

鹿児島市中央卸売市場
経営展望

令和3年3月
鹿児島市

はじめに



鹿児島市中央卸売市場は、全国で7番目、九州で初となる中央卸売市場として昭和10年11月に開設し、85年もの長きにわたり、本市はもとより、南九州における生鮮食料品流通の中核的な拠点市場として、その役割を果たしてまいりました。

近年、消費者ニーズや生産・流通構造など、卸売市場をめぐる環境は大きく変化するとともに、期待される機能や役割も一層多様化しています。

国においては、平成30年に卸売市場法を改正し、公正な取引環境の確保と流通の合理化を一体的に促進するとともに、生産者の所得向上と消費者ニーズへの的確な対応を図ることとしております。

このような中、本市におきましては、施設の老朽化に対応し、市場機能の向上を図るため、平成26年度から市場のリニューアルに着手いたしました。

また、令和2年6月には、中央卸売市場業務条例の改正を行い、市場を取り巻く環境や実態に沿った実効性のあるルールづくりに取り組む中で、このたび今後の市場のあり方や方向性、運営方針を明確化した「鹿児島市中央卸売市場経営展望」を策定いたしました。

この経営展望は、令和3年度から10年間を計画期間とする中長期的な経営戦略であり、「つながる人・もの フレッシュで活気あふれる 市場を目指して」を基本コンセプトに、ICTの積極的な活用や感染症対策、市場の担い手の確保・育成、多彩な食の魅力の発信等の施策を盛り込んでおります。

今後は、本計画をもとに、開設者、市場関係業者が一体となって、時代の変化に的確に対応した新しい市場づくりに取り組むとともに、「稼げる農業・水産業」の実現に注力してまいりますので、皆様方のご理解とご協力をよろしくお願い申し上げます。

結びに、計画の策定にあたり、熱心にご審議いただきました中央卸売市場運営協議会委員の皆様をはじめ、パブリックコメント手続等を通じて貴重なご意見を賜りました市民の皆様、市場関係業者各位に心より感謝申し上げます。

令和3年3月

鹿児島市長 下鶴 隆央

【 目 次 】

I	経営展望策定の趣旨	1
II	計画の位置づけ	1
III	計画期間	1
IV	卸売市場を取り巻く環境と本市のこれまでの取組	
1	全国の動向	2
2	本市の動向	6
3	これまでの取組	15
V	今後の課題	20
VI	目指す理想像	21
VII	基本戦略	23
VIII	取組項目	24
IX	収支計画	31
X	計画の推進	32
	用語解説	33

I 経営展望策定の趣旨

近年、消費者ニーズの多様化、生産・流通構造の変化、生鮮食料品等の流通の国際化など卸売市場をめぐる環境が変化し、卸売市場に期待される機能・役割が一層多様化しています。

中央卸売市場が国内の生鮮食料品等の流通の基幹的インフラとして今後も健全に発展し、その機能が十分に発揮されるためには、卸売市場をひとつの経営体として捉え、将来を見据えた経営戦略的な視点から、市場の方向性を検討し、実行に移す体制を構築することが必要です。

このため、開設者にとっては多様な市場関係業者が一体となり、経営戦略的な視点を持って、市場のあり方や運営方針などを明確化した経営展望を策定するとともに、経営展望に即した市場運営を計画的に実施していくことが求められています。

また、平成30年には卸売市場法が改正され、国による一律の規制ではなく、各卸売市場においてそれぞれ創意工夫を生かした取組が求められるようになり、今後の卸売市場のあり方そのものが大きく変化しようとしています。

これらのことを踏まえ、本市場では、卸売市場の果たす役割・機能の重要性に鑑み、時代に適合した柔軟な発想、考え方をもち、開設者・市場関係業者が一体となり、機能維持と将来の目指すべき方向を示す「鹿児島市中央卸売市場経営展望」（以下「経営展望」という。）を策定し、具体的な取組を推進していきます。

II 計画の位置づけ

前経営展望である鹿児島市中央卸売市場整備計画（平成21年3月策定）と同計画の具体的な行動計画である鹿児島市中央卸売市場魚類市場再整備基本計画（平成24年3月策定）及び鹿児島市中央卸売市場青果市場リニューアル基本計画（平成24年7月策定）の後継計画として位置づけます。また、第五次鹿児島市総合計画（平成24年度～令和3年度）及び今後策定される鹿児島市次期総合計画の分野別計画として位置づけるとともに、農林水産業振興プランなど他の個別計画との連携も図ります。

さらに、将来にわたって安定的に市場事業を継続していくにあたり、国が策定を要請している「経営戦略」としても位置づけます。

III 計画期間

計画期間：2021（令和3）年度～2030（令和12）年度

経営展望は中長期的な経営の基本計画である「経営戦略」として位置づけることを踏まえ、計画期間を10年間と定めます。

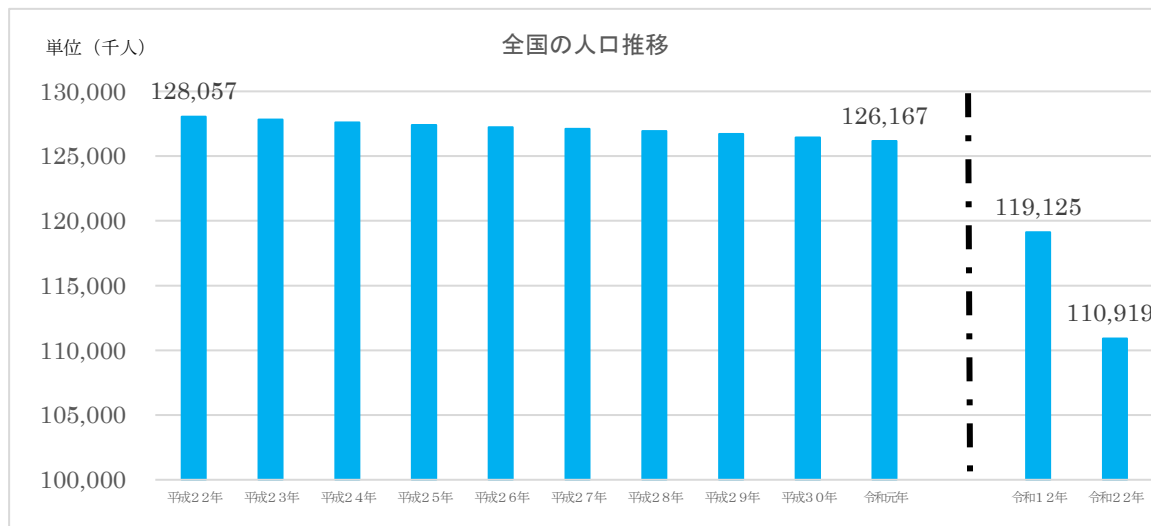
なお、社会・経済情勢の変化により、期間中において必要があれば、その都度見直しを行います。

IV 卸売市場を取り巻く環境と本市のこれまでの取組

1 全国の動向

(1) 全国の人口推移

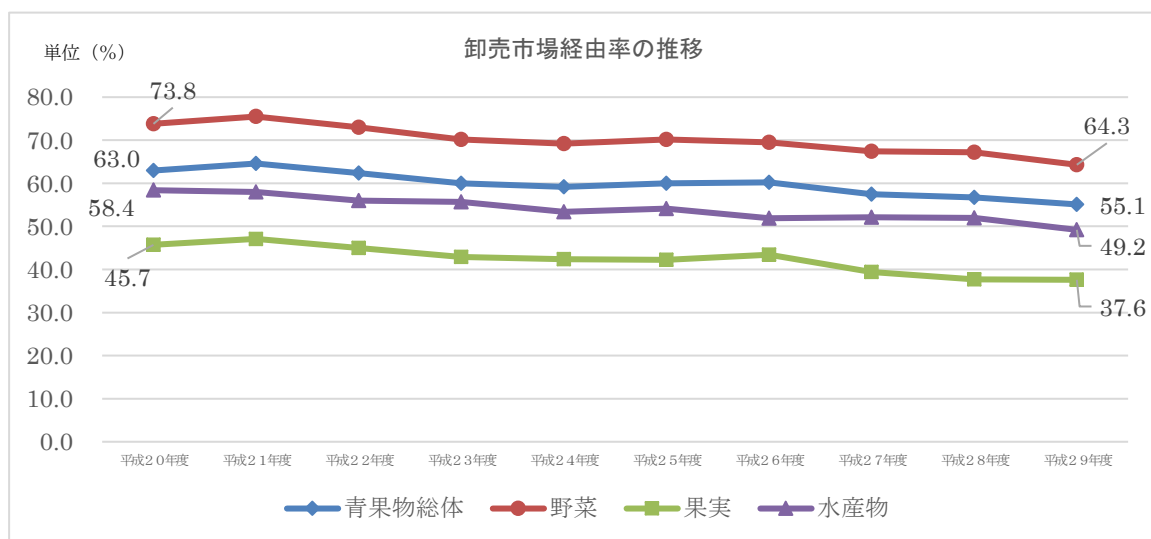
日本の総人口は、平成23年（2011年）以降、9年連続で減少に転じており、令和22年（2040年）には110,919千人まで減少すると見込まれ、長期の人口減少傾向にあることが予想されています。



(出典) 総務省統計局「人口推計」（令和元年10月1日現在）及び国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」（平成29年推計）

(2) 卸売市場経由率の推移

食料消費量の減少に加え、卸売市場を経由しない加工品（輸入加工品・加工用原材料等）及び輸入食材流通量が増加していることもあり、生鮮食料品流通の総量に占める卸売市場経由率は減少傾向にあります。



(出典) 農林水産省「令和元年度卸売市場データ集」

(3) 全国の生産量の推移

近年、国内農林水産業において、従事者の減少や高齢化など生産能力の低下により、全国の生産量は緩やかな減少傾向にあるといえます。

<野菜>

平成20年の1,255万トンから平成29年は1,155万トンと約100万トン（8.0%）減少しています。販売目的で野菜類を栽培する農家数の減少や高齢化の進行により、総じて減少傾向になっています。

<果実>

平成20年の344万トンから平成29年は279万トンと約65万トン（18.9%）減少しています。

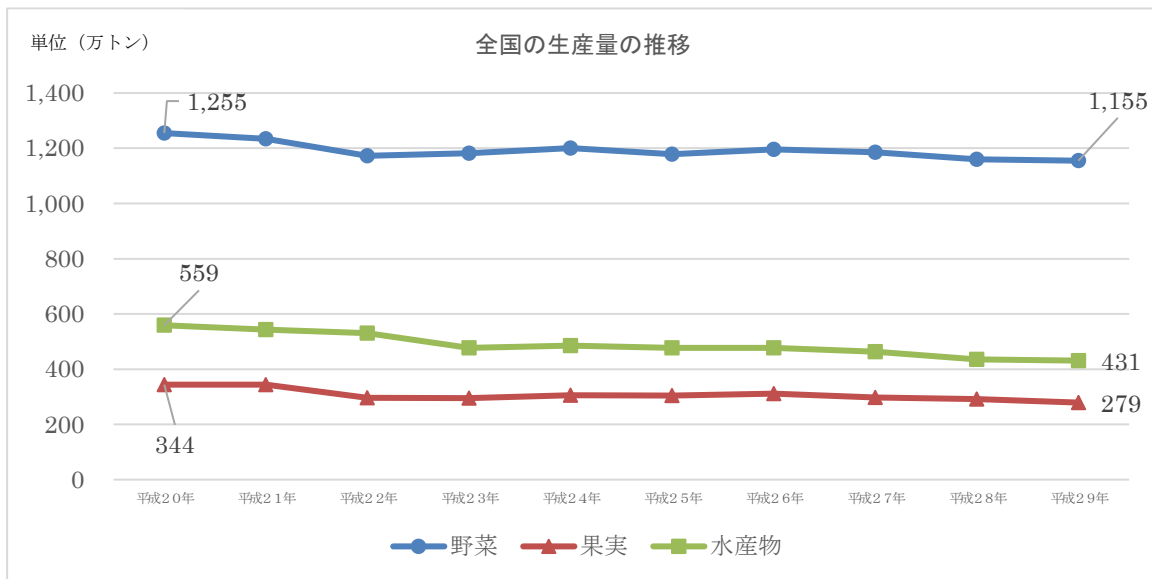
背景には高齢化が急速に進み、農家数も減少傾向にあり、生産量が緩やかに減少しています。

<水産物>

平成20年の559万トンから平成29年は431万トンとなり、約128万トン（22.9%）と大きく減少しています。

主な要因としては、漁業就業者数の減少のほか、気候変動による海水温の変化、外国船による漁獲量の増加などが影響していると考えられます。

また、平成23年は、東日本大震災の被害を受けた地域の生産量が大幅に減少したこと等により前年から約54万トンの減となり、平成24年には、被災地の復興等により約8万トン増加したものの、その後も緩やかな減少傾向が続いています。

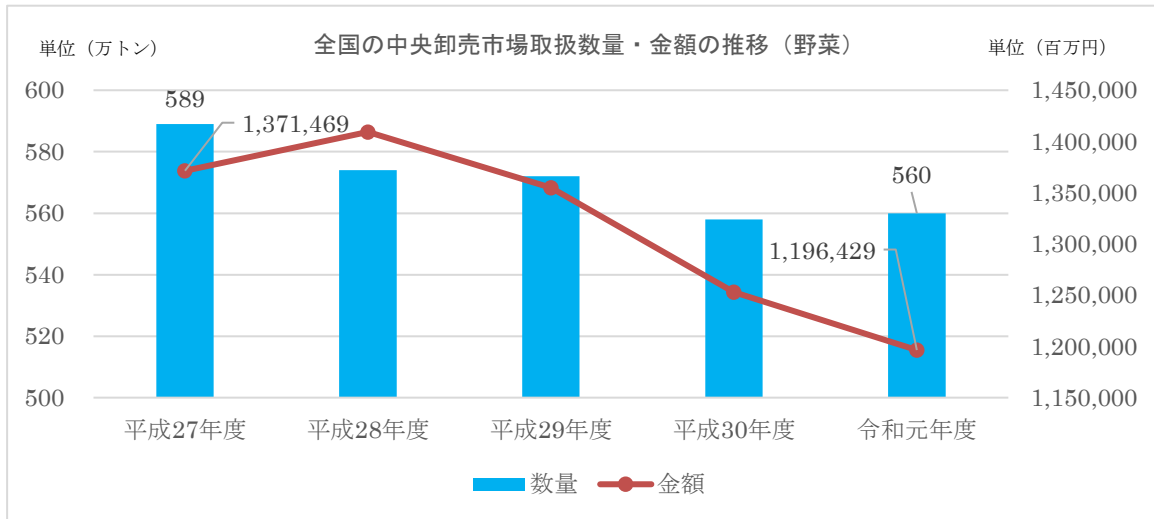


(出典) 農林水産省「野菜をめぐる情勢」「果樹をめぐる情勢」「平成30年漁業・養殖業生産統計」
水産庁「令和元年度 水産の動向」

(4) 全国の中央卸売市場取扱数量・金額の推移

<野菜>

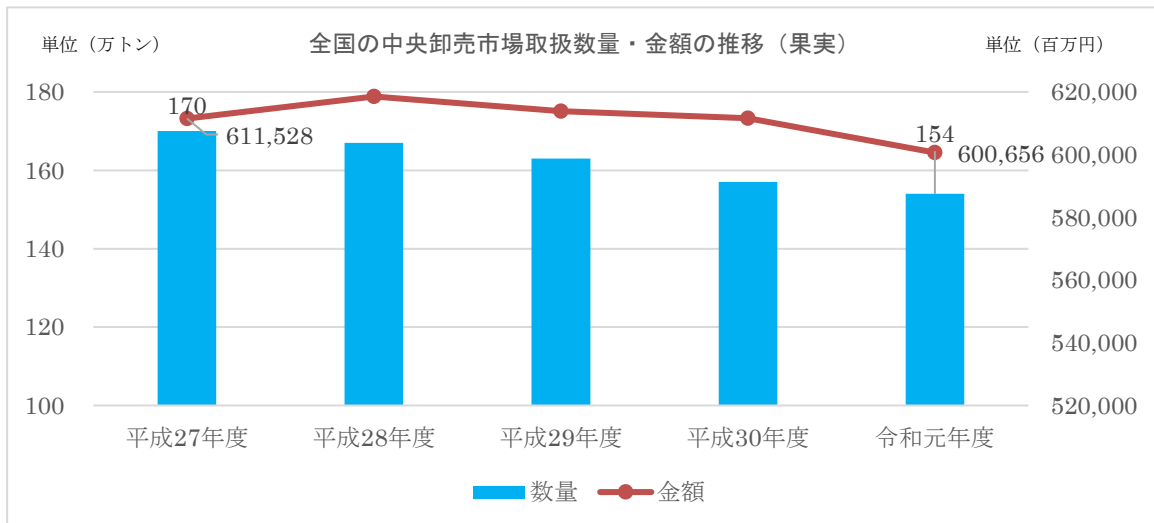
全国の中央卸売市場の野菜取扱数量は平成27年度の589万トンから令和元年度は560万トンと約29万トン（4.9%）減少、取扱金額も平成27年度の1,371,469百万円から令和元年度は1,196,429百万円となり、約175,040百万円（12.8%）の減少となっています。



(出典) 全国中央卸売市場協会「開設者別取扱数量・金額」

<果実>

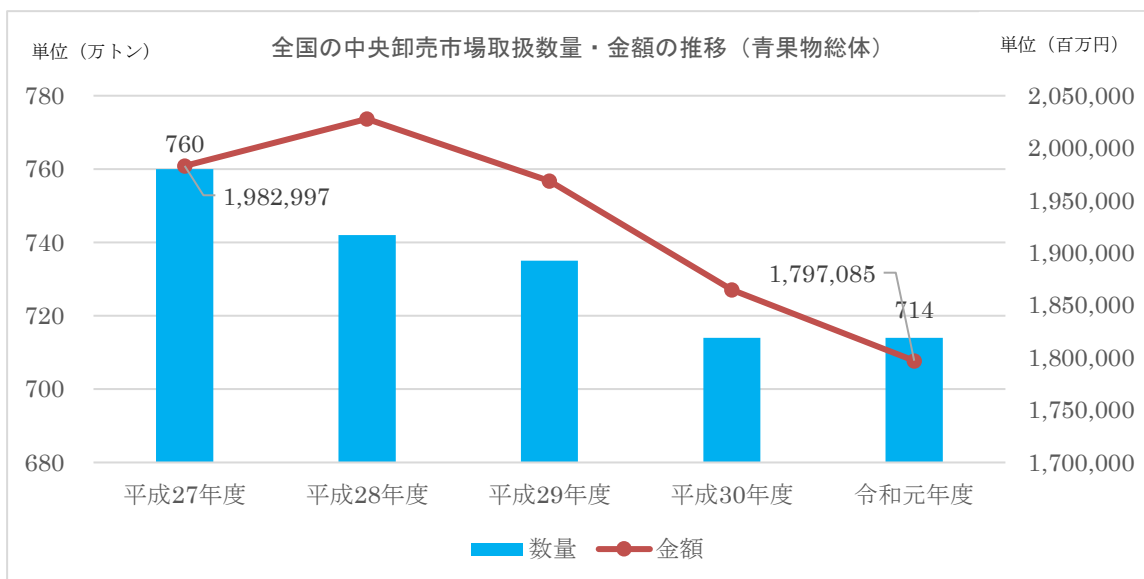
全国の中央卸売市場の果実取扱数量は平成27年度の170万トンから令和元年度は154万トンと約16万トン（9.4%）減少、取扱金額も平成27年度の611,528百万円から令和元年度は600,656百万円と約10,872百万円（1.8%）の減少となっており、野菜同様、減少傾向にあります。



(出典) 全国中央卸売市場協会「開設者別取扱数量・金額」

<青果物総体>

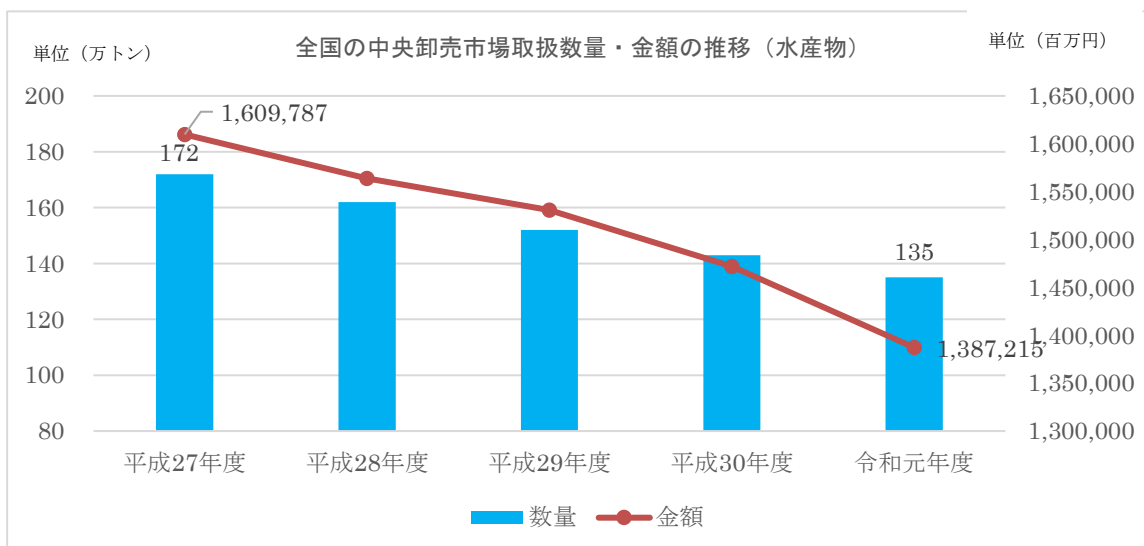
全国の中央卸売市場の青果物総体の取扱数量は平成27年度の760万トンから令和元年度は714万トンと約46万トン（6.1%）減少、取扱金額も平成27年度の1,982,997百万円から令和元年度は1,797,085百万円と約185,912百万円（9.4%）の減少となっています。



（出典）全国中央卸売市場協会「開設者別取扱数量・金額」

<水産物>

全国の中央卸売市場の水産物の取扱数量は平成27年度の172万トンから令和元年度は135万トンと約37万トン（21.5%）減少、取扱金額も平成27年度の1,609,787百万円から令和元年度は1,387,215百万円と約222,572百万円（13.8%）の減少となっています。



（出典）全国中央卸売市場協会「開設者別取扱数量・金額」

2 本市の動向

(1) 市場のあゆみ

鹿児島市中央卸売市場は昭和10年4月12日に商工省の開設認可を受け、全国で7番目、九州では最初の中央卸売市場として昭和10年11月3日に住吉町で業務を開始しました。

昭和40年には、経済の発展とともに人口の増加による取扱数量の増大、輸送車両の大型化、モータリゼーションの進展などによって市場敷地の狭隘化が問題となり、城南町の現在地に魚類市場を建設し、昭和42年4月に魚類部を移転させ単独市場として業務を開始しました。

昭和46年には卸売市場法の全面改正に伴い、南九州の流通拠点としての市場機能を十分に発揮するため、青果市場を移転新設する整備計画を策定し、昭和51年11月に東開町の現在地で業務を開始しました。

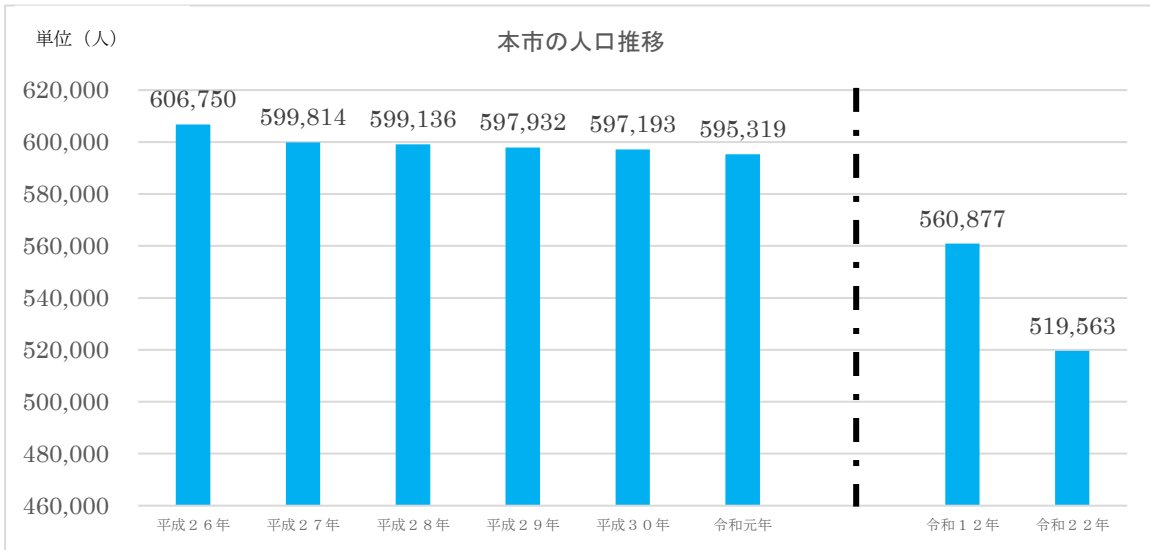
青果市場では平成26年度から30年度にかけて、既存施設のリニューアル工事を完了し、魚類市場では平成28年度から令和3年度（予定）にかけて市場の建替えを行っています。

(2) 市場別概要（令和2年1月1日現在）

区 分	青 果 市 場	魚 類 市 場
位置	鹿児島市東開町11番地1	鹿児島市城南町37番地2
敷地	97,393 m ²	30,151 m ²
取扱品目	野菜、果実及びこれらの加工品、 鳥卵並びに規則で定めるその他の 食料品	水産物及びその加工品並びに規則 で定めるその他の食料品
施設延面積		
卸売場	11,103 m ²	2,278 m ²
（うち低温卸売場）	(2,494 m ²)	(502 m ²)
仲卸売場	6,760 m ²	1,628 m ²
事務室	4,332 m ²	1,740 m ²
エレベーター	37 m ²	63 m ²
屋根付荷捌場	7,860 m ²	522 m ²
買荷保管所	3,468 m ²	—
関連事業店舗	2,987 m ²	1,180 m ²
冷蔵庫	5,638 m ²	136 m ²
冷蔵砕氷施設	—	256 m ²
自走式立体駐車場	4,444 m ²	1,746 m ²
発砲スチロール処理施設	—	—
その他	7,827 m ²	6,430 m ²
計	54,456 m ²	15,979 m ²
（仮設市場棟）	—	(3,198 m ²)
（仮設卸売場）	—	(547 m ²)
（その他仮設施設）	—	(182 m ²)

(3) 本市の人口推移

本市の人口は、これまで増加傾向で推移してきましたが、平成26年（2014年）の60万人をピークに、5年連続で減少しており、全国同様、人口減少局面へ移行しています。令和22年（2040年）には519,563人まで減少すると推計されています。

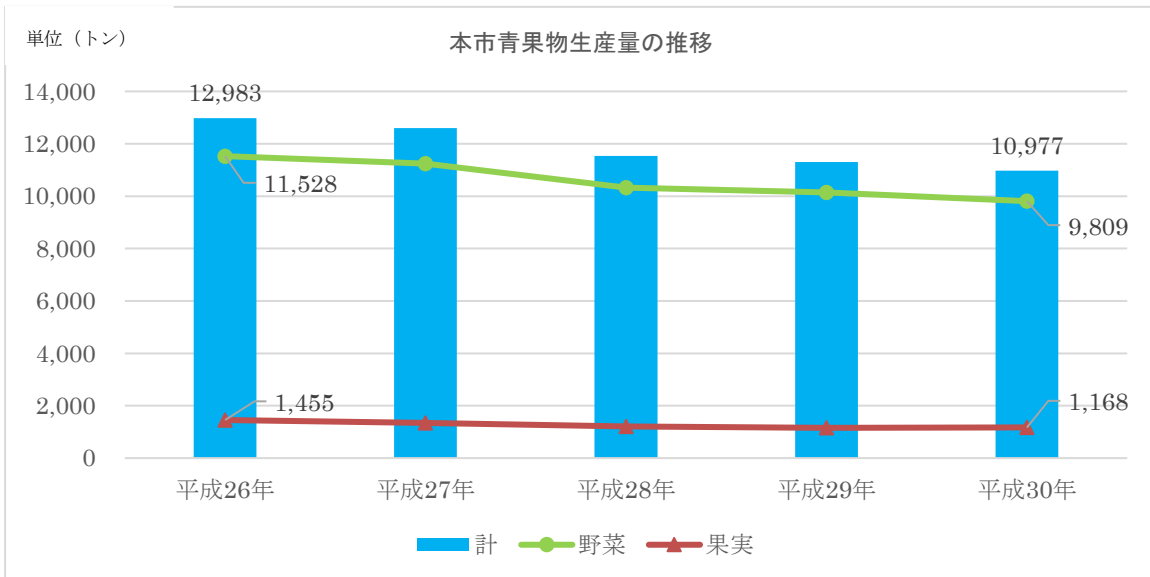


(出典) 「鹿児島市統計書」「鹿児島市まち・ひと・しごと創生人口ビジョン」

(4) 本県(市)の生産量の推移

<青果物>

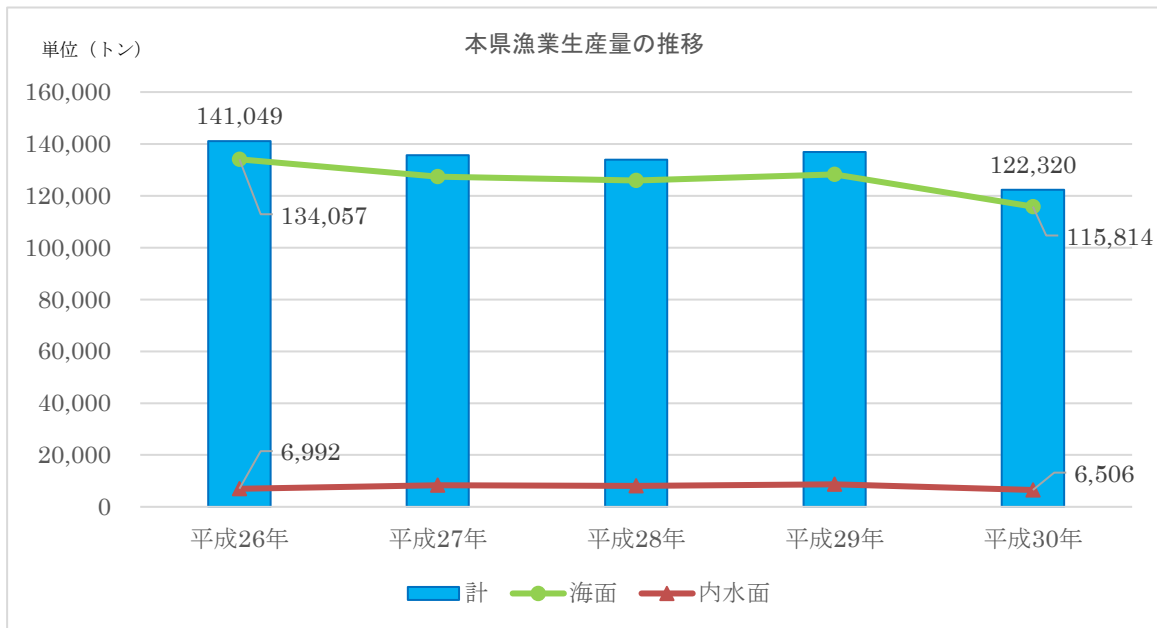
本市の青果物の生産量は、全国の傾向と同様に農家数の減少、従事者の高齢化や担い手不足、農業のグローバル化など農業経営の先行きが見通せない状況が続いており、過去5年間をみると野菜・果実いずれの生産量も減少傾向にあります。



(出典) 鹿児島市統計書

<水産物>

本県の水産物の生産量は、全国の傾向と同様に漁業就業者の減少や高齢化等が要因となり、過去5年間をみると減少傾向にあります。



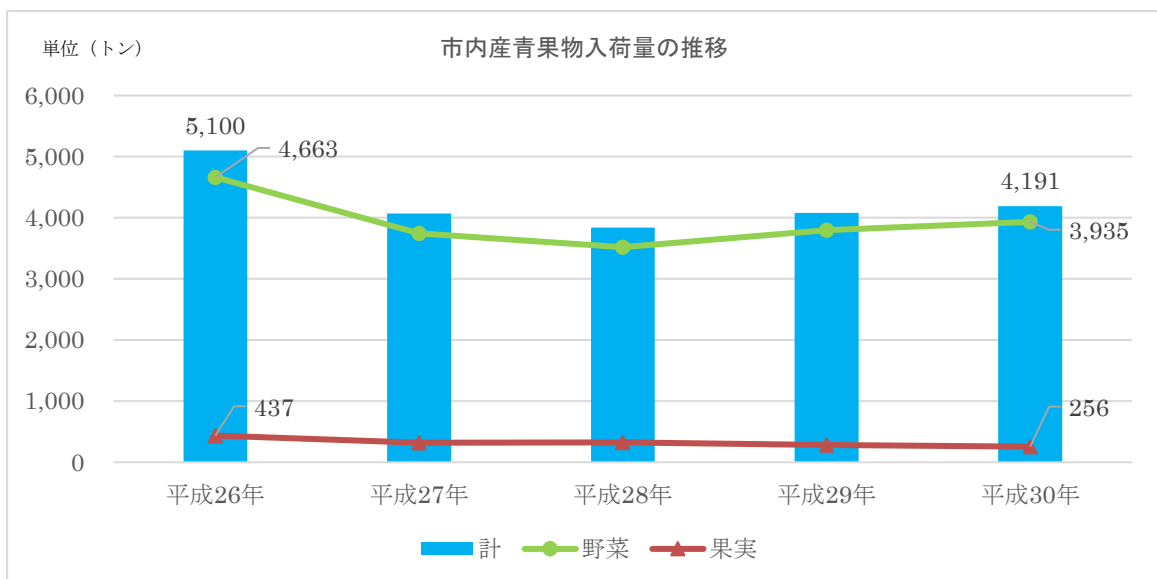
(出典) 鹿児島県「水産業振興施策の概要」

(5) 本市場への県(市)内産の入荷量の推移

<青果物>

市内産青果物の本市場への入荷量は、生産量が年々減少傾向にある中で、直近2年間では増加傾向にあります。

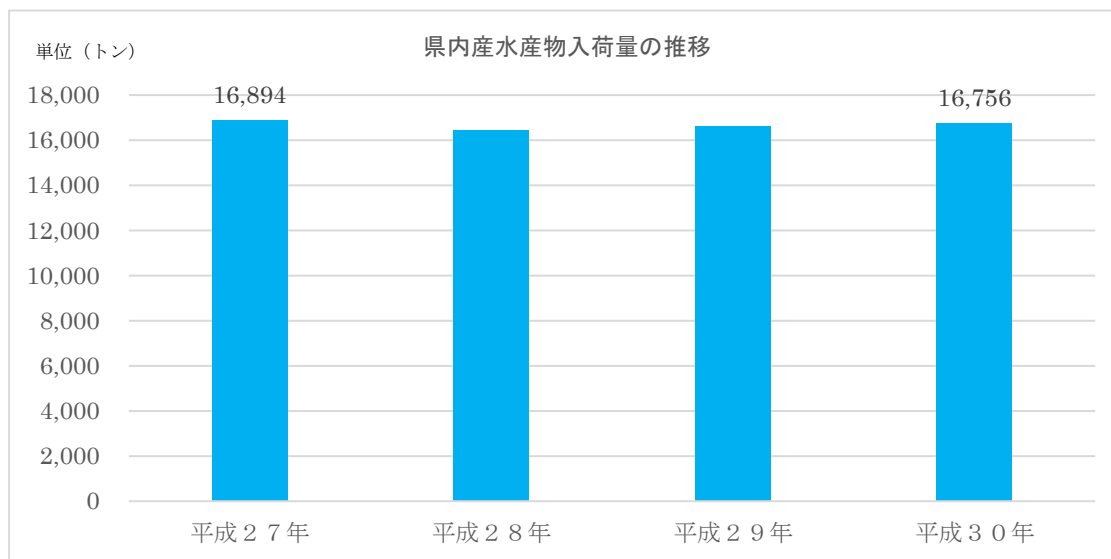
生産量に占める本市場への入荷量の割合は平成28年が33.3%に対し、平成30年は38.2%となっています。



＜水産物＞

県内産水産物の本市場への入荷量は、平成27年以降ほぼ横ばいとなっています。

生産量に占める本市場への入荷量の割合は平成27年が12.5%に対し、平成30年が13.7%となっています。



(6) 本市の農産物直売所数の推移

全国の卸売市場経由率は若干の減少傾向である一方、直売所の数は年々増加傾向にあります。本市においても直売所の数は増加傾向にあり、農産物を取り扱う直売所数は平成27年度の30カ所から令和元年度には36カ所となっております。

市内農産物直売所数

平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
30	36	36	38	36

(出典) 本市農林水産部生産流通課調べ

(7) 本市の小売業者数の推移

本市の小売業者数は野菜・果実、鮮魚小売業いずれも減少傾向にあります。

野菜・果実小売業は平成24年に126事業所ありましたが、平成28年は85事業所となり、41事業所(32.5%)減少、また鮮魚小売業は平成24年に40事業所ありましたが、平成28年には26事業所と、14事業所(35%)減少しています。

小売業者数

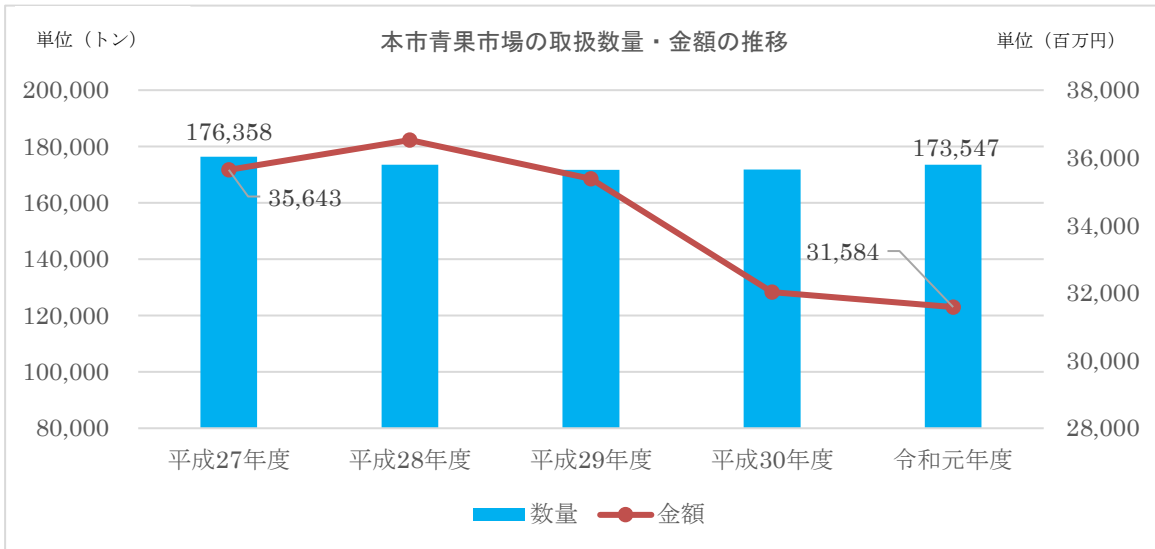
	平成24年	平成28年
野菜・果実小売業	126	85
鮮魚小売業	40	26

(出典) 鹿児島市統計書

(8) 本市場の取扱数量・金額の推移

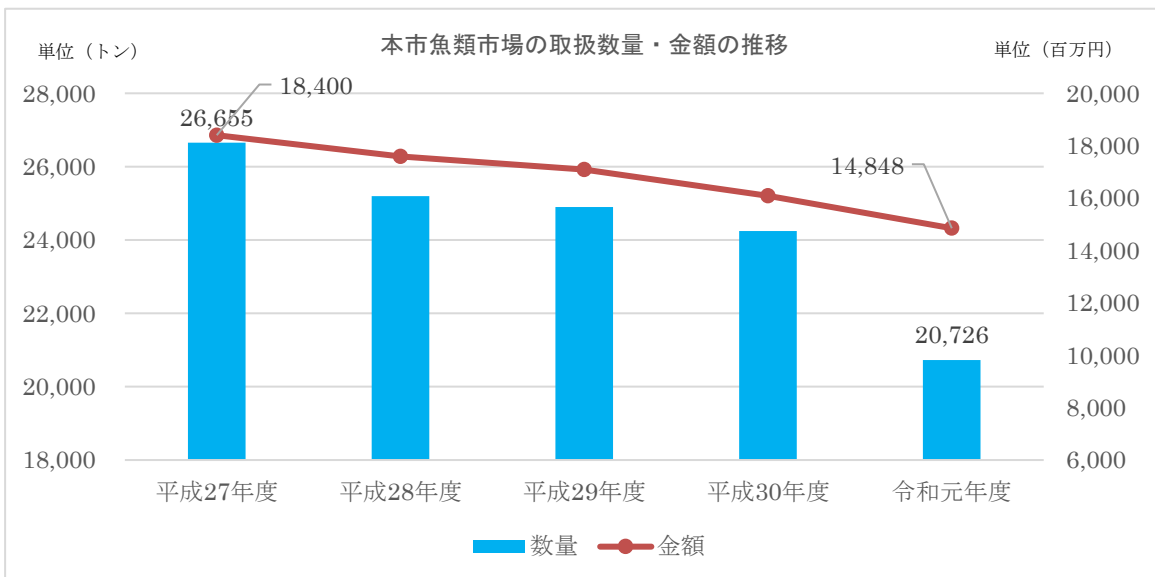
<青果市場>

本市青果市場の取扱数量は平成27年度の176,358トンから令和元年度は173,547トンと2,811トン(1.6%)減少、取扱金額は平成27年度の35,643百万円から令和元年度は31,584百万円となり、4,059百万円(11.4%)の減少となっています。



<魚類市場>

本市魚類市場の取扱数量は平成27年度の26,655トンから令和元年度は20,726トンと5,929トン(22.2%)減少、取扱金額も平成27年度の18,400百万円から令和元年度は14,848百万円となり、3,552百万円(19.3%)の減少となっています。



(9) 本市場関係業者数の推移

経営不振や後継者不足などにより、仲卸業者及び売買参加者の数は減少傾向にあります。

特に売買参加者の数は後継者不足や流通構造の変化で、ここ10年の間に青果、魚類市場とも大きく減少しています。

(単位：業者数)

	青果市場			魚類市場		
	卸売業者	仲卸業者	売買参加者	卸売業者	仲卸業者	売買参加者
平成23年	2	27	159	2	30	102
平成24年	2	27	155	2	29	98
平成25年	2	27	147	2	29	96
平成26年	2	27	140	2	29	98
平成27年	2	27	137	2	29	87
平成28年	2	27	134	2	29	87
平成29年	2	25	131	2	29	90
平成30年	2	25	127	2	29	88
令和元年	2	25	128	2	29	85
令和2年	2	25	125	2	29	84

(10) 卸、仲卸業者の経営状況について

本市場の卸、仲卸業者の経営状況（黒字経営）は以下のとおりとなっています。

<青果市場>

(単位：業者数)

	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
卸売業者（2業者中）	2	2	2	1	1
仲卸業者（25業者中）	20	20	17	19	18

※平成27・28年度の仲卸業者数は27業者

<魚類市場>

(単位：業者数)

	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
卸売業者（2業者中）	2	2	2	2	2
仲卸業者（29業者中）	17	18	19	14	15

(11) 市場関係業者へのヒアリング

経営展望の策定にあたり、本市場に関するヒアリングを市場関係業者（卸売業者、仲卸業者、売買参加者）に行いました。主な意見を掲載します。

<青果市場>

視 点	意 見
集荷	<p>【卸売業者】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今後、野菜の取扱数量は維持できるが、果実は生産者の高齢化や後継者不足、近年の単価安傾向で増えないと思う。 ・近郊産地に力を入れている。市場の役割として近郊産地はとても重要なので、今後も力を入れていきたい。 <p>【売買参加者】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・近郊野菜は魅力的。もっと集荷を増やしてほしい。
販売	<p>【卸売業者・仲卸業者・売買参加者】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市場に以前の賑わいを感じない。せり参加人の減少で活気がない。 <p>【卸売業者】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・第三者販売もうまく活用しながら取扱数量確保につなげていきたい。 <p>【仲卸業者】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者の品に関する要望が増えている。対応していく工夫が必要。 ・仲卸業者の二極化が進行している。 <p>【売買参加者】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市場活性において仲卸業者は不可欠。細かな要望にも対応できるし、青果物に対する目利きもある。
施設	<p>【卸売業者・売買参加者】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・関連店舗使用の規制緩和をしてほしい。 ・関連店舗に市場の商材を使用した店舗を増やしてほしい。 <p>【卸売業者】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・リニューアル整備後の施設に関してはある程度満足している。 <p>【仲卸業者】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市場内の空いたスペースや時間の有効活用ができないか。
環境・衛生	<p>【卸売業者・売買参加者】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・青果市場連絡協議会の協力のもと、不法投棄も以前に比べ減っており、環境面は良くなった。 <p>【卸売業者】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ハトなど害獣の駆除をしてほしい。
食育	<p>【卸売業者】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・食育は今後も非常に重要である。日常の中でも食育が出来る環境づくりが必要。
PR・広報	<p>【卸売業者】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・冬場の鹿児島商材は魅力。県外にもその魅力をもっと発信していければ。 ・市場まつりを長期的かつ継続的に実施してもらい、消費者に市場の仕組みを知ってもらいたい。 <p>【仲卸業者・売買参加者】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・他市場の情報を知りたい。

	<p>【売買参加者】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・子供目線のイベントをしてほしい。
その他	<p>【卸売業者・売買参加者】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・時代のニーズに沿った多角化経営を視野に入れていきたい。 <p>【仲卸業者】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・将来を考えると自分の子供に跡継ぎをさせようか迷っている。 ・市場の魅力を伝え、市場で働きたくなるような子供を増やしていきたい。 <p>【売買参加者】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・後継者不足。

<魚類市場>

視 点	意 見
集荷	<p>【卸売業者】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・漁獲量が年々減少しており、大変厳しい状況にある。 ・県内産地市場が統合され、直出荷が増え、魚種によっては取扱いが増えてきているため、連携・集荷力の強化が必要になる。 ・市場外流通が多くなってきていることにより、今後も競争力の低下が懸念される。 <p>【仲卸業者】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・品種によっては自社での集荷を目指す。 <p>【売買参加者】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・日本各地から集荷がなされていて良いと思う。出来れば県内産の魚介類を幅広く集荷してほしい。地産地消が進むと考えられる。
販売	<p>【卸売業者】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市場だけでなく、県行政との連携もしながら、TAC（漁獲可能量制度）などの資源管理への取組が必要。資源管理に前向きな姿勢をとることで、商品価値をあげることが期待される。 ・第三者販売等による利益確保も行っていないと厳しい。 ・丸売から柵売等の一次加工への検討。量販店や消費者への取扱商品への取組を検討する。 ・集荷、販売方法の多様化に対応するため、ネットを活用した方法を模索し、人件費も削減を図る。 ・市場外流通拡大に伴い、今後も市場利用の減少が懸念。 <p>【売買参加者】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・仲卸売場の活気が失せている。活性化の為の協議が大事。
施設	<p>【卸売業者・仲卸業者・売買参加者】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・一般人向けの見学ルートの設定。 <p>【卸売業者】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・機械化された、生鮮魚の衛生的な一次加工施設整備の検討。 <p>【売買参加者】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ニーズに合った施設の利用等、弾力的運用をしてほしい。

環境・衛生	<p>【卸売業者・仲卸業者・売買参加者】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高度衛生管理市場の名に恥じないよう、ごみ処理の徹底、個人の衛生対策の指導・徹底、意識改革が必要。 <p>【卸売業者】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新市場完成後の木製パレット・箱の使用禁止等の徹底。
食育	<p>【売買参加者】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・焼き、煮、揚げの料理法やレンジでできる料理の方法などを教えた方が魚食普及につながるのでは。 ・魚食普及は、食育を通して魚の良さを宣伝する。
PR・広報	<p>【卸売業者・仲卸業者・売買参加者】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市場開放デーを設けるなど、市場販売を一般市民に開放するべき。 <p>【卸売業者】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県と一体となり、県外、海外への PR・知名度向上につながる取組の実施。 <p>【仲卸業者】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・食品の物流にも SNS が影響してきている。PR・営業のあり方も変わって行くべき。
その他	<p>【卸売業者】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・後継者不足による仲卸業者等の廃業などにより、入札競争力の低下が懸念される。 ・生産者の高齢化、後継者不足。 <p>【仲卸業者】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・将来も市場流通は大事だが、そのためには、卸・仲卸の活性化（利益性）が大事。 <p>【売買参加者】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市場内に立ち入る際のルールの明確化とその徹底をお願いしたい。 ・鹿児島はハード、ソフト共に恵まれていると思うので、若者を育ててほしい。

3 これまでの取組

前経営展望の基本目標である「機能的な市場」「活力ある市場」「魅力ある市場」の実現に向けた具体的な施策として、これまで以下の取組を実施してきました。（継続して実施している施策を含みます。）

<青果市場>

（１）機能的な市場

項 目	施 策
① 市場施設の整備充実	<ul style="list-style-type: none"> ○ 品質管理、衛生管理への対応 ・卸売業者は、卸売場面積の22%以上を低温施設とする整備を行いました。 ・開設者は、降雨、降灰等から商品を守り、その品質を保持するため、出荷者や売買参加者等が使用する屋根付荷捌場を設置しました。 ・仲卸業者は、買荷積込所に低温施設を整備しました。
② 物流機能の効率化	<ul style="list-style-type: none"> ア 集分荷施設等の整備 ・仲卸業者は、買荷積込所であった場所を配送センターとして活用しています。 イ 市場内動線の見直し ・開設者は、効率的な商品搬入などのため、荷捌場の外側を回る動線を整備し、作業効率のアップにつなげました。 ・開設者は、一般ゾーンと業務ゾーンを明確にし、作業動線と物流動線の円滑化を図っています。

（２）活力ある市場

項 目	施 策
① 場内業者の経営体質強化	<ul style="list-style-type: none"> ○ 経営の合理化及び効率化 ・開設者は市場関係業者の経営改善、業務の効率化や人材育成などに役立つ講習会を定期的実施しています。
② 集荷の拡充と販路の拡大	<ul style="list-style-type: none"> ア 産地や大口需要者のニーズへの対応 ・卸売業者は、地場産品の集荷体制の強化を図っています。 ・卸売業者は、中央卸売市場であることを活かし、他市場の卸売業者とのネットワークを強化し、品揃えや取扱数量の増大を図っています。 イ 外食・中食産業や加工業の取込 ・卸売業者は、加工野菜需要の取込のための品揃えの充実や集荷力の拡大を図っています。 ウ 広域的な販売戦略の推進 ・市場関係業者は、安全安心にこだわって生産されたK-GAP認証品等の販売促進に努めています。
③ コンプライアンスの確立	<ul style="list-style-type: none"> ・開設者は、せりの監視や業務検査等を実施し、公正、公平な取引の遵守に努めています。

(3) 魅力ある市場

項 目	施 策
① 市民へ開かれた市場	<p>ア 青果物情報の発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開設者と市場関係業者は、報道機関等やホームページを活用し、市民参加型のイベントや特産品の出荷式などの行事を広報し、青果物の情報発信を図っています。 ・開設者は、消費拡大を図るため、「買いごろ・食べごろ」記事など、青果物に関する情報を報道機関等に掲載しています。 ・市場関係業者は、消費拡大を図るため、「味蔬果（みそか）の日」（毎月末）、「野菜の日」（8月31日）の関連イベントを実施しています。 <p>イ 市場の一般開放</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開設者と市場関係業者は、市場まつりを実施することで市場のPRに努めています。 ・開設者と市場関係業者は、消費者に親しまれ、かつ安全にせり等を見ることの出来る、魅力ある見学コースを設定しました。 ・開設者と市場関係業者は、市の関係機関等と連携してグリーンファーム探検隊などの体験型市場見学会を実施しています。
② 安全・安心な生鮮食料品の供給	<p>ア 衛生検査機関との連携</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市場関係業者は、残留農薬検査の結果を市場関係業者や市民へ適切に開示しています。 <p>イ 市場関係業者の衛生意識の向上</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市場関係業者は、市場内の秩序向上のため、指定場所以外での禁煙の徹底を行っています。 <p>ウ 美化活動の促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・鹿児島市中央卸売市場青果市場連絡協議会が中心となって市場内の美化活動を行っています。 <p>エ 原産地表示の徹底</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市場関係業者は、関係機関と連携を図り、原産地表示を適正に実施しています。
③ 環境にやさしい市場	<p>ア 排気ガスの抑制</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開設者は、市場関係業者の電動車両の増加に合わせて充電設備を整備しました。 <p>イ エネルギー使用の抑制</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開設者は、太陽光発電設備を屋根付荷捌場の屋根に整備しました。 <p>ウ 資源の有効利用（3Rの推進）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市場関係業者は、資源の有効利用や流通コスト削減の観点から、通いコンテナの活用を拡大しています。

<魚類市場>

(1) 機能的な市場

項 目	施 策
① 市場施設の整備充実	<p>ア 品質管理、衛生管理への対応</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開設者は、コールドチェーンを確立するため、衛生管理機能が強く温度管理ができる閉鎖型売場施設を整備しました。 ・開設者は、高床式のドックシェルターなどの整備により密閉性を高め、清浄度に応じて、衛生管理エリアとその他のエリアを線引きしました。 ・開設者は、陸路と海路の両方からの搬入に対応するため、卸売場内で販売する魚種に応じて、高床式（プラットホーム式）売場とフラット式売場を整備しました。 ・開設者は、冷凍品・塩干物や氷による保冷が困難なウニなどの特種物の販売に対応するため、低温卸売場を整備しました。 ・開設者は、施設の衛生を維持するため、洗浄が容易で衛生管理に配慮した構造や設備を導入しました。 ・開設者は、衛生管理機能の向上を図るため、海水浄化施設を整備しました。 ・卸売業者は、鹿児島地魚など商品の付加価値を高めるため、活魚槽を設置しました。 <p>イ 施設、設備の老朽化への対応</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開設者は、長寿命化を見据えた施設整備を行いました。 ・開設者は、市場運営を考慮した上で、施設利用者の誰もが安全かつ快適に利用できるよう、施設整備を行いました。 <p>ウ 適正規模の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開設者は、完成後の業務内容や機能、施設使用料などを見据えながら、市場関係業者と協議し、適正規模の施設整備を行いました。

(2) 活力ある市場

項 目	施 策
① 場内業者の経営体質強化	<p>ア 提携や合併への取組</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開設者は、関係機関から必要な情報の収集を行い、市場関係業者へ提供しています。 <p>イ 経営の合理化及び効率化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開設者は、卸売業者及び仲卸業者の経営状況を把握し、経営改善に関する指導・助言を行っています。
② 集荷の拡充と販路の拡大	<p>○ 外食・中食産業や加工業の取込</p> <ul style="list-style-type: none"> ・卸売業者や仲卸業者は、販路を拡大するため、量販店や専門小売業者、外食・中食産業など、それぞれに応じたきめ細やかな小売支援活動を強化しています。

③ コンプライアンスの確立	<ul style="list-style-type: none"> ・開設者は、法令等に関する講習会の実施や法令順守に関する案内表示板等の設置により、市場関係業者の意識向上を図っています。 ・開設者は、再整備を契機に、わかりやすい市場内ルールの見直しに取り組み、ルールブックの作成・配布により、その周知を徹底しています。 ・開設者は、許可する者以外の卸売場への入場制限を徹底しています。
---------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

(3) 魅力ある市場

項 目	施 策
① 市民へ開かれた市場	<p>ア 水産物情報の発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開設者及び市場関係業者は、鹿児島の水産物の魅力を伝えるため、報道機関などとの連携やホームページの活用により、地魚を使った郷土料理のレシピや旬のさかな、初せりなどの情報をPRしています。 ・開設者は、魚食普及を図るため、新聞やホームページに掲載する「買いごろ・食べごろ」記事を掲載しています。 <p>イ 市場の一般開放</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開設者及び市場関係業者は、本市場の機能や役割を市民に認識してもらえるように、また魚食普及を図るため、模擬せりなどが体験できる市場見学や市場まつりを開催しています。 ・開設者は、本市中央卸売市場の機能や役割と水産物や青果物の魅力を伝えるため、青果市場と連携したイベントを開催しています。 ・開設者及び市場関係業者は、市民と一体となって盛り上げていける市民参加型イベントを実施しています。 ・開設者は、外国人観光客の来場を見据え、外国語を併記した一般来場者用の案内表示板を設置しました。 <p>ウ 食育への取組</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開設者及び市場関係業者は、鹿児島地魚をはじめとする水産物の魅力を伝えるため、地元の小・中学校と連携し、市場内における体験学習や給食への食材提供、出前授業を実施しています。 ・開設者は、再整備を契機に、本市の観光や食育への取組の一環として、ウォーターフロント施設と連携を図り、修学旅行や社会科見学の受け入れを行っています。
② 特性を生かした市場	<p>○ 地域密着型の市場</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開設者は、魚食普及を図るため、市場内に調理室を整備しました。

	<ul style="list-style-type: none"> “いお・かごしま”魚食普及拡大推進協議会は、他の公共施設なども活用しながら、魚のさばき方などの料理教室を開催しています。
③ 安全・安心な生鮮食料品等の供給	<p>ア 品質管理・衛生管理体制の充実</p> <ul style="list-style-type: none"> 卸売業者及び仲卸業者は、再整備を契機に、さらに衛生管理意識を徹底するため、品質管理の高度化に向けた規範に基づき、品質衛生管理の実施を徹底しています。 <p>イ 市場関係業者の衛生意識の向上</p> <ul style="list-style-type: none"> 開設者は、生鮮食料品等の管理体制の充実を図るため、衛生検査機関などと連携し、市場関係業者への講習会などを実施しています。 開設者及び市場関係業者は、市場内の禁煙を推進する中で、喫煙ルールを徹底しています。 <p>ウ 美化活動の促進</p> <ul style="list-style-type: none"> 鹿児島市中央卸売市場魚類市場連絡協議会が中心となって美化活動を行っています。 開設者及び市場関係業者は、衛生意識の向上や美化活動の促進を図るため、一斉清掃を実施しています。
④ 環境にやさしい市場	<p>ア 排気ガスの抑制</p> <ul style="list-style-type: none"> 市場関係業者は、建物内で使用するフォークリフトやターレットなど特殊車両の電動化に取り組みました。 <p>イ エネルギー使用の抑制</p> <ul style="list-style-type: none"> 開設者及び市場関係業者は、再整備を契機に、消費エネルギーの小さいLED照明を採用しました。 <p>ウ 資源の有効利用（3Rの推進）</p> <ul style="list-style-type: none"> 開設者及び市場関係業者は、市場内で発生する廃棄物の発生抑制や、残さいの再資源化をはじめとする3R（発生抑制・再使用・再生利用）を推進しています。

V 今後の課題

市場を取り巻く環境は、流通面においては生鮮食料品等の市場経由率の低下、生産面では生産者の高齢化など多くの課題があり、今後の市場運営はますます厳しくなると予想されます。

そのような中、卸売市場が公正な取引環境の確保と流通の合理化とを一体的に促進し、生産者の所得の向上と消費者ニーズへの的確な対応を図るために、国において卸売市場法の抜本的な改正が行われ、令和2年6月21日に施行されました。

卸売市場法改正により、国による一律の規制がなくなり、各市場で独自に売買取引のルール設定ができるようになり、市場内外の競争や市場間連携の進展による影響が予想されます。

このような変化をとらえ、本市場が今後とも安定した市場運営をし続けるために市場関係業者から聞き取った問題点などを踏まえながら、以下の課題解決に取り組んでいくことが求められています。

課題1 集荷力・販売力の強化

出荷者、仲卸業者や売買参加者の高齢化や後継者問題、卸売市場法の改正による今後想定される市場間競争の加速など、対応が必要な多くの課題がある中においても、南九州の食の発信拠点として継続して集荷力・販売力の強化をしていくことが必要です。

課題2 経営の合理化、効率化の促進

本市場が将来的に健全性を維持していくためには、市場関係業者が安定した経営をしていくことが重要であり、開設者、市場関係業者が一体となって経営の合理化、効率化に取り組むことが必要です。

課題3 出荷者・消費者のニーズの変化への対応

全国的に農林水産業従事者や生産量が減少していく傾向にあり、また消費者においてはライフスタイルの変化など情勢が変わっていく中、市場においては生産者（出荷者）の所得向上と消費者ニーズへの的確な対応を図ることが必要です。

課題4 災害等対策への取組

大規模災害や感染症等の発生時においても生鮮食料品等の安定的な供給拠点としての機能を発揮していくことが必要です。

課題5 整備された施設の有効活用

整備後の施設を円滑な業務に活用していくとともに、市場関係業者だけでなく、広く市民にも周知するため、感謝デーやイベントによる一般開放の実施など新たな施設の有効活用を検討することが必要です。

課題6 「食」の情報の発信

現在、中食需要の拡大や、カット野菜などの加工品の需要が高まっており、食の個食化、簡便化が進んでいます。生鮮食料品等の流通拠点として、市場に入荷する食材、郷土の食文化について情報発信していくことが必要です。

VI 目指す理想像

(1) 基本コンセプト

つながる人・もの フレッシュで活気あふれる 市場を目指して

本市場は開場以来、南九州の生鮮食料品等の流通拠点の大きな一翼を担ってきました。

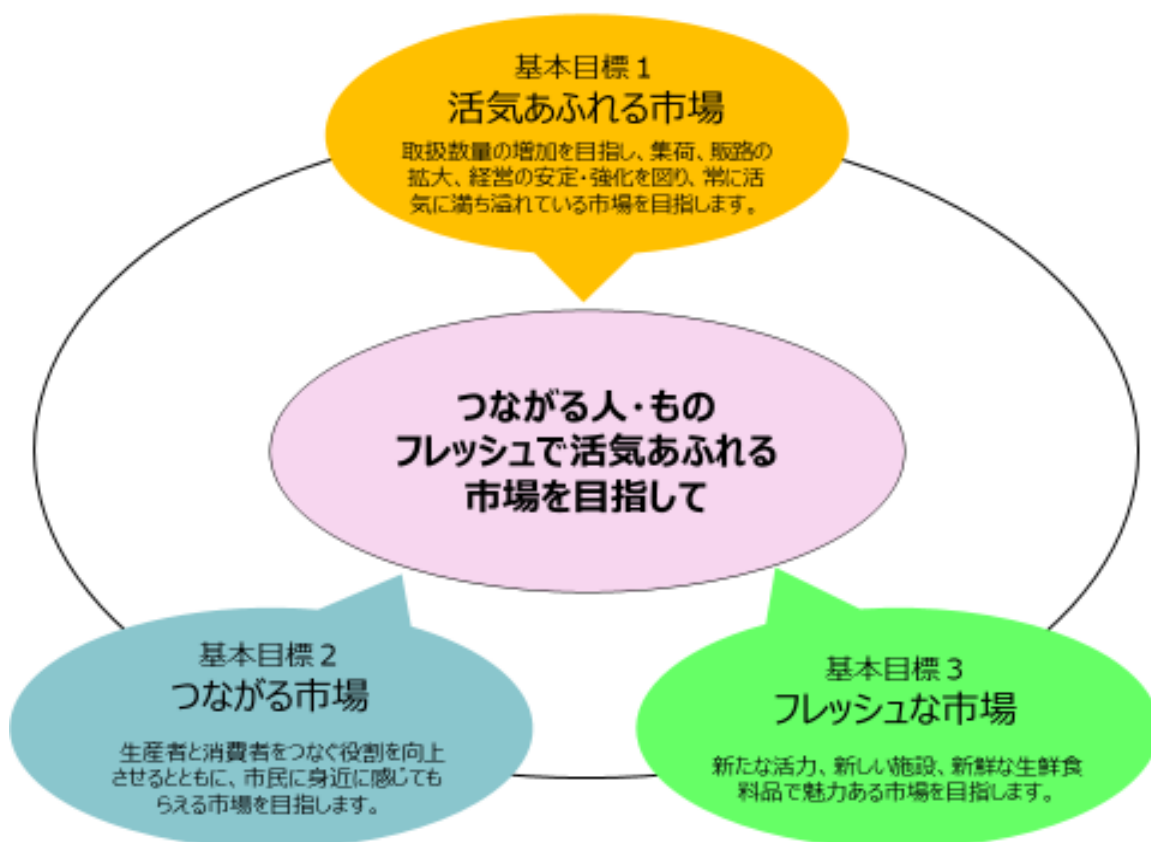
卸売業者の集荷に対する取組や仲卸業者のプロとしての目利き機能の発揮、産地の出荷協力など市場関係業者が出荷者・消費者との信頼関係を地道に積み上げてきたことが、本市場が全国有数の取扱数量を誇る市場にまで成長した要因だといえます。

近年、市場を取り巻く環境は、大きく変化していますが、青果、魚類市場それぞれが整備された施設を有効に活用し、民間活力の導入など、過去に捉われない新たな取組を検討しながら、南の「食」の発信拠点として、これからも本市場が安定的に持続し続けるよう努めていきます。

今後とも、新鮮な生鮮食料品、新たな施設を通して、人と人がつながり、賑わいにあふれ、多くの方々身近な存在として支持される市場を目指します。

(2) 基本目標

「活気あふれる市場」・「つながる市場」・「フレッシュな市場」の3つを基本目標とし、開設者と市場関係業者が一体となって、目標達成のための施策を実施します。



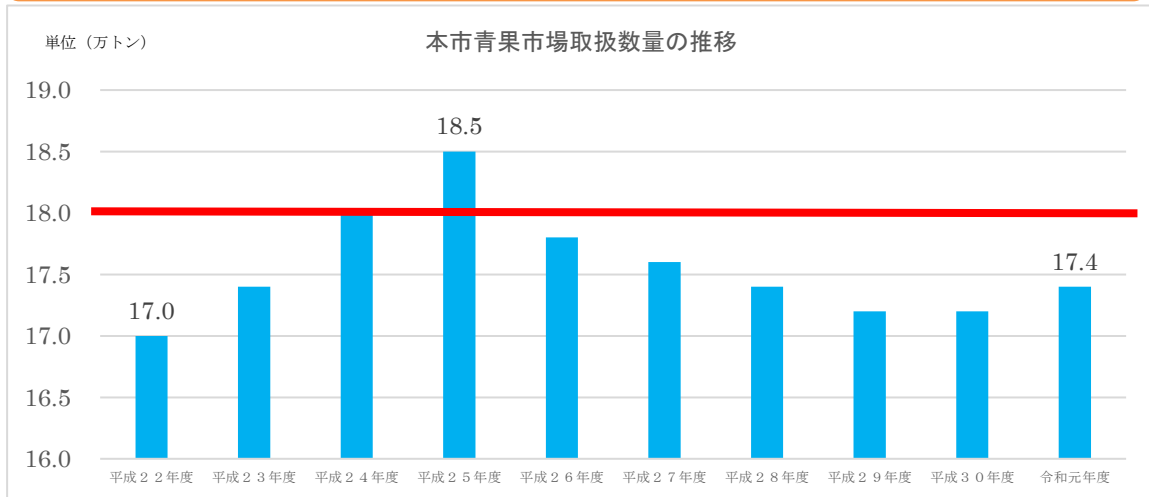
(3) 取扱数量の指標

<青果市場>

取扱数量は平成19年度以降、増加傾向にありましたが、平成25年度の18.5万トン进行ピークに18万トンを下回る状況が続いています。

人口減少や生産・流通構造の変化による卸売市場経由率の低下など多くの課題はありますが、平成30年度末にリニューアル整備を完了させ、中央卸売市場としての機能を発揮し、規制緩和等による新たなニーズの取り込みや集荷の拡充・販路拡大に市場一体となって取り組むことにより、取扱数量の増大を目指していきます。

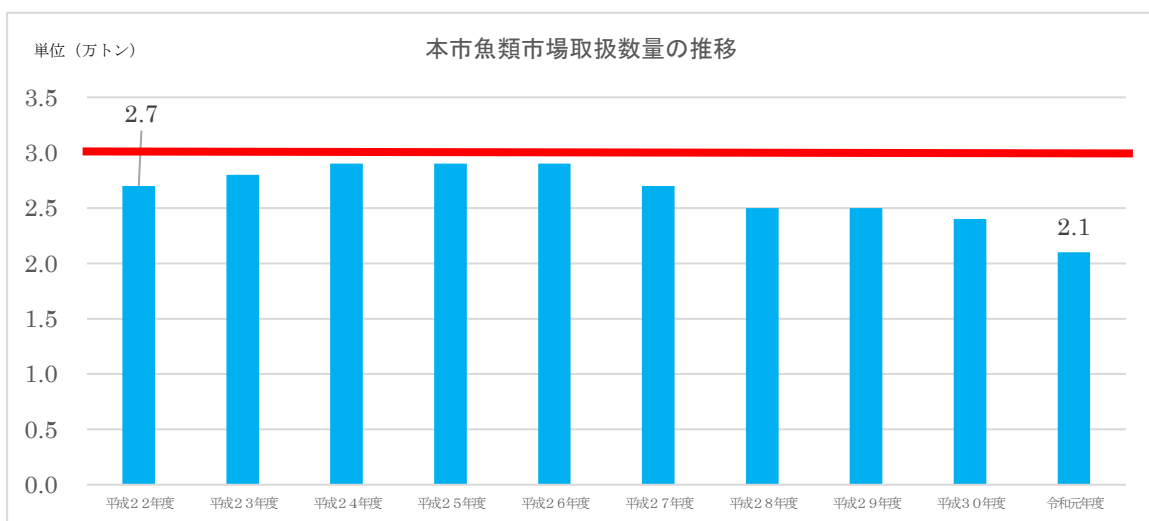
年間取扱数量指標 : 18.0万トン



<魚類市場>

以前は、取扱数量3万トンを超える年度もありましたが、近年は下回り、取扱数量も減少傾向にあります。そのような中、令和3年8月には再整備が完了予定であり、更なる中央卸売市場としての機能を発揮し、規制緩和等による新たなニーズの取り込みや集荷の拡充・販路拡大に市場一体となって取り組むことにより、取扱数量の増大を目指していきます。

年間取扱数量指標 : 3.0万トン



VII 基本戦略

本市場の独自性や強みを活かし、フレッシュで活気あふれる市場を目指すため、3つの基本目標に沿った基本戦略を推進することで、本市場の将来像のあるべき姿を描いていきます。

基本目標1 活気あふれる市場

取扱数量の増加を目指し、集荷、販路の拡大、経営の安定・強化を図り、常に活気に満ち溢れている市場を目指します。

基本戦略I

広域的な販売、集荷の強化を図ります。

基本戦略II

経営の合理化、効率化を促進します。

基本目標2 つながる市場

生産者と消費者をつなぐ役割を向上させるとともに、市民に身近に感じてもらえる市場を目指します。

基本戦略III

出荷者（生産者）、消費者のニーズを捉え、市民の身近な存在として支持される市場を目指します。

基本戦略IV

ICTを活用した効果的かつ効率的な運営に取り組みます。

基本戦略V

市場における災害等対策に取り組みます。

基本目標3 フレッシュな市場

新たな活力、新しい施設、新鮮な生鮮食料品で魅力ある市場を目指します。

基本戦略VI

施設の有効活用を図ります。

基本戦略VII

健康増進や食文化普及のため、「食」に関する情報を発信します。

基本戦略VIII

市場の担い手確保、育成、職員の能力活用に努めます。

VIII 取組項目

卸売市場法の改正に伴う業務条例等の改正、人口減少や高齢化問題への対応などの取組を盛り込んだ施策を進めていきます。

また、令和12年（2030年）を期限とする国際目標であるSDGsの達成に向けた取組も行っています。

1 活気あふれる市場

基本戦略	施 策
<p>広域的な販売、集荷の強化を図ります</p>	<p>販売力強化に向けた取組</p> <p>【共通】</p> <ul style="list-style-type: none"> 卸売業者は、第三者販売の自由化を踏まえ、他市場の卸売業者とのネットワークを強化し、品揃えの充実や取扱数量の増大を図ります。また、新たな販路の開拓にも取り組みます。 開設者と市場関係業者は、市場の愛称やロゴマークを制定し、のぼり旗等に活用することで販売促進を図ります。 開設者は、出荷者や卸売業者など市場関係業者と連携し、「野菜の日」や「いおの日」のイベントなど定着化に向けた取組を進めます。 <p>【青果】</p> <ul style="list-style-type: none"> 市場関係業者は、安全安心にこだわって生産されたK-GAP認証品等の販売促進に努めます。 <p>集荷力強化に向けた取組</p> <p>【共通】</p> <ul style="list-style-type: none"> 卸売業者は、引き続き地場産品の集荷体制の強化を図ります。 開設者と市場関係業者は、毎年実施している出荷者の表彰制度を継続することで、全国有力産地との取引拡大、パイプ作りに努めます。 開設者と市場関係業者は、新規産地との取引を視野に必要な情報収集に努めます。 開設者は、将来的な集荷拡大につながる新規就農者（漁業者）確保に向けた関係機関との取組を支援します。 <p>【魚類】</p> <ul style="list-style-type: none"> 卸売業者は、「かごしま旬のさかな」など、鹿児島地魚の集荷体制強化を図ります。 <p>規制緩和を踏まえた取扱数量の拡大等</p> <p>【共通】</p> <ul style="list-style-type: none"> 開設者、卸売業者及び仲卸業者は、取引調整会議で市場取引の秩序を維持しながら販路拡大、品揃えの充実のため、第三者販売や直荷引き、商物分離などの制度を有効活用します。

	<p>【魚類】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開設者と市場関係業者は、一体となって水産物の輸出促進に向けた取組を行い、魚類市場の輸出拠点化によって付加価値を高め、取扱数量の増大などを目指します。 <p>小売支援活動の実施</p> <p>【共通】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・卸売業者と仲卸業者は、販路を拡大するため、量販店や専門小売業者、外食・中食産業など、それぞれに応じたきめ細やかな小売支援活動を強化します。
経営の合理化、効率化を促進します	<p>市場関係業者の経営力強化</p> <p>【共通】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開設者は、卸売業者と仲卸業者の経営状況の把握と経営改善に関する指導・助言を行います。 ・開設者は、必要に応じて、業績の聞き取りを行い、改善に向けた協議の場を設けます。 ・開設者は、他市場の経営改善の成功事例の収集に努め、市場関係業者と共有します。 ・開設者は、卸売業者及び仲卸業者の経営改善の一助として講習会を実施します。 <p>合理化、効率化による経費削減</p> <p>【共通】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市場関係業者は、効率的に業務を遂行するため、他市場関係業者を含め、更なる業務提携を検討します。 ・開設者と市場関係業者は、業務委託の促進や民間活力の導入の検討、事務事業の見直しなど経費削減に向けた取組を進めます。

2 つながる市場

基本戦略	施策
出荷者、消費者のニーズを捉え、市民の身近な存在として支持される市場を目指します	<p>市民に開かれた市場づくり</p> <p>【共通】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開設者は、市場内に卸売市場の流れや、歴史、旬の青果物や調理法などのパネルを展示するスペースを設けます。 ・開設者と市場関係業者は、市場開放デーを設け、両市場で連動した生鮮食料品等の販売やイベントを行います。 ・開設者と市場関係業者は、市場の愛称やロゴマークを制定し、PR素材として活用することで、親しまれる市場を目指します。 ・開設者と市場関係業者は、市場まつりと市場見学を継続的に実施します。

	<p>【青果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開設者と市場関係業者は、スタンプラリーなど近隣の店舗と連動したイベントの実施を検討します。 ・開設者と市場関係業者は、親子参加の収穫体験など、体験型研修を市場関係業者や関係機関と連携し、思い出に残るイベントを実施します。 <p>【魚類】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開設者と市場関係業者は、魚食普及を図るため、「いおの日」（毎月10日）の関連イベント等を検討します。 ・開設者と市場関係業者は、魚食普及を図るため、一般人向けの見学ルートを定めます。 <p>生鮮食料品等（青果物・水産物）の情報の発信</p> <p>【共通】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開設者は、取引条件や取引結果等の売買に必要な情報をインターネット等で発信します。 ・開設者と市場関係業者は、市場見学者に配布する市内の小売店マップを作成します。 ・開設者は、更なる消費拡大を図るため、「買いごろ・食べごろ」記事など、青果物・水産物に関する情報を報道機関等に掲載を行います。 ・開設者と市場関係業者は、SNSを活用して、旬の青果物・水産物の情報等を紹介します。 <p>本市場ならではの関連店舗の活用</p> <p>【共通】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開設者と市場関係業者は、市民、観光客等も利用できる「食」をテーマとする関連店舗の充実を図ります。 <p>【青果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開設者は、市場に入荷する旬の青果物を使用した加工品の販売に取り組むことを関連店舗へ働きかけます。 ・開設者は、流通センターや周辺店舗と一体となったコラボ企画を検討します。 ・開設者は、市場関係業者の利便性向上のため、関連店舗の許可業種等の見直しを検討します。 <p>出荷者、消費者との関係強化</p> <p>【共通】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開設者、卸売業者及び仲卸業者は、出荷者又は消費者等に対して、集荷・販路の拡大を図るため、温度管理や衛生管理機能が向上した新しい市場をPRします。
ICTを活用した効果的かつ効率的な運営に取り組みます	<p>ICTの活用</p> <p>【共通】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市場関係業者は、電子商取引に対応する取引・決済システムの検討を行います。

	<ul style="list-style-type: none"> 市場関係業者は、商取引、市場業務におけるペーパーレス化やシステム化を促進します。 開設者は、市場関係業者の事務軽減のため、各種報告の電子化を検討するなど事務手続きの簡素化に努めます。 <p>【青果】</p> <ul style="list-style-type: none"> 卸売業者は、販売原票の電子化を検討します。
<p>市場における災害等対策に取り組みます</p>	<p>BCP（事業継続計画）の策定、見直しによる強化</p> <p>【共通】</p> <ul style="list-style-type: none"> 開設者は、BCP（事業継続計画）について、市場関係業者の策定作業を支援します。また、開設者の事業継続計画については社会情勢に合わせながら、見直しを行います。 <p>全国の各市場との相互協力</p> <p>【共通】</p> <ul style="list-style-type: none"> 開設者と市場関係業者は、全国中央卸売市場協会の災害時相互応援に関する協定に基づく救援協力を求めることで本市場が被災した場合の生鮮食料品等の確保を図ります。 <p>防災意識の向上</p> <p>【共通】</p> <ul style="list-style-type: none"> 開設者と市場関係業者は、大規模災害等の発生を想定した実地訓練を実施します。 開設者と市場関係業者は、防災等に関する研修を行います。 <p>衛生管理に対する取組</p> <p>【共通】</p> <ul style="list-style-type: none"> 開設者と市場関係業者は、衛生品質管理マニュアルに基づき、品質衛生管理を徹底します。 開設者と市場関係業者は、施設の清掃と、害虫・害獣駆除を定期的実施します。 <p>【青果】</p> <ul style="list-style-type: none"> 開設者と市場関係業者は、残留農薬検査を継続的に実施します。 開設者と市場関係業者は、安全安心な青果物を供給するため、必要な検査を実施します。 <p>感染症の対策</p> <p>【共通】</p> <ul style="list-style-type: none"> 開設者と市場関係業者は、感染症等に対する防疫対策として、マスク着用、消毒等の適切な予防措置を講じるとともに、市場内の入場制限や体温測定など必要な措置を行います。 開設者と市場関係業者は、タイムリーな情報共有が出来るように市場関係業者との感染症対策会議を実施します。

	<p>市場関係業者への啓発</p> <p>【共通】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開設者は、生鮮食料品等の管理体制の充実を図るため、衛生検査機関などと連携し、市場関係業者への講習会などを実施します。
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

3 フレッシュな市場

基本戦略	施 策
施設の有効活用を図ります	<p>施設の有効活用</p> <p>【共通】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開設者は、施設の保全計画に基づき設備更新や補修等を行います。 ・開設者は、場内の車両通行の安全確保のための研修会を開催します。 <p>【青果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開設者は、関連店舗棟周辺の空きスペースに軽食やスイーツ等の移動販売を募集します。 <p>【魚類】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開設者は、新設した調理室を活用し、魚のさばき方などの料理教室を開催します。 <p>資源の有効活用</p> <p>【共通】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市場関係業者は、排出されるごみなどの再資源化を推進し、資源の有効活用を図り、3R（リデュース、リユース、リサイクル）活動に努めます。
健康増進や食文化普及のため、「食」に関する情報を発信します	<p>出前授業等の実施</p> <p>【共通】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開設者と市場関係業者は、出前授業、出前トーク等を実施し、消費拡大に努めます。 <p>郷土の食文化の普及促進</p> <p>【共通】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開設者と市場関係業者は、両市場で連携し、夏休みや冬休みで親子、もしくは三世代で鹿児島島の食材を使用した料理教室を実施します。 <p>【青果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開設者と市場関係業者は、本県が農業産出額全国第2位という特性を活かし、市の関係機関と連携し、県内の特産農産物等のPRに取り組みます。

	<p>【魚類】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開設者と市場関係業者は、マスメディアとの連携やホームページの活用等により、地魚を使った郷土料理のレシピや旬のさかな、せりなどの情報発信を行い、県内の水産物のPRに取り組みます。 <p>食育関係団体や飲食店舗等との連携</p> <p>【共通】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開設者と市場関係業者は、食育関係団体やホテルや飲食店、小売店と連携し、食育に関するイベントを検討します。 ・学校、福祉施設など、公的施設における地場産品の活用に向け、開設者と市場関係業者が一体となった営業活動を展開します。
<p>市場の担い手確保、育成、職員の能力活用に努めます</p>	<p>意欲向上への取組</p> <p>【共通】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開設者と市場関係業者は、仲卸業者の目利きなど、その高い技術の継承につながる情報の発信を行います。 ・市場関係業者は、永年勤続表彰や再雇用制度など長期的に勤務でき、かつモチベーションを維持できるような制度づくりに取り組みます。 ・開設者と市場関係業者は、市場内で女性が働きやすい雰囲気作りに取り組むほか、管理職登用も促進します。 ・市場関係業者は、野菜ソムリエやシーフードソムリエなどの資格取得を促進するとともに有資格者の能力を積極的に活用する取組を進めます。 <p>新たな担い手確保等の検討</p> <p>【共通】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開設者と市場関係業者は、後継者育成に向けた研修や各種企画の検討を行います。 ・開設者と市場関係業者は、インターンシップや合同企業説明会の開催を検討します。

【SDGsに配慮した取組】

本市場においてもSDGsに配慮した取組を進めます。

SDGs (Sustainable Development Goals) とは、持続可能な社会を実現するため、平成27年(2015年)9月の国連サミットで採択された令和12年(2030年)を期限とする17の国際目標です。

地球上では、貧困や格差、差別、自然破壊など、「経済・社会・環境」の3つの面でさまざまな問題が起こっており、先進国、途上国の全ての国が向き合っている必要があります。

地球を将来にわたって持続させ、「誰一人取り残さない」社会を実現するため、SDGsの取組が広がっています。



本市場で取り組む項目について（一例）

アイコン	目 標	本市場の取組例
2	飢餓をゼロに	<ul style="list-style-type: none"> 販売力強化に向けた取組 集荷力強化に向けた取組
3	すべての人に健康と福祉を	<ul style="list-style-type: none"> 食育関係団体や飲食店舗等との連携 郷土の食文化の普及促進
8	働きがいも経済成長も	<ul style="list-style-type: none"> 意欲向上への取組 新たな担い手確保等の検討
12	つくる責任 つかう責任	<ul style="list-style-type: none"> 衛生管理に対する取組 郷土の食文化の普及促進
14	海の豊かさを守ろう	<ul style="list-style-type: none"> 資源の有効活用
15	陸の豊かさも守ろう	<ul style="list-style-type: none"> 資源の有効活用

区 収支計画

今後も人口減少や、市場外流通の増加など卸売市場を取り巻く環境は、厳しい状況が続くと予想されますが、基本戦略に基づいた施策に開設者、市場関係業者が一体となって取り組み、青果、魚類市場それぞれの取扱数量の指標達成を行い、健全な市場運営に努めていきます。

(単位：百万円)

区 分		本年度	令和3	令和4	令和5	令和6	令和7	令和8	令和9	令和10	令和11	令和12
青 果 市 場	歳 入	319	378	411	437	492	492	638	492	688	809	493
	使用料及び手数料	229	230	238	238	240	236	238	238	240	240	240
	一般会計繰入金	0	43	78	104	157	161	159	159	155	156	158
	その他収入	90	105	95	95	95	95	95	95	95	95	95
	市 債	0	0	0	0	0	0	146	0	198	318	0
	歳 出	319	378	411	437	492	492	638	492	688	809	493
	運 営 費	131	134	134	134	134	134	134	134	134	134	134
	施設管理費	157	163	164	164	164	164	164	164	164	164	164
	市場整備費	0	0	0	0	0	0	146	0	198	318	0
	公 債 費	31	81	113	139	194	194	194	194	192	193	195
地方債残高	4,120	4,056	3,961	3,840	3,662	3,484	3,452	3,272	3,293	3,433	3,253	
魚 類 市 場	歳 入	3,447	3,134	1,172	481	518	545	641	708	731	731	755
	使用料及び手数料	73	78	83	93	95	97	112	127	142	157	172
	一般会計繰入金	134	184	204	318	353	378	459	511	519	504	513
	その他収入	624	930	202	70	70	70	70	70	70	70	70
	市 債	2,616	1,942	683	0	0	0	0	0	0	0	0
	歳 出	3,447	3,134	1,172	481	518	545	641	708	731	731	755
	運 営 費	144	173	104	95	94	93	90	85	85	85	85
	施設管理費	151	196	195	195	195	195	195	195	195	195	195
	市場整備費	3,116	2,698	772	0	0	0	0	0	0	0	0
	公 債 費	36	67	101	191	229	257	356	428	451	451	475
地方債残高	7,871	9,768	10,391	10,253	10,076	9,870	9,565	9,185	8,781	8,374	7,942	

X 計画の推進

目まぐるしく変化する社会・経済情勢の中で、本計画を推進するため、今後とも効率的かつ効果的な運営に取り組みます。

本計画に掲げる基本戦略や施策の実効性を高めるために、開設者と市場関係業者で計画の達成度の評価などを行い、その結果を計画の見直しや次期経営展望の策定に反映させます。

また、鹿児島市中央卸売市場運営協議会の意見や提言を踏まえながら計画的かつ積極的に推進していきます。



※前期・後期計画（それぞれ5年間）に分けて、計画を推進していきます。

なお、社会・経済情勢の変化により、期間中において必要があれば、その都度見直しを行います。

用語解説

ICT

Information and Communication Technology の略称。情報通信技術と訳され、情報処理や通信に関する技術を総合的に指す。

インターンシップ

大学生等が就業前に企業などで就業体験をすること。

“いお・かごしま”魚食普及拡大推進協議会

開設者と市場関係業者が一体となって、活性化施策や魚食普及活動に取り組み、魚類市場の発展を期するとともに、取扱数量の増大を図ることを目的としている。

いおの日

本市中央卸売市場開設70周年（平成17年）にあたり、消費者等に水産物に対する関心を広く持ってもらう、魚の良さをアピールすることにより、低迷する水産物の消費拡大を図ることなどを目的として制定した日。「毎月10日」を「いおの日」としている。

卸売業者

開設者から卸売業務の許可を受けて、出荷者から販売委託又は買付により集荷した品物を、仲卸業者及び売買参加者に卸売行為を行うことを業務とするもの。

卸売市場経由率

国内で流通した加工品を含む国産及び輸入の青果、水産物等のうち、卸売市場を経由したものの数量割合の推計値。

卸売市場法

卸売市場が食品等の流通において生鮮食料品等の公正な取引の場として重要な役割を果たしていることに鑑み、卸売市場に関し、農林水産大臣が策定する基本方針について定めるとともに、農林水産大臣及び都道府県知事によるその認定に関する措置その他の措置を講じ、その適正かつ健全な運営を確保することにより、生鮮食料品等の取引の適正化とその生産及び流通の円滑化を図り、もって国民生活の安定に資することを目的とする法律。

買いごろ・食べごろ

地元紙「南日本新聞」にて、毎週水曜日に掲載される旬の青果物・水産物の情報を紹介している記事。鹿児島市のホームページでも情報を発信している。

開設者

卸売市場法、業務条例、施行規則等に基づいて、市場を開設し、施設の維持管理及び業務の認可等を行うとともに、取引が公正に行われるよう指導監督を行う。

買出人

仲卸業者から生鮮食料品等を買受け、市場外の店舗で主として一般消費者へ小売する業者で、売買参加者でない小売業者及び飲食店業者等のこと。

鹿児島市地域防災計画

災害対策基本法第42条の規定に基づいて、鹿児島市の地域にかかる防災に関し、総合的かつ計画的な防災行政の整備及び推進を図ることを目的に策定されており、災害の種別に応じて、「風水害対策編」、「火山災害対策編」、「震災対策編」、「津波災害対策編」、「原子力災害対策編」から構成される。

関連事業者

開設者の許可を受けて市場機能を補完するため又は市場を利用する人達の便益を図るため、市場内の店舗その他の施設において営業をしている者で関連商品、雑貨販売、冷蔵庫業、飲食業などを営む業者。

グリーンファーム

都市と農村の交流拠点として、喜入一倉町に平成24年11月にオープン。

農産物直売所や農園レストラン、交流体験館、キャンプ場、遊具、滞在型市民農園などの施設があり、農業体験や調理体験などの各種体験プログラムが楽しめる。

K-GAP（かごしまの農林水産物認証制度）

安心・安全を考慮して策定した県の基準に沿って、生産者が行う取組を外部の機関が審査・認証する鹿児島県独自の制度。

生産者による自己検査だけでなく、外部の審査を受けることにより、生産者の取組が正しく評価され、安心・安全に対する農林水産物の信頼性がより高まる。

コールドチェーン

生鮮食料品等を生産から消費までの間、低温又は冷蔵のまま物流する方式。低温流通体系ともいう。

市場関係業者

卸売業者、仲卸業者、売買参加者、関連事業者のこと。

直荷引き

仲卸業者が、市場内の卸売業者を介さず、出荷者、若しくは他市場の卸売業者から直接集荷をすること。

事業継続計画（BCP）

地震・水害等の災害発生により、職員・従業員の一定割合が出勤できない場合においても、必要な通常業務を継続して実施し、可能な限りサービスを維持するため、業務の継続の可否等を整理する計画のこと。

BCPは、「Business Continuity Plan」の略称。

青果（魚類）市場連絡協議会

市場内の適正かつ健全な運営を確保し、市場の秩序の保持に努めることを目的として、市場関係業者で構成されている。

第三者販売

卸売業者が、市場内の仲卸業者、売買参加者以外の者に卸売をする行為。

高床式（プラットホーム式）売場

トラックの寄りつき部と、荷降場（卸売場）に、トラック荷台分の段差を設けることで、トラックからの荷降しをスムーズに行えるようにした卸売場。

ドックシェルター

トラックの荷台と建物の搬入口を密閉性を高めて接続し、建物内の冷気を外部へ逃がしにくくする設備。

仲卸業者

開設者の許可を受けて、卸売業者等から買受けた品物を分荷調製して、市場内の仲卸店舗で売買参加者や買出人に販売又は他の市場等へ転送販売する業者で、専門的技術経験をもって品物を評価し、市場における価格形成に重要な役割を果たしている。

売買参加者

生鮮食料品等の小売業者、加工業者及び大口需要者のうち、開設者の承認を受けて仲卸業者と同様に卸売業者から直接卸売を受けることができる者で、市場外の店舗で主として一般消費者へ小売する業者。

フラット式売場

高床式売場に対比。建物搬入口とその外部にレベル差を設けず、船からの搬入を考慮した卸売場。

保全計画

建築物を長期的にわたって良好な状態で使用するための継続的な改善計画。

味蔬果（みそか）の日

青果市場活性化推進委員会が、野菜の日が8月の月末（みそか）であることから、青果物の消費拡大を図るために、毎月の月末を「味蔬果」（みそか）の日とした。

「蔬」は（そ）は野菜を意味する「蔬菜」（そさい）から用いたもの。

野菜の日

昭和58年に全国青果物商業協同組合連合会などの団体が、もっと野菜について認識してもらいたいと「や（8）さ（3）い（1）」の語呂合わせから8月31日を「野菜の日」とした。

鹿児島市中央卸売市場経営展望

2021年（令和3年）3月

編集発行 鹿児島市産業局中央卸売市場

TEL (099) 267-1311 (青果市場)

FAX (099) 267-1314