

安全・安心・新鮮 魅力あふれる福島市場 いちば

福島市中央卸売市場中期経営プラン
【平成25年度～平成29年度】

平成25年2月
福島市

～ 目 次 ～

第1章 プラン策定の意義	P1
1 中期経営プラン策定の目的	P1
2 中期経営プランの位置付け	P1
3 中期経営プランの期間	P1
第2章 福島市中央卸売市場の現状と課題	P2
1 現状	P2
2 卸売市場の機能と本市場の課題	P6
第3章 将来ビジョンと具体的な取り組み	P7
1 重点目標	P9
2 具体的な取り組み	P9
重点目標1 効率的な運営ができる市場	P11
基本施策1-1 地方卸売市場への転換	P11
基本施策1-2 指定管理者制度の導入	P13
基本施策1-3 市場関係者の経営基盤強化・取引活性化	P13
基本施策1-4 人材の育成	P14
基本施策1-5 専門小売店等の支援	P14
基本施策1-6 量販店等への対応	P15
重点目標2 安心・安全で機能的な市場	P16
基本施策2-1 老朽化した施設の整備	P17
基本施策2-2 品質管理及び物流の高度化	P18
基本施策2-3 環境問題等への対応	P19
基本施策2-4 災害等に強い市場	P20
基本施策2-5 卸売市場の除染	P21
基本施策2-6 放射性物質検査体制の強化	P21
基本施策2-7 風評被害の払拭	P22
基本施策2-8 損害賠償請求への支援	P22
重点目標3 市民に親しまれる市場	P23
基本施策3-1 ホームページの活用	P23
基本施策3-2 市場開放	P23
基本施策3-3 市場見学等	P24
第4章 プランの実現に向けて	P25
1 中期経営プランの進行管理	P25
2 中期経営プランの見直し	P25

第1章 プラン策定の意義

1 中期経営プラン策定の目的

卸売市場を取巻く環境は、少子高齢化、消費の多様化、流通形態の多様化、生産者・小売店の減少などの影響により大きく変化してきており、取扱高は全国的に年々減少傾向にあります。全国的に生鮮食料品等の卸売市場経由率は約60%前後と、卸売市場は、生鮮食料品等の流通において現在も基幹的役割を果たしています。

福島市中央卸売市場（以下「本市場」という。）においては、昭和47年より本市の基幹産業のひとつである農業の農産物の出荷先として、生産者の経営安定及び地域農業の持続的な発展に寄与するとともに、市民へ安全・安心・新鮮な生鮮食料品等の安定供給に努めるなど公設卸売市場としての重要な役割を40年にわたり担ってきましたが、全国の卸売市場と同じく取扱高の減少、施設の老朽化という大きな課題を抱えています。

また、平成23年3月に発生した東日本大震災を経験し、安全・安心・新鮮な生鮮食料品等の安定供給、災害に強い施設の構築は最重要課題と再認識したところであります。

このような状況の中、本市場の活性化等について調査・検討を行ってきた福島市中央卸売市場のあり方検討委員会から、平成24年8月に「福島市中央卸売市場の活性化について」が提言されました。提言では、本市場が抱える5つの課題（①市場運営の効率化 ②施設の老朽化対応・機能的で環境にやさしい市場の実現 ③災害等に強い市場づくり ④市民に開かれた市場の実現 ⑤放射能対策）が掲げられ、その解決を求められています。

この中期経営プラン（以下「本プラン」という。）は、市民が求める安全・安心・新鮮な生鮮食料品等の安定供給の基幹的拠点としての本市場の今後のあり方を明確にし、本市場の活性化を図るとともに、品質管理の向上、物流の高度化、市場機能の強化、効率的な管理運営、災害に負けない市場を目指すことを目的に、開設者（福島市）と市場関係者が一体となり取り組むものとして策定しました。

2 中期経営プランの位置付け

本プランは、平成23年2月に策定された「福島市総合計画前期基本計画」を具現化するための分野別計画と位置付け、国の「第9次卸売市場整備基本方針」及び「第9次卸売市場整備計画」に即し、関係法令や市の個別計画等と整合を図っています。

3 中期経営プランの期間

本プランは、平成25年度から平成29年度までの中期（5ヵ年）計画とします。

第2章 福島市中央卸売市場の現状と課題

本市場は、昭和47年11月に「青果部」及び「水産物部」が、平成15年4月に「花き部」が業務を開始し、本市（開設区域）及び周辺地域への生鮮食料品等の安定供給に大きな役割を果たしています。

本市を含め県北地方は、全国有数の果樹産地であるとともに野菜・花きの産地でもあり、本市場への出荷も多く、本市場は産地市場として地域の農業振興に大きな役割を担っています。

1 現状

(1) 本市場の現状

本市場の取扱高は、年々減少しており、平成23年では、数量にしてピークの昭和53年の約36%、金額にしてピークの平成2年の約39%と半分以下になっています。

本市場を含め全国的に卸売市場の取扱高は減少傾向にあり、その原因としては、少子高齢化、消費の多様化、流通形態の多様化、生産者・小売店の減少などが挙げられます。

本市場においては、青果部及び水産物部の卸売業者（※1）・仲卸業者（※2）の廃業や、売買参加者（※3）・買出人（※4）の減少も、取扱高減少の大きな要因となっています。

市場施設については、建築後40年を迎え、経年劣化による不具合を補修等しながら使用している状況で、国が求めているコールドチェーンシステム（※5）の確立や環境に配慮した施設などの整備については、遅れているのが現状です。

（※1）全国各地の生産者や出荷団体から委託または買付により集荷した品物を、せり売りや相対取引などの方法で、仲卸業者または売買参加者に販売する業者

（※2）品物を卸売業者より買い受けて、それを売買参加者や買出人に対し、細かい単位に分けて販売する業者

（※3）市長の承認を受け卸売業者から卸売を受けることのできる小売業者等

（※4）売買参加者の資格を持たないため、仲卸業者から買受けている小売業者等

（※5）流通過程で低温を保つ物流方式

①福島市中央卸売市場の取扱高推移

（単位：トン・千本・千鉢・千個、百万円）

区分	青果部		水産物部		花き部		合計	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額
昭和53年	151,813	22,070	33,438	18,955	—	—	185,251	41,025
昭和60年	146,345	28,280	20,358	15,806			166,703	44,086
平成2年	141,793	31,762	22,542	20,221			164,335	51,983
平成7年	140,570	31,841	18,437	14,638			159,007	46,479
平成12年	121,439	23,812	15,752	11,591			137,191	35,403
平成17年	86,149	15,957	13,786	9,763	36,119	2,324	99,935	28,044
平成22年	60,174	13,436	9,246	6,898	30,469	2,003	69,420	22,337
平成23年	58,154	11,522	9,081	6,943	26,329	1,722	67,235	20,187

（注）合計数量については、青果部・水産物部のみの合計を記載しています。

（注）取扱高推移は各年1月～12月の集計です。

②本市の人口、高齢者数等の推移

(単位:人)

区分	平成 19 年	平成 20 年	平成 21 年	平成 22 年	平成 23 年	
福島市総人口	294,543	293,414	293,207	292,684	288,361	
福島市 65 歳以上人口	64,509	65,950	67,709	68,390	68,396	
高齢化率	福島市	21.9%	22.5%	23.1%	23.4%	23.7%
	福島県	23.7%	24.2%	24.7%	24.9%	25.1%
	全 国	21.5%	22.1%	22.7%	23.1%	23.3%

(注) 各年 10 月 1 日現在

出典:福島市高齢者福祉計画・福島市介護保険事業計画

③本市の耕地面積、農業就業人口等の推移

区分	平成 12 年	平成 17 年	平成 22 年
耕地面積 (ha)	7,510	7,649	7,360
耕作放棄地 (ha)	1,509	1,707	1,771
総農家数 (戸)	7,676	7,219	7,225
販売農家 (戸)	6,028	5,277	4,979
自給的農家 (戸)	1,648	1,942	2,246
農業就業人口 (販売農家) (人)	11,147	9,827	8,992
基幹的農業従事者 (人)	7,859	7,222	6,731
65 歳以上 (%)	45.7%	58.7%	61.8%

出典:農林水産省「農林業センサス」「耕地及び作付面積統計」

(用語の説明)

耕作放棄地…以前耕地であったもので、過去 1 年以上作物を栽培せず、しかも、この数年の間に再び耕作するはっきりした考えのない土地をいう。

販売農家…経営耕地面積が 30 アール以上又は調査期日前 1 年間に於ける農産物販売金額が 50 万円以上の農家をいう。

自給的農家…経営耕地面積が 30 アール未満かつ調査期日前 1 年間に於ける農産物販売金額が 50 万円未満の農家をいう。

農業就業人口 …自営農業に従事した世帯員 (農業従事者) のうち、調査期日前 1 年間に自営農業のみに従事した者又は農業とそれ以外の仕事の両方に従事した者のうち、自営農業が主の者をいう。

基幹的農業従事者…農業に主として従事した世帯員 (農業就業人口) のうち、調査期日前 1 年間のふだんの主な状態が「農業に従事していた者」のことをいう。

65 歳以上 (%) …農業就業人口のうち 65 歳以上の割合

④売買参加者及び買出人の推移

(単位:人)

区分	売買参加者				買出人				合計
	青果部	水産物部	花き部	計	青果部	水産物部	花き部	計	
平成 7 年	435	234	—	669	331	354	—	685	1,354
平成 12 年	376	191	—	567	295	286	—	581	1,148
平成 15 年	356	172	154	682	293	284	114	691	1,373
平成 17 年	332	166	153	651	264	259	144	667	1,318
平成 22 年	243	141	143	527	207	183	144	534	1,061
平成 23 年	218	131	145	494	197	175	132	504	998

⑤全国の卸売市場経由率の推移

(単位：%)

区分 年度	青果		水産物	花き	
	野菜	果実			
平成5年	79.8	84.5	72.0	70.2	85.8
平成10年	74.3	81.8	61.7	71.6	85.6
平成15年	69.2	78.9	53.7	63.2	80.9
平成16年	66.1	77.3	49.0	62.9	82.6
平成17年	64.5	75.2	48.3	61.3	82.8
平成18年	64.6	75.8	46.6	62.5	85.4
平成19年	61.7	73.2	43.6	60.0	83.0
平成20年	63.0	73.8	45.7	58.4	84.0

出典：農林水産省「卸売市場データ」

(注) 卸売市場経由率は、国内で流通した加工品を含む国産及び輸入青果物、水産物、花きのうち、卸売市場（水産物についてはいわゆる産地市場の取扱高を除く。）を経由したものの数量割合（花きについては金額割合）の推計値

(2) 市場特別会計の現状

市場の運営は、地方自治法第 209 条第 2 項の「普通地方公共団体が特定の事業を行う場合その他特定の歳入をもって特定の歳出に充て一般の歳入歳出と区分して経理する必要がある場合において、条例でこれを設置することができる。」との規定により特別会計を設置し、企業経営と同様に、収入と支出の均衡を図りながら、独立採算を原則として運営しています。

市場特別会計の主な収入源は、売上高使用料、施設使用料、駐車場使用料ですが、取扱高の減少や業者の廃業による空き施設の増加等の影響で年々使用料が減少し、表①本市場特別会計（決算額）の推移のとおり歳入合計に対して使用料が占める割合は、平成 10 年度で 55%であったのに対し、平成 22 年度では 39%、同じく平成 23 年度では 28%まで落ち込んでおります。

市では、組織機構及び事務事業の見直しなどにより、平成 5 年度には 22 名（嘱託職員含む、臨時職員含まず）いた職員を平成 22 年度には 14 名と、この間に 8 名分の人件費を削減するなど歳出の見直しを行ってきました。

しかしながら、運営は依然として厳しく、歳入と歳出の不足分を一般会計からの繰入金で補填している状況が続いています。

この補填割合は増加傾向にあり、平成 5 年度では 11%でしたが、平成 22 年度では 26%、平成 23 年度では 24%と一般会計からの繰入に依存する傾向が強まっています。

このようなことから、歳入を増やす、もしくは歳出を削減するなど財務体質の強化を目指し、更なる市場運営の効率化を図る必要があります。

①本市場特別会計（決算額）の推移

(単位:千円)

区 分			平成 5 年度	平成 10 年度	平成 15 年度	平成 20 年度	平成 22 年度	平成 23 年度
歳 入	使用料	売上高	140,758	126,521	97,238	71,859	69,416	46,489
		施設	173,588	189,097	159,607	119,581	116,679	75,853
		駐車場ほか	19,614	19,454	19,340	14,861	13,544	13,156
		計	333,960	335,072	276,185	206,301	199,639	135,498
	繰入金	89,584	102,358	80,018	123,728	136,317	113,779	
	その他	409,828	173,256	174,260	183,490	179,699	230,531	
	歳入合計	833,372	610,686	530,463	513,519	515,655	479,808	
	使用料の割合	40%	55%	52%	40%	39%	28%	
繰入金の割合	11%	17%	15%	24%	26%	24%		
歳 出	一般管理費	人件費	157,312	149,137	110,516	111,326	97,479	97,379
		維持管理費	191,661	214,409	164,675	156,513	139,784	133,824
		その他	71,559	85,069	87,166	92,759	87,297	85,925
		計	420,532	448,615	362,357	360,598	324,560	317,128
	施設整備費	275,446	52,262	34,737	20,755	18,947	18,652	
	元金・利子償還金	118,646	89,129	107,853	94,776	94,776	83,738	
	災害復旧費	0	0	0	0	0	31,482	
	歳出合計	814,624	590,006	504,947	476,129	438,283	451,000	
組織及び職員数			2 課 4 係	2 課 4 係	1 課 2 係	1 課 2 係	1 課 2 係	1 課 2 係
			22 名	22 名	17 名	16 名	14 名	14 名

(注) 平成 23 年度の歳入において、東日本大震災による使用料の減免 (58,537 千円) を実施。

2 卸売市場の機能と本市場の課題

卸売市場は、生鮮食料品等の流通において現在も基幹的役割を担っていますが、本市場の活性化を図り、市民に安全・安心・新鮮な生鮮食料品等を円滑かつ安定的に供給する流通拠点として、市場機能の強化や効率的な管理運営に努める必要があります。本市場の現状について検証し検討した結果、課題が浮き彫りとなり、その課題を解決することが活性化のためには必要不可欠と考えられます。

(1) 卸売市場の機能

- ①集荷分荷機能 (全国各地から多種多様な商品を集荷するとともに、需要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)
- ②価格形成機能 (需給を反映した迅速かつ公正な評価による透明性の高い価格形成)
- ③代金決済機能 (販売代金の迅速、確実な決済)
- ④情報発信機能 (需給に係る情報を収集し、小売り、卸売にそれぞれ伝達)
- ⑤災害時対応機能 (災害時にライフライン(※1)として市民生活を支える機能)

※災害時対応機能とは

卸売市場は比較的広い敷地を有し、物流に適した施設構造となっています。このため東日本大震災のような災害が発生した際、生鮮食料品や緊急物資等を受け入れる施設として活用するよう「福島市地域防災計画」に定められています。

また、被災した卸売市場への物資の安定供給を目的として、全国の中央卸売市場と災害時相互応援協定を締結するなど、必要な対策を講じています。

さらに、自然災害に加え、テロ等の武力攻撃事態や新型インフルエンザ等の発生時などにも公的施設として適切に対応していきます。

社会的インフラ(※2)である卸売市場は、災害時において公共的な役割を十分に発揮していく必要があります。従来考えられていた①～④の機能に追加しました。

(※1) 生活に欠くことのできないサービスを提供するシステム 例) 電気・ガス・上下水道・交通・通信など

(※2) 福祉の向上と経済の発展に必要な公共施設

(2) 本市場の課題(「福島市中央卸売市場のあり方検討委員会」提言より)

- ①市場運営の効率化
(中期経営プランの策定、地方卸売市場への転換、指定管理者制度の導入検討)
- ②施設の老朽化対応と機能的で環境にやさしい市場
(老朽化した施設の整備、品質管理及び物流の高度化、環境問題等への対応)
- ③災害等に強い市場づくり
(災害時における業務継続体制の確立)
- ④市民に開かれた市場
(ホームページ・市場開放・市場見学会等の充実による情報発信機能の強化)
- ⑤放射能対策
(卸売市場の除染、放射性物質検査体制の強化、風評被害の払拭、損害賠償請求への支援)

第3章 将来ビジョンと具体的な取り組み

本市場は、基幹産業のひとつである本市農業の農産物の出荷先として、生産者の経営安定及び地域農業の持続的な発展に寄与するとともに、市民へ安全・安心・新鮮な生鮮食料品等の安定供給に努めるなど重要な役割を果たしてきました。

また、本市場内には卸売業者、仲卸業者及び関連事業者等が生鮮食料品等の流通を担って働いており、これら従業員は約 600 人を超えています。

さらに、本市場を流通する生鮮食料品等は、多くの売買参加者や買出人を通じて市民に供給されており、市場機能を著しく低下させることになれば、市場関係者はもちろん、多くの市民及び生産者に大きな影響を与えることになります。

近年、生鮮食料品等の生産流通形態や市民ニーズの変化などによる取扱高の減少など、市場を取り巻く環境は厳しくなっている中、本市場の持つ役割を今後も継続していくため、

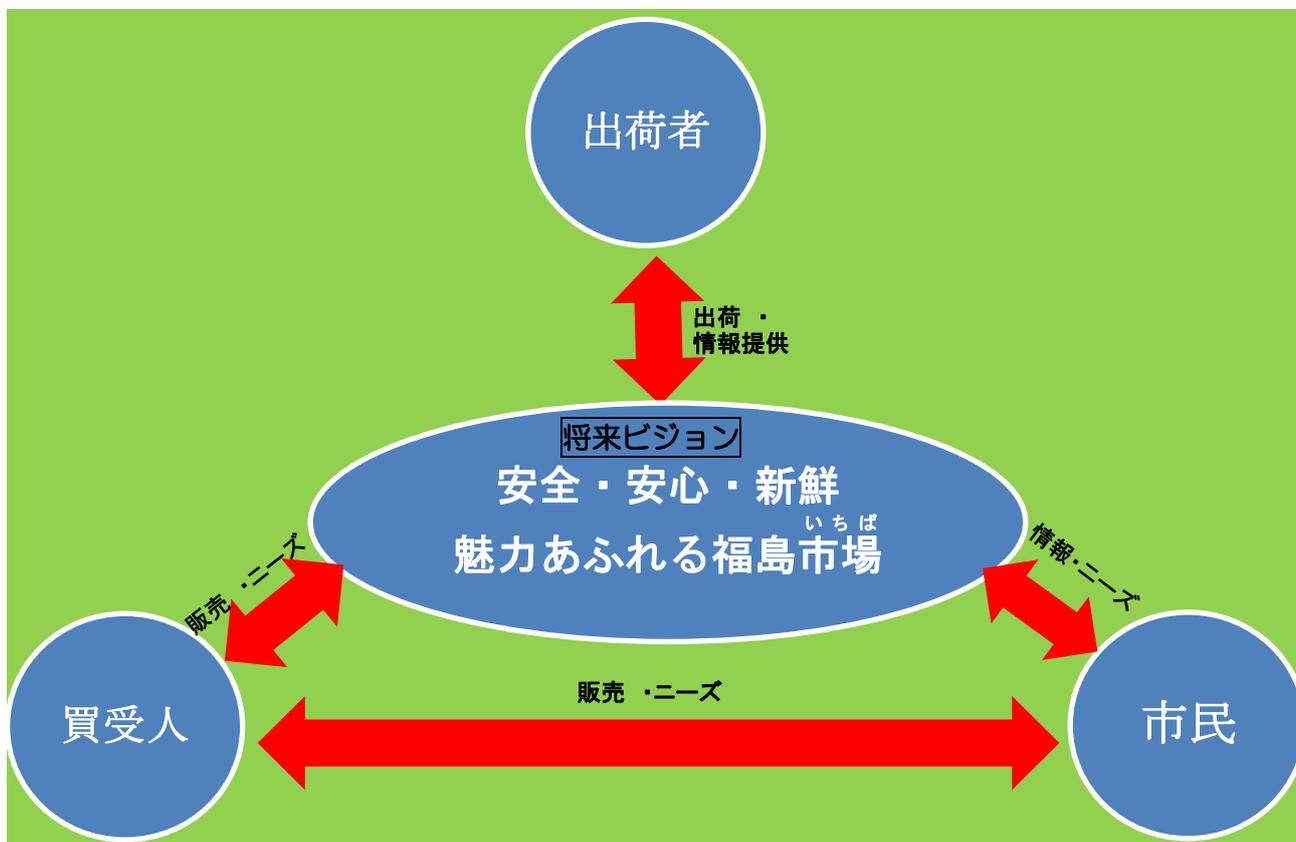
「安全・安心・新鮮 魅力あふれる福島市場^{いちば}」

を本市場の将来ビジョンとし、市場関係者との協働により取り組みを進めていきます。

併せて、「取扱数量の数値目標」を掲げ、具体的な取り組みについて示します。

「安全・安心・新鮮 魅力あふれる福島市場^{いちば}」とは

物流などを通じた情報交換をしながら、出荷者(産地等)・買受人(量販店、小売店等)・市民等、本市場を取巻く人々のニーズに的確に対応した魅力あふれる市場とします。



「取扱数量の数値目標」

取扱数量は、全国的に年々減少傾向にあります。開設者と市場関係者が一体となり本プランに取り組むとともに、現在整備中の東北中央自動車道の福島JCT～米沢北ICの開通（平成29年度予定）により、山形県・秋田県の主要都市とのネットワークが充実し、物流の効率化による商圏の拡大が期待されることなどから、5年後（平成29年）における数値目標として、青果部・水産物部・花き部ともに、平成22年並みの取扱数量を維持することとします。

(単位:トン・千本・千鉢・千個)		(単位:トン・千本・千鉢・千個)	
	平成22年 (基準値)		平成29年 (目標値)
青果部	60,174	青果部	61,000
水産物部	9,246	水産物部	10,000
花き部	30,469	花き部	31,000

(注) 東日本大震災の影響を考慮し、平成22年の取扱数量を基準値としています。

1 重点目標

第2章で掲げた5つの課題の解決を図り、将来ビジョン「安全・安心・新鮮 魅力あふれる福島市場^{いちば}」を実現するため、本市場は3つの重点目標を掲げます。

重点目標

- 1 効率的な運営ができる市場
- 2 安全・安心で機能的な市場
- 3 市民に親しまれる市場

2 具体的な取り組み

将来ビジョンを実現するため、3つの重点目標と17の基本施策を体系化します。

各々の重点目標において、基本施策を示し、開設者と市場関係者それぞれの役割を示すものとします。

○本市場の課題と重点目標・基本施策

本市場の課題	重点目標 (※1)	基本施策 (※2)
①市場運営の効率化	1 効率的な運営ができる市場	1-1 地方卸売市場への転換 1-2 指定管理者制度の導入 1-3 市場関係者の経営基盤強化・取引活性化 1-4 人材の育成 1-5 専門小売店等の支援 1-6 量販店等への対応
②施設の老朽化対応と機能的で環境にやさしい市場 ③災害等に強い市場づくり ⑤放射能対策	2 安全・安心で機能的な市場	2-1 老朽化した施設の整備 2-2 品質管理及び物流の高度化 2-3 環境問題等への対応 2-4 災害等に強い市場 2-5 卸売市場の除染 2-6 放射性物質検査体制の強化 2-7 風評被害の払拭 2-8 損害賠償請求への支援
④市民に開かれた市場	3 市民に親しまれる市場	3-1 ホームページの活用 3-2 市場開放 3-3 市場見学等

(※1) 将来ビジョンを受けて特に重点的に取り組む目標

(※2) 重点目標を受けて、より具体的に展開する施策

○基本施策に取り組む開設者と市場関係者一覧

区分		団体・会社		
開設者		福島市		
市場関係者	卸売業者	青果部	福島中央青果卸売株式会社	
		水産物部	株式会社福島丸公	
		花き部	株式会社福島花き	
	仲卸業者	青果部	福島中央市場青果卸売協同組合	
		水産物部	福島市水産物卸協同組合	
		花き部	株式会社花みらい・有限会社大谷花卉	
	売買参加者	青果部	福島青果商業協同組合	
		水産物部	福島水産物商業協同組合	
		花き部	福島花卉商業協同組合	
	関連事業者		福島市場関連事業組合	
	その他	社団法人福島市中央卸売市場協会		
		福島中央市場冷蔵庫利用協同組合		

重点目標 1 効率的な運営ができる市場

本市場会計は、収入と支出の均衡を図り、独立採算で運営することとなっていますが、開場以来毎年、一般会計から繰り入れされている状況となっています。

今後、独立採算を原則に、経営の合理化、効率化を図り、一般会計からの繰り入れに依存することのない市場運営を目指します。

基本施策	
1-1	地方卸売市場への転換
1-2	指定管理者制度の導入
1-3	市場関係者の経営基盤強化・取引活性化
1-4	人材の育成
1-5	専門小売店等の支援
1-6	量販店等への対応

【目標実現のための施策】

基本施策 1-1 地方卸売市場への転換

(1) 転換の目的

本市場は、取引規制の緩和、事務の簡素化、指定管理者制度（※1）導入等により、効率的な市場運営による活性化を目的として、中央卸売市場から地方卸売市場へと転換します。

（※1）公の施設の管理において必要に応じ民間のノウハウを活用し、効果的・効率的な施設の管理運営を目的とした制度

(2) 転換により期待される効果

地方卸売市場へ転換した場合には、主なものとして、以下のような効果が期待されます。

①取引規制の緩和

ア. 委託手数料（※1）等の引き上げ

平成 21 年 4 月より委託手数料等が弾力化され、他の地方卸売市場では、中央卸売市場よりも若干高めの料率を設定しており、引き上げることで経営改善を図ることができます。

イ. 商物一致規制（※2）の撤廃

中央卸売市場での取引はせり売りを原則としているため、物品を市場内に持ち込む必要があり、量販店等のニーズに十分対応することができないため、市場外流通の増加の一因ともなっています。

IT の活用などにより商物分離を行うことで、産地直送販売や他市場と連携した集荷・配送など、効率的で、積極的な営業展開が可能となります。

ウ. 売買取引方法の緩和

物品ごとの取引方法（せり（※3）、相対（※4））を廃止し、市況に合わせた柔軟な取引が可能となります。

エ. 取扱品目（※5）の規制緩和

取扱品目の規制緩和により消費者や量販店等ニーズの変化に対応した事業展開が可能となります。

オ. 第三者販売（※6）、直荷引き（※7）の規制撤廃

卸売業者の第三者販売や仲卸業者の直荷引きの制限を撤廃することが可能となり、集荷や販売を強化することができます。

- (※1) 卸売業者が出荷者からの委託品の販売についてその出荷者から収受することのできる手数料（弾力化により自由に設定できる）
- (※2) 物品を市場に搬入して取引しなければならない規制
- (※3) 売り手と複数の買い手がお互いに値段を競い合い、最も高い値段を付けた買い手に販売すること
- (※4) 一人の売り手と一人の買い手が話し合いで取引すること
- (※5) 青果部・水産物部・花き部、各々の部で取扱いできる品目（商品）を言う
- (※6) 卸売業者が、場内の仲卸業者及び売買参加者以外の者に販売を行うこと
- (※7) 仲卸業者が、卸売業者を通さずに直接出荷者から買付を行うこと

②業者業務負担の軽減

ア. 販売原票等の廃止

卸売業者は、販売原票や売渡票・仕切書の作成・提出が義務付けられていますが、それらの帳票の作成が不要となり、業務のスリム化とともに経費削減が可能となります。

イ. 事務負担の軽減

卸売業者等は、開設者への各種提出書類を大幅に簡素化することなどで、事務負担の軽減とともに、人員の有効活用や、経費削減が可能となります。

③市場運営の効率化や柔軟な運営

ア. 地域事情に応じた柔軟な市場運営

国の全国一律の監督指導下から、県の監督となり、市の条例規則等の制定や市場用途の変更など迅速な改定が容易になるなど、柔軟な市場運営が可能となります。買受人の登録を簡素化することや、一般開放日を設定することも可能です。

イ. 市場運営経費の削減と削減コストの活用

卸売業者等からの各種提出書類を簡素化することなどで、開設者の人員削減による運営経費の削減が可能となり、一般会計からの繰入金を減少させることで市民負担の軽減に繋がります。

また、削減コストを利用し、老朽化した施設等の整備を実施するなど、有効活用が期待できます。

(3) 転換の実施時期

平成 26 年 4 月 1 日に地方卸売市場への転換を目指します。

実施主体	役割
開設者・市場関係者	①地方卸売市場への転換の効果を最大限に引出せるよう検討
開設者	①各事業内容等を精査し、事務・事業の効率化 ②事務・事業等の効率化による職員定数の見直し ③市場施設用途の見直しや有効活用 ④市場使用料の見直し

基本施策 1-2 指定管理者制度の導入

民間の活力やノウハウを導入し、新たな事業の展開やサービスの向上、施設の管理運営をより一層効果的、効率的に行うことで市場の活性化を図るため、早期に指定管理者制度の導入を目指します。

指定管理者制度導入により管理経費の削減に努め、市場使用料の見直しを図ります。

実施主体	役割
開設者	①指定管理者制度導入の調査・研究 ②指定管理者制度導入に伴う管理計画策定 ③指定管理者制度導入に伴う市場機能強化及び市場活性化を図る ④市場使用料の見直し
卸売業者・仲卸業者 関連事業者 その他の団体	①指定管理者制度導入に伴う協力体制の構築 ②削減コスト活用方法についての提案

基本施策 1-3 市場関係者の経営基盤強化・取引活性化

本市場の活性化のためには、市場関係者の経営の健全化・安定化に取り組むとともに、本市場全体の取引を活性化し、売上の拡大・利益率の向上を図ることが必要です。

このため、市場関係者においては、集荷力や販売力の強化、業務の効率化及びコスト削減、卸売業者と仲卸業者等との連携、コンプライアンスの徹底等に取り組むことはもとより、生産者及び実需者（※1）のニーズを踏まえたビジネスモデルを構築していくことが必要です。

また、開設者は、市場関係者の経営の健全化・効率性を確保するため、適切な指導・監督を行います。

（※1）日常的に消費者と接しているスーパー、外食、生協、百貨店、食品加工業など

実施主体	役割
開設者	①市場関係者の財務状況を分析し、適切な指導・助言 ②経営相談業務の拡充 ③市場関係者の経営に役立つ情報等の提供 ④市場関係者の統合・大型化に向けた取り組みへの支援の検討
市場関係者	①集荷力や販売力の強化 ②業務の効率化によるコスト削減 ③先進的な取り組み事例等の収集と分析 ④経営基盤強化に関する計画の作成と実行

基本施策 1-4 人材の育成

卸売市場の活性化を図る上で、卸売業者や仲卸業者等の市場関係業者の人材育成は重要であり、取引環境の変化に伴い、商品の専門知識のほか、経営能力や企画提案力、販売力を有する人材の育成を図る必要があります。

開設者としても、市場関係者の人材育成に積極的に取り組み、市場の活性化を図り本市場の競争力強化を図ります。

実施主体	役割
開設者	①講師派遣等による協力
市場関係者	①商品の専門知識や企画提案力等を高めるための研修・勉強会を実施 ②将来的な人材確保の観点からも、市場職業体験等を実施

基本施策 1-5 専門小売店等の支援

専門小売店等は、地域に密着し顔の見える販売を行っており、生鮮食料品等の流通の重要な担い手となっています。

また、仕入れの大半を卸売市場に依存するなど、卸売市場の重要な顧客でもあります。近年は、売上の減少や後継者不足などにより店舗数が減少しており、専門小売店等を支援していく必要があります。

卸売業者や仲卸業者は専門小売店等に対し、商品の品揃え・産地情報の提供・売場や商品の配列・POP広告（※1）の提案など、食・花のコーディネーターとしてリテールサポート（小売支援活動）を行い積極的に支援していくことが必要です。

（※1）「Point of purchase advertising」の頭文字を取った略語で、主に商店などに用いられる販売促進のための広告媒体

実施主体	役割
卸売業者・仲卸業者	①専門小売店への販売促進提案 ②市民ニーズの収集

基本施策 1-6 量販店等への対応

多くの市民は、生鮮食料品の購入先としてスーパーマーケットや生活協同組合などの量販店を利用しています。

また、高齢化や小世帯化などの要因により、市民の食生活において外食や中食（※1）への依存度が高まっています。

このように、市民の食生活において量販店事業者や外食・中食事業者等が果たしている役割を踏まえると、卸売市場の重要な顧客としてこれらのニーズに応えていく必要があります。

（※1）家庭外で調理された食品を購入して持ち帰り、家庭の食卓で食べる食事（読み：なかしょく、ちゅうしょく）
例）持ち帰り弁当、スーパーやコンビニエンスストアの弁当・惣菜、冷凍食品、出前、宅配ピザなど

実施主体	役割
卸売業者・仲卸業者	①量販店等への安定取引に対するニーズへの対応 ②量販店・小売店との公平な取引 ③市民ニーズの収集

重点目標 2 安全・安心で機能的な市場

本市場では、昭和 47 年の本市場開設以降、現在まで必要な施設設備の整備や改修を行ってきました。しかしながら、現在、施設の主要部分は建築後 40 年が経過しており、老朽化に加え、市民ニーズの変化等により品質管理や物流機能等の面で、現状の施設のままではその役割を十分果たすことが困難となっています。

また、東京電力(株)福島第一原子力発電所の事故による放射能問題は、現在も食を扱う本市場や市民の食生活に対し大きな影響を与えており、安全・安心の確保への継続した取り組みが今後も強く求められています。

市場の施設整備については、これまで開設者が中心的な役割を担ってきましたが、今後の施設整備のあり方については、国の「第 9 次卸売市場整備基本方針」及び「第 9 次卸売市場整備計画」において、市場関係者自身による整備手法の多様化がうたわれています。

その理由として、建設コストの削減、工期の短縮、また使いやすい施設としての整備など、開設者の負担軽減と市場関係者の主体性にも配慮した整備手法であることが挙げられます。

このような状況を踏まえ、老朽化した施設の耐震診断を行い、防災性に配慮した施設整備を行うとともに、品質管理の向上や物流の高度化など市場機能の強化を積極的に進め、また、本市場の除染や放射性物質の検査体制の強化などを行うことにより、安全・安心で機能的な市場を目指します。

基本施策

- | | |
|-----|--------------|
| 2-1 | 老朽化した施設の整備 |
| 2-2 | 品質管理及び物流の高度化 |
| 2-3 | 環境問題等への対応 |
| 2-4 | 災害等に強い市場 |
| 2-5 | 卸売市場の除染 |
| 2-6 | 放射性物質検査体制の強化 |
| 2-7 | 風評被害の払拭 |
| 2-8 | 損害賠償請求への支援 |

【目標実現のための施策】

基本施策 2-1 老朽化した施設の整備

卸売市場が持つ重要な役割を堅持していくには、老朽化した施設の安全性と機能性の確保に向けた補修及び補強を進める必要があります。

本市場は、新耐震基準が定められた昭和 56 年の建築基準法改正以前に建設した建物が多数現存しているため、既存施設の耐震診断を実施するとともに緊急度・優先度等を十分検討のうえ、施設を整備していきます。

実施主体	役割
開設者	①現有施設の耐震診断 ②現有施設の保全計画の策定と改修補強 ③現在の施設機能の見直しと、新たなる需要に対応するための有効利用の検討
市場関係者	①現有施設の長寿命化及び適正利用の徹底

基本施策 2-2 品質管理及び物流の高度化

生鮮食料品等に対する市民ニーズの変化に対応する品質管理及び物流の高度化の確立や市場機能の強化を図るため、生産者及び実需者のニーズを的確に把握し、低温売場や保冷施設の設置、生鮮食料品流通のクールチェーンシステムの確立、加工処理機能の強化などの推進を図ることや、食品の安全に関する危機管理体制の強化、市場間競争に対応する市場内物流の効率化及び低コスト化を推進し、産地から出荷しやすく安定的な取引ができる市場施設の整備を図ります。

また、施設整備については、開設者が行うほか、市場関係者が積極的に行う品質管理及び物流の高度化等への取り組みを支援します。

(1) 食の安全・安心・新鮮への対応

- ①クールチェーンシステムの確立
- ②外気遮断・温度管理（冷凍・チルド（※1）・冷蔵・常温）
- ③品質・衛生管理基準の設定
- ④産地や賞味期限等の表示義務の徹底
- ⑤従業員の意識改革と安全品質管理行動基準の策定

（※1）凍結寸前の温度まで冷却して保存すること。

(2) 食品の安全に関する危機管理体制の強化

- ①残留農薬等の問題事象を未然に防ぐ管理体制の強化
- ②問題事象発生時に迅速な対応ができる管理体制の強化

(3) 物流の効率化・低コスト化・高付加価値化

- ①効率的な分荷機能を持ち、高度な商品展開ができる市場
- ②商物分離制度の積極的活用
- ③流通、加工、配送等の付加サービスの施設整備と運営体制の整備

(4) 機能強化のための施設整備

品質管理の向上及び加工処理等機能強化のための施設整備を図るとともに、市場関係者が行う取り組みを支援する必要があります。

実施主体	役割
開設者	①市場関係者が行う施設整備に対する支援
開設者 卸売業者・仲卸業者	①クールチェーンの確立など、食の安全・安心・新鮮への対応強化 ②食品の安全に関する危機管理体制の強化 ③品質管理マニュアルの策定及び徹底 ④物流の効率化、低コスト化、高付加価値化への対応 ⑤品質管理の向上及び加工施設等機能強化への対応の強化 ⑥物流のクールチェーンの確立に向けた施設整備 ⑦物流の効率化及び品質管理の向上、加工施設等機能強化に向けた施設整備

基本施策 2-3 環境問題等への対応

市場は、その業務の性格上、冷蔵冷凍施設、場内搬送車両、照明など、エネルギーを大量に消費するとともに、大量の廃棄物を排出していることから、環境に対する負荷が大きくその削減に向けた各種取り組みを図ることが必要です。

本市場においても、節電や市場内の青果物・水産物の残渣や容器ごみの削減及びリサイクルなどの環境対策に取り組みます。

また、太陽光発電などの再生可能エネルギー設備の導入についても、導入コストや設置方法も含めて検討を進めていきます。

実施主体	役割
開設者・市場関係者	①青果物、水産物の残渣や容器ごみの発生量の削減やリサイクルの推進
開設者	①エネルギーの有効利用を図るための省エネルギー対策の推進 ②リサイクル率向上のため、ごみ集積所の整備を推進 ③老朽設備の計画的更新及び省エネ設備・再生可能エネルギー利用設備などの整備の検討
市場関係者	①ごみの3R（※1）の推進 ②エネルギーの有効利用 ③省エネ設備・再生可能エネルギー利用設備への更新

（※1）Reduce(リデュース：減らす)、Reuse(リユース：再使用)、Recycle(リサイクル：再資源化)の頭文字をとったもの

基本施策 2-4 災害等に強い市場

東日本大震災によるライフラインの寸断や市場施設設備の破損、東京電力(株)福島第一原子力発電所の事故による放射能問題により、食品の出荷制限指示や広域に渡る住民の避難等、これまでに経験したことのない甚大な被害が発生しました。

この間、本市場は、市場内業者が一丸となり業務を継続し、市民への食品等の供給を続けました。

本市場は、災害時においても生鮮食料品等の流通を円滑に継続するため、社会的インフラとして公共的な役割を十分に発揮していく必要があります。

開設者及び市場関係者は、東日本大震災等の教訓を生かし、事業継続計画（BCP）を策定するなど、災害時における確実な業務継続体制の確立に努めます。

（1）東日本大震災の教訓

東日本大震災により次の点が確認されました。

①施設・設備に関すること

停電により冷蔵庫・保冷施設などの使用が出来ませんでしたが、気温が低い季節であったこと、翌日には電気が復旧したことで大きな影響は出ませんでしたが、水産棟の電気設備破損により、保冷施設・事務室等の使用に支障が出ました。場内業者の協力を得ながら早急に仮復旧することができました。

また、断水が1週間ほど続きましたが、場内業者から地下水の提供を受け、トイレの使用を一部可能にするなど、業務継続のための衛生面の確保に努めました。

②物流・取引に関すること

地震による交通網の遮断や、ガソリンの確保が困難になるなど、集荷及び配達等に大きな影響が生じましたが、このような中、場内業者は、生鮮食料品等の集荷及び配達等を継続し、市民への供給を続けました。

③場内連絡網に関すること

災害時等における情報収集及び連絡体制が不十分であったため、情報の場内共有等に支障が生じ、災害時における情報収集及び場内連絡体制の確立の重要性を再認識しました。

（2）災害への取り組み

実施主体	役割
開設者・市場関係者	①市消防計画に基づく防災訓練の実施
開設者	①災害時における事業継続体制の構築 ②施設耐震診断の実施及び防災性に配慮した施設整備の推進
市場関係者	①事業継続計画の策定及び体制の構築

基本施策 2-5 卸売市場の除染

市民の食の安全・安心・新鮮を確保するため、毎日大量の生鮮食料品等が取引される本市場の除染は急務であり、適切な手法により、効果的かつ効率的に除染を進めなければなりません。

そのため、本市場においては、「福島市ふるさと除染実施計画」に基づき、本プラン策定に先立ち場内除染を完了（平成 24 年 11 月 2 日～平成 25 年 2 月 15 日）しました。この除染実施により、市場内流通品の安全性が更に確保されたことを内外に情報発信し、本市場のイメージの回復と風評被害の払拭を積極的に図っていきます。

市場の除染については、放射性物質の除去という安全性確保の効果と、産地市場としてのイメージの回復を図るといった効果の二つの側面から実施すべきものであり、市場関係者とともに放射性物質の検査体制の強化や風評被害払拭のため積極的に情報を発信していきます。

なお、除染は国及び東京電力㈱の責任において実施すべきものであり、汚染土壌の処分、除染費用の負担については、その全責任を負うよう強く求めています。

実施主体	役割
開設者	①効果的かつ効率的な市場除染の実施 ※平成 25 年 2 月 15 日完了 ②除染に伴う汚染土壌の適切な管理 ③安全・安心・新鮮への取り組みについて情報発信 ④国及び東京電力㈱への働きかけ
市場関係者	①市場除染への協力

基本施策 2-6 放射性物質検査体制の強化

平成 24 年 4 月 1 日から、食品中の放射性物質について、食品衛生法の規格基準が暫定規制値から新基準値に変更となり、一般食品については 500Bq/kg から 100Bq/kg となりました。

食品中の放射性物質の検査については、国及び県でも実施されていますが、本市場では更に、入荷される前の農水産物の放射性物質の簡易検査を独自に実施し、食の安全・安心の確保及び検査結果の公表をしてきており、今後も検査体制の継続及び強化に努めます。

実施主体	役割
開設者	①食品等の出荷制限等に対する迅速な情報提供 ②放射性物質簡易検査体制の継続と検査結果の迅速な公表
市場関係者	①食品等の出荷制限等に対する迅速な情報提供 ②生産者への受検促進

基本施策 2-7 風評被害の払拭

本市場で実施する検査体制に加え、本市場で取扱っている生鮮食料品等の「安全・安心・新鮮」について情報提供するため、市場パネル展示（第1回：平成23年12月1日～平成24年3月31日、第2回：平成24年7月2日～10月14日）を実施しました。

今後も、市場関係者が一体となり、産地市場としてのイメージ回復と向上に努め、安全・安心・新鮮な食料品等が流通していることをPRし、積極的な広報・周知活動を継続することで、風評被害の払拭を図ります。

実施主体	役割
開設者・市場関係者	①風評被害払拭のためのイベント・企画等への積極的な取り組み ②各種報道機関への情報提供
開設者	①市場関係者が行う取り組みへの積極的な支援
市場関係者	①風評被害を受けている生鮮食料品等の積極的集荷・販売と安全性のPR

基本施策 2-8 損害賠償請求への支援

市民に安全・安心・新鮮な生鮮食料品等を円滑かつ安定的供給を継続するため、市場関係者に対し迅速な賠償がなされるよう、国及び東京電力(株)へ引き続き強く働きかけていきます。

実施主体	役割
開設者	①国及び東京電力(株)への働きかけと、市場関係者への情報提供
市場関係者	①迅速な賠償申請

重点目標3 市民に親しまれる市場

本市場の取引結果や市場の役割、生鮮食料品等の情報等をインターネットをはじめ様々なメディアを活用し、発信します。

また、市民に対し、生鮮食料品等を安定供給している市場への理解を深めてもらうため、地域社会との共生や地域の小売業者等との協働に配慮しながら市場見学や市場開放等を通して、市民に親しまれる身近な市場を目指します。

基本施策

- 3-1 ホームページの活用
- 3-2 市場開放
- 3-3 市場見学等

【目標実現のための施策】

基本施策3-1 ホームページの活用

これまで、福島市ホームページで本市場の情報を発信していましたが、平成23年9月より福島市中央卸売市場協会でもホームページを立上げ、市場情報を発信しています。相互のホームページを有効に活用し、市民の視点に立った情報を発信する必要があります。

実施主体	役割
開設者	①卸売市場の役割・市場開放・市場見学等の情報提供 ②放射性物質簡易測定結果の迅速な公表
市場関係者	①市場協会ホームページを利用した情報発信

基本施策3-2 市場開放

本市場の生鮮食料品等の消費拡大を目的に、市民に市場を開放する「市場まつり」等には、毎回多くの市民が来場しており、市民の関心の高さが伺えます。

市場内の衛生管理や安全の確保等に十分留意し、また地域との共生や小売業者の経営に配慮しながら、開催頻度や市場開放のあり方について検討し、多くの市民が来場できる市場開放を目指します。

実施主体	役割
開設者・市場関係者	①「市場まつり」の開催 ②「朝市」開催の検討

基本施策 3-3 市場見学等

毎年、「市場見学会」「親子市場見学会」「料理講習会」「フラワーアレンジメント講習会」等には、小学生や市民が多数参加しており、市場を市民に理解してもらうためには、市場見学等は有効な手段であり、今後とも継続・拡大を図ります。

また、市場内の空き施設等を活用した専用ブースを作り、市場の生鮮食料品等の旬な情報を発信するなど、積極的な情報発信の推進を図ります。

実施主体	役割
開設者	①市場見学会等の情報を小学校等へ積極的に発信するなど見学者の増加を図る ②空き施設の活用などによる情報発信拠点の整備
市場関係者	①市場見学等への積極的な対応

第4章 プランの実現に向けて

これまで述べてきたように、生鮮食料品等の生産流通形態や市民ニーズの変化など卸売市場を取り巻く環境は流動的であり、今後変化していくことが考えられます。

市民の食生活を守るため、安全・安心・新鮮な生鮮食料品等を適正な価格で安定供給することが市場の役割であり、それを継続していくために、「安全・安心・新鮮 魅力あふれる福島市場^{いちば}」を本市場の理想像として掲げ、3つの重点目標と具体的な取り組みについて本プランで取りまとめました。

今後、本プランに掲げた具体的な取り組みを推進するに当たり、開設者と市場関係者は、各々の役割を踏まえ、一体となって活性化に取り組むことが重要です。

1 中期経営プランの進行管理

本プランの進行管理は開設者が行います。

2 中期経営プランの見直し

本プランは、平成25年度から平成29年度までの中期（5ヵ年）計画とし、諸情勢の変化に的確に対応するため5年毎に見直しを行うものとします。