

第9章 札幌市場全体での取組

市場の活性化に向けた基本目標の実現に向け、第8章で課題と施策を整理しましたが、この章ではSWOT分析²⁰(第12章5「SWOT分析による戦略の整理」参照)を基に、市場関係事業者と開設者が一体となって推進していく具体的な取組を策定しました。

【取組実施主体】	卸	卸売業者：生鮮食料品を市場内の卸売場で仲卸業者などに卸売をする者
	仲卸	仲卸業者：卸売業者からせり落としたものなどを市場内の店舗で小売店などに販売する者
	小売	小売組合：仲卸業者から仕入れをし、自分の店で販売する小売店などで組織された団体
	開設	開 設 者：卸売市場を開設する者であり、札幌市場の開設者は「札幌市」
	精算	精算会社：市場内で行われる取引の代金決済業務を担う会社
	協会	市場協会：市場機能の充実や秩序維持などを目的に市場関係事業者などで組織された団体

1 地域経済に貢献する市場

(1) 取引の強化

札幌市場は、大量の生鮮食料品を流通させることで、「モノ」、「カネ」を動かし、経済の循環を図っています。市場の取引を活性化することで、この「モノ」、「カネ」の動きをさらに加速させ、地域経済に貢献できるような取組を検討、実施します。

ア 販売力・集荷力の強化

札幌市場の取扱高の増加に資する販売力、集荷力の強化のための取組を検討、実施します。

① 市場関係事業者の共同実施による取組

市場関係事業者は、各社の企業理念の下、それぞれが持つ強みや特徴を活かしながら取引を行い、私企業として経営を継続しております。しかし、札幌市場で業務を行う上では、物流に関する課題など、市場関係事業者が共同実施により取り組むべき共通課題があります。それらに共同で取り組むことにより、札幌市場全体の販売力、集荷力を強化し、かつ、各社の個別実施により発生するコストを削減することで、より効率的に市場全体の活性化を図ることを目指していきます。

【取組事業例】

○輸出拠点化に向けた取組

国や北海道による輸出促進政策を踏まえ、輸出拠点化に向けた検討を実施

○道内他市場等との連携強化

産地が出荷先を限定する状況において、道内他市場や他企業との連携を強化し、集荷の安定化、販売力の強化を実施

個別目標
(指標)

新たな共同事業の実施
(着手件数 = 10 年間で 3 件)

卸

小売

仲卸

開設

²⁰【SWOT 分析】組織戦略の企画立案や事業課題を発見するため、外部環境や内部環境をカテゴリーに分け、現状を分析する手法。

② 市場関係事業者による新たな取組

市場関係事業者は、前述のとおり、個々の私企業として経営を継続しています。札幌市場が基幹的インフラとして生鮮食料品を安定供給するという役割を担い続けるためには、市場関係事業者の経営努力が必要不可欠です。市場関係事業者は、これまで築いてきたノウハウを活用した取引を継続するとともに、統一的な方向性を見据えながら、生産者と実需者のニーズのマッチングへの即応など、各社が強みを活かした新たな取組を実施していくことで、販売力、集荷力を強化していきます。

市場関係事業者各社が強みを活かすことで、競争力を高め、市場全体の活性化を図ります。

【取組事業例】

○実需者に対するリテールサポート業務の拡大

消費者行動の変化をとらえた企画提案を行うなど、小売店等との連携を強化

○生産者と実需者を結ぶコーディネート機能の強化＜生産者支援＞

規格外品や未利用魚等を活用した生産者支援や生産者と実需者のマッチング

○地域社会への貢献

札幌を含む近郊エリアへの生鮮食料品を安定的に供給する体制の強化

○企業の得意分野強化

各企業の専門性を活かし、得意、不得意分野を融合する取組（場外配送一元化など）

○一次加工や中食等のニーズに対応した商品開発

川上、川下²¹からの情報が集まる場の利点を活かした商品開発

○北海道産品の道外での販売強化

北海道産品を首都圏や海外などへ販売を強化していくための取組

個別目標
(指標)

新たな事業の実施
(新規事業着手件数 = 10 年累計 12 件以上)

卸

小売

仲卸

開設

【取組実施主体】  卸売業者、  仲卸業者、  小売組合、  開設者、  精算会社、  市場協会

21【川上、川下】商品の流通経路を川になぞらえて「川上から川下へ」と表現。卸売市場の流通経路では、「川上」は農産地や漁業者などの生産者を表し、「川下」は小売や加工業者などの実需者や消費者を表している。

市場関係事業者による新たな取組事例 1

① 輸出促進に向けた取組

令和元年度（2019 年度）より、札幌市場における輸出の促進に向け、卸売業者と仲卸業者が共同事業に取り組んでいます。東南アジアでの北海道産品等のニーズ調査や、現地で開催された北海道フェアへの商品提供による出荷の実証実験などを実施してきました。

② 府県産生鮮食料品の共同集荷

札幌市場を拠点市場とし、道内地方卸売市場とともに府県産生鮮食料品を安定的に集荷・販売する体制の構築に取り組んできました。

③ 一次加工商品の販売強化

中食・外食産業等に対して、ニーズが増加している一次加工商品（カット野菜等）の販売拡大に向けた事業に取り組んできました。

④ 生産者に対する支援

荷主回り（産地訪問）によりニーズを調査し、生産者を含む産地の発展に貢献するような協力（未活用魚等の活用支援や産地に対する助成）を実施してきました。



輸出調査事業におけるタイでの催事の様子

イ 公正かつ効率的な取引の推進

① 買出人制度の整備及び法改正後の取引ルールの見直し

買出人制度の資格要件、入場ルール等を見直しを図るほか、水産物部と青果部で異なるルールを解消するための検討を行います。また、卸売市場法改正に伴う取引状況の変化を踏まえ、必要に応じて取引ルールを見直しを行い、公正な取引の維持を目指します。

個別目標
(指標)

ルールの見直し
(見直し時期 = R6 年度を目処)

卸

小売

開設

仲卸

精算

② 精算事務の効率化

WEB 請求書の導入によるペーパーレスの推進、現金決済から口座振替決済への移行を順次進め、決済事務の効率化とコスト削減を図ると同時に、買出人の利便性向上を図ります。

個別目標
(指標)

効率化策の実施
(実施時期 = R6 年度を目処)

精算



【取組実施主体】 卸 卸売業者、仲卸 仲卸業者、小売 小売組合、開設 開設者、精算 精算会社、協会 市場協会

(2) 北海道産品の魅力発信

札幌市場は、多くの北海道産の「モノ」を扱っています。この魅力ある北海道産品の情報を積極的に発信していくことにより、「モノ」、「カネ」、「ヒト」の動きを活性化し、地域経済に貢献していきます。

ア 消費拡大のための取組

① 食育事業及び消費拡大事業の推進

水産物部と青果部がそれぞれ行っている消費拡大事業や食育事業について、効率的な運営体制の構築や、北海道産品の消費拡大につながるような魅力的なイベントの実施に向け、検討を行います。

個別目標
(指標)

魅力的なイベントの実施
(イベント実施件数 = 年 6 件以上)

卸

小売

仲卸

② SNS 等を活用した消費拡大事業の推進

SNS 等を活用して北海道産品の魅力を伝え、市場流通品の消費拡大につなげていきます。

個別目標
(指標)

SNS を活用した情報発信
(市場 Twitter フォロワー数の増加
= フォロワー 1,500 件以上)

卸

小売

仲卸

協会

開設

③ 産学共同での食文化の振興

産学共同での食文化の研究会やイベントの実施を通じて、新たな食材の提案などを行い、食文化の振興を図ります。

個別目標
(指標)

産学共同でのイベントの実施
(イベント実施件数 = 年 1 件以上)

卸

小売

仲卸

開設

【取組実施主体】 卸 卸売業者、仲卸 仲卸業者、小売 小売組合、開設 開設者、精算 精算会社、協会 市場協会

市場関係事業者による新たな取組事例 2

オンライン展示会の開催

水産物部の卸売業者2社では、それぞれ毎年年末の商品展示会を市場内で開催しており、多数の取引関係者の方が来場されていました。しかし、令和2年(2020年)は新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、実際に商品を展示しての展示会は中止となりました。

そこで2社ではオンラインでの展示会を開催することとし、それぞれが創意工夫を凝らした内容となっています。



年末商材の紹介動画の視聴やオンライン商談を実施しました。また、普段は一般消費者が入場することができない市場の卸売場を仮想空間上で散策できる「いちヴァーチャルVR360°」などを公開しました。

動画閲覧サイト「YouTube」を用いた展示会を開催しました。卸売業者の公式YouTubeチャンネルにおいて、YouTuberと展示会に参加する各メーカー担当者による年末商材の提案を実施しました。



水産協議会と青果部運営協議会の取組

水産協議会と青果部運営協議会は卸売業者、仲卸業者及び売買参加者の組合などが組織する任意団体で、魚食普及や消費拡大を目的として様々な取組を行っています。生鮮食料品と市場流通に関する知識の普及を図るために、これまで、親子料理教室や料理コンテスト、小学校や幼稚園、保育園での出張食育教室、小売店を掲載したガイドマップの作成、加盟小売店との共同によるお買い物キャンペーンなどを実施してきました。



お魚屋さんガイドマップ・やおやさんガイド MAP



親子市場見学・料理教室



保育園での出張食育教室



食育セミナー

(3) 働きやすい環境整備

札幌市場は生鮮食料品の流通に携わる多くの「ヒト」が仕事をしています。この「ヒト」に着目した取組を検討、実施することで、「モノ」、「カネ」を流通させる「ヒト」の動きを活性化し、地域経済に貢献していきます。

ア 労働環境の向上

① 各事業者の人材確保

採用難や若手社員の離職増加、後継者不足といった問題を解消するため、働き方に対する意識改革のための講習会を開催するなど、若手社員の定着化や女性活躍推進に向けた取組の検討を行います。

個別目標 (指標)	講習会の開催 (講習会開催回数 = 年 1 回以上)	卸	小売
		仲卸	

② 事業所内保育所の整備

子育て世代が安心して働くことのできる職場環境を整備するため、保育ニーズを把握したうえで、事業所内保育所の設置について検討を行います。

個別目標 (指標)	職場環境整備 (事業所内保育所の設置判断 = R6 年度を目処)	卸	小売
		仲卸	協会



市場内での講習会の様子

【取組実施主体】 卸 卸売業者、 仲卸 仲卸業者、 小売 小売組合、 開設 開設者、 精算 精算会社、 協会 市場協会

2 環境負荷の少ない市場

(1) 物流の効率化

札幌市場は、大量の生鮮食料品を流通させることで、「モノ」、「カネ」を動かし、経済の循環を図っています。市場の物流を改善し、「モノ」、「カネ」の動きを効率化することで、経済への貢献だけでなく、環境負荷の軽減につながる取組を検討、実施します。

ア 施設利用の効率化と有効利用

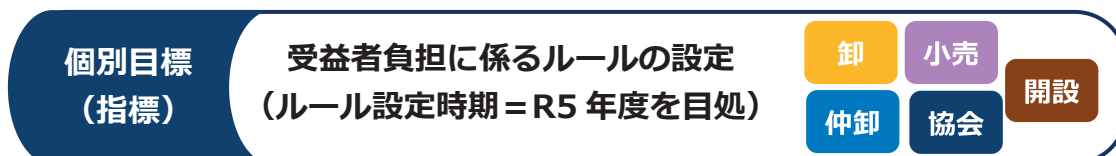
① 物流の効率化

荷降し時の仕分け作業の煩雑化などを背景とした荷降しの長時間化を解消するため、パレットの規格変更を含めた一貫パレチゼーション²²化、パレットトラック²³やネステナー²⁴の導入、ICT²⁵を活用した流通情報の共有化などによる物流の効率化を図ります。また、場内使用ルールの見直しにより、効率化を阻害する状況の改善を継続して行います。



② 施設等利用実態の整理と受益者負担

センターヤード等市場の施設、設備、敷地や便益の提供などの施設等利用に関し、便益の実態を調査、整理して、公正かつ適正な受益者負担を図ります。



【取組実施主体】卸 卸売業者、仲卸 仲卸業者、小売 小売組合、開設 開設者、精算 精算会社、協会 市場協会

22 【一貫パレチゼーション】産地から消費地までパレットで一貫輸送を行うことで、荷役作業の省力化によるドライバーの拘束時間短縮と重労働の解消を図る取組。

23 【パレットトラック】パレット運用される物流倉庫などで利用される固定されたラックで、パレット保管や重量物の保管に適しており、保管物の荷姿に合わせて、棚の高さを調整でき、組み立てや段増しも容易なラック。

24 【ネステナー】倉庫等で使用されている金属製の移動可能なラック。ラックの上にパレット等を載せることで保管効率を高めることができるだけでなく、荷物量に応じて倉庫内でのネステナーの配置やレイアウトを自由に変更できる。

25 【ICT】情報通信技術。information and communication technology の略称。

(2) 環境負荷の軽減

自然の恵みである生鮮食料品を扱う札幌市場は、自然環境を守るため、環境負荷の軽減につながる取組を積極的に検討、実施します。

ア 環境面に配慮した取組の強化

① 環境負荷軽減に向けた取組

流通における食品ロス削減など、環境負荷軽減に向けた取組の検討を行います。

個別目標
(指標)

生ごみ量の削減
(取組実施前比 10%の削減量)

卸

小売

仲卸

開設

② 持続可能性に配慮した生鮮品の調達

平成 30 年 (2018 年) 6 月 15 日に「SDGs 未来都市」に選定された札幌市の市場として、持続可能性に配慮した生鮮品の調達を継続していく必要があります。資源の持続可能性に関する国際認証等の取得に向けた調査、検討を行います。

個別目標
(指標)

市場関係事業者による認証の取得
(認証取得件数 = 10 年間で 5 件)

卸

小売

仲卸

開設

市場関係事業者による新たな取組事例 3

物流の効率化への取組

食品流通は、手作業や小ロットでの輸送が多いとされています。輸送を担うトラックドライバー等の人手不足が深刻化している状況を踏まえ、札幌市場ではパレットによる輸送の推進により手作業の軽減などを検討しています。



特殊なアタッチメントを
備えたフォークリフト

パレット化を進めるにあたってはパレットの適正な管理が求められます。青果卸売業者ではパレットを汎用性の高い規格への切り替えの検討や、パレットの積み替えをスムーズに行える荷役機器の導入などを行っています。

【取組実施主体】 卸 卸売業者、仲卸 仲卸業者、小売 小売組合、開設 開設者、精算 精算会社、協会 市場協会

3 安全・安心を守る市場

(1) 安全・安心の担い手の育成

札幌市場は、生鮮食料品の流通過程において、品質衛生管理について適切に対応するという社会的責任があるため、食の安全・安心を担う「ヒト」の育成につながる取組を検討、実施していきます。

ア 健全な企業経営の確保

① 市場内の人材育成

法令や市場内における取り決め（ルール）の周知や遵守のための講習会を開催するなど、人材育成に努めます。

個別目標 (指標)	講習会の開催 (講習会開催回数 = 年 1 回以上)	卸	小売
		仲卸	

② コンプライアンスの推進

関係法令や社内ルールの遵守、社会の要請に適合した行動などのコンプライアンスの徹底を図り、生産者、実需者、消費者及び他市場関係事業者からの信頼の確保と向上に努めます。

個別目標 (指標)	各社のコンプラ意識の向上 (講習会等参加人数 = 1 年毎に延べ 700 人)	卸	開設
		仲卸	精算

【取組実施主体】 卸 卸売業者、仲卸 仲卸業者、小売 小売組合、開設 開設者、精算 精算会社、協会 市場協会

(2) HACCP への対応

食品衛生法の改正により対応が義務化された HACCP 等に沿った適切な衛生管理を行うための体制の強化について検討、実施していきます。

ア 衛生管理も含めた適切な施設利用

① HACCP 等に沿った衛生管理の徹底

市場関係事業者各社において「HACCP の考え方を取り入れた衛生管理」を徹底するとともに、保健所広域食品監視センターとも連携しながら、食品特性に応じた取扱いの徹底を図るなど、食の安全・安心の確保に向けた取組を検討、実施します。

個別目標
(指標)

各社の衛生管理意識の向上
(HACCP 衛生管理計画書
の作成率 = 100%)

卸

小売

仲卸

精算



② 入退場管理

売場内等、市場内の衛生リスク管理や防犯の観点から、適切な市場内入退場ルールを定め、開設者と市場関係事業者が一体となってルールの運用を行い、また、周知徹底を図ります。

個別目標
(指標)

入退場ルールの設定
(ルール設定時期 = R5 年度を目処)

卸

小売

開設

仲卸

協会

【取組実施主体】 卸 卸売業者、仲卸 仲卸業者、小売 小売組合、開設 開設者、精算 精算会社、協会 市場協会

(3) 市場に対する理解の促進

札幌市場は、食品の品質衛生管理について適切に対応するという社会的責任があります。また、食に関する「情報」の集積拠点としての役割もあります。安全・安心を守る市場の機能や役割等の理解を高めるため、これらの「情報」を素早く適切に、そして積極的に発信する取組を検討、実施していきます。

ア 情報発信機能の強化

① 食文化・食育の振興

北海道の旬の食材に関する情報や安全・安心などの食に関する情報について、より多くの市民に分かりやすく発信するため、市場のホームページや SNS、動画などを積極的に活用した取組を検討、実施していきます。

個別目標
(指標)

情報の定期的な発信
(市場 HP の閲覧件数
= 前年度比プラス)

卸

小売

開設

仲卸

協会

情報発信に関する取組

札幌市や市場関係事業者で構成する市場情報発信実行委員会が主体となり、食の安全・安心に関する取組などを広く発信しています。これまで、ホームページでの市場のイベント紹介や市場ロゴマークやキャッチコピーの作成、市場 PR 動画の制作などを行ってきました。



ホームページでの情報発信



いちばいちばんポスター



ロゴマーク



いちばいちばんソング (YouTube)

② 市場関連イベント情報などのタイムリーな発信と市場の役割の周知、魅力の発信

産地による販売促進イベントや、市場関係事業者による各種キャンペーン等のイベント情報について、市民やマスコミに向けてタイムリーに発信するための取組を引き続き実施していきます。さらに、卸売市場が持つ公的役割や機能に関する情報を市民に分かりやすく、かつ魅力的に発信するため、展示室を利用した見学や市場開放イベント、各 PR 事業を効果的に活用した取組などを検討、実施していきます。

個別目標
(指標)

市場の魅力の伝達
(市場 HP の閲覧件数
= 前年度比プラス)

卸

小売

開設

仲卸

協会

③ 統計情報等の適正な提供

卸売市場法に定められている入荷や販売に関する日々の情報公表について、ホームページなどを利用して適正に提供していきます。

個別目標
(指標)

正確な情報提供
(不具合発生件数 = 毎年度不具合ゼロ件)

卸

開設



市場ホームページによる統計情報の発信

【取組実施主体】 卸 卸売業者、 仲卸 仲卸業者、 小売 小売組合、 開設 開設者、 精算 精算会社、 協会 市場協会