

静岡市中央卸売市場 将来構想【骨子案】

静岡市経済局商工部中央卸売市場

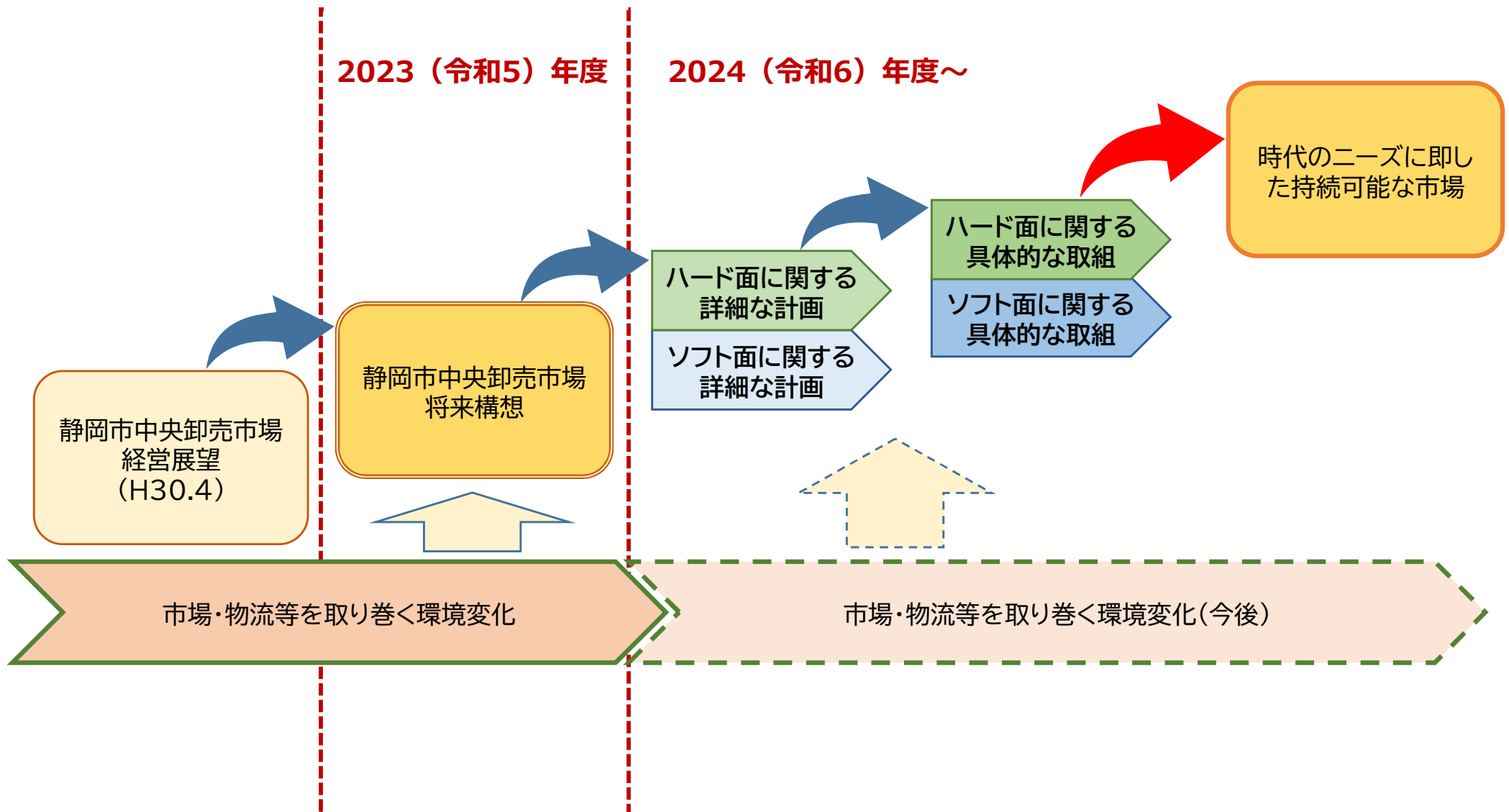
2023.10.6

- (1) 将来構想策定の趣旨
- (2) 中央卸売市場が果たす意義
- (3) 食品流通を取り巻く社会環境の変化
- (4) 静岡市場の概要
- (5) 静岡市場の現状課題、動向
- (6) 静岡市場の公共性
- (7) 静岡市場における公的関与のあり方
- (8) 目指す将来像
- (9) 将来像の実現に向けた基本方針
- (10) 基本方針に基づく施策の柱
- (11) 施策の方向性（指標の考え方）
- (12) 市場施設のあり方
- (13) 立地及び周辺環境の活用・連携
- (14) スケジュール・推進体制 他

(1) 将来構想策定の趣旨

- 静岡市中央卸売市場（以下、「静岡市場」）は、長年、静岡県中部を中心に青果物及び水産物の供給拠点として、市民の安心安全な食生活を支えてきたが、近年は、人口減少、食生活の変化、食料品流通の多様化等、社会状況の変化に伴い、取扱量の減少が続いているところ。
- 一方で、現在の卸売市場は、昭和51年の開設から47年を経過して施設の老朽化が進んでいるのみならず、品質管理や加工等の付加機能の不足等により、近年の生鮮食料品流通に求められるニーズに対応出来なくなっている。
- これら静岡市場を取り巻く環境変化を踏まえ、平成30年4月には、場内事業者、開設者、外部有識者等により、静岡市場のおかれている状況を外部環境・内部環境両面から分析し、めざす将来像、推進体制、部門ごとの基本戦略等を取りまとめた静岡市中央卸売市場経営展望を策定した。
- 令和2年には改正卸売市場法が施行され、大幅な規制緩和に伴って、各卸売市場毎に実態に即した創意工夫による卸売市場の活性化が求められるようになった。その結果、全国各地の中央卸売市場で再整備等の事業が進んでおり、今後、市場間の競争が一層激しくなることが想定されている。
- さらに、令和6年度からは、トラックドライバー等に対する時間外労働の上限規制が適用され、いわゆる「2024年問題」によって、長距離輸送における中継の発生や輸送単位の大口化・集約化等、物流業界にも大きな変化が生じることが想定されている。
- これら、静岡市場に係る様々な環境変化を踏まえ、今後の静岡市場が目指すべき姿について、改めて「将来構想」として取りまとめを行う。

(1) 将来構想策定の趣旨

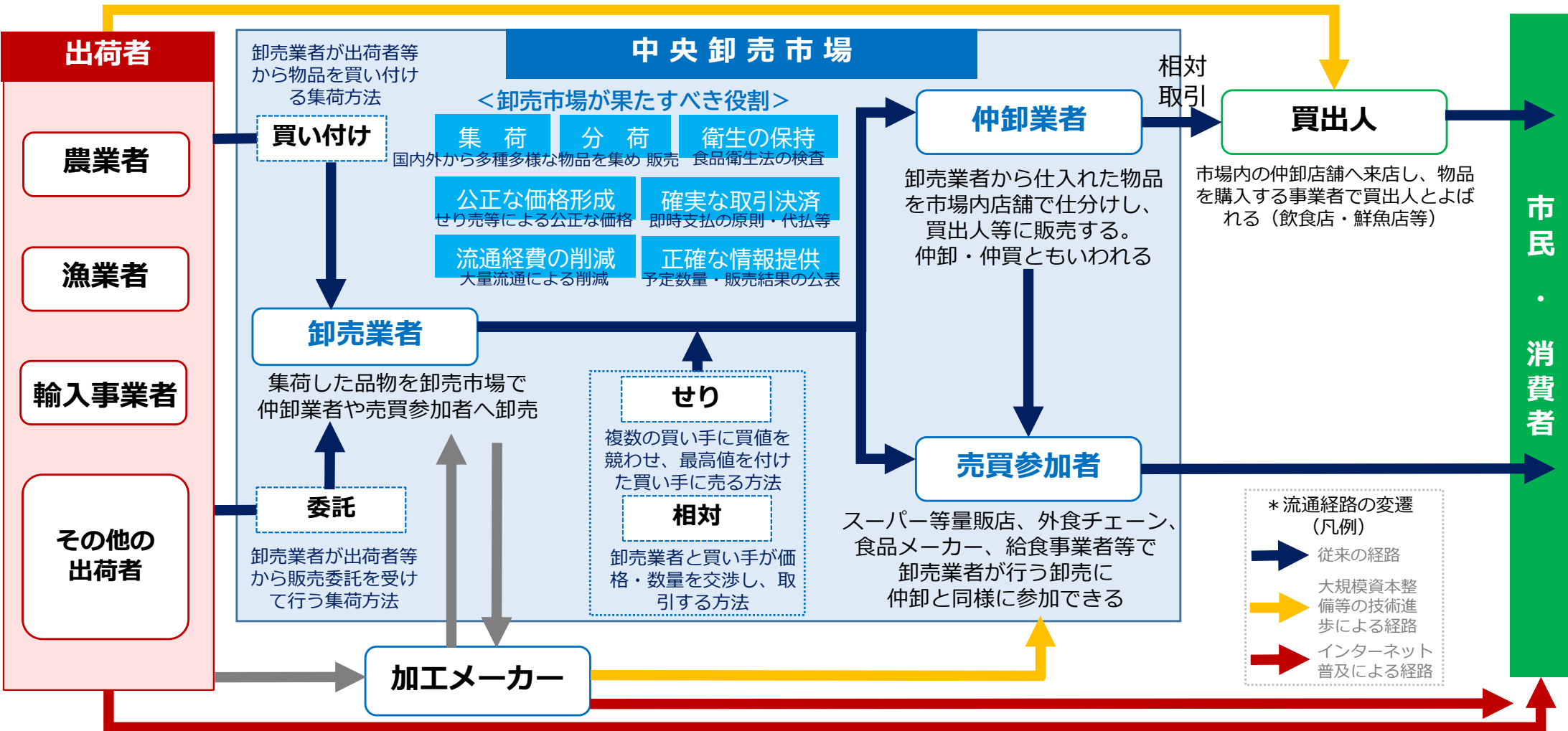


(2) 中央卸売市場が果たす意義

中央卸売市場の社会的意義と役割

中央卸売市場は、市民・消費者の食生活に欠かすことのできない水産物・青果物などの生鮮食料品を販売するために、卸売市場法に基づき、開設者が農林水産大臣より中央卸売市場として認定を受け、生鮮食料品等の円滑な流通を確保するための卸売の拠点となっている。生鮮食料品等は、鮮度が低下しやすいため保存が難しく、鮮度によって商品価値が著しく変化する。また、自然条件等によって極めて大きく左右されるという商品特性を持っているため、**円滑な供給と消費生活の安定を図り、公正かつ迅速な取引を確保することを目的**としている。

これらに基づき、**中央卸売市場が果たしている（果たすべき）役割**としては、「集荷・分荷」や「公正な価格形成」等が挙げられる。



(3) 食品流通を取り巻く社会環境の変化

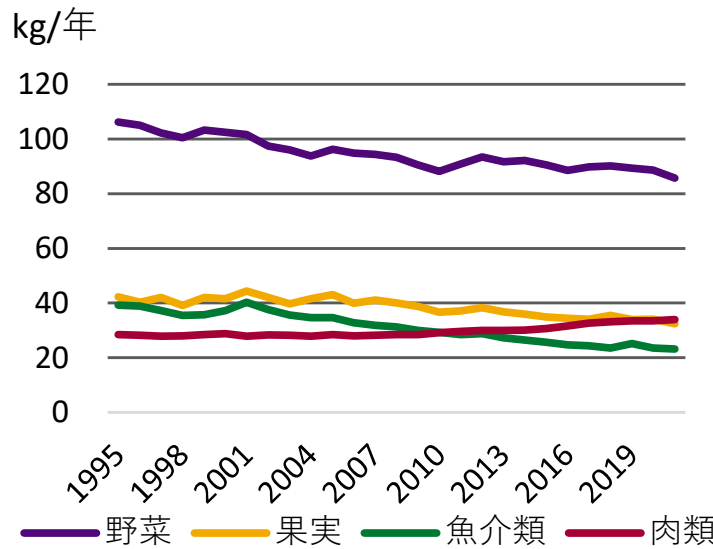
① 食料品需要の減少

食料品需要の動向	国民1人当たりの食料消費の動向	<ul style="list-style-type: none"> ■ 国民1人当たりの青果物・魚介類の消費量は減少傾向にあるのに対し、肉類の消費量は増加傾向にあり、長期的にみて食料需要の動向が変化している
	静岡市における人口動向	<ul style="list-style-type: none"> ■ 国全体の動向と同じく、静岡市の人口は減少傾向が続いており、今後もこの傾向は継続すると想定される ■ 同様に、1人当たりの食料消費量が相対的に少ないとされる高齢者の比率は、今後高まっていくことが予想される



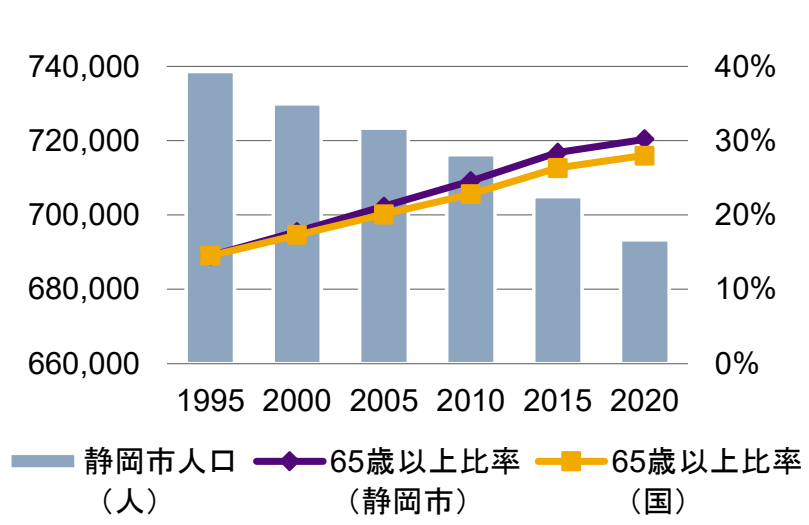
卸売市場への影響 人口減少や食生活の変化を受け、市民向けの生鮮食料品流通として取扱高を飛躍的に伸ばすことは構造的に難しくなっている

食料消費量の動向
(国民1人・1年当たり供給純食料)



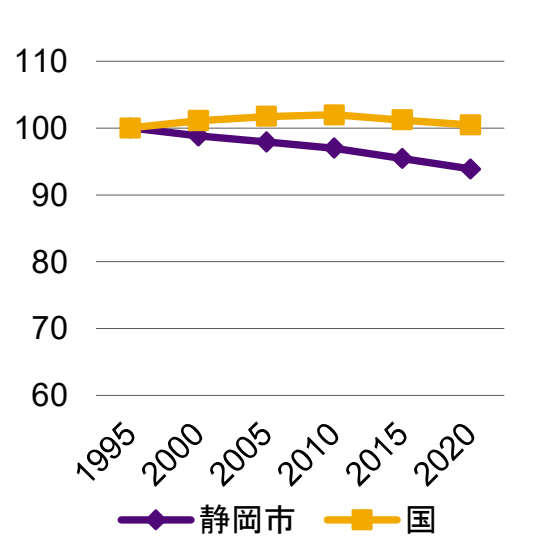
(出所) 農林水産省「食料需給表」

静岡市の人口と静岡市・国全体での65歳以上の比率



(出所) 国勢調査

1995年=100としたときの静岡市・国全体の人口推移



(出所) 国勢調査

(3) 食品流通を取り巻く社会環境の変化

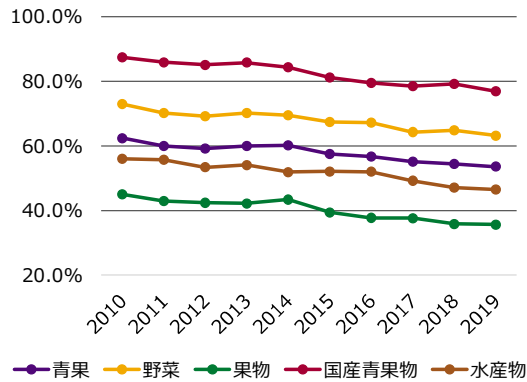
② 生鮮食料品流通の多様化

生鮮食料品 流通の状況	食品流通における 卸売市場	<ul style="list-style-type: none"> ■ 卸売市場は生鮮食料品等の流通の基幹的なインフラとしての役割を果たしている ■ 全国の国産青果物の約8割（青果では5割強）が、卸売市場を經由している ■ 全国の水産物の5割弱が、卸売市場を經由している
	小売業態別市場規模	<ul style="list-style-type: none"> ■ コンビニ、宅配、直売などの多様な流通形態が伸長している
	直売所・加工の 販売額	<ul style="list-style-type: none"> ■ 静岡県は、農産直売所よりも農産加工の年間販売額規模が大きい ■ 全国では農産物直売所が減少傾向となるも、静岡県は横ばいとなっている ■ 水産加工・水産直売所は、全国と同水準で推移している

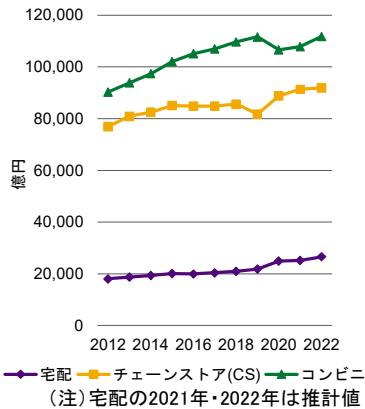
卸売市場 への影響

食品流通での卸売市場の存在感が変化し、小売店等の発言力の拡大や市場外流通との競争関係の激化が進展するとともに、新規の事業機会など事業環境が複雑化している

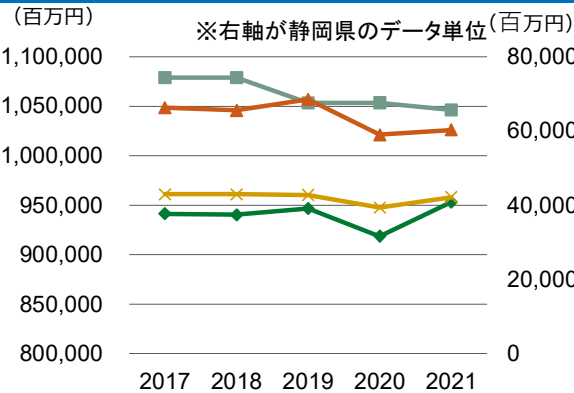
卸売市場市場経由率



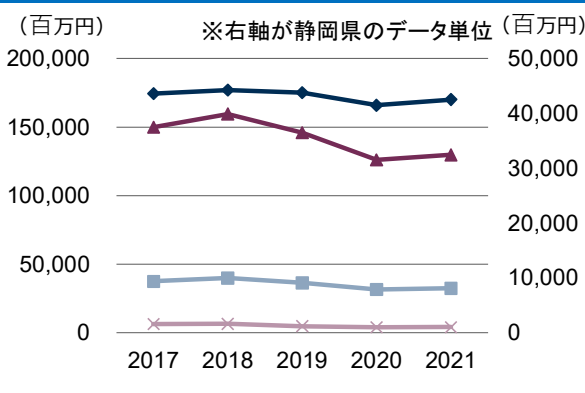
小売業態別市場規模



農産加工・農産物直売所の年間販売金額



水産加工・水産物直売所の年間販売金額



(出所) 農林水産省「令和3年度卸売市場データ集(卸売市場経由率の推移)」

(出所) 宅配: 矢野経済研究所「食品宅配市場の展望と戦略」、CS: 日本チェーンストア協会「チェーンストア販売統計」、コンビニエンスストア: 日本フランチャイズチェーン協会「コンビニエンスストア統計」

(出所) 農林水産省「6次産業化総合調査」

(出所) 農林水産省「6次産業化総合調査」

(3) 食品流通を取り巻く社会環境の変化

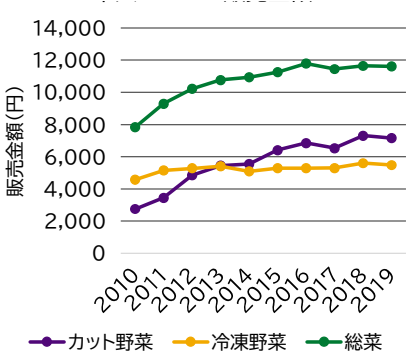
③加工品等の消費需要の増加

加工品等の 流通動向	カット野菜・ 冷凍野菜・総菜の 動向	<ul style="list-style-type: none"> ■ カット野菜・冷凍野菜・総菜の需要は、いずれも増加傾向にある ■ 背景として、共働き世帯の増加、家庭での食の簡便化（料理に関わる時間と手間を省くこと）志向の上昇が挙げられる
	冷凍輸入野菜の 動向	<ul style="list-style-type: none"> ■ 令和4年の冷凍野菜輸入量は約115万トンで、前年に引き続き増加した ■ 輸入額についても、同年に2,822億円と大幅に増加し、いずれも過去最高となった



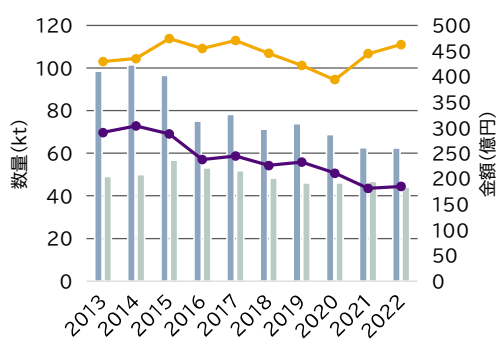
**卸売市場
への影響** 消費者動向の変化から、卸売市場に従来求められていた生鮮品流通だけでなく、多様なニーズへの付加的な対応が必要とされ始めている

カット野菜、冷凍野菜、総菜の千人あたりの販売金額



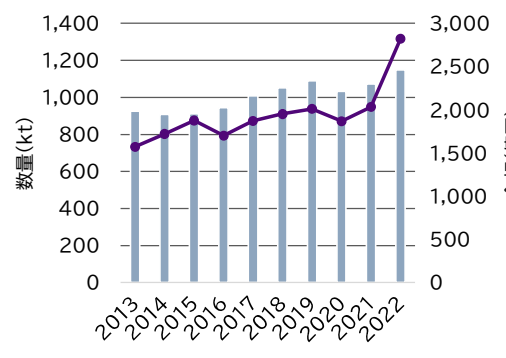
(出所) 独立行政法人農畜産業振興機構「新型コロナウイルス禍における野菜消費の変化(千人当たり販売金額、平均販売価格(全国POSデータ))」

**国内の冷凍食品の
品目別生産量**



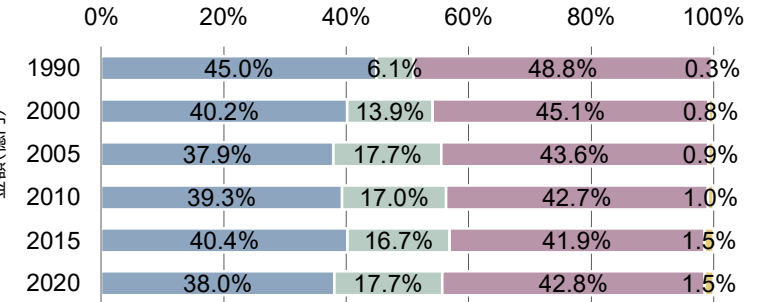
(出所) 一般社団法人日本冷凍食品協会「冷凍食品の生産・消費について」

冷凍野菜の輸入量



(出所) 一般社団法人日本冷凍食品協会「冷凍食品の生産・消費について」

**国産および輸入野菜の用途別仕向け量
(主要野菜品目に係る割合の推移)**



(出所) 農林水産省「加工・業務用野菜をめぐる情勢」(令和5年6月)より一部編集
※指定野菜(ばれいしょを除く13品目)を用いて試算(キャベツ、きゅうり、さといも、だいこん、トマト、なす、にんじん、ねぎ、はくさい、ピーマン、レタス、たまねぎ、ほうれんそう)

(3) 食品流通を取り巻く社会環境の変化

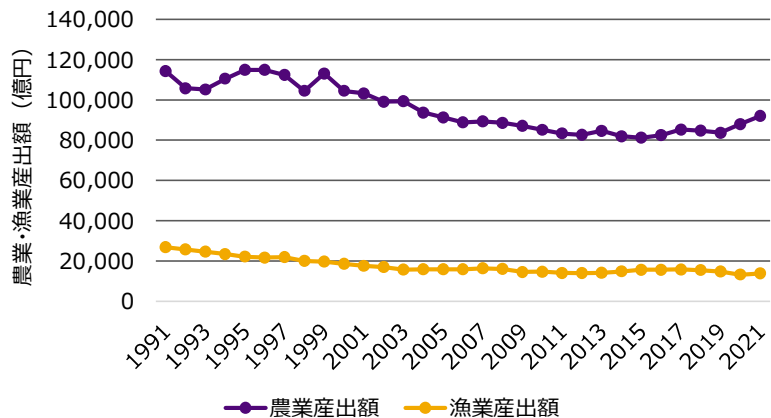
④川上（産地）における生産力の減少

生産者の 動向	産出額・生産額 の動向	<ul style="list-style-type: none"> ■ 農業産出額・漁業生産額ともに、近年は横ばい傾向であるが、長期的にみて減少傾向にあった ■ 農業総産出額について、1989年以降は減少傾向にあったが、近年では米、野菜、肉用牛等への需要に応じた生産の進展等を主たる要因として回復した背景がある
	経営体数の動向	<ul style="list-style-type: none"> ■ 全国の傾向と同様に、静岡県内における農業経営体及び漁業経営体の数は減少している ■ 生産者においては、従事者の高齢化・担い手不足や農地の減少、漁獲量の減少等の諸問題に直面している



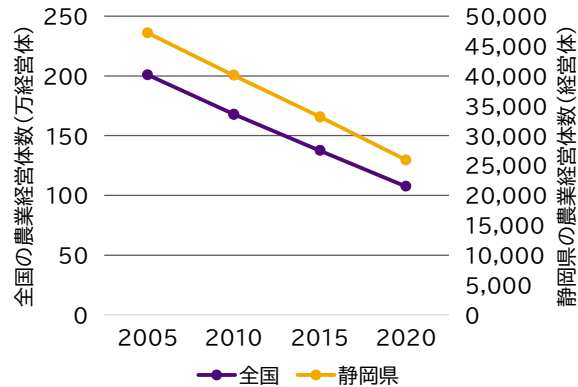
卸売市場への影響 国内の生産現場は、生産者の減少や高齢化等による生産力の減少が見込まれ、減少する荷を巡って卸売市場間や市場外流通との競争が想定される

農業産出額と漁業産出額の推移



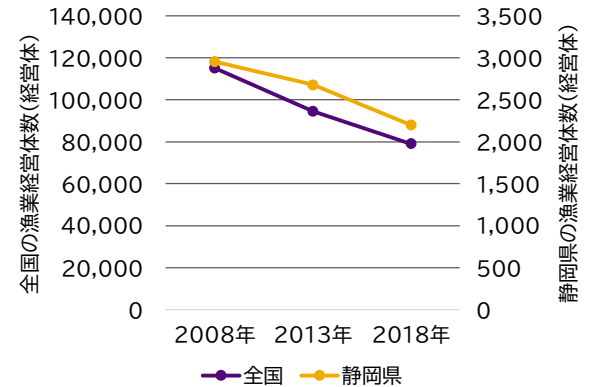
(出所) 農業産出額は、農林水産省「生産農業所得統計」、
漁業産出額は、農林水産省「漁業産出額」

農業経営体数の推移



(出所) 農林水産省「農林業センサス」

漁業経営体数の推移



(出所) 農林水産省「漁業センサス」

(3) 食品流通を取り巻く社会環境の変化

⑤ 生産者の大型化

生産者組織 での動向

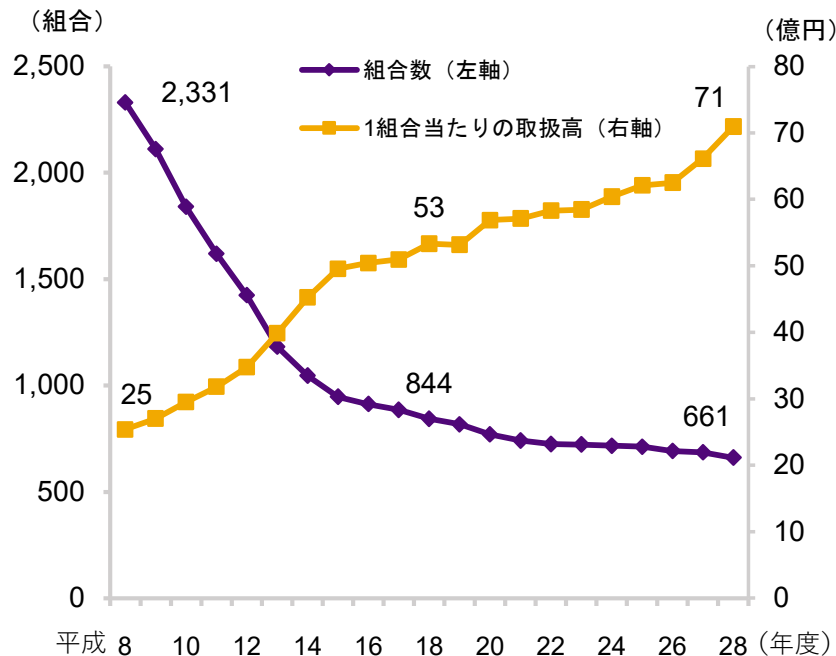
- 統合等による産地の大型化・集約化が進み、農業協同組合や漁業協同組合の組合数は減少傾向にある
- 一方で、1組合あたりの取扱高は青果・水産とも増加傾向にある



卸売市場 への影響

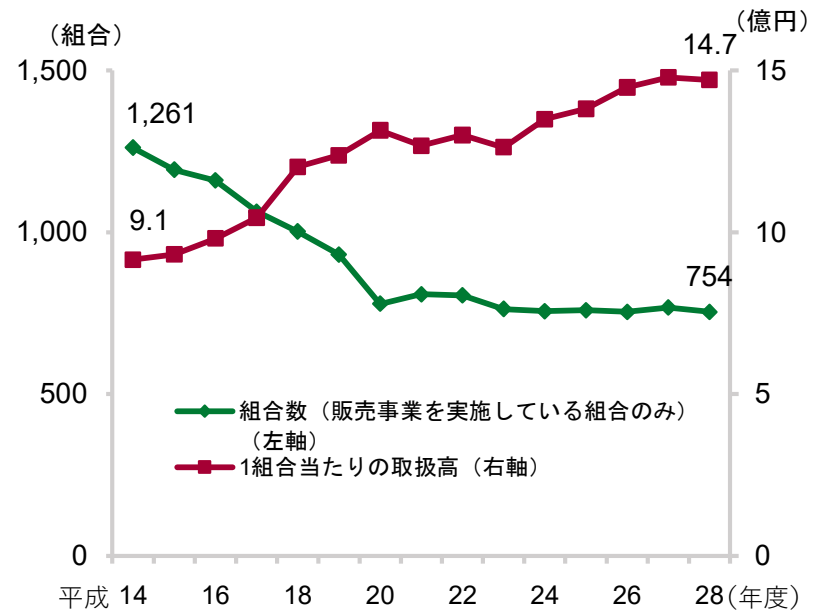
物流コスト削減等の視点から、出荷先である中央卸売市場の選別が行われ、中央卸売市場の集荷競争が厳しさを増していくことが予想される

農業協同組合の組合数と
1組合あたりの取扱高の推移（全国）



(出所) 農林水産省「農業協同組合及び同連合会一斉調査」

漁業協同組合の組合数と
1組合あたりの取扱高の推移（全国）



(出所) 農林水産省「水産業協同組合統計表」

(3) 食品流通を取り巻く社会環境の変化

⑥ 農水産物の輸出・高付加価値化

農林水産業をめぐり新たな国の動向

輸出

- 国は輸出額として2025年に2兆円、2030年に5兆円の達成を目標としている。また、「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」では、輸出重点品目として野菜（かんしょ等）、果樹（りんご、ぶどう、もも、かんきつ）、茶、ぶり、たい等を選定している
- 2022年は農林水産物・食品の輸出額が2021年に引き続き過去最高額を更新しており、品目別で見た場合、卸売市場が取扱う農産物[前年比10.2%増]（例：りんご[187億円]、かんしょ[27億円]等）や水産物[前年比28.5%増]（例：ホタテ貝[911億円]、ぶり[363億円]等）も順調に輸出を伸ばしている
- 卸売市場内での輸出機能の付加により、新たな流通経路の開拓を図る事例もみられる

高付加価値化

- 単年度の6次産業化及び農商工連携の認定事業件数は近年減少傾向にあるが、川上（産地）から川下（小売店・飲食店等）まで通貫した高付加価値化の取り組みが各地で進む
- 静岡県における6次産業事業（総合化事業計画）の累計認定件数は35件で、神奈川県・徳島県とともに全国34位となっている

卸売市場への影響

国の施策方針を踏まえ、卸売市場を経由した集荷・販路拡大等が期待される

農林水産物・食品の輸出額



(出所) 農林水産省「2022年の農林水産物・食品の輸出実績」

輸出手続をワンストップで完結できる成田市場

(事例) 輸出拠点として成田市公設地方卸売市場を開場(千葉県)

千葉県成田市は、令和4(2022)年1月に成田市公設地方卸売市場(以下「成田市場」という。)を開場しました。成田市場は敷地面積が9.3haで成田国際空港に隣接し、青果棟、水産棟のほか、各輸出証明書の交付、検査等の輸出手続を市場内で完結できる高機能物流棟を有しています。輸出手続のワンストップ化により、輸出手続を短縮することが可能となりました。今後は、海外からの訪日外国人旅行者等に向けて我が国の農水産物や食文化を発信する集客施設を整備し、輸出拠点と卸売市場の役割を両立させていきます。



輸出手続をワンストップで完結できる成田市場

資料：千葉県成田市

(出所) 農林水産省「令和3年度 食料・農業・農村白書」

6次産業化に係る認定件数(全国)

計画名	制度開始時の認定件数	累計認定件数
農商工等連携事業計画	177件 (H20)	773件 (H29)
総合化事業計画	709件 (H23)	2,634件 (R5.6)

(出所) 総務省(2019)「農林漁業の6次産業化の推進に関する政策評価 政策評価書」、農林水産省「認定事業の累計概要」

(3) 食品流通を取り巻く社会環境の変化

⑦物流・食料品流通における諸課題

関連する 諸課題 の状況	2024物流問題	<ul style="list-style-type: none"> 働き方改革関連法の施行に伴い、自動車運転業務の労働時間における上限規制が2024年に強化される ドライバー1人当たりの走行可能距離が短縮化し、物流費の値上げや生鮮食料品を含む物流の停滞が見込まれる
	食品の品質管理	<ul style="list-style-type: none"> 食品衛生管理方法であるHACCPが2021年6月に完全義務化され、卸売市場では少なくともその考え方を取れ入れた衛生管理とすることが求められている 食品の安全性に関する判断を行う国民は8割程度であり、食の安全・安心に対する意識が高くなっている



卸売市場への影響 物流業界の規制に伴う食品流通の停滞や川上・川下双方との流通関係の見直し、品質管理が不十分で標準的な消費者ニーズに対応できない施設の淘汰等が予測される

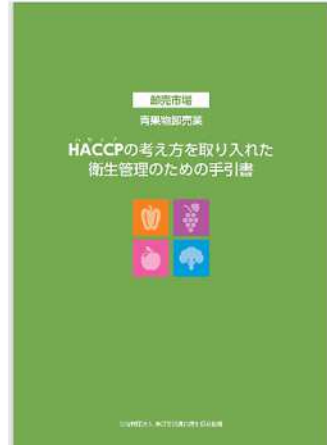
2024年物流問題等による輸送力への影響

HACCPの考え方を取り入れた衛生管理のための手引書【青果物卸売業（卸売市場）】

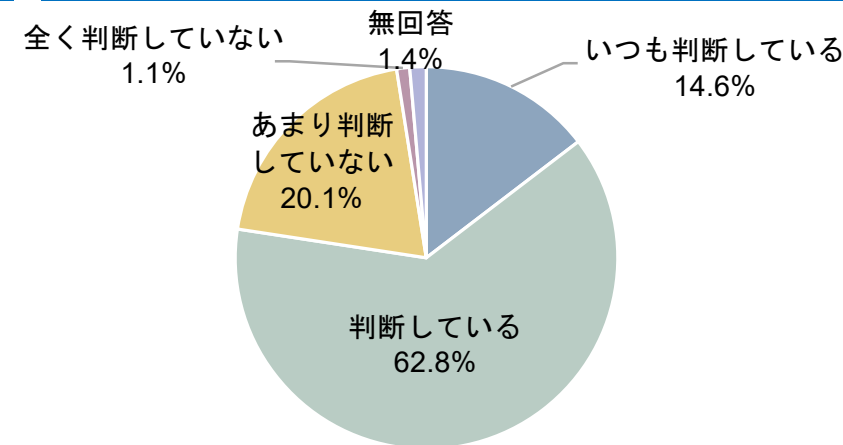
「安全な食生活を送ることについて」に係る判断の傾向



（出所）内閣官房「第2回我が国の物流の革新に関する関係閣僚会議 資料1（令和5年6月）」より抜粋



（出所）公益財団法人食品等流通合理化促進機構「生産者等の食品トレーサビリティに関する意識・意向調査」



（出所）農林水産省「食育に関する意識調査報告書（令和5年3月）」に基づいて作成

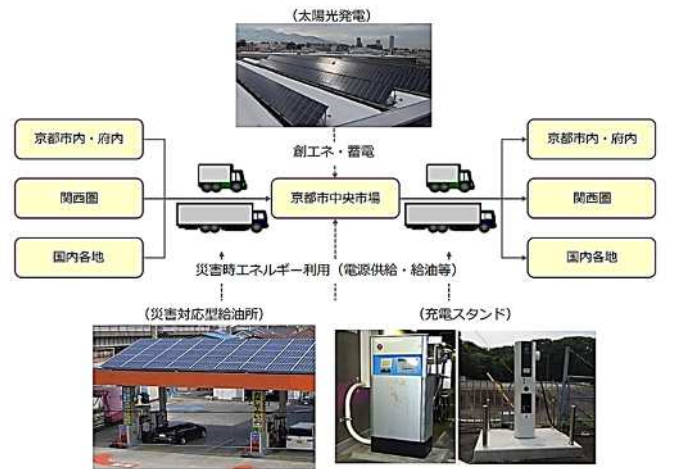
(3) 食品流通を取り巻く社会環境の変化

⑧社会的な重要性が高まる事柄

<p>GX等の環境対応</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ GX（グリーントランスフォーメーション）やCN（カーボンニュートラル）をはじめとし、省エネルギー、資源再利用等に向けた取組等を行う 	<p>SDGs（持続可能な開発目標）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 市場経営計画において、SDGsを考慮し、取組と紐づける市場がある
<p>多様な災害への対応</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 自然災害や感染症等の発生下においても、事業継続性を確保できるような体制構築・対応を行う 	<p>DX（デジタルトランスフォーメーション）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 情報通信技術（ブロックチェーン、IoT、AI等）の活用により、作業効率化や人件費削減等が期待できる

卸売市場への影響 社会的に重要性が高まる様々な課題対応やソリューションについて、物流・食品業界全体と同様に、卸売市場としての対応が今後の市場経営に求められている

京都市中央卸売市場における災害対応・環境負荷低減



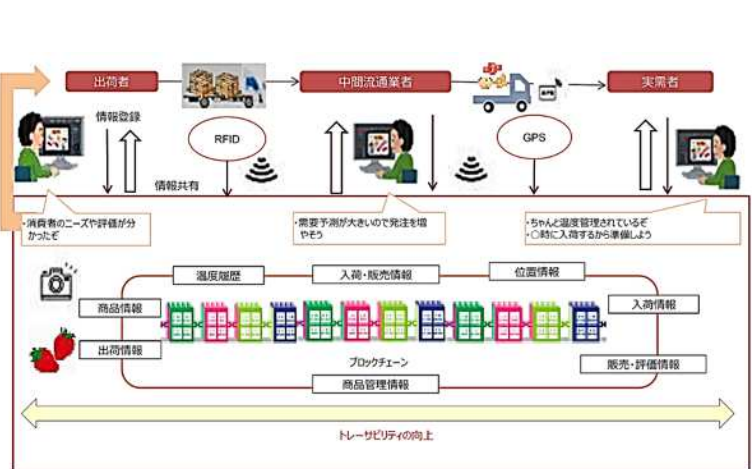
(出所) 京都市「京都市中央卸売市場第一市場マスタープラン（平成28年度版）」

札幌市場が考慮するSDGsにおける目標

<p>4 質の高い教育をみんなに</p>	<p>5 ジェンダー平等を実現しよう</p>	<p>7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに</p>
<p>8 働きがいも経済成長も</p>	<p>9 産業と技術革新の基盤をつくろう</p>	<p>12 つくる責任 つかう責任</p>
<p>14 海の豊かさを守ろう</p>		

(出所) 札幌市中央卸売市場「第2次札幌市中央卸売市場経営活性化プロジェクト2021-2030」

商品・物流情報のデータ連携と共有に係るイメージ（商品管理プラットフォーム）



(出所) 農林水産省「令和元年10月21日食品流通合理化検討会（準備会合） 資料(ウ)商品・物流情報のデータ連携と共有」

(3) 食品流通を取り巻く社会環境の変化

⑨卸売市場に今後要請される視点

<p>市民開放・地域活性化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 既存の取組（市場見学、料理教室等）を更に充実化する ■ 食に関する情報発信・PRを強化する ■ 再整備する場合、交流・観光等の機能を持つ施設設計を行う 	<p>働き手の多様性受容</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 市場内労働者の労働環境の改善を行う ■ 市場内労働者の育児等に配慮した支援に取り組み、働き手の裾野拡大・定着を図る 	<p>BtoBに留まらない新たな取組</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 物流拠点としての機能を、生鮮食料品の流通以外の取組に活用する（社会実験や産学官連携等）
--------------------------	---	-------------------------	--	-------------------------------	---



卸売市場への影響 従来型の卸売市場としての食品流通機能を果たし続けることとともに、市場内外の人・モノにとって更にオープンな環境づくりを通じた施設活性化も今後期待される

和歌山市中央卸売市場
サイクリング拠点、道の駅機能を付加した整備ビジョン



(出所) 和歌山市他「中央卸売市場に隣接した道の駅等の広域観光交流拠点官民連携事業調査 報告書」

京都市中央卸売市場
食文化施設の展示室、料理室・試食室



(出所) 京都市HP

卸売市場内に設置される保育園の例

市場名	開設年	受入人数	種別
広島市中央卸売市場	2011年	70名	認可保育所
横浜市中央卸売市場	2015年	9名	認可保育所
仙台市中央卸売市場	2020年	19名	企業主導型保育園

(出所) 各施設HP等より作成

(3) 食品流通を取り巻く社会環境の変化

【まとめ】各項目の最新状況と卸売市場への影響

社会環境の分類	項目名	最近の状況	卸売市場への影響
卸売市場を取り巻く社会情勢	①食料品需要の減少	■ 人口減少や高齢化により、市内全体としての生鮮食料品需要が低下している	■ 市民向けの流通としては取扱高を伸ばすことが難しくなっている
	②生鮮食料品流通の多様化	■ 消費者ニーズに合わせて、生鮮品の取引形態が従来よりも多様化している	■ 小売店等の発言力の拡大や市場外流通との競争関係が進展している
	③加工品等の消費需要の増加	■ カット野菜等の需要が増加し、生鮮食料品の需要が相対的に減少している	■ 生鮮品流通だけでなく、ニーズへの付加的な対応が求められている
	④川上（産地）における生産力の減少	■ 生産者の高齢化や人手不足により、生鮮品の生産力が減少している	■ 減少する荷を巡り、卸売市場間や市場外流通との競争が生じている
	⑤生産者の大型化	■ 生産者の組織が大型化し、1組織あたりの取扱高が増加傾向にある	■ 取引において生産者が優位となり、卸売市場間での競争が激化している
	⑥農水産物の輸出・高付加価値化	■ 国により、生鮮品の輸出や6次産業化の取組みに係る施策が展開されている	■ 卸売市場を経由した集荷・販路拡大等が期待される
新たな社会潮流	⑦物流・食品流通における諸課題	■ 物流規制の厳格化や食の安全・安心への意識向上等が進んでいる	■ 食品流通の停滞や品質管理が不十分な施設の淘汰等が予測される
	⑧社会的な重要性が高まる事柄	■ 環境負荷への配慮や防災対策、DXを通じた新たな取組み等が重視されている	■ 物流・食品業界全体と同様に、卸売市場としての対応が求められている
	⑨卸売市場に今後要請される視点	■ 卸売市場への地域理解のための施策や働き手の多様化が重視され始めている	■ 従来型の施設機能だけでなく、オープンな環境づくりが求められる

総括	社会情勢関連	需要及び供給の縮小や流通形態の多様化等により、卸売市場間や市場外流通との競争激化が進んでいる ⇒ これまで以上に、各卸売市場単位での市場流通の強化・高付加価値化が求められている
	新規潮流関連	従来型の食品流通が難しくなる可能性や昨今の社会的な問題意識等に由来する各種要請が今後想定される ⇒ 他業界を含めた関連領域での課題・動向を意識したうえで、卸売市場としての対応の拡大が重要となる

(4) 静岡市場の概要

①施設概要

- 開場以来、静岡市内を中心に生鮮食料品を供給してきた
- 主な施設は築46年を経過している

開設者	静岡市		
所在地	静岡市葵区流通センター1番1号		
業務開始	(青果部) 昭和51年2月16日 (水産物部) 昭和51年5月14日		
敷地面積	173,961㎡ (うち平地部129,000㎡)		
主要施設の建築面積	管理棟	711.11	㎡
	関連棟	3,389.98	㎡
	青果棟	24,651.17	㎡
	水産棟	14,047.96	㎡
	冷蔵庫棟	3,478.80	㎡
	水産倉庫棟	149.01	㎡
	青果卸倉庫棟	1,507.22	㎡
	青果仲卸倉庫	520.60	㎡
	青果加工所	535.67	㎡
	包装資材所	372.97	㎡
	守衛所	72.45	㎡
	污水处理場	257.02	㎡
	青果買荷保管所 (駐車場内)	284.76	㎡
	水産配送センター	767.46	㎡
取扱品目	青果、水産物		
市場関係業者数	卸売業者	(青果部) 1社	(水産物部) 2社
	仲卸業者	(青果部) 11社	(水産物部) 13社
	売買参加者	(青果部) 195人	(水産物部) 219人
	買出人	(青果部) 107人	(水産物部) 285人
	関連事業者	(第1種) 18社	(第2種) 6社

R5.4.1現在

(4) 静岡市場の概要

②立地環境

- 静岡市場は新東名新静岡ICより約10分、東名清水ICより約15分と高規格道路へのアクセス性に優れ、関東・関西・甲信等への速達性を有する立地である
- 周辺地域には物流団地である静岡流通センターや治水・交流機能を有する麻機遊水地があり、地域一帯としてそれぞれの施設機能との連携可能性が期待される



(5) 静岡市場の現状課題、動向

① 静岡市場の取扱量・取扱額及び取扱額の市場間比較

静岡市場の取扱量・取扱高の動向

- 国全体の傾向と同様に、静岡市場の取扱量・取扱額は2012年以降も以前に引き続き減少が続いている
- 部門別にみた場合、2012年比での取扱額について青果部は5割減、水産物部は2割減となっている

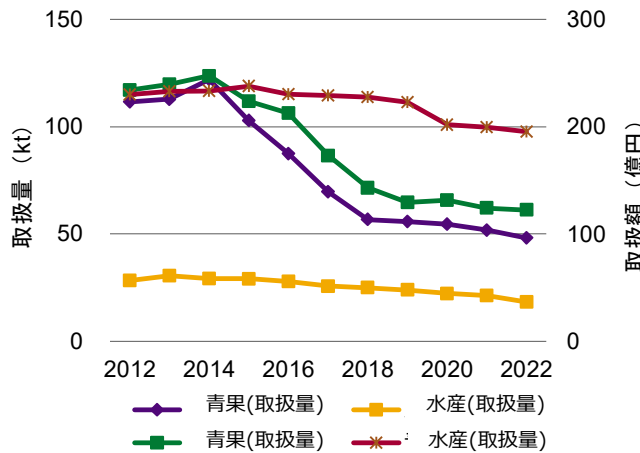
取扱高の市場間比較

- 青果部の人口一人当たりの取扱額は、他都市の中央卸売市場と比べて相対的に規模が小さく、2016年から2018年にかけての減少幅が大きい
- 水産物部の人口一人当たりの取扱額は、他市場と比較して相対的に規模が大きい
- 2018年以降で見た場合、青果・水産とも静岡市場は他市場と同程度の変化率（ほぼ横ばい）で推移している

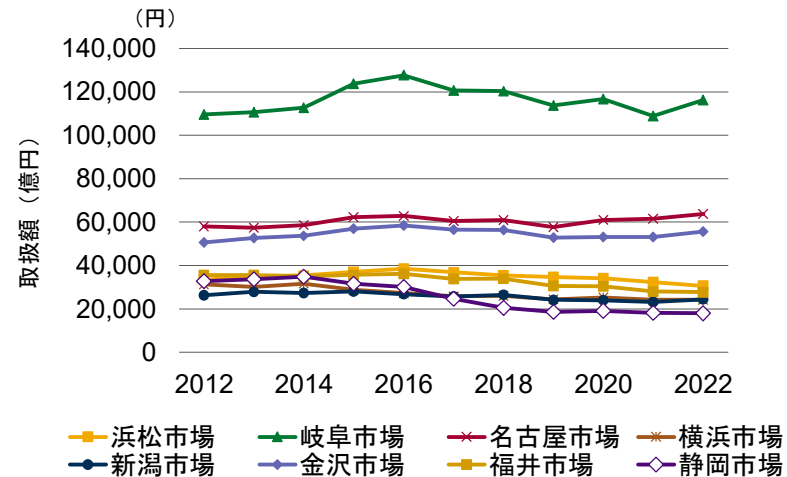
静岡市場の課題等

静岡市場の取扱量及び取扱額はともに減少傾向にあるが、部門により1人当たり取扱額や変化率に差がみられる状況である
 ⇒ 近年は、青果・水産とも他都市と同様に概ね横ばいの水準となっており、他市場の推移動向から今後大きく乖離しないことがまずは求められる

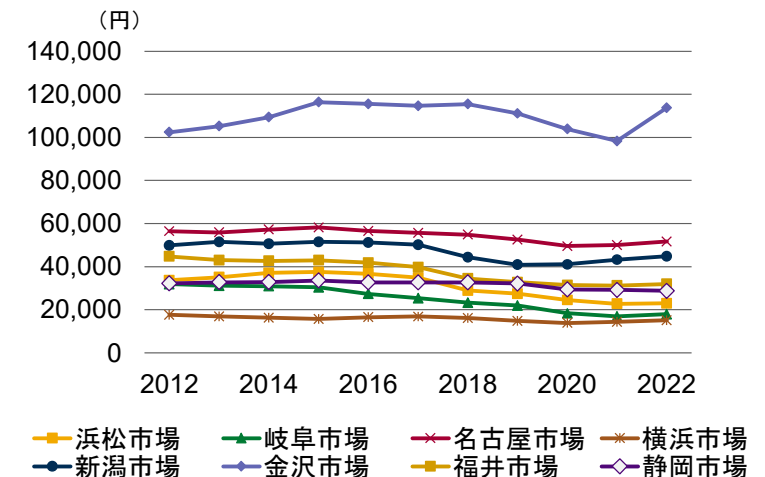
静岡市場における取扱量・取扱額の動向



他都市中央卸売市場の青果部人口一人当たりの取扱額



他都市中央卸売市場の水産部人口一人当たりの取扱額



(出所) いずれも各市場の市場年報、住民基本台帳等より作成

(5) 静岡市場の現状課題、動向

② 近隣の中央卸売市場の平均価格の推移

平均価格の市場間比較

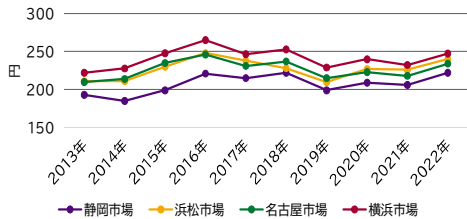
- 近隣の中央卸売市場と比較すると、青果部において、静岡市場における「野菜」の平均価格は低く、「果実」及び「加工品・その他」の平均価格は高めとなっている
- 水産物部においては、「加工品・その他」の平均価格が低くなっているが、「鮮魚」や「冷凍」の平均価格は中位の水準となっている

静岡市場の課題等

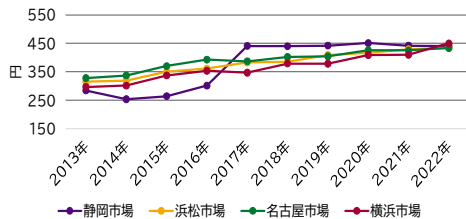
部門別の平均価格は高い水準とはいえないが、卸売市場が取り扱う商品の主要な品目のうち、商品によっては他市場より平均価格が高いものもあり、高付加価値化による集荷力・販売力の強化につながる余地があると考えられる

近隣の中央卸売市場における各部門の平均価格

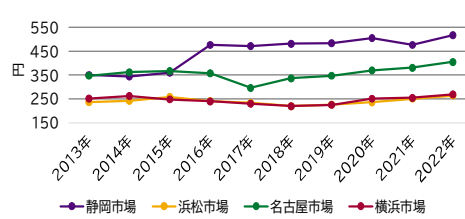
近隣中央卸売市場青果部の野菜の平均価格



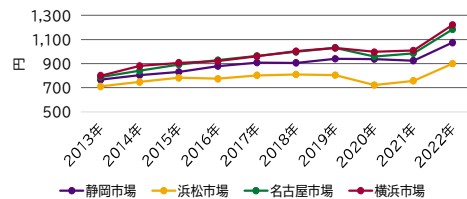
近隣中央卸売市場青果部の果実の平均価格



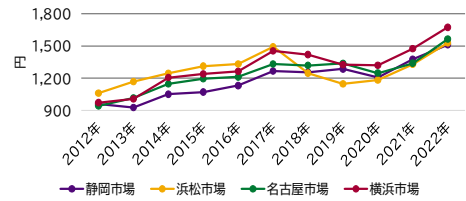
近隣中央卸売市場青果部の加工品・その他の平均価格



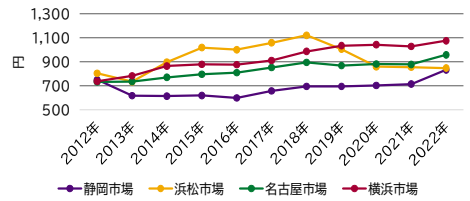
近隣中央卸売市場水産物部の鮮魚の平均価格



近隣中央卸売市場水産物部の冷凍の平均価格

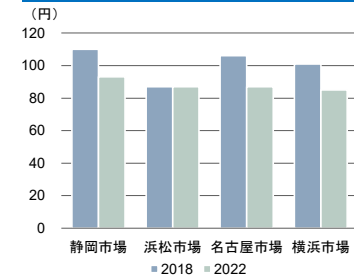


近隣中央卸売市場水産物部の加工品・その他の平均価格

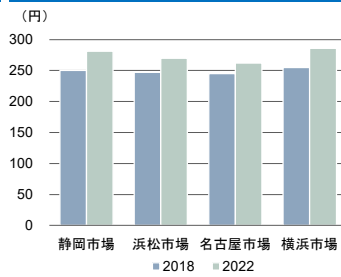


(参考) 主要品目の平均価格 (2時点比較)

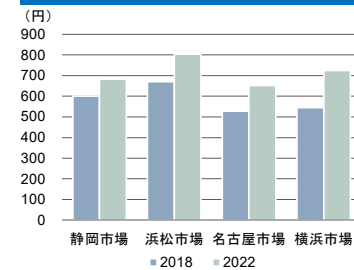
キャベツ (野菜)



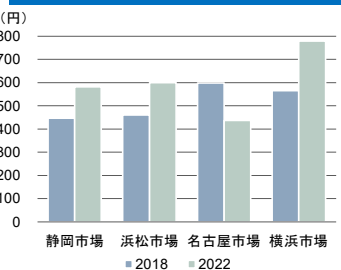
早生温州みかん (果実)



まぐろ (生鮮水産物)



さば (冷凍水産物)



(注)品目は、静岡市場年報(R4)において取扱量が上位4位以内、かつ、他市場においても上位の品目より抽出

(出所)いずれも各市場令和4年度年報より作成

(5) 静岡市場の現状課題、動向

③ 静岡県産品の取扱量・取扱高における動向等

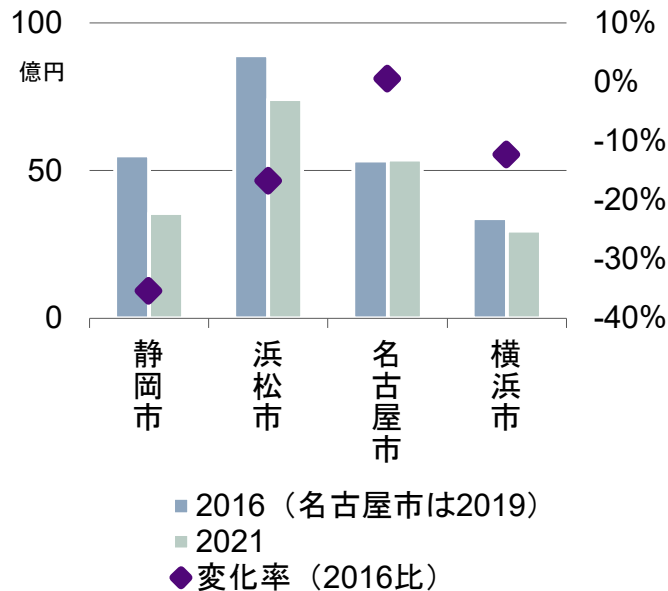
静岡県産品の取扱における市場間比較

- 静岡県の産地と近接する中央卸売市場における静岡県産の取扱高を比較した場合、静岡市場は青果物の取扱規模が小さく、2021年時点で浜松市・名古屋市より少ない水準である
- 静岡県産の水産物については、静岡市場は相対的に多く取り扱っているが、名古屋市より少なくなっている
- 青果物については、県東部を中心として規模が一定以上（静岡市場の取扱高の1割以上）の地方卸売市場が複数存在し、県産品の取扱い上で競合関係となっている可能性が考えられる

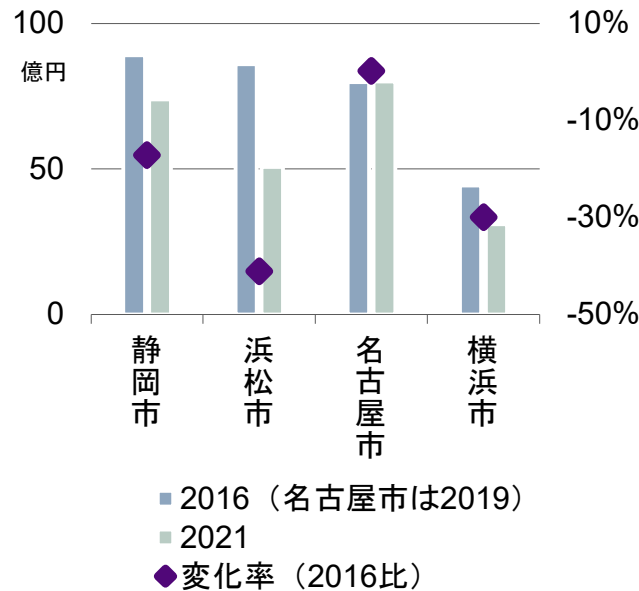
静岡市場の課題等

静岡県産の荷について、近隣市場（県内外）との競合関係により多く集荷できている状況ではないため、今後の拡大余地が考えられる

静岡県産青果物の取扱高の動向



静岡県産水産物の取扱高の動向



取扱高1,000百万円以上の県内の地方卸売市場（青果）

所在地	市場名	R3取扱高
三島市	三島青果市場	5,912百万円
沼津市	沼津中央青果	9,565百万円
富士市	岳南富士	1,757百万円
牧之原市	相良青果市場	1,340百万円

県内青果市場における品目別の入荷金額割合（中央・地方別）

品目	市場分類	R3県内産の入荷割合(※2)	R3県外産の入荷割合(※3)
野菜	中央卸売市場	27.7%	72.3%
	地方卸売市場	40.7%	59.3%
果実	中央卸売市場	43.5%	56.5%
	地方卸売市場	47.3%	52.7%

(※2) 各市場分類のR3入荷額に占める県内産の割合
 (※3) 各市場分類のR3入荷額に占める県外産の割合
 (出所) 静岡県「静岡県卸売市場関係資料（令和3年度青果・花き編）」より作成 *上記2点とも

(※1) データ入手の都合上、名古屋市のデータはいずれも2019年の数値を参照している
 (出所) 各市場HP等より作成

(5) 静岡市場の現状課題、動向

④施設の老朽化、機能面での課題

施設の老朽化	<ul style="list-style-type: none"> ■ 主な施設は築46年を経過しており、建物及び設備の老朽化が著しい ■ 冷凍機の仕様が古く、フロンガス規制に対応しておらず、近い将来に使用不能となる恐れがある
機能・配置上の課題	<ul style="list-style-type: none"> ■ 物流機能（保管・梱包・加工）の不足により、新規取引先等の要望に応えることができていない ■ 屋根付き荷捌き場が狭いため、雨天時は積み込む際に商品が濡れやすい ■ 開放型の施設であること、売場から倉庫・冷蔵庫等への動線が長いことから、コールドチェーン（温度管理）が途切れる個所あり

静岡市場の課題 施設老朽化等により、最新の品質管理水準や物流作業のフローに対応した施設機能を有することができていない



屋外での作業環境



コールドチェーンが途切れる



天井からの雨漏り
(コンクリートの亀裂)



外部から小動物の侵入による商品の汚損



冷蔵庫や保管施設までの動線が長く、雨天時は商品が濡れる

(5) 静岡市場の現状課題、動向

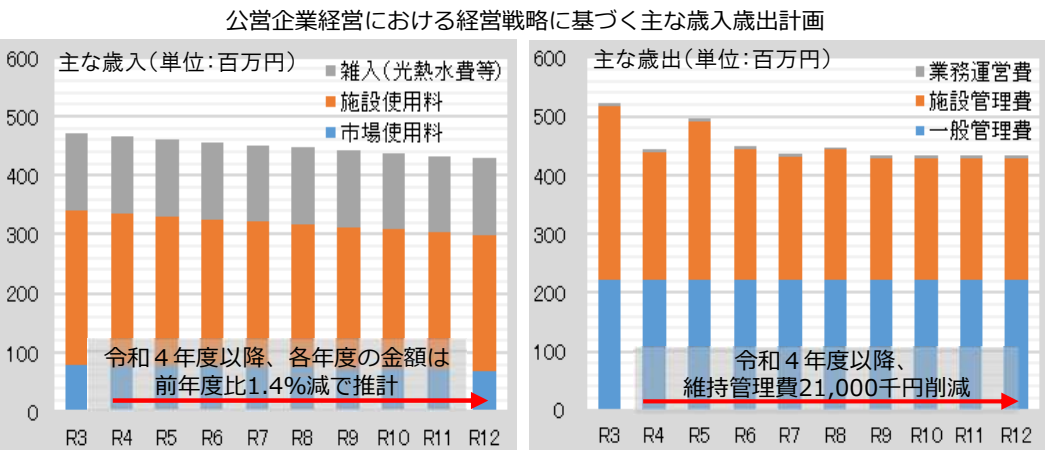
⑤ 開設者・場内事業者の収支状況

市場開設者の経営状況	<ul style="list-style-type: none"> ■ 市場開設者の歳入は年々減少傾向にあり、取扱数量等の動向に比例するため、使用料収入等の飛躍的な増加を期待することは難しい ■ 施設の老朽化に伴い、歳出においては維持管理費等の増加が予測されている
場内事業者の経営状況	<ul style="list-style-type: none"> ■ 卸売業者は比較的安定した経営ができているものの、3期連続で経常利益のマイナスを計上する仲卸事業者が複数存在するなど、静岡市場における事業者の経営状況は厳しい部分がある ■ 取扱金額・取扱数量等の減少が続く限り、売上を高めることが構造的に困難な状況にある



静岡市場の課題 高度な衛生管理等に対して、開設者による施設修繕や場内事業者による円滑な対応のため、現状の経営状況や取組方法の改善等が求められる

市場開設者の経営状況



(出所) 静岡市

卸売市場を構成する仲卸事業者の経営状況

令和4年度 仲卸経営診断業務委託に基づく「仲卸事業者の財務分析」結果

青果部

・経常利益 (3期連続損失)	0 / 11社
・流動比率 (100%未満)	3 / 11社
・自己資本比率 (10%未満)	4 / 11社
・総合評価	B 5 / 11社 C 4 / 11社 D 1 / 11社 E 1 / 11社

水産物部

・経常利益 (3期連続損失)	3 / 13社
・流動比率 (100%未満)	4 / 13社
・自己資本比率 (10%未満)	5 / 13社
・総合評価	B 1 / 13社 C 5 / 13社 D 7 / 13社

(出所) 静岡市

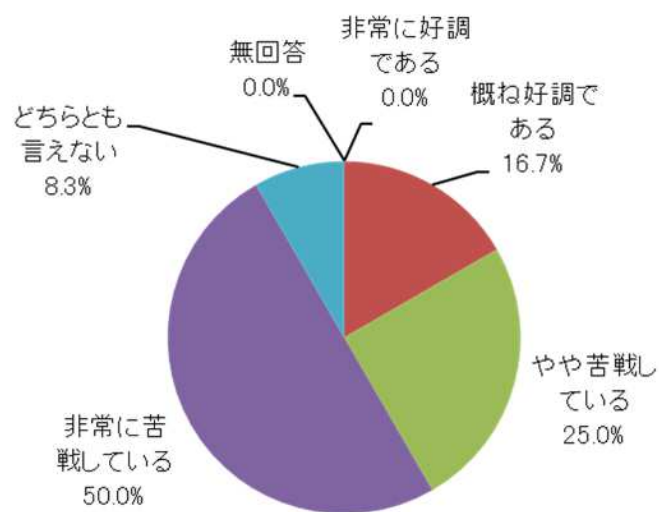
(5) 静岡市場の現状課題、動向

⑥場内外からの意見・要望（アンケート等結果）

水産物部（卸売業者・仲卸業者）

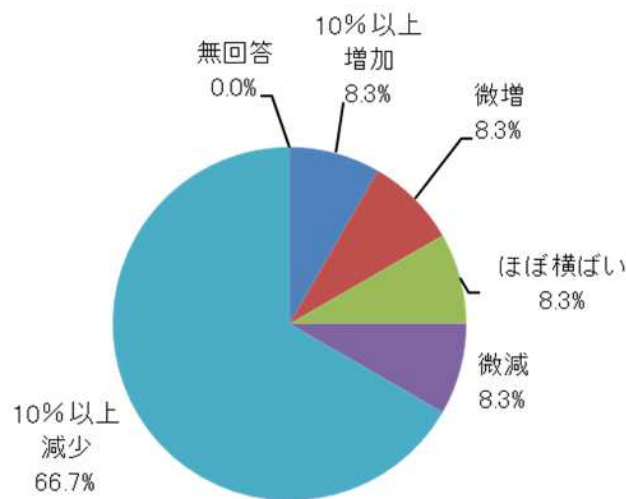
Q. 貴社の現在の経営状況について

	回答数	比率
非常に好調である	0	0.0%
概ね好調である	2	16.7%
やや苦戦している	3	25.0%
非常に苦戦している	6	50.0%
どちらとも言えない	1	8.3%
無回答	0	0.0%
合計	12	100.0%
n	12	



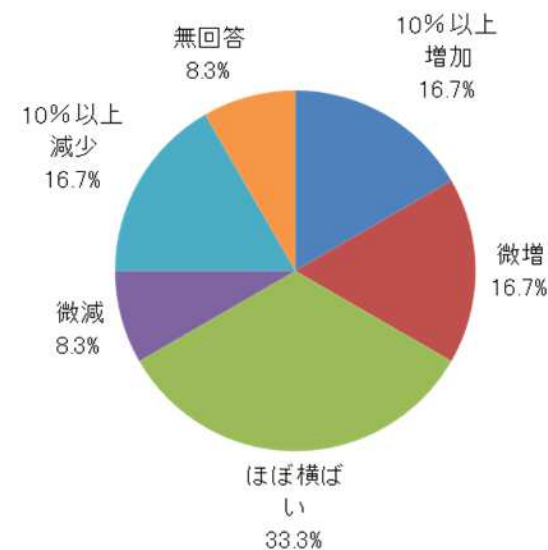
Q. 貴社の売上高について
【5年前との比較】

	回答数	比率
10%以上増加	1	8.3%
微増	1	8.3%
ほぼ横ばい	1	8.3%
微減	1	8.3%
10%以上減少	8	66.7%
無回答	0	0.0%
合計	12	100.0%
n	12	



Q. 現在と比較して、5年後の売上高の見込みについて

	回答数	比率
10%以上増加	2	16.7%
微増	2	16.7%
ほぼ横ばい	4	33.3%
微減	1	8.3%
10%以上減少	2	16.7%
無回答	1	8.3%
合計	12	100.0%
n	12	



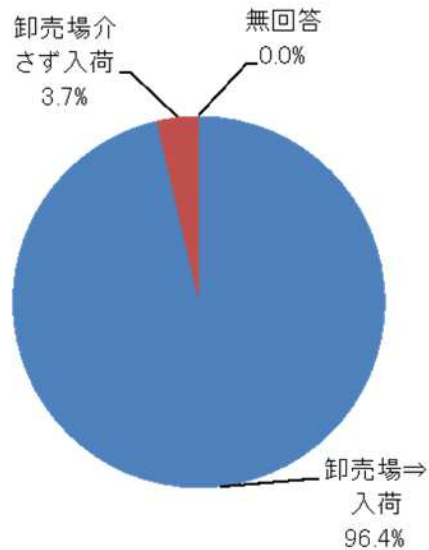
(5) 静岡市場の現状課題、動向

⑥場内外からの意見・要望（アンケート等結果）

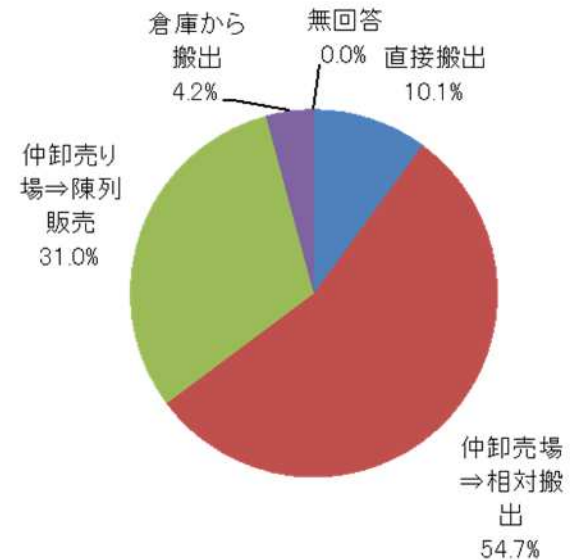
水産物部（卸売業者・仲卸業者）

Q. 仲卸の市場内物流（入庫・出庫）について

	割合合計(%)	比率
卸売場⇒入荷	963.5	96.4%
卸売場介さず入荷	36.5	3.7%
無回答	0	0.0%
合計	1000	100.0%
n	12	



	割合合計(%)	比率
直接搬出	101	10.1%
仲卸売場⇒相対搬出	547	54.7%
仲卸売り場⇒陳列販売	310	31.0%
倉庫から搬出	42	4.2%
無回答	0	0.0%
合計	1000	100.0%
n	12	



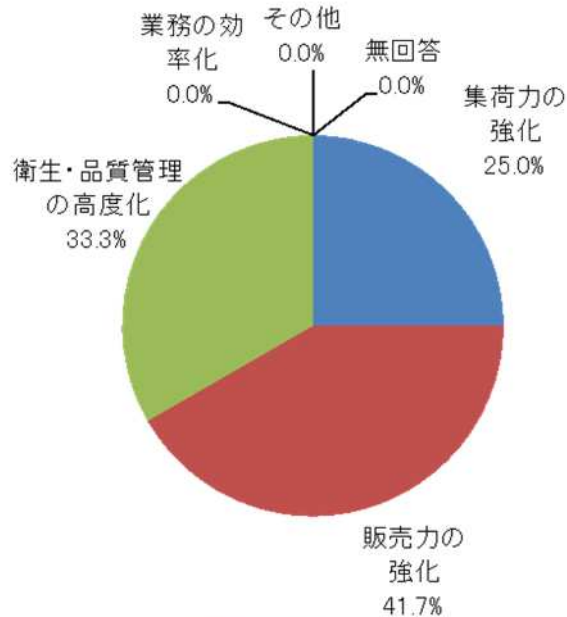
(5) 静岡市場の現状課題、動向

⑥場内外からの意見・要望（アンケート等結果）

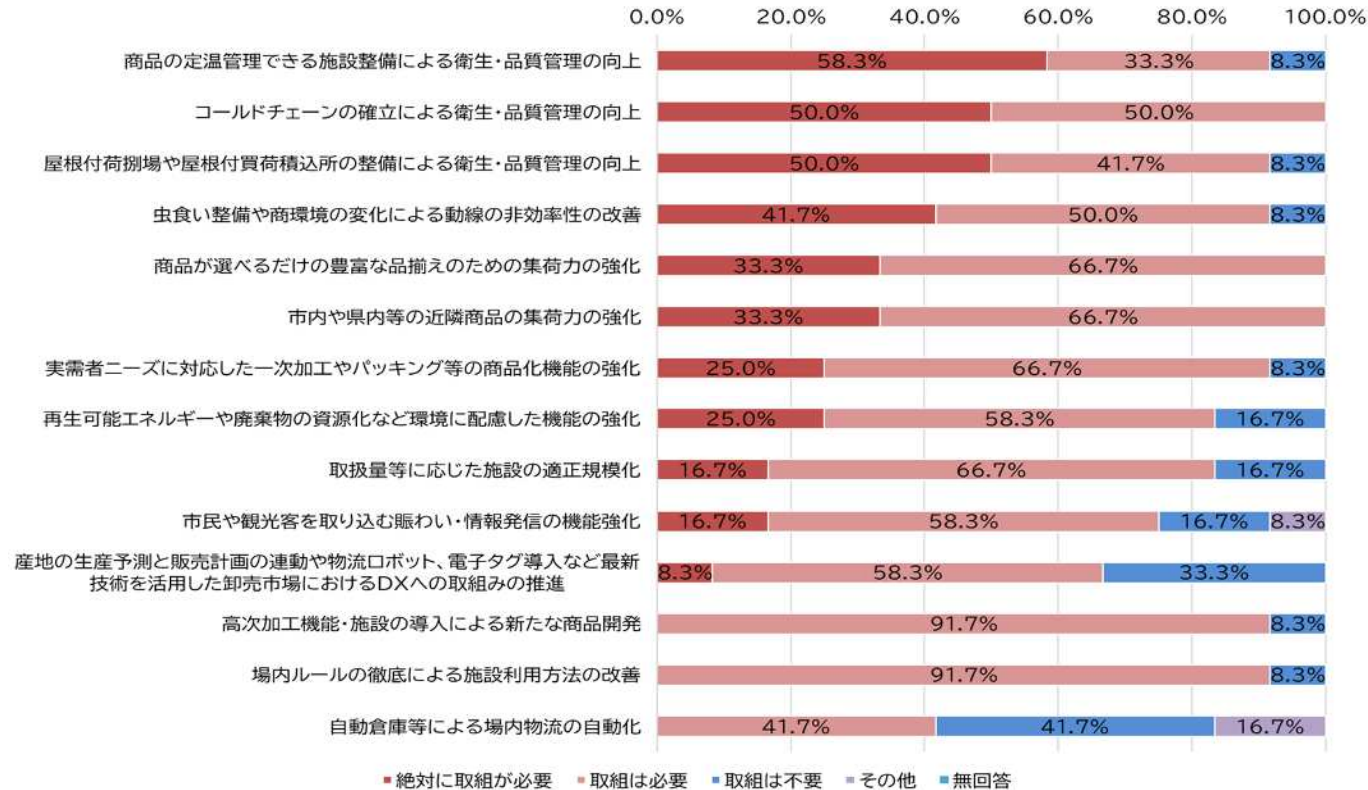
水産物部（卸売業者・仲卸業者）

Q. 本市場の取扱高を維持していく上での、喫緊の課題について

	回答数	比率
集荷力の強化	3	25.0%
販売力の強化	5	41.7%
衛生・品質管理の高度化	4	33.3%
業務の効率化	0	0.0%
その他	0	0.0%
無回答	0	0.0%
合計	12	100.0%
n	12	



Q. 静岡市場の将来像について（静岡市場に必要な取組について）



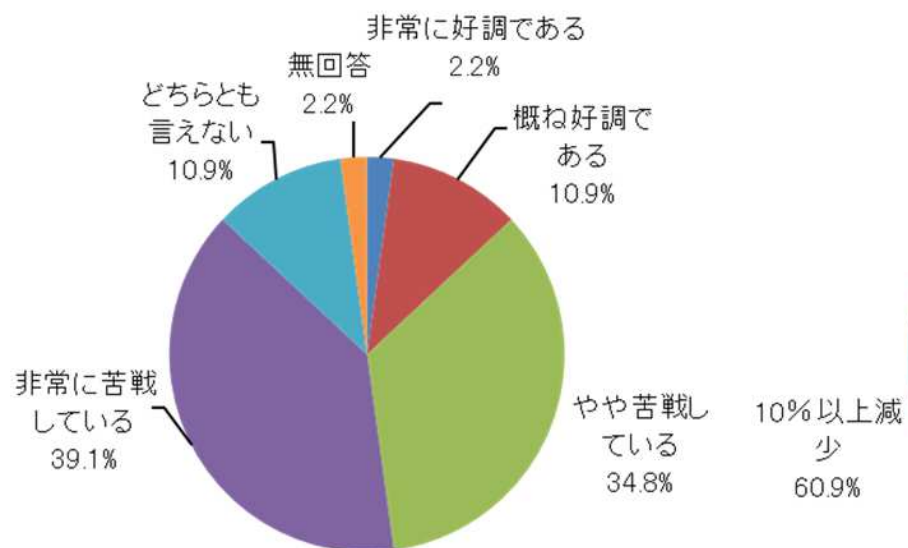
(5) 静岡市場の現状課題、動向

⑥場内外からの意見・要望（アンケート等結果）

水産物部（売買参加者）

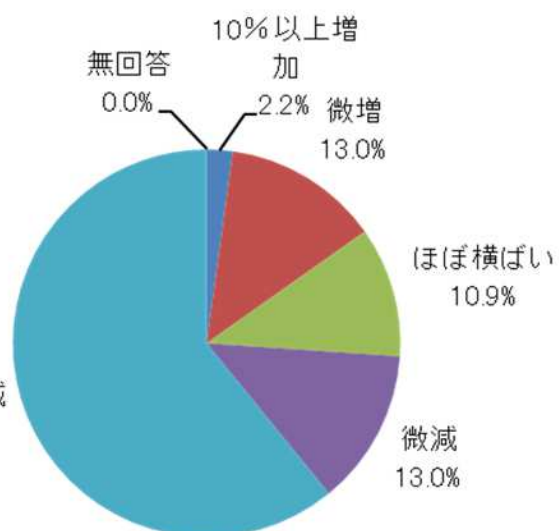
Q. 貴社の現在の経営状況について

	回答数	比率
非常に好調である	1	2.2%
概ね好調である	5	10.9%
やや苦戦している	16	34.8%
非常に苦戦している	18	39.1%
どちらとも言えない	5	10.9%
無回答	1	2.2%
合計	46	100.0%
n	46	



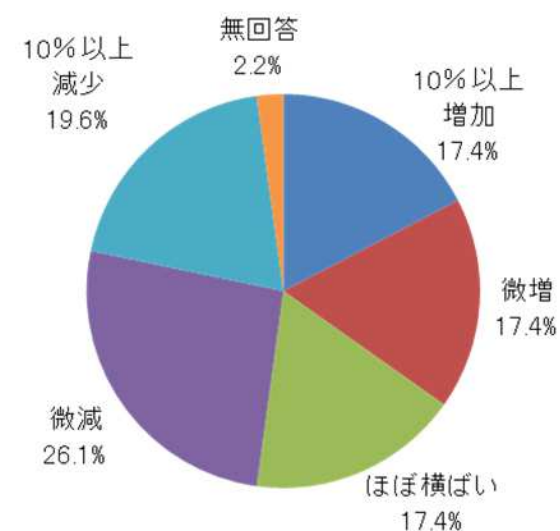
Q. 貴社の売上高について
【5年前との比較】

	回答数	比率
10%以上増加	1	2.2%
微増	6	13.0%
ほぼ横ばい	5	10.9%
微減	6	13.0%
10%以上減少	28	60.9%
無回答	0	0.0%
合計	46	100.0%
n	46	



Q. 現在と比較して、5年後の売上高の見込みについて

	回答数	比率
10%以上増加	8	17.4%
微増	8	17.4%
ほぼ横ばい	8	17.4%
微減	12	26.1%
10%以上減少	9	19.6%
無回答	1	2.2%
合計	46	100.0%
n	46	



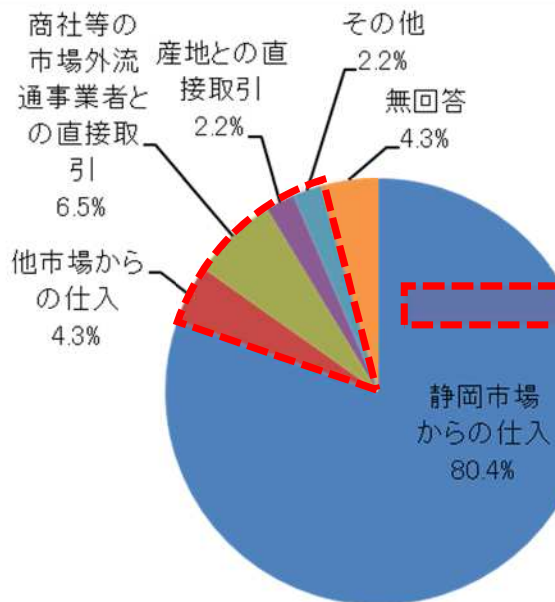
(5) 静岡市場の現状課題、動向

⑥場内外からの意見・要望（アンケート等結果）

水産物部（売買参加者）

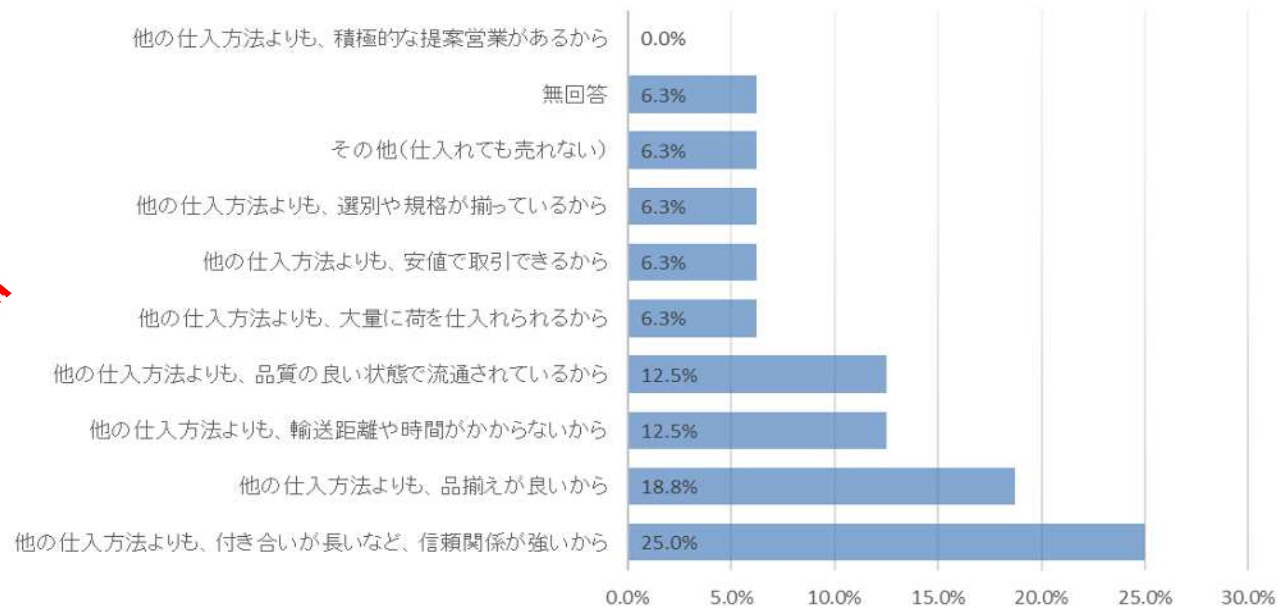
Q. 年間仕入額が最も多い仕入方法について

	回答数	比率
静岡市場からの仕入	37	80.4%
他市場からの仕入	2	4.3%
商社等の市場外流通事業者との直接取引	3	6.5%
産地との直接取引	1	2.2%
その他	1	2.2%
無回答	2	4.3%
合計	46	100.0%
n	46	



Q. 年間仕入額が最も多い仕入方法が扱われている理由（複数回答）
※「静岡市場からの仕入」以外を選択した売買参加者7社を抽出

	回答数	比率
他の仕入方法よりも、付き合いが長いなど、信頼関係が強いから	4	25.0%
他の仕入方法よりも、品揃えが良いから	3	18.8%
他の仕入方法よりも、輸送距離や時間がかからないから	2	12.5%
他の仕入方法よりも、品質の良い状態で流通されているから	2	12.5%
他の仕入方法よりも、大量に荷を仕入れられるから	1	6.3%
他の仕入方法よりも、安値で取引できるから	1	6.3%
他の仕入方法よりも、選別や規格が揃っているから	1	6.3%
その他(仕入れても売れない)	1	6.3%
無回答	1	6.3%
他の仕入方法よりも、積極的な提案営業があるから	0	0.0%



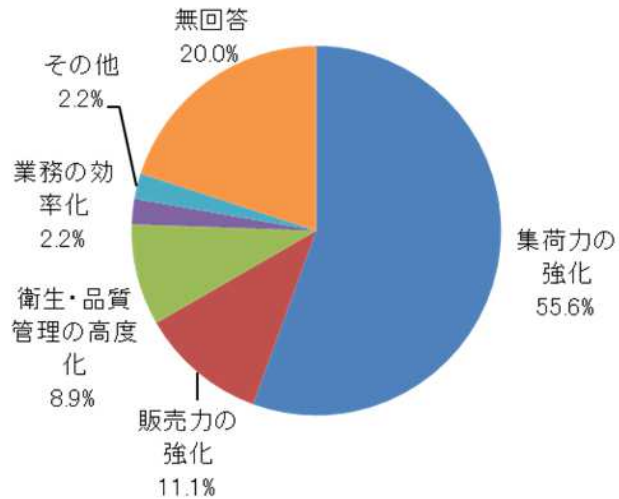
(5) 静岡市場の現状課題、動向

⑥場内外からの意見・要望（アンケート等結果）

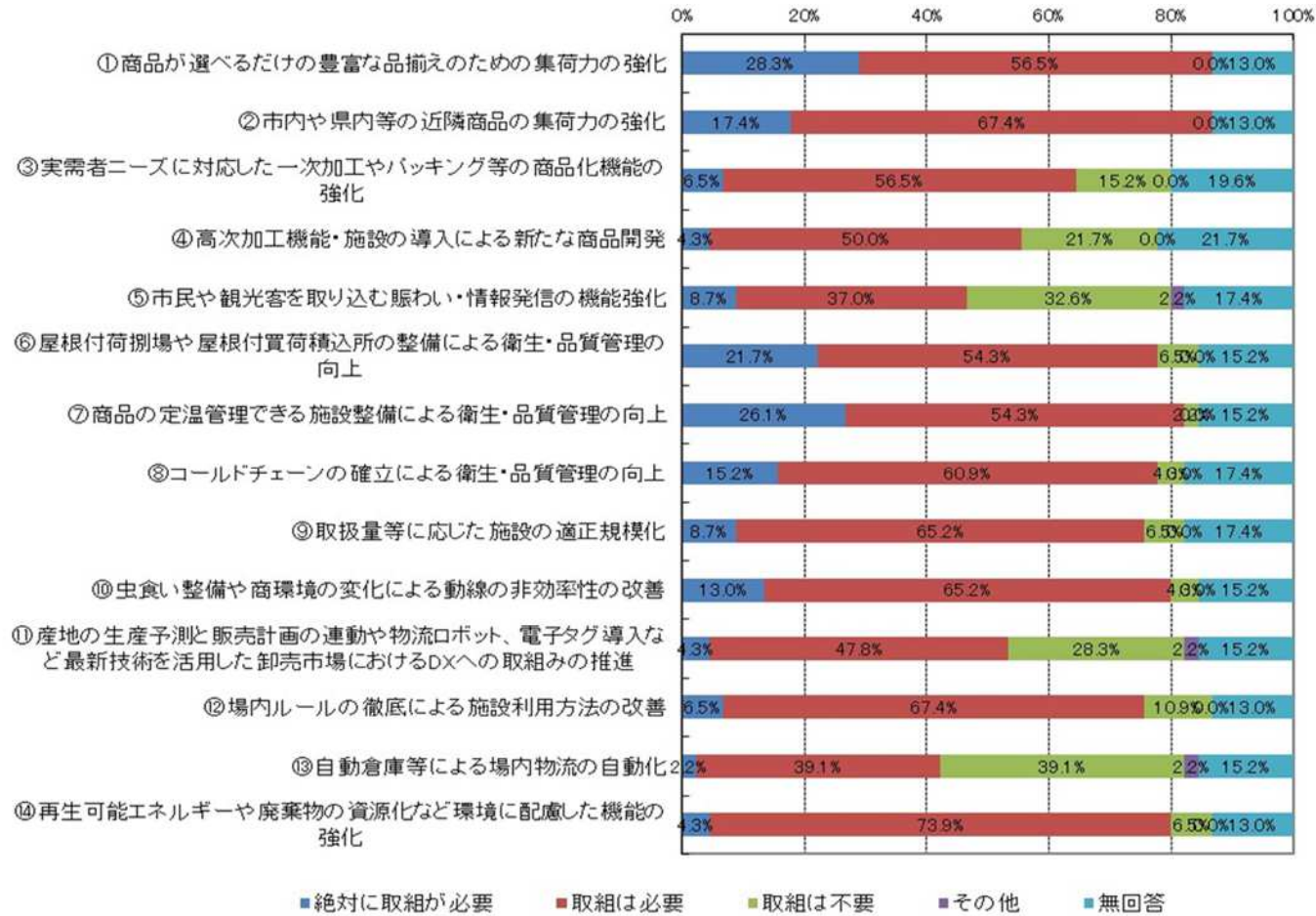
水産物部（売買参加者）

Q. 本市場の取扱高を維持していく上での、喫緊の課題について

	回答数	比率
集荷力の強化	25	55.6%
販売力の強化	5	11.1%
衛生・品質管理の高度化	4	8.9%
業務の効率化	1	2.2%
その他	1	2.2%
無回答	9	20.0%
合計	45	100.0%
n	45	



Q. 静岡市場の将来像について（静岡市場に必要な取組について）



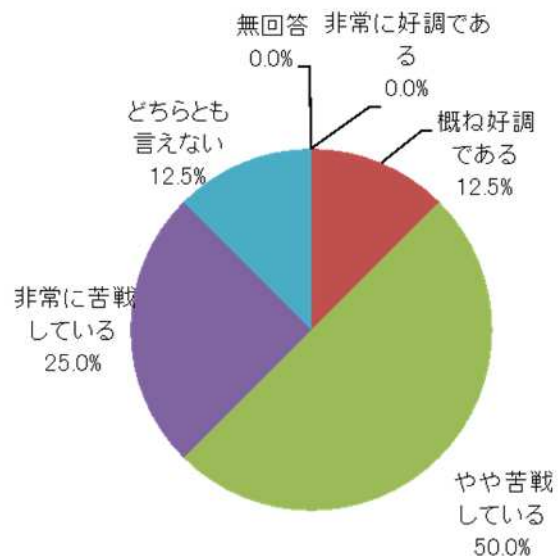
(5) 静岡市場の現状課題、動向

⑥場内外からの意見・要望（アンケート等結果）

青果部（卸売業者・仲卸業者）

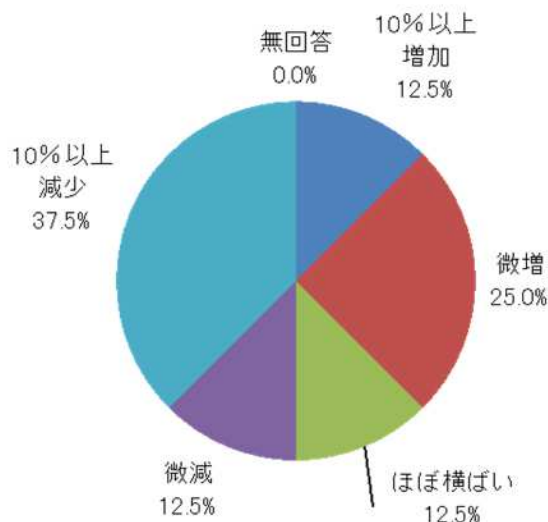
Q. 貴社の現在の経営状況について

	回答数	比率
非常に好調である	0	0.0%
概ね好調である	1	12.5%
やや苦戦している	4	50.0%
非常に苦戦している	2	25.0%
どちらとも言えない	1	12.5%
無回答	0	0.0%
合計	8	100.0%
n	8	



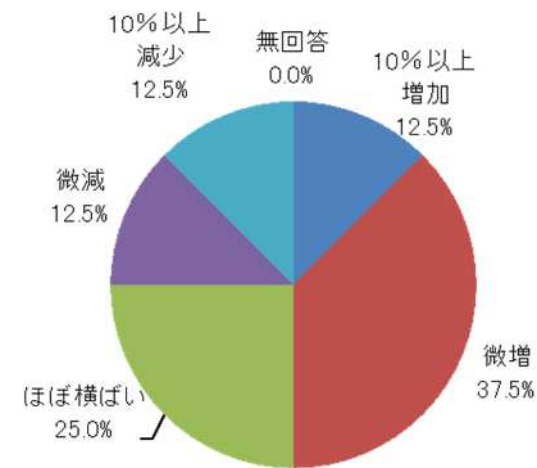
Q. 貴社の売上高について
【5年前との比較】

	回答数	比率
10%以上増加	1	12.5%
微増	2	25.0%
ほぼ横ばい	1	12.5%
微減	1	12.5%
10%以上減少	3	37.5%
無回答	0	0.0%
合計	8	100.0%
n	8	



Q. 現在と比較して、5年後の売上高の見込みについて

	回答数	比率
10%以上増加	1	12.5%
微増	3	37.5%
ほぼ横ばい	2	25.0%
微減	1	12.5%
10%以上減少	1	12.5%
無回答	0	0.0%
合計	8	100.0%
n	8	



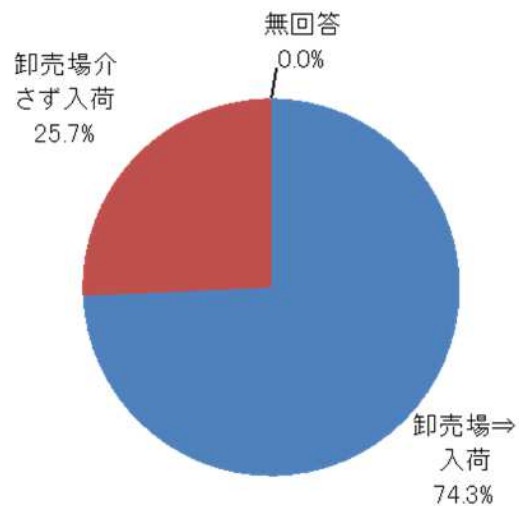
(5) 静岡市場の現状課題、動向

⑥場内外からの意見・要望（アンケート等結果）

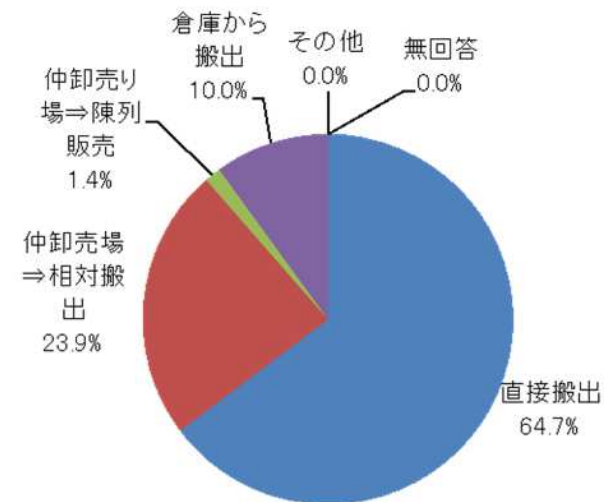
青果部（卸売業者・仲卸業者）

Q. 仲卸の市場内物流（入庫・出庫）について

	割合合計(%)	比率
卸売場⇒入荷	520	74.3%
卸売場介さず入荷	180	25.7%
無回答	0	0.0%
合計	700	100.0%
n	8	



	割合合計(%)	比率
直接搬出	453	64.7%
仲卸売場⇒相対搬出	167	23.9%
仲卸売り場⇒陳列販売	10	1.4%
倉庫から搬出	70	10.0%
その他	0	0.0%
無回答	0	0.0%
合計	700	100.0%
n	8	



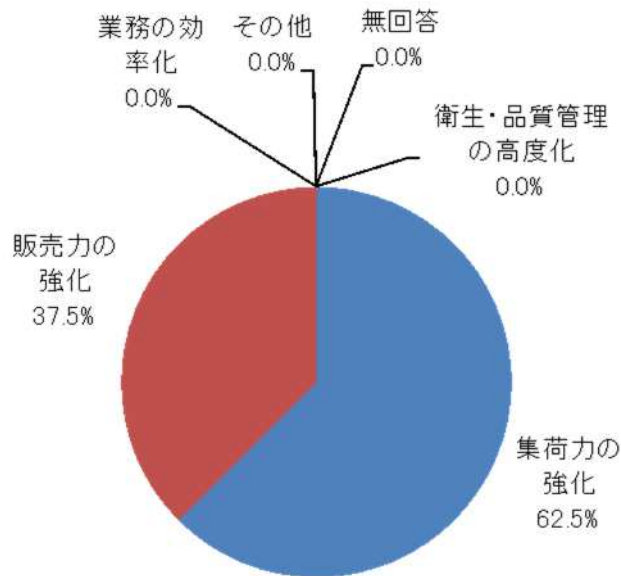
(5) 静岡市場の現状課題、動向

⑥場内外からの意見・要望（アンケート等結果）

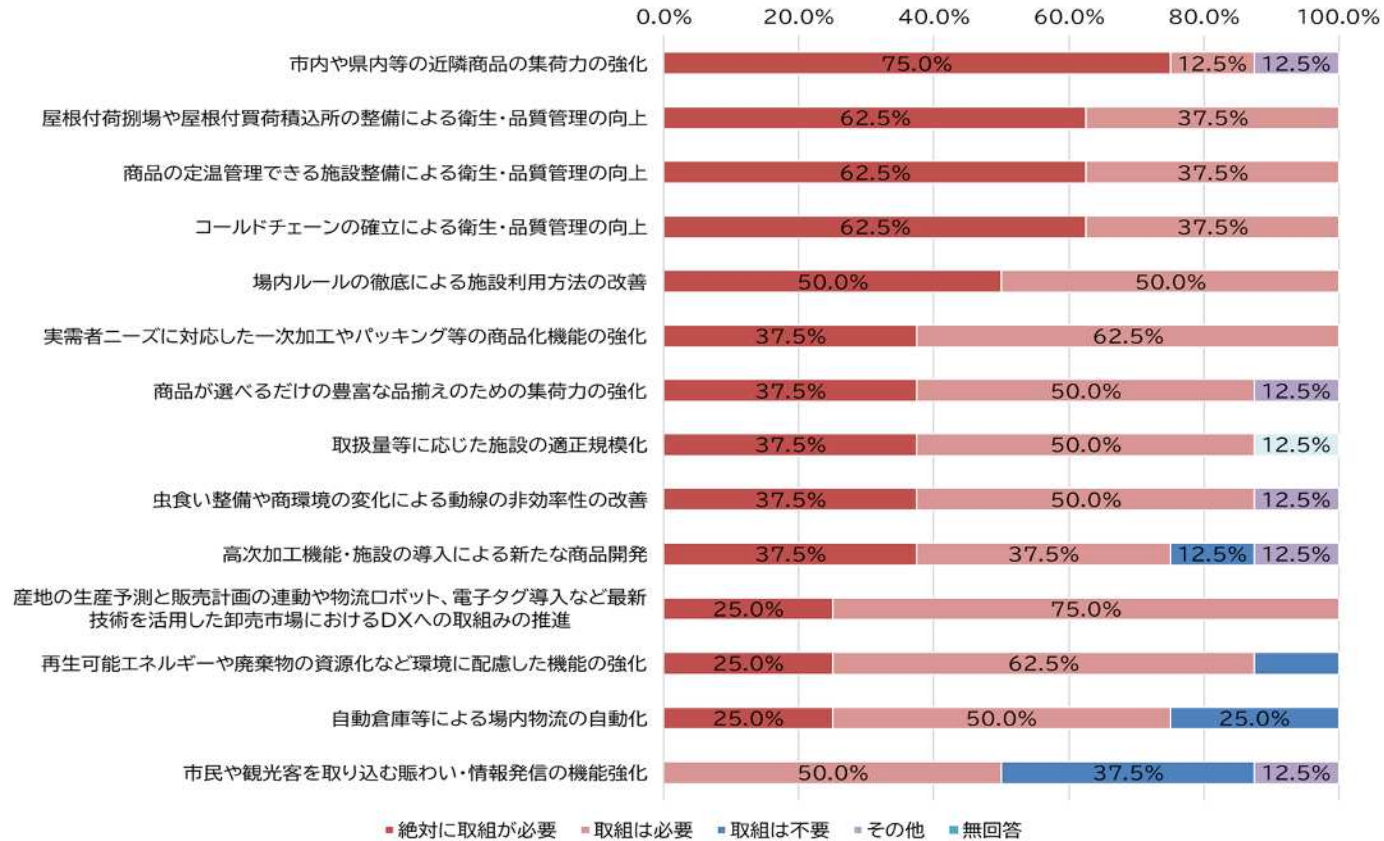
青果部（卸売業者・仲卸業者）

Q. 本市場の取扱高を維持していく上での、喫緊の課題について

	回答数	比率
集荷力の強化	5	62.5%
販売力の強化	3	37.5%
衛生・品質管理の高度化	0	0.0%
業務の効率化	0	0.0%
その他	0	0.0%
無回答	0	0.0%
合計	8	100.0%
n	8	



Q. 静岡市場の将来像について（静岡市場に必要な取組について）



(5) 静岡市場の現状課題、動向

⑥場内外からの意見・要望 (アンケート等結果)

青果部 (売買参加者)

Q. 貴社の現在の経営状況について

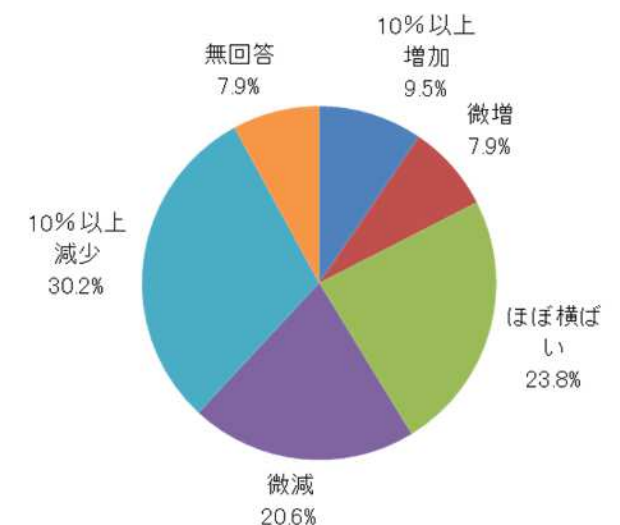
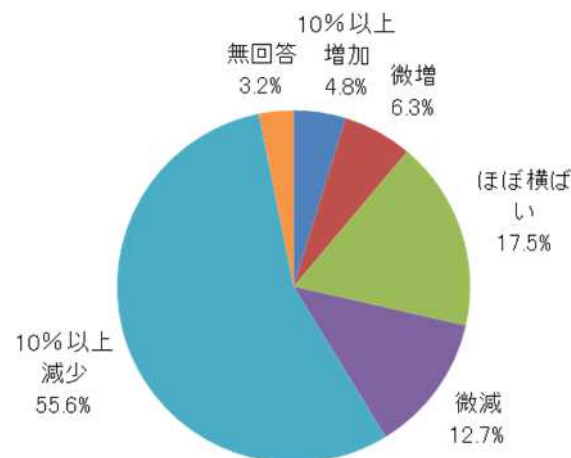
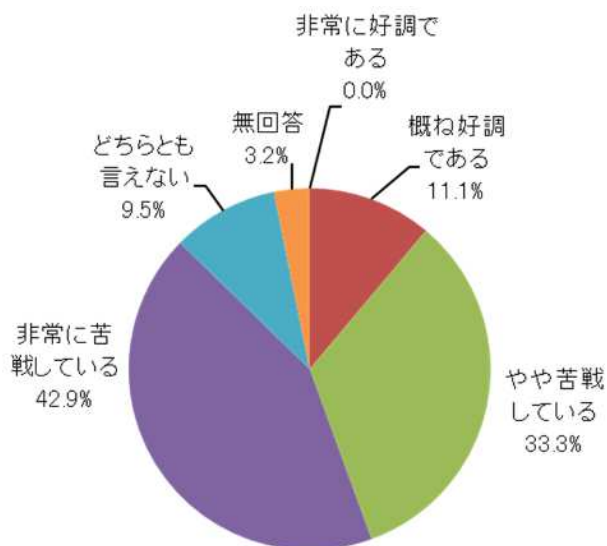
Q. 貴社の売上高について
【5年前との比較】

Q. 現在と比較して、5年後の売上高の見込みについて

	回答数	比率
非常に好調である	0	0.0%
概ね好調である	7	11.1%
やや苦戦している	21	33.3%
非常に苦戦している	27	42.9%
どちらとも言えない	6	9.5%
無回答	2	3.2%
合計	63	100.0%
n	63	

	回答数	比率
10%以上増加	3	4.8%
微増	4	6.3%
ほぼ横ばい	11	17.5%
微減	8	12.7%
10%以上減少	35	55.6%
無回答	2	3.2%
合計	63	100.0%
n	63	

	回答数	比率
10%以上増加	6	9.5%
微増	5	7.9%
ほぼ横ばい	15	23.8%
微減	13	20.6%
10%以上減少	19	30.2%
無回答	5	7.9%
合計	63	100.0%
n	63	



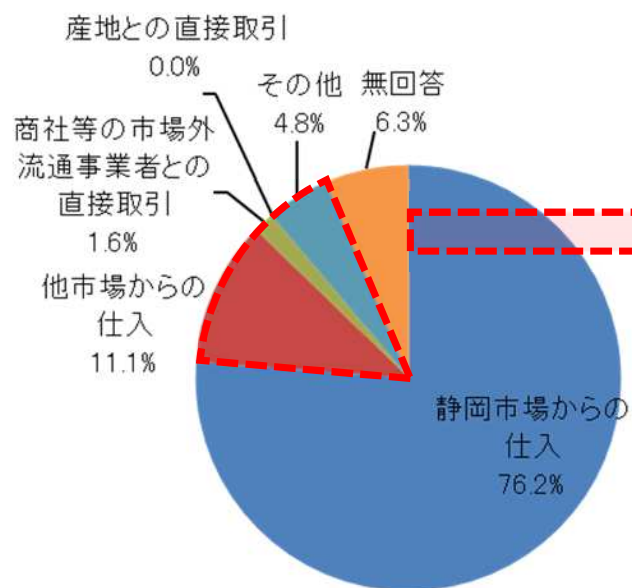
(5) 静岡市場の現状課題、動向

⑥場内外からの意見・要望 (アンケート等結果)

青果部 (売買参加者)

Q. 年間仕入額が最も多い
仕入方法について

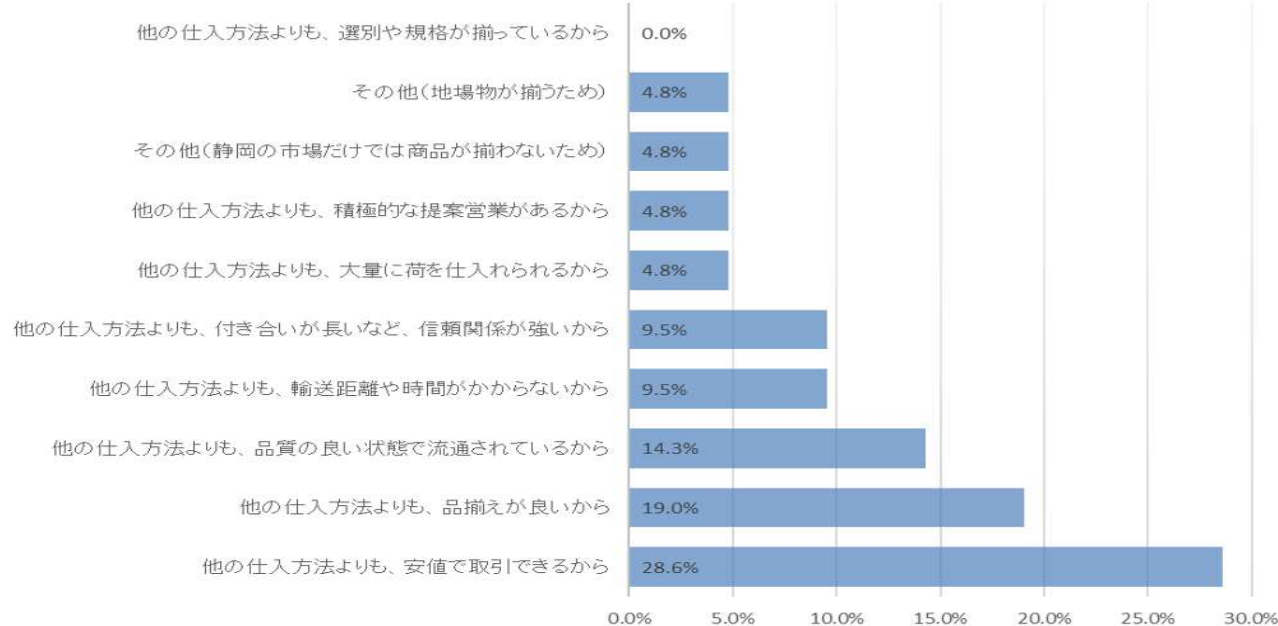
	回答数	比率
静岡市場からの仕入	48	76.2%
他市場からの仕入	7	11.1%
商社等の市場外流通事業者との直接取引	1	1.6%
産地との直接取引	0	0.0%
その他	3	4.8%
無回答	4	6.3%
合計	63	100.0%
n	63	



Q. 年間仕入額が最も多い仕入方法が扱われている理由 (複数回答)

※「静岡市場からの仕入」以外を選択した売買参加者11社を抽出

	回答数	比率
他の仕入方法よりも、安値で取引できるから	6	28.6%
他の仕入方法よりも、品揃えが良いから	4	19.0%
他の仕入方法よりも、品質の良い状態で流通されているから	3	14.3%
他の仕入方法よりも、輸送距離や時間がかからないから	2	9.5%
他の仕入方法よりも、付き合いが長いなど、信頼関係が強いから	2	9.5%
他の仕入方法よりも、大量に荷を仕入れられるから	1	4.8%
他の仕入方法よりも、積極的な提案営業があるから	1	4.8%
その他(静岡の市場だけでは商品が揃わないため)	1	4.8%
その他(地場物が揃うため)	1	4.8%
他の仕入方法よりも、選別や規格が揃っているから	0	0.0%



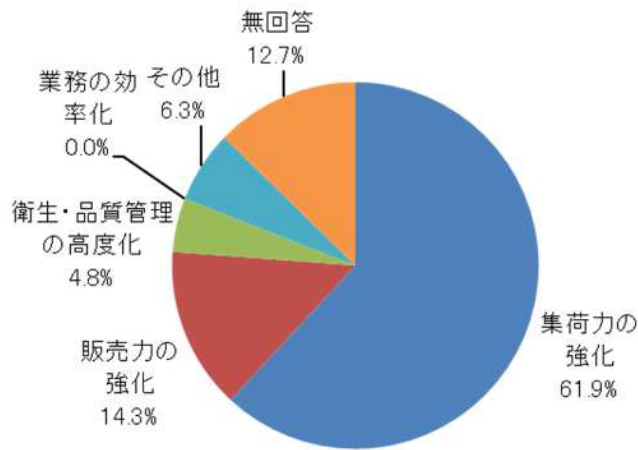
(5) 静岡市場の現状課題、動向

⑥場内外からの意見・要望（アンケート等結果）

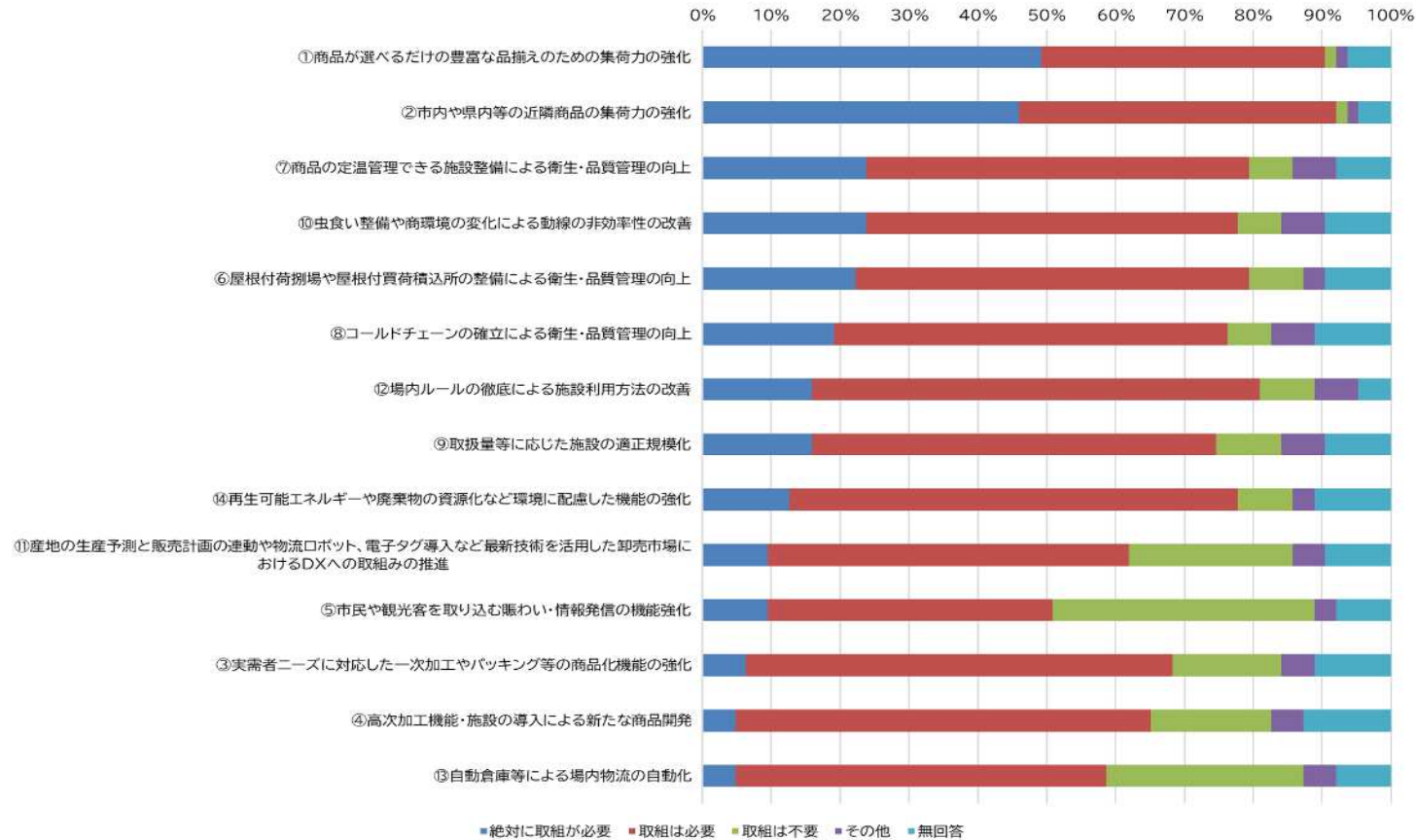
青果部（売買参加者）

Q. 本市場の取扱高を維持していく上での、喫緊の課題について

	回答数	比率
集荷力の強化	39	61.9%
販売力の強化	9	14.3%
衛生・品質管理の高度化	3	4.8%
業務の効率化	0	0.0%
その他	4	6.3%
無回答	8	12.7%
合計	63	100.0%
n	63	



Q. 静岡市場の将来像について（静岡市場に必要な取組について）



(5) 静岡市場の現状課題、動向

⑥場内外からの意見・要望（アンケート等結果まとめ）

水産物部

<回答属性>

- ・対象①：卸売業者2社＋仲卸業者13社
回答①：12社（回収率 80.0%）
- ・対象②：売買参加者 170社
回答②：46社（回収率 27.0%）

<流通に関する事項>

- ・市場法改正による商物分離が可能となったものの、卸売場を介する割合が96.4%の結果となり、現状としてはその必要性は高い状況にある。
- ・仲卸を通じた搬出・販売の割合が約9割あり、取引先への荷捌など、仲卸が果たす役割は大きい。

<市場の将来像に関する事項>

- ・回答割合が最も高い項目は「商品の定温管理できる施設整備による衛生・品質管理の向上」が58.3%で、次いで、「コールドチェーン」に関する項目が続く。
- ・生鮮食料品等の流通拠点として、必要な衛生・品質管理に関係する項目が必要な取組との回答が多く、現代の商環境に適合した衛生・品質管理が可能な施設等の充実を図っていくことが求められている。

青果部

<回答属性>

- ・対象①：卸売業者1社＋仲卸業者11社
回答①：8社（回収率 66.7%）
- ・対象②：売買参加者 226社
回答②：63社（回収率 27.9%）

<流通に関する事項>

- ・市場法改正による商物分離が可能となったものの、卸売場を介する割合が74.3%の結果となり、現状としてはその必要性は高い状況にある。
- ・買荷保管所に運ばれ、直接取引先へ搬出される割合が64.7%と最も高い。今後、卸・仲卸における市場内物流の動線に関する検討が求められる。

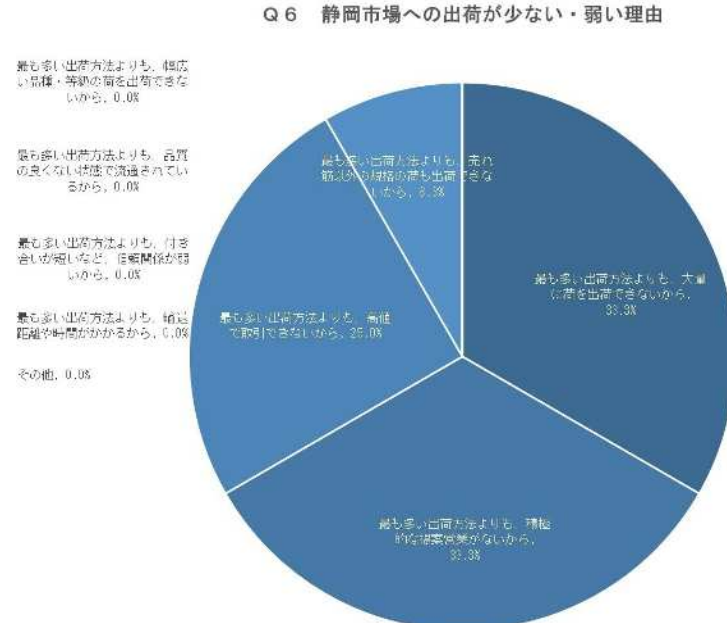
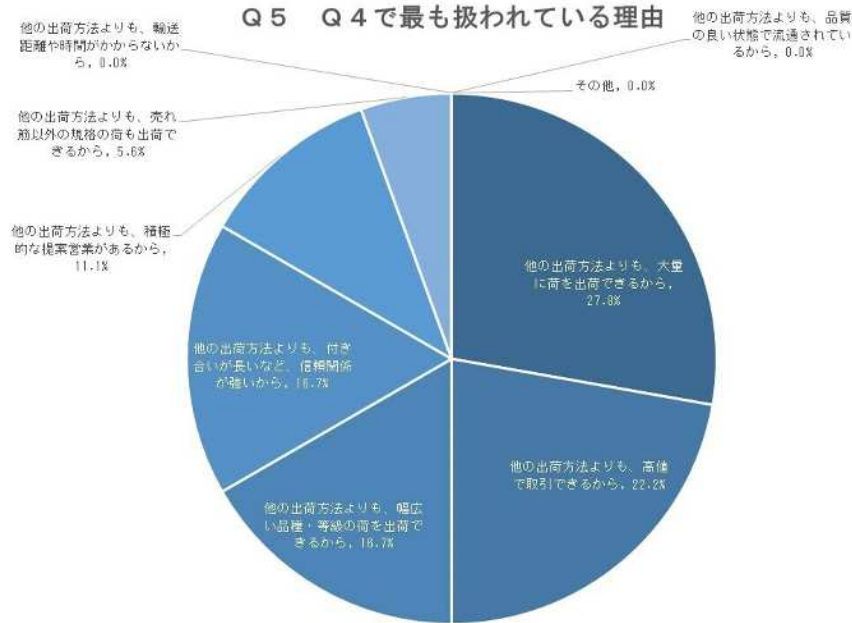
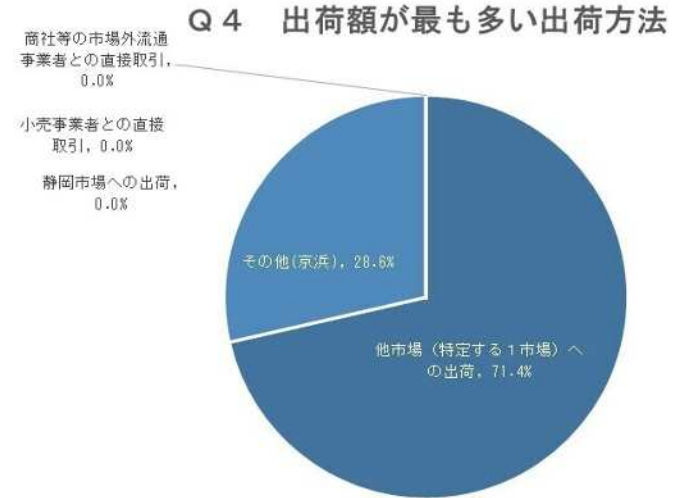
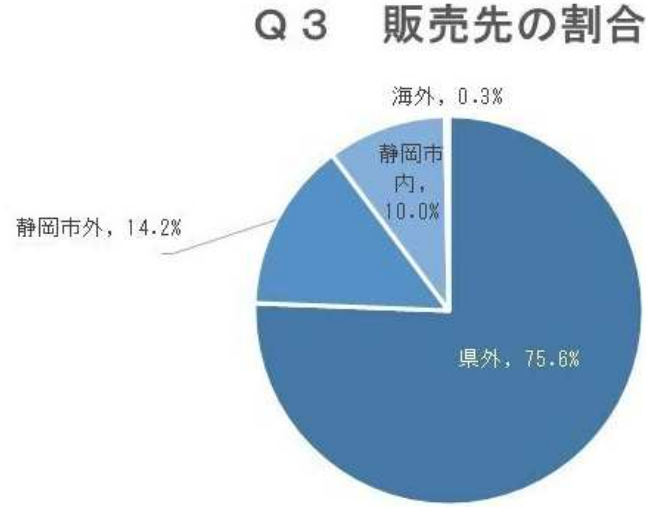
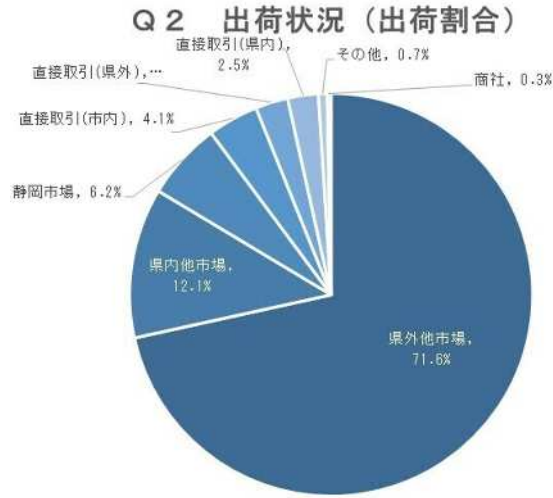
<市場の将来像に関する事項>

- ・回答割合が最も高い項目は「市内や県内等の近隣商品の集荷力の向上」が75.0%となっている。次いで、「衛生・品質管理の向上」に関する項目が続く。
- ・生鮮食料品等の流通拠点として、必要な衛生・品質管理に関係する項目が必要な取組との回答が多く、現代の商環境に適合した衛生・品質管理が可能な施設等の充実を図っていくことが求められている。

(5) 静岡市場の現状課題、動向

⑥場内外からの意見・要望 (アンケート等結果)

出荷団体



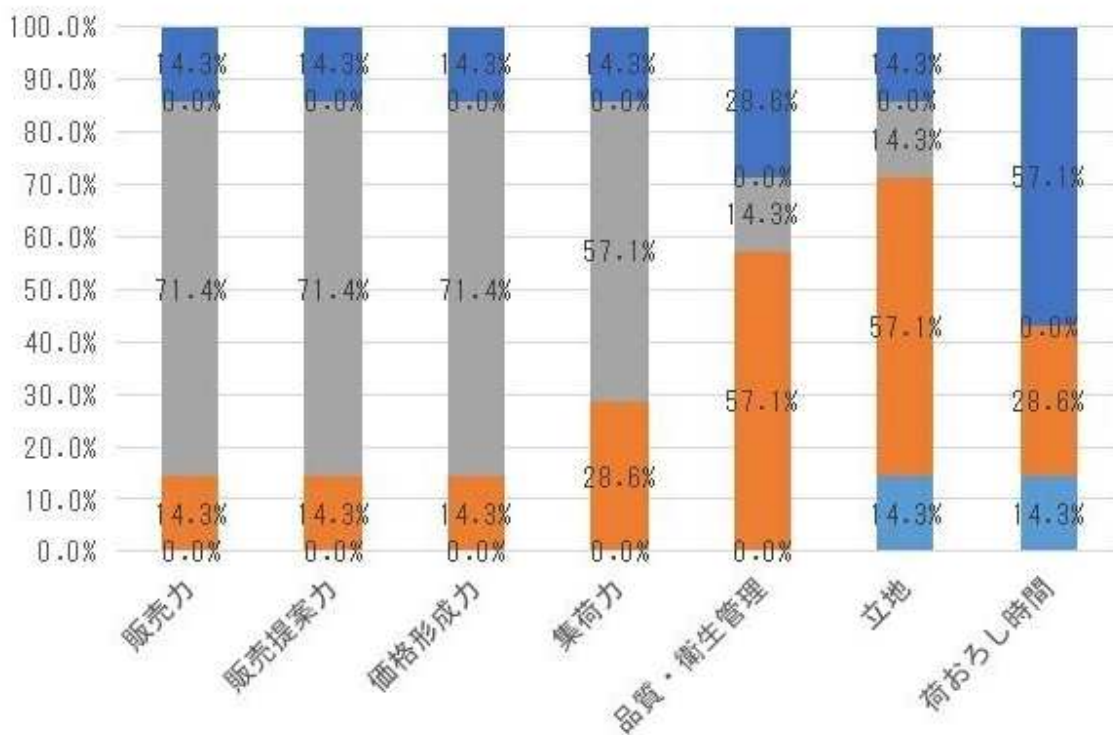
(5) 静岡市場の現状課題、動向

⑥場内外からの意見・要望 (アンケート等結果)

出荷団体

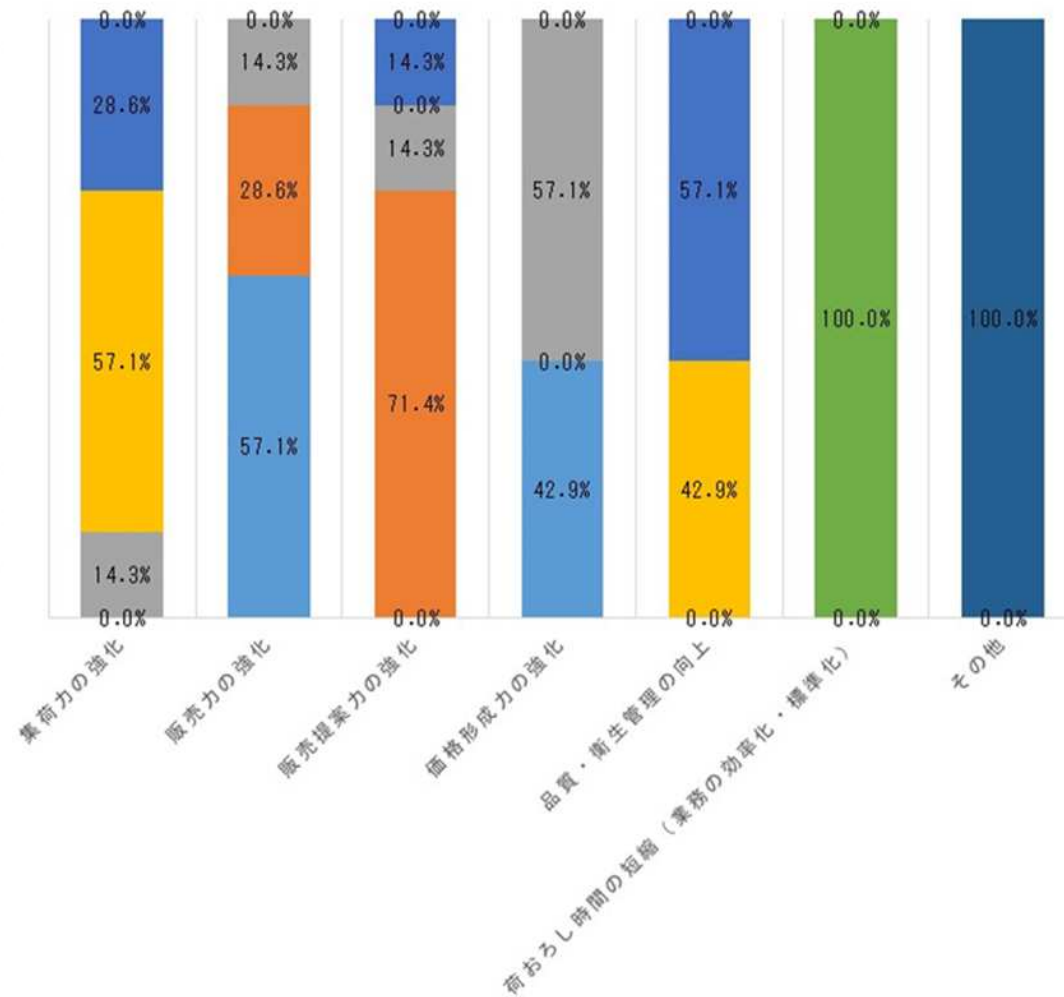
Q 7 静岡市場の評価

■大変満足 ■満足 ■やや不満 ■大変不満 ■わからない



Q 8 優先的に取り組む事項 (取組の優先順位)

■1位 ■2位 ■3位 ■4位 ■5位 ■6位 ■7位



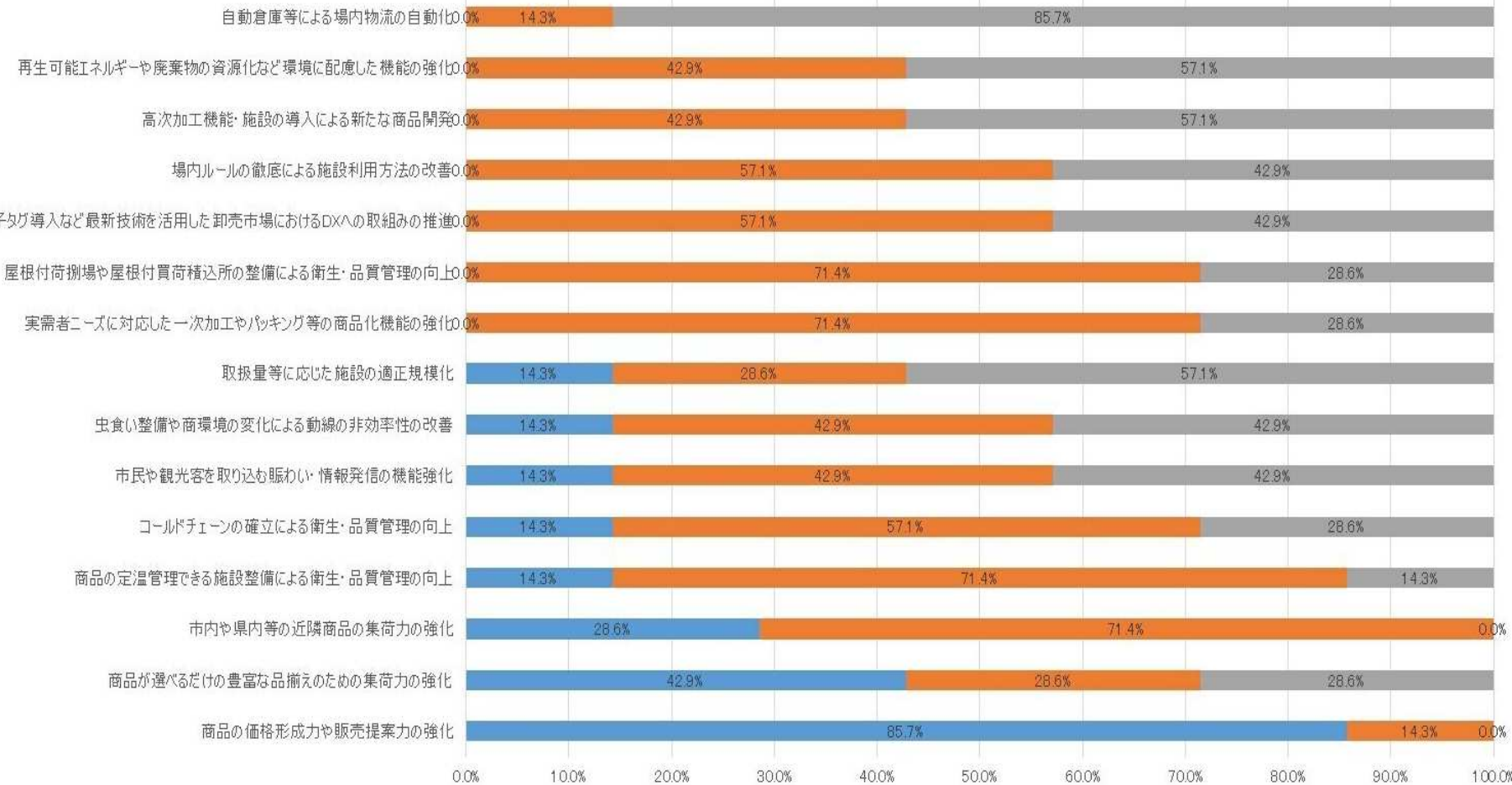
(5) 静岡市場の現状課題、動向

⑥場内外からの意見・要望（アンケート等結果）

出荷団体

Q9 優先的に取り組む事項(具体的な事項)

■特に優先 ■優先 ■優先しない



(5) 静岡市場の現状課題、動向

⑥場内外からの意見・要望（アンケート等結果まとめ）

出荷団体

<回答属性>

・対象： 農協 10団体、漁協（沿海） 17団体 ※いずれも静岡県内

回答： 農協 7/10団体（回収率 70.0%）

※漁協については、売買契約を結んだ仲買人に販売しているため、販売後の流通状況等は不明であった。

<流通に関する事項>

- ・静岡市内・県内の割合は2割弱で、7割強が県外他市場へ出荷されている。（販売先も概ねで同様）
- ・出荷額が最も多い出荷方法を採用している「理由」としては、「大量に荷が出荷できる」の割合が最も多く、「高値で取引できる」、「幅広い品種・等級の荷を出荷できる」、「付き合いが長く、信頼関係が強い」と続く。
- ・一方で、静岡市場への出荷が少ない・弱い理由としては、「大量に荷が出荷できない」及び「積極的な販売営業がない」が同率で、「高値で取引できない」、「売れ筋以外の規格の荷が出荷できない」と続く。
このことから、静岡市場に対する「販売力」及び「販売提案力」に関する一定の不満要素がうかがえる。

<市場の将来像に関する事項>

- ・静岡市場に対する評価は、「販売力」、「販売提案力」及び「価格形成力」に対する不満割合が高い。
一方で、「品質・衛生管理」及び「立地」については、満足割合が5割を超えている。
- ・今後、優先的に取り組む事項（優先順位）としては、評価と同様に「販売力の強化」、「販売提案力の強化」及び「価格形成力の強化」に対する割合が非常に高い。
- ・具体的な取組内容としては、「商品の価格形成力や販売提案力の強化」が特に優先する項目として85.7%となったほか、「豊富な品揃え」や「市内・県内等近隣商品」など「集荷力の強化」に対する項目が高い状況であった。

(6) 静岡市場の公共性

静岡市場の有する公共性の考え方

- 静岡市場の最大の役割は「市民に必要な安全・安心な生鮮食料品等を安定的に供給すること」
- これを静岡市場が有する公共性の考え方とし、静岡市場は当該役割を継続的に果たすことが求められる

静岡市中央卸売市場が提供する社会的価値

1)静岡市場による経済波及効果 ※市内での経済波及効果362億円 市内での雇用誘発人数4,037人	2)仲介機能を通じた生鮮食料品 流通の効率化	3)安定出荷を促進することによる 農林水産業への貢献
4)仲介機能を通じた公正な価格 相場の形成	5)情報受発信による需給調整を 通じた生鮮食料品の安定供給	6)代金決済機能による生産者への 確実な代金決済
7)食品衛生検査所による食の安全・ 安心の担保	8)市場流通網を生かした災害時 における生鮮食料品等の供給	9)輸出拠点としての期待役割

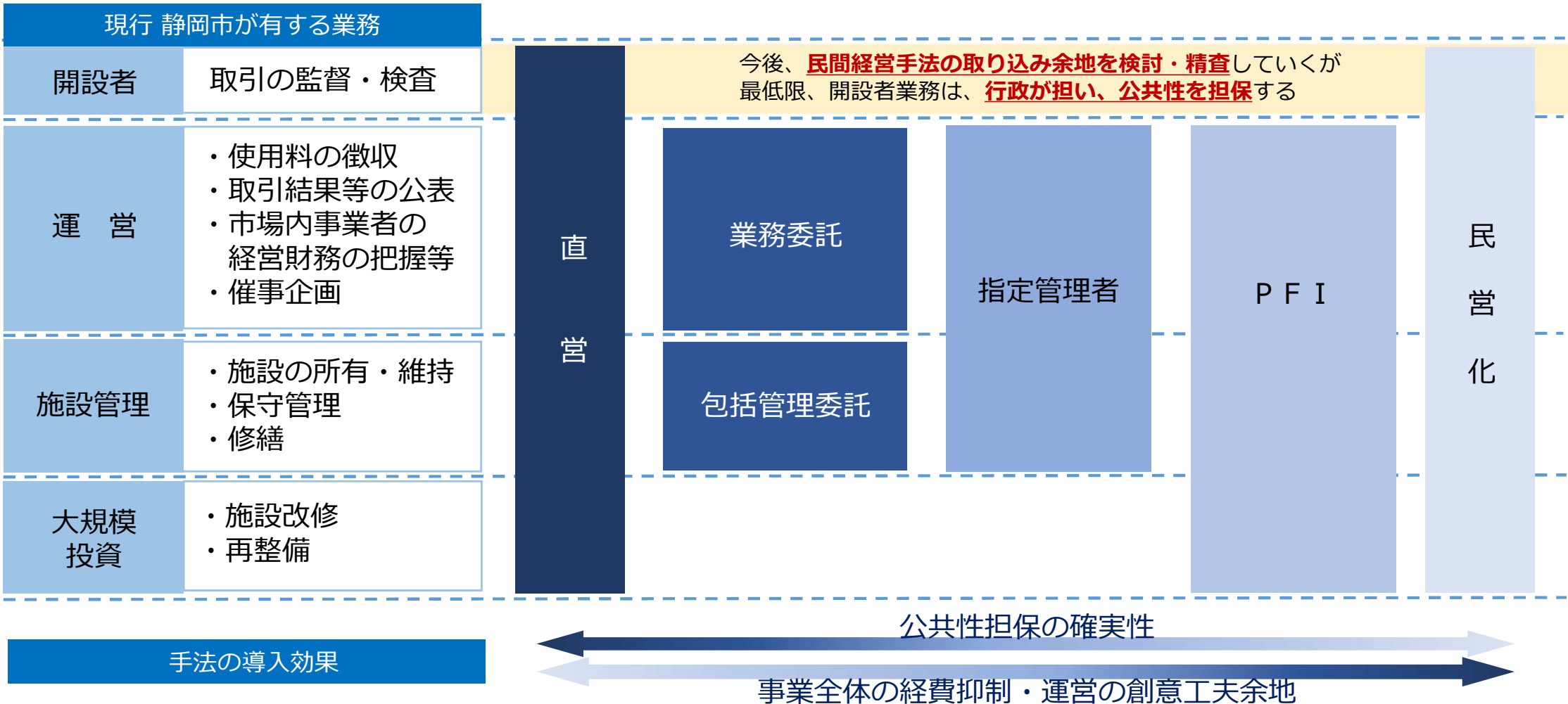


公共性の定義	備考
①静岡市民に <u>必要な</u> 生鮮食料品等を供給	<ul style="list-style-type: none"> ■ 静岡市民に必要な品目・量を供給 ■ 市民が、身近なお店で生鮮食料品等を購入
②静岡市民に <u>安全・安心な</u> 生鮮食料品等を供給	<ul style="list-style-type: none"> ■ 適正な衛生管理をされた生鮮食料品等を流通 ■ 静岡市保健所による適正な監視指導
③静岡市民に <u>安定的に</u> 生鮮食料品等を供給	<ul style="list-style-type: none"> ■ 低コストでの生鮮食料品等の流通 ■ 不作時等でも、市民に生鮮食料品等を供給 ■ 災害時でも、市民に食料品を供給

(7) 静岡市場における公的関与のあり方

開設者業務に応じた公的関与のあり方

- 静岡市場の管理運営に必要な開設者業務は多岐にわたり、将来的には施設再整備等の大規模な投資も想定される
- 持続可能な市場運営の実現のため、市場会計の改善・均衡や優れた民間事業者のノウハウ活用のため、公的関与のあり方について次年度以降検討を深めていく



【静岡市が有する業務と各手法における公的関与の関係性（イメージ）】

(7) 静岡市場における公的関与のあり方

開設者業務における民間企業の関与状況

- 現状の開設者業務においても、民間企業が開設者業務の一部に関与している
- 市が実施する開設者業務と、民間企業が関与・実施する業務の分担について、現状と比べてどのようなあり方とするか、今後の検討が必要

【現行の開設者業務における民間企業の関わり方と検討の方向性】

現行 静岡市が有する主な業務		現状	検討の方向性
開設者	<ul style="list-style-type: none"> ・規則類の制定・改定 ・取引の監督・検査 ・施設の所有 等 	<ul style="list-style-type: none"> ・市が実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・市が継続して実施
運 営	<ul style="list-style-type: none"> ・施設の使用許可・指導 ・使用料の徴収 ・取引結果等の集計・公表 ・市場内事業者の経営財務の把握 等 		<ul style="list-style-type: none"> ・市が企画内容を立案し、一部、民間企業に委託発注して実施
施設管理	<ul style="list-style-type: none"> ・催事企画・運営 ・広報活動 等 	<ul style="list-style-type: none"> ・市が詳細な仕様を決定し、民間企業に委託・工事発注して実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・市が実施内容の大枠を決定後、詳細な業務仕様や発注方法について、民間活用（※）の可能性を検討
大規模投資	<ul style="list-style-type: none"> ・大規模修繕・改修 ・再整備 	<ul style="list-style-type: none"> ・市が実施可否の判断を行い、民間企業に工事発注して実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・市が実施可否を判断後、民間活用（※）の可能性を検討

(※) PFI、指定管理者制度、包括管理委託等の官民連携手法を想定

(8) 目指す将来像

将来像の考え方

安全・安心・安定の三位一体の環境づくりによる 食文化の継承・発展と持続的な成長を続けるしずおか市場

- 静岡市中央卸売市場が果たしてきた生鮮食料品流通に係る公共性の確保は、今後も当市場の社会的使命として位置づけられる



- ① 川上（産地）・川下（小売店・飲食店等）からの目線や施設の老朽化等を踏まえ、市場流通における**安全・安心**をこれまで以上に高めていく
- ② 周辺の卸売市場との競争激化に適応しつつ、拡大余地のある地域内での流通網を充実化させ、静岡市民にとって質・量ともに**安定**した食料品供給を続ける
- ③ 昨今の社会的要請（市民理解、地域振興、環境配慮、防災機能等）を踏まえ、**食文化**（※）を継承・発展させながら地域社会とともに課題解決に対応していく
- ④ 上記の事項を統合的に実践し、開設者を含む市場関係者の経営力を高め、将来の情勢変化にも柔軟に対応しながら、**持続的な市場運営**を図る

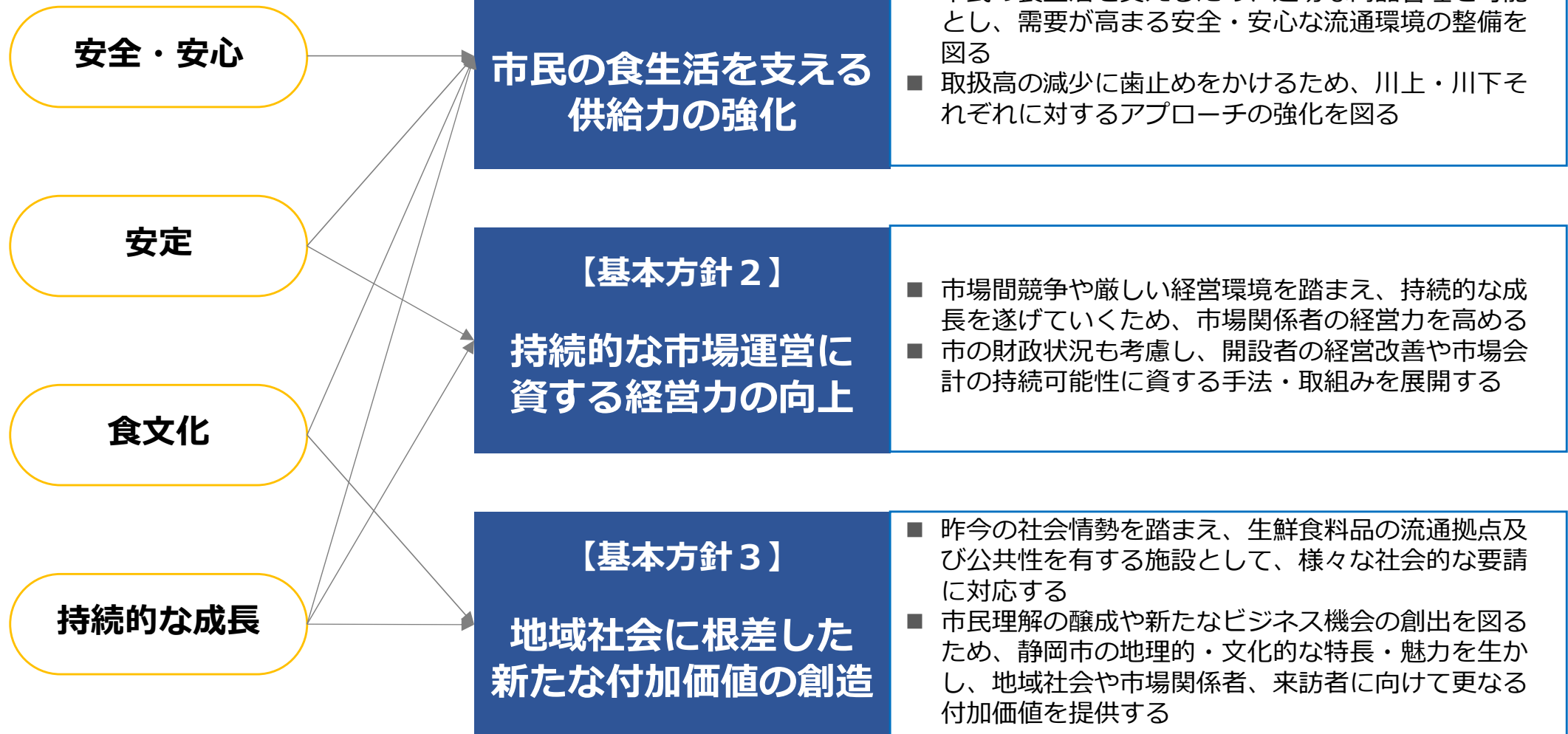
（※）「食文化」とは、全国・地域の食材の品定めや活用方法等を理解しながら市民が豊かな食生活を営むことと定義し、卸売市場が有する生鮮食料品に係る知見や仲介・情報発信機能による寄与を想定する。

(9) 将来像の実現に向けた基本方針

将来像におけるキーワードに対応した3つの基本方針

- 本市場の置かれる競争環境・社会情勢を踏まえ、将来像の示す方向性に対応した基本方針を設定し、従来の市場機能の維持・向上と持続可能性の確保、新たな機能の実装を推進するものとする

【将来像でのキーワード】



(10) 基本方針に基づく施策の柱

基本方針ごとに計8つの「施策の柱」を構成



- 基本方針に基づく施策の柱に基づき、ハード面・ソフト面双方から多角的な取組みを推進できるようにする
- SDGs（持続可能な開発のための国際目標）の達成等を考慮に入れる

【基本方針1】市民の食生活を支える供給力の強化

01 市場流通の品質及び衛生管理の強化

ハード

ソフト

02 集荷力・販売力の強化

ソフト

03 市場内流通の高度化

ハード

ソフト

04 市場内流通の効率化

ハード

ソフト

【基本方針2】

持続的な市場運営に資する経営力の向上

05 場内事業者の経営体力の強化

ソフト

06 公共性と経営効率性の両立

ハード

ソフト

【基本方針3】

地域社会に根差した新たな付加価値の創造

07 社会潮流への対応

ハード

ソフト

08 新しい施設機能の付加

ハード

ソフト

ハード

…施設・市場用地の再整備や設備・機器の導入等の投資を伴う施策

ソフト

…運用改善や新たな営業・イベントの企画、技術導入等、ハード面以外の施策全般

(1 1) 施策の方向性 (指標の考え方)

①-1 基本方針1に基づく施策の柱について

- 各基本方針を推進するための「施策の柱」に沿って、施策の方向性及び対応する指標の考え方を設定する
- 具体的な事業内容・手法については、次年度以降に検討を深度化するものとする

★印 … 現行の経営展望（2018～2027）に登載する項目
■印 … 一部または関連として現行の経営展望に登載する項目
○印 … 新規項目

施策の柱	施策の方向性	指標の考え方
01 市場流通の品質 及び衛生管理の強化	<ul style="list-style-type: none">★ニーズ及び費用対効果を踏まえ、市場内のコールドチェーンの確立や開放部の有蓋化等の整備を通じ、商品の品質向上・衛生管理への期待に応える○HACCPの考え方を取り入れた衛生管理を促進し、食の安心・安全を担保する○衛生面に関する場内ルールの遵守・モラルの向上を促進・周知し、清潔な取引環境を構築・維持する	<ul style="list-style-type: none">■ 川上・川下からの顧客満足度■ 場内で取り扱われる荷の温度■ 場内従業員の理解度 等
02 集荷力・販売力の強化	<ul style="list-style-type: none">★場内関係者間で連携した販路の拡大・新規開拓を進める★地元産地や産学官等の外部組織と連携した商品開発の取組、量販店・実需者ニーズに対応する商品企画・加工対応等を推進する★物流問題も踏まえたハブ機能の実装や輸出機能の拡大等の新たな流通形態の掘り起しを図る○流通に携わる人材・後継者等の育成・支援を行う	<ul style="list-style-type: none">■ 取扱数量・金額■ 新規取引先の件数■ 川上・川下からの顧客満足度■ 県産品の取扱シェア■ 新規就業者の人数・年齢・女性割合他 等

(1 1) 施策の方向性 (指標の考え方)

①-2 基本方針1に基づく施策の柱について

★印 … 現行の経営展望（2018～2027）に登載する項目
 ■印 … 一部または関連として現行の経営展望に登載する項目
 ○印 … 新規項目

施策の柱	施策の方向性	指標の考え方
<p>03 市場内流通の高度化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○施設規模の適正化等により、現況及び今後の業界動向に即した、よりよい市場流通のあり方を追求する ○最新の物流実態を踏まえた利用しやすい動線（人・荷・車両）を整備し、場内混雑・渋滞や作業遅延等を抑制する ○最新のICTやDX、自動ロボット等の技術導入の可能性を検討し、荷の搬出入や車両の入退場等の業務効率の向上、市場関係者の負担軽減等を図る 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 待機車両・滞留中の荷の量 ■ 場内関係者の労働時間 ■ 川上・川下からの顧客満足度 ■ 未利用スペースの面積 等
<p>04 市場内流通の効率化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ★場内で共通化できる取組みを進め、市場内流通の関係者の時間を減らす ★場内動線等に係る運用見直し・ルール設定、意識啓発等を通じ、現施設の最適利用を図る ■ 荷の受発注や市場事務等にて、ICT導入をはじめとした新しい業務フローの構築可能性を検討する 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 場内関係者の労働時間 ■ 待機車両・滞留中の荷の量 ■ 川上・川下からの顧客満足度 ■ 場内従業員の理解度 等

② 基本方針2に基づく施策の柱について

施策の柱	施策の方向性	指標の考え方
<p>05 場内事業者の経営体力の強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○場内事業者向け経営改善指導等の支援施策を展開する 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 場内事業者の決算状況 ■ 支援を受けた事業者数 等
<p>06 公共性と経営効率性の両立</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○民間活力の導入等により、経営や運営の効率化・合理化と、市場の公共性の維持を両立する ★場内事業者主体による設備投資を促進する 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 開設者の収支状況 ■ 再整備事業でのVFM（Value for Money） 等

(11) 施策の方向性 (指標の考え方)

③ 基本方針3に基づく施策の柱について

- ★印 … 現行の経営展望 (2018~2027) に掲載する項目
- 印 … 一部または関連として現行の経営展望に掲載する項目
- 印 … 新規項目

施策の柱

施策の方向性

指標の考え方

07 社会潮流への対応

- 環境負荷の低減 (省エネ・再エネ、資源循環等) に向けた取組みを行う
- 大規模災害等の非常時における市場の事業継続性を確保する
- 市場内の労働者に対する配慮および労働環境の改善により、良好な就業環境を維持・向上する
- 食品・物流拠点という市場本来の機能と役割を活用し、BtoBに留まらない取組みへ協力する

- CO2排出量
- 非常時に提供できる食料品の量、事業継続が可能な時間他
- 新規就業者の人数・年齢・女性割合他
- 新規の食料品流通件数・量 等

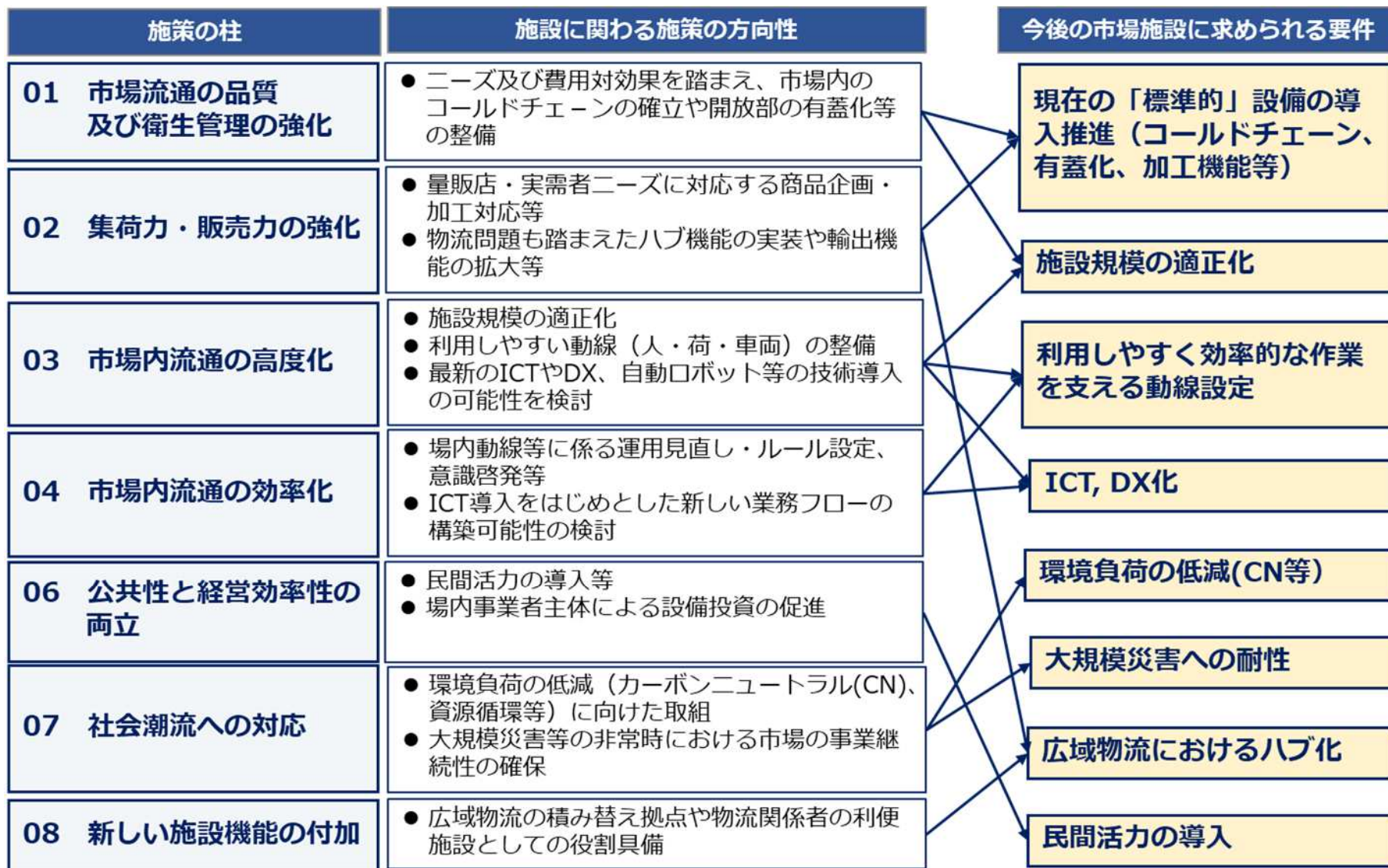
08 新しい施設機能の付加

- ★ 市場の市民・地域への開放や食文化のPR活動等を通じ、市場の認知度向上や周辺地域のにぎわい創出等を図る
- 市場の立地や物流問題を踏まえ、広域物流の積み替え拠点 (幹線輸送の中継拠点) や物流関係者の利便施設としての役割を果たす
- ★ (再整備時、配置等の適正化に伴い余剰地が発生した場合) 発生した余剰地について、有効な活用を行い、市場内や周辺地域の活性化を図る

- 市民からの認知度
- 市場外関係者との共同事業の件数・取扱量
- 地域一帯での来訪者数
- 余剰地からの収入 等

(12) 市場施設のあり方

施策の方向性を踏まえた今後の市場施設に求められる要件

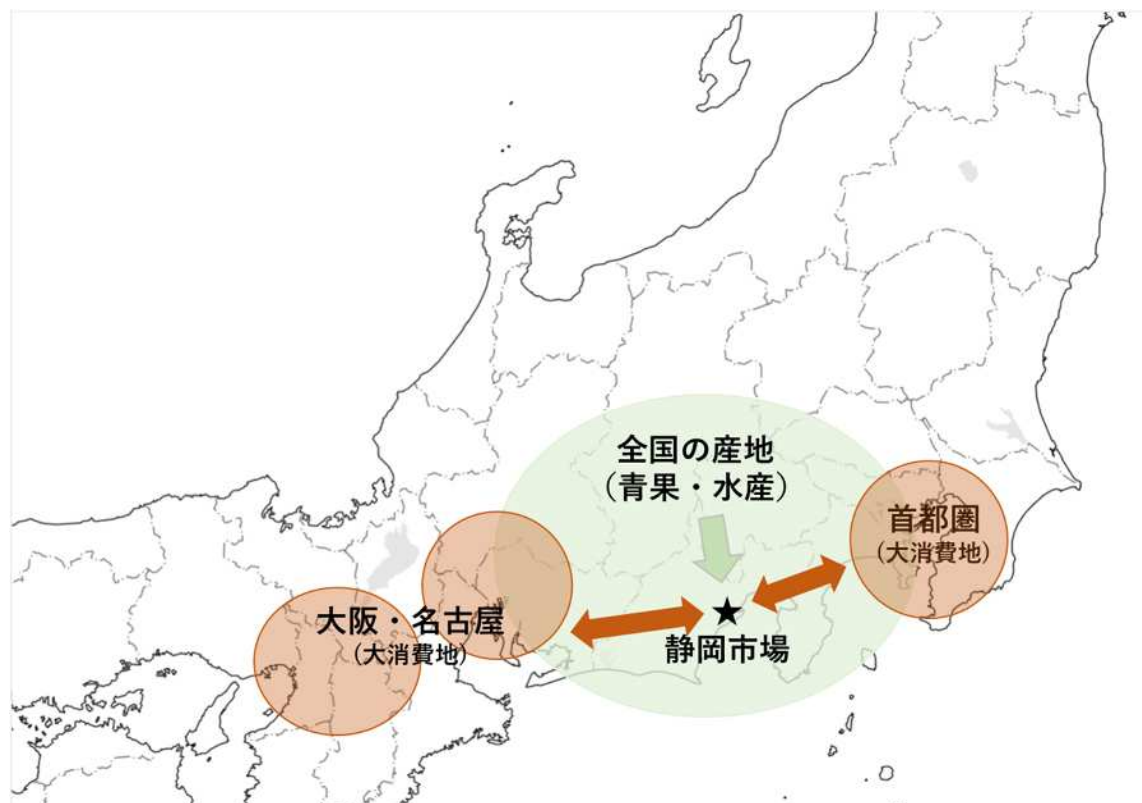


⇒ 市のアセットマネジメント方針及び既存施設の老朽化の状況等も踏まえ、再整備も視野に上記要件を満たすと共に、半世紀後の需要も見据え、今後の施設のあり方を検討していくことが必要。

(13) 立地及び周辺環境の活用・連携

①全国の産地・消費地との「アクセス」を通じた連携

- 本市場は首都圏と名古屋・大阪の2大消費地の間に立地し、また、高速道路等を通じて全国の産地とも好アクセスを有している。



(13) 立地及び周辺環境の活用・連携

②高規格道路による「アクセス」を通じた連携

- 国道1号静岡バイパス及び、静岡バイパスと新東名高速道路を南北で結ぶ（主）山脇大谷線に近接し、県内輸送だけでなく、首都圏、中京圏、さらに中部横断自動車道の活用による甲信越地方へのアクセス性に恵まれた立地条件を活かし、新東名新静岡ICと国道1号静岡バイパスに挟まれた立地条件を活かし、隣接する静岡流通センターとも協働し、広域及び静岡県中部エリアの物流ハブ化を目指す



出典：国土地理院の電子地図(タイル)に追記

<https://maps.gsi.go.jp/development/ichiran.html>

(13) 立地及び周辺環境の活用・連携

③周辺地域との「アクセス」を通じた連携

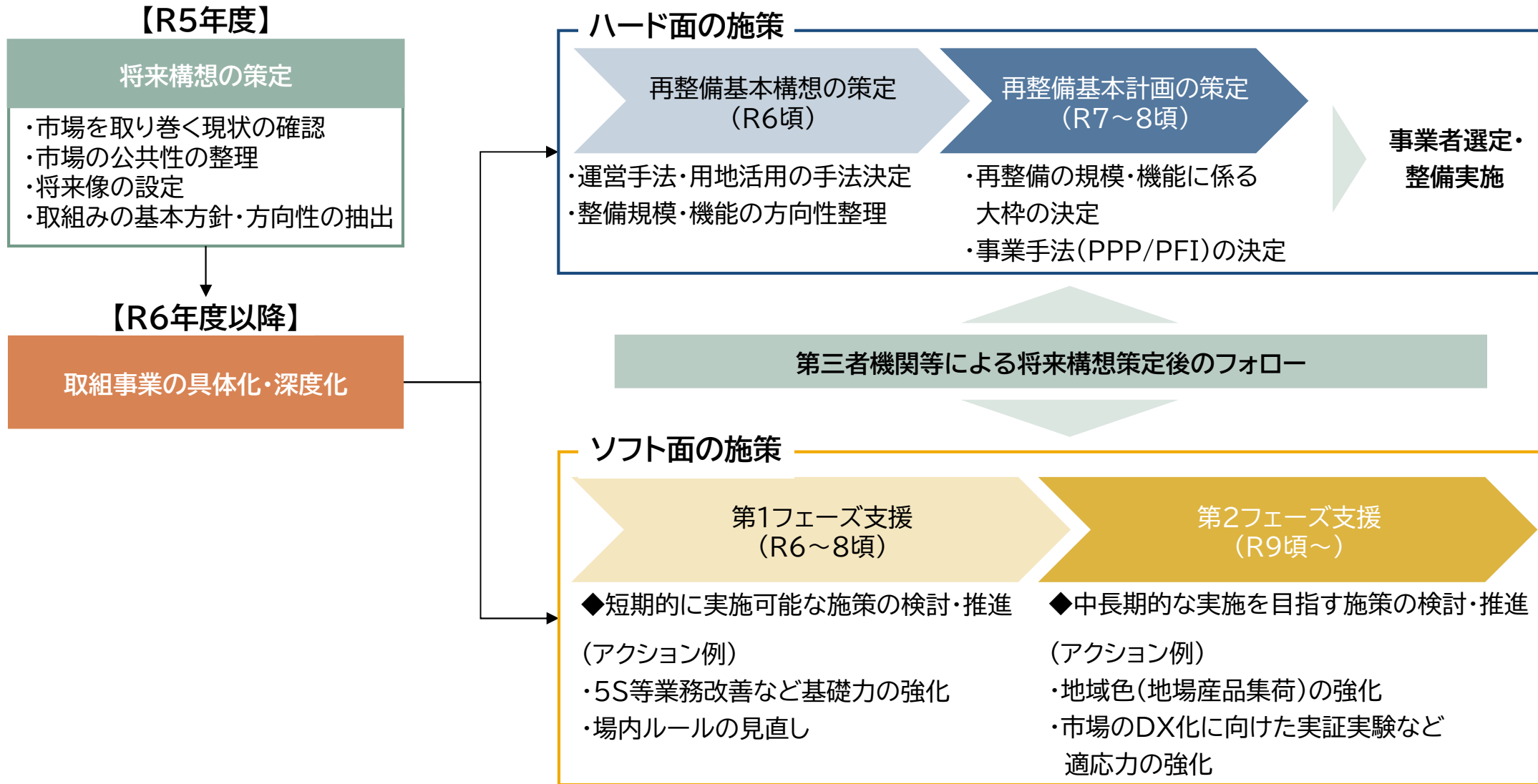
- 国道1号静清バイパス及び、静清バイパスと新東名高速道路を南北で結ぶ（主）山脇大谷線に近接し、県内輸送だけでなく、首都圏、中京圏、さらに中部横断自動車道の活用による甲信越地方へのアクセス性に恵まれた立地条件を活かし、隣接する静岡流通センターとも協働し、広域及び静岡県中部エリアの物流ハブ化を目指す
- 市民の憩いの場として整備が進んでいる麻機遊水池との連携により、市民にとっても馴染みのある市場を目指す
- 市内の中心市街地や市民・実需者等との距離の近さを踏まえ、近隣との関係強化や外部資源等の活用を図る



(14) スケジュール・推進体制

① 将来構想策定後の事業スケジュール

- 次年度以降、取組事業の具体化・深度化を行い、将来像や各基本方針の実現に向けた各種施策を推進するとともに、喫緊の対応が求められる事項についても、必要な対策を適宜講じていく

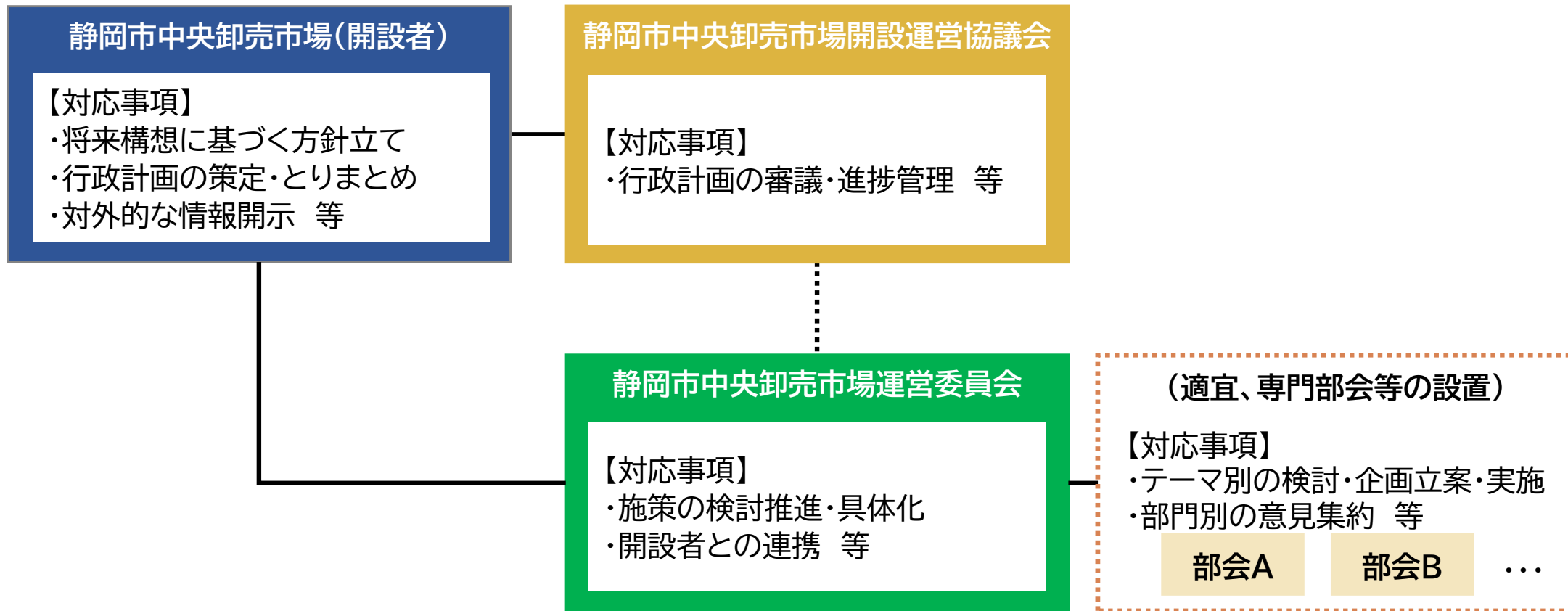


(14) スケジュール・推進体制

② 将来構想策定後の推進体制イメージ

- 開設者は将来構想に基づく方針立て、行政計画の策定・とりまとめを行い、適宜、対外的な情報開示等を行う
- 開設運営協議会にて、行政計画の審議・進捗管理を実施し、市場運営委員会や専門部会等を通じた施策推進を図る

【将来構想策定後の推進体制と組織別の対応事項(イメージ)】



(14) スケジュール・推進体制

③-1 「施策の方向性」別の役割分担と時間軸

- 各施策の方向性については、実現までの時間軸が取組みによって異なると想定される
- 各ステークホルダーが中心となって、次年度以降、検討の具体化・深度化を図る
- 将来構想策定後の時間軸について、2～3年以内に取り組むもの：短期、5年程度をかけて実現するもの：中期、それ以上の期間を要するもの：長期と想定し、下表よりそれぞれを整理した

施策の柱	施策の方向性	ステークホルダー	時間軸		
			短期	中期	長期
01 市場流通の品質及び衛生管理の強化	市場内のコールドチェーンの確立や開放部の有蓋化等の整備	開設者、場内事業者			
	HACCPの考え方を取り入れた衛生管理の促進	開設者、場内事業者			
	衛生面に関する場内ルールの遵守・モラルの向上を促進・周知	開設者、場内事業者			
02 集荷力・販売力の強化	場内関係者間で連携した販路の拡大・新規開拓	開設者、場内事業者			
	外部組織と連携した商品開発	開設者、場内事業者			
	量販店・実需者ニーズに対応する商品企画・加工対応	開設者、場内事業者			
	物流問題も踏まえたハブ機能の実装や輸出機能の拡大等の新たな流通形態の掘り起し	開設者、場内事業者			
	流通に携わる人材・後継者等の育成・支援	開設者、場内事業者			
03 市場内流通の高度化	施設規模の適正化	開設者、場内事業者			
	利用しやすい動線（人・荷・車両）の整備	開設者、場内事業者			
	最新のICTやDX、自動ロボット等の技術導入の可能性検討	開設者、場内事業者			
04 市場内流通の効率化	場内で共通化できる取組みの検討	開設者、場内事業者			
	場内動線等に係る運用見直し・ルール設定、意識啓発等	開設者、場内事業者			
	ICT導入をはじめとした新しい業務フローの構築可能性の検討	開設者、場内事業者			

(14) スケジュール・推進体制

③-2 「施策の方向性」別の役割分担と時間軸

施策の柱	施策の方向性	ステークホルダー	時間軸		
			短期	中期	長期
05 場内事業者の経営体力の強化	場内事業者向け経営改善指導等の支援施策の展開	開設者、場内事業者			
	民間活力の導入等	開設者			
06 公共性と経営効率性の両立	場内事業者主体による設備投資の促進	開設者、場内事業者			
	環境負荷の低減（省エネ・再エネ、資源循環等）に向けた取組	開設者、場内事業者			
07 社会潮流への対応	非常時における市場の事業継続性の確保	開設者、場内事業者			
	良好な就業環境の維持・向上	開設者、場内事業者			
	BtoB以外の取組みへの協力	開設者、場内事業者			
	市場の市民・地域への開放や食文化のPR活動等	開設者、場内事業者			
08 新しい施設機能の付加	広域物流の積み替え拠点や物流関係者の利便施設の役割具備	開設者、場内事業者			
	（再整備に伴う余剰地が生じる場合）発生した余剰地について、有効な活用を図る	開設者			