



静岡市中央卸売市場経営展望

静岡市

◆静岡市中央卸売市場の現状等について

(1) 静岡市場を取巻く環境

- 全国の生鮮食料品の卸売市場経由率は、平成18年以降、若干の減少か横ばいの傾向となっており、平成22年以降、静岡市場の取扱高も同様な傾向となっている。
- 青果物及び水産物ともに50%以上が卸売市場を經由しており、**生鮮食料品の流通において、卸売市場は、主要な流通経路としての役割を担っている。**

(5) 静岡市場関係事業者の主な声

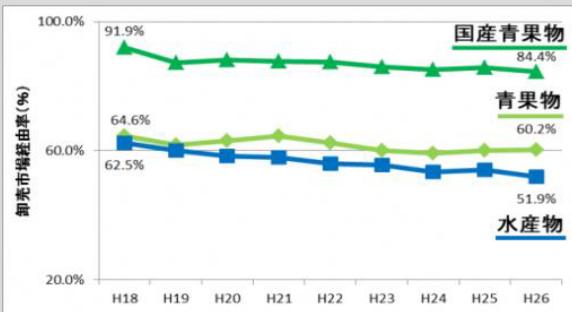
- 青果部では、集荷力・販売力を強化するために、新たな産地の開拓、産地産品のブランド化支援、市場内での品質管理体制の強化等を必要とする意見が多かった。
- 水産物部では、集荷力を強化するために、卸・仲卸業者による共同営業、産地産品のブランド化支援、地産地消・産直事業の強化等を必要とする意見が多かった。

(6) 市場まつり来場者の主な声

- 静岡市場を必要としており、市場まつりの開催回数の増加等、**多くの市民が静岡市場へ訪れる機会の増加を望んでいる。**

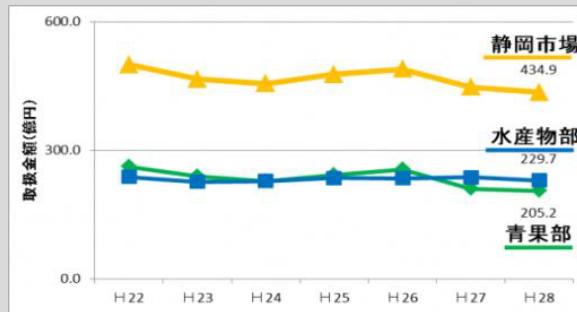
◆SWOT分析（静岡市中央卸売市場の強みと弱み）

【生鮮食料品の卸売市場経由率】



※農林水産省の卸売市場データ集（H28）のデータを使用

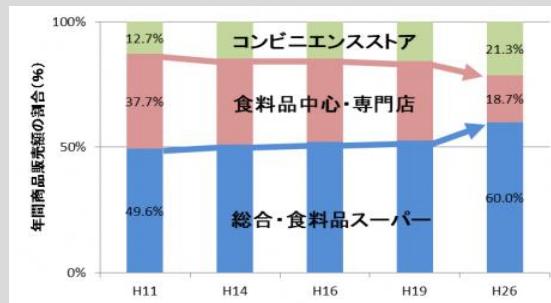
【静岡市場の取扱金額の推移】



(2) 静岡市場の顧客層の変化

- 静岡県における主要小売業態別売上高の割合は、平成11年以降、総合・食料品スーパーやコンビニエンスストアの割合が増加しており、**量販店への生鮮食料品の供給が重要な位置付けとなっている。**

【静岡県の主要小売業態別売上高割合の推移】



※経済産業省の商業統計のデータを使用

(3) 青果部に対する顧客の主な声

- 消費者は新鮮な地場野菜を求めており、**近隣野菜の品揃えを充実**させるべきである。
- 首都圏と同様に仕入れができるように県外産の品揃えも強化すべきである。
- 屋根付き荷捌き施設を整備し**品質管理を徹底**するべきである。
- ピッキング・袋詰め機能を充実させてほしい。

(4) 水産物部に対する顧客の主な声

- 朝どれの流通体制の構築や**県内鮮魚の品揃えを強化**してほしい。
- 屋根付き荷捌き施設を整備し**品質管理を徹底**するべきである。
- コールド・チェーン化を進めてほしい。

SWOT分析	機会 Opportunity	脅威 Threat
<p>各種調査から得られた結果から「機会」「脅威」「強み」「弱み」を整理し、SWOT分析により、静岡市場の位置付けとめざす方向性、「積極的攻勢」「差別化」「弱点強化」「専守防衛」の4つの区分ごとに基本戦略の方向性を整理。</p>	<p>①消費者の食への関心の高まり ②安定した商圏人口が存在 ③広域交通網の整備が進展 ④周辺での交流ゾーンの開発進展 ⑤地域密着型量販店が存在 ⑥商都として小規模店舗が健在 ⑦量販店の業務の外部化が進展 ⑧市場法の改正</p>	<p>①生産者の高齢化・減少 ②産地の出荷先の集約化 ③市場外流通の拡大 ④コールド・チェーンへの要請の高まり ⑤品質管理への要請の高まり</p>
<p>強み Strength</p> <p>①食育活動の実績・ノウハウ ②市場まつりの実績と高評価 ③最適な立地条件と広大な敷地 ④流通センター等の存在 ⑤中央市場としてのブランド力 ⑥しずまブランド事業を推進 ⑦取引先との長期に渡る取引実績</p>	<p>[積極的攻勢 強み×機会] ■方向性①②</p> <p>①食の情報発信機能の強化 (A①②)</p> <p>②段階的な市場開放の検討 (B③D②③④⑧)</p>	<p>[差別化 強み×脅威] ■方向性③④</p> <p>③県内小規模産地の開拓・育成 (E⑥①②③)</p> <p>④しずまブランド事業との連携強化 (E⑦G①②③)</p>
<p>弱み Weakness</p> <p>⑧取扱量の減少・経営状況の悪化 ⑨集荷力・販売力の低下 ⑩コールド・チェーンの立ち遅れ ⑪加工・配送機能は不足 ⑫中央冷蔵庫の利用率低下 ⑬共同配送センターの利用率低下 ⑭雨天対応型の荷捌き場の不足 ⑮施設等の利用ルールが不徹底</p>	<p>[弱点強化 弱み×機会] ■方向性⑤⑥⑦</p> <p>⑤全国の産地や他市場との連携強化 (a⑥②⑤⑥)</p> <p>⑥加工・配送機能の強化 (a④⑦⑧)</p> <p>⑦冷蔵・加工・配送機能の再構築 (a④⑦⑧)</p>	<p>[専守防衛 弱み×脅威] ■方向性⑧⑨</p> <p>⑧コールド・チェーンの強化 (b③④)</p> <p>⑨屋根付き荷捌き場の整備 (g⑤)</p>

※():分析の視点



<めざす将来像>

みんなで創る 活力と賑わいの「商都・しずおか市場」

～地域の農水産業・商業の振興と地域住民の豊かな食生活に必要な県央拠点市場をめざします～

地域の農水産業の振興に貢献します

安心・安全で品質の高いまま
実需者や消費者に生鮮食料品を届けます

静岡市民の豊かな食生活を実現します

基本方針 ①集荷力・販売力の強化

静岡市場ならではの商品力の強化や県産品のブランド化に取り組みます。また、既存取引先との取引拡大と新たな販路を開拓するために品揃え・取扱数量を充実させます。

基本戦略(青果部)



①県内の小規模産地の開拓・育成とオリジナルブランドの創生 (SWOT分析方向性③)

- ・県内小規模産地の開拓と育成による恒久的な取引の促進(短期～長期)
- ・量販店等への提案型営業強化と県内産PR販売による取引拡大ならびにオリジナルブランド創出(短期～長期)

②全国有力産地等との取引拡大と共同営業体制の強化 (SWOT分析方向性⑤)

- ・立地条件と物流網を生かした全国商品の集荷力の向上と一括大量仕入拡大ならびに県内市場等に転送する効率的な物流システムの構築(短期～長期)
- ・小売店、量販店ならびに加工、業務用の実需者等への共同営業強化による取引拡大(短期～長期)

基本戦略(水産物部)



①しずまえ鮮魚等地場産品の取扱強化とオリジナルブランドの創生(SWOT分析方向性④)

- ・市内、県内産地と連携し朝どり鮮魚の集荷、物流体制を整備し午前10時頃にセリ(昼ゼリ)を行う(短期～中期)
- ・当日のうち小売店、飲食店等で品揃えできる朝どり鮮魚を「しずまえ鮮魚」の看板商品と位置付け、静岡市場のオリジナルブランド化を図る(中期～長期)

②全国有力産地等との取引拡大と共同営業体制の強化 (SWOT分析方向性⑤)

- ・現在行っている産地開拓を継続強化し、商品力強化に取り組む(短期～長期)
- ・取引先または新規開拓先として有望な産地を対象に専門小売店、飲食店における販売促進活動を提案する(短期～長期)

基本方針 ②施設機能の充実

衛生・商品管理を徹底するための施設整備や利用ルールの見直しに取り組みます。また、顧客ニーズに対応した新たな保管・加工・配送センターの整備を検討していきます。

基本戦略(青果部)



③衛生・商品管理の徹底と低温管理エリアの拡充の検討 (SWOT分析方向性⑧)

- ・場内の清掃、整理整頓等衛生管理の徹底(短期～長期)
- ・低温卸売場の計画的な整備(中期～長期)

④屋根付き荷捌き施設の整備と駐車場等の利用ルールの検討 (SWOT分析方向性⑨)

(短期～中期)

⑤新たな保管・加工・配送センターの整備と運営体制の検討 (SWOT分析方向性⑥)

- ・民間事業者による新たな加工・配送センター整備の検討(短期～中期)

基本戦略(水産物部)



③衛生・商品管理の徹底と低温管理エリアの拡充の検討 (SWOT分析方向性⑧)

- ・場内の清掃、整理整頓等衛生管理の徹底(短期～長期)
- ・仲卸売場の低温化の促進(中期～長期)

④屋根付き荷捌き施設の整備と駐車場等の利用ルールの検討 (SWOT分析方向性⑨)

(短期～中期)

⑤冷蔵・加工・配送センターの再整備と運営体制の検討 (SWOT分析方向性⑦)

- ・冷蔵庫棟の設備更新と運営体制の見直し(短期)
- ・共同配送センターの運営体制の見直し(短期)

基本方針 ③開放型市場への転換

食の情報発信機能の強化や静岡市場に訪れる機会を増やす取組みを検討していきます。

基本戦略(青果部・水産物部)

⑥食育活動の継続強化と食の情報発信機能の強化 (SWOT分析方向性①)

- ・料理教室の継続強化(短期～長期)
- ・ホテル、料理学校等との連携強化(短期～長期)
- ・市場まつりの企画内容の高度化(短期～長期)
- ・市場PRビデオの作成(短期)
- ・新鮮だよりによる情報発信の強化(短期～長期)

⑦試験的な取組みを踏まえた段階的な一般開放の検討 (SWOT分析方向性②)

- ・試験的な開放イベントの開催(短期)
- ・市場開放の段階的な拡充(中期～長期)
- ・新たな一般開放施設の整備の検討(短期～長期)



経営展望の期間の区分

- 短期 1年目～3年目(2018～2020年度)
- 中期 4年目～6年目(2021～2023年度)
- 長期 7年目～10年目(2024～2027年度)