

## 第3章 札幌市中央卸売市場活性化ビジョン

### 1 札幌市中央卸売市場の基本理念

私たちは、多種多様な生鮮食料品を市民に適正な価格で安定的に供給するという社会的使命を開設以来半世紀にわたって果たしてきました。

しかし、第2章で見たように、私たちを取り巻く社会・経済環境や流通環境は急速に変化し、年々厳しさを増しています。

そのような背景により、国も各卸売市場に対して、第9次卸売市場整備基本方針の中で経営展望の策定を義務付ける等、経営戦略的視点に立った市場運営を求めています。

当市場の活性化に向けた取組みをスタートさせるために開催した平成22年8月のワークショップにおいて、私たちは、「将来にわたり持続可能な強い市場」づくりを進めていくべきということを確認し、それを実現するための基本理念を次ページのとおり定めました。

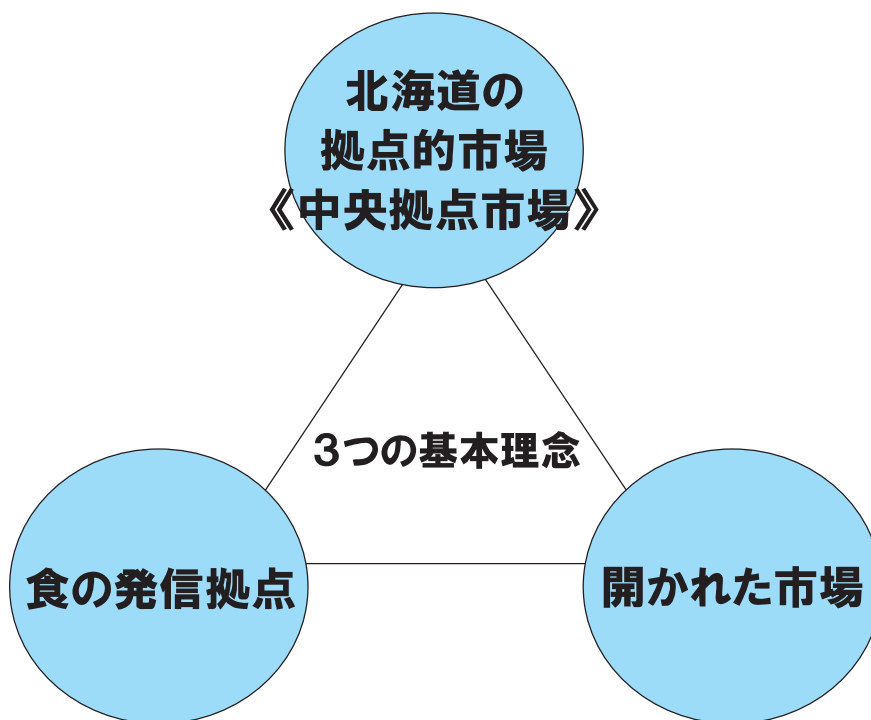
#### 《経営展望の策定》

第9次卸売市場整備基本方針において、市場の経営戦略の立案が求められています。

当市場においては、この「活性化ビジョン」と市場会計改善への取組策である「経営改革プラン」を合わせて「札幌市中央卸売市場経営活性化プロジェクト」と位置付け、国に提出する方針です。



目指す市場像＝将来にわたり持続可能な強い市場



### 北海道の拠点市場 《中央拠点市場》

- 中央拠点市場として、道内各地の市場との更なる連携強化、道外への販路拡大及び海外への輸出等、北海道のポテンシャルを生かして、市場取扱量の増加に向けた積極的な取組みを行います。

### 食の発信拠点

- 市場事業者間で連携を行い、消費者が求めている食の情報を提供するとともに、販売戦略の視点に立った情報発信を行うことにより、「食の発信拠点」を目指します。

### 開かれた市場

- 消費者の食品流通の安全性確保への関心や健全な食生活への回帰志向にこたえるため、場内での食育関連事業の実施等、「開かれた市場」に向けた取組みを行います。

## 2 4つの視点と16の基本目標

3つの基本理念を踏まえ、市場を構成する私たち全員が共通認識のもと活性化の取組みを行うため、SWOT分析<sup>1</sup>（P63 参照）やブレインストーミング<sup>2</sup>を行い、4つの視点及び16の基本目標を設定しました。

今後、市場内事業者と開設者が連携、協働しながら、基本目標により定められた具体的な取組みを進めていきます。

併せて、当市場の社会的責任を果たすため、「環境にやさしい市場づくり」、「災害に強い市場づくり」の2つを緊急課題として設定し、これらについても計画的に取り組んでいきます。

なお、この概念を体系図としてまとめると、右図のとおりとなります。

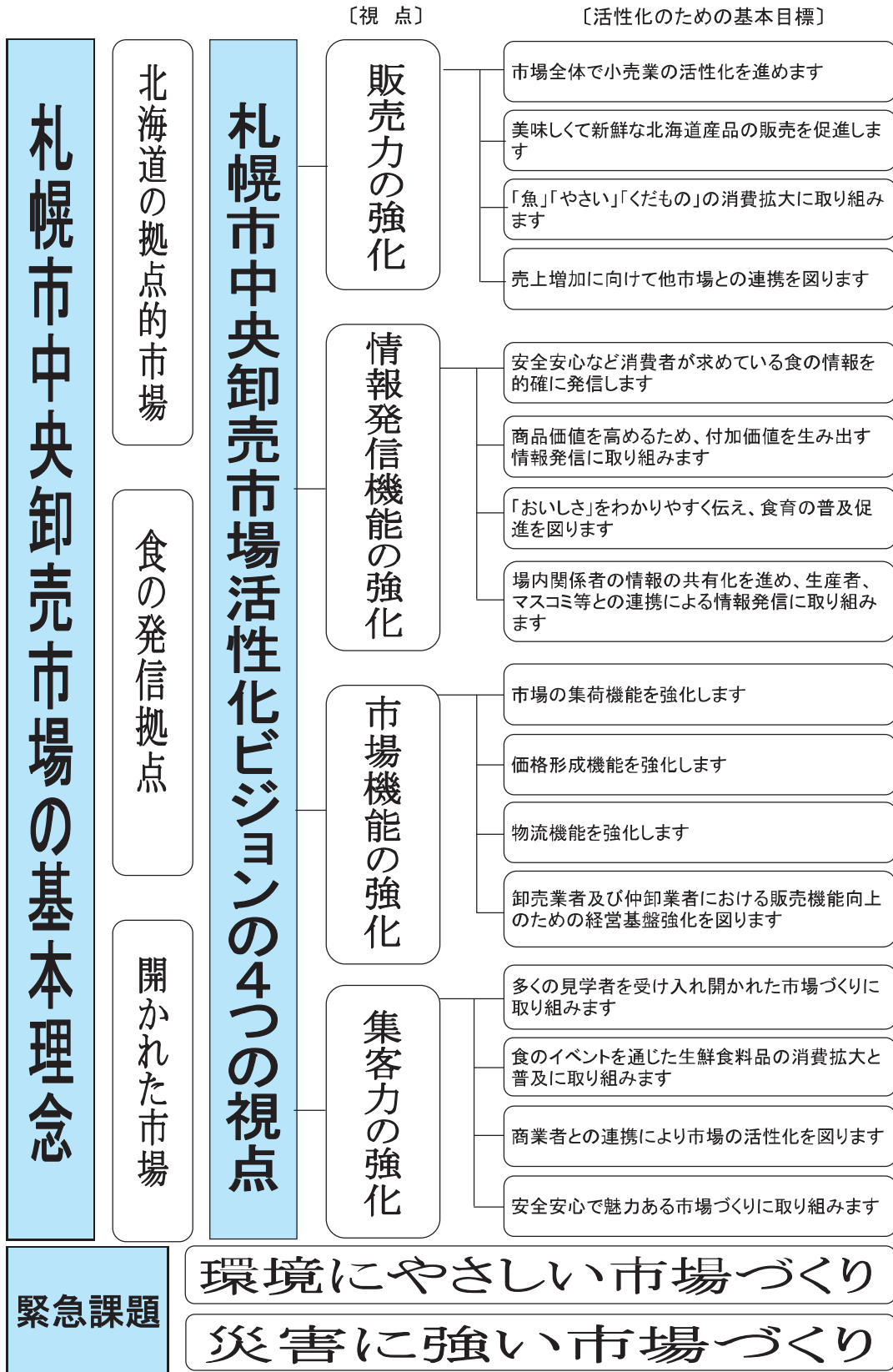


<sup>1</sup> 内部環境の強みと弱み、外部環境の機会（チャンス）と脅威を整理・分析する戦略計画手法。国の第9次卸売市場整備基本方針においても「経営展望の策定」にあたって実施することが推奨されている。

<sup>2</sup> 集団発想法。自由な雰囲気では他を批判せずに、集団でアイデアを出し合うことによって、最終的に一定の課題に対するよりよい解決策を得ようとする方法。

札幌市中央卸売市場活性化ビジョン 体系図

【推進期間:平成23年度～平成32年度】



### 3 各視点別に取り組むこと

## 視点1 販売力の強化

近年、量販店の台頭に伴い専門小売店が減少し、消費者の生鮮食料品の購入先が大型量販店等へ変化してきました。

しかし、現在の北海道の人口（551万人）は、10年後には517万人、25年後には441万人まで減少すると予測されており、量販の再編・淘汰・小型化（コンビニ化）も進むものと考えられます。

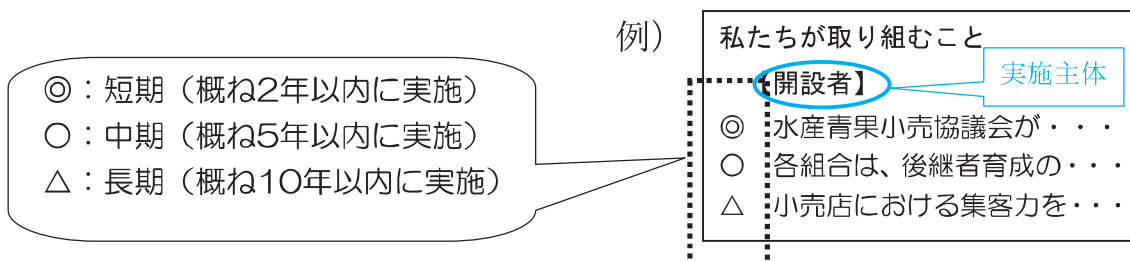
更に、高齢化の進展に伴い、買い物難民の増加も危惧され、このままでは市場取扱量は漸減していくものと見込まれています。

このような状態を打破するためには、量販店の形態変化に的確に対応するとともに、きめ細やかなサービス（買い物難民対策等）を行う専門小売店へのサポートを行い、域内の流通ネットワークを維持していく必要があります。

また、北海道の中央拠点市場として、道内・道外への販路拡大及び海外への輸出拡大を図り、市場取扱量の増加に結びつける必要があります。



※参考） ■ 本文中の表記について（取組時期）



※詳細については、ビジョン推進のスケジュール（P61）参照

(1) 市場全体で小売業の活性化を進めます

具体的な取組み

- ① 小売組合の組合員の事業拡大や小売店の起業者へ支援するため、組合機能を強化します

私たちが取り組むこと

【水産青果小売協議会】

- 中古冷蔵庫等の斡旋、商店街における販売機会のマッチング、各種補助金制度の発信を行います

【小売組合】

- 後継者育成の取組みや経営相談の適切なサポート、売れ筋商品等の情報を集約・提供し、組合員の魅力的な店舗展開や経営基盤の強化を図ります
- 鮮魚店、青果店等の起業者に対して、水産、青果それぞれが買出人登録の方法や市場のルール等の説明窓口としての機能を強化します

- ② 各組合員は販売力強化に関する事業を積極的に実施します

私たちが取り組むこと

【小売組合】

- 店頭販売の他、高齢者への宅配事業を行い、「内」から「外」・「守り」から「攻め」への戦略的な販売方法の変革を検討します
- 小売店における集客力を高めるために、各組合で割引ポイントカードやサービス券を発行する等、販売促進事業を行います
- 地域コミュニティとの連携により、小売団体が所有する移動販売車を使用して食育活動を推進しながら買い物難民に対応します
- デフレによる低価格競争に対抗するため、小売業者の共同購入によるスケールメリットにより販売力を強化します

- ③ 市場の買出人の増加に向けて、登録ルールの見直しや規制緩和などを行います

**私たちが取り組むこと**

**【取引委員会】**

- ◎ 買出人の増加（小売組合員増加を見据え）に向けて、市場の入場規制、取引時間等のルールの見直しを行います

- ④ 需要者と連携した恒久的な生鮮食料品の安定供給の道を模索します

**私たちが取り組むこと**

**【販売促進検討会議】**

- ◎ 量販・加工業者等の意見を参考とするため、バイヤーを含めた市場関係者、有識者等による会議を実施します
- ◎ 量販の形態変化（コンビニ化）の動向を見据えた小ロット対応可能な体制の構築を検討します

**【取引委員会】**

- ◎ 予約相対取引の制度見直し等、需要者が利用しやすい市場取引ルールを検討します



(2) 美味しくて新鮮な北海道産品の販売を促進します

具体的な取組み

① 小売店での対面販売を生かした食品提供を行います

私たちが取り組むこと

【小売組合、卸売業者、仲卸業者】

- 卸売業者、仲卸業者からの情報を活用して、対面販売の利点を生かした商品情報の伝達（旬の情報、鮮度の見分け方、美味しい食べ方、保存方法等）及び北海道産品の販売促進を行います

【水産協議会、青果部運営協議会】

- 市場見学における試食会と小売店リスト（対面販売店）の提供を併用し、消費者の需要喚起を行います

② 産地と連携して、特産品の育成や少量取扱品のブランド品化等、新たな販売資源を開拓します

私たちが取り組むこと

【卸売業者】

- 消費者のニーズの把握と産地へのフィードバックを的確に行うことにより、新商材とブランド品の積極的な開拓を行います 《中央拠点市場関連項目》

【販売促進検討会議】

- 市場が専門的に取り扱う商材の発掘・市場流通品への「安全安心」シールの貼付等、商品の差別化、ブランド化を行います



③ 加工者等との連携を図り、商品の高付加価値化を推進します

**私たちが取り組むこと**

**【販売促進検討会議】**

△ 卸売業者、仲卸業者、小売業者が連携して北海道産品を利用した市場プライベート・ブランド商品（自主企画商品）等の開発を行います

**【卸売業者、販売促進検討会議】**

○ 消費者のニーズに応えるため、生産者、生産履歴及び産地情報等、情報による商品の付加価値づくりを行います

④ 北海道産品について本州や海外への販路開拓を行う等、販売増加に向けた取組みを検討します

**私たちが取り組むこと**

**【卸売業者、販売促進検討会議】**

◎ 当市場を北海道産品の本州や海外への販売拠点とするために、戦略物資を定め、当該物品の入荷量を高めます（じゃがいも、玉ねぎ、メロン等の高級果実、鮮魚介類）

**【仲卸業者】**

○ 本州の有力な食関連企業との業務提携を推進します（ホテル、弁当製造業者、外食チェーン等）  
○ 北海道産品の販売力の強化に向け域外セールス部門における連携強化を図ります

**【卸売業者、仲卸業者】**

◎ 戦略的経営支援事業の補助金等を活用し、新たな市場開拓を試みながら、域外、更には海外への輸出事業を展開します

**【取引委員会】**

◎ 産地等から納品先への直送体制の拡大に向けて取引ルールの規制緩和を検討します（電商取引、承認引渡し場所など）

(3) 「魚」「やさい」「くだもの」の消費拡大に取り組みます

具体的な取組み

- ① 魚介類・野菜・果物の地産地消など、消費拡大に向けた取組みを行います

私たちが取り組むこと

【水産協議会、青果部運営協議会】

- 水産物部及び青果部が協働して子ども料理コンテスト・男性向け料理教室等の食育事業を推進します
- 料理教室等を実施する際は、新規の参加者を取込む対策を講じます
- 学校給食で市場流通品がより多く提供できるよう積極的に働きかけます

- ② 消費者の北海道産品の購買意欲向上に繋がる取組みを行います

私たちが取り組むこと

【小売組合】

- 本市経済局農政部で展開している「さっぽろハーベストランド」等の地域ブランドを小売店等において積極的に販売し、北海道産品の購買意欲の向上を図ります
- 北海道産品の中でも「越冬だいこん」等のブランド商品については、その特性や美味しさを十分にアピールして販売し、消費者に体感させることによって北海道産品リピーターの増加を図ります
- ススキノ等の飲食店とタイアップし、市場を流通する北海道産品の優先使用の働きかけを行います

(4) 売上増加に向けて他市場との連携を図ります

① 市場間取引の円滑化に向けた取組みを行います

私たちが取り組むこと 《すべて中央拠点市場関連項目》

【卸売業者、仲卸業者】

- ◎ 卸売業者や仲卸業者は、他市場の卸売業者等への販路開拓及び販売増加に向けた取組みを積極的に行います
- ◎ 他市場と強固な業務提携を行うため、他市場の卸売業者、仲卸業者との資本提携等を検討します
- △ 市場間及び当市場内の受発注を円滑に行うため、統一システムの構築を検討します

【卸売業者、販売促進検討会議】

- ◎ 他市場との連携を促進するための市場間協定（集荷の共同化協定を含む）を検討します

② 他市場の業者と連携して流通コストの削減や価格面での競争力を強化します

私たちが取り組むこと

【卸売業者、仲卸業者】

- ◎ 価格面、物流コスト面での優位性を発揮できるよう、連携先の市場と品目ごとに集荷を一本化して物品を調達し、市場間で必要量を分配する体制の構築を検討します 《中央拠点市場関連項目》
- 北海道産品について、全国の百貨店等で開催されるイベントとタイアップし、売込みを強化するとともに、市場関係者の展示会の開催を推進します



## 視点2 情報発信機能の強化

当市場はこれまでも消費者に対する情報提供の取組みを行ってきましたが、近年の消費者の食に対する意識が高まる中、消費者ニーズへの的確な対応が遅れていたと考えられます。

このため、市場事業者及び開設者が一体となり、消費者が必要とする食の情報や商品価値を高める情報を広く発信し、場内事業者の情報の共有化を図ることによって、名実ともに札幌市中央卸売市場が「食の情報拠点」となる必要があります。



※参考) ■ 本文中の表記について (取組時期)

- ◎：短期 (概ね2年以内に実施)  
 ○：中期 (概ね5年以内に実施)  
 △：長期 (概ね10年以内に実施)

例)

私たちが取り組むこと	
	実施主体
◎	水産青果小売協議会が・・・
○	各組合は、後継者育成の・・・
△	小売店における集客力を・・・

※詳細については、ビジョン推進のスケジュール (P61) 参照

(1) 安全安心など消費者が求めている食の情報を的確に発信します

具体的な取組み

- ① 食の安全安心に向けた取組みなど当市場に関する情報を広く発信します

私たちが取り組むこと

【市場情報発信実行委員会】

- 消費者の食に対する安全安心志向に対応するため、当市場の安全性確保に関する情報を発信します
- 市場のしくみや役割などを紹介する冊子、案内パンフレットを手軽にダウンロードすることができるようにします
- 開設 50 年余にわたる市場の歴史をわかりやすく情報提供し、市場がこれまで担ってきた社会的な役割をアピールします

【市場情報発信実行委員会、イベント事業実行委員会、小売組合】

- 市場イベントの開催情報、魚介類・野菜・果物を取り扱っている地域の小売店を紹介します

【市場情報発信実行委員会、小売組合、市場協会】

- 市場内の関連店舗や市場周辺の食堂街を紹介します

- ② 食の情報を必要とする消費者に対してメールマガジン等の媒体を活用し、情報発信します

私たちが取り組むこと

【市場情報発信実行委員会】

- 多様化する消費者ニーズに対応するため、消費者が求める食の情報をメールマガジン等の媒体を利用し発信します
- 当市場をより効果的に運営するために消費者からの意見、アイデアをメール等で募集します

(2) 商品価値を高めるため、付加価値を生み出す情報発信に取り組みます

具体的な取組み

① 産地等と連携し販売戦略を持った商材情報を消費者へ積極的に発信します

私たちが取り組むこと

【市場情報発信実行委員会】

- 戦略物資・新規ブランド商品等については、メディア等を活用し、市場が一丸となって販売戦略を持った情報提供を行います《中央拠点市場関連項目》
- 産地等との連携及び情報共有については、「市場情報発信実行委員会」にて具体的検討を行い、生産者への卸売価格情報の提供についても十分留意します

【卸売業者、市場情報発信実行委員会】

- △ 道内小規模産地等の旬な食材、まぼろしとされる銘柄やプレミアムな商材を発掘し紹介します

② さまざまな生鮮食料品の旬、新商品情報等を発信します

私たちが取り組むこと

【市場情報発信実行委員会】

- 北海道産品をはじめとする各地域の生鮮食料品の出始め、旬、新商品情報、産地を紹介します《中央拠点市場関連項目》



(3) 「おいしさ」をわかりやすく伝え、食育の普及促進を図ります

具体的な取組み

- ① 生鮮食料品のおいしい食べ方や調理方法を幅広く消費者に情報発信します

私たちが取り組むこと

【市場情報発信実行委員会】

- 「市場やさい・くだもの図鑑」や「市場さかな図鑑」をホームページに掲載し、こどもからお年寄りまで幅広い消費者に興味を持ってもらえる情報を提供します
- 生鮮食料品の調理レベルが高い消費者に対しては、漁師や農家ならではの料理方法、忘れられた郷土料理など個性的な情報を多様な媒体を通じて提供し、生鮮食料品の消費意欲をさらに高めます

【小売組合、市場情報発信実行委員会】

- 小売店店頭やホームページなど多様なルートで詳しい調理レシピ、調理方法、魚のさばき方、野菜の保存方法、目利き情報などを紹介します

【水産協議会、青果部運営協議会、市場情報発信実行委員会】

- 市場関係者以外の団体等とも連携し、北海道の伝統的な郷土料理の調理方法の紹介、北海道産品を利用した料理教室、市場出前料理講座等、食育事業の開催情報を提供します

- ② 市場が持つ目利きの力を活用し、おいしい魚や野菜の見分け方、鮮度や食べごろを紹介します

私たちが取り組むこと

【水産協議会、青果部運営協議会、市場情報発信実行委員会】

- 次の時代を担う子どもたちのために「こども向けホームページ」を開設し、生鮮食料品の流通のしくみ、市場の役割、家庭や学校給食などで一般的に食べられる魚・野菜・果物に関する生産地、旬、主な食べ方、栄養価等の情報をわかりやすく紹介し、未来の消費拡大につなげます

- (4) 場内関係者の情報の共有化を進め、生産者、マスコミ等との連携による情報発信に取り組みます

具体的な取組み

- ① 場内事業者による円滑な情報交換の仕組みづくりを進め、市場内の情報を共有化し商売に活用します

私たちが取り組むこと

【市場情報発信実行委員会】

- 水産・青果両部門の情報の共有化を進めるとともに、場内事業者及び開設者で構成する市場情報発信実行委員会を組織し、市場発の持続的かつ戦略的な情報発信体制を構築します
- 市場内の様々な出来事、各種初せり等の行事に関する情報、卸売業者の販売促進会の開催情報等、市場で働く者にとって有用な情報を携帯メールの活用により場内関係者にタイムリーに発信し、市場内での情報の共有化を推進します

【市場情報発信実行委員会、市場協会】

- 場内事業者が結ばれている場内イントラを活用し、情報の発信や交換を促進し、内容充実を図ります

【販売促進検討会議、市場情報発信実行委員会】

- 中央卸売市場の統一ロゴを製作し、イベント、日々の営業活動に役立てます

【水産仲卸部会、青果仲卸部会、市場情報発信実行委員会】

- △ 買出人等の業者向けに仲卸店舗情報を提供する等、市場内の取引の活性化に結びつく情報発信を行います

- ② 産地と消費者をつなぐ情報拠点としての役割を高め、マスコミ等の広報媒体との連携を強化します

私たちが取り組むこと

**【販売促進検討会議、市場情報発信実行委員会】**

- 市場に集まってくる様々な情報を出荷者、場内関係者に提供し、生鮮食料品の流通全体を見据えた事業展開や商品開発を行えるようにします

**【卸売業者、市場情報発信実行委員会】**

- 産地のプロモーション活動を積極的に市場に受け入れ、消費者に効果的にアピールするなど、産地との連携を行います

**【水産協議会、青果部運営協議会、市場情報発信実行委員会】**

- 水産物や青果物の入荷状況、各種初せり、旬の生鮮食料品の紹介や調理方法等をテレビ、ラジオ、フリーペーパー、ホームページ等の広報媒体を活用して情報発信します

**【市場情報発信実行委員会、市場協会】**

- △ 当市場の認知度向上のため、本来の機能である流通業務に充分配意しつつ、ドラマ、映画等のロケーション活用によるPRを検討します