

# 苫小牧市公設地方卸売市場経営展望

---

令和元年度

令和 15 年度

2019 年度～2033 年度



苫小牧市公設地方卸売市場

令和元年（2019年）6月

---

# 目 次

---

はじめに	・・・・・・・・ 1
第1章 苫小牧市公設地方卸売市場の現状整理	・・・・・・・・ 2
1 SWOT分析	・・・・・・・・ 2
(1) SWOT分析とは	
(2) 青果部分析結果	
(3) 水産物部分析結果	
(4) 花卉部分析結果	
2 建物劣化度調査	・・・・・・・・ 6
(1) 躯体調査結果	
(2) 仕上調査結果	
(3) 附属設備調査結果	
第2章 苫小牧市公設地方卸売市場の課題整理	・・・・・・・・ 7
第3章 基本計画	・・・・・・・・ 8
1 基本理念	・・・・・・・・ 8
2 基本方針	・・・・・・・・ 8
3 具体的施策	・・・・・・・・ 8
(1) 青果部具体的施策	
(2) 水産物部具体的施策	
(3) 花卉部具体的施策	
(4) その他(3部門共通)具体的施策	
第4章 行動計画	・・・・・・・・ 18
1 青果部行動計画	・・・・・・・・ 18
2 水産物部行動計画	・・・・・・・・ 20
3 花卉部行動計画	・・・・・・・・ 22
4 その他(3部門共通)行動計画	・・・・・・・・ 24
5 整備計画	・・・・・・・・ 25

## はじめに

---

### 1 経営展望策定の背景

平成28年1月に農林水産省の第10次卸売市場整備基本方針の中で、地方卸売市場において経営展望を策定することが示され、経営戦略的な視点をもって産地や需要者との共存・共栄の下に健全に発展していくよう、その機能・役割の更なる強化・高度化が求められております。

平成28年12月に第10次北海道卸売市場整備計画において、本市場が「地域拠点市場」に設定されたことを受け、国の基本方針に基づき生鮮食料品等流通において重要な役割を担うために経営展望を策定し、卸売市場としての経営戦略の確立、市場機能の強化等に取り組みを進めることとなり、平成29年7月から市場運営審議会の中に専門部会を設置し、平成30年度を目標に『経営展望』を策定することになりました。

更に、平成30年6月には、卸売市場法が改正され、各市場の実態を踏まえた創意工夫を活かした取り組み等ができるようになったことを受け、新たな卸売市場に関する基本方針の中から関連する項目を追加しました。

### 2 経営展望策定の主旨

市場を取り巻く環境は、少子高齢化時代を迎え生活慣習の変化や流通の多様化などに伴い、今後は取扱量の低迷が予想されている現状を踏まえ、本市は行政改革プランNEXT-STAGEにおいて、民間活力を活用した管理運営のあり方として指定管理者制度を軸に検討してまいりました。

しかし、関係者の意見の違いや建物の老朽化、市場を取り巻く環境の変化など、整理すべき課題が顕在化したため、あらためて総合的に検討を進めて、『経営展望』の中で今後の市場のあり方や施設整備の方向性を示すことになりました。

### 3 市場の概要

本市場は、昭和28年6月に生鮮食料品の円滑な流通と取引の適正化を図り、市民の食生活の安定に資するため北海道初の公設魚菜卸売市場として浜町に開設しました。

昭和41年に本市及び近隣人口の増加に伴う取扱量の増加により施設が狭くなったため、汐見町の西港漁港区内に移転し、昭和46年には青果物の需要増加に伴い、青果部を港町に分離・独立しました。

花卉部は昭和56年に青果部から分離・独立しましたが、施設が狭くなったため平成9年に末広町に新築移転し、現在に至っております。

## 第1章 苫小牧市公設地方卸売市場の現状整理

市場の現状を整理するにあたりSWOT分析及び建物劣化度調査を行いました。

### 1 SWOT分析

#### (1) SWOT分析とは

- ・SWOT分析とは、企業や事業のビジョンや戦略を導き出すために有効な現状分析の手法の一つで、強み (Strength) のS、弱み (Weakness) のW、機会 (Opportunity) のO、脅威 (Threat) のTの頭文字をとってSWOTと言います。
  
- ・SWOTの分析要素は、「内部環境」と「外部環境」に分けられます。
  - ①「内部環境」：自分たちで主体的に解決できる要素で、強み (S) と弱み (W) にあたります。
    - 【強み (S)】 市場にとってプラスとなる要素、武器
    - 【弱み (W)】 市場にとってマイナスとなる要素、弱点
  - ②「外部環境」：自分たちではどうすることもできず、周辺環境として受け入れざるを得ない要素（政治動向、規制、経済・景気、社会動向、技術動向、環境の変化等）で、機会 (O) と脅威 (T) にあたります。
    - 【機会 (O)】 市場にとって活用すればチャンスとなる外部の要因
    - 【脅威 (T)】 市場にとって放置しておくともマイナスとなる外部の要因
  
- ・各部門ごとに内部環境及び外部環境の分析を行い、強みと機会・強みと脅威・弱みと機会・弱みと脅威の組合せで効果的な方向性（クロス分析）を検討しました。SWOT分析結果と、そこから導き出された市場の各部門の課題について次頁以降に示します。

(2) 青果部分析結果



		外 部 環 境	
		○(機会)	△(脅威)
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・北海道産ブランド人気</li> <li>・地産地消、食育への関心</li> <li>・交通アクセスの優位性</li> <li>・市場法規制の緩和</li> <li>・消費者ニーズの多様化</li> <li>・豊かな地域農業</li> <li>・水産、花卉市場が隣接</li> <li>・ネットワーク通信の普及</li> <li>・貿易・食の専門商社の存在</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・人口減少、高齢化による需要減</li> <li>・中食化の進行</li> <li>・市内近郊の弱い農業生産力、青果ブランド力</li> <li>・流通、購入チャンネルの多様化</li> <li>・弱い地域経済力、低い食育意識</li> <li>・中央卸売市場への集荷集中</li> <li>・買付品割合の増加</li> <li>・厳しい労働環境</li> <li>・異常気象</li> </ul>
内 部 環 境	S(強み)	<p>S×O 積極的攻勢</p> <p>機会と強みによる積極的戦略を打ち、強みを活かした更なる役割・機能強化が期待できるもの</p>	<p>S×T 差別化戦略</p> <p>強みを活かし、脅威の解消を行う戦略により、役割・機能強化が見込まれるもの</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・培われた経験と人材</li> <li>・集荷力</li> <li>・財務力、信用力</li> <li>・零細生産者の取引場参加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・販路拡大(地元・本州)の推進</li> <li>・産地開拓と連携</li> <li>～コーディネーター機能強化～</li> <li>・観光機能との連携 (ぷらっと港市場との連携)</li> <li>・水産部門との連携 (ホッキまつり等)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ブランド開発</li> <li>～見つける、作る、育てる～</li> <li>・集荷力の維持・向上(支店連携)</li> <li>・独自の入荷ルート開拓</li> <li>・消費者ニーズの把握</li> <li>・小売業者との取引維持</li> </ul>
内 部 環 境	W(弱み)	<p>W×O 段階的施策</p> <p>弱みを強みに変える戦略により、役割・機能強化が見込まれるもの</p>	<p>W×T 防衛的施策</p> <p>縮小・撤退する戦略により、マイナス効果を減らすことが期待できるもの</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市場機能の形骸化</li> <li>・施設の老朽化</li> <li>・加工施設の未整備</li> <li>・人材不足(食精通者、若年層)</li> <li>・低い労働生産性</li> <li>・弱い広報・情報発信力</li> <li>・高率の使用料等による経営圧迫</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市場活性化による高い情報発信</li> <li>・感謝祭、見学受け入れ</li> <li>・施設の充実と機能力のアップ</li> <li>・鮮度を管理する設備</li> <li>・外部人材の活用(食べ方提案)</li> <li>・適切な使用料の検討</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市場組織、関係者の連携強化</li> <li>・納品機能の維持</li> <li>・施設の補修</li> </ul>

(3) 水産物部分析結果



外 部 環 境	
O(機会)	T(脅威)
<ul style="list-style-type: none"> <li>・前浜の潤沢な水産資源</li> <li>・地理的に山坂が少なく平坦</li> <li>・交通の拠点(陸・海・空)</li> <li>・ホッキの計画的資源量の確保</li> <li>・マツカワ放流事業で漁獲増</li> <li>・屋根付岸壁等港湾整備の充実</li> <li>・食の安全、地産地消の関心高</li> <li>・量販店等大口需要の増加</li> <li>・国の食品輸出の拡大</li> <li>・法の規制緩和</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・加工業者が少ない地域</li> <li>・少子高齢化人口減少</li> <li>・流通の多様化</li> <li>・若者の魚離れ</li> <li>・小売店の減少</li> <li>・気象変動による漁獲量減少</li> <li>・地震津波など大規模災害不安</li> <li>・国際拠点港湾としての規制</li> </ul>

内 部	S(強み)	S×O 積極的攻勢	S×T 差別化戦略
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・産地市場の機能</li> <li>・卸売会社は経営安定</li> <li>・多い経験豊富な人材</li> <li>・公設で少ない設備投資負担</li> <li>・漁組入居し連携容易</li> <li>・食堂は全国的な観光名所であり、ホッキのPRに貢献</li> </ul>	<p>機会と強みによる積極的戦略を打ち、強みを活かした更なる役割・機能強化が期待できるもの</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地元鮮魚の強化</li> <li>・生産者との連携強化</li> <li>・民間活力の導入の検討</li> <li>・漁港区の観光スポット化協力</li> <li>・ホッキ・マツカワのPR協力</li> </ul>	<p>強みを活かし、脅威の解消を行う戦略により、役割・機能強化が見込まれるもの</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・衛生管理の強化</li> <li>・施設整備計画の検討</li> <li>・地元鮮魚(カレイ等)のPR</li> <li>・新しい魚(ブリ等)の普及</li> <li>・冷凍・加工品など集荷強化</li> </ul>
環 境	W(弱み)	W×O 段階的施策	W×T 防衛的施策
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・少ない食品加工業</li> <li>・水産は取扱の変動大</li> <li>・少ない職場の若者女性</li> <li>・市民に馴染み薄い市場</li> <li>・進行する老朽化狭隘化</li> <li>・高割合な奨励金・使用料</li> </ul>	<p>弱みを強みに変える戦略により、役割・機能強化が見込まれるもの</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市場開放による活性化</li> <li>・加工場の開拓や連携</li> <li>・他市場、他産地との連携</li> <li>・働きやすい環境整備</li> <li>・先進技術の導入</li> <li>・狭隘化の解消</li> <li>・奨励金、使用料の検討</li> </ul>	<p>縮小・撤退する戦略により、マイナス効果を減らすことが期待できるもの</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地元スーパーへの流通拡大</li> <li>・市外への流通拡大</li> <li>・施設の有効活用</li> <li>・防災等の訓練の実施</li> </ul>

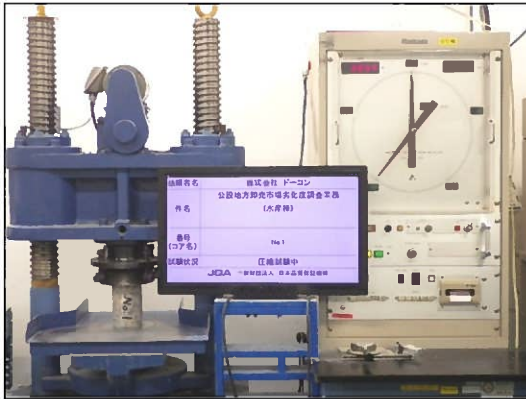
(4) 花卉部分析結果



		外 部 環 境	
		O(機会)	T(脅威)
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・陸海空の交通の拠点</li> <li>～仕入れの輸送コストが安い～</li> <li>～空港から輸出・全国発送～</li> <li>～ハブ機能としての可能性～</li> <li>～中央IC完成予定(2020)～</li> <li>・大企業がある都市</li> <li>・近隣に産地</li> <li>・産地と連携して花卉集荷可能</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・少子高齢化による地域人口、商圏人口の減少</li> <li>・冠婚葬祭の変化</li> <li>・生活様式の変化</li> <li>～記念日に贈る花減少～</li> <li>～若者離れ・切花の減少～</li> <li>・流通の多様化</li> <li>～量販店・ホームセンター～</li> <li>・中央市場への集荷集中</li> <li>・花卉生産者の減少</li> <li>・燃料費の高騰</li> </ul>
内 部 環 境	S(強み)	<p>S×O 積極的攻勢</p> <p>機会と強みによる積極的戦略を打ち、強みを活かした更なる役割・機能強化が期待できるもの</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・生産者との連携</li> <li>・鉢物の普及強化</li> <li>・民間活力の導入の検討</li> <li>・施設の有効活用</li> <li>・フラワーアレンジメント教室等開催</li> <li>・一体化した経営戦略を検討</li> </ul>	<p>S×T 差別化戦略</p> <p>強みを活かし、脅威の解消を行う戦略により、役割・機能強化が見込まれるもの</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ニーズに即した入荷</li> <li>・市内の生花店からの料率アップ</li> <li>・イベント・花育の実施</li> <li>(若年層の花離れ防止)</li> </ul>
	W(弱み)	<p>W×O 段階的施策</p> <p>弱みを強みに変える戦略により、役割・機能強化が見込まれるもの</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・使用料の見直し検討</li> <li>・冷蔵施設などの更新計画</li> <li>・市場開放や見学受入による活性化</li> <li>・人材の育成・施設の美化</li> </ul>	<p>W×T 防衛的施策</p> <p>縮小・撤退する戦略により、マイナス効果を減らすことが期待できるもの</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・経営体質の強化、支援</li> <li>・施設内整理や清掃強化</li> </ul>
外 部 環 境	<ul style="list-style-type: none"> <li>・花卉は小売専門店が主流</li> <li>・店舗・市場間流通の拡大</li> <li>・鉢物は全道2位</li> <li>・珍しい花材の入荷</li> <li>(東京市場と連携)</li> <li>・比較的新しい施設</li> <li>・施設が広く、優れた物流機能</li> </ul>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・業務用花卉の需要減少</li> <li>・高額品種が入手困難</li> <li>(量販店取扱増加のため)</li> <li>・入口が未整理</li> <li>・冷蔵施設が手狭</li> <li>・小さい事業規模</li> <li>・大きい使用料負担</li> <li>・人材が少ない労働力不足</li> </ul>		

## 2 建物劣化度調査

老朽化の進んでいる青果棟、水産棟において、建物及び設備全体の目視調査、超音波探傷検査、コンクリート圧縮検査等の方法により、劣化度状況を評価の上、躯体、仕上、附属設備の機能診断を行いました。



【圧縮強度試験】



【超音波厚さ計による部材厚測定】

### (1) 躯体調査結果

国土交通省が定めるRC造(鉄骨造)の耐用年数65年に対して、コンクリートおよび鉄筋(鉄骨)が所定の基準強度を有していることから、躯体の耐用年数はむこう15年間の施設運用において問題ないと判断できます。

### (2) 仕上調査結果

床のタイルや天井のケイカル板などは評価がCの項目で、施設運用上支障はないが1～3年で修繕を行うことが望ましい。外壁や内装などは評価がBの項目で、通常点検で管理していくが、4～10年以内に更新することが望ましい。

### (3) 附属設備調査結果

青果棟は、評価Cの項目である温水暖房設備において、ファンコンベクターの整備が必要であり、また、換気設備においても設置後45年を経過したものが多いため、更新が必要である。

水産棟は、機械設備において、冷凍庫換気口まわりの氷結対策や、厨房フード排気にグリスフィルタを設けることが望ましい。

電気設備においては、評価Bの項目である受変電・動力・電灯・非常放送・自動火災報知においては、通常点検で管理していくが、4～10年以内に更新することが望ましい。

※いずれの調査結果においても、施設機能・安全上、早期に修繕を要するもの(D判定)はありませんでした。



## 第2章 苫小牧市公設地方卸売市場の課題整理

---

SWOT分析及び建物劣化度調査の結果から、市場3部門（青果・水産物・花卉）共通の課題を以下のとおり整理します。

### 1 市場の機能強化

- (1) 品質管理の徹底
- (2) 生産者との連携強化
- (3) 販売力の強化

### 2 市場の役割の発揮・発信

- (4) 市場の情報発信と観光機能との連携

### 3 市場施設の維持・整備

- (5) 施設の有効活用と機能強化

### 4 市場の管理・経営の改善

- (6) 使用料等の見直し
- (7) 民間活力導入

### 5 その他

- (8) 防災対策
- (9) 働きやすい環境の整備
- (10) 取引ルールの検討（国の卸売市場法改正に伴う課題の追加）

## 第3章 基本計画

---

現状分析と市場を取り巻く環境の変化を踏まえ、卸売市場が今後も生鮮食料品等流通の地域拠点市場としての役割を担い、市民等から信頼される市場を目指して、基本理念と基本方針を以下のとおり定めます。

### 1 基本理念

- 地域拠点市場として、市民等への安全・安心な生鮮食料品等の安定供給に努めます。
- 少子高齢化社会など新しい時代に対応した、新たな取り組みに挑戦し、より効率的な魅力あふれる市場を目指します。

### 2 基本方針

#### I 市場の機能強化

市民等へ安全・安心な生鮮食料品等を安定供給するために、卸売市場の機能強化を図ります。

#### II 市場の役割の発揮・発信

卸売市場の役割をアピールし、生鮮食料品等の消費拡大に向けた取り組みを推進します。

#### III 市場施設の維持・整備

卸売市場の更なる機能充実を目指し、市場施設の維持・整備を推進します。

#### IV 市場の管理・経営の改善

卸売市場を取り巻く環境の変化に対応し、市場の管理運営のあり方についてより効率的な運営をするため民間活力を導入します。

### 3 具体的施策

基本理念、基本方針を実現するための戦略を、SWOT分析（クロス分析）の方向性及び経営展望策定部会の意見を踏まえて以下のとおり設定し、具体的な取り組みを進めていきます。

## (1) 青果部具体的施策

### I 市場の機能強化

#### 戦略（1）品質管理の徹底

市場全体の更なる品質管理を推進することにより、市民等へ安全・安心な生鮮食料品の安定供給に努めるとともに、市場自体のブランド価値の向上を目指します。

##### 【短期的な取り組み】

- ① 冷蔵・冷凍設備を活用した温度管理の徹底
- ② 業界団体のマニュアル等に基づいた衛生管理の実施

##### 【中期的な取り組み】

- ③ 市場内で使用するフォークリフトの電動化の推進

#### 戦略（2）生産者との連携強化

生産者と連携を強化し、市民等へ安全・安心な生鮮食料品の安定供給に努めます。

##### 【短期的な取り組み】

- ① 消費者ニーズに合った集荷の推進
- ② 卸売業者は支店と連携し、集荷力の向上
- 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

##### 【中期的な取り組み】

- ④ 料理教室の開催など食育の推進

#### 戦略（3）販売力の強化

市民等へ安全・安心な生鮮食料品の安定供給をしながら、新しい販路の拡大に取り組んでいきます。

##### 【短期的な取り組み】

- ① 道内や本州に向けて販路の拡大

##### 【中期的な取り組み】

- ② 専門家・有識者の協力を得て、農産物ブランド力の強化
- 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
- ④ 泥付・規格外商品の販売などの充実

## II 市場の役割の発揮・発信

### 戦略（４）市場の情報発信と観光機能との連携

卸売市場の役割や仕組みをアピールし、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します。

#### 【短期的な取り組み】

- ① 市場感謝祭や見学者受け入れなどを通して、市場の役割や生鮮食料品の情報発信の推進
- ② 隣接する商業施設（ふらっと港市場）との連携の強化
- 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
- 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

#### 【中期的な取り組み】

- ⑤ インターネットを活用した、市場の情報や商品の提供

## III 施設の維持・整備

### 戦略（５）施設の有効利用と機能強化

建物劣化度調査の躯体耐用年数は、むこう15年間の施設運用において問題ないと判断できるという結果を踏まえて、長寿命化を図りながら施設を有効利用し、維持・整備を行います。

#### 【短期的な取り組み】

- ① 維持整備計画を作成し、計画的な維持・整備の実施
- ② 床や照明など、関係者からの要望で優先度の高いものから整備の実施
- ③ 冷却設備の更新（代替フロン等）
- ④ 附属施設は、将来の利用について検討を加えたうえで、維持・整備の実施

#### 【中・長期的な取り組み】

- ⑤ 建物の状況を見極めながら、必要な調査を行い計画の見直しを検討

## 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行います。

#### 【短期的な取り組み】

- ① 市場に必要な費用の積算を行い、資金計画を作成
- ② 売上高割使用料、施設使用料の見直しの実施
- ③ 卸売の販売委託手数料、各種奨励金の見直しを検討

## 戦略（7）民間活力の導入

市場を取り巻く環境は、今後も取扱量の低迷が予想されております。

加えて卸売市場法の改正に伴い、公共性を確保することを前提に、活性化を図る観点から、ルール設定を行うなど自由度が増す（※）ことを受けて、より効率的な運営を図るため、指定管理者制度の導入を行います。

（※）卸売市場法が改正され、各市場の実態を踏まえた創意工夫を活かした取り組み等ができるようになること

### 【短期的な取り組み】

- ① 自由度を増して、独自事業を実施できるよう管理業務を設定
- ② 安全・安心な生鮮食料品の安定供給、生産者との連携を重視して指定管理者を選定
- ③ 指定管理者制度を導入し、指定管理期間（5年）終了前に見直しを検討

## (2) 水産物部具体的施策

### I 市場の機能強化

#### 戦略（1）品質管理の徹底

市場全体の更なる品質管理を推進することにより、市民等へ安全・安心な生鮮食料品の安定供給に努めるとともに、市場自体のブランド価値の向上を目指します。

##### 【短期的な取り組み】

- 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
- 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
- ③ 活魚水槽を活用した鮮度の保持

#### 戦略（2）生産者との連携強化

生産者と連携を強化し、市民等へ安全・安心な生鮮食料品の安定供給に努めます。

##### 【短期的な取り組み】

- ① 産地市場の強みを活かし、マツカワやホッキ貝など地元鮮魚の取り扱いの充実
- ② 産地や他市場との連携を強化し、品揃えの充実
- 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

#### 戦略（3）販売力の強化

市民等へ安全・安心な生鮮食料品の安定供給をしながら、新しい販路の拡大に取り組んでいきます。

##### 【短期的な取り組み】

- ① 鮮度の高い状態での安定供給
- ② 新しい魚種の取り扱いの強化
- ③ 地元スーパーや市外への流通の拡大

##### 【中期的な取り組み】

- 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

## Ⅱ 市場の役割の発揮・発信

### 戦略（４）市場の情報発信と観光機能との連携

卸売市場の役割や仕組みをアピールし、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します。

#### 【短期的な取り組み】

- ① 市場感謝祭や見学者受け入れなどを通して、市場の役割や生鮮食料品の情報発信の推進
- 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
- 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
- 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

#### 【中期的な取り組み】

- ⑤ ホームページや掲示等により市場で取り扱う魚等のPR
- ⑥ アンテナショップの設置など、新たな取り組みの検討

## Ⅲ 施設の維持・整備

### 戦略（５）施設の有効利用と機能強化

建物劣化度調査の躯体耐用年数はむこう15年間の施設運用において問題ないと判断できるという結果を踏まえて、長寿命化を図りながら施設を有効利用し、維持・整備を行います。

#### 【短期的な取り組み】

- ① 維持整備計画を作成し、計画的な維持・整備の実施
- ② 屋根や床など、関係者からの要望で優先度の高いものから整備の実施
- ③ 衛生管理機能の強化
- ④ 港湾部局と協議しながら、場外保管場を整備
- ⑤ 冷蔵・冷凍設備の更新（代替フロン等）

#### 【中・長期的な取り組み】

- ⑥ 建物の状況を見極めながら、必要な調査を行い計画の見直しを検討

## 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行います。

#### 【短期的な取り組み】

- ① 市場に必要な費用の積算を行い、資金計画を作成
- ② 売上高割使用料、施設使用料の見直しの実施
- ③ 卸売の販売委託手数料、各種奨励金の見直しを検討

### 戦略（7）民間活力の導入

市場を取り巻く環境は、今後も取扱量の低迷が予想されております。加えて卸売市場法の改正に伴い、公共性を確保することを前提に、活性化を図る観点から、ルール設定を行うなど自由度が増す（※）ことを受けて、より効率的な運営を図るため、指定管理者制度の導入を行います。

（※）卸売市場法が改正され、各市場の実態を踏まえた創意工夫を活かした取り組み等ができるようになること

#### 【短期的な取り組み】

- ① 自由度を増して、独自事業を実施できるよう管理業務を設定
- ② 安全・安心な生鮮食料品の安定供給、生産者との連携を重視して指定管理者を選定
- ③ 指定管理者制度を導入し、指定管理期間（5年）終了前に見直しを検討



### (3) 花卉部具体的施策

#### I 市場の機能強化

##### 戦略（1）品質管理の徹底

市場全体の更なる品質管理を推進することにより、市民等へ高品質の花や鉢物の安定供給に努めるとともに、市場自体のブランド価値の向上を目指します。

###### 【短期的な取り組み】

- ① 消費者ニーズに応じた高品質な商品の集荷の推進
- ② 暖房調節や冷蔵設備を活用した温度管理の実施
- ③ 整理整頓に努め、施設の美化を心掛けた使用の徹底

##### 戦略（2）生産者との連携強化

生産者や市場間の連携を図り、市民等へ花や鉢物の安定供給に努めます。

###### 【短期的な取り組み】

- ① 市場間取引を拡大し、消費者ニーズに応じた集荷の推進
- ② 近隣の産地と連携し、集荷力の強化
- ③ 生産コストの削減について検討

##### 戦略（3）販売力の強化

消費者ニーズに応じた花や鉢物など、品揃えの充実、販売力の強化に取り組んでいきます。

###### 【短期的な取り組み】

- ① 販売実績の多い鉢物の取り扱いの強化
- ② 交通の利便性を活かして、道外・輸入品の集荷の強化
- ③ インターネット等を活用し、先取り販売を実施
- ④ 小売店の利用率向上に向けての取り組みを実施

## Ⅱ 市場の役割の発揮・発信

### 戦略（４）市場の情報発信と観光機能との連携

卸売市場の役割や仕組みをアピールし、観光機能と連携し花や鉢物の消費拡大に向けた取り組みを推進します。

#### 【短期的な取り組み】

- ① 市場感謝祭や見学者受け入れなどを通して、市場の役割や花の魅力についての情報発信の推進
- ② フラワーセレモニーなどの取り組みの推進
- ③ 若者向けのフラワーアレンジメント教室などを開催し、花育の推進
- ④ PR目的の販売等（イベント、継続的な取り組み）の推進

## Ⅲ 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・整備を行います。

#### 【短期的な取り組み】

- ① 維持整備計画を作成し、計画的な維持・整備の実施
- ② 売場をカーテンで仕切る等、省エネ対策を実施
- ③ 物流機能を活かした活用方法を検討
- ④ 冷蔵設備の更新（代替フロン等）

## 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行います。

#### 【短期的な取り組み】

- ① 市場に必要な費用の積算を行い、資金計画を作成
- ② 売上高割使用料、施設使用料の見直しの実施

### 戦略（７）民間活力の導入

市場を取り巻く環境は、今後も取扱量の低迷が予想されております。より効率的な運営を図るため、市場施設・設備が充実し、立地も良いという強みを活かして民間移譲を目指します。

#### 【短期的な取り組み】

- ① 卸売市場機能の他に、施設・設備と立地の強みを活かして、物流や販売など新たな機能について付加することを検討
- ② 民間の自由な発想と効率的な運営により花の普及を図る
- ③ 卸売市場機能の維持を前提に民間移譲（民営化）を目指す

#### (4) その他(3部門共通) 具体的施策

経営展望策定部会の意見に加えて、卸売市場法に関する基本方針(平成30年農林水産省告示第2278号) その他重要事項を加えて、戦略を以下のとおり設定します。

##### 戦略(8) 防災対策

災害時の緊急事態であっても継続的に生鮮食料品等を供給できるよう、事業継続計画(BCP)の策定等とともに、市場間の相互応援体制を継続します。

###### 【短期的な取り組み】

- ① 「全国公設地方卸売市場協会災害時相互応援に関する協定」、「北海道内卸売市場による災害時対応相互応援協定」に基づいた他市場との相互応援体制を継続
- ② 苫小牧市業務継続計画を基本として、災害時における部門ごとの業務継続計画を確立
- ③ 地震や津波等、様々な災害を想定した訓練を実施
- ④ 緊急時の初期電源確保のため、発電機等の常備を実施

##### 戦略(9) 働きやすい環境の整備

卸売業者及び仲卸業者は、人手不足の中で必要な人材を確保するため、市場の労働環境の改善に努めます。

###### 【短期的な取り組み】

- ① 休日や出勤時間等の労働条件の改善
- ② 若者や女性が働きやすい職場づくりの推進
- ③ 労働負担を軽減する設備の導入など労働環境の改善

##### 戦略(10) その他取引ルールを検討

卸売業者、仲卸業者、取引参加者の意見を十分に聴いた上で、その他取引ルールについて、今後の事業展開に関する新しいアイデア等を共有するほか、卸売市場の施設を有効に活用する新規の取引参加者の参入を促す等、取扱品目ごとの実情に応じて卸売市場の活性化を図る観点から、ルール設定を行います。

###### 【短期的な取り組み】

- ① 第三者販売、直荷引き、商物一致等、市場としての取引ルールを設定

## 第4章 行動計画

### 1 青果部行動計画

◎主体/○補助

	具体的施策	取り組みの主体				実施時期		
		卸	仲卸	買受人 生産者	開設者	短期	中期	長期
I 市場の 機能 強化	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	◎	○		○	●		
	②業界団体のマニュアル等に基づいた衛生管理の実施	◎	○	○	◎	●		
	③市場内で使用するフォークリフトの電動化の推進	◎	◎		○		●	
	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	◎	○	○		●		
	②卸売業者は支店と連携し、集荷力の向上	◎				●		
	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	◎	○	○	○	●		
	④料理教室の開催など食育の推進	◎	○	○	○		●	
	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	◎	○	○	○	●		
	②専門家・有識者の協力を得て、農産物ブランド力の強化	◎	○	○			●	
	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	◎	○	○			●	
④泥付・規格外商品の販売などの充実	◎	○	○			●		

具体的施策		取り組みの主体				実施時期		
		卸	仲卸	買受人 生産者	開設者	短期	中期	長期
II 市場の役割の発揮・発信	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	◎	○	○	◎	●		
	②隣接する商業施設(ぶらっと港市場)との連携の強化				◎	●		
	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	○			◎	●		
	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	◎				●		
	⑤インターネットを活用した、市場の情報や商品の提供	◎			○		●	
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	○	○		◎	●		
	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	○	○	○	◎	●		
	③冷却設備の更新(代替フロン等)	○			◎	●		
	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	○	○		◎	●		
	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	○			◎		●	●
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				◎	●		
	②売上高割使用料、施設使用料の見直しの実施				◎	● (2019)		
	③卸売の販売委託手数料、各種奨励金の見直しを検討	◎			○	●		
	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	○	○	○	◎	●		
	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	○	○	○	◎	●		
	③指定管理者制度を導入し、期間終了前に見直しを検討	○			◎	● (2021)	●	●

※ ( ) 内は実施予定年度

## 2 水産物部行動計画

◎主体/○補助

	具体的施策	取り組みの主体				実施時期		
		卸	買受人	生産者	開設者	短期	中期	長期
I 市場の機能強化	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	◎	○	○	○	●		
	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	◎	○	○	○	●		
	③活魚水槽を活用した鮮度の保持	◎	○	○	○	●		
	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	◎	○	○		●		
	②産地や他市場との連携を強化し、品揃えの充実	◎		○		●		
	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	◎		○		●		
	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	◎	○	○		●		
②新しい魚種の取り扱いの強化	◎		○		●			
③地元スーパーや市外への流通の拡大	◎		○		●			
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	◎		○			●		
II 市場の役割の発揮・発信	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	◎	○	○	◎	●		
	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				◎	●		
	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	○			◎	●		
	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	◎				●		
	⑤ホームページや掲示等により市場で扱う魚等のPR	◎	○	○	○		●	
⑥アンテナショップの設置など、新たな取り組みの検討	◎					●		

	具体的施策	取り組みの主体				実施時期		
		卸	買受人	生産者	開設者	短期	中期	長期
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				◎	●		
	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	○	○	○	◎	●		
	③衛生管理機能の強化	○	○	○	◎	●		
	④港湾部局と協議しながら、場外保管場を整備	○		○	◎	●		
	⑤冷蔵・冷凍設備の更新(代替フロン等)	○			◎	●		
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	○		○	◎		●	●	
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				◎	●		
	②売上高割使用料、施設使用料の見直しの実施				◎	● (2019)		
	③卸売の販売委託手数料、各種奨励金の見直しを検討	◎			○	●		
	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	○	○	○	◎	●			
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	○	○	○	◎	●			
③指定管理者制度を導入し、期間終了前に見直しを検討	○			◎	● (2021)	●	●	

※（ ）内は実施予定年度

### 3 花卉部行動計画

◎主体/○補助

	具体的施策	取り組みの主体				実施時期		
		卸	仲卸	買受人 生産者	開設者	短期	中期	長期
I 市場の機能強化	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消費者ニーズに応じた高品質な商品の集荷の推進	◎	○		○	●		
	②暖房調節や冷蔵設備を活用した温度管理の実施	◎	○		○	●		
	③整理整頓に努め、施設の美化を心掛けた使用の徹底	◎	◎	○	○	●		
	戦略(2)生産者との連携強化							
	生産者や市場間の連携を図り花や鉢物の安定供給に努める							
	①市場間取引を拡大し、消費者ニーズに応じた集荷の推進	◎	○			●		
	②近隣の産地と連携し、集荷力の強化	◎	○			●		
	③生産コストの削減について検討	◎	○	○		●		
	戦略(3)販売力の強化							
	消費者ニーズに応じた品揃えの充実、販売力の強化							
	①販売実績の多い鉢物の取り扱いの強化	◎	○			●		
②交通の利便性を活かして、道外・輸入品の集荷の強化	◎	○			●			
③インターネット等を活用し、先取り販売を実施	◎	○			●			
④小売店の利用率向上に向けての取り組みを実施	◎	○	○		●			
II 市場の役割の発揮・発信	戦略(4)市場の情報発信と観光機能との連携							
	観光機能と連携し花や鉢物の消費拡大に向けた取り組みを推進							
	①市場の役割や花の魅力についての情報発信の推進	◎	○	○	◎	●		
	②フラワーセレモニーなどの取り組みの推進	◎	◎	○	◎	●		
	③若者向けのフラワーアレンジメント教室などを開催し花育の推進	○	○	◎	○	●		
	④PR目的の販売等(イベント、継続的な取り組み)の推進	○	◎	◎	○	●		



具体的施策		取り組みの主体				実施時期		
		卸	仲卸	買受人 生産者	開設者	短期	中期	長期
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	○	○		◎	●		
	②売場をカーテンで仕切る等、省エネ対策を実施	○	○		◎	●		
	③物流機能を活かした活用方法を検討	○	○		◎	●		
	④冷蔵設備の更新(代替フロン等)				◎	●		
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				◎	●		
	②売上高割使用料、施設使用料の見直しの実施				◎	●	(2019)	
	戦略(7) 民間活力の導入							
	より効率的な運営を図るため民間活力の導入を実施							
	①立地の強みを活かして、新たな機能の付加を検討				◎	●		
	②民間の自由な発想と効率的な運営により花の普及を図る				◎	●		
	③卸売市場機能の維持を前提に民間移譲(民営化)を目指す				◎	●	(2022)	

※ ( ) 内は実施予定年度

## 4 その他（3部門共通）行動計画

◎主体/○補助

	具体的施策	取り組みの主体				実施時期		
		卸	仲卸	買受人 生産者	開設者	短期	中期	長期
(4) その他 (3部門共通)	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	○			◎	●		
	②災害時における部門ごとの業務継続計画を確立	○	○	○	◎	●		
	③地震や津波等、様々な災害を想定した訓練を実施	○	○		◎	●		
	④緊急時の初期電源確保のため、発電機等の常備を実施	○			◎	●		
	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	◎	◎			●		
	②若者や女性が働きやすい職場づくりの推進	◎	◎		○	●		
	③労働負担を軽減する設備の導入など労働環境の改善	◎	◎		○	●		
	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)	○	○		◎	●		

## 5 整備計画

### ■公設地方卸売市場維持・整備計画の概要

部	施設名	短期					中期					長期				
		2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年	2027年	2028年	2029年	2030年	2031年	2032年	2033年
青果部	A 青果棟															
	1 内装・設備等	○		○	○	○	○	○	○	○	○				○	
	2 屋根									○						
	3 外壁				○											
	4 その他外部	○			○											
	5 床	○				○										
	6 巾木	○				○										
	7 壁	○				○										
	8 天井	○				○										
	9 売場 床改修		①	②	③											
	10 LED化				①	②	③	④	⑤							
11 冷却設備の更新	☆	☆	☆		☆	☆		☆		☆		☆	☆	☆		
B 低温流通センター																
12 屋根・外壁		○	○			○		○								
13 キュービカルプレーカー交換								○								
14 冷却設備の更新	☆	☆		☆	☆	☆	☆	☆	☆		☆					
C 15 パッケージセンター			○					○	○				○			
D 16 北側上屋1・2	○		○					○								
E 17 倉庫(旧パッケージセンター)		○	○	※今後の使用方法協議(売却・撤去・維持修繕)												
F 18 青果部 小修繕	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
水産物部	G 水産棟															
	19 外壁・事務所床・内装等	○		○	○	○	○	○	○	○						
	20 西側屋根	○														
	21 天井2F部分	○														
	22 西側窓		○													
	23 売場 床修繕		①	②	③											
	24 LED化				①	②	③	④								
	25 防鼠設備(該当箇所)	○														
	26 冷蔵・冷凍設備の更新			☆	☆											
	H 水産物部冷蔵倉庫															
	27 水産部冷蔵倉庫								○							
28 冷蔵・冷凍設備の更新		☆						☆								
I 29 水産外トイレ		○														
J 30 水産物部倉庫(荷受)			○		○											
K 衛生管理																
31 シートシャッター			○	○	○											
32 ビニールカーテン	○															
33 室内エアコン設置	○															
34 場外保管場	※港湾地区になるので別途協議とする															
L 35 水産物部 小修繕	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
花卉部	M 花卉棟															
	36 庇など			○												
	37 冷蔵設備の更新			☆												
38 暖房設備(低費用化)			○													
N 39 花卉部 小修繕	○	○	○													
O 40 建物診断調査										◎						

○維持管理・整備

☆冷却装置(フランド)整備更新

※囲み英数字は、数年に分けて実施するもの

