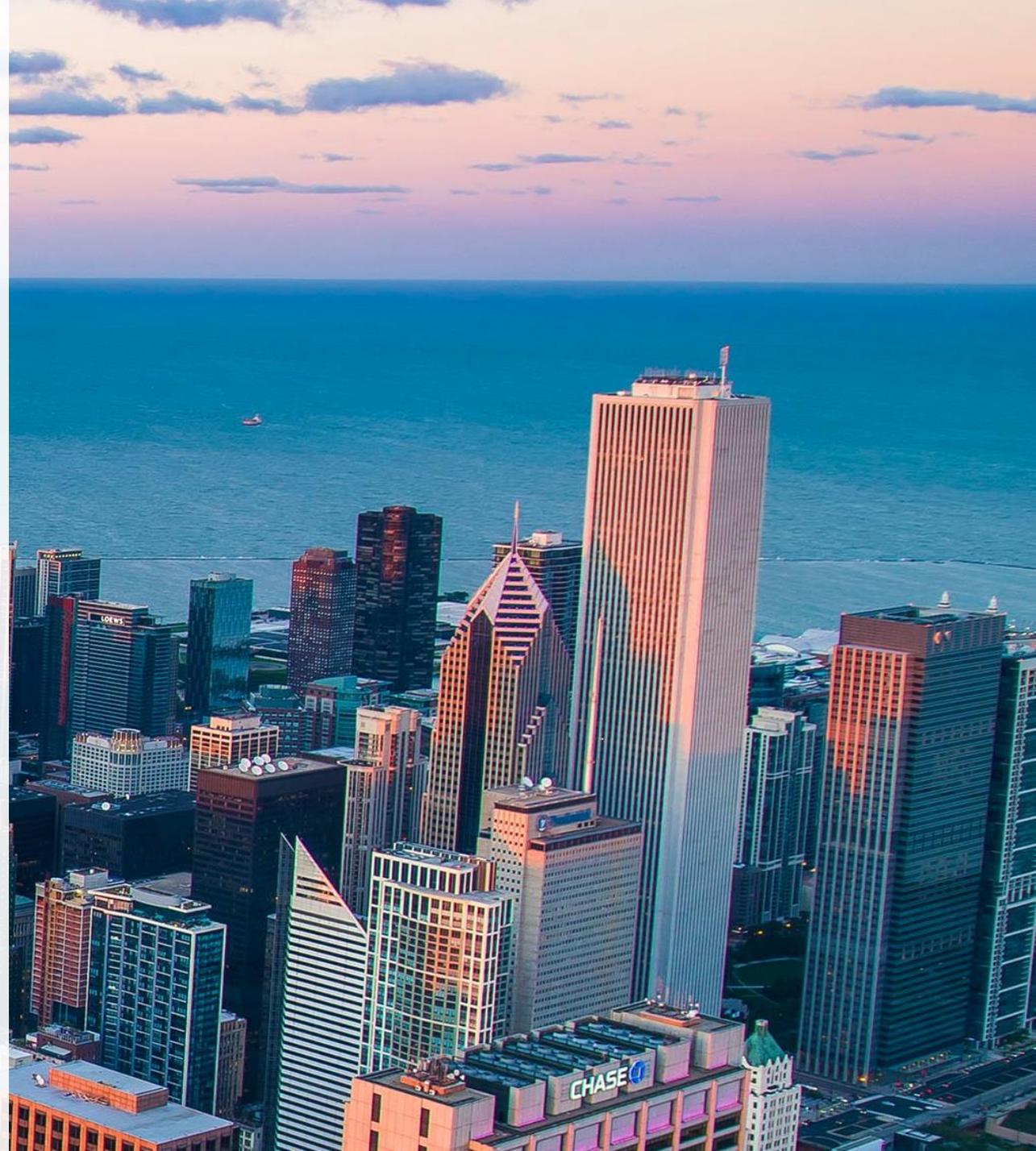


買手企業必見

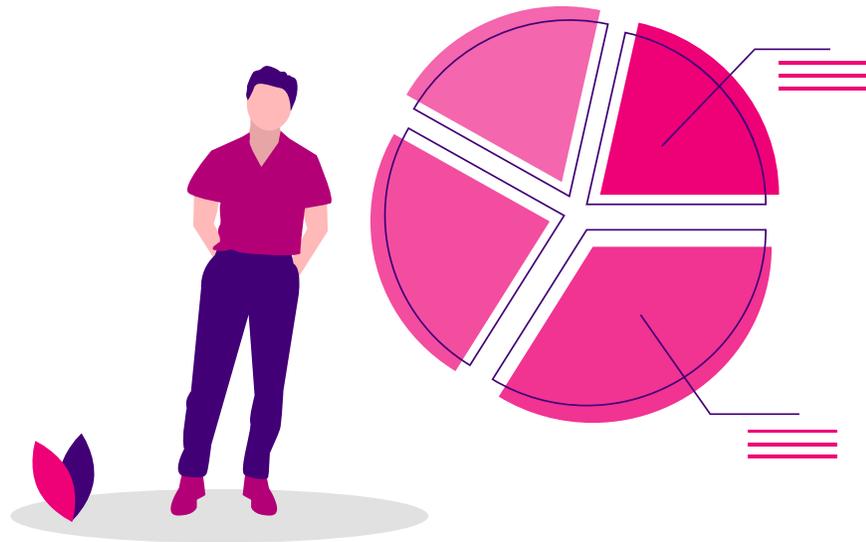
非連続的な成長を遂げる

M&A戦略の考え方

M & A LIVE
Build The Best M&A Team



買収戦略策定の4ステップ



- (1) 目的を持ち、社内で合意する
- (2) 売主のニーズを理解する
- (3) 投資回収期間について考える
- (4) 自社の強みについて考える

なぜ買収するのか？

買収 = 時間を買う

早く実現できるが、コストはかかる

- ・チーム全員採用出来る
- ・販路、収益もある

採用と買収の比較（年収500万円のエンジニアの採用コスト）

採用	VS	買収
150万円/名		1,100万円/名
人材紹介会社の紹介料を30%に設定		人月単価60万円・粗利5年分で算定

参考：よくある買収目的

※買収はあくまでも手段であり、目的ではありません



買収目的 トップ3

1. 市場シェアの拡大
2. 人材の獲得
3. 新規事業の立ち上げ

その他のニーズ

新市場への進出／技術やノウハウの取得
コスト削減と効率化／競合他社との差別化
リスクの分散／純粹投資

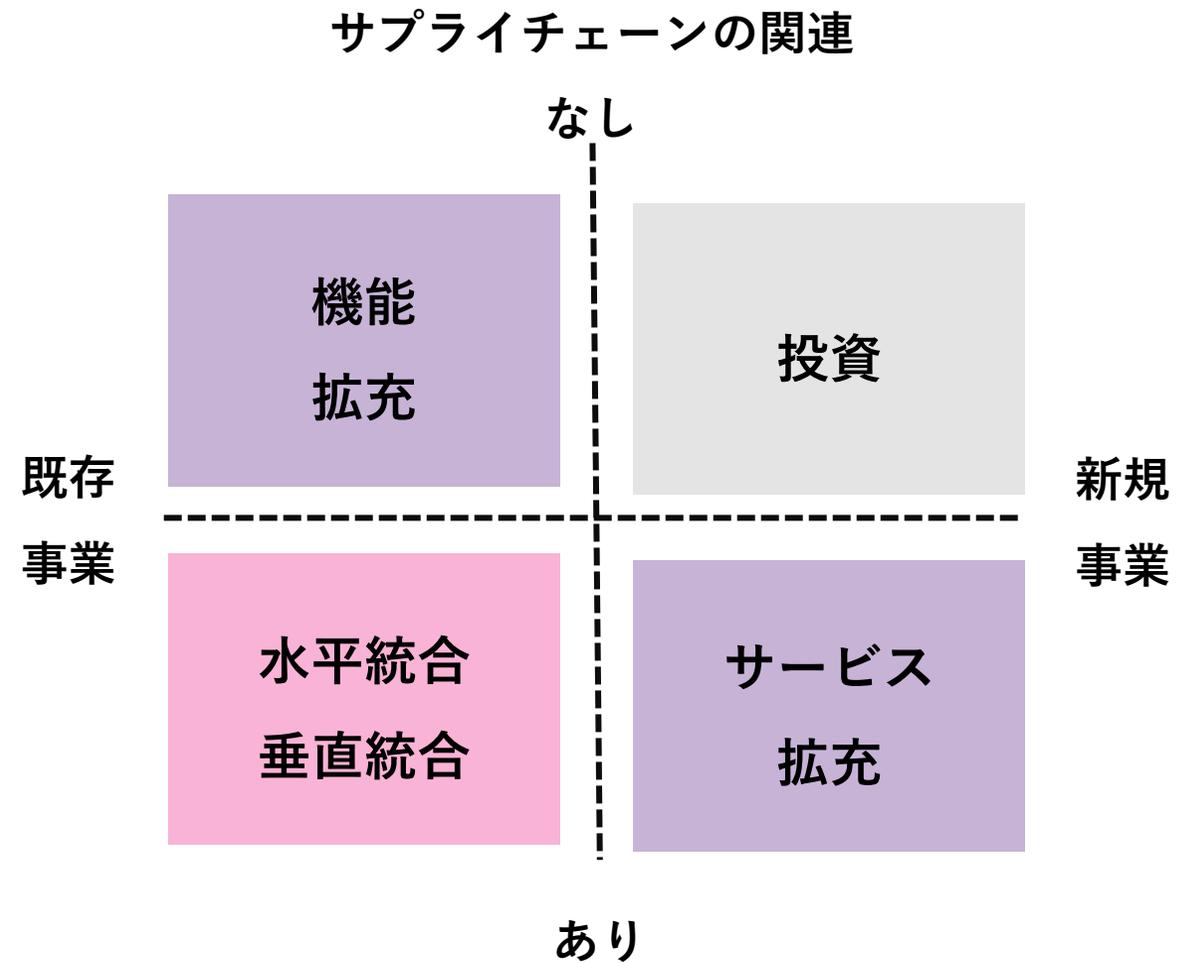
買収目的の整理（その1）

M&Aは右図の4つに分かれる

負けないM&A戦略においては、

“既存事業かつ関連がある”

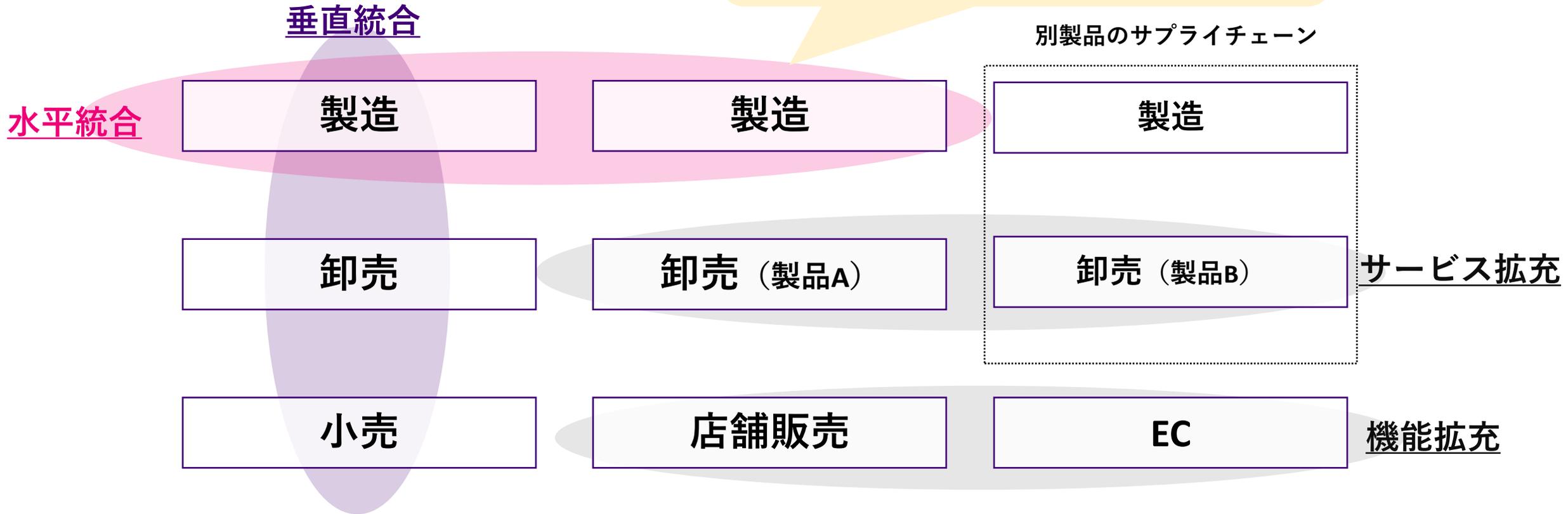
買収を推奨しています



買収目的の整理（その2）

先の図を具体的に示したのが以下です。

すべての買収を
水平・垂直統合に収めるとグッドです！



社内合意の重要性

買収戦略の方向性が見えたら、まずは**”社内合意”**をしてください

※アドバイザーは「買い切れる買手」にしか案件の提案をしません



戦略の言語化例

例：弊社、建材卸事業を行っており、**市場シェアの獲得**を目的としたM&Aを推進しています。

「新築戸建用の建材を取り扱う企業様」がいらっしゃればご紹介いただければ幸いです。



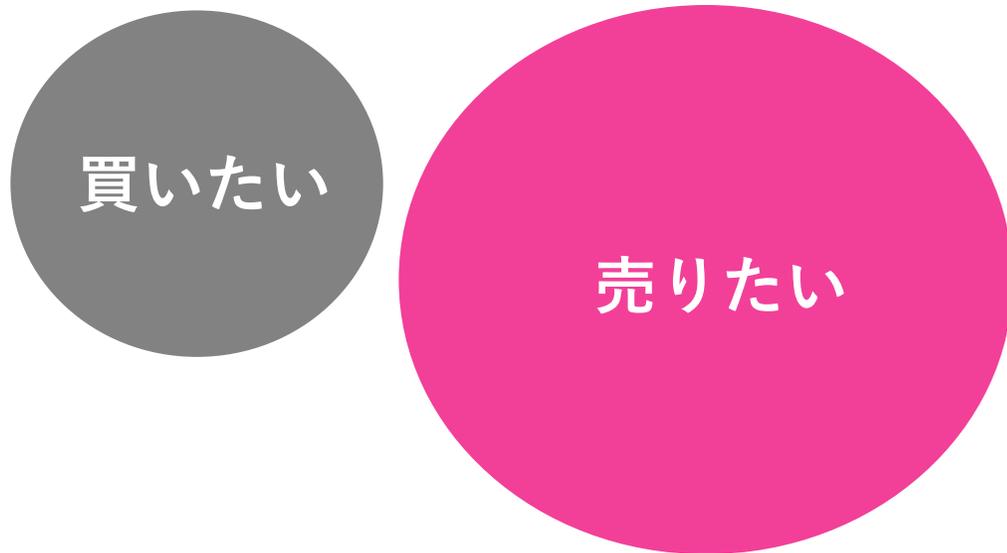
M&Aは相手あって初めて成立します！

次は”**売主のニーズ**”を理解をしていきましょう

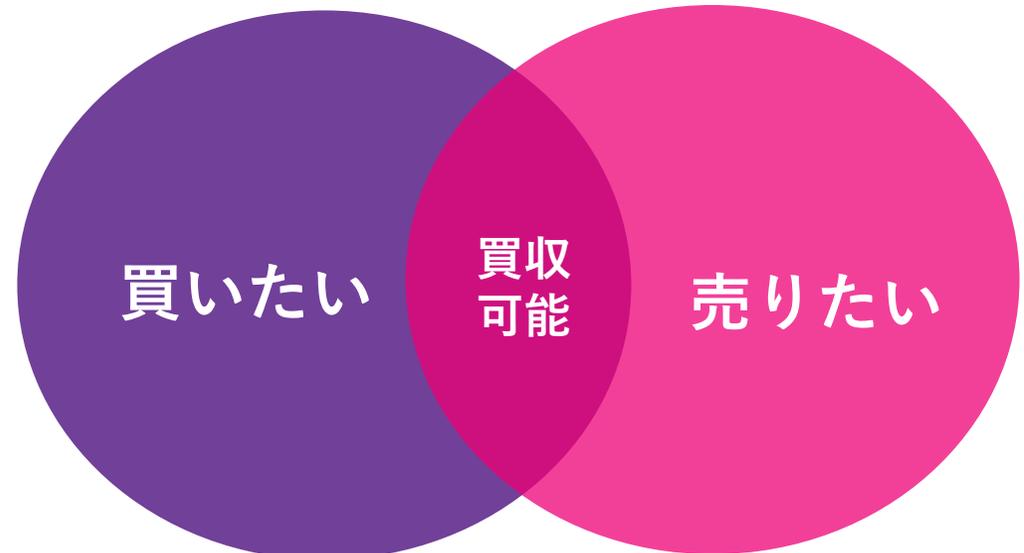
見落としがちな観点

買手と売手のニーズが重なる部分のみが「買収可能」です。
買いたいばかりでは、買うことはできません。

買えない状態



買える状態



売主のニーズ解説



売却目的 トップ3

1. 後継者をいれてほしい
2. 成長投資をしてほしい
3. 高く売りたい

その他のニーズ

リスク軽減、先行き不安

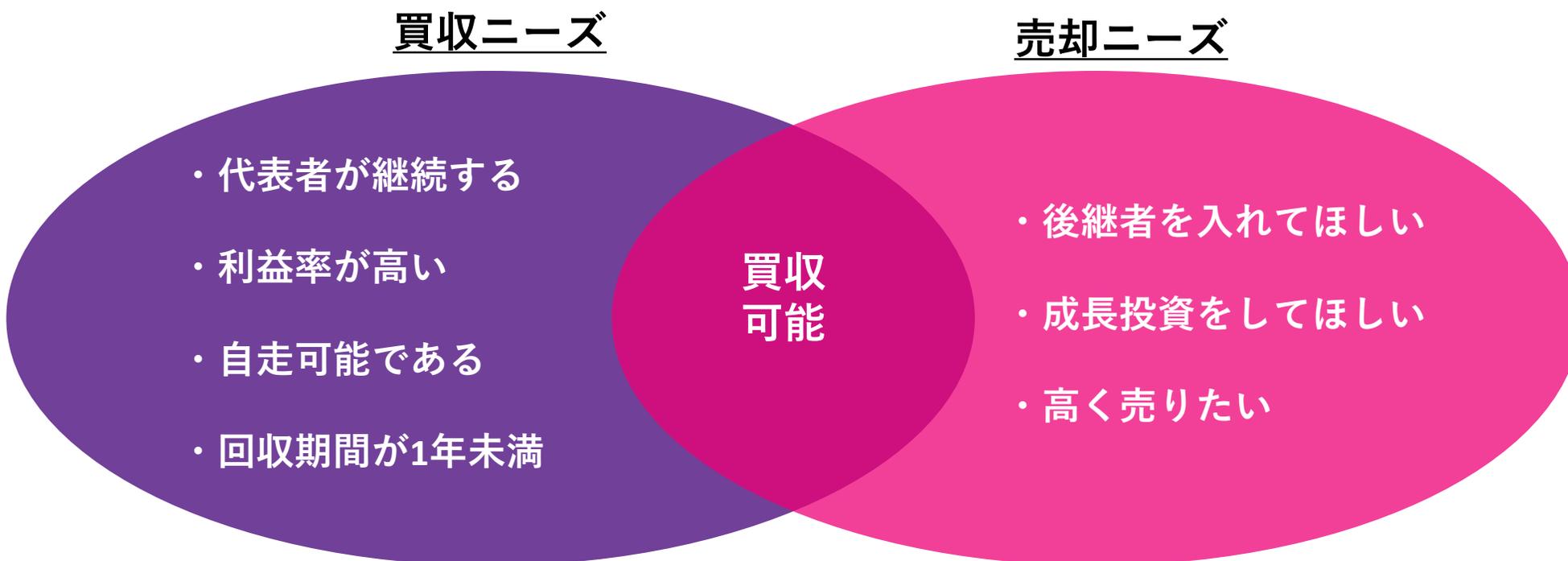
事業再編、財務上の問題、個人的な理由

売却理由は状況・相手によって常に変化します

それを理解し、受け入れ、適切な言葉を使いましょう

買収可能範囲のまとめ

売主のニーズは確定事項が多く、交渉余地があるのは「金額」くらいです
よって貴社の許容・対応可能範囲によって、買収可能な範囲も変わります





調整は可能ですが、

交渉の難易度が高いのが“**買収価額**”です。

次に投資回収ついて解説をしていきます。

一般論：投資回収期間について

いくつかの投資回収の基準を共有します

コスト	回収期間
工場の設備投資	3~5年
新卒社員の採用	3年
飲食店の新規出店	3年
SaaSの顧客獲得	3年



一般的な投資回収期間は、
“3~5年”であるとのこと
ではM&Aにおいては？

M&Aにおける投資回収期間について

- ・ 現状財務で投資回収期間は **3年** 以上は覚悟してください
- ・ シナジー込みで最大でも **7年** 以内に収めてください

過去10社以上買収をしている企業が実践しているので、間違いありません。

M&A LIVE式 評価方法

市場の成長性を加味するうえで、上場企業のPERを一般的な投資回収の目線に加味した数式

時価純資産 + 営業権 (3年 + アルファ値)

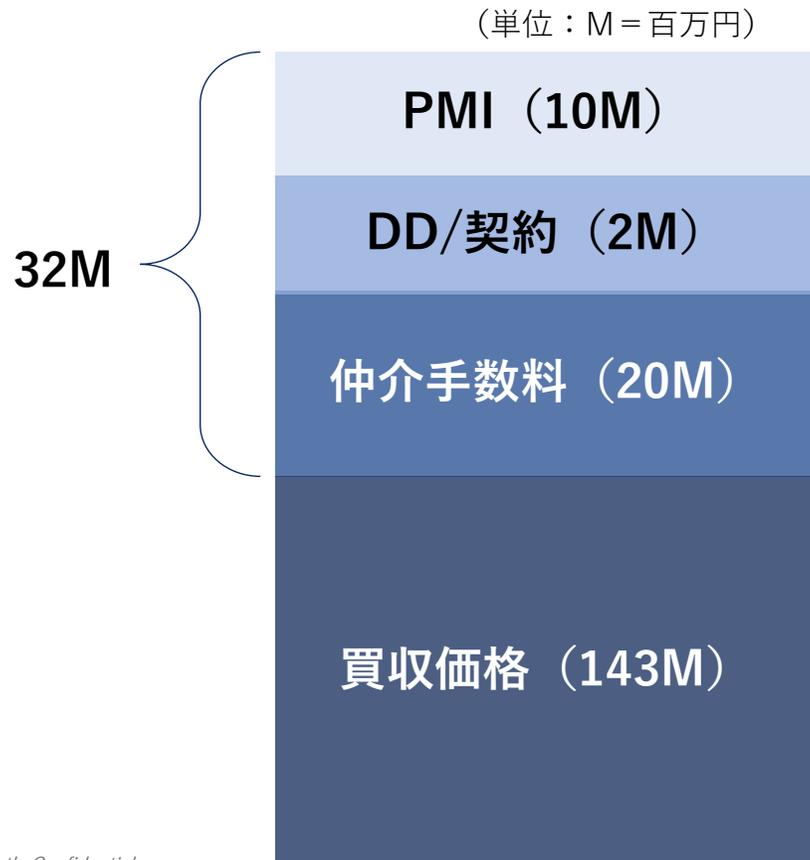
アルファ値 = プライム企業のPER × 10%

プライム企業のPER倍率一部抜粋

種別	会社数	単純PER (倍)	アルファ値
1 水産・農林業	6	12.3	1.2
2 鉱業	5	4.5	0.4
3 建設業	75	17.1	1.7
4 食料品	68	26.6	2.6
5 繊維製品	21	20.8	2
6 パルプ・紙	10	32.4	3.2
7 化学	123	16.6	1.6
8 医薬品	34	22.6	2.2
9 石油・石炭製品	6	9.1	0.9
10 ゴム製品	11	14.6	1.4

投資回収から考える株式価値評価

総投資・投資回収期間から逆算して株式価値評価を行きましょう



計算例

条件① 投資回収期間の上限：5年

条件② 買収価格以外のコスト：32M

条件③ 対象会社の財務 純資産 100M・純利益 15M

買収価格

$$143M = 15M \times 5年 + 100M - 32M$$

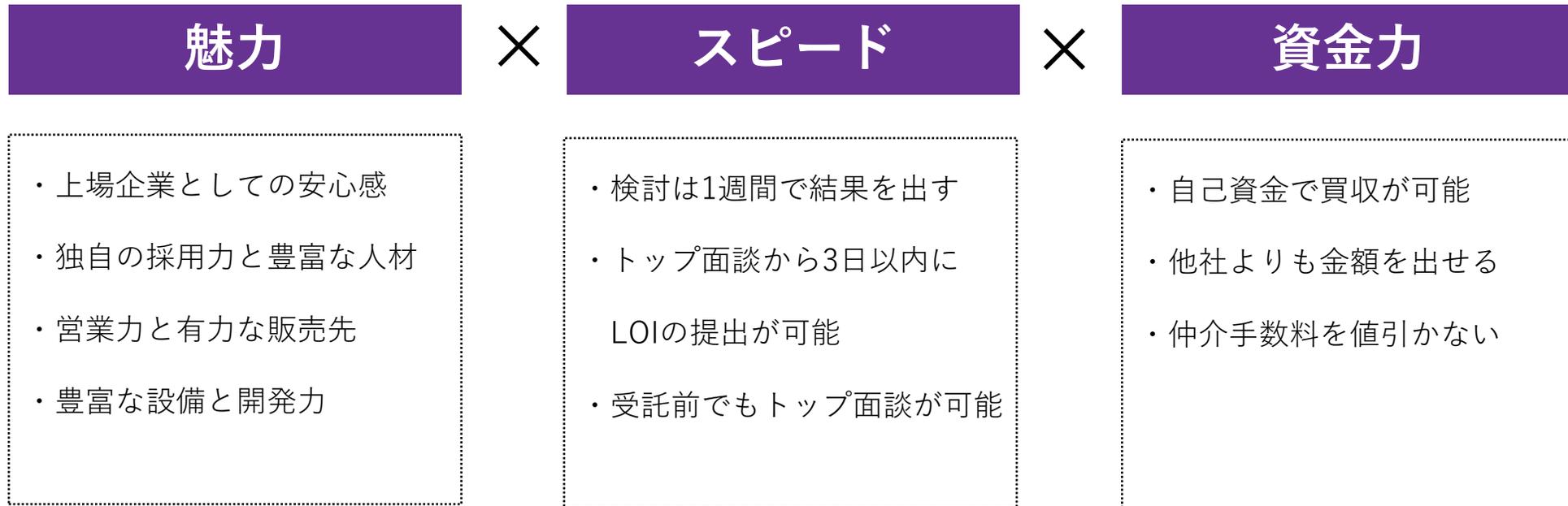


最後に自社の強みについて
考えていきましょう

見落としがちな観点 競合の存在

欲しい会社には競合がいます。競合他社と比較してどこが強いのかを確認する必要があります。

買手の強さを表す方程式



再掲：よくある売手のニーズ

売手のニーズに沿って、強みを考えるのが近道です。あなたたちは売手に対して何が出来ますか？



売却目的 トップ3

1. 後継者をいれてほしい
2. 成長投資をしてほしい
3. 高く売りたい



後継者をいれられない、
成長投資を出来ないのであれば、
高く買うしかない

その他のニーズ

リスク軽減、先行き不安、事業再編、財務上の問題、個人的な理由

強み別 買える案件イメージ

- ・ 後継者を送り込める場合…

オーナーが70歳以上で、相手探しの期間が限られている案件が狙い目かも!?

- ・ 資金力は無いが、事業を伸ばすノウハウに自信がある場合…

再生案件（慢性的な赤字や債務超過）が狙い目かも!?



資金がなくとも、出来ることはあるはずです！
出来ることを棚卸して、狙う案件を定めましょう！

会社概要

会社概要

会社名 M&A LIVE株式会社

本 社 東京都港区南青山1-24-15

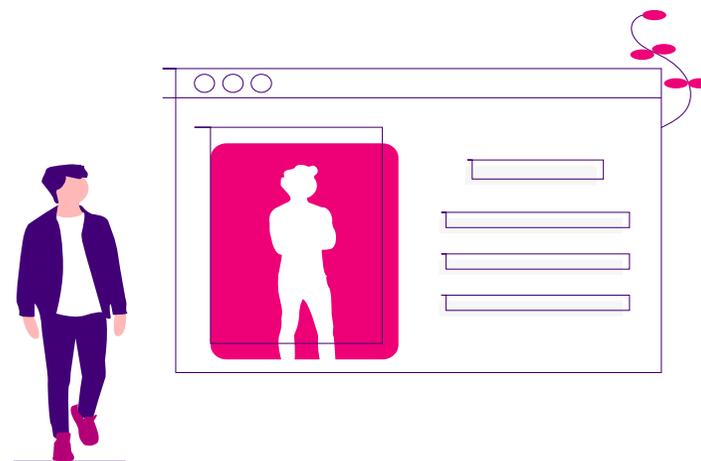
設 立 2023年3月3日

資本金 100万円

従業員数 10名

事業内容 買収推進支援

仲介・FAは行わず、**買手企業のM&A担当者になり、**
情報の収集から成約までのサポートを行います



代表者プロフィール



M&A LIVE株式会社

代表取締役 **関根 匠**

“仲介会社”と“事業会社”

両方のM&A経験を持つ人間です

経歴

1992年生まれ・宮崎出身・早稲田大学卒

2016年 新卒で株式会社LIFULL（不動産メディア会社）に入社

2018年 株式会社fundbook（M&A仲介会社）に参画

買手担当のM&Aアドバイザーとして関東を中心に10組の成約に携わる

2022年 個人事業主として独立 上場企業を含め7社のM&A顧問に就任

2023年 M&A顧問で培った経験を活かし、買手企業のM&Aを推進する

唯一無二のコンサルティング会社を作るべく、当社を創業

サービス概要

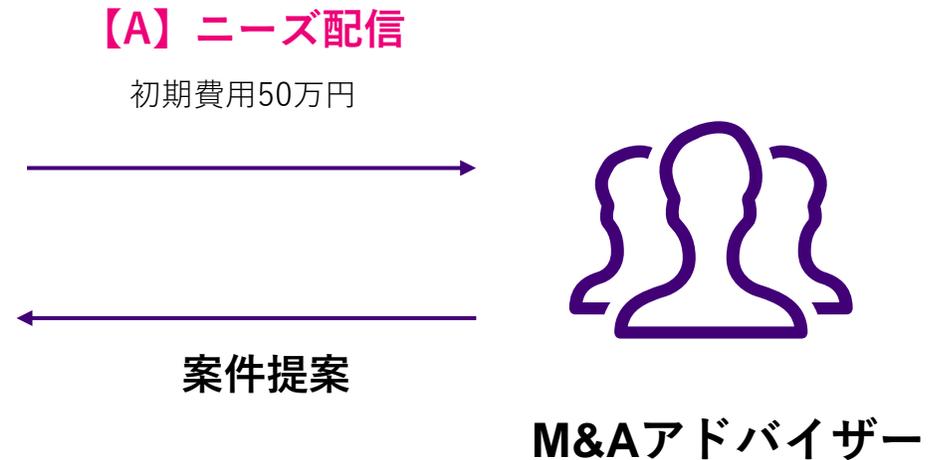
M&A担当者の業務を3つに分け、サービスに落とし込み、提供をしています。

サービスと料金	役割	概要
【A】 ニーズ配信 初期費用 50万円	情報の獲得 戦略策定 / ニーズの明文化 / ネットワーク構築 / 発信	<ul style="list-style-type: none">・ 買収ニーズの作成支援を行います・ アドバイザーへ買収ニーズ配信し、案件収集を行います
【B】 案件管理 月額10万円～	案件の管理 ニーズとの合致度確認 ディールの進捗確認	<ul style="list-style-type: none">・ 窓口対応 案件情報の受け取りを代行します・ 情報整理 管理シートで情報を整理します・ 定例会議 定例の会議で案件情報の進捗を管理します
【C】 実行支援 1案件・100万円 (25万円×4か月)	買収の実行 トップ面談から クロージングまで	<ul style="list-style-type: none">・ トップ面談からクロージングまでを支援します。・ 株式価値評価を行い、最適なスキームを提案、意向表明書の代筆を行います

弊社の立ち位置とサービス補足

貴社M&A担当者となり、プロジェクトを推進していきます。年間200万円弱でM&Aの推進が可能になります。

※ニーズ配信の初期費用コストは除き、年間成約件数が1件だった場合。



M & A LIVE

Build The Best M&A Team