

# Deals from PwC

Drive your growth. Secure your future.

米国メディア・テレコム業界

2019年第2四半期のM&Aに関するインサイト

## エグゼクティブサマリー

2019年のM&A活動は鈍いスタートとなったものの、第2四半期の新規取引件数はやや増加して159件となった。一方、大型案件の取引が回復したことにより、公表された取引金額は366億米ドルに上昇した。

当四半期のインサイトでは、PwCの年次調査報告書「グローバル エンタテインメント&メディア アウトルック2019–2023(Global Entertainment & Media Outlook 2019–2023)」に提示されたテーマについて考察する。例えば、変化する消費者行動や技術の進化が、メディアにおけるパーソナライゼーション化の潮流を助長しているか、またこうしたテーマがM&A活動にどのように現れているかといったことである。



「2019年上半期のM&A活動は『グローバル エンタテインメント&メディア アウトルック2019–2023(Global Entertainment & Media Outlook 2019–2023)』に提示されたテーマのいくつかを反映しており、ユビキタス体験のパーソナライゼーションがサブスクライバーのエンゲージメントを推進し、ROIを上昇させるというコンセプトを引き続き裏付けている際立たせている」

— パート・スピーゲル、PwC米国テクノロジー・メディア・テレコム、ディールパートナー

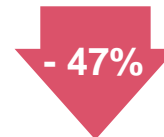
### 取引金額

2019年第2四半期 (366億米ドル)  
2019年第1四半期 (67億米ドル)  
2019年上半期 (433億米ドル)  
2018年上半期 (824億米ドル)

2019年第2四半期  
vs.  
2019年第1四半期

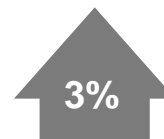


2019年上半期  
vs.  
2018年上半期



### 取引件数

2019年第2四半期 (159件)  
2019年第1四半期 (155件)  
2019年上半期 (314件)  
2018年上半期 (439件)



### トレンドとハイライト

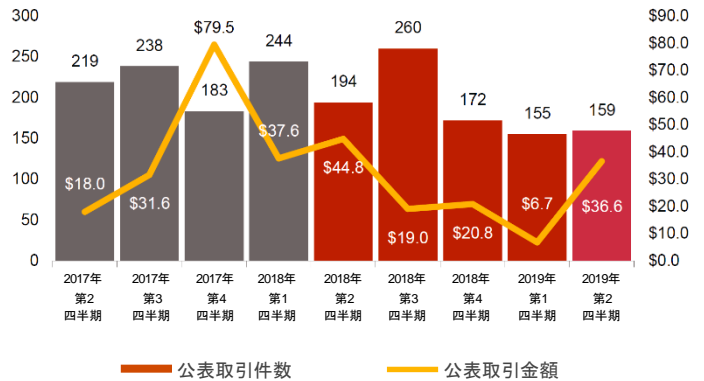
- 2019年第1四半期は鈍いスタートとなったものの、第2四半期の新規取引件数はやや盛り返しを見せ(3%増)、公表取引金額は第1四半期から36%増加して366億米ドルに跳ね上がった。2019年第1四半期には大型案件取引はなかったものの、第2四半期のいくつかの大型案件は、エンタテインメントとメディアのパーソナライゼーションと言う環境へのシフトを際立たせた。消費者が、いつ、どのようにコンテンツや体験型メディアを利用するかを自らコントロールしたいと望んでいることの現れである。
- 年初来では、2019年上半期は依然として2018年上半期に遅れを取っている。公表取引金額と取引件数は、前年同期比でそれぞれ47%と28%減少した。
- サブセクターでは、広告・マーケティングとインターネット・情報が、2019年上半期も引き続き取引件数ベースで他のサブセクターをリードし、それぞれ95件と88件の取引が公表されたが、いずれのセクターも2018年上半期の実績を下回った。

# 2019年第2四半期に行われたM&Aのハイライト

## 取引金額と取引件数の概要

2019年第1四半期の取引件数は過去2年間で最低を記録したが、第2四半期は増加に転じて159件となった。公表取引金額は、最低であった2019年第1四半期から増加して、第2四半期は366億米ドルとなった。この取引金額の回復は、第1四半期は0件だった大型案件が第2四半期は複数あったことによる。2019年第2半期の公表取引金額366億米ドルのうち、238億米ドルを大型案件が占めた。

## 公表取引件数・取引金額



## 最大規模の取引

2019年上半期の公表取引金額が最大の案件は、Digital Colony Partners とEQT Partners によるZayo Group Holdings(ファイバーネットワーク企業)の買収であり、公表取引金額は143億米ドルであった。今後、当局と株主の承認を経て手続きが完了すると、同社の株式は非公開となる。

## 大型案件(50億米ドル超)

2019年第2四半期には、50億米ドルを超える公表された大型案件は2件あり、公表された取引金額のうち239億米ドル(65%)を占めた。これに比べて、2018年第2四半期の50億米ドルを超える取引は6件で、取引総額は368億米ドルであった。

加えて、2019年第2四半期には10億米ドルから50億米ドルの高額取引が4件あり、これらは公表取引総額の23%を占めた。

# 143億 米ドル



# 大型案件 2件



## 10億米ドルを超える案件一覧

公表日	被買収企業	業種	買収企業	取引金額 (100万米ドル)
2019年5月8日	Zayo Group Holdings Inc.	通信	Digital Colony Partners & EQT Partners	14,289
2019年5月3日	Walt Disney Co-Fox Regional	放送	Sinclair Broadcast Group Inc.	9,600
2019年4月14日	Epsilon Data Management LLC	広告・マーケティング	PublicisGroupe SA	4,400
2019年4月15日	AT&T shares in Hulu	映画・ビジュアルコンテンツ	Hulu	1,430
2019年4月15日	Nexstar Media (TV局)	放送	TEGNA Inc. and EW Scripps Co.	1,250

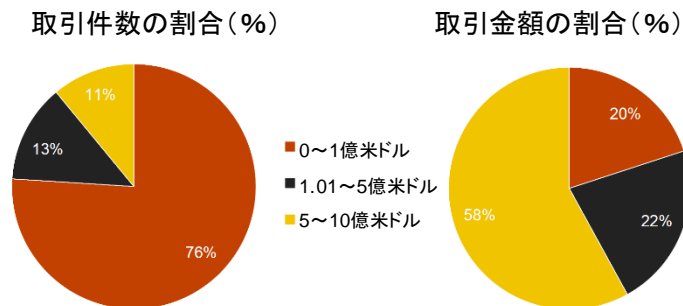
# 2019年第2四半期に行われたM&Aのハイライト(つづき)

## 主な公表案件

2019年第2四半期に公表された、変革をもたらすM&Aのハイライトは以下の通り。

- Sinclair Broadcasting Group / Walt Disney Co. – Fox Regional Sports Networks (放送)** (96億米ドル) : Sinclair Broadcasting GroupがWalt Disney Co. から21st Century Foxのローカル向けスポーツチャンネルFox Sports Networksを買収すると公表。これにより同社のライブスポーツ放送は、MLB、NBA、NHLの試合を含む範囲に拡大。Fox Sports Networksは、SinclairがByron Allenをエクイティパーナーとして新たに創設するDiamond Holding Groupの傘下に入り、42のプロチームについて独占的なローカル放送の権利を取得。Sinclairはローカルニュースに加えてスポーツでも主要放送事業者となる。Disneyは21st Century Fox事業の買収に対し司法省の承認を得るために、Fox Sports Networksの売却に予め合意していた。
- Altice USA Inc. / Cheddar Inc. (映画・ビジュアルコンテンツ)** (2億米ドル) : Altice USAはミレニアル世代向け金融ニュースネットワークを運営するOTTプラットフォームプロバイダーのCheddarの買収計画を公表。この買収でデジタルネイティブ企業であるCheddarとAlticeのローカルケーブルおよび国際ニュースチャンネルが結びつくことにより、マルチプラットフォームの報道機関が誕生し、AlticeニュースはOTT機器を通じて拡大する。Cheddarは2016年の設立。この買収により同社のバリュエーションは2018年のシリーズD資金調達ラウンドから25%上昇。

## 取引金額／取引件数が全体に占める割合



## 2019年第2四半期のM&Aの規模

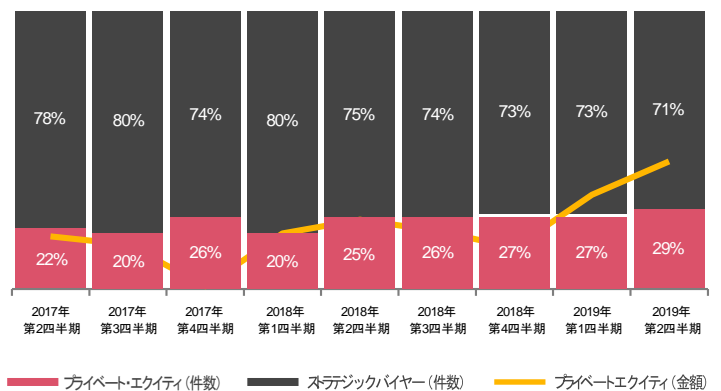
- 公表されたM&Aのうち大半が1億米ドル以下の案件で、当四半期における取引件数全体の75%を占めた。この傾向はメディア・テレコム業界全体に一貫して見られ、取引金額が非公表のものや、小規模でいくつものサブセクターにまたがる高い成長性を見込んだ案件が多い。
- 対照的に、公表取引金額が10億米ドル以上の案件は、取引件数では全体の10%を占めるに過ぎないが、取引金額では全体の58%に相当する。公表取引金額が5.01~10億米ドルの案件もほぼ同じく、取引件数でも同じく、全体の13%を占めた。

## プライベート・エクイティのハイライト

プライベート・エクイティ(PE)は2018年の勢いを引き継ぎ、2018年第4四半期に達成した過去2年の最高記録を上回って堅調を維持し、取引件数全体の29%を占めた。取引金額ベースでは、前述のZayo Group Holdingsの買収が牽引し、公表取引総額の46%を占めた。

前四半期から引き続き、2019年第2四半期のPE取引件数はインターネット・情報サブセクターに大きく集中し、通信サブセクターにおけるZayo Group Holdingsの大型案件を除けば、取引金額も同サブセクターに集中した。インターネット・情報サブセクターへの主要なPE投資としては、Doordash Inc(オンデマンドのフードデリバリーサービス)への6億米ドル、Stockx LLC(オンラインマーケットプレイス)への1億米ドルが挙げられる。

## 取引件数: プライベート・エクイティとストラテジックバイヤーの割合

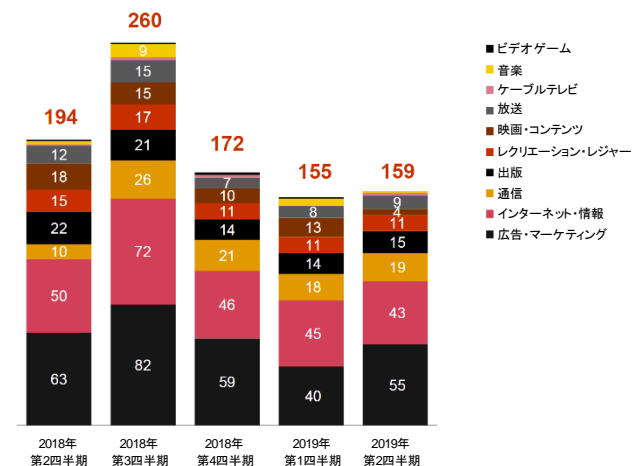


# 2019年第2四半期のM&Aに関するサブセクター別、地域別のトレンド

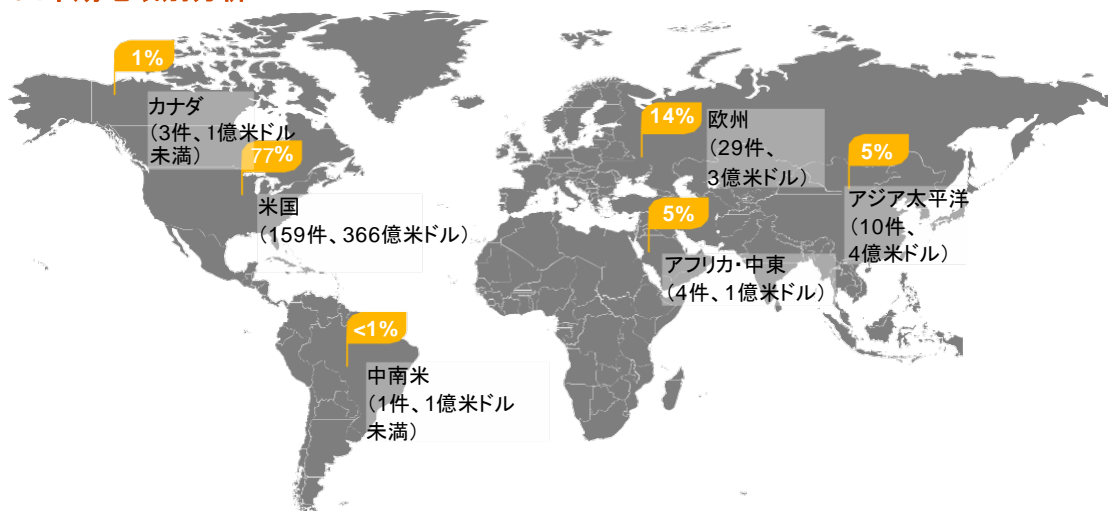
## サブセクター別公表取引件数／取引金額

- 広告・マーケティングとインターネット・情報は、取引件数が最も多いサブセクターというトレンドが定着し、前者が取引件数全体の35%、後者が27%を占めた。
- 通信と放送は公表取引金額で他のサブセクターをリードしている。主な要因は前述した複数の10億ドルを超える取引である。
- 出版とレクリエーション・レジャーは取引件数で前四半期の流れを維持した。レクリエーション・レジャーは、スポーツチームや団体スポーツなど、ライブイベントやインタラクティブなイベント関連に集中している。
- 映画・ビジュアルコンテンツは取引件数で減少したが、HuluのAT&T保有自社株買い戻しやAltice USAのCheddar Inc買収に見られるように、OTTプラットフォーム事業の強さが示された。

## 2019年第2四半期の米国におけるサブセクター別公表済取引件数



## 2019年第2四半期地域別分析



## インバウンド取引

- 2019年第2四半期は外国企業が米国企業を買収するインバウンド取引が33件あり、公表取引金額は総額189億米ドルとなった。2019年に入ってこれまでに2件の大型案件があったことにより、公表取引金額に占める割合は52%となり、過去2年間の最高を記録した。
- インバウンド取引の件数は業界全体のトレンドを反映し、広告・マーケティング(17件)とインターネット・情報(10件)のサブセクターに集中した。
- これまでの四半期と同様に当四半期も英国とカナダが件数ベースで首位を占め、それぞれ全体の18%と12%となった。
- 取引金額で最大となった案件規模の取引は前述のスウェーデンのEQT(PE企業)によるZayo Group Holdingsの買収と、フランスのPublicisによるEpsilon Data Managementの買収であった。

## アウトバウンド取引

- 2019年第2四半期は米国企業が外国企業を買収するアウトバウンド取引が2019年第1四半期の46件からほぼ変わらず47件あり、公表取引金額は8億4,800万米ドルとなった。
- アウトバウンド取引のうち62%が欧州企業を対象とするもので、英国、スペイン、イタリアの件数が最も多かった。
- アウトバウンド取引でも件数ベースではインバウンド取引と同様のトレンドを示し、広告・マーケティングが最も多い13件であった。取引金額ベースでは通信の3億5,500万米ドルが最高であった。
- 公表取引金額で最大となった案件は、United Groupによるクロアチア・ザグレブの通信事業者Tele2 Hrvatskeの2億4,500万米ドルでの買収で、通信サブセクターの取引が重要視されていることがさらに示された。

## パーソナライゼーション:エンタテインメント・メディアの中の「me(自分中心)」

PwCは先頃「グローバル エンタテインメント&メディア アウトルック2019–2023 (Global Entertainment & Media Outlook 2019–2023)」(以下「アウトルック」)を発表した。このアウトルックは定期購読ベースのオンラインツールで、企業は同ツールが提供する豊富で詳細にわたるデータ、予測と分析、新たな見解と知見をくまなく活用することによって、今後1年の戦略を策定することができる。このアウトルックでは当社の業界専門家がエンタテインメント・メディア業界の14のサブセグメントと世界の53の国・地域のデータ分析と予測を行い、主要トレンドを明らかにし、即座に役立つインテリジェンスを生成した。本年のアウトルックは以下を主要テーマとして、消費者の視点から業界を眺め、パーソナライゼーションが進むメディアインタラクションの発展に焦点を置いた。

1. 消費者がいつ、どのようにメディアを利用するか選択ができるようになり、**パーソナライゼーションが進んでいる**。
2. 消費者の行動の変化が**パーソナライズされた体験へのシフト**を推し進めている。
3. 企業がグローバル市場に対応する中で、**全てに共通する一つの解決策はない**ことが明らかになりつつある。
4. コンテンツ制作者や配信事業者は、**どこであろうと消費者がいる場所で消費者に接触し**、対応している。
5. AIや5Gなどの技術発展が**パーソナライズされたコンピューティングの新時代**に貢献している。
6. **パーソナルデータの徹底保護**がエンタテインメント・メディア業界のエコシステムの健全性における重要な要因である。

グローバル エンタテインメント&メディア アウトルック2019–2023の概要については

<https://www.pwc.com/jp/ja/press-room/entertainment-media190617.html> をご覧いただきたい。

## 2019年第2四半期のサブセクターのハイライト

当四半期は、パーソナライゼーションが進むメディア利用がどのようにM&Aのトレンドに影響しているかを考察する。

- **広告・マーケティング**: 今期のPublicisによるEpsilon Data Managementの44億米ドルでの買収は、広告業界の大手持株会社が従来の企業統合や能力ベースのM&Aから離れて、データに基づくソリューションに向かう傾向を引き続き示している。この取引は、IPGによるAcxiomの買収とDentsuによるMerkleの買収を含む、大手4社による他のデータ関連買収に続くものである。アウトルックに示されているように、「数十億人単位の消費者」ではなく「数十億人の個々の消費者」に対して個別に売り込みを図るために、利用パターンなどのデータを活用しながら、個人の嗜好を軸にサービスや事業モデルを設計している。大手広告企業に期待されるのは、クリエイティブやテクノロジーに関わる既存のスキルセットデータ分析で補い、かつてない規模でパーソナライズされた体験を提供できることである。
- **通信**: 前述のとおり、今期における公表取引金額が最大の取引は、Digital Colony PartnersとEQT PartnersによるZayo Group Holdingsの143億米ドルでの買収である。Zayoは北米および欧州の都市圏マーケットでの高密度ファイバーネットワークを含む幅広いデジタルインフラを保有している。今回の取引は、ファイバーは5Gネットワークの最重要コンポーネントの一つであり、データに対する世界的な需要の増加に対応するインフラ投資に投資家が注目していることを示唆している。アウトルックは、5Gの展開によって、世界のデータ消費が2018年から2023年の間にCAGR26.4%で増加すると見積もっている。4Gの後継となる新しい5Gの技術的進歩は、100倍の通信速度と、1000倍の通信容量をもたらすことが期待されている。

このトピックに関する詳細は、PwCが先頃発行した、5Gの可能性に関する**報告書**を参照されたい。

- **映画・ビジュアルコンテンツ**: アウトルックに記載のとおり、バンドリングの解消が進むことで、私たちがメディアをいつどのように利用するかが変わりつつある。消費者は、従来のチャンネルパッケージではなく、OTT(オーバー・ザ・トップ)サービスを介して好きなチャンネルを組み合わせた方を選んでいる。Disney+、HBO Max、Apple TV+、NBCUが来年プラットフォームを立ち上げるのを受けて、世界のOTT収入が2018年の328億米ドルから2023年には728億米ドルへと、CAGR(年平均成長率)13.8%の成長が予想されるのは当然である。映画・ビジュアルコンテンツのサブセクターでは、以前からコンテンツは買収の重要な要因であるが、2019年はコンテンツの「プラットフォーム」がM&A活動の多くの原動力となった。2019年第2四半期、HuluはAT&Tが保有していた自社株10%を14億米ドルで買い戻し、Disneyは5年以内に58億米ドル以上の金額でComcastが保有する(Huluの)残りの株式を買い上げる取引を成立させた。またViacomはリニアTVストーリーミングプラットフォームを運営するPluto TVを3.4億米ドルで、Altice USAはミレニアル世代向けニュースプラットフォームを運営するCheddarを2億米ドルで、それぞれ第1四半期と第2四半期に買収した。これらはバンドリングの解消に伴い多様なコンテンツ余地があることを示している。

# お問い合わせ

青木 義則  
PwCアドバイザー合同会社  
ディールズTMTセクターリーダー  
パートナー  
080-9446-9982  
yoshinori.aoki@pwc.com

## 執筆者

Bart Spiegel  
PwC, Deals Partner

Ian Same  
PwC, Deals Director

Edward Calderone  
PwC, Deals Senior Manager

取引を成功させる企業は、他社が見落としがちな価値を見出す大局観や、不測の事態に対応できる柔軟性、厳しい競争の中でも有利な条件を勝ち取る大胆さに加え、契約が成立した瞬間から直面するさまざまな課題を見出すための慎重さを兼ね備えています。しかし、情報が瞬時に駆け巡るような事業環境の中では、取引を実効性のあるものとするために、経験豊富なアドバイザーに助言を求める企業こそが、真に取引を成功に導くことができるのです。

PwCのディールズプラクティスはエンタテインメント・メディア・テレコム企業や当該セクターに注力するプライベート・エクイティに対し、買収候補や部門売却候補の選定、詳細なバイサイドのデューデリジェンス実施、買収後の利益獲得計画策定、さらには売却、企業分割、IPOなどによるエグジットまで、M&Aのあらゆる局面でクライアントが重要な決断を下す際に幅広く助言を提供いたします。当社は全世界に20,000名を超えるディールプロフェッショナルを擁しており、貴社のビジネス拠点やM&A取引対象所在地が世界のどこであれ、テクノロジー分野のみならず現地市場についても知識や経験が豊富なチームを派遣することができます。

取引には一つとして同じものはありません。だからこそ信頼できるパートナーから戦略的M&Aに関するアドバイス、デューデリジェンス、取引のストラクチャリング、M&A関連の税務、買収後の統合、バリュエーション、ポストディールなどのサービスの提供やM&Aプロセス全般にわたる助言を得ることが重要です。これによりディールから最大限の価値を引き出すことが可能になるのです。

当社が提供するソリューションは、個別取引の状況に合わせ、貴社がリスク特性の中で最大の価値を引き出せるように設計した統合型のソリューションです。買収や合併事業を通じた資本投下、IPOや私募債発行による資金調達、会社分割プロセスを通じた投下資本の回収など、貴社のニーズに合わせて支援することができます。

エンタテインメント・メディア・テレコムセクターのM&Aおよび関連サービスに関する詳細情報は<https://www.pwc.com/jp/ja/services/deals.html>を、セクターのリサーチおよびインサイトについては、<https://www.pwc.com/jp/ja/industries/em.html> および <https://www.pwc.com/jp/ja/industries/communications.html> をご参照ください。

## データについて

メディア・テレコムセクターは、技術の進歩、従来型メディアと新しいメディアの融合、消費者の嗜好の変化などに伴い、常に変わり続けています。PwCはその変化に着目し、分析を行っています。分析に当たっては、原則としてThomson Reutersの定義による「メディア・テレコムセクター」を対象としています。ただし通信、インターネット、ソフトウェア&サービス、Eコマース分野は、分析の目的上、「通信」および「インターネット・情報」に名称を変更しています。また特記しているものを除き、公開された取引金額として示している数値は、取引の金額をもとに決定しております。一部の事例では企業価値が取引金額を上回る場合がありますが、分析の際はその点を考慮しておりません。

本資料では、以下の定義を用いております。「米国メディア・テレコム業界のM&A」は、買収、合併、少数株主持ち分の統合、株主によるスピンオフ、売却、再編を指します。「買収先企業」は、米国もしくは外国の他企業（プライベート・エクイティ、ストラテジックバイヤーの両方を含む）に買収された米国企業を指します。本資料に掲載されているクロスボーダーのディールは、米国内の企業が買収した米国外に所在する被買収企業の公表済み買収案件のみに限定しています。取引金額は、既述のとおり取引された金額を指します。

公表された案件の買収企業と被買収企業が異なるセクターに属している場合、両方の業種のレポートに含めております。従って、異なる業種のレポートの取引金額や取引件数を合計する場合は、重複した案件を除外する必要があります。