サントリー食品上場

検証 2013

M&A、国内外で推進

東南ア開拓、2兆円へ

20年12月期 売上高倍増

7月にサントリーホールディングス傘下で清涼飲料を手がけるサントリー食品インターナショナルが東京証券取引所に上場した。サントリー食品は2020年12月期に売上高を12年12月期比でほぼ倍増となる2兆円を目指す。目標達成に向け、国内外の有力企業のM&A（合併・買収）を進める。低価格競争で国内飲料事業の大きな伸びが見込めない中、高成長地域東南アジアを中心に海外市場に活路を見いだす。

「既存市場で伸ばせる額は（1兆円を起点に）せいぜい1兆5000億円。残りの5000億円は内外の成長市場で達成したい」と7月の上場会見で、鳥井信宏社長は強調した。サントリー食品は国内清涼飲料で、日本コカ・コーラグループに次ぐ2位。鳥井社長は「国内のトップは悲願ではなく、必達目標と考えている。世界でも米国コカ・コーラなどに続く2位グループに入りたい」と世界市場を見据える。

上場時に調達した約3000億円の資金を活用し、規模拡大にまい進する。9月に英グラクソが保有していた「ルコゼード」「ライビーナ」という二つの飲料ブランドを2100億円で買収。ルコゼードはスポーツ飲料、ライビーナは果汁飲料で欧州やアジア、アフリカで高い知名度がある。買収額は09年に実施したフランスのオランジーナ・シュウェップスの3000億円に次ぐ。

鳥井社長は「成長の実現に向け、非常に有効な機会を得られたと思っている。これまでの経験を通じて買収に関する勉強をしてきた。この知見を生かし、スケジュールも前倒しするつもりで頑張りたい」と意欲を示す。

▲上場のセレモニーで鐘を鳴らす鳥井社長（7月3日）

海外市場の強化はライバルのキリンホールディングス（HD）やアサヒグループホールディングス、サッポロホールディングスも積極的に取り組んでいる。キリンHDは子会社の豪州ライオンが堅調。アサヒグループHDは合弁会社などを通じてマレーシアで缶コーヒー「ワンダ」、インドネシアで緑茶飲料の生産・販売を始めた。サッポロHDもベトナムやマレーシア事業が伸びている。

国内飲料メーカーが海外に触手を伸ばす中、サントリー食品がどれだけライバルを引き離すか注目される。

11月総発受電量 2カ月ぶり減少

電事連まとめ

電気事業連合会（電事連）がまとめた電力10社の11月の総発受電量は、前年同月比0・5%減の719・6億キロワット時となり、2カ月ぶりに前年を下回った。気温が前年に比べ高めに推移し、暖房需要が減少したのが主因。発受電量は、電力会

社の発電量

ど卸電力会社

量の合計。

は6社が減

が1・9%

と四国電力

・8%減で

かった。

同時に発

設備利用率

で国内の稼

なくなった

カ月連続で

一方、停止

タイ―マレーシア

専用列車

日本通運はタイ・バンコクとマレーシア・クアラルンプールを結ぶ国際鉄道輸送サービスを18日に始める。専用列車を活用し最大27両分の貨物を輸送する。自動車部品などを中心に定期運行サービスを始め、運行便数を増やして輸送能力を高めていく方針だ。

日通は中国・上海からシンガポールの約7000キロメートルを結び、中国と東

南アジアの

ポートする

S7000」

の主要ルー

コク―クア

間の輸送需

る中で、輸

が課題とな

東南アジ

（ASEA

済成長で各

要が拡大し

ら、トラッ

に加え、輸

コンビニ・薬局一体運営

医療事務員が店員兼務

イムノエイト

イムノエイト（東京都港区、谷口郁子社長、03・3507・8611）は、医療事務員の資格を持つ店長らがコンビニエンスストアと調剤薬局の業務を兼務する一体型店舗の運営を始める。2014年1月に東京都内でコンビニ大手のサークルKサンクス加盟店を開設し、調剤薬局を併設する。コンビニは薬剤師の意見を反映して利用客の健康志向に合わせた商品を仕入れるほか、食品の組み合わせをアドバイスする。衣食住に密着した薬局として一体運営事業を拡大する計画。

港区に約115平方㍍のスペースを借り受け、調剤薬局「西新橋調剤薬局」とコンビニ「サークルKサンクス日比谷セントラル店」を同時にオープンする。投資額は約5000万円。両店舗で月間2000万円の売り上げを目指す。

薬剤師5人程度を配属するほか、十数人の店員を採用し両店舗を一体的に運営。店員の医療事務資格の取得も支援する。

また、薬剤師とスーパーバイザーが相談して健康に配慮した商品を仕入れる。店頭でおすすめメニューを紹介するなど薬剤師がコンビニの商品群を活用した体質改善策や、食品の組み合わせ方などをアドバイスする。

谷口社長は「都会で働く成人男女に多いメタボリック症候群、婦人病の解消に役立ちたい。時代に合わせた新しい薬局スタイルを確立する」としている。

イムノエイトは東京都、神奈川県、群馬県で調剤薬局を展開。医療機関に依存しない運営を掲げ、商店街との連携や介護施設との併設店舗などを手がけている。

外構工事で協力強化

ミサワホーム トヨタホーム 事業会社に共同出資

【名古屋】ミサワホームとトヨタホーム（名古屋市東区）は庭や塀など住宅のエクステリア（外構）事業で協力関係を強化する。ミサワホームの外構子会社であるミサワエクステリア（東京都杉並区）にトヨタホームが出資し、併せて関東地区以外で初の拠点を愛知県豊田市に開設した。ミサワは営業エリア拡大、トヨタホームは施工ノウハウの蓄積により外構工事の受注拡大につなげる。

ミサワホームの完全子会社だったミサワエクステリアにトヨタホームが33・4%出資。ミサワエクステリアの資本金を従来の1億円から1億7150万円に増資した。具体的な出資額は明らかにしていない。ミサワエクステリアは2014年1月に社名を「ウィズガーデン」に変更する。

また、ミサワエクステリアは「東海営業部」を設置。東海地区の第1号店を愛知県豊田市に設置した。トヨタホームの子会社で住宅販社のトヨタすまいるライフ（愛知県豊田市）と同じビルに入居する。トヨタホーム直系販社との協業によって、外構工事のノウハウ蓄積を進める。今回の提携による受注拡大目標などは明らかになっていない。

ミサワエクステリアはエクステリア製品の開発販売と、外構工事の施工を手がける。外構施工の営業エリアはほぼ関東地方に限られていた。一方でトヨタホームにはグループに外構工事業者がなく、外部の専門業者に発注していた。

魅力を高め

商品力向上

ため、先行

の協力関係

スペイン

千葉・

事業部

三菱商事

が千葉県船

た環境配慮

商社の底力

独創ビジネスを探る

80

住友商事

ペットボトルの回収機提案

容器粉砕 楽しくリサイクル

住友商事は使用済み飲料容器の自動回収機の導入を通じ、飲料容器のリサイクル関連事業を展開している。日本での飲料容器の回収業務の効率化や、市民のエコ意識の醸成につながる取り組みとして期待される。

都内のあるスーパーマーケット。店頭に置かれた回収機に来店客がペットボトルを投入すると、「バリバリバリ」という音とともに粉砕する。集められた容器はリサイクル工場に運ばれて、再資源化される。家庭で出たゴミを自分の手で処理し、その様子まで確認できるとあって、スーパーの店頭では親がペットボトルを投入する様子を興味津々で見入る子供の姿がみられる。

自動回収機のスーパーへの導入を手がけるのがトムラ・ジャパン（東京都大田区）だ。国内で廃棄物マネジメントの事業化の可能性を検討していた住商と、回収機の市場開拓を目指すノルウェーのトムラが折半出資して2008年に設立した。

▲スーパーの店頭などでペットボトルを粉砕、回収する

トムラ製回収機の強みは選別精度の高さだ。ペットボトルや飲料缶などを内部のセンサーが光の屈折具合によって自動で判別。適切な容器だけを受け入れて粉砕するため「リサイクル工場の歩留まりが高い」（藤井大介副社長）という。また、遠隔管理によって故障時などの迅速対応が可能で、高い稼働率を維持できる点も大きな武器となる。

住商とトムラは共同出資会社の設立に先駆け、日本におけるペットボトル回収事業で協業を進めてきた。

選別精度高く スーパー開拓

06年に東京都足立区のペットボトル回収事業に参画し、区内のスーパーに回収機を設置。住民が買い物で足を運ぶスーパーが回収拠点になるとし、回収量の拡大や区の負担軽減につながる仕組みを構築した。

その後は自治体だけでなくスーパーへの直接提案も始めた。10年にはトムラ・ジャパンが独自に古紙の回収機を開発した。当時、国内では回収ペットボトルを国内で再生品化する動きが加速。「原料としての需要が拡大してきた」（同）ことで、導入に向けて追い風が吹き始めていた。

12年にはセブン&アイ・ホールディングス系列のスーパーに自動回収機

の設置を開

220店ま

収ペットボ

集荷場から

社などに原

している。

宣伝効果と

らも古紙を

の引き合い

30店への導

た。

今後も集

訴求し、導

目指す。ト

ンの藤井副

に楽しいリ

げていきた

燃やす。日

道に乗せ、

ボトルの利

ジアへの展

れる。

（次回は

に掲載しま