

# 青森市中央・公設地方卸売市場 経営ビジョン改訂版(案)

令和3(2021)年3月 策定

令和8(2026)年3月 改訂

青 森 市

# [ 目 次 ]

はじめに . . . . . 1 ページ

## 第1章 卸売市場を取巻く環境の変化

1. 卸売市場法及び業務条例等の改正 . . . . .	2 ページ
2. 人口の減少と少子高齢化の進展 . . . . .	4 ページ
3. 生鮮食料品等の流通構造の変化 . . . . .	5 ページ
4. 消費者の食生活やニーズの変化 . . . . .	8 ページ
5. 環境問題への対応 . . . . .	10 ページ
6. 大規模災害等の発生 . . . . .	10 ページ

## 第2章 青森市中央・公設地方卸売市場の現状と課題

1. 青森市中央・公設地方卸売市場の立地環境 . . . . .	11 ページ
2. 青森市民の消費動向 . . . . .	11 ページ
3. 売上高の現状 . . . . .	12 ページ
4. 卸売業務の状況 . . . . .	13 ページ
5. 仲卸業務の状況 . . . . .	18 ページ
6. 関係業者数の推移 . . . . .	19 ページ
7. 卸売市場特別会計の状況 . . . . .	20 ページ
8. 施設の状況 . . . . .	23 ページ
9. 青森市中央・公設地方卸売市場を取巻く状況の整理と課題 . . . . .	24 ページ

## 第3章 将来像、基本方針及び取組内容

1. 将来像 . . . . .	26 ページ
2. 基本方針及び取組内容 . . . . .	26 ページ
3. 推進体制等 . . . . .	37 ページ
経営戦略 . . . . .	39 ページ

## はじめに

これまで本市では、市場運営の将来的な方向性を示すものとして、平成25(2013)年9月に「青森市中央卸売市場経営ビジョン」を策定しました。

その後、平成30(2018)年6月に改正卸売市場法が公布され、令和2(2020)年6月に施行されました。この改正では、民間事業者による中央卸売市場の開設が可能となったほか、卸売市場に対する国や都道府県の関与が大幅に縮小し、全国共通の取引ルールが見直されるなど、卸売市場のあり方を抜本的に見直した内容となっていました。

また、総務省からは、卸売市場を含む各公営企業が的確な現状把握と中長期的な視野に基づく計画的な経営に取り組むとともに、徹底した効率化と経営健全化を行うことができるよう、各自治体に対し「経営戦略」の策定を求めておりました。

このような背景から、当市場では同法の改正を踏まえた青森市中央卸売市場業務条例等を改正・施行するとともに、新たに経営戦略の視点も取り入れた「青森市中央・公設地方卸売市場経営ビジョン」を令和3年3月に策定し取り組んできました。

この度の改訂は、令和3年に経営ビジョンを策定してから5年が経過し、施設の老朽化、人口減少や少子高齢化、インターネット販売等をはじめとする市場外流通の増加、2024年の物流問題、異常気象や自然災害による影響等、当市場を取り巻く情勢も大きく変化していることから、中間的に見直しを行なったものです。

改定後の経営ビジョンにつきましては、引き続き市場関係者と一体となって取り組んでまいります。

# 第1章 卸売市場を取巻く環境の変化

## 1. 卸売市場法及び業務条例等の改正

### (1) 卸売市場法の改正

国では、農林漁業者の所得を向上させ、消費者ニーズへの的確に応えていくためには、卸売市場を含めて、新たな需要の開拓や付加価値の向上につながる食品流通構造を確立していくことが重要と考え、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ため、平成30（2018）年6月に卸売市場法を改正し、令和2（2020）年6月に同法が施行されました。

法改正前の卸売市場は、国又は都道府県が立案した「卸売市場整備計画」に基づいて計画的に整備するもので、開設に当たっても国等の許認可が必要であり、市場取引に関する取引ルールも細かく規定されていましたが、法改正により、卸売市場整備計画が廃止され、条件を満たせば卸売市場を開設できる認定制に移行するとともに、共通ルール以外の取引ルールが原則廃止されるなど、国等の役割が大幅に変更されました。

#### ① 開設者に関する事項

事項	改正前	改正後
市場を開設できる者	都道府県、人口20万人以上の市	民間も可能

#### ② 国等の関与に関する事項

事項	改正前	改正後
卸売市場整備計画	国又は都道府県の策定	廃止
市場開設の認可・許可	国の開設認可・都道府県の開設許可	国又は都道府県の開設認定

#### ③ 卸売業者に関する事項

事項	改正前	改正後
卸売業務の許可	国又は都道府県の許可	廃止

#### ④ 取引ルールに関する事項

事項	改正前	改正後
取引ルールの規定	全国一律の取引ルールを規定	共通ルールのみ規定

①売買取引の方法の公表、②差別的取扱いの禁止、③受託拒否の禁止、④代金決済ルールの策定・公表、⑤取引条件の公表、⑥取引結果の公表、⑦その他の取引ルールの公表、以上7つが「共通ルール」です。

法改正により、これ以外の取引ルールを定めるかどうかは各開設者に任せられています。

## (2) 業務条例等の改正

市では、法改正を受け、青森市中央卸売市場業務条例等を改正し、令和2（2020）年6月に施行しました。

新たに、取引参加者に対する指導及び助言や卸売業務の許可を開設者の役割として定めるとともに、共通ルール以外の不要な規制を廃止するなど、開設者の役割や責務を定め、取引の自由度を増す内容となりました。

### ① 開設者に関する事項

事項	改正前	改正後
指導及び助言	規定なし	開設者が取引参加者に行う

### ② 国等の関与に関する事項

事項	改正前	改正後
改善措置命令対象	卸売業者	開設者

### ③ 卸売業者に関する事項

事項	改正前	改正後
卸売業務の許可	規定なし	市長の許可

### ④ 取引ルールに関する事項

事項	改正前	改正後
取引ルールの規定	全国一律の取引ルールを規定	共通ルール以外の不要な規制の廃止

当市場では、共通ルール以外に、法改正前から定めていた取引ルールの一部を継続する一方、市場取引を活性化するための改正を行いました。

- ① 物流を効率化するため、商物一致原則を廃止
- ② 取引の柔軟性を高めるため、品目ごとに定められていた取引方法の制限を廃止
- ③ 業務の効率化のため、事務手続きを簡素化

## 2. 人口の減少と少子高齢化の進展

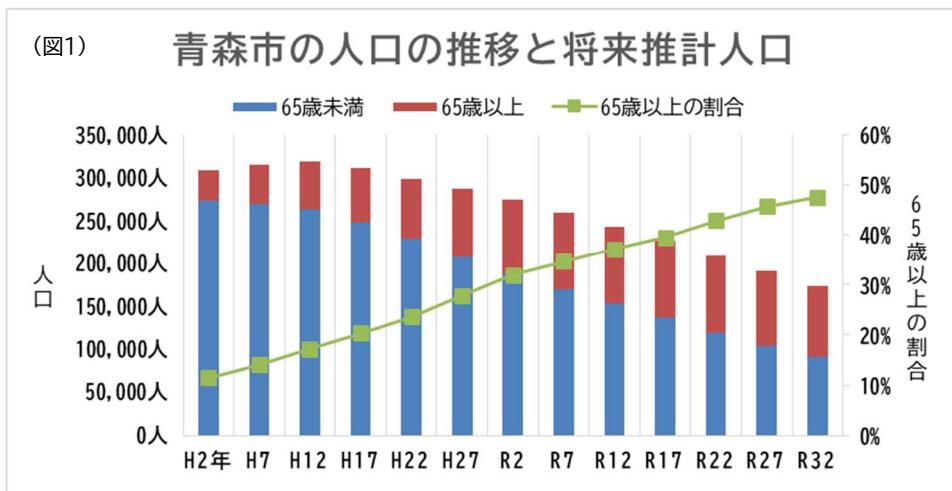
### (1) 全国的な人口の推移と将来推計人口

我が国の総人口は平成20（2008）年の1億2,808万人をピークに減少を続け、国立社会保障・人口問題研究所が令和5（2023）年に推計した「日本の将来推計人口」によれば、令和32（2050）年には1億469万人と、ピーク時の約82%まで減少すると推計されています。それに伴い、令和32（2050）年には65歳以上の割合が約37%まで拡大するなど、少子高齢化の進展が予想されています。

### (2) 青森市の人口の推移と将来推計人口

青森市は平成17（2005）年に旧浪岡町と合併し中核市となりましたが、人口は、平成12（2000）年の318,732人をピークに年々減少傾向にあり、令和32（2050）年には174,205人と、ピーク時の約55%まで減少すると推計されています。

また、令和32（2050）年には65歳以上の割合が約48%まで拡大するなど、全国的な傾向以上のスピードで少子高齢化が進行すると見込まれています。



\*合併前の人口は旧青森市と旧浪岡町の合計値

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

### (3) 食料消費への影響

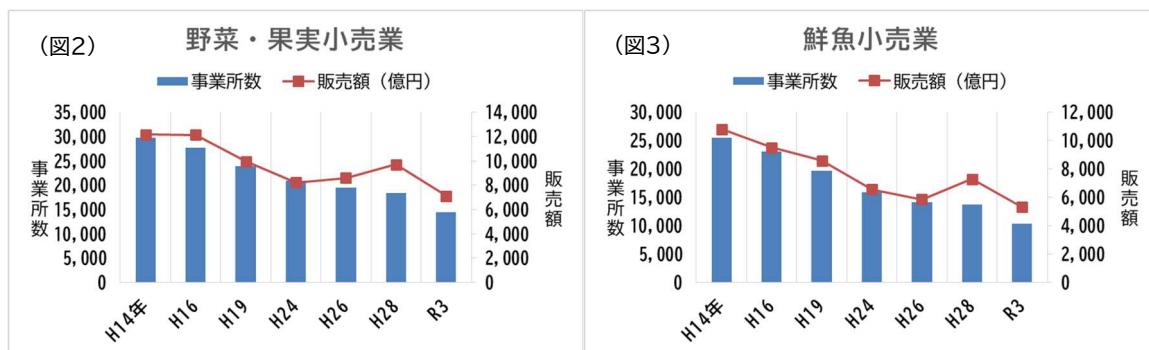
農林水産政策研究所が令和元（2019）年8月に発表した「我が国の食料消費の将来推計（2019年版）」によると、食料消費総量（1人当たりの食料消費将来推計×日本の将来推計人口）は、平成29（2017）年を100%とすると、令和32（2050）年は最大66%まで減少すると推計されています。

また、1人当たりの食料支出額（食料に支出する金額）は、平成27（2015）年を100%とすると、令和22（2040）年に加工食品は132%に増加するものの生鮮食品は89%に減少し、全体的な食料支出総額（1人当たりの食料支出額×日本の将来推計人口）も、長期的には人口減少により縮小すると見込まれています。

### 3. 生鮮食料品等の流通構造の変化

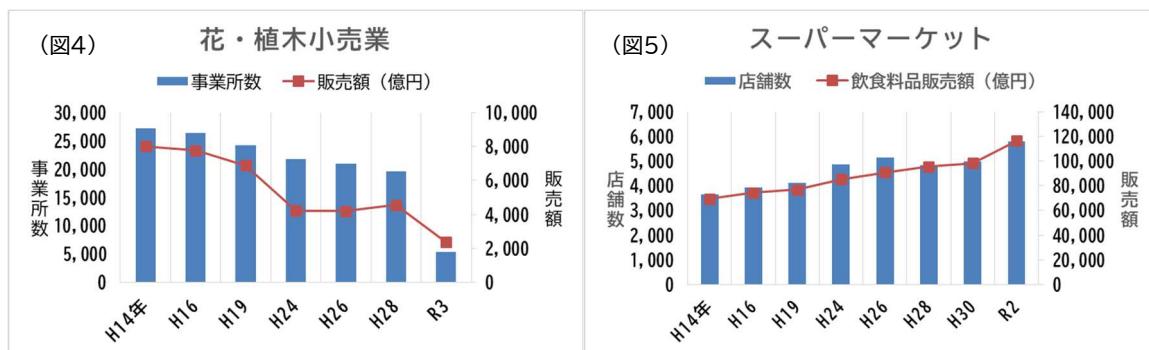
#### (1) 専門小売店の減少と量販店の進出

近年、我が国の生鮮食料品等の流通構造は、野菜・果実小売店等の専門小売店が減少傾向にあり、代わりに、スーパー・マーケット、コンビニエンスストア及びドラッグストアの店舗数が増加するとともに、これらの店舗における食料品の販売額も増加傾向にあります。



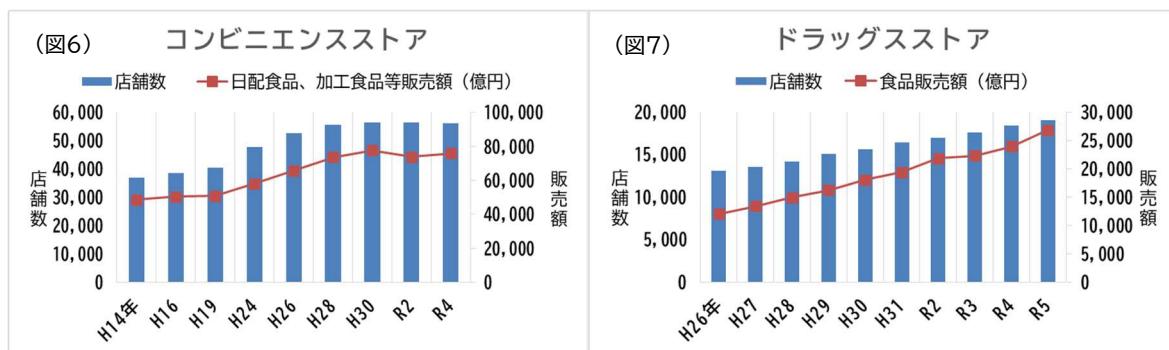
出典：経済センサスー活動調査（総務省）

出典：経済センサスー活動調査（総務省）



出典：経済センサスー活動調査（総務省）

出典：経済センサスー活動調査（総務省）



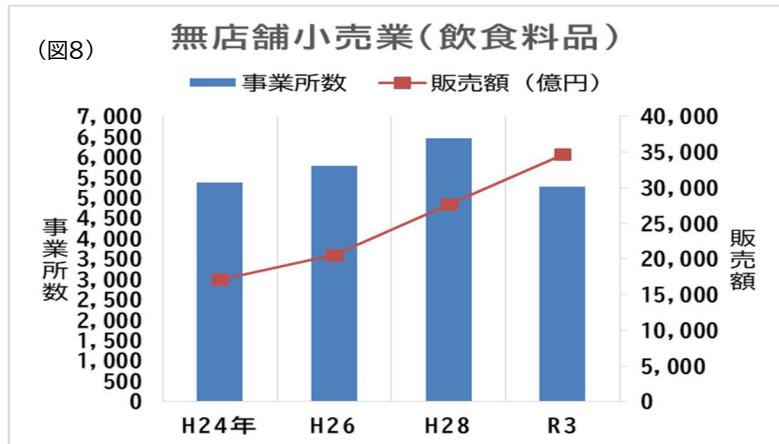
出典：商業動態統計（経済産業省）

出典：商業動態統計（経済産業省）

## (2) 市場外流通の拡大

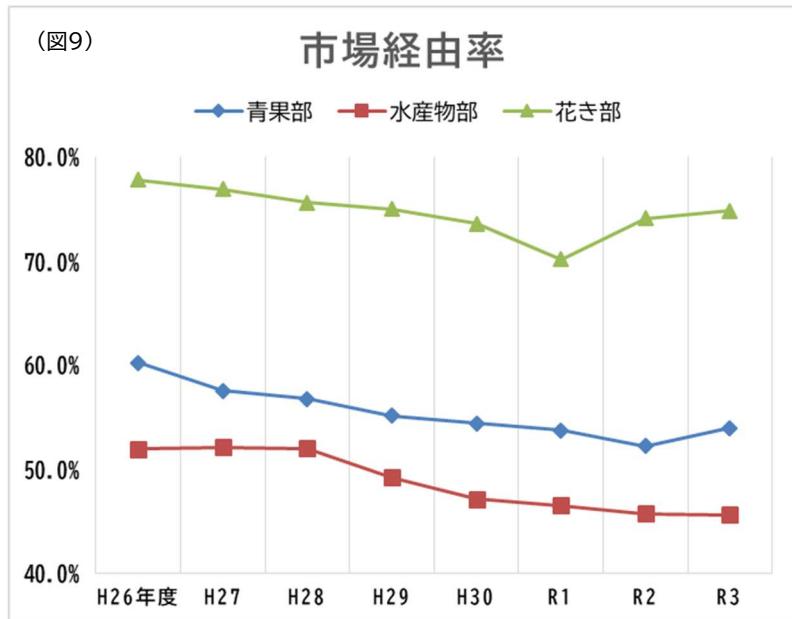
全国的に生産者による直販やインターネット販売など、卸売市場を経由しない取引、いわゆる市場外流通の手法が多様化し拡大してきています。

インターネット販売を主とする無店舗小売業（実店舗を持たない小売業）の飲食料品販売額が大きな伸びを見せる一方、市場外流通の拡大により、生鮮食料品の市場経由率は年々低下しています。



出典：経済センサス－活動調査（総務省）

平成26（2014）年度と令和3（2021）年度の全国の中央卸売市場の市場経由率を比較すると、青果は6.3%、水産は6.3%、花きは3.0%低下しており、いずれも低下傾向にあることが分かります。



出典：卸売市場データ集（農林水産省）

### (3) 商物一致原則の廃止と市場間競争

卸売市場は、大きく分けて次の4つの機能を有しています。

機能	内容
集荷・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、消費者のニーズに応じて、迅速かつ効率的に必要な品目、量に分荷する機能。
価格形成機能	需給を反映した公正で透明性の高い価格を形成する機能。
代金決済機能	出荷者へ迅速・確実に販売代金を決済する機能。
情報受発信機能	需給情報を収集し、川上（出荷者）・川下（消費者）に伝達する機能。

平成30年の法改正で「商物一致原則」が廃止されました。

商物一致原則とは、取引する物品を卸売市場に持ち込まなくてはいけないという原則ですが、この原則があることで取引参加者が実際の商品を見ることができ、安心・安全な取引を行うことができるメリットがある一方、物流コストや時間がかかるデメリットがありました。

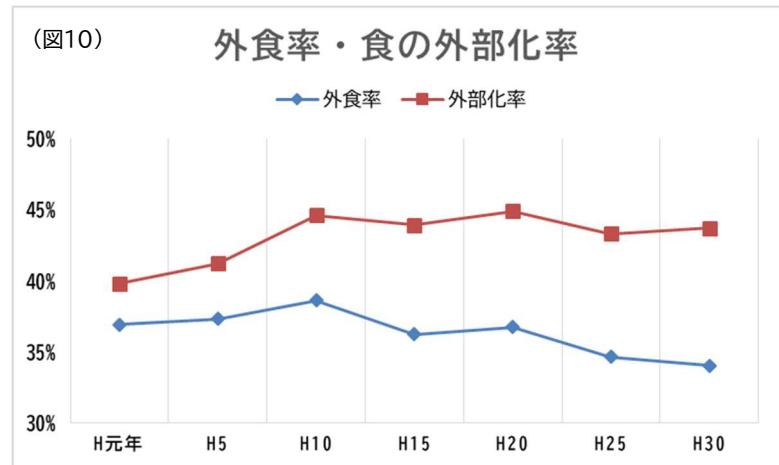
物流の整備や輸送方法の高度化に伴って卸売市場の取引は広域化しており、物流の効率化の点からも商物一致原則の廃止は時代の流れに沿ったものと言えます。産地から小売店へ直接商品を納品したり、これまで取引できなかった産地と取引したりできるようになることで新しい取引を創出するチャンスが生まれ、卸売市場の「流通拠点」としての重要性が高まることが予想されます。

また、当市場と同様、他の多くの卸売市場が法改正に伴い商物一致規制を廃止していることから、これらの卸売市場との市場間競争が激しくなることが予想されます。

## 4. 消費者の食生活やニーズの変化

### (1) 食の外部化と食の志向

公益財団法人食の安全・安心財団の調査による外食率（家計の飲食料費に占める外食費の割合）と外部化率（家計の飲食料費に占める外食費+総菜・料理小売品費の割合）の推移を見ると、外食率が低下している一方で外部化率は増加しており、家計の飲食料費に占める総菜等の割合が増加傾向にあることが分かります。



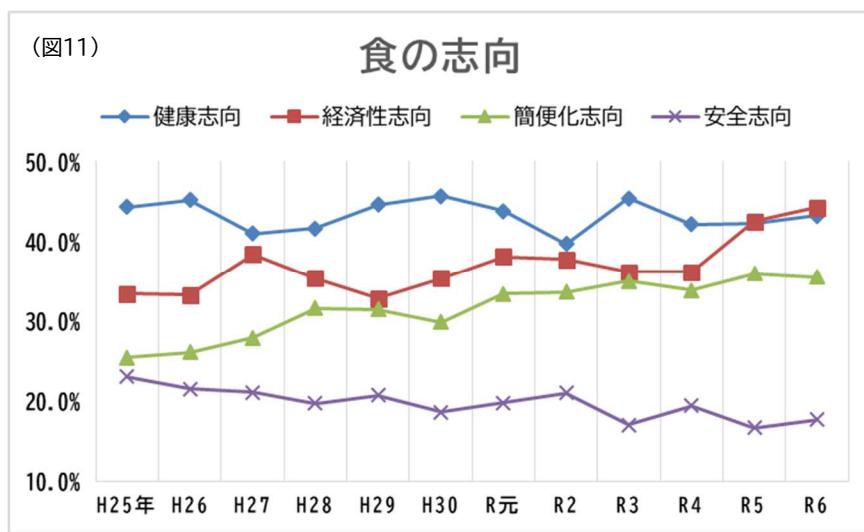
出典：外食率と食の外部化率の推移（公益財団法人食の安全・安心財団）

その一方、消費者の食に対する志向調査を見ると、健康志向と経済性志向が一貫して高い値を示していることから、卸売市場で取り扱う商品について言えば、健康に良い生鮮食料品を安く購入したいという傾向があることが見て取れます。

なお、安全志向は若干低下傾向を示していますが、食品を扱うすべての事業者は、令和3（2021）年6月から「HACCPに基づく衛生管理」又は「HACCPの考え方を取り入れた衛生管理」のいずれかを行うことが義務付けられています。

HACCPとは、作業工程における食中毒菌汚染や異物混入等の危害要因を把握した上で、重要な工程を重点的に管理することで安全性を確保する衛生管理手法です。

今回義務付けられたのは「衛生管理を行うこと」ですが、さらに踏み込んで認証を受けることでグローバルな取引を行うチャンスを得ることができる手法であり、そういった点からも、衛生管理の徹底が一層求められていると言えます。



出典：消費者動向調査（日本政策金融公庫）

## (2) 食育の推進

朝食の欠食など不規則な食事や偏った栄養摂取、生活習慣病の増加などが問題となり、食に関する正しい知識と望ましい食習慣を身につけられるよう、「食育」の推進が求められるようになってきました。

令和6（2024）年3月に農林水産省が発表した「食育に関する意識調査報告書」によると、調査を行った約2,300人のうち約78%の方が食育に関心があり、約67%の方が栄養バランスのとれた食生活の実践に力を入れたいと考えています。

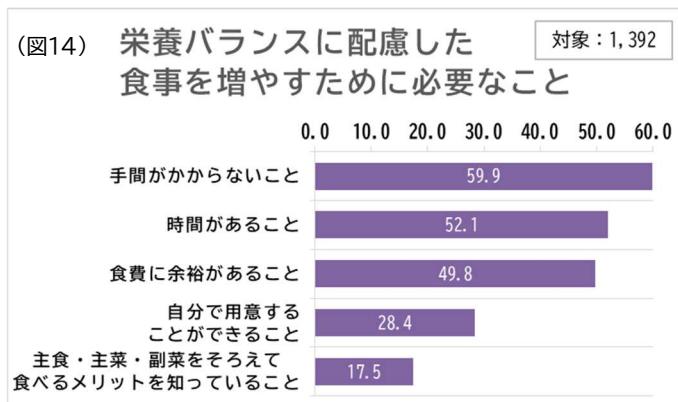
栄養バランスのとれた食事は、主食であるご飯、主菜である魚や肉、副菜である野菜などを組み合わせた食事を指します。生鮮食料品等のインフラである卸売市場は、栄養バランスのとれた食事をとることができるように、生鮮食料品等を安定的に供給することで食育に貢献する必要があります。



出典：食育に関する意識調査報告書（農林水産省）

また、栄養バランスに配慮した食事を増やすために必要なこととして、約60%の方が「手間がかからないこと」を、約52%の方が「時間があること」を挙げています。

日本政策金融公庫の「消費者動向調査」においても「食の簡便化志向」が増加傾向にありましたが、この調査からも、多くの方が手間をかけずに栄養バランスに配慮した食事をとりたいと考えていることが分かります。



出典：食育に関する意識調査報告書（農林水産省）

## 5. 環境問題への対応

卸売市場は、日々の運営に伴い、電気をはじめとする多くのエネルギーを消費するとともに、発泡スチロールや段ボールといった商品の梱包材等の廃棄物を多く排出する施設でもあります。

当市場ではこれまで、ごみの分別によるごみ排出量の抑制と廃棄物の資源化、フォークリフトの電動化、照明器具のLED化、オゾン層を破壊する特定フロンを使用している冷蔵庫の交換などに取り組んできました。

環境問題に対しては継続して取り組んでいくことが重要であることから、今後とも、これまでの取組をさらに推進していく必要があります。

## 6. 大規模災害等の発生

卸売市場は、生鮮食料品等を安定的に供給する基幹的インフラであり、生鮮食料品等と、それを運搬する輸送手段が集まる施設でもあります。

近年、自然災害により大規模停電が生じたり、新型コロナウイルス感染症により海外の卸売市場が閉鎖されたりするなど、生鮮食品等の供給に支障をきたすおそれがある事態が生じていますが、これらの事態により卸売市場を停止又は閉鎖することになった場合は、生産者及び消費者に大きな影響を与えることになります。

そのため、大規模災害などの緊急事態が生じた場合でも、可能な限り現状を維持し、被害が生じた場合もその機能を十分に発揮できる体制に復旧できるよう、関係事業者が事業継続計画（BCP）の策定に取り組む必要があります。

## 第2章 青森市中央・公設地方卸売市場の現状と課題

### 1. 青森市中央・公設地方卸売市場の立地環境

青森県は全国有数の農業県であり、りんご、にんにく、ごぼうをはじめとする農産物や、いか、ホタテをはじめとする水産物など、全国的にも高い収穫量を誇っています。青森県の中心部に位置する当市場は、これらの豊富な農水産物を取り扱うことができる立地環境にあります。

(表1) 農業・漁業産出額

農業産出額	漁業産出額
3,138億円（全国7位）	527億円（全国6位）

※令和元（2019）年実績

出典：図説 農林水産業の動向（青森県）

### 2. 青森市民の消費動向

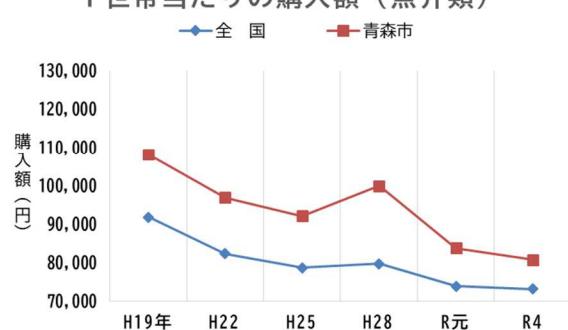
魚介類、野菜、果物、切り花に関する青森市民1世帯当たりの購入額の推移を見ると、品目にもよりますが、全国と同程度又はそれ以上の購入額となっていることが分かります。

特に、魚介類については全国と比べて高い金額で推移しています。

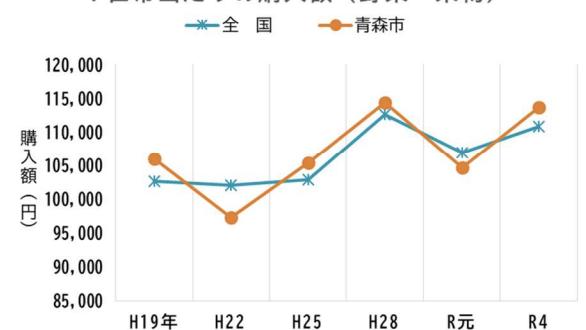
青森県産の豊富な農産物・海産物を取り扱うことができる立地にあることと考え合わせると、当市場は、産地市場であるとともに消費地市場でもあるという強みを有していると言えます。

出典：家計調査年報（二人以上の世帯）（総務省）

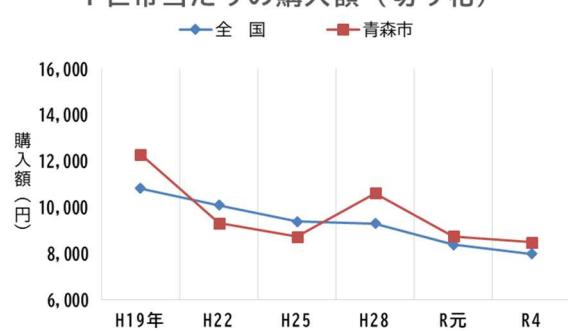
(図15) 1世帯当たりの購入額（魚介類）



(図16) 1世帯当たりの購入額（野菜・果物）



(図17) 1世帯当たりの購入額（切り花）



### 3. 売上高の現状

令和5（2023）年度売上高で比較すると、当市場は全39市場中25番目に位置しており、また、中核市が開設している全17市場の中では6番目に位置しています。

(表2) 売上高【令和5（2023）年度】

【単位】売上高：百万円

順位	開設者	売上高	順位	開設者	売上高	順位	開設者	売上高
1	東京都	1,273,161	14	鹿児島市	53,735	27	宮崎市	28,405
2	大阪市	373,736	15	岐阜市	52,855	28	盛岡市	26,670
3	名古屋市	272,057	16	川崎市	50,658	29	八戸市	23,731
4	横浜市	164,516	17	岡山市	46,389	30	和歌山市	22,274
5	福岡市	148,372	18	浜松市	40,897	31	姫路市	21,507
6	仙台市	141,977	19	奈良県	39,574	32	松山市	19,812
7	札幌市	135,518	20	徳島市	38,628	33	長崎市	15,753
8	京都市	116,892	21	宇都宮市	34,324	34	福井市	15,532
9	神戸市	97,700	22	静岡市	33,112	35	沖縄県	15,179
10	広島市	82,950	23	北九州市	32,379	36	高知市	15,106
11	大阪府	82,716	24	いわき市	31,485	37	宇部市	8,741
12	金沢市	74,729	25	青森市	30,498	38	久留米市	6,507
13	新潟市	60,895	26	高松市	28,825	39	さいたま市	5,990

出典：全国中央卸売市場協会調べ

(表3) 売上高【令和5（2023）年度】中核市開設

【単位】売上高：百万円

順位	開設者	売上高	順位	開設者	売上高
1	金沢市	74,729	10	八戸市	23,731
2	鹿児島市	53,735	11	和歌山市	22,274
3	岐阜市	52,855	12	姫路市	21,507
4	宇都宮市	34,324	13	松山市	19,812
5	いわき市	31,485	14	長崎市	15,753
6	青森市	30,498	15	福井市	15,532
7	高松市	28,825	16	高知市	15,106
8	宮崎市	28,405	17	久留米市	6,507
9	盛岡市	26,670			

出典：全国中央卸売市場協会調べ

## 4. 卸売業務の状況

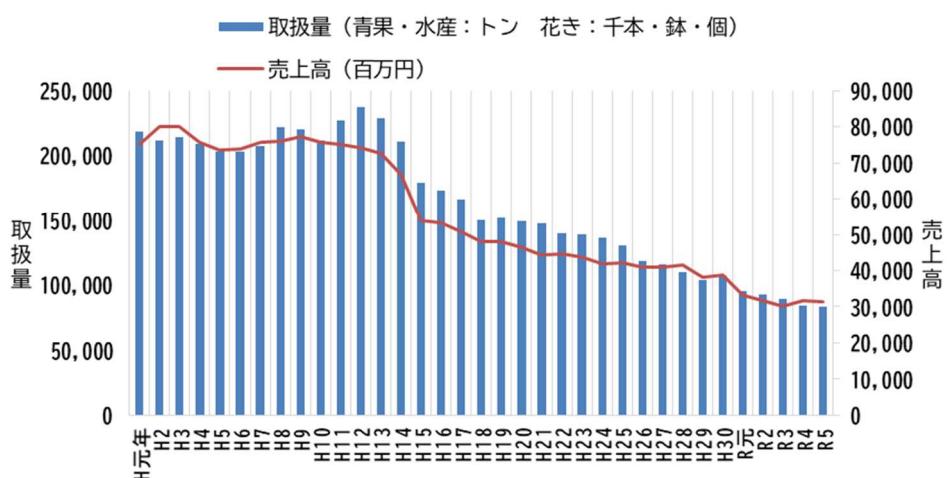
### (1) 卸売業者全体の売上高

当市場の卸売業者全体の売上高は平成3（1991）年をピークに減少傾向にあり、令和5（2023）年はピーク時の約39%になっています。

また、令和4（2022）年度の売上高を平成10（1998）年度と比較すると、当市場は約42%、全国の中央卸売市場の売上高合計は約59%となっており、全国的な傾向以上に減少している状況にあります。

(図18)

取扱量・売上高（当市場）



出典：市場概要（青森市）

(図19)

売上高合計（全中央卸売市場）



出典：卸売市場データ集（農林水産省）

## (2) 卸売業者・青果部の売上高

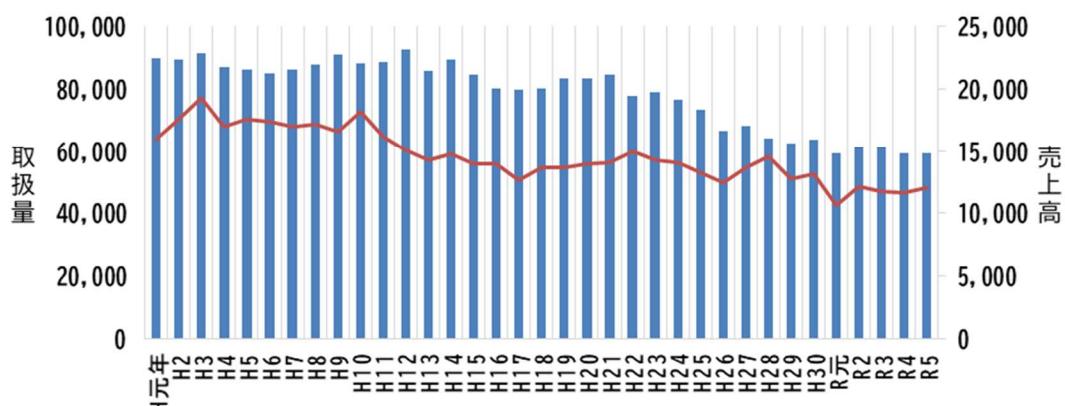
当市場の青果部の売上高は、平成3（1991）年をピークに減少傾向にあり、令和5（2023）年はピーク時の約62%になっています。

また、令和4（2022）年度の売上高を平成10（1998）年度と比較すると、当市場は約64%、全国の中央卸売市場の売上高合計は約68%となっており、全国的な傾向以上に減少している状況にあります。

(図20)

### 取扱量・売上高（当市場・青果部）

■ 取扱量（トン） ■ 売上高（百万円）

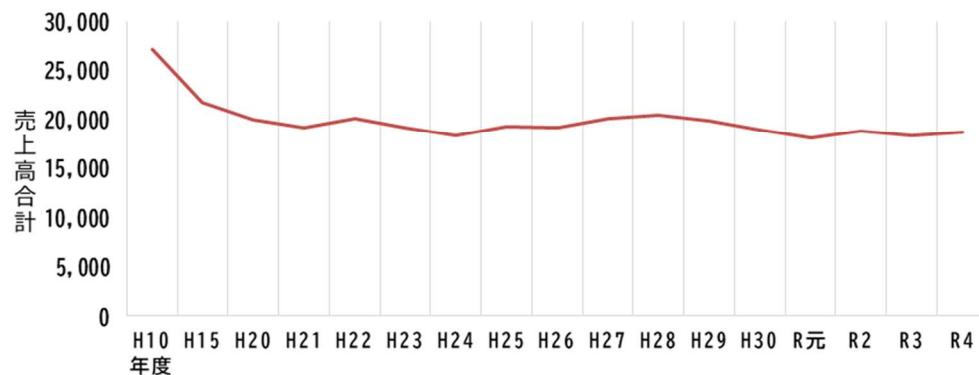


出典：市場概要（青森市）

(図21)

### 売上高合計（全中央卸売市場・青果部）

■ 売上高（億円）



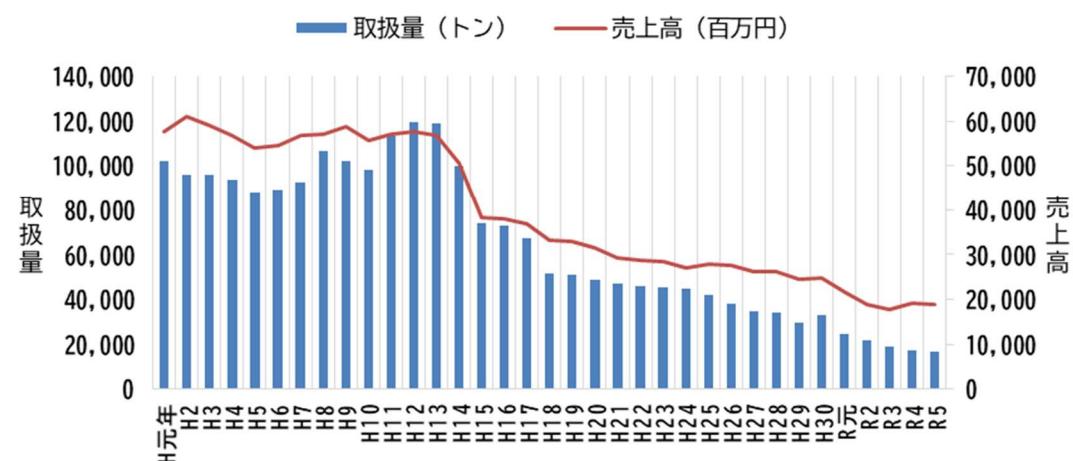
出典：卸売市場データ集（農林水産省）

### (3) 卸売業者・水産物部の売上高

当市場の水産物部の売上高は、平成2（1990）年をピークに減少傾向にあり、令和5（2023）年はピーク時の約31%になっています。

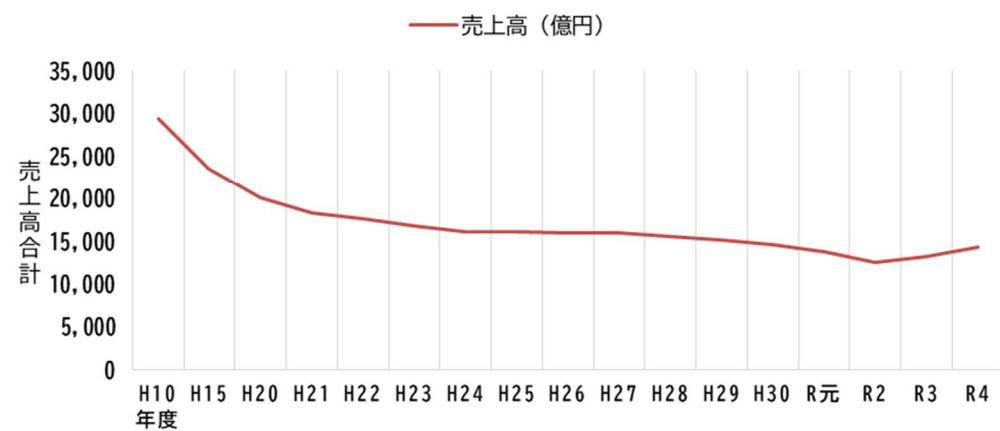
また、令和4（2022）年度の売上高を平成10（1998）年度と比較すると、当市場は約34%、全国の中央卸売市場の売上高合計は約49%となっており、全国的な傾向以上に減少している状況にあります。

(図22) 取扱量・売上高（当市場・水産物部）



出典：市場概要（青森市）

(図23) 売上高合計（全中央卸売市場・水産物部）



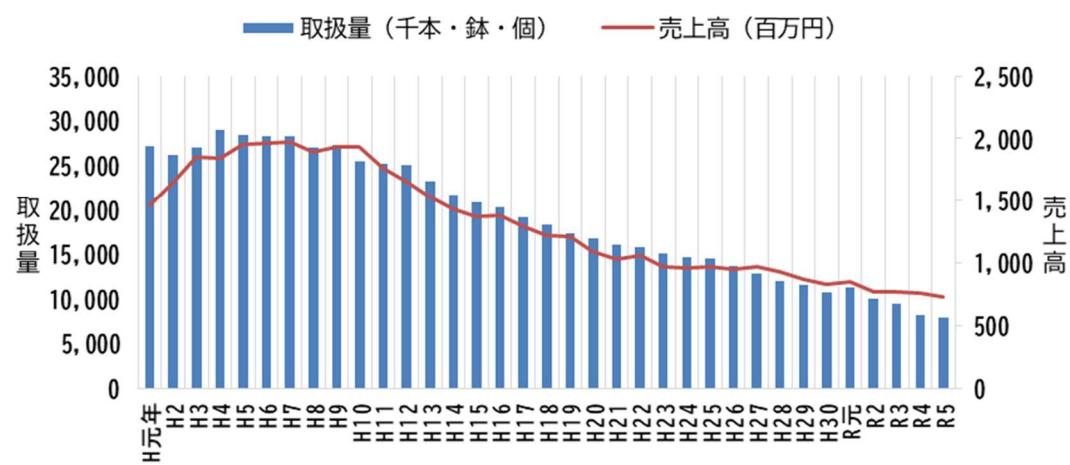
出典：卸売市場データ集（農林水産省）

#### (4) 卸売業者・花き部の売上高

当市場の花き部の売上高は、平成7（1995）年をピークに減少傾向にあり、令和5（2023）年はピーク時の約37%になっています。

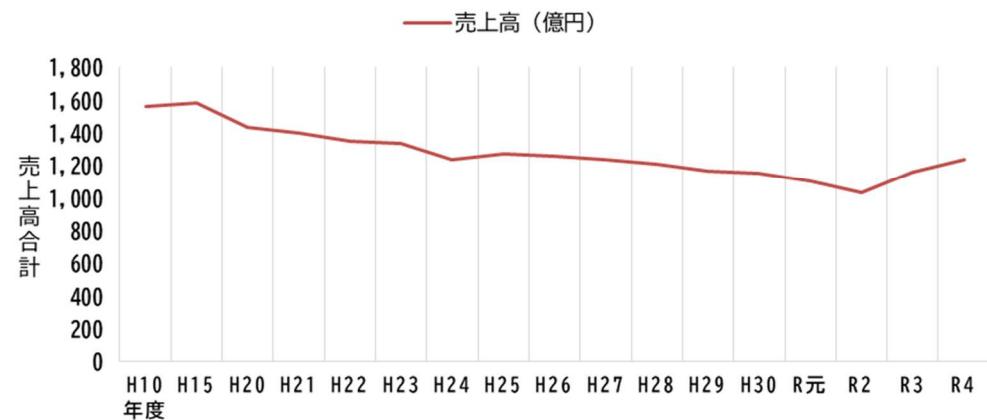
また、当市場の花き部は、取扱数量の減少により平成28（2016）年4月1日から公設地方卸売市場に転換しているため、あくまで参考的な比較になりますが、令和4（2022）年度の売上高を平成10（1998）年度と比較すると、当市場は約39%、全国の中央卸売市場の売上高合計は約79%なっており、全国的な傾向以上に減少している状況にあります。

(図24) 取扱量・売上高（当市場・花き部）



出典：市場概要（青森市）

(図25) 売上高合計（全中央卸売市場・花き部）



出典：卸売市場データ集（農林水産省）

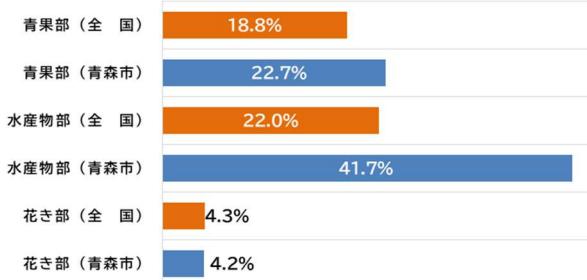
## (5) 卸売業者の販売先

卸売業者の販売先は仲卸業者と売買参加者が原則ですが、一定の要件を満たす場合は、その他の者に販売することができます。これを「第三者販売」といいます。

売上高に占める第三者販売の割合を全国の中央卸売市場と比較すると、青果部、水産物部は第三者販売の割合が高いことが分かります。

第三者販売の割合が高いということは、市場外に対して積極的に販売を行ってきたということであり、商物一致原則の廃止により、市場外での新たな取引を行う可能性が高まったといえます。

(図26) 第三者販売の割合 (R 4 年度)



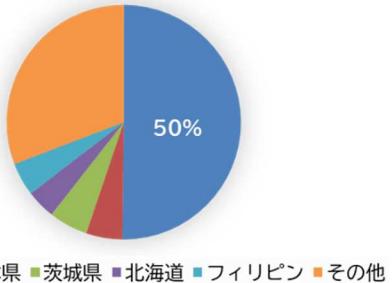
出典：市場概要（青森市）、卸売市場データ集（農林水産省）

## (6) 卸売業者の仕入先

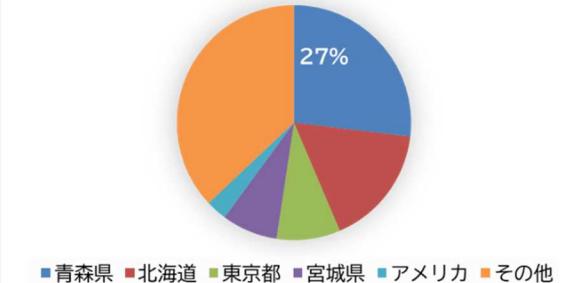
卸売業者の仕入先を見ると、青果部の50%、水産物部の27%、花き部の15%が県内からの仕入れとなっています。

花き部は比較的低めの数値ではありますが、青果部及び水産物部は県内からの仕入れが大きな割合を占めており、当市場の産地市場としての性格が表れていると言えます。

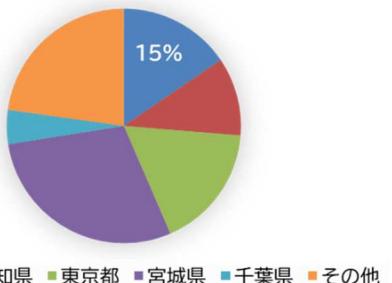
(図27) 卸売業者仕入先割合 (R 6年・青果部)



(図28) 卸売業者仕入先割合 (R 6年・水産物部)



(図29) 卸売業者仕入先割合 (R 6年・花き部)

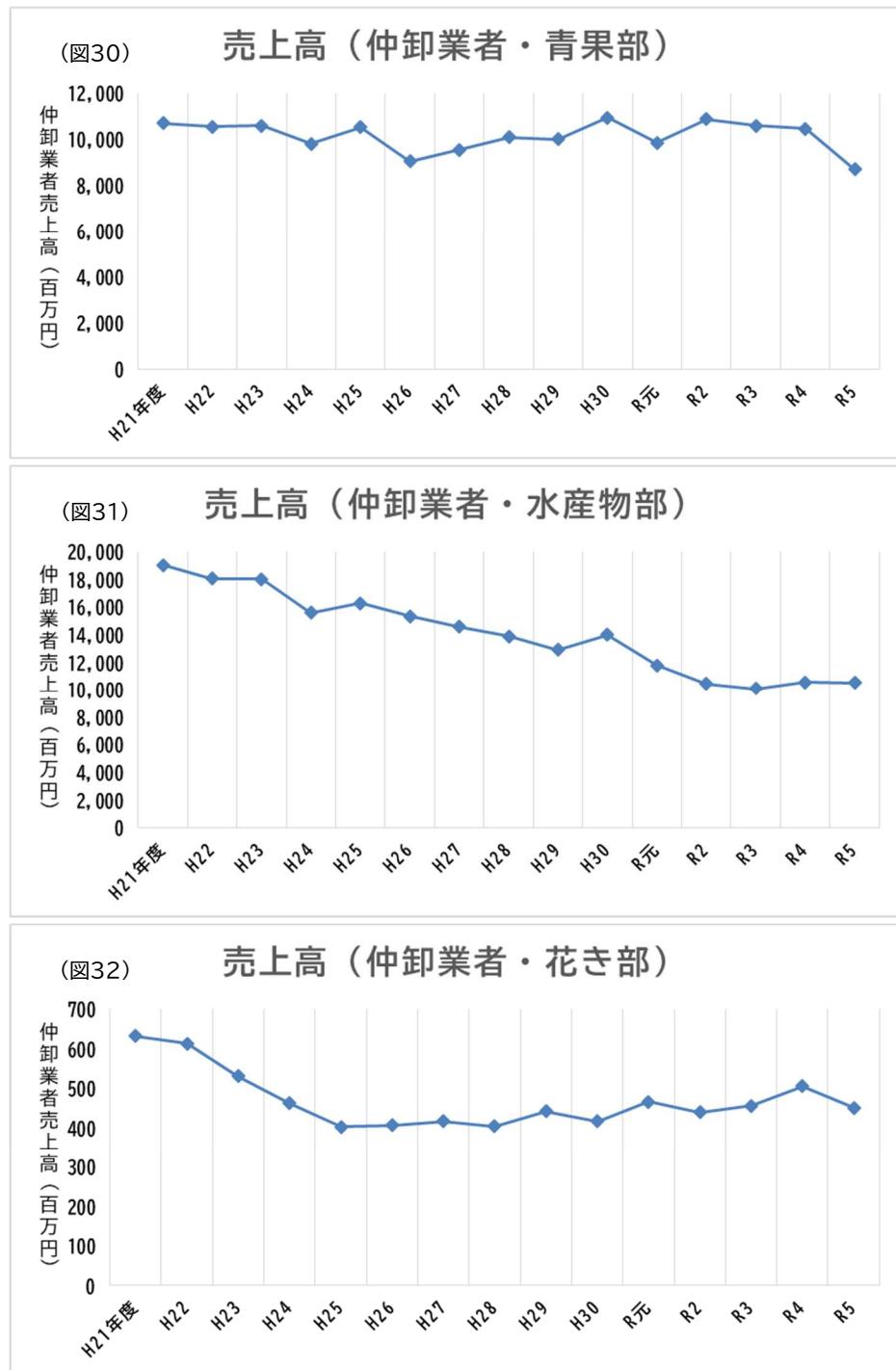


出典：年報（青森市）

## 5. 仲卸業務の状況

平成21年度以降の仲卸業者の売上高を見ると、青果部は増減を繰り返しながら概ね現状を維持しています。

水産物部と花き部は、若干の増減はあるものの減少傾向にあることが分かります。



出典：仲卸業者経営状況報告書、仲卸業者事業報告書（青森市）

## 6. 関係業者数の推移

### (1) 卸売業者・仲卸業者

卸売業者は、出荷者から販売の委託を受けたり他から買い付けたりすることで生鮮食料品等を集荷し、仲卸業者や売買参加者等に販売しています。

また、仲卸業者は、卸売業者等から生鮮食料品等を購入し、市場内の店舗で仕分け・調製して小売店に販売しています。

いずれも、卸売市場が集荷・分荷や価格形成といった機能を発揮するために必要な存在であり、業者数が減少すれば、卸売市場としての形を成すことができなくなるおそれがあります。

当市場の卸売業者及び仲卸業者数はほぼ変動がない状態となっています。

(表4) 【令和7年4月現在の事業者数】

部名	卸売業者	仲卸業者
青果部	1者	4者
水産物部	2者	18者
花き部	1者	3者

出典：市場概要（青森市）

### (2) 売買参加者

売買参加者は、仲卸業者と同様に卸売業者から生鮮食料品等を購入することができます。

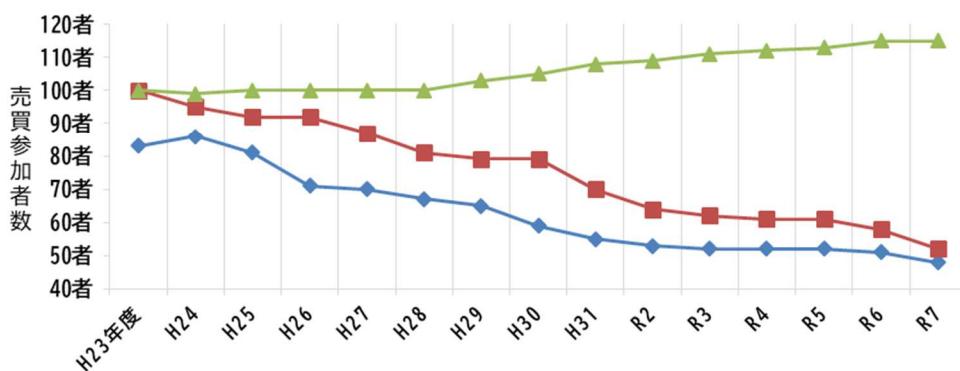
市場内に店舗を有しない点が仲卸業者とは異なりますが、仲卸業者と同様、卸売市場が集荷・分荷や価格形成といった機能を発揮するために必要な存在です。

当市場の売買参加者数は、青果部と水産物部では減少傾向ですが、花き部については、公設地方卸売市場に転換した平成28（2016）年度以降増加傾向にあります。

(図33)

売買参加者数

◆ 青果部 ■ 水産物部 ▲ 花き部



出典：市場概要（青森市）

## 7. 卸売市場特別会計の状況

### (1) 取扱量の推移

取扱量は継続的に減少している傾向にあり、平成24（2012）年度と令和6（2024）年度を比較すると54.2%になっています。

(表5)

【単位】トン（花き：千本・鉢・個）

項目	年度						
	H24	H26	H28	H30	R2	R4	R6
青果部	78,190	66,699	62,992	64,398	61,606	59,337	53,142
水産物部	44,184	37,011	33,376	31,432	20,352	16,930	14,188
花き部	14,696	13,303	11,953	10,717	9,616	8,163	6,934
合計	137,071	117,013	108,321	106,548	91,574	84,430	74,264
					H24・R6 比較		54.2%

\*青果部は野菜、果実、卵類、その他加工品の合計値。

出典：市場概要（青森市）

\*端数処理のため、各項目を合計した値と合計の値が異なる場合があります。

### (2) 売上高の推移

売上高は継続的に減少している傾向にあり、平成24（2012）年度と令和6（2024）年度を比較すると75.2%になっています。

(表6)

【単位】百万円

項目	年度						
	H24	H26	H28	H30	R2	R4	R6
青果部	13,626	12,378	14,459	12,851	12,760	11,759	12,890
水産物部	26,864	26,962	25,635	24,178	17,965	18,889	17,587
花き部	942	963	915	826	750	777	677
合計	41,432	40,304	41,009	37,855	31,475	31,425	31,154
					H24・R6 比較		75.2%

\*青果部は野菜、果実、卵類、その他加工品の合計値。

出典：市場概要（青森市）

\*端数処理のため、各項目を合計した値と合計の値が異なる場合があります。

\*R2年度以降の消費税は、青果部及び水産物部は8%、花き部は10%になります。

### (3) 使用料収入の推移

当市場の運営は、市の一般会計とは別の「卸売市場特別会計」で行っており、使用料収入（市場使用料及び施設使用料）を主な財源として運営経費に充てる独立採算を原則としています。

しかしながら、施設・設備の維持管理には多額の経費を要することから、現状は、使用料収入の不足額について、市の一般会計からの繰入金や市債等により補っている状況です。

項目	内容
市場使用料	卸売業者の売上高、仲卸業者が卸売業者以外の者から買い入れた物品の売上高の一定額に相当する金額
施設使用料	使用面積に応じて算出する金額
市 債	大規模な工事を行う場合などに市が借り入れた金額
繰 入 金	卸売市場特別会計の収入不足を補うために市の一般会計から繰り入れる金額
そ の 他	市場施設を使用する事業者が負担する光熱水費など

(表7) 市場使用料の実績

【単位】千円

項目	年度						
	H24	H26	H28	H30	R2	R4	R6
使用料	124,525	121,212	123,269	113,735	96,039	96,094	95,255
						H24・R6 比較	76.5%

出典：青森市調べ

(表8) 施設使用料の実績

【単位】千円

項目	年度						
	H24	H26	H28	H30	R2	R4	R6
使用料	266,739	269,148	269,403	248,031	242,640	278,742	278,617
						H24・R6 元比較	104.5%

出典：青森市調べ

売上高に応じて金額が決まる市場使用料は減少傾向にあり、平成24（2012）年度と令和6（2024）年度を比較すると76.5%になっています。

また、使用面積に応じて金額が決まる施設使用料は微増となっており、平成24（2012）年度と令和6（2024）年度を比較すると104.5%になっています。

卸売市場の売上高が増えれば市場使用料が増加しますので、卸売市場特別会計を独立採算に近づけるためには、売上高を増加させる必要があります。

#### (4) 過去3年間の経営指標

(表9)

【単位】%

経営指標	年度		
	R4	R5	R6
① 経常収支比率	76.2	76.8	77.7
② 経費回収率	66.7	66.7	65.6
③ 他会計補助金比率	32.4	34.1	34.6
④ 有形固定資産減価償却率	65.7	67.4	68.1
⑤ 企業債残高対料金収入比率	261.3	217.9	215.4

出典：青森市調べ

① 経常収支比率 [総収益 ÷ (総費用+地方債償還金)]

経常費用を経常収益でどの程度回収できているかを判断するもので、高い方が望ましい指標です。当市場の数値は76%前後を維持しています。

② 経費回収率 [営業収益 ÷ (総費用+地方債償還金)]

経常費用を営業収益でどの程度回収できているかを判断するもので、高い方が望ましい指標です。当市場の数値は66%程度で推移しています。

③ 他会計補助金比率 [他会計繰入金 ÷ (総費用+地方債償還金)]

経常費用に占める一般会計からの繰入金の比率を見るもので、低い方が望ましい指標です。当市場の数値は32%程度から増加傾向にあります。

④ 有形固定資産減価償却率 [建物等の減価償却費の累計額 ÷ 建物等の取得原価]

施設の老朽化度合を見るもので、高いほど老朽化が進んでいることになる指標です。当市場の数値は65%程度から増加傾向にあります。

⑤ 企業債残高対料金収入比率 [地方債残高 ÷ 料金収入]

施設整備のために借り入れた企業債の残高と料金収入の比率を見るもので、低い方が望ましい指標です。当市場の数値は260%程度から減少傾向にあります。

【経営指標のまとめ】

①～③はいずれも分母が同じですが、①は現状維持、②は低下傾向、③は増加傾向にあります。このことから、②の営業収益が低下傾向にあるため、それを補うために③の他会計繰入金が増加傾向にあり、①の総収益を維持していることが分かります。

④からは、建物等の老朽化が進んでいることが分かります。

⑤からは、借り入れた企業債の償還が順調に行われていることが分かります。

## 8. 施設の状況

当市場は、昭和47（1972）年10月に開設し、これまで増改築や改修により機能の強化を図りながら施設の維持管理をしてきました。

市場棟は、平成21（2009）年度から平成22（2010）年度にかけて水産・青果仲卸売場を全面的に改修したほか、耐震補強などを行いましたが、市場棟（青果部、水産物部）、管理棟及び関連店舗棟は建築後53年を迎えたほか、卸売場の床面に地盤沈下による段差が生じたり、関連事業者棟も含め屋根からの雨漏りがなかなか解消できないなど、改修の必要な箇所が多くあります。

また、非常時（停電時）には、市場棟へ出入りするための非常用進入口としての重量シャッターに非常用発電機から電源を供給できるようになっていますが、市場内の照明、市水・井水を供給するための給水ポンプ、施設の暖房を担うボイラー、取引に使用するPCなどの市場取引を正常に行うために必要な設備へは電源供給できない状態です。

このようなことから、今後の非常時（特に長時間の停電時）に備え、非常用電源設備を増強し、最低限必要な設備の電源供給を確保することが必要であるとともに、老朽化した電気室の整備についても必要となっています。

このほか、環境への負荷を軽減するため、冷蔵庫冷却設備の更新や照明器具のLED化を推進するとともに、フォークリフトの電動化などを促進してきましたが、まだ多くの設備機器類の更新が必要となっています。

## 9. 青森市中央・公設地方卸売市場を取巻く状況の整理と課題

これまで見てきた当市場を取巻く状況について、経営分析手法であるSWOT分析の手法により、強み（将来像の達成にプラスに働く内部の状況）、弱み（将来像の達成にマイナスに働く内部の状況）、機会（将来像の達成にプラスに働く外部の状況）、脅威（将来像の達成にマイナスに働く外部の状況）、以上4つに分類するとともに、それから当市場が取り組むべき課題を整理すると、以下のとおりとなります。

状況	内容	分類
当市場の立地環境	豊富な農水産物を取り扱うことができる、交通の要衝地である、東北有数の卸商業団地が隣接するなど、立地上の優位性があります。	強み
青森市民の消費動向	全国平均より高めで推移する消費動向に、豊富な農水産物を取り扱うことができる立地が加わり、消費地市場かつ产地市場という強みが生じています。	強み
卸売業者の売上高	全国的な傾向以上に減少しています。	弱み
仲卸業者の売上高	青果部は概ね現状維持、水産物部と花き部は減少傾向にあります。	弱み
収入と支出の推移	売上高の減少に伴い、市場使用料が減少傾向にあります。	弱み
関係業者数の推移	青果部と水産物部の売買参加者数が減少傾向にあります。	弱み
施設整備	老朽化に加え、環境問題や大規模災害等への対応が必要です。	弱み
環境問題への対応	日々の運営に伴い多くのエネルギーを消費しています。	弱み
卸売市場法及び条例等の改正	多くの取引ルールが原則的に廃止され、取引の自由度が増しています。	機会
食の志向（健康、経済性、安全志向）	健康に良く、安全なものを、安く購入したいという志向があります。	機会
食育の推進	栄養バランスのとれた食事へのニーズが高まっています。	機会
人口の減少と少子高齢化の進展	全国的な傾向以上に少子高齢化が進行すると見込まれます。	脅威
専門小売店の減少と量販店の進出	流通ルートが多様化するとともに、量販店での生鮮食料品等の販売額が増加傾向にあります。	脅威
食の外部化と加工食品に対するニーズの増加	総菜等の加工食品を購入する傾向が強まっています。	脅威
大規模災害等の発生	生鮮食料品等の供給に支障をきたすおそれがあります。	脅威

		当市場を取り巻く外部の状況	
		機会（プラスに働く状況）	脅威（マイナスに働く状況）
青森市中央（公設地方） 卸売市場	SWOT分析	① 法及び条例等の改正による取引ルールの緩和 ② 健康に良く安全で安価なものを探求する食の志向 ③ 栄養バランスのとれた食事へのニーズの高まり	④ 全国的な傾向以上の少子高齢化の進行 ⑤ 量販店での生鮮食料品等の販売増加などの流通ルートの多様化 ⑥ 食の外部化と加工食品に対するニーズの高まり ⑦ 大規模災害等による生鮮食料品等の供給障害
		<p><b>A</b> 豊富な農水産物を取り扱える立地の優位性</p> <p><b>B</b> 交通の要衝地で卸商業団地が隣接する等の立地の優位性</p> <p><b>C</b> 消費地市場かつ産地市場であるという優位性</p>	<p><b>【ABC×①】</b> 取引ルールの緩和を十分に活かした市・県産品の販売推進</p> <p><b>【ABC×②③】</b> 消費者の志向やニーズを満たす市・県産品の販売推進</p> <p><b>【ABC×④】</b> 強みを活かした市・県産品の販売推進</p> <p><b>【ABC×⑤】</b> 量販店への対応の強化</p> <p><b>【ABC×⑥】</b> 消費者の志向やニーズを満たす市・県産品の販売推進</p> <p><b>【ABC×⑦】</b> 事業継続計画（BCP）の策定による生鮮食料品等供給体制の強化</p>
当市場の内部の状況	強み（プラスに働く状況）	<p><b>D</b> 売上高の減少に伴う市場使用料の減少</p> <p><b>E</b> 大規模小売店に対する販売力の弱さ</p> <p><b>F</b> 売買参加者数の減少</p> <p><b>G</b> 老朽化、環境問題及び大規模災害への対応も含めた市場の環境整備</p>	<p><b>【DEF×①】</b> 取引ルールの緩和を十分に活かした市・県産品の販売推進</p> <p><b>【DEF×②③】</b> 消費者の志向やニーズを満たす商品提供</p> <p><b>【G×①②③】</b> 中・長期的な視点による市場の環境整備</p> <p><b>【DEF×④】</b> 売上高を増加させるための取引参加者増加策の検討</p> <p><b>【DEF×⑤・E×④】</b> 量販店への対応の強化</p> <p><b>【DEF×⑥】</b> 消費者の志向やニーズを満たす商品提供</p> <p><b>【DEF×⑦】</b> 事業継続計画（BCP）の策定による生鮮食料品等供給体制の強化</p> <p><b>【G×④⑤⑥⑦】</b> 中・長期的な視点による市場の環境整備</p>
	弱み（マイナスに働く状況）		

当市場が取り組むべき課題

## 第3章 将来像、基本方針及び取組内容

これまで見てきた卸売市場を取巻く環境の変化、当市場の現状と課題を踏まえ、以下のとおり、当市場の将来像、基本方針及び取組内容を整理しました。

### 1. 将来像

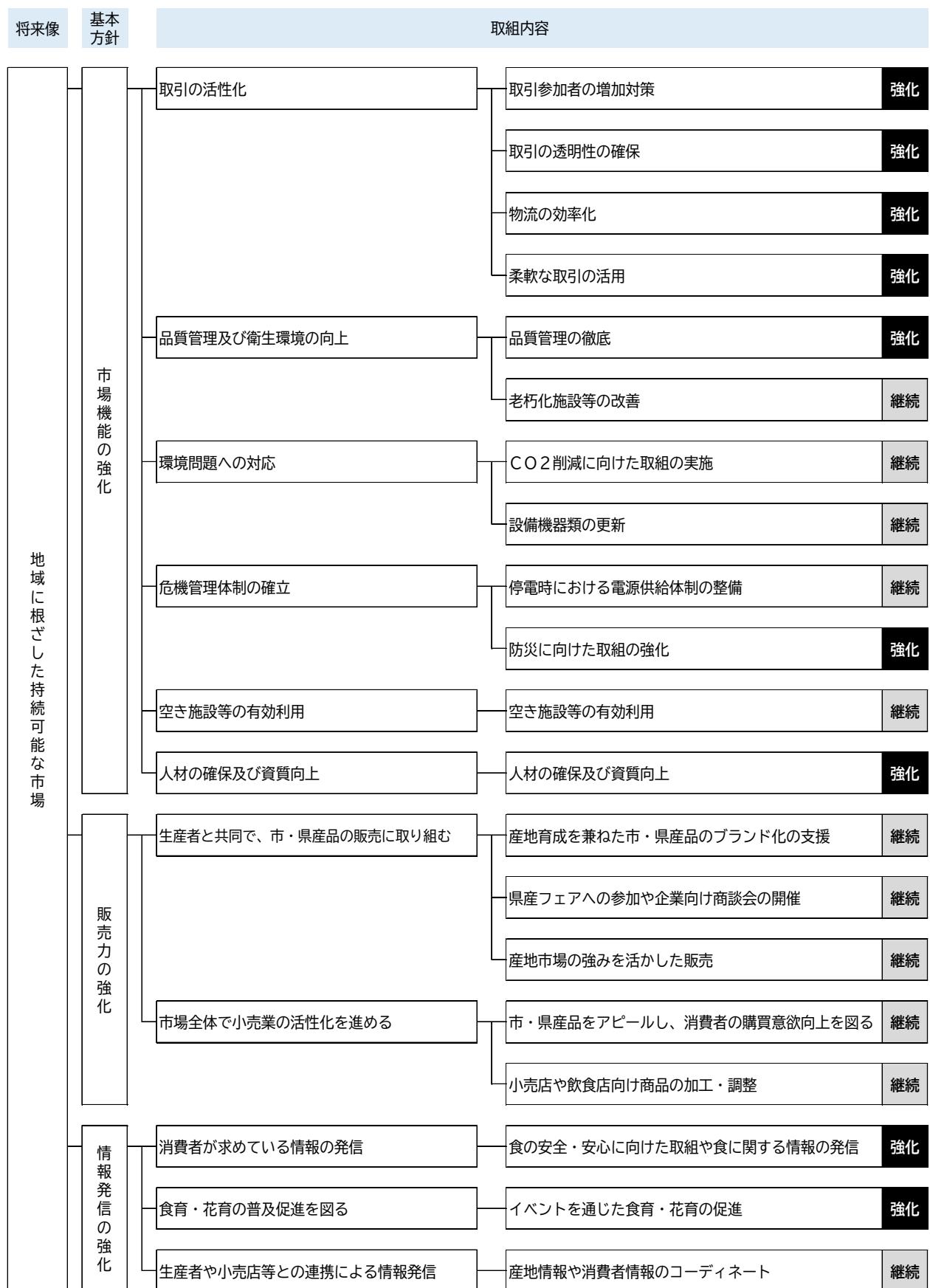
これまでの経営ビジョンにおいては、「地域に根ざした持続可能な市場」を将来像に掲げ、その達成に向けて取り組んできましたが、改訂後においても目指すべき将来像は継続します。

### 2. 基本方針及び取組内容

基本方針と取組内容については、これまでの経営ビジョンと同じく、「市場機能の強化」「販売力の強化」「情報発信の強化」の3つの基本方針のもと、20項目の取組内容に取り組みます。

また、将来にわたって安定的に事業を継続していくための中長期的な経営戦略を策定し、令和17(2035)年度までの収入と支出が均衡した收支計画(P45参照)に沿った市場運営を行うべく、卸売業者をはじめとする場内関係者と開設者がともに取り組んでいくものです。

## 経営ビジョン全体像



## (1) 市場機能の強化

### ① 取引の活性化

#### (ア)取引参加者の増加対策

これまでの経営ビジョンでは、取引参加者のうち売買参加者の増加策に焦点を絞って取り組んでいましたが、改定後の経営ビジョンでは、それ以外の増加策も広く検討することにより、さらなる取引参加者の増加を図ります。

取組内容	取引の活性化を図るため、売買参加者の承認基準の見直しをはじめとする取引参加者の増加策を検討します。
方向性	強化
理由	経営改善

#### (イ)取引の透明性の確保

条例等の改正により、国や県に代わって開設者である市が取引参加者の指導監督を行うことになったこと、卸売業者の取引条件、卸売予定量及び卸売価格等を公表することになったことを受け、不当な取引が行われないよう規制する仕組を検討します。

取組内容	取引の透明性を確保するため、開設者と場内関係業者で取引ルールに関する課題を整理し、部門ごとにチェック体制を整えるとともに、開設者による指導監督の実施、取引条件や取引結果等の公表など、不当な取引が行われないよう規制する仕組みを検討します。
方向性	強化
理由	法条例改正

#### (ウ) 物流の効率化

条例等の改正により、商物一致原則が廃止され、これまで以上に商物分離取引の重要性が高まることが予想されることから、商物分離取引に関する取組を追加します。

また、条例等の改正により、開設者が取引参加者の指導監督を行うことになったことを受け、市場内の物品配送等に関する指導監督を行うこととします。

取組内容	商物分離取引の拡大に対応して取引を活性化するため、物流の効率化を促進します。 また、卸売場における残荷等の無秩序な配置を規制し、適正な受益者負担を徹底するとともに、物品配送等が効率的に行えるよう指導監督を行います。
方向性	強化
理由	法条例改正

#### (エ) 柔軟な取引の活用

予約相対制度や電子商取引は条例等の改正によって廃止されたため、それらに代わる活性化策として、取引ルールの緩和の活用や手続きの簡素化などを推進します。

取組内容	取扱量の増加及び取引の効率化を図るため、取引ルールの緩和を活用するとともに、手続きの簡素化などを推進します。
方向性	強化
理由	法条例改正

## ② 品質管理及び衛生環境の向上

### (ア)品質管理の徹底

令和3（2021）年6月までに場内関係者が「HACCPの考え方を取り入れた衛生管理計画」を策定したことから、当該計画に基づいて品質管理の高度化を促進します。

また、コールドチェーンは現状で十分という意見もあることから、必要かつ持続可能なコールドチェーンのあり方を検討することで、適切な温度管理を促進します。

取組内容	場内関係業者が策定する「HACCPの考え方を取り入れた衛生管理計画」に基づき、開設者と場内関係業者で検討を行ってルールを整理し、品質管理の高度化を促進します。 また、必要かつ持続可能なコールドチェーンのあり方を検討し、適切な温度管理を促進します。
方向性	強化
理由	経営改善

### (イ)老朽化施設等の改善

緊急性や耐用年数等も考慮しながら、順次、改修・更新を行うとともに、施設全体の老朽化については、青森市ファシリティマネジメント推進基本方針に基づいて取り組みます。

取組内容	品質管理及び衛生環境面で改善が必要な施設・設備については、緊急性や耐用年数等も考慮しながら、順次改修・更新を行うとともに、施設全体の老朽化に対応するため、青森市ファシリティマネジメント推進基本方針に則り、関係部局と協議しながら市場の環境整備に努めます。
方向性	継続
理由	－

### ③ 環境問題への対応

#### (ア) CO<sub>2</sub>削減に向けた取組の実施

いずれも既に取り組んでいる取組内容であるため、引き続き取り組みます。

取組内容	<ul style="list-style-type: none"><li>◎ フォークリフトの電動化の促進 卸売業者、仲卸業者のフォークリフトの更新計画を取りまとめ、充電設備の仕様や設置場所等について検討し、電動化を促進します。</li><li>◎ 卸売場への車の乗り入れ禁止 工事車両等、やむを得ない場合を除き、卸売場への車両乗り入れ禁止を徹底し、荷物の積み下ろし作業時の事故防止や安全確保を促進します。</li><li>◎ 長時間のアイドリング禁止 トラック等荷物運搬車両をはじめ、入場車両に対し、長時間のアイドリング禁止を呼びかけるなど、開設者及び関係業者が一体となり、場内の騒音低減や環境改善に取り組みます。</li></ul>
方向性	継続
理由	—

#### (イ)設備機器類の更新

いずれも既に取り組んでいる取組内容であるため、引き続き取り組みます。

取組内容	<ul style="list-style-type: none"><li>◎ 照明器具のLED化推進 場内の照明器具の使用状況を調査し、容量の大きな投光器や数の多い場所、長時間使用する場所などから順次LED化を進め、電力量の削減に努めます。</li><li>◎ 冷蔵庫冷却設備類の更新 冷蔵庫冷却設備の更新に当たっては、代替フロンから新冷媒へ切替えるとともに、省エネルギー機器の検討を行います。 また、場内業者所有の冷蔵庫機器類の調査を行い、古いものは、省エネルギー機器への更新を推奨します。</li><li>◎ 新エネルギー導入の検討 特に夏場の最大電力量を抑えるため、太陽光発電設備などの新エネルギー導入の検討を行っていきます。</li></ul>
方向性	継続
理由	—

#### ④ 危機管理体制の確立

##### (ア)停電時における電源供給体制の整備

大規模災害発生時に市場機能を維持するために必要となることから、引き続き、取組内容の実現に向けて取り組みます。

取組内容	非常用電源設備を増強し、市場内の照明、市水及び井水供給ポンプ、その他、非常時において最低限必要な設備の電源供給の確保に努めます。
方向性	継続
理由	－

##### (イ)防災に向けた取組の強化

大規模災害や新型コロナウイルス感染症など、生鮮食料品等の流通に影響を与える事態が発生した場合でも市場機能を維持できるよう、災害対応マニュアルを高度化させた事業継続計画（B C P）を策定します。

取組内容	災害等発生時における事業継続計画（B C P）の策定や、定期的に防災訓練を実施するなど、開設者と場内関係業者が一体となって防災体制の強化に努めます。 また、各自の初期防除体制の確認を徹底するなど、場内関係業者全員が常日頃から高い防災意識を持つように啓発します。
方向性	強化
理由	経営改善

## ⑤ 空き施設等の有効利用

関連事業者棟や市場棟の一部に空き施設があることから、引き続き、全ての空き施設の利用に向けて取り組みます。

取組内容	市場外の事業者に対してホームページや公募などにより広く利用業者を募集するなど、空き店舗の解消に努めます。
方向性	継続
理由	－

## ⑥ 人材の確保及び資質向上

市場関係者の高齢化を危惧する声が多いことから、従来の人材育成に関する取組に加え、新規就業者を増やす方策を検討します。

取組内容	新規就業者を増やす方策を検討するとともに、商品知識や接遇技術の向上など、卸売市場業務に役立つスキルアップを目的とした人材の育成を行い、市場関係者の実務能力を高めることによって、市場機能の強化を図ります。
方向性	強化
理由	経営改善

## (2) 販売力の強化

### ① 生産者と共同で、市・県産品の販売に取り組む

#### (ア) 産地育成を兼ねた市・県産品のブランド化の支援

ブランド化を目指す市・県産品を卸売市場で取り扱うことで、販売力の強化を図ります。

取組内容	卸売業者と生産者団体等が連携し、鮮度が高く、特徴ある市・県産品の掘り起こしを行い、商品流通の面からブランド化を支援します。
方向性	継続
理由	－

#### (イ) 県産フェアへの参加や企業向け商談会の開催

市場の役割に関する広報活動は「情報発信の強化」に統合します。

また、県産フェアなどへの参加や商談会は実施済みであることから、新たな販売先を確保するよう引き続き取り組みます。

取組内容	県産フェアなどの地産地消イベントや企業向け商談会などを有効に活用し、新たな販売先の確保を図ります。
方向性	継続
理由	－

#### (ウ) 産地市場の強みを活かした販売

条例等の改正により取引ルールが緩和されたことから、その効果を十分に活用しながら、販売増加に向けて引き続き取り組みます。

取組内容	当市場の強みでもある、市・県産品の供給基地としての卸売市場という特性を活かし、県内はもとより、県外や海外への販売や、新たな販路開拓を行うなど、販売増加に向けた取り組みを検討します。
方向性	継続
理由	－

## ② 市場全体で小売業の活性化を進める

### (ア)市・県産品をアピールし、消費者の購買意欲向上を図る

小売業の活性化につながるよう、小売店と連携した取り組みを引き続き実施します。

なお、商品の安全・安心に関するPRは「食の安全・安心に向けた取組や食に関する情報の発信」に統合します。

取組内容	小売店と連携し、市・県産品の特性や美味しさ、調理方法などを紹介するなど、商品に関する提案を行います。
方向性	継続
理由	－

### (イ)小売店や飲食店向け商品の加工・調整

手間を掛けずに食事をとりたいという消費者ニーズが高まっていること、また、大規模小売店に対する販売力を強化する面からも、引き続き、取組内容の実現に向けて取り組みます。

取組内容	市場内で一次加工や調整を行うことで、小売店や飲食店のニーズに合せた商品の出荷ができるようにします。
方向性	継続
理由	－

### (3) 情報発信の強化

#### ① 消費者が求めている情報の発信

食の安全・安心に向けた取組の発信は卸売業者が主体となって実施済みであることから、ホームページでの発信に加え、SNSの活用を検討します。

取組内容	市場で取扱っている商品の流通に関する情報を紹介し、市場を経由した商品の安全・安心性をPRするとともに、旬の食材やレシピなどをホームページやSNSを活用して広く発信します。
方向性	強化
理由	経営改善

#### ② 食育・花育の普及促進を図る

食育・花育の普及促進は、青森市中央卸売市場運営協力会が主体となって実施済みであることから、さらに促進するよう取組内容を強化します。

取組内容	市場まつり、市場開放デー及び出前講座など、一般市民を対象とした事業の中で、卸売市場の役割や生鮮食料品の流通に関する情報を広く発信し、食育や花育に関する啓発を促進します。
方向性	強化
理由	経営改善

#### ③ 生産者や小売店等との連携による情報発信

生産者と消費者をつなぐ架け橋としての機能を発揮できるよう、コーディネート機能の充実に引き続き取り組みます。

取組内容	消費者や小売店が欲しがっている情報をいち早く産地に届けるとともに、産地の生産情報などを消費者や小売店へ届くようにするなど、消費者と生産地を結ぶコーディネート役となれるよう、場内業者間の情報交換と、情報の受発信機能を充実させていきます。
方向性	継続
理由	—

### 3. 推進体制等

#### (1) 実施主体

経営ビジョンの取組内容ごとの実施主体は下表のとおりです。

◎：主たる実施主体…取組の実施について主たる役割を担う者です。

○：実施主体…………取組の実施に関係する者です。

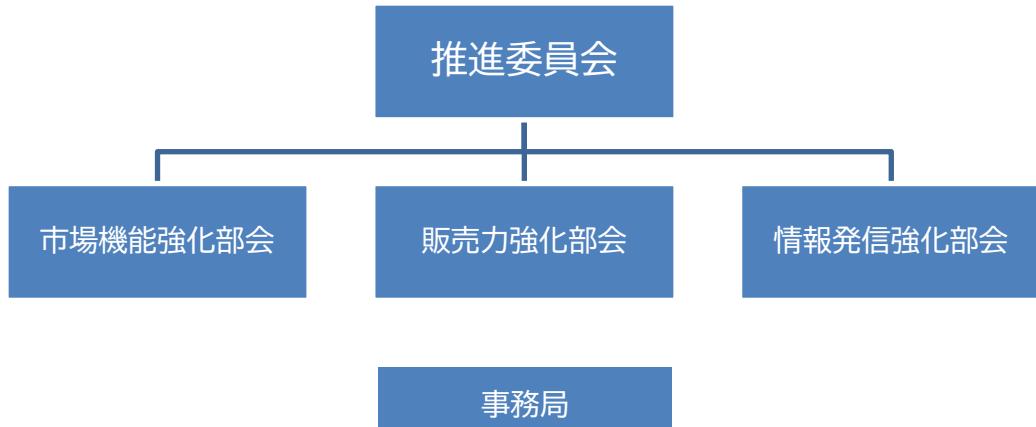
基本方針	取組内容	実施主体（◎：主たる実施主体）				
		開設者	卸売業者	仲卸業者	売買参加者	関連事業者
市場機能の強化						
取引の活性化						
取引参加者の増加対策	◎	○	○	○		
取引の透明性の確保	◎	○	○	○		
物流の効率化	○	◎	○	○		
柔軟な取引の活用	○	◎	○	○		
品質管理及び衛生環境の向上						
品質管理の徹底	○	◎	○	○		
老朽化施設等の改善	◎	○	○	○	○	
環境問題への対応						
C O 2 削減に向けた取組の実施	◎	○	○	○	○	
設備機器類の更新	◎	○	○	○	○	
危機管理体制の確立						
停電時における電源供給体制の整備	◎	○	○	○	○	
防災に向けた取組の強化	◎	○	○	○	○	
空き施設等の有効利用						
空き施設等の有効利用	◎				○	
人材の確保及び資質向上						
人材の確保及び資質向上	○	◎	○			
販売力の強化						
生産者と共同で、市・県産品の販売に取り組む						
産地育成を兼ねた市・県産品のブランド化の支援	○	◎	○	○		
県産フェアへの参加や企業向け商談会の開催	○	◎	○	○		
産地市場の強みを活かした販売	○	◎	○	○		
市場全体で小売業の活性化を進める						
市・県産品をアピールし、消費者の購買意欲向上を図る	○	◎	○	○		
小売店や飲食店向け商品の加工・調整	○	◎	○	○		
情報発信の強化						
消費者が求めている情報の発信						
食の安全・安心に向けた取組や食に関する情報の発信	○	◎	○	○		
食育・花育の普及促進を図る						
イベントを通じた食育・花育の促進	○	◎	○	○		
生産者や小売店等との連携による情報発信						
産地情報や消費者情報のコーディネート	○	◎	○	○		
主たる実施主体としての取組数	8	12	0	0	0	

## (2) 青森市中央・公設地方卸売市場経営ビジョン推進委員会

「青森市中央・公設地方卸売市場経営ビジョン推進委員会」は、開設者と市場関係者で構成する組織であり、下部組織として、基本方針ごとに「部会」を設置しております。

推進委員会の役割は「経営ビジョンの実施状況の評価」であり、評価結果は、経営ビジョンを見直す際の資料として活用します。

部会の役割は、各取組内容に関する「具体的な実施内容の立案・実行」であり、実施結果を推進委員会で評価することになります。



## (3) 計画期間

経営ビジョン改訂版の計画期間は、令和3（2021）年度から令和12（2030）年度の10年とします。

## (4) 検証と見直し

経営ビジョンの内容は、社会情勢の変化や取組状況を踏まえ、必要に応じて見直しを行います。

## 青森市卸売市場事業経営戦略

団体名 : 青森県青森市

事業名 : 青森市卸売市場事業会計

策定日 : 令和8年3月

計画期間 : 令和8年4月～令和18年3月

### 1 事業形態

#### (1) 事業形態

法 適 (全部適用・一部適用) 非 適 の 区 分	法非適用	事業開始年度	昭和47年10月
職員数	正規職員11人 非常勤職員6人	市場種別区分	青果・水産：中央卸売市場 花き：地方卸売市場
前回の移転又は 再整備年度	—	次回再整備 予定年度	—
広域化実施状況	該当なし		
民間活用の状況	ア 民間委託	該当なし	
	イ 指定管理者制度	該当なし	
	ウ PPP・PFI	該当なし	

#### (2) 使用料形態

売上高割使用料の 概要・考え方	条例及び規則に基づき、卸売業者及び仲卸業者から徴収しています。徴収額は、卸売金額の3/1000と定めています。
施設使用料の 概要・考え方	条例及び規則に基づき、卸売業者、仲卸業者その他関連事業者から徴収しています。徴収額は、施設ごとに1m <sup>2</sup> あたりの単価を定めています。
使用料改定年月日 (消費税のみの改定は含まない)	平成30年4月1日

(3) 現在の経営状況 ※過去3年度分を記載

	年度	野菜	果実	水産物	花き	その他	合計
年間取扱高 (t、千本)	R4	49,087	10,148	16,930	8,163	101	84,429
	R5	48,750	10,014	15,914	7,775	136	82,589
	R6	44,107	8,904	14,188	6,934	132	74,265
売上高 (百万円)	年度	野菜	果実	水産物	花き	その他	合計
	R4	8,423	3,268	18,889	777	69	31,426
	R5	8,352	3,664	18,395	709	87	31,207
		R6	9,126	3,687	17,587	677	31,155
経常収支比率	R4	76.2%		R5	76.8%	R6	77.7%
経費回収率	R4	66.7%		R5	66.7%	R6	65.6%
他会計補助金比率	R4	32.4%		R5	34.1%	R6	34.6%
有形固定資産減価償却率	R4	65.7%		R5	67.4%	R6	68.1%
企業債残高対料金比率	R4	261.3%		R5	217.9%	R6	215.4%

①経常収支比率 [総収益 ÷ (総費用+地方債償還金)]

経常費用を経常収益でどの程度回収できているかを判断するもので、高い方が望ましい指標。当市場の数値は76%代で、ほぼ横ばいとなっています。

②経費回収率 [営業収益 ÷ (総費用+地方債償還金)]

経常費用を営業収益でどの程度回収できているかを判断するもので、高い方が望ましい指標。当市場の数値は64%～66%程度で推移しています。

③他会計補助金比率 [他会計繰入金 ÷ (総費用+地方債償還金)]

経常費用に占める一般会計からの繰入金の比率で、低い方が望ましい指標。当市場の数値は36%程度から減少傾向となっています。

④有形固定資産減価償却率 [建物等の減価償却費の累計額 ÷ 建物等の取得原価]

施設の老朽化度合を見るもので、高いほど老朽化が進んでいくことになる指標。当市場の数値は64%程度から増加傾向となっています。

⑤企業債残高対料金比率 [(地方債残高 - 一般会計負担額) ÷ 料金収入]

施設整備のために借り入れた企業債の残高と料金収入の比率で、低い方が望ましい指標。当市場の数値は過去の起債の償還終了に伴い減少傾向となっています。

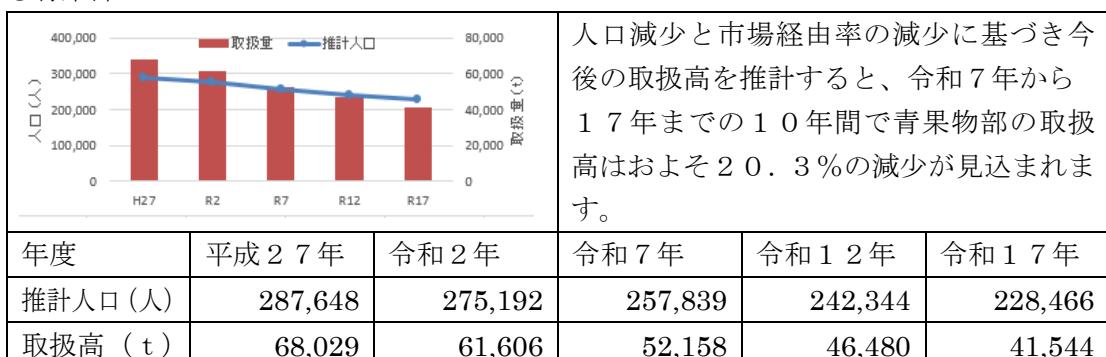
## 2 将来の事業環境

### (1) 取扱高 (t) の見通し

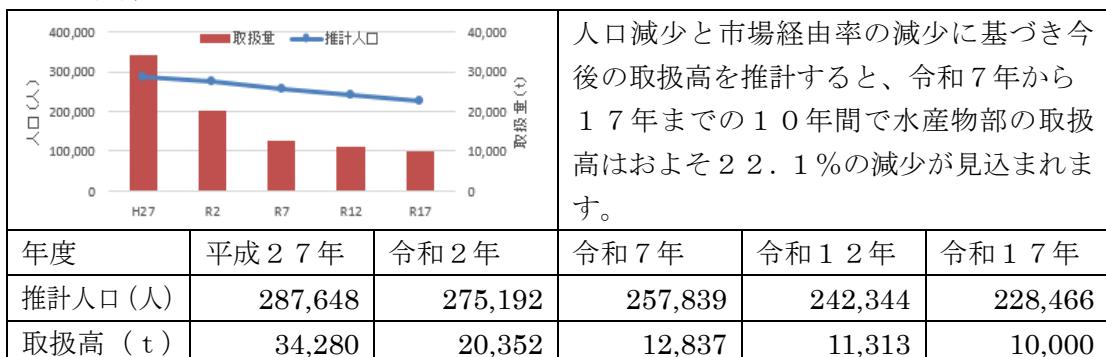
全国の卸売市場の取扱高は人口減少や市場外流通拡大の影響により減少傾向となっており、当市場も同様の傾向となっています。

人口減少の影響については、「青森市総合戦略 2024－2028（青森市）」に基づき、令和7（2025）年から令和17（2035）年までの人口減少率を年平均1.2%と見込み、市場外流通拡大の影響については、「卸売市場データ集（令和5年度版）（農林水産省）」に基づき、市場経由率の減少率を、青果物部については年平均1.1%、水産物部については1.3%、花き部については0.6%と見込んでいます。

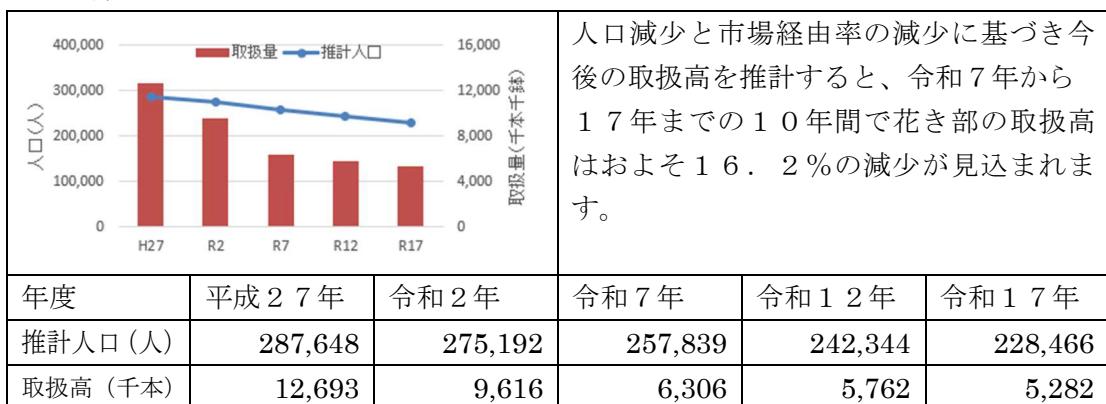
#### ●青果部



#### ●水産物部



#### ●花き部



## (2) 使用料収入の見通し

本市場の使用料は、市場使用料（売上高割）と施設使用料（面積割）で構成されています。

### ●市場使用料

取扱高の将来推計に基づき、令和7年度から17年度の市場使用料については青果部20.3%減、水産物部22.1%減、花き部16.2%減として見込んでいます。

### ●施設使用料

令和7年度以降の施設使用料は、令和7年度の状況を100%維持するものと見込んでいます。

年度	平成27年	令和2年	令和7年	令和12年	令和17年
市場使用料	123,826	96,039	97,417	86,298	76,683
施設使用料	269,282	242,640	280,155	280,155	280,155

## (3) 施設の見通し

品質管理及び衛生環境面で改善が必要な施設・設備については、緊急性や耐用年数等も考慮しながら順次改修・更新を行うとともに、施設全体の老朽化に対応するため、青森市ファシリティマネジメント推進基本方針に則り、関係部局と協議しながら市場の環境整備に努めます。

## (4) 組織の見通し

職員の人事配置等は市として行っているため、現行の人数を維持する事を想定しており、退職・異動等で職員が代わっても、引き続き事務に支障が生じないよう、事務の引継ぎや共有、研修の充実等を図ります。

### 3 経営の基本方針

- 市場機能の強化
  - 取引の活性化      ○品質管理及び衛生環境の向上      ○環境問題への対応
  - 危機管理体制の確立      ○空き施設等の有効利用      ○人材の確保及び資質向上
- 販売力の強化
  - 生産者と共同で、市・県産品の販売に取り組む
  - 市場全体で小売業の活性化を進める
- 情報発信の強化
  - 消費者が求めている情報の発信      ○食育・花育の普及促進を図る
  - 生産者や小売店等との連携による情報発信

### 4 投資・財政計画（収支計画）

#### （1）投資・財政計画（収支計画） 別紙のとおり

#### （2）投資・財政計画（収支計画）の策定に当たっての説明

##### ①収支計画のうち投資についての説明

目 標	市場施設の老朽化対策、市場機能の維持・長寿命化のため、計画的な施設・設備の改修・更新を図ります。
-----	--

##### ②収支計画のうち財源についての説明

目 標	使用料収入の安定的な確保に努めるとともに、適切な企業債借入による施設整備費の財源確保を図ります。
-----	--

##### ③収支計画のうち投資以外の経費についての説明

目 標	今般の厳しい財政状況を踏まえながら、委託業務の見直しや施設の省電力化を進めることで、適切な経費節減に努めます。
-----	---

#### （3）投資・財政計画（収支計画）に未反映の取組や今後検討予定の取組の概要

##### ①今後の投資についての考え方・検討状況

民間活用	適正な業務運営の確保及びサービスの維持向上に留意しながら、PFI事業などの民間活力導入の可能性について検討します。
投資の平準化	必要な改修工事について計画的に進めると共に、市債等を活用しながら投資負担の平準化を図ります。
広域化	予定無し
その他の取組	—

②今後の財源についての考え方

使用料	販売力の強化や、空き店舗の活用等による使用料収入の増加を図ります。
企業債	必要な改修工事については、計画的に進めると共に、市債等を活用しながら投資負担の平準化を図ります。
繰入金	繰出基準に基づく一般会計からの繰入金の確保を図ります。
資産の有効活用等による収入増加の取組	－
その他の取組	空き店舗の解消等、収入の増加に向けた取組を検討します。

③投資以外の経費についての考え方・検討状況

委託料	経常的な施設管理業務において、より効果的・効率的な予算の執行
管理運営費	管理に努めます。
職員給与費	－
その他の取組	－

5 公営企業として実施する必要性など

事業の意義、提供するサービス自体の必要性	本市場は、全国有数の農産物・水産物の産地である青森県の中心に位置し、生産者への確実かつ迅速な販路の提供や小売業への安定的・効率的な取引の場を提供することで、青森市及び近隣自治体の住民・消費者への安心・安全な生鮮食料品の流通において大きな役割を担っています。
公営企業として実施する必要性	上記機能を維持し、市民生活に密着した生鮮食料品の適正な価格形成と安全・安心かつ安定的な流通拠点としての役割を果たすために、引き続き青森市が開設者として事業を継続していきます。

6 経営戦略の事後検証、改定等に関する事項

経営戦略の事後検証、改定等に関する事項	毎年度、本収支計画との整合性を検討し、大幅な乖離が生じた場合には必要に応じて計画の見直しを行います。
---------------------	--

## 収支計画

(単位:千円)

項目	R7(予算)	R8	R9	R10	R11	R12	R13	R14	R15	R16	R17	
収益的 収支	総収益	553,097	553,538	517,499	515,277	513,108	510,990	508,975	507,007	505,085	503,208	501,375
	営業収益	522,109	519,776	517,499	515,277	513,108	510,990	508,975	507,007	505,085	503,208	501,375
	市場使用料	97,417	95,084	92,807	90,585	88,416	86,298	84,283	82,315	80,393	78,516	76,683
	施設使用料	280,155	280,155	280,155	280,155	280,155	280,155	280,155	280,155	280,155	280,155	280,155
	その他	144,537	144,537	144,537	144,537	144,537	144,537	144,537	144,537	144,537	144,537	144,537
	営業外収益	30,988	33,762	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	他会計繰入金	30,988	33,762	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	総費用	424,737	421,468	419,172	418,204	417,567	417,370	417,150	416,912	416,597	416,179	415,736
	営業費用	410,369	410,369	410,369	410,369	410,369	410,369	410,369	410,369	410,369	410,369	410,369
	職員給与費	120,794	120,794	120,794	120,794	120,794	120,794	120,794	120,794	120,794	120,794	120,794
資本的 収支	その他	289,575	289,575	289,575	289,575	289,575	289,575	289,575	289,575	289,575	289,575	289,575
	営業外費用	14,368	11,099	8,803	7,835	7,198	7,001	6,781	6,543	6,228	5,810	5,367
	地方債利子償還金	14,368	11,099	8,803	7,835	7,198	7,001	6,781	6,543	6,228	5,810	5,367
	差引収支	128,360	132,070	98,327	97,073	95,541	93,620	91,825	90,095	88,488	87,029	85,639
	資本的収入	143,248	205,569	152,611	127,956	101,936	85,029	77,728	73,500	73,500	84,582	82,809
	地方債	14,900	73,500	73,500	73,500	73,500	73,500	73,500	73,500	73,500	73,500	73,500
	他会計補助金	128,348	132,069	79,111	54,456	28,436	11,529	4,228	0	0	11,082	9,309
	資本的支出	271,609	337,639	250,938	225,029	197,477	178,649	169,553	156,951	166,780	173,463	168,448
	建設改良費	14,913	73,500	73,500	73,500	73,500	73,500	73,500	73,500	73,500	73,500	73,500
	地方債元金償還金	256,696	264,139	177,438	151,529	123,977	105,149	96,053	83,451	93,280	99,963	94,948
	差引収支	▲ 128,361	▲ 132,070	▲ 98,327	▲ 97,073	▲ 95,541	▲ 93,620	▲ 91,825	▲ 83,451	▲ 93,280	▲ 88,881	▲ 85,639
前年度からの繰越金		1	0	0	0	0	0	0	0	6,644	1,852	0
実質収支		0	0	0	0	0	0	0	6,644	1,852	0	0
収益的収支比率		81.2%	80.7%	86.7%	90.4%	94.7%	97.8%	99.2%	101.3%	99.1%	97.5%	98.2%
地方債残高		1,044,581	853,942	750,004	671,975	621,498	589,849	567,296	557,345	537,565	511,102	489,654

## 一般会計繰入金

収益的収支分											
繰入基準額	130,294	128,660	127,512	127,028	126,710	126,611	126,501	126,382	126,225	126,016	125,794
実繰入額	30,988	33,762	0	0	0	0	0	0	0	0	0
資本的収支分											
繰入基準額	128,348	132,069	88,719	75,764	61,988	52,574	48,026	41,725	46,640	49,981	47,474
実繰入額	128,348	132,069	79,111	54,456	28,436	11,529	4,228	0	0	11,082	9,309
実繰入額合計	159,336	165,831	79,111	54,456	28,436	11,529	4,228	0	0	11,082	9,309