

# 鹿児島市中央卸売市場 経営展望後期計画（素案）

《概要版》

鹿児島市

## 1 経営展望（後期計画）策定の趣旨

本市中央卸売市場では、令和2年度に「鹿児島市中央卸売市場経営展望」（計画期間：令和3年度～令和12年度）を策定し、基本コンセプトである「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、青果・魚類両市場の機能強化や施設整備、衛生管理の充実、ICT活用など、持続可能な市場運営に向けた取組を進めてきました。

前期では、令和6年度に魚類市場の再整備事業を完了し、効率的で衛生的な流通システムを構築しました。また、青果市場では、平成30年度にリニューアル整備事業を実施しており、これにより、食の安心・安全を守る基盤が強化され、生産者と消費者を確実につなぐ市場としての役割を果たす体制が整いました。

一方、近年は人口や生産量の減少、物流コストの高騰など、市場を取り巻く環境が大きく変化しています。デジタル化、担い手不足への対応など、新たな課題への対応が急務となっています。

このため、令和8年度から令和12年度までの5年間における市場運営の基本的方向と体系を示す「後期計画」を策定し、前期計画での取組を継承・発展させながら、南九州における生鮮食料品流通の中核的拠点市場としての役割をさらに強化し、持続可能で魅力ある市場の実現を目指します。

## 2 計画の位置づけ

本計画は、鹿児島市中央卸売市場における後期期間（令和8年度～令和12年度）の基本的な方向性を示すもので、第六次鹿児島市総合計画（令和4年度～令和13年度）の分野別個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関連する他の計画との連携も図ります。

さらに、将来にわたり市場事業を安定的に継続していくため、国が策定を要請している「経営戦略」としても位置付けます。

## 3 計画期間

計画期間：令和3年度～令和12年度

[前期5年間（令和3年度～7年度）・後期5年間（令和8年度～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年間と定めていますが、計画は前期と後期に分けて推進します。

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

## 4 卸売市場を取り巻く環境

### 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、減少に転じており、令和2年（2020年）には112,837千人まで減少すると見込まれています。

#### (2) 卸売市場経由率の推移

食料消費量の減少に加え、流通構造の変化により、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。

＜青果物＞

平成25年度の60.0%から令和4年度は50.5%と9.5ポイントの減少となっています。

＜水産物＞

平成25年度の54.1%から令和4年度は43.2%と10.9ポイントの減少となっています。

#### (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25年の1,178万トンから令和4年は1,119万トンと約59万トン（5.0%）減少しています。

＜果実＞

平成25年の304万トンから令和4年は264万トンと約40万トン（13.2%）減少しています。

＜水産物＞

平成25年の477万トンから令和4年は392万トンと約85万トン（17.8%）と減少しています。

#### (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、令和2年度の549万トンから令和6年度には471万トンとなり、約78万トン（14.2%）の減少となりました。一方、取扱金額は令和2年度の1,260,946百万円から令和6年度には1,378,974百万円となり、約118,028百万円（9.4%）の増加となっています。

＜果実＞

全国の中央卸売市場の果実取扱数量は、令和2年度の149万トンから令和6年度には124万トンとなり、約25万トン（16.8%）の減少となりました。一方、取扱金額は令和2年度の618,185百万円から令和6年度には678,722百万円となり、約60,537百万円（9.8%）の増加となっています。

＜青果物＞

全国の中央卸売市場の青果物総体の取扱数量は、令和2年度の698万トンから令和6年度には595万トンとなり、約103万トン（14.8%）の減少となり、一方、取扱金額は令

和2年度の1,879,131百万円から令和6年度には2,057,696百万円となり、約178,565百万円（9.5%）の増加となっています。

#### ＜水産物＞

全国の中央卸売市場の水産物の取扱数量は、令和2年度の130万トンから令和6年度には108万トンとなり、約22万トン（16.9%）の減少となり、一方、取扱金額は令和2年度の1,266,210百万円から令和6年度には1,446,159百万円となり、約179,949百万円（14.2%）の増加となっています。

### 本市の動向

#### （1）本市の人口推移

平成26年（2014年）の60万人をピークに、減少に転じており、全国同様、人口減少局面へ移行しています。

令和2年（2040年）には、519,563人まで減少すると推計されています。

#### （2）本県（市）の生産量の推移

##### ＜青果物＞

本市の青果物生産は、全国の傾向と同様に農家数の減少や高齢化、担い手不足により縮小傾向にあり、過去5年間で野菜・果実ともに生産量が減少しています。令和元年の10,649トンから令和5年は9,763トンと886トン（8.3%）の減少となっています。

##### ＜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、減少傾向にあります。令和元年の115,073トンから令和5年は98,848トンと16,225トン（14.1%）の減少となっています。

#### （3）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、令和5年は増加しました。

生産量に占める本市場への入荷量の割合は、令和元年が37.5%に対し、令和5年が31.1%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、令和2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、令和元年が12.3%に対し、令和5年が17.3%となっています。

#### （4）本市の農産物直売所数の推移

令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
34	33	32	32	32

#### （5）本市の小売業者数の推移

	平成24年	平成28年	令和3年
野菜・果実小売業	126	85	74
鮮魚小売業	40	26	27

## (6) 本市場の取扱数量・金額の推移

### <青果市場>

本市青果市場の野菜・果物の取扱数量は、令和2年度の 172,434 トンから令和6年度には 148,607 トンとなり、23,827 トン(13.8%)の減少、一方、取扱金額は、令和2年度の 34,460 百万円から令和6年度には 41,828 百万円となり、7,368 百万円(21.4%)の増加となっています。

### <魚類市場>

本市魚類市場の取扱数量は、令和2年度の 22,486 トンから令和6年度には 17,234 トンとなり、5,252 トン(23.4%)の減少、一方、取扱金額は、令和2年度の 14,591 百万円から令和6年度には 15,410 百万円となり、819 百万円(5.6%)の増加となっています。

## (7) 魚類市場の輸出金額の推移

本市魚類市場の輸出金額は、令和3年度から増加傾向にあり、令和2年度と6年度を比較すると1.3億円(72.2%)の増加となっています。

## (8) 本市場関係業者数の推移

(単位：業者数)

	青果市場			魚類市場		
	卸 売 業 者	仲 卸 業 者	売 買 參 加 者	卸 売 業 者	仲 卸 業 者	売 買 參 加 者
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
令和 3年	2	25	120	2	29	83
令和 4年	2	24	119	2	29	81
令和 5年	2	24	121	2	29	81
令和 6年	2	23	123	2	29	86
令和 7年	2	22	118	2	29	80

※各年 1月1日現在

## 5 今後の対応すべき課題

---

市場を取り巻く環境は、人口減少や生産量の縮小、担い手不足に加え、物流コストの高騰など、これまでにない変化に直面しています。市場取扱数量は減少傾向にある一方で、消費ニーズは多様化し、効率的な流通体制やデジタル化への対応が必要となっています。また、災害リスクや施設老朽化への備え、人材確保と育成も喫緊の課題です。

こうした現状を踏まえ、持続可能で魅力ある市場を実現するため、以下の課題に取り組む必要があります。

### 課題1 広域集荷と販路の拡充

消費ニーズの多様化や生産・流通構造の変化に対応するため、広域的な集荷体制と多様な販路の構築が求められています。物流ネットワークの強化や輸出促進など、南九州の食の発信拠点として安定した取扱量と持続可能な取引環境を実現する必要があります。

### 課題2 業務の効率化とデジタル化の促進

物流コストの上昇や市場の人手不足といった課題に対応するため、業務の効率化やデジタル化は必要不可欠となっています。業務内容の見直しや、発注・配送などの業務の段階的なデジタル化を進めていくことが必要です。

### 課題3 市場の魅力発信と市民との接点の強化

市場の役割や食の魅力を広く伝えるためには、市民との接点を増やし、親しみやすい場づくりが重要です。イベントやSNSを活用し、地域に開かれた市場としての存在感を高めます。特に、旬の食材や魅力、レシピなどを発信し、食文化や健康的な食生活に関する情報を提供することで、市民の関心を高めます。

### 課題4 災害対応力の強化

地震や台風などの災害時にも市場機能を維持できる体制づくりが求められています。業務継続計画（BCP）の整備や避難訓練の実施、情報伝達手段の確保を通じて、安心・安全な市場運営を実現する必要があります。

### 課題5 人材不足と担い手育成の遅れ

市場の持続的な運営には、若手人材の確保と育成が不可欠です。高齢化や採用難への対応として、働き方改革や教育体制の充実を進め、将来の担い手を育てる環境づくりを強化していく必要があります。

## 6 目指す理想像

### (1) 基本コンセプト

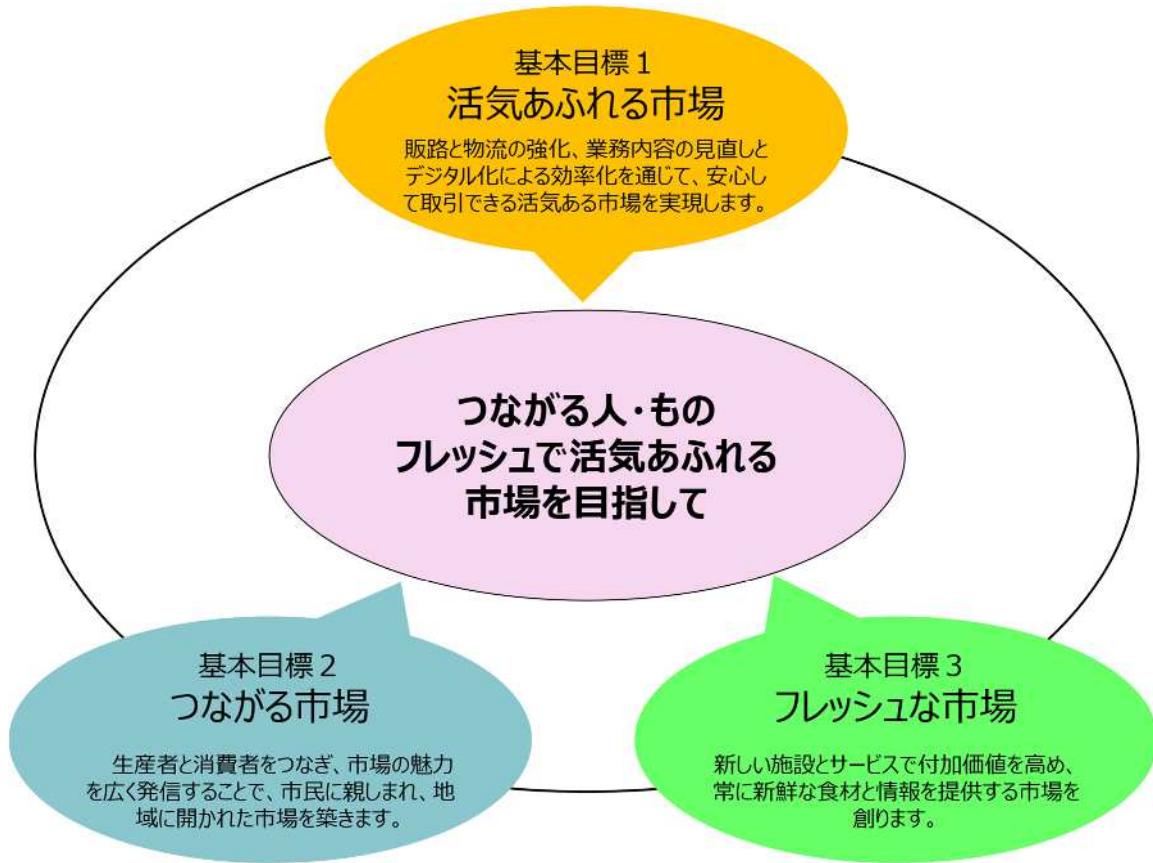
つながる人・もの フレッシュで活気あふれる 市場を目指して

近年、消費ニーズの多様化や生産・流通構造の変化、物価高騰など市場を取り巻く環境は大きく変化しています。こうした中、青果・魚類市場のリニューアル・再整備により、効率的で衛生的な流通システムを構築し、食の安心・安全を守る基盤を強化しました。

後期計画では、ＩＣＴの活用や産地・事業者との連携強化、環境・衛生対策をさらに進めることで、生産者と消費者をつなぎ、地域の食文化を未来へ継承しながら、賑わいにあふれ、市民や事業者にとって身近で信頼される持続可能な市場運営を目指します。

### (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) 取扱数量等の指標

<青果市場>	年間取扱数量指標 :	17.0万トン
<魚類市場>	年間取扱数量指標 :	2.2万トン
令和12年度輸出金額目標	:	5.8億円

### 基本目標 1 活気あふれる市場

多様な販路の確保と広域的な物流ネットワークの強化により、取扱量の安定と取引機会の拡大を図ります。さらに、業務内容の見直しとデジタル化を促進し、生産者・事業者が安心して取引できる、活気と信頼に満ちた市場環境を実現します。

#### 基本戦略 I 販路拡大と物流ネットワーク強化

##### ＜施 策＞

###### 販路拡大に向けた取組

- ・魚類市場では、輸出支援窓口の設置や商談会参加、海外ニーズの把握により、国内外への販路拡大を推進します。

###### 物流ネットワーク強化に向けた取組

- ・地場産品の集荷強化と産地連携で物流ネットワークを拡充します。
- ・青果市場では、市況データで出荷計画を支援し、新規就農者の市場参入を推進。GAP認証品の流通拡大と産地連携で安全・安心な供給を図ります。

#### 基本戦略 II 業務内容の見直しとデジタル化による効率経営

##### ＜施 策＞

###### 業務内容の見直しによる効率化

- ・事務事業の見直しを進め、業務効率化と経費削減、経営改善を推進します。

###### デジタル化による効率経営

- ・デジタル技術を活用し市場業務の効率化と生産性向上を図り、ICT導入を計画的に推進します。
- ・国の補助制度や他市場のICT活用事例を情報提供し、事業者の導入を積極的に支援します。
- ・青果市場では、市場のICT導入を計画的に進めるため、開設者と業者が連携し、実施方針やスケジュールを検討します。

## **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強化し、食の魅力や市場の価値を広く発信します。ＩＣＴの活用による利便性向上や、市民に親しまれるイベント・情報発信を通じて、地域に開かれた市場を築きます。また、災害時にも機能を維持できる体制を整え、安心・安全な市場運営を実現します。

### **基本戦略Ⅲ 市民参加型イベントとＳＮＳ情報発信の強化**

#### **<施 策>**

##### **市民参加型イベントの実施**

- ・市場開放や見学、料理教室など市民参加型イベントを継続し、食文化普及と市場ＰＲを推進します。

##### **SNSを活用した情報発信の強化**

- ・公式ＳＮＳとインフルエンサーを活用し、旬情報や市場の魅力を発信して若者の関心を高めます。

### **基本戦略IV ＩＣＴを活用した情報共有と利便性向上**

#### **<施 策>**

##### **ＩＣＴを活用した情報共有と利便性向上**

- ・ＩＣＴで取引情報発信や電子化を進め、ペーパーレス化と事務手続き簡素化を推進します。

### **基本戦略V 災害時にも機能を維持する安心安全体制の構築**

#### **<施 策>**

##### **業務継続体制の構築**

- ・市場関係業者の事業継続計画（ＢＣＰ）策定作業を支援します。

##### **全国の各市場との相互協力**

- ・災害時の食料確保に向け、全国市場との相互応援協定に基づく連携を強化します。

##### **防災意識の向上**

- ・実地訓練や防災研修を継続し、市場関係者の防災意識を高める取組を推進します。

##### **衛生管理に対する取組**

- ・マニュアルに基づく衛生管理を徹底し、清掃・害虫駆除や検査で安全な生鮮品を供給します。
- ・青果では、残留農薬検査を継続的に実施します。

##### **感染症の対策**

- ・衛生管理や入場制限など柔軟な感染症対策を実施し、情報共有で安心安全を確保します。

##### **市場関係業者への啓発**

- ・衛生管理体制強化のため、検査機関と連携し市場関係業者向け講習会を実施します。

### **基本目標3 フレッシュな市場**

新しい施設とサービスで付加価値を高め、常に新鮮な食材と情報を提供する市場を創ります。施設を有効活用し、食材の品質を守るための暑熱対策や衛生管理を強化するとともに、「食」に関する情報発信を進めます。さらに、担い手の確保

- ・育成を図り、未来志向で魅力ある市場を実現します。

### **基本戦略VI 施設の有効活用と品質保持のための機能強化**

#### **<施 策>**

##### **施設の有効活用**

- ・施設保全を計画的に進め、関連店舗やイベントで、食の魅力を発信し有効活用を図ります。

##### **品質保持のための機能強化**

- ・冷蔵設備の維持・強化に向け、連携して具体的方針やスケジュールを検討します。

### **基本戦略VII 「食」に関する情報発信とブランド力強化**

#### **<施 策>**

##### **食に関する情報発信**

- ・青果市場では、地域イベントや食育活動に協力し、旬の野菜情報や市場の役割を発信します。
- ・魚類市場では、郷土料理レシピや旬の魚、せり情報をメディアやSNSで発信し、魚食普及と水産物PRを強化します。

##### **ブランド力の強化**

- ・青果市場では、GAP認証品など、安心安全な青果物の販売促進でブランド力を強化します。

### **基本戦略VIII 市場の担い手確保と人材育成の推進**

#### **<施 策>**

##### **新たな担い手確保と人材育成への取組**

- ・高校生など若年層向けにインターンや職場見学を積極推進し、市場業務の魅力を発信します。
- ・外国人材受入に向けた情報収集と制度理解を促進します。

##### **働きやすい職場環境づくり**

- ・休憩所や福利厚生の充実、業務効率化と安全講習で、快適性・負担軽減・安全な職場環境を確保します。

8 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	令和2	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	339	389	460	476	568	550	569	569	606	576	586
	使用料及び手数料	235	231	248	252	270	249	250	250	266	251	256
	一般会計繰入金	0	42	57	82	151	165	164	164	185	170	175
	その他収入	104	116	155	142	147	136	155	155	155	155	155
	市債	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	歳出	310	359	430	445	538	550	569	569	606	576	586
	運営費	128	130	123	123	142	128	131	131	131	131	131
	施設管理費	151	148	194	183	202	228	244	244	284	254	264
	市場整備費	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	公債費	31	81	113	139	194	194	194	194	191	191	191
魚類市場	地方債残高	4,120	4,056	3,961	3,840	3,662	3,484	3,306	3,126	2,800	2,637	2,473
	歳入	3,224	2,975	859	620	617	618	698	750	758	760	761
	使用料及び手数料	73	80	94	102	99	102	114	126	138	150	162
	一般会計繰入金	118	145	59	263	360	430	515	555	551	541	530
	その他収入	622	1,316	289	112	77	69	69	69	69	69	69
	市債	2,411	1,434	417	143	81	17	0	0	0	0	0
	歳出	2,874	2,917	859	621	617	618	698	750	758	760	761
	運営費	91	89	90	91	97	108	110	110	110	110	110
	施設管理費	148	159	190	184	204	240	223	223	223	223	223
	市場整備費	2,599	2,608	477	155	81	0	0	0	0	0	0
	公債費	36	61	102	191	235	270	365	417	425	427	428
合計	地方債残高	7,663	9,076	9,440	9,445	9,344	9,128	8,817	8,452	8,077	7,697	7,290

※令和2～6年度は決算額、令和7年度は予算額

## 9 計画の推進

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、次期経営展望の策定に反映させます。

