

青森市中央卸売市場経営ビジョン 改訂前後比較表

| 改訂前の経営ビジョン |               |            |  | 変更の方向性等 |       |  | 改訂後の経営ビジョン |           |  |  |  |
|------------|---------------|------------|--|---------|-------|--|------------|-----------|--|--|--|
| 整理番号       | 基本方針          | 取組内容       |  | 方向性     | 理由    | 概要   | 整理番号       | 基本方針      | 取組内容   |  |  |
| ①-(1)-1    | 市場機能の強化       | 取引参加者の増加対策 | 取引の活性化を図るため、売買参加者の承認基準について、部門ごとに見直すことを検討します。   | 強化      | 経営改善  | これまでの経営ビジョンでは、取引参加者のうち売買参加者の増加策に焦点を絞って取り組んでいましたが、改訂後の経営ビジョンでは、それ以外の増加策も広く検討することにより、さらなる取引参加者の増加を図ります。  | ①-(1)-1    | 取引の活性化    | 取引参加者の増加対策   | 取引の活性化を図るため、売買参加者の承認基準の見直しをはじめとする取引参加者の増加策を検討します。  |  |
| ①-(1)-2    |               | 取引の透明性の確保  | 取引の透明性を確保するため、開設者と場内関係業者で取引ルールに関する課題を整理し、部門ごとにチェック体制を整えるとともに、不当な取引が行われないよう規制する仕組みを検討します。   | 強化      | 法条例改正 | 条例等の改正により、国や県に代わって開設者である市が取引参加者の指導監督を行うことになったこと、卸売業者の取引条件、卸売予定数量及び卸売価格等を公表することになったことを受け、不当な取引が行われないよう規制する仕組みを検討します。  | ①-(1)-2    |           | 取引の透明性の確保  | 取引の透明性を確保するため、開設者と場内関係業者で取引ルールに関する課題を整理し、部門ごとにチェック体制を整えるとともに、開設者による指導監督の実施、取引条件や取引結果等の公表など、不当な取引が行われないよう規制する仕組みを検討します。 |  |
| ①-(1)-3    |               | せり取引の活性化   | 相対取引の増加によるせり取引の形骸化を回避するため、せりの方法や割合等の取引ルールの見直しを検討します。   | 終了      | 法条例改正 | 条例等の改正により、品目ごとに限定されていた取引方法の制限が撤廃され、全品目ですべての取引方法を選択できるようになりました。これにより、特定の取引方法に特化した活性化は不要となったことから、取組を終了することとします。  |            |           |  |  |  |
| ①-(1)-4    |               | 各種奨励金の活用   | 卸売市場を利用するうえでメリットとなる各種奨励金制度について、これまでよりも柔軟な交付が可能となるよう手続きの簡素化も含め、運用を見直します。  | 終了      | 法条例改正 | 各種奨励金については、市長の承認を受けてから交付することや、年間支出限度額及び交付率などが定められていましたが、条例等の改正によりこれらの規定が廃止され、柔軟な交付や手続きの簡素化が実現したことから、取組を終了することとします。   |            |           |  |  |  |
| ①-(1)-5    |               | 物流の効率化     | 卸売場における残荷等の無秩序な配置を規制し、適正な受益者負担を徹底するとともに、物品配送等が効率的に行えるよう監視体制を整えます。  | 強化      | 法条例改正 | 条例等の改正により、商物一致原則が廃止され、これまで以上に商物分離取引の重要性が高まることが予想されることから、商物分離取引に関する取組を追加します。<br>また、条例等の改正により、開設者が取引参加者の指導監督を行うことになったことを受け、市場内の物品配送等に関する指導監督を行うこととします。         | ①-(1)-3    |           | 物流の効率化   | 商物分離取引の拡大に対応して取引を活性化するため、物流の効率化を促進します。<br>また、卸売場における残荷等の無秩序な配置を規制し、適正な受益者負担を徹底するとともに、物品配送等が効率的に行えるよう指導監督を行います。         |  |
| ①-(1)-6    |               | 柔軟な取引の活用   | 取扱量の増加及び取引の効率化を図るため、予約相対制度や電子商取引などについて積極的に活用できるように、手続きの簡素化などを検討します。  | 強化      | 法条例改正 | 予約相対制度や電子商取引は条例等の改正によって廃止されたため、それらに代わる活性化策として、取引ルールの緩和の活用や手続きの簡素化などを推進します。   | ①-(1)-4    |           | 柔軟な取引の活用   | 取扱量の増加及び取引の効率化を図るため、取引ルールの緩和を活用するとともに、手続きの簡素化などを推進します。   |  |
| ①-(2)-1    | 品質管理及び衛生環境の向上 | 品質管理の徹底    | ◎ 手洗いや靴洗いの徹底、売り場内での着帽、禁煙及び喫煙場所に関すること、売り場への車の乗り入れ、場内での交通規制などについて、開設者と関係業者で検討を行ってルールを整理し、食品の取扱に関する意識の向上を図ります。<br>◎ 卸売場及び仲卸売場の低温化の促進や、積込所の低温化等、コールドチェーン化の推進に取り組みます。 | 強化      | 経営改善  | 令和3（2021）年6月までに場内関係者が「HACCPの考え方を取り入れた衛生管理計画」を策定することから、当該計画に基づいて品質管理の高度化を促進します。<br>また、コールドチェーンは現状で十分という意見もあることから、必要かつ持続可能なコールドチェーンのあり方を検討することで、適切な温度管理を促進します。 | ①-(2)-1    | 品質管理の徹底   | 場内関係業者が策定する「HACCPの考え方を取り入れた衛生管理計画」に基づき、開設者と場内関係業者で検討を行ってルールを整理し、品質管理の高度化を促進します。<br>また、必要かつ持続可能なコールドチェーンのあり方を検討し、適切な温度管理を促進します。 |  |  |
| ①-(2)-2    |               | 老朽化施設等の改善  | 卸売場の床面や駐車場の舗装改良、側溝改良、防鳥ネットの張替えや屋上の防水改修など、品質管理及び衛生環境面で改善が必要な施設・設備については、緊急性や耐用年数等も考慮しながら、改修計画を作成し、順次改修・更新を行うとともに、長期的には施設改築の検討も視野に入れながら、市場の環境整備に努めます。               | 継続      | -     | 緊急性や耐用年数等も考慮しながら、順次、改修・更新を行うとともに、施設全体の老朽化については、青森市ファシリティマネジメント推進基本方針に基づいて取り組みます。   | ①-(2)-2    | 老朽化施設等の改善 | 品質管理及び衛生環境面で改善が必要な施設・設備については、緊急性や耐用年数等も考慮しながら、順次改修・更新を行うとともに、施設全体の老朽化に対応するため、青森市ファシリティマネジメント推進基本方針に則り、関係部局と協議しながら市場の環境整備に努めます。 |  |  |

青森市中央卸売市場経営ビジョン 改訂前後比較表

| 改訂前の経営ビジョン |         |                       |                             | 変更の方向性等          |      |   | 改訂後の経営ビジョン   |          |                                |   |
|------------|---------|-----------------------|-----------------------------|------------------|------|---|--|----------|--------------------------------|---|
| 整理番号       | 基本方針    |                       | 取組内容                        | 方向性              | 理由   | 概要  | 整理番号   | 基本方針     |                                | 取組内容  |
| ①-(3)-1    | 市場機能の強化 | 環境問題への対応              | CO2削減に向けた取組の実施              | 継続               | -    | いずれも既に取り組んでいる取組内容であるため、引き続き取り組みます。  | ①-(3)-1  | 環境問題への対応 | CO2削減に向けた取組の実施                 | ◎ フォークリフトの電動化の <b>促進</b><br>卸売業者、仲卸業者のフォークリフトの更新計画を取りまとめ、充電設備の仕様や設置場所等について検討し、電動化を推進します。<br>◎ 卸売場への車の乗り入れ禁止<br>工事車両等、やむを得ない場合を除き、卸売場への車両乗り入れ禁止を徹底し、荷物の積み下ろし作業時の事故防止や安全確保を <b>推進</b> します。<br>◎ 長時間のアイドリング禁止<br>トラック等荷物運搬車両をはじめ、入場車両に対し、長時間のアイドリング禁止を呼びかけるなど、開設者及び関係業者が一体となり、場内の騒音低減や環境改善に取り組みます。 |
| ①-(3)-2    |         |                       | 設備機器類の更新                    | 継続               | -    | いずれも既に取り組んでいる取組内容であるため、引き続き取り組みます。  | ①-(3)-2  |          | 設備機器類の更新                       | ◎ 照明器具のLED化推進<br>場内の照明器具の使用状況を調査し、容量の大きな投光器や数の多い場所、長時間使用する場所などから順次LED化を進め、電力量の削減に努めます。<br>◎ 冷蔵庫冷却設備類の更新<br>冷蔵庫冷却設備の更新に当たっては、代替フロンから新冷媒へ切替えるとともに、省エネルギー機器の検討を行います。<br>また、場内業者所有の冷蔵庫機器類の調査を行い、古いものは、省エネルギー機器への更新を推奨します。<br>◎ 新エネルギー導入の検討<br>特に夏場の最大電力量を抑えるため、太陽光発電設備などの新エネルギー導入の検討を行っていきます。       |
| ①-(4)-1    |         |                       | 危機管理体制の確立                   | 停電時における電源供給体制の整備 | 継続   | -   | 大規模災害発生時に市場機能を維持するために必要となることから、引き続き、取組内容の実現に向けて取り組みます。 |          | ①-(4)-1                        | 危機管理体制の確立   |
| ①-(4)-2    |         | の空き施設等                | 防災に向けた取組の強化                 | 強化               | 経営改善 | 大規模災害や新型コロナウイルス感染症など、生鮮食料品等の流通に影響を与える事態が発生した場合でも市場機能を維持できるよう、災害対応マニュアルを高度化させた事業継続計画（BCP）を策定します。 | ①-(4)-2  | の空き施設等   | 防災に向けた取組の強化                    | 災害等発生時における <b>事業継続計画（BCP）の策定</b> や、定期的に防災訓練を実施するなど、開設者と場内関係業者が一体となって防災体制の強化に努めます。<br>また、各自の初期防除体制の確認を徹底するなど、場内関係業者全員が平日頃から高い防災意識を持つように <b>啓発します</b> 。   |
| ①-(5)      |         | 及び人材の質向上              | 空き施設等の有効利用                  | 継続               | -    | 関連事業者棟や市場棟の一部に空き施設があることから、引き続き、全ての空き施設の利用に向けて取り組みます。  | ①-(5)  | 及び人材の質向上 | 空き施設等の有効利用                     | 市場外の事業者に対してホームページや公募などにより広く利用者を募集するなど、空き施設の解消に努めます。   |
| ①-(6)      |         | 販売力の強化                | 人材の育成及び資質向上                 | 強化               | 経営改善 | 市場関係者の高齢化を危惧する声が多いことから、従来の人材育成に関する取組に加え、新規就業者を増やす方策を検討します。                                      | ①-(6)  | 販売力の強化   | 人材の確保及び資質向上                    | <b>新規就業者を増やす方策を検討するとともに</b> 、商品知識や接客技術の向上など、卸売市場業務に役立つスキルアップを目的とした人材の育成を行い、市場関係者の実務能力を高めることによって、市場機能の強化を図ります。   |
| ②-(1)-1    | 販売力の強化  | 生産者と売共に同取組、 <b>地場</b> | 産地育成を兼ねた <b>市場ブランド商品の開発</b> | 継続               | -    | ブランド化を目指す市・県産品を卸売市場で取り扱うことで、販売力の強化を図ります。  | ②-(1)-1  | 販売力の強化   | 産地育成を兼ねた <b>市・県産品のブランド化の支援</b> | 卸売業者と生産者団体等が連携し、鮮度が高く、特徴ある <b>市・県産品の</b> 掘り起こしを行い、 <b>商品流通の面からブランド化を支援します</b> 。   |
| ②-(1)-2    |         |                       | 県産フェアへの参加や企業向け商談会の開催        | 継続               | -    | 市場の役割に関する広報活動は「情報発信の強化」に統合します。<br>また、県産フェアなどへの参加や商談会は実施済みであることから、新たな販売先を確保するよう引き続き取り組みます。       | ②-(1)-2  |          | 県産フェアへの参加や企業向け商談会の開催           | 県産フェアなどの地産地消イベントや <b>企業向け商談会</b> などを有効に活用し、新たな販売先の確保を図ります。  |
| ②-(1)-3    |         |                       | 産地市場の強みを活かした販売              | 継続               | -    | 条例等の改正により取引ルールが緩和されたことから、その効果を十分に活用しながら、販売増加に向けて引き続き取り組みます。                                     | ②-(1)-3  |          | 産地市場の強みを活かした販売                 | 当市場の強みでもある、 <b>市・県産品</b> の供給基地としての卸売市場という特性を活かし、県内はもとより、県外や海外への販売や、新たな販路開拓を行うなど、販売増加に向けた取り組みを検討します。   |

青森市中央卸売市場経営ビジョン 改訂前後比較表

| 改訂前の経営ビジョン |         |                     |                          | 変更の方向性等 |       |   | 改訂後の経営ビジョン |                     |                          |   |   |
|------------|---------|---------------------|--------------------------|---------|-------|---|------------|---------------------|--------------------------|---|---|
| 整理番号       | 基本方針    | 取組内容                |                          | 方向性     | 理由    | 概要  | 整理番号       | 基本方針                | 取組内容                     |   |   |
| ②-(2)-1    | 販売力の強化  | 市場活性化を進め小売業         | 地域商品をアピールし、消費者の購買意欲向上を図る | 継続      | -     | 小売業の活性化につながるよう、小売店と連携した取り組みを引き続き実施します。なお、商品の安全・安心に関するPRは「食の安全・安心に向けた取組や食に関する情報の発信」に統合します。 | ②-(1)-4    | 販売力の強化              | 市場活性化を進め小売業              | 市・県産品をアピールし、消費者の購買意欲向上を図る   | 小売店と連携し、市・県産品の特性や美味しさ、調理方法などを紹介するなど、商品に関する提案を行います。                                    |
| ②-(2)-2    |         |                     | 小売店や飲食店向け商品の加工・調整        | 継続      | -     | 手間を掛けずに食事をとりたいという消費者ニーズが高まっていること、また、大規模小売店に対する販売力を強化する面からも、引き続き、取組内容の実現に向けて取り組みます。        | ②-(1)-5    |                     |                          | 小売店や飲食店向け商品の加工・調整   | 市場内で一次加工や調整を行うことで、小売店や飲食店のニーズに合わせた商品の出荷ができるようになります。                                   |
| ②-(3)-1    |         | 他市場との連携             | 他市場の卸売業者との市場間連携          | 統合      | 法条例改正 | 他市場の卸売業者との市場間連携は物流に関する取組であるため、「物流の効率化」に統合します。   |            |                     |                          |   |   |
| ②-(3)-2    |         |                     | 他市場と集荷共同化を検討             | 統合      | 法条例改正 | 他市場との集荷共同化は物流に関する取組であるため、「物流の効率化」に統合します。  |            |                     |                          |   |   |
| ③-(1)-1    | 情報発信の強化 | 消費者情報が求め信て          | 食の安全・安心に向けた取組の発信         | 強化      | 経営改善  | 食の安全・安心に向けた取組の発信は卸売業者が主体となって実施済みであることから、ホームページでの発信に加え、SNSの活用を検討します。                       | ③-(1)      | 消費者情報が求め信て          | 食の安全・安心に向けた取組や食に関する情報の発信 | 市場で取扱っている商品の流通に関する情報を紹介し、市場を經由した商品の安全・安心性をPRします。  | 市場で取扱っている商品の流通に関する情報を紹介し、市場を經由した商品の安全・安心性をPRするとともに、旬の食材やレシピなどをホームページやSNSを活用して広く発信します。 |
| ③-(1)-2    |         |                     | 旬の食材やレシピなど食に関する情報の発信     | 統合      | 経営改善  | 食に関する情報の発信は卸売業者が主体となって実施済みであることから、一体的な取組ができるよう、「食の安全・安心に向けた取組や食に関する情報の発信」に統合します。          |            |                     |                          |   |   |
| ③-(2)-1    |         | 普及促進を図る             | イベントを通じた食育・花育の推進         | 強化      | 経営改善  | 食育・花育の普及促進は、青森市中央卸売市場運営協力が主体となって実施済みであることから、さらに促進するよう取組内容を強化します。                          | ③-(2)      | 普及促進を図る             | イベントを通じた食育・花育の推進         | 市場まつり、市場開放デー及び出前講座など、一般市民を対象とした事業の中で、卸売市場の役割や生鮮食料品の流通に関する情報を広く発信し、食育や花育に関する啓発を促進します。                                |   |
| ③-(2)-2    |         |                     | 小中学校での出前講座や料理教室などを実施     | 統合      | 経営改善  | 小中学校での出前講座や料理教室は青森市中央卸売市場運営協力が主体となって実施済みであることから、一体的な取組ができるよう「イベントを通じた食育・花育の推進」に統合します。     |            |                     |                          |   |   |
| ③-(3)-1    |         | 生産者や小売店等との連携による情報発信 | 場内業者による円滑な情報交換の仕組みづくり    | 統合      | 経営改善  | 場内業者間の情報交換は、産地情報や消費者情報のコーディネートに含まれる活動であるため、「産地情報や消費者情報のコーディネート」に統合します。                    |            | 生産者や小売店等との連携による情報発信 |                          |   |   |
| ③-(3)-2    |         |                     | 産地情報や消費者情報のコーディネート       | 継続      | -     | 生産者と消費者をつなぐ架け橋としての機能を発揮できるよう、コーディネート機能の充実に引き続き取り組みます。                                     | ③-(3)      |                     | 産地情報や消費者情報のコーディネート       | 消費者や小売店が欲しがっている情報をいち早く産地に届けるとともに、産地の生産情報などを消費者や小売店へ届くようにするなど、消費者と産地を結ぶコーディネート役となるよう、場内業者間の情報交換と、情報の受発信機能を充実させていきます。 |   |