

『新市場活性化推進計画 ～経営展望～』の総括について（案）

I 計画の概要

1 計画の目的

久留米市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。

2 計画期間

平成 27 年度～令和 3 年度（7 年間）

※卸売市場法改正や新型コロナウイルス感染症等の影響を鑑み、終期を 2 年延長

3 計画の目標

生産者と消費者を結ぶ懸け橋として安定的な市場運営を実現する。

【目標像と基本戦略】

3 つの目標像	7 つの基本戦略
消費者・需要者から支持される市場	(1) 消費者・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
生産者・出荷者から信頼される市場	(4) 集荷力の強化
生鮮食料品の基幹的な流通拠点として持続する市場	(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

4 計画の推進体制

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、役割をそれぞれ分担し、目標像を実現するための各種取組を実施してきた。

II 市場を取り巻く環境の変化

消費動向の変化や流通経路の多様化などに伴い、全国的に卸売市場経由率の低下や取扱数量が減少している。このような中、国は卸売市場法（令和 3 年 6 月 21 日施行）を改正し、共通ルール以外の一律の規制等を撤廃したところである。

また、新型コロナウイルス感染症の蔓延による緊急事態宣言の発出に伴い、外食産業が影響を受けている。

Ⅲ 3つの目標像の実現に向けた主な取組み・評価

1 消費者・需要者から支持される市場

(1) 消費者・需要者を起点とした事業展開

カット野菜や袋詰め野菜等の販売や、フィーレ商品の取扱を開始した。

(2) 販売力の強化

顧客要望に合わせた時間配送等を行うなど大型量販店への柔軟な対応、地場産野菜の箱や包装などによる発信を図った。

(3) 市場からの情報発信

市場まつり等のイベント実施により、情報発信の効果は一定あった。なお、令和2年度はコロナ禍でイベント実施が困難な状況の中、小学生向けに市場紹介動画を作成し、学校に配布した。

(評価)

消費者のライフスタイルの変化に対応する商品販売や、大型量販店の要望対応、イベント実施等による情報発信を実施し、消費者・需要者に対するアピールについては一定達成できたものと認識している。情報発信のうちイベント関係については好評であり、消費者に卸売市場の役割・意義を発信できているものとする。

課題として事業実施にかかる各種の負担（加工設備や流通コスト、PR費用、イベント人員）が大きくなっている等の意見、青果部の販売力強化においては恒常的な品揃えの充実等が必要であるという意見が挙げられている。

今後はさらにコロナ禍など最新の状況変化に対応し、SNSの活用など、コロナ禍における情報発信の強化などの方策により、日常の市場取引の活性化、売上高の増加等の具体的な成果に繋がるような方策を検討していく必要がある。

2 生産者・出荷者から信頼される市場

(4) 集荷力の強化

他市場との連携（品目融通、養殖魚共同出荷など）はもとより、市況の情報提供に加え、生産者との連携強化に向け、卸売業者、生産者団体等で意見交換を実施した。

(評価)

青果部では、生産者との連携強化に向け、卸売業者、仲卸業者、生産者団体等で意見交換会の実施など、様々な取組みを行ったが、市場取扱高の増加など、具体的な成果は得られていない状況である。水産物部は消費地市場であるため、今後とも卸売業者が出荷者と商談を継続し、集荷を確保していくことが重要である。

他市場との連携など、これまでの取組みを継続していくことも必要であるが、「出荷先から販売先までを視野に入れた一体的な取引の開拓を模索したい」等の意見も挙げており、成果に繋がるような集荷力の強化を図っていく必要があると考えられる。

3 生鮮食料品の基幹的な流通拠点として持続する市場

(5) 健全かつ効率的な市場運営

水産物部の地方卸売市場の転換（平成 29 年）や、売買参加者申請手続き簡素化など、取引に参加しやすい環境を整備した。

(6) 関係者による改革意識の高揚

卸売業者の社内チェック体制の構築やコンプライアンス研修等の定期実施、市場関係者による定期的な意見交換を実施した。

(7) 適正な施設整備

第 10 次卸売施設整備計画に基づき、水産 SF 級冷蔵庫新設等の整備や、施設の耐震化や老朽施設の整備改修により、施設の長寿命化に取り組んだ。

(評価)

市場運営面では水産物部の地方卸売市場転換、売買参加者参入促進を目的とした申請手続き緩和等などの整理を行うとともに、令和 2 年 6 月施行の市場制度改正に対応して国県から再認定を受けるなど、取引環境の整備を行うことができた。

「関係者による改革意識の高揚」においては、青果部では、卸売業者及び仲卸組合、売買参加者組合で意見交換会を実施するなど、新たな販売戦略等の検討を行った。今後も市場関係者の連携を図っていく必要がある。

また、流通拠点として必要な施設整備は「第 10 次市場施設整備計画（H28～H32）」に基づき、①安全②取引環境整備③長寿命化の 3 つの視点で施設整備を実施した。

現在、起債償還残高の約 7 億円について年間 1 億円以上を償還している状況であり、今後の施設整備による起債借入額が将来の大きな負担にならないように、日常の保守点検や修繕を継続して施設の長寿命化を図り、計画的な施設改修等に努めていく必要がある。

IV まとめ

市場を取り巻く環境が大きく変化しているなか、久留米市中央卸売市場が、今後とも市民への生鮮食料品等の安定供給を担い、将来にわたって持続していくためには、消費者・需要者からの支持や生産者・出荷者からの信頼確保に向け、全ての市場関係者が連携して市場の活性化に取り組むことが必要不可欠である。

これまで、市場関係者の連携強化や情報発信等、様々な事業に取り組んできたところであるが、今後とも、市と市場関係者が協力・連携し、適切な役割分担のもと、福岡県第一位の農業産出額を誇る都市の優位性、高速道路へのアクセスが良く商業都市圏に近い特色を活かし、創意工夫による取組等を実行することにより、市場の活性化に取り組むこととしたい。

また、卸売市場法の改正やコロナ禍における消費活動や流通形態の変化に対応した市場流通を検討していく必要がある。

V 次期計画（案）について

1 基本的な考え方

3つの目標像である「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」は継続し、改正卸売市場法（令和3年6月21日）等による市場流通の変化や、コロナ禍における新しい生活様式の消費形態などに対応するため、市場関係者の更なる連携強化による集荷・販売対策及び情報発信等に取り組む。

なお、国通達（中央卸売市場の業務運営について（H23.4.13））の廃止に伴い、現計画の経営展望の文言は削除する。

2 計画期間

令和4～7年度（4年間）

※久留米市新総合計画及び久留米市食料・農業・農村基本計画と整合を図るため

3 策定主体

久留米市

4 策定体制

検討委員会（17名）、アドバイザー

5 策定スケジュール

実施時期	内容
R3.10	市場運営協議会（見直しの方向性等を報告） ※検討委員アドバイザー（学識経験）への依頼
R3.12	第1回検討会議（再度の意見聴取）
R4.2	第2回検討会議（意見等を踏まえ、骨子案を策定）
R4.3	市場運営協議会（骨子案を協議） 第3回検討会議（計画案を策定）
R4.6	市場運営協議会（計画案を協議）
R4.6～	市議会へ報告