

大型M&Aで進む米国通信業界の再編

小池 良次 ● 在米ITジャーナリスト

携帯を軸に買収競争、通信の総合サービス目指し寡占進む CATVは市場開放を前にトリプルプレイで電話会社に圧力

米国の通信業界の市場規模は、2004年1兆3,640億ドルに達し、2005年は1兆5,000億を超えると見られている。また、低迷していた通信器機、ソフトウェア部門も年率で5.2% (2004年) まで成長率を回復させ、ようやく米国は“成長基調”へと移っている。⁽¹⁾

こうした経済環境の好転とともに、米国ではM&A (合併・買収) をベースとした業界再編成が活発化している。1990年代の規模拡大を狙ったM&Aと違い、最近のM&Aは通信事業の構造的な変化を背景としている点が大きな特徴だ。また、CATV事業者による通信サービスの拡大にともない、“電話対CATV”という業界を超えた戦いも拡大している。

■ 電話事業の主軸は携帯へ

2004年から2005年にかけて、通信業界では数多くの買収が展開された。その起爆剤は、2004年2月のシンギュラー・ワイヤレス社によるAT&Tワイヤレス買収だった。同買収は、総額約4兆5,000億円という規模の大きさもさることながら、次のような影響を業界に与えた。

- (1) ワイヤー・ワイヤレス・マイグレーション
- (2) 携帯電話業界の再編
- (3) 総合通信事業の促進

最初のワイヤー・ワイヤレス・マイグレーション (Wireless Migration) は、大手電話会社が固定から携帯にビジネスの主体を移す傾向を指す。日本でも同じ状況だが、携帯の普及にともなって、加入者電話は回線数・売り上げともに減少している。こうして電話事業の柱である固定は“引退”への道を歩み、代わって携帯が主力事業になろうとしている。

たとえば、米通信業界を牛耳っているベライゾン、SBC、ベル・サウスのベル系3社は、このところ携帯電話部門の業績によって決算の明暗が分かっている。急成長が続いているベライゾン・ワイヤレスのおかげで、親会社のベライゾン・コミュニケーションズは好決算を出す一方、シンギュラー・ワイヤレスの業績伸び悩み、親会社のSBCコミュニケーシ

ョンズとベルサウスの足を引っ張っている。そこで、携帯電話事業でこれ以上ベライゾンに差をつけられたくないシンギュラーは、携帯業界3位のAT&Tワイヤレスを買収することで、正面からベライゾン・ワイヤレスに挑戦を挑む構図を作り出した。

■ 再編続く携帯電話業界

一方、ベライゾン、シンギュラーの2強へと携帯業界が進もうとしたため、業界中堅のスプリントは懸念を深め、2004年12月に業界4位であるネクステル・コミュニケーションズの買収を発表した。この買収により生まれるスプリント・ネクステルは、加入者数が3,850万ユーザーで、シンギュラーの4,757万加入、ベライゾンの4,210万加入⁽²⁾との差は1,000万加入以下に迫った。しかし、スプリントはCDMA、ネクステルはiDENと通信方式が異なるため、両社が一緒になっても、設備面でのコスト削減は期待できない。普通、方式が違う携帯会社が一緒になることは考えられないが、2強との競争圧力が、この無理な買収を成立させたと言える。

また、シンギュラーとの競争を優位に展開するため、ベライゾン・ワイヤレスは2004年末にネクスト・ウェーブやセルラー2000といった中堅携帯事業者を買収することで、携帯周波数の確保や営業地域の充実を図った。こうして、米国通信業界は、携帯事業を中心に戦略展開が進む状況が明確になった。

■ 長距離業界へ広がる買収の動き

一方、買収の動きは、2005年1月末、SBCコミュニケーションズが長距離業界トップのAT&Tを160億ドルで買収し、低迷する長距離電話業界へと拡大した。長距離サービスは、固定電話と同じように、携帯の普及で顧客を失い、長期低落傾向に歯止めがかからなかった。これは通信技術の進歩にともない、距離別価格体系が競争力を失い、通信業界が“長距離”“市内”“インターネット”“携帯”といった個別サービス時代から総合サービス時代へと移りゆく過程と言える。

また、同買収に続いて、大手地域電話会社のクレスト・コミュニケーションズ・インターナショナルが、長距離業界第2位のMCIを買収しようとした。しかし、合意直前にベラ

大型M&Aで進む 米国通信業界の再編

イゾン・コミュニケーションズが割り込み、MCIをめぐる大手地域電話会社2社が競争を展開した。このMCI争奪戦は約3か月にわたり、結局ベライゾンが買収に成功した。

こうして通信業界は、収益力に富む携帯電話事業を軸に、データ・サービス（DSL）や固定電話（長距離・市内）を統合して提供する時代になり、ベライゾンとSBCの2強体制へと向かいつつある。

■ 放送事業者の通信サービス

米国の通信業界は、大手電話会社2社に寡占化する傾向を強めているが、その背景にはCATV会社が始めた通信サービスの影響がある。

米国のテレビ保有世帯は1億950万で、CATVはその67.1%に当たる7,357万世帯に普及している。また、ケーブル業界は1996年以来、デジタル幹線網整備に約940億ドルの投資を行い、最先端のプロードバンド網を建設した^(*)。同基盤をもとにCATV業界は、HDTV（高精細テレビ）やVOD（ビデオ・オン・デマンド）、ケーブルモデムといったサービスの多様化を進めている。

ケーブルモデムの加入数は2,000万を超え、電話会社の展開するDSLサービスを上回る一方、タイムワナー・ケーブルを筆頭に大手CATV会社はVoIP技術を使ったケーブル電話の販売に力を入れている。ケーブル電話の加入者数は2004年末で約330万回線（TIA調べ）だが、CATV大手は急速

に加入者を伸ばしている。

このようにCATV業界はトリプルプレイ（放送、ネット、電話をひとつにまとめるサービス形態）をいち早く展開し、電話業界に圧力を加えている。トリプルプレイは、ユーザーに割安感をアピールできるだけでなく、放送単体契約に比べて抱き合わせサービスは解約率が半分以下になっている。また、CATV会社は、携帯電話サービスの準備も進めている。

こうしたCATV会社に対抗して、ベライゾンを筆頭に大手電話会社は、光ファイバー網の建設やビデオ事業への参入などを進めている。しかし、電話会社の光ファイバー網建設は数年を要するため、両者の本格的な競争は当面期待できない。

■ 通信法の再改訂で市場開放

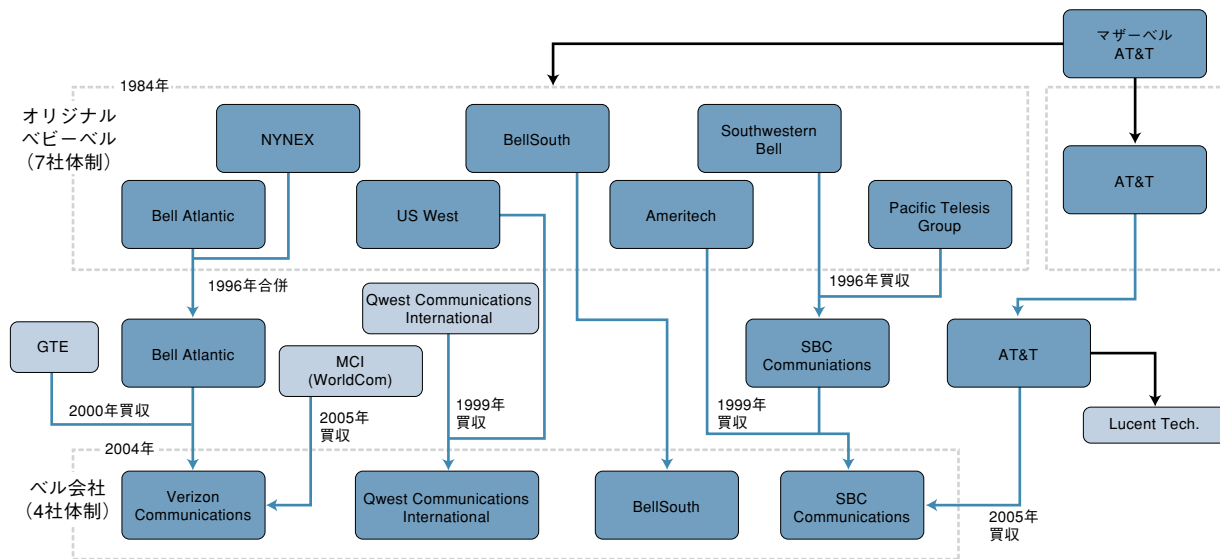
米連邦議会は現在、96年通信法の再改訂を準備しており、新法では放送事業者と通信事業者の相互参入が促進される可能性が高い。CATV業者の電話サービスにともない、通信業界は市場解放へと向かっており、電話会社は合併や買収でさらに寡占化を進めるだろう。

(*1) Telecommunication Industry Associationレポートより

(*2) いずれもネクステル買収時点の数字

(*3) 出典NCTA、2004年末現在

図1 ベル会社の合併・買収史



1984年、すべての通信事業を牛耳っていたAT&Tが7つの市内電話会社（ベビーベル）と長距離・器械販売を行う本体に分割された。（ベル分割）その後、各ベビーベルは合併・買収を繰り返し、4社に集約された。そして、2005年、親元のAT&TがSBCに買収された。こうして、時代は大手がすべての通信サービスを提供する総合サービス時代に戻っている。

出所 筆者作成



[インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D(初期は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

✉ iwp-info@impress.co.jp