

業界1位と2位が経営統合を発表 加速する携帯販売代理店再編

携帯電話販売代理店業界トップを争うテレパークとMSコミュニケーションズが経営統合する。業界では生き残りのために販売量の確保が課題となっており、「大手は3グループ程度に収斂する」との見方もある。

携帯電話販売代理店大手のテレパークとMSコミュニケーションズは5月22日、10月1日付で経営統合すると発表した。テレパークを存続会社とした対等合併で、新社名は「ティーガイア」となる。社長にはテレパークの宮崎重則社長、会長にはMSの宮城利行会長がそれぞれ就任する。

携帯電話の年間販売台数は、テレパークが約400万台で業界トップ。MSは約370万台で2位につけている。テレパークが昨年買収した旧テレコム三洋も加えると、合併後のシェアは約16%と3位以下を大きく引き離すことになる(図表1)。

宮崎社長は、「国内の携帯電話の契約数が1億を超え、新規需要が伸び悩んでいる。そうしたなか、互いに成長していくには規模の拡大によ

る収益基盤の強化しかないということと一致した」と経緯を説明した。

実際、販売代理店業界を取り巻く環境は厳しさを増している。MM総研によれば、携帯電話の国内販売台数は2007年度に5076万台と過去最高を記録したが、08年度は前年度比9.2%減の4610万台にとどまる見込みだ。市場が飽和して新規契約が頭打ちにあることに加えて、キャリア各社が導入した期間拘束付き料金プランにより、買い替えサイクルの長期化が予想されるためである。

キャリアから代理店に支払われる販売インセンティブは、新規契約の台数が多いほど1台当たりの金額が多くなる仕組みだ。新規契約が頭打ちにあるなか、代理店は規模を拡大することで販売インセンティブを増や

そうとしている。現状への強い危機感が、異例ともいえる業界1位と2位の合併を後押ししたといえるだろう。

3大商社のグループ化に期待

両社が合併後の最重要課題として挙げているのは、「法人市場の開拓」だ。携帯電話市場において法人契約が占める割合は約10%だが、将来的には20%程度まで成長すると見込まれている。

三井物産系のテレパーク、三菱商事および住友商事系のMSと、両社の親会社には大手商社が名を連ねており、各社はそれぞれ新会社に22.8%ずつ出資する。3大商社の子会社が1つになるのは初めてのことであり、特に法人市場では3大商社の持つグループ化が期待できる。

また、宮城会長は「これまで人材がひっ迫していたが、合併により経営資源に余裕が生まれる。新規事業に人材を回すなど有効活用したい」と語った。重複部門の整理統合による余剰人員を海外事業などに振り分ける計画だ。

両社は、SIMロック解除やプラットフォームの共通化により日本の販売モデルが海外型のオープンなモデルへと今後変化することを想定している。そうなれば、国内外のメーカーブランドの端末が市場に出回ることになるが、その販売をティーガイアで担いたいという狙いがある。さらに、国内市

場は今後大きな成長が見込めないため、海外での携帯電話販売も視野に入れているとのことだ。

両社の売上高は現在、合わせて約7000億円だが、法人営業の強化や新規事業の拡大により、2012年度には1兆円を目指す。

合併には大きな負担も

販売代理店業界の再編はこれまで大手による中小代理店の買収が中心だったが、今後は大手間の合従連衡も進むと見られる。

その際、ポイントとなるのがキャリアの構成比だ。テレパークはドコモ42%、KDDI44%、ソフトバンク14%と、ドコモ以外のキャリアの販売比率が高い。MSもよく似た構成比になっており、こうした共通点から合併が実現に至ったともされる。

NECモバイルやITCネットワーク、パナソニックテレコムなど残る大手代理店は、いずれもドコモのシェア



宮崎重則テレパーク社長(中央右)と宮城利行MSコミュニケーションズ会長(中央左)

が9割前後と非常に高いのが特徴だ。あとはメーカー系や商社系など、より相乗効果を見込める組み合わせでティーガイアの対抗軸が形成される可能性がある(図表2)。

「ドコモのシェアが高い大手代理店10社はいずれ5社に集約されるだろう」という見方をする業界関係者もいる。

三菱UFJ証券アナリストの武藤重

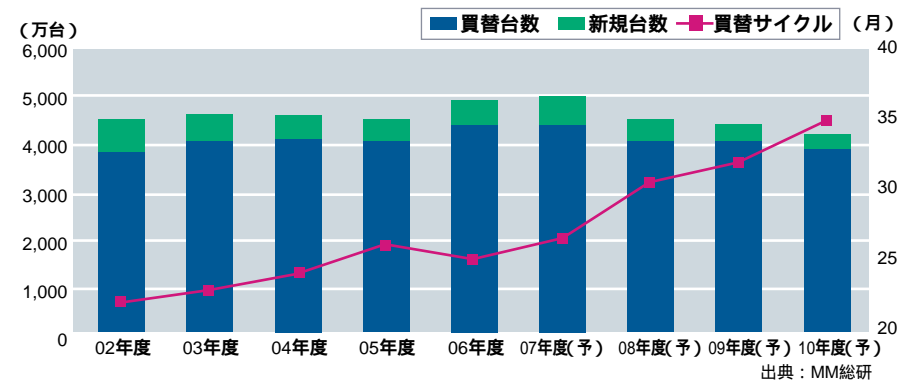
雄氏は、「キャリア別構成比やメーカー系、商社系といった切り口で、大手は3グループ程度にまとまるのではないかと予想する。

ただ、大手同士の合併の際にネックになりそうなのが、「のれん代」だ。今回は「企業結合に係る会計基準」に規定する「持分の結合」に該当するため持分プーリング法が適用され、のれん代は発生しない。一方、今年4月のITCネットワークによる日立モバイルの買収ではのれん代が約62億円に上り、今後5年間は12億円の費用増になるといわれる。

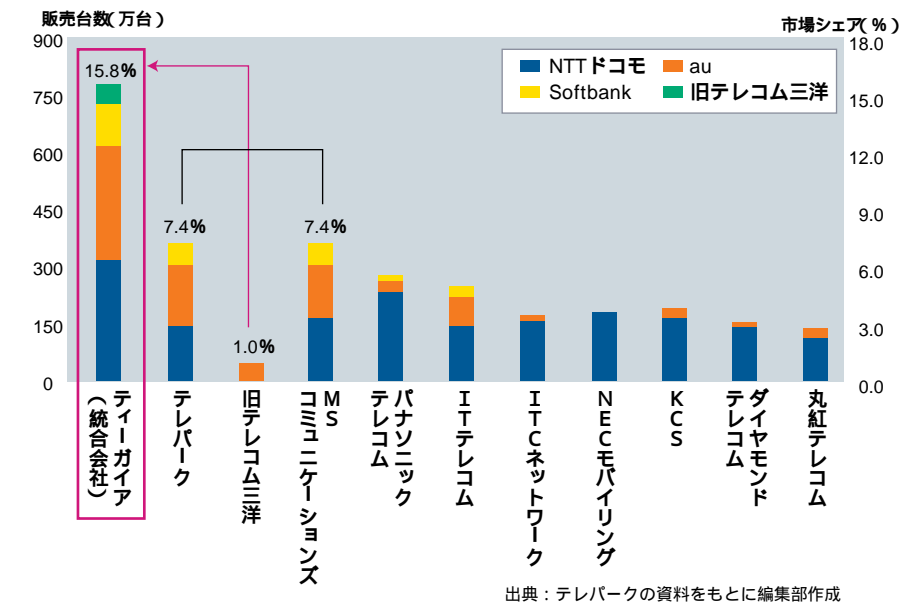
ITCは買収により、販売台数が増加してシェアが拡大するといったメリットがある反面、のれん代償却による費用増加に伴い09年3月期は営業減益になる可能性もある。

代理店の合併にはこうした課題もつきまとう。だが、7月にはNTTドコモの地域会社の統合も予定されている。在庫や物流の一元化により、全国規模で展開する広域代理店がいつそう有利になることは間違いなく、再編の流れは止まらないだろう。

図表1 販売台数と買い換えサイクルの推移・予測



図表2 携帯電話販売台数シェア



出典：テレパークの資料をもとに編集部作成