

◆増加の傾向

企業の合併・買収(M&A)は、一時ネガティブな捉え方がされていたが、その知識が普及し、取引が伸びるにつれ、中小企業ではオーナー経営者の高齢化と後継者不在を解決する手段として注目され、買手の側もこれを成長戦略に位置づけるようになった。

今やM&Aの件数は年間3千件に達するといわれ、保険会社が「表明保証保険」を売り出すまでになっている。隠し事がない旨の表明保証は、リスク回避のためM&Aには不可欠の条項とされており、粉飾決算、裏保証、第三者の権利侵害などの懸念事項を考慮し、買手側で表明保証保険を掛けるケースも出ている。

企業の大合併は、国策もあって、かつて日本でも盛んに行われていた時代があったので、驚くことではない。だがここに来て、会社は売り買いするものとする意識の変化が起きており、またM&Aは大企業から中小企業へ、大都市から地方への広がりを見せている。

M&Aの動き

匠プラザ21
経営法務大学

「ドラゴン」が参考にてきる。

◆会社の売買

M&Aの手法は、①合併②買収③合併会社設立④資本参加⑤生産提携⑥販売提携⑦技術提携⑧新設分割⑨吸収分割に大別できる。合併は吸収合併と新設合併があり、買収には株式譲渡や株式移転、株

ところでM&Aは双方にとって重要な意味を持つ交渉事であり、利害得失が一致するとも限らないため、情報の収集に時間をかけ、アドバイザーの力も借りなければならぬ。類書は数多あるが、売り手になる中小企業の場合、中

式交換、第三者割当増資、事業増資、会社分割、TOB(株式公開買い付け)、MBO(自社株式購入)に分かれる。本稿では、株式譲渡による会社の売買をベースに置いている。

◆中小会社の売却

オーナー経営者は会社売却

の理由に、後継者不在(子どもがいたとしても苦労はさせたくない)、創業者利益の獲得、先行き不安、業績不振、選択と集中、会社の発展、社員の存続などを挙げている。企業価値を正しく評価すること、これまでの投資や苦勞も含めて最大の買い値をつけること、世間の評価もあり身売りと思われ結果を避けることなども望んでいる。

売却できる会社は一定の条件を備えている必要がある。オーナーが抜けても存続できる権限の付与やコンプライアンスなどの組織作りが整っているか、売り上げ・利益とも成長の要素を残しているか、

シェアの確保・業界の評価など企業規模を有しているかなど。

◆買収戦略として

業績を上げて、株主をはじめ、企業活動に関わる顧客、仕入先、社員など企業のステークホルダー(利害関係者)に報いるのが会社買収の目的になる。M&Aが成功すれば、新規事業の展開、規模利益の追求、多角化による経営の安定、地域経済への貢献などが見込まれるし、役員や社員にもポジションが与えられる。

経営資源の獲得については、例えば、事業を一から始めると、時間やコストがかかり失敗のリスクがあるのに対して、すでに成果が出ている事業を買収すると、これらのマイナス要素が避けられる。M&Aが成長戦略と呼ばれるのはこのためだ。しかしM&Aの成功率は、半分か3分の1だとも言われる。企業文化の違いから、悪縁・良縁の関係が生じたりする。見たい景色と見る景色のギャップを解消する課題がついて回る。
(弁護士・浦田益之)