

# ネットのチカラ

「5000円、5000円、5000円」。朝6時。南海魚市協同組合（大阪府吹田市）が運営する広さ10畳ほどのセリ場にセ

「旬材」の西川社長（大阪府吹田市）



り人の声が響く。この日の入荷は大阪湾内で水揚げされた魚50箱程度。仲買人の中谷嘉幸（42）は小アジが約20匹入った箱を5000円で競り落とした。

この小アジ。大阪市の中央卸売市場などに運ばれると、通常は2000円程度でしか取引されない。高値で落とした中谷の商売のカギを握るのが

## 第3部 冒険者たち ⑤

産者と、スーパーや飲食店の顧客を直接結びつける仕組みを構築。新鮮な魚が欲しいときに手に入る便利さが付加価値を生んだ。5000円中谷が仕入れた小アジも加工賃や輸送費を乗せ、7000円程度で地場スーパー

たな雇用を呼び込むかも「ならない」。買い物客でにぎわう週末の東京・自由が丘。雑貨店の軒先に月1回、産地直送の野菜マーケットが出現する。仕掛人は農家出身の20代、30代の若者たちだ。代表の児玉光史（31）は「東京で働きながら実家の手助けができないか」と、親から消費へと結び付く。

# 成熟産業に新たな鉞脈

## 稼げる漁業狙う

西川はヤンマーの営業マンとして、30年間にわたり漁船の売り込みで全国を飛び回った。目にしてきたのはいつも価格下落などに悩まされる漁師の窮状。「このままでは漁師という職業は成り立たない。流通を変え

市」と共同で顧客が欲しい魚を安心して予約できるシステムを開発。11月から「ネット通販のフェリシモと組み、鮮魚の通販も始める。農林水産省によると日本の漁業就業者数は昨年末で約21万人。調査を開始した1954年以降、一貫して減少を続ける。稼げる漁業となれば、新

# 水産など、古い商慣習破る

接取引がわずか2割という典型的な下請け企業だった。ネットに活路を見いだし、ブログを使って板金塗装の知識を発信。日々の仕事ぶりもツイッターで公開し、ウェブ限定の割引クーポンも取り入れた。今ではほとんどが一般顧客。かつての下請けの姿はそこにはない。

ネットをバネに進むオート産業の復活。自動車各社などが競う高度道路交通システム（ITS）は交通網の再生が狙いの1つだ。日産自動車ITS&ITS開発部エキスパートリーダーの福島正夫（57）は「人の移動をサポートするのは自動車メーカーの永遠の命題」と力を込める。

新潟県新発田市もITSの社会実験で路線バスの立て直しを模索する。全地球測位システム（GPS）で走行するバスの

「電子版「テクノロジー」の「技術×企業」（日経産業新聞online）コーナーで、関連記事「『iモード』生みの親に聞く日本再生の処方せん」を掲載中。

位置を把握。街角の専用端末やパソコン、携帯電話から誰もが手軽に運行状況を知ることができるようになり、地域の足をよみがえらせる。

成熟期や衰退期に入ると、それに気づきながらも古くから続く商慣習を変えることが難しかった。オールドな日本。これまでの仕組みを大きく変えるネットのチカラは、成熟産業が新たな価値を生み出す可能性を広げていく。敬称略

（関連記事3面に）  
第3部おわり

村山恵一、田中暁人、西雄大、兼松雄一郎、京塚環、砂山絵理子、中谷庄吾が担当しました。