

디자인전문기업 M&A (인수 · 합병) 인식조사 연구

2019. 4월

(사)한국디자인산업연합회

※ 한국디자인진흥원의 승인 없이 본 보고서의 무단전재나 복제를 금하며, 인용하실 때는 반드시 한국디자인진흥원, 「디자인전문기업 M&A(인수 · 합병) 인식조사 연구 보고서」라고 밝혀주시기 바랍니다. 또한 본 보고서는 한국디자인진흥원에서 추진한 “디자인정책연구 사업”의 연구결과로서 보고서의 내용은 연구책임자의 견해이며, 한국디자인진흥원의 공식입장과는 다를 수 있습니다.

제출문

한국디자인진흥원장 귀하

본 보고서를 「디자인전문기업 M&A(인수·합병) 인식조사 연구」
의 최종 보고서로 제출합니다.

2019. 4. 26.

■ 연구주관기관 : 한국디자인진흥원

■ 연구수행기관 : (사)한국디자인산업연합회

■ 연구참여자

사업총괄 안 장 원 (사)한국디자인산업연합회 회장

디자인전문기업 M&A(인수·합병) 인식조사

2019년 4월

일러두기

본 자료는 디자인 전문기업을 운영하는 대표자를 대상으로 ‘디자인전문기업 M&A(인수·합병)’이라는 주제에 대한 인식을 살펴보기 위하여 실시한 조사 결과입니다.

연구에 사용된 조사 도구는 보고서의 별첨되어 있으며, 설문지 문항 중 업종, 산업디자인 전문회사 신고 분야, 문항 1번, 2번, 3번을 제외한 모든 선택형 문항은 복수응답이 가능했다는 점을 참고하시여 결과를 확인해 주셨으면 합니다.

목 차

I. 서론	1
1. 조사 목적	1
2. 연구 배경	1
II. 조사 설계	2
1. 조사 항목의 구성 및 내용	2
2. 조사 대상	2
3. 자료수집방법	2
4. 자료처리방법	2
III. 실증 분석	3
1. 조사대상자의 일반적 특성	3
2. M&A 추진 경험	4
3. M&A를 통한 기업 매각 고려	5
(1) 기업 매각을 고려하지 않은 이유	6
(2) 기업 매각을 고려하고 있는 이유	7
(3) 기업 매각을 위한 정보수집 방법	8
(4) 기업 매각 희망 방법	9
4. M&A를 통한 기업 인수 고려	10
(1) 기업 인수를 고려하지 않은 이유	11
(2) 기업 인수를 고려하고 있는 이유	12
(3) 기업 인수를 위한 중점 가치	13
(4) 기업 인수를 위한 자금 조달 방법	14
5. M&A 지원사업 추진시에 중점적으로 다뤄야 할 내용	15
IV. 연구결과 및 제언	16
[별첨] 설문지	17

표 목 차

< 표1. 조사 항목의 구성 및 내용 >	2
< 표2. 조사대상자의 일반적 특성 >	3
< 표3. 인수·합병 추진 경험 >	4
< 표4. 기업의 매각 고려 >	5
< 표5. 기업의 매각을 고려하지 않은 이유 >	6
< 표6. 기업의 매각 고려 이유 >	7
< 표7. 정보수집 방법 >	8
< 표8. 기업 매각 희망 방법 >	9
< 표9. 기업의 인수 고려 >	10
< 표10. 기업 인수를 고려하지 않은 이유 >	11
< 표11. 기업의 인수 고려 이유 >	12
< 표12. 정보수집 방법 >	13
< 표13. 자금 조달 방법 >	14
< 표14. 지원사업 추진 시 중점내용 >	15

1. 서론

1. 조사 목적

본 연구는 디자인 전문회사 CEO를 대상으로 M&A(인수·합병) 관련 설문조사를 실시하고 업(業)재편에 대한 현황 조사와 설문조사 분석을 통해 디자인전문기업들의 M&A 활성화에 대한 지원방안의 기초를 마련하고, 디자인전문기업의 기존 경쟁력을 제고하여 국내 뿐만 아니라 국제 경쟁력을 다질 방안으로써 M&A가 적합하고 필요한 방안인지에 대한 현장의 목소리를 듣고자 실시하였다.

2. 연구 배경

대기업 중심의 기존 인수·합병과 달리, 최근에는 스타트업 기업이 혁신의 상징으로 주목받으면서 인수·합병에 대한 인식도 바뀌고 있다.

일반적으로 대기업 입장에서는 어려운 경제 상황과 정체된 성장을 극복하기 위한 혁신의 방법으로, 스타트업 기업과 관련 투자자에게는 사업 초기 어려운 시기를 딛고 함께 한 보상방식으로 인식되고 있다.

하지만, 정부에서 다양한 M&A활성화 대책을 내놓고 대기업과 *VC들이 스타트업에 대한 투자를 위해 펀드를 조성하는 등 다양한 노력에도 불구하고 기대했던 만큼 중소기업 간 M&A는 활발하게 이뤄지고 있지 않으며, 특히 디자인전문기업에 대한 M&A는 정체 되고 있는 현상이다.

인수·합병을 여전히 자본주의 약육강식의 논리로만 바라보는 부정적 인식이 여전히 존재하고 있고, 디자인 결과물에 재산권이나 창의적 아이디어와 같은 무형 자산이 제대로 평가되어지지 않는 이상 디자인 전문기업에 대한 제대로 된 가치 평가 또한 어려울 것으로 예상된다.

이에 디자인산업에 종사하는 대표자들의 인수·합병에 대한 인식과 경험 정도를 파악하여 디자인산업의 건설적인 M&A의 인식개선 및 향후 지원 방향을 제시하고자 한다.

*VC : Venture-Capital

II. 조사 설계

1. 조사 항목의 구성 및 내용

디자인 기업의 M&A 활성화 방안을 마련하기 위해, 실태조사를 통하여 디자인 기업들의 M&A 관련 경험도, 인지도, 기업가치평가, 정보 이용 접근성, 기타 애로사항 등을 조사 및 분석을 위한 설문조사지는 [별첨1]을 참조하며, 구성은 아래 [표1]과 같이 구성되어있다.

< 표1. 조사 항목의 구성 및 내용 >

구분	조사 항목
일반 현황 (7항목)	■ 사업지역, 업종, 설립연도, 상시근로자 수, 조직형태, 상장여부, 산업디자인진흥법 제9조에 의한 산업디자인 전문회사 신고여부 및 신고분야
M&A 관련 (8항목)	■ M&A 추진 경험 여부 및 M&A 경험한 형태. ■ M&A 매각 고려 여부 및 이유, 정보수집방법, 희망하는 M&A 형태 ■ M&A 인수고려 여부 및 이유, 가치평가분야, 희망하는 자금조달방법
M&A 지원사업 (1문항)	■ M&A 지원사업 추진시 중점적으로 다뤄야 할 내용.

2. 조사 대상

한국디자인산업연합회 협회 등록 기업 대표자 또는 그외 디자인 기업을 운영 중인 사업체 대표자를 대상으로 조사하였다.

3. 자료수집방법

위 조사 대상을 2019년 3월 4일부터 2019년 4월 4일까지 아래와 같은 방식으로 진행하였다.

- e-mail, fax survey, 설문작성 독려 전화 (리서치랩)
- online survey : <https://goo.gl/forms/R1uZV68uGPjAeKNg1>

4. 자료처리방법

총 288개의 설문 응답을 수집하였으며, 무응답 및 중복조사 17건을 제외한 271건의 응답 완료설문지를 최종 분석에 활용하였으며, Excel, SPSS 21.0 프로그램을 활용하였다.

III. 실증 분석

1. 조사대상자의 일반적 특성

< 표2. 조사대상자의 일반적 특성 >

항목		응답자 수(n)	백분율(%)	
사업체 개요	지역	서울	108	39.9%
		경기,인천	45	16.6%
		경상도	66	24.4%
		전라도	20	7.4%
		충청도	19	7.0%
		강원도	7	2.6%
		제주도	6	2.2%
	등록업종 ¹⁾ (복수응답)	디자인	114	42.1%
		서비스	149	55.0%
		제조업	53	19.6%
		출판/인쇄	6	2.2%
		멀티미디어	5	1.8%
		건설	3	1.1%
		광고대행	1	0.4%
		도매업	1	0.4%
		전자상거래	1	0.4%
	설립 연도	1년 ~ 5년	110	40.6%
		6년 ~ 10년	80	29.5%
		11년 ~ 15년	44	16.2%
		16년 ~ 20년	20	7.4%
20년 초과		17	6.3%	
상시 근로자수	1인 기업	10	3.7%	
	2인 ~ 10인 이하	229	84.5%	
	11인 ~ 20인 이하	21	7.7%	
조직형태	21인 이상	11	4.1%	
	개인사업체	112	41.3%	
	회사법인	156	57.6%	
	회사 외 법인	3	1.1%	
상장여부	비법인 단체	0	0.0	
	상장	1	0.4	
산업디자인 전문회사 신고여부	신고 ²⁾	비(非)상장	270	99.6%
		시각디자인	132	48.7%
		포장디자인	28	10.3%
		제품디자인	65	24.0%
		환경디자인	53	19.6%
		멀티미디어디자인	51	18.8%
		서비스디자인	21	7.7%
	미신고	0	0.0	

1) 사업자등록증 기준 신고업종 복수응답 포함.

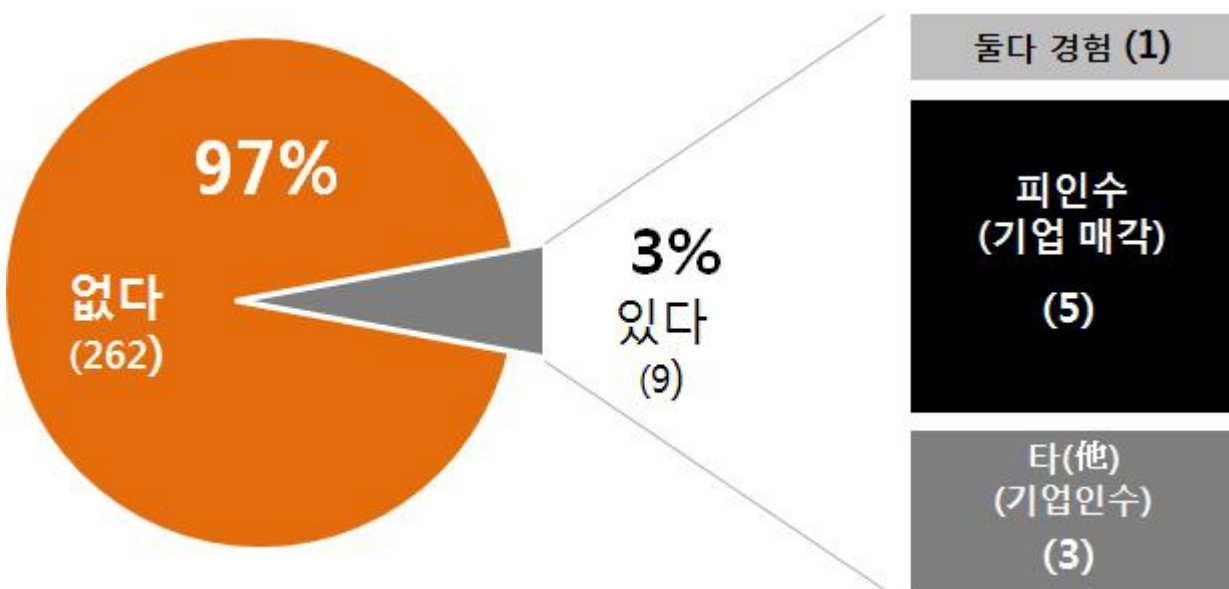
2) 종합디자인 경우 3개 이상 선택이 되어있으며, 복수응답 포함.

2. M&A 추진 경험

인수·합병 경험으로는, 경험있음 : 9건, 경험없음 : 262건으로 나타났으며, 그중 디자인 기업의 M&A 추진 경험이 있는 사업체는 3.3%, 없는 사업체가 96.7%로 대다수의 기업이 인수·합병에 대한 경험이 없는 것을 확인할 수 있다. 경험이 있는 기업 9개 사 중 ‘기업 매각’ 경험은 5건, ‘기업 인수’ 3건, ‘둘 다 경험’ 1건으로 각각 조사되었다.

< 표3. 인수·합병 추진 경험 >

항목		응답자 수(n)	백분율(%)
M&A 인수·합병 추진 경험	있다.	9	3.3%
	없다.	262	96.7%
M&A 인수·합병 추진 경험자 중 거래 형태	타(他)기업 인수	3	33.3%
	피인수(기업 매각)	5	55.6%
	둘 다 경험.	1	11.1%



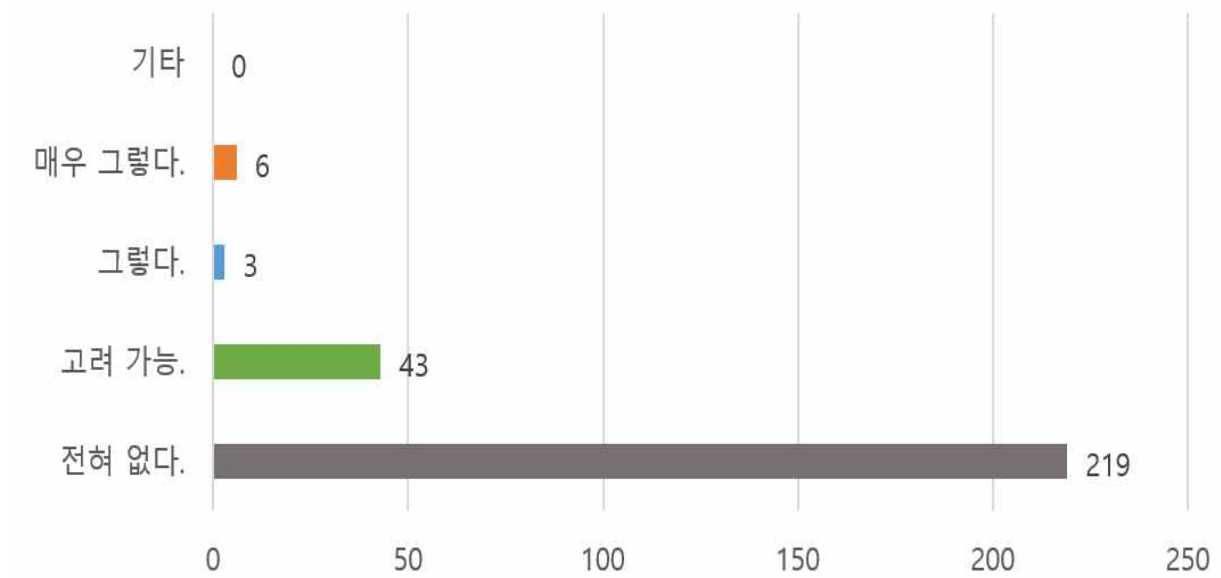
3. M&A를 통한 기업 매각 고려

인수·합병을 통한 ‘기업 매각’ 여부는 매우 그렇다 : 6건, 그렇다 : 3건, 고려 가능 : 43건, 전혀 없다 : 219건으로 조사되었다.

본 조사에 응한 디자인 기업은 M&A를 통한 기업 매각을 고려하지 않고 있음을 보여주며, 매각의 여지가 있는 응답은 전체 19.2% 정도로 조사되었다.

< 표4. 기업의 매각 고려 >

항목	응답자 수(n)	백분율(%)
M&A를 통한 기업매각을 고려하고 있다.	전혀 없다.	219
	고려 가능.	43
	그렇다.	3
	매우 그렇다.	6
	기타	0



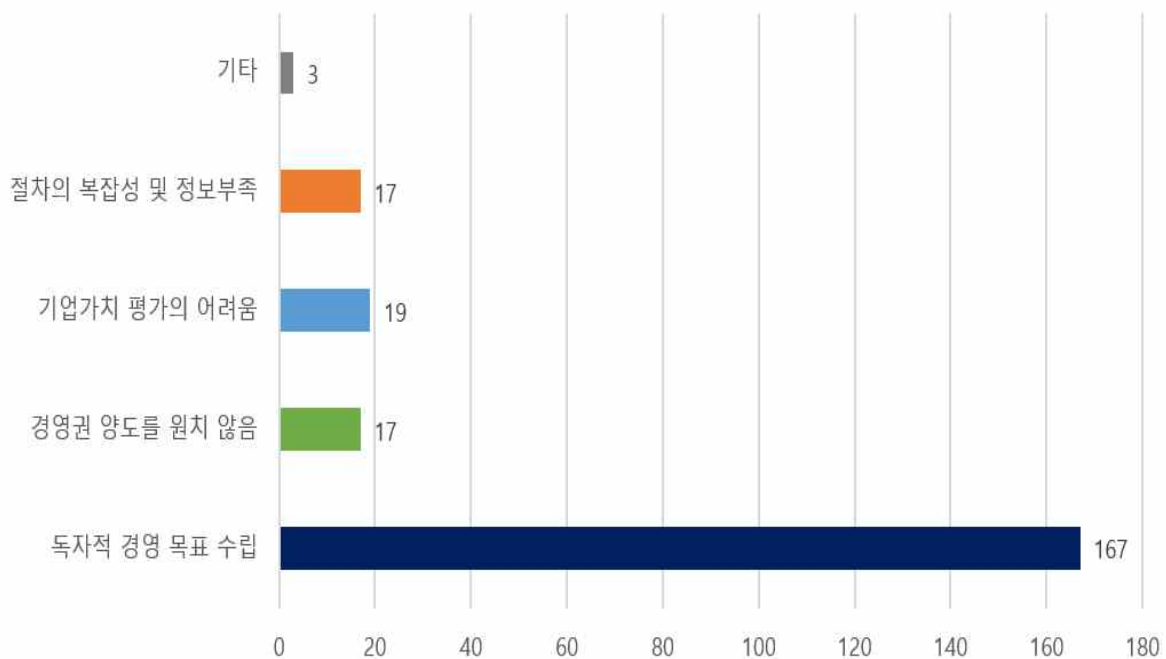
(1) 기업 매각을 고려하지 않은 이유

인수·합병을 통한 기업 매각을 고려하지 않은 이유는 첫째, 독자적인 경영목표 수립 : 167건 둘째, 기업가치 평가의 어려움 : 19건 셋째, 절차 복잡성 및 정보 부족 : 17건 넷째, 경영권 양도를 원치 않음 : 17건으로 조사되었다.

대부분의 기업들이 '독자적인 경영목표 수립'을 원하여 M&A를 통한 기업 매각을 원치 않는다고 답하였다. 기타의견 또한 '전혀 생각과 기회가 없다', '관심 없다', '생각 없다' 등의 답변 등으로 M&A를 통한 기업 매각에 관심이 낮은 것으로 조사되었다.

< 표5. 기업의 매각을 고려하지 않은 이유 >

항목 (복수선택)	응답자 수(n)	백분율(%)
독자적이고 지속적인 경영목표 수립	167	76.3%
기업가치평가의 어려움	19	8.7%
M&A절차의 복잡성 및 정보부족	17	7.8%
경영권 양도를 원하지 않음	17	7.8%
기타	3	1.4%



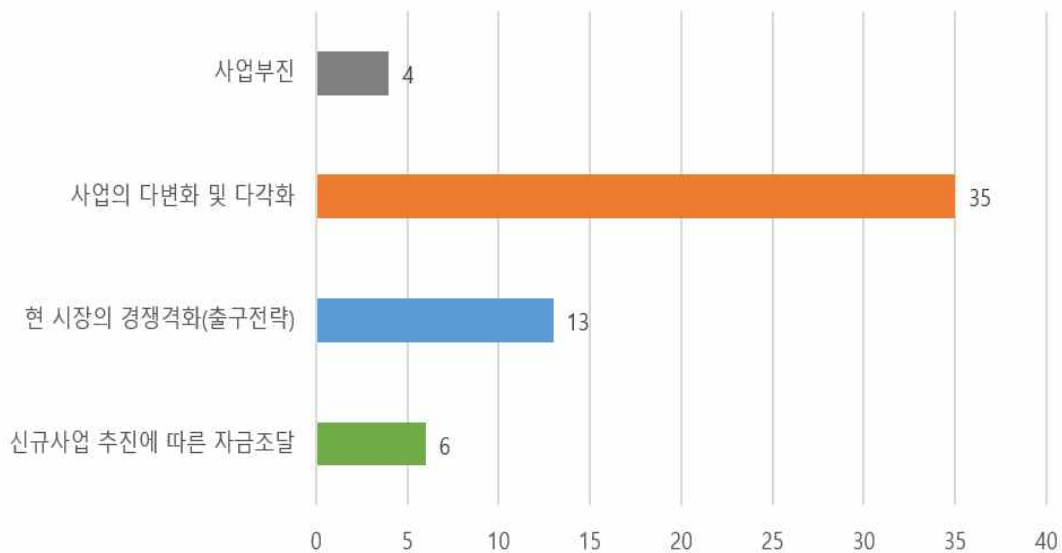
(2) 기업 매각을 고려하고 있는 이유

인수·합병을 통한 기업 매각을 고려하는 이유는 사업의 다변화 및 다각화 : 35건, 현 시장의 경쟁격화(출구전략) : 13건, 신규사업 추진에 따른 자금조달 : 6건, 사업부진. 4건으로 조사되었다.

M&A를 통한 기업 매각을 고려하는 52건 중 첫째, 사업의 다변화 및 다각화 35건 67.3% 둘째, 현 시장의 경쟁격화(출구전략) 13건 25.0%, 신규사업 추진에 따른 자금조달 6건 11.5%, 사업부진 4건 7.7% 순으로 조사되었다.

< 표6. 기업의 매각 고려 이유 >

항목 (복수선택)		응답자 수(n)	백분율(%)
M&A(기업매각)을 통한 기업 매각을 고려하고 있는 이유	사업의 다변화 및 다각화	35	67.3%
	현 시장의 경쟁격화(출구전략)	13	25.0%
	신규사업 추진에 따른 자금조달	6	11.5%
	사업부진	4	7.7%
	기타	0	0.0%



(3) 기업 매각을 위한 정보수집 방법

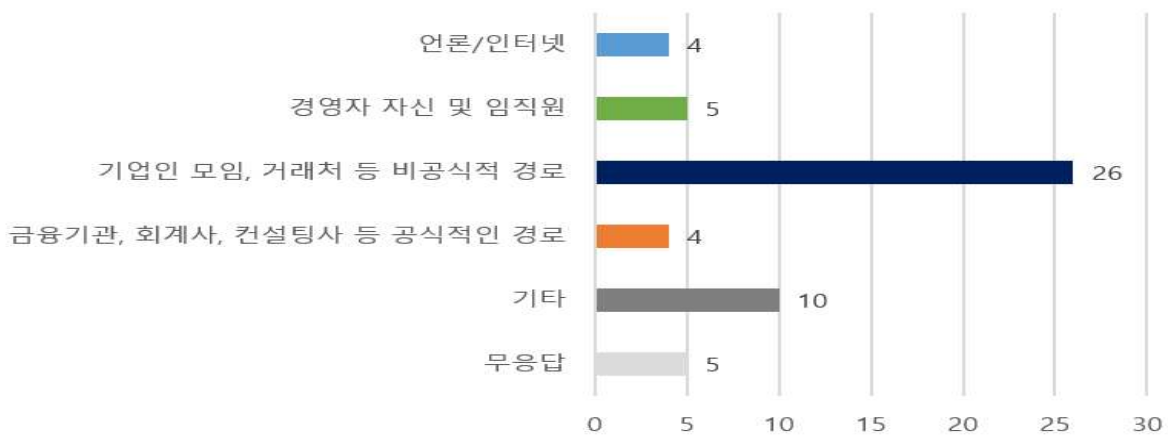
기업 매각을 위한 정보수집 방법으로는 기업인 모임, 거래처 등 비공식적 경로 : 26건, 기타 방법. 10건, 경영자 자신 및 임직원 : 5건, 언론/인터넷 : 4건, 금융기관, 회계사, 컨설팅사 등 공식적 경로. 4건으로 조사되었다.

기업 매각을 위한 정보수집 방법으로는 첫째, 기업인 모임, 거래처 등 비공식적 경로 26건 50.0% 둘째, 기타 방법 10건 19.2% 셋째, 경영자 자신 및 임직원 5건 9.6% 넷째, 언론 및 인터넷 4건, 금융기관 및 회계사, 컨설팅사를 통한 공식적인 경로 4건 7.7% 순으로 비공식적인 경로를 통한 정보수집이 주를 이루고 있음을 확인 할 수 있다.

기타의견으로는, ‘디자인진흥원·디자인단체 및 협회 등의 자문’, ‘따로 없다’, ‘기타 언급 없음’ 8건을 포함한 10건의 기타의견이 조사되었다.

< 표7. 정보수집 방법 >

항목 (복수선택)	응답자 수(n)	백분율(%)
기업인 모임, 거래처 등 비공식적 경로	26	50.0%
기타	10	19.2%
경영자 자신 및 임직원	5	9.6%
언론/인터넷	4	7.7%
금융기관, 회계사, 컨설팅사 등 공식적인 경로	4	7.7%
무응답	5	9.6%



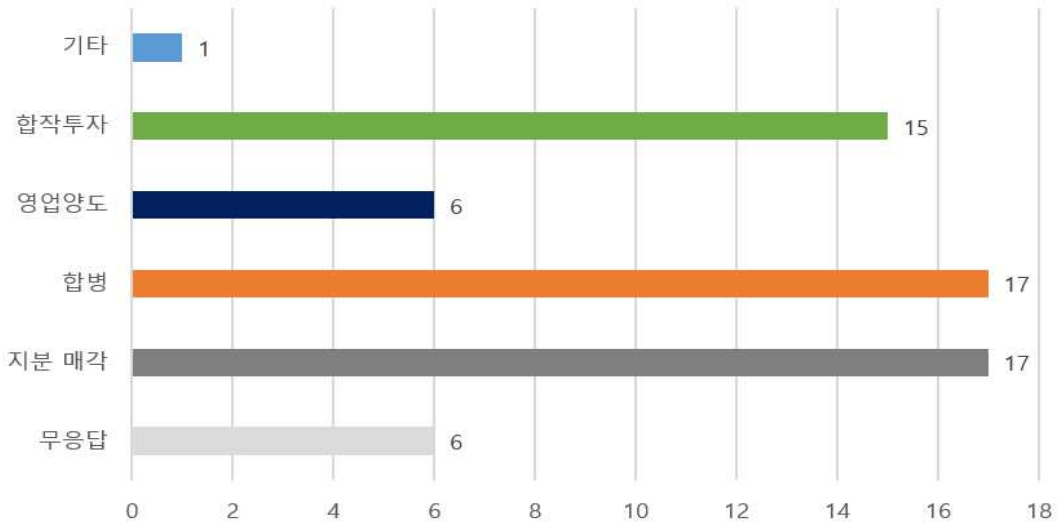
(4) 기업 매각 희망 방법

인수·합병을 통한 기업 매각 방법으로는 지분 매각 : 17건, 합병 : 17건, 합작 투자 : 15건, 영업양도 : 6건, 무응답 : 6건으로 조사되었다.

디자인 전문기업이 원하는 기업매각 방법은 첫째, 지분 매각 둘째, 합병, 합작투자, 셋째, 영업양도 순으로 나타났다.

< 표8. 기업 매각 희망 방법 >

항목 (복수선택)	응답자 수(n)	백분율(%)	
M&A(기업매각)을 고려하고 계신다면 희망하는 방법	지분 매각	17	32.7%
	합병	17	32.7%
	합작투자	15	28.8%
	영업양도	6	11.5%
	무응답	6	11.5%
	기타	1	1.9%



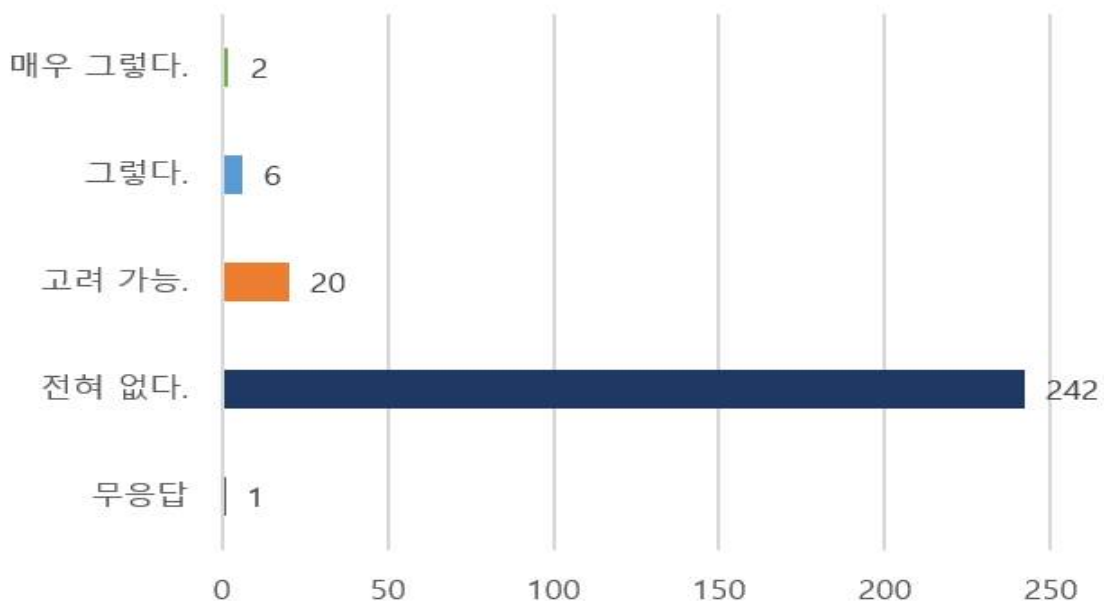
4. M&A를 통한 기업 인수 고려

인수·합병을 통한 기업 인수 고려 여부로는 전혀 없다 : 242건, 고려 가능 : 20건, 그렇다 : 6건, 매우 그렇다 : 2건, 무응답. 1건으로 조사되었다.

디자인 기업이 M&A를 통한 기업 인수에 관하여 ‘전혀 없다’는 의견이 89.3%으로 대부분의 디자인 전문기업이 M&A를 통한 기업 인수에 대하여 고려하지 않는 것으로 나타났다.

< 표9. 기업의 인수 고려 >

항목	응답자 수(n)	백분율(%)
M&A를 통한 기업인수를 고려하고 있다.	전혀 없다. 고려 가능. 그렇다. 매우 그렇다. 무응답	242 20 6 2 1
		89.3% 7.4% 2.2% 0.7% 0.4%



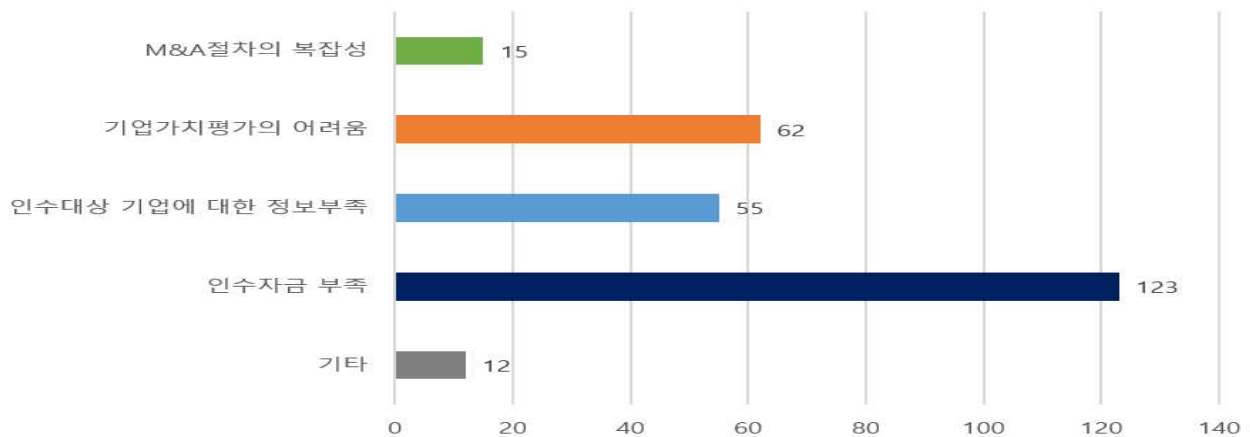
(1) 기업 인수를 고려하지 않은 이유

디자인 기업이 M&A를 통한 기업 인수를 고려하지 않는 242개 기업 중 고려하지 않는 이유로는 첫째, 인수자금 부족 123건(50.8%) 둘째, 기업가치평가의 어려움 62건(25.6%) 셋째, 인수대상 기업의 정보 부족 55건(22.7%) 넷째, M&A 절차의 복잡성 15건(6.2%) 타 사유 12건(5.0%) 순으로 조사되어 '자금 문제로 인한 이유'가 가장 중요한 원인으로 조사되었다.

기타의견으로는 현재 생각이 없으며, 사업 부진, 독자적이고 지속 가능성을 목표로 함, 지방 소기업은 아무 의미가 없다, 업계가 기업을 인수할 만큼 호황이 아니다, 인수하는 것이 회사 성장단계로 고려하지 않는다 등으로 나타났다.

< 표10. 기업 인수를 고려하지 않은 이유 >

항목 (복수선택)	응답자 수(n)	백분율(%)	
M&A(기업인수)을 통한 기업 인수를 고려하지 않는 이유	인수자금 부족	123	50.8%
	기업가치평가의 어려움	62	25.6%
	인수대상 기업에 대한 정보 부족	55	22.7%
	M&A 절차의 복잡성	15	6.2%
	기타	12	5.0%

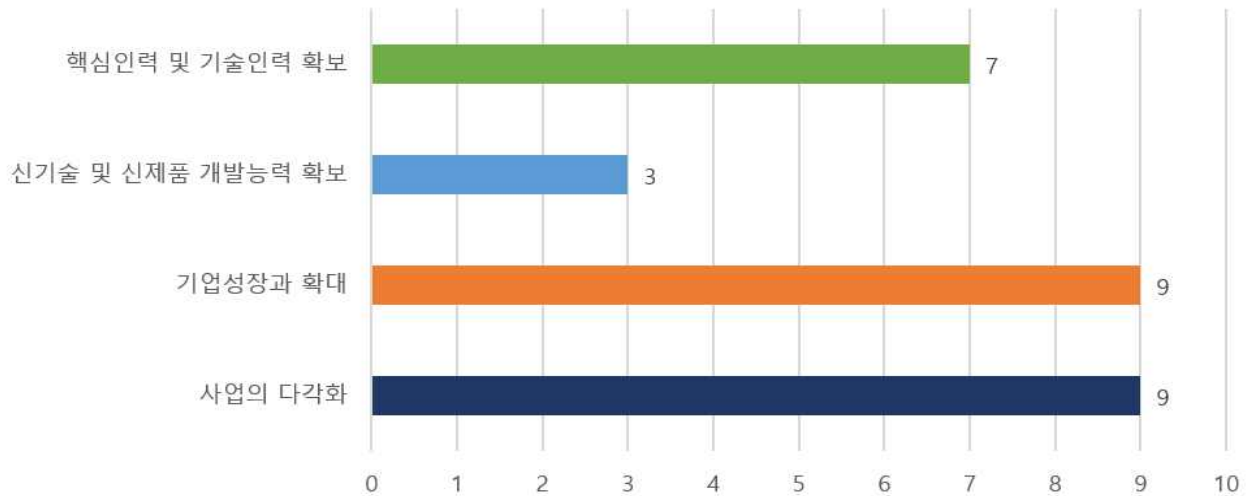


(2) 기업 인수를 고려하고 있는 이유

디자인전문기업이 M&A를 통한 기업 인수를 고려하는 기업(29개사)은 첫째, ‘사업의 다각화’ 둘째 ‘기업 성장과 확대’ 각각 31.0% 셋째, ‘핵심인력 및 기술인력 확보’ 24.1% 넷째, ‘신기술 및 신제품개발능력 확보’ 10.3% 순으로 기업 인수를 고려하고 있는 사유로 답변을 하였다.

< 표11. 기업의 인수 고려 이유 >

항목 (복수선택)		응답자 수(n)	백분율(%)
M&A(기업인수)을 통한 기업 인수를 고려하고 있는 이유	사업의 다각화	9	31.0%
	기업 성장과 확대	9	31.0%
	핵심인력 및 기술인력 확보	7	24.1%
	신기술 및 신제품 개발능력 확보	3	10.3%
	무응답	2	6.9%
	기타	0	0.0

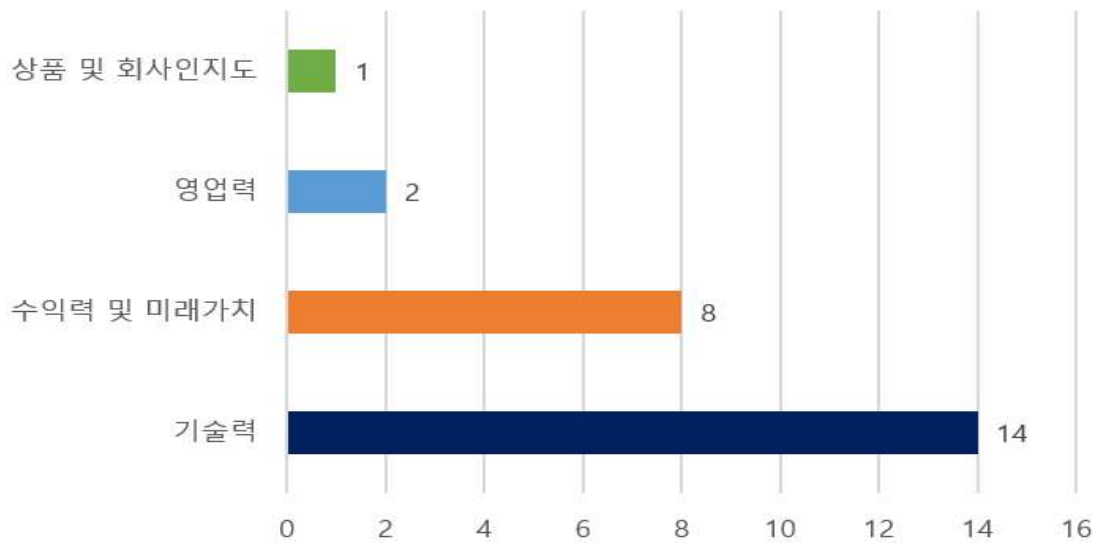


(3) 기업 인수를 위한 중점 가치

디자인 기업이 M&A를 통한 기업 인수 시 중점 가치로 첫째, 기술력 48.3% 둘째, 수익력 및 미래가치 27.6% 셋째, 영업력 6.9% 넷째, 상품 및 회사 인지도 3.4% 순으로 판단하는 것으로 확인되었다.

< 표12. 정보수집 방법 >

항목 (복수선택)		응답자 수(n)	백분율(%)
M&A(기업인수)를 고려하고 계신다면 인수대상 기업 가치 평가의 중점	기술력	14	48.3%
	수익력 및 미래가치	8	27.6%
	무응답	4	13.8%
	영업력	2	6.9%
	상품 및 회사인지도	1	3.4%
	기타	0	0.0%



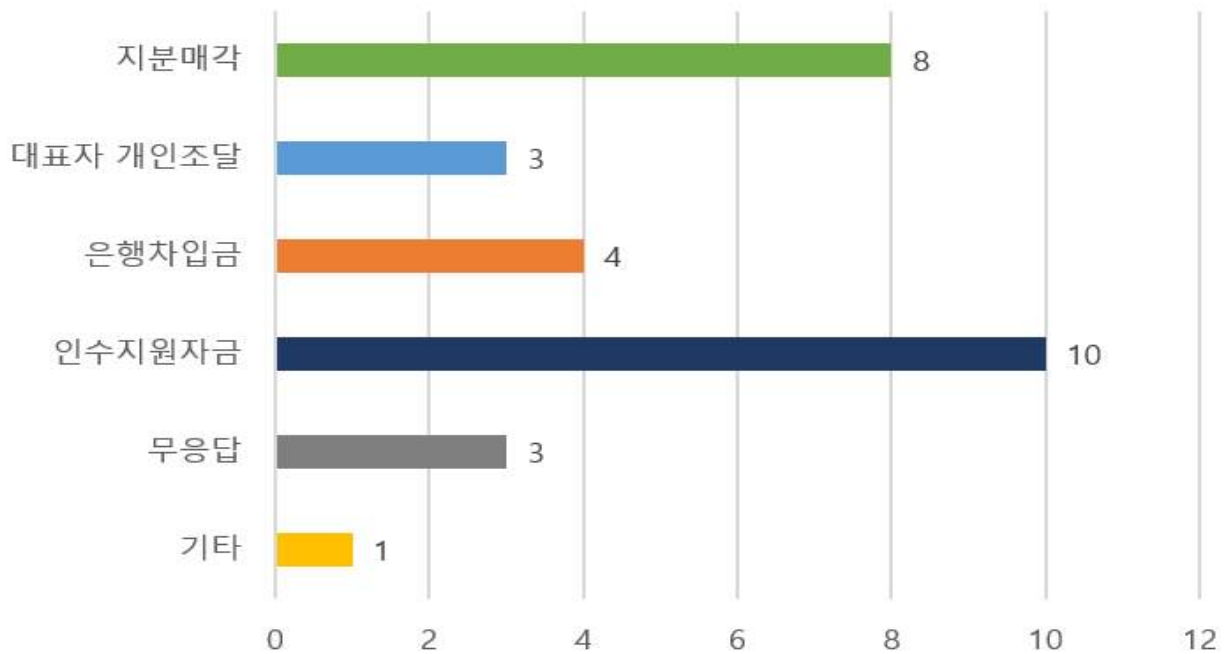
(4) 기업인수를 위한 자금 조달 방법

기업인수를 위한 희망하는 자금조달 방법으로는 인수지원자금 10건, 지분 매각 8건, 은행차입금 4건, 대표자 개인조달 3건, 기타 1건, 무응답 3건으로 조사되었다.

M&A를 통한 기업 인수를 위한 희망하는 자금조달 방법으로 첫째, 인수지원자금 34.5% 둘째, 지분 매각 27.6% 셋째, 은행차입금 13.8% 넷째, 대표자 개인조달 10.3% 기타 1건 3.4% 순으로 조사되었다.

< 표13. 자금 조달 방법 >

항목 (복수선택)	응답자 수(n)	백분율(%)
M&A(기업인수)를 고려하고 계신다면 희망하는 자금조달 방법	인수지원자금 지분 매각 은행차입금 대표자 개인조달 무응답 기타	10 8 4 3 3 1
		34.5% 27.6% 13.8% 10.3% 10.3% 3.4%

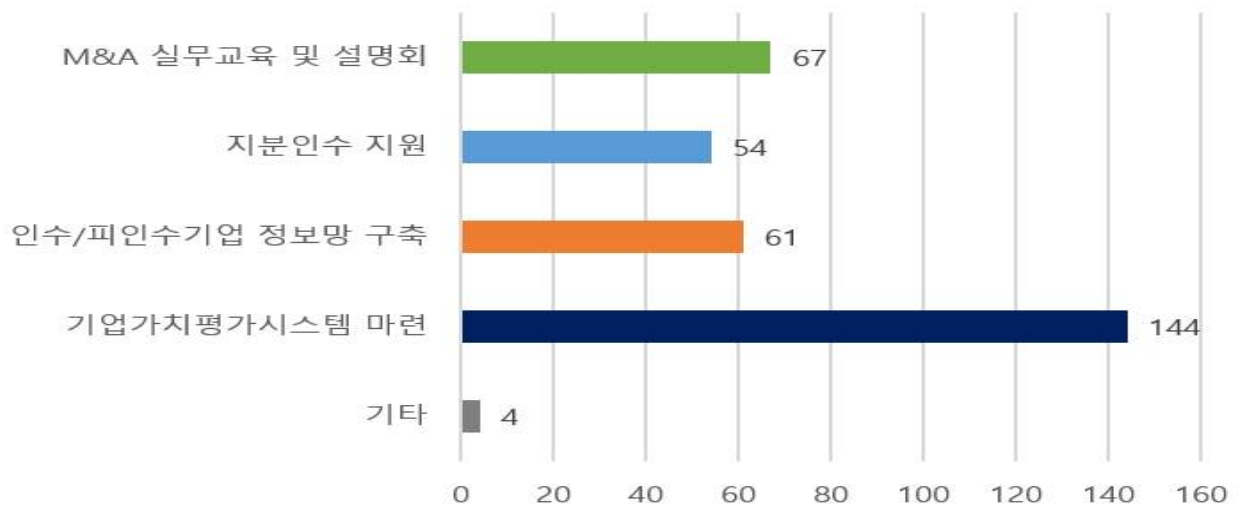


5. M&A 지원사업 추진시에 중점적으로 다뤄야 할 내용

M&A 지원사업 추진 시 중점적으로 다뤄져야 할 내용으로 첫째, 기업가치평가시스템 마련 53.1% 둘째, M&A 실무교육 24.7% 셋째, 인수/피인수 기업 정보망 구축 22.5% 넷째, 지분인수 지원 19.9%, 기타 4건 1.5% 순으로 기업가치평가시스템을 가장 중점적으로 생각하고 있다.

< 표14. 지원사업 추진 시 중점내용 >

항목 (복수선택)		응답자 수(n)	백분율(%)
M&A를 지원사업 추진 시 중점적으로 다뤄야 할 내용	기업가치평가시스템 마련	144	53.1%
	M&A 실무교육 및 설명회	67	24.7%
	인수/피인수기업 정보망 구축	61	22.5%
	지분인수 지원	54	19.9%
	기타	4	1.5%



IV. 연구결과 및 제언

디자인 기업의 M&A 활성화 방안을 마련하기 위해, 현 디자인 기업을 운영하고 있는 기업대표자들을 대상으로 M&A인식에 대한 실태조사를 통해 디자인 기업들의 M&A 관련 경험도, 인지도, 기업가치평가, 정보 이용 방식 및 접근성, 기타 애로사항 등을 조사·분석하였으며, 동 실태조사 결과를 바탕으로 디자인 기업의 M&A 활동이 저조한 사유를 파악하고 M&A 활성화를 위한 제도 마련에 기초 자료를 마련하고자 한다.

연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 현 디자인 기업들의 M&A의 경험에 대한 조사를 살펴보면 대부분의 디자인기업들이 **인수·합병에 대한 경험 및 인식이 부족한** 실정이다. 본 연구의 설문에 응답을 완료한 271개 기업들 가운데 과거 인수·합병 추진 경험이 있는 기업은 9곳이며, 96.7%인 262곳의 디자인기업은 경험이 없는 것으로 나타났다.

둘째, 현 디자인 기업들은 M&A 필요에 대한 인식 부족이 높은 것을 확인할 수 있다. **기업 매각에 대한 고려는** 응답자의 80.8%인 219개의 디자인 기업들이 매각에 대한 고려가 없으며, 약 20% 정도인 52개 디자인 기업만 매각에 대해 고려하고 있고, **기업 인수 또한** 응답자의 89.3%인 242개 기업에서 기업 인수에 대한 고려가 없으며, 약 11% 29개 기업만 타 기업의 인수를 고려하고 있는 것을 알 수 있다. 먼저 **매각을 고려하지 않는 이유**로는 ‘독자적이고 지속적인 경영목표 수립’ 76.3% 주 된 이유이며, ‘기업가치평가의 어려움’ 8.7%, ‘경영권 양도를 원치 않음’ 7.8%, ‘M&A절차의 복잡성 및 정보 부족’ 7.8% 이다. 운영 중인 기업의 독자적인 경영을 원하며, 경영권 양도를 원하지 않는다는 측면에서 대표의 개성과 기업 운영 철학과 같은 내적 요인이 M&A를 통한 디자인 기업 활성화에 부정적인 요인으로 작용할수 있으며, 이는 가치평가의 어려움과 정보 부족과 같이 외적인 문제 해결과 함께 M&A를 통한 기업의 유연한 변화를 모색하여 보다 경쟁력을 향상시킬 수 있는 인식을 변화시키는 것이 중요하다고 볼 수 있다.

셋째, 디자인 기업들의 M&A정보 수집 방법은 ‘기업인 모임과 거래처 등의 비공식적 경로’ 50.0%를 차지하고 있는 것을 알 수 있고, 이는 객관적인 M&A에

대한 가치 및 정확한 M&A에 대한 인식을 왜곡시킬 수 있는 현상으로 나타날 수 있는 요인으로 작용 할 여지가 있다고 추측하여 볼 수 있다.

넷째, M&A 지원사업 시 중점적으로 다루어져야 할 부분은 ‘기업가치평가시스템 마련’ 53.1%, ‘M&A 실무교육’ 34.7%, ‘인수/피인수기업 정보망 구축’ 22.5%, ‘지분인수 지원’ 19.9% 이다. 즉 디자인 기업이 이용할 수 있는 가치 평가시스템과 정보망 구축 등과 같은 인프라 마련이 핵심적으로 다루어지길 원하는 것으로 조사되었다.

현 디자인 산업 업계의 어려움이 M&A 시장을 열어붙게 하는 상황에서 가치평가 시스템과 정보망 구축 등의 디자인 기업들이 사용과 접근이 용이한 인프라 구축을 통한 지원과, 디자인의 사업의 다각화에 대한 인식을 증대시키는 방안을 마련하여, 고립과 독자적인 운영에서 긍정적인 새로운 시각으로 사업을 운영할 수 있도록 가치를 변화시키는 것이 필요하다고 볼 수 있다.

[별첨1]

디자인 기업 M&A(인수합병) 인식조사서

안녕하십니까? 귀사의 무궁한 발전을 기원합니다.

한국디자인진흥원과 한국디자인산업연합회는 전문디자인업 활력제고(안) 마련을 위하여 M&A 인식조사를 실시하고자 합니다.

본 조사는 현재까지의 전문디자인업에 대한 정부 지원(재무/비재무적) 효과성제고 및 신규 프로그램 기획을 위한 기초자료로 활용될 매우 중요한 조사입니다.

번거로우시겠지만 시간을 내주시어 설문조사에 협조해 주시면 대단히 감사하겠습니다.

응답하신 내용은 통계법 제33조에 의해 비밀이 철저히 보장되고, 통계작성 목적으로만 사용되며 그 외 목적으로 사용할 수 없음을 약속 드립니다.

조사담당자

김세종 주임연구원 올림 (02-6954-2312)

2019. 2월

한국디자인진흥원/한국디자인산업연합회



주관 기관	한국디자인진흥원 서비스디자인실 진연탁 선임연구원 (tel: 031-780-2042)	조사 기관	한국디자인산업연합회 김세종 주임연구원 (tel: 02-6954-2312)
----------	--	----------	--

ID								
1. 사업체개요	지역		업종		설립 연도		상시 근로 자수	
2. 조직형태	① 개인사업체							
	② 회사법인							
	③ 회사 외 법인							
	④ 비법인 단체							
	※ 회사 외 법인 : 민법 또는 특별법에 따라 설립된 사업체, 재단법인, 사단 법인, 특수법인(법무.회계법인, 공사, 공단 등) ※ 비법인 단체 : 법인격이 없는 단체나 모임, 종교단체, 문화단체, 후원회 등							
3. 상장여부	① 상장							
	② 비(非)상장							
4. 산업디자인 진흥법제9 조에 의한 산업디자인 전문회사 신고여부	① 신고 →	분야	①	②	③	④	⑤	⑥
			시각	포장	제품	환경	멀티미 디어	서비스
			※ 종합디자인으로 신고한 경우, 위 6개 분야 중 3개 이상을 선택해 주시기 바랍니다.					
		② 미(未)신고						

<p>문1</p>	<p>M&A 거래를 추진한 경험이 있으십니까?</p> <p>① 있다(실패 및 중단 포함) → 문1-1)으로 ② 없다 → 문2)으로</p> <hr/> <p>문 M&A 거래가 성사되었다면 인수 또는 피인수 중에 어떠한 1 - 1 경험이셨습니까?</p> <p>① 타(他)기업 인수 ② 피인수(기업 매각) ③ 둘다</p>
<p>문2</p>	<p>현재 M&A(기업매각)을 고려하고 계십니까?</p> <p>① 전혀 없음 → 문2-1)으로 ② 고려 가능 → 문2-2)으로 ③ 그렇다 → 문2-2)으로 ④ 매우 그렇다 → 문2-2)으로 ⑤ 기타()</p>
<p>문 2 - 1</p>	<p>M&A(기업매각)을 고려하고 계시지 않는다면, 그 이유는 무엇입니까?</p> <p>① 독자적이고 지속적인 경영목표 수립 ② 경영권 양도를 원하지 않음 ③ 기업가치평가의 어려움 ④ M&A절차의 복잡성 및 정보부족 ⑤ 기타()</p>
<p>문 2 - 2</p>	<p>M&A(기업매각)을 고려하고 계신다면 그 이유는 무엇입니까?</p> <p>① 신규사업 추진에 따른 자금조달 ② 현 시장의 경쟁격화(출구전략) ③ 사업의 다변화 및 다각화 ④ 사업부진 ⑤ 기타()</p>
<p>문 2 - 3</p>	<p>M&A(기업매각)을 고려하고 계신다면 정보 수집방법은 무엇입니까?</p> <p>① 언론/인터넷 ② 경영자 자신 및 임직원 ③ 기업인 모임, 거래처 등 비공식적 경로 ④ 금융기관, 회계사, 컨설팅사 등 공식적인 경로 ⑤ 기타()</p>
<p>문 2 - 4</p>	<p>M&A(기업매각)을 고려하고 계신다면 희망하는 방법은 무엇입니까?</p> <p>① 지분 매각 ② 합병 ③ 영업양도 ④ 합작투자 ⑤ 기타()</p>

문3

현재 M&A(기업인수)를 고려하고 계십니까?

- ① 전혀 없음 → 문3-1)으로
- ② 고려 가능 → 문3-2)으로
- ③ 그렇다 → 문3-2)으로
- ④ 매우 그렇다 → 문3-2)으로
- ⑤ 기타()

문

3 -

M&A(기업인수)을 고려하고 계시지 않는다면, 그 이유는 무엇입니까?

1

- ① 인수자금 부족
- ② 인수대상 기업群에 대한 정보부족
- ③ 기업가치평가의 어려움
- ④ M&A절차의 복잡성
- ⑤ 기타()

문

3 -

M&A(기업인수)를 고려하고 계신다면 그 이유는 무엇입니까?

2

- ① 사업의 다각화
- ② 기업성장과 확대
- ③ 신기술 및 신제품 개발능력 확보
- ④ 핵심인력 및 기술인력 확보
- ⑤ 기타()

문

3 -

M&A(기업인수)를 고려하고 계신다면 인수대상 기업 가치평가 시 중점을 두는 분야는 무엇입니까?

3

- ① 기술력
- ② 수익력 및 미래가치
- ③ 영업력
- ④ 상품 및 회사인지도
- ⑤ 기타()

문

3 -

M&A(기업인수)를 고려하고 계신다면 희망하는 자금조달 방법은 무엇입니까?

4

- ① 인수지원자금
- ② 은행차입금
- ③ 대표자 개인조달
- ④ 지분매각
- ⑤ 기타()

문4

디자인전문기업 M&A 지원사업 추진시에 중점적으로 다뤄야 할 내용은 무엇입니까?

- ① 기업가치평가시스템 마련
- ② 인수/피인수기업 정보망 구축
- ③ 지분인수 지원
- ④ M&A 실무교육 및 설명회
- ⑤ 기타()