

M&Aプロセスにおいて不可欠な 企業概要書について

—事業計画書との関連性・類似性—

M&Aリスクコンサルティングオフィス

企業概要書とは

—3カ年事業計画との整合性、ノンネームシートとの違い—

■ 企業概要書と貴社の事業計画

- 企業概要書には、貴社の事業内容や組織体制、将来の3～5年の事業計画などを入れ込む必要がある
- これから作成する事業計画の進捗状況や今後の予実管理を概要書に記載することで、強固な管理体制を示すことになる

■ 企業概要書作成の目的・趣旨

- 売り手企業の詳細な情報を、買い手候補会社へ正確に伝えることが一義的な目的
- 買い手候補にとっては、M&Aの交渉が進めるかどうかの判断材料となる、大切な資料
- 売り手にとっても、自社の「価値」や「魅力」を、買い手候補に最大限伝えるための唯一の資料
- 業界のトレンドやアピールポイントを、最も理解している自社で出来るだけ作成することが重要
- 全部で20～30頁、グラフ・表・写真など視聴的に分かりやすい見せ方が必要

■ ノンネームシートと企業概要書の違い(次ページに続く)

- 両者の主な違いは、記載内容と開示するタイミングと記載する内容

	記載内容	開示するタイミング
ノンネームシート	売り手が特定されない、匿名での抽象的な情報	買い手候補との秘密保持契約の締結前
企業概要書	売り手の事業や現況の詳細な情報	買い手候補との秘密保持契約の締結後

• 記載内容の違い

✓ ノンネームシート

- 潜在的な買い手企業が多数存在する状況で、匿名性を保ちつつ、広範な買い手に対して興味関心を持たせることが目的で、提供する情報は限定的

✓ 企業概要書

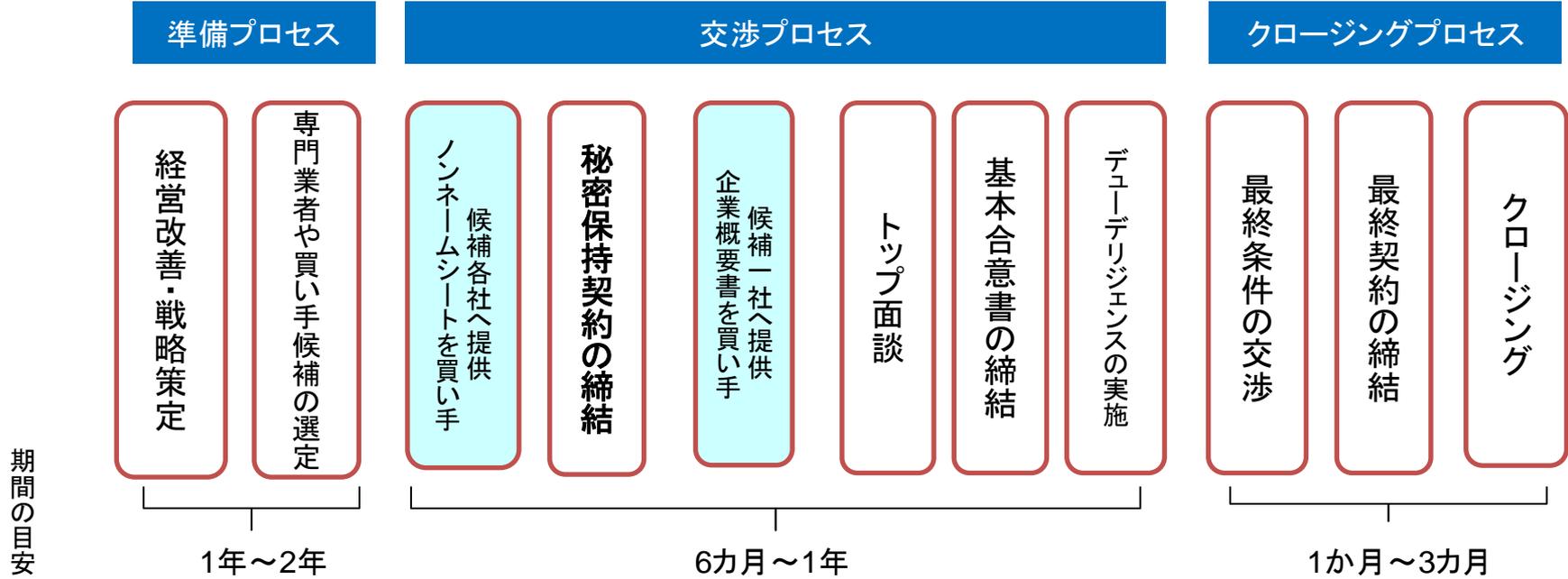
- 買い手が具体的な評価や分析を行うために必要なより詳細かつ包括的な内容

ノンネームシートと企業概要書の提示タイミングの違い

■ ノンネームシートと企業概要書の違い(前ページから)

- 開示のタイミングの違い
 - ✓ ノンネームシート
 - 秘密保持契約締結前
 - 買い手候補が複数あり
 - ✓ 企業概要書
 - 秘密保持契約締結後
 - 買い手候補は原則1社

M&A全体のプロセスにおける、ノンネームシートと企業概要提出のタイミング



企業概要書の内容(1)

— 本概要書は事業計画との関連性が深い —

■ 概要書の記載内容とポイント

• エグゼクティブサマリー(会社概要)

- ✓ 対象企業の名称、所在地、資本金、株主構成、役員、従業員数、業務内容、財務ハイライト、業界情報、等

• 事業内容

- ✓ ビジネスモデル、主要販売先や仕入れ先、製品別売上高、拠点別収支、マーケットシェア、市場規模と成長性、市場でのポジション、強み・弱み、競合情報、等

● ポイント

- ✓ 貴社の自社の強みと弱みを提示(貴社の弱みを補完できる買い手が現れる可能性)
- ✓ 市場シェアのデータやポジション、貴社の強み・弱みなどは、貴社の競争力と魅力を評価する上で中心的な要素
- ✓ 貴社が業界内でどのような独自性や競争優位を持っているかを明確にする
- ✓ できれば主要取引先が複数あり、1社への依存度が低いことを示す

• 組織

- ✓ 組織図、代表者のプロフィール、役員情報、従業員一覧、株式情報(株主一覧、持株比率、顕在株数、潜在株数なども)、等

● ポイント

- ✓ 企業の運営体制と人材の強みを明らかにする
- ✓ 権限委譲が進み、組織的に仕事をしている、属人的ではない、オーナーの個人的な能力だけで牽引されていないことを明確化
- ✓ 権限委譲が進んでおり、オーナー社長が(将来的に)抜けても、業績に与える影響が限定的であることを示す
- ✓ 社員の定着率が高く、高い技術力・ノウハウがある社員の存在を提示
- ✓ 買い手は、採用難から「社員を買う」戦略もある 社員の平均年齢が低い方がベター

企業概要書の内容(2)

一買い手にとって、売り手作成の「事業計画」は重要な投資判断要素一

- **譲渡理由**
 - ✓ 後継者難、等
- **財務状況**
 - ✓ 過去3年のB/S・P/L・販売管理費の推移、借入金の一覧、など
 - ✓ 数字の変動についてはその理由を記載
 - **ポイント**
 - 財務状況では、財務諸表や収益性、流動性、債務状況などの財務データを詳細に記載することで、健全性を開示
- **許認可、法規制、商標権、特許**
- **事業拠点、固定資産、設備**
- **事業計画**
 - ✓ 「現在実行中の事業計画」、及び「将来の事業計画(3~5年)」の2点を記載
 - ✓ 「実行中の計画」の進捗状況、予実差分析や成果を載せる
 - ✓ 「今後の事業計画」では、企業の将来戦略や成長目標、経営戦略などを実現するための具体的なアクションプランについて詳しく示す
 - **ポイント**
 - 「今後の事業計画」は、企業価値算定の上で重要な投資判断要素
 - ✓ 買い手は通常、売り手作成の事業計画を参考に自ら計画を作成する
 - 買い手の投資の判断材料としての価値を高めるために、明確で説得力と根拠のあるものにする
 - つまり事業計画は単なる数字ではなく、どのように達成していくかの定性的なアクションプランが事業計画の信頼性を高める
 - また新規市場への進出計画や新商品開発のロードマップは、貴社がどのように成長を追求し、市場の変化に対応していくかを示すものとして重要
 - 余りアグレッシブな計画は買い手の信用を失う可能性あり