

こうすれば儲かる！

水産卸・仲卸の利益管理

①

また、水産業界を取り巻く世界の動きにもふれ、水産資源が未来に向けてどのように推移していくのかも考えてみたい。まず、おさらいとして市場という施設を考えて

市場の「機能」「役割」劇的変化

業務改革の成功例と失敗例

前回の連載から数年がたったが、その連載時点より、いっそう水産卸・仲卸の業界は「厳しく」なってきた。

はじめに

デフレが続ぎ、消費者ニーズも魚離れし、スーパーの店頭には「魚」はほとんどが加工したものとなった。このごろでは「骨なし魚」が店頭に並びだす始末である。また、主婦層も鮮魚を三枚

におろすことができる人は皆無に等しいという。しかし、そのような中でも利益を順当に出し、会社を存続させていかなければ未来は存在しない。

今回の連載では、水産卸売会社、仲卸会社と市場の役割とどのようなものだろうか。卸売会社、仲卸会社の業務改革の成功例と失敗例を述べて、成功した秘訣（ひけつ）や失敗した原因を考察してみようと思う。

今回の連載では、水産卸売会社、仲卸会社と市場の役割とどのようなものだろうか。卸売会社、仲卸会社の業務改革の成功例と失敗例を述べて、成功した秘訣（ひけつ）や失敗した原因を考察してみようと思う。

今はこのようにそれぞれの「機能」や「役割」が劇的に変化しているの



情報システム株

大谷 淳一 社長

生産者や出荷者が、卸売人（卸売会社）に品物を販売したり、量販店に納品したり、ホテル、旅館、この概念が崩れてきてい

（毎月の市場・物流版に掲載）