

和歌山市中央卸売市場

戦略的行動計画



和歌山市 まちづくり局
農林水産部 中央卸売市場

目 次

1	中央卸売市場の目的と役割	2	
2	取引の流れ	2	
3	第9次卸売市場整備基本方針	3	
4	第4次和歌山市長期総合計画	3	
5	和歌山市中央卸売市場経営展望策定書	3	
6	和歌山市の状況	4	
7	和歌山市中央卸売市場の状況	7	
8	全国中央卸売市場の状況	11	
【和歌山市中央卸売市場戦略的行動計画】			
1	策定の趣旨	15	
2	行動計画の基本目標	15	
3	行動計画における目標設定	15	
4	施策の体系	16	
第1章 中央卸売市場の再構築			
1	市場機能増強のために必要な機能・施設整備	17	
2	中央卸売市場施設の老朽化・耐震化対策	17	
3	中央卸売市場敷地の効率的活用	18	
4	市場会計健全化	19	
第2章 販売力の強化 ～和歌山市場のブランド化～			
1	販売力増強対策	21	
2	水産、青果ごとの集荷力増強対策	22	
3	卸売市場入場業者の経営力増強対策	22	
第3章 開かれた卸売市場の推進			
1	新しい市場イメージの策定	23	
2	市民消費者に親しまれる取り組み	23	
3	今日及び将来の流通構造の変化の分析・予見を踏まえた 市場機能の多機能化への取り組み	24	
4	市場再編・市場間連携の視点に照らした検討	25	
おわりに			26
主体と取り組みスケジュール			27
意見聴取会参加者			29

1 中央卸売市場の目的と役割

中央卸売市場は、食生活に欠かすことのできない生鮮食料品（野菜、果実、水産物など）を国内外より集荷し、適正な価格を付けて消費者の台所へ送る役割を担う公設の卸売市場であり、全国に44都市72市場（平成23年度末現在）が設置されている。

- (1) 大量かつ能率的な集分荷
- (2) 多種多様な品目の豊富な品揃え
- (3) 商品の鮮度の維持
- (4) 商品の適正な価格形成
- (5) 販売代金の確実迅速な決済
- (6) 需給に係る情報の収集及び伝達

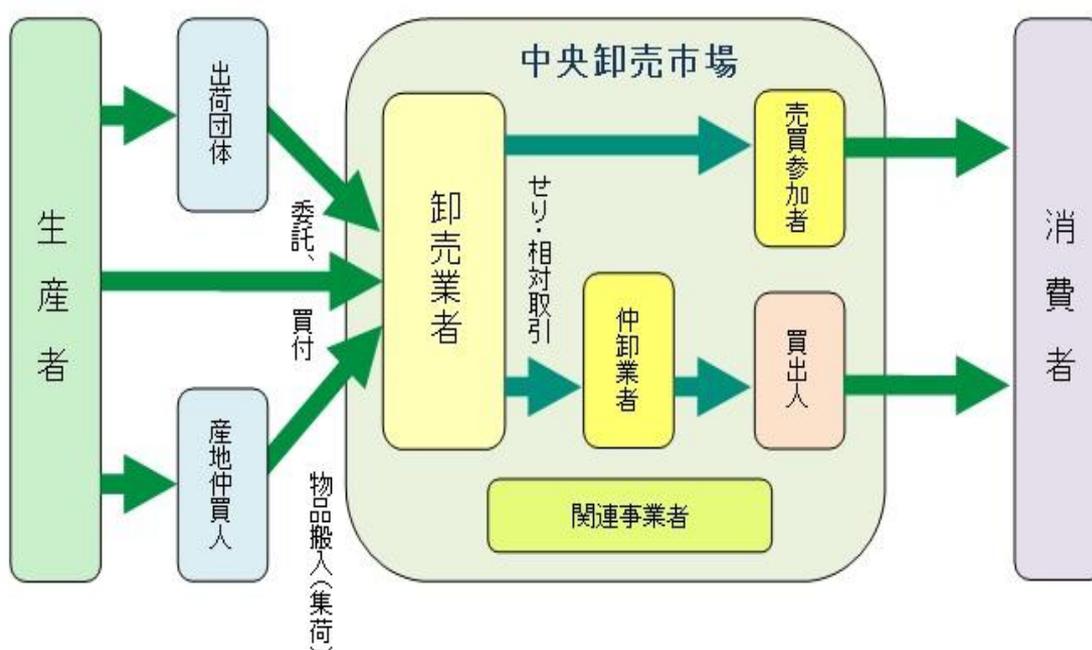
このように、公益性が高く、かつ大規模な施設と経費を要する中央卸売市場は、農林水産大臣の認可を受けて、本市など地方公共団体により開設、運営されている。

また、消費者と出荷者とを繋ぐ場所として、和歌山市民・県民をはじめ、幅広い消費者の食生活の安定に努めている。



卸売場（水産）

2 取引の流れ



3 第9次卸売市場整備基本方針（平成22年10月）

農林水産大臣は、卸売市場法に基づき、卸売市場の整備を図るための基本方針及び中央卸売市場の整備を図るための計画を概ね5年ごとに定めている。

- (1) コールドチェーンシステムの確立をはじめとした生産者及び実需者のニーズへの的確な対応
- (2) 公正かつ効率的な取引の確保
- (3) 食の安全や環境問題等の社会的要請への適切な対応
- (4) 卸売市場間の機能・役割分担の明確化による効率的な流通の確保
- (5) 卸売業者及び仲卸業者の経営体質の強化
- (6) 経営戦略的な視点を持った市場運営の確保

4 第4次和歌山市長期総合計画（平成21年3月）

(分野別目標)市民と地域がつくる元気なまち－(政策)地域産業の振興－(施策)商工業の振興

『基本方針』

中央卸売市場の集荷力、品質管理など機能の向上を図り施設の充実に努める。

5 和歌山市中央卸売市場経営展望策定書（平成24年3月）

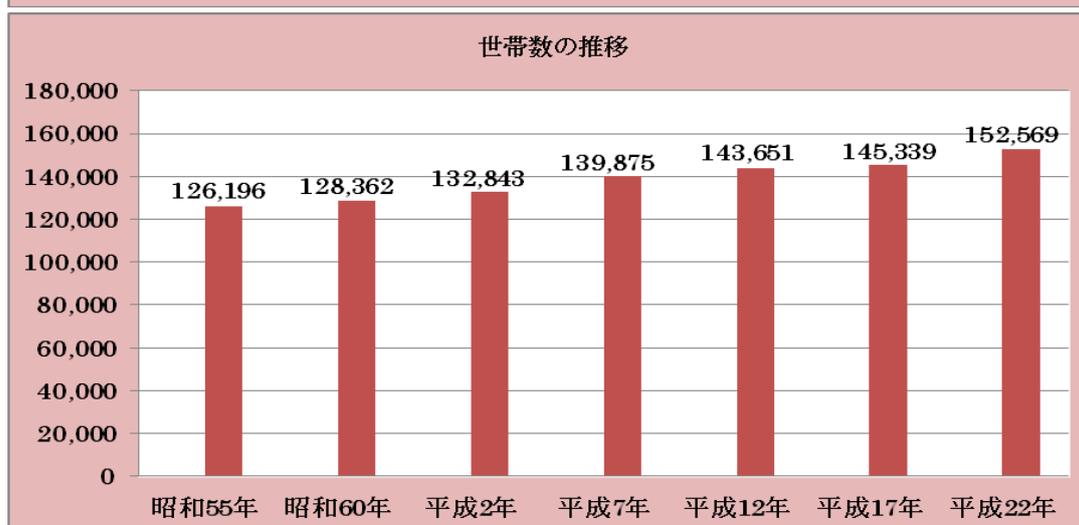
『経営展望構築の柱』

- (1) 中央卸売市場敷地の効率的活用
- (2) 中央卸売市場施設の老朽化・耐震化対策
- (3) 販売力増強対策
- (4) 水産、青果ごとの集荷力増強対策
- (5) 市場機能増強のために必要な機能・施設整備
- (6) 卸売市場入場業者の経営力増強対策
- (7) 新しい市場イメージの策定
- (8) 市民消費者に親しまれる取り組み
- (9) 今日及び将来の流通構造の変化の分析・予見を踏まえた市場機能の多機能化への取り組み
- (10) 市場会計健全化
- (11) 市場再編・市場間連携の視点に照らした検討

6 和歌山市の状況

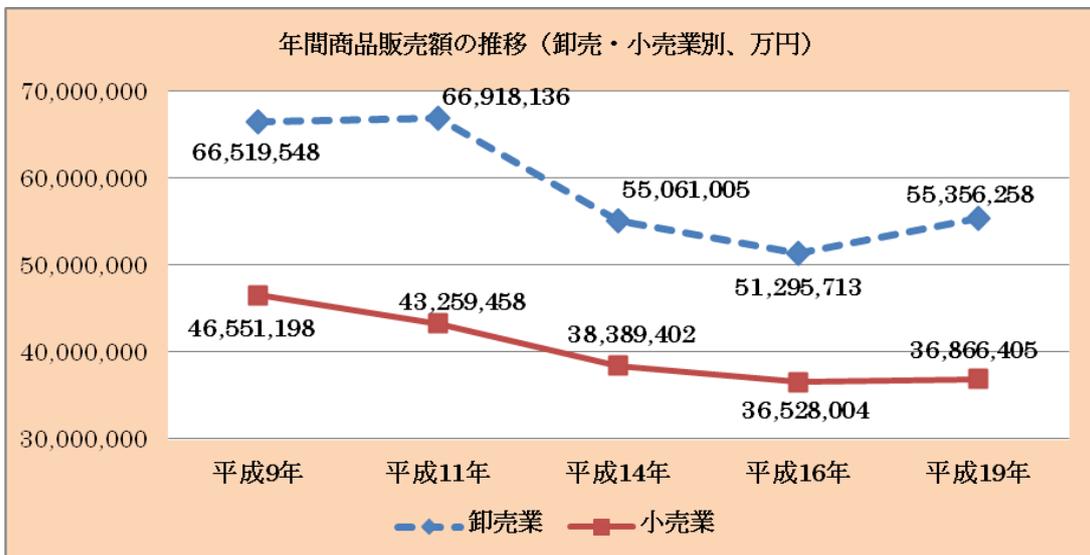
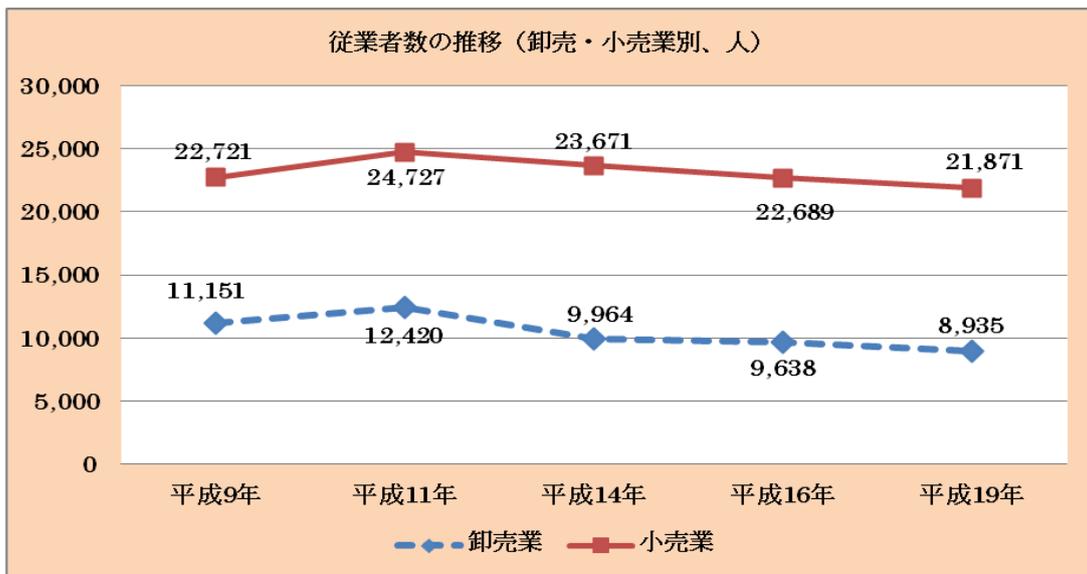
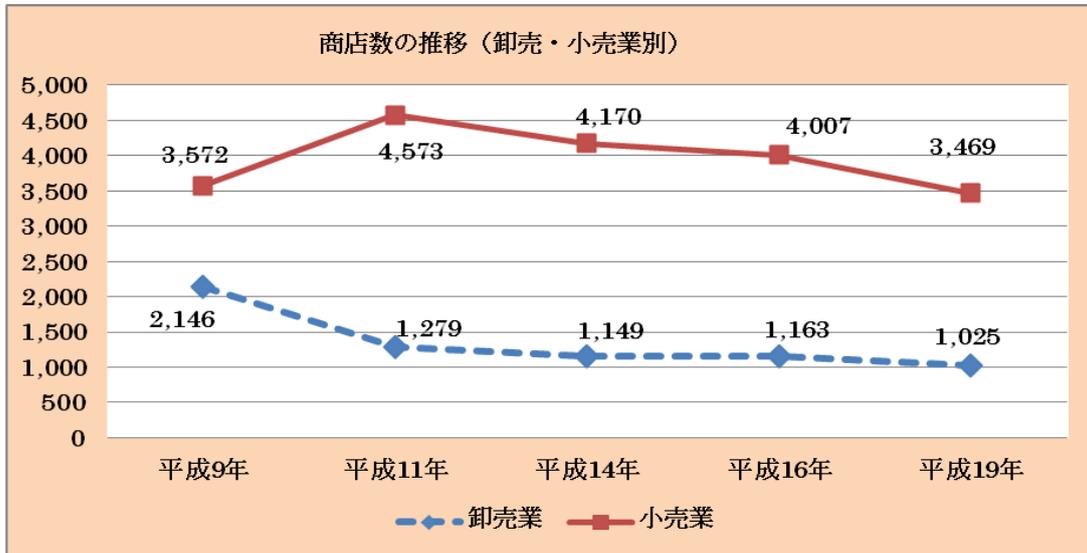
(1) 国勢調査人口と世帯数

和歌山市の人口は、昭和60年をピークに減少しているが、世帯数については増加している。また、65歳以上の占める人口比率は、増加を続け少子高齢化が直実に進んでいる。



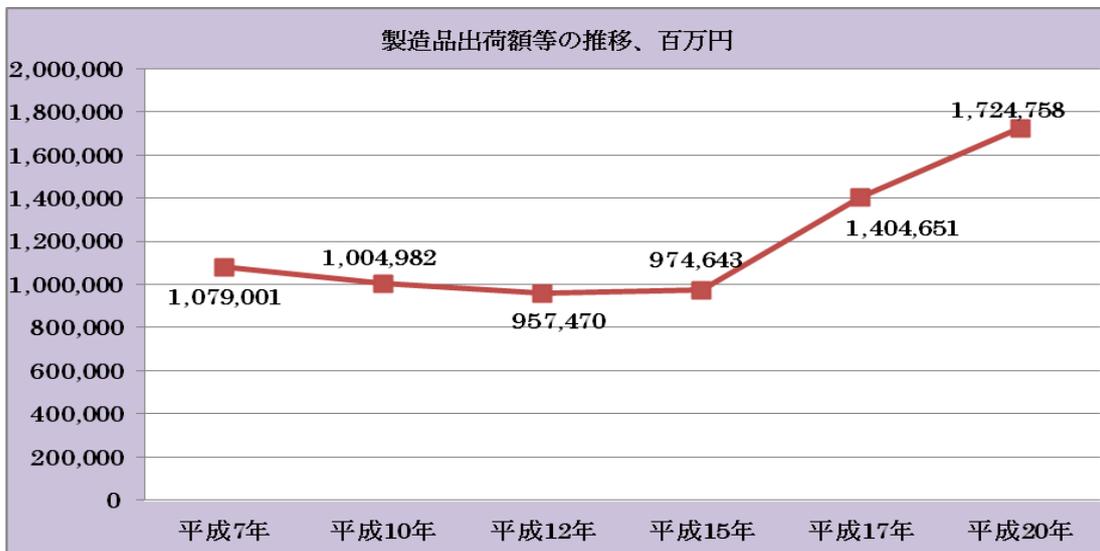
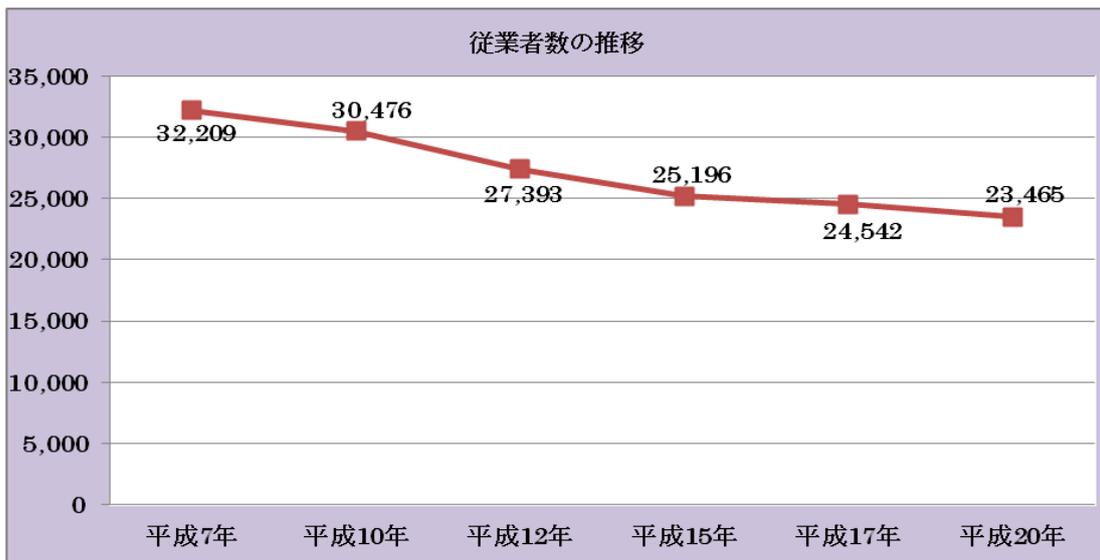
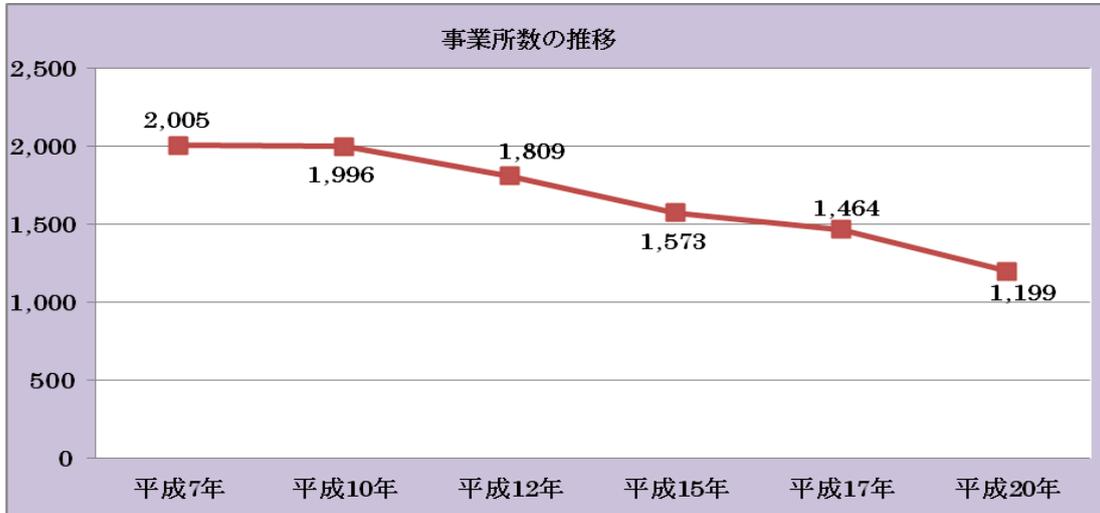
(2) 商業

平成16年から平成19年の間にかけて、卸売業・小売業ともに商店数、従業者数は減少傾向にあるが、年間商品販売額については増加している。



(3) 工業

工場事業所数、従業者数ともに減少傾向にあるが、製造品出荷額等については、平成15年から増加している。本市産業の中心的役割を果たしてきた製鉄所の高炉新設や化学工業の生産拡大によるものである。



7 和歌山市中央卸売市場の状況

(1) 所在地

和歌山市西浜 1660 番地の 401

(2) 開設日

- ・昭和 49 年 3 月 26 日(開設認可)
- ・昭和 49 年 4 月 19 日(業務開始)

(3) 敷地面積

132,237 平方メートル(約 4 万坪)

(4) 取扱品目

- ・青果部 野菜・果実及びその加工品
- ・水産部 生鮮水産物及びその加工品

(5) 開場時間

午前 3 時から午後 3 時

(6) 市場内事業者数(H24.4.1 現在)

- ・卸売業者 青果 2 社・水産 1 社
- ・仲卸業者 青果 33 社・水産 41 社
- ・関連事業者 57 社

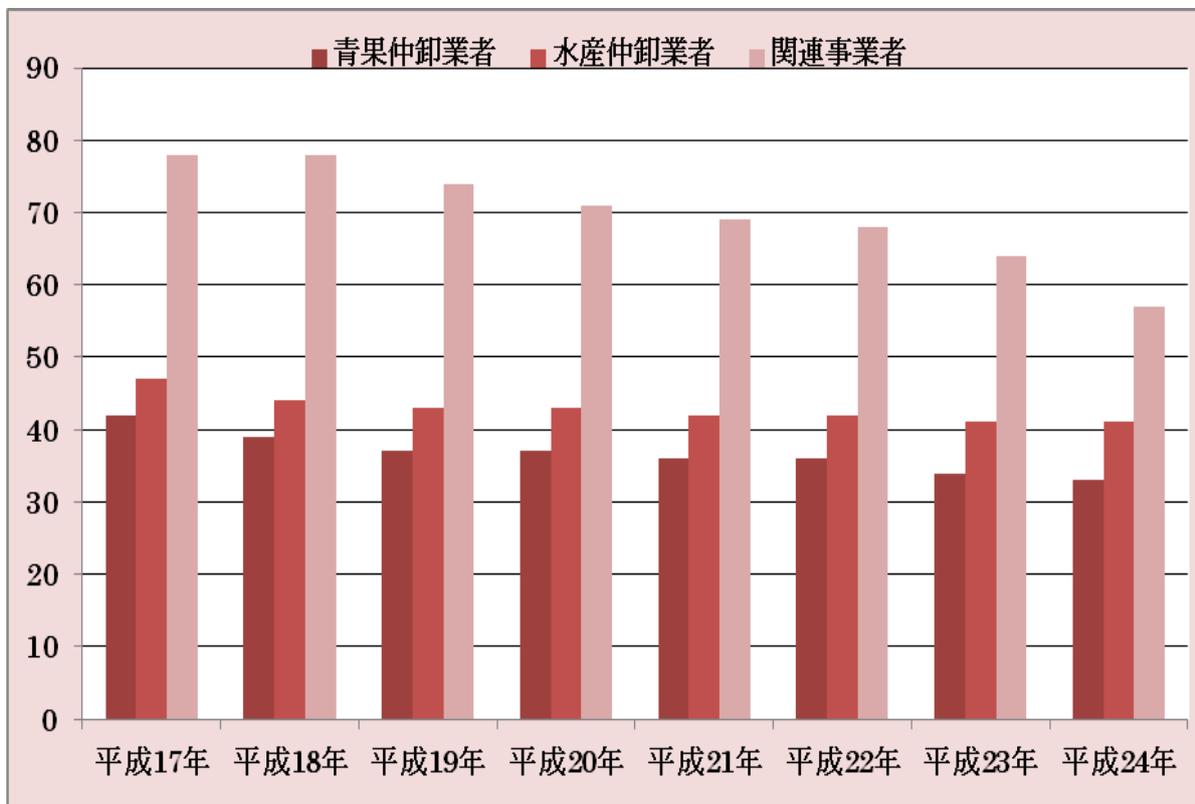
(7) 位置図



(8) 市場事業者数

(各年共4月1日現在)

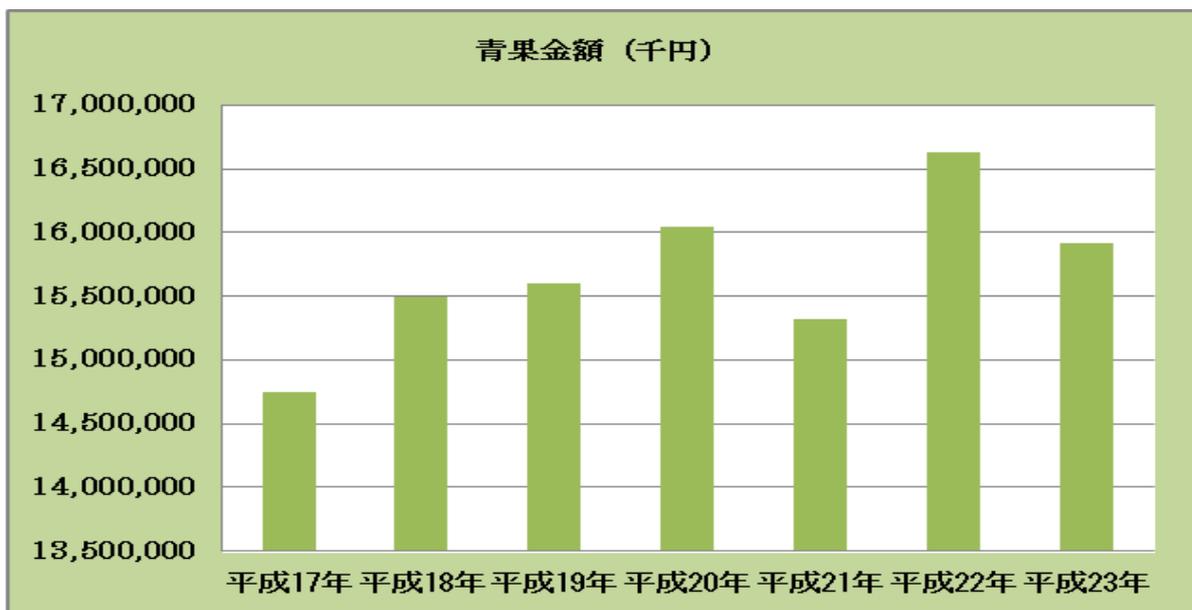
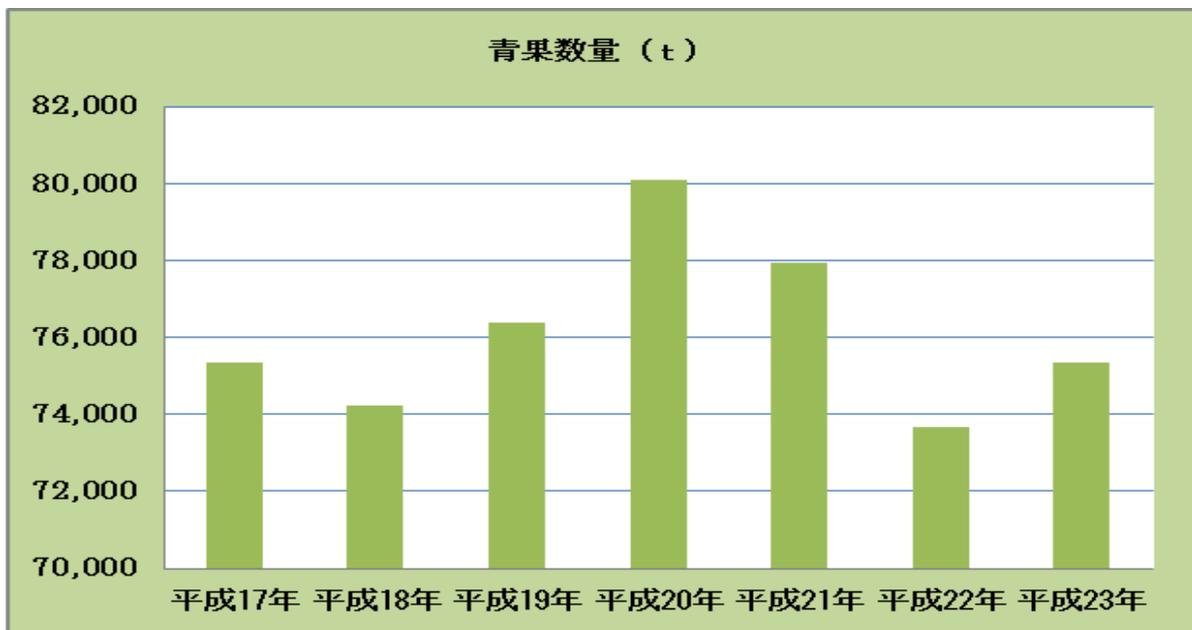
年 度	青 果		水 産		関連事業者
	卸売業者	仲卸業者	卸売業者	仲卸業者	
平成 17 年	2	42	1	47	78
平成 18 年	2	39	1	44	78
平成 19 年	2	37	1	43	74
平成 20 年	2	37	1	43	71
平成 21 年	2	36	1	42	69
平成 22 年	2	36	1	42	68
平成 23 年	2	34	1	41	64
平成 24 年	2	33	1	41	57



(9) 青果取扱量

(数量：トン、金額：千円)

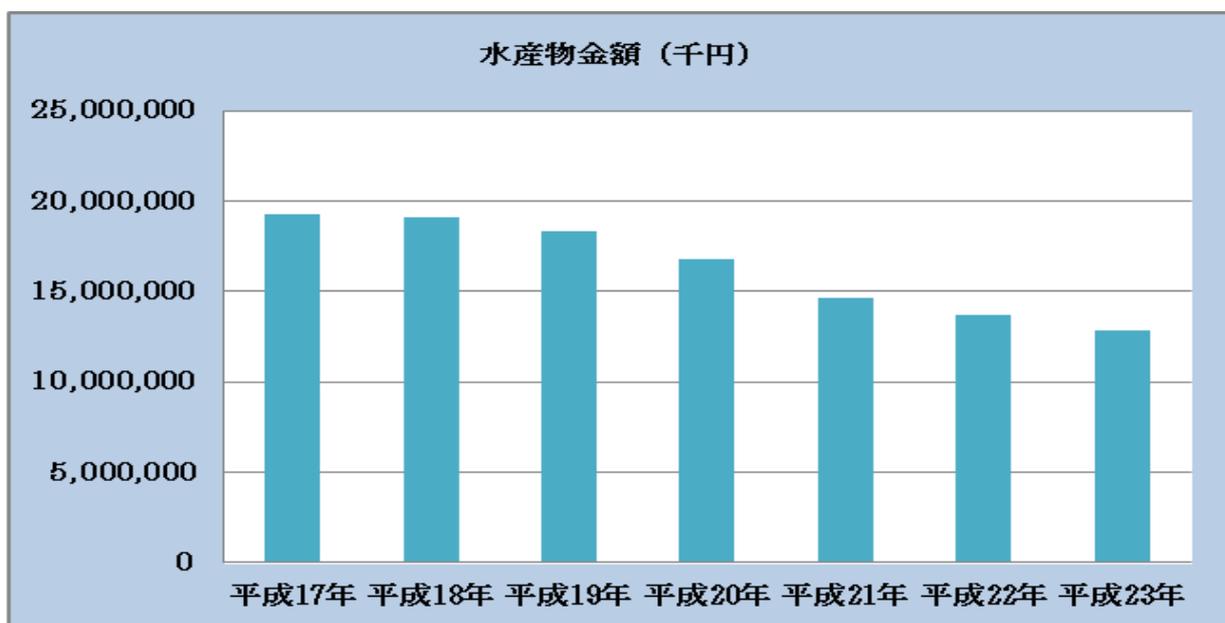
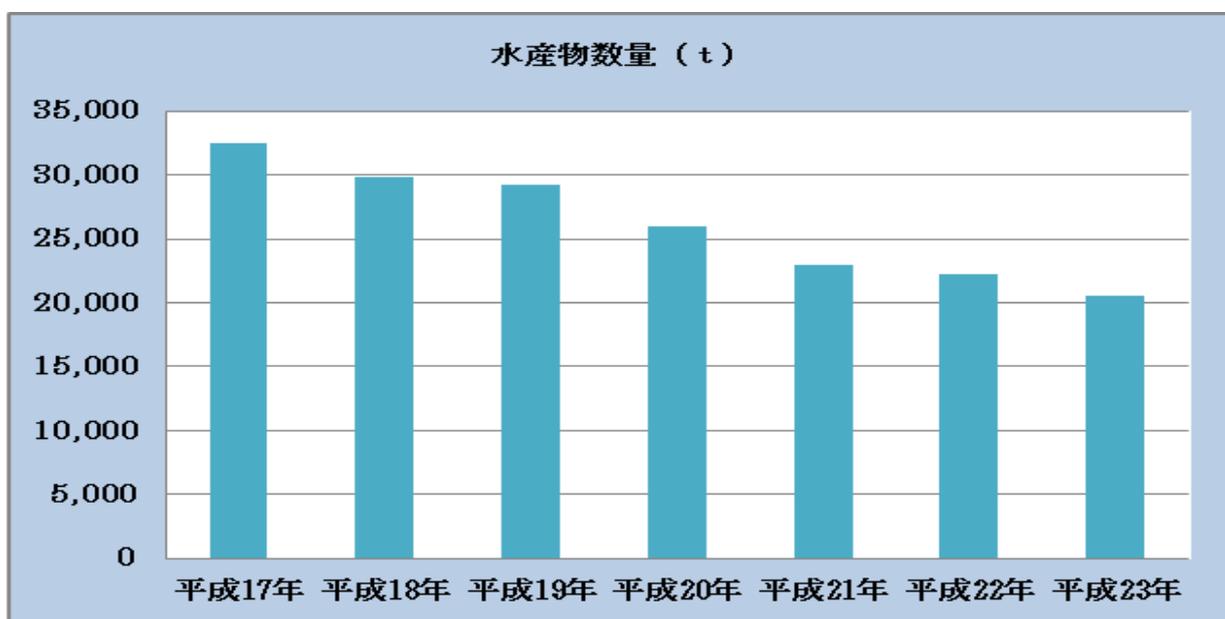
年 度	野 菜		果 実		合 計	
	数 量	金 額	数 量	金 額	数 量	金 額
平成 17 年	55,467	10,535,158	19,883	4,206,337	75,350	14,741,495
平成 18 年	56,613	10,716,517	17,625	4,782,402	74,238	15,498,919
平成 19 年	59,382	11,200,423	17,016	4,404,143	76,398	15,604,566
平成 20 年	62,057	11,638,821	18,054	4,406,973	80,111	16,045,794
平成 21 年	58,714	11,178,530	19,232	4,144,781	77,946	15,323,311
平成 22 年	56,745	12,017,821	16,934	4,610,642	73,679	16,628,463
平成 23 年	58,119	11,401,792	17,249	4,511,778	75,368	15,913,570



(10) 水産物取扱量

(数量：トン、金額：千円)

年度	生 鮮		加 工		冷 凍		合 計	
	数 量	金 額	数 量	金 額	数 量	金 額	数 量	金 額
平成 17	17,466	12,024,484	12,284	5,348,961	2,759	1,919,743	32,509	19,293,188
平成 18	15,596	12,091,426	11,440	5,099,442	2,782	1,904,846	29,818	19,095,714
平成 19	14,923	11,728,802	11,148	4,768,275	3,120	1,808,144	29,191	18,305,221
平成 20	13,898	10,417,359	9,171	4,473,209	2,880	1,893,523	25,949	16,784,091
平成 21	12,415	8,567,937	8,287	4,482,080	2,306	1,567,200	23,008	14,617,217
平成 22	11,381	7,795,336	8,600	4,457,243	2,293	1,445,050	22,274	13,697,629
平成 23	10,214	7,231,270	8,060	4,271,494	2,333	1,328,190	20,607	12,830,954

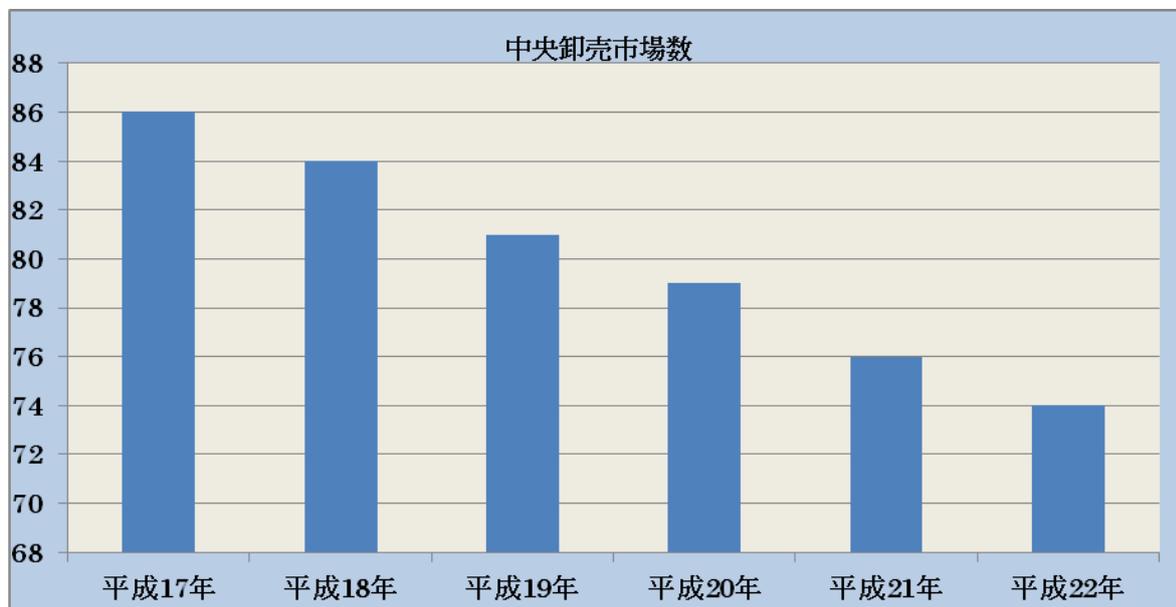


8 全国中央卸売市場の状況

(1) 市場数

年 度	中央卸売市場	地方卸売市場			
		公 設	第三セクター	民 設	
平成 17 年	86	1,286	150	39	1,097
平成 18 年	84	1,259	151	37	1,071
平成 19 年	81	1,237	155	38	1,044
平成 20 年	79	1,207	156	39	1,012
平成 21 年	76	1,185	156	38	991
平成 22 年	74	1,169	153	37	979

農林水産省「卸売市場データ集」



(2) 市場業者数

年 度	青 果		水 産		総 数
	卸売業者	仲卸業者	卸売業者	仲卸業者	
平成 17 年	96	1,925	91	2,836	4,948
平成 18 年	93	1,846	88	2,735	4,762
平成 19 年	91	1,763	87	2,625	4,566
平成 20 年	90	1,677	85	2,536	4,388
平成 21 年	86	1,629	83	2,472	4,270
平成 22 年	85	1,586	78	2,405	4,154

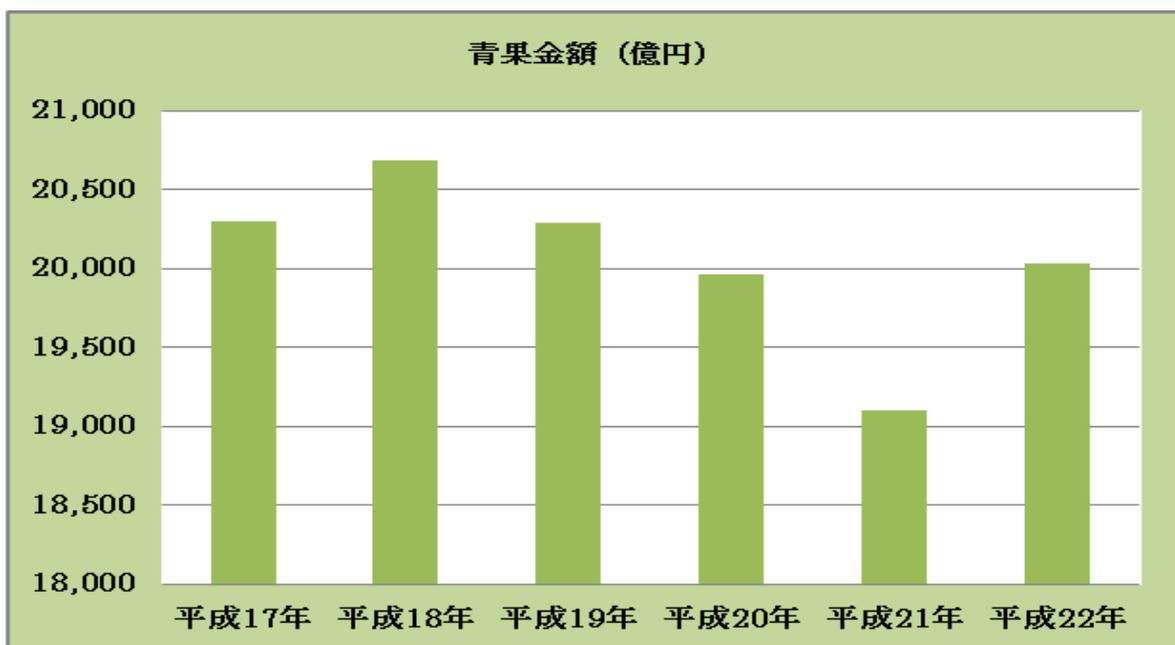
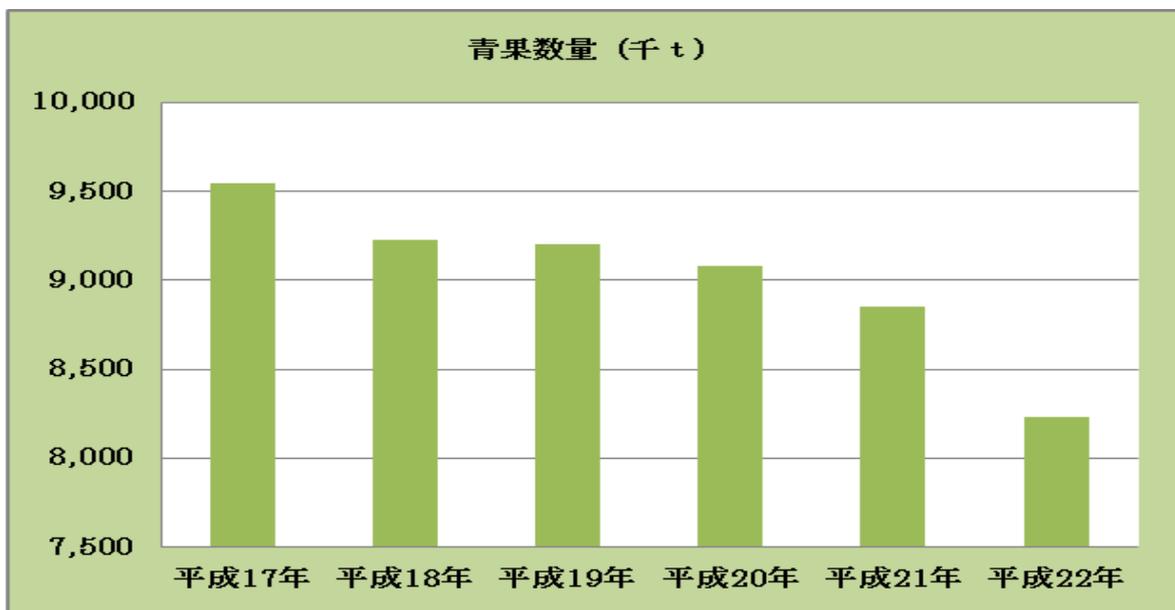
農林水産省「卸売市場データ集」

(3) 青果取扱量

(数量：千トン、金額：億円)

年 度	野 菜		果 実		合 計	
	数 量	金 額	数 量	金 額	数 量	金 額
平成 17 年	6,865	13,298	2,684	7,001	9,549	20,299
平成 18 年	6,911	13,485	2,318	7,200	9,229	20,685
平成 19 年	6,869	13,443	2,334	6,851	9,203	20,294
平成 20 年	6,752	13,363	2,329	6,596	9,081	19,959
平成 21 年	6,564	13,087	2,291	6,015	8,855	19,102
平成 22 年	6,243	13,793	1,988	6,239	8,231	20,032

農林水産省「卸売市場データ集」

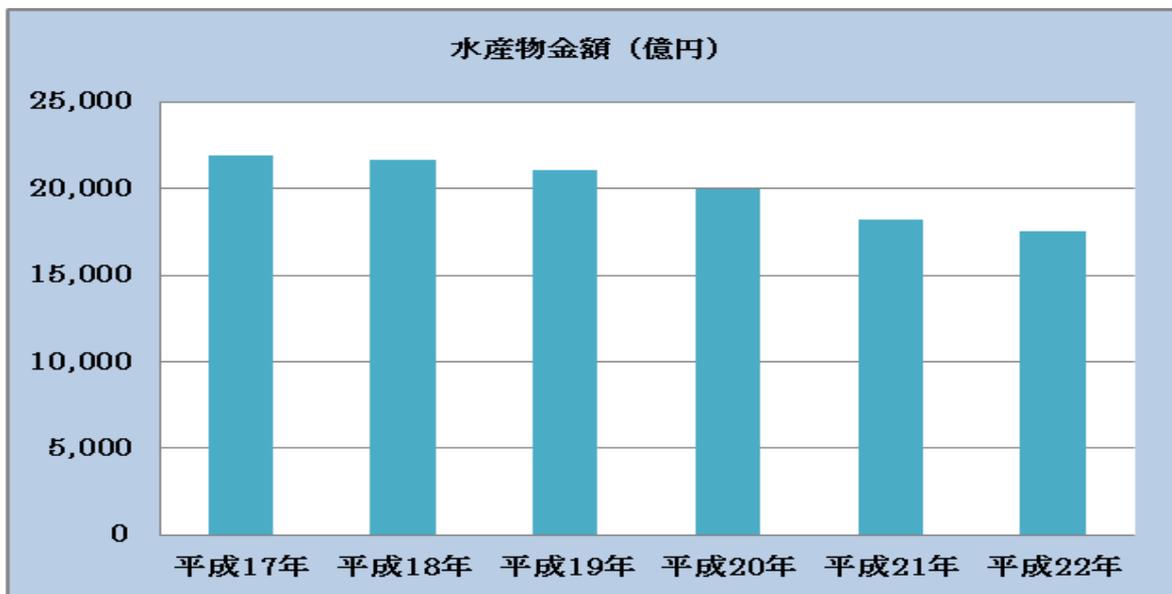
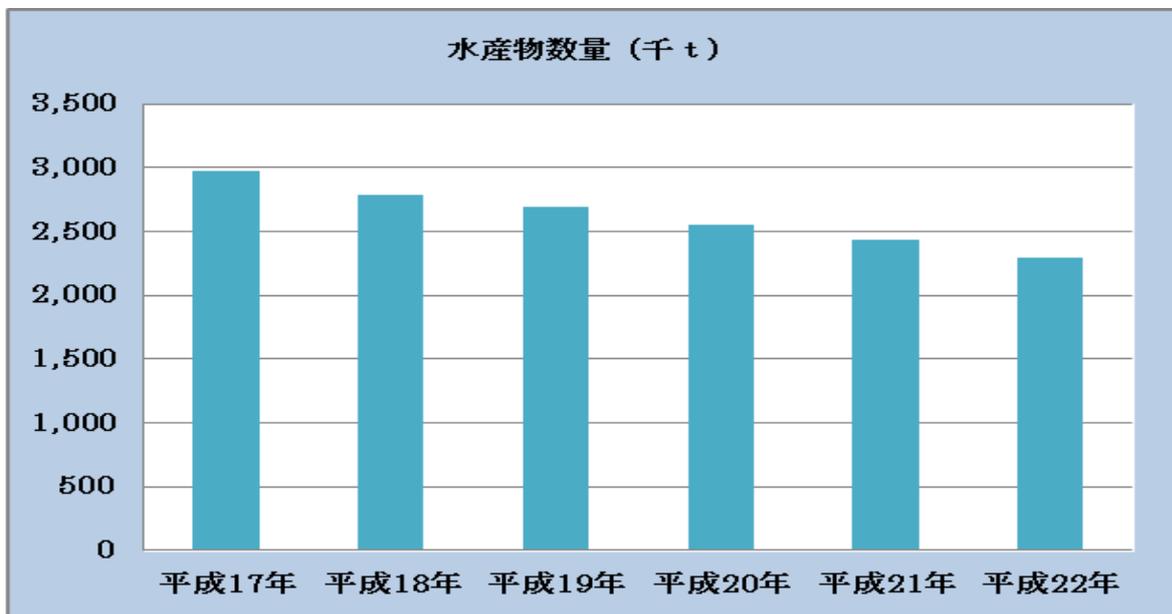


(4) 水産物取扱量

(数量：千トン、金額：億円)

年 度	生 鮮		加 工		冷 凍		合 計	
	数 量	金 額	数 量	金 額	数 量	金 額	数 量	金 額
平成 17	1,410	10,057	894	6,391	672	5,482	2,976	21,930
平成 18	1,318	9,978	850	6,262	616	5,455	2,784	21,695
平成 19	1,294	9,738	794	6,000	601	5,303	2,689	21,041
平成 20	1,242	9,292	751	5,744	557	4,920	2,550	19,956
平成 21	1,191	8,498	719	5,403	525	4,322	2,435	18,223
平成 22	1,107	8,169	680	5,124	505	4,262	2,292	17,555

農林水産省「卸売市場データ集」

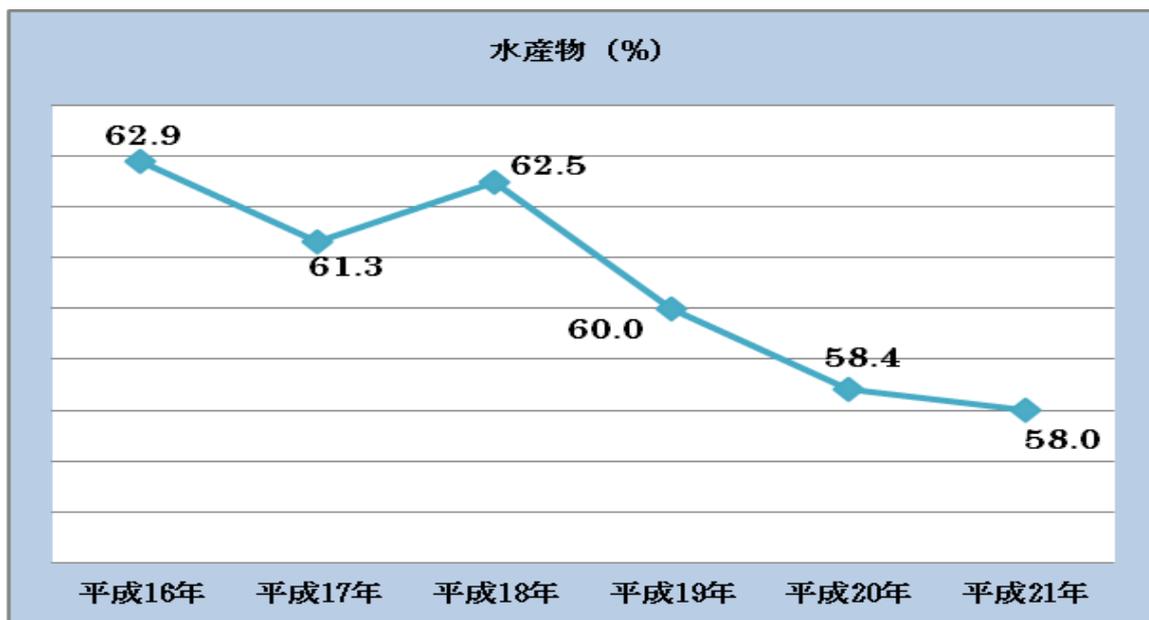
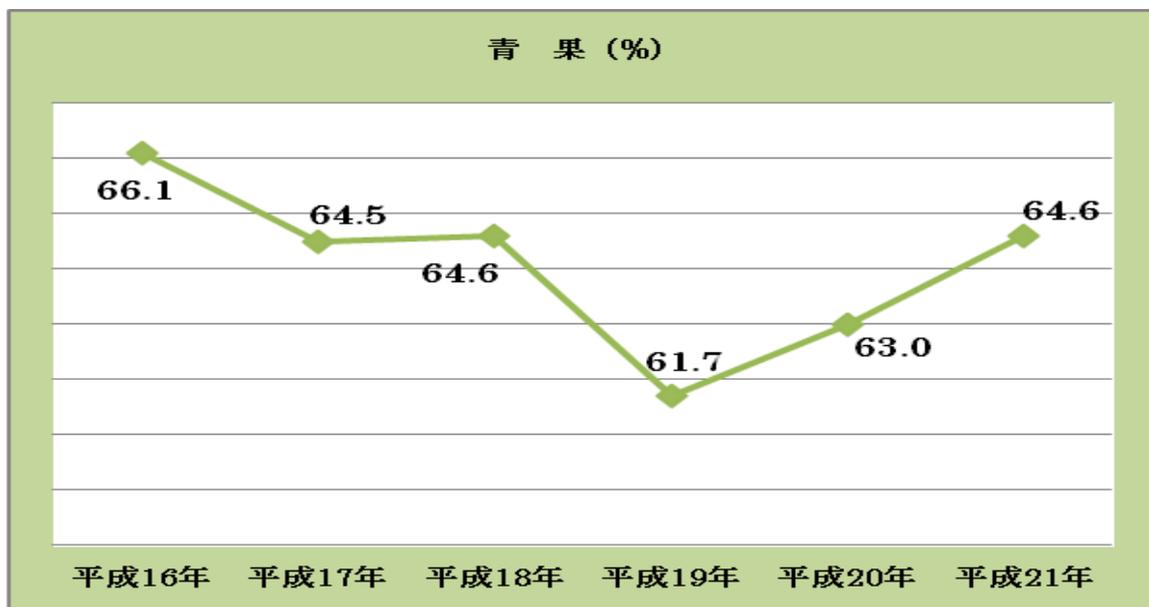


(5) 卸売市場経由率

(単位：%)

年 度	青 果			水産物	食 肉	花 き
	野 菜	果 実				
平成 16 年	66.1	77.3	49.0	62.9	11.6	82.6
平成 17 年	64.5	75.2	48.3	61.3	10.3	82.8
平成 18 年	64.6	75.8	46.6	62.5	10.1	85.4
平成 19 年	61.7	73.2	43.6	60.0	10.2	83.0
平成 20 年	63.0	73.8	45.7	58.4	9.8	84.0
平成 21 年	64.6	75.5	47.1	58.0	10.3	85.1

農林水産省「卸売市場データ集」



【和歌山市中央卸売市場戦略的行動計画】

1 策定の趣旨

和歌山市中央卸売市場は、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、もって市民等の生活の安定に資することを目的として、昭和49年に開設した。

しかし、開場以来38年が経過し、人口減少、少子高齢化、流通形態の変化や消費者ニーズの多様化、また、施設全体の老朽化及びそれに伴う維持管理費の増加など、本市場を取り巻く環境は非常に厳しい状況となっている。

そのため、本市では、平成23年度に『中央卸売市場経営展望策定書』を作成し、これからの中央卸売市場の進むべき方向として11項目の経営展望構築の柱を決めた。そして、平成24年度においてそれを具体化していくために、2013年（平成25年）度から概ね10年間の方針としての『戦略的行動計画』を策定する。

2 行動計画の基本目標

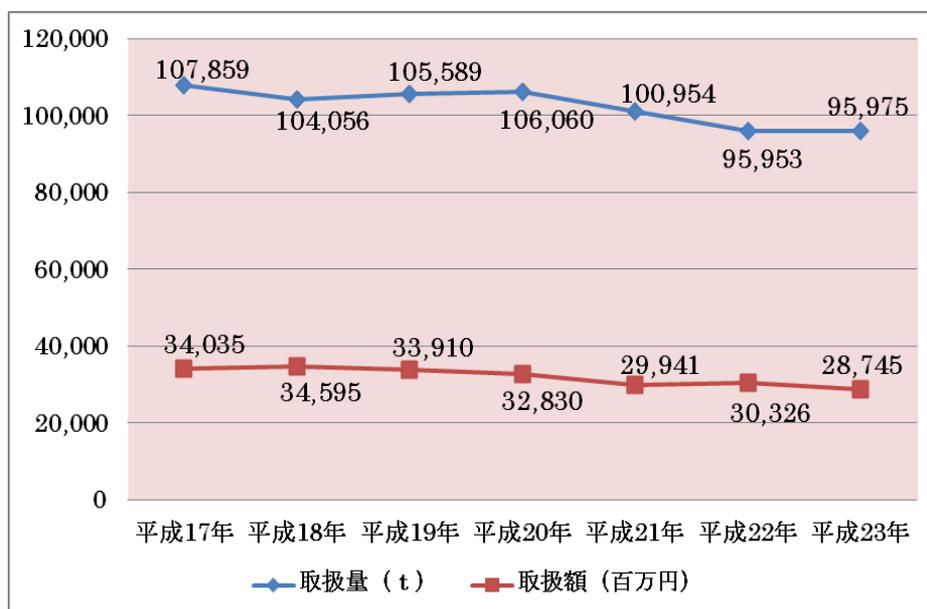
中央卸売市場の再構築
販売力の強化 ～和歌山市場のブランド化～
開かれた卸売市場の推進

3 行動計画における目標設定

取扱量目標値：97,600 ト
取扱額目標値：297 億円

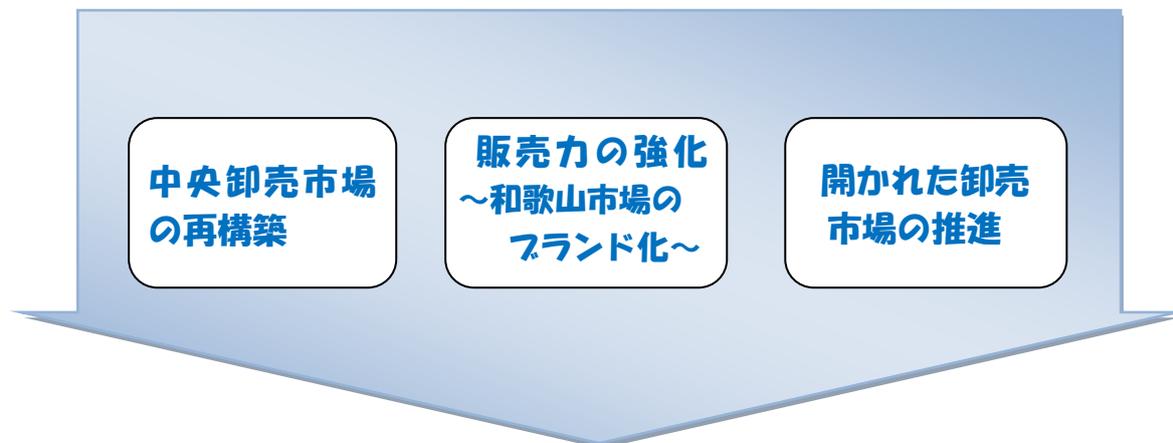
第4次和歌山市長期総合計画における推計人口によると、2020年（平成32年）320,000人、2025年（平成37年）には297,000人になると予測されている。

また本市場の取扱量、取扱額とも減少傾向となっており、大幅な増加は見込めないため、過去3年間の平均値とし今後も現状維持を目指す。



4 施策の体系

《基本目標》



《11 項目の経営展望構築の柱》

(1) 中央卸売市場敷地の効率的活用	(2) 中央卸売市場施設の老朽化・耐震化対策
(3) 販売力増強対策	(4) 水産、青果ごとの集荷力増強対策
(5) 市場機能増強のために必要な機能・施設整備	(6) 卸売市場入場業者の経営力増強対策
(7) 新しい市場イメージの策定	(8) 市民消費者に親しまれる取り組み
(9) 今日及び将来の流通構造の変化の分析・予見を踏まえた市場機能の多機能化への取り組み	(10) 市場会計健全化
(11) 市場再編・市場間連携の視点に照らした検討	

第1章 中央卸売市場の再構築

1 市場機能増強のために必要な機能・施設整備

(1) 配送センター機能等の充実

現在の緑地帯部分、関連棟建屋及び駐車場スペースを整理統合し、ピッキングや加工パック機能を持つ、量販店需要に対応した配送センターの充実を図る。

また、荷捌き場所や屋根かけを整備し、出荷トラック及び仕入れ車両に対して利便性の向上を図る。

(2) 低温売場・閉鎖型売場施設の整備

コールドチェーンを確立するため、衛生管理機能が高く、温度管理ができる低温売場や閉鎖型売場施設を整備する。



水産低温売場

(3) 低温・定温加工施設等の整備

卸売業者や仲卸業者から要望のある低温・定温加工施設について、品質管理の観点からも開設者及び場内業者が協力し、整備を行う。その他、市場内に小分けできる加工施設を整備する。

(4) 製氷機の設置についての検討

水産関係者から、製氷機の設置を求める声が出ているが、購入及び維持管理にかなりの金額を要することから、需要状況（夏場だけ不足している）や費用対効果を見極め、設置者及び管理者等について検討する。

2 中央卸売市場施設の老朽化・耐震化対策

(1) 冷蔵庫棟の建設

既存の冷蔵庫棟は、経年劣化や塩害により建屋やエレベーター、冷却設備等が老朽化し、またその維持管理費が増大している。

食の安全・安心及び費用対効果の観点からも、温度帯及び必要規模を見直し、かつ新たな需要に応えるためのSF級（マイナス60℃）を備えた、新冷蔵庫棟を建設し、コールドチェーンの強化を図る。



旧冷蔵庫棟

(2) 卸売棟の整備

近年、食の安全・安心の確保や物流機能の高度化への対応など、卸売市場に求められている機能や役割が大きく変化してきている。そのため、本市場が、今後も和歌山市民・県民の生鮮食料品流通の要として機能していくためには、その潮流に適応した新しい卸売棟の整備が必要である。



卸売棟老朽化の状況

(3) 関連事業者棟の整備

関連事業者棟は、昭和49年建設施設の中でも特に老朽化が激しく、卸売棟からかなり離れているという立地条件も考慮し、一般消費者や観光客にとって入場しやすいようメインゲート付近に整備する。また、新設する関連事業者棟については、和歌山市中央卸売市場がリニューアルしたことを印象づけるため、シンボリック存在となりえるよう斬新な建物であり、かつ和歌山らしさをアピールする。

なお、市場管理機能も関連事業者棟に集約し、利便性の向上を図る。



関連事業者棟の屋根

3 中央卸売市場敷地の効率的活用

(1) 空き事務所、空き店舗対策

卸売棟の空き事務所については、管理事務所の移転など卸売棟への集約を図り、効率的な市場運営を行う。

また、仲卸空き店舗については、包装等の資材関係、軽食食品販売など関連事業者の導入を検討する。

(2) 市場内スペースの整理

市場内において、物流の妨げになっている残荷、パレット等の無秩序な配置を整理する。また、駐車場についても整理をおこない効率的活用を図る。

(3) 市場内物流のスムーズ化

流通形態の多様化や輸送車両の大型化などの変化に対応し、荷受、荷捌き機能の充実や市場内物流のスムーズ化のための駐車場、車両動線の改善などを行う。



駐車場敷地

4 市場会計健全化

市場関係使用料の大部分を占めている施設使用料は、廃業等による空き店舗の増加に伴い減少、また卸売業者の取扱高低下に伴い、市場使用料についても減少傾向となっている。

○収支決算書

(単位:千円)

年度	収 入			支 出				①-② 一般会計か らの繰入金
	市場関係 使用料	その他 収入	計 (①)	人件費	施設管 理・整備費	借入金 元利返済	計 (②)	
H20	388,814	85,282	474,096	158,163	385,279	46,357	589,799	△115,703
H21	371,905	1,647	373,552	135,998	263,186	54,469	453,653	△80,101
H22	372,852	386	373,238	123,532	311,827	54,623	489,982	△116,744
H23	369,860	35,904	405,764	126,944	299,150	54,623	480,717	△74,953

(1) 市場用地の有効活用

市場用地（遊休地）売却の検討及び一定の期間民間に貸付、借受者が自ら施設（配送センター、加工施設等）を建設し運営を行う。

(2) 管理運営体制の効率化

設備管理や業務などの委託契約の内容、開設者と業者間の各種事務手続きなど業務内容について精査を行い、業務負担や経費削減の方向性を研究する。

また、開設者及び場内業者は、それぞれが担う業務を協議し、業務負担の軽減を図り、指定管理者制度導入やアウトソーシングの推進などランニングコストの縮減に努める。

(3) 適正規模の整備

将来予想される人口減少や取扱量の減少などを勘案し、整備主体の建設費等については、整備後における使用料負担の軽減の観点からも、必要に応じた規模での整備を推進する。

(4) 効率的な物流システムの構築

市場流通コストの削減を図るため、搬入から搬出までの一貫した物流システムを確立するなど、取引・物流両面の効率化を図る。



卸売場棟付近（青果）

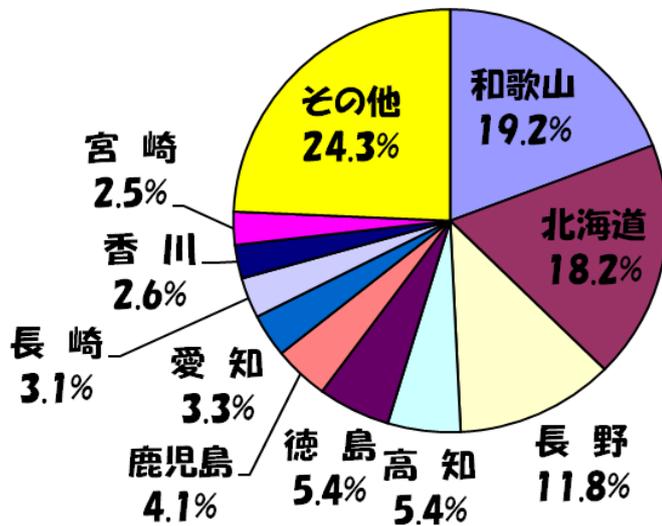
第2章 販売力の強化 ～和歌山市場のブランド化～

地場でとれる・美味しい『足赤えび』

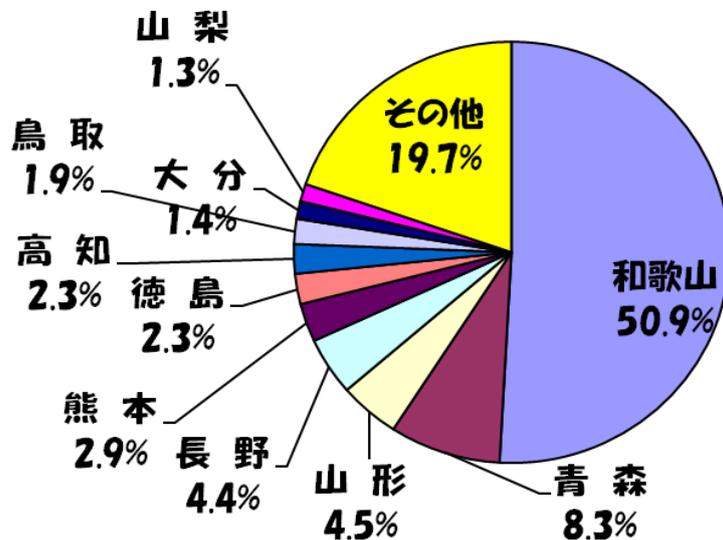
- 体 長：15～20cm
- 体 色：やや赤みを帯びた褐色で肢に紅白の横縞模様があり美しい
- 漁 期：主な漁期は10月下旬から5月
- 旬と味：旬は11月から翌2月で、際立つ甘み
- 漁 法：小型底びき網漁業



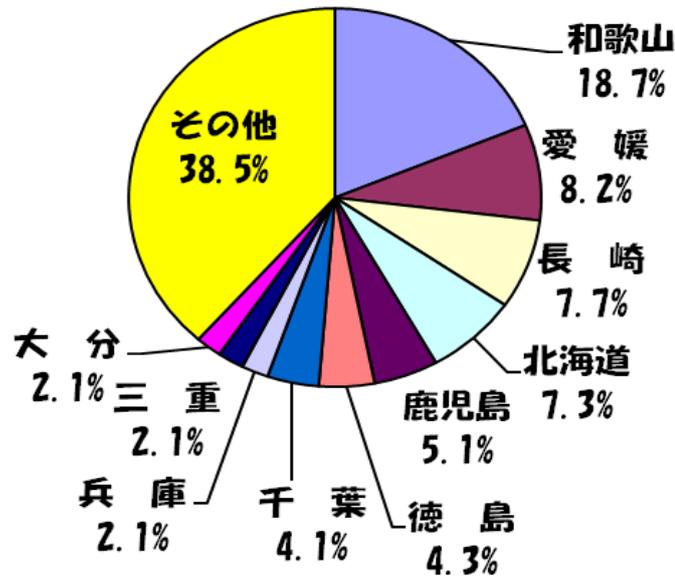
産地別取扱金額対比表(野菜)



産地別取扱金額対比表(果実)



産地別取扱金額対比表（生鮮水産物）



1 販売力増強対策

(1) 取扱品の付加価値化（“和歌山市場直送”PR）

東京都中央卸売市場において『築地直送』の表示が効果を上げている。

そこで本市場で販売している商品に『和歌山市場直送』という表示を行う。そこには、和歌山産品であること、かつ品物、品質に対する信頼が必要である。

また、現在小売組合において「せり参加の店—和歌山市中央卸売市場」という幟を作成していることから、『和歌山市場直送』の幟やシール、ポスターなどを作成し一般市民に対してPRを行う。

(2) 取引ルールの適正化

小売業者の需要状況、またより鮮度のよい商品を販売できるよう、市場の開場時間の検討、予約相対及びセリの開始時間の見直し、大量ロット商品の予約相対制度の活用など取引ルールの適正化を図る。



セリの様子（青果）

(3) 取扱業務の拡大

現在の取扱業務について、時代や消費者ニーズにあうように業務の拡大を図る。また、大型量販店などのニーズを把握し、場内業者、開設者が連携してマーケティング、販路開拓を行う。

2 水産、青果ごとの集荷力増強対策

(1) 産地等と卸売業者間の繋がり強化

農業生産者の高齢化（平均年齢：市は65.1歳、県70歳）や生産量も減少傾向であるため、各産地との関係強化を図り、集荷量の安定に努める。また、和歌山農業協同組合（JAわかやま）との連携による和歌山産品、和歌山市場取扱品のブランド化に取り組む。

水産部門においても、出荷団体等との連携、情報の共有を図るとともに、和歌山産品が和歌山中央卸売市場を経由せずに、他府県に直接出荷されることの調査、分析等を行う。



卸売場（青果）

(2) 直売所設置の検討

現在、産直市場や直売所は、非常に人気があり集客力を持っている。卸売市場として直売所機能を整備することの検討が必要である。

生産者が消費者に直接販売するコーナーを設けるのか、売買参加者を対象とした、生産者が直接持ち込んで販売するコーナーを卸売場の一角に設置するのかなどの方策がある。

また、小ロット品の販売も可能であるので、生産者、出荷者やJAわかやま等との協議が必要である。



卸売場（青果）

3 卸売市場入場業者の経営力増強対策

(1) 経営支援、経営相談

卸売業者、仲卸業者等に対する経営相談、融資相談、後継者育成指導など、和歌山産業振興財団や和歌山商工会議所の協力も得ながら、経営基盤の強化をサポートする。

(2) リテールサポート体制

売買参加者などの小売業者に対してのリテールサポートについて、積極的に取り組み、販売促進や店舗経営の安定化を図る。

第3章 開かれた卸売市場の推進

1 新しい市場イメージの策定

(1) 観光客の誘致

観光立県和歌山の顔となる中央卸売市場として、和歌山産品を使った食事を提供し、また、田野浦漁業協同組合女性部やJAわかやま等の協力も得ながら、買い物や見学などができる体制を構築し、県外の観光客を誘致する。

(2) イベントへの参加

和歌山市中央卸売市場として、地域や商店街のイベントに積極的に参加し、商品販売や市場PRに努める。



市場まつり (H24.12.2)

(3) PR冊子の作成

和歌山産の生鮮食料品や中央卸売市場パンフレットを作成し、小売店舗等を通して配付する。

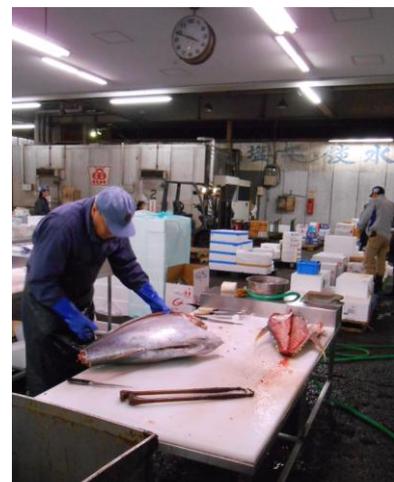
(4) 関連事業者棟の充実

新設する関連事業者棟については、和歌山市中央卸売市場がリニューアルしたことを印象づけるため、シンボリック存在となりえるよう斬新な建物であり、かつ和歌山らしさをアピールする。また、業種についても一般市民や観光客も入場できるように一般公募し充実を図る。

2 市民消費者に親しまれる取り組み

(1) 料理教室等の開催

魚のさばき方講習会や料理教室の開催などを行い、和歌山の魚、野菜、果物の地産地消及びPRに取り組む。また、管理栄養士等による、食の安全・安心、栄養・健康維持、認知症予防食生活などをテーマにした教室講座を開催する。



卸売場（水産）

(2) 市場見学会の実施

子どもを対象とした市場見学会を実施し、食育の重要性や市場の役割についての理解の促進、新冷蔵庫棟での実験、セリの見学、和歌山産品の試食販売などを行う。

(3) 関連店舗の一般開放

新設の関連事業者棟については、(他都市でも実施しているように、月に1回とか)一般消費者が入場でき、買い物できるよう、仲卸業者等の協力を得ながら実施する。

3 今日及び将来の流通構造の変化の分析・予見を踏まえた市場機能の多機能化への取り組み

(1) 情報の発信

開設者と場内業者が一体となって消費者ニーズの把握に努め、必要とされる商品の集約やその情報発信を行う。また、インターネットを活用した取組みや、他市場への販路開拓、販売増加に向けた取組みを行う。

(2) 安全・安心の市場

法令上の衛生・品質管理はもとより、高度な衛生管理、よりよい品質管理が可能となる施設整備や体制づくりを行う。

更に、情報システムを構築し生鮮食品のトレーサビリティを可能とするなど、安全・安心の市場づくりを行う。



卸売場（水産）

(3) 環境にやさしい市場

環境負荷が大きい大型施設としての社会的責務を果たすため、排ガス・騒音の抑制、リサイクルによるごみの発生量の抑制などの対策を講じ、環境負荷の低減、省エネ・省資源を実現する。

また、市場の屋上などの空きスペースに太陽光パネルを設置するなど、自然エネルギーの活用を図る。

(4) 顧客サービスの充実

厳しい流通環境の中で市場の活性化を図るためには、一層の顧客サービスが求められる。このため買回りの利便性の向上及び商品や取引情報の提供など、ハード・ソフト両面から、顧客サービスを充実する。また、加工・パッケージなど付加価値機能を拡充し、顧客サービスの向上を図る。



卸売場（青果）

4 市場再編・市場間連携の視点に照らした検討

(1) 他市場との連携

災害時における生鮮食料品の供給等に関して、県外卸売市場や県内の市場と物流ネットワークを構築し強化を図る。

また、他市場や産地出荷団体との連携、集荷先の開拓等による集荷量の確保と価格安定化を図り、流通環境の変化に応じた流通手段の開拓に取り組む。

(2) 広域的な取引強化

卸売市場法改正に伴う規制緩和及び情報技術の発達により、インターネットを活用した取引や広域的な供給・販売展開が可能となった。広域的物流拠点として積極的に県外市場の集荷支援を行い、また、県内市場等と連携した供給力充実及び販路の拡大を図る。



せりの様子（水産）



市場まつり（H24.12.2）

おわりに・・・

和歌山市中央卸売市場は、昭和49年4月開場以来、多種多様な物品の集荷とその迅速な分荷、商品の鮮度の維持と価格形成等の機能を有し、和歌山市民・県民への生鮮食料品供給の基幹的基地として大きな役割を果たしてきました。

しかしながら、築後38年経過による経年劣化や施設の老朽化及び耐震性の低下が顕著であり、また、近年の食品流通形態の変化や消費者ニーズの多様化への対応、食品の安全性や品質を高い次元で維持することが可能なコールドチェーンの強化が求められています。

このような状況に対応するため、本市では昨年度、「経営展望策定書」を作成し、今日及びこれからの生鮮食料品流通の要請に応えられる中央卸売市場とすべく、その進むべき基本的な方向として11項目の柱を決めました。

そして、今年度においては、それをより具体化していくため《中央卸売市場の再構築》《販売力の強化 ～和歌山市場のブランド化～》《開かれた卸売市場の推進》の3つを基本目標とした、概ね10年間の方針としての「戦略的行動計画」を策定しました。

今後は、この計画事業に取り組むとともに、特に市場の再整備に向けた現状分析や将来動向の考察、必要施設や規模の設定、全体ゾーニングのほか、民間活力の導入にかかる調査などを行っていきます。

意見聴取会参加者

(敬称略)

氏 名	役 職 等
細川 允史	卸売市場政策研究所 代表 農学博士
岸 泰宏	和歌山青果株式会社 代表取締役社長
榎本 寛	和歌山青果株式会社 専務取締役
佐藤 卓治	和歌山大同青果株式会社 代表取締役社長
田中 茂	和歌山大同青果株式会社 専務取締役 営業本部長
岩佐 勇人	株式会社うおいち 常務執行役員 和歌山支社長
芝田 和彦	株式会社うおいち 市場営業本部 和歌山加工食品部長
森本 高文	有限会社森本青果 和歌山市青果仲卸業協同組合 理事長
有本 好夫	有限会社有政商店 和歌山市青果仲卸業協同組合 副理事長
前田 行久	有限会社前田果実 和歌山市青果仲卸業協同組合 副理事長
小畑 泰幸	有限会社マルカ商店 水産物仲卸業協同組合 理事長
小倉 基秀	有限会社小倉商店 水産物仲卸業協同組合 副理事長
中谷 久次	有限会社中谷佐吉商店 和歌山加工水産物卸協同組合 理事長
土井 敏生	有限会社土井茂商店 和歌山加工水産物卸協同組合 副理事長
原 征夫	原果物店 まる和共栄会 会長
山崎 敬一	魚増 和歌山水産物商業協同組合 理事長
加藤 久博	大河内商店 まる中青果売買参加者組合 組合長
井本 正	株式会社マルショウ井本水産 和歌山出荷組合 組合長
檜皮 雅夫	株式会社丸濱 和歌山市中央卸売市場関連事業者連合会 会長
滝 直規	タキ光商会 和歌山市中央卸売市場関連事業者連合会 副会長
山本 敏生	和歌山農業協同組合 販売部 副部長
新谷垣内 真琴	和歌山市 まちづくり局 まちおこし部 観光課長
田野浦漁業協同組合 女性部のみなさん	

和歌山市中央卸売市場 戦略的行動計画

平成 25 年 3 月

発 行 和歌山市

編 集 卸売市場政策研究所代表 農学博士 細川允史
和歌山市まちづくり局 農林水産部 中央卸売市場
〒641-0036 和歌山市西浜 1660 番地の 401
TEL073-431-3161
E-mail shijo@city.wakayama.lg.jp
URL <http://www.city.wakayama.wakayama.jp>