

青島ビール 6億6500万元で即墨黄酒を買収

2025年5月7日、青島ビールは山東即墨黄酒廠有限公司の株式100%を6億6500万元で買収する予定であると発表した。

即墨黄酒は2024年に主要営業収入1億6600万元（前年同期比13.5%増）、純利益3047万元（同38%増）を実現し、即墨黄酒を完全を買収することで、青島ビールは黄酒市場に切り込み、「ビール+黄酒」のオフシーズンを相互補完できる製品の組合せを構築した。

今回の買収は青島ビールが業界のトップとして、消費の多元化傾向に対応する戦略的調整を体現している、クロスオーバーなM&Aを通じて品目の拡大を加速させ、黄酒市場の伝統的な文化的属性と青島ビールのブランド影響力を結合し、新たな成長の余地を生み出すことが期待されている。

涪陵榨菜は味滋美の株式を保有する予定で、複合調味料をラインナップに加える。

2025年4月28日、涪陵榨菜は、株式の発行と現金支払いにより、四川味滋美食品科技有限公司の株式51%を買収する計画だと発表した。

味滋美はエリアのトップ企業として、飲食店用のスープの素と半調味品の分野に進出しており、その製品はすでに複数の飲食チェーンのサプライチェーンに進出しており、買収が完了した後、涪陵榨菜はその技術と流通チャネルを利用して急速に高成長している複合調味料市場に参入することができる。

今回の取引は、涪陵榨菜が伝統的な企業から多元化への転換の差し迫った需要を反映しており、企業の「内生+外延」、戦略の重要な一環であり、業績の成長のボトルネックを突破し、高成長している複合調味料市場に切り込むことを目的としているが、天味食品などのトップ企業との競争に直面する必要があり、統合効果は様子見る必要がある。

ペプシコーラ19.5億米ドルでPoppiを買収

2025年3月、ペプシコーラは19億5000万ドルでソーダブランドであるPoppiを買収し、急速に成長するプロバイオティクス飲料市場を取り込むことを目指している。

ポッピーは2018年に設立され、低糖、ゼロ甘味料、プレバイオティクスを含む健康志向ソーダを主力商品とし、北米市場で急速に成長し、過去4週間の売上高は前年同期比で100%増加した。

今回の買収はペプシコーラが2024年にSiete Family Foodsを買収したのに続き、買収合併を通じて製品の組み合わせを再構築し、取り扱い品目を拡大する戦略を体現したもう一つの重要な動きであった。Poppiの加入によりソーダ分野のペプシの競争力を強化する。年内は飲料品大手の健康、機能性ソーダ市場での激しい競争が続いていく。

ネスレ、徐福記の残り40%の株式を11億ドルで買収

2025年3月3日、ネスレグループは徐福記国際グループの残りの40%の株式を約11億ドルで買収し、取引が完了すると徐福記はネスレの完全子会社になると発表した。

徐福記の2024年の売上高は70億元を突破し、4年連続で高成長を実現し、そのキャンディとお菓子製品は農村市場でのカバー率は90%以上に達し、ECチャネルの売上高の3年の複合成長率は50%を超えた。

今回の買収は中国市場のレイアウトを深化させることを目的としており、ネスレは徐福記の製品構造をさらに最適化し、健康志向へのグレードアップ（低糖菓子、機能性菓子など）を加速させる。同時に、徐福記のチャネル資源とネスレのグローバルサプライチェーン能力を統合することによって、ネスレの研究開発プラットフォームを借りて、越境の新製品を開発し、東南アジアと北米の華人市場で、成長の新たな余地を生み出すことが期待されている。