

和歌山市中央卸売市場 活性化ビジョン



令和8年(2026年)3月

和歌山市中央卸売市場

目 次

1	はじめに	
(1)	策定の趣旨	1
(2)	計画期間	1
(3)	計画の位置付け	1
(4)	中央卸売市場の目的・役割	1
2	卸売市場を取り巻く環境	
(1)	人口減少等による食料消費の減少	3
(2)	生鮮食料品消費量の変化	3
(3)	流通構造の変化と市場外流通の拡大	6
(4)	生産者の推移	7
(5)	卸売市場法の改正	8
3	和歌山市場の現状	
(1)	取扱数量及び金額	10
(2)	和歌山県産生鮮物の占有率	13
(3)	仲卸業者の売上高及び営業利益	13
(4)	近畿・全国市場との比較	14
(5)	事業者数の推移	16
4	これまでの取組と将来の市場の姿	
(1)	これまでの経営計画	17
(2)	「和歌山市中央卸売市場戦略的行動計画」達成状況	18
(3)	事業者アンケート、個別面談及び意見交換会に係る実施結果	20
(4)	将来の目指すべき“市場”の姿	26
5	新たな活性化ビジョン	
(1)	基本理念	27
(2)	基本方針	27
(3)	取扱高の目標設定	28
(4)	これからの和歌山市場のイメージ	29
(5)	取組事項	30
(6)	推進体制	39
6	参考資料	
(1)	和歌山市場の概要	40
(2)	産地別取扱金額	40
(3)	品目別取扱金額	41

1 はじめに

(1) 策定の趣旨

和歌山市中央卸売市場は、昭和49年の開設以来、半世紀以上にわたり、和歌山市民及び周辺地域の住民に向けての生鮮食料品の流通拠点として、大きな役割を果たしてきました。

近年、全国的な人口減少、食料消費・流通構造の変化など卸売市場を取り巻く環境は大きく変化し、最近では、地球規模の気候変動にも大きく左右される状況であります。これらの情勢や環境的要因は、今後も容易に変わらない傾向として受け止めた上で、諸課題に取り組んでいく必要があります。

さらに、令和2年6月に施行された改正卸売市場法では、取引に関しては、国の関与が薄まり、市場の自由度が高まった反面、これまで以上に効率性や競争力を高めていくことが必要となりました。

本市場は、これまで平成24年3月に「和歌山市中央卸売市場経営展望策定書」、平成25年3月に「和歌山市中央卸売市場戦略的行動計画」を策定し、市場の進むべき方向性と具体的な行動計画を掲げ、販売力の強化や親しみやすい市場づくり等に取り組むとともに、平成28年3月には「和歌山市中央卸売市場整備基本計画」を策定し、機能的な市場の整備と、賑わいの創出に向けた南用地の活用について検討してきました。

施設の老朽化や耐震性の不足が深刻な問題となっていた市場施設の再整備は、令和8年度末にすべて完了することとなります。すでに、総合食品センター事業者及び水産物部の事業者は、新施設において業務を行っていますが、青果部の事業者においても、令和8年4月から耐震性を有し、安全かつ温度管理された新施設での業務が開始されることで、すべての事業者が安心して業務に取り組むことが可能となります。

本ビジョンは、このような節目の時期において、本市場が将来にわたり「安全・安心な生鮮食料品を安定して供給する」ために、開設者を含めた市場関係者が一体となって、市場の競争力を高め、持続的な経営を目指すための取組の指針とします。

(2) 計画期間

令和8年度(2026年度)～令和17年度(2035年度) 10年間

(3) 計画の位置付け

本ビジョンは、卸売市場法、卸売市場に関する基本方針、和歌山市中央卸売市場業務条例及び和歌山市長期総合計画に基づきます。

(4) 中央卸売市場の目的・役割

野菜、果実、水産物などの生鮮食料品は、鮮度が低下しやすいために長期保存が難し

く、その鮮度によって商品の価値が著しく変化し、また、その需要量に変動が少ないにも関わらず、供給量（生産量）は天候その他の自然条件によって大きく左右されるという特性を持っています。

中央卸売市場は、このような生鮮食料品を産地から集荷し、公正で迅速な取引を確保することにより、適正な金額でできるだけ早く、安定して消費者のもとに供給することを目的とした施設であり、市民生活の安定と向上、また、生産者に対しては継続的で安定的な販売ルートの確保に寄与しています。

このような食の下支えに加え、今後は、国内外に向け、質の高い食文化を発信する、自立した基地としての機能を果たすことが重要となります。

中央卸売市場の一般的な機能

集荷(品揃え)、分荷機能	国内外・全国各地から多種多様な商品を集荷するとともに、需要者のニーズに応じて、迅速かつ効率的に必要な品目、量に分荷
価格形成機能	需要を反映した迅速かつ公正な評価による透明性の高い価格形成
代金決済機能	販売代金の迅速・確実な決済
情報受発信機能	需給に係る情報を収集し、川上である産地等や川下である小売業者等にそれぞれ伝達
衛生の保持	食中毒の防止など、食品の安全性の保持
その他の機能	台風や地震等の災害時に食糧の緊急確保を図る防災機能

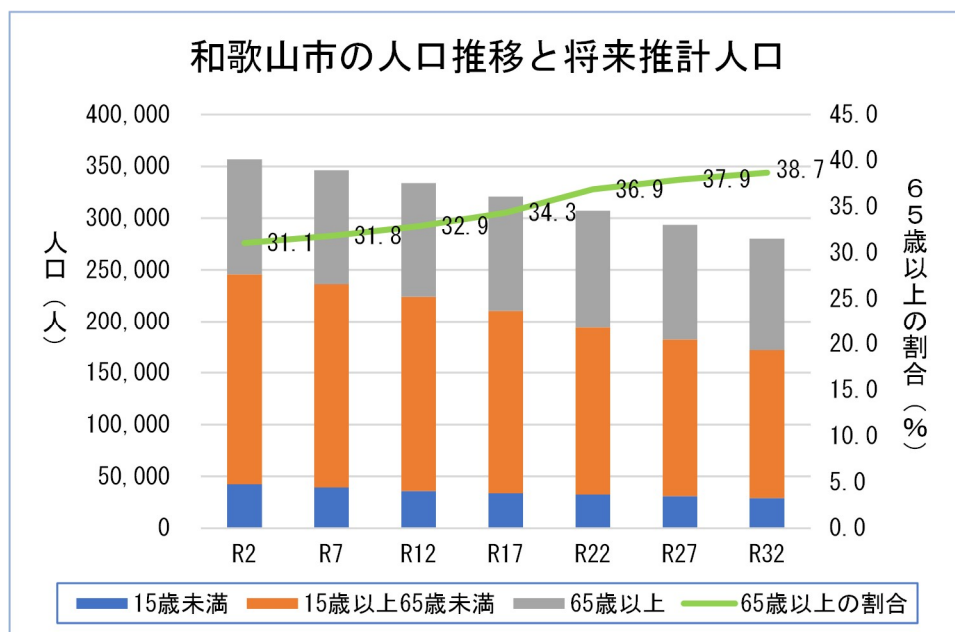
2 卸売市場を取り巻く環境

(1) 人口減少等による食料消費の減少

日本の総人口は、平成20（2008）年の1億2,808万人をピークとして減少傾向にあります。また、総人口に占める高齢者（65歳以上）の割合も令和6（2024）年10月時点では29.3%であり、超高齢社会に突入した後もさらに高まりを見せています。

和歌山市の総人口は、昭和60（1985）年の401,352人をピークに、以降、人口減少が続き、令和2（2020）年には356,729人となっています。また、同年の高齢化率は、31.1%であり、全国平均を上回って推移しています。

この人口減少と高齢化の流れは一層進展することが予想されており、このことは、国民の食料総消費量や食料品を多く消費する年齢層が減少することを意味します。国内食料品需要の減少による取扱量の減少によって、卸売市場には、さらなる効率的な市場経営が求められています。



出典：総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

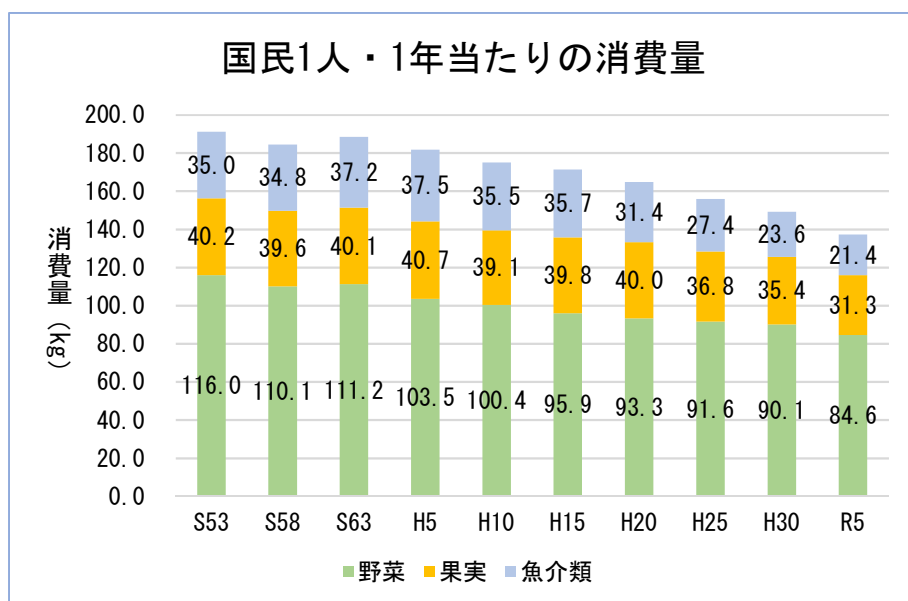
(2) 生鮮食料品消費量の変化

国民1人・1年当たりの生鮮食料品の消費量は、野菜、果実及び魚介類いずれも減少傾向にあり、和歌山市中央卸売市場が開設されて間もない頃の昭和53（1978）年と令和5（2023）年を比較すると、3品目の合計で191.2kgから137.3kgへと減少しています。

また、農林水産政策研究所が令和元（2019）年8月に発表した「我が国の食料

消費の将来推計(2019年版)」では、食料支出総額(総世帯)の将来推計について、生鮮食品、加工食品、外食のそれぞれを平成27(2015)年と令和22(2040)年の比較でみると、加工食品への支出は11%の伸びを維持する一方、外食については5%、生鮮食品については25%の減退が見込まれるとされています。

また、総務省「家計調査年報」によると、2人以上世帯の世帯当たりの年間購入額において、「生鮮野菜」「生鮮果物」については、和歌山市は増加傾向であります。が、「魚介類」に関しては、和歌山市、全国平均ともに減少傾向であります。



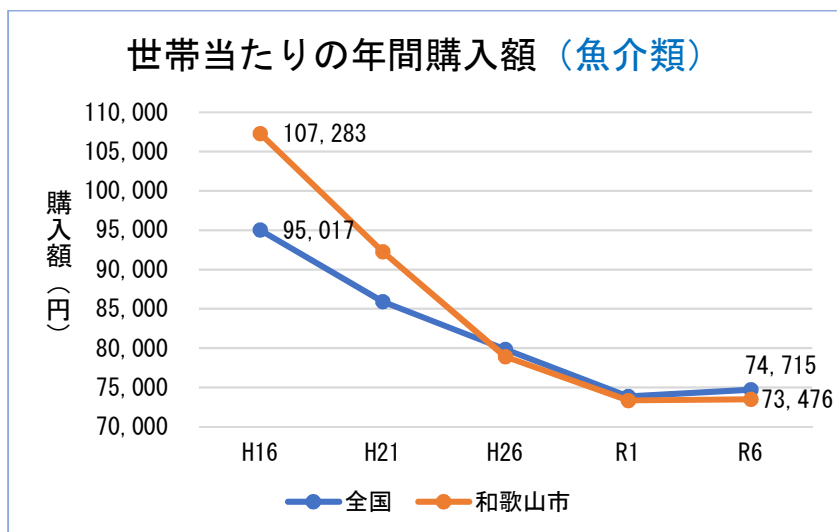
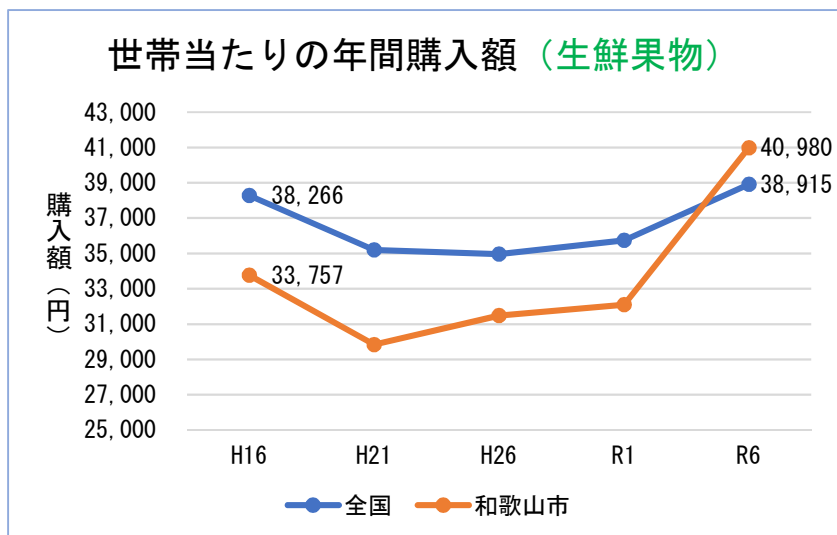
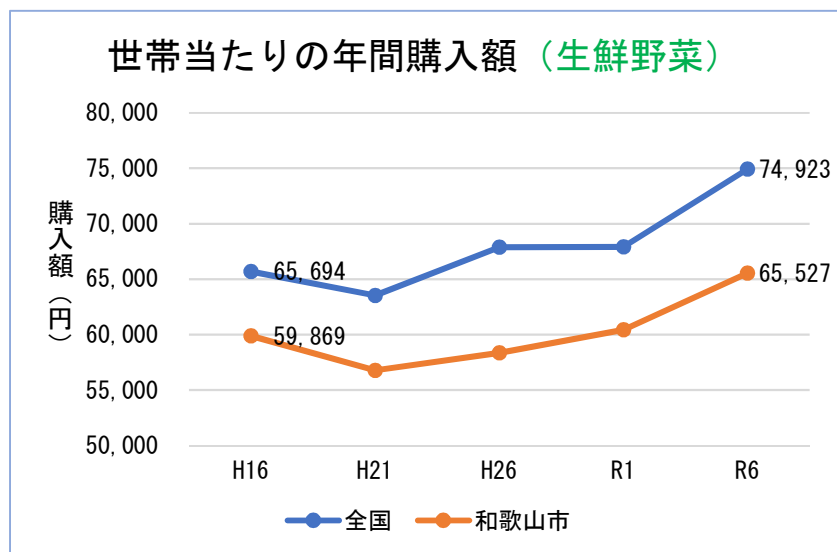
出典：農林水産省「食料需給表」(供給純食料)

食料支出総額(総世帯) (単位：%)						
	2015年	2020年	2025年	2030年	2035年	2040年
生鮮食品	100	97	91	85	80	75
加工食品	100	103	105	107	109	111
外食	100	102	100	99	97	95

注：2015年は、家計調査、全国消費実態調査等により計算した実績値で、2020年以降は推計値。

注：生鮮食品は、米、生鮮魚介、生鮮肉、牛乳、卵、生鮮野菜、生鮮果物の合計。加工食品は、生鮮食品と外食以外の品目。

出典：農林水産政策研究所「我が国の食料消費の将来推計(2019年版)」より抜粋。

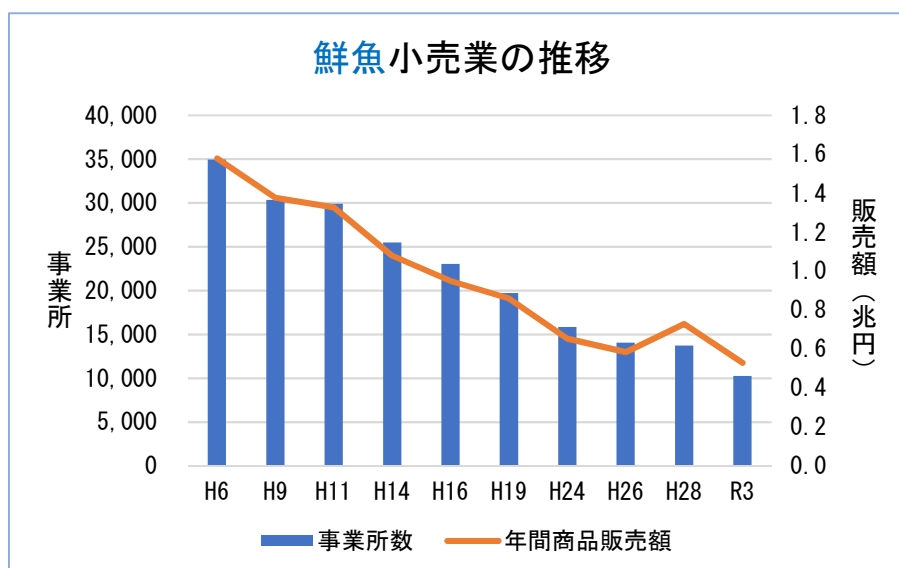
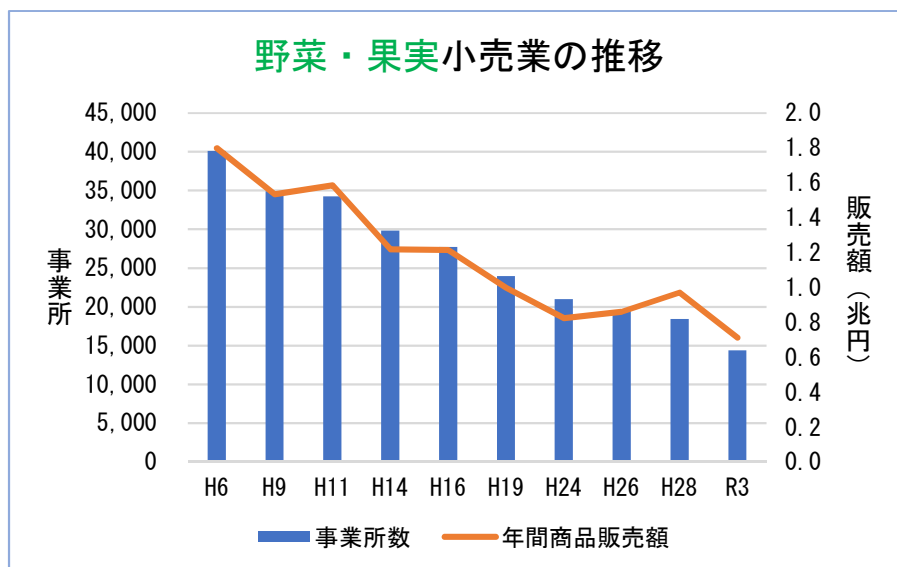


出典：総務省「家計調査年報」2人以上世帯の世帯当たりの年間購入額

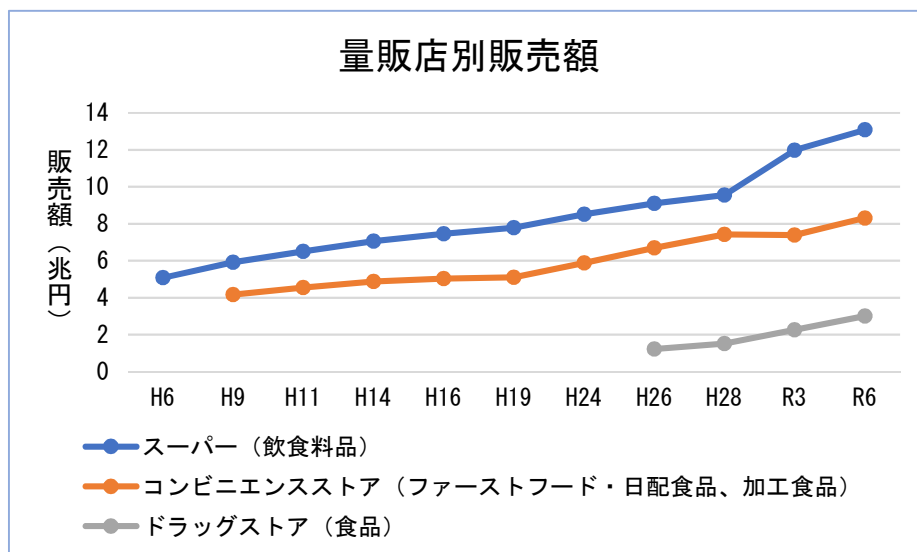
(3) 流通構造の変化と市場外流通の拡大

近年、野菜、果実、鮮魚等を専門的に扱う小売店が減少傾向にある一方、スーパーマーケット等の量販店が増加傾向であり、卸売市場としては、引き続き大型量販店への対応が求められています。

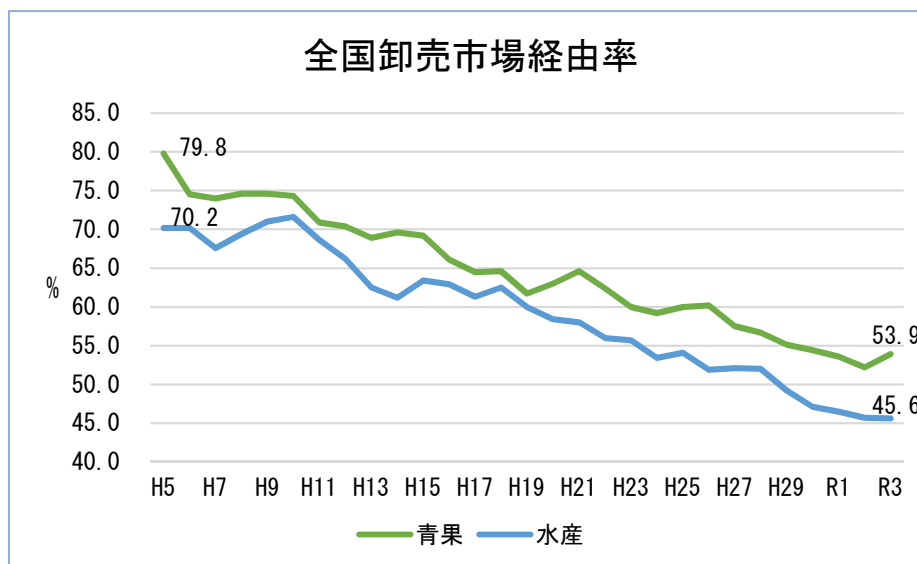
また、全国的に生産者による直販やインターネット販売などによる取引が拡大しているため、生鮮食料品の市場経由率は年々低下しています。しかし、卸売市場は生鮮食料品の流通における基幹的なインフラとしての役割を果たしているため、青果で5割強、水産物で5割弱が市場を経由しています。



出典：総務省「経済センサス活動調査」



出典：経済産業省「商業動態統計」

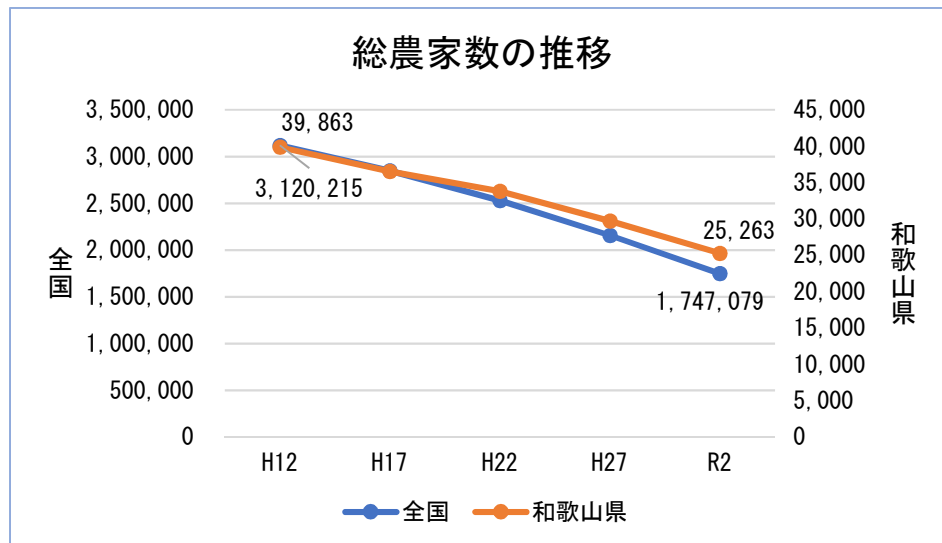


出典：農林水産省「卸売市場データ集」

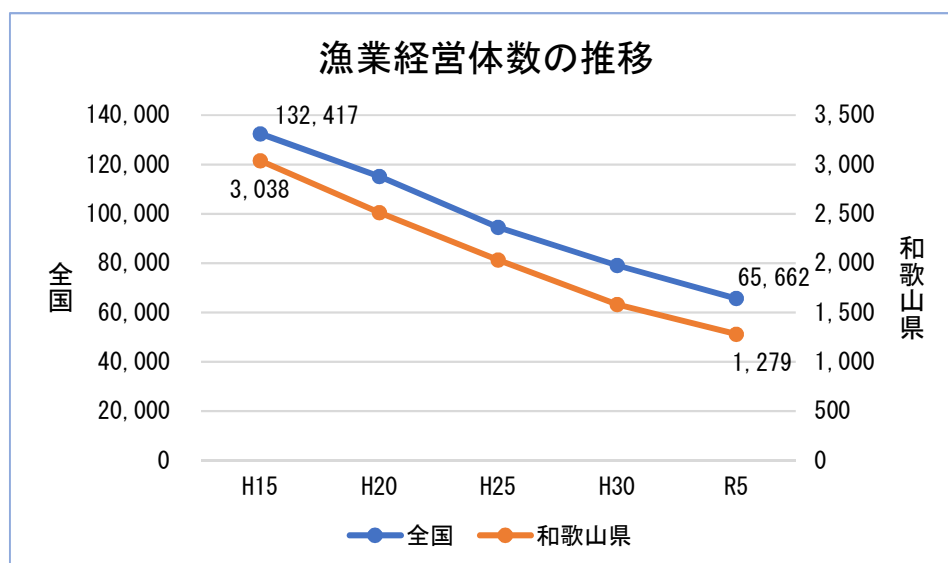
（４）生産者の推移

農業及び漁業ともに生産者は減少傾向であり、総農家数は平成１２年から令和２年の間に全国において約４４％、和歌山県において約３６％それぞれ減少しています。漁業経営体数についても、平成１５年から令和５年の間に全国において約５０％、和歌山県において約５８％それぞれ減少しています。

生産者の減少は、出荷量の減少につながると考えられ、安定して生鮮食料品を消費者に提供するためには、生産者には選ばれる出荷先になり、十分な取扱高を確保していく必要があります。



出典：農林水産省「農林業センサス」



出典：農林水産省「漁業センサス」

(5) 卸売市場法の改正

令和2年6月に施行された卸売市場法の改正においては、取引規制が緩和され、第三者販売^{注1}、直荷引き^{注2}、商物一致^{注3}などの各原則が、必要に応じて各市場ごとに設定できるようになり、市場の自主性や独自性が強く求められるようになりました。

また、昨今の原材料価格等の高騰等を背景に、食料の持続的な供給に向けての取引の適正化や合理的な価格形成を目指し、卸売市場法が改正（令和8年4月施行予定）

され、市場の認定要件において、農林水産大臣が指定する飲食料品等に係るコスト指標に関して開設者が公表することが追加されました。

注1：中央卸売市場の卸売業者が、その市場の仲卸業者や売買参加者以外へ販売すること

注2：仲卸業者が、生鮮食料品等を中央卸売市場の卸売業者以外から買い入れること

注3：取引と出荷物の流れが一致するように卸売市場内に運びこんだ物品を取引の対象とすること

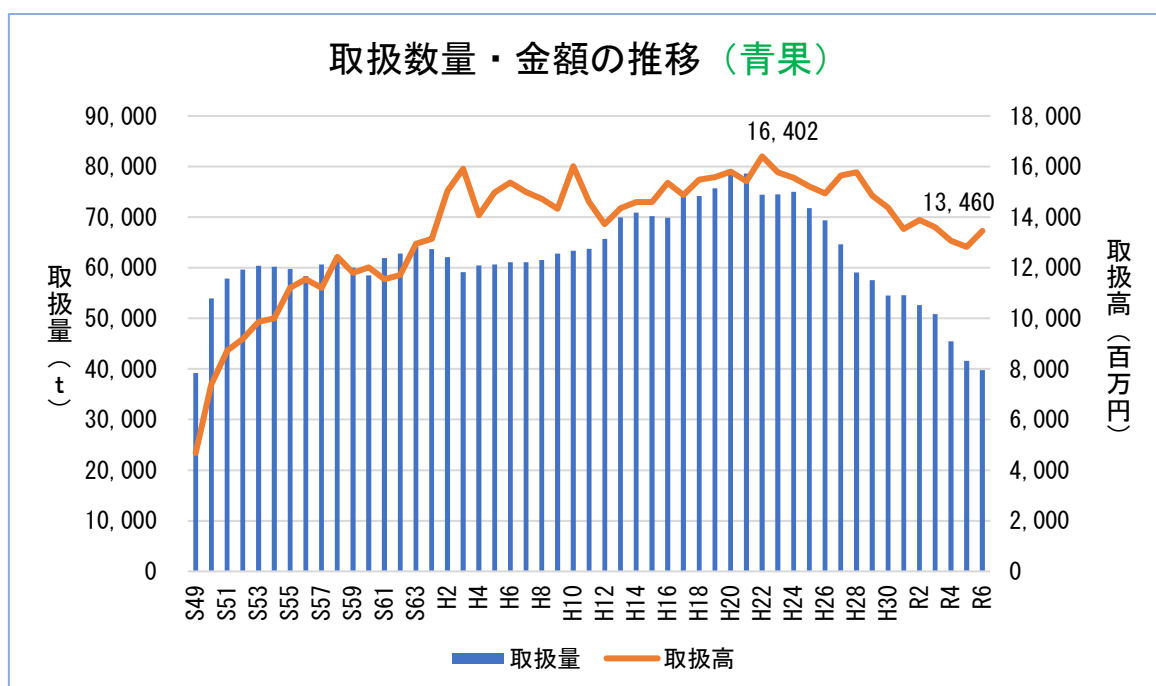
3 和歌山市場の現状

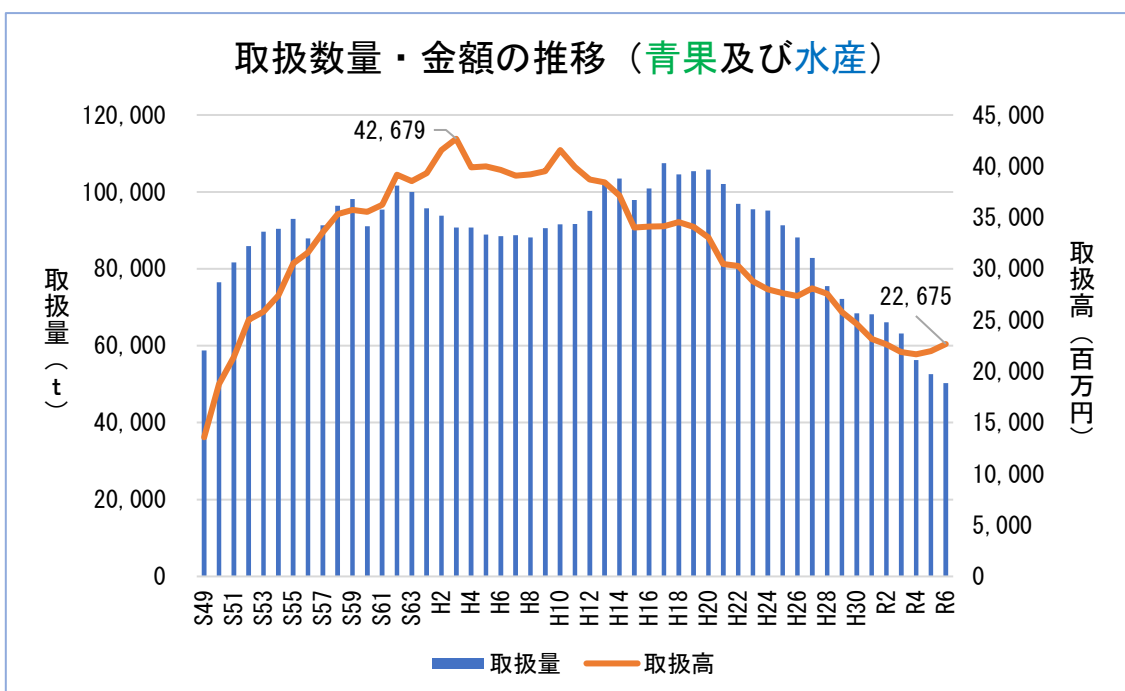
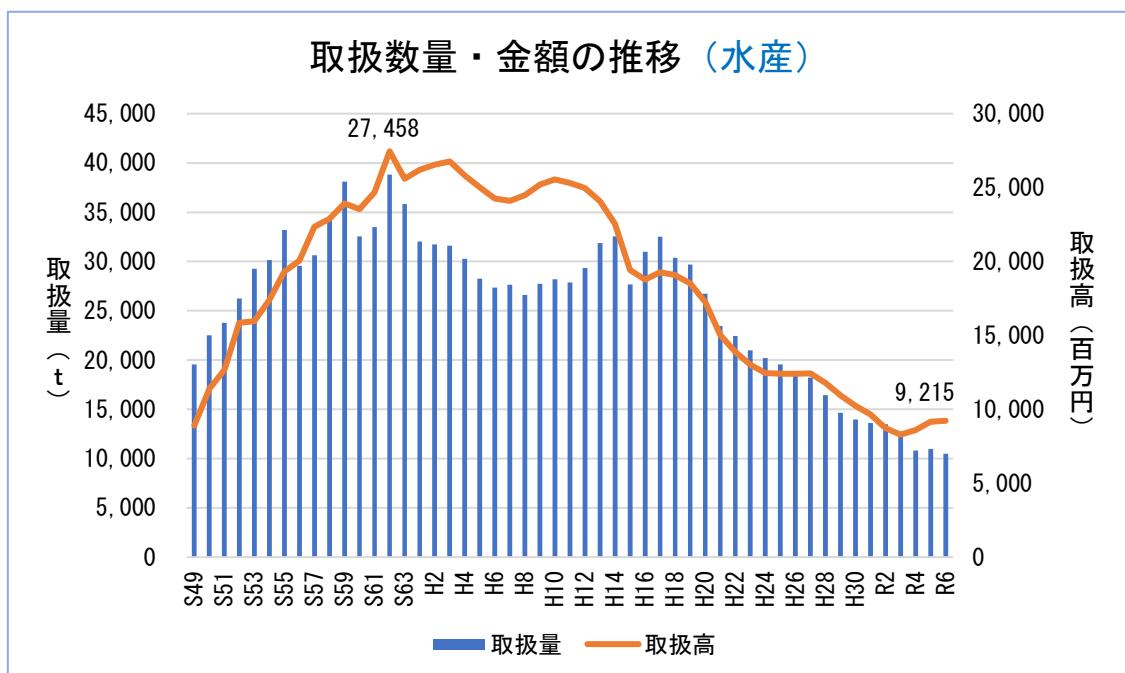
(1) 取扱数量及び金額

当市場の取扱数量については、青果部は平成20（2008）年、水産物部は昭和62（1987）年、市場全体としては平成17（2005）年をそれぞれピークとして、いずれも減少傾向にあります。

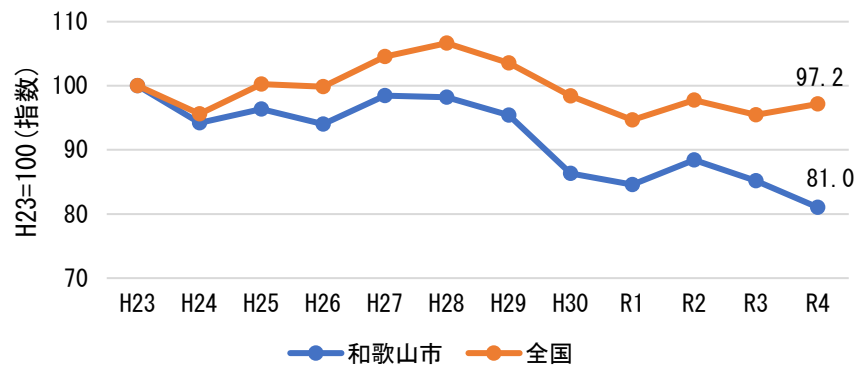
取扱金額についても、青果部は平成22（2010）年、水産物部は昭和62（1987）年、市場全体としては平成3（1991）年をそれぞれピークとして、いずれも減少傾向にあります。物価高の影響等により、直近においては、やや持ち直しの傾向にあります。

全国の中央卸売市場においても、同様の傾向にあります。本市場は全国の市場と比較しても、大変厳しい状況にあります。

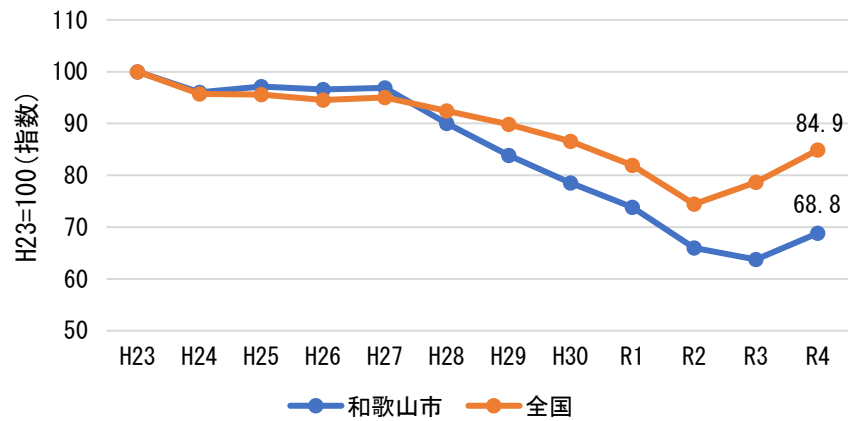




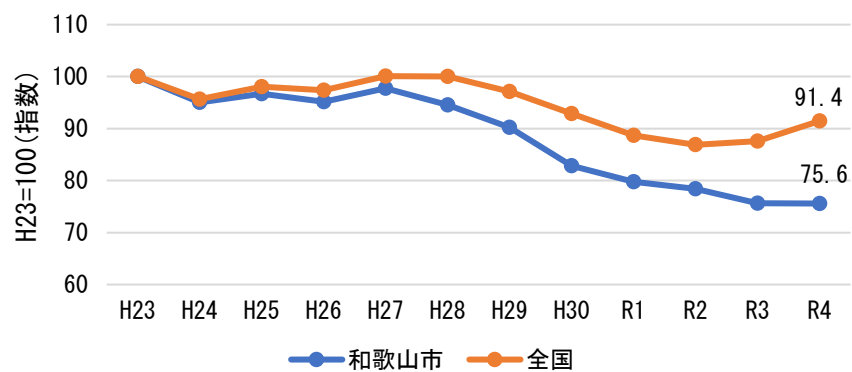
青果の取扱金額（全国との比較）



水産物の取扱金額（全国との比較）



青果及び水産物の取扱金額（全国との比較）



出典：全国に関するデータは、農林水産省「卸売市場データ集」

(2) 和歌山県産生鮮物の占有率

和歌山市場における和歌山県産生鮮物の取扱状況として、他の品目と比べて「果実」の占有率^{注1}が高く、数量、金額ともに増加傾向であります。

注1：全取扱量（又は取扱金額）に対して、和歌山県産が占める割合

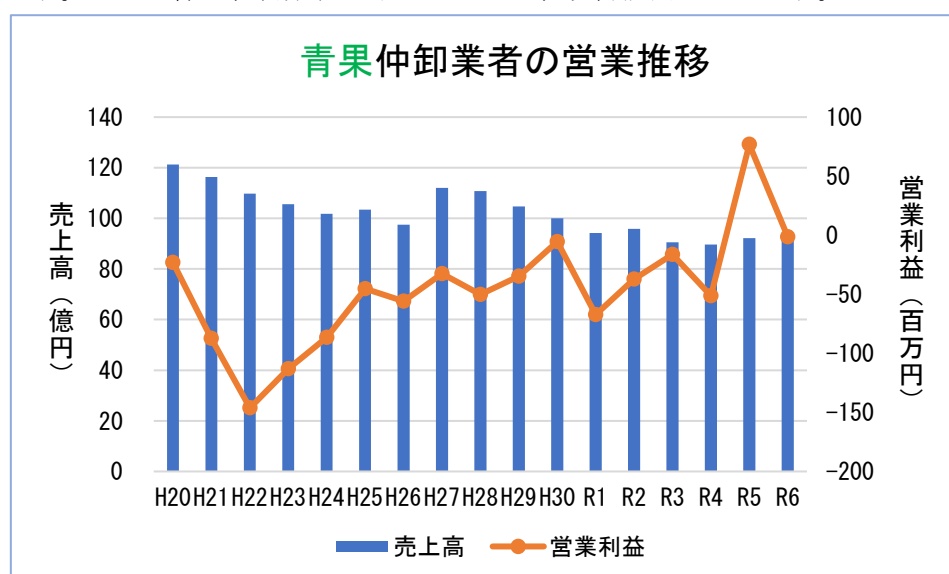
和歌山県産生鮮物 取扱数量及び金額の占有率（％）

	青果				水産物					
	野菜		果実		生鮮		加工		冷凍	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額
H27年	15.3	18.6	52.6	47.2	23.2	19.0	17.0	11.3	0.36	1.30
H28年	14.3	19.7	54.4	50.9	25.5	20.1	15.5	11.0	0.07	0.31
H29年	14.5	20.2	52.7	51.6	25.9	19.4	9.0	10.4	0.07	0.17
H30年	14.5	20.2	53.9	51.3	24.1	20.0	12.7	7.9	0.06	0.26
R1年	16.8	20.6	47.4	44.5	23.9	20.6	8.0	7.3	0.02	0.19
R2年	16.0	20.0	55.0	49.0	22.8	20.0	12.1	6.8	0.02	0.07
R3年	16.4	19.8	56.7	52.4	26.2	21.8	11.0	6.3	0.04	6.27
R4年	15.9	19.0	57.9	51.7	27.0	24.0	10.8	5.3	0.09	0.13
R5年	15.9	19.0	61.2	54.7	23.3	23.1	8.8	5.0	0.06	0.13
R6年	14.9	18.3	61.6	57.1	25.6	24.0	4.5	3.7	0.03	0.08

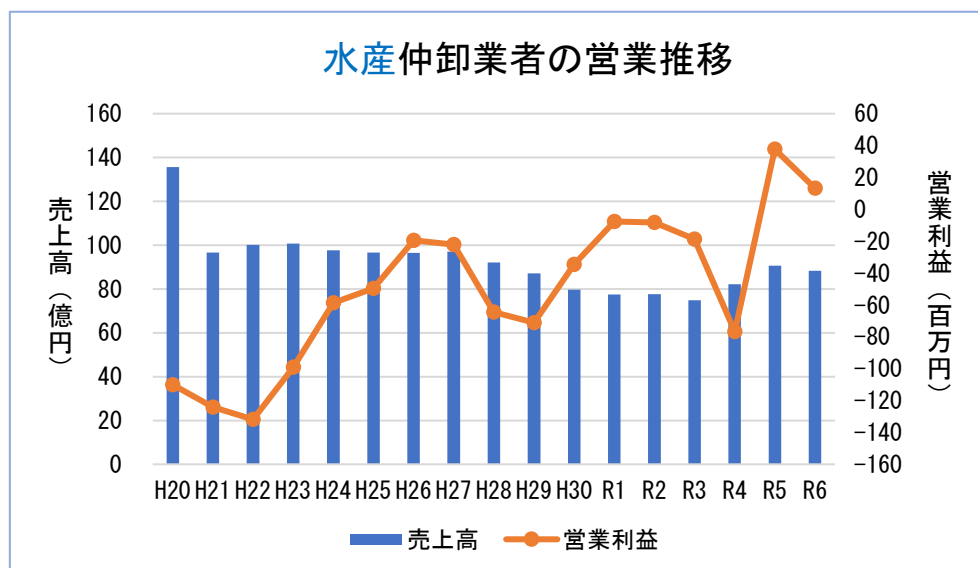
出典：和歌山市中央卸売市場作成「市場年報」

(3) 仲卸業者の売上高及び営業利益

仲卸業者の売上高は、緩やかな減少傾向であります。営業利益は、増加傾向であります。これに伴い、営業利益率についても、改善傾向にあります。



出典：仲卸業者「事業報告書類」

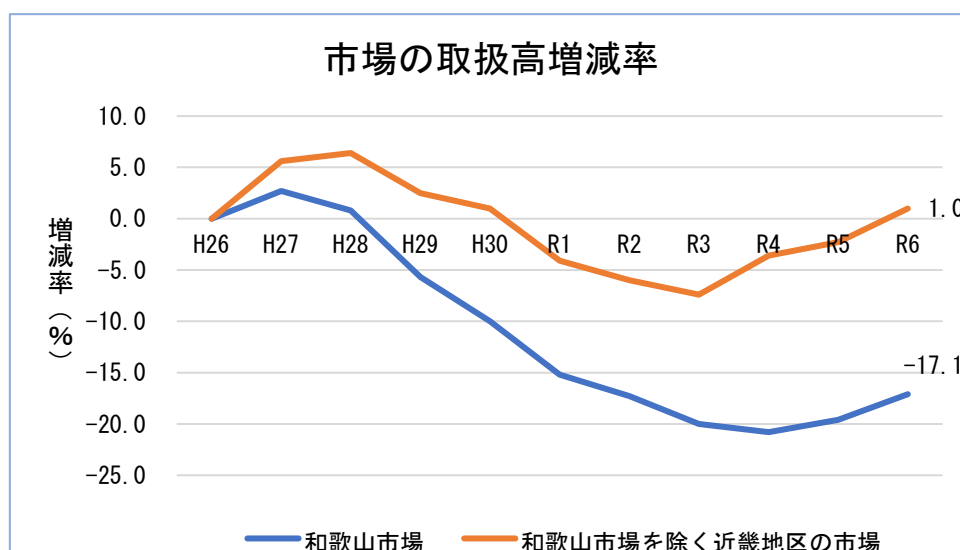


出典：仲卸業者「事業報告書類」

(4) 近畿・全国市場との比較

全国の中央卸売市場における当市場の位置付けについて、令和5（2023）年の取扱状況から比較すると、青果の取扱数量で34番目、取扱金額で31番目、水産の取扱数量で23番目、取扱金額で26番目に位置しています。

また、全国中央卸売市場協会近畿支部に加盟の7市場（表でグレー網掛け）の中でも、比較的下位に位置しており、取扱高の増減率においても、近畿地区の平均を下回って推移しています。



出典：各市場の公開資料をもとに作成

全国中央卸売市場 令和5年取扱状況

順位	青果		水産	
	数量(t)	金額(千円)	数量(t)	金額(千円)
1	東京都 1,765,675	東京都 579,607,137	東京都 309,176	東京都 461,077,748
2	大阪市 658,997	大阪市 211,525,313	大阪市 99,227	大阪市 138,175,482
3	名古屋市 496,126	名古屋市 142,458,983	名古屋市 93,442	名古屋市 113,891,765
4	横浜市 306,081	横浜市 87,399,764	仙台市 65,241	札幌市 89,222,670
5	福岡市 304,088	福岡市 72,945,571	札幌市 64,189	仙台市 76,627,109
6	京都市 220,316	京都市 66,969,152	福岡市 62,320	横浜市 55,851,635
7	札幌市 213,183	札幌市 57,232,807	横浜市 43,118	金沢市 50,405,156
8	大阪府 183,899	大阪府 56,631,023	金沢市 35,839	福岡市 48,441,273
9	岐阜市 167,854	岐阜市 45,634,110	神戸市 31,191	神戸市 45,556,774
10	鹿児島市 167,183	広島市 43,729,618	新潟市 30,891	新潟市 35,565,907
11	広島市 145,040	鹿児島市 36,756,167	大阪府 29,517	大阪府 34,694,157
12	仙台市 128,422	仙台市 35,382,106	京都市 22,946	京都市 33,752,459
13	奈良県 122,944	神戸市 34,057,032	鹿児島市 21,678	岡山市 25,201,730
14	北九州市 116,963	北九州市 32,601,684	徳島市 20,868	広島市 24,938,856
15	神戸市 114,841	奈良県 28,648,042	岡山市 20,091	川崎市 21,577,730
16	八戸市 97,695	宮崎市 27,707,563	広島市 20,050	静岡市 20,279,505
17	宮崎市 94,058	川崎市 27,533,925	静岡市 17,696	徳島市 19,935,591
18	川崎市 92,318	宇都宮市 26,877,899	川崎市 16,941	青森市 18,739,319
19	宇都宮市 85,457	金沢市 25,956,539	姫路市 16,785	浜松市 17,305,047
20	金沢市 84,956	浜松市 23,606,815	青森市 16,448	鹿児島市 16,939,241
21	浜松市 75,094	八戸市 22,485,041	浜松市 15,846	いわき市 16,020,163
22	松山市 72,930	岡山市 21,882,322	高松市 12,026	姫路市 14,061,677
23	岡山市 66,011	松山市 20,807,685	和歌山市 10,970	盛岡市 13,304,126
24	新潟市 65,679	新潟市 18,650,409	いわき市 10,754	高松市 11,370,436
25	徳島市 64,124	徳島市 18,456,222	盛岡市 9,902	奈良県 10,985,351
26	青森市 59,093	高松市 17,251,234	岐阜市 9,317	和歌山市 9,150,285
27	長崎市 57,680	長崎市 15,684,379	奈良県 9,091	福井市 8,063,865
28	高松市 56,634	いわき市 15,377,875	福井市 6,187	宇都宮市 7,419,062
29	盛岡市 50,461	高知市 15,039,166	宇都宮市 5,131	岐阜市 7,300,080
30	静岡市 48,556	盛岡市 13,502,533		
31	いわき市 46,116	和歌山市 12,821,389		
32	沖縄県 45,043	静岡市 12,706,103		
33	高知市 44,085	沖縄県 12,344,103		
34	和歌山市 41,621	青森市 12,020,913		
35	姫路市 28,977	宇部市 8,744,099		
36	宇部市 27,086	姫路市 8,165,661		
37	久留米市 24,626	福井市 7,008,498		
38	福井市 22,735	久留米市 6,632,976		

(注：数値は令和5年1月～12月の合計)

出典：全国中央卸売市場協会概要（令和6年度）をもとに作成

(5) 事業者数の推移

当市場の事業者数は、全国的な市場経由率の低下による取扱高の減少に加え、経営者の高齢化や後継者不足等により、平成21年と比較し半数以下に減少しています。

事業者数推移

	卸売業者		仲卸業者		売買参加者		総合食品 センター	計
	青果	水産	青果	水産	青果	水産		
令和7年	2	1	14	24	26	35	34	136
令和6年	2	1	15	26	29	40	34	147
令和5年	2	1	16	26	29	40	35	149
令和4年	2	1	18	27	31	41	35	155
令和3年	2	1	22	31	37	42	36	171
令和2年	2	1	23	32	37	43	29	167
令和元年	2	1	24	34	38	48	39	186
平成30年	2	1	27	35	43	53	39	200
平成29年	2	1	30	35	43	53	43	207
平成28年	2	1	31	35	43	53	44	209
平成27年	2	1	32	35	50	57	49	226
平成26年	2	1	33	36	50	60	52	234
平成25年	2	1	33	39	51	63	55	244
平成24年	2	1	34	41	55	69	58	260
平成23年	2	1	34	42	56	73	67	275
平成22年	2	1	36	42	61	87	69	298
平成21年	2	1	37	43	61	88	72	304

※各年4月1日時点の数値

※「総合食品センター」におけるR2.4以前の数値は、生産者立売人及び関連事業者の総計

4 これまでの取組と将来の市場の姿

(1) これまでの経営計画

計画名	概要												
和歌山市中央卸売市場経営展望策定書(平成24年3月策定)	市場を取り巻く全国的な情勢を踏まえ、これからの卸売市場のあり方の検討や役割の再確認を行い、本市場の進むべき方向として、3つの基本的理念(①市民・県民の台所としての役割の定着 ②和歌山県産品の発信基地・中心的販売機能・物流拠点機能の充実 ③流通新時代への積極的対応)や、市場の置かれている環境や取扱状況、課題などから「11項目の経営展望構築の柱」を定めた。												
和歌山市中央卸売市場戦略的行動計画(平成25年3月策定)	概ね10年間の方針として策定。基本目標及び目標値(取扱量 97,600t、取扱額 297 億円)を定め、「11項目の経営展望構築の柱」の具体化、取組主体とスケジュールを決定した。 《基本目標》 《11項目の経営展望構築の柱》 <table border="1"> <tbody> <tr> <td>(1) 中央卸売市場敷地の効率的活用</td><td>(2) 中央卸売市場施設の老朽化・耐震化対策</td></tr> <tr> <td>(3) 販売力増強対策</td><td>(4) 水産、青果ごとの集荷力増強対策</td></tr> <tr> <td>(5) 市場機能増強のために必要な機能・施設整備</td><td>(6) 卸売市場入場業者の経営力増強対策</td></tr> <tr> <td>(7) 新しい市場イメージの策定</td><td>(8) 市民消費者に親しまれる取り組み</td></tr> <tr> <td>(9) 今日及び将来の流通構造の変化の分析・予見を踏まえた市場機能の多機能化への取り組み</td><td>(10) 市場会計健全化</td></tr> <tr> <td>(11) 市場再編・市場間連携の視点に照らした検討</td><td></td></tr> </tbody> </table>	(1) 中央卸売市場敷地の効率的活用	(2) 中央卸売市場施設の老朽化・耐震化対策	(3) 販売力増強対策	(4) 水産、青果ごとの集荷力増強対策	(5) 市場機能増強のために必要な機能・施設整備	(6) 卸売市場入場業者の経営力増強対策	(7) 新しい市場イメージの策定	(8) 市民消費者に親しまれる取り組み	(9) 今日及び将来の流通構造の変化の分析・予見を踏まえた市場機能の多機能化への取り組み	(10) 市場会計健全化	(11) 市場再編・市場間連携の視点に照らした検討	
(1) 中央卸売市場敷地の効率的活用	(2) 中央卸売市場施設の老朽化・耐震化対策												
(3) 販売力増強対策	(4) 水産、青果ごとの集荷力増強対策												
(5) 市場機能増強のために必要な機能・施設整備	(6) 卸売市場入場業者の経営力増強対策												
(7) 新しい市場イメージの策定	(8) 市民消費者に親しまれる取り組み												
(9) 今日及び将来の流通構造の変化の分析・予見を踏まえた市場機能の多機能化への取り組み	(10) 市場会計健全化												
(11) 市場再編・市場間連携の視点に照らした検討													

(2)「和歌山市中央卸売市場戦略的行動計画」達成状況

基本 目標	経営展望構築の柱 (11項目)	事業内容	達成状況と課題 (○：達成 △：一部達成 ×：未達成)	
Ⅰ 中央卸売市場の再構築	1 市場機能増強のために必要な機能・施設整備	(1) 配送センター機能等の充実	○	
		(2) 低温売場・閉鎖型売場施設の整備	○	
		(3) 低温・定温加工施設等の整備	○	
		(4) 製氷機の設置についての検討	○	
	2 中央卸売市場施設の老朽化・耐震化対策	(1) 冷蔵庫棟の建設	○	
		(2) 卸売棟の整備	○	
		(3) 関連事業者棟の整備	○	
	3 中央卸売市場敷地の効率的活用	(1) 空き事務所、空き店舗対策	○	
		(2) 市場内スペースの整理	○	
		(3) 市場内物流のスムーズ化	○	
	4 市場会計健全化	(1) 市場用地の有効活用	△	市場再整備により生じた敷地内の空きスペースの一部については、場内事業者による加工施設等に活用されている。
		(2) 管理運営体制の効率化	○	
		(3) 適正規模の整備	○	
		(4) 効率的な物流システムの構築	△	荷物の混載など一部効率的な物流は実現できているが、市場全体としての検討が必要である。
Ⅱ 販売力の強化と和歌山市場のブランド化	1 販売力増強対策	(1) 取扱品の付加価値化(“和歌山市場直送”PR)	×	「和歌山市場直送」という幟やシール、ポスターを用いた市民に対するPRができていない。
		(2) 取引ルール of 適正化	○	
		(3) 取扱業務の拡大	×	市場全体が連携して実需者へのニーズ調査、マーケティングなど販路開拓の取組ができていない。
	2 水産、青果ごとの集荷力増強対策	(1) 産地等と卸売業者間の繋がり強化	△	個別の事業者における各産地との関係強化の取組はしているが、和歌山市場取扱品のブランド化ができていない。
		(2) 直売所設置の検討	×	買出人の減少など市場を取り巻く環境の変化により、実施していない。

	3 卸売市場入場業者の経営力増強対策	(1) 経営支援、経営相談	△	公認会計士による財務検査を通じて事業者の財務の改善・強化を図っているが、経営相談・融資相談・後継者育成など他機関の協力を得ながら、経営基盤の強化のサポートを行う必要がある。
		(2) リテールサポート体制	×	売買参加者などの小売業者に対しての経営・販売促進支援の取組は実施していない。
Ⅲ 開かれた卸売市場の推進	1 新しい市場イメージの策定	(1) 観光客の誘致	×	他機関と連携した観光客誘致の体制はできていない。
		(2) イベントへの参加	△	令和元年以前は、様々なイベントに市場として参加していたが、近年、参加していない。
		(3) P R 冊子の作成	○	
		(4) 関連事業者棟の充実	○	
	2 市民消費者に親しまれる取り組み	(1) 料理教室等の開催	○	
		(2) 市場見学会の実施	○	
		(3) 関連店舗の一般開放	○	
	3 今日及び将来の流通構造の変化の分析・予見を踏まえた市場機能の多機能化	(1) 情報の発信	△	個別事業者による商品 P R などの情報発信はしているが、市場の魅力を伝える取組を行う必要がある。
		(2) 安全・安心の市場	△	新たな施設によって、適切な衛生・品質管理が可能となったが、生産から消費までのトレーサビリティシステムは構築されていない。
		(3) 環境にやさしい市場	△	電動フォークリフトの導入が進むなど、環境負荷の低減に努めているが、さらなる廃棄ロスの削減などに取り組む必要がある。
		(4) 顧客サービスの充実	○	
	4 市場再編・市場間連携の視点に照らした検討	(1) 他市場との連携	△	災害時の相互応援協定は市場間で締結しているが、具体的な行動・対応の確認が必要である。
		(2) 広域的な取引強化	○	

平成25年3月に策定した「和歌山市中央卸売市場戦略的行動計画」において、3つの基本目標と11項目の経営展望構築の柱のもとに具体的な事業に取り組んできました。基本目標Ⅰ「中央卸売市場の再構築」については、市場の再整備などハード面が中心となり、概ね計画を達成してきましたが、基本目標Ⅱ「販売力の強化～和歌山市場のブランド化～」や基本目標Ⅲ「開かれた卸売市場の推進」などについては、未達成の項目も残されているため、必要な取組を再度検討した上で、本ビジョンにおいて、今後も取組を継続します。

(3) 事業者アンケート、個別面談及び意見交換会に係る実施結果

今後の市場活性化に向けた検討を行うことを目的として、場内事業者の意見を聴取しました。

「市場活性化に向けたアンケート」

実施期間：令和6年11月19日～11月29日

回答者数：卸売業者3者、仲卸業者33者、総合食品センター事業者24者

合計60者（回答率79%）

調査概要：事業者の経営状況、売上状況、経営改善等に向けた取組、自社・本市場の強み、自社・本市場の課題、課題解決に向けた取組 など

調査結果概要

①経営状況等（5年前との比較）

【卸売業社】（単位：者）

経営状況			仕入先・産地数			仲卸業者・売買参加者との取引金額		
好転	横ばい	悪化	増加	横ばい	減少	増加	横ばい	減少
	2	1		3			2	1

【仲卸業者・総合食品センター事業者】（単位：者）

	経営状況			売上			顧客・取引先数		
	好転	横ばい	悪化	増加	横ばい	減少	増加	横ばい	減少
仲卸業者	6	16	11	6	12	15	4	13	15
総合食品センター事業者	2	11	15	3	8	17	3	7	17
（合計）	8	27	26	9	20	32	7	20	32

②検討・取組状況

売上増加、取引産地の維持・拡大に向けた検討・取組（単位：者）

	している	していない						
		(理由)	時間がない	人手がない	費用の問題	検討・取組のノウハウがない	不要と判断	その他
卸売業者	3							
仲卸業者	12	19	5	9	5	5	0	1
総合食品センター事業者	11	16	5	6	5	3	3	
(合計)	26	35	10	15	10	8	3	1

経営改善に向けた検討・取組（単位：者）

	している	していない						
		(理由)	時間がない	人手がない	費用の問題	検討・取組のノウハウがない	不要と判断	その他
卸売業者	3							
仲卸業者	13	17	4	5	3	5	1	2
総合食品センター事業者	8	19	4	4	5	3	5	1
(合計)	24	36	8	9	8	8	6	3

③主な意見

課題

- 事業承継（仲卸業者）
- 経営者・従業員の高齢化（仲卸業者）
- 人材の育成（仲卸業者）
- 取引先の減少による売上減少（仲卸業者）
- 人手不足（卸売業者）
- 人口減少の影響による売上減少（卸売業者）
- 諸経費の値上がり（仲卸業者）
- 市場の宣伝不足（仲卸業者）
- 漁獲量の減少による価格の高騰（仲卸業者）

売上増加や経営改善に向け、実施している取組

- 産地への連絡を密にし、生産状況等の情報収集に努め、また市場を取り巻く状況把握に努めている（卸売業者）
- 従業員の労働時間の短縮（卸売業者）
- 量販店から値段の安さを求められるが、安く仕入れて安く売るだけでなく、他の店にない商品を見つけて付加価値を付けて高く売ることが大事（仲卸業者）

- SNSを活用した商品案内と注文受付等（総合食品センター事業者）
- 日付管理を徹底し、廃棄物を減らす（総合食品センター事業者）

課題解決に向け、今後強化すべき取組

- 産地市場の機能強化と、他市場との連携強化（卸売業者）
- 共同集荷、共同配送（卸売業者）

「事業者との個別面談」

実施期間：令和7年1月27日～令和7年2月14日

対象者数：卸売業者3者、仲卸業者10者、総合食品センター事業者5者 合計18者

調査概要：本市場の強み・課題、課題解決に向けた取組 など

①主な意見

事業者・市場の課題

- 今後は荷物が大都市止まりとなることが増えることによって、輸送コストの増加や、和歌山市場から県南部に行く荷物が輸送できないことも生じる（卸売業者）
- 水揚げ自体が減り、また漁師も後継者不足により、取扱量を増やすことは難しい（卸売業者）
- 取扱量は今後も減っていくことが予想される（仲卸業者）
- 売上が下がっているのは、他市場の攻勢の影響が大きい（仲卸業者）

取組のヒント

- 市場の各店舗の配送ルートを集約することで効率化できる（卸売業者）
- 「市場の加工場」を作り、各事業者の分をまとめることで効率化できる（卸売業者）
- 食品ロスを減らすために集めて売るなどしたらどうか（仲卸業者）
- 市場開放イベントを充実してほしい（仲卸業者）

その他

- 県下の地方卸売市場と連携し、和歌山市場が拠点、ハブとなり、荷物を集約することで物流の効率化を図る（卸売業者）
- 人材確保が難しい。時間帯がネックである（卸売業者）
- 市場の再整備完了後に市場まつりを1回から2回に増やすなど事業者が協力しながら進めてはどうか（総合食品センター事業者）
- まるしえは外からみるとわかりにくいので、のぼりを付けてほしい（総合食品センター事業者）

「事業者との意見交換会（グループワーク）」

実施期間：令和 7 年 9 月 30 日

参加者数：卸売業者 22 名、仲卸業者 12 名、総合食品センター事業者 3 名 合計 37 名

実施概要：参加者を 4 グループに分け、①自社の課題、②市場の課題、③10 年後の自社の目指す姿、④10 年後の市場の目指す姿について、各自付箋に記入し、グループ内で、分類、整理をした後、発表を行った。

（A グループ）

売上や販売先、顧客の減少が最大の課題。次に人材に関する課題が多く、例えば、業務開始時間が早いことから人材確保が課題であることや、また、SNS の活用など課題として挙げられた。10 年後目指す姿としては、労働環境の改善や一般客向けの販売も視野に入りたいという意見があった。

（B グループ）

人材不足や育成、資金不足、施設の美化に関する課題があるが、取引先や売上の減少が一番の問題になっている。10 年後のビジョンとして事業者同士の統合や人材の共有等の検討が必要で、売上アップを目指していく、さらに一般客向けの販売にも取り組む等の意見が出た。

（C グループ）

人員不足や高齢化、集客、業務改善が重要な課題で、交通アクセスに関する問題も出てきた。10 年後に若い人が働くためには業務時間の変更や、バス停などもあればいいという意見や、業務効率を上げ、輸出なども含めた様々な販路を広げたいという意見もあった。

（D グループ）

売上の問題もあるが、人材や労働の課題が多い。10 年後はデジタル化や作業の効率化に取り組むことで、人に余裕ができる。夢ではあるが、飲食業などの副業やみんなが儲かるようにしたい等の意見が出た。



個別の意見（抜粋）

（問題点や課題）

「売上減少」「販売先が少ない」「物量が少ない」「資金不足」「自社配送のコストが高い」「魚の減少」「産地の確保」「産地のつながり強化」「客の高齢化」「新規顧客の獲得」「若い従業員が少ない」「営業部門での新卒者採用」「後継者がいない」「人材不足」「若手の育成」「各社の連携が足りない」「仕事の効率化」「市場の清潔感」

「SNSの活用」「スーパーなど和歌山市場での取扱いを増やしてもらう」「人件費が高騰している」「せりの時間が早すぎる」「まるしえに食堂が少ない」「従業員の意識共有」「市場外流通の増加」「一般市民の入りやすさ」「長時間労働の解消」「デジタル化」「業務全体がアナログ」「市場としての行動力」など

（10年後の目指す姿）

「和歌山県産の商品を増やす」「若い人材が多くいる」「ホワイト企業」「働きたい職場に選ばれる」「女性にも働きやすい職場」「事業承継ができている」「給料が増えている」「荷受と仲卸の協力」「食のテーマパーク」「オリジナルアイテムの拡大」「売上増加」「利益アップ」「取扱高倍増」「和歌山市場のオリジナル商品を作る」「人材の共有」「和歌山のすべての食材を市場で賄う」「仲卸業者数の維持」「新

しいことにチャレンジする市場」「関西一の市場」「毎日笑顔で仕事ができている」
「一般客も自由に買い物できる市場」「販売先を世界へ」「活気がある市場」など



（４）将来の目指すべき“市場”の姿

市場の現状や事業者の意見を踏まえ、将来の市場の姿を整理すると、以下の7つの将来像が浮かび上がります。

市場の一番の課題である取扱量・取扱高の増加を図るため・・

産地と密接な関係を構築している市場

市場の課題解決や取組を推進していくため・・

市場内外様々な業種と共に連携している市場

市場の存在価値を高め、物流コストの削減を図るため・・

和歌山の食のハブとなり物流の効率化を推進している市場

市場の商品のブランド化や販路拡大を図るため・・

市場を経由することで新たな付加価値を創出し販売できている市場

市場の魅力を多くの人に伝え、取扱増加につなげるため・・

世界へ情報発信できる市場

人材に関する課題解決や育成を図るため・・

女性や若い人も笑顔で働ける市場

労働課題の改善や作業効率化を図るため・・

デジタル化やD Xにより労働時間の縮減ができている市場

5 新たな活性化ビジョン

(1) 基本理念

市場を取り巻く環境が厳しい時代において、本市場の使命である、和歌山市及び周辺地域に安全・安心な生鮮食料品を安定して供給し続けていくために、開設者を含めた市場関係者が一体となって、市場の競争力を高め、持続的な経営を目指すため、次のとおり基本理念を定めます。

『“共創でひらく・信頼と価値をつなぐ”

笑顔があふれ、誇りを持てる、私たちの市場へ』

和歌山市中央卸売市場は、長きにわたり地域の食卓を支える「食のインフラ」としての役割を担ってきました。しかし、流通構造の変化やニーズの多様化が進む今、私たちは従来の市場機能を超えて進化する必要があります。

私たちが目指すのは、『“共創でひらく・信頼と価値をつなぐ” 笑顔があふれ、誇りを持てる、私たちの市場へ』という未来です。

これからの市場は、関係者だけで閉じるのではなく、地域の方々や多様なパートナーとの「共創」によって、新たな可能性をひらいていきます。

長年培ってきた確かな目利きと品質管理で「信頼」を守り、生産者の想いや地域の食文化といった多様な「価値」を、未来の食卓へと途切れることなくつないでいきます。

市場に関わるすべての人々の「笑顔」があふれ、ここで働くこと、ここに関わることに「誇り」を持てる場所へ。

誰もが愛着を持って「私たちの市場だ」と胸を張れる、活気あふれる拠点を目指して、私たちは挑戦を続けます。

(2) 基本方針

市場の課題を解決するための基本方針を次のとおりとし、市場全体でそれぞれの業務を通じて、実現に努めます。

連携で高める、集める力と売る力

事業者間の連携を図りながら、集荷力の強化を目指すための産地への積極的な営業や、販売力の強化のため、消費者ニーズを的確に捉えた取組を実施します。また、市場のブランディングにも取り組み、市場及び商品の付加価値向上を図ります。

伝え、集い、愛される市場

市場や食に関する情報を積極的に発信し、市場のブランド価値や認知度の向上に取り組めます。また、イベント等を通じて、市場の魅力を身近に伝え、消費の拡大につなげます。

100年先も続く、市場の基盤づくり

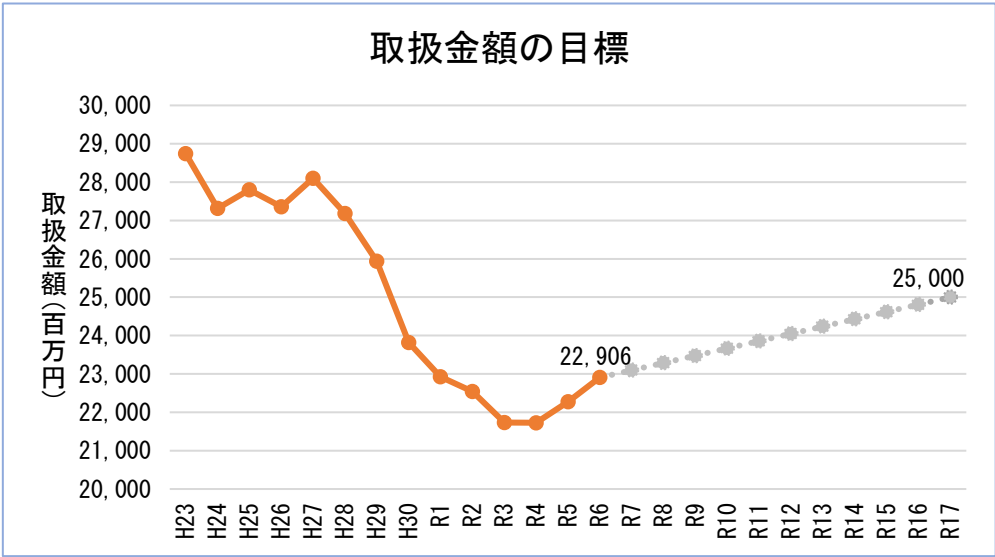
持続可能な市場経営を目指し、事業者において、喫緊の課題である人材確保や育成を図り、安定した経営と将来に向けた事業の継続を図ります。また、新たな歳入確保や早期の南用地活用、環境に配慮した取組等を推進します。

(3) 取扱高の目標設定

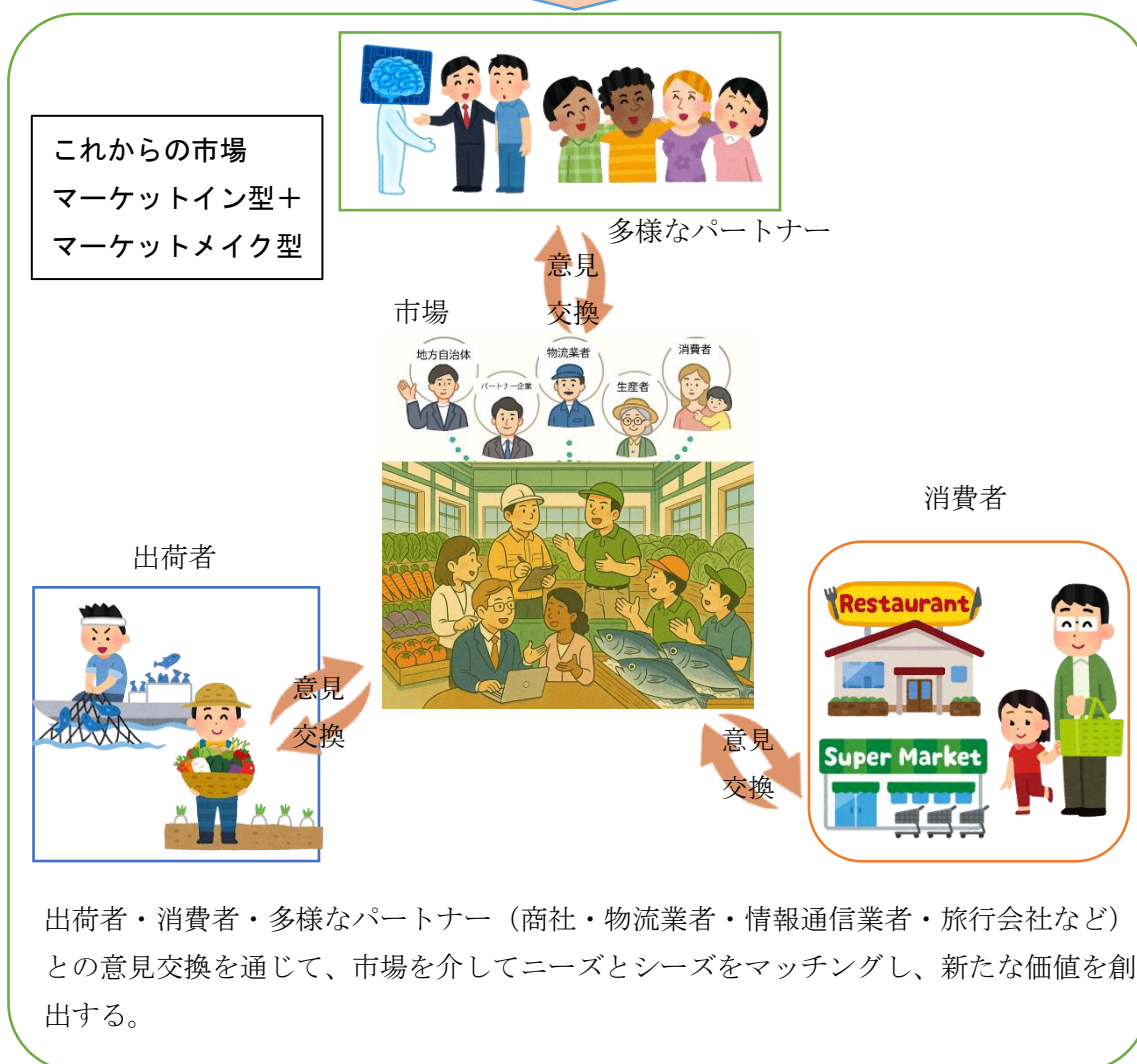
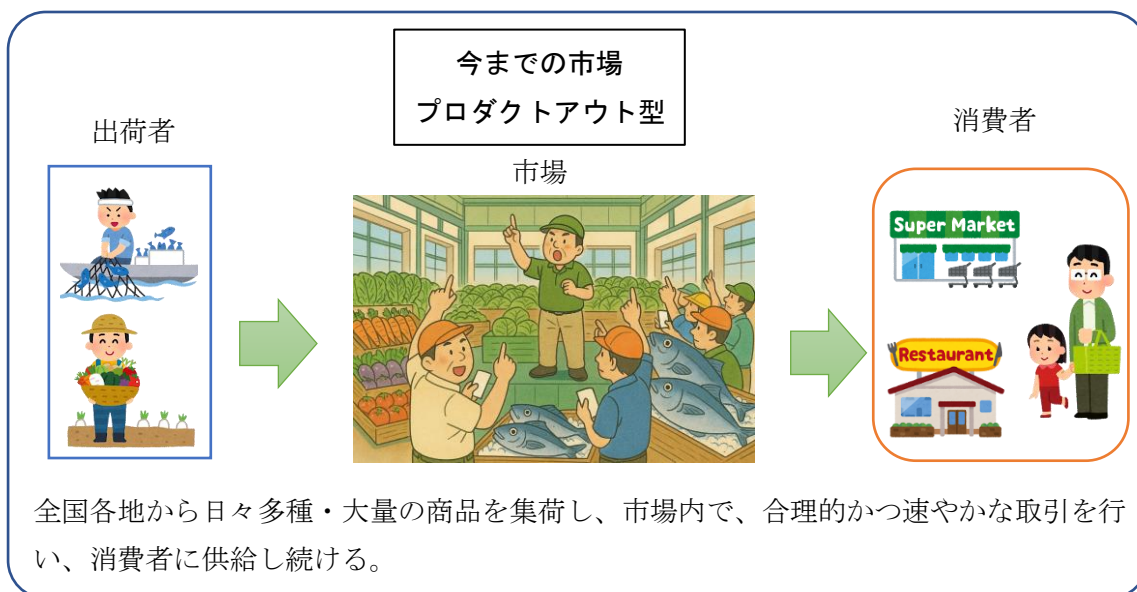
市場を取り巻くさまざまな課題がある中、本ビジョンにおける具体的な取組を進めていくことで、令和17年度の市場の取扱高を250億円とする目標を掲げ、市場一体となって、実現を目指します。

【目標取扱高】

令和6（2024）年度取扱高	令和17（2035）年度取扱高
229億円	250億円



(4) これからの和歌山市場のイメージ



（５）取組事項

基本方針１ 連携で高める、集める力と売る力

（１）事業者間の連携体制の強化

事業者が共同で取り組むことにより、市場全体の集荷・販売力の強化やコスト削減、また業務改善を図ります。さらに、今後の市場を担う経営者や従業員の意欲を喚起し、市場を良くするためのアイデア等を出し合う機会を作ります。

- 【取組指標】・事業者連携による新たな取組実施数 ３件
- ・卸売業者及び仲卸業者の配送保管料 ５％削減
 - ・市場内の事業用自動車 ５％削減

卸：卸売業者 仲：仲卸業者 総：総合食品センター事業者 協：市場協会
短：３年以内 中：５年以内 長：１０年以内 ◎：実施主体 ○：サポート ✓：実施

取組事項	取組主体					実施時期		
	卸	仲	総	協	市	短	中	長
① 事業者連携による課題解決								
ア 経営者や従業員同士の定期的な情報交換の場を設けるなど、市場全体の利益となる取組の検討体制を構築します。	◎	◎	◎	○	○	✓		
イ 輸送体制の情報共有と共同実施を行い、物流の効率化を図ります。	◎	◎	◎	○	○		✓	

（２）市場のブランディング

県下の豊かな農作物や海産物など産地から近いという産地市場の強みを生かすべく、和歌山産品を他府県に売ることにより力を入れ、市場及び市場経由商品の付加価値の向上を図ります。

- 【取組指標】・PR幟等の設置協力店登録数 １００店舗
- ・市場発信の市又は県産のブランド品創出数 １品
 - ・ブランド化商品の平均単価 ２０％増加

取組事項	取組主体					実施時期		
	卸	仲	総	協	市	短	中	長
① 市場のイメージ・認知度向上								
ア 「和歌山市場直送」の幟やシール、ポスターを作成するとともに、設置協力店を募集し、PRを実施します。	◎	◎	○	○	○		✓	
② 市場経由商品のブランド化								
ア 卸売業者と生産者が連携し、市・県産品のブランド化を図ります。また、ロゴマークを作成するなどし、ブランド品の差別化を行います。	◎	○	○	◎	◎			✓

(3) 産地への営業力の強化

産地への積極的な訪問により、生産者等と信頼関係を築き、集荷力の強化を図ります。特に、市・県産品については、重点的に実施します。

【取組指標】・卸売業者の新規出荷者登録数 20件／年増加
・県産品の取扱高 5%増加

取組事項	取組主体					実施時期		
	卸	仲	総	協	市	短	中	長
① 卸売業者による産地訪問								
ア 日常的な訪問等を通じて、産地が望む情報を提供し、集荷力の強化を図ります。また、産地から得られた情報を仲卸業者や開設者と共有します。	◎	○		○	○	✓		
② 和歌山産品の仕入・集荷力の強化								
ア 和歌山産品の取扱拡大のため、地元生産者や出荷団体等と定期的な情報交換を図ります。	◎	○		○	○	✓		

(4) 積極的な販路拡大

消費者ニーズを的確に把握し、ニーズに合わせた出荷に取り組みます。また、市場が生産者と消費者をつなぐコーディネーターとしてそれぞれのニーズのマッチングに取り組み、市場の存在価値を高めていきます。さらなる販路拡大のため、加工機能の強化や新たな買出入の掘り起こし、また、輸出力の強化に取り組みます。

【取組指標】 ・新規販売先 30件／年増加 ・売買参加者数 70者 ・市場からの輸出額 10%増加
--

取組事項	取組主体					実施時期		
	卸	仲	総	協	市	短	中	長
① 小売店・量販店・飲食店等との情報共有								
ア 消費者側のニーズ把握と市場全体での取組強化を図るため、定期的な情報交換会を開催します。	◎	◎	○	○	○	✓		
② 新たな販路開拓								
ア 消費者ニーズに合わせた加工機能を強化します。	◎	◎	◎					✓
イ 売買参加者の承認手続きの見直し等買出人の増加を図ります。					◎	✓		
ウ 輸出先国・地域の規制やニーズに対応した輸出に向け、関係機関と連携し、販路拡大を図ります。	◎	◎	◎		○	✓		

基本方針２ 伝え、集い、愛される市場

（１）積極的なプロモーション

市場の役割を市民に分かりやすく伝えるとともに、旬の食材に関する情報、安全・安心な食のPR、イベントに関する情報などを積極的に発信し、市場のブランド価値や認知度の向上、さらに生鮮食品等の消費拡大を図ります。

【取組指標】 ・SNS等のフォロワー数 2,000人 ・総合食品センター駐車場利用台数 5%増加
--

取組事項	取組主体					実施時期		
	卸	仲	総	協	市	短	中	長
① 多様な情報発信ツールの活用								
ア SNSや動画配信サービス等を活用しながら、旬の食材や生鮮食品の魅力、市場のイベントや活動に関する情報を発信します。	◎	◎	◎	◎	◎	✓		

② 総合食品センターの認知度向上								
ア 事業者によるPR幟の作成やイベントを開催し、認知度向上に向けた取組を実施します。			◎		○	✓		

(2) イベントの充実

市場まつりなどのイベントの開催や、市場外において、各種イベントへの参加や出前講座の開催を通して、市場及び市場経由商品の魅力を伝え、消費の拡大を図ります。

【取組指標】・市場まつり 令和9年度以降毎年開催
 ・市場見学の受入数 5回／年
 ・市場外でのPR活動 3回／年

取組事項	取組主体					実施時期		
	卸	仲	総	協	市	短	中	長
① 市場開放イベントの開催								
ア 市場まつりや市場見学会などを通して市場の魅力を発信します。	◎	◎	◎	◎	○	✓		
イ 定期的な市場開放について手法等検討の上、実施します。	◎	◎	◎	◎	○	✓		
② 市場外イベントへの参加や講座等の開催								
ア 市場外で開催されるイベント等への参加や出前講座の充実等により、市場及び市場経由商品のPRを行います。	◎	◎	◎	○	○	✓		

基本方針3 100年先も続く、市場の基盤づくり

(1) 市場経営の安定化

持続可能な市場経営を目指し、業務の見直しによる管理経費の削減や、保有資産の効率的な活用による新たな収入の確保などを行い、市場経営の安定化を図ります。また、市場の再整備により生じた南用地のうち、活用が決定していない部分については、早期に活用事業者を決定します。

【取組指標】・市場の管理経費 5%削減
 ・新たな受益者負担による増収額 1,000万円／年
 ・市場南用地の利用率 100%

取組事項	取組主体					実施時期		
	卸	仲	総	協	市	短	中	長
① 歳出削減の検討								
ア 業務の見直しや効率化により、管理経費の削減を図ります。					◎	✓		
② 新たな歳入確保の検討								
ア 市場内施設の効率的な活用方法を検討するとともに、駐車場使用料の徴収等受益者負担の適正化を図ります。					◎	✓		
③ 南用地の活用								
ア 市場と連携した賑わいの創出に向け、事業者のヒアリングを継続し、早期の活用を目指します。					◎	✓		

(2) 担い手の確保

市場の事業者において、採用難や従業員の高齢化、後継者不足など人材確保が喫緊の課題となる中、まずは計画期間の10年間で働きやすい環境を整備しながら、安定した経営と、将来にわたり事業の継続が可能となるような取組を推進します。

- 【取組指標】・卸売業者の従業員減少率 10%以内
- ・卸売業者社員の平均年齢 マイナス3歳
 - ・仲卸業者の「高齢を理由とした廃業」 5件以内

取組事項	取組主体					実施時期		
	卸	仲	総	協	市	短	中	長
① 人材確保と事業者支援								
ア 「後継者育成」、「離職防止」、「若手や女性の活躍」等人材確保に向けた研修会を実施します。	◎	◎	◎	○	○	✓		
イ 働きやすい環境を目指し、労働条件を改善します。	◎	◎	◎					✓
ウ 事業者の安定した経営に向け、各種支援に関する情報を提供します。					◎	✓		
② 業務の効率化								
ア 業務の省力化を目指したICTの導入や、必要に応じて市場の取引ルールを見直します。	◎	◎	◎		○			✓

(3) 環境に配慮した取組の推進

消費電力の軽減や廃棄物の削減など環境に配慮した持続的な市場経営に取り組みます。

【取組指標】・市場の電気使用量 5 %削減
・市場のガス使用量 5 %削減
・食品ロスゼロへの取組事業者 3 者

取組事項	取組主体					実施時期		
	卸	仲	総	協	市	短	中	長
① 環境負荷軽減策の実施								
ア 効果的な省エネ設備等の導入やクリーンエネルギーを推進します。	◎	◎	◎		◎		✓	
イ 食品ロスの削減に向けた取組みやリサイクルを推進します。	◎	◎	◎		○		✓	

(4) 危機管理体制の強化

整備後の新たな施設は、大規模な災害に備え、耐震性を確保しましたが、生鮮食料品の安定供給と市場機能の維持を目指して、日頃から高い防災意識と災害発生時の備えを万全にし、市場内で連携しながら取組を行います。

【取組指標】・事業継続計画（BCP）の策定事業者 全事業者
・市場全体での避難訓練実施 1 回／年

取組事項	取組主体					実施時期		
	卸	仲	総	協	市	短	中	長
① 防災意識の育成								
ア 防災等に関する研修会を実施します。	◎	◎	◎	◎	◎	✓		
イ 定期的に防災訓練を実施します。	◎	◎	◎	◎	◎	✓		

(5) 市場におけるDXの推進

持続可能な市場経営を目指す中、今後さらに人材確保や物流効率化等への対応を進める必要性が高まります。それらの課題に対し、デジタル技術の導入・活用を通じた業務の改善を検討します。

【取組指標】・仲卸業者の営業利益額 3 %増加

取組事項	取組主体					実施時期		
	卸	仲	総	協	市	短	中	長
① D X の推進								
ア 商取引や業務の課題解決に向けたD Xを推進します。	◎	◎	◎		○			✓

取組事項一覧

基本方針	取組事項	取組主体					実施時期		
		卸	仲	総	協	市	短	中	長
1 連携で高める、集める力と売る力									
(1) 事業者間の連携体制の強化									
① 事業者連携による課題解決									
ア 取組検討体制の構築		◎	◎	◎	○	○	✓		
イ 共同による物流の効率化		◎	◎	◎	○	○		✓	
(2) 市場のブランディング									
① 市場のイメージ・認知度向上									
ア 市場協力店を通じた認知度向上		◎	◎	○	○	○		✓	
② 市場経由商品のブランド化									
ア 市・県産品のブランド化		◎	○	○	◎	◎			✓
(3) 産地への営業力の強化									
① 卸売業者による産地訪問									
ア 産地への情報提供と場内共有		◎	○		○	○	✓		
② 和歌山産品の仕入・集荷力の強化									
ア 地元生産者等との情報交換		◎	○		○	○	✓		
(4) 積極的な販路拡大									
① 小売店・量販店・飲食店等との情報共有									
ア 情報交換会の開催		◎	◎	○	○	○	✓		
② 新たな販路開拓									
ア 加工機能の強化		◎	◎	◎					✓
イ 買出人の増加						◎	✓		
ウ 輸出強化による販路拡大		◎	◎	◎		○	✓		
2 伝え、集い、愛される市場									
(1) 積極的なプロモーション									
① 多様な情報発信ツールの活用									
ア SNS等による魅力発信		◎	◎	◎	◎	◎	✓		
② 総合食品センターの認知度向上									
ア 幟の作成やイベントの開催				◎		○	✓		
(2) イベントの充実									
① 市場開放イベントの開催									
ア 市場まつり等の開催		◎	◎	◎	◎	○	✓		

基本方針	取組事項		取組主体					実施時期		
			卸	仲	総	協	市	短	中	長
		イ 定期的な市場開放の実施	◎	◎	◎	◎	○	✓		
		② 市場外イベントへの参加や講座等の開催								
		ア イベント参加や出前講座の充実	◎	◎	◎	○	○	✓		
3 100年先も続く、市場の基盤づくり										
	(1) 市場経営の安定化									
	① 歳出削減の検討									
		ア 管理経費の削減					◎	✓		
	② 新たな歳入確保の検討									
		ア 受益者負担の適正化					◎	✓		
	③ 南用地の活用									
		ア 活用事業者の決定					◎	✓		
	(2) 担い手の確保									
	① 人材確保と事業者支援									
		ア 人材確保に向けた研修会の実施	◎	◎	◎	○	○	✓		
		イ 労働条件の改善	◎	◎	◎					✓
		ウ 支援情報の提供					◎	✓		
	② 業務の効率化									
		ウ ICT導入による省力化	◎	◎	◎		○			✓
	(3) 環境に配慮した取組の推進									
	① 環境負荷軽減策の実施									
		ア 省エネ設備の導入等の実施	◎	◎	◎		◎		✓	
		イ 食品ロスの削減等の実施	◎	◎	◎		○		✓	
	(4) 危機管理体制の強化									
	① 防災意識の育成									
		ア 防災等の研修会の実施	◎	◎	◎	◎	◎	✓		
		イ 防災訓練の実施	◎	◎	◎	◎	◎	✓		
	(5) 市場におけるDXの推進									
	① DXの推進									
		ア 課題解決に向けたDXの推進	◎	◎	◎		○			✓

（６）推進体制

本ビジョンを推進していくために、まず、市場協会及び市（開設者）が、市場の課題やニーズ、市場データを把握し、事業者の意見を聴取した上で「①計画」を作成します。次に、取組事項毎に取組主体である事業者、市場協会及び市が連携を図り、取組を「②行動・実行」していきます。実施された各取組については、年１回、和歌山市中央卸売市場運営協議会が、進捗を確認し、「③評価」を行います。評価に基づいて、事業者、市場協会及び市が、取組内容の見直しを行い、取組を「④改善」します。改善された取組は、次年度の「①計画」に反映させていき、毎年、取組をブラッシュアップしていきます。

なお、５年後を目途に、必要に応じて取組事項等の見直しを行います。



6 参考資料

(1) 和歌山市場の概要 (令和7年4月1日現在)

開設者	和歌山市
所在地	和歌山市西浜1660番地401
開設日	昭和49年3月26日(農林大臣開設認可) 昭和49年4月19日(業務開始) 令和2年6月16日(農林水産大臣認定)
敷地面積	122,735m ²
取扱品目	青果部 野菜及びその加工品等 果実及びその加工品等 水産物部 生鮮水産物 加工水産物(塩干、冷凍等)
卸売業者	青果部 2業者 水産物部 1業者
仲卸業者	青果部 14業者 水産物部 24業者
売買参加者	青果部 26業者 水産物部 35業者
総合食品センター事業者	34業者
管理事務所	市職員 14名 (内訳) 経営基盤強化専門監 1名 市場長 1名 副場長 1名 管理班 4名 企画建設班 4名 業務班 3名

(2) 産地別取扱金額 (令和6年・上位3道府県)

青果(野菜)	①北海道 (18.6%)	1,643,245千円
	②和歌山県 (18.3%)	1,616,136千円
	③長野県 (8.5%)	754,006千円
青果(果実)	①和歌山県 (57.1%)	2,644,455千円
	②青森県 (5.6%)	257,408千円
	③長野県 (5.4%)	248,915千円

水産物（生鮮）	①和歌山県（24.0%）	1,301,447千円
	②北海道（10.6%）	574,940千円
	③長崎県（6.8%）	367,647千円
水産物（加工）	①大阪府（26.0%）	703,653千円
	②兵庫県（14.8%）	401,666千円
	③愛知県（9.5%）	256,878千円
水産物（冷凍）	①大阪府（21.4%）	229,348千円
	②北海道（7.0%）	74,790千円
	③兵庫県（1.2%）	12,598千円

（３）品目別取扱金額（令和6年・上位3品目）

青果（野菜）	①玉葱（8.9%）	787,383千円
	②キャベツ（6.3%）	553,663千円
	③胡瓜（5.4%）	475,296千円
青果（果実）	①早生みかん（18.1%）	837,325千円
	②みかん（10.6%）	488,752千円
	③苺（10.4%）	482,133千円
水産物（生鮮）	①ぶりめじろ（7.1%）	383,091千円
	②まだい（6.1%）	330,999千円
	③まぐろ（4.3%）	234,620千円
水産物（加工）	①塩さけ（7.8%）	210,647千円
	②塩さば（7.3%）	199,089千円
	③かまぼこ（7.2%）	196,334千円
水産物（冷凍）	①冷凍かに（16.8%）	180,858千円
	②冷凍えび（13.2%）	141,639千円
	③冷凍さば（6.2%）	66,629千円

和歌山市中央卸売市場 活性化ビジョン

発行年月：令和８年３月

発行：和歌山市

編集：産業交流局 農林水産部 中央卸売市場

〒６４１－００３６

和歌山市西浜１６６０番地４０１

TEL ０７３－４３１－３１６１

FAX ０７３－４３１－３１６４