

第 2 3 期公設地方卸売市場運営審議会施設見学会報告概要

日時：令和 5 年 8 月 3 1 日（木）午前 6 時 0 0 分～

場所：苫小牧市公設地方卸売市場水産棟及び青果棟

参加者：佐藤会長、末松委員、平田委員、嶺野委員、中谷委員、松原委員、葦島委員
西田委員（水産説明）、野澤委員（青果説明） 合計 9 名

1 委員からの感想・意見等

- ・両施設とも老朽化が進んでおり、かなり厳しくなっていると感じた。
- ・耐震化も考えていかなければならない。
- ・両施設とも今どきの施設ではなく、効率的ではないと感じた。
- ・生産者から消費者に届くまで、生鮮食料品の適切な温度管理を行う、いわゆるコールドチェーンの課題もある。この課題に対応できる施設の検討が必要であると感じた。
- ・両施設は、苫小牧市民や胆振地区・千歳地区・日高地区、近隣の方々の食を支える大変重要な施設であると思います。より合理的で効率的な市場の在り方というのを考え直す時期にきていると感じた。
- ・施設見学会を踏まえ、この施設の老朽化という課題に対して、審議会で声を上げていかなければならないという重大性を感じました。
- ・何か模範になるような他市施設の良いところを取り入れながら、今後考えていければと思いました。



2 次回審議会視察（案）

視察予定月：11月 候補地：①札幌市中央卸売市場
②室蘭市公設地方卸売市場

具体的施策	取り組みの主体 (◎主体/○補助)				計画 時期	開設者(市の検証)					事業者(卸の検証)					中期 計画 へ引継		
	卸	仲卸	買受人 生産者	開設者		(◎実施済. ○継続中 .△一部実施.×未実施)												
						R1	R2	R3	R4	R5	R1	R2	R3	R4	R5			
戦略(1) 品質管理の徹底																		
品質管理の推進と市場のブランド価値の向上																		
① 冷蔵・冷凍設備を活用した温度管理の徹底	◎	○		○	短期	○	→											
						日々冷却機の温度を点検し、異常の場合は点検業者へ依頼					同 左							
② 業界団体のマニュアル等に基づいた衛生管理の実施	◎	○	○	◎	短期	○	→											
						トイレの手洗いや電気消灯などを非接触タイプを設置し、運用					市場の清掃などの美化や売場の点検などを実施							
③ 市場内で使用するフォークリフトの電動化の推進	◎	◎		○	中期	—	—	—	—	—								
											○ → 仲卸は電動化が進んでいたが、卸においても、令和4年度購入							
戦略(2) 生産者との連携強化																		
生産者との連携を強化し、生鮮食料品の安定供給に努める																		
① 消費者ニーズに合った集荷の推進	◎	○	○		短期	○	→											
						顧客からの情報共有を図りながら、集荷に努めている					同 左							
② 卸売業者は支店と連携し、集荷力の向上	◎				短期	○	→											
						千歳支店と連携を図りながら、集荷に努めている					同 左							
③ 集荷ルートや産地を開拓し、市場のコーディネート機能の強化	◎	○	○	○	短期	○	→											
						産地訪問し、集荷に努めている					同 左							
④ 料理教室の開催など食育の推進	◎	○	○	○	中期	—	—	—	—	—								
戦略(3) 販売力の強化																		
新しい販路の拡大																		
① 道内や本州に向けて販路の拡大	◎	○	○	○	短期	○	→											
						道内や本州に向けて、市場間取引を拡大している					同 左							
② 専門家・有識者の協力を得て、農産物ブランド力の強化	◎	○	○		中期	—	—	—	—	—								
											カンロ、ハスカップ、穂別メロン等JAと協力してブランド力強化							
③ 小売店との連携を堅持し消費者ニーズに対応した取り組みの実施	◎	○	○		中期	—	—	—	—	—								
④ 泥付・規格外商品の販売などの充実	◎	○	○		中期	—	—	—	—	—								
											泥付は需要減少							
戦略(4) 市場の情報発信と観光機能との連携																		
観光機能と連携し生鮮食料品の消費拡大に向けた取り組みを推進																		
① 市場の役割や生鮮食料品の情報発信の推進	◎	○	○	◎	短期	○	→	○	→									
						R4規模縮小しながらも市場感謝祭開催した					同 左							
② 隣接する商業施設(ぶらっと港市場)との連携の強化				◎	短期	○	→	○	→									
						R4隣接するぶらっと港市場イベントで模擬セリを協力					同 左							
③ 「港まつり」や「ホッキまつり」等のイベントに施設や駐車場の開放	○			◎	短期	○	→	○	→									
						港まつりへの駐車場開放や花火鑑賞ツアーへの協力					同 左							
④ 卸売市場の取引数量、内容等を開示して情報発信の強化	◎				短期	○												
						改正市場法に基づき、取引数量等を掲示板へ公表					同 左							
⑤ インターネットを活用した、市場の情報や商品の提供	◎			○	中期	—	—	—	—	—								

具体的施策	取り組みの主体 (◎主体/○補助)				計画 時期	開設者(市の検証)					事業者(卸の検証)					中期 計画 へ引継				
	卸	仲卸	買受人 生産者	開設者		(◎実施済. ○継続中 .△一部実施..×未実施)														
						R1	R2	R3	R4	R5	R1	R2	R3	R4	R5					
III 市場施設の維持・整備																				
戦略(5)施設の有効利用と機能強化																				
長寿命化を図りながら施設を有効利用し、維持・整備の実施																				
① 維持整備計画を作成し、計画的な維持・整備の実施	○	○		◎	短期	○														
						維持整備計画に基づき、修繕等を実施					同 左									
② 関係者からの要望で優先度の高いものから整備の実施	○	○	○	◎	短期		○													
						売場床など関係者の要望が高い修繕から実施					同 左									
③ 冷却設備の更新(代替フロン等)	○			◎	短期	◎	◎	◎	◎											
						冷却設備を代替フロンへ更新														
④ 附属施設は将来の利用について検討を加え維持・整備の実施	○	○		◎	短期															
						※継続利用中のため未協議/旧花き棟					—									
⑤ 建物の状況を見極め、必要な調査を行い計画の見直しを検討	○	○		◎	中長期															
IV 市場の管理・経営の改善																				
戦略(6)使用料等の検討																				
将来的に市場に必要な費用の積算を行い、使用料等の見直しを実施																				
① 市場に必要な費用の積算を行い、資金計画を作成				◎	短期	◎														
						R1.6作成/R5年度見直し予定					—									
② 売上高割使用料、施設使用料の見直しの実施				◎	R1		◎													
						売上高割使用料1000/5→3へ、施設使用料を概ね50%減額					—									
③ 卸売の販売委託手数料、各種奨励金の見直しを検討	◎			○	短期		◎													
						業務規程を改定し、各種奨励金は、承認を不要柔軟な対応とした					同 左									
戦略(7)民間活力の導入																				
公共性を確保することを前提に、指定管理者制度の導入																				
① 独自事業を実施できるよう管理業務を設定	○	○	○	◎	短期			◎												
						R3.10指定管理者制度導入					同 左									
② 安定供給、生産者との連携を重視して指定管理者を選定	○	○	○	◎	短期			◎												
						R3.10指定管理者制度導入					同 左									
③ 指定管理者制度を導入し、期間終了前に見直しを検討	○			◎	R3			◎												
						※7・12年度、次回契約内容見直しへ					同 左									
中・長期計画へ新たに追加を検討する事項																				
戦略(2)生産者との連携強化	◎				中期	/					産地直送の推進 市場を通さずに、産地から直接顧客へ									
戦略(3)販売力の強化	◎			中期	第三者販売への強化 イベントなどへの市民への販売や他の都市の業者への販売															
戦略(3)販売力の強化	◎			中期	市場間取引の推進 イベントなどへの市民への販売や他の都市の業者への販売															
戦略(3)販売力の強化	◎	○	○	○	中期						物流機能の強化 空港や港との交通要衝としての強みを活かした物流機能の強化									

具体的施策	取り組みの主体 (◎主体/○補助)				計画 時期	開設者(市の検証)					事業者(卸の検証)					中期 計画 へ引継
	卸	買受人	生産者	開設者		(◎実施済、○継続中、△一部実施、×未実施)										
	R1	R2	R3	R4		R5	R1	R2	R3	R4	R5					
戦略(1)品質管理の徹底																
品質管理の推進と市場のブランド価値の向上																
① 水産市場衛生管理協議会において衛生管理に関する協議の実施	◎	○	○	○	短期	○	○	○	○	○	○	○	○	○	同左	
② 北海道産地市場衛生管理マニュアルに基づいた衛生管理の実施	◎	○	○	○	短期	○	○	○	○	○	○	○	○	○	北海道産地市場衛生管理マニュアルに基づき点検を受け衛生管理を実施していたが、令和4年よりHACCP義務化を加えた衛生管理を実施	
③ 活魚水槽を活用した鮮度の保持	◎	○	○	○	短期	○	○	○	○	○	○	○	○	○	同左	
戦略(2)生産者との連携強化																
生産者との連携を強化し、生鮮食料品の安定供給に努める																
① 産地市場の強みを活かし、地元鮮魚の取り扱いの充実	◎	○	○	○	短期	○	○	○	○	○	○	○	○	○	地元鮮魚について、全量出荷漁組の協力により、取扱いが充実している	
② 産地や他市場との連携を強化し、品揃えの充実	◎	○	○	○	短期	○	○	○	○	○	○	○	○	○	市場間取引などにより、品揃えの充実を図る	
③ 冷凍品や加工品など、消費者ニーズに対応した品揃えの充実	◎	○	○	○	短期	○	○	○	○	○	○	○	○	○	顧客からの情報共有を図りながら、冷凍品や加工品などの集荷に努めている	
戦略(3)販売力の強化																
新しい販路の拡大																
① 鮮度の高い状態での安定供給	◎	○	○	○	短期	○	○	○	○	○	○	○	○	○	活魚水槽の導入により、鮮度が高い状態でのセリを実施	
② 新しい魚種の取り扱いの強化	◎	○	○	○	短期	○	○	○	○	○	○	○	○	○	消費者協会と連携し、料理教室などを開催しPRに努めている	
③ 地元スーパーや市外への流通の拡大	◎	○	○	○	短期	○	○	○	○	○	○	○	○	○	買受人を通じ、苫小牧産魚類をスーパー等へ流通を拡大	
④ 加工場との連携や、海外向けの販売など新たな取り組みの検討	◎	○	○	○	中期	○	○	○	○	○	○	○	○	○	ホッキカレー・シチュー・トルト商品を独自商品開発・イベント会社などへ販売、海外向け中期的取組で検討	
戦略(4)市場の情報発信と観光機能との連携																
観光機能と連携し生鮮食料品の消費拡大に向けた取り組みを推進																
① 市場の役割や生鮮食料品の情報発信の推進	◎	○	○	◎	短期	○	○	○	○	○	○	○	○	○	コロナ禍のため、規模縮小しながら令和3年度、4年度に市場感謝祭を開催	
② 「マルトマ食堂」など、漁港区の観光スポットとの連携の強化	○	○	○	◎	短期	○	○	○	○	○	○	○	○	○	マルトマ食堂、ぶらっと港市場連携しながら、漁港区の魅力発信に努めている	
③ 「港まつり」や「ホッキまつり」等のイベントに施設や駐車場の開放	○	○	○	◎	短期	○	○	○	○	○	○	○	○	○	令和4年度、港まつり花火大会へ駐車場開放している。(ホッキまつりについては令和2~4年度まで休止)	
④ 卸売市場の取引数量、内容等を開示して情報発信の強化	◎	○	○	○	短期	○	○	○	○	○	○	○	○	○	改正市場法に基づき、取引・金額等を掲示板やHPで公表	
I 市場の機能強化																
II 市場の役割の発揮・発信																

具体的施策	取り組みの主体 (◎主体/○補助)				計画 時期	開設者(市の検証)					事業者(卸の検証)					中期 計画 へ引継																			
	卸	買受人	生産者	開設者		(◎実施済、○継続中、△一部実施、×未実施)																													
						R1	R2	R3	R4	R5	R1	R2	R3	R4	R5																				
II 市場の役割の発揮・発信	⑤ ホームページや掲示等により市場で扱う魚等のPR	◎	○	○		○																													
	⑥ インターネットを活用した、市場の情報や商品の提供	◎			○																														
戦略(5)施設の有効利用と機能強化																																			
長寿命化を図りながら施設を有効利用し、維持・整備の実施																																			
III 市場施設の維持・整備	① 維持整備計画を作成し、計画的な維持・整備の実施				◎	短期	○																												
	② 関係者からの要望で優先度の高いものから整備の実施	○	○	○	◎	短期	○																												
	③ 衛生管理機能の強化	○	○	○	◎	短期	○																												
	④ 港湾部局と協議しながら、場外保管場を整備	○		○	◎	短期	○	コロナで休止	○																										
	⑤ 冷蔵・冷凍設備の更新(代替フロン等)	○			◎	短期				◎																									
	⑥ 建物の状況を見極め、必要な調査を行い計画の見直しを検討	○	○		◎	中長期																	○	○											
戦略(6)使用料等の検討																																			
将来的に市場に必要な費用の積算を行い、使用料等の見直しを実施																																			
IV 市場の管理・経営の改善	① 市場に必要な費用の積算を行い、資金計画を作成				◎	短期	◎																												
	② 売上高割使用料、施設使用料の見直しの実施				◎	短期(R1)	◎																												
	③ 卸売の販売委託手数料、各種奨励金の見直しを検討	◎			○	短期	○																												
戦略(7)民間活力の導入																																			
公共性を確保することを前提に、指定管理者制度の導入																																			
	① 独自事業を実施できるよう管理業務を設定	○		○	◎	短期				◎																									
	② 安定供給、生産者との連携を重視して指定管理者を選定	○		○	◎	短期				◎																									
	③ 指定管理者制度を導入し、期間終了前に見直しを検討	○			◎	R3					◎																								
												※7・12年度、次回契約内容見直しへ																							

具体的施策	取り組みの主体 (◎主体/○補助)				計画 時期	開設者(市の検証)					事業者(卸の検証)					中期 計画 へ引継
	卸	買受人	生産者	開設者		(◎実施済、○継続中、△一部実施、×未実施)										
						R1	R2	R3	R4	R5	R1	R2	R3	R4	R5	
中・長期計画へ追加を検討する事項																
戦略(2)生産者との連携強化 戦略(3)販売力の強化	◎	○	○		中期						機能強化策 新たな販路や仕入先の開拓					
											流通改革 流通網の維持や効率的な流通手法検討					
戦略(3)販売力の強化	◎	○	○		中期						買受人の維持 高齢化などで減少傾向、広域化を検討する必要あり					
戦略(5)施設の有効利用と機能強化	◎	○	○	◎	中長期	施設維持関連										
						老朽化している修繕ヶ所や費用の見直しなど										
						建替など施設整備方向性は、関連部署と連携し協議する										

具体的施策	取り組みの主体 (◎主体/○補助)				計画 時期	開設者(市の検証)					事業者(卸の検証)					中期 計画 へ引継	
	卸	仲卸	買受人 生産者	開設者		(◎実施済、○継続中、△一部実施、×未実施)											
						R1	R2	R3	R4	R5	R1	R2	R3	R4	R5		
戦略(8)防災対策																	
事業継続計画を策定し、市場間の相互応援体制を継続																	
① 各種協定に基づいた他市場との相互応援体制を継続	○			◎	短期										道内卸売市場による災害時相互応援協定(H24.9~)、全国公設地方卸売市場協議会災害時相互応援協定【開設者】(H29.9~)を継続	【水産・青果】 道内卸売市場による災害時相互応援協定(H24.9~)継続	
② 災害時における部門ごとの業務継続計画を確立	○	○	○	◎	短期			△								【水産】 卸売業者においてBCP策定 【青果】 R5に作成を検討中	
③ 地震や津波等、様々な災害を想定した訓練を実施	○	○		◎	短期			△						○	指定管理者制度導入後、検討中(コロナ禍、未実施)	【水産・青果】 R5に避難訓練等実施予定	
④ 緊急時の初期電源確保のため、発電機等の常備を実施	○			◎	短期			◎							各指定管理者へ設置済	同 左	
戦略(9)働きやすい環境の整備																	
労働環境の改善																	
① 休日や出勤時間等の労働条件の改善	◎	◎			短期										○	休日増や残業時間の短縮に努めている	【水産】 フレックス勤務やコロナ関連特別休暇等を策定 【青果】 休日増や残業時間の短縮に努めている
② 若者や女性が働きやすい職場づくりの推進	◎	◎		○	短期										○	若者や女性が働きやすい職場づくり、美化などに努めている	同 左
③ 労働負担を軽減する設備の導入など労働環境の改善	◎	◎		○	短期										○	IT化を進めて、業務の効率化や省力化を図る	【水産・青果】 事務のIT化の他、R5インボイス・電子帳簿保存法対応の改善
戦略(10)その他取引ルールの検討																	
ルールの設定																	
① 取引ルールを設定(第三者販売・直荷引き・商物一致等)	◎	○		○	短期										○	市場法の主旨に沿って、原則、規制を緩和した業務規程を設定	同 左

I
市場の
機能
強化