

企業の合併・買収(M&A)仲介で全国を巡る傍ら、宇都宮氏は社内の情報網づくりを始めた。

企業開発部の開発第一課長になった時、テーマの一つに据えたのが情報をいかに効率よく集めるかだった。M&Aの妙はマッチングにある。どの経営者が会社を売りたい、あるいは買いたいとひそかに考えているのか。情報の在庫をできるだけ積み上げる。売り案件が見つかって、買い手によって評価はがらりと変わる。膨大な情報の中から最良の買い手に引き合わせるのが腕の見せ所だ。

だが、少数精鋭の企業開発部だけでは情報収集にも限界がある。山一証券は一九九一年七月、全国信用金庫連合会と提携し、信用金庫の取引先の中小企業経営

仕事人



創徳企業情報社長
宇都宮 徳治氏

二度とないドラマ ⑨

者を相手に事業承継の相談を引き受ける業務を始め、私は山一側の窓口を買って出て、会社の売却話の相談に乗りだした。

九一年のことだ。私はあ

札幌支店で過ごした経験から、支店の法人担当にはかなりの重要情報が寄せられることは分かっていた。「それはできない」との答えが返ってきた。「では利益が出ている事業を売ってM&A情報を集める仕組みをつくろうと、本社の営業企画部門と相談を始めた。もっとも情報の真価は経験を積んだM&Aマンにし

「こんな会社が売りに出ている」。私は買収の検討に必要情報を盛り込みつ

社内に情報網を構築

つ、業界の人口が読んでも具体的な社名

電話が入った。事業拡大のために展開していたビデオレンタル事業部門の売却を決めたという。

早速、同業の有力企業が買収を打診した。だが、乗り気の企業は見つからない。営業を重ねているうちに「宇都宮が探している」とのう



支店との情報のパイプが買い手探しに威力を発揮した

「東京都内と九州の支店の担当者が「関心を持つ企業から連絡が入った」と電話してきた。この案件は二年夏、著名な起業家が手の中に収めた。こつこつくり上げたインフラは買い手探しの決め手となった。