

事例で学ぶ

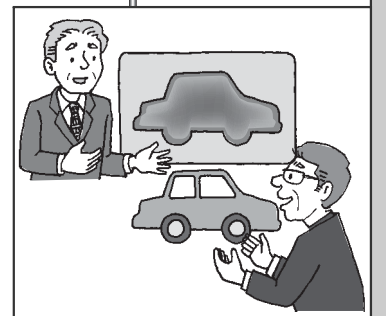
M & A成功のポイントと金融機関の動き方

日本M&Aセンター 金融法人部

ここでは、仲介機関として多くの地域金融機関と提携する日本M&Aセンターが実際に手掛けた事例から、M&Aを成功に導くポイントを見ていく。

Case 1

自動車部品製造業同士のM&A 鍛造分野を内製化し 前工程への進出を実現



	譲渡側	譲受側
	A社	B社
本社所在地	中国地区	東海地区
事業内容	自動車用精密鍛造部品製造	自動車用精密切削部品製造
売上高 / 従業員	約7億円 / 約30名	約200億円 / 約300名 (いずれも国内のみの数字)
情報源	a銀行	b銀行
譲渡・譲受の背景	後継者不在・先行き不安	前工程への進出・内製化率向上

譲渡側の背景・ニーズ

自動車向け鍛造部品製造業のA社は、かつては年商11億円、経常利益約2億円の業績だったが、主要取引先がマツダ・三菱自動車系列の下請企業に偏る中、リーマン・ショックで売上が大幅減少。いまだその回復途上にあつた。

A社の現社長は、社長にしていた娘婿が早世してしまい、やむなく再度、社長に復帰していた。

社内には社長の娘、妹婿の専務、親族外の取締役が経営に参画していたが、娘は後継者となることを望まず専務は社長と同様に高齢であり、取締役への事業承継は高額な自社株評価がネックとなる「後継者不在企業」であつた。

こうした状況ではあるものの、

A社は元々の利益率が高く、役員向けの報酬や生命保険料、地代等を合算した実質的な利益では依然高収益で、約9億円の金融資産を有する無借金企業であつた。

また、A社はニッチだが特徴ある技術を有していた。具体的には、鍛造用の金型の大半を自社で設計・製造できる技術があり、他社では対応しにくい小型・複雑な形状の部品に特化。かつ多品種・短納期の体制を築いていた。

顧客の悩みをキャッチしM&Aのニーズを把握

譲渡側取引金融機関の動き

一方、B社が求めていたものは自社の幅広いラインナップに対応できる多品種供給が可能な製造能力と、新製品開発のために多種の鍛造金型を設計・製造できる技術であり、まさにA社の得意分野であつた。

商談は両者のシナジー効果の大きさから順調に進展。100%株式譲渡および役員退職慰労金支給というスキームで、約3カ月間で成約した。

a銀行は、A社社長の逡巡、葛藤に真摯に向き合い、決断を後押しすることで深い信頼を得た。そして本件の成約後、譲渡対価の一部を預かり資産として獲得することができた。

b銀行は、初めてのM&AとなるB社の不安に対し、積極的なアドバイスを行い、無事成約に導いたことで、買収資金のファイナンスを獲得し、一躍、メイン行と並ぶ融資残高となった。

(町田浩康・上席課長)

M & Aセンターへ依頼することとした。

譲受側の背景・ニーズ

B社は、特定の自動車用駆動系部品の製造に特化しており、その分野のシェアでは国内最上位にあつた。国内外に複数の製造拠点を有し(中国地区も含む)、トヨタ・ダイハツ他自動車メーカー各社との取引は厚く、優良な業績を維持していたが、リーマン・ショックによって大打撃を受けた。その事業を立て直す過程で、自社の利益構造を見直し、様々な施策を検討する中で、時間的優位性からM & Aの活用も視野に入れ始めていた。

B社の製品は、主に鍛造品に精密切削・研磨の加工を施した部品によって構成されており、B社の得意な技術は切削・研磨加工にあつた。鍛造品の一部は自社製だったものの、大部分は他社からの調達であり、B社の製品ラインナップの幅広さと一品種当たりの発注量の多さから、納期の逼迫と単価上昇を招いていた。そこで、鍛造分野に本格的に進出することで、

この問題を解決することを強く望むようになった。

譲受側取引金融機関の動き

他県に本社があるb銀行は、B社にとって融資順位4番目の取引先だった。取引店舗の支店長は県外店舗らしいフットワークの良さでB社へ積極的に訪問。良好な関係を築いてはいたものの、融資残高を大きく伸ばす決め手には欠いていた。

日々の面談を通じ、B社が鍛造分野への進出を狙っていることを把握。M & Aが有効ではないかと判断し、以前より本部の専門部署へ相談をしていた。その中で、日本M & AセンターよりA社の案件情報もたらされ、早速B社に提案したところ、非常に高い関心を示し本件がスタートした。

M & Aの仲介により金融取引の拡大に成功

M & Aの展開とその効果

A社の製品はB社が調達している鍛造品と類似のサイズであり、A社からB社への製品供給は十分可能であつた。そのためA社社長