

日刊食料新聞

http://www.nikkan-s.co.jp/

© 日刊食料新聞 2004 年

日刊 (土日・祭日・休市日休刊)

全国生鮮流通

フォーラムから

《 6 》

量販店から見た新時代の生鮮流通①

コーディネーター 鹿兒島大学 水産学部助教授

パネラー

- 榊すかいらーく
- 榊東急ストア 青果部果物課長 小川達也氏
- 築地食品(株)営業部次長 大三川和義氏
- 見崎福司氏
- 佐野雅昭氏

佐野 生鮮流通は大きく変化多様化してあり、モノが流れば価格はついてくるという時代ではなくなり、新時代の生鮮流通をどう見ますが、卸売市だき、市場卸業者多量の方々からのお話をきいていただき、幸いだと思います。

佐野 生鮮流通は大きく変化多様化してあり、モノが流れば価格はついてくるという時代ではなくなり、新時代の生鮮流通をどう見ますが、卸売市だき、市場卸業者多量の方々からのお話をきいていただき、幸いだと思います。

見崎 見崎です。私が行っている取組みの一部を紹介し、食の安全、産直について10年前から取組

川島の特産物です。西友のZ大泉店当時の店長が金沢出身ということで能登半島の魚の産直を提案、店長が魚に明るく、自らセル

居酒屋「灌」では、手釣で10kgをまと扱います。この状況はもう終わって、21世紀の生鮮市場のあり方として私が希望するのは産直で生鮮流通のセン

トラルキッチンを作ってもらいたいということです。また、バイヤーが一番期待しているのは、①水揚げ情報②価格③供給量④鮮度チェック⑤メニュー提案、差別化です。

生鮮流通は、頭を切り替えていくことが必要になってきます。今日は消費者に最も近い第一線で話されている金澤さんに

ストークで魚を販売し大盛況でした。これをきっかけに「漁村直と魚流通」として居酒屋のメニューにも切り身魚の朝食メニューとして提案できます。産直は魚の知識が豊富で、セイルストークは抜群です。築地というブランドは、日本としての位置を占めています。場外市場では土、日にはいつも混雑しているのは消費者の信頼の証です。この状況をお話を行うことで需要拡大に繋げていってほしいと期待しています。(N)