



KDDI 総研 R&A 誌は定期購読（年間 29,988 円）がお得です。お申し込みは、KDDI 総研ブックオンデマンドサービスまで。既刊の PDF 無料ダウンロードの特典もあります。

(<http://www.bookpark.ne.jp/kddi/>)

モバイルキャリア動向 Vol.8 Cingular Wireless

🕒 記事のポイント

サマリー

米国携帯電話事業者大手のCingular Wirelessは、ベル系地域電話会社のSBCとBellSouthの移動体部門を統合して設立された合併会社である。2004年2月、AT&T Wirelessとの間で買収に合意したCingularは、規制当局の認可を経て、同年10月26日に合併を完了、4,600万超の加入者を擁する全米1位の携帯電話事業者として再スタートを切った。しかし、今後、最大のライバルであるVerizon Wirelessとの熾烈な競争が予想され、その地位は必ずしも安泰とはいえない。本稿では、Cingularの概要とAT&T Wirelessとの合併を中心とする最近の動向について概説する。

主な登場者

Cingular Wireless AT&T Wireless SBC Communications BellSouth
Verizon Wireless NTT DoCoMo Sprint Nextel Communications FCC DoJ

キーワード モバイル 合併 業界再編

地域 米国

執筆者 KDDI総研 調査2部 山條 朋子 (to-yamajo@kddi.com)

1 企業概要

Cingular Wireless LLC (以下「Cingular」) は、2000年10月、米国南西部を営業区域とするベル系地域電話会社のSBC Communications Inc. (以下「SBC」) と、南東部を営業区域とするベル系地域電話会社BellSouth Corps. (以下「BellSouth」) の携帯電話事業を統合して設立された合併会社で、出資比率は、SBCが60%、BellSouthが40%となっている。

1999年から2001年にかけての米国携帯電話市場は、Verizon Wireless (米Verizonと英国Vodafoneによる合併会社) の設立、Deutsche TelekomによるVoiceStream (現T-Mobile USA) の買収などにより、全米の主要都市にカバレッジを持つ、いわゆる

「全国事業者 (national carrier)」^{☞(脚注1)}が相次いで誕生した時期であった^{☞(脚注2)}。SBC及びBellSouthもこの業界大再編の動きの中、カバレッジの拡大を図るため、両社の携帯電話部門の合併に踏み切った。

設立以来、Verizon Wirelessに次ぐ業界No.2の位置につけてきたCingularだが、2004年10月、AT&T Wireless Services, Inc. (以下「AT&T Wireless」)の買収を完了し、米国最大の携帯電話事業者として、新たなスタートを切った。

【図表1】Cingular Wirelessの概要

社名	Cingular Wireless LLC
株主	SBC Communications Inc. (60%) BellSouth Corp. (40%)
経営陣	Stanley Sigman (President and CEO)(SBC出身) Ralph de la Vega (COO)(BellSouth出身)
本社	ジョージア州アトランタ
総収入	155億ドル (1兆5,953億円) ^{☞(換算率)} (2003年12月末)
営業費用	132億ドル (1兆3,585億円) (2003年12月末)
営業利益	23億ドル (2,367億円) (2003年12月末)
加入者数	約4,757万 ^(表注) (内訳は【図表2】のとおり)
人口カバレッジ	2億6,800万 (全米人口の約91%)

(表注) 2004年9月末現在のCingular及びAT&T Wirelessの加入者数を単純合算したものの、Cingularのホームページ等では、「加入者数4,600万」と記されているので、本文内では4,600万に統一した。

(Cingularホームページ、EMC World Cellular Databaseを元にKDDI総研作成)



^{☞(脚注1)}

文字通り全米に免許を持つことによりサービス提供しているわけではなく、主要大都市を含め、ほぼ全国をカバーしている事業者をこう呼ぶ。

^{☞(脚注2)}

全国事業者誕生の背景には、1998年にAT&T Wirelessが導入した料金プラン「Digital One Rate (DOR)」(ローミング料不要の全国一律料金) により、「サービスの全国化」が進んだことが挙げられる。DOR型料金が業界標準となり、加入者からローミング料が回収できなくなった大手事業者は、ローミング料の発生を抑える必要から、合併・事業統合によりサービス地域を拡大していった。

^{☞(換算率)}

1USドル = 102.92円 (2005年1月4日東京市場TTMレート)

【図表2】新Cingularの加入者数内訳（2004年9月末現在 / 単位：千加入）

	AMPS	TDMA	GSM	W-CDMA	合計
Cingular	77	8,190	17,405	--	25,672
AT&T Wireless	219	13,469	8,104	110	21,902
合計	296	21,660	25,508	110	47,574

(データ出典) EMC World Cellular Database

2 AT&T Wirelessの買収

2 - 1 買収合意から新生Cingular誕生まで

2004年2月17日、Cingularは、加入者数で全米第3位のAT&T Wirelessを完全買収することで合意したと発表した。買収金額は410億ドル（約4兆2,197億円）と、キャッシュによる買収としては、米国でも最大規模のものであり、さらにCingularは、AT&T Wirelessの負債約60億ドル（約6,175億円）も引き受けた。

同じ通信方式を採用するCingularとAT&T Wirelessは、GSM/GPRSネットワークの共同構築で業務提携を行うなど、従来から密接な関係にあり、合併交渉についても、数年前から断続的に行っていると伝えられていたが、今回、実現に至ったのは、2003年11月の携帯電話ナンバーポータビリティ導入時に生じたシステムトラブルにより、大量の顧客離れを招いたAT&T Wirelessが、今後、単独で事業を継続することは困難であると判断したことが大きく影響したものと考えられている^④（脚注）。

2004年10月末には、米司法省（Department of Justice、以下「DoJ」）及び米連邦通信委員会（Federal Communications Commission、以下「FCC」）の合併審査が終了、競争上の懸念があるとされる11州、22の市場において、AT&T Wirelessの資産（加入者、周波数等）の一部を放棄することを条件に、両社の合併が認められ、2004



④（脚注）

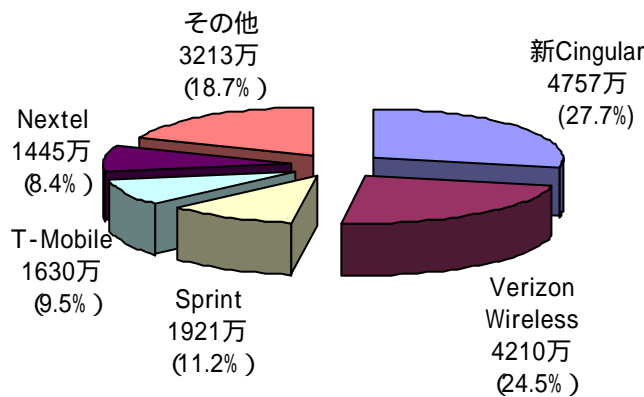
Cingular WirelessによるAT&T Wireless買収を巡る経緯については、KDDI総研 R&A 2004年5月号「Cingular、AT&T Wirelessを買収 ～米携帯電話市場、再編の始まりか～」(山條)を参照。

年10月26日、新生Cingularが誕生した^④(脚注)。

2 - 2 米国最大事業者として再スタート

合併後の新会社は、加入者数4,600万を超え、市場シェア約28%と、Verizon Wireless (4,210万加入 / シェア約25%) をしのぐ米国最大の携帯電話事業者となった(【図表3】参照)。社名はCingular Wirelessを引き継ぎ、株主構成も旧Cingularと同様、SBCが60%、BellSouthが40%をそれぞれ保有する。経営陣については、旧CingularのPresident and CEOのStanley Sigman氏とCOOのRalph de la Vega氏が留任となったのを始め、全ての役員が旧Cingularから選ばれている。

【図表3】米事業者の加入者数とシェア (2004年9月末現在)



(データ出典 : EMC World Cellular Database)

^④(脚注)

CingularとAT&T Wirelessの合併完了に伴い、AT&T Wirelessの最大株主であったNTTDoCoMo(出資率約16%)は、1株当たり現金15ドル、合計約64億9,500万ドル(約6,687億円)を受領することになった。なお、NTT DoCoMoのAT&T Wirelessへの出資総額は、約102億ドル(約1兆498億円)であった。

【図表4】合併後の新Cingular Wireless（2003年の決算データに基づく）

	Cingular	AT&T Wireless	新Cingular
サービス提供地域 (上位100都市中)	87	97	100
加入者数	2,400万	2,200万	4,600万
総収入	155億ドル	167億ドル	322億ドル
営業利益	23億ドル	12億ドル	35億ドル
株主	SBC (60%) BellSouth (40%)	NTT DoCoMo (16%)	SBC (60%) BellSouth (40%)

(データ出典：Cingular Wirelessホームページ)

2 - 3 合併によるメリット

Cingularは、AT&T Wirelessとの合併完了を発表するプレスリリース^④(脚注)及び自社のホームページ等で、この合併が利用者にもたらすメリットと新Cingularの強みについて、主に以下の点をアピールしている。

全米最大のネットワークと顧客ベース

- ・ CingularとAT&T WirelessのGSMネットワーク統合により、新Cingularの加入者は、ローミング料金なしで、全米最大のネットワークを利用できる。
- ・ 4,600万超の顧客ベースにより、新Cingularの加入者は、同一事業者加入者内の無料通話（mobile-to-mobile call）のメリットを最大限に享受できる。

3Gネットワークの展開と高度なワイヤレスサービスの提供

- ・ 十分な周波数とネットワーク設備の確保により、3G（Universal Mobile Telecommunications System、以下「UMTS」）ネットワークの展開を進め、高度なワイヤレスサービスを全米主要都市部の顧客に提供する。
- ・ 携帯端末やモバイル機器についても、業界一の幅広い選択肢を提供する。



④（脚注）

[Cingular Completes Merger With AT&T Wireless; Creates Nation's Largest Carrier \(2004.10.26\)](#)

- ・ 法人ユーザーに対し、PC端末やメール専用端末向けの高速ワイヤレス接続を始めとする業界随一のサービスを提供する。

競合他社との差別化

- ・ 米国主要事業者の中で唯一、パッケージ料金で残った通話分数を翌月以降、最長1年まで繰り越しできる、いわゆる”Rollover”サービスを提供している。
- ・ 解約料なしの試用期間を他の大手事業者より長く30日間に設定している^{☞(脚注1)}。

また、Cingularは、同社が元々合併により誕生した会社であることから、今回の合併でもこれまでに培ったノウハウが十分に生かせるとして、円滑な事業統合に自信を見せている。

2 - 4 Verizon Wirelessの追撃

Cingular自身が合併のメリットを強調する一方で、マスコミや業界関係者の見方としては、どちらかというとな冷ややかなトーンのものが多い。

Cingularは、AT&T Wirelessと同様に、カバレッジと顧客サービスについての顧客満足度が低い上に、ここ数年は、顧客ターゲットとサービスの主軸を明確にできないまま、新規加入者増が頭打ちとなり苦戦を続けてきた。2003年になって、親会社であるSBC/BellSouthの販売チャネルが寄与し^{☞(脚注2)}、加入者純増数は約210万と過去最高を記録したものの、ARPUの減少により、営業利益は前年比9.2%のマイナスに終わっている(【図表5】参照)。



☞(脚注1)

モバイル業界の自主規制ルールである”Consumer Code for Wireless Services”では、試用期間は14日間に定められている。

☞(脚注2)

2003年第4四半期の新規加入者(契約ベース)のうち約10%が、2003年通年では約87万5,000加入が、SBC/BellSouthの販売チャネル経由となっている。

【図表5】Cingularの財務状況及び主要指標

	2001年	2002年	2003年	2004年 (1～9月)
売上	14,268	14,903	15,483	12,354
営業費用	11,720	12,382	13,194	10,654
営業利益	2,548	2,521	2,289	1,700
純損益	1,692	1,239	1,022	723
設備投資	3,364	3,934	3,353	2,100
総資産	22,530	24,122	25,526	26,007
加入者数	21,596	21,925	24,027	25,672
解約率	2.9%	2.8%	2.7%	2.7%
ARPU / 月	\$52.26	\$52.14	\$51.32	\$49.36

* 単位：100万ドル（特に記載のない場合）

（データ出典）Espicom、Cingularホームページ

一方、最大のライバルであるVerizon Wirelessは、通話品質及びカスタマーサービスに定評があり、これらの強みを武器に、携帯電話ナンバーポータビリティ導入後も順調に加入者を伸ばしている^④（脚注）。特に2004年第3四半期（7～9月）には、加入者純増数が170万に達するなど、驚異的なペースでCingularを追い上げている。それに加えて、AT&T Wirelessからの顧客離れも予想以上に進んだことから、2003年末には782万だった新CingularとVerizon Wirelessの加入者数の差は、2004年9月末時



④（脚注）

一部報道によると、ナンバーポータビリティ導入後に、AT&T Wirelessから流出した顧客の大部分がVerizon Wirelessに流れ、特に激戦区のニューヨーク市とその近郊では、2004年3月の時点で、約65,000の顧客がAT&T WirelessからVerizon Wirelessに移ったとも言われている。

点では547万にまで縮小している^④(脚注)(【図表6】参照)。

これまで長年にわたって、名実ともに米国No.1キャリアとして君臨してきたVerizon Wirelessが、何の手立てもないままその地位を譲るとは考えにくく、今後、Cingularとの間でさらに熾烈な顧客獲得競争が展開されることが予想されるが、アナリストの中には、Verizon Wirelessが首位の座に返り咲くのも時間の問題と見る向きも少なくないようである。

【図表6】CingularとVerizon Wirelessの加入者数推移(単位:万加入)

	2003.12	2004.3	2004.6	2004.9
Cingular	2,374	2,462	2,505	2,567
AT&T Wireless	2,160	2,085	2,144	2,190
Cingular/AT&T Wireless (a)	4,534	4,547	4,649	4,757
Verizon Wireless (b)	3,752	3,900	4,040	4,210
(a) (b)	782	647	609	547

(データ出典) Espicom Cellular Data Base

3 今後予想される取り組み

新Cingularが解決すべき喫緊の課題としては、速やかで円滑な事業統合、カスタマーサービスとネットワーク品質の改善、が挙げられることはまず間違いないが、そのほかに、今後、同社が戦略的かつ重点的に取り組んでいくと考えられる分野について述べる。



^④(脚注)

米司法省及びFCCによる合併認可の条件として、Cingularは、22の市場においてAT&T Wirelessの資産の一部を放棄することが義務付けられており、その中には加入者も含まれる。対象となる市場のAT&T Wireless加入者数は不明であるが、これを差し引くと、新CingularとVerizon Wirelessの加入者数の差はさらに縮小する。なお、2004年11月末、Cingularは、ALLTEL及びMetroPCSとの間で、一部資産の売却について既に合意に達している。

親会社とのさらなる連携

Cingularは、親会社に地域電話会社を持つ強みを生かして、従来から、固定・携帯のバンドル型サービスの提供に力を入れてきた（【図表7】参照）。今後、最強のライバルとなるであろうCATV会社との競争が本格化していく中で、親会社のSBC/BellSouthとの連携を強化することにより、顧客の囲い込みを図っていくものと考えられる。

【図表7】Cingular、SBS、BellSouthの固定・携帯の一体型サービス

サービス	内容
Total Connections (SBC) Value Answers (BellSouth)	<ul style="list-style-type: none"> 固定電話（市内、長距離、インターネット接続）と携帯電話のサービスをセットにしたバンドル型料金プラン 請求書は固定事業者（SBC/BellSouth）が一括
MinuteShare [®] （参照1）	<ul style="list-style-type: none"> 事前に契約した通話分数を固定電話（市内、国内長距離）、携帯電話でフレキシブルに利用できる住宅加入者向けサービス
FastForward [®] （参照2）	<ul style="list-style-type: none"> 携帯電話に着信した通話を自宅や会社の固定電話に自動的に転送するサービス 月額料金2.99ドル。充電器を兼ねた装置（39.99ドル）を購入して利用。

（Cingularホームページに基づきKDDI総研作成）

法人向けマーケティングの強化

2004年12月7日、Cingularは、法人顧客に対してモバイルソリューションを提供する部門としてBusiness Markets Groupを新たに設立したことを発表した^④（出典）。全米の企業顧客を、グローバル企業（Fortune1000企業及び収入ベースで同規模の米



④（参照1）

KDDI総研 R&A 2003年7月号「BellSouth、SBCおよびCingular による固定・携帯電話の料金統合サービス登場 - 全米初の分数パッケージ -」（森口）

④（参照2）

KDDI総研 R&A 2003年11月号「米Cingular、携帯電話への通話を固定電話に転送するサービスを開始」（鈴木）

④（出典）

Cingularプレスリリース：“Cingular Gets Down to Business”（2004.12.7）

国企業)、中規模企業(従業員50人以上)、小企業(従業員50人未満)、政府・公共機関(連邦、州政府及び大学)の4つのセグメントに分け、専門性の高いスタッフを配置することにより、企業ユーザーのニーズに対応していくとしている。

これまで、一般消費者を主なターゲットとしてきたCingularだが、企業ユーザーに強いAT&T Wirelessとの合併を機に、法人市場のマーケティングに本格的に取り組んでいくものと思われる。

次世代サービス展開の加速化

2004年11月30日、Cingularは、UMTS及びHSDPA(High Speed Downlink Packet Access)^(脚注1)の導入計画を発表した^(出典)。それによると、2005年第4四半期に、いくつかの主要都市で商用サービスを開始し、2006年末までに主要都市の大部分へのサービス拡大を予定している。なお、AT&T Wirelessは、2004年7月にデトロイト、フェニックス、サンフランシスコ、シアトルで、同年9月にダラス、サンディエゴでW-CDMAの商用サービスを開始しており^(脚注2)、2004年9月末現在の加入者数は約11万人となっている。

AT&T Wirelessの買収により、十分な周波数帯を確保したCingularは、今後、次世代サービスの展開を急ピッチで進め、この分野で先行するVerizon WirelessとSprint(いずれもCDMA事業者)との距離を何とか縮めたい考えである。



^(脚注1)

UMTSの高速化版で、データ専用方式。最大14.4Mbpsのデータ通信速度を実現。

^(出典)

Cingularプレスリリース: Cingular Deliver 3G Wireless Broadband Services(2004.11.30)

^(脚注2)

AT&T Wirelessは、NTT DoCoMoとの契約(2002年12月)により、2004年末までにサンフランシスコ、サンディエゴ、シアトル、ダラスの4都市で、W-CDMAの商用サービス開始をコミットしていた。なお、2004年9月には、「CingularとNTT DoCoMoが提携」との報道が一部のマスコミで流れたが、両社による正式発表はこれまでのところ行われていない。

【図表8】Cingular及びAT&T Wirelessの次世代サービス展開状況

年月	事業者	内容
2001年7月	AT&T Wireless	シアトルで米国初となるGPRSの商用サービスを開始
2001年8月	Cingular	シアトルでGPRSのサービス開始
2003年6月	Cingular	インディアナポリスで世界初となるEDGEの商用サービス開始
2003年11月	AT&T Wireless	EDGEの商用サービスを全営業エリアで開始
2004年5月	Cingular	UMTSとHSDPAの技術試験を、同年夏にアトランタで実施予定であることを発表（EDGE以降の次世代導入計画について初めての正式表明）
2004年7月	AT&T Wireless	デトロイト、フェニックス、サンフランシスコ、シアトルでW-CDMAの商用サービスを開始
2004年9月	AT&T Wireless	ダラス、サンディエゴでW-CDMAの商用サービスを開始
2004年11月	新Cingular	UMTS及びHSDPAの導入計画を発表 2005年第4四半期から全米主要都市の一部で商用サービスを開始予定 2006年末までに、全米主要都市の大部分にサービス拡大する計画

(各種資料によりKDDI総研作成)

📖 執筆者コメント

米国の大手携帯電話事業者について語る際に、例えば「通話品質と顧客サービスの良さに定評のあるVerizon Wireless」、「モバイルデータに強いSprint」、「Push-to-TalkサービスのNextel」など、その事業者の特徴あるサービスやセールスポイントを表す定番のフレーズがいくつか挙げられる。しかし、これまでのCingularについては、「加入者数で第2位」のほかにこれといった言葉が見当たらない。今後は「加入者第1位のCingular」と呼ばれるわけだが、最大の加入者数を誇る以外に、際立った独自のカラーを出すことが、同社の最大の課題のように思われる。

さて、米国の携帯電話市場全体を見ると、CingularとAT&T Wirelessによる久々の大型合併を機に、事業者の合従連衡が加速してきている。2004年12月には、加入者数で全米第3位のSprintが、同第5位のNextelを350億ドル（約3兆6,022億円）で買収すると発表した。新会社名はSprint-Nextelで、両社の加入者数を合わせると約3,400万（2004年9月現在）となり、第1位のCingular、第2位のVerizon Wirelessと並ぶ大型事業者となる。さらに2005年1月には、地域系中規模事業者のALLTELとWestern

Wirelessが合併に合意している。米国は、その市場規模に比して事業者の数が多く、過当な価格競争が長年にわたって続いていることから、事業者の合併・統合により、合理的な競争市場がもたらされることが期待されているが、その一方で、消費者団体等を中心に、大手事業者による寡占化が急速に進むことを懸念する声も上がっている。

出典・参考文献

Memorandum Opinion & Order, in the matter of Applications of AT&T Wireless Services, Inc. and Cingular Wireless Corporation for Consent to Transfer Control of Licenses and Authorizations (FCC 04-255) (2004年10月22日採択、同年10月26日発出)

DoJホームページ (www.usdoj.gov)

FCCホームページ (www.fcc.gov)

Cingular Wirelessホームページ (www.cingular.com)

EMC World Cellular Database (November 2004 Edition)

Business Week Online (www.businessweek.com)

Telecommunications Report (www.tr.com)

Telephony Online (www.telephonyonline.com)

Total Telecom (www.totaltele.com)

米国通信事業者各社ホームページ、プレスリリース

NTTドコモプレスリリース (2004.10.27)

米国モバイル通信事業者概況2002 (ENOTECH Consulting)

KDDI総研 R&A各号