

西宮北口「中核市」の顔に

阪急電鉄の西宮北口駅（兵庫県西宮市）周辺が大きく変化している。オペラ開催などで大阪・京都からも観客を集めている兵庫県立芸術文化センターに続いて、昨年11月に西日本最大級のショッピングセンター「阪急西宮ガーデンズ」、今年4月には甲南大が進出。西宮北口が、2008年4月に中核市となった西宮市の「顔」になりつつある。

「ガーデンズ」好調 芸術センター活況 大学進出

大阪などからも集客 児童増え 校舎不足も

も4月は1日平均9万8000人。オープン前より約2万人増え、阪急電鉄では京都線の烏丸駅を抜いて、梅田、三宮に次ぐ3位に浮上した。

北口駅周辺はもともと西宮スタジアムのほかは住宅など住宅地が広がる街だった。1984年までは阪急神戸線と今津線の線路が平面交差する「ダイヤモンドクロス」で地域も4つに分断されていたが、西宮市は86年に北口周辺を市の都市核のひとつに位置づけた。

95年に起きた阪神大震災後の復興事業もあって、駅北東側には商業施設や図書館などが入る再開発ビル「アクタ西宮」、南西側にも3階建て高層マンションや商業ビルが完成。05年には芸術文化センターがオープンし、街のイメージを大きく変えるのに貢献した。

市民らも舞台に

4月24日、芸術文化センターの大ホール。舞台と観客席の間にあるオーケストラ・ピットの昇降

乗降客数33位に
965万人、355億円。ガーデンズが開業して6カ月間（プレオープン含む）の来場者と売上高だ。景気低迷や新型インフルエンザの影響があったにもかかわらず、年間目標の2000万人、600億円に比べると、売上高は年間目標の半分を上回った。阪急阪神ホールディングスは「おおむね順調な滑り出し」と判断している。

西宮北口駅の乗降客数

児童増え 校舎不足も
意向が反映され、毎夏恒例の芸術オペラの前には地域の学校、音楽グループを巻き込んだミニコンサートや前夜祭を開催。秋には「にきた音楽祭」も開いている。こうした催しのチラシなどに周辺商業施設の割引クーポンを印刷し、街を回遊してもらおう取り組みも進んでいる。阪急西宮ガーデンズも協議会に加盟、地域協力を模索する。

4年で17万人増

今年5月、西宮市の推計人口が48万人を突破した。芸術センターが開業した4年前に比べ1万7000人増えた。北口駅の北西側にしきた商店街だけで不動産・不動産仲介の店舗は20店以上。「空き店舗が出ると、不動産仲介店に変わる」と

てもらわなければ困るが、一人勝ちも困る。違う色合いの街4つが共存共栄できれば」と、アクタ西宮振興会の松山享理事長。そういう願いを込めた四つ葉のクローバーが活性化協議会のシンボルマークになっている。

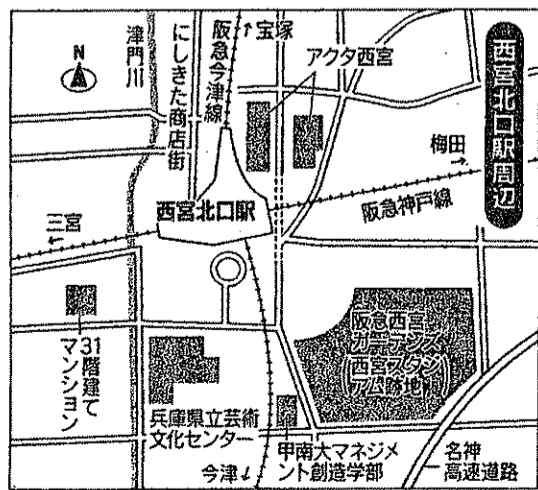
その一方で、周辺の小学校には児童が集中し、プレハブ校舎を増設して対応している。西宮市は住宅開発規制を強化しており、人口増は手放しで喜べるわけではない。

北口駅南側には4月、甲南大のマネジメント創造学部が開学した。市内には10大学・短大が集中する。市はアクタ西宮に「大学交流センター」を開設し、各大学は共通車

いうほど。自社物件のワイルドマンションを展開する大阪建設（大阪市中央区）は「西宮北口限定のお客が多い。駅周辺は稼働率が常にほぼ100%」（西宮本部）という。

「西宮ブランド向上大作戦」として学生向けのイベントプロデューサー講座も開き、「西宮」をブランドとして売り出す試みも進んでいる。

かつて「北口」と呼ばれた西宮北口。「にしきた」として、大阪などからも集客できる街に成長しようとしている。



食品市場新聞 6月30日

「日本の食」は安すぎる

マツダテール社長 山本謙治氏

◇食品の価格を2倍にする。すべての食品の価格を今の2倍に上げようと言っている。そうすれば少し余裕が生まれるので、悪化する人が減ると思っている。日本人はバブルが弾けて以来、食品が安く手に入るという感覚が頭の中にすり込まれている。それを正常なところに戻すというところがまず必要だ。

食品の価格を2倍に

中間流通コストは高くない

◇食品の価格は架空の価格だ。もともと生産原料で弁当などを生産していたが、バブルが弾けて、安く作るには中国など海外の原料で弁当を作るようになった。架空

◇中間流通コストは高くない

出さず、中間流通コストが高くないことを言う方がよい。

食の流通コストは高くても、良い方からいくと「食の派」で約30%を占め、この人たちが日本における食のエリートだ。それ以外では「食は他者依存派」、「食は手抜き派」、「家でずぼら派」、「食以外に心がかり派」。我々がメッセージを伝えるのは、食のエリートだ。

◇日本の食の将来
これから日本は、人口の減少、高齢社会の到来、世帯の縮小により、食にかかわる市場規模は間違いなく小さくなる。4年前、食の全市場で70兆円（明治乳業調査）だったのが、毎年約5000億円ずつ減少すると言われている。イトヨーカドーの青果物の売上高が年間約1000億円だから、同クラスのチェーンが5つ分、消えていくことになる。

いま消費者の嗜好が変化し、細かくなっている。A級品が売れなくなる。B級品が売れるようになる。

の価格が20年続いている。この安い輸入原料で作った食品が当たり前に思っている。だから、だいたい多くなった。そこに昨年、原油価格などが高騰し、食品も一段階、値上げした。消費者はこれで食品産業の人たちが一息ついたと思っているが、本当は違う。（中国産品の敬遠で）国産原料を使用している商品を作っているが、架空の価格から一段上げた価格は国産原料の生産コストには及ばないから。だから2倍の値上げを言っている。

「日本の食」は安すぎる。例え御の手数は非常に細かい。料理は野菜で8・5%、仲御は選別、パッキング、カット、納品、陳列まで行いリスクを背負っている。手数は少ないが、高くないと思つて、小売業者は30%以上を取っている。もっと全国で説明を

「食は他者依存派」、「食は手抜き派」、「家でずぼら派」、「食以外に心がかり派」。我々がメッセージを伝えるのは、食のエリートだ。

◇日本の食の将来
これから日本は、人口の減少、高齢社会の到来、世帯の縮小により、食にかかわる市場規模は間違いなく小さくなる。4年前、食の全市場で70兆円（明治乳業調査）だったのが、毎年約5000億円ずつ減少すると言われている。イトヨーカドーの青果物の売上高が年間約1000億円だから、同クラスのチェーンが5つ分、消えていくことになる。

いま消費者の嗜好が変化し、細かくなっている。A級品が売れなくなる。B級品が売れるようになる。

「市場流通ビジョン」を考える会

第4回研究会から

市場流通ビジョンを考える会(伊藤裕康会長)は5日、築地市場の講堂で第4回研究会を開き、鈴木敬一築地市場社長、井上健二九州中央魚市社長、伊藤宏之全国水産物卸組合連合会長、池本周二同連副会長の4氏が「卸売市場の今後のあり方に関する私案」をテーマに講演。4氏の講演内容を紹介する。鈴木社長は「水産卸売市場のあるべき形」をテーマに講演した。

みなと新聞 6月24日

売価決定力持ち利益を

M&A、高付加価値化がカギ

現在、卸売市場の問題点は何かと考へてみると3点ある。1点目は、市場経由率が低下、取扱数減が減り、金額が年々減

っている。2点目は、卸売業者、仲卸業者、それに関連する業者、その人たちの収益が悪化している点。3点目は、現在の機能が時代の変化に適合していない点。この3点をどう解決するか。

市場経由率向上には魚が他の食品に対して優位性を持つことを広く国民に啓蒙、認識させるべきではないか。産地、卸売市場、末端など魚をめぐるすべての業界が消費拡大のキャンペーンすることが必要。それにはテレビ宣伝が一番。お金がかかるから、みんなが協力してお金を出せばよい。

市場業者の収益悪化は構造的な問題だ。市場の数は過剰で、淘汰(とうた)が必要。市場を減らすには、卸会社を減らすべきだ。築地には卸が7社あるが、私は7社必要ないと思う。そもそも利益を確保する最大の要諦は、

売価決定力を持つこと。売価の決定力を持つためには合併、統合、買収などM&Aを行い、市場を寡占化。マネできない高付加価値商品を作る。これしかし、利益を上げる方法はない。この業界は合併という話をあまり聞かないが、私は危機感がないとは思えない。

卸会社は買い付けリスクをいかに下げるかという課題がある。例えば買付額に口銭を包含し、最終段階での利益を売り手と折半(損失は買い手負担)するプロフィットキヤンティ方式や、最低保証金額を設けるミニマムキヤンティ方式を導入するなどの方法がある。ただ、実際には難しいかもしれない。

仲卸は市場法の原則に戻らなければならない。すべて仲卸を経由した取引にしたらどうか。卸と一体となった動きが必要だ。

「市場流通ビジョン」を考える会

第4回研究会から

のは魚離れ、魚食の不振、漁業者の高齢化、漁船の老朽化、資源枯渇などさまざまな問題。こうした問題は基本的に何も解決せず、悪化の一途だ。

6年前、熊本には13カ所の地方卸売市場があり、現在登録されているのは10カ所。現実的には3カ所だ。結局3つしか必要ない。1日の売り上げが50万円程度の魚屋と変わらないなら、3万5万人の都市の地方市場は必要とされていない。

産地市場はまだ救われている。船が来れば荷があり、発泡スチロールに詰め、量を量り並べる。この作業でお金が入る。船が入れば稼げるので、船を呼ぶことだけに精進(せいしん)する努力は、消費や販売活動に注力できない。このままでは産地市場は船が来なくなったら終わってしまう運命をたどる。

地方の消費市場は、場外に店を持ち、スーパーや百貨店で販売するなど進んでいる面もある。販売する力を持つが残念ながら食べる人がいない。暗黒模索の中、一つの売り先がないのだ。既存の売り先も消費量が減つ

ている。新しい商品、企画を持っていかないと進歩はない。しかし、新しい商品が出ると、既存の商品は外されることもあり、結果として魚の消費は伸びない。

こうした状況下で利益向上を考えた結果、合併に至った。われわれは同じマルハニチロ系列のグループ内で、資本系列が一緒というところで、熊本魚と鹿児島魚市で合併した。

今の卸売市場を考えた場合、特に地方は一切時代に対応できていない。スーパーは地域を越えて寡占化状態にあり、そのうちでは県や市は関係ない。各県単位での卸、市場という考え方はもう終わっている。各荷受同士の連携が必要。九州ではこうした取り組みを強化したい。また、地方の消費が停滞する中、東京や大阪での販売も注力する。

将来に向けて合併した方が、市場の今後のあり方をつかんだわけではない。暗黒模索の中、一つの売り先がないのだ。既存の売り先も消費量が減つ

みなと新聞 6月25日

合併は一つの選択肢

時代に対応した市場づくりを

市場流通ビジョンを考える会(伊藤裕康会長)第4回研究会で井上健二九州中央魚市社長は「地方における水産卸売市場の生き残り策について」をテーマに講演した。

地方の市場で聞かれる

「市場流通ビジョン」を考える会

第4回研究会から

築地の仲卸は800を切った。しかもその経営は皆苦しいのが現状だ。自分の会社をみても、売り上げと利益が減ったが労働力は昔に比べ非常に多く要するようになった。原因は料率をはじめ専門小売店も壊滅状態となるなど、お得意先の業務関係が様変わりしたのが最も大きい。こうした環境の中、仲卸の食の機能の最大の武器である目利きが発揮できなくなってきた。逆に言えば、それを発揮できる場があれば、魚はもっと売れるはずだ。一般の方はもっと魚を食べてくれるという思いが非常に強い。そのためにも子ども魚を食へさせる30代の若いお母さんたちへの食育が必要だ。上手においしく食べってもらう機会をどうつくり出すかが市場で働く人間の大きな課題である。

最近、全国中央市場卸水産物協会の伊藤裕康会長の「市場の在り方研究会」に入り、いろんな方と接する機会があった。そこでイオンの浅田博取取締役と魚力の伊藤繁則社長に、旬の魚に対してん

な見解を持っているかを質問した。浅田部長は旬に対する考え方がいわゆる総合食料量販店の自分たちの最大の欠点と回答。伊藤社長は戦略の最大の武器という発言をされた。

イオンが直接取引に走り、私は憤慨した。市場を向かと思っているんだ。全水卸の伊藤会長、全国水産物商業協同組合連合会の藤原厚会長とともに水産庁へ抗議にも行った。しかし、浅田部長の話や聞き、魚でもうけようということより魚で客が呼べるかという戦略に魚を使ったと分かった。だが水産庁が助成金をつけるのはやはりおかしい。

今なぜ経由率が落ちてくるか。生産者が市場に対してどういう不満を持っているか、最終消費者が6段階流通の中でわれわれのやっていることを評価してくれているのかをよく話し合う機会が必要だ。

これからの市場の在り方として、築地市場は株式会社築地市場が大前

(* 四面へ続く)

みなと新聞 6月26日

目利きで魚が売れる!

各機能発揮が市場の生き残る道

市場流通ビジョンを考える会(伊藤裕康会長)第4回研究会で伊藤宏之全国水産物卸組合連合会長は、仲卸の代表として現状と課題を話すとともに、市場のあるべき姿を語った。

市場流通ビジョンを考

