

新まわしげり

岐阜大学社会学  
経営学専攻特任教授

前澤重禮

ビジネスシーンとは決断の連続である。特にリーダーは決断内容を果敢に押し、組織を前進させる責務を負っている。決断は組織の発展に不可欠だ。決断を迫られたときに起りがちなことは、もう少し情報を集めてから決断した方がいいのでは、という懸念の大きさや、きにかけてしまうことだ。そして、決断した新事業に取り組むことに対する批判を恐れるが、あま

これこそが決断

ないだろうか。どちらか判らない未来に対して「成功するまでやります」と言い切れる勇気。この根拠のない自信は、学術的には自己効力感・セルフエフィカシーとして定義されている。簡単にいえば、でき

いうヒトリ感だ。このヒトリの根拠は、「この決断で、果たしてうまくいくのか」という不安である。この不安の程度は、成功と失敗の位置関係の捉え方で決まる。成功と失敗の位置関係つまり両者のポジション感だ。この「I」型思考こそが、前述した「大丈夫です。うまくいくまでやります」という発言の根拠になる。「I」型思考の決断は、成功が失敗かの一発勝負ではなく、失敗したら何度でもやり直す、という繰り返し勝負だ。これが「I」型思考の特徴だ。次に、決断と判断の違いを考ふる。両者の差を

明石市場

施設整備の方針検討

今秋に「あり方委員会」を設置

明石市は、施設が老朽化している公設地方卸売市場のあり方の検討に、2025年度から本格着手する。今秋に場内業者や学識経験者らで検討委員会を立ち上げ、同市場の将来展望を議論し、26年中に施設整備の方針をとりまとめる方針だ。同市場は、1977年の開場から47年が経過

し、施設の経年劣化が進んで老朽化が目立っている。天井の不燃材落下などの事案も発生しており、市場業務の一部に支障をきたしているため、場内業者や学識経験者らで検討委員会を立ち上げ、同市場の将来展望を議論し、26年中に施設整備の方針をとりまとめる方針だ。同市場のあり方検討委員会、学識経験者2名、市場関係者2名、公

本年度は、同市場のあり方を検討するために必要な基礎資料を作成し、全国の卸売市場の現状や課題、場内業者を対象としたアンケート結果をとりまとめた。場内業者を対象としたアンケート調査は、昨年9月から10月にかけて実施し、全54業者が回答した。将来的な同市場のあ

り方については、再整備を求める声が51%を占めた一方、「修繕を加えながら延命」「現状のまま」との回答も計7%だった。再整備の方法は、「現地での再整備」が約40%で最も高く、「現施設の改修・寿命延長」が約30%。再整備後の施設規模

マルハニチロ 社名を「umios」に

26年3月、第二創業と位置付け発展。マルハニチロ(株)池田(社長)は24日、2026年3月1日から社名を「umios(ウミオ)」に変更すると発表した。25年6月25日に

88%が買物困難者に対する農水省が市町村調査。農水省が全国の市町村を対象に実施した買物困難者調査によると回答した1033市町村のうち、910市町村(88.1%)が「対策が必要」「ある程度必要」と回答し、行政や民間事業者のいずれかで対策が実施されている割合は89.2%だった。同省が昨年10月から1月にかけて調査した。対策が必要と意見を聞いた

については、「縮小はやむを得ない」が約60%を占め、その理由としては「流通業界が変化し業態縮小している」と「既に空き店舗が多く存在する」が挙げられた。昨年12月から今年1月にかけては、卸業者、仲間組合、関連組合を対象にヒアリング調査も実施。「現地建替の場合同、中高層化して物流施設を併設」や「道の駅や温浴施設などの機能を併設し、にぎわいを形成」など機能複合型の再整備で市場を活性化する意見が出た。

開準備予定の株主総会で決断する。新社名は、同社のルーツである海「Umio」を起点に、社内外のステークホルダーや社会、地球と一体「one」となるとして、食を通じて地球規模の社会課題を解決「solutions」していく決意を込め、それぞれの頭文字を加えた。グループ会社の社名は27年3月末までに順次変更する。同社グループは、前身であるマルハが1880

年、ニチロが1907年に創業し、07年に両社が経営統合。マルハニチログループとなって総合食品企業としての基礎を固めてきた。水産業界の第一創業、07年の経営統合を第一創業とする、今回の社名変更は第三創業と位置付け、コアコンテント「海を起点とした価値創造力」で「食」を通じて人も地球も健康にする「ユウジカンパニー」を定め、次の100年に向けて新たな一歩を踏み出す。同日、28年3月期までの3か年の中期経営計画を公表し、連結営業利益は25年3月期見通しに比べ、33%増の400億円、ROIC(投資資本利益率)は5%を見込む。また、10年後に向けた新長期ビジョンも発表し、海外経常利益比率70%以上、ROIC7%以上を目指すとした。

神戸市中央卸売市場本場 神果神戸青果株式会社 取締役 会長 原田 俊一 代表取締役社長 米田 俊文 URL http://www.kobe-shinka.co.jp 本社 神戸市兵庫区中之島1丁目1番1号 神戸市中央卸売市場本場内 TEL(078)671-5512 明石支社 明石市灘江2029番地1 尼崎支社 尼崎市公設地方卸売市場内

姫路市中央卸売市場 姫路大同青果株式会社 代表取締役社長 木谷 憲一 電話(079)二四五一〇(総務部)

人事異動

神果神戸青果 (4月1日付)

営業2部部長(同副部長) 山本圭三>尼崎支社 野添部長(同副部長) 川西越>経理部付副部長(同計算課課長) 花岡賢人>営業1部第3グループ副部長(同課長) 工藤福徳>営業2部第1グループ副部長(同課長) 山口耕平>商品管理部副部長(同業務第2グループ課長) 木村賢>尼崎支社野添部副部長(同第2課課長) 畠田正義>総務部総務課課長(同課長代理) 山崎秀男>営業2部第2グループ課長(同課長代理) 寺口和男>商品管理部課長代理(同課長代理) 山田晋彦>明石支社営業部営業1課課長(同課長代理) 山田晋彦>明石支社営業部営業2課課長(同課長代理) 梅田和彦

神戸市中央卸売市場本場日報

3月25日 (火曜日)

●紙面の関係上、開設者から提示のあった資料の内、主要品のみ掲載しています。

野菜

Table of vegetable market data including item names, origin, quantity, and price. Total sales: 198,872 yen.

果実

Table of fruit market data including item names, origin, quantity, and price. Total sales: 20,172 yen.

生鮮水産物

Table of fresh seafood market data including item names, origin, quantity, and price. Total sales: 8,472 yen.

冷凍水産物

Table of frozen seafood market data including item names, origin, quantity, and price. Total sales: 1,472 yen.

加工水産物

Table of processed seafood market data including item names, quantity, and price. Total sales: 2,172 yen.

水産物

Table of aquatic products market data including item names, specifications, and price trends.

ワーケテイング部提供

4月の水産物の入荷・価格見通し(2)

神港魚類(株)

Table of market outlook for April aquatic products, including item names, specifications, and price trends.

各種調味たれ小ロットOEM承ります お気軽ににご相談ください

旨噌・こうじ・甘酒 調味たれ 製造卸

ISO9001 認証取得 さらには品質を高めま

株式会社たかた

URL http://www.takata-foods.co.jp E-mail: info@takata-foods.co.jp

本社・工場: 神戸市西区高塚台6丁目19-15 TEL.078-997-8855(代) FAX.078-997-8850

神戸市中央卸売市場本場

神戶中央市場運搬株式会社

取締役社長 中 境 典 子

電話直通 〇七八七二四三三番 内線 八二一三五番