

M&Aキャピタルパートナーズ株式会社 成長可能性に関する説明資料

クライアントへの最大貢献と
全従業員の幸せを求め
世界最高峰の投資銀行を目指す



Ver.2013.11.20

会社概要と実績	・・・ 2
---------	-------

事業領域と競争環境	・・・ 17
-----------	--------

当社の強みと成長戦略	・・・ 23
------------	--------

会社概要と実績

本社	東京都千代田区麹町3-5-2 ビュレックス麹町10階
事業内容	M&Aアドバイザー / 仲介 経営戦略立案による企業価値向上支援 事業・企業再生、買収監査(デューデリジェンス)、再編支援コンサルティング業務 第三者割当増資・ファイナンス業務への支援
代表者	代表取締役社長 中村 悟
設立	2005年10月
資本金	49,250千円(2013年9月30日現在)
従業員数	21名(2013年9月30日現在)
経営理念	クライアントへの最大貢献と全従業員の幸せを求め世界最高峰の投資銀行を目指す

社長 中村悟が創業に至った経緯

ハウスメーカーにて、資産家を対象とした相続対策、資産運用のための不動産営業に約8年従事

後継者不足に悩む中堅・中小企業の社長が多く、**事業承継問題**が切実であることを実感

事業承継問題の解決手法として**M&A**が一般的に定着していない点に注目し、開業を決意

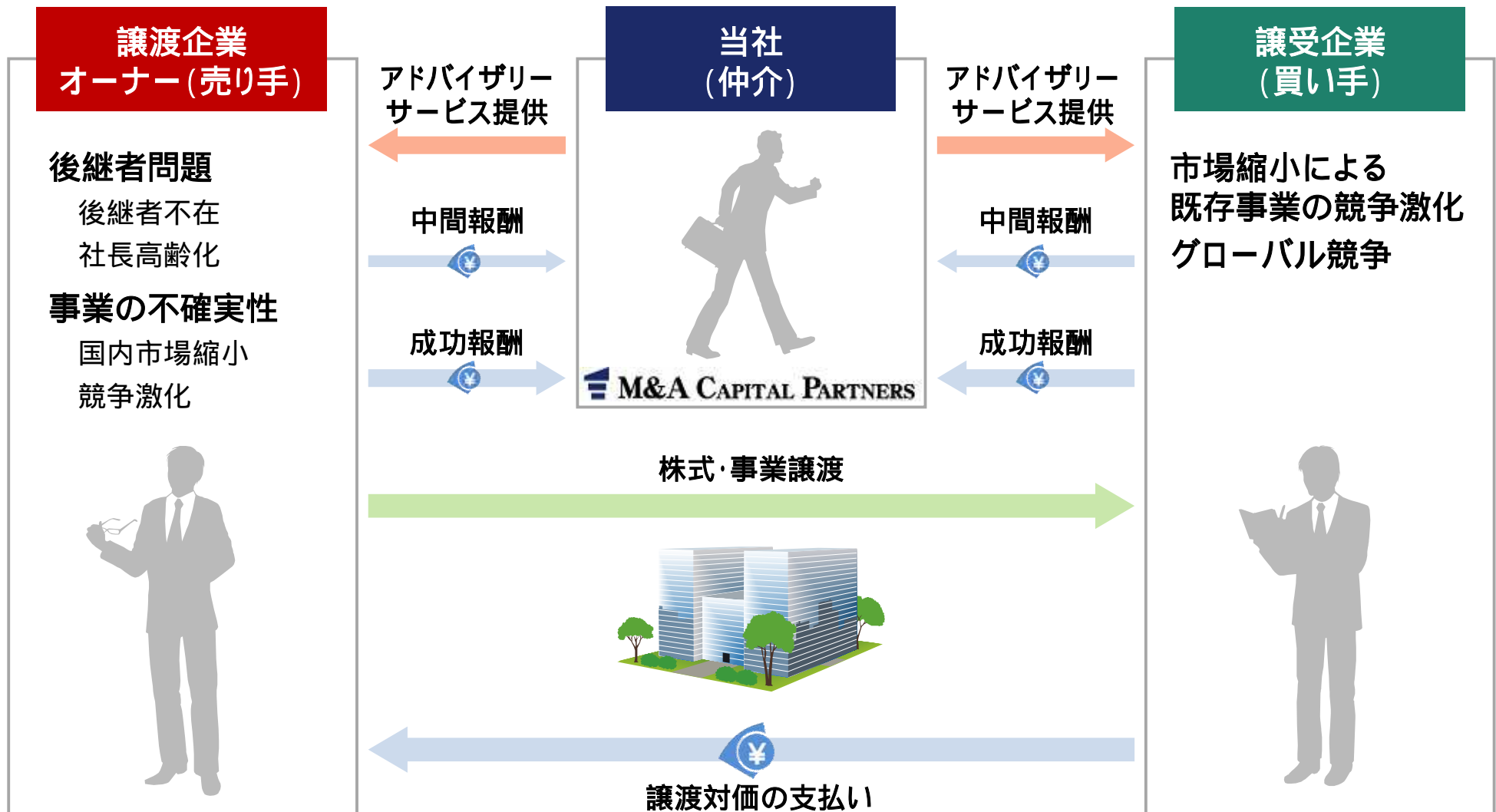
会社沿革

2005年	東京都新宿区西新宿にM&A仲介業務を事業目的として設立
2006年	第1号案件として健康食品通信販売会社のM&Aを成約
2007年	本社を東京都千代田区麹町三丁目に移転
2008年	M&Aセミナー開催によるマーケティング活動を開始
2011年	第50号案件として業務用食品卸会社のM&Aを成約

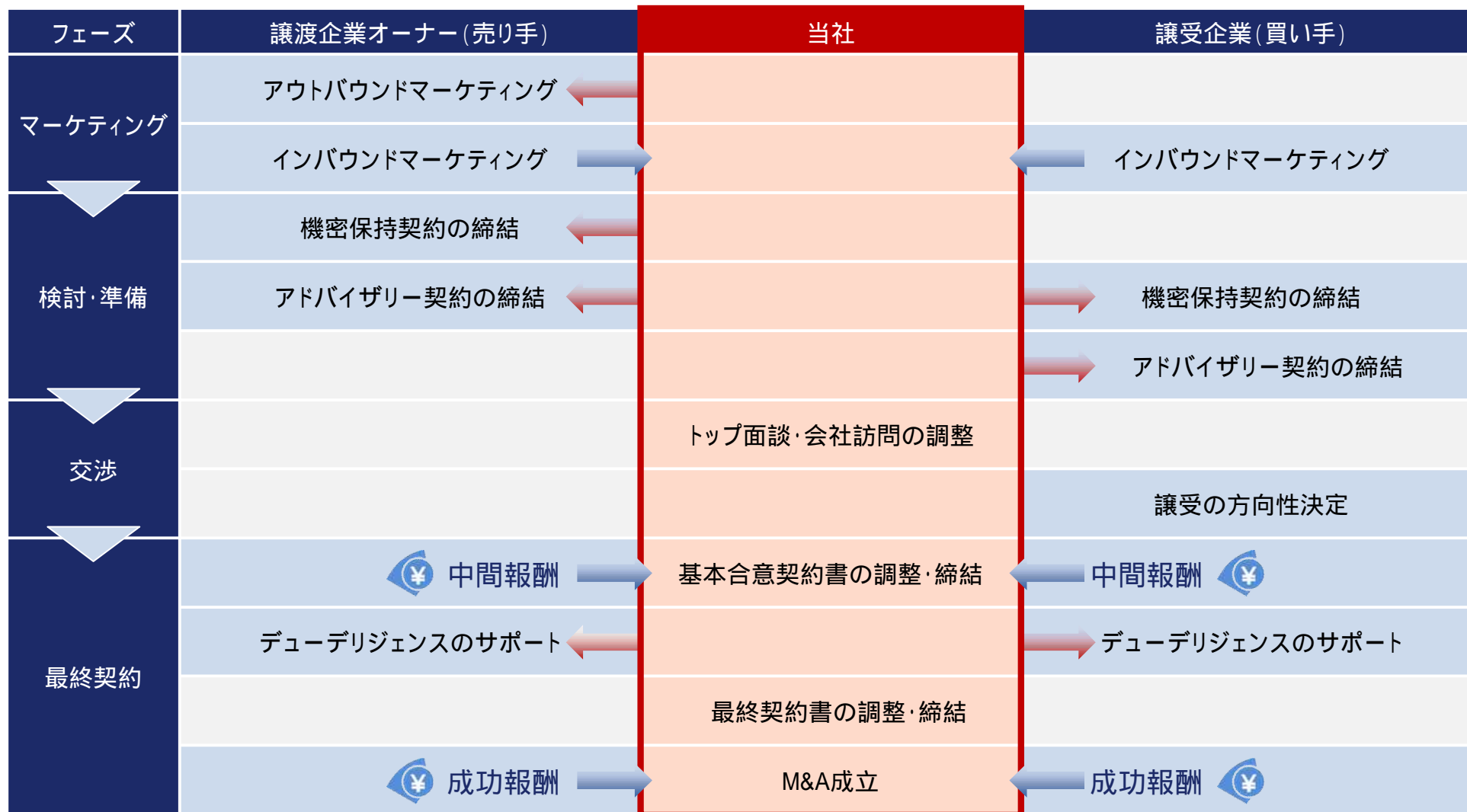
オーナー、社員、買い手それぞれにメリットのある事業承継M&Aを手掛ける

	メリット	デメリット
清算・廃業	<ul style="list-style-type: none"> ■ 創業者利潤の確保 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 事業の中止 ■ 全社員の解雇 ■ 借入過多で清算できないリスク
親族承継	<ul style="list-style-type: none"> ■ 親族へ承継可能 ■ 小規模企業で可能 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 後継者の不在、能力不足
株式公開	<ul style="list-style-type: none"> ■ 上場後の資金調達能力向上 ■ 優秀な人材確保 ■ 永続企業としての素地ができる 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 上場基準(成長性、安定性)のクリアが困難 ■ 時間がかかる ■ 創業者利潤を確保できるわけではない
従業員引継		<ul style="list-style-type: none"> ■ 個人の資力不足 ■ 代表者保証を外せない
事業承継M&A	<ul style="list-style-type: none"> 【会社】 高い永続性のもとに事業継続 【オーナー】 創業利益と個人保証解除 【社員】 雇用の安定 【買い手】 短期間での業容拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 親族承継ができない

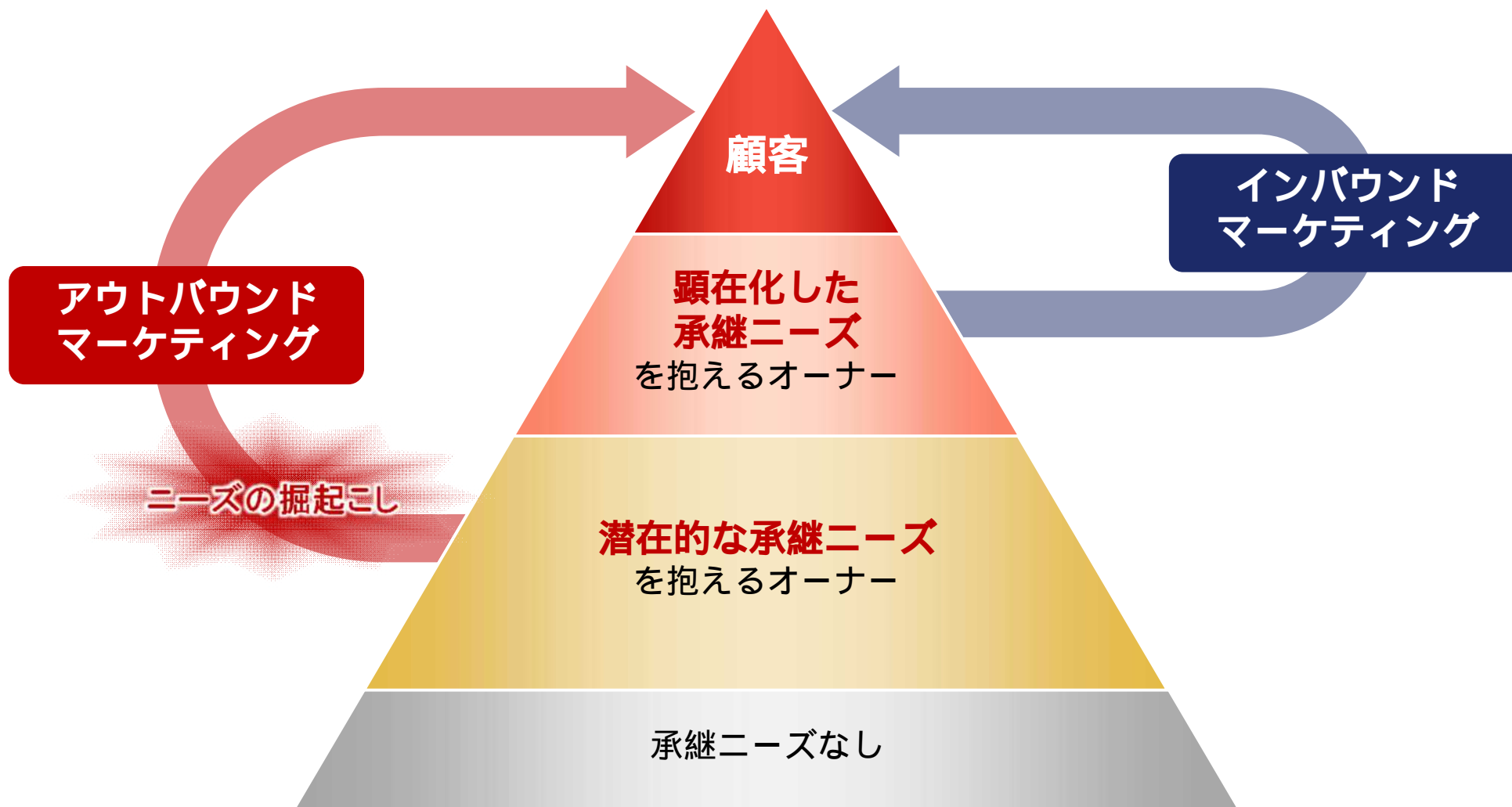
売り手と買い手のニーズをマッチングするM&A仲介が主なサービス



譲渡企業オーナー(売り手)、譲渡企業(買い手)の両者に対するサービス提供を実施



潜在ニーズを掘起こすアウトバウンド・マーケティング(直接開拓)が主な営業手法

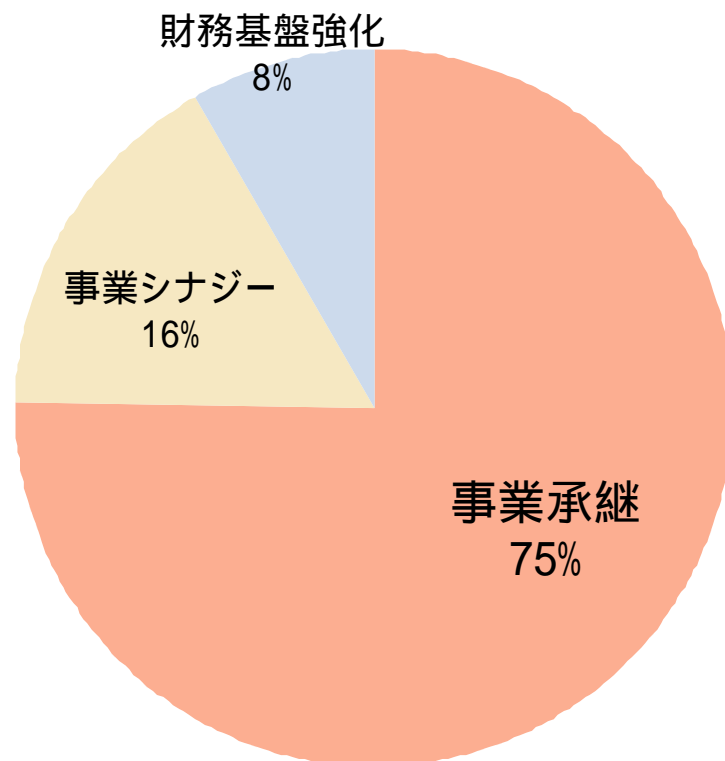


アウトバウンドは「直接開拓」、インバウンドは「セミナー・WEB・紹介」によるアプローチ

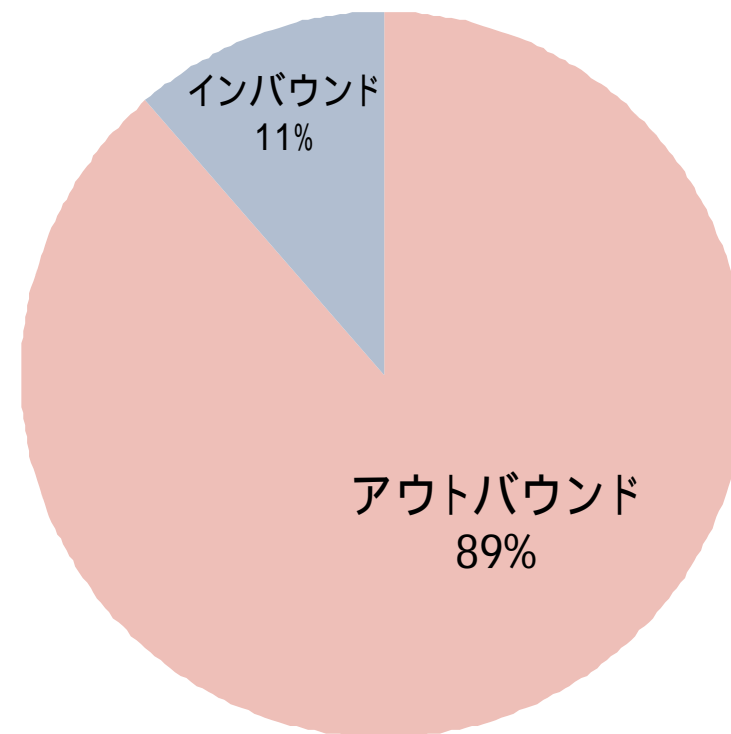
	アウトバウンドマーケティング	インバウンドマーケティング
営業スタイル	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 「直接提案型営業」 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 「反響型営業」
対象	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 中堅・中小企業オーナー（売り手） 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 譲受企業（買い手） ▪ 中堅・中小企業オーナー（売り手）
手法	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 譲受企業（買い手）のM&Aニーズを情報収集 ▪ オーナーに対しM&Aのメリットを直接説明・提案 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 当社ホームページの強化、WEB広告 ▪ M&A関連ニュース、メールマガジンの配信 ▪ 金融機関・士業などからの紹介 ▪ 大規模セミナーの開催
競合状況	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 競合他社が少ない 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 競合他社が多い
特徴	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 社数の多い中堅・地場企業にアプローチできる ▪ 潜在ニーズの掘起こしができる 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 一度に多くのオーナーに接触でき、効率が良い ▪ 売ることを前提としたオーナーが多い ▪ 競合他社と天秤にかけられる可能性が高い

アウトバウンドマーケティングを中心に事業承継ニーズを発掘

目的別



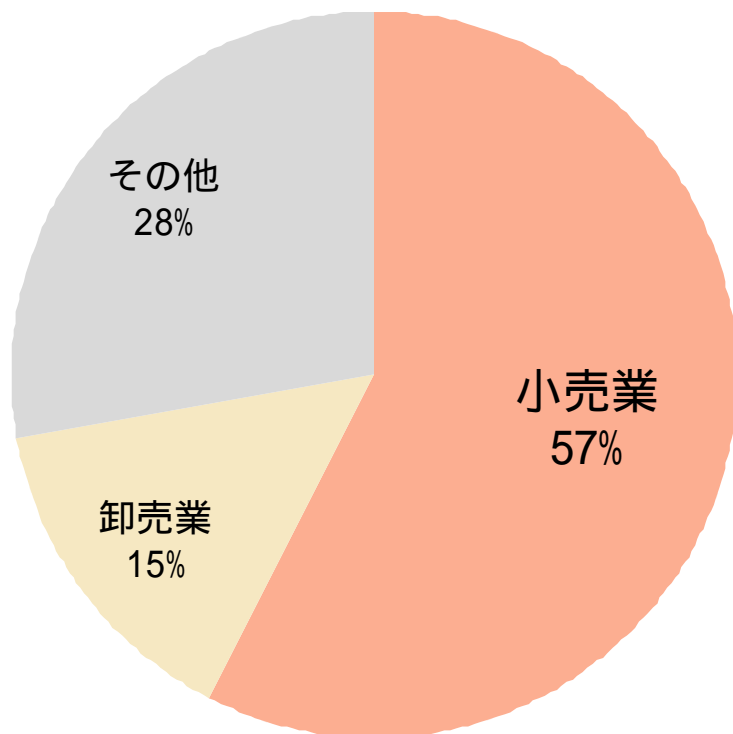
マーケティング手法別



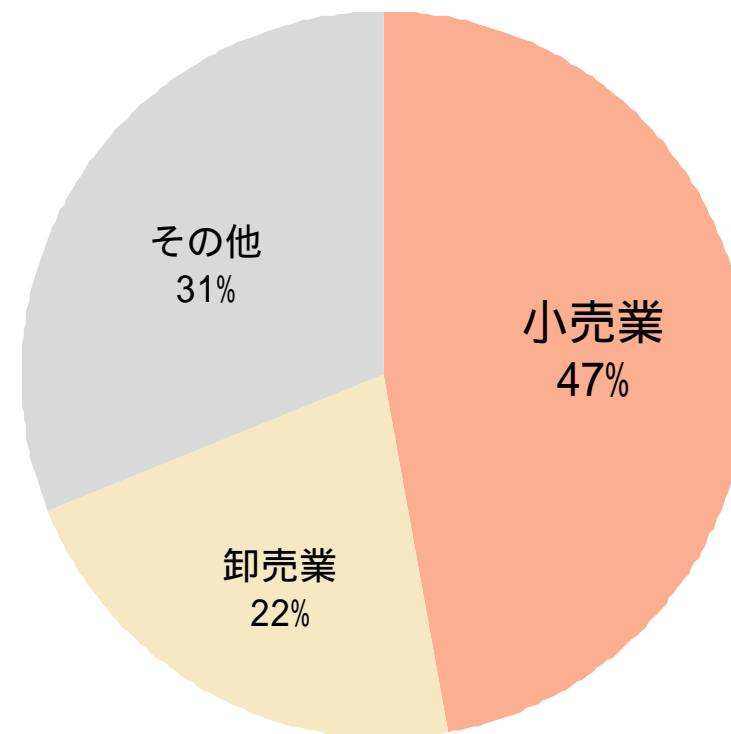
(注) 10/9期以降の61件を分類

件数・売上ともに小売業が過半を占める

業種別(件数ベース)



業種別(売上ベース)

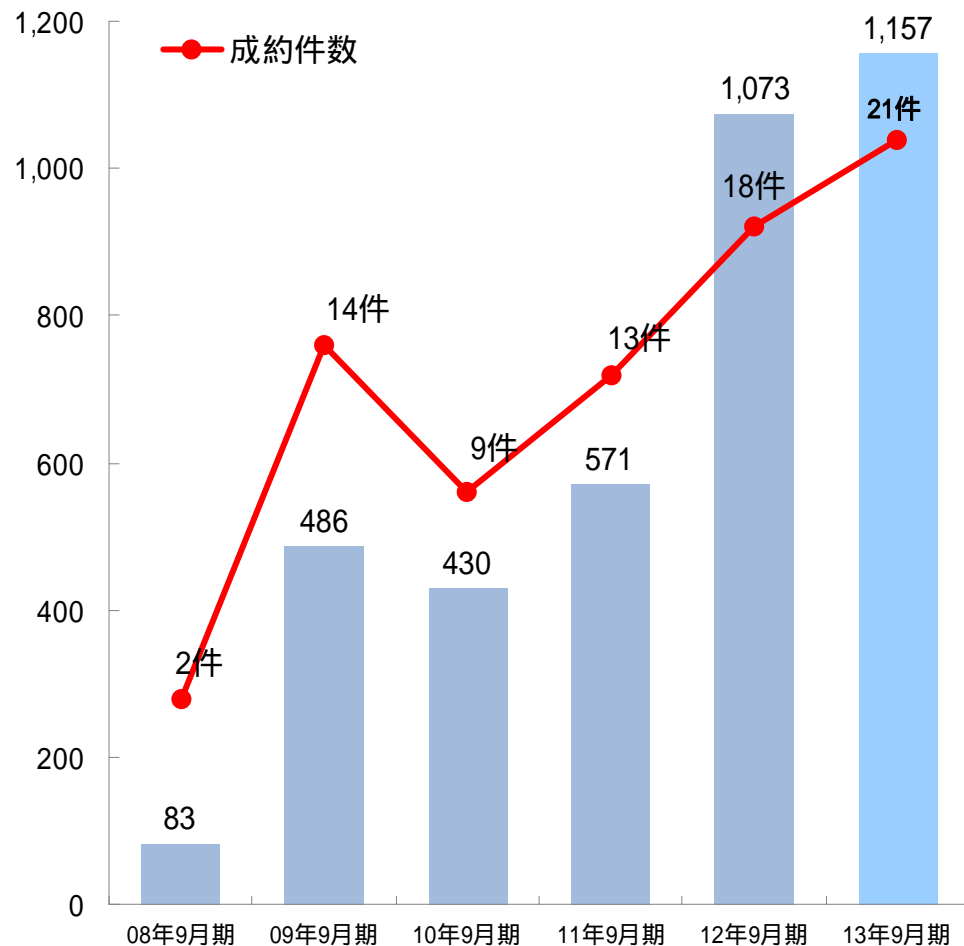


(注)10/9期以降の61件を分類

(注)10/9期以降の3,233百万円を分類

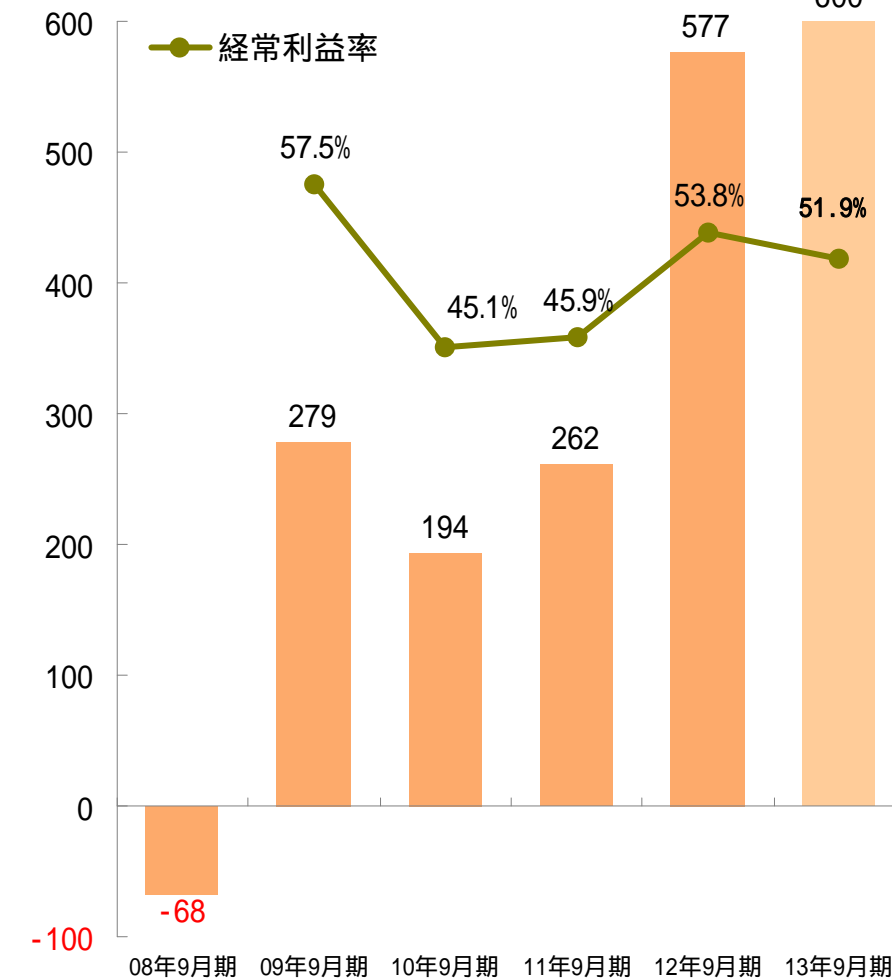
売上高

単位:百万円

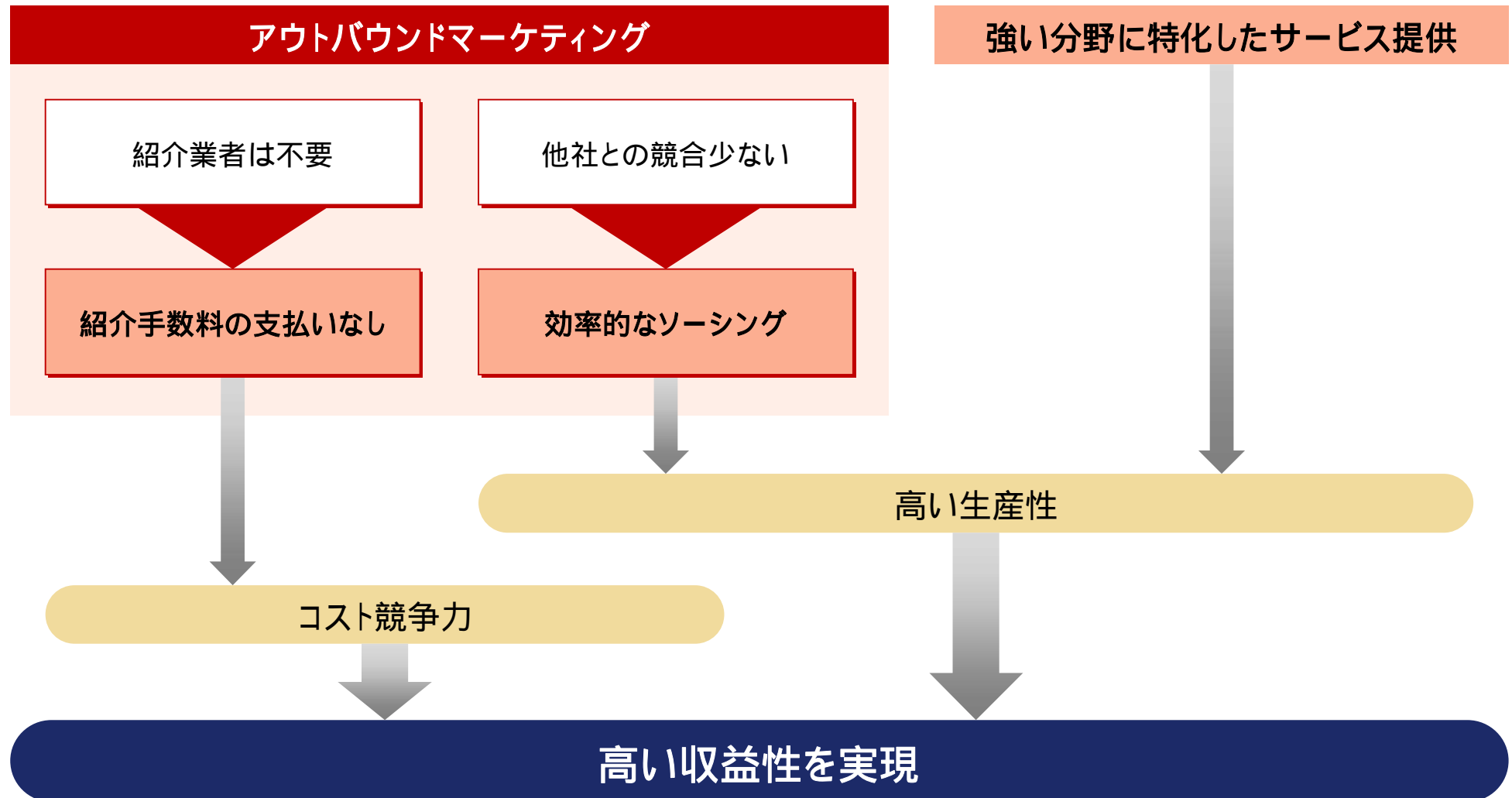


経常利益

単位:百万円



アウトバウンドマーケティングはコスト、生産性両面から高い収益性を実現



損益計算書の概要

(単位:百万円、下段は構成比)

	2011年9月期	2012年9月期		業績概要	2013年9月期
			前年比		
売上高	571 (100.0%)	1,073 (100.0%)	+ 87.8%	<ul style="list-style-type: none"> 小売業界の成約件数増加 大型案件の成約 	1,157 (100.0%)
売上総利益	389 (68.1%)	780 (72.7%)	+ 100.3%	<ul style="list-style-type: none"> 案件の大型化による生産性向上 	838 (72.5%)
販売管理費	125 (21.9%)	201 (18.7%)	+ 60.1%		237 (20.5%)
営業利益	263 (46.1%)	579 (54.0%)	+ 119.5%	<ul style="list-style-type: none"> 増収効果を楽しむ 	601 (51.9%)
経常利益	262 (45.9%)	577 (53.8%)	+ 120.1%		600 (51.9%)
当期純利益	149 (26.1%)	301 (28.1%)	+ 102.2%		331 (28.6%)
成約案件数	13	18	+38.5%	<ul style="list-style-type: none"> 過去最高の成約件数 	21
従業員数	17	16	5.9%	<ul style="list-style-type: none"> 2013年3月は21名まで増強 	21

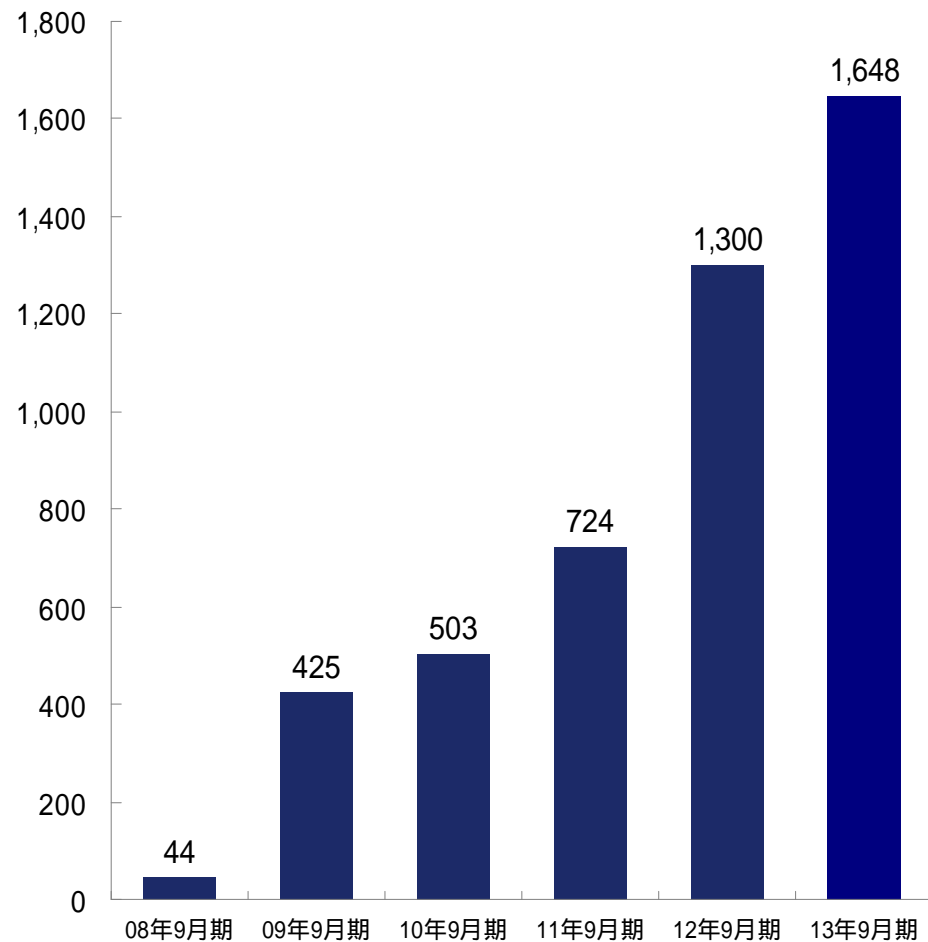
貸借対照表の概要

(単位:百万円、下段は構成比)

	2011年9月期	2012年9月期			2013年9月期
			前年増減額	主な増減要因	
流動資産	713 (98.5%)	1,290 (99.2%)	577	■ 現預金 + 524	1,638 (99.4%)
固定資産	10 (1.5%)	9 (0.8%)	0		9 (0.6%)
資産合計	724 (100.0%)	1,300 (100.0%)	576		1,648 (100.0%)
流動負債	211 (29.2%)	502 (38.6%)	291	■ 未払法人税等 + 168	533 (32.4%)
固定負債	60 (8.3%)	44 (3.4%)	16		29 (1.8%)
負債合計	271 (37.5%)	546 (42.0%)	275		562 (34.2%)
純資産合計	452 (62.5%)	754 (58.0%)	301		1,085 (65.8%)
負債・純資産合計	724 (100.0%)	1,300 (100.0%)	576		1,648 (100.0%)

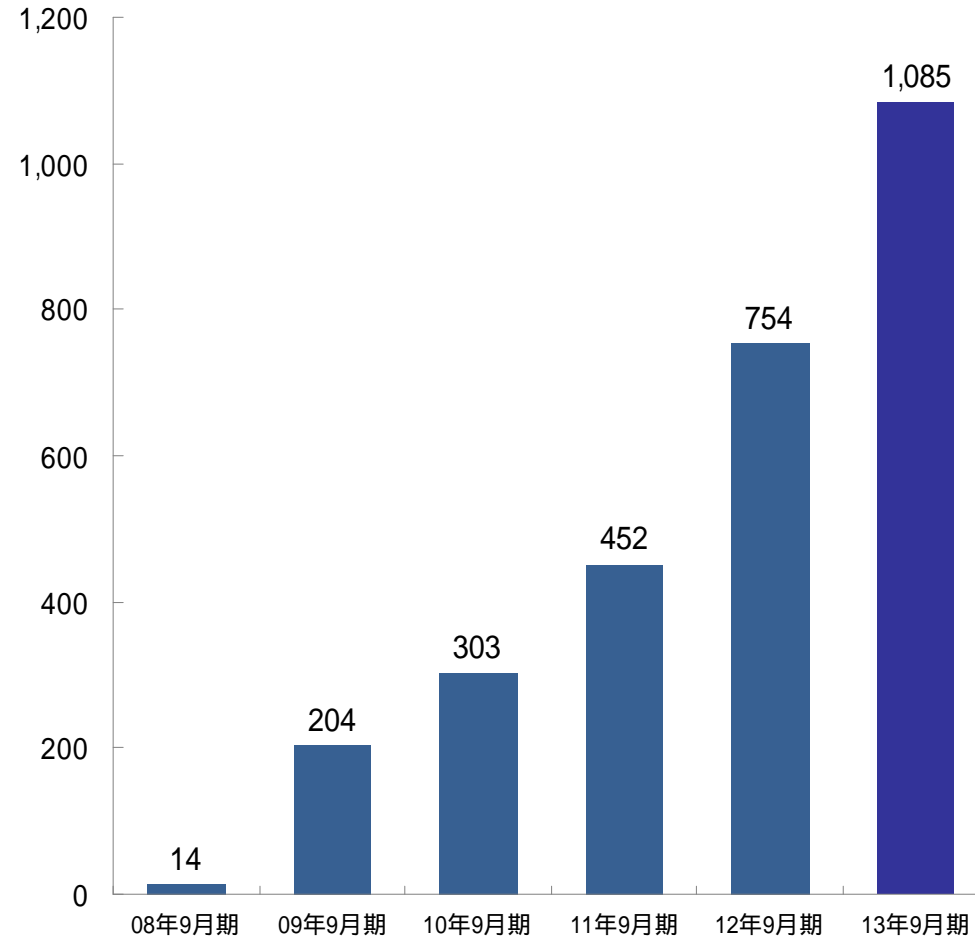
総資産

単位:百万円



純資産

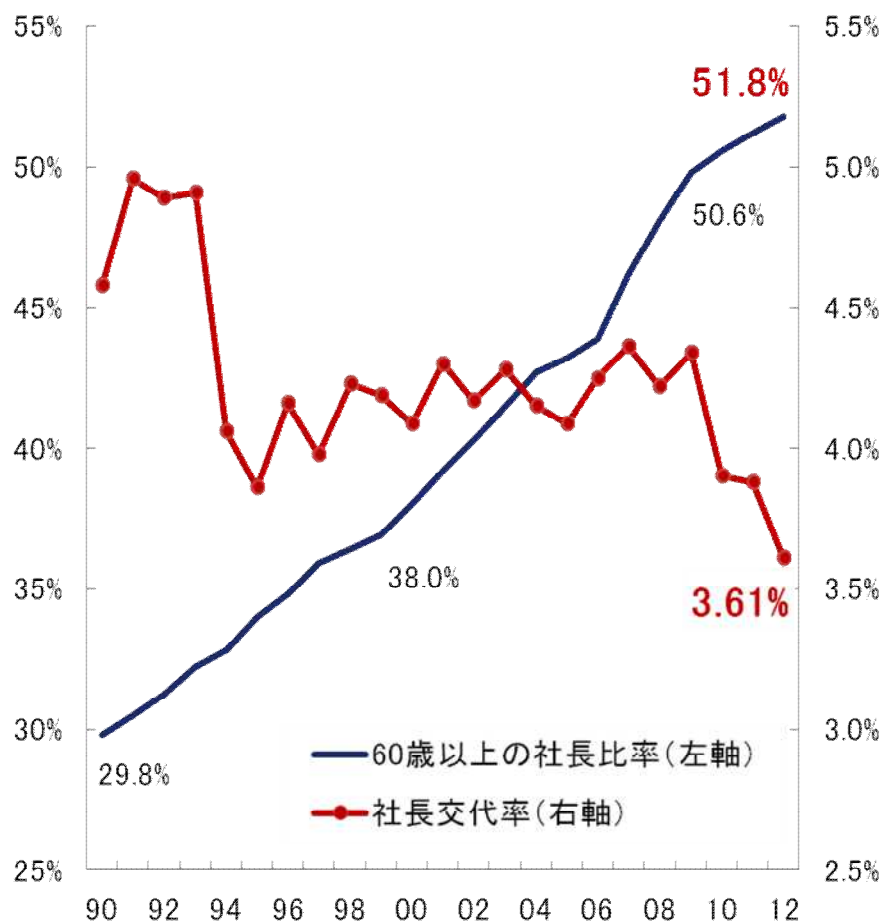
単位:百万円



事業領域と競争環境

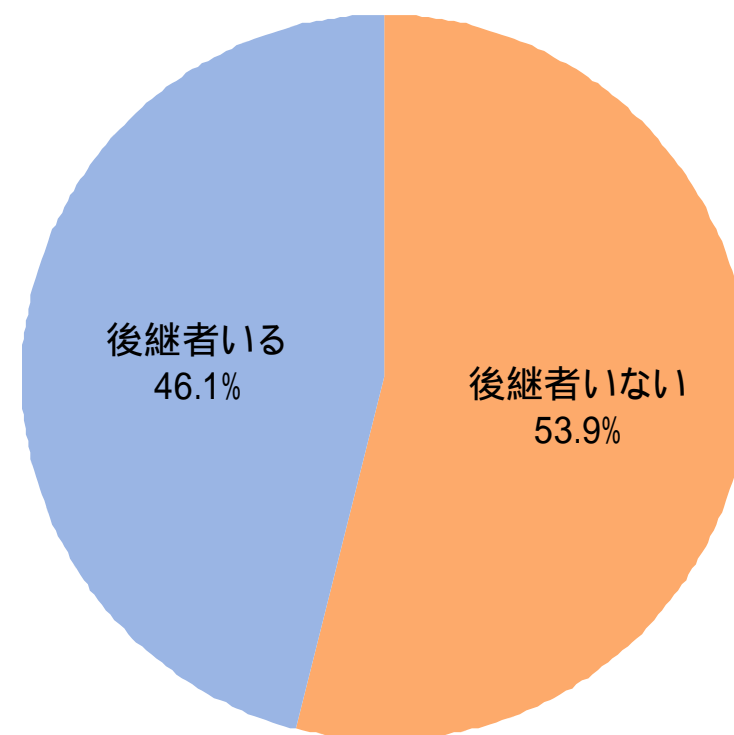
社長の高齢化が進む一方で、後継者不足の企業が過半数を占める

60歳以上の社長の比率



(出所) 帝国データバンク「全国社長分析」

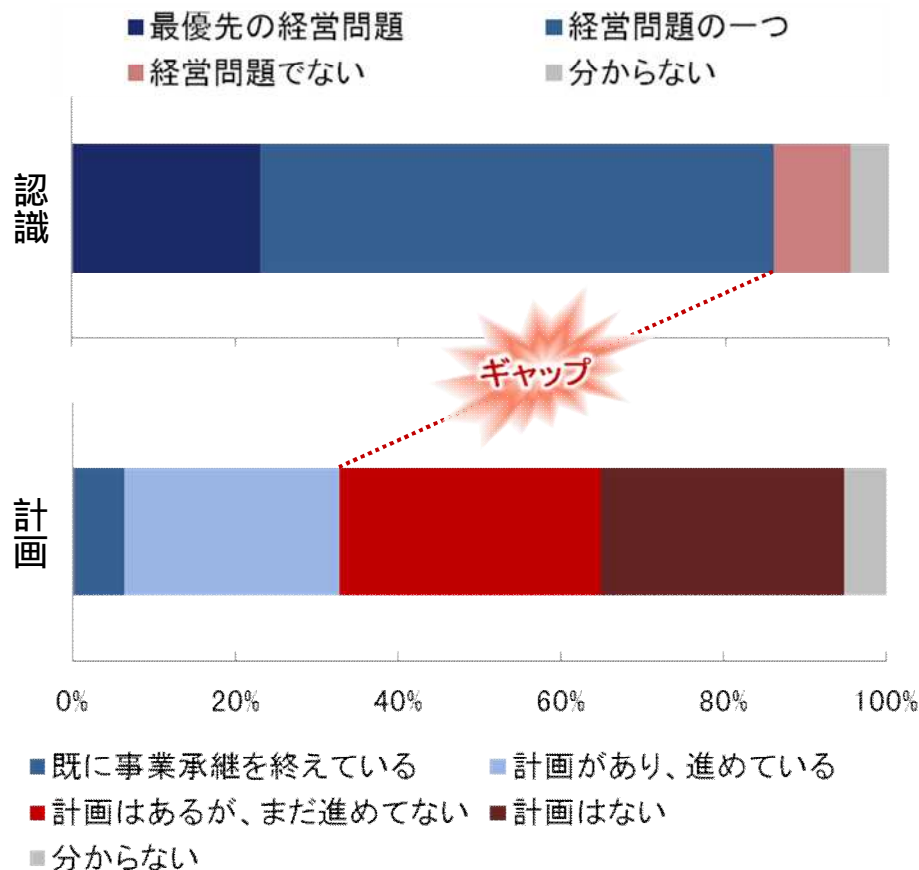
社長が60歳以上の企業における後継者



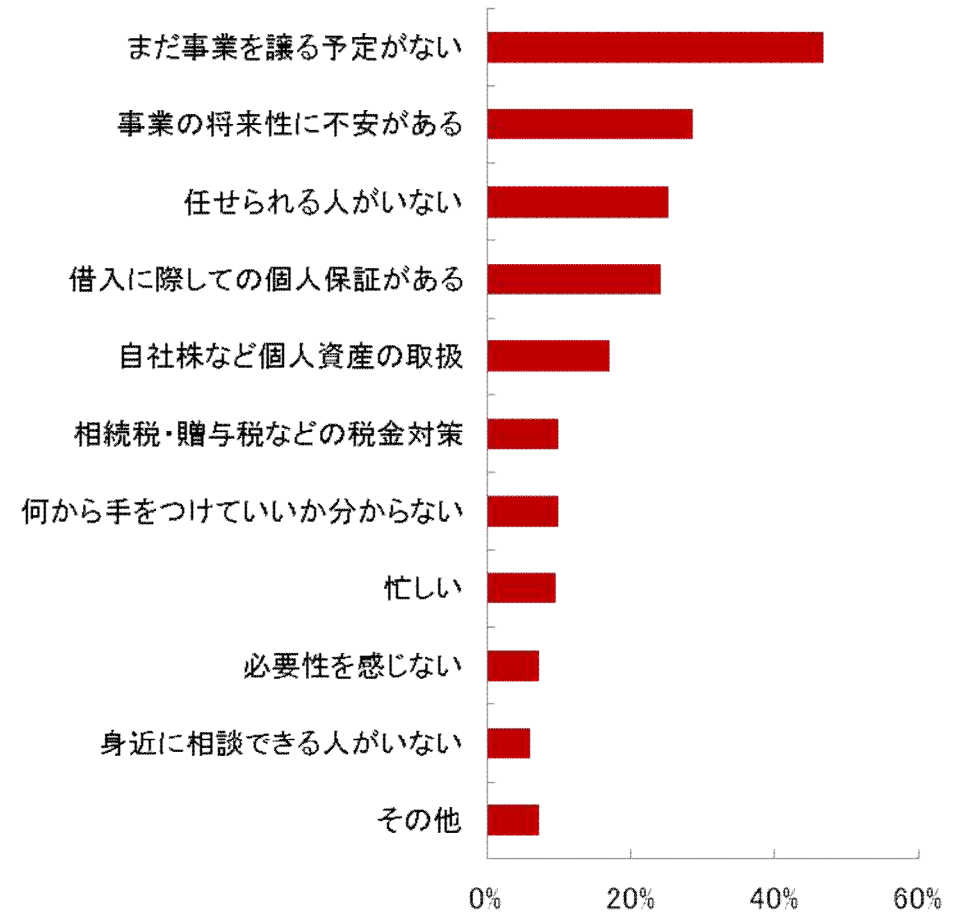
(出所) 帝国データバンク「第2回全国オーナー企業分析」

事業承継問題を意識しつつも、事業承継の計画は進んでいない(潜在ニーズ有)

事業承継への認識と計画

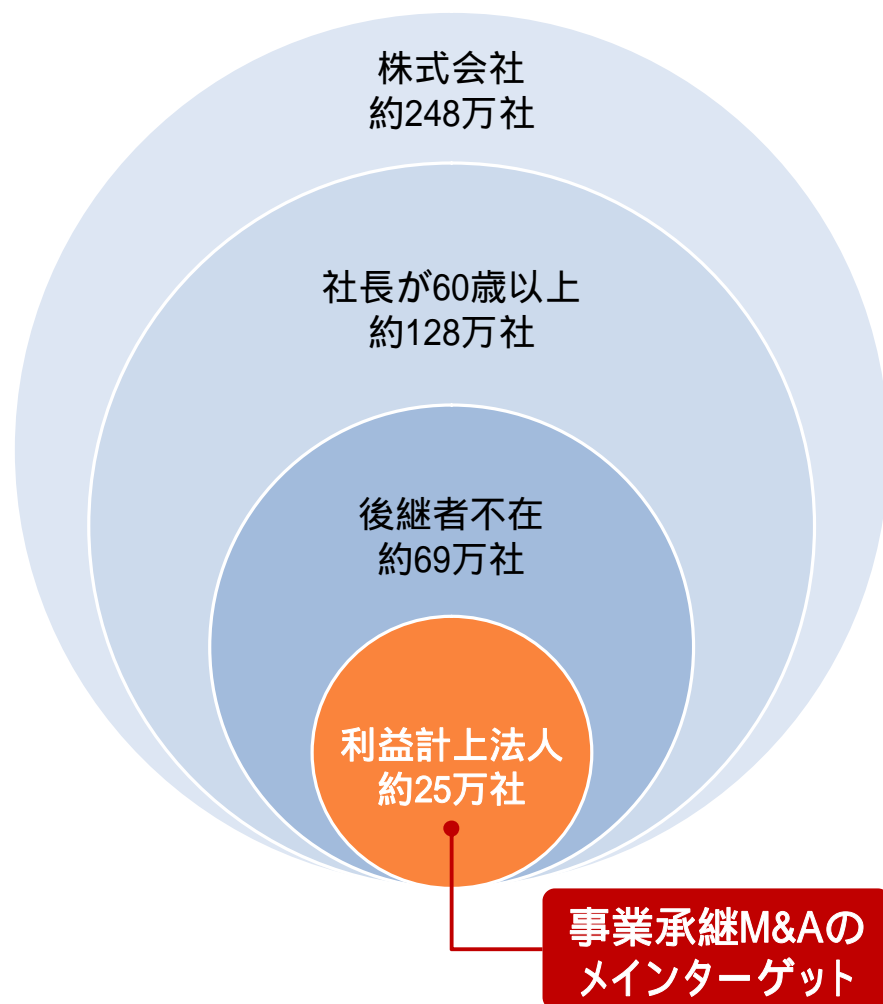


事業承継の計画を進めていない / 計画がない理由



(出所) 帝国データバンク「事業承継に関する企業の意識調査」

事業承継M&Aのターゲット



競争環境

事業承継M&Aのターゲットは**25万社程度**と推計

2012年の当社仲介実績は20件、**最大手でも111件**

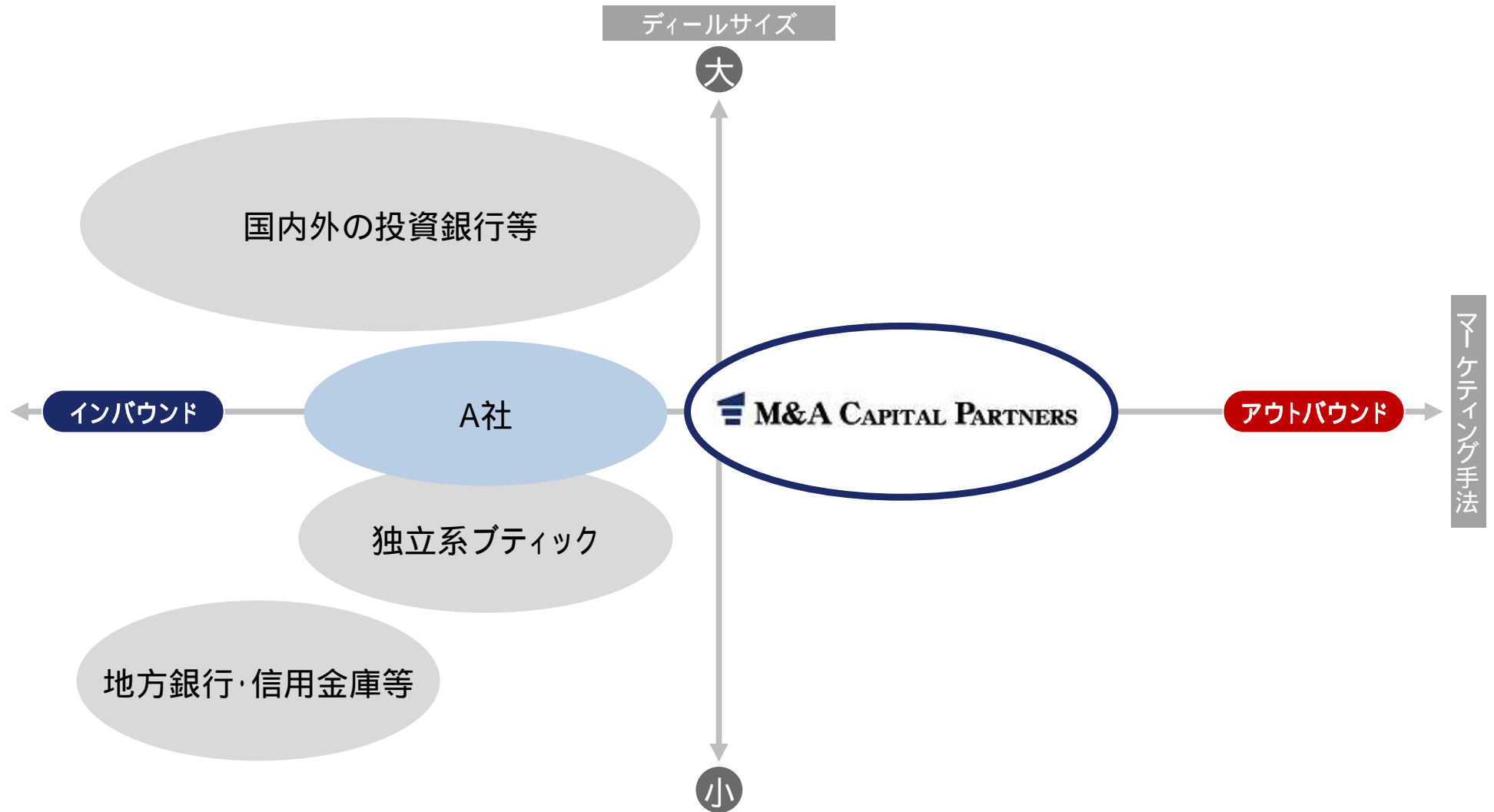
市場の飽和はまだ先で、**緩やかな競争環境が続く**見通し

人員増加により、一定割合で**成約件数を伸ばす**ことが可能

収益性を維持しながら**成長を継続できる**可能性が高い

(出所) 帝国データバンク「全国社長分析」、「第2回全国オーナー企業分析」、国税庁「会社標本調査結果」より当社推計

アウトバウンド・マーケティングの展開により、他社との競合は限定的なものにとどまる



当社の強みと成長戦略



POINT 1

潜在ニーズの掘起こしができる営業力



POINT 2

選択と集中による安定した成約実績



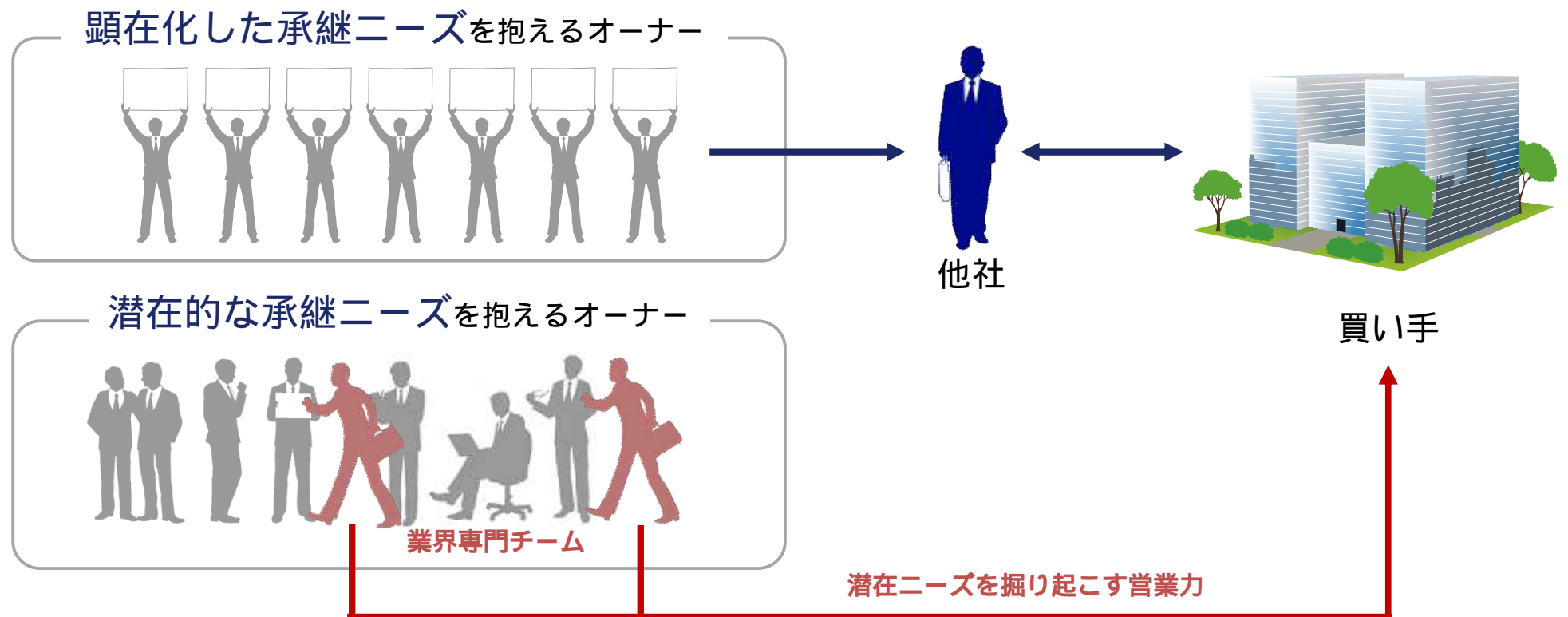
POINT 3

顧客の納得性が高い手数料体系



潜在ニーズの掘起こしができる営業力

社長の中村(ハウスメーカー出身)が培ってきた**営業ノウハウ**を展開
採用時における**独自の選考基準**を設定
業界に通じた**専門チーム**を編成することにより、営業効率の大幅向上

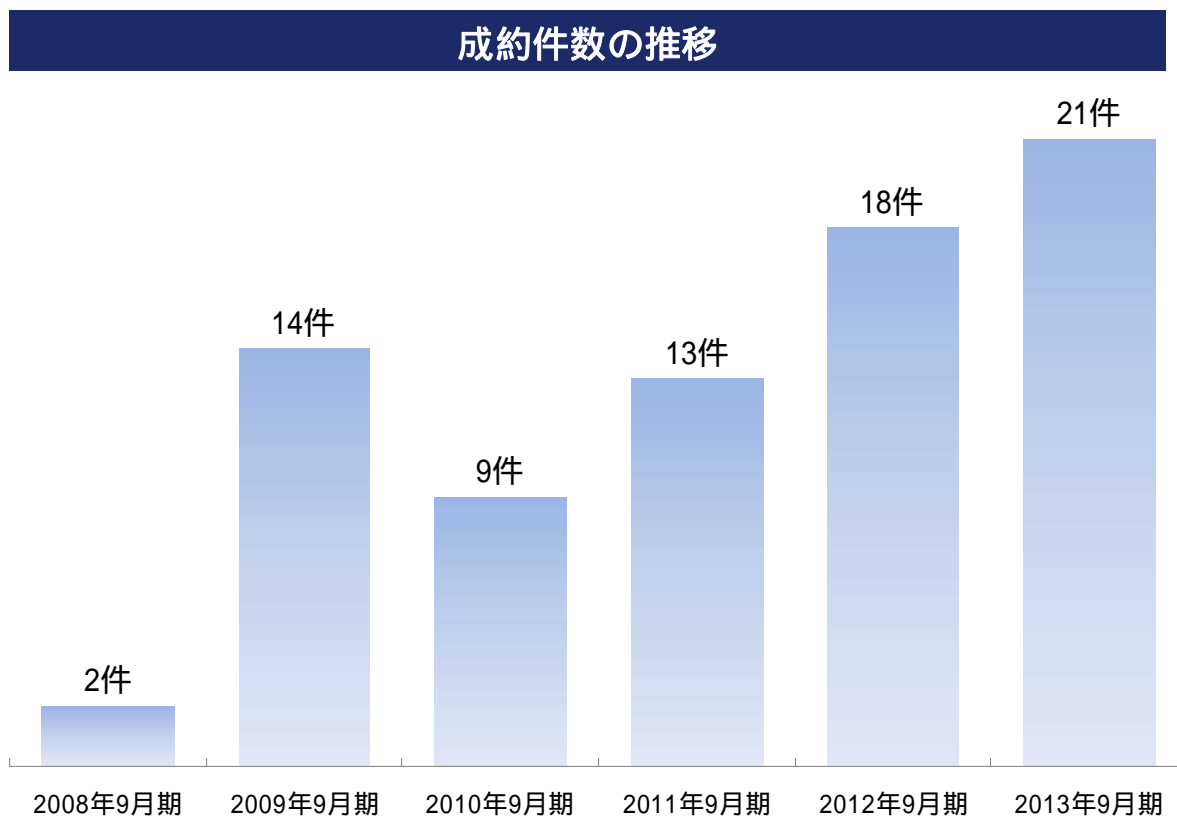




選択と集中による安定した成約実績

株式譲渡または事業譲渡による、中堅・中小企業の「**事業承継M&Aの提案・助言**」に特化
経営資源を**特定業界に投入して実績を積む**ことで、知見を高めると同時に業界内での信用力を向上

成約件数の推移



事例 2012年2月

譲渡会社 (売り手)	譲受会社 (買い手)
業務用食品・飲料卸	総合金融(東証一部)

事例 2012年4月

譲渡会社 (売り手)	譲受会社 (買い手)
ソフトウェア開発	ソフトウェア開発

事例 2012年7月

譲渡会社 (売り手)	譲受会社 (買い手)
調剤薬局	調剤薬局

事例 2012年8月

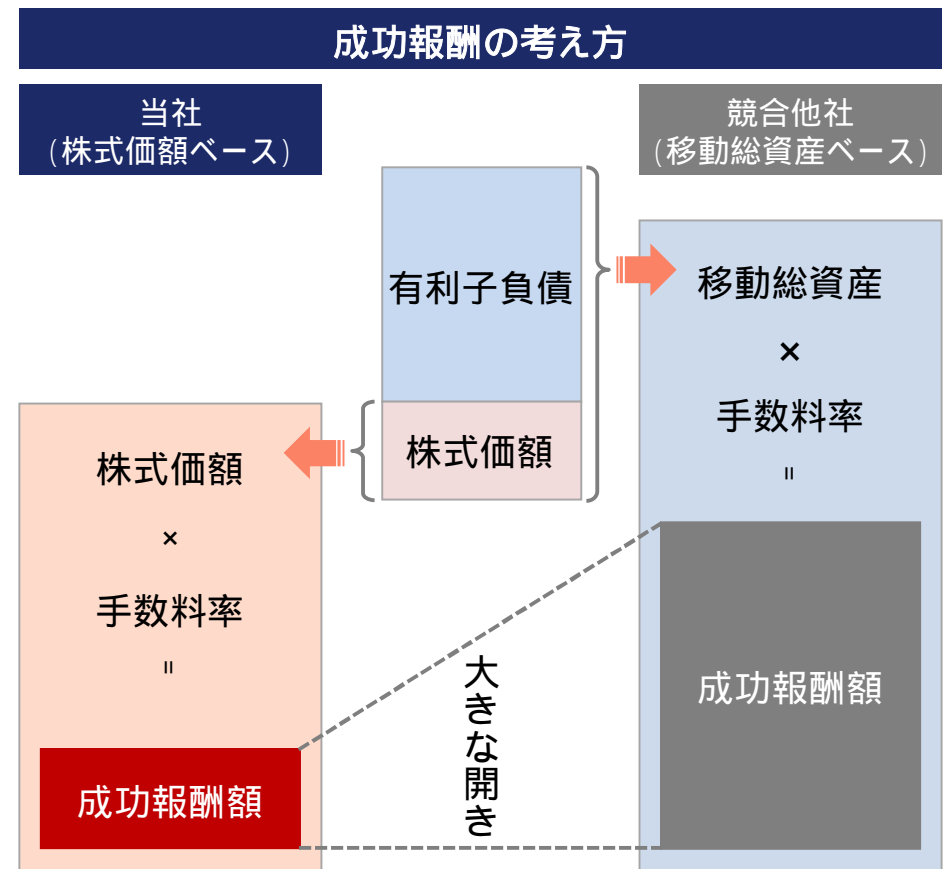
譲渡会社 (売り手)	譲受会社 (買い手)
アパレル製造・卸	IT関連サービス(JASDAQ)



顧客の納得性が高い手数料体系

基本合意契約書を締結するまでは顧客に**費用負担が発生しない**手数料体系
 成功報酬(手数料)の算出は**株式価額が基準**。移動総資産ベースと比べて納得性が高い

検討段階で必要となる費用		
	当社	競合他社
企業価値算定	無料	有料
着手金	無料	有料
月額報酬	無料	有料/無料





顧客の納得性が高い手数料体系

なぜ低い料率でビジネス展開をするのか

- 着手金が不要であるため、**アウトバウンドマーケティングの展開がしやすい**
- 納得性の高い手数料体系が普及することで、**事業承継マーケットの拡大**が期待できる

株式上場で知名度を高め、事業承継マーケットの拡大へ

上場で知名度を高め、**株式価額をベースとした手数料体系の認知度を高める**

業界大手と比較して低い手数料水準でも**既に高い収益性を実現**しており、競争も優位に進められる

業界全体の手数料水準が下がり、**事業承継M&Aを検討するオーナーの増加**が期待される(マーケット拡大)



アウトバウンドマーケティング

競争環境 潜在市場は十分大きく、他社との競争は少ない

施策 営業人員数の増加により、**成約件数を大きく伸ばす**ことができる。
組織的な教育システムにより**中途採用者の即戦力化**を図る

営業人員の育成には一定の時間を要する。**成長を加速させる**ために、インバウンドマーケティングにも注力

インバウンドマーケティング

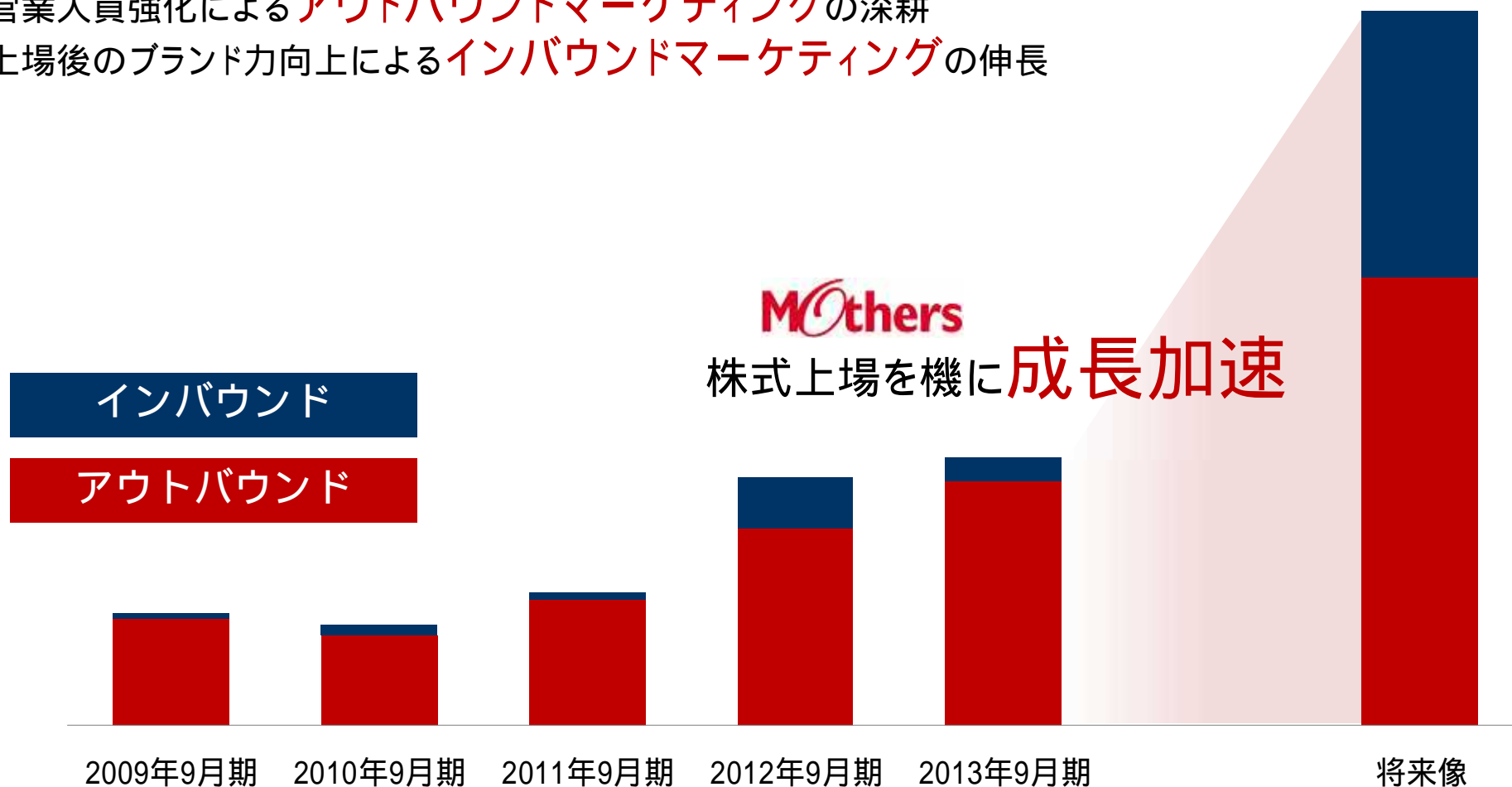
競争環境 上場によるブランド力の向上が期待できる

施策 Webの強化
セミナーの定期開催
金融機関や税理士事務所等の士業からの紹介



二つの成長ドライバーにより飛躍を図る

営業人員強化による **アウトバウンドマーケティング** の深耕
上場後のブランド力向上による **インバウンドマーケティング** の伸長



< 本資料の取り扱いについて >

本資料に記載されている計画や見通し、戦略などは本書面の作成時点において取得可能な情報に基づく将来の業績に関する見通しであり、これらにはリスクや不確実性が内在しております。かかるリスク及び不確実性により、実際の業績等はこれらの見通しや予想とは異なる結果となる可能性があります。

当社が事業環境の説明を行う上で、参考となると考える情報を掲載しております。掲載データについては、調査方法や調査時期により結果が異なる可能性があります。

本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。