

電気通信事業における競争評価のあり方に関する総合的研究 —市場画定を中心に—

林 秀 弥 名古屋大学大学院法学研究科准教授

1 はじめに

電電公社の民営化に伴う市場の自由化以来、規制体系をいわゆる事前規制から事後規制へと転換する制度改革が順次実施された。これにより、電気通信市場への参入事業者が大幅に増加し、競争が徐々に進展してきている。電気通信市場が「固定から移動へのシフト」、「ブロードバンド化、IP化へのシフト」という2つの大きな構造変化の波にさらされる中、急激に変化を続ける電気通信市場の動向を正確かつ迅速に把握することが政府の政策立案にとっても不可欠になってきている。

IP化・ブロードバンド化に伴い急速に変化する電気通信事業分野の競争状況を的確に把握するために、総務省では、2003年度より「電気通信事業分野における競争状況の評価」（以下、「競争評価」という）が実施されている。競争評価の対象領域としては、近年のモバイル化及びブロードバンド化を踏まえ、固定電話、移動体通信、インターネット接続及び法人向けネットワークサービスの4領域が取り上げられている。

本研究調査では、法律学の見地から、市場画定に焦点を当てて、総務省による「競争評価」の到達点を総括し、その課題を探ることで、電気通信事業の現在の競争の姿を考察することとする。

2 本研究調査の意義

まず、本研究調査の問題関心を明らかにしておきたい。

電気通信事業分野では、規制改革と技術革新の進展により、音声/データ/映像/、固定/移動、無線/有線、ナローバンド/ブロードバンドといった従来の区分が統合・包摂され、これまでになかった種類のサービスが出現するなど、IP化、ブロードバンド化が進み、競争状況は非常に複雑化してきている。かかる状況の中、競争の進展状況の評価を適切に行い、かつその妥当なあり方について検証をおこなっていくことの重要性はますます増大してきている。

数年前からわが国では、情報通信の推進による国民生活の向上が産業界のみならず、社会全体の進むべき方向として広く認められている。政府の役割として、市場競争を重視した規制改革・競争政策があげられている。IT革命が多様な形で、市場競争を国際的規模で、かつ質的にも変化させつつあるという状況の下で、特に競争を制限するような市場支配的地位にある企業の出現、あるいは大企業による市場支配地位の濫用をどのように抑止し、公正かつ自由な競争を維持・促進していくかが、先進諸外国に共通する課題となっている。「市場」支配的かどうかの判断は、「市場の画定」を抜きにしては考えられないから、本研究調査の中心的課題となる「市場の画定」という作業は、規制の発動の前提として死活的に重要となる。

また、規制の発動の際には、単なる競争の維持・促進という観点ではなく、情報通信分野に特有の技術的・経営的事情をふまえ、また、社会的に望ましい方向を目指すという観点も同時に組み込んだ形で、あるべき政策・制度を考えなければならない。後者の観点が、競争の高度な展開も可能にするということから、競争か規制かという二分法的な考えでは捉えきれない、総合的な検討が目的とされるべきである。かかる検討においては、情報通信事業分野の激変する競争の態様をどのように評価していくか、その「競争評価」の手法の解明と洗練化の作業が決定的に重要となるのである。

3 本研究調査の結果

3-1 「競争評価」と市場画定

(1) 「競争評価」：これまでの歩み

そもそも、「競争評価」はどのような背景の下に進められることになったのか、以下では、その歩みを簡単にまとめておく。

「競争評価」の背景には、IP 化・ブロードバンド化により、わが国の電気通信市場の構造が大きく変化したことがある。これに伴い、市場の動向を的確に把握し、政策立案に反映することが必要となった。そこで、諸外国の事例やわが国の独占禁止法の枠組み等を踏まえ、2003 年度から電気通信事業分野の競争状況を分析する競争評価を開始されることとなったのである。

これまで 2003～2005 年度にかけて、前述のとおり、「固定電話」、「インターネット接続」、「移動体通信」及び「法人向けネットワークサービス」の 4 領域を対象に評価が実施されたほか、2005 年度には、新たに「マイグレーション分析」や「隣接市場との相互関係」に関する分析も行われた。

また、これまで 3 年間の実績を受けて、2006 年 10 月には、新中期計画である「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」が定められ、「固定電話」、「インターネット接続」、「移動体通信」及び「法人向けネットワークサービス」の 4 領域に対する定点的評価のほか、新たに特定のテーマに焦点を当てた戦略的評価を実施することとされたほか¹、2006 年 11 月に「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 2006」（以下「実施細目 2006」という。）により、2006 年度の定点的評価では、変化の激しい「インターネット接続」及び「法人向けネットワークサービス」が重点領域と定められた。また、2006 年度の戦略的評価テーマとして、隣接市場間の相互関係に関する分析等と定められた²。さらに、2007 年 4 月に具体的な評価対象領域を決定する「電気通信事業分野における市場画定 2006」（以下「市場画定 2006」という。）が決定され、「インターネット接続領域」及び「法人向けネットワークサービス領域」を主な対象として分析が行われ、「移動体通信領域」及び「固定電話領域」については、原則として 2004 年度及び 2005 年度の市場画定の結果を引き続き踏襲していくこととされた。

(2) 競争評価と市場画定

一般に、政策評価制度は、対象となる政策について達成目標を設定し、客観的な指標等により事前又は事後に政策を評価する制度であるが、本稿で取り上げる電気通信事業分野における競争状況の評価（以下「競争評価」という。）は、電気通信事業分野における政策評価の役割を担うべきものとして期待されているものである。すなわち、事前又は事後に市場の状況を分析し、「市場支配力」を有する事業者の有無を判断することによって、政策立案に資する制度であり³、2003 年度から総務省の通信部局において導入されている。

競争評価は、現存する市場の構造や競争状況を俯瞰的・客観的に分析し、政策立案のデータとすることも目的としており、規制等の政策に直結するものではないが、指定電気通信設備制度⁴等規制の在り方を見直す際にも検討材料として使われるようになってきていることから、今後、政策評価、特に RIA と類似した機能を持つようになる可能性がある。

競争評価において、「市場支配力」を評価するに当たっては、市場における各事業者のシェア⁵が重視され

¹ 2006 年度の競争評価においては、①事業者間取引が競争状況に及ぼす影響に関する分析、②隣接市場間の相互関係に関する分析、③携帯電話番号ポータビリティ制度導入による競争状況の変化に関する分析の 3 テーマが対象になっている。

² 戦略的評価のテーマは、①事業者間取引が競争状況に及ぼす影響に関する分析、②隣接市場間の相互関係に関する分析、③携帯電話番号ポータビリティ制度導入による競争状況の変化に関する分析である。

³ これまで競争評価が政策立案に反映された例としては、MNP（モバイル・ナンバー・ポータビリティ）制度の導入等がある。また、「新しい競争ルール」の在り方に関する作業部会（舟田正之座長）では、大規模事業者に対する規制制度である指定電気通信設備制度（電気通信事業法（昭和 59 年法律 86 号）33 条、34 条等参照）への競争評価の活用方法を検討している。

⁴ 一定の指定要件を満たす事業者の設備について、サービス規制、行為規制及び接続関連規制を課す制度。固定系（第一種）と移動系（第二種）に分けられている。例えば、固定系（第一種）には、都道府県ごと、占有率が 50% を超える加入者回線を有することが指定要件とされており、NTT 東西が指定されている。

⁵ 近年、当該市場における各事業者の有するシェアの二乗和として算出される指標である HHI（Herfindahl-Hirschman

る。これは、シェアが「市場支配力」の有無を判断する際の最も定量的な指標であり、評価の入り口と考えられているからであるが、このシェアを計算するためには、評価の対象となる市場の範囲を決めなければならない。この評価の対象市場の範囲を定めるプロセスが「市場画定」と呼ばれる。

競争評価においては、需要の代替性及び供給の代替性等から、市場画定が行われ、対象市場が決定されるが、対象市場が決まった場合、必然的に各事業者のシェアも決定される。例えば、移動体通信の分野で、携帯電話と PHS を同じ市場と見るか否かでは、必然的に各社のシェアが変わってくる。このように、「市場支配力」の有無の判断に当たって重要な役割を果たすシェアの決定には、市場画定が規範的な役割を果たしていることになり、その手続の透明化、可視化が不可欠となっている。

3-2 「市場画定」とは何か

(1) 「競争評価」における市場画定

市場画定という問題群は、もともと独占禁止法(競争法)の問題として生じたのであるが、前述のように、電気通信事業法の順次改正が象徴するようにいわゆる事前規制から事後規制への流れの中で、電気通信というセクタースペシフィックな規制において競争評価が平成15年から導入され、そこへ、もともと独占禁止政策として生み出された市場画定概念が継受されたのである。

競争評価における「市場画定」は、各年度の評価対象を決定する作業であり、市場画定の結果次第で、対象市場における各企業のシェア等も変わってくる。そのため、競争評価において重要な役割を果たしており、以下のように、慎重に判断が行われている。

まず、需要者(消費者)側及び供給者(事業者)側から収集した情報を踏まえ、主要なサービスの「代替性」をデータ解析や経済学的手法等により分析し、これを踏まえ、分析結果を判断材料として同一サービスの外郭を決定する(サービス市場の画定)とともに、サービスの供給側に注目する等して地理的な外郭を決定する(地理的市場の画定)。また、画定された市場について、そのうち一定の独立性・個別性が認められるサービスについては、それぞれ部分的に画定する(部分市場の画定)。「市場画定」における判断基準としては、「需要の代替性」が重視されており、欧米の事例等も踏まえ、いわゆる SSNIP テスト(仮想独占者テスト)⁶を概念ツールとして用いている。また、「供給の代替性」を補完的に利用している。

以下では、かような市場画定の意義と性格について、簡単に整理する。

(2) 市場画定の意義と役割

そもそも、市場画定というのは、ある種の政策目的があって、初めて成立する問題群だという点を確認しておく必要がある。市場画定という問題自身は、仮に経済学の問題であれば、いわゆる一物一価が成立する場の画定ということになるが、これが独占禁止法の場合には、そういった側面とは異なった目的のためにある。市場画定というのは、市場支配力⁷の識別のためという政策目的に関して成立する問題である。このため、あくまでもこれは目的ではなく手段に過ぎない。市場画定というのは、基本的に市場支配力分析の前提であるから、この分析の前提であることを忘れてはならない。「競争評価」を全体としてみた場合、最終的には、市場画定「後」の分析の方が重要になってくる。その一方で、市場画定「後」の分析で全体的な勘案をすればそれでいいかという、そうではない。市場画定という第一段階のプロセスを経ることによって、競争の実態を「視覚化(ビジュアライズ)」することによって、議論の透明性を増すという側面がある。市場画定というプロセスが、当事者による共通の議論の場(前提)を与えているのである。「競争評価」は、電気通信事業におけるまさにかような作業を意味している。

市場支配力の評価の観点から見た市場画定というのは、日米欧ともに、いわゆる SSNIP によって画され、総務省の「競争評価」でも参照されているのであるが、この SSNIP というのも、これもある種の目的のために作られた基準に過ぎない。この定式化が普及すること自身は非常に議論の透明性を増すと

Index：ハーフィンダール・ハーシュマン指数)を重視する考え方が強くなってきている。競争評価でもHHIを重視しているが、いずれにしてもHHIの算出にはシェアの計算が必要になるので注意が必要である。総務省「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」28頁参照。

⁶ “Small but Significant Non-transitory Increase in Price”のこと。仮想的な独占的事業者というのを置いて、小幅であるが、有意かつ一時的でない価格引き上げ、いわゆるSSNIPという価格引き上げをしたときに、利潤が上がるか否かで見ていく手法。仮想独占者テストとも呼ぶ。SSNIPの詳細については、拙稿「競争法における関連市場の画定基準 - (一)(二・完)」民商法雑誌126巻1号、2号(2002年)を参照。

⁷ 「市場支配力」とは、「事業者がその意思によって、ある程度自由に価格、品質、数量その他各搬の条件を左右する」力という(東宝・スバル事件・東京高判昭26・9・19)。

いう点では望ましかつたとしても、その基準自身がある種の限界を持っていることを認識する必要がある。市場画定は、市場支配力分析の「道具」であって、市場画定の特定の定式化を金科玉条とすることは危険である。

(3) 市場画定の位置づけ：独占禁止法との比較

独占禁止法の市場画定と競争評価における市場画定はどう異なるのか、その関係について整理したのが下頁の【図1】である。【図1】でみるように両者の目的は異なっているが、その手法には類似点も多い。特に、独占禁止法における市場画定のうち、企業結合関係に関する手法については、競争評価をその手法の影響を受けて創設されたため、その基礎的な概念は競争評価と共通している。

【図1 競争評価と独占禁止法の市場画定の違い】

		関心事項	対象となる市場の範囲	市場画定の時間軸	評価の時期	手法
競争評価における市場画定		市場構造等の環境要因に基づく市場支配力の形成、維持又は強化のおそれ	俯瞰的・包括的(通信サービス全般にわたる市場)	事前的(将来の市場変化も考慮した forward-looking の観点)・事後的 → 事前規制の参考	定期的(毎年)	SSNIPテストを概念的ツールとして使用
独占禁止法における市場画定	企業結合関係	企業結合により競争を実質的に制限することとなるかどうか	個別的・限定的(対象事案に係る市場のみ)	事前的(将来の市場変化も考慮した forward-looking の観点)→ 事前規制	事案発生時(必要に応じ)	SSNIPテストを概念的ツールとして使用(企業結合ガイドライン第2の2)
	私的独占等関係	競争の実質的制限又は公正競争阻害性の有無	個別的・限定的(対象事案に係る市場のみ)	事後的(過去の時点における市場の状態のみを考慮した backward-looking の観点)→ 事後規制	事案発生時(必要に応じ)	取引の対象、地域等や違反行為の影響が及ぶ範囲等の観点から検討

3-3 諸外国の競争評価等における市場画定

我が国の競争評価は、米国や欧州における競争評価の枠組みに強い影響を受けて創設された。そこで、ここでは、本研究調査の過程で検討を行なった、米国での事例における市場画定や欧州の競争評価における関連市場の定義等を中心に紹介する。

(1) 「米国の市場画定 ～FTC、DOJ 及び FCC の関係～

米国では、そもそも競争評価に該当するような制度は存在していないが、規制の枠組として、FTC(連邦取引委員会)・DOJ(司法省)による合併案件の審査や FCC(連邦通信委員会)によるドミナント規制の前提としての市場分析が存在している。

FTC 及び DOJ では、水平合併を阻止するか否かの判断のための分析過程を「水平合併ガイドライン」として提示しているが、この水平合併案件を審査するときに、対象となる関連市場を画定するという手法がとられており、関連市場(商品市場や地理的市場)を SSNIP テストの考え方をを用いて画定している。一方、FCC は、通信法に基づき、合併案件の審査やドミナント規制を実施しており、これらの際に、関連市場や事業区分を画定している。

FTC 及び DOJ の「水平合併ガイドライン」では、「市場画定、測定及び集中度」の部分において、商品市場及び地理的市場に関する記述があり、それぞれ SSNIP テストによって画定を行う旨の記述があり、仮想的な独占事業者が、小幅であるが、有意かつ一時的でない価格引き上げをした場合に、利益を得ることが

できるか否かで市場を画定することになっている。さらに、市場を画定した上で、画定市場に存在する企業を特定する場合には、その関連市場に存在している企業のみならず、この価格が上昇した場合に、新たに参入する可能性及び蓋然性が高いような事業者も含めるとされている。そして、このように画定した市場におけるシェア等を計算して、ドミナント規制の必要性を総合的に判断している。

一方、FCC では、市場画定と関連する概念として事業区分が設定されている。例えば、1980 年の第 2 次コンピュータ裁定では、「基本サービス (basic service)」と「高度サービス (enhanced service)」という分類を行い、高度サービスには、規制を控えるような政策判断を行ったが⁸、1996 年電気通信法では、「電気通信サービス」と「情報サービス」という分け方に変化している。これらの適用について見ると、いずれも新規サービスについては、規制の差し控えについて、FCC が裁量が多きいと思われる。例えば、2002 年の 2 月に DSL サービスが問題になった場合には、暫定的に「情報サービス」に分類、ケーブルモデム・サービスが 2003 年 3 月に問題になった場合にも「情報サービス」に分類、さらに、2005 年 8 月に DSL 等固定系のブロードバンド・インターネット接続サービスについても「情報サービス」に分類し、設備の共有義務等を廃止する等規制を緩和する方向で運用している。このように、新規サービスが「情報サービス」に分類された場合、基本的には非規制とされており、逆に「電気通信サービス」に分類されると、コモunkaria 規制（料金規制、接続規制等）がかかるという仕組みになっている⁹。

次に、合併審査に関する市場画定の具体例についていくつか紹介したい。

事例 1 【AOL とタイムワーナーの合併】

これは、AOL (ISP) とタイムワーナー (ケーブル等) の合併に関して、FTC と FCC がともに審査を行った事例である。まず、FTC が 2000 年の 12 月に同意審決をしており、条件付きでこの合併を承認している。同審決では、サービスにおける競争条件を踏まえ、「住宅向けブロードバンド・インターネット接続サービス」、「ブロードバンド・インターネット伝送サービス」及び「双方向テレビサービス」に分けて市場を画定している。これは、様々な市場を分析した結果、競争上の懸念が残る市場を対象にしている。

一方、これを受けて FCC も 2001 年の 1 月に同様の認可を下して、条件付きで承認をしている。同認可では、明確に市場画定という表記を用いていないが、「高速インターネットサービス」、「インスタント・メッセージングに基づくサービス」、「双方向テレビジョンサービス」、「電子番組ガイド」等について分析を行うとされており、市場画定的な概念が用いられているといえる。

このように、FTC と FCC の市場画定は、完全に同一ではないものの、両者は、連携をとって分析が行われており、承認・認可に当たっては、両者ともに条件を付して、ケーブルのネットワーク部分が上位レイヤーに対して影響を及ぼさないようにしている。ただし、FTC の市場画定は、競争上の懸念のあるもののみを取り出して市場画定を行っているのに対して、FCC の市場画定は、合併する企業に関連するサービスを全般的に見ていくという方式を取っており、その市場画定に関する考え方には違いがあることに注意が必要である。

事例 2 【SBC と AT&T、Verizon と MCI の合併】

これは、SBC (地域) と AT&T (長距離)、Verizon (地域) と MCI (長距離) の二件の合併については、DOJ と FCC が同時に審査を行い、それぞれ 2005 年 10 月に条件を付けて認可している。

市場画定についてみると、DOJ では、合併当時会社に関連するサービス全てを調査した結果、競争上懸念が残るサービスとして「地域専用線」という地域専用網に依存する音声及び「データ通信サービス」を画定した。そして、DOJ は、これら二つの市場については、合併によって、例えば、SBC と AT&T の二社しかサービスの提供を行わない状態になる、つまり、合併によって、各地域一社しか供給事業者がいなくなることに懸念を示しており、このため、光ファイバー地域網の一部分離等の条件を付している。

一方、FCC は、「スペシャルアクセス」、「法人向け小売市場競争」、「一般消費者向け通話市場競争」、「一般消費者向けインターネット市場競争」、「インターネットバックボーン競争」及び「国際通信市場競争」の六サービスに分けて分析を行い、スペシャルアクセスのタイプ I (法人利用者向けに音声又はデータ通信サービスを提供するためのサービス市場のうち自らの設備のみによって提供しているタイプ) の水平的効果について、競争低下や価格上昇の懸念があるとして、これらの部分が反競争的であるとしている。

⁸ 「基本サービス」とは、電話等の純粋な伝送サービス、「高度サービス」とは、データ通信等の情報に付加価値をつけるサービスであり、後者には、構造分離要件が課される。

⁹ 1996 年電気通信法第 3 条第 20 号、第 46 号等参照。

このような状況から、DOJ は、SBC 及び Verizon に対して、光ファイバー地域網の一部分離の条件を付したほか、FCC は州が承認した UNE 料金の二年間据え置き等 13 項目の条件を付した。ただし、どちらも自発的な (voluntary) ものとされていることに注意が必要である。

事例 3 【AT&T とベルサウスの合併】

これは、AT&T (長距離・地域) とベルサウス (地域) の合併の案件であるが、DOJ は条件を付すことなく 2006 年 10 月にこの合併を承認した。この際、DOJ の場合は、「地域専用線」、「その他の法人向け電気通信サービス」、「住宅向け地域及び長距離サービス」、「インターネットサービス」及び「無線ブロードバンドサービス」の五サービスを分析をした結果、いずれも合併によって競争が低下するという懸念は低いとして、調査を終了しており、明確な市場画定を行っていない。

しかし、FCC は、SBC と AT&T、Verizon と MCI の二件の合併と同様に、「スペシャルアクセス」、「法人向け小売市場競争」、「一般消費者向け通話市場競争」、「一般消費者向けインターネット市場競争」、「インターネットバックボーン競争」及び「国際通信市場競争」の六サービスに分けて市場画定を行い、2006 年 12 月に AT&T が出した 15 項目の条件付きで認可している。ただし、これも自発的な (voluntary) ものとされている。

(2) 欧州の市場画定

欧州では、「枠組み指令」¹⁰に基づいて、「SMP ガイドライン」¹¹を設けており、このガイドラインで市場分析の方法等について具体的な指針を定めており、これを受けて「関連市場勧告」¹²を定めて、市場を 18 に分けている。

「SMP ガイドライン」では、関連市場を定義するため、需要の代替性及び供給の代替性の二つに加えて、潜在的な競争 (多大なサunkコスト¹³を伴う長期的側面) が重視されており、これを SSNIP テストにより判断することによって、商品・サービス市場及び地理的市場を設定することになっている。

「関連市場勧告」の関連市場 (18 市場) の定義 (次頁【図 2】を参照) は、「小売市場」と「卸売市場」に大きく二つに分けられている¹⁴。また、関連市場として定義されている 18 の市場は、事前規制を課すことが正当化できる市場とされているものであり、市場の分析を経た結果、有効競争が存在する場合には、規制は正当化されないとされることになっている。また、この 18 市場の画定に当たっては、①高くて一時的でない参入障壁が存在していること、②長期的に有効競争が生じる傾向がない構造の市場であること、③競争法の適用のみで対処するには不十分であること、という三基準が設定されている。

¹⁰ “Directive 2002/21/EC of the European Parliament and of the Council of 7 March 2002 on a common regulatory framework for electronic communications networks and services (Framework Directive)” (2002.3.7) 参照

¹¹ “Commission guidelines on market analysis and the assessment of significant market power under the Community regulatory framework for electronic communications networks and services” (2002.7.8) 参照

¹² “COMMISSION RECOMMENDATION of 11 February 2003 on relevant product and service markets within the electronic communications sector susceptible to ex ante regulation in accordance with Directive 2002/21/EC of the European Parliament and of the Council on a common regulatory framework for electronic communication networks and services” (2003.2.11) 参照

¹³ 一度資源が投資されたら、事業から撤退してもその費用を回収することが不可能な費用 (埋没費用)。総務省「2005 年度電気通信分野における競争状況の評価の実施について 基本方針」2005 年 11 月 18 頁参照。

¹⁴ 「小売市場」とはエンド・ユーザに提供される市場、「卸売市場」とは、卸売は通信事業者がエンド・ユーザに商品サービスを提供するために必要な投入に関する市場。

【図 2 欧州の関連市場の定義（18 市場）】

サービス種別	分析対象市場	
	小売レベル	卸売レベル
固定電話 (住宅用)	市場 1：固定公衆電話網へのアクセス 市場 3：固定市内及び（又は）全国電話サービス 市場 4：国際電話サービス	市場 8：固定公衆電話網上の呼発信 市場 9：個々の固定公衆電話網上の呼着信 市場 10：固定公衆電話網における中継サービス 市場 11：ブロードバンド及び音声サービス用メタリックループ 及びサブグループへのアンバンドルアクセス
固定電話 (非住宅用)	市場 2：固定公衆電話網へのアクセス 市場 5：固定市内及び（又は）全国電話サービス 市場 6：国際電話サービス	
ブロードバンド	—	市場 12：ブロードバンドアクセス
専用線	市場 7：最小限の専用線一式（2Mbps 以下）	市場 13：専用線の終端 市場 14：専用線の幹線部分
移動体通信	—	市場 15：移動体公衆電話網上のアクセス及び呼発信 市場 16：個々の移動体電話網上の呼着信 市場 17：移動体公衆電話網上の国際ローミングの卸売の全国市場
放送用伝送	—	市場 18：放送コンテンツをエンドユーザーに提供するための放送の伝送サービス

ところで、関連市場勧告が決定されてからから三年以上が経過をしていることから、2006 年 6 月 28 日に、欧州委員会は、前述の三基準を踏まえ、この関連市場の定義を「18」から「12」に削減する案を出して、意見募集を行った¹⁵。下記がその改正案であるが、その特徴としては、小売市場における差があまりないことから、現在の市場 1～6 を一つに統合するほか、現在の市場 7 の必要性が低いとして、削除していることである。

このように、欧州では、競争評価に当たって、「小売市場」よりも「卸売市場」を重視しているが、「卸売市場」について、需要の弾力性という概念を計測したり、創造したりすることは非常に困難だと思われ、実際に SSNIP テストを適用することができるのか等疑問が残るところである。

¹⁵ “COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT PUBLIC CONSULTATION ON A DRAFT COMMISSION RECOMMENDATION On Relevant Product and Service Markets within the electronic communications sector susceptible to ex ante regulation in accordance with Directive 2002/21/EC of the European Parliament and of the Council on a common regulatory framework for electronic communication networks and services(Second edition)” (2006.6.28)参照。なお、この見直しに先立って「Impact Assessment」が行われ、様々な政策オプションについて長所と短所を分析している。

“COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE COUNCIL, THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS IMPACT ASSESSMENT” (2006.6.28) 参照。

【図3 欧州の関連市場の改正（案）】

サービス種別	分析対象市場	
	小売レベル	卸売レベル
固定電話 (住宅用)	市場1: 固定公衆電話網へのアクセス	市場2: 固定公衆電話網上の呼発信 市場3: 個々の固定公衆電話網上の呼着信 市場4: 固定公衆電話網における中継サービス
固定電話 (非住宅用)	—	市場5: ブロードバンド及び音声サービス用メタリックループ及びサブグループへのアンバンドルアクセス
ブロードバンド	—	市場6: ブロードバンドアクセス
専用線	—	市場7: 専用線の終端 市場8: 専用線の幹線部分
移動体通信	—	市場9: 移動体公衆電話網上のアクセス及び呼発信 市場10: 個々の移動体電話網上の呼着信 市場11: 移動体公衆電話網上の国際ローミングの卸売の全国市場
放送用伝送	—	市場12: 放送コンテンツをエンドユーザーに提供するための放送の伝送サービス

4 結語

通信と放送に関する政府与党間の合意である「通信・放送の在り方に関する政府与党合意」（平成18年6月20日）を受けた総務省の「通信・放送分野の改革に関する工程プログラム」（平成18年9月1日）では、公正競争確保のための競争ルール整備の一環として、「市場の競争状況の評価等に係るレビューを毎年実施する」とされ、「重点計画2006」（IT戦略本部決定）にも同様の記述が盛り込まれている。

このように政府における競争評価の重要性が高まっている中、今後、「競争セーフガード制度」との連携、指定電気通信設備制度の包括的な見直し等において、競争評価は重要な役割を果たすことになると思われる。特に、競争評価における市場画定については、次代の指定電気通信設備制度における市場支配力の判断に当たって、その役割は高まっていくものと思われる。そのためにも、市場画定の意義と重要性を踏まえた議論は不可欠である。市場画定というのは、市場画定は市場支配力分析の手段・前提であり、競争による牽制（competitive constraints）というのを目に見える形にし、「視覚化」する作業である。ただし、市場画定が競争への悪影響をあらゆる場合にわたって全て視覚化できるわけではない。むしろ、その限界を踏まえた上で、競争への悪影響を視覚化できるものと視覚化できないものとに区分けしていく作業、これこそが市場画定の作業だということができる。

5 今後の予定

通信と放送の融合とそれに伴うレイヤー横断的なサービスの統合と連携は、伝統的な通信（通信の秘密保護）と放送（番組規律）という枠と垣根を越えて、高度情報化社会の進展と企業行動に対する新たな情報通信政策のチャレンジングをもたらしている。ゆえに、通信と放送の融合に対応したあるべき法体系の土台となる適切な競争評価のあり方を求めて、いまほど賢慮と熟議が必要とされているときにはない。本研究は、そのためのささやかな検討の一里塚である。

既に明らかなように、本研究は依然途上にあり、継続中のものである。しかるべく助成を受けることができれば、引き続き、市場画定以外の諸論点についても検討を進める予定である。たとえば、電気通信事業における垂直統合型ビジネスモデルの進展に伴って新たな問題として浮上してきた、ICTネットワークにおけるプラットフォーム規律のあり方について、研究を発展させていく計画である。

【参考文献】

本文中に掲記のもの。

〈発 表 資 料〉

題 名	掲載誌・学会名等	発表年月
市場画定と独占禁止法	日本経済法学会年報	近刊(2007年10月刊)
電気通信事業分野における競争評価の現状と課題	公益事業研究	近刊(2007年度第2号)
I C Tネットワークにおけるプラットフォーム規律の競争政策と公共政策	情報通信ジャーナル	25巻7号(2007年7月)