

岐阜市中央卸売市場経営展望

岐阜市民を中心に広域への視野を持ち、
安全安心な食料を安定的に提供するハブ市場(拠点市場)

平成 31～40 年度
(2019～2028 年度)

平成 31 年(2019 年)3 月

1. 岐阜市中央卸売市場経営展望とは

- 岐阜市中央卸売市場は、昭和 46 年（1971 年）に開場して以来およそ 47 年経過しており、施設や設備自体の老朽化が進んでいる。その間、岐阜市民をはじめとする消費者に向けて、生鮮食料品を産地から集荷し、公正な取引により、適正な価格で、安定供給してきたが、近年、人口減少や少子高齢化の進展、ライフスタイルや食の志向の多様化、産地における担い手の減少や高齢化、農産物直売所やネット販売など、消費・生産・流通構造も変化しており、それに向けた対応が求められている。
- こうした中、平成 30 年度には卸売市場法が改正され、生産者・消費者双方のメリット向上のための食品流通構造の実現に向けて、各市場の実態に応じて創意工夫を活かした取組等により卸売市場を活性化する方向が打ち出された。
- 本市においては、岐阜市中央卸売市場のあり方検討委員会を設置し、平成 27 年 8 月に市長より市場の将来展望について諮問し、平成 29 年 7 月に「岐阜市中央卸売市場のあり方について」の答申を受けている。そこで、本市は答申を踏まえて、本市場の今後の進むべき方向を示す「岐阜市中央卸売市場経営展望」を策定するものである。
- 計画期間は、平成 31 年度（2019 年度）から平成 40 年度（2028 年度）までの間とする

■岐阜市中央卸売市場の概要

- ・青果物と水産物を扱う中央卸売市場として昭和 46 年 7 月 19 日に開設。開設区域は岐阜市全域。
- ・岐阜市の南部に位置し（岐阜市茜部新所 2 丁目番地）、名神高速道路一宮 IC より約 17km（約 28 分）、東海北陸自動車道岐阜各務原 IC より約 6km（約 7 分）と交通利便性が高く、全国からの集荷や出荷に有利な立地特性。市場の敷地面積は 123,952 m²。
- ・卸売業者は青果部 2 社、水産物部 2 社、仲卸業者は青果部 22 社、水産物部 11 社、関連事業者は 75 店舗ある。（H30. 4. 1 現在）
- ・本市場は、岐阜県卸売市場整備計画（第 9 次）において、岐阜県における「基幹市場」として位置づけられている。



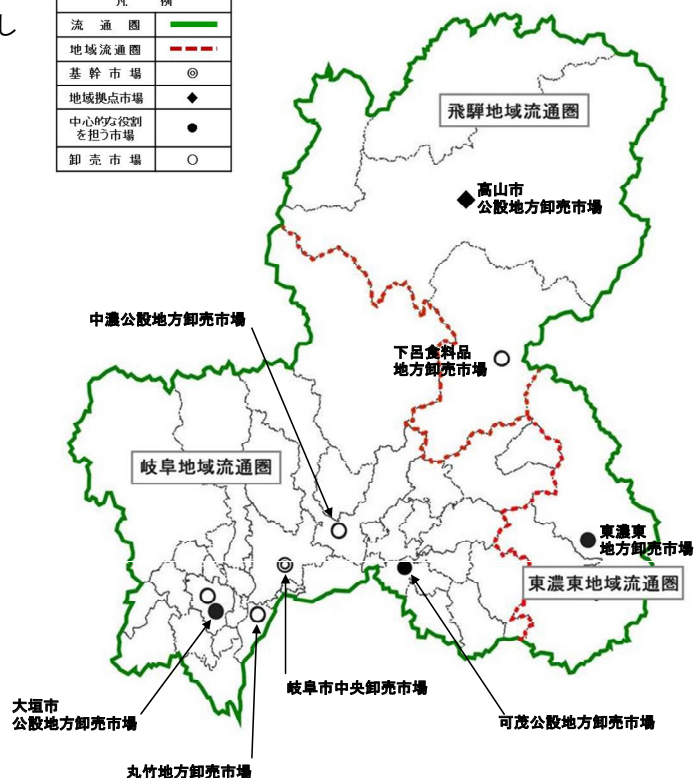
卸売棟（青果）



卸売棟（水産）

岐阜県卸売市場配置計画（青果物及び水産物）

凡	例
流通圏	——
地域流通圏	---
基幹市場	◎
地域拠点市場	◆
中心的作用を担う市場	●
卸売市場	○



2. 本市場の現状と課題

○平成 29 年度の取扱量は青果物で 207,873t、水産物で 17,612t、取扱金額は青果物で 49,107 百万円、水産物で 9,965 百万円となっており、いずれも青果物のシェアが多い。青果物については、全国の中央卸売市場の中で第 9 位の取扱金額となっている。

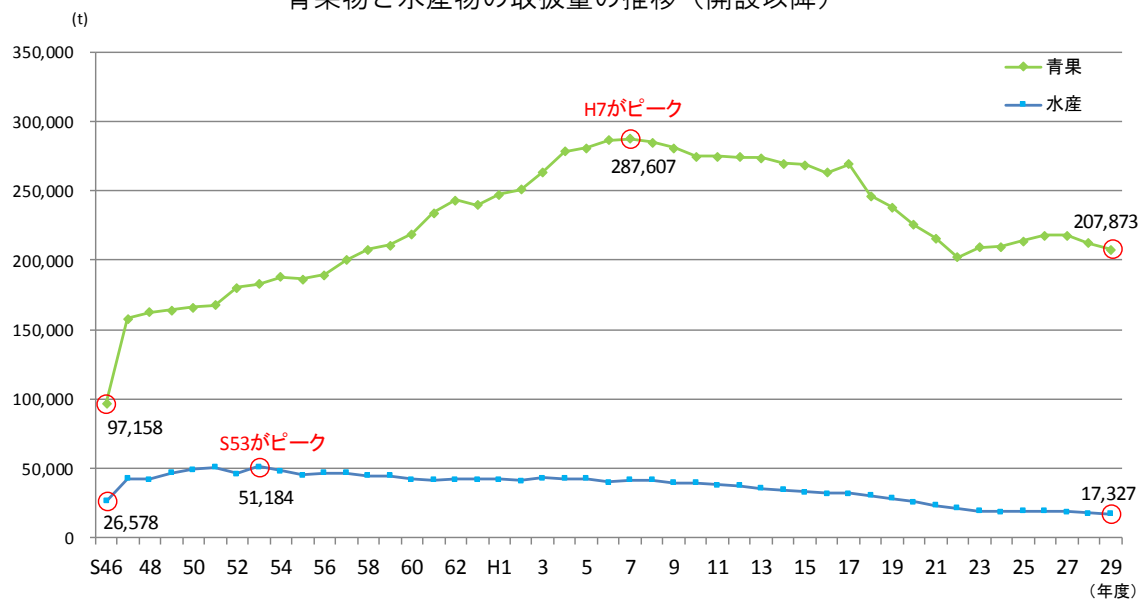
○開設以来、青果物は、平成 7 年度まで増加しているが、それ以降減少している。特に平成 17 年度以降、平成 22 年度まで減少が激しくなっているが、それ以降は横ばい傾向である。平成 29 年度でピーク時の平成 7 年度の約 72%である。水産物は、昭和 53 年まで少し増加したが、それ以降は減少している。平成 29 年度でピーク時の昭和 53 年度の約 34%であり、青果物と比較して水産物の減少割合が高くなっている。

○場内業者が考える将来の取扱量の見通しについては、増えていると回答した卸売業者や仲卸業者がいる一方で、減っていると回答した仲卸業者も多くおり、廃業など事業の継続自体が難しいと考えている仲卸業者もいる。

平成 29 年度の青果物と水産物の取扱量と金額

	取扱量 (t)	割合	取扱金額 (百万円)	割合
青果物	207,873	92.3%	49,107	83.1%
水産物	17,327	7.7%	9,965	16.9%
合計	225,200	100.0%	59,072	100.0%

青果物と水産物の取扱量の推移（開設以降）



場内業者の意向（アンケートより抜粋） ー将来（10 年後）の取扱量の見通しあるいは目標ー

	卸売業者 (4)	仲卸業者		
		青果 (22)	水産 (9)	計 (31)
① 取扱量は現状と変わらない	1	0	0	0
② 取扱量は増えていると思う	2	3	0	3
③ 取扱量は減っていると思う	1	8	1	9
④ 10 年後は廃業しているか、他社等と合併		3	3	6
⑤ わからない		7	5	12
無回答		1	0	1

■SWOT分析による本市場の主な課題

本市場の現状や場内業者の意向等を踏まえると、岐阜市中央卸売市場の内部要因である強み（S）と弱み（W）、外部要因である今後の機会（O）と脅威（T）は以下の表のとおりとなり、それをクロス分析することにより、本市場の主な課題を整理した。（SWOT：Strengths、Weaknesses、Opportunities、Threats）

岐阜市中央卸売市場の内的要因			
		強み(S)	弱み(W)
		①日本の中心に立地(物流面での優位性) ②アクセスが良好(周辺に国道、高速道路) ③全国上位の取扱量(青果8位) ④近隣県を含めた全国の産地からの旺盛な青果の集荷力 ⑤供給圏(岐阜市)のみならず、岐阜県、周辺県へも広範に供給(大口で強力な仲卸業者の存在) ⑥中央卸売市場のブランド力 ⑦アユ等独自ブランドの取扱い ⑧敷地が広く、今後、有効活用が可能	①建物や設備の老朽化 ②荷下し・荷捌き場が狭い ③雨天時の荷下し、積込みが問題 ④コールドチェーンの未確立 ⑤食品衛生への対応が弱い ⑥食品ロスが多い(廃棄物増、コストが問題、流通の慣習も問題) ⑦一部業者の経営悪化 ⑧人材の高齢化と新規採用等の確保が困難(働き方等) ⑨海なし県で荷が集まりにくい(水産) ⑩取扱量の減少が継続(水産) ⑪関連店舗棟の空き店舗化
岐阜市中央卸売市場を取り巻く外的要因	今後の機会(O)	1 強みを生かして勝機を掴む	2 弱みに起因する損失を回避
	①安全・安心への関心増 ②健康・食育への関心増 ③地元産への注目大 ④「中食」「手間のかからない食材」マーケットの進展 ⑤国内観光客、インバウンド観光客の消費増 ⑥市場法改正による運営見直し(直荷、第三者販売等) ⑦官民連携の気運 ⑧SDGS(持続可能な開発目標)や働き方改革の気運向上	① 市場法改正を前向きに受け止め、青果では実績と立地条件を活かし、供給圏を中心に広範囲に販売・供給をさらに拡大、水産では県内を中心に販売・供給圏を拡大 ② 販売量やニーズに対応し産地と連携した集荷力の強化 ③ アユのブランド化のさらなる推進・支援 ④ 市場機能をさらに高める方向(強い市場)での余剰地の有効活用	① 安全・安心、衛生ニーズへの対応(必要なコールドチェーン化、卸売場・仲卸売場等の衛生向上等) ② 物流センター機能の強化(荷下し・荷捌き・積込スペースの拡充、場内動線効率化等) ③ 配送機能の効率化(共同化、外部専門化等) ④ 事業者の働き方改革、新規人材の確保・育成
	今後の脅威(T)	3 差別化による勝ち残り	4 最悪の事態を回避する危機管理
	①食料消費量の低下(人口減少、少子高齢化) ②生鮮食料品・魚食の消費量の減少 ③流通多様化による市場経由率の低下 ④一般小売店の減少 ⑤大都市市場へ荷が集中(名古屋市場と競合) ⑥漁獲量の減少、産地高齢化、担い手不足 ⑦輸入品のさらなる増加 ⑧気候変動、環境問題 ⑨大規模災害や感染症などリスク	① 「安全・安心市場」のブランディング等による活性化 ② 一次加工、調理加工等の実需者の手間を代替える機能を強化して、利便性の高い市場に ③ 食のプロデュース機能強化(産地育成支援、実需者連携等) ④ 社会貢献(広域防災拠点、環境エネルギー拠点等)	① 各事業者の経営戦略・事業計画の策定 ② BCP(事業継続計画)の策定 ③ 経営体質の強化(連携・合併・統合等)

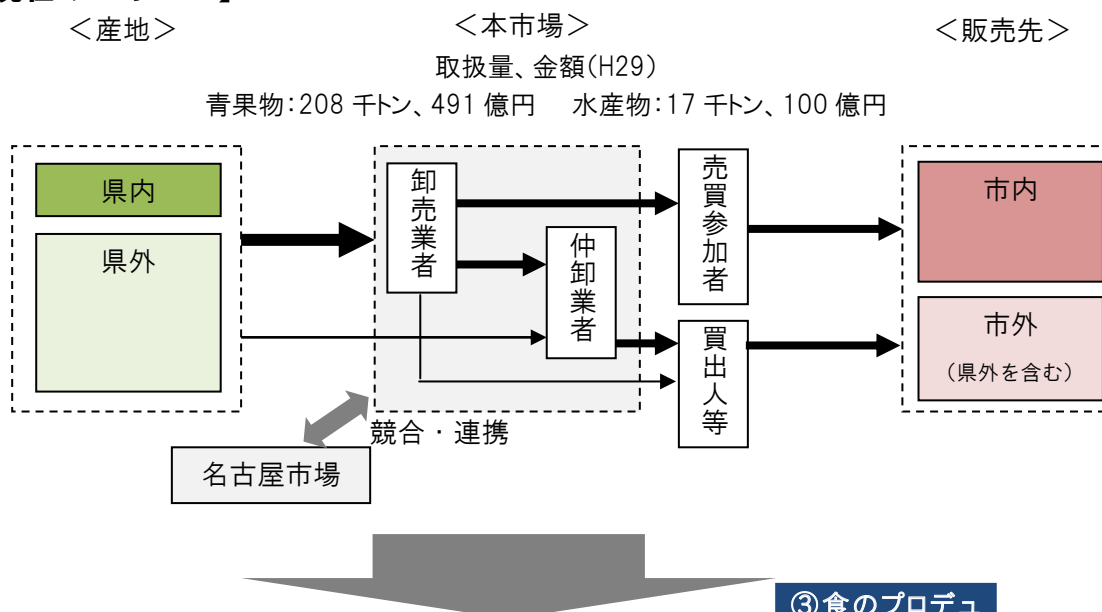
3. 将来ビジョンと取扱目標

■将来ビジョン

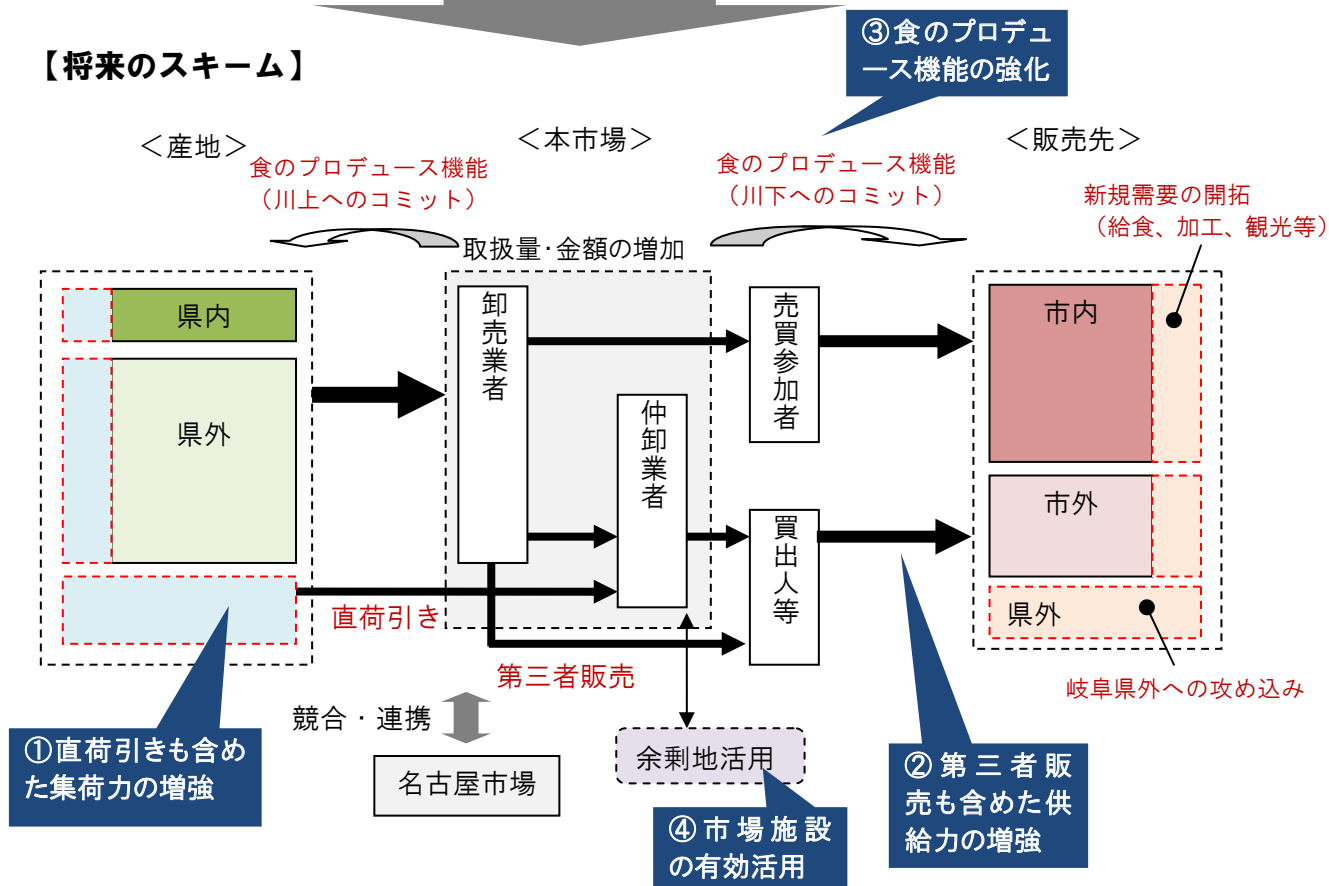
SWOT 分析による本市場の主な課題を踏まえ、10 年後の将来ビジョンを以下のとおり設定する。

**岐阜市民を中心に広域への視野を持ち、
安全安心な食料を安定的に提供するハブ市場(拠点市場)**
—産地と消費者と連携し、時代に合った「食」を提案する市場—

【現在のスキーム】



【将来のスキーム】



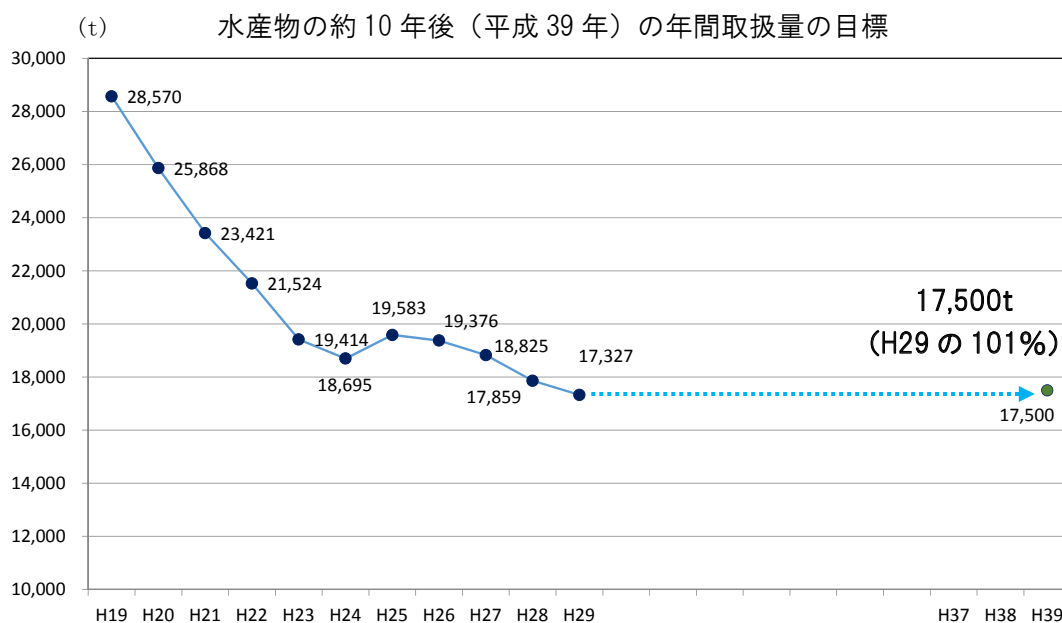
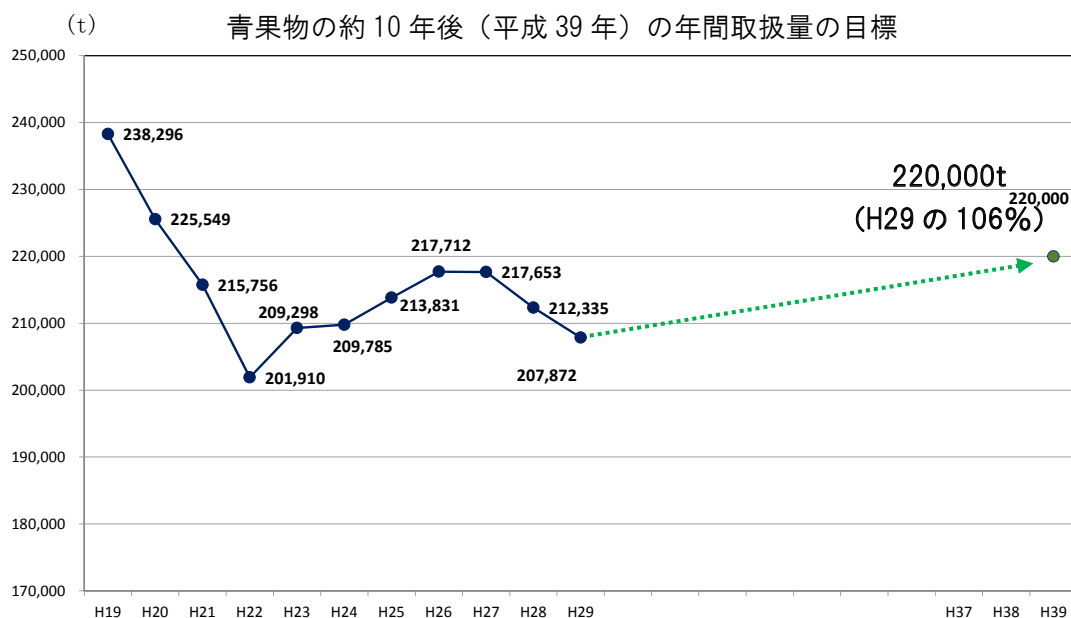
■取扱目標

取扱量の推移や将来予測、場内業者の意向等を踏まえて、場内業者及び開設者として、約 10 年後の年間取扱目標数量を以下のとおり設定する。

○青果物は、人口減少社会の中であっても、現状の旺盛な集荷力を活かし、開設区域にとどまらずに販売力を高めていくことで、現状(平成 29 年)の 106%となる 220,000 t の取扱量を目標とする。

○水産物は、長期トレンドでは減少が著しいものの、近年は横ばい傾向であることから、集荷及び販売についてさらに努力することにより、現状(平成 29 年)の 101%となる 17,500 t の取扱量を目標とする。

項 目	実績値			目標値	
	平成19年度	平成24年度	平成29年度	平成39年度	平成29年度比
青果物取扱量 (t)	238,296	209,785	207,872	220,000	106%
水産物取扱量 (t)	28,570	18,695	17,327	17,500	101%



4. ビジョン実現に向けた戦略と行動計画

本市場の将来ビジョンを実現するための戦略と、具体的な方策を実施するための取組主体別及び実施時期別の行動計画を、以下のように設定する。

(1) 市場の基本的機能の強化に向けた行動計画

取組方策	取組主体(役割分担)						実施時期		
	卸売業者	仲卸業者	関連事業者	売買参加者	開設者	その他	短期	中期	長期
戦略1: 消費者ニーズに対応した供給・販売力の向上									
① 市内及び県内の量販店等への対応									
・卸と仲卸が連携した販売のための情報交換の強化	◎	◎		○	○	産	⇒	⇒	⇒
・第三者販売を活用した販路の拡大	◎				○			⇒	⇒
・買い物難民対策等のためのリテールサポートの推進	◎	◎			○		⇒	⇒	⇒
② 市内及び県内の新しい需要への対応									
・中食(弁当・惣菜等)需要への提案型対応	○	◎	○			民	⇒	⇒	⇒
・施設給食への対応	○	◎	○			民	⇒	⇒	⇒
・観光客等に対応した外食や弁当等の需要への提案型対応	○	◎				民	⇒	⇒	⇒
・直売所やマルシェ、通販サイトなど人気がある販路との連携	◎	◎			○		⇒	⇒	⇒
・生産者と実需者の交流のための市場での展示・商談会の開催	◎	○		○	○	産	⇒	⇒	⇒
③ 県外への積極的進出・拡大									
・おもに青果部における県外への販路拡大	○	◎					⇒	⇒	⇒
・量販店との関係強化や県外市場との連携による県外への販路拡大	◎	◎					⇒	⇒	⇒
④ 新しい食の提案									
・新技術(加工・冷凍等)の研究と実需者への提案	◎	◎			○	民	⇒	⇒	⇒
・新しい料理や食材(機能性食品等)の研究と実需者への提案	◎	◎			○	民	⇒	⇒	⇒
・地域活性化に資するグルメ・特産品等の提案	◎	◎			○	民	⇒	⇒	⇒
戦略2: 販売力に対応し、全国から食を集める集荷力の強化									
① 量販店のニーズに対応した集荷力の強化									
・卸と仲卸が連携した販売のための情報交換の強化	◎	◎		○	○	産	⇒	⇒	⇒
・量販店への販路拡大を見込んだ大口集荷の推進	◎	○				産	⇒	⇒	⇒
・直荷引きを活用した取引拡大		◎			○	産		⇒	⇒
・県外大規模市場との連携強化	◎	○			○		⇒	⇒	⇒
② 県内・周辺県との強い連携を活かした商品開発									
・差別化商品を生み出すために産地、JA、行政等との連携による商品開発	◎	○			○	産市	⇒	⇒	⇒

【凡例】 取組主体 ◎:実施主体 ○:サポート 産:産地・生産者 市:岐阜市 民:民間事業者
 実施時期 短期:3年以内 中期:5年以内 長期:10年以内

取組方策		取組主体(役割分担)						実施時期		
		卸売業者	仲卸業者	関連事業者	売買参加者	開設者	その他	短期	中期	長期
③水産物の集荷力の強化										
	・県内のアユ産地との連携強化	◎	○			○	産	⇒	⇒	⇒
	・特定の漁協や水産会社等との連携強化	◎	○			○	産民	⇒	⇒	⇒
④全国の産地の掘り起こし型集荷										
	・新しい産地の発掘とブランド構築(例:岐阜とのゆかりの地等)	◎	○				産市	⇒	⇒	⇒
	・産地訪問による本市場のPR	◎	○			○	産	⇒	⇒	⇒
	・市場見学会や実需者との交流会の開催	◎	○		○	○	産	⇒	⇒	⇒
戦略3:安全・安心な信頼される市場の構築										
①コールドチェーンへの対応										
	・青果・水産、卸・仲卸など必要な部分について、適切な温度帯の定温管理の導入	◎	◎	○		◎			⇒	⇒
②安心・清潔な市場づくり										
	・HACCPに準拠した品質管理ガイドラインの策定と運用	◎	◎			○	市	⇒	⇒	⇒
	・ごみ処理等のルール改正と適切な運用	◎	◎	◎		○		⇒	⇒	⇒
	・青果物等の残留農薬検査の実施制度の導入と発信	◎				◎	市		⇒	⇒
	・ハト・ネズミ等への対応	◎	◎	◎		◎		⇒	⇒	⇒
	・監視カメラ設置等によるセキュリティの強化	◎	◎	◎		◎		⇒	⇒	⇒
	・禁煙など行動マナーとルールの遵守・徹底	◎	◎	◎	○	◎		⇒	⇒	⇒
戦略4:物流センターの視点からみた効率的な市場整備と運営										
①市場施設のスマート化										
	・取扱量に対応した規模の適正化	◎	◎	◎		◎		⇒	⇒	⇒
	・施設配置と動線、設備仕様等の最適化(ライン化を意識)	◎	◎	◎		◎		⇒	⇒	⇒
②当面の老朽化対策										
	・優先順位をつけた維持補修	○	○	○		◎		⇒	⇒	⇒
③市場業務の快適化と効率化										
	・卸売市場の使い方のルール見直しと徹底	◎	◎		○	○		⇒		
	・配送業務の効率化(共同化、外部事業者との連携等)	◎	◎			○	民	⇒	⇒	⇒
	・荷捌き業務の効率化・自動化等の研究(ICT、AI等の活用)	◎	◎			○	民	⇒	⇒	⇒

【凡例】 取組主体 ◎:実施主体 ○:サポート 産:産地・生産者 市:岐阜市 民:民間事業者
 実施時期 短期:3年以内 中期:5年以内 長期:10年以内

取組方策	取組主体(役割分担)						実施時期		
	卸売業者	仲卸業者	関連事業者	売買参加者	開設者	その他	短期	中期	長期
戦略5:経営力と人材の強化									
①場内業者の経営力強化									
・各事業者の経営戦略・事業計画の策定	◎	◎	◎		○		⇒		
・次世代経営層を対象とした経営研修	◎	◎	◎		○		⇒	⇒	
②働き方改革及び労働環境の改善									
・ワークシフト、就業規程等の刷新	◎	◎	◎				⇒		
・休場日数増加の検討・実施	◎	◎	◎		◎		⇒		
③将来を担う人材の確保・育成									
・就活説明会や研修会等の共同実施による新規人材の確保	◎	◎	◎		○		⇒		
・市場内業者の共同による人材育成・研修の実施	◎	◎	◎		○		⇒	⇒	⇒
・市場の仕事の対外的イメージアップの強化	◎	◎	◎		○		⇒		
④業務効率化の推進									
・共同集荷、共同配送(事業委託含む)の検討	◎	◎			○	民	⇒	⇒	⇒
・事務作業等の効率化(ICT導入、共同アプリ開発・導入等)	◎	◎	◎				⇒	⇒	⇒

(2)市場施設の効果的・効率的な活用に向けた行動計画

取組方策	取組主体(役割分担)						実施時期		
	卸売業者	仲卸業者	関連事業者	売買参加者	開設者	その他	短期	中期	長期
戦略6:時代ニーズに合った市場の機能の再編									
①市場全体の機能と規模の見直し、最適化									
・取扱量や今後求められる市場機能を考慮し、規模を最適化	◎	◎	◎		◎		⇒	⇒	⇒
・現代に求められる関連事業者の役割について検討			◎		◎		⇒		
②食のプロデュース機能の強化									
・川上連携(産地育成・支援)、川下連携(実需者への提案・連携)	◎	◎		○	○	産民	⇒	⇒	⇒
・実需者のニーズに応える加工機能の強化検討(一次加工、調理加工、加工センター等)	○	◎			○	民	⇒	⇒	
・青果物の消費普及・魚食普及の取組	○	◎			○		⇒	⇒	⇒
③時代に合った市場施設の活用									
・地域ニーズや時代ニーズに合った余剰地等の有効活用					◎	市	⇒	⇒	

【凡例】 取組主体 ◎:実施主体 ○:サポート 産:産地・生産者 市:岐阜市 民:民間事業者
 実施時期 短期:3年以内 中期:5年以内 長期:10年以内

取組方策	取組主体(役割分担)						実施時期		
	卸売業者	仲卸業者	関連事業者	売買参加者	開設者	その他	短期	中期	長期
戦略7: 民間活力の活用による市場の効率化と活性化									
①市場経営の合理化									
・施設稼働率の向上と施設使用料の適正な徴収	○	○	○		◎		⇒	⇒	⇒
・市場運営に係る経費の見直し					◎		⇒	⇒	⇒
②民間活力の積極的導入									
・場内業者が利用する個別施設の整備や管理の民営化促進	◎	◎	◎		○		⇒	⇒	⇒
・施設整備・運営に関する民活及び官民連携(PPP)手法の導入検討	○	○	○		◎	市	⇒	⇒	

(3)市場の社会的役割の発揮に向けた行動計画

取組方策	取組主体(役割分担)						実施時期		
	卸売業者	仲卸業者	関連事業者	売買参加者	開設者	その他	短期	中期	長期
戦略8: 市場に期待される社会的な役割の発揮									
①食の情報発信、食育									
・市場まつり等の市場見学・体験の充実化	◎	◎	◎		◎	市民	⇒	⇒	⇒
・産地及び実需者のPRIにつながる消費者向け食育プログラムの開催(魚食普及、料理教室等)	◎	◎			◎	市民	⇒	⇒	⇒
・SNS等での情報発信	○	○	○		◎	市	⇒	⇒	⇒
②災害に強い市場づくり									
・広域防災拠点としての整備					◎	市		⇒	⇒
・BCP(事業継続計画)の策定	○	○	○		◎	市	⇒		
③環境に配慮した市場づくり									
・LED、太陽光発電の導入	○	○	○		◎			⇒	⇒
・電動フォークリフトの導入	◎	◎					⇒	⇒	⇒

【凡例】 取組主体 ◎:実施主体 ○:サポート 産:産地・生産者 市:岐阜市 民:民間事業者
 実施時期 短期:3年以内 中期:5年以内 長期:10年以内

5. 重点的取組

行動計画の中で、特に場内業者や開設者等が共同で関わる事が可能で、かつ重点的に進めていく取組として設定する。取組の進捗や取り巻く状況の変化に応じて、内容は臨機応変に見直す。

趣 旨	取組イメージ例
(1)キレイで働きやすい岐阜市場プロジェクト	
○本市場の就業環境等に関わるルールやマナーについて、場内業者や出入りする業者の中では、遵守されていない面があり、全体として働きやすい場になっていない状況もある。 ○これらの問題等を総合的に点検し、できるところから改善し、キレイで働きやすい市場にしていくための取組みを進める。	○場内業者等からなるプロジェクトの検討チームを設置しルール等の作成 ・市場共通の就業環境に関する問題の洗い出し ・使い方のルール等の作成 ○ルール等の関係者への徹底・外部へのPR、ルール等の運用
(2)岐阜市場を支える人材確保・育成プロジェクト	
○卸売市場の仕事は、知名度が高くはなく、就業環境が厳しいため、人材確保や定着・育成に苦労している場内業者が多い。 ○そのため、各社で人材確保・定着・育成を行うだけではなく、共同により効率化、さらには効果的に行える取組を見出し、市場を支える人材を確保・育成する。	○開設者や就活会社と連携した合同説明会の開催 ○場内業者の共同による新人研修の開催 ○場内業者の共同による市場人材経営塾の開催
(3)役立つ岐阜市場発信プロジェクト	
○卸売市場は、重要な食品流通のインフラではあるが、その役割が知られていない状況である。 ○そのため、本市場をわかりやすく発信し、知名度を上げ、市民や地域産業に役立つ魅力的な印象を与えていくことが必要である。	○SNSを活用した発信 ○市内等の事業者等との連携（料理教室、市場の商品取扱店の表示・PR等） ○出張マルシェの開催
(4)岐阜市場再整備プロジェクト	
○施設の老朽化が進むとともに、食流通の現代的要請に対応できていない状況の中で、施設や設備を更新したいという場内業者や川上、川下サイドからのニーズがある。 ○卸売市場法の改正に伴い、今後の食流通の制度が柔軟化する方向の中で、他市場や市場外流通との競争環境が激しくなる予想を踏まえて、取扱量の現状及び将来の変化に対応するため、本市場の再整備が求められている。	○再整備基本計画の策定 ○事業手法、事業主体等の十分な検討（官民連携手法を含む）

6. ビジョンの推進

- ・ビジョンを実現するための行動計画を着実に実施し、その成果を評価し、次なる行動に活かしていくために、以下のとおり、PDCAの考え方で推進する。
- ・ビジョンの推進体制として、おもに進捗確認を行う機関を岐阜市中央卸売市場開設運営協議会とする。
- ・さらに、経営展望を具体的に推進するのは個々の事業者や開設者であるとともに、必要な場合はその都度、適切なメンバーからなる体制を整備する。

岐阜市中央卸売市場経営展望

発行：岐阜市　発行年月：平成 31 年 3 月

問合せ先：岐阜市中央卸売市場

〒500-8263　岐阜市茜部新所 2 丁目 5 番地

T E L : (058) 271-1341　F A X : (058) 271-1344