

伊藤 哲郎

代表取締役  
を行うと発表



M・クームス氏

社。2001年ターキ  
コムテクノロジーCE  
O、02年コカ・コーラ  
アイセックCF O、05  
年日本コカ・コーラ副  
社長CF O、08年コカ  
・コーラウエストホー  
ルディングス取締役、  
09年利根コカ・コーラ  
ボトリング代表取締役  
社長、現在に至る。

# 行

H24. 2. 20  
日本食糧新聞

ユニグループのシナ  
ジー発揮の最大化を目  
指す。

ずる。戦略  
決定の迅速  
源配分、商  
回物流など、  
が扱った場  
ルカテゴリ  
ノ競争を行  
ーと同じ事



つことにな  
シリアル市  
清食品グル  
シスコおよ  
菓子市場？  
(フレンシア  
、日清食品  
ンクスレフ

ユニーが持ち株会社  
体制に移行する主な目  
的は二つで、一つはア  
ジアを中心とする海外  
マーケットへの本格進  
出。もう一つがM&A  
(企業の合併・買収)  
促進によるグループ規  
模の拡大で、同体制に  
よってその目的達成の  
スピードを速めるのが  
狙い。前村哲路社長は  
「M&Aも視野に入れ  
ながら関東圏のドミナ  
ントも強化」していき  
たい考えで、同社がこ  
れまで志向してきたグ  
ループ間や提携企業と  
の「ゆるやかな連携」を  
見直し転換する形だ。  
持ち株会社の会長兼最  
高経営責任者(CEO)  
に前村哲路社長、社長  
兼最高執行責任者(C  
OO)に中村元彦CK  
SU社長が就任する。  
ユニーの見方のつく

## IND

### 特集 マ

マヨネー  
年は震災の  
ぶりの増産  
内食需要の

スナック

東京農大

商品ウオ

## 食クラスター

食の王国・北海道では食クラスターの  
取組みが進展している。食を中心に産学  
官や金融機関がブドウの房(クラスター)  
のように結びつき連携、北海道ならではの  
「食の総合産業」を作り上げる狙いだ  
▼産卵後のブナ鮭を有効活用した「サケ  
節」や、道産小果実を原料と  
する商品群のイメージキャラ  
クター「リトルベリーズ」な  
どはその代表的プロジェクト。最近では、魚介類の加工  
時に出る内臓や皮を有効活用  
した魚醤油を製造する道内22  
社が「雪ひしお」、道産アイ  
スクリームメーカー4社も  
「北のラブレター」といった  
統一ブランドを作り、ロゴや  
パッケージで北海道産をアピ  
ール。道内外、海外への売り  
込みを強めている▼クラスタ  
ー内の連携や協働の動きもオ  
ール北海道へと徐々に拡大。加えて昨年  
12月、国から指定された「北海道フード  
・コンプレックス国際戦略総合特区」(フ  
ード特区)も食分野の産業集積を後押し  
しそうだ▼道が目指す「食産業立国」に  
向けて、北海道はいま、食の新時代を迎  
えようとしている。

## 胃心伝真

（長島秀雄）

## もれなくい容器業

地2

