삼정 KPMG

Capturing new growth opportunities

Global Consumer and Retail M&A trends 2018

Extended Summary

Global Consumer & Retail



Contents

	Page
Overview	2
Consumer & Retail M&A Top 10 trends	3

본 보고서는 KPMG Global이 발간한 Thought Leadership이며, 삼정KPMG 경제연구원에서 국문 요약한 자료입니다.

보고서 원문은 아래의 링크에서 확인하실 수 있습니다.

https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/xx/pdf/2018/02/gobal-consumer-retail-m-and-a-trends-2018.pdf

Overview

오늘날 유통·소비재 업계의 경영환경은 신규 시장 진입자 증가, 혁신에 대한 지속적인 압력 증대, 데이터 분석의 중요성 확대 등 다양한 요인에 의해 변화하고 있습니다.

글로벌 유통·소비재 기업은 이와 같이 격변하는 경영환경 속에서 도전과제를 해결하는 동시에 기회요인을 포착하고자 전략적 방안을 모색하고 있는 모습입니다.

이와 같은 상황에서 KPMG는 변화하는 시장환경에 대한 민첩성과 대응 역량을 확보하는 것이 필요하다고 강조합니다. KPMG는 본보고서를 통해 오늘날의 경영환경 변화에 적절히 대응하고, 장기적으로 경쟁력을 강화하는 데 인수·합병(M&A)이 전략적 방안이될 수 있다고 제언합니다.

이에 KPMG는 2018년의 M&A 환경을 좌우할 핵심 트렌드에 대한 이해력을 제고하는 데 기여하고자 본 보고서를 발간했습니다. 본 보고서는 어느 분야에서 새로운 기회를 포착할 수 있는지, 신시장 개척 시 기업의 지속적 성장을 도모하기 위해서는 어떤 방식으로 M&A를 활용해야 하는 지 등에 대한 내용을 다루고 있습니다. 아울러 보고서에서는 2018년에 예상되는 M&A 환경 상에서의 주요 트렌드를 조명하였습니다.



인수·합병(M&A)은 급변하는 글로벌 유통·소비재 산업의 경영환경 속에서 경쟁력을 제고하기 위한 전략적 방안 중 하나



Consumer & Retail M&A Top 10 Trends

지난 2017년 한 해 동안 유통·소비재 업계는 글로벌 전체 M&A 거래건수 중 13%, 전체 거래액 중 10%를 차지하는 등 괄목할만한 성적을 거뒀습니다. 유통·소비재 업계에서는 고객과의 긴밀한 관계 구축을 위한 지속적인 혁신의 필요성이 대두되고 있는 모습이며, 이같은 트렌드가 산업 내 경쟁력을 좌우할 것으로 예상됩니다. 2018년의 글로벌 유통·소비재 산업의 M&A 환경 역시 호조세를 이어갈 것으로 전망되는 가운데, KPMG는 2018년 핵심 M&A 트렌드를 크게 10가지로 구분하여 다음과 같이 제시했습니다.

≪ 2018년 유통·소비재 산업의 Top 10 M&A 트렌드 ≫

- ○1 글로벌 경제의 흐름이 안정적인 수준을 보일 것으로 예상되며, 이에 2018년 유통·소비재 산업 내 M&A 거래가 확대될 것으로 전망
- ② 2018년에도 유통·소비재 부문의 통합이 이어질 것으로 예상
- 기업들이 건강 및 웰니스 관련 소비자 니즈에 대한 대응력을 제고 중이며, 그 일환으로 Inorganic Growth를 효과적인 전략으로 삼고 있음
- 4 다수 대기업이 포트폴리오 정비에 나서고 있는 가운데, 이를 위해 M&A 박딜을 추진하며 변혁에 나서고 있음
- 유통·소비재 기업은 시장환경의 급속한 변화로 인해 신속하게 자사 운영 모델을 재검토하는 한편 전략적 대응에 나서고 있음
- 중국 기업은 미국 및 유럽 기업에 대한 크로스보더 투자처를 모색 중
- 07 일본 기업은 미국 및 유럽 내 성숙기업에 대한 투자를 확대해나가는 동시에 고성장이 전망되는 아시아 주요 국가로의 진출을 확대할 것
- 최근 인도 정부가 외국인 투자 촉진 정책을 펼침에 따라 해외 투자자는 인도 기업을 매력적인 매물로 평가
- □□ 유럽 지역의 전반적인 M&A 확대세가 예상됨
- igl|igl(igr) 외식업 부문이 유통·소비재 산업 내 M&A 격전지로 부상할 전망



1. 글로벌 경제의 흐름이 안정적인 수준을 보일 것으로 예상되며, 이에 2018년 유통·소비재 산업 내 M&A 거래가 확대될 것으로 전망

2018년 글로벌 M&A 시장은 안정적인 흐름을 이어갈 것으로 예상됩니다. GDP 성장률 전망치와 다양한 규제 완화 등은 기업의 성장을 견인하는 요인이 될 것으로 전망되며, 글로벌 유통·소비재 산업의 M&A를 촉진하는 요인이 될 것으로 예상됩니다.

2. 2018년에도 유통·소비재 부문의 통합이 이어질 것으로 예상

기업들은 자사의 지속적인 성장을 위해 특정 비즈니스 및 시장에 진입하기 위한 전략적 방안을 실행해오고 있습니다. 2018년에도 유통·소비재 부문의 기업들은 수익 창출과 동시에 포트폴리오를 재구축하는 등 다방면으로의 시너지를 내기 위해 M&A를 지속해나갈 것으로 예상됩니다.

3. 기업들이 건강 및 웰니스 관련 소비자 니즈에 대한 대응력을 제고 중이며, 그 일환으로 Inorganic Growth를 효과적인 전략으로 삼고 있음

최근 소비자들의 건강 및 웰니스에 대한 니즈가 확대되고 있는 기조에 맞춰 다수 기업은 M&A를 통한 제품 포트폴리오 다각화를 진행하며, 소비자 니즈에 대응하기 위한 움직임을 보이고 있습니다. 2018년에도 이 같은 행보를 지속할 것으로 예상됩니다.

대규모 소비재 기업들은 고성장을 지속해나가기 위하여 연구·개발(R&D) 외 M&A를 또 다른 전략적 방안으로 고려하고 있습니다. 기업들은 유기농 제품에 대한 소비자 수요가 2018년에도 증대될 것으로 내다보고 있으며, 관련 제품의 포트폴리오를 재구축하기 위해 M&A 활동을 지속해나갈 것으로 전망됩니다.

4. 다수 대기업이 포트폴리오 정비에 나서고 있는 가운데, 이를 위해 큰 규모의 M&A 거래를 추진하며 변혁에 나서고 있음

최근 대기업은 전통적 사업방식에서 벗어나 새로이 부상하는 성장 모델을 받아들여야 할 필요성을 점차 인지하고 있습니다. 과거 규모경쟁을 벌이는 데 치중하던 이들 기업은 변화하는 소비자의 선호도와 행동을 파악하고 고객 로열티를 제고하는 데 힘쓰고 있습니다.

66

2018년 유통·소비재 부문의 통합이 이어지며 산업 내 M&A가 확대될 것



건강 관련 소비자 니즈 확대에 따라 관련 상품 포트폴리오 구축을 위한 M&A가 지속될 것



이를 위해 대기업은 자사가 가지고 있던 방대한 포트폴리오 전면 재구축에 나서고 있는 모습입니다. 대형 그룹사의 포트폴리오를 재구축해야 하는 필요성이 점차적으로 확대됨에 따라 2018년 이후 다수의 중대형 M&A 거래가 발생할 것으로 전망됩니다.

유통·소비재 기업은 시장환경의 급속한 변화로 인해 신속하게 자사 운영 모델을 재검토하는 한편 전략적 대응에 나서고 있음

급속한 소비자 행동의 변화, 실적 확대 압력, 소비자 구매 경험도 제고에 대한 필요성이 유통업의 M&A를 이끌 것으로 예상됩니다. 다수의 전통적인 유통기업은 오프라인 매장을 중심으로 행해지던 운영 방식을 혁신적 온라인 사이트 및 옴니채널 중심으로 바꾸는 등 기업의 존속이 달린 사업방식의 변혁에 대한 압박을 지속적으로 받고 있습니다. 앞으로 온라인 소매업체 및 플랫폼 사업자에게는 속도 및 편의성과 관련한 고객 수요에 대한 대응 역량 강화가 필수적입니다.

과거 프리미엄 서비스로서 제공되었던 신속한 배송 및 교환·반품 항목은 이제 기본 요소가 된 시점입니다. 오늘날에는 가격경쟁력, 참신한 콘텐츠, 고도화된 공급망 프로세스, 정확한 고객 니즈의 파악과 동시에 수익성을 제고하기 위한 데이터 분석의 활용이 온라인 경영환경에서의 성공 요소로 꼽힙니다. 다수의 글로벌 유통·소비재기업은 급변하는 환경에서 도태되지 않기 위해, 방어적(defensive) M&A를 시도할 것으로 기대됩니다.

6. 중국 기업은 미국 및 유럽 기업에 대한 크로스보더 투자처를 모색 중

전세계적으로 크로스보더 M&A가 확대되고 있습니다. 특히 중국기업은 지속 성장을 위해 크로스보더 M&A에 나서고 있으며, 이를위해 타국 기업을 계속 탐색해나갈 것으로 예상됩니다. 중국기업들은 수익 증대, 물류 비용의 최적화를 꾀하기 위해 미국·유럽등지의 식음료 및 섬유·의류 제조 부문을 중심으로 투자를강화해나가고 있으며 이와 같은 움직임을 2018년에도 이어나갈것으로 예상됩니다. 아울러 유통산업의 주요 화두로 꼽히는 디지털화흐름에 맞춰 중국 기업들 역시 적극적으로 투자에 나서며 관련기술을 도입하기 위한 행보를 보일 것으로 전망됩니다.

나수의 중대형 M&A 거래가 발생할 것으로 전 사용·소비재 기업은 시장환경의 급속한 변화



옴니채널 등의 급속한 시장 환경 변화에 대응하기 위해 유통·소비재 기업은 방어적(defensive) M&A를 시도할 것



중국을 중심으로 전세계적으로 크로스보더 M&A 확대가 지속될 전망

7. 일본 기업은 미국 및 유럽 내 성숙기업에 대한 투자를 확대해나가는 동시에 고성장이 전망되는 아시아 주요 국가로의 진출을 확대할 것

일본은 전세계에서 고령화 속도가 가장 빠른 국가 중 하나입니다. 이에 일본 기업은 비즈니스 성장을 지속하기 위해 고군분투하고 있는 가운데, 현재의 정체된 내수 시장에서 벗어나 해외 기업에 대한 M&A 투자에 적극 나서고 있습니다.

특히 높은 브랜드 인지도를 보유하고 있는 동시에 안정적 현금 흐름을 가지고 있는 미국 및 유럽 지역의 성숙기업(mature company)에 대한 투자를 특히 확대해나갈 것으로 보입니다. 아울러 태국, 베트남 등 고성장 수익 창출의 비즈니스 기회가 예상되는 아시아 시장으로의 진출 역시 적극 추진해나갈 것으로 보입니다.

8. 최근 인도 정부가 외국인 투자 촉진 정책을 펼침에 따라 해외 투자자는 인도 기업을 매력적인 매물로 평가

최근 인도 정부가 외국인 투자 촉진 정책을 펼침에 따라 다수의 글로벌 유통 기업은 시장 확장 전략의 일환으로 인도를 주요 타깃 국가로 고려하고 있습니다. 과거 인도 시장에서 철수했던 패션 브랜드 에스프리(Esprit), 망고(Mango)를 비롯한 다수 브랜드 및 기업들은 인도의 주요 온라인 유통업체와 파트너십을 맺고 재진출하는 모습을 보이고 있습니다. 한편 일부 글로벌 유통·소비재 기업은 인도의 캐주얼 다이닝(casual dining) 부문의 성장 가능성을 염두에 두고 프랜차이즈 모델을 내세워 진출을 가속화해 나가는 모습이며 이 같은 움직임이 2018년에 지속될 것으로 예상됩니다.

9. 유럽 지역의 전반적인 M&A 확대세가 예상됨

최근 미국과 아시아 기업의 유럽에 대한 투자가 집중되면서 유럽은 크로스보더 투자의 핵심 지역으로 부상했습니다. 프랑스, 독일, 네덜란드 등 유럽시장의 일부는 2017년 한 해 동안 자국 내 M&A는 감소세를 보였으나, 타국 기업으로부터의 투자가 활발히 진행된 바 있습니다. 반면 영국과 이탈리아는 2017년부터 자국 내 M&A, 크로스보더 M&A 등 전반적인 M&A 활동이 확대되는 모습을 보이고 있습니다. 이처럼 유럽은 2018년 글로벌 M&A 시장에서도 전반적인 확대세를 기록할 것으로 예상됩니다.



일본 기업은 미국 및 유럽 등 해외 기업에 대한 M&A 투자에 적극적인 모습 … 한편, 다수 글로벌 투자자들은 인도 기업을 주 타깃으로 고려

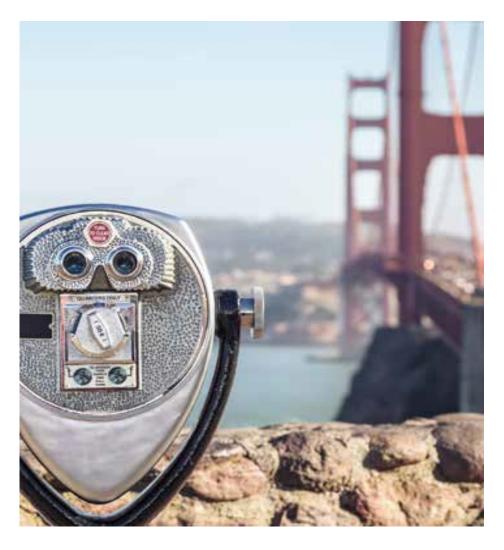


10. 외식업 부문이 유통·소비재 산업 내 M&A 격전지로 부상할 전망

66

외식업의 M&A 거래 규모가 지속적으로 확대될 것으로 전망 KPMG는 본 보고서에서 전문가들과 함께 2018년 한 해 동안 M&A 거래 규모가 확대될 것으로 예상되는 주요 분야를 외식업으로 내다보았습니다. 특히 외식업 중 캐주얼 다이닝 분야는 원활한 현금창출이 가능하고 및 자금 회수 시 고수익을 낼 수 있는 가능성이 존재한다는 점에서 소비재 기업 및 사모펀드(PEF, Private Equity Fund)로부터 상당한 관심을 받고 있습니다.

최근 외식업 내 배달 서비스 모델, 디지털 결제 기술 등이 새로운 경쟁 요소로 떠오르고 있는 가운데, 전통적 사업모델을 유지해 온 외식기업은 자사의 경쟁력 제고를 위해 향후 2~3년간 타 기업과의 통합 움직임을 보일 것으로 전망됩니다.



Business Contacts

Deal Advisory

하병제

부대표

02-2112-0715

bha@kr.kpmg.com

김광석

전무

02-2112-0723

kwangseokkim@kr.kpmg.com

고병준

상무

02-2112-0742

bgoh@kr.kpmg.com

이재현

전무

02-2112-0714

jaehyeonlee@kr.kpmg.com

김이동

상무

02-2112-0343

yidongkim@kr.kpmg.com

김진만

전무

02-2112-0786

jinmankim@kr.kpmg.com

김태훈

상무

02-2112-0740

tkim16@kr.kpmg.com

Audit

신장훈

전무

02-2112-0808

jshin@kr.kpmg.com

이종우

상무

02-2112-0648

jongwoolee@kr.kpmg.com

한상일

전무

02-2112-0832

sangilhan@kr.kpmg.com

박정수

상무

02-2112-0326

jungsoopark@kr.kpmg.com

이용호

전무

02-2112-0677

yongholee@kr.kpmg.com

박관종

상무

02-2112-7403

kwanjongpark@kr.kpmg.com

정현진

상무

02-2112-0827

hchung@kr.kpmg.com

kr.kpmg.com

© 2018 Samjong KPMG ERI Inc., the Korean member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative ("KPMG International"), a Swiss entity. All rights reserved. Printed in Korea.

The KPMG name and logo are registered trademarks or trademarks of KPMG International.

The information contained herein is of a general nature and is not intended to address the circumstances of any particular individual or entity. Although we endeavour to provide accurate and timely information, there can be no guarantee that such information is accurate as of the date it is received or that it will continue to be accurate in the future. No one should act on such information without appropriate professional advice after a thorough examination of the particular situation.