

令和3年1月8日  
中央卸売市場管理課

# 青森市中央・公設地方卸売市場 経営ビジョン改訂版(案)

令和3(2021)年3月

青森市

# [ 目 次 ]

はじめに・・ 1 ページ

## 第1章 卸売市場を取巻く環境の変化

1. 卸売市場法及び業務条例等の改正・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2 ページ  
2. 人口の減少と少子高齢化の進展・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 4 ページ  
3. 生鮮食料品等の流通構造の変化・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 5 ページ  
4. 消費者の食生活やニーズの変化・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 8 ページ  
5. 環境問題への対応・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 10 ページ  
6. 大規模災害等の発生・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 10 ページ

## 第2章 青森市中央・公設地方卸売市場の現状と課題

1. 青森市中央・公設地方卸売市場の立地環境・・・・・・・・・・・・ 12 ページ  
2. 青森市民の消費動向・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 12 ページ  
3. 売上高の現状・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 13 ページ  
4. 卸売業務の状況・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 14 ページ  
5. 仲卸業務の状況・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 19 ページ  
6. 関係業者数の推移・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 21 ページ  
7. 卸売市場特別会計の状況・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 22 ページ  
8. 施設の概要・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 25 ページ  
9. 青森市中央・公設地方卸売市場を取巻く状況の整理と課題・・・・ 26 ページ

## 第3章 将来像、基本方針及び取組内容

1. 将来像・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 29 ページ  
2. 基本方針及び取組内容・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 29 ページ  
3. 推進体制等・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 42 ページ

### (参考資料)

・収支シミュレーション・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 44 ページ

## はじめに

---

青森市中央卸売市場は、昭和47(1972)年10月に開設して以来、令和2(2020)年で48年目を迎えました。近年、人口減少等により消費が減少し、専門小売店の減少等による小売形態の変化や消費者ニーズの多様化とともに、インターネット販売をはじめとする市場外流通が増加しております。

また、全国各地で多発している大規模な自然災害や世界規模で蔓延している感染症等の影響による経済の停滞など、卸売市場を取り巻く情勢は大変厳しいものとなっております。

このような中、改正卸売市場法が平成30(2018)年6月22日に公布され、令和2(2020)年6月21日に施行されました。

今回の卸売市場法の改正は、民間事業者による中央卸売市場の開設が可能となるほか、卸売市場に対する国や都道府県の関与が大幅に縮小し、全国共通の取引ルールが見直されるなど、卸売市場のあり方を抜本的に見直した内容となっており、当市場においても同法の改正を踏まえ、青森市中央卸売市場業務条例等を改正・施行したところであります。

また、総務省では、卸売市場を含む各公営企業が的確な現状把握と中長期的な視野に基づく計画的な経営に取り組むとともに、徹底した効率化と経営健全化を行うことができるよう、各自治体に対し「経営戦略」の策定を求めているところであります。

これまで本市では、市場運営の将来的な方向性を示すものとして、平成25(2013)年10月に「青森市中央卸売市場経営ビジョン」を策定し取り組んでまいりましたが、近年の卸売市場を取り巻く環境変化や、今般の卸売市場法等の改正に対応するため、このたび改訂することといたしました。

当ビジョンは、経営戦略の視点も取り入れるとともに、名称も新たに「青森市中央・公設地方卸売市場経営ビジョン」とし、今後、市場関係者と一体となって取り組んでまいります。

## 第1章 卸売市場を取巻く環境の変化

### 1. 卸売市場法及び業務条例等の改正

#### (1) 卸売市場法の改正

国では、農林漁業者の所得を向上させ、消費者ニーズへの的確にこたえていくためには、卸売市場を含めて、新たな需要の開拓や付加価値の向上につながる食品流通構造を確立していくことが重要と考え、食品流通の合理化と生鮮食料品等の公正な取引環境の確保を促進するため、平成30（2018）年6月に卸売市場法を改正し、令和2（2020）年6月に同法が施行されました。

法改正前の卸売市場は、国又は都道府県が立案した「卸売市場整備計画」に基づいて計画的に整備するもので、開設に当たっても国等の許認可が必要であり、市場取引に関する取引ルールも細かく規定されていましたが、法改正により、卸売市場整備計画が廃止され、条件を満たせば卸売市場を開設できる認定制に移行するとともに、共通ルール以外の取引ルールが原則廃止されるなど、**国等の役割が大幅に変更**されています。

#### ① 開設者に関する事項

事項	改正前	改正後
市場を開設できる者	都道府県、人口20万人以上の市	民間も可能

#### ② 国等の関与に関する事項

事項	改正前	改正後
卸売市場整備計画	国又は都道府県の策定	廃止
市場開設の認可・許可	国の開設認可・都道府県の開設許可	国又は都道府県の開設認定

#### ③ 卸売業者に関する事項

事項	改正前	改正後
卸売業務の許可	国又は都道府県の許可	廃止

#### ④ 取引ルールに関する事項

事項	改正前	改正後
取引ルールの規定	全国一律の取引ルールを規定	共通ルールのみ規定

①売買取引の方法の公表、②差別的取扱いの禁止、③受託拒否の禁止、④代金決済ルールの策定・公表、⑤取引条件の公表、⑥取引結果の公表、⑦その他の取引ルールの公表、以上7つが「共通ルール」です。

法改正により、これ以外の取引ルールを定めるかどうかは各開設者に任されています。

## (2) 業務条例等の改正

市では、法改正を受け、青森市中央卸売市場業務条例等を改正し、令和2（2020）年6月に施行しました。

新たに、取引参加者に対する指導及び助言や卸売業務の許可を開設者の役割として定めるとともに、共通ルール以外の不要な規制を廃止するなど、**開設者の役割や責務を定め、取引の自由度を増す内容**となっています。

### ① 開設者に関する事項

事項	改正前	改正後
指導及び助言	規定なし	開設者が取引参加者に行う

### ② 国等の関与に関する事項

事項	改正前	改正後
改善措置命令対象	卸売業者	開設者

### ③ 卸売業者に関する事項

事項	改正前	改正後
卸売業務の許可	規定なし	市長の許可

### ④ 取引ルールに関する事項

事項	改正前	改正後
取引ルールの規定	全国一律の取引ルールを規定	共通ルール以外の不要な規制の廃止

当市場では、共通ルール以外に、法改正前から定めていた取引ルールの一部を継続する一方、市場取引を活性化するための改正を行いました。

- ① 物流を効率化するため、**商物一致原則を廃止**
- ② 取引の柔軟性を高めるため、品目ごとに定められていた**取引方法の制限を廃止**
- ③ 業務の効率化のため、**事務手続きを簡素化**

## 2. 人口の減少と少子高齢化の進展

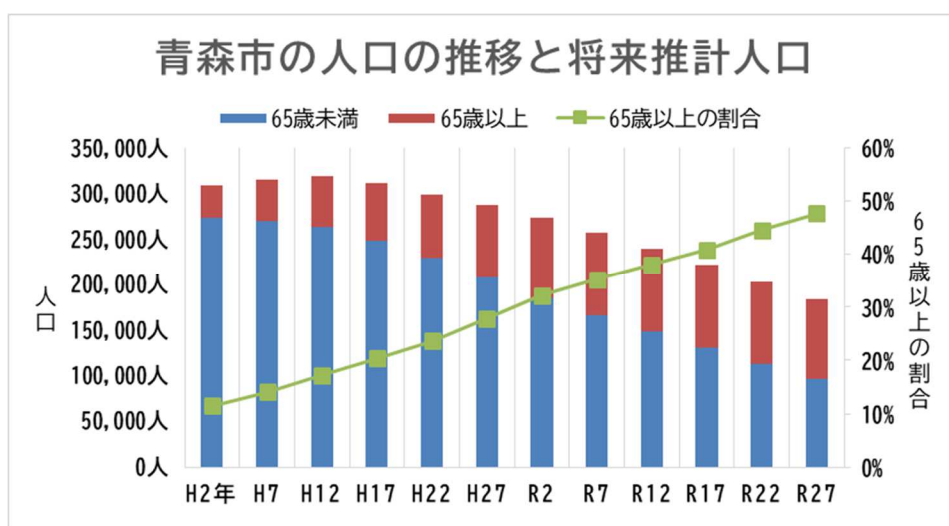
### (1) 全国的な人口の推移と将来推計人口

我が国の総人口は平成20（2008）年の1億2,808万人をピークに減少を続け、国立社会保障・人口問題研究所が平成29（2017）年に推計した「日本の将来推計人口」によれば、**令和27（2045）年には1億642万人と、ピーク時の約83%まで減少**すると推計されています。それに伴い、**令和27（2045）年には65歳以上の割合が約37%まで拡大**するなど、少子高齢化の進展が予想されています。

### (2) 青森市の人口の推移と将来推計人口

青森市は平成17（2005）年に旧浪岡町と合併し中核市となりましたが、人口は、平成12（2000）年の318,732人をピークに年々減少傾向にあり、**令和27（2045）年には183,528人と、ピーク時の約58%まで減少**すると推計されています。

また、**令和27（2045）年には65歳以上の割合が約48%まで拡大**するなど、全国的な傾向以上のスピードで少子高齢化が進行すると見込まれています。



\* 合併前の人口は旧青森市と旧浪岡町の合計値

出典：国勢調査（総務省）、日本の地域別将来推計人口（国立社会保障・人口問題研究所）

### (3) 食料消費への影響

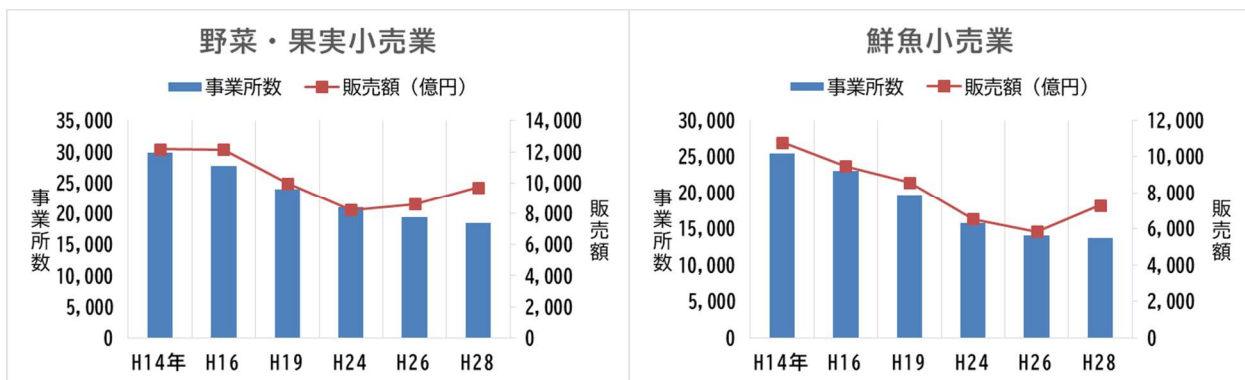
農林水産政策研究所が令和元（2019）年8月に発表した「我が国の食料消費の将来推計（2019年版）」によると、食料消費総量（1人当たりの食料消費将来推計×日本の将来推計人口）は、平成29（2017）年を100%とすると、**令和32（2050）年は最大66%まで減少**すると推計されています。

また、1人当たりの食料支出額（食料に支出する金額）は、平成27（2015）年を100%とすると、**令和22（2040）年に加工食品は132%に増加するものの生鮮食品は89%に減少**し、全体的な食料支出総額（1人当たりの食料支出額×日本の将来推計人口）も、長期的には人口減少により縮小すると見込まれています。

### 3. 生鮮食料品等の流通構造の変化

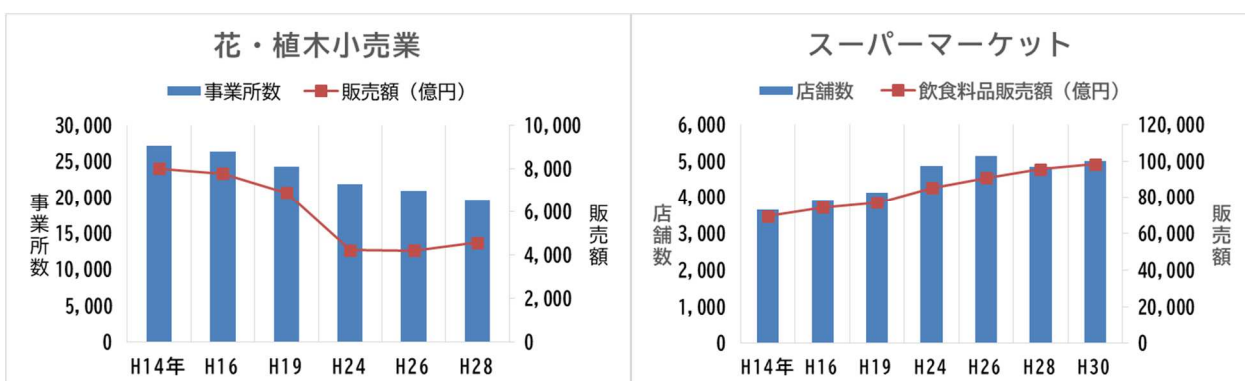
#### (1) 専門小売店の減少と量販店の進出

近年、我が国の生鮮食料品等の流通構造は、野菜・果実小売店等の専門小売店が減少傾向にあり、代わりに、**スーパーマーケット、コンビニエンスストア及びドラッグストアの店舗数が増加**するとともに、これらの店舗における**食料品の販売額も増加傾向**にあります。



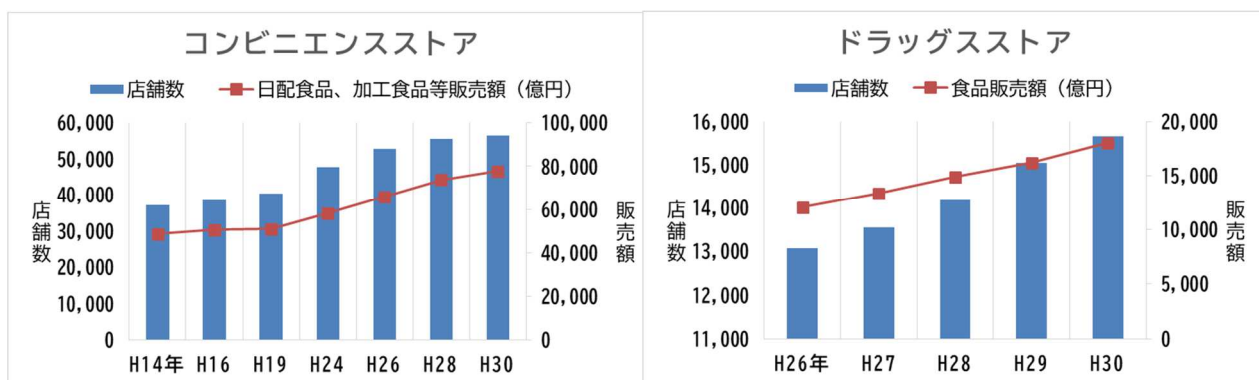
出典：経済センサスー活動調査（総務省）

出典：経済センサスー活動調査（総務省）



出典：経済センサスー活動調査（総務省）

出典：商業動態統計（経済産業省）



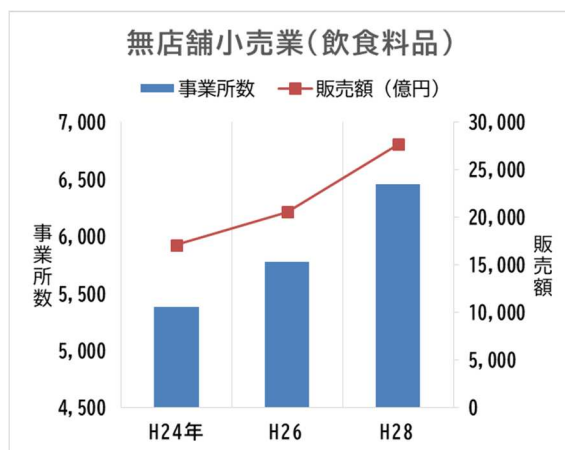
出典：商業動態統計（経済産業省）

出典：商業動態統計（経済産業省）

## (2) 市場外流通の拡大

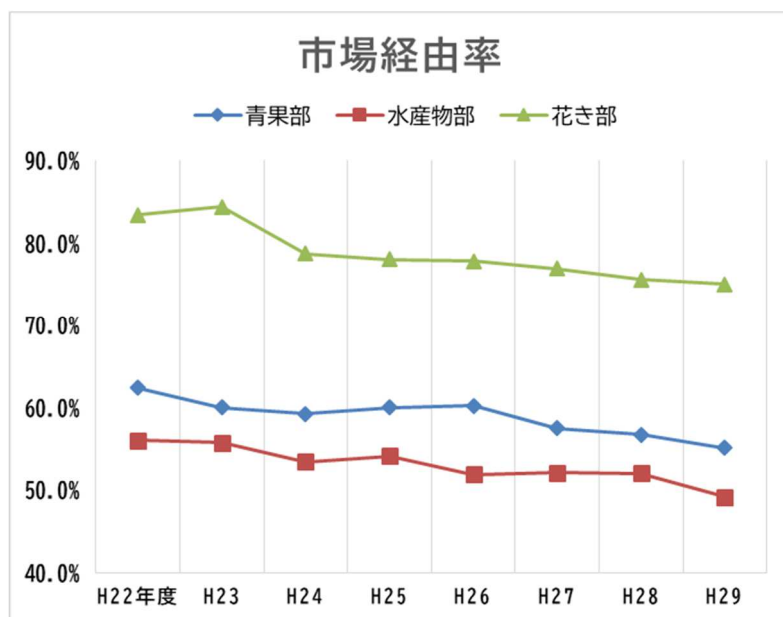
全国的に生産者による直販やインターネット販売など、卸売市場を経由しない取引、いわゆる市場外流通の手法が多様化し拡大してきています。

インターネット販売を主とする無店舗小売業（実店舗を持たない小売業）の飲食料品販売額が大きな伸びを見せる一方、市場外流通の拡大により、生鮮食料品の市場経由率は年々低下しています。



出典：経済センサスー活動調査（総務省）

平成22（2010）年度と平成29（2017）年度の全国の中央卸売市場の市場経由率を比較すると、青果は7.3%、水産は6.8%、花きは8.4%低下しており、いずれも低下傾向にあることが分かります。



出典：卸売市場データ集（農林水産省）



### (3) 商物一致原則の廃止と市場間競争

卸売市場は、大きく分けて次の4つの機能を有しています。

機能	内容
集荷・分荷機能	全国各地から多種・大量の物品を集荷するとともに、消費者のニーズに応じて、迅速かつ効率的に必要な品目、量に分荷する機能。
価格形成機能	需給を反映した公正で透明性の高い価格を形成する機能。
代金決済機能	出荷者へ迅速・確実に販売代金を決済する機能。
情報受発信機能	需給情報を収集し、川上（出荷者）・川下（消費者）に伝達する機能。

今回の法改正で卸売市場の機能に大きな影響を与える改正点は、「**商物一致原則の廃止**」です。

商物一致原則とは、取引する物品を卸売市場に持ち込まなくてはいけないという原則ですが、この原則があることで取引参加者が実際の商品を見ることができ、安心・安全な取引を行うことができるメリットがある一方、物流コストや時間がかかるデメリットがありました。

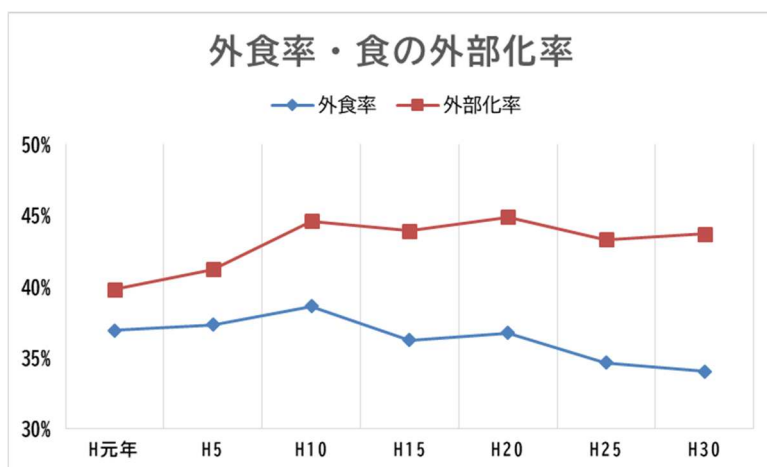
物流の整備や輸送方法の高度化に伴って卸売市場の取引は広域化しており、物流の効率化の点からも商物一致原則の廃止は時代の流れに沿ったものと言えます。産地から小売店へ直接商品を納品したり、これまで取引できなかった産地と取引したりできるようになることで**新しい取引を創出するチャンスが生まれ、卸売市場の「流通拠点」としての重要性が高まる**ことが予想されます。

また、当市場と同様、他の多くの卸売市場が法改正に伴い商物一致規制を廃止していることから、これらの卸売市場との市場間競争が激しくなることが予想されます。

## 4. 消費者の食生活やニーズの変化

### (1) 食の外部化と食の志向

公益財団法人食の安全・安心財団の調査による外食率（家計の飲食料費に占める外食費の割合）と外部化率（家計の飲食料費に占める外食費＋総菜・料理小売品費の割合）の推移を見ると、外食率が低下している一方で外部化率は増加しており、**家計の飲食料費に占める総菜等の割合が増加傾向にある**ことが分かります。



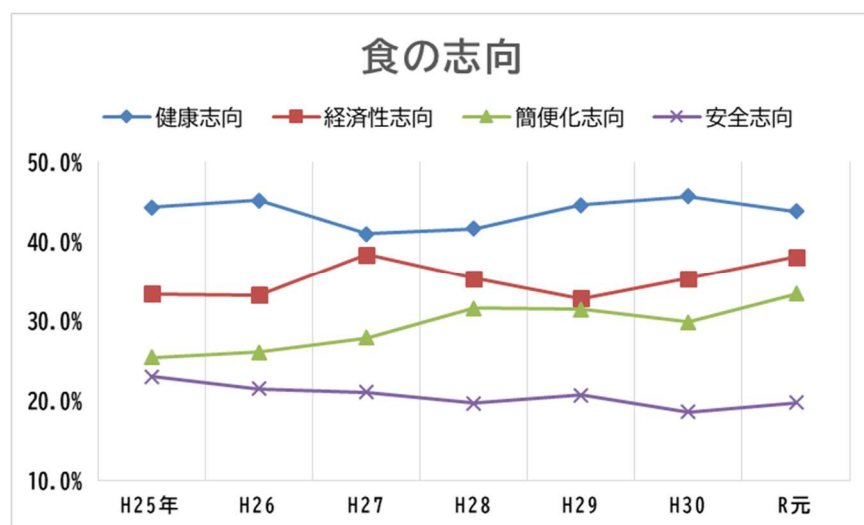
出典：外食率と食の外部化率の推移（公益財団法人食の安全・安心財団）

その一方、消費者の食に対する志向調査を見ると、健康志向と経済性志向が一貫して高い値を示していることから、卸売市場で取り扱う商品について言えば、**健康に良い生鮮食料品を安く購入したいという傾向**があることが見て取れます。

なお、安全志向は若干低下傾向を示していますが、食品を扱うすべての事業者は、令和3（2021）年6月から「HACCPに基づく衛生管理」又は「HACCPの考え方を取り入れた衛生管理」のいずれかを行うことが義務付けられることになっています。

HACCPとは、作業工程における食中毒菌汚染や異物混入等の危害要因を把握した上で、重要な工程を重点的に管理することで安全性を確保する衛生管理手法です。

今回義務付けられるのは「衛生管理を行うこと」ですが、さらに踏み込んで認証を受けることでグローバルな取引を行うチャンスを得ることができる手法であり、そういった点からも、衛生管理の徹底が一層求められると言えます。



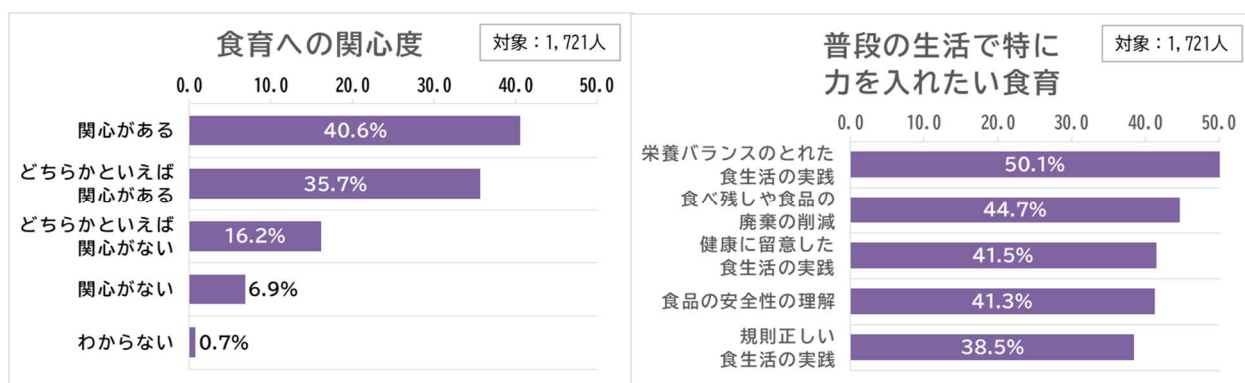
出典：消費者動向調査（日本政策金融公庫）

## (2) 食育の推進

朝食の欠食など不規則な食事や偏った栄養摂取、生活習慣病の増加などが問題となり、食に関する正しい知識と望ましい食習慣を身につけられるよう、「食育」の推進が求められるようになってきました。

令和2（2020）年3月に農林水産省が発表した「食育に関する意識調査報告書」によると、調査を行った約1,700人のうち約76%の方が食育に関心があり、約50%の方が栄養バランスのとれた食生活の実践に力を入れたいと考えています。

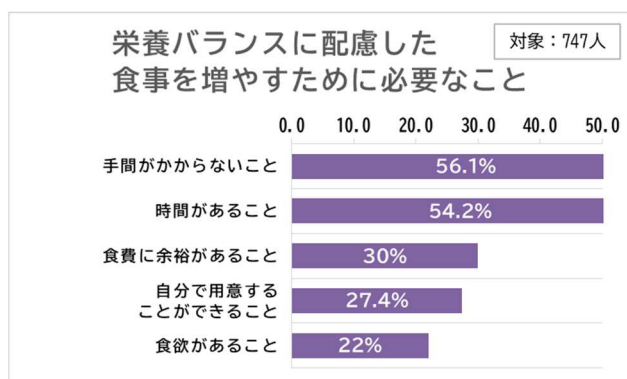
栄養バランスのとれた食事は、主食であるご飯、主菜である魚や肉、副菜である野菜などを組み合わせ合わせた食事を指します。生鮮食料品等のインフラである卸売市場は、栄養バランスのとれた食事をとることができるよう、**生鮮食料品等を安定的に供給することで食育に貢献する必要**があります。



出典：食育に関する意識調査報告書（農林水産省）

また、栄養バランスに配慮した食事を増やすために必要なこととして、約56%の方が「手間がかからないこと」を、約54%の方が「時間があること」を挙げています。

日本政策金融公庫の「消費者動向調査」においても「食の簡便化志向」が増加傾向にありましたが、この調査からも、多くの方が手間をかけずに栄養バランスに配慮した食事をとりたいと考えていること、ひいては**加工品に対するニーズが高まっている**ことが分かります。



出典：食育に関する意識調査報告書（農林水産省）

## 5. 環境問題への対応

---

卸売市場は、日々の運営に伴い、電気をはじめとする多くのエネルギーを消費するとともに、発泡スチロールや段ボールといった商品の梱包材等の廃棄物を多く排出する施設でもあります。

当市場ではこれまで、ごみの分別によるごみ排出量の抑制と廃棄物の資源化、フォークリフトの電動化、照明器具のLED化、オゾン層を破壊する特定フロンを使用している冷蔵庫の交換などに取り組んできました。

環境問題に対しては継続して取り組んでいくことが重要であることから、今後とも、これまでの取組をさらに推進していく必要があります。

## 6. 大規模災害等の発生

---

卸売市場は、生鮮食料品等を安定的に供給する基幹的インフラであり、生鮮食料品等と、それを運搬する輸送手段が集まる施設でもあります。

近年、自然災害により大規模停電が生じたり、新型コロナウイルス感染症により海外の卸売市場が閉鎖されたりするなど、生鮮食品等の供給に支障をきたすおそれがある事態が生じていますが、これらの事態により卸売市場を停止又は閉鎖することになった場合は、生産者及び消費者に大きな影響を与えることとなります。

そのため、大規模災害などの緊急事態が生じた場合でも、可能な限り現状を維持し、被害が生じた場合もその機能を十分に発揮できる体制に復旧できるよう、**関係事業者が事業継続計画（BCP）の策定に取り組む必要**があります。

令和3年1月8日  
中央卸売市場管理課

## 第2章 青森市中央・公設地方卸売市場の現状と課題

### 1. 青森市中央・公設地方卸売市場の立地環境

青森県は全国有数の農業県であり、りんご、にんにく、ごぼうをはじめとする農産物や、いか、ホタテをはじめとする水産物など、全国的にも高い収穫量を誇っています。**青森県の中心部に位置する当市場は、これらの豊富な農水産物を取り扱うことができる立地環境**にあります。

#### 農業・漁業産出額

農業産出額	漁業産出額
3,103億円（全国8位）	641億円（全国6位）

※平成29（2017）年実績

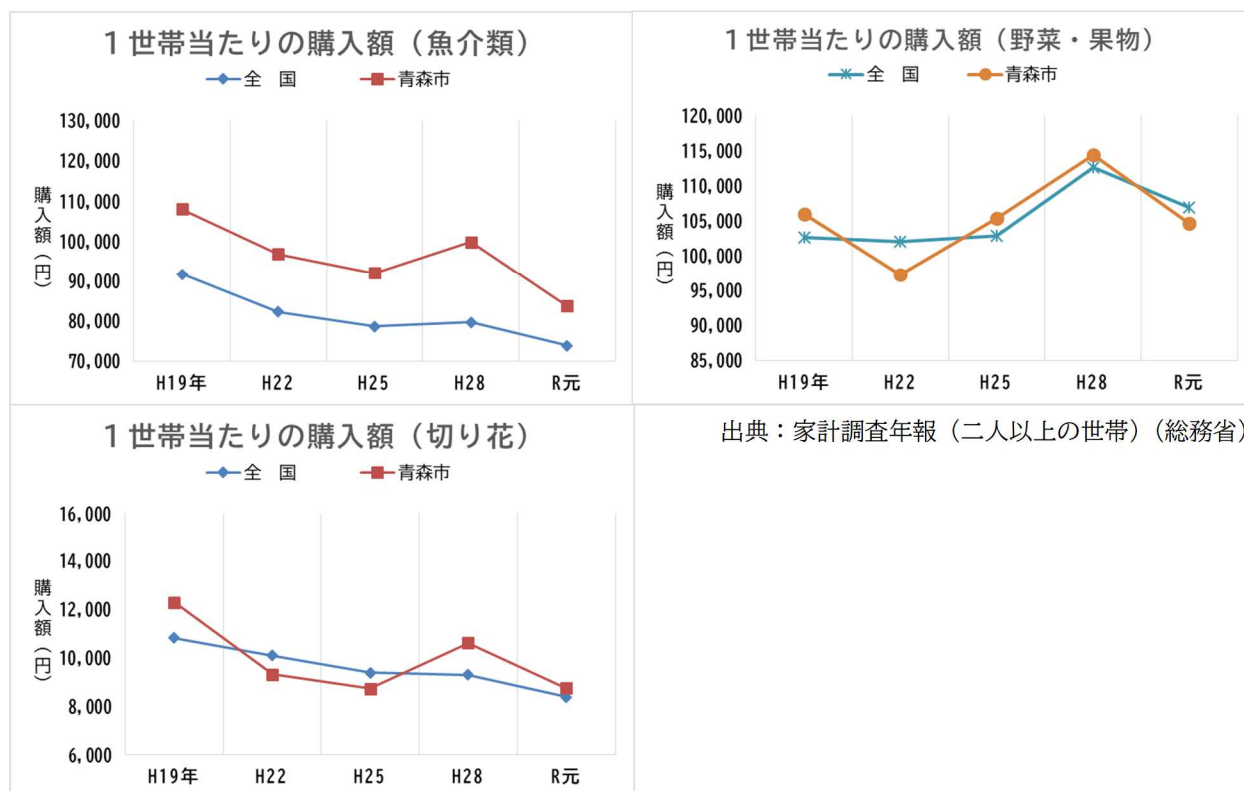
出典：図説 農林水産業の動向（青森県）

### 2. 青森市民の消費動向

魚介類、野菜、果物、切り花に関する青森市民1世帯当たりの購入額の推移を見ると、品目にもよりますが、全国と同程度又はそれ以上の購入額となっていることが分かります。

特に、**魚介類については全国と比べて高い金額で推移**しています。

青森県産の豊富な農産物・海産物を取り扱うことができる立地にあることと考え合わせると、当市場は、**産地市場であるとともに消費地市場でもあるという強み**を有していると言えます。



出典：家計調査年報（二人以上の世帯）（総務省）

### 3. 売上高の現状

令和元（2019）年度売上高で比較すると、当市場は全40市場中24番目に位置しており、また、中核市が開設している全18市場の中では5番目に位置しています。

#### 売上高〔令和元（2019）年度〕

【単位】売上高：百万円

順位	開設者	売上高	順位	開設者	売上高	順位	開設者	売上高
1	東京都	1,168,872	15	川崎市	51,352	29	和歌山市	22,927
2	大阪市	358,371	16	浜松市	48,539	30	八戸市	20,902
3	名古屋市	257,422	17	鹿児島市	46,433	31	松山市	19,297
4	横浜市	156,178	18	岡山市	45,250	32	福井市	16,790
5	仙台市	139,384	19	奈良県	40,156	33	姫路市	15,660
6	札幌市	136,467	20	宇都宮市	35,971	34	沖縄県	14,386
7	福岡市	127,732	21	徳島市	35,586	35	長崎市	14,194
8	京都市	112,633	22	静岡市	34,688	36	高知市	13,479
9	神戸市	96,523	23	北九州市	32,683	37	宇部市	8,626
10	大阪府	89,541	24	青森市	31,564	38	久留米市	6,799
11	広島市	78,937	25	高松市	28,773	39	さいたま市	5,794
12	金沢市	72,074	26	いわき市	28,502	40	秋田市	1,916
13	新潟市	56,501	27	宮崎市	28,307			
14	岐阜市	53,553	28	盛岡市	27,136			

出典：全国中央卸売市場協会調べ

#### 売上高〔令和元（2019）年度〕中核市開設

【単位】売上高：百万円

順位	開設者	売上高	順位	開設者	売上高
1	金沢市	72,074	10	和歌山市	22,927
2	岐阜市	53,553	11	八戸市	20,902
3	鹿児島市	46,433	12	松山市	19,297
4	宇都宮市	35,971	13	福井市	16,790
5	青森市	31,564	14	姫路市	15,660
6	高松市	28,773	15	長崎市	14,194
7	いわき市	28,502	16	高知市	13,479
8	宮崎市	28,307	17	久留米市	6,799
9	盛岡市	27,136	18	秋田市	1,916

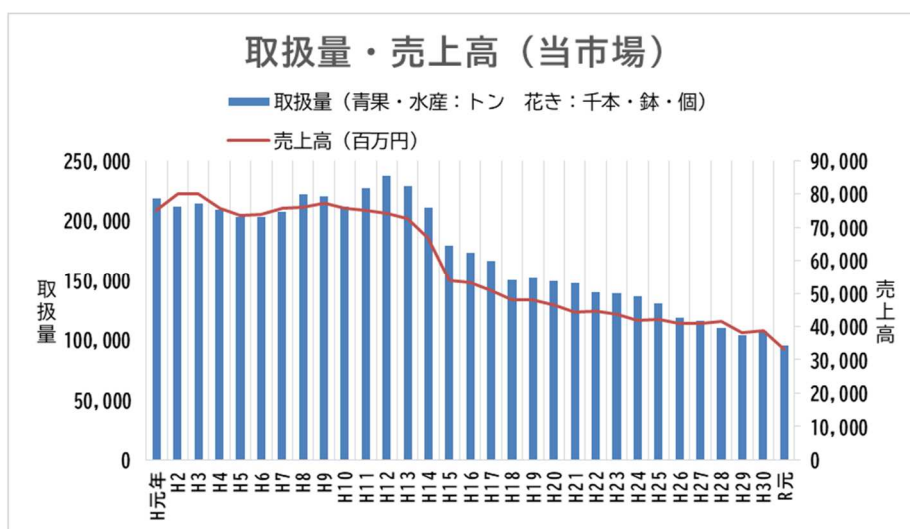
出典：全国中央卸売市場協会調べ

## 4. 卸売業務の状況

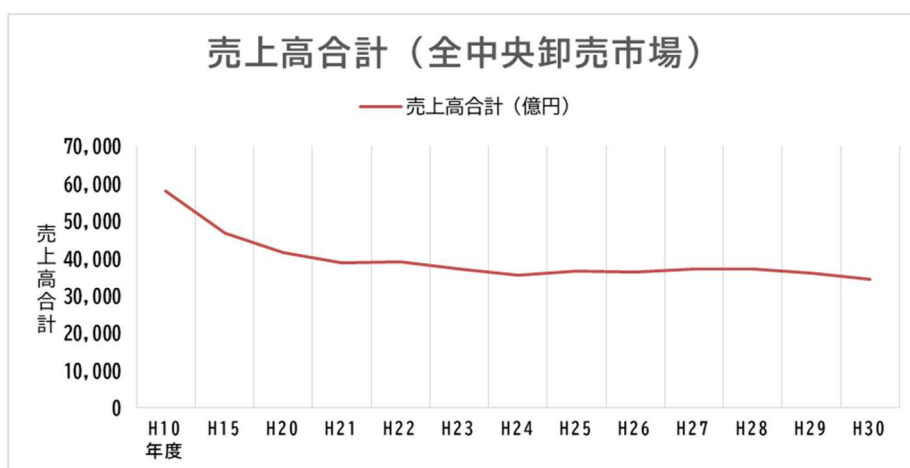
### (1) 卸売業者全体の売上高

当市場の卸売業者全体の売上高は平成3（1991）年をピークに減少傾向にあり、令和元（2019）年はピーク時の約41%になっています。

また、平成30（2018）年度の売上高を平成10（1998）年度と比較すると、当市場は約51%、全国の中央卸売市場の売上高合計は約59%となっており、全国的な傾向以上に減少している状況にあります。



出典：市場概要（青森市）



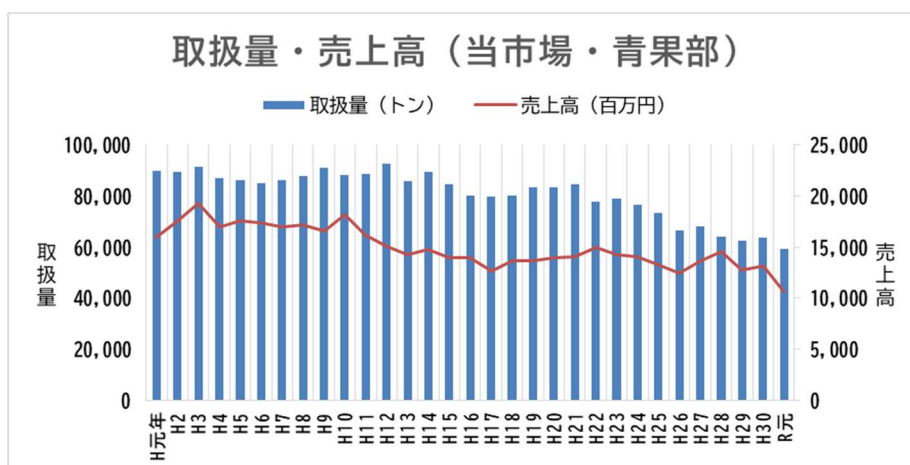
出典：卸売市場データ集（農林水産省）



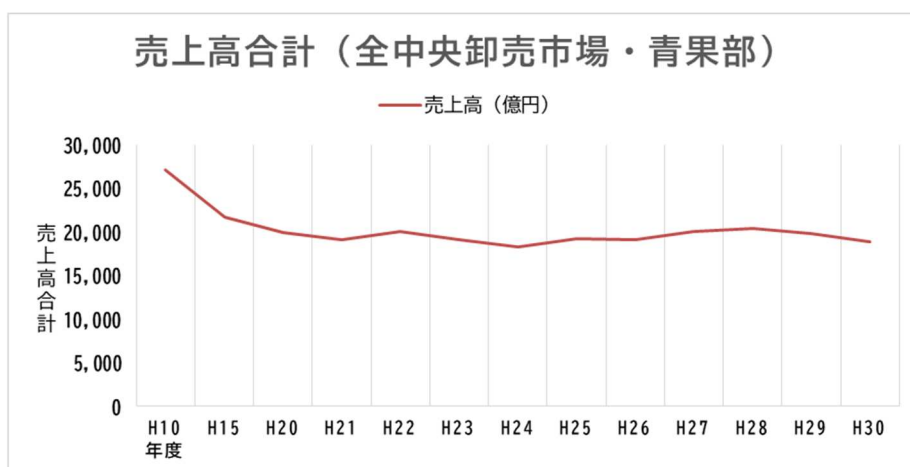
## (2) 卸売業者・青果部の売上高

当市場の青果部の売上高は、平成3（1991）年をピークに減少傾向にあり、令和元（2019）年はピーク時の約55%になっています。

また、平成30（2018）年度の売上高を平成10（1998）年度と比較すると、当市場は約73%、全国の中央卸売市場の売上高合計は約69%となっており、全国的な傾向と比べて減少していない状況にあります。



出典：市場概要（青森市）

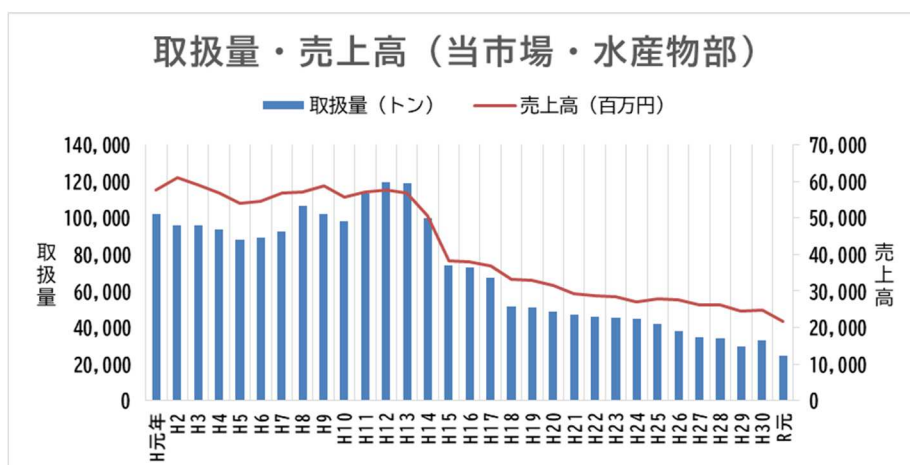


出典：卸売市場データ集（農林水産省）

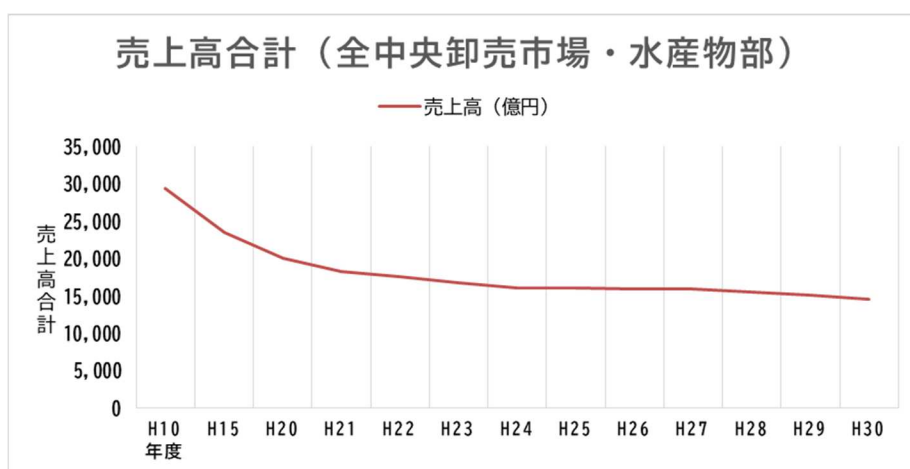
### (3) 卸売業者・水産物部の売上高

当市場の水産物部の売上高は、平成2（1990）年をピークに減少傾向にあり、令和元（2019）年はピーク時の約37%になっています。

また、平成30（2018）年度の売上高を平成10（1998）年度と比較すると、当市場は約44%、全国の中央卸売市場の売上高合計は約50%となっており、全国的な傾向以上に減少している状況にあります。



出典：市場概要（青森市）

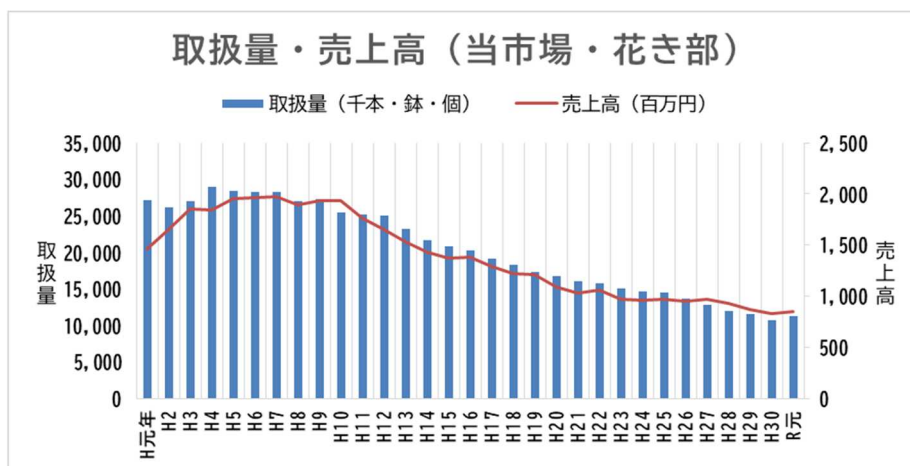


出典：卸売市場データ集（農林水産省）

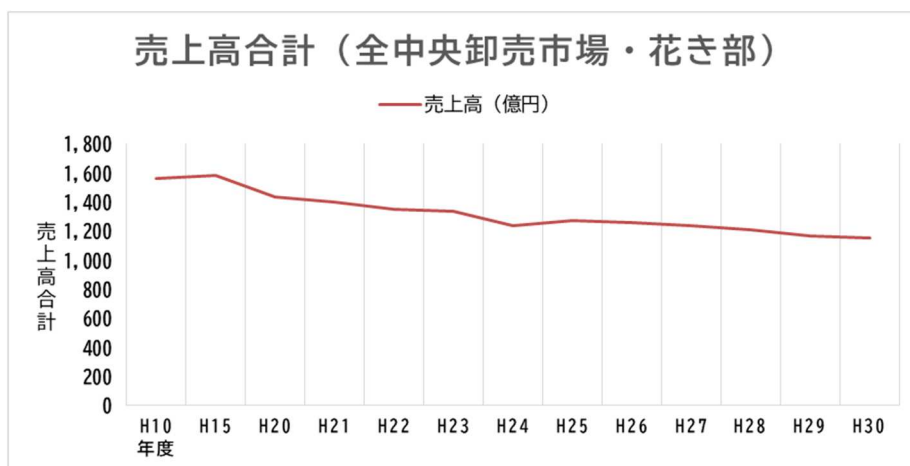
#### (4) 卸売業者・花き部の売上高

当市場の花き部の売上高は、平成7（1995）年をピークに減少傾向にあり、令和元（2019）年はピーク時の約43%になっています。

また、当市場の花き部は、取扱数量の減少により平成28（2016）年4月1日から公設地方卸売市場に転換しているため、あくまで参考的な比較になりますが、平成30（2018）年度の売上高を平成10（1998）年度と比較すると、当市場は約43%、全国の中央卸売市場の売上高合計は約74%になっており、全国的な傾向以上に減少している状況にあります。



出典：市場概要（青森市）



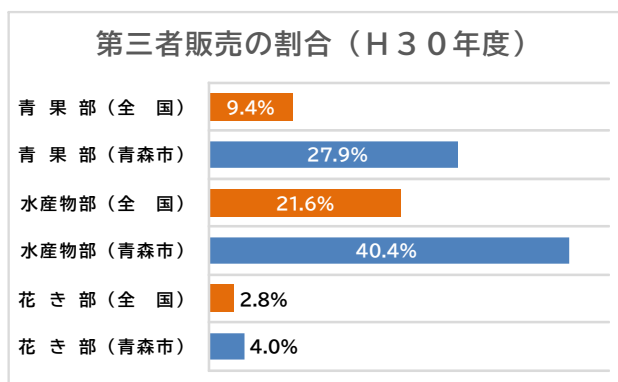
出典：卸売市場データ集（農林水産省）

### (5) 卸売業者の販売先

卸売業者の販売先は仲卸業者と売買参加者が原則ですが、一定の要件を満たす場合は、その他の者に販売することができます。これを「第三者販売」といいます。

売上高に占める第三者販売の割合を全国の中央卸売市場と比較すると、どの部も **第三者販売の割合が高い**ことが分かります。

第三者販売の割合が高いということは、市場外に対して積極的に販売を行ってきたということであり、**今般の商物一致原則の廃止により、市場外での新たな取引を行う可能性が高まった**といえます。

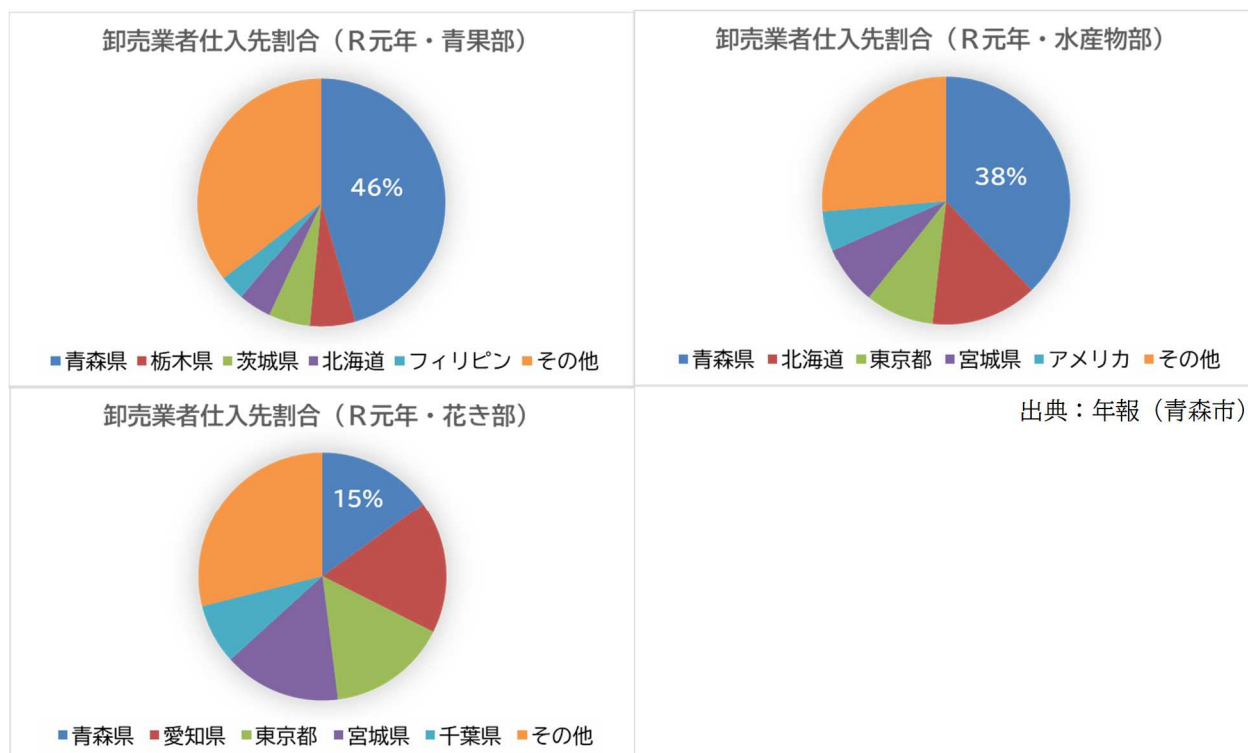


出典：市場概要（青森市）、卸売市場データ集（農林水産省）

### (6) 卸売業者の仕入先

卸売業者の仕入先を見ると、青果部の46%、水産物部の38%、花き部の15%が県内からの仕入れとなっています。

花き部は比較的低めの数値ではありますが、青果部及び水産物部は県内からの仕入れが大きな割合を占めており、**当市場の産地市場としての性格が表れている**と言えます。

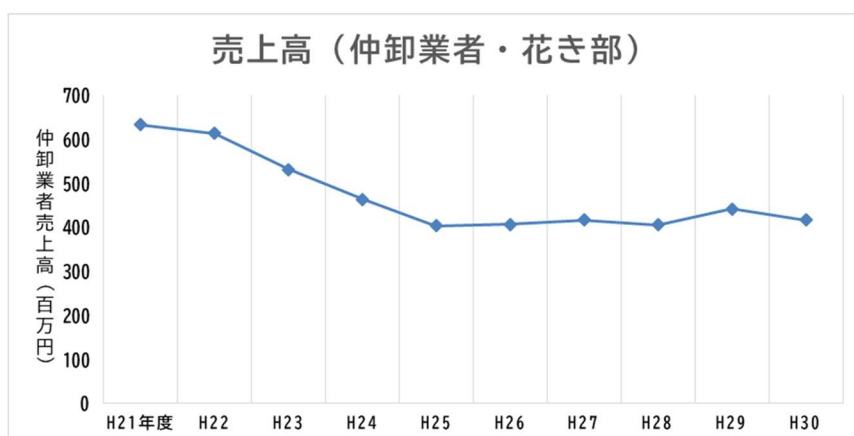
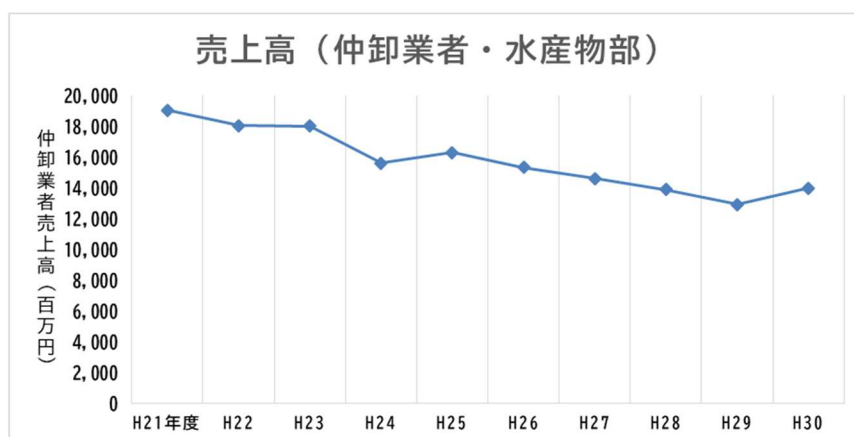
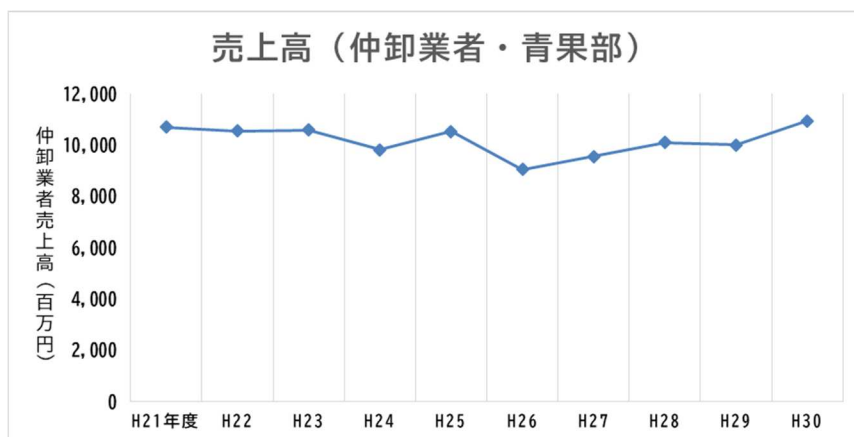


## 5. 仲卸業務の状況

### (1) 仲卸業者の売上高

平成21年度以降の仲卸業者の売上高を見ると、青果部は増減を繰り返しながら概ね現状を維持しています。

水産物部と花き部は、若干の増減はあるものの減少傾向にあることが分かります。

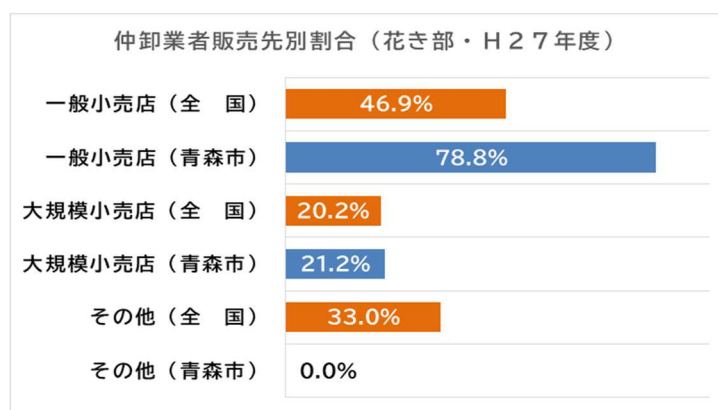
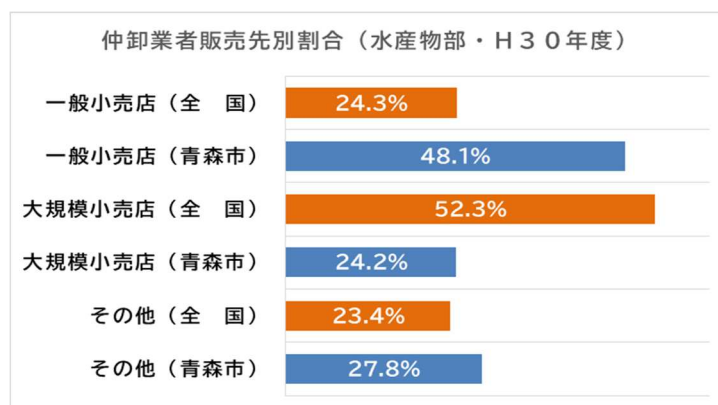
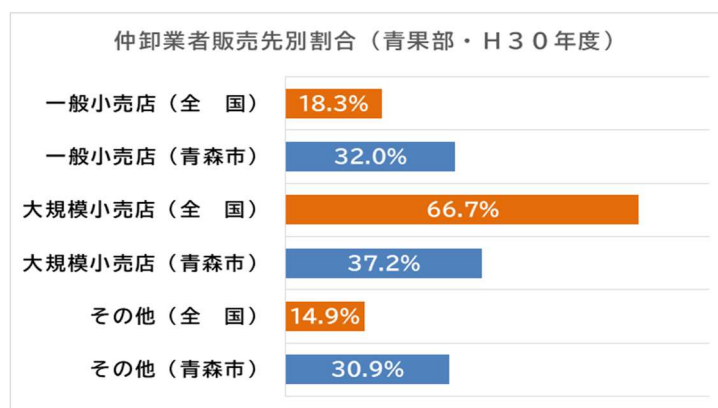


出典：仲卸業者経営状況報告書、仲卸業者事業報告書（青森市）

## (2) 仲卸業者の販売先

全国の中央卸売市場と比較すると、当市場は、全国的な傾向と比べて一般小売店又はその他の販売先へ販売する割合が高い一方、**大規模小売店へ販売する割合が低い**ことが分かります。

一般小売店に含まれる専門小売店の店舗数は減少傾向にあるため、一般小売店以外への販売を増やしていく必要がありますが、特に花き部については、花束への加工機能が弱いことが、一般小売店以外への販売額が増えない要因の一つになっています。



出典：仲卸業者経営状況報告書（青森市）

\*一般小売店：青果、水産物等の専門小売店又は売り場面積が250㎡未満の事業者

\*大規模小売店：売場面積が250㎡以上の事業者（スーパー、百貨店、生活協同組合、給食事業者、問屋等）

\*その他：上記以外の事業者（飲食店、旅館、ホテル等）

## 6. 関係業者数の推移

### (1) 卸売業者・仲卸業者

卸売業者は、出荷者から販売の委託を受けたり他から買い付けたりすることで生鮮食料品等を集荷し、仲卸業者や売買参加者等に販売しています。

また、仲卸業者は、卸売業者等から生鮮食料品等を購入し、市場内の店舗で仕分け・調製して小売店に販売しています。

いずれも、卸売市場が集荷・分荷や価格形成といった機能を発揮するために必要な存在であり、業者数が減少すれば、卸売市場としての形を成すことができなくなるおそれがあります。

当市場の卸売業者及び仲卸業者数はほぼ変動がない状態となっています。

【令和2年4月現在の事業者数】

部名	卸売業者	仲卸業者
青果部	1者	5者
水産物部	2者	18者
花き部	1者	3者

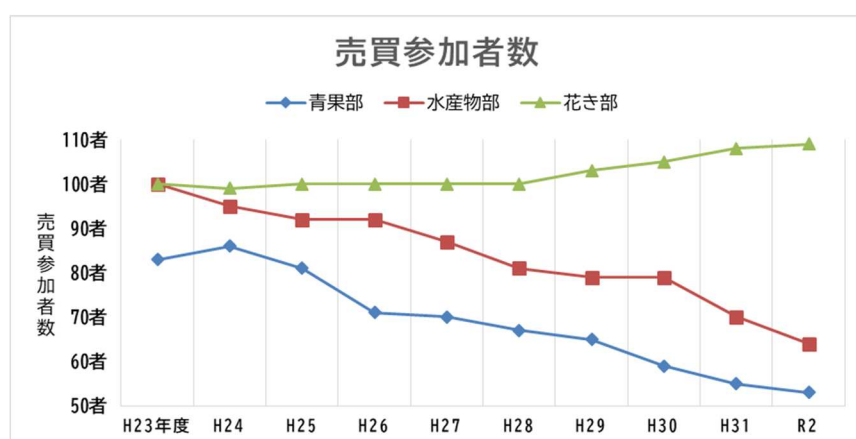
出典：市場概要（青森市）

### (2) 売買参加者

売買参加者は、仲卸業者と同様に卸売業者から生鮮食料品等を購入することができます。

市場内に店舗を有しない点が仲卸業者とは異なりますが、仲卸業者と同様、卸売市場が集荷・分荷や価格形成といった機能を発揮するために必要な存在です。

当市場の売買参加者数は、青果部と水産物部では減少傾向ですが、花き部については、公設地方卸売市場に転換した平成28（2016）年度以降増加傾向にあります。



出典：市場概要（青森市）

## 7. 卸売市場特別会計の状況

### (1) 取扱量の推移

取扱量は継続的に減少している傾向にあり、**平成20(2008)年度と令和元(2019)年度を比較すると62.8%**になっています。

【単位】トン(花き：千本・鉢・個)

項目	年度						
	H20	H22	H24	H26	H28	H30	R元
青果部	83,478	76,550	78,190	66,699	62,992	64,398	58,692
水産物部	48,646	45,963	44,184	37,011	33,376	31,432	23,452
花き部	16,534	15,612	14,696	13,303	11,953	10,717	11,199
合計	148,658	138,125	137,071	117,013	108,321	106,548	93,343
					H20・R元比較		62.8%

\*青果部は野菜、果実、卵類、その他加工品の合計値。

出典：市場概要(青森市)

\*端数処理のため、各項目を合計した値と合計の値が異なる場合があります。

### (2) 売上高の推移

売上高は継続的に減少している傾向にあり、**平成20(2008)年度と令和元(2019)年度を比較すると70.9%**になっています。

【単位】百万円

項目	年度						
	H20	H22	H24	H26	H28	H30	R元
青果部	13,853	14,971	13,626	12,378	14,459	12,851	10,381
水産物部	30,773	28,749	26,864	26,962	25,635	24,178	21,183
花き部	1,061	1,038	942	963	915	826	848
合計	45,687	44,758	41,432	40,304	41,009	37,855	32,411
					H20・R元比較		70.9%

\*青果部は野菜、果実、卵類、その他加工品の合計値。

出典：市場概要(青森市)

\*端数処理のため、各項目を合計した値と合計の値が異なる場合があります。

\*R元年10月以降の消費税は、青果部及び水産物部は8%、花き部は10%になります。



### (3) 使用料収入の推移

当市場の運営は、市の一般会計とは別の「卸売市場特別会計」で行っており、使用料収入（市場使用料及び施設使用料）を主な財源として運営経費に充てる独立採算を原則としています。

しかしながら、施設・設備の維持管理には多額の経費を要することから、現状は、使用料収入の不足額について、市の一般会計からの繰入金や市債等により補っている状況です。

項目	内容
市場使用料	卸売業者の売上高、仲卸業者が卸売業者以外の者から買い入れた物品の売上高の一定額に相当する金額
施設使用料	使用面積に応じて算出する金額
市債	大規模な工事を行う場合などに市が借り入れた金額
繰入金	卸売市場特別会計の収入不足を補うために市の一般会計から繰り入れる金額
その他	市場施設を使用する事業者が負担する光熱水費など

#### ① 市場使用料の実績

【単位】千円

項目	年度						
	H20	H22	H24	H26	H28	H30	R元
使用料	137,326	134,539	124,525	121,212	123,269	113,735	98,272
	H20・R元比較						71.6%

出典：青森市調べ

#### ② 施設使用料の実績

【単位】千円

項目	年度						
	H20	H22	H24	H26	H28	H30	R元
使用料	264,167	256,257	266,739	269,148	269,403	248,031	250,261
	H20・R元比較						94.7%

出典：青森市調べ

売上高に応じて金額が決まる市場使用料は減少傾向にあり、**平成20(2008)年度と令和元(2019)年度を比較すると71.6%**になっています。

また、使用面積に応じて金額が決まる施設使用料は微減となっており、**平成20(2008)年度と令和元(2019)年度を比較すると94.7%**になっています。

卸売市場の売上高が増えれば市場使用料が増加しますので、**卸売市場特別会計を独立採算に近づけるためには、売上高を増加させる必要**があります。

(4) 過去3年間の経営指標

【単位】%

経営指標	年度		
	H29	H30	R元
① 経常収支比率	76.6	75.3	77.6
② 経費回収率	63.2	62.4	60.5
③ 他会計補助金比率	36.8	37.8	40.6
④ 有形固定資産減価償却率	58.9	61.2	62.7
⑤ 企業債残高対料金収入比率	404.6	385.7	371.9

出典：青森市調べ

- ① 経常収支比率 [総収益÷(総費用+地方債償還金)]  
 経常費用を経常収益でどの程度回収できているかを判断するもので、高い方が望ましい指標です。当市場の数値は**76%前後を維持**しています。
- ② 経費回収率 [営業収益÷(総費用+地方債償還金)]  
 経常費用を営業収益でどの程度回収できているかを判断するもので、高い方が望ましい指標です。当市場の数値は**63%程度から低下傾向**にあります。
- ③ 他会計補助金比率 [他会計繰入金÷(総費用+地方債償還金)]  
 経常費用に占める一般会計からの繰入金の比率を見るもので、低い方が望ましい指標です。当市場の数値は**37%程度から増加傾向**にあります。
- ④ 有形固定資産減価償却率 [建物等の減価償却費の累計額÷建物等の取得原価]  
 施設の老朽化度合を見るもので、高いほど老朽化が進んでいることになる指標です。当市場の数値は**59%程度から増加傾向**にあります。
- ⑤ 企業債残高対料金収入比率 [地方債残高÷料金収入]  
 施設整備のために借り入れた企業債の残高と料金収入の比率を見るもので、低い方が望ましい指標です。当市場の数値は**400%程度から減少傾向**にあります。

【経営指標のまとめ】

- ①～③はいずれも分母が同じですが、①は現状維持、②は低下傾向、③は増加傾向にあります。このことから、**②の営業収益が低下傾向にあるため、それを補うために③の他会計繰入金が増加傾向にあり、①の総収益を維持している**ことが分かります。
- ④からは、**建物等の老朽化が進んでいる**ことが分かります。
- ⑤からは、**借り入れた企業債の償還が順調に行われている**ことが分かります。

## 8. 施設の状況

---

当市場は、昭和47（1972）年10月に開設し、これまで増改築や改修により機能の強化を図りながら施設の維持管理をしてきましたが、市場棟（青果部、水産物部）、管理棟及び関連店舗棟はまもなく建築後50年を迎えるほか、法定耐用年数を経過した施設も多く、老朽化が進行しています。

市場棟は、平成21（2009）年度から平成22（2010）年度にかけて水産・青果仲卸売場を全面的に改修したほか、耐震補強などを行いましたが、卸売場の床面に地盤沈下による段差が生じていたり、関連事業者棟も含め屋根からの雨漏りがなかなか解消できないなど、改修の必要な箇所が多くあります。

また、非常時（停電時）に市場棟へ出入りするため、非常用進入口としての重量シャッターに非常用発電機から電源を供給できるようになっていますが、市場内の照明、市水・井水を供給するための給水ポンプ、施設の暖房を担うボイラー、取引に使用するPCなど、市場取引を正常に行うために必要な設備へ電源供給できない状態です。

このようなことから、今後の非常時（特に長時間の停電時）に備え、非常用電源設備を増強し、最低限必要な設備の電源供給を確保することが必要であるとともに、老朽化した電気室の整備が必要となっています。

そのほか、環境への負荷を軽減するため、冷蔵庫冷却設備の更新や照明器具のLED化を推進するとともに、フォークリフトの電動化などを促進してきましたが、まだ多くの設備機器類の更新が必要となっています。

## 9. 青森市中央・公設地方卸売市場を取巻く状況の整理と課題

これまで見てきた当市場を取巻く状況について、経営分析手法であるSWOT分析の手法により、強み（将来像の達成にプラスに働く内部の状況）、弱み（将来像の達成にマイナスに働く内部の状況）、機会（将来像の達成にプラスに働く外部の状況）、脅威（将来像の達成にマイナスに働く外部の状況）、以上4つに分類するとともに、それらから当市場が取り組むべき課題を整理すると、以下のとおりとなります。

状況	内容	分類
当市場の立地環境	豊富な農水産物を取り扱うことができる、交通の要衝地である、東北有数の卸商業団地が隣接するなど、立地上の優位性があります。	強み
青森市民の消費動向	全国平均より高めで推移する消費動向に、豊富な農水産物を取り扱うことができる立地が加わり、消費地市場かつ産地市場という強みが生じています。	強み
卸売業者の売上高	全国的な傾向以上に減少しています。	弱み
仲卸業者の売上高	青果部は概ね現状維持、水産物部と花き部は減少傾向にあります。	弱み
仲卸業者の販売先	全国的な傾向と比べ、一般小売店へ販売する割合が高く、大規模小売店へ販売する割合が低い傾向にあります。	弱み
収入と支出の推移	売上高の減少に伴い、市場使用料が減少傾向にあります。	弱み
関係業者数の推移	青果部と水産物部の売買参加者数が減少傾向にあります。	弱み
施設整備	老朽化に加え、環境問題や大規模災害等への対応が必要です。	弱み
環境問題への対応	日々の運営に伴い多くのエネルギーを消費しています。	弱み
卸売市場法及び条例等の改正	多くの取引ルールが原則的に廃止され、取引の自由度が増しています。	機会
食の志向（健康、経済性、安全志向）	健康に良く、安全なものを、安く購入したいという志向があります。	機会
食育の推進	栄養バランスのとれた食事へのニーズが高まっています。	機会
人口の減少と少子高齢化の進展	全国的な傾向以上に少子高齢化が進行すると見込まれます。	脅威
専門小売店の減少と量販店の進出	流通ルートが多様化するとともに、量販店での生鮮食料品等の販売額が増加傾向にあります。	脅威
食の外部化と加工食品に対するニーズの増加	総菜等の加工食品を購入する傾向が強まっています。	脅威
大規模災害等の発生	生鮮食料品等の供給に支障をきたすおそれがあります。	脅威

青森市中央（公設地方） 卸売市場 <b>SWOT分析</b>		当市場を取り巻く外部の状況	
		機会（プラスに働く状況）	脅威（マイナスに働く状況）
		① 法及び条例等の改正による取引ルールの緩和 ② 健康に良く安全で安価なものを求める食の志向 ③ 栄養バランスのとれた食事へのニーズの高まり	④ 全国的な傾向以上の少子高齢化の進行 ⑤ 量販店での生鮮食料品等の販売増加などの流通ルートの多様化 ⑥ 食の外部化と加工食品に対するニーズの高まり ⑦ 大規模災害等による生鮮食料品等の供給障害
当市場の内部の状況	強み プラスに働く状況	A 豊富な農水産物を取り扱える立地の優位性 B 交通の要衝地で卸商業団地が隣接する等の立地の優位性 C 消費地市場かつ産地市場であるという優位性	<b>【ABC×①】</b> 取引ルールの緩和を十分に活かした市・県産品の販売推進 <b>【ABC×②③】</b> 消費者の志向やニーズを満たす市・県産品の販売推進 <b>【ABC×④】</b> 強みを活かした市・県産品の販売推進 <b>【ABC×⑤】</b> 量販店への対応の強化 <b>【ABC×⑥】</b> 消費者の志向やニーズを満たす市・県産品の販売推進 <b>【ABC×⑦】</b> 事業継続計画（BCP）の策定による生鮮食料品等供給体制の強化
	弱み マイナスに働く状況	D 売上高の減少に伴う市場使用料の減少 E 大規模小売店に対する販売力の弱さ F 売買参加者数の減少 G 老朽化、環境問題及び大規模災害への対応も含めた市場の環境整備	<b>【DEF×④】</b> 売上高を増加させるための取引参加者増加策の検討 <b>【DEF×⑤・E×④】</b> 量販店への対応の強化 <b>【DEF×⑥】</b> 消費者の志向やニーズを満たす商品提供 <b>【DEF×⑦】</b> 事業継続計画（BCP）の策定による生鮮食料品等供給体制の強化 <b>【G×④⑤⑥⑦】</b> 中・長期的な視点による市場の環境整備

当市場が取り組むべき課題

令和3年1月8日  
中央卸売市場管理課

## 第3章 将来像、基本方針及び取組内容

これまで見てきた卸売市場を取巻く環境の変化、当市場の現状と課題を踏まえ、以下のとおり、当市場の将来像、基本方針及び取組内容を整理しました。

### 1. 将来像

---

これまでの経営ビジョンにおいては、「地域に根ざした持続可能な市場」を将来像に掲げ、その達成に向けて取り組んできましたが、改訂後においても目指すべき将来像は継続します。

### 2. 基本方針及び取組内容

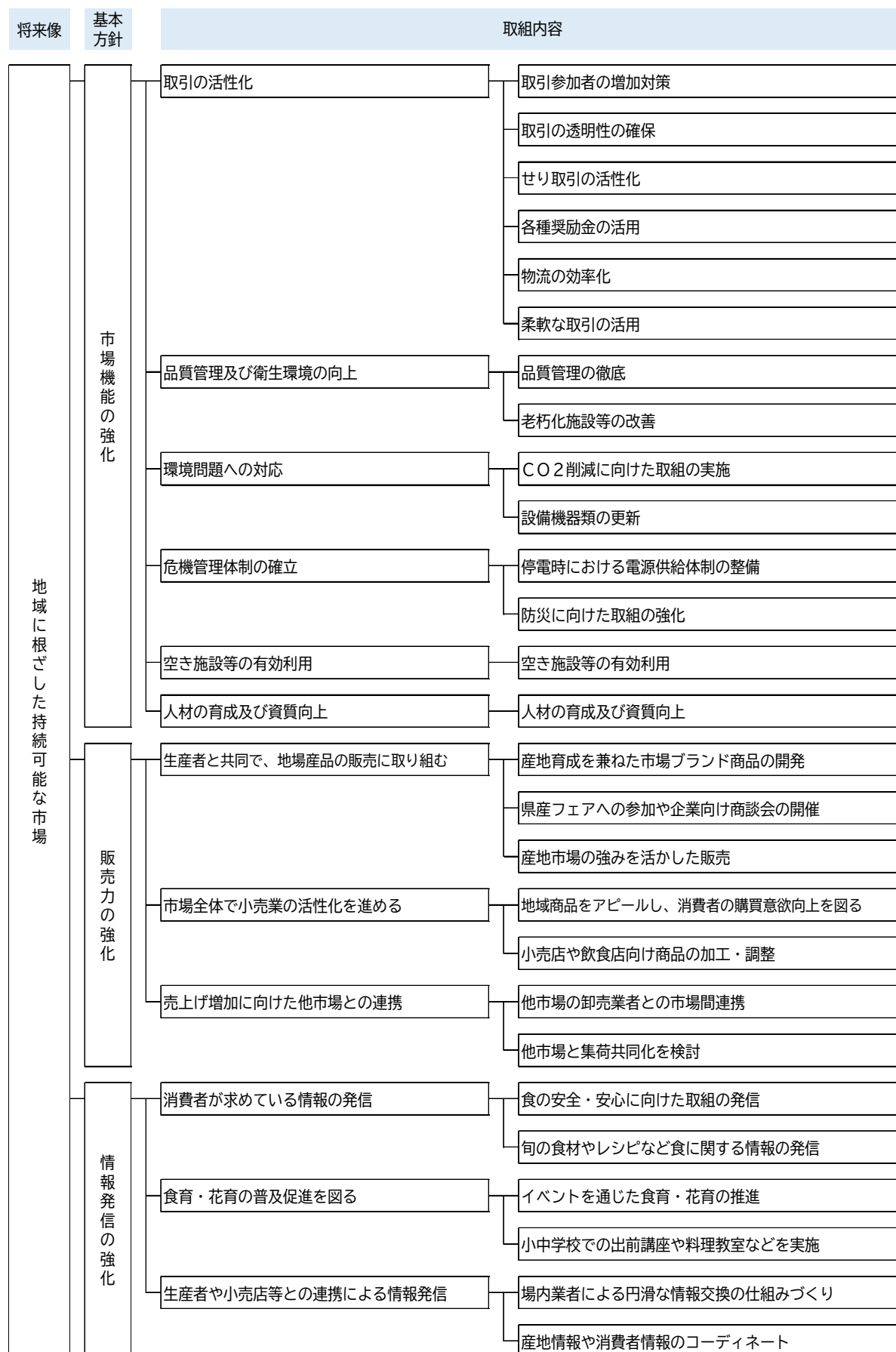
---

これまでの経営ビジョンは、「市場機能の強化」「販売力の強化」「情報発信の強化」の3つの基本方針のもと、27項目の取組内容に取り組むことを目標としていました。

経営ビジョン改訂版では、3つの基本方針はそのまま継続することとし、取組内容については、これまでの取組内容のうち関連するものの整理統合や、達成済み取組内容の終了により **27項目を20項目に集約**し、そのうち **9項目を強化**して各種課題に対応することとします。

また、同改訂版は、将来にわたって安定的に事業を継続していくための中長期的な経営戦略としての位置づけから、**令和12(2030)年度までの収入と支出が均衡した収支シミュレーション**(P44参照)を行っており、**これに沿った市場運営を行うべく、卸売業者をはじめとする場内関係者と開設者がともに取り組んでいく**ものです。

経営ビジョン全体像【改訂前】





### 経営ビジョン全体像【改訂後】



## (1) 市場機能の強化

### ① 取引の活性化

#### (ア)取引参加者の増加対策

これまでの経営ビジョンでは、取引参加者のうち売買参加者の増加策に焦点を絞って取り組んでいましたが、改定後の経営ビジョンでは、それ以外の増加策も広く検討することにより、さらなる取引参加者の増加を図ります。

取組内容	取引の活性化を図るため、売買参加者の承認基準の見直しをはじめとする取引参加者の増加策を検討します。
方向性	強化
理由	経営改善

#### (イ)取引の透明性の確保

条例等の改正により、国や県に代わって開設者である市が取引参加者の指導監督を行うことになったこと、卸売業者の取引条件、卸売予定数量及び卸売価格等を公表することになったことを受け、不当な取引が行われないよう規制する仕組みを検討します。

取組内容	取引の透明性を確保するため、開設者と場内関係業者で取引ルールに関する課題を整理し、部門ごとにチェック体制を整えるとともに、開設者による指導監督の実施、取引条件や取引結果等の公表など、不当な取引が行われないよう規制する仕組みを検討します。
方向性	強化
理由	法条例改正

#### (ウ)せり取引の活性化

条例等の改正により、品目ごとに限定されていた取引方法の制限が撤廃され、全品目ですべての取引方法を選択できるようになりました。

これにより、特定の取引方法に特化した活性化は不要となったことから、取組を終了することとします。

取組内容	—
方向性	終了
理由	法条例改正

(工)各種奨励金の活用

各種奨励金については、市長の承認を受けてから交付することや、年間支出限度額及び交付率などが定められていましたが、条例等の改正によりこれらの規定が廃止され、柔軟な交付や手続きの簡素化が実現したことから、取組を終了することとします。

取組内容	－
方向性	終了
理由	法条例改正

(オ)物流の効率化

条例等の改正により、商物一致原則が廃止され、これまで以上に商物分離取引の重要性が高まることが予想されることから、商物分離取引に関する取組を追加します。

また、条例等の改正により、開設者が取引参加者の指導監督を行うことになったことを受け、市場内の物品配送等に関する指導監督を行うこととします。

取組内容	商物分離取引の拡大に対応して取引を活性化するため、物流の効率化を促進します。 また、卸売場における残荷等の無秩序な配置を規制し、適正な受益者負担を徹底するとともに、物品配送等が効率的に行えるよう指導監督を行います。
方向性	強化
理由	法条例改正

(カ)柔軟な取引の活用

予約相対制度や電子商取引は条例等の改正によって廃止されたため、それらに代わる活性化策として、取引ルールの緩和の活用や手続きの簡素化などを推進します。

取組内容	取扱量の増加及び取引の効率化を図るため、取引ルールの緩和を活用するとともに、手続きの簡素化などを推進します。
方向性	強化
理由	法条例改正

② 品質管理及び衛生環境の向上

(ア)品質管理の徹底

令和3（2021）年6月までに場内関係者が「HACCPの考え方を取り入れた衛生管理計画」を策定することから、当該計画に基づいて品質管理の高度化を促進します。

また、コールドチェーンは現状で十分という意見もあることから、必要かつ持続可能なコールドチェーンのあり方を検討することで、適切な温度管理を促進します。

取組内容	場内関係業者が策定する「HACCPの考え方を取り入れた衛生管理計画」に基づき、開設者と場内関係業者で検討を行ってルールを整理し、品質管理の高度化を促進します。 また、必要かつ持続可能なコールドチェーンのあり方を検討し、適切な温度管理を促進します。
方向性	強化
理由	経営改善

(イ)老朽化施設等の改善

緊急性や耐用年数等も考慮しながら、順次、改修・更新を行うとともに、施設全体の老朽化については、青森市ファシリティマネジメント推進基本方針に基づいて取り組みます。

取組内容	品質管理及び衛生環境面で改善が必要な施設・設備については、緊急性や耐用年数等も考慮しながら、順次改修・更新を行うとともに、施設全体の老朽化に対応するため、青森市ファシリティマネジメント推進基本方針に則り、関係部局と協議しながら市場の環境整備に努めます。
方向性	継続
理由	－

③ 環境問題への対応

(ア)CO2削減に向けた取組の実施

いずれも既に取り組んでいる取組内容であるため、引き続き取り組みます。

取組内容	<p>◎ フォークリフトの電動化の促進 卸売業者、仲卸業者のフォークリフトの更新計画を取りまとめ、充電設備の仕様や設置場所等について検討し、電動化を促進します。</p> <p>◎ 卸売場への車の乗り入れ禁止 工事車両等、やむを得ない場合を除き、卸売場への車両乗り入れ禁止を徹底し、荷物の積み下ろし作業時の事故防止や安全確保を促進します。</p> <p>◎ 長時間のアイドリング禁止 トラック等荷物運搬車両をはじめ、入場車両に対し、長時間のアイドリング禁止を呼びかけるなど、開設者及び関係業者が一体となり、場内の騒音低減や環境改善に取り組めます。</p>
方向性	継続
理由	—

(イ)設備機器類の更新

いずれも既に取り組んでいる取組内容であるため、引き続き取り組みます。

取組内容	<p>◎ 照明器具のLED化推進 場内の照明器具の使用状況を調査し、容量の大きな投光器や数の多い場所、長時間使用する場所などから順次LED化を進め、電力量の削減に努めます。</p> <p>◎ 冷蔵庫冷却設備類の更新 冷蔵庫冷却設備の更新に当たっては、代替フロンから新冷媒へ切替えるとともに、省エネルギー機器の検討を行います。 また、場内業者所有の冷蔵庫機器類の調査を行い、古いものは、省エネルギー機器への更新を推奨します。</p> <p>◎ 新エネルギー導入の検討 特に夏場の最大電力量を抑えるため、太陽光発電設備などの新エネルギー導入の検討を行っていきます。</p>
方向性	継続
理由	—

④ 危機管理体制の確立

(ア)停電時における電源供給体制の整備

大規模災害発生時に市場機能を維持するために必要となることから、引き続き、取組内容の実現に向けて取り組めます。

取組内容	非常用電源設備を増強し、市場内の照明、市水及び井水供給ポンプ、その他、非常時において最低限必要な設備の電源供給の確保に努めます。
方向性	継続
理由	－

(イ)防災に向けた取組の強化

大規模災害や新型コロナウイルス感染症など、生鮮食料品等の流通に影響を与える事態が発生した場合でも市場機能を維持できるよう、災害対応マニュアルを高度化させた事業継続計画（BCP）を策定します。

取組内容	災害等発生時における事業継続計画（BCP）の策定や、定期的に防災訓練を実施するなど、開設者と場内関係業者が一体となって防災体制の強化に努めます。 また、各自の初期防除体制の確認を徹底するなど、場内関係業者全員が常日頃から高い防災意識を持つように啓発します。
方向性	強化
理由	経営改善

⑤ 空き施設等の有効利用

関連事業者棟や市場棟の一部に空き施設があることから、引き続き、全ての空き施設の利用に向けて取り組みます。

取組内容	市場外の事業者に対してホームページや公募などにより広く利用業者を募集するなど、空き店舗の解消に努めます。
方向性	継続
理由	—

⑥ 人材の確保及び資質向上

市場関係者の高齢化を危惧する声が多いことから、従来の人材育成に関する取組に加え、新規就業者を増やす方策を検討します。

取組内容	新規就業者を増やす方策を検討するとともに、商品知識や接客技術の向上など、卸売市場業務に役立つスキルアップを目的とした人材の育成を行い、市場関係者の実務能力を高めることによって、市場機能の強化を図ります。
方向性	強化
理由	経営改善

## (2) 販売力の強化

### ① 生産者と共同で、市・県産品の販売に取り組む

#### (ア)産地育成を兼ねた市・県産品のブランド化の支援

ブランド化を目指す市・県産品を卸売市場で取り扱うことで、販売力の強化を図ります。

取組内容	卸売業者と生産者団体等が連携し、鮮度が高く、特徴ある市・県産品の掘り起こしを行い、商品流通の面からブランド化を支援します。
方向性	継続
理由	—

#### (イ)県産フェアへの参加や企業向け商談会の開催

市場の役割に関する広報活動は「情報発信の強化」に統合します。

また、県産フェアなどへの参加や商談会は実施済みであることから、新たな販売先を確保するよう引き続き取り組みます。

取組内容	県産フェアなどの地産地消イベントや企業向け商談会などを有効に活用し、新たな販売先の確保を図ります。
方向性	継続
理由	—

#### (ウ)産地市場の強みを活かした販売

条例等の改正により取引ルールが緩和されたことから、その効果を十分に活用しながら、販売増加に向けて引き続き取り組みます。

取組内容	当市場の強みでもある、市・県産品の供給基地としての卸売市場という特性を活かし、県内はもとより、県外や海外への販売や、新たな販路開拓を行うなど、販売増加に向けた取り組みを検討します。
方向性	継続
理由	—



② 市場全体で小売業の活性化を進める

(ア)市・県産品をアピールし、消費者の購買意欲向上を図る

小売業の活性化につながるよう、小売店と連携した取り組みを引き続き実施します。

なお、商品の安全・安心に関するPRは「食の安全・安心に向けた取組や食に関する情報の発信」に統合します。

取組内容	小売店と連携し、市・県産品の特性や美味しき、調理方法などを紹介するなど、商品に関する提案を行います。
方向性	継続
理由	－

(イ)小売店や飲食店向け商品の加工・調整

手間を掛けずに食事をとりたいという消費者ニーズが高まっていること、また、大規模小売店に対する販売力を強化する面からも、引き続き、取組内容の実現に向けて取り組みます。

取組内容	市場内で一次加工や調整を行うことで、小売店や飲食店のニーズに合わせた商品の出荷ができるようにします。
方向性	継続
理由	－

③ 売上げ増加に向けた他市場との連携

(ア)他市場の卸売業者との市場間連携

他市場の卸売業者との市場間連携は物流に関する取組であるため、「物流の効率化」に統合します。

取組内容	－
方向性	統合
理由	法条例改正

(イ)他市場と集荷共同化を検討

他市場との集荷共同化は物流に関する取組であるため、「物流の効率化」に統合します。

取組内容	－
方向性	統合
理由	法条例改正

### (3) 情報発信の強化

#### ① 消費者が求めている情報の発信

##### (ア)食の安全・安心に向けた取組や食に関する情報の発信

食の安全・安心に向けた取組の発信は卸売業者が主体となって実施済みであることから、ホームページでの発信に加え、SNSの活用を検討します。

取組内容	市場で取扱っている商品の流通に関する情報を紹介し、市場を経由した商品の安全・安心性をPRするとともに、旬の食材やレシピなどをホームページやSNSを活用して広く発信します。
方向性	強化
理由	経営改善

##### (イ)旬の食材やレシピなど食に関する情報の発信

食に関する情報の発信は卸売業者が主体となって実施済みであることから、一体的な取組ができるよう、「食の安全・安心に向けた取組や食に関する情報の発信」に統合します。

取組内容	—
方向性	統合
理由	経営改善

#### ② 食育・花育の普及促進を図る

##### (ア)イベントを通じた食育・花育の促進

食育・花育の普及促進は、青森市中央卸売市場運営協力会が主体となって実施済みであることから、さらに促進するよう取組内容を強化します。

取組内容	市場まつり、市場開放デー及び出前講座など、一般市民を対象とした事業の中で、卸売市場の役割や生鮮食料品の流通に関する情報を広く発信し、食育や花育に関する啓発を促進します。
方向性	強化
理由	経営改善

(イ)小中学校での出前講座や料理教室などを実施

小中学校での出前講座や料理教室は青森市中央卸売市場運営協力会が主体となって実施済みであることから、一体的な取組ができるよう「イベントを通じた食育・花育の推進」に統合します。

取組内容	－
方向性	統合
理由	経営改善

③ 生産者や小売店等との連携による情報発信

(ア)場内業者による円滑な情報交換の仕組みづくり

場内業者間の情報交換は、産地情報や消費者情報のコーディネートに含まれる活動であるため、「産地情報や消費者情報のコーディネート」に統合します。

取組内容	－
方向性	統合
理由	経営改善

(イ)産地情報や消費者情報のコーディネート

生産者と消費者をつなぐ架け橋としての機能を発揮できるよう、コーディネート機能の充実に引き続き取り組みます。

取組内容	消費者や小売店が欲しがっている情報をいち早く産地に届けるとともに、産地の生産情報などを消費者や小売店へ届くようにするなど、消費者と産地を結ぶコーディネート役となれるよう、場内業者間の情報交換と、情報の受発信機能を充実させていきます。
方向性	継続
理由	－

### 3. 推進体制等

#### (1) 実施主体

経営ビジョンの取組内容ごとの実施主体は下表のとおりです。

◎：主たる実施主体・・・取組の実施について主たる役割を担う者です。

○：実施主体・・・・・・・・取組の実施に関係する者です。

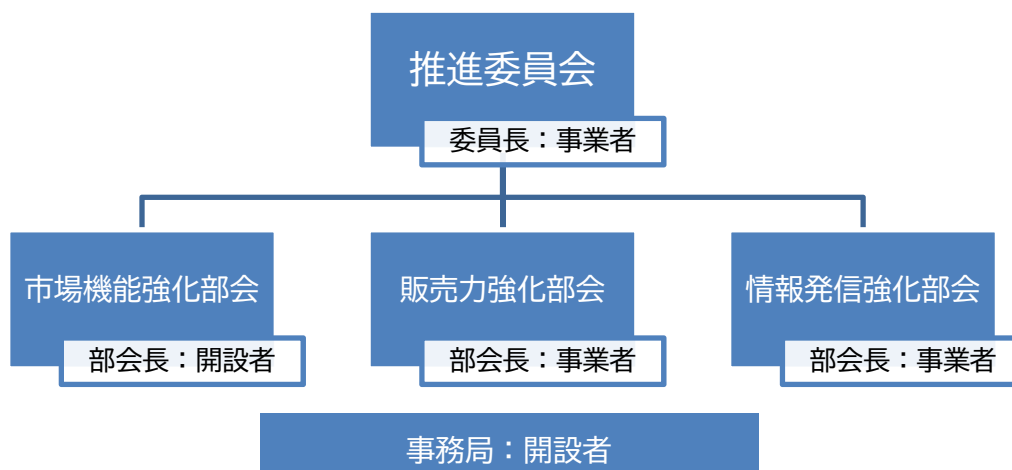
基本方針	取組内容	実施主体（◎：主たる実施主体）				
		開設者	卸売業者	仲卸業者	売買参加者	関連事業者
市場機能の強化						
取引の活性化						
	取引参加者の増加対策	◎	○	○	○	
	取引の透明性の確保	◎	○	○	○	
	物流の効率化	○	◎	○	○	
	柔軟な取引の活用	○	◎	○	○	
品質管理及び衛生環境の向上						
	品質管理の徹底	○	◎	○	○	
	老朽化施設等の改善	◎	○	○	○	○
環境問題への対応						
	CO2削減に向けた取組の実施	◎	○	○	○	○
	設備機器類の更新	◎	○	○	○	○
危機管理体制の確立						
	停電時における電源供給体制の整備	◎	○	○	○	○
	防災に向けた取組の強化	◎	○	○	○	○
空き施設等の有効利用						
	空き施設等の有効利用	◎				○
人材の確保及び資質向上						
	人材の確保及び資質向上	○	◎	○		
販売力の強化						
生産者と共同で、市・県産品の販売に取り組む						
	産地育成を兼ねた市・県産品のブランド化の支援	○	◎	○	○	
	県産フェアへの参加や企業向け商談会の開催	○	◎	○	○	
	産地市場の強みを活かした販売	○	◎	○	○	
市場全体で小売業の活性化を進める						
	市・県産品をアピールし、消費者の購買意欲向上を図る	○	◎	○	○	
	小売店や飲食店向け商品の加工・調整	○	◎	○	○	
情報発信の強化						
消費者が求めている情報の発信						
	食の安全・安心に向けた取組や食に関する情報の発信	○	◎	○	○	
食育・花育の普及促進を図る						
	イベントを通じた食育・花育の促進	○	◎	○	○	
生産者や小売店等との連携による情報発信						
	産地情報や消費者情報のコーディネート	○	◎	○	○	
主たる実施主体		8	12	0	0	0

## (2) (仮称) 青森市中央・公設地方卸売市場経営ビジョン推進委員会

経営ビジョンの改訂に当たり、新たに、「(仮称) 青森市中央・公設地方卸売市場経営ビジョン推進委員会」を設けます。推進委員会は開設者と市場関係者で構成する組織であり、下部組織として、基本方針ごとに「部会」を設置します。

推進委員会の役割は「経営ビジョンの実施状況の評価」であり、評価結果は、経営ビジョンを見直す際の資料として活用します。

部会の役割は、各取組内容に関する「具体的な実施内容の立案・実行」であり、実施結果を推進委員会で評価することになります。



## (3) 計画期間

経営ビジョン改訂版の計画期間は、令和3（2021）年度から令和12（2030）年度の10年とします。

## (4) 検証と見直し

経営ビジョンの内容は、社会情勢の変化や取組状況を踏まえ、必要に応じて見直しを行います。

参考資料

収支シミュレーション

**作成中**