

買い手のバックオフィス機能活用により、コストを少なく更なる事業拡大を実現

(ピコサーム（現ネッチジャパンつくば事業所）のネッチジャパンへの売却 2020年公表(1/2))

薄膜熱物性装置の開発販売を行うスタートアップ企業としてエグジットを考えていたピコサームは、総代理店であったネッチジャパンからの声掛けにより、企業売却。ネッチジャパンの営業、バックオフィス機能、人事制度の導入により更なる事業拡大を実現

M&A前

- スタートアップとして、エグジットの手段を検討していた
- 装置の受注が増え、研究開発と装置製造・受託分析サービスの両方に取り組むことが困難となっていた

M&A後

- ピコサームはネッチジャパンのつくば事業所となり、ネッチジャパンの技術や営業部隊の活用が可能に
- 海外売上比率が向上し、売上が日本市場メインから海外8割に

詳細

M&Aのきっかけ

- ピコサームのエグジットの検討
 - ベンチャーとしてエグジットの手段を考えなければならなかったが、ニッチな分野でありIPOは難しいため、M&Aを検討していた
 - 装置の受注が増え、事業展開を進めることが困難となっていた
- 総代理店であったネッチジャパンからの声掛け
 - 2014年からネッチジャパンがピコサームの総代理店となっていたが、機密情報の情報共有はできず、連携の幅に限界があったため、ネッチジャパンがM&Aを提案

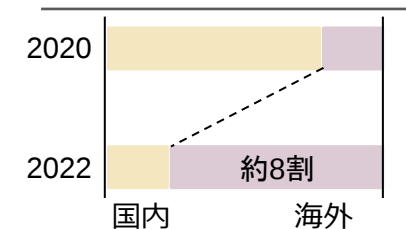
買い手からの支援内容

- ネッチジャパンの営業部隊の活用
 - ネッチの世界的な営業部隊を活用し海外展開を支援
- ネッチジャパンとの技術の融通
 - ピコサームの研究開発において、ネッチジャパンの技術を融通

M&Aの効果

- 海外売上比率の大幅な向上
 - ネッチが世界に展開している海外営業部隊を活用することで、海外売上比率8割程度まで向上した
 - 今後海外売上を倍増させていくことを計画している
- 開発への集中が可能に
 - これまでは従業員3人のみであり研究開発に集中することが難しかった。営業や製造業務をネッチジャパン本社に集中させるなどの組織統合も進む
 - 今後は研究開発に専念できるようになる見込みである
- ネッチジャパンの人事制度への切り替えによる給与、福利厚生向上
 - 人事制度等が切り替わり、給与・福利厚生が向上。従業員から喜びの声もあった
 - 従業員数も増加傾向にある

海外売上比率の向上



案件概要

公表日：2020年11月 スキーム：株式譲渡 取引額：非公開（出資比率：100%）
 対象会社：株式会社ピコサーム(茨城県)、事業内容：薄膜熱物性装置の開発販売 売上：非公開、従業員数：3人
 出資者：NETZSCH Japan株式会社(ドイツ)、事業内容：熱測定装置の開発販売

【スムーズなM&Aのポイント】

両社の人間関係の構築によりスムーズなM&Aを実現

(ピコサーム（現ネッチジャパンつくば事業所）のネッチジャパンへの売却 2020年公表(2/2))

M&Aの議論の前からピコサームの代表がネッチジャパンの代表や研究者と面識があり、ネッチジャパンについてよく理解していた。また、M&A後も丁寧なコミュニケーションを徹底することでスムーズに組織の統合が進められている

【M&A前】両社の人的交流

■ お互いの理解による計画とのギャップのないM&A

- M&Aの議論が進む前から人間関係が構築されていた
 - 2006年、M&Aの14年前の熱物性学会にて代表同士が出会っていた
 - ピコサーム代表はネッチジャパンの熱物性関連の研究者や、ネッチのドイツ社長とも以前から会っていた
- ネッチについてよく理解していたため、M&A後、想定外のことはいずれも起こらなかった

■ ハイエンド装置という共通点

- ピコサームは産業技術総合研究所の技術移転ベンチャーで、国家標準にトレーサブルな高信頼性の装置を開発してきた
- ネッチジャパンも高機能・高性能の装置を開発・販売しており、市場のターゲットが共通していた



【M&A後】ミーティングによるすり合わせの徹底

■ M&A前後のコミュニケーションの取り方の変化

- 「もともとピコサームは従業員3名体制で進めていたので、あえてコミュニケーションをとろうとしなくても情報共有ができていたんです。ただ、大きな組織に入ったことで、製造や管理部門等とのコミュニケーションが必要になってきました。」
- 「最初は慣れなかったものの各自がミーティングを入れたり情報発信をしたりすることを意識することで、今ではコミュニケーションを円滑に取れるようになりました。」



【ピコサーム】