

1. 経営戦略策定の趣旨

木更津市公設地方卸売市場は、昭和44年に青果部が開場し、昭和46年に水産物部が併設し総合卸売市場として開場しました。開場以降、生鮮食品の生産から消費に至る流通の要として基幹的な役割を担ってきましたが、開場後50年以上経過し、施設・設備の老朽化、耐震性能の不足、取扱高の減少傾向が続いています。

この様な中、木更津市では、平成30年9月策定の「公設地方卸売市場再整備に向けた基本方針」と平成31年4月策定の「公設地方卸売市場経営展望」に沿って取扱高の向上等に取り組んで来ました。一方で、再整備の検討は慎重に検討を重ねた結果、整備場所も含めて再検討することとなりました。

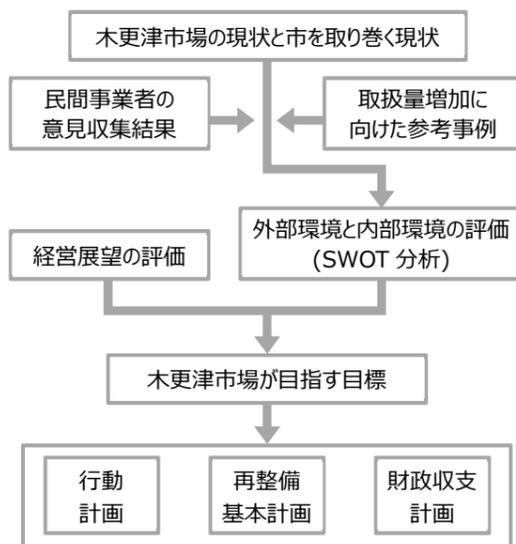
経営戦略は、基本方針・経営展望の方向性を踏まえ、市場を安定的に継続していくための中長期的な経営の基本計画となります。

また、当計画は、農林水産省が公設卸売市場に義務づけた経営展望に沿って策定しており、国の交付金申請に必要な「食品等流通合理化計画」の内容も盛り込み、総務省においても「経営戦略」の策定が公営企業等に義務づけられており、それらを踏まえた内容としています。

◆市場の位置づけ

- ・農業従事者等の減少による農水産品の生産量の減少、気候変動による自然災害の頻発化により、国内農水産品の安定した流通・供給が課題となっています。
- ・一方、日本の食料自給率は58%（生産額ベース、令和4年度）と約4割の食料を海外に頼っている中で、世界人口の増加や新型コロナウイルス感染症の影響、海外情勢の不安定等から、食糧不足の影響が懸念されます。
- ・市場からの生鮮食品は、買受人であるスーパー、八百屋、魚屋等の他、買受人を通じて学校給食、宿泊施設、病院などの各施設や、直売所などにも供給しています。
- ・この様な状況の中、「食料安全保障」の観点を踏まえ、地域への安定的な農水産品の供給、価格の適正化、安全で安心な食生活の形成等を図るため、公設卸売市場が、それらの重要な役割を担っています。

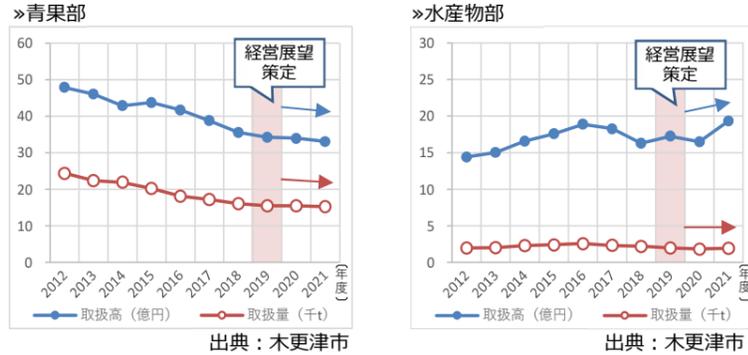
※経営戦略策定フロー



2. 木更津市場の現状と市を取り巻く現状

2.1. 市場の取扱高、取扱量

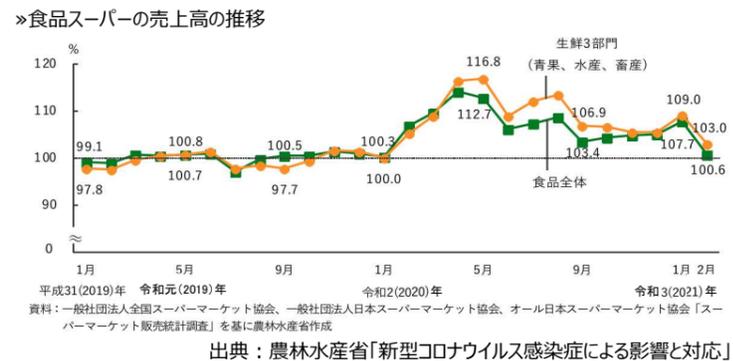
- ・青果部門の取扱高は平成24（2012）年度の約48億円から令和3（2021）年度の約33億円と10年間で約69%に減少しました。取扱量もその間約63%に減少しました。
- ・水産物部門の取扱高は同じ10年間で約14億円から約19億と約134%と3割増加しました。取扱量はその間横ばいでした。



2.3. 経営展望後の社会情勢の変化

(1) 食品スーパーの売上高の変化

- ・新型コロナウイルス感染症が拡大した令和2年以降、食品全体の売上高は前年同月と比べ増加しました。特に生鮮3部門（青果、水産、畜産）の売上高が増加しました。



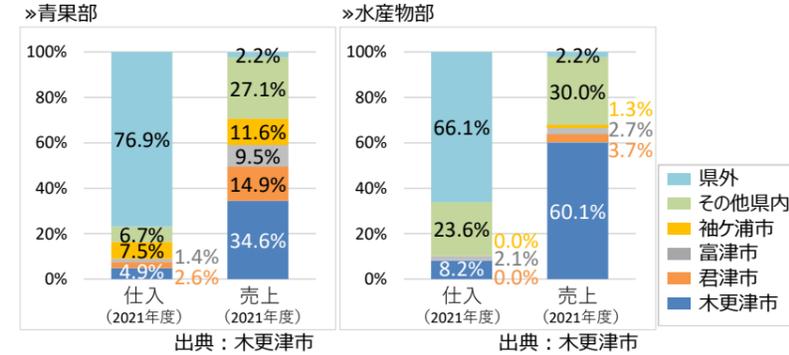
2.4. 海外輸出の動向

- ・国は農林水産物・食品の輸出額目標を令和7（2025）年に2兆円、令和12（2030）年に5兆円を達成するとしています。
- ・農林水産物・食品の輸出額は、年々増加を続けており、令和4（2022）年は1兆4,000億円となりました。



2.2. 市場の仕入先・売上先

- ・青果部門の仕入額における4市（木更津市、君津市、富津市、袖ヶ浦市）の割合は2割弱ですが、売上額の4市の占める割合は約7割になります。
- ・水産物部門の仕入額における4市の割合は1割ですが、売上額の4市の占める割合は約7割になります。



(2) 中食の状況

- ・新型コロナウイルス感染症拡大後の令和2（2020）年は、外食産業の市場規模は減少しましたが、弁当・惣菜等の中食の規模は変わりませんでした。
- ・これは、新型コロナウイルス感染症の影響による巣ごもり需要等により、家庭での食事の機会が増加する中で、中食が定着し、安定的な供給が見込まれることから、今後中食に対する取り組みが必要と考えられます。



2.5. 物流コストの増加

- ・働き方改革関連法により令和6年4月1日からトラックドライバーの時間外労働時間が年間960時間に制限されます。（物流の「2024年問題」）
- ・その結果、運送・物流会社の一日に運べる荷物の量が減少し、売上・利益の減少分を運賃の増加で補うことになるため、物流のコストが増加することになります。

※自動車運転者の労働時間等の改善のための基準の概要



3. 取扱量増加に向けた参考事例（他地域の取組み）

(1) 加工処理機能の強化

○株式会社水産（仙台市中央卸売市場卸売業者）

- ・小売店内での作業軽減を支援するプロセス加工を開始し、他社との差別化を図ることで顧客との信頼関係を強化
- ・原魚から刺身パックの製造、計量又は単純盛り付け、温度帯変更、売値・期限表示の作業を年中無休で実施

○埼玉川越総合地方卸売市場

- ・小売業者や業務実需者からの加工処理に対する要望の増加を受け、加工処理施設を積極的に誘致
- ・市場外事業者によるカット野菜・カットフルーツ加工工場、マグロ加工工場、青果集配センターなど6企業を市場内に誘致し、外食事業者、量販店、給食事業者等に販売

(2) 輸出の拡大

○成田公設地方卸売市場

- ・農水産物の加工や海外への輸出に必要な手続きを市場内で完結することができる「ワンストップ輸出機能」を備えた日本初の物流拠点として令和4年に開場

○福岡市（福岡市中央卸売市場：ベジフルスタジアム）

- ・海外バイヤーを招聘して、九州産農産物を中心とした「野菜・果物」と「加工品」の商談会を開催
- ・海外でのマーケット調査やベジフルスタジアムのPRを実施

○大阪・和歌山市場内国際化連絡協議会

- ・大阪・和歌山の4市場が連携した輸出増への取組
- ・鮮魚（チルド）や青果物のフィジビリティ調査及び商談や冷凍、加工品をターゲットとした展示会への出展

4. 民間事業者の意見収集結果

4.1. サウンディング調査

・仮に「旧市役所跡地」へ木更津市場を移転した場合、現市場がある土地の売却可能性等について調査を行った結果、民間事業者から次のとおり回答がありました。

(1) 調査概要

対話時期	令和4年11月7日（月）
参加企業	5者

(2) 結果概要

- ・土地の購入希望または可能：2者
- ・土地の借地希望：2者
- ・建物所有者の意向で購入・定借の両方可能：1者

4.2. ヒアリング調査

(1) 調査概要

調査方法	対面式ヒアリング（メール・FAX等でも実施）
調査期間	令和4年9月～令和5年10月

(2) 結果概要

・木更津市場について、「衛生管理及び冷蔵・冷凍施設の不足」を指摘するハード面の要望、「品ぞろえの充実」、「販売力の向上」、「規格外品の取り扱い」、「加工・袋詰めへの対応」、「木更津市場からの情報提供」といったソフト面の要望等が挙げられました。

分類部門	結果（主な意見）
出荷者	<ul style="list-style-type: none"> ・契約栽培等の仲介、相対取引の拡充してほしい。 ・ラッピングセンターを市場で整備すれば、その分の労力を生産作業に回せるので出荷量を増やせる。 ・販路の拡大してほしい（例えば加工業者等への大量販売等。出荷者の育成にもつながる）。 ・出荷時期の工夫してほしい（冷蔵し、季節をずらして販売する）。 ・規格外品の販路の拡大してほしい。等
買受人	<ul style="list-style-type: none"> ・出荷量を増やせるよう少量で単価が高い状況にしてほしい。 ・小規模小売店の活性化がされると良いと思うので取り組んでほしい。等 ・木更津市場から仕入れることができれば、木更津での地産地消も可能になる。 ・品ぞろえを良くしてほしい。 ・珍しい野菜や西洋野菜、有機野菜などの取扱が市場にあれば仕入れを考える。 ・地元の商品を揃えてほしい（ブルーベリー等）。 ・競合店にない商品や千葉や木更津にしかない商品がほしい。 ・水産物の一次処理、下処理への対応を強化してほしい。 ・下処理・加工に関するノウハウ・人材不足している。 ・鮮度が売りとなるため朝採れ野菜の流通ができると良い。 ・袋詰めの加工してほしい。 ・夏場の保存温度への対応してほしい（鮮度に影響するため）。 ・オンライン発注等による発注手続きの効率化してほしい。 ・木更津市場が旗振り役となり、市場で取扱う商品を原材料としたオリジナル加工品の開発・販売してはどうか。 ・今後の入荷の見通し等の情報提供はととも有益であり、今後も対面時の情報提供を続けてほしい。
買受人以外	<ul style="list-style-type: none"> ・商品の安定供給してほしい。 ・温度管理の問題への取組みや、荷下ろしスペースの整流化してほしい。 ・木更津市場ならではの野菜などを揃えていくようにしてほしい。 ・新規就農のサポート機能があると良い。 ・袋詰め等のサポート機能があると良い。
水産市場	<ul style="list-style-type: none"> ・これまで取り扱っていない魚種の出荷先を木更津市場が機能してくれると良い。 ・木更津市場が情報発信・情報提供を行うことで、コラボの可能性も出てくるのではないかと。 ・木更津市場に安定した買受人がいれば、流通が増えるのではないかと。
J A	<ul style="list-style-type: none"> ・大口契約、販売先を増やして欲しい。 ・高値での取引してほしい。 ・規格外を取り扱ってほしい。例えば、規格外品の販売ルートを拡大する。弁当の食材や学校給食等。 ・冷蔵庫が小さく、保管量的にも搬入搬出作業的にも不便であり、市場の課題である。 ・市場の「人材育成」については課題がある。
JETRO	<ul style="list-style-type: none"> ・日本からの距離や規制等を考えると、輸出先はアジア（特に東南アジア）が良いと思われる。 ・近年、サツマイモは、香港、シンガポール、マレーシア、タイ等への輸出が伸びている。 ・木更津市場からの輸出は、大井ふ頭からコンテナに載せて、船舶で運ぶことが考えられる。

5. 木更津市場の外部環境と内部環境の評価

◆SWOT分析

・経営戦略の策定に向けて、卸売市場を取り巻く情勢や、本市場特有の環境条件・強み・弱みについて、以下のとおりSWOT分析を行いました。

		内部環境	
		強み（Strengths）	弱み（Weaknesses）
		<ul style="list-style-type: none"> ①水産物（冷凍・加工）の取扱高の増加 ②産地との距離が近い ③広域ネットワークの充実（IC、東京湾アクアライン、港湾施設） ④水産物部卸売業者の商品を使った賑わい施設の存在 	<ul style="list-style-type: none"> ①青果物の取扱高の減少 ②市場関係者の高齢化による後継者不足 ③建物・施設の老朽化 ④コールドチェーンの未実施 ⑤一般会計からの繰入金による市の負担の常態化
		機会（Opportunities）	脅威（Threats）
外部環境	機会×強み （強みを生かして機会を拡大）	<ul style="list-style-type: none"> ①木更津市の人口増加 ②安定した商圏人口（木更津市近隣3市） ③木更津市への観光客の増加 ④オーガニックなまちづくりの促進 ⑤流通加工への要望 ⑥流通の多様化 ⑦健康志向の意識向上（地産地消、有機野菜、食育等） ⑧農水産物の輸出ニーズ ⑨卸売市場法の改正 ⑩IT化の進展 	<ul style="list-style-type: none"> ・有機野菜・西洋野菜等の地元商品の取扱いの拡大 ・食材加工機能の導入 ・学校給食向け商品の拡大 ・流通加工機能導入と広域ネットワークを活用したマーケットの拡大 ・他産地や他市場（県外）との連携強化 ・観光客増を踏まえた賑わい施設機能の強化 ・南房総産有機野菜・水産物等の海外輸出への取組
	機会×弱み （機会を弱みをカバー）	<ul style="list-style-type: none"> ・地元農産物（規格外商品含む）の出荷拡大の取組強化 ・流通加工、食品加工機能の導入による取扱高の増加 ・新たな販売先の開拓（コンビニ、ドラッグストア、給食、病院等への販売） ・商物分離取引の強化による取扱高の増加による市場会計の改善 ・取引システム等の刷新（IT化の促進） ・コールドチェーンへの対応による域内小売業者ニーズへの対応強化 ・HACCP^{※2}の導入 	
		脅威×強み （強みで脅威をカバー）	脅威×弱み （脅威と弱みに陥らない）
		<ul style="list-style-type: none"> ①国内需給量・年間消費量の減少 ②農業・漁業従事者の減少 ③農業生産者の高齢化・後継ぎ不足 ④物流の2024年問題（物流コストの増額） ⑤大規模災害のリスク 	<ul style="list-style-type: none"> ・集配サービスのアウトソーシング^{※1}需要への対応 ・卸売市場を中継点とする農水産物の流通強化 ・災害時の一時集配拠点機能の具備 ・施設再整備による耐震性能の強化 ・広域ネットワークの強みを生かした賑わい施設機能の強化
		<ul style="list-style-type: none"> ・耐震性確保への再整備 ・コールドチェーン対応による品質向上 ・商流に係るステークホルダー^{※3}に対する情報提供・営業活動 ・人材確保、人材育成の取組み ・コーディネート^{※4}能力を持つ人材の育成 ・新規就農者等への支援（相談センターの設置等） ・賑わい施設機能の強化による市の歳入確保 	

※1 アウトソーシング：業務の一部を他企業に委託すること

※2 HACCP（ハサップ）：食品の安全を確保するための衛生管理手法

※3 ステークホルダー：直接的または間接的に影響を受ける利害関係者

※4 コーディネート：物事を調整すること

6. 木更津市場が目指す目標

- ・前項までの分析、評価を踏まえ、今後の木更津市場が目指す目標を、次のとおり設定します。
- ・アクアライン等の交通網による地の利を活かし、将来においても安定的に青果・水産物を地域に供給する役割を果たし、商圏内で暮らす人々の安心で安全な食生活や、生産者・販売者の活発な事業活動を下支えする公設卸売市場に求められる多彩な機能を一層充実させることで、『地域の「食」の未来を支える市場』を目指します。



7. 経営展望の評価と今後の行動計画

- ・経営展望で定めた取組みの実施状況について、確認・評価を行いました。その結果、青果部・水産物部ともに、取組み内容の8割以上の項目を実施していると評価できました。
- ・施設の老朽化やコールドチェーンへの未対応、冷蔵・冷凍庫の容量不足などにより、現在の施設では新たな取組みの実施に限界があることが課題としてあげられました。
- ・今後は、現在実施している取組みを継続・拡大させるとともに、**新たな取組みを実現できる市場を目指す**必要があります。

【その他、新たに現在取り組んでいる内容】

- ①有機農産物の取扱いの開始(令和5年12月開始) ②規格外野菜の取扱いの開始 ③学校給食での地産地消の推進
- ④バイヤーと生産者のニーズを共有し、提案活動を推進 ⑤災害時の支援物資の一時集荷拠点としての位置づけ
- ⑥環境に配慮した取組みの実施(青果部: 通いコンテナ導入、水産物部: 魚用のエサ等の業者への残渣の提供)

【今後取り組む内容】

- ①有機農産物の取扱いの拡大 ②規格外野菜の取扱いの拡大
- ③学校給食での地産地消の推進の更なる拡大
- ④バイヤーと生産者のニーズを共有し、提案活動を強化 ⑤海外輸出の取組み

- ・経営展望時の行動計画を引き継ぎながら、取組の拡大や新たな項目の追加により、目標の達成を目指します。

項目		実施状況	評価	今後の行動計画	今後の取組
販売・集荷機能の強化	販売力の強化	既存顧客の維持・確保 (青果) バイヤーのニーズを把握し、生産者と相談するなどした企画提案や商品企画の販売、また、バイヤーのニーズから生産者への作付品目の提案などを実施した。 (水産物) 買受人とのコミュニケーションを図り、自社加工所でのニーズの高い加工(リパック等)を実施した。	○ 実施	(青果) 加工(小分け、カット等)の対応や少量多品目の専任配置対応、有機野菜等の地場産品や規格外野菜の取扱いの拡大等を行う。 バイヤーと生産者のニーズを共有し、提案活動を強化する。 (水産物) 引き続き加工販売を行い、積極的な流行品の取扱いを含めた企画等を行う。	拡大
		新規顧客の積極的開拓 (青果) 第三者販やスーパー等への販売等を実施した。 (水産物) 道の駅やゴルフ場等の大口顧客の開拓を実施した。	○ 実施	(青果) 引き続き販売開拓を継続し、大口顧客や加工業者への営業活動を行う。 (水産物) 引き続き販売開拓を継続し、既存顧客紹介や新規顧客獲得を検討する。	継続
		海外輸出の積極的開拓 (青果) 県、JETOROなど関係機関から情報を収集した。 (水産物) 取引先・商社等と連携し、鮮魚加工品や塩干加工品の輸出方法・可能性等を検討した。	○ 実施	(青果) 輸出品目や販売方法を検討し、将来的には加工業者や商社等を通じて輸出量を拡大する。 (水産物) 対象鮮魚のブランド化を高め、商社等と連携し、輸出の可能性を検討する。	(青) 拡大 (水) 継続
	集荷力の強化	既存集荷先の維持・確保 (青果) 産地周りによるニーズ把握・情報交換や独自ルートでの集荷等を実施した。 (水産物) 産地ニーズの把握や通い箱等を活用した配送を拡大実施した。	○ 実施	(青果) 引き続きニーズ把握を行い、産地と連携した販売取組を行う。 (水産物) 引き続き集荷先の維持・確保を継続し、整備後の中継地点機能の強化を検討する。	拡大
		新規集荷先の獲得 (青果) 早期の情報交換等を行い対応・実施した。 (水産物) 関係者からの情報収集や輸入冷凍製品の取扱いを実施した。	○ 実施	(青果) ブランド野菜や生産量増加が見込める野菜等の集荷を実施する。 (水産物) 引き続き現在の取組みを進める。	継続
		県産品の取扱力の強化 (青果) 県産品の県内流通拠点としての位置づけの強化 (水産物) 流行やニーズを把握し、常に品目を探している。 (青果) 県南部の特産物(レタス等)の契約販売等を実施した。 (水産物) 特徴のある製品の加工量を拡大した。	○ 実施	(青果) 県南部からの集荷を拡大させ、首都圏向けの拠点機能(ハブ機能)を強化する。 (水産物) 整備後に冷凍庫等を充実し、首都圏への出荷を検討する。	拡大
加工・物流機能の強化	加工機能の強化 (青果) 加工施設を設置し、カット野菜や加熱作業等を実施した。 (水産物) 加工場を構築し、養殖漁等の加工を実施した。	○ 実施	(青果) 将来的に自社製品やオリジナル商品の開発を検討する。 (水産物) 加工施設を充実・拡大し、鮮魚加工や塩干加工の取組みを進める。	拡大	
	物流機能の強化 (青果) 貸倉庫業者と連携した加工用品の冷蔵契約出荷等を実施した。 (水産物) 物流企業との連携し、コストを削減した。	○ 実施	(青果) 物流業者と連携した効率化の取組みを継続する。 (水産物) 物流業者と連携した効率化の取組みを継続する。	継続	
	品質管理機能の強化	品質管理の高度化と徹底 ソフト面対応 (青果) 「HACCPの考え方を取り入れた品質管理」の水準での管理を実施している。 (水産物) 自社の加工所でHACCP水準での管理を実施している。	○ 実施	(青果) 引き続きHACCPの考え方を取り入れた管理を行う。 (水産物) 引き続きHACCPの考え方を取り入れた対応に努めるとともに、整備後は、売場についてHACCPの考え方を取り入れた対応に取り組む。	拡大
		ハード面対応 (青果・水産物) 冷蔵庫等の設備の管理を実施している。 (青果・水産物) 閉鎖型の市場施設でないためコールドチェーンは実現されていない。	△ 現施設では充分な対応不可	(青果) 引き続き管理を継続し、市場再整備時に冷蔵施設の充実を検討する。 (水産物) 引き続き管理を継続し、市場再整備時に冷凍冷蔵施設の充実化し、適切な管理を実施する。	拡大
トレーサビリティ(商品履歴)の確保 (青果) 「ちばEco農業」での対応と商品番号による荷主履歴の確認は実施している。 (水産物) 受注から納品までを販売管理システムで管理している。	○ 実施	(青果) 有機野菜やその他の商品の商品履歴の導入検討を進める。 (水産物) 発注や販売管理に関するシステムを強化し、効率的な管理を検討する。	拡大		
安全安心食品の提供 (青果) 「ちばEco農業」等のサービス(一部)で対応している。 (水産物) メーカー表示の確認や信頼性が高い取引先等との取引を実施している。	○ 実施	(青果) 引き続きサービスを実施し、少量多品目等の拡大、有機野菜、規格外野菜を拡大させる。 (水産物) 引き続き安全・安心な商品の取扱いに努める。	継続		
食育による消費の喚起・拡大 (青果) 栄養士等見学会の受け入れやJA祭りや食育行事等へ参加した。 学校給食への地産地消を推進している。 (水産物) 市場まつりの開催や市場見学会、料理教育や食育出張講座を実施した。	○ 実施	(青果) 引き続き見学会の受入を継続するとともに、校外学習の支援や市場まつりへの支援等を検討する。 学校給食への地産地消の推進を更に拡大する。 (水産物) 引き続き市場まつりの開催等の実施により、消費拡大に努める。	拡大		
情報発信機能の強化 (青果) SNS専任を配置し、発信力を強化した。 (水産物) SNSを活用したPR、メディア対応などを実施した。	○ 実施	(青果) 引き続き情報発信を行うとともに、Facebookの再稼働により情報発信の充実を図る。 (水産物) 外部取材による情報発信やSNS等を活用した情報発信も実施する。	継続		

8. 再整備基本計画

8.1. 再整備で導入する性能・機能

・木更津市場が目指す「地域の食を支える市場」を実現するためには、市場を取り巻く実需者のニーズに対応できる施設とするとともに、市場と連携した食の賑わいを創出することが必要です。

性能・機能	内容
耐震性能	旧耐震基準の現市場施設の早急な再整備
品質管理機能	閉鎖式のコールドチェーンの整備
加工機能	加工施設の敷地を確保
賑わい機能	食をメインとした賑わい施設を整備

8.2. 施設規模の考え方

・施設規模は「卸売市場の施設規模の算定基準について（農林水産省）」に基づき、取扱量を用いて算定しました。なお、経営展望時点からの取扱量平均の変化を考慮し、施設規模を見直しています。

・青果卸売場は規模を 2,800~3,800 m²（経営展望検討時）から 2,100 m²に削減し、水産物部卸売場は 900~1,200 m²（経営展望検討時）の下限値の 900 m²とします。

施設	現施設 (m ²)	経営戦略 (m ²)
青果部	卸売場	3,681 → 2,100
	事務所	445 → 400
	倉庫	240 → 380
	小計	4,366 → 2,880
水産物部	卸売場	1,201 → 900
	事務所	480 → 440
	冷凍棟・加工所	860 → 1,390
	小計	2,541 → 2,730
管理及び組合事務所等	428 → 347	
合計	7,335 → 5,957	

※倉庫・冷凍棟・加工所は、民間負担で整備予定

8.3. 整備場所の検討

・木更津市場を新たに整備する候補地として、「現在地」と「旧市役所跡地」の2箇所と比較検討し、アクセス性や賑わい施設の立地、将来的な財政負担等を考慮すると、**旧市役所跡地が適している**といえます。

・卸売業者へのヒアリングや施設利用者の歩行者動線、市場関係者の車両動線を改善し、右図（旧市役所跡地）となりました。

8.4. 賑わい施設の整備方針

・卸売市場の食材提供やデジタルツールを活用し、市場の取扱量拡大や地域活性化に貢献する施設を、次の3つの方針で整備します。

- ①市場直結ダイニング
- ②食の情報発信センター
- ③地域活性化ステーション

8.5. 概算事業費

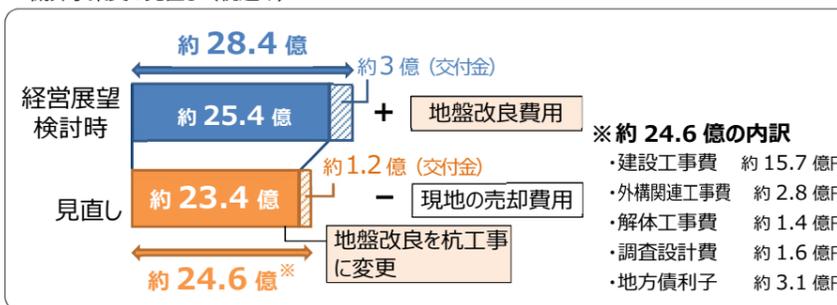
・本事業における既存施設の解体工事、施設の調査設計、建設工事にかかる費用の総額は右図のとおりです。

・経営展望検討時の概算事業費は約 28.4 億円（交付金約 3 億円分を除くと約 25.4 億円）でしたが、整備規模や建設内容の見直し等により、約 1~2 割圧縮しました。また、現地の市場の売却費用が見込まれます。

・事業にかかる費用は、国からの交付金（農林水産省）等を除いた金額を市と卸売業者・組合で負担します。

・施設や設備の性能を高めた新しい市場の整備のため、卸売業者の負担する年間使用料は増加となります。

※概算事業費の見直し（税込み）

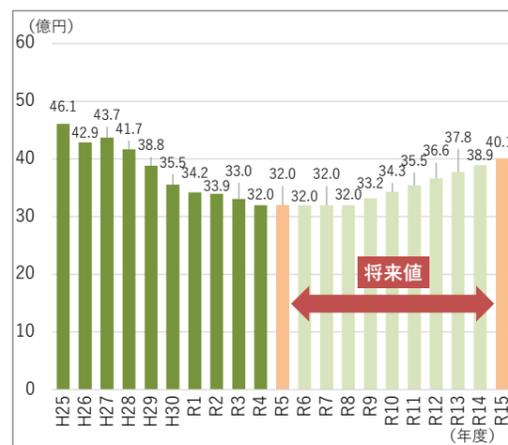


9. 財政収支計画

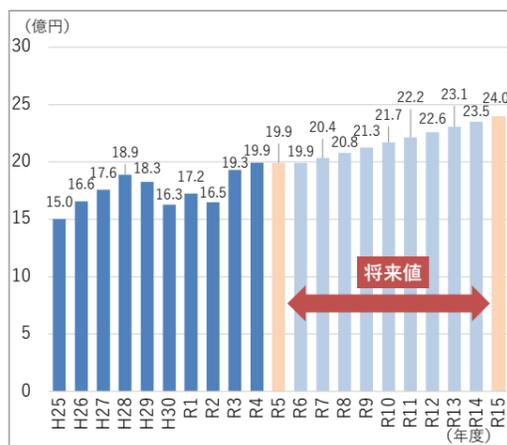
9.1. 取扱高の見直し

- ・青果部及び水産物部ともに、新たな取組により、取扱高を増加させる計画とします。
- ・青果部は令和4年度実績の32.0億円から40.1億円まで増加させることを目標とします。
- ・水産物部は令和4年度実績の19.9億円から24.0億円まで増加させることを目標とします。
- ・達成目標年度は、新施設の完成予定の3年後（令和15年度）とします。

※青果部



※水産物部



9.2. 使用料収入の見直し

・市場の再整備にあわせて使用料単価等の見直しを行い、卸売業者へ適切な負担を求めます。また、賑わい施設にかかる借地料を新たな収入として見込んでいます。

(1) 市場使用料

- ・市場使用料は、取扱高の増加にあわせて増額を見込みます。
- ・取扱高に対する使用料割合を現状 0.25%から 0.26%に見直します。

(2) 売場・事務所・土地使用料

- ・新施設供用開始の令和13年度に施設整備費にあわせて使用料単価を見直し、増額を見込みます。

(3) 賑わい施設にかかる借地料

- ・定期借地方式を採用する賑わい施設からの借地料収入を見込みます。

9.3. 投資・財政計画（案）

- ・新施設の整備に関する支出に見合った収入の計画とし、新施設完成後は基準外繰入金を抑制できる見込みです。
- ・整備費にかかる起債償還は元利均等方式（償還期間30年、据置期間5年）とし、財政支出を平準化させます。（本格的な返済は令和17年度からはじまります）
- ・据置期間中の令和13年度から令和16年度に見込まれる収支黒字は、大規模修繕費用に積み立てる予定です。

※収支計画

	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12	R13	R14	R15
総収益	73,467	95,416	115,500	103,983	103,983	103,983	181,077	167,584	1,046,140	1,196,593	126,348	119,299	120,698
料金収入	28,349	28,255	27,351	28,219	28,332	28,444	28,844	29,244	30,220	30,636	48,754	49,170	49,586
地方債	0	0	0	0	0	0	59,094	41,814	896,843	1,033,844	0	0	0
国補助金	0	0	0	0	0	0	18,000	20,900	43,800	43,800	0	0	0
一般会計繰入金	24,061	34,597	48,638	36,253	36,141	36,028	35,628	36,115	35,766	48,802	38,083	30,619	31,601
その他	21,057	32,564	39,511	39,511	39,511	39,511	39,511	39,511	39,511	39,511	39,511	39,511	39,511
総支出	73,467	92,875	115,500	103,983	103,983	103,983	181,077	167,583	1,046,140	1,196,593	107,751	92,821	94,787
営業費用※	72,215	91,641	114,346	102,829	102,829	102,829	102,829	102,829	102,829	102,829	76,155	76,155	76,155
営業外費用（公課費）	1,252	1,234	1,154	1,154	1,154	1,154	1,154	1,154	1,154	1,154	1,122	1,122	1,122
建設改良費	0	0	0	0	0	0	77,094	62,714	940,643	1,077,644	0	0	0
地方債償還金（元利）	0	0	0	0	0	0	0	886	1,514	14,966	30,474	15,544	17,510
収支差引	0	2,541	0	0	0	0	0	0	0	0	18,597	26,478	25,911

※一般会計繰入金

	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12	R13	R14	R15
一般会計繰入金	24,061	34,597	48,638	36,253	36,141	36,028	35,628	36,115	35,766	48,802	38,083	30,619	31,601
うち基準内繰入金	21,665	27,492	34,650	31,195	31,195	31,195	31,195	31,638	31,952	38,678	38,083	30,619	31,601
うち基準外繰入金	2,396	7,105	13,988	5,058	4,946	4,833	4,433	4,476	3,814	10,124	0	0	0

※営業費用：公設地方卸売市場特別会計から支出する警備等の委託費、人件費、光熱水費などの管理運営に関する費用（公課費除く）

8.6. PPP（PFI等）導入可能性調査

(1) 卸売市場

・卸売市場（卸売場、事務所等）の再整備の手法は、民間意向調査の結果も考慮した結果、次の3つの観点から、**従来手法**が適していると評価しました。

- 指標1 有利な財政支援策の活用
- 指標2 安定的な市場運営
- 指標3 運営者の目線を反映した施設設計

区分	指標1	指標2	指標3	評価
従来手法	○	○	○	○
DB+O	○	○	×	×
DBO	○	×	×	×
PFI	×	×	×	×
リース	×	×	×	×

(2) 賑わい施設

・賑わい施設の整備手法は、PPPの一つである**定期借地方式**を採用します。施設の設計建設と維持管理運営を一括して民間に委ねることで、民間の創意工夫を最大限に活用した施設の整備と運営につなげます。

8.7. 事業化に向けたシミュレーション（案）

・経営戦略策定後の準備期間を設けることで、新たな市場の整備に向けた卸売業者の取組等の必要な期間を確保しています。

・なお、変更する場合があります。

	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12	R13
市場施設				基本設計	実施設計	建設		
賑わい等				調査	公募	建設		供用開始