

## 「和歌山市中央卸売市場活性化ビジョン」の要点

### 和歌山市中央卸売市場の目的・役割 (P1~2)

和歌山市中央卸売市場は、昭和49年の開設以来、多種多様な生鮮食料品等を安定的かつ適正価格で供給し、市民生活の安定と向上に寄与しています。また、市場の再整備によって耐震性を有し、適切に温度管理された施設がすべて完成することで、より一層、新鮮で安心な食を市民に届けることが可能となります。こうした和歌山の食の下支えに加え、今後は、国内外に向け、質の高い和歌山食文化を発信する、自立した基地としての機能を果たしてまいります。

### これまでの取組 (P17~20)

市場の活性化に向けての取組としては、これまで策定した計画において「販売力の強化（和歌山市場のブランド化）」や「開かれた卸売市場の推進」など、目標を掲げ取り組んできました。

#### 「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)」から本ビジョンへの主な継続・強化事業

取組事業	取組状況及び課題	本ビジョンでの対応
効率的な物流システムの構築	コスト削減を目指した物流システム構築の取組。 ⇒荷物の混載など一部の事業者間で実現できているが、 <b>市場全体で物流効率化の検討</b> ができない。 <b>事業者の連携が課題。</b>	事業者同士の連携による検討体制を構築し、輸送体制の情報共有と共同実施を行う。
取扱品の付加価値化（和歌山市場直送PR）	『和歌山市場直送』の幟やシール、ポスターを小売店や飲食店に配布し市民に対してPRを行う取組。 ⇒実施できない。	『和歌山市場直送』の幟やシール、ポスターなどを作成し、市場と取引のある市内の小売店や飲食店を通じて市民に対してPRを行う。
取扱業務の拡大	大型量販店などのニーズを把握し、場内業者、開設者が連携してマーケティング、販路開拓を行う取組。 ⇒市場一体として実施できない。 <b>事業者の連携が課題。</b>	国内外問わず積極的な販路拡大を目指し、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する。
産地、消費者等と卸売業者間の繋がり強化	各産地との関係強化による集荷量の安定と、和歌山産品等のブランド化を目指す取組。 ⇒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、 <b>和歌山市場取扱品のブランド化</b> ができない。	日常的な訪問等を通じて、産地が望む情報を提供し、集荷力の強化を図る。また、産地から得られた情報を仲卸業者や開設者と共有する。さらに、市・県産品のブランド化を目指すとともに、ロゴマークなどにより差別化を図る。
情報の発信	消費者ニーズの把握に努め、必要とされる商品の集約やその情報発信を行う等の取組。 ⇒各社個別に情報発信しているところがあるが、 <b>市場として消費者ニーズの把握やその他取組はできない。</b>	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する。

また、年1回の「市場まつり」（現在は整備中のため実施していない）や、小学生対象の「市場体験」、事業者主催の「まるしぇでのイベント」、小学生対象の食育授業、生涯学習課と連携した料理教室などを実施しています。

ハード面においては、市場の再整備により、適切に温度管理された施設での業務が可能となることは、生鮮食料品を取り扱う上で大きな利点であります。

### 市場を取り巻く環境・和歌山市の現状 (P3~16)

平成25年以降市場を取り巻く環境がさらに変化

- 人口減少による食料消費の減少
- 魚介類の世帯当たりの年間購入額の減少
- 専門小売店の減少とスーパーの増加
- 卸売市場経由率の低下(市場外流通拡大)



- 総農家数と漁業経営体の減少
- 市場の取扱量・取扱金額の減少
- 事業者数が減少



#### 事業者の声 (P20~25)



- 5年前と比べて、物量が少なく、高品質の商品は大都市に流れしていくので、経営状況、売上等が「横ばい」又は「悪化」「減少」とした事業者が多数
- 取引先や売り上げの減少が一番の問題
- 共同事業や共同配送を強化すべき
- 配送集約で効率化が可能
- 各社との連携が足りない、例えば配送を市場に集約することで効率化ができる。
- 和歌山市場のオリジナル商品を作るべき
- 市場の宣伝不足が課題でもっとPRすべき
- 市場開放イベントを充実すべき
- 後継者不在、人手不足、人材確保が課題
- 早朝勤務、作業効率の課題が多い

#### 将来の目指すべき“市場”的姿 (P26)

- 産地と密接な関係を構築
- 市場内外様々な業種と共に連携
- 和歌山の食のハブとなり物流の効率化の推進
- 市場を経由することで新たな付加価値を創出し販売
- 世界へ情報発信できる市場
- 女性や若い人も笑顔で働く市場
- デジタル化やDXによる労働時間の縮減

## 基本理念と基本方針 (P27~29)

### 『“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』

#### 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みます。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。

#### 今までの市場 プロダクトアウト型



#### 消費者



#### 出荷者



市場  
大量の商品を合理的な価格で速やかに消費者に供給

#### これからの市場 マーケットイン型+マーケットメイク型



#### 市場



#### 出荷者



ニーズとシーズをマッチングし新たな価値を創出

#### 多様なパートナー



#### 消費者



### 取組事項 (P30~39)

#### 基本理念 “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

##### 基本方針1 連携で高める、集める力と売る力

- 事業者間の連携体制の強化
- 市場のブランディング
- 産地への営業力の強化
- 積極的な販路拡大

##### 基本方針2 伝え、集い、愛される市場

- 積極的なプロモーション
- イベントの充実

##### 基本方針3 100年先も続く、市場の基盤づくり

- 市場経営の安定化
- 担い手の確保
- 環境に配慮した取組の推進
- 危機管理体制の強化
- 市場におけるDXの推進

#### 主な取組例

##### 市場活性化推進会議

従来実施していた各団体の代表者が集まる代表者会議だけでなく、新たに、経営者・従業員・市場内外の多様なパートナーと共に、市場を取り巻く課題について、意見交換や新たな取り組みのきっかけとなる会議を実施する。

##### 戦略的プロモーション・ブランディング推進事業

今まで実施できていなかった、市内・市外・世界への市場PRをイベントやSNSを活用して発信することで、市場を知る・見る・味わうきっかけを創出する。

##### 集荷力・販売力強化事業

これまで取り組んできた日常的な産地訪問や、消費者向けの加工・販売活動をさらに強化するために、多様なパートナーと連携しながら、生産者の情報や国内外の消費者の新たなニーズを共有し、市場に新たな価値を創出していく。