

3

Dimension Data買収(2010年)とその意義

NTTグループが海外事業を本格的に拡大するうえで、2010年に実現したDimension Dataの買収は極めて大きな転機となった。第2節で述べたように、2000年代後半までNTTコミュニケーションズやNTTドコモ、NTTデータはそれぞれ独自に海外事業を進めていた。しかし、単体での拠点拡充や小規模M&Aだけでは、グローバル事業を大きく成長させることは困難であった。スピード感をもって事業を拡大させていくためには、非日系企業の大規模顧客基盤を一挙に取り込むことが重要であり、そのための買収候補として浮上したのが、世界的なITサービス企業であるDimension Dataであった。

本節では、2008年から2010年7月に至るまでの交渉を振り返り、最終的にTOB(株式公開買付け)を通じて買収が実現した経緯と、その後NTTグループの海外売上・事業運営に与えたインパクトを整理する。

3-1. 買収の経緯(2008~2010)

(1) 対象見直しと協議の経過

NTTコミュニケーションズは、Verio社再編(2005年)後の海外事業拡大策として、東南アジアに強みを持つシンガポールのDatacraft(データクラフト)の買収を検討した。しかし、2008年に同社がDimension Dataの完全子会社になったことを受け、買収対象をDimension Dataに変更することとした。同年、NTTコミュニケーションズがNTT(持株会社)にこの買収を提案し、①案件規模が大きいこと、②NTTデータのSI機能も含めたグループ横断の連携によるワンストップ・フルスタック化が見込めることから、NTTと共同の大型M&Aとして検討を進めることとなった。

Dimension Dataは欧州を中心に世界各地でITインフラ・ネットワーク運用サービスを提供する企業であり、6,000社を超える非日系顧客を有していた。このため、買収が実現すれば、NTTグループの通信インフラやデータセンターとのシナジーが見込まれた。加えて、NTTデータのSI機能との連携により、ネットワーク、データセンターからアプリケーションまでの、フルスタックでのサービス提供体制の構築が可能となる見通しであった。

2008年に両社は協議を開始した。主要株主との価格条

件の調整が難航して、協議は一時中断されたが、その枠組みは維持された。また、両社の組み合わせによる大企業向けのWAN構築やマネージドサービスのグローバル提供力の強化が想定されることもあり、グループの海外事業拡大方針の下、案件の戦略的意義は継続して認識された。

3-2. TOB 発表と買収決着

(1) TOB実施と最終合意

長期間にわたるDimension Dataとの交渉を経て、2010年7月にNTTは同社買収に向けた株式の公開買付け(TOB)を正式に発表した。この時点での買収総額は数千億円規模とされ、かつてのVerioやNTTドコモの海外投資に準ずるNTTグループとして歴史的な大型案件であった。

公開買付けの期間中に大株主の賛同も得て、最終的にNTTはDimension Dataを完全子会社化することに成功した。こうして2008年からの長期的な交渉は2010年夏に決着を迎え、NTTは欧州・アフリカ・アジアを含む広範囲の非日系顧客基盤を一挙に取り込むという画期的な一歩を踏み出した。

(2) 買収による海外顧客基盤の急拡大

Dimension Dataは当時、世界6,000社以上の企業に対し、ネットワークインフラ構築やマネージドサービスを提供していた。この買収によりNTTグループは、国内企業にとどまらずグローバル企業や現地有力企業とダイレクトに取引できる足場を獲得した。NTTコミュニケーションズが展開していたArcstarやデータセンターサービスと組み合わせることで、WAN構築から運用サービスのまでのフルラインナップでのサービスを世界中で提供できる体制が整った(図表3-3-1)。

さらに欧州を強みとするDimension Dataは、2014年2月に仏NextiraOneを買収し、東欧地域まで事業領域を拡大していった。同社がNTT傘下となったことで資金力やブランド力が後押しした結果であり、NTTグループの海外事業領域は一段と広がることになった。