

第5章 資料

1 札幌市中央卸売市場におけるSWOT分析

【SWOT分析とは】

SWOT分析とは、1960年代に考案された、組織のビジョンや戦略を企画立案する際に利用する現状を分析する手法の一つです。

SWOTは、Strengths（強み）、Weaknesses（弱み）、Opportunities（機会）、Threats（脅威）の頭文字を取ったものです。

- ：活性化のための基本目標
- ☆：緊急課題

		外部環境分析	
		機会（+） Opportunities	脅威（-） Threats
		目標達成に貢献する外部の特質（見通しが明るい状況） (1)中央拠点市場の認定 (2)消費者行動の変化（安全安心、地産地消、食育、グルメへの関心） (3)生産者、消費者の環境に対する意識の高まり (4)量販拡大の反動による「買い物難民」の増加 (5)開設者の戦略的経営支援事業の創設 (6)国による農林水産物のブランド化推進	目標達成の障害となる外部の特質（見通しが好ましくない状況） (1)大手量販店の産地との直接取引の拡大 (2)情報技術の発達による生産者の販売手段の多様化 (3)商社の参入増加 (4)消費者の生鮮食品品離れ (5)少子高齢化と人口減少 (6)経済状況の悪化 (7)産地の大型化 (8)専門小売店の減少 (9)量販の再編・淘汰・小型化 (10)東日本大震災発生による、市民の大規模災害への不安
		強み（+） Strengths	差別化戦略（+-）
内部環境分析	目標達成に貢献する当市場の特質 ①食料自給率約190%を誇る北海道の産地市場としての位置付け ②全国的な北海道産品のブランド力の認知 ③道内唯一の中央卸売市場 ④高速道路ICに近く、交通の利便性が高い ⑤市場周辺に営業冷蔵庫・倉庫が集積 ⑥精算制度により短期間での決済が可能 ⑦再整備が完了し近代化した施設 ⑧見学者通路など、集客性の高い施設 ⑨食の情報に関する集積基地 ⑩市場周辺の高い知名度を有した商店街	強みで取り込める事業機会の創出 ○美味しくして新鮮な北海道産品の販売を促進します ・北海道産品の本州や海外への販売増加（戦略物資の選定、本州企業との業務提携等） ○売上増加に向けて他市場との連携を図ります ・市場間取引の円滑化（他市場関係業者との業務提携、市場間連携の推進等） ○付加価値を高める情報発信に取り組みます ・販売戦略を持った商材情報の発信（旬の食材、プレミアム情報の発信等） ○開かれた市場づくりに取り組みます ・臨場感のある市場見学の実施（小学生の積極的な受入れ等） ○物流機能を強化します ・中央拠点市場としての機能強化や物流施設の整備（域外転送等に関する規制緩和と監視機能の強化、取引ルールの最適化、物流施設の整備の検討等）	強みで脅威を回避、最小化 ○魚、やさい、くだもの消費拡大に取り組みます ・消費拡大に向けた取り組みの実施（こども料理コンテスト等の食育事業、道産ブランド商品のPR等） ○食のイベントを通じた消費拡大と普及に取り組みます ・イベントを通じた地域小売店との連携と生鮮食品の魅力の伝達（地域小売店による料理教室等） ○事業者との連携による市場活性化を図ります ・場外市場等との連携強化（市場見学者への周辺事業者のガイド配布、場外市場等の地元買い物の受入れ体制強化の推進） ○集荷機能を強化します ・市場外流通品の取込みや品揃えの強化（産地訪問の強化、取引ルールの見直し等） ☆災害に強い市場づくりを目指します ・災害の備えと発生時の対応（事業継続計画の適正化、防災訓練等の実施、他市場との相互支援協定、緊急輸送車両の確保等） ○市場全体で小売業の活性化を推進します ・小売業者の事業拡大や起業支援（起業者の相談窓口、買出人増加に向けたルール改正等）
		弱み（-） Weaknesses	段階的施策（-+）
	目標達成の障害となる当市場の特質 ①取扱数量の減少 ②情報発信の、消費者ニーズへの対応の遅れ ③関連事業者の経営悪化 ④取引ルールが実態に即していない（相対取引の増加によるセリの形骸化） ⑤再整備後も場内の物流動線が整理されていない ⑥加工施設の未整備 ⑦厳しい労働環境による人材流出 ⑧市場施設の稼働効率が悪い ⑨エネルギー資源を大量に消費する施設	弱みを解消して事業機会を取りこぼさない施策 ○消費者が求める食の情報的確に発信します ・メールマガジン等を活用した情報発信（消費者が求める情報の発信、消費者意見の市場運営への反映等） ○食育の普及促進を図ります ・美味しい食べ方や目利き情報等を消費者へ紹介（旬の情報や水産物、青果物の見分け方等） ○場内関係者の情報共有を推進します ・場内事業者の情報共有の仕組みづくり（携帯メールを活用した商品情報等の共有等） ☆環境にやさしい市場づくりを目指します ・廃棄物やエネルギー使用量の削減（生ゴミの適正分別と飼料化、照明のLED化等） ○安全安心で魅力ある市場づくりに取り組みます ・安全安心で環境にやさしい市場づくりによるイメージアップ（環境への取り組みの推進、環境活動のアピール等） ○価格形成機能の強化を図ります ・価格の透明性の確保取引と精算制度等の効果的な運用（取引ルールの最適化、精算制度の見直し、各種奨励金等の効果的な運用）	最悪の事態を招かない対策 ○関連事業者の経営基盤の強化を図ります ・卸売業者や仲卸業者の経営体質の強化（事業者の統合や資本提携等の推進等）

2 札幌市中央卸売市場活性化委員会及びワーキンググループ委員名簿

(1) 札幌市中央卸売市場活性化委員会

(14名)

区分	氏名	所属	役職
委員長	高橋 清一郎	曲 \times 高橋水産株式会社	取締役社長
副委員長	増田 公昭	札幌ホクレン青果株式会社	代表取締役社長
委員	勇崎 恒宏	丸果札幌青果株式会社	代表取締役社長
	武藤 修	丸水札幌中央水産株式会社	代表取締役社長
	鈴木 孝	札幌市水産物卸売協同組合	理事長
	本田 誠一	札幌青果卸売協同組合	理事長
	長谷川 政一	札幌水産物商業協同組合	理事長
	数藤 融廣	道央水産物商業協同組合	理事長
	元木 卓夫	札幌青果物商業協同組合	理事長
	竹田 良男	道央青果協同組合	理事長
	森 聖敏	札幌中央青果協同組合	理事長
	三上 豊	札幌水産物精算株式会社	代表取締役社長
	須藤 滋	札幌青果物精算株式会社	常務取締役
	石川 敏也	札幌市中央卸売市場	市場長

※ 道央水産物協同組合の委員は、平成 23 年 2 月 26 日に大沼博氏から数藤融廣氏に代わりしました。

※ 札幌市水産物卸売協同組合の委員は、平成 23 年 5 月 16 日に宮嶋邦夫氏から鈴木孝氏に代わりしました。

(2) 中央卸売市場活性化委員会ワーキンググループ

①販売力強化検討

区分	氏名	所属・役職	役職
Gリーダー	武藤 修	丸水札幌中央水産株式会社	代表取締役社長
	鈴木 孝	札幌市水産物卸売協同組合	理事長
	辻 孝彦	札幌青果卸売協同組合	専務理事
	小笠原 征治	札幌水産物商業協同組合	副理事長
	元木 卓夫	札幌青果物商業協同組合	理事長
	須藤 滋	札幌青果物精算株式会社	常務取締役

②情報発信機能強化検討

区分	氏名	所属・役職	役職
Gリーダー	勇崎 恒宏	丸果札幌青果株式会社	代表取締役社長
	三浦 栄一	札幌市水産物卸売協同組合	専務理事
	谷川 南海男	札幌青果卸売協同組合	理事
	数藤 融廣	道央水産物商業協同組合	理事長
	竹田 良男	道央青果協同組合	理事長
	下川原 理	札幌中央青果協同組合	専務理事

③市場機能強化検討

区分	氏名	所属・役職	備考
Gリーダー	高橋 清一郎	曲ヶ高橋水産株式会社	取締役社長
	北村 勝満	札幌市水産物卸売協同組合	副理事長
	森嶋 清美	札幌青果卸売協同組合	副理事長
	長谷川 政一	札幌水産物商業協同組合	理事長
	近藤 和夫	札幌青果物商業協同組合	常務理事
	森 聖敏	札幌中央青果協同組合	理事長

④集客力強化検討

区分	氏名	所属・役職	備考
Gリーダー	増田 公昭	札幌ホクレン青果株式会社	代表取締役社長
	加藤 義行	札幌市水産物卸売協同組合	理事
	本田 誠一	札幌青果卸売協同組合	理事長
	金澤 範幸	道央水産物商業協同組合	専務理事
	佐々木 武	道央青果協同組合	常務理事
	三上 豊	札幌水産物精算株式会社	代表取締役社長

- ※ 販売力強化検討グループの札幌市水産物卸売協同組合の選出委員は、平成 23 年5月 16 日に宮嶋邦夫氏から鈴木孝氏に代わりました。
- ※ 情報発信機能強化検討グループの札幌市水産物卸売協同組合の選出委員は、平成 23 年 5月 16 日に西澤慎一氏から三浦栄一氏に代わりました。
- ※ 情報発信機能強化検討グループの道央水産物協同組合の選出委員は、平成 23 年2月 26 日に大沼博氏から数藤融廣氏に代わりました。
- ※ 集客力強化検討グループの道央水産物協同組合の選出委員は、平成 23 年2月 26 日に数藤融廣氏から金澤範幸氏に代わりました。

3 札幌市中央卸売市場活性化委員会運営会則

(目的)

第1条 卸売市場の今後のあり方を示す中央卸売市場活性化ビジョン(以下「活性化ビジョン」という。)の策定を行うため設置する中央卸売市場活性化委員会(以下「委員会」という。)の組織及び運営などに関し、必要な事項を定める。

(任期)

第2条 委員の任期は、活性化ビジョンの策定終了までとする(平成23年9月を目途)。

(組織)

第3条 委員会は、委員14名以内をもって組織する。

2 委員は、卸売会社社長、仲卸組合・小売組合・精算会社の代表者及び市場長をもって構成する。

(委員長及び副委員長)

第4条 委員会に委員長及び副委員長各1人を置き、委員の互選によってこれを定める。

2 委員長は、委員会を代表し、議事その他の会務を総理する。

3 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故があるときは、その職務を代理する。

4 委員長及び副委員長ともに事故があるときは、あらかじめ委員長の指名する委員がその職務を代理する。

(招集及び議事)

第5条 委員会は、必要に応じて委員長が招集する。

2 委員会は、委員の半数以上が出席しなければ、会議を開くことができない。

3 委員会の議事は、出席委員の過半数をもって決するものとし、可否同数のときは、委員長の決するところによる。

(ワーキンググループ)

第6条 委員会に活性化ビジョン策定を機動的かつ円滑に実施するため専門的な検討作業を行うワーキンググループを置くものとする。

2 ワーキンググループは、卸売会社、仲卸組合、小売組合、精算会社の職員を充てる。

3 ワーキンググループにリーダーを置き、卸売会社社長がこれを務める。

(庶務)

第7条 委員会の庶務は、経済局中央卸売市場において行う。

(補則)

第8条 この会則に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が委員会に諮って定める。

附 則

この運営会則は、平成22年11月12日から適用する。

4 活性化委員会・ワーキンググループ会議検討経過

年 月 日	内 容
平成22年 8月 5日	中央卸売市場活性化のためのワークショップ
11月 12日	中央卸売市場活性化委員会
11月 30日	第1回中央卸売市場活性化委員会販売力強化ワーキンググループ会議 // 情報発信機能強化ワーキンググループ会議
12月 3日	第1回中央卸売市場活性化委員会市場機能強化ワーキンググループ会議 // 集客力強化ワーキンググループ会議
平成23年 2月 18日	中央卸売市場活性化委員会集客力強化ワーキンググループ(補強)会議 // 報発信機能強化ワーキンググループ(補強)会議
2月 19日	水産青果小売協議会との検討会議
2月 21日	中央卸売市場活性化委員会市場機能強化ワーキンググループ(補強)会議
2月 22日	中央卸売市場活性化委員会販売力強化ワーキンググループ(補強)会議
3月 8日	第2回中央卸売市場活性化委員会情報発信機能強化ワーキンググループ会議 // 市場機能強化ワーキンググループ会議
3月 10日	第2回中央卸売市場活性化委員会販売力強化ワーキンググループ会議
3月 22日	第2回中央卸売市場活性化委員会
5月 2日	札幌市水産物卸売協同組合活性化ビジョン説明会
5月 12日	小売5団体活性化ビジョン説明会
6月 2日	札幌青果卸売協同組合活性化ビジョン説明会
7月 11日	第3回中央卸売市場活性化委員会
8月 6日	第4回中央卸売市場活性化委員会

《札幌市中央卸売市場活性化ビジョン》

平成23年8月29日 発行

編集・発行 札幌市中央卸売市場活性化委員会

〒060-0012 札幌市中央区北12条西20丁目2-1