

岡山市中央卸売市場戦略的経営展望

平成 29 年 4 月

**成熟した岡山市中央卸売市場
戦略的経営展望策定協議会**

目 次

第1章 経営展望の概要

1 経営展望策定の背景	1
2 経営展望策定の経緯	1
3 経営展望策定の目的	1

第2章 岡山市中央卸売市場を取り巻く外部環境について

1 社会動向	2
2 卸売市場の動向	3
3 岡山県及び周辺府県内における消費量に対する中央卸売市場の取扱割合	3
4 野菜及び果実の消費実態	4
5 消費者の魚離れ	4
6 消費者の購買行動の動向	5
7 小売店の動向	5
8 物流事情	5
9 農業競争強化プログラムと卸売市場の対応	6

第3章 岡山市中央卸売市場を取り巻く内部環境について

1 立地特性	7
2 産地としての岡山の地域特性	7
3 岡山市中央卸売市場の取扱数量及び取扱金額の推移	7
4 岡山市中央卸売市場の仲卸業者及び売買参加者の推移	8
5 市場の一般開放	9
6 情報発信	9
7 安全管理	9
8 衛生管理	9
9 環境への対応	10
10 場内施設	10

第4章 岡山市中央卸売市場が目指す目標像と基本戦略

1 岡山市中央卸売市場が目指す目標像	11
2 SWOT分析による基本戦略の設定	12

第5章 経営展望の推進

1 推進スケジュール	20
2 推進体制	22

■成熟した岡山市中央卸売市場戦略的経営展望策定協議会 委員名簿	23
---------------------------------------	----

第1章 経営展望の概要

1 経営展望策定の背景

生産者の高齢化と後継者不足に加え、輸入品の増加、漁業においては沿岸漁場の資源量低下など、1次産業における経営環境は大変厳しくなっており、生産力が年々低下してきている。

さらに、小売による産地との直接契約や製造販売スタイルの普及、加工食品需要の高まり、情報技術の発達による流通形態の多様化などにより市場外流通が増加しており、全国的に卸売市場の経営環境は一層厳しさを増してきている。

また、生鮮食品の放射能汚染の問題や産地偽造など食品をとりまく数々の問題を背景に、食品の安全管理への関心が高まっているが、食品の安全管理は今後、縮小する国内市場だけでなく海外市場に積極展開していく上でも必要な対応となってくる。

2 経営展望策定の経緯

このように、卸売市場に関わる環境が大きく変化してきている中、岡山市中央卸売市場においては、平成22年10月26日に農林水産省が公表した第9次卸売市場整備基本方針（以下「第9次方針」という。）に基づき、具体的な戦略として平成24年度から平成33年度までを取組期間とする「戦略的経営展望」を平成24年3月に策定した。

しかし、当初の経営展望策定から5年が経過し、今後、市場機能強化に向けて必要な施設整備の実施を計画する中で、岡山市中央卸売市場が生鮮食料品の流通における中核として健全に発展し、産地との連携、消費者や実需者のニーズに対応し、その期待に応えていくことができるよう、今回、平成29年度から平成33年度までを取組期間として見直しを行ったものである。

3 経営展望策定の目的

本業務は、岡山市中央卸売市場が今後の消費者ニーズに応えうる施設・設備や運営体制の最適化により、地域の食を支える存在として、独立採算で安定的に経営を維持できるよう、開設者及び市場関係業者が戦略的で実効性のある経営計画を立案することを目的とする。

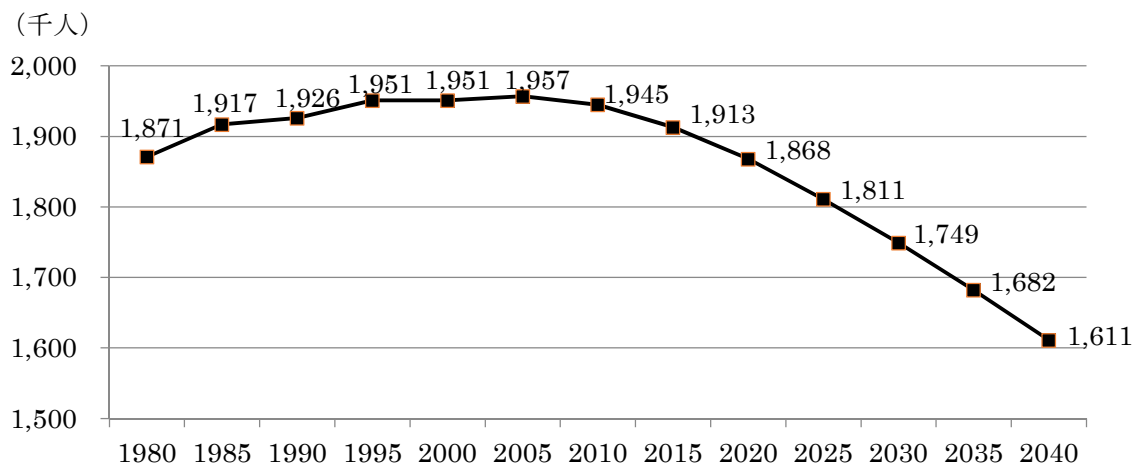
なお、策定にあたっては、開設者及び市場関係業者、学識経験者からなる協議会で検討を行った。

第2章 岡山市中央卸売市場を取り巻く外部環境について

1 社会動向

岡山県の人口は、平成17年（2005）の約196万人をピークに減少に転じ、国立社会保障・人口問題研究所によると、平成52年（2040）には約161万人となると推計している。

図1 岡山県の人口推移（1980～2040年）



資料 総務省「国勢調査」

国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口（平成25年3月推計）」

岡山県の人口は、平成52年（2040）には、平成27年（2015）に比べて約15%減少することが見込まれている。岡山県の人口減少率は、周辺各府県に比べて少ないが、将来的に県内需要の減少が懸念される。

表1 岡山県周辺の府県別将来推計人口

（単位：千人）

府・県名	平成22年 （基準人口）	平成27年 （A）	平成52年 （B）	(B)／(A)
岡山県	1,945	1,913	1,611	84.2 %
広島県	2,861	2,825	2,391	84.6 %
鳥取県	589	567	441	77.8 %
島根県	717	687	521	75.8 %
山口県	1,451	1,399	1,070	76.5 %
香川県	996	969	773	79.8 %
高知県	764	730	537	73.6 %
徳島県	785	756	571	75.5 %
愛媛県	1,431	1,383	1,075	77.7 %
大阪府	8,865	8,808	7,454	84.6 %
京都府	2,636	2,615	2,224	85.0 %
兵庫県	5,588	5,532	4,674	84.5 %
奈良県	1,401	1,370	1,096	80.0 %
和歌山県	1,002	961	719	74.8 %
全 国	128,057	126,597	107,276	84.7 %

資料 国立社会保障・人口問題研究所
「日本の地域別将来推計人口（平成25年3月推計）」

2 卸売市場の動向

青果における平成元年度から平成25年度の動向を見ると、総流通量は約7%減であるが、市場経由率は約30%減となっている。水産物においては、総流通量は約30%減であり、市場経由率も同程度減少している。これは、加工品など卸売市場を経由することが少ない物品の流通割合の増加等が影響しているものである。

表2 卸売市場経由率の動向

(単位:千トン)

年度、項目		区分			水産物
		青果	野菜	果実	
元	総流通量(A)	23,661	15,113	8,548	8,744
	市場経由量(B)	19,558	12,888	6,670	6,520
	市場経由率(B)/(A)	82.7%	85.3%	78.0%	74.6%
	中央市場取扱量(C)	11,597	7,645	3,952	5,651
	中央市場シェア(C)/(A)	49.0%	50.6%	46.2%	64.6%
25	総流通量(A)	22,019(93.1)	13,977(92.5)	8,042(94.1)	6,100(69.8)
	市場経由量(B)	13,202(67.5)	9,806(76.1)	3,396(50.9)	3,300(50.6)
	市場経由率(B)/(A)	60.0%(72.6)	70.2%(82.3)	42.2%(54.1)	54.1%(72.5)
	中央市場取扱量(C)	8,091(69.8)	6,174(80.8)	1,917(48.5)	2,615(46.3)
	中央市場シェア(C)/(A)	36.7%(74.9)	44.2%(87.4)	23.8%(51.5)	42.9%(66.4)

(注) ()内は、平成元年度を100としたときの平成25年度の指数

資料 農林水産省「卸売市場データ集(平成27年度版)」

3 岡山県及び周辺府県内における消費量に対する中央卸売市場の取扱割合

岡山県内の野菜、果実及び水産物の消費量に対し、岡山市中央卸売市場の取扱量としては、水産物は66%と高いが、野菜及び果実は、30%前後となっており、周辺府県と比べても、その割合は低いものとなっている。

表3 消費量に対する中央卸売市場の取扱割合

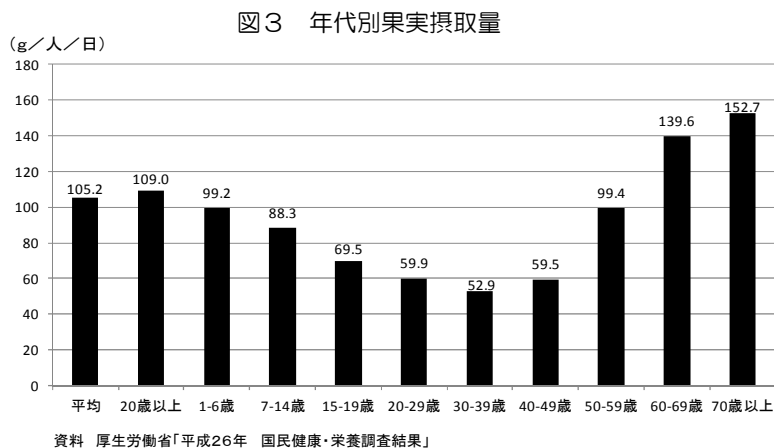
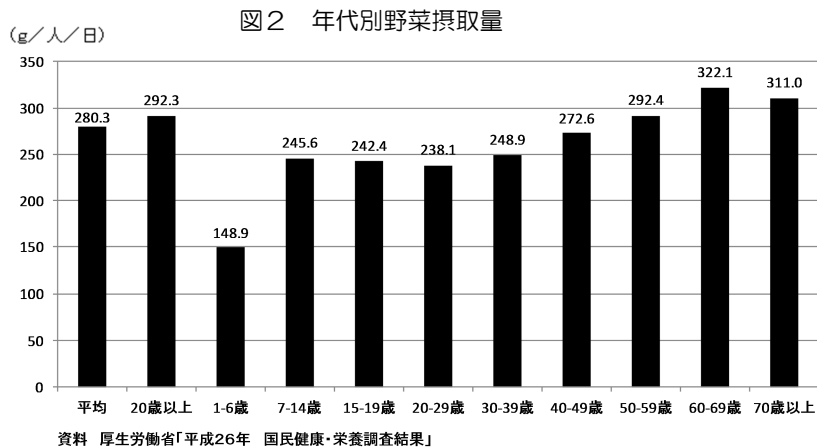
府・県名	消費量に占める取扱量の割合		
	野菜	果実	水産物
岡山県	31.7 %	25.2 %	66.3 %
広島県	48.6 %	39.8 %	42.6 %
山口県	20.4 %	13.8 %	-
香川県	51.1 %	31.7 %	77.5 %
高知県	50.0 %	53.1 %	-
徳島県	73.3 %	61.0 %	216.5 %
愛媛県	42.9 %	51.4 %	-
大阪府	72.5 %	79.8 %	94.5 %
京都府	84.4 %	40.1 %	59.0 %
兵庫県	23.3 %	18.8 %	61.6 %
奈良県	84.4 %	60.1 %	46.9 %
和歌山県	49.9 %	40.1 %	74.5 %

(注) 平成27年度の取扱実績により、平成27年国勢調査を基に、厚生労働省「平成26年 国民健康・栄養調査結果」の国民一人一日当たりの野菜、果実、魚介類の摂取量を基に算出した。

4 野菜及び果実の消費実態

平成 21 年 3 月に厚生省（現厚生労働省）が策定した「21 世紀における国民健康づくり運動＜健康日本 21＞」では、1 日の野菜摂取量 350 g 以上を目標にしていたが、厚生労働省が平成 26 年に実施した国民健康・栄養調査によると、国民 1 人 1 日当たりの平均的な摂取量は、280 g 程度にとどまっている。

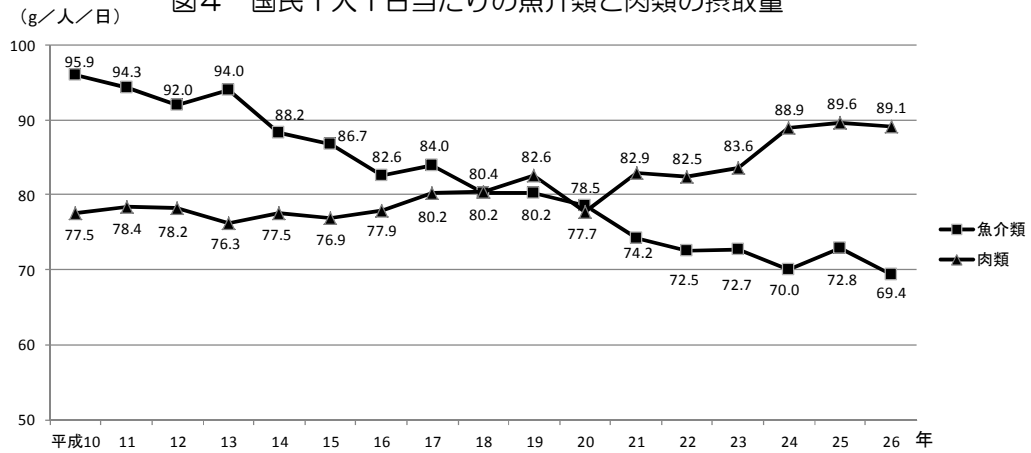
また、果実についても、「毎日くだもの 200 グラム運動」により、くだものを毎日の食生活に欠かせないものとして定着させようという取り組みがあったが、これも国民 1 人 1 日当たりの平均的な摂取量は、105 g 程度にとどまっている。



5 消費者の魚離れ

厚生労働省の国民健康・栄養調査報告によると、国民 1 人 1 日当たりの肉類の摂取量は微増傾向であるが、魚については、この減少が顕著なものとなっており、魚介類と肉類の摂取量は、平成 18 年から平成 20 年かけて拮抗していたが、平成 21 年以降、その差が拡大し、消費者の魚離れが進行している。

図4 国民1人1日当たりの魚介類と肉類の摂取量



資料 厚生労働省「国民栄養調査」(平成10~14年)、「国民健康・栄養調査報告」(平成15~26年)

6 消費者の購買行動の動向

消費者の食料品の購入先としては、「スーパー」の割合が最も高く、二人以上世帯では50%を超えており、次いで外食等の「その他」、「一般小売店」となっている。一般小売店は、二人以上世帯及び単身世帯で10%程度と「スーパー」と比較して、かなり低い割合となっている。また、単身世帯では、「コンビニエンスストア」及び外食等の「その他」が二人以上世帯に比べ、割合が高い傾向にある。

表4 食料品の購入先別支出割合

		(単位:%)							
区分	購入先	一般小売店	スーパー	コンビニエンスストア	百貨店	生協・購買	ディスカウントストア ・量販専門店	通信販売	その他 (外食等)
	二人以上世帯	10.1	51.2	3.3	3.2	4.5	3.8	2.6	21.4
	単身世帯	10.0	38.5	7.7	4.1	2.8	2.4	2.6	31.9

資料 総務省「平成26年全国消費実態調査結果」

7 小売店の動向

小売店の動向として、従来までの小規模小売商店数は減っているが、量販店・食品専門スーパー等が増えてきており、これらの大規模小売店からの市場に対する定温・低温管理の要請は厳しくなる傾向にある。

8 物流事情

相次ぐ大型トラック、バスの事故を受けての運行規制や、厳しい労働条件等による労働力不足により、トラック輸送に支障が出ている。ネットで買い物注文をし、即日に宅配サービスをするなどの企業が急成長していることも、運転手不足に拍車をかけている。すでに、卸売市場への到着時刻の指定は受けられない等、運送会社からの申し入れも出てきている。これは、早朝・短時間に卸売をする卸売市場にとって厳しいことである。

9 農業競争力強化プログラムと卸売市場の対応

内閣府の規制改革推進会議の提言を受けて、農林水産業・地域の活力創造本部が平成 28 年 11 月 29 日に決定した「農業競争力強化プログラム」では、卸売市場の関連事項として、次のように記載されている。

- 中間流通（卸売市場関係業者、米卸売業者など）については、抜本的な合理化を推進することとし、事業者が業種転換等を行う場合は、国は、政府系金融機関の融資、農林漁業成長産業化支援機構の出資等による支援を行う。
- 特に、卸売市場については、経済社会情勢の変化を踏まえて、卸売市場法を抜本的に見直し、合理的理由がなくなっている規制は廃止する。

さらには、全農の販売体制強化について

- 全農は、農業者のために、実需者・消費者へ農産物を安定的に直接販売することを基本とする。
- 全農は、上記を達成するため、農協改革集中推進期間内に十分な成果が出るよう年次計画を立てて、安定的な取引先の確保を通じた委託販売から買取販売への転換に取り組む。

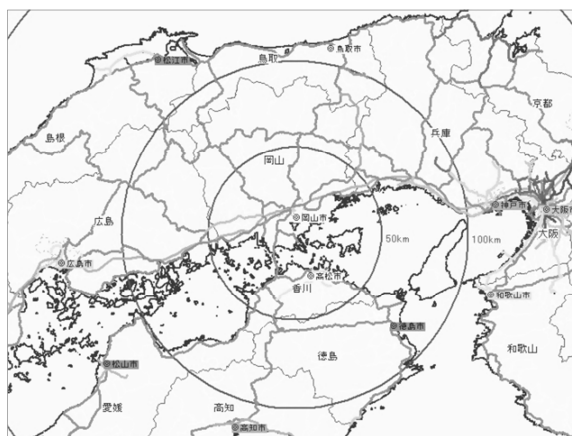
また、全農の自己改革について全農は、年次計画やそれに含まれる数値目標を公表し、国は、その進捗状況について、定期的にフォローアップを行うこととしている。

これらの動きを注視しながら、岡山市中央卸売市場としての対応を進めていく必要がある。

第3章 岡山市中央卸売市場を取り巻く内部環境について

1 立地特性

岡山市は、近畿～中国地方、山陰～四国地方の流通網の結節点に位置しており、交通網の整備に伴い円滑な物流が可能となっている。当市場は山陽地方西部から大阪・四国・山陰方面まで供給実績がある。



2 産地としての岡山の地域特性

岡山県は、農産物生産に適した気候風土で、自然災害が少ない特徴がある。こうした良好な気候風土を活かした野菜・果物の産地で、特に白桃、マスカット、ピオーネ、愛宕梨などの果物は、県外にも広く知られているほか、なす、トマト、アスパラガス、きゅうり、白菜、黄にら、冬瓜、そうめん南瓜などの野菜の生産も盛んであるが、小規模産地のまだ広まっていない産品がある可能性がある。

また、瀬戸内海では、サワラ、アナゴ、タイ、ママカリ、タコ、ハマチ、シャコ、カキなどが水揚げされている。

3 岡山市中央卸売市場の取扱数量及び取扱金額の推移

当市場の卸・仲卸は、長年の経験から消費者が納得できる商品知識・目利き能力を有しており、幅広い商品選択を可能にする仕入れの多様さを有している。

しかし、全国的な傾向と同様に、当市場でもバブル経済崩壊後の平成3年以降、取扱数量及び取扱金額の減少が続いている。

図1 青果部 取扱数量及び取扱金額の推移

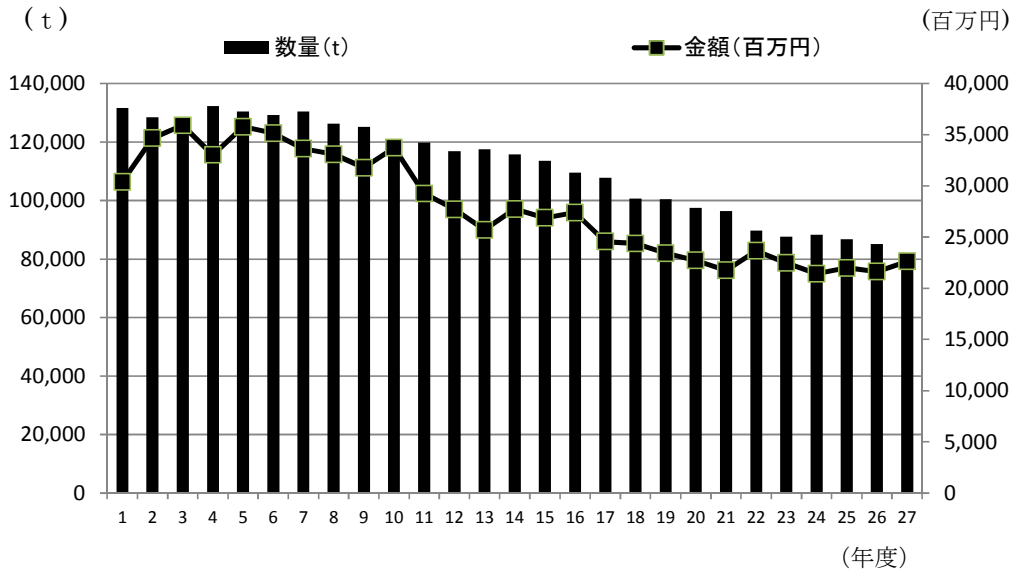
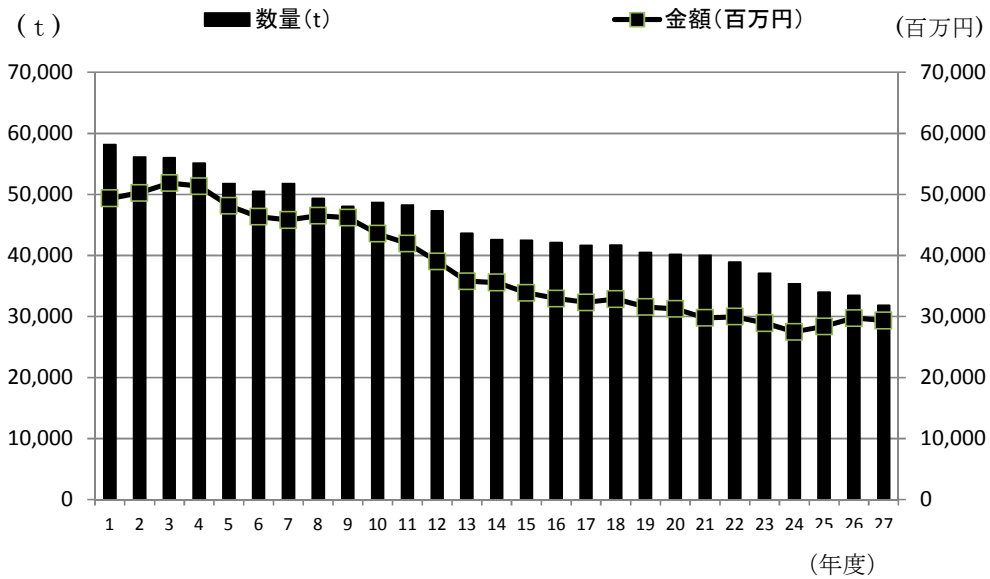


図2 水産物部 取扱数量及び取扱金額の推移



4 岡山市中央卸売市場の仲卸業者及び売買参加者数の推移

仲卸業者及び売買参加者数は、年々減少の一途をたどっており、昭和58年から平成28年までの減少率をみると、青果部では仲卸業者45%の減、売買参加者56%の減となっており、水産物部では仲卸業者48%の減、売買参加者65%の減となっている。消費者の食料品の購入先が、一般小売店からスーパーへシフトしていることから、売買参加者は苦戦を強いられている。

表1 仲卸業者及び売買参加者数の推移

(各年4月1日現在)

年	青果部		水産物部	
	仲卸業者	売買参加者	仲卸業者	売買参加者
昭和58年	44	281	52	429
昭和62年	42	249	50	398
平成3年	36	239	50	355
平成8年	35	219	45	315
平成13年	32	193	40	278
平成18年	26	163	37	224
平成23年	24	137	36	179
平成28年	24	124	27	149

5 市場の一般開放

空き店舗が増えていた関連事業者売場棟の活性化、市民に対する市場PRを目的として、平成21年4月に関連事業者売場棟に限り一般開放し、市民に開かれた市場として親しまれてきたが、近年、来場者数が伸び悩んでいる。

6 情報発信

市民イチバデーや夏休み親子市場勉強会、いちば大学、黄二ラ祭り等、市場関係者等による食育や販売促進の一環として市場内で開催されるイベント等で旬の食材の試食・食べ比べによる食材の紹介や魅力発信をしている。また、野菜・果実・魚介類の鮮度の見分け方や調理法に関する情報を市ホームページを通じて発信している。

7 安全管理

過去10年の場内で発生した交通事故件数の推移を見ると、平成22年度以降、年間20件以上の事故が発生しており、人的被害を伴う事故は、毎年発生している。平成26年度から岡山市中央卸売市場等運営協議会（以下「運営協議会」という。）保安委員会の主催により、フォークリフトの運転を対象とした安全講習会が実施され、交通安全対策を講じているが、さらなる効果的な取り組みが必要である。

表2 交通事故発生件数

(単位:件)

区分	平成18年度	平成19年度	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	平成25年度	平成26年度	平成27年度
発生件数	19	13	11	18	27	34	31	45	28	24
うち人的被害	3	2	2	2	1	3	5	4	4	2

(注) 岡山市花き地方卸売市場(花き部)を含む。

8 衛生管理

場内の衛生管理については、運営協議会環境保健委員会の主催により、害虫駆除、側溝・幹線道路の清掃等の活動、開設者と連携し、ゴミ不法投棄監視、ゴミの分別・排出等、場内の衛生管理を行っているが、ゴミ出しのルール等が徹底されていない面もあり、道路上にパレットが放置される等、交通の妨げになるような行為も散見される。

9 環境への対応

当市場としては、管理棟における太陽光発電システム、電気自動車（市公用車）、EV・PHV充電スタンドの設置等、エコ対策に取り組んでいるが、環境問題に対する国民の意識は高く、当市場としても環境問題に配慮し、さらに環境改善に向けて、取り組んでいく必要がある。

10 場内施設

昭和58年2月に現在の場所に移転開場して34年が経過し、施設や設備が老朽化しており、老朽化対策が喫緊の課題となっている。また、生産者や需要者等が求める機能に十分に対応しきれていない状況がある。

また、当市場は、岡山では他にない規模の食糧の供給が可能な公共施設であるため、災害時・非常時における対応等について検討していく必要がある。

こうした状況に対応すべく、平成27年11月、「岡山市中央卸売市場・岡山市花き地方卸売市場施設整備検討委員会」を設置し、開設者と市場関係者が一体となって効果的・効率的な施設整備を推進するための検討が重ねられている。

第4章 岡山市中央卸売市場が目指す目標像と基本戦略

1 岡山市中央卸売市場が目指す目標像

卸売市場は、地域の消費者に対して安全・安心な生鮮食料品を安定かつ迅速に供給するとともに、生産者への販路の提供、流通・小売業者等の取引の場の提供等重要な役割を果たしている。

近年、生鮮品流通が多様化し、卸売市場をとりまく環境も変化しているが、当市場の基本戦略の検討にあたり、公共的な機能・役割を踏まえ、地域の消費者を守り、生産者を守る、地域の物流の要衝としての3つの視点から目標像を設定した。

目標像1 市民・県民の食を支える拠点市場

岡山市民・県民に安定的に食を供給する責務のある市場として、品質管理や災害対応をしっかりと進め、その基盤を整えるとともに、超高齢時代における卸売市場の公共的役割を強化するものとして、生活者に密着した多角的な消費支援を行なう市場を目指す。また、岡山市中央卸売市場が環境への負荷低減に取り組むなど新たな価値形成への対応を進め、消費者により信頼される市場づくりを進める。

目標像2 中国地方東部の物流を支える拠点市場

地域内外の生産者や地方市場との連携強化により、岡山県内の生鮮食品流通の拠点としての機能を強化する。また、県外の広域的な市場間連携や県外小売業者等との連携により中国地方東部における食品流通拠点化を図ることで、取扱量の拡大を目指す。

目標像3 農業・漁業を支える拠点市場

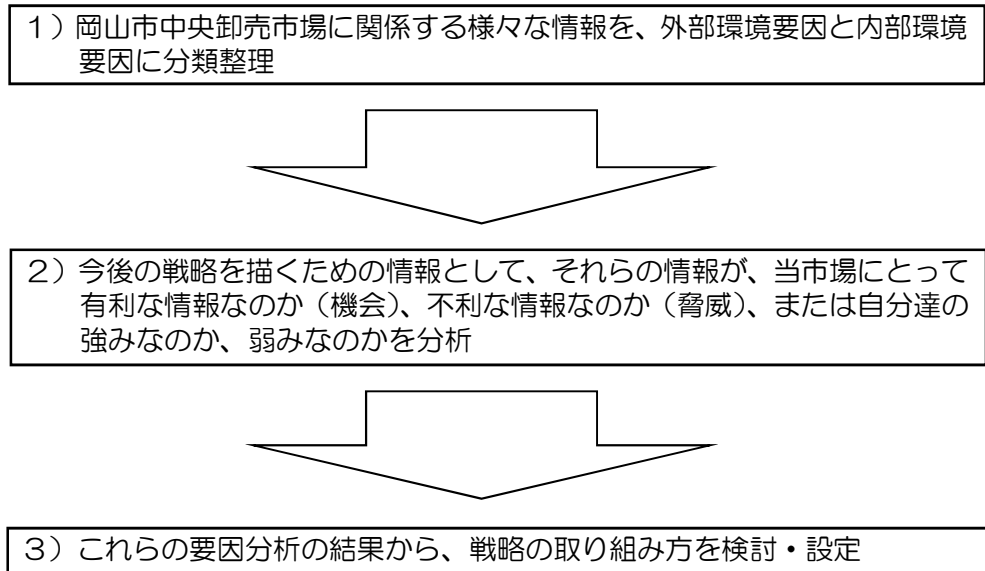
地域の食を支える基盤である地域の農業・漁業を支えるために、消費の促進や新たな販路開拓などにより産地を支援する。また、生産者との連携により、地域ブランド製品の開発を進め、高付加価値な食品の流通を目指す。

2 SWOT分析による基本戦略の設定

(1) SWOT分析について

発展的取組みを検討するためのSWOT分析手法の考え方について以下に示す。

① SWOT分析の流れ



② SWOT分析における用語の定義

「強み」とは、市場の経営に積極的に活用していくことができる要素
(既に獲得している資源や技術)

「弱み」とは、市場の経営に向けて修正・改善していく必要がある要素
(不足している、不十分な点)

「機会」とは、今後の経営にプラスの影響を与えられる外部環境の変化
(経営を支援していく働きをする、市場をとりまく環境・資源)

「脅威」とは、今後の経営にマイナスの影響を与えることが考えられる外部環境の変化
(経営・活動を阻害していく恐れがある、市場をとりまく環境・資源)

③ 戦略分析の視点

「強み」「弱み」「機会」「脅威」の組み合わせにより、以下の4つの視点で戦略を検討した。

【強み×機会】

- 今後の経営にプラスの影響を与える機会をとらえ、市場の経営に積極的に活用できる要素を活かして、機会を逃さず積極的に攻勢をかけていく戦略。

【弱み×機会】

- 今後の経営にプラスの影響を与える機会があるが、市場の内部に強みが無い場合に、投資の妥当性を判断しながら段階的に対応していく戦略。

【強み×脅威】

- 今後の経営にマイナスの影響を与えることが考えられる変化に対し、市場の経営に積極的に活用できる要素を活かすことで、従来のサービスとの差別化を図りながら対応していく戦略。

【弱み×脅威】

- 強みがないなかで、市場の外から及ぼされるマイナスの脅威を受けないように守りを固めていく戦略。あるいは、マイナスの脅威に対応できない場合に、経営全体への影響を最小化するために撤退を検討する戦略。

④ SWOT分析の実施

<p>目標像</p> <p>【目標像1】 市民・県民の食を支える拠点市場</p> <p>【目標像2】 中国地方東部の物流を支える拠点市場</p> <p>【目標像3】 農業・漁業を支える拠点市場</p>	<p>【O:機会】</p> <p><産地・流通動向> ・小規模産地のまだ広まっていない産品がある可能性がある。</p> <p><小売店の動向> ・スーパーの増加 ・量販店による定温・低温管理の要請</p> <p><消費者行動・意識> ・購入先としてスーパーが増大 ・消費者の安全意識の高まり ・環境問題に対する意識の高まり ・商品情報を求める消費者の増加 ・食育への注目の高まり ・野菜・果物の消費の低迷 ・消費者の魚離れ</p>	<p>【T:脅威】</p> <p><社会動向> ・県内人口の減少</p> <p><流通動向> ・市場を通さない食品流通の増加</p> <p><国の動向> ・規制緩和への動き</p>
<p>【S:強み】</p> <p><立地> ・近畿～中国地方、山陰～四国地方の流通網の結接点 ・山陽地方西部、大阪・四国・山陰方面への供給実績 ・交通網が整備されており、物流がスピーディ</p> <p><産地特性> ・農産物生産に適した気候風土 ・自然災害が少ない</p> <p><岡山の特産品> ・白桃、マスカット、ピオーネ、愛宕梨、黄いらなど高品質な農産物が存在 ・サワラ、アナゴ、タイ、タコなどの近海物が水揚げされている</p> <p><商品知識> ・消費者が納得できる卸・仲卸の商品知識・目利き能力を有している</p> <p><環境> ・エコ施設等を導入している</p> <p><市民に開かれた市場> ・関連事業者売場棟の一般開放</p>	<p>【積極的攻勢戦略(強み×機会)】</p> <p><u>集荷販売力の強化</u></p> <p><u>商品の付加価値の向上</u></p> <p><u>環境への対応</u></p>	<p>【差別化戦略(強み×脅威)】</p>
<p>【w:弱み】</p> <p><施設の現状> ・施設の老朽化と機能の不足</p> <p><災害時・非常時への対応> ・災害時・非常時への対応</p> <p><売買参加者> ・売買参加者数の減少</p> <p><関連事業者売場棟の来場者数> ・近年、来場者数の伸び悩み</p> <p><情報整備> ・産地や商品についての安全・安心情報の整備</p> <p><安全管理> ・人的事故を伴う事故の発生</p> <p><衛生管理> ・衛生管理に関するルールが徹底されていない</p>	<p>【段階的戦略(弱み×機会)】</p> <p><u>安全・安心な商品の供給</u></p> <p><u>防災への対応</u></p> <p><u>関連事業者売場棟の活性化</u></p>	<p>【防衛又は撤退戦略(弱み×脅威)】</p>

(3) SWOT分析結果による基本戦略の設定

基本戦略1 集荷販売力の強化

- 生産者の高齢化や農業生産量の減少等が続くなか、各産地との関係強化を図り、集荷量の安定化と価格の安定化に向けた取組みを展開する。
- 小規模産地のまだ広まっていない産品がある可能性があり、消費者のための地場産品の充実を図っていく。
- 近年、消費者ニーズの多様化に伴い、農産物の加工・業務用需要が高まりを見せているように生鮮品の需要は変化しつつある。このような動向を踏まえ、安定需要の維持を目指して多様な販売先の確保に取り組む。
- 近畿～中国地方、山陰～四国地方との結節点という当市場の立地特性を活かし、広域物流拠点として積極的な県外市場との連携を図っていく。また、県内地方市場と連携した県内の供給力充実を図っていく。

基本戦略2 安全・安心な商品の供給

- 近年、消費者の食料品の安全・安心に対する意識はさらに高まりを見せており、小売店から品質管理を求める声も強くなっている。このような要請を踏まえ、食品衛生管理の規範づくりに取り組むとともに、品質管理の高度化のための施設整備を進める。
- 衛生管理を徹底するとともに、衛生管理の向上のための施設整備を進める。
- 安全・安心な商品供給に向けた情報整備・発信に取り組む、消費者からの支持を高めていくことを目指す。

基本戦略3 商品の付加価値の向上

- 消費者が納得できる商品知識・目利きがある当市場の強みを活かして、新しい地元産品のブランド化を図り、岡山発の商品を広く発信していく。

基本戦略4 防災への対応

- 東日本大震災を機に非常時における市場の役割への期待はより高まっており、生鮮食料品が集積される当市場は岡山では他にない規模の食糧の供給が可能な公共施設であることから、災害時・非常時における対応の検討、体制づくり等に向けた取組みを行っていく。
- 現在の場所に移転開場して34年が経過し、施設や設備の老朽化が大きく進んでおり、老朽化対策を行うとともに、震災発生時に食料の安定的な供給体制を維持するため、耐震性能を確保する必要がある。

基本戦略5 環境への対応

- 管理棟における太陽光発電システム、電気自動車（市公用車）、EV・PHV充電スタンドの設置等、エコ対策に取り組んでいるが、環境問題に対する国民の意識は高く、当市場としても環境問題に配慮し、さらに環境改善に向けて、取り組んでいく必要がある。

基本戦略6 関連事業者売場棟の活性化

- 市民に開かれた市場づくり、関連事業者売場棟の賑わいを生み出す効果的な取り組みを進め、関連事業者売場棟を活性化させる。

(4) 基本戦略の展開

<基本戦略1 集荷販売力の強化>

① 集荷力強化に向けた産地情報の把握と集荷先の開拓
・卸が、産地との関係を深めながら各産地の特性や品質管理状況等を詳しく把握した上で、安定供給の確保に向けた集荷先の開拓を進めていく。
② 全農等産地の出荷団体との連携強化
・卸が主体となって、適正価格による安定した供給を可能にするため、全農等の産地の出荷団体と連携を深めていく。
③ 地場産品の取扱いの強化
・地産地消を推進し、地場産品の取扱いの強化を進める。
④ リテールサポートへの取組み
・小売店を対象とした卸・仲卸による販売方法の提案、小売店への安全・安心情報の提供に取り組む。
⑤ 多様な販売先の確保
・卸、仲卸、売買参加者が連携して、各種小売店、飲食業、食品加工・給食業者等新たな販売先との取引きの拡大を図る。
⑥ 青果物の加工施設の整備
・市場の経由率が減少する中、青果物を加工することで付加価値を付け、市場経由率を向上させるための整備に向けた検討を進める。
⑦ 岡山を物流の拠点とした県外市場との連携
・卸、仲卸が、全国との効率的な商品供給・受入れの拡大を目指し、他市場・物流業者と連携した長距離輸送ルートの検討、輸送コスト低減等に取り組む。
⑧ 地方市場と連携した岡山県内における供給力充実
・卸、仲卸が、地域の拠点市場として県内卸売市場に対して集荷支援を行うとともに、県内各地への商品供給の効率化・コスト低減に取り組む。

<基本戦略2 安全・安心な商品の供給>

① 岡山市中央卸売市場としての食品衛生管理の規範づくりと行動の徹底
・市場の全関係者が協力し、消費者に信頼される市場活動の徹底のために、既存の衛生管理マニュアルの見直しや行動規範づくり、意識啓発などを実施する。
② 卸売場等の低温化
・卸売場等の低温化は、品質管理上必要だが、現状の施設の配置・構造上、全面的な保冷を行うことは、改修費、光熱費共に多額の事業者負担となるため、部分的な実施も含めて、今後も検討を進める。
③ 低温保管施設（青果）整備
・仲卸業者用の低温保管施設については、青果冷蔵庫等の活用方法を含めて検討を進める。

④ 卸売棟南側の屋根付荷受場・荷捌場の整備
・雨天時、炎天下での荷受け、荷捌きのために屋根付きの荷受場・荷捌場を整備することが必要であるため、荷受け時の使用状況、せり時の売買参加者の利用状況等を整理し、整備へ向けた検討を進める。
⑤ 卸売棟北側の屋根付荷捌場の整備（青果）
・雨天時、炎天下での仲卸業者の荷捌きのために屋根付きの荷捌場を整備することが必要であるため、荷捌き時の使用状況等を整理し、整備へ向けた検討を進める。
⑥ 立体駐車場の整備
・屋根付き荷捌場等、新施設建設に伴い駐車場が不足する場合、立体駐車場が必要となるため、他の施設の状況により検討を進める。
⑦ 場内衛生管理マニュアルの作成とチェック体制の確立
・ゴミ出し等を含めた場内の衛生管理に関するルールを徹底するため、マニュアルを作成し、チェック体制を確立する。
⑧ 安全・安心な情報整備・発信
・産地の安全・安心情報の充実、インターネットを活用した安全・安心情報の発信、市民イチバダー等での食材の紹介やその魅力発信に取り組む。

<基本戦略3 商品の付加価値の向上>

① 新たな岡山産品のブランド化
<ul style="list-style-type: none"> ・卸、仲卸、売買参加者が協力し、新たな岡山産商材創出を目指して、生産者や食育団体等との連携・協力により、地元の食材・食文化の情報収集・商品発掘に取り組む。 ・地元産品、地方色のある食材の遠方の販路開拓支援仲卸が、地元産品のより広域的な販路開拓を目指し、県外取引先へのマーケティング、売り込みを行っていく。 ・卸から生産者に対し、地元産品がより高い付加価値で出荷・販売されるよう、取扱・出荷方法等に関して市場としての要請・アドバイスを行っていく。

<基本戦略4 防災への対応>

① 災害時における事業継続計画（BCP）の策定
・開設者、卸をはじめとする全ての市場関係者が、災害時にも卸売市場の役割・機能を維持し業務を行うための事業継続計画を策定する。
② 非常時における物資供給
・開設者、卸をはじめとする全ての市場関係者が関係機関・流通事業者と連携して、非常時における食糧確保と物資供給を行うための体制をつくる。
③ 施設の耐震改修工事
・震災発生時に食料の安定的な供給体制を維持するため、耐震化が必要な青果卸売棟・水産卸売棟の耐震改修工事を実施する。
④ 水産側スロープの整備
・屋上駐車場、立体駐車場へは、青果側スロープでのみ上り下りしているが、緊急対応、利便性の向上のため、水産立体駐車場にスロープの設置を検討する。

⑤ 卸売棟（卸売場）の老朽化対策
・卸売棟（卸売場）の屋上防水、防錆処理等を行う。
⑥ 卸売棟（仲卸売場）の老朽化対策
・卸売棟（仲卸売場）のクラック補修、防錆処理等を行う。
⑦ 関連事業者売場棟他の老朽化対策
・関連事業者売場棟他の屋上防水、クラック補修及び防錆処理等を行う。
⑧ 関連事業者売場棟のスプリンクラー設置
・関連事業者売場棟には、スプリンクラー設置工事を進める。

<基本戦略5 環境への対応>

① 市場冷蔵のフロンガス対応
・オゾン層破壊係数が高いフロンガスは、平成 32 年に生産されなくなることから、特に大型冷凍機への対応検討が必要である。
② 排気ガス対策
・排気ガスによる卸・仲卸売場の環境改善のため、電動フォークリフトの導入を推進し、不足する充電場所を検討する。
③ 太陽光発電システムの導入
・使用電力軽減のため、新施設への設置の検討を進める。
④ 照明のLED化
・水銀灯等から、使用電力が軽減されるLEDランプへの導入検討を進める。

<基本戦略6 関連事業者売場棟の活性化>

① 関連事業者売場棟の活性化
・関連事業者売場棟に賑わいを生み出す効果的な取り組みを進める。

第5章 経営展望の推進

1 推進スケジュール

平成29年度から平成33年度までの5年間を取組期間として経営展望の推進に取り組む。

<基本戦略1 集荷販売力の強化>

取組内容	取組期間				
	H29	H30	H31	H32	H33
① 集荷力強化に向けた産地情報の把握と集荷先の開拓	現状把握、戦略検討・実行				
② 全農等産地の出荷団体との連携強化	現状把握、戦略検討・実行				
③ 地場製品の取扱いの強化	現状把握、戦略検討・実行				
④ リテールサポートへの取組み	現状把握、戦略検討・実行				
⑤ 多様な販売先の確保	現状把握、戦略検討・実行				
⑥ 青果物の加工施設の整備	検討（実施）				
⑦ 岡山を物流の拠点とした県外市場との連携	協議・連携				
⑧ 地方市場と連携した岡山県内における供給力充実	協議・連携				

<基本戦略2 安全・安心な商品の供給>

取組内容	取組期間				
	H29	H30	H31	H32	H33
① 食品衛生管理の規範づくりと行動の徹底	規範策定	行動の徹底			
② 卸売場等の低温化	検討（実施）				
③ 低温保管施設（青果）整備	検討（実施）				
④ 卸売棟南側の屋根付荷受場・荷捌場の整備	検討（実施）				
⑤ 卸売棟北側の屋根付荷捌場の整備（青果）	検討（実施）				
⑥ 立体駐車場の整備	検討（実施）				
⑦ 場内衛生管理マニュアルの作成とチェック体制の確立	マニュアル策定	チェック体制の確立 マニュアルの徹底			
⑧ 安全・安心情報の整備・発信	情報内容の検討 整備・発信方法の検討		情報発信		

<基本戦略3 商品の付加価値の向上>

取組内容	取組期間				
	H29	H30	H31	H32	H33
① 新たな岡山製品のブランド化	生産者、食育団体との協議 食材・食文化の情報収集、商品発掘				

<基本戦略4 防災への対応>

取組内容	取組期間				
	H29	H30	H31	H32	H33
① 災害時における事業継続計画（BCP）の策定	策定		運用		
② 非常時における物資供給を行うための体制づくり	体制づくり		運用		
③ 施設の耐震改修工事	設計、工事				
④ 水産側スロープの整備	検討（実施）				
⑤ 卸売棟（卸売場）の老朽化対策	必要に応じて対応				
⑥ 卸売棟（仲卸売場）の老朽化対策	必要に応じて対応				
⑦ 関連事業者売場棟他の老朽化対策	必要に応じて対応				
⑧ 関連事業者売場棟のスプリンクラー設置	設計、施工				

<基本戦略5 環境への対応>

取組内容	取組期間				
	H29	H30	H31	H32	H33
① 市場冷蔵のフロンガスへの対応	検討（実施）				
② 排気ガス対策	検討（実施）				
③ 太陽光発電システムの設置	検討（実施）				
④ 照明のLED化の導入	検討（実施）				

<基本戦略6 関連事業者売場棟の活性化>

取組内容	取組期間				
	H29	H30	H31	H32	H33
① 関連事業者売場棟の活性化	戦略検討・実行				

2 推進体制

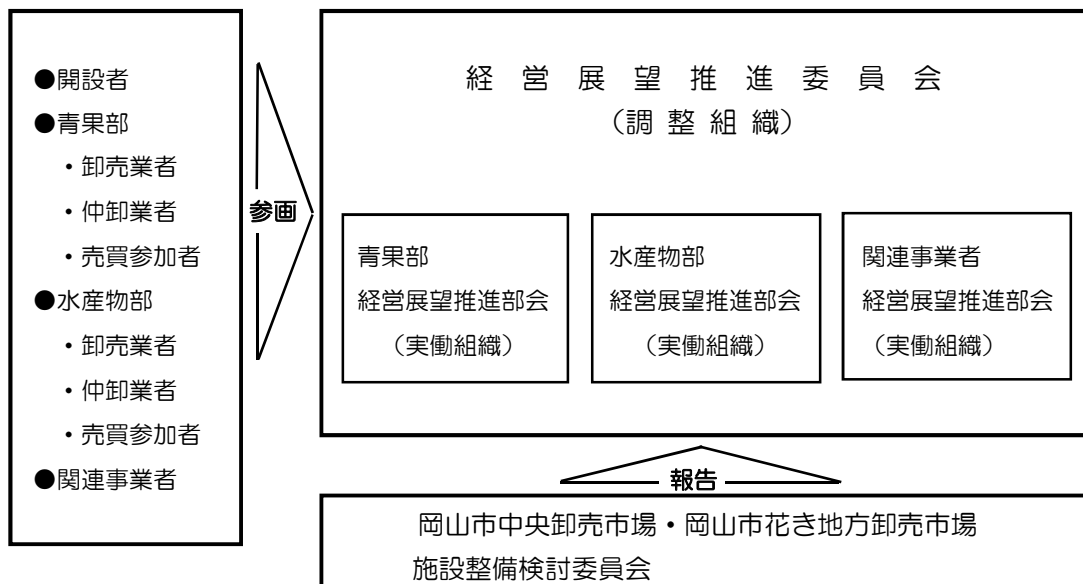
経営展望の推進に当たっては、市場関係者が連携して一貫性のある戦略を展開できるように調整を図るとともに、各関係者の活動を円滑化するため、調整組織として「経営展望推進委員会（仮称）」を設置する。

「経営展望推進委員会（仮称）」には、具体的な戦略を部門ごとに推進するため、部門ごとに実働組織として「経営展望推進部会（仮称）」を設置する。

また、施設整備に関係するものについては、岡山市中央卸売市場・岡山市花き地方卸売市場施設整備検討委員会で推進し、その状況を「経営展望推進委員会（仮称）」に報告するものとする。

経営展望の進行管理は、「計画」(Plan) ⇒ 「実行」(Do) ⇒ 「評価」(Check) ⇒ 「見直し」(Act) を繰り返す「PDCA サイクル」の考え方に基づいて行うものとする。

<岡山市中央卸売市場の経営展望推進体制（イメージ）>



■成熟した岡山市中央卸売市場戦略の経営展望策定協議会 委員名簿

役職	所属団体・役職	氏名	備考
委員長	岡山商科大学学長補佐	岡本 輝代志	学識経験者
副委員長	岡山市市場事業管理者	田淵 薫	開設者
副委員長	大同印岡山大同青果株式会社代表取締役社長	大野 博巳	青果部卸売業者
委員	岡山市市場事業部事業長	中野 真吾	開設者
委員	株式会社岡山丸果代表取締役社長	花房 昌男	青果部卸売業者
委員	株式会社岡山県水代表取締役	永谷 勝治	水産物部卸売業者
委員	岡山中央魚市株式会社代表取締役社長	同前 裕一朗	水産物部卸売業者
委員	岡山青果卸売協同組合理事長	吉田 和弘	青果部仲卸業者
委員	岡山市中央卸売青果協同組合理事長	半田 雄三	青果部仲卸業者
委員	岡山水産物仲卸協同組合理事長	岡本 明晴	水産物部仲卸業者
委員	岡山市水産物塩干卸売協同組合理事長	大倉 八郎	水産物部仲卸業者
委員	岡山青果食品商業協同組合理事長	青木 滋	青果部売買参加者
委員	岡山鮮魚事業協同組合理事長	渡辺 行吉	水産物部売買参加者
委員	岡山県魚市場協同組合理事長	中田 隆志	水産物部売買参加者
委員	岡山市中央卸売市場関連組合理事長	原淵 利和	関連事業者
委員	岡山市中央卸売市場関連組合副理事長	政岩 卓	関連事業者