

글로벌 시대의 일본기업 M&A 전략

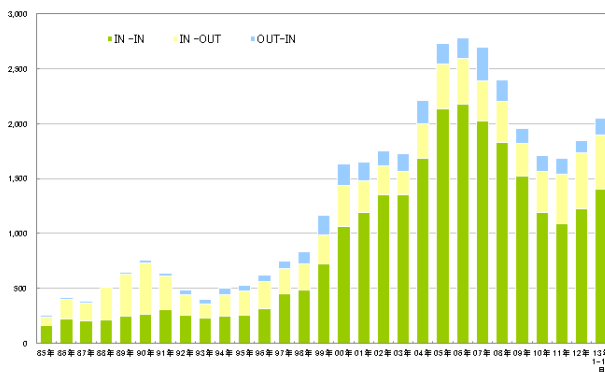
- 최근 일본기업에 의한 대규모 글로벌 M&A가 증가하고 있어, 이는 글로벌 시장을 선점해 가려는 일본기업들의 전략으로 해석되고 있음
- 해외기업에 대한 M&A는 리스크도 크지만, 다른 한편으로 기업체질을 글로벌 경영으로 바꿀 수 있는 기회로도 활용될 수 있다는 점에서 긍정적인 효과가 기대되어 일본기업들이 적극 추진하고 있음

□ 일본기업에 의한 M&A 증가

- ‘08년 글로벌 금융위기로 감소 추세를 보이던 일본기업의 M&A는 최근 다시 증가 경향을 보이고 있음
- ‘13년 일본기업의 M&A(사업양도 및 출자포함) 건수는 전년 대비 10.8% 증가한 2,048건, 금액은 29.3% 감소한 8조 4,597억 엔

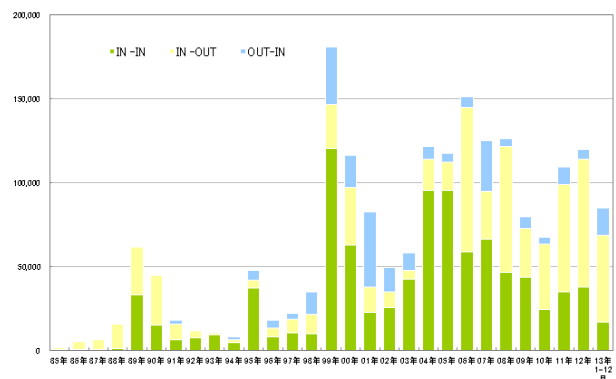
< 일본기업의 M&A 건수 추이 >

(단위 : 건)



< 일본기업의 M&A 금액 추이 >

(단위 : 억 엔)



주: IN-IN=일본기업끼리 M&A, IN-OUT=일본기업이 외국기업을 M&A, OUT-IN=외국기업이 일본기업을 M&A

자료: RECOF

- 일본기업에 의한 M&A(In-Out) 안건은 금액이 전년 대비 32.1% 감소한 5조 1,727억 엔을 기록하였는데, 감소한 이유는 ‘13년 상반기부터 지속된 엔저 영향

- * '12년에 소프트뱅크가 미국의 핸드폰 3위 기업인 스프린트를 인수한 대형 안건(1조8천억 엔) 때문에 '13년 M&A 금액이 전년대비로 감소, 소프트뱅크는 핸드폰 4위 기업인 T모바일US의 인수도 검토 중
- * 건수로 보면 거품경제 시기('88~'90)를 상회하는 과거 최고 기록

□ 일본기업의 M&A 특징

- 일본기업의 중국기업 M&A는 55건에서 30건으로 감소한 반면, 동남아기업에 대한 M&A는 건수와 금액이 과거 최고
 - 동남아기업에 대한 M&A가 급증한 배경에는 중·일 관계 악화로 인한 '차이나+1' 전략의 일환으로 판단
 - * 對동남아 M&A 건수는 전년 대비 99건(27% 증가), 금액은 9,543억 엔(4배 증가)
 - 일본기업의 대형 In-Out M&A 분야는 통신, 의료, 금융, 서비스, 전기, 상사, 식품 등 다양하며, 지역은 대부분이 구미기업
- 일본 대기업들이 과거에는 '세계시장의 NATO군(No Action Talk Only)'이라고 비판을 받았지만, 일본 국내시장의 성숙 및 저출산·고령화로 글로벌 시장에서 성장 기회를 모색하고 있음
 - 과거 일본기업의 M&A 전략은 해외시장 진출을 위한 교두보를 만드는 수단이었지만, 최근에는 글로벌 시장에서 현지 수요를 확보하기 위한 목적으로 적극적인 M&A 전략을 추진

(#사례1)

화폐처리를 취급하는 글로리는 독일, 이탈리아 등 유럽기업의 인수를 추진, '12년에 금융기관용 ATM기 세계점유율 40%를 가진 탈라리스를 인수함으로써 세어를 60%로 확대

(#사례2)

도요타통상은 아프리카에서 자동차판매시장의 점유율을 확보하기 위해 北西아프리카 지역을 중심으로 사업을 전개하고 있던 CFAO를 인수, M&A를 통해 도요타통상은 아프리카 54개국 중 48개국에서 사업추진이 가능해짐

(#사례3)

증류주(위스키, 브랜디 등) 매출액 세계 10위인 산토리홀딩스는 4위인 빔을 인수하여 3위로 도약

- ‘11~’12년에 구미기업을 대상으로 한 대형 M&A가 실시되었던 이유는 유럽의 채무위기 및 미국발 글로벌 금융위기에 의한 구미기업의 투자 의욕 축소, 과거 최고 수준의 엔고 등이 작용

□ 시사점

- 글로벌 M&A는 ‘다문화 관리’가 필요하기 때문에 글로벌 인재 육성의 기회로 활용할 수 있고 기업지배구조의 개선으로 가치 창출도 기대할 수 있음
- 해외기업을 M&A한 이후 다른 기업문화나 경영 방식, 기업지배구조에 대한 사고방식 등 적지 않는 문제가 발생하지만, 문제해결 과정을 통해 새로운 아이디어나 외국인 CEO에 의한 기업체질 개선 등이 이루어 질 수 있음
- 향후 엔저가 지속되면 ‘14년 이후 In-Out M&A의 건수는 감소할 것으로 예상되지만, 글로벌 시장 확보를 위한 전략으로써의 M&A는 지속될 것으로 보임
- 시장 확보를 위한 전략형 M&A를 위해서는 ‘어떤 기업을 선택해야 하는지’, ‘M&A 이후 경영을 맡길 수 있는 역량 있는 인재 확보’가 중요한 과제
- 일본기업뿐만 아니라 중국기업들도 글로벌 시장을 선점해 나가기 위해 알짜 매물들을 사들이고 있으므로 우리기업들도 글로벌 시장 확보를 위해서는 M&A를 적극 활용할 필요가 있음
- 중국, 일본기업의 활발한 움직임과는 대조적으로 한국기업들의 해외 M&A는 지지부진한 상황이므로 능동적인 해외 공략을 통해 새로운 기회를 찾고 성장동력을 키우는 전략을 추진할 필요

<참고자료>

닛케이신문 경제교실(2014.2.3./4), Nikkei BP Net(2014.1.29), KPMG 뉴스레터 vol.37(2013년 3월호), 산케이신문(2014.1.6.)

[참고]

< 최근 일본기업의 대형 M&A 실적 >

(단위 : 억 엔)

연도	일본기업	피인수기업	분야	금액
2011	소니	소니 에릭슨 (스웨덴)	전기	1,111
2011	소니	EMI (미국)	전기	1,704
2011	도시바, 산업혁신기구	랜디스 기어 (스위스)	전기	1,863
2011	기린홀딩스	스킨카리올 (브라질)	식품	1,988
2011	도쿄해상니치도화재보험	델파이 파이낸셜 그룹 (미국)	생보·손보	2,050
2011	테루모	카리디안BTC (미국)	정밀	2,163
2011	다케다약품공업	나이코메드 (스위스)	의약품	11,086
2012	글로리	탈라리스 톱코 (영국)	정밀	858
2012	미쓰비시UFJ파이낸셜그룹	퍼시픽캐피탈뱅크프 (미국)	은행	1,200
2012	이토추상사	돌푸드 (미국)	종합상사	1,330
2012	아사히카세이	졸 메디컬 (미국)	화학	1,804
2012	도요타통상	CFAO (프랑스)	종합상사	2,527
2012	마루베니	가빌론 (미국)	종합상사	2,858
2012	다이킨공업	굿맨 (미국)	전기·기계	2,960
2012	덴쓰	이지스그룹 (영국)	서비스	3,955
2012	미쓰이스미토모파이낸스&리스 미쓰이스미토모은행 스미토모상사	RBS 애비에이션캐피탈 (영국)	기타 금융	5,531
2012	소프트뱅크	스프린트 넥스텔 (미국)	통신·방송	18,000
2013	오릭스	로베코 (네덜란드)	금융	2,420
2013	LIXIL그룹	그로헤 (독일)	주택시설	3,816
2013	미쓰비시도쿄UFJ은행	아유다은행 (태국)	은행	6,760
2014	산토리홀딩스	빔 (미국)	주류	16,500

자료 : KPMG 뉴스레터, 산케이신문