

外国企業の豊富な経営リソースを活用し、これまで以上の急成長を実現

(チップワンストップのアロー・エレクトロニクスへの売却 2011年公表(1/2))

電子部品・半導体のインターネット通販を行うチップワンストップは海外展開の強化を目指して、2011年8月に同業界大手のアロー・エレクトロニクスにより100%子会社化した。海外展開を強化、製品ラインナップも増え、順調に事業が拡大した

M&A前

- 国内外の経済が落ち込んだ2007年から、海外への進出を意識

M&A後

- 親会社の関係をレバレッジして、仕入先との関係を強化
- 多様な製品ラインナップを揃えることにより、半導体産業の世界的継続成長の後押しもあり売上も10年で約10倍に増加

詳細---

M&Aのきっかけ

- チップワンストップの経営陣は国内外の経済が落ち込んだ2007年から、海外への進出が必要と認識し始め、海外展開も視野に入れた計画を考え始めていた
- 海外進出するのであれば規模を大きく展開するために、大手外国企業と組もうと考えた。以前から取引のあるアロー・エレクトロニクスと2010年から交渉を開始

M&Aの効果

- 半導体産業の世界的継続成長の後押しもあり、売上が10年で約10倍に増加
 - 調達力や製品ラインナップの増加と並行して、マーケティングやオペレーション面も継続改善
 - 親会社とは、どのようにお互いを補完し合って展開するのが最適かなど、M&A後もコミュニケーションを継続
 - これらの取組の効果に加え、半導体の好景気の後押しもあり、売上が約10倍に増加
 - 親会社は、ノウハウのなかったインターネット通販をチップワンストップを活用し立上げ、米国中心に1,000億円以上の事業を創出
- 中国等の海外販売も強化され、海外売上比率は10年でほぼ0%から35%に成長
 - 売却前は海外市場に目を向ける余裕がなかったが、アロー・エレクトロニクスのこれまでの進出ノウハウを活用して、2012年に香港法人を、2015年に中国法人を立ち上げ、アジア圏への進出を強化
- 事業拡大に伴うリーダー人材の育成が進展
 - 取り扱い商品や在庫の増加、海外進出強化等、受け身ではなく自分が会社を動かすという主体的な従業員を育てることを重視。結果、グローバル化にも対応したリーダー人材の育成につながった
- 新規採用の円滑化
 - リストラや人員整理の必要なし。むしろ外資系企業というブランドによって、新卒採用・中途採用とも順調に人が集まるようになった

買い手からの支援内容

- 電子部品・半導体の調達
- アロー・エレクトロニクスグループの製品ラインナップ追加
- 急激な事業拡大・売上増加に伴うマネジメント体制(人材面・システム面)の強化

案件概要

公表日：2011年8月 スキーム：TOB 取引額：約70億円（出資比率：100%）

対象会社：株式会社チップワンストップ(神奈川県)（東京都）、事業内容：半導体、電子部品の国内および海外へのネット販売事業 売上：300億円(2022年見込)、従業員数：220名

出資者：Arrow Electronics Inc.（米国）、事業内容：半導体、電子部品の米国内および海外販売

【統合時のポイント】

密なコミュニケーションをとつて戦略を統合し、海外市場展開も急加速

(チップワンストップのアロー・エレクトロニクスへの売却 2011年公表(2/2))

バリュー投資ではなく、事業拡大を目的とした案件であったため、財務的な良し悪し以上に企業同士の相性や事業シナジーが重視された。M&A後は順調に成長し、10年間で売上を10倍まで伸ばしている(見込)

—成功のキーファクター—

目指す方向性を同じとする会社との連携が重要

- M&Aでは対象企業の価値を算定するためにEBITDA倍率でどうだなどの観点があるものの、結局は経営者の判断や企業同士の相性のようなものが重要なと考える
- 例えば、事業戦略が合致していると良い。違う方向をしているが故のシナジー効果というはあるかもしれないが、スムーズに戦略統合できるという意味では同じ方向を向いていることで、統合後の動きが早いと感じた
- 本件はまさに扱っている商品も同様で、お互いに地域を広めていくという方向性。買い手にはなかったデジタル能力（インターネット通販）を逆に提供することもでき、組織に関する見解をマネジメントが継続的にコミュニケーションを取り、理解を得ていったため、上手くいったように思う



【チップワンストップ】

海外比率も上がり、売上は急上昇

