

会津若松市公設地方卸売市場

經營展望

(案)

平成31年 月

会津若松市

## 目次

第1章	経営展望策定の趣旨	
1	経営展望策定の背景及び目的	1
2	経営展望の位置づけ	1
3	経営展望の期間	1
第2章	卸売市場を取り巻く情勢	
1	全国的情勢	2
2	会津若松市公設地方卸売市場を取り巻く情勢	6
第3章	会津若松市公設地方卸売市場の現状	
1	概要	9
2	市場の機能	10
3	市場事業者数	10
4	卸売業者の取引状況の推移	11
5	市場施設の現状	12
6	未使用施設の状況	12
7	地方卸売市場事業特別会計の現状	13
第4章	市場活性化プランに係る取組・課題及び総括	
	市場活性化プラン・施策大綱及び施策の体系	15
1	集荷対策	16
2	販路対策	17
3	市場施設の有効活用及び拡充	19
4	市場開放及びPR活動	20
	【効率化策】	21
第5章	会津若松市公設地方卸売市場の基本戦略	
1	SWOT分析	24
2	分析に基づく方向性	25
第6章	基本戦略に基づく行動計画	
	行動計画一覧	26
	SWOT分析による基本戦略の体系	39
第7章	経営展望における数値目標	40
第8章	行動計画の実施及び遂行状況の評価と見直し	41

# 第1章 経営展望策定の趣旨

## 1 経営展望策定の背景及び目的

会津若松市公設地方卸売市場（以下、「本市場」という。）は、昭和50年10月の開設以来、43年にわたって日常生活に欠かすことのできない生鮮食料品等を、市民はもとより会津地方全域の消費者に対して円滑かつ安定的に供給するための流通機構として大きな役割を果たしてきました。

また、平成26年2月に改定した会津若松市公設地方卸売市場活性化プラン（以下、「市場活性化プラン」という。平成30年度目標）や市場経営の安定を図ることを目的とする指定管理者制度を平成28年4月から導入し、市場機能の維持と活性化を図ってきたところです。

しかしながら、卸売市場を取り巻く環境は年々厳しい情勢となっており、流通経路の多様化や会津地域における人口の減少と少子高齢化の進行による消費量の減少、単身・単独世帯の増加などによる消費動向の変化等を要因とする、市場取扱高の減少が懸念されている状況にあります。

そのような中、国は卸売市場の整備・運営の基本方針となる「第10次卸売市場整備基本方針」を平成28年1月に、県においても「第9次福島県卸売市場整備計画」が同年11月に策定され、本市場が会津地域の核となる「地域拠点市場」に位置づけられるなど、経営戦略の確立による市場機能の強化が求められております。

こうした情勢の変化に対応し、公設市場としての機能を将来にわたって維持・継続していくため、有識者や市場内事業者で構成する会津若松市公設地方卸売市場活性化円卓会議（以下、「円卓会議」という。）を設置し、今後10年間の本市場の目指す方向性の指針として「会津若松市公設地方卸売市場経営展望」（以下、「経営展望」という。）を策定し、本市場の健全な運営と活性化に向けた取組の推進を図るものです。

## 2 経営展望の位置づけ

経営展望は、会津若松市第7次総合計画における政策分野「10.食料・農業・農村」の公設地方卸売市場に係る実施計画として位置づけるとともに、国の「第10次卸売市場整備基本方針」や「第9次福島県卸売市場整備計画」に則し、平成30年6月に改正された「卸売市場法」などの関係法令や市の個別計画等との整合性を図っていきます。

また、平成26年2月に改定した市場活性化プランの総括を踏まえつつ、その取組についても継続して進めます。

## 3 経営展望の期間

平成31年度から平成40年度までの10ヵ年とします。

## 第2章 卸売市場を取り巻く情勢

### 1 全国的情勢

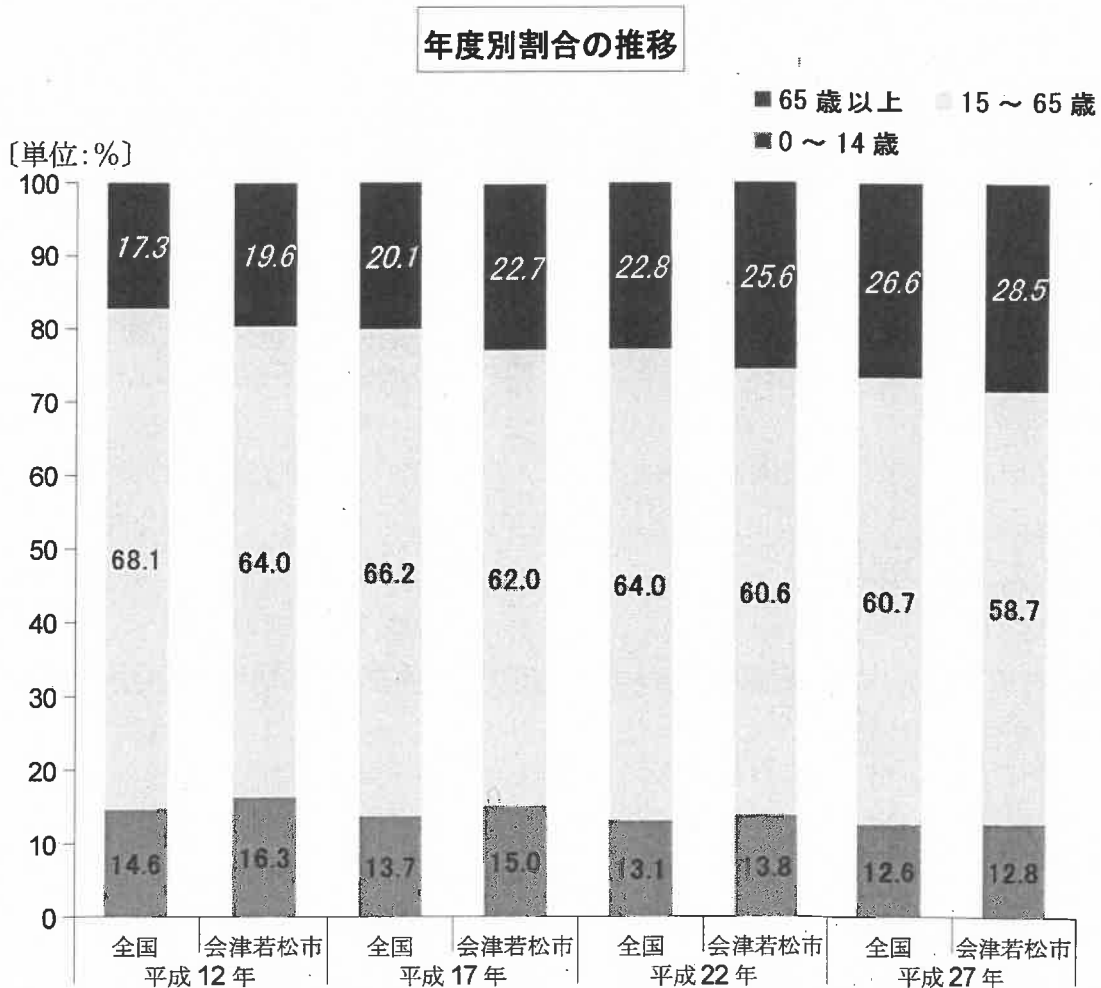
市場取扱高の減少の全国的な要因として、

- (1) 少子高齢化による社会構造の変化
  - (2) 市場外流通の拡大
  - (3) 食生活の変化
- が挙げられています。

#### (1) 少子高齢化による社会構造の変化

##### ア 少子高齢化

全国の年齢別割合の推移を見ると、0～14歳までの割合が減少する一方、65歳以上の割合が増加しています。これは、本市でも同様の傾向が見られ、平成27年度の高齢化率（65歳以上の割合）は、全国で26.6%、本市では28.5%となっており、今後も少子高齢化は進行すると予想されています。

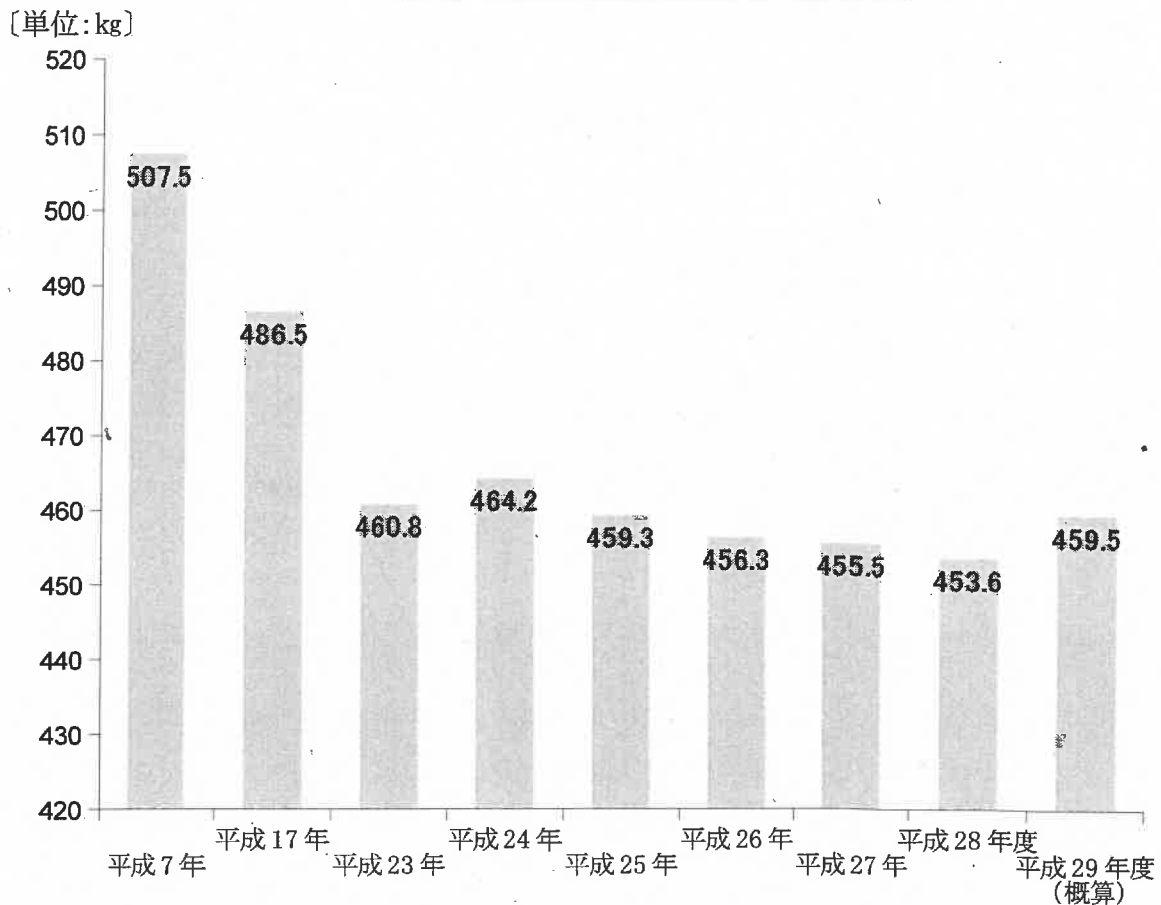


【出典】平成12年、17年、22年、27年国勢調査(総務省統計局)

## イ 食料消費量の減少

国民一人当たりの年間食料消費量（供給純食料）は、平成29年の概算値は459.5kgと若干持ち直したものの、ピークとされる平成7年との比較では48kg減少しており、少子高齢化等による社会構造の変化などが大きく関わっているものと考えられています。

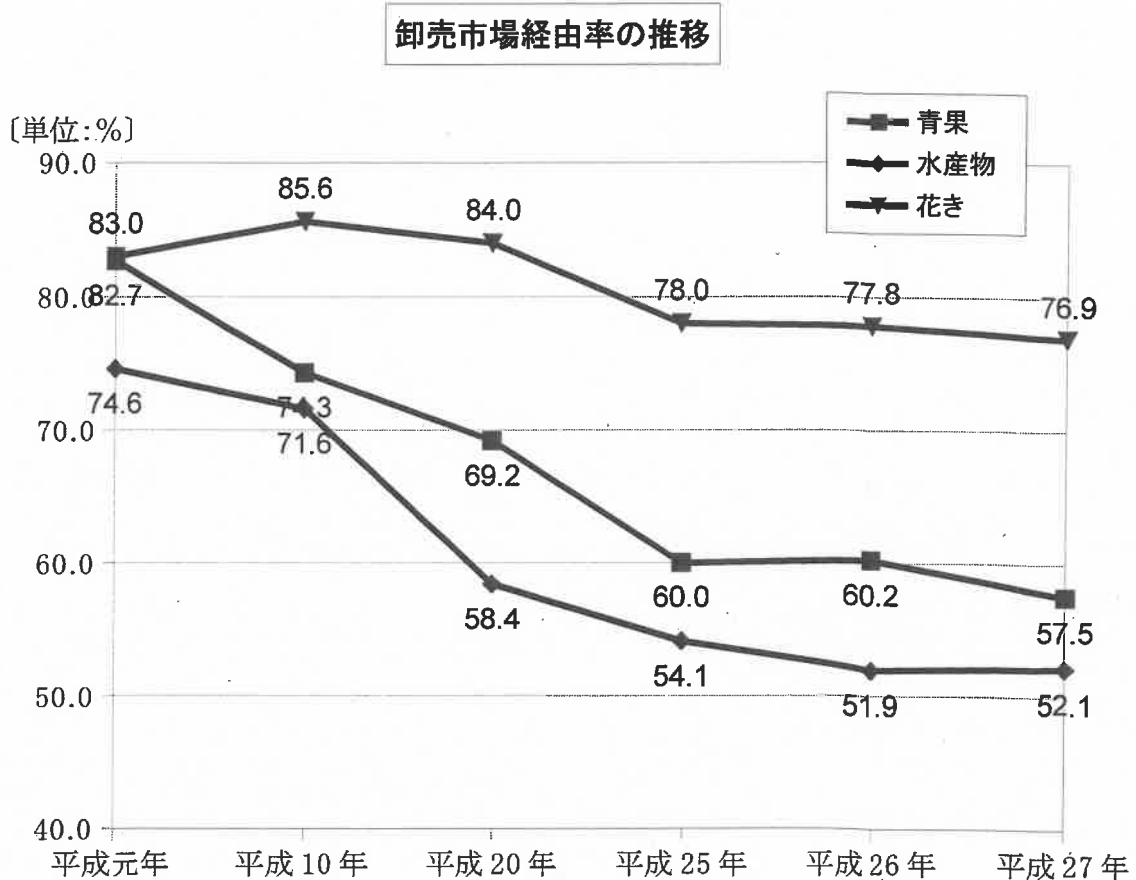
国民一人当たりの年間食料消費量



【出典】平成29年 食糧需給表(農林水産省)より作成

## (2) 市場外流通の拡大

卸売市場経由率は年々低下しており、これは、輸入農産物の増加、大手量販店や外食産業等における農場経営、企業と生産地との直接取引など生鮮食料品の仕入方法等が多様化していること、加えて、生産者自らが販売を行う直売所の増加や、市場を経由することの少ない加工食品を多用する中食・外食に対する消費者ニーズの高まりなどが要因として挙げられています。



(参考1) 国産青果物の卸売市場経由率の推移

年度	19	20	21	22	23	24	25	26	27
青果	87.2%	88.1%	87.7%	87.4%	85.9%	85.1%	85.8%	84.4%	81.2%

【出典】平成29年度卸売市場データ集（農林水産省）

(参考2) 農産物直売所・事業体数及び年間販売金額推移

年度	23	24	25	26	27	28
事業体数	22,980	23,560	23,710	23,710	23,590	23,440
販売金額	7,927億円	8,448億円	9,026億円	9,356億円	9,974億円	10,324億円

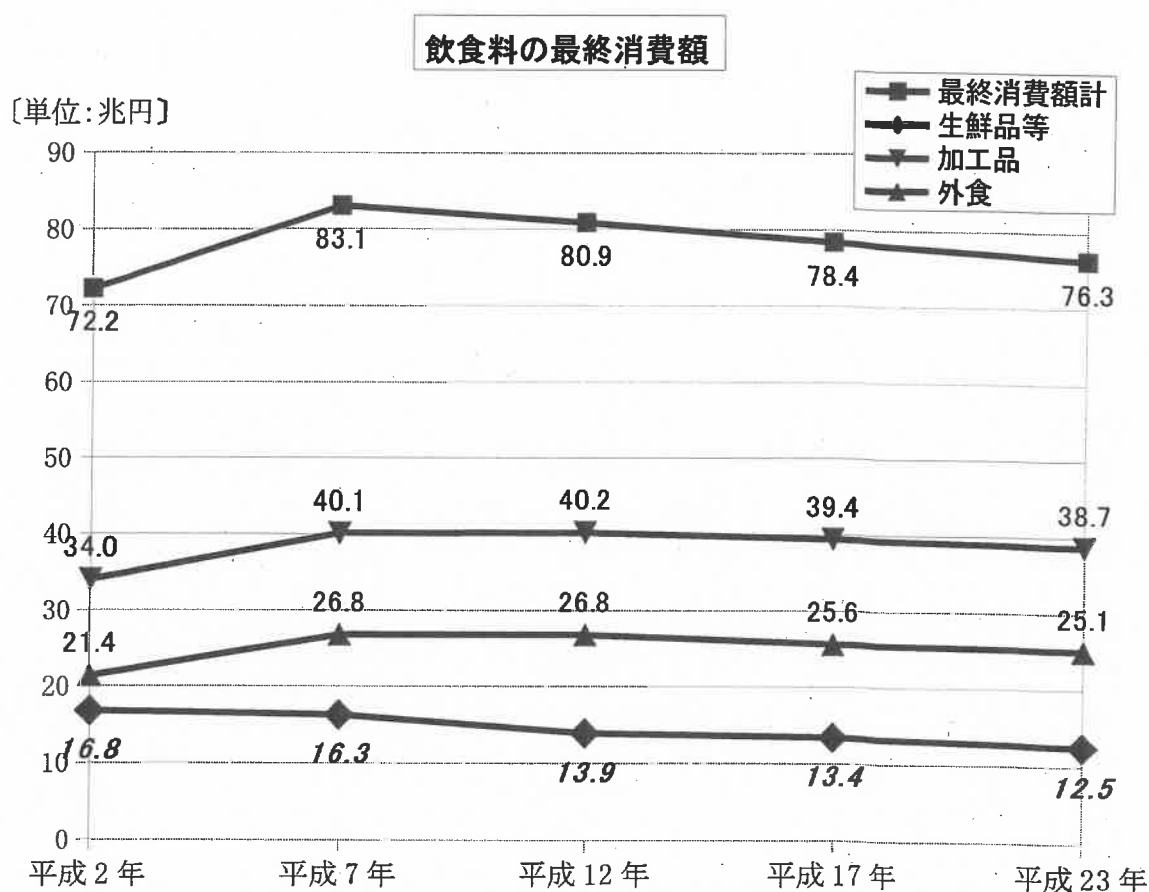
【出典】6次産業化総合調査（農林水産省）

### (3) 食生活の変化

最終消費額※は、平成7年をピークに減少しています。中でも「生鮮品等」は減少傾向が続いており、加工品需要の高まりや外食機会の増加、輸入品の増加、家庭での調理機会の減少といった要因が考えられています。

※1 旅館・ホテル、病院等での食事については、使用された食材費を最終消費額としてそれぞれ「生鮮品等」及び「加工品」に計上

※2 加工食品のうち精米・精麦等、各種肉類及び冷凍魚介類については、加工度が低いため「生鮮品等」に計上



【出典】 飲食料の消費に関する統計(農林水産省)

#### (参考) 農水産物輸入額の推移

[単位:10億円]

年度	平成21年	23	25	27	28	29
農産物	4,561	5,584	6,137	6,563	5,827	6,426
水産物	1,297	1,455	1,580	1,717	1,598	1,775

【出典】 農林水産物輸出入概況(農林水産省)

## 2 会津若松市公設地方卸売市場を取り巻く情勢

### (1) 会津地方（流通圏域）の人口、高齢者数等の推移

平成27年実施の国勢調査によると、会津管内2市11町4村の人口は約27万8千人であり、前回調査した平成22年より1万4千人の減、15歳未満の人口の減少に対し、65歳以上の人口が増加しており、高齢化率が国や県を上回る状況が続いています。

また、平成27年4月に策定した「会津若松市 まち・ひと・しごと創生人口ビジョン」における将来人口推計においては、現状の人口動態が続いた場合、平成47年には10万人を下回ることが予測されており、人口の減少・少子高齢化が生鮮食料品の消費量の減少に大きく影響することが想定されます。

会津管内人口の推移

[単位：人]

区分	平成12年	平成17年	平成22年	平成27年	
総人口※	319,659	306,928	291,944	277,754	
15歳未満	49,844	43,201	37,123	32,580	
15歳～64歳	189,281	177,843	166,249	152,376	
65歳以上	79,497	85,392	87,479	90,161	
高齢化率	会津管内	24.9%	27.8%	30.0%	32.5%
	会津若松市	19.6%	22.7%	25.6%	28.5%
	県	20.3%	22.7%	25.0%	28.7%
	全国	17.3%	20.1%	22.8%	26.6%

※ 年齢不詳者を含む

【出典】平成12年、17年、22年、27年国勢調査（総務省統計局）より作成

### (2) 市の農業生産者、農業就業人口の推移

本市の総農家数は年々減少しており、うち販売農家数は、5年前と比較して465戸減少（△17.9%）しています。

また、農業就業人口も減少するとともに高齢化が進んでおり、平成27年は若干、持ち直したものの、農業従事者の約6割が65歳以上となっています。

このため、地域農業の担い手として認定農業者、集落営農組織及び新規就農者をはじめとした多様な担い手の確保と育成を図っていくことが必要であり、そこで生産された農産物をいかに市場へ流通させるかが重要な課題となっています。



### 会津若松市の総農家数及び農業就業人口の推移

区分	平成17年度	平成22年度	平成27年度	H17-22比較	H22-27比較
① 総農家数(戸)	3,489	3,290	2,842	△199	△448
ア 販売農家(戸)	2,883	2,591	2,126	△292	△465
イ 自給的農家(戸)	606	699	716	93	17
② 農業就業人口 (販売農家数・人)	5,314	4,211	3,682	△1,103	△529
うち、65歳以上(人)	3,184	2,637	2,233	△547	△404
65歳以上(%)	59.9	62.6	60.6	2.7%	△2.0%

【出典】農林業センサス（農林水産省）より作成

### (3) 観光客及び小売店舗の推移

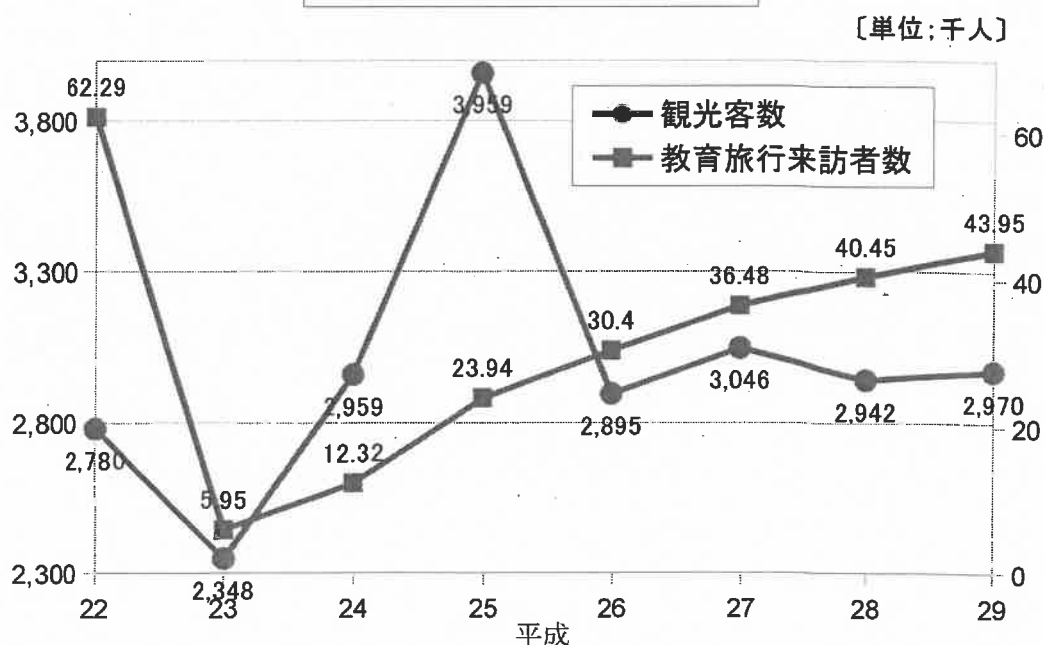
#### ① 観光客の推移

平成29年に会津若松市を訪れた観光客の総数は2,970千人と、前年との比較で28千人（約1%）の増となりました。

また、教育旅行における県外来訪者数も増加傾向にあり、震災前（平成22年）の約70.6%まで回復しています。

このことから、市内の旅館やホテル等との取引の確保・拡大を市場内取扱高を上げる契機として捉え、取組を強化することが求められています。

### 会津若松市観光客入込みの推移



【出典】平成29年観光客入込数とその実態調査(観光課)

② 小売店舗の推移

店舗数としては、前回調査との比較では微増となっているものの、市場における買受については、経営者の高齢化や後継ぎの不在、量販店の進出などを要因とした廃業により減少傾向にあります。

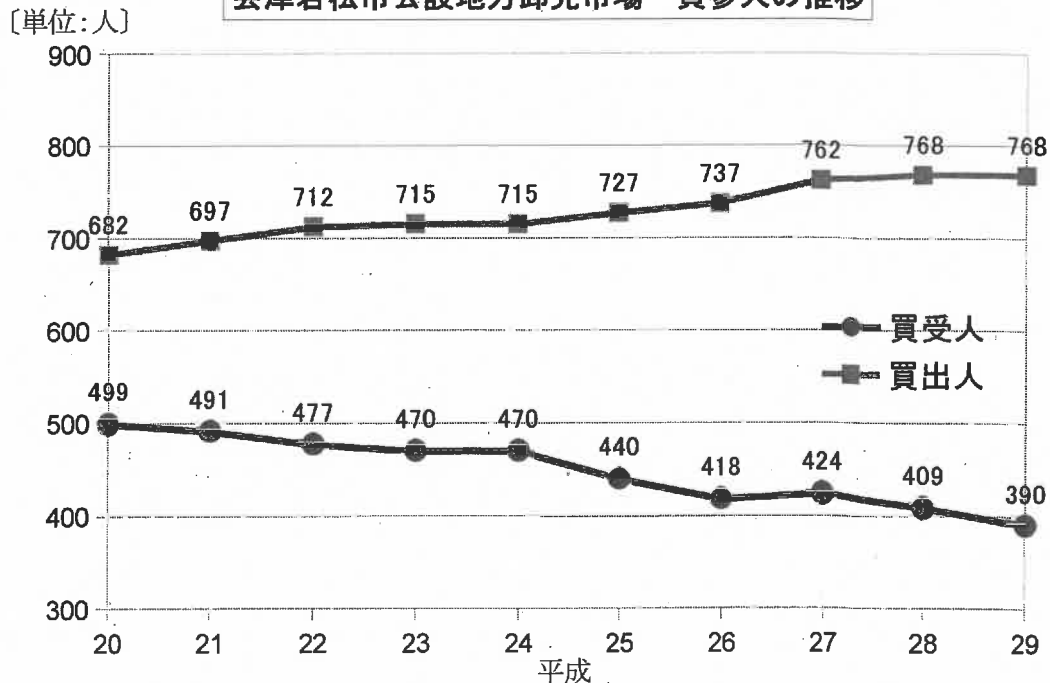
市内外の小売業者や飲食店等に向けた市場PRや商談会等の開催、消費者ニーズに応えられる品揃えや数量の確保など、販売を促進・拡大する取組の強化が必要です。

会津若松市の小売業数の推移：（ ）内は県内

年度 分類	平成 24 年	平成 26 年	平成 28 年
野菜・果実	30 (266)	28 (329)	28 (360)
鮮魚	8 (183)	7 (202)	11 (226)
飲食料品	271 (3,440)	268 (4,281)	276 (4,508)
合計	309 (3,889)	303 (4,812)	315 (5,094)

【出典】平成 24、28 年経済センサス及び（総務省統計局）  
平成 26 年度商業統計調査（経済産業省）

会津若松市公設地方卸売市場 買参人の推移



【出典】市場年報（各年度 4 月現在）

- ※ 1 買受人 地元小売業者及び量販店。卸売業者や仲卸業者と一定のロット数で取引を行い、消費者へ販売する。
- ※ 2 買出人 新規の小売業者や飲食店。小ロットで仲卸業者と取引を行う。

### 第3章 会津若松市公設地方卸売市場の現状

#### 1 概要

本市場は、会津における唯一の公設地方卸売市場として広域性と公共性を併せ持ち、市民はもとより会津地方全域の消費者にとって、日常生活に欠かすことのできない生鮮食料品等の供給拠点として重要な役割を果たしています。

卸売市場を取り巻く環境の変化に柔軟に対応しつつ、管理運営の効率化を通して市場機能の維持・活性化を図るため、平成28年4月から指定管理者制度を導入し、一般社団法人会津若松市公設地方卸売市場協会がその任を担っています。

- (1) 名称 会津若松市公設地方卸売市場
- (2) 開設者 会津若松市
- (3) 所在地 会津若松市一箕町大字鶴賀字船ヶ森東470番地
- (4) 用地 122,000㎡
- (5) 開設日 昭和50年10月6日
- (6) 業務開始日 青果部・水産物部 昭和50年10月6日  
花き部 平成8年6月3日
- (7) 建設費 約28億3千万円（花き部含む）
- (8) 流通圏域 会津地方2市11町4村（供給対象人口 約271千人）
- (9) 職員数 一般社団法人会津若松市公設地方卸売市場協会職員4名
- (10) 位置



## 2 市場の機能

### (1) 集荷・分荷機能

多種多様な商品を広く各地から集荷する品揃えの機能と、小売業者等に対して販売し分荷する機能があります。

### (2) 価格形成機能

出荷者から販売の委託を受けた生産物を、せり等による買参人間の適切な競争を通じて需要・供給を反映した公正な価格を形成する機能があります。

### (3) 代金決済機能

販売を受けた小売業者からの迅速な販売代金の回収と、出荷者に対する迅速確実な販売代金の支払いを行う機能があります。

### (4) 情報機能

需給に係る情報の収集・伝達を行う機能があります。

### (5) 災害時対応機能

大規模災害時における物流拠点等として市民生活の安心を支える機能があります。

## 3 市場事業者数

(平成30年10月現在)

区分	卸売業者※1	仲卸業者※2
青果部	2社	4社
水産物部	2社	3社
花き部	1社	—
関連事業者※3	7社	
付属機関※4	2社	
合計	21社	

#### ※1 卸売業者

生鮮食料品等を、全国から安定的かつ計画的に集荷し、仲卸業者及び買受人に販売することを業務としており、福島県知事の許可を受けて営業しています。

#### ※2 仲卸業者

市場内の店舗で卸売業者から買い受けた物品を仕分け、調整して、買受人、買出人等に販売することを業務としています。開設者の許可を受けて営業し、市場における価格形成に重要な役割を担っています。

#### ※3 関連事業者（7社）

市場機能の充実を図るとともに、市場の利用者に便益を提供するため、開設者が市場内の店舗において業務を営むことを許可した者です。

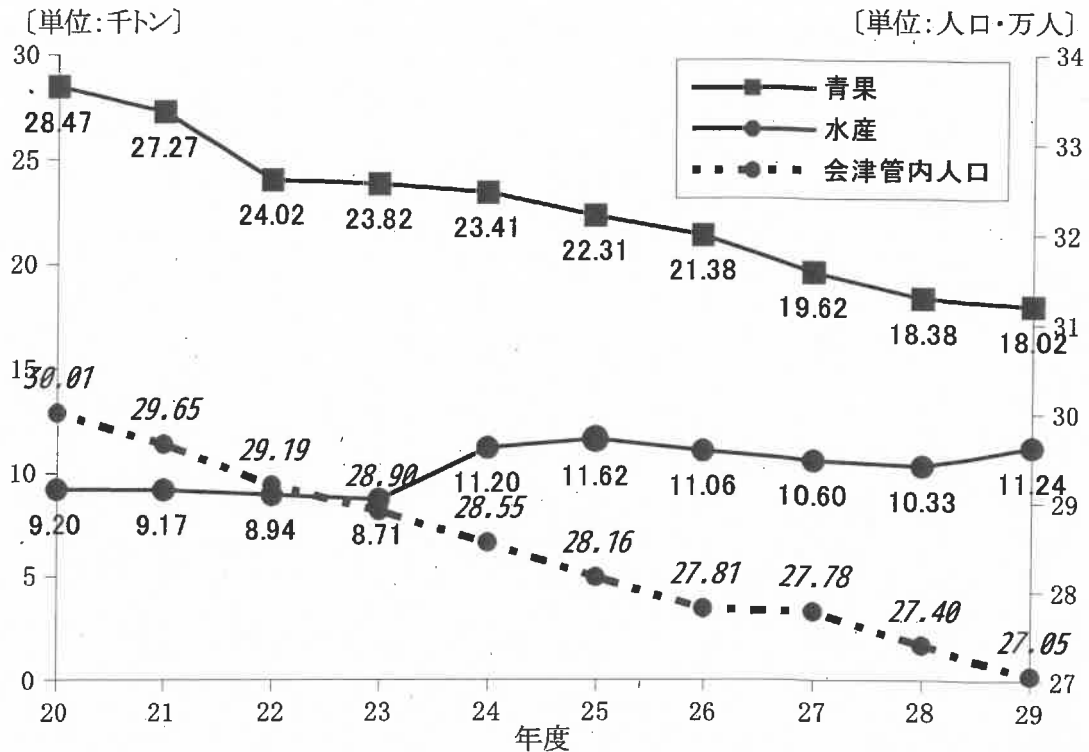
#### ※4 付属機関（2社）

市場における決済業務の円滑化を図るため、精算会社及び代払機関が開設者の許可を得て設置されています。

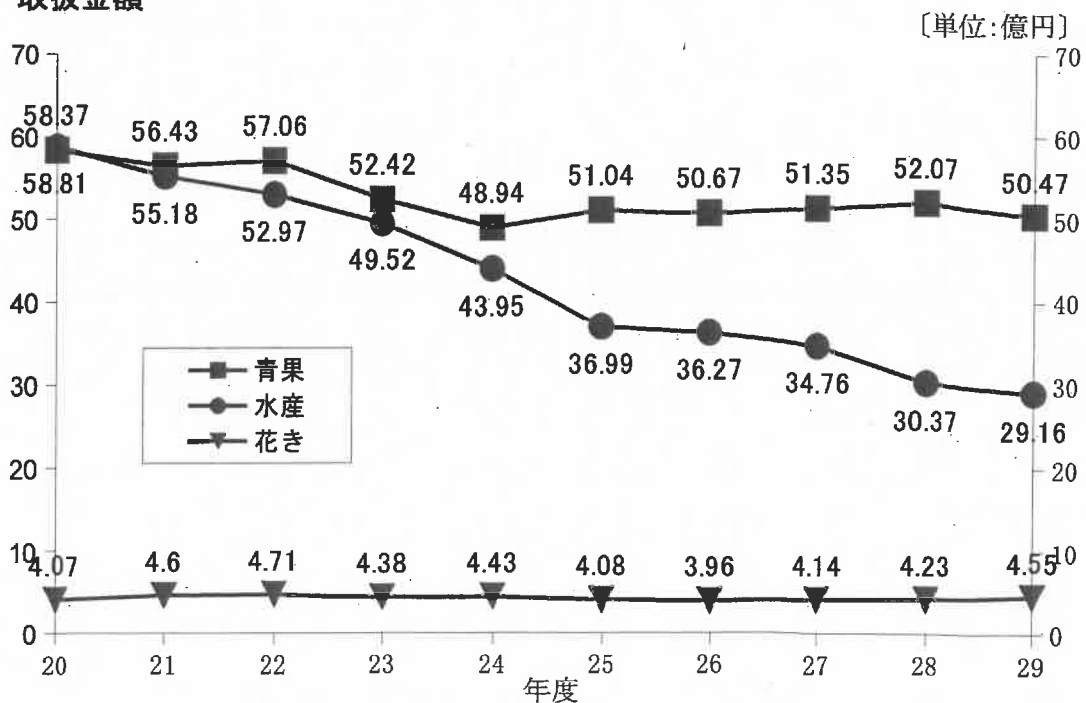
## 4 卸売業者の取引状況の推移

供給圏域である会津地域の人口の減少や少子高齢化による食料消費量の減少、流通形態の多様化などを要因とする取扱高の減少が続いています。

### (1) 取扱数量 (花きは単位が異なることから未記載)



### (2) 取扱金額



【出典】市場年報、福島県現住人口調査年報 (各年10月1日現在)

## 5 市場施設の現状

開設から43年が経過しており、経年劣化による不具合等を改修・修繕しながら使用しています。

生鮮食料品等の品質管理の向上や物流の高度化など時代のニーズに的確に対応した整備を進めるとともに、計画的な改修により老朽化した施設の延命化を図っていく必要があります。

市場用地	1 2 2, 0 0 0 m <sup>2</sup>
駐車場	約 3 5, 0 0 0 m <sup>2</sup>
卸売場	5, 7 3 0 m <sup>2</sup> (内訳) 青果部 3, 3 2 4 m <sup>2</sup> 水産物部 1, 8 0 0 m <sup>2</sup> 花き部 6 0 6 m <sup>2</sup>
仲卸売場	1, 2 3 5 m <sup>2</sup> (内訳) 青果部 5 3 2 m <sup>2</sup> 水産物部 6 2 4 m <sup>2</sup> 花き部 7 9 m <sup>2</sup>
業者事務所	2, 6 7 2 m <sup>2</sup>
買荷保管所	2, 0 1 2 m <sup>2</sup>
倉庫	1, 2 4 9 m <sup>2</sup>
冷蔵庫・加工施設	6 4 0 m <sup>2</sup> (1 4 室)
管理棟事務所	3 1 5 m <sup>2</sup>
関連商品売場	1, 7 7 4 m <sup>2</sup>

## 6 未使用施設の状況

経営難や事業者の高齢化により、未使用施設が生じています。

(平成30年10月現在)

区分	面積
水産棟	仲卸売場 117m <sup>2</sup>
	買荷保管所 149m <sup>2</sup>
花き棟	事務所 48m <sup>2</sup>
	仲卸売場 79m <sup>2</sup>
関連店舗棟	A区画・49m <sup>2</sup> 1箇所
	B区画・33m <sup>2</sup> 6箇所
	C区画・26m <sup>2</sup> 2箇所

## 7 地方卸売市場事業特別会計の現状

本市場は、「特別会計」により、企業経営と同様に収入と支出の均衡を図りながら独立採算制を原則として運営しています。

特別会計の主な収入は、市場使用料及び売場使用料を主な財源として構成されていますが、取扱数量の減少とそれに伴う売上高の減、市場内事業者の撤退による空き施設の増加等により、収入は減少傾向にあります。

市としては、市場を取り巻く厳しい状況に対応するため、市場内事業者の経営改善に向けた環境を整えることを目的に、平成25年度から市場使用料及び売場使用料の一部について特例措置（引き下げ）を実施してきました。

また、平成25年2月には市場活性化プランを改定し、指定管理者制度を平成28年4月から導入するなど、管理運営の効率化を図ってきたところです。

これにより、市場内事業者においては、事業の継続や従業員等の雇用の確保など、特別会計においても、維持管理費及び職員人件費の削減による一般会計繰出金の縮減等、一定の効果を得てきました。

しかしながら、市場使用料及び売場使用料が収入に占める割合は、特例措置実施前の割合に戻りつつあるものの、収入額自体は減少傾向にあります。

また、現在、歳入と歳出の不足分を一般会計からの繰入金で補っている状況にあり、今後、老朽化した施設の改修や新たな設備の整備等による維持管理経費の増が懸念されています。

地方卸売市場事業特別会計の推移

(1) 歳入決算

(単位：千円)

科目	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度
市場使用料(売上高)	29,559	21,610	21,390	21,272	20,622	19,922
売場使用料(面積)	79,800	62,463	63,948	63,361	63,414	61,767
小計	109,359	84,073	85,338	84,633	84,036	81,689
手数料	10	6	5	3	8	6
一般会計繰入金	26,100	57,215	62,701	62,526	40,514	36,274
前年度繰越金	7,722	2,944	6,326	5,531	6,475	7,337
諸収入	33,999	37,488	40,463	37,378	359	55
合計	177,190	181,721	194,833	190,071	131,392	125,361

使用料の割合	61.7%	46.3%	43.8%	44.5%	64.0%	65.2%
一般会計繰入金の割合	14.7%	31.5%	32.2%	32.9%	30.8%	28.9%

(2) 歳出決算

(単位：千円)

科目	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度
職員人件費等	28,752	28,125	33,264	31,731	0	0
報償費	294	518	371	413	259	441
旅費	103	93	23	35	0	15
需用費	42,779	43,916	43,998	41,250	0	0
役務費	635	529	622	518	274	280
委託料	32,270	29,731	36,309	32,264	71,477	70,056
使用料及び賃借料	5,707	5,707	5,870	5,870	1,532	144
工事請負費	23,197	25,806	28,772	28,104	19,033	17,212
備品購入費	29	30	0	0	0	0
負担金補助及び交付金	9,650	9,650	9,640	12,087	40	30
公課費	1,355	1,815	958	1,849	1,965	1,916
公債費	29,475	29,475	29,475	29,475	29,475	29,475
予備費	0	0	0	0	0	0
合計	174,246	175,395	189,302	183,596	124,055	119,569

職員人件費等の割合	16.5%	16.0%	17.6%	17.3%	—	—
工事請負費の割合	13.3%	14.7%	15.2%	15.3%	15.3%	14.4%



## 第4章 市場活性化プランに係る取組・課題及び総括

平成26年度から平成30年度を計画期間とする「市場活性化プラン」では、施策大綱として位置づけた集荷対策、販路対策、市場施設の有効活用及び拡充、市場開放の4項目に基づく21の施策と、指定管理者制度の導入を主とする効率化策の実施に努めてきました。

円卓会議において検証したその取組状況と課題、総括は、次のとおりです。

### 市場活性化プラン・施策大綱及び施策の体系

施策大綱	施策の体系
1 集荷対策	1 生産者・産地の育成支援 2 新規生産者・産地・製品の情報の共有 (1) 商品価値の向上の支援 (2) 商品のPR及び販売促進 (3) 集荷人の育成・支援 3 地域内生産者・産地の市場入荷の促進 4 会津全域での地産地消のエリア拡大 5 消費ニーズに応えた移入品の安定供給
2 販路対策	1 地域内市場流通品の消費拡大 (1) 学校給食等公共施設への市場流通商品活用の推進 (2) 企業食堂等の市場流通商品活用の推進 2 顧客ニーズの把握 (1) 小売店等の買受人・買出人 (2) 量販店 3 必要な市場機能の整備 4 販売促進キャンペーンへの協力
3 市場施設の有効活用及び拡充	1 必要な市場機能の整備と活用に向けた可能性の検討 2 市場全体で有効かつ新たな可能性の高い空地利用
4 市場開放及びPR活動	1 市場から地域内消費者への情報提供 2 市場開放等のあり方

### 【効率化策】

施策	主な取組
1 事業者連携・共同化による業務の効率化	○ 共同配送による流通コストの削減 ○ 荷捌所、買荷保管所等の共同利用による効率的な運用
2 市場情報のICT化の推進	○ 入荷品目や取引価格等、需要者が必要とする情報の即時表示 ○ 市況及び卸売予定数量報告書の電子データ化 ○ 各種情報の電子データ化
3 指定管理者制度の導入	○ 市場条例の改正 ○ 市場協会の一般社団法人化 ○ 指定管理者指定申請書の提出・審査、候補者の決定手続き

## 施策大綱 1 集荷対策

### (1) 取組・課題

開設者である市の取組としては、液晶モニターを青果部卸売場に設置し、卸売業者及び市場協会と連携しながら市況情報等の迅速な提供に努めた。

青果部及び花き部については産地市場であり、卸売業者が定期的に農家等を訪問し、栽培指導や各種品目の取引状況などの情報提供を行っているが、生産者の高齢化や後継者不足による耕作面積の減少により、個人としての事業継続はもとより出荷組合としての組織維持が困難な状況にあり、安定した取引に必要となる一定量のロットの確保が懸念されている。

また、消費市場である水産物部についても、会津地域における消費人口の減少等が卸売・仲卸業者の集荷・販売計画に大きく影響しており、産地との情報交換による新規商品の掘り起こしや仕入期間の短縮（品質の向上）などに取組みながら、需要者ニーズへの対応による販売先の確保に努めている。

### (2) 総括

活性化策	事業主体	実施状況		今後の方向性
		評価	総括	
① 情報受発信機能の構築（生産者・需要者へのコーディネート機能強化）	市・市場協会	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>市場円卓会議の設置及び新たな役割の付加（経営展望の策定等）</li> <li>青果部卸売業者と連携した液晶モニターによる出荷者や買参人への迅速な情報提供</li> </ul>	継続（優先）
② 生産者・産地の育成支援	市・市場協会	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>生産者への各種支援事業の実施</li> </ul>	継続
③ 新規生産者・産地・産品の情報共有	市	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>青果部卸売業者との連携による新たな園芸作物の振興（里芋）</li> </ul>	継続
④ 地域内生産者・産地への市場入荷誘導	市場内関係者	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>卸売業者等による産地訪問及び栽培等の指導実施</li> </ul>	継続
⑤ 需要者ニーズに対応した移入品の安定供給	市・市場内関係者	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>卸売業者等による量販店との連携及び買参人要望への対応</li> <li>市場への一次加工やパッケージ施設の検討は未実施</li> </ul>	継続（優先）
<p>評価欄 ○：実施し、一定の成果をあげているもの            △：実施しているが十分な成果をあげるに至っていない又は調査・検討中のもの            ×：未実施</p> <p>今後の方向性欄：継続（優先）・継続・見直し・終了・廃止・（新規）</p>				

## 施策大綱 2 販路対策

### (1) 取組・課題

会津地域における消費人口の減少や買参人の廃業等に伴う取引先の減少に対応するため、商談会やバイヤーとの合同による現地視察、外食産業への情報提供等を行いながら、量販店や関東圏を中心とする他市場などへの販路拡大を図っている。

しかしながら、量販店との新規取引に伴う条件の厳しさとともに、新規参入に向けた人的配置や商品の配送体制の確保、商品の鮮度維持等に係るコストの増が経営を圧迫する可能性が大きいなど、苦戦や撤退を余儀なくされている状況にある。

施設面においては、量販店等からの要望、さらには市民からの生鮮食料品の安全・安心に対する期待の高まりに応えられる、低温（定温）売場の設置によるコールドチェーンシステムや加工・パッケージ施設の整備が求められている。

また、原子力発電所事故に伴う風評被害対策として、県及び市のモニタリング情報の速やかな提供とともに、観光施設やツアー業者等と連携した修学旅行等の誘致について、市関係部局や関係機関とともに取組む必要がある。

### (2) 総括

活性化策	事業主体	実施状況		今後の方向性
		評価	総括	
① 情報受発信機能の構築（再掲）	市・市場協会	△	・ 再掲（集荷対策①参照）	継続 （優先）
② 学校給食への市場流通商品の活用推進	市場内関係者	○	・ 卸売・仲卸業者及び買参人との連携・協力による市場流通品の利用推進	継続
③ ホテルや企業食堂等への市場流通商品の活用推進	市場内関係者	△	・ 卸売・仲卸業者による販促活動	継続
④ 需要者ニーズの的確な把握	市場内関係者	△	・ 再掲（集荷対策⑤参照）	継続
⑤ 市場取扱生鮮食品の安全性対策（風評被害対策）	市・卸売業者	△	・ 簡易検査体制H 28.3 終了 ・ 卸売業者による出荷者への検査推奨及び県・全国公設地方卸売市場協議会からの情報提供（市場協会経由）	見直し
⑥ 販売促進キャンペーンへの協力	市・市場協会	○	・ 観光施設及び市場協会を窓口とした新たな取引要望団体への対応	継続
⑦ 新たな市場取扱い品目への対応（規制緩和策）	市・市場内関係者	×	・ 未実施	継続
⑧ 市場内購買者の増加対策（規制緩和策）	市・市場内関係者	×	・ 未実施	継続

活性化策	事業主体	実施状況		今後の方向性
		評価	総括	
⑨ コールドチェーンシステムの確立	市・卸・仲卸	△	・ 低温（定温）売場のあり方や、事業費など卸売業者を対象とした概要協議のみ。	継続（優先）
⑩ 加工、パッケージ施設等の付加価値施設の整備検討	市・市場内関係者	×	・ 未実施	継続（優先）
<p>評価欄 ○：実施し、一定の成果をあげているもの  △：実施しているが十分な成果をあげるに至っていない又は調査・検討中のもの  ×：未実施</p> <p>今後の方向性欄：継続（優先）・継続・見直し・終了・廃止・（新規）</p>				

### 施策大綱 3 市場施設の有効活用及び拡充

#### (1) 取組・課題

昭和50年10月の開設から43年が経過し、市場の施設・設備は老朽化が著しく、市場内事業者の営業活動への影響などが懸念されており、市場活性化プランの策定以降、落下の危険性が高い青果棟及び水産棟の重量シャッターをはじめ、場内道路の舗装を中心とした改修工事を実施している。平成28年度からは指定管理者である一般社団法人会津若松市公設地方卸売市場協会が、協定書に基づきながら大小様々な改修・修繕を行っており、市場利用者の安全性の確保と利便性の向上に努めている。

今後については、長寿命化に向けた取組みとともに、現在の流通システムに対応できる低温（定温）売場などの整備が急務となっている。

一方、経営不振等による事業者の退場により、事務室等に空きが発生していることから、新たな事業者の募集や目的外利用による施設の有効な利活用など、多様な可能性について検討する必要がある。

#### (2) 総括

活性化策	事業主体	実施状況		今後の方向性
		評価	総括	
① コールドチェーンシステムの確立（再掲）	市・卸・仲卸	△	・ 再掲（販路対策⑨参照）	継続（優先）
② 加工、パッケージ施設等の付加価値施設の検討	市・市場内関係者	×	・ 再掲（販路対策⑩参照）	継続（優先）
③ 市場施設の補修・整備工事の実施（施設の長寿命化と設備更新）	市	○	・ 青果・水産棟重量シャッターの改修及び指定管理者による速やかな修繕対応	継続
④ 市場内空地の有効活用	市・市場内関係者	×	・ 未実施	継続
⑤ 施設整備等に係る補助・交付金等の財源の確保	市	×	・ 未実施	継続
⑥ 新たな業種・機能の位置付け検討（規制緩和策）	市・市場内関係者	×	・ 水産物部及び花き部仲卸業者、関連事業者の募集を行ったが申し込み無し。 新たな業種等（運送業者の事業所や量販店等のバイヤー事務所）の参入についても具体的な検討未実施	継続

評価欄 ○：実施し、一定の成果をあげているもの

△：実施しているが十分な成果をあげるに至っていない又は調査・検討中のもの

×：未実施

今後の方向性欄：継続（優先）・継続・見直し・終了・廃止・（新規）

## 施策大綱 4 市場開放及びPR活動

### (1) 取組・課題

市場開放については、平成27年度に開設40周年記念事業の一環として「市場まつり」を開催しているが、福島や郡山市場のほか、全国的には月1回など定期的に開催している事例もある。

市民をはじめとした一般の消費者が入場できる市場開放については、イベントとしての賑わいの創出のみならず、卸売市場の機能や役割についての理解を醸成する機会として、また、消費者ニーズを直に汲み取ることのできる有効な手段として、市民との交流を深めるための重要な施策の一つであることから、開催形態や手法等について市場内事業者との十分な調整を図りながら進めていく必要がある。

### (2) 総括

活性化策	事業主体	実施状況		今後の方向性
		評価	総括	
① 市場開放イベントでの情報発信	市場協会	×	・ 未実施	継続
② 市場内事業者等による市場開放に対する支援	市	×	・ 未実施	継続
③ ホームページを活用した「食」の情報発信	市場協会	△	・ 未実施	継続
④ 卸売市場PR冊子の作成	市・市場協会	△	・ 市場協会による新たなPR冊子の作成を検討中	継続
⑤ 市場取扱生鮮食品の安全性PR (風評被害対策)	市・卸売業者	△	・ 再掲(販路対策⑤参照)	見直し
評価欄 ○：実施し、一定の成果をあげているもの △：実施しているが十分な成果をあげるに至っていない又は調査・検討中のもの ×：未実施 今後の方向性欄：継続(優先)・継続・見直し・終了・廃止・(新規)				

## 【効率化策】

### 1 事業者連携・共同化による業務の効率化

#### (1) 取組・課題

配送業者との連携により商品の配送業務終了後に集荷業務を行うなど、事業者毎に物流コストの削減に向けた取組を実施している。

また、現在、水産物部において共同配送の検討を行っていることから、既に各事業者ごとに指定されている売場や空きスペース等についても、事業者間の連携による効率的かつ有効な活用に努める必要がある。

#### (2) 総括

主な取組	事業主体	実施状況		今後の方向性
		評価	総括	
① 共同配送による流通コストの削減	卸売業者 仲卸業者	△	・ 共同配送を水産物部において検討中。	継続
② 荷捌所、買荷保管所等の共同利用による効率的な運用		×	・ 施設の共同利用については未実施	見直し
評価欄 ○：実施し、一定の成果をあげているもの △：実施しているが十分な成果をあげるに至っていない又は調査・検討中のもの ×：未実施 今後の方向性欄：継続（優先）・継続・見直し・終了・廃止・（新規）				

## 2 市場情報のICT化の推進

### (1) 取組・課題

集荷対策の一環として、液晶モニターを青果部卸売場に設置し出荷者や買参人へ市況情報等の迅速な提供に努めた。

今後については市況以外の利活用とともに、設置されていない水産物部や花き部への情報の伝達方法について検討する必要がある。

また、ICTを活用した業務としては、独自の取組として卸売場等に監視カメラを設置し商品管理を行っている事業者もあるが、新たなインフラ整備に向けては各事業者ごとに温度差があるなど、各種市場業務における電子データ化が遅れており、ペーパーレスなど市場全体としての業務の軽減までには至っていない現状もあることから、再度業務内容について精査し、実現可能な業務について速やかに取組む体制を構築していく必要がある。

### (2) 総括

主な取組	事業主体	実施状況		今後の方向性
		評価	総括	
① 入荷品目や取引価格等、需要者が必要とする情報の即時表示	市 (卸売業者)	○	・ 青果部卸売業者と連携した液晶モニターによる出荷者や買参人への迅速な情報提供（再掲）	見直し
② 市況及び卸売予定数量報告書の電子データ化		○	・ 各種情報の電子データ化による報告書等のペーパーレス化については未実施	継続
③ 各種情報の電子データ化		×		継続
評価欄 ○：実施し、一定の成果をあげているもの △：実施しているが十分な成果をあげるに至っていない又は調査・検討中のもの ×：未実施 今後の方向性欄：継続（優先）・継続・見直し・終了・廃止・（新規）				



### 3 指定管理者制度の導入

#### (1) 取組・課題

市場の設置目的や性格、規模等を踏まえ市場内事業者で構成する、一般社団法人会津若松市公設地方卸売市場協会を指定管理者として指定した。

毎日の巡回業務や第三者委託による施設の点検等により、施設・設備の損傷や不具合に対し迅速な対応に努めるとともに、衛生講習会の開催など事業者と連携しながら市場利用者の安全性と利便性の向上に努めている。

#### (2) 総括

主な取組	事業主体	実施状況		今後の方向性
		評価	総括	
① 市場条例の改正	市 市場協会	○	H 27 6月 指定管理者制度導入に係る条例改正 9月 市場協会法人格取得 11月 仮協定の締結 12月 市議会の議決（本協定に移行）	終了
② 市場協会の一般社団法人化		○	H 28 4月 指定管理者（市場協会）による管理運営開始	終了
評価欄 ○：実施し、一定の成果をあげているもの △：実施しているが十分な成果をあげるに至っていない又は調査・検討中のもの ×：未実施 今後の方向性欄：継続（優先）・継続・見直し・終了・廃止・（新規）				

# 第5章 会津若松市公設地方卸売市場の基本戦略

## 1 SWOT分析

経営展望の策定に向けて、卸売市場を取り巻く情勢とともに、本市場特有の環境条件や強み・弱みについて、円卓会議による検討と市場内事業者からの意見聴取等の実施によるSWOT分析を行い、課題解決に必要な取組を下表のとおり整理しました。

※ SWOT分析とは  
強み (Strengths) のS、弱み (Weaknesses) のW、機会 (Opportunities) のO、脅威 (Threats) のTの4つのポイントから現状の把握と対策を分析する手法

		外部環境・機会 (O)	外部環境・脅威 (T)
		<b>【社会情勢】</b> ① 食への関心の高まり ② 情報化 (ICT) の進展 ③ 観光客・インバウンドの増加 ④ 地元JAの合併による大型化 <b>【市場法改正】</b> ⑤ 市場法改正に伴い市場毎の独自ルールの策定が可能	<b>【社会情勢】</b> ① 少子高齢化と人口減少に伴う消費の減少 ② 生産者の減少、高齢化による出荷 (生産) 量の減 ③ 小売店の減少 ④ 天候要因による生産量の変動が大きい ⑤ 有機認証・GAP・HACCPへの対応 (コストの増) ⑥ 原子力発電事故による風評被害 <b>【市場経由率の低下】</b> ⑦ 市場外流通の増加 (消費者動向の変化) <b>【市場法改正】</b> ⑧ 県内外の他市場からの商品の流入 (市内ホテル・旅館など) ⑨ 直荷引等の規制撤廃による市場機能等の低下
市場内部・強み (S)	<b>【立地環境】</b> ① 会津地域唯一の公設卸売市場 (地域拠点市場) ② 青果部・花き部においては地場物が豊富 ③ 「会津」の知名度の高さ <b>【市場の特性】</b> ④ 経験豊富な従業員が多い。 ⑤ 産地や取引先の情報が得やすい ⑥ 地域密着型で取引への信頼が安定している ⑦ 国道に隣接し、ICにも近いなど交通の利便性が高い ⑧ 施設が広い (余裕がある) ⑨ 指定管理者制度の導入による市場運営の活性化 ⑩ 市場円卓会議の開催	<b>I 「積極的攻勢」</b> <b>内外の環境がプラス、積極的に攻める取組</b> ① 産地市場としての集荷機能の強化 ② 卸売市場法改正に対応する「会津モデル取引ルール」の策定 ③ 情報発信基地としての機能を活かした生産・物流・販売の支援 ④ 会津ブランドの発信強化 ⑤ 市場開放による市場PR	<b>II 「脅威の解消」</b> <b>強みを活かして脅威を解消する取組</b> ① 産地市場としての集荷機能の強化 (I：再掲) ② 安定した取引の維持と新たな販売機会の創出 ③ 場内事業者連携による会津産農産物・食材の販路拡大
	<b>【市場施設】</b> ① 施設の老朽化 ② コールドチェーンシステムの未整備 ③ 加工・パッケージ施設の未整備 <b>【市場の特性】</b> ④ 供給エリアは広いが、供給人口は少ない <b>【事業者】</b> ⑤ 買参人等の減少 (高齢化・跡継不在)に伴う取引の減 ⑥ 市場内事業者の高齢化 ⑦ 市場内事業者の経営悪化 ⑧ 市場入場者のマナー低下 (喫煙ゴミの排出など) ⑨ 会津市場としての事業者連携による取組が少ない。 ⑩ 情報化の遅れ <b>【その他】</b> ⑪ 市場認知度の低下	<b>III 「弱みを強みに変える」</b> <b>欠点を改善し強みに変える取組</b> ① 安定した取引の維持と新たな販売機会の創出 (II：再掲) ② 生産者や買参人への支援 ③ 卸売市場法改正に対応する「会津モデル取引ルール」の策定 (I：再掲) ④ 場内の衛生管理の徹底 ⑤ 市場開放による市場PR (I：再掲) ⑥ 物流拠点としての機能付加 ⑦ 低温 (定温) 売場の設置 ⑧ 市場空地の有効活用 ⑨ 空き店舗の利活用	<b>IV 「基本機能の維持」</b> <b>市場機能を維持する取組</b> ① 市場協会を中心とした事業者連携体制の構築 ② 場内労働環境の改善 ③ 施設の建替えによる新市場システムの整備 ④ 施設・設備の改修及び修繕の早期化 ⑤ 現有施設の共同利用
市場内部・弱み (W)			

## 2 分析に基づく方向性

市場活性化プランの検証と総括、及びSWOT分析による現状分析から、「集荷・販売力の強化」、「安定かつ効率的な市場運営の確立」、「情報発信の強化」、「適正な施設整備の推進」の4つを本市場の基本戦略とし、それに伴う取組を推進していくものとします。

### 基本戦略Ⅰ 集荷・販売力の強化

集荷と供給（販売）力を高める取組や、それを支える事業者の支援を図ることにより、生鮮食料品等の安定供給を図ります。

- 取組 1 産地市場としての集荷機能の強化
- 2 安定した取引の維持と新たな販売機会の創出
- 3 生産者や買参人への支援
- 4 場内事業者連携による会津産農産物・食材の販路拡大

### 基本戦略Ⅱ 安定かつ効率的な市場運営の確立

卸売市場法の改正に伴い、会津若松市公設地方卸売市場条例や同条例規則等の見直しを行い、規制緩和等による本市場の活性化を図ります。

また、市や関係機関と連携した取組を推進し、食品等の安全に対する市民の期待に応えます。

業務の効率化など、経営基盤の強化に取組むとともに、市場事業者の働きやすい環境づくりを図ります。

- 取組 1 市場法改正に対応する「会津モデル取引ルール」の策定
- 2 市場協会を中心とした事業者連携体制の構築
- 3 場内の衛生管理の徹底
- 4 場内労働環境の改善

### 基本戦略Ⅲ 情報発信の強化

消費者及び需要者等との交流や情報交換を進めながら、「食」の情報発信に取組むことにより、市民に親しまれ、支持される市場を目指します。

- 取組 1 情報発信基地としての機能を活かした生産・物流・販売の支援
- 2 会津ブランドの発信強化
- 3 市場開放による市場PR

### 基本戦略Ⅳ 適正な施設整備の推進

本市場を取り巻く環境の変化に応じ、市場関係者のニーズにあった円滑な取引業務ができるよう、老朽化した施設の修繕や有効利用を進めます。

また、今後の社会構造の変化や関係法令等の改正による新たなニーズを踏まえながら、市場施設の再整備に向けた調査・研究を行います。

- 取組 1 物流拠点としての機能付加
- 2 市場空地の有効利用
- 3 低温（定温）売場等の設置
- 4 施設の建替えによる新市場システムの整備
- 5 空き店舗の利活用
- 6 施設・設備の改修及び修繕の早期化
- 7 現有施設の有効利用

## 第6章 基本戦略に基づく行動計画

第5章の基本戦略において定めた取組を推進するため、その実施時期や実施主体を協議・検討し、行動計画として下記のとおり、明確化しました。

行動計画については、進捗状況の把握とともに、今後の卸売市場を巡る情勢の変化等を見据え、適宜計画の見直しを行うなど、柔軟かつ効果的に取組みます。

※1 ◎：取組主体、○：サポート

※2 実施期間：前期5年以内、後期10年以内

### 【基本戦略Ⅰ 集荷・販売力の強化】

取組1 『産地市場としての集荷機能の強化』  行動計画	実施主体					実施期間	
	卸売業者	仲卸業者	関連事業者	指定管理者	開設者	前期	後期
①【生産者との情報交換などによる出荷体制の強化 ⇒市場活性化プランー継続】 生産者から市場へのお荷量の増加を図るため、定期的な農家訪問等による生産状況の確認に努めるとともに、栽培・出荷に係る意見交換や指導・助言を行います。 【青果・花き】	◎					○	
②【GAP取得に向けた支援 ⇒SWOTー脅威の解消】 量販店等のニーズに応える、安全と信頼性の高いGAP認証農作物のお荷量の増加を図るため、生産者へのチラシの配布や、国・県が開催する説明会及び研修会の参加案内など、GAP取得に向けた支援及び啓蒙活動を推進します。 【青果・花き・開設者】	◎	○			◎	○	
③【1年を通じた生鮮食料品等の安定供給 ⇒SWOTー積極的攻勢】 既存取引先や消費者からニーズのある品目を確保するため、生産者への新たな品目の作付け提案や他市場との連携を図りながら、生鮮食料品等の安定供給を図ります。 【青果・水産・花き】	◎	○				○	
④【市場ブランド品の開発 ⇒SWOTー積極的攻勢】 市や量販店、生産者と連携した市場ブランド品の開発や新商品の提案など、新たな特産品づくりに取組みます。 【青果・花き・開設者】	◎	○			○		○
⑤【需要のある農産物の調査と生産奨励 ⇒SWOTー積極的攻勢】 医療施設から需要のある会津人参など、新たな業種からの需要が見込まれる農産物の要望調査や検討を行い、生産推奨に向けた取組を図ります。 【青果】	◎	○					○

<p>⑥【JA施設との連携体制構築 ⇒SWOT－積極的】</p> <p>地場農産物の市場内流通量の増加を図るため、新たに整備されるJA施設（青果物広域集荷・選果・予冷機能）との連携体制を構築します。</p> <p>（期待される市場への活性化効果）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 市場取扱高の増加</li> <li>・ 小売店等への安定出荷</li> <li>・ 予冷農産物の入荷による品質向上</li> </ul> <p>【青果】</p>	○	○	○	◎	○	○
---	---	---	---	---	---	---

取組2 『安定した取引の維持と新たな販売機会の創出』	実施主体					実施期間	
	卸売業者	仲卸業者	関連事業者	指定管理者	開設者	前期	後期
<p>行動計画</p>							
<p>①【地元小売店や量販店、旅館・ホテル等との商談会 ⇒市場活性化プランー継続】</p> <p>市場流通品利用の維持・拡大を図るため、地元量販店や買参人からの要望に応えられる品揃えと数量の確保に努めるとともに、現在まで取引のない旅館やホテル、外食業者、市のイベントに参加している飲食業者などを対象とした商談会等を開催し、買参人の増を図ります。</p> <p>【青果・水産物・花き】</p>	◎	◎				○	
<p>②【買参人との情報交換会 ⇒市場活性化プランー継続】</p> <p>市場流通品利用の維持・拡大を図るため、学校給食センター等へ納品する買参人との情報交換会を開催します。</p> <p>【青果・水産物】</p>	◎	◎				○	
<p>③【新たな取引要望団体等への対応 ⇒SWOT－脅威の解消】</p> <p>取引先の確保と拡大を図るため、新たに本市場との取引を希望する団体等の要望に対し、市場協会を窓口とした市場内事業者による協議・連携体制を構築します。</p> <p>【青果・水産物・花き・関連・指定管理者】</p>	○	○	○	◎		○	
<p>④【インターネット取引の活用 ⇒SWOT－弱みを強みに】</p> <p>販売ルートの拡大を図るため、県内外へのインターネット取引の活用について、先進市場の取組等を調査・検討し、取引の開始に向けて必要な設備や体制を整備します。</p> <p>【青果・水産物・花き・関連・指定管理者】</p>	◎	◎	○	○			○

取組3 『生産者や買参人への支援』 行動計画	実施主体					実施期間	
	卸売業者	仲卸業者	関連事業者	指定管理者	開設者	前期	後期
①【補助メニューの紹介等による生産者への支援 ⇒市場活性化プランー継続】 生産者の円滑な事業の実施を支援するため、各種補助事業について、メニューの紹介や事務手続きの助言等を行います。 【青果・花き・開設者】	◎				◎	○	
②【ICTの活用による生産者や買参人への支援 ⇒SWOT－弱みを強みに】 市場関係者の利便性の向上を図るため、卸売予定数量（取引品目や数量）や市況（取引価格）、モニタリング結果等の市場情報がいつでも・どこでも・誰でも確認できるスマートフォン用サイトを整備します。 【青果・水産物・花き・指定管理者・開設者】	○			◎	○	○	

取組4 『場内事業者連携による会津産農産物・食材の販路拡大』 行動計画	実施主体					実施期間	
	卸売業者	仲卸業者	関連事業者	指定管理者	開設者	前期	長期
①【量販店等のネットワークを活用した試食販売 ⇒SWOT－脅威の解消】 販路と取引の拡大を図るため、量販店が各地域や店舗で行うイベント情報等を市場内事業者間で共有・検討し、マネキン（プロの販売員）による地元農産物や棒たら、にしんの山椒漬けなど郷土料理（食材）の試食販売会を開催します。 【青果・水産物】	◎	○		○		○	
②【バイヤー等の招聘による産地見学会等の開催 ⇒SWOT－脅威の解消】 新規取引の機会づくりとして、取引のない県内外の量販店の仕入担当者やバイヤーを招聘し、青果・水産物・花き部連携による産地見学や試食会を開催します。 【青果・水産物・花き・指定管理者】	◎	○		○		○	

【基本戦略Ⅱ 安定かつ効率的な市場運営の確立】

取組1 『市場法改正に対応する「会津モデル取引ルール」の策定』  行動計画	実施主体					実施期間	
	卸売業者	仲卸業者	関連事業者	指定管理者	開設者	前期	後期
<p>①【市場法改正に伴う市条例等の見直し ⇒SWOT－積極的攻勢】</p> <p>卸売市場法の改正に係る各種規制の撤廃に伴い、本市場における規制のあり方とともに、多様化する実需者ニーズに対応できる新たな取引ルールの策定について市場内事業者と検討しながら、条例や規則等の見直しを行います。 (各市場に委ねられた主な規制・検討事項)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 第三者販売の禁止</li> <li>・ 直荷取引きの原則禁止</li> <li>・ 商物一致の原則</li> </ul> <p>【青果・水産物・花き・関連・指定管理者・開設者】</p>	○	○	○	◎	◎	○	
<p>②【市場内関係者の利便性の向上 ⇒市場活性化プラン－継続】</p> <p>卸売市場の主要購買者である買参人の減少に対応するため、買参人が承認された部以外からの「自家消費」に限定した商品の購入を検討します。また、市場内事業所に勤務する従業員の購入についても検討し、市場内関係者の利便性の向上と場内取引の活性化を図ります。</p> <p>【青果・水産物・花き・関連・指定管理者・開設者】</p>	○	○	○	◎	◎	○	

取組2 『市場協会を中心とした事業者連携体制の構築』  行動計画	実施主体					実施期間	
	卸売業者	仲卸業者	関連事業者	指定管理者	開設者	前期	後期
<b>①【市場協会による専門組織の設立</b> <b>⇒SWOT－基本機能の維持】</b> 市場全体として行動計画に係る各取組の強化を図るため、市場における課題や要望についてとりまとめや検討を行う専門組織を設立します。 <b>【青果・水産物・花き・関連・指定管理者】</b>	○	○	○	◎		○	
<b>②【アイデア募集等による市場の新たな可能性の検討</b> <b>⇒SWOT－基本機能の維持】</b> 市場協会としての新規事業（配送・直売所等）の立ち上げや共同配送等の業務連携、場外市場の整備など、市場内外からのアイデアや提案を募集し、将来に向けた市場の新たな可能性について検討します。 <b>【青果・水産物・花き・関連・指定管理者・開設者】</b>	○	○	○	◎	○		○



取組3 『場内の衛生管理の徹底』 行動計画	実施主体					実施期間	
	卸売業者	仲卸業者	関連事業者	指定管理者	開設者	前期	後期
<b>①【デジタルサイネージを活用した情報提供 ⇒市場活性化プランー継続】</b> 会津産農産物の安全・安心の確保と風評の払拭を図るため、出荷者や集荷者、また市場内事業者によるデジタルサイネージ等を利用した放射性物質のモニタリング情報の活用と確認の徹底に努めます。 <b>【青果・水産物・開設者】</b>	◎	○			○	○	
<b>②【清潔な取引環境の保持 ⇒市場活性化プランー継続】</b> 清潔な施設環境を保持するため、指定管理者と市場内事業者の連携によるツバメや鳩等の排・駆除の徹底、タバコの完全分煙化、ゴミの抑制とリサイクルの推進、廃棄物の適正処理、施設内の定期的な清掃と整理整頓を実施します。 <b>【青果・水産物・花き・関連・指定管理者】</b>	○	○	○	◎		○	
<b>③【会津保健所との情報交換 ⇒市場活性化プランー継続】</b> 市場内の衛生環境の向上を図るため、会津保健所による定期巡回時の情報交換とともに、指摘事項については迅速かつ適正に対応します。 <b>【青果・水産物・花き・関連・指定管理者】</b>	○	○	○	◎		○	
<b>④【研修会の開催 ⇒市場活性化プランー継続】</b> 販売食品等に起因する食品衛生上の危害の防止と、安全性の確保に必要な正しい知識や技術の習得及び確認の徹底を図るため、会津保健所と連携した研修会を開催します。 <b>【青果・水産物・花き・関連・指定管理者】</b>	○	○	○	◎		○	

取組4 『場内労働環境の改善』 行動計画	実施主体					実施期間	
	卸売業者	仲卸業者	関連事業者	指定管理者	開設者	前期	後期
①【職場環境の整備 ⇒SWOT－基本機能の維持】 持続可能な市場運営に向けて、託児所やコインランドリーの整備や労働条件の改善など、若い人材や女性の活躍できる職場環境の整備を図ります。 【青果・水産物・花き・関連】	◎	◎	◎				○
②【サポーター制度の導入による人材不足の解消 ⇒SWOT－基本機能の維持】 市場内事業所を退職された高齢識者について、各種イベントや新規事業の開催などに対応できるサポーターとして受入れ、人材不足の解消を図ります。 【青果・水産物・花き・関連・指定管理者】	○	○	○	◎		○	

【基本戦略Ⅲ 情報発信の強化】

取組1 『情報発信基地としての機能を活かした 生産・物流・販売の支援』  行動計画	実施主体					実施期間	
	卸売業者	仲卸業者	関連事業者	指定管理者	開設者	前期	後期
<p>①【市場の知見を活かした情報の発信 ⇒市場活性化プランー継続】</p> <p>地元産品の消費拡大を図るため、指定管理者ホームページから、会津「食」文化の紹介や旬の食材を利用したレシピなど、市場の知見を活かした情報を発信します。 【青果・水産物・花き・指定管理者】</p>	○	○	○	◎		○	
<p>②【各種イベント等との連携 ⇒市場活性化プランー継続】</p> <p>会津食文化の認知度向上と地産地消の取組による消費拡大を図るため、「あいづ食の陣」や「地産地消まつり」等のイベントと連携し、市民や観光客等への会津産農産物及び郷土料理（食材）のPR活動を推進します。 【青果・水産物・花き・指定管理者・開設者】</p>	○			◎	○	○	
<p>③【県内の地域拠点市場との連携 ⇒SWOTー積極的攻勢】</p> <p>生鮮食料品等の安定供給とともに、集荷・販売の効率化と拡大を図るため、県の第9次卸売市場整備計画において地域拠点市場として位置づけられた本市場、福島市公設地方卸売市場、郡山市総合地方卸売市場との情報交換を密にしながら、各種事業について連携していきます。 【青果・水産・花き・指定管理者・開設者】</p>	◎	◎		◎	◎	○	

取組2 『会津ブランドの発信強化』 行動計画	実施主体					実施期間	
	卸売業者	仲卸業者	関連事業者	指定管理者	開設者	前期	後期
<b>①【地元農産物を活用した料理教室等の開催 ⇒SWOT－積極的攻勢】</b> 地元産品のPRと地産地消の拡大を図るため、親子や子育て世代を対象に、郷土料理として愛されているこづゆや、会津伝統野菜・雪下野菜など地元農産物を使った料理教室、また、会津の四季を意識したフラワーアレンジメント教室を開催します。 <b>【青果・水産物・花き・指定管理者・開設者】</b>	○	○		◎	○	○	
<b>②【出荷容器の統一化の検討 ⇒SWOT－積極的攻勢】</b> 首都圏の大規模市場や量販店への「会津産」PR活動を推進するために、出荷容器の統一化について検討します。 <b>【青果・水産物・花き・指定管理者】</b>	◎	○		○		○	
<b>③【認知度向上に向けたPR方法の検討 ⇒SWOT－積極的攻勢】</b> 市場ブランドの確立と販路拡大に向けた取組を推進するために、市の振興作物や郷土料理（食材）を中心に、認知度向上に向けたネーミングなどのPR方法について検討します。 <b>【青果・水産・花き・指定管理者・開設者】</b>	◎	○		○	○		○

取組3 『市場開放による市場PR』 行動計画	実施主体					実施期間	
	卸売業者	仲卸業者	関連事業者	指定管理者	開設者	前期	後期
<b>①【市場まっりの開催等による市場開放 ⇒市場活性化プラン－継続】</b> 市民に、市場の役割や機能、市場で取扱う生鮮食料品等の認識や理解を深めていただく機会として、市場まつりなどの市場開放を開催します。 ・市場まつり ・朝市などの定期的な市場開放イベント ・小学校や市政教室など、市場見学の受入 ・市場の機能や役割、市場流通品目の情報等を盛り込んだ卸売市場PR冊子の作成 <b>【青果・水産物・花き・関連・指定管理者・開設者】</b>	○	○	○	◎	○	○	

【基本戦略Ⅳ 適正な施設整備の推進】

取組 1 『物流拠点としての機能付加』 行動計画	実施主体					実施期間	
	卸売業者	仲卸業者	関連事業者	指定管理者	開設者	前期	後期
<p>①【加工・パッケージ機能の確保 ⇒市場活性化プランー継続（優先）】 需要者ニーズに対応できる、加工・パッケージ機能を確保するため、JA施設との連携を図ります。 【青果・水産物・指定管理者・開設者】</p>	○	○		○	◎	○	
<p>②【荷捌所・配送所の設置検討 ⇒SWOT－弱みを強みに】 卸売業者及び仲卸業者の荷捌所・配送所について、現在の使用状況や将来の取扱数量の調査や、必要とする規模・機能についての意見交換を行い、施設の改修や新設などによる整備について検討します。 【青果・水産物・指定管理者・開設者】</p>	○	○		○	◎	○	
<p>③【災害などへの対応 ⇒市場活性化プランー継続】 災害時などの緊急時における体制の確立に向けた新たな機能を有する施設や設備の整備については、その必要性を検証し、現有施設の有効活用も踏まえながら検討します。 【青果・水産物・花き・関連・指定管理者・開設者】</p>	○	○	○	◎	◎		○

取組 2 『市場空地の有効利用』 行動計画	実施主体					実施期間	
	卸売業者	仲卸業者	関連事業者	指定管理者	開設者	前期	後期
①【利用可能な区画の有効活用 ⇒SWOT－弱みを強みに】 市場内の空地について、現在の使用・未使用状況の整理を行い、利用可能な区画の有効活用について検討します。 【指定管理者・開設者】				○	◎	○	

取組 3 『低温（定温）売場等の設置』 行動計画	実施主体					実施期間	
	卸売業者	仲卸業者	関連事業者	指定管理者	開設者	前期	後期
①【低温（定温）売場の設置 ⇒市場活性化プランー継続（優先）】 コールドチェーンシステムの確立による販売ルート の拡大と品質管理の向上に向けた取組の充実を図るため、低温（定温）売場を設置します。 【青果・水産物・指定管理者・開設者】	◎	○		○	◎	○	

取組 4 『施設の建替えによる新市場システムの整備』 行動計画	実施主体					実施期間	
	卸売業者	仲卸業者	関連事業者	指定管理者	開設者	前期	後期
① 〔将来を見据えた適正な施設整備〕 ⇒SWOT－基本機能の維持〕 開設から43年が経過し、老朽化した市場の建替に向けた計画の策定が求められていることから、人口やマーケット等の現状分析や流通環境の変化に対応した市場機能の整備、さらに、整備後に生じる維持管理コストや施設使用料などについて協議する場を設定し、将来を見据えた適正な施設整備の検討を行います。 また、施設整備に係る財源の確保に向けて、補助制度の活用や基金等の設置について調査・検討します。 【青果・水産物・花き・関連・指定管理者・開設者】	○	○	○	○	◎	○	○

取組 5 『空き店舗の利活用』 行動計画	実施主体					実施期間	
	卸売業者	仲卸業者	関連事業者	指定管理者	開設者	前期	後期
① 〔市場関係者の利便性向上のための利活用〕 ⇒SWOT－弱みを強みに〕 空き店舗の有効活用について、市場内外からの要望や提案等について検討し、買参人や事業者など市場関係者の利便性の向上を図ります。 【指定管理者・開設者】				◎	○	○	
② 〔新たな業種や事業への利活用〕 ⇒市場活性化プラン－継続〕 市場入場者の増による賑わいの創出と活性化を図るため、空き店舗への新たな業種（配送業者や量販店バイヤー事務所など）の参入や、市場協会や市場内事業者連携による新たな事業への利用について検討します。 【指定管理者・開設者】				◎	○	○	

取組 6 『施設・設備の改修及び修繕の早期化』	実施主体					実施期間	
	卸売業者	仲卸業者	関連事業者	指定管理者	開設者	前期	後期
<p style="text-align: center;">行動計画</p> <p>①【施設の計画的な改修・修繕 ⇒市場活性化プランー継続】</p> <p>施設や設備の長寿命化を図るため、突発的な故障への速やかな対応とともに、老朽化が著しく不具合を生じている箇所の改修や修繕を計画的に実施します。 【青果・水産物・花き・関連・指定管理者】</p>	○	○	○	◎	○	○	
<p>②【省エネルギー化の推進 ⇒市場活性化プランー継続】</p> <p>施設・設備の修繕にあたっては、省エネルギー化を図るため、照明のLED化等を積極的に推進します。 【指定管理者】</p>				◎	○	○	
<p>③【補助財源の確保と必要性・費用対効果の検証 ⇒市場活性化プランー継続】</p> <p>施設・設備の大規模な改修（建替えも含む）については、必要性や費用対効果等の精査をしながら、機能の維持や利用方法、補助等の財源の確保などの整備に向けた検討を進めます。 【青果・水産物・花き・関連・指定管理者・開設者】</p>	○	○	○	◎	◎	○	○

取組 7 『現有施設の有効利用』	実施主体					実施期間	
	卸売業者	仲卸業者	関連事業者	指定管理者	開設者	前期	後期
<p style="text-align: center;">行動計画</p> <p>①【利用状況の点検による経費削減・業務の効率化 ⇒SWOTー弱みを強みに】</p> <p>駐車場や倉庫など現在の使用状況の点検・整理を行い、より有効な利用方法について検討しながら、使用料などの維持管理経費の削減や業務の効率化を図ります。 【青果・水産・花き・関連・指定管理者・開設者】</p>	○	○	○	◎	◎	○	



# SWOT分析による基本戦略の体系

SWOT分析による課題解決に必要な取組 (平成31年度～平成40年度)	
<b>I 積極的攻勢(市場の強みを生かして積極的に推進する取組)</b>	<p><b>① 産地市場としての集荷機能の強化</b> ・ICTを活かした取引情報の提供による栽培提案とタイムリーな出荷要請※ ・会津の知名度を生かした、里芋に続く新たな特産品づくり ・医食同源などの高まり等により需要が見込まれる農産物の調査や栽培提案</p> <p><b>② 市場法改正に対応する「会津モデル取引ルール」の策定</b> ・第三者販売や直荷引き等の規制撤廃、緩和による取引の活性化</p> <p><b>③ 情報発信基地としての機能を活かした生産・物流・販売の支援</b> ・県内地域拠点市場との連携による余剰及び不足品目への対応等</p> <p><b>④ 会津ブランドの発信強化</b> ・ホームページを活用した地場産品の紹介などによる知名度の向上と消費拡大</p> <p><b>⑤ 市場開放による市場PR</b> ・市民や観光客、インバウンドへの販売</p>
<b>II 脅威の解消(市場の強みを生かして困難やピンチを解消する取組)</b>	<p><b>① 産地市場としての集荷機能の強化</b> ・GAP取得による安全性を押し出した地場農産物の集荷・出荷の拡大</p> <p><b>② 安定した取引の維持と新たな販売機会の創出</b> ・地元買参人や量販店との商談会等の開催による取引の維持と買参人の確保 ・市場協会を窓口にした取引要望団体等への対応による販売機会の確保</p> <p><b>③ 場内事業者連携による会津産農産物・食材の販路拡大</b> ・量販店ネットワークを活用した試食販売会の開催等による地場産品のPRと販売機会の創出</p>
<b>III 弱みを強みに変える(市場の欠点を改善し強みに変える取組)</b>	<p><b>① 安定した取引の維持と新たな販売機会の創出</b> ・ICTの整備・推進によるインターネット取引の実現と販路の拡大</p> <p><b>② 生産者や買参人への支援</b> ・市の農産物生産支援に係る情報の提供による円滑な生産体制の構築 ・スマートフォンの利活用による市況等取引情報の受発信機能の強化</p> <p><b>③ 卸売市場法改正に対応する「会津モデル取引ルール」の策定</b> ・規制緩和による市場内取引の拡大</p> <p><b>④ 場内の衛生管理の徹底</b> ・デジタルサイネージによるモニタリング情報の周知徹底による風評被害の払拭 ・快適な取引環境の維持による安全・安心な生鮮食料品等の提供</p> <p><b>⑤ 市場開放による市場PR</b> ・市民への販売を通じた市場認知度の向上</p> <p><b>⑥ 物流拠点としての機能付加</b> ・需要者ニーズに対応できる施設、設備の設置</p> <p><b>⑦ 低温(定温)売場の設置</b> ・コールドチェーンシステムの確立による販路拡大</p> <p><b>⑧ 市場空地の有効利用</b> ・利用可能な区画の有効活用</p> <p><b>⑨ 空き店舗の利活用</b> ・新たな業種の入場など市場関係者のニーズに合わせた利活用の検討</p>
<b>IV 基本機能の維持(市場機能を維持する取組)</b>	<p><b>① 市場協会を中心とした事業者連携体制の構築</b> ・活性化に向けた取組みの実施や市場運営に係る要望、課題に対応できる体制の構築</p> <p><b>② 場内労働環境の改善</b> ・将来の市場を担う人材の確保</p> <p><b>③ 施設の建替えによる新市場システムの整備</b> ・市場制度改革や社会構造の変化に対応する市場の再整備に向けた検討</p> <p><b>④ 施設・設備の改修及び修繕の早期化</b> ・老朽化した施設の長寿命化と省エネの推進</p> <p><b>⑤ 現有施設の有効利用</b> ・利用状況の点検による使用料等の経費削減や業務の効率化</p>

※「・」… SWOT分析における取組の視点を記載

基本戦略(分野別による取りまとめ)	
<b>基本戦略Ⅰ 集荷・販売力の強化</b>	
① 産地市場としての集荷機能の強化	① 産地市場としての集荷機能の強化
② 安定した取引の維持と新たな販売機会の創出	② 安定した取引の維持と新たな販売機会の創出
③ 生産者や買参人への支援	③ 生産者や買参人への支援
④ 場内事業者連携による会津産農産物・食材の販路拡大	④ 場内事業者連携による会津産農産物・食材の販路拡大
<b>基本戦略Ⅱ 安定かつ効率的な市場運営の確立</b>	
① 市場法改正に対応する「会津モデル取引ルール」の策定	① 市場法改正に対応する「会津モデル取引ルール」の策定
② 市場協会を中心とした事業者連携体制の構築	② 市場協会を中心とした事業者連携体制の構築
③ 場内の衛生管理の徹底	③ 場内の衛生管理の徹底
④ 場内労働環境の改善	④ 場内労働環境の改善
<b>基本戦略Ⅲ 情報発信の強化</b>	
① 情報発信基地としての機能を活かした生産・物流・販売の支援	① 情報発信基地としての機能を活かした生産・物流・販売の支援
② 会津ブランドの発信強化	② 会津ブランドの発信強化
③ 市場開放による市場PR	③ 市場開放による市場PR
<b>基本戦略Ⅳ 適正な施設設備の推進</b>	
① 物流拠点としての機能付加	① 物流拠点としての機能付加
② 市場空地の有効利用	② 市場空地の有効利用
③ 低温(定温)売場の設置	③ 低温(定温)売場の設置
④ 施設の建替えによる新市場システムの整備	④ 施設の建替えによる新市場システムの整備
⑤ 空き店舗の利活用	⑤ 空き店舗の利活用
⑥ 施設・設備の改修及び修繕の早期化	⑥ 施設・設備の改修及び修繕の早期化
⑦ 現有施設の有効利用	⑦ 現有施設の有効利用

基本戦略に基づく行動計画	
<b>基本戦略Ⅰ 集荷・販売力の強化</b>	
(1) 産地市場としての集荷機能の強化	<p>① 生産者との情報交換などによる出荷体制の強化</p> <p>② GAP取得に向けた支援</p> <p>③ 1年を通じた生鮮食料品等の安定供給</p> <p>④ 市場ブランド品の開発</p> <p>⑤ 需要のある農産物の調査と生産奨励</p> <p>⑥ JA施設との連携体制構築</p>
(2) 安定した取引の維持と新たな販売機会の創出	<p>① 地元小売店や量販店、旅館・ホテル等との商談会</p> <p>② 買参人との情報交換会</p> <p>③ 新たな取引要望団体等への対応</p> <p>④ インターネット取引の活用</p>
(3) 生産者や買参人への支援	<p>① 補助メニューの紹介等による生産者への支援</p> <p>② ICTの活用による生産者や買参人への支援</p>
(4) 場内事業者連携による会津産農産物・食材の販路拡大	<p>① 量販店等のネットワークを活用した試食販売</p> <p>② バイヤー等の招聘による産地見学会等の開催</p>
<b>基本戦略Ⅱ 安定かつ効率的な市場運営の確立</b>	
(1) 市場法改正に対応する「会津モデル取引ルール」の策定	<p>① 市場法改正に伴う市条例等の見直し</p> <p>② 市場内関係者の利便性の向上</p>
(2) 市場協会を中心とした事業者連携体制の構築	<p>① 市場協会による専門組織の設立</p> <p>② アイデア等の募集による市場の新たな可能性の検討</p>
(3) 場内の衛生管理の徹底	<p>① デジタルサイネージを活用した情報提供</p> <p>② 清潔な取引環境の保持</p> <p>③ 会津保健所との情報交換</p> <p>④ 研修会の開催</p>
(4) 場内労働環境の改善	<p>① 職場環境の整備</p> <p>② サポーター制度の導入による人材不足の解消</p>
<b>基本戦略Ⅲ 情報発信の強化</b>	
(1) 情報発信基地としての機能を活かした生産・物流・販売の支援	<p>① 市場の知見を生かした情報の発信</p> <p>② 各種イベント等との連携</p> <p>③ 県内の地域拠点市場との連携</p>
(2) 会津ブランドの発信強化	<p>① 地元農産物を活用した料理教室等の開催</p> <p>② 出荷容器の統一化の検討</p> <p>③ 認知度向上に向けたPR方法の検討</p>
(3) 市場開放による市場PR	<p>① 市場まつりの開催等による市場開放</p>
<b>基本戦略Ⅳ 適正な施設整備の推進</b>	
(1) 物流拠点としての機能付加	<p>① 市場関係者の利便性向上のための利活用</p> <p>② 荷捌所・配送所の設置検討</p> <p>③ 災害などへの対応</p>
(2) 市場空地の有効利用	<p>① 利用可能な区画の有効活用</p>
(3) 低温(定温)売場等の設置	
(4) 施設の建替えによる新市場システムの整備	<p>① 将来を見据えた適正な施設整備</p>
(5) 空き店舗の利活用	<p>① 市場関係者の利便性向上のための利活用</p> <p>② 新たな業種や事業への利活用</p>
(6) 施設・設備の改修及び修繕の早期化	<p>① 施設の計画的な改修・修繕</p> <p>② 省エネルギー化の推進</p> <p>③ 補助財源の確保と必要性・費用対効果の検証</p>
(7) 現有施設の有効利用	<p>① 利用状況の点検による経費節減・業務の効率化</p>

## 第7章 経営展望における数値目標

### (1) 市場活性化プランにおける数値目標の検証

市場活性化プランでは、東日本大震災の影響を考慮して、青果部・水産物部・花き部の卸売の取扱高について、平成22年度並みの維持・向上を目標に設定しました。

#### 【市場活性化プランにおける卸売業者取扱高の目標値と計画期間の比較・検証】

(単位：千円)

年度 部別	平成22年度 (基準値)	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度 (目標値)
青果部	5,706,322	5,067,034	5,135,351	5,207,150	5,047,306	5,800,000
水産物部	5,296,575	3,627,233	3,476,128	3,036,851	2,916,051	5,300,000
花き部	470,911	396,347	414,484	422,936	455,085	480,000
計	11,473,888	9,090,614	9,025,963	8,666,937	8,418,442	11,580,000

参考：卸売業者取扱数量 (単位 青果部・水産物部：t、花き部：万本・鉢)

年度 部別	平成22年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度
青果部	24,016	21,376	19,619	18,382	18,021
水産物部	8,935	11,059	10,597	10,332	11,243
花き部	557	384	379	400	408

青果部は、これまで取扱数量は減少しつつも、高値での取引が続いたため売上高は微増となっていました。平成29年度は前年比で約1億6千万円の減となりました。

水産物部についても、約1億2千万円の減と減少傾向が続いており、花き部が花束等の加工品の増により約3千2百万円の売上高の増となったものの、平成29年度における卸売業者の取扱高(金額)は、前年度比較で2.9% (▲約2億4千8百万円) の減となっています。

### (2) 経営展望における数値目標

本市場の供給圏域である会津地域の人口減少や少子高齢化による食糧消費量の減少、流通形態の多様化などを要因とする取扱高の減少は、今後も続いていくものと予想されます。

本市場が卸売市場を取り巻く厳しい環境に対応し、安全・安心な生鮮食料品等の流通機構としての役割と機能を維持・継続していくため、経営展望における数値目標を、「地域拠点市場」の目標取扱高を基準としながら下表のとおり設定し、その達成に向けて基本戦略に基づいた行動計画を市場関係者が一体となって取組みます。

(単位 青果部・水産物部：t、花き部：万本)

地方卸売市場(地域拠点市場)の目標取扱高 (国第10次卸売市場整備基本方針)	5ヵ年度平均 取扱数量 (平成25~29年度)	本市場の 実績取扱数量 (平成29年度)	本市場の 目標取扱数量 (平成40年度)
青果部	15,000	19,941	20,000
水産物部	7,000	11,170	12,000
花き部	2,000	401	410

## 第8章 行動計画の実施及び遂行状況の評価と見直し

### 1 基本戦略・行動計画の実施

経営展望の策定後は、行動計画の実施主体が中心なり、計画を実行していきます。

それぞれの市場関係者は、その内容を組織全体で共有化し、実施状況を定期的に確認していくことが大切です。

### 2 行動計画の遂行状況の評価と見直し

取組の実施主体となる市場関係者などが、行動計画に基づく具体的な実施計画を作成し、日頃からのデータの集計や活動実績を確認するとともに、定期的に市場協会や円卓会議において取組の内容を取りまとめの上、年度評価と検証を行うものとします。

その場合、次年度の取組に反映させていくために、PDCA（PLAN〔計画〕）－DO〔実行〕－CHECK〔評価〕－ACTION〔見直し〕）サイクル手法により検証し、改善を図ります。

また、卸売市場においては、生産者や出荷者、実需者や消費者の双方が社会経済情勢や異常気象などの要因により、大きな影響を受ける場合があることから、これらの環境の変化に柔軟かつ迅速に対応するため、必要に応じて行動計画の見直しを行うこととします。

会津若松市公設地方卸売市場活性化円卓会議 委員名簿

No.	役職	氏名	区分	所属等
1	座長	貴田岡 信	学識経験者	国立大学法人福島大学 経済経営学類 教授
2	委員	渡辺 市雄	生産者農業関係者	会津若松市認定農業者協議会 会長
3	委員	岩橋 崇		会津よつば農業協同組合 西部営農経済センター長
4	委員	佐藤 洋一	市場関係者	丸果会津青果株式会社 代表取締役会長
5	委員	川島 慧介		株式会社会津丸水 代表取締役社長
6	委員	猪俣 幸洋		有限会社会津中央青果 代表取締役社長
7	委員	大貫 勇治		会津丸善水産株式会社 代表取締役社長
8	委員	小野 真毅		会津地区青果物商業協同組合 理事長
9	委員	荒井 浩		一般社団法人会津若松市公設 地方卸売市場協会 専任理事
10	委員	福島 一郎	開設者	会津若松市農政部長

## 会議検討経過

会議等	開催日	主な内容
第1回市場活性化円卓会議	平成29年 8月24日	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 市場活性化円卓会議の設置について</li> <li>○ 「経営展望」策定スケジュール（案）について</li> <li>○ 県内の主要卸売市場の現状と課題について（貴田岡座長講演）</li> </ul>
場内事業者21社への市場活性化プランに係るアンケート調査及びヒアリング	9月25日 ～10月23日	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 市場活性化プランにおける施策の進捗状況</li> <li>○ 市場活性化プランの取組にあたっての課題</li> <li>○ 市場の維持・活性化に向けた意見等</li> </ul>
第2回市場活性化円卓会議	11月20日	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 市場活性化プランに係る調査結果及び中間総括（案）について</li> </ul>
第3回市場活性化円卓会議	平成30年 3月23日	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 「経営展望」の全体構成（案）について</li> <li>○ 市場活性化プランに係る取組、課題及び総括について</li> <li>○ 「経営展望」基本戦略策定に係るSWOT分析（たたき台）について</li> </ul>
場内事業者21社への「経営展望」の基本戦略に係るSWOT分析表の作成依頼及びヒアリング	4月5日 ～4月20日	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 場内事業者によるSWOT分析表の作成（4市場の強み・弱み、外部環境による脅威等の分析とそれに対する取組について）</li> </ul>
第4回市場活性化円卓会議	5月10日	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 「経営展望」基本戦略策定に係るSWOT分析結果について</li> </ul>
第5回市場活性化円卓会議	8月3日	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 市場協会からの市場使用料に関する特例措置の継続要望に対する意見交換</li> <li>○ 市場敷地の利活用について</li> <li>○ 「経営展望」基本戦略の取組に係る「行動計画」（素案）について</li> </ul>
第6回市場活性化円卓会議	8月30日	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 経営展望（たたき台）について</li> </ul>
第7回市場活性化円卓会議	10月11日	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 経営展望（素案）について</li> <li>○ 市場協会からの市場使用料に関する特例措置の継続要望への対応について</li> </ul>
第8回市場活性化円卓会議	11月1日	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 経営展望（案）について</li> <li>○ 市への報告内容について</li> </ul>

# 会津若松市公設地方卸売市場活性化円卓会議設置要綱

(平成29年8月9日決済)

(名称)

第1条 本会は、会津若松市公設地方卸売市場活性化円卓会議（以下「円卓会議」という。）という。

(目的)

第2条 円卓会議は、卸売市場を取り巻く環境の変化を踏まえつつ、会津若松市公設地方卸売市場（以下「市場」という。）の役割及び機能の維持・活性化を図るための方策について検討することを目的とする。

(検討内容)

第3条 円卓会議では、前条に掲げる事項のほか、次に掲げる事項について検討を行うものとする。

- (1) 市場活性化プランに関する事。
- (2) 第9次福島県卸売市場整備計画に係る経営展望の策定に関する事。
- (3) 市場の活性化に関する事。
- (4) その他必要と認められる事項

(構成)

第4条 円卓会議は、次に掲げる者で構成する委員10名以内をもって組織する。

- (1) 学識経験者
  - (2) 市場関係者
  - (3) 生産者等農業関係者
  - (4) 市の職員
- 2 委員の任期は、2年とする。ただし、再任を妨げない。
- 3 補欠委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(座長)

- 第5条 円卓会議に座長を1名置き、委員の互選によりこれを選出する。
- 2 座長は、円卓会議を代表し、会務を総理する。
  - 3 座長に事故あるとき又は座長が欠けたときは、あらかじめ座長が指定する委員が職務を代理する。
  - 4 座長の任期は、2年以内とする。ただし、再任を妨げない。

(会議)

- 第6条 円卓会議の会議は、座長が招集する。
- 2 円卓会議の会議は、委員の半数以上の出席がなければ開くことができない。
  - 3 円卓会議の議事は、出席委員の過半数をもって決し、可否同数のときは座長の決するところによる。

(意見の聴取等)

第7条 座長は、第2条及び第3条に掲げる事項について検討するため必要がある

と認めるときは、円卓会議の委員以外の者の出席を求め、その意見を聞き、又は必要な資料の提出を求めることができる。

(報告等)

第8条 円卓会議による検討内容は、必要に応じて委員に関係ある機関その他関係機関等へ周知するものとする。

(事務局)

第9条 円卓会議の事務局は、会津若松市農政部農政課に置く。

(補則)

第10条 この要綱に定めるもののほか、円卓会議の運営に関し必要な事項は、座長が別に定める。

附 則

この要綱は、決裁の日から施行する。

平成31年度～40年度

会津若松市公設地方卸売市場 — 経営展望 —

発行日 平成31年 月

発行者 会津若松市農政部農政課

〒965-0861 会津若松市東栄町3-46

TEL 0242-39-1253

FAX 0242-23-8180

E-mail nosei@tw.city.aizuwakamatsu.fukushima.jp