

GCAサヴィアン

欧州ニュースレター 2014年2月



Vol.1 ドイツ

はじめに

今月より欧州ニュースレターの連載をスタートさせて頂くことになりました。M&Aに軸足を置きつつも、文化面にも触れながら欧州の魅力についてお伝えすることができればと考えております。

さて、日々M&A戦略についてディスカッションをさせて頂くなかで、成長性が低いという理由で欧州の投資順位を下げているというコメントを良く耳にします。しかし、「成長性」を切り口としたその見方は本当に正しいのでしょうか？「規模」の面で見れば、欧州はアメリカを上回る世界最大の経済圏です。「国際性」の面で見れば、欧州企業は歴史的・文化的・地理的な理由でアフリカや南米など欧州域外へのリーチを有しています。そういった欧州の魅力を評価することなく「成長性」の一点で検討順位を下げてしまうことは、時に大きな果実を見落とす結果になります。GCAサヴィアン欧州ニュースレターでは、欧州M&Aに関連する様々な情報発信を通じて、一つでも皆様に「ああ、なるほど！」という気付きを提供できればと考えております。

さて、第一回目となる今回はドイツに焦点を当ててみました。欧州最大の経済規模を誇り、欧州経済を牽引する役割を担うドイツに、皆様はどのようなイメージをお持ちでしょうか？

ドイツ = 自動車

ドイツ = 環境大国

ドイツ = ビール&ソーセージ

ドイツ = . . .

できる限り図表を多く用いた構成としております。リラックスして一読頂ければ幸いです。

GCAサヴィアン  
フランクフルトオフィス  
村井 慎

## 1. ドイツ概況

実質GDP成長率  
(2013年予想値)

+0.4%

※ 2012年+0.7%から減少  
※ 日本は+1.7%予想

消費者物価上昇率  
(2013年予想値)

+1.6%

※ 2012年+2.0%から減少

失業率  
(2013年予想値)

5.6%

※ 過去最低水準

- 昨年12月に第三次メルケル政権が発足し、キリスト教民主同盟(CDU)とその永遠の挑戦者である社会民主党(SPD)が大連立政権で合意したことにより、政治的安定を確保したドイツ。2014年は脱原発に伴うエネルギー政策、欧州債務危機問題、内需拡大などの重要課題が待ち受けています。
- 内需拡大政策は欧州各国のドイツの輸出大国としての突出した強さに対する批判への対応という面があります。数字面でみれば、ドイツの欧州域内の貿易黒字は480億ユーロ(約6兆3500億円)であり、貿易赤字916億ユーロのフランスや東欧諸国とのバランスの悪さが顕著になってきています。
- とはいものの、単一通貨ユーロの恩恵を受けているとはいえ、ドイツの輸出力はその製品力を裏付けるものです。政治的安定を得たドイツが更に強くなり、それが欧州経済全体の底上げに繋がるのが期待されます。

## 2. ドイツM&amp;A (2013年度)

日本企業による  
ドイツ企業買収案件数

60件

主な日独案件

- LIXILグループによるGrohe AG買収(9月/EUR 2.935bil)
- 三井化学によるHeraeus Holding GmbH買収(4月/EUR450mil)

ホットなセクター

- インダストリアル(23件)
- ハイテク(11件)

- 2013年は日本企業のドイツM&Aが多く成立した年でした。4月の三井化学によるHeraeus社歯科材料事業買収(543億円)、9月のLIXILによるGrohe社買収(約3,978億円)などの大型案件も見られました。
- 三井化学案件においては国際協力銀行(JBIC)の海外展開支援融資ファンリティが活用されており、LIXIL案件においては日本政策投資銀行(DBJ)との共同買収というストラクチャーが採用されました。2014年も多様化する資金調達方法を有効に活用した攻めのクロスボーダーM&Aが多数生まれるものと思われます。
- 日独案件におけるセクター別内訳では、2013年はドイツを代表するインダストリアル分野が最もホットなセクターでした。2014年はドイツが伝統的に強い化学・素材分野のM&Aも注目していきたいところです。

 Deutschland

## GCA Savvian

## 3. 「ドイツ」ブランドの強さ

	<b>01</b> United States		<b>06</b> France
	<b>02</b> China		<b>07</b> Canada
	<b>03</b> Germany		<b>08</b> Brazil
	<b>04</b> United Kingdom		<b>09</b> India
	<b>05</b> Japan		<b>10</b> Australia

(出展) BRANDFINANCE

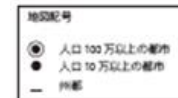
- 「国」自体のブランド力の評価は、その評価軸を何に置くかといった議論はあるものの、非常に面白い試みです。今回参考とした評価ではドイツは第三位ですが、「Made in Germany」が持つイメージを考えれば、納得感のある順位といえます。
- 輸出国、ものづくりが生命線、勤勉といったドイツの特徴は、日本のそれと非常に近いものを感じます。ドイツ企業とのM&Aを進める理由を技術やブランド獲得に求めるケースは多いですが、根底にあるものづくりの思想に共感できるという精神的な点も、ドイツ企業をパートナーとして選ぶ理由の一つといえるでしょう。
- 世界最高品質のニッポンブランドですが、残念ながら欧州で目にする機会は多くありません。個人的には、ガラパゴスといわれる独自の進化が原因ではなく、そもそもアピール力不足が原因のように感じています。クールジャパン構想が欧州市場攻略の起爆剤となるか、要注目です。

## 4. 究極の地方分権国家「ドイツ」



## 人口50万人以上の都市

①	ベルリン	350万人
②	ハンブルク	180万人
③	ミュンヘン	141万人
④	ケルン	104万人
⑤	フランクフルト	70万人
⑥	シュトゥットガルト	61万人
⑦	デュッセルドルフ	59万人
⑧	ドルトムント	58万人
⑨	エッセン	57万人
⑩	ブレーメン	55万人
⑪	ライプツィヒ	53万人
⑫	ハノーファー	52万人
⑬	ドレスデン	52万人
⑭	ニュルンベルク	51万人



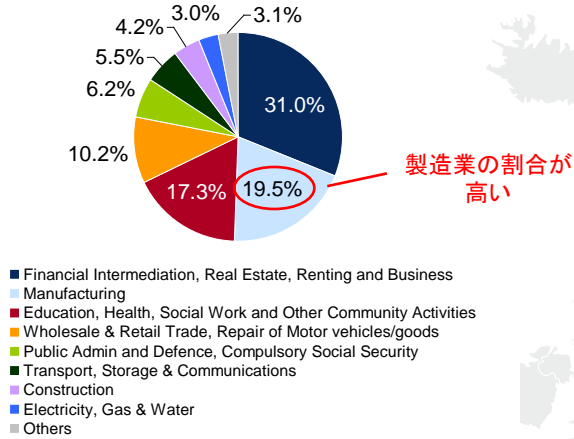
(出典) ドイツ連邦共和国大使館・総領事館

- ドイツは欧州最大の人口(8,184万人)を誇る大国ですが、1,000万人を超える大都市を持たない、究極の地方分権国家です。首都で最大の都市であるベルリンの人口は約350万人であり、1,000万人都市に経済が集中する日本(東京)、フランス(パリ)、イギリス(ロンドン)とは大きな違いがあります。
- 本社所在地でみた場合、日本では多くの企業が東京や大阪に本社を持ちますが、ドイツではシーメンス(ミュンヘン)、SAP(ヴァルドルフ)、ポルシェ(シュトゥットガルト)、フォルクスワーゲン(ヴォルフスブルク)と地方都市に分散しています。
- ミュンヘンのビール祭りであるオクトーバーフェストや、ケルンのカーニバルなど、ドイツの地方都市はそれぞれ歴史的なイベントを持っています。強く独立した地方都市の集合体が結果として強いドイツを作り上げる構造は、ドイツの魅力の一つといえるでしょう。

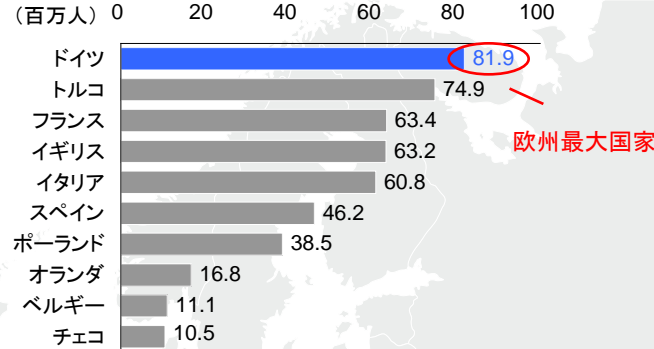
# Deutschland

# GCA Savvian

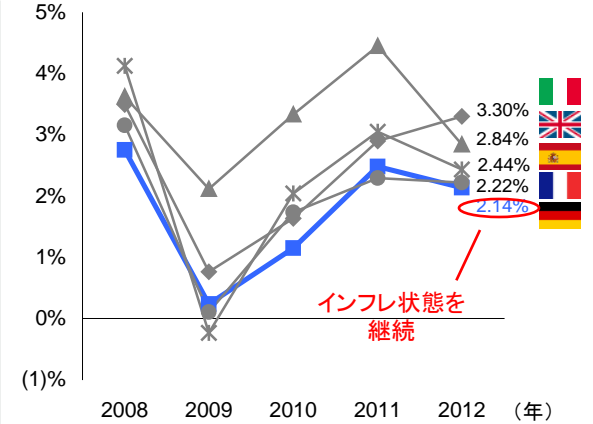
## 産業構造 (2012年度)



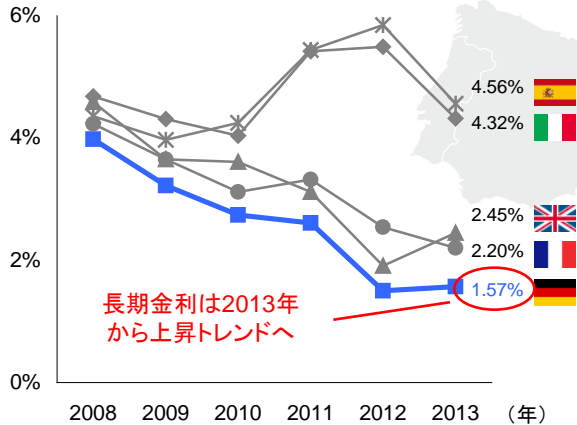
## 人口 (2012年度)



## インフレ率

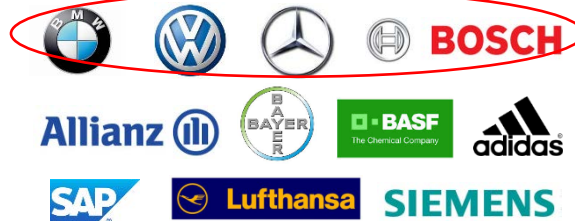


## 10年国債金利

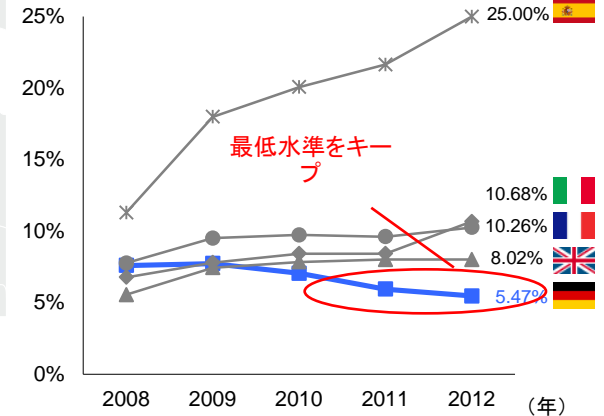


自動車関連企業が強いのがドイツの特徴

## ドイツのグローバル企業



## 失業率

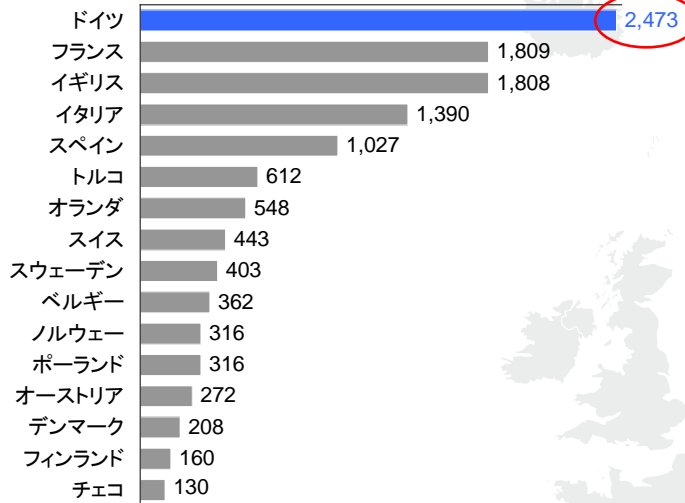


# Deutschland

GCA Savvian

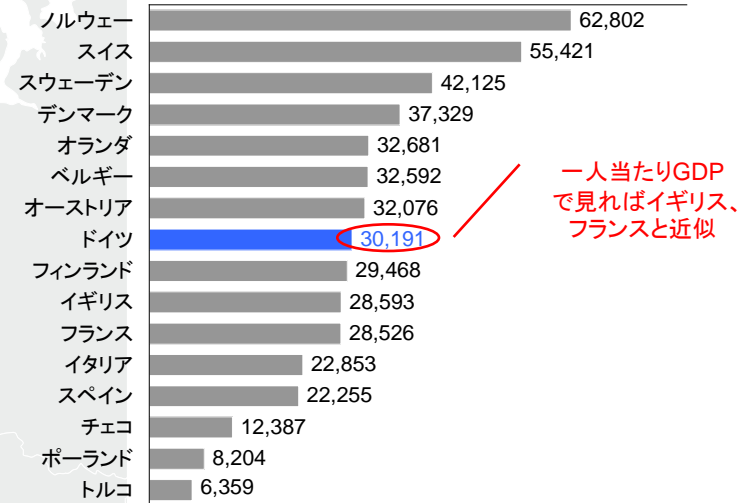
## GDP (2012年度)

(十億ユーロ) 0 500 1,000 1,500 2,000 2,500

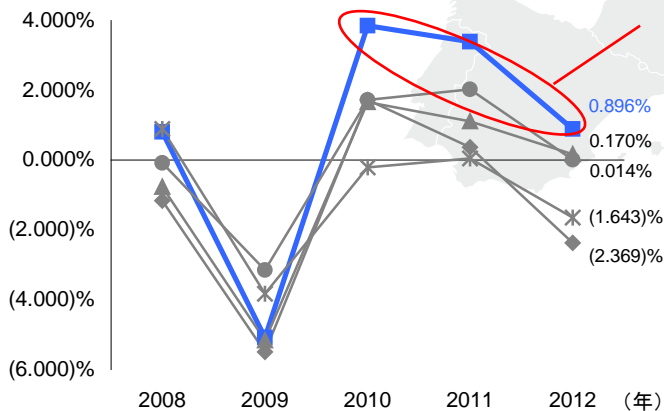


## 一人当たりGDP (2012年度)

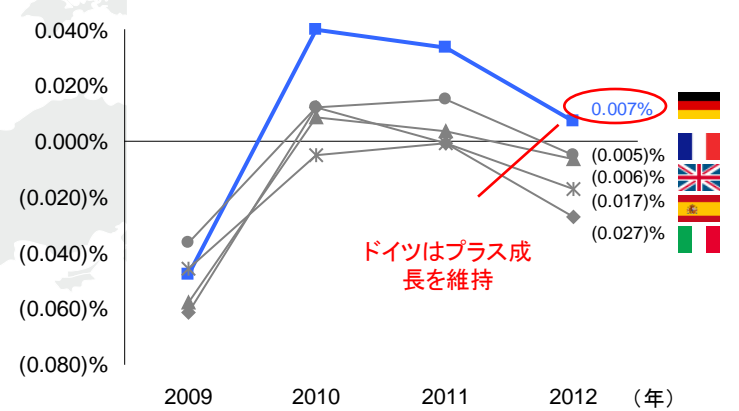
(ユーロ) 0 20,000 40,000 60,000 80,000



## GDP伸び率



## 一人当たりGDP伸び率



お問い合わせ先:



村井 慎 / Shin Murai

Director

Direct (Germany): +49-69-170099-99

Mobile (Germany): +49-172-6324998

Email: [smurai@gcakk.com](mailto:smurai@gcakk.com)

GCA Savvian Corporation - Frankfurt

OpernTurm - Bockenheimer Landstraße 2-4, 60306 Frankfurt am Main,  
Deutschland

<http://www.gcasavvian.com/>