

## 会津若松市公設地方卸売市場 経営展望 概要版

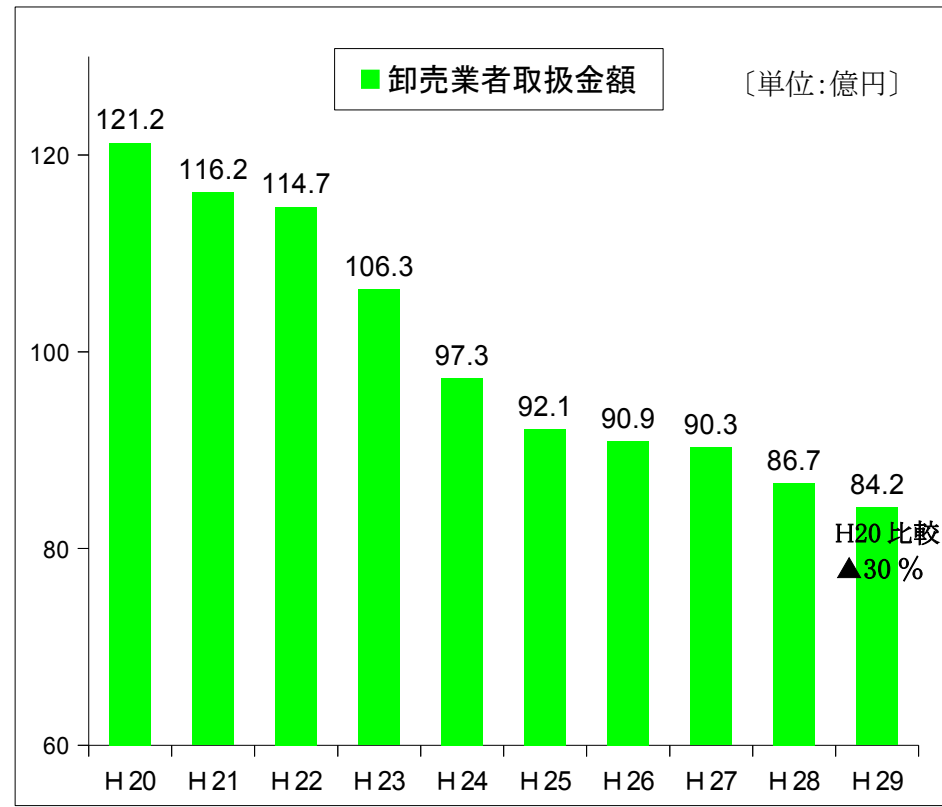
### 1 経営展望策定の背景と目的

本市場は、昭和50年10月の開設以来、長年にお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。

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、市場活性化プランに基づく指定管理者制度の導入など様々な施策の具現化に努めるも、流通経路の多様化や会津地域における人口減少等に伴う食料消費量の減などの要因により、市場取扱高は減少傾向にあります。

こうした情勢の変化に対応し、県の「第9次福島県卸売市場整備計画」において位置づけられた「地域拠点市場」としての役割と、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、平成31年度から40年度までの本市場の将来に向けた指針として「経営展望」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 本市場の現状



### 3 本市場を取り巻く環境の変化

- (1) 外部環境の変化
- 食への関心の高まり
  - 情報化 (ICT) の進展
  - 観光客・インバウンドの増加
  - 市場外流通の増加
  - 人口の減少及び少子高齢化に伴う消費量の減少
  - 生産者の減少
  - 小売店舗の減少
  - 品質管理等に係るコストの増加
  - 原子力発電所事故による風評被害
- (2) 内部環境の変化
- [市場の強み]
- 会津地域唯一の公設市場
  - 「会津」の知名度の高さ
  - 経験豊富な従業員と地域密着型の取引による信頼の高さ
  - 地場物 (青果・花き) が豊富で産地情報が得やすい
  - 交通の利便性が高い
- [市場の弱み]
- 施設の老朽化 (コールドチェーンシステムの未整備等)
  - 市場内事業者の高齢化、経営悪化
  - 買参人の減少
  - 情報化の遅れ
- 【SWOT分析より】

### 4 基本戦略の設定

- 基本戦略**
- I 集荷・販売力の強化
  - II 安定かつ効率的な市場運営の確立
  - III 情報発信の強化
  - IV 適正な施設整備の推進

### 5 基本戦略に基づく行動計画

- 開設者や市場内事業者による取組**
- I 集荷・販売力の強化
    - (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
    - (3) 生産者や買参人への支援
    - (4) 市場内事業者連携による会津産農産物・食材の販路拡大
  - II 安定かつ効率的な市場運営の確立
    - (1) 改正卸売市場法に対応する「会津モデル取引ルール」の策定
    - (2) 一社)会津若松市公設地方卸売市場協会を中心とした事業者連携体制の構築
    - (3) 市場内の衛生管理の徹底
    - (4) 市場内労働環境の改善
  - III 情報発信の強化
    - (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
  - IV 適正な施設整備の推進
    - (1) 物流拠点としての機能付加
    - (2) 市場空地の有効活用
    - (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) 空き店舗の有効活用
    - (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

### 6 経営展望における数値目標及び評価等

- (1) 数値目標
- 経営展望における数値目標については、「地域拠点市場」の目標取扱高を基準としながら下記のとおり設定し、その達成に向けて基本戦略に基づく行動計画を市場関係者が一体となって取組みます。
- 【卸売業者取扱数量】
- |       | H29年度実績  |   | H40年度目標  |
|-------|----------|---|----------|
| ○青果部  | 18,021 t | ⇒ | 20,000 t |
| ○水産物部 | 11,243 t | ⇒ | 12,000 t |
| ○花き部  | 408 万本   | ⇒ | 410 万本   |
- (2) 評価と検証及び見直し
- 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年度評価を行います。その際は、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、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、必要に応じて行動計画の見直しを行うこととします。