

岡山市卸売市場将来構想

(中央卸売市場・花き地方卸売市場)

令和 7 年 9 月

岡山市市場事業部

岡山市卸売市場将来構想 (中央卸売市場・花き地方卸売市場)

<目次>

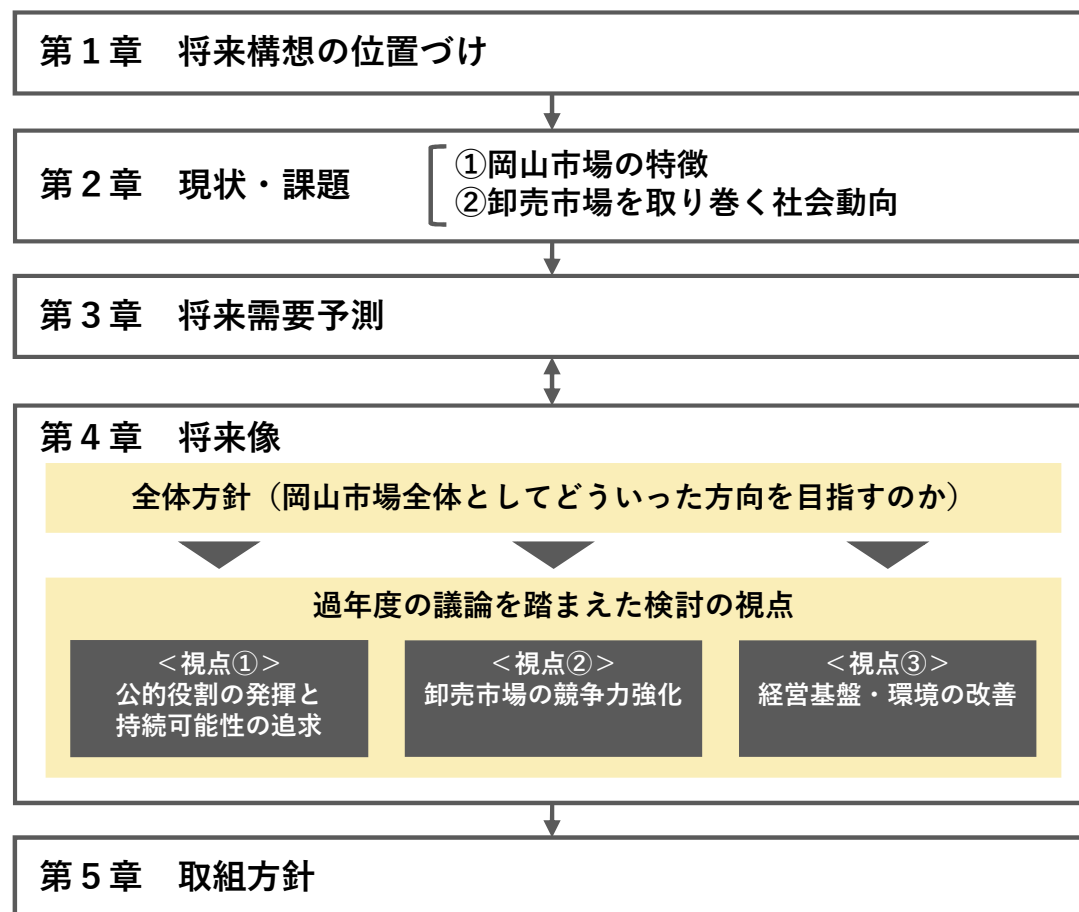
第1章 将来構想の位置づけ	・・・ p.1
第2章 現状・課題	・・・ p.3
第3章 将来需要予測	・・・ p.6
第4章 将来像	・・・ p.13
第5章 取組方針	・・・ p.19
参考資料	・・・ p.28

第 1 章 将来構想の位置づけ

第1章 将来構想の位置づけ

- 岡山市中央卸売市場等(以下「岡山市場」という)の現状や取り巻く環境、社会動向等を踏まえ、中長期的な今後の方向性を取りまとめた将来構想を策定する。
- 将来構想は、学識経験者、市場関係者、出荷団体、小売事業者、金融事業者、消費者、開設者等によって構成される「岡山市場未来会議」及び、市場関係者を中心とした「岡山市場未来会議・分科会」の議論を踏まえて策定し、岡山市場に関わるすべての関係者の共通指針として位置づける。

【将来構想の構成】



【分科会等の開催状況】

分科会	卸売業者、仲卸組合代表者、買参組合代表者、金融事業者、小売事業者等が出席し、部門別に開催 ※別途、場内関係者による座談会等も開催
	■ 【第1回】 2024年9月2日 ■ 【第2回】 2024年10月25日 ■ 【第3回】 2024年12月11日、12日 ■ 【第4回】 2025年6月12日
関係者ヒアリング	■ 2024年9月～12月にかけて、出荷団体、小売事業者、運送会社等の計14団体にヒアリングを実施（結果を適宜分科会へ提示） ■ 2025年5月に、出荷団体を中心に、出荷状況等に関する追加ヒアリングを実施

第2章 現状・課題

第2章 現状・課題

① 岡山市場の特徴

主な強み・課題

市場取引

- 仲卸業者、売買参加者数の減少、取扱数量・金額の減少により、市場における事業活動が縮小傾向にある。
- 青果・水産・花きのいずれも、取扱数量・金額が減少傾向にある。
- 多くの建物が昭和56年頃に建設されており、老朽化や機能の陳腐化が進行している。

集荷

- 青果・花きの生産に適した産地で、市内における農産物の生産量は概ね維持されているが、長期的には、生産者の高齢化や人手不足による生産量の減少が懸念される。
- 水産については、全国的に漁獲量が減少している他、青果・花きと同様に、生産者の減少が予測される。
- 青果・水産は、市場経由率が大きく下降しており、花きもやや緩やかに下降を続けている。市場機能を維持するため、岡山市場を取り巻く生鮮食料品の流通量を維持・拡大するとともに、市場経由率を高める取組が重要になる。
- 岡山市場は、東西方向（近畿～中国～九州）、南北方向（四国～山陰）の結節点に位置し、生鮮食料品の物流におけるハブ拠点となることが期待される一方で、高速道路へのアクセスに課題がある。 ※岡山西バイパス及び岡山環状南道路の整備により、インターチェンジからの時間距離が短縮されることが見込まれる。

出荷

- 岡山市内の消費需要は概ね維持されることが見込まれるが、岡山市以外の主要な供給先として想定される、岡山県内市町村や周辺他県の人口減少に伴う消費需要の縮小が懸念される。
- 消費のあり方の変化により、生鮮食料品（特に、加工されていないもの）の消費の縮小や、購入先のシフト（一般小売店から量販店へ）が見込まれるなかで、販売先からの岡山市場に対するニーズ・期待役割の変化への対応が重要になる。
- 岡山市場は、東西・南北方向の国道へのアクセスが良好であり、近郊の販売先に対する出荷拠点として適した立地である。

第2章 現状・課題

② 卸売市場を取り巻く社会動向

物流2024年問題への対応

- 令和6年4月より「働き方改革関連法（平成30年6月）」に基づき、自動車運送事業における時間外労働規制や拘束時間が見直された。
- 物流2024年問題への対応や中長期的かつ安定的な輸送力の確保に向けて、輸送拠点（ストックポイント）の整備や、鉄道や船舶等を活用したモーダルシフトに関する取組も進められている。

短期

- 卸売市場にモノが集まらない状況や、産地との関係性や集荷品目に変化が発生する

中長期

- 生鮮食料品等の流通形態の再構築が進み、卸売市場間で集荷状況に差が生じる可能性がある

デジタル技術の活用

- 2025年度を目標年次とする「総合物流施策大綱」において、「物流DXや物流標準化の推進によるサプライチェーン全体の徹底した最適化（簡素で滑らかな物流）」が主要な取組と掲げられ、物流業界においてデジタル技術を活用したビジネスモデルの構築が進められている。

短期

- 新規整備施設については、物流分野におけるデジタル技術の活用や標準化が与条件となる

中長期

- デジタル技術やデータの活用状況によって、事業展開や業務の生産性、人材確保等に大きな格差が生まれる

食品安全（品質・衛生管理）

- 食品衛生法の改正に伴い、全ての食品等事業者においてHACCPに取り組むことが求められ、令和3年6月からは完全義務化となった。
- 品質・衛生管理は、卸売市場を含む全ての食品等事業者において標準仕様となり、各事業者が独自かつ戦略的に取り組む必要がある。

短期

- 卸売市場に対する品質・衛生管理の要請が強まり、対応状況により、競争力に格差が生じる可能性がある

中長期

- 卸売市場へのHACCP導入が標準となり、品質管理に取り組む事業者の事業規模が拡大する

環境配慮・循環型社会

- 農林水産省において「みどりの食料システム戦略」が策定されるなど、持続可能な経済活動への取り組みは拡大傾向にある。
- 卸売市場の取引や流通にも影響を及ぼすことが予想され、持続可能なサプライチェーンの再構築を進めていくことが期待される。

短期

- サプライチェーン全体で環境配慮がより一層求められるとともに、消費行動に対する環境配慮の影響も強まる

中長期

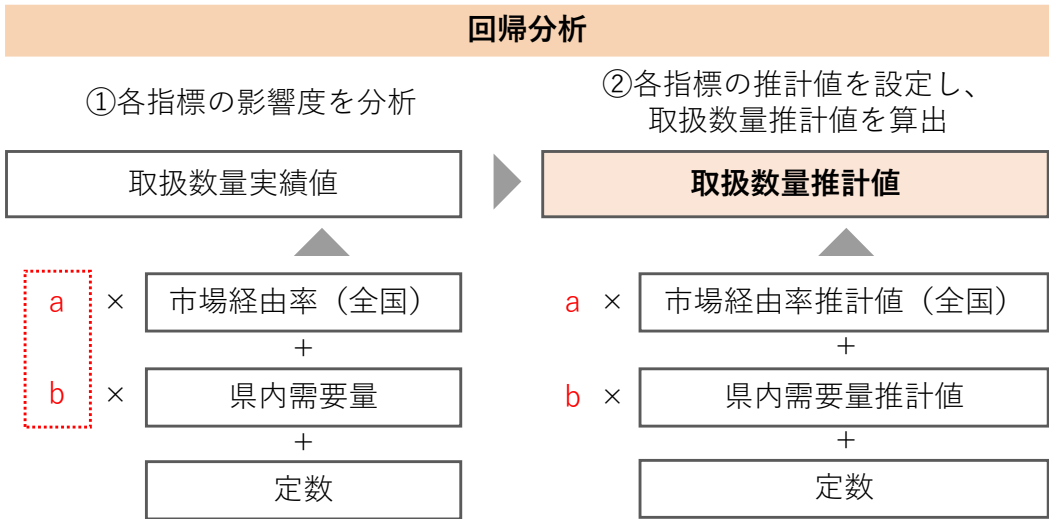
- 環境配慮が業務上の必須要件となり、事業者ごとの取組だけでなく、市場全体としての対応が求められる

第 3 章 将来需要予測

第3章 将来需要予測

- 回帰分析を用いて、岡山市場の過年度実績に基づき、取扱数量と市場経由率、県内需要量の関係を分析したうえで、各指標の将来推計値を設定し、取扱数量の将来推計値（～2044年度）を算出した。合わせて、取扱数量の将来推計値に卸売価格（当てはまりのよい回帰式を用いて推計）を乗じることで、取扱金額の将来推計値を算出した。
- 近年の傾向を適切に反映するため、2023年度実績に対して、将来推計値の各年度の増減率を乗じることで、2024年度以降の推計値を算出した。
 - 指標のうち、県内需要量推計値について、野菜・果実・水産は「岡山県人口推計値×一人当たり需要量推計値」を用いた。また、花きは、同様の算出が困難であることから、代替指標として「県内出荷量」を用いた。
- なお、指標のうち、「市場経由率」については、全国の市場経由率が岡山市場にも当てはまるものと仮定したうえで、将来構想等で整理した取組によって、2026年推計値の水準を維持することを想定し、推計を実施した。

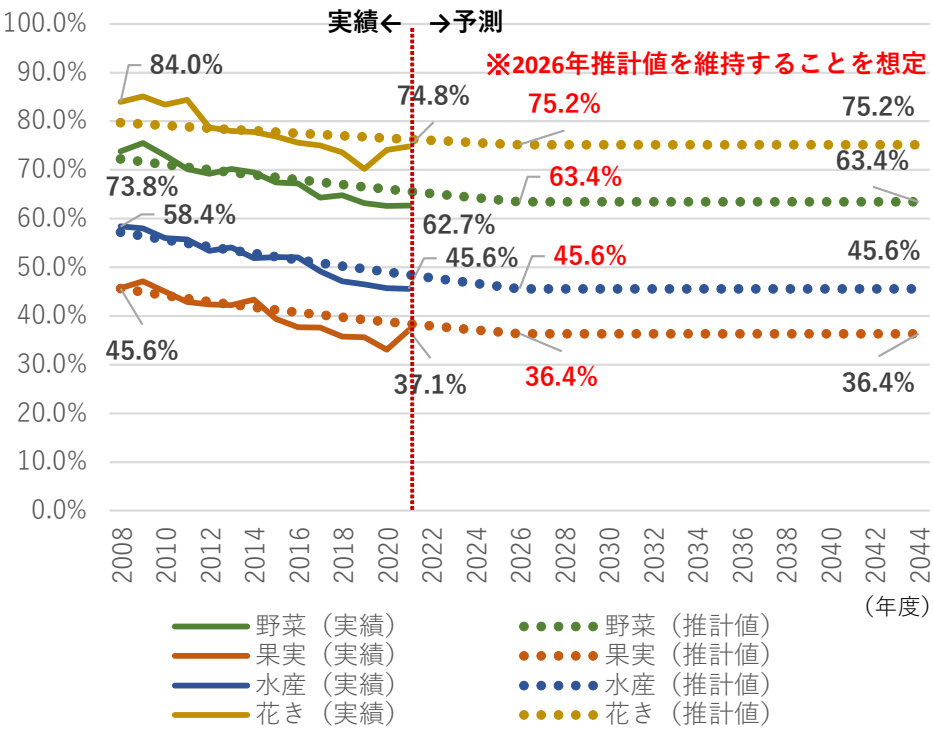
【将来推計の考え方】



■（参考）種類別の回帰式

青果（野菜）	$825.9 \times \text{市場経由率}(\%) + 0.347 \times \text{需要量}(t) - 54,469$
青果（果実）	$427.0 \times \text{市場経由率}(\%) + 0.491 \times \text{需要量}(t) - 30,473$
水産	$877.6 \times \text{市場経由率}(\%) + 0.414 \times \text{需要量}(t) - 33,833$
花き（切り花）	$905.4 \times \text{市場経由率}(\%) + 1.035 \times \text{出荷量}(\text{千本}) - 65,839$
花き（鉢物）	$426.5 \times \text{市場経由率}(\%) + 2.613 \times \text{出荷量}(\text{千鉢}) - 27,444$

【指標①：市場経由率推計値】



出所：農林水産省「卸売市場データ集」をもとに作成
注：最も当てはまりの良い回帰式を採用

第3章 将来需要予測

■ 将来需要予測結果まとめ

- 取扱数量は、市場経由率が2026年推計値の水準を維持する場合において、20年間で約40%～約80%程度に減少する見込みである。
- これは、各種類ともにライフスタイルの変化や高齢化等を背景とした、一人当たり需要量の減少と、岡山県内の将来人口の減少に伴う県内需要量（花きについては県内出荷量）の減少という、生鮮食料品流通を巡る社会環境の変化による部分が大きい。
- 取扱金額は、取扱数量よりも減少率が低く、特に、野菜・水産では10%程度の減少、鉢物では10%程度の増加となっている。これは、この間の卸売価格の上昇分（仮に、過去の実績の傾向通りに上昇が続く場合）が影響している。

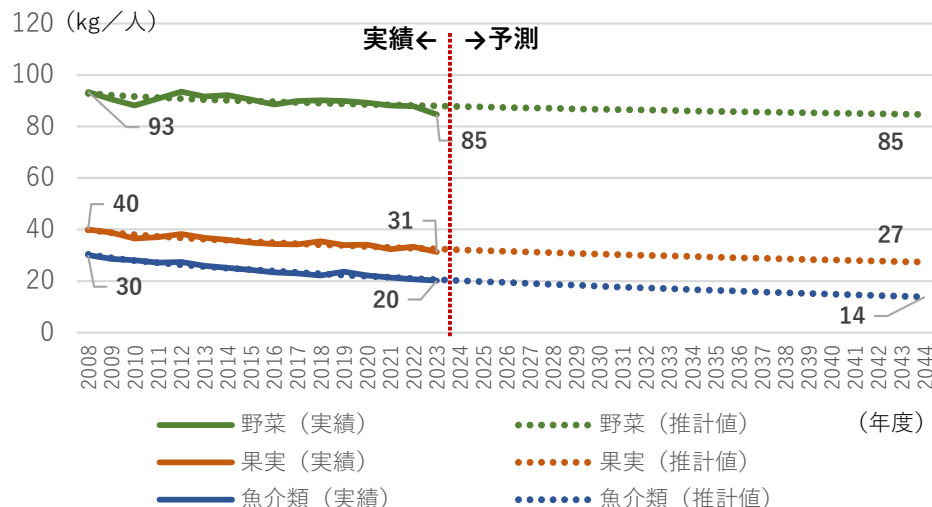
【将来需要予測結果まとめ】

種類	取扱数量（t、千本、千鉢）		取扱金額（百万円）	
	推計値 （2044年度）	対2023年度 比率	推計値 （2044年度）	対2023年度 比率
野菜	40,654	80.7%	11,428	90.4%
果実	6,583	42.9%	6,242	67.6%
水産	12,662	65.3%	22,716	92.7%
切り花	12,574	50.7%	1,324	67.3%
鉢物	3,265	73.5%	998	112.5%

第3章 将来需要予測

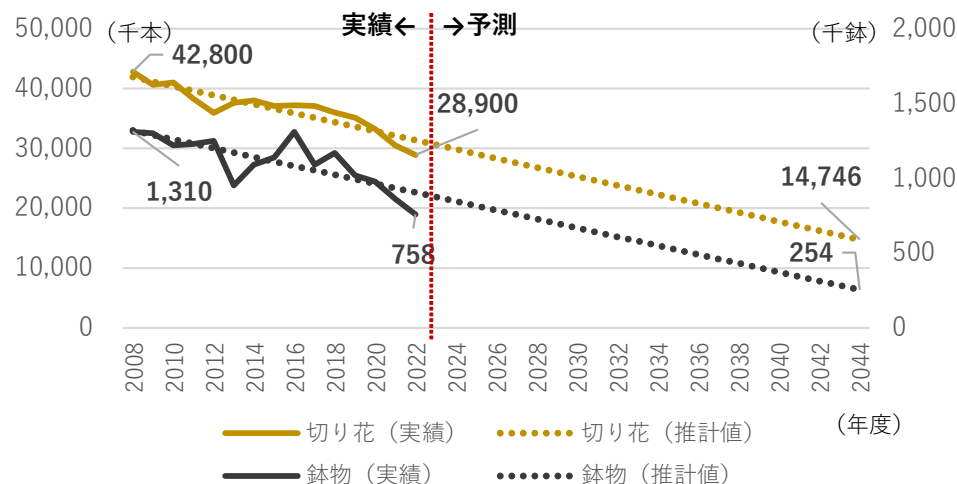
■ 各参考指標データ

【指標②-1：一人当たり需要量推計値】



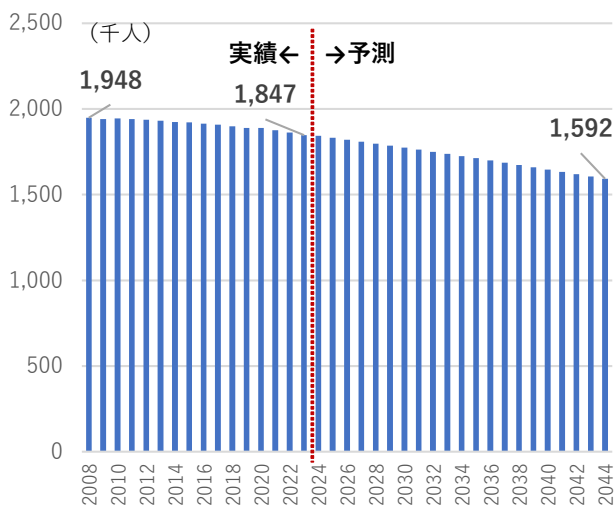
出所：農林水産省「食料需給表」をもとに作成
注：最も当てはまりの良い回帰式を採用

【指標②-2：県内出荷量推計値】



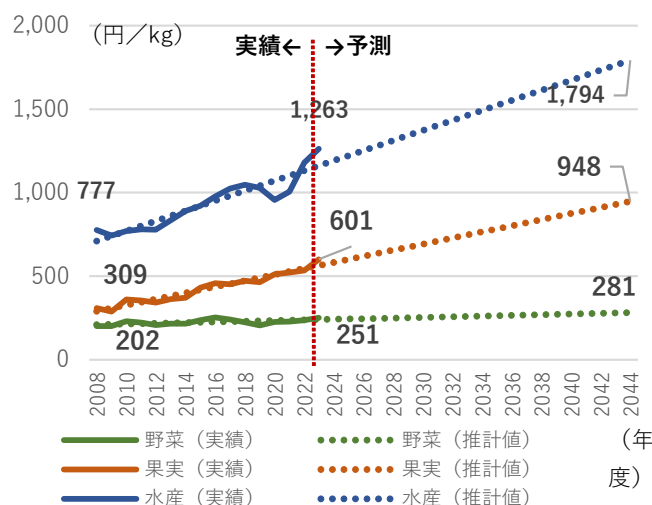
出所：農林水産省「作物統計調査」をもとに作成
注：最も当てはまりの良い回帰式を採用

【指標②-3：将来人口推計値】

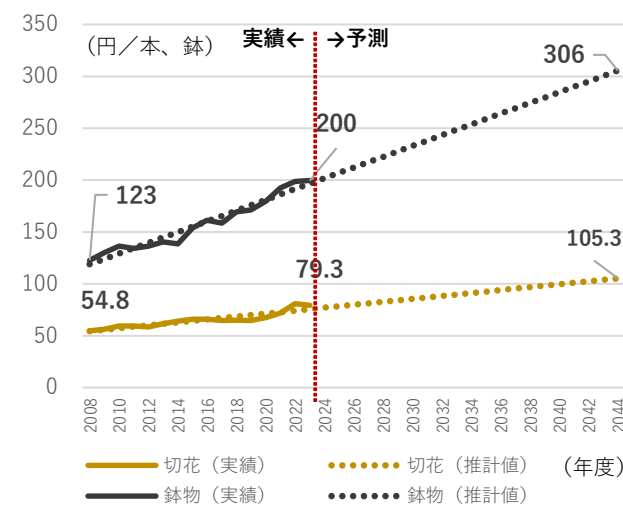


出所：岡山県資料、総務省資料、国立社会保障・人口問題研究所の推計値をもとに作成

【参考：卸売価格推計値】



注：最も当てはまりの良い回帰式を採用

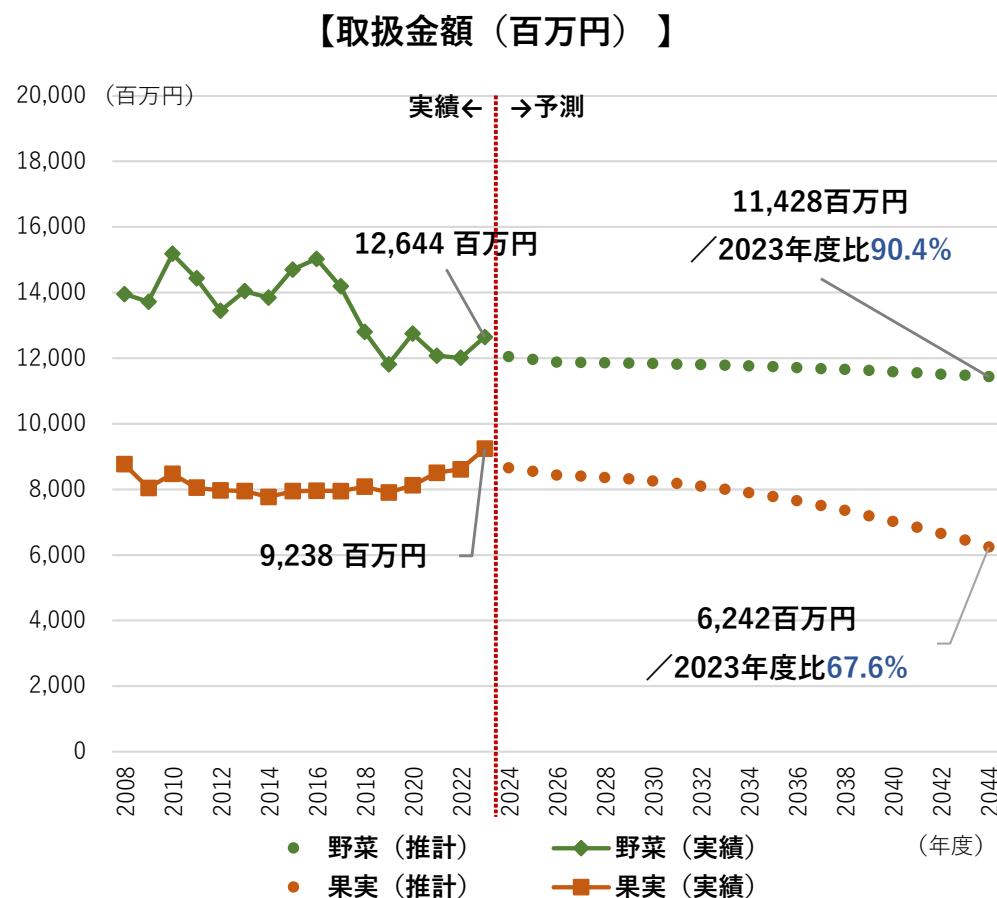
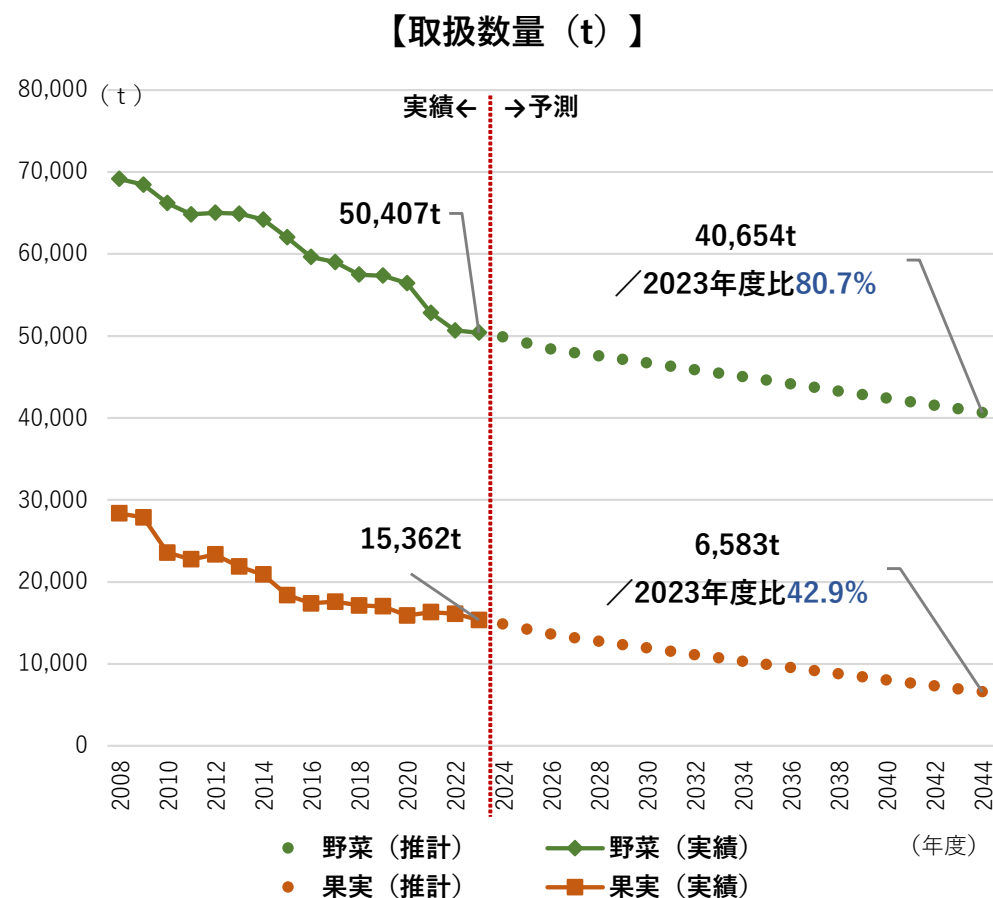


注：最も当てはまりの良い回帰式を採用

第3章 将来需要予測

■ 将来需要予測結果：青果（野菜・果実）

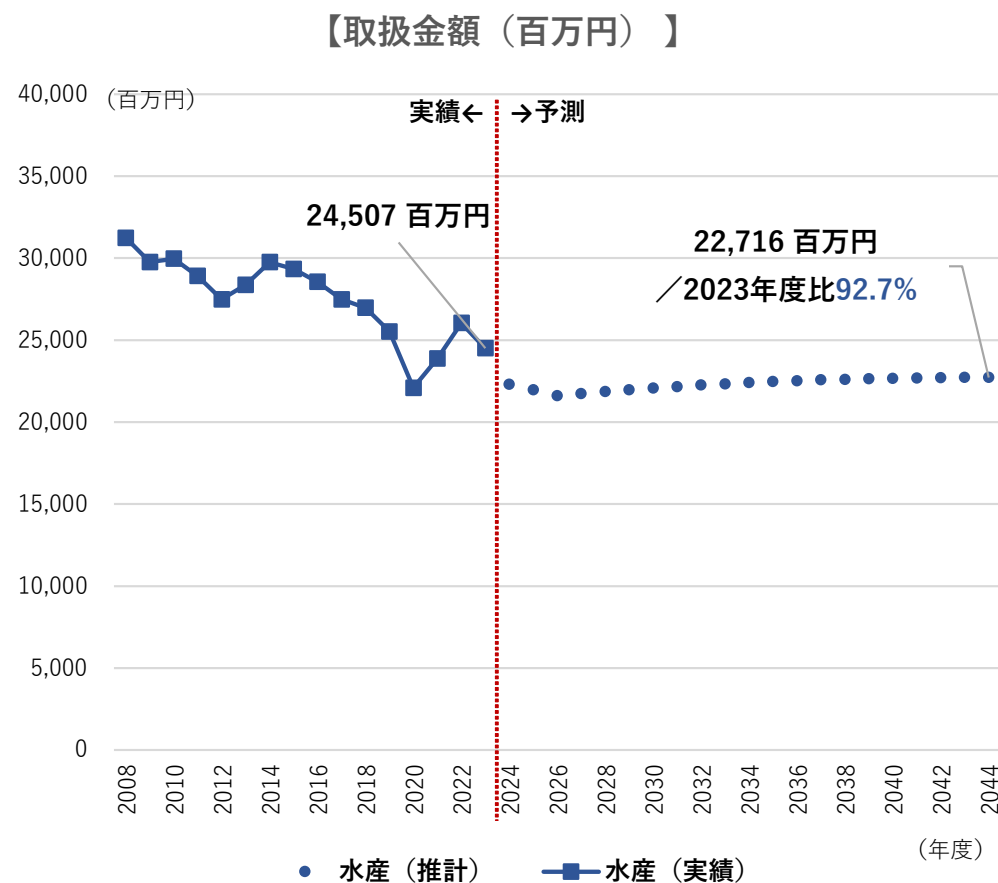
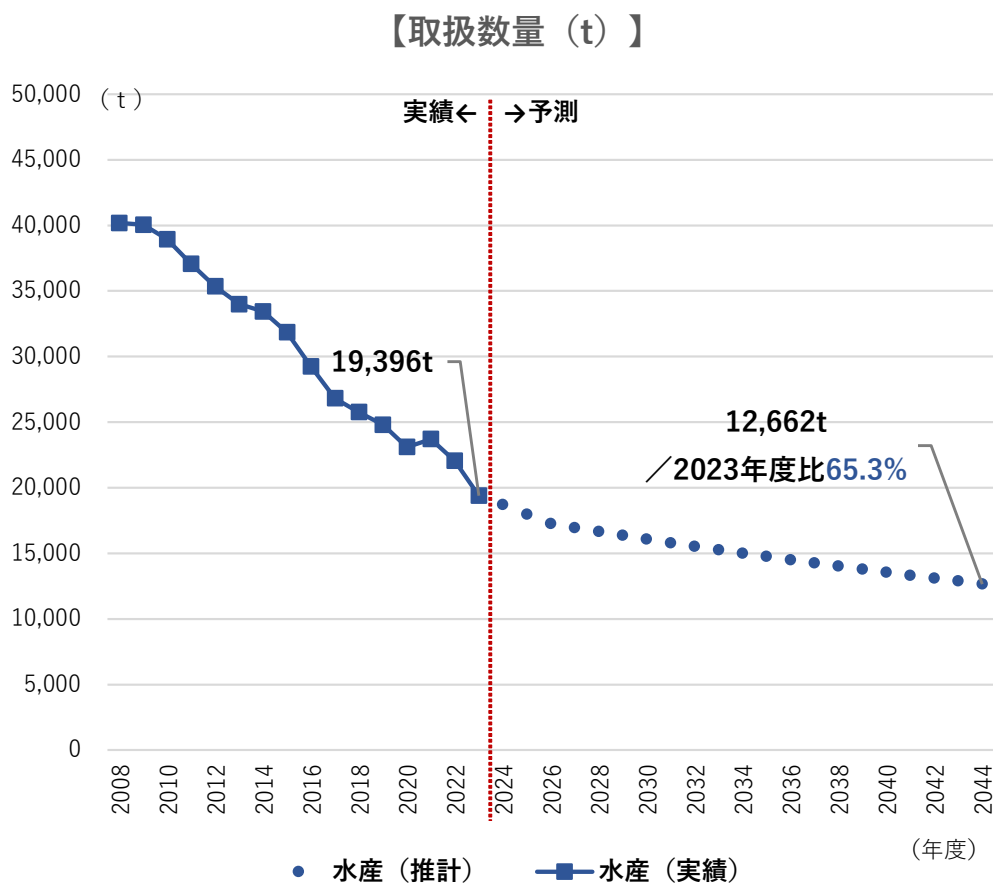
- 【野菜】 取扱数量は、県内需要量等の減少を背景に20年間で**約20%減少する**一方で、卸売価格の上昇を加味すると、取扱金額は**約10%の減少に留まる**ことが見込まれる。
- 【果実】 取扱数量は、20年間で**約60%減少する**ことが見込まれる。取扱金額は、近年は卸売価格の上昇に伴って増加傾向にあるが、卸売価格の上昇分以上に取引数量の減少が大きく、20年間で**約35%減少**することが見込まれる。



第3章 将来需要予測

■ 将来需要予測結果：水産

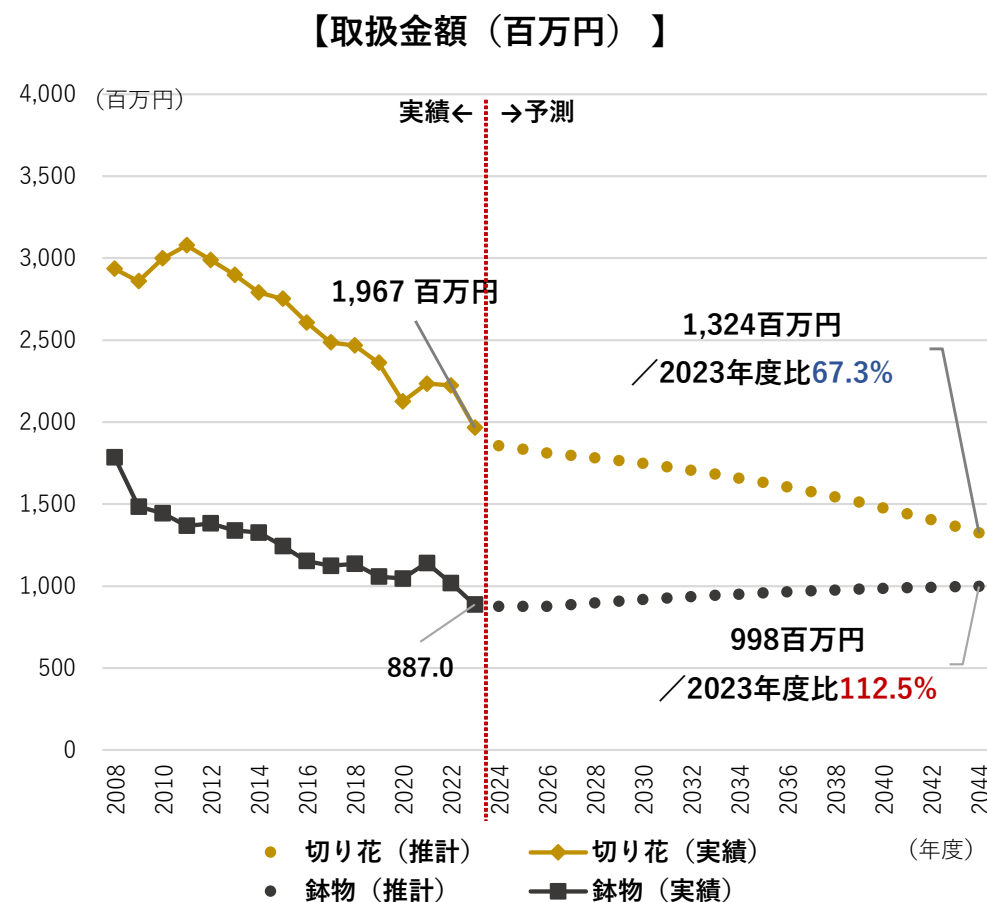
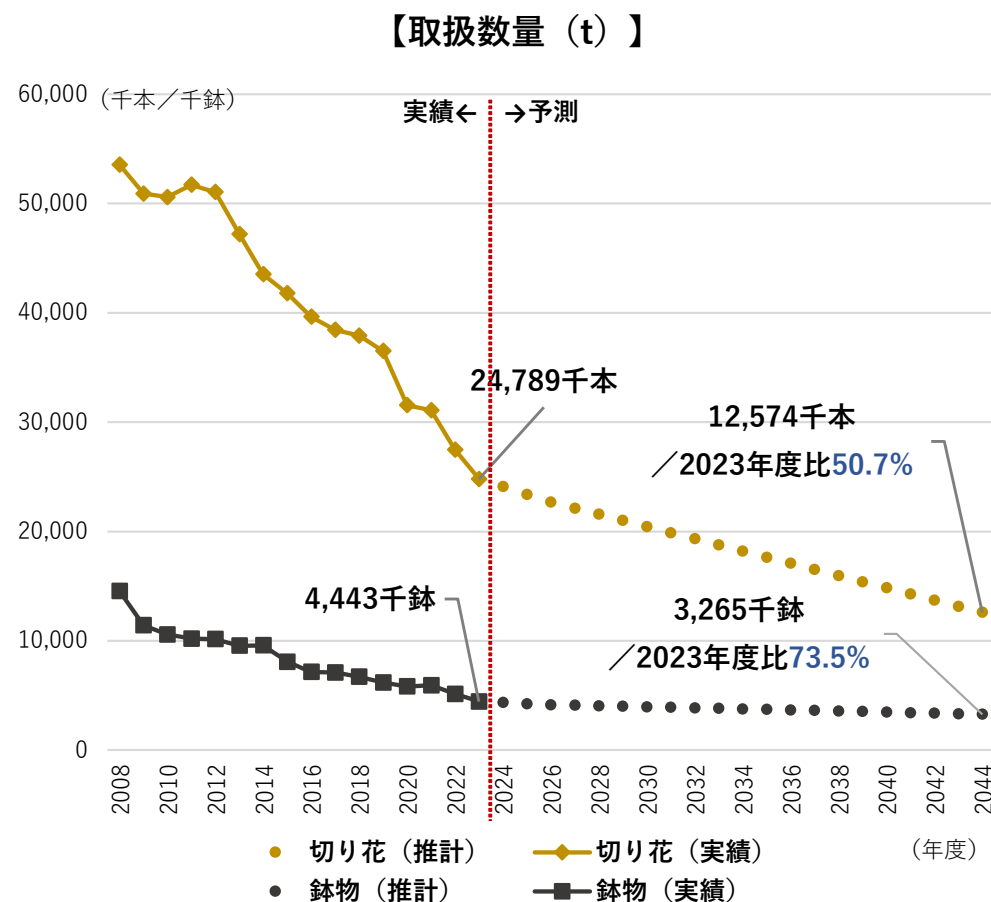
- 【水産】取扱数量は、20年間で**約35%程度減少する**ことが見込まれる。一方で、卸売価格の上昇を加味すると、取扱金額は**約10%の減少に留まる**ことが見込まれる。



第3章 将来需要予測

■ 将来需要予測結果：花き（切り花・鉢物）

- 【切り花】取扱数量は、20年間で**約50%減少**することが見込まれる。取扱金額は、卸売価格の上昇分以上に取引数量の減少が大きく、20年間で**約25%減少**することが見込まれる。
- 【鉢物】取扱数量は、20年間で**約25%減少**することが見込まれる。取扱金額は、卸売価格が大きく上昇することが見込まれるため、20年間で**約10%増加**することが見込まれる。



第 4 章 将来像

“岡山市場らしさ”を創造し、磨き上げる ～「オール岡山市場」でチャレンジ!!～

- 安定的な農水産物供給等のため、岡山市場の市場機能は将来にわたって必要不可欠である
- 取扱数量減少等の見通しを踏まえて市場規模のコンパクト化を図りながら、岡山市場の強みや特徴を“岡山市場らしさ”として創造し磨き上げ、他市場にはない独自性を活かした集荷・販売や、まちづくりに取り組む
- 従来の発想や慣習を超えた、未来を創造する新しいチャレンジを、産地・生産者や販売先を含む「オール岡山市場」で推進する

▼ ▼ “岡山市場らしさ”の目指す方向性 ▼ ▼

市民にとって…

- 身近なまちづくり拠点 -

市民の台所として安定的に食料を供給するとともに、市民利用・地域開放の実績を活かした賑わい創出、食育・花育の推進、防災対応を通じて、市民の豊かで安心・安全な生活に貢献する

産地・販売先にとって…

- 地場×広域の総合流通拠点 -

産地かつ消費地に立地する利点を活かし、地場の野菜・果物・花き、瀬戸内の鮮魚・活魚の流通を支えるとともに、中四国の交通結節点である地域特性を生かした広域流通拠点として、全国の多様な商品を集積する

市場関係者にとって…

- 持続的な市場経営 -

官と民がそれぞれの役割を果たし、互いに連携することにより、効果的・効率的な市場運営・施設整備に取り組むとともに、市場関係者それぞれの事業・経営の再構築や革新を図り、業務効率化や働きやすい環境づくり等を進めることで、市場経営の持続性を高める

第4章 将来像

視点①：公的役割の発揮と持続可能性の追求

1 卸売市場ならではの教育機能・情報発信

卸売市場を拠点とした食育・花育の展開に向けて、
産地・販売先と連携した具体的な方策を継続的に検討する

- 取扱数量の減少の背景には、ライフスタイルの変化等による消費低迷がある
- 卸売市場の公的機能として、食育・花育に注力することは重要
- 卸売市場が中心となって、産地と消費者の距離を近づけられるような役割を果たすことが期待される

2 まちづくり・地域振興への貢献

卸売市場の特性を活かした地域振興の可能性について、多様な観点から継続的に検討する

- 地域振興や消費者との接点拡大のために、市場施設や用地を活用した販わい創出は重要
- 将来のあり方を市場単独で考えるのではなく、地域全体のまちづくりの視点から考える必要がある
- ただし、市場機能との共存や、周辺小売店への影響には留意が必要

3 環境配慮・防災等の社会課題への対応

市場全体で先進的な環境配慮・防災対応の取組を推進する

- 中長期的な脱炭素社会に向けた取組として、卸売市場流通全体での環境配慮がより一層求められる
- 廃棄物の削減・再資源化や、施設・設備・車両等の脱炭素化等、市場業務に関連する取組を着実に進める必要がある
- 市民の食生活を支える生鮮食料品流通拠点として、災害時の迅速な復旧や非常時の物資供給等のための機能強化や体制づくりに、市場全体で取り組むことが求められる

第4章 将来像

視点②：卸売市場の競争力強化

1 産地・販売先との連携による地場産品の集荷・販売力強化

部門ごとの特徴を活かし、卸売市場による産地支援や集荷促進の仕組みづくりを推進する
(卸売市場主導で、産地・販売先・物流事業者を巻き込んだチームを組成し、早急に議論を開始する)

- 市場取引の拡大に向けて、市場内だけで取り組めることは限定的であり、産地・販売先・物流事業者等と一緒に議論を重ね、必要な取組を検討することが重要
- 集荷拡大のためには、従来の市場機能の枠を超えて、産地営業・提案力の強化や、産地の集荷・選別等の機能を卸売市場に取り込むことがポイントになる

2 品質・衛生管理の向上

コールドチェーン対応を含めた品質・衛生管理水準の向上について、再整備を含めた対応を推進する

- 産地・販売先からの要請として、コールドチェーンの確保、品質・衛生管理水準の向上は必須

3 広域流通拠点化の推進

物流の結節点である立地を生かし、需要に応じた中四国のハブ市場化を目指す

- 岡山市場により多くの荷物を集めるために、立地を生かしたハブ市場化は重要だが、需要を見極める必要がある
- 実際の需要・優位性については、周辺他市場の動向や遠隔産地・物流事業者等の戦略を踏まえた検証が必要

第4章 将来像

視点②：卸売市場の競争力強化

4 ブランド化・商品の付加価値向上

品質や特徴が際立つ岡山の特産品を選定するなど、岡山市場ブランドの強化を推進する

- 取扱金額の拡大や生産者の所得向上のために、ブランド化による付加価値向上の重要性は指摘されているが、具体的な方策は要検討
- 個別品種・品目のブランド化だけでなく、岡山市場全体のブランドを図ることも考えられる

5 量販店ニーズへの対応（加工・ピッキング機能の強化）

必要な機能を見極めながら、岡山市場一体での量販店センター機能の拡充を目指す

- 量販店との取引拡大のためには、加工・ピッキング機能の強化、積込場の拡充等の対応が重要
- 一方で、特に加工機能は、周辺他市場に対して遅れを取っており、導入機能を見極める必要がある

6 将来の岡山市場の立地戦略

市場全体の移転だけでなく、部門別市場やサテライト拠点の整備、転配送機能の強化等の可能性を幅広く検討し、立地特性を活かした事業環境の向上を図る

- 中四国の交通結節点である地理的な優位性を最大限に発揮するために、移転を含めた最適な立地の検討が必要
- 青果・花き…集荷面のメリットが大きく、（一部／全部）移転による事業環境の向上が期待される
- 水産…集荷面のメリットよりも、販売面や移転コスト等のデメリットが大きく、現地での業務継続が望ましい
- 中長期的には、岡山西バイパス及び岡山環状南道路の整備に伴うインターチェンジからの時間距離の短縮等の効果を踏まえた検討が必要

第4章 将来像

視点③：経営基盤・環境の改善

1 場内事業者の組織体系の再編・連携体制の構築

経営基盤の強化に向けて、卸売業者の組織再編や
卸売業者・仲卸業者の連携強化の可能性を、幅広く検討する

- (青果)市場全体の魅力を高め、新たな取組に挑戦するために、卸売業者2社体制を見直すことも考えられる
- 市場全体の取引拡大のためには、卸売業者から仲卸業者への販売比率を高め、一体的な集荷・販売促進に取り組むことが重要
- 部門・業態・事業者を越えた共同集荷・配送や冷蔵庫をはじめとした市場施設の共同利用等の仕組みづくりについて、場内事業者自らがリーダーシップを発揮し、早々に推進する必要がある

2 業務効率化・DX

業務効率化・DXを図るポイントを特定し、市場全体で解決策に取り組む
(例：取引記録の電子化、精算機関の再編 等)

- 持続的な市場経営の実現のためには、業務効率化やDXによる費用削減や生産性向上が必須
- 業務効率化やDXの必要性は感じているが、1社では実現できないため、市場全体での取組が必要

3 働きやすい環境づくり

施設面だけでなく、業務時間の見直しや市民に開かれた市場づくり等、
抜本的な「働きやすい環境づくり」の可能性を幅広く検討し、着実に実行する

- 人材確保のためには、労働時間や環境の面での就労環境の改善やイメージアップが必須である
- セリ時間の見直しや販売先への納入時間の調整等、抜本的な就労時間の見直しも重要である

第 5 章 取組方針

第5章 取組方針 ～将来像の実現に向けた取組のロードマップ～

視点①：公的役割の発揮と持続可能性の追求

●ソフト（事業・経営）面の取組事項 / □ハード（施設・設備）面の取組事項 / ★ソフト・ハード両面の取組事項

1 卸売市場ならではの教育機能・情報発信

≫卸売市場を拠点とした食育・花育の展開に向けて、産地・販売先と連携した具体的な方策を継続的に検討する

課題・背景	現在	短期（2～3年以内）	中期（10年以内）	長期（10年後以降）
✓ ライフスタイルの変化等による消費低迷が進行 ✓ 卸売市場の公的機能として、食育・花育に注力し、産地と消費者の距離を近づける役割を果たすことが重要	取り組んでいること ● 【水産】親子料理教室 ● 【青果】親子市場勉強会 ● 【花き】カムカム！市場	すぐに着手・実行すること ● 既存事業の継続・拡充（例：開催頻度や対象者の拡大、産地・販売先等と連携した企画内容の充実等）	段階的に取り組むこと	将来的な対応が必要なこと ★ 市民向けの新たな情報発信手段の導入

2 まちづくり・地域振興への貢献

≫卸売市場の特性を活かした地域振興の可能性について、多様な観点から継続的に検討する

課題・背景	現在	短期（2～3年以内）	中期（10年以内）	長期（10年後以降）
✓ 地域振興や消費者との接点拡大のために、市場施設や用地を活用した賑わい創出は重要 ✓ 地域全体のまちづくりの視点から考える必要がある	取り組んでいること ● おかやま市場フェス ● PV作成・活用	すぐに着手・実行すること ● 既存事業の継続による情報発信の強化	段階的に取り組むこと	将来的な対応が必要なこと □ 新たな賑わい拠点の整備（市場機能施設と賑わい施設のゾーニング、動線分離）

第5章 取組方針 ～将来像の実現に向けた取組のロードマップ～

視点①：公的役割の発揮と持続可能性の追求

●ソフト（事業・経営）面の取組事項 / □ハード（施設・設備）面の取組事項 / ★ソフト・ハード両面の取組事項

3 環境配慮・防災等の社会課題への対応

≫市場全体で先進的な環境配慮・防災対応の取組を推進する

課題・背景	現在	短期（2～3年以内）	中期（10年以内）	長期（10年後以降）
✓卸売市場流通全体での環境配慮がより一層求められる ✓廃棄物の削減・再資源化や、施設・設備・車両等の脱炭素化等、市場業務に関連する取組を着実に進める必要がある	取り組んでいること ●廃棄物リサイクル等の推進 □太陽光パネルの設置（管理棟・荷捌き場）	すぐに着手・実行すること ●既存事業の継続・拡充	段階的に取り組むこと	将来的な対応が必要なこと □市場施設等の脱炭素化の推進（施設・設備の省エネ化等）

課題・背景	現在	短期（2～3年以内）	中期（10年以内）	長期（10年後以降）
✓市民の食生活を支える生鮮食料品流通拠点として、災害時の迅速な復旧や非常時の物資供給等のための機能強化が求められる	取り組んでいること ●事業継続計画（BCP）の策定 □非常用電源の整備	すぐに着手・実行すること ●事業継続計画の更新 ●非常時の物資供給体制の構築	段階的に取り組むこと	将来的な対応が必要なこと

第5章 取組方針 ～将来像の実現に向けた取組のロードマップ～

視点②：卸売市場の競争力強化

●ソフト（事業・経営）面の取組事項 / □ハード（施設・設備）面の取組事項 / ★ソフト・ハード両面の取組事項

1 産地・販売先との連携による地場産品の集荷・販売力強化

≫部門ごとの特徴を活かし、卸売市場による産地支援や集荷促進の仕組みづくりを推進する

課題・背景	現在	短期（2～3年以内）	中期（10年以内）	長期（10年後以降）
	取り組んでいること	すぐに着手・実行すること	段階的に取り組むこと	将来的な対応が必要なこと
✓ 市場取引の拡大に向けて、産地・販売先・物流事業者等と一緒に必要な取組を検討することが重要 ✓ 集荷拡大のためには、従来の市場機能を超えた取組がポイントになる	● 帰り便活用や混載配送による地場農産物集荷事業	● 卸売市場による産地支援や集荷促進の仕組みづくり ● 産地・販売先・物流事業者等との協議の場づくり		★ 集荷・選別機能の強化

2 品質・衛生管理の向上

≫コールドチェーン対応を含めた品質・衛生管理水準の向上について、再整備を含めた対応を推進する

課題・背景	現在	短期（2～3年以内）	中期（10年以内）	長期（10年後以降）
	取り組んでいること	すぐに着手・実行すること	段階的に取り組むこと	将来的な対応が必要なこと
✓ 産地・販売先からの要請として、コールドチェーンの確保、品質・衛生管理水準の向上は必須	□ 屋根付き荷捌き場の整備 ● 定期的な衛生管理研修の実施	● 場内衛生管理マニュアルの作成、HACCPに沿った衛生管理の徹底		□ 市場のコールドチェーン化（冷蔵・冷凍機能の強化と適正な配置等）

第5章 取組方針 ～将来像の実現に向けた取組のロードマップ～

視点②：卸売市場の競争力強化

●ソフト（事業・経営）面の取組事項 / □ハード（施設・設備）面の取組事項 / ★ソフト・ハード両面の取組事項

3 広域流通拠点化の推進

≫物流の結節点である立地を生かし、需要に応じた中四国のハブ市場化を目指す

課題・背景	現在	短期（2～3年以内）	中期（10年以内）	長期（10年後以降）
✓ 岡山市場により多くの荷物を集めるために、立地を生かしたハブ市場化は重要 ✓ 周辺動向や遠隔産地・物流事業者等の戦略を踏まえた検証が必要	取り組んでいること ● 他市場連携による転配送の実施	すぐに着手・実行すること ★ 広域流通拠点機能の強化（他市場との連携拡大、積み替え場所の確保等）	段階的に取り組むこと	将来的な対応が必要なこと ★ サテライト拠点等の転配送施設の整備

4 ブランド化・商品の付加価値向上

≫品質や特徴が際立つ岡山の特産品を選定するなど、岡山市場ブランドの強化を推進する

課題・背景	現在	短期（2～3年以内）	中期（10年以内）	長期（10年後以降）
✓ 取扱金額の拡大や生産者の所得向上のために、ブランド化による付加価値向上は重要 ✓ 岡山市場全体のブランド化も想定	取り組んでいること	すぐに着手・実行すること ● （再）卸売市場による産地支援や集荷促進の仕組みづくり	段階的に取り組むこと ● 岡山市場全体のブランド化推進	将来的な対応が必要なこと

第5章 取組方針 ～将来像の実現に向けた取組のロードマップ～

視点②：卸売市場の競争力強化

●ソフト（事業・経営）面の取組事項 / □ハード（施設・設備）面の取組事項 / ★ソフト・ハード両面の取組事項

5 量販店ニーズへの対応（加工・ピッキング機能の強化）

≫必要な機能を見極めながら、岡山市場一体での量販店センター機能の拡充を目指す

課題・背景	現在	短期（2～3年以内）	中期（10年以内）	長期（10年後以降）
	取り組んでいること	すぐに着手・実行すること	段階的に取り組むこと	将来的な対応が必要なこと
✓ 量販店との取引拡大のためには、加工・ピッキング機能の強化、積込場の拡充等の対応が重要				★ 加工機能の強化 □ ピッキング・積込スペースの拡充

6 将来の岡山市場の立地戦略

≫市場全体の移転だけでなく、部門別市場やサテライト拠点の整備、転配送機能の強化等の可能性を幅広く検討し、立地特性を活かした事業環境の向上を図る

課題・背景	現在	短期（2～3年以内）	中期（10年以内）	長期（10年後以降）
	取り組んでいること	すぐに着手・実行すること	段階的に取り組むこと	将来的な対応が必要なこと
✓ 中四国の交通結節点である地理的な優位性を最大限に発揮するために、移転を含めた最適な立地の検討が必要			□ 将来の立地方針の検討	★ 移転も含めたサテライト拠点等の転配送施設の整備

第5章 取組方針 ～将来像の実現に向けた取組のロードマップ～

視点③：経営基盤・環境の改善

●ソフト（事業・経営）面の取組事項 / □ハード（施設・設備）面の取組事項 / ★ソフト・ハード両面の取組事項

1 場内事業者の組織体系の再編・連携体制の構築

≫経営基盤の強化に向けて、卸売業者の組織再編や卸売業者・仲卸業者の連携強化の可能性を、幅広く検討する

課題・背景	現在	短期（2～3年以内）	中期（10年以内）	長期（10年後以降）
	取り組んでいること	すぐに着手・実行すること	段階的に取り組むこと	将来的な対応が必要なこと
✓ 卸売業者・仲卸業者による一体的な集荷・販売に取り組むことが重要 ✓ 共同集荷・配送や市場施設の共同利用等の仕組みづくりが必要	● 一部遠方便等の共同集荷・配送の実施	● 共同集荷・配送の拡大 ● 経営基盤強化等に関する研修の実施	● 卸売業者・仲卸業者の連携強化、体制の見直し（ホールディングス化、統合等）	□ 共同利用施設の整備（冷蔵庫、加工場等）

2 業務効率化・DX

≫業務効率化・DXを図るポイントを特定し、市場全体で解決策に取り組む

課題・背景	現在	短期（2～3年以内）	中期（10年以内）	長期（10年後以降）
	取り組んでいること	すぐに着手・実行すること	段階的に取り組むこと	将来的な対応が必要なこと
✓ 持続的な市場経営の実現のためには、業務効率化やDXによる費用削減や生産性向上が必須 ✓ 1社では実現できないため、市場全体での取組が必要		● （再）経営基盤強化等に関する研修の実施	● 取引記録の電子化の推進 ● 精算機能の見直し・効率化	

第5章 取組方針 ～将来像の実現に向けた取組のロードマップ～

視点③：経営基盤・環境の改善

●ソフト（事業・経営）面の取組事項 / □ハード（施設・設備）面の取組事項 / ★ソフト・ハード両面の取組事項

3 働きやすい環境づくり

≫施設面だけでなく、業務時間の見直しや市民に開かれた市場づくり等、抜本的な「働きやすい環境づくり」の可能性を幅広く検討し、着実に実行する

課題・背景	現在	短期（2～3年以内）	中期（10年以内）	長期（10年後以降）
✓ 人材確保のためには、労働時間や環境の面での就労環境の改善やイメージアップが必須 ✓ せり時間の見直しや販売先への納入時間の調整等、抜本的な就労時間の見直しも重要	取り組んでいること ☐ トイレの改修	すぐに着手・実行すること ☐ 既存事業の継続・拡充	段階的に取り組むこと ● 慣行の取引時間・ルール等の抜本的な見直し、就労時間の適正化	将来的な対応が必要なこと ☐ 施設全体の建替等による就労環境改善（ユニバーサルデザイン化等）

第5章 取組方針

■取組事項に関する今後の検討課題

◇既存の発想や慣習、体制を超えた取組の推進

- ロードマップに挙げた取組事項を推進するためには、既存の慣例や体制にとらわれることなく、持続的な市場経営のために必要な変化を前向きに受け止め、岡山市場の関係者が部門や業態を超えて協働することが求められる。
- 各テーマの具体的な検討を進める中で、「既存の取組の延長で何ができるか」だけでなく、「これまでの発想を超えて必要な取組は何か」という姿勢を市場関係者で共有し、立場を超えた体制や仕組みづくり（岡山市中央卸売市場等運営協議会の法人化等）のもとで各取組を推進することが重要である。

◇中長期的な施設整備を見据えた早期の方針検討

- ロードマップの中期・長期の取組事項は、ハード（施設・設備）面の対応を伴う項目が多く、部分的な対応ではなく、岡山市場全体としての規模のコンパクト化や機能の最適化（品質・衛生管理改善に対応した機能更新・向上、再整備）を見据えて取り組む必要がある。
- 施設の機能向上や再整備の実現には長期間を要するため、中長期的な対応を見据え、まずは課題の整理や整備方針の検討から、早期に市場関係者等での協議を進めることが重要である。

参考資料

- ① 関係者ヒアリング結果まとめ
- ② 県内産農水産物流通状況

参考資料① 関係者ヒアリング結果まとめ

■岡山市場の現状・課題／要望・ニーズ

価格・品揃えの安定化

- 産地との繋がりをより深めることで、常に大きく安定的な供給を確保するとともに、適切な価格設定が行われることを期待したい。量販店側の需要と生産者側の供給が時期によってマッチしていない。（量販）
- 関西の各市場では集荷力を重視する傾向が強まっており、価格を上げてでも物量を集める戦略を取っているように感じる。産地も生産量が減少しており、価格が高いところにしか出せなくなっている。（出荷団体）
- 岡山県内は量販店の立地が多く、価格競争が激化している。産地側としては、販売数量が多いこと、物流コスト等が他市場に比べて小さいことはメリットだが、安値での取引が続くと出荷が難しくなる可能性はある。（出荷団体）

品質・衛生管理の充実

- コールドチェーンへの対応は必要不可欠である。（買参組合・量販・出荷団体）
- 岡山市場を中四国における輸送のハブにするということを考えると、積み替えのための冷蔵施設を整備する必要がある。（運送会社）

産地連携・支援の強化

- 集荷場・選果場の機能を市場が持つことで、生産者の人件費負担も減少し、生産に集中することができるため作付面積・出荷量も増える。市場の立地次第だが、出荷団体が持つ既存機能と適切な連携・役割分担ができると良い。（出荷団体、運送会社）
- 生産者の減少による商品供給の不足が最も大きな課題である。供給量が減り、単価が上がっている。（量販）
- 産地の生産量が減少している中、消費者のニーズを踏まえた産地開発や、新たな産地に営業を行い、集荷先を広げていく役割を、卸売業者に期待している。（買参組合）
- 産地・生産者としては、販売先に求められる商品づくりを行いたいという思いが強い。卸売市場側から販路を見据えた商品提案があれば、需要に合わせた積極的な作付け・出荷ができ、取引価格の上昇・安定や出荷量の増加にも繋がる。産地・市場・販売先（量販等）が連携した生産・販売戦略についてプロジェクトチームを立ち上げて議論できるとよい。（出荷団体）

参考資料① 関係者ヒアリング結果まとめ

■岡山市場の現状・課題／要望・ニーズ

広域流通拠点としてのハブ機能の発揮

- 九州などの遠方産地から、岡山の近隣市場等への輸送の中継地点としてのニーズはあるのではないか。現状山陰・四国地方へのアピール不足の状況であり、取組姿勢を見せる必要があるのではないか。（運送会社）
- 山陰や四国への拠点市場としての役割を高めていくことで、より荷物が集まるようになるのではないか。（量販）
- 市場間輸送の中継地点としての役割を発揮するには、物流のハブとなる高速道路へのアクセスは重要である。その機能のみ、高速道路へのアクセスが良好な場所に移動するという考え方もあるかもしれない。（運送会社）

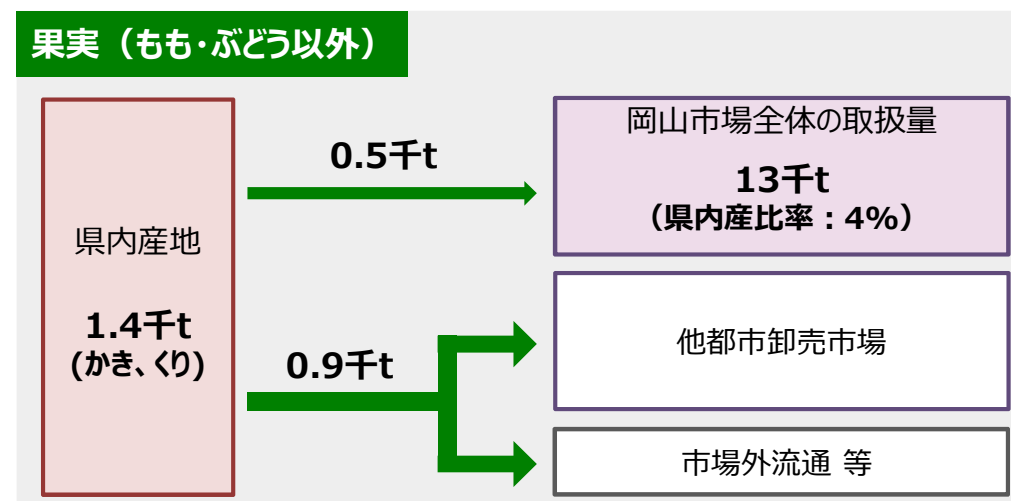
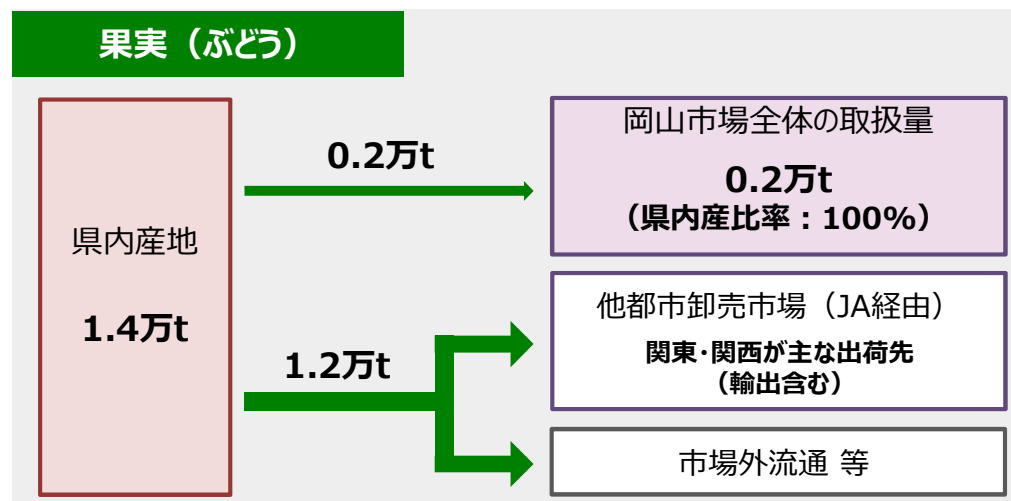
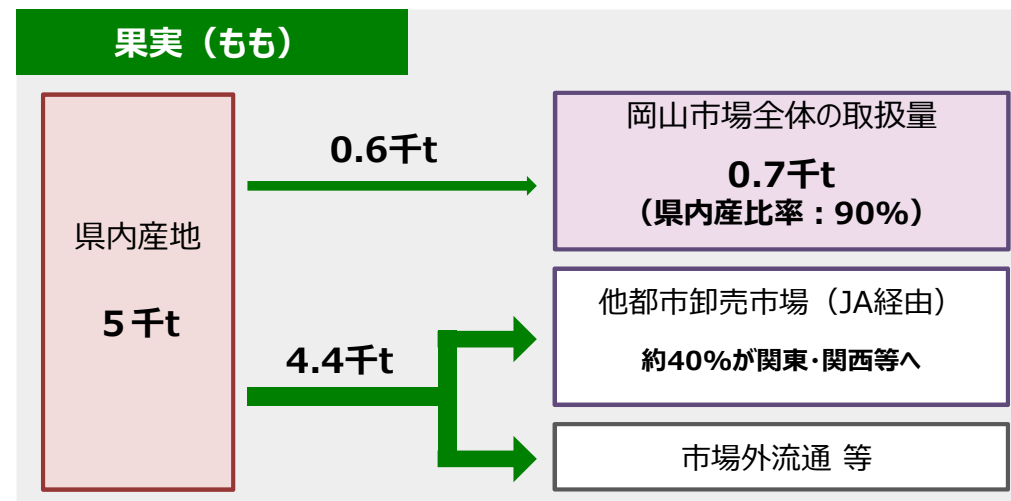
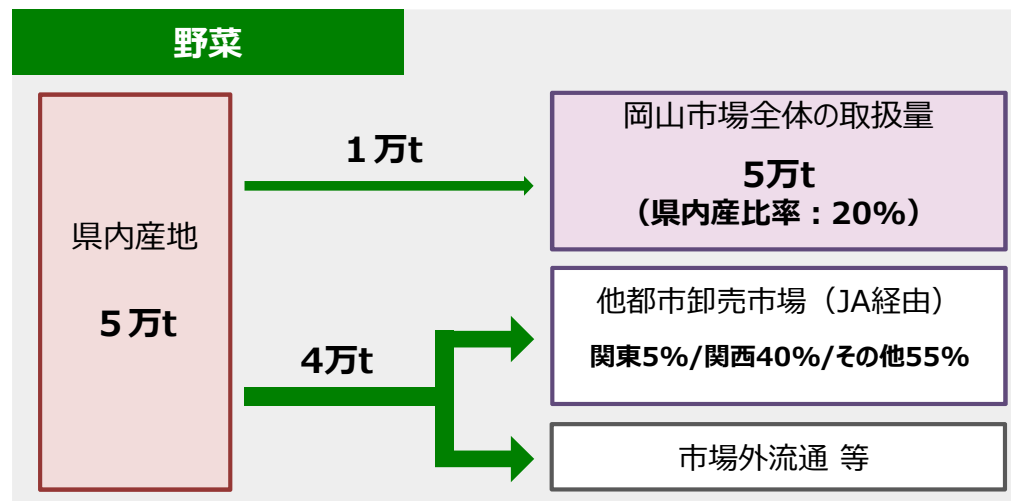
県内製品のブランディング・販売力の強化

- 地場製品のPRイベントなど、消費者と産地の距離を近づける役割を担えるとよいのではないか。（量販）
- 市場がハブとなって産地・販売先を巻き込んだ検討を行い、双方の連携を促すとともに、品質向上やブランド化に取り組む必要があるのではないか。（出荷団体）
- 市場から販売先への営業力が課題である。岡山県内の小売店等に他府県の市場から営業がされている状況もみられる。（運送会社）
- 卸売業者から入荷情報をよりタイムリーに発信・共有してくれると、情報を踏まえて購入者からの注文を受けることができ、ニーズへの対応が充実する。（買参組合）

参考資料② 県内産農水産物流通状況

青果 ※数値は概算値

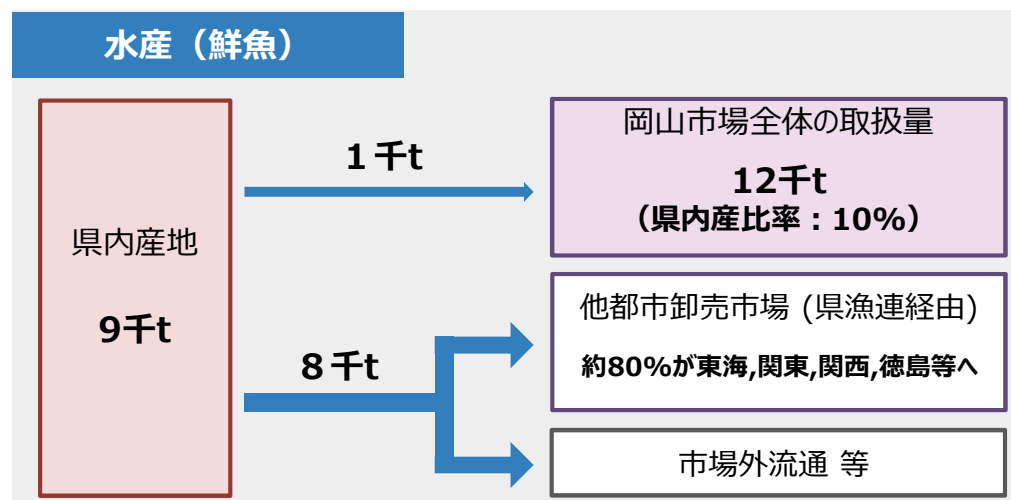
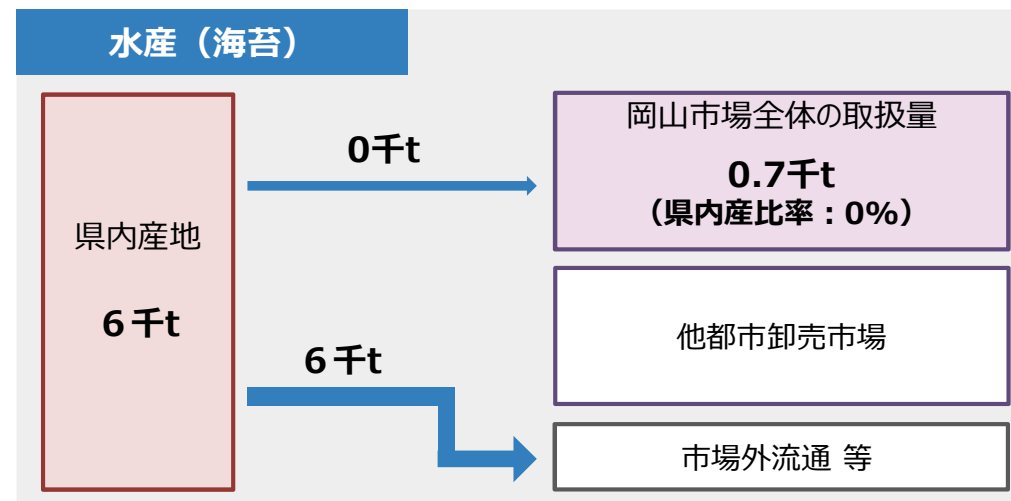
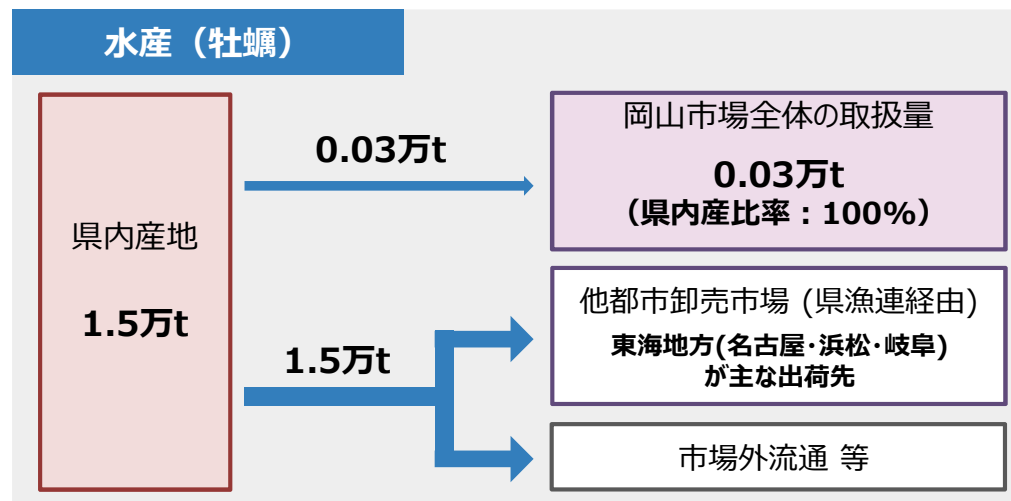
- 野菜の遠方出荷は基本的に関西までで、四国や九州への出荷もほとんどない。東京への出荷は黄ニラやそうめん南瓜、冬瓜など特徴的な商品のみとなっている。
- ももは個人出荷が多く市場外・他都市市場流通の割合が高いものの、JAを経由するものは約6割が岡山市場に出荷されている。
- ぶどうは輸出を含めて東京・大阪への出荷が主となっている。



参考資料② 県内産農水産物流通状況

水産 ※数値は概算値

- 牡蠣の殻付きは基本的に市場を経由せず、産地から直接販売されている。むき身は、県漁連への委託販売を通じ、東海地方（名古屋・浜松・岐阜）を中心に出荷されている。
- 海苔は基本的にほぼ全量が県漁連を通じて加工業者に出荷されている。
- 鮮魚はマダイ・ヒラメ・鰯などが岡山市場に出荷されている。



参考資料② 県内産農水産物流通状況

花き ※数値は概算値

- 花きは生産者の高齢化に伴う供給量の減少と、ライフスタイルの変化に伴う需要の減少が課題となっている。安定的な需要が見込める関西圏への出荷が多くなり、県内産地から岡山市場への出荷量の確保が課題となっている。
- 山陰地方から岡山までルート集荷し、大阪や広島に転送する取組を実施している。

