

新市場活性化推進計画

～ 経営展望 ～

平成27年度 ⇒ 令和2年度

久留米市中央卸売市場

目 次

策定にあたって	・ ・ ・ ・	1
1 計画目的	・ ・ ・ ・	2
2 計画期間	・ ・ ・ ・	2
3 これまでの取り組み	・ ・ ・ ・	2
(1) 売上高対策		
(2) 市場開放		
4 中央卸売市場を取り巻く環境の変化	・ ・ ・ ・	3
(1) 消費動向の変化		
(2) 卸売市場経由率の低下		
(3) 市場取扱高の減少		
(4) 中央卸売市場の再編		
5 久留米市中央卸売市場の現状と課題	・ ・ ・ ・	5
(1) 市場取扱高の減少		
(2) 市場関係者の減少		
(3) 大型量販店への対応		
(4) 集荷対策（青果部）		
(5) 開設区域外販売の増加（水産物部）		
(6) 市場会計収支		
6 久留米市中央卸売市場の特徴	・ ・ ・ ・	7
(1) 立地条件		
(2) 内部環境及び外部環境の把握（SWOT分析）		
7 本計画の目標像	・ ・ ・ ・	9
8 目標像の実現に向けた基本戦略	・ ・ ・ ・	10
(1) 需要者を起点とした事業展開		
(2) 販売力の強化		
(3) 市場からの情報発信		
(4) 集荷力の強化		
(5) 健全かつ効率的な市場運営		
(6) 関係者による改革意識の高揚		
(7) 適正な施設整備		
9 具体的な取り組み（事業施策）	・ ・ ・ ・	11
10 施策の推進体制	・ ・ ・ ・	16
実施計画（行動主体と取り組み期間）	・ ・ ・ ・	17

(資料)

新市場活性化推進計画～経営展望検討経過
市場運営協議会委員名簿
市場活性化推進計画改訂検討委員会委員名簿

策定にあたって

中央卸売市場は、生鮮食料品等の取引の適正化とその生産及び流通の円滑化を図り市民の生活の安定に資することを目的に全国の主要な都市に設置され、久留米市においては、昭和36年に農林水産大臣の認可を得て久留米市中央卸売市場を開設し、以来、生鮮食料品の中核的な流通拠点として市民の食生活を支えてきました。

しかしながら、50年以上にわたる時代潮流の中、市場を取巻く環境も大きく変化し、取扱高の減少により卸売業者をはじめ市場関係者の経営は非常に厳しいものとなっています。

このような状況の中で、平成22年8月に久留米市は「市場の活性化について①売上高対策②市場開放」をテーマに久留米市中央卸売市場運営協議会へ諮問し、その答申に基づき、「市場活性化推進計画（H22年度～27年度）」（以下「市場活性化推進計画」という。）を策定し、施策を進めてきました。

その後、平成23年4月13日付け、「中央卸売市場の業務運営について」（以下「通達」という）の中で、経営戦略的な視点を持った市場運営方針の作成が求められ、その策定に当たっての考え方が示されました。

これらの状況を踏まえ、市場活性化推進計画を基に、国の通達の趣旨に沿った次期計画として見直し、市場の活性化についての具体的施策を再構築し、市場関係者の総意による計画の推進を図っていく必要があります。

この「新市場活性化推進計画 ～経営展望～」に掲げている目指すべき目標像をしっかりと見据え、市場関係者が一体となって活性化に向けた取組みを着実に進めていくことが重要であると考えております。

結びに、本計画の策定にあたり、ご尽力をいただきました委員の皆様、ご協力いただきました全ての皆様に心から感謝申し上げます。

1 計画目的

近年、卸売市場を取り巻く状況は、市場間格差の拡大、消費者ニーズの変化、流通形態の多様化など、大きく様変わりし、国においては、このような流通の変化に対応すべく、卸売市場法の改正をはじめ様々な政策を行っております。

卸売市場に求められる役割も大きく変化してきており、いかに時代の潮流に適応していくかが問われております。

このような状況を踏まえ、久留米市中央卸売市場が今後も市民への生鮮食料品の安定供給を担うとともに、将来にわたって持続可能な市場運営を実現することを目的として、本計画の策定を行うこととしました。

2 計画期間

本計画の期間は平成27年度～令和2年度とする。

3 これまでの取り組み

これまで取り組んできた市場活性化推進計画では、①売上高対策、②市場開放の二つの柱により以下の施策を進めてきました。

(1) 売上高対策

① コールドチェーン体制の充実

- (ア) 青果部低温倉庫の整備 (H23.4)
- (イ) 青果部果実低温売場の整備 (H26.4)

② 売買参加者減少への取り組み

- (ア) 大型量販店3社 (H23・2社、H25・1社) を売買参加者として承認
- (イ) 八女魚市場の売買参加者の受け入れ

③ 市場ブランド品の開発・PR

- (ア) 地産地消推進店へのカリブロ講習会の開催
- (イ) カリブロ圃場でのテレビ中継PR
- (ウ) 量販店でのカリブロ試食販売
- (エ) カリブロ、辛味大根の販売促進チラシ作成

④ 魚食普及の取り組み

- (ア) 魚屋さんの調理教室の開催 (H25.7～)
- (イ) 魚食普及ポスターの小中学校への配布
- (ウ) 道の駅くるめ市場コーナーでの水産物販売 (H26.5～)

(2) 市場開放

①市場開放イベントの開催

- (ア) 50周年記念イベント「市民大感謝祭」の開催(H24.10)
- (イ) 市場イベントの開催(H26.11)

②市場見学会の開催

- (ア) 夏休み子ども市場探検隊の開催(H23.7～)
- (イ) 消費者及び地産地消推進店の市場見学会(H23.1～)

③情報発信

- (ア) 市場からのテレビ中継(H26.1)
- (イ) 市ホームページでの食品検査結果の掲載(H25.2～)
- (ウ) 市場イベントでのパネル掲示等の情報発信

売上高対策については、様々な施策を行っていますが、具体的な数値として現れるまでには至っておりません。今後も、市場関係者一丸となった売上高対策が必要であります。

また、市場開放については、参加していただいた市民の方へは、市場を市民生活に必要不可欠な施設と理解いただいたと考えられ、今後も継続して裾野を広げていく必要があります。

4 中央卸売市場を取り巻く環境の変化

(1) 消費動向の変化

外食産業の発展やコンビニエンスストア業界の成長、少子高齢化、核家族化等による生活様式の変化に伴い、素材型食品から加工食品へと消費者のニーズが変化しています。特に、魚介類においては、若者を中心に魚離れが進んでいます。

●国民一人・1年当たり供給純食料の推移

(単位：kg)

	S50	S60	H7	H15	H23
野菜	110.7	111.7	106.2	95.9	90.9
果実	42.5	38.2	42.2	39.8	37.1
魚介類	34.9	35.3	39.3	35.7	28.5

<農林水産省「食料需給表」>

(2) 卸売市場経由率の低下

大型量販店を中心とした産地やメーカーからの直接仕入、直売所の増加など、生鮮食料品の流通形態は多様化し、市場経由率が減少しています。

●市場経由率 (単位：%)

	H元	H10	H15	H20	H23
青果部	82.7	74.3	69.6	63.0	60.0
水産物部	74.6	71.6	63.2	58.4	55.7

〈農林水産省「卸売市場データ集」〉

(3) 市場取扱高の減少

生鮮食料品の消費動向の変化や市場経由率の低下により、全国の市場取扱量は年々減少し、市場運営は厳しい状況となっております。

●市場取扱量 (全国) (単位：千トン)

	H元	H10	H15	H20	H23
青果部	19,558	17,265	15,986	14,307	13,208
水産物部	6,520	5,751	5,099	4,090	3,562

〈農林水産省「卸売市場データ集」〉

(4) 中央卸売市場の再編

平成22年10月に、農林水産省が公表した「第9次卸売市場整備基本方針」において、「拠点的な中央卸売市場とその周辺市場による効率的な流通ネットワークを構築するため、新たに「中央拠点市場」を位置づけるとともに、取扱量が減少している中小規模の市場について、青果・水産の部類ごとに中央卸売市場の再編基準が設定されました。

これにより、全国では、大規模拠点市場と中小規模市場との二極化、地方卸売市場への転換など、中央卸売市場の再編が急速に進んでいます。

●中央卸売市場数の推移

	H17	H18	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26
青果部	71	69	66	64	61	60	58	57	56	53
水産物部	53	52	50	49	48	46	44	43	41	36

〈農林水産省「卸売市場データ集」〉

5 久留米市中央卸売市場の現状と課題

(1) 市場取扱高の減少

市場取扱高は、H5年度～H10年度をピークに、青果部、水産物部ともに、数量、取扱金額は、減少の一途を辿っています。

市場取扱金額の減少は、卸売業者の収入の根幹をなす委託手数料や市の売上高手数料の減少につながり、厳しい市場経営を強いられています。

●市場取扱高の推移

年度	青果部		水産物部	
	数量 (t)	取扱金額 (千円)	数量 (t)	取扱金額 (千円)
S45	42,533	2,850,949	15,265	1,940,674
S50	50,084	6,303,508	20,962	4,651,157
S55	53,638	9,505,163	11,408	6,931,059
S60	62,987	11,443,758	10,067	7,548,345
H1	65,942	12,288,759	10,272	8,840,465
H5	59,295	13,519,799	10,892	10,268,260
H10	55,086	12,260,581	12,736	12,690,926
H15	54,990	10,569,787	10,821	8,503,249
H20	52,277	10,125,428	8,965	7,078,065
H21	50,949	9,401,499	8,578	6,645,435
H22	48,658	9,850,161	7,409	6,092,994
H23	47,157	9,205,747	6,779	5,673,150
H24	46,460	8,608,611	6,739	5,460,485
H25	45,513	9,015,034	5,984	5,420,126

(2) 市場関係者の減少

生鮮食料品の流通形態の変化や後継者不足等により、市場関係者は減少傾向となっています。市場関係者の減少は、市場の活気や魅力の低下につながり、市場売上高の減少と悪循環に陥っています。

●市場関係者数の推移

※青果部・水産物部合算 (単位：業者)

	H7	H10	H15	H20	H25
卸売業者	2	2	2	2	2
仲卸業者	20	18	16	15	14
売買参加者	427	410	372	342	309
関連事業者	20	19	19	16	14

(3) 大型量販店への対応

小売店が減少する中、大型量販店の市場への取り込みが重要となっており、仲卸業者を中心に市内近郊の量販店との取引がなされています。しかし、近年、大手量販店は、店舗に近接した市場からの仕入れから、本部一括仕入れへと流通をシフトしています。

久留米市では、平成20年に地場の大手量販店が閉店した後、市内に本社を置く量販店はなく、福岡市などに本社を置く量販店が市内に進出し、福岡市場等から一括仕入れを行っています。

(4) 集荷対策（青果部）

筑後地域は、肥沃な土壌に恵まれ、多種多様な農産物の生産が行われていますが、地元JAの共選品等は、大消費地である都市圏市場への出荷が多い状況にあります。また、生産者（出荷者）の高齢化が進んでおり、将来的な生産の減少も懸念されています。

(5) 開設区域外販売の増加（水産物部）

水産物部では、小売店の減少や魚離れによる需要の低迷により、鮮魚の売上が減少傾向で推移しているなか、貯蔵・保管ができる冷凍加工品を中心に、卸売業者の開設区域外販売（市場外販売）のウエイトが大きくなっています。

(6) 市場会計収支

市場の歳入の主なものは、売上高を基礎とする市場使用料と市場施設利用者から徴収する施設使用料、施設整備に伴う国・県からの補助金及び市債（借入金）、市の一般会計からの繰入金です。なお、諸収入は、施設利用者が使用した電気・水道料金の実費を徴収したものなどです。一方、歳出の主なものは、施設の維持管理経費、配置職員の人件費などの一般管理費、施設整備や修理などの財産管理費、施設整備に伴う市債の償還金等となっています。

現在は、農林水産省が示している繰入基準の範囲内で、健全な市場運営を行っていますが、今後、施設の老朽化による改修やそれに伴う起債の償還、売上高手数料の減少等が続けば、市場会計の悪化につながる考えられます。

●久留米市中央卸売市場事業特別会計収支（決算）

	予算費目	H15年度	H20年度	H23年度	H24年度		H25年度	
		(千円)	(千円)	(千円)	(千円)	前年比	(千円)	前年比
歳入	使用料	148,999	143,581	145,604	143,311	92.2%	143,297	100.0%
	(うち売上高使用料)	(57,858)	(51,941)	(44,457)	(42,790)	(96.2%)	(43,053)	(100.6%)
	諸収入	46,362	42,921	56,788	43,996	77.5%	50,110	113.9%
	前年度の繰越金	12,809	11,163	17,692	14,856	84.0%	27,985	188.4%
	国・県補助金	14,977	0	0	7,934	—	11,936	150.4%
	市債（借入金）	33,600	0	0	24,500	—	35,400	144.5%
	一般会計繰入金	116,727	73,518	65,000	96,153	147.9%	60,000	62.4%
歳入合計	373,474	271,183	285,084	330,750	116.0%	328,728	99.4%	
歳出	一般管理費	265,594	153,818	152,520	157,138	103.0%	153,471	97.7%
	(うち人件費)	(61,685)	(61,659)	(62,337)	(56,907)	(91.3%)	(54,446)	(95.7%)
	財産管理費	12,551	13,492	20,637	50,629	245.3%	68,814	135.9%
	公債費（償還金）	84,910	91,595	97,071	94,998	97.9%	95,236	100.3%
	翌年度への繰越金	10,418	12,278	14,856	27,985	188.4%	11,207	40.0%
歳出合計	373,474	271,183	285,084	330,750	116.0%	328,728	99.4%	

6 久留米市中央卸売市場の特徴

(1) 立地条件

<青果部>

筑後平野の多種多様な農産物の生産を背景に産地市場としての性格と市街地まで近く消費地市場としての両面を有しています。

<水産物部>

周辺に海がないため、福岡県、佐賀県、熊本県、長崎県など近隣の産地を中心に水産物の集荷を図っており消費地市場の性格を有しています。

(2) 内部環境及び外部環境の把握 (SWOT分析)

内部環境	外部環境
<p>S (強み)</p> <p>【共通事項】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 高速 I C に近く交通の利便性が高い ・ 公設で信用が高い ・ 青果部と水産物部が同じ敷地内に立地 <p>【青果部】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 農業生産地域に立地 ・ 個人出荷が多い、せり取引が多い ・ 代払制度で短期間の決済が可能 ・ ベテランが多く知識が豊富 <p>【水産物部】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 開設区域以外に消費圏が広い ・ 開設区域以外の取引が多い (塩干物等) ・ 九州近海の豊富な魚種が入荷 ・ 市場関係者の団結力が強い 	<p>O (機会)</p> <p>【共通事項】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 国による卸売市場取引等の規制緩和 ・ 安全・安心志向の高まり ・ 高級・ブランド志向の高まり ・ 中食 (家庭等で消費する調理済み食品) 需要の増加 <p>【青果部】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ コンビニエンスストア、ドラッグストアなど新規参入業界の発生による市場の拡大 ・ 地産地消志向の高まり <p>【水産物部】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 和食文化についての評価の高まり ・ 保存技術の発達
<p>W (弱み)</p> <p>【共通事項】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 大型量販店の本社が市内にない ・ 入荷量による価格変動が大きい ・ 消費者・需要者ニーズに十分な対応ができていない ・ 市場からの情報発信力が弱い ・ 仲卸業者・売買参加者が減少している ・ 取扱高が減少し卸売業者の経営力が弱まっている ・ 老朽している施設が多い <p>【青果部】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 地元農産物の共販物が少ない ・ 相対取引が少ない ・ 卸売業者と仲卸業者の連携が弱い ・ 卸売業者と生産者の連携が弱い ・ 生産者が後継者不足により高齢化 <p>【水産物部】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 産地 (海) が遠い 	<p>T (脅威)</p> <p>【共通事項】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 人口減少、少子高齢化の進展 ・ 国による拠点市場と他の市場、地方卸売市場の区別化 ・ 拠点市場が近く (福岡市) に存在 ・ 小規模の地方卸売市場が近く (筑後地区) に多く存在 ・ 大型量販店による拠点市場からの一括仕入れの拡大 ・ 大型量販店と産地との直接取引の拡大 ・ 直売店・通販など生産者による販売手段の多様化 ・ 冷凍・加工食品の増加 ・ 外食の増加 ・ 給食宅配産業の発展 <p>【青果部】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 消費者の果実離れ <p>【水産物部】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 消費者の魚離れ

7 本計画の目標像

近年、全国的にも本市場においても、卸売市場経由率の低下や取扱数量の減少が続いており、今後益々この流れは大きくなっていくものと予想されます。

また、国の卸売市場に対する規制緩和や生鮮食料品流通の多様化・高度化に伴い、市場間の競争もこれまで以上に激しくなるものと思われま

す。久留米市中央卸売市場が、流通の変化に適応し、市場間競争を生き抜くためには、生産者・出荷者及び消費者・需要者の両者にとって魅力ある市場づくりを行っていくとともに、市場関係者の経営基盤の強化を図ることが重要となります。

よって、生産者と消費者を結ぶ架け橋として安定的な市場運営を実現するために、目標像を次のとおり設定します。

消費者・需要者から支持される市場

- 消費者・需要者が求める食材のニーズに的確に対応します。
- 食品の安全性・鮮度保持など消費者へ安心を提供します。
- 生鮮食料品の良さ、大切さを広く消費者に情報発信します。
- 食文化の情報発信・普及啓発を進め、豊かな食生活への関心を向上します。

生産者・出荷者から信頼される市場

- 生産者・出荷者と連携した市場づくりを行います。
- 生産者・出荷者の努力とこだわりを十分に評価します。
- 本市の基幹産業である農業の出荷先として生産者の経営安定及び地域農業の持続的な発展に寄与します。

生鮮食料品の基幹的な流通拠点として持続する市場

- 効率的な管理運営により採算性、収益性、成長性を向上します。
- 市場関係者が課題を共有し、連携して課題解決に向けた取り組みを実践します。
- 時代に適合し、かつ災害に強い施設をつくりま

8 目標像の実現に向けた基本戦略

本市場の目標像である「消費者・需要者から支持される市場」、「生産者・出荷者から信頼される市場」、「生鮮食料品の基幹的な流通拠点として持続する市場」を実現するために、本市場の課題を踏まえつつ、内部環境・外部環境による現状を考慮し、以下のとおり基本戦略を7項目設定し、その項目ごとに具体的な取り組みを示します。

(1) 消費者・需要者を起点とした事業展開

消費者・需要者等の実需者のニーズに的確に対応します。

(2) 販売力の強化

開設区域内はもとより、全国に販売網を広げ、取引の活性化を図ります。

(3) 市場からの情報発信

消費者との交流を進めながら、「食」の情報発信に取り組むことにより、消費者である市民に支持される市場を目指します。

(4) 集荷力の強化

生産者・出荷者と強固な信頼関係による安定した集荷を図ります。

(5) 健全かつ効率的な市場運営

市場関係者の経営基盤の強化、業務の効率化及びコスト縮減等を図り、健全かつ効率的な市場運営を目指します。

(6) 関係者による改革意識の高揚

市場に対する信頼を向上させるため、市場関係者全員がコンプライアンスの徹底を図るなど改革意識を高揚させます。

(7) 適正な施設整備

時代のニーズに的確に対応した施設整備を進めるとともに、計画的な改修により老朽化施設の延命化を図ります。

9 具体的取り組み（事業施策）

（1）消費者・需要者を起点とした事業展開

【共通事項】

1-1 消費者ニーズ調査等の実施

生鮮食料品等に対する実需者のニーズに対応した市場機能の強化を図るため消費者アンケート等を実施します。

【青果部】

1-2 新たなニーズへの対応（青果部）

核家族・一人暮らしなどのライフスタイルに合わせ、袋詰めやカット野菜などの加工販売に取り組みます。

【水産物部】

1-3 新たなニーズへの対応（水産物部）

核家族・一人暮らしなどのライフスタイルに合わせ、フィーレ、パック鮮魚などの加工販売に取り組みます。

（2）販売力の強化

【共通事項】

2-1 大型量販店への対応

低温倉庫、冷蔵・冷凍庫、活魚水槽等の市場施設の有効活用により鮮度管理を徹底し、量販店のニーズに対応します。

2-2 新たな顧客の確保

コンビニエンスストア、ドラッグストア、宅配弁当業者、給食サービスなど、新たな形態の業種にも、マーケティングリサーチを行いながら、積極的に市場取引を働きかけます。また、インターネット販売など、新たな顧客確保に取り組みます。

【青果部】

2-3 地場農産物の販売強化

豊富な地場農産物の地域内流通の促進を図るとともに、全国の消費地へ発信し、売上高の増と市場価格の安定に取り組みます。

2-4 ブランド品の販売強化

卸売業者と生産者の連携により、新たな市場発信ブランドの開発と、地元特産品のPRによる販売力強化に取り組みます。

【水産物部】

2-5 市場外販売の強化

配送機能の充実や、経費節減、大量仕入れによる価格競争力の向上を図り、市場外への販売ルート拡大に取り組みます。

(3) 市場からの情報発信

【共通事項】

3-1 市民への市場開放

市場見学会・市場イベントの開催や外部からの市場見学の受け入れについて積極的なPRを行っていくことにより、市民に親しまれる魅力ある市場運営に努めます。あわせて、市場の一般開放について検討します。

3-2 安全・安心な供給体制のPR

久留米市保健所と連携しながら食品検査や講習会を実施し、食の安全の啓発を図るとともに、検査結果をホームページ等で公開するなど、市場の安全・安心のPRを行ってまいります。また、市場関係業者が品質管理マニュアルを設けて、衛生管理の向上に努めます。

3-3 旬の味覚の情報発信

テレビや新聞などのマスメディアやホームページ、またSNSなどを活用して旬の味覚情報を発信し、市場を身近に感じていただくよう取り組みます。

【青果部】

3-4 中心市街地での情報発信・販売拠点の設置

「久留米シティプラザ」の開業（2016年春予定）にあわせて、卸売業者、仲卸業者、売買参加者が共同して、市街地に地場農産物の情報発信と販売の拠点を整備し、中心市街地の活性化に貢献します。

【水産物部】

3-5 道の駅くるめでの水産物販売

道の駅くるめの市場コーナーにおいて、市場の水産物の販売や市場情報の発信を行い、魚食普及、市場活性化につなげます。

3-6 お魚調理教室等の開催

お魚調理教室を開催し、消費者に魚介類の美味しさを伝えるとともに健康的な食生活の普及を目指します。

3-7 児童・生徒への魚食普及の取り組み

魚食普及啓発ポスターの配布や、学校の出前授業等に積極的に取り組み、水産物の効能や美味しさを伝えていきます。また、学校給食への納入に積極的に取り組みます。

（4）集荷力の強化

【共通事項】

4-1 市場間連携の強化

他市場の卸売業者との連携を強化し、共同集荷や不足した品目の融通などを検討し、品揃えの充実を図ります。

【青果部】

4-2 地場農産物の集荷強化

生産者団体と連携して年間集荷計画を策定し、計画的かつ安定した集荷を

図るため個人生産者のグループ化に取り組みます。

4-3 生産者と市場関係者の情報交換

個人出荷者やJ Aと市場関係者の意見交換会を行い、生産者と市場のミスマッチを解消し、生産者との連携を強化します。

【水産物部】

4-4 産地市場からの集荷強化

集荷情報を収集し、買受人に情報提供を図ることにより、市場価格の安定につなげます。また、産地市場へ卸売業者職員を派遣し、情報交換を行いながら安定集荷に努めます。

(5) 健全かつ効率的な市場運営

【共通事項】

5-1 経営基盤の強化

市場関係者の経営健全化・効率性を確保するため、業務の効率化及び徹底したコスト縮減に取り組みます。また、開設者においては、仲卸業者への経営診断などに基づき適切な指導・監督を行います。

5-2 小売店への支援

売買参加者の減少に歯止めをかけるために、市場のぼりや小売店マップ等を作成するなど小売店の支援に取り組みます。

5-3 売買参加者の活性化

売買参加者の承認申請の簡素化を検討し、積極的な新規売買参加者の募集を行います。

5-4 関連事業者の活性化

空き店舗が目立つ関連棟に関連事業者の入居者募集をホームページ等で随時行い、市場の魅力を高めます。

【水産物部】

5-5 地方卸売市場への転換の検討

全国の中央卸売市場の水産物部の再編が進む中で、市場活性化、販売ルート
の拡大、卸売業者の経営基盤の強化のため、地方卸売市場への転換につい
て、メリット・デメリットを分析し、検討します。

(5) 関係者による改革意識の高揚

【共通事項】

6-1 人材の育成

信頼される市場となるため、研修会等を通してコンプライアンス意識の徹
底を図るとともに、商品の専門知識や経営能力、販売力を有する人材を育成
します。

6-2 卸売業者と仲卸業者・売買参加者の意見交換

市場関連者の連携を強化し、機能的な市場運営を目指すため、卸売業者と
仲卸業者・売買参加者との意見交換を随時実施します。

(7) 適正な施設整備

7-1 流通形態にあった施設の整備

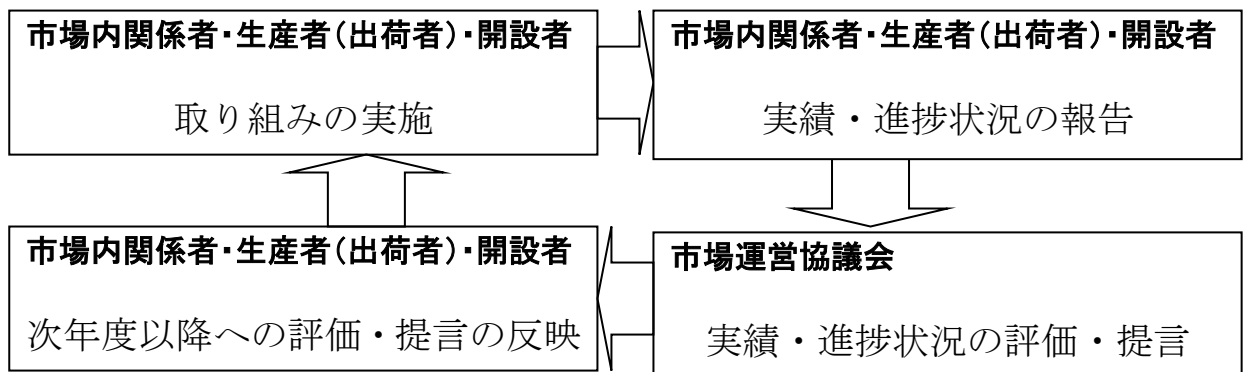
生鮮食料品の流通形態が絶えず変化する中、現在の消費者ニーズや流通事
情に即した施設整備に取り組みます。また、鮮度保持をはじめとする品質管
理技術を研究します。

7-2 老朽化施設の対応

老朽化した市場施設等の計画的な改修により市場運営に支障をきたさない
よう取り組みます。また、必要な耐震診断を行い、耐震補強工事を実施し災
害等に強い市場づくりを行います。

10 施策の推進体制

市場内関係者（卸売業者、仲卸業者、売買参加者及び関連事業者等）、生産者（出荷者）並びに開設者は、それぞれの役割を分担し、目標像を実現するための各種取組みを実施します。また、本計画の総合的な推進のために、関係者による連携・協力体制の構築に努めます。なお、実績や取組みの進捗状況は、久留米市中央卸売市場運営協議会へ報告し、評価・提言をいただきます。



新市場活性化推進計画 ～経営展望～ (H27年度～R2年度) 実施計画 (行動主体と取組期間)

(1) 消費者を起点とした事業展開

No.	分類	取り組み項目	内容	行動主体								取組期間				
				開設者	青果部				水産物部				関連連事業者	短期	中期	
					卸売業者	仲卸業者	売買参加者	出荷者	卸売業者	仲卸業者	売買参加者	出荷者		H27～ R2年度	H29～ R2年度	
1-1	共通事項	消費者ニーズ調査の実施	消費者アンケートなどを実施し、調査結果の共有化を図ります。	◎	○	○	○			○	○	○			実施	
1-2	青果部	新たなニーズへの対応 (青果部)	カット野菜、袋詰め野菜等を販売します。		◎	○	○	○							検討	実施
1-3	水産物部	新たなニーズへの対応 (水産物部)	フィーレ、パック鮮魚を販売します。							◎	○	○			検討	実施

【行動主体 ◎主体的実施、○サポート実施】

(2) 販売力の強化

2-1	共通事項	大型量販店への対応	量販店の要望に応じた施設の活用を図ります。		◎	◎				◎	◎				計画策定	実施
2-2	共通事項	新たな顧客の確保	新たな業種への営業を強化します。		◎	○	○			◎	○	○			実施	
2-3	青果部	地場農産物の販売力強化	地場農産物の地域内流通の促進や全国の消費地へ発信します。	◎	◎	◎	◎	◎							検討	実施
2-4	青果部	ブランド品の販売力強化	新たな市場発信ブランドの開発と特産品のPRによる販売力強化に取組みます。		◎	○	○	◎							検討	実施
2-5	水産物部	市場外販売の強化	市場外への販売ルート拡大に取組みます。							◎					検討	実施

【行動主体 ◎主体的実施、○サポート実施】

(3) 市場からの情報発信

No.	分類	取り組み項目	内容	行動主体								取組期間								
				開設者	青果部			水産物部			関連連事業者	短期	中期							
					卸売業者	仲卸業者	売買参加者	出荷者	卸売業者	仲卸業者		売買参加者	出荷者	H27～ 28年度	H29～ R2年度					
3-1	共通事項	市民への市場開放	市場見学会や市場イベントを開催します。また、一般開放について検討します。	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	実施					
3-2	共通事項	安全・安心な供給体制のPR	食の安全の啓発とPRを推進します。また、品質管理マニュアルを策定します。		◎	○				◎	○				◎	○	実施			
3-3	共通事項	旬の味覚の情報発信	マスメディア、ホームページ及びフェイスブックを活用して旬の味覚を情報発信します。		◎	○	○	○	◎	○	○	○			◎	○	検討	実施		
3-4	青果部	中心市街地での情報発信・販売拠点の設置	中心市街地に青果部の情報発信・販売拠点を整備します。		◎	◎	◎										◎	○	検討	実施
3-5	水産物部	道の駅くるめでの情報発信	道の駅くるめから久留米市中央卸売市場水産物部を情報発信します。							◎		○					◎	○	実施	
3-6	水産物部	お魚調理教室の開催	お魚料理教室を開催します。	○						◎	◎	◎					◎	○	実施	
3-7	水産物部	児童・生徒への魚食普及活動	児童・生徒へ魚食への関心を伝えます。	○						◎	◎	◎					◎	○	検討	実施

【行動主体 ◎主体的実施、○サポート実施】

(4) 集荷力の強化

No.	分類	取り組み項目	内容	行動主体								取組期間			
				開設者	青果部				水産物部				関連事業者	短期	中期
					卸売業者	仲卸業者	売買参加者	出荷者	卸売業者	仲卸業者	売買参加者	出荷者		H27～ 28年度	H29～ R2年度
4-1	共通事項	市場間連携の強化	他市場との共同集荷や品目の融通などにより品揃えの充実を図ります。		◎					◎				調査研究	検討
4-2	青果部	地場農産物の集荷強化	計画的かつ安定的な集荷を推進し、個人生産者のグループ化に取組みます。		◎			◎						検討	実施
4-3	青果部	生産者と市場関係者との情報交換	生産者・出荷者と市場関係者の意見交換会を行います。		◎			◎						実施	
4-4	水産物部	産地市場からの集荷強化	集荷情報の収集と提供を強化します。							◎			◎	実施	

【行動主体 ◎主体的実施、○サポート実施】

(5) 健全かつ効率的な市場運営

5-1	共通事項	経営基盤の強化	業務の効率化及び徹底したコスト削減に取組みます。		◎					◎				実施	
5-2	共通事項	小売店への支援	市場のぼりや小売店マップを作成するなど小売店の支援に取組みます。	◎	○	○	◎		○	○	◎			検討	実施
5-3	青果部	売買参加者の活性化	申請手続きの簡素化を図り、新規売買参加者の募集を行います。	◎	○		○		○		○			検討	実施
5-4	共通事項	関連事業者の活性化	申請手続きの簡素化を図り、新規関連事業者の募集を行います。	◎									◎	検討	実施
5-5	水産物部	地方卸売市場への転換の検討	地方卸売市場への転換について検討します。	◎					◎	○	○	○		調査研究	検討

【行動主体 ◎主体的実施、○サポート実施】

(6) 関係者による改革意識の高揚

No.	分類	取り組み項目	内容	行動主体								取組期間				
				開設者	青果部			水産物部			関連連事業者	短期	中期			
					卸売業者	仲卸業者	売買参加者	出荷者	卸売業者	仲卸業者		売買参加者	出荷者	H27～ 28年度	H29～ R2年度	
6-1	共通事項	人材の育成	コンプライアンス意識の徹底を図るとともに、商品の専門知識や経営能力、販売力を有する人材を育成します。		◎	◎	◎			◎	◎	◎			実施	
6-2	共通事項	卸売業者と仲卸業者・売買参加者との意見交換	市場関係者の連携を強化し、機能的な市場運営を目指すために、意見交換を実施します。	○	◎	◎	◎			◎	◎	◎			実施	実施

【行動主体 ◎主体的実施、○サポート実施】

(7) 適正な施設の整備

7-1	共通事項	流通形態にあった施設の整備	消費者ニーズや流通事情に即した施設整備に取り組めます。	◎	◎					◎					調査研究	実施
7-2	共通事項	老朽化施設への対応	老朽化した市場施設の計画的な改修を行いません。	◎	◎					◎					実施	

【行動主体 ◎主体的実施、○サポート実施】

(資 料)

新市場活性化推進計画～経営展望～検討経過

会議等	開催日	主な内容
第1回市場活性化推進計画改訂検討委員会	H26年 1月30日	<ul style="list-style-type: none"> 概要について 会議の役割について 今後の進め方及びスケジュールについて
第2回市場活性化推進計画改訂検討委員会	2月14日	<ul style="list-style-type: none"> アドバイザーの選任について 環境分析について
第1回水産物部ワーキング会議	3月6日	<ul style="list-style-type: none"> 環境分析から見た方向性について 課題と施策の方向について
第1回青果部ワーキング会議	3月6日	<ul style="list-style-type: none"> 環境分析から見た方向性について 課題と施策の方向について
第2回水産物部ワーキング会議	6月3日	<ul style="list-style-type: none"> 市場活性化推進計画改訂版（素案）の検討
第2回青果部ワーキング会議	6月3日	<ul style="list-style-type: none"> 市場活性化推進計画改訂版（素案）の検討
第3回市場活性化推進計画改訂検討委員会	8月1日	<ul style="list-style-type: none"> 新市場活性化推進計画～経営展望～（素案）の最終確認及び決定
第1回市場運営協議会	8月11日	<ul style="list-style-type: none"> 新市場活性化推進計画～経営展望～（案）の検討
市議会経済常任委員会への報告	8月25日	<ul style="list-style-type: none"> 新市場活性化推進計画～経営展望～（案）の中間報告及び意見聴取
第2回市場運営協議会	11月17日	<ul style="list-style-type: none"> 新市場活性化推進計画～経営展望～（案）の最終確認及び決定
市議会経済常任委員会への報告	12月11日	<ul style="list-style-type: none"> 新市場活性化推進計画～経営展望～（案）の報告及び意見聴取
パブリックコメントの実施	H27年 1月22日 ～2月23日	<ul style="list-style-type: none"> 新市場活性化推進計画案への市民からの意見募集

市場運営協議会 委員名簿

会長	栗原伸夫	久留米市議会議員
副会長	山下浩子	久留米信愛女学院短期大学フードデザイン学科長
	吉田帰命	久留米市議会議員
	秋吉政敏	久留米市議会議員
	原口和人	久留米市議会議員
	永松千枝	久留米市議会議員
	宮崎一喜	久留米青果株式会社代表取締役社長
	戸上深剛	福岡県魚市場株式会社代表取締役社長
	武田康裕	久留米青果卸商協同組合理事長
	永松宏樹	久留米水産物仲卸業組合組合長
	鬼塚正敏	久留米市青果商業協同組合理事長
	田中トミ子	久留米市青果商業協同組合理事
	深町良三	久留米魚類仲買協同組合理事長
	浅川藤昭	久留米水産物売参組合組合長
	酒井正憲	久留米市中央卸売市場関連事業者協議会会長
	中山勉	久留米市近郊出荷者連合会会長
	伊藤三好	魚宗商事有限会社代表取締役社長
	徳永典保	久留米市農業協同組合営農事業部部長
	三原圭子	久留米市消費者連絡協議会理事
	臼井和子	久留米市消費者連絡協議会理事
	辻摩夕実	久留米市消費者連絡協議会理事
	相良浩子	平岡栄養士専門学校副校長
	森山純郎	久留米市農政部長

平成26年11月17日現在

(敬称略)

市場活性化推進計画改訂検討委員会 委員名簿

◎は委員長、○は副委員長

区 分	団体・役職等	氏 名	部類
卸売業者	久留米青果(株)代表取締役社長	◎ 宮崎 一喜	青果
	久留米青果(株)野菜部第2課長	松尾 明則	青果
	福岡県魚市場(株)取締役総務部長	長野 正嗣	水産物
	福岡県魚市場(株)執行役員久留米魚市場長	○ 天本 康穂	水産物
仲卸業者	久留米青果卸商協同組合	松隈 啓一	青果
	(株)醍醐代表取締役社長	山元 健治	青果
	久留米水産物仲卸業組合組合長	永松 宏樹	水産物
売買参加者	久留米市青果商業協同組合副理事長	高良 政博	青果
	久留米市青果商業協同組合専務理事	白石 洋介	青果
	久留米魚類仲買協同組合理事	柿本 信	水産物
	久留米水産物売参組合副組合長	牟田 俊治	水産物
関連事業者	中央卸売市場関連事業者協議会理事	平島 雪治	関連事業者
出荷者	久留米市近郊出荷者連合会副会長	宮崎 威	青果
	魚宗商事(有)代表取締役社長	伊藤 三好	水産物
買出人	久留米鮮魚商組合組合長	原田 委和	水産物
開設者	久留米市農政部次長	山口 文刀	開設者
	久留米市農政部中央卸売市場長	春木 博文	開設者

役職等は平成26年8月1日現在

(敬称略)

アドバイザー

区分	団体・役職等	氏 名	
学識経験者	久留米大学経済学部教授	浅見 良露	

(敬称略)

平成27年度～31年度
新市場活性化推進計画 ～経営展望～

発行日 平成27年4月

発行者 久留米市農政部中央卸売市場

〒830-0037 久留米市諏訪野町2623-1

TEL (0942) 33-4430

FAX (0942) 38-0647

E-mail ichiba@city.kurume.fukuoka.jp