

木更津市公設地方卸売市場経営戦略

～地域の食の安定供給のために～

令和6年3月

木更津市

目次

1. 経営戦略策定の趣旨と市場の位置づけ	1
1.1. 経営戦略策定の趣旨	1
1.2. 市場の位置づけ	1
1.3. 計画期間	1
1.4. 経営戦略策定フロー	2
2. 木更津市場の概要	3
2.1. 施設配置の状況	3
2.2. 事業形態	4
2.3. 使用料形態	4
3. 市場を取り巻く環境	5
3.1. 生鮮食料品需給の動向	5
3.2. 規制緩和の動向	5
3.2.1. 卸売市場法の規制緩和	5
3.2.2. 卸売市場法改正により期待される国が示したビジネスモデル	6
3.3. 運営形態の動向	7
3.3.1. 民営化の動向	7
3.3.2. 指定管理制度の導入動向	7
3.4. 取扱量増加に向けた参考事例（先行事例の取組み）	8
3.5. 海外輸出の動向	11
3.6. 物流業界の動向	12
3.7. 千葉県内の卸売市場の動向	12
4. 木更津市の現状	14
4.1. 木更津市を取り巻く環境	14
4.1.1. 上位関連計画	14
4.1.2. 立地特性	17
4.1.3. 関連する事業の動向	18
4.2. 木更津市場を取り巻く環境	22
4.2.1. 木更津市場を取り巻く環境の総括	22
4.2.2. 農業・漁業の需給動向	23
4.2.3. 農業漁業従事者の動向	28
4.2.4. 新型コロナウイルス感染症による影響	30
4.2.5. 観光客の動向	32
4.3. 木更津市場の現状	33
4.3.1. 流通経路・関係者の状況	33
4.3.2. 統計データからみた現状	34
4.4. 他卸売市場の状況	37
4.4.1. 取扱高（金額）の推移	37

4.4.2. 市場経由率の推移.....	38
4.4.3. 経営戦略の策定状況、再整備の状況	39
5. サウンディング調査結果	40
5.1. 調査概要.....	40
5.2. 結果概要.....	40
6. ヒアリング調査結果	41
6.1. 調査目的.....	41
6.2. 調査方法.....	41
6.3. ヒアリング対象者	41
6.4. 質問事項.....	41
6.4.1. 出荷者	41
6.4.2. 買受人	42
6.4.3. 買受人以外.....	42
6.4.4. 水産市場.....	42
6.4.5. J A	43
6.4.6. JETRO	43
6.5. 結果概要.....	44
7. 当市場の既存施設各棟の現況及び現在市場施設に求められている機能	46
7.1. 既存施設各棟の現況.....	46
7.1.1. 青果部卸売場等	46
7.1.2. 水産物部卸売場等	46
7.1.3. 民間施設.....	46
7.2. 現在の市場施設に求められている機能	48
7.2.1. 耐震性能.....	48
7.2.2. コールドチェーン機能	48
7.2.3. 加工機能.....	48
7.2.4. 出入口・進入動線.....	48
8. 木更津市場の外部環境と内部環境の評価	49
8.1. 木更津市場の外部環境の評価	49
8.1.1. 機会	49
8.1.2. 脅威	50
8.2. 木更津市場の内部環境の評価	51
8.2.1. 強み.....	51
8.2.2. 弱み.....	51
8.3. SWOT 分析	52
9. 経営展望時の行動計画の実施状況と評価	53
9.1. 卸売業者の実施状況と評価	53
9.1.1. 実施状況.....	53

9.2.	買受人（組合）の実施状況と評価	55
9.2.1.	実施状況	55
9.3.	開設者の実施状況と評価	56
9.3.1.	実施状況	56
10.	木更津市場が目指す目標	57
11.	市場の基本方針と今後の方向性	58
12.	経営戦略の行動計画	59
12.1.	卸売業者の行動計画	59
12.1.1.	経営展望の行動計画の実施状況	59
12.1.2.	実施状況の評価	59
12.1.3.	今後取り組む内容	60
12.1.4.	経営戦略の行動計画	61
12.2.	買受人（組合）の行動計画	66
12.2.1.	経営展望の行動計画の実施状況	66
12.2.2.	実施状況の評価	66
12.2.3.	経営戦略の行動計画	67
12.3.	開設者の行動計画	69
12.3.1.	経営展望の行動計画の実施状況	69
12.3.2.	実施状況の評価	69
12.3.3.	今後取り組む内容	70
12.3.4.	経営戦略の行動計画	71
13.	再整備基本計画	73
13.1.	再整備で導入する性能・機能	73
13.2.	施設整備の規模の検討	73
13.2.1.	卸売市場施設整備算定基準による規模の試算	73
13.2.2.	必要な施設規模	74
13.2.3.	必要な駐車場規模	77
13.3.	整備場所の検討	78
13.3.1.	想定する整備パターン	78
13.3.2.	整備候補地でのゾーニング検討	79
13.3.3.	新たに整備する候補地の評価結果	81
13.3.4.	整備場所の概要	82
13.4.	賑わい施設の整備方針	83
13.5.	概算事業費	84
13.6.	PPP（PFI等）導入可能性調査	85
13.6.1.	導入可能性のある事業手法の抽出	85
13.6.2.	事業手法の導入可能性の検討	86
13.6.3.	民間意向調査の結果	88
13.6.4.	事業スキーム（案）	90

13.7. 事業化に向けたシミュレーション（案）	92
14. 財政収支計画.....	93
14.1. 現在の経営状況.....	93
14.2. 将来の事業環境.....	95
14.2.1.取扱高の見通し	95
14.2.2.使用料収入の見通し.....	96
14.2.3.施設及び組織の見通し	96
14.3. 投資・財政計画（案）	97
14.4. 投資・財政計画の策定にあたっての説明	99
14.4.1.収支計画のうち投資について	99
14.4.2.収支計画のうち財源について	99
14.4.3.収支計画のうち投資以外の経費について.....	100
14.4.4.今後検討予定の取組みの概要	100
15. 今後の進め方	101
15.1. 経営戦略の検証・見直し	101
15.2. 経営戦略の推進体制	101
16. 経営戦略検討会議.....	102

1. 経営戦略策定の趣旨と市場の位置づけ

1.1. 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、生鮮食料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。

1.2. 市場の位置付け

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。

市場からの生鮮食料品は、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。

1.3. 計画期間

令和 6 年度から令和 15 年度までの 10 年間とします。

※5 年後に見直し、10 年後に改定



図 1-1 計画期間

1.4. 経営戦略策定フロー

経営戦略の策定の流れ（策定フロー）は、以下のとおりとします。

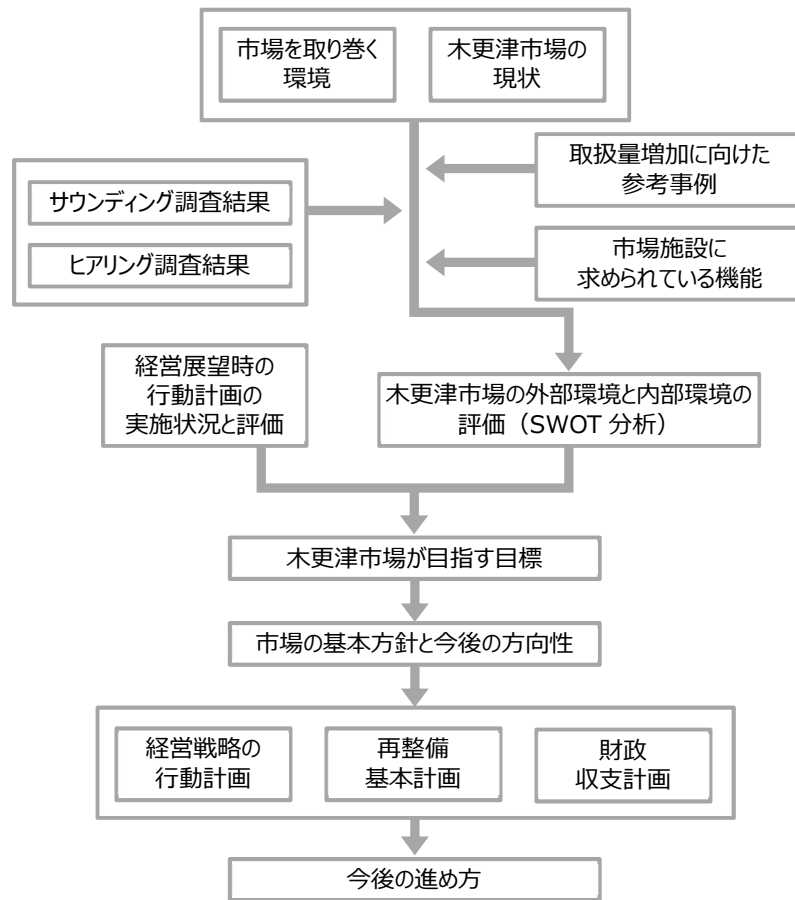


図 1-2 経営戦略策定フロー

2. 木更津市場の概要

2.1. 施設配置の状況

木更津市場は、市西部の臨海部に位置し、敷地面積 35,469 m²の中に、各施設を配置しています。

所在地：木更津市新田 3 丁目 3 番 12 号

敷地面積：35,469 m²



図 2-1 施設配置図

表 2-1 施設規模一覧

施設		延床面積 (m ²)
青果部	卸売場	3,681
	事務所	445
	倉庫	240
	小計	4,366
水産物部	卸売場	1,201
	事務所	480
	冷凍棟	785
	加工所	75
	小計	2,541
管理事務所		248
組合事務所		163
警備室		17
合計		7,335

2.2. 事業形態

木更津市場は、昭和 44 年に青果部が、昭和 46 年に水産物部が業務を開始しました。

表 2-2 事業形態

地方公営企業法適（全部適用・一部適用）非適の区分	非適 ※ 公設地方卸売市場特別会計で実施	事業開始 年月日	青果部 昭和 44 年 11 月 17 日 水産物部 昭和 46 年 8 月 2 日
職員数	7 人	卸売市場 種別	地方卸売市場
前回の移転 又は再整備年度	-	再整備 シミュレーション 年度	令和 13 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	管理業務全般は直営で実施している。なお、場内警備等の管理業務は民間に委託している。	
	イ 指定管理者制度	現在は導入していない。なお、市場の再整備後に導入を検討している。	
	ウ PPP・PFI	市場の再整備にあたっては導入を検討している。	

2.3. 使用料形態

木更津市場における使用料は、木更津市公設地方卸売市場条例及び規則において、以下のとおり定められています。

表 2-3 使用料形態

売上高割使用料の概要・考え方	木更津市公設地方卸売市場条例上は売上金額（消費税額を含む）の 1,000 分の 4 に相当する額の範囲内とし、規則において 1,000 分の 2.5 に相当する額としている。（青果部・水産物部共通）	
施設使用料の概要・考え方	木更津市公設地方卸売市場条例及び規則において以下と定めている。（青果部・水産物部共通） <ul style="list-style-type: none"> ・卸売業者売場使用料：1 m²につき月額 149 円 ・業者事務室使用料：甲；1 m²につき月額 363 円、乙；1 m²につき月額 352 円 ・倉庫使用料：1 m²につき月額 154 円 ・会議室使用料：1 回につき 440 円 ・土地使用料：1 m²につき月額 25 円 ・保冷库使用料：1 台につき月額 9,900 円 ・砕氷機使用料：1 台につき月額 18,700 円 	
使用料改定年月日 (消費税のみの改定は含まない)	なし	

3. 市場を取り巻く環境

市場で取扱う野菜・果物・鮮魚の国内需要量は、いずれも減少傾向にあります。また、小売業態の多様化に伴い、販売主力が中小小売店から量販店へ移行するとともに、新型コロナウイルス感染症の影響による食生活の変化、生産者の高齢化等による供給量の減少や輸送コスト削減等のため出荷先を集約化する動きも強まっている中で、卸売市場が担う機能は消費者ニーズへの柔軟な対応、取引の広域化、品質・衛生管理の強化等、これまででない大きな変化が求められています。

このような中、全国の卸売市場の動向や卸売市場法をめぐる国の動きを整理しました。

3.1. 生鮮食料品需給の動向

食料需給表（農林水産省）の国内消費仕向量を国内需要量と見れば、平成 24（2012）～令和 3（2021）年度の 10 年間で野菜・果物で約 280 万 t、鮮魚で約 190 万 t の減少が見られます。人口減少が最も大きな要因だと考えられていることから、今後も人口動態と連動して推移することが予想されます。

なお、減少規模については、平成 30（2018）年度に策定された経営展望策定時の 10 年間で減少幅（野菜・果物約 180 万 t、鮮魚約 220 万 t）より、野菜・果物は減少幅が大きくなり、鮮魚は緩やかになっています。

表 3-1 国内需要量の推移

(単位：千 t)

区分	年度	国内消費に仕向けられた国内生産量			輸入量 D	在庫の 増減量 E	国内消費 仕向量 F (A+D+E)	国内需給量 の変化 2012～2021
		A (B-C)	B	C				
野菜	2012	12,008	12,012	4	3,302	0	15,310	野菜
	2021	10,992	11,015	23	2,895	0	13,887	▲ 1,423
果物	2012	3,036	3,062	26	5,007	27	8,070	果物
	2021	2,515	2,599	84	4,157	12	6,684	▲ 1,386
鮮魚	2012	3,785	4,325	540	4,586	74	8,445	鮮魚
	2021	2,942	3,770	828	3,650	-49	6,543	▲ 1,902

出典：農林水産省「食料需給表（令和 3 年度）」

3.2. 規制緩和の動向

3.2.1. 卸売市場法の規制緩和

卸売市場法で規制されていたものを一部緩和し、農業の競争力強化に向けた流通等の抜本的な改革を目的に卸売市場法改正の動きが高まり、平成 29 年 12 月に卸売市場を含めた「農林水産業・地域の活力創造プラン」改訂が決定しました。平成 30 年 6 月に「卸売市場法及び食品流通構造改善促進法の一部を改正する法律」（以下、「卸売市場法改正」という。）が成立しました。

卸売市場法改正に伴い、公正で安定した市場運営のため、国の基本方針に適合することが要件とされていますが、公設に限っていた中央卸売市場においても、民間企業の参入が認められることになりました。さらに、取引の公正・透明性を確保するための最小限の規制（差別的取扱いの禁止、受託拒否の禁止等）以外は、国の関与を極力排除し、市場ごとに取引ルールを定めることとなりました。

表 3-2 卸売市場法の改正内容（取引規制関連）

項目	旧法	現行法
第三者販売の禁止の廃止	卸売業者は、市場内の売買参加者以外（第三者）への卸売は原則禁止。	国一律の規制は廃止し、卸売市場ごとに必要に応じて設定。
直荷引きの禁止の廃止	仲卸業者は、産地からの直接集荷（直荷引き）が原則禁止。	
商物一致規制の廃止	卸売業者は、市場内の生鮮食料品以外の生鮮食料品の卸売の原則禁止。	

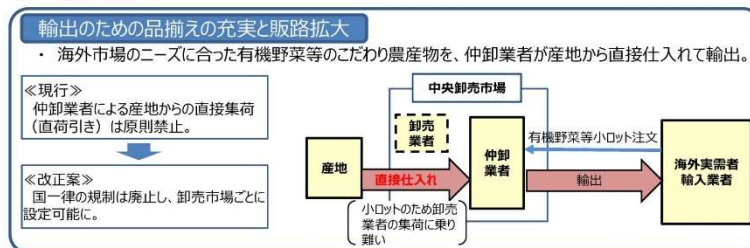
<用語の説明>

- ・第三者販売の原則禁止：卸売業者は、当該市場の仲卸業者、売買参加者以外の者に卸売をしてはならない
- ・直荷引きの原則禁止：仲卸業者は、当該市場の卸売業者以外から買入れて販売してはならない
- ・商物一致の原則：卸売業者は、市場内の生鮮食料品以外の生鮮食料品の卸売をしてはならない

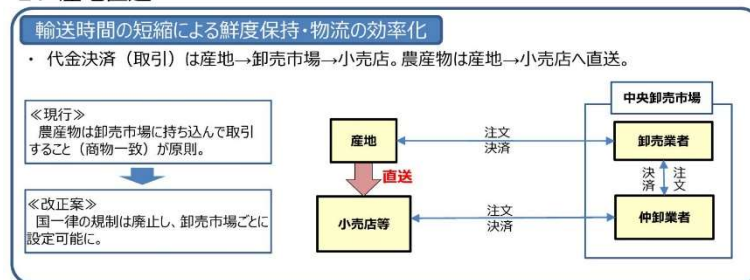
3.2.2. 卸売市場法改正により期待される国が示したビジネスモデル

「卸売市場を含めた食品流通の構造改革について 平成 30 年 3 月 7 日（水）（農林水産省 食料産業局）」に、卸売市場法改正により期待されるビジネスモデルとして、図 3-1 に記載する 3 つのビジネスモデルが示されています。

1. 輸出促進



2. 産地直送



3. 市場間ネットワーク

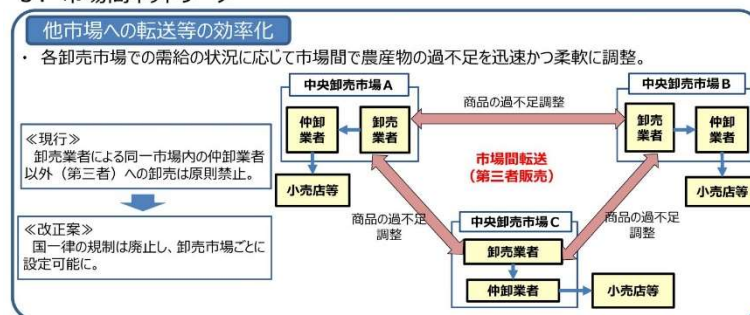


図 3-1 卸売市場法改正により期待されるビジネスモデル

出典：農林水産省「卸売市場を含めた食品流通の構造改革について 平成 30 年 3 月 7 日（水）」

3.3. 運営形態の動向

平成 30 年 9 月策定の「木更津市公設地方卸売市場再整備に向けた基本方針」において、当面の間「公設」を維持し、施設の再整備を早急に進める方針を示しました。また、平成 31 年 4 月策定の「木更津市公設地方卸売市場経営展望」において、長期の行動計画として、市場の管理体制を検討し、民営化も視野に入れた検討を行うことを示しました。

上記の内容や他市場に指定管理制度が導入されている動向等を踏まえ、民営化や指定管理制度の動向を以下に示します。

3.3.1. 民営化の動向

平成 16 年 6 月の卸売市場法の一部改正により、中央卸売市場の地方転換を含めた再編が促進されました。その後も流通網の変化や全国的な少子高齢化や跡継問題等による生産者や市場関係者の減少により卸売市場の取扱量は全国的に減少し、地方卸売市場においては公設から民営への移行が進んでいます。

なお、民営化された市場のほとんどが民営化以前から運営を行っていた卸売業者またはこれら卸売業者を中心に新規に設立された事業者へと移行されています。

表 3-3 地方卸売市場の再編状況（一部）

再編措置 実施年月	都道 府県	市場名	再編措置実施部門			再編措置 内容
			青果	水産物	花き	
平成 23 年 4 月	栃木県	矢板市公設地方卸売市場	●			民営化
平成 24 年 4 月	神奈川県	藤沢市地方卸売市場	●			民営化
平成 28 年 3 月	千葉県	松戸市公設地方卸売市場北部市場	●			廃止(柏と統合)
平成 28 年 3 月	栃木県	日光市公設地方卸売市場	●	●		廃止
平成 28 年 4 月	愛媛県	今治市公設地方卸売市場	●		●	民営化
平成 30 年 1 月	栃木県	足利市公設地方卸売市場	●			民営化
平成 30 年 4 月	千葉県	市川市地方卸売市場	●		●	民営化
令和 4 年 7 月	山口県	山陽小野田市公設地方卸売市場	●		●	民営化

出典：各市ウェブサイト

3.3.2. 指定管理制度の導入動向

公設地方卸売市場を対象に指定管理制度を導入している市場は、「公の施設の指定管理者制度の導入状況等に関する調査結果」（総務省）によると、平成 28 年 3 月の 30 市場から令和 4 年 3 月の 36 市場と 2 割増加しています。なお、指定期間は 3～5 年となっています。

表 3-4 公設地方卸売市場での指定管理制度の導入（一部）

都道府県	市場名	指定管理者	指定の期間	
福島県	会津若松市 公設地方卸売市場	一般社団法人会津若松市 公設地方卸売市場協会	令和 2 年 4 月 1 日～ 令和 6 年 3 月 31 日	4 年間
北海道	苫小牧市 公設地方卸売市場水産部	マルトマ苫小牧卸売株 式会社	令和 3 年 10 月 1 日～ 令和 8 年 3 月 31 日	4 年 6 ヶ月
北海道	苫小牧市 公設地方卸売市場青果部	丸一苫小牧中央青果 株式会社	令和 3 年 10 月 1 日～ 令和 8 年 3 月 31 日	4 年 6 ヶ月
北海道	釧路市 公設地方卸売市場	釧路中央市場サービ ス株式会社	令和 4 年 4 月 1 日～ 令和 7 年 3 月 31 日	3 年間
秋田県	秋田市 公設地方卸売市場	あきた市場マネジメント 株式会社	令和 4 年 4 月 1 日～ 令和 9 年 3 月 31 日	5 年間
福井県	敦賀市 公設地方卸売市場	敦賀合同青果株式会 社	令和 5 年 4 月 1 日～ 令和 10 年 3 月 31 日	5 年間
宮崎県	都城市 公設地方卸売市場	株式会社都城公設卸 売市場	令和 5 年 4 月 1 日～ 令和 10 年 3 月 31 日	5 年間

3.4. 取扱量増加に向けた参考事例（先行事例の取組み）

(1) 集荷力強化

- 丸勘山形青果市場（仲卸機能を自社で持ち、地域に密着することで流通工程を短縮）
 - ・丸勘山形青果市場では、農協、全農、市場、仲卸の役割を一举に担うことで、一般的な青果物流システムの6工程から3工程とした独自の流通システムを構築
 - ・農家の軒先で集荷し、その後県内67か所に設けた集荷場で選果、箱詰め、発送まで実施
- 石川中央魚市(株)[金沢市中央卸売市場：卸売業者]（鮮魚に対するニーズへの対応）
 - ・JF いしかわと連携し、石川県産水産物の県内消費の拡大推進を目的に、早朝に水揚げされた「朝獲れ」の水産物を、当日中に新鮮な状態で地元消費者に提供する流通システムを構築
 - ・一部は、冷凍処理を行い、需要にあわせて首都圏等に販売
- (株)エムスクエア・ラボ（やさいバスによる物流）
 - ・農産物の小規模物流の効率化を目的として、冷蔵車で地域を巡回して集荷と配送を同時に実施
 - ・令和29年に「やさいバス」のサービスを開始し、全国13都道府県で運行。千葉県内でも5ルートでサービスを展開中（令和5年6月現在）
 - ・直売所や道の駅、青果店、卸売業者の倉庫などを集出荷場とする「バス停」に設定し、「やさいバス」と名付けた冷蔵車が巡回

(2) 生産力の向上

- 福井県若狭町（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（福井県農地中間管理機構）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

(3) 有機野菜の消費拡大

- 株式会社大治（東京都中央卸売市場大田市場）
 - ・平成15年に大田市場の仲卸業者で初めて有機農産物の小分承認を取得
 - ・全国各地で栽培された有機野菜を場内の加工場で小分けパックし、スーパーや外食に供給するとともに、消費者向けの自社ECサイトで販売。毎月8日の「オーガニックの日」に合わせて割安な価格帯で販売（セット販売）
 - ・産地出荷時にはトラックに一般野菜と混載するなど、コスト削減に向けた物流構築に取り組む

(4) 加工処理機能の強化

- 株式会社仙台水産（仙台市中央卸売市場卸売業者）
 - ・仙台市中央卸売市場隣接地において、既存の配送センターを増改築
 - ・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
- ・これまでに、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

(5) 卸売市場関係者が参画する六次産業化

○(有)グリーンフィールド（沖縄県中央卸売市場関連業者）

- ・県内の農業生産法人、農事組合法人、J Aと沖縄県中央卸売市場の卸売業者、仲卸業者組合、売買参加者組合が出資して、平成 17 年に農産物の生産、加工、販売を行う（有）グリーンフィールドを設立。令和 2 年 12 月に、県内初の「FSSC22000」認証を取得
- ・県内の自社農場や県外の契約農場で生産された野菜を原料として、沖縄県中央卸売市場の敷地内にある加工施設において、カット野菜、スチーム野菜、冷凍野菜を製造
- ・製造された製品は、沖縄県中央卸売市場の卸売業者や仲卸業者を通じ、スーパー、ホテル、病院、学校、米軍施設、自衛隊施設等へ販売

(6) 給食向けの販路開拓

○相模中央青果地方卸売市場（地場農産物の使用拡大に向けたモデル事業に関する協定）

- ・相模原市は、学校給食における地場農産物の使用拡大を目指すため、市内生産者、市場及び流通事業者と令和 4 年に協定を結び、参加対象校を定めてモデル事業を実施
- ・令和 7 年度以降、市内全域での展開を目指す

○富良野市公設地方卸売市場株式会社（学校給食への地場産の安定供給）

- ・学校給食センター栄養士の「地元の新鮮で安全な食材を使いたい」という要望を受け、食育の推進を目的として地場産物の学校給食への提供を平成 9 年に開始
- ・令和 5 年度も栄養士と富良野市公設地方卸売市場等が連携し、食材の確保に努め、地産地消を推進

○徳島市中央卸売市場協会（学校給食「市場ランチの日」）

- ・徳島市中央卸売市場協会が主体となり、徳島市教育委員会と協働で、市場で取り扱う食材を中心とするメニューを作成し、「市場ランチの日」として市立小・中学校の学校給食に提供

(7) 輸出の拡大

○成田市公設地方卸売市場

- ・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
- ・輸出手続きなどを一貫して行うことで、朝にとれた農水産物をその日のうちに海外の店舗に並べることが可能

○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
- ・九州産農産物の輸出拡大に向けて、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
- ・「青果市場ブランド推進委員会」や「輸出促進部会」で市場関係者、学識経験者、生産者団体等から幅広い意見を聴取

○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
- ・中国（上海）やシンガポールにおける鮮魚（チルド）や青果物をターゲットとしたフィー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

(8) 品質管理

○桐生地方卸売市場水産部（コールドチェーンシステムの整備）

- ・平成24年度、水産物卸売場を低温売場に改修。低温化率は約85%
- ・平成24～25年度、水産施設（仕分場、加工場及び冷凍冷蔵庫）を新設

○地方卸売市場沼津魚市場（HACCPに基づく衛生管理対策の導入）

- ・平成20年の施設新築にあわせ、セリ場や荷捌き場を低温管理するなど、HACCPに基づく衛生管理対策を導入。あわせて、衛生管理及び事故防止の観点から見学者通路を設置
- ・衛生管理を徹底するため四面閉鎖のクローズド型とし、鳥害、風害、粉塵、害虫の防止対策を実施

(9) 情報通信技術等の活用

○株式会社仙台北水産（仙台市中央卸売市場卸売業者）

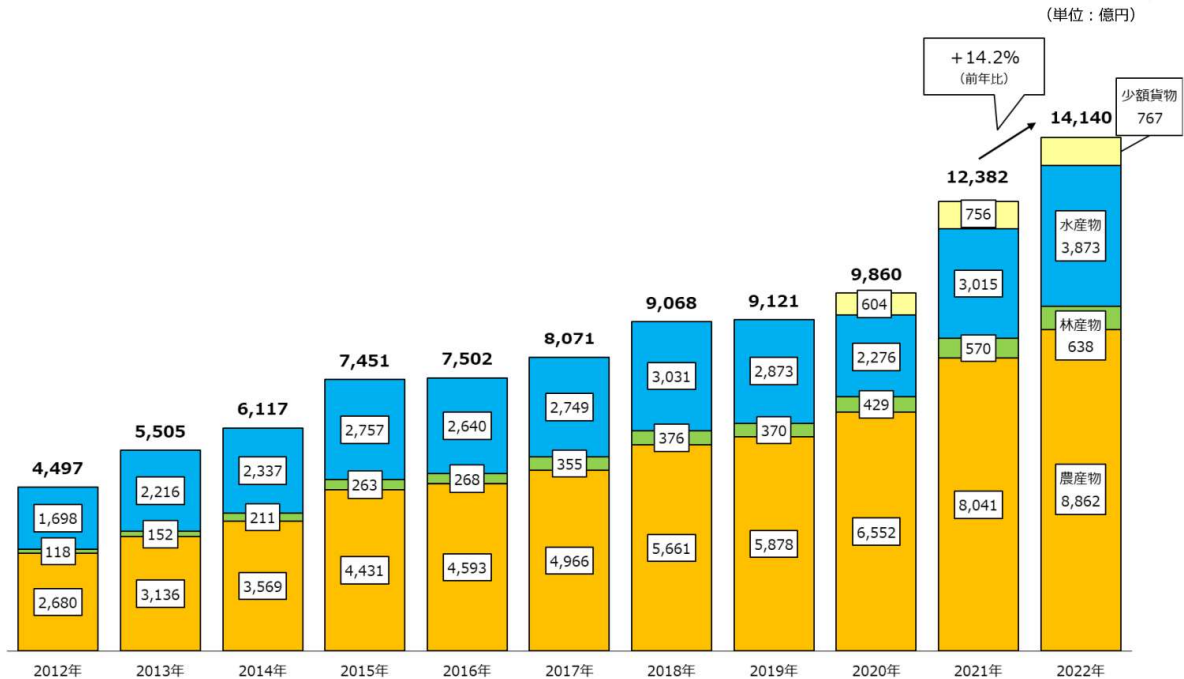
- ・システムを独自に構築し、仕入、販売、在庫管理をペーパーレス化
- ・商品の受発注を電子化し、ペーパーレス化、受発注ミスの低減を実現
- ・リアルタイムで商品の入出庫履歴や在庫量、産地・賞味期限等の照会が必要な物流管理システムを導入し、徹底した品質管理を実現

3.5. 海外輸出の動向

国は令和2（2020）年3月の関係閣僚会議で、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。

また、輸出品目は青果や鮮魚の品目が多い状況です。



出典：農林水産省「農林水産物・食品の輸出額（令和4（2022）年【確々報値】）」

図 3-2 農林水産物・食品の輸出額の推移

順位	輸出先国	輸出額 (億円)	前年比 (%)	構成比 (%)	輸出額内訳 (億円)			主な輸出品目		
					農産物	林産物	水産物	1位	2位	3位
1	中華人民共和国	2,782	+ 25.1	20.8	1,671	241	871	ホタテ貝	アルコール飲料	丸太
2	香港	2,086	▲ 4.8	15.6	1,315	16	755	真珠 (天然・養殖)	アルコール飲料	ホタテ貝 (調製)
3	アメリカ合衆国	1,939	+ 15.2	14.5	1,323	76	539	アルコール飲料	ぶり	ソース混合調味料
4	台湾	1,489	+ 19.6	11.1	1,102	41	346	りんご	アルコール飲料	ホタテ貝
5	ベトナム	724	+ 23.8	5.4	500	9	216	粉乳	さば	清涼飲料水
6	大韓民国	667	+ 26.6	5.0	378	44	244	ホタテ貝	アルコール飲料	たい
7	シンガポール	554	+ 35.3	4.1	451	6	96	アルコール飲料	牛肉	小麦粉
8	タイ	506	+ 14.9	3.8	262	9	235	いわし	豚の皮	さば
9	フィリピン	314	+ 51.6	2.3	135	150	29	合板	製材	たばこ
10	オーストラリア	292	+ 27.1	2.2	250	3	39	アルコール飲料	清涼飲料水	ソース混合調味料
11	マレーシア	234	+ 33.5	1.7	186	3	45	アルコール飲料	粉乳	牛肉
12	オランダ	228	+ 17.0	1.7	152	5	72	ホタテ貝	アルコール飲料	牛肉
13	カナダ	176	+ 24.4	1.3	141	2	33	アルコール飲料	緑茶	ソース混合調味料
14	フランス	133	+ 5.1	1.0	122	2	9	アルコール飲料	ペプトン等	果汁
15	ドイツ	107	▲ 7.1	0.8	95	2	10	緑茶	ラリン	ソース混合調味料
16	カンボジア	107	▲ 45.2	0.8	104	0	2	牛肉	粉乳	豚の皮
17	インドネシア	106	▲ 2.5	0.8	58	8	40	かつお・まぐろ類	さば	観賞用魚
18	英国	95	+ 30.8	0.7	84	2	9	アルコール飲料	ソース混合調味料	牛肉
19	アラブ首長国連邦	76	+ 32.2	0.6	62	1	13	清涼飲料水	牛肉	ソース混合調味料
20	マカオ	62	+ 15.0	0.5	40	0	21	アルコール飲料	真珠 (天然・養殖)	牛肉
-	E U	680	+ 8.2	5.1	535	16	129	アルコール飲料	ホタテ貝	ソース混合調味料
-	世界	13,372	+ 15.0	100.0	8,862	638	3,873	アルコール飲料	ホタテ貝	牛肉
-	少額貨物	767	+ 1.5	-	-	-	-	-	-	-
-	世界 (少額貨物等含む)	14,140	+ 14.2	-	-	-	-	-	-	-

出典：農林水産省「農林水産物・食品の輸出実績（国・地域別）（令和4（2022）年【確々報値】）」

図 3-3 農林水産物・食品の国別輸出額

3.6. 物流業界の動向

働き方改革関連法によって、令和 6（2024）年 4 月 1 日から「自動車運転業務における時間外労働時間の上限規制」が適用されることで、運送・物流業務を担う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。

また、これまでと同じ流通体系の維持が困難となるため、新たな流通体系の構築が求められます。



図 3-4 自動車運転者の労働時間等の改善のための基準（改善基準告示）の概要

3.7. 千葉県内の卸売市場の動向

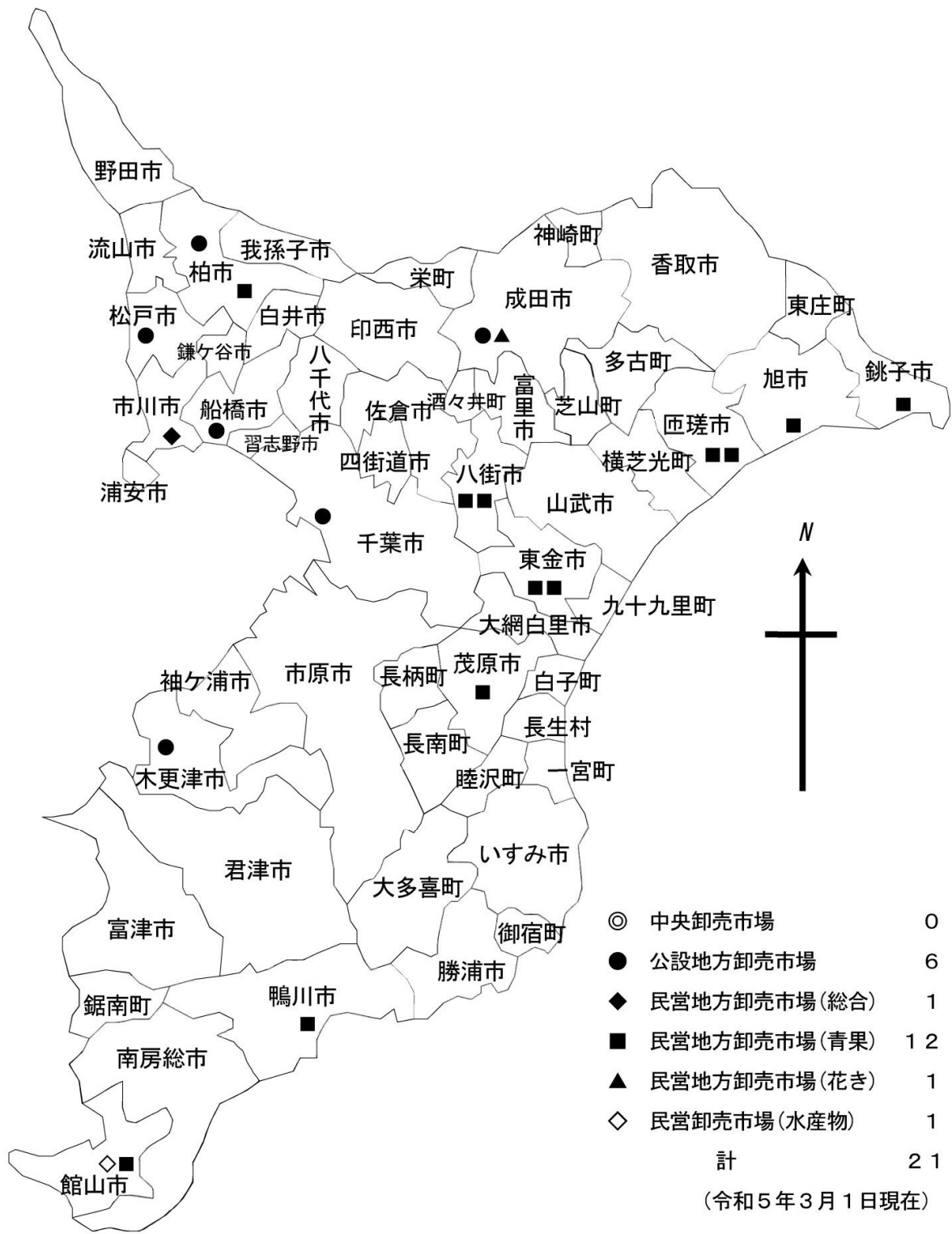
千葉県内の公設・民営卸売市場は 21 市場あり、経営展望時の検討段階の平成 30 年 10 月 1 日現在の 29 市場に比べて減少しています。そのうち、公設地方卸売市場は木更津市場を含め変わらず 6 市場あります。第 10 次千葉県卸売市場整備計画（平成 28 年 8 月）において「地域拠点市場（県の卸売市場整備計画において、地域における集荷力の強化を図る上での拠点となるなど、地域内の生鮮食料品等流通において重要な役割を担う特定の地方卸売市場）」に位置づけられている市場は、千葉市地方卸売市場・船橋市地方卸売市場・柏市公設総合地方卸売市場・成田市公設地方卸売市場の 4 市場です。木更津市場は「消費地市場（主に生産地に立地する産地市場に対して、消費地に立地している市場）」に位置づけられていました。

第 10 次千葉県卸売市場整備計画（平成 28 年 8 月）は、卸売市場は必要な箇所には既に整備されており、国や県が主導して市場施設を整備・配置する段階は完了したものと国に見解により、令和 2 年度の法改正以降は計画は策定されていません。

表 3-5 千葉県内の公設・民営卸売市場数（消費地市場）

卸売市場種別	市場数
中央卸売市場	0
公設地方卸売市場	6
民営地方卸売市場（総合）	1
民営地方卸売市場（青果）	12
民営地方卸売市場（花き）	1
民営卸売市場（水産物）	1
計	21

出典：千葉県「千葉県卸売市場概要（消費地市場）令和 3 事業年度」（令和 5 年 3 月）



出典：千葉県「千葉県卸売市場概要（消費地市場）令和3事業年度」（令和5年3月）

図 3-5 千葉県の卸売市場（消費地市場）分布図

4. 木更津市の現状

木更津市の現状について、「1.木更津市を取り巻く環境」「2.木更津市場を取り巻く環境」「3.木更津市場の現状」「4.他卸売市場の状況」の4点から整理します。

4.1. 木更津市を取り巻く環境

4.1.1. 上位関連計画

(1) 木更津市基本構想（平成26年3月 目標年次：令和12（2030）年）

長期的な視点に立ち、目標実現のために必要な政策の基本方向及び基本政策が示されています。

木更津市の将来都市像として、「魅力あふれる 創造都市 きさらづ～東京湾岸の人とまちを結ぶ 躍動するまち～」を掲げています。

木更津市場については、基本方向（4）まちのにぎわい・活力づくり 基本政策 2）産業の振興で、関係者との連携のもと、需要喚起や適正な維持・管理に努めることとしています。

(2) 木更津市第3次基本計画

（令和5年3月 計画期間：令和5～8年度）

基本構想に掲げる将来都市像の実現に向けた指針として、今後のまちづくりの展望や重点戦略、基本政策ごとの施策体系や各施策の取組の方向性を示しています。

木更津市場については、基本方向 04 まちのにぎわい・活力づくり 基本政策 02 産業の振興 施策 23 商工業の振興の主な取組 23-4 卸売市場の再整備と活性化で「将来に向けて事業を安定的に継続していくための中長期的な市場の運営、財政収支計画等を整理し、地方卸売市場の再整備を進めることとしています。

(3) 木更津市都市計画マスタープラン

（平成28年3月 令和4年9月一部改定 目標年次：令和12（2030）年）

今後の都市づくりの課題を挙げ、市街地ゾーン及び市街化調整ゾーンにおける土地利用の方針や、市内8地区それぞれの現状と各区の課題及びまちづくりの方針を掲げています。市内湾岸部の内港地区については、みなとを訪れた人をもてなし、みなとの魅力を体感できる回遊性のある商業地の形成を掲げ、木更津市場については、3-2 都市施設整備の方針 5）その他都市施設 （1）主要な都市施設の整備で、施設の老朽化や耐震化などに配慮しつつ適正な維持・更新を図り、既存施設の有効活用を図ることとしています。

(4) 木更津市立地適正化計画

（令和3年5月 令和5年3月変更 目標年次：令和12年）

公共交通や日常生活の利便性が高い駅周辺地区等の拠点周辺のエリアにおいて、魅力的なまちづくりに取り組むことにより、そのエリアへ居住を長期的な視点でゆるやかに誘導し、人口密度を維持することにより都市機能の持続性を向上させ、人口減少時代においても生活利便性や公共交通、地域コミュニティが持続的に確保されることを目指しています。木更津市場については、立地適正化計画の中で「誘導施設」に位置付けられており、6-1 誘導施策 （2）『地域特性に応じた魅力的な拠点の形成』に向けた施策 ②民間事業者・関係機関と連携した拠点づくりで、公設地方卸売市場の再整備としています。

(5) 木更津市公共施設等総合管理計画

(平成 28 年 5 月 令和 5 年 3 月一部改訂 計画期間：平成 29～令和 28 年度)

公共建築物やインフラ施設の現状整理を行い、これらの施設について今後の管理に関する基本的な考え方の整理を行っています。木更津市場については、施設類型ごとの今後の基本的な方針 (1) 公共建築物 ⑩その他で、今後、施設運営のあり方について検討することとしています。

(6) 木更津市公共施設再配置計画 (平成 29 年 2 月 計画期間：平成 29～令和 28 年度)

公共施設等総合管理計画の方針に基づく、具体的な施設再配置の方向性及び実行プランとなっています。木更津市場については、今後、建替える際には、効率的かつ効果的な運営を行い、民間企業等の活用や民間による施設設置及び運営を軸に検討することとしています。

(7) 木更津市公設地方卸売市場再整備に向けた基本方針 (平成 30 年 9 月)

市場機能を維持するとともに、将来にわたり市場及び市場を拠点とした地域の活性化が図られるよう調査・検討を行い、市場再整備に向けた基本方針を策定しています。基本方針における基本的な考え方としては、「耐震性能の確保及び商品管理機能の向上 (ハード) 」や「取扱量の増加による市場及び地域活性化 (ソフト) 」、「民間活力導入による事業推進」を掲げ、再整備に向けた運営主体、整備工法、商品管理機能、施設規模、整備・運営手法の方向性について取りまとめています。

(8) 木更津市公設地方卸売市場経営展望 (平成 31 年 4 月)

開設者及び市場関係者が一体となって、卸売市場が置かれている状況について客観的な評価を行った上で、卸売市場のあり方、位置づけ、役割、機能強化等の方向、市場施設整備の考え方を含めた市場運営の経営戦略を策定するもので、それぞれの立場での行動計画等を明確にしていくものです。木更津市場については、「販売力強化により消費者及び生産者にとって魅力ある市場として競争力を高める」を目標に掲げ、その達成に向けた行動計画を策定しています。

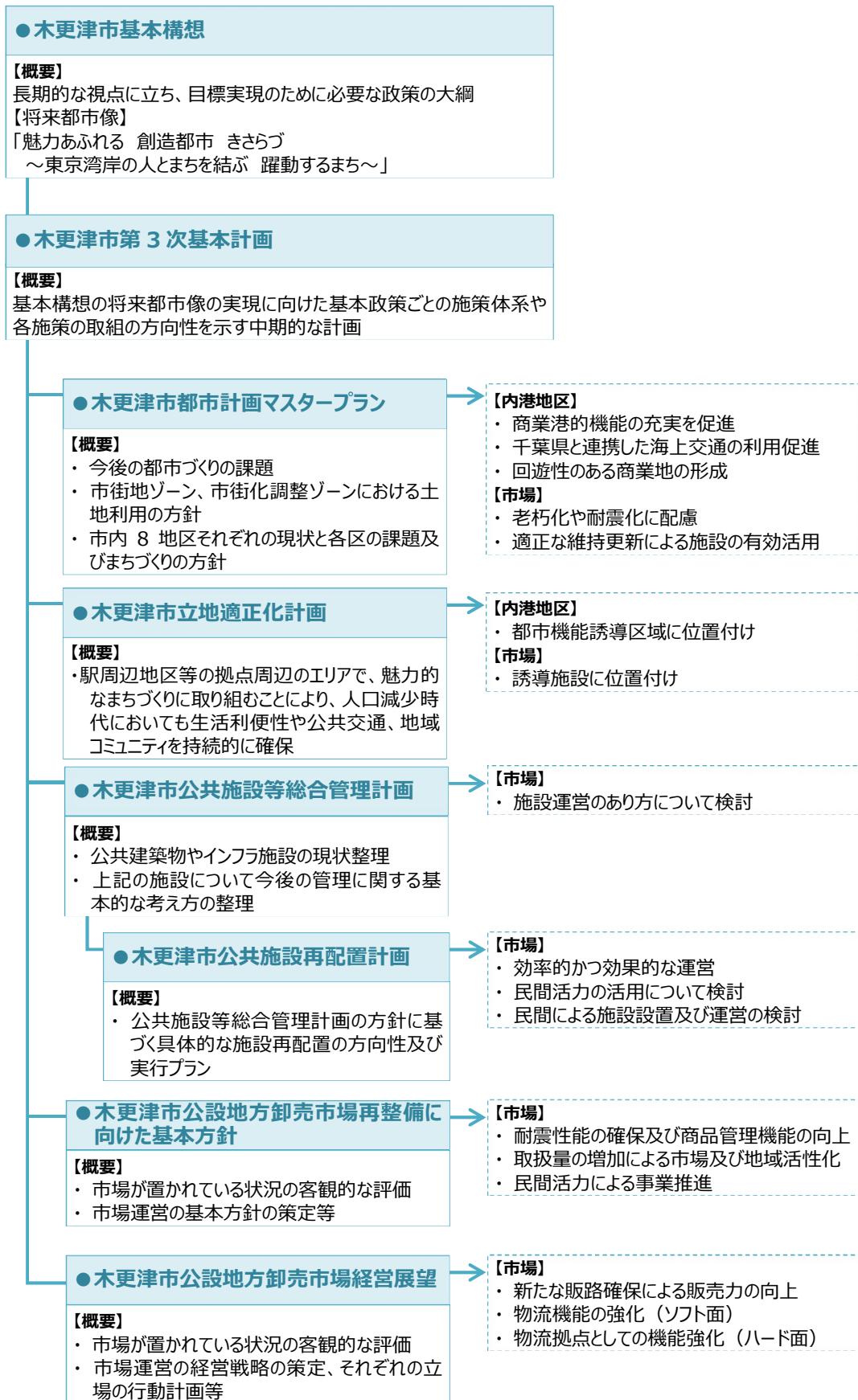


図 4-1 木更津市場の上位関連計画の位置付け

4.1.2. 立地特性

木更津市場のある木更津市は、首都機能の一翼を担う業務核都市に位置付けられ広域連携拠点としての役割を担うとともに、東京湾アクアライン、館山自動車道、首都圏中央連絡自動車道（圏央道）などの広域幹線道路網の整備進展により、4つのインターチェンジを持ち、極めて交通利便性の高い都市環境が整ってきています。

木更津市場は千葉県内の最南端に位置する公設市場として、東京湾アクアラインをはじめとする広域幹線道路の結節点に位置することから、東京湾を挟んで対岸に位置する大田市場や豊洲市場へ約1時間で結ばれており、千葉県と首都圏との生鮮食料品を流通するハブ機能を有しています。



資料：関東地方整備局 HP 掲載図に一部加筆

図 4-2 圏央道周辺

4.1.3. 関連する事業の動向

(1) 公共事業

a) パークベイプロジェクト

木更津市基本構想に位置付けた「みなとまち木更津再生プロジェクト」の実現に向け、内港周辺の都市公園等の公共用地に民間活力や公募設置管理制度（Park－PFI）を活用し、民間の集客施設等を誘致するとともに、富士見通りの整備を一体的に行い、新たな賑わいの拠点づくりを図っていくものです。

①公園（鳥居崎海浜公園他）

内港周辺の都市公園等公共空地において、民間による集客施設等の誘致とあわせて公園の一体的な整備を行いました。

鳥居崎海浜公園については、参入事業者の選考基準等を「公募設置等指針」として平成 30 年度末にとりまとめ、平成 31 年度は選定委員会の設置、公募・選考を実施し、令和 4 年 3 月にリニューアルオープンしました。

②富士見通り

木更津駅みなと口から木更津港内港を結ぶシンボルロードの富士見通りの再整備を行います。

「安全・快適な歩行空間の向上」や「地域特性を活かした景観形成」を図るため、無電柱化、交流の生まれる憩いのスペース、季節を感じられる植栽などを整備します。

③交流厚生用地

交流厚生用地については、千葉県の木更津港港湾計画に基づき整備を進めて行く予定です。

b) 木更津市中心市街地活性化基本計画（令和 2 年 4 月 計画期間：令和 2～6 年度）

中心市街地は、木更津市の特徴である港・海に面し、新旧の多くのイベントや歴史的資源を通じて、「木更津らしさ」を知ることができる貴重な地区であり、観光・レクリエーション的要素も盛り込むことが可能な場所です。また、木更津駅周辺は、鉄道や路線バス、高速バスの発着点となっており、本市を含む周辺市町の交通の要衝でもあることから、コンパクトシティの中心としてのポテンシャルを有しています。これらの資源性やポテンシャルを活かし、「人と人が行き交い、みんなが愛着を感じるみなとまち 木更津」を活性化の目標（全体テーマ）を設定し、この考え方に沿って各種取組を進めていくものです。

木更津市中心市街地活性化基本計画については、認定の取得を令和 2 年 3 月 30 日、変更認定を令和 3 年 3 月 12 日と令和 4 年 3 月 8 日、令和 5 年 3 月 13 日、事業期間を令和 2 年度から令和 6 年度までの 5 年間で予定しています。

現市場は、「1. 中心市街地の活性化に関する基本的な方針 [6] 中心市街地活性化の方針（基本的方向性）(2) 中心市街地活性化の方針 基本方針 3 個性と魅力あふれる商業環境の充実」の中で、「老朽化した公設地方卸売市場の再整備を行うとともに、集客機能を取り入れ、市場及び周辺地域の活性化を図る。」とされています。

c) 木更津飛行場周辺まちづくり基本計画（令和 5 年 2 月）

まちづくり基本構想で示した基本理念、整備方針をより具体化するとともに、各重点地区に導入する機能及びその規模、事業手法などを整理し、今後の施設整備に向けた方向性を示すことを目的として

います。

再整備場所として検討した旧市役所跡地については、5.旧庁舎跡地の整備方針の中で、大型集客施設がある「築地地区」と、飲食店舗を備える公園がある「内港地区」に共通する「食」の機能（新鮮な地元食材を取り扱うなど多彩な機能）を備えることで、この2つの地区の回遊性をさらに高めることを目指す施設の設置を検討する方針としています。

また、今度の整備に向けて、未利用地である旧庁舎跡地の活用を図るため、当経営戦略における公設地方卸売市場整備候補地の選定結果を踏まえた活用を検討する必要があるとしています。

d) 木更津市国土強靱化地域計画（基本計画編）（令和5年3月改訂）

国土強靱化計画では、目標5：経済活動を機能不全に陥らせない 5-5 食料等の安定供給の停滞 <4> 卸売市場施設整備の推進として、卸売市場を「災害が発生した場合、産地から消費者へ生鮮食品等の供給が困難になることが懸念されるため、災害時も食品流通に係る事業を維持若しくは早期に再開させるために、電気、水道といった社会的インフラ設備の確保、早期の復旧体制を整備する。」とされています。

e) 木更津市地域防災計画（令和4年度改訂）（令和5年3月）

地域防災計画では、地方卸売市場を救援物資の集積場所の一つとして定めています。

f) 木更津市農業振興計画（平成25年3月）

「農の絆で笑顔あふれる地域農業」を将来像に掲げ、農業に関連する多様な主体が持続可能な農業に向けて連携していくことを目指す第2次木更津市農業振興総合計画を策定し、各種施策に取り組んでいます。

令和5年度末の計画期間満了を受け、生産者の確保・育成、地産地消の推進、農地の集積などを基本方針とする第3次木更津市農業振興計画を検討しています。公設地方卸売市場と連携した農業振興に取り組めます。

g) 木更津市商工業振興計画（平成26年3月）

地域経済の健全な発展と市民生活の向上を目指すことを目的とし、商業振興における将来像を「地域に根ざした魅力ある商店・商店街づくり」とし、3つの基本目標「地域に密着した商業機能の展開」、「個店と商店街の商業活動の強化」、「地域特性を活かした魅力ある商業機能の強化」を定め、工業振興における将来像を「地域の特性を活かした工業振興」とし、3つの基本目標を「変化に対応した工業（ものづくり）活動の推進」、「多様な主体との連携・協働の推進」、「ものづくり人材の育成と確保」と定め商工業の振興のための各種施策に取り組んでいます。

令和5年度末の計画期間満了を受け、第2次木更津市商工業振興計画を検討しており、木更津市公設地方卸売市場を活用した域内経済循環の促進に取り組んでいきます。

h) 木更津市食育推進計画（令和4年3月）

これまでの食育の取り組みに、学校給食における地場産物の活用、食品ロスの削減等環境に配慮し、

産地・生産者を意識した食品選びなどを一層推進するための指針として、「木更津市食育推進計画」を策定しています。市場が開催する「市場まつり」等のイベントへの生産者の参加促進並びに消費者への情報提供を行い、農林水産業者等と市民の交流を推進します。また規格外農林水産品の有効利用による持続可能な生産と消費を支援します。

i) 木更津市食育推進アクションプラン（令和 5 年 8 月改訂）

食育計画に基づいて、より具体的な取り組み・事業を規定し、施策の実効性を高めるため、木更津市食育推進アクションプランを策定し、食育を推進しています。今後 5 年間に本市が重点的に行う取り組みについて、可能な限り年次ごとに明確化し、具体的な実施にあたっては、市ばかりではなく関係団体（市民、教育関係者等、農林漁業者等、食品関連事業者等、食育関係団体等）が連携、協力しながら取り組んでいきます。本市場では、小学生等の市場見学受入れ（青果部）、小中学校を対象にした食育の情報提供（水産物部）に取り組めます。

(2) 民間事業

a) 住宅の動向（定住者の増加）

木更津市の人口・世帯数は、市街地開発事業等により整備された新たな市街地への住宅建設などの影響により、継続して増加傾向にあります。特に中心地区である木更津地区に人口が集中しており、請西東や請西南など面整備が行われた南東部での人口増加が著しくなっています。J R 木更津駅周辺地区においても、商業・業務施設と共存し、交通利便性の高さを活かした都心住宅地の形成が進められています。（出典：木更津市都市計画マスタープラン（令和 4 年 9 月一部改訂））

b) 小売店舗の出店動向

木更津市場との取引が想定される店舗として木更津市、君津市、富津市及び袖ヶ浦市（以下、「木更津市及び近隣 3 市」という。）における大規模店舗の立地状況を表 4-1 に示します。経営展望策定時（平成 31 年 4 月）は 25 店舗でしたが、コストコホールセール木更津倉庫店、ゆりまち袖ヶ浦駅前モールが新規に追加され、現在（令和 4 年 12 月末）27 店舗となっています。

表 4-1 木更津市及び近隣 3 市の大規模小売店舗（市場との取引が想定される店舗）

令和 4 年 12 月末日現在

番号	店舗名称	所在地	届出面積 (㎡)
1	イオンタウン木更津朝日	木更津市朝日 3 丁目 2 3 2 番地 1	12,675
2	マックスバリュート田店	木更津市太田 4 - 1 8 ほか	3,001
3	アピタ木更津店	木更津市ほたる野 4 丁目 2 番地 4 8	15,300
4	ホームセンタータカヨシ清見台店 【上総の駅わくわく広場清見台店】	木更津市清見台東 1 9 7 区画 【清見台東 2-5】	1,900
5	鈴木ビル【いなげや木更津請西店】	木更津市請西 2 丁目 9 番地 5 ほか	2,357
6	VeryFoodsOWARIYA 岩根店	木更津市高砂 2 - 2 2 2 9 - 1 ほか	1,705
7	おどや羽鳥野店	木更津市烏田特定土地区画整理事業施行区域内 70 街区 1 画地【羽鳥野 6 - 2 1 - 1】	2,549
8	せんどろ木更津店	木更津市潮見 5 丁目 3 番 1 ほか	2,546
9	イオンタウン木更津請西	木更津市請西南 2 丁目 27 番 1 ほか	12,407
10	尾張屋木更津店	木更津市木更津三丁目 8 番地 4 ほか	1,203
11	ベシア木更津金田店	木更津市金田東五丁目 2 番地 1	7,265
12	イオンモール木更津	木更津市築地 1 番 4	53,000
13	コストコホールセール木更津倉庫店	木更津都市計画事業金田西特定土地区画整理事業 2 街区 1 画地	10,497
木更津市 小計			126,405
1	アピタ君津店	君津市久保 1 丁目 1 番 1 号	10,407
2	大有君津ビル【いなげや君津店】	君津市外箕輪 2 丁目 2 6 番 1	1,992
3	尾張屋君津店	君津市東坂田 2 丁目 6 番 1 ほか	1,544
4	ジョイフル本田君津店食品館	君津市外箕輪 3 丁目 9 番ほか	1,661
5	(仮称) おどや小櫃店【おどや小櫃店】	君津市末吉字八重成田 1 0 3 2 番 1 ほか	1,748
6	イオンタウン君津	君津市中野五丁目 1 7 番 8 ほか	5,600
君津市 小計			22,952
1	イオンモール富津	富津市青木一丁目 5 番地 1	28,416
2	おどや富津店	富津市西大和田字根崎 1 3 1 6 番地 1 ほか 【富津市大和田西大和田 1 3 1 6 番地 1 ほか】	1,672
富津市 小計			30,088
1	イオン長浦店	袖ヶ浦市長浦駅前 1 丁目 7 番地	9,811
2	ファミリーセンタータカヨシ福王台店 【上総の駅わくわく広場福王台店他】	袖ヶ浦市福王台 2 - 3 - 4 ほか	1,496
3	主婦の店福王台店	袖ヶ浦市神納 1 - 1 - 3 ほか	1,017
4	マルエツ長浦店【尾張屋長浦店】	袖ヶ浦市蔵波台 4 - 2 3 - 1 3	1,742
5	尾張屋横田店	袖ヶ浦市横田字稻荷台 1 9 1 5 ほか	1,980
6	ゆりまち袖ヶ浦駅前モール	袖ヶ浦市袖ヶ浦駅前一丁目 3 9 番地 1 0 ほか	4,114
袖ヶ浦市 小計			20,160
合計		27 店舗	199,605

出典：千葉県「市町村別大規模小売店舗名簿」

4.2. 木更津市場を取り巻く環境

4.2.1. 木更津市場を取り巻く環境の総括

4.2.2 以降に示す「農業・漁業の需給動向」「消費者の動向」「農業漁業従事者の動向」「新型コロナウイルス感染症による影響」を踏まえ、木更津市場を取り巻く環境をまとめると以下のように総括できます。

(1) 農業・漁業の需給動向

○千葉県は農水産業の高いポテンシャルを有しています

- ・千葉県の農業産出額は全国 6 位、海面漁業漁獲量全国 7 位の全国屈指の農水産業県です。
- ・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%を占めています。

(2) 農業漁業従事者の動向

○農水産業の担い手不足・高齢化が深刻化しています

- ・木更津市と近隣 3 市における農業従事者数は、平成 7 年の約 2 万 7 千人から令和 2 年には約 7 千人と約 1/4 に減少しています。
- ・木更津市と富津市における漁業従事者は平成 5 年の約 3 千人から、平成 30 年には約 1 千人と約 1/3 に減少しています。

(3) 食料需要の動向

○今後も木更津市及び近隣 3 市では、一定の食料需要が見込まれます

○大消費地である東京都は、千葉県と比べ今後も食料需要が見込まれます

○新型コロナウイルス感染症の影響により、外食産業の低迷、食品スーパーの売上増加など、消費行動に変化が生じています

- ・木更津市場の製品の主な販売先である木更津市及び近隣 3 市の合計人口は横ばいです。
- ・令和 3 年度食料需給表より、人口 1 人 1 日あたりの青果粗食料を 391.9g、魚介類粗食料を 112.8g とすると、木更津市及び近隣 3 市を合わせた青果需要は 1 日 127.3t、魚介類需要は 36.6t と推計されます。
- ・東京都は、千葉県と比べ人口が緩やかに減少しますが、大消費地です。
- ・新型コロナウイルス感染症の大流行により、外食に対する食料消費支出額が大幅に減少しています。また、食品スーパーの売上高は令和 2 年 1 月を境に前年同月比で 1 割前後増加しています。

4.2.2. 農業・漁業の需給動向

(1) 国内需要量の動向

食料需給表（農林水産省）の国内消費仕向量を国内需要量と見れば、平成 24（2012）～令和 3（2021）年度の 10 年間で野菜・果物で約 280 万 t、鮮魚で約 190 万 t の減少が見られます。

人口減少が最も大きな要因だと考えられていることから、今後も人口動態と連動して推移することが予想されます。

表 4-2 国内需要量の推移

区分	年度	国内消費に仕向けられた国内生産量			輸入量 D	在庫の 増減量 E	国内消費 仕向量 F (A+D+E)	国内需給量 の変化 2012～2021
		A (B-C)	B	C				
野菜	2012	12,008	12,012	4	3,302	0	15,310	野菜
	2021	10,992	11,015	23	2,895	0	13,887	▲ 1,423
果物	2012	3,036	3,062	26	5,007	27	8,070	果物
	2021	2,515	2,599	84	4,157	12	6,684	▲ 1,386
鮮魚	2012	3,785	4,325	540	4,586	74	8,445	鮮魚
	2021	2,942	3,770	828	3,650	-49	6,543	▲ 1,902

出典：農林水産省「食料需給表（令和 3 年度）」

(2) 県内産出額の動向

a) 千葉県の実業産出額

生産農業所得統計（農林水産省）によると、令和 3 年の千葉県の農業産出額は 3,471 億円と全国 6 位で、全国農業産出額の 3.9% を占めています。また、千葉県には品目別全国産出額上位を占める農産物が数多くあります。令和 3 年に全国産出額が 1 位となった農産物は、落花生、だいこん、さやいんげん、かぶ、マツシルーム、しゅんぎく、みつば及び日本なしです。

表 4-3 令和 3 年 全国農業産出額

順位	都道府県	農業産出額 (億円/年)
-	全国	88,600
1	北海道	13,108
2	鹿児島県	4,997
3	茨城県	4,263
4	宮崎県	3,478
5	熊本県	3,477
6	千葉県	3,471
7	青森県	3,277
8	愛知県	2,922
9	栃木県	2,693
10	岩手県	2,651

出典：農林水産省「生産農業所得統計（令和 3 年）」

表 4-4 令和 3 年 千葉県 12 市の農業産出額

市町	農業産出額 (千万円)
木更津市	263
君津市	831
富津市	270
袖ヶ浦市	679
木更津市 + 近隣 3 市	2,043
鋸南町	138
南房総市	1,010
館山市	372
鴨川市	269
勝浦市	60
大多喜町	130
御宿町	32
いすみ市	797
合計	4,851

出典：農林水産省「市町村別農業産出額（推計）（令和 3 年）」

表 4-5 千葉県内の品目別全国産出額上位

全国産出額 1 位	穀物：落花生 野菜：だいこん、さやいんげん、かぶ、マッシュルーム、しゅんぎく、みつば 果実：日本なし
全国産出額 2 位	野菜：さつまいも、ねぎ、にんじん、すいか、さといも、とうもろこし、しょうが、そらまめ 果実：びわ
全国産出額 3 位	野菜：えだまめ、キャベツ、やまのいも、ほうれんそう 畜産：鶏卵

出典：農林水産省「生産農業所得統計（令和 3 年）」

b) 千葉県の漁獲量

海面漁業生産統計調査（農林水産省）によると、令和 3 年の千葉県の海面漁業漁獲量は、105,505tと全国 7 位で、全国海面漁業漁獲量の 3.3%を占めています。

表 4-6 令和 3 年 海面漁業漁獲量

順位	都道府県	海面漁業漁獲量 (t/年)
-	全国	3,193,503
1	北海道	910,347
2	茨城県	299,686
3	長崎県	247,359
4	静岡県	206,869
5	宮城県	184,316
6	三重県	107,377
7	千葉県	105,505
8	宮崎県	101,029
9	島根県	88,917
10	鳥取県	85,111

出典：農林水産省「海面漁業生産統計調査（令和 3 年）」

表 4-7 平成 30 年 12 市の漁獲量

市町名	漁獲量 (t)
木更津市	139
君津市	-
富津市	-
袖ヶ浦市	2,886
木更津市 + 近隣 3 市	3,025
鋸南町	1,890
南房総市	4,885
館山市	4,305
鴨川市	4,681
勝浦市	1,386
大多喜町	-
御宿町	233
いすみ市	3,980
合計	24,385

出典：「海面漁業生産統計調査（市町村別データ）（平成 30 年）」

※平成 30 年以降は市町村別統計は廃止

(3) 消費者の動向

a) 国の人口構造

わが国の人口は平成 20（2008）年頃をピークに減少に転じ、今後も長期的に減少が進むことが予測されています。令和 2（2020）年の国勢調査による日本の総人口は 1 億 2,615 万人でしたが、出生中位推計の結果に基づけば、この総人口は令和 12（2030）年には 1 億 2,012 万人となり、令和 27（2045）年には 1 億 880 万人になるものと推計されています。

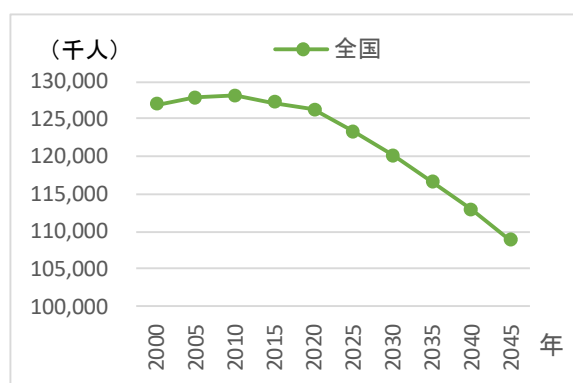


図 4-3 総人口の推移

出典：実績（平成 12（2000）～令和 2（2020）年）：国勢調査
将来（令和 7（2025）年以降）：国立社会保障・人口問題研究所による将来推計人口

b) 千葉県及び東京都の人口構造

千葉県人口は、出生中位推計の結果に基づけば、全国人口のピークよりも遅れて令和 2（2020）年の 628 万人をピークとした後減少に転じ、令和 12（2030）年には 600 万人を割り、令和 27（2045）年には 546 万人となるものと推計されています。

一方、千葉県に隣接した食料品の一大消費地である東京都の人口も令和 2（2020）年をピークとした後、緩やかな減少傾向に転じ、令和 27（2045）年には 1,360 万人となると推計されています。このように、全国の人口動態と比較して、千葉県や東京都の人口ピークは遅れて訪れています。

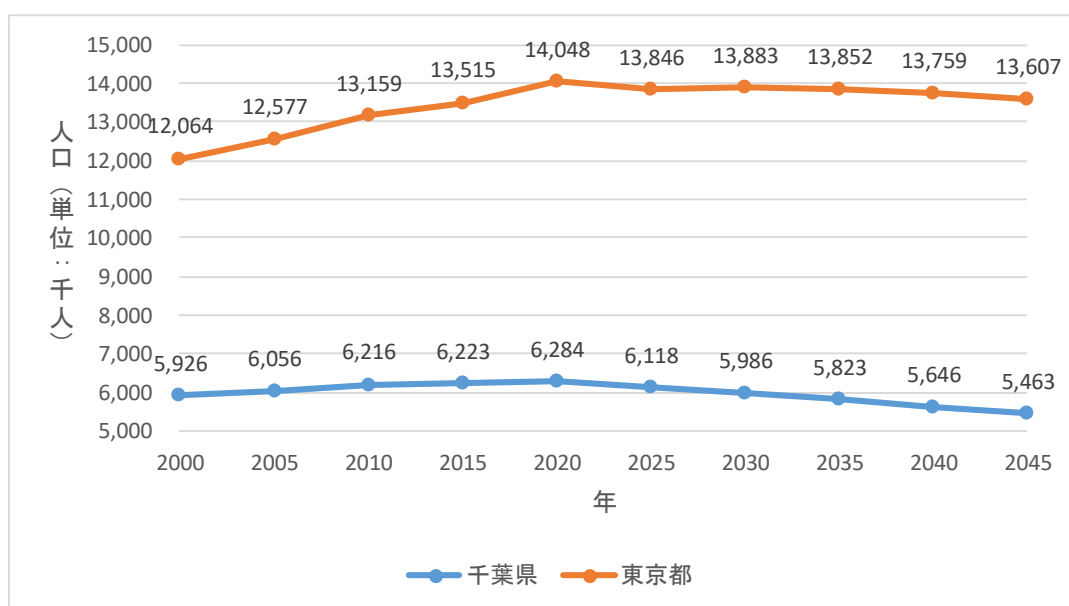


図 4-4 千葉県と東京都の人口の推移

出典：実績（平成 12（2000）～令和 2（2020）年）：国勢調査
将来（令和 7（2025）年以降）：国立社会保障・人口問題研究所による将来推計人口

c) 本市及び近隣 3 市における食料需要

木更津市の人口は、平成 7（1995）年から令和 2（2020）年にかけて、123,499 人から 136,166 人と約 13,000 人増加し、増加傾向を示しています。近隣 3 市のうち、袖ヶ浦市も増加傾向を示しています。

表 4-8 木更津市及び近隣 3 市の人口動向

(単位：人)

自治体名	1995 年	2000 年	2005 年	2010 年	2015 年	2020 年
木更津市	123,499	122,768	122,234	129,312	134,141	136,166
君津市	93,216	92,076	90,977	89,168	86,033	82,206
富津市	54,273	52,839	50,162	48,073	45,601	42,465
袖ヶ浦市	57,575	58,593	59,108	60,355	60,952	63,883
合計	328,563	326,276	322,481	326,908	326,727	324,720

出典：総務省「国勢調査」

令和 3 年度食料需給表より、人口 1 人 1 日あたりの青果粗食料を 391.9g、魚介類粗食料を 112.8g とすると、木更津市及び近隣 3 市を合わせた青果需要は 1 日 127.3t、魚介類需要は 36.6t と推計されます。

表 4-9 青果及び魚介類粗食料

人口 1 人あたりの青果粗食料 (g/日)	人口 1 人あたりの魚介類粗食料(g/日)
391.9	112.8

農林水産省「食料需給表（令和 3 年度）」

表 4-10 木更津市及び近隣 3 市の食料需要

自治体名	総人口（人） 2020 年	青果需要 (t/日)	魚介類需要 (t/日)
木更津市	136,166	53.4	15.4
君津市	82,206	32.2	9.3
富津市	42,465	16.6	4.8
袖ヶ浦市	63,883	25.0	7.2
合計	324,720	127.3	36.6

出典：総務省「令和 2 年国勢調査」

d) 本市及び近隣 3 市の人口構造と消費者動向

木更津市の将来人口は、令和 7（2025）年から令和 12（2030）年と増加し、現在よりも多い 136,582 人と見込まれます。近隣 3 市の将来人口は、袖ヶ浦市は増加傾向、君津市と富津市は減少傾向が見込まれます。

これに伴い、本市及び近隣 3 市での生鮮食料品の消費は概ね横ばいで推移するものと想定されます。

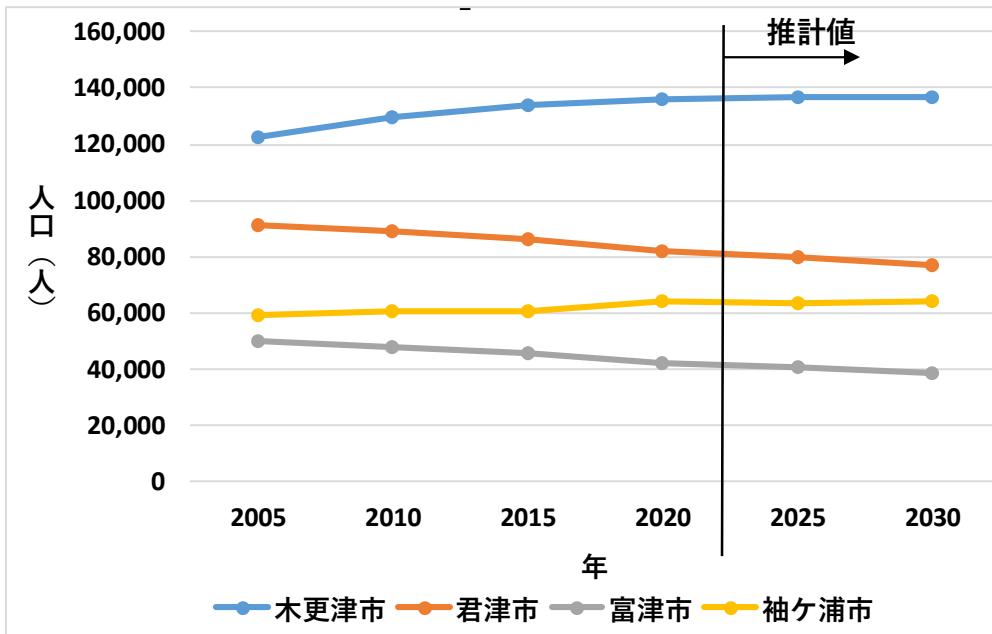


図 4-5 木更津市及び近隣 3 市の人口推移

出典：将来人口は各市の人口ビジョン等

（令和 2（2020）年以前は国勢調査による実績値）

木更津市第 3 次基本計画（令和 5 年 3 月）

第 2 期君津市「まち・ひと・しごと創生」総合戦略（令和 2 年 3 月）

富津市人口ビジョン 2040 に係る現状分析（令和元年 8 月）

袖ヶ浦市人口ビジョン（令和 2 年 3 月）

4.2.3. 農業漁業従事者の動向

(1) 農業従事者数

木更津市と近隣3市における農業従事者数は、平成7（1995）年の27,322人から令和2（2020）年には7,486人と約1/4に減少しています。

千葉県のアgriculture従事者も同期間に約1/4に減少しています。4市のうち袖ヶ浦市は千葉県よりも減少幅が緩やかとなっています。

表 4-11 農業従事者

(単位:人)

自治体名	1995年	2000年	2005年	2010年	2015年	2020年
木更津市	6,601	6,375	4,009	3,246	2,580	1,754
君津市	9,794	9,240	6,023	5,114	3,722	2,709
富津市	6,610	6,000	3,769	2,985	2,209	1,505
袖ヶ浦市	4,317	4,816	3,612	3,029	2,288	1,518
4市合計	27,322	26,431	17,413	14,374	10,799	7,486
千葉県	269,458	238,055	181,300	151,126	114,221	83,894

出典：農林水産省「農林業センサス」

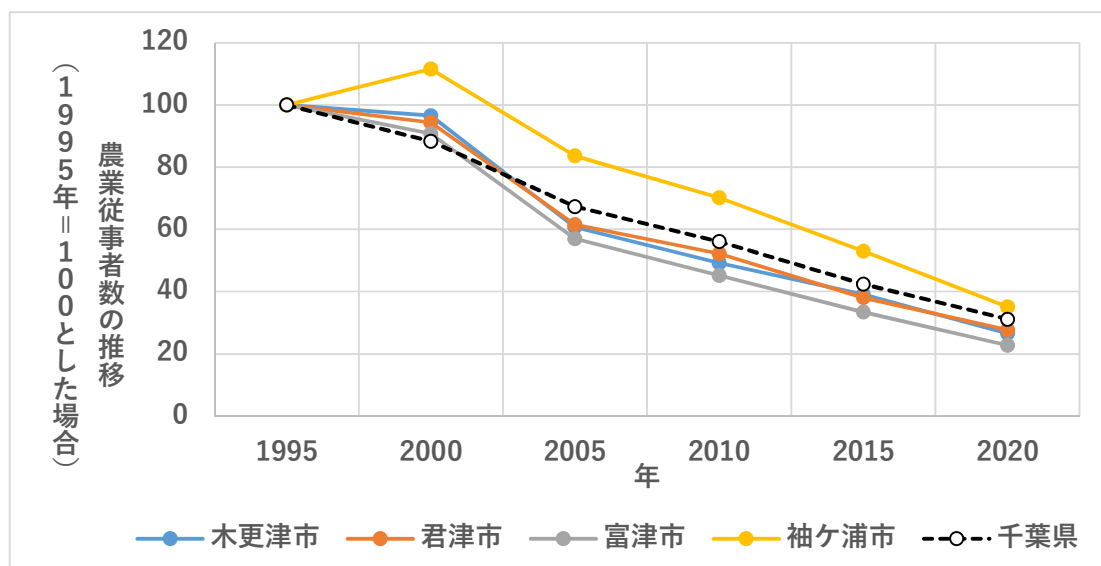


図 4-6 農業従事者数の推移

(2) 漁業従事者数

木更津市と富津市における漁業従事者数は、平成 5（1993）年の 3,110 人から平成 30（2018）年には 954 人と約 1/3 以下に減少しています。

千葉県漁業従事者も同期間に約 2/5 に減少しています。2 市のうち富津市は千葉県よりも減少幅が緩やかとなっています。一方、木更津市は約 1/5 まで減少し、千葉県よりも減少幅が大きくなっています。

表 4-12 漁業従事者

(単位:人)

自治体名	1993 年	1998 年	2003 年	2008 年	2013 年	2018 年
木更津市	1,772	1,476	1,388	1,221	760	338
富津市	1,338	1,296	1,225	1,003	812	616
合計	3,110	2,772	2,613	2,224	1,572	954
千葉県	8,924	7,882	6,929	5,916	4,734	3,678

出典：農林水産省「漁業センサス」

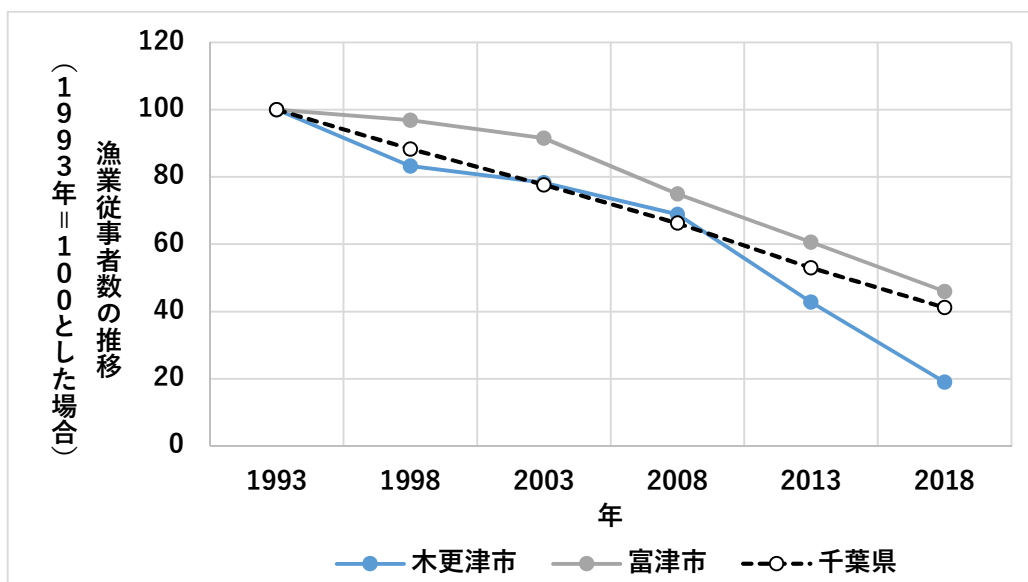


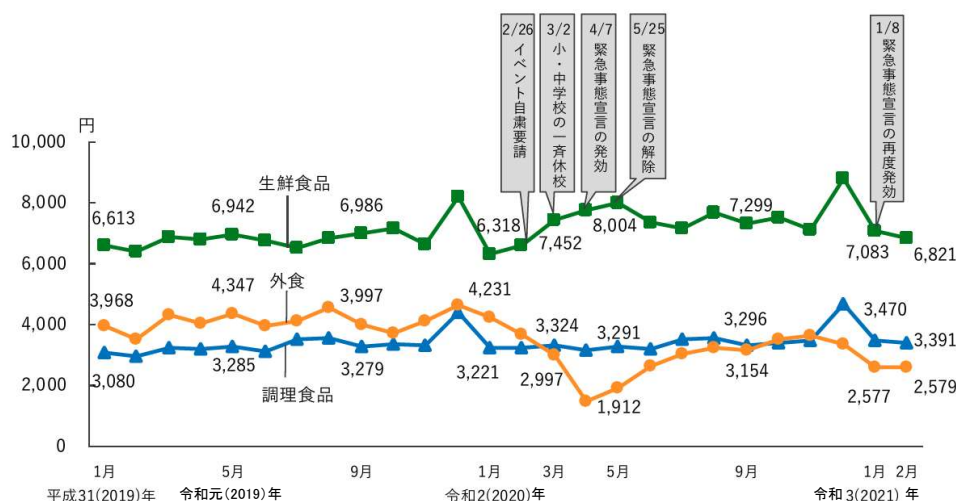
図 4-7 漁業従事者数の推移

4.2.4. 新型コロナウイルス感染症による影響

新型コロナウイルス感染症は、令和2年から世界的に大流行し、日本の経済・社会に大きな影響を及ぼしました。新型コロナウイルス感染症による野菜や水産の消費等への影響について整理します。

(1) 食料消費支出額

令和2年以降の食料消費支出額は、令和元年に比べ、外食への支出額が減少し、生鮮食品への支出額は増加しています。



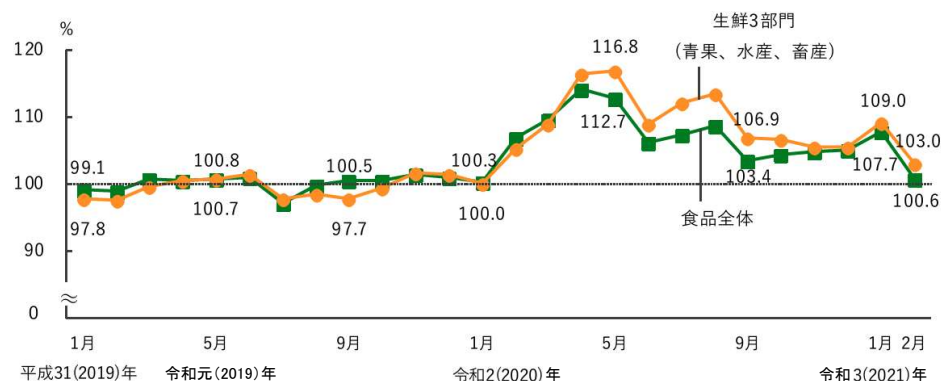
資料：総務省「家計調査」(全国・用途分類・二人以上の世帯)を基に農林水産省作成
 注：1) 消費者物価指数(食料：平成27(2015)年基準)を用いて物価の上昇・下落の影響を取り除いた数値
 2) 世帯員数で除した1人当たりの数値
 3) 生鮮食品は、米、生鮮魚介、生鮮肉、牛乳、卵、生鮮野菜、生鮮果物の合計
 4) 調理食品は、主食的調理食品と他の調理食品の合計で、他の調理食品には冷凍調理食品も含む。
 5) 令和3(2021)年1月の緊急事態宣言は7日に発出し、8日から発効

図 4-8 1人1ヶ月当たりの食料消費支出額の推移

出典：農林水産省「新型コロナウイルス感染症による影響と対応」

(2) 食品スーパーの売上高

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ています。特に生鮮3部門（青果、水産、畜産）の売上高が増加しています。



資料：一般社団法人全国スーパーマーケット協会、一般社団法人日本スーパーマーケット協会、オール日本スーパーマーケット協会「スーパーマーケット販売統計調査」を基に農林水産省作成

注：1) 食料品を中心に扱うスーパーマーケットを対象とした調査
 2) 生鮮3部門は、青果、水産、畜産の合計
 3) 前年同月を100とした当月の数値
 4) 令和2(2020)年度末時点の数値

図 4-9 食品スーパーの売上高

出典：農林水産省「新型コロナウイルス感染症による影響と対応」

(3) 中食の状況

ヒアリング調査においてスーパーの担当者の回答として、「最近では、惣菜・弁当、冷凍野菜や冷凍パン、カット野菜など、調理の手間がかからない商品の販売が増加している。」との回答を得ました。

新型コロナウイルス感染症拡大後の令和2（2020）年は、令和元（2019）年と比べ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、今後も中食に対する取り組みが必要と考えられます。

表 4-13 外食産業市場規模推計値（2018～2020年）

（単位：億円）

区分	2018年	2019年	2020年
外食産業	257,342	262,684	182,005
料理品小売業（中食）	71,209	72,214	70,928
外食産業合計 （料理品小売業を含む）	328,551	334,898	252,933

注1) 外食産業は、営業店、機内食等、宿泊施設、学校、事業所、病院、保育所給食、喫茶店・居酒屋等、料亭・バー等である。

注2) 料理品小売業には、スーパー、百貨店等のテナントとして入店しているものは含むが、総合スーパー、百貨店が直接販売しているものは含まない。

出典：公益財団法人食の安全・安心財団「外食産業市場規模推計値（2018～2020年）」



図 4-10 外食産業市場規模の推移

4.2.5. 観光客の動向

木更津市の観光客は、平成 24 年に大型商業施設（三井アウトレットパーク木更津）の開業により大幅に増加し、平成 30 年には約 2,000 万人となりました。なお、令和 2～3 年は新型コロナウイルス感染症の影響により、約 1,500 万人に減少しましたが、本市は都心に近接しているが、里山、里海、田園地域などの自然環境に恵まれており、また、東京湾アクアラインをはじめとする広域道路ネットワークにより都心や羽田空港・成田空港へのアクセスが良好な立地であることから大きなポテンシャルを有しており、今後も観光需要が見込まれます。

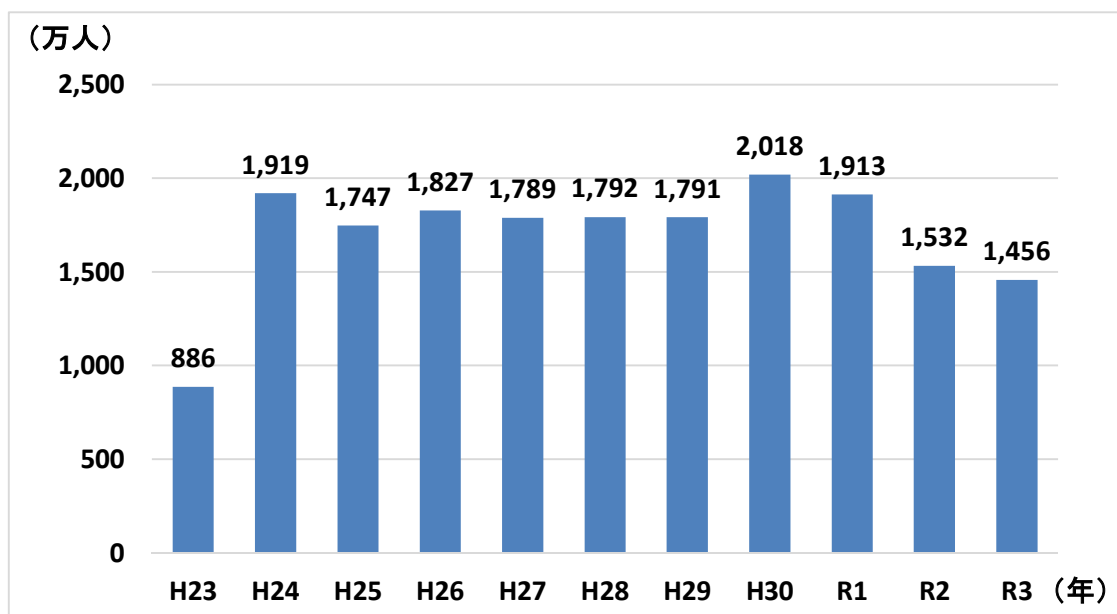


図 4-11 木更津市の観光入込客数の推移

出典：千葉県「観光客の入込動向」

4.3. 木更津市場の現状

4.3.1. 流通経路・関係者の状況

(1) 流通経路

公設地方卸売市場の流通経路を
右記に示します。

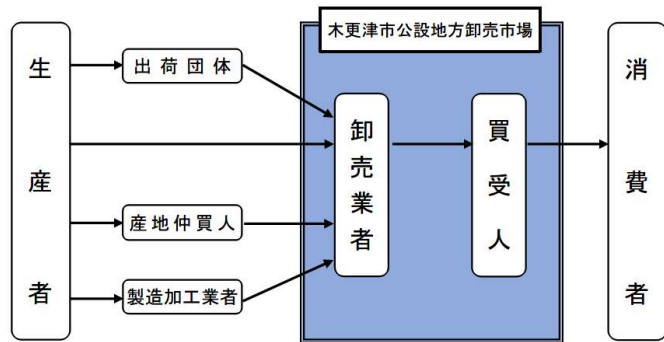


図 4-12 流通経路図

(2) 市場関係者

開設者（木更津市）	○市場の業務の許可、取引の監督並びに施設の維持管理を実施
卸売業者	○生産者あるいは出荷団体等から委託または買い付けた品物を、せり売り場等で買受人に販売する業者。青果部及び水産物部ともに、卸売業者は各 1 者
買受人	○小売業者・加工業者であり、卸売業者から市場で買受けて消費者に販売する人 ○青果部の買受人組合は 3 組合、水産物部の買受人組合は 1 組合。組合員は保証金と加入金を組合に支払う

4.3.2. 統計データからみた現状

※統計データを活用し、令和4（2022）年度に財政収支計画等の検討を開始したため、前年度の令和3（2021）年度から過去10年間のデータを整理しました。4.4.1.も同様に整理。

(1) 青果部門

a) 青果部門の取扱高推移

木更津市場青果部門の取扱高は、平成24（2012）年度から令和3（2021）年度の10年間で減少傾向です。また、10年間で取扱高は平成24（2012）年度を100%にした場合、令和3（2021）年度は69.0%に減少しています。

本市場において経営展望を策定した平成30（2018）年度以降も減少傾向となっています。

千葉県内の卸売市場（青果）においては、本市場と比較すると過去10年でピークの平成25（2013）年を100%とした場合、減少傾向を示しており、令和3（2021）年度は85.1%となっています。

表 4-14 木更津市場及び千葉県内の卸売市場の取扱高推移（青果部門）

(単位：千円)

年度	木更津市場						千葉県内卸売市場	
	青果全体		野菜その他		果物		青果	
		対比		対比		対比		対比
2012	4,789,669	100.0	3,270,625	100.0	1,519,044	100.0	78,494,491	
2013	4,606,069	96.2	3,218,691	98.4	1,387,379	91.3	87,872,751	100.0
2014	4,286,594	89.5	2,971,071	90.8	1,315,523	86.6	84,263,446	95.9
2015	4,370,709	91.3	3,089,378	94.5	1,281,331	84.4	86,972,562	99.0
2016	4,165,802	87.0	2,928,077	89.5	1,237,725	81.5	82,205,295	93.6
2017	3,879,623	81.0	2,760,939	84.4	1,118,684	73.6	82,444,048	93.8
2018	3,554,473	74.2	2,454,833	75.1	1,099,640	72.4	80,436,850	91.5
2019	3,421,862	71.4	2,438,793	74.6	983,069	64.7	75,188,771	85.6
2020	3,394,008	70.9	2,431,999	74.4	962,009	63.3	76,969,047	87.6
2021	3,304,419	69.0	2,376,377	72.7	928,042	61.1	74,777,259	85.1

出典：木更津市場：木更津市

千葉県内卸売市場：千葉県「千葉県卸売市場概要（消費地市場）令和3事業年度」（令和5年3月）

b) 青果部門の集荷状況

青果部門の令和3（2021）年度の取引実績は、仕入額における木更津市及び近隣3市の割合は2割弱程度ですが、売上額における木更津市及び近隣3市の占める割合は約7割程度となっています。本市場が木更津市及び近隣3市へ生鮮食料品（青果）を提供する拠点となっていると考えられます。

表 4-15 2021年度の取引実績（青果部門）

(単位：千円)

区分	仕入先				売上先			
	人数		金額		人数		金額	
		構成比		構成比		構成比		構成比
木更津市	219	28.8%	138,377	4.9%	58	35.2%	996,206	34.6%
君津市	72	9.5%	74,940	2.6%	23	13.9%	428,785	14.9%
富津市	59	7.8%	39,030	1.4%	19	11.5%	272,449	9.5%
袖ヶ浦市	178	23.4%	213,260	7.5%	17	10.3%	334,517	11.6%
4市計	528	69.4%	465,607	16.4%	117	70.9%	2,031,958	70.7%
県内他市町村	173	22.7%	190,293	6.7%	37	22.4%	779,927	27.1%
県外	60	7.9%	2,187,814	76.9%	11	6.7%	63,995	2.2%
海外		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%
不明分		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%
合計	761	100.0%	2,843,715	100.0%	165	100.0%	2,875,881	100.0%

出典：木更津市

(2) 水産物部門

a) 水産物部門の取扱高推移

木更津市場水産物部門の取扱高においては、平成 24（2012）年度から令和 3（2021）年度の 10 年間で増加傾向です。また、10 年間で取扱高は平成 24（2012）年度を 100%にした場合、令和 3（2021）年度は 134.0%と増加しています。

卸売業者によると、この売上げ増加の実績については、これまででない営業戦略及び営業努力と消費者ニーズに対応した商品管理への設備投資が要因であるとのこと。

千葉県内の卸売市場（水産物）においては、減少傾向にあり、平成 24（2012）年度を 100%とした場合、令和 3（2021）年度は 78.9%と減少しています。

表 4-16 木更津市場及び千葉県内の卸売市場の取扱高推移（水産物部門）

(単位：千円)

年度	木更津市場								千葉県内卸売市場	
	水産物全体		生鮮		冷凍		加工その他		水産物	
		対比		対比		対比		対比		対比
2012	1,442,223	100.0	969,820	100.0	129,803	100.0	342,600	100.0	54,753,460	100.0
2013	1,502,836	104.2	1,039,452	107.2	120,621	92.9	342,763	100.0	53,260,760	97.3
2014	1,656,174	114.8	1,092,013	112.6	153,891	118.6	410,270	119.8	53,654,143	98.0
2015	1,758,381	121.9	1,140,442	117.6	159,420	122.8	458,519	133.8	52,795,522	96.4
2016	1,886,864	130.8	1,196,469	123.4	202,250	155.8	488,145	142.5	50,502,011	92.2
2017	1,825,497	126.6	1,065,242	109.8	317,634	244.7	442,621	129.2	47,594,749	86.9
2018	1,628,578	112.9	600,851	62.0	674,404	519.6	353,323	103.1	46,582,366	85.1
2019	1,724,697	119.6	606,150	62.5	711,034	547.8	407,513	118.9	44,437,860	81.2
2020	1,649,079	114.3	557,889	57.5	730,088	562.5	361,102	105.4	42,058,289	76.8
2021	1,932,086	134.0	678,481	70.0	838,605	646.1	415,000	121.1	43,222,080	78.9

出典：木更津市場：木更津市

千葉県内卸売市場：千葉県「千葉県卸売市場概要（消費地市場）令和 3 事業年度」（令和 5 年 3 月）

b) 水産物部門の集荷状況

水産物部門の令和 3（2021）年度の取引実績は、仕入額における木更津市と近隣 3 市の割合は 10%程度ですが、売上額における木更津市と近隣 3 市の占める割合は約 7 割程度となっています。

表 4-17 2021 年度の取引実績（水産物部門）

(単位：千円)

区分	仕入先				売上先			
	人数		金額		人数		金額	
		構成比		構成比		構成比		構成比
木更津市	62	24.9%	132,898	8.2%	109	42.2%	1,077,795	60.1%
君津市	1	0.4%	178	0.0%	24	9.3%	65,988	3.7%
富津市	13	5.2%	33,750	2.1%	46	17.8%	48,435	2.7%
袖ヶ浦市	1	0.4%	7	0.0%	11	4.3%	22,460	1.3%
4 市計	77	30.9%	166,833	10.3%	190	73.6%	1,214,678	67.7%
県内他市町村	37	14.9%	380,542	23.6%	23	8.9%	538,700	30.0%
県外	134	53.8%	1,065,188	66.1%	19	7.4%	40,334	2.2%
海外		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%
不明分	1	0.4%	65	0.0%	26	10.1%	1,089	0.1%
合計	249	100.0%	1,612,628	100.0%	258	100.0%	1,794,801	100.0%

出典：木更津市

(3) 市場の使用料収入

木更津市場における市場施設使用料は、卸売業者の取扱高の減少に伴い、この 10 年で使用料収入は約 1 割減少しています。

表 4-18 木更津市場の使用料収入の推移

(単位：千円)

年度	卸売業者市場使用料	卸売業者市場使用料率	卸売業者売場使用料	業者事務室使用料	倉庫使用料	会議室使用料	土地使用料現年度分	保冷库使用料	碎氷機使用料	合計
2012	15,580	売上金額 (消費税額を含む)の 1,000分の 2.5	8,321	4,101	309	2	2,019	227	214	30,772
2013	15,272		8,321	4,101	309	2	2,133	227	214	30,578
2014	14,854		8,555	4,210	317	2	2,106	233	220	30,498
2015	15,327		8,555	4,210	317	3	2,101	233	220	30,966
2016	15,132		8,555	4,210	317	1	2,180	233	220	30,849
2017	14,263		8,555	4,210	317	1	2,001	233	220	29,800
2018	12,958		8,555	4,210	317	2	1,933	224	220	28,418
2019	12,866		8,643	4,250	320	1	1,706	226	222	28,234
2020	12,608		8,731	4,291	323	2	1,536	238	224	27,953
2021	13,091		8,731	4,291	323	2	1,449	238	224	28,349

※卸売業者市場使用料率は、市場の業務開始（青果部 昭和 44（1969）年、水産物部 昭和 46（1971）年）から変更なし。

出典：木更津市

(4) 木更津市場の歳入の推移

木更津市場における歳入は、この 10 年で以下のとおり推移しています。歳入のうち、令和 3（2021）年度の市場事業収入は約 2,800 万円、卸売業者が使用した電気料分が約 2,100 万円の計 4,900 万円と歳入全体（約 7,300 万円）の約 7 割を占めています。市場事業費の不足分を補う一般会計繰入金は約 2,400 万円と歳入全体の約 3 割を占めています。

表 4-19 木更津市場の歳入の推移

(単位：千円)

年度	市場事業収入	国庫補助金	一般会計繰入金	うち基準外	前年度繰越金	諸収入	うち業者使用電気料	合計
2013	30,578	1,656	10,476	1,414	12,002	26,828	26,563	81,541
2014	30,498		14,338	1,414		25,954	25,894	70,788
2015	30,966		15,674	1,414		22,034	21,974	68,674
2016	30,849		16,314	1,413		19,450	19,373	66,613
2017	29,800		23,417	1,413		20,574	20,505	73,792
2018	28,418		25,470	2,127		23,051	22,993	76,939
2019	28,234	90	19,459	526		23,386	23,230	71,169
2020	27,953		16,438			19,587	19,498	63,977
2021	28,349		24,061	2,396	1	21,056	20,973	73,468

出典：木更津市

4.4. 他卸売市場の状況

4.4.1. 取扱高（金額）の推移

県内の主要な地方卸売市場の取扱高（金額）の推移について、平成 30（2018）年度を基準に令和 3（2021）年度と比較すると、青果部門は、船橋卸売市場を除いて、約 8 割～9 割に減少しています。

水産物部門は、木更津市場が約 2 割増加しており、後の市場は、横ばいまたは、約 8 割～9 割に減少しています。

表 4-20 取扱高（金額）の推移（青果部門）

【青果】

（単位：千円）

年度	木更津		千葉		松戸南部		成田	
		対比		対比		対比		対比
2012	4,789,669	134.8	21,497,456	85.7	7,405,544	108.7	769,342	95.8
2013	4,606,069	129.6	22,149,362	88.3	7,831,495	114.9	1,285,696	160.1
2014	4,286,594	120.6	22,029,340	87.8	7,856,994	115.3	1,486,341	185.1
2015	4,370,709	123.0	24,004,485	95.7	8,103,274	118.9	1,105,118	137.6
2016	4,165,802	117.2	24,281,363	96.8	8,071,859	118.5	1,043,004	129.9
2017	3,879,623	109.1	24,219,914	96.5	7,440,040	109.2	936,569	116.6
2018	3,554,473	100.0	25,091,743	100.0	6,813,689	100.0	803,013	100.0
2019	3,421,862	96.3	23,327,797	93.0	6,354,751	93.3	730,037	90.9
2020	3,394,008	95.5	23,167,815	92.3	6,521,892	95.7	787,516	98.1
2021	3,304,419	93.0	22,000,269	87.7	6,131,181	90.0	782,790	97.5
年度	船橋		市川※		柏		松戸北部※	
		対比		対比		対比		対比
2012	9,425,550	—	8,261,854		4,285,716	—	17,965,481	
2013	10,020,637	—	9,062,700		4,402,792	—	17,783,594	
2014	9,915,908	—	9,408,417		4,284,417	—	16,641,984	
2015	10,703,394	—	10,272,580		4,258,437	—	16,015,192	
2016	11,285,075	—	10,860,501		4,324,359	—	14,467,421	
2017	12,082,889	—	10,620,895		14,803,586	—		
2018	17,196,397	100.0			12,257,548	100.0		
2019	19,718,992	114.7			11,108,776	90.6		
2020	21,703,888	126.2			10,756,253	87.8		
2021	21,814,440	126.9			9,772,112	79.7		

資料：各自治体の HP 又は年報等より整理

※対比は、2018 年度を基準（100）としている。

※市川卸売市場は、2018 年度から民営化し、2 つの卸売業者のうち 1 つが船橋卸売市場へ移転。

※松戸北部卸売市場は、2016 年度に閉場し、卸売業者が柏卸売市場へ移転。

表 4-21 取扱高（金額）の推移（水産物部門）

【水産物】

（単位：千円）

年度	木更津		千葉		松戸南部		成田	
		対比		対比		対比		対比
2012	1,442,223	88.6	15,827,230	126.9			6,945,445	160.3
2013	1,502,836	92.3	15,280,627	122.5			6,079,137	140.3
2014	1,656,174	101.7	15,046,208	120.6			5,647,344	130.3
2015	1,758,381	108.0	14,486,290	116.1			5,582,895	128.9
2016	1,886,864	115.9	14,070,440	112.8			4,959,361	114.5
2017	1,825,497	112.1	13,212,208	105.9			4,639,934	107.1
2018	1,628,578	100.0	12,474,537	100.0			4,332,539	100.0
2019	1,724,697	105.9	12,260,682	98.3			4,168,582	96.2
2020	1,649,079	101.3	11,635,916	93.3			3,522,439	81.3
2021	1,932,086	118.6	11,418,845	91.5			3,383,215	78.1
年度	船橋		市川		柏		松戸北部	
		対比		対比		対比		対比
2012	12,791,787	-			16,716,666	120.6		
2013	13,040,927	-			16,061,035	115.9		
2014	13,297,246	-			16,602,376	119.8		
2015	13,454,811	-			16,045,801	115.7		
2016	13,318,520	-			15,223,537	109.8		
2017	13,620,385	-			14,405,388	103.9		
2018	14,275,211	100.0			13,863,047	100.0		
2019	13,958,701	97.8			13,690,161	98.8		
2020	14,080,536	98.6			12,793,799	92.3		
2021	14,723,818	103.1			12,932,365	93.3		

資料：各自治体の HP 又は年報等より整理

4.4.2. 市場経由率の推移

国内で流通した加工品を含む国産及び輸入青果、水産物、食肉、花きのうち、卸売市場（水産物についてはいわゆる産地市場を除く。）を経由したものの数量割合を示す卸売市場経由率の推移をみると、緩やかに減少しています。

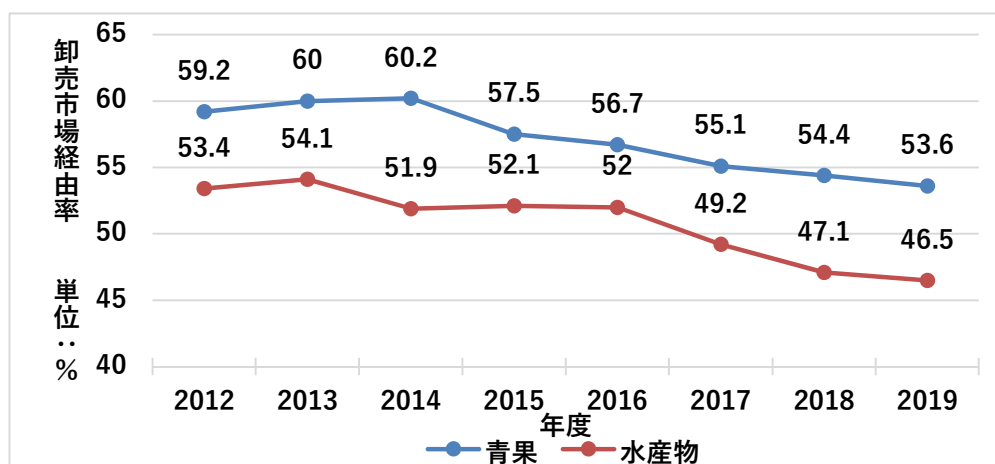


図 4-13 卸売市場経由率の推移

出典：農林水産省「令和3年度卸売市場データ集」（令和4年8月）

4.4.3. 経営戦略の策定状況、再整備の状況

県内の公設地方卸売市場における経営戦略の策定状況、再整備の状況等を以下に示します。

表 4-22 経営戦略の策定状況等

令和 5 年 11 月 1 日現在

公設地方 卸売市場	経営戦略の策定状況	再整備計 画の有無	市場の再整備状況
千葉	策定中	検討中	—
成田	策定済み（令和 3 年 3 月） （計画期間；令和 3～12 年度）	計画有	移転再整備済
船橋	策定済み（令和 3 年 3 月） （計画期間；令和 3～12 年度）	計画有	再整備着手
柏	策定済み（令和 3 年 3 月） （計画期間；令和 3～12 年度）	計画有	一部建替え・耐震改修済 （松戸北部市場青果部門統合による）
松戸南部	策定済み（令和 4 年 11 月） （計画期間；令和 5～14 年度）	計画無	青果棟耐震補強工事済

5. サウンディング調査結果

5.1. 調査概要

本調査は、仮に「旧市役所跡地」にて木更津市場を再整備する場合を想定し、現在の木更津市場の跡地利用について、民間事業者の意向やアイデアなどを把握し、今後の再整備基本計画等の参考とするため、個別に対話を行いました。

表 5-1 調査概要

対話時期	令和4年11月7日(月)
参加企業	5者

5.2. 結果概要

土地の購入については、購入希望または可能が2者、借地希望が2者、建物所有者の意向で購入・定借の両方可能が1者でした。

6. ヒアリング調査結果

6.1. 調査目的

経営戦略の策定にあたって、取扱量増加に向けた検討の基礎調査として、「生産者、販売者」を調査対象とし、主に対面式ヒアリング（先方都合のためメール・FAX 回答も併用）にて、意見交換並びに新たな連携等を実施する条件・可能性を確認することを目的とし、ヒアリング調査を実施しました。

6.2. 調査方法

項目	内容
調査方法	対面式ヒアリング（メール・FAX でも実施）
調査期間	令和4年9月～令和5年10月
調査対象	出荷者、買受人、買受人以外、水産市場、J A、JETRO

6.3. ヒアリング対象者

青果出荷者・JAの5者、水産物出荷者・水産市場の9者、買受人・買受人以外等の16者の計30者を対象に実施しました。

対象者の分類		
出荷者	青果	3者
	水産物	3者
買受人		11者（大型スーパー・八百屋・直売所等）
買受人以外		4者（ドラッグストア・ホームセンター等）
水産市場		6者
J A		2者（出荷団体及び買受人）
JETRO		1者

6.4. 質問事項

提示した設問を次に示します。業種に応じて5つに分類しました。

6.4.1. 出荷者

NO	設問
1	主な生産品目、生産量を教えてください。
2	出荷先とその割合を教えてください。
3	（木更津市場への出荷が少ない場合）その理由を教えてください。また、どうすれば、木更津市場の出荷を増やしていただけますか。
4	（木更津市場への出荷が多い場合）どうすれば、木更津市場の出荷を更に増やしていただけますか。
5	出荷に関して、今後、力をいれていきたいこと・目標にしていることは何でしょうか。
6	目標等に対する取組みについて、何か課題（人手不足等）がありますか。
7	その課題に対して、どのような対応を取られていますか。（又は、今後、とる予定か）
8	それらの課題に対して、木更津市場で何か出来ることはありますか。

6.4.2. 買受人

NO	設問
1	主な仕入れ先とその割合を教えてください。
2	(木更津市場の仕入れが少ない場合) その理由を教えてください。また、どうすれば、木更津市場の出荷を増やしていただけますか。
3	(木更津市場の仕入れが多い場合) どうすれば、木更津市場の出荷を更に増やしていただけますか。
4	商品の仕入れで工夫していること、力を入れていること、目標にしていることは何でしょうか。(有機栽培野菜の仕入れの増加、地産地消の推進等)
5	力を入れていること・目標にしていることに対して、何に取り組んでいますか。(契約農家・漁師の開拓等)
6	力を入れていること・目標にしていることについて、木更津市場でできること、期待していることは何でしょうか。(有機栽培野菜や地元産品の品揃え野菜の充実等)
7	木更津市場の課題は何でしょうか。
8	木更津市場に備えたら良いと考えられる施設は何でしょうか。

6.4.3. 買受人以外

NO	設問
1	野菜の販売状況(販売開始時期、種類、売上額、購入者の属性等)と仕入れ状況を教えてください。
2	生鮮食品を取り扱うようになったきっかけ・理由を教えてください。
3	主な仕入れ先とその割合を教えてください。
4	(木更津市場の仕入れが少ない場合) その理由を教えてください。また、どうすれば、木更津市場の出荷を増やしていただけますか。
5	(木更津市場の仕入れが多い場合) どうすれば、木更津市場の出荷を更に増やしていただけますか。
6	今後の野菜販売の仕入れで工夫していること、力を入れていること、目標にしていることは何でしょうか。(種類の増加、地産地消の推進等)
7	力を入れていること・目標にしていることに対して、何に取り組んでいますか。(仕入れ方法の多様化等)
8	力を入れていること・目標にしていることについて、木更津市場でできること、期待していることは何でしょうか。(有機栽培野菜や地元産品の品揃え野菜の充実等)

6.4.4. 水産市場

NO	設問
1	市場取扱高及びその推移について教えてください。
2	主な水揚げについて教えてください。
3	出荷者及び買受人の状況、人数等について教えてください。
4	商品の出荷先について教えてください。
5	出荷先の選定理由について教えてください。
6	現在、抱えている課題について教えてください。
7	現在、抱えている課題に対し、取り組んでいる対応について教えてください。
8	取扱高増加に向けた取組について教えてください。
9	木更津市場との取引があれば教えてください。
10	今後、木更津市場とどのような取引を期待しているか教えてください。
11	今後、力をいれていきたいこと・目標にしていることは何でしょうか。
12	目標等に対する取組について、何か課題(人手不足等)がありますか。
13	その課題に対して、どのような対応を取られていますか。(又は、今後、とる予定か)
14	それらの課題に対して、木更津市場で何か出来ることはありますか。

6.4.5. JA

NO	設問
1	主な共同出荷品目は
2	近年の出荷の動向は
3	出荷先は
4	出荷先の選定理由は
5	現在、行っている、農業振興及び生産者支援は
6	現在、抱えている課題は
7	木更津市場の課題は
8	今後の木更津市場へのお荷について
9	木更津市場に併設したら良いと考えられる施設（機能）は
10	生産者の課題（農家の減少、高齢で出荷作業が大変等）はどのようなことがありますか。
11	JAとして、生産者の課題に対して、どのような対応を取られていますか。
12	JAの販売に関して、課題がありましたら教えていただけませんか。
13	生産者・JAの課題に対して、木更津市場で何か対応出来ることはありますか。
14	JA直売所は商品の一部を卸売市場から仕入れて運営されているが、木更津市場からの仕入を一層増やしてもらうために必要なことは何でしょうか、市場にできることは何でしょうか。

6.4.6. JETRO

NO	設問
1	海外に輸出する地域における特徴（規模、品目、嗜好など）について
2	今後、日本からの農林水産品の輸入需要の拡大が見込まれる地域や品目についての情報があれば教えてください。
3	輸出先国の食の嗜好について、現在の動向及び今後の動向予測に関する情報があれば教えてください。
4	木更津市場が取扱っている品目について、海外輸出の可能性や輸出先、輸出規模、ニーズなどについてのご意見をお聞かせください。また、海外輸出に取り組むにあたってのポイントや条件などがあれば教えてください。
5	木更津市場からの輸出品の輸送ルートは空輸や海運を想定しておりますが、どの様な方法・ルートが考えられますか。

6.5. 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課題・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を求める声といったソフト面の課題・要望が挙げられました。

分類部門		結果（主な意見等）
出荷者 (3者)	青果	<ul style="list-style-type: none"> ・生産過剰になるので、卸売業者に販路を拡大してほしい。 ・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。
	水産物 (3者)	<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。 ・出荷を増やすと逆に売れ残り増加につながる。スーパー等で多くの人たちに魚を買ってもらわないと厳しい。
買受人 (11者)		<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・品質の均一化してほしい（規格外が含まれていることがある）。 ・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。 ・市場がスーパーのニーズに応えきれないことが課題。（下処理・加工に関するノウハウ・人材不足） ・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。 ・十分な量、値段のものがほしい。 ・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、道の駅、学校、関連企業等がタイアップして、市で扱う青果・水産物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ても有益である。そのため今後も対面時の情報提供を続けてほしい。
買受人以外 (4者)		<ul style="list-style-type: none"> ・商品のスペックより、品ぞろえを重視している。 ・野菜売りの新設・拡充に取り組んでいる。 ・地産地消の推進をしている。 ・消費者にうける販売方法の工夫をしている。 ・仕入れの多様化に取り組んでいる（仕入れ～陳列、撤収まで行う代行業者への委託）。 ・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 (6者)		<ul style="list-style-type: none"> ・出荷を増加させるには仲買人への情報提供・P R等が必要であると考えられる。 ・気候変動の影響で新たな魚種（例 ブダイ）が取れるようになる可能性が将来的にある。これま

分類部門	結果（主な意見等）
	<p><u>で取り扱っていない魚種の出荷先として木更津市場が機能してくれると良い。</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・木更津市場の現状や取組を知らないので、<u>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</u>のではないか。 ・木更津市場に<u>安定した買受人がいれば、流通が増える</u>のではないか。 ・将来的には養殖カキの生産量を拡大し、市場へ出荷し、各店が市場で購入できるような形にしたい。
J A (2者)	<ul style="list-style-type: none"> ・<u>大口契約、販売先を増やして欲しい。</u> ・高値での取引をしてほしい。 ・<u>規格外を取り扱ってほしい</u>（卸売市場は品物の拒否権がないため実際は取り扱っている）。例えば、規格外品の販売ルートを拡大する。お弁当の食材や学校給食など。 ・<u>冷蔵庫が小さく</u>、保管量的にも搬入搬出作業的（パレットでは不可）にも不便であることが市場の課題（夏場の葉物、イチジク等の保管用）。 ・市場の「<u>人材育成</u>」については課題がある。
JETRO (1者)	<ul style="list-style-type: none"> ・日本からの距離や規制等を考えると、<u>輸出先はアジア（特に東南アジア）が良い</u>と思われる。 ・近年、<u>サツマイモ</u>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、<u>大井ふ頭からコンテナに載せて、船舶で運ぶ</u>ことが考えられる。

7. 当市場の既存施設各棟の現況及び現在市場施設に求められている機能

7.1. 既存施設各棟の現況

7.1.1. 青果部卸売場等

昭和 44 年に開場し、50 年以上経過した施設は老朽化している上、耐震性能を有していない状況です。

卸売場は開放式となっており、庇でおおわれているものの、外気温の影響を受けやすいことや、大雨の際には雨が卸売場内に降り込むなど、商品の品質管理上、課題があります。

卸売場に隣接して、野菜の保管や野菜のカットなどの 1 次加工をするための、倉庫兼加工所があります。その他、卸売業者が保有する冷蔵庫と市が貸与している冷蔵庫が設置されています。

7.1.2. 水産物部卸売場等

昭和 46 年に開場した施設であり、耐震性能を有していない状況です。

卸売場は開放式となっており、冷却効率に課題があります。

鮮魚の下処理や加工、パック詰めなどのニーズに対応するため、加工所が増築されています。

その他、卸売業者が保有する冷凍庫が設置されているものの耐用年数を超えており、早急な入替が必要となっています。

7.1.3. 民間施設

水産部卸売場の南側の建物に、一般の方も利用できる民間の海鮮食堂が令和 3 年 11 月に開店し、民間の海産物等物販店とともに営業しています。

また、その隣には旧食品卸売センターの建物があります。

▼青果部卸売場



▼青果部（倉庫兼加工所：民間施設）



▼水産物部卸売場



▼水産物部（加工所：民間施設）



▼水産物部卸売場 南側建物
（飲食・物販：民間施設）



▼水産物部卸売場 南側建物
（旧食品卸売センター：民間施設）

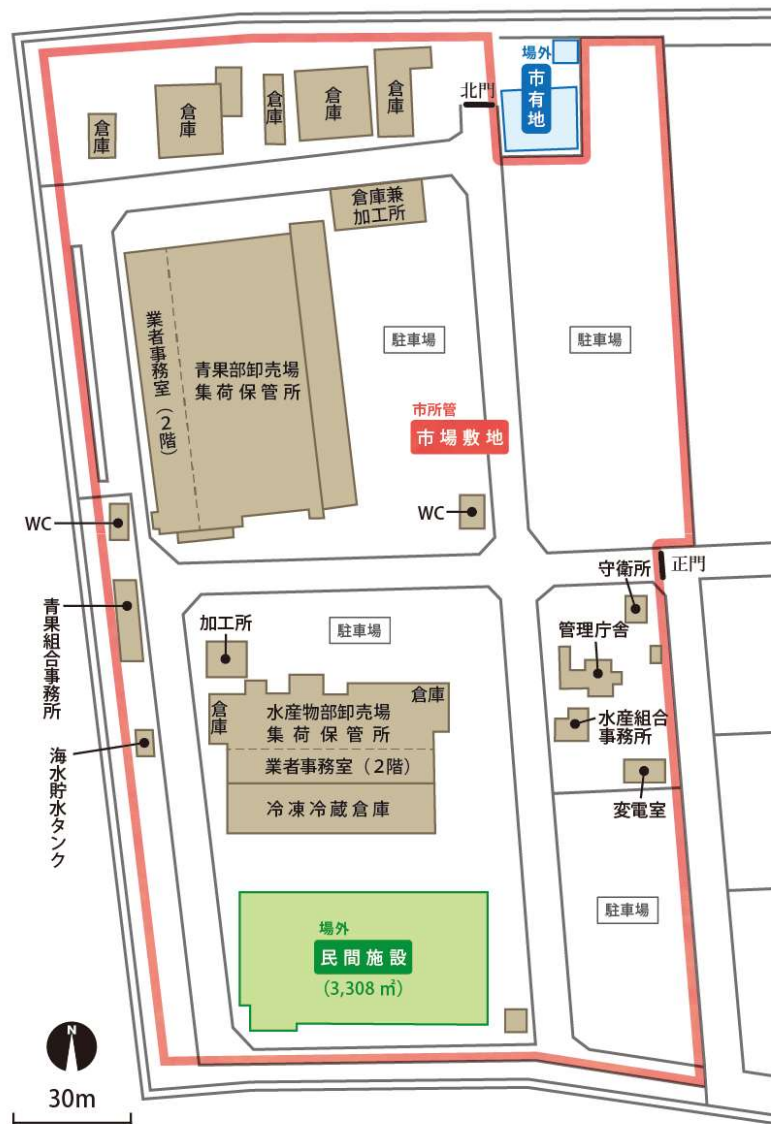


図 7-1 既存施設各棟の状況

7.2. 現在の市場施設に求められている機能

7.2.1. 耐震性能

青果部卸売場及び水産物部卸売場の施設はともに 50 年以上が経過し老朽化している上、平成 24 年・平成 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るため、卸売業者の従業員や出入りする市場関係者が安心して働ける安全な労働環境を確保するため、市場施設の再整備が早急に必要です。

7.2.2. コールドチェーン機能

青果部卸売場及び水産物部卸売場の施設はともに、開放式で外気温の影響を直接受けることから、取扱商品の品質・鮮度の維持を図るため、外気温や天候に左右されないコールドチェーン機能の導入が必要です。

7.2.3. 加工機能

青果部卸売場及び水産物部卸売場ともに、現在、生産者や買受人の要望・ニーズを受けて加工を行っています。今後は、買受人の更なるニーズ等に対応し、付加価値を向上させるため、青果の袋詰めや小分け、鮮魚の下処理や加工、パック詰めなどの機能の導入及び拡充が必要です。

7.2.4. 出入口・進入動線

現在、市場関係者の出入口と、飲食・物販施設への一般利用者の出入口が同じ場所となっており、市場の安全管理上の問題が生じる可能性があることから、今後は、市場関係者の出入口と一般利用者との出入口を分け、それぞれが独立した出入口・進入動線を持つことが必要です。

8. 木更津市場の外部環境と内部環境の評価

8.1. 木更津市場の外部環境の評価

8.1.1. 機会

項目	評価
①木更津市の人口増加	<p>・木更津市の人口の将来人口（令和12年）は、現在より多く約13.7万人と見込まれています。</p> <p>・東京湾アクアラインを使つての神奈川、東京方面の通勤も可能であることから、ファミリー層が増加していると想定され、その結果、市内のスーパー等で買い物する人が増え、小売業の売上増加に繋がるものと想定されます。</p>
②安定した商圈人口 (木更津市近隣3市)	<p>・木更津市の人口だけでなく、隣接する袖ヶ浦市の人口も今後10年間は増加傾向が見込まれています。</p>
③木更津市への観光客の増加	<p>・木更津市の観光客数は、近年約2,000万人で推移してきましたが、令和2～3年は新型コロナウイルス感染症の影響により、約1,500万人まで減少しました。</p> <p>・今後、新型コロナウイルス感染症の収束後には、以前と同様の観光客数に戻ることが想定され、賑わい施設を設置することで、市場又は市全体としての活性化に繋がることが想定されます。</p>
④オーガニックなまちづくりの促進	<p>・木更津市は、平成28年3月に策定した「木更津市まち・ひと・しごと創生総合戦略」において、市の新たな視点として「オーガニックなまちづくり」を掲げました。</p> <p>・現在は、関係団体や企業等の参画のもと、木更津市オーガニックシティプロジェクト推進協議会を立ち上げ、地域一体となってオーガニックなまちづくりを推進しています。</p>
⑤流通加工への要望	<p>・スーパー等の販売者の意見として、販売者の人手不足の解消や付加価値向上するために、木更津市場に対して、小分け・カット・袋入れ等の流通加工や規格外商品の取扱いの要望が非常に多いです。</p> <p>・木更津市の学校給食では給食センター方式及び自校方式で調理を実施しています。カット野菜や地元食材の需要が見込めます。</p> <p>・これまで青果卸売場も生産者の負担を少なくする目的で加工を実施しているが、更なる付加価値向上を目指すため、生産者及び販売者のニーズを把握・共有して、積極的な流通加工を実施する必要があると思われます。</p>
⑥流通の多様化	<p>・生鮮食料品は、新型コロナウイルス感染症の影響下においても、リモートワークや巣ごもり需要等の生活の質の多様化により売上げが継続的に安定していました。</p> <p>・また、市場経由率が減少するなか、コンビニやドラッグストア、ネットでの野菜販売など、多様な販売方法が増加しています。また、道の駅等の直売所での販売も行われています。</p> <p>・多様な小売りの販売方法が今後も増加すると思われることから、現在の販売者へ継続販売するとともに、新たな販売先の開拓を進める必要があります。</p>
⑦健康志向の意識向上 (地産地消、有機野菜、食育等)	<p>・木更津市は「オーガニックシティささらづ」を目指しており、また、木更津市を始め周辺地域は、有機野菜の生産量も多い地域です。</p> <p>・木更津市場は生産地との距離が近く、また、学校での食育を積極的に進めていることから、市民には「地産地消」や「有機農業のニーズ」の考えが根付いていると想定されます。</p>
⑧農水産物の輸出ニーズ	<p>・我が国の農林水産物・食品の輸出額は年々増加しており、1兆円を超える市場規模を有しています。国も農林水産物・食品の輸出額目標を令和12年に5兆円を達成するとしています。</p> <p>・東京湾に面する木更津市場は、広域道路ネットワークと結節しているため、東京方面の港や成田空港をはじめとする港湾・空港へのアクセス性に優れていることから青果・水産物の輸出の中継地点としてのポテンシャルを有しています。</p>
⑨卸売市場法の改正	<p>・農業の競争力強化に向けた流通等の抜本的な改革を目的に、「第三者販売の禁止の廃止」、「直荷引きの禁止の廃止」、「商物一致規制の廃止」など卸売市場法が改正されました。</p>

項目	評価
	・特に「 商物一致原則の禁止の廃止 」により、 卸売市場で決済を行いつつ産地から小売店への直接納品 したりできるようになることで、新しい取引が可能となり、卸売市場は、決済機能を強化しつつ「 流通拠点 」として位置付けることが可能となります。
⑩IT化の進展	・これまで、卸売業者と生産者、または、買受人との受発注等のやり取りは、電話や FAX 等が主な手段でしたが、インターネットやスマホ、タブレット端末の普及や DX 促進を契機とした IT 技術の導入やシステムの高度化が必要 となっています。

8.1.2. 脅威

項目	評価
①国内需給量・年間消費量の減少	<p>・国内需給量は減少がみられ、1人当たりの野菜、果物、鮮魚の年間消費量は、過去 10 年間で見ると、野菜、果物と魚介類は減少傾向を示しています。</p> <p>・今後も人口減少にともない野菜、果物、鮮魚の年間消費量の減少が想定され、1人当たりの消費量も減少する可能性があると考えられます。</p>
②農業・漁業従事者の減少	<p>・木更津市と近隣 3 市における農業従事者は、平成 7 年の約 2 万 7 千人から令和 2 年には約 7 千人と 1/4 に減少しました。</p> <p>・木更津市と富津市における漁業従事者は平成 5 年の約 3 千人から、令和 2 年は約 1 千人と 1/3 に減少しました。</p> <p>・農業及び漁業従業者は、高齢化による農家の廃業、跡継ぎの減少、新規に就業する人の敬遠などにより、従事者は減少しています。</p>
③農業生産者の高齢化・後継ぎ不足	<p>・農業生産者の高齢化や後継者不足は、日本の農業の深刻な課題となっています。</p> <p>・日本の農業・漁業を守り、安心・安全な食品を市民に届けるためには、少しでも減少をくい止め、新規就農者の支援や高齢化した農家の働き手としてのマッチングを行うことが必要と考えられます。</p>
④物流の 2024 年問題（物流コストの増額）	<p>・働き方改革関連法によって、令和 6 年 4 月 1 日から「自動車運転業務における時間外労働時間の上限規制」が適用されることで、運送・物流業務を担う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。</p> <p>・その結果、運送・物流会社全体で行う業務量が減少し、売上・利益減少分を運賃の増加で補うことになるため、物流のコスト増加につながります。また、これまでと同じ流通体系の維持が困難となることが懸念されます。</p>
⑤大規模災害のリスク	<p>・国では今後 30 年の間に、千葉県を含む南関東地域において、マグニチュード 7 程度の大規模な地震が 70% 程度の確率で発生すると予測しています。また、地球温暖化などの影響により、台風が強大化するとともに、局地的な集中豪雨の頻度が増大しており、風水害や土砂災害が増加し、被害も甚大化する傾向にあります。</p> <p>・自然災害発生頻度の増加により、農産物等への被害や取扱商品の減少など商品の安定供給に大きな影響を与える可能性が高まっています。</p> <p>・木更津市場においては、建物の老朽化や耐震化に配慮し、災害時等の活用を想定した新たな物流センター機能などが求められています。</p>

8.2. 木更津市場の内部環境の評価

8.2.1. 強み

項目	評価
①水産物（冷凍・加工）の取扱高の増加	<ul style="list-style-type: none"> ・水産物の取扱高は、新たな商品の取り扱いとして、養殖魚の加工等を積極的に進めたことから、10年間で約3割売上げが回復しています。さらに、水産物部の近くには飲食施設（民間の海鮮食堂）があり、その施設に商品を卸していることから、売上げが増加しています。 ・今後は、更なる加工の促進等を進め、売上げの増加につながる経営の安定に努めていくことが必要です。
②産地との距離が近い	<ul style="list-style-type: none"> ・千葉県は農業産出額は全国6位、海面漁業漁獲量は全国7位であり、全国屈指の農水産業県です。 ・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%を占めています。 ・木更津市場は、上記のように農水産物の一大生産地である房総半島に近接する市場となっています。
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）	<ul style="list-style-type: none"> ・木更津市場は千葉県内の最南端に位置する公設市場として、東京湾アクアラインをはじめとする広域幹線道路の結節点に位置することから、南房総の生鮮食料品を首都圏の大消費地に流通するハブ機能を有しています。
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"> ・木更津市場の場外に令和3年11月にオープンした飲食店等（民間の海鮮食堂・海産物等物販店）は、テレビやネットニュースで取り上げられ、話題に上がったことから、週末には東京、神奈川方面からの来訪者があるなど、地域の活性化施設の1つとなっています。

8.2.2. 弱み

項目	評価
①青果部の取扱高の減少	<ul style="list-style-type: none"> ・木更津市場の青果部門の取扱高は、平成24年度を100%とした場合、令和3年度は69%となっており、過去10年間で減少傾向にあります。
②市場関係者の高齢化による後継者不足	<ul style="list-style-type: none"> ・木更津市場の運営に関わる従業員の高齢化が進んでいます。
③建物・施設の老朽化	<ul style="list-style-type: none"> ・木更津市場は開設後50年以上が経過しており、施設・設備の老朽化及び陳腐化が見られます。卸売場に壁がないため開放性が高く、外気や天候等の影響を受けています。 ・食の安全性の確保のため、温度管理や密封性等、商品管理機能の向上を図ることが求められています。
④コールドチェーンの未実施	<ul style="list-style-type: none"> ・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、木更津市場の取扱量が減少しています。 ・食品の新鮮さを保つ設備（コールドチェーン等）による温度管理、衛生管理機能の必要性が高い状況です。
⑤一般会計からの繰入金による市の負担の常態化	<ul style="list-style-type: none"> ・市場施設使用料は、卸売業者の取扱高の減少に伴い、この10年で約1割減少しています。 ・令和3年度の木更津市場における市場事業費の不足分を補う一般会計からの繰入金は約2,400万円と歳入全体（約7,300万円）の約3割を占めています。

8.3. 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とともに、本市場特有の環境条件や強み・弱みについて、市場関係者等の意見聴取による SWOT 分析を行いました。

		内部環境	
		強み (Strengths)	弱み (Weaknesses)
		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	①青果部の取扱高の減少 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
外部環境	機会 (Opportunities)	機会×強み (強みを生かして機会を拡大)	機会×弱み (機会で弱みをカバー)
	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	・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	・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 (Threats)	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)
	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	・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	・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 (ハザップ) : 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

9. 経営展望時の行動計画の実施状況と評価

9.1. 卸売業者の実施状況と評価

9.1.1. 実施状況

木更津市場には青果部と水産物部で卸売業者は各 1 者おり、それぞれに取組状況をアンケートしました。

2 者とも実施している場合は「◎」、1 者のみ実施は「○」、2 者とも未実施は「×」としました。

取組状況は、40 項目中、「◎」が 28、「○」が 12、「×」が 0 であり、7 割の取組内容を 2 者とも実施していました。

(1) 市場の活性化に向けた取組

No	項目		取組内容	取組状況	
1	販売・集荷機能の強化	販売力の強化 既存顧客の維持・確保	顧客ニーズの把握と対応	(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。	◎
2			顧客への積極的な情報提供と提案活動の展開	(短期) 集荷先の産地・産品情報、出荷情報を買受人に情報提供し、買受人の販売活動を支援する。	◎
				(短期) 買受人の提案活動を集荷面・企画面の両面からサポートする。	◎
				(中期) 提案型ビジネスによる売上の拡大を図る。	◎
3			リテールサポート(経営支援)の強化	(短期) 買受人と顧客情報を共有し、必要に応じ買受人と協働して顧客を支援し、顧客の存続・発展を図る。	◎
4	積極的な垂直協働(卸売業者同士の協働)・水平協働(買受人との協同)	(短期) 買受人の要望に積極的に対応し、市場顧客の満足度の向上に努める。	◎		
5	新規顧客の積極的開拓	(短期) 加工事業者等、多様な業種への販売先の新規開拓を行う。	◎		
		(短期) 市場商圏内外を問わず、販売力のある顧客の新規取込活動を積極的に行う。	◎		
		(短期) 従来の顧客業態にとらわれず、新規業態(コンビニ・ホームセンター・ドラッグストア等)に積極的に営業活動を行う。	○		
		(短期) 買受人の新規顧客の獲得活動を集荷面でバックアップするとともに、営業活動・提案活動においても積極的に支援する。	◎		
6	集荷力の強化	既存集荷先の維持・確保	産地ニーズの把握と対応	(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)	◎
(中期) 集荷量の確保・拡大によって産地の生産意欲を高め、生産の維持・拡大を支援する。			○		
7		産地への積極的な情報提供	(短期) マーケット情報、マーケットニーズを積極的に産地に提供することによって、マーケットに適応する生産を支援し、産地との信頼関係を強化する。	◎	
8		産地に対する積極的な生産提案、指導	(短期) マーケットニーズを踏まえて産地に対して積極的に提案し(品種、量、品質、出荷時期、産地加工等々)、産地との信頼関係を強化する。	○	
			(中期) 契約的取引の推進を図る。	◎	
9		共同集荷への取組み	(短期) 通いコンテナ等による集荷を強化し、出荷者のコスト削減と作業の効率化を図るとともに、集荷サービスの充実を検討する。	◎	
			(中期) 中央市場からの転送については輸送コストを軽減し、中央市場での購買力を高めていくために、県南部市場との連携による共同転送等について検討していく。	○	
			(中期) 出荷者の出荷に係る負担を軽減するため集荷センター等の設置を検討する。	◎	
10		新規集荷先の獲得	新規集荷先を積極的に開拓	(短期) 日常的に新規の産地・産品を積極的に開拓して、品揃えの強化を図る。	◎
11	輸入商材の取扱の強化		(短期) 安全性に留意しつつ、輸入商材の積極的な取り込みを図る。	○	
12	県産品の取扱力の強化	県産品の県内流通拠点としての位置づけの強化	(短期) 千葉県内出荷者との関係並びに集荷力を強化し、県産品のより効率的な県内流通に寄与する。	◎	
			(中期) 県南部の生鮮食料品を首都圏等へ販売していくための拠点機能を果たしていくため、県南部市場との連携体制を構築する。	◎	
13	県内特産品の積極的な取上げとブランド化	(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。	◎		
		(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。	◎		
14	高齢化・小規模生産者を支援	(短期) 庭先集荷の実施による集荷量の確保を図るとともに、県内の高齢化・小規模出荷者のニーズを把握し支援する。	○		

No	項目		取組内容	取組状況	
15	加工・物流機能の強化	加工機能の強化	低温小分け・加工・包装センターの検討	(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。	◎
16		物流機能の強化		(中期) 商品の物流を効率化するため、物流・倉庫業者等との連携を検討する。	◎
17	品質管理機能の強化	品質管理の高度化と徹底	場内事業者の意識の向上	(短期) 商品の特性に適した温度管理を行い、品質管理の高度化を図る。 (短期) 全従業員の安全安心に対する意識醸成を図るため、教育・指導を徹底する。	○
18			品質管理の高度化	ソフト面対応	(中期) HACCP の考え方を取り入れ、IT 技術を活用した品質管理システムの導入等も検討し、安全安心の向上に努める。
19		ハード面対応		(短期) 施設面（ハード）の日常点検を実施し、施設の衛生管理・品質保持機能の維持に努める。 (中期) 産地から実需者に至るコールドチェーンを確保するために、市場施設の低温化を推進する。	○
20		トレーサビリティ（商品履歴）の確保	(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。	○	
21		安全安心食品の提供	(短期) 消費者の強いニーズである安全安心に対応するために、農薬や食品添加物を制限した商材の確保に努める。	◎	
22		食育による消費の喚起・拡大	(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り消費量の増加を目指す。 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	◎	
23	情報発信機能の強化		(短期) メディア等の活用も含め、市場を積極的に P R する。	◎	

(2) 場内事業者の経営強化

No	項目		取組内容	取組状況
24	売上の拡大	付加価値の上昇	(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。	◎
25		取扱量の増加	(短期) 産地開発・顧客開発を積極的に進める。	◎
26	経費の削減	直接費の削減	(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。	○
27		一般管理費の削減	(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。	○

9.2. 買受人（組合）の実施状況と評価

9.2.1. 実施状況

木更津市場には青果部の買受人組合は3組合、水産物部の買受人組合は1組合あり、各組合に取組状況をアンケートし、4組合から回答がありました。

4組合とも実施している場合は「◎」、3組合が実施は「○」、2組合が実施は「△」、1組合が実施は「▲」、4組合とも未実施は「×」としました。

取組状況は、21項目中、「◎」が0、「○」が0、「△」が1、「▲」が16、「×」が4であり、2割の取組内容を4組合とも実施していませんでした。

(1) 市場の活性化に向けた取組み

項目		取組内容		取組状況	
1	販売・集荷機能の強化	販売力の強化	既存顧客の維持・確保	顧客ニーズの把握と対応 (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。	▲
2			顧客への積極的な情報提供と提案活動の展開 (短期) 顧客に対し取扱い商品の産地・産品情報、出荷情報を提供する。 (短期) 顧客の状況把握に努め、卸売業者へ集荷面・企画面の両面から情報提供を促進する。	▲	
3			リテールサポート(経営支援)の強化 (短期) 顧客回り等により顧客との親密度を高め、顧客の状況をより深く把握する機会を増やす。	▲	
4			積極的な垂直協働・水平協働 (短期) 自社単独での営業・提案活動あるいは顧客支援に限界がある場合は、積極的に垂直協働(卸売業者との協働)、水平協働(買受人間の協働、関連事業者との協働)を展開し、顧客の満足度の向上に努める。	×	
5			新規顧客の積極的開拓 (短期) 潜在顧客に積極的に営業活動を行う。	×	
6	集荷力の強化	既存集荷先の維持・確保	産地ニーズの把握と対応 (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り卸売業者の対産地集荷力の強化を側面支援する。 (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。	×	
7			産地への積極的な情報提供 (短期) 顧客の状況、顧客ニーズ及び顧客ニーズの変化を積極的に入手し、卸売業者に提供し、卸売業者の対産地情報提供活動を側面支援する。	▲	
8			産地に対する積極的な生産提案、指導 (短期) 顧客の状況、顧客ニーズ及び顧客ニーズの変化を積極的に入手し、卸売業者に提供し、卸売業者の対産地提案活動を側面支援する。	▲	
9			新規集荷先の獲得 (短期) 卸売業者の開拓した産地・産品を顧客に積極的に紹介し、取引の拡大に努める。	▲	
10		県産品の取扱力の強化	県産品の県内流通拠点としての位置づけの強化 (短期) 県産品の県内実需者への販売力を強化し、取扱量の増加によって卸売業者の県産品集荷力の強化を支援する。	▲	
11	県内特産品の積極的な取上げとブランド化 (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。		▲		
12	加工・物流機能の強化	加工機能の強化	低温小分け・加工・包装センターの検討 (中期) 素材提供から商品提供への転換を図る。	▲	
13	品質管理機能の強化	品質管理の高度化と徹底	場内事業者の意識の向上 (短期) 商品の特性に適した温度管理を行い、品質管理の高度化を図る。	▲	
			(短期) 全従業員の安全安心に対する意識醸成を図るため、教育・指導を徹底する。	△	
14	食育による消費の喚起・拡大		(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り消費量の増加を目指す。 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	×	

(2) 場内事業者の経営強化

No	項目		取組内容	取組状況
15	売上の拡大	付加価値の上昇	(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。	▲
16		取扱量の増加	(短期) 顧客のニーズを把握する。	▲
			(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。	▲
17	経費の削減	業務の共同化、機器の共有化	(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。	▲

9.3. 開設者の実施状況と評価

9.3.1. 実施状況

開設者の取組状況は、12 項目中、「◎」が 10、「○」が 3、「×」が 0 であり、全ての取組内容を実施していました。

(1) 市場の活性化に向けた取組

No	項目		取組内容	取組状況		
1	加工・物流機能の強化	加工機能の強化	低温小分け・加工・包装センターの検討	(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。	◎	
2		物流機能の強化		(短期) 市場の物流機能の強化を果たすため、保冷倉庫等の設置について、その必要性や事業手法も含め、関係者と検討する。	◎	
3	品質管理機能の強化	品質管理の高度化と徹底	場内事業者の意識の向上	(短期) 場内事業者が行う従業員の安全安心意識の向上を図るための講習会等の開催を支援する。	○	
4			品質管理の高度化	ハード面対応	(短期) 施設の定期点検を実施し、施設の衛生管理・品質保持機能の維持に努める。	◎
5					(短期) コールドチェーンを確保するため、必要な市場施設の低温化を積極的に検討する。	◎
6			トレーサビリティ(商品履歴)の確保	(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。	◎	
7			安全安心食品の提供	(短期) 食品に関する安全安心関連情報を迅速に場内事業者に提供する。	◎	
8	食育による消費の喚起・拡大		(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 P R に努める。	◎		
9	情報発信機能の強化		(短期) 市場を様々なメディアを通じて積極的に発信する。	◎		

(2) その他の取組

No	項目	取組内容	取組状況
10	場内施設、敷地の有効活用の取組み	(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。	◎
11	施設修繕計画の見直し	(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。	○
12	市場の管理運営体制	(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。	○

10. 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、次のとおりと設定します。

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支え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。

地域の「食」の **未来** を支える市場を目指します



目標 1 「食」の地域への安定供給のための販売・流通機能を強化します。

目標 2 安全で安心な「食」を消費者に届ける市場の機能を強化します。

目標 3 「食」を取り巻く情報をつなぐ市場の機能を強化します。



図 10-1 市場の将来イメージ

11. 市場の基本方針と今後の方向性

木更津市場が目指す目標を踏まえ、以下の4つを基本方針として捉え、今後の取組みを推進していきます。

基本方針	今後の取組みの方向性	今後の取組み	
1. 販売・流通機能の強化	① 地元商品の取扱いの強化	・地元農産物（多品目、有機野菜・西洋野菜等）の取扱いの拡大	・木更津市周辺は有機農産物を栽培する機運が近年高まっていることから、青果部では、令和4年度に 有機小分けの講習を受講 し、有機取扱いの準備をしています。また、有機農産物の取扱い及び東京都中央卸売市場（大田市場）への出荷を開始しました。 ・有機野菜や西洋野菜など多品目の農産物の取扱いを強化し、「オーガニックシティきさらづ」の推進に努めます。
		・規格外商品の取扱い先の拡大	・生産者からの規格外商品の取扱いニーズが高いことから、青果部では、令和4年度に 漬物加工業者との商談が成立 しました。 ・生産者の年収を安定的に確保するため、規格外商品の販路先や販売量を拡大します。
	② 新たな消費者等への販売の拡大	・流通加工、食品加工機能の導入	・水産物部では、 スーパー等の需要に対応した鮮魚のバック詰めの加工 など、積極的に流通加工を行うことで取扱金額を増加させています。また、青果部では、スーパーに需要に対応した野菜のカットなどの一次加工を実施しています。 ・今後も販売者からの流通加工（小分け、カット等）の要望が非常に多いことから、 付加価値向上 を目指すため、積極的な流通加工・食品加工を実施していきます。
		・新たな販売先の開拓	・新型コロナウイルス感染症の影響により生活様式が多様化し、近年、コンビニやドラッグストア、ホームセンターが青果を取り扱う等、販売先の拡大が進んでいます。 ・今後も、コンビニやドラッグストアなどの販売先を拡大しつつ、 飲食店での軒先販売や福祉施設やホテル等の食材への販売 などを積極的に進めます。
		・学校給食向け商品の拡大	・ 「地産地消」 の考えや 「食育」 等の取組みを踏まえ、学校給食での取扱い強化のため、学校給食向け商品拡大の検討を進めます。
		・海外輸出への取組み	・海外の東南アジアでは「サツマイモ」の人気の高いことから、青果部は、輸出品種や方法等の検討をはじめています。 ・今後は、東京湾アクアラインや圏央道のアクセスを活かし、 JETRO と連携し、東南アジアで人気の高い商品等を海外に輸出 するルートを検討・開拓し、販売促進に繋げていきます。
	③ 流通機能・システム等の拡充・強化	・卸売市場を中継点とする流通強化	・ 東京湾アクアライン等の広域ネットワーク を活かし、「南房総の生鮮食料品の首都圏方面への販売」や「首都圏方面の生鮮食料品を、南房総方面等への販売」など、流通の中継点（ ハブ機能 ）を有する取組みを行います。さらに、南房総の生鮮食料品を南房総内で消費する地域循環の取組みも行います。
		・商物分離の取引（市場への荷物の搬入を伴わず産地から小売り業者等へ送る取引）の拡大	・「商物一致の原則の廃止」により、市場で決済を行い、産地から小売店へ直接納品することが出来ることから、現在、青果部で取組みを行っています。 ・今後は、生産者と販売者のそれぞれの情報（ニーズ）を適切に捉え、更なる、販売拡大を行います。
		・他産地や他市場（県外）との連携強化	・青果部、水産物部ともに、 仕入額の約7割が県外 からとなっており、また、 売上額の約7割が木更津市及び近隣3市 となっています。 ・木更津市及び近隣3市における食の安定供給を図るため、県外の産地や市場との連携強化に努めます。
		・集配送サービスのアウトソーシング需要への対応	・後継者不足等で労働力の減少がつづく生産者の運送作業を軽減させるため、 荷物の集配を他企業に委託 する（配送のアウトソーシング）など、ニーズに応じて生産と配送を分業する取組みを行います。
④ 人材育成の促進	・新規就農者等への支援（相談センターとの連携等）	・農業・漁業の新規就業者の情報整理や相談の対応は、千葉県、市、JA、卸売業者等がそれぞれ対応しており、一元管理されていない状況です。 ・木更津市場では、 新規出荷希望者へ説明会 を行い、新規出荷希望者と卸売業者との情報交換も行いました。 ・今後は、新たに設置する相談センター等の関係機関と連携しながら就業者を支援し、安心して農業・漁業に取り組める仕組みづくりを進めます。	
	・コールドチェーンへの対応	・施設の再整備にあたっては、 消費者に安全で安心した商品を届ける 必要があるため、コールドチェーンによる温度管理を行います。	
2. 品質管理機能の強化	・HACCPの導入	・青果部・水産物部の両卸売業者ともに、HACCPの考え方を取り入れた 品質管理システムを導入 し、 継続的な従業員教育 を実施し、品質の確保に努めます。	
	・耐震性確保への施設の再整備	・木更津市場は開設後50年以上が経過しており、施設・設備の老朽化しているため、安全上非常に問題があります。 ・将来の市場ニーズの変化に対応可能とし、 適切な施設規模 で整備を行います。	
3. 市場の施設面・経営面の強靱化	・ZEB(Zero Energy Building)に対応した施設への再整備	・整備にあたっては、令和32（2050）年のカーボンニュートラルの国の目標に向けて、自家消費型の 太陽光発電 や 省エネ型の建物 の建築などを進めます。	
	・食品残渣リサイクルによる循環型社会への貢献	・水産物部では、加工により出た魚のアラを活用して飼料にするなど、リサイクルの取組みを行っています。 ・流通加工の拡大に伴い、野菜くずや魚のアラなど食品残渣も増加し、その処理量や処理金額も増加していきます。 ・令和12（2030）年度を目標に平成12（2000）年度比で食品ロスを半減する国の目標に向けて、 食品残渣の減少 や 残渣の飼料化 など、循環型社会を目指します。	
	・災害時の一時集配拠点機能の具備	・木更津市場は、木更津市地域防災計画（令和5年3月）において、 災害時の支援物資の一時集配機能の役割 が位置付けられました。 ・再整備にあたっては、一時集配機能の運営の検討を進めます。	
	・賑わい施設機能の強化	・木更津市場の場外に 令和3年11月にオープンした民間の海鮮食堂・海産物等物販店 は、週末は東京等方面からの来訪者があり、非常に賑わっています。 ・再整備にあたっては、賑わい施設の機能を維持・強化し、更なる集客力を高めた施設の整備を進めます。	
	・市の歳入確保	・木更津市場は、近年、 市場事業費の約3割（令和3年度：約2,400万円） を木更津市の一般会計から繰り入れています。 ・今後は、適切な施設規模で市場を整備し、販売・流通機能の強化に伴う取扱額の増加や 民間からの収入 を得て、安定的な市場運営を行います。また、 将来の民営化を視野に指定管理の検討 も行います。	
	・人材育成、人材確保の取組み	・生産者と販売者を繋げる コーディネート能力 を持つ等の人材育成や、食品流通業界からの転職等による人材確保などを行います。	
	・情報提供・営業活動	・生産者及び販売者に対して、 販売拡大・マッチングにつながる市場情報 を継続的に発信します。また、それらの情報を踏まえた営業活動を実施します。	
4. 場内事業者の経営強化	・取引システム等の刷新（IT化の促進）	・業務取引形態に合わせたITシステムを活用した効率的な運営の検討を行います。	

12. 経営戦略の行動計画

12.1. 卸売業者の行動計画

12.1.1. 経営展望の行動計画の実施状況

木更津市公設地方卸売市場経営展望（平成 31 年 4 月）の行動計画で位置付けた取組内容について、青果部と水産物部の実施状況の調査を行いました。

青果部においては、産地周りや生産者への相談窓口対応、集荷方法の工夫による出荷コストの削減の取り組みなど、生産者に対する細やかな支援に加え、大口顧客への要望対応などに取り組みました。また、有機農産物の取扱いの開始や規格外野菜の付加価値向上の取組みのほか、新規出荷希望者説明会の実施、海外輸出の情報収集など、市場の活性化に向けた新たな取り組みについても積極的に実施しました。

一方で、新規顧客の獲得に向け、新規業態への営業活動・取引も行いましたが、採算確保等の観点から中止したなど、新規顧客の開拓に関する課題もあげられました。

水産物部においては、卸売業者が自前で加工所を整備し、実需者の鮮魚加工の要望への対応や、既存顧客からの紹介による積極的な新規顧客の獲得に取り組んだほか、民間事業者により、水産棟に近接した場所に、海鮮食堂や海産物等の物販店がオープンし、観光客など多くの来場者による賑わいが創出され、取扱高の向上に繋がりました。

また、市場まつりの開催や公民館事業との連携による消費拡大の喚起、定期的な HACCP 研修による従業員の品質管理意識の向上などに取り組みました。

12.1.2. 実施状況の評価

経営展望時の行動計画に対して様々な取組みを実施しており、両部ともに 8 割以上の項目を実施している状況であり、加えて、経営展望時の行動計画以外にも市場活性化に向けた新たな取り組みを、開設者と連携し推進していることについて評価できます。

【経営展望時の行動計画以外に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海外輸出の取組み検討
- ⑤商物分離の取引（市場への荷物の搬入を伴わず産地から小売り業者等へ送る取引）の拡大
- ⑥新規出荷者増加への支援の開始
- ⑦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）

12.1.3. 今後取り組む内容

今後は、以下の項目を含めて新規で実施項目数を増加させるとともに、現在実施している項目についても継続、拡大を図り、取扱高を向上させ安定的・持続的な市場運営を進めていくことが求められます。

【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
- ④海外輸出の取組みの推進
- ⑤商物分離の取引（市場への荷物の搬入を伴わず産地から小売り業者等へ送る取引）の拡大
- ⑥新規出荷者増加への支援の推進
- ⑦コールドチェーンへの対応の検討
- ⑧環境に配慮した取組みの推進（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）

12.1.4.経営戦略の行動計画

項目ごとに青果部と水産物部それぞれでの取組の実施状況及びその評価、今後の行動計画は以下のとおりです。

(1) 市場の活性化に向けた取組み ※実施時期：短期は1～2年、中期は3～5年、長期は6～10年を想定

No	項目			取組内容	実施状況 ※(青)：青果部、(水)：水産物部	評価 ◎：充分実施 ○：一部実施 ×：未実施	行動計画	今後の取組	主な協働者		
									生産者等	買受人	開設者
1	販売・集荷機能の強化	既存顧客の維持・確保	顧客ニーズの把握と対応	(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。	(青)新規事業者やスーパーからの企画販売に対応し、生産者との連携を強化した。 (水)常に買受人及び実需者とコミュニケーションを取り、市場ニーズにあった商品提供や販売を実施している。	(青)◎ (水)◎	(青) 大口顧客（買受人）へのニーズ対応による販売量の維持に加えて、加工（小分け、カット等）の新規ニーズ等にも対応する。 (水) 引き続き市場にまつわるニーズを把握しながら、積極的な流行品の取扱いを含めた企画等を行う。	(青)継続 (水)継続		●	
			顧客への積極的な情報提供と提案活動の展開	(短期) 集荷先の産地・産品情報、出荷情報を買受人に情報提供し、買受人の販売活動を支援する。	(青)スーパー等の売場づくり支援のため、生産現場へバイヤーを視察案内し、情報交換を実施している。 (水)出荷情報(産地表示シールや加工元情報等)について十分注意のうえ、情報提供を実施している。	(青)◎ (水)◎	(青) 引き続き他と差別化できる情報(産地、生産者名、品質に関する情報等)を、買受人へ提供する。加えて、産地へのバイヤー視察・試食等を実施する。 (水) 引き続き他と差別化できる情報(漁港、漁船、品質に関する情報等)を、買受人へ提供する。	(青)継続 (水)継続	●	●	
2				(短期) 買受人の提案活動を集荷面・企画面の両面からサポートする。	(青)生産者・生産物の写真撮りやバイヤーからの販売企画依頼への対応を実施した。 (水)営業部門、加工部門が買受人に情報提供・提案を実施している。	(青)◎ (水)◎	(青) 少量多品目の専任担当者を配置し、地場野菜の品目・収穫時期等を買受人に情報提供するなどにより、地場野菜の販売につなげる。 (水) 引き続き買受人への情報提供や提案を実施する。	(青)拡大 (水)継続		●	
			(中期) 提案型ビジネスによる売上の拡大を図る。	(青)生産者からの商品企画（みょうがや小ロットの特殊野菜など）を販売実施へ反映した。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)新規商品や既存商品の加工・リパックなどの提案への対応を実施した。	(青)◎ (水)◎	(青) 引き続き商品企画を実施するとともに、少量多品目の専任担当者の配置や人材育成により、バイヤーと生産者のニーズを共有し、企画提案力を強化する。 (水) 引き続き加工対象品目の追加や変更への提案などに柔軟に対応する。	(青)拡大 (水)継続	●	●		
3			リテールサポート(経営支援)の強化	(短期) 買受人と顧客情報を共有し、必要に応じ買受人と協働して顧客を支援し、顧客の存続・発展を図る。	(青)納品先からの要請に対応して、商品開拓や生産者紹介を実施した。また、新規就農者への庭先訪問や相談等の支援を実施した。 (水)買受人への販売支援や市場まつり等の消費拡大のための取組みを実施した。	(青)◎ (水)◎	(青) 引き続き買受人と連携した商品開拓や生産者の紹介等を実施する。 (水) 引き続き買受人への販売支援や市場まつり等の取組みを実施する。	(青)継続 (水)継続		●	
4			市場顧客の満足度の向上	(短期) 買受人の要望に積極的に対応し、市場顧客の満足度の向上に努める。	(青)販売単位見直しによる小ロットへの対応や一元仕入のできる販売体制の再構築、新品目導入等の検討を実施した。 (水)ニーズの高い加工品への対応のための加工場の設置や、自前で海産物等物販店等の販売窓口の設置を実施した。	(青)◎ (水)◎	(青) 引き続き買受人への要望へ積極的に対応する。 (水) 引き続き加工場の運営や販売窓口の営業を行うとともに、市場再整備に合わせた加工品目等の拡大を検討する。	(青)継続 (水)継続		●	
5			【新規】新しい商品販売の促進	(短期) 健康や食の安全・安心に対する意識向上等の顧客ニーズを踏まえ、買受人と連携を図り、新しい商品の販売促進を図る。	(青)有機農産物の取り扱い開始や、規格外野菜の付加価値の向上の取組みを実施した。 (水)加工施設を整備した。	(青)◎ (水)◎	(青) 有機野菜、規格外野菜の付加価値の向上の取扱いを拡大する。 (水) 市場再整備にあわせて加工施設を拡大し、鮮魚加工に加えて佃煮等の塩干加工の取組みを拡大する。	(青)拡大 (水)拡大	●	●	
6		新規顧客の積極的開拓	(短期) 加工事業者等、多様な業種への販売先の新規開拓を行う。	(青)加工用のトマト、キャベツ及び大根等の需要への対応や、第三者販売への対応を実施した。 (水)自社開設した加工所により、加工業者として販売先の深耕や開拓を実施している。	(青)◎ (水)◎	(青) 引き続き需要のある品目への対応を実施する。加えて、需要への新たな対応のため、自前での生産機能の確保についても検討する。 (水) 引き続き現加工所を稼働させながら、市場再整備にあわせて加工施設を拡大し、加工品目や加工量を増加させる。(中～長期)	(青)拡大 (水)継続		●		
			(短期) 市場商圏内外を問わず、販売力のある顧客の新規取込活動を積極的に行う。	(青)第三者販売により首都圏の中堅企業やスーパー等への販売及び加工業者へのアプローチを実施した。 (水)道の駅やドライブイン、ゴルフ場、ホテル、レストラン等への新規開拓を実施した。	(青)◎ (水)◎	(青) 引き続き営業活動を行いながら、市場再整備に合わせてニーズのある加工品対応を充実させ、新たな大口顧客との取引の可能性を広げていく。 (水) 現開拓先への対応を続けながら、既存顧客の紹介等も活用しながら、新規顧客の獲得を進める。	(青)継続 (水)継続		●	●	
			(短期) 従来の顧客業態にとらわれず、新規業態（コンビニ・ホームセンター・ドラッグストア等）に積極的に営業活動を行う。	(青)営業活動を行なったが、大手業者は納入から支払いまでの期間が長く、収益の小回りが利かないため断念。コンビニは取扱量が少なく、コストと見合わないため中止した。 (水)現状では未対応。	(青)○ (水)×	(青) 顧客対象を見直し、加工業者や木更津市周辺を管轄するセンター施設等への営業活動を行う。その他、病院等の取引業者の集荷等をサポートする。 (水) コンビニ等における海産物の取扱いの動向を踏まえ、新規顧客獲得への可能性を検討する。	(青)継続 (水)改善		●	●	
			(短期) 買受人の新規顧客の獲得活動を集荷面でバックアップするとともに、営業活動・提案活動においても積極的に支援する。	(青)納品先の提案に対する集荷対応や情報提供及びその支援を実施した。 (水)集荷のない品目に対する代替商品を提案・提供することで、買受人のバックアップ的なサービス提供を実施している。	(青)◎ (水)◎	(青) 引き続き提案品目に対する集荷への対応や情報提供等を実施する。 (水) 品目ごとの漁獲量の動向に注視しながら、引き続き買受人のバックアップの支援を実施する。	(青)継続 (水)継続		●		

No	項目		取組内容	実施状況 ※(青)：青果部、(水)：水産物部	評価 ◎：充分実施 ○：一部実施 ×：未実施	行動計画	今後の取組	主な協働者		
								生産者等	買受人	開設者
7	【新規】 新しい流通形態による販売の促進		(短期) 商物一致の原則の廃止により産地から小売業者への直接配送を促進する。	(青)産地から小売業者への直接配送を一部実施している。 (水)ー	(青)○ (水)ー	(青) 引き続き、産地から小売業者への直接配送を進め、将来的に拡大させる。 (水) ー	(青)拡大 (水)ー		●	●
8			【新規】 海外輸出の積極的開拓	(短期) 買受人等と連携した輸出版売戦略を検討する。	(青)県、JETORO など関係機関から情報を収集した。 (水)取引先等と連携し、鮮魚加工品や塩干加工品の輸出方法等を検討した。	(青)○ (水)○	(青) JETRO 等への相談を行いながら、輸出する品目や販売方法、輸出方法等を検討する。 (水) 取引先等と連携し、鮮魚加工品や塩干加工品の輸出方法等を検討する。	(青)継続 (水)継続		●
		(中期) 海外への輸出版路の構築及び拡大を行う。		(青)県、JETORO など関係機関から情報を収集した。 (水)商社等と連携し、鮮魚加工品や塩干加工品の輸出可能性を検討した。	(青)○ (水)○	(青) 買受人のニーズにあわせて少量からでも輸出を開始し、将来的には加工業者や商社等を通じて輸出量を拡大させる。 (水) 引き続き、商社等と連携し、鮮魚加工品や塩干加工品の輸出可能性を検討する。	(青)拡大 (水)継続		●	●
9	集荷力の強化	既存集荷先の維持・確保	産地ニーズの把握と対応	(短期) 積極的に産地に出向き、集荷先のニーズを入手・把握し、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)	(青)定期的な産地周りを実施している。 (水)産地での集荷出荷プロセスが確立されており、また出荷量は漁獲量に影響されるため産地周りの実施が困難であるが、産地ニーズや情報取得を積極的に実施している。	(青)◎ (水)◎	(青) 地場野菜等の情報や産地の意見を聞くため、引き続き近隣の産地回りを積極的に行う。 (水) 魚種・漁獲量や他団体の動向に応じて、引き続きニーズ把握や情報取得を行う。	(青)継続 (水)継続	●	
				(中期) 集荷量の確保・拡大によって産地の生産意欲を高め、生産の維持・拡大を支援する。	(青)複数品目で生産者に増産依頼し、販売拡大を実施した。 (水)現状では困難な部分もあるが、産地コミュニティへの参入などの可能性を含めて対応を検討した。	(青)◎ (水)○	(青) 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) 引き続き産地コミュニティへの参入可能性等の検討を行う。	(青)継続 (水)継続	●	
10			産地への積極的な情報提供	(短期) マーケット情報・ニーズを積極的に産地に提供することによって、マーケットに適應する生産を支援し、産地との信頼関係を強化する。	(青)バイヤーからの要望を出荷に反映させるため、生産者への作付品目の提案や産地視察を実施した。 (水)産地コミュニティとの連携関係を構築している。	(青)◎ (水)◎	(青) 引き続きバイヤーと生産者をつなぐ取り組みを行うとともに、育成生産者と買受人のマッチングやコーディネートできる人材の育成等により、産地との連携体制を強化する。 (水) 産地コミュニティとの連携を継続するとともに、バイヤーの動向や要望等を漁師・漁協等へ積極的に情報提供し、産地を支援する。	(青)継続 (水)継続	●	●
11			産地に対する積極的な生産提案、指導	(短期) マーケットニーズを踏まえて産地に対して積極的に提案し(品種、量、品質、出荷時期、産地加工等々)、産地との信頼関係を強化する。	(青)近在店舗での青果コーナーの企画提案に合わせて、各生産者との話し合いを実施している。 (水)地産地消や地魚のニーズを把握しているものの、漁獲量に左右されるため買受人へ安定した供給が困難である。漁獲量に影響されない方法等の提案を検討している。	(青)◎ (水)○	(青) 引き続き企画提案に合わせた取組を実施する。 (水) 漁獲量の動向を把握しながら、引き続き産地への提案等を検討する。	(青)継続 (水)継続	●	●
		(中期) 契約的取引の推進を図る。		(青)大手加工業者との加工用トマトの取引、大手・地域スーパーへの大根や春キャベツ、レタス、白菜等の取引を実施している。 (水)天然物の漁獲量が減ってきているが、養殖物の取扱い拡大も含め、産地との取引を実施している。	(青)◎ (水)◎	(青) 引き続き産地との連携を図りながら、契約的取引を安定的に継続させる。 (水) 引き続き取引先との話し合いを進め、販売量の安定化を図る。	(青)継続 (水)継続	●		
12			共同集荷への取組み	(短期) 通いコンテナ等による集荷を強化し、出荷者のコスト削減と作業の効率化を図るとともに、集荷サービスの充実を検討する。	(青)独自の赤コンテナ(通いコンテナ)を導入し、集荷を実施している。また、生産者の折りたたみ水切りコンテナの使用による出荷量増加の支援に取り組んでいる。 (水)通い箱や籠車を活用した配送を拡大実施している。加えて、発砲スチロール箱の回収・再利用等のサービスを実施し、出荷者のコスト削減に取り組んでいる。	(青)◎ (水)◎	(青) 引き続き出荷者への通いコンテナ等による集荷を積極的に進める。また、生産力強化にもつながる折りたたみコンテナ等の取組み拡大を検討する。 (水) 引き続き生産者の支援につながる取り組みを実施する。また、買受人と連携し、通い箱や籠車の実施拡大を進める。	(青)継続 (水)継続	●	
	(中期) 中央市場からの転送については輸送コストを軽減し、中央市場での購買力を高めていくために、県南部市場との連携による共同転送等について検討していく。	(青)千葉県南部の市場への転送中継市場として稼働中である。 (水)現在未対応。		(青)◎ (水)×	(青) 転送中継市場としての機能を継続しつつ、試験的に市場間転送に取り組む、収益性や課題等を整理する。 (水) 再整備に伴う加工施設の稼働状況や漁獲量等の動向を踏まえ、今後の対応を検討する。	(青)拡大 (水)改善	●			
	(中期) 出荷者の出荷に係る負担を軽減するため集荷センター等の設置や配送のアウトソーシングを検討する。	(青)館山方面の集荷ルートを稼働させている。別ルートの集荷所の候補地を検討中である。 (水)建物老朽化や冷凍冷蔵庫不測の為、現在未対応。		(青)◎ (水)×	(青) 稼働中の集荷ルートを継続するとともに、小規模な拠点・集荷所の設置し、市場と各地をつなぐ取組を検討する。 (水) 市場再整備にあわせて冷凍冷蔵庫を整備し、中継地点としての機能強化を検討する。また、県南部(館山市等)の漁港への集積場の設置を検討する。	(青)拡大 (水)改善	●			
13	獲得	新規集荷先の積極的開拓	(短期) 日常的に新規の産地・産品を積極的に開拓して、品揃えの強化を図る。	(青)早い段階でのアプローチを行い、集荷ルートやスーパーへの売込みを念頭に対応している。県外産の産品(茨城の白菜、青森のりんご等)の取扱いも行ったが、継続に至らなかった。 (水)仕入先、取引先、他市場等からの情報を入手して品揃えの強化に取り組んでいる。	(青)◎ (水)◎	(青) ブランド力のある野菜(柴山ブロッコリー等)の産地化に向けた取り組みや、生産量増加が見込まれる野菜(里芋等)の集荷強化等の取組を進める。引き続き県内・県外(茨城県、北海道等)の取扱い拡大に向けた取組を進める。 (水) ニーズのある品目の動向を注視し、要望へ早期対応できる体制を継続する。	(青)継続 (水)継続	●		

No	項目			取組内容	実施状況 ※(青)：青果部、(水)：水産物部	評価 ◎：充分実施 ○：一部実施 ×：未実施	行動計画	今後の取組	主な協働者		
									生産者等	買受人	開設者
14			輸入商材の取扱の強化	【新規】 (短期) 説明会の開催や、新規出荷希望者との情報交換等を行う。	(青)開設者と連携し、新規出荷希望者への説明会や情報交換を行った。 (水)開設者と連携し、新規出荷希望者への説明会や情報交換を行った。	(青)◎ (水)◎	(青) 引き続き、開設者と連携し、新規出荷希望者への説明会や情報交換を行う。 (水) 引き続き、開設者と連携し、新規出荷希望者への説明会や情報交換を行う。	(青)継続 (水)継続	●		●
				(短期) 安全性に留意しつつ、輸入商材の積極的な取り組みを図る。	(青)既存の野菜・果実で対応可能であるため、積極的な取り組みは未実施。 (水)冷凍製品について輸入商材(えび、サーモン、まぐろ等)を積極的に扱っている。ただし、現在は価格高騰のため困難な状況である。	(青)× (水)◎	(青) 買受人のニーズに応じて、輸入商材の取扱いを検討する。 (水) 価格動向等を把握しながら、ニーズに応じて輸入商材の取扱いを継続する。	(青)改善 (水)継続	●		
15	県産品の取扱力の強化	県産品の県内流通拠点としての位置づけの強化	(短期) 県産品のより効率的な県内流通を確立する。	(青)大滝、勝浦、鴨川、館山方面からの生産品を提供できる体制を構築している。 (水)魚介類の産地商品は季節に影響する品目が多く価格が安定しないが、流行やニーズを把握し、常に取扱い可能な品目を探している。	(青)◎ (水)◎	(青) 提供体制を継続しつつ、市場間転送の試験的運用や小規模拠点・集荷所の設置により流通量の強化を図る。 (水) 季節性や漁獲量に留意しつつ、県産品の情報収集を継続する。	(青)拡大 (水)継続	●			
			(中期) 県南部の生鮮食料品を首都圏等へ販売していくための拠点機能を果たしていくため、県南部市場との連携体制を構築する。	(青)県南部の出荷拠点として、大一鴨川青果との連携体制を構築している。 (水)冷凍冷蔵庫の規模により現状での対応は難しいが、県南部のハブ機能・連携体制の構築を検討中である。	(青)◎ (水)◎	(青) 南部市場との連携体制を継続するとともに、県南部からの集荷を拡大し、首都圏向けへの拠点機能(ハブ機能)を強化する。将来的な流通センターの新設についても検討する。 (水) 市場の再編に合わせて冷凍・冷蔵庫を充実・拡大することで、取扱品目の数や量を拡大し、首都圏への出荷を検討する。	(青)拡大 (水)拡大	●			
16	県内特産品の積極的な取上げとブランド化	(短期) 県内の特色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。	(青)県南部からのキャベツの出荷推進の取組を実施している。 (水)圏内流通の促進のため、陸上養殖サーモン等の特徴ある産品の加工量を拡大した。	(青)◎ (水)◎	(青) 南房総の特色ある地場野菜(春キャベツ、そら豆、房州レモン等)の流通促進を図る。 (水) 引き続き県産品等を積極的に取り扱う。	(青)継続 (水)継続	●	●			
		(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。	(青)木更津市特産のレタス等の契約販売や、現地へのバイヤー視察の取り次ぎ等を実施している。 (水)陸上養殖サーモンの木更津産としてのブランド化を実施した。	(青)◎ (水)◎	(青) 引き続き特産品の契約販売やバイヤー視察の取り次ぎ等を実施し、地場産品を積極的に取り扱う。 (水) 市場再整備にあわせて加工施設を拡大して、県内産の鮮魚加工や塩干加工の取扱いを拡大し、流通量の向上に努める。	(青)継続 (水)拡大	●	●			
		【新規】 (中期) 生産者や関係課と連携し、地産地消の推進に取り組む。	(青)市内生産者と学校給食と連携し、学校給食での地産地消の推進を実施した。 (水)学校給食での導入課題等の情報交換を行った。	(青)◎ (水)◎	(青) 開設者と協定締結等の検討などし、引き続き、市内生産者と学校給食と連携し、学校給食での地産地消の促進を図る。 (水) 引き続き、学校給食での導入の課題解決に向けた情報交換を行う。	(青)拡大 (水)継続	●		●		
17	高齢化・小規模生産者を支援	(短期) 庭先集荷の実施による集荷量の確保を図るとともに、県内の高齢化・小規模出荷者のニーズを把握し支援する。	(青)庭先集荷を実施している。 (水)集荷コストを考慮し、現在未対応。	(青)◎ (水)×	(青) 引き続き庭先集荷を実施するとともに、やさいバス等と調整のうえ、集荷ルート上の小規模生産者から集荷するなどの取り組みを検討する。 (水) 取引先(漁師、漁港)の動向等を踏まえ、今後検討する。	(青)継続 (水)改善	●				
18	加工・物流機能の強化	加工機能の強化	(短期) 買受人のニーズ(小分け、カット等)に対応するため、商品の加工機能の強化を図る。	(青)買受人への要望である加工や加熱用、カット野菜に対応できる施設を稼働中である。ニーズや取扱量が増えているため、人員を強化し対応している。 (水)加工場を構築し、買受人の顧客からのニーズに合わせた商品加工を実施している。	(青)◎ (水)◎	(青) 引き続き施設を稼働するとともに、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) 引き続き商品加工を実施するとともに、市場再整備にあわせて加工施設を充実・拡大し、鮮魚加工に加えて佃煮等の塩干加工の取組みを進める。	(青)拡大 (水)拡大		●		
19	物流機能の強化	物流機能の強化	(中期) 商品の物流を効率化するため、物流業者等との連携を検討する。	(青)貸倉庫業者と連携した加工用キャベツの冷蔵契約出荷や、産地からの直接配送を実施している。 (水)一部物流企業との連携により、コスト削減を図っている。	(青)◎ (水)◎	(青) 物流業者と連携した効率化の取組みを継続する。 (水) 物流業者と連携した効率化の取組みを継続する。	(青)継続 (水)継続		●		
20	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	場内事業者の意識の向上	(短期) 商品の特性に適した温度管理を行い、品質管理の高度化を図る。	(青)低温管理できる売場がないため、冷蔵庫の規模で対応可能な範囲のみの実施である。 (水)マグロやエビカニ等の冷凍品については温度帯を指定し、常に温度管理を行いながら保管している。	(青)○ (水)◎	(青) 既存の設備の範囲内で適正管理に努める。 (水) 設備の保守管理を行いながら、引き続き適正管理に努める。	(青)拡大 (水)継続		●
					(短期) 全従業員の安全安心に対する意識醸成を図るため、教育・指導を徹底する。	(青)必要な事項についての周知は実施しているが、定期的な教育体制は確立していない。 (水)HACCP 研修等を定期的に行い、従業員教育を実施している。	(青)○ (水)◎	(青) 定期的に職員に対して教育・指導を行い、講習会等への参加を推進する。 (水) 今後も HACCP 研修等を実施する。	(青)拡大 (水)継続		●
21	品質管理機能の強化	品質管理の高度化	(中期) HACCP の考え方を取り入れ、IT 技術を活用した品質管理システムの導入等も検討し、安全安心の向上に努める。	(青)保健所の指導を受けて、「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)HACCP 研修に加えて、Web やリモートでの啓蒙活動を実施している。	(青)◎ (水)◎	(青) 引き続き HACCP の考え方を取り入れた管理を行う。 (水) 引き続き加工施設の HACCP の考え方を取り入れた加工施設の品質管理維持に努めるとともに、市場再整備にあわせて、売場部分の HACCP の考え方を取り入れた対応にも取り組む。	(青)継続 (水)拡大			●	

No	項目		取組内容	実施状況 ※(青)：青果部、(水)：水産物部	評価 ◎：充分実施 ○：一部実施 ×：未実施	行動計画	今後の取組	主な協働者		
								生産者等	買受人	開設者
22	ハード面 対応	コールドチェーン 対応	(短期) 施設面（ハード）の日常点検を実施し、施設の衛生管理・品質保持機能の維持に努める。	(青)冷蔵庫の温度管理、定期点検等を実施している。 (水)毎日の施設の清掃、安全点検を行い衛生管理維持に努めている。	(青)◎ (水)◎	(青) 引き続き定期点検を実施し、適切な衛生管理に努める。 (水) 引き続き清掃や安全点検を実施し、適切な衛生管理に努める。	(青)継続 (水)継続			●
			(中期) 産地から実需者に至るコールドチェーンを確保するために、市場施設の低温化を推進する。	(青)閉鎖型の市場施設ではないためコールドチェーンは実現できていない。 (水)冷凍冷蔵庫から商品の搬出輸送には保冷車を活用して温度管理を実施している。	(青)× (水)◎	(青) 市場再整備にあわせて、冷蔵施設の充実を検討する。 (水) 引き続き温度管理を徹底するとともに、市場再整備にあわせた冷凍冷蔵庫の充実化により、より良い環境での管理に努める。	(青)改善 (水)継続		●	
23	トレーサビリティ（商品履歴）の確保		(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。	(青)「ちばエコ農業」としての履歴情報は提供可能であるが、煩雑な管理が必要なものには現在未対応。商品番号による荷主履歴の確認は可能である。 (水)商品の受注から納品までのプロセスを販売管理システムで管理している。適宜在庫チェックを行い、システム在庫と実在庫を突合している。	(青)○ (水)◎	(青) 有機野菜の商品履歴の導入検討を進める。その他の商品への導入も検討する。 (水) 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。	(青)拡大 (水)拡大	●	●	●
24	安全安心食品の提供		(短期) 消費者の強いニーズである安全安心に対応するために、農薬や食品添加物を制限した商材の確保に努める。	(青)「ちばエコ農業」等の一部のサービスで対応している。 (水)食品添加物のメーカー表示等を確認し、信頼できる仕入先や取引先から商品を仕入れている。	(青)◎ (水)◎	(青) 実施しているサービスを継続しつつ、少量多品目等の取扱い拡大とあわせて有機野菜、規格外野菜の取り扱いを拡大させる。 (水) 引き続き安全・安心な商品の取扱いに努める。	(青)継続 (水)継続	●	●	●
25	食育による消費の喚起・拡大		(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。 a. 市場まつりの開催、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	(青)市場内では、市の栄養士等見学会の受け入れを実施した。市場外では、JA 祭りや食育行事等へ参加した。また、学校給食への地産地消を推進している。 (水)市場内では市場まつりの開催や市場見学会を実施した。市場外では、料理教育や食育について出張講座を実施した。	(青)◎ (水)◎	(青) 見学会の受け入れを継続するとともに、校外学習の支援等を実施する。また、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) 引き続き市場まつりの開催や食育講座等の実施により、消費拡大に努める。	(青)拡大 (水)継続	●	●	●
26	情報発信機能の強化		(短期) メディア等の活用も含め、市場を積極的にPRする。	(青)SNS 担当の専任を配置し、インスタグラムを活用して発信力を強化した。この取り組みにより生産者や実需者の新規参入を増加させた。 (水)SNS を活用した PR に加えて、メディアからの要望対応等、積極的に実施している。	(青)◎ (水)◎	(青) 引き続き選任配置による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) 外部からの取材対応も含め、情報発信を継続的に実施する。また、SNS 等を活用した情報発信も検討する。	(青)継続 (水)継続			●

(2) 場内事業者の経営強化 ※実施時期：短期は1～2年、中期は3～5年、長期は6～10年を想定

No	項目		取組内容	実施状況 ※(青)：青果部、(水)：水産物部	評価 ◎：充分実施 ○：一部実施 ×：未実施	行動計画	今後の取組み	主な協働者		
								生産者等	買受人	開設者
27	売上の 拡大	付加価値の上昇	(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。	(青)近在野菜や果実については、スーパー等の要望により安定した契約販売に対応している。また、パッケージの請負へも対応している。 (水)加工場や売店、食堂等のチャンネルを通し、マーケットニーズを積極的に取り込んでいる。	(青)◎ (水)◎	(青) 引き続き契約販売等に対応するとともに、専任の設置により有機野菜や地場野菜等の少量多品目に対する需要に対応できる体制を構築する。外部専門家等のアドバイスを受け、付加価値向上の企画提案に努める。 (水) 引き続きマーケットニーズへの対応を実施するとともに、県内産の鮮魚・塩干等の加工を積極的に取扱う。外部専門家等のアドバイスを受け、付加価値向上の企画提案に努める。	(青)拡大 (水)拡大		●	●
28		取扱量の増加	(短期) 産地開発・顧客開発を積極的に進める。	(青)特化した品目の増産（木更津レタスや大手スーパーへの対応）や品目別産地開発（館山の春キャベツ）、パイヤーへの取り次ぎ（鴨川しめじ、市原ねぎ等）を実施している。 (水)買受人や仲買人の協力の元、産地開発及び顧客開発を推進している。	(青)◎ (水)◎	(青) 既存の取り組みを継続しつつ、有機野菜や西洋野菜、規格外野菜の取扱いの拡大、ブランド力のある野菜（柴山ブロッコリー等）の産地化、生産量増加が見込まれる野菜（里芋等）の集荷強化、市場再整備にあわせた加工機能の新設、海外輸出等を行い、取扱量の増加に努める。 (水) 既存の取り組みを継続しつつ、加工施設拡大による鮮魚加工及び塩干加工の拡大や商社等と連携した海外輸出検討等を行い、取扱量の増加を図る。	(青)拡大 (水)拡大	●	●	●

No	項目	取組内容	実施状況 ※(青): 青果部、(水): 水産物部	評価 ◎: 充分実施 ○: 一部実施 ×: 未実施	行動計画	今後の取組み	主な協働者		
							生産者等	買受人	開設者
29	経費の削減 直接費の削減・見直し	(短期) 直接費の詳細を把握し、可能な限りその削減に努める。	(青)物価上昇等の影響により困難であるため、現在未着手。 (水)販売管理システム及び経理データから日々の売上管理確認し、過剰在庫の抑制や回転率の向上に努めている。	(青)× (水)◎	(青) 人事体制の見直しや業務改善により、生産性を向上させる取り組みを実施する。また、24時間集荷体制の見直しについても検討を進める。直接費については、外部専門家等のアドバイスを受け、削減・見直しに努める。 (水) 引き続き適正な在庫管理に努めるとともに、物流業者への委託を一部自前配送に切り替える等の経費削減を検討する。直接費については、外部専門家等のアドバイスを受け、削減・見直しに努める。	(青)拡大 (水)拡大			●
30	一般管理費の削減・見直し	(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。	(青)職員の高齢化への対応や若い世代の育成等の必要性を認識しており、営業力強化や教育訓練を検討しているが、現在未実施である。 (水)従業員の業務を把握し、適材適所を図っている。販管費の削減に加えて、適正在庫のあり方や資金効率を高め、キャッシュフローの効率化を図っている。	(青)× (水)◎	(青) 管理職員等への研修機会の設定により積極的に人材育成し、経営力や営業力を強化し、生産性の高い組織へ改編する。一般管理費については、外部専門家等のアドバイスを受け、削減・見直しに努める。 (水) 引き続き人材の適材適所による効率的な組織運営に努める。加えて人材育成による経営力強化も検討する。一般管理費については、外部専門家等のアドバイスを受け、削減・見直しに努める。	(青)拡大 (水)拡大			●

(3) その他の取組み内容

No	項目	取組内容	実施状況 ※(青): 青果部、(水): 水産物部	評価 ◎: 充分実施 ○: 一部実施 ×: 未実施	行動計画	今後の取組み	主な協働者		
							生産者等	買受人	開設者
31	【新規】 環境に配慮した取組みの推進	(中期) 流通加工の拡大に伴い、増加する段ボール箱や食品残渣の削減を進め、ゴミの減量を行う。	(青)段ボールを削減するため、通いコンテナを導入した。 (水)加工により出た魚のアラを活用して飼料にするなど、リサイクルの取組みを推進した。	(青)◎ (水)◎	(青) 段ボールを削減するため、通いコンテナ導入を推進する。また、野菜くず等の食品残渣の減少に努める。 (水) 加工により出た魚のアラを活用して飼料にするなど、今後もリサイクルの取組みを推進する。	(青)継続 (水)継続	●	●	

12.2. 買受人（組合）の行動計画

12.2.1. 経営展望の行動計画の実施状況

木更津市公設地方卸売市場経営展望（平成 31 年 4 月）の行動計画で位置付けた取組内容について、買受人（組合）へ実施状況の調査を行いました。

一部の項目において、一部の組合で取り組んでいると回答しているものの、全体的に実施が進んでいないという結果でした。

12.2.2. 実施状況の評価

取組内容の実施が殆ど出来ていなかった結果でしたが、これは、組合の市場の役割が「支払代行」と「保証金の取扱いによる安定した運営」であることから、取組内容と組合の業務内容が合致していなかったためです。

今後は組合の現状を踏まえ、組合の基本的な役割である「支払代行」及び「安定運営」を継続しつつ、組合員に対して「のぼり」や「ステッカー」等を配布した市場の PR や市場まつり等の開催支援を行う等の広報活動も継続・拡大させる必要があります。

なお、未実施の内容については、卸売業者（青果部、水産物部）が中心となって取り組みを実施していくことが考えられます。

12.2.3.経営戦略の行動計画

(1) 市場の活性化に向けた取組み

No	項目		取組内容	実施状況	評価 ◎:充分実施 ○:実施 △:一部未実施 ×:未実施	行動計画	今後の取組み	
1	販売・集荷機能の強化	既存顧客の維持・確保	顧客ニーズの把握と対応	(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。	一部組合において情報交換を行っている。	△	組合として今後実施せず、卸売業者が実施する	見直し
2			顧客への積極的な情報提供と提案活動の展開	(短期) 顧客に対し取扱い製品の産地・産品情報、出荷情報を提供する。	一部組合において情報交換を行っている。	△	"	"
			リテールサポート(経営支援)の強化	(短期) 顧客の状況把握に努め、卸売業者へ集荷面・企画面の両面から情報提供を促進する。	一部組合において情報交換を行っている。	△	"	"
3			積極的な垂直協働・水平協働	(短期) 顧客回り等により顧客との親密度を高め、顧客の状況をより深く把握する機会を増やす。	一部組合において情報交換を行っている。	△	"	"
4			新規顧客の積極的開拓	(短期) 自社単独での営業・提案活動あるいは顧客支援に限界がある場合は、積極的に垂直協働(卸売業者との協働)、水平協働(買受人間の協働、関連事業者との協働)を展開し、顧客の満足度の向上に努める。	どの組合においても取り組めていない。	×	"	"
5	集荷力の強化	既存集荷先の維持・確保	産地ニーズの把握と対応	(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り卸売業者の対産地集荷力の強化を側面支援する。	どの組合においても取り組めていない。	×	"	"
6			産地への積極的な情報提供	(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。	一部組合において取り組んでいる。	△	"	"
			産地に対する積極的な生産提案、指導	(短期) 顧客の状況、顧客ニーズ及び顧客ニーズの変化を積極的に入手し、卸売業者に提供し、卸売業者の対産地情報提供活動を側面支援する。	一部組合において情報提供や要望を実施している。	△	"	"
7			新規集荷先の獲得	(短期) 顧客の状況、顧客ニーズ及び顧客ニーズの変化を積極的に入手し、卸売業者に提供し、卸売業者の対産地提案活動を側面支援する。	一部組合において取り組んでいる。	△	"	"
8			新規集荷先の獲得	(短期) 卸売業者の開拓した産地・産品を顧客に積極的に紹介し、取引の拡大に努める。	一部組合において取り組みを検討している。	△	"	"
9								

No	項目		取組内容	実施状況	評価 ◎:充分実施 ○:実施 △:一部未実施 ×:未実施	行動計画	今後の取組み	
10	県産品の取扱力の強化	県産品の県内流通拠点としての位置づけの強化	(短期) 県産品の県内実需者への販売力を強化し、取扱量の増加によって卸売業者の県産品集荷力の強化を支援する。	一部組合において取り組みを検討している。	△	組合として今後実施せず、卸売業者が実施する	見直し	
11		県内特産品の積極的な取上げとブランド化	(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。	一部組合において取り組みを検討している。	△	〃	〃	
12	加工・物流機能の強化	加工機能の強化	低温小分け・加工・包装センターの検討	(中期) 素材提供から商品提供への転換を図る。	一部組合において小分けの取り組みを実施している。	△	〃	〃
13	品質管理機能の強化	品質管理の高度化と徹底	場内事業者の意識の向上	(短期) 商品の特性に適した温度管理を行い、品質管理の高度化を図る。	市場での冷蔵設備の不足により取り組めていない。	×	〃	〃
				(短期) 全従業員の安全安心に対する意識醸成を図るため、教育・指導を徹底する。	一部の組合において教育指導を実施している。	△	〃	〃
14	食育による消費の喚起・拡大		(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り消費量の増加を目指す。 a. 市場まつりの開催 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	新型コロナウイルス感染症の影響による中止もあり、実施していない。	×	市場のPR促進や市場まつり等の開催支援等の広報活動を継続・拡大します。	継続・拡大	

(2) 場内事業者の経営強化

No	項目		取組内容	実施状況	評価 ◎:充分実施 ○:実施 △:一部未実施 ×:未実施	行動計画	今後の取組み
15	売上の拡大	付加価値の上昇	(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。	一部組合において情報交換を行っている。	△	組合として今後実施せず、卸売業者が実施する	見直し
16		取扱量の増加	(短期) 顧客のニーズを把握する。	一部組合において情報交換を行っている。	△	〃	〃
	(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。		一部組合において市場への要望を行っている。	△	〃	〃	
17	経費の削減	業務の共同化、機器の共有化	(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。	どの組合においても取り組めていない。	×	〃	〃

12.3. 開設者の行動計画

12.3.1. 経営展望の行動計画の実施状況

木更津市公設地方卸売市場経営展望（平成 31 年 4 月）の行動計画で位置付けた取組内容について、開設者の実施状況の調査を行いました。

開設者においては、卸売業者と加工センター設置の協議やその対応により、卸売業者による加工センターの設置が実現したこと、魚市場主催の市場まつりの事前 PR や当日の運営を支援しました。また、市場見学を積極的に受け入れることで、食育への理解や消費の喚起・拡大を図るほか、市の広報紙、HP、SNS などを活用した的確な情報発信に加え、卸売業者による SNS を活用した効果的な情報発信を要請するなど、市場の活性化に取り組みました。

また、施設の定期点検の実施、害獣等の駆除及び老朽化した施設の補修等により、施設の衛生管理・品質保持機能の維持を適切に図っていたほか、卸売業者に対し、生鮮食料品を扱う上での食の安全安心な取り扱いについての迅速な情報提供をするなど、安全な食品の提供への細やかな対応が行われていました。

更には、場内敷地の駐車場等の貸し出し面積を拡大し、敷地の有効活用にも取り組みました。

一方で、市場施設の老朽化については、必要に応じて修繕しているものの、修繕計画を含む維持保全対策の未実施や公設地方卸売市場特別会計の健全化を目指した市場の管理体制の効率化の検討等が課題としてあげられました。なお、これらを解決するためには、経営戦略策定の中に盛り込む再整備基本計画の検討の必要性があげられました。

経営展望の行動計画の実施以外にも、オーガニックシティを掲げる木更津市に相応しい公設市場としての取り組みとして、有機農産物の取り扱いの導入支援、規格外野菜の付加価値向上の支援のほか、新規出荷希望者説明会の実施、海外輸出の情報収集や情報共有など、市場の活性化に向けた新たな取り組みを積極的に実施していました。

12.3.2. 実施状況の評価

経営展望時の行動計画について、殆どの項目を実施している状況であり、加えて、経営展望の行動計画以外にも市場活性化に向けた新たな取り組みを、卸売業者と連携し推進していることについても評価できます。

【経営展望時の行動計画以外に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）の支援
- ②規格外野菜の取扱いの開始の支援
- ③学校給食での地産地消の推進支援
- ④海外輸出の取組みの支援
- ⑤新規出荷者増加への支援
- ⑥災害時の支援物資の一時集荷拠点としての位置づけ

12.3.3. 今後取り組む内容

今後は、以下の項目を含めて新規で施設の再整備の検討に関連した行動計画の項目等を増加させるとともに、現在実施している項目についても継続、拡大を図り、卸売業者等と連携し、安定的・持続的な市場経営を進めていくことが求められます。

【今後取り組む内容】

- ① 学校給食での地産地消の推進支援
- ② 海外輸出の取組みの支援
- ③ 新規出荷者増加への支援
- ④ コールドチェーンへの対応の検討
- ⑤ 耐震性確保への施設の再整備
- ⑥ ZEB(Zero Energy Building)に対応した施設整備の検討
- ⑦ 災害時の一時集配拠点機能の具備
- ⑧ 賑わい施設機能の強化
- ⑨ 市の歳入確保

12.3.4.経営戦略の行動計画

(1) 市場の活性化に向けた取組み

No	項目		取組内容	実施状況	評価 ◎:充分実施 ○:一部実施 ×:未実施	行動計画	今後の取組		
1	販売・集荷機能の強化	既存顧客の維持・確保	【新規】新しい商品販売の促進	(短期) 健康や食の安全安心に対する意識向上等の顧客ニーズを踏まえ、卸売市場等と連携を図り、新しい商品の販売促進を支援する。	関係機関から情報を収集し、卸売業者の有機農産物の取り扱い開始の支援をした。さらに、東京都中央卸売市場（大田市場）への出荷につなげた。広く情報を収集し、規格外野菜の付加価値向上の取り組みを支援した。	◎	引き続き、関係機関から情報を収集し、卸売業者の有機農産物の取り扱い拡大を支援する。引き続き、広く情報を収集し、規格外野菜の付加価値向上の取り組みを支援する。	継続	
2		販売力の強化	【新規】海外輸出の積極的開拓	(中期) 海外への輸出版路について情報収集及び構築を支援する。	県、JETORO など関係機関からの情報収集や講習会への参加など、海外輸出に関する検討を支援した。	◎	引き続き、県、JETORO など関係機関から情報を収集し、海外輸出に関する検討を支援する。	継続	
3		新規集荷先の獲得	【新規】新規集荷先の積極的な開拓	(短期) 説明会を開催し、新規出荷希望者と卸売業者との情報交換等による開拓を支援する。	新規出荷希望者への説明会を行い、新規出荷希望者と卸売業者との情報交換による開拓を支援した。	◎	引き続き、新規を含む出荷希望者への説明会を行い、出荷希望者と卸売業者との情報交換による開拓を支援する。	継続	
4		県産品の取扱力の強化	【新規】県内特産品の積極的な取上げとブランド化	(中期) 生産者や関係課と連携し、地産地消の推進に取り組む。	学校給食での「地産地消」の取り扱い強化のため、協定締結に向けた検討を行った。	○	引き続き、学校給食での「地産地消」の取り扱い強化のため、協定締結に向けた検討を行う。	継続	
5	加工・物流機能の強化	加工機能の強化	低温小分け・加工・包装センターの検討	(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。	加工センターについては、卸売業者等との協議等を行い、卸売業者が設置した。	◎	市場再整備にあわせて、新たな加工センターの設置に関係者と検討する。	継続	
6		物流機能の強化	物流機能の強化	(短期) 市場の物流機能の強化を果たすため、保冷倉庫等の設置について、その必要性や事業手法も含め、関係者と検討する。	保冷倉庫等の設置について、関係者（卸売業者等）と意見交換を重ね検討した。	○	市場再整備にあわせて、新たな保冷倉庫等の設置について、引き続き関係者（卸売業者等）と検討する。	継続	
7	品質管理機能の強化	場内事業者の意識の向上		(短期) 場内事業者が行う従業員の安全安心の意識向上を図るため、講習会等の開催を支援する。	国や県からの通知等の共有により、食中毒や新型コロナウイルス感染防止についての情報を提供した。	◎	引き続き、安全安心の意識向上を図るための支援を行う。	継続	
8		品質管理の高度化と徹底	品質管理の高度化	ハード面対応	(短期) 施設の定期点検を実施し、施設の衛生管理・品質保持機能の維持に努める。	衛生管理・品質管理の維持のため、保健所による市場の立ち入り検査結果に基づく指導や、害獣駆除の専門業者への委託等を行っている。また、ペットの市場内への入場禁止の掲示による注意喚起を行った。	◎	引き続き、施設の衛生管理・品質保持機能の維持に努める。	継続
9					(短期) コールドチェーンを確保するため、必要な市場施設の低温化を積極的に検討する。	コールドチェーンの検討のため、導入済の市場の視察等を行い、情報収集を行った。	◎	市場再整備にあわせて、コールドチェーンを確保するための検討を行う。	継続
10		トレーサビリティ（商品履歴）の確保		(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。	トレーサビリティシステムに係る情報収集に関する打合せを卸売業者と行い、情報を共有した。	○	引き続き、卸売業者とトレーサビリティシステムの導入に関する情報提供及び共有する。	継続	
11	安全安心食品の提供		(短期) 食品に関する安全安心の関連情報を迅速に場内事業者へ提供する。	食品に関する安全安心の関連情報を適宜、卸売業者に提供した。	◎	引き続き、卸売業者に安全安心の関連情報を提供する。	継続		
12	食育による消費の喚起・拡大		(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。	市場まつりについて関係機関と連携した PR した。また、学校の校外学習や栄養士会等に対する食育を目的とする施設見学を積極的に受け入れた。	◎	引き続き、市場まつりの PR や施設見学の受入れ等を実施する。	継続		
13	情報発信機能の強化		(短期) 市場を様々なメディアを通じて積極的に発信する。	市の広報紙、ホームページ、Facebook 等の SNS により情報を発信した。また、卸売業者にも SNS の積極的な情報発信を要請した。	◎	引き続き、広報紙や SNS 等を活用し、情報発信を継続的に実施する。	継続		

(2) その他の取組

No	項目	取組内容	実施状況	評価 ◎:充分実施 ○:一部実施 ×:未実施	行動計画	今後の取組
14	場内施設、敷地の有効活用の取組み	(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。	卸売業者が設置した加工センターの整備の支援、及び民間事業者が設置した市場活性化に資する施設整備に対し、駐車場等を貸し出すなど、場内施設・敷地の有効活用に努めた。	◎	引き続き、駐車場の貸し出し等、敷地の有効な活用に努める。	継続

No	項目	取組内容	実施状況	評価 ◎:充分実施 ○:一部実施 ×:未実施	行動計画	今後の取組
15	施設修繕計画の見直し	(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。	市場内の一部の施設について修繕計画は作成した。また、必要に応じて、修繕を行い、市場の施設機能の維持に努めた。	○	(短期) 引き続き、必要に応じ、市場の施設機能の維持に努める。 (中期) 市場再整備後は、大規模修繕に向けた施設修繕計画を検討する。	継続
16	市場の管理運営体制	(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。	運営体制については、経営戦略の中で、今後、市場の管理運営の効率化のために指定管理制度の導入を位置づけた。	○	市場再整備にあわせて、指定管理の制度設計を検討し、指定管理制度の導入・検証を行った後、民営化等を検討する。	継続
17	【新規】 災害時の一時集配拠点機能の位置付けの検討	(中期) 災害時の一時集配機能の位置づけと運用に関し検討する。	木更津市地域防災計画（令和5年3月）において、災害時の一時集配機能を市場の役割として位置づけた。	◎	災害時の支援物資の一時集配機能の運用を検討する。	継続
18	【新規】 市場の再整備	(中期) 市場の施設・設備の老朽化に伴う、耐震性能の不足や取扱高の減少が続いている中、市場を安定的に継続するため市場の再整備を検討する。	関係機関等からなる検討会議を開催し、再整備基本計画や財政収支計画を含む経営戦略の中で、市場の再整備を検討した。 再整備までの安全確保については、地震を想定した避難訓練や消火訓練等を実施した。	◎	十分な準備期間を設け、再整備におけるコールドチェーンや賑わい施設等の検討をする。	継続

13. 再整備基本計画

木更津市場が目指す目標とそれを達成するための行動計画を実施していくためには、耐震性能が不足し、施設の老朽化も進んでいる現在の施設では、コールドチェーンや HACCP などの新たな取組みの実施に限界があることから、市場施設を新たに整備することが必要となります。

13.1. 再整備で導入する性能・機能

木更津市場が目指す「地域の食の未来を支える市場」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	・現市場施設は、耐震基準を満たしていないため、早急な再整備が必要です。 ・再整備までの間、市場関係者の安全な労働環境を確保するため、卸売業者事務所の別棟への移転等を検討します。
品質管理機能	・品質・衛生管理の高度化のため、外気温の影響を受けにくい閉鎖式の市場とし、コールドチェーン化を図ります。あわせて、海外輸出等を視野に入れて HACCP の考え方を取り入れた売場・設備とします。
加工機能	・付加価値を向上させ、販売力の拡大を図るため、加工施設の敷地を確保します。
賑わい機能	・市場から新鮮な地元食材を仕入れ、食をメインとした賑わい施設を整備します。周辺地区と連携して回遊性を高め、食による産業活性化を図ります。

13.2. 施設整備の規模の検討

市場整備にあたっては、これまでの取扱量や今後の利用状況等を踏まえて、適正な規模の市場施設を整備する必要があります。

13.2.1. 卸売市場施設整備算定基準による規模の試算

市場の施設規模の検討にあたり、市場の取扱量をもとに「卸売市場の施設規模の算定基準について（農林水産省）」に基づく施設規模を試算しました。

(1) 取扱量

取扱量については、過去の取扱量の実績をベースに検討するものとし、過去 10 年の各年度の月最高値の平均から算出しました。その結果、青果部は 1 日あたり約 95t/日、水産物部は約 11t/日となり、年間ではそれぞれ 24,120t/年、2,796t/年となりました。

(2) 算定基準となる面積

算定基準では、1 m²当たりの標準取扱数量が目安として定められており、本市場は「その他の都市」に概要します。

(3) 規模の試算結果

卸売場等の規模の試算結果は、以下のとおりとなります。

「卸売場の施設規模の算定基準について（農林水産省）」に基づく面積算定	
必要な規模（㎡）＝目標取扱数量（kg）×卸売場経由率（％）÷標準取扱量（kg/㎡）＋通路面積（㎡）	

区分	項目	面積（㎡）
青果部	卸売場	1,068
	買荷保管・積込所	372
	通路面積	401
	その他（冷蔵庫）	270
	計	2,111
水産物部	卸売場	169
	買荷保管・積込所	55
	通路面積	62
	その他（塩干等）	239
	計	525

※通路面積は現状等を踏まえ、卸売場と買荷保管・積込所合計面積の約 28%としました。

※その他（冷蔵庫）の面積は、現状の冷蔵庫面積としました。

※その他（塩干等）の面積は、現状の塩干面積としました。

13.2.2. 必要な施設規模

必要な面積は、両卸売業者との協議を重ねて設定しました。

(1) 青果部

施設	内容
卸売場	・1 日あたりの取扱量等から検討した結果、卸売場面積は 2,100 ㎡としました。これは、経営展望検討時の 2,800～3,800 ㎡から削減しています。
事務所	・現状の事務所の面積（445 ㎡）から一割程度削減した面積（400 ㎡）とします。
倉庫	・今後の新たな取引量の増加等を見据え、現状の倉庫の面積（240 ㎡）より約 1.5 倍の面積（380 ㎡）とします。

(2) 水産物部

施設	内容
卸売場	・1 日あたりの取扱量等と現在の施設規模を踏まえ、卸売業者と協議をした結果、現在の取扱量でも買受人との取引場所や活魚水槽などの鮮魚を保管する場所など、最低限 900 ㎡の面積は必要であり、今後、加工所の整備等による更なる取扱量の増加を見込んだ計画であるため、卸売場面積は 900 ㎡としました。これは、経営展望検討時の 900～1,200 ㎡の下限値です。
事務所	・現状の事務所の面積（480 ㎡）から一割程度削減した面積（440 ㎡）とします。
冷凍棟	・現状の冷凍棟の面積（785 ㎡）と同規模の面積（790 ㎡）とします。
加工所	・今後の加工取扱いの増加等を見据え、現状の加工所の面積（75 ㎡）と売場内の加工所の面積（75 ㎡）を合計した 150 ㎡の約 3.0 倍以上の面積（600 ㎡）とします。

(3) 管理事務所・組合事務所

施設	内容
管理事務所	・現状の事務所の面積（248㎡）と同規模の面積（250㎡）とします。
組合事務所	・組合事務所を集約する協議を進めており、現状の事務所の面積（163㎡）を半分の面積（80㎡）とします。
警備室	・現状の居室の面積（17㎡）と同規模の面積（17㎡）とします。

(4) 施設規模のまとめ

検討した施設規模（面積）について、以下に整理します。

表 13-1 施設規模一覧

施設		現施設 (㎡)	経営戦略 (㎡)
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	785	790
	加工所	75	600
	小計	2,541	2,730
管理事務所		248	250
組合事務所		163	80
警備室		17	17
合計		7,335	5,957

また、経営展望時と経営戦略時の検討結果を、以下に示します。

表 13-2 卸売場の規模

(単位：㎡)

区分	現在の規模	経営展望時上限値 (平成 31 年 4 月)	経営展望時下限値 (平成 31 年 4 月)	経営戦略
青果部	3,681	3,200	2,800	2,100
水産物部	1,201	1,200	900	900

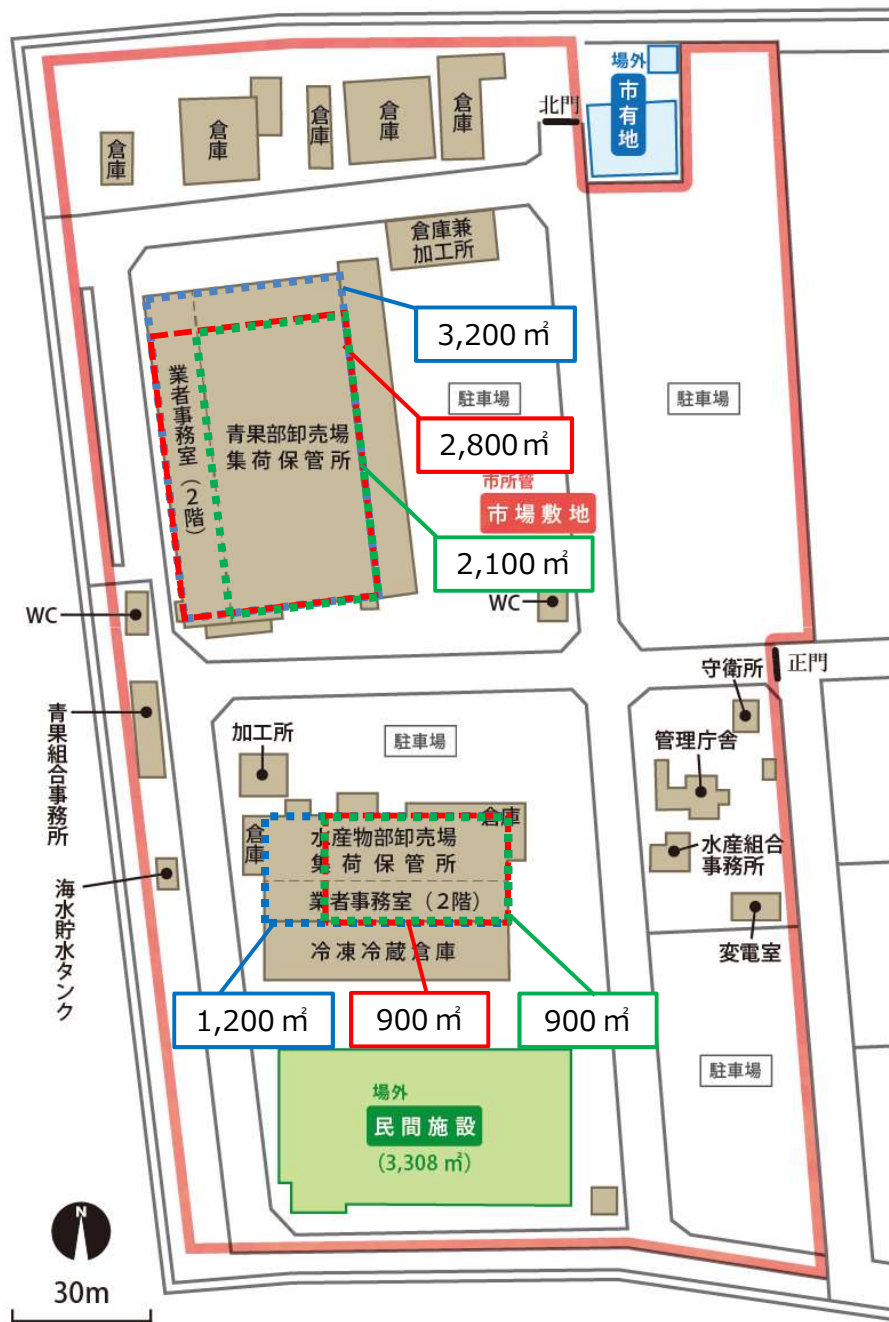


図 13-1 現状の敷地図

13.2.3. 必要な駐車場規模

必要な駐車場の台数は、両卸売業者との協議を踏まえ、以下とします。

表 13-3 必要な駐車場台数一覧

施設	内容
青果部	・青果部に必要な駐車場台数は、集荷・出荷が集中する時間帯に市場に滞留する台数とし、10tトラック 3 台、4tトラック 10 台、2tトラック 11 台、普通車 8 台としました。
水産物部	・水産物部に必要な駐車場台数は、集荷・出荷が集中する時間帯に市場に滞留する台数とし、4tトラック 8 台、2tトラック 7 台、普通車 20 台としました。
従業員・管理者	・青果部の従業員用の駐車場台数は 40 台、水産物部は 32 台とします。 ・組合事務所と管理事務所の駐車場台数は、両施設あわせて 20 台とし、合計で 92 台以上を確保します。
賑わい施設	・現在の飲食店（民間の海鮮食堂）等の駐車場台数が 100 台であり、新たな賑わい施設は現在より規模が大きくなるため、2 倍の 200 台以上を確保します。

13.3. 整備場所の検討

13.3.1. 想定する整備パターン

新たな市場を整備する整備方法としては、現在の施設が耐震基準を満たしていないため、「現地での建替え」と「新たな場所での建替え」の2つのパターンを検討しました。

表 13-4 想定する整備パターン

整備パターン	内容
現地での建替え	<ul style="list-style-type: none">・既存施設での卸売業者の営業を継続しながらの現地建替えとなります。・現在の駐車場等のスペースに新たに施設を建設しながらの整備（ローリング整備）を進めることになります。
新たな場所での建替え	<ul style="list-style-type: none">・現地とは別の新たな場所での建替えとなります。・新たに市場を整備する立地場所の検討が必要になります。

13.3.2. 整備候補地でのゾーニング検討

「現地での建替え」と「新たな場所（旧市役所跡地）での建替え」について、施設整備に必要な規模が候補地に納まるか否かの検討を行いました。

その結果、施設整備に必要な規模（施設、駐車場）は、両候補地ともに可能であることが確認できました。

(1) 現地での建替えゾーニング検討

項目	内容	
配置案		
整備の手順	<p>(手順 1) 現在の青果施設の東側の駐車場に、青果施設を整備します。 (手順 2) 現在の青果施設を解体・撤去後、水産物施設を整備します。 (手順 3) 現在の水産物施設を解体・撤去後、民活施設を整備します。</p>	
駐車場の配置	<p>駐車場① 駐車場② 駐車場③ 駐車場④ 駐車場⑤ 駐車場⑥ 備考</p>	<p>出荷時車両 (青果：10tトラック 3 台、4tトラック 10 台、2tトラック 11 台、普通車 8 台、水産物：4tトラック 8 台、2tトラック 7 台、普通車 20 台)</p> <p>水産物従業員 (普通車 32 台)</p> <p>青果従業員 (普通車 40 台)</p> <p>民活等用地：普通車約 80 台 (組合施設用・管理事務所用 20 台、その他約 60 台※)</p> <p>民活等用地 (普通車約 60 台※)</p> <p>予備駐車場 (普通車約 90 台※)</p> <p>※の合計は約 210 台 (民間施設用)</p>
その他	<p>青果施設の倉庫、水産物施設の冷凍棟と加工所は民間による整備とします。</p>	

(2) 新たな場所（旧市役所跡地）での建替えゾーニング検討

項目	内容	
配置案	 <p>The diagram illustrates the proposed layout for the new facility on the former city hall site. It shows several buildings: a '青果施設' (Vegetable facility) and '水産物施設' (Seafood facility) at the top; a '加工所' (Processing plant) and '事務所' (Office) in the center-right; and a '事務所・倉庫' (Office/Warehouse) in the center-left. There are six designated parking lots (1-6) and a '予備駐車場' (Reserve parking lot). Other features include '冷蔵庫' (Refrigerated storage), '木更津警察署' (Matsuzaki Police Station), '荷捌き場' (Loading/unloading area), '管理施設・組合施設' (Management/Association facility), and '販わい施設' (Retail facility). A scale bar indicates 30m.</p>	
駐車場の配置	<p>駐車場①</p> <p>駐車場②</p> <p>駐車場③</p> <p>駐車場④</p> <p>駐車場⑤</p> <p>駐車場⑥</p> <p>備考</p>	<p>出荷時車両 (青果：10tトラック3台、4tトラック10台、2tトラック11台、普通車8台、水産物：4tトラック8台、2tトラック7台、普通車20台)</p> <p>民間施設（普通車約50台※）</p> <p>民間施設（普通車約30台※）</p> <p>民間施設（普通車約130台※）</p> <p>普通車約100台（青果従業員用40台、水産物従業員用32台、組合施設・管理事務所用20台、その他約8台）</p> <p>予備駐車場50台【将来的には倉庫敷地を想定】</p> <p>※の合計は約210台（民間施設用） ・青果施設の屋上に、青果及び水産物の従業員、組合施設・管理事務所の駐車場（約100台）を確保します。 ・販わい施設の規模によって駐車場（来客用、従業員用）が不足する場合は駐車場④の立駐化を想定します。</p>
その他	<p>・青果施設の倉庫、水産物施設の冷凍棟と加工所は民間による整備とします。</p>	

13.3.3.新たに整備する候補地の評価結果

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箇所で比較検討を行いました。

評価は、「木更津市公設地方卸売市場経営戦略策定に伴う検討会議」の各委員が、「現在地」と「旧市役所跡地」の項目ごとに、評価が高い方に○、低い方に△を付け、それを集計した結果、○の数が多い方を○に、少ない方を△にしました。

その結果、新たな施設の整備場所は、アクセシビリティや耐震性能の早期確保、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。

重要度 緊急度	No	評価項目	現在地	評価	旧市役所跡地	評価
高 	1	市の財政負担	施設整備費にかかる元利償還費 2,652 百万円の 1/2。 営業費用は市役所跡地と同額。	△	施設整備費にかかる元利償還費 2,338 百万円の 1/2。 (加えて、現在地の跡地売却費を見込める。) 営業費用は現在地と同額。	○
	2	卸売業者の負担(年)	青果：35 百万円 水産：24 百万円 合計：59 百万円	△	青果：23 百万円 水産：15 百万円 合計：38 百万円	○
	3	耐震性能の確保の観点からの建設工期	既存施設を利用しながらの現地建替えとなることから、新施設の建設期間は通常の建設期間より概ね 1 年程度長くなる。	△	新施設の建設期間は通常の建設期間である。	○
	4	整備計画に係る施設用地の確保	敷地面積は 32,000 m ² (旧食品卸売センター除く)。 ① 本来機能、賑わい施設及び加工所等の補完機能を敷地内に配置可能。 ② 必要駐車台数を平面式で確保可能。 ③ 賑わい施設の面積をより大きく確保できる可能性がある。	○	敷地面積は 23,500 m ² 。 ① 本来機能、賑わい施設及び加工所等の補完機能を配置可能。 ② 必要駐車台数の確保のために屋上駐車場が必要である(屋上駐車場は従業員用として想定しているため、利用者への影響はない)。 ③ 賑わい施設の面積は現在と同程度を確保することができる。	△
	5	アクセシビリティ	① 3 か所から敷地内への進入が可能だが、そのうち 2 か所のアクセス道路は幅員が狭く関係車両がすれ違うことができない。 ② イベント(市場まつり等)の際、県道 90 号線からの主要アクセス道路に渋滞が発生している。新市場整備後の賑わい施設利用者が増加した際の周辺交通状況への影響が懸念される。 ③ 県道 90 号線からの主要アクセス道路の幅員が狭いため、将来的に加工施設が完成した際に、大型車両が進入しにくい。	△	① 東西方向の主要道路(片側 2 車線の市道)に面し、かつ、南北方向の主要道路(県道 90 号)にも近接している。 ② 上記①より、イベント時や利用者増加時の渋滞発生の可能性が低い。 ③ 前面道路の幅員が十分であるため、将来的に加工施設が完成した際に、大型車両が進入しやすい。	○
	6	将来的な敷地活用	敷地内で将来的な施設・設備の増築等が可能である。	○	将来的な施設・設備の増築等の用地として、周辺敷地の活用の可能性がある。	△
	7	賑わい施設の立地	現在地での認知度は高いが、主要道路と、周辺の民間収益施設のアクセス道路のいずれにも面していない。	△	主要道路(片側 2 車線の市道)に面して視認性が良く、周辺の民間収益施設のアクセス道路にも面し回遊性が期待できる。	○
	8	現施設の利用制限と車両動線への影響	既存施設を利用しながらの建替えとなることから、再整備期間中の既存施設の利用制限は少ない見込みだが、市場関係者用の車両動線への影響が見込まれる。	△	別敷地での建替えとなることから、再整備期間中の既存施設の利用制限と、市場関係者用の車両動線への影響がない。	○
	9	災害リスク	ハザードマップでの津波浸水・高潮浸水が概ね 1メートル以上 3メートル未満である(堤防の高上げ工事を令和 5 年要望済み)。	△	ハザードマップでの津波浸水・高潮浸水が概ね 1メートル未満である。	○
	10	まちづくりへの貢献	「木更津市中心市街地活性化基本計画」の中心市街地に位置付けられている。	△	「木更津飛行場周辺まちづくり基本計画」の重点地区に位置付けられている。	○
	11	再整備の移転の容易性	現敷地内での移転(引っ越し)である。	○	現敷地から別敷地への移転(引っ越し)が必要となるが近距離である。	△
総合評価			—	△	—	○
配置案				—		—

13.3.4.整備場所の概要

新たな市場を整備する場所は、「旧市役所跡地」となりました。

更に、卸売業者へのヒアリングや賑わい施設の利用者の歩行者動線や、市場関係者の車両動線を改善し、配置案は以下となりました。

表 13-5 整備場所（旧市役所跡地）の概要

項目	内容	
配置案		
駐車場の配置	駐車場①	出荷時車両 （青果：10tトラック 3 台、4tトラック 10 台、2tトラック 11 台、普通車 8 台、水産物：4tトラック 8 台、2tトラック 7 台、普通車 20 台）
	駐車場②	民間施設（普通車約 40 台※）
	駐車場③	民間施設（普通車約 160 台※）
	駐車場④	普通車約 100 台（青果従業員用 40 台、水産物従業員用 32 台、組合施設・管理事務所用 20 台、その他約 8 台）
	駐車場⑤	普通車約 30 台
	備考	※の合計は約 200 台（民間施設用） ・青果施設の屋上に、青果及び水産の従業員、組合施設・管理事務所の駐車場（約 100 台）を確保します。 ・賑わい施設の規模によって駐車場（来客用、従業員用）が不足する場合は駐車場③の立駐化を想定します。
その他	・青果施設の倉庫、水産物施設の冷凍棟と加工所は民間による整備とします。	

13.4. 販わい施設の整備方針

房総産の食材が集まる機能や、アクアライン・大型商業施設に近接する地の利を生かし、敷地内に販わい施設を整備します。

販わい施設は、卸売市場で取り扱う新鮮でおいしい食材を提供するとともに、視覚に訴える最新のデジタルツールも活用しながら、卸売市場の取扱量の拡大や地域の活性化に貢献する施設とします。



(1) 市場直結ダイニング

卸売市場の食のプロによって目利きされた、房総半島ならではの有機野菜や地魚などここでしか味わえない新鮮でおいしい食材を誰でも気軽に購入・飲食できる施設とします。

- ・ 卸売市場から食材を仕入れることを基本とし、卸売市場の取扱量の拡大に貢献します。
- ・ 地域のみならず首都圏や海外観光客を含めたたくさんの人が房総産の食材を体験できる機会を増やし、販路拡大を目指します。



(2) 食の情報発信センター

食材を購入・飲食できるだけでなく、おいしく味わえるたくさんの情報を発信する施設とします。

- ・ 食材の産地や生産者のこだわり情報、販売店などを、例えば、大型液晶モニターや QR コード、SNS などのデジタルツールで発信します。
- ・ イチゴ狩りや観光農園等の情報も発信し、周辺観光へ誘導します。
- ・ 房総産食材の消費量や取引量 (BtoB^{※1}、BtoC^{※2}) を増加させ、生産者～卸売市場～飲食店・小売店がともに稼げるサイクルを生み出します。

※1 BtoB (Business to Business) : 企業間取引のこと

※2 BtoC (Business to Consumer) : 消費者を対象とした取引のこと



(3) 地域活性化ステーション

おいしい体験やこだわり情報はにぎわい施設内で完結させず、駅から内港地区や築地地区の周遊はもとより、木更津市内や房総半島全体へ拡大させる施設とします。

- ・ 定期的なイベントなどの開催、例えば、木更津市内や房総の飲食店・小売店によるポップアップストアの出店等を行います。
- ・ 地域通貨アクアコインの登録・チャージ機能による地域消費を拡大します。



13.5. 概算事業費

「旧市役所跡地」に整備する場合の概算事業費は以下のとおりです。「13.3.4.整備場所の概要」に記載する配置案の施設規模に基づき算定しています。

建設工事費等の財源として交付金と地方債を財源として見込む場合、交付金の額は約 1.2 億円、地方債の利子は約 3.1 億円となります。

地方債の利子を含む概算事業費は約 24.6 億円となります。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。

事業にかかる費用の財源は、「地方公営企業繰入金について（総務副大臣通知）」に基づき、国からの交付金（農林水産省）等を除いた元利償還金の 1/2 に市一般会計からの繰入金を、残りの 1/2 は卸売業者や組合からの売場使用料等を見込みます。

なお、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。

表 13-6 概算事業費の概要

項目	金額	主な内容
建設工事費	1,575,008 千円	卸売場や事務所、屋上駐車場等の工事費 ・省エネ化に必要な費用を含む。 ・耐震性能確保のための杭工事費用（支持層まで）を含む。 ・荷捌き場や屋上駐車場までのスロープ設置費用を含む。
外構工事費	284,608 千円	外構整備にかかる工事費 ・各種インフラ引込にかかる費用を含む。 ・10tトラックの通行を配慮した耐圧舗装にかかる費用を含む。 ・構内雨水排水設備や駐車場舗装、フェンス設置等の費用を含む。
解体工事費	137,001 千円	既存施設の解体及び撤去、処分にかかる工事費
調査設計費	161,478 千円	測量、基本設計、実施設計、地盤調査、工事監理
地方債利子	306,734 千円	償還期間 30 年、据置期間 5 年、元利均等償還、利率 1.5%
合計	2,464,829 千円	

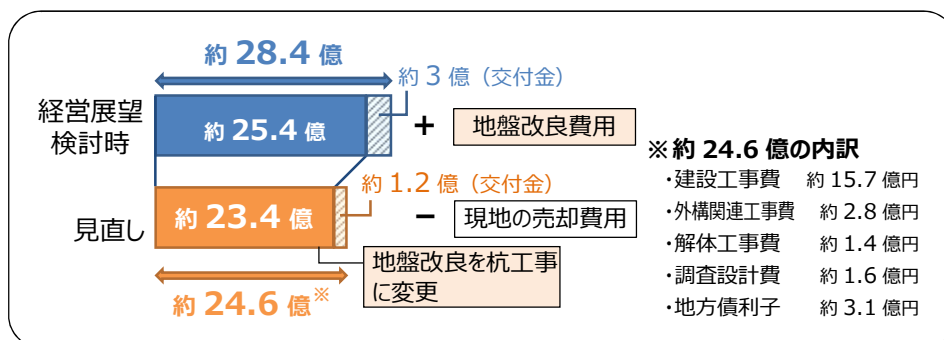


図 13-2 概算事業費の見込み

13.6. PPP (PFI 等) 導入可能性調査

卸売市場の再整備事業においては近年、民間の創意工夫による財政負担の軽減や公共サービスの向上の実現を目指し、PFI (Private Finance Initiative の略称で、民間の資金とノウハウを活用し、設計・建設・維持管理・運営等を一括で発注し、コスト削減を図る手法で、PPP の 1 つ) を始めとした PPP (Public Private Partnership の略称で、官と民が連携して公共サービスの提供を行うスキームであり、PFI や指定管理者制度、リース等の手法の総称) 手法を導入した事例が見受けられます。

そこで、PPP 手法のなかから、卸売市場の再整備において導入可能性のある手法を検討しました。

検討は、複数の評価指標に基づく導入可能性の検討を行ったうえで、民間の意向調査において検討の妥当性を確認し、民間の意向も考慮したうえで評価を行いました。

13.6.1. 導入可能性のある事業手法の抽出

卸売市場の再整備に導入可能性のある PPP 手法を抽出しました。

なお、卸売市場法の規制緩和により民間主体の食品流通が可能となりましたが、昨今の気候変動等における域内農水産品の安定した流通・供給 (価格の適正化) のためには、公益的役割が大きいと考えられます。

そのため、再整備後においても、卸売市場の開設者は現状と同じ市とし、公設卸売市場としての役割を当面は継続して担っていくことから、民営化については今回の検討の対象外としました。

表 13-7 導入可能性のある事業手法の概要

区分	概要	市と事業者の役割分担					導入事例
		設計 建設	維持 管理	運営	資金 調達	施設 所有	
従来手法	施設の設計と施工を個別で発注し、設計及び施工を行う方式。維持管理・運営については、市直営及び民間委託により実施する。	市 (委託等)	市 (委託等)	市 (委託等)	市		成田市等 多数
DB+O	施設の設計・施工を一括で発注し、維持管理・運営を指定管理者等で別途発注する。 ※D:Design(設計)、B:Build(建設)、O:Operate(維持管理・運営)の略称	民間	市 (委託等)		市		鳥取市
DBO	施設の設計・施工・維持管理・運営を一括して発注する。※略称は DB+O と同様	民間			市		—
P F I	BTO	民間			市		神戸市
	BOT	民間			民間 事業終了後 公共		—
	BOO	民間					—
リース	事業者が施設の設計建設を行い、事業者が所有する施設を市が賃借し、維持管理・運営を別途民間委託等により行う。	民間	市 (委託等)		民間		富山市

13.6.2. 事業手法の導入可能性の検討

導入可能性のある事業手法の検討は、13.6.1 で抽出した事業手法を複数の指標を用いて評価しました。

(1) 評価指標の設定

評価指標は、事業手法の特徴を考慮し、次の3つを設定しました。

指標1 有利な財政支援策の活用

卸売市場の再整備には、20億円以上の工事費等を要する見込みです。

財政負担の軽減に資する財政支援措置を活用可能な手法を選定します。

指標2 安定的な市場運営

現在の卸売業務の運営は、青果部、水産物部ともに、卸売企業が長年にわたり担っており、仕入れと販売のネットワークを構築しています。

再整備後もこれらのネットワークが活用でき、安定的な市場運営に資する手法を選定します。

指標3 運営者の目線を反映した施設設計

運営がしやすい卸売市場とするためには、再整備後の人、車両、モノの動線等を考慮した動線計画など、運営者の目線を取り入れた施設の設計が重要です。

卸売市場の設計時において、運営者の意見や要望を反映しやすい手法を選定します。

(2) 評価結果

評価指標に基づく事業手法の評価の結果、抽出した手法のうち、DB+O、DBO、PFI及びリースは導入可能性が低く、従来手法が適していると評価をしました。

なお、賑わい施設の整備手法については、別途検討をしました。

表 13-8 導入可能性の評価

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

指標1 有利な財政支援策の活用

卸売市場の再整備にかかる財源には、公営企業債を活用します。

公営企業債の償還期間は30年であることから、財政支出の平準化が可能であるとともに、他の支援措置を見込める可能性があることから、市の負担の軽減に寄与できます。

そのため、公営企業債と比較して利率が高く、他の支援措置も見込めない民間資金を活用するPFI及びリースの導入可能性は低いと評価しました。

指標 2 安定的な市場運営

再整備後の卸売業務の運営は、現状と同じ卸売業者が担うことを検討します。

卸売企業が長年にわたり構築してきた仕入れと販売のネットワークを継続し、安定的な市場運営につながります。さらに、卸売市場の管理運営に対して指定管理者制度を導入し、運営の更なる効率化につなげることも検討します。

そのため、他の企業が卸売市場の運営に関与する DBO、PFI 及びリースの導入可能性は低いと評価しました。

【参考】

PFI を導入した神戸市の事例においては、対象施設は事務所や関連事業者の店舗等であり、青果棟や水産棟等の卸売市場の本来施設については対象外です。

リースを導入した富山市の事例においても、卸売市場の運営については市による直営とし、事業範囲には含まれておりません。

神戸市及び富山市の事業は、いずれも入札参加者（応募者）は 1 者でした。

指標 3 運営者の目線を反映した施設設計

再整備にかかる卸売市場の設計は、従来どおり実施することとします。

卸売市場の設計時において、再整備後の卸売市場を運営する者の意見や要望を設計へ柔軟に反映することで、運営しやすい卸売市場の整備につながります。

そのため、卸売市場の配置・平面計画と建設費等の提案に基づき事業者と契約を締結し、契約締結後の配置・平面計画や建設費等の大きな変更が困難な DB+O、DBO、PFI 及びリースの導入可能性は低いと評価しました。

【参考】

DB を採用した鳥取市の事例は、施設整備費が 35 億円程度と事業規模が本事業よりも大きい事業です。また、現在の敷地内において市場運営を継続しながらのローリング工事を行うことが前提であることから、設計企業と建設企業のノウハウの活用を重視したものと考えられます。

(3) 賑わい施設の整備手法

賑わい施設の整備手法は、定期借地権方式の導入可能性が高いと評価しました。

賑わい施設については、卸売市場の本体施設とは異なり、公営企業債や他の支援措置が期待できず、また、導入する業態、施設の規模、配置等の施設計画や維持管理・運営の方法等は民間の提案の余地が高いと考えます。

そのため、賑わい施設の整備用地を事業者へ有償で貸し付け、資金調達とともに、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がります。

表 13-9 定期借地権の概要

区分	存続期間	目的	契約終了時の措置
一般定期借地権	50 年以上	用途制限なし	原則として建物を取り壊して土地を返還
事業用定期借地権	10 年以上 50 年未満	事業用建物所有に限る	原則として建物を取り壊して土地を返還
建物譲渡特約付借地権	30 年以上	用途制限なし	建物は地主が買い取る

【定期借地権方式のメリット】

- ・ 定期借地権方式とすることで、実施する民間事業の自由度が上がり多くの収益を見込めるほか、借地期間終了後は原則更地返還のため、将来の事業見通しをたてやすくなります。
- ・ 市が貸し付けた敷地上に自ら所有する建物で事業を実施するか、リース会社等を活用して建物を所有しないかについては、実施する事業者に委ねることで、それぞれの事業者の採算性に応じた提案を引き出すことが期待できます。

【今後の進め方】

- ・ 事業者の募集選定においては、卸売市場から品物を積極的に仕入れることを条件とするなど、市場全体で相乗効果を享受できる公募条件を検討します。
- ・ 賑わい施設の設置や規模等の詳細については、基本設計を進めながら再度民間へのヒアリング等を実施し、基本設計に適宜反映させることで、民間事業者が参入しやすい計画とします。

【先行事例】

定期借地権方式は、成田市及び宇都宮市の卸売市場でも採用されています。（成田市は令和 5 年 11 月に、宇都宮市は令和 6 年 3 月に優先交渉権者が決定予定）

13.6.3. 民間意向調査の結果

検討した事業手法の妥当性を確認することを目的として、民間企業に対する意向調査を行いました。

(1) 対象企業

市場整備における PFI 事業等の実績のある 6 社を対象としました。

表 13-10 調査方法

項目	内容
調査方法	Web 形式でのヒアリング
調査期間	令和 5 年 7 月
調査対象	市場整備における PFI 事業等の実績のある企業及びサウンディング調査で本事業に関心のある企業（計 6 社）

(2) 民間の意見

事業手法に関する民間企業の主な意見は次のとおりです。

民間企業の意見からも、卸売市場の整備は従来手法、賑わい施設は定期借地権方式とする検討結果は妥当と判断しました。

■ 卸売市場の整備手法に関する意見

□ 有利な財政支援策の活用（指標 1）に関する意見

民間資金の活用については、PFI を適用するには、事業規模がやや小さいとの意見がありました。

【民間企業の主な意見】

・民間資金を活用する PFI 事業は、応募にあたり相応の期間と手間を要する。今回の事業規模は PFI 事業とするにはやや小さい。

□ 安定的な市場運営（指標 2）に関する意見

事業範囲に維持管理・運営を含める手法を採用する場合には、運営を担う卸売業者が提案書の作成に参加することが必要であるが、卸売業者が公募に参加することは想定しにくいとの意見がありました。

【民間企業の主な意見】

・卸売業者が今の業者から変わらず、公募に参加しない場合は、維持管理・運営の視点を提案に取り入れるメリットが働きにくくなる。
・競争性を確保する観点からも、卸売業者は公募に参加しない方法が望ましい。

□ 運営がしやすい施設設計（指標 3）に関する意見

設計と工事、維持管理を一括して発注することのメリットはあるが、実際に施設を使用する卸売業者の意見を柔軟に反映させるためには、従来手法が適しているという意見もありました。

【民間企業の主な意見】

・市場施設においては、コールドチェーンや HACCP の考え方、細やかな動線計画等の設計条件について、実際に施設を使用する卸売業者の意見を反映させることが重要である。
・提案型発注の場合、施設の設計や運営等の細かい仕様・要件を入札条件として明確に規定しないため、卸売業者の運営や要望を細やかに反映するためには、従来方式が適していると考えられる。

■ 賑わい施設の整備手法に関する意見

賑わい施設の整備手法としては、民間提案の自由度が高い、定期借地権方式が適当との意見が複数ありました。

(民間の主な意見)

- ・民間の独立採算型の事業として実施するのであれば、施設の設計や運営等にかかる民間の自由度が高い定期借地権方式が適している。
- ・イオンモールや道の駅との競合や、土日の渋滞発生の可能性はあるが、イオンモールが近くにあることやアクアラインの広域集客の特徴もあり、立地に問題はない。

13.6.4.事業スキーム（案）

上記での検討結果をもとに、卸売市場の整備の事業スキーム（案）は次のとおりとします。

- ① 市場施設の設計及び施工は従来手法とし、それぞれを個別に発注します。
- ② 市場施設の維持管理は市が担い、必要に応じて指定管理者制度等の導入を検討します。
- ③ 加工所については、今後も引き続き卸売業者が担うことができるかの検討も含め、施設整備とは別に発注するものとします。
- ④ 賑わい施設についても、施設整備とは別に発注するものとします。今後基本設計を進めていく段階で再度民間事業者ヒアリング等を実施して適宜設計に反映させることで、民間が参入しやすい設計計画とします。（賑わい施設の規模や進入経路の詳細など）
- ⑤ 個別発注の場合においても、相乗効果を生むような提案を促す公募条件等の設定が必要です。

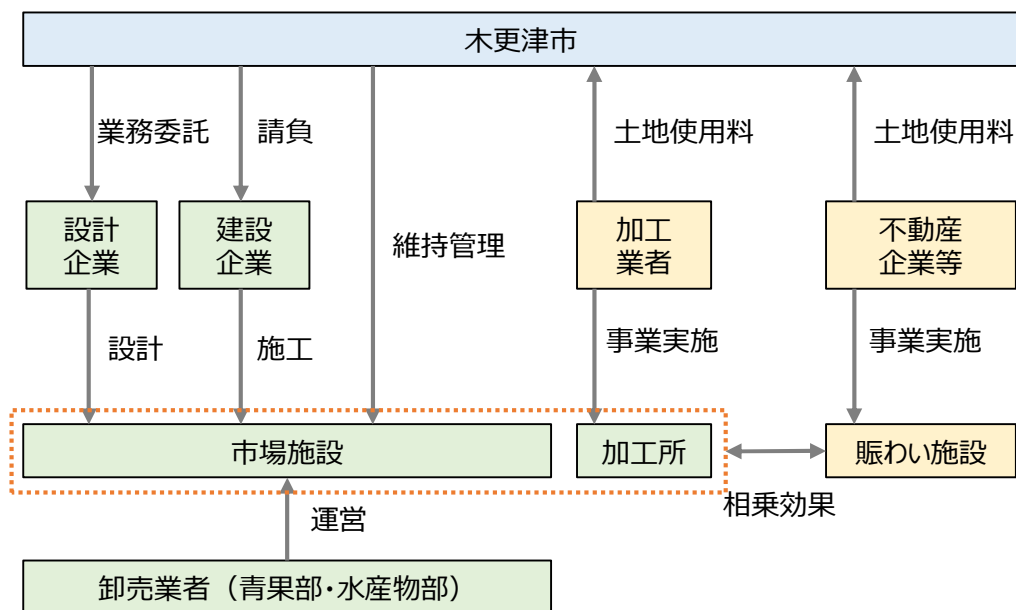


図 13-3 事業スキーム図

(1) 事業者の公募方法

賑わい施設の公募においては、公募型プロポーザル等の民間提案を受け付けやすい公募方法の採用を検討します。

■ 公募条件

賑わい施設の公募にあたっては以下の様な条件を設定し、市場再整備の目的に沿った提案を受け付けることを検討します。

- ① 事業コンセプトを実現するための機能を必ず導入すること。
- ② 木更津市場から食材を仕入れ、市場関係者と連携して「食」に関する事業を展開すること。
- ③ 事業期間を通して市場の活性化につながる事業を展開すること。

■ 審査項目（案）

公募の審査においては、事業コンセプトを実現できる内容に対する提案を評価し、より優れた提案を引き出すことを検討します。

提案内容審査	事業コンセプト、実施体制、収支計画、リスク管理計画等
	施設計画、動線計画、工程計画等
	管理運営計画、地域貢献等
提案価格審査	より高い借地料を提案しているかどうか

13.7. 事業化に向けたシミュレーション（案）

卸売市場の整備にかかる事業化に向けたシミュレーション（案）は次のとおりとします。
 令和6年度からの3年間の準備期間を経て、設計、建設を進め、供用を開始します。
 なお、シミュレーション（案）は変更する場合があります。

- ① 経営戦略策定後に3年間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や都市計画に関する手続き等に必要な期間を確保します。
- ② 準備期間後に基本設計を開始します。基本設計中に再度民間事業者へのヒアリングを実施し、賑わい施設の事業実施に必要な条件等を再確認し、配置計画へ適切に反映させます。
- ③ 基本設計終了後に実施設計を行います。並行して賑わい施設等の公募を実施し、建設工事を開始します。
- ④ 市場施設及び賑わい施設を同時に供用開始します。

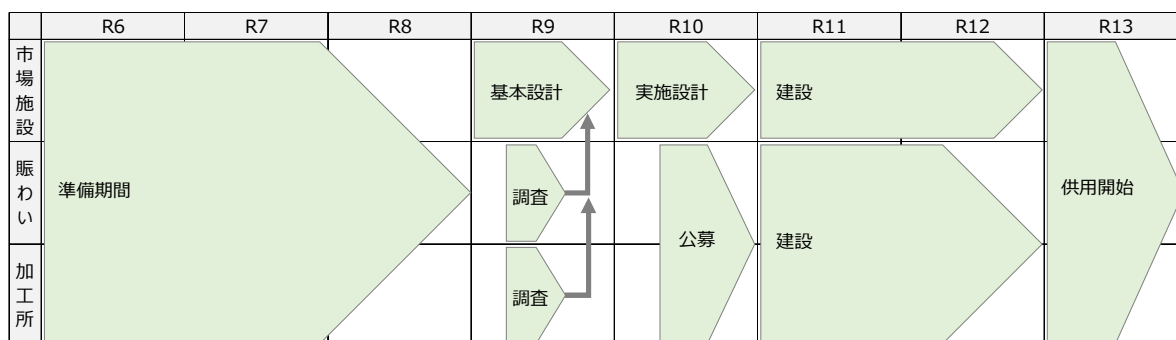


図 13-4 事業化に向けたシミュレーション（案）

14. 財政収支計画

木更津市場の現在の経営状況に配慮し、将来の取扱高及び使用料収入の見通しを検討しました。その結果を踏まえ、収支計画を以下ととおり整理しました。

14.1. 現在の経営状況

取扱高及び売上高の推移と経営状況を以下に示します。

表 14-1 取扱高及び売上高

	年度	野菜	果実	水産物	肉類・鳥類・卵類	その他	合計
	年間取扱高 (t)	令和 2 年度	12,037	3,359	1,819	－	79
令和 3 年度		12,000	3,154	1,916	－	71	17,141
令和 4 年度		10,507	3,060	1,960	－	102	15,629
	年度	野菜	果実	水産物	肉類・鳥類・卵類	その他	合計
	年間税込売上高 (百万円)	令和 2 年度	2,382	962	1,640	－	59
令和 3 年度		2,330	928	1,850	－	128	5,236
令和 4 年度		2,195	952	1,994	－	51	5,193

出典：令和 2 年度、令和 3 年度；市町村公営企業決算概要（千葉県）、令和 4 年度；木更津市

表 14-2 経営状況

項目	年度	令和 2 年度	令和 3 年度	令和 4 年度
収益的収支比率		100.0%	100.0%	100.0%
経費回収率		43.7%	38.6%	30.4%
他会計繰入金比率		25.7%	32.8%	34.5%
企業債残高対料金収入比率		0%	0%	0%

※令和 4 年度の比率は事業の繰り越しを考慮しています。

(1) 収益的収支比率

「収益的収支比率」は、総費用と地方債償還金を含めた収益的収支の状況を把握するための指標であり、高いほうが良い比率です。本市では、100%となっていますが、これは使用料収入で補えない分を一般会計からの繰入金に頼っており、繰入金は総収益の約 3 割を占めています。

非適 $\frac{\text{総収益}}{\text{総費用} + \text{地方債償還金}} \times 100$

(2) 経費回収率

「経費回収率」は、主たる営業収益で必要な経費等を回収できているかを図る指標で、100%に近い数値が良い比率です。本市では、使用料収入が減少しており、約 3～4 割となっています。

非適 $\frac{\text{料金収入} + \text{その他営業収益}}{\text{営業費用} + \text{営業外費用} + \text{地方債償還金}} \times 100$

(3) 他会計繰入金比率

「他会計繰入金比率」は、他会計からの繰入金への依存度を示す指標であり、数値が低いほうが良い比率です。総務省基準では 30%となっており、本市では繰入金が約 3 割です。

非適 $\frac{\text{繰入金}}{\text{総費用} + \text{地方債償還金}} \times 100$

(4) 企業債残高対料金収入比率

「企業債残高対料金収入比率」は、料金収入に対する企業債残高の割合を示す指標であり、数値が低いほど良い比率です。本市では現在、企業債残高が無いため、比率は0%です。

非適 $\frac{\text{企業債残高}-\text{一般会計等負担額}}{\text{料金収入}} \times 100$

14.2. 将来の事業環境

14.2.1. 取扱高の見通し

(1) 青果部

青果部の取扱高は減少傾向が続いており、令和4年度の実績は、平成25年度の7割程度の32.0億円でした。

今後は、取組みを開始した有機野菜や規格外野菜の取扱い、加工・冷蔵による出荷商品の平準化（旬の時期以外でのニーズ対応）を図る等の効果を見込み、令和6年度から令和8年度の3年間は令和4年度実績の32.0億円で現状維持する計画とします。その後は、目標取扱高40.1億円の令和15年度での達成に向け、取扱高を毎年度増加させる計画とします。

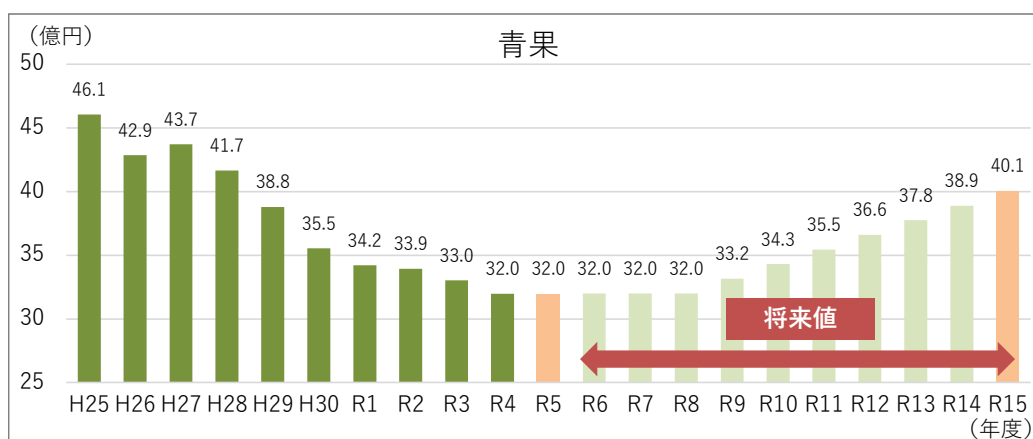


図 14-1 取扱高の見通し（青果部）

(2) 水産物部

水産物部の取扱高は、令和2年度から令和4年度にかけて増加傾向にあります。

令和6年度は令和4年度の19.9億円を維持し、その後は、これまでの養殖魚の加工だけでなく、新たな鮮魚の加工の取扱いの増加等の更なる効果を見込み、目標取扱高24.0億円の令和15年度での達成に向け、取扱高を毎年度増加させる計画とします。

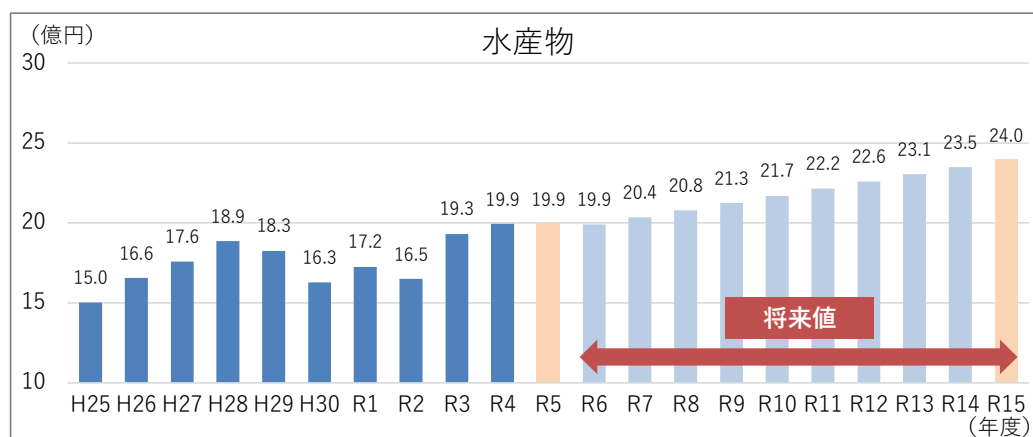


図 14-2 取扱高の見通し（水産物部）

14.2.2. 使用料収入の見通し

(1) 市場使用料

「地方公営企業繰入金について（総務副大臣通知）」に基づき、営業費用の 3/10 は市一般会計からの繰入金を見込み、残りの 7/10 は市場使用料を見込みます。

新施設を運用開始する令和 13 年度には、市一般会計からの繰入金を基準内に抑制するため、取扱高に対する使用料割合を現状 0.25%から 0.26%に見直す計画とします。

加えて、市場使用料は取扱高の増加にあわせた増額を見込みます。

(2) 売場使用料・事務室使用料・土地使用料

売場使用料・事務室使用料・土地使用料は、新施設の運用開始前の令和 12 年度までは現状と同額を見込みます。

運用を開始する令和 13 年度には、「地方公営企業繰入金について（総務副大臣通知）」に基づき、施設整備費に係る地方債の元利償還金の 1/2 は市一般会計からの繰入金を見込み、残り 1/2 は売場使用料等とし、単価を見直して増額を見込みます。

(3) 賑わい施設にかかる土地使用料

新施設の運用開始後の令和 13 年度以降は、賑わい施設からの借地料収入を毎年度見込みます。

14.2.3. 施設及び組織の見通し

(1) 施設の見通し

「13.3.4. 整備場所の概要」に記載した配置案の施設規模に基づき、設計、建設を進め、令和 13 年度を目途に供用を開始する計画を想定します。

(2) 組織の見通し

卸売業者は、人材の適材適所による効率的な組織体制の構築に努めるとともに、営業に特化した専門部門を設けるなど、更なる営業展開を図る組織づくりに努めます。

買受人（組合）は、青果部の 3 組合を 1 つの組合を統合するなど、組織の集約化を図ります。なお、水産物部の 1 組合は現状維持とします。

市は、現状の市場職員数を維持しつつ、市場の再整備後は、業務効率化を図るため、指定管理の導入を検討し、職員数の見直しを図ります。

14.3. 投資・財政計画（案）

- ・ 経営戦略策定後に 3 年間の準備期間を確保したのち、令和 9 年度に新施設の基本設計を開始します。建設工事が完了し、新施設の完成は令和 13 年度の想定です。
- ・ 卸売市場の再整備にあたっては、新施設の整備費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みます。
- ・ 新施設の整備費にかかる起債の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、安定的な経営を行います。
- ・ 令和 11 年度に建設完了のため、据置期間が終了する令和 17 年度以降から整備費全体に係る起債の元利償還がはじまります。
- ・ 令和 13 年度から令和 16 年度は起債償還の据置期間のため、収支黒字の計上を見込んでおり、施設完成 20 年後（令和 33 年度）を目安に実施する大規模修繕等の費用のための基金として積み立てる想定です。
- ・ 収支計画には含めていませんが、既存施設跡地の売却費用は起債の繰上償還に充てる想定です。
- ・ 支出に見合った収入の計画とすることで、新施設の運用後は市の一般会計からの基準外繰入金を抑制できる見込みです。

表 14-3 収支計画

単位:千円

	前々年度 (決算)	前年度 (決算)	本年度 (予算)	準備期間	準備期間	準備期間	基本設計	実施設計	建設	建設解体	供用開始 運営1年目	運営2年目	目標達成 運営3年目
	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
営業収益	49,405	60,818	66,861	67,729	67,842	67,954	68,354	68,754	69,730	70,146	88,264	88,680	89,096
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
施設使用料※1	15,258	15,273	15,244	15,244	15,244	15,244	15,244	15,244	15,244	15,244	32,946	32,946	32,946
市場使用料※2	13,091	12,982	12,107	12,975	13,088	13,200	13,600	14,000	14,976	15,392	15,808	16,224	16,640
その他※3	21,056	32,563	39,510	39,510	39,510	39,510	39,510	39,510	39,510	39,510	39,510	39,510	39,510
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※4	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
前年度繰越金	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
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※5	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
うち職員給与費	20,262	20,418	27,879	27,879	27,879	27,879	27,879	27,879	27,879	27,879	10,299	10,299	10,299
うち業者電気代	20,973	32,012	39,445	39,445	39,445	39,445	39,445	39,445	39,445	39,445	39,445	39,445	39,445
営業外費用※6	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※7	0	0	0	0	0	0	77,094	62,714	940,643	1,077,644	0	0	0
地方債償還金(元金)※8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,966
地方債償還金(利子)	0	0	0	0	0	0	0	886	1,514	14,966	30,474	15,544	15,544
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	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

【用語の解説】

※1	施設使用料	売場使用料、事務室使用料及び土地使用料
※2	市場使用料	使用者が取扱高に応じて支払う使用料
※3	その他（営業収益）	施設使用者から徴収する電気代やその他の収入
※4	一般会計繰入金	営業費用や建設改良費などの収支にかかる一般会計からの繰入金
※5	営業費用	市場の管理・運営に必要な費用（人件費や委託料、光熱水費等）
※6	営業外費用	市場の管理・運営にかかる公課費（消費税）
※7	建設改良費	施設整備にかかる設計調査費や建設工事費など
※8	地方債償還金	借り入れた地方債の償還にかかる費用

14.4. 投資・財政計画の策定にあたっての説明

14.4.1. 収支計画のうち投資について

(1) 目標

- ・現在の卸売市場は、老朽化が進んでおり、耐久性能も不足していることから、建替えによる再整備を行います。再整備にあわせてコールドチェーン化や HACCP 対応への取組み等を実施します。
- ・再整備にあたっては、現状の施設規模を縮小（現状：7,335 m²⇒計画：約 6,000 m²）し、将来的な取扱高を踏まえた適正規模の施設を整備します。
- ・敷地内に賑わい施設を誘致し、市場の活性化を図るとともに、借地料等の新たな収入により持続可能な市場経営を目指します。（敷地面積約 6,600 m²）
- ・加工機能を強化して付加価値を向上させ、取扱高を増加させるための施設の整備に必要な用地を確保します。（現状：約 200 m²⇒計画：約 600 m²）

(2) 概算事業費

- ・再整備にかかる概算事業費は約 21.6 億円を見込みます。
（建設工事費：約 15.7 億円 外構関連工事費：約 2.8 億円 解体工事費：約 1.4 億円
調査設計費：約 1.6 億円）

14.4.2. 収支計画のうち財源について

(1) 目標

- ・卸売市場の再整備にあたっては、施設整備費にあわせて売場使用料、事務室使用料及び土地使用料単価を見直し、卸売業者等へ適切な負担を求めます。
- ・取扱高の増加による市場使用料（売上高割）の増収を目指すとともに、割合を見直すことで、卸売業者へ適切な負担を求めます。
（令和 15 年度の目標取扱高 青果：32.0 億円(令和 4 年度)⇒40.1 億円(令和 15 年度)
水産：19.9 億円(令和 4 年度)⇒24.0 億円(令和 15 年度))
（市場使用料割合 現状：0.25%⇒計画：0.26%）
- ・賑わい施設にかかる借地料を営業費用に充当し、持続可能な市場運営を目指します。
- ・上記の取組みにより、一般会計からの繰入金については、「地方公営企業繰入金について（総務副大臣通知）」の基準内において受け入れることとし、使用料収入を基本とした安定的な財政運営を目指します。

(2) 施設整備にかかる財源の内容

a) 強い農業づくり総合支援交付金

農林水産省の対象となる施設整備については、交付要綱に基づき国庫補助金（対象事業費に対して補助率 1/3 以内）を見込んで算出しています。（約 1.2 億円）

b) 公営企業債

償還期間 30 年間（据置期間 5 年間）の元利均等償還により支出の平準化を図ります。

c) 既存施設跡地の売却益

既存施設跡地の売却費を見込みます。

14.4.3.収支計画のうち投資以外の経費について

(1) 営業費用

- ・ 営業費用とは、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）です。
- ・ 建替え後の営業費用は令和元年度～3年度の3か年の平均から算出しています。
(年間 46,832 千円 電気料込み：69,538 千円)
- ・ 指定管理者制度の導入を検討し、職員の適正配置により支出の削減を図ります。
(年間 10,000 千円程度の減額)

(2) 企業債利子

- ・ 公営企業債利子は利率 1.5%を想定し、算出しています。

14.4.4.今後検討予定の取組みの概要

(1) 民間活用

- ・ 賑わい施設の整備においては、民間の独立採算型の事業とし、民間ノウハウを活用した市場活性化を図ります。
- ・ 指定管理者制度の導入を検討し、効率的かつ効果的な施設管理を図ります。

(2) 使用料

- ・ 市場使用料については、取扱高の上昇及び割合の見直しによる増収を目指します。
- ・ 売場使用料、事務室使用料及び土地使用料については、再整備にあわせて単価を見直し、増収を図ります。

(3) 営業費用

- ・ 再整備にあわせて施設を省エネ化し、光熱水費の抑制を図ります。

15. 今後の進め方

15.1. 経営戦略の検証・見直し

経営戦略で定めた目標値（取扱高）を達成するため、毎年の取扱高の状況や卸売市場等の行動計画の実施状況を確認するなど、PDCA サイクルで評価・検証を行います。

また、経営戦略策定後、概ね 5 年後を目途に中間の見直しを行い、10 年後に経営戦略を改定するものとします。

15.2. 経営戦略の推進体制

経営戦略の推進体制については、経営戦略を策定するにあたって設置された「木更津市公設地方卸売市場経営戦略策定に伴う検討会議」を発展させ、新たに「（仮称）木更津市公設地方卸売市場経営戦略推進会議」を設置します。

推進会議は、毎年 1 回以上開催し、進捗管理を図ります。

16. 経営戦略検討会議

(1) 木更津市公設地方卸売市場経営戦略策定に伴う検討会議委員名簿

表 16-1 検討会議委員名簿

区分	所属団体	役職名	氏名	任期
卸売業者 (4名)	大一木更津青果(株)	取締役 顧問	大津 勝	令和4年10月4日 ~
		執行役員	関 益夫	令和4年10月4日 ~ 令和5年3月31日
		取締役	角井 美樹夫	令和5年4月1日 ~
	(株)木更津魚市場	CEO	荒井 潤一郎	令和4年10月4日 ~ 令和5年3月31日
		総務部長	吉田 一由紀	令和5年4月1日 ~
		経営企画室長	石井 美夏	令和4年10月4日 ~
買受人 (4名)	木更津青果商協同組合	理事長	鈴木 良次	令和4年10月4日 ~
	木更津総合食品協同組合	代表理事	和田 正美	令和4年10月4日 ~
	金港青果商協同組合	代表理事	東 守幸	令和4年10月4日 ~
	木更津鮮魚商協同組合	理事長	渡辺 昇	令和4年10月4日 ~
有識者 (2名)	産業創業支援センター らびBiz	センター長	瀬沼 健太郎	令和4年10月4日 ~
	千葉県農業協会 生産・販売促進部会	副会長	豊増 洋右	令和4年10月4日 ~
千葉県 (1名)	千葉県農林水産部 流通販売課	副課長	山口 敦	令和4年10月4日 ~ 令和5年3月31日
		副課長	萩原 邦彦	令和5年4月1日 ~
君津市 (1名)	君津市経済環境部 経済振興課	課長	小曾根 勝己	令和4年10月4日 ~ 令和5年8月31日
	君津市経済環境部	副参事 (事)農政課長	橋本 威	令和5年9月1日 ~
富津市 (1名)	富津市建設経済部 農林水産課	課長	立石 和則	令和4年10月4日 ~ 令和5年3月31日
		課長	小網代 昇	令和5年4月1日 ~
袖ヶ浦市 (1名)	袖ヶ浦市環境経済部 農林振興課	課長	川邊 孝昭	令和4年10月4日 ~
木更津市 (2名)	木更津市経済部	部長	佐伯 浩一	令和4年10月4日 ~ 令和5年3月31日
		部長	伊藤 昌宏	令和5年4月1日 ~
		次長	伊藤 昌宏	令和4年10月4日 ~ 令和5年3月31日
		次長	大岩 房之	令和5年4月1日 ~
事務局	木更津市経済部 地方卸売市場	市場長	高橋 雅子	令和4年10月4日 ~
		係長	露崎 和弘	令和4年10月4日 ~ 令和5年3月31日
		係長	高橋 邦彦	令和5年4月1日 ~

(2) 木更津市公設地方卸売市場経営戦略策定に伴う検討会議開催経緯

表 16-2 検討会議開催経緯

回数	日にち	時間	議題
1	令和4年 10月4日	13:30~	(1) 木更津市公設卸売市場経営戦略策定に伴う検討会議の設置について (2) 木更津市公設卸売市場経営戦略策定に伴う検討会議規約(案)について (3) 役員を選出について (4) 木更津市公設卸売市場経営戦略策定について ① 公設地方卸売市場の仕組みについて ② スケジュールについて ③ 各団体からの意見について ④ その他
2	令和4年 12月16日	13:30~	(1) 旧市役所跡地へ仮に移転した場合の現市場の跡地利用調査結果について (2) 内部環境と外部環境からの要因分析の中間報告について (3) 卸売市場(青果部、水産物部)の規模について (4) 広域連携について (5) 今後の予定について (6) その他
3	令和5年 1月24日	13:30~	(1) 市場の再整備場所の検討について(中間報告) (2) 卸売市場の規模について (3) 組合の建設規模について (4) ヒアリング結果(中間報告) (5) 今後の予定について (6) その他 ① 新規出荷者説明会の開催について ② 令和5年度市場まつりについて
4	令和5年 3月30日	13:30~	(1) 経営戦略策定に関する市場のあり方の検討について ① 「経営戦略」策定に関する内部環境外部環境の分析について ② 目標の設定について (2) 今後の予定について (3) その他 ① 市場まつりについて
5	令和5年 6月30日	13:30~	(1) 「経営戦略」について ① 「経営戦略」の概要(案)について ② 各市場関係者の行動計画(案)について ③ 建設場所の検討内容について ④ 建設候補地の比較表について (2) 今後の予定について (3) その他
6	令和5年 10月31日	10:30~	(1) 「経営戦略」の再整備基本計画について ① 再整備で導入する性能・機能について ② 施設規模の考え方について ③ 旧市役所跡地での配置案について ④ 賑わい施設の整備方針について ⑤ PPP(PFI等)導入可能性調査について ⑥ 概算事業費について ⑦ 事業化に向けたスケジュール(案)について (2) 財政収支計画について ① 取扱高の見通し ② 使用料収入の見通し ③ 投資・財政計画 (3) 今後の予定について (4) その他

木更津市公設地方卸売市場経営戦略

～地域の食の安定供給のために～

令和6年3月

発行：木更津市

〒292-8501 木更津市富士見1丁目2番1号

TEL：0438-23-7111（代表）