

青森市中央卸売市場経営ビジョン

～ 地域に根ざした持続可能な市場を目指して ～



平成25年9月
—青森市—

はじめに ～ 策定の趣旨 ～

当市場は、昭和47年10月16日に開設し、今年で41年目を迎えましたが、近年の国内景気の低迷や少子高齢化等による食料消費の減少、小売形態の変化や消費者ニーズの多様化、市場外流通の増加などにより、取扱高は減少傾向にあります。

また、平成23年3月11日の東日本大震災の影響を受け、食品の安全・安心性への関心や環境問題などの社会的要請が高まるなど、卸売市場をめぐる情勢は大きく変化してきています。

このような中、平成22年10月に策定された国の第9次卸売市場整備基本方針において、中央卸売市場にあっては、経営戦略的な視点から市場運営のあり方等を明確にし、経営展望を策定するなど、卸売市場としての経営戦略を確立するよう明記されました。

これを受けて、当市場においても、市場関係者と一体となって市場運営を進めていくために、将来的な方向性を定めた「経営ビジョン」を策定することとしました。

今回策定した「経営ビジョン」は、基本的な経営戦略を定めており、国の第9次卸売市場整備基本方針で定められている計画期間の最終年である平成27年度において、次期基本方針となる第10次卸売市場整備基本方針の内容を踏まえ、見直しを行っていくこととします。

《目次》

第 1 章 卸売市場を取巻く環境の変化	p 1
1 . 人口の減少と少子高齢化	p 1
2 . 生鮮食料品の流通構造の変化	p 3
(1) 生産者・出荷者の集約化・大型化	
(2) 専門小売店の減少と量販店の進出	
(3) 市場外流通の拡大と市場間競争	
3 . 消費者の食生活やニーズの変化	p 6
4 . 環境問題への対応	p 6
第 2 章 青森市中央卸売市場の現状と課題	p 7
1 . 取扱高の現状	p 7
青果部	
水産物部	
花き部	
2 . 青森市中央卸売市場の卸売業務の状況	p 1 3
(1) 受託販売と買付販売	
青果部	
水産物部	
花き部	
(2) せり取引	
3 . 関係業者数の推移	p 1 5
4 . 施設整備	p 1 6
第 3 章 強化方針と取組内容	p 1 7
市場機能の強化	p 1 7
(1) 取引の活性化	
(1) - 1 取引参加者の増加対策	
(1) - 2 取引の透明性の確保	
(1) - 3 せり取引の活性化	
(1) - 4 各種奨励金の活用	
(1) - 5 物流の効率化	

- (1) - 6 柔軟な取引の活用
- (2) 品質管理及び衛生環境の向上
 - (2) - 1 品質管理の徹底
 - (2) - 2 老朽化施設等の改善
- (3) 環境問題への対応
 - (3) - 1 CO2削減に向けた取組の実施
 - (3) - 2 設備機器類の更新
- (4) 危機管理体制の確立
 - (4) - 1 停電時における電源供給体制の整備
 - (4) - 2 防災に向けた取組の強化
- (5) 空き施設等の有効利用
- (6) 人材の育成及び資質の向上

販売力の強化

p 2 1

- (1) 生産者と共同で、地場製品の販売に取り組む
 - (1) - 1 産地育成を兼ねた市場ブランド商品の開発
 - (1) - 2 県産フェアへの参加や企業向け商談会の開催
 - (1) - 3 産地市場の強みを活かした販売
- (2) 市場全体で小売業の活性化を進める
 - (2) - 1 地域商品をアピールし、消費者の購買意欲向上を図る
 - (2) - 2 小売店や飲食店向け商品の加工・調整
- (3) 売上げ増加に向けた他市場との連携
 - (3) - 1 他市場の卸売業者との市場間連携
 - (3) - 2 他市場と集荷共同化を検討

情報発信の強化

p 2 3

- (1) 消費者が求めている情報の発信
 - (1) - 1 食の安全・安心に向けた取組の発信
 - (1) - 2 旬の食材やレシピなど食に関する情報の発信
- (2) 食育・花育の普及促進を図る
 - (2) - 1 イベントを通じた食育・花育の推進
 - (2) - 2 小中学校での出前講座や料理教室などを実施
- (3) 生産者や小売店等との連携による情報発信
 - (3) - 1 場内業者による円滑な情報交換の仕組みづくり
 - (3) - 2 産地情報や消費者情報のコーディネート

第1章 卸売市場を取巻く環境の変化

1. 人口の減少と少子高齢化

我が国の総人口は平成20年をピークに減少を続け、「日本の将来推計人口」によれば、平成25年には4人に1人が65歳以上となり、かつてない少子高齢化社会へ突入しようとしています。

青森市は平成17年に旧浪岡町と合併し中核市となりましたが、人口は、平成12年頃をピークに、年々減少傾向にあります。また、青森県全体では、昭和60年頃をピークとして、その後減少傾向が続いています。

平成22年の国勢調査の結果によりますと、青森市の人口総数は299,520人で、平成12年の人口総数318,732人(旧浪岡町を含む)より19,212人(6.03%)減少しています。【図1-1】

年齢別にみると、青森市では、15歳未満が20.03%減、15歳から64歳が11.75%減に対して、65歳以上が28.49%増と少子高齢化が進んでいます。

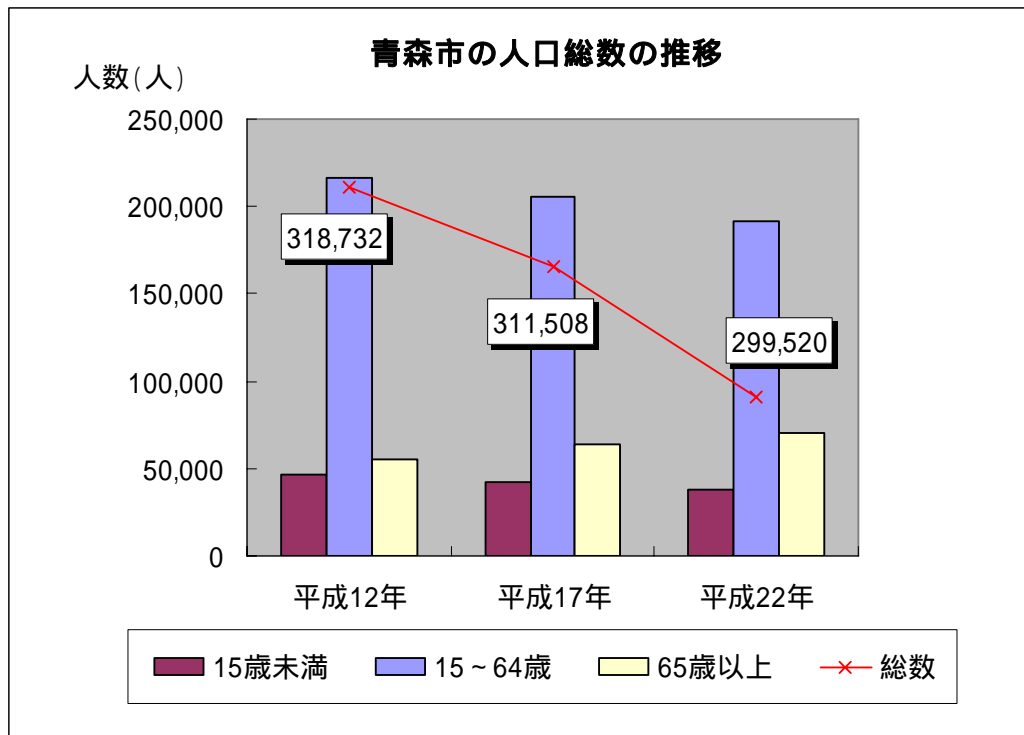
【図1-1】

青森市の人口総数の推移

年齢 区別			平成12年	平成17年	対12年比	平成22年	対12年比
	青森市	浪岡町					
15歳未満	43,973	3,072	47,045	42,549	9.56%	37,622	20.03%
15～64歳	203,383	13,287	216,670	205,502	5.15%	191,208	11.75%
65歳以上	50,503	4,514	55,017	63,457	15.34%	70,690	28.49%
総数	297,859	20,873	318,732	311,508	2.27%	299,520	6.03%

平成22年国勢調査結果より

【図1 - 2】



平成 22 年国勢調査結果より

青森県全体では、平成12年の1,475,728人に対して平成22年が1,373,339人と102,389人(6.94%)減少しており、年齢別に見ても、青森市と同様に少子高齢化が進んでいます。【図2】

【図2】

青森県の人口の推移

年齢区分	平成12年	平成17年	対12年比	平成22年	対12年比
15歳未満	223,141	198,959	10.84%	171,842	22.99%
15~64歳	965,488	911,136	5.63%	848,729	12.09%
65歳以上	287,099	326,562	13.75%	352,768	22.87%
計	1,475,728	1,436,657	2.65%	1,373,339	6.94%

平成 22 年国勢調査結果より

2. 生鮮食料品の流通構造の変化

(1) 生産者・出荷者の集約化・大型化

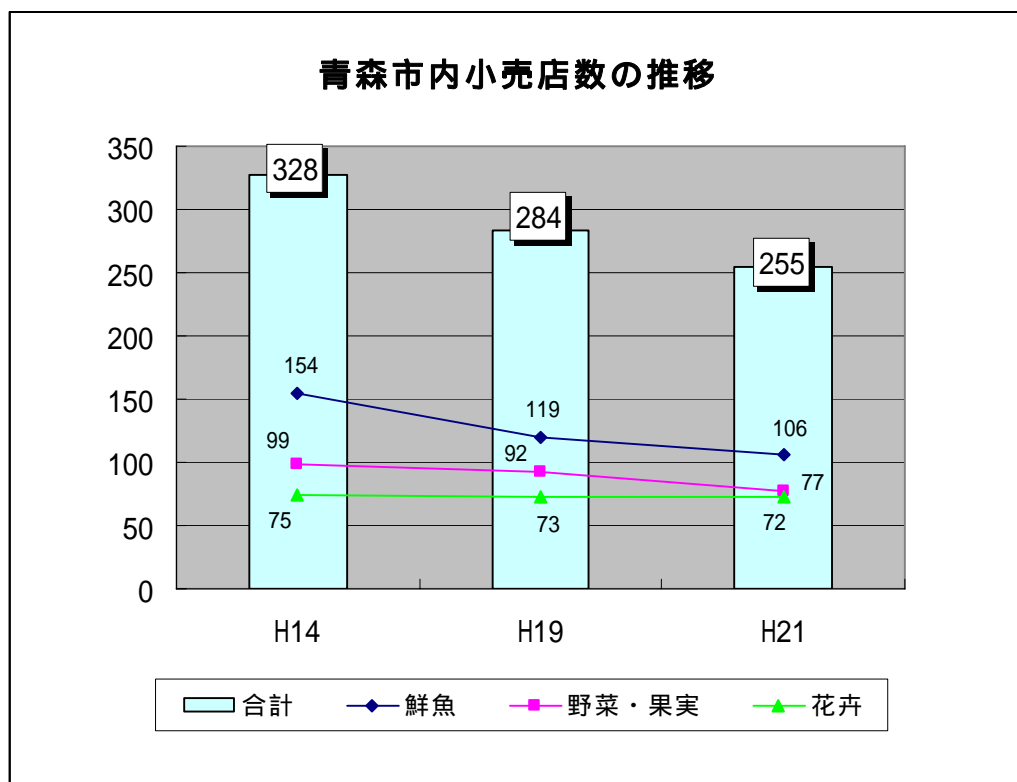
我が国の農水産業は、生産者の高齢化により生産力が低下する一方、大型量販店との直接取引などにより大型化も進んでいます。

また、農業協同組合や漁業協同組合においても、集約化が進み、大型化することによって、出荷団体の数が減少するとともに、価格形成に対する発言力が強まっています。

(2) 専門小売店の減少と量販店の進出

近年、量販店の出店が相次ぎ、鮮魚小売店や青果小売店等の専門小売店が減少しています。【図3】

【図3】



(資料：平成21年経済センサス)

それに伴い、量販店のすき間を埋めるように、コンビニエンスストアが進出し、生鮮食料品を販売するようになってきました。

また、高齢者や冬季間などの買い物難民のために、スーパーによるインターネット注文や宅配サービスが増えるなど、小売業における業態の多様化と複合化が進んでいます。

(3) 市場外流通の拡大と市場間競争

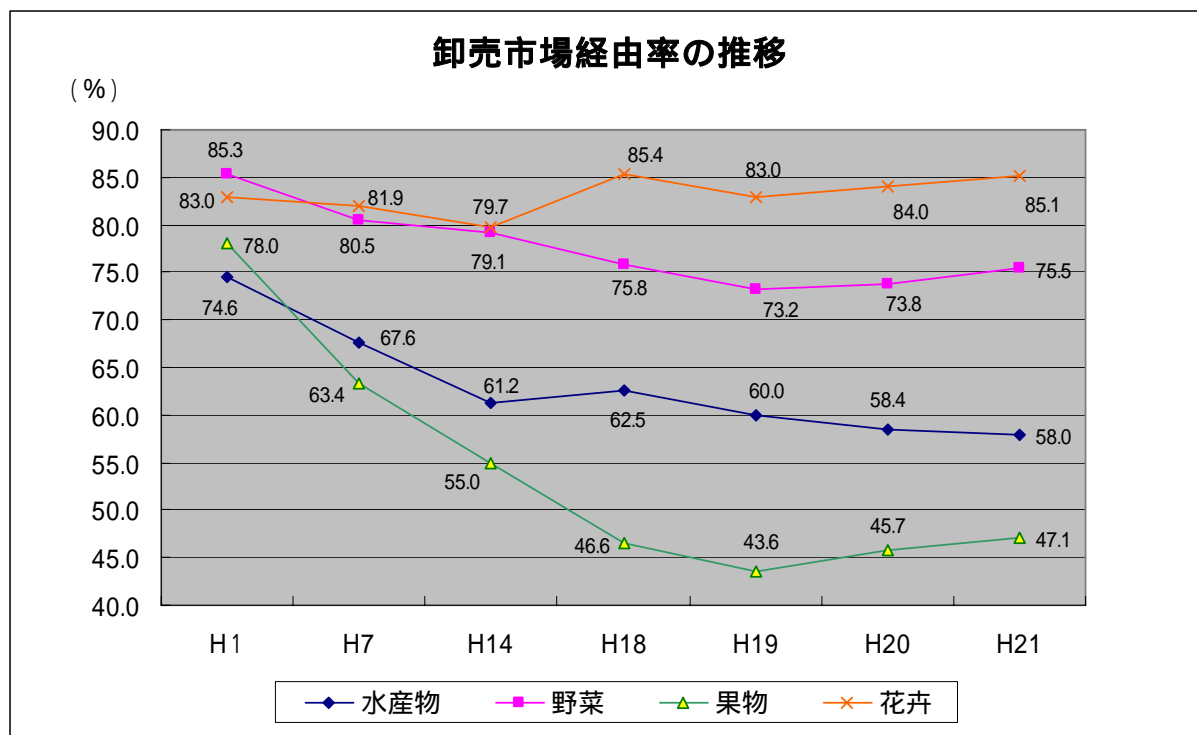
全国的に生産者による直販や通信販売など、市場外流通の手法が多様化し拡大してきています。市場外流通の拡大により、生鮮食料品の市場経由率が減少しています。

青果物は、野菜が平成元年度は85.3%でしたが平成19年度には73.2%に減少し、その後は緩やかに上昇していますがほぼ現状維持となっており、平成21年度は75.5%となっています。

果物は平成元年度が78.0%でしたが平成19年度には43.6%にまで減少し、野菜に比べ減少幅が大きくなっています。その後は緩やかに上昇していますが野菜同様ほぼ現状維持となっており、平成21年度は47.1%となっています。

水産物は、平成元年度は74.6%でしたが平成21年度には58.0%になっています。【図4】

【図4】



(資料：農林水産省「卸売市場データ集(平成23年度版)」)

3 . 消費者の食生活やニーズの変化

近年の少子高齢化や単身世帯の増加などによりライフスタイルが多様化し、レストラン等での外食や惣菜・弁当等のサービスの普及など、食の外部化が進展しています。

その一方で、健康志向が高まるとともに、食の安全・安心への関心が高まってきており、産地偽装や残留農薬問題、特に平成23年3月11日の東日本大震災以降は、放射能汚染問題など、国民の食品への安全・安心に対する意識が高まり、卸売市場における品質管理及び衛生管理の徹底が求められています。

また、朝食の欠食など不規則な食事や偏った栄養摂取、生活習慣病の増加などが問題となり、食に関する正しい知識と望ましい食習慣を身につけられるよう、「食育」の推進が求められるようになってきました。

花きにおいては、近年、冠婚葬祭の簡素化が浸透してその需要が大きく落ち込む要因となっています。

4 . 環境問題への対応

1998年（平成10年）『京都議定書』の採択を受け、国、地方公共団体、事業者、国民が一体となって地球温暖化対策に取り組むための枠組みである『地球温暖化対策の推進に関する法律』が施行されました。

現在我が国では「チャレンジ25キャンペーン」を展開し、温室効果ガス排出量を2020年までに1990年比で25%、2050年までには80%削減することを目標として定め、様々な地球温暖化対策に取り組んでいます。

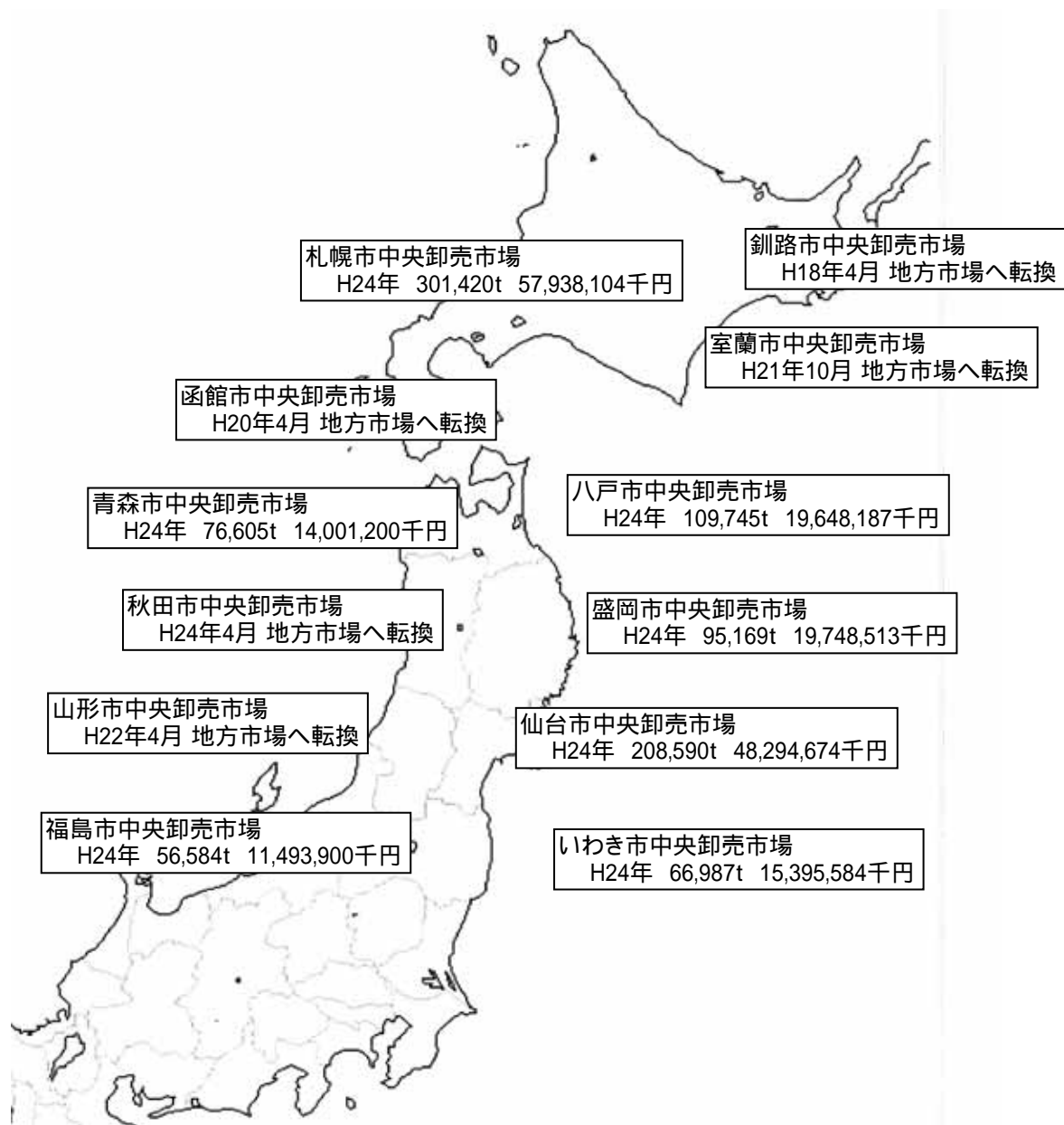
中央卸売市場では、ごみの分別によるゴミ排出量の抑制や廃棄物の資源化、フォークリフトの電動化、照明器具のLED化などのほか、特にエネルギー使用量の大きい冷蔵庫においては、オゾン層破壊の原因となる代替フロンから新冷媒への切替えと省エネルギー機器への更新が求められています。

第2章 青森市中央卸売市場の現状と課題

1. 取扱高の現状

青果部

近年、北海道・東北地区では、釧路市、函館市、室蘭市、山形市、秋田市の5つの中央卸売市場が地方卸売市場へ転換し、現在7市場となっており、青森市中央卸売市場の取扱量は5番目の位置を占めています。

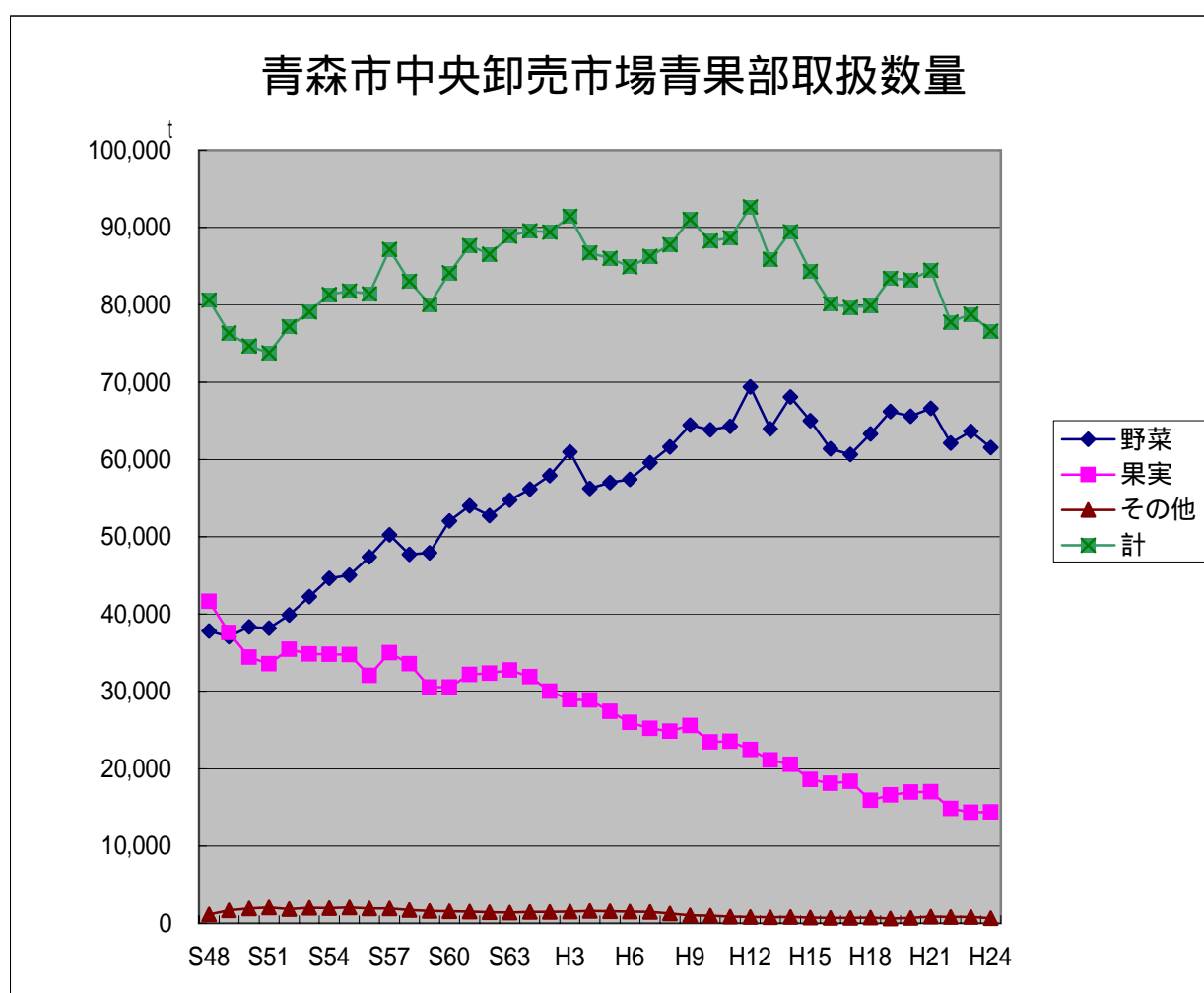


青果物の全国の卸売市場経由率は、平成元年度が82.7%で、そのうち中央卸売市場を經由した割合は49%でしたが、平成21年度の卸売市場経由率は64.6%で、そのうち中央卸売市場を經由した割合は39.6%に減少しています。

当市場の年間総取扱数量は、開設当初は80,000トン前後、昭和61年頃から平成14年頃まで、90,000トン前後、平成15年以降は80,000トン前後で推移しています。

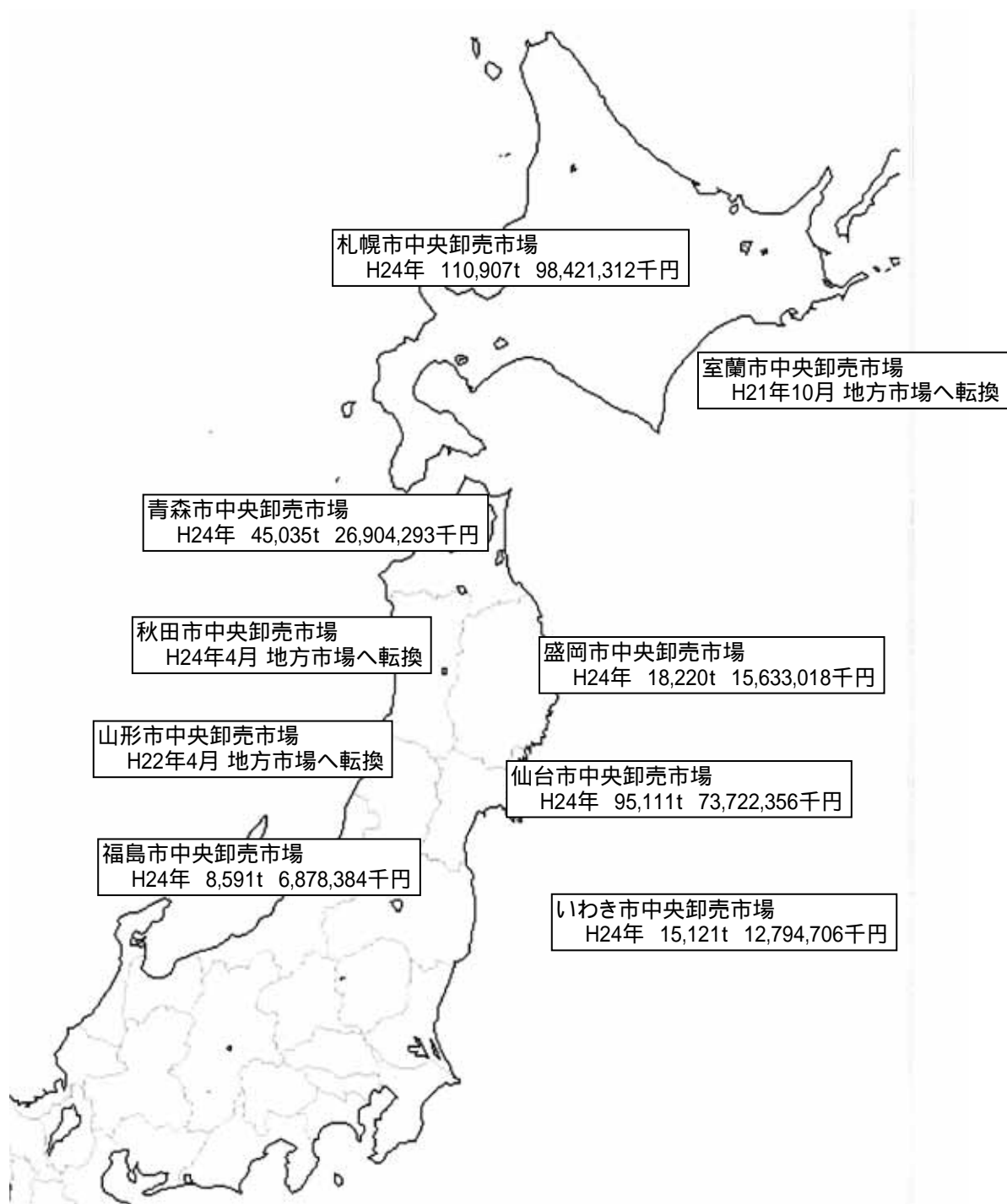
野菜は、開設当初から平成14年頃まで増加傾向で推移し、ここ数年は62,000トンから66,000トン前後で推移しています。

果実は、開設当初から、減少傾向が続いています。



水産物部

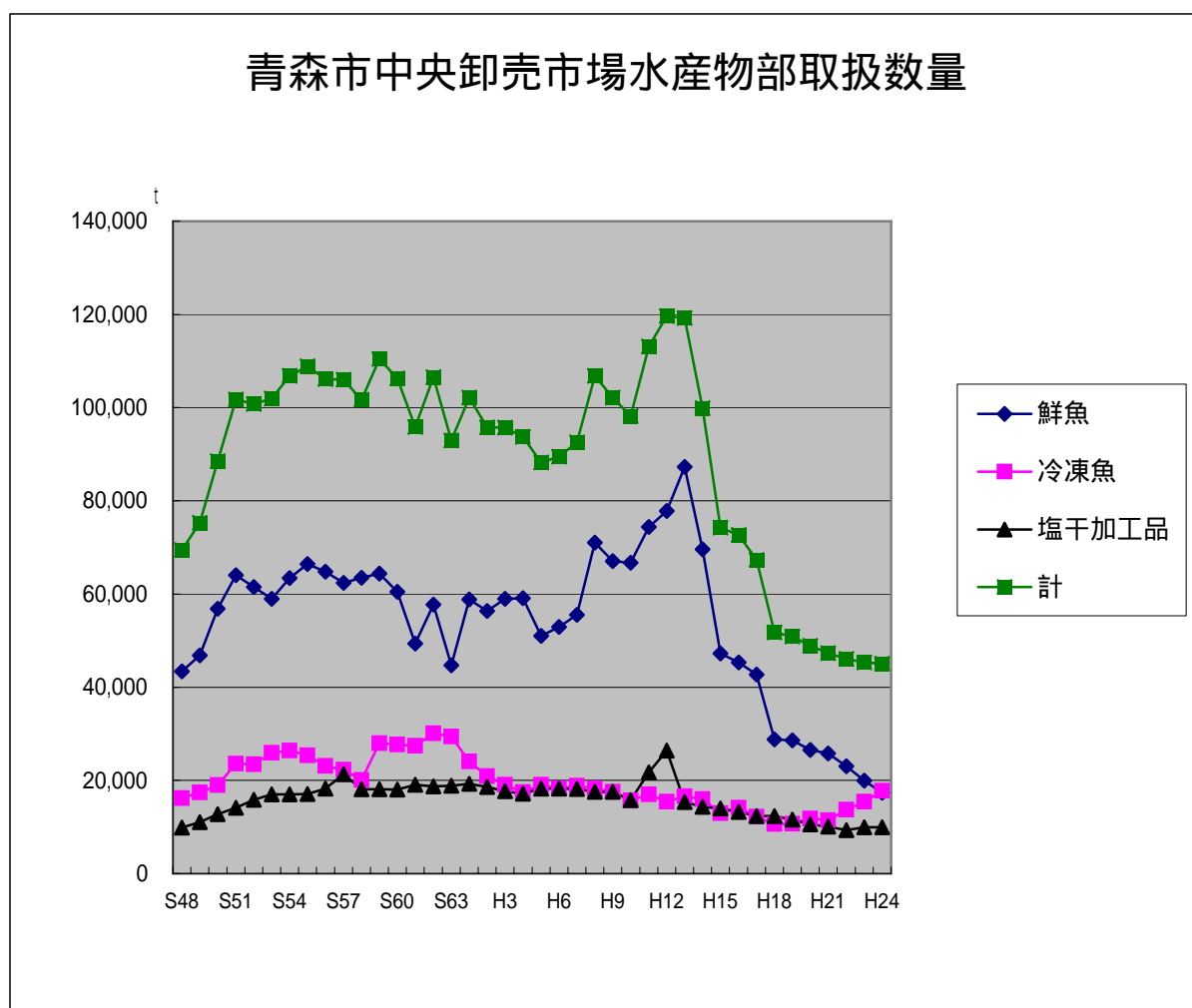
近年、北海道・東北地区では、室蘭市、山形市、秋田市の3つの中央卸売市場が地方卸売市場へ転換し、現在6市場となっており、青森市中央卸売市場の取扱量は3番目、東北地方においては、仙台市について2番目の位置を占めています。



水産物の全国の市場経由率は、平成元年度が74.6%で、そのうち中央卸売市場を経由した割合は64.6%でしたが、平成21年度の卸売市場経由率は58%で、そのうち中央卸売市場を経由した割合は49.1%に減少しています。

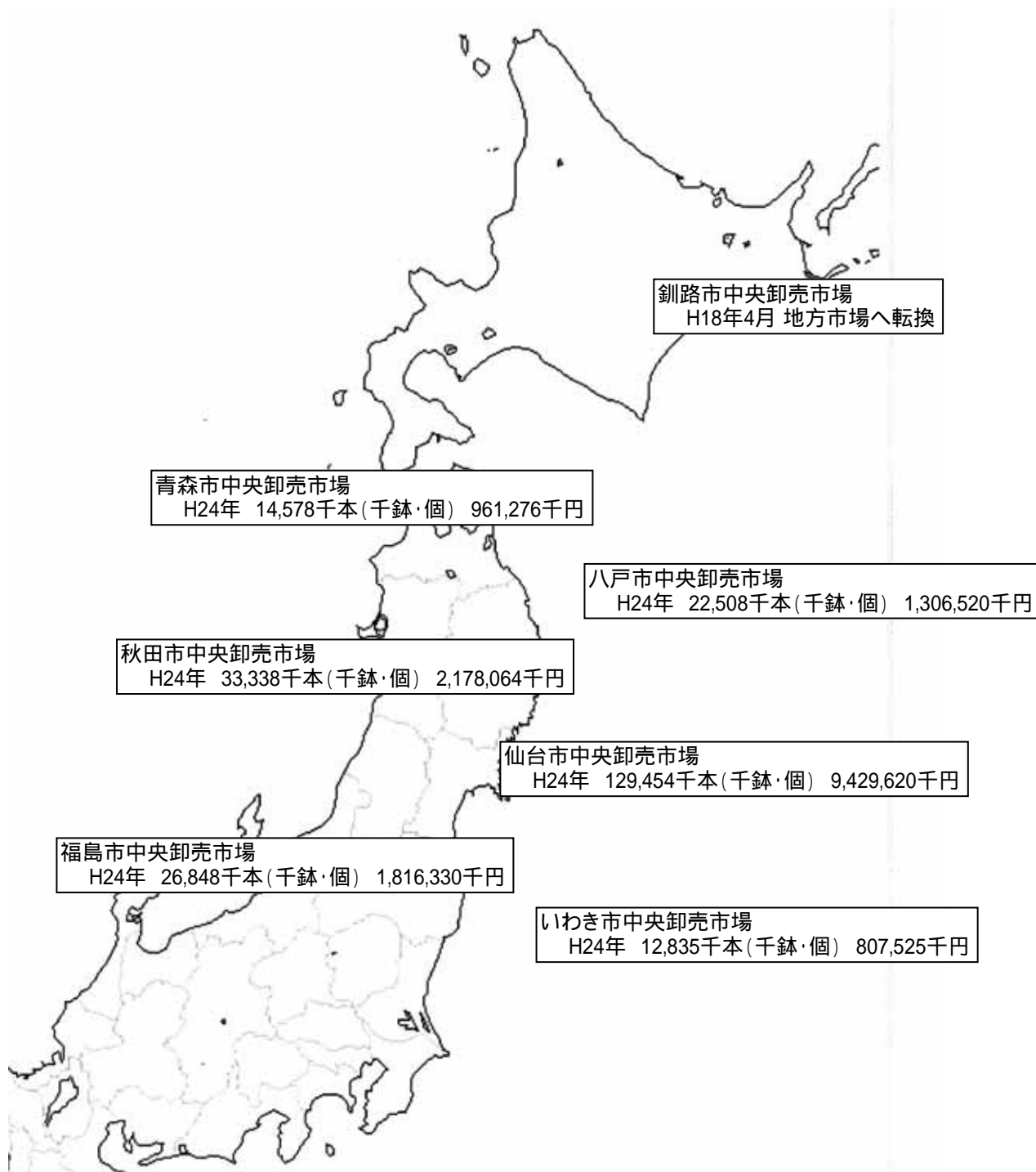
当市場の年間取扱数量は、昭和51年頃から昭和60年頃までは、100,000トン以上で推移していましたが、昭和61年以降は増減の幅が大きくなり、平成5年に88,000トンまで下がったものの、平成12年と13年は119,000トン台まで回復しました。

平成14年以降は、兼業業務を取扱量の対象から除くようになったことに加え、特に平成15年度はイカ漁期の天候不順、ホタテ貝へい死や貝毒発生の影響などが重なって、前年度比24.6%の減となり、以降減少傾向が続いています。



花き部

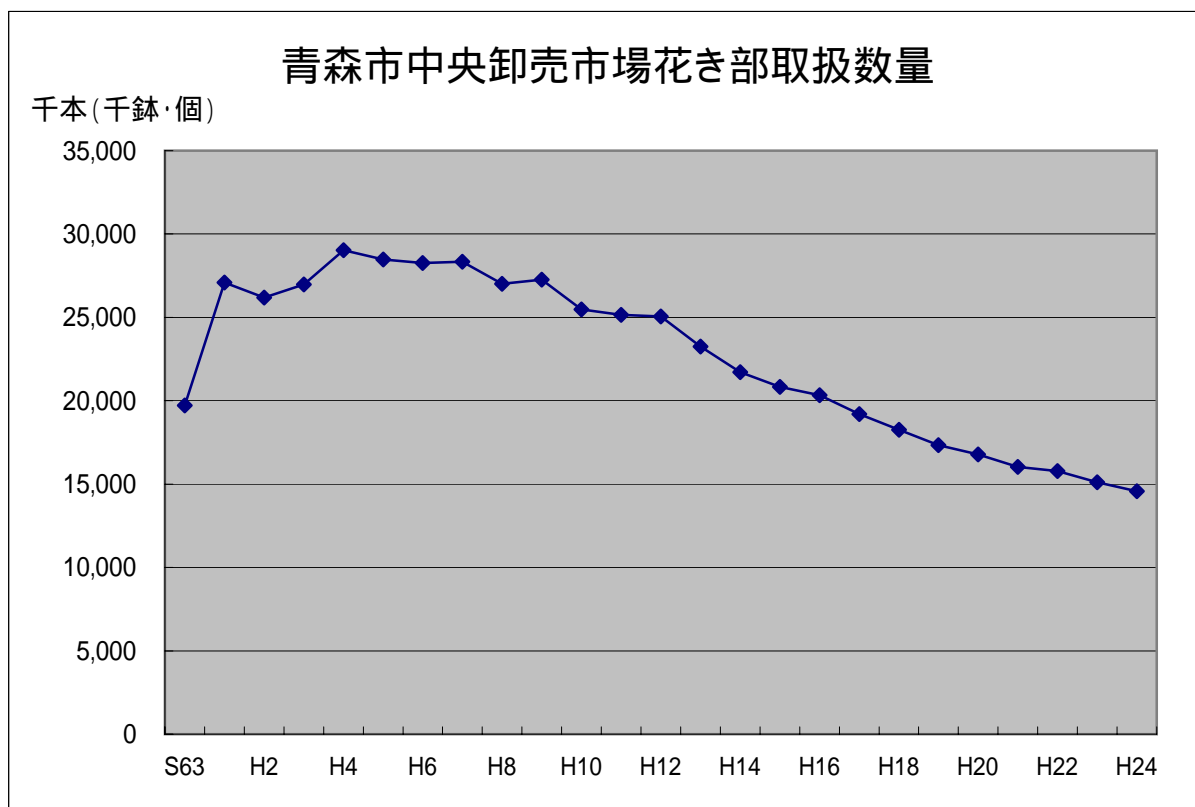
北海道・東北地区では、釧路市中央卸売市場が地方卸売市場へ転換し、現在では東北地区のみの6市場となっており、青森市中央卸売市場の取扱量は5番目の位置を占めています。



花きの全国の市場経由率は、平成元年度が83.0%で、そのうち中央卸売市場を
経由した割合は10.7%でしたが、平成21年度の卸売市場経由率は85.1%
で、そのうち中央卸売市場を
経由した割合は30.0%と若干の増加が見られ
ましたが、現在は横ばいが続いています。

当市場の花き部は昭和63年に創設し、以来平成4年までは、順調に取扱高が伸
びていましたが、平成8年頃から減少傾向が続いています。

現在、国の整備基本方針に基づき、地方卸売市場化を含めた再編の方向性につ
いて検討が必要となっています。



2. 青森市中央卸売市場の卸売業務の状況

(1) 受託販売と買付販売

青果部

全国的に受託販売の割合は、平成7年度が77.8%で平成22年度が65.4%と減少傾向にあります。当市場では、ここ数年73%～74%前後で推移していましたが、平成24年度は70.9%と減少しました。

水産物部

全国的に受託販売の割合は、平成7年度が38.3%で平成22年度が24.5%と減少傾向にあります。当市場では、ここ数年30%前後で推移していましたが、平成24年度は26.1%と減少しました。

花き部

全国的に受託販売の割合は、平成7年度が97.7%で平成22年度が93.8%と減少傾向にあります。当市場では、平成21年度は80.8%でしたが、近年は増加傾向にあり、平成24年度は89.2%と増加しました。

青果部

数量：t

区分	平成20年度		平成21年度		平成22年度		平成23年度		平成24年度	
受託	61,531	73.7%	62,564	74.2%	55,542	72.6%	57,193	72.8%	55,415	70.9%
買付	21,947	26.3%	21,700	25.8%	21,008	27.4%	21,403	27.2%	22,775	29.1%
計	83,478	100.0%	84,264	100.0%	76,550	100.0%	78,596	100.0%	78,190	100.0%

水産物部

数量：t

区分	平成20年度		平成21年度		平成22年度		平成23年度		平成24年度	
受託	15,280	31.4%	15,073	32.2%	13,410	29.2%	12,381	27.1%	11,671	26.1%
買付	33,364	68.6%	31,741	67.8%	32,552	70.8%	33,228	72.9%	33,047	73.9%
計	48,644	100.0%	46,814	100.0%	45,962	100.0%	45,609	100.0%	44,718	100.0%

花き部

数量：100本/ケース、鉢、本

区分	平成20年度		平成21年度		平成22年度		平成23年度		平成24年度	
受託	610,720	84.2%	592,888	80.8%	573,044	83.7%	576,566	87.5%	558,735	89.2%
買付	114,562	15.8%	140,956	19.2%	111,731	16.3%	82,357	12.5%	67,515	10.8%
計	725,282	100.0%	733,844	100.0%	684,775	100.0%	658,923	100.0%	626,250	100.0%

(2) せり取引

全国的に、せり・入札の割合は減少傾向にあり、青果部では20%以下になってきています。

水産物部では、鮮魚部門で30%以上となっていますが、全体で20%前後となっています。

花き部では、平成10年度が74.4%ありましたが、平成22年度は31.7%と、減少幅が大きくなっています。

当市場の青果部におけるせり取引の割合は、平成20年度から平成22年度までは4.5%～4.8%で推移していましたが平成23年度は0.9%と大きく減少しました。

また、平成20年度から財団法人 食品流通構造改善促進機構が実施した「平成20年度商物分離直接流通成果重視事業」を活用し、電子商取引を開始しました。

水産物部においては、ここ数年は8.8%～14.9%で推移しています。

また、花き部においては、ここ数年は56.3%～65.0%となっており、青果部・水産物部と比べ高い割合を占めています。

青果部

数量：t

区 分	平成20年度		平成21年度		平成22年度		平成23年度		平成24年度	
せり	4,030	4.8%	4,062	4.8%	3,411	4.5%	699	0.9%	611	0.8%
相対取引	54,600	65.4%	53,776	63.8%	46,293	60.5%	50,170	63.8%	49,282	63.0%
第三者販売	24,654	29.5%	25,009	29.7%	24,613	32.2%	25,773	32.8%	28,297	36.2%
商物分離	194	0.2%	1,417	1.7%	2,233	2.8%	1,954	2.5%	0	0.0%
うち電子商取引	194	0.2%	0	0.0%	0	0.0%	53	0.1%	0	0.0%
計	83,478	100.0%	84,264	100.0%	76,550	100.0%	78,596	100.0%	78,190	100.0%

水産物部

数量：t

区 分	平成20年度		平成21年度		平成22年度		平成23年度		平成24年度	
せり	6,796	14.0%	6,989	14.9%	6,417	14.0%	5,441	11.9%	3,913	8.8%
相対取引	27,341	56.2%	24,610	52.6%	27,627	60.1%	29,750	65.2%	25,957	58.0%
第三者販売	14,507	29.8%	15,215	32.5%	11,918	25.9%	10,418	22.8%	14,848	33.2%
計	48,644	100.0%	46,814	100.0%	45,962	100.0%	45,609	100.0%	44,718	100.0%

花き部

数量：100本/ケース、鉢、本

区 分	平成20年度		平成21年度		平成22年度		平成23年度		平成24年度	
せり	442,752	61.0%	453,250	61.8%	445,269	65.0%	371,190	56.3%	357,263	57.0%
相対取引	279,040	38.5%	272,467	37.1%	232,568	34.0%	280,222	42.5%	254,062	40.6%
第三者販売	3,490	0.5%	8,127	1.1%	6,938	1.0%	7,511	1.1%	14,925	2.4%
計	725,282	100.0%	733,844	100.0%	684,775	100.0%	658,923	100.0%	626,250	100.0%

3 . 関係業者数の推移

仲卸業者及び売買参加者ともに、経営状況の悪化もありますが、高齢化や後継者不足による撤退が見られます。

また、買出し人登録者も昭和57年の875人から、平成24年では347人と、現在では半分以下になっています。

(各年度末時点の集計)

	仲卸業者数			売買参加者数			買出人 登録者数
	水産	青果	花き	水産	青果	花き	
S47	25	13		278	250		
S48	25	12		251	239		
S49	25	12		251	245		
S50	25	11		241	226		
S51	25	11		244	227		
S52	25	9		226	201		
S53	25	10		231	205		
S54	25	10		227	193		
S55	24	9		227	202		
S56	24	9		218	188		
S57	24	9		219	182		875
S58	24	9		207	171		850
S59	24	6		210	170		556
S60	24	9		198	163		644
S61	24	9		195	160		644
S62	24	9		187	144		474
S63	24	9	2	186	147	132	192
H元	24	9	2	183	148	133	220
H2	24	9	2	181	147	116	243
H3	24	7	2	178	143	116	252
H4	24	7	2	173	143	116	252
H5	24	7	2	172	141	106	252
H6	24	7	2	169	137	106	252
H7	24	7	2	161	133	99	252
H8	24	7	2	159	131	101	252
H9	24	7	2	158	122	92	252
H10	24	7	2	158	125	96	285
H11	24	7	2	155	125	98	285
H12	24	7	2	143	123	92	315
H13	24	7	2	139	116	99	317
H14	23	6	2	135	111	99	321
H15	22	6	2	130	104	100	328
H16	23	6	2	135	111	99	321
H17	21	6	2	129	99	97	332
H18	21	6	2	124	99	98	328
H19	19	5	2	116	89	99	333
H20	19	5	2	112	86	99	336
H21	19	5	2	106	85	100	340
H22	19	5	2	100	83	100	342
H23	19	5	2	95	86	99	341
H24	17	5	2	92	81	100	347

4 . 施設整備

当市場は、昭和47年10月に開設し、以来増改築や改修により機能の強化を図りながら施設の維持管理をしてきましたが、市場棟や関連事業者棟、管理棟など40年を経過した施設も多く、その老朽化の進行も激しくなっています。

市場棟におきましては、平成21年度から平成22年度にかけて、水産・青果仲卸売場を全面的に改修したほか、耐震補強などを行いました。また、卸売場の床面に地盤沈下による段差が生じていたり、関連事業者棟も含め屋根からの雨漏りがなかなか解消できないこと、さらには平成11年度に新築した花き棟や平成13年度に新築した青果低温倉庫などの冷却機器類の更新も必要な時期となってきたり、改修の必要な箇所が多くあります。

また、当市場には、非常時（停電時）に市場棟へ出入りするため、非常用進入口としての重量シャッターに非常用発電機から電源を供給できるようになっていますが、それ以外の照明や市水・井水を供給するための給水ポンプへの非常電源はありません。

そのため、平成23年3月11日に発生した東日本大震災に起因した長時間の停電時には、非常用進入口用シャッター以外の全ての電源が断たれたため、照明はもとより、水も使えなくなりトイレの使用もできなくなりました。

取引はせり取引ができないため、全て相対取引で対応しましたが、仲卸店舗や関連店舗での営業はできませんでした。

このようなことから、今後の非常時（特に長時間の停電時）に備え、非常用電源設備を増強し、市場内の照明、市水及び井水供給ポンプ、その他、最低限必要な設備の電源供給の確保することが必要となっています。

そのほか、環境への負荷を軽減するため、冷蔵庫冷却設備の新冷媒対応機器への更新や照明器具のLED化、フォークリフトの電動化などを推進していますが、まだ多くの設備機器類の更新が必要となっています。

第3章 強化方針と取組内容

当市場では、「市場機能の強化」「販売力の強化」「情報発信の強化」の3つの強化方針のもと、27の強化策に取り組むことを目標としました。

市場機能の強化

(1) 取引の活性化

(1)-1 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。

(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、不当な取引が行なわれないよう規制する仕組みを検討します。

(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。

(1)-4 各種奨励金の活用

卸売市場を利用する上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。

(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。

(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出来るように、手続きの簡素化などを検討します。

(2) 品質管理及び衛生環境の向上

(2)-1 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。
- ・ 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。

(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。



(平成 22 年度 市場棟耐震補強工事)



(平成 22 年度 市場棟仲卸売場改修工事)

(3) 環境問題への対応

(3)-1 CO₂ 削減に向けた取組の実施

- ・ フォークリフト電動化の推進
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。
- ・ 卸売場内への車の乗り入れ禁止
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推進します。
- ・ 長時間のアイドリング禁止
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。

(3)-2 設備機器類の更新

- ・ 照明器具のLED化推進
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。
- ・ 冷蔵庫冷却設備類の更新
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。
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。
- ・ 新エネルギー導入の検討
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。

(4) 危機管理体制の確立

(4)-1 停電時における電源供給体制の整備

- ・ 非常用電源設備を増強し、市場内の照明、市水及び井水供給ポンプ、その他、非常時において最低限必要な設備の電源供給の確保に努めます。

(4)-2 防災に向けた取組の強化

- ・ 災害等発生時における対応マニュアルの作成や、定期的に防災訓練を実施するなど、開設者及び関係業者が一体となって、防災体制の強化に努めます。
また、各自の初期防除体制の確認を徹底するなど、市場関係者全員が、常日頃から高い防災意識を持つように心掛けます。

(5) 空き施設等の有効利用

ここ数年、仲卸業者や関連事業者においては、経営状況の悪化に加え、事業者の高齢化・後継者不足などを理由に、撤退を余儀なくされるケースも見受けられ、空き店舗が発生する状況となっています。

今後は、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業者を募集するなど、空き店舗の解消に努めます。

(6) 人材の育成及び資質の向上

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。

販売力の強化

(1) 生産者と共同で、地場産品の販売に取り組む

(1)-1 産地育成を兼ねた市場ブランド商品の開発

卸売業者と生産者団体等と連携し、鮮度が高く、特徴ある地場産品の掘り起こしを行い、青森市中央卸売市場としてのブランド商品の開発を目指します。

また、その際には効率的な卸売が可能となるように、業者間連携を積極的に活用できるよう、関係団体等と協議のうえ、導入に向けた検討を行います。

(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において、市場の役割を明確にした広報活動などを行い、市場流通商品をPRするとともに、企業向け商談会などを有効に活用し、新たな販売先の確保を図ります。

(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、県産品・特産品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。

(2) 市場全体で小売業の活性化を進める

(2)-1 地域商品をアピールし、消費者の購買意欲向上を図る

小売店と連携し、地域商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。

特に、市場で取扱っている商品の安全・安心をPRするとともに、店頭で市場を経由した商品であることが消費者にわかるような工夫を提案していきます。

(2)-2 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します。

(3) 売上げ増加に向けた他市場との連携

(3)-1 他市場の卸売業者との市場間連携

販売力の強化を図るため、卸・仲卸業者による他市場との市場間連携の構築など、新たな販売先及び集荷先の開拓について検討していきます。

(3)-2 他市場と集荷共同化を検討

集荷コストの削減を図るため、県内の卸売市場と連携し、共同で集荷を行うとともに不足した商品の仕入などを融通しあうなど、集荷の共同化を検討します。

情報発信の強化

(1) 消費者が求めている情報の発信

(1)-1 食の安全・安心に向けた取組の発信

市場で取扱っている商品の流通に関する情報を紹介し、市場を経由した商品の安全・安心性をPRします。

(1)-2 旬の食材やレシピなど食に関する情報の発信

市場で取扱っている商品に関して、旬の食材やレシピの紹介、入荷情報などをホームページで広く発信していきます。

(2) 食育・花育の普及促進を図る

(2)-1 イベントを通じた食育・花育の推進

食育まつりや市場開放など、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行います。

(2)-2 小中学校での出前講座や料理教室などを実施

小中学校へ出向き、卸売市場の役割や生鮮食料品の流通に関する出前講座を開催します。また、親子を対象とした料理教室やフラワーアレンジメント教室などを開催し、食育や花育に関する啓発を行います。



(小学校での料理教室)



(フラワーアレンジメント教室)

(3) 生産者や小売店等との連携による情報発信

(3)-1 場内業者による円滑な情報交換の仕組みづくり

消費者や小売店が欲しがっている商品の情報を仲卸業者や売買参加者から卸売業者に届けるとともに、卸売業者からは産地の情報や入荷数量などの情報がいち早く仲卸業者や売買参加者へ届くような情報交換の仕組みを構築できるよう検討していきます。

(3)-2 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れるよう、情報の受発信機能を充実させていきます。

《青森市中央卸売市場経営ビジョン》

平成25年9月3日

【作成者】
青森市

【連絡先】
農林水産部青森市中央卸売市場
〒030-0137 青森市卸町1番1号
:017-738-1101 FAX:017-738-1199
電子メール shijo-kanri@city.aomori.aomori.jp