

일본M&A 뉴스레터

KOREA-JAPAN M&A LETTERs

Contents

2010.11.25 No.7

1 일본 M&A기업정보

- ① 요식업(라면 체인점)

2 M&A column

- ① M&A 리포트
: M&A시너지를 최대화시키는 6가지 축 {3}상품전략
- ② M&A 뉴스
: 삼성전자, 다이니폰스크린 합작회사 주식 인수
- ③ M&A 키워드

한일산업·기술협력재단 KJCF
KOREA-JAPAN COOPERATION FOUNDATION
FOR INDUSTRY AND TECHNOLOGY

COSMO

1 일본 M&A기업정보

■ 회사개요

회 사 명 : H02사 (매각 희망)
업 종 : 요식업 (라면체인점)
본 사 : 일본 전국

■ 사업현황

- 경쟁이 심한 업종 상황에서도 살아남을 수 있는 확실한 맛과 생산시스템이 강점
- 라면 업계 브랜드로 많은 라인 업을 배출(미소, 돈코츠 등)
- 안정적인 리피터가 있어 수익을 유지하고 있음
- 오랫동안 축적해 온 직영 점포관리 노하우(일본 전국에서 FC전개 가능) 보유

■ 재무상황

※ 2010년 3월말 기준

(단위: 백만엔)

항 목	2010.03	2009.03
매출액	7,000	5,000
영업이익	▲ 110	20
경상이익	▲ 115	110
세후이익	▲ 950	1,110
순자산	4,430	5,500
총자산	9,980	8,400

· 재무수치는 전사부문 수치이며, 양도대상인 라면사업의 재무내용에 대해서는 현재 심사중임. 자세한 수치를 희망하는 경우, 개별적으로 안내

■ 희망거래구조

매각거래형태 : 사업양도
매각제안금액 : 상담 * 개별 안내
기타사항 : 직영점포 양도 희망(약20~30점포)

■ 매각 이유

신규 사업전개를 위한 기존 비즈니스 모델 전환

기업정보에 관한 취급 주의

제3자에게 기업정보가 배포되지 않도록 주의해 주시기 바랍니다. 기업정보는 주식회사 COSMO가 신용할 수 있다고 판단한 정보를 기준으로 작성하였습지만, 진실성, 정확성 및 완전성을 보증하는 것은 아닙니다. 보다 상세한 정보는 담당자에게 문의하여 주시기 바랍니다.

▶ 일본M&A리포트 : M&A 시너지를 최대화시키는 6가지 축 (3) (상품전략)

지난 호에서는 M&A 영업전략에 대해 설명하였다. 이번 호에서는 M&A전략 컨설팅에서 시너지효과를 최대화하는 6가지 축 가운데 3번째 축인 「상품전략」에 대해 설명하고자 한다.

~상품전략의 축~

이 세상에는 수많은 「상품」들이 존재한다. 그 중에서 기업이 기본적으로 생각해야 할 상품전략이란, 한마디로 고객을 만족시킬 수 있는 상품이나 서비스를 효율적으로 제공할 수 있는 것이어야 한다. 따라서 M&A 상품전략은 특히 중요하고, M&A를 성공시키는 비결 중 하나이기 때문에 확실하게 검토하여야 한다. M&A상품전략의 포인트는 아래와 같다.

- ① 대상회사가 상품력 강화를 중점적으로 추진하고 있는 상품분야(시장)는 적절한가?
- ② 대상기업을 통합함으로써 경쟁회사를 이길 수 있는 상품경쟁력 획득이 가능한가?
- ③ 대상기업을 통합함으로써 「상품기획 개발력」, 「생산기술력」이 강화될 수 있는가? 라는 3가지다.

먼저, ① 상품 판매 시장이 장래성이 있고, 성장성이 큰 시장인 경우, 대상 회사가 중요시하고 있는 상품 시장분야는 성장을 위해 적절한 것인가? 향후, 대상기업을 통합함으로써 중요시해야 하는 분야가 무엇인지를 신중하게 생각할 필요가 있다. 즉, 「인수를 통해 장래성이 큰 시장에 철저히 힘을 쏟을 수 있을 것인가」라는 것을 냉정하게 판단하는 것이 상품전략의 시작이다.

마켓이 정해지면 ② “대상회사를 통합함으로써 경쟁회사의 상품에 이길 수 있는 상품경쟁력을 보유하게 될지”를 생각할 필요가 있다. 또 상품경쟁력 강화에서 검토해야 할 점은, 1=상품기능, 2=상품품질, 3=디자인, 4=상품가격, 5=상품의 다양성이며 자사상품, 대상회사상품, 경합상품별로 각각 면밀히 비교할 필요가 있다.

그리고 상품경쟁력의 개선이 필요한 상품을 어떻게 강화시킬 수 있을지를 명확히 할 필요가 있다. 시장에 상품이 나오기까지 중요한 공정요소인 「상품개발」, 「생산기술」 등의 강화를 통해 상품경쟁력을 극적으로 향상시킬 수 있다.

마지막으로 ‘상품개발력’은 고객이 만족할 수 있는 상품을 이미지화하여 상품화하는 능력을 말한다. 그러나 문제는 고객이 만족하는 상품을 개발해도 코스트가 비싸거나, 대량으로 제조할 수 없는 경우, 그런 상품은 수익을 올리기 어렵다. 따라서 상품력은 좋은 제품을 기획·개발하는 것이 아니라 보다 싸게 보다 대량으로 Timely로 고객에 제공할 수 있는 능력이 필요하게 된다. 즉, 상품기획개발력과 생산기술력의 융합을 통해 5가지 경쟁력 (1)상품기능, (2)품질, (3)디자인, (4)가격경쟁력, (5)상품 다양성을 강화시킬 수가 있다.

▶ M&A 뉴스 : 삼성전자가 다이니폰스크린제조와 합작회사인 SEMES 주식 인수

2010년 10월 29일, 삼성전자는 다이니폰스크린제조와 합작회사이며, 한국반도체·FPD(박형 패널)제조 장치기업인 「SEMES」를 37억엔에 모든 주식을 인수했다고 발표. 삼성전자는 자회사화를 통해 반도체·FPD사업을 강화 시키게 되었으며 다이니폰스크린은 향후에도 삼성그룹과 우호관계를 강화시켜 양사가 비즈니스 영역을 넓혀나간다는 계획.

M&A키워드

『LBO』란

LBO란 「Leveraged Buy out」의 약칭으로 M&A를 실행할 때, 인수자의 매수금액이 부족할 경우, 활용하는 매수 수단 중 하나임. LBO는 매수대상 기업의 자산, Cash Flow를 담보로 자금을 조달하여 그 자금으로 인수한다. LBO는 소액 자금으로 인수를 가능하게 하는 이점이 있는 반면, 매수기업의 실적이 악화되었을 경우, 채무를 변제하지 못하는 리스크도 있다. 실적이 양호하거나, 전망이 명확한 기업이라면 문제없겠지만, 신중하게 선택하는 것이 좋다.

뉴스레터에 관한 문의

기 관 명
주 소
대 표 자 명
업 무 내 용
담 당
E - mail
T E L
F A X
U R L

재단법인 한일산업기술협력재단
서울특별시 강남구 논현2동 112-15
조석래 이사장
한일 양국간 산업기술 교류협력 촉진
요시모토 코지
koji7@kjc.or.kr
+82-2-3014-9825
+82-2-3014-9800
<http://www.kjc.or.kr>



회 사 명
주 소
대 표 자 명
업 무 내 용
담 당
E - mail
T E L
F A X
U R L

주식회사COSMO
도쿄도 중양구 긴자1-20-14 공동 빌딩 8F
타나카 히데오 대표이사 사장
M&A, 사업승계, 경영합리화 등에 관한 컨설팅업무
스즈키 타몽
info@cos-mo.co.jp
+81-3-3538-2470
+81-3-3538-2461
<http://www.cos-mo.co.jp>



뉴스레터는 한일 M&A를 통한 양국의 경제발전을 목적으로 재단법인 한일산업기술협력재단과 주식회사 COSMO가 협력하여 제공하고 있습니다. 본 뉴스레터의 저작권은 재단법인 한일산업기술협력재단과 주식회사 COSMO에 있으므로 허가 없이 복사 또는 전제하는 행위를 금합니다