

多国籍合弁会社「ビーフバレー社」が和牛種の牧場を設立

Multinational Beef Valley Consortium Bhd(ビーフバレー社)は、国内消費と海外輸出のため、マレーシア国内に和牛の肉牛畜産場を設立する。ビーフバレー社は高品質 A5 の和牛を生産する日本のハンナンフーズグループ社と共同で実施する。

2018年11月26日、MAHA(マレーシア農業・園芸・アグリツーリズム展示会)において、ビーフバレー社のマネージングダイレクターであるフェリズ・オマル氏が3年をめどにマレーシアの国内総生産に貢献する計画であり、マレーシアで飼育する和牛種の肉牛を「Magyu(まぎゅう)」と呼ぶことを明らかにした。

また、第一期には輸出市場に注力し、初年度には和牛を探し、翌年度には和牛の自社生産のため、サバ・サラワク州に牧場を開設する。イスラム開発局(JAKIM)のハラール認証も取得する旨を述べた。

ビーフバレー社はハンナンフーズグループ、中国の Shanghai Al-Amin Biotech Co Ltd(アルアミン・バイオグループ)、および AiVerest Sdn Bhd(アイヴェレスト社)と覚書を締結し、第一期では東マレーシアにおいて国内、輸出用の国内牛肉産業の自立を目指し、第二期には半島マレーシアに拡大する。

SBI ジャパンネクスト証券、N2N 社の株式を取得

日本最大の国内上場株式会社等の私設取引システムの運営会社である SBI ジャパンネクスト証券株式会社(本社：東京都港区)は 2018年12月26日、アジアにおける私設取引システム開発に関して協業することを目的として、N2N Connect Berhad(N2N 社)の 11.65%の株式を取得したことを発表した。

SBI ジャパンネクスト証券社と N2N 社は、協業によりアジア地域においてより多くの取引を推進することを通じて、新たな機会を切り開き、クロスボーダー取引の一層の普及の促進を計画している。

マレーシア、香港、マカオ、ベトナム、インドネシア、フィリピン、シンガポール、タイなどの国々にまたがる N2N 社のアジア・トレーディング・ハブは、SBI ジャパンネクスト証券社の私設取引システム(PTS)を通じて、日本の株式および債券に対するアジア地域の投資を喚起する理想的なプラットフォームを提供する。

また同時に、N2N 社の既存の顧客層であるアジア地域のブローカーは、アジア市場を日本の投資家にアピールし、日本の流動性プールを各市場において活用する機会を得られるようになる。

SBI ジャパンネクスト証券社と N2N 社は、各国の規制を順守し、オルタナティブ・トレーディング・システム(ATS) 設立について協業し、アジア地域の資本金は市場のより一層の発展に努める。

一風堂、KL 近郊に新店をグランドオープン

株式会社力の源ホールディングス(本社：福岡市)の子会社であるシンガポールの Chikaranomoto Global Holdings Pte. Ltd は、マレーシアのライセンスパートナーである IRR Sdn Bhd(IRR 社)と共に 2019 年 1 月 8 日、クアラルンプール近郊のショッピングモールに「一風堂」をグランドオープンした。

メニューは一風堂ならではのとんこつラーメンに加え醤油ラーメンも提供し、その他一品料理やスイーツ、ドリンクメニューも充実させ、ダイニングレストランのようにゆっくり料理とお酒を楽しみながらの利用もできるようにする。

力の源グループは 2018 年 11 月に海外 100 店舗を達成したが、それ以降も引き続き海外での出店を進めている。今後も日本のラーメンのおいしさや日本の食文化の魅力を世界中に広めるべく、世界展開を進めていく予定だ。

For Bridges、東南アジアの広告代理店等と業務提携

株式会社 For Bridges(本社：東京都渋谷区)は、シンガポール、マレーシア、インドネシア、タイの 4 カ国のローカルエージェンシーと 2019 年 1 月 1 日付で業務提携を行い、現地市場向けの PR・マーケティングサービスの提供を開始した。

マレーシアの提携会社は M&C Enterprise Sdn Bhd(M&C エンタープライズ社)で、これにより現地調査やクリエイティブ・動画製作、PR、広告宣伝サービスのトータル支援が可能となる。

現地市場における認知度向上のハードルだった、言語の壁や現地メディアとのコネクションの壁、コストの壁を乗り越えやすくなった。

主な新サービスには、各国のメディアへの広告出稿や消費者向けの PR および PR イベントの実施サポート、マーケティング調査、現地で訴求力をもつ商品やサービスにカスタマイズするためのコンサルティングなどがある。また、日本語から現地言語への翻訳対応や現地市場のテイストを加味したクリエイティブ・動画製作、展示会などのイベントへの参加アレンジとイベント出展前 PR も請け負う。

同社は、日本企業が各国へ進出した際に事業がうまくいかない主な原因として、事前のマーケティング調査不足や調査結果を活用した商品・サービスのカスタマイズ不足、PR または広告宣伝による現地消費者へのアプローチ不足を挙げている。これらの諸問題を踏まえた上で、各国の提携企業と共に、企業の事業展開前から事業立ち上げ後までを支援していく。