少なくとも私どものところでは、規制大好き人間が集まっているわけではなくて、特に通信の世界というのは規制緩和の歴史でやってきております。そういう中では、今、規制をかけるとおっしゃったけれども、今回は規制をかけている部分はないんです。会計規則の一部改正しかやっていないんです。電気通信事業法の中で、これとこれを分けるとしようとしていないんです。そういう中で、どこまでソフトタッチでやれるかということをまず考えています。

今、中条先生がおっしゃるように、同じキャリアの中でも、あるいはキャリア間の競争で別のプランが生まれてくれば、これは大変結構なことだと思うし、出てくるんだしたら、我々も何もしいです。だけれども、残念ながら、まだそういう状況になっていないので、勿論、新規参入の促進もやらないといけないんです。それをやりながら、かつこの辺の見直しというものも併せてやっていくということ、我々は志向しているわけです。

当然、新規参入の促進は大事です。だからこそ、最近もイー・モバイルというものを入れたり、今度も2.5ギガヘルツ体でWiMAXなどを入れようとしている。これはまさに設備競争をつくっていくという世界です。MVNOを入れることによって、サービス競争をつくっていくという世界。競争のモードが2つあるとするならば、その両方をにらみながら、両方とも推進していくというのが、我々の基本的な立場です。

中条主査 MVNOについて、どんどん参入を認めていくというのは、競争を促進する上で重要なことだと思います。

谷脇課長 大事だと思います。

中条主査 そうすると、これは競争が促進されるまでの短期的な経過措置であるということでしょうか。

谷脇課長 そうは思わないんですけれども、例えば端末のマーケットで今ゼロ円に張りついている状態が生まれているわけです。物には値段というものがあるでしょう。つまり、ハイエンドの端末とローエンドの端末があったとします。今、両方ともゼロ円に張りついているわけです。我々からすると、価格というものは、当然機能に応じて決まってくる。つまり、デマンドとサプライが、当然決まったところに価格というものがつけられるべきだと思います。それが例えば5,000円と1万円であったとしても、差があれば消費者から見ればわかります。だけれども、今はハイエンドも

ローエンドも全部張りついているわけです。そこまでいってしまっているというのが、行き過ぎではないかという議論をしているんです。

中条主査 行き過ぎかどうかはマーケットが判断することなわけで、そういう料金体系は自分は好かぬと思う消費者がいれば、それが望ましくないと思う消費者がいれば、それに対応して、本来は事業者がもっと多様な料金体系を提供するべきところなわけです。

谷脇課長 おっしゃるとおりです。

中条主査 それが提供されていないのではないかと。だから、多様な料金体系を提供しろというような指導というか、メッセージをお出しになるのはわかるけれども、会計区分をこういうふうにしなさいというのは、それとは違うのではないかなと思います。

谷脇課長 会計区分のところは、ある意味パイプロダクティブな部分があります。つまり、接続料や卸電気通信役務の原価をある意味引き下げていく効果があります。そういった意味では、少し違う議論が出てまいります。

といいますのは、電気通信事業というものの原価に端末を売るためのコストが、今は残念ながら入っているんです。ここはやはり明確に分けるべきだろう。電気通信のネットワークのオペレーションコストというものが、やはり電気通信役務の原価であるべきだと我々は考えています。その原価を基にして、接続料あるいは卸電気通信事業役務の原価というものがつくられるべきだろう。つまり、今の接続料であったり、卸役務のプライスというものは高いのではないかと。ここを会計的に明確にすることによって、これが下がるとするならば、MVNOの新規参入の促進にもつながるだろうと思っているわけです。

中条主査 各費用項目ごとにそうやって分割ができるかどうかということ、私はそうは思っていないくて、共通費の部分がかなりあるので、そう簡単ではないだろうと思います。さはさりながら、共通費の配分をどのようにするかというのは、通常の競争的なマーケットだったら、競争市場の中でおのずと配分が決まってくる話ですね。

谷脇課長 おっしゃるとおりです。

中条主査 その部分の競争が十分でないから、そうやって区分をしなければいけないんだということであるならば、非常によくわかるわけです。

当然のことながら、端的な例を挙げれば、独占の会社があって、その独占の会社は費用を非常に取りやすいところに費用を全部配分してしまって、価格を高くするということは当然できるわけです。そういう状況が今の寡占体制の中で存在するのだったら、それはそれなりにこの理屈は成り立つはずだと思うんですけども、その説明がないままに出てくると、ちょっと首をかしげざるを得ない。

谷脇課長 そこは説明がないままにというか、私が舌足らずな部分があると思います。といいますのは、会計規則が適用される事業者というのもすべての事業者ではないんです。ある程度市場支配力を持っているような人たちの場合に、この会計の整理が適用されています。

そういった意味では、例えばNTTドコモやauというところに適用されています。というのが、モバイルのマーケットでのドミナンスというのは、今auとドコモに我々が認定をしているからで

す。

そういった事業者については、やはり会計を明確にさせていただくということです。確かに市場に任せておけば、市場メカニズムによって原価の適正性は当然ある程度担保できるんだと思います。しかしながら、こういう分け方の問題については、当然フリーマーケットの状況ではない中で、管理会計的に分けるということを求めるということです。確かに先生がおっしゃるように、完全なエフェクティブコンペティションが実現していれば、そもそもそんな措置、規制自体が要らないんだらうと思います。それはそのとおりだと思います。

中条主査 ということは、やはりドミナントかどうかということなんですか。ドミナント性を持つかどうかということが、やはり議論の基にある。

谷脇課長 どこからスタートするかという問題があるんですけども、先生がおっしゃるような部分というのは、当然このマーケットを見るときには重要なファクターの1つだと私も思います。

中条主査 であるならば、こういう点でドミナント性があるんだということを示していただけると、議論がわかりやすくなるということなんですか。つまり、ドミナント性というのはこういう形で定義するものであって、こうやって見てみると、数値的にこういうドミナント性があるということが示される。

例えば一番単純な議論というのは、ハーフィンダール指数がどうだというような形で、集中度が高い。だから、ドミナント性がある。これは非常に単純な議論ですけども、例えばそれが一番単純な例です。

恐らくそれだけでは多分ドミナント性というのは決められないと思いますけれども、しかし、こういう点でドミナント性があるとか、こいつらみんな談合しているんだとか、そういう証拠があるとかね。例えばのわかりやすい話です。そういうことがあるんだったら、ドミナント性は確かに高いよねというのであれば、そういうひずみが当然発生するだろうなということで、納得がしやすいなということです。

谷脇課長 それはおっしゃるとおりです。そういった意味では、先ほど7つの現状認識ということで言ったんですけども、市場シェアは固定化していると申し上げました。この点につきましては、ハーフィンダール指数でいいますと、大体時系列的に見て 3,400~3,500 で今まで推移しております。そういった意味では、通常、公取の方でも 2,500 以上は寡占性が強いと言われておりますので、極めて寡占性が強いマーケットだと言うことができます。

それから、モバイルマーケットのドミナント規制の適用の仕方、スレッシュホールドですけども、通常は各事業者の業務区域内で端末のシェアが 25% を占めている場合に、まず第二種の指定設備、つまり、ドミナント規制を適用します。かつモバイルの場合には、行為規制というものがありまして、これは特定の者だけを有利に扱ったり、あるいは不利に扱ってはいけないというもの。これにつきましては、マーケットシェアが 25%。売上高シェアが 25% の場合に適用されるということになっております。

結果として、今 NTT ドコモは両方のスレッシュホールドに適用しておりますので、すべてのドミナント規制がかかっています。

a u の場合は、端末のシェアの方だけが今 25% を超えておりますので、入り口の方の、第 1 段階の規制がかけられています。第 1 段階の規制と申しますのは、接続約款、ほかの事業者とつなぐときの接続の条件をタリフにして提出をするというのが規制になっています。したがって、この規制というのはドコモと a u にかけている。こういったような仕組みになっています。

中条主査 数値でもってドミナント性があると言えないだろうと思っている部分があるんですが、それは今日は時間がなくて横に置いておいて、ドミナント性ということ言うなら、ドミナント性がなくなったら今の規制はなくなるんですね。経過措置ですよとお聞きした点は、どうなんでしょうか。

谷脇課長 そこは多分考え方が違っていると思います。と申しますのは、何度も申し上げているように、これはドミナント規制としてやっておるわけではありません。

中条主査 話がわからなくなってしまう。

福井委員 MVNO の件をお聞きしたかったんですが、ちょっとイメージがまだつかめていないところがあるんです。一種の固定費やネットワーク設備をある程度少数で共有して、ソフトとして参入する事業者は増やそうというようなイメージになりますか。

谷脇課長 固定系ですと事業区分はなくなったんですけれども、旧来は旧一種事業者というのがネットワークを自分で持ってということで、旧二種というのはネットワークを持たない人ということで、例えば NTT のネットワークと接続をしたり、あるいはホールセールの提供を受けて、付加価値をつけて提供するというのが旧来の二種でございます。このマーケットというのが、モバイルの場合はほとんどございませぬ。このマーケットが我々の言っている MVNO、モバイル・パッチャル・ネットワーク・オペレーターというものです。

福井委員 例えばドコモの中継局などを借りて使う端末会社みたいな意味ですか。

谷脇課長 端末会社ではなくて、これは通信事業者ということなんですけれども、例えばドコモが提供しているサービスからホールセールを受けて、ネットワークを持たないで自社ブランドでエンドユーザーに対してサービスを提供する。

福井委員 通信サービスを提供するんですか。

谷脇課長 通信サービスを提供します。例えば PHS の世界ですと、日本通信という会社がございまして、これなどはデータ系のサービスをウィルコムネットワーク、ウィルコムの卸役務の提供を受けて、自社ブランドで何らかの付加価値をつけてエンドユーザーに提供しているという形をとっております。

福井委員 例えばドコモのネットワークと a u のネットワークを共有するという話ではないわけですか。

谷脇課長 そうではないです。

中条主査 ドコモのネットワークを借りてやるわけですね。

谷脇課長 そうです。

中条主査 だから、旧一種と二種の関係みたいな感じですね。

谷脇課長 まさにそれです。旧二種です。

福井委員 わかりました。そうすると、旧一種、二種の区分の二種のモバイル版という区分の促進という趣旨なわけですね。

谷脇課長 そのとおりです。旧二種の促進です。

福井委員 わかりました。

それと少し重なるんですけども、例えば固定の電話線であれば旧NTTとか、現在でも電力などであれば、地域割りで東京電力とか地域会社の独占になっています。この種のネットワーク産業で重複投資があると、社会的に費用が高くなるのではないかという自然独占的な議論からすると、例えばauとNTTとソフトバンクが、みんながみんな無線の中継設備などを持つのは、実は社会的にはかなり重複投資になっているわけです。いっそのこと、重複投資を除いて、そういう施設保有会社的なものと、そこからホールセールで卸を受けて小売をするような、二種的な事業者とに区分するというような発想はないんですか。

谷脇課長 議論としてはございます。

これは固定系でもあると思います。固定系の場合も、今NTT東西が持っている加入者回線のシェアというものが全体の今92.5%でございます。そういった意味では、依然としてボトルネック性が高いということなんです。

そういった中で、いろんな議論がございます。例えば競争が進まないのであれば、その部分を公営の管理会社みたいにしてしまって、それをみんなで使えるようにした方が、むしろいいのではないかなどという議論もあります。

これは我々が競争政策をやっていく上で、原則論の話でして、本当にファシリティーベースのコンペティションをつくっていくのか、あるいはサービスベースのコンペティションをつくっていくのか。こういう二律背反ではないかみたいな議論もあります。

そういった意味では、我々はどちらかに決め打ちするということは難しいのではないかと。特に通信の場合は、非常に技術革新が激しいという部分もありますので、どちらかに決めないでやっていくということかなと、今のところは思っています。

福井委員 電力などはエリアごとに見れば1つしかないから、典型的ですけども、勿論技術革新が起これば、またころっと変わるというのはあるにしても、現在の技術なり電波の使用なりを前提にしたときに、多分3社以外がまた中継局をつくって参入するというのは、恐ろしく埋没費用がかかるわけで、かなり厳しいわけですね。

谷脇課長 厳しいですけども、例えばイー・モバイルというものは、この間、新規参入したわけで、彼らはこれから全国展開していこうとしているわけです。

中条主査 埋没費用は、固定電話ほどではないですね。

福井委員 一種のサンクコストを考え、競争条件の対等性ということからすると、相当ハンデがあるわけで、競争促進からすると、この種の費用逓減産業だと、勿論仕様が変わったときの競争の余地は残しつつも、共有できるような設備であれば、できるだけ共有させて、逆に共有部分以外のソフト部分については、どんどん新規参入を促進する。要するに、安い利用料負担で参入させる方が、3社以上に競争が出てくるかもしれないと思います。

谷脇課長 その議論はあり得ると思います。電気通信の場合、毛色がやや違っている部分も一部ございまして、技術革新がものすごく激しいものですから、スタティックなマーケットにおける平均費用逓減産業、自然独占的な部分もあるんですけれども、他方、後から入ってくる方が、実はものすごくインсталेशनコストが安くなるとか、そういった部分も常に起きているわけです。そこがダイナミックなマーケットなので、多分、静態的とは少し違う毛色の部分もないことはない。

福井委員 電力などに比べると、もっと革新が著しいということですか。

谷脇課長 固定系だけだとなかなかないんですけれども、ワイヤレスまで含めてマーケット全体で考えるととかね。

もっといいますと、固定系と移動系というのは、先ほどのドミナント規制で分けているんですけれども、これからは固定と移動というものがだんだん融合してくるんだろうと思っています。そういう中で、果たしてボトルネック性というものが固定だけで見ていいのかとか、マーケットの確定自体からある程度やり直していく。こういったことも恐らく念頭に入れないといけないのではないかと。こんなことも、今、我々は議論しています。

福井委員 なるほどね。MVNOというのは、料金設定次第なんですけれども、一種の固定費負担なりサunkコスト負担を低減するという機能も果たすんですか。

谷脇課長 そう思います。全くそうだと思います。

福井委員 私からは結構です。

中条主査 もう一つ、SIMロックの解除は、延期された理由もよくわかる。御説明を聞けば、そうかなと思います。だけれども、こういうものはさっさと解除することによって、NTTドコモの経営戦略も変わるかもしれないという点もありますね。そこはどうなんですか。

谷脇課長 ここは非常に難しい議論だと思います。かなり議論したんですけれども、諸外国など見ましても、フランスなどのようにSIMロックを6か月経ったら必ず解除するというような規制をかけているところもあります。欧州では結構多いです。イギリスなどはSIMロック規制をかけていません。というように、国によって大分違います。

元に戻ってしまいますけれども、販売奨励金1つとりましても、例えばフィンランドなどは、第3世代携帯電話を普及させるために、販売奨励金は別にいいでしょうかとか、韓国も第3世代携帯電話だけ奨励金を認めておいてとか、いろんなことをやっています。だから、国によっても随分違います。

SIMロックに関して言うと、やはり方式が2つあるということ。つまり、私どもとしては、ベストソリューションは見えるんだけれども、現実を見たときに、どうしてももう少し議論を深める必要があるだろうという結論を出さざるを得ないというのが現実だと思います。

中条主査 基本的な考え方としては、SIMロックを解除したら、要するにスタンダードはデファクトで任せるという話ですね。2年ぐらい経ったら、そういうふうに考えていこうかということなんですか。

谷脇課長 ここに書いているんですけれども、3.9世代の携帯電話や第4世代の携帯電話の方式がまだ最終的に決まっておられません。そういった意味では、方式が共通化されたり、あるいは仮に

方式が違っていても、デュアルのチップをのせることによって、共通端末が生まれる可能性というのは、まだ低いんだけど、否定はできないと思っています。そこに我々としては可能性を求めていきたいと思っています。

先生御案内のとおり、SIMロックが解除されるということは、端末をメーカーが直販できる。ショップでSIMカードさえ買ってくればいいという形になる。つまり、メーカー主導の端末開発ができるようになる。それによって、端末の使用も多様化するということが効果としては期待されます。ですから、可能性は低いとしても、我々としてはなるべくそこを志向していきたいという気持ちでいます。

中条主査 よくわかりました。ただ、方式が違うということが、競争手段になるという点はどうなんですか。消費者から技術的なものがどう違うかというのは、余り選択の手段にならないのではないですか。

谷脇課長 そこは難しいです。例えば両方の方式に2社ずついる場合と、現行のように、片一方が1社で、片一方が2社という状況でもかなり違うと思います。したがって、今の状態を指標として評価するのは、私ども公式にはしんどいところがあります。評価は難しいですね。

中条主査 このところは、要するに、スタンダードに無理やりしてしまう方がいいのかどうかという話も多分あると思います。

谷脇課長 技術間競争というものも、競争のモードでは大事な要素なんです。

中条主査 特に技術革新が激しい分野なので、例えばauとドコモで杭の打ち方も方針が違う。そこで競争をやっていて、お客さんはそこで選んでいることがかなりあったりするわけです。だから、そういうものを統一化してしまうことが、どうなんだろうなということがある一方で、やはり端末は端末だけで別々に販売できるようになれば、端末価格の話は実はなくなってしまいう話なんです。

谷脇課長 例えば固定系でNTTのBフレッツに入るときに、Bフレッツ専用のパソコンを買う人はいないわけです。でも、携帯電話の場合はそうなっているわけです。これからマーケットがどんどん統合してくる中で、なぜ移動系だけがこういったクローズの垂直統合モデルなのかという、そもそもの疑問があります。

今回の報告書のサブタイトルは、オープン型モバイルビジネス環境と書いています。それはまさにオープンにすることによって、いろんな人たちが得意分野を持ち寄って、新しいビジネスモデルをつくることのできる。これを目指すんだというのが基本にあります。

中条主査 また別な機会にお話を聞かせていただければありがたいんですが、要するに放送と通信の融合の話で、新しい法律をつくっていく。それも横割りでレイヤーごとにやっていくというのも、そのところを考えておられるということですか。

谷脇課長 今、情報通信関連の法律は9本あるわけですけども、すべてサービスごとに、あるいは業態ごとに縦割りになっている。横にあるのは、しいて言えば電波法、有線電気通信法ぐらいだと思います。これをやはり全部業態ではなくて、横ぐしで分けていくということはすごく大事なことだと私どもは思っています。

なぜレイヤーで分けるかという点、この資料でも4ページに左にレイヤーを書いているんですけども、これは融合連携の報告書の案とは少し違う分け方なんですけれども、今ITのネットワークというのは幾つかのレイヤーに分かれてまいります。そういったことを前提に考えていかないといけない。つまり、サービスとネットワークというものが、今まではひも付きで1対1対応でした。放送番組を流すのは放送ネットワークであり、通信は通信、CATVはCATV。だけれども、IP化すると、すべてパケットですから、これを分ける意味がなくなる。つまり、伝送ネットワークは共通化してくる。そうすると、伝送ネットワークも1本でまず考えるべきだということに、やはりIP化の流れの中で、今ある法律の体系というものを新しい体系に変えていくということは、我々は逡巡することなくやるべきだと思っております。

中条主査 よろしいですか。

福井委員 はい。

中条主査 方向性として共有できる部分と、論点としてどこが論点かということも、かなり明確にわかったかなと思いますので、ありがとうございました。

谷脇課長 ありがとうございました。

中条主査 どうぞよろしく願いいたします。

(総務省総合通信基盤局料金サービス課関係者退室)