

福島市公設地方卸売市場 経営展望

(平成30年度～平成34年度)

平成29年12月

福島市

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 経営展望の位置付け 1
- 3 経営展望の期間 1

第2章 卸売市場の動向

- 1 卸売市場数の推移（全国） 2
- 2 卸売市場取扱数量の推移（全国） 4
- 3 卸売市場取扱金額の推移（全国） 4
- 4 卸売市場経由率（全国） 5
- 5 国民1世帯当たりの食生活の動向（全国） 5

第3章 福島市公設地方卸売市場を取り巻く情勢

- 1 福島市の人口、高齢者数等の推移 6
- 2 福島市の農業生産者、農業就業人口、耕地面積等の推移 8
- 3 立地条件 9

第4章 福島市公設地方卸売市場の現状

- 1 福島市公設地方卸売市場の現状分析 11
- 2 生産地の現状把握 13
- 3 実需者の現状把握 14
- 4 市場施設設備の現状 17
- 5 福島市公設地方卸売市場特別会計の現状 20

第5章 前計画による取り組みと成果

- 1 福島市中央卸売市場中期経営プランの取組状況 22
- 2 取扱数量の数値目標の検証 25

第6章 福島市公設地方卸売市場の基本戦略

- 1 分析に基づく基本的な方向性 31
- 2 中央卸売市場中期経営プランから公設地方卸売市場経営展望への継承 32
- 3 市場の将来ビジョンと数値目標 33

第7章 基本戦略に基づく行動計画 35

- 行動計画一覧 45

第8章 今後の展望 48

第9章 行動計画の実施及び遂行状況の評価と見直し 49

- 福島市公設地方卸売市場経営展望策定検討委員会 委員名簿 50
用語集 51

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

国の「第10次 卸売市場整備基本方針(※1)」(平成28年1月14日策定、平成32年度目標)により、卸売市場の開設者及び市場関係業者が一体となって、卸売市場のあり方・位置付け・役割、機能強化等の方向、将来の需要・供給予測を踏まえた市場整備の考え方、コスト管理も含めた市場運営の方針等を明確にした「経営展望」を策定し、経営戦略を確立することが求められています。

また、福島県においては、東日本大震災、とりわけ原子力災害から6年が経過するも未だ復旧・復興の途上にありますが、営農再開への支援や風評払拭、沿岸漁業における本格操業へ向けた試験操業の拡大などの取り組みを進めています。こうした中、現時点で想定できる範囲において「第9次 福島県卸売市場整備計画(平成32年度目標)」が平成28年11月に策定されました。この中で福島市公設地方卸売市場(以下、「本市場」という。)は、地域の生鮮食料品等の流通の核となる市場として、集荷・販売力の強化を図るための重要な役割を担う「地域拠点市場」に位置づけられました。

さらに、本市場では、平成28年度に市場施設の整備について市場関係者と協議を行い、現在地において既存施設の修繕・改修を基本とする整備方針を取りまとめましたので、その内容を尊重しながら、将来を見据えた本市場全体の経営戦略を明確にするために、「福島市公設地方卸売市場経営展望」(以下、「経営展望」という)を策定するものです。

(※1)卸売市場整備基本方針：卸売市場の整備・運営の基本となる方針であり、農林水産大臣が概ね5年ごとに策定するもの。

2 経営展望の位置付け

経営展望は、福島市総合計画後期基本計画を具体的に実行に移していくための分野別計画と位置づけるとともに、国の「第10次 卸売市場整備基本方針」及び県の「第9次 福島県卸売市場整備計画」に則し、関係法令や市の個別計画等と整合性を図っていきます。

また平成25年2月に策定し、平成29年度を目標年次とした「福島市中央卸売市場中期経営プラン」(以下、「中期経営プラン」という。)で取り組んできた成果を踏まえ、継続性を図りつつ、本市場の機能強化を図るための計画となります。

3 経営展望の期間

平成30年度から平成34年度までの5ヵ年とします。

第2章 卸売市場の動向

1 卸売市場数の推移（全国）

平成27年度における全国の卸売市場総数は1,145で、そのうち中央卸売市場が64（40都市）、地方卸売市場が1,081となっています。地方卸売市場のうち、公設が156、第3セクターが38、民設が887となっています。

また、10年前の平成17年度における卸売市場総数は1,372で、中央卸売市場が86、地方卸売市場が1,286でした。地方卸売市場のうち、公設が150、第3セクターが39、民設が1,097となっていました。

このように中央から地方への転換や、民間の経営手法が期待できる指定管理者制度の導入や、民営化などの動きが見られました。また、地方卸売市場では、平成17年度から205の卸売市場が減少し、統合や廃止などの動きが見られました。

年度	卸売市場総数	中央卸売市場	地方卸売市場			
			計	公設	第3セクター	民設
H17	1,372	86	1,286	150	39	1,097
H18	1,343	84	1,259	151	37	1,071
H19	1,318	81	1,237	155	38	1,044
H20	1,286	79	1,207	156	39	1,012
H21	1,261	76	1,185	156	38	991
H22	1,243	74	1,169	153	37	979
H23	1,231	72	1,159	151	37	971
H24	1,216	72	1,144	155	38	951
H25	1,175	70	1,105	154	36	915
H26	1,159	67	1,092	157	37	898
H27	1,145	64	1,081	156	38	887

農林水産省食料産業局食品流通課調べ

出典：農林水産省「平成28年度 卸売市場データ集」（平成29年6月）

(参考)「中央卸売市場の再編」の取組実績(時系列)

中央卸売市場 整備計画	再編措置 実施年月	市場名	再編措置実施部門			再編措置 内容	再編措置 実施年月日
			青果	水産	花き		
第8次 (H17～22年度)	H18年4月	釧路市	●	/	○	地方転換	平成18年4月1日
		大分市	●	●	/	〃	〃
	H19年4月	川崎市南部	○	○	○	〃	平成19年4月1日
		藤沢市	○	/	/	〃	〃
		三重県*		○	/	〃	〃
		尼崎市	○	○	/	〃	〃
	H20年4月	呉市	○	○	/	〃	平成20年4月1日
		下関市	○	/	/	〃	〃
		佐世保市干尽*		/	○	〃	〃
	H21年4月	三重県*	●	/	/	〃	平成21年4月1日
		函館市	●	/	/	〃	〃
10月	室蘭市	●	●	/	〃	平成21年10月1日	
H22年4月	山形市	●	●	/	〃	平成22年4月1日	
	松山市中央		/	○	〃	〃	
第9次 (H23～27年度)	H23年3月	松山市水産	/	○	/	〃	平成23年3月31日
	H23年4月	甲府市	●	●	/	〃	平成23年4月1日
		富山市	●	●	●	〃	〃
	H24年4月	秋田市	●	●		〃	平成24年4月1日
		岡山市			●	〃	〃
		宮崎市*			○	〃	〃
	H25年4月	宮崎市*		●	/	〃	平成25年4月1日
		佐世保市干尽*	○	/	/	〃	〃
		佐世保市水産	/	●	/	〃	〃
	H26年1月	北九州市		○	/	〃	平成26年1月1日
	H26年3月	高知市		○	/	〃	平成26年3月31日
	H26年4月	福島市	●	○	●	〃	平成26年4月1日
		千葉市	●	○	/	〃	〃
		船橋市	●	○	/	〃	〃
	H27年3月	横浜市南部	●	○		廃止し横浜市本場に統合	平成26年3月31日
	H27年4月	横浜市南部*	/	/	○	地方転換	平成27年4月1日
		姫路市	○	/	/	〃	〃
高松市				●	〃	〃	
H25～27年度末	東京都大田		○		集荷・販売面において	集荷・販売面において 東京都築地市場と連携	
	東京都足立	/	○	/	東京都築地市場と連携		
H27年度末まで	福岡市西部	●	/	/	福岡市青果に統合し廃止	平成28年2月12日	
	福岡市東部	●	/	/			
第10次 (H28～32年度)	H28年4月	いわき市			○	地方転換	平成28年4月1日
	H28年度末まで	青森市			○	〃	平成28年4月1日
	H29年10月	久留米市		●	/	〃	

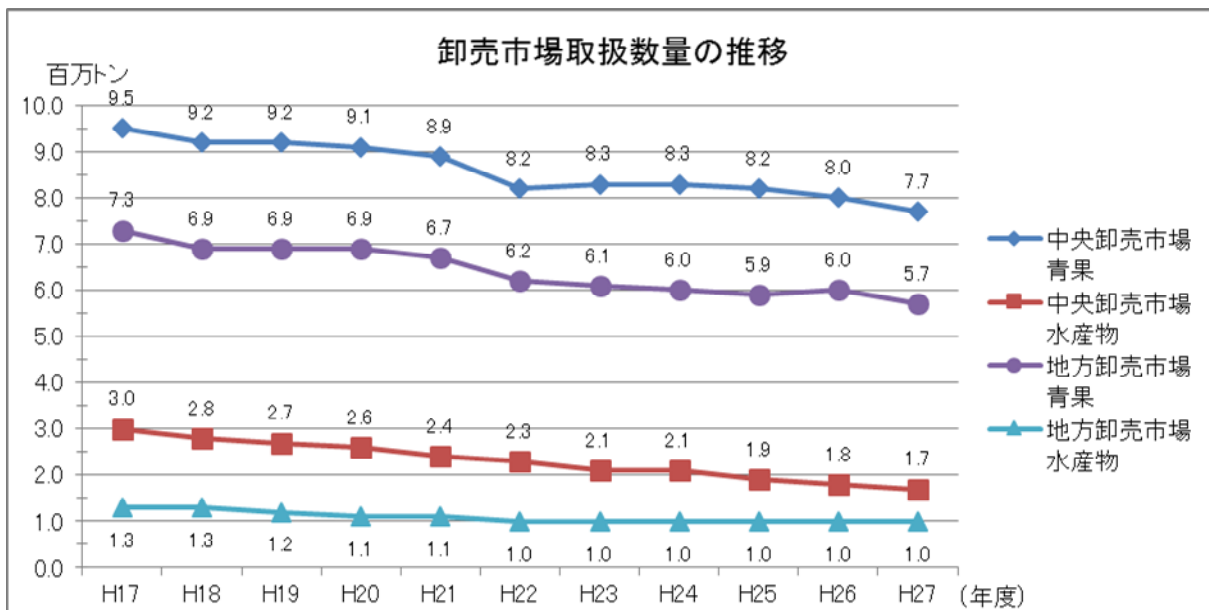
《凡例》

- :再編基準該当市場
- :自主的再編市場
- *:同一市場で、段階的に再編措置
を実施した(又は予定)の市場
- /:部門の設置がない

出典:平成29年6月 農林水産省 卸売市場データ集

2 卸売市場取扱数量の推移（全国）

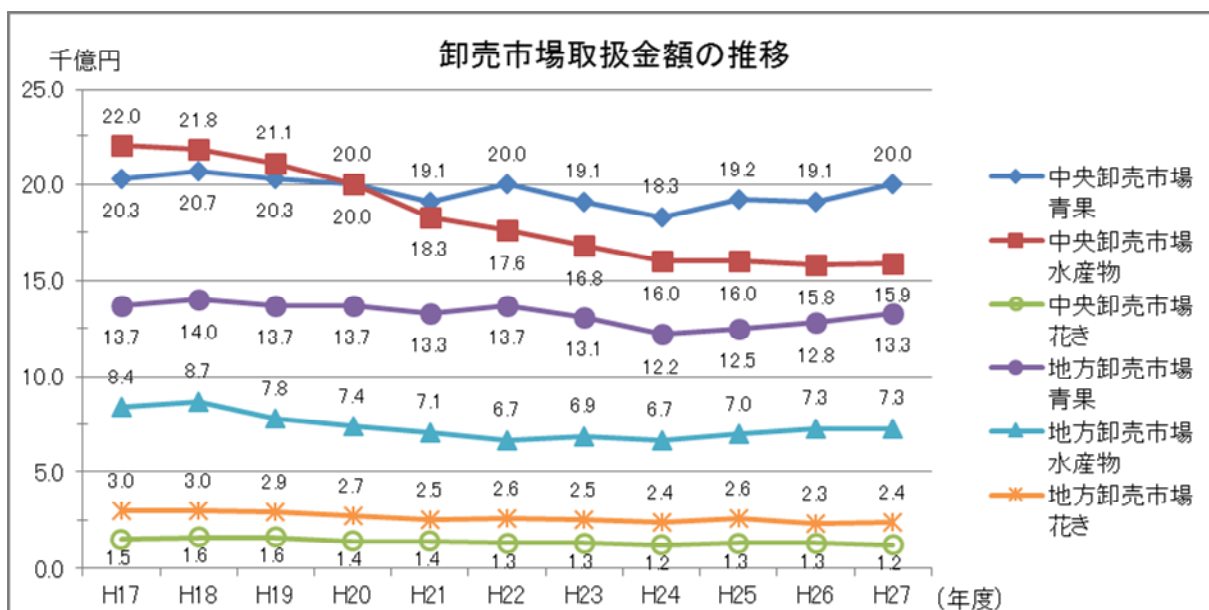
中央卸売市場、地方卸売市場ともに減少傾向にあります。地方卸売市場水産物の取扱数量の減少率は、他と比べて小さくなっています。



出典：農林水産省「平成28年度 卸売市場データ集」（平成29年6月）

3 卸売市場取扱金額の推移（全国）

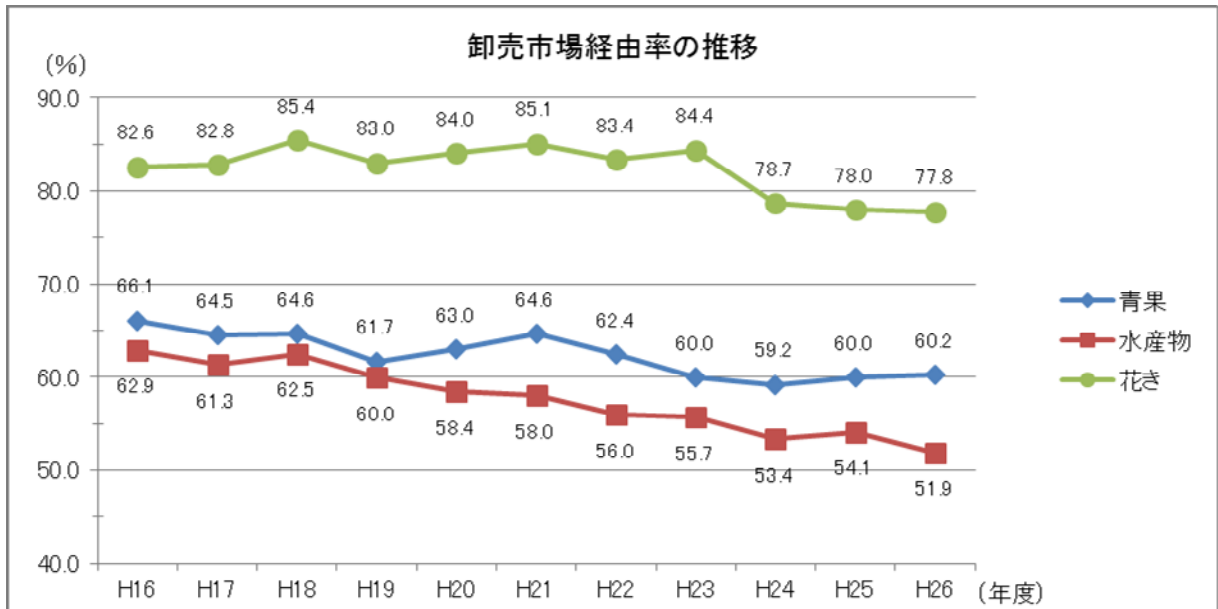
- (1) 中央卸売市場における青果の取扱金額は、平成24年度まで減少傾向にありましたが、平成25年度より緩やかに増加しています。また、水産物の取扱金額は、平成24年度まで減少傾向にあり、それ以降はほぼ横ばい状況となっています。
- (2) 地方卸売市場の青果及び水産物の取扱金額は、平成25年度以降増加傾向にあります。
- (3) 花きの取扱金額は、地方卸売市場が中央卸売市場を上回っています。また、他の分野に比べ増減が少なく安定しています。



出典：農林水産省「平成28年度 卸売市場データ集」（平成29年6月）

4 卸売市場経由率（全国）

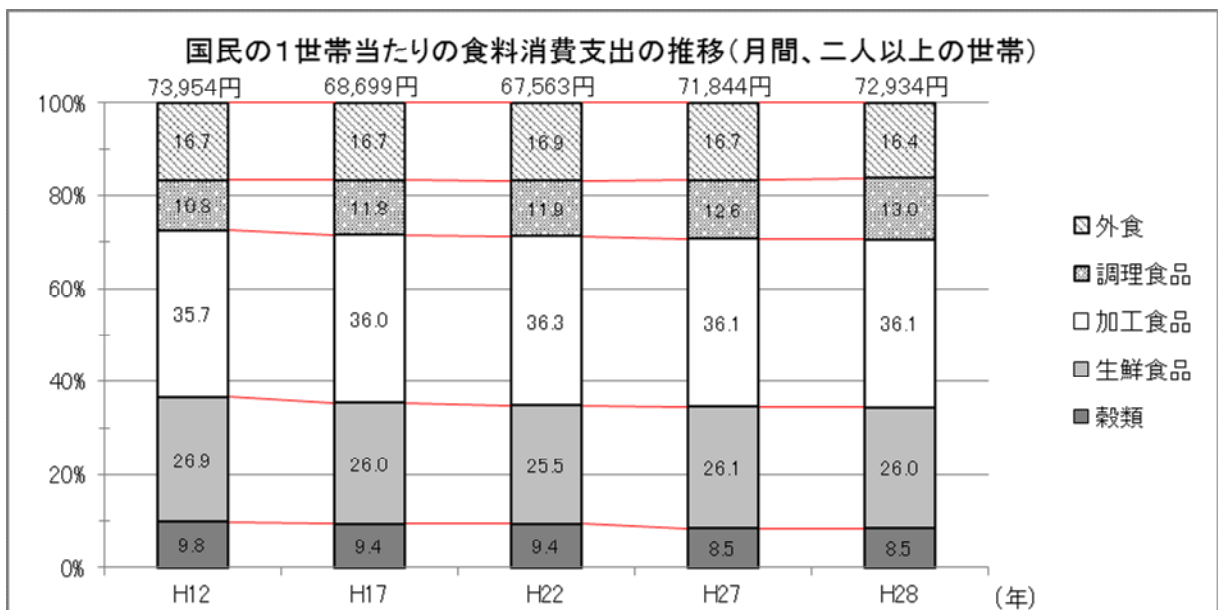
- (1) 卸売市場へ出荷するか否かは出荷者に委ねられているため、多様な流通形態が進展する中、卸売市場における取扱数量が減少し、それに伴い市場経由率も低下傾向にあります。
- (2) 農林水産省データによると平成 26 年度は流通する生鮮食料品のうち、青果物は約 6 割が、水産物は約 5 割が、また、花きは約 8 割が、卸売市場を経由しています。



出典：農林水産省「平成28年度 卸売市場データ集」（平成29年6月）

5 国民 1 世帯当たりの食生活の動向（全国）

- (1) 総務省統計局調査によると、食料消費額は減少傾向にありましたが、平成27年度からは増加しています。
- (2) 調理食品の消費額に増加が見られる一方、加工食品や生鮮食料品は総じて横ばい、穀類は減少傾向にあります。



出典：総務省統計局「家計調査」

第3章 福島市公設地方卸売市場を取り巻く情勢

1 福島市の人口、高齢者数等の推移

人口減少社会の到来、少子高齢化の進行により、我が国の生産年齢人口は1995（平成7）年をピークに減少に転じており、総人口も同様に2008（平成20）年をピークに減少に転じています。（平成28年版情報通信白書より）

平成27年実施の「国勢調査」によると、2015（平成27）年の総人口（年齢不詳人口を除く）は1億2,520万人、15歳～64歳（生産年齢人口）は7,592万人です。15歳未満（年少人口）の人口は1982（昭和57）年から連続して減少が続いており、少子化に歯止めがかからない実態となっています。

また、平成29年7月5日に国が発表した1月1日時点の住民基本台帳に基づく人口動態調査によると、国内の日本人は前年から約30万人減少し、1億2,558万3,658人となっています。人口に占める65歳以上（老年人口）の割合も過去最高の27.17%に達し、出生数は100万人を割り込み、少子高齢化が加速しています。

平成29年度に公表された「国立社会保障・人口問題研究所の将来推計」によると、総人口は2030年には1億1,912万人、2060年には9,284万人にまで減少すると見込まれており、生産年齢人口は2030年には6,876万人、2060年には4,793万人にまで減少すると見込まれています。

本市の人口を年齢3区分別人口で見ると、年少人口は年々減少し、老年人口は年々増加しており、2000（平成12）年以降は老年人口が上回る状況となっています。生産年齢人口は、1995（平成7）年をピークに減少傾向となっています。

福島市人口の推移（年齢3区分別人口）

（単位：人）

区分		S55	S60	H2	H7	H12	H17	H22	H27
市総人口		262,837	270,762	277,528	285,754	291,121	290,869	292,590	294,247
15歳未満		62,075	60,051	53,704	48,958	45,653	42,688	39,736	34,412
15歳～64歳		177,499	183,142	188,874	193,336	192,903	188,241	180,618	175,079
65歳以上		23,238	27,566	34,074	43,423	52,558	59,911	68,621	80,252
高齢化率	市	8.8%	10.2%	12.3%	15.2%	18.1%	20.6%	23.7%	27.7%
	県	10.5%	11.9%	14.3%	17.4%	20.3%	22.7%	25.0%	28.7%
	全国	9.1%	10.3%	12.1%	14.6%	17.4%	20.2%	23.0%	26.6%

（注）各年 10月1日現在

出典：総務省国勢調査報告書、福島市統計書

※15歳未満（年少人口）、15歳～64歳（生産年齢人口）、65歳以上（老年人口）

※年齢不詳は総数に含む

平成 27 年策定の「福島市人口ビジョン」における推計でも同じように人口減少傾向が予測されており、将来人口推計は、2040 年に約 22 万 6 千人になるものとされています。

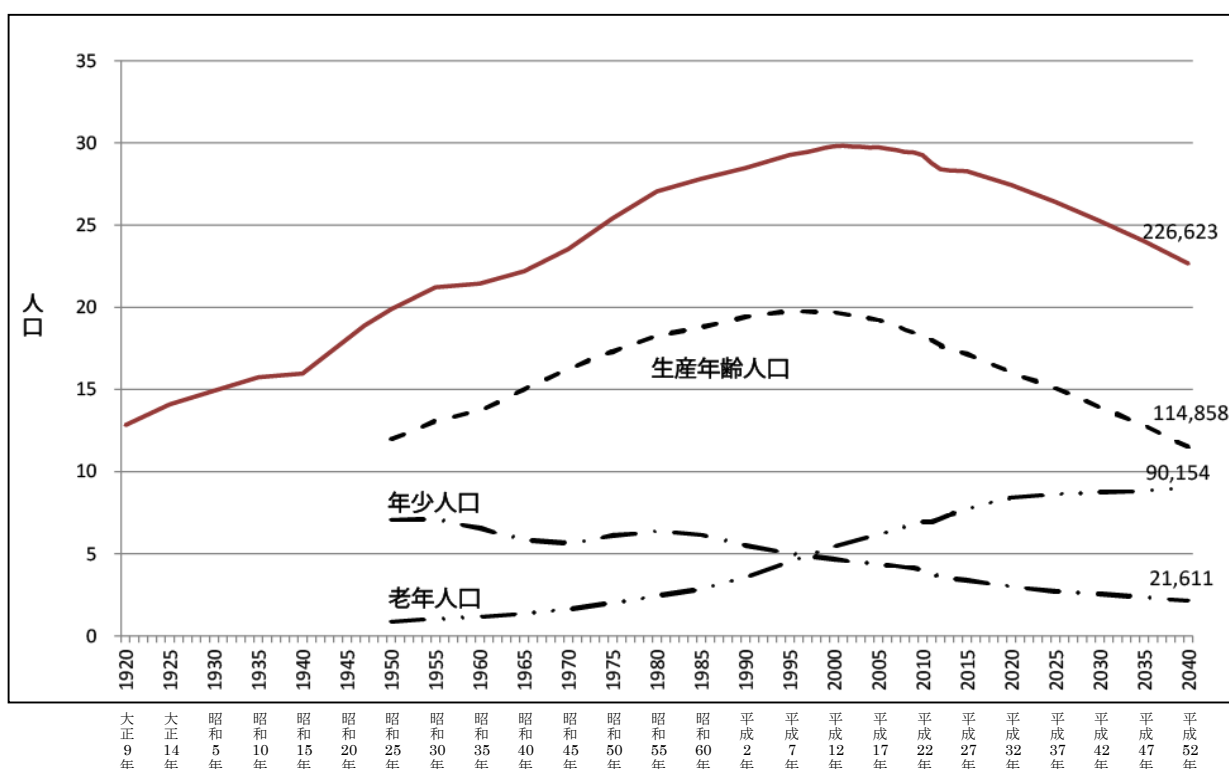
年少人口は約 2 万 1 千人、生産年齢人口は約 11 万 4 千人、老年人口は約 9 万人となり 3 階級別分の割合は、年少人口 9.5%、生産年齢人口 50.7%、老年人口 39.8%となります。

また、性別・年齢階級別人口でみると 65～69 歳をピークに主に団塊の世代に該当する 65 歳以上のボリュームゾーンの世代が多く残り、一方、64 歳未満にかけて尻すぼみに減少し、比較して若い世代は少ない状況にあります。

今後は、65 歳以上のボリュームゾーンが寿命により減少すると人口減少は加速度的に進むようになります。

これらの人口減少・少子高齢化に伴い、将来において消費の減少が想定されます。

福島市の将来人口推計（単位：人）



出典：福島市人口ビジョン

2 福島市の農業生産者、農業就業人口、耕地面積等の推移

本市では、総農家数及び耕地面積が年々減少しています。特に、販売農家については平成22年から平成27年にかけて1,000戸以上の著しい減少が見られます。

また、農業就業人口が年々減少するとともに高齢化が進んでおり、平成22年以降は農業従事者の約6割以上が65歳以上となっています。このため、経営の改善に取り組む農業者に対する支援や、就農促進策の強化など、意欲と能力のある担い手を育成・確保することが必要であり、今後、生産物等をどのように市場へ流通させるかが重要です。

福島市の農業就労人口、耕地面積等の推移

区分	平成12年	平成17年	平成22年	平成27年
耕地面積 (ha)	7,510	7,649	7,360	7,160
耕作放棄地 (ha)	1,509	1,707	1,771	2,245
総農家数 (戸)	7,676	7,219	7,225	5,960
販売農家 (戸)	6,028	5,277	4,979	3,913
自給的農家 (戸)	1,648	1,942	2,246	2,047
農業就業人口 (販売農家) (人)	11,147	9,827	8,992	6,701
65歳以上 (人)	5,876	5,705	5,561	4,212
65歳以上 (%)	52.7%	58.1%	61.8%	62.8%

出典：農林水産省「農林業センサス」「耕地及び作付面積統計」各年2月1日現在

(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。
- 農家 … 経営耕地面積が10アール以上又は調査期日前1年間における農産物販売金額が15万円以上の農家をいう。
- 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年間にお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年間にお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。

3 立地条件

本市場は、国道4号と13号の2つの国道に挟まれ立地しており、さらに東北自動車道福島飯坂 IC に近い位置にあります。

また現在、福島県の浜通りと山形・秋田方面を結ぶ東北中央自動車道の整備が進められています。本市のエリアにおいては、東北自動車道の福島JCTに接続された上名倉飯坂伊達線（通称：フルーツライン）との交差位置に福島大笹生 IC が設置され、米沢北 IC（米沢市）間の供用が開始されていることに加え、福島大笹生 IC への「道の駅」施設整備計画も進行しています。今後、東北中央自動車道の整備によって、広域からの実需者（※1）等の獲得や取扱商品の輸送効率の向上が期待できます。

このように本市場は交通利便性や青果物の調達面で非常に優位性の高い立地条件が備わっていると言えます。

さらに、本市場が位置する県北地域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、本市場への出荷数量も多いことから青果部と花き部は「産地市場」となっています。

（※1）P52参照

■本市場の位置図



出典：平成29年度 市場概要（福島市）

■東北中央自動車道道路網



【高規格幹線道路網】
 (一部地域高規格道路を含む)

出典：福島河川国道事務所HPをもとに加工して作成

第4章 福島市公設地方卸売市場の現状

1 福島市公設地方卸売市場の現状分析

(1) 福島市公設地方卸売市場の概要

本市場は、昭和47年に青果部・水産物部を有する「福島市中央卸売市場」として開場し、平成15年には花き部が加わり、青果部・水産物部・花き部を有する総合卸売市場となりました。

平成26年には、効率的な運営ができる卸売市場を目指し、地方卸売市場へ転換すると同時に民間事業者のノウハウを活用するため、指定管理者制度を導入しました。

- ① 開設者：福島市
- ② 名称：福島市公設地方卸売市場
- ③ 所在地：福島県福島市北矢野目字樋越1番地
- ④ 敷地面積：112,000㎡
- ⑤ 市場沿革

開設認可 《福島市中央卸売市場》	昭和 47年 9月 30日
開 場	昭和 47年 10月 1日
業務開始（青果部・水産物部）	昭和 47年 11月 1日
業務開始（花き部）	平成 15年 4月 14日

開設認可 《福島市公設地方卸売市場》	平成 26年 3月 11日
開 場	平成 26年 4月 1日
業務開始	平成 26年 4月 1日

- ⑥ 開場時間：午前0時～午後12時
- ⑦ せり開始時刻：青果部⇒午前7時 水産物部⇒午前6時20分 花き部⇒午前9時

(2) 事業者数

本市場では、青果部12社、水産物部4社、花き部3社、関連事業者16社の合計35社が営業しています。

■本市場の構成事業者数（平成29年8月1日現在）

青 果 部	卸売業者	1社
	仲卸業者	11社
水 産 物 部	卸売業者	1社
	仲卸業者	3社
花 き 部	卸売業者	1社
	仲卸業者	2社
関 連 事 業 者		16社
合 計		35社

(3) 取扱数量の多い主要な生鮮食料品等

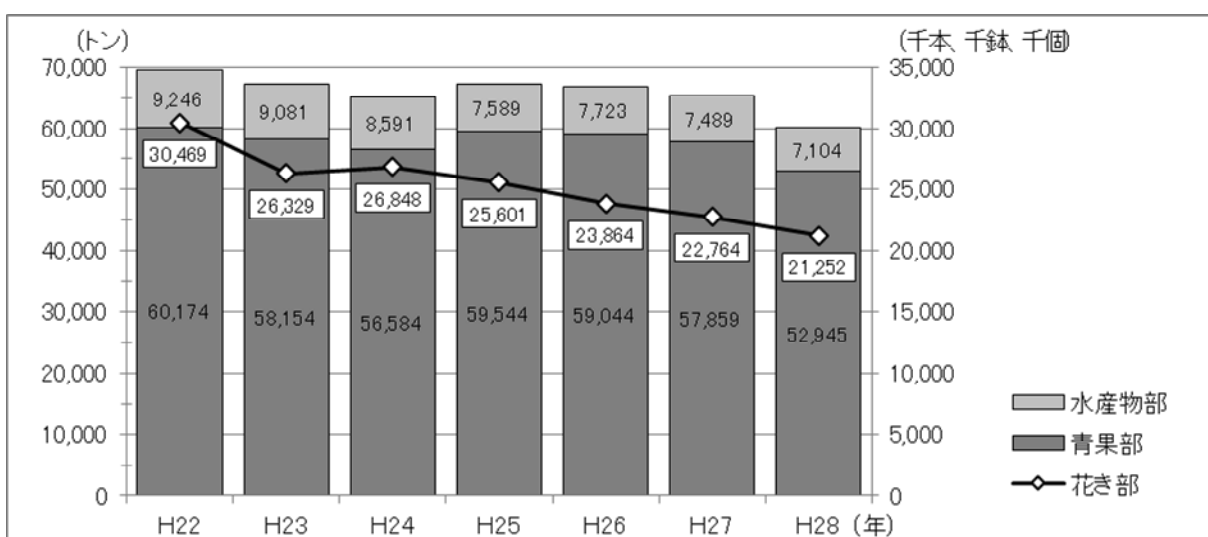
各部門において、取扱数量の多い生鮮食料品等は以下のとおりです。

青果部	野菜	たまねぎ、キャベツ、大根、人参、白菜、きゅうり 等
	果物	温州みかん、桃、その他中晩生柑橘、バナナ、日本なし、りんご 等
水産物部		食品(冷)、切身加工品、塩さけ、めばち、かつお、練製品 等
花き部		白一輪菊、スプレー菊、黄一輪菊、赤小菊、カーネーション、黄小菊 等

出典：平成28年 市場年報（福島市）

(4) 取扱数量

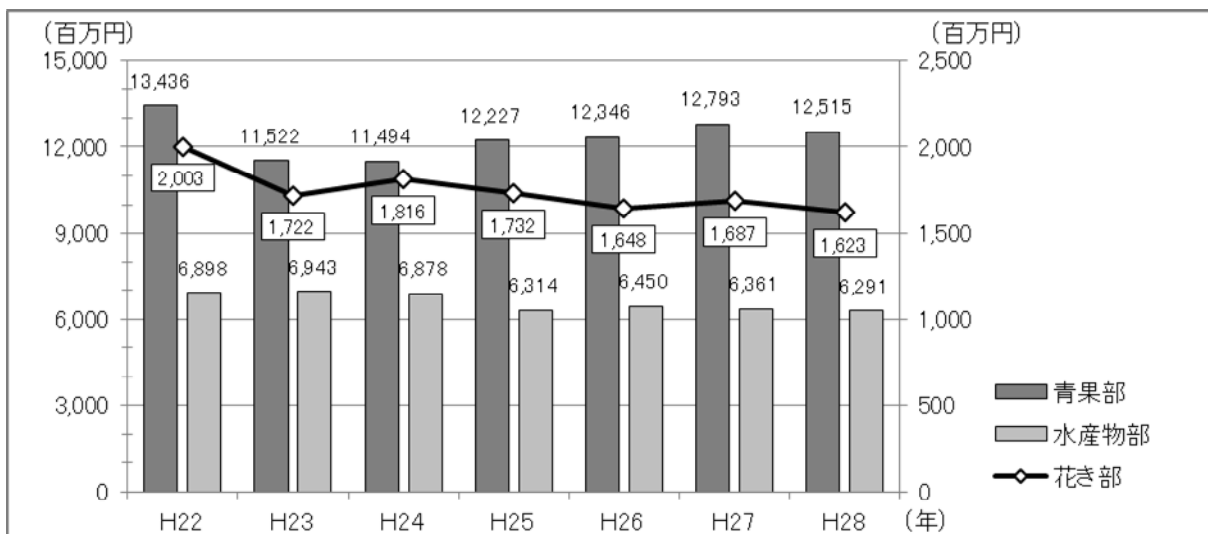
取扱数量は、全部門において減少傾向にあります。平成22年から23年にかけての減少は、東日本大震災の影響と想定されます。青果部においては、平成25年に増加が見られますが、それ以降は再び減少傾向となっています。



出典：平成29年度 市場概要（福島市）

(5) 取扱金額

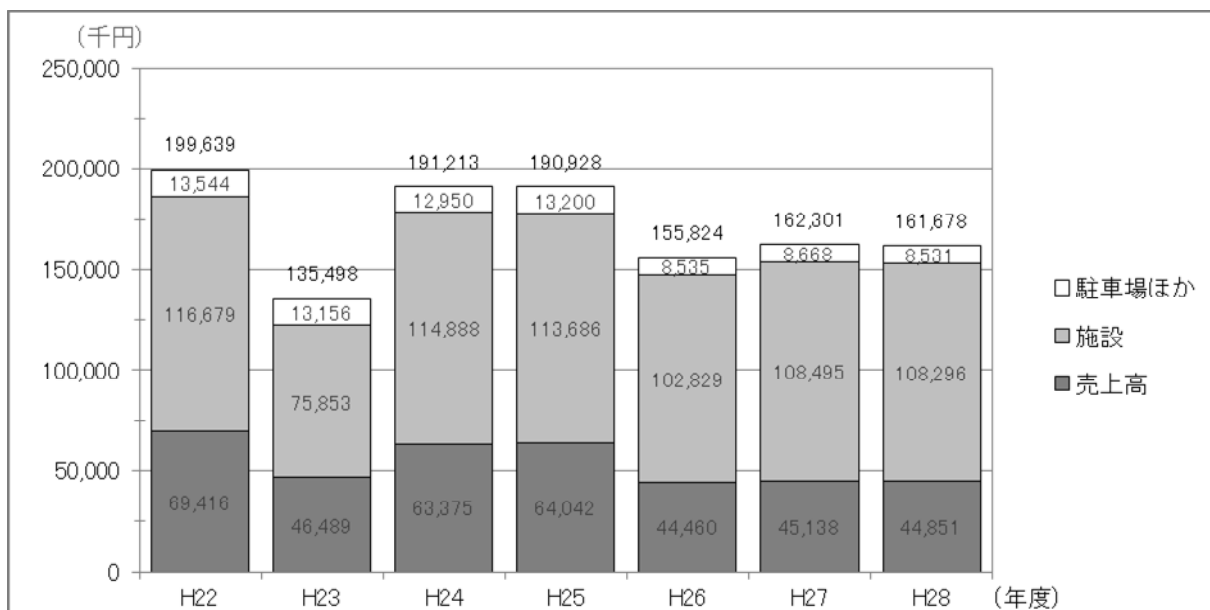
取扱金額も、取扱数量と共に全部門において横ばい又は微減傾向にあります。



出典：平成29年度 市場概要（福島市）

(6) 使用料等の推移（売上高、施設、駐車場ほか）

- ①本市場の収入は、主に「売上高」、「施設」、「駐車場」の使用料で構成されています。東日本大震災の影響により平成23年度に売上高使用料や施設使用料が著しく減少しますが、平成24～25年度には一時回復しました。
- ②平成26年度以降は、中央卸売市場から地方卸売市場への転換に伴い、市場活性化及び事業者支援を目的とした施設使用料、売上高使用料の減免措置や売買参加者、買出入の駐車場使用料の無料化を行ったことにより使用料収入が減少しています。
- ③平成27年度には、各使用料は若干の増加に転じ、その後横ばい傾向にあります。



出典：平成28年度 福島市公設地方卸売市場事業費特別会計歳入歳出決算書

2 生産地の現状把握

(1) 生産地

- ①青果は、本市を中心に北海道や千葉などの取扱量が多くなっています。
- ②水産物は、宮城や岩手などの取扱量が多くなっています。
- ③花きは、本市を中心に国内外から幅広く集荷を行っています。

■産地別取扱順位表（左から取扱量が多い順）

青果部	福島、北海道、千葉、茨城、青森、熊本、国外各国 等
水産物部	宮城、岩手、東京、千葉、青森、福島、北海道、新潟 等
花き部	福島、愛知、沖縄、国外各国 等

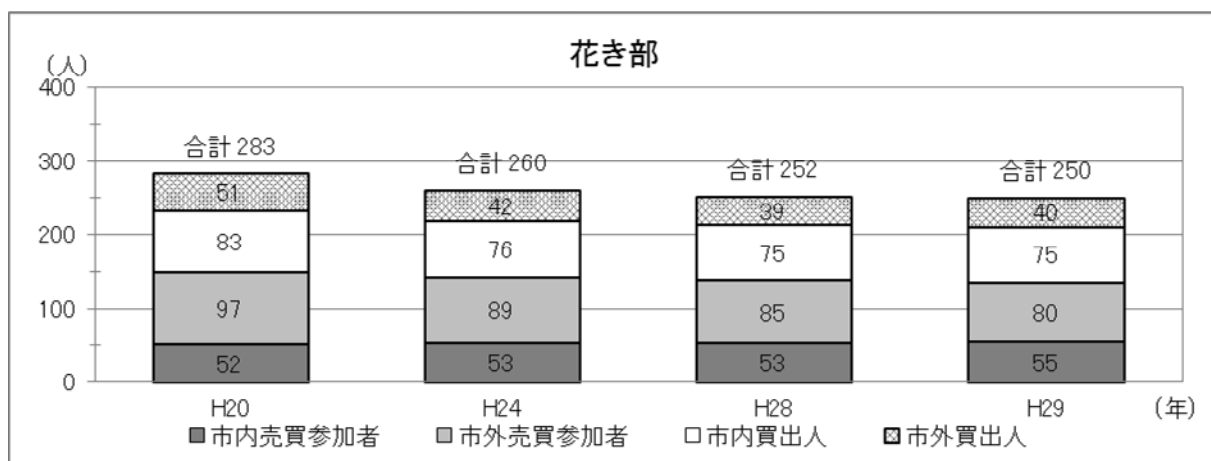
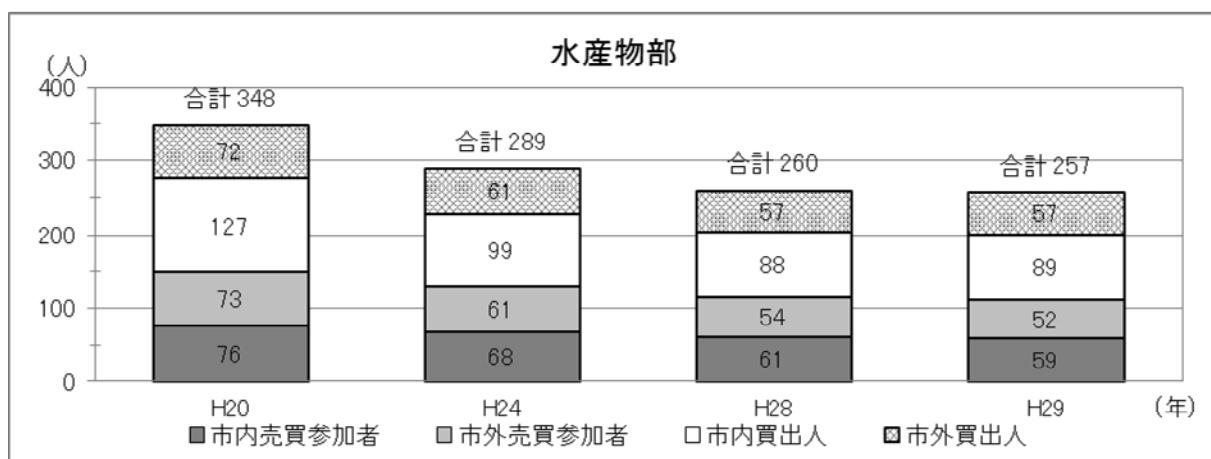
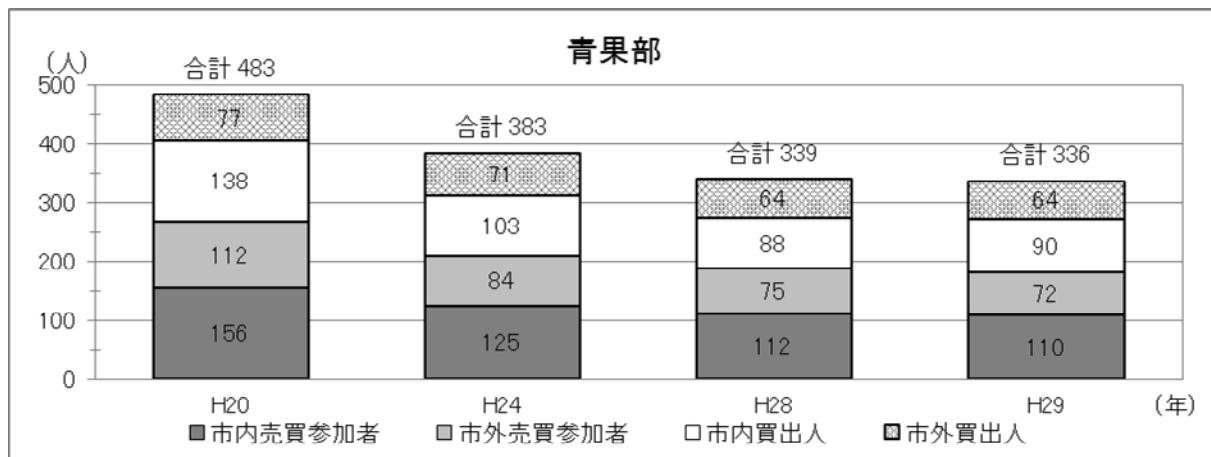
出典：平成28年 市場年報（福島市）

3 実需者の現状把握

実需者の現状を、次の5項目により確認しました。

(1) 顧客の範囲

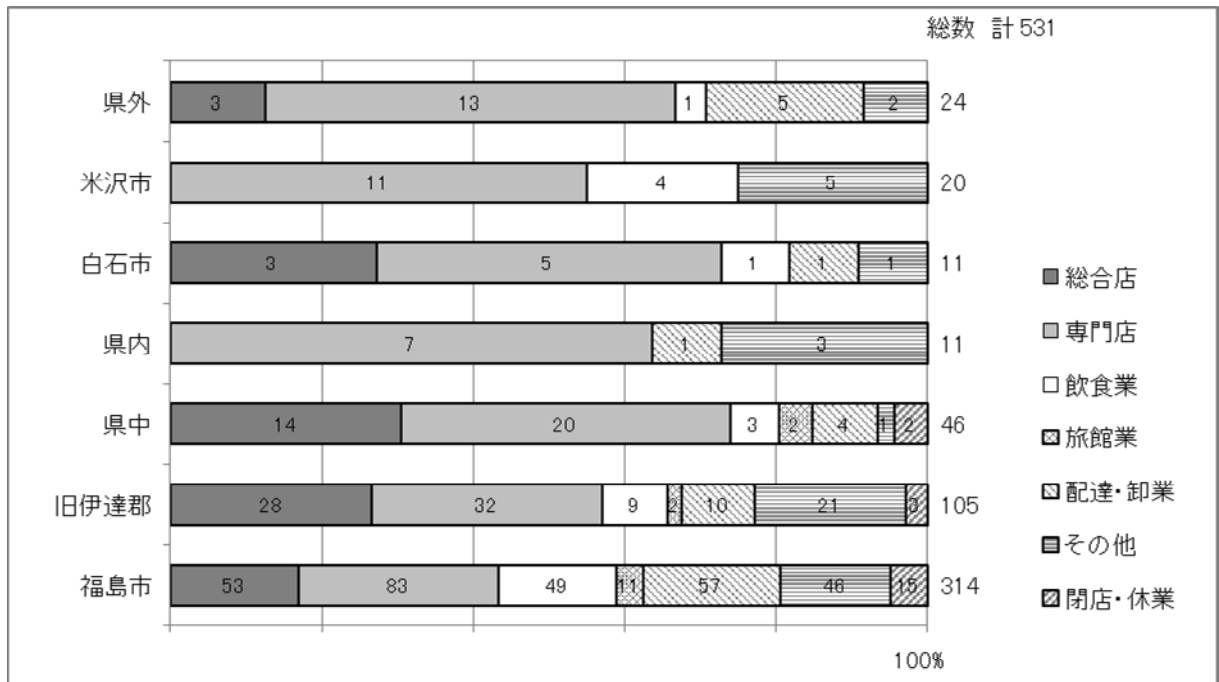
- ① 売買参加者及び買出人は減少傾向にあります。
- ② 特に、青果部・水産物部の買出人の減少が目立ちます。



出典：平成29年度 市場概要（福島市）

(2) 地域ごとの店舗種別

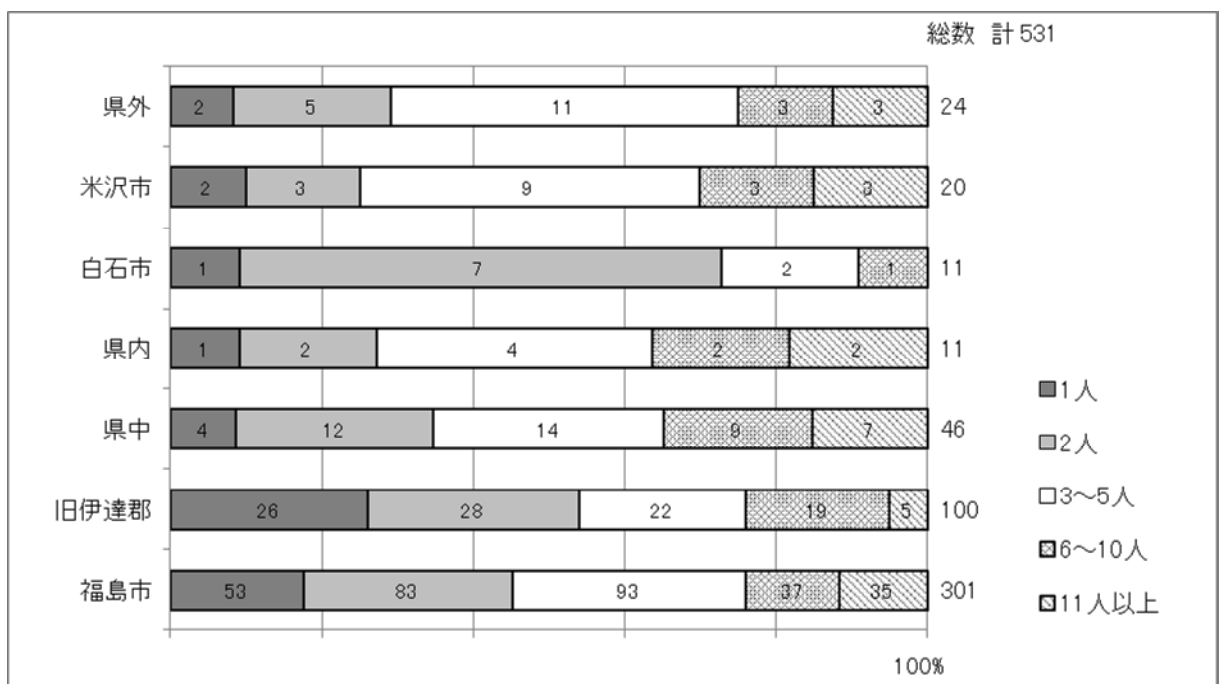
- ①販売先の約6割は福島市が占めています。
- ②販売先は各地域とも専門店が最も多くなっています。



出典：福島市中央卸売市場アンケート調査報告(平成26年3月)

(3) 実需者の地域ごとの業務従事者数等（事業規模）

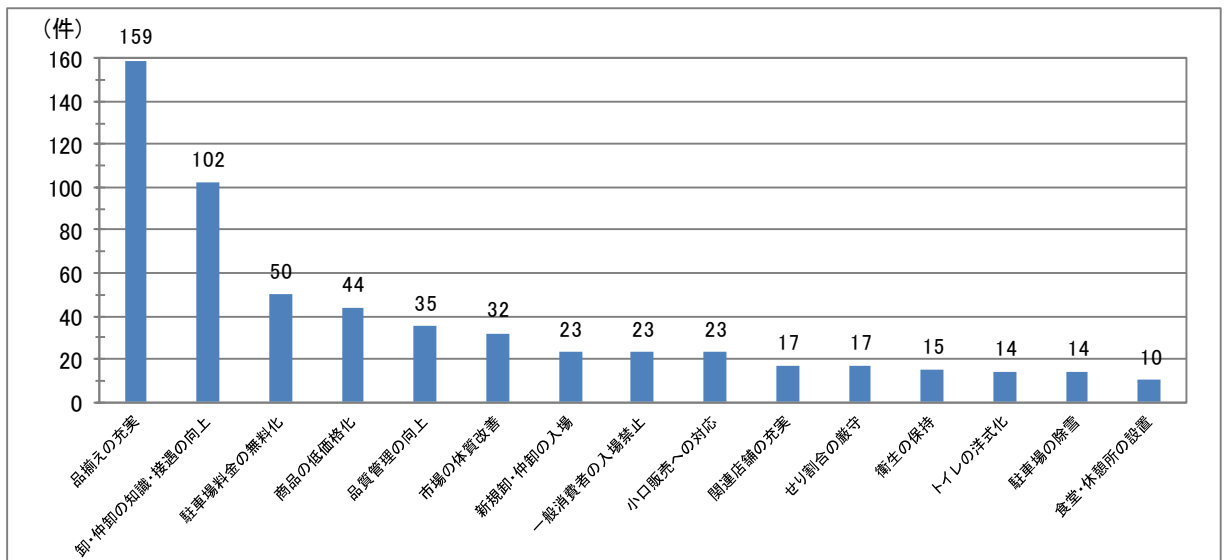
- ①各地域の実需者の事業規模は、1～5人が6割以上を占めています。



出典：福島市中央卸売市場アンケート調査報告(平成26年3月)

(4) 実需者の市場に対する要望

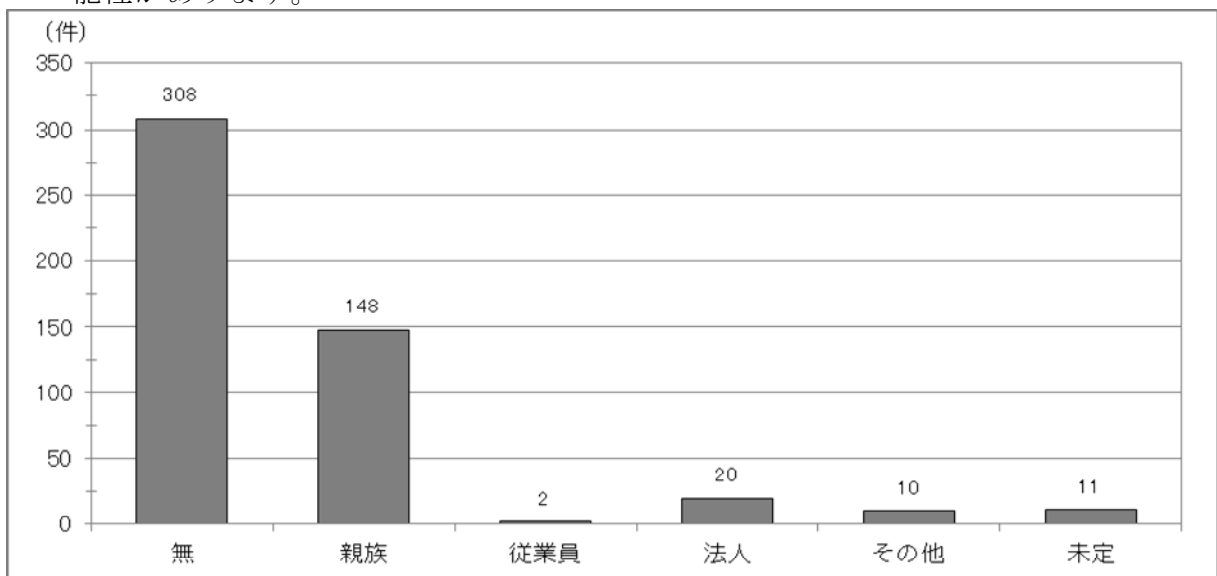
- ①「品揃えの充実」、「卸・仲卸の知識・接遇（接客業務時の対応力）の向上」の項目が上位を占めています。
- ②施設に関連する要望は、「駐車場料金の無料化」、「品質管理の向上」、「関連店舗の充実」が上位を占めています。なお、「駐車場料金の無料化」は平成26年度から実施済です。



出典：福島市中央卸売市場アンケート調査報告(平成26年3月)

(5) 実需者の後継者の有無

- ①後継者のいない実需者が6割を占めており、今後、店舗の閉店・廃業等が加速する可能性があります。



無	親族	従業員	法人	その他	未定	合計
308	148	2	20	10	11	499
62%	30%	0%	4%	2%	2%	100%

出典：福島市中央卸売市場アンケート調査報告(平成26年3月)

4 市場施設設備の現状

本市場施設は、建設後 45 年が経過しており、経年劣化による不具合を補修しながら、使用しています。

また、本市場の冷凍設備に冷媒として使用されている、R22 を含むフロン類の HCFC (ハイドロクロロフルオロカーボン) は、「オゾン層破壊物質に関するモントリオール議定書 (1987 年採択)」等に基づき、2020 (平成 32) 年には既設機器への補充用も含めて全廃が義務付けられています。

今後、フロン類に代わる冷媒として、環境にやさしい自然冷媒を中心としたノンフロン機器への転換が必要とされています。

(1) 施設概要

施設	面積
卸売場	16,478 m ²
青果棟	10,508 m ²
水産棟	4,830 m ²
花き棟	1,140 m ²
仲卸売場	6,698 m ²
青果棟	4,672 m ²
水産棟	1,906 m ²
花き棟	120 m ²
買荷保管所	2,791 m ²
青果棟[荷捌き所]	1,181 m ²
水産棟	1,102 m ²
花き棟	508 m ²
業者事務所	7,210 m ²
冷蔵庫棟	3,047 m ²
倉庫棟	3,502 m ²
関連事業所	2,027 m ²
管理事務所	1,030 m ²
アラ集積所	210 m ²
保冷库	450 m ²
駐車場	約 1,350 台分

出典：平成 29 年度 市場概要 (福島市)

(2) 耐震診断結果

平成 25 年度に実施した耐震診断結果より、冷蔵庫棟及び倉庫棟（旧バナナ棟 2 号）は耐震基準に適合しておらず、市場機能を維持・確保するための対応が必要とされています。

施設名等	耐震診断結果
①青果棟	A
②水産棟	A
③関連店舗棟（東関連棟 2 階建）	A
④関連店舗棟（東関連棟平屋建）	A
⑤関連店舗棟（西関連棟 2 階建）	A
⑥関連店舗棟（西関連棟平屋建）	A
⑦冷蔵庫棟	C
⑧倉庫棟（旧バナナ 1 号棟）	A
⑨倉庫棟（旧バナナ 2 号棟）	B
⑩倉庫棟（バナナ発酵室）	A
⑪管理棟	A

(参考) 耐震診断結果ランク表

ランク	構造耐震指標 (I s 値)	地震（震度 6 ～ 7 程度の規模）の振動及び衝撃に対する判定（耐震性能）
A	0.6 以上	地震の振動及び衝撃に対して倒壊し、または崩壊する危険性が低いもの
B	0.3 以上 0.6 未満	地震の振動及び衝撃に対して倒壊し、または崩壊する危険性があるもの
C	0.3 未満	地震の振動及び衝撃に対して倒壊し、または崩壊する危険性が高いもの

※構造耐震指標（I s 値）とは、耐震診断により、建物の耐震性能を示す指標のことをいい地震力に対する建物の強度や変形能力、粘り強さを考慮し算出します。この指標が大きくなるほど耐震性能が高いといえます。

(3) 未使用施設の状況

市場事業者の撤退等により未使用施設が生じています。特に青果棟2階事務所、水産棟卸売場の未使用施設に占める割合が高くなっています。

区分		未使用施設面積
青果棟	1階	0 m ²
	2階（事務所）	930 m ²
	合計	930 m ²
水産棟	1階（卸売場）	1,380 m ²
	2階（事務所）	180 m ²
	合計	1,560 m ²
冷蔵庫棟		0 m ²
花き棟		0 m ²
関連店舗棟	東棟（1、2階合計 倉庫を含む）	120 m ²
	西棟（1、2階合計 倉庫を含む）	300 m ²
	合計	420 m ²
倉庫棟（旧バナナ2号棟の一部）		440 m ²
倉庫棟		0 m ²

出典：H28 福島市公設地方卸売市場整備検討調査結果

5 福島市公設地方卸売市場特別会計の現状

本市場は、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。よって福島市公設地方卸売市場特別会計（以下、「本市場特別会計」という。）は、卸売市場法に基づき、適正かつ健全な運営及び取引の適正化と流通の円滑化を図る必要があります。

本市場特別会計の主な収入は、「売上高」、「施設」、「駐車場」の使用料で構成されていますが、近年、取扱数量及び売上高の減少、業者の撤退等による空き施設の増加等により、使用料収入は大きく減少しています。

本市では、市場運営の改善を図るため、組織機構及び事務事業の見直しなどにより、平成 10 年度には 22 名だった職員（嘱託職員含む）を平成 22 年度には 14 名に削減し、地方卸売市場へ転換すると同時に指定管理者制度を導入した平成 26 年度には職員を 4 名まで削減し、歳出の大幅な見直しを行ってきました。

また、大きな転換を図った市場の活性化やさらなる事業者の支援を図る目的で、平成 26 年度から施設・売上高使用料の減免措置及び売買参加者や買出人の駐車場使用料の無料化を行いながらも、「本市場特別会計決算額の推移表」のとおり歳入合計に対して使用料が占める割合は 50%以下ではあるものの、やや回復基調にあります。

しかしながら、市場の運営は依然として厳しく、本市場特別会計決算額の歳入において、使用料が全体に占める割合は、平成 10 年度では約 55%であったのに対し、平成 28 年度では約 45%と平成 15 年度を境に常に 50%以下で推移し、歳入と歳出の不足分を一般会計からの繰入金で補てんしている状況にあり、平成 28 年度の補てん割合は約 24%と収入の約 4 分の 1 を占めており、一般会計からの繰り入れに依存する傾向が続いています。

本市場特別会計決算額の推移表

◎歳入

(単位：千円)

	平成10年度	平成15年度	平成20年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
使用料及び手数料	335,076	276,192	206,304	190,934	155,828	162,306	161,682
市場使用料	335,072	276,184	206,301	190,928	155,823	162,301	161,678
売上高使用料	126,521	97,238	71,859	64,042	44,459	45,138	44,851
施設使用料	189,097	159,607	119,581	113,686	102,828	108,495	108,296
駐車場使用料	18,506	19,001	14,527	12,949	8,312	8,444	8,309
敷地使用料	948	338	334	251	224	224	222
市場関係手数料	4	8	3	6	5	5	4
国・県支出金		0	0	0	0	0	0
市債		0	0	0	0	0	0
財産収入	0	0	0	3,177	3,177	3,177	3,177
一般会計繰入金	102,358	80,018	123,728	116,636	122,933	108,686	85,660
その他	173,252	174,253	183,487	152,894	79,621	85,050	107,164
合計	610,686	530,463	513,519	463,641	361,559	359,219	357,683

使用料の割合	54.7%	52.0%	40.1%	41.1%	43.0%	45.1%	45.1%
繰入金の割合	16.8%	15.1%	24.1%	25.2%	34.0%	30.3%	23.9%

◎歳出

(単位：千円)

	平成10年度	平成15年度	平成20年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
経営費	500,877	397,094	381,353	365,004	257,491	233,033	235,180
職員費	149,137	110,516	111,098	94,297	35,748	35,104	36,273
開設・運営協議会費		264	360	408	200	248	328
維持管理費	214,409	164,675	158,064	146,763	91,199	90,633	92,288
維持管理その他	214,409	164,675	158,064	146,763	12,465	12,704	13,142
指定管理料	0	0	0	0	78,734	77,929	79,146
維持補修費	52,262	34,737	20,755	22,492	2,970	3,024	3,024
施設整備費	0	0	0	16,668	42,998	20,784	20,640
各種補助金等	85,069	86,902	91,076	84,376	84,376	83,240	82,627
元金利子償還金	89,129	107,853	94,776	79,025	79,025	79,025	75,930
合計	590,006	504,947	476,129	444,029	336,516	312,058	311,110

組織及び職員数	2課4係 22名	1課2係 17名	1課2係 16名	1課2係 14名	・1課(4名) ・指定管理者	・1課(4名) ・指定管理者	・1課(4名) ・指定管理者
---------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------------	-------------------	-------------------

第5章 前計画による取り組みと成果

1 福島市中央卸売市場中期経営プランの取組状況

平成25年度から平成29年度を計画期間とする中期経営プランでは、本市場の将来ビジョン「安全・安心・新鮮 魅力あふれる福島市場^{いちば}」の実現に向け、取扱数量の数値目標を掲げ、下記の3つの重点目標に基づき17の基本施策を展開してきましたが、その取り組み状況は、次のとおりです。

重点目標1 効率的な運営ができる市場

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

重点目標2 安全・安心で機能的な市場

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

重点目標3 市民に親しまれる市場

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

重点目標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」と1-2「指定管理者制度の導入」については、開設者は、平成26年4月1日に中央卸売市場から地方卸売市場へ転換すると同時に民間事業者のノウハウを活用するため指定管理者制度を導入し、導入による削減コストを老朽化した施設等の更新、修繕の財源として活用しました。

1-3 「市場関係者の経営基盤強化・取引活性化」については、開設者は、経営安定化支援事業等に取り組み、また、卸売業者や仲卸業者は、集荷・販売力の強化、業務の効率化、配送ルート等の見直しなどによりコスト削減に努めました。

1-4 「人材の育成」については、開設者は、講師派遣等による人材育成のための支援を行い、市場事業者は、従業員の外部研修への参加、野菜ソムリエ等の資格取得の促進や新卒予定者の企業見学受け入れ等を実施し人材育成に努めました。

1-5 「専門小売店等の支援」については、卸売業者、仲卸業者は、専門小売店に対し、産地情報の提供や定期訪問等によるニーズの把握により必要とする商品の供給に努めました。

1-6 「量販店等への対応」については、卸売業者、仲卸業者は、産地情報の提供やバイヤーとの産地訪問を実施し、魅力ある商品の発掘と供給に努めました。

重点目標 2 安全・安心で機能的な市場

2-1 「老朽化した施設の整備」については、開設者は、市場機能を確保するため指定管理者と協議のうえ施設整備計画に基づき更新や修繕を実施しました。

平成 28 年度には今後の市場施設整備について開設者と市場関係者が協議し、現在地において既存施設の修繕・改修を基本とする整備方針を取りまとめました。

2-2 「品質管理及び物流の高度化」については、開設者は、卸売業者等による機能強化施設整備に対し情報提供を行い、支援に努めました。

また、卸売業者、仲卸業者が現有するの保冷库・加工施設の有効活用を含め、コールドチェーンや物流の高度化の確立に向けた検討を行いました。

2-3 「環境問題等への対応」については、開設者は、廃棄物の減量化及びリサイクル処理に対する支援を行いました。市場事業者は、これまでの節電や節水の取り組みを継続するとともに、市場内取り扱い物の残渣や容器などの廃棄物の削減及びリサイクルなどに努めました。

また、一部市場内事業者はLED照明器具を導入するなど、省エネ設備への移行を進めるとともに、再生可能エネルギー設備の導入については、コストや設置方法も含めて検討を行いました。

2-4 「災害等に強い市場」については、開設者は、平成 25 年度に市場内施設の耐震診断を実施しました。また、開設者及び市場関係者は、東日本大震災等の教訓をいかし、平成 26 年度には、事業継続計画（BCP）を策定し、それを受け「福島市公設地方卸売市場防災・防火管理委員会」を設置し、災害時における確実な業務継続体制の構築に努めました。

さらに、平成 29 年度には全国公設地方卸売市場協議会による「災害時相互応援に関する協定」を締結しました。

2-5 「卸売市場の除染」については、開設者は市民の食の安全・安心を確保するための最優先施策として「福島市ふるさと除染実施計画」に基づき実施し、平成 25 年 2 月に完了しました。

2-6 「放射性物質検査体制の強化」については、国及び県は、食品中の放射性物質のモニタリング検査を実施していますが、本市場では更に、指定管理者の委託業務の一つとして、農林水産物の放射性物質の自主検査を実施し、正しい情報を発信することにより、食の安全・安心の確保と風評の払拭に努めました。

2-7 「風評被害の払拭」と2-8 「損害賠償請求への支援」については、放射性物質の自主検査に加えて、（一社）福島市公設地方卸売市場協会（以下、「市場協会」という。）が市場パネル展を常設し、正しい情報の発信に努めました。また、市場事業者と量販店等がタイアップし放射性物質に関する理解を図るための商品の販売や試験操業魚介類の販売促進活動を行い風評の払拭に努めました。

また、開設者及び市場関係者は国及び東京電力㈱に対し速やかな賠償がなされるよう要求しました。

重点目標 3 市民に親しまれる市場

3-1 「ホームページの活用」については、開設者は市場協会と共同し、「市場まつり」などの市場開放事業等の市民向け情報の提供や放射性物質の自主検査結果の公表などに活用しました。

3-2 「市場開放」については、本市場の生鮮食料品・花き等の消費拡大を目的に、「市場まつり」を開催し、多数の市民が来場し好評を得ました。また、朝市の名称を平成 26 年度より「土曜感謝市」とし、内容をさらに充実し、多くの市民が来場できるよう努めました。

3-3 「市場見学等」については、市場協会と連携して開催し、多くの小学生や市民の参加を得ました。また、市場見学等では青果・水産物の専門知識を有する市場関係者が対応し、市場で取り扱う生鮮食料品等の旬な情報を発信するなどし、市場の役割等を市民に理解していただく有効な手段となりました。

2 取扱数量の数値目標の検証

中期経営プランでは、東日本大震災の影響を考慮して青果部・水産物部・花き部ともに平成 22 年並みの取扱数量を目指し、5 年後(平成 29 年)の数値目標を設定しました。

今回、経営展望の策定にあたり、中期経営プラン初年度の平成 25 年から直近の平成 28 年の取扱数量を基に検証しました。

取扱数量の目標値と計画期間の比較検証

(単位：青果・水産物＝トン、花き＝千本、千鉢、千個)

	平成 22 年 (基準値)	平成 25 年	平成 26 年	平成 27 年	平成 28 年	平成 29 年 (目標値)
青果部	60,174	59,544	59,044	57,859	52,945	61,000
水産物部	9,246	7,589	7,723	7,489	7,104	10,000
花き部	30,469	25,601	23,864	22,764	21,252	31,000

青果部については、平成 25 年、平成 26 年の取扱数量は 59,000 トン台、平成 27 年の取扱数量は 57,000 トン台を維持していましたが、平成 28 年の取扱数量は 52,945 トン台となり大幅な減少となりました。

平成 28 年が低調な要因としては、

- ① 平成 28 年は、4 月に発生した熊本地震や多発する異常気象により、農産物の入荷数量が大幅に減少し、市場での取引の状況は単価が高くはなったものの取扱数量が減少しました。
- ② 特に、野菜については、長雨等の天候不順や、度重なる台風により甚大な被害が発生し、これらの影響から、病害、生育不良が見られ、特に北海道・東北が主力の玉ネギ、ジャガイモなどの入荷が大幅に減少しました。
- ③ 輸送事情の変化により、遠隔地からの入荷が減少しました。

水産物部については、平成 25 年から 27 年までの取扱数量は 7,500～7,700 トン前後で推移しましたが、平成 28 年は 7,104 トンとなり大幅に減少しました。

平成 28 年が低調な要因は、大衆魚の主要品種であるカツオ、イカ、サンマ、鮭等の不漁によるものです。

また取扱数量の減少傾向が続く要因としては、水産物においては原子力災害に起因する出荷制限や風評の影響が未だに大きく、

- ① 震災後福島県の魚介類の入荷がなく、平成 24 年より試験操業の種類が順次増え、水揚げ量が徐々に増加しつつありますが、震災前の 10%程度にとどまりました。
- ② 市内の量販店や小売店、飲食店、温泉旅館の魚の取扱数量は、風評により原子力災害発生前の 60～80%までしか戻っておらず、売上、数量ともに下がりました。

花き部については、平成 25 年の 25,601 千本から毎年減少しており、平成 28 年は 21,252 千本となり減少傾向が続きました。

平成 28 年が低調な要因としては、自然災害等により産地が大きな被害を受け、入荷量が減少したことによるものです。

また、取扱数量の減少傾向が続く要因は、

- ① 原子力災害により作付が制限されている産地があり、入荷量が減少しました。
- ② 生産者の高齢化や後継者不足により生産量が減少しました。
- ③ 輸送状況の変化に伴い大型市場一点出荷により地方市場への出荷量が減少しました。

中期経営プランでは、東北中央自動車道の福島大笹生 IC・米沢北 IC 区間の開通により、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を期待できるとして、目標値を平成 22 年同様の取扱数量としました。

しかし東北中央自動車道の福島大笹生 IC・米沢北 IC 区間については、平成 29 年 11 月開通となり、まだ効果が表れていないこと、また、卸売市場を取り巻く情勢の変化や東日本大震災とりわけ原子力災害の影響が依然続いていること、さらに近年の異常気象や自然災害の増加、産地・生産者の減少や大衆魚の不漁が続いていることなどの状況からも、青果部、水産物部、花き部とも今後大幅に取扱数量が増大することは見込めないと推測されます。

中期経営プランの実施状況(平成25年度～28年度)の評価

卸売市場中期経営プランによる「重点目標」と「17の基本施策」	実施主体						実施状況	
	開設者	卸売業者	仲卸業者	売買参加者	関連事業者	指定管理者	評価	総括 (平成25～28年度)
(重点目標) 1 効率的な運営ができる市場								
(基本施策) 1-1 地方卸売市場への転換								
① 地方卸売市場への転換の効果を最大限に引き出せるよう検討	●	●	●	●	●	●	○	地方卸売市場転換による取引規制の緩和、指定管理者制度の導入を実施 開設者との事務手続きの簡略化 業務の効率化によるコスト削減
② 各事業内容等を精査し、事務・事業の効率化	●						◎	事業内容を精査し、柔軟な市場運営、管理経費の削減を実施し施設等の修繕の財源に活用
③ 事務・事業等の効率化による職員定数の見直し	●						◎	職員定数見直しの実施
④ 市場施設用途の見直しや有効活用	●						◎	市場施設の利用状況を踏まえた施設利用の有効活用
⑤ 市場使用料の見直し	●						◎	条例改正による使用料種別の見直し及び減額の実施
(基本施策) 1-2 指定管理者制度の導入								
① 指定管理者制度導入の調査・研究	●						◎	指定管理者制度導入の実施
② 指定管理者制度導入に伴う管理計画策定	●						◎	生鮮食品等の流通に関する豊富な専門的知識による継続的な事業展開と施設管理を一体で行い効率的
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	●						◎	日常的な点検、直営による修繕等の導入と民間活力による市場開放事業等の実施
④ 市場使用料の見直し	●						◎	条例改正による使用料種別の見直し及び減額の実施
⑤ 指定管理者制度導入に伴う協力体制の構築		●	●		●	●	○	管理者と事業者の連携を強化 修繕等対応の迅速化
⑥ 削減コスト活用方法についての提案		●	●		●	●	○	削減した資金を経営基盤強化等に使用
(基本施策) 1-3 市場関係者の経営基盤強化・取引活性化								
① 市場関係者の財務状況を分析し、適切な指導・助言	●						○	福島県卸売市場条例による卸売市場実態調査の実施
② 経営相談業務の拡充	●						○	仲卸業者経営改善指導に基づく経営安定化支援事業の実施
③ 市場関係者の経営に役立つ情報等の提供	●						◎	消費者、実需者の現状把握の実施
④ 市場関係者の統合・大型化に向けた取り組みの支援の検討	●						○	経営基盤強化のため取り組み支援の検討
⑤ 集荷力や販売力の強化		●	●	●	●	●	△	契約販売の強化を行い、予約相対取引が増加 魅力ある商品開発について検討
⑥ 業務の効率化によるコスト削減		●	●	●	●	●	○	業務内容と管理システム改善によるコスト削減を実施 配送ルート等の見直しによる効率化
⑦ 先進的な取り組み事例等の収集と分析		●	●	●	●	●	△	産地や他市場の事例を研究し検討 先進的な取り組みをどのように取り入れるか検討
⑧ 経営基盤強化に関する計画の作成と実行		●	●	●	●	●	○	外部業者に経営分析を依頼し、分析結果に基づいて経営基盤強化の検討
評価欄	◎：実施し、顕著な成果をあげているもの ○：実施し、一定の成果をあげているもの及び継続して取り組むもの △：実施しているが十分な成果を上げるに至っていないもの又は調査検討中のもの ×：未実施のもの							

中期経営プランの実施状況(平成25年度～28年度)の評価

卸売市場中期経営プランによる「重点目標」と「17の基本施策」	実施主体						実施状況	
	開設者	卸売業者	仲卸業者	売買参加者	関連事業者	指定管理者	評価	総括 (平成25～28年度)
(基本施策) 1-4 人材の育成								
① 講師派遣等による協力	●						△	講師派遣による人材育成効果の検討
② 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		●	●	●	●	●	△	従業員の外部研修会への参加協力や野菜ソムリエ等の資格取得、先進的な産地への派遣を検討
③ 将来的な人材確保の観点からも、市場職業体験等を実施		●	●	●	●	●	△	継続して中学生・高校生等の職業体験参加者の募集
(基本施策) 1-5 専門小売店等の支援								
① 専門小売店への販売促進提案		●	●				○	情報誌等を通して積極的に産地情報の提供を実施
② 市民ニーズの収集		●	●				○	小売店等への定期訪問、市場内イベント等でのアンケート調査の実施
(基本施策) 1-6 量販店等への対応								
① 量販店等への安定取引に対するニーズへの対応		●	●				△	産地の情報提供や、バイヤーとの産地訪問の実施
② 量販店・小売店との公平な取引		●	●				△	法令を遵守しつつ、それぞれの長所短所を考えた取引の実施
③ 市民ニーズの収集		●	●				△	量販店等への定期訪問、市場内でアンケート調査の実施
(重点目標) 2 安全・安心で機能的な市場								
(基本施策) 2-1 老朽化した施設の整備								
① 現有施設の耐震診断	●						◎	耐震診断結果及び実施結果の周知
② 現有施設の保全計画の策定と改修補強	●						◎	市場機能の堅持のため、指定管理者と協議のうえ施設整備計画を順次実施
③ 現在の施設機能の見直しと新たな需要に対応するための有効利用の検討	●						◎	平成28年度福島市公設地方卸売市場整備検討調査による既存施設の修繕・改修を整備方針とする報告の取りまとめ
④ 現有施設の長寿命化及び適正利用の徹底		●	●	●	●	●	○	指定管理者と協議し、施設の維持管理修繕に努めている
(基本施策) 2-2 品質管理及び物流の高度化								
① 市場関係者が行う施設整備に対する支援	●						△	卸売業者等が整備する機能強化施設への支援の検討
② コールドチェーンの確立など、食の安全・安心・新鮮への対応強化	●	●	●				△	保冷库・冷蔵庫を活用するほか、売場の衛生管理の強化
③ 食品の安全に関する危機管理体制の強化	●	●	●				△	他機関と連携した放射性物質検査を行うほか、産地表示・鮮度チェック等の徹底
④ 品質管理マニュアルの策定及び徹底	●	●	●				△	品質管理マニュアル策定と社内教育の実施
⑤ 物流の効率化、低コスト化、高付加価値化への対応	●	●	●				△	ルートの見直し、運送業者と連携した共同配送などの構築
⑥ 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	●	●	●				△	保冷库・加工施設の有効活用
⑦ 物流の冷ドチェーンの確立に向けた施設整備	●	●	●				△	現施設の有効活用を含め、冷ドチェーン確立の検討
⑧ 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	●	●	●				△	物流、加工施設活用をさらに進めるべく、効率化の検討

中期経営プランの実施状況(平成25年度～28年度)の評価

卸売市場中期経営プランによる「重点目標」と「17の基本施策」	実施主体						実施状況	
	開設者	卸売業者	仲卸業者	売買参加者	関連事業者	指定管理者	評価	総括 (平成25～28年度)
(基本施策) 2-3 環境問題等への対応								
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	●	●	●	●	●	●	◎	ゴミ減量化及びリサイクル処理に対する支援の実施
② 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	●						○	省エネルギー対策に関する広報の実施
③ リサイクル率向上のため、ゴミ集積所の整備を推進	●						◎	(一社)福島市公設地方卸売市場協会整備の塵芥集積所の採納
④ 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	●						◎	福島市中央卸売市場施設整備計画に基づく施設整備での検討
⑤ ごみの3Rの推進		●	●	●	●	●	○	ゴミの排出量削減、発泡スチロール等の再利用を実施 さらなるリユース(再使用)、リサイクル(再資源化)の実施
⑥ エネルギーの有効利用		●	●	●	●	●	△	事務所や保冷庫での節電や節水を実施
⑦ 省エネ設備・再生可能エネルギー利用設備への更新		●	●	●	●	●	△	照明器具のLED化など省エネ製品への移行
(基本施策) 2-4 災害に強い市場								
① 市消防計画に基づく防災訓練の実施	●	●	●	●	●	●	○	福島市公設地方卸売市場防災・防火管理委員会の設置
② 災害時における事業継続体制の構築	●						◎	福島市公設地方卸売市場緊急時事業継続計画による事業継続体制の構築
③ 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	●						○	耐震診断の実施
④ 事業継続計画の策定及び体制の構築		●	●	●	●	●	△	事業者が計画の策定と定期的な見直しの実施
(基本施策) 2-5 卸売市場の除染								
① 効果的かつ効率的な市場除染の実施	●						◎	平成25年に場内の除染を完了
② 除染に伴う汚染土壌の適切な管理	●						◎	除染に伴って発生した除去土壌の適正保管体制の構築
③ 安全・安心への取組みについて情報発信	●						◎	場内の除染結果をホームページ等で発信
④ 国及び東京電力(株)への働きかけ	●						○	場内敷地に保管してある除去土壌の中間貯蔵施設への早期搬出
⑤ 市場除染への協力		●	●	●	●	●	◎	開設者への協力
(基本施策) 2-6 放射性物質検査体制の強化								
① 放射性物質簡易測定体制の継続と検査結果の迅速な公表	●						◎	農水産物の放射性物質簡易測定所での自主検査の実施及び(一社)福島市公設地方卸売市場協会HPによる測定結果の公表
② 食品等の出荷制限等に対する迅速な情報提供	●	●	●	●	●	●	◎	県の農林水産物出荷制限等に関する場内での情報共有
③ 生産者への受検促進		●	●	●	●	●	○	青果物の個人生産者への出荷前自主簡易検査の促進

中期経営プランの実施状況(平成25年度～28年度)の評価

卸売市場中期経営プランによる「重点目標」と「17の基本施策」	実施主体						実施状況	
	開設者	卸売業者	仲卸業者	売買参加者	関連事業者	指定管理者	評価	総括 (平成25～28年度)
(基本施策) 2-7 風評被害の払拭								
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	●	●	●	●	●	●	○	独自の情報誌や、他県での販売イベントを通して現在の状況や安全性をPR
② 各種報道機関への情報提供	●	●	●	●	●	●	△	イベント等で広報機関への積極的な情報提供
③ 市場関係者が行う取組みへの積極的な支援	●						◎	放射性物質の簡易検査体制に加え、正しい情報提供(市場パネル展)の実施
④ 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		●	●	●	●	●	○	正確な情報を発信し、食の安全・安心の確保と風評の払拭
(基本施策) 2-8 損害賠償請求への支援								
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	●						○	市民に生鮮食料品を円滑かつ安定供給を継続するため、市場関係者に速やかな賠償がなされるよう要求
② 迅速な賠償申請		●	●	●	●	●	○	生産者には迅速に出荷証明書を交付
(重点目標) 3 市民に親しまれる市場								
(基本施策) 3-1 ホームページの活用								
① 卸売市場の役割・市場開放・市場見学等の情報提供	●						◎	(一社)福島市公設地方卸売市場協会との共同による市場情報の発信
② 放射性物質簡易測定結果の迅速な公表	●						◎	農水産物の放射性物質簡易測定所での自主検査の実施及び(一社)福島市公設地方卸売市場協会HPによる測定結果の公表(再掲)
③ 市場協会ホームページを利用した情報発信		●	●	●	●	●	△	「市場まつり」の開催など市民向け情報の発信
(基本施策) 3-2 市場開放								
① 「市場まつり」の開催	●	●	●	●	●	●	○	年1回開催し、来場者から好評を得ている
② 「朝市」開催の検討	●	●	●	●	●	●	△	土曜感謝市(年3回)を実施し、多くの市民が来場できるように配慮
(基本施策) 3-3 市場見学等								
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	●						◎	市場見学会、親子市場見学会等の周知について市広報を活用した情報発信
② 空き施設活用などによる情報発信拠点の整備	●						◎	空き施設を活用した専用ブース(市場パネル展)設置による情報発信
③ 市場見学等への積極的な対応		●	●	●	●	●	○	青果・水産物の専門知識を有する社員の積極的な対応

第6章 福島市公設地方卸売市場の基本戦略

1 分析に基づく基本的な方向性

福島市公設地方卸売市場の強みと弱みを把握し、取り巻く状況を踏まえると、市場の強みを生かし、課題を解決するための方向性は、次表のとおりとなります。

SWOT(スウォット)分析

		外部環境	
		機会 (Opportunities)	脅威 (Threats)
		(社会情勢) ①食への関心の高まり(地産地消、安全・安心、食育) ②ICT技術の発達 ③農林漁業の6次産業化の推進 ④東日本大震災以降、防災への関心が高まるとともに、食料の安定供給や災害時対応が求められるようになった。 ⑤環境配慮・低炭素型社会への移行 ⑥コールドチェーンシステムの要請 (交通環境) ⑦「東北中央自動車道」の整備による交通利便の向上	(社会情勢) ①人口減少・少子高齢化に伴う消費の減少 ②収束の見えない原子力災害による風評の影響 (消費者の動向) ③生鮮食品の需要減少(加工食品・調理食品の需要増加) ④多様な流通手段の拡大に伴う卸売市場経由率の減少 (その他) ⑤専門小売店数及び販売額の減少 ⑥生産者の減少・高齢化 ⑦県内他市場の再整備
内部環境	強み (Strengths)	S+O (積極的)	S+T (脅威の解消)
	(立地環境) ①県庁所在地であり県内有数の人口規模を有している ②豊富な果樹や野菜等の産地に立地 ③東北自動車道福島飯坂ICに近く交通利便性が高い (市場の特性) ④青果・水産物・花きの3分野を取り扱う県北唯一の総合市場 ⑤平成26年4月の地方卸売市場への転換による柔軟な取引及び運営管理が出来るようになった ⑥市場まつり等の多様な市民交流が行われている	内外の環境がプラス、積極的に攻める戦略 ①県内・近接県における集荷・販路拡大 ②産地型流通拠点機能の強化 ③「(仮称)特販部」の設立による販売強化 ④福島県産品に係るGAP(ギャップ)取得の促進 ⑤物流機能の効率化 ⑥県内外量販店対応強化による販売促進 ⑦食品の情報発信と衛生管理の強化 ⑧食育・花育の推進	強みをいかして脅威を解消する戦略 ①産地をいかした商品開発と産地育成 ②専門小売店等への支援 ③災害等への対応強化 ④市民との触れ合い等の宣伝機会をいかした消費拡大 ⑤市場開放 ⑥市場見学等
	弱み (Weaknesses)	W+O (弱みを強みに変える)	W+T (縮小・撤退)
	(市場環境) ①施設の老朽化や環境負荷が高い設備の使用 ②コールドチェーンシステム構築への対応の遅れ ③顧客数減少に伴う取扱数量及び取扱金額の減少 ④未使用施設が存在する ⑤「価格」、「鮮度・品質」、「品揃え」を理由とした販売機会の喪失 ⑥使用料の減収と繰入金による負担(補填) ⑦卸・仲卸の知識・接遇の向上が求められている ⑧ゴミの排出マナーの低下と喫煙による衛生環境の悪化 (事業者) ⑨実需者・場内事業者の高齢化 ⑩売買参加者・買出人の後継者不在	弱みを強みに変える戦略 ①老朽化した施設の整備 ②再整備を機とした多機能化 ③品質管理の機能強化 ④市場事業者の経営基盤強化 ⑤環境問題等への対応 ⑥放射性物質検査体制の継続と情報発信 ⑦風評の払拭	最悪の事態だけは避ける戦略 ①人材の確保と育成及び労働環境の改善 ②損害賠償請求の支援

2 中央卸売市場中期経営プランから公設地方卸売市場経営展望への継承

中期経営プランで取り組んできた成果を踏まえ、実施済・完了したもの以外については、経営展望へ継続性をもって進めていくことを前提に新たな戦略を加え、取り組みます。



3 市場の将来ビジョンと数値目標

生鮮食料品等の流通を担う卸売市場を取り巻く環境は大きく変化しており、特に少子高齢化、人口減少等による食料消費の量的な減少が進み、社会構造の変化に伴い消費者・実需者ニーズが多様化し、また、農林水産業従事者の減少・高齢化等に伴い生産量・生産額も減少しています。

また、原子力災害は発生後6年が経過しましたが、これに起因する、風評や出荷規制はいまだに続いています。

さらには近年多発する異常気象や自然災害によって、大きな影響を受ける懸念がありますので、これらに柔軟かつ迅速に対応する必要があります。

このような状況を踏まえながら、市民に対し安全・安心・新鮮な生鮮食料品等を安定的に供給するため、本市場が果たすべき公共的役割や機能を強化していくため、

「 ずっと安全・安心・新鮮！！

集荷・販売力向上を実現する福島市場 」

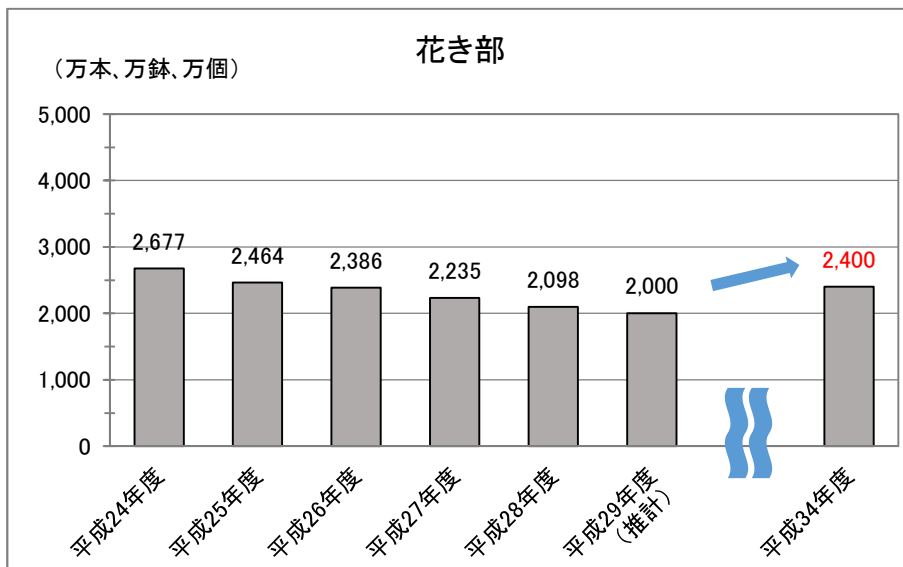
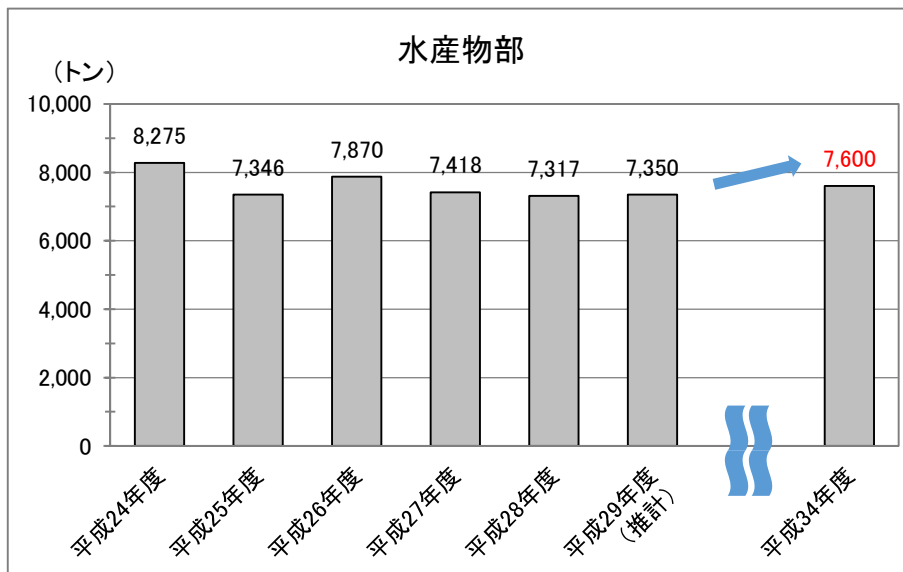
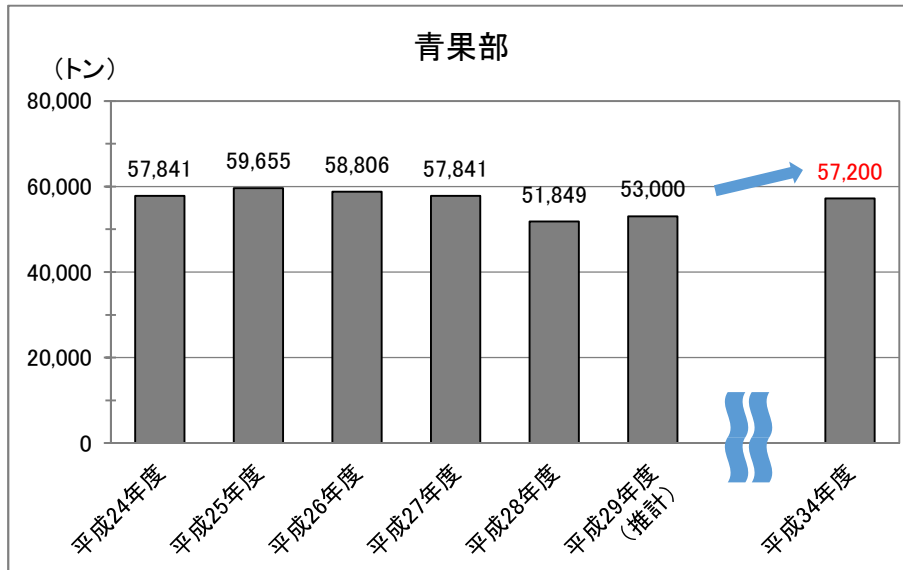
を本市場の将来ビジョンとします。

市場関係者はもちろんのこと、産地生産者等との連携と実需者が求めるニーズに対応できるよう、「経営展望」の基本戦略に基づき行動計画を実行することにより、青果部・水産物部・花き部とも目標年次の平成34年度には取扱数量の増加を見込みます。

(単位：青果・水産物＝トン、花き＝万本)

地方卸売市場（地域拠点市場） の目標取扱数量 (国の第10次卸売市場整備基本方針)		5カ年度平均 取扱数量 (平成24年～28年度)	本市場の 実績取扱数量 (平成28年度)	本市場の 目標取扱数量 (平成34年度)
青果部	15,000	57,198	51,849	57,200
水産物部	7,000	7,645	7,317	7,600
花き部	2,000	2,372	2,098	2,400

本市場の目標取扱数量



第7章 基本戦略に基づく行動計画

基本戦略1. 立地条件をいかした集荷・販売・商品開発を目指す市場

本市場の立地条件として東北中央自動車道（福島・米沢区間）や相馬福島道路の供用開始に合わせて、産地市場（青果部・花き部）及び産地に近い市場（水産物部）という強み等を踏まえ、産地（生産者・漁港等）と連携し、生鮮食料品等の円滑な流通の確保に向けて、集荷力の強化、さらには、実需者のニーズを産地へつなぐ架け橋としての役割を担うとともに商品開発の提案などを行い消費拡大に努めるため、次の施策を重点的に推進します。

※**中期**：2～3年、**長期**：3年を超える、**継続**：現在展開中で、今後5ヶ年続ける取組（項目によっては拡充）

※◎：主たるもの、○：それぞれに行うもの

（1）県内・近接県における集荷・販路拡大 **長期**

行 動 計 画	部	役割分担	
		卸	仲卸
① 東北中央自動車道をいかし、県内及び近接県への販路拡大を図るため、集荷及び販売促進策の拡充を図ります。	青果	◎	○
	水産	◎	○
	花き	◎	○
② 相馬福島道路の開通により利便性が高まる浜通りと集荷・販売ネットワークの構築を図り、他市場との配送体制などの連携強化と、復興創生への取り組みとして試験操業魚種の販売促進と関連商品の提案販売を行います。	青果	◎	○
	水産	◎	○
③ 試験操業魚介類の季節提案を考えながら、業者ごとの取扱品目の特徴に合わせた品揃えにより、県内水産物の取引拡大を図ります。	水産	◎	○
④ インターネット販売による販路拡大を進めます。	青果	◎	○
	花き	◎	○
⑤ 青果物、花きについては、季節ごとの産地リレーにより集荷・販売の強化を図ります。	青果	◎	○
	花き	◎	○

（2）産地型流通拠点機能の強化 **長期**

行 動 計 画	部	役割分担	
		卸	仲卸
① 福島県の地域拠点市場と位置づけられた本市場、郡山市総合地方卸売市場及び会津若松市公設地方卸売市場の3市場連絡会を設置し、集荷・配送体制の情報を共有して輸送の合理化などを検討します。	青果	○	○
	水産	○	○
② 地域拠点市場間の連携により流通拠点機能の強化を図り、集荷・販売の拡大に努めます。	青果	○	○
	水産	○	○
	花き	○	○

(3) 産地をいかした商品開発と産地育成 長期

行 動 計 画	部	役割分担	
		卸	仲卸
① 産地市場の特性をいかした市場ブランド商品の開発や商品提案を行います。	青果	◎	○
	水産	◎	○
② 産地を訪問し、消費者ニーズを踏まえた品目の栽培提案等を行います。	青果	◎	○
	花き	◎	○
③ 既存取引先や専門小売店等での新商品試験販売の実施やマーケティング調査及び新たな実需者獲得のための旬の商品提案を行います。	水産	◎	○
④ 産地における農作物の生産概況を把握し、契約栽培による増産や、また市場までの搬送が負担となる生産者等に対して、集荷サービスの提供を検討する等により産地の育成に努めます。	青果	◎	○
⑤ 浜通り地方との連携により、6次化商品の販売を検討します。	水産	◎	○

(4) 「(仮称)特販部」の設立による販売強化 中期

行 動 計 画	部	役割分担	
		卸	仲卸
① 卸売業者と仲卸業者からなる「(仮称)特販部」の設立を検討し、首都圏・大阪圏・札幌・中京・福岡などへの販売強化を目指します。	青果	○	○

(5) 福島県産品に係るGAP(※)取得の促進 長期

(※)52 ページ参照

行 動 計 画	部	役割分担	
		卸	仲卸
① 福島県産農産物の信頼性を高めるため、生産段階で食品の安全性などを確保することを目的とするGAPの取得を生産者へ働きかけます。	青果	○	○
② 量販店等や消費者のGAPに対する理解を促進し、GAP基準に基づき生産され、安全性が確保された福島県農産物のPRを行い販路の拡大を目指します。			
③ 東京2020オリンピック・パラリンピックへの食材供給を目指し、調達基準を満たす農産物の増産を生産者に働きかけます。また関係業者へ産地情報を発信してマッチングを促進します。			

(6) 物流機能の効率化 長期

行 動 計 画	部	役割分担	
		卸	仲卸
① 場内卸売業者間、他業者間との配送に係る情報の共有化を図り、相互利用や共同配送など輸送体制の効率化に努めます。	青果	◎	○
	花き	◎	○

基本戦略 2. 効率的な運営ができる市場

市場事業者の経営の健全化・安定化への日常的な取り組みが、本市場全体の取引を活性化させ、売上の拡大・利益率の向上を図ることとなります。

このため、市場事業者においては、集荷・販売力の強化、業務の効率化、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とともに、取引環境の変化に対応するため、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に努めます。

(1) 市場事業者の経営基盤強化 継続

行 動 計 画	部	役割分担		
		卸	仲卸	開設
① 市場事業者の財務状況を分析するため、専門家による診断業務委託支援、適切な指導・助言及び経営相談体制の拡充を図ります。	青果	◎	◎	◎
	水産	◎	◎	
	花き	◎	◎	
② 他の市場の先進的な取り組み事例等の収集と分析を行い、市場事業者の経営に役立つ情報の提供を行います。	青果	◎	◎	◎
	水産	◎	◎	
	花き	◎	◎	
③ 市場事業者の統合による大型化に向けた取り組みなどへの国の支援など経営基盤強化に役立つ情報の提供を行います。	青果	◎	◎	◎
	水産	◎	◎	
	花き	◎	◎	
④ 市場事業者は、業務の効率化によるコスト削減に努め、経営の安定化を図ります。	青果	◎	◎	◎
	水産	◎	◎	
	花き	◎	◎	

(2) 人材の確保と育成及び労働環境の改善 継続

行 動 計 画	部	役割分担			
		卸	仲卸	指定	開設
① 持続可能な市場運営に向け、若手従業員の確保と育成に努めます。	青果	◎	◎	◎	○
	水産	◎	◎		
	花き	◎	◎		
② 市場内の業務内容を点検し、働きやすさの向上を図り、また定期健康診断の実施などにより労働環境の改善に努めます。	青果	◎	◎	◎	○
	水産	◎	◎		
	花き	◎	◎		
③ 市場内商品などについての専門知識や企画提案力等を高めるための研修を拡充します。	青果	◎	◎	◎	○
	水産	◎	◎		
	花き	◎	◎		
④ 市場関係者の研修に対し、講師派遣等による支援を行います。	青果	◎	◎	◎	○
	水産	◎	◎		
	花き	◎	◎		
⑤ 将来的な人材確保の観点から、市場職業体験等の事業を行います。	青果	◎	◎	◎	○
	水産	◎	◎		
	花き	◎	◎		

(3) 専門小売店等の支援 継続

行 動 計 画	部	役割分担		
		卸	仲卸	指定
① 専門小売店等は、地域に密着して顔の見える販売を行っていることから、消費者ニーズの把握、必要とする商品の供給、産地情報の提供やPOP広告(※1)の提案や、食・花のコーディネーターとしてリテールサポート(※2)などにより支援します。	青果	○	◎	◎
	水産	○	◎	
	花き	○	◎	

(※1) 55 ページ参照

(※2) 55 ページ参照

(4) 県内外量販店対応強化による販売促進 継続

行 動 計 画	部	役割分担	
		卸	仲卸
① 社会構造の変化に伴い量販店や外食・中食産業等が消費者の食生活に果たしている役割を踏まえ、安定取引の客体として対応強化を図ります。	青果	○	○
	水産	○	○
② 福島県産農林水産物等を中心に、大消費地への売り込みを強化し、取引の拡大を図ります。	青果	○	○
	水産	○	○

基本戦略 3. 安全・安心で機能的な市場

現有施設の耐震診断結果に基づき、緊急度・優先度等を十分検討し、防災性の向上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確保・強化を進め、また、本市場での放射性物質の検査体制を継続することにより、安全・安心で機能的な市場を目指します。

併せて、市場は、その業務の性格上、冷蔵冷凍施設、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、廃棄物を排出していることから、環境負荷の低減に継続して取り組みます。

(1) 老朽化した施設の整備 継続

行 動 計 画	部	役割分担			
		卸	仲卸	指定	開設
① 現有施設の施設整備計画を策定し、計画的な改修、修繕を行います。	青果	○	○	○	◎
	水産	○	○	○	◎
② 新たな需要に対応するため施設機能の見直しを行い、敷地の効率的な運用方法、空きスペースの利活用等について検討します。	青果	○	○	○	◎
	水産	○	○	○	◎
③ 市場施設の改修・更新等を行う場合には、民間ノウハウを活用した事業手法を検討します。	青果	○	○	○	◎
	水産	○	○	○	◎
④ 現有施設の長寿命化を図り、有効活用に努めます。	青果	○	○	○	◎
	水産	○	○	○	◎
⑤ 卸売場通路などの共有スペースの効率的な運用を図るため、区画の見直しを検討します。	青果	○	○	○	◎
	水産	○	○	○	◎

(2) 再整備を機とした多機能化 中期

行 動 計 画	部	役割分担			
		卸	仲卸	指定	開設
① 市場内の土地の有効利用を図り、冷蔵庫棟や温度管理のできる備蓄倉庫等の新たな設備建設について、共同設置・共同管理を検討します。	青果	◎	○	○	◎
	水産	◎	○	○	◎
② 土地の有効利用を図るために民間活力の導入や再生可能エネルギーへの移行を検討します。	青果	◎	○	○	◎
	水産	◎	○	○	◎
③ 流通の過程で商品の価値を高める流通加工や配送等の付加サービスに対応する施設整備の検討と運営体制の構築を図ります。	青果	◎	○	○	◎
	水産	◎	○	○	◎

(3) 品質管理の機能強化 **継続**

行 動 計 画	部	役割分担		
		卸	仲卸	開設
① より新鮮な食品の提供を行うため、低温卸売場等のコールドチェーンシステムの構築を検討します。	青果	◎	○	◎
	水産	◎	○	◎
② 外気遮断・温度管理（冷凍・チルド(※1)・冷蔵・常温) 施設整備を検討します。	青果	◎	○	◎
	水産	◎	○	◎
③ 冷蔵車の増車、配送システムの強化を図ります。	青果	◎	○	◎

(※1) 53 ページ参照

(4) 食品の情報発信と衛生管理の強化 **中期**

行 動 計 画	部	役割分担			
		卸	仲卸	関連	指定
① ICTを活用し、供給商品に係るトレーサビリティ(※2)の可視化、産地情報・レシピ等の情報提供を行います。	青果	◎	○	○	◎
	水産	◎	○	○	◎
② 衛生管理マニュアルを策定し、品質や衛生管理への対応強化、向上を図ります。	青果	◎	○	○	◎
	水産	◎	○	○	◎
	花き	◎	○	○	◎
③ 安全品質管理行動基準を策定し、従業員の意識改革を図ります。	青果	◎	○	○	◎
	水産	◎	○	○	◎
	花き	◎	○	○	◎
④ 残留農薬基準値を超えた農産物の流通等、起こりうる各種の問題を未然に防止するために、管理体制の強化を図ります。	青果	◎	○	○	◎
	水産	◎	○	○	◎
	花き	◎	○	○	◎

(※2) 53 ページ参照

(5) 環境問題等への対応 **継続**

行 動 計 画	部	役割分担				
		卸	仲卸	関連	指定	開設
① 場内取扱物の残渣や容器等の廃棄物の発生量の削減やリサイクルを推進します。	青果	○	○	○	◎	○
	水産	○	○	○	◎	○
	花き	○	○	○	◎	○
② 場内照明設備の改修や更新時期に合わせてLED化を推進するなど省エネルギー設備への移行を推進します。	青果	○	○	○	◎	○
	水産	○	○	○	◎	○
	花き	○	○	○	◎	○
③ 再生可能エネルギー設備などの導入については、コスト等を見据えて検討します。	青果	○	○	○	◎	○
	水産	○	○	○	◎	○
	花き	○	○	○	◎	○
④ ごみの3R(※1)を推進します。	青果	○	○	○	◎	○
	水産	○	○	○	◎	○
	花き	○	○	○	◎	○

(※1) 55 ページ参照

(6) 災害等への対応強化 **継続**

行 動 計 画	部	役割分担				
		卸	仲卸	関連	指定	開設
① 場内連絡体制を随時見直し、災害時における「市場の事業継続計画(BCP ※2)」に基づき、確実な業務継続に努めます。	青果	○	○	○	◎	◎
	水産	○	○	○	◎	◎
	花き	○	○	○	◎	◎
② BCP及び消防計画に基づき、災害等を想定した防災・消防訓練を実施します。	青果	○	○	○	◎	◎
	水産	○	○	○	◎	◎
	花き	○	○	○	◎	◎
③ 市場関係者による「(仮称)防火管理委員会」を設置し、連絡体制などを随時見直すとともに、防火管理者や、普通救命講習会の受講を促進します。	青果	○	○	○	◎	◎
	水産	○	○	○	◎	◎
	花き	○	○	○	◎	◎
④ 全国公設地方卸売市場協議会による「災害時相互応援に関する協定書」により、市場間の生鮮食料品の確保、搬送及び市場機能の継続など災害時等の対応の強化を図ります。	青果	○	○	○	◎	◎
	水産	○	○	○	◎	◎
	花き	○	○	○	◎	◎

(※2) 54 ページ参照

(7) 放射性物質検査体制の継続と情報発信 **継続**

行 動 計 画	部	役割分担				
		卸	仲卸	関連	指定	開設
① 農林水産物の放射性物質の自主検査を継続し、正しい情報を発信することにより、食の安全・安心の確保と風評の払拭に努めます。	青果	○	○	○	◎	○
	水産	○	○	○	◎	○
② 福島県の農林水産物の出荷制限対象品目の確認を徹底します。	青果	○	○	○	◎	○
	水産	○	○	○	◎	○

(8) 風評の払拭 **継続**

行 動 計 画	部	役割分担				
		卸	仲卸	関連	指定	開設
① 安全・安心・新鮮な食料品等が流通していることを積極的に広報します。	青果	○	○	○	◎	○
	水産	○	○	○	◎	○
	花き	○	○	○	◎	○
② 風評払拭のためのイベント・企画等への取り組みに積極的に参画します。	青果	○	○	○	◎	○
	水産	○	○	○	◎	○
	花き	○	○	○	◎	○
③ 風評を受けている生鮮食料品を積極的に集荷・販売します。	青果	○	○	○	◎	○
	水産	○	○	○	◎	○
	花き	○	○	○	◎	○

(9) 損害賠償請求の支援 **継続**

行 動 計 画	役割分担	
	指定	開設
① 市場関係者に対する損害賠償が迅速になされるよう、今後も国及び東京電力(株)へ強く要求します。	◎	◎
② 市場関係者に関する損害賠償に係る情報を継続して提供します。	◎	◎

基本戦略 4. 市民に親しまれる市場

卸売市場への市民の理解を醸成し、また、「食」や「日本文化」に関する卸売市場の知見を提供する観点から、市民と卸売市場との交流を深めることは重要です。そのためには、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専門小売業店への影響に配慮しながら、多くの市民が来場できる市場開放事業などを実施し、市民に親しまれる身近な市場を目指します。

(1) 市民との触れ合い等の宣伝機会をいかした消費拡大 長期

行 動 計 画	部	役割分担				
		卸	仲卸	関連	指定	開設
① 本市場のイベントを通じて、市場の取扱商品の品質の良さをPRし、消費拡大を図ります。	青果	○	○	○	◎	○
	水産	○	○	○	◎	○
	花き	○	○	○	◎	○
② 地元の大学・短大・高校等の教育機関との連携事業により、出前講座を開催し、市場の役割、食の安全・安心の情報提供を行います。	青果	○	○	○	◎	○
	水産	○	○	○	◎	○
③ 花きの展示会等により販売促進を図りながら、暮らしに花と緑を取り入れるフラワービズ（※1）を推進します。	花き	○	○	○	◎	○

（※1）54 ページ参照

(2) 市場開放 継続

行 動 計 画	部	役割分担				
		卸	仲卸	関連	指定	開設
① 市民・消費者向けのイベントとして「わくわく市場まつり」を、専門小売店への影響に配慮しながら継続して開催します。	青果	○	○	○	◎	○
	水産	○	○	○	◎	○
	花き	○	○	○	◎	○
② 「市場の土曜感謝市」を継続して開催します。	青果	○	○	○	◎	○
	水産	○	○	○	◎	○
	花き	○	○	○	◎	○

(3) 市場見学等 **継続**

行 動 計 画	部	役割分担	
		卸	指定
① 市場見学会等の情報を、インターネットや小学校等への広報を通じて行い見学者の増加を図ります。	青果	○	◎
	水産	○	◎
	花き	○	◎
② 市場見学会等を通じて市場の役割、食の安全・安心の情報提供を行います。	青果	○	◎
	水産	○	◎
	花き	○	◎
③ 団体、グループ以外の個人等にも市場を理解していただくため「市場パネル展」を継続して開催します。	青果	○	◎
	水産	○	◎

(4) 食育・花育の推進 **長期**

行 動 計 画	部	役割分担				
		卸	仲卸	関連	指定	開設
① 高等教育機関等との連携により、食育・花育の推進に取り組みます。	青果	◎	○	○	○	○
	水産	◎	○	○	○	○
	花き	○	○	◎	◎	○
② 食育活動を推進するための料理教室などを開催し、野菜・魚をもっと好きになるメニューを提供するなどし、新たな販路の開拓に努めます。	青果	◎	○	○	○	○
	水産	◎	○	○	○	○
③ 魚の魅力や素晴らしさを伝えるため、魚の栄養、魚の旬、魚の仕組みなどの講座、手軽なレシピの配布や魚の調理・実食を行う事業の開催などにより、魚食の普及に努めます。	水産	◎	○	○	○	○
④ 花育の一環として、県内産の花を使用した花束とアレンジメント作品競技会等を開催し、専門小売店の技能を高め、販売力の向上を促進します。	花き	○	○	◎	◎	○
⑤ フラワーアレンジメント、生け花教室開催による花育の推進を図ります。	花き	○	○	◎	◎	○

全体基本戦略 【青果部】
経営展望の基本戦略案（H30～H34）

主な行動計画一覧

※中期：2～3年、長期：3年を超える、継続：現在展開中で、今後5ヶ年続ける取組（項目によっては拡充）

基本戦略	基本戦略に基づく取り組み事項	主 な 行 動 計 画	※ 取 組 期 間	取 組 主 体				
				卸	仲卸	関連 事業者	指定 管理者	開設者
1 立地条件をいかした集荷・販売・商品開発を目指す市場								
	(1) 県内・近接県における集荷・販路拡大	東北中央自動車道等をいかし販売拡大	長期	◎	○			
	(2) 産地型流通拠点機能の強化	地域拠点市場間の連携による集荷・販売の拡大 (3市場連絡会の設置)	長期	○	○			
	(3) 産地をいかした商品開発と産地育成	消費者ニーズを踏まえた市場ブランド商品等の提案及び産地の育成	長期	◎	○			
	(4) 「(仮称)特販部」の設立による販売強化	卸、仲卸からなる「(仮称)特販部」を設立、首都圏・大阪圏・札幌・中京・福岡など定期便を確保しての販売強化	中期	○	○			
	(5) 福島県産品に係るGAP(ギャップ)取得の促進	生産者へのGAP(農業生産管理)取得働きかけ、量販店等にGAP取得商品のPR	長期	○	○			
	(6) 物流機能の効率化	他業者との物流相互利用や、共同配送などを通して輸送体制を効率化	長期	◎	○			
2 効率的な運営ができる市場								
	(1) 市場事業者の経営基盤強化	市場事業者の財務状況を分析し、助言を行う体制の拡充、他市場の取り組みや国の支援等の情報を提供	継続	◎	◎			◎
	(2) 人材の確保と育成及び労働環境の改善	若手従業員の確保と育成のための研修、働きやすさの向上や労働環境の改善	継続	◎	◎		◎	○
	(3) 専門小売店等への支援	消費者ニーズ把握、産地情報の提供、POP広告の提案などを通して専門小売店を支援	継続	○	◎		◎	
	(4) 県内外量販店対応強化による販売促進	量販店の安定取引の客体としての役割を踏まえつつ、福島県産農産物を中心に大消費地への売り込み強化	継続	○	○			
3 安全・安心で機能的な市場								
	(1) 老朽化した施設の整備	適正利用の徹底、区画見直しの検討を行いつつ、現有施設の整備計画策定・民間ノウハウをいかす事業手法の検討	継続	○	○		○	◎
	(2) 再整備を機とした多機能化	民間活力導入を含めた冷蔵・冷凍倉庫、付加サービス対応施設整備・再生可能エネルギーの取り組み検討	中期	◎	○		○	◎
	(3) 品質管理の機能強化	より新鮮な食品を提供するためのコールドチェーン構築、冷蔵車の増車、配送システムの強化	継続	◎	○			◎
	(4) 食品の情報発信と衛生管理の強化	ICTを活用し、トレーサビリティの可視化、産地情報・レシピ等の情報発信と衛生管理体制の強化	中期	◎	○	○	◎	
	(5) 環境問題等への対応	生鮮食料品等の残渣・廃棄物のリサイクルの推進や、省エネルギー対策・再生可能エネルギー設備の導入検討	継続	○	○	○	◎	○
	(6) 災害等への対応強化	災害時相互応援に関する協定、災害時における事業継続計画(BCP)等に基づく業務継続	継続	○	○	○	○	◎
	(7) 放射性物質検査体制の継続と情報発信	農林水産物の放射性物質の自主検査継続実施と結果の公表、食品等出荷制限対象品目の確認徹底	継続	○	○	○	◎	○
	(8) 風評の払拭	風評を受けている生鮮食料品等の安全性のPRや、積極的な集荷・販売、風評払拭イベント等への積極的な参加	継続	○	○	○	◎	○
	(9) 損害賠償請求の支援	国及び東京電力(株)に対して迅速な賠償を要求、市場関係者に対して損害賠償に係る情報の提供	継続				◎	○
4 市民に親しまれる市場								
	(1) 市民との触れ合い等の宣伝機会をいかした消費拡大	市場イベントによる消費拡大の推進及び教育機関との連携による食の安全・安心の情報提供	長期	○	○	○	◎	○
	(2) 市場開放	専門小売店への影響を考えながら「市場まつり」の開催 市場の土曜感謝市を継続開催	継続	○	○	○	◎	○
	(3) 市場見学等	卸売市場の役割等を市民に理解してもらうための市場見学等の開催・継続・拡大	継続	○			◎	
	(4) 食育・花育の推進	教育機関等との連携、料理教室などを通じて食育を推進	長期	◎	○	○	○	○

◎主たるもの ○それぞれに行うもの

全体基本戦略 【水産物部】
経営展望の基本戦略案（H30～H34）

主な行動計画一覧

※中期：2～3年、長期：3年を超える、継続：現在展開中で、今後5ヶ年続ける取組（項目によっては拡充）

基本戦略	基本戦略に基づく取り組み事項	主な行動計画	※ 取組 期間	取組主体				
				卸	仲卸	関連 事業者	指定 管理者	開設者
1 立地条件をいかした集荷・販売・商品開発を目指す市場								
	(1) 県内・近接県における集荷・販路拡大	東北中央自動車道等をいかし販売拡大及び浜の試験操業からの復興のための集荷・販売促進の連携強化	長期	◎	○			
	(2) 産地型流通拠点機能の強化	地域拠点市場間の連携による集荷・販売の拡大（3市場連絡会の設置）	長期	○	○			
	(3) 産地をいかした商品開発と産地育成	消費者ニーズを踏まえた市場ブランド商品等の提案及び産地の育成	長期	◎	○			
	(6) 物流機能の効率化	他業者との物流相互利用や、共同配送などを通して輸送体制を効率化	長期	◎	○			
2 効率的な運営ができる市場								
	(1) 市場事業者の経営基盤強化	市場事業者の財務状況を分析し、助言を行う体制の拡充、他市場の取り組みや国の支援等の情報を提供	継続	◎	◎			◎
	(2) 人材の確保と育成及び労働環境の改善	若手従業員の確保と育成のための研修、働きやすさの向上や労働環境の改善	継続	◎	◎		◎	○
	(3) 専門小売店等への支援	消費者ニーズ把握、産地情報の提供、POP広告の提案などを通して専門小売店を支援	継続	○	◎		◎	
	(4) 県内外量販店対応強化による販売促進	量販店の安定取引の客体としての役割を踏まえつつ、福島県産農産物を中心に大消費地への売り込み強化	継続	○	○			
3 安全・安心で機能的な市場								
	(1) 老朽化した施設の整備	適正利用の徹底、区画見直しの検討を行いつつ、現有施設の整備計画策定・民間ノウハウをいかす事業手法の検討	継続	○	○		○	◎
	(2) 再整備を機とした多機能化	民間活力導入を含めた冷蔵・冷凍倉庫、付加サービス対応施設整備・再生可能エネルギーの取り組み検討	中期	◎	○		○	◎
	(3) 品質管理の機能強化	より新鮮な食品を提供するためのコールドチェーン構築、冷蔵車の増車、配送システムの強化	継続	◎	○			◎
	(4) 食品の情報発信と衛生管理の強化	ICTを活用し、トレーサビリティの可視化、産地情報・レシピ等の情報発信と衛生管理体制の強化	中期	◎	○	○	◎	
	(5) 環境問題等への対応	生鮮食料品等の残渣・廃棄物のリサイクルの推進や、省エネルギー対策・再生可能エネルギー設備の導入検討	継続	○	○	○	◎	○
	(6) 災害等への対応強化	災害時相互応援に関する協定、災害時における事業継続計画（BCP）等に基づく業務継続	継続	○	○	○	○	◎
	(7) 放射性物質検査体制の継続と情報発信	農林水産物の放射性物質の自主検査継続実施と結果の公表、食品等出荷制限対象品目の確認徹底	継続	○	○	○	◎	○
	(8) 風評の払拭	風評を受けている生鮮食料品等の安全性のPRや、積極的な集荷・販売、風評払拭イベント等への積極的な参加	継続	○	○	○	◎	○
	(9) 損害賠償請求の支援	国及び東京電力（株）に対して迅速な賠償を要求、市場関係者に対して損害賠償に係る情報の提供	継続				◎	○
4 市民に親しまれる市場								
	(1) 市民との触れ合い等の宣伝機会をいかした消費拡大	市場イベントによる消費拡大の推進及び教育機関との連携による食の安全・安心の情報提供	長期	○	○	○	◎	○
	(2) 市場開放	専門小売店への影響を考えながら「市場まつり」の開催市場の土曜感謝市を継続開催	継続	○	○	○	◎	○
	(3) 市場見学等	卸売市場の役割等を市民に理解してもらうための市場見学等の開催・継続・拡大	継続	○			◎	
	(4) 食育・花育の推進	教育機関等との連携、料理教室などを通じて食育を推進	長期	◎	○	○	○	○

◎主たるもの ○それぞれに行うもの

全体基本戦略 【花き部】
経営展望の基本戦略案（H30～H34）

主な行動計画一覧

※中期：2～3年、長期：3年を超える、継続：現在展開中で、今後5ヶ年続ける取組（項目によっては拡充）

基本戦略	基本戦略に基づく取組み事項	主な行動計画	※ 取組 期間	取組主体				
				卸	仲卸	関連 事業者	指定 管理者	開設者
1 立地条件をいかした集荷・販売・商品開発を目指す市場								
	(1) 県内・近接県における集荷・販路拡大	東北中央自動車道等をいかし販売拡大	長期	◎	○			
	(2) 産地型流通拠点機能の強化	地域拠点市場間の連携による集荷・販売の拡大 (3市場連絡会の設置)	長期	○	○			
	(3) 産地をいかした商品開発と産地育成	消費者ニーズを踏まえた市場ブランド商品等の提案及び産地の育成	長期	◎	○			
	(6) 物流機能の効率化	他業者との物流相互利用や、共同配送などを通して輸送体制を効率化	長期	◎	○			
2 効率的な運営ができる市場								
	(1) 市場事業者の経営基盤強化	市場事業者の財務状況を分析し、助言を行う体制の拡充、他市場の取組みや国の支援等の情報を提供	継続	◎	◎			◎
	(2) 人材の確保と育成及び労働環境の改善	若手従業員の確保と育成のための研修、働きやすさの向上や労働環境の改善	継続	◎	◎		◎	○
	(3) 専門小売店等への支援	消費者ニーズ把握、産地情報の提供、POP広告の提案などを通して専門小売店を支援	継続	○	◎		◎	
3 安全・安心で機能的な市場								
	(4) 食品の情報発信と衛生管理の強化	ICTを活用し、トレーサビリティの可視化、産地情報・レシピ等の情報発信と衛生管理体制の強化	中期	◎	○	○	◎	
	(5) 環境問題等への対応	生鮮食料品等の残渣・廃棄物のリサイクルの推進や、省エネルギー対策・再生可能エネルギー設備の導入検討	継続	○	○	○	◎	○
	(6) 災害等への対応強化	災害時相互応援に関する協定、災害時における事業継続計画(BCP)等に基づく業務継続	継続	○	○	○	○	◎
	(8) 風評の払拭	風評を受けている生鮮食料品等の安全性のPRや、積極的な集荷・販売、風評払拭イベント等への積極的な参加	継続	○	○	○	◎	○
4 市民に親しまれる市場								
	(1) 市民との触れ合い等の宣伝機会をいかした消費拡大	市場イベントによる消費拡大の推進及び教育機関との連携による食の安全・安心の情報提供、フラワービズ推進	長期	○	○	○	◎	○
	(2) 市場開放	専門小売店への影響を考えながら「市場まつり」の開催市場の土曜感謝市を継続開催	継続	○	○	○	◎	○
	(4) 食育・花育の推進	教育機関等との連携、生け花教室などを通じて花育を推進	長期	○	○	◎	◎	○

◎主たるもの ○それぞれに行うもの

第8章 今後の展望

本市場は、毎日の食卓に欠かすことのできない生鮮食料品や、生活に彩りを添える花などを、安定的に届けるための流通拠点として、消費者、生産者、流通・小売業者等に重要な役割を果たしています。とりわけ東日本大震災のような大規模災害の発生時においても、食の安全・安心を確保し、ライフラインとして最低限必要とされる生鮮食料品等を、確保・供給するための確実な業務継続に努める必要があります。

しかし開場から45年が経過し、施設の老朽化や市場に求められる新たな機能への対応などの課題もあり、その解決に向けた4つの基本戦略と、それに基づく23の行動計画に取り組むこととしました。

施設整備では、市場機能を確保するため、計画的に更新や修繕を実施します。また、平成28年度にまとめた今後の市場施設整備方針に基づく既存施設の再整備は市場特別会計の収支状況や採算性を見極め、国の補助金等の活用を視野に入れ、実施を検討します。

実施にあたっては、平成26年度に導入した指定管理者制度の実績を踏まえ、民間活力をより一層発揮させるとともに、市が保有する資産である市場内公有地の有効な活用策についても、民間資金・民間ノウハウをいかす事業手法を検討します。

また、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、この手法により新たな整備を行った場合は投資経費を施設使用料に反映させることとなり、事業者負担が増えることとなります。そのため今後の施設整備については、市場関係者による整備により、建設コストの削減、工期の短縮など、市場関係者の主体性にも配慮した整備手法の検討も必要となっています。

このような状況を踏まえ、防災性に配慮し、緊急度・優先度等を十分検討のうえ、施設の整備を検討します。

第9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となって、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に周知したうえで、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

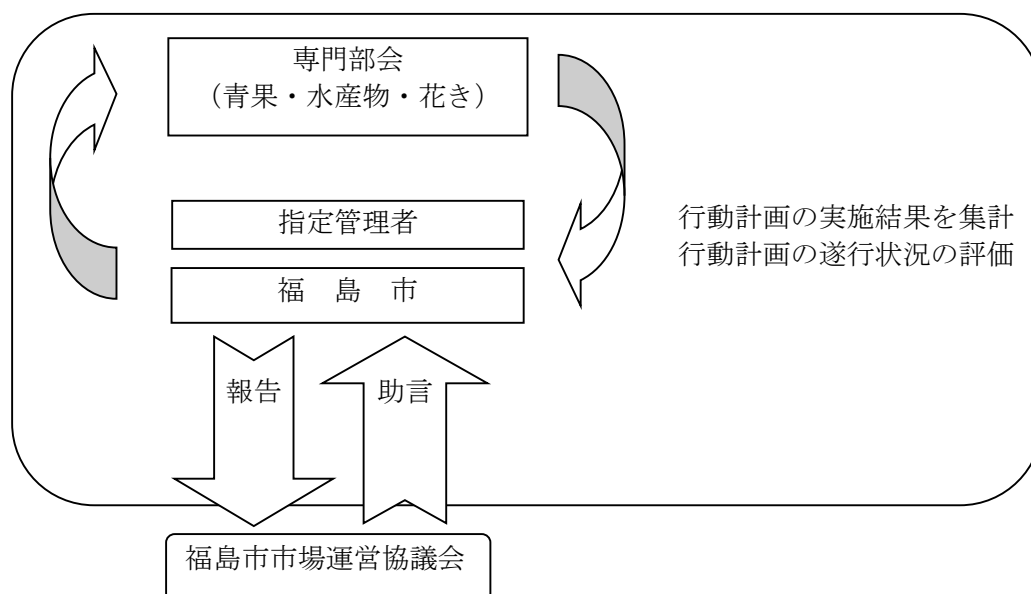
市場関係者においては、日頃から行動計画の目標に関するデータの集計等により進捗状況を確認するとともに、定期的に各専門部会の検討組織において取組の進捗状況を取りまとめの上、毎年度評価と検証を行うものとします。

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。

卸売市場においては、その供給主体である産地、出荷者と需要主体である実需者の双方が経済変動や多発する異常気象といった要素によって、大きな影響を受ける懸念がありますので、これらの環境の変化に対しては、柔軟に迅速に対応する必要があります。そのため、必要に応じて行動計画の見直しを行います。

また、本市場の業務の適正かつ健全な運営を確保するため、

- ① 市場の運営に関する事項
- ② 市場内の取引の合理化、流通の円滑化に関する事項
- ③ 市場業務に係る紛争調整等に関する事項を協議する機関として、条例に基づき設置されている「福島市市場運営協議会」に定期的に行動計画の進捗状況を報告し、必要な助言等を受けることとします。



福島市公設地方卸売市場経営展望策定検討委員会 委員名簿

No.	役職	氏名	区分	出身団体名
1	委員長	貴田岡 信	学識経験者	福島大学経済経営学類
2	副委員長	石本 朗	卸売業者	(株)福島丸公
3	委員	石井 浩	学識経験者	福島商工会議所
4	委員	半澤 正志	生産者団体	全国農業協同組合連合会福島県本部
5	委員	大内 文子	生産者団体	ふくしま未来農業協同組合
6	委員	斎藤 恵理子	消費者代表	生活協同組合コープふくしま
7	委員	石高 久美子	消費者代表	福島市消費者団体懇談会
8	委員	眞柴 三次	卸売業者	福島中央青果卸売(株)
9	委員	橋本 栄市	卸売業者	(株)福島花き
10	委員	齋藤 富士雄	仲卸業者代表	福島青果卸売協同組合
11	委員	遠藤 淳弘	仲卸業者代表	福島市水産物卸協同組合
12	委員	大谷 泰男	仲卸業者代表	(有)大谷花卉
13	委員	山川 恒治	売買参加者代表	福島青果商業協同組合
14	委員	長沢 明	売買参加者代表	福島水産物商業協同組合
15	委員	渡辺 時衛	売買参加者代表	福島花卉商業協同組合
16	委員	佐藤 寛	場内団体代表	福島市場関連事業者組合
17	委員	小河 弘実	場内団体代表	(一社)福島市公設地方卸売市場協会

用語集

【あ 行】

◆ICT(IT)

情報・通信に関する技術の総称。従来から使われている「IT (Information Technology)」に代わる言葉としてICT「Information and Communication Technology (インフォメーション アンド コミュニケーション テクノロジー)」の略語で「情報通信技術」と訳され使われている。海外では、ITよりICTのほうが一般的である。

◆卸売業者

市場において、出荷者から物品の販売の委託を受け又は物品を買付けて、仲卸業者、売買参加者その他の買受人に対し卸売行為を行うことを業務とするものをいう。

◆卸売市場

卸売市場法では、「生鮮食料品等の販売のために開設される市場であって、卸売場、自動車駐車場、その他の生鮮食料品等の取引及び荷捌きに必要な施設を設けて継続して開場されるもの」と定義されている。

- ①中央卸売市場（農林水産大臣の認可を受けて開設された中核的拠点卸売市場）。
- ②地方卸売市場（中央卸売市場以外の卸売市場であって、その施設が一定規模以上のもので、都道府県知事の開設の許可を受けたもの）。
- ③卸売市場であって、①②以外のもの（これについては、その開設又は業務に関し、都道府県条例で規制を行うことができるとされている）。

【か 行】

◆開設者

（中央卸売市場）

農林水産大臣の認可を受けて中央卸売市場の施設を設置し、取引関係者などを収容して市場取引を行わせる者をいう。

（地方卸売市場）

都道府県知事の許可を受けて地方卸売市場の施設を設置し、取引関係者などを収容して市場取引を行わせる業務を行う者をいう。

◆買出人

市場の仲卸業者から市場の取扱物品を仕入れる者をいい、一般的には小売商、大口消費（需要）者、加工業者等である。

◆関連事業者

開設者の許可を受けて、市場機能を補完するため又は市場を利用する人達の便益を図るため、市場内の店舗、その他の施設において営業をしている者で、関連商品、雑貨販売、冷蔵庫業、飲食業、薬局などを営む者をいう。

◆GAP (ギャップ)

農業における生産工程管理を意味する英語で、GAP とは、Good (良い) Agricultural (農業の) Practice(行い) グッド・アグリカルチュラル・プラクティスの略語で、農業生産工程管理と訳されている。

農家が食品の安全性や環境保全、労働の安全性に配慮した営農への取り組みで、農業生産の現場において、食品の安全確保をはじめ、環境保全、労働安全などの観点から、安全に農業生産を実施するための管理ポイントを整理し、それを記録、検証して、より良い農業を実践するための活動のこと。

◆コーディネーター

いろいろな要素を統合したり調整したりして、一つにまとめ上げること。ものごとを調整する役の人、また、そういう職業をいう。

◆コールドチェーン

生鮮食料品を生産から消費までの間、低温又は冷蔵や冷凍のまま物流する方式のことをいい、低温流通体系ともいう。

◆コンプライアンス

一般的には「法令遵守」と訳されているが、法令や規則にとどまらず、広く社会の規範やルール、マナーまで含め遵守する考え方であり、企業がルールや社会的規範を守って公正・公平に行動することをいう。

【さ 行】

◆産地市場

卸売市場のうち、生産地又は水揚港などにある市場であって、出荷者から出荷された物品を他市場、主として消費地市場に出荷することを目的としている業者に対し卸売をする市場をいう。

◆産地リレー

産地リレーとは、農作物の栽培技術が向上した結果、野菜・果物ごとにその土地での旬が、細長い日本の地形を利用して、次々にリレーのように移動していくことを、産地リレーという。これにより、安定的に野菜を長い期間供給していく仕組みが可能となる。

◆実需者

日常的に消費者と接しているスーパー、外食、生協、百貨店、食品加工業等があげられる。

◆SWOT (スワット) 分析

SWOT 分析とは、内部環境（強み (Strengths)、弱み (Weaknesses))、外部環境（機会 (Opportunities)、脅威 (Threats)）の4つの要因を評価し、組合せ、整理し、分析することにより経営戦略を策定する方法をいう。

◆せり

売り手が多数の買受希望者に互いに競争をさせ、売り手にとって最も有利となる価格で販売する方式であって、入札と異なり買受希望者が互いにその申し込み条件を知らず競争する公開的方法である。

◆全国公設地方卸売市場協議会

中央卸売市場と地方卸売市場があるが、そのなかで全国の公設地方卸売市場を開設する地方公共団体（一部事務組合を含む。）をもって構成され、加盟する公設地方卸売市場間の連携を密にし、市場の管理業務の適正化と運営の円滑化を図るため協議している組織団体のこと。

（その他、全国中央卸売市場協会、全国第3セクター市場連絡協議会などがある。）

◆総合市場

青果物、水産物、花き、食肉、その他の物品のいずれか二つ以上、主として青果物、水産物、その他を取り扱う卸売市場をいう。

【た 行】

◆地域拠点市場

地域における集荷力強化の拠点であって、他の地方卸売市場との統合や集荷・販売での連携を行う地方卸売市場として、都道府県卸売市場整備計画で定めた市場のこと。

◆中食事業者

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を作る事業者。
（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、宅配ピザなどを作る事業者のこと。

◆チルド

凍結寸前の温度まで冷却して保存すること。

◆トレーサビリティ

生鮮食料品が生産地から食卓に届くまでの生産、加工、流通を追跡できるもので、その商品を「誰が」「何処で」生産したのかという出荷証明や生産履歴を記録して、消費者に商品の安全性を証明するシステムをいう。

【な 行】

◆仲卸業者

中央卸売市場又は地方卸売市場等において、一定の店舗を設け、卸売業者から買受けた物品を仕分け、調整して分荷販売する者をいう。

【は 行】

◆販売チャネル (チャンネル)

「販売チャネル」とは、商品やサービスを消費者に販売する経路のこと。消費者が商品やサービスを購入する場所をいう。

◆HACCP

HACCPとは、食品の製造・加工工程のあらゆる段階で発生するおそれのある微生物汚染等の危害をあらかじめ分析 (Hazard Analysis) し、その結果に基づいて、製造工程のどの段階でどのような対策を講じればより安全な製品を得ることができるかという重要管理点 (Critical Control Point) を定め、これを連続的に監視することにより製品の安全を確保する衛生管理の手法のこと。

◆売買参加者

中央卸売市場又は地方卸売市場等において、開設者の承認を受けて卸売業者からその取扱物品を買受ける資格のある者をいう。

◆BCP (事業継続計画)

BCPはBusiness Continuity Planの略で、災害や事故など不測の事態を想定して、事業継続の視点から対応策をまとめたもの。危機発生の際、重要業務への影響を最小限に抑え、仮に中断しても可及的速やかに復旧・再開できるようにあらかじめ策定しておく行動計画のこと。

◆ビジョン

「将来の構想や展望」という意味。構想は「これから行おうとしていることの実現方法などを考え、骨組みをまとめること」、展望は「物事の見通し」という意味。わかりやすく言えば「これからどうするのか」や「将来どうなっているのか」という意味。

◆フラワービズ

お花やグリーンがそばにあることで、気持ちも体も自然とリラックスする効果を生活 (会社やデスク) に取り入れること。

◆フロン類

正式にはフルオロカーボンといい、炭素とフッ素の化合物である。無毒性、不燃性、化学的安定性といった優れた性質をもっており、それによって空調機器や冷凍庫・冷蔵庫などの冷媒として広く一般的に使用されている。フロン類は、CFC (クロロフルオロカーボン)、HCFC (ハイドロクロロフルオロカーボン)、HFC (ハイドロフルオロカーボン) の3区分に分類される。フロン (CFC) が主流であったが、オゾン層を壊さない代替フロン (HFCやHCFC) に代わった。フロンとともに代替フロンもフロン類と総称される。代替フロンは温室効果 (二酸化炭素の1千～1万倍) が問題にされており、中でもHFCは二酸化炭素やメタンとともに京都議定書 (1997年採択) の規制物質に指定されている。

◆フロン類・冷媒

「フロン類」とは、エアコンや冷蔵庫等の「冷媒」として多くの製品に使用されている物質（炭素やフッ素等の化合物）のことである。「冷媒」とは、エアコンや冷蔵庫等の内部を循環して熱を運ぶ不可欠な存在だが、『モントリオール議定書』と『京都議定書』によって、オゾン層破壊と地球温暖化につながる従来冷媒の使用が規制され、両方を同時に抑制する次世代冷媒が求められている。

◆POP広告

「Point of purchase advertising」
主に商店などに用いられる販売促進のための広告媒体。

【ま 行】

◆マーケティング調査

商品やサービスを利用する（利用している）消費者の意見を集め、集計・分析するもの。集積されたデータや分析結果をもとに、商品・サービスの開発や改善に利用する。

【ら 行】

◆ライフサイクルコスト

環境問題、エコロジーといった側面からも、単に開発コスト、生産コスト、流通コストだけを考えるのではなく、商品の運用コスト、廃却コストも含め必要となるコストのことをいう。

◆リテールサポート

取引先に対して経営的な支援活動を行うこと。小売店の業績を向上させることで、結果として自社の業績向上につなげようというのがねらいである。
例えば、産地の育成情報や出荷情報等の提供、それらの情報に基づく売場づくりのアドバイスや新商品の提案、加工・調製、輸送・配送業務等が考えられる。

◆量販店

大量の物品を小売する百貨店、スーパーマーケット、セルフサービスストア、その他の大型小売店を総括していう。

◆3R

R e d u c e (リデュース：減らす)、R e u s e (リユース：再使用)
R e c y c l e (リサイクル：再資源化)の頭文字をとったもの。

◆6次化商品

6次産業（ろくじさんぎょう）とは、農業や水産業などの第一次産業が食品加工・流通販売にも業務展開している経営形態を表し、このような経営の多角化を6次産業化と呼ぶ。農林水産資源を基盤として、1次・2次・3次の各産業分野において、多様な主体が自らの強みを生かして他産業にも分野を拡大し、または相互に連携・融合しながら付加価値を向上・創造する取組みのことを、「地域産業6次化」と定義し、そこから製造されたものこと。

■ 中央卸売市場と地方卸売市場に係る制度の比較

		中央卸売市場	地方卸売市場
特 徴		<ul style="list-style-type: none"> ・公正かつ効率的な流通の確保を目的とした広域的な生鮮食料品等流通の中核的な拠点 ・都道府県や一定規模以上の都市が開設者となって、厳格な取引規制の下、指標となる価格形成等重要な機能を果たしている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・地域における生鮮食料品等の集配拠点 ・開設者の主体に制限はなく、法律上の規制も緩やかである。地域の実情に応じた運営がなされている。
業 者 等 の 許 認 可 、 指 導 監 督	開設者	<ul style="list-style-type: none"> ・農林水産大臣による認可、報告徴収・検査、監督処分等（開設主体は都道府県・人口20万人以上の市等に限定） 	<ul style="list-style-type: none"> ・都道府県知事による許可、報告徴収・検査、監督処分等（開設主体に限定なし（地方公共団体、株式会社、農協、漁協等）） 【その他、必要に応じて都道府県知事が条例で規定】
	卸売業者	<ul style="list-style-type: none"> ・農林水産大臣による認可、報告徴収・検査、監督処分等 ・開設者による報告徴収・検査、監督処分等 	<ul style="list-style-type: none"> ・都道府県知事による許可、報告徴収・検査、監督処分等 【その他、必要に応じて都道府県知事が条例で規定】
	仲卸業者	<ul style="list-style-type: none"> ・開設者による許可、報告徴収・検査、監督処分等 	法律上特段の規定なし
	売買参加者	<ul style="list-style-type: none"> ・開設者による承認、監督処分 	【必要に応じて都道府県知事が条例で規定】
取引規制		<ul style="list-style-type: none"> ・売買取引の方法の設定 ・差別的取扱いの禁止、受託拒否の禁止 ・卸売の相手方の制限（第三者販売の原則禁止） （卸売業者の販売先を市場の仲卸、売買参加者に限定） ・市場外にある物品の卸売の原則禁止 （卸売業者の販売を市場内にある物品に限定） ・卸売業者に係る卸売の相手方としての買受けの禁止 ・仲卸業者の業務の規制（販売の委託の引き受けの禁止、直荷引きの原則禁止） （仲卸業者の仕入先を当該市場の卸売業者に限定） ・卸売予定数量ならびに卸売数量・価格の公表 	<ul style="list-style-type: none"> ・売買取引の方法の設定 ・差別的取扱いの禁止 ・卸売予定数量ならびに卸売数量・価格の公表 【その他、必要に応じて都道府県知事が条例で規定】