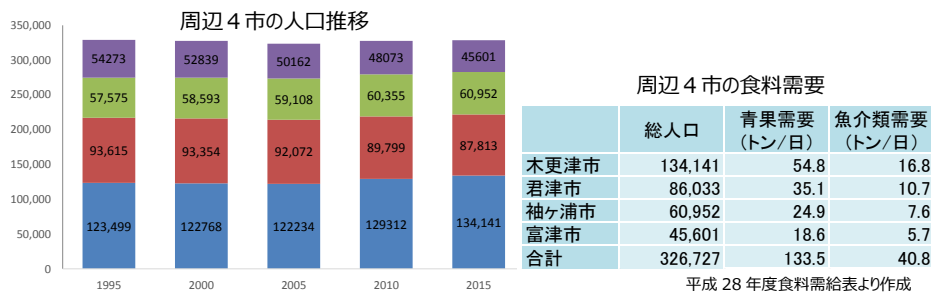


1. 木更津市を取り巻く現状

1.1.消費人口の動向

- ・木更津市場の製品の主な販売先である周辺 4 市の合計人口は横ばい。
- ・平成 28 年度食糧需給表から、人口 1 人あたりの青果粗食料を 408.5g、魚介類粗食料を 124.9g とすると、周辺 4 市を合わせた青果需要は 1 日 133.5 トン、魚介類需要は 40.8 トンと推計される。



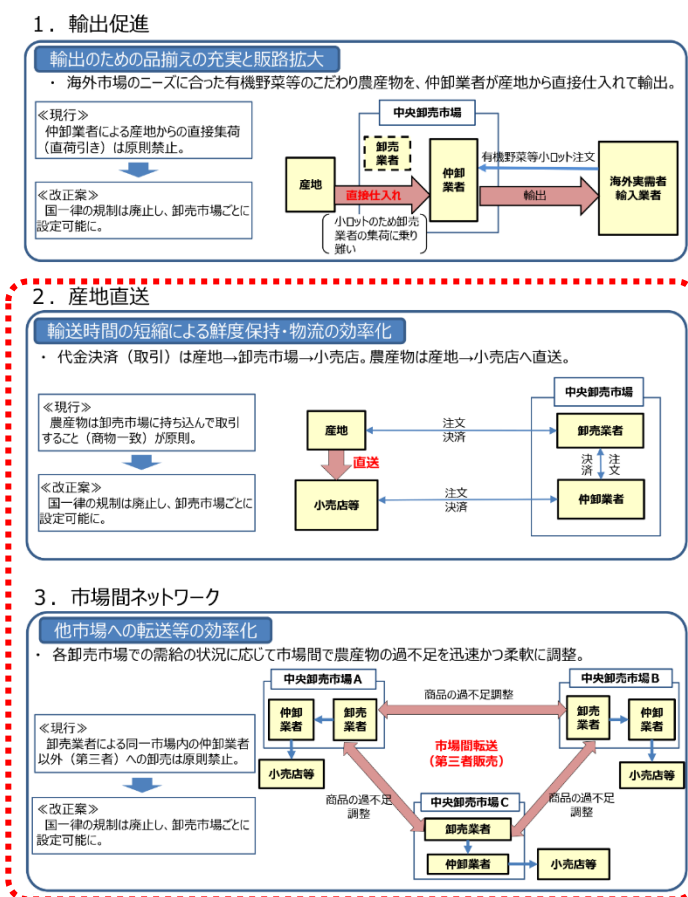
4 市 HP 資料より作成
◇今後も周辺 4 市では一定の食料需要が見込まれる

2. 法改正により期待されるビジネスモデル

2.1.卸売市場法改正のポイント

項 目	現行法	改正案
第三者販売	原則禁止	各市場の関係者で協議し 必要に応じて設定
直荷引き		
商物一致	原則適用	

2.2.期待されるビジネスモデル（農林水産省）



1.2.農業産出額・漁獲量

- ・千葉県は農業産出額は全国 4 位、海面漁業漁獲量全国 8 位の農水産業大県。
- ・南房総地域は豊かな漁場や豊富な農地に恵まれ、12 市の農業産出額は県の約 14%、海面漁業漁獲量は県の約 23%を占めている。

H29 都道府県別農業産出額			H29 都道府県別海面漁業漁獲量			12 市の農業産出額と海面漁業漁獲量		
順位	都道府県	農業算出額 (億円/年)	順位	都道府県	海面漁業漁獲量 (t/年)		農業産出額 (H28) (千万円)	漁獲量 (H29) (t)
	全国	93,787		全国	3,258,020			
1	北海道	12,762	1	北海道	738,957	木更津市	479	208
2	鹿児島	5,000	2	長崎	317,069	君津市	925	-
3	茨城	4,967	3	茨城	295,345	袖ヶ浦市	901	-
4	千葉	4,700	4	静岡	202,227	流津市	406	2,572
5	宮崎	3,524	5	宮城	158,328	富津市	222	3,156
6	熊本	3,423	6	三重	154,672	南房総市	1,299	4,614
7	愛知	3,232	7	島根	132,871	館山市	539	4,867
8	青森	3,103	8	千葉	120,101	鴨川市	391	7,151
9	栃木	2,828	9	青森	102,496	勝浦市	94	1,157
10	岩手	2,693	10	宮崎	96,540	大多喜町	152	-

出典：農林水産省「平成 29 年生産農業所得統計」、「平成 29 年海面漁業生産統計調査」、「わがマチ・わがムラ- 市町村の姿-」
◇南房総は農水産業の高いポテンシャルを有している

3. 取扱量増加に向けた参考事例（他地域の取組み）

3.1.市場間ネットワーク

- 小田原市場と大田市場（朝獲れ鮮魚の流通）
 - ① 相模湾で獲れた鮮魚を大田市場に運び「朝獲れ鮮魚」としてその日中に流通
 - ② 顧客ニーズに基づいた魚種やサイズを揃え、首都圏の消費者へ提供
 - ③ トラック帰り便に大田市場で活け締めした魚を積載し物流コストを低減化
- ひょうご卸売市場協働ネットワーク推進協議会（市場関係者による協議会）
兵庫県内の中央・地方卸売市場の開設者、卸売業者、仲卸業者団体及び兵庫県によって協議会を設立、協働集荷を実施。

3.2.集荷力強化

- 丸仙青果(株)（茨城県・きやべつの入荷における取組み）
次の取組みにより、年間を通じて安定した調達を実現
 - ・出荷容器として通いコンテナの貸出し ・自社冷蔵庫での在庫保管
 - ・生産コスト高の時期の買取価格の引上げ ・産地リレー ・他市場からの調達
- (株)エムスクエア・ラボ（やさいバスによる小規模物流）
 - ・小規模生産者を対象に冷蔵バスが地域を巡回し集荷と配送を同時に実施
 - ・農家が出荷した品物をすぐに集荷することができ、鮮度も向上。

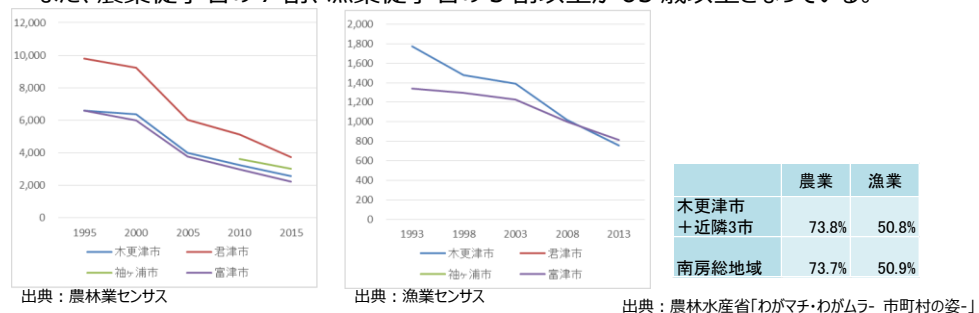
3.3.生産力の向上

- 福島県若狭町（農地集積と担い手確保）
 - ・高齢化と担い手不足により農地維持が困難となっていた集落において、町と機構が農家や地区外の担い手にヒアリングを行い、意見を集約した上で農地の集積・集約を誘導。地域に精通した集落内の農家を地域推進員として町が雇用することで話し合い等をスムーズ化し、担い手と地域の信頼関係を構築。



1.3.農業漁業従事者の減少と高齢化

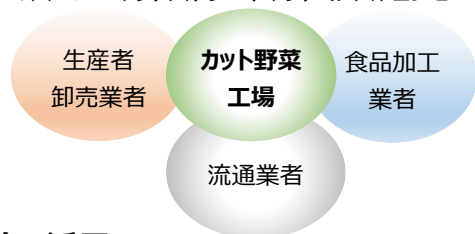
- ・木更津市と周辺 3 市における農業従事者数は、1995 年の約 2 万 3 千人から 2015 年には約 1 万 2 千人に半減した。
- ・木更津市と富津市における漁業従事者は 1993 年の約 3 千人から、2013 年には約 1 千 5 百人に半減した。
- ・また、農業従事者の 7 割、漁業従事者の 5 割以上が 65 歳以上となっている。



◇農水産業の担い手不足・高齢化が深刻化している

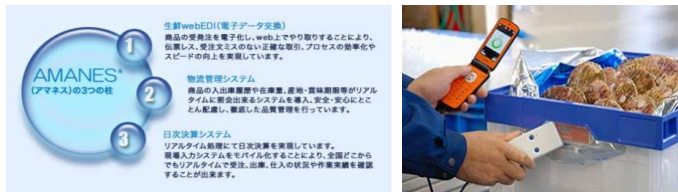
3.4.六次産業化

- (株)ベジタコーポレーション
 - ・青果物の生産・加工・流通に携わる 9 社の出資によりカット野菜の生産会社を設立。
 - ・青果卸売会社をはじめ、複数の企業の特性を活かし、産地リレーによる安定した材料調達と大口の出荷先確保を行っている。
 - ・出荷先は、西日本一帯のスーパー、ファストフード、ファミレス、コンビニ等。



3.5.情報通信技術等の活用

- (株)仙台水産（仙台市中央卸売市場卸売業者）
 - ・システムを独自に構築し、仕入、販売、在庫管理をペーパーレス化。
 - ・商品の受発注を電子化し、ペーパーレス化、受発注ミスの低減を実現。
 - ・リアルタイムで商品の入出庫履歴や在庫量、産地・賞味期限等の照会が必要な物流管理システムを導入し、徹底した品質管理を実現。



3.6.産地直送の販路開拓

- JF しまね
 - ・JF しまねは、自ら産地卸売市場（地方卸売市場）を開設。同卸売市場市場では卸売業者であるとともに、買参人として水産物を競り落とし、大手量販店等に販売。
 - ・卸売業者である JF しまねが自ら水産物を買ひ受け、産地直送の販路の開拓に取り組むことにより、漁業者の所得向上に貢献。

4. 民間事業者の意見聴取結果

4.1. サウンディング調査 - 建設事業者・食品関係事業者 -

(1) 調査方法

調査方法	事前ヒアリングシートの記入 + 対面式ヒアリング
調査時期	平成 30 年 9 月、10 月

(2) 調査結果

対話の対象項目	対話の概要
新たに導入すべき機能	・ <u>コールドチェーン等の温度管理、衛生管理機能が必要</u> ・ <u>災害時等の活用を想定した物流センター機能</u>
施設規模	・市場と民間収益施設を一体化することにさらにスケールメリットが見込める
整備手法	・ <u>PFI や DB 等の一括発注が望ましい</u> ・PFI 等の一括発注では事務事業の簡素化と事業の運用の多様化を図ることができるが、事業期間が長くなる ・PFI 事業の場合、ある程度の事業規模が必要である
事業範囲	・市場本体施設と民間提案施設を一体的に整備した方がよい
導入可能な民間提案施設	・実績のあるテナント ・市場の食品を生かした飲食店・加工品物販店・お土産屋と物流施設 ・福利厚生施設（飲食店等、来場者にも開放） ・今後、進出を希望する事業者と連携して検討したい ・加工処理、物流事業者等の誘致が必要
行政に求める支援等	・ <u>割安感のある借地料等</u> ・ <u>交通アクセスの向上と周辺の商業・観光施設との連携（橋や循環バス）</u> ・ <u>6 次産業化に対する支援</u>
事業参入の意欲	・ <u>事業性が確保できれば前向きに検討したい</u> （進出企業の意向調査が必要） ・業者選定時は単なる価格評価ではなく、事業性を評価してもらいたい ・加工処理事業者としては施設外の土地の確保も必要
その他	・ニーズの変化に対応可能な施設整備が必要 ・卸売市場法改正による動向に留意が必要

4.2. ヒアリング調査 -出荷者、買受人、水産市場、青果市場、JA、近隣市、加工・倉庫業-

(1) 調査方法

調査方法	対面式ヒアリング
調査時期	平成 31 年 1 月～3 月

(2) 調査結果

分類		結 果（主な意見等）
出荷者	水産	・ <u>冷却水槽がないため</u> 、通常全体の 3 割ほど出荷しているが、夏場は減少傾向にあり他市場に出荷している ・高値が付くように、 <u>販売力の強化</u> ・ <u>近隣の同業者は、殆ど直接問屋等へ販売している</u> （作業手間がかからず、氷の準備、現場の集荷のサービスがあるため） ・ <u>衛生面の充実</u> を求める
	青果	・ <u>新鮮さを保つ設備が必要</u> ・ <u>衛生面の管理が必要</u> ・ <u>加工品が多用されている現状に対応</u> できる品揃えが必要 ・搬入、搬出の作業効率の工夫 ・有機栽培野菜を取り扱っているので、自社で有機栽培としての <u>バック詰め作業を行っているが、こうした作業を請け負ってもらえると助かる</u> ・有機野菜を一般の野菜と区別して販売（ <u>ブランド化等</u> ）
買受人		・ <u>小売業界では消費者ニーズを一番良く把握している小売業者が要望した商品でないと中々売れない</u> ・水産については、小売のニーズに応じた加工（一次加工・フィレ加工）を木更津市場で実施してもらえなら、地元企業にとって輸送費・入荷スピードを考慮すると、とても優位性があるため、取引の増加を検討できる ・市場に求めることは、 <u>商品の品揃え及びこの市場でしか手に入らない特産品があれば優位性</u> がある ・大きな出荷先があれば、活気も出てくるし、産地にとっても魅力がある ・ <u>保冷設備、衛生管理は必要</u> ・本市場と競合する市場があるため、 <u>商品の品揃え、対応のスピード等</u> が仕入れ先として選ぶ目線となる。結果として他の市場と取引をすることになった品物もある
青果市場		・物流の合理化は考えているより実現は難しいが、 <u>木更津市場との連携は、南部市場と中央市場の転送拠点等は可能性あり</u> ・木更津市場からの仕入れは可能である。中央市場からの仕入において、 <u>県南部の市場が共同仕入を行うことにより、購買力を高め、中央市場での優位性を高められる可能性あり</u> ・地元生産品が販売しきれない場合、他市場で捌くことは可能 ・ <u>商品をトラックに積み込む場所および屋根が無いため</u> 、建物から離れた場所に駐車し、フォークリフトで積み込むこととなり雨天時は濡れてしまい、夏場は荷造り中に傷んでしまう ・商品が揃う時間（荷捌きの効率化等）を早くしてもらいたい
水産市場		・市場としては仲買人に販売して終了となる ・ <u>仲買人が行っているため詳細は不明だが、仲買人がそれぞれで輸送している。銚子へ運び、缶詰にしているという話も聞く</u> ※ <補足> 漁協については、仲買人が入札した水産物を直接、他市場に出荷している。他市場へ直接販売したほうが、物流コストを踏まえてもメリットがあるためと考えられる ・ <u>仲買人としての登録は可能</u> ・ <u>売れ残りや、まとまった量が確保できない場合に近くの市場へ出荷することは検討できる</u> ・水揚げ状況によるが、集荷に来てもらえるとありがたい
JA		・木更津市場の販売先は地元スーパー等が主要取引先であることから、スーパーに出荷される品目を選択して出荷し、その他の品目は他市場に出荷している。 <u>木更津市場の販売力を強化し販売先が明確であればその他品目の出荷検討は可能である</u> ・ <u>荷造りの手間が大変なので、荷造りを簡素化して出荷できれば、ある程度の量を確保できる</u> （箱詰め、等級分別、サイズ分別等） ・ <u>規格外商品等を捌ける加工機能</u> があれば、出荷は増加するのでは ・冷蔵庫が小さく、保管量・搬入搬出作業（パレットでは不可）に不便である ・販売先の確保が必要。販売力に限りがあるので、量が集まると価格が下落する傾向がある ・出荷についての相談は積極的に受けたい
近隣市 （君津市） （富津市） （袖ヶ浦市）		・市場に求める機能は <u>生産品の確実な出荷先</u> ・農業振興等の取組みは各市で実施している ・市場からの仕入れ等のニーズがあれば協力したい ・地元生産者への支援、木更津市場の PR 等であれば協力は可能
加工・倉庫業等		・少量でも、地産品で、行政のお墨付きがある（ブランド化されている）産品で、 <u>看板になるものが必要</u> と考える ・卸売市場については、 <u>生産者に対する交渉力、個人生産者を取りまとめる力がある</u> ことが優位性であると考え ・現在も千葉県内に集荷センターを保有し、袖ヶ浦の契約農家等、取引先はあるため <u>木更津市場についても、取引の可能性はある</u> と考える ・ <u>商品または市場にブランド力</u> がつくことが望ましい ・配送していただけるのであれば、 <u>価格次第で取引可能</u> である ・現状の物流のシステム改善、倉庫運営、配送の支援は検討できる ・近隣市町村、更には南房総の市町村との <u>広域連合のような形態で連携した取り組み</u> ができれば魅力があると考え ・ <u>行政の産品 PR、認定等の産品の付加価値</u> につながる支援も必要と考える ・自社は不動産業が主であるので、視点としては、周辺の土地利用の可能性や、用地規模・接道要件、用途地域等から物流機能を検討する ・事業自体より、新しいニーズの拡大がひとつの視点となる。 <u>木更津の場合は地域の物流のニーズの拡大が期待できるのであれば検討</u> できるかもしれない ・加工業者の販売力という面では、 <u>自社は仲卸業者が販売先を見つけた上で加工の依頼を受けることも多いため、同様に販売先の確保を市場側で実施する</u> 必要がある

5. 木更津市場が抱える問題とその背景

5.1. 市場が抱える問題

（1）施設の耐震性能不足の解消

- ・平成 24・25 年度に実施した耐震診断により、耐震基準を満たさない結果を得ています。このため施設の再整備が早急に求められます。

（2）施設等の老朽化等による商品管理機能不足への対応

- ・開設後 45 年以上が経過したことによる施設・設備の老朽化及び陳腐化が見られます。このため売場の開放性が高く、季節変化等の影響を受けています。食の安全性の確保のため温度管理や密閉性等、商品管理機能の向上を図ることが求められます。

（3）取扱量減少への対応

- ・社会情勢の変化等を要因とした市場外流通の増加等により、取扱量の減少が見られます。取扱量の増加に向けて、様々な観点から検討し、効果的な取組や新たな機能が不可欠です。

（4）民間活力による市場及び地域の活性化

- ・卸売市場法の改正による各種規制緩和が予定されており、民間活力を活かした市場の活性化を図るとともに、市場を拠点とした新たな賑わいの創出により地域の活性化に資することが求められます。

5.2. 取扱量増加に向けた課題の抽出

（1）施設・設備の老朽化のため取扱量が減少

- ・現在の食品流通に求められる冷蔵・冷凍機能の不足、衛生面の課題から木更津市場への出荷が減少している。

＜関連する主な意見＞

- ・商品をトラックに積み込む場所および屋根が無いため、建物から離れた場所に駐車し、フォークリフトで積み込むこととなり雨天時は濡れてしまい、夏場は荷造り中に傷んでしまう。
- ・冷却水槽がないため夏場はペットボトルの氷を持参している。夏以外は通常全体の 3 割ほど出荷しているが、夏場は減少傾向にあり他市場に出荷している。

（2）販売先が不明瞭であり木更津市場が出荷先として選択されていない

- ・木更津市場の販売先が不明瞭であることから、確実に販売できるか不安要素があり木更津市場への出荷が減少している。

＜関連する主な意見＞

- ・木更津市場の販売先は地元スーパー等が主要取引先であることから、スーパーに出荷される品目を選択して出荷し、その他の品目は他市場に出荷している。木更津市場の販売力を強化し販売先が明確であればその他品目の出荷検討は可能である。
- ・小売業界では消費者ニーズを一番良く把握している小売業者が要望した商品でないと中々売れない。

（3）物流機能が合理化されておらず木更津市場が選択されていない

- 生産者から中央市場までのルートに必要となる、荷造りや価格、物流機能等のトータルでの機能不足による木更津市場が選択されていない。

＜関連する主な意見＞

- ・荷造りの手間が大変なので、荷造りを簡素化して出荷できれば、ある程度の量を確保できる（箱詰め、等級分別、サイズ分別等）
 - ・物流の合理化は考えているより実現は難しいが、木更津市場との連携は、南部市場と中央市場の転送拠点等は検討できるのでは。
 - ・仲買人が行っているため詳細は不明だが、仲買人がそれぞれで輸送している。銚子へ運び、缶詰にしているという話も聞く。
- ＜補足＞ 漁協については、仲買人が入札した水産物を直接、他市場に出荷している。他市場へ直接販売したほうが、物流コストを踏まえてもメリットがあるためと考えられる。

5.3. 外部目線による現状認識

課題

- ① 施設・設備の老朽化のため取扱量が減少
- ② 販売先が不明瞭であるため木更津市場が出荷先として選択されない
- ③ 物流機能が合理化されていないため木更津市場が選択されていない

ポテンシャル

- ① 地理的優位性及び交通インフラの充実
- ② 人口増加による食用需要見込量の増加
- ③ 千葉県内の高い農業産出額・漁獲量

出荷先・集荷先として木更津市場が選択されていない

交通利便性に優れており、かつ販売先及び集荷先のいずれも豊富

目指すべき目標

販売力強化により消費者および生産者にとって魅力ある市場として競争力を高める

6. 目標達成に向けての5つの行動計画

販売・集荷機能の強化～魅力ある市場の実現～

- (1) 販売力の強化
- a) 既存顧客の維持・確保
顧客ニーズの把握と対応 ◆
顧客への積極的な情報提供と提案活動の展開
リテールサポート（経営支援）の強化
積極的な垂直協働・水平協働
新規顧客の積極的開拓
- (2) 集荷力の強化
- a) 既存集荷先の維持・確保
産地ニーズの把握と対応 ◆
産地への積極的な情報提供
産地に対する積極的な生産提案、指導
共同集荷への取組み
- b) 新規集荷先の獲得
新規集荷先を積極的に開拓
輸入商材の取扱の強化
- (3) 県産品の取扱力の強化
- a) 県産品の県内流通拠点としての位置づけの強化
b) 県内特産品の積極的な取上げとブランド化 ◆
c) 高齢化・小規模生産者を支援

加工・物流機能の強化～利便性の高い市場の実現～

- (1) 加工機能の強化
- a) 低温小分け・加工・包装センターの検討 ◆
b) 物流機能の強化

品質管理機能の強化～安心安全な市場の実現～

- ・品質管理の高度化と徹底
- ・トレーサビリティ（商品履歴）の確保 ◆
- ・安全安心食品の提供

食育による消費の喚起・拡大～食育拠点となる市場の実現～

情報発信機能の強化～賑わいのある市場の実現～

◇具体的な取組み 例

【卸売業者】	（短期）買受人との情報交換回数を増して実需者ニーズ及び実需者ニーズの変化の把握に努め、ニーズに対応した集荷や企画を行うことによって買受人等の販売活動を支援する。
【買受人】	（短期）顧客ニーズ（品揃え、品質、量、加工、取引条件、配送等）を積極的に入手・把握し、顧客ニーズの対応に努める。
【卸売業者】	（短期）積極的に産地に出向き、集荷先のニーズを入手・把握及び対応し、恒常的な出荷先としての地位の確立に努める。（長期的仕入計画の提示等）
【買受人】	（短期）顧客との取引の安定化・計画化に努め、長期的な仕入計画等の提供によって卸売業者の対産地集荷力の強化を側面支援する。
【卸売業者】	（中期）販売量の確保・拡大に努め、卸売業者の対産地折衝力の強化を支援する。
【卸売業者】	（短期）県内の特徴ある産品を積極的に開拓し、買受人と協働して地産地消による効率流通の促進に努めると共に、県内生産の維持を図る。
【買受人】	（短期）県内産地と協働して産品の木更津ブランド化に努め、その供給拠点としての位置づけを確保する。
【買受人】	（短期）卸売業者の開拓した地場産品・ブランド産品を県内顧客に積極的に紹介し、地産地消による効率流通の促進に努める。
【卸売業者】	（中期）市場への受入れ態勢を強化するため、商品の加工機能の強化を図る。
【買受人】	（中期）素材提供から商品提供への転換を図る。
【開設者】	（短期）市場の加工機能の強化を果たすため、（低温）加工センターの設置について、その必要性や事業手法も含め関係者と検討する。
【卸売業者】	（中期）顧客ニーズを踏まえ、取扱商品の集荷・保管・売渡しに係る情報管理の徹底を図り、顧客に対し常に正確な流通履歴情報を提供できるシステムを構築する。
【開設者】	（中期）トレーサビリティシステムに係る情報の収集に努め、場内事業者に提供及び共有する。
【卸売業者】	（長期）場内事業者は連携して各種のイベント・食育活動等を行うことによって消費量の増加を目指す。
【買受人】	a. 市場祭りの開催 b. スーパー等と共同イベントを開催 c. 料理教室・食育教室の開催
【開設者】	（長期）各業態が行うイベント・行事などを、行政関係機関と連携しPRに努める。
【卸売業者】	（短期）メディア等の活用も含め、市場を積極的にPRする。
【開設者】	（短期）市場を様々なメディアを通じて積極的に発信する。

売上の拡大による収支の改善

付加価値の上昇

【卸売業者】	（中期）買受人と協働し、顧客の顕在・潜在ニーズ（物流・各種加工ニーズ等）に積極的に対応し、商品の付加価値を高める。
【買受人】	（短期）顧客の顕在ニーズを再確認するとともに、潜在ニーズの掘り起こしを行う。

取扱量の増加

【卸売業者】	（短期）産地開発・顧客開発を積極的に進める。
【買受人】	（短期）顧客のニーズを把握する。
【買受人】	（中期）顧客ニーズに基づいた商品の集荷要請、商品開発により取扱量の増加を目指す。

経費の削減による収支の改善

直接費の削減

【卸売業者】	（短期）直接経費の詳細を把握し、可能な限りその削減に努める。
--------	--------------------------------

一般管理費の削減

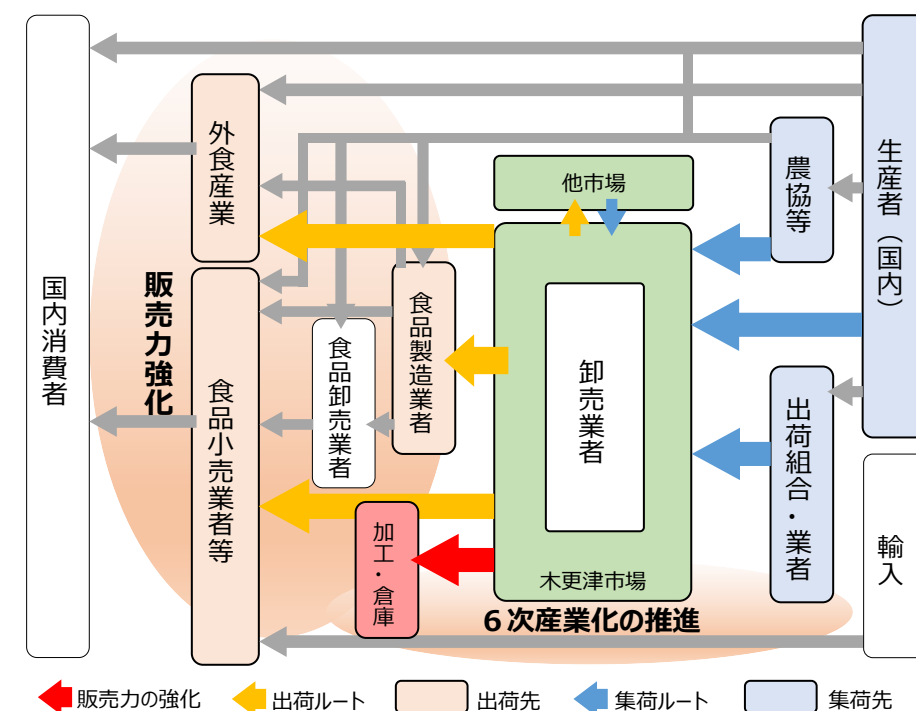
【卸売業者】	（中期）業務の実施実態を把握し、その効率化を図るとともに適正な人員配置を検討する等で一般管理費の削減に努める。
--------	---

業務の共同化、機器の共有化

【買受人】	（短期）役務の共同化（業務の集約、大量処理化等）、機器の共有等により直接経費・一般管理費の削減に努める。
-------	--

◇戦略のイメージ

東京湾アクアラインを通じて大消費地の首都圏に最も近接する地の利を活かし、市場としての販売力強化に重点的に取組む（出口戦略）とともに、物流機能を合理化し消費者及び生産者にとって魅力ある市場となることを目指す。また、出口戦略のひとつとして、加工工場や倉庫業と連携することで、新たな産品を集荷し、販売ルートに乗せにくい産品の活用を広げ、取扱量を増加させる。



① 市場の活性化に向けた取り組み

② 場内事業者の経営強化

③ 場内施設敷地の有効活用の取組み

【場内事業者】	（中期）市場が有する敷地及び施設を有効活用し、市場の活性化に資する施設整備等の検討を推進する。
【開設者】	（中期）場内事業者が推進する市場活性化に資する施設整備等の検討及び整備事業を支援する。

④ 施設修繕計画の見直し

【開設者】	（短期）施設の修繕を計画的かつ確実に実行できるよう、民活を含めた検討を行い、市場の施設機能の維持に努める。
-------	---

⑤ 市場の管理運営体制

【開設者】	（長期）市場の管理運営体制の効率化を図り、市場会計の健全化及び市場活性化のため、市場運営の民営化等を検討する。
-------	---