

(第4回新素形材産業ビジョン策定委員会 資料)

素形材産業におけるM&Aの現状

2013年2月14日

みずほフィナンシャルグループ

みずほ銀行

A・L・Cアドバイザリー部

目次

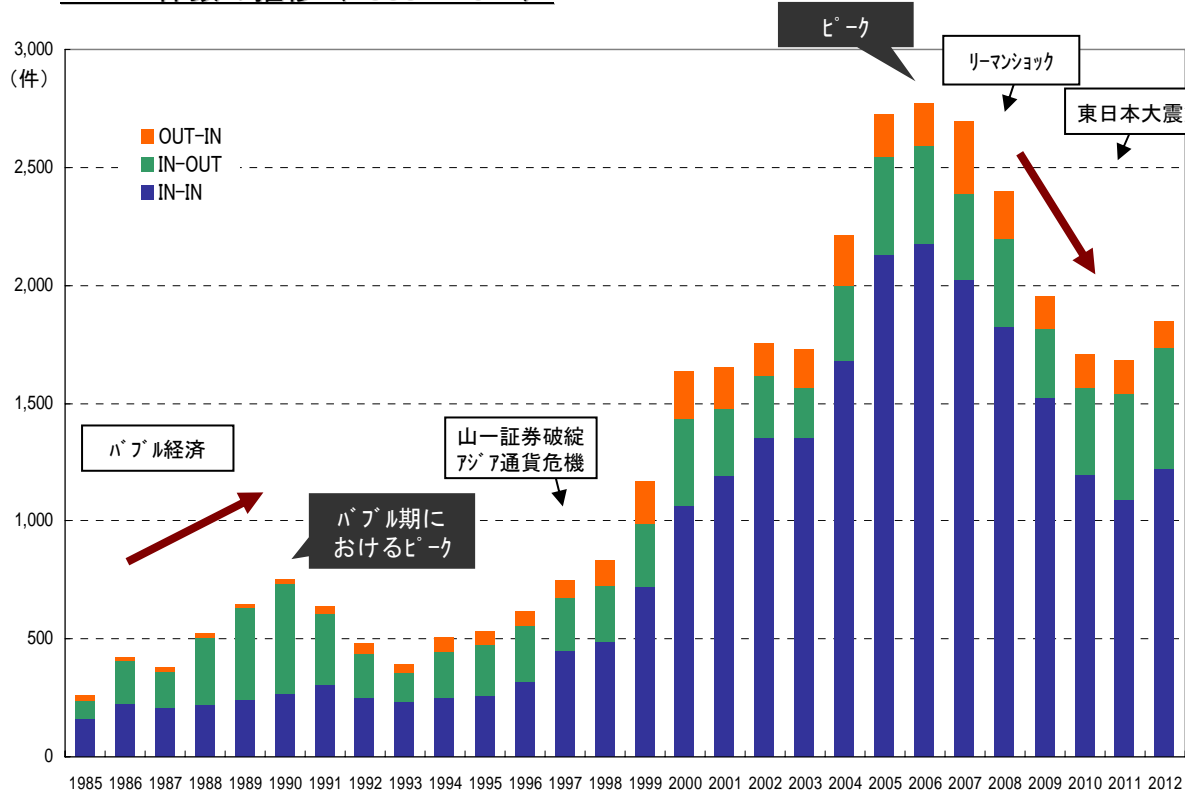
1. M&A(全体)の現状 … P.2
 2. 素形材産業におけるM&Aの現状 … P.3
 3. M&Aにおける課題 … P.8
-

M&A(全体)の現状①【全業種におけるM&A件数の推移】

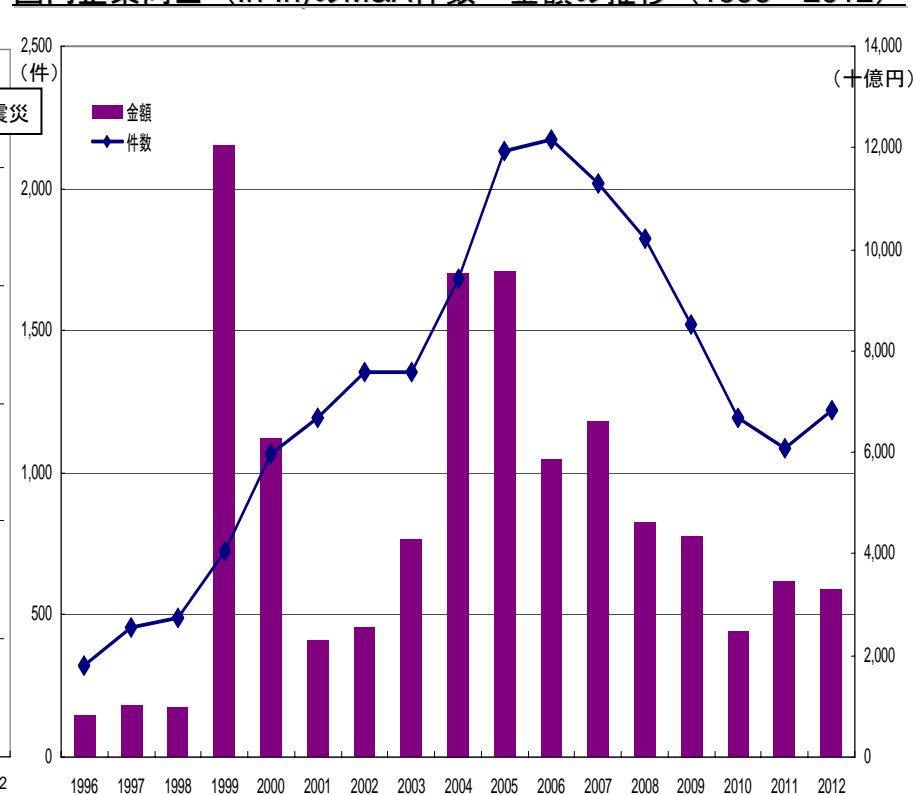
「M&A（全業種）」の件数は、2006年にピークとなった後、減少。その後、2011年以降は増加傾向。

- ・「In-In」の件数は、回復の兆しがあるが、依然低調（2006年のピークと比べ、2012年は約56%）。
- ・「In-Out」の件数は、2006年にピークとなった後、減少。その後、2011年から増加に転じ、2012年にピーク。（金額では、2006年、2007年につぐ実績）
- ・「Out-In」の件数は、2007年をピークとなった後、減少傾向。

M & A 件数の推移（1985～2012）



国内企業同士 (In-In)のM&A件数・金額の推移（1996～2012）



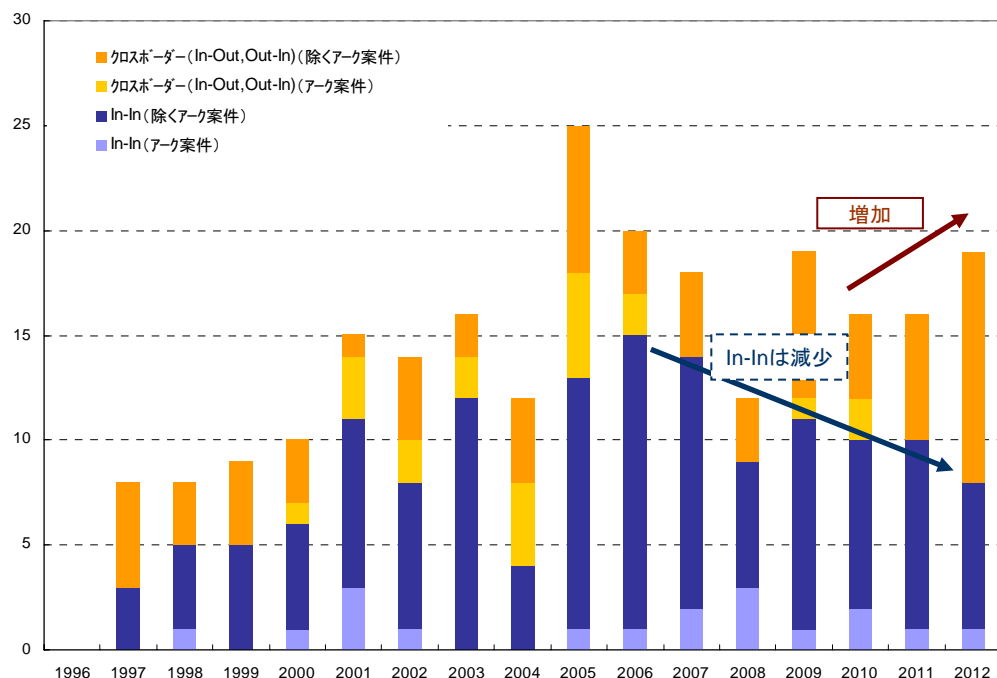
レコフM&Aデータベースより作成

素形材産業におけるM&Aの現状① 【M&A件数の推移】

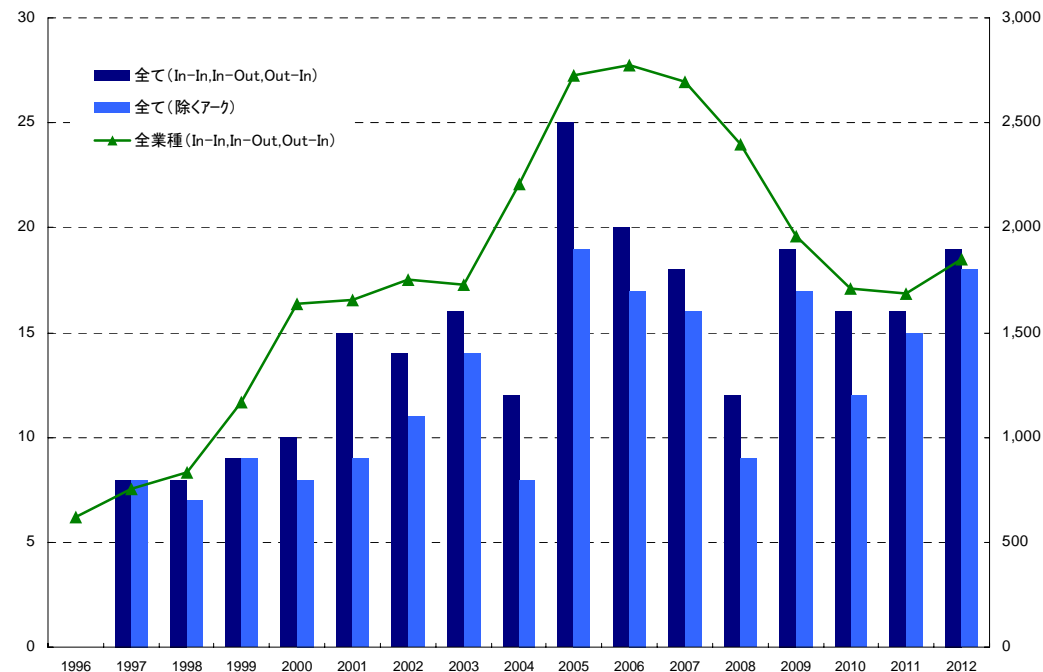
素形材産業におけるM&A件数は、2010年以降、増加傾向にあるが、「In-In」は、減少傾向。

- ・ 1997年以降のM&A案件のうち、アークが関与するM&A案件の占める割合が、約17%。
- ・ 「In-Out」は、2010年以降、増加傾向を示す。
- ・ 「In-In」は、大きな落ち込み（2006年ピークと比べ約半減）。

素形材産業に係るM&A件数の推移①（1996～2012）



素形材産業に係るM&A件数の推移②（1996～2012）



・ 上記グラフにおけるM&A件数について、被買収会社が「鍛造」「鋳造」「ダイカスト」「金型」「金属プレス」「金属熱処理」「粉末冶金」の業種に該当するM&A案件（1996年～2012年）を集計したもの。
 ・ なお、対外的に発表されていない未上場会社のM&A案件は含まれていない点に留意が必要。

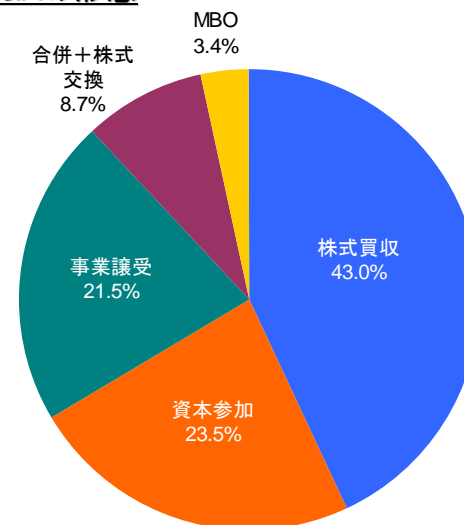
レコフM&Aデータベースより作成

素形材産業におけるM&Aの現状② 【M&A事例について】

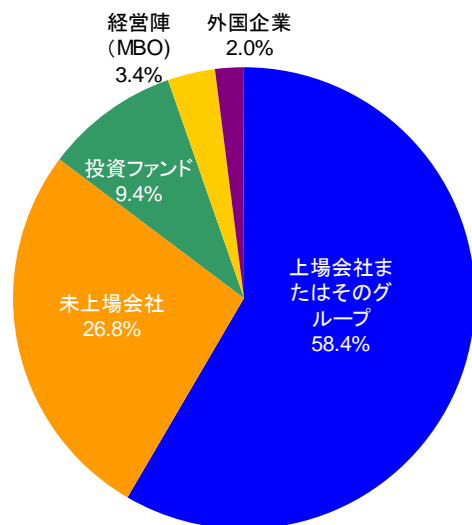
素形材産業におけるM&Aの主な特徴

- ・ 「Out-In」 案件（買い手側が外国企業）がほとんどない。
- ・ 買い手側が、同業ではなく、異業者によるM&A案件が多い。
- ・ 売り手側が、未上場会社である案件が多いが、大手上場会社による部門売却等のリストラクチャリング案件も多い。
- ・ M&Aの形態として「株式買収」が多く、次いで「資本参加」「事業譲受」の順（「合併」は少ない）。

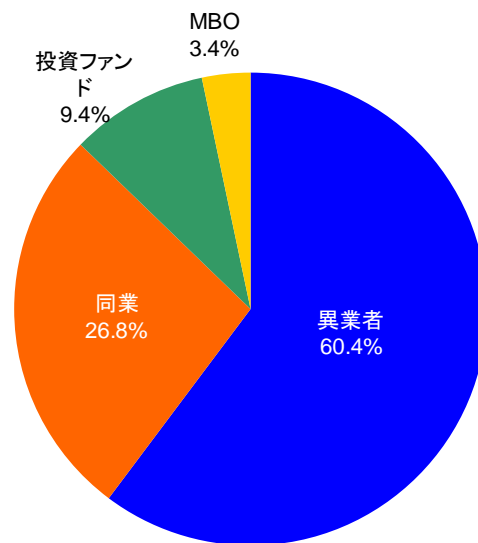
M&Aの形態



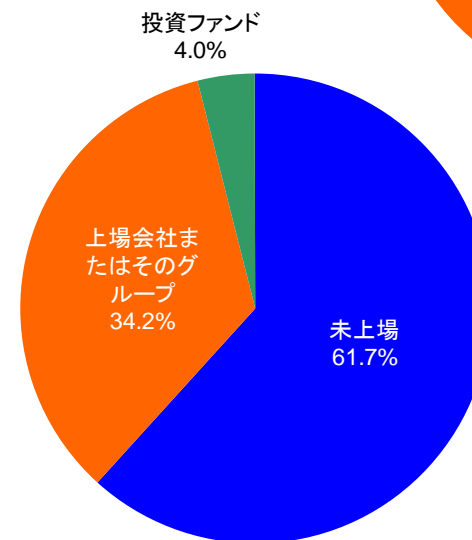
買い手側の類型①



買い手側の類型②



売り手側の類型



- ・ 上記グラフにおけるM&A件数について、被買収会社が「鍛造」「鋳造」「ダイカスト」「金型」「金属プレス」「金属熱処理」「粉末冶金」の業種に該当するM&A案件（1996年～2012年）を集計したものの。
- ・ なお、対外的に発表されていない未上場会社のM&A案件は含まれていない点に留意が必要。

レコフM&Aデータベースより作成

素形材産業におけるM&Aの現状③ 【具体的事例について(その1)】

対象会社		買い手		買い手側の目的・狙い
会社名	業種	会社名	業種	
リズム	鍛造	THK	機械要素部品製造	自動車事業の拡大
協栄鉄工鍛造部門など	鍛造	オーハシテクニカ	自動車関連部品卸	国内生産工場取得、自動車組立メーカーとの取引拡充
羽咋丸善	鍛造	NTN	ベアリング	産業機器向事業拡大
米国TRW	鍛造	三ツ和	鍛造	製造・販売部門の強化
三菱ふそうテクノメタル	鋳造	旭テック	鋳造・ダイカスト製品	ビジネス領域拡大と業務効率向上
聖心製作所	鋳造	大紀アルミニウム工業所	アルミ2次合金地金	川下分野への参入
新東北メタル	鋳造	日立建機	建機メーカー	鋳鋼部品の内製化
東京ロストワックス工業	鋳造	ハヤカワカンパニー	特殊鋼材加工販売	自社生産構築、事業分野拡充
日ピス島根	鋳造	日東工業	内燃機関用部品鋳造	確固たる事業基盤を確立
ケーエステクノス	鋳造	和伸工業	アルミ押し出し製造	鋳造から製品に至る一貫生産体制
ホクリク鋳鉄	鋳造	カワイ精密金属	楽器メーカー	内製化で安定供給、鋳造製品の販売拡大
リテラ	ダイカスト	エフテック	自動車部品	部品の軽量化技術に必要
不二ダイカスト製作所	ダイカスト	南真化学工業	OA機器向け樹脂製品製造	事業拡大・強化
神菱	ダイカスト	ダイハツG	自動車エンジン部品等製造	コスト削減・安定供給
フジミ	ダイカスト	カルソニックカンセイ	日産系最大の自動車部品メーカー	内製化・一貫生産
東海精工	プレス	アーレスティ	ダイカスト	鋳造から加工まで一貫した競争力向上
タチバナ精機	プレス	ムトー精工	金型・プラスチック成型	一貫生産体制
樺山金型工業	プレス	アーク	金型	世界規模でのフルラインネットワーク強化拡充
塩見金属工業	プレス	オカネツ工業	小型耕運機(三菱農機系OEM)	金属プレス加工と金型内製化
広島精研工業	プレス	双葉工業	プレス部品製造	経営再建指導
3DAUTOPROTECH	プレス	アーク	金型	フルラインネットワーク
テクノエイト	プレス	トヨタ自動車・豊田鉄工	トヨタ系プレス部品製造	AVC事業強化など、財務体質改善
梅田金属	プレス	山進産業	特殊鋼、二次製品販売輸入	グループシナジー効果、事業拡大
カキダ工業	プレス	三神製作所	電設用金具製造	作業効率化、営業力強化
ジャルコ	プレス	東北タツミ	デジタル家電製品組立	グループ全体の損益改善

素形材産業におけるM&Aの現状③ 【具体的事例について(その2)】

対象会社		買い手		買い手側の目的・狙い
会社名	業種	会社名	業種	
東京パーツ商会	金型	東京ホーニングサービス	金型	顧客拡大
東精密金型製作所	金型	つくし金型製造	金型	事業拡大・強化
伸英・伸英モールド	金型	双葉電子工業	金型部品	金型用部品の基盤強化
ノベルテクノロジー	金型	アイトリックス	ナノ光学フィルムデバイス開発	ワンストップ体制構築
モルデック	金型	伯東	半導体専門商社	製造機能強化
マルケイ製作所	金型	三相電機	ポンプモーター製造	内製化
テクマス	金型	キョーユー	金型	フレキシブルな生産体制
大昇工業	金型	ビヨンズ	鋳造	ダイカスト金型の一貫生産体制構築
日本高分子工業研究所	金型	テクノアソシエ	住友電工系金属化製品部材商社	高付加価値商品製造と販路拡大
藤精工	金型	三谷商事	情報システム・化学	一貫ビジネス体制構築
第一精密産業	金型	ミネベア	ベアリング	複合部品強化
鈴木製作所	金型	JC日鉱日石金属	石油元売など	精密加工技術強化・一環体制拡充
牧野工業	金型	日進工具	切削工具大手	事業領域拡大
四国	金型	エビス	歯ブラシ等生活用品製造	金型内製化
タミーマンナリー	金型	日本電産ニッシン	金型	金型技術強化・新市場開拓
STI	金型	伊藤忠丸紅鉄鋼G	鉄鋼専門商社	機能充実
松本金型製作所	金型	テイエスケイ	環境排水処理システム製造	一貫生産体制
松栄工機	金型	双葉電子工業	金型部品	業容拡大
セム	金属熱処理	同和鉱業	精錬・金属加工	生産品目の最適配置、技術開発強化、販路拡大

・ 2006年～2012年までの、被買収会社が素形材産業に属するM&A案件。
 (但し、ファンド/経営陣が買収者、資本参加の案件等は除く)

素形材産業におけるM&Aの現状④ 【流通小売業界のM&Aとの比較における考察】

項目	素形材産業	流通小売業 (食品スーパー、家電量販店など)
業界環境	<ul style="list-style-type: none"> ・国内マーケットは縮小 (但し、海外へ活路を見出す選択肢あり) ・国内・海外での価格競争あり ・業界再編がなかなか進まない ・M&Aが低調 ・同業間のM&Aが少ない 	<ul style="list-style-type: none"> ・国内マーケットは縮小 ・国内での価格競争が激しい ・業界再編が相当のスピードで進んでいる ・M&Aが極めて活発 ・同業間のM&Aが多い
経営者の意識など (個人差あり)	<ul style="list-style-type: none"> ・収益は厳しいが、固定客があり、単独でも何とかやっていける ・将来への不安はあるが、現状、経営上の問題はない (危機意識が薄い) ・業暦の古い会社が多い 	<ul style="list-style-type: none"> ・中小クラスの企業にとって、生き残りのためにM&Aは避けられない ・危機感が強い(弱肉強食の世界) ・比較的業暦が浅い
M&Aの難易度など	<ul style="list-style-type: none"> ・買い手候補が少なく、「パートナー探し」が比較的難しい (会社の特徴が1社1社全く違う) ・経営者に、M&Aへの抵抗感あり (慎重、まじめ) ・極めて規模の小さい会社(個人事業主)は、M&Aの対象 になりにくい(法人化されていない) 	<ul style="list-style-type: none"> ・買い手候補が数多く存在し、「パートナー探し」が比較的容易 ・経営者に、M&Aへの抵抗感が小さい (割りきりの良さ、スピード感あり) ・(左記と同じ)

M&Aにおける課題(売り手側からの視点)【オーナー会社のケース】

オーナー会社の経営者にとって、M&Aは「苦渋の決断」を強いられる。

M&Aに対する心理的な抵抗感は無くなりつつあるが、依然として、以下のような思いを抱く経営者が少なからずいることも事実。

- 「身売り」⇒「会社が危ない」⇒「信用不安」を招かないか、不安である。
- 新たなスポンサーのもと、社員の雇用がしっかり守られるかが気がかりである。
- 代々引継いできた会社を、自分の代でやめてしまうことは、ご先祖様に申し訳が立たない。
⇒ M&Aの認知度は高まっており、むしろ、社員や顧客から好意的に受け止められることが多い。

一方で、オーナー経営者がM&Aを決断する理由として多いのは、以下のようなケース。

- 会社の将来の維持・発展のためには、「家族経営」を続けることは難しい。
- 後継者が、親族内や幹部社員の中にいないため、外部売却(M&A)はやむを得ない。
- 廃業と違って、従業員や顧客に迷惑をかけずに、引退できる。
- M&Aで得られる売却資金を、今後の生活のための費用にあてたい。

M&Aにおける課題(買い手側からの視点)

M&Aのメリットを十分見出しきれていない。

- シナジー効果が見込める相手先／お互いに補完関係のある相手先がなかなか見つからない。
- M&Aによるメリットや十分なシナジー効果が見込まれるが、M&Aによるデメリットの方が大きいのではないかと考える。

⇒ M&Aにはリスクやデメリットがつきものだが、相手先の持ち味、強み・弱み等を把握しM&Aのメリット・デメリット、シナジー効果について、相手先との間で十分な話し合いを行い、M&A効果を具現化していくことが重要。

【一般的なM&Aの目的・狙い】

- お互いに体力を消耗するだけの不毛な価格競争は避けたい。
- 今まで開拓できなかった顧客との取引関係を確保したい。
- サプライチェーンを構築し、収益力を高めたい。
- 内製化により、コストを削減したい。
- 事業領域を広げ、顧客からの要望に応えられるよう、ラインナップをそろえたい。
- 付加価値の高い製品づくりのため、技術力を強化したい。

M&Aにおける課題(「パートナー探し」の難易度からの視点)

同業間のM&Aが少なく、最適なパートナーを見つけ出すことが難しい。

「パートナー探し」を難しくしている主な要因

【売り手側】

- 会社に魅力がない（利益が出ていない、借入金が多い、人材がいない、など）。
- 経営者が引退すると経営の維持が困難（カリスマ社長の存在、幹部社員が育っていない、など）。
⇒ 事業承継対策の一環としてM&Aを検討するにあたり、計画的に準備を進めることが必要。
- オーナー経営者が、そもそもM&Aにネガティブ。
(パートナー選びに慎重、M&Aをしなくても会社は永続できると考える、など)

【買い手側】

- 新規投資を控えている（自らのリストラで手一杯、海外M&Aであれば考える、など）。
- そもそもM&Aはやらない（自前主義、かつて失敗した経験がある、など）。
- M&Aに関心は持っているが、M&Aを成功に導く自信がない。
(M&Aの経験がない、M&Aの進め方が分からない、マネジメントを担う人材がいない、M&Aをするのに相応しい会社が見つからない、など)