



현대건설, 현대일렉트릭과 에너지사업 공동협력 현대건설이 3일 현대일렉트릭과 서울 종로구 계동 현대빌딩에서 '차세대 전력인프라 및 에너지사업 분야의 공동협력'을 위한 양해 각서(MOU)를 체결했다. 이번 MOU 체결에 따라 현대건설은 현대일렉트릭과 함께 신재생 발전의 새로운 사업참여 기회를 발굴하며, 스마트 그리드 관련 전력기술 사업모델을 공동 개발한다. 현대건설 에너지사업부장 손준 전무(왼쪽)가 현대일렉트릭 배전영업부문장 박종환 전무와 기념촬영을 하고 있다. /현대건설



롯데하이마트, 보호종료 결연학생에 응원선물 전달 롯데하이마트가 3일 성인이 되어 보호가 종료되는 조손가정 결연학생 40명에게 사회 진출을 격려하기 위해 1500만원 상당의 가전제품을 선물했다. 롯데하이마트는 2006년부터 조부모와 손주로 구성된 조손 가정 아동과 임직원이 결연을 맺고 후원하는 '행복 3대 캠페인'을 이어오고 있다. 롯데하이마트 선용훈 모바일부문장(왼쪽)과, 초록우산 어린이재단 김진월 서울남부지역본부장이 기념촬영을 하고 있다. /롯데하이마트



부산은행, 어린이 미술대회 수상작 전시회 BNK부산은행은 오는 2월 28일까지 부산은행 본점 BNK아트갤러리에 '부산은행 어린이 미술 대회' 수상작 전시회를 개최한다고 3일 밝혔다. 전시 작품은 '걷는 즐거움, 행복한 걷기'를 주제로 실시한 '부산은행 어린이 미술 대회' 수상작이며, 일반 시민들과 수상자들이 무료로 관람할 수 있도록 전시회를 열었다. /BNK부산은행



롯데푸드, 대학생 마케터 히든서포터즈 쿠킹클래스 진행 롯데푸드는 지난달 31일 대학생 마케터 '히든서포터즈'를 대상으로 의미는 쫄면만두 쿠킹클래스를 진행했다고 3일 밝혔다. 서울시 영등포구에 위치한 롯데푸드 본사 1층 쿠킹스튜디오에서 열린 이번 쿠킹클래스는 히든서포터즈의 기업 체험 프로그램으로 진행됐다. 대학생 참가자들은 의미는 쫄면만두를 활용한 분짜와 짜조 레시피를 배워보는 시간을 가졌다. /롯데푸드

인사

- ◆법무부 ◇별정직고위공무원임용 △법무부장관정책보좌관 이규진
- ◆국토교통부 ◇국장급 전보 △국가균형발전위원회과관 김형석
- ◆이화여대의료원 ◇의료원△전략기획본부장 이선영 △사회공헌부장 김영주 ◇이대목동병원 △진료부원장 정해경 △교육수련부장 임우성 △응급진료부장 이동현 △안전관리부장 김한수 △융합의학연구원장 이향운 ◇이대서울병원 △진료부원장 이현국 △교육수련부장 전루민 △응급진료부장 조도상 △안전관리부장 남은미
- ◆NH투자증권 ◇부장 신규선임 △종합금융부 최석천
- ◆리딩투자증권 ◇본부장(상무) △시너지금융본부 김광래 ◇팀장(부장) △부동산금

- 윙팀 남상오 △글로벌금융팀 선재호
- ◆오렌지라이프 ◇승진 △계리부문장 주성환 △상품연구소장 박재우 ◇임명 △FC채널전략부장 홍상표 △NewLife 추진팀장 김경훈
- ◆팍스넷뉴스 △금융부장 이규창

부음

- ▲임학기씨 별세, 임성호(LG디스플레이 선임)·나영씨 부친상, 이상호(대한항공 부기장)씨 장인상 = 3일 오전 6시30분, 연세대 세브란스병원 장례식장 4호실, 발인 5일 오전 7시 20분. 02-2227-7560
- ▲강덕부 씨 별세, 강기태(사립)씨 부친상, 이승우(연합뉴스 문화부 차장)씨 장인상 = 2일 오후 4시 20분, 전남 여수 여수장례식장 6분향실, 발인 4일. 061-688-4444

M&A 위한 성공적인 프로세스



이상연의 실패하지 않는 창업전략

브랜드를 인수하려는 회사에서 가장 합리적 조건의 프랜차이즈 브랜드를 선택했다면 어떠한 절차로 성공적 인수합병(M&A)을 실현해야 하는가. 통상적인 M&A는 특별한 규칙이나 순서가 정형화된 것은 없다. 다만 많은 거래관행으로 인한 일반적으로 인식된 절차가 존재한다. 일반적 M&A절차에 대해 알아보자

먼저 거래의 방향이다. 거래 확인이란 대상기업이 해당 브랜드에 대한 매각의지가 있는지에 대한 의사를 타진하는 작업을 의미한다. 이때 거래의 방향을 타진하기 위해선 경영권을 가진 오너의 의사를 확인 해야 하는 것이 필수라 할 수 있다. 매수인은 거래의사를 전달하는 과정에서 매도회사와 접촉하게 되는데 이때 커뮤니케이션 내용이 전체 M&A 결과에 중요한 영향을 미칠 수 있기 때문이다.

두 번째 비밀유지를 위한 약속서를 체결하는 것이다.

투자자측에서 거래 당사자에게 투자에 대한 조건을 제시하기 위해서는 다양한 자료와 실적등을 요구할 수 있다. 공개가 되지 않은 정보도 포함될 수 있으며 이러한 기업 비밀에 준하는 자료를 제공할 시 거래 당사자간의 자료와 정보에 대한 비밀유지약속서를 체결할 수 있다. 통상적으로 비밀유지약속서는 투자자가 받은 정보나 자료의 내용을 외부로 유출하지 않고 인수를 위한 투자 검토에만 사용할 것이라는 약속을 서면화하는 작업을 의미한다.

세 번째는 제안서 제출이다.

투자사는 매도당사자로부터 받은 기업이나 브랜드의 자료나 정보를 대상기업이나 브랜드에 대한 예비평가를 실시 후 가치적 제안을 해야 한다. 그 제안을 예비적 제안이라 칭하며 예비적 제안에는 거래예상가격, 거래대상에 대한 표기, 거래금액에 대한 지급방법이나 절차, 독점적 협상조건, 기타 요구사항 등이 구체적으로 기술되어야 한다. 매도인은 이때 투자자들이 제시한 조건에 대한 검토 후 거래의 계속진행 여부를 결정해야 한다.

네 번째는 MOU(양해각서) 체결이다. 투자자의 계속적 협상의사표명이 바로 양해각서(MOU) 체결이라 할 수 있다. 양해각서(MOU)는 최종 거래의 근간이 되는 거래 당사자간의 거래조건을 열거하는 작업을 의미한다. 특별한 공통된 양식은 없으며 기본적인 거래의 대상과 가격, 조건, 협의사항, 절차등을 문서화하고 양당사자가 사인하는 형태로 이루어진다.

프랜차이즈 브랜드 인수를 위한 양해각서 작성시 고려해야 하는 사항중 전체 브랜드 인수가격과 지급절차등도 중요하지만 가맹점과의 가맹지속성과 지원의 지속성 그리고 계약관계시 발생하는 기준과 권리의무를 포함한 구체적 상생을 위한 조건의 명시와 합의적 조건을 명시해야 한다. 결국 브랜드에 대한 M&A는 가맹점의 계약관계의 지속성이 우선하는 계약이기 때문이다.

다섯 번째는 세부적 실사순서다.

부적 상세 실사는 상대기업이나 브랜드에 대한 전반적 심층적 검토와 확인을 의미한다. 상세실사는 양해각서를 체결하기 전까지 매도기업 입장에서 거래조건에 대해 유추하기가 어렵고 거래에 대한 협의가 계속 진행될지 여부에 대한 정보가 제한적일 수밖에 없기에

양해각서의 비준을 통해 다음 단계를 진행할 수 있다.

먼저 본사역량에 대한 판단적 실사가 필요하다 지식재산권현황과 효율관계, 재무재표상 경쟁력관계, 가맹점과의 계약관계, 본사직원들의 역량과 전문성, 제품력과 경쟁력관계, 물류와 유통구조, 협력사와의 재무적 관계, 재무적·비재무적 관계등이 그것이다. 또한 가맹점에 대한 실사도 중요하다.

가맹점의 분포도, 가맹점별 매출과 수익성등 재무적 점점, 브랜드에 대한 점주들의 충성도와 신뢰도, 운영기간과 시설등 하드웨어적 차별성등 가맹점에 대한 경쟁력을 점검해야 함을 필수 사항이다. 따라서 투자자 입장에서는 세부적 실사를 통해서 거래계약에 반영할 주요사항을 구체화하며 인수 후 통합작업을 계획수립 할 수 있다.

여섯 번째는 본 계약의 체결이다.

투자자가 세부적 실사 후 양해각서에 준한 내용을 검토 실사 후 거래조건과 가격, 절차등 이점이 있을 경우 그 내용에 따라 거래 당사자간의 협의와 조정을 실시한다.

따라서 거래계약서의 내용을 정하고 계약조항과 조건에 대한 면밀한 검토와 협의를 진행한다.

계약조항중 갑(투자자), 을(매도브랜드), 병(가맹점)에 대한 각 당사자간의 권리와 의무조항의 구체성을 명시해야 한다. 특히 매도기업은 가맹점들과 갑(투자자)과의 계약의 지속성 여부, 을이나 을의 협의체에서의 요구사항과 협의 사항 기재, 재무적관점에서의 공급가격과 가맹점 마진률, 로얄티금액등을 적시한 내용, 재계약서 내용 및 정보공개서 내용에 대한 협의사항등 세부적 계약주체간의 내용이 적시되어야 한다.

/한국창업경영연구소 장(전서울대학교) 박사

“동영상 시청하면, 소아암 환아 지원 기부”

홈플러스 e파란재단-숏포러브 협업 소아암의 날 맞아 기부 영상 캠페인

홈플러스의 사회공헌재단 '홈플러스 e파란재단'은 '세계 소아암의 날' (2월 15일)을 맞아 유튜브 인플루언서 '숏포러브'와 협업한 기부 영상을 제작, 숏포러브 유튜브 채널과 홈플러스 페이스북을 통해 공개했다고 3일 밝혔다.

백혈병 소아암 어린이 지원 사업 홍보와 소아암 환아에 대한 관심 증대를 위해 기부 영상 캠페인을 기획한 홈플러스 e파란재단은 '세계 소아암의 날'인 오는 15일까지의 영상 조회 수를 집계해 1건(1view) 당 100원씩 최대 1억원(100만건)을 소아암 어린이들을 위해 기부할 방침이다. 기부금은 소아암 환아 치료비를 비롯해 소아암 아동과 가족의 성장과 사회적응을 돕기 위한 성장 교육 프로그램인 '힐링스쿨' 등에 사용될 예정이다.

117만 구독자를 보유한 유튜브 인플루언서 '숏포러브'는 '축구로 세상을 바꾸자'라는 비전을 바탕으로 다양한 축구 관련 영상을 제작해 각계각층에 도움을 제공하기 위한 기부 활동을 진행



홈플러스 e파란재단-숏포러브 소아암 돕기 영상

/홈플러스

하는 크리에이터로, 지난해 말 '제5회 스포츠마케팅 어워드 2019'에서 스포츠미디어 부문 대상을 수상한 바 있다.

이번에 제작된 영상은 국가대표 출신 전 축구선수 조원희와 숏포러브 멤버 '씨잼철'(김동준 숏포러브 기획자), '바람바'(최준우 숏포러브 운영자)가 각각 홈플러스의 신입 점장과 직원 역할로 출연해 대형마트 매장 내에서 다양한 상황을 연출하며 묘기에 가까운 기상천외한 '트릭샷'들을 보여주는 내용이다.

e파란재단과 숏포러브의 기부 영상 캠페인 협업은 이번이 처음이 아니다. 숏포러브는 앞서 2018년에도 배우 김

보성씨와 함께 홈플러스 점포를 배경으로 '트릭샷' 기부 영상을 제작한 바 있다. 당시 영상 공개 나흘만에 조회 수 100만건을 달성해 홈플러스 e파란재단이 한국백혈병소아암협회에 1억원을 기부한 바 있다.

조원희 홈플러스 e파란재단 사무국장은 "SNS 채널과 흥미 있는 동영상을 활용해 누구나 쉽게 기부가 가능한 새로운 시도의 사회공헌활동이 성공적으로 자리잡았다"며 "이번 영상도 보다 많은 분들이 시청해주셔서 소아암 환우들의 치료비를 기부할 수 있기를 기원한다"고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr