

依存体質 八方美人は生き残れない 3Gビジネスにも思わぬ落とし穴

携帯電話市場の構造変化によって引き起こされた淘汰・再編の大波が、代理店を呑み込もうとしている。パート3では、アナリストや関係者の分析と予測から、代理店業界の今後のシナリオを描いてみる。

昨年後半から携帯電話販売の落ち込みが顕著になり、年初には多くの代理店が販売事業の行く末に危惧の念を強めていた。しかし、ここにきて、「数年は現状のビジネスモデルでやっていけるのでは」との楽観論が関係者の間では支配的になりつつある。

その根拠は、第3世代(3G)携帯電話へのリプレース需要だ。ドコモのFOMAの普及はこれからであり、J-フォンも3Gの商用化サービスを2002年12月に延期。CDMA2000 1xが好調に推移しているauも、UIMカード対応の準備はしているが、「スタート時期は未定」という。

7000万超のPDC方式の携帯電話が3G対応端末へと切り替わるには、数年を要する。3G端末に対する販売インセンティブは、現状では低めに抑えられているが、キャリア間競争が続いている状況では、「販売インセンティブをドラスティックに削減することはないだろう」と代理店関係者はみている。

しかし、それでも現実には3G普及の本格化で淘汰される代理店が出てく

ると関係筋では分析している。資金力のない運営代理店、特に地場系の淘汰が進む可能性が指摘されている。

最大の要因は資金繰りが悪化すること。インセンティブが極端に減らされる可能性は低いとはいえ、3G端末の仕入れ価格は非常に高い。例えば、FOMAの仕入れ価格は既存のPDC対応端末の約2倍といわれる。端末を販売しても、実際にインセンティブが代理店側に入るのは回線契約後。仕入れ値以下の赤字で販売している状況では、キャッシュ不足により資金繰りに窮する代理店が相当数出てくる可能性があるというのだ。

証券アナリストによれば、「商社系

の代理店が相次いで合併したのはキャッシュフロー対策が1つの要因」という。ある程度の資本力を持つ代理店でさえ対策を講じている。資金的に課題を抱える代理店にとっては3G本格化がむしろ逆風にもなる。

もはや、そうした代理店に対してキャリアが支援の手を差し延べることは期待できない。商社系代理店のある幹部は、「戦略的によほど重要な拠点であれば支援もあるだろうが、実際には他の代理店傘下に入るように促すことで代理店の集約を進めている」と話している。

広域系も淘汰の波に

資本力のない地場の独立系代理店の淘汰・再編がひと通り終わっても、それだけでは済まない。ある業界関係者は、「次は広域系1次代理店が淘汰さ

図 代理店の再編・淘汰のシナリオ

