

郡山市総合地方卸売市場

経営戦略



2021年3月策定

郡山市総合地方卸売市場

目 次

	頁
経営戦略の策定に当たって	
1 背景と趣旨	1
2 経営戦略の計画期間	2
第1章 郡山市総合地方卸売市場の概要	
1 市場の役割	3
2 市場施設の概要	3
3 市場の沿革	5
第2章 郡山市総合地方卸売市場の現状と課題	
1 本市等の人口の推移	6
2 本市等の将来人口と消費額の減少	7
3 食品流通の変化	8
4 消費動向、新型コロナウイルス感染症拡大及びDXの影響	9
5 本市場の状況	10
第3章 基本戦略	
1 基本戦略	15
2 取組事項	16
3 目 標	17
第4章 基本戦略に基づく取組	
戦略1 市場の活性化（サポート体制強化）	19
戦略2 市場運営の効率化（マネジメント強化）	21
戦略3 開かれた市場づくり（官民協奏の推進）	24
戦略4 災害に強く環境にやさしい市場づくり	25
第5章 市場会計の見直し	
1 収 入	26
2 支 出	26
3 投資・財政計画	27
第6章 推進体制と戦略の評価・見直し	30

◆経営戦略の策定に当たって

1 背景と趣旨

「郡山市総合地方卸売市場」は、1970（昭和 45）年に郡山市が開設者となり郡山市中央市場の名称で、現在の J R 郡山駅に近い富久山町に開場しました。

1972（昭和 47）年には郡山市地方卸売市場と改称し、郡山市の生鮮食料品流通の中核基地として業務を行ってきましたが、施設の老朽化や、狭あい化、市場周辺道路の慢性的交通渋滞等により、早急な施設の整備拡充及び移転の必要性に迫られるようになりました。

このことから、1991（平成 3）年より新市場整備の検討を始め、1999（平成 11）年には、これからの高速物流時代を念頭に東北自動車道郡山南インターチェンジから約 3 分に位置する大槻町の現在地において新市場の建設工事に着手し、2002（平成 14）年 4 月 1 日、郡山市を中心に周辺 30 市町村（開場当時）約 67 万 5 千人を対象に青果、水産物及び花きを供給する卸売市場として開場し、消費者に安定的かつ効率的に安全で安心な生鮮食料品等を供給する重要な役割を担い続けています。

こうした中、卸売市場を取り巻く環境は、人口減少や少子高齢化の進展、D X（デジタルトランスフォーメーション）*化、生活様式や消費者ニーズの多様化、農産物直売所の普及やネット販売による流通構造の変化等により、取扱高の減少が続いています。さらに、本市場においては、東京電力福島第一原子力発電所の事故による風評被害の影響や新型コロナウイルス感染症拡大に伴う消費低迷・「新たな流通様式」の進展等による売上高の減少により、その取り巻く環境はより厳しい状況にあります。

このような背景を踏まえ、農林水産省は「第 10 次卸売市場整備基本方針」（2016（平成 28）年 1 月 14 日）を策定し、各市場が直面する様々な課題や求められる機能・役割の変化を踏まえ、市場運営の方針等を明確にした「経営展望」の策定を求めており、総務省においても、経営基盤の強化と財政マネジメントの向上を図るため、2020（令和 2）年度までに経営の基本計画である「経営戦略」の策定を要請しています。また、2020（令和 2）年 6 月 21 日には改正卸売市場法が施行され、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、各市場の実態に応じ、創意工夫による市場活性化に取り組むこととなりました。

この戦略は、2030（令和 12）年まで達成を目指す 17 の目標である S D G s *の推進や持続可能な圏域を目指すこおりやま広域連携中枢都市圏ビジョン、本市最上位計画の「あすまちこおりやま（基本指針）」等との整合を図るとともに、D X化や新型コロナウイルス感染症拡大に伴う「新しい生活様式」への対応等を踏まえ、ウィズコロナ・ポストコロナ時代における「新たな流通様式」を活用する市場経営の実現ため、その方針を「経営戦略」として策定するものです。

*DX（デジタルトランスフォーメーション）：Digital Transformation の略語。「ICT の浸透が人々の生活をあらゆる面でより良い方向に変化させる」という概念

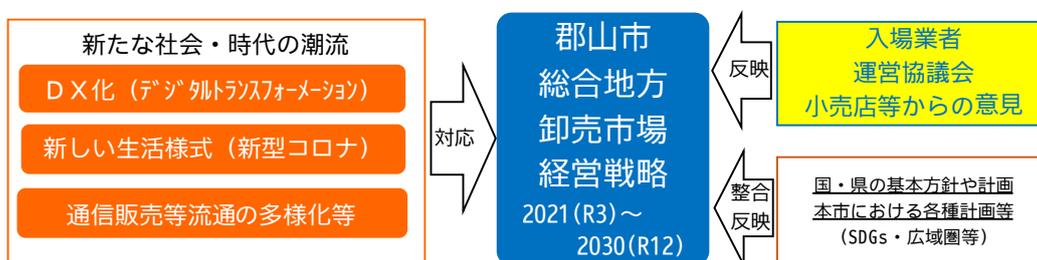
*SDGs：Sustainable Development Goals の略語。持続可能な開発目標。2015 年 9 月に国連で採択され、2030 年まで達成を目指す 17 の目標と 169 のターゲット（具体目標）からなる世界共通課題解決のための目標

2 経営戦略の計画期間

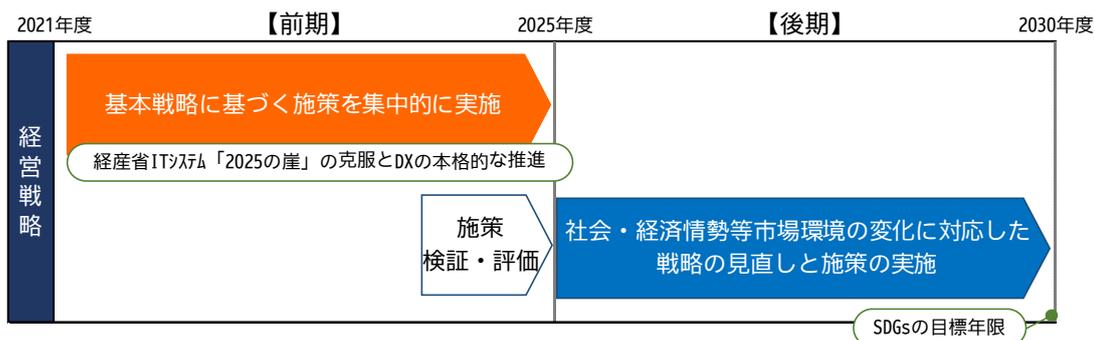
計画期間は、2021（令和3）年度から2030（令和12）年度までの10年間とします。

また、施策の実施に当たっては著しく変化する社会・経済情勢に対応するため、計画期間を前期・後期に分け、前期では、第3章に掲げる「基本戦略」に基づきDX推進等の施策を集中的に実施し、後期では、その時点における市場環境の変化に対応した戦略の見直しを図り、これに基づく施策を実施することとします。

経営戦略イメージ



計画期間



第1章 郡山市総合地方卸売市場の概要

1 市場の役割

地方卸売市場は、卸売市場法に基づき開設された日常生活に不可欠な野菜、果実、魚介類等の生鮮食料品や花きを取り扱う卸売市場で、消費者に安定的かつ効率的に安全で安心な生鮮食料品等を供給する重要な役割を担い続けています。

その中で、本市場は、流通圏域において次の5つの機能を担っています。

(1) 集荷及び分荷機能

豊富な品揃えと速やかな仕分けが行われます。

(2) 価格の適正化機能

公開取引による公平な競争、需要と供給に基づく公正な価格形成が行われます。

(3) 流通の円滑機能

生産者の販売の提供、迅速かつ確実な代金決済が行われます。

(4) 市民生活の安定機能

新鮮で安全な品物の安定供給が行われます。

(5) 情報の発信機能

需給に関する情報を収集して、産地や小売店等へ伝達されます。

2 市場施設の概要

(1) 本市場の取扱品目

- ・青果部：野菜、果実及びこれらの加工品等
- ・水産物部：生鮮水産物及びその加工品等
- ・花き部：花き及びその加工品等

(2) 施設の規模

- ・敷地面積
196,442 m²
- ・建築面積
34,532 m²
- ・延床面積
41,312 m²
- ・卸売場面積
12,919 m²
- ・構造
鉄骨造、鉄筋コンクリート造



(3) 市場の構成者

開設者 郡山市

	青果部	水産物部	花き部
卸売業者	3社	1社	1社
仲卸業者	5社	5社	1社
買受人	749人		
関連事業者	17社		

2020 (R2) 年 11 月 1 日現在

※開設者 … 県知事の認定を受け、地方卸売市場を開設し、公正な取引のための指導・監督及び市場施設の維持管理をする者

卸売業者 … 市長の許可を受け、出荷者から委託された品物又は自ら買い付けた品物を市場内でせり売等により仲卸業者や買受人に販売する者

仲卸業者 … 市長の許可を受け、卸売業者から買い受けた品物を小口に分け買受人に販売する者

買受人 … 市長の承認を受け、市場内でせり売に参加し、卸売業者や仲卸業者から品物を買受ける者

関連事業者 … 市長の許可を受け、市場機能充実を図り市場利用者に便益を提供するための業務を営む者

(4) 市場の流通圏域 22市町村

- ・福島県中部 12(郡山市、須賀川市、田村市、岩瀬郡、田村郡、石川郡)
- ・福島県西部 1(猪苗代町)
- ・福島県南部 8(白河市、西郷村を除く西白河郡、東白川郡)
- ・福島県北部 1(本宮市)

供給対象人数 約 69 万人

(2020 (R2) 年 4 月 1 日現在)



3 市場の沿革

1970 (S45) 年 4 月	郡山市が開設者となり「郡山市中央市場」を富久山町に開場
1972 (S47) 年 9 月	「郡山市地方卸売市場」に改称
1991 (H3) 年 12 月	新市場整備の検討を開始
1996 (H8) 年 12 月	「第6次福島県卸売市場整備計画」に新市場を地域拠点市場として整備することが組み込まれる
1999 (H11) 年 3 月	施設建築物着工
2001 (H13) 年 12 月	「郡山市総合地方卸売市場条例」可決、施設建築物竣工
2002 (H14) 年 4 月	郡山市農林部内に「総合地方卸売市場管理事務所」を設置し、「郡山市総合地方卸売市場」を開場
2013 (H25) 年 7 月	「郡山市総合地方卸売市場あり方検討会」を設置し、市場の運営及び市場資産の有効活用等について協議
2015 (H27) 年 9 月	「郡山市総合地方卸売市場あり方検討会」から市場資産の活用及び指定管理者の導入等について提言書が提出される
2016 (H28) 年 11 月	「第9次福島県卸売市場整備計画」において「地域拠点市場」に位置づけられる
2019 (R元) 年 10 月	使用料の改定（新たな積算基準による見直し、売上高使用料を廃止し施設使用料（面積割）に一本化、減免措置の廃止）
2020 (R2) 年 3 月	卸売市場法の抜本的改正を踏まえ、郡山市総合地方卸売市場条例を改正（施行日：2020年6月21日）

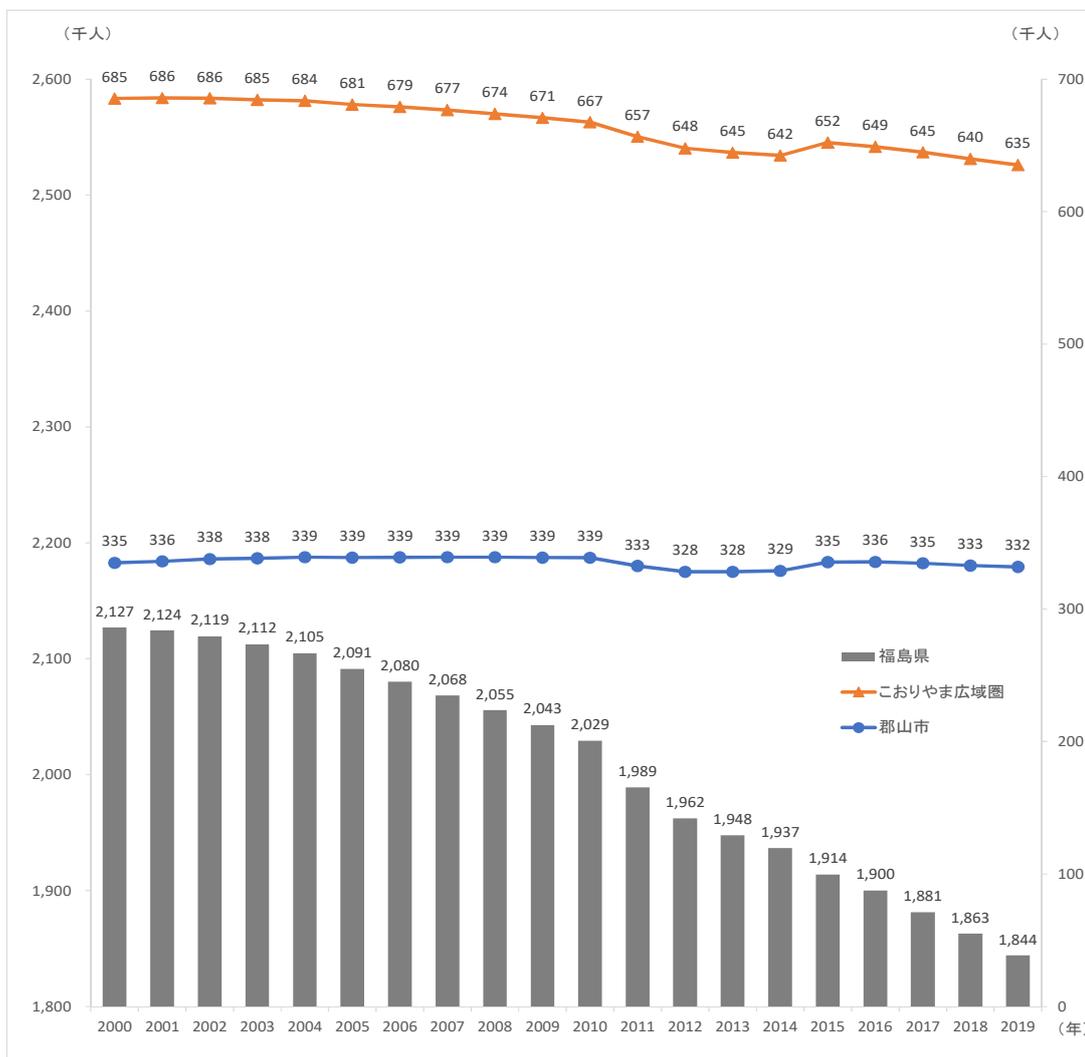
第2章 郡山市総合地方卸売市場の現状と課題

1 本市等の人口の推移

本市の人口は2004（平成16）年にピークを迎え、その後、微減しています。

また、こおりやま広域圏内及び福島県の人口は2000（平成12）年以降減少しており、本市と比較すると減少幅が大きい状況にあります。

県、こおりやま広域圏、郡山市の人口推移



出典：郡山市人口ビジョン（2020改訂版）

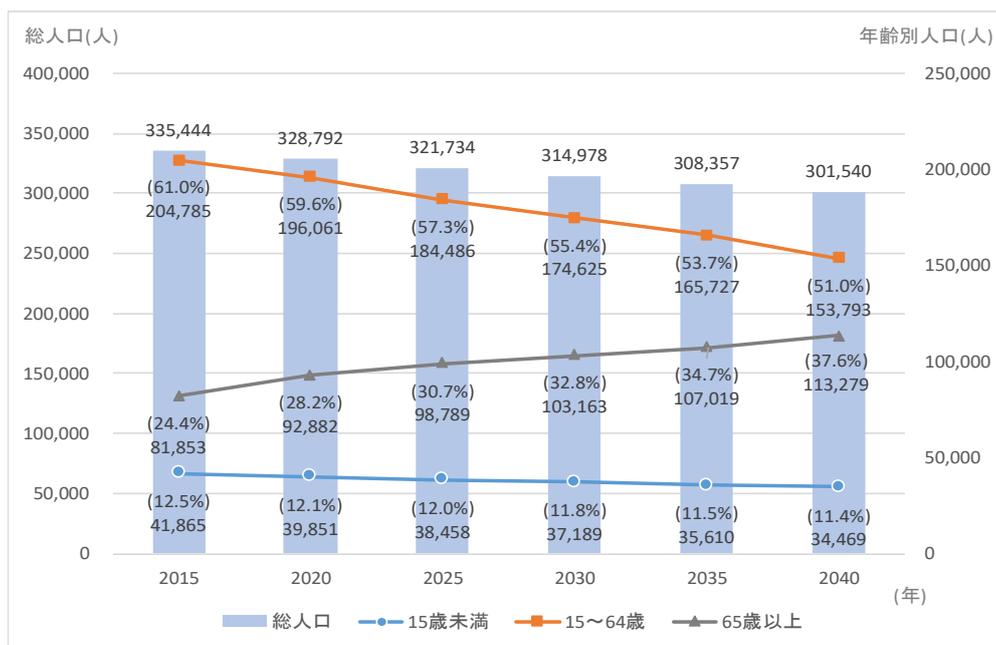
※こおりやま広域圏構成市町村 16市町村

郡山市、須賀川市、二本松市、田村市、本宮市、大玉村、鏡石町、天栄村、
猪苗代町、石川町、玉川村、平田村、浅川町、古殿町、三春町、小野町

2 本市等の将来人口と消費額の減少

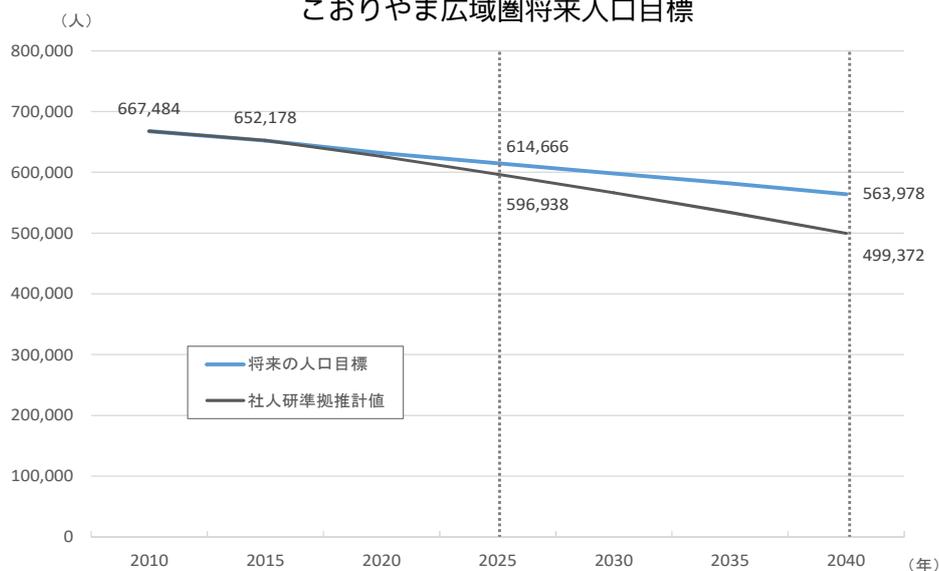
本市人口ビジョンにおいては、目標年次の2040（令和22）年までに人口約30万人にソフトランディングさせることを目指しており、こおりやま広域圏の将来の人口については、長期的に50万人程度を維持することを目標としています。本市場の商圈においては、人口減少と高齢化により消費額は年々減少していくものと見込まれます。

郡山市将来展望人口



出典：郡山市人口ビジョン（2020改訂版）

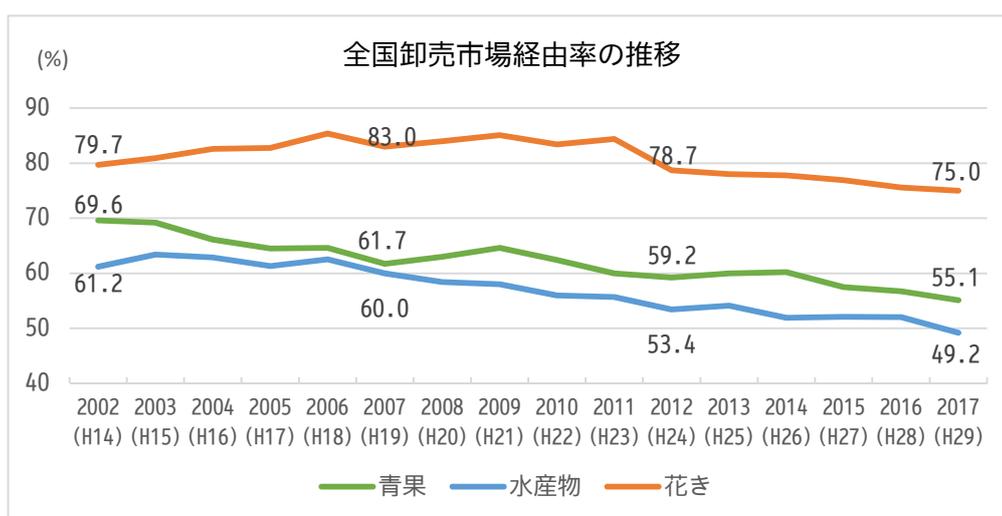
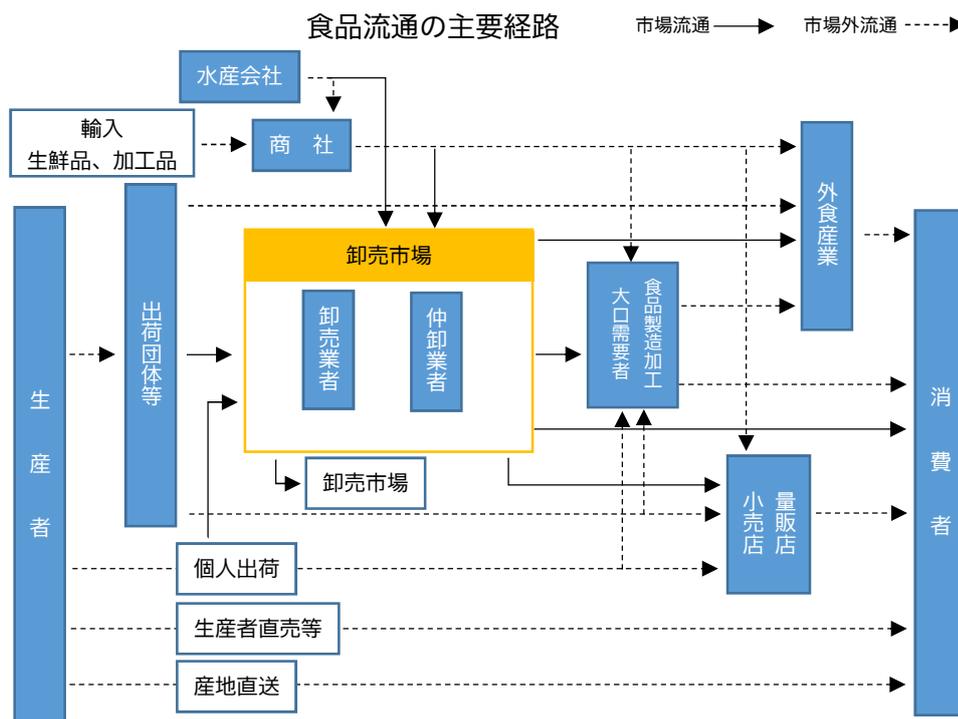
こおりやま広域圏将来人口目標



出典：こおりやま広域連携中枢都市圏ビジョン

3 食品流通の変化

食品の流通構造において、以前は卸売市場流通が大きなシェアを占めていましたが、現在は市場取引のほか、契約栽培、直売所、コールドチェーン*化された量販店による産直、ネット通信販売等多様な流通が行われるようになり、卸売市場を含めた仕入販売の選択肢が広がっています。卸売市場は生鮮食料品等の農水産物流通における集散拠点としての役割を担っていますが、こうした近年の流通形態の変化により全国的に生鮮食料品等の市場経由率*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」

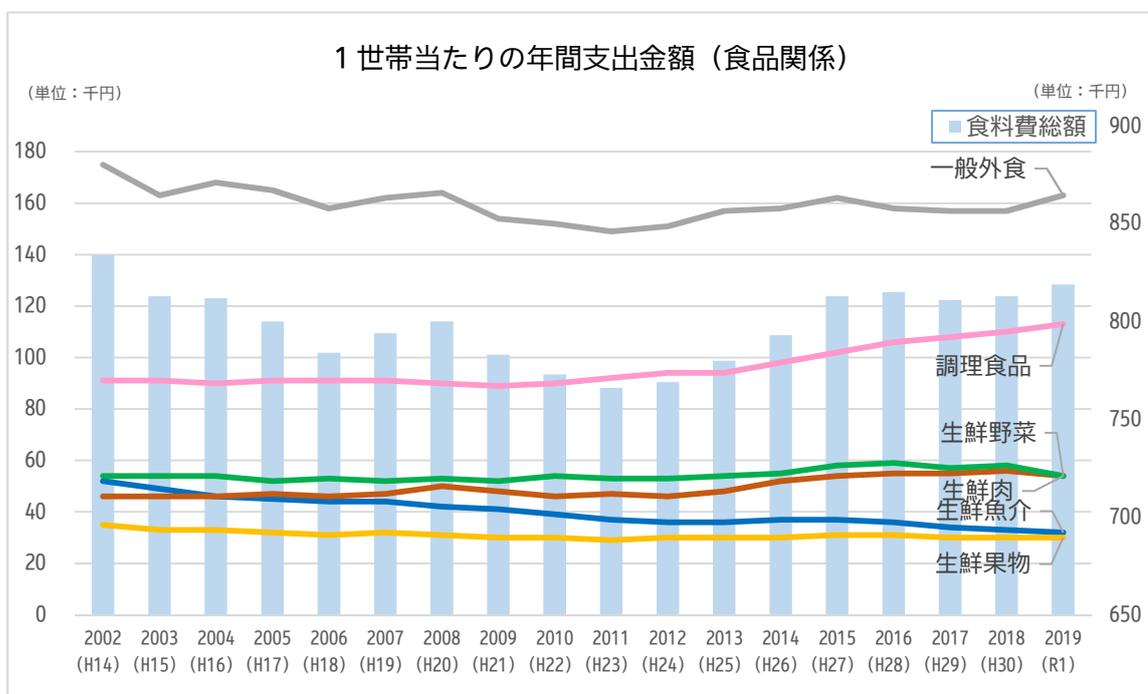
*コールドチェーン：生鮮食料品を生産から消費までの間、低温又は冷蔵や冷凍のまま物流する方式のことをいい、低温流通体系ともいう

*市場経由率：国内で流通した加工品を含む国産及び輸入果実物、水産物、花きのうち、卸売市場を経由したものの数量割合の推計値

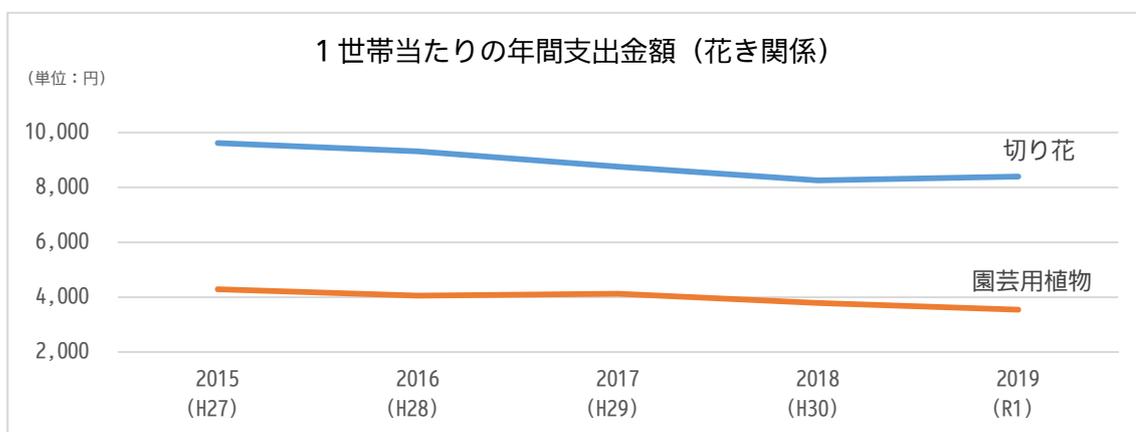
4 消費動向、新型コロナウイルス感染症拡大及びDXの影響

家庭の消費動向について、食料費総額は増加傾向にあり、特に調理食品の増加が著しく、
 外食や生鮮肉も増加傾向にあります。一方、生鮮魚介は減少傾向であり、生鮮野菜や果物は
 横ばいの状況です。また、花きにおいては切り花・園芸用植物ともに減少傾向にあります。

また、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、外食が大幅に減少する一方、内食(家
 庭内調理)の増加により、調理食品や生鮮野菜等の需要増加のほか、新しい生活様式に基
 づくライフスタイルの変化により、購入方法も店舗等での買物からテイクアウトや宅配等届
 物へシフトするとともに、DXの進展によるインターネット販売等、人との接触をできるだ
 け減少させる消費スタイルが加速化し、ウィズコロナ・ポストコロナにおける新しい流通様
 式がますます進行すると見込まれます。



出典：総務省統計局「家計調査」総世帯支出金額



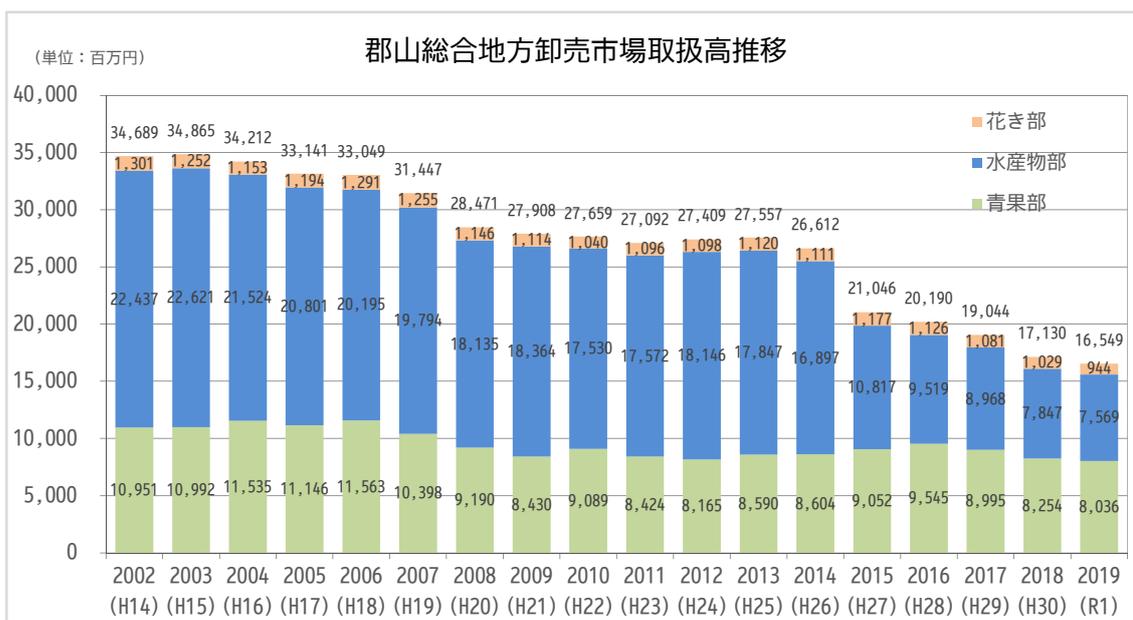
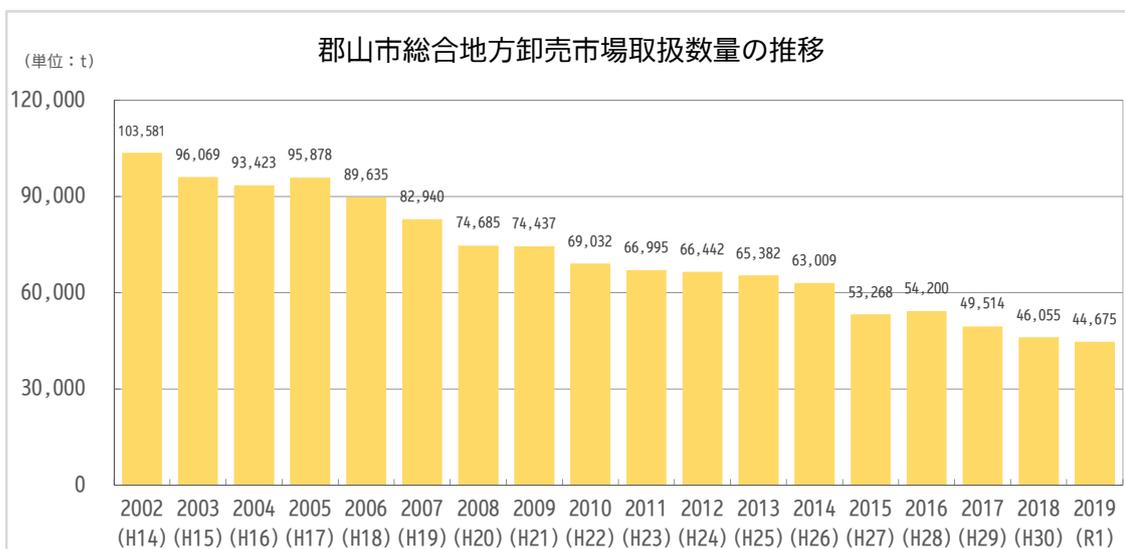
出典：総務省統計局「家計調査」2人以上世帯支出金額（年推移統計は2015年以降のみ）

5 本市場の状況

(1) 取扱数量と取扱高

本市場の取扱数量(花きを除く)は、年々減少しており、2019(令和元)年度は44,675 tで、2002(平成14)年度の103,581 tと比較すると58,906 t、約57%減少しています。

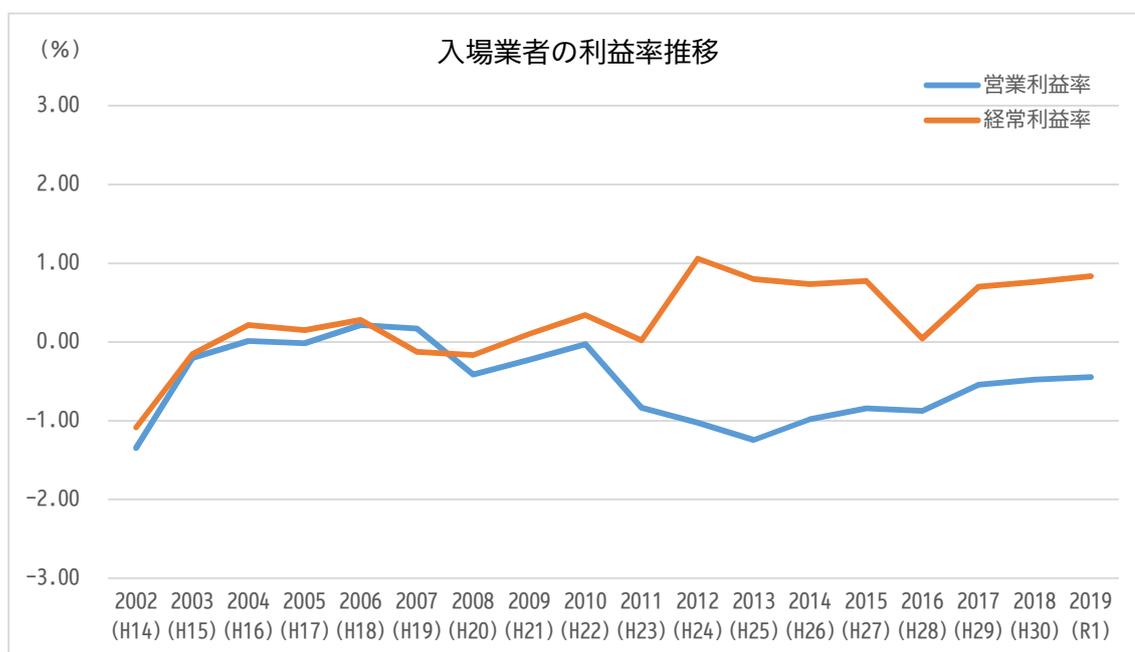
また、取扱高も年々減少し、2019(令和元)年度における取扱高は165億円で、2002(平成14)年度の346億円と比較すると181億円、約52%減少となっています。卸売市場を取り巻く環境の変化や東日本大震災及び東京電力福島第一原子力発電所の事故による風評被害や近年の自然災害の影響等により減少傾向に歯止めがかからない状況に加え、新型コロナウイルス感染症拡大等の影響を受け、市場全体としては今後も減少傾向が続くものと考えられます。



(2) 入場業者の経営状況

本市場の入場業者の売上高営業利益率*（平均値）は、開場当初は上昇傾向でしたが、東日本大震災を契機に大きく低下しました。近年は低下傾向から徐々に回復傾向となっておりますが、プラスへは転じていない状況です。また、売上高経常利益率*（平均値）も開場当初から上昇・横ばい傾向でしたが、東日本大震災を契機に低下し、その後回復したものの、近年では概ね横ばいの傾向となっております。

本市場の入場業者と全国の中央市場業者とを比較すると、売上高経常利益率ではわずかに中央市場業者を上回っていますが、売上高営業利益率では本市場入場業者が下回っており、その経営は厳しい状況となっております。



本市場入場業者と中央卸売市場業者との収益性比較 (2018 (H30) 年度)

	本市場	中央卸売市場
売上高営業利益率	-0.48 %	0.11 %
売上高経常利益率	0.76 %	0.30 %

出典：中央卸売市場の数値は農林水産省「令和元年度卸売市場データ集」より
青果・水産物・花きの平均値を算出

※売上高営業利益率：営業利益÷売上高×100

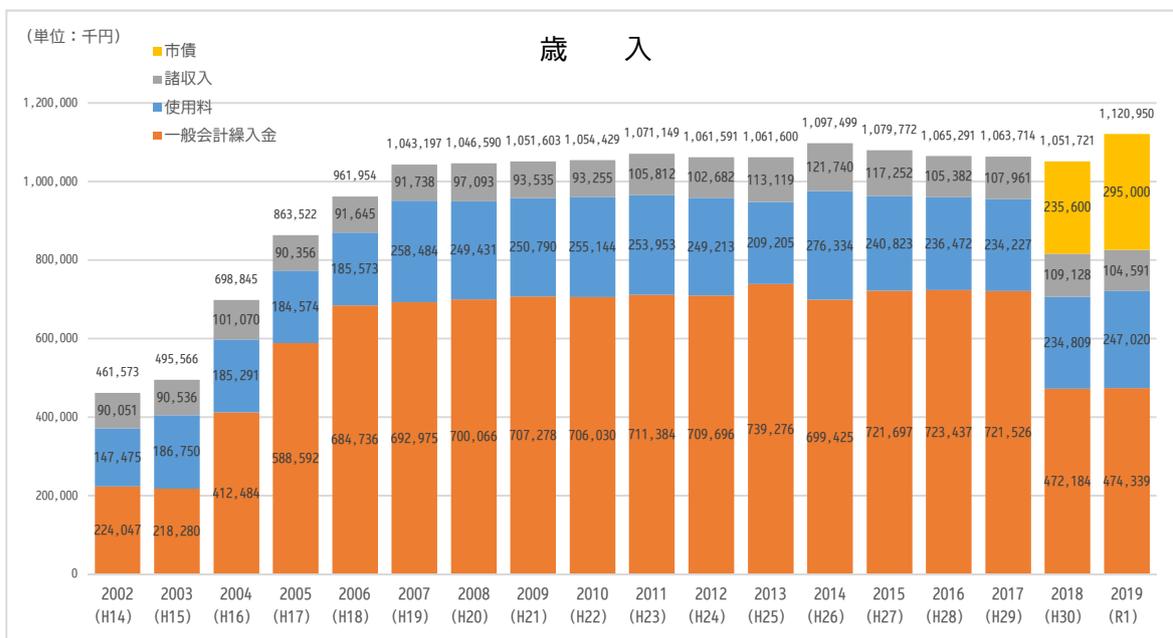
※売上高経常利益率：経常利益÷売上高×100

(3) 郡山市総合地方卸売市場特別会計の状況

①郡山市総合地方卸売市場特別会計の概要

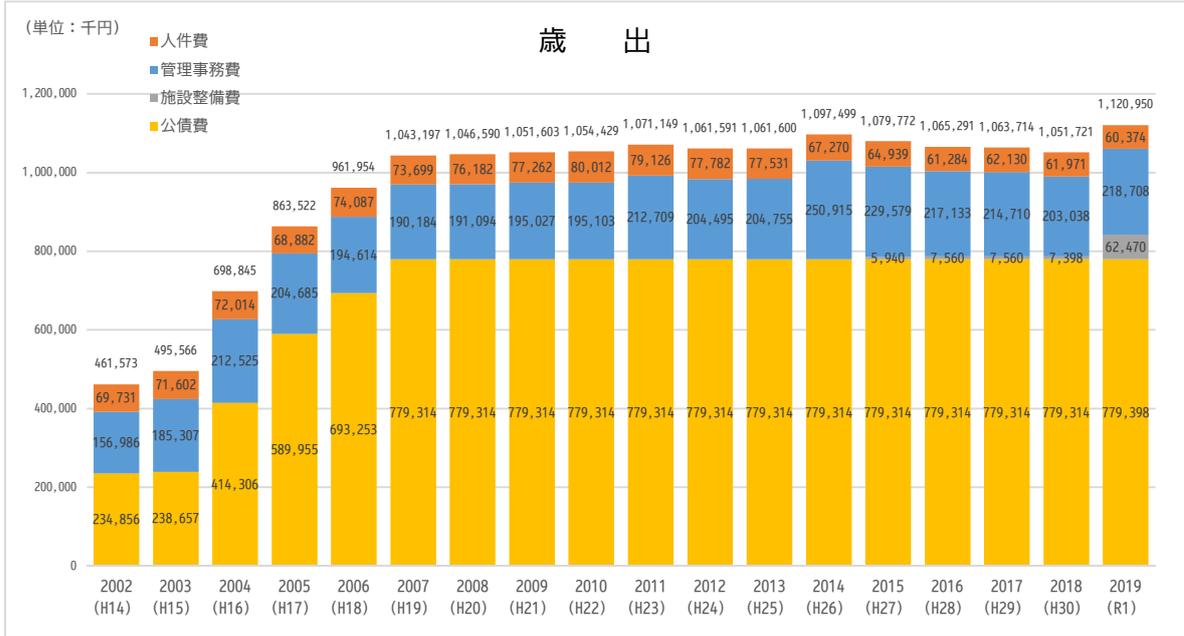
本市場事業については、特別会計を設置し、収入と支出の均衡を図りながら、独立採算を原則として運営しています。本市場特別会計の歳入は「施設使用料」と主に入場業者の私用光熱水費である「諸収入」及び「一般会計繰入金」です。使用料は、市場使用料（売上高割使用料）と施設使用料があり、市場使用料は取扱高の減少等の影響により減少傾向にありましたが、2019（令和元）年10月から安定的な財源確保のため、使用料を施設使用料のみとする改定を行うとともに、市場未利用地利活用事業により市場用地を新たに貸付けすることで収入を確保しています。一般会計繰入金は人件費・管理事務費や公債費に充てられるものです。これらのうち、公債費への充当は、開場時の建設改良に係る市債の元利償還が残っていることから、大きな割合を占めています。このため、2018（平成30）年度からは新たな市債（資本費平準化債*）を活用し、一般会計繰入金の削減を図っています。また、歳出は「人件費」、「管理事務費」と「公債費」が主なものですが、公債費は前述のとおり開場時の公債が残っていることからその割合が大きく、人件費は減少傾向ですが、開場から18年以上経過し冷凍機や空調等の設備に老朽化が見られることから、設備更新のため施設整備費が増加傾向にあります。施設整備に当たっては、その財源に市債を活用し年度間での費用負担を平準化し、市場特別会計の健全化に努めています。

郡山市総合地方卸売市場特別会計決算の推移



年度	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
使用料の割合 (%)	32	38	27	21	19	25	24	24	24	24	23	20	25	22	22	22	22	22
一般会計繰入金の割合 (%)	49	44	59	68	71	66	67	67	67	66	67	70	64	67	68	68	45	42

*資本費平準化債：企業債（市債）の元金償還期間と事業用施設の減価償却期間が異なることにより生じる元金償還額と減価償却費の差額を後年度に繰り延べて平準化するために発行する地方債



(単位：%)

年度	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
人件費の割合	15	14	10	8	8	7	7	7	8	7	7	7	6	6	6	6	6	5
管理事務費の割合	34	37	30	24	20	18	18	19	19	20	19	19	23	21	20	20	19	20

②郡山市総合地方卸売市場特別会計の経営状況

「収益的収支比率」は、経常費用が経常収益でどの程度まで賄われているかを示す数値（100%以上が望ましい）ですが、本市特別会計ではおおむね45%で推移しています。全国の市場における収益的収支比率は70%（2018（平成30）年度）であり、本市場よりも高い比率ですが、これは、本市場が他の市場よりも比較的新しい市場であり、開場時の地方債償還金が残っているためです。また、繰入金比率が高いのも地方債償還金に一般会計繰入金を充てているためです。なお、一般会計からの繰入は総務省通知により基準内繰入（営業費用の30%と建設改良に係る企業債元利償還額の50%）と基準外繰入がありますが、2019（令和元）年度時点で基準外繰入に依存している状況です。

郡山市総合地方卸売市場特別会計における過去3年間の経営状況

（単位：千円）

項 目		2017 (H29)	2018 (H30)	2019 (R 元)
収益的 収支	総収益 (B) + (C) (A)	475,146	467,258	475,200
	営業収益 (B)	234,193	234,775	246,987
	うち料金収入	234,193	234,775	246,987
	営業外収益 (C)	240,953	232,483	228,213
	うち他会計繰入金 ①	132,958	123,321	123,589
	総費用 (E) + (F) (D)	380,146	355,688	356,981
	営業費用 (E)	271,016	259,937	273,978
	うち職員給与費	62,130	61,971	60,374
	営業外費用 (F)	109,130	95,751	83,003
	うち地方債利息	103,306	90,679	77,898
収支差引 (A) - (D) (G)	95,000	111,570	118,219	
資本的 収支	資本的収入 (H)	588,568	584,463	645,750
	地方債	0	235,600	295,000
	他会計補助金 ②	588,568	348,863	350,750
	資本的支出 (I)	683,568	696,033	763,969
	建設改良費	7,560	7,398	62,469
	地方債償還金 (J)	676,008	688,635	701,500
	収支差引 (H) - (I) (K)	-95,000	-111,570	-118,219
実質収支 (G) + (K)	0	0	0	
収益的収支比率 (%) (A)/((D)+(J))×100	45.0	44.7	44.9	
繰入金比率 (%) (①+②)/((D)+(I))×100	67.8	44.9	42.3	

（参考）

項 目	2017 (H29)	2018 (H30)	2019 (R 元)
一般会計繰入金（基準内）	470,962	467,639	471,850
一般会計繰入金（基準外）	250,564	4,545	2,489

第3章 基本戦略

1 基本戦略

ウィズコロナ・ポストコロナ時代における「新たな流通様式」を活用する市場経営のため、これまでの現状と課題を踏まえた戦略として、次の4つの「基本戦略」を市場全体で共有し、開設者である市・入場業者・生産者・小売業者等が連携し、その実現を目指します。

戦略1「市場の活性化」(サポート体制の強化)



本市場及び入場業者において、新たな流通様式を活用した市場経営のためには、DXの推進による競争力の強化に取り組み、市場全体の取引を活性化することが重要です。このために、入場業者は、テイクアウトや宅配、インターネット販売等大きく変化する消費スタイルに対応する新たな流通様式を活用し、消費者視点に立った取引強化・競争力強化を図ることに加え、ICTを活用した商談・取引やキャッシュレス化等DX推進による経営強化に取り組むほか、開設者(市)はDX推進等のためのサポート体制を強化することとします。また、地場産品の取扱拡大や他団体・小売店等との連携を推進し、流通の効率化を図ることで、安全・安心な生鮮食料品等の安定供給とともに、市場の活性化を目指します。

戦略2「市場運営の効率化」(マネジメント強化)



本市場は、特別会計で管理運営されており、市場全体をひとつの経営体と捉え、マネジメントを強化し、効率的な運営を推進することが重要です。このために、敷地内の未利用地の貸付のほか、余剰土地の有効活用や施設稼働率の向上を図り、また、市場の運営体制効率化へ向けた環境づくりに取り組むとともに、計画的な施設整備を進めることで、さらなる市場運営の効率化を目指します。

戦略3「開かれた市場づくり」(官民協奏の推進)



安全・安心な生鮮食料品等の集出荷拠点として、市場の公共、公益性を市民に周知し、消費拡大を図るためには、市民に開かれた市場となることが重要です。このために、市民参加型のイベントや施設見学、新たな流通様式を活用した一般消費者に対する販売促進やICTを活用した情報発信等について、開設者(市)・入場業者等が連携した官民協奏の推進を図りながら取り組むことで、市民に親しまれる開かれた市場づくりを目指します。

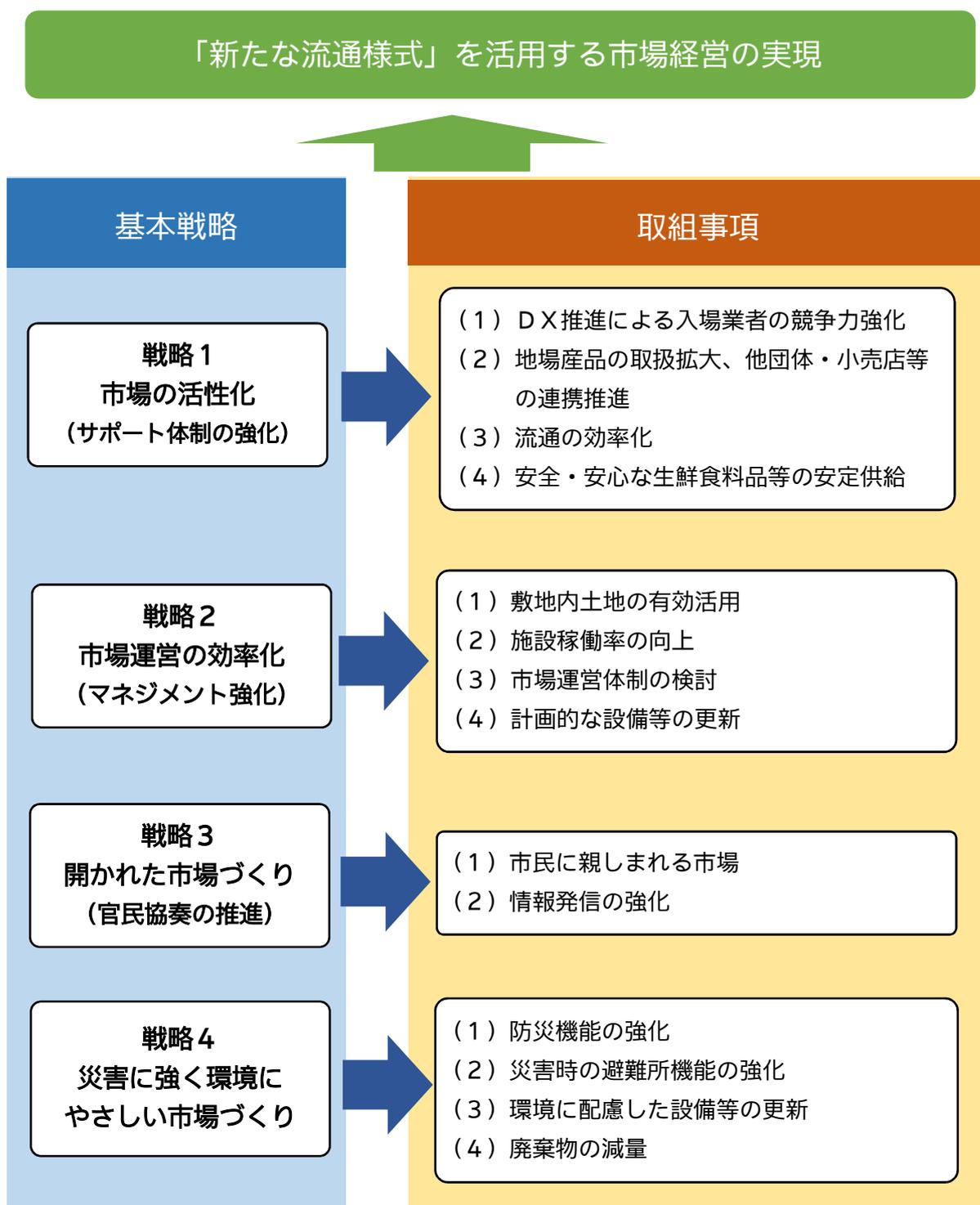
戦略4「災害に強く環境にやさしい市場づくり」



市民への安定した生鮮食料品等の供給と防災や環境に対する社会的要請に応えるためには、災害に強く環境に配慮した市場となることが重要です。このために、災害時の相互協定による防災機能の強化、指定避難所や車中・車両避難所としての対応、環境負荷の少ない施設や廃棄物の減量化を図ることで、災害に強く環境にやさしい市場づくりを目指します。

2 取組事項

「基本戦略」の実現を図るため第4章で掲げる「取組事項」を次のように体系化し、市場全体で積極的に取り組みます。



3 目標

人口減少・少子高齢化やDX化の進展、生活様式や食の志向の多様化、農産物直売所の普及やネット販売等ウィズコロナ・ポストコロナにおける新たな流通様式による流通構造の変化等、市場を取り巻く状況を踏まえ、10年後は取扱数量・取扱高とも減少すると予想されますが、「基本戦略」に基づき、市場関係者・開設者等が、第4章で掲げる「基本戦略に基づく取組」を実行することによって、本市場全体の取扱数量・取扱高とも10年後の減少幅の抑制を目指します。

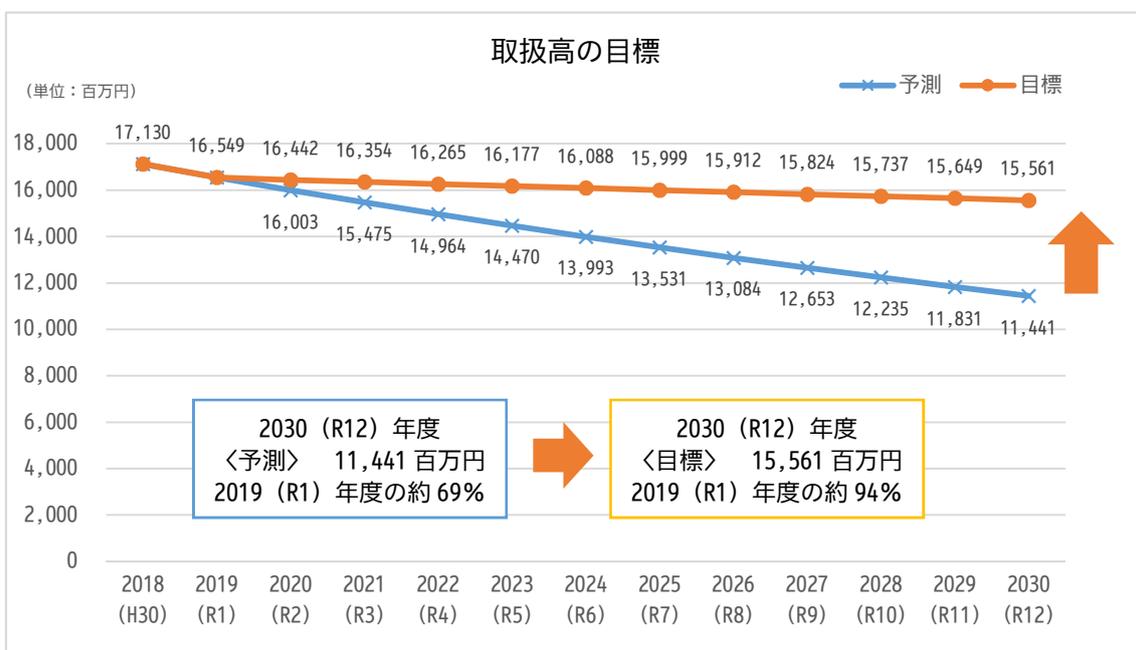
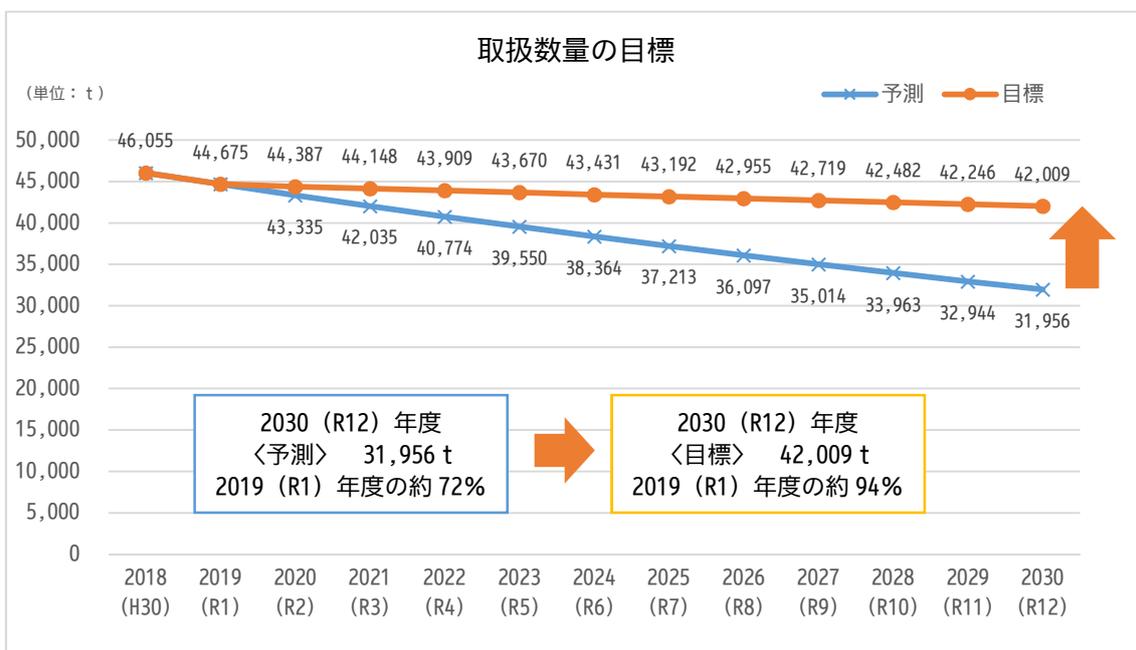
2030（令和12）年度における目標

取扱数量目標 4.2万t以上

取扱高目標 155億円以上

各年度の目標

項目	2018 (H30) 実績	2019 (R1) 実績	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)	2025 (R7)	2026 (R8)	2027 (R9)	2028 (R10)	2029 (R11)	2030 (R12)
取扱数量 (t)	46,055	44,675	44,387	44,148	43,909	43,670	43,431	43,192	42,955	42,719	42,482	42,246	42,009
取扱高 (百万円)	17,130	16,549	16,442	16,354	16,265	16,177	16,088	15,999	15,912	15,824	15,737	15,649	15,561



予測数値は直近の取扱数量・取扱高の増減に基づき算出

目標数値は本市場流通圏域の主圏域であるこおりやま広域圏将来人口目標に基づき算出

第4章 基本戦略に基づく取組

戦略1 「市場の活性化」(サポート体制の強化)

(1) DX推進による入場業者の競争力強化

ウィズコロナ・ポストコロナ時代における新たな流通様式を活用するためには、DXの推進を図り、入場業者の競争力強化に取り組み、市場全体の取引を活性化することが重要です。

入場業者においては、ICTの活用等DXを推進し、「新しい生活様式」に基づくライフスタイルの変化により、テイクアウトや宅配、インターネット販売等大きく変化する消費スタイルに対応する新たな流通様式を活用した販売チャンネルの開拓等により、消費者視点に立った取引を強化し、競争力の強化を図ります。

また、生鮮食料品等の集荷と販売を拡大するため、生産者・小売業者と連携し、消費者ニーズの把握と産地へのフィードバックを通じた特色ある品揃えの強化や加工等による商品付加価値の向上を図るとともに、生鮮食料品等の集出荷拠点として県内市場流通ネットワークを構築し、集荷の共同化や相互融通、大都市市場への出荷を促進すること等により、集荷力や販売力の強化を図ります。

さらに、DX推進による経営体質の強化を図るため、ICTを活用した商談・取引や業者間での販売納品データの統一・共有化、電子決済によるキャッシュレス化等による業務の効率化を図るとともに、社内教育やコンプライアンスの徹底等に取り組むことはもとより、市場間連携や卸売業者と仲卸業者等との連携、業務提携や経営統合等に取り組むことで、ウィズコロナ・ポストコロナ時代に対応した経営の確立を目指します。

他方、開設者である本市においては、入場業者の適正な取引を確保するための指導・監督に加え、国の支援や他の市場の先進的な取組事例等を参考に、入場業者の経営に役立つ情報収集、提供を行うとともに、企業の経営指導に関するノウハウを有する団体等とのパイプ役や市場に関連する各種説明・研修会等の開催により、入場業者を支援します。さらに、DX推進による競争力強化のため、ICT活用による業務効率化、インターネット販売の支援等のサポート体制の強化を図ります。

(2) 地場産品の取扱拡大、他団体・小売店等との連携推進

本市場においては、卸売業者、仲卸業者が市内をはじめ、こおりやま広域連携中枢都市圏や県内の産地育成に向けて、JAや農業生産法人、地元農家等生産者との交流を促進し、産地との結びつきを一層強めるほか、量販店や地元小売店とも連携しながら地場産品の取扱拡大を目指します。さらに、産地市場*として地元の特色ある商品や付加価値の高い商品の集荷を拡大するとともに、市場間のもとより、量販店や地元小売店との連携を図り、取扱高の拡大を目指します。

*産地市場：主として生産者から出荷される生鮮食料品等の卸売のため生産地に立地する市場

(3) 流通の効率化

本市場は、生鮮食料品等の円滑な供給を確保するための地域の核となる「地域拠点市場」に位置づけられていることから、県内の他の卸売市場との連携した集荷・販売活動に取り組み、取扱量の確保及び県内一円の流通拠点化を目指すとともに、入場業者がそれぞれ独自に行っている集荷や配送の共同化等について検討します。

(4) 安全・安心な生鮮食料品等の安定供給

消費者の食品への安全・安心に対する意識が年々高まる中、多様化するニーズに対応するため、冷凍冷蔵設備の施設改修を進めることに加え、衛生・品質管理体制（HACCP（ハサップ）等）の確立・強化やコールドチェーン化に対する支援、生産者等と連携した商品履歴の情報管理と適正な品質表示等の徹底を図るほか、「卸売市場における新型コロナウイルス感染症感染拡大予防ガイドライン」に基づく対策を徹底する等、ソフト面からも安全・安心な生鮮食料品等の安定供給に取り組みます。

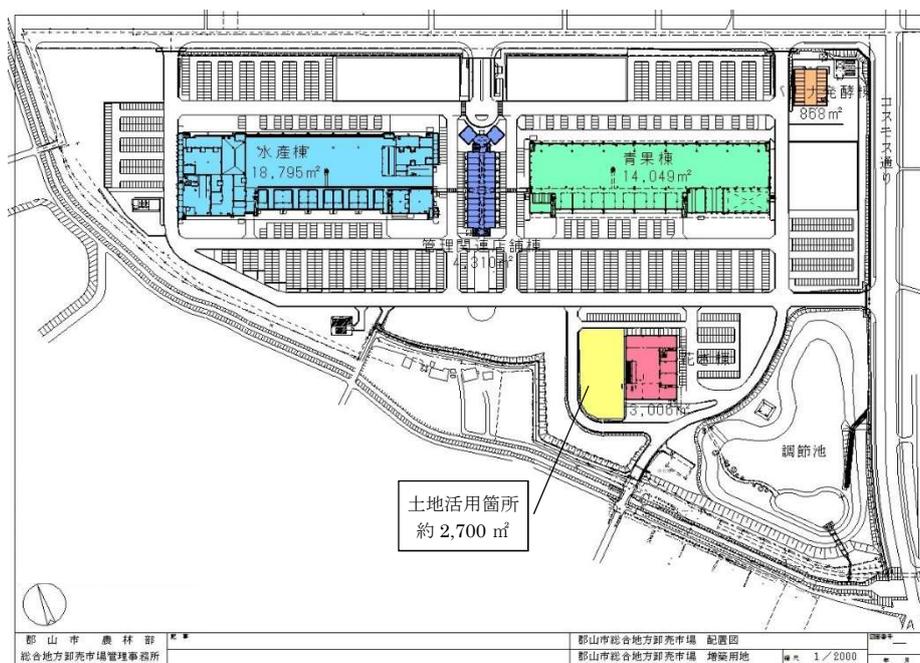
※HACCP（ハサップ）：食品の製造・加工工程のあらゆる段階で発生するおそれのある微生物汚染等の危害をあらかじめ分析（Hazard Analysis）し、その結果に基づいて、製造工程のどの段階でどのような対策を講じればより安全な製品を得ることができるかという重要管理点（Critical Control Point）を定め、これを連続的に監視することにより製品の安全を確保する衛生管理の手法のこと

戦略2 「市場運営の効率化」(マネジメント強化)

(1) 敷地内の土地の有効活用

市場運営の効率化を図るには、卸売市場を一つの経営体と捉え、将来を見据えた市場全体としての経営的視点から、創意工夫ある取組を検討し、実行に移す体制を構築していくこと等マネジメントの強化が重要です。

市場用地の活用は、一定の使用料収入が見込め、また入場業者の経営強化さらには本市場の活性化へも寄与することから、これまで流通業者や食品関連事業者への貸付を行いました。今後も、残る未利用地の貸付のほか、余剰地の有効活用方法を検討し、敷地内土地の有効活用を進めます。



(2) 施設稼働率の向上

市場内の施設の活用は、市場敷地内の土地同様、一定の使用料収入が見込めるほか、入場業者の経営強化や市場活性化に繋がることから、入場業者の退去に伴う空室発生の都度、入場者の募集を行い稼働率の向上を図ってきましたが、現在でも事務室等で空室が発生している状況にあります。今後は、事務室の用途のほか、多様な用途での利用も検討し、入場業者との連携のもと、空室活用に向けた対策を講じ、施設の稼働率の向上を図ります。

(3) 市場運営体制の検討

市場の運営体制については、「郡山市総合地方卸売市場あり方検討会」で2015（平成27）年度に、市場業務に精通する運営者による戦略的行動や施設管理の効率化、経費削減効果を期待し、指定管理制度について検討されました。その際、「制度の導入に向けた具体的な検討を開始すべきである。とはいえ、卸売市場の管理業務には高い専門性が求められるうえ、指定管理者の条件設定、開設者である郡山市との役割の整理、条例改正の準備など検討すべき事項は多い。そしてなによりも、制度導入で大きな影響を受ける場内事業者の理解と了承を得るために丁寧な作業を重ねる必要がある。」との提言を受けました。その後、指定管理制度導入へ向け、安定した市場会計と経年劣化による市場設備の改修等が必要であることから、市場特別会計の経営改善のため、新たな用地貸付による収入確保、市債（資本費平準化債）を活用した一般会計からの基準外繰入金の削減や施設使用料の大幅な改定見直し等を実施するとともに、計画的な設備等の更新に着手してきました。市場特別会計は独立採算が原則ですが、依然として市債の償還が残っており一般会計からの繰入金に依存しています。また、「郡山市総合地方卸売市場あり方検討会」では、指定管理者としてその高い専門性を重視し、市場関係者が設立した組織を想定した検討もなされましたが、市場を取り巻く環境変化による取扱高の減少や近年の自然災害や新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、市場関係者の経営状況が厳しいことから、市場関係者による組織設立には至っていません。今後は、制度導入で影響を受ける場内事業者のコンセンサスを得るため、市場特別会計の経営改善や計画的な設備更新等制度導入のための環境づくりに取り組むとともに、引き続き市場運営体制について多面的・多角的な検討を進めます。

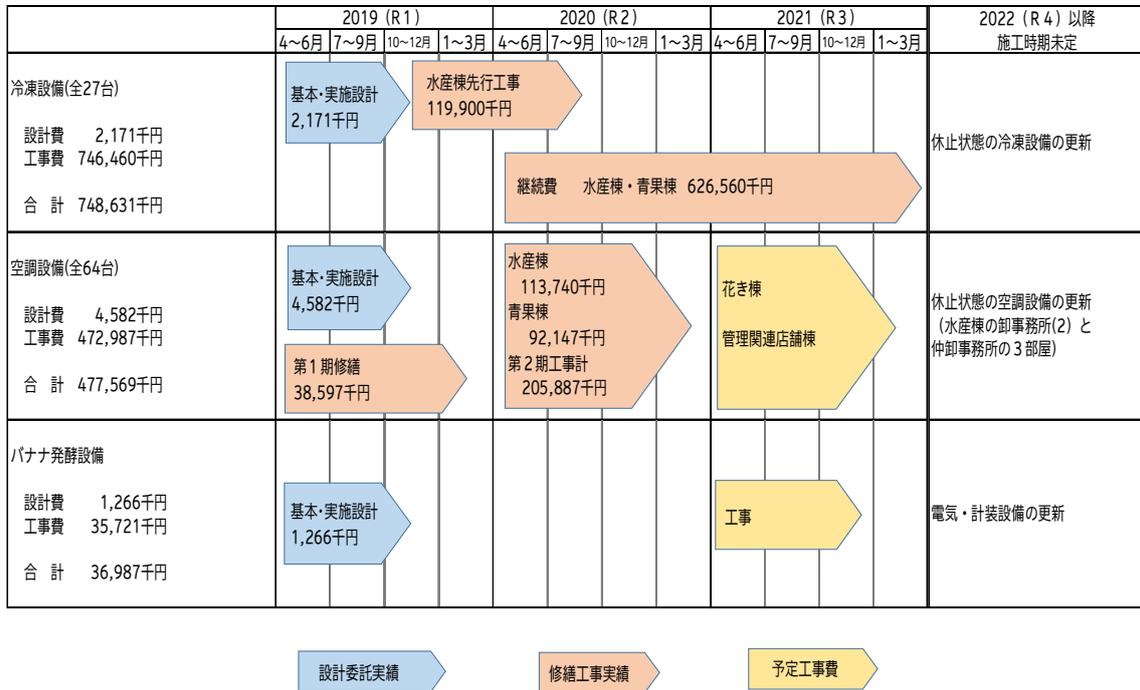
(4) 計画的な設備等の更新

本市場は、2002（平成14）年の開場から18年が経過し、主要な建物について耐用年数は残っているものの、設備については老朽化が進んでおります。そのため、故障等が生じた際には市場の運営に支障を来し、その影響は大きいものとなります。これらを未然に防ぐためには、施設の改修や設備更新が必要ですが、これらを一斉に行うと財政的な負担が大きいこと、また、市場関係者の営業に大きく影響することから、費用負担が単年度に集中しないよう、緊急度や優先度等を十分検討のうえ、郡山市公共施設等総合管理計画との整合性を図りながら、計画的な設備等の更新を行います。

① 冷凍冷蔵設備及び空調設備

老朽化による機能の低下が著しい冷凍冷蔵設備及び空調設備を、環境性能に優れ、省エネに対応した機器への改修を年次計画で実施します。

設備改修計画



②照明器具

国は、新成長戦略やエネルギー基本計画でLED等の次世代照明の導入を推進しており、2030（令和12）年までに100%の設置を図ることを目標としています。水銀灯については、2020（令和2）年12月で製造が禁止されており、蛍光灯についても、一部のメーカーではすでに製造を中止しています。これを受け、青果・水産・花き各棟の卸売場の照明器具は、すでにLED化が完了しています。今後は、屋内事務所等の蛍光灯について、できるだけ効率の良いLED機器等の導入について検討します。

③高圧受電設備

定期点検において不良箇所の指摘はないものの、法定耐用年数の15年を経過しています。高圧受電設備の故障は、施設自体に大きな損害を与えるほか市場機能に大きく影響することから、今後、その対策を講じます。

戦略3 「開かれた市場づくり」(官民協奏の推進)

(1) 市民に親しまれる市場

卸売市場は、市民の食卓に新鮮で安全な生鮮食料品等を供給する重要な役割を担っており、市場の公共、公益性を市民に周知し、生鮮食料品等の消費拡大を図るため、本市場では、毎月第4日曜日(12月は第3日曜日)に「市場の朝市」を開催しています。2020(令和2)年度は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により中止としましたが、新しい生活様式を踏まえた一般消費者向けの販売として「ドライブスルー市場」を実施しました。

また、子どもたちの夏休み期間中、卸売市場の仕組みや役割について理解を深めてもらうため「夏休み親子市場たんけん隊」を実施するとともに、食に対する安全・安心を実感できる「市場料理教室」を開催し、本市場が市民生活に不可欠な市場であることをPRすることにより、生鮮食料品等の消費拡大を図っています。今後は、随時受付を行っている施設の見学と併せ、新しい生活様式を踏まえた販売等の取組を継続して開催するほか、新たな流通様式を活用した一般消費者向けの販売手法を検討し、開設者である市と入場業者や他団体等とが連携した官民協奏の推進を図り、より市民に親しまれる市場を目指します。

(2) 情報発信の強化

本市場では、これまでホームページ等で卸売市場の役割や生鮮食料品等に関する情報、イベント情報等を発信するほか、メディア等も活用した情報発信を行っています。今後は、本市ホームページの充実を図るとともに、入場業者のECサイト情報等、郡山市総合地方卸市場組合をはじめ、観光団体や商工団体等と連携しながら、SNS等の情報発信ツールやメディア等を活用し、生鮮食品等の消費拡大のため、あらゆる機会を通じて顕在・潜在利用者に対して本市場をPRし、開かれた市場として、情報発信の強化を進めます。



市場の朝市の模様

戦略4 「災害に強く環境にやさしい市場づくり」

(1) 防災機能の強化

災害発生時のライフラインの機能強化を図るため、本市では、2006（平成18）年度に郡山市総合地方卸売市場組合と災害時の生活物資等の供給協力協定を締結したほか、2017（平成29）年度に全国公設地方卸売市場協議会*と災害時の相互応援に関する協定を締結し、生鮮食料品等の確保及び市場機能復旧の対策をしています。今後、災害時の輸送機能や体制の強化、他の卸売市場との協力・連携等、様々な災害対策を講じ、災害に強い市場を目指します。

(2) 災害時の避難所機能の強化

本市では、災害対策基本法に基づき、災害の種別（洪水・地震・がけ崩れ・火山等）ごとに「指定緊急避難場所」及び「指定避難所」を指定しています。本市場は、郡山市地域防災計画において、「指定緊急避難場所」及び「指定避難所」に指定されており、また、新型コロナウイルス感染症対策として、避難所の3密防止のため、車中避難・車両避難を行うための駐車場としても指定され、災害発生時には避難場所として迅速に対応します。

(3) 環境に配慮した設備等の更新

本市場の青果・水産・花きの各棟では、動力を使用せずに人力でシャッターを開閉できるオーバースライダーを導入し、売場上部には自然換気システム(スウィンドウ)を設ける等、自然の力を積極的に取り入れ、環境へ配慮するとともに、ランニングコストの低減も図っています。また、照明設備についても前述のとおり卸売場のLED化は完了しており、今後、他の照明をはじめ、設備更新等においては、環境負荷の少ない設備を設置する等、環境にやさしい市場づくりに取り組みます。

(4) 廃棄物の減量

食品残さ物の再利用や再資源化、包装廃棄物等の発生抑制について検討するとともに、子ども食堂への食材提供等による食品ロスの削減、廃プラスチック、段ボール、発泡スチロール、パレット等のリサイクルごみの分別を徹底し、再資源化することでごみ減量化を推進します。

*全国公設地方卸売市場協議会：中央卸売市場と地方卸売市場があるが、そのなかで全国の公設地方卸売市場を開設する地方公共団体（一部事務組合を含む。）をもって構成され、加盟する公設地方卸売市場間の連携を密にし、市場の管理業務の適正化と運営の円滑化を図るため協議している組織団体のこと

第5章 市場会計の見通し

本市場は、安全で安心な生鮮食料品等の安定的供給による市民生活の安定機能や公正な価格を形成機能等、公的な機能を有する福島県の地域拠点市場として、重要な役割を担っていることから、公設市場として、収益により費用を賄う公営企業の形態で特別会計（郡山市総合地方卸売市場特別会計）を設置し、収入と支出の均衡を図りながら、事業の効率化と経営の健全化に取り組みます。

1 収入

（1）使用料収入

本市場における使用料は、安定的な財源確保のため、2019（令和元）年に売上高割使用料を廃止し施設使用料のみとする改定を実施したことから、今後は現在と同水準の使用料が維持できるものと見込んでいます。

（2）市債

本市場においては、市場開場時の建設改良に係る市債の元利償還が残っており、その一部に財源として資本費平準化債を活用するとともに、計画期間中における冷凍冷蔵設備や空調設備等の設備改修に係る費用は、市債（施設整備事業債）を活用する予定です。

（3）繰入金

一般会計からの繰入は総務省通知により基準内繰入（営業費用の30%と建設改良に係る企業債元利償還額の50%）と基準外繰入があります。前述のとおり開場時の市債の元利償還が残っていることから基準に基づく繰入金のほか、一部基準外繰入により事業を運営する予定ですが、2029（令和11）年度以降は、市債の償還額（公債費）が減少することから、基準内の範囲での事業運営をする見込みです。

2 支出

（1）人件費

人件費（職員数）については、今後も現在の状況が継続するものとして見込んでいます。なお、事業実施に応じた職員配置と事務効率化を図り、適正な人件費となるように努めます。

（2）管理事務費

人件費以外の管理事務費については、現在の状況が続くと見込まれますが、主な経費である施設修繕費は安全性・緊急性を勘案し必要な範囲で実施し、施設管理や清掃等の委託費は効率化に努めるほか、管理事務費全体としても引き続き適正な支出となるよう努めます。なお、光熱水費はすでに完了した卸売場のLED化や現在実施している設備改修計画により、経費の削減が見込まれますが、その経費は今計画では反映せず、改修完了後の見直しにおいて反映します。

(3) 施設整備費

施設整備費については、開場から18年が経過し、設備について老朽化が進んでいることから、第4章「基本戦略に基づく取組」における「戦略2 市場運営の効率化」で「計画的な設備等の更新」として位置づけた冷凍冷蔵設備や空調設備等の設備改修に係る事業費を見込んでいます。

(4) 公債費

公債費については、市場開場時の建設改良に係る市債(建設債)の元利償還を2026(令和8)年度まで、資本費平準化債を計画期間外の2034(令和16)年まで見込んでおり、また、前述した設備改修に係る財源としての市債(施設整備事業債)元利償還費用を見込んでいます。

3 投資・財政計画

本市場の投資・財政計画(別紙)は、国が示す地方公営企業の会計区分により、前述した使用料等の収入や人件費等の支出の見込みを踏まえた収支計画であり、収支均衡が図られた見通しとなっております。

投資・財政計画

区分	年度	(単位:千円,%)											
		2019年度 (令和元年度) 決算	2020年度 (令和2年度) 決算見込	2021年度 (令和3年度) 予算	2022年度 (令和4年度)	2023年度 (令和5年度)	2024年度 (令和6年度)	2025年度 (令和7年度)	2026年度 (令和8年度)	2027年度 (令和9年度)	2028年度 (令和10年度)	2029年度 (令和11年度)	2030年度 (令和12年度)
収益的収入	1 総収入	475,200	501,265	522,789	495,963	494,994	628,310	564,140	518,160	461,412	461,238	447,950	433,920
	(1) 営業収入	246,987	262,805	261,426	261,426	261,426	261,426	261,426	261,426	261,426	261,426	261,426	261,426
	イ 受託工事の収入	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	ウ その他	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	(2) 営業外収入	228,213	238,460	261,363	234,537	233,568	366,884	302,714	256,734	199,986	199,812	186,524	172,494
	ア その他	123,589	138,944	156,934	130,108	129,139	262,455	198,285	152,305	95,557	95,383	82,095	68,065
	イ その他	104,624	99,516	104,429	104,429	104,429	104,429	104,429	104,429	104,429	104,429	104,429	104,429
	エ 費用	356,981	362,369	362,955	350,894	338,365	325,202	318,685	314,783	312,726	312,378	312,033	311,703
	(1) 営業費用	273,978	292,044	304,641	304,640	304,640	304,640	304,640	304,640	304,640	304,640	304,640	304,640
	ア 職員給与	60,374	63,422	63,422	63,422	63,422	63,422	63,422	63,422	63,422	63,422	63,422	63,422
イ その他	213,604	228,622	241,219	241,218	241,218	241,218	241,218	241,218	241,218	241,218	241,218	241,218	
(2) 営業外費用	83,003	70,325	58,314	46,254	33,725	20,562	14,045	10,143	8,086	7,738	7,393	7,063	
ア 支払利息	77,898	65,143	52,549	40,489	27,960	14,797	8,280	4,378	2,321	1,973	1,628	1,298	
イ その他	5,105	5,182	5,765	5,765	5,765	5,765	5,765	5,765	5,765	5,765	5,765	5,765	
3 収支差引	(A)-(D)	118,219	138,896	159,834	145,069	156,629	303,108	245,455	203,377	148,686	148,860	135,917	122,217
資本的収入	1 資本的収入	645,750	967,870	1,522,968	911,870	674,029	334,708	245,454	203,376	148,685	148,859	135,917	122,216
	(1) 地方法費平準化債	295,000	597,500	1,145,400	521,300	258,700	15,800	0	0	0	0	0	0
	うち資本費平準化債	248,400	261,500	248,400	245,500	258,700	15,800	0	0	0	0	0	0
	(2) 他会計補助金	350,750	370,370	377,568	390,570	415,329	318,908	245,454	203,376	148,685	148,859	135,917	122,216
	(3) 他会計借入金	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	(4) 固定資産売却代金	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	(5) 国(都道府県)補助金	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
資本的支出	2 資本的支出	763,969	1,106,766	1,682,802	1,056,939	830,658	637,816	490,909	406,753	297,371	297,719	271,834	244,433
	(1) 建設	62,469	366,027	927,667	275,799	0	0	0	0	0	0	0	0
	うち職員給与	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	(2) 地方債償還金	701,500	740,739	755,135	781,140	830,658	637,816	490,909	406,753	297,371	297,719	271,834	244,433
	(3) 他会計長期借入金返還金	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	(4) 他会計への繰出金	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	(5) その他	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3 収支差引	(F)-(G)	-118,219	-138,896	-159,834	-145,069	-156,629	-303,108	-245,455	-203,377	-148,686	-148,860	-135,917	-122,217
収支再差引	(E)+(I)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

区分	年度	2019年度 (令和元年度) 決算	2020年度 (令和2年度) 決算見込	2021年度 (令和3年度) 予算	2022年度 (令和4年度)	2023年度 (令和5年度)	2024年度 (令和6年度)	2025年度 (令和7年度)	2026年度 (令和8年度)	2027年度 (令和9年度)	2028年度 (令和10年度)	2029年度 (令和11年度)	2030年度 (令和12年度)
積立金	(K)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
前年度からの繰越金	(L)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
前年度繰上充用金	(M)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
形式収支	(J)-(K)+(L)-(M)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
実質収支	(N)-(O)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
赤字比率	$\frac{(G)}{(B)-(C)} \times 100$	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
収益的収支比率	$\frac{(A)}{(D)+(H)} \times 100$	45	45	47	44	42	65	70	72	76	76	77	78
地方財政法施行令第16条第1項により算定した 資金不足額	(R)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
営業収益－受託工事収益	(B)-(C)	246,987	262,805	261,426	261,426	261,426	261,426	261,426	261,426	261,426	261,426	261,426	261,426
地方財政法による 資金不足の比率	$\frac{(R)}{(S)} \times 100$	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
健全化法施行令第16条により算定した 資金不足額	(T)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
健全化法施行規則第6条に規定する 解消可能資金不足額	(U)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
健全化法施行令第17条により算定した 事業の規模	(V)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
健全化法第22条により算定した 資金不足比率	$\frac{(T)}{(V)} \times 100$	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
他会計借入金残高	(W)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
他会計繰入金	(X)	4,154,440	4,011,201	4,401,465	4,141,625	3,569,667	2,948,620	2,456,742	2,049,989	1,752,618	1,454,899	1,160,546	938,632

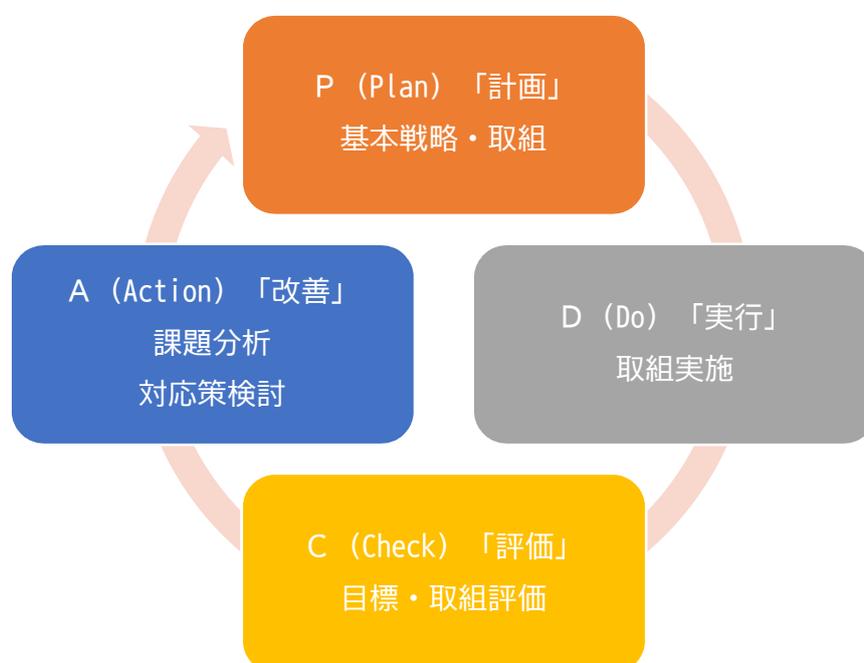
(単位:千円)

区分	年度	2019年度 (令和元年度) 決算	2020年度 (令和2年度) 決算見込	2021年度 (令和3年度) 予算	2022年度 (令和4年度)	2023年度 (令和5年度)	2024年度 (令和6年度)	2025年度 (令和7年度)	2026年度 (令和8年度)	2027年度 (令和9年度)	2028年度 (令和10年度)	2029年度 (令和11年度)	2030年度 (令和12年度)
収益的収支分		123,589	138,942	156,933	130,107	129,137	262,453	198,283	152,303	95,555	95,381	82,094	68,064
うち基準内繰入金		121,100	120,183	117,666	111,635	105,371	98,789	95,531	93,580	92,551	92,377	82,094	68,064
うち基準外繰入金		2,489	18,759	39,267	18,472	23,766	163,664	102,752	58,723	3,004	3,004	0	0
資本的収支分		350,750	370,370	377,568	390,570	415,329	318,908	245,454	203,376	148,685	148,859	135,917	122,216
うち基準内繰入金		350,750	370,370	377,568	390,570	415,329	318,908	245,454	203,376	148,685	148,859	135,917	122,216
うち基準外繰入金		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
合計		474,339	509,312	534,501	520,677	544,466	581,361	443,737	355,679	244,240	244,240	218,011	190,280

第6章 推進体制と戦略の評価・見直し

市場を取り巻く経営環境がかつてないほど厳しい状況にある中、市場の役割を果たしていくためには、開設者と入場業者が一体となり、市場が現在抱えている課題を理解し、現状に対する危機意識を持ち、それを共有しながら、見直しと改善を重ね、「経営戦略」に掲げた取組を推進していく必要があります。したがって、この「経営戦略」の推進に当たっては、開設者である市と入場業者との官民協奏はもとより、生産者、小売業者等との連携にも積極的に取り組むこととします。また、必要に応じて市場の業務の運営に関し審議するための市長の附属機関である郡山市総合地方卸売市場運営協議会に意見を求め、提言・助言等を参考としながら施策を推進します。

戦略の評価・見直しは、毎年度、経営戦略と実績値の比較を行い、次年度の取組に反映するために、P D C Aサイクル*による評価・改善を行うとともに、計画期間前期である5年を目途に事後検証・評価を行い戦略の見直しを行うほか、投資・財政計画と実績に大幅な乖離が生じた場合には随時、見直しを行います。また、その他に経営に影響を及ぼす法令等の改正や、社会・経済情勢の変化等、市場事業を取り巻く状況に変化がある場合にも随時更新を行います。



※P D C Aサイクル：Plan（計画）→Do（実行）→Check（評価）→Action（改善）の4段階を経て、再び最初のPlanに立ち回りサイクルを回していくことで、改善点を明らかにし品質や成果を向上させていく管理手法のこと

郡山市総合地方卸売市場経営戦略

2021（令和3）年3月

郡山市農林部総合地方卸売市場管理事務所

〒963-0201 福島県郡山市大槻町字向原 114

電 話：024-961-1140

F A X：024-961-1124

E-mail:sijoukanri@city.koriyama.lg.jp