

# 秋田市卸売市場再整備基本構想



令和5年3月

秋田市

## 目次

<b>1 基本構想策定の背景と目的</b> .....	<b>1</b>
(1) 背景	
(2) 目的	
<b>2 本市場を取り巻く状況</b> .....	<b>2</b>
(1) 全国の社会動向	
(2) 県の社会動向	
(3) 本市場の概要	
<b>3 国や県の関連政策等の整理</b> .....	<b>10</b>
(1) 国の政策動向	
(2) 県の政策動向	
(3) 市の上位計画（秋田市総合計画「県都『あきた』創生プラン」）	
(4) 物流に関する動向	
<b>4 本市場の現状</b> .....	<b>17</b>
(1) 取扱数量の状況	
(2) 市場利用者の状況	
(3) 東北地方における本市場の位置	
(4) 市場内事業者の状況（現状と推移）	
(5) 市場施設の現状（老朽化、不具合動線、不足機能等）	
(6) 卸売市場会計の状況	
<b>5 市場内事業者等の意向</b> .....	<b>22</b>
(1) アンケート・ヒアリング調査の概要	
(2) 意向調査結果のまとめ	
<b>6 他市場における再整備の取組事例</b> .....	<b>29</b>
<b>7 本市場の長期的なあり方</b> .....	<b>31</b>
(1) SWOT分析（内部環境（強み、弱み）、外部環境（機会、脅威））	
(2) 長期的なあり方（将来イメージ）	
(3) 将来の方向性（経営戦略）	
<b>8 基本構想の検討</b> .....	<b>41</b>
(1) 検討組織の構成	
(2) 取組状況	
(3) 部門別ワーキング部会	
<b>9 再整備構想</b> .....	<b>49</b>
(1) 再整備の方法	
(2) 必要となる機能と適正な規模の検討	
(3) 再整備パターンの検討	
(4) 余剰地を活用した取組	
(5) 卸売市場の設置・運営	
(6) 事業手法	
<b>10 再整備のスケジュール（案）</b> .....	<b>74</b>
(1) 工程の概要	
(2) 事業スケジュール（案）	
<b>11 今後の検討に向けて</b> .....	<b>75</b>

# 1 基本構想策定の背景と目的

## (1) 背景

わが国では、世界的な人口増加による食料需要の増大や気候変動に伴う農水産物の減少、不安定な世界情勢などにより、食料の安定供給に対する不安感が高まっている。そうした中、本市場は、昭和50年に本市が開設して以来、県内最大の拠点市場として市内をはじめ県内全域に安全・安心な生鮮食料品等を供給する役割を担ってきたが、施設の老朽化が進行しており、今後も、その役割を果たしていくためには、本市場の再整備が急務となっている。また、第14次秋田市総合計画「県都『あきた』創生プラン」基本構想においても、「今後も、市民に安全安心な生鮮食料品等を供給する役割を効果的に果たすため、再整備に向けた検討を進めます」としている。

## (2) 目的

本市場は、昭和50年の開場から48年が経過しており、経年劣化による施設や設備の老朽化が進行し、改修や修繕に多額の費用を要している。また、施設の構造が開放型でコールドチェーン等に対応した構造となっていないなど、現代の流通形態や社会的ニーズへの対応が困難な状況となっており、人口減少、少子高齢化等の社会動向と相まって、取扱数量は、年々、減少傾向にある。

そのため、本市では、令和3年6月に策定した「秋田市卸売市場再整備基本方針」の本市場の再整備に関する基本的な方向性をもとに、本市場のあり方や経営戦略、再整備の方法、スケジュールなどの具体的な検討を行い、「秋田市卸売市場再整備基本構想」を策定するものである。

なお、その検討に当たっては、再整備後の施設を数十年の長期にわたり使用することを前提とした長期的な視点を持つことも必要となる。



青果部卸売場



水産物部卸売場



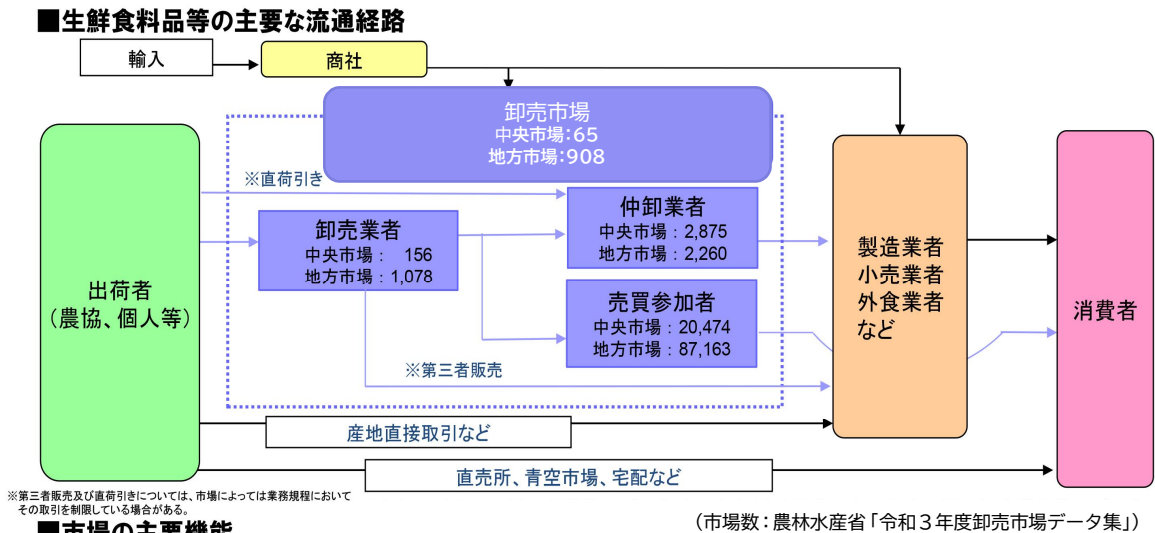
花き部卸売場

## 2 本市場を取り巻く状況

### (1) 全国の社会動向

#### ア 卸売市場の役割・機能

卸売市場は、卸売市場法（昭和46年法律第35号）第2条第2項で「生鮮食料品等の卸売のために開設される市場であって、卸売場、自動車駐車場その他の生鮮食料品等の取引及び荷さばきに必要な施設を設けて継続して開場されるものをいう。」と定義されている。



#### ■市場の主要機能

##### ① 集荷(品揃え)、分荷機能

全国各地から多種・大量の物品を集荷するとともに、実需者のニーズに応じて、迅速かつ効率的に必要な品目、量へと分荷

##### ② 価格形成機能

需給を反映した公正で透明性の高い価格形成

##### ③ 代金決済機能

販売代金の出荷者への迅速・確実な決済

##### ④ 情報受発信機能

需給に係る情報を収集し、川上・川下それぞれに伝達

資料：農林水産省

#### イ 卸売市場の動向

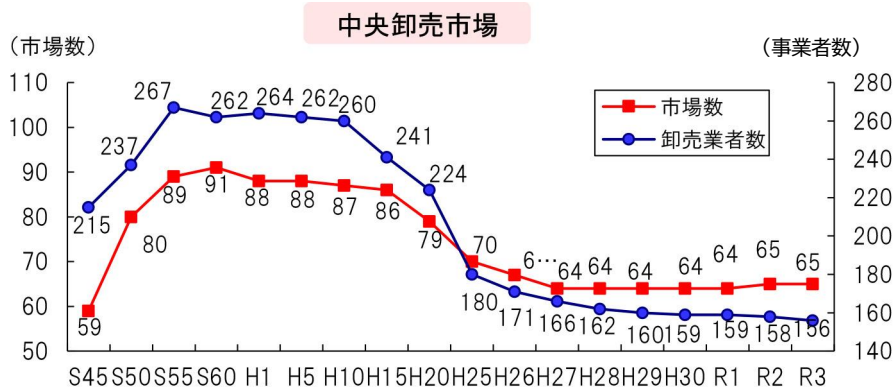
卸売市場には、中央卸売市場、地方卸売市場および卸売市場法の規定で認定を受けない卸売市場があり、その定義等は、次のとおりとなっている。

種類	定義	市場数
中央卸売市場	卸売市場法施行規則（昭和46年農林省令第52号）で定める基準に該当するものであって、卸売市場法第4条第1項の規定により農林水産大臣の認定を受けた卸売市場をいう。	65 ※令和3年度末
地方卸売市場	卸売市場法第13条第1項の規定により都道府県知事の認定を受けた卸売市場をいう。	908 (うち公設142) ※令和2年度末
卸売市場法の規定で認定を受けない卸売市場	卸売市場法は、適用外となるが、卸売のために開設、開場の継続、卸売場等の設置、業務規程等の整備および委託取引の区分管理の5つの要件を全て満たす卸売市場をいう。	

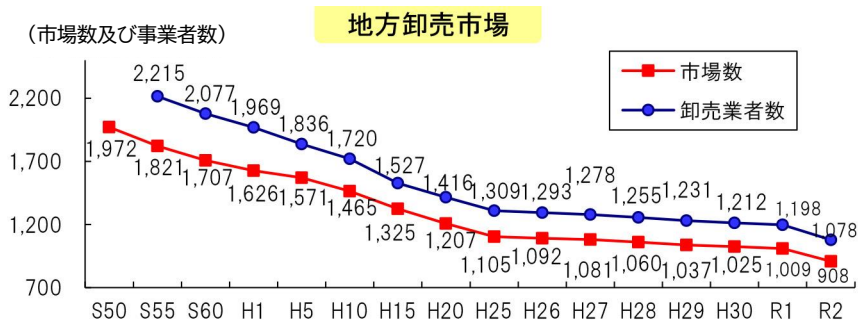
(市場数：農林水産省「令和3年度卸売市場データ集」)

全国の卸売市場数は、中央卸売市場でピーク時の91市場から65市場（R3年度）、地方卸売市場で1,972市場から908市場（R2年度）に減少しており、卸売業者数についても、中央卸売市場でピーク時の267事業者から156事業者（R3年度）に減少している。

### 卸売市場数、卸売事業者数の推移



資料：農林水産省食品流通課調べ  
注：各年度とも年度末時点の数である。

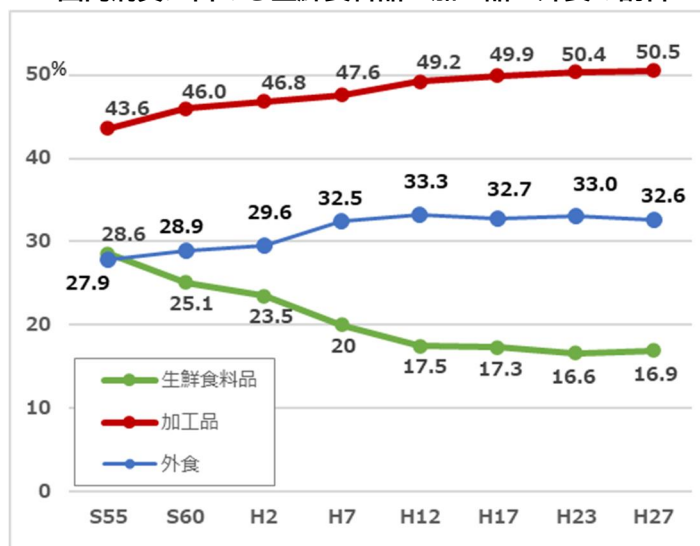


資料：農林水産省食品流通課調べ  
注：H23年度までは年度当初時点の数、H24年度以降は年度末時点の数である。

### ウ 食生活の変化と生鮮食料品の消費量の推移

食生活の変化としては、加工品の需要が増加傾向、生鮮食料品の消費量が減少傾向にあるほか、外食等で調理をしない者が増加傾向にあることなどが考えられる。

#### 国内消費に占める生鮮食料品・加工品・外食の割合

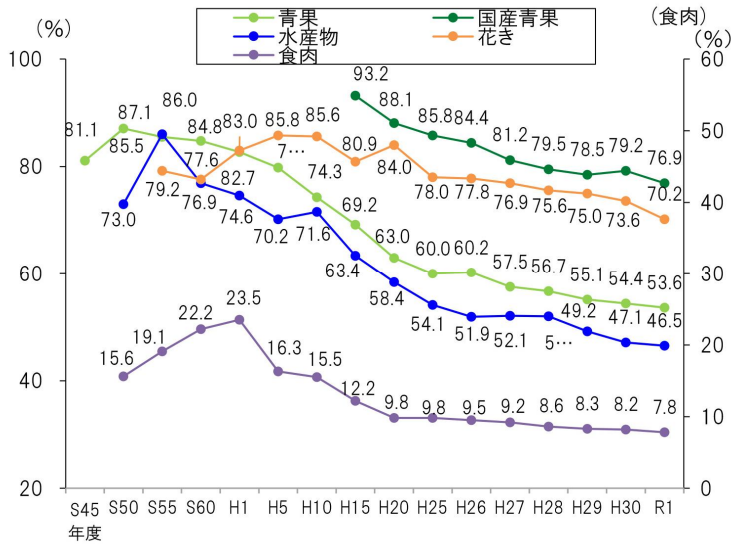


農林水産省「農林漁業及び関連産業を中心とした産業連関表」（令和2年11月）

## エ 卸売市場経由率の低下

生鮮食料品等の卸売市場経由率は、全般的に低下してきている。その要因としては、青果では大口需要者による産地からの直接仕入れの増加や直売所の隆盛、水産物では産地と小売・外食事業者間の直接取引が考えられる。

卸売市場経由率の推移（取扱数量ベース、推計）



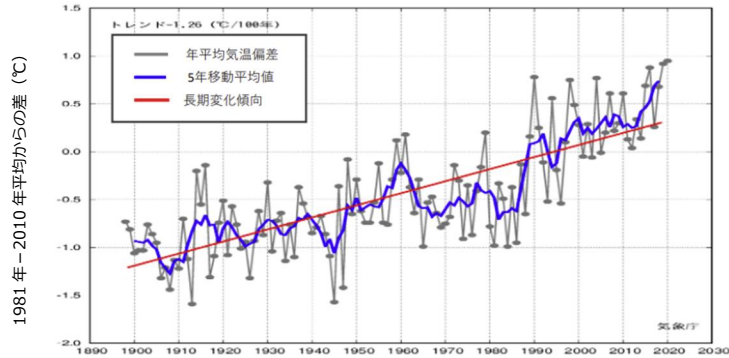
資料：農林水産省「食料需給表」、「青果物卸売市場調査報告」等により推計  
注：卸売市場経由率は、国内で流通した加工品を含む国産および輸入の青果、水産物等のうち、卸売市場（水産物についてはいわゆる産地市場の取扱数量は除く。）を経由したものの数量割合（花きについては金額割合）の推計値

## オ 気候変動、大規模自然災害、感染症等のリスク

日本は、食料生産を支える原料や肥料、エネルギーを定常的に輸入に依存している。

近年は、温暖化による気候変動、大規模自然災害、感染症等のリスクが高まってきていることから、これらの影響による資源国の輸出規制等を想定した対応策が必要となっている。

日本の年平均気温偏差の経年変化

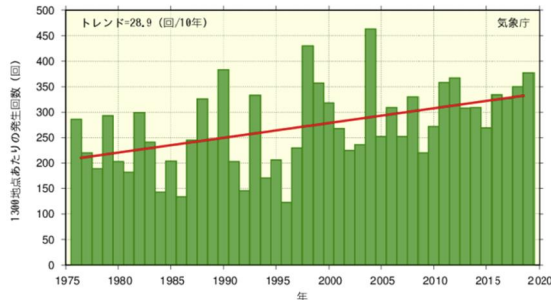


年平均気温は長期的に上昇しており、特に1990年以降、高温となる年が頻出

資料：農林水産省

## 1 時間降水量 50 mm以上の年間発生回数

全国 [アメダス] 1時間降水量50mm以上の年間発生回数



2009年～2019年の10年間の平均発生回数は327回  
1976年～1985年と比較し、1.4倍に増加

資料：農林水産省

## カ 食に対する関心の高まり

近年は、コロナ禍の体験を踏まえ、食に対する関心・ニーズが高まっている。その主な事例は、次のとおりとなっている。

- (ア) コロナ禍の体験を踏まえた地産地消に対する関心の高まり
- (イ) デリバリーサービス（宅配等）やシェアサービスの利用増大
- (ウ) アフターコロナのニューノーマルな生活（やりがい、安全・安心、健康等）
- (エ) 地方移住など、地方での暮らしへの関心の高まり
- (オ) 企業の健康経営、社会貢献、SDGs（働き方改革、ダイバーシティ等）への取組
- (カ) 地方創生の推進、道の駅を核とした観光・まちづくり、地域商社、地域産業との連携
- (キ) 防災への関心の高まり（自然災害、気候変動等）
- (ク) 福祉との連携（食のデリバリーサービス、子ども食堂等）
- (ケ) 環境や脱炭素社会への関心の高まり

## キ DX（デジタル・トランスフォーメーション）の進展

市場内における事業者の業務は、DX（ICTやAI、IoT技術等）の進展に伴って、効率化が進んできている。

DX：Digital Transformation（デジタル技術で、ビジネスや社会、生活の形・スタイルを変えること。）

ICT：Information and Communication Technology（情報通信技術）

AI：Artificial Intelligence（人工知能）

IoT：Internet of Things（モノのインターネット）

### 【施設配置、作業、指示系統等の効率的な商流・物流に対応したDX活用例】



(自動倉庫)



(仕分け搬送システム)



(自動仕分けシステム)



(移動・搬送ロボット)

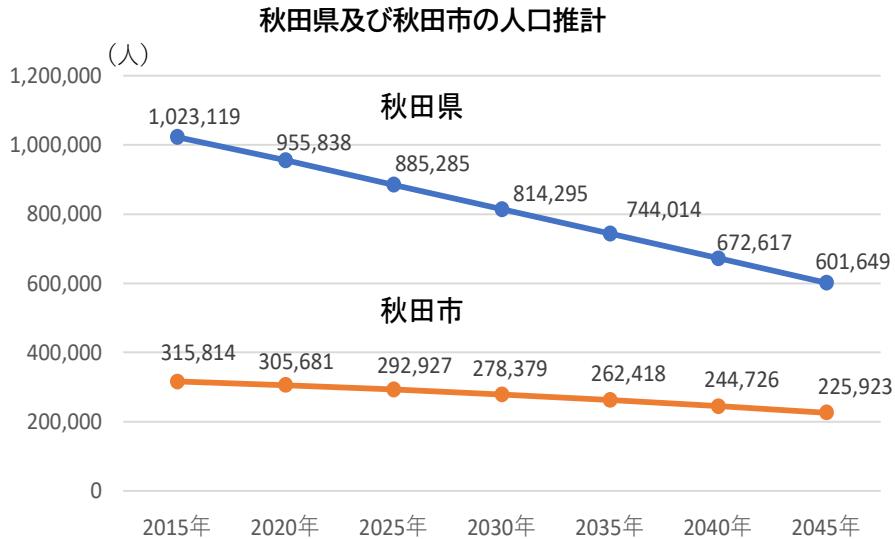


## (2) 県の社会動向

### ア 人口減少による県内食料消費量の減少

県の人口は、現状で約 93 万人であるが、2045 年には約 60 万人と推定されている。

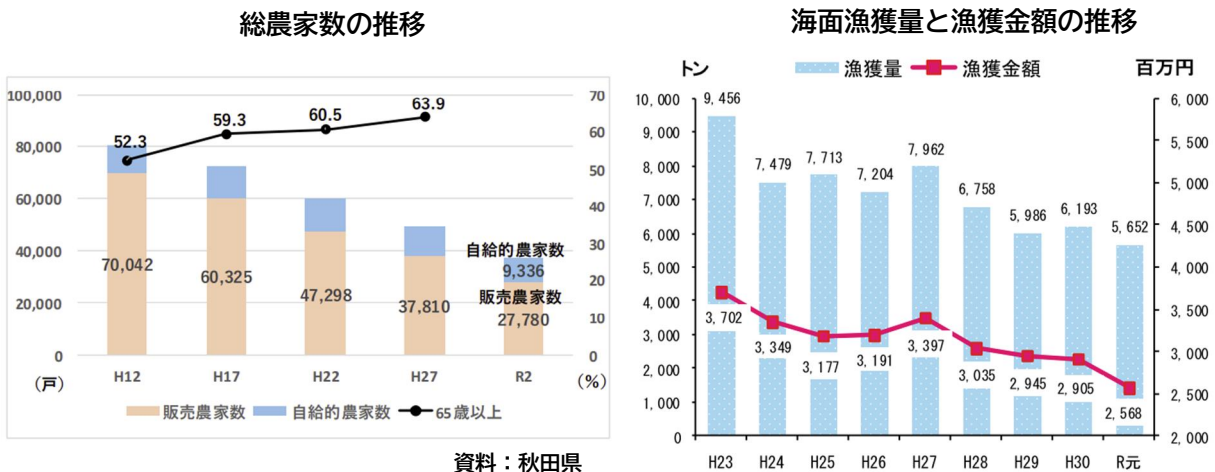
そのため、人口減少や少子高齢化に伴い、生鮮食料品を含む県内の食料消費量がさらに減少すると予想される。



資料：国立社会保障・人口問題研究所 2015 年は実績値（国勢調査）

### イ 県内の農林水産業を取り巻く環境の変化

県内の販売農家数は、減少傾向にあり、直近 5 年間で約 1 万戸減少している。また、県内の海面漁獲量は、令和元年には 5,652 t で過去最低となっており、漁獲金額においても、この 8 年間で 10 億円以上減少している。



資料：秋田県

出典：農林水産省「漁業・養殖業生産統計」



## ウ 困難が予想される地方都市での集荷

全国の大型産地では、大量に出荷でき、高値で取引される大都市の市場に出荷が集中する傾向があり、今後、地方都市の市場においては、次の要因により、さらに集荷が困難になると想定される。

- (ア) 地方都市の市場は、横持運賃（最短距離での直送ではなく、他の拠点を経由（寄り道）する配送方法に係る費用）を負担した大都市の市場からの集荷や生産者等の委託による集荷ではなく、逆ざりリスク（買付価格を販売価格が下回るリスク）を伴う買付による集荷が増加しており、将来は、さらに加速化する可能性もある。例えば、令和2年度の本市場における買付による集荷比率は、青果で66%、水産物で71%となっている。
- (イ) 令和6年4月に働き方改革関連法が施行されると、トラックドライバーの時間外労働時間の上限規制が年960時間となるため、人手不足が加速すると予想される。
- (ウ) 県内には、本市場以外に拠点となる市場はなく、盛岡市中央卸売市場まで2時間、仙台市中央卸売市場まで3時間以上を要するため、大規模産地や他の拠点市場からの集荷が困難になると、安定的な生鮮食料品等の供給に影響が出る可能性がある。

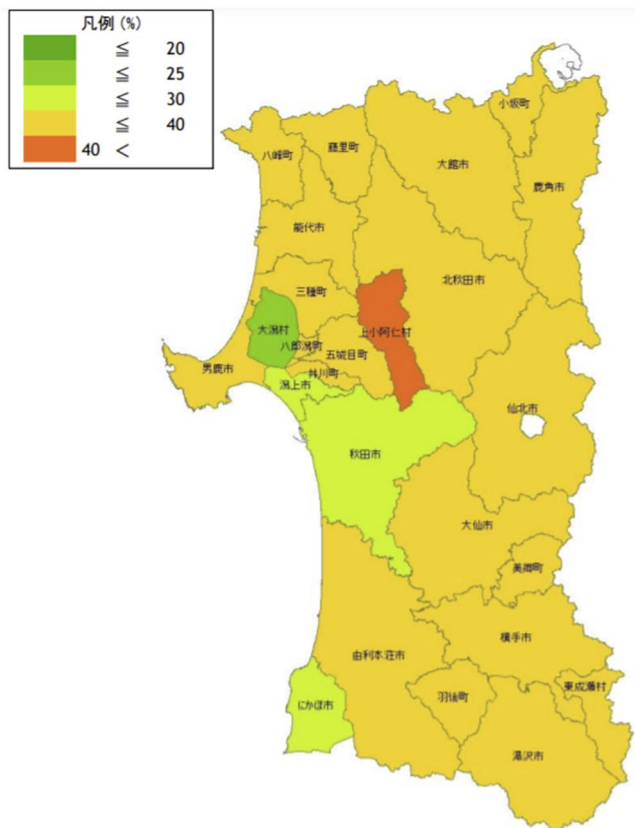
東北地方のおもな卸売市場



## エ フードアクセスの状況

フードアクセスは、高齢化による交通弱者の増加や人口減少による食料品店の撤退により、今後、さらに困難な状況になると想定される。

食料品アクセス困難人口の割合（平成 27 年）



注1 アクセス困難人口とは、店舗まで 500m 以上かつ自動車を利用できない 65 歳以上の高齢者を指す。

注2 アクセス困難人口の割合とは、65 歳以上人口全体に占めるアクセス困難人口の割合を表す。

注3 店舗は、生鮮食料品販売店舗、百貨店、総合スーパー、食料品スーパー、コンビニエンスストアである。

市町村コード	市町村名	困難人口割合
05201	秋田市	26
05202	能代市	31
05203	横手市	32
05204	大館市	32
05206	男鹿市	35
05207	湯沢市	34
05209	鹿角市	36
05210	由利本荘市	32
05211	潟上市	30
05212	大仙市	33
05213	北秋田市	37
05214	にかほ市	27
05215	仙北市	35
05303	小坂町	34
05327	上小阿仁村	42
05346	藤里町	35
05348	三種町	35
05349	八峰町	39
05361	五城目町	31
05363	八郎潟町	33
05366	井川町	36
05368	大湯村	23
05434	美郷町	34
05463	羽後町	35
05464	東成瀬村	38

資料：農林水産政策研究所



### 3 国や県の関連政策等の整理

#### (1) 国の政策動向

卸売市場に関する法律としては、卸売市場法と食品流通構造改善促進法（平成3年法律第59号）があり、これらは、平成30年6月に改正され、令和2年6月21日に施行された。

改正の趣旨は、「卸売市場を食品流通の核としつつ、卸売市場を含めた食品流通の合理化と生鮮食料品等の公正な取引環境の確保を促進することにより、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」こととされており、卸売市場法の改正内容としては、卸売市場の開設が国や都道府県の許認可制から認定制へ移行したこと、開設区域の指定が廃止されたこと、第三者販売、直荷引き等の取引に関する規制が大幅に緩和されたことなどがある。また、平成30年には、「卸売市場に関する基本方針」（平成30年農林水産省告示第2278号）も定められており、その主な内容は、次のとおりとなっている。

#### 第1 卸売市場の業務の運営に関する基本的な事項

##### 1 卸売市場の位置づけ

卸売市場には、食品等の流通の核として国民に安定的に生鮮食料品等を供給する役割を果たすこと、生産者の所得の向上と消費者ニーズへの的確な対応のために、新たな需要の開拓や付加価値の向上を図ること、公正かつ安定的に業務運営を行うことで高い公共性を果たすことなどが期待される。

##### 2 卸売市場におけるその他の取引ルールの設定

開設者は、卸売市場法に基づき、取引参加者の意見を十分に聴いた上で、第三者販売、直荷引き等のその他の取引ルールを定めることができる。その際は、卸売市場の施設を有効に活用する新規の取引参加者の参入を促す等、取扱品目ごとの実情に応じて卸売市場の活性化を図る観点から、ルール設定を行うこと。

##### 3 卸売市場における指導監督

開設者は、卸売市場の業務を適正に運営するために必要となる指導監督を行うこと。

#### 第2 卸売市場の施設に関する基本的な事項

##### 1 卸売市場の施設整備のあり方

卸売市場は、売場施設、冷蔵・冷凍保管施設、加工処理施設等の円滑な取引に必要な規模・機能の確保や卸売業者、仲卸業者等が保有する市場外施設の一時的保管施設としての活用に加え、各市場の取引実態に応じて、次の創意工夫をいかした事業展開が期待される。

(1) 流通の効率化

(2) 品質管理及び衛生管理の高度化

(3) 情報通信技術その他の技術の利用

(4) 国内外の需要への対応

(5) 関連施設との有機的な連携

#### 第3 その他卸売市場に関する重要事項

1 災害時等の対応

2 食文化の維持及び発信

3 人材育成及び働き方改革

## (2) 県の政策動向

卸売市場に関わる県の政策としては、次のものがある。

### ア 「新秋田元気創造プラン」(令和3年度)

「美酒・美食のあきた」の創造として、「消費者ニーズを捉えたオリジナルの開発と秋田の「食」のブランド化」「食品製造業の振興」「多様な流通チャネルを活用した県産食品の販売の促進」「秋田の「食」の魅力の発信と誘客への活用」が施策の方向性として掲げられている。

#### 目指す姿2 「美酒・美食のあきた」の創造



資料：新秋田元気創造プラン 2022～2025 年度

#### 施策の方向性① 消費者ニーズを捉えたオリジナル商品の開発と秋田の「食」のブランド化



コロナ禍により変化した消費者ニーズを捉えた新商品の開発や、秋田ならではの素材や技術等の強みを生かした商品群の創出と戦略的なブランディングを促進し、国内外において県産食品の存在感を高めます。

##### 【主な取組】

- (1) 研修等を通じたネットワークの拡大や人づくりによる商品開発力の強化
- (2) 酒米新品種を活用した高品質な県産清酒や米加工品等の開発への支援
- (3) 県産低利用素材等の有する機能性成分を活用した新商品の開発への支援
- (4) 資源循環型日本酒製造モデルの確立・普及

#### 施策の方向性② 食品製造業の振興



消費者のライフスタイルの変化に対応して、生産から加工、流通・販売までの付加価値の高いバリューチェーンを構築するとともに、新商品の開発や製造工程の効率化を促進し、県内食品製造事業者の競争力の強化を図ります。

##### 【主な取組】

- (1) マーケティングノウハウや製造管理手法等の専門知識を有する事業の中核を担う人材の育成への支援
- (2) 先進技術の導入や現場の改善活動に取り組む事業者に対する支援
- (3) マッチング機会の創出による事業者間連携の促進

**施策の方向性③ 多様な流通チャネルを活用した県産食品の販売の促進**



イベント等の様々な機会やアンテナショップ等を活用したプロモーションのほか、オンラインを活用した販路開拓など、国内外のマーケットニーズを踏まえながら、県産食品の戦略的な販売を促進します。

**【主な取組】**

- (1) 展示会への出展等による販路拡大とSNS等を活用した情報発信の強化
- (2) 輸出対象国のニーズに対応した商品開発と商談会等の実施への支援
- (3) 輸出事業者の拡大に向けた共同輸送への支援と事業者ネットワークの構築
- (4) ネット取引等の拡大に向けた取組への支援

**施策の方向性④ 秋田の「食」の魅力の発信と誘客への活用**



秋田が誇る食の魅力を県内外に伝えるため、様々なチャネルを活用した情報発信を行うとともに、県内の「食」関連のコンテンツの磨き上げを行い、誘客を促進します。

**【主な取組】**

- (1) 誘客ツールとなり得る魅力的な「食」の発掘・磨き上げとSNS等による情報発信
- (2) 発酵拠点施設の整備や発酵食品を使った新商品の開発への支援

**イ 「新ふるさと秋田農林水産ビジョン」(令和3年度)**

農業の振興として、持続的・効率的な生産体制により、食料供給を担っていく農業の実現を目指すこととしており、水産業の振興として、効率的な操業と販売力強化の実現により、水産業の持続的な発展を目指すとしている。

**目指す姿1 農業の食料供給力の強化**

<主な数値目標>

- 新規就農者数  
現状(R2) 252人 → 目標(R7) 310人
- 農業法人数(認定農業者)  
現状(R2) 788法人 → 目標(R7) 957法人
- ほ場整備面積  
現状(R2) 90,981ha → 目標(R7) 94,540ha
- 主要園芸品目の系統販売額  
現状(R2) 167億円 → 目標(R7) 200億円
- 秋田牛出荷頭数  
現状(R2) 2,844頭 → 目標(R7) 3,683頭
- サキホコシの作付面積  
現状(R2) 0ha → 目標(R7) 3,200ha
- 農産物の輸出額  
現状(R2) 2.9億円 → 目標(R7) 6.0億円

経営力の高い担い手が持続的・効率的な生産体制により、本県の広大な農地をフルに活用して、食料供給を担っていく農業の実現を目指します。

**【施策の方向性】**

- ① 経営力の高い担い手と新規就農者の確保・育成
- ② 持続可能で効率的な生産体制づくり
- ③ マーケットに対応した複合型生産構造への転換
- ④ 戦略的な米生産と水田のフル活用の推進
- ⑤ 農産物のブランド化と流通・販売体制の整備
- ⑥ 秋田の「食」のブランド化と県産食品の販売促進

**目指す姿3 水産業の持続的な発展**

<主な数値目標>

- 新規漁業就業者数(60歳未満)  
現状(R2) 10人 → 目標(R7) 10人
- つくり育てる漁業対象種の生産額  
現状(R2) 457百万円 → 目標(R7) 541百万円
- 蓄養殖等に取り組む漁業経営体数  
現状(R2) 17経営体 → 目標(R7) 90経営体

新規就業者の確保と収益性の高い魚種の資源量の維持が図られる中、効率的な操業と販売力の強化を実現することにより、水産業の持続的な発展を目指します。

**【施策の方向性】**

- ① 次代を担う人材の確保・育成
- ② つくり育てる漁業の推進
- ③ 漁業生産の安定化と水産物のブランド化
- ④ 漁港・漁場の整備

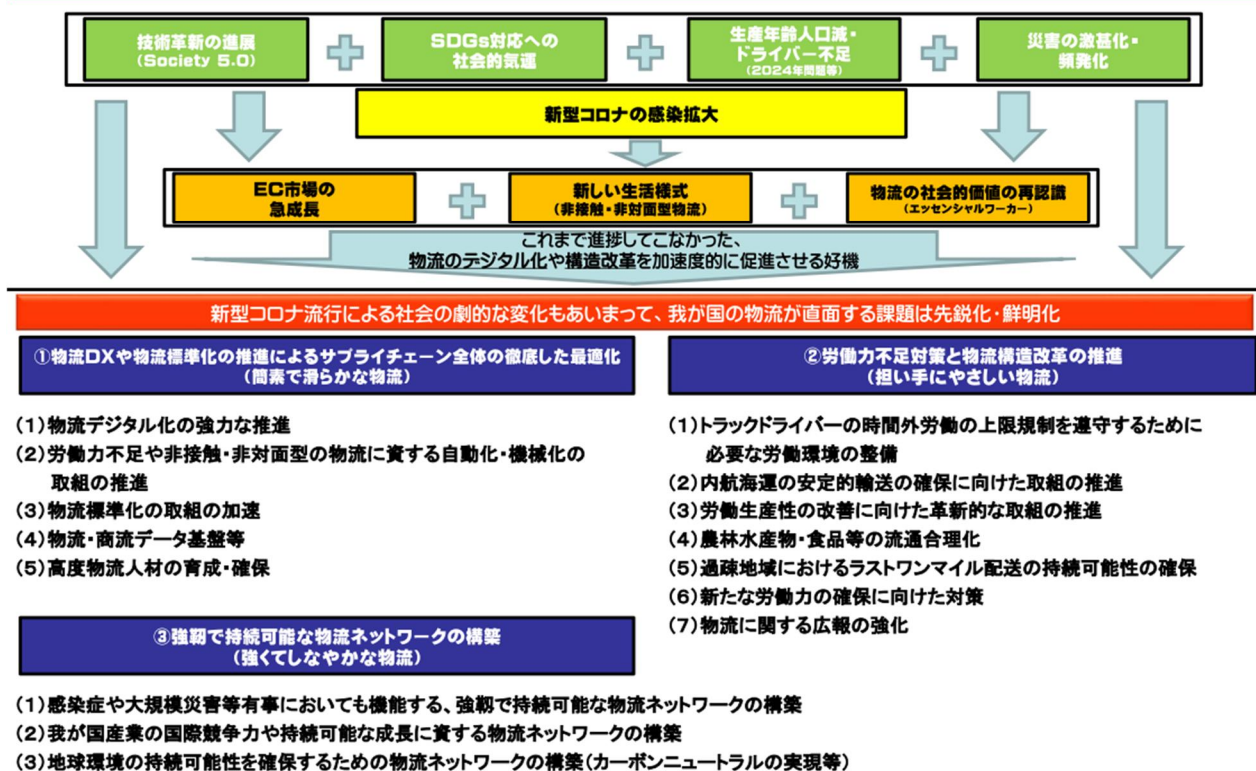
### (3) 市の上位計画（秋田市総合計画「県都『あきた』創生プラン」）

令和2年度に策定された第14次秋田市総合計画「県都『あきた』創生プラン」基本構想では、卸売市場について、「今後も、市民に安全安心な生鮮食料品等を供給する役割を効果的に果たすため、再整備に向けた検討を進めます」としている。また、県都『あきた』創生プラン【第14次秋田市総合計画】推進計画では、外旭川地区について、「泉外旭川駅の開業や、新たな幹線道路の整備など、恵まれた交通環境をいかし、卸売市場の再整備に併せ、民間との協働による先端技術を活用したまちづくりのモデル地区の検討などにより、地域の活性化」を目指すとしている。

### (4) 物流に関する動向

国土交通省の「総合物流施策大綱（2021年度～2025年度）」では、「物流DXや物流標準化の推進によるサプライチェーン全体の徹底した最適化」、「時間外労働の上限規制の適用を見据えた労働力不足対策の加速と物流機構改革の推進」および「強靱性と持続可能性を確保した物流ネットワークの構築」の3つの柱のもと、卸売市場においても進めていくべき物流課題に対する取組事例が示されている。

## 総合物流施策大綱(2021年度～2025年度) 概要



# 1: 物流DXや物流標準化の推進によるサプライチェーン全体の徹底した最適化(簡素で滑らかな物流)

## (1) 物流デジタル化の強力な推進

手続書面の電子化の徹底、サイバーボートの推進による港湾物流の生産性向上、データ基盤の整備、特殊車両通行手続の迅速化、ICTを活用した点呼の推進 等

**■ ICTを活用した点呼の推進**

現状：原則対面  
  
 運行管理者  
 運転者

**ICT活用**

遠隔点呼  
  
 自動点呼  
 ロボット等  
 点呼支援機器

**■ 特殊車両通行手続の迅速化** (※)

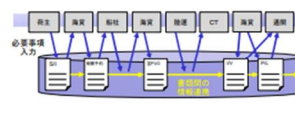


目的地  
出発地

通行可能経路の通知イメージ(ウェブ上で即時に地図表示)  
 条件付通行可  
通行可

(※) 特殊車両が即時にウェブ上で確認した通行可能経路を通行できる新たな通行制度による手続の迅速化

**■ サイバーボートの推進による港湾物流の生産性向上**



民間事業者間の港湾物流手続を電子化

**<主なKPI>**  
 ・サイバーボート(港湾物流)へ接続可能な港湾関係者数【約650者(2025年度)】

## (2) 労働力不足や非接触・非対面型の物流に資する自動化・機械化の取組の推進

倉庫等の物流施設へのロボット等の導入支援、隊列走行・自動運転の実現に向けた取組の推進 等

**■ サプライチェーン全体の最適化を見据えたデジタル化**

- 連携計画策定
- 物流全体効率化システム導入
- AI・IoT等活用新技術導入



RFID等の活用  
E入、取引の動きの見える化  
物流拠点  
倉庫・荷役場・メーカー工場等  
入出庫の効率化  
倉内作業の効率化  
配送作業の効率化  
トラック予約受付システム  
AGV(無人搬送車)  
無人配送ロボット  
自動運転配送

**■ 倉庫等の物流施設における自動化・機械化**



**■ トラック隊列走行/自動化**



**■ 自動運航船**



**<主なKPI>**  
 ・物流総合効率化法による総合効率化計画の認定件数(輸送網の集約等)  
 【141件(2020年度)→330件(2025年度)】

**<主なKPI>** (1: 物流DXや物流標準化の推進によるサプライチェーン全体の徹底した最適化(簡素で滑らかな物流))

- 物流業務の自動化・機械化やデジタル化に向けた取組に着手している物流事業者の割合【100%(2025年度)】
- 物流業務の自動化・機械化やデジタル化により、物流DXを実現している物流事業者の割合【70%(2025年度)】
- (※物流業務の自動化・機械化やデジタル化により、従来のオペレーションの改善や働き方改革などの効果を定量的に得ている事業者をいう。)
- 物流業務の自動化・機械化やデジタル化に向けて、荷主と連携した取組を行っている物流事業者の割合【50%(2025年度)】

## (3) 物流標準化の取組の加速

加工食品分野における標準化推進体制の整備と周辺分野への展開、業種ごとの物流の標準化の推進 等

**■ モノ・データ・業務プロセス等の標準化の推進**

**伝票の標準化**

○ 荷主等の事業者ごとに伝票がバラバラで、記載項目も異なるため、荷積み、荷卸し時に非効率

標準化された伝票  
伝票の標準化による  
荷積み・荷卸し作業の効率化

**外装の標準化**

○ 様々な商品サイズ・形状により、パレット等への積載効率が低下する非効率

標準化された外装  
高効率な外装による  
高効率な積載率、積載効率、保管効率の向上

**受取データ等の標準化**

○ 荷主等事業者と荷主との間で商品データが標準化された仕様で共有されていないことから納品時の異議発生等の商品において非効率

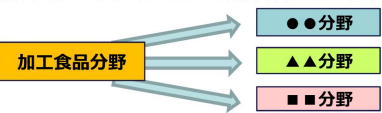
標準化された受取データ  
標準化された受取データによる  
納品作業の効率化、商品・荷物の作業効率化

**パレットの標準化**

○ 様々なパレットサイズにより、積載作業の発生中積載効率が低下する非効率

標準化されたパレット  
標準化されたパレットによる  
積載作業の効率化、トラックへの積載効率の向上

**■ 加工食品分野をプロトタイプとした業種分野ごとの標準化の推進**

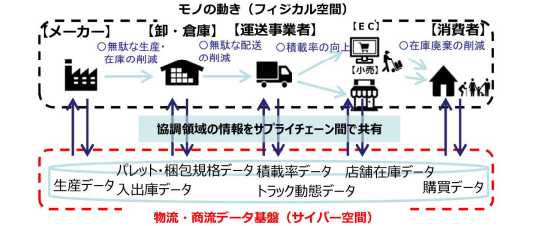


**<主なKPI>**  
 ・業種分野別の物流標準化に関するアクションプラン・ガイドライン等策定数  
 【3件(2021年度~2025年度)】

## (4) 物流・商流データ基盤の構築等

物流・商流データ基盤の構築と社会実装の推進、物流MaaSの推進 等

**■ 物流・商流データ基盤** (※1) の構築と社会実装の推進



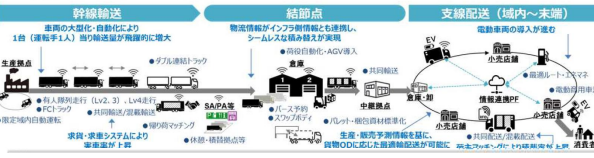
モノの動き(フィジカル空間)  
 【メーカー】(卸・倉庫)【運送事業者】【EC】【消費者】  
 ○ 無駄な生産・在庫の削減  
 ○ 積載率の向上  
 ○ 在庫廃棄の削減  
 ○ 在庫廃棄の削減

協調領域の情報をサプライチェーン間で共有

物流・商流データ基盤(サイバー空間)  
 パレット・梱包規格データ 積載率データ 店舗在庫データ  
 生産データ 入庫データ トラック動態データ 購買データ

**■ 物流MaaS** (※2) の推進

(※2) 複数の商用车メーカーのトラック車両データを共通的な仕組みで連携させ協調して取り組む課題に活用する等、物流分野における新しいモビリティサービス



**共通**

各運行管理システム間のAPI標準化/データ連携が進み複数システムを単一画面で操作可能に

架装内センサー・RFIDタグの普及により空車・貨物情報が可視化される

標準化やIoTの進展により倉庫・物流結節点と輸送手段がオープンに共有され、最適ルートでの輸送が可能に

ドライバーデータ活用により安全性向上/ドライバーに優しい車両により労働環境改善

**<主なKPI>**  
 ・物流・商流データ基盤を活用したビジネスモデルの社会実験数  
 【3件(2021年度~2025年度)】

## (5) 高度物流人材の育成・確保

物流DXを推進する人材に求められるスキルの明確化・発信、学習機会の提供 等

**<主なKPI>**  
 ・大学・大学院に開講された物流・サプライチェーンマネジメント分野を取り扱う産学連携の寄附講座数  
 【5講座(2021~2025年度)】



## 2: 労働力不足対策と物流構造改革の推進（担い手にやさしい物流）

### (1)トラックドライバーの時間外労働の上限規制を遵守するために必要な労働環境の整備

商慣習の見直し、標準的な運賃の浸透、荷待ち時間の削減  
ダブル連結トラック等の活用支援等

#### ■ トラックドライバーの働き方改革等の推進

改正貨物自動車運送事業法の取組の浸透等

**【改正の概要】**  
1. 規制の適正化  
2. 事業者が遵守すべき事項の明確化  
3. 荷主対策の深度化  
4. 標準的な運賃の告示制度の導入

⇒標準的な運賃の浸透を図り、ドライバーの労働条件（賃金・労働時間等）を改善し、持続的な事業環境を実現  
⇒コンプライアンス確保には**荷主の配慮が重要**であるといふことについて理解を求めるための働きかけを実施

国民運動の展開



⇒国民運動として、**荷主・一般国民向けに輸送の効率化等**を呼びかけ

「標準貨物自動車運送約款」の改正



⇒運賃と料金の**区別を明確化**、「**待機時間料**」等を料余として規定、**附帯作業の内容を明確化**

荷待ち件数が多い各種の商慣習の見直し



⇒輸送品目別に**ガイドラインを作成**し、リードタイム延長など商慣習の改善を促進

#### ■ ダブル連結トラック等の活用支援

ダブル連結トラック: 1台で2台分の輸送が可能



特車許可基準の車両長を緩和(2019年1月～)  
(21mから最大で25mへの緩和)

#### ■ デジタル機器等の活用による荷待ち時間の削減

トラックドライバーが到着時刻を予約



トラックの到着時間が平準化され、荷待ち時間が削減

<トラック予約受付システム>

**<主なKPI>**  
・トラックドライバーの①年間所得額平均/②平均労働時間に関する目標  
【①年間所得額平均を全産業平均まで引き上げる/②平均労働時間を全産業平均まで引き下げる】

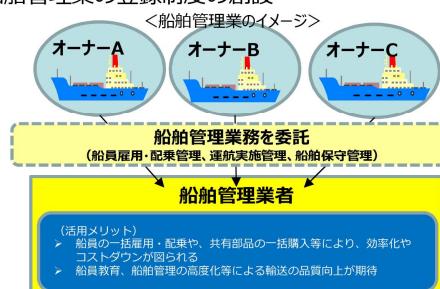
### (2)内航海運の安定的輸送の確保に向けた取組の推進

船員の確保・育成、働き方改革の推進、  
内航海運の運航・経営効率化等

#### ■ 船員の労務管理体制に係る見直し <新たな船員の労務管理スキームイメージ>



#### ■ 船舶管理業の登録制度の創設 <船舶管理業のイメージ>

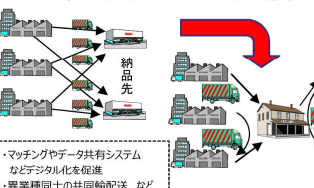


**<主なKPI>**  
・船員1人・1時間当たりの輸送量【4,019トンキロ(2018年)→4,919トンキロ(2025年)】

### (3)労働生産性の改善に向けた革新的な取組の推進

共同輸配送のさらなる展開、倉庫シェアリングの推進、  
再配達削減、ラストワンマイル配送円滑化の推進等

#### ■ 共同輸配送のさらなる展開



・マッチングやデータ共有システムなどデジタル化を促進  
・異業種同士の共同輸配送など

#### ■ 新幹線等を活用した貨客混載



#### ■ 再配達削減

【配達実証の取組】



#### ■ 路上荷さばき対策



**<主なKPI>**  
・物流業の労働生産性【2025年度までに2018年度比で2割程度向上させる】  
・トラックの積載効率【37.7%(2019年度)→50%(2025年度)】  
・宅配便の再配達率【10%程度(2020年度)→7.5%程度(2025年度)】

### (4)農林水産物・食品等の流通合理化

ストックポイント等の流通拠点の整備、  
卸売市場等における自動化・省人化、標準化やパレット化の促進等

#### ■ 共同物流拠点の整備



#### ■ 自動化・省人化、標準化・パレット化

AI・ICTによるリモート商品管理・マッチング、AGVによる自動搬送  
パレット化による効率化



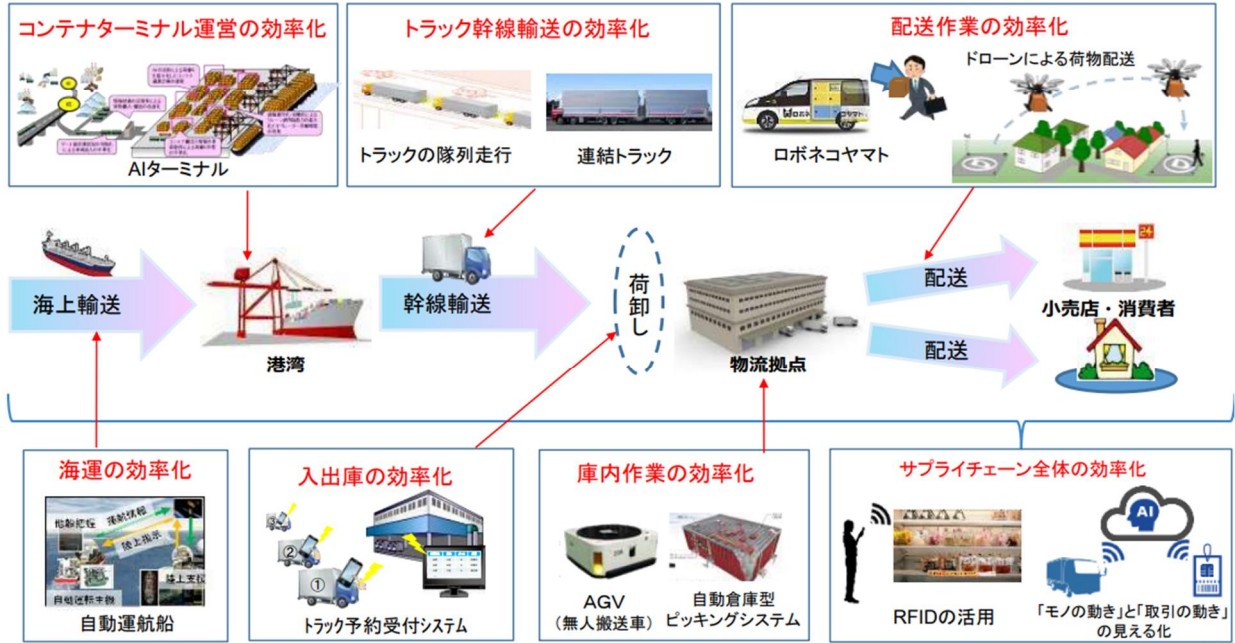
#### ■ データ連携システムの構築



**<主なKPI>**  
・物流効率化に取り組む事業者数(物流総合効率化法の総合効率化計画又は食品等流通法の食品等流通合理化計画の認定件数)【64件(2020年度)→200件(2025年度)】

# 物流分野における新技術の活用

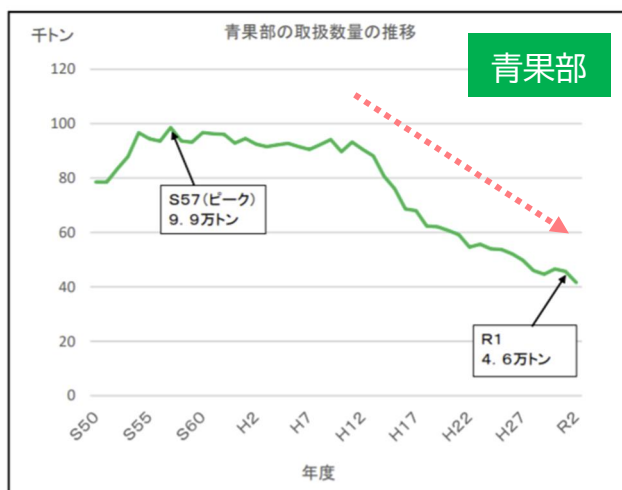
- 近年は物流分野においても、AI・IoT等の新技術の活用が進展
- With/Afterコロナ時代における新しい生活様式に対応した非接触・非対面型の物流システムの構築や物流の生産性の向上のため、この流れをさらに加速させることが必要



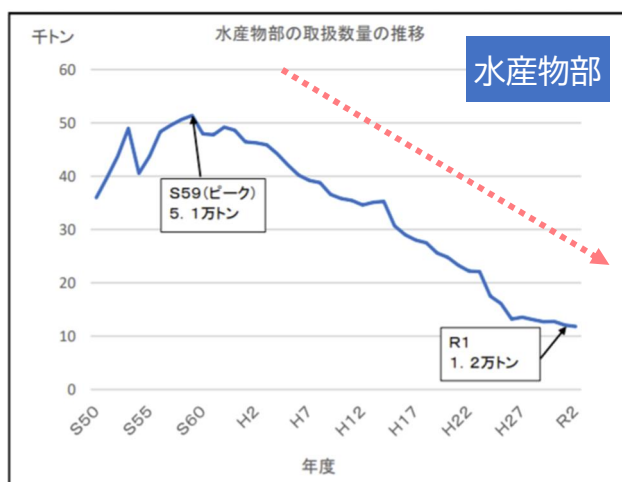
## 4 本市場の現状

### (1) 取扱数量の状況

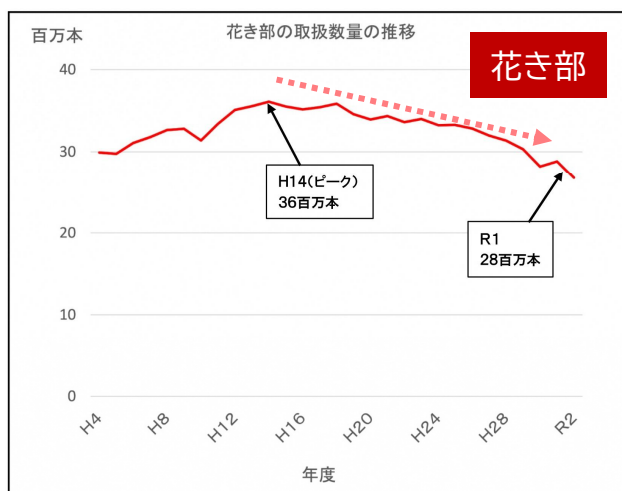
取扱数量は、ピーク時と比べ、青果部では46%、水産物部では24%、花き部では78%に減少している。特に、青果部と水産物部については、県や市の人口減少と比べ、落ち込みが大きい。



ピーク時の  
46%に減少



ピーク時の  
24%に減少



ピーク時の  
78%に減少

## (2) 市場利用者の状況

市場利用者とは、売買参加者（卸売業者と取引をする者）と買出人（仲卸業者と取引をする者）のことをいい、令和4年の売買参加者の数は、昭和50年時と比べ、青果部が24%、水産物部が37%に減少し、花き部は、平成4年時と比べ、52%に減少している。また、青果部と水産物部の買出人の数は、昭和55年時と比べ、5%に減少している。

市場利用者（売買参加者、買出人の推移）

年度	S50	S55	S60	H2	(H4)	H7	H12	H17	H22	H27	R2	R3	R4
売買参加者 (青果)	306	341	335	307	295	268	242	205	167	99	81	75	75
売買参加者 (水産)	230	258	258	250	243	238	218	183	161	115	92	87	86
買出人 (青果・水産)		1179	1008	867	907	900	351	295	271	100	70	65	57
売買参加者 (花き)					170	180	181	173	167	109	100	91	89
買出人 (花き)										17	18	19	18

※H4～22における花き部の買出人は、青果部・水産物部の買出人に含む。

## (3) 東北地方における本市場の位置

### ア 県内全域をカバーする総合的な地域拠点市場

本市場は、県内唯一の総合的な地域拠点市場で、利便性の高い県の中心部に立地し、本市はもとより、概ね県内全域に供給・販売している。

【参考】売買参加者・買出人の登録場所

●秋田県内：292

○秋田市：174

○秋田市以外：118

・湯沢市：2

・潟上市：26

・井川町：2

・由利本荘市：18

・大館市：1

・男鹿市：19

・大潟村：1

・大仙市：11

・横手市：7

・三種町：6

・能代市：6

・仙北市：3

・にかほ市：4

・五城目町：4

・八郎潟町：4

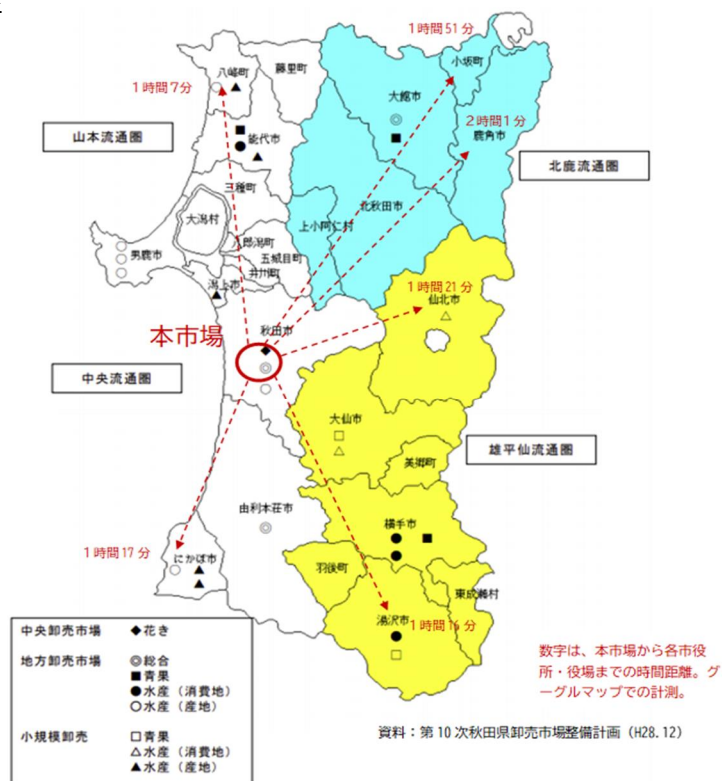
・鹿角市：1

・北秋田市：1

・上小阿仁村：2

●県外：1

・和歌山県：1



〈令和4年度、部門間での重複を除く。〉

## イ 市民・県民の需要に対応

県内における本市場の取扱品の需要充足率は、市民では、野菜 103%、果実 67%、水産物 91%、花き 164%と、需要へ十分に対応しており、県民では、野菜 33%、果実 21%、水産物 29%、花き 52%と、2～5割の需要に対応している状況にある。

品目別需要充足率(令和3年度)

品目	1人当たりの年間需要量 (kg・本)		県の人口 (千人)	市の人口 (千人)	県民の需要量 (t・千本)	市民の需要量 (t・千本)	本市場の取扱数量 (t・千本)	県民の需要充足率	市民の需要充足率
	純食料	粗食料 換算							
野菜	85.7	95.2	946	305	90,059	29,036	29,937	33.2%	103.1%
果実	32.4	46.3	946	305	43,800	14,122	9,508	21.7%	67.3%
水産物	23.2	46.4	946	305	43,894	14,152	12,949	29.5%	91.5%
花き	48.1	48.1	946	305	45,503	14,671	24,066	52.9%	164.0%

※野菜、果実、水産物の出典は、農林水産省「食料需給表(令和3年度)」、花きは、農林水産省「卸売市場基本方針」(平成24年度)の記載、純食料から粗食料への換算は、文部科学省「五訂増補日本食品標準成分表」の各品目の平均的な廃棄率(野菜10%、果実30%、水産物50%)より

※県の人口は、令和3年9月1日秋田県推計値。市の人口は、令和3年12月31日現在。

※本市場の取扱数量は、令和3年(暦年)。花きは、切り花のみ。

## ウ 県内の卸売市場の中で6割超のトップシェア

県が認定する県内の地方卸売市場は、8市場となっている。その中で本市場の取扱金額の割合は、青果で68%、水産物で63.5%、合計で65%とトップシェアを占めている。

なお、花きについては、県内の地方市場での取扱いは少なく、秋田市中心卸売市場(花き部)がシェアのほとんどを占めていると想定される。

県内の地方卸売市場の取扱金額(令和2年度)

市場名	取扱金額							比率		
	野菜	果実	水産物	食肉	花き	その他	計	計	青果	水産物
秋田市公設地方卸売市場	7,716	3,354	9,447			174	20,691	65.0%	68.0%	63.5%
本荘総合地方卸売市場	340	212	162			20	734	2.3%	3.4%	1.1%
大館市公設総合地方卸売市場	551	466	1,661	23	5	219	2,925	9.2%	6.2%	11.2%
秋田県南青果地方卸売市場	363	353				13	729	2.3%	4.4%	
能代青果地方卸売市場	1,969	665				212	2,846	8.9%	16.2%	
秋田県南青果地方卸売市場 湯沢・雄勝市場	199	90				6	295	0.9%	1.8%	
横手中水地方卸売市場			2,162				2,162	6.8%		14.5%
湯沢地方卸売市場			1,435			12	1,447	4.5%		9.7%
計	11,138	5,140	14,867	23	5	656	31,829	100.0%	100.0%	100.0%

※単位：百万円。青果=野菜+果実。対象は、県内の県の認定を受けた地方卸売市場のみ。

※秋田市中心卸売市場(花き部)の取扱金額は、花き部の取扱金額に含まない。

## エ 県内産品の販路としての役割

本市場が集荷する生鮮食料品等の県内産率（令和3年）は、青果 19.3%、水産物 12.3%、花き 26.6%となっており、県内産品の出荷先としては一定の役割を果たしている。

（出典：令和3年度市場年報）

## オ 戦略的かつ効率的な市場運営

本市場では、指定管理者制度の導入や市場使用料の面積割への統一など、戦略的かつ効率的な市場運営を実施している。

平成 24 年度 公設地方卸売市場への移行（青果部・水産物部のみ）

指定管理者制度の導入（公設地方卸売市場のみ）

平成 26 年度 市場使用料の面積割への統一（公設地方卸売市場のみ）

## (4) 市場内事業者の状況（現状と推移）

### ア 市場内事業者の減少

青果部、水産物部および花き部の卸売業者と花き部の仲卸業者の数は、開設時と比べて変わらないものの、青果部の仲卸業者は 11 事業者から 5 事業者に、水産物部の仲卸業者は 12 事業者から 4 事業者と大きく減少している。また、関連事業者は、ピーク時の 36 事業者から現在は 18 事業者に減少している。

仲卸業者と関連事業者が大きく減少している理由としては、経営状況の悪化のほか、従業員の高齢化や後継者の問題、深夜・早朝出勤など労働環境等に起因する人材不足が考えられ、今後、廃業等でさらなる減少の可能性がある。

市場内事業者の数の推移

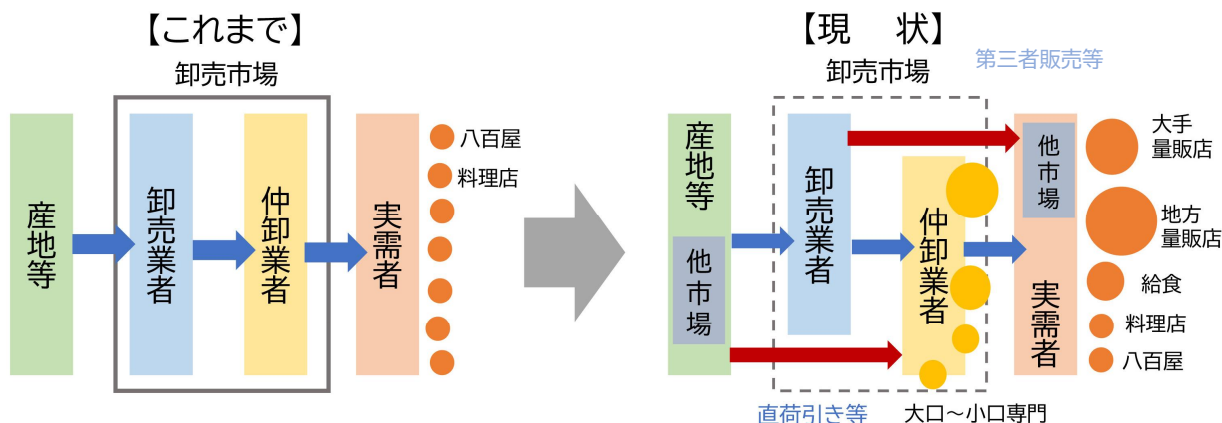
区分	S50	S55	S60	H2	(H4)	H7	H12	H17	H22	H27	R2	R4
卸売業者	青果部	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
	水産物部	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
	花き部					1	1	1	1	1	1	1
仲卸業者	青果部	11	11	10	9	9	9	9	8	6	5	5
	水産物部	12	12	12	12	12	12	10	10	6	6	5
	花き部					3	3	3	3	3	3	3
関連事業者	25	36	33	33	34	34	32	30	27	22	22	18

※各年度は、4月1日現在。R4は、令和5年3月現在。花き部は、平成4年から。

### イ 卸売業者と仲卸業者の役割の変化

従来は、産地等から卸売業者が集荷し、それを仲卸業者が買い付けて実需者へ販売する流れで、卸売業者と仲卸業者の役割は明確となっていたが、現状では、卸売業者が直接実需者に販売し、仲卸業者が直接産地や他市場から買い付けるなど、卸売業者と仲卸業者の役割が重複・類似するなど、それぞれの役割が変化してきている。

青果部では、卸売業者が売買参加者（実需者）に売上高で 38%販売しているものの、仲卸業者の中には、量販店を主たる販売先とし、卸売業者を上回る売上高のものもある。また、水産物部では、卸売業者の売上高をみると、売買参加者が 50%、第三者販売が 20%、仲卸業者が 30%で、卸売業者が従来の仲卸業者の役割を担っている構造もある。



### (5) 市場施設の現状（老朽化、不具合動線、不足機能等）

本市場施設は、昭和 50 年の開場から 48 年が経過し、経年劣化による建物・設備等の老朽化が進行し、改修工事や修繕に多額の費用を要していることに加え、現代の流通形態や社会的ニーズへの対応に遅れをとっている状況にある。

（具体的な課題）

- ・数多くの小規模な市場利用者による買い回り型から、量販店など少数の大規模な物流中心型への変容に、空間構成、配置などが対応できていない。
- ・ある程度限定された品目の大量流通から、多様な品目の少量物流による荷下ろし、荷捌き（ピッキング作業）等に係る作業スペースや所要時間などの変化に対応できていない。
- ・冷蔵庫・冷凍庫以外の卸売場、仲卸売場等は、定温（低温）物流に完全には対応できていない（コールドチェーンが途切れている）。

### (6) 卸売市場会計の状況

卸売市場の事業は、特別会計を導入し、基本的には市場使用料を財源に施設の建設・維持管理・運営を行うこととされているが、市場内事業者の減少による歳入の減少、施設改修等による歳出の増加などにより、市場使用料以外の財源として、一般会計からの繰入金を充当している状況にあり、近年はそれが継続している。

中央卸売市場の会計決算(花き部) 単位:千円

	平成 30 年度	令和元年度	令和 2 年度
歳入	66,465	61,968	67,555
使用料及び手数料	18,956	19,239	19,236
繰入金	25,822	20,907	26,542
繰越金	1,027	1,026	1,001
諸収入	20,660	20,796	20,776
歳出	65,439	60,966	66,555
総務費	63,203	58,731	64,321
公債費	2,236	2,235	2,234
予備費	0	0	0
歳入－歳出	1,026	1,002	1,000

公設地方卸売市場の会計決算(青果部・水産物部) 単位:千円

	平成 30 年度	令和元年度	令和 2 年度
歳入	429,629	427,412	436,013
使用料及び手数料	146,818	147,522	145,258
財産収入	842	873	873
繰入金	92,557	84,877	62,804
繰越金	2,001	2,000	2,000
諸収入	163,011	164,840	150,378
市債	24,400	27,300	74,700
歳出	427,629	425,412	421,754
総務費	295,662	294,297	273,728
事業費	54,983	52,628	74,786
繰出金	0	0	17,795
公債費	76,984	78,487	55,445
予備費	0	0	0
歳入－歳出	2,000	2,000	14,259

## 5 市場内事業者等の意向

### (1) アンケート・ヒアリング調査の概要

#### ア アンケート調査の実施概要

本市場のあり方を検討するに当たり、市場内事業者の実態や意向等を把握するため、市場関係者を対象にアンケート調査を実施しており、調査内容については、令和2年度の実績や状況を基準としている。

区分	調査対象	回収数	実施時期
卸売業者	5（青果部2、水産物部2、花き部1）	5	令和3年10月
仲卸業者	12（青果部5、水産物部4、花き部3）	12	
関連事業者	18	15	
市場関係者	308 ・ 売買参加者 226 （青果部・水産物部 135、花き部 91） ・ 買出人 82 （青果部・水産物部 63、花き部 19）	152	令和3年11～12月

※調査結果は、暫定値であり、確定値は若干変動する場合がある。

※無回答については、計上していないため、各事業者数の合計と合致しない場合がある。

#### イ 卸売業者と仲卸業者の意向等

##### (7) 5年前と比べた売上状況

回答内容	卸売業者 合計(5)	仲卸業者			
		青果(5)	水産物(4)	花き(3)	合計(12)
5年前と比べてよくなった	1	0	0	1	1
5年前と比べてややよくなった	0	2	0	0	2
5年前と比べてあまり変わらない	0	0	0	0	0
5年前と比べてやや悪くなった	2	1	0	2	3
5年前と比べてかなり悪くなった	1	2	4	0	6

##### (1) 卸売業者への外部からのニーズ

回答内容	青果(2)	水産物 (2)	花き(1)	合計(5)
安さ	0	0	1	1
スピード感を持った配送	1	1	1	3
十分な量の確保	2	0	1	3
多様な品ぞろえ	2	2	1	5
地元産へのニーズ	2	2	1	5
産地指定、ブランド指定へのニーズ	1	2	1	4
品質管理（コールドチェーン等）	1	2	0	3
衛生管理	1	2	0	3
安全・安心への対応（放射線、農薬等）	2	1	0	3
カットなどの加工やパック化	1	2	0	3
その他	0	0	1	1



## (ウ) 仲卸業者への外部からのニーズ

回答内容	青果(5)	水産物(4)	花き(3)	合計(12)
安さ	1	2	1	4
スピード感を持った配送	2	2	1	5
十分な量の確保	2	2	2	6
多様な品ぞろえ	3	2	3	8
地元産へのニーズ	3	3	1	7
産地指定、ブランド指定へのニーズ	1	2	1	4
品質管理（コールドチェーン等）	1	3	3	7
衛生管理	1	1	0	2
安全・安心への対応（放射線、農薬等）	2	1	0	3
カットなどの加工やパック化	1	1	0	2
その他	1	0	0	1

## (I) 卸売業者の長期的な経営方針

回答内容	合計(5)
本市場の中に卸売業者が複数あれば合併するなど経営強化する	2
本市場の中で同じ部類（青果等）で、卸売業者と仲卸業者等が合併して経営強化する	2
本市場の中で異なる部類（青果や水産物等）も含めて業者が合併し、経営強化する	2
県内の他の市場の卸売業者や仲卸業者との連携強化や合併等を行う	2
県外の他の市場（盛岡、仙台等）の卸売業者や仲卸業者との連携強化や合併等を行う	3
産地での事業展開（農業等）や川下への展開（食品加工、販売等）など業域を拡大する	1
基本的には現在の会社で現在の業域業態を維持する	1
将来的には廃業の予定である	0
その他の長期戦略	0

## (オ) 仲卸業者の長期的な経営方針

回答内容	合計(12)
本市場の仲卸業者で合併するなど経営強化する	1
本市場の中で同じ部類（青果等）で、卸売業者と仲卸業者等が合併して経営強化する	2
本市場の中で異なる部類（青果や水産物等）も含めて業者が合併し、経営強化する	0
県内の他の市場の卸売業者や仲卸業者との連携強化や合併等を行う	1
県外の他の市場（盛岡や仙台等）の卸売業者や仲卸業者との連携強化や合併等を行う	3
産地での事業展開（農業等）や川下への展開（食品加工、販売等）など業域を拡大する	1
基本的には現在の会社で現在の業域業態を維持する	5
将来的には廃業の予定である	2
その他の長期戦略	0

## (カ) 10年後の取扱金額の見通し

回答内容	卸売業者 (5)	仲卸業者			
		青果 (5)	水産物 (4)	花き (3)	合計 (12)
取扱金額は現状と変わらない	2	0	1	0	1
取扱金額は増えていると思う	1	2	0	1	3
取扱金額は減っていると思う	1	0	2	0	2
10年後は廃業しているか、他社等と合併しているだろう	0	1	0	0	1
わからない	0	2	1	2	5

## (キ) 経営戦略（今後の力点）

回答内容	卸売業者				仲卸業者			
	青果 (2)	水産物 (2)	花き (1)	合計 (5)	青果 (5)	水産物 (4)	花き (3)	合計 (12)
集荷力アップ	2	2	1	5	2	2	1	5
衛生管理	0	2	0	2	1	3	0	4
低温化	1	2	0	3	2	2	1	5
加工機能強化	1	1	0	2	1	3	2	6
取扱品目の拡大・多様化	1	0	0	1	1	1	2	4
販路の拡大	2	2	1	5	4	2	2	8
DXやICT導入による効率化	0	0	0	0	2	1	2	5
その他	0	0	0	0	2	0	0	2

## (ク) 一般市民等を対象とした農水産物等の直売所や飲食、道の駅の併設に関する意向

回答内容	卸売業者				仲卸業者			
	青果 (2)	水産物 (2)	花き (1)	合計 (5)	青果 (5)	水産物 (4)	花き (3)	合計 (12)
卸売市場は、基本的に事業者向けの場であり、本市場ではない方がよい	1	0	1	2	2	0	2	4
市場を盛り上げるためには、一般市民向けの機能も必要であり、事業者としても何らか関わりたい	1	1	0	2	0	4	1	5
市場の機能として希望はするが、事業者として関わる意向はない	0	1	0	1	1	0	0	1
その他	0	0	0	0	0	0	0	0

(ケ) 本市場の開設・運営のあり方に関する意向

回答内容	卸売業者				仲卸業者			
	青果 (2)	水産物 (2)	花き (1)	合計 (5)	青果 (5)	水産物 (4)	花き (3)	合計 (12)
公設公営	0	0	0	0	0	0	3	3
公設民営（市が開設し、運営は指定管理者制度等を活用して民間で行う。）	2	2	1	5	2	4	0	6
民設民営（民営化し、開設・運営を民間事業者で行う。）	0	0	0	0	0	0	0	0
その他	0	0	0	0	0	0	0	0

(コ) ヒアリング調査

【主な意見】

- ・ 市場内に可能な限り在庫品を置かず、その日のうちに流通させることが大切である。
- ・ DXの推進や生鮮食料品等の加工、カット、パッケージ等の機能の充実を図り、地域の生鮮食料品等の拠点としての役割を果たしていくことが重要である。
- ・ 秋田と首都圏とのトラックの往復便両方の有効活用を図ることが重要である。
- ・ 卸売市場とその仕事の魅力を発信していく必要があるほか、市場内に保育施設や子ども食堂を設置するなど、労働環境を整備し、女性の雇用の増加等を図ることが重要である。

ウ 関連事業者の意向等

(ア) 市場内外での出店等の状況

回答内容	合計 (14)
市場内のみ	9
市場以外にも店があるが市場内の店舗が主（売上が多い）	2
市場以外にも店があり、そちらの店舗が主（売上が多い）	3

(イ) 将来（10年後）の本市場での事業継続の見通し

回答内容	合計 (13)
本市場で事業継続している	4
本市場から撤退している	5
わからない	7

## エ 売買参加者・買出人の意向等

### (ア) 回答者の概要

登録場所	合計 (152)	取扱品目	件数	業態	件数
秋田市内	92	野菜・果実	59	スーパー	11
秋田市外	55	鮮魚・塩干・冷凍品	70	小売店	93
無回答	5	花き関係	79	飲食事業者	16
		その他	16	食品加工業者	7
		無回答	1	学校・病院・給食等	7
				その他	26
				無回答	4

### (イ) 買付の状況

#### a 本市場からの年間の買付金額の割合

区分	25%未満	25%以上 50%未満	50%以上 75%未満	75%以上 100%以下
野菜・果実	10	8	7	28
鮮魚・塩干・冷凍品	9	6	8	36
花き関係	18	2	6	40

#### b 本市場以外の取引先

回答内容	野菜・果実	鮮魚・塩干・冷凍品	花き関係
県内の他市場	18	17	—
東北地域の他市場	9	8	11
東北地域以外の他市場	4	4	14
県内の産地・JA等から直接	15	15	20
県外の産地・JA等から直接	8	5	10
直売所	15	—	—
商社・輸入業者	9	13	12
その他	18	13	—

### (ウ) 本市場から買付する理由

回答内容	件数
昔から仕入れていてなじみがあるから	103
近くにあり、便利で、運送コストも安い	60
取扱数量が多く、好きな量を仕入れることができる	43
取扱品目の種類が豊富で、必要な商品を仕入れることができる	50
継続して安定的に仕入れることができる	68
手頃な値段で仕入れることができる	43
秋田県など地元産が手に入る	44
市場施設が機能的で使いやすい	8
市場および市場内事業者の信頼感が高い	46
食品に対する衛生管理体制が整っており、安全・安心を確保できる	9

(I) 将来（10年先）の買付の見通し

回答内容	減少	変わらない	増加
野菜・果実	35%	33%	17%
鮮魚・塩干・冷凍品	43%	31%	20%
花き関係	43%	63%	26%

(オ) 将来（5～10年後）の本市場の必要性

回答内容	件数
仕入れ先として本市場は非常に重要で、なくなると困る。必ず残してほしい	103
必ず残してほしいとまでは言わないが、本市場はあった方がよい	28
他の卸売市場や産直など仕入れ先はあるので、本市場の必要性は感じない	2
閉店・廃業を検討しており、特に意見はない	8
わからない	5

(カ) 本市場への期待や要望

回答内容	件数
産地や卸、仲卸等と連携し、魅力的な商品の提案をしてほしい	85
もっと品ぞろえをよくしてほしい	63
もっと安定した量の確保をお願いしたい	64
本市場に対して意見や提案を言う場を増やしてほしい	16
産地や出荷者と交流したり、意見や提案を言う場を増やしてほしい	19
市場施設の温度管理（コールドチェーン）や衛生水準を高いものにしてほしい	22
全天候型の積込み作業場を整備するなど、市場をもっと使いやすくしてほしい	36
受発注作業等にICTをもっと活用するなど省力化できるようにしてほしい	10

## (2) 意向調査結果のまとめ

### ア 卸売業者・仲卸業者の意向等

- (ア) 5年前と比べた売上状況については、卸売業者では「やや悪くなった」、仲卸業者では「かなり悪くなった」との回答が最も多かった。
- (イ) 外部からのニーズについては、卸売業者、仲卸業者ともに「多様な品ぞろえ」、「地元産へのニーズ」との回答が上位を占めた。
- (ウ) 市場内事業者の長期的な経営方針については、卸売業者では「本市場内又は県内外の卸売業者・仲卸業者との連携強化や合併を望む」との回答が大部分を占める一方で、仲卸業者では「現状の業域業態を維持する」との回答が最も多かった。
- (エ) 10年後の取扱金額の見通しは、卸売業者では「現状と変わらない」、仲卸業者では「増えていると思う」との回答が最も多かった。
- (オ) 経営戦略（今後の力点）については、卸売業者では「集荷力アップ」、仲卸業者では「販路の拡大」との回答が最も多かった。
- (カ) 一般市民等を対象とした農水産物等の直売所や飲食、道の駅の併設に関する意向については、「併設ではない方が良い」と「何らかの形で関わりたい」との回答が約半数ずつとなった。
- (キ) 本市場の開設・運営のあり方に関する意向については、卸売業者、仲卸業者ともに「公設民営」との回答が最も多かった。

### イ 関連事業者の意向等



市場内外での出店等の状況については、「市場内のみ」との回答が最も多く、将来（10年後）の本市場での事業継続の見通しについては、「わからない」との回答が最も多かった。

### ウ 売買参加者・買出人の意向等

- (ア) 年間買付金額のうち、本市場が占める割合については、「75%以上」との回答が最も多く、その理由としては、「昔から仕入れていてなじみがあるから」、「継続して安定的に仕入れることができる」、「近くにあり、便利で、運送コストも安い」などの回答が上位を占めた。
- (イ) 10年先の仕入れの見通しは、いずれの部門も4割前後が「減少」と回答した。
- (ウ) 5～10年後の本市場の必要性については「必ず残してほしい」との回答が最も多く、その期待や要望については、「産地や卸売業者、仲卸業者等と連携した魅力的な商品の提案」や「安定した量の確保」、「品ぞろえの充実」との回答が多かった。

## 6 他市場における再整備の取組事例

名称	奈良県中央卸売市場	所在地	大和郡山市筒井町 957 番地の 1
規模	敷地面積：151,258 m <sup>2</sup> 延床面積：現況 58,267 m <sup>2</sup> →計画約 28,000 m <sup>2</sup>		
事業方式	現地建替+余剰地活用 市場整備： <b>PFI (BT) にて公募予定</b>	整備期間	計画中 R2～10 年度（事業者選定含む）
背景・狙い	<p>【背景】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○施設設備の老朽化</li> <li>○衛生・品質管理への対応</li> <li>○市場施設のコンパクト化により創出した余剰地に、市場が取扱う「食」を活用した一般消費者向けの新機能導入を計画</li> </ul> <p>【狙い】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○「食」と親和性が高く、観光への相乗効果の高い機能との複合化により、賑わいを創出</li> <li>○フードホールや子ども広場、宿泊施設等の誘致により、広域から誘客を図る</li> </ul>	手法・取組効果	<p>【手法】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○市場(BtoB)エリアに隣接する賑わい創出(BtoC)エリアに、食を通じて多様な世代が楽しめ、観光客も呼び込める新たな観光スポットを整備</li> <li>○民間事業者へのヒアリング、個別対話、事業者提案等を活用し、整備・維持管理・運営等に民間活力の積極的な導入を検討</li> </ul> <p>【取組効果】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○滞在時間の拡大</li> <li>○広域からの集客による周辺地域の活性化</li> </ul>
備考	<ul style="list-style-type: none"> <li>○BtoC エリアの事業は、R3～4 年度にかけてサウンディング調査および整備検討予定</li> <li>○卸売市場を含めたエリアの高さ制限緩和(20m→31m)</li> <li>○地区計画による産業施設の誘導</li> <li>○スケジュール（基本計画実施プランより） 事業者選定：R3～4 年度 BtoB エリア：R4～7 年度設計・建設工事 BtoC エリア：R5～7 年度事業者選定、 R8～10 年度設計・建設工事</li> </ul>		 <p>奈良県 HP より</p>
名称	和歌山市中央卸売市場	所在地	和歌山市西浜 1660 番地の 401
規模	敷地面積：現況 132,237 m <sup>2</sup> →計画約 100,000 m <sup>2</sup> 延床面積：現況 44,098 m <sup>2</sup> →計画 26,995 m <sup>2</sup>		
事業方式	現地建替+余剰地活用 市場整備：従来手法	整備期間	整備中：H30～R4 年度（5 年間、設計期間含む）
背景・狙い	<p>【背景】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○市場施設の老朽化</li> <li>○再整備に伴い発生する余剰地に「道の駅」等の整備を計画</li> </ul> <p>【狙い】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○市場利用者が使いやすく、機能的で開かれた活気のある「中央卸売市場」の整備</li> <li>○「道の駅」併設による地域活性化</li> </ul>	手法・取組効果	<p>【手法】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○公募型プロポーザルにより民間事業者を選定する予定</li> </ul> <p>【取組効果】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○市場施設との直結・連携による相乗効果</li> <li>○観光ゲートウェイ、情報交流、憩と癒しの拠点化による賑わい観光市場の形成</li> </ul>
備考	<ul style="list-style-type: none"> <li>○再整備に伴う余剰地面積：約 32,000 m<sup>2</sup></li> <li>○余剰地活用の方策 A：道の駅 トイレ、休憩施設等 B：道の駅地域振興施設 アイデア公募。温浴施設、場外市場等の卸売市場との連携施設等を想定。定期借地を検討 C：その他余剰地 アイデア公募。観光客、市民の公園、スポーツ施設等を想定</li> <li>○事業者提案を基に事業可能性、公募条件の整理を行い、令和 4 年度の完成予定</li> </ul>		 <p>国土地理院航空写真より</p>

名称	下関地方卸売市場唐戸市場	所在地	下関市唐戸町 5 番 50 号
規模	敷地面積：107,867 m <sup>2</sup> 延床面積：24,157 m <sup>2</sup>		
事業方式	移転集約 市場整備：従来手法	整備期間	整備済み H9～12 年度（4 年間）
背景・狙い	<p>【背景】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○唐戸市場業者からの市場建替の陳情から、下関市が唐戸地区ウォーターフロント開発部会を設立し検討開始</li> <li>○基本設計者をプロポーザルにより決定</li> <li>○平成 13 年 4 月開業</li> </ul> <p>【狙い】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○観光客や市民が集う商業地を形成</li> <li>○コンセプト「<b>海峡まるごとテーマパーク</b>」</li> <li>○唐戸市場および周辺施設（水族館、複合飲食施設等）の整備</li> </ul>	<p>手法・取組効果</p>	<p>【手法】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○開設者（下関市）による整備</li> </ul> <p>【取組効果】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○あらゆる食材を取り揃えた<b>総合食品センター</b>の役割を果たす</li> <li>○地元でとれた新鮮な魚介類や農産物等の売場が軒を並べ、<b>仲卸売場も一般客の買い物が可能</b></li> <li>○週末は「活いき馬関街」を開催、<b>旅行会社等と連携し集客を図る</b></li> <li>○年間来場者数 <b>140 万人</b></li> </ul>
備考	<ul style="list-style-type: none"> <li>○総事業費：約 77 億円（市場棟：50 億円、駐車場：14 億円、用地：13 億円）</li> <li>○財源内訳：国庫補助金 11 億円、県補助金 5 億円、地方債 61 億円。</li> <li>○市場棟は大吹き抜けの 3 層 4 階建、プレキャスト/プレストレストコンクリート造。</li> <li>○駐車場棟は、市場棟とブリッジによって 3 階レベルで結ばれた 3 層 4 階。</li> <li>○海峡を望むことのできる屋上緑地広場</li> </ul>		
名称	富山市公設地方卸売市場	所在地	富山市掛尾町 500 番地
規模	敷地面積：123,138 m <sup>2</sup> 延床面積：現 39,585 m <sup>2</sup> （民間施設除く）		
事業方式	現地整備 市場整備：PPP（リース方式）	整備期間	整備中 R3～7 年度
背景・狙い	<p>【背景】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○取扱数量減少による規模の適正化</li> <li>○市場施設の老朽化</li> <li>○コンパクト化により生じた余剰地の有効活用</li> </ul> <p>【狙い】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○市場施設と民間収益施設の配置を含めた<b>一体的な提案による用地全体の有効活用</b>を図る</li> </ul>	<p>手法・取組効果</p>	<p>【手法】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○事業用定期借地により民間事業者が市場施設を建設、所有、維持管理を行い、<b>市は建物賃貸借契約により市場運営</b>を行う</li> </ul> <p>【取組効果】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○財政負担軽減</li> <li>○民間施設誘致による QOL の向上</li> </ul>
備考	<ul style="list-style-type: none"> <li>○事業者募集の結果、1 社から提案あり</li> <li>○大手デベロッパーを代表とし、青果卸業者や地元企業等で構成</li> <li>○公共施設（市場）は、売場全体を「閉鎖型」とし、衛生・品質管理の向上を図る</li> <li>○民間施設は、スーパー、ホームセンター、ファニチャーセンター等を誘致し、「マーケットストリート」を中心に市場との連携により、「まちに開かれた生活市場」を実現する</li> <li>○事業期間 R36 年度末まで</li> </ul>		 <p>富山市 HP より</p>



## 7 本市場の長期的なあり方

### (1) SWOT分析 (内部環境 (強み、弱み)、外部環境 (機会、脅威))

強み (S)	弱み (W)
<p>ア 県の中心部に位置し、県内全域をカバーする県内唯一の総合的な地域拠点市場 (青果部・水産物部、花き部)</p> <p>イ 市民 (30万人) および県民 (93万人) の需要に概ね対応 (県民需要では、野菜 34%、果実 23%、水産物 26%、花き 52%)</p> <p>ウ 県内の卸売市場 (8市場) の中で6割超のトップシェア (青果部 68%、水産物部 64%、花き部 100%弱)</p> <p>エ 県内産品の販路として一定の役割 (県内産率は青果部 20%、水産物部 14%、花き部 25%)</p> <p>オ これまで戦略的かつ効率的な市場経営 (地方卸売市場への移行、指定管理者制度の導入、市場使用料の面積割への統一等)</p>	<p>ア 取扱数量の継続的減少 (県や市の人口減少に比べ急激に減少→ピーク時の取扱数量の青果部 46%、水産物部 24%、花き部 78%に減少)</p> <p>イ 市場内事業者の減少 (青果部・仲卸業者 11→5, 水産物部・仲卸業者 12→4) と経営状況の悪化 (売上減少、配送等の負担増、人材不足、高齢化等の悪循環)</p> <p>ウ 卸売業者・仲卸業者の役割の変化 (両者の役割が類似・重複→競合化)</p> <p>エ 市場利用者の継続的減少 (売買参加者は青果部で当初の 24%、水産物部で 37%、花き部で 52%に減少。買出人は当初の 5%に減少)</p> <p>オ 市場施設の老朽化・ニーズへの対応の遅れ (開場から 48 年経過し、経年劣化による劣化が進行。量販店中心型物流動線、定温物流等への未対応等)</p> <p>カ 卸売市場会計の悪化 (特別会計で、市場使用料を主要な財源とする卸売市場会計の悪化や一般会計からの繰入の継続)</p>
今後の機会 (O)	今後の脅威 (T)
<p>ア 国の政策による位置づけ (卸売市場法改正による規制緩和により、各市場の創意工夫による運営が可能 ; 商物分離、第三者販売、直荷引き、開発区域の指定の廃止、卸売業者に対する部類ごとの取扱品目にかかる国の許可の廃止、取扱品目の多様化等)</p> <p>イ 県の政策による後押し (「新ふるさと秋田農林水産ビジョン」による園芸品目の生産振興、水産業の振興。「新秋田元気創造プラン」による食品製造業の振興等)</p> <p>ウ 食などに対する社会的な関心やニーズの高まり (安全・安心、健康、地産地消、デリバリーやシェアサービス、地方移住・地方創生、SDGs、働き方改革、防災、福祉との連携、脱炭素社会等)</p> <p>エ DX (ICT や AI、IoT 技術等) の進展に伴う市場業務の効率化</p>	<p>ア 人口減少により県内食料品の消費量が激減予想 (現状 93 万人→40~50 年後には、40~50 万人と推定)</p> <p>イ 食生活の変化により生鮮食料品の消費量が減少 (調理をしない人増加 (外食、中食等) )</p> <p>ウ 市場経由率が低下 (産直、量販店による直接取引、ネット通販の増加等)</p> <p>エ 地方都市での集荷が困難 (産地や大都市から遠距離、荷物の小ロット化、トラックドライバーの働き方改革等)</p> <p>オ 国内・県内の農林水産業を取り巻く環境の変化</p> <p>カ 気候変動、大規模災害、感染症等のリスク</p> <p>キ フードアクセスが困難 (高齢化による交通弱者、小売店等の偏在、県内への食料の移入の減少等)</p>

## (2) 長期的なあり方（将来イメージ）

【重視する考え方】

### ア 市民・県民に安全で新鮮な食を安定的に供給する市場

県人口の減少、産地から遠いなどの課題の中、持続的な食料調達と市民・県民への安定供給が最重要課題であることから、公設の卸売市場としての存在意義をまっとうする市場となる。

### イ 市場と地域の両方の活性化をめざす市場

市場の中間流通における多様なニーズに対応した機能を加えることで、市場内事業者の強みを活かした事業を展開し、市場の活性化を図るとともに、県内産品の県内外の需要に対応する拠点としての役割を果たし、地域の活性化にも貢献する市場となる。

### ウ 市民・県民に愛され、社会に貢献する市場

市民・県民に見える化し、暮らしや社会にとって重要で、かつ愛される存在の市場となる。

### エ 誇りを持って働くことができる市場

市場内で働く人の存在や仕事、社会的により広く認知され、誇りと将来展望を持って活躍できる市場となる。

### オ 新しい連携で支える市場

従来にとらわれず、県市連携、官民連携、事業者間連携等により、新しい市場、新しい価値を生み出す市場となる。

【長期的なあり方（将来イメージ）】

## 食と花であきたを支え続ける創造拠点市場

卸売市場の本務である生鮮食料品等の安定的な流通を基本としつつ、従来の考え方にとらわれな  
い新しい発想で、食と花の切り口から社会経済や生活に必要とされる機能や事業を先導し、今後も市  
民・県民の暮らしに寄与していくことをミッションとした創造拠点市場をめざす。

### (3) 将来の方向性（経営戦略）

#### 【体 系】

#### ア 市民・県民に安全で新鮮な食を安定的に供給する市場

- (ア) 市民・県民に信頼される消費地市場
- (イ) 時代のニーズに対応し、新しい技術等を活用したスマート市場

#### イ 市場と地域の両方の活性化をめざす市場

- (ア) 県外へ積極的に進出する元気市場
- (イ) 県内産品を育て、販売する産地市場
- (ウ) 付加価値を生み出す食の加工市場
- (エ) 県内の食産業連携・育成市場

#### ウ 市民・県民に愛され、社会に貢献する市場

- (ア) 市民・県民に開かれ・つながるオープン市場
- (イ) 社会や地域の課題に対応する社会貢献市場

#### エ 誇りを持って働くことができる市場

#### オ 新しい連携で支える市場

## ア 市民・県民に安全で新鮮な食を安定的に供給する市場

### (ア) 市民・県民に信頼される消費地市場

本市場は、市民・県民に生鮮食料品等を供給する最大の食のインフラ拠点である。

今後、さらなる人口減少や市場外流通との競合等の困難な状況が予測されるものの、公正で透明性の高い価格形成による取引を基本に、市民・県民への消費地市場としての機能の維持とさらなる向上をめざす。

- 求められる生鮮食料品等を全国・世界の産地から安定的に調達・集荷
- 多様化する実需者へのきめ細かい供給・販売  
(大口量販、小規模店、飲食、給食、食へのアクセス困難者等)
- 県内の他市場や実需者と連携した供給・販売体制の強化

### <将来（10年後）の供給率の目安の想定>

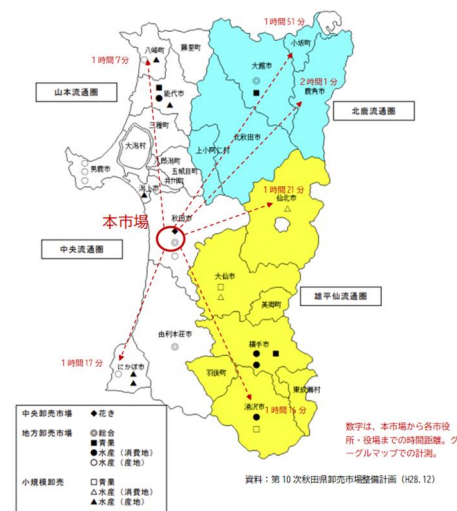
区分	青果部	水産物部	花き部
現状	・県民需要の野菜 34%、 果実 23% ・県内地方市場における 取扱金額シェアは 68%	・県民需要の 26% ・県内地方市場における 取扱金額シェアは 64%	・県民需要の 52% ・県内市場における取扱 金額シェアは 100%弱
将来	・県民需要の野菜 50% 程度、果実 35%程度	・県民需要の 40%程度	・県民需要の 80%程度

※将来の供給率については、暫定の目標値として、現在の 1.5 倍程度とした。

### 県内の地方卸売市場の取扱金額の割合（令和 2 年度）

市場名	比率		
	計	青果	水産物
秋田市公設地方卸売市場	65.0%	68.0%	63.5%
本荘総合地方卸売市場	2.3%	3.4%	1.1%
大館市公設総合地方卸売市場	9.2%	6.2%	11.2%
秋田県南青果地方卸売市場	2.3%	4.4%	
能代青果地方卸売市場	8.9%	16.2%	
秋田県南青果地方卸売市場 湯沢雄勝市場	0.9%	1.8%	
横手中水地方卸売市場	6.8%		14.5%
湯沢地方卸売市場	4.5%		9.7%
計	100.0%	100.0%	100.0%

※計には、花きを除く青果・水産物以外のものを含む。



### (イ) 時代のニーズに対応し、新しい技術等を活用したスマート市場

食品物流界では、安全・安心の基本となる衛生管理の徹底や労働生産性向上、働き方改革の面から、迅速で効率的な物流システムへの変革が強く求められている。特に、数十年前に整備された卸売市場では、ハード面とソフト面とで対応が遅れており、市場施設の再整備と合わせて、時代が求めるスマートな市場をめざす。

- 適切な衛生管理・品質管理への対応が可能な施設と仕組みの導入の検討  
(密閉・定温型によるコールドチェーン、HACCPに対応した設備と仕組み等)
- 市場内外における効率的で安全な物流の検討  
(DXによる荷物の管理、商流と物流の切り離し、人力に頼らない運搬等)
- 市場空間の高度利用の推進の検討  
(空き空間・時間の有効活用、レンタルの仕組みの構築とそれに伴う規制緩和等)
- 新しい課金制度の導入の検討  
(空間占有から時間使用による課金制度等)

\* HACCP : Hazard Analysis and Critical Control Point の略称で、「危害要因分析重要管理点」と訳される。これは、食品の製造工程において起こりうる危害の要因を予め分析し、重点的に管理する点を決め、それを管理することで安全性を確保する管理方法となる。



## イ 市場と地域の両方の活性化をめざす市場

### (ア) 県外へ積極的に進出する元気市場

求められる需要に対応するだけでなく、市場として積極的に事業活動を進め、市場の活性化に加え、地域経済の活性化にも貢献する。また、県内需要への対応に加え、本市場の強みを活かして、県外へも積極的に進出する市場をめざす。

- 東北圏への販路の拡大  
(量販店のつながりや他県市場との連携強化、支店拡大等)
- 首都圏等への販売拡大  
(県内産品等の強みのある品目の販売、首都圏の集荷先などのつながりの活用等)
- ネット販売の活用による全国への販売展開  
(オンラインせりの実施、ネットショップの設置)
- 輸出拠点市場としての検討・推進  
(秋田港を活用し、東北圏のプレミアムな品目等を販売する輸出拠点)

### <県外進出の目安の想定>

区分	青果部	水産物部	花き部
現状	・東北圏への販売（支社等） ・一部、首都圏への販売 ・輸出の試行	・一部、首都圏への販売	・全国への販売開始
将来	・東北圏への販路拡大 ・首都圏等への販売強化 ・輸出拠点としての検討・推進	・首都圏等への販売強化 ネット販売の展開	・ネット販売強化等による 全国への販売の活性化

(イ) 県内産品を育て、販売する産地市場

園芸品目のメガ団地等大規模園芸拠点の整備など、県も農業や水産業の振興に力を入れており、県内産品を強みとして捉え、つくり育てる漁業はじめ県内産品を育て、産地とのつながりを強化し販売する産地市場をめざす。さらに国の「みどりの食料システム戦略」を踏まえた有機農業等の振興支援と有機農産物等の販売を進める。

- 産地と連携した商品開発や栽培提携（メガ団地等大規模園芸拠点等）
- 県の政策やJA、漁連等との連携
- 県内産品の県内外への販売、ブランド化、有利販売
- 市場内事業者の農業への進出、農業部門の設置等

<県の重点品目>

- 野菜：えだまめ、ねぎ、アスパラガス、トマト、きゅうり、すいか
- 花き：キク類、トルコギキョウ、ユリ類、リンドウ、ダリア
- 果樹：りんご、なし、ぶどう、おうとう、もも
- きのこ類：菌床しいたけ

※県では、園芸品目の飛躍的な拡大により、複合型生産構造への転換を加速させるため、本県の園芸振興をリードする大規模園芸拠点の全県展開に向けた整備を支援。令和3年度までで50地区を整備予定。  
(園芸メガ団地とは、1団地当たり販売額1億円以上を目指す団地)



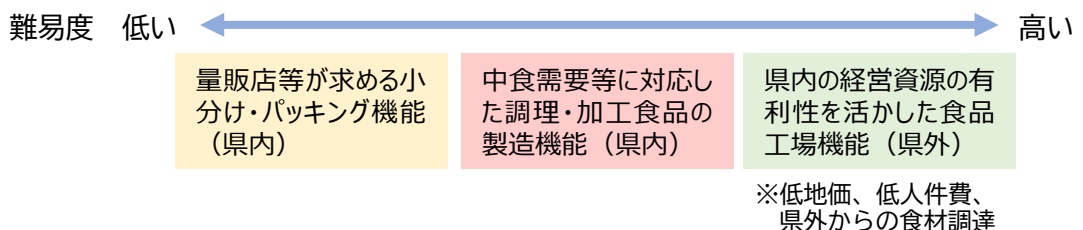
<産地との連携の想定>

区分	青果部	水産物部	花き部
現状	・大潟村での玉ねぎの産地形成支援、県内産地での現地雇用、県外量販店への直接販売等	・消費者ニーズに対応した商品の集荷・販売	・県内産地と連携し、需要期に合わせた県産菊類、ランキユラス等の販売強化
将来	・産地、JA、県等とさらに連携した産地育成・積極販売 ・市場内事業者による農業部門の設置 ・有機農産物の積極販売	・県内漁業関係者との連携を深めた集荷力アップ ・消費者ニーズの調査を基にした市場からの提案による販売強化	・産地間連携のさらなる強化による魅力的な商品の集荷力アップと県外への販路拡大 ・物流システムの効率化

(ウ) 付加価値を生み出す食の加工市場

販売先の実需者からの加工ニーズへの対応や、中間流通に加えて、市場内事業者による新しい事業創出のため、付加価値を生み出す食の加工市場をめざす。

- 量販店等が求める小分けやパッキングなどのバックヤード機能への対応
- 中食や外食の需要拡大に対応した調理や加工食品、冷凍食品、冷凍野菜等の製造
- 冬期に農業生産できないことを逆にとり、県外等から食材を仕入れることも含めた加工機能充実型の市場



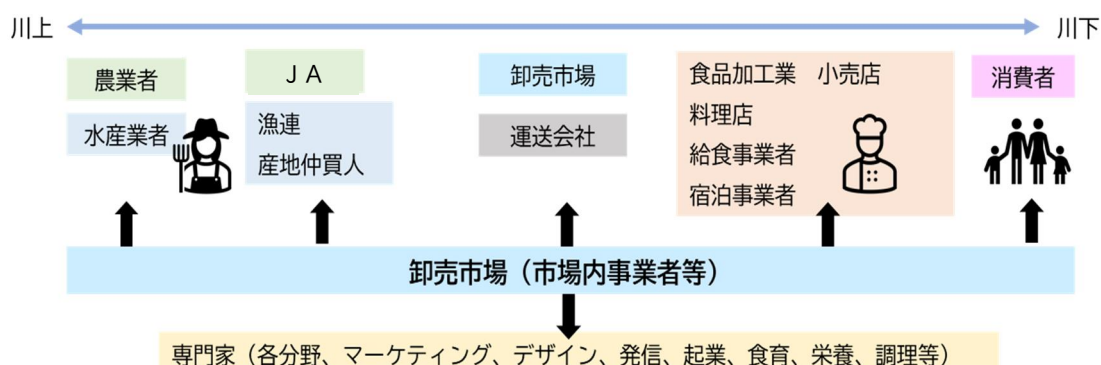
<加工機能の想定>

区分	青果部	水産物部	花き部
現状	商品パッケージ加工等に対応	商品パッケージ加工等に対応	商品パッケージ加工等に対応
将来	小分け・パッキング機能の強化 調理・加工機能の導入	小分け・パッキング機能の強化 調理・加工機能の導入検討	小分け・パッキング機能の強化

(I) 県内の食産業連携・育成市場

本市場は、県内の生鮮食料品等が最も集まる場所でもあることから、県内の食関連産業の活性化や新しい事業の展開等の機能における中心的な役割を担う連携・育成市場をめざす。

- 県内の青果、水産物、花きの川上から川下までに至る各業界の世話役的な役割（勉強会、研究会の開催、若手人材の交流会等）
- 変化する時代や多様化するニーズに対応した飲食や小売などの新規事業の創出支援（市場内外、まちなかのチャレンジショップの支援）
- 県内の食の関連事業者をつなぐ食産業クラスターの育成（特定テーマの加工品開発等）



ウ 市民・県民に愛され、社会に貢献する市場

(ア) 市民・県民に開かれ・つながるオープン市場

もともと卸売市場は、事業者の取引の場であるが、本市が設置する市民・県民の食を支える公共施設であることや、今後、さらに、市民・県民の認知を広め、食などの需要を高め、新しい需要を創出していくため、情報発信等に加え、直接的なつながりを形成し、オープンな市場をめざす。

- 市場内外のイベント等の開催  
(市場開放等)
- 市民・県民への食の発信機能  
(食育・健康・食文化・料理等の学習・人材育成)
- 地産地消機能  
(県内産品の直売所、マルシェ等)
- 観光交流機能  
(道の駅的な機能、県内の食を活かした飲食、物販等)



#### (イ) 社会や地域の課題に対応する社会貢献市場

卸売市場は、市民・県民の生活を支える食のインフラ拠点で、トラックが行きかう比較的大規模な物流拠点でもある。さらに、災害時の対応においても、重要な役割が求められるほか、環境面でも配慮が求められる存在であるため、社会や地域課題に対応する社会貢献市場をめざす。

- 災害対応  
(事業継続計画（BCP）、備蓄等)
- 環境や脱炭素対応  
(再生可能エネルギーの供給拠点、低温化による食品ロスの削減、ゴミ処理やリサイクルに対応した施設整備等)

\* B C P : Business Continuity Plan の略称

#### 盛岡市中央卸売市場へのメガソーラーの導入例 (最大出力 1,580 キロワット、約 370 世帯分に相当)





## エ 誇りを持って働くことができる市場

卸売市場は、市民・県民を支える食品流通の非常に重要な役割を担っているものの、仕事自体は、深夜・早朝からの出勤が多く、屋内外での荷物の運搬等も含む厳しい就業環境であることもあり、就職先の候補とならない場合が多いことや、若手従業員の残留率が低いことなどの課題があり、本市場でも、多くの市場内事業者が人材不足となっている。

そうした課題に対応するため、人とのつながりを大切にし、誇りを持って働くことができる市場をめざす。

- 市場の仕事の魅力の検討・整理と発信  
(市場内の若手職員で市場の仕事の魅力を検討・整理し、WebやSNSの活用ほか、メディア会社との連携等により、その魅力を発信)
- 若手人材の確保・育成  
(市場内事業者が共同でリクルート、インターンシップを実施)
- 市場の仕事の働き方改革  
(ワークシフト、二部制の検討・試行実施等)
- 女性人材の積極的採用・幹部等への登用
- (仮称)秋田市場未来塾の開催  
(幹部候補生の育成を目的とした市場内事業者の幹部による講義と意見交換等)
- 若手から中堅職員による業界内のネットワークの構築  
(市場内事業者がネットワークの世話人となって、青果、水産物および花きの各業界に関わる県内の川上から川下までの若手から中堅までの人材とネットワークを構築し、各業界をリード・活性化)

## オ 新しい連携で支える市場

本市場は、本市が整備し、開設する市場であり、その中で、民間の市場内事業者が事業活動を行うことで、市民・県民や県内の食に関する事業者へ生鮮食料品等の安定的な供給が成立している。

そうした中で、近年は、市場内事業者が市場外の事業者と取引する上で、多様化するニーズに対応する必要があることや、厳しい経営環境の中、市場内事業者同士又は県内外の事業者との連携・再編の動向も想定されることから、それらを積極的に捉え、新しい連携で支える市場をめざす。

- 縣市連携  
(現状は、市が開設・運営 → 今後は、県による連携・支援を期待)
- 官民連携  
(PPPによる施設整備や指定管理者制度による市場運営等、さらなる民間活力の活用)
- 事業者連携等  
(市場内事業者(卸売業者、仲卸業者等)同士の連携・M&A、県内他市場との連携、他県の市場との連携)

<現状の市場内事業者数>

区分	青果部	水産物部	花き部
現状	卸売業者：2 仲卸業者：5	卸売業者：2 仲卸業者：4	卸売業者：1 仲卸業者：3

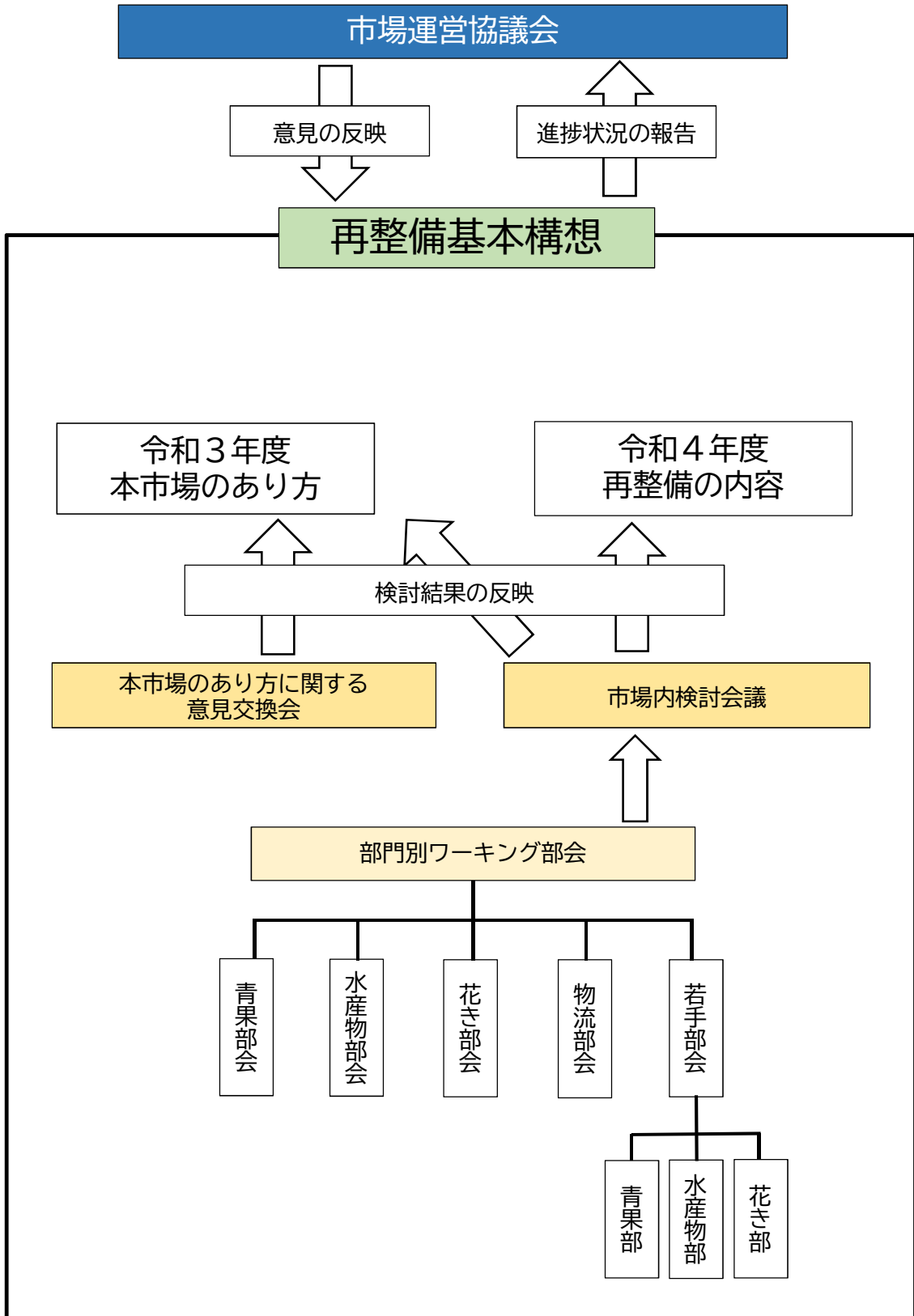
<現状の運営形態>

区分	青果部	水産物部	花き部
現状	公設地方卸売市場 → 指定管理者制度導入		中央卸売市場→直営

## 8 基本構想の検討

### (1) 検討組織の構成

本基本構想の検討組織は、次のとおりとなっている。



## (2) 取組状況

年月日	内容
令和3年	
10月5日～19日	・市場内事業者へのアンケート調査（配布・回収）
10月25日	・市場内事業者へのヒアリング（花き部）
10月26日	・市場内事業者へのヒアリング（花き部） ・第1回市場内検討会議
11月13日	・市場内事業者へのヒアリング（水産物部、関連事業者）
11月18日～12月4日	・売買参加者・買出人へのアンケート調査（配布・回収）
11月19日	・市場内事業者へのヒアリング（青果部）
11月20日	・市場内事業者へのヒアリング（青果部、水産物部、関連事業者）
令和4年	
1月12日	・本市場のあり方に関する意見交換会（第1回）
2月7日	・第1回部門別ワーキング部会（青果部） ・県農林水産部農業経済課へのヒアリング
2月8日	・市場内事業者へのヒアリング（青果部） ・第1回部門別ワーキング部会（水産物部・花き部）
3月7日	・市場内事業者へのヒアリング （水産物部ワーキング部会の欠席者を対象）
3月17日	・市場内事業者の関連施設の視察（青果部） ・本市場のあり方に関する意見交換会（第2回）
3月24日	・第2回市場内検討会議
3月25日	・市場運営協議会
6月14日～24日	・市場内事業者へのアンケート調査（配布・回収）
7月14日	・第2回部門別ワーキング部会（花き部）
7月15日	・第2回部門別ワーキング部会（青果部・水産物部・物流）
8月30日	・第3回部門別ワーキング部会（物流・若手職員）
9月14日	・第3回部門別ワーキング部会（花き部）
9月15日	・第3回部門別ワーキング部会（青果部・水産物部・物流・若手職員）
10月13日	・第4回部門別ワーキング部会（青果部・水産物部・花き部） ・市場内事業者へのヒアリング（花き部）
10月20日	・第3回市場内検討会議 ・第4回部門別ワーキング部会（物流）
10月20日～11月7日	・市場内事業者へのヒアリング（青果部・水産物部・花き部）
11月7日	・第5回部門別ワーキング部会（水産物部・花き部）
11月8日	・第5回部門別ワーキング部会（青果部・物流）
11月15日	・第4回市場内検討会議
令和5年	
1月31日	・第5回市場内検討会議
2月7日	・市場運営協議会
3月22日	・市場運営協議会

### (3) 部門別ワーキング部会

部門別ワーキング部会は、本市場を構成する青果部、水産物部および花き部のほか、市場機能となる物流のあり方を検討するための物流部会と、市場の将来を担う職員による若手部会を加えた5部門とした。その開催状況は、次のとおりとなっている。

#### ア 第1回部門別ワーキング部会

開催日：令和4年2月7日 青果部会；13時30分～15時  
令和4年2月8日 水産物部会；10時～11時30分  
花き部会；13時30分～15時

検討テーマ：本市卸売市場のあり方について

#### ■青果部会（出席：卸売業者2、仲卸業者4）

##### 【主な意見】

- ・産地市場としての取組としては、今後、市場内事業者が農業部門を事業として行うことも考えられる。
- ・実需者のニーズの多様化への対応については、飲食店の起業支援などの役割を果たすことが必要ではないか。
- ・加工機能の充実については、仲卸業者が量販店などのバックヤードや総菜・調理などの機能を担うことが必要ではないか。

#### ■水産物部会（出席：卸売業者2、仲卸業者3）

##### 【主な意見】

- ・水産物需要の拡大を図るためには、魚食の需要を高める方法を考えていく必要があるのではないか。
- ・卸売業者と仲卸業者は、量販店等のバックヤード機能として、鮮魚等を食材として活かした総菜、料理加工品の開発・販売を行うなど、今後、工夫していく必要があるのではないか。
- ・市場施設は、コールドチェーンに対応した密閉型で、衛生管理にも十分に配慮したものが必要である。

#### ■花き部会（出席：卸売業者1、仲卸業者2）

##### 【主な意見】

- ・今後は、日本国内のどの地域の相手でも取引が可能となるよう、オンラインによるせり売りやWebを活用した販売などを実施していく必要がある。
- ・今後、花き需要の拡大をめざしていくためには、youtubeなどを活用し、暮らしの中での花の活用方法の発信や新たに花きを販売する場の提案・連携が必要ではないか。
- ・卸売業者と仲卸業者の今後の役割としては、園芸メガ団地等の県内産地の支援のほか、花き栽培の担い手の育成や農業事業部門の設置なども考えられる。

## イ 第2回部門別ワーキング部会

開催日：令和4年7月14日 花き部会；13時30分～15時

令和4年7月15日 水産物部会；8時30分～10時

青果部会；10時30分～12時

物流部会；13時30分～15時

検討テーマ：青果部会・水産物部会・花き部会；将来の取扱数量・必要な機能について  
物流部会；物流の現状と課題、今後の変化について

### ■花き部会（出席：卸売業者1、仲卸業者3）

#### 【主な意見】

- ・取扱数量については、現状維持以上が目標となる。そのためには、花きの若手生産者を増やすための対策が必要であるほか、県内だけではなく、東北や関東圏も視野に販路を拡大していく必要がある。
- ・整備すべき機能については、コールドチェーンは必須であるほか、特に、夏期の品質管理には、冷蔵施設も必要となる。

### ■水産物部会（出席：卸売業者2、仲卸業者3）

#### 【主な意見】

- ・取扱数量については、現状のトレンドでは減少傾向であるため、企業努力により現状維持を確保したいと考えている。
- ・整備すべき機能については、コールドチェーンは必須であるほか、鮮魚をそのまま販売するのではなく、内臓をとり三枚に下ろすなど、食肉と同様の工程が必要となってくるため、付加価値を高める加工機能も必要である。

### ■青果部会（出席：卸売業者2、仲卸業者4）

#### 【主な意見】

- ・取扱数量については、現状では厳しいところもあるが、現状維持を目標とし、県内の園芸メガ団地等と連携強化を図りながら、県内産品の目玉となる農産物を生産し、県内外に販売していく努力をする必要があると考える。
- ・整備すべき機能については、冷蔵設備は当然必要となるが、売場等の定温管理（温度設定の可能なもの）の機能も必要であると考えている。

### ■物流部会（出席：運輸事業者3）

#### 【主な意見】

- ・物流業界では、法改正により長時間労働が困難となってくるため、長距離の運送をどのように対応するかが課題となっている。
- ・物流の効率化・合理化を図るためには、パレットの規格統一やトラックの予約システムの導入等が必要となってくる。

### ウ 第3回部門別ワーキング部会

開催日：令和4年8月30日 若手部会；13時30分～15時

物流部会；15時30分～17時

検討テーマ：若手部会；「若者が安心して働くことができる市場」について

物流部会；市場の再整備と課題について

#### ■若手部会（出席：青果部4事業者、水産物部4事業者、花き部2事業者）

##### 【主な意見】

- ・青果部、水産物部および花き部において、それぞれの部門の中で、卸売業者と仲卸業者が協力して共同で行うことが可能な業務を抽出し、実践していくことが、各事業者における業務の効率化・合理化につながっていくのではないかと。
- ・職場環境としては、市場内に託児所を設置するなど、女性が働きやすい施設や環境を整えていく必要があるのではないかと。
- ・安心して働くためには、職員が病気や事故等で休暇を取得した際に、日頃からローテーションによる業務分担を行い、全員が業務内容を把握しておくなど、業務に係るリスク管理として、セーフティネットの構築が必要であると考えます。



#### ■物流部会（出席：運輸事業者3）

##### 【主な意見】

- ・物流の機能としては、青果部と水産物部でエリアを分けるのではなく、まとめて配置する方が効率的であると考えます。
- ・運輸棟は、現在、青果部と水産物部で別の施設となっていることから、「物流棟」として一つの施設となる方が合理的である。
- ・冬期における雪対策として、現在は市場内に除雪した雪を数か所に積み上げている状態で、運転時に見通しが悪い箇所が点在することから、市場内の排雪をどのようにするのかは重要な課題である。

## エ 第4回部門別ワーキング部会

開催日：令和4年9月14日 花き部会；13時～15時

令和4年9月15日 水産物部会；8時30分～10時

青果部会；10時30分～12時

若手部会；13時30分～15時

物流部会；15時30分～17時

検討テーマ：青果部会・水産物部会・花き部会；施設規模、整備機能等について

若手部会；魅力ある市場の具体的アイデアについて

物流部会；物流の具体的整備機能、業務共同化について

### ■花き部会（出席：卸売業者1、仲卸業者3）

#### 【主な意見】

- ・施設規模については、取扱数量を現状維持又は現状維持以上をベースに考えたい。また、現状では、仲卸売場の面積が狭くなっていることから、実情に合った規模としたい。
- ・市場施設は、コールドチェーン化し、温度管理が可能なものとするに加え、取引先のニーズ等に対応する加工機能と冷蔵機能についても必要となる。

### ■水産物部会（出席：卸売業者2、仲卸業者3）

#### 【主な意見】

- ・施設規模については、売場の面積は縮小したとしても、市場全体としての規模は、一定程度必要であり、「次の世代が使いやすい」と感じるものにしていく必要がある。
- ・これからは、量販店のほか、幼児施設や高齢施設等との加工品の取引が増加していく可能性があると考えており、衛生管理を含めた加工機能は必要となる。

### ■青果部会（出席：卸売業者2、仲卸業者5）

#### 【主な意見】

- ・施設規模については、取扱数量は現状維持が最低ラインだと考えている。また、卸売場と仲卸売場を別々に検討するよりは、青果部として共有することも想定して考えることも必要である。
- ・施設については、青果棟の再整備だけではなく、バナナ棟などの青果部の関連施設も含めた一体的なものとして規模を検討する必要がある。

### ■若手部会（出席：青果部5事業者、水産物部4事業者、花き部1事業者）

#### 【主な意見】

- ・学校単位での「お魚教室」等の食育に注力することや、市民向けの旬な食材の調理方法の紹介など、市場から情報発信していく必要があるのではないか。



- ・各部門の若手職員が市場の仕事の内容や魅力についてSNS等を活用して、定期的に発信し、市民・県民に広く市場の役割を理解してもらうとともに、若い世代の就職先の選択肢となっていくことが重要ではないか。

#### ■物流部会（出席：運輸事業者3）

##### 【主な意見】

- ・本市場には、他市場の商品を混載した中継貨物のトラックが多く、トラックの種類も様々であるため、駐車スペースと商品の仕分けスペースに配慮する必要がある。
- ・配送する取扱品については、トラックの横側や後方から荷下ろしする場合と、全てのウイングを開けて一斉に荷下ろしする場合があることから、その作業に必要なスペースとコールドチェーン化に配慮する必要がある。

### オ 第5回部門別ワーキング部会

開催日：令和4年10月13日 水産物部会；8時30分～10時

青果部会；13時30分～15時

花き部会；15時30分～17時

検討テーマ：青果部会・水産物部会・花き部会；施設規模、整備パターンについて

#### ■水産物部会（出席：卸売業者2、仲卸業者3）

##### 【主な意見】

- ・施設の規模は、市場使用料と密接に関係していることから、市場内事業者の個々の実情を勘案しながら、考えていく必要がある。
- ・整備パターンについては、余剰地の確保も含めて検討をする必要がある。

#### ■青果部会（出席：卸売業者2、仲卸業者4）

##### 【主な意見】

- ・よりニーズに即した施設とするには、各事業者がどのような使用形態で、どのように経営を行っていくかを考えて、施設の規模の検討を進めていく必要がある。
- ・卸売場、仲卸売場、加工センター、低温センターなどは、一つの施設に集約することで、コールドチェーンによる商品管理や職員の作業の効率化が図られると考える。

#### ■花き部会（出席：卸売業者1、仲卸業者3）

##### 【主な意見】

- ・現状では、仲卸業者が仲卸売場で必要とする規模が確保できていないため、卸売場を使用している状況にある。そのため、卸売場と仲卸売場の適正な規模に応じた施設の規模を考える必要がある。
- ・現市場用地内には、市場内事業者が設置した低温物流センターがあり、再整備後も、現状のまま使用できるよう、整備パターンにおける配置を検討してほしい。また、今後、新たな加工施設等を市場内事業者が設置できるよう、活用できる用地の確保を希望する。

## カ 第6回部門別ワーキング部会

開催日：令和4年11月7日 水産物部会；11時～12時45分

花き部会；14時～15時

令和4年11月8日 青果部会；13時30分～15時

物流部会；15時30分～17時

検討テーマ：青果部会・水産物部会・花き部会・物流部会；施設の規模と整備パターンについて

### ■水産物部会（出席：卸売業者2、仲卸業者4）

#### 【主な意見】

- ・取扱数量をもとに国の基準で算出した面積は、市場内事業者の実情と乖離があることから、現有施設の面積の3分の2を目安としたい。
- ・水産物部全体では、現有施設の6割程度が最低限必要な面積であると考えている。

### ■花き部会（出席：卸売業者1、仲卸業者3）

#### 【主な意見】

- ・卸売場は、現有規模の6割程度の面積でも可と考えるが、品質管理の観点から、それに冷蔵施設を加えたもので整備したいと考えている。
- ・集荷した取扱品の荷捌きや買付後の配送準備等の作業は、一つに集約された施設内で行うことで、作業効率や品質管理の向上につながることから、整備パターンを検討する上で、施設内の配置や作業に係る動線等にも配慮する必要がある。

### ■青果部会（出席：卸売業者2、仲卸業者5）

#### 【主な意見】

- ・青果部としては、青果棟の規模は現状維持程度が望ましいと考えている。
- ・施設の規模の検討に当たっては、仲卸売場が現状では狭い状況にあることから、適正な規模とするためには、売場と買荷保管所の運用方法をどのようにしていくかが重要な課題となる。

### ■物流部会（出席：運輸事業者3）

#### 【主な意見】

- ・青果棟と水産棟を一体で整備した場合は、それぞれの荷捌きスペースが十分に確保できていることが重要である。また、それぞれに温度管理に係る温度帯も異なることから、青果部と水産物部の特性を踏まえて検討をする必要がある。
- ・物流の観点からは、トラックが市場内に進入し、商品の荷下ろしや積み込みを行うことができる十分なスペースと効率的な動線が確保された整備パターンを検討することが必要と考える。

## 9 再整備構想

### (1) 再整備の方法

#### ア 市場施設の現状

本市場は、次表のとおり、主な施設が昭和49年の竣工で、昭和50年の開場から48年が経過し、市場施設やインフラ設備の老朽化が進んでいる状況にある。また、昭和56年施行の新耐震基準以前の建物が市場施設全体の80%以上を占めており、施設の耐震性にも課題がある。

(面積単位：㎡)

名称	建築年	構造	階数	延床面積	建築面積
青果棟	S49	RC・S	2階	13,304	10,153
水産棟	S49	RC・S	2階	14,540	11,638
花き棟	H4	S	2階	3,537	2,584
管理棟	S49	RC・S	5階	5,744	2,696
バナナ棟	S49	RC	1階	1,341	1,341
冷蔵庫棟	S49	RC・S	3階	1,866	1,444
青果買荷保管所A	H5	S	1階	286	286
青果買荷保管所B	H5	S	1階	286	286
青果買荷保管所C	H5	S	1階	286	286
水産加工所棟	H3	S	1階	650	650
青果運輸倉庫棟	H3	S	2階	734	648
水産運輸倉庫棟	H3	S	1階	600	600
守衛棟	S49	RC	1階	55	55
守衛室	S49	S	1階	7	7
宿泊棟	S49	RC	1階	58	58
小売商組合棟	S50	S	1階	26	26
浄化槽	S49	RC	1階	561	561
自転車置き場	S54	S	1階	56	56
車庫	S56	S	1階	18	18
倉庫棟A	H3	S	1階	355	355
倉庫棟B	H3	S	1階	355	355
青果ごみ集積所	H4	S	1階	94	94
水産ごみ集積所	H4	S	1階	94	94
焼却炉上屋	H5	S	1階	87	87
青果共同加工センター	H7	S	1階	1,000	1,000
合 計				45,940	35,378
敷地面積				139,520	
新耐震基準以前の建物（市場全体に占める割合）				37,558	81.8%

※構造（S＝鉄骨造、RC＝鉄筋コンクリート造）

## イ 再整備の考え方

本市場の再整備の考え方としては、一般的に次のAからDまでの4つのパターンが想定される。

### 【A】（既存施設の長寿命化＋一部建替え）

現有の市場施設やインフラ設備等の改修により長寿命化を図り、可能な限り現有施設を活用することを前提とし、耐震性を有しない建物は、耐震改修で補強するほか、改修困難な施設や新たに必要となる施設機能については、一部建替えをするもの

### 【B】（全面建替え：仮設）

別の用地に設置した仮設の市場施設に仮移転し、現市場用地内の現有施設を解体撤去し、全面建替えをするもの

### 【C】（全面建替え：移転）

現市場用地以外の場所に、別途用地を確保し、移転による全面建替えをするもの

### 【D】（全面建替え：現地ローリング方式）

現市場用地内で、各施設のスクラップアンドビルドによるローリングを行いながら、全面建替えをするもの

一般的な再整備の考え方の比較表

区分	A	B	C	D
概要	現有施設の改修や耐震補強を行い、長寿命化を図る手法（一部施設の建替えや新設を含む。）	別の用地に設置した仮設に移転し、現市場用地に新たに施設を整備する手法	別用地を確保して、市場施設を全面一括移転建替えて整備する手法	現市場用地内で、各施設を順次ローリング(スクラップアンドビルド)しながら、全面建替えて整備する手法
メリット	現有施設の有効利用を図ることで、整備コストを抑えることができる。	現市場用地での再整備が可能となるほか、一括建替えによる再整備も可能となる。	現市場を運営しながら一括全面建替えが可能となるため、再整備に係る期間が用地取得や造成に係る期間を除くと、最短となる。	<ul style="list-style-type: none"> <li>現市場用地内での再整備が可能となるため、移転用地や仮設が不要で、コストを抑えることができる。</li> <li>完成した施設から、順次、使用が可能となる。</li> </ul>
デメリット	<ul style="list-style-type: none"> <li>施設の構造的耐用年数により、建物の寿命に限界がある。</li> <li>工事期間中に一部の施設が使用できなくなる可能性がある。</li> <li>現有施設の活用が中心となるため、新市場の将来像と乖離する可能性がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>仮設の施設建設のための用地が必要となる。</li> <li>仮移転が必要となる。</li> <li>最小限の仮設の施設建設や借地、仮移転等の費用が必要となる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>新たな用地の取得費用のほか、用地の造成やインフラ工事に要する費用が必要となるため、再整備に係る費用が増加する。</li> <li>用地取得や用地の造成等に係る期間が別途必要となる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>部分的にスクラップアンドビルドを進めるため、施設ごとに使用開始時期が異なる。</li> <li>全体配置がローリングにより影響を受ける可能性がある。</li> </ul>

## (2) 必要となる機能と適正な規模の検討

### ア 必要となる機能の検討

再整備に当たり必要となる機能については、これまで開催した部門別ワーキング部会と市場内検討会議における市場内事業者の意見等を踏まえ、次のとおりとする。

1	売場機能	青果部、水産物部および花き部においては、それぞれ市場の基本機能となる卸売場や仲卸売場を整備するとともに、コールドチェーンにも対応した定温（低温）設備も整備することで、適切な鮮度・品質管理を可能とする。
2	買荷保管機能	買荷保管所は、配送前の一時保管場所となるだけでなく、分荷作業等の機能をもつスペースとして充実させるとともに、コールドチェーンにも対応したものとする。
3	荷捌機能	卸売業者の荷捌きについては、天候に左右されない施設内で行うことを可能とするほか、青果部、水産物部および花き部における取扱品ごとに適切な温度帯で管理できるものとする。
4	事務所機能等	<ul style="list-style-type: none"> <li>市場内事業者用としては、事務所、倉庫等を整備するほか、青果部、水産物部および花き部ごとに、低温倉庫、常温倉庫および冷蔵・冷凍庫を必要に応じて整備する。</li> <li>受発注システムや在庫管理にDXを活用するなど、作業の効率化を検討する。</li> </ul>
5	加工機能	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者ニーズ等に対応した加工機能の充実を図る。</li> <li>加工設備については、市が整備し市場内事業者に貸し付ける方法や市場内事業者自身で整備する方法等、整備主体のあり方について検討する。</li> </ul>
6	物流機能	市場内の運輸事業者のための機能（事務所、整備工場、トラック駐車場等）を整備する。
7	管理機能	市や市場運営委託業務の受託事業者（指定管理者等）の事務室、会議室、多目的室等を整備する。
8	関連事業機能	市場機能として必要となる関連事業について検討する。
9	その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>市場施設全体でHACCPの考え方を取り入れた衛生管理について検討する。</li> <li>市場内事業者の人材確保のため、市場施設内の労働環境や女性が働きやすい環境の整備について検討する。</li> </ul>

## イ 取扱数量の将来推計

市場施設の規模は、目安となる取扱数量の将来推計をもとに、本市場の実情を勘案して検討することとなる。その将来推計については、AからCまでを目安として検討することとし、次の方法・条件で試算した。

### (ア) 将来推計の目安

#### 【A】（過去の実績から推計）

過去 10 年間の取扱数量の推移から、今後も減少トレンドが継続すると仮定して、令和 12 年度（10 年後）の取扱数量を推計する。

#### 【B】（現在の実績から推計）

今後も令和 3 年度の取扱数量を維持すると仮定して、令和 12 年度（10 年後）の取扱数量を推計する。

#### 【C】（市場内事業者へのアンケート調査から推計）

市場内事業者へのアンケート調査で回答があった将来の取扱数量の予測をもとに、令和 12 年度（10 年後）の取扱数量を推計する。

### (イ) 将来推計の方法

- a 将来推計は、「卸売業者の取扱数量＋仲卸業者の直荷引きの数量」で試算する。
- b 仲卸業者の直荷引きの数量は、令和元年～令和 3 年度の実績値とする。
- c 平成 30 年度以前は、「令和元年～令和 3 年度における卸売業者の取扱数量と仲卸業者の直荷引きの数量の割合（平均値）が維持されていたものとして、仲卸業者の直荷引きの数量を試算する。

### (ウ) 推計の条件

- a 回答が「実数値」と「割合（令和 3 年度の実績との比較）」の両方の場合は、「実数値」を採用する。
- b 回答が「割合」（令和 3 年度の実績値との比較）のみの場合は、その割合に令和 3 年度の取扱数量（実績値）を乗じて算出する。
- c 回答が「取扱金額」のみの場合は、「令和 3 年度の取扱数量（実績値）」と「令和 3 年度の取扱金額（実績値）」の比率をもとに、取扱数量を算出する。

(I) 市場における取扱数量の将来推計

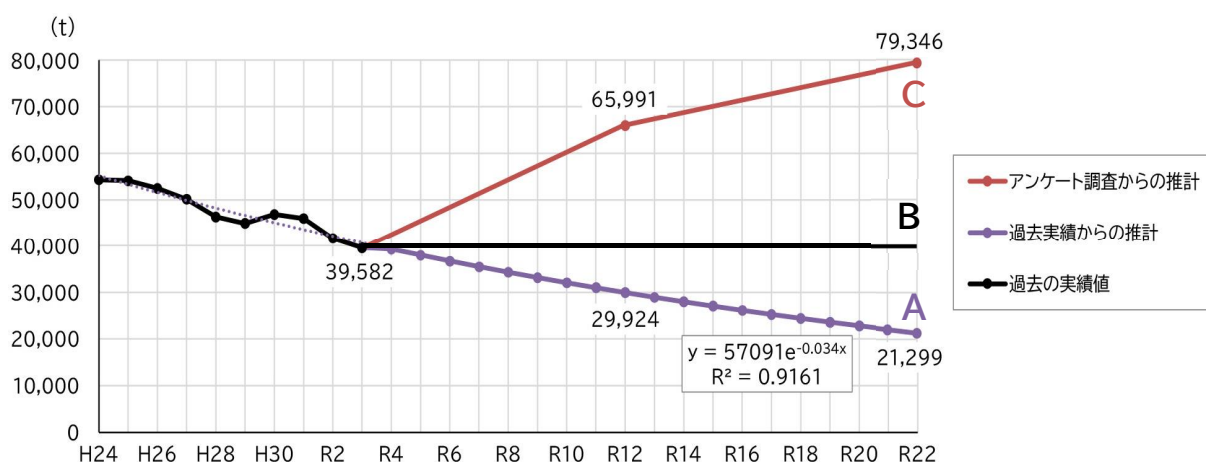
【青果部】

○令和3年度の卸売業者の取扱数量（実績値）は、3.96万tである（B）。

○過去実績からの推計では、令和12年度に2.99万t、令和22年度に2.13万tとなる（A）。

○アンケート調査からの推計では、令和12年度に6.60万t、令和22年度に7.93万tとなる（C）。

青果部の取扱数量の推移・将来推計

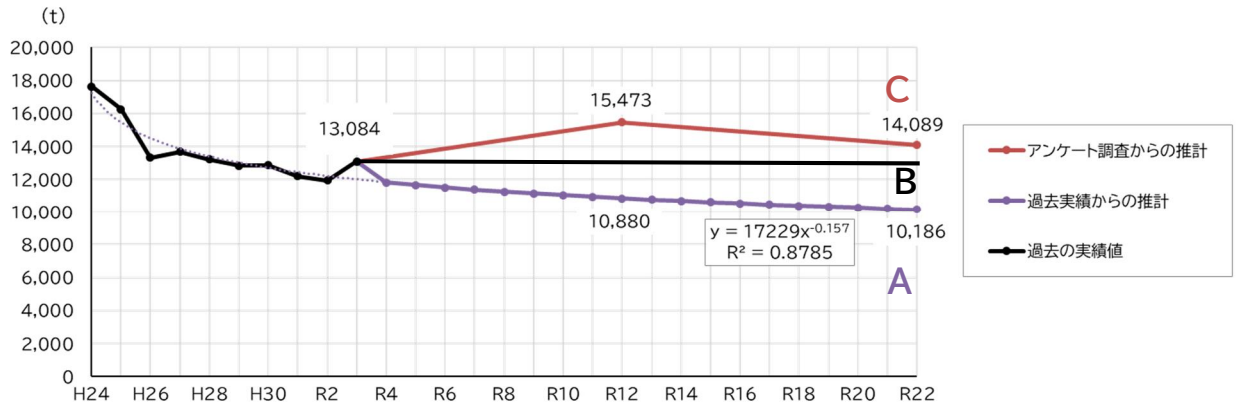


区分		合計	令和3年度 =100		令和3年度 =100		令和3年度 =100	
			卸売業者	仲卸業者 直荷	卸売業者	仲卸業者 直荷	卸売業者	仲卸業者 直荷
令和3年度	実績値	39,582t	(100.0%)	39,582t	(100.0%)	0t	-	-
令和12年度	A: 過去実績からの推計	29,924t	(75.6%)	29,725t	(75.1%)	199t	-	-
	B: 令和3年度の実績値が将来も維持	39,582t	(100.0%)	39,582t	(100.0%)	0t	-	-
	C: アンケート調査からの推計	65,991t	(166.7%)	60,815t	(153.6%)	5,176t	-	-
令和22年度	A: 過去実績からの推計	21,299t	(53.8%)	21,157t	(53.5%)	141t	-	-
	B: 令和3年度の実績値が将来も維持	39,582t	(100.0%)	39,582t	(100.0%)	0t	-	-
	C: アンケート調査からの推計	79,346t	(200.5%)	71,858t	(181.5%)	7,488t	-	-

【水産物部】

- 令和3年度の卸売業者の取扱数量（実績値）は、1.31万tである（B）。
- 過去実績からの推計では、令和12年度に1.09万t、令和22年度に1.02万tとなる（A）。
- アンケート調査からの推計では、令和12年度に1.55万t、令和22年度に1.41万tとなる（C）。

水産物部の取扱数量の推移・将来推計



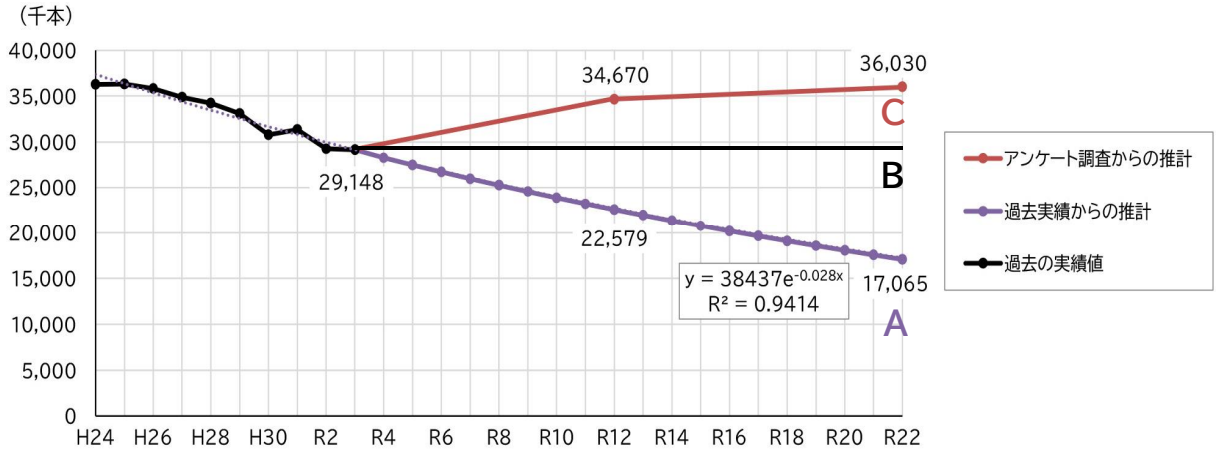
区分		合計	令和3年度 =100	卸売業者	令和3年度 =100	仲卸業者 直荷	令和3年度 =100
令和3年度	実績値	13,084t	(100.0%)	13,018t	(100.0%)	66t	(100.0%)
令和12年度	A: 過去実績からの推計	10,852t	(82.9%)	10,776t	(82.8%)	76t	(114.5%)
	B: 令和3年度の実績値が将来も維持	13,084t	(100.0%)	13,018t	(100.0%)	66t	(100.0%)
	C: アンケート調査からの推計	15,473t	(118.3%)	15,290t	(117.5%)	183t	(276.3%)
令和22年度	A: 過去実績からの推計	10,155t	(77.6%)	10,084t	(77.5%)	71t	(107.1%)
	B: 令和3年度の実績値が将来も維持	13,084t	(100.0%)	13,018t	(100.0%)	66t	(100.0%)
	C: アンケート調査からの推計	14,089t	(107.7%)	13,831t	(106.2%)	258t	(389.5%)



【花き部】

- 令和3年度の卸売業者の取扱数量（実績値）は、2.91千万本である（B）。
- 過去実績からの推計では、令和12年度に2.26千万本、令和22年度に1.71千万本となる（A）。
- アンケート調査からの推計では、令和12年度に3.47千万本、令和22年度に3.60千万本となる（C）。

花き部の取扱数量の推移・将来推計



区分		合計	令和3年度 =100	卸売業者	令和3年度 =100	仲卸業者 直荷	令和3年度 =100
令和3年度	実績値	29,148千本	(100.0%)	26,656千本	(100.0%)	2,492千本	(100.0%)
令和12年度	A: 過去実績からの推計	22,579千本	(77.5%)	20,691千本	(77.6%)	1,888千本	(75.7%)
	B: 令和3年度の実績値が将来も維持	29,148千本	(100.0%)	26,656千本	(100.0%)	2,492千本	(100.0%)
	C: アンケート調査からの推計	34,670千本	(118.9%)	25,000千本	(93.8%)	9,670千本	(388.0%)
令和22年度	A: 過去実績からの推計	17,065千本	(58.5%)	15,638千本	(58.7%)	1,427千本	(57.2%)
	B: 令和3年度の実績値が将来も維持	29,148千本	(100.0%)	26,656千本	(100.0%)	2,492千本	(100.0%)
	C: アンケート調査からの推計	36,030千本	(123.6%)	25,000千本	(93.8%)	11,030千本	(442.6%)

(オ) 目標取扱数量

市場施設の規模の検討で必要となる令和12年度（10年後）の取扱数量（将来推計）は、次のとおりとなっている。

【A】 過去実績からの推計

【B】 令和3年度の実績値が将来も維持

【C】 アンケート調査（各社の目標設定）からの推計

区分		青果部	水産物部	花き部
令和3年度	実績値	39,582t	13,084t	29,148千本
A	取扱数量	29,924t	10,852t	22,579千本
	令和3年度の実績値との比較	約24%減少↓	約17%減少↓	約23%減少↓
B	取扱数量	39,582t	13,084t	29,148千本
	令和3年度の実績値との比較	増減なし	増減なし	増減なし
C	取扱数量	65,991t	15,473t	34,670千本
	令和3年度の実績値との比較	約67%増加↑	約18%増加↑	約19%増加↑

【参考】アンケート調査結果の詳細（卸売業者・仲卸業者単位での目標設定）

区分		令和3年度 (実績値)	令和12年度 (推計値)	令和22年度 (推計値)
青果部	①卸売業者	39,582t	60,815t	71,858t
	仲卸業者	23,677t	23,440t	23,850t
	②うち、卸売業者から購入	23,677t	18,264t	16,363t
	うち、直荷引き	0t	5,176t	7,488t
	①－② 令和3年度を100としたときの指数	15,905t (100)	42,551t (268)	55,496t (349)
水産物部	①卸売業者	13,018t	15,290t	13,831t
	仲卸業者	3,035t	3,300t	2,980t
	②うち、卸売業者から購入	2,969t	3,117t	2,722t
	うち、直荷引き	66t	183t	258t
	①－② 令和3年度を100としたときの指数	10,049t (100)	12,173t (121)	11,109t (111)
花き部	①卸売業者	26,656千本	25,000千本	25,000千本
	仲卸業者	20,971千本	21,280千本	20,380千本
	②うち、卸売業者から購入	18,479千本	11,610千本	9,350千本
	うち、直荷引き	2,492千本	9,670千本	11,030千本
	①－② 令和3年度を100としたときの指数	8,177千本 (100)	13,390千本 (164)	15,650千本 (191)

## ウ 市場施設の適正規模

### (ア) 算定基準による市場施設の規模

市場施設の規模は、「卸売市場の施設規模の算定基準について」（農林水産省第10次卸売市場整備基本方針。以下「算定基準」という。）をもとに、次の条件で算出した。

#### a 規模設定に係る取扱数量

20年後の長期見通しは、社会情勢の変化等の要因から明確にできないことから、10年後の令和12年度の取扱数量の推計値で規模を算出する。

#### b 算定基準となる面積

算定基準では、次のとおり1㎡当たりの標準取扱数量が目安として定められており、本市場は、「その他の都市」に該当する。

卸売場の標準取扱数量

区分	青果 (kg/㎡)		水産 (kg/㎡)	花き (本/㎡)	食肉 (頭/㎡)
	野菜	果実			
大都市	115	170	90	370	大動物 0.5
その他の都市	80	130	65		小動物 1.5

仲卸売場の標準取扱数量

区分	青果 (kg/㎡)		水産 (kg/㎡)	花き (本/㎡)	食肉 (頭/㎡)
	野菜	果実			
大都市	75	105	65	370	大動物 0.5
その他の都市	65	95			小動物 1.5

買荷保管所又は積込所の標準取扱数量

区分	青果 (kg/㎡)		水産 (kg/㎡)	花き (本/㎡)	食肉 (頭/㎡)
	野菜	果実			
大都市	75	115	60	370	大動物 0.5
その他の都市	70	105			小動物 1.5

#### c 必要となる規模

卸売場等の必要となる規模の算定は、aの規模設定に係る取扱数量とbの算定基準となる面積をもとに、次の算式で算出する。

$$\text{必要な規模} = \text{目標取扱数量} \times \text{売場施設経由率} \div \text{標準取扱数量} + \text{売場施設通路面積}$$

### 令和12年度の取扱数量の推計値から算出した市場施設規模

(単位：㎡)

区分		青果部	水産物部	花き部	計
A (減少)	卸売場	2,055	1,164	439	3,658
	仲卸売場	2,283	293	442	3,018
	買荷保管所	4,012	1,177	363	5,552
	計	<b>8,350</b>	<b>2,634</b>	<b>1,244</b>	<b>12,228</b>
B (現状維持)	卸売場	2,736	1,406	565	4,708
	仲卸売場	3,007	351	571	3,929
	買荷保管所	5,307	1,419	469	7,195
	計	<b>11,050</b>	<b>3,176</b>	<b>1,605</b>	<b>15,831</b>
C (増加)	卸売場	4,204	1,652	530	6,386
	仲卸売場	2,977	382	579	3,938
	買荷保管所	8,849	1,678	558	11,085
	計	<b>16,030</b>	<b>3,712</b>	<b>1,667</b>	<b>21,409</b>
現況	卸売場	6,090	4,627	1,283	12,000
	仲卸売場	1,932	2,982	180	5,094
	買荷保管所	2,709	2,474	290	5,473
	計	10,731	10,083	1,753	22,567

### 現有施設の面積との比較（増減率）

(単位：%)

区分		青果部	水産物部	花き部	計
A (減少)	卸売場	34	25	34	
	仲卸売場	118	10	245	
	買荷保管所	148	48	125	
	計	<b>78</b>	<b>26</b>	<b>71</b>	<b>54</b>
B (現状維持)	卸売場	45	30	44	
	仲卸売場	156	12	317	
	買荷保管所	196	57	162	
	計	<b>103</b>	<b>32</b>	<b>92</b>	<b>70</b>
C (増加)	卸売場	69	36	41	
	仲卸売場	154	13	322	
	買荷保管所	327	68	192	
	計	<b>149</b>	<b>37</b>	<b>95</b>	<b>95</b>

(イ) 部門別ワーキング部会等での検討を踏まえた規模の調整

算定基準で算出した市場施設の規模をもとに、各部門別ワーキング部会等の検討を踏まえ、適正な規模となるよう調整する。

■青果部

青果部は、B（取扱数量を現状維持と仮定）をもとに、青果部の実情を勘案した規模を算出し、AとCについては、それぞれの取扱数量とBの取扱数量の比率で算出する。

【卸売場】

卸売場は、算定基準で算定した面積を目安とする。

【仲卸売場】

仲卸売場は、分荷作業所や買荷保管所としての使用が中心となっていることから、現有施設の面積の50%を目安とする。

【買荷保管所】

買荷保管所は、実情を勘案し、現有施設の面積に、現有卸売場の3分の1の面積を加えたものを目安とする。

■水産物部

水産物部は、B（取扱数量を現状維持と仮定）をもとに、水産物部の実情を勘案した規模を算出し、AとCについては、それぞれの取扱数量とBの取扱数量の比率で算出する。

【卸売場】

卸売場は、1㎡当たりの農林水産省の標準取扱数量が65kg/㎡であるものの、実情はパレットに鮮魚の入った発泡スチロールの箱を平積みにして使用していることから、1㎡当たりの取扱数量を30kg/㎡として算出した面積を目安とする。

※ 平均的な発泡スチロール魚箱（内寸50cm×30cm×12cm）の中の氷や空隙を考慮し、平均で30%の鮮魚が収納されていると仮定して、鮮魚の標準比重を約1.1kg/Lとすれば、1箱当たり約6kgとなる。

1㎡当たりの取扱数量（重量）は、現状調査と現場でのヒアリングから、標準パレット（110cm×110cm）に、6箱の魚箱を平積みして使用している状況にあることから、次のとおり算出した。

$$6\text{kg/箱} \times 6\text{箱} / 1.1\text{m} \times 1.1\text{m} = 29.8\text{kg/㎡} \rightarrow 30\text{kg/㎡} < 65\text{kg/㎡} \text{（農水省基準）}$$

【仲卸売場】

仲卸売場は、実情を勘案し、現有施設の面積の30%の面積を目安とする。

【買荷保管所】

買荷保管所については、卸売場よりも魚箱を重ねているため、1パレット6箱を8箱として、取扱数量40kg/㎡で算出した面積を目安とする。

■花き部

花き部は、AからCまでの卸売場、仲卸売場および買荷保管所を算定基準で算出した面積をそのまま目安とする。

### 調整後の市場施設規模

(単位：㎡)

区分		青果部	水産物部	花き部	計
<b>A</b> (減少)	卸売場	2,054	2,522	439	5,015
	仲卸売場	733	746	442	1,921
	買荷保管所	3,582	1,765	363	5,710
	計	<b>6,369</b>	<b>5,033</b>	<b>1,244</b>	<b>12,646</b>
<b>B</b> (現状維持)	卸売場	2,736	3,047	565	6,349
	仲卸売場	966	895	571	2,431
	買荷保管所	4,739	2,128	469	7,336
	計	<b>8,441</b>	<b>6,070</b>	<b>1,605</b>	<b>16,116</b>
<b>C</b> (増加)	卸売場	4,204	3,578	530	8,312
	仲卸売場	956	972	579	2,507
	買荷保管所	7,900	2,516	558	10,974
	計	<b>13,060</b>	<b>7,066</b>	<b>1,667</b>	<b>21,793</b>
現況	卸売場	6,090	4,627	1,283	12,000
	仲卸売場	1,932	2,982	180	5,094
	買荷保管所	2,709	2,474	290	5,473
	計	10,731	10,083	1,753	22,567

### 現有施設の面積との比較（増減率）

(単位：%)

区分		青果部	水産物部	花き部	計
<b>A</b> (減少)	卸売場	34	55	34	
	仲卸売場	38	25	245	
	買荷保管所	132	71	125	
	計	<b>59</b>	<b>50</b>	<b>71</b>	<b>56</b>
<b>B</b> (現状維持)	卸売場	45	66	44	
	仲卸売場	50	30	317	
	買荷保管所	175	86	162	
	計	<b>79</b>	<b>60</b>	<b>92</b>	<b>71</b>
<b>C</b> (増加)	卸売場	69	77	41	
	仲卸売場	49	33	322	
	買荷保管所	292	102	192	
	計	<b>122</b>	<b>70</b>	<b>95</b>	<b>97</b>

(ウ) 再整備後の市場施設の規模

再整備後の市場施設の規模については、市場内事業者で構成する部門別ワーキング部会や市場内検討会議における検討等を踏まえ、将来の取扱数量を現状維持と想定したパターンB（青果部・水産物部・花き部の卸売場・仲卸売場・買荷保管所の現有面積の71%）を基本として、他の施設の面積も同様の割合になると想定し、市場全体を現有施設の66～76%の規模とする。

また、それに必要となる市場用地についても、市場施設の規模と同様の割合になると想定し、現市場用地の面積の66～76%とする。



### (3) 再整備パターンの検討

#### ア 市場用地および施設整備の考え方

- (ア) 市場用地の考え方としては、移転建替えや現市場用地以外への仮移転による建替えは移転先の用地の確保が必要となり、用地の取得・造成、インフラ整備などで、そのための費用や期間を要することが想定されることから、費用や期間の面でメリットの大きい「現市場用地でのローリングによる建替え」で施設整備を行うことを基本とする。
- (イ) 施設整備の考え方としては、本市場の長期的なあり方を実現するためには施設の耐久性の向上に加え、新たな機能の導入や合理的な物流動線など、社会ニーズに適応した施設に更新していくことが必要となることから、「全面的な建替え」を基本とする。

#### イ 市場用地

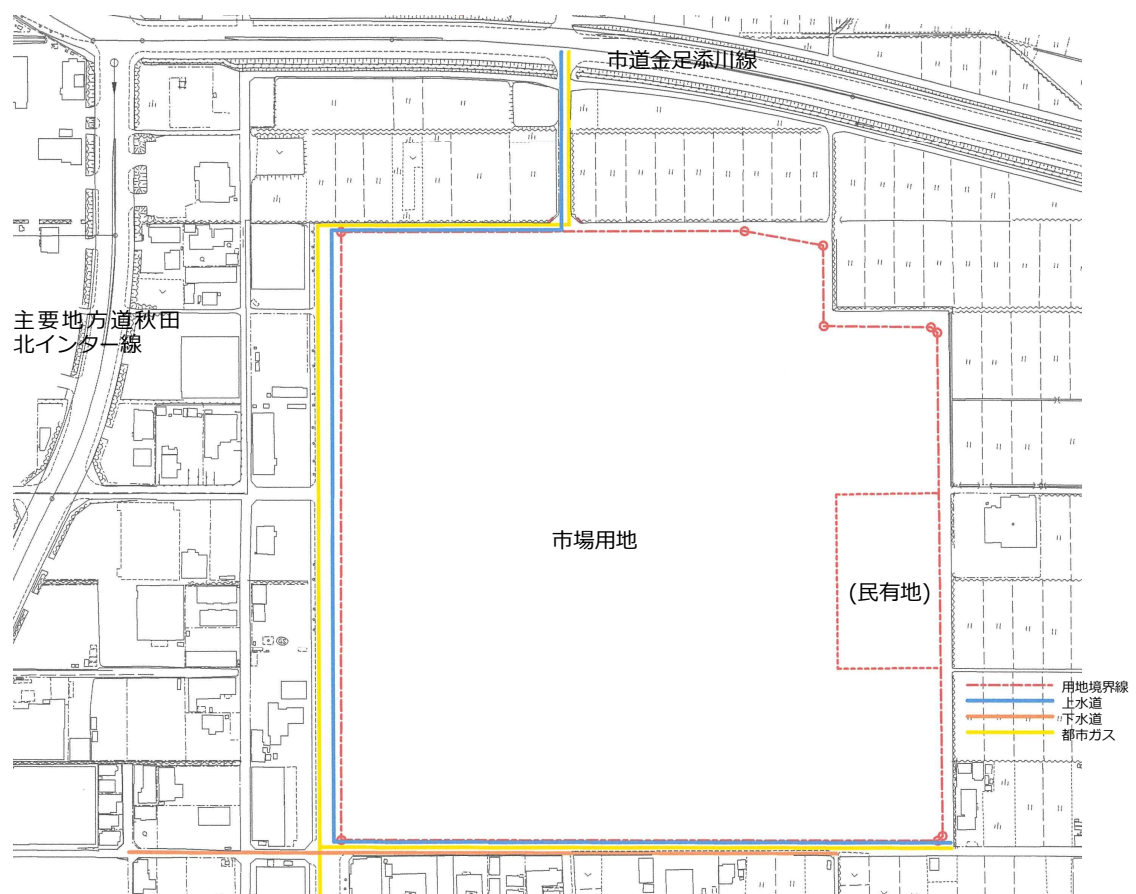
##### (ア) 市場用地の条件の整理

市場用地は、現市場用地（139,520 m<sup>2</sup>）に東側の民有地を加えた範囲を想定する。

##### (イ) インフラ整備の現況

- a 現市場用地に整備されているインフラのうち、上下水道および都市ガスの現況は、次のとおりとなっている。

市場用地図



b 再整備に係るインフラ整備の想定

- (a) 電気は、市場用地の東西南北から引込みが可能である。
- (b) 上水道は、市場用地の西側と南側から引込みが可能である。
- (c) 下水道は、市場用地南側に本管が敷設されており、それを活用できるほか、市場用地の西側に本管を延長することも可能である。
- (d) 都市ガスは、市場用地の西側、南側および北側から引込みが可能である。

ウ 再整備後の施設配置

再整備後の施設配置については、次の条件を基本とする。

(ア) 既存施設

既存施設は、基本的には解体撤去し、新設する。ただし、市場用地内の民間施設（低温物流センター）については、平成 27 年の竣工で、引き続き、使用可能な施設であることから、現在の位置に残すことを前提とする。

(イ) 本市場へのアクセス

本市場へのアクセスは、現在、市場用地の西側の主要地方道秋田北インター線となっている。

しかしながら、当該道路から本市場にアクセスするまでの道路は、幅員が狭く、市場の正門に直線でつながっていないため、大型車両の通行には適していないことから、幹線道路からのアクセス方法を工夫する。

(ウ) 花き棟の位置

花き棟は、花き部の事業者の業務時間が朝から夕方までで、青果部と水産物部とは業務や搬入・搬出の時間帯が異なることから、単独の施設も可とするほか、民間施設（低温物流センター）との一体性にも考慮する。

(イ) 市場内事業者の事業用地の確保

市場内事業者の中には、将来、市場用地内に民間施設（低温倉庫、加工施設等）を設置したい旨の意向がある。

それらの施設は、本市場に必要な機能を補完する重要なものとなることから、施設整備のための事業用地を確保する。

(オ) 余剰地の発生

再整備では、本市場に必要な機能の配置や動線の合理化を優先して、市場用地を活用することとし、その後に位置や規模等を整理すると、余剰地の発生が想定される。

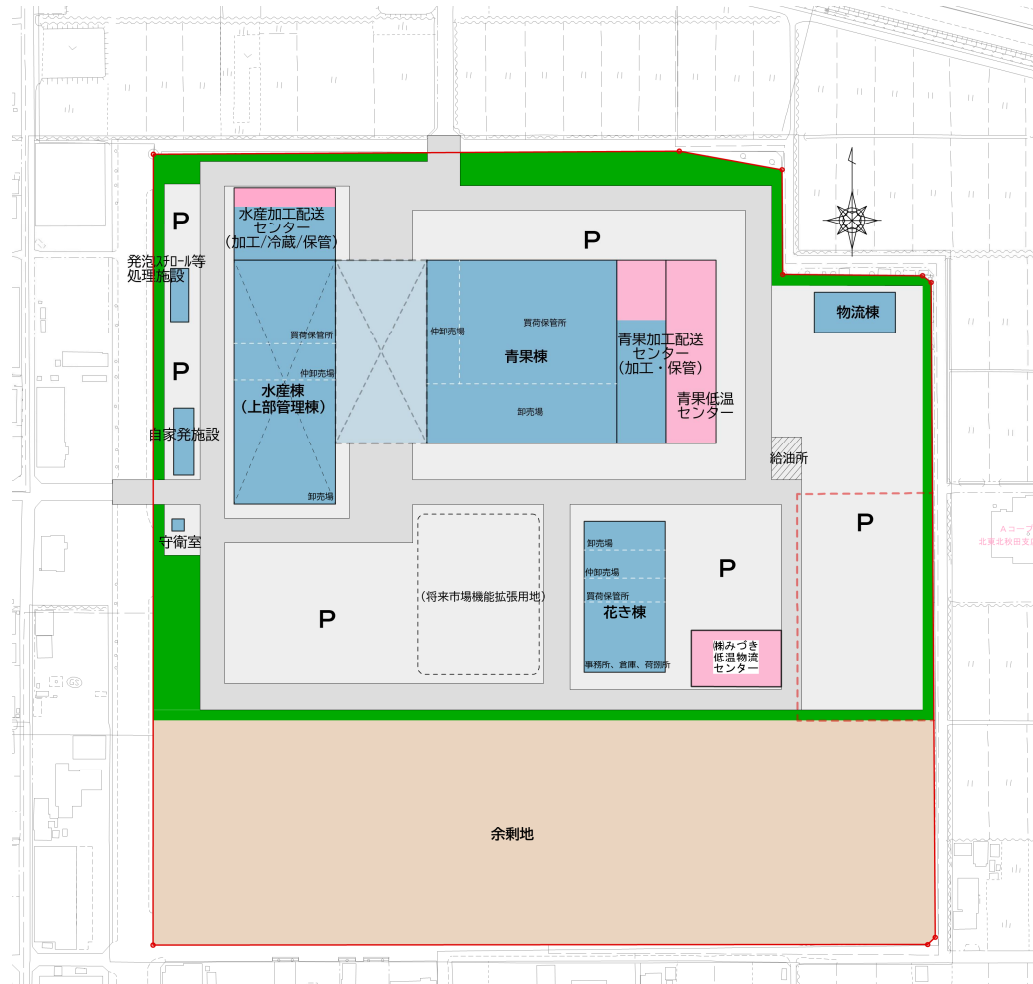
なお、現時点では、余剰地の面積を市場用地の現有面積の約 3 割と想定する。

## 工 再整備後の施設配置

再整備後の施設配置は、アからウまでの考え方や市場内検討会議・部門別ワーキング部会の検討内容をもとに、今後の検討案として、2つの配置案を想定した。

### 配置案1：一体型（青果棟+水産棟）

市場施設内のコールドチェーン化を図るため、青果棟と水産棟とを一体化した密閉型施設として整備するもの

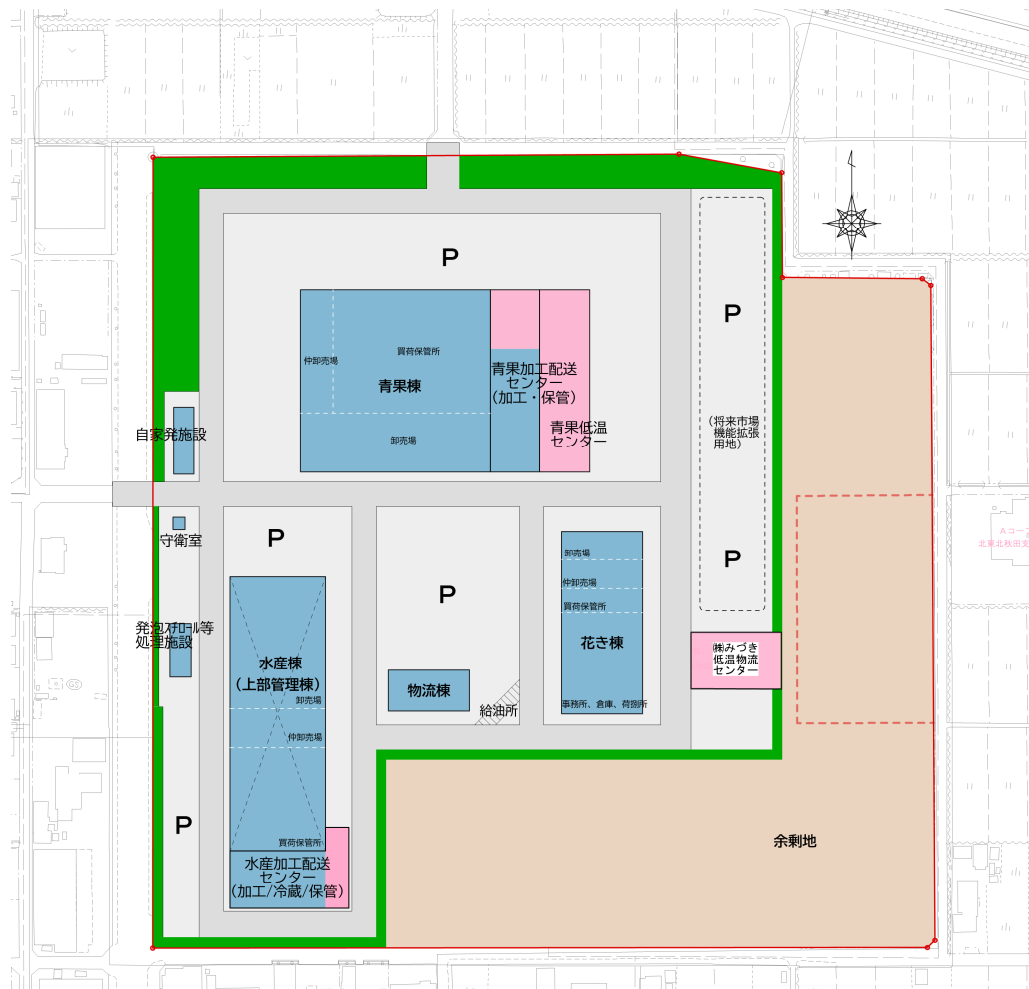


### (ローリングプロセスイメージ)

- 第1段階：・現水産棟の西側に水産物部の卸・仲卸売場や買荷保管所、冷蔵施設、水産加工施設が一体化した水産棟又は各施設が近接したものを建設する。
- ・管理棟は、水産棟の上部に建設する。
  - ・現水産関係施設および現管理棟から移転する。
- 第2段階：・現水産棟の解体撤去後の位置に、青果部の卸・仲卸売場、買荷保管所、青果加工施設および青果低温センターが一体化した青果棟を建設する。
- ・水産棟と青果棟の間のスペースをトラックからの荷下ろし等の場として密閉し、完成後、青果関連施設から移転する。
  - ・物流棟を建設し、完成後、運輸関連施設から移転する。
- 第3段階：・民間施設（低温物流センター）に近接した花き棟を建設し、完成後、現花き棟から移転する。
- 第4段階：・市場用地の南側に余剰地が発生する。

## 配置案2：独立型（単独施設：青果棟・水産棟・花き棟）

青果棟、水産棟および花き棟は、青果部、水産物部、花き部の各部門でコールドチェーン化（取扱品目の温度帯の設定等）の要件が異なることから、それぞれ単独の施設として整備するもの



### （ローリングプロセスイメージ）

- 第1段階：・現青果棟の西側に水産物部の卸・仲卸売場、買荷保管所、冷蔵施設および水産加工施設が一体化した水産棟又は各施設が近接したものを建設する。
  - ・管理棟は、水産棟の上部に建設する。
  - ・水産関係施設および管理棟から移転する。
- 第2段階：・現水産棟の解体撤去後に、青果部の卸・仲卸売場、買荷保管所、青果加工施設、青果低温センターが一体化した青果棟又は各施設が近接したものを建設し、完成後、青果関連施設から移転する。
- 第3段階：・現青果棟の解体撤去後に、民間施設（低温物流センター）に近接した花き棟を建設し、完成後、現花き棟から移転する。
  - ・物流棟を建設し、完成後、運輸関連施設から移転する。
- 第4段階：・市場用地の東側と南側に余剰地が発生する。

#### (4) 余剰地を活用した取組

他の卸売市場の再整備では、施設を集約化し、コンパクトで適正に建替えを行うことで発生した余剰地を活用して、市場の活性化や賑わい創出に寄与する取組が検討されている。

余剰地の活用については、市場内事業者の事業拡張、民間事業者の収益施設となる大型商業施設、一般的な物流センター等の設置による市場用地の活用や民間事業者による加工や配送等の連携で取扱数量を確保するB to B方式 (Business to Business)、消費者への生鮮食料品等の販売・飲食等の提供で民間事業者が収益を確保するB to C方式 (Business to Customer) などにより、それらの施設の設置に係る土地の使用料等を市場の再整備の財源とする考え方がある。

なお、卸売市場は、都市計画法（昭和43年法律第100号）第11条第7項の規定で、都市施設として指定されており、建築基準法（昭和25年法律第201号）第51条の規定で、その用地には市場とその機能に関する附属施設のみが建設できることとされていることから、大型商業施設や一般的な物流センター等の市場機能と全く異なるものを誘致・活用する場合は、原則として、都市計画の変更が必要となる。

##### ア 市場機能に関する付属施設

余剰地については、今後、民間事業者へのヒアリングによるニーズ調査等を行い、より効果的な活用方法を検討することとなるが、その活用に当たっては、都市施設となる卸売市場との機能連携を図ることを前提とする。

余剰地活用例

タイプ	概要	事例
A 市場物流機能の強化・拡充	<ul style="list-style-type: none"> <li>主として市場内事業者が使用している現況の配送スペースでは不足する場合に、別途、物流センター（加工を含む場合あり）などを、市場施設の周辺に設置する。</li> <li>利用者は、卸売業者や大口と取引する仲卸業者又は仲卸組合となる。</li> </ul>	盛岡市中央卸売市場 川崎市中央卸売市場
B 食品加工場（一次・二次加工を含む。）	<ul style="list-style-type: none"> <li>主として卸売市場に集まる青果物・水産物を利用し、カット野菜や加工品、総菜、弁当等を製造する工場を整備する。</li> <li>市場内事業者による直営や関連会社での経営、さらには外部の事業者と連携する場合も想定される。</li> </ul>	倉敷青果荷受組合 （カット野菜工場： 延床面積 1,325 m <sup>2</sup> ）
C 食品流通センター（生鮮食料品以外）	<ul style="list-style-type: none"> <li>東京都・神奈川県・埼玉県をカバーする食品卸会社の大型流通センターを誘致した。</li> <li>卸売市場の取扱品目（青果）以外に、加工食品や酒類も取り扱うこととする。</li> <li>市場で取引する生鮮食料品とそれ以外のものを同梱包で配送等を行うことにより物流の効率化が可能となる。</li> </ul>	湘南藤沢卸売市場 （物流センターの誘致）
D 生鮮食料品の直売所等（B to C）	<ul style="list-style-type: none"> <li>市場関連事業者が青果と水産物以外の食料品や雑貨の販売・飲食等の各種サービス事業を提供する施設（道の駅）で、一般市民も買物や飲食の利用が可能である。</li> <li>情報発信や農産品の直売等を行う道の駅の役割として、地域の活性化や農業振興にも関連性がある。</li> </ul>	和歌山市中央卸売市場

## イ 外旭川地区まちづくり構想との連携

本市場用地を含む外旭川地区では、まちづくりのモデル地区を整備する構想があり、そのまちづくりと連携した余剰地の活用が選択肢の一つとして考えられる。

そのため、今後、卸売市場の再整備基本計画で具体的な検討を予定している余剰地の位置や規模について、外旭川地区まちづくり構想と調整を図りながら、余剰地の活用方法を整理する。

## (5) 卸売市場の設置・運営

### ア 国内の卸売市場の状況

中央卸売市場は、全国で 65 市場（令和 3 年度末現在）となっており、その全てが公設で、地方卸売市場は、全国で 908 市場（令和 2 年度末現在）となっており、うち公設が 142 市場で、民設が圧倒的に多い状況にある。

令和 2 年 6 月に施行された改正卸売市場法では、さらなる市場流通の活性化や効率化を図る観点から、中央卸売市場については、民間事業者でも開設できることとしたものの、現段階で民間事業者が中央卸売市場を開設した事例はない。

卸売市場の種類と市場数

種類	定義	市場数
中央卸売市場	卸売市場法施行規則で定める基準に該当するものであって、卸売市場法第 4 条第 1 項の規定により農林水産大臣の認定を受けた卸売市場	65 ※令和 3 年度末
地方卸売市場	卸売市場法第 13 条第 1 項の規定により都道府県知事の認定を受けた卸売市場	908 (うち公設 142) ※令和 2 年度末
その他市場	中央・地方卸売市場以外の卸売市場（卸売市場法の規定は適用されないが、都道府県の判断で、条例で必要な規制や支援をすることができる。）	

(市場数：農林水産省「令和 3 年度卸売市場データ集」)

## イ 設置・運営主体

設置・運営主体としては、公設公営、公設民営および民設民営の 3 つの方法が考えられる。

設置・運営主体一覧表

運営方式	概要
公設公営	自治体が開設者となって、自ら市場施設の整備と運営を行うもので、秋田市中央卸売市場がこれに当たる。
公設民営	自治体が開設者となって、自ら市場施設を整備し、運営の一部を民間事業者へ委託する指定管理者制度等を活用するもので、秋田市公設地方卸売市場がこれに当たる。
民設民営	民間事業者が開設者となって、自ら市場施設の整備と運営を行うもので、例えば、民間事業者が本市から市場（土地・建物）を購入又は賃借し、市場の管理・運営を行うことが想定される。

なお、本市場の将来ビジョンの実現に向けた再整備事業の実施に当たっては、行政の財政負担の軽減や提供するサービスの向上等を目的に、行政と民間が連携して公共施設の整備、管理・運営等を行うことで、民間の創意・工夫等の活用が可能となる官民連携手法の導入についても検討する。

#### ウ 公設民営の状況

本市では、平成 24 年度から公設地方卸売市場で指定管理者制度を導入し、指定管理者が市場施設の管理・運営を行っており、全国的にも、公設の卸売市場で民間活力を活用して市場運営の効率化・活性化等を図るため、「指定管理者制度」を導入する市場が増加してきている。

例えば、中央卸売市場では、大阪府中央卸売市場（平成 24 年 4 月から指定管理者制度を導入）の例がある。また、地方卸売市場では、統計データはないものの、全国公設地方卸売市場協議会の会員 72 市場のうち、12 市場が平成 29 年度時点で指定管理者制度を導入している。

#### エ 公設市場の民営化

全国的には、開設当初から民設市場となっているものが多い状況にあり、公設から民設に移行した市場は少ない状況にある。

その事例としては、新潟県の長岡中央青果市場、神奈川県湘南藤沢卸売市場、静岡県の岳南富士卸売市場などがあり、このうち、長岡中央青果市場は、市が所有していた土地と建物を民間事業者が購入した極めて珍しい事例となっている。

## (6) 事業手法

### ア 事業手法の整理

市場の再整備において想定される主な事業方式としては、次のものが考えられる。

方式	設計	整備	所有権	維持管理・運営	資金調達	内容	
従来型公共事業	公	公	公	公	公	・自治体が設計、整備、維持管理・運営等の業務ごとに分離・分割して発注する方式	
PFI/ PPP	BTO	民	民	公	民	民	・民間事業者が施設の整備を行ない、竣工時に自治体へ施設の所有権を移行した上で、事業期間中にわたって民間事業者が維持管理・運営を行う方式 ・整備費用は、民間資金の活用が可能
	BOT	民	民	民	民	民	・民間事業者が施設を整備し、事業期間中、民間事業者が施設を所有したまま維持管理・運営を行う方式 ・事業期間の終了時に、自治体へ所有権を移行 ・整備費用は、民間資金の活用が可能
	B00	民	民	民	民	民	・民間事業者が施設を整備し、事業期間中、民間事業者が維持管理・運営を行う方式 ・事業期間の終了時に、自治体への所有権の移行がなく、民間事業者が施設等を解体・撤去
	リース	民	民	民	民	民	・民間事業者が施設の設計、整備、維持管理・運営を行い、市がそのサービスの対価として賃借料を事業者を支払う方式 ・市の初期投資を抑え、費用の平準化が可能
	DB	民	民	公	公	公	・施設の設計と整備を一体的に民間事業者へ発注する（設計施工一括発注）方式 ・事業に要する資金は、市が調達
	DBO	民	民	公	民	公	・施設の設計、整備および維持管理・運営を一体的に民間事業者へ発注する（設計施工一括発注）方式 ・事業に要する資金は、市が調達

PFI：Private Finance Initiative（公的社会資本の整備・運営に民間資金や経営ノウハウを導入する政策手法）

PPP：Public Private Partnership（官民連携）

BTO：Build-Transfer-Operate（建設→所有権移転→運営）

BOT：Build-Operate-Transfer（建設→運営→所有権移転）

B00：Build-Own-Operate（建設→運営→民間所有）

DB：Design-Build（設計および施工一括発注）

DBO：Design-Build-Operate（設計・建設・運営一括発注）



また、P F I方式による事業形態は、民間事業者の管理・運営に係る財源によって、次の3つに分類される。

形態	独立採算型	サービス購入型	ジョイントベンチャー型
内容	施設の整備や維持管理・運営の全ての費用を、使用者の施設使用料で充当	施設の整備や維持管理・運営の全ての費用を、行政のサービス購入費で充当	・左記の二つの中間型 ・施設の整備や維持管理・運営の費用を、使用者の施設使用料と行政のサービス購入費で充当

## イ 民間資本の活用と実現の可能性

### (7) 民間資本の活用方策

市場整備における民間資本の活用方策としては、次のものが考えられる。

区分	内容	メリット	デメリット
市場施設の整備に民間資本を活用	B T O方式・B O T方式を採用し、施設整備費の全て又は一部に民間資本を活用	施設整備費のうち、国の交付金や市債等の財源で不足する部分を民間資本で調達が可能	施設整備費のうち、国の交付金と市債が大部分の財源となるため、市債よりも金利が高い民間資金を活用するメリットは小さい
市場施設を民間所有とすることで民間資本を活用	リース方式又はB O方式を採用し、施設整備費に民間資本を活用	・民間施設を賃借することで、市の財政負担の平準化が可能 ・民間施設とすることで、市の施設に係る改修費用等の負担の軽減が可能	同上
市場の民営化	市場用地を民間事業者へ売却又は賃貸借し、民間事業者が開設者となって、民間資本で施設を整備	・市が市場運営から撤退することで、人件費等の費用負担を軽減 ・市場用地の売却代金等で市の歳入の確保	民営化には、受け皿となる強力な民間事業者の存在や市場関係者の合意形成等、様々な事案の整理が必要

### (1) 民間資本活用の検討

#### a 民間資金の調達

市場の再整備においては、国からの交付金や市債を活用することで、民間資金を調達するメリットは小さく、民間資金の調達には合理性はないと考える。また、民間施設を賃貸借する場合は、将来において必要とする市場施設の規模に応じて縮小することで、市の費用負担の軽減が図られることが考えられるものの、その契約形態によっては、国の交付金の対象外となる可能性もある。

b 市場施設の整備

市場施設の整備は、建築工事としての規模が大きいことから、施設整備の効率性の向上を図る上で、民間事業者のノウハウを導入する意義は高く、民間資本による資金調達を伴わない民間活用の事業手法となるDB方式やDBO方式の導入は、実現性が高いものとする。

c 民間活力の導入の可能性

余剰地は、物流の拠点となる卸売市場に隣接した一定規模の用地であり、高速道路のインターチェンジに近いなど、交通の利便性にも優れていることから、その活用における民間事業者の参入の可能性は高いと考える。また、余剰地の活用においては、市場全体と一体的に整備することで、余剰地の利用効率が高まることも考えられるため、民間活力の導入の可能性について、外旭川地区まちづくり構想との調整を図りながら、今後、検討を進める必要がある。

(ウ) 市の財政負担や市場内事業者の市場使用料の負担軽減に係る民間活用

a 民間活用の手法

市の財政負担や市場内事業者の市場使用料の負担を軽減するための方策としては、市場施設の整備費用の削減や余剰地の活用による市の歳入の確保に加え、次の民間資本を活用した手法が考えられる。

区分	手法
市場施設の再整備に係る費用の削減	DB方式等の設計施工一括発注
市場施設の管理・運営に係る費用の削減	指定管理者制度や包括業務委託等
余剰地を活用した歳入の確保	余剰地の売却・賃貸借

b 設計施工一括発注

設計施工一括発注の場合は、市が事前に市場施設の再整備に係る設計で仕様を定める「仕様発注」ではなく、民間事業者が市場施設に求める性能を定め、その要求性能を満たす計画を提案する「性能発注」となる。

そのため、設計施工一括発注においては、事業者ごとの提案内容が異なる可能性があることから、その優位性を判断するため、再整備に係る計画や費用を総合的に評価する「総合評価」によって事業者を選定する必要がある。また、その選定に当たり、市場施設の再整備に係る費用に関する評価項目のウエイトを高くした場合は、費用面を重視した計画の提案が期待できることも考えられる。

これにより、再整備に係る計画や費用が最適化された提案を選定することで、市場施設の再整備に係る費用の削減につながるものとする。

c 市場施設の維持管理・運営

市場施設の管理・運営においては、DB方式を前提に、現在、個別に委託契約している施設の保守管理等の業務を可能な限り一体的かつ長期間で事業者へ業務委託する方法のほか、維持管理と運営との業務に分け、維持管理をDBO方式として設計施工と一体化し、運営のみを公設地方卸売市場で導入している指定管理者制度等とする方法なども考えられ、それが実現した場合は、その後の業務の効率化と習熟効果から、費用の面で縮減につながっていくことも考えられる。

これらの方法による市場施設の維持管理・運営の実現に当たっては、民間事業者が参入しやすい環境を整える必要があることから、業務委託する範囲や内容、それらに係る費用等について、今後、サウンディング調査等を行い、検討を進める必要がある。

d 余剰地を活用した財源の確保

市場施設の再整備に当たっては、その整備やその後の運営に係る費用に、余剰地の売却や賃貸借による歳入を充当することで、市の財政負担や市場内事業者の市場使用料の負担の軽減を図ることが可能となる。また、余剰地を売却した場合は、その歳入を一括して再整備に係る費用に充当することが可能となるほか、余剰地を賃貸借とした場合は、毎年度、その歳入を運営に係る費用に充当が可能となるなど、手法は様々であるが、その財源を確保することは重要なものとする。

そのため、余剰地の活用による歳入は、余剰地の規模で変化することから、市場の再整備に影響のない範囲で、市場や地域の特性等に合致した有効な活用が可能となる規模が確保することができれば、市の財政負担の軽減等にもつながっていくものとする。

## 10 再整備のスケジュール（案）

再整備のスケジュール（案）については、本市場の再整備を現市場用地における設計施工一括発注方式（DB方式又はDBO方式）で行うことを前提に、その工程と事業スケジュール（案）を整理した。

### (1) 工程の概要

ア	基本計画	・基本構想をもとに、事業全体の基本計画を策定（工期の短縮や事業費用の縮減、余剰地活用の可能性等の民間事業者へのサウンディング調査を含む。）
イ	事業者の選定（アドバイザー）	・設計施工一括発注方式（DB方式又はDBO方式）を前提とした事業者の選定 ・事業者の募集に係る実施方針・要求水準書の作成、提案書の評価・決定（選定委員会の運営）、事業契約等のアドバイザー
ウ	基本設計 実施設計	・再整備工事全体の基本設計および実施設計
エ	付帯工事 準備工事	（付帯工事） ・配管切り回し、電柱移設 （準備工事） ・仮囲い、工事ヤードの整備、舗装の撤去、下水道引込工事
オ	本工事	・水産棟、水産関連棟（加工・冷蔵・保管）、管理棟の建設 ・青果棟、青果関連棟（加工・低温センター）の建設 ・花き棟・物流棟の建設 ・全体の外構整備
カ	余剰地の活用	・余剰地の整備・活用

### (2) 事業スケジュール（案）

区分	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度	R13年度	R14年度
基本計画	■									
事業者の選定（アドバイザー）		■								
基本設計 実施設計			■							
付帯工事 準備工事			付帯工事 ■	準備工事 ■						
本工事				水産棟・管理棟建設		青果棟建設	花き棟・物流棟建設	外構整備		
						※整備順は仮定				
余剰地の活用										■
外旭川地区まちづくり事業との調整	■									

## 11 今後の検討に向けて

本基本構想をもとに、この後策定予定の基本計画において、より具体的な検討を予定している主な事項は、次のとおりとなっている。

### (1) 施設の規模（売場面積等）

青果部、水産物部および花き部それぞれの卸売場・仲卸売場の面積、買荷保管所、荷捌き所等の規模を整理するとともに、施設内において温度管理を行う範囲や温度帯の設定についても整理する。

### (2) 必要となる機能

冷蔵庫、冷凍庫、加工施設等の必要となる機能とその整備区分（開設者又は市場内事業者）を調整・整理する。

### (3) 概算事業費

施設の規模、機能、設備等を反映した概算工事費を算出する。

### (4) 市場使用料（概算金額）

概算事業費をもとに、市場使用料の概算金額を算出する。

### (5) 事業収支シミュレーション

再整備後の市場の運営・管理に係る事業収支シミュレーションを作成し、調整・整理する。

### (6) 事業手法

市場の再整備に係る事業手法を検討し、整理する。

### (7) 施設の配置計画

市場内の動線計画および施設整備のためのローリング計画を踏まえた施設の配置計画を検討し、整理する。また、余剰地の位置や規模についても整理する。

### (8) 余剰地の活用

余剰地の活用方法について検討し、整理する。

### (9) 事業スケジュール

今後の事業スケジュールを検討し、整理する。

## **秋田市卸売市場再整備基本構想**

発行：秋田市中央卸売市場市場管理室  
〒010-0802 秋田市外旭川字待合 28 番地  
TEL：018-869-5222 FAX：018-869-5050  
E-mail：ro-agmk@city.akita.lg.jp