

大阪市場「第2回経営展望検討会」

【大阪】大阪中央卸売市場は、2月28日、大阪、今回は主に、前回会合情報受信機能の強化(戦略1)・リニューアルを団結し、一つの組織となってきたが、今後もその方向性を変わりなく対応して、戦略2・先導的チャレン

【大阪】大阪中央卸売市場は、2月28日、大阪、今回は主に、前回会合情報受信機能の強化(戦略1)・リニューアルを団結し、一つの組織となってきたが、今後もその方向性を変わりなく対応して、戦略2・先導的チャレン

【大阪】大阪中央卸売市場は、2月28日、大阪、今回は主に、前回会合情報受信機能の強化(戦略1)・リニューアルを団結し、一つの組織となってきたが、今後もその方向性を変わりなく対応して、戦略2・先導的チャレン

基本方針など意見交換

本場と東部市場で開催

【大阪】大阪中央卸売市場は、2月28日、大阪、今回は主に、前回会合情報受信機能の強化(戦略1)・リニューアルを団結し、一つの組織となってきたが、今後もその方向性を変わりなく対応して、戦略2・先導的チャレン

【大阪】大阪中央卸売市場は、2月28日、大阪、今回は主に、前回会合情報受信機能の強化(戦略1)・リニューアルを団結し、一つの組織となってきたが、今後もその方向性を変わりなく対応して、戦略2・先導的チャレン

【大阪】大阪中央卸売市場は、2月28日、大阪、今回は主に、前回会合情報受信機能の強化(戦略1)・リニューアルを団結し、一つの組織となってきたが、今後もその方向性を変わりなく対応して、戦略2・先導的チャレン

日刊水産経済新聞 2月1日

近畿地区

卸売市場に併設された市場型冷蔵庫の経営は、港湾型に比べてさらに厳しいところも少なくない。市場の荷物が減り続けている上、「港湾型に比べて人件費、設備費、電気料金がかかる」(冷蔵業者)ためだ。しかも市場機能を維持するために不採算設備も稼働させざるを得ない。

今年の関西冷蔵倉庫業界は電力値上げ問題、円安などが絡み合い、コストプッシュインフレと製品デフレが同時進行する懸念も指摘される。経営者は例年以上に難しいかじ取りを迫られそうだ。

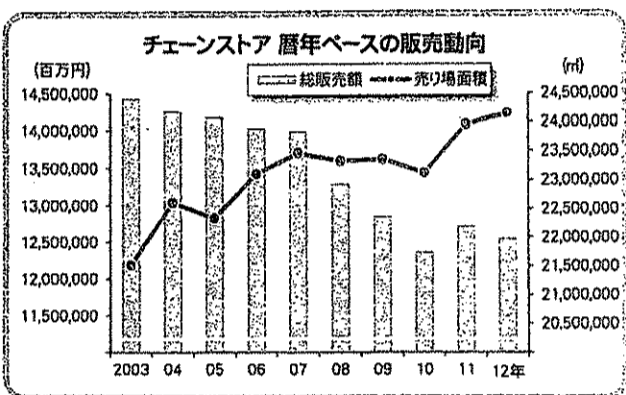
日本チェーンストア協会

12年既存店1.9%減

16年連続でマイナス

日本チェーンストア協会は22日、2012年1~12月の会員企業57社7895店舗(12月末現在)の売上高は既存店ベースで1.9%減だったと発表した。1997年から「16年連続のマイナス」(同協会)。全店ベースでも1.3%減だった。

水産品は 3.3%減
売上高は1兆5340億4600万円。うち、食料品の合計は7兆7454億4700万円となり、既存店ベースで2%



みなと新聞 1月24日

関電値上げ、影響必至

荷主との価格改定交渉これから

関西電力が4月から電力料金の値上げを計画している。企業向け自由化部門は平均19.23%値上げを行うとしており、「冷蔵業者が事前要請が来ている」(近畿冷蔵倉庫協会)と、2割近い値上げとなれば、収益への影響は必至だ。近畿冷蔵協会は昨年12月18日、近畿地方各冷蔵倉庫協会の連名で関西電力に

みなと新聞

1月28日

卸「市場移転方向で一本化」

東 伊藤理事長 4日に新執行部発足へ

東京魚市場卸協同組合の1月28日の理事会で理事に就任した伊藤淳一氏は、今後の組合運営について「本格的に仲卸が豊洲新市場へ移転する方向で一本化する」とし、「山崎治雄前理事長、伊藤宏之元理事長とこちらの方

針も引き継がない」と本紙取材に答えた。新市場移転問題は「現地再整備ができないため移転するしかない」と強調。土壌汚染もクリアできる課題だと語った。ただ、現状の東京都の施設計画は「組合員に説明が

東卸は28日の理事会前の臨時総会で、29人の理事が当選した。表参照。30日の継続理事会で新執行部が決まらなかったため、4日に2度目の継続理事会を開く。伊藤理事長は「4日に全ての人事を決める」としている。

理事当選者名	
社名	候補者氏名
㈱オオハシ商店	伊藤淳一
㈱米三	山川佳伸
㈱富士恭	安藤健司
㈱和田食品	和田駿一
㈱林田水産	田中健之
㈱亀谷	亀谷直秀
㈱大政本店	小槻義夫
㈱鈴友三浦水産	三浦進
㈱美濃桂商店	伊藤宏之
㈱大芳	宇田川浩
㈱山八	熊川正敏
㈱神奈辰	栗竹俊夫
㈱共穂	石塚保男
㈱越虎	栗原豊
組合員外	樽木真理
丸北水産(株)	北田喜之助
㈱伊勢桑	山口寛純
㈱伏仲	中村昭夫
㈱山卯商店	大橋文雄
㈱入元仲田	仲田昌弘
㈱樋長	飯田統規
㈱西誠	小川文博
㈱大元商店	横田繁夫
太海食品(株)	伴忠夫
㈱布長	本間淳一
㈱山治	山崎治雄
㈱星庄	片山正広
㈱尾桑商店	加納宏二
㈱平井本店	平井啓之

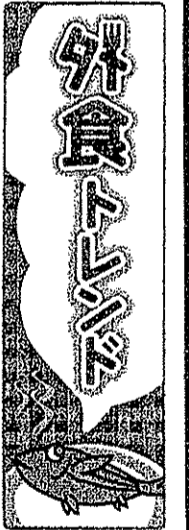
*東卸発表、届出順、敬称略

みなと新聞
2月1日

で競合するようになり、中央区とよく協議したい」と語った。

「プチ贅沢」の場「外食」上位に

大勢で楽しむ派や一人居酒屋派も



アサヒグループホールディングスの「青山ハッピー研究所」が実施した「プチ贅沢」に関するインターネット調査によると、7割以上の人が「プチ贅沢をする」と回答。特に女性に「プチ贅沢派」が多みられた。「プチ贅沢」する時は、「楽しいこと、うれしいことがあった時」や「ストレス、イライラがたまっている時」など。

具体的には何をするかというと、男性は「普段より贅沢なお酒を飲む」「外食をする」、女性は「お菓子・デザートを食べる」「外食が上位にランクインし、外食をはじめ、食に関する「プチ贅沢」が目立った。

外食の「プチ贅沢」は「同僚や友人と外食でパッと盛り上がる」や「仲のよいママ友とランチ」一人で行きつけの居酒屋に行きつけの料理やワインを楽しむなど、それぞれの「プチ贅沢」を楽しんでいるようだ。

「プチ贅沢」をやる？ (複数回答可)

性別	1	2	3	4	5	
男性	お酒(プレミアムビール、ワインなど)	49.3%	外食(高級ランチ、飲み会など)	48.6%	食品、生鮮食料品(コメ、野菜、肉、調味料など)	40.6%
女性	お菓子、デザート(ケーキ、チョコレートなど)	68.1%	外食(高級ランチ、飲み会など)	49.3%	食品、生鮮食料品(コメ、野菜、肉、調味料など)	41.0%
	お酒(プレミアムビール、ワインなど)	30.6%	旅行、レジャー関連(ホテル、温泉、遊園地、キャンプなど)	18.8%		
	お菓子、デザート(ケーキ、チョコレートなど)	22.6%				

アサヒグループホールディングス「青山ハッピー研究所」
調査対象：全国の20歳以上の男女 有効回答数：782人
調査方法：インターネット調査 調査期間：2012年12月5-11日

経営展望 基礎資料 仲卸アンケート

大阪市中央卸売市場「入札」、「相対取引」以外の方法による仕入れを行う事業者は多いが、このほど仲卸業者を対象とする本場、東部両市場のアンケート調査結果(速報)が公表された。その概要を連載する。

①近年の仕入れ方法 最も多く、次いで「専門小売店」(63%)、「中食小売店」(63%)、「中食業者」(63%)、「飲食事業者」(77%)と続いた。水産は「飲食事業者」が77%と最も多く、次いで「専門小売店」(8件)、「中食全・安心への対応」(48%)の順。水産も「安心」が71%と多く、次いで「専門小売店」(9件)、「中食業者」(9件)と続いた。

青果の51% 水産の71%

が売上悪化

青果では「中小スーパー」が32%と最も多く、次いで「地元量販店」(23%)、「専門小売店」(17%)の順。水産では「飲食事業者」が51%と最も多く、次いで「地元量販店」、「食品加工業者」がそれぞれ17%と続いた。

②現状の販路(11年)では「飲食事業者」が51%と最も多く、次いで「地元量販店」、「食品加工業者」がそれぞれ17%と続いた。

③取引先とのやりとりや社会的要請なども含めて、特に近年、仲卸業者に対するニーズや声などに対して「安心」が71%と最も多く、次いで「専門小売店」(9件)、「中食業者」(9件)と続いた。

④売上状況について「やや悪くなった」が(33%)、「産地との情報交換」(31%)、「販路拡大」(31%)、「取組市場関係者の連携体制など」について、どう評価するか「やや不満」(33%)、「見学ツアー」(33%)、「見学ツアー」(33%)、「見学ツアー」(33%)が最も高く、「体験ツアー」(33%)、「見学ツアー」(33%)が最も高く、次いで「見学ツアー」(32%)、「見学ツアー」(28%)と続いた。

