

最新切抜きトピックス



<http://www.jc-comsa.co.jp>



□【合弁会社設立の狙い】

ニチレイフーズとJCコムサはそれぞれ成長戦略としてグローバル市場の開拓を掲げており、特に成長著しい中国市場へ進出して参りました。その中国では近年外食産業のチェーンストア化が進み、均一的な品質や規格を持つ加工食品の需要が高まっています。

ニチレイフーズは、日本における冷凍食品のトップ企業として商品開発や調理加工技術のノウハウを有しております。一方、JCコムサは日本におけるピザ、エスニックブレッドのハイコア企業であり、外食産業を幅広く展開し運営面や商品企画に精通しています。独自に中国内販売事業を推進してきた両社ですが、加工食品の需要が高まる中国外食市場に日本流の商品供給を目指し、このたび協同して新会社を設立することにいたしました。

円滑な市場参入に向けた開発・販売を進める為、中国企業の海通食品集団とも連携いたします。同社は長年ニチレイフーズと冷凍野菜の取引があり、中国での販売ノウハウや生産拠点を有しております。

三社の合弁会社「日爵海食品貿易(上海)有限公司」は、中国外食市場において加工食品の企画・開発・販売を展開し、生産については海通食品集団やニチレイフーズの生産工場を中心に行います。

主にJC・コムサは企画およびマーケティング面、海通食品集団は販売面、ニチレイフーズは商品開発や全体の事業統括を支援し、各社が持つ強みをあわせシナジー効果を発揮することで、中国市場において事業拡大を目指します。

3月中に合弁会社「日爵海食品貿易(上海)有限公司」(上海市)を新設。ニチレイフーズが40%、JC・コムサと海通食品集団上海(同)が30%ずつ出資する。

4月に営業を始め、沿岸部でチェーン展開する外食企業に冷凍カレーや炒飯、ピザなどを供給する。ニチレイが商品開発、JCは外食店の運営ノウハウを生かしたマーケティング、海通は販売を担う。生産は海通やニチレイが持つ現地工場などを活用する。2012年に売上高20億円をめざす。

□ゲオ、200円以上のDVDが株主なら何度でも半額(3月9日付9面)

ゲオは株主優待制度を見直します。保有株式数に応じレンタル半額券10~30枚を配る現行制度に加え、レンタル料金が200円以上するDVDなどを株主なら何度でも半額で借りられる仕組みを導入します。

株主はいずれかの優待を選べるとのことです。ライバルのカルチュア・コンビニエンス・クラブ(CCC)は非上場化しますが、ゲオは逆に、レンタル業界に関心のある株主らを引き寄せる戦略です。

私もどちらの会員証を持っておりますが品揃え、配置の仕方、店員の対応など全く違うのを感じています。

皆様はどちら派ですか？



□セブン・イレブンは和倉温泉の旅館「加賀屋」のお弁当を販売

東京駅のグランスタ・ノースコートでも加賀屋の弁当が発売されていますが、今度はセブン・イレブンで発売となようです。

私の知り合いの女性が加賀屋さんで現在修行中！

つつい目にとまってしまう。

《トピックス担当》
修行僧・坂井