

# **成熟した岡山市中央卸売市場戦略的経営展望**

**平成 24 年 3 月**

**成熟した岡山市中央卸売市場  
戦略的経営展望策定協議会**

# 目 次

<b>1. 経営展望の概要</b> .....	1
1-1. 経営展望策定の背景.....	1
1-2. 経営展望策定の目的.....	1
1-3. 経営展望の内容.....	2
<b>2. 岡山市中央卸売市場をとりまく内外環境の評価</b> .....	3
2-1. 外部環境の把握.....	3
2-2. 内部環境の把握.....	5
<b>3. 岡山市中央卸売市場が目指す目標像と要求機能</b> .....	8
<b>4. 基本戦略の策定</b> .....	9
4-1. 基本戦略検討の方針.....	9
4-2. 青果部門の基本戦略.....	12
4-3. 水産部門の基本戦略.....	23
4-4. その他（市場の経営に関する全体的な事項）.....	32
<b>5. 行動計画の策定</b> .....	33
5-1. 行動計画における目標設定.....	33
5-2. 重点戦略の設定.....	34
5-3. 青果部門における戦略の具体化.....	35
5-4. 水産部門における戦略の具体化.....	42
5-5. 経営展望の推進体制.....	47
5-6. 行動計画のローリング.....	48
<b>■成熟した岡山市中央卸売市場戦略的経営展望策定に係る経緯</b> .....	49
<b>■成熟した岡山市中央卸売市場戦略的経営展望策定協議会 委員名簿</b> .....	49

## 1.経営展望の概要

### 1-1.経営展望策定の背景

生産者の高齢化と後継者不足に加え、燃料高騰や輸入品の増加、漁業においては沿岸漁場の資源量低下など、1次産業における経営環境は大変厳しくなっており、生産力が年々低下してきている。

さらに、小売による産地との直接契約や製造販売スタイルの普及、加工食品需要の高まり、情報技術の発達による流通形態の多様化などにより市場外流通が増加しており、全国的に卸売市場の経営環境は一層厳しさを増してきている。

また、生鮮食品の放射能汚染の問題や産地偽造など食品をとりまく数々の問題を背景に、食品の安全管理への関心が高まっているが、食品の安全管理は今後、縮小する国内市場だけでなく海外市場に積極展開していく上でも必要な対応となってくる。

このように、卸売市場に関わる環境が大きく変化してきている中、岡山市中央卸売市場においては平成19年度に長期プランを策定し、広域的な物流拠点を目指しているところであるが、今回、平成22年10月26日に農林水産省が公表した第9次卸売市場整備基本方針（以下「第9次方針」という。）に基づき、中長期の具体的な戦略として「戦略的経営展望」を策定するものである。

### 1-2.経営展望策定の目的

本業務は、岡山市中央卸売市場が今後の消費者ニーズにこたえる施設・設備や運営体制の最適化により、地域の食を支える存在として、独立採算で安定的に経営を維持できるよう、開設者及び市場関係者が戦略的で実効性のある経営計画を立案することを目的とする。

なお、策定にあたっては、開設者及び市場関係業者、学識経験者からなる協議会で検討を行った。

### 1-3.経営展望の内容

上記の目的を達成するために、本業務では、卸売市場をとりまく背景等を踏まえながら、以下の内容について実施した。

(1) 当市場を取り巻く外部環境の評価(機会・脅威の把握) 【⇒ 2章 2-1】

当市場の外部に、どのような機会(当市場に対するニーズや要請)があり、どのような脅威(当市場の利益を圧縮する要因)があるのかを把握した。

(2) 当市場内部の評価(強み・弱みの把握) 【⇒ 2章 2-2】

当市場が競合相手と比較して、どのような点が強みであり、どのような点が弱みであるかを把握した。

(3) 岡山市中央卸売市場が目指す目標像と要求機能 【⇒ 3章】

当市場が目指していくべき目標像と、求められている要求機能について整理した。

(4) 基本戦略の策定 【⇒ 4章】

当市場が利用可能な機会、回避すべき脅威を明らかにし、当市場が有する強みと弱みを明らかにした上で、これらを踏まえた効果的な組み合わせによる基本戦略を検討した。これにより、当市場の位置づけや役割を明確にし、さらに、どのような顧客をターゲットとしていくのかについて明確化した。

(5) 行動計画の策定 【⇒ 5章】

(4)で策定した大きな方向性を指し示す基本戦略から、これよりさらに深化させた具体的な行動計画の検討を行い、当市場としてどのような状態となることを目指すのか、また、そのために、誰がいつまでにどのようなことを行うのかについて整理した。

## 2.岡山市中央卸売市場をとりまく内外環境の評価

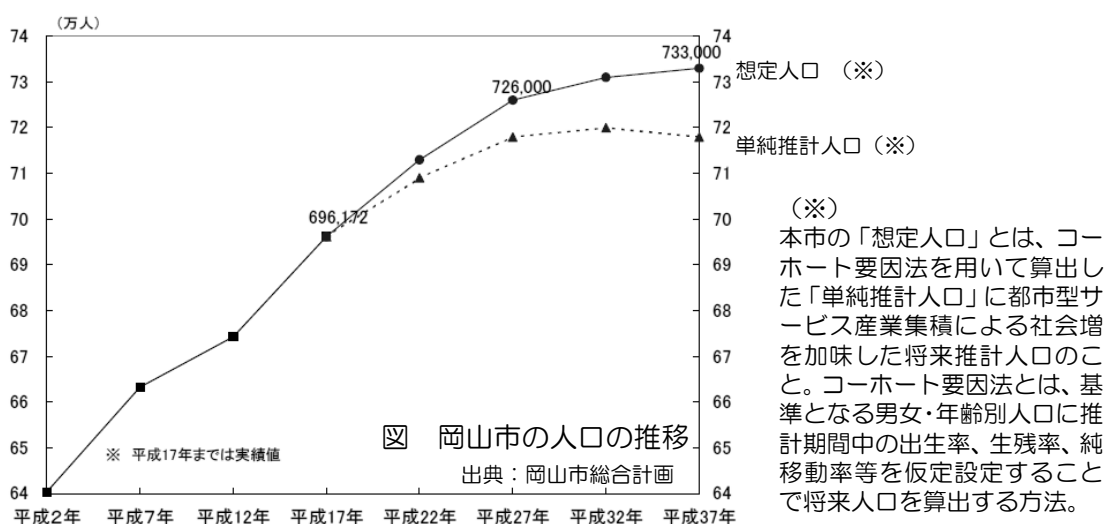
### 2-1.外部環境の把握

当市場の外部に、どのような機会（当市場に対するニーズや要請）があり、どのような脅威（当市場の利益を圧縮する要因）があるのかを把握した。

#### 2-1-1.社会動向

わが国の人口は平成 16 年以降減少傾向にあるが、岡山市の人口は全国的な傾向とは異なり経年的に増加を見せており、今後 10 年程度は増加傾向が続くことが予測されている。

しかし、高齢化は進展しており、今後の食料消費量減少や、買い物弱者の増加などが指摘されている。



#### 2-1-2.卸売市場の動向

##### (1) 全国の卸売市場の取扱量

卸売市場の取扱量は、中央卸売市場・地方卸売市場ともに減少傾向を見せている。近年の変化は横這いに転じているものの、特に、中央卸売市場では、平成 12 年以降の取扱量の低下が目立っている。

取扱数量・金額の減少傾向は、需要の減少等により全ての品目でみられ、中央卸売市場間の格差が拡大し二極化が進展している。

##### (2) 市場法の改正

取扱量・金額の減少に見られるような卸売市場を取り巻く状況が変化するなか、平成 11 年、平成 16 年に卸売市場法の一部が改正され、商物一致規制緩和、卸売り手数料の弾力化、第三者販売、直荷引の弾力化などの規制緩和がなされた。

### 2-1-3.流通動向

卸売市場をとりまく流通形態も変化を見せている。消費者のライフスタイルの変化等により冷凍食品や加工品の需要が高まり、冷凍・加工品に使用される生鮮食品が増加してきた。また、小規模小売店の減少や大手量販店の増加等に伴い、量販店の独自ルートによる卸売市場を通さない食品流通も増加している。

さらに、近年量販店向けの増加による価格圧力の高まり、大量廉価の傾向も見られ、卸売市場の経営・流通に影響を与えている。

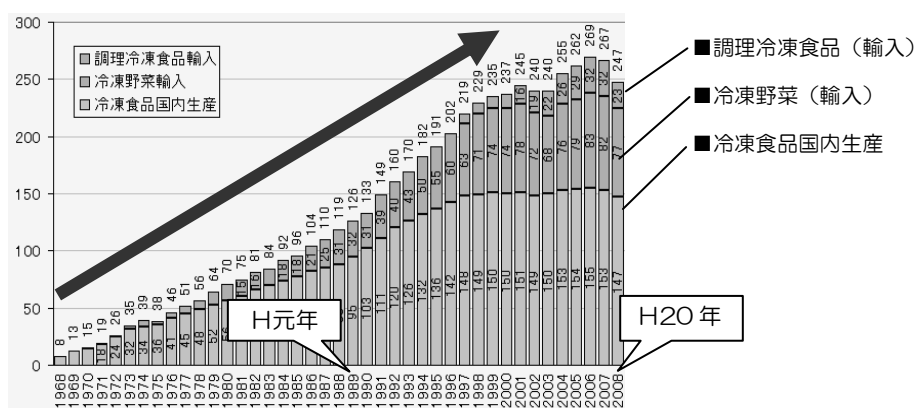


図 冷凍食品輸入量・国内生産量の推移

出典：社会実情データ図録（資料：日本貿易統計及び日本冷凍食品協会統計資料）

### 2-1-4.消費者の動向

消費者の動向として、買い物の多頻度小口化・地域分散化、買い物弱者問題等が見られ、小回りのきいた小売の対応が期待されている。

また、安全意識の高まりや商品情報を求める消費者の増加も見られるほか、食育への注目も高まっている。

さらに、消費者の嗜好として、地場物志向、健康意識・環境意識に基づいた購買行動、ご当地グルメ・お取り寄せグルメブームが見られる一方、生鮮品の消費量減少（高齢化、人口減少、魚食離れ）などの傾向も見られる。

### 2-1-5.小売店の動向

小売店の動向として、従来までの小規模小売店数は減りつつあり、市内の商店街は衰退を見せている。一方で、量販店・食品専門スーパー等が増えてきており、これらの大規模小売店からの市場に対する定温・低温管理の要請は厳しくなる傾向にある。

## 2-1-6.環境

東日本大震災以降、電力料金の高騰が危惧されている。冷蔵・冷凍設備の長時間の稼働が求められる卸売市場の経営において、その電力使用量の負担は大きいことから、今後の動向を注視しながら、省エネ対策を講じていく必要がある。

また、近年各種環境関連法令が厳格化されているなか、HACCP および法令に合致した環境マネジメント・衛生対策への関心も高まっている。

## 2-1-7.日本産品の品質への信頼・期待

野菜・果物、水産物等について、近年では国内のみならず、海外でも日本産品が信頼され、全国各地で海外輸出に向けた取組みがなされている。また、アジア、ヨーロッパでは日本食、魚食ブームが起こっており、国外に販路を求める市場が形成されている。

## 2-2.内部環境の把握

当市場が競合相手と比較して、どのような点が強みであり、どのような点が弱みであるかを把握した。

### 2-2-1.産地としての岡山の地域特性

岡山県は、農産物生産に適した気候風土で、自然災害が少ない特徴がある。

岡山市は年間降水量が約 1,140mm と少なく、降水量 1mm 未満の日は 276 日（全国第 1 位）と晴れの日が多い。温暖で日照時間は長く、年間を通して雨・雪は少なく、特に南部では雪が降っても積もることはほとんどない。また、少雨にも関わらず、水不足に見舞われることは少なく、台風の直撃回数も少なく恵まれた気候風土の中にあるといえる。（岡山市農業振興ビジョンによる）

#### ●青果

岡山県は、良好な気候風土を活かした野菜・果物の産地で、特に白桃、マスカット、ピオーネ、愛宕梨などの果物は県外にも広く知られているほか、なす、トマト、アスパラガス、きゅうり、白菜、大根、黄にら、冬瓜、そうめん南瓜などの野菜の生産も盛んで、特に桃、ブドウ、トマトなどは高品質で商品力もある。

#### ●水産

瀬戸内海における 1km<sup>2</sup>当りの年間漁獲量（約 21 t）は地中海の 25 倍に相当し、世界最高レベルの漁獲量として知られている（※1）。この豊かな海からは、サワラ、アナゴ、タイ、ママカリ、タコ、ハマチ、シャコ、カキなどの他、近海物が年間を通じて豊富に市場にあがる。近海物の取引値は漁獲量によって変動がみられるが、全国取扱 1 位のサワラは全国平均より高価格で取引されている（※2）。

※1 出典：広島大学海洋生態系評価論研究室 HP による

※2 出典：「平成 16 年度資源回復計画普及の推進事業 瀬戸内海サワラの価格形成に関する経済分析」（社団法人 日本水産資源保護協会、2005 年 3 月）

### 2-2-2.立地特性

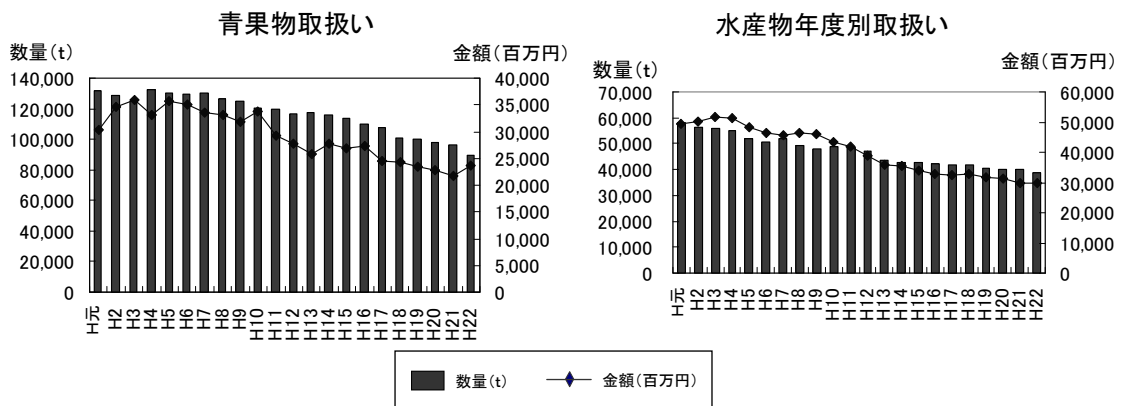
岡山市は、近畿～中国地方、山陰～四国地方の流通網の結節点に位置しており、交通網の整備に伴い円滑な物流が可能となっている。当市場は山陽地方西部から大阪・四国・山陰方面まで供給実績がある。



### 2-2-3.取扱量

現在、全国の卸売市場経由率は青果・水産で6割前後（国産青果物に限ると9割）を占めており、卸売市場は生鮮食料品等の流通経路としての重要な役割を果たしているものの、近年の輸入品や加工品の増加等により取扱量は減少している。

全国的な卸売市場経由率の低下に見られるように、当市場においても平成3年以降取扱量及び取扱金額の減少が続き、同時に単価の低下も見られる。特に水産部門では、青果部門に比べ単価の低下が顕著となっている。



出典：岡山市ホームページ 市場年報

### 2-2-4.取扱商品と卸売市場の取組み

当市場の卸・仲卸は、長年の経験から消費者が納得できる商品知識・目利き能力を有しており、幅広い商品選択を可能にする仕入れの多様さを有している。また、セリ販売比率が高く（青果）、透明性が確保されているのが卸売市場の特徴（強み）でもある。

取扱い品では、特産品の白桃、マスカット、ピオーネなどの市場経由シェアが低下しており、市場を経由しての県外出荷が不十分な状況にある。

また、潜在的な価値を持つ地域食材の発掘の不十分さや、千両なすのような岡山県産の得意品目の取扱いの弱さ、零細・個人農家への対応・指導の不足などの状況もあり、岡山県の強みを十分に活かしてきれていない状況となっている。



#### 2-2-5.市場内施設

市場の施設の一部は老朽化し、横持ち距離が長い施設配置に加え、荷捌スペースや屋根の不足など、施設の改善に向けた要望が挙がっている。また、既存の施設は、加工・ピッキング機能、定温・低温管理が十分ではなく、小売店が求める品質基準や要望に対応できていない現状もある。

また、業務用加工食品の需要が高まるなかで、業務用調達機能が弱いことも当市場の課題といえる。

一方で、活気ある関連施設は市民に開かれた市場として親しまれ、重要な役割を果たしている。

#### 2-2-6.集荷力・ネットワーク

当市場では、卸売市場を核として形成されている川上（生産者）から川下（消費者）のネットワークを活用し、産地・小売店との情報交換を行い、きめ細かな対応を行っている。しかしながら、他の卸売市場や流通形態と比較した場合、取扱い規模が大きくないために集荷力が高くない実態もある。さらに、輸入野菜・果実の取扱い不足、卸の集荷力の不足（量の不足、小口商材取扱いの弱さ）も指摘されている。

今後、岡山という好立地を活かした広域的な連携も期待できるが、中国地方東部の市場間ネットワーク、荷受会社との情報共有、ライバル市場の分析が不十分なのが現状である。

### 3.岡山市中央卸売市場が目指す目標像と要求機能

卸売市場は、地域の消費者に対して安全・安心な生鮮食料品を安定かつ迅速に供給するとともに、生産者への販路の提供、流通・小売業者等の取引の場の提供等重要な役割を果たしている。

近年、生鮮品流通が多様化し、卸売市場をとりまく環境も変化しているが、当市場の経営戦略の検討にあたり、公共的な機能・役割を踏まえ、地域の消費者を守り、生産者を守る、地域の物流の要衝としての3つの視点から目標像を設定するとともに、当市場に要求される機能を整理した。

#### 目標像1 市民・県民の食を支える拠点市場

岡山市民・県民に安定的に食を供給する責務のある市場として、品質管理や災害対応をしっかりと進めその基盤を整えるとともに、超高齢時代における卸売市場の公共的役割を強化するものとして、生活者に密着した多角的な消費支援を行なう市場を目指す。また、岡山市中央卸売市場が環境への負荷低減に取り組むなど新たな価値形成への対応を進め、消費者により信頼される市場づくりを進める。

##### <要求機能>

- ・ 安定的な食の供給
- ・ 地域の豊かな食材・食文化の提供・普及
- ・ 防災対応
- ・ 環境問題への対応

#### 目標像2 中国地方東部の物流を支える拠点市場

地域内外の生産者や地方市場との連携強化により、岡山県内の生鮮食品流通の拠点としての機能を強化する。また、県外の広域的な市場間連携や県外小売業者等との連携により中国地方東部における食品流通拠点化を図ることで、取扱量の拡大を目指す。

##### <要求機能>

- ・ 流通圏広域化に伴う大量受入れ・大量出荷に対応する市場機能の強化
- ・ 広域流通のためのしくみづくり
- ・ 新たな物流・商流・賑わいの核となる市場づくり（※ 青果のみ）

#### 目標像3 農業・漁業を支える拠点市場

地域の食を支える基盤である地域の農業・漁業を支えるために、消費の促進や新たな販路開拓などにより産地を支援する。また、生産者との連携により、岡山市中央卸売市場のブランド化、及び、地域ブランド製品の開発を進め、海外市場も視野に入れた競争力のある高付加価値な食品の流通を目指す。

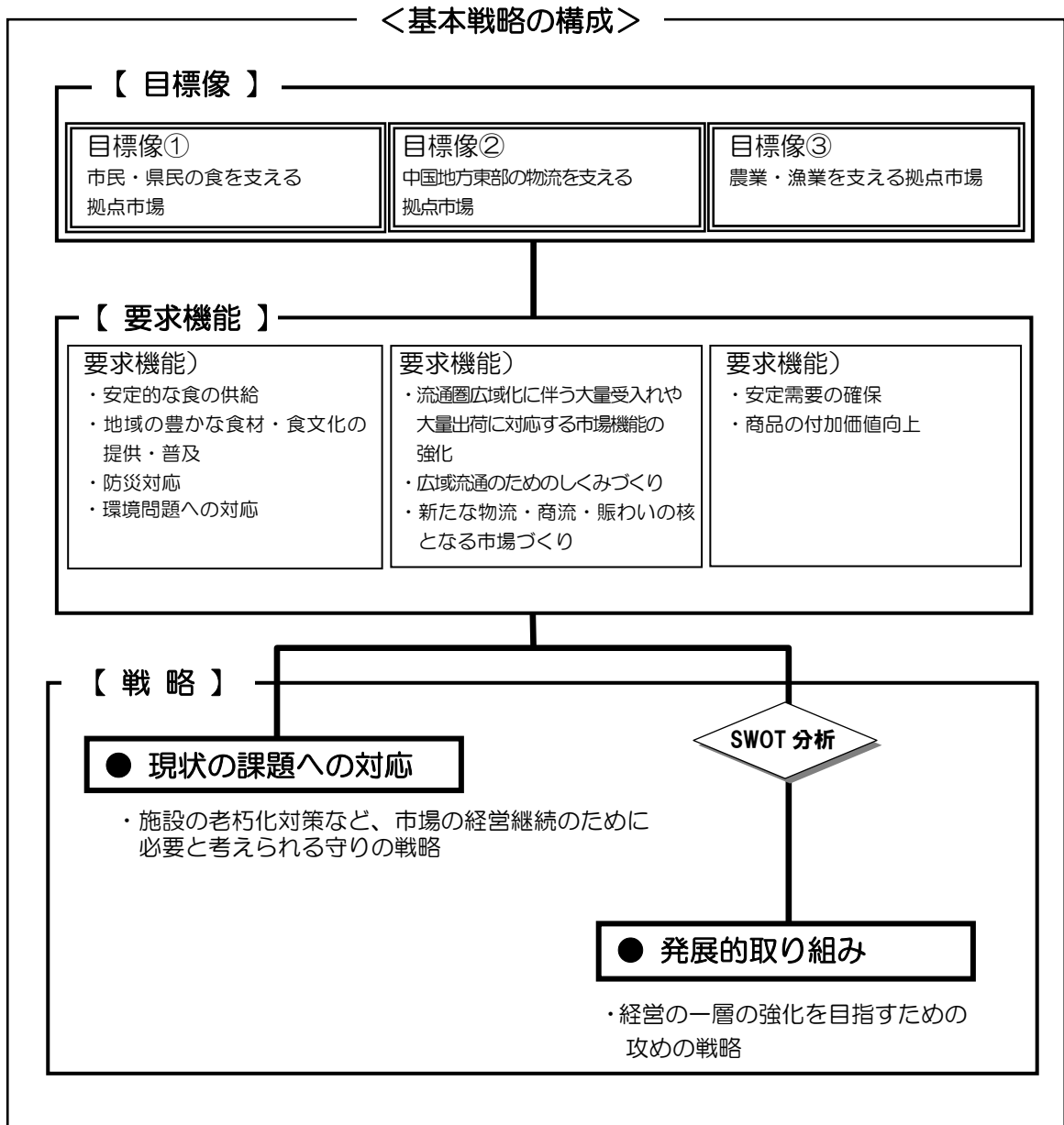
##### <要求機能>

- ・ 安定需要の確保
- ・ 商品の付加価値向上

## 4.基本戦略の策定

### 4-1.基本戦略検討の方針

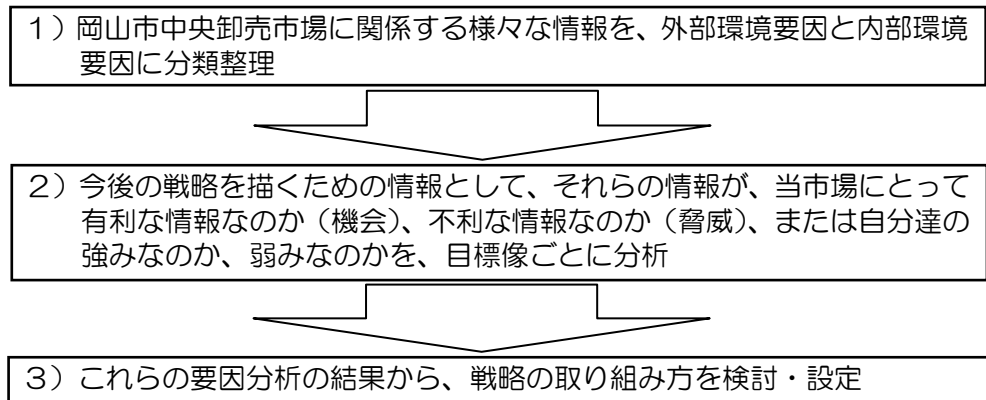
#### (1) 基本戦略の構成



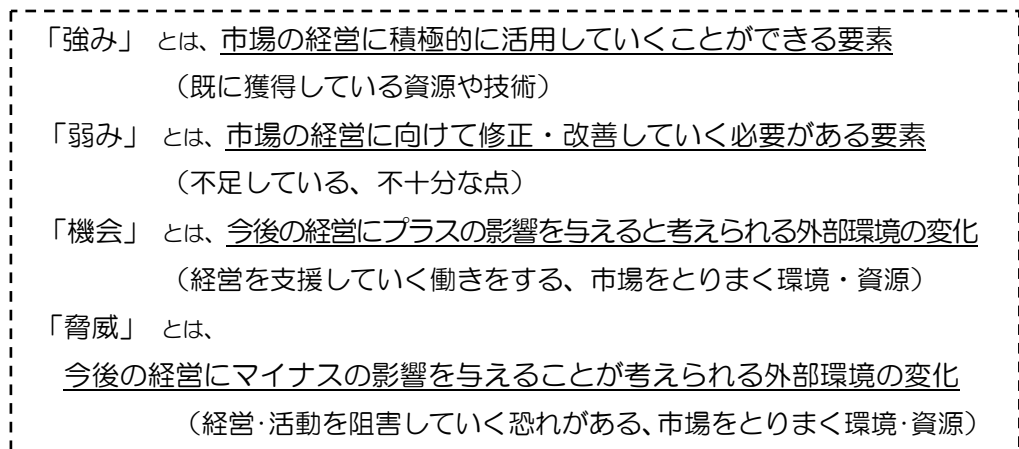
## (2) SWOT分析について

発展的取組みを検討するためのSWOT分析手法の考え方について以下に示す。

### ① SWOT分析の流れ



### ② SWOT分析における用語の定義



### ③ 戦略分析の視点

「強み」「弱み」「機会」「脅威」の組み合わせにより、以下の4つの視点で戦略を検討した。

#### 【積極的攻勢戦略】（強み×機会）

- ・今後の経営にプラスの影響を与える機会をとらえ、市場の経営に積極的に活用できる要素を活かして、機会を逃さず積極的に攻勢をかけていく戦略。

#### 【段階的戦略】（弱み×機会）

- ・今後の経営にプラスの影響を与える機会があるが、市場の内部に強みが無い場合に、投資の妥当性を判断しながら段階的に対応していく戦略。

#### 【差別化戦略】（強み×脅威）

- ・今後の経営にマイナスの影響を与えることが考えられる変化に対し、市場の経営に積極的に活用できる要素を活かすことで、従来のサービスとの差別化を図りながら対応していく戦略。

#### 【防衛又は撤退戦略】（弱み×脅威）

- ・強みがないなかで、市場の外から及ぼされるマイナスの脅威を受けないように守りを固めていく戦略。あるいは、マイナスの脅威に対応できない場合に、経営全体への影響を最小化するために撤退を検討する戦略。

## 4-2.青果部門の基本戦略

### 4-2-1.現状の課題への対応戦略

#### **目標像1 市民・県民の食を支える拠点市場**

〔要求機能: 安定的な食の供給〕

##### ●安全・安心な商品の供給

###### 1)ねらい

近年、消費者の食料品の安全・安心に対する意識はさらに高まりを見せており、小売店から品質管理を求める声も強くなっている。このような要請を踏まえ、食品衛生管理の規範づくりに取り組んでいく。

###### 2)戦略の概要

食品衛生管理の規範づくりと行動の徹底とともに、品質保持のための既存冷蔵施設の改善・利用方法の見直しや新規整備を行う。

##### ●適正な価格による安定供給

###### 1)ねらい

生産者の高齢化や農業生産量の減少等が続くなか、各産地との関係強化を図り、集荷量の安定化と価格の安定化に向けた取組みを展開する。

###### 2)戦略の概要

全農等の産地出荷団体、他市場との連携等、集荷先の開拓等による集荷量確保と価格安定化、流通環境の変化に応じた流通手段の開拓に取り組む。

〔要求機能: 防災対応〕

##### ●非常時における食の確保

###### 1)ねらい

東日本大震災を機に非常時における市場の役割への期待はより高まっている。生鮮食料品が集積される当市場は岡山では他にない規模の食糧の供給が可能な公共施設であることから、災害時・非常時における対応の検討、体制づくり等に向けた取組みを行っていく。

###### 2)戦略の概要

災害時の事業継続計画の策定や、隣接港からの物資受入れ体制づくりを行う。

#### **目標像2 中国地方東部の物流を支える拠点市場**

〔要求機能: 流通圏拡大に伴う大量受入れ・大量出荷に対応する市場機能の強化〕

##### ●市場内物流のスムーズ化・利便性向上

###### 1)ねらい

流通形態の多様化や輸送車両の大型化などの変化に対し、荷受、荷捌き機能の充実や市場内物流のスムーズ化のための駐車場、車両動線の改善を行なう。

###### 2)戦略の概要

既存施設の現状を踏まえ、駐車場の再編および増設等に対応していく。

〔要求機能: 流通圏広域化に伴う大量受入れ・大量出荷に対応する市場機能の強化〕

### ●配送センター機能の強化

#### 1)ねらい

広島、神戸等の隣接市場が中央拠点市場となり流通における広域拠点化が図られるとともに、民間物流センターの台頭も進みつつあるなか、当市場では荷捌きスペースや屋根の不足、配送関連施設の機能不足等が課題となっている。この現状を踏まえ、競争力の強化に向けた基盤整備として配送センター機能の強化を図っていく。

#### 2)戦略の概要

ピッキング機能、加工パック機能の整備・充実。配送専門業者による配送組織の検討を行う。

### 目標像3 農業・漁業を支える拠点市場

〔要求機能: 安定需要の確保〕

### ●多様な販売先の確保

#### 1)ねらい

近年、消費ニーズの多様化に伴い、農産物の加工・業務用需要が高まりを見せているように生鮮品の需要は変化しつつある。このような動向を踏まえ、安定需要の維持を目指して多様な販売先の確保に取り組む。

#### 2)戦略の概要

多様化する取引先のニーズに対応した品揃えの強化に努め、小売だけでなく業務需要等も含む新たな顧客開拓を図る。

## 4-2-2.発展的取組み戦略

内外環境の情報（2章）を用いてSWOT分析を行い、青果部門における発展的取組みに関する基本戦略を検討した。

### 目標像1 市民・県民の食を支える拠点市場

【積極的攻勢戦略】

〔要求機能: 安定的な食の供給〕

### ●地域密着型流通の充実

#### 1)ねらい

買い物弱者問題等による小回りのきいた小売への期待、買い物の多頻度小口化への対応等が求められるなかで、卸・仲卸の商品知識・目利き、卸売市場を核とした川上・川下のつながりなど市場ならではの強みを活かし、小売のやる気の促進支援、地域密着型流通の充実を図る。

#### 2)戦略の概要

地域小売店を支援する配送システムの強化、多様な品目・品種・規格の取扱いによる供給の柔軟性確保、食育による新たな消費価値の創造に取り組む。

〔要求機能: 地域の豊かな食材・食文化の提供・普及〕

## ●岡山市場のブランド化

### 1)ねらい

量販店の拡大等により全国どこでも同じ品質の商品が手に入るようになり、消費者の安全意識も高まりつつあるなか、卸・仲卸の商品知識・目利きの強みを活かし安全・安心な信頼できる岡山市場ブランドを確立させ、さらに消費者へのアピールを行い、岡山からの消費拡大・取扱量の増加を図っていく。

### 2)戦略の概要

市民に開かれた市場づくりと市場への理解促進、付加価値情報の整備（味・栄養・健康情報、調理・食べ頃情報など）に取り組む。

## 【段階的戦略】

〔要求機能: 安定的な食の供給〕

## ●安全・安心な商品供給に向けた情報整備・発信

### 1)ねらい

消費者の安全意識の高まりとともに、商品情報を求める声も増え、商品知識の価値が向上している。一方で、当市場では産地や商品に関する安全・安心情報の整備には工夫の余地があることから、今後、安全・安心な商品供給に向けた情報整備・発信に取り組み、消費者からの支持を高めていくことを目指す。

### 2)戦略の概要

産地の安全・安心情報の充実、インターネットを活用した安全・安心情報の発信（情報の一元化とフリーアクセス）に取り組む。

## ●品質管理の高度化

### 1)ねらい

現在、量販店等による卸売市場への定温・低温管理の要請があるが、当市場では小売店が求める管理水準への対応は未だ不十分であることも指摘されている。このような現状を踏まえ、量販店・小売店の要請に対応できる品質管理の高度化を図る。

### 2)戦略の概要

コールドチェーンシステムの構築に取り組む。



## ●岡山の地方色を活かした取扱品目の多様化

### 1)ねらい

岡山産食材の潜在資源が未発掘で、岡山産の得意品目を十分に取り扱えていない現状だが、一方で小規模産地のまだ広まっていない産品がある可能性があり、県外の量販店からも注目されていることなどから、消費者のための地場産品の充実を図っていく。

### 2)戦略の概要

産地開拓（産地養成）、小規模産地等からの受入れ体制強化、地場産品の取扱い強化、岡山産品のアンテナショップの開設検討に取り組む。

## 【差別化戦略】

〔要求機能: 環境問題への対応〕

## ●エコ市場への対応

### 1)ねらい

近年、電力料金の高騰の可能性が危惧され、また環境法制が厳格化しつつあるが、このような脅威に対して、これまでのエコ施設導入の実績経験を活かし、エコ市場に対応した取組みを進めていく。

### 2)戦略の概要

市場のエコ対策（省エネ・創エネ設備導入、省エネ型建築など）、エコマネジメントシステムによる省エネに取り組む。

「目標像1 市民・県民の食を支える拠点市場」の視点に立った発展的取組みについて、SWOT分析に係る関連要素と結果を次のページに整理した。

**岡山市中央卸売市場（青果）**

**【目標像1】 市民・県民の食を支える拠点市場**

<p>目標像の説明</p> <p>岡山市民・県民に安定的に食を供給する責務のある市場として、品質管理や災害対応をしっかりと進めその基盤を整えるとともに、超高齢時代における卸売市場の公共的役割を強化するものとして、生活者に密着した多角的な消費支援を行なう市場を目指す。また、岡山市中央卸売市場が環境への負荷低減に取り組むなど新たな価値形成への対応を進め、消費者により信頼される市場づくりを進める。</p>	<p><b>【O:機会】</b></p> <p>&lt;小売店の動向&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・食品専門スーパーの増加</li> <li>・量販店による定温・低温管理の要請</li> </ul> <p>&lt;県外での評判&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県外の量販店から注目されている</li> </ul> <p>&lt;市場をめぐる動向&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・法改正による規制緩和（広域的な販売展開、ネットによる取引の可能性高）</li> <li>・情報技術の進歩</li> <li>・量販店の拡大等により、全国どこでもより適正価格で同じものが手に入る状況（⇒独自性のある商品の発掘・販売展開の必要性）</li> </ul> <p>&lt;産地・流通動向&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・小規模産地のまだ広まっていない可能性がある</li> </ul> <p>&lt;消費者行動・意識&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・買い物の多頻度小口化、地域分散化への対応</li> <li>・買い物弱者問題等による、小回りのきいた小売への期待</li> <li>・消費者の安全意識の高まり</li> <li>・商品情報を求める消費者の増加（商品知識の価値向上）</li> </ul> <p>&lt;地域の人口の伸び&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・増加傾向にある、岡山市の人口</li> </ul>	<p><b>【T:脅威】</b></p> <p>&lt;法制度・その他&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・電力料金高騰の可能性</li> <li>・環境法制の厳格化</li> </ul>
<p><b>【S:強み】</b></p> <p>&lt;商品知識&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者が納得できる卸・仲卸の商品知識・目利き能力を有している</li> </ul> <p>&lt;岡山の特産品&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・白桃、マスカット、ピオーネ、愛宕梨、黄なら（夏場は桃、ブドウ、トマト）など高品質な農産物が存在</li> </ul> <p>&lt;卸売市場のネットワーク&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・卸売市場を核とした川上・川下のつながり</li> </ul> <p>&lt;市民に開かれた市場&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・活気ある関連施設</li> </ul> <p>&lt;商品の取扱い状況&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・多様な商品選択を可能にする仕入れの幅広さ</li> <li>・セリ販売比率が高く、透明性が確保</li> </ul> <p>&lt;環境&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・エコ施設導入の実績</li> </ul>	<p><b>【積極的攻勢戦略(強み×機会)】</b></p> <p><u>地域密着型流通の充実</u></p> <p><u>岡山市場のブランド化</u></p>	<p><b>【差別化戦略(強み×脅威)】</b></p> <p><u>エコ市場への対応</u></p>
<p><b>【w:弱み】</b></p> <p>&lt;施設の現状&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・小売店が求める定温・低温管理への対応が不十分</li> <li>・施設の老朽化と機能の不足（加工、低温管理等）</li> <li>・横もち距離が長い施設配置</li> </ul> <p>&lt;集荷力&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取扱い規模が大きいことによる、集荷力不足</li> <li>・業務用調達機能が弱い</li> <li>・輸入野菜・果実の取扱い不足</li> </ul> <p>&lt;取扱い品目&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・岡山産食材の潜在資源の未発掘</li> <li>・岡山県産の得意品目を十分に取扱えていない</li> </ul> <p>&lt;情報整備&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・産地や商品についての安全・安心情報の整備</li> </ul>	<p><b>【段階的戦略(弱み×機会)】</b></p> <p><u>安全・安心な商品供給に向けた情報整備・発信</u></p> <p><u>品質管理の高度化</u></p> <p><u>岡山の地方色を生かした取扱品目の多様化</u></p>	<p><b>【防衛又は撤退戦略(弱み×脅威)】</b></p>

## 目標像2 中国地方東部の物流を支える拠点市場

### 【積極的攻勢戦略】

〔要求機能: 広域流通のためのしくみづくり〕

#### ●地方市場と連携した岡山県内における供給力充実

##### 1)ねらい

卸売市場法改正に伴う規制緩和により、広域的な供給展開が可能となってきた。当市場は近畿～中国地方、山陰～四国地方との結節点という好立地に加え、流通網が整備され物流がスピーディーである強みを活かし、地方市場と連携した県内の供給力充実を図っていく。

##### 2)戦略の概要

受発注情報システムによる地方市場のニーズ情報の把握、商材の小口混載による輸送コスト低減等の効率的な配送システムの構築に取り組む。

#### ●岡山を物流拠点とした、県外市場の集荷支援

##### 1)ねらい

卸売市場法改正に伴う規制緩和と情報技術の進歩により、インターネットを活用した取引、広域的な販売展開が可能となってきた。近畿～中国地方、山陰～四国地方との結節点という当市場の立地特性を活かし、広域物流拠点として積極的な県外市場の集荷支援を行っていく。

##### 2)戦略の概要

県外市場との情報交換に基づく供給・受入れ体制強化、モーダルミックスによる長距離大量輸送コスト低減等効率的な配送システムの構築に取り組む。

### 【段階的戦略】

〔要求機能: 広域流通のためのしくみづくり〕

#### ●広域的な小売との取引強化

##### 1)ねらい

卸売市場法改正に伴う規制緩和により、広域的な販売展開の可能性が高まってきたが、中国地方東部の市場間ネットワーク等は不十分な現状で、隣接するライバル市場の分析もできていない。この現状を踏まえ、広域的な小売との取引強化に努め、周辺市場との競争力を高めていく。

##### 2)戦略の概要

近隣県の小売業のニーズ把握、電子商取引、商物分離取引を促進する。

### 【差別化戦略】

〔新たな物流・商流・販わいの核となる市場づくり〕

#### ●生産・販売の新たな可能性を引き出すマッチング

##### 1)ねらい

近年、産地・小売間の直接流通が増加し、当市場周辺にも競争市場（民間市場）が近接するなかで、近畿～中国地方、山陰～四国地方との結節点という好立地に加え、取扱い品目の種類の豊富さという強みを活かし、生産・販売の新たな可能性を引き出すマッチングを図っていく。

##### 2)戦略の概要

産地・消費者情報を蓄積するデータベースの構築・活用、データ管理体制づくり、生産者、卸・仲卸・小売、消費者をつなぐ商談会開催の実施等に取り組む。

「目標像2 中国地方東部の物流を支える拠点市場」の視点に立った発展的取組みについて、SWOT分析に係る関連要素と結果を次のページに整理した。

岡山市中央卸売市場（青果）		
【目標像2】 中国地方東部の物流を支える拠点市場		
<p>目標像の説明</p> <p>地域内外の生産者や地方市場との連携強化により、岡山県内の生鮮食品流通の拠点としての機能を強化する。また、県外の広域的な市場間連携や県外小売業者等との連携により中国地方東部における食品流通拠点化を図ることで、取扱量の拡大を目指す。</p>	<p>【O:機会】</p> <p>&lt;市場をめぐる動向&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>卸売市場に求められる、取扱品の産地の持つ特性や品質等の商品知識</li> <li>法改正による規制緩和（広域的な販売展開、インターネットによる取引の可能性高）</li> <li>情報技術の進歩</li> </ul> <p>&lt;消費者&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>消費者の地場物志向</li> </ul> <p>&lt;県外での評判&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>県外の量販店から注目されている</li> </ul>	<p>【T:脅威】</p> <p>&lt;社会動向&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>全国的な人口減少</li> <li>高齢化の進展に伴って見込まれる食料消費量の低下</li> </ul> <p>&lt;市場をめぐる動向&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>規制緩和に伴う市場再編の動き</li> </ul> <p>&lt;産地・生産者&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>産地・小売の直接流通の増加</li> <li>量販店による定温・低温管理の要請</li> </ul> <p>&lt;流通動向&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>広域拠点化の流れ</li> <li>競争市場（民間市場）が近接（広島、福山、大阪等）</li> <li>隣接市場の中央拠点市場化（広島、神戸）</li> <li>民間物流センターの台頭</li> <li>交通アクセスの発達による他市場との販売競争の激化</li> </ul>
<p>【S:強み】</p> <p>&lt;立地&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>近畿～中国地方、山陰～四国地方の流通網の結節点</li> <li>山陽地方西部、大阪・四国・山陰方面への供給実績</li> <li>交通網が整備されており、物流がスピーディ</li> <li>自然災害が少ない</li> </ul> <p>&lt;商品の取扱い状況&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>幅広い商品選択を可能にする仕入れ</li> <li>セリ販売比率が高く、透明性が確保されている</li> </ul> <p>&lt;商品力&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>岡山県産の野菜・果物に商品力がある</li> </ul>	<p>【積極的攻勢戦略(強み×機会)】</p> <p><u>地方市場と連携した岡山県内における供給力充実</u></p> <p><u>岡山を物流拠点とした、県外市場の集荷支援</u></p>	<p>【差別化戦略(強み×脅威)】</p> <p><u>生産・販売の新たな可能性を引き出すマッチング</u></p>
<p>【w:弱み】</p> <p>&lt;施設の現状&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>施設の老朽化と機能の不足（加工、ピッキング等）</li> <li>横もち距離が長い施設配置</li> <li>荷捌スペース、屋根の不足</li> </ul> <p>&lt;売買参加者&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>売買参加者が減少している</li> </ul> <p>&lt;広域連携&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>中国地方東部の市場間ネットワークが不十分。</li> <li>荷受会社との情報共有が不十分</li> <li>ライバル市場の分析が不十分</li> </ul> <p>&lt;県外向け戦略&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>県外向けの出荷が不十分</li> </ul>	<p>【段階的戦略(弱み×機会)】</p> <p><u>広域的な小売との取引強化</u></p>	<p>【防衛又は撤退戦略(弱み×脅威)】</p>

〔目標像3 農業・漁業を支える拠点市場〕

**【積極的攻勢戦略】**

〔要求機能: 商品の付加価値向上〕

●新たな岡山産品のブランド化

1)ねらい

近年、ご当地ものやお取り寄せグルメへの関心が高いが、小規模産地の産品は全国的に広まっていない可能性もあることから、消費者が納得できる商品知識・目利きがある当市場の強みを活かして、新しい地元産品のブランド化を図り、岡山産の商品を広く発信していく。

2)戦略の概要

岡山産食材の掘り起こしと情報蓄積、地場産品・地方色のある食材の遠方への販路開拓支援、産地への要請（商材の取扱い方法など）に取り組む。

**【差別化戦略】**

〔要求機能: 安定需要の確保〕

●商品の消費促進

1)ねらい

高齢化・人口減少の時代を迎え、さらに加工品需要の増加等により生鮮品の消費量は減少している。このような脅威があるなか、市場が持っている商品・商材に関する知識、小売店との情報交換、きめ細かな対応に努め、農産物の消費促進を図り、市場の取扱高の増加を目指す。

2)戦略の概要

市内小売店を対象とした卸・仲卸による販売方法の提案（リテールサポートの体制づくり）、小売店への安全・安心情報の提供に取り組む。

●国内外の新たな市場開拓

1)ねらい

TPP（貿易関税撤廃）という脅威に対し、卸売市場を核とした川上・川下のつながり、小売店との情報交換、きめ細かな対応、取扱い品目の種類の豊富さといった強みを活かし、さらに岡山産の産品の海外への売り込みも含め、国内外の新たな市場開拓を図っていく。

2)戦略の概要

新規市場開拓のための体制整備（共同出資会社設立等）、TPPの動向を見据え、高品質な岡山の地元産品による海外市場の開拓等に取り組む。

**【防衛又は撤退戦略】**

〔要求機能: 商品の付加価値向上〕

●業務用加工品需要への対応

1)ねらい

加工品需要の増加が見られる一方で、岡山には比較的大規模な漬物工場がなく業務用調達機能が弱い現状にあることから、業務用需要に合わせた特殊加工、加工技術の保有による新たな需要開拓を図っていく。

2)戦略の概要

業務用需要に合わせた特殊加工技術の保有による新たな需要開拓に取り組む。

「目標像3 農業・漁業を支える拠点市場」の視点に立った発展的取組みについて、SWOT 分析に係る関連要素と結果を次のページに整理した。

岡山市中央卸売市場（青果）		
【目標像3】 農業・漁業を支える拠点市場		
<p>目標像の説明</p> <p>地域の食を支える基盤である地域の農業・漁業を支えるために、消費の促進や新たな販路開拓などにより産地を支援する。また、生産者との連携により、岡山市中央卸売市場のブランド化、及び、地域ブランド商品の開発を進め、海外市場も視野に入れた競争力のある高付加価値な食品の流通を目指す。</p>	<p>【O:機会】</p> <p>&lt;産地・流通動向&gt;  ・小規模産地のまだ広まっていない可能性がある可能性  &lt;消費者動向&gt;  ・健康意識・環境意識の高まり  ・ご当地グルメ・お取り寄せグルメブーム  &lt;県外での評判&gt;  ・県外の量販店から注目されている  &lt;海外&gt;  ・日本の品質への信頼</p>	<p>【T:脅威】</p> <p>&lt;産地動向&gt;  ・特産品以外の青果物の生産量低下  ・生産者の高齢化による、産地の減少  &lt;流通動向&gt;  ・量販店の台頭による、大量廉価の販売傾向  ・直販による市場を通さない食品流通の増加。（ネット直販等の増加）  ・冷凍・加工品に使用される生鮮食品の増加  &lt;消費者動向&gt;  ・生鮮品の消費量減少（高齢化、人口減少、加工品需要増加）  &lt;法制度・その他&gt;  ・TPP（貿易関税撤廃）</p>
<p>【S:強み】</p> <p>&lt;商品知識&gt;  ・商品・商材に関する知識  ・地元産品に関する知識  &lt;卸売市場のネットワーク&gt;  ・卸売市場を核とした、川上・川下のつながり  ・小売店との情報交換、きめ細かな対応  &lt;商品の取扱い状況&gt;  ・幅広い商品選択を可能にする仕入れ  ・セリ販売比率が高く、透明性が確保されている  &lt;量販店対応&gt;  ・商組が量販店の売買参加者資格取得に積極的  &lt;産地特性&gt;  ・農産物生産に適した気候風土。  ・自然災害が少ない</p>	<p>【積極的攻勢戦略(強み×機会)】</p> <p><u>新たな岡山産品のブランド化</u></p>	<p>【差別化戦略(強み×脅威)】</p> <p><u>商品の消費促進</u></p> <p><u>国内外の新たな市場開拓</u></p>
<p>【w:弱み】</p> <p>&lt;取扱い品目&gt;  ・岡山産食材の潜在資源が未発掘  ・岡山県産の得意品目を十分に取扱えていない。（例、千両茄子）  ・有機農作物を取り扱う仲卸が少ない  &lt;県外向け戦略&gt;  ・地元特産品（白桃、マスカット、ピオーネなど）の市場経由シェアが低下  ・岡山県の強みを活かした県外向け出荷が不十分  &lt;生産者との連携&gt;  ・零細・個人農家への対応・指導不足  &lt;集荷力&gt;  ・卸の集荷力の不足（量の不足、小口商材取扱い）  &lt;業務用&gt;  ・岡山に比較的大規模な漬物工場がない  ・業務用調達機能が弱い</p>	<p>【段階的戦略(弱み×機会)】</p>	<p>【防衛又は撤退戦略(弱み×脅威)】</p> <p><u>業務用加工品需要への対応</u></p>



#### 4-3.水産部門の基本戦略

##### 4-3-1.現状の課題への対応戦略

###### **目標像1 市民・県民の食を支える拠点市場**

〔要求機能: 安定的な食の供給〕

###### ●安全・安心な商品の供給

###### 1)ねらい

近年、消費者の食料品の安全・安心に対する意識はさらに高まりを見せており、小売店から品質管理を求める声も強くなっている。このような要請を踏まえ、食品衛生管理の規範づくりに取り組んでいく。

###### 2)戦略の概要

食品衛生管理の規範づくりと行動の徹底とともに、品質保持のための既存冷蔵施設の改善・利用方法の見直しや新規整備を行なう。

###### ●適正な価格による安定供給

###### 1)ねらい

生産者の高齢化や漁獲量の減少等が続くなか、各産地との関係強化を図り、集荷量の安定化と価格の安定化に向けた取組みを展開する。

###### 2)戦略の概要

全漁連等産地の出荷団体との連携強化による、集荷量確保と価格安定化を図る。

〔要求機能: 防災対応〕

###### ●非常時における食の確保

###### 1)ねらい

東日本大震災を機に非常時における市場の役割への期待はより高まっている。生鮮食料品が集積される当市場は岡山では他にない規模の食糧の供給が可能な公共施設であることから、災害時・非常時における対応の検討、体制づくり等に向けた取組みを行っていく。

###### 2)戦略の概要

災害時の事業継続計画の策定や、隣接港からの物資受入れ体制づくりを行なう。

## **目標像 2 中国地方東部の物流を支える拠点市場**

〔要求機能: 流通圏拡大に伴う大量受入れ・大量出荷に対応する市場機能の強化〕

### ●市場内物流のスムーズ化・利便性向上

#### 1)ねらい

流通形態の多様化や輸送車両の大型化などの変化に対し、荷受・荷捌き機能の充実や市場内物流のスムーズ化のための駐車場、車両動線の改善を行なう。

#### 2)戦略の概要

既存施設の現状を踏まえ、駐車場の再編および増設等に対応していく。

## **目標像3 農業・漁業を支える拠点市場**

〔要求機能: 安定需要の確保〕

### ●多様な販売先の確保

#### 1)ねらい

近年、消費ニーズの多様化に伴い、水産物の加工・業務用需要が高まりを見せているように、生鮮品の需要は変化しつつある。このような動向を踏まえ、安定需要の維持を目指して、多様な販売先の確保に取り組む。

#### 2)戦略の概要

多様化する取引先のニーズに対応した品揃えの強化に努め、小売だけでなく業務需要等も含む新たな顧客開拓を図る。

#### 4-3-2.発展的取組み戦略

内外環境の情報（2章）を用いてSWOT分析を行い、水産部門における発展的取組みに関する基本戦略を検討した。

##### **目標像1 市民・県民の食を支える拠点市場**

###### **【積極的攻勢戦略】**

〔要求機能: 安定的な食の供給〕

###### ●地域密着型流通の充実

###### 1)ねらい

買い物弱者問題等による小回りのきいた小売への期待、買い物の多頻度小口化への対応等が求められるなかで、卸・仲卸の商品知識・目利き、卸売市場を核とした川上・川下のつながりなど市場ならではの強みを活かし、小売のやる気の促進支援、地域密着型流通の充実を図る。

###### 2)戦略の概要

食育による新たな消費価値の創造に取り組む。

〔要求機能: 地域の豊かな食材・食文化の提供・普及〕

###### ●岡山市場のブランド化

###### 1)ねらい

量販店の拡大等により全国どこでも同じ品質の商品が手に入るようになり、消費者の安全意識も高まりつつあるなか、卸・仲卸の商品知識・目利きの強みを活かし安全・安心な信頼できる岡山市場ブランドを確立させ、さらに消費者へのアピールを行い、岡山からの消費拡大・取扱量の増加を図っていく。

###### 2)戦略の概要

市民に関われた市場づくりと市場への理解促進、付加価値情報の整備（味・栄養・健康情報、調理・食べ頃情報など）に取り組む。

###### **【段階的戦略】**

〔要求機能: 安定的な食の供給〕

###### ●安全・安心な商品供給に向けた情報整備・発信

###### 1)ねらい

消費者の安全意識の高まりとともに、商品情報を求める声も増え、商品知識の価値が向上している。一方で、当市場では産地や商品に関する安全・安心情報の整備には工夫の余地があることから、今後、安全・安心な商品供給に向けた情報整備・発信に取り組み、消費者からの支持を高めていくことを目指す。

## 2)戦略の概要

産地の安全・安心情報の充実、インターネットを活用した安全・安心情報の発信（情報の一元化とフリーアクセス）に取り組む。

### ●品質管理の高度化

#### 1)ねらい

現在、量販店等による卸売市場への定温・低温管理の要請があるが、当市場では小売店が求める品質水準への対応は未だ不十分で、ガソリン車フォークリフトの搬入による衛生管理（の問題）も指摘されている。このような現状を踏まえ、量販店・小売店の要請に対応できる品質管理の高度化を図る。

## 2)戦略の概要

コールドチェーンシステムの構築に取り組む。

### 【差別化戦略】

〔要求機能: 環境問題への対応〕

### ●エコ市場への対応

#### 1)ねらい

近年、電力料金の高騰の可能性が危惧され、また環境法制が厳格化しつつあるが、このような脅威に対して、これまでのエコ施設導入の実績経験を活かし、エコ市場を目指す取組みを進めていく。

## 2)戦略の概要

市場のエコ対策（省エネ・創エネ設備導入、省エネ型建築など）、エコマネジメントシステムによる省エネに取り組む。

「目標像1 市民・県民の食を支える拠点市場」の視点に立った発展的取組みについて、SWOT分析に係る関連要素と結果を次のページに整理した。

岡山市中央卸売市場（水産）		
【目標像1】 市民・県民の食を支える拠点市場		
<p>目標像の説明</p> <p>岡山市民・県民に安定的に食を供給する責務のある市場として、品質管理や災害対応をしっかりと進めその基盤を整えるとともに、超高齢時代における卸売市場の公共的役割を強化するものとして、生活者に密着した多角的な消費支援を行なう市場を目指す。また、岡山市中央卸売市場が環境への負荷低減に取り組むなど新たな価値形成への対応を進め、消費者により信頼される市場づくりを進める。</p>	<p>【O:機会】</p> <p>&lt;小売店の動向&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>食品専門スーパーの増加</li> <li>量販店による定温・低温管理の要請</li> </ul> <p>&lt;市場をめぐる動向&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>法改正による規制緩和（広域的な販売展開、ネットによる取引きの可能性高）</li> <li>情報技術の進歩</li> <li>量販店の拡大等により、全国どこでもより適正価格で同じものが手に入る状況（⇒独自性のある商品の発掘・販売展開の必要性）</li> </ul> <p>&lt;消費者行動・意識&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>買い物物の多頻度小口化・地域分散化への対応</li> <li>買い物弱者問題等による、小回りのきいた小売への期待</li> <li>消費者の安全意識の高まり</li> <li>商品情報を求める消費者の増加（商品知識の価値向上）</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>食育への注目</li> </ul> <p>&lt;地域の人口の伸び&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>増加傾向にある、岡山市の人口</li> </ul>	<p>【T:脅威】</p> <p>&lt;法制度・その他&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>電力料金高騰の可能性</li> <li>環境法制の厳格化</li> </ul>
<p>【S:強み】</p> <p>&lt;商品知識&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>消費者が納得できる商品知識・目利き能力を、卸・仲卸が有している</li> </ul> <p>&lt;岡山の特産品&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>サワラ、アジ、タイ、マカ、カ、ハマチ、シラ、鱈などの他、近海ものが年間を通じて豊富に集まる</li> <li>サワラ、全国取扱1位（2003年時点で、全国平均より高価格）</li> </ul> <p>&lt;卸売市場のネットワーク&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>卸売市場を核とした川上・川下のつながり</li> <li>岡山県全域が商圏</li> </ul> <p>&lt;市民に開かれた市場&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>活気ある関連施設</li> </ul> <p>&lt;商品の取扱い状況&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>幅広い商品選択を可能にする仕入れの幅広さ（全国の産地はもとより、海外の輸入水産物も）</li> <li>安心・安全な市場取扱品</li> </ul> <p>&lt;環境&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>エコ施設導入の実績</li> </ul>	<p>【積極的攻勢戦略(強み×機会)】</p> <p><u>地域密着型流通の充実</u></p> <p><u>岡山市場のブランド化</u></p>	<p>【差別化戦略(強み×脅威)】</p> <p><u>エコ市場への対応</u></p>
<p>【w:弱み】</p> <p>&lt;施設の現状&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>小売店が求める定温・低温管理が不十分。</li> <li>施設の老朽化と機能の不足（加工、低温管理等）</li> <li>横もち距離が長い施設配置</li> <li>ガリソリ車フォークリフトの搬入による衛生管理が不十分</li> </ul> <p>&lt;集荷力&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>取扱い規模が大きくないことによる、集荷力不足（瀬戸内産以外、他市場産品の集荷力の弱さ）</li> </ul> <p>&lt;商品価格&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>近海物の値が漁獲量によって大幅に変動する</li> </ul> <p>&lt;情報整備&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>産地や商品についての安全・安心情報の整備</li> </ul>	<p>【段階的戦略(弱み×機会)】</p> <p><u>安全・安心な商品供給に向けた情報整備・発信</u></p> <p><u>品質管理の高度化</u></p>	<p>【防衛又は撤退戦略(弱み×脅威)】</p>

## 目標像2 中国地方東部の物流を支える拠点市場

### 【積極的攻勢戦略】

〔要求機能: 広域流通のためのしくみづくり〕

#### ●岡山を物流拠点とした、県外市場の集荷支援

##### 1)ねらい

卸売市場法改正に伴う規制緩和と情報技術の進歩により、インターネットを活用した取引、広域的な販売展開が可能となってきた。近畿～中国地方、山陰～四国地方との結節点という当市場の立地特性を活かし、広域物流拠点として積極的な県外市場の集荷支援を行っていく。

##### 2)戦略の概要

県外市場との情報交換に基づく供給・受入れ体制強化に取り組む。

### 【段階的戦略】

〔要求機能: 広域流通のためのしくみづくり〕

#### ●広域的な小売との取引強化

##### 1)ねらい

卸売市場法改正に伴う規制緩和により、広域的な販売展開の可能性が高まってきたが、当市場では隣接するライバル市場の分析も不十分な状況にある。この現状を踏まえ、広域的な小売との取引強化に努め、周辺市場との競争力を高めていく。

##### 2)戦略の概要

近隣県の小売業のニーズを把握する。

### 【防衛又は撤退戦略】

〔要求機能: 流通圏広域化に伴う大量受入れ・大量出荷に対応する市場機能の強化〕

#### ●配送センター機能の強化

##### 1)ねらい

広島、神戸等の隣接市場が中央拠点市場となり流通における広域拠点化が図られるとともに、民間物流センターの台頭も進みつつあるなか、当市場では荷捌きスペースや屋根の不足、配送関連施設の機能不足等が課題となっている。この現状を踏まえ、競争力の強化に向けた基盤整備として配送センター機能の強化を図っていく。

##### 2)戦略の概要

配送専門業者による配送組織の検討を行う。

「目標像2 中国地方東部の物流を支える拠点市場」の視点に立った発展的取組みについて、SWOT分析に係る関連要素と結果を次のページに整理した。

岡山市中央卸売市場（水産）		
【目標像2】 中国地方東部の物流を支える拠点市場		
<p>目標像の説明</p> <p>地域内外の生産者や地方市場との連携強化により、岡山県内の生鮮食品流通の拠点としての機能を強化する。また、県外の広域的な市場間連携や県外小売業者等との連携により中国地方東部における食品流通拠点化を図ることで、取扱量の拡大を目指す。</p>	<p>【O:機会】</p> <p>&lt;市場をめぐる動向&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>卸売市場に求められる、取扱品の産地の持つ特性や品質等の商品知識</li> <li>法改正による規制緩和（広域的な販売展開、インターネットによる取引の可能性高）</li> <li>情報技術の進歩</li> </ul> <p>&lt;消費者&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>消費者の地場物志向</li> </ul>	<p>【T:脅威】</p> <p>&lt;社会動向&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>全国的な人口減少</li> <li>高齢化の進展に伴って見込まれる食料消費量の低下</li> </ul> <p>&lt;市場をめぐる動向&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>規制緩和に伴う市場再編の動き</li> <li>全国的な卸売市場の取扱数量・金額の減少</li> </ul> <p>&lt;産地・生産者&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>産地・小売の直接流通の増加</li> <li>量販店による定温・低温管理の要請</li> </ul> <p>&lt;流通動向&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>広域拠点化の流れ</li> <li>競争市場（民間市場）が近接（広島、福山、大阪等）</li> <li>隣接市場の中央拠点市場化（広島、神戸）</li> <li>民間物流センターの台頭</li> <li>交通アクセスの発達による他市場との販売競争の激化</li> </ul>
<p>【S:強み】</p> <p>&lt;立地&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>近畿～中国地方、山陰～四国地方の流通網の結節点</li> <li>交通網が整備されており、物流がスピーディ</li> </ul> <p>&lt;卸売市場のネットワーク&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>中四国間の連携強化・情報共有化への取組み</li> </ul> <p>&lt;商品の取扱い状況&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>幅広い商品選択を可能にする仕入れ</li> </ul>	<p>【積極的攻勢戦略(強み×機会)】</p> <p><u>岡山を物流拠点とした、県外市場の集荷支援</u></p>	<p>【差別化戦略(強み×脅威)】</p>
<p>【w:弱み】</p> <p>&lt;売買参加者&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>後継者不足、量販店台頭等による売買参加者の減少</li> </ul> <p>&lt;施設の現状&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>施設の老朽化と機能の不足</li> <li>横もち距離が長い施設配置</li> <li>荷捌スペース、屋根の不足</li> </ul> <p>&lt;広域連携&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ライバル市場の分析が不十分</li> </ul>	<p>【段階的戦略(弱み×機会)】</p> <p><u>広域的な小売との取引強化</u></p>	<p>【防衛又は撤退戦略(弱み×脅威)】</p> <p><u>配送センター機能の強化</u></p>

### 目標像3 農業・漁業を支える拠点市場

#### 【積極的攻勢戦略】

〔要求機能: 商品の付加価値向上〕

#### ●新たな岡山産品のブランド化

##### 1)ねらい

近年、ご当地ものやお取り寄せグルメへの関心が高いが、小規模産地の産品は全国的に広まっていない可能性もある。瀬戸内海の豊富な魚種が揚がる当市場では、消費者が納得できる商品知識・目利きを強みとして、新しい地元産品のブランド化を図り、岡山産品を広く消費者に向けて発信していく。

##### 2)戦略の概要

岡山産食材の掘り起こしと情報蓄積、地場産品・地方色のある食材の遠方への販路開拓支援、産地への要請（商材の取扱い方法など）に取り組む。

#### 【段階的戦略】

〔要求機能: 安定需要の確保〕

#### ●国内外の新たな市場開拓

##### 1)ねらい

岡山は瀬戸内海の豊富な魚種が揚がるが、全国的にまだ広まっていない産品もある。また、海外ではアジア、ヨーロッパなどで魚食ブームが起こり日本産品の人気・信頼も高い。しかしながら、現状では広域的な販路は確立できていないことから、今後、国内外に向けた新たな市場開拓を進めていく。

##### 2)戦略の概要

新規市場開拓のための体制整備（共同出資会社設立等）、高品質な岡山の地元産品による国内外の市場の開拓等に取り組む。

#### 【差別化戦略】

〔要求機能: 安定需要の確保〕

#### ●商品の消費促進

##### 1)ねらい

高齢化・人口減少の時代を迎え、さらに加工品需要の増加等により生鮮品の消費量は減少している。このような脅威があるなか、市場が持っている商品・商材に関する知識、小売店との情報交換、きめ細かな対応に努め、水産物の消費促進を図り、市場の取扱高の増加を目指す。

##### 2)戦略の概要

消費者への食材知識の普及による消費拡大と潜在需要開拓に取り組む。

「目標像3 農業・漁業を支える拠点市場」の視点に立った発展的取組みについて、SWOT分析に係る関連要素と結果を次のページに整理した。



岡山市中央卸売市場（水産）		
【目標像3】 農業・漁業を支える拠点市場		
<p>目標像の説明</p> <p>地域の食を支える基盤である地域の農業・漁業を支えるために、消費の促進や新たな販路開拓などにより産地を支援する。また、生産者との連携により、岡山市中央卸売市場のブランド化、及び、地域ブランド製品の開発を進め、海外市場も視野に入れた競争力のある高付加価値な食品の流通を目指す。</p>	<p>【O:機会】</p> <p>&lt;産地特性&gt; ・瀬戸内ならではの豊富な魚種</p> <p>&lt;産地・流通動向&gt; ・小規模産地のまだ広まっていない産品がある可能性</p> <p>&lt;消費者動向&gt; ・健康意識・環境意識の高まり ・消費者の安全意識の高まり ・ご当地グルメ・お取り寄せグルメブーム</p> <p>&lt;海外&gt; ・アジア、ヨーロッパでの魚食ブーム ・日本の品質への信頼</p>	<p>【T:脅威】</p> <p>&lt;流通動向&gt; ・量販店向けの増加による価格圧力の高まり、大量廉価の傾向 ・直販による市場を通さない食品流通の増加 ・冷凍・加工品に使用される生鮮食品の増加</p> <p>&lt;消費者動向&gt; ・生鮮品の消費量減少（高齢化、人口減少、魚食離れ）</p>
<p>【S:強み】</p> <p>&lt;商品知識&gt; ・消費者が納得できる卸・仲卸の商品知識・目利き能力を有している ・地元産品に関する知識に精通している</p> <p>&lt;卸売市場のネットワーク&gt; ・卸売市場を核とした川上・川下のつながり ・小売店との情報交換、きめ細かな対応</p> <p>&lt;商品の取扱い状況&gt; ・取扱い品目の種類の豊富さ</p>	<p>【積極的攻勢戦略(強み×機会)】</p> <p><u>新たな岡山産品のブランド化</u></p>	<p>【差別化戦略(強み×脅威)】</p> <p><u>商品の消費促進</u></p>
<p>【w:弱み】</p> <p>・広域的（海外含む）な販路</p>	<p>【段階的戦略(弱み×機会)】</p> <p><u>国内外の新たな市場開拓</u></p>	<p>【防衛又は撤退戦略(弱み×脅威)】</p>

#### 4-4.その他（市場の経営に関する全体的な事項）

直接的な流通業務の改善に関する戦略である現状と課題への対応、発展的取組みと共に、市場内部の体制充実の基本的事項として、市場の経営に関する全体的な取組み事項を整理した。

なお、これらの取組みは青果、水産それぞれで取り組む事項であるとともに、必要に応じ両者の連携により取り組むことが望まれる。

##### ●人材教育・体制づくり

- ・後継者育成

- 卸・仲卸による研修生の受入れ・育成、後継者確保のための労働環境の改善に取り組む。

- ・サービス向上のための人材教育・体制づくり

- 衛生管理・品質管理教育、商品開発、リテールサポート体制の充実、情報システム活用に取り組む。

##### ●卸売業者、仲卸業者の経営改善

- ・消費者・生産者ニーズを先取りした戦略立案体制

- 市場関係者によるマーケティング会議を定期的を開催する。

## 5.行動計画の策定

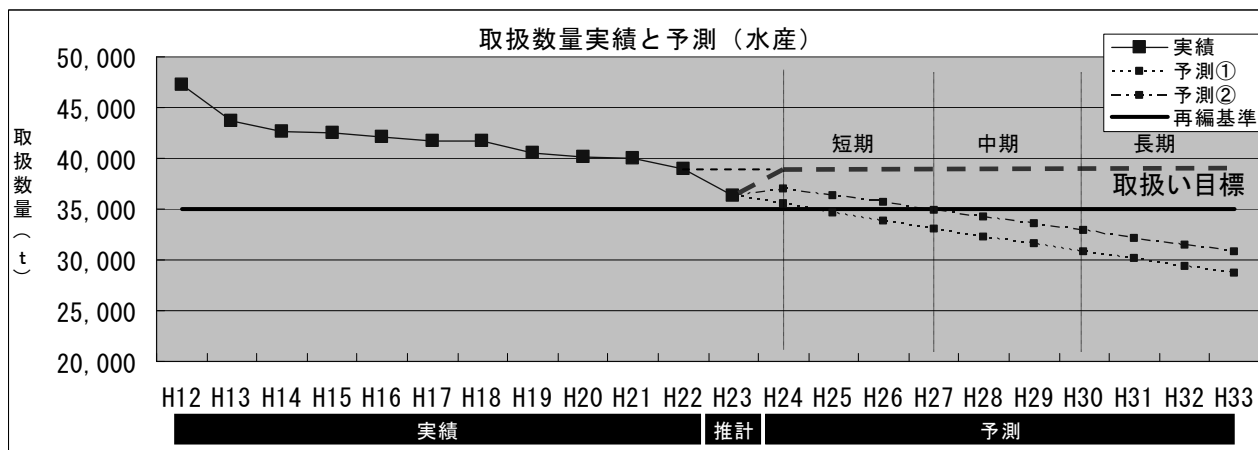
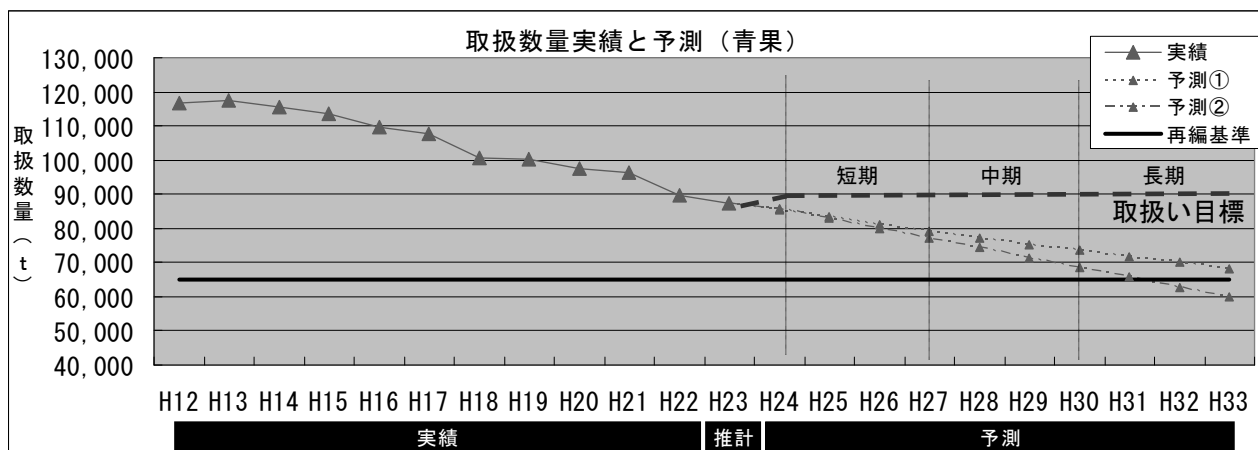
### 5-1.行動計画における目標設定

取扱い目標：青果：約 90,000t（平成 22 年度水準）  
 水産：約 39,000t（平成 22 年度水準）

取扱量は経年的に減少傾向を見せており、特に平成 23 年度は東日本大震災による生鮮品流通への大きな影響もあり、例年以上に取扱量が減少したが、平成 24 年度以降は、取扱量を平成 22 年度水準に戻すことを目標とする。

新たな戦略による取扱量の大幅な増加は期待できないが、平成 27 年度までの岡山市の人口増加予測(国立社会人口問題研究所)を踏まえ、青果部門においては既存顧客との取引関係の維持に努め、水産部門においては再編基準となる 35,000 t を下回らないように、既存顧客との取引関係維持とともに、食品加工や給食など新たな顧客開拓に努め、平成 22 年度水準を維持していくことを目指す。さらに、中期以降の経営戦略展開に向け、取引先の理解を促し関係強化を図る。

＜参考：戦略展開の期間と取扱い目標量＞



## 5-2.重点戦略の設定

行動計画においては、基本戦略のうち、特に重点的に取り組むべき戦略、あるいは現状を踏まえ現実的な取組みなどを重点戦略と位置づけ、戦略の選択と資源の集中による実行性の高い計画となるよう検討した。

このため、前述のSWOT分析において「積極的攻勢戦略」に位置づけられた発展的取組みを中心に重点施策を抽出し、現対応が必要となっている「現状の課題への対応戦略」とともに、行動計画の構成戦略として具体化を図った。

### 重点戦略一覧

#### <青果部門>

##### 【目標像1 市民・県民の食を支える拠点市場】

要求機能 1-1) 安定的な食の供給

■重点戦略■ 地域密着型流通の充実

要求機能 1-2) 地域の豊かな食材・食文化の提供

■重点戦略■ 岡山市場のブランド化

##### 【目標像2 中国地方東部の物流を支える拠点市場】

要求機能 2-2) 広域流通のためのしくみづくり

■重点戦略■ 地方市場と連携した岡山県内における供給力充実

■重点戦略■ 岡山を物流拠点とした県外市場の集荷支援

##### 【目標像3 農業・漁業を支える拠点市場】

要求機能 3-1) 安定需要の確保

■重点戦略■ 国内外の新たな市場開拓

要求機能 3-2) 商品の付加価値向上

■重点戦略■ 新たな岡山製品のブランド化

#### <水産部門>

##### 【目標像1 市民・県民の食を支える拠点市場】

要求機能 1-1) 安定的な食の供給

■重点戦略■ 地域密着型流通の充実

要求機能 1-2) 地域の豊かな食材・食文化の提供

■重点戦略■ 岡山市場のブランド化

##### 【目標像2 中国地方東部の物流を支える拠点市場】

要求機能 2-2) 広域流通のためのしくみづくり

■重点戦略■ 岡山を物流拠点とした、県外市場の集荷支援

##### 【目標像3 農業・漁業を支える拠点市場】

要求機能 3-1) 安定需要の確保

■重点戦略■ 国内外の新たな市場開拓

要求機能 3-2) 商品の付加価値向上

■重点戦略■ 新たな岡山製品のブランド化

### 5-3.青果部門における戦略の具体化

#### 5-3-1.共通事項

##### ■マーケティング

- ・岡山市中央卸売市場の実態把握（各種施設利用の実態、関係者ニーズ等）  
開設者が、市場施設の適正な利用のために駐車場や倉庫等市場内施設の利用実態や施設利用に関する関係者のニーズを調査する。
- ・生産地の実態把握・生産者のニーズ把握  
卸が中心となって、集荷力の維持と新たな生産地開拓による集荷力強化のために、生産地の生産力の現状や出荷に当たっての要望等を把握する。
- ・消費者ニーズ・小売業ニーズの分析  
仲卸・売買参加者が中心となって、販売・集荷戦略の検討のために消費者の食品購買ニーズや小売業における品揃えニーズなどを把握する。
- ・他市場の動向・ニーズの把握  
卸・仲卸が中心となって、今後連携を強化する他の市場や競合することが考えられる市場などの経営実態や経営戦略等を調査分析する。

#### 5-3-2.現状の課題への対応戦略の具体化

##### 目標像1 市民・県民の食を支える拠点市場

##### 要求機能:1-1) 安定的な食の供給

##### ■基本戦略■ 安全・安心な商品の供給

- ・岡山市中央卸売市場としての食品衛生管理の規範づくりと行動の徹底  
市場の全関係者が協力し、消費者に信頼される市場活動の徹底のために、既存の衛生管理マニュアルの見直しや行動規範づくり、意識啓発などを実施する。
- ・既存冷蔵施設の改善・利用方法の見直し  
卸、仲卸が中心となって、既存施設の最大限の有効活用を図るため、現在の利用状況に関する問題課題を整理し、改善方策の検討を行う。
- ・品質保持のための定温・低温設備の整備（冷蔵庫・冷房設備等）  
開設者、卸、仲卸が協力し、取扱商品の品質を維持するため、低温売場、保冷庫の整備・改善、充実に取り組む。

##### ■基本戦略■ 適正な価格による安定供給

- ・集荷力強化に向けた産地情報の把握と集荷先の開拓  
卸が、産地との関係を深めながら各産地の特性や品質管理状況等を詳しく把握した上で、安定供給の確保に向けた集荷先の開拓を進めていく。
- ・全農等産地の出荷団体との連携強化  
卸が主体となって、適正価格による安定した供給を可能にするため、全農等の産地の出荷団体と連携を深めていく。

- ・共同集荷、他市場との連携等による集荷力の向上  
卸が主体となって、他市場との販売力合体による集荷力強化を目指し、共同集荷組織による一括した産地への出荷要請、取引産地拡大に取り組んでいく。
- ・流通環境の変化に応じた多様な流通手段の開拓  
卸と仲卸が協力して、多様化する小売・消費者のニーズに応えられるよう、卸売市場法改正による規制緩和を活用した各種多様な流通手段の開拓に取り組む。

#### 要求機能:1-3) 防災対応

##### ■基本戦略■ 非常時における食の確保

- ・災害時における事業継続計画（BCP）の策定  
開設者、卸をはじめとする全ての市場関係者が、災害時にも卸売市場の役割・機能を維持し業務を行うための事業継続計画を策定する。
- ・非常時における物資供給  
開設者、卸をはじめとする全ての市場関係者が関係機関・流通事業者と連携して、非常時における食糧の確保と物資供給を行うための体制をつくる。
- ・隣接港からの支援物資受入れの体制づくり  
開設者、卸をはじめとする全ての市場関係者が、関係機関と連携して、隣接する岡山港からの非常時の支援物資受入れ体制を構築する。

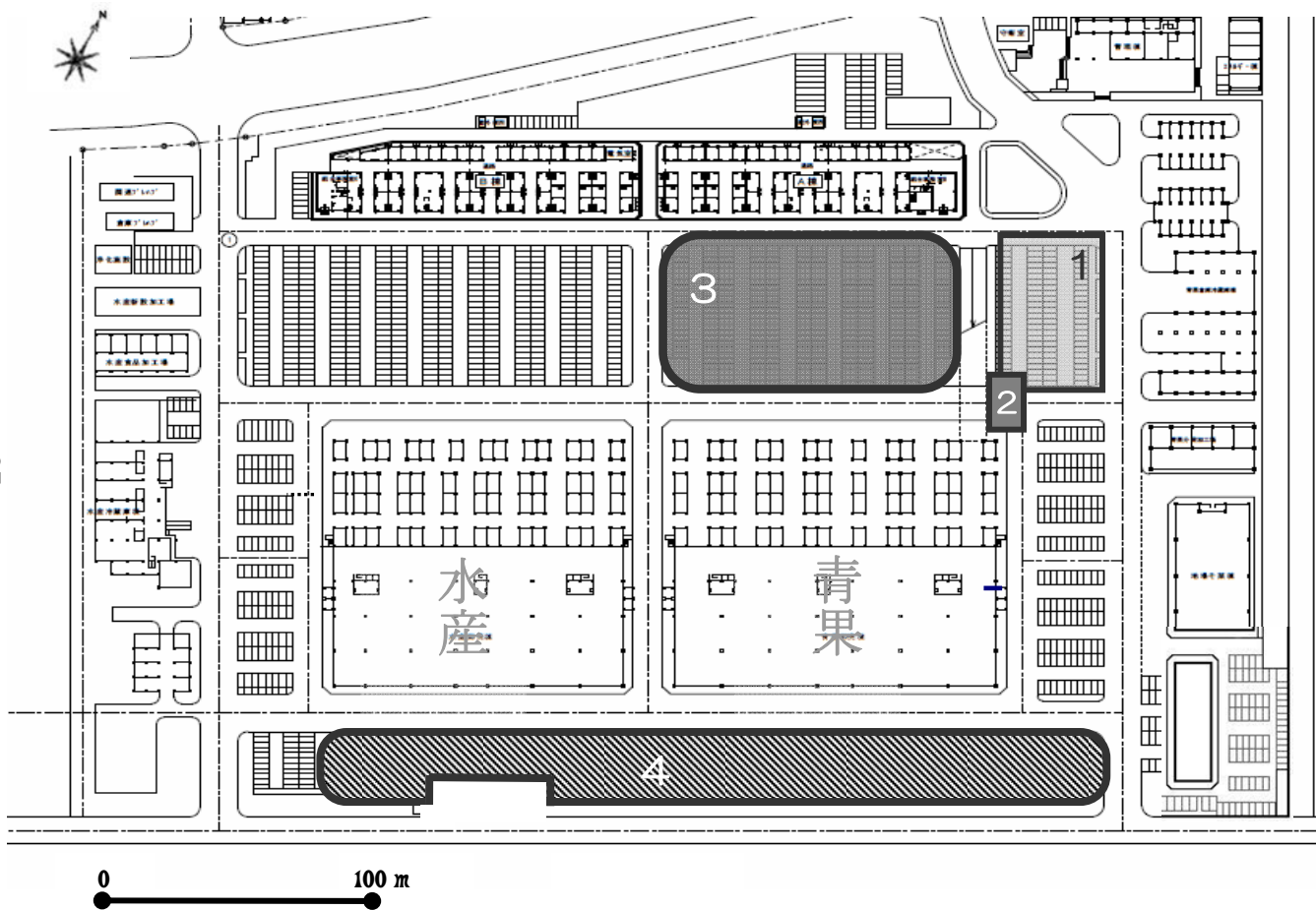
#### 目標像2 中国地方東部の物流を支える拠点市場

##### 要求機能:2-1) 流通圏広域化に伴う大量受入れ・大量出荷に対応する市場機能の強化

##### ■基本戦略■ 市場内物流のスムーズ化・利便性向上

- ・駐車場への荷捌き機能の付加（屋根かけ）  
開設者が、荷捌き可能スペースを増やし利便性向上を図るため、現在駐車場の区域に屋根をかける整備を行う。（次頁図参照）
- ・老朽化施設の改修  
開設者が、施設の耐震性確保と物流のスムーズ化を図るため、老朽化した施設の改修を行う。
- ・大型車に対応した駐車場整備  
開設者が、市場内での車両交通の円滑化と物流のスムーズ化を図るため、大型車に対応した駐車場の整備を実施する。
- ・駐車場のすみ分けおよび使用ルールの設定  
市場の全関係者が協力し、駐車場利用の混雑解消と有効活用を図るため、駐車場のすみ分けについて協議し、使用に関するルールを設定する。

荷捌き・駐車場・屋根 配置図



〔荷捌き・駐車場・屋根等配置計画の概要〕

	No.	要望内容
立体駐車場	1	立体駐車場 (1階が荷捌場)
	2	立体駐車場と青果棟をつなぐ 連絡橋
屋根	3	現況駐車場に屋根
	4	現況駐車場に屋根

〔立体駐車場〕

- ・ 自走式立体駐車場。一層 2 段フラット式、天井高6m 程度
- ・ 上段駐車は 2t車まで

〔屋根〕

- ・ 屋根下高 6m 程度。

※ なお、立体駐車場・屋根の面積については、実態調査を行った上で確定する。

- ・駐車場のすみ分けおよび使用ルールの設定  
市場の全関係者が協力し、駐車場利用の混雑解消と有効活用を図るため、駐車場のすみ分けについて協議し、使用に関するルールを設定する。
- ・市場内のトラック動線の改善  
開設者、卸・仲卸が中心となって、市場内の車両交通の円滑化・物流のスムーズ化及び安全性確保のため、トラック動線の改善を検討する。
- ・場内職員・社員の立体駐車場  
開設者が中心となり、市場内の車両交通の円滑化・利便性向上を図るため、卸・仲卸とともに場内職員・社員の立体駐車場の整備について検討する。

#### ■基本戦略■ 配送センター機能の強化

- ・ピッキング機能の充実  
開設者が、小売・量販店からのニーズに対応し、より大量な取扱いを可能にするため、出荷の効率化を図るピッキング機能の充実を図る。(前頁図参照)
- ・加工パック機能の工夫  
卸、仲卸が、小売・量販店の省力化・効率化に対するニーズに応え、取引きの維持拡大を図るため、加工パック機能の工夫・充実を図る。
- ・配送専門業者による配送組織の検討  
仲卸が、商品の配送の共同化を図るため、配送専門業者による配送組織化・出荷体制の検討を行う。

### 目標像3 農業・漁業を支える拠点市場

#### 要求機能:3-1) 安定需要の確保

#### ■基本戦略■ 多様な販売先の確保

- ・新たな顧客開拓  
卸、仲卸、売買参加者が連携して、各種小売店、飲食業、食品加工・給食業者等新たな販売先との取引きの拡大を図る。
- ・取引先のニーズに対応した品揃え強化  
卸、仲卸、売買参加者が連携して、小売の差別化戦略など個別のニーズに応える品揃えの実現に向けたしくみをつくる。



### 5-3-3.重点戦略の具体化

#### **目標像1 市民・県民の食を支える拠点市場**

##### **要求機能:1-1) 安定的な食の供給**

###### **重点戦略■ 地域密着型流通の充実**

- ・地域小売店を支援する配送システムの強化(小口貨物の効率的輸送体制の検討、定期トラック便など)  
仲卸が、小売店のニーズに対応しつつ小ロット・少量配送の効率化を図るため、小口貨物を混載し定期的にルート配送を行うトラック便等の整備を進める。
- ・多様な品目・品種・規格の取扱いによるニーズへの対応  
卸、仲卸、売買参加者が協力して、消費者のニーズに対応するためのマーケティングを行い、要望に応じた多様な品種・品目・規格の取扱いに取り組む。
- ・食育による新たな消費価値の創造  
卸、仲卸、売買参加者が中心となり、開設者と連携しながら、地域の消費者団体や学校等と連携した新たな消費価値の周知・啓発のための食育に取り組む。

##### **要求機能:1-2) 地域の豊かな食材・食文化の提供**

###### **重点戦略■ 岡山市場のブランド化**

- ・市民に開かれた市場づくりと市場への理解促進  
開設者が中心となり、市場の役割・機能に対する認知度向上のため、広報活動とともに「イチバデー」をはじめとする市民に開かれた取組みの充実を図る。
- ・付加価値情報の整備(味、栄養、長寿・健康、希少性、アレルギー情報など)  
卸、仲卸、売買参加者が中心となり、商品価値を高め、消費者に有用な健康情報等の食品関連情報の把握・整理・情報発信に取り組む。
- ・ブランド品質基準の整備  
全関係者が協力し、当市場の取扱商品の品質が維持され小売・消費者に評価・支持されるための基準の設定、産地との協力方法等の検討に取り組む。
- ・産地、消費者へのブランドの考え方の周知  
卸、仲卸、売買参加者を中心に、当市場取扱品のブランド品質への理解を広く浸透させるため、産地への周知・説明、消費者への広報・宣伝に取り組む。
- ・産地認定制度の整備  
卸が中心となり、当市場のブランド品質に適合する優良な出荷者を認定することで、付加価値向上による生産者支援と消費者価値の最大化を図る。
- ・トレーサビリティの充実  
卸、仲卸、売買参加者を中心に、取扱品の信頼度確保に向け、川上から川下までの履歴情報の管理・情報公開(トレーサビリティ)の充実に取り組む。

## 目標像 2 中国地方東部の物流を支える拠点市場

### 要求機能:2-2) 広域流通のためのしくみづくり

#### ■重点戦略■ 地方市場と連携した岡山県内における供給力充実

- ・受発注情報システム（地方市場のニーズ情報の把握）  
卸、仲卸が、地域の拠点市場として県内の消費者に向けた供給をきめ細かく行うため、受発注情報システムを構築し地方市場のニーズに対応していく。
- ・効率的な配送システムの構築（商材の小口混載による輸送コスト低減等）  
卸、仲卸、売買参加者が、県内各地への商品供給の効率化・コスト低減を目指し、配送業者と協力し配送ルートの検討、小口混載の実施等に取り組む。

#### ■重点戦略■ 岡山を物流拠点とした県外市場の集荷支援

- ・情報交換に基づく供給・受入れ体制の強化  
卸、仲卸が、より広域的な取引拡大に向け、県外市場との商材やニーズの情報交換を行い、取扱量増加に対応できる集出荷体制の強化に取り組む。
- ・効率的な配送システムの構築（モーダルミックスによる長距離大量輸送コスト低減等）  
卸、仲卸が、全国との効率的な商品供給・受入れの拡大を目指し、他市場・物流業者と連携した長距離輸送ルートの検討、体制整備に取り組む。

## 目標像 3 農業・漁業を支える拠点市場

### 要求機能:3-1) 安定需要の確保

#### ■重点戦略■ 国内外の新たな市場開拓

- ・新規市場開拓のための体制整備（共同出資会社設立等）  
市場関係者が市場開拓のためのマーケティングやインターネット販売等新たな取り組みを展開するために、共同出資による新会社設立等、実行性のある体制をつくる。
- ・高品質な岡山の地元産品による国内広域及び海外市場の開拓  
卸、仲卸、売買参加者を中心に、より広域な岡山産品の販路拡大に向け、海外も視野に入れたマーケティング活動に取り組んでいく。

### 要求機能:3-2) 商品の付加価値向上

#### ■重点戦略■ 新たな岡山産品のブランド化

- ・岡山産食材の掘り起こしと情報蓄積（未活用食材情報の蓄積）  
卸、仲卸、売買参加者が協力し、新たな岡山産商材創出を目指して、生産者や食育団体等との連携・協力により、地元の食材・食文化の情報収集・商品発掘に取り組む。
- ・地元産品、地方色のある食材の遠方の販路開拓支援  
仲卸が、地元産品のより広域的な販路開拓を目指し、県外取引先へのマーケティング、売り込みを行っていく。
- ・産地への要請（商材の取扱方法など）  
卸から生産者に対し、地元産品がより高い付加価値で出荷・販売されるよう、取扱・出荷方法等に関して市場としての要請・アドバイスをっていく。

5-3-4. 主体と取り組みスケジュール

取組み主体凡例			
●	中心的な実施		
○	サポート主体		

実施期間凡例	
—	準備・実行期間
●	達成目標時期
.....>	継続の実施時期

青果部門における行動計画	取組み主体				実施時期（概ね10年の段取り）		
	開設者	卸	仲卸	参売加者買	短期	中期	長期
<b>共通項目</b>							
<b>マーケティング</b>							
<ul style="list-style-type: none"> <li>岡山市中央卸売市場の実態把握（各種施設利用の実態、関係者ニーズ等）</li> <li>生産地の実態把握・生産者のニーズ把握</li> <li>消費者ニーズ・小売業ニーズの分析</li> <li>他市場の動向・ニーズの把握</li> </ul>	●	○	○	○	●	●	●
<b>現状課題への対応</b>							
<b>【目標像1 市民・県民の食を支える拠点市場】</b>							
<b>要求機能1-1) 安定的な食の供給</b>							
<ul style="list-style-type: none"> <li>■基本戦略 ■ 安全・安心な商品の供給</li> <li>岡山市中央卸売市場としての食品衛生管理の規範づくりと行動の徹底</li> <li>既存冷蔵施設の改善・利用方法の見直し</li> <li>品質保持のための定温・低温設備の整備（冷蔵庫・冷蔵設備等）</li> </ul>	●	○	○	○	●	●	●
<ul style="list-style-type: none"> <li>■基本戦略 ■ 適正な価格による安定供給</li> <li>集荷力強化に向けた産地情報の把握と集荷先の開拓</li> <li>空襲等産地の出荷団体との連携強化</li> <li>共同集荷、他市場との連携等による集荷力の向上</li> <li>流通環境の変化に応じた多様な流通手段の開拓</li> </ul>	●	○	○	○	●	●	●
<b>要求機能1-3) 防災対応</b>							
<ul style="list-style-type: none"> <li>■基本戦略 ■ 非常時における食の確保</li> <li>災害時における事業継続計画（BCP）の策定</li> <li>非常時における物資供給</li> <li>隣接産地からの支援物資受入れの体制づくり</li> </ul>	●	○	○	○	●	●	●
<b>【目標像2 中国地方東部の物流を支える拠点市場】</b>							
<b>要求機能2-1) 流通圏広域化に伴う大量受け入れ・大量出荷に対応する市場機能の強化</b>							
<ul style="list-style-type: none"> <li>■基本戦略 ■ 市場内物流のスムーズ化・利便性向上</li> <li>駐車場への荷捌き機能の付加（屋根かけ）</li> <li>老朽化施設の改修</li> <li>大型車に対応した駐車場整備</li> <li>駐車場のすみ分けおよび使用ルールの設定</li> <li>市場内のトラック動線の改善</li> <li>場内職員・社員の立体駐車場</li> </ul>	●	○	○	○	●	●	●
<ul style="list-style-type: none"> <li>■基本戦略 ■ 配送センター機能の強化</li> <li>ピッキング機能の整備</li> <li>加工パック機能の工夫</li> <li>配送専門業者による配送組織の検討</li> </ul>	●	○	○	○	●	●	●
<b>【目標像3 農業・漁業を支える拠点市場】</b>							
<b>要求機能3-1) 安定需要の確保</b>							
<ul style="list-style-type: none"> <li>■基本戦略 ■ 多様な販売先の確保</li> <li>新たな顧客開拓（各種小売店、飲食業、食品加工・給食業者等への販売促進活動）</li> <li>取引先のニーズに対応した品揃え強化</li> </ul>	○	○	○	○	●	●	●
<b>発展的取り組み</b>							
<b>【目標像1 市民・県民の食を支える拠点市場】</b>							
<b>要求機能1-1) 安定的な食の供給</b>							
<ul style="list-style-type: none"> <li>■重点戦略 ■ 地域密着型流通の充実</li> <li>地域小売店を支援する配送システムの強化（小口貨物の効率的輸送体制の検討、定期トラック便など）</li> <li>多様な品目・品種・規格の取扱いによるニーズへの対応</li> <li>食育による新たな消費価値の創造</li> </ul>	○	○	○	○	●	●	●
<b>要求機能1-2) 地域の豊かな食文化の提供</b>							
<ul style="list-style-type: none"> <li>■重点戦略 ■ 岡山市場のブランド化</li> <li>市民に開かれた市場づくりと市場への理解促進</li> <li>付加価値情報の整備（味、栄養、長寿・健康、希少性、アレルギー情報など）</li> <li>ブランド品質基準の整備</li> <li>産地、消費者へのブランドの考え方の周知</li> <li>産地認定制度の整備</li> <li>トレーサビリティの充実</li> </ul>	●	○	○	○	●	●	●
<b>【目標像2 中国地方東部の物流を支える拠点市場】</b>							
<b>要求機能2-2) 広域流通のためのしくみづくり</b>							
<ul style="list-style-type: none"> <li>■重点戦略 ■ 地方市場と連携した岡山県内における供給力充実</li> <li>受発注情報システム（地方市場のニーズ情報の把握）</li> <li>効率的な配送システムの構築（商材の小口混載による輸送コスト低減等）</li> </ul>	○	○	○	○	●	●	●
<ul style="list-style-type: none"> <li>■重点戦略 ■ 岡山を物流拠点とした県外市場の集荷支援</li> <li>情報交換に基づく相互の供給・受入れ体制の強化</li> <li>効率的な配送システムの構築（モーダル切替による長距離大量輸送コスト低減等）</li> </ul>	○	○	○	○	●	●	●
<b>【目標像3 農業・漁業を支える拠点市場】</b>							
<b>要求機能3-1) 安定需要の確保</b>							
<ul style="list-style-type: none"> <li>■基本戦略 ■ 国内外の新たな市場開拓</li> <li>新規市場開拓のための体制整備（共同出資会社設立等）</li> <li>高品質な岡山の地元産品による国内広域及び海外市場の開拓</li> </ul>	○	○	○	○	●	●	●
<b>要求機能3-2) 商品の付加価値向上</b>							
<ul style="list-style-type: none"> <li>■重点戦略 ■ 新たな岡山産品のブランド化</li> <li>岡山産食材の掘り起こしと情報蓄積（未活用食材情報の蓄積）</li> <li>地場産品、地方色のある食材の選り分けの販路開拓支援</li> <li>産地への要請（商材の取扱い方法など）</li> </ul>	○	○	○	○	●	●	●

## 5-4.水産部門における戦略の具体化

### 5-4-1.共通事項

#### ■マーケティング

- ・岡山市中央卸売市場の実態把握（各種施設利用の実態、関係者ニーズ等）  
開設者が、市場施設の適正な利用のために駐車場や倉庫等市場内施設の利用実態や施設利用に関する関係者のニーズを調査する。
- ・生産地の実態把握・生産者のニーズ把握  
卸が中心となって、集荷力の維持と新たな生産地開拓による集荷力強化のために生産地の生産力の現状や出荷に当たっての要望等を把握する。
- ・消費者ニーズ・小売業ニーズの分析  
仲卸・売買参加者が中心となって、販売・集荷戦略の検討のために消費者の食品購買ニーズや小売業における品揃えニーズなどを把握する。
- ・他市場の動向・ニーズの把握  
卸・仲卸が中心となって、今後連携を強化する他の市場や競合することが考えられる市場などの経営実態や経営戦略等を調査分析する。

### 5-4-2.現状の課題への対応戦略の具体化

#### **目標像1 市民・県民の食を支える拠点市場**

##### **要求機能:1-1) 安定的な食の供給**

#### ■基本戦略■ 安全・安心な商品の供給

- ・岡山市中央卸売市場としての食品衛生管理の規範づくりと行動の徹底  
市場の全関係者が協力し、消費者に信頼される市場活動の徹底のために、既存の衛生管理マニュアルの見直しや行動規範づくり、意識啓発などを実施する。

#### ■基本戦略■ 適正な価格による安定供給

- ・全漁連等産地の出荷団体との連携強化  
卸が主体となって、適正価格による安定した供給を可能にするため、全漁連等の産地の出荷団体と連携を深めていく。

##### **要求機能:1-3) 防災対応**

#### ■基本戦略■ 非常時における食の確保

- ・災害時における事業継続計画（BCP）の策定  
開設者、卸をはじめとする全ての市場関係者が、災害時にも卸売市場の役割・機能を維持し業務を行うための事業継続計画を策定する。
- ・非常時における物資供給  
開設者、卸をはじめとする全ての市場関係者が関係機関・流通事業者と連携

して、非常時における食糧確保と物資供給を行うための体制をつくる。

・隣接港からの支援物資受入れの体制づくり

開設者、卸をはじめとする全ての市場関係者が、関係機関と連携して、隣接する岡山港からの非常時の支援物資受入れ体制を構築する。

**目標像2 中国地方東部の物流を支える拠点市場**

**要求機能:2-1) 流通圏広域化に伴う大量受入れ・大量出荷に対応する市場機能の強化**

**■基本戦略■ 市場内物流のスムーズ化・利便性向上**

・駐車場への荷受け場所への屋根かけ

開設者が、荷受け場所の利便性向上を図るため、現在駐車場の区域に屋根をかける整備を行う。

・大型車に対応した駐車場整備

開設者が、市場内での車両交通の円滑化と物流のスムーズ化を図るため、大型車に対応した駐車場の整備を実施する。

・駐車場のすみ分けおよび使用ルールの設定

市場の全関係者が協力し、駐車場利用の混雑解消と有効活用を図るため、駐車場のすみ分けについて協議し、使用に関するルールを設定する。

・市場内のトラック動線の改善

開設者、卸・仲卸が中心となって、市場内の車両交通の円滑化・物流のスムーズ化及び安全性確保のため、トラック動線の改善を検討する。

・場内職員・社員の立体駐車場

開設者が中心となり、市場内の車両交通の円滑化・利便性向上を図るため、卸・仲卸とともに場内職員・社員の立体駐車場の整備について検討する。

**目標像3 農業・漁業を支える拠点市場**

**要求機能:3-1) 安定需要の確保**

**■基本戦略■ 多様な販売先の確保**

・新たな顧客開拓

卸、仲卸、売買参加者が連携して、各種小売店、飲食業、食品加工・給食業者等新たな販売先との取引きの拡大を図る。

・取引先のニーズに対応した品揃え強化

卸、仲卸、売買参加者が連携して、小売の差別化戦略など個別のニーズに相應る品揃えの実現に向けたしくみをつくる。

### 5-4-3.重点戦略の具体化

#### 目標像1 市民・県民の食を支える拠点市場

##### 要求機能:1-1) 安定的な食の供給

###### ■重点戦略■ 地域密着型流通の充実

- ・食育による新たな消費価値の創造

卸、仲卸、売買参加者が中心となり、開設者と連携しながら、地域の消費者団体や学校等と連携した新たな消費価値の周知・啓発のための食育に取り組む。

##### 要求機能:1-2) 地域の豊かな食材・食文化の提供

###### ■重点戦略■ 岡山市場のブランド化

- ・市民に開かれた市場づくりと市場への理解促進

開設者が中心となり、市場の役割・機能に対する認知度向上に向け、広報活動とともに「イチバデー」をはじめとする市民に開かれた取組みの充実を図る。

- ・付加価値情報の整備（味、栄養、長寿・健康、希少性、アレルギー情報など）

卸、仲卸、売買参加者が中心となり、商品価値を高め、消費者に有用な健康情報等の食品関連情報の把握・整理・情報発信に取り組む。

#### 目標像2 中国地方東部の物流を支える拠点市場

##### 要求機能:2-2) 広域流通のためのしくみづくり

###### ■重点戦略■ 岡山を物流拠点とした県外市場の集荷支援

- ・情報交換に基づく相互の供給・受入れ体制の強化

卸、仲卸が、より広域的な取引拡大に向け、取扱量増加に対応できる集出荷体制の強化に取り組む。

#### 目標像3 農業・漁業を支える拠点市場

##### 要求機能:3-1) 安定需要の確保

###### ■重点戦略■ 国内外の新たな市場開拓

- ・新規市場開拓のための体制整備（共同出資会社設立等）

市場関係者が市場開拓のためのマーケティングやインターネット販売等新たな取組みを展開するために、共同出資による新会社設立等、実行性のある体制をつくる。

- ・高品質な岡山の地元産品による国内広域及び海外市場の開拓

卸、仲卸、売買参加者を中心に、より広域的な岡山産品の販路拡大に向け、海外も視野に入れたマーケティング活動に取り組んでいく。

**要求機能:3-2) 商品の付加価値向上**

**■重点戦略■ 新たな岡山産品のブランド化**

- ・岡山産食材の掘り起こしと情報蓄積（未活用食材情報の蓄積）  
卸、仲卸、売買参加者が協力し、新たな岡山産商材創出を目指して、生産者や食育団体等との連携・協力により、地元の食材・食文化の情報収集・商品発掘に取り組む。
- ・地元産品、地方色のある食材の遠方の販路開拓支援  
仲卸が、地元産品のより広域的な販路開拓を目指し、県外取引先へのマーケティング、売り込みを行っていく。
- ・産地への要請（商材の取扱方法など）  
卸から生産者に対し、地元産品がより高い付加価値で出荷・販売されるよう、取扱・出荷方法等に関して市場としての要請・アドバイスを行っていく。

5-4-4. 主体と取組みスケジュール

取組み主体凡例				実施期間凡例		
●	○	○	○	—	●	.....▶
● 中心の実施				— 準備・実行期間		
○ サポート主体				● 達成目標時期		
				.....▶ 継続の実施時期		

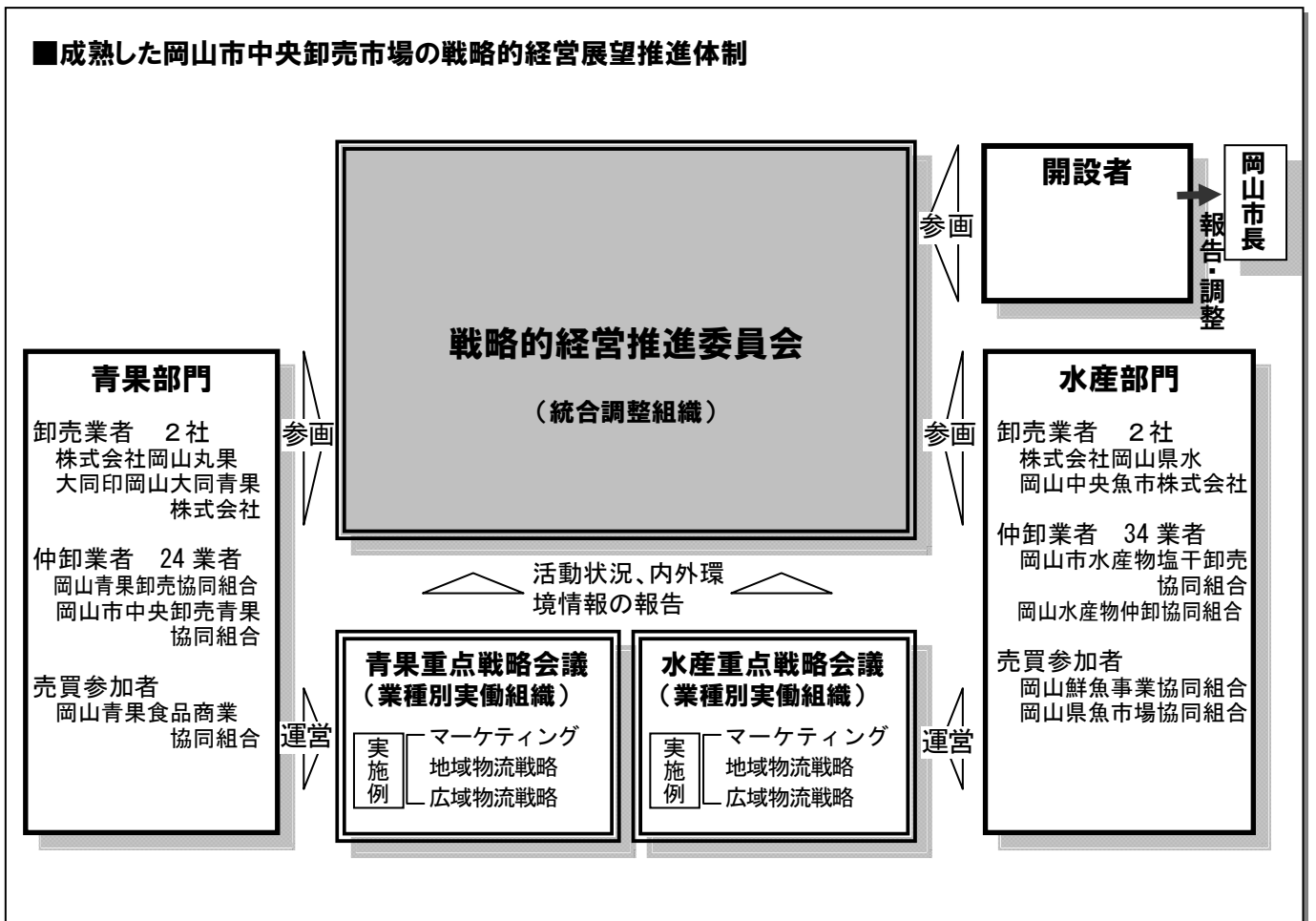
水産部門における行動計画	取組み主体				実施時期 (概ね10年の段取り)		
	開設者	卸	仲卸	参売加者買	短期	中期	長期
<b>共通項目</b>							
<b>マーケティング</b>							
<ul style="list-style-type: none"> <li>岡山市中央卸売市場の実態把握 (各種施設利用の実態、関係者ニーズ等)</li> <li>生産地の実態把握、生産者のニーズ把握</li> <li>消費者ニーズ・小売業ニーズの分析</li> <li>他市場の動向・ニーズの把握</li> </ul>	●	○	○	○	●	.....▶	.....▶
<b>現状課題への対応</b>							
【目標像1 市民・県民の食を支える拠点市場】							
要求機能1-1) 安定的な食の供給							
<ul style="list-style-type: none"> <li>■基本戦略■ 安全・安心な商品の供給                             <ul style="list-style-type: none"> <li>岡山市中央卸売市場としての食品衛生管理の規範づくりと行動の徹底</li> </ul> </li> <li>■基本戦略■ 適正な価格による安定供給                             <ul style="list-style-type: none"> <li>全漁運等産地の出荷団体との連携強化</li> </ul> </li> </ul>	●	○	○	○	●	.....▶	.....▶
要求機能1-3) 防災対応							
<ul style="list-style-type: none"> <li>■基本戦略■ 非常時における食の確保                             <ul style="list-style-type: none"> <li>災害時における事業継続計画 (BCP) の策定</li> <li>非常時における物資供給</li> <li>隣接港からの支援物資受入れの体制づくり</li> </ul> </li> </ul>	●	○	○	○	●	.....▶	.....▶
【目標像2 中国地方東部の物流を支える拠点市場】							
要求機能2-1) 流通圏広域化に伴う大量受け入れ・大量出荷に対応する市場機能の強化							
<ul style="list-style-type: none"> <li>■基本戦略■ 市場内物流のスムーズ化・利便性向上                             <ul style="list-style-type: none"> <li>駐車場の荷受け場所への屋根かけ</li> <li>大型車に対応した駐車場整備</li> <li>駐車場のすみ分けおよび使用ルールの設定</li> <li>市場内のトラック動線の改善</li> <li>場内職員・社員の立体駐車場</li> </ul> </li> </ul>	●	○	○	○	●	.....▶	.....▶
【目標像3 農業・漁業を支える拠点市場】							
要求機能3-1) 安定需要の確保							
<ul style="list-style-type: none"> <li>■基本戦略■ 多様な販売先の確保                             <ul style="list-style-type: none"> <li>新たな顧客開拓 (各種小売店、飲食業、食品加工・給食業者等への販売促進活動)</li> <li>取引先のニーズに対応した品揃え強化</li> </ul> </li> </ul>	○	○	○	○	●	.....▶	.....▶
<b>発展的取り組み</b>							
【目標像1 市民・県民の食を支える拠点市場】							
要求機能1-1) 安定的な食の供給							
<ul style="list-style-type: none"> <li>■重点戦略■ 地域密着型流通の充実                             <ul style="list-style-type: none"> <li>食育による新たな消費価値の創造</li> </ul> </li> </ul>	○	○	○	○	●	.....▶	.....▶
要求機能1-2) 地域の豊かな食文化の提供							
<ul style="list-style-type: none"> <li>■重点戦略■ 岡山市場のブランド化                             <ul style="list-style-type: none"> <li>市民に開かれた市場づくりと市場への理解促進</li> <li>付加価値情報の整備 (味、栄養、長寿・健康、希少性、アレルギー情報など)</li> </ul> </li> </ul>	○	○	○	○	●	.....▶	.....▶
【目標像2 中国地方東部の物流を支える拠点市場】							
要求機能2-2) 広域流通のためのしくみづくり							
<ul style="list-style-type: none"> <li>■重点戦略■ 岡山を物流拠点とした県外市場の集荷支援                             <ul style="list-style-type: none"> <li>情報交換に基づく相互の供給・受入れ体制の強化</li> </ul> </li> </ul>	○	○	○	○	●	.....▶	.....▶
【目標像3 農業・漁業を支える拠点市場】							
要求機能3-1) 安定需要の確保							
<ul style="list-style-type: none"> <li>■重点戦略■ 国内外の新たな市場開拓                             <ul style="list-style-type: none"> <li>新規市場開拓のための体制整備 (共同出資会社設立等)</li> <li>高品質な岡山の地元産品による国内広域及び海外市場の開拓</li> </ul> </li> </ul>	○	○	○	○	●	.....▶	.....▶
要求機能3-2) 商品の付加価値向上							
<ul style="list-style-type: none"> <li>■重点戦略■ 新たな岡山産品のブランド化                             <ul style="list-style-type: none"> <li>岡山産食材の掘り起こしと情報蓄積 (未活用食材情報の蓄積)</li> <li>地場産品、地方色のある食材の遠方への販路開拓支援</li> <li>産地への要請 (産材の取扱い方法など)</li> </ul> </li> </ul>	○	○	○	○	●	.....▶	.....▶



### 5-5.経営展望の推進体制

経営展望の推進にあたっては、具体的な戦略を推進する実働組織として部門（業種）ごとに「重点戦略会議（仮称）」を設置する。

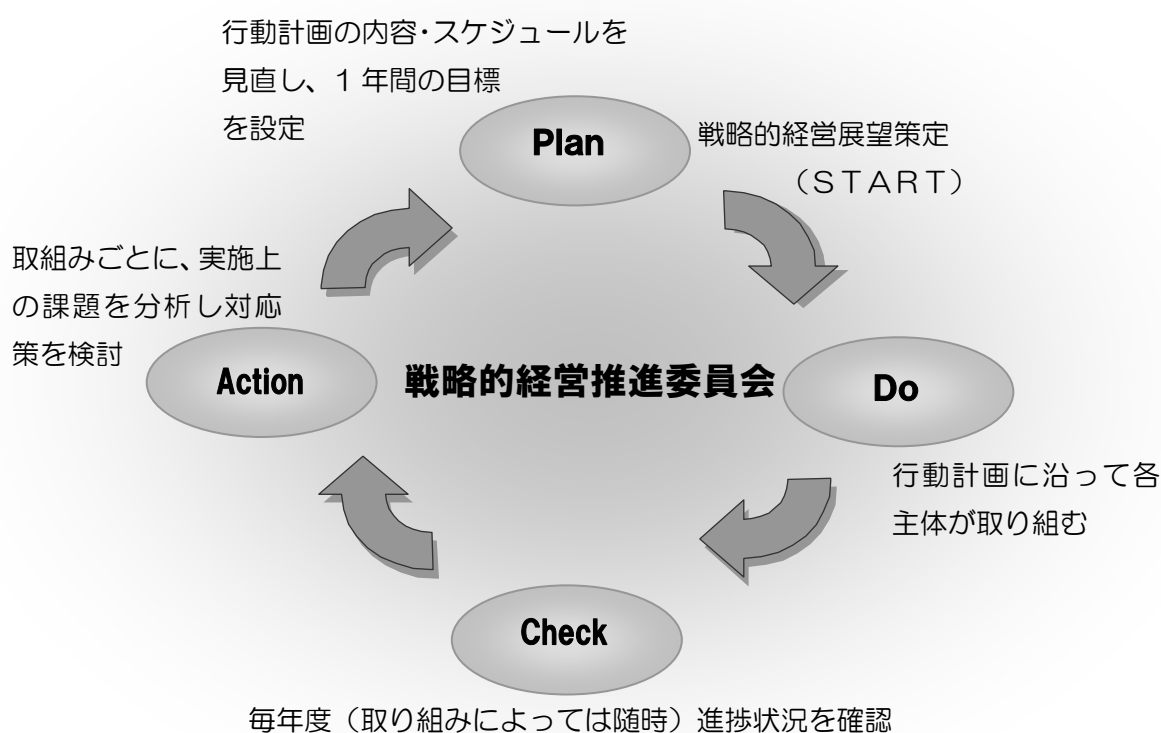
また、市場関係者が連携して一貫性のある戦略を展開できるように調整を図るとともに、各関係者の活動を円滑化するための条件整備を行なう調整組織として、「戦略経営推進委員会（仮称）」を設置する。



## 5-6.行動計画のローリング

この経営展望に示す行動計画は、基本的な課題への対応と、発展のために重点的に取り組む戦略について想定した平成23年度時点での実施スケジュールである。

今後は、年度ごとの各戦略の進捗やそれによる改善効果の有無などを、戦略的経営推進委員会（仮称）で毎年確認を行い、実施スケジュールや実施メニューの見直しを検討していくこととする。



## 戦略的経営展望の進行管理イメージ

### ■成熟した岡山市中央卸売市場戦略的経営展望策定に係る経緯

平成 23 年 10 月 14 日	第 1 回協議会（青果・水産）
平成 23 年 11 月 7 日	水産物部懇談
平成 23 年 11 月 7 日	青果部懇談
平成 23 年 11 月 7 日	第 2 回協議会（水産）
平成 23 年 11 月 7 日	第 2 回協議会（青果）
平成 23 年 12 月 15 日	量販店ヒアリング
平成 23 年 12 月 16 日	第 3 回協議会（水産）
平成 23 年 12 月 16 日	第 3 回協議会（青果）
平成 24 年 2 月 2 日	第 4 回協議会（水産）
平成 24 年 2 月 2 日	第 4 回協議会（青果）
平成 24 年 2 月 23 日	第 5 回協議会（水産）
平成 24 年 2 月 23 日	第 5 回協議会（青果）
平成 24 年 3 月 21 日	第 6 回協議会（青果・水産）

### ■成熟した岡山市中央卸売市場戦略的経営展望策定協議会 委員名簿

役職	所属団体	所属役職	氏名	備考
委員長	卸売市場政策研究所		細川 允史	学識経験者
副委員長	岡山市市場事業部	市場事業管理者	龍門 功	開設者
副委員長	岡山商科大学	学長補佐	岡本 輝代志	学識経験者
副委員長	株式会社岡山県水	代表取締役社長	長船 宗員	水産物部卸売業者
委員	岡山市市場事業部	事業長	奥山 雅昭	開設者
委員	岡山中央魚市株式会社	代表取締役社長	同前 裕一郎	水産物部卸売業者
委員	株式会社岡山丸果	代表取締役社長	花房 昌男	青果部卸売業者
委員	大同印岡山大同青果株式会社	代表取締役社長	大野 博巳	青果部卸売業者
委員	岡山市水産物塩干卸売協同組合	理事長	大倉 八郎	水産物部仲卸売業者
委員	岡山水産物仲卸協同組合	理事長	岡本 明晴	水産物部仲卸売業者
委員	岡山青果卸売協同組合	理事長	土井 隆弘	青果部仲卸売業者
委員	岡山市中央卸売青果協同組合	理事長	半田 雄三	青果部仲卸売業者
委員	岡山鮮魚事業協同組合	理事長	渡辺 行吉	水産物部売買参加者
委員	岡山県魚市場協同組合	理事長	中田 隆志	水産物部売買参加者
委員	岡山青果食品商業協同組合	理事長	青木 滋	青果部売買参加者