

企業買収の目的から 分析する国内M&A 市場のトレンドとは？

公開情報分析によるトレンド調査

2022年2月

Strategy realized



-21271.351

-6338.807

31674.033

-16330.502

-9543.709



The better the question. The better the answer.
The better the world works.



EY Parthenon

Building a better working world

Contents

1. 本レポートの範囲と目的
2. 調査方法、分析アプローチ
3. 分析結果
4. チーム紹介、コンタクト

Overview

本レポートの範囲と目的

本レポートを、手に取っていただきありがとうございます。

EYでは、従来よりData Analyticsのコンサルティングサービスおよび、M&Aに係るコンサルティングサービスをご提供しています。

今日では、日本において、各社戦略達成のため、もしくは新しい成長へのドライバーとして、非連続の成長手段である企業買収の案件が増加しています。

EYがリリースした[Asia-PacificのM&A Outlook 2021年](#)に示されている通り、2021年もM&AはAsia-Pacific地域において史上最高の取引額を記録しました。また、[EY CEO Outlook Pulse](#)によると日本企業のCEOの50%は今後12カ月間での買収を計画していると回答しています。

企業のCEOは引き続きM&Aを成長のための極めて重要な手段であると考えています。

一方で、その目的や本来買収における主目的であるシナジーについて、分析されたレポートなどがないことに加え、そもそもデータが存在しないことを課題と捉えています。

各社分析のボトムアップ型での目的・シナジーの達成情報把握ではなく、市場としてどのような傾向があるのか、その分析に資するデータを作成すべく、EYが有するData Analyticsの技術を用いて、オープン情報からデータ収集・分析を試みました。さらに、今後データを蓄積することでより高度な分析を行うことを想定しています。

01

調査方法、分析アプローチ

分析対象データ

下記に該当するM&A案件情報を収集しました。

1. 対象企業: 日本における市場第一部(内国株)・市場第二部(内国株)・マザーズ(内国株)・JASDAQ(スタンダード・内国株)合計該当企業数: 3,600社超
2. 対象年度: 2020年1月～2021年12月の2年間に公表された案件
3. 対象案件: 各社プレスリリース上で、「買収」「合併」「出資」「株式取得」などのキーワードを含む記載があるものを抽出し、EYでシナジーを類型化

EYが有するテキストマイニング・機械学習の技術を用いて分析

従来、M&A案件の目的や目指すシナジーに関する調査は、マニュアル調査に終始するものであり、M&A案件の増加する現代においてその動きの全貌をつかむことは困難となっています。EYでは、各企業の公開情報や、新聞記事、各種商用データベースの情報を基に、ターゲットの企業のM&A案件情報を自動で収集し、類型化・分析を行う手法を開発し、マニュアル調査では扱いきれない膨大な情報を用いた調査を実施しました。

本レポートの作成に際しては、EYが有する自然言語処理、機械学習の技術を活用して開発された、各M&A案件の特性を判別するためのキーワードの学習手法を活用しています。この手法を活用することで、一般的なキーワード検索では抽出困難な情報も網羅的に抽出可能となります。なお、本レポートでは、上場会社を対象としてプレスリリース情報を収集し、上記手法を用いて本調査趣旨に合致するリリースを抽出・分析しています。

	従来	当該ソリューション
網羅性	✗ マニュアルでのリサーチでは、調査者の経験に応じた偏りがある	○ 業界横断の自動データ収集・学習により、偏りのない網羅的分析を実施
定量性 アプローチ	事例調査を中心とした、1社単位での分析によるボトムアップなアプローチ	シナジーの類型化による統計的分析
	 手作業での調査	 自動化されたデータ検索・収集 → テキストマイニングによる情報抽出 キーワード学習手法を活用 単一キーワード → 拡大キーワード SDGs → 学習システム → サステナビリティ、CSR、持続可能性、地方創生、...

図表1 データ作成・分析方法の比較

02

分析結果

1. シナジー類型化の概要
2. 対象情報
3. シナジーテーマ
4. 業種別シナジーテーマ動向
5. 企業規模別シナジーテーマ動向
6. 売上高規模別シナジーテーマ動向
7. おわりに

1.シナジー類型化の定義

収集した案件情報を目指すシナジー別に類型化

各社プレスリリースを各キーワード別に分類を実施

網羅的に情報取得を試みているものの、本レポートでは、キーワードを確認でき、なおかつ、分類可能な案件情報を調査対象として用いているため、必ずしも市場における案件数とは合致しない可能性がある。

	分類	概要	キーワード(一部)
1	R&D部門獲得	研究業務の促進、開発加速や技術獲得を目的としたM&A	共同開発、共同研究、技術応用、など
2	販売機能の獲得	提案力の向上や、販売チームの獲得、販路獲得を目的としたM&A	販売促進、販売力向上、販路拡大、など
3	新規事業の拡張	ポートフォリオの強化等を目的とし、ビジネスモデルの創造や新規事業の立ち上げを目的としたM&A	事業参画、ポートフォリオ強化、事業化、など
4	購買機能の拡張	共同購買等の仕入れの最適化を目的としたM&A	共同購買、など
5	サービスの拡張	生産性向上やサービス内容の充実、拡大、効率化などを目的としたM&A	生産性向上、安定供給、サービスの強化、など
6	バリューチェーンの拡張	バリューチェーンの上流取り組みを目的としたM&A	バリューチェーン、サプライチェーン、など
7	DX推進	デジタルトランスフォーメーションを目的としたM&A	DX、デジタルトランスフォーメーション、データ活用、など
8	環境対応	ESGやSDGsへの対応、社会貢献を目的としたM&A	ESG、SDGs、サステナブル、CSR、など
9	その他	上記に分類されない案件	上記を含まない、分類されないもの

図表2 シナジー類型化概要

2.対象情報

対象企業数1,106社、対象案件数2,460件を抽出

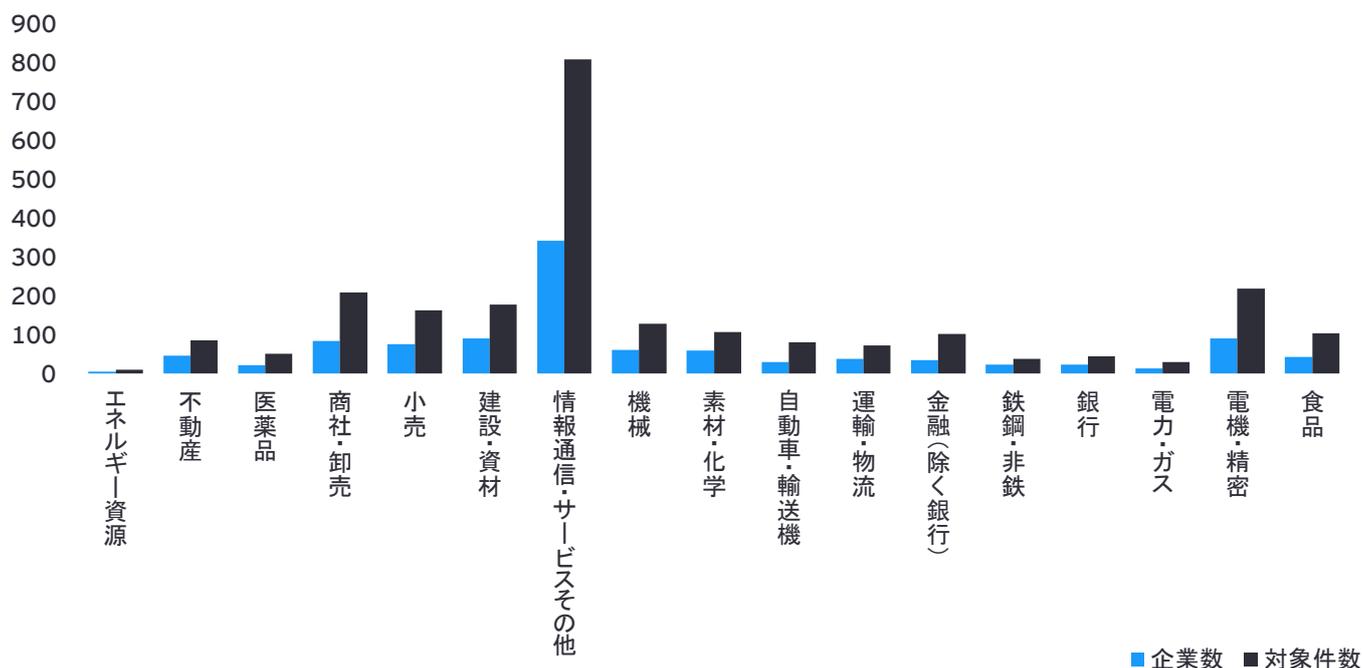
上場企業のプレスリリース・ディスクロージャー情報を対象

対象件数は1社で複数案件を有することがあり、本論で「案件」「件数」と呼称する場合は、同一企業がカウントされている可能性がある。

留意事項: 本件対象外となる一例

- ▶ 案件規模が、上場会社の公開基準に満たない案件
※企業側の判断で満たない場合でも公開している案件は含まれる
- ▶ 自己株式取得などの一部案件を除外

図表3 本分析対象件数



3. シナジーテーマ

2021年に「環境」関連案件の増加

対象件数に関しては、2020年および2021年の比較では、新型コロナウイルス感染症（COVID-19）による案件の完了後ろ倒しの影響が一定あるものと考えられるが、市場としてM&Aが活性化してきている傾向を示している。

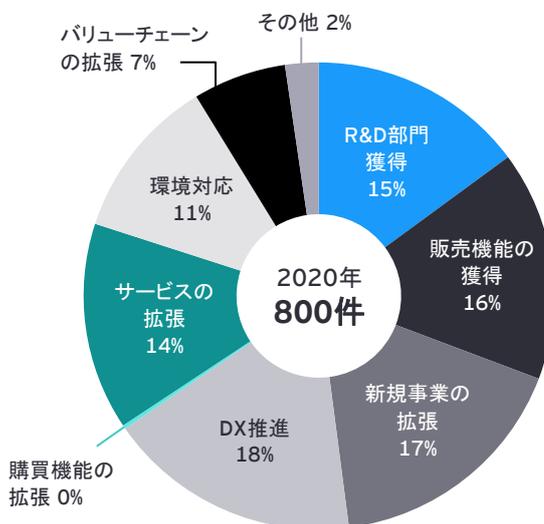
Insight | EYの見解

分析結果から見るに、「環境」関連の買収（ESG投資やSDGsへの取り組みを意識した買収）の件数が増加。

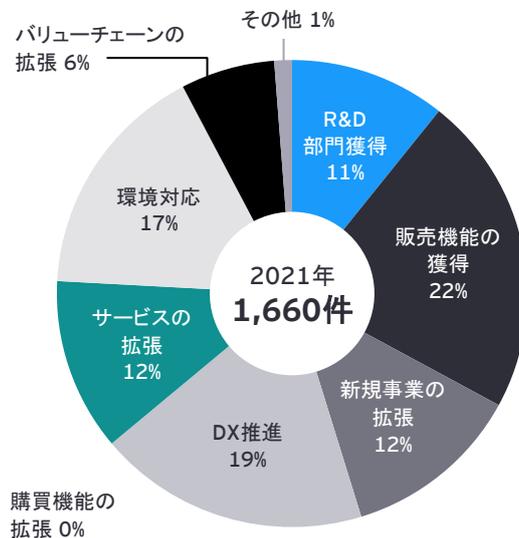
その他、販売機能の拡充や拡大を狙い「R&D」や「販売機能の拡充」のテーマが件数が増加する結果となった。

また、EYの[CEO Outlook Pulse](#)によると日本企業のCEOは戦略的アクションとして、サステナビリティやESGの構築や他の事業に投資するための資産の売却、新たな成長の道筋のために隣接セクターの事業買収、そしてテクノロジーを利用した顧客のロイヤリティを高めることを挙げている。サステナビリティやESGへの取り組み強化は日本企業にも重要戦略として浸透してきたと言えるであろう。

図表4 2020年対象件数



図表5 2021年対象件数



4.業種別シナジーテーマ動向

業種別に注力領域の特色がある

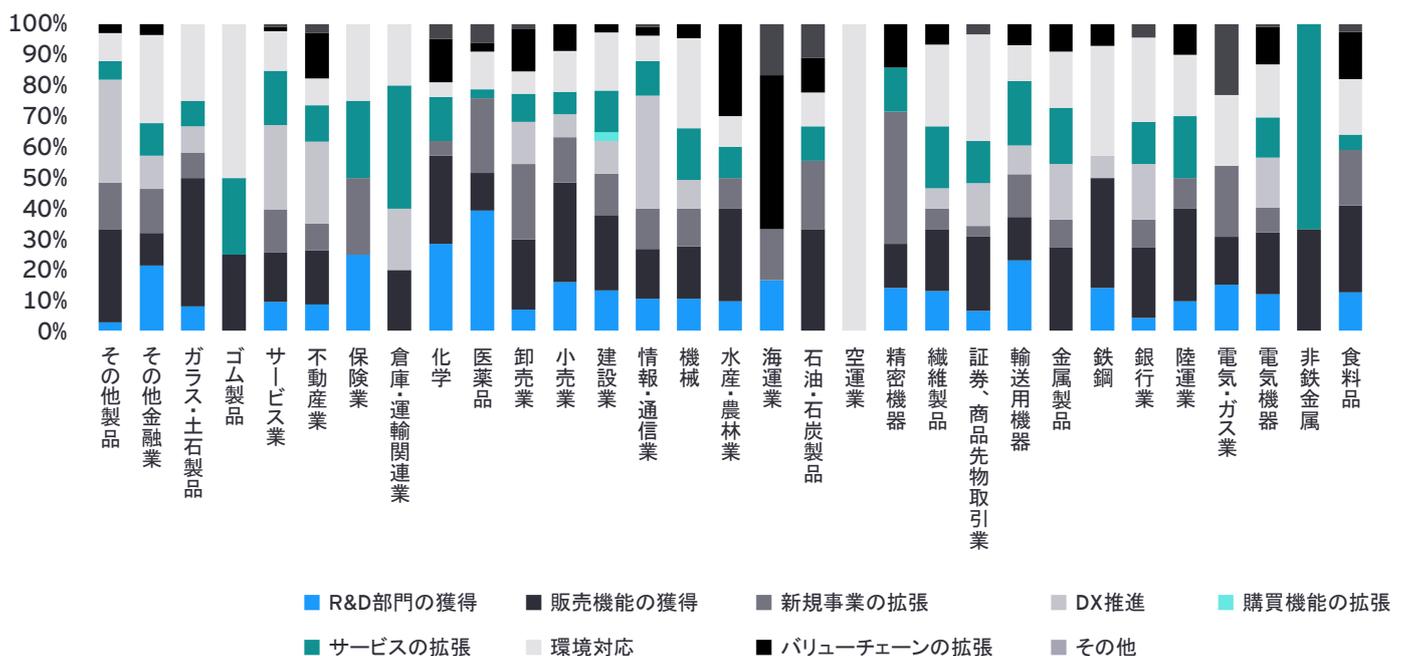
業種別にシナジーテーマを分析することにより、各業種におけるトレンドが推察可能である。

Insight | EYの見解

例えば、下記の内容が、本分析からも推察ができる。

- ▶ 医薬品業界では、新技術・新商材獲得などを旨としたR&D部門の獲得を目的としている買収が構成比40%を占めている。医薬品業界の特異性はあるものの、事業領域・取り扱い商材を拡張するためにM&Aが一般的な手法として根付いており、今後も先行して技術を有する企業の買収は進むものと考えられる。
- ▶ 証券、商品先物取引業および銀行業は環境関連の買収を多く手掛けており、それぞれ構成比34%、27%を占めている。自社事業への活用のみならず、地域活性化などの目的による出資を含む社会貢献やSDGs関連への取り組みが含まれているものと考えられる。

図表6 対象企業業種別、構成比



5.企業規模別シナジーテーマ動向

業種別に注力領域の特色がある

企業規模区分は、TOPIXニューインデックスシリーズの株価指数である各分類を基に設定した。

規模大: Core30およびLarge70

規模中: Mid40

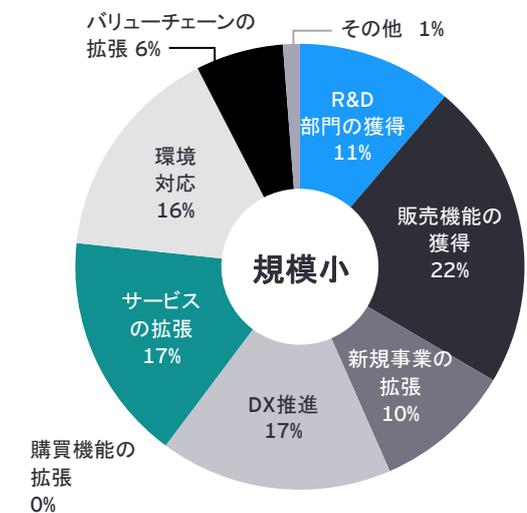
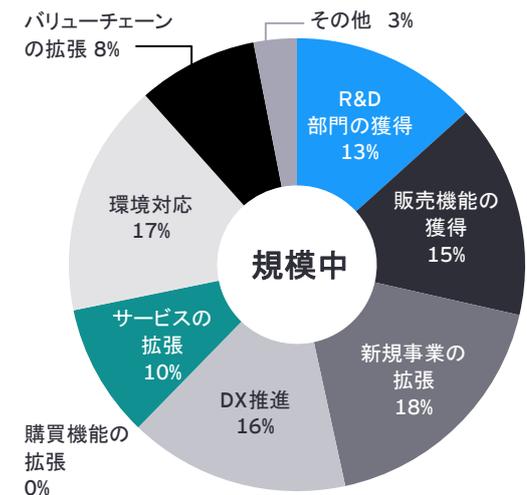
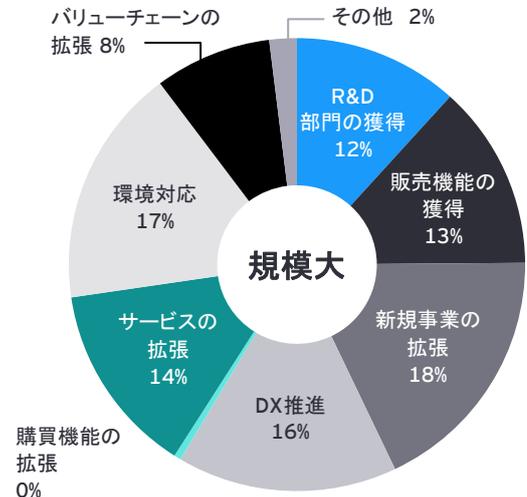
規模小: Small1およびSmall2

前ページで示した市場全体として伸長している「環境」シナジーを目的とした買収は、規模による差異はみられない。

他方、規模小であるSmall1・Small2の企業群は、「販売機能の獲得」シナジーの買収が22%と他の規模(大:13%、中15%)と比較すると突出して多い。

規模大のCore30・Large70の企業群は、規模中のMid40の企業群と大きく構成比の差は見られないが、「新規事業の拡張」シナジーを目的とした案件が、規模小と比較した際に、8ポイントの差が見られる。

図表7 対象企業規模別、構成比



Insight | EYの見解

事業の拡張においては、既存事業の強化、周辺領域への派生、新規事業への進出といくつかのフェーズが存在するが、今回規模別に分析を行った結果、規模が一定以上の企業は、新規事業への拡張に対し一定の投資を行っていることが推察される。

規模が小さい企業に関しては、既存事業の強化を優先しており、「販売希望の獲得」や「サービスの拡張」の数値が大きくなっている。

EYでは、自社事業の審査、金融業からの審査などにおいても、市場データを基にした調査が、業界や対象事業の規模から既存事業がどの拡張フェーズにいるのか、投資優先度として確からしいのか、などを判断する軸になると考えている。

6.売上高規模別シナジーテーマ動向

売上規模が小さい企業は販売機能などの強化、規模が大きい企業は環境などへの投資が顕著

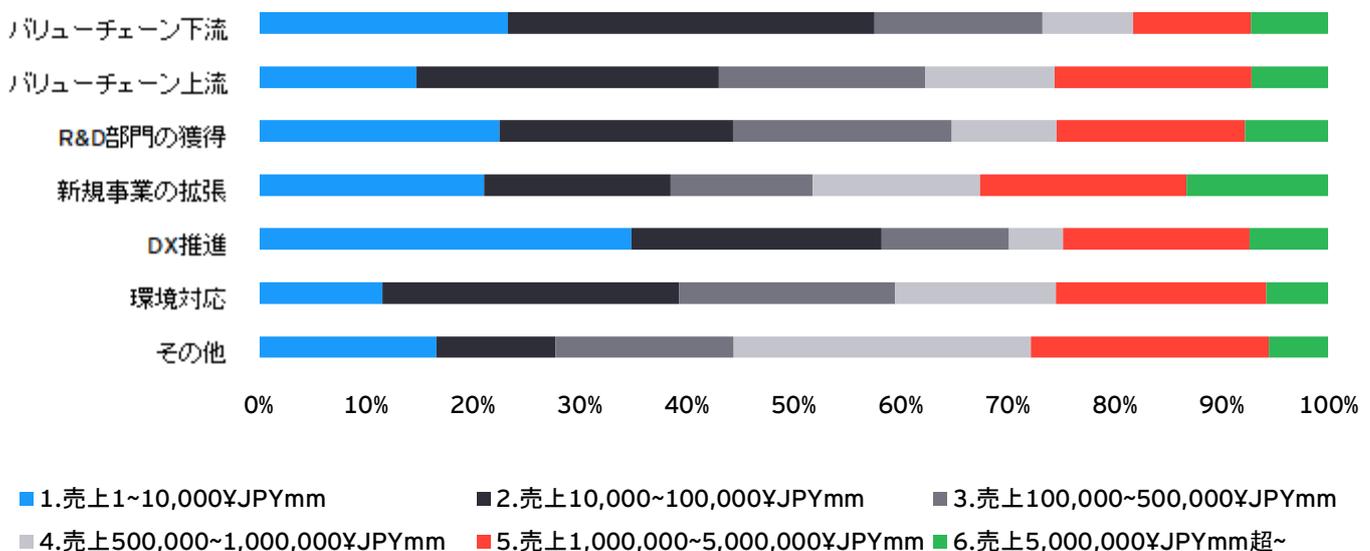
売上高は、直近公表数値を基に分類した。

サプライチェーンにおける下流の拡張である「販売機能の拡張」シナジー獲得を目的としている企業は、売上高100,000(JPYmm/百万円)以下の企業群が57%を占める。積極的な販売機能の拡張により、売上高の伸長を目指しているものと推察される同様に、同規模の企業群は、「DX」シナジーを目的とした買収も数多く、35%を占める。単なる売上高の拡張のみを目指すのではなく、市場変革や一定のITによる効率化を意識して買収を手掛けていると考えられる。

売上高が100,000(百万円)以上の企業群が「購買機能の拡張」「サービス機能の拡張」「バリューチェーンの拡張」といったサプライチェーンにおける上流の機能拡張を目的とした買収を多く手掛けていることが分かった。買収の結果、コスト効率化に伴う価格競争力の強化、既存事業の周辺領域の拡張による競争力の強化などを目指しているものと推察される。

その他、「新規事業の拡張」および「環境」シナジーを目的とした買収を手掛けている企業が比較的売上高規模の大きい企業群が多いことは特徴的である。

一定の事業余力を有する企業が、将来への投資を目指しているように、具体的なプレスリリースから読み取れる結果となった。



7. おわりに

本レポートの調査は、過程であり、データを蓄積することでその成果が発揮される

EYでは、本レポートの調査において、各M&Aにおけるシナジーテーマを収集・分析することで、企業の戦略策定時におけるベンチマークの設定を会社単位から業界単位、市場単位へと切り替え、今迄と異なる視点を得ることができるのではないかと考えている。

右記を一例として、今後データを蓄積し、過年度分析を踏まえ、分析活用の幅を広げていきたい。

本調査結果の活用事例

1. M&Aやアライアンスの意思決定の補完

これまでの定量的な判断は、財務的な観点に基づく経済合理性が中心であったが、科学的なアプローチを採用することによって、事業的な観点においても補完が可能になる。

2. ベンチマーク対象の拡張

既存調査では、業界の先駆者や類似規模の企業分析にとどまっていた内容を、他業界も同じ評価軸でベンチマークとして設定をすることを実現する。

3. 事業拡張以外のM&A動向の把握

例えば、SDGsに係る環境対応などを市場全体のM&A動向から分析を行い、SDGs投資の実態把握や、市場の潮流などを把握することができる。

4. 他領域からの参入動向の把握

他業界に属する企業がどのような業界参入を経て、自社領域への進出を目指しているかを整理が可能であり、他領域プレイヤーの市場参入を見落とす可能性を低減できる。

本レポートにおける調査・分析結果は、上述の通り初期的な分析にとどまるが、データの追加収集を進める中で、さらなる付加価値や示唆を創出していくことが可能になる。

03

チーム紹介、コンタクト

Strategy × Data Analyticsによる科学的アプローチによって問題解決を目指すチームです

EYでは、Strategy UnitとData Science Unitが一体となり戦略とデータ活用が掛け合わされることで、さらなる価値(Value)の提供を目指しています。

EY Parthenon Strategy Unitは、Strategy × M&Aに関するケイパビリティを有しており、クライアントの企業価値向上を目的として、事業戦略の策定とともに、M&Aの実行までをご支援します。

Data Science Unitは、統計・機械学習、計算機科学、経営工学、計量経済学などデータに基づいた意志決定を扱うデータサイエンス関連分野において研究経験のあるメンバーで構成されています。理論に基づいた高度な分析を活用してビジネスの意志決定の高度化を支援するチームです。

両Unitがワンチームとなり、デジタル化の進展により煩雑するデータを価値あるデータとして捉え、クライアントへの問題解決に客観的な情報と深い知見に基づくAnalytics技術を用いて、業界問わず幅広く支援しています。

Contact



西山 悠一
EYパルテノン ストラテジー
パートナー
Yuichi.Nishiyama@jp.ey.com

国内エレクトロニクスメーカー、M&Aブティックを経て、大手コンサルティングファームで10年以上、M&A領域のコンサルティングサービスに従事。国内大手製造業に対する、M&A戦略検討から買収／カープアウト／JV案件の実行までの一貫した支援など、M&A領域における幅広い支援実績を持つ。



小林 元
データサイエンス
アソシエイトパートナー ユニットリーダー
Gen.Kobayashi@jp.ey.com

データアナリティクスに関して20年の経験。Data Scientistとして保険、メディア、リスク管理などの各種領域でのデータ分析の推進および組織立ち上げなど幅広く活躍。ビジネスコンサルティングからデータ活用の戦略立案、プロジェクトマネジメント、データサイエンスに関する研究開発と実装まで、データアナリティクスのライフサイクル全体の豊富な経験を持つ。



中西 竜
EYパルテノン ストラテジー
シニアマネージャー
Ryu.Nakanishi@jp.ey.com

国内シンクタンクにおいて、中小企業への経営・マーケティング支援、官公庁への政策立案支援を経て、大手コンサルティングファームでM&A領域のコンサルティングサービスに従事。国内大手製造業に対する、新規事業の戦略検討、M&A戦略検討から買収・売却問わず、一貫した支援実績を持つ。

EY | Building a better working world

EYは、「Building a better working world ～より良い社会の構築を目指して」をパーパス(存在意義)としています。クライアント、人々、そして社会のために長期的価値を創出し、資本市場における信頼の構築に貢献します。

150カ国以上に展開するEYのチームは、データとテクノロジーの実現により信頼を提供し、クライアントの成長、変革および事業を支援します。

アシュアランス、コンサルティング、法務、ストラテジー、税務およびトランザクションの全サービスを通して、世界が直面する複雑な問題に対し優れた課題提起(better question)をすることで、新たな解決策を導きます。

EYとは、アーンスト・アンド・ヤング・グローバル・リミテッドのグローバルネットワークであり、単体、もしくは複数のメンバーファームを指し、各メンバーファームは法的に独立した組織です。アーンスト・アンド・ヤング・グローバル・リミテッドは、英国の保証有限責任会社であり、顧客サービスは提供していません。EYによる個人情報の取得・利用の方法や、データ保護に関する法令により個人情報の主体が有する権利については、ey.com/privacyをご確認ください。EYのメンバーファームは、現地の法令により禁止されている場合、法務サービスを提供することはありません。EYについて詳しくは、ey.comをご覧ください。

EYパルテノンについて

EYパルテノンは、クライアントと共に、そのエコシステムの再認識、事業ポートフォリオの再構築、より良い未来に向けた変革の実施を支援し、この複雑な時代を乗り切る舵取りを支えます。グローバルレベルのネットワークと規模を有するEYパルテノンは、戦略的ソリューションの提供に注力しており、自社のトランスフォーメーションを目指す企業経営者が、より適切に課題を管理しながらチャンスを最大化する戦略を策定し実行するためのサポートを提供しています。戦略の提案から実行までを通じて、EYパルテノンは、クライアントが長期的価値を高く、より良い社会を構築することに貢献します。

EYパルテノンは、EYにおけるブランドの一つであり、このブランドのもとで世界中の多くのEYメンバーファームが戦略コンサルティングサービスを提供しています。詳しくは、ey.com/ja_jp/parthenonをご覧ください。

© 2023 EY Strategy and Consulting Co., Ltd.

All Rights Reserved.

ED None

本書は一般的な参考情報の提供のみを目的に作成されており、会計、税務およびその他の専門的なアドバイスを行うものではありません。EYストラテジー・アンド・コンサルティング株式会社および他のEYメンバーファームは、皆様が本書を利用したことにより被ったいかなる損害についても、一切の責任を負いません。具体的なアドバイスが必要な場合は、個別に専門家にご相談ください。

ey.com/ja_jp

