

企業買収の現状と対策

【目次】

はじめに

第一章 企業価値

第一節 企業価値とは

第二節 企業価値の評価方法

第三節 企業結合会計基準

第二章 企業買収

第一節 M&Aの歴史

第二節 M&Aの定義

第三節 買いのM&A

第四節 売りのM&A

第三章 敵対的企業買収

第一節 「敵対的」買収とは

第二節 敵対的買収の三つの種類

第三節 敵対的買収の具体的方法

第四章 敵対的企業買収の防衛策

第一節 ライブドア VS ニッポン放送

第二節 買収防衛策

第三節 ポイズン・ピル

第四節 「信託型」と「事前警告型」のライツプラン

第五節 「信託型」と「事前警告型」の違い

おわりに

【目的】

現在の日本は M&A のブームが来ているといわれている。2005 年のライブドア VS ニッポン放送・フジテレビの株式争奪戦がメディアに取り上げられて話題を呼び、M&A が今まで以上に注目を集めている。本論分では、会社は誰の物か、企業価値の評価方法、M&A の方法、買収防衛策等がどのように行われているのかを中心に考えた。

【方法】

現在出版されている関連文献や統計資料、インターネットなどを利用して、企業買収の現状と対策を考察した。

【結果】

会社は誰のものか、これは株式会社を運営していくうえで大きな問題である。株主がいて初めて会社が成立することから、会社は株主の物と言える。しかし、従業員がいなければ会社を運営することはできない。従って私は、株主と従業員は表裏一体であると考え。資金を出す人、運営を任された経営者、その下で働く従業員。会社というものは誰かの物というわけではなく、ステークホルダーによって事業を継続していくこと。それが会社というものではないかと考える。

【参考文献】

小野崎恒夫『企業買収・売却戦略』, 同友館, 1987 年

佐藤隆三『M&A の経済学』, 株式会社 TBS・ブリタニカ, 1988 年

松井和夫『M&A』, 講談社現代新書, 1991 年

大隈健一郎『株式会社法変遷論』, 有斐閣, 1992 年

芥川基『株式会社法の仕組みと実務』, 日本実業出版社, 2000 年(一部掲載)