

明石市公設地方卸売市場のあり方検討 に向けた基礎資料

目次

I. 明石市場の概要と施設の状況

1. 卸売市場とは	
1.1 卸売市場の概要	2
1.2 兵庫県内に立地する卸売市場	3
2. 明石市場の施設概況	
2.1 施設の概況	4
2.2 都市計画の概要	7
2.3 都市・まちづくりの方針	8
2.4 災害危険度	11

II. 卸売市場を取り巻く環境の分析（外部環境の評価）

1. 食品流通を取り巻く社会環境の変化	
1.1 人口動向	14
1.2 生鮮食料品の生産動向	15
1.3 物流動向	17
1.4 食品小売業動向	20
2. 生産者・消費者のニーズ	
2.1 生産者ニーズ	22
2.2 消費者ニーズ	23
3. 明石市場（青果物、水産物）の状況	
3.1 取扱数量・取扱金額の推移	25
3.2 近隣市場と比較した取扱数量・取扱金額の変化	28
4. 法制度の変化	
4.1 卸売市場法の改正	29
4.2 食品流通構造改善促進法の改正	30
5. 卸売市場の動向	
5.1 卸売市場をめぐる動向	31
5.2 地方卸売市場の再整備事例	32
5.3 民営化の事例	34
6. 卸売市場を取り巻く環境のまとめ	35

III. 明石市場の現状分析（内部環境の評価）

1. 場内事業者意向調査の概要	
1.1 場内事業者へのアンケート調査の概要	37
1.2 場内事業者へのヒアリング調査の概要	37
2. 場内事業者へのアンケート調査結果	
2.1 事業概要	38
2.2 現在と今後の展望	40
2.3 明石市場の競合先	45
2.4 明石市場内施設の使用状況	46
2.5 市場のあり方について	47
2.6 アンケート調査の結果まとめ	51
3. 場内事業者ヒアリング調査結果	
3.1 場内事業者ヒアリング結果概要	52
3.2 場内事業者ヒアリング結果のまとめ	54

IV. 明石市場のSWOT分析

1. SWOT分析の概要	57
2. 明石市場におけるSWOT分析	58

※明石市場＝「明石市公設地方卸売市場」の略

I . 明石市場の概要と施設の状況

1. 卸売市場とは

1.1 卸売市場の概要

(1) 卸売市場とは

- ✓ 生鮮食料品等（野菜、果実、魚類、肉類、その他の食料品、花き）の卸売のために開設される市場であって、卸売場、自動車駐車場、その他の生鮮食料品等の取引及び荷さばきに必要な施設を設けて継続して開場されるもの。
- ✓ 卸売市場には、卸売業者、仲卸業者、売買参加者、買出人、関連事業者といった立場の異なる複数の場内事業者が存在する。

(2) 卸売市場制度の概要

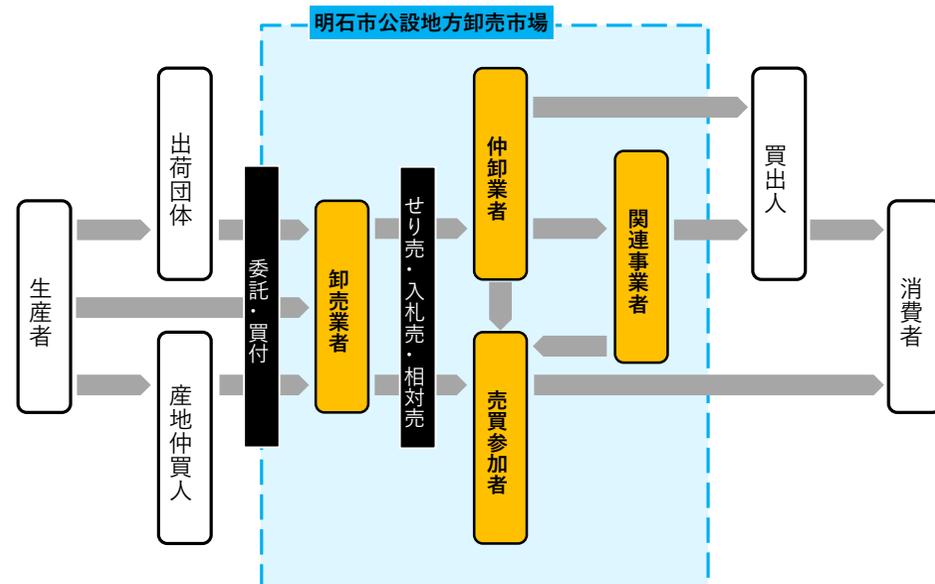
- ✓ 1923年（大正12年）に中央卸売市場を対象とした中央卸売市場法が制定され、生鮮食料品等の集配拠点として大都市における中央卸売市場の整備が進められた。
- ✓ その後、都市化の進展や流通の広域化等に合わせ、1971年（昭和46年）に地方卸売市場も対象とした卸売市場法に改正され、地域の流通拠点としての整備がすすめられた。
- ✓ 2020年（令和2年）に市場の開設が許認可制から認定制に変更されるなどの大幅な改正があり、現在に至っている。（詳細はP.29「4.法制度の変化」参照）

(3) 卸売市場法の目的

- ✓ 卸売市場法第1条で、「卸売市場が食品等の流通において生鮮食料品等の公正な取引の場として重要な役割を果たしていることに鑑み、卸売市場に関し、農林水産大臣が策定する基本方針について定めるとともに、農林水産大臣及び都道府県知事によるその認定に関する措置その他の措置を講じ、その適正かつ健全な運営を確保することにより、生鮮食料品等の取引の適正化とその生産及び流通の円滑化を図り、もって国民生活の安定に資することを目的とする」と規定されている。

(4) 卸売市場の構成者とその役割

構成者	役割
開設者	施設の維持・管理及び指導監督
卸売業者	全国各地の生産者または出荷団体から販売の委託または買付によって、集荷した生鮮食料品を仲卸業者・売買参加者にせり売り、入札などで販売する業者
仲卸業者	卸売業者が集荷した生鮮食料品のせり売り、入札などに参加し、これを評価して仕分け、調整後、買出人に販売する業者
売買参加者	開設者の承認を受けた大型小売商・加工業者・大口需要者等の買出人で、卸売業者から生鮮食料品を買い受ける者
買出人	仲卸業者・関連事業者から生鮮食料品及びその他の商品を仕入れる小売業者・飲食業者・加工業者・大口需要者など
関連事業者	市場の機能充実に役立つ業務や市場利用者にサービスを提供する業務等の営業者



1. 卸売市場とは

1.2 兵庫県内に立地する卸売市場

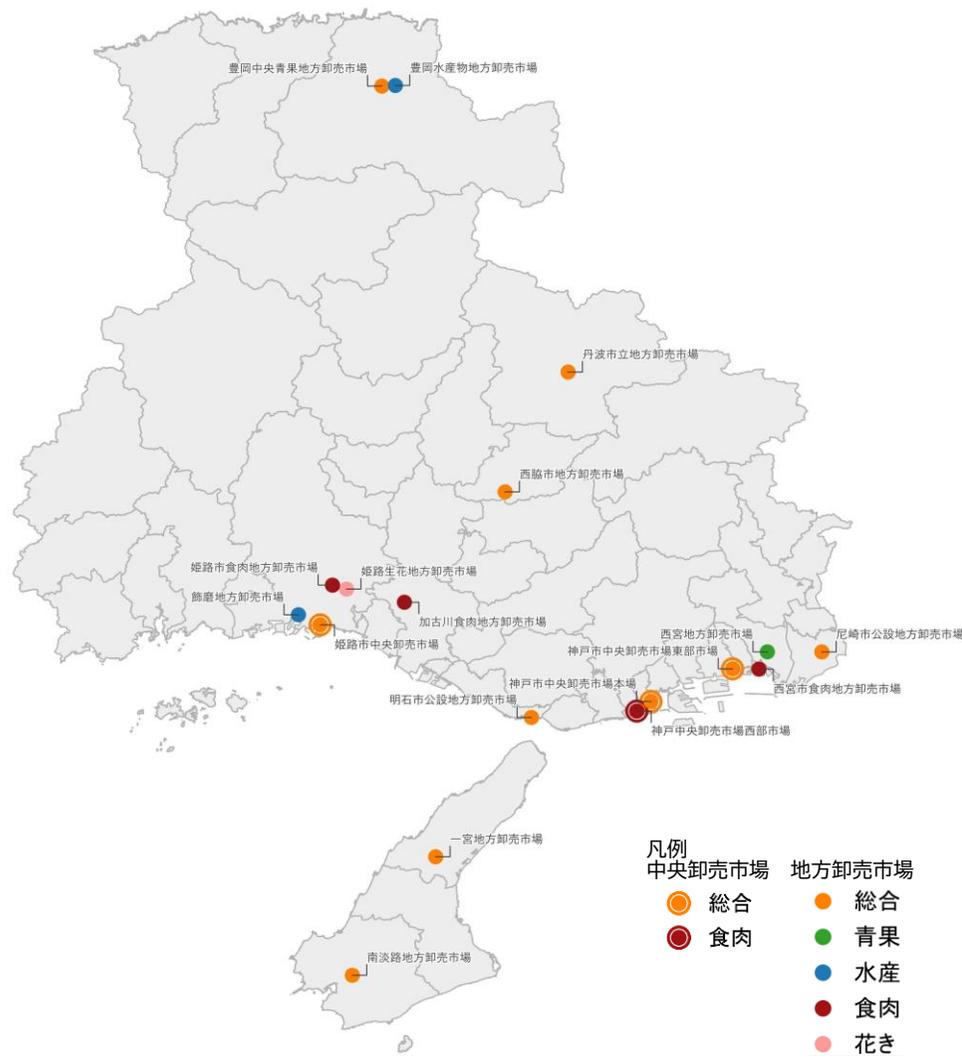
- 兵庫県内の卸売市場の開設数は、中央卸売市場が4市場、地方卸売市場が14市場の合計18市場が開設されている。
- 明石市公設地方卸売市場と同じ、地方総合型の卸売市場は、7市場ある。

兵庫県内の卸売市場の開設数

区分	総合市場	青果市場	水産市場	食肉市場	花き市場	合計
中央卸売市場	3	0	0	1	0	4
地方卸売市場	7	1	2	3	1	14
合計	10	1	2	4	1	18

兵庫県下の卸売市場一覧（令和6年4月現在、水産物産地方市場は除く）

所在地		市場名	開設者	区分	
神戸市	●	神戸市中央卸売市場本場	神戸市	中央	総合
神戸市	●	神戸市中央卸売市場東部市場	神戸市	中央	総合
神戸市	●	神戸市中央卸売市場西部市場	神戸市	中央	食肉
姫路市	●	姫路市中央卸売市場	姫路市	中央	総合
尼崎市	●	尼崎市公設地方卸売市場	尼崎市	地方	総合
西宮市	●	西宮地方卸売市場	西宮市場株式会社	地方	青果
西宮市	●	西宮市食肉地方卸売市場	西宮市	地方	食肉
明石市	●	明石市公設地方卸売市場	明石市	地方	総合
加古川市	●	兵庫県加古川食肉地方卸売市場	公益財団法人加古川食肉公社	地方	食肉
西脇市	●	西脇市地方卸売市場	株式会社西脇市地方卸売市場	地方	総合
姫路市	●	姫路市食肉地方卸売市場	和牛マスター株式会社	地方	食肉
姫路市	●	姫路生花地方卸売市場	株式会社姫路生花卸売市場	地方	花き
姫路市	●	飾磨地方卸売市場	株式会社飾磨地方卸売市場	地方	水産
豊岡市	●	豊岡中央青果地方卸売市場	豊岡中央青果株式会社	地方	総合
豊岡市	●	豊岡水産物地方卸売市場	但馬魚市場株式会社	地方	水産
丹波市	●	丹波市立地方卸売市場	丹波市	地方	総合
淡路市	●	淡路日の出農協一宮地方卸売市場	淡路日の出農業協同組合	地方	総合
南あわじ市	●	南淡路地方卸売市場	株式会社南淡路地方卸売市場	地方	総合



2. 明石市場の施設概況

2.1 施設の概況

所在地

- ①明石市公設地方卸売市場（明石市藤江2029番地の1）
- ②水産物分場（明石市本町1丁目20番10号）

【基本情報】

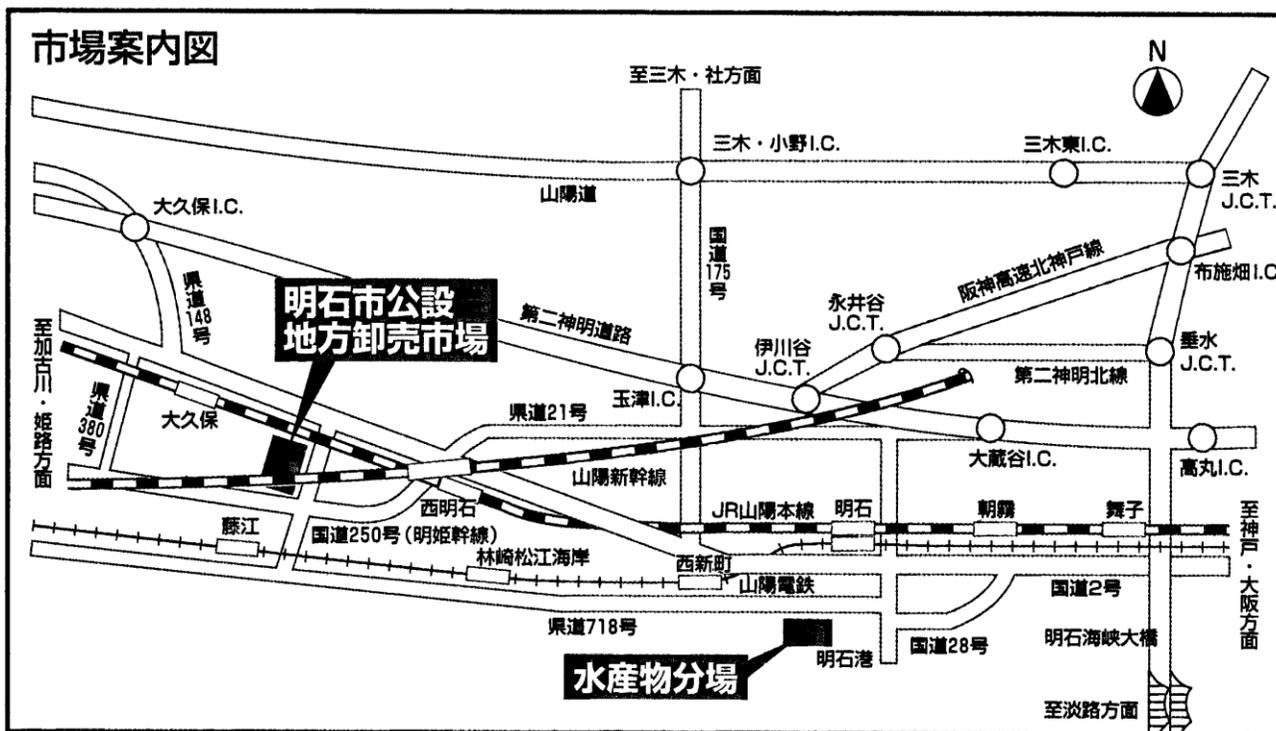
開設年月日	①1977年（昭和52年）6月29日 ②1985年（昭和60年）3月完成
開設者	明石市長
運営者	2015年（平成27年）4月～（指定管理者制度導入） 株式会社明石卸売市場管理センター

指定管理者制度とは

- 地方公共団体が指定する法人等に公の施設を管理させることが許容されている（地方自治法244条の2第3項）。この制度を指定管理者制度といい、指定された法人等を指定管理者という。

株式会社明石卸売市場管理センターとは

- 指定管理者制度の導入に合わせて、卸売事業者と場内事業者の各協同組合が出資して、2014年（平成26年）7月7日に設立した法人



2. 明石市場の施設概況

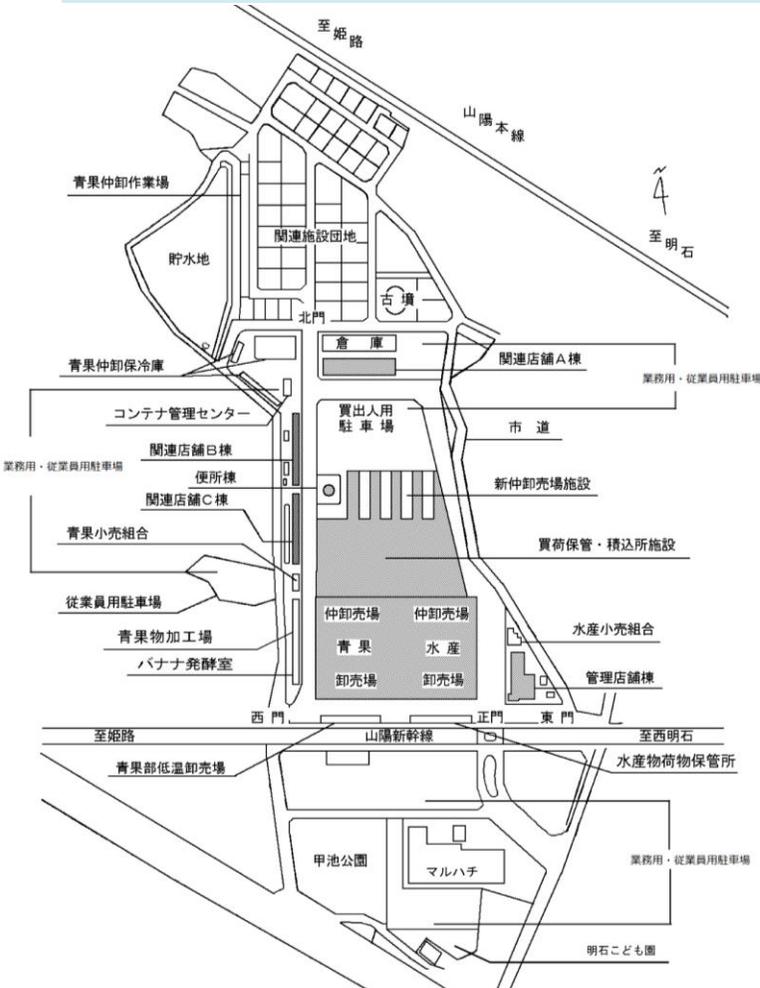
2.1 施設の概況

①明石市公設地方卸売市場

[1976年（昭和51年）3月完成] 市場棟、関連店舗棟、管理棟など ※旧耐震基準
 [1997年（平成9年）6月完成] 買荷保管・積込所施設、新仲卸売場施設
 [2003年（平成15年）7月完成] 青果部低温卸売場

旧耐震基準とは

- 建築基準法に定める耐震基準が強化される前の基準
- 1976年（昭和51年）以前に建築された建築物が該当し、耐震性が不十分なものが多い。



■市営施設

	施設名	面積(m ²)
青果	卸売場	2,669
	低温卸売場	421
	仲卸売場	912
	卸売業者事務所	616
	仲卸業者事務所	773
	仲卸組合事務所	30
水産	卸売場	1,652
	仲卸売場	1,300
	卸売業者事務所	706
	仲卸業者事務所	1,252
	仲卸組合事務所	58
	関連事業者店舗	1,609
買荷保管・積込所		5,201
新仲卸売場		2,592
業務用・従業員用駐車場		11,431
管理事務所		548

【施設の課題】

- 施設の老朽化や構造を原因とする次のような問題点があり、市場業務の一部に支障をきたしている。
 - ▶ 駐車場の路面におけるひび割れの発生
 - ▶ 開放型であるため、鳥獣の侵入や気候（風雨、気温等）の影響を受けやすい
 - ▶ 冷蔵施設などの設備の老朽化
 - ▶ 天井の不燃材等の老朽化による剥離（落下）の発生



■民営施設

	施設名	面積(m ²)
	バナナ発酵室	270
	青果卸売業者保冷库	619
	青果仲卸業者保冷库	1,112
	青果物加工場	347
	青果小売組合事務所	150
	水産小売組合事務所	177

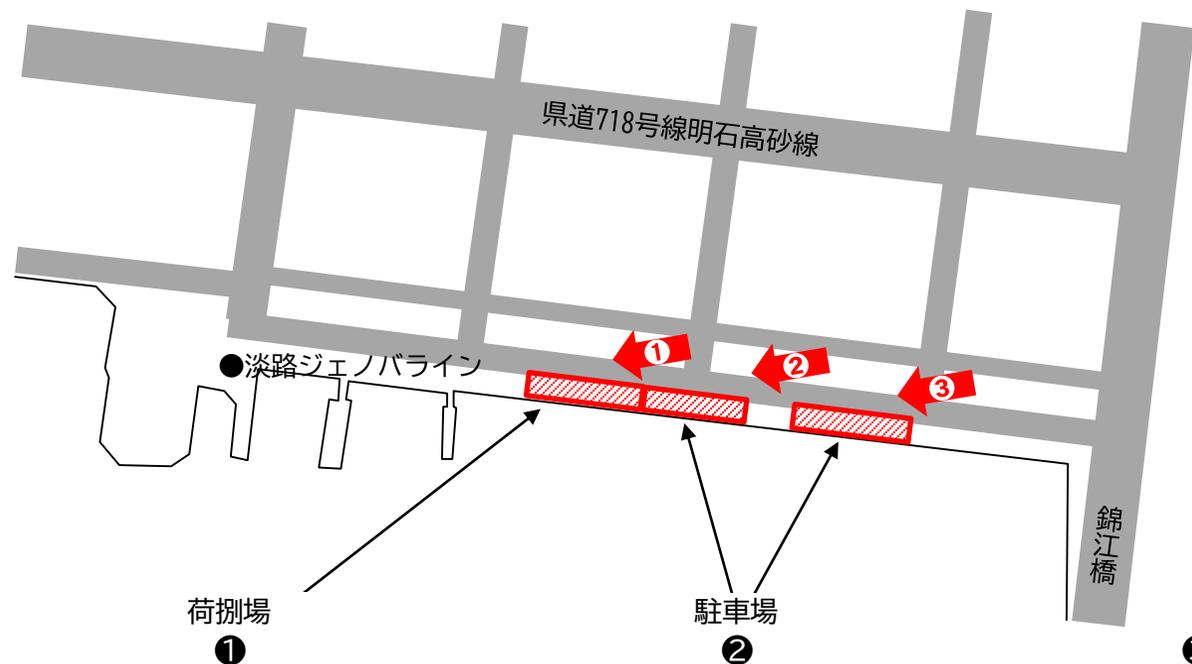


2. 明石市場の施設概況

2.1 施設の概況

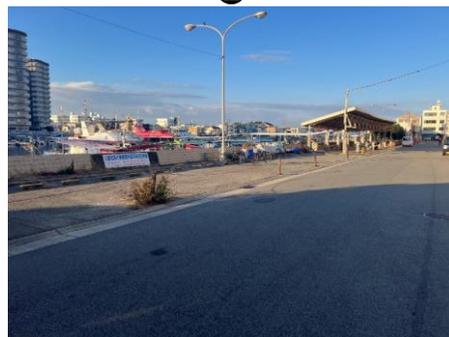
②水産物分場

- 兵庫県から港湾施設の使用許可を受けて、荷捌場等を整備 [1985年（昭和60年）3月完成]
- 10年ごとに使用許可の更新を受けている。



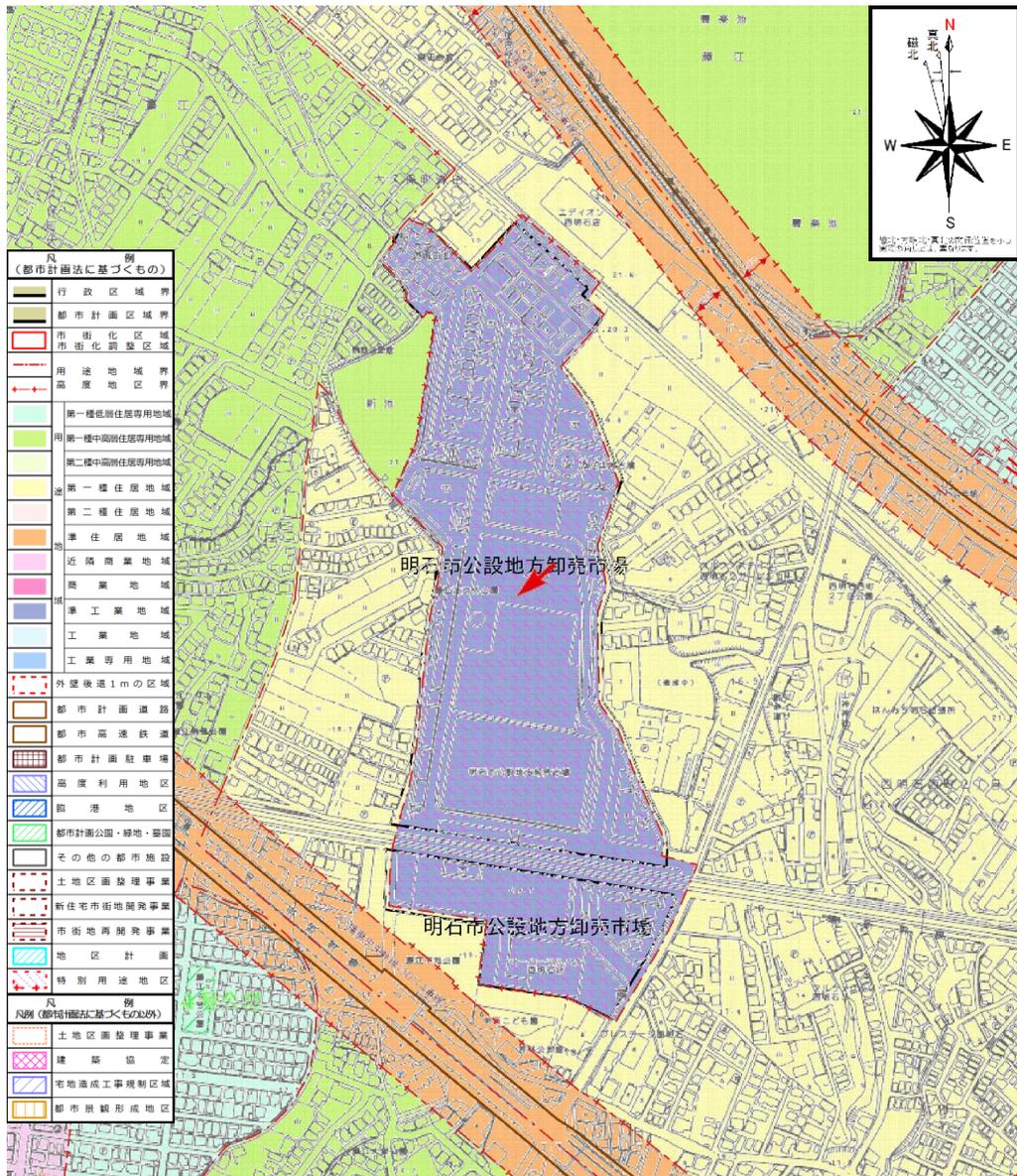
【施設の課題】

- 老朽化により、サビ・腐食が進んでいる。
- 分場では昼市を実施していたが、新型コロナウイルス感染症の影響により中止して以降、現在においても再開していない。
- 現在は、イカナゴ漁の時期にのみ使用している。



2. 明石市場の施設概況

2.2 都市計画の概要



- 明石市場は、都市計画法に定める都市施設であるため、敷地範囲の変更や建築物の新築・改築を行う場合、都市計画法に定める許可申請を行う必要がある。
- 明石市場を含む、準工業地域を対象に特別用途地区が指定され、都市構造に大きな影響を与える、店舗床面積 10,000 m²を超える大規模集客施設の立地が規制されている。
- 都市計画法に基づくもの以外では、建築基準法第22条により屋根を不燃材で造るか、または不燃材で葺くことが義務づけられている。

区域区分		市街化区域
地域地区	用途地域	準工業地域
	建ぺい率	60%
	容積率	200%
	高度地区	第4種高度地区
	防火・準防火地域	—
	特別用途地区	大規模集客施設（床面積10,000m ² 超） 立地規制
都市施設	その他	—
	交通施設	—
	公園・緑地・墓園	—
	その他	明石市公設地方卸売市場
市街地開発事業		—
地区計画等		—
都市計画法に基づくもの以外		建築基準法第22条区域

2. 明石市場の施設概況

2.3 都市・まちづくりの方針

あかしSDGs推進計画（明石市第6次長期総合計画）

あかしSDGs推進計画（明石市第6次長期総合計画）とは

- 市の最上位に位置付けられる行政計画で、まちづくりを総合的・計画的に推進するための指針となる計画。自治基本条例に基づき策定し、市民と共有できるまちづくりの目標を定めるもの。
- 計画期間は、2022年度（令和4年度）～2030年度（令和12年度）

(1) 2030年（令和12年）のあるべき姿と数値目標

- 「SDGs未来安心都市・明石～いつまでも すべての人に やさしいまちを みんなで～」を掲げ、まちづくり全体の推進状況を計る数値目標として、2030年度（令和12年度）に「住みやすいと思う人の割合100%」の達成を目指している。
- また、将来にわたり活力ある持続可能なまちを実現していくため、人口目標として、30万人の維持を目指している。

(2) まちづくりにおける三側面の方向性

- 経済・社会・環境の三側面のまちづくりを総合的にバランスよく取り組むこと、さらに、相乗効果を生み出せるように取り組むことで、持続可能なまちづくりを推進することとしている。
- このまちづくりにおける三側面の方向性として、経済面では「にぎわいと活力が持続するまち」、社会面では「すべての人が助け合い安心して暮らせるまち」、環境面では「人にも自然にも地球にもやさしいまち」の実現を目指している。



あかしSDGs前期戦略計画

あかしSDGs前期戦略計画とは

- 推進計画の方向性に基づき、優先的に取り組む施策や各分野の主な施策を定めたもの。
- 計画期間を前期と後期に分けて、前期を2022年度（令和4年度）～2025年度（令和7年度）、後期を2026年度（令和8年度）～2030年度（令和12年度）としている。

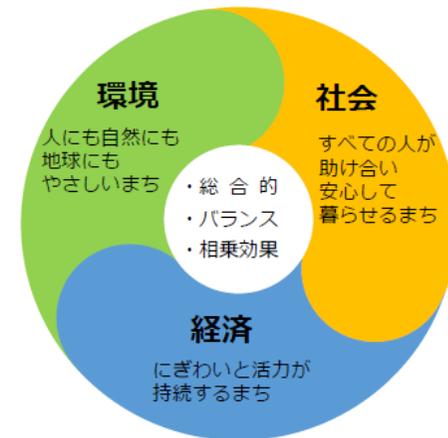
(1) まちづくりの数値目標（2025年度（令和7年度）の目標）

- 住みやすいと思う人の割合 95%
- 総人口 30万人

(2) 施策展開の5つの柱

三側面の統合的なまちづくりにつながる5つの柱を設定し、重点的な施策を展開する。また、施策展開の5つの柱ごとにSDGsの主なゴール及び具体的な展開の方向が示されている。

そのうち、柱5における施策の展開の方向として、「地域産業の振興」が定められており、**主な施策として「卸売市場の再整備の検討」が位置付けられている。**



2. 明石市場の施設概況

2.3 都市・まちづくりの方針

■明石市都市計画マスタープラン

都市計画マスタープランとは

- 都市計画マスタープランは、あかしSDGs推進計画などを踏まえ、都市全体の将来像や土地利用、都市施設整備のあり方などを明確にし、おおむね20年後の都市の姿を展望しつつ、10年後を目標年次とした都市計画の基本的な方針を示すもの
- 2042年度（令和24年度）の都市の姿を展望しつつ、2032年度（令和14年度）を目標年次として策定

■将来都市像

やさしさ・豊かさ・活力が持続する未来安心都市・明石

■都市づくりの方向性

- 誰もが安全・安心に暮らせる、人にやさしい都市づくり
- 災害に強く、強靱な都市づくり
- 都市と自然が融合し、環境負荷の少ない脱炭素型の都市づくり
- まちの魅力により活力と交流が持続する都市づくり
- スマートシティの推進による次世代の都市づくり

■地域別構想（地域づくりの方針）〈西明石地域〉

〈地域的目標〉

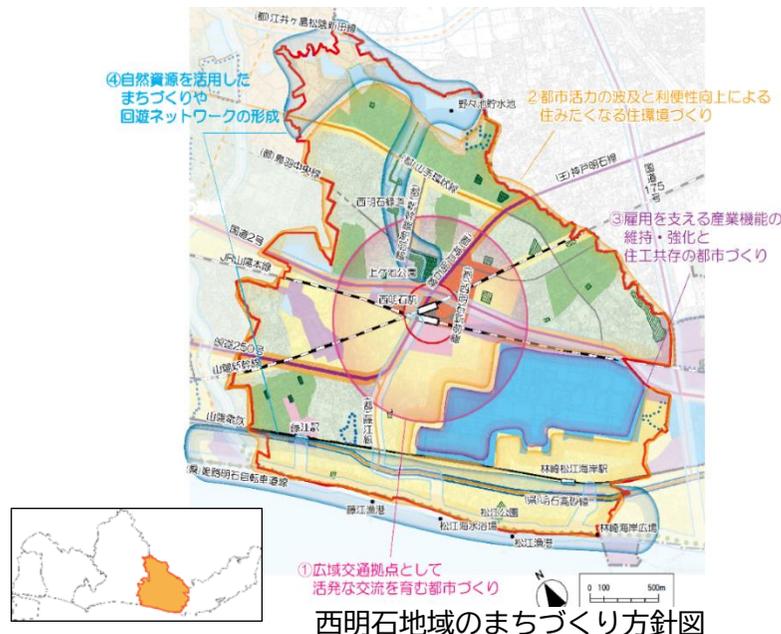
- ① 広域交通拠点として活発な交流を育む都市づくり
- ② 都市活力の波及と利便性向上による住みたくなる住環境づくり
- ③ 雇用を支える産業機能の維持・強化と住工共存の都市づくり
- ④ 自然資源を活用したまちづくりや回遊ネットワークの形成

〈地域の方針〉

- 広域交通拠点としてのポテンシャルを活かした地域活性化
- JR西明石駅南側の新たな改札設置や駅前広場、アクセス道路などの整備
- ・公設地方卸売市場の機能適正化**
- 山電藤江駅など駅周辺のバリアフリー化
- 藤江海岸から林崎海岸の連続性のある海辺の景観の保全
- 地区計画などによる住環境の形成
- 国道2号などの幹線道路の整備促進

■都市施設整備の方針

- ・明石市公設地方卸売市場は、老朽化や耐震性、耐久性等に課題があることから、流通機能も考慮しながら、再整備を検討する。**
- ごみ焼却場、ごみ処理場は、経年劣化が進んでおり、施設の更新が必要なことから、新ごみ処理施設の規模や維持管理方式の検討などイニシャルコストやランニングコスト削減に向けた調査・研究及び耐震強化や環境学習設備など機能面についての検討を進め、建替えを進める。
- 火葬場、墓園は、必要な整備と維持管理を図る。



2. 明石市場の施設概況

2.3 都市・まちづくりの方針

明石市立地適正化計画

立地適正化計画とは

- 都市計画区域(本市の場合は市内全域)を対象に都市計画法を中心とした従来の土地利用の計画に加え、都市再生特別措置法に基づき自治体が策定する計画
- 立地適正化計画では、市街化区域内に居住機能を誘導する区域(居住誘導区域)を設定し、居住誘導区域内に医療、保健、子育て、商業、行政の窓口機能などの都市機能を誘導する区域(都市機能誘導区域)、誘導する施設(誘導施設)などを設定する。

■まちづくり方針

みんなが快適に暮らすことができる～未来安心都市・明石～

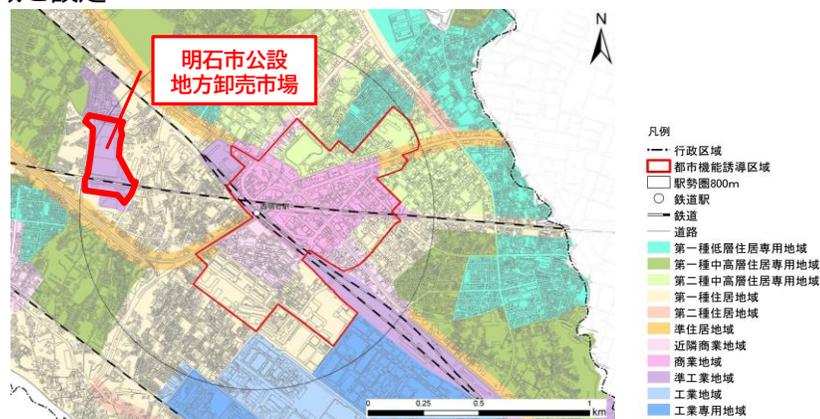
■誘導方針

- 方針①：「誰一人取り残さない」住みよい環境の維持・向上**
 - 本市が持つ良好な居住環境の維持・向上を図るため、現在の居住地を踏まえた居住誘導区域を設定する。
 - ユニバーサルデザインのまちづくりに配慮し、誰もが快適に暮らせる住みよい環境に配慮した居住環境の形成を図る。
- 方針②：「住み続けたいまち」として本市のさらなる魅力の向上**
 - JR・山陽明石駅周辺を中心拠点として都市機能誘導区域を設定し、明石駅周辺の特性や役割を踏まえ、本市の玄関口としてのさらなるにぎわいの創出を図る。
 - 地域の中心となる駅周辺を主要地域拠点として都市機能誘導区域を設定し、地域の特性を踏まえ、各地域拠点が連携し、生活利便性の向上やにぎわいの創出を図る。
- 方針③：高齢化や多様なライフスタイルに対応した都市構造の構築**
 - 高齢者のみならず、誰もが暮らしやすいまちを推進するため、中心拠点や主要地域拠点に都市機能を適正に誘導し、生活利便性の維持・向上を図る。
 - 公共施設の集約や複合化により、効率的な運営を図る。
 - 居住地から都市機能誘導区域への円滑な公共交通ネットワークの維持を図る。
- 方針④：災害弱者の増加などを踏まえた災害に強い都市構造への転換**
 - 居住地に分布する災害ハザードエリアを市民に明確に伝えるとともに、防災だけでなく減災についての施策を改めて確認し、災害リスクの低減に向けた取組を進める。
 - 都市機能誘導区域においては、徒歩や自転車で移動しやすい拠点形成に取り組む。

■都市機能誘導区域

西明石地域（JR西明石駅周辺区域）

- 今後、西明石地区の活性化において、駅ビル、駅前広場などの整備やサンライフ明石の建替が予定されており、広域的な交通拠点のポテンシャルを活かした地域の生活拠点の形成を進めるため、都市機能誘導区域を設定



誘導施設（JR西明石駅周辺区域）

機能	位置付ける誘導施設
行政	行政窓口機能を有する施設
教育・文化	社会教育施設
	文化・交流施設

2. 明石市場の施設概況

2.4 災害危険度

(1) 風水害

1) 洪水

- 明石市が公開しているハザードマップによると、想定最大規模降雨による浸水想定に、明石市場を含む地域は含まれていない。



出典：明石市ハザードマップ（明石市総合安全対策室）

2) 高潮

- 明石市が公開しているハザードマップによると、最大規模の高潮による浸水想定に、明石市場を含む地域は含まれていない。



出典：明石市ハザードマップ（明石市総合安全対策室）

2. 明石市場の施設概況

2.4 災害危険度

(2) 地震・津波

1) 地震

明石市が公開しているハザードマップによると、

- ・六甲・淡路島断層帯を震源とする地震が発生したときに想定される震度は7で、液状化の危険度は低いと想定される。
- ・南海トラフを震源とする巨大地震が発生したときに想定される震度は6弱程度で、液状化の危険度は極めて低いと想定される。



出典：明石市ハザードマップ (明石市総合安全対策室)

2) 津波

- ・明石市が公開しているハザードマップによると、国の南海トラフ巨大地震による津波浸水想定区域に、明石市場を含む地域は含まれていない。



出典：明石市ハザードマップ (明石市総合安全対策室)

Ⅱ. 卸売市場を取り巻く環境の分析 (外部環境の評価)

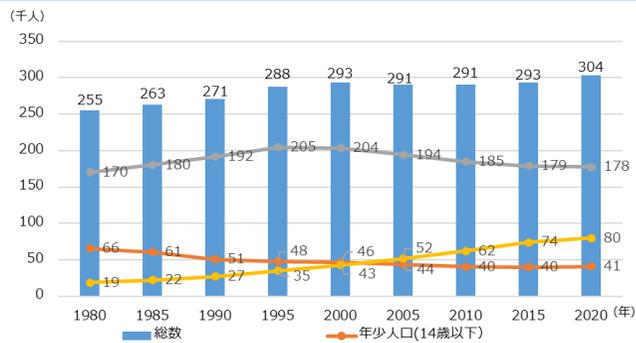
1. 食品流通を取り巻く社会環境の変化

1.1 人口動向

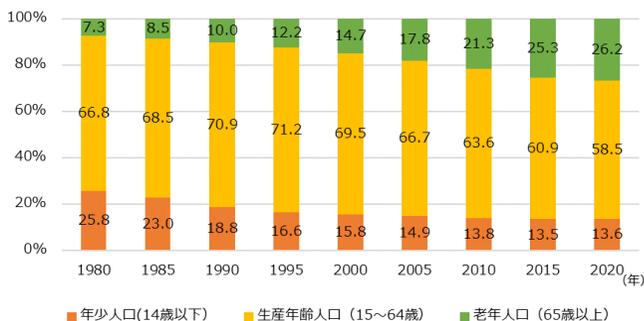
(1) 人口

1) 人口増加・少子高齢化の進行

- 明石市の人口は、1990年（平成2年）以降増加傾向にあり、2020年（令和2年）には30万人を超えている。
- 年齢区分別に見ると、生産年齢人口（15～64歳）が逡減するとともに、老年人口（65歳以上）が逡増しており、全国的な傾向と比べると緩やかではあるが、高齢化が進んでいる。
- 一方、年少人口（14歳以下）の人数・割合は、2015年（平成27年）から増加に転じている。さらに、合計特殊出生率も増加傾向にあり、2019年（令和元年）では1.64となっており、全国や兵庫県の平均を上回り、持続可能な人口構造の兆しが見られる。



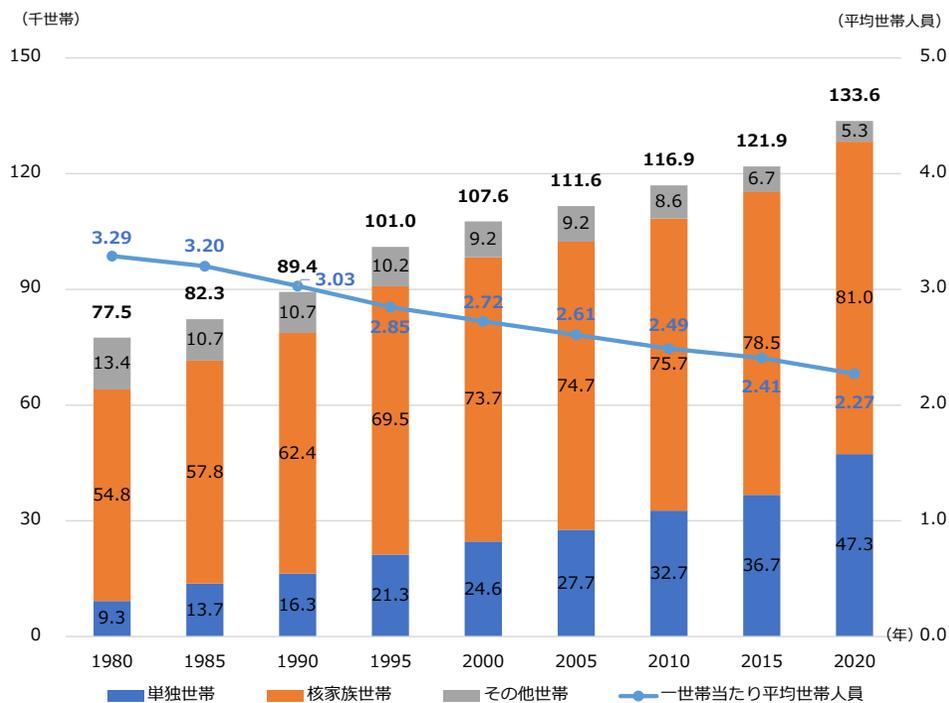
出典：総務省統計局「国勢調査」より作成
図1.1 明石市における人口の推移



出典：総務省統計局「国勢調査」より作成
図1.2 明石市における年齢3区分別人口構成割合の推移

2) 世帯数の増加と平均世帯人員の減少

- 明石市の世帯数は、単独世帯、核家族世帯ともに増加している。
- 一世帯当たり平均世帯人員は、1980年（昭和55年）の3.29人から2020年（令和2年）には2.27人と減少し続けている。



出典：総務省統計局「国勢調査」より作成
図1.3 明石市における家族類型別世帯数と平均世帯人員の推移

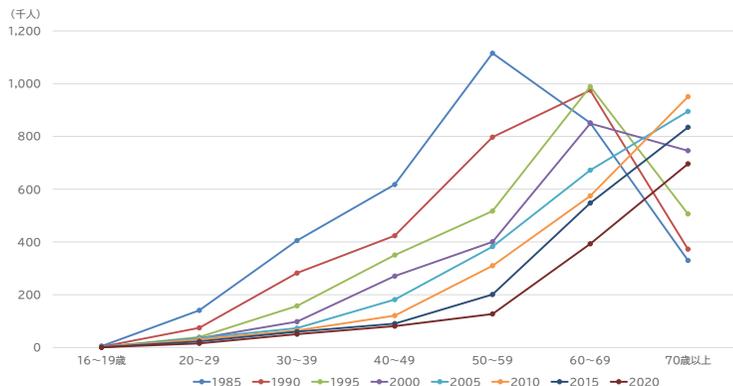
1. 食品流通を取り巻く社会環境の変化

1.2 生鮮食料品の生産動向

(1) 農業

1) 農業従業者の状況

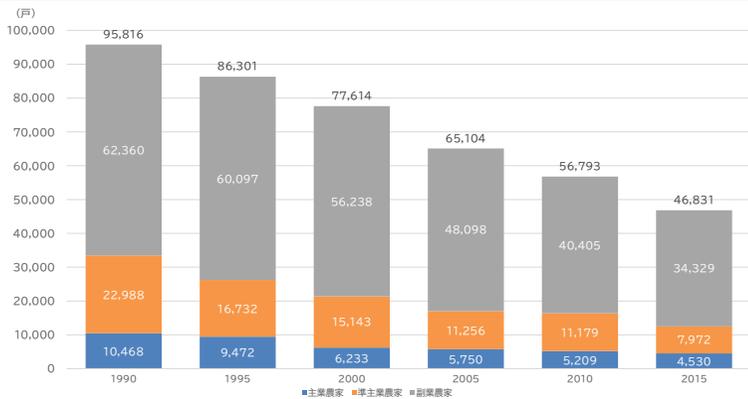
- 全国の基幹的農業従業者（販売農家）の70歳以上比率は51%に達しており、高齢化が加速度的に進行している。



出典：農林業センサス

図1.4 年齢構成別基幹的農業従業者の推移（全国）

- 県内の農家戸数は1990年（平成2年）比で約49%、2005年（平成17年）比で約72%となっており減少傾向が顕著となっている。

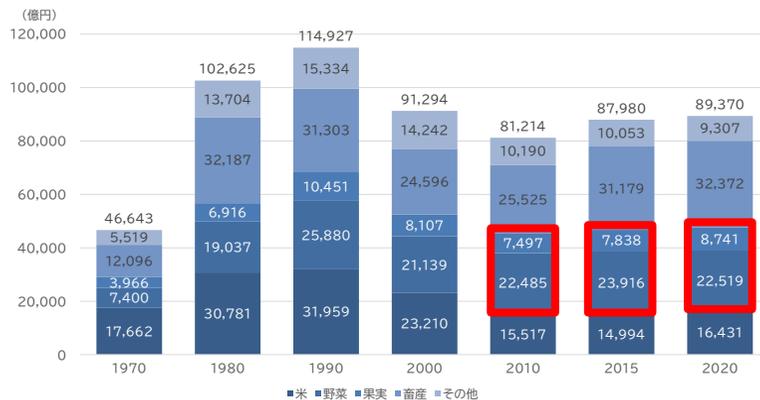


出典：農林業センサス・兵庫県結果

図1.5 主副業別販売農家数の推移（県）

2) 農業生産額の推移

- 全国の2020年（令和2年）の農業総産出額は約9兆円であり、そのうち野菜、青果は2010年（平成22年）以降、約3兆円規模を維持している。



出典：年次別農業総産出額及び生産農業所得

図1.6 農業総産出額の推移（全国）

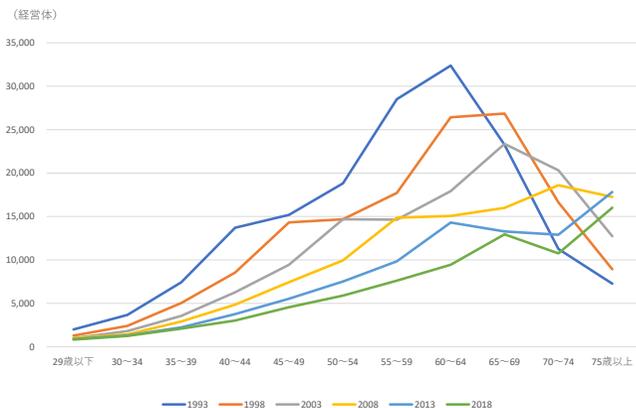
1. 食品流通を取り巻く社会環境の変化

1.2 生鮮食料品の生産動向

(2) 漁業

1) 漁業従業者の状況

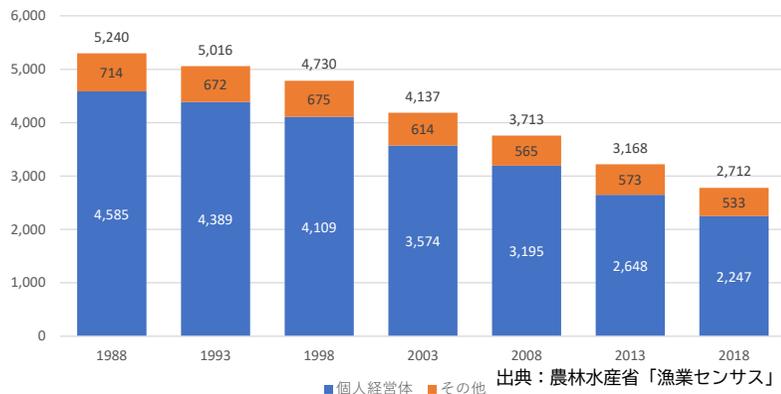
- 全国の漁業個人経営体数の65歳以上の比率は50%を超えており、高齢化が加速度的に進行している。



出典：農林水産省「漁業センサス」

図1.7 年齢別漁業個人経営体数推移 (全国)

- 県内の漁業個人経営体数は1988年（昭和63年）比で約52%、2003年（平成15年）比で約66%となっており減少傾向が続いている。

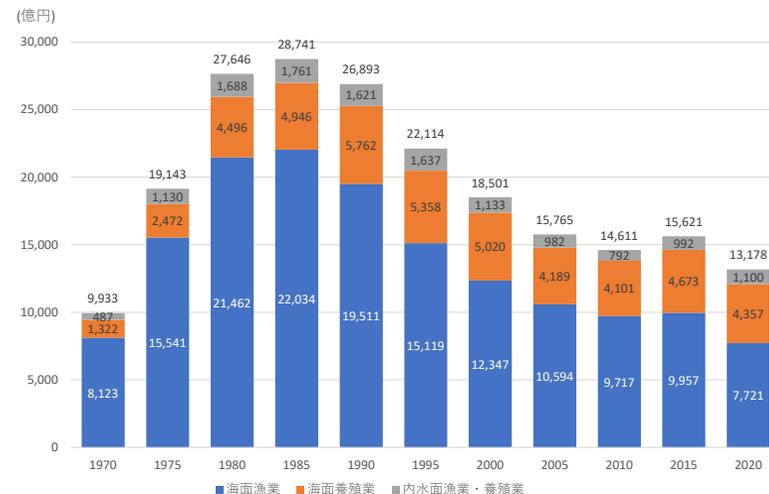


出典：農林水産省「漁業センサス」

図1.8 漁業個人経営体数 (県内)

2) 漁業産出額の推移

- 全国の漁業産出額は1985年（昭和60年）の約2.8兆円をピークに、2020年（令和2年）には約1.3兆円まで減少している。



出典：漁業産出額及び生産漁業所得累年統計

図1.9 漁業産出額の推移 (全国)

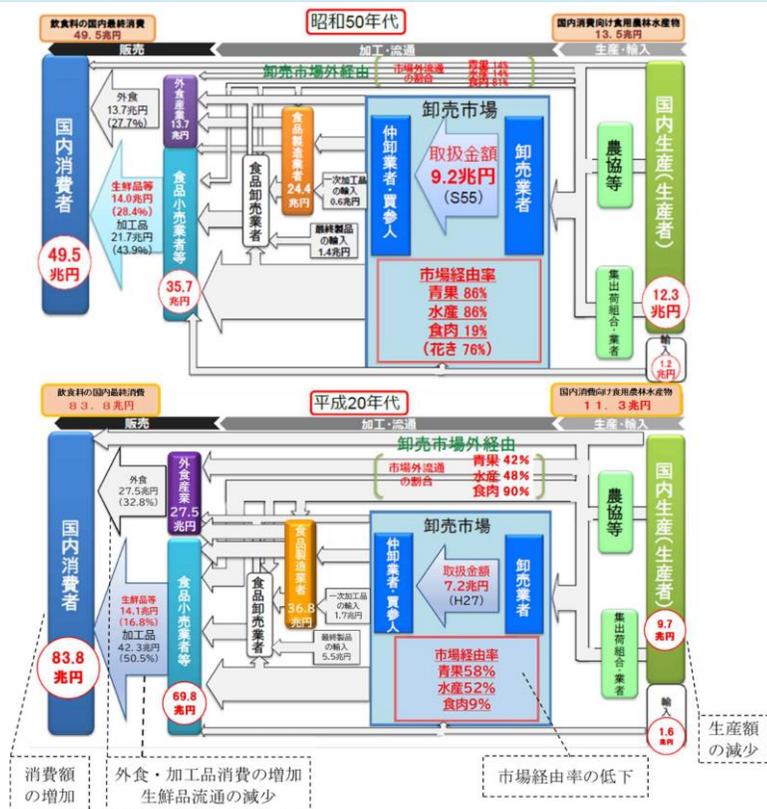
1. 食品流通を取り巻く社会環境の変化

1.3 物流動向

(1) 卸売市場の流通

1) 全国の流通状況

- 昭和50年代（1975年～）と平成20年代（2008年～）の流通フローを比較すると、女性の社会進出、単身世帯の増加、ライフスタイルの変化等により消費者・需要者ニーズが多様化した。
- 以前は卸売市場が流通の中心であった流通構造が多様化し、市場外流通が増加し、市場経由率が低下傾向となっている。



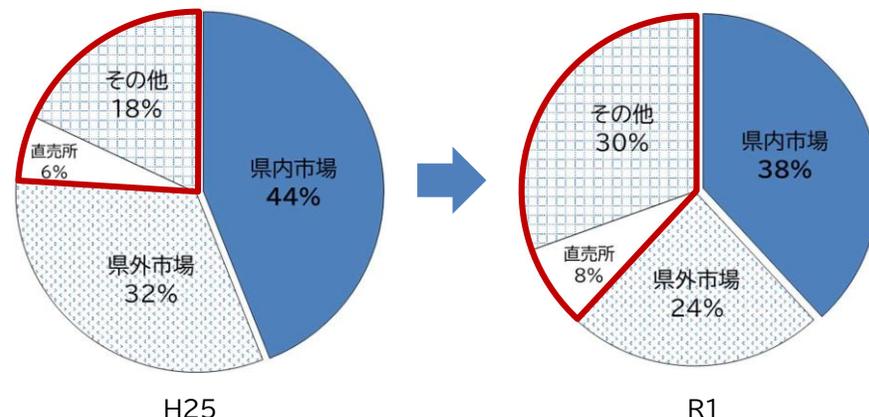
※国産青果物の卸売市場経由率については、農林水産省「令和3年度卸売市場データ集」において、2010年度（平成22年度）以降の推移のみ掲載

出典：農林水産省「令和3年度卸売市場データ集」より作成

図1.10 卸売市場経由率（青果物）の推移

2) 県内青果物の流通状況

- 全国同様、県内でも直売所販売、大手量販店や生産者と飲食店等との直接取引、ネット販売など流通の多様化が進み、県内市場を経由しない流通（グラフ中の「直売所」と「その他」）の割合が増加している。
- また、近隣大規模市場（大阪府・市中央市場など）への出荷の集中などにより、県内市場の取扱量、経由率が低下している。



※飲食料品を主とする小売業は、百貨店・総合スーパー、飲食料品小売業の合計

出典：兵庫県卸売市場活性化推進方策

図1.11 県内青果物需要量に対する供給割合

1. 食品流通を取り巻く社会環境の変化

1.3 物流動向

(2) 食品の物流状況

- 食品の物流はトラックによる輸送が大半を占めているが、トラック業界は深刻な人手不足、長時間労働の短縮等の要請が高まっている。
- 食品の物流は、長距離輸送と出荷・荷降ろし待ちによる「長時間の拘束」、手積み・手降ろし等の「荷役作業」、品質管理、多頻度納入等の「運行管理」等が、ドライバーに大きな負担となっている。

①2024年問題

- 労働時間規制：2024年（令和6年）4月からトラックドライバーの時間外労働が年間960時間に制限されており、ドライバーの労働時間が減少し、輸送能力が低下する
- 拘束時間の変更：1日の拘束時間が最大16時間から15時間に短縮され、1ヶ月の拘束時間も293時間から284時間に変更される

②ドライバー不足

- 高齢化：トラックドライバーの高齢化が進んでおり、新規参加者が少ないため、ドライバー不足が深刻化している
- 労働環境：長時間労働や低賃金が原因で、ドライバーの離職率が高く、若年層の参加が難しい

③物流コストの上昇

- 燃料費の高騰：燃料費の上昇が物流コストに直接影響を与えている
- 人件費の増加：ドライバー不足に伴い、人件費が上昇しており、物流企業の経営を圧迫



図1.12 輸送品別 拘束時間の内訳

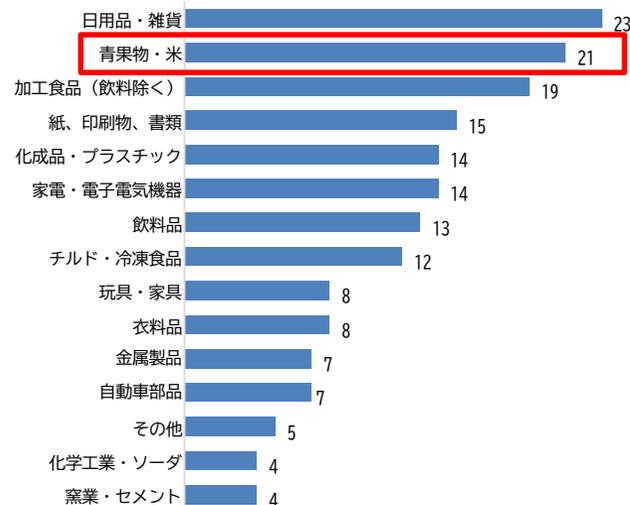


図1.13 手荷役作業の多い品目

※一般社団法人 物流団体連合会ユニットロードシステム検討小委員会「手荷役の実態アンケート調査集計結果「中間報告」」（平成28年4月）より抜粋（n=44、複数回答有）

出典：卸売市場を含めた流通構造について（平成29年12月）

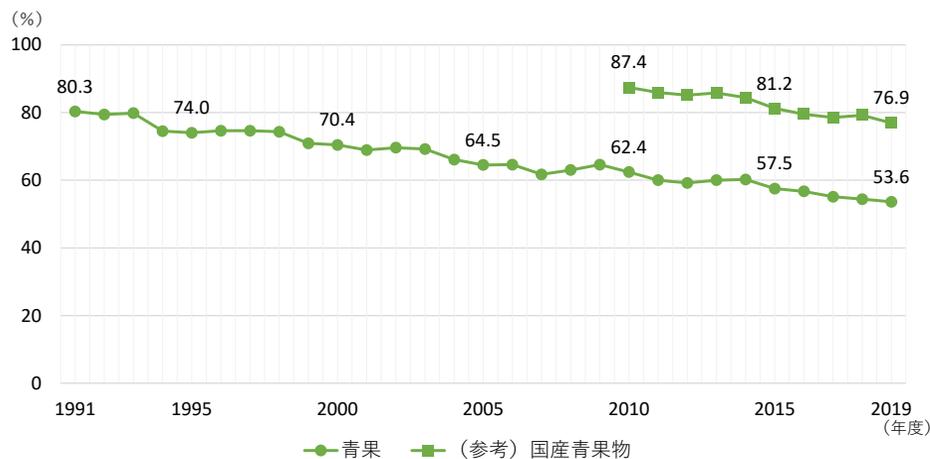
1. 食品流通を取り巻く社会環境の変化

1.3 物流動向

(3) 卸売市場経由率

1) 卸売市場経由率の低下（青果物）

- 加工食品をはじめ卸売市場を経由することが少ない物品の流通の増加等により、青果の卸売市場経由率は、1991年（平成3年）から2019年（令和元年）までに80.3%から53.6%と大幅に低下している。このうち国産青果物については、同様に減少傾向で推移しているものの、未だ80%弱を維持している。



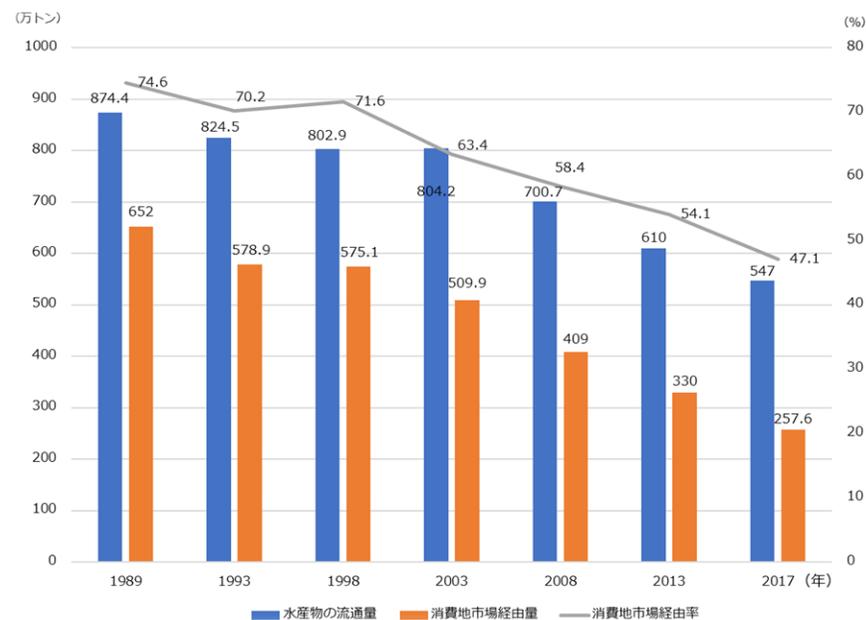
※国産青果物の卸売市場経由率については、農林水産省「令和3年度卸売市場データ集」において、2010年度（平成22年度）以降の推移のみ掲載

出典：農林水産省「令和3年度卸売市場データ集」より作成

図1.14 卸売市場経由率（青果物）の推移

2) 卸売市場経由率の低下（水産物）

- 近年、水産物の国内流通量が減少している。
- 2017年度（平成29年度）に消費地市場を経由して流通された水産物の量は、1989年（平成元年）比で約40%減少している。
- 水産物の消費地卸売市場経由率も約47%と1989年（平成元年）比で約30%低下している。



出典：農林水産省「卸売市場データ集」より作成

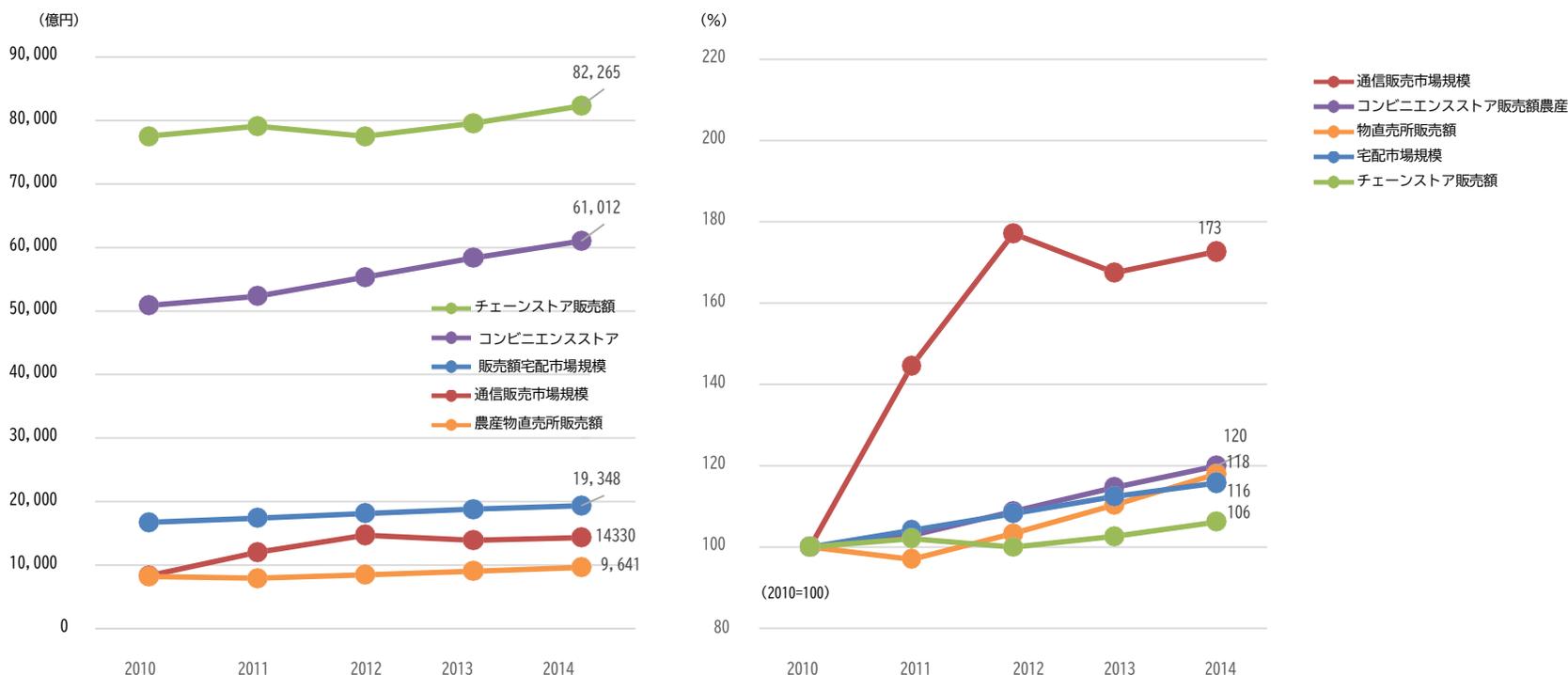
図1.15 水産物の消費地市場経由率と経由率の推移

1. 食品流通を取り巻く社会環境の変化

1.4 食品小売業動向

(1) 食品の業態別販売額・市場規模

- 2014年(平成26年)の食品小売業小売り金額は、大手量販店の82,265億円が最も多く、次いでコンビニエンスストアが61,012億円となっている。(左図)
- 近年、鮮度や簡便化などの消費者需要の多様化に加えて、ICT等の情報技術が大幅に進展したことにより、通販、宅配、直売、コンビニなどの多様な流通形態が伸長しており、販売チャネルが多様化している。
- 特に、通販の市場規模は2010年(平成22年)を100とした場合、約1.7倍に拡大している。(右図)



出典：卸売市場を含めた流通構造について（平成29年12月）

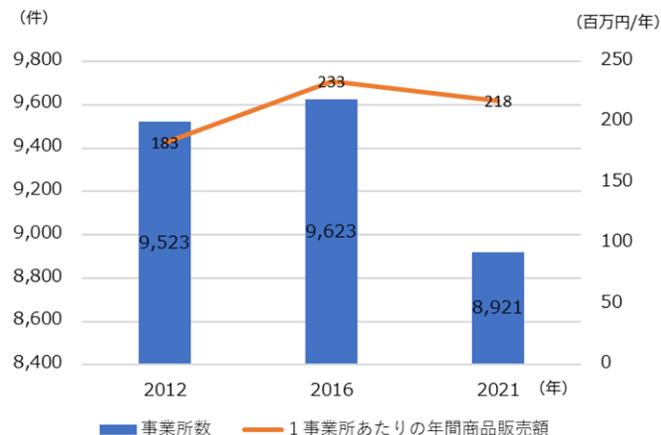
図1.16 食品の業態別販売額・市場規模の推移

1. 食品流通を取り巻く社会環境の変化

1.4 食品小売業動向

(2) 実需者の減少と量販店の台頭

・兵庫県における飲食料品を主とする小売業の事業所数は、2012年（平成24年）から2021年（令和3年）までに約9.5千件から約8.9千件となっており、市場を支える実需者が減少している。一方で、1事業所あたりの年間商品販売額は約183百万円から約218百万円に増加している。

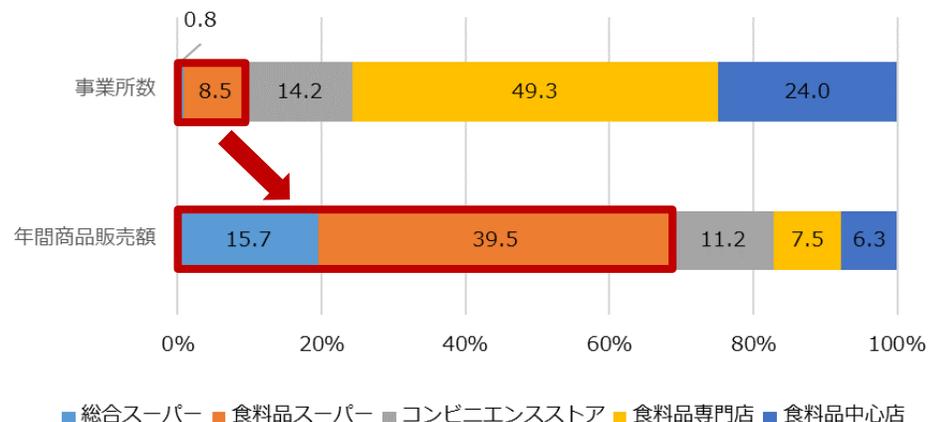


※飲食料品を主とする小売業は、百貨店・総合スーパー、飲食料品小売業の合計

出典：経済産業省「経済センサス-活動調査結果」より作成

図1.17 兵庫県における飲食料品を主とする小売業の事業所数・1事業所あたりの年間商品販売額の推移

・2014年（平成26年）時点における食料品を主とする小売業のうち、総合スーパーと食料品スーパーに着目すると、事業所数では全体の1割に満たない（総合スーパーが0.8%、食料品スーパーが8.5%）が、年間商品販売額では全体の半数以上（総合スーパーが15.7%、食料品スーパーが39.5%）を占めている。
・この背景として、スーパーをはじめとする量販店が大きな販売シェアを占めることを示すものと考えられる。



出典：経済産業省「平成26年商業統計調査結果」より作成

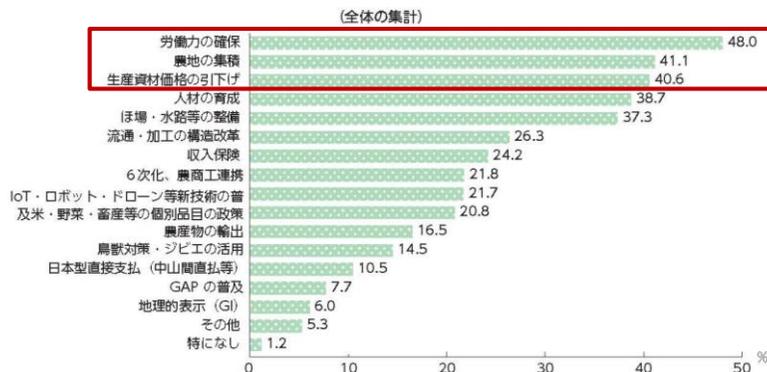
図1.18 兵庫県における食料品を主とする小売業の業態別事業所数・年間商品販売額割合の変化

2. 生産者・消費者のニーズ

2.1 生産者ニーズ

(1) 関心の高い農業施策

- 関心の高い農業施策は、「労働力の確保」が48.0%と最も高く、次いで「農地の集積」が41.1%、「生産資材価格の引下げ」が40.6%となっている。
- 部門別では、全ての部門で「労働力の確保」が上位となっており、なかでも露地野菜、施設野菜、果樹、花き・花木、酪農の5部門は「労働力の確保」が1位となっている。



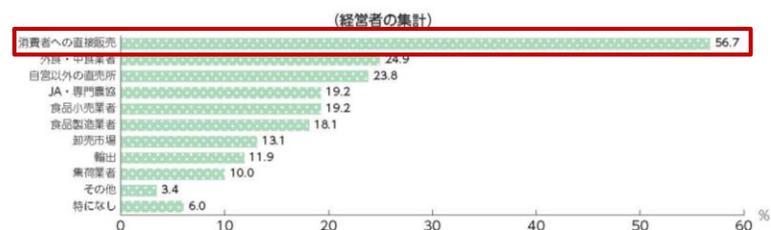
注：総回答者1,885人のうち回答者1,875人。上記は、回答者1,875人における各項目の選択者の割合

部門	1位	2位	3位
稲作 (N=277)	ほ場・水路等の整備 59.6	農地の集積 49.8	労働力の確保 36.1
畑作 (N=146)	農地の集積 45.9	労働力の確保 45.2	生産資材価格の引下げ 42.5
露地野菜 (N=490)	労働力の確保 48.0	農地の集積 44.1	生産資材価格の引下げ 43.1
施設野菜 (N=438)	労働力の確保 51.8	生産資材価格の引下げ 46.3	人材の育成 40.6
果樹 (N=292)	労働力の確保 52.7	人材の育成 41.1	生産資材価格の引下げ 40.4
花き・花木 (N=69)	労働力の確保 52.2	生産資材価格の引下げ 43.5	人材の育成 42.0
酪農 (N=57)	労働力の確保 61.4	人材の育成 47.4	IoT・ロボット・ドローン等新技術の普及 36.8
肉用牛 (N=54)	人材の育成 48.1	米・野菜・畜産等の個別品目の政策 40.7	労働力の確保

出典：農林水産省 平成29年度食料・農業・農村白書
図表2.1 関心の高い農業施策（複数回答）

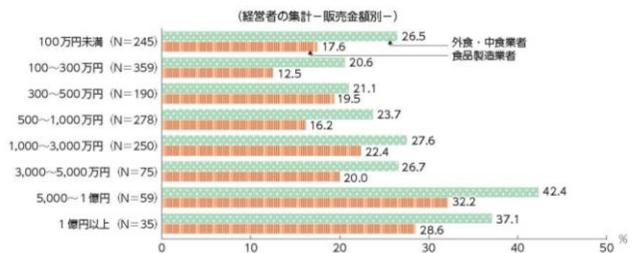
(2) 出荷・販売先

- 出荷・販売先として今後伸ばしていきたい方向は「消費者への直接販売」が56.7%と最も高い。
- 部門別では、全ての耕種部門と酪農で「消費者への直接販売」が1位となっており、なかでも稲作と果樹で割合が高くなっている。
- 販売金額別では、販売金額が大きいほど「食品製造業者」、「外食・中食業者」の割合が高くなる傾向が見られる。



注：経営者1,508人のうち回答者1,491人。上記は、回答者1,491人における各項目の選択者の割合

部門	1位	2位	3位
稲作 (N=207)	消費者への直接販売 69.1	外食・中食業者 33.3	自営以外の直売所 23.2
畑作 (N=119)	消費者への直接販売 52.9	外食・中食業者 26.1	食品製造業者 23.5
露地野菜 (N=410)	消費者への直接販売 57.1	外食・中食業者 28.0	自営以外の直売所 26.6
施設野菜 (N=368)	消費者への直接販売 50.8	JA・専門農協 26.6	外食・中食業者 25.8
果樹 (N=233)	消費者への直接販売 66.1	自営以外の直売所 25.3	外食・中食業者 18.5
花き・花木 (N=55)	消費者への直接販売 49.1	卸売市場 38.2	自営以外の直売所 34.5
酪農 (N=28)	消費者への直接販売 42.9	特になし 32.1	JA・専門農協 17.9
肉用牛 (N=34)	特になし 35.3	消費者への直接販売 23.5	輸出 17.6



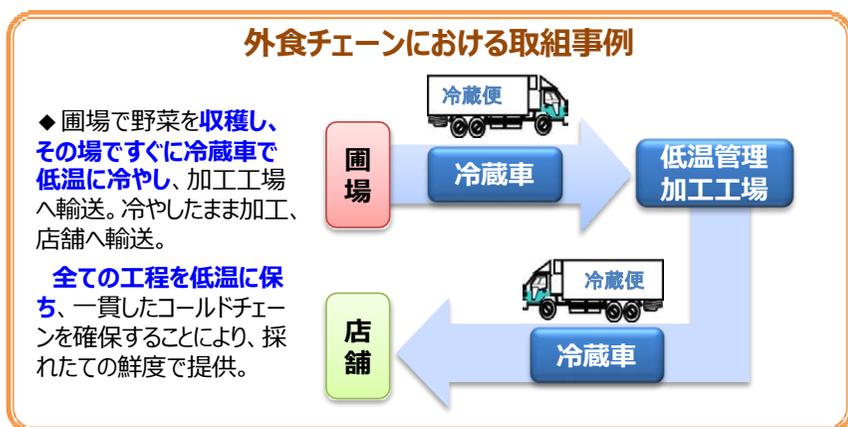
出典：農林水産省 平成29年度食料・農業・農村白書
図表2.2 今後伸ばしていきたい方向（出荷・販売先）（複数回答）

2. 生産者・消費者のニーズ

2.2 消費者ニーズ

(1) 鮮度保持等の品質・衛生管理

- 近年の食品に対する消費者ニーズは、価格や国産志向のほか、品質（鮮度等）や安全性、生産者情報など、多様化している。
- コールドチェーンについては、産地から店舗まで一貫したコールドチェーンが構築されている取組も存在する一方で、卸売市場での整備割合は低い状況となっている。



出典：卸売市場を含めた流通構造について（平成29年12月）
図2.1 一貫したコールドチェーンの取組事例

青果	水産	花き
18%	17%	13%

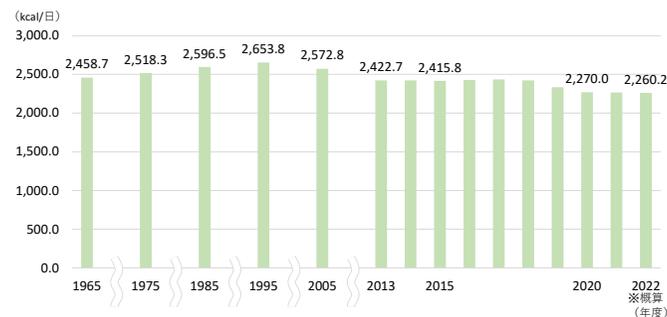
※中央卸売市場における低温卸売場の整備割合（面積） / 農林水産省調べ（平成27年度末）

出典：卸売市場を含めた流通構造について（平成29年12月）
表2.1 卸売市場におけるコールドチェーンの整備状況

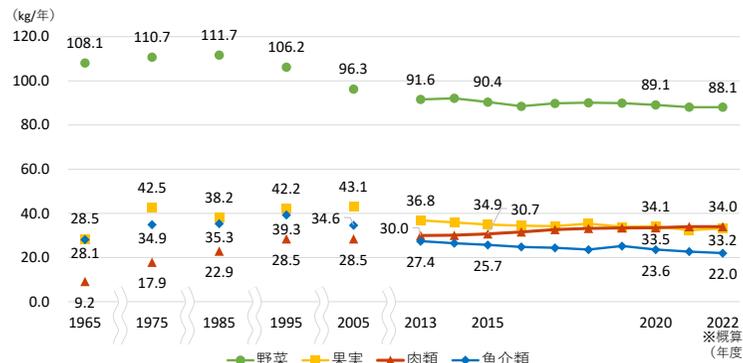
(2) 食料消費

1) 食料消費量の減少と食料消費構造の変化

- 国民1人1日当たりの供給熱量（食料消費量）は、1995年（平成7年）頃をピークに減少し、近年はほぼ横ばいで推移している。
- 国民1人1年当たりの類別供給純食料（食料消費量）を見ると、野菜、果実、魚介類は減少傾向にある一方で、肉類は増加傾向にある。2013年（平成25年）には、肉類が魚介類の消費量を上回っており、食料消費構造が変化している。



出典：農林水産省「食料需給表令和4年度」より作成
図2.2 国民1人1日当たり供給熱量の推移



出典：農林水産省「食料需給表令和4年度」より作成
図2.3 国民1人1年当たり類別供給純食料の推移

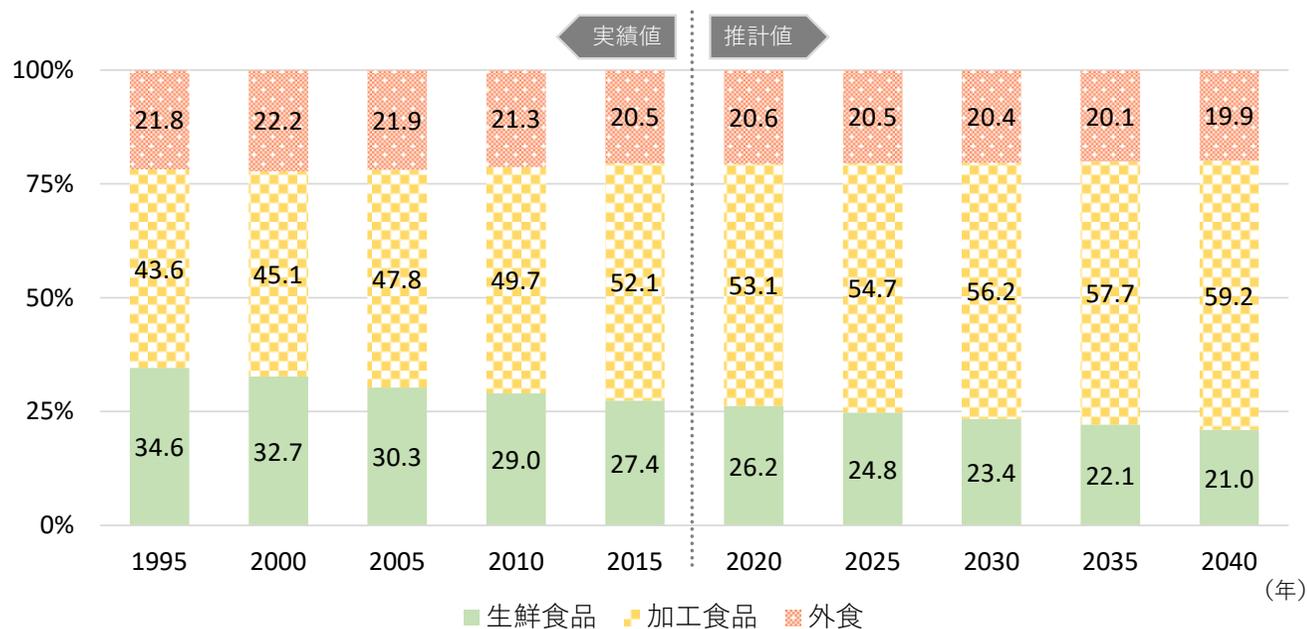
2. 生産者・消費者のニーズ

2.2 消費者ニーズ

(2) 食料消費

2) 加工食品に対する需要の増大

- 国内（総世帯）における1世帯当たり年間品目別食料支出金額割合について、1995年（平成7年）から2015年（平成27年）までに、生鮮食品は34.6%から27.4%に縮小した一方、加工食品は43.6%から52.1%に拡大した。
- 今後、シェアが高まる単身世帯を筆頭に、内食や外食から中食への転換が一層進展し、加工食品に対する需要がさらに増大していくと見込まれている。



※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
※加工食品は、生鮮食品と外食以外の品目

出典：農林水産政策研究所「我が国の食料消費の将来推計（2019年版）」

図2.4 国内（総世帯）における1世帯当たり年間品目別食料支出金額割合の推移

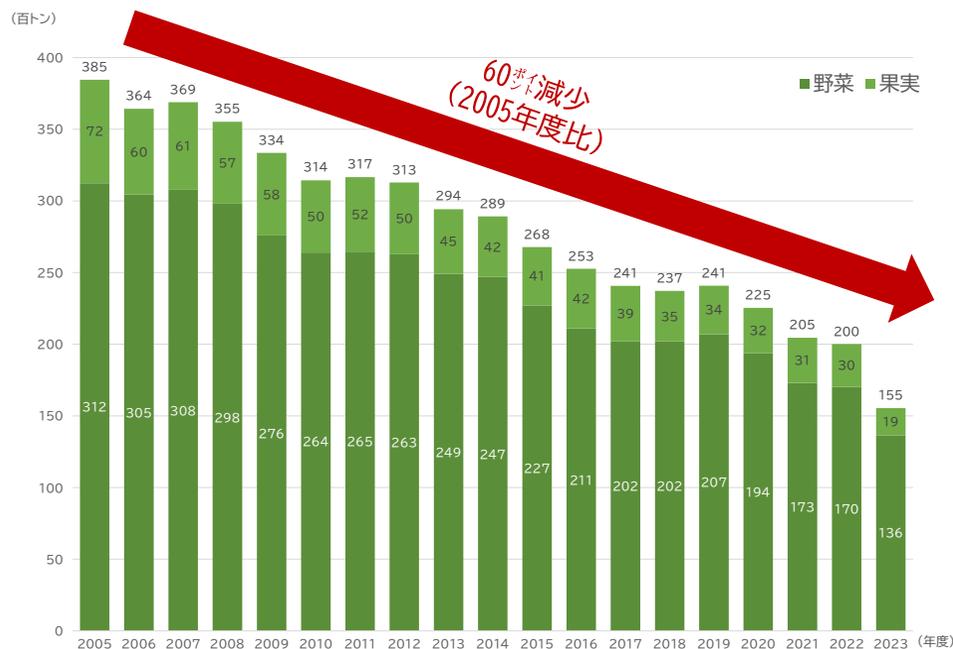
3. 明石市場（青果物、水産物）の状況

3.1 取扱数量・取扱金額の推移

(1) 取扱数量・取扱金額の減少

■青果物の取扱数量

- 明石市場における青果物の取扱数量は、2005年度（平成17年度）には約3.8万トンあったが、2022年度（令和4年度）には約1.6万トンまで落ち込んでいる。
- 類別に見ると、2005年度（平成17年度）から2022年度（令和4年度）までに、野菜は約3.1万トンから約1.4万トン、果実は約0.7万トンから約0.2万トンとなっており、いずれも大きく減少している。



出典：年報（2015年度～2023年度）より作成（㈱明石卸売市場管理センター）

図3.1 明石市場における青果物の取扱数量の推移

■青果物の取扱金額

- 青果物の取扱金額は、2005年度（平成17年度）には約80.5億円あったが、減少傾向をたどり、近年は50億円を下回っている。
- 類別に見ると、2005年度（平成17年度）から2022年度（令和4年度）までに、野菜は約63.6億円から約31.0億円、果実は約16.9億円から約7.1億円といずれも減少しており、特に果実の落ち込みが大きくなっている。



出典：年報（2015年度～2023年度）より作成（㈱明石卸売市場管理センター）

図3.2 明石市場における青果物の取扱金額の推移

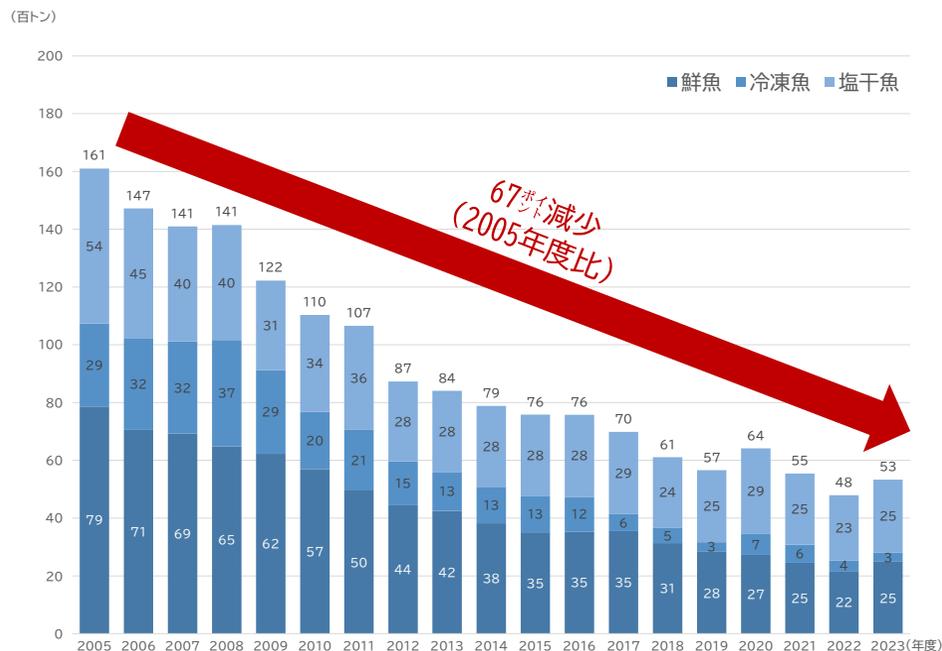
3. 明石市場（青果物、水産物）の状況

3.1 取扱数量・取扱金額の推移

(1) 取扱数量・取扱金額の減少

■水産物の取扱数量

- 明石市場における水産物の取扱数量は、2005年度（平成17年度）には約1.6万トンあったが、2023年度（令和5年度）には約0.5万トンと約1/3に落ち込んでいる。
- 類別に見ると、2005年度（平成17年度）から2023年度（令和5年度）までに、鮮魚は約0.79万トンから約0.25万トン、冷凍魚は約0.29万トンから約0.03万トン、塩干魚は約0.54万トンから約0.25万トンとなり、いずれも大きく減少している。

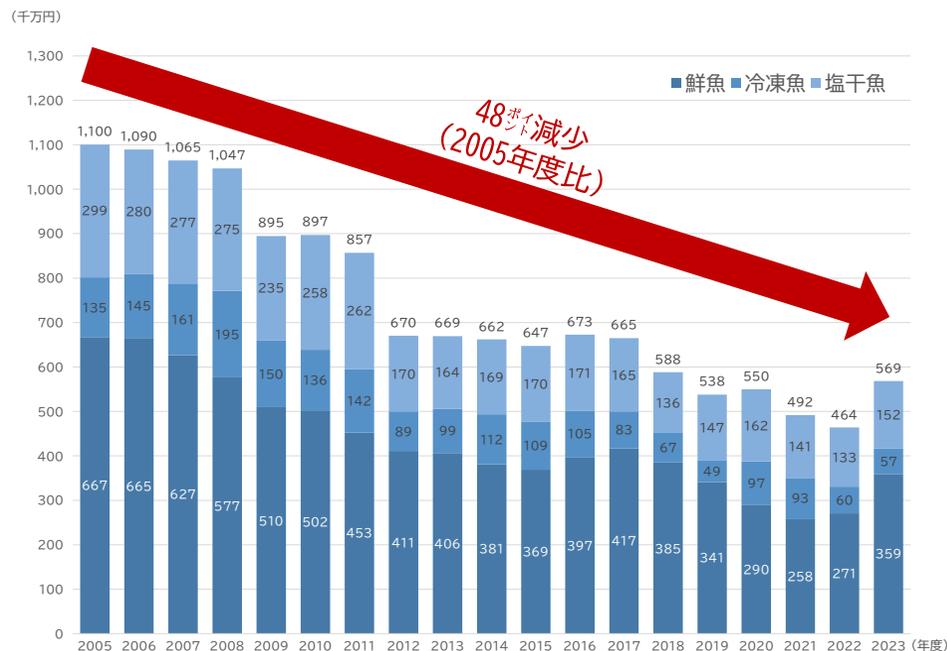


出典：年報（2015年度～2023年度）より作成（株）明石卸売市場管理センター

図3.3 明石市場における水産物の取扱量の推移

■水産物の取扱金額

- 水産物の取扱金額は、2005年度（平成17年度）の約110.0億円あったが、減少傾向をたどり、近年は50億円前後を推移している。
- 類別に見ると、2005年度（平成17年度）から2023年度（令和5年度）までに、鮮魚は約66.7億円から約35.9億円、冷凍魚は約13.5億円から約5.7億円、塩干魚は約29.9億円から約15.2億円といずれも減少しており、鮮魚の落ち込みが大きくなっている。



出典：年報（2015年度～2023年度）より作成（株）明石卸売市場管理センター

図3.4 明石市場における水産物の取扱金額の推移

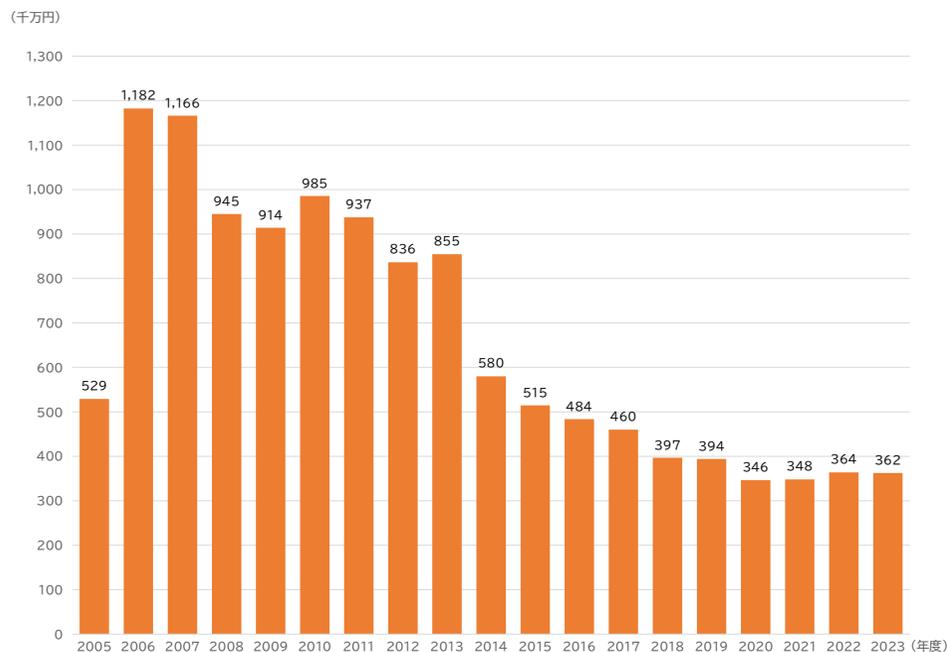
3. 明石市場（青果物、水産物）の状況

3.1 取扱数量・取扱金額の推移

(1) 取扱数量・取扱金額の減少

■ 関連事業の取扱金額

- 関連事業の取扱金額は、約118.2億円を達成した2006年度（平成18年度）以降、減少傾向をたどり、近年は34～39億円程度で推移している。

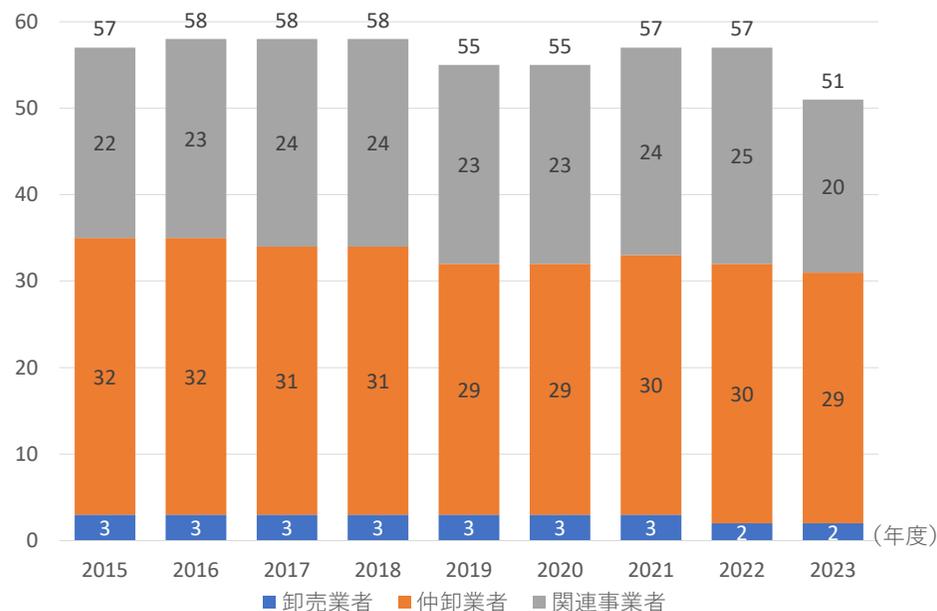


出典：年報（2015年度～2023年度）より作成（㈱明石卸売市場管理センター）

図3.5 明石市場における関連事業の取扱金額の推移

(2) 仲卸業者・売買参加者の推移

- 明石市場の卸売業者は、2023年（令和5年）7月から2事業者（水産・青果各1）となっている。
- 仲卸業者は、2015年度（平成27年度）は32事業者で、1～2事業者の増減を繰り返し、2023年度（令和5年度）現在で29事業者となっている。



出典：年報（2015年度～2023年度）より作成（(株)明石卸売市場管理センター）

図3.6 明石市場における卸売業者・仲卸業者・売買参加者の推移

3. 明石市場（青果物、水産物）の状況

3.2 近隣市場と比較した取扱数量・取扱金額の変化

■青果物：近隣市場との取扱量、取扱金額の比較（増減率）

近隣市場5市場の2020年度（令和2年度）と2023年度（令和5年度）の実績を比較すると、

- 青果物の取扱量は、最も減少率が高くなっている。
- 青果物の取扱金額は、最も減少率が高くなっている。

(トン)	2013年度	2020年度	2023年度	増減率(2020→2023)
神戸市中央卸売市場本場	129,448	105,552	85,213	-19.27%
神戸市中央卸売市場東部市場	31,409	33,250	29,628	-10.89%
姫路市中央卸売市場	45,449	34,191	28,977	-15.25%
尼崎市公設地方卸売市場	23,466	25,274	17,899	-29.18%
明石市公設地方卸売市場	29,425	22,538	15,541	-31.05%
総数(5市場)	259,198	220,804	177,258	-19.72%

出典：各市場「市場年報」より作成

表3.1 兵庫県卸売市場5市場（青果物）における取扱数量の変化

■水産物：近隣市場との取扱量、取扱金額比較（増減率）

近隣市場5市場の2020年度（令和2年度）と2023年度（令和5年度）の実績を比較すると、

- 水産物の取扱量は、2番目に減少率が低くなっている。
- 水産物の取扱金額は、最も増加率が低くなっている。

(トン)	2013年度	2020年度	2023年度	増減率(2020→2023)
神戸市中央卸売市場本場	56,334	27,149	24,932	-8.17%
神戸市中央卸売市場東部市場	8,835	7,864	6,259	-20.41%
姫路市中央卸売市場	31,774	25,051	19,283	-23.03%
尼崎市公設地方卸売市場	6,194	2,019	1,637	-18.92%
明石市公設地方卸売市場	8,407	6,416	5,334	-16.86%
総数(5市場)	111,544	68,499	57,445	-16.14%

出典：各市場「市場年報」より作成

表3.3 兵庫県卸売市場5市場（水産物）における取扱数量の変化

(千円)	2013年度	2020年度	2023年度	増減率(2020→2023)
神戸市中央卸売市場本場	29,358,936	28,585,311	25,174,542	-11.93%
神戸市中央卸売市場東部市場	8,487,175	9,750,817	8,882,490	-8.91%
姫路市中央卸売市場	10,160,832	8,547,469	8,165,661	-4.47%
尼崎市公設地方卸売市場	4,564,428	4,349,556	3,756,738	-13.63%
明石市公設地方卸売市場	6,555,342	5,195,808	3,807,064	-26.73%
総数(5市場)	59,126,712	56,428,961	49,786,496	-11.77%

出典：各市場「市場年報」より作成

表3.2 兵庫県卸売市場5市場（青果物）における取扱金額の変化

(千円)	2013年度	2020年度	2023年度	増減率(2020→2023)
神戸市中央卸売市場本場	45,336,947	30,346,980	38,339,897	26.34%
神戸市中央卸売市場東部市場	8,138,126	6,599,738	7,216,877	9.35%
姫路市中央卸売市場	20,420,262	15,523,118	16,390,093	5.59%
尼崎市公設地方卸売市場	4,800,032	2,151,848	2,498,943	16.13%
明石市公設地方卸売市場	6,694,690	5,497,099	5,685,542	3.43%
総数(5市場)	85,390,058	60,118,782	70,131,352	16.65%

出典：各市場「市場年報」より作成

表3.4 兵庫県卸売市場5市場（水産物）における取扱金額の変化

4. 法制度の変化

4.1 卸売市場法（昭和46年法律第35号）の改正

■直近の法改正の経緯

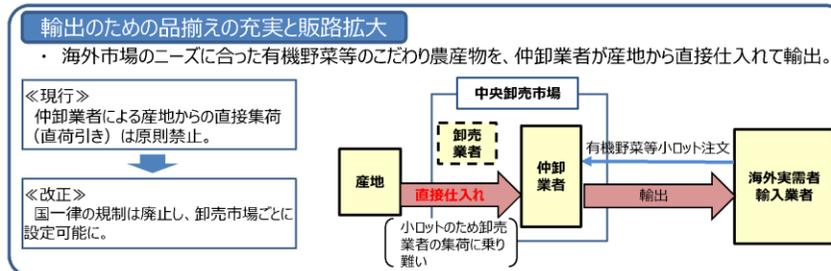
- 食品流通においては、1971年（昭和46年）に卸売市場法が制定された当時と比較して、加工食品や外食の需要が拡大するとともに、通信販売、産地直売等の流通の多様化が進んでいる。
- こうした状況の変化に対応して、生産者の所得の向上と消費者ニーズへの的確な対応を図るためには、卸売市場について、取引の実態に応じて創意工夫を生かした取組を促進するとともに、食品流通全体について、物流コストの削減や情報通信技術の導入、品質・衛生管理の強化などの流通の合理化と、その取引の適正化を図る必要性が生じた。
- このため、公正な取引環境の確保と、卸売市場を含む食品流通の合理化とを一体的に促進する観点から、2018年（平成30年）6月に卸売市場法と食品流通構造改善促進法が改正された（2020年（令和2年）6月21日施行）。

■主な改正内容

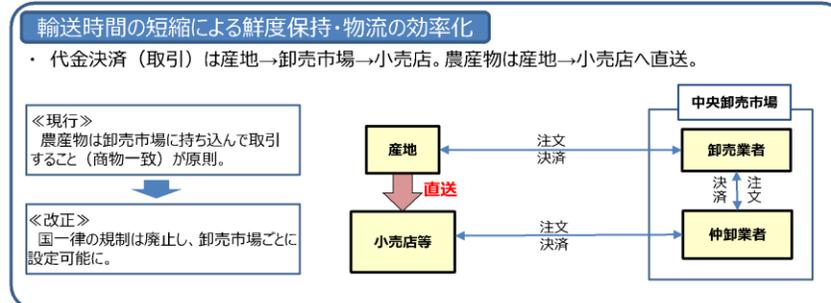
- 農林水産大臣は、卸売市場に関する基本方針を定める。
↳卸売市場に関する基本方針（平成30年農林水産省告示第2278号）
（基本方針の内容）
 - 業務の運営に関する事項
 - 施設に関する事項
 - その他重要事項
- 基本方針等に即し、生鮮食料品等の公正な取引の場として、①～⑥の共通の取引ルールを遵守し、公正・安全的に業務運営を行える卸売市場を中央卸売市場又は地方卸売市場として農林水産大臣又は都道府県知事が認定・公表し、指導・検査監督する。
 - 売買取引の方法の公表
 - 差別的取扱いの禁止
 - 受託拒否の禁止（中央卸売市場のみ）
 - 代金決済ルールの策定・公表
 - 取引条件の公表
 - 取引結果の公表
 - その他の取引ルールの公表（第三者販売の禁止、直荷引きの禁止、商物一致等。卸売市場ごとに、関係者の意見を聴くなど公正な手続きを踏み、共通の取引ルールに反しない範囲において定めることができる。）
- 国は食品等流通合理化計画に従って行われる中央卸売市場の整備に対し、予算の範囲内において、その費用の4/10位内を補助できる。

■本改正により期待されるビジネスモデル

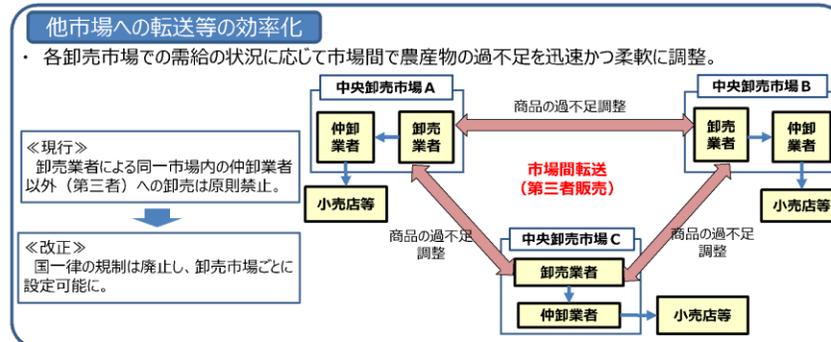
1. 輸出促進



2. 産地直送



3. 市場間ネットワーク



Copyright 2016 Food Industry Affairs Bureau, Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries.

出典：農林水産省 <http://www.maff.go.jp/j/shokusan/sijyo/info/#kaisei>

4. 法制度の変化

4.2 食品流通構造改善促進法（平成30年法律第59号）の改正

■直近の法改正の経緯

- 食品流通全体を振興する仕組みとしては、食品流通構造改善促進法があり、食品流通の構造改善事業に取り組む事業者に対し、金融等の支援措置を講じている。
- 2018年（平成30年）6月に法が改正され、2020年（令和2年）6月21日に施行された。
- この改正に伴い、法律名が「食品等の流通の合理化及び取引の適正化に関する法律」に改められた。

■主な改正内容

(1) 農林水産大臣は、食品等の流通の合理化に関する基本方針を定める。

☞食品等の流通の合理化に関する基本指針（平成30年農林水産省告示第2279号）

（基本指針の内容）

- 流通の効率化
- 情報通信技術等の利用
- 品質・衛生管理の高度化
- 国内外の需要への対応

(2) 農林水産大臣は、基本方針等に即し、食品等の流通の合理化を図る事業に関する計画を認定する。

(3) 認定を受けた者は、農林漁業成長産業化支援機構（A-FIVE）の出資等の支援を受けることができる。

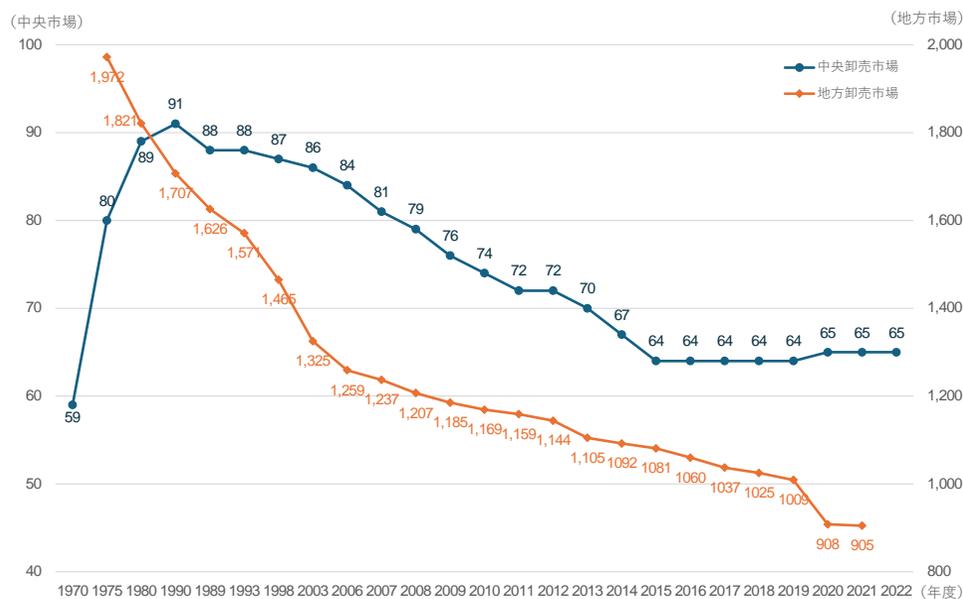
(4) 農林水産大臣は、食品等の取引状況について定期的な調査を行い、当該調査の結果に基づき必要な措置を講じ、不公正な取引方法があると思料する場合には公正取引委員会に通知する。

5. 卸売市場の動向

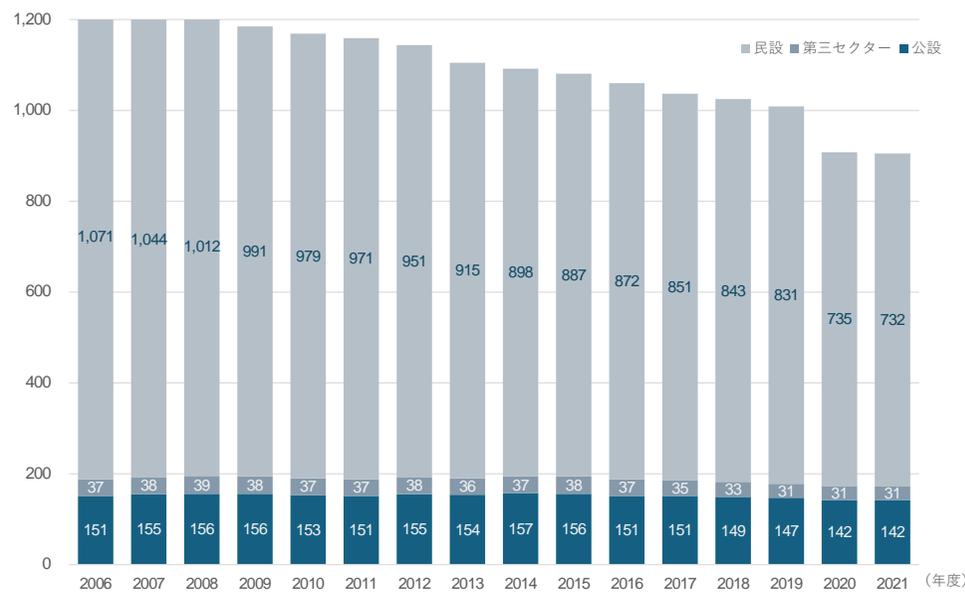
5.1 卸売市場をめぐる動向

- 国内の卸売市場開設数は減少傾向にあり、1990年度（平成2年度）から2021年度（令和3年度）にかけて、中央卸売市場で約3/4に、地方卸売市場では約1/2まで減少している。
- 地方卸売市場は、開設者によって民設、第三セクター、公営の3種類に区分される。このうち第三セクター、公営の開設数はやや減少傾向にある一方、民設の地方卸売市場は2006年度（平成18年度）以降で約340市場廃止されており、大きく減少している。

国内の卸売市場開設数の推移



地方卸売市場開設数の推移



資料：農林水産省大臣官房新事業・食品産業部食品流通課調べ

（注）各年度末の数値である。ただし、地方卸売市場については平成24年度までは各年度当初の数値である（2012年度末の地方卸売市場は1,126（うち公設154、第三セクター37、民設935））。

5. 卸売市場の動向

5.2 地方卸売市場の再整備事例

- ・全国で地方卸売市場の廃止が進む中で、官民連携手法の導入や民設転換などを図りながら、市場の再整備が実施されている。

地方卸売市場の再整備事例

市場名称	事業期間	事業目的	事業手法
鳥取市 公設地方卸売市場	募集要項等の修正版公表 令和4年4月 優先交渉権者決定 令和4年8月 整備中	<ul style="list-style-type: none"> ・昭和48年4月の開場後、49年が経過し、施設・設備の老朽化が進んでいる ・耐震診断を行った結果、国が定める構造耐震指標（Is値）の基準の半分以下であるとの判定を受け、早急に建物の耐震化あるいは建替を行う必要性があった ・国の指針や社会的要請を踏まえ、生鮮食品等を扱う施設にはコールドチェーンの機能が必須となっているにもかかわらず、その整備ができていない状況にあった ・今後も求められる機能・役割を果たすため、『地域経済の持続的発展をけん引していく卸売市場』を将来像とした経営戦略を策定し、課題への対応方針として、以下の4つの柱を挙げた <ol style="list-style-type: none"> ① 建替による閉鎖型施設への転換 ② 流通合理化・HACCP取得の促進などの機能の強化 ③ 直荷引（仲卸制度導入に合わせた）と第三者販売の適用 ④ 施設整備等におけるPPP手法導入の推進 	<p>【市場施設の整備】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・施設の基本設計を含む設計業務及び建設工事業務を一括して発注する設計・施工一括発注方式（DB方式）で行う <p>【余剰地活用】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業者は、本施設の用途又は目的を妨げない範囲において、余剰地を有効活用し、鳥取市場と相乗効果の期待できる民間施設を整備・運営できる
富山市 公設地方卸売市場	募集要項等の修正版公表 令和2年11月 優先交渉権者決定 令和3年3月 供用開始 令和5年3月	<ul style="list-style-type: none"> ・昭和47年度に建築された本市場の主体建物（青果水産の卸、仲卸売場等）は、昭和56年以前の旧耐震基準で建築された ・平成22年度に実施した耐震診断では、建物の耐震性能を表すIs値が0.14～0.29と判定され、震度6強から震度7に達する大規模地震発生時には倒壊または崩壊する危険性が高いとされているIs値0.3を下回っている ・電気・給排水等の配管設備も老朽化が著しく、修繕費が嵩むことから、抜本的な対策が必要な状況 ・将来にわたり市民に安全・安心な食を安定的に供給するために、コンパクトな市場として再整備を行い、施設規模の縮小により生じた土地の有効活用を図ることとした 	<p>【市場施設の整備】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市と事業者が、事業用地全体について、事業用定期借地権設定契約を締結 ・事業者は、本施設の設計及び建設等の業務を行うとともに、本施設を所有したまま、事業期間が終了するまでの間、維持管理業務を遂行する ・市は市場施設部分について建物賃貸借契約を締結した後、市場運営を行う（リース形式） <p>【余剰地活用】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業者（民間施設実施企業）は、公共施設の用途・目的を妨げない範囲において、公共施設を除く余剰地を有効活用し、民間施設を整備・運営する
飯塚市 公設地方卸売市場 (公設民営)	募集開始の公告 令和元年9月 供用開始 令和4年5月	<ul style="list-style-type: none"> ・施設建設から45年超を経過し、施設の更新・建て替え時期を迎えていた ・農林水産省が示す安全・安心な生鮮品流通を目指すためには、コールドチェーンなどの整備が不可欠であり、施設の再整備が喫緊の課題となっている ・こうした状況を踏まえ、飯塚市だけでなく、筑豊地域の食料供給基地として、市場が地域住民の食を支える機能を維持するため、建設から長期間が経過し、施設の老朽化や鮮度管理（コールドチェーン）の未整備等の課題を抱えていた 	<p>【市場施設の整備】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・設計・施工一括発注方式（DB方式）を採用し、また参加者からのコスト削減や機能・品質向上を図るVE提案を可能とした
佐伯青果市場 再整備を機に公設から民設へ	平成28年～平成29年	<p><施設設備に至る課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・市内3箇所に青果卸売市場があるため、品目及び取扱量の分散により集荷力の低下 <p><対応方向></p> <ul style="list-style-type: none"> ・「地方卸売市場佐伯青果市場」とし、佐伯青果卸売市場協同組合が市場開設者として新統合市場の建設を行い、現在の3青果市場が中心となって新たに作る新会社が、新青果市場の卸業者となった ・民設による3市場の統合により、集荷力の向上による取引増及び広域流通圏の形成 ・衛生管理機能を強化するため、商品特性に応じて温度管理する施設を整備 	<ul style="list-style-type: none"> ・防災備蓄倉庫や卸売市場を中心とした「救援物資の集積・輸送拠点」として市の防災対策の一端を担う。
湘南藤沢 地方卸売市場 再整備を機に公設から民設へ	供用開始 平成24年3月	<ul style="list-style-type: none"> ・昭和56年4月に藤沢市中央卸売市場として開設 ・平成19年4月に藤沢市地方卸売市場として地方市場に転換し、平成21年4月には利用料金制による指定管理者制度を導入 ・平成24年4月から開設権が藤沢市から湘南青果㈱へ譲渡され、民営市場として湘南藤沢地方卸売市場が誕生（国内で初めての中央卸売市場からの民営化のケース） 	<p>【市場施設の整備】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市場機能を残したい藤沢市の考えを支援するため、横浜丸中青果㈱が市場整備事業を推進し予算を協力負担 ・卸売棟をコンパクト化、青果棟を解体 ・新たに配送棟を造成し、そこに国分㈱を誘致し（同社が運営する藤沢流通センターが平成24年7月から稼働）

5. 卸売市場の動向

5.2 地方卸売市場の再整備事例

- ・ 全国で地方卸売市場の廃止が進む中で、官民連携手法の導入や民設転換などを図りながら、市場の再整備が実施されている。

地方卸売市場の再整備事例

市場名称	事業期間	事業目的	事業手法												
西宮地方卸売市場 (整備前) ・ 公設・民設 (整備後) ・ 公設市場を廃止し、民設市場へ統合	基本方針策定 平成25年3月 新施設が竣工 令和5年10月 新卸売市場開場 令和5年12月1日	<ul style="list-style-type: none"> ・ 公設の西宮市地方卸売市場（昭和23年開設）と民設の西宮東地方卸売市場（昭和9年開設）があったが、施設の老朽化が著しく、衛生面、運営面での課題を多く抱えていた。 ・ 平成25年3月に、西宮市卸売市場整備基本方針策定「食の流通拠点として西宮市卸売市場の再整備と機能強化を図る」を基本方針に、市場運営のあり方として(1)「2つの卸売市場の一体化」、(2)「民間による戦略的市場運営」、(3)「現在地での整備」とした。 ・ JR西宮駅前という都市核にも関わらず、老朽木造建築物が密集し、建物の不燃化、耐震化への対応が十分でないというまちづくりでの課題もあったため、第一種市街地再開発事業により、卸売市場の機能更新とまちづくりを同時一体的に実施。 	<p>【市場施設の整備】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 地権者で構成される市街地再開発組合が施行する第一種市街地再開発事業によって、新卸売市場施設を整備 ・ 市街地再開発組合が整備する新卸売市場施設を、西宮市及び西宮市場株式会社がそれぞれ権利変換による権利床及び増床して取得 												
尼崎市 公設地方卸売市場	公募要件等の公表 令和6年7月8日 優先交渉権者決定 令和7年3月中 (予定)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 現卸売市場の機能更新を図ることで、生鮮食料品等の供給機能を維持・強化し、市民サービスに資するとともに、市民等の施設の利活用やイベント開放など、市民に愛され親しまれる市場とすることで地域の活性化に資することを目的とする 	<p>【市場施設の整備】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 現敷地にて原則、市場の営業を継続しながら市場施設を適正規模に再整備し、機能を強化する ・ 事業者が、市場敷地全体を市から借地し、事業者が提案する施設を建設し、事業期間終了まで維持管理する ・ 市は事業者が建設する施設のうち、卸売市場施設部分について賃借（マスターリース）し、市場の開設、運営を行う 												
北勢地方卸売市場 (三重県)	サウンディング調査 の実施 令和6年10月	<ul style="list-style-type: none"> ・ 施設の老朽化に対応し、現代の物流構造に適應するとともに、市場の機能を強化し、三重県内の市場流通拠点としての役割を維持・向上させる。 ・ 市場の余剰地を有効活用し、地域の活性化を図ること。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ サウンディング調査の実施結果を踏まえて事業手法を決定 												
岳南富士 地方卸売市場 (静岡県)	サウンディング調査 の実施 令和6年12月	<ul style="list-style-type: none"> ・ 今岳南富士地方卸売市場は、昭和51年に「富士市直営」でオープン、平成20年に「指定管理者」制度を導入し、平成27年度に「完全民営化」に移行して現在に至る。 ・ 市場の民営化を契機に、開設者の「富士中央青果㈱」（公設時からの卸売会社）に市場管理棟を無償譲渡し、土地の減免貸付を開始。 ・ 同社は、市場管理棟を事務所等に使用するとともに、市の補助金及び金融機関からの融資を受け、その隣に荷捌き場や冷蔵庫等を新設して市場を運営してきたが、近年、経営状況は厳しさを増していた。 ・ <u>今後も市場機能を維持するため、令和7年3月に富士中央青果㈱の所有する建物を買収した上で、新たに当市場の運営に対して意欲と能力のある事業者</u>に土地と建物を貸付し、運営の継続を図る。 <p>【これまでの経緯】</p> <p>昭和51年 富士市公設地方卸売市場（富士市直営）</p> <p>平成20年 指定管理制度開始（民営化を前提） 指定管理者：富士市公設地方卸売市場㈱ 指定管理料0円</p> <p>平成22年 公設市場を廃止し、民営化を決定 「市場再整備計画」を公表したが、事業費が約30億円になるため、再度検討し、再整備を行わず、公設市場を廃止する方針とした。 その後、市場関係者と協議を重ねた結果「民営化」が決定</p> <p>平成27年 完全民営化 開設者：富士中央青果㈱</p>	<p>・ 想定されている管理運営方法</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>前提条件</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>建物の管理・修繕</td> <td>建物の管理・修繕は事業者が実施する</td> </tr> <tr> <td>活用用途</td> <td>青果卸売市場を継続する</td> </tr> <tr> <td>仲卸業者・代払組合等のテナントの扱い</td> <td>現在テナントとして入っている仲卸業者5社と代払組合、運送業者、付属店舗5社を継続する</td> </tr> <tr> <td>市所有の土地及び建物貸付</td> <td>有料で貸付を行う</td> </tr> <tr> <td>事業期間</td> <td>長期継続運営を行う</td> </tr> </tbody> </table>	項目	前提条件	建物の管理・修繕	建物の管理・修繕は事業者が実施する	活用用途	青果卸売市場を継続する	仲卸業者・代払組合等のテナントの扱い	現在テナントとして入っている仲卸業者5社と代払組合、運送業者、付属店舗5社を継続する	市所有の土地及び建物貸付	有料で貸付を行う	事業期間	長期継続運営を行う
項目	前提条件														
建物の管理・修繕	建物の管理・修繕は事業者が実施する														
活用用途	青果卸売市場を継続する														
仲卸業者・代払組合等のテナントの扱い	現在テナントとして入っている仲卸業者5社と代払組合、運送業者、付属店舗5社を継続する														
市所有の土地及び建物貸付	有料で貸付を行う														
事業期間	長期継続運営を行う														

5. 卸売市場の動向

5.3 民営化の事例

地方卸売市場の民営化のパターン

民営化のパターン	事例
① 公設市場よりも卸の経営戦略上、有利であると判断して民営化	長岡、石巻、富良野、北勢など
② 卸の経営破綻により他市場卸の支援を受けて民営化	北見、市川、伊勢崎など
③ 開設自治体の財政負担軽減のために市場業者に開設権を譲渡	伊勢崎、桐生、栃木県南、上越、足利など最も多い
④ 卸の経営破綻により仲卸など市場業者が受け皿となって民営の市場開設者となった	館林、日立、岳南、山陽小野田など
⑤ 市場をコンパクト化し、余剰地に民間企業を誘致し収益化、民営化	足利、今治、名古屋西など
⑥ 駅前、幹線道路など立地の優位性を活かし公設市場を移転あるいは廃止することで商業施設として再開	西宮、伊丹、加古川、日立、室蘭など

地方卸売市場の廃止事例

市場名称	廃止年	廃止理由
伊丹市公設地方市場	2008年 民営化	<ul style="list-style-type: none"> 卸売場面積の確保が難しく、直売所「スマイル阪神」として再編 伊丹市公設市場「食・農・プラザ」として、従来の市場機能・都市農業の拠点施設（2015年）
日立市公設地方市場	2016年 民営化	<ul style="list-style-type: none"> 取扱高の減少及び食料供給率の低下により公設地方卸売市場を廃止し、民営化 複合商業施設「SEAMARKSQUARE」がオープン（2020年3月）
山陽小野田市公設地方卸売市場	2020年 民営化	<ul style="list-style-type: none"> 卸売会社の破綻により廃止 株式会社フレッシュが開設者となり、山陽小野田地方卸売市場が開設（2022年7月）
駒ヶ根市場	2023年度末	<ul style="list-style-type: none"> 小規模市場であり、地域農業と地場流通を支えていたが、取扱数量と金額の減少
福知山市公設地方卸売市場	2023年3月 民営化	<ul style="list-style-type: none"> 新開設者による再編 福知山地方卸売市場が地方卸売市場として新たに認定（2023年4月）
加古川市公設地方卸売市場	2022年度末	<ul style="list-style-type: none"> 2019年9月に青果部卸売業者が事業を停止し、総合市場としての体制を維持することができない状態になったこと、施設が老朽化していることなどにより廃止

6. 卸売市場を取り巻く環境のまとめ

I 食品流通を取り巻く社会環境の変化

■人口動向

- ・人口増加・少子高齢化：明石市の人口は1990年（平成2年）以降増加し、2020年（令和2年）には30万人を超えた
- ・生産年齢人口は減少し、老年人口が増加しているが、年少人口は増加に転じている
- ・世帯数の増加と平均世帯人員の減少：世帯数は増加している一方、平均世帯人員は減少

■生鮮食料品の生産動向

- ・農業：全国の基幹的農業従業者の高齢化が進行しており、兵庫県内の農家戸数も減少
農業総産出額は約9兆円で、野菜や青果は約3兆円規模を維持
- ・漁業：漁業従業者の高齢化が進み、漁業産出額も減少

■物流動向

- ・卸売市場の流通：流通構造が多様化し、市場外流通が増加しており、青果物や水産物の卸売市場経由率は低下傾向にある
- ・食品の物流状況：トラック輸送が主流であるが、ドライバー不足や労働環境の問題が深刻化

■食品小売業動向

- ・業態別販売額・市場規模：大手量販店やコンビニエンスストアの販売額が増加しており、通販や宅配などの多様な流通形態が伸長している
- ・実需者の減少と量販店の台頭：兵庫県内の飲食料点小売業の事業所数は減少しており、量販店が大きなシェアを占めている

II 生産者・消費者のニーズ

■生産者ニーズ

- ・関心の高い農業施策：労働力の確保や農地の集積、生産資材価格の引下げが重要視されている
- ・出荷・販売先：消費者への直接販売が最も高く、食品製造業者や外食・中食業者への販売も増加傾向にある

■消費者ニーズ

- ・鮮度保持等の品質・衛生管理：消費者の要求は多様化しており、コールドチェーンの整備が求められている
- ・食料消費量の減少と食料消費構造の変化：野菜、果実、魚介類の消費量は減少し、肉類の消費量が増加している
- ・加工食品に対する需要の増大：生鮮食品の支出割合は減少し、加工食品の支出割合が増加している

III 明石市市場（青果物、水産物）の状況

- ・明石市場は青果物と水産物の取扱数量・取扱金額が減少しており、関連事業の取扱金額も減少傾向にある
- ・仲卸業者や売買参加者の減少も見られる
- ・近隣市場との比較では、青果物の減少率が高く、水産物の取扱金額の減少率は低いものの、全体的に取扱量が減少している

IV 法制度の変化

- ・卸売市場と食品流通全体の合理化と取引の適正化が進められ、効率的で公正な取引環境が整備されることが期待されている
- ・開設者及び市場関係業者が一体となって市場の戦略を策定することが可能（画一的なビジネスモデルからの脱却を狙うことが可能）
- ・農業競争力強化プログラム・農業競争力強化支援法により生産者に有利な流通・加工構造を確立するため国の様々な支援が制度化

V 卸売市場の動向

- ・各地で卸売市場の再整備が進められており、効率的で安全な食品流通を確保するための取り組みが行われている

Ⅲ. 明石市場の現状分析 (内部環境の評価)

～場内事業者へのアンケート・ヒアリング調査より～

1. 場内事業者意向調査の概要

1.1 場内事業者へのアンケート調査の概要

(1) 調査対象者・回答状況

明石市場内の全ての事業者

業種	事業者数	回答数	回答率	
			紙	Web
卸売事業者	2	2	100%	
			0%	100%
仲卸事業者	13	13	100%	
			38.5%	61.5%
水産	15	15	100%	
			13.3%	86.7%
関連事業者	24	19	79.2%	
			31.6%	68.4%
合計	54	49	90.7%	
			26.5%	73.5%

(2) 調査期間

2024年（令和6年）9月26日（木）～同年10月10日（木）

(3) 回答方法

調査票（紙）またはWebサイトから回答

(4) 主な調査事項

- ・ 場内事業者の事業概要、経営状況、取引状況
- ・ 場内施設の利用状況
- ・ 明石市場の将来像、再整備に関する意向

1.2 場内事業者へのヒアリング調査の概要

(1) 調査対象者・実施日

調査対象者	実施日
神果神戸青果(株)明石支社	2024年12月17日（火）
神港魚類(株)明石支社	2025年1月17日（金）
明石青果仲卸協同組合	2025年1月14日（火）
明石海産卸売協同組合	2025年1月11日（土）
明石市公設地方卸売市場関連事業協会	2025年1月11日（土）

(2) ヒアリング事項

- ・ 明石市場・場内事業者が直面する課題
- ・ 明石市場の取扱量・取扱高の維持・拡大に必要な取組
- ・ 明石市場が担うべき役割
- ・ 明石市場の強み・弱み
- ・ その他

2. 場内事業者へのアンケート調査結果

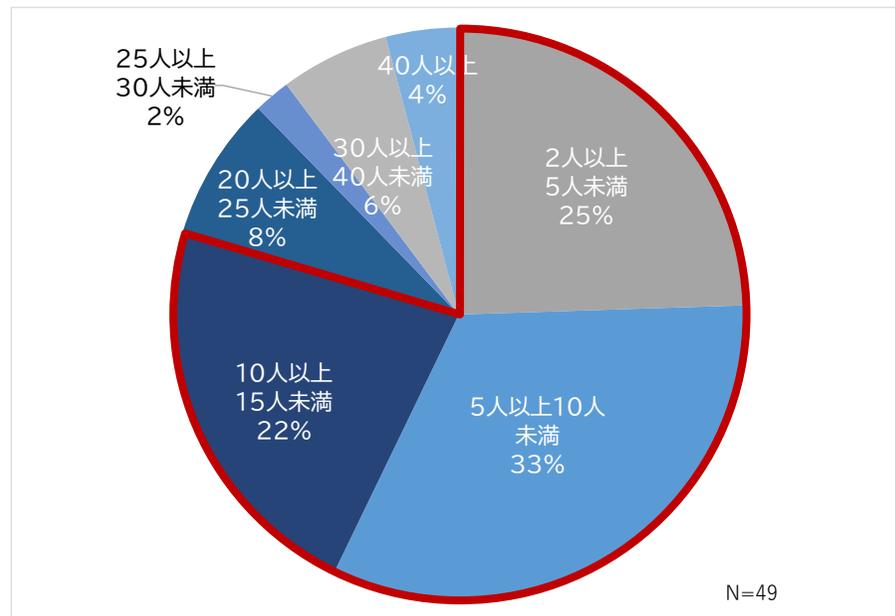
2.1 事業概要

(1) 従業員数

- 明石市場の従業員数は、常時雇用で642人、臨時雇用を含めると664人となっている。
- 従業員総数は10人未満が約60%を占めている。

■従業員総数

業種	常時雇用		臨時雇用	計
	正規	パート等		
卸売事業者	32	11	0	43
仲卸事業者	青果	63	36	115
	水産	89	112	204
関連事業者	174	125	3	302
計	358	284	22	664

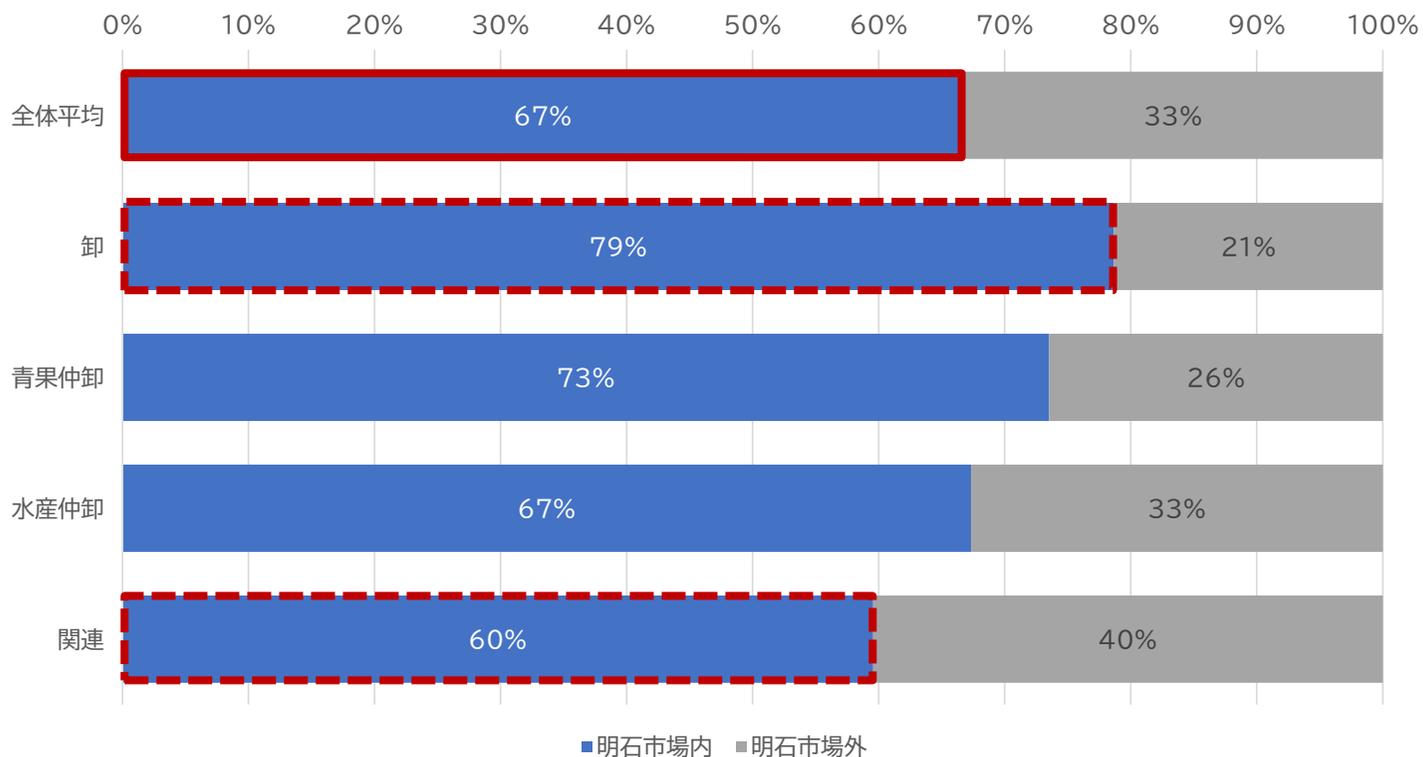


2. 場内事業者へのアンケート調査結果

2.1 事業概要

(2) 売上高の明石市場内外割合（2023年度（令和5年度）実績より）

- 各事業者の売上高に占める市場内割合は、全体平均で67%に対し、卸業者は約80%、関連事業者で60%と約20%の差がある。



2. 場内事業者へのアンケート調査結果

2.2 現在と今後の展望

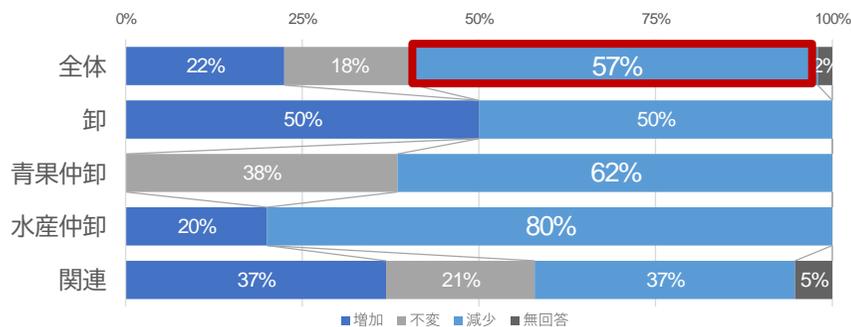
(1) 現在の経営状況と将来展望

1) 経営状況の変化

① 売上高

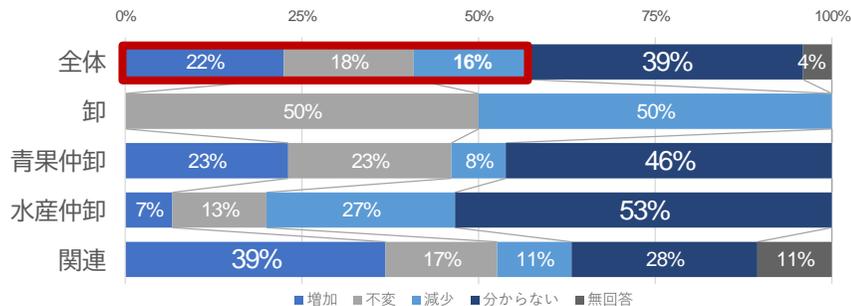
5年前と比較

- 5年前と比較した売上高は、「減少」が57%で最多となっている。



5年後の展望

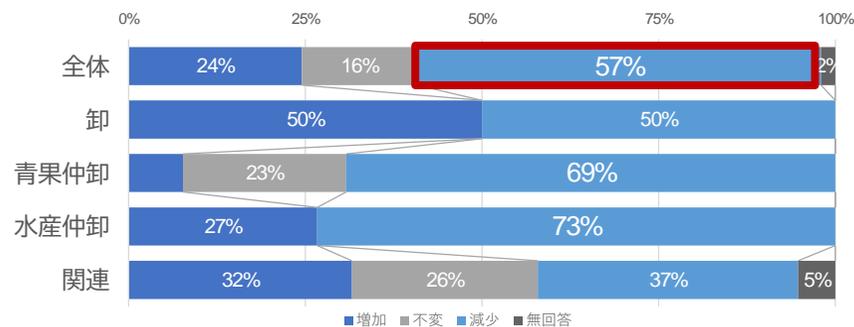
- 5年後の展望では、「増加」「不変」「減少」がそれぞれ約20%で拮抗している。
- 一方で、「わからない」が39%で最多となっており、将来展望は不透明



② 取扱高

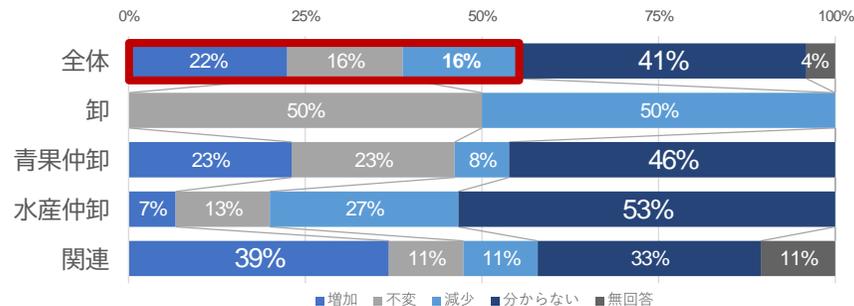
5年前と比較

- 5年前と比較した取扱高は「減少」が57%で最多となっている。



5年後の展望

- 5年後の展望では、「増加」「不変」「減少」がそれぞれ約20%で拮抗している。
- 一方で、「わからない」が41%で最多となっており、将来展望は不透明



2. 場内事業者へのアンケート調査結果

2.2 現在と今後の展望

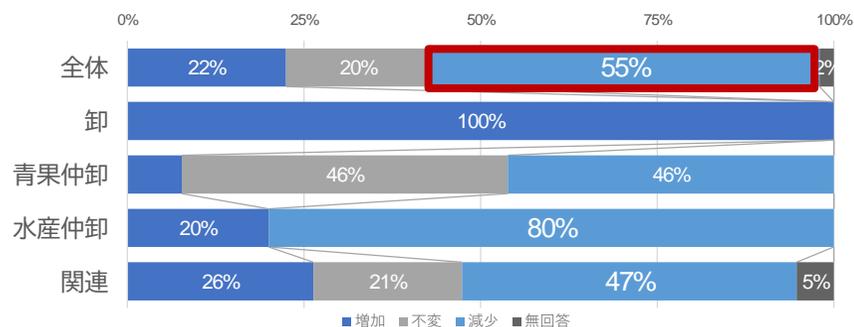
(1) 現在の経営状況と将来展望

1) 経営状況の変化

③ 採算（利益）

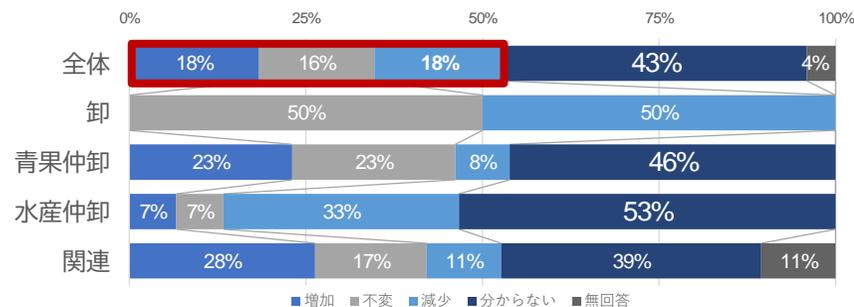
5年前と比較

- 5年前と比較した採算（利益）は、「減少」が55%で最多となっている。



5年後の展望

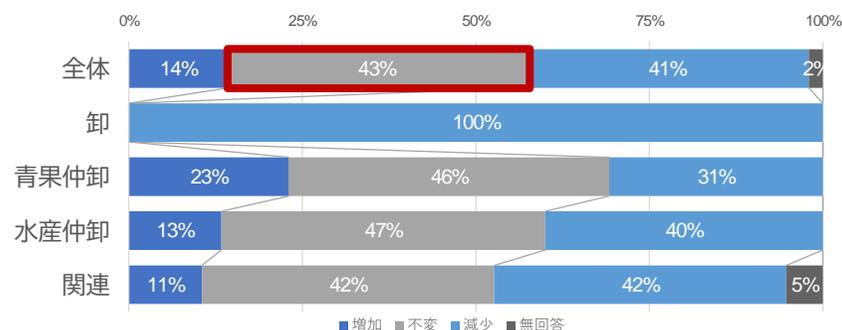
- 5年後の展望では、「増加」「不変」「減少」がそれぞれ約20%で拮抗している。
- 一方で、「わからない」が43%で最多となっており、将来展望は不透明



④ 従業員

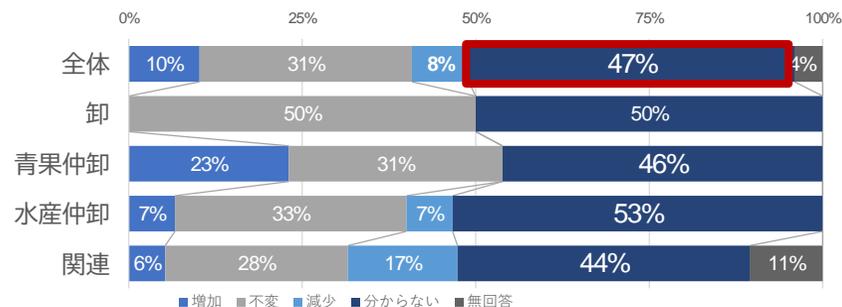
5年前と比較

- 5年前と比較した従業員数は、「不変」が41%で最多となっている。



5年後の展望

- 5年後の展望では、「わからない」が47%で最多となっている。



2. 場内事業者へのアンケート調査結果

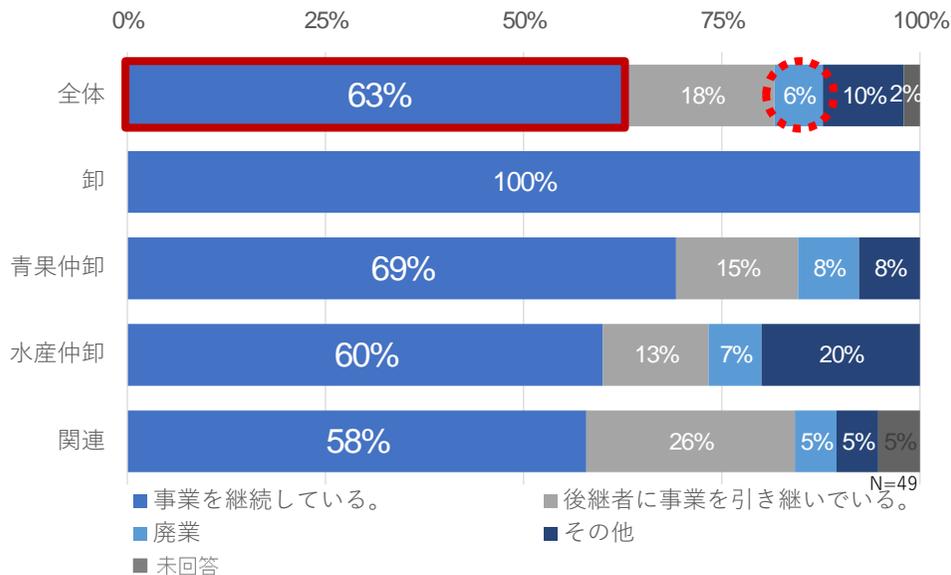
2.2 現在と今後の展望

(1) 現在の経営状況と将来展望

2) 事業の継続

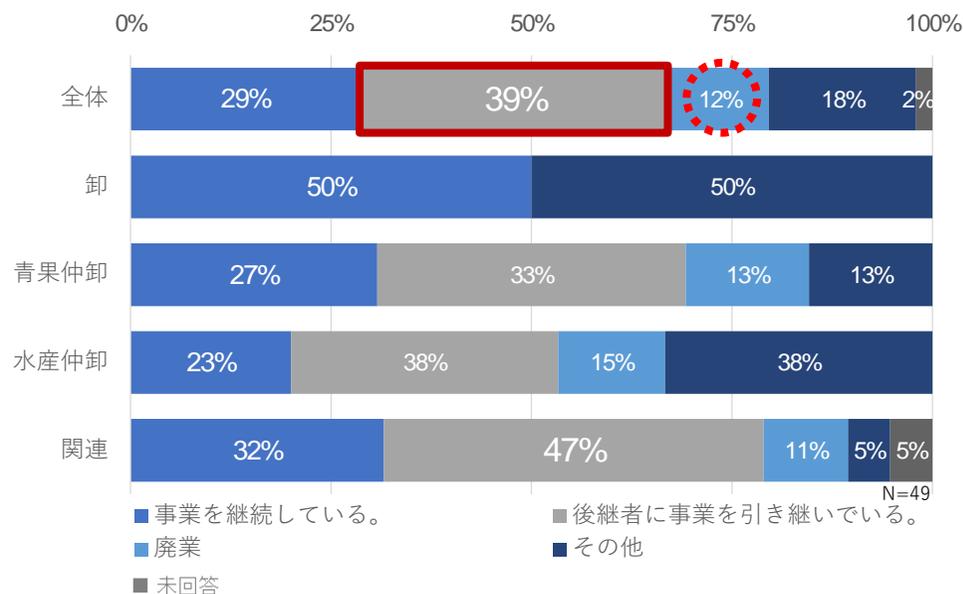
10年後の事業の見通し

- 10年後には、63%が継続の意向を示している。
- また、18%が後継者への承継の意向を示している。
- 10年後に廃業の意向を示している事業者は、6%となっている。



20年後の事業の見通し

- 20年後には、29%が継続の意向を示している。
- また、39%が後継者への継承の意向を示している。
- 20年後に廃業の意向を示している事業者は、12%となっている。



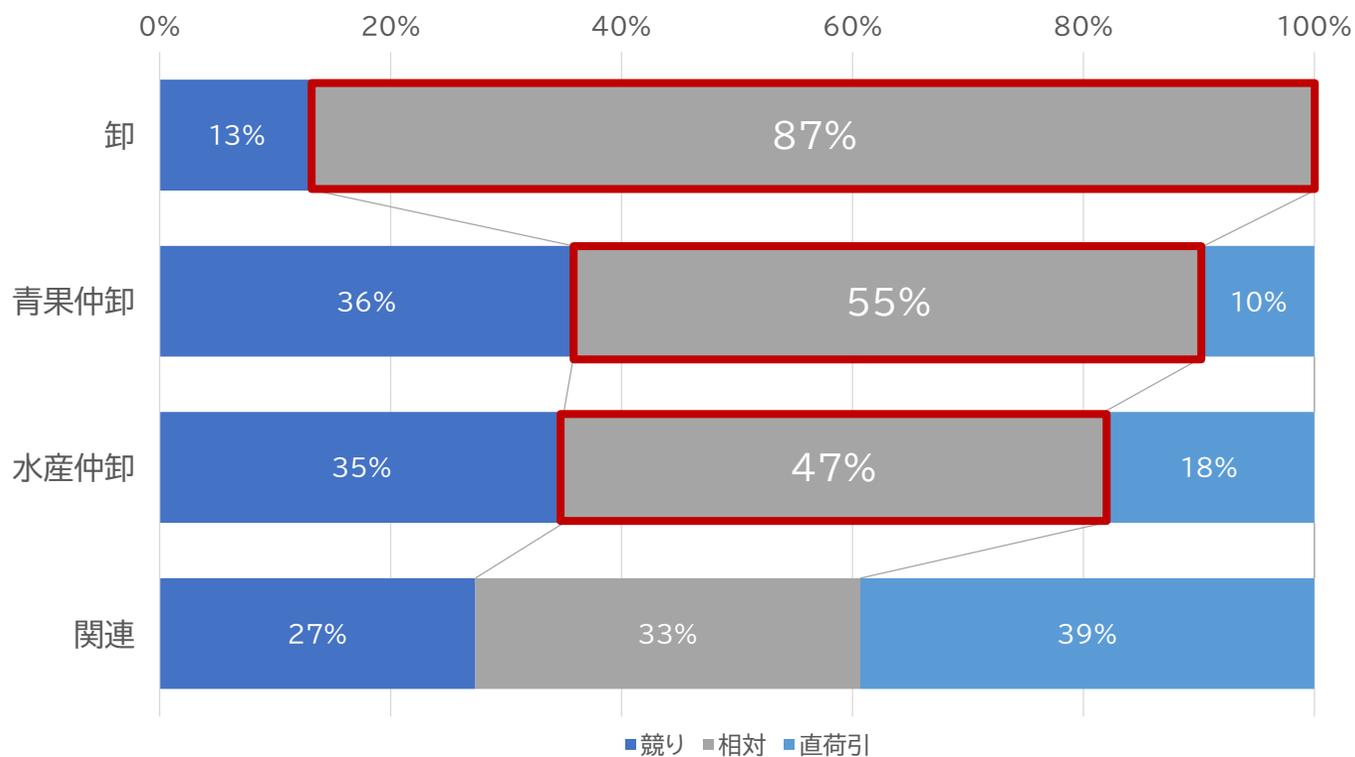
2. 場内事業者へのアンケート調査結果

2.2 現在と今後の展望

(2) 現在の販路とニーズ

1) 競り・相対・直荷引きの割合

- 競り・相対・直荷引きの割合については、卸、青果仲卸、水産仲卸とも相対が最も大きな割合を占めているが、卸の約90%に対して、仲卸では約50%程度となっている。



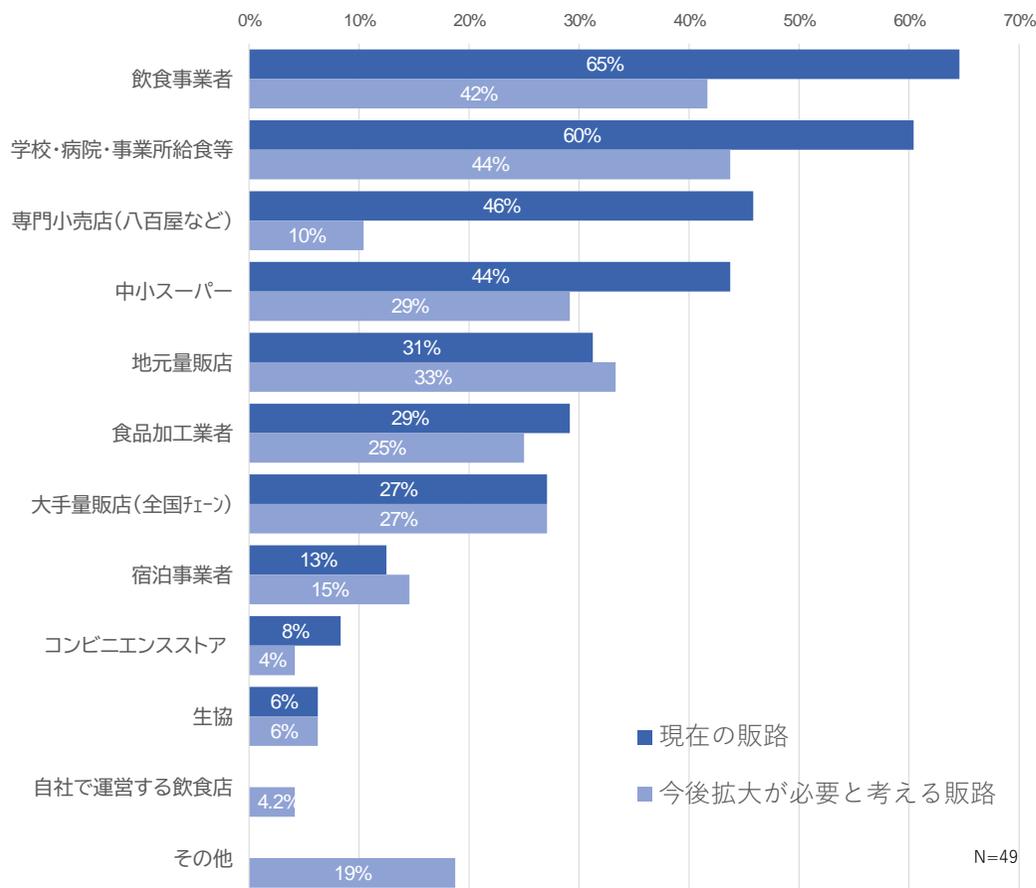
2. 場内事業者へのアンケート調査結果

2.2 現在と今後の展望

(2) 現在の販路とニーズ

2) 現在の販路と今後拡大が必要と考える販路

- 現在の販路と今後拡大が必要と考える販路については、飲食事業者、学校・病院・事業所給食等が現在、将来とも比較的大きな割合を占めている。
- 専門小売店については、現在の販路として重要視されているものの、今後拡大すべき販路としての位置づけは低い。
- その他としては仲卸・場外問屋・他市場のほか、商社や個人顧客へのネット販売、給食センター、飲食店が挙げられている。



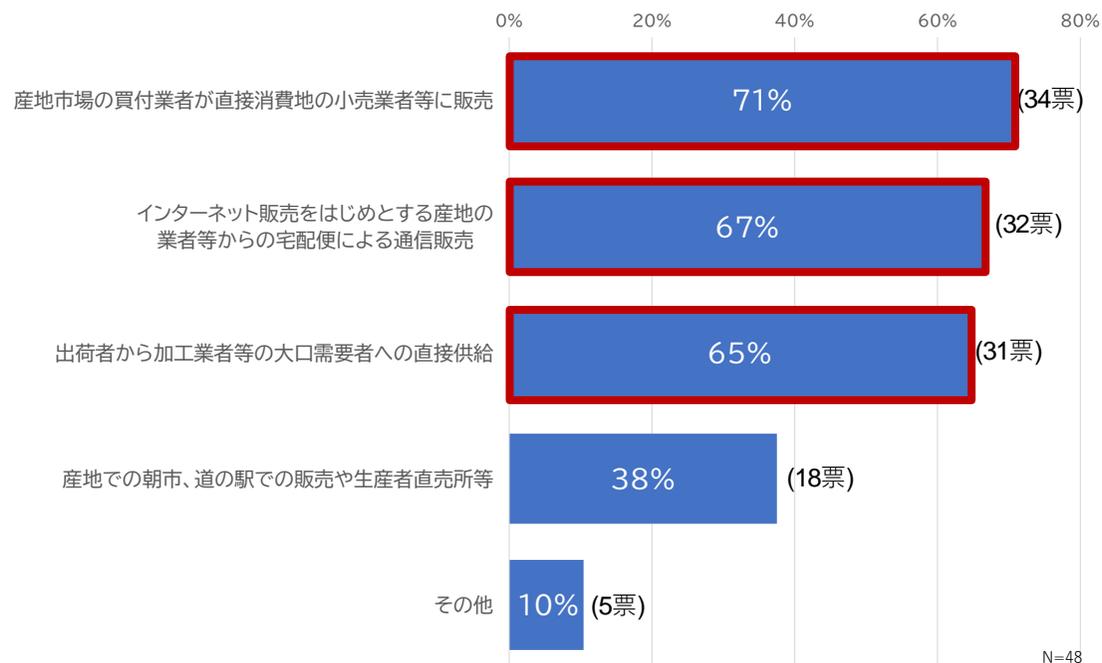
2. 場内事業者へのアンケート調査結果

2.3 明石市場の競合先

- 明石市場の競合先と想定される市場外流通については「産地での朝市、道の駅での販売や生産者直売所等」を除いて約7割が競合と捉えている。

主な回答理由

- 生産者直売所や農協が直接スーパーなどに販売している。
- 産地→小売りの流通でコストダウンが出来、市場を通すメリットがない。
- 生産者の高齢化、作付面積の減少に伴い、市場を通すより直売所での販売のほうが、気軽に出荷でき販売価格も自由という気軽さが受けているのではないか。
- ネット社会になり、市場以上に豊富な商品が選べ、衛生面で好まれるようになってきている。
- 神戸、大阪などの中央市場が近いため、入荷量の多い中央市場に顧客がうばわれている。
- 明石市場の昼網がなくなり魅力がなくなってしまった。
- 明石市場は地魚の販売を中心にしており、魚介類の品揃えが少ないため、大手中央市場に負ける。



2. 場内事業者へのアンケート調査結果

2.4 明石市場内施設の使用状況（現在の使用面積と将来の希望面積）

- 将来の希望面積は、現在の約1万6,000㎡から約30%減少した約1万2,000㎡となっている。
- 駐車場（小型・中型、大型）や冷蔵庫（超低温）、事務所の面積が増加しており、売場や倉庫等の面積については面積規模を縮小の傾向にある。

■現在の使用面積

区分	青果卸	水産卸	青果仲卸	水産仲卸	関連	合計
卸売場（常温）	2,668.19	1,447.00	220.00	86.90	164.97	4,587.06
卸売場（低温）	420.50	0.00	0.00	0.00	0.00	420.50
仲卸業者売場（店舗）	0.00	0.00	1,403.72	825.49	111.55	2,340.76
その他店舗	0.00	0.00	25.00	0.00	252.55	277.55
買荷保管所（軒下・場内）	0.00	0.00	550.00	25.00	25.00	600.00
事務所	615.60	372.00	483.00	171.70	339.20	1,981.50
倉庫（常温）	28.00	50.00	865.00	75.00	437.19	1,455.19
倉庫（低温）	0.00	0.00	23.10	104.00	0.00	127.10
冷蔵庫（低温）	1,005.56	0.00	1,295.00	4.00	0.00	2,304.56
冷蔵庫（超低温）	0.00	0.00	0.00	54.00	0.00	54.00
加工処理施設	0.00	0.00	1,059.64	0.00	25.00	1,084.64
配送施設	0.00	0.00	300.00	6.00	0.00	306.00
駐車場（乗用車区画）	45.00	33.00	91.00	36.00	38.00	243.00
駐車場 （小型・中型トラック区画）	6.00	0.00	38.00	24.00	0.00	68.00
駐車場 （大型トラック区画）	0.00	0.00	3.00	0.00	0.00	3.00
その他	0.00	10.00	0.00	0.00	158.55	168.55
合計	4,788.85	1,912.00	6,356.46	1,412.09	1,552.01	16,021.41

■将来の希望面積

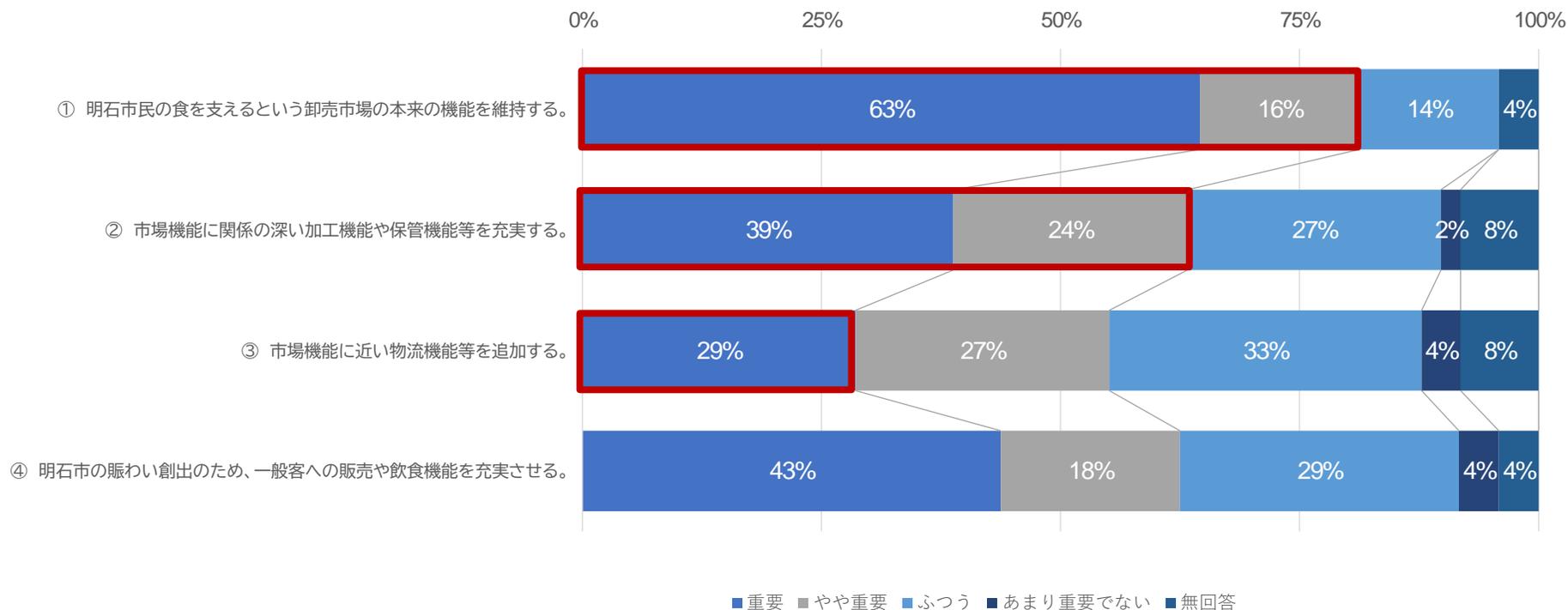
青果卸	水産卸	青果仲卸	水産仲卸	関連	合計	増減
1,800.00	1,000.00	190.00	86.90	62.82	3,139.72	-32%
240.00	0.00	50.00	0.00	0.00	290.00	-31%
0.00	0.00	933.00	430.00	180.00	1,543.00	-34%
0.00	0.00	0.00	0.00	220.55	220.55	-21%
0.00	0.00	150.00	30.00	0.00	180.00	-70%
200.00	300.00	463.00	70.00	1,269.20	2,302.20	16%
28.00	50.00	215.00	50.00	280.00	623.00	-57%
0.00	0.00	50.00	50.00	0.00	100.00	-21%
600.00	0.00	993.00	30.00	0.00	1,623.00	-30%
0.00	0.00	0.00	70.00	0.00	70.00	30%
0.00	0.00	720.00	40.00	0.00	760.00	-30%
0.00	0.00	300.00	0.00	0.00	300.00	-2%
35.00	0.00	80.00	32.00	30.00	177.00	-27%
3.00	30.00	28.00	22.00	8.00	91.00	34%
0.00	0.00	8.00	0.00	0.00	8.00	167%
0.00	10.00	0.00	0.00	144.00	154.00	-9%
2,906.00	1,390.00	4,180.00	910.90	2,194.57	11,581.47	-28%

2. 場内事業者へのアンケート調査結果

2.5 市場のあり方について

(1) 今後、明石市場が果たすべき（目指すべき）役割

- 明石市場が果たすべき（目指すべき）役割については、「明石市民の食を支えるという卸売市場の本来の機能を維持する」が重要、やや重要をあわせて約80%を占めている。
- 次いで、「市場機能に関係の深い加工機能や保管機能等を充実する」が約65%となっている。
- 「市場機能に近い物流機能等を追加する」は、重要と答えた割合が約30%以下と他の項目と比較して低くなっている。
- その他の意見としては、市の中心位置に近い場所にあることを踏まえ、防災の為に備蓄設備、倉庫避難所などとしての活用を示唆する意見もあった。



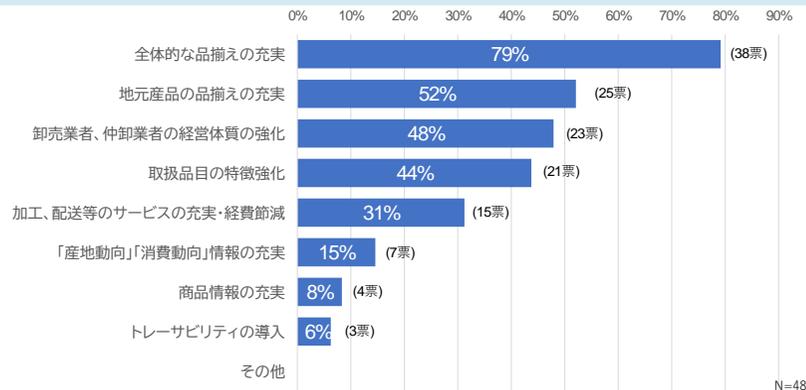
2. 場内事業者へのアンケート調査結果

2.5 市場のあり方について

(2) 市場の機能を向上させるために必要な取組

1) 市場の運営やルール

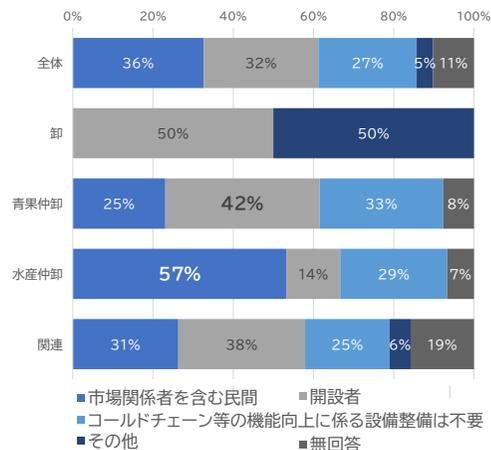
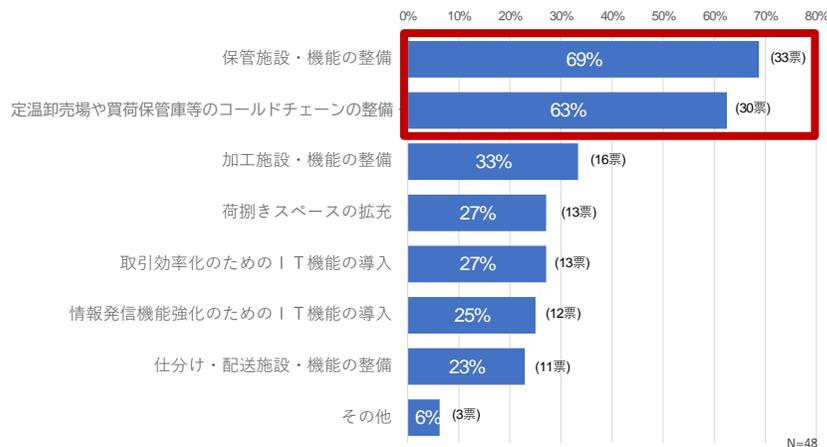
- 市場の運営やルールについては、品ぞろえの充実（全体的、地元産品）が必要という傾向が高い。



2) 市場の機能や設備

- 市場の機能や設備については、「保管施設・機能の整備」や「定温卸売場や買荷保管庫等のコールドチェーンの整備」が必要という傾向が高い。
- コールドチェーン等の機能向上に係る設備整備の主体については「市場関係者を含む民間」と「開設者」とする意向がそれぞれ約30%となっている。
- また、コールドチェーン等の機能向上に係る設備は不要との回答も約30%となっている

■コールドチェーン等の機能向上に係る設備整備の主体



主な回答理由

- 生鮮食品を扱う上で鮮度維持が重要
- あったほうがいいが、使用料の大幅な増加に繋がるならやめた方がよい
- 市場関係者でコールドチェーン等何処まで必要かどうか考える
- 投資金額が膨大な為、市場関係者や民間では限度がある
- 市場全体として必要なセリ場、荷降し場等は開設者、自社商品保管等は自社で整備

2. 場内事業者へのアンケート調査結果

2.5 市場のあり方について

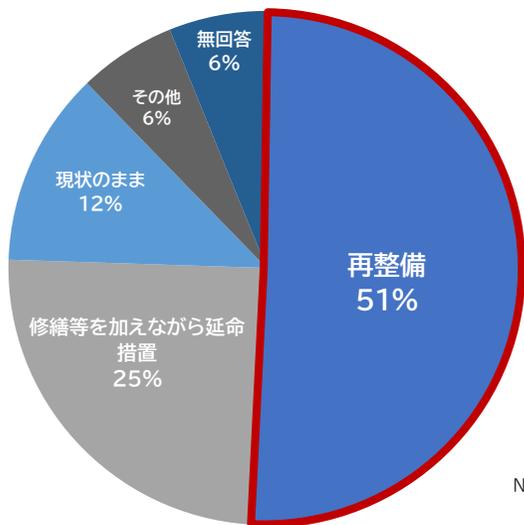
(3) 市場の再整備等について

1) 今後の（将来的な）明石市場のあり方

- 今後の（将来的な）明石市場のあり方については「**再整備**」が過半数を占めている。
- 一方で「**修繕を加えながら延命**」「**現状のまま**」との回答も合計で**37%**となっている。

回答理由

- 建物が老朽化しており修繕・延命措置をしても、再整備以上の金額がかかる。規模を縮小して再整備が妥当と考える。
- 国内有数の水産、農業資源を持つ明石の地の利を活かした活動により発展が見込める。
- 再整備は時間と莫大な資金がかかり、現実的と思えない。耐震補強と美化が最優先と思われる。
- 家賃値上げや市場の移転にかかる費用負担は現状を考えるとかなり厳しい。



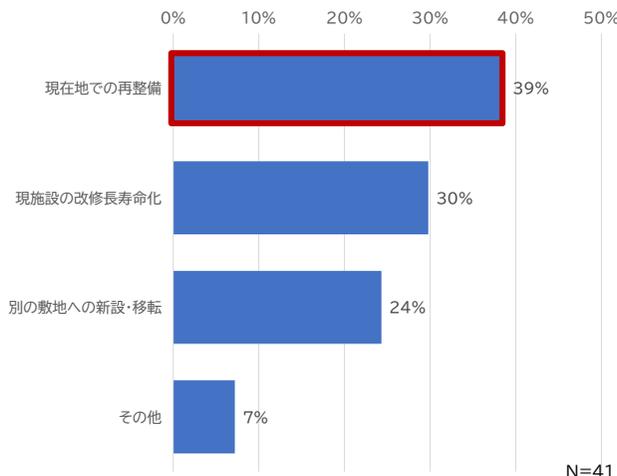
N=49

2) 明石市場の再整備方法

- 再整備の方法は「**現地での再整備**」が約**40%**と最も高い割合を占めており、ついで「**現施設の改修長寿命化**」が**30%**となっている。

整備パターンに対する意見

- 今の場所を拠点にしているところが多い。
- 移転となると青果と水産の考え方が違う。
- 完全建替え後、多くの入居業者、体育館などを入れて複層化
- 長年この場所でやってきたので、改修長寿命化が青果・水産の折り合いが付けやすい。
- 現地再整備の場合、仮店舗移動が多くなり費用負担が多い。
- 現在の場所に近いところでの再整備が良い。
- 交通アクセス良好な所への移転再整備



N=41

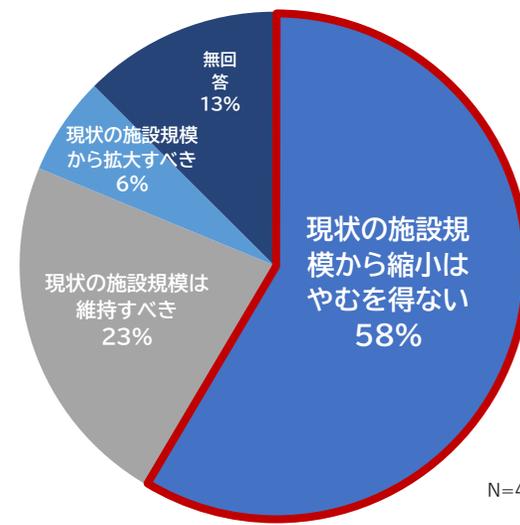
集計方法：提示した整備手法に対して、1位選択4ポイント、2位選択2ポイント、3位選択3ポイント、4位選択1ポイントを乗じたうえで、総ポイント数（292ポイント）で除した。

3) 市場再整備後の施設規模

- 再整備を想定した場合の再整備後の施設規模については「**縮小はやむを得ない**」が約**60%**を占めている。

回答理由

- 業態縮小しており、空き店舗が多くあるため
- 流通業界が変化し、卸売事業者も縮小しているのでもう少し縮小し一般市民が利用できる場合店舗を増やしても良いかと考える。
- 商業施設の中の卸売市場という機能を持った施設づくりを目指す方が良いと考える。
- 使用していないスペースがあり、付属店舗を交えた施設になれば効率もよくなると考える。
- 縮小すると市場規模が小さくなる。
- 加古川市場の3社が加わった事で荷捌きスペースが狭くなった。



N=49

2. 場内事業者へのアンケート調査結果

2.5 市場のあり方について

(3) 市場の再整備等について

4) 市場を再整備した場合の賃料上昇の許容範囲

- 明石市場を再整備すると仮定した場合の賃料の値上げについては、「現在と同額なら許容できる」が64%を占めている。
- なお、「2倍までなら許容」「2倍以上でも許容」との回答はなかった。

許容額を超えた場合の事業継続に関する考え

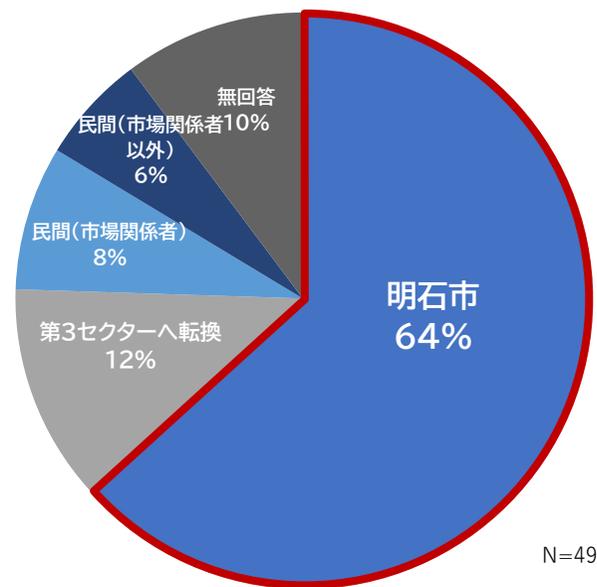
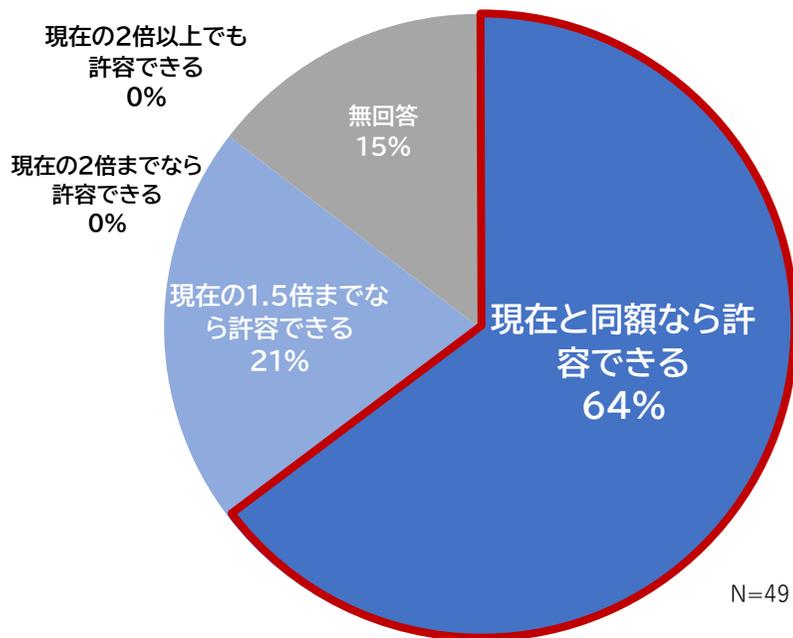
- 継続は困難、撤退、廃業を考える。
- 今以上に経費削減などをし、継続していきたい。
- 今の家賃でも集客力はなく、値上げ後も同じ様な状況が続くなら移転もやむを得ない。
- 再整備で賃料の値上げになるのであれば、集客につながるような施設にしていきたい。

5) 将来的な明石市場の開設者は誰が担うべきか

- 将来的な明石市場の開設者は「明石市」が64%を占めている。
- 一方で、第3セクターを含む民間と回答した割合も26%あった。

回答理由

- 民間委託で振り回されないため
- 現状通り、開設者明石市 指定管理会社が運営の方が県に対してもスムーズな運営ができる考える。
- 明石市公設地方卸売市場であるかぎり、明石市の管理であって欲しい。
- 市民の食事を守るため、明石市の存在は不可欠
- 民間や第三セクターになると家賃その他の値上げが多くなるのが危惧される。
- 業種に精通している方、現場を熟知している方が居られれば任せの方が良い。



2. 場内事業者へのアンケート調査結果

2.6 アンケート調査の結果まとめ

1. 事業概要

■従業員数

- ・明石市場の従業員数は、常時雇用で642人、臨時雇用を含めると664人になっている。
- ・10人未満が約60%と小規模な事業者が過半数を占める。

■売上高の内外割合

- ・市場内売上高は、全体平均で67%、卸業者は約80%、仲卸事業者は約70%、関連事業者は60%となっている。

2. 現在と今後の展望

■経営状況の変化

- ・売上高・取扱高・利益は、5年前と比較して減少した事業者が過半数となっている。
- ・5年後の展望については、増加・不変・減少がそれぞれ約20%で拮抗している。ただし、約40%が分からないと回答しており、将来展望は不透明である。

■事業の継続

- ・事業の継続については、後継者への事業承継を含めて、10年後で約80%、20年後で約70%となっている。
- ・事業承継については、10年後で18%、20年後で39%となっている。
- ・一方で、廃業と答えた割合は、10年後で6%、20年後で12%となっている。

■販路とニーズ

- ・中小スーパーが廃業するなかで、飲食事業者、学校・病院・事業所給食等が主要な販路であり、今後も拡大が必要

3. 市場のあり方

■果たすべき役割

- ・市民の食を支える市場本来の機能のほかに、加工・保管機能やまちの賑わい創出機能など多様な役割を果たすべきとの回答が多かった。

■市場の運営やルール

- ・全体的・地元製品の品ぞろえの充実が必要との回答が多かった。

■再整備の方法

- ・再整備を求める声が51%を占める一方で、「修繕を加えながら延命」「現状のまま」との回答も合計で37%あった。
- ・再整備の方法については、現地での再整備が約40%で最も高く、現施設の改修等長寿命化は約30%であった。
- ・再整備後の施設規模については、「縮小はやむを得ない」が約60%を占めており、その理由としては、流通業界が変化し業態縮小していることや、既に空き店舗多く存在することなどがあげられた。
- ・将来的な明石市場の開設者については、「明石市」が64%となった一方で、第3セクターを含む民間との回答についても26%あった。

3. 場内事業者ヒアリング調査結果

3.1 場内事業者ヒアリング結果概要

項目	青果卸 (神果神戸青果株式会社)	水産卸 (神港魚類株式会社)	青果仲卸組合	水産仲卸組合	関連組合
(1)明石市場・場内事業者が直面する課題	<ul style="list-style-type: none"> ・建物の老朽化と安全性の確保 ・HACCP対策など、衛生環境確保が困難 ・明石市場のあり方が不透明なため、新たな設備投資や営繕の計画策定が困難 ・冷蔵庫やシャッターの修理に多額の費用がかかる ・生産者の高齢化を含め、業界全体で人手不足が深刻（特に若い世代の労働力確保が課題） ・小売・量販店の減少 	<ul style="list-style-type: none"> ・老朽化した施設の改善が必要 ・市街地内に立地していることで、周辺からの騒音や異臭の苦情が入る ・産地と大手スーパーの直接取引の拡大など、流通構造の変化 ・漁獲量の減少 ・輸送コストの上昇 ・イカナゴを含む瀬戸内の漁獲量が減少 	<ul style="list-style-type: none"> ・生産者から大型スーパーなど市場を通さない流通の増加 ・農協の合併やトラック2024問題などの影響で小規模市場には荷物が下りないため、市場間の転送で商品を仕入れることとなる ・転送料の転嫁により商品価格が高くなり、競争力が低下する ・施設の老朽化 	<ul style="list-style-type: none"> ・小売店や中小スーパーが減少していることに加え、センター配送方式を採用する大型スーパーやドラッグストアなどが増加し、卸売市場を経由する物流が減少 ・飲食店も卸売市場から仕入れず、スーパーで仕入れるようになっている ・施設が老朽化している ・仲卸が倒産廃業により減少。水産卸会社が1社になり、競争が働かない ・イカナゴを含む瀬戸内の漁獲量が減少 ・トラック2024問題などの影響で小規模市場には荷物が下りないため、市場間の転送で商品を仕入れることとなる（価格の高騰） 	<ul style="list-style-type: none"> ・流通の変化により、配達対応が増えているが、積込の際、配送車両の駐車スペースを店先に確保できない ・トイレの構造など衛生環境の確保が困難でHACCPの取得などによる食品加工が困難 ・駐車場や構内通路のアスファルトの亀裂が補修されておらず、振動が発生し商品に影響が出る ・施設が老朽化しており、雨漏りが発生しているほか、耐震性の問題もある ・周辺に住宅立地が進み操業に支障が出る恐れがある ・後継者不足
(2)明石市場の取扱量・取扱高の維持・拡大に必要な取組	<ul style="list-style-type: none"> ・市場祭などのイベントの継続的な開催による市民や観光客を引き付けることが重要 ・道の駅のような施設を併設し、誰もが入ってこられる環境を整える（仲卸が直接一般消費者に販売するルート構築） ・明石の青果・果実の特産品づくり ・JAと協力した生産者の確保・育成 	<ul style="list-style-type: none"> ・神戸・姫路の中央卸売市場に挟まれていることで価格競争にまける ・冬季の取扱量が少なく、和歌山や日本海側も含めた仕入れをしている ・今後さらに鮮魚の取扱量が減る場合、塩干や冷凍品の取扱量を増やすためには、冷蔵庫や冷凍庫などの保冷設備の拡充が必要 ・加工施設があれば、季節により安い時期の魚を缶詰、フレークなどに加工販売も可能になる ・パッケージ商品の消費者への直接販売 	<ul style="list-style-type: none"> ・農業法人化による、兵庫県全体を見据えた農業生産量の確保と農業従事者の収入安定化 ・高齢者、障がい者、外国人など多様な担い手による農産物の生産体制の構築 ・明石産品のブランド力強化 ・多様な業種が参入できる開かれた市場による活性化 	<ul style="list-style-type: none"> ・高速道路ICまで距離があり、入荷、出荷に不便 ・いけす用の海水のくみ上げに不便 ・新幹線の貨客混載の取組が進んでいるが、价格的に折り合いか ・市場内での小売りや飲食店の設置などを通じた、市民の来訪機会の拡大と認知度向上 ・売場閉鎖化によるコールドチェーンの確保とHACCP認定は、スーパー対応には必須 	<ul style="list-style-type: none"> ・共同配送を導入し、時間、ルートによる配送の効率化・人員不足の解消 ・関連だけでお客さんと呼べるわけではないので、青果、水産に元気になってもらいたい

3. 場内事業者ヒアリング調査結果

3.1 場内事業者ヒアリング結果概要

項目	青果卸 (神果神戸青果株式会社)	水産卸 (神港魚類株式会社)	青果仲卸組合	水産仲卸組合	関連組合	
(3)明石市場が担う役割	<ul style="list-style-type: none"> 近郊野菜の販売拡大 食の安心安全の担保や安定供給、価格の安定 給食への食材提供 市場見学・トライやる等を通じた小中学生への食育推進 	<ul style="list-style-type: none"> 学校給食への食材提供 現地建て替えの場合、中高層化して物流施設を併設 再整備の場合、道の駅や温浴施設などの機能を併設することでにぎわい形成につなげる 市民に新鮮な商品を提供する役割を担う 	<ul style="list-style-type: none"> 市場見学・トライやる等を通じた小中学生への食育推進 市の観光の視点から、道の駅などの併設による市場の活性化 市のまちづくりに貢献するため、西明石駅に近接した立地を生かした新たな市街地形成 防災備蓄倉庫の設置など、災害に備えた防災拠点機能の確保 	<ul style="list-style-type: none"> 市民への安心安全な食品の提供 食の発信基地 防災拠点として防災備蓄倉庫を整備するとともに、市場イベントと防災イベントの同時開催により市場の認知度を向上 	<ul style="list-style-type: none"> 市民向けの直売機能の開設や定期的なイベント開催による地産地消の促進 防災備蓄倉庫の設置など、災害に備えた防災拠点機能の確保 市場見学・トライやる等を通じた小中学生への食育推進 明石のタイやタコを海外に販売 給食への食材提供 	
(4)明石市場の強み・弱み	強み	<ul style="list-style-type: none"> 近郊産地からの新鮮な野菜の入荷 消費者ニーズを基に生産者とコミュニケーションをとりながら品ぞろえの確保が可能 	<ul style="list-style-type: none"> 5月から11月にかけて、近郊漁港で水揚げされた魚が活けの状態が入荷 街の中心に位置しているため、交通の便が良い 地域密着：地域の消費者や事業者と密接に連携している 	<ul style="list-style-type: none"> ブランド力のある「明石」を活かした野菜づくり 青果・水産・関連がそろっていることはメリット 	<ul style="list-style-type: none"> 「明石」ブランドが確立している、産地型市場 休市日の設定が比較的自由 	<ul style="list-style-type: none"> 青果・水産・関連ですべてそろうことは買い回りしやすく売参人にとってメリット 国道2号、国道250号に近接している立地は説明しやすく、配達にも便利 「公設市場」による信用力
	弱み	<ul style="list-style-type: none"> 建物の老朽化しており、バイヤーが市場に訪れた際にここで仕入れる決断が鈍る可能性がある 	<ul style="list-style-type: none"> 仲卸の指向が明石産の魚に集中しており、他の産地から仕入れた魚に向いてくれない 	<ul style="list-style-type: none"> 旬の食材の入荷時期が、大阪・神戸より1～2週間遅れる（旬をずれることによる価格の下落） 	<ul style="list-style-type: none"> 仲卸組合への加入ハードルが高い 	<ul style="list-style-type: none"> 明石ブランドの近海の鮮魚の漁獲高が落ちている 近郊農家が減っている 産地からの入荷量が減っている
(5)その他	<ul style="list-style-type: none"> 市場規模を縮小して再整備し、一部をマンション用地としてはどうか 	<ul style="list-style-type: none"> 水産の視点からは、青果とは別の場所での再整備も想定されるが、水産青果が一緒にあるほうが、取り組みやすい 	<ul style="list-style-type: none"> 明石市場の価値を維持・拡大していくためには、水産青果が一緒であるべき 	<ul style="list-style-type: none"> 市場規模を縮小する場合は、加工施設の用地を提供（売却）してほしい 市場再整備の際は、卸、仲卸の増減に対応可能な可変的な施設とすべき 	<ul style="list-style-type: none"> 市場規模を縮小する場合は、加工施設の用地を提供（売却・使用許可）してほしい 	

3. 場内事業者ヒアリング調査結果

3.2 場内事業者ヒアリング結果のまとめ

項目	意見の概要
(1)明石市場・場内事業者が直面する課題	<p>【物流環境の変化】</p> <ul style="list-style-type: none"> 生産者から大型スーパーなど市場を通さない流通構造の変化 農協の合併やトラック2024問題などの影響で小規模市場には荷物が下りないため、市場間の転送で商品を仕入れることとなり、転送料の転嫁により商品の価格が高くなり、競争力が低下 <p>【施設の老朽化】</p> <ul style="list-style-type: none"> 建物の老朽化と安全性の確保 明石市場のあり方が不透明なため、新たな設備投資や営繕の計画策定が困難 冷蔵庫やシャッターの修理に多額の費用がかかる <p>【衛生環境の確保】</p> <ul style="list-style-type: none"> HACCP対策など、衛生環境確保が困難 <p>【人材確保】</p> <ul style="list-style-type: none"> 業界全体で人手不足が深刻（特に若い世代の労働力確保が課題） <p>【操業環境の維持】</p> <ul style="list-style-type: none"> 市街地内に立地していることで、周辺からの騒音や異臭の苦情が入る <p>【産地の生産量・漁獲量減少】</p> <ul style="list-style-type: none"> イカナゴを含む瀬戸内の漁獲量が減っている 農家の担い手減少による、農業生産量の減少
(2)明石市場の取扱量・取扱高の維持・拡大に必要な取組	<p>【定期的なイベント開催等による集客】</p> <ul style="list-style-type: none"> 市場祭などのイベントの継続的な開催による市民や観光客を引き付けることが重要 道の駅のような施設を併設し、誰もが入ってこられる環境を整える（仲卸が直接一般消費者に販売するルートの構築） 市場内での小売りや飲食店の設置などを通じた、市民の来訪機会の拡大と認知度向上 <p>【加工・保管施設の整備】</p> <ul style="list-style-type: none"> 加工施設があれば、季節により安い時期の魚を缶詰、フレークなどに加工販売も可能になる 鮮魚の取扱量が減る場合、塩干や冷凍品の取扱量を増やすためには、冷蔵庫や冷凍庫などの保冷設備の拡充が必要 売場閉鎖化によるコールドチェーンの確保とHACCP認定は、スーパー対応には必須 <p>【入荷量の安定化】</p> <ul style="list-style-type: none"> 農業法人化による、兵庫県全体を見据えた農業生産量の確保と農業従事者の収入安定化 高齢者、障がい者、外国人など多様な担い手による農産物の生産体制の構築 漁獲高の減る冬季の和歌山や日本海側も含めた仕入れ先確保 <p>【新たな販路の確保】</p> <ul style="list-style-type: none"> 新幹線の貨客混載の取組が進んでいるが、価格的に折り合うかは疑問 パッケージ商品の消費者への直接販売（水産） <p>【配送コストの削減】</p> <ul style="list-style-type: none"> 共同配送を導入し、時間、ルートによる配送の効率化・人員不足の解消 <p>【市場立地の改善】</p> <ul style="list-style-type: none"> 高速道路ICまで距離があり、入荷、出荷に不便（水産） いけす用の海水のくみ上げに不便

3. 場内事業者ヒアリング調査結果

3.2 場内事業者ヒアリング結果のまとめ

項目	意見の概要				
(3)明石市場が担う役割	<p>【地域産業の維持】</p> <ul style="list-style-type: none"> 近郊野菜の販売拡大 市民向けの直売機能の開設や定期的なイベント開催による地産地消の促進 明石のタイやタコを海外に販売 <p>【安全安心な食品の提供】</p> <ul style="list-style-type: none"> 食の安心安全の担保や安定供給、価格の安定 市民に新鮮な商品を提供する役割を担う 市民への安心安全な食品の提供 <p>【食育の推進】</p> <ul style="list-style-type: none"> 次世代を担う小中学生の見学受け入れなど食育の推進 食の発信基地 学校給食等への食材提供 <p>【防災拠点機能の確保】</p> <ul style="list-style-type: none"> 防災備蓄倉庫の設置など、災害に備えた防災拠点機能の確保 防災拠点として防災備蓄倉庫を整備するとともに、市場イベントと防災イベントの同時開催により市場の認知度向上 <p>【機能の複合化による市場の活性化】</p> <ul style="list-style-type: none"> 現地建て替えの場合、中高層化して物流施設を併設 再整備の場合、道の駅や温浴施設などの機能を併設することでにぎわい形成につなげる 市の観光の視点から、道の駅などの併設による市場の活性化 市のまちづくりに貢献するため、西明石駅に近接した立地を生かした新たな市街地形成 				
(4)明石市場の強み・弱み	<table border="0"> <tr> <td data-bbox="292 853 333 908" style="text-align: center; vertical-align: middle;">強み</td> <td data-bbox="333 711 2016 1051"> <p>【明石産のブランド力】</p> <ul style="list-style-type: none"> ブランド力のある「明石」を活かした野菜づくり 「明石」ブランドが確立している、産地型市場 <p>【入荷】</p> <ul style="list-style-type: none"> 近郊産地からの新鮮な野菜の入荷 地域密着：地域の消費者や事業者と密接に連携しており、生産者とコミュニケーションをとりながらニーズに応じた品ぞろえの確保が可能 5月から11月は、近郊漁港で水揚げされた魚が活けの状態での入荷 <p>【交通利便性】</p> <ul style="list-style-type: none"> 街の中心に位置しているため、交通の便が良い 国道2号・250号に近接している立地は説明しやすく、配達にも便利 <p>【総合市場であることが強み】</p> <ul style="list-style-type: none"> 青果、水産、関連ですべてそろえることは買い回りしやすく売参人にとってメリット 青果、水産で異なる休市日の設定が可能 </td> </tr> <tr> <td data-bbox="292 1136 333 1190" style="text-align: center; vertical-align: middle;">弱み</td> <td data-bbox="333 1051 2016 1265"> <p>【入荷】</p> <ul style="list-style-type: none"> 明石ブランドの近海の鮮魚の漁獲高が落ちている 近郊農家が減っており、産地からの入荷量も減っている 旬の食材の入荷時期が遅れる <p>【販売】</p> <ul style="list-style-type: none"> 施設が老朽化しており、市場を訪れたバイヤーが仕入れの判断が鈍る可能性がある 仲卸の指向が明石産の魚に集中しており、他の産地から仕入れた魚に向いてくれない 仲卸組合への加入ハードルが高い </td> </tr> </table>	強み	<p>【明石産のブランド力】</p> <ul style="list-style-type: none"> ブランド力のある「明石」を活かした野菜づくり 「明石」ブランドが確立している、産地型市場 <p>【入荷】</p> <ul style="list-style-type: none"> 近郊産地からの新鮮な野菜の入荷 地域密着：地域の消費者や事業者と密接に連携しており、生産者とコミュニケーションをとりながらニーズに応じた品ぞろえの確保が可能 5月から11月は、近郊漁港で水揚げされた魚が活けの状態での入荷 <p>【交通利便性】</p> <ul style="list-style-type: none"> 街の中心に位置しているため、交通の便が良い 国道2号・250号に近接している立地は説明しやすく、配達にも便利 <p>【総合市場であることが強み】</p> <ul style="list-style-type: none"> 青果、水産、関連ですべてそろえることは買い回りしやすく売参人にとってメリット 青果、水産で異なる休市日の設定が可能 	弱み	<p>【入荷】</p> <ul style="list-style-type: none"> 明石ブランドの近海の鮮魚の漁獲高が落ちている 近郊農家が減っており、産地からの入荷量も減っている 旬の食材の入荷時期が遅れる <p>【販売】</p> <ul style="list-style-type: none"> 施設が老朽化しており、市場を訪れたバイヤーが仕入れの判断が鈍る可能性がある 仲卸の指向が明石産の魚に集中しており、他の産地から仕入れた魚に向いてくれない 仲卸組合への加入ハードルが高い
強み	<p>【明石産のブランド力】</p> <ul style="list-style-type: none"> ブランド力のある「明石」を活かした野菜づくり 「明石」ブランドが確立している、産地型市場 <p>【入荷】</p> <ul style="list-style-type: none"> 近郊産地からの新鮮な野菜の入荷 地域密着：地域の消費者や事業者と密接に連携しており、生産者とコミュニケーションをとりながらニーズに応じた品ぞろえの確保が可能 5月から11月は、近郊漁港で水揚げされた魚が活けの状態での入荷 <p>【交通利便性】</p> <ul style="list-style-type: none"> 街の中心に位置しているため、交通の便が良い 国道2号・250号に近接している立地は説明しやすく、配達にも便利 <p>【総合市場であることが強み】</p> <ul style="list-style-type: none"> 青果、水産、関連ですべてそろえることは買い回りしやすく売参人にとってメリット 青果、水産で異なる休市日の設定が可能 				
弱み	<p>【入荷】</p> <ul style="list-style-type: none"> 明石ブランドの近海の鮮魚の漁獲高が落ちている 近郊農家が減っており、産地からの入荷量も減っている 旬の食材の入荷時期が遅れる <p>【販売】</p> <ul style="list-style-type: none"> 施設が老朽化しており、市場を訪れたバイヤーが仕入れの判断が鈍る可能性がある 仲卸の指向が明石産の魚に集中しており、他の産地から仕入れた魚に向いてくれない 仲卸組合への加入ハードルが高い 				
(5)その他	<ul style="list-style-type: none"> 市場規模を縮小して再整備し、一部をマンション用地としてはどうか 水産の視点からは、青果とは別の場所での再整備も想定されるが、水産青果が一緒にあるほうが、取り組みやすい 市場規模を縮小する場合は、加工施設の用地を提供（売却・使用許可）してほしい 				

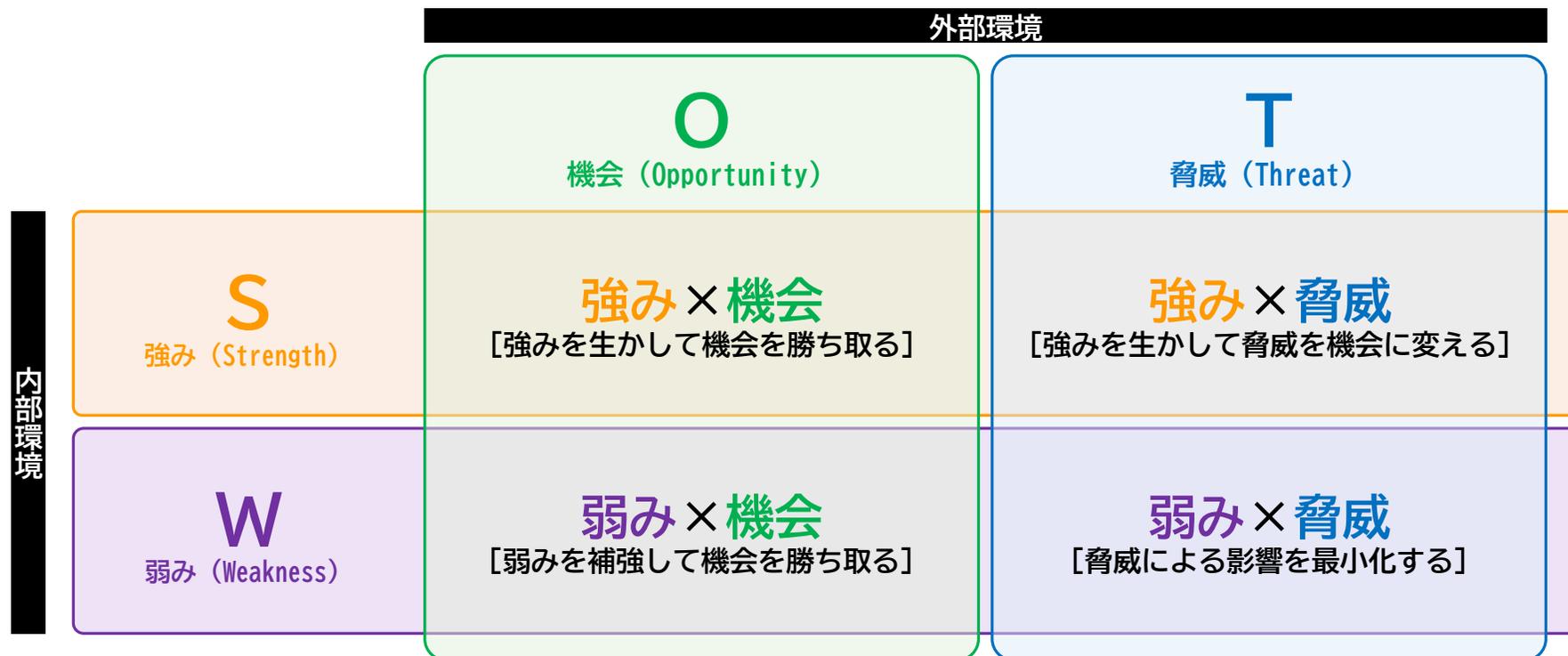
IV. 明石市場のSWOT分析

1. SWOT分析の概要

- 明石市場の強みを活かし、弱みを解消する方針を検討するため、アンケート調査やヒアリング調査を踏まえてSWOT分析を行います。

SWOT分析とは？

- SWOT分析とは、目標を達成するために意思決定を必要としている組織や個人のプロジェクトやベンチャービジネスなどにおいて、外部環境や内部環境を強み（Strengths）、弱み（Weaknesses）、機会（Opportunities）、脅威（Threats）の4つのカテゴリで要因分析し、事業環境変化に対応した経営資源の最適活用を図る経営戦略策定方法の一つです。
- SWOT分析の目的は、目標を達成することにとって重要な内外の要因を特定することであり、特定した要因を内的要因（強みと弱み）、外的要因（機会と脅威）に分けて分析を行います。
- SWOT分析の結果はマトリックス形式で表され、「どのように強みを活かすか？」「どのように弱みを克服するか？」「どのように機会を利用するか？」「どのように脅威を取り除く、または脅威から身を守るか？」という視点から実施すべき取組の方針を決定します。



O (機会)

- ◆ **法改正に伴う流通の緩和**
 - ・卸売市場法の改正に基づく卸売市場の再生が必要
 - ・開設者及び市場関係業者が一体となって市場の戦略を策定することが可能（画一的なビジネスモデルからの脱却を狙うことが可能）
 - ・市場関係業者の事務手続の効率化・簡素化が可能
 - ・輸出入による市場強化や拡大に向けた柔軟な運用が可能
 - ・農業競争力強化プログラム・農業競争力強化支援法により生産者に有利な流通・加工構造を確立するための国の様々な支援が制度化
 - ・食品製造業・小売業の適正取引推進ガイドラインにより公平な取引環境が形成
- ◆ **食育教育への関心の高まり**
 - ・日本型食生活の実践や小中学校での和食給食の提供等による食育の推進を図るとともに、国産農林水産物の消費拡大を推進
- ◆ **食の安全性に関する意識の高まり**
 - ・安全性・鮮度の志向に対応したコールドチェーン化などの検討が必要
- ◆ **ICTなどの情報化の進展**
 - ・多様なデータに基づく農業への転換により様々なデータを共有・活用できるシステムの構築により流通や消費までバリューチェーン全体に取組を広げることを目指す

T (脅威)

- ◆ **流通の多様化**
 - ・市場取引のほか、産直取引、契約栽培、直売所、ネット通販など、多様な流通、実際に卸売市場に商品を持ち込まず市場の代金決済のみを利用するものもある
 - ・卸売市場の流通：流通構造が多様化し、市場外流通が増加しており、青果物や水産物の卸売市場経由率は低下傾向にある
 - ・食品の物流状況：トラック輸送が主流であるが、ドライバー不足や労働環境の問題が深刻化
- ◆ **食品小売業動向**
 - ・業態別販売額・市場規模：大手量販店やコンビニエンスストアの販売額が増加しており、通販や宅配などの多様な流通形態が伸長している
 - ・実需者の減少と量販店の台頭：兵庫県内の飲食料点小売業の事業所数は減少しており、量販店が大きなシェアを占めている
 - ・中小スーパーが廃業するなかで、飲食事業者、学校・病院・事業所給食等が主要な販路であり、今後も拡大が必要
- ◆ **取扱量の伸び悩み**
 - ・市場経由率は、加工品など卸売市場を経由することが少ない物品の流通割合の増加等により、総じて低下傾向で推移
 - ・農業就業者数の減少・高齢化の進行等による農業生産量の減少
 - ・漁業就業者数の減少・高齢化の進行等による漁業生産量の減少
- ◆ **省エネ化の促進**
 - ・社会的責任として省エネルギーや廃棄物排出の低減など環境問題への適正な対応が求められる
- ◆ **災害リスクの増大**
 - ・地球温暖化、大型台風、大雨、地震などの大規模災害等が頻発
- ◆ **人口減少・高齢化社会の進展**
 - ・国民1人当たりの食料消費が減少傾向で今後も減少が進む見込み
 - ・国内農林水産業において、従事者の減少・高齢化等に伴い、生産量・生産額が減少
- ◆ **生鮮食料品を購入しない層の増加**
 - ・単身世帯の増加や女性の社会進出を受け生鮮食料品を購入せず、加工食品や外食へ転換

S（強み）

- ◆ **卸売市場機能**
 - ・消費者に生鮮食料品等を安定的に供給
 - ・近郊野菜の販売拡大
 - ・食の安心安全の担保や安定供給、価格の安定
 - ・市民に新鮮な商品を提供する役割を担う
 - ・次世代を担う小学生の見学受け入れなど食育の推進
 - ・食の発信基地
 - ・学校給食への食材提供
- ◆ **広大な敷地**（敷地面積 57,395㎡）
- ◆ **交通利便性**
 - ・街の中心に位置しているため、交通の便が良い
 - ・国道2号・250号に近接している立地は説明しやすく、配達にも便利
- ◆ **豊かな農水産業資源**
 - ・本市の農業は、温暖な気候と大都市に近い地理的条件を背景に、水稻、露地野菜、軟弱野菜、花き等の生産を中心に発展
 - ・都市近郊型農業として、キャベツやブロッコリーと稲作を組み合わせた栽培体系を中心に、市東部では軟弱野菜などが盛んに生産されてきた
 - ・明石市は東から明石浦漁協、林崎漁協、江井ヶ島漁協、東二見漁協、西二見漁協の計5つの漁協があり、漁業活動が盛ん
 - ・古くより、「明石鯛」「明石だこ」で有名な本市における沿岸漁業は、春から秋にかけて、一本釣り、小型機船底びき網、船びき網、刺網、ひき網、たこつぼ、ひきなわなど多種多様な漁船漁業がおこなわれている
 - ・マダイ、マダコ、スズキ、ヒラメ、カレイなどの中高級魚及びイカナゴ、イワシなどの多獲魚が対象魚となっている
 - ・近郊産地からの新鮮な野菜の入荷
 - ・地域密着：地域の消費者や事業者と密接に連携しており、生産者とコミュニケーションをとりながらニーズに応じた品ぞろえの確保が可能
 - ・5月から11月は、近郊漁港で水揚げされた魚が活けの状態での入荷
- ◆ **明石産のブランド力**
 - ・ブランド力のある「明石」を活かした野菜づくり
 - ・「明石」ブランドが確立している、産地型市場

W（弱み）

- ◆ **市の人口・少子高齢化の進展・労働人口の減少**
 - ・人口増加・少子高齢化：明石市の人口は1990年（平成2年）以降増加し、2020年（令和2年）には30万人を超えた
 - ・生産年齢人口は減少し、老年人口が増加しているが、年少人口は増加に転じる
 - ・世帯数の増加と平均世帯人員の減少：世帯数は増加している一方、平均世帯人員は減少
- ◆ **従業員数**
 - ・10人未満が約60%と小規模な事業者が過半数を占める
- ◆ **取扱金額・取扱量の減少**
 - ・明石市公設地方卸売市場は青果物と水産物の取扱数量・取扱金額が減少しており、関連事業の取扱金額も減少傾向にある
 - ・仲卸業者や売買参加者の減少も見られる
 - ・近隣市場との比較では、青果物の減少率が高く、水産物の取扱金額の減少率は低いものの、全体的に取扱量が減少している
- ◆ **施設の老朽化**
 - ・建物の老朽化と安全性の確保
 - ・新たな設備投資や営繕関係が困難であり、冷蔵庫やシャッターの修理に多額の費用がかかる
- ◆ **関係者の高齢化**
 - ・場内事業者の10年後、20年後の事業の見通しは、10年後では60%が継続の意向を示しており、20年後には40%が後継者への継承意向を示している
 - ・一方、20年後には全体の1割が廃業の意向を示している

2. 明石市場におけるSWOT分析

内部環境

外部環境

O 機会

強み × 機会

■卸売市場機能を活用した流通機能の向上
(積極的な卸売市場機能を活用するためにすべき事項)

加工・保管施設の整備
(卸売市場機能 × 食の安全性に関する意識の高まり)

- ・ 鮮魚の取扱量減少に備えた、保冷設備の拡充
- ・ 売場の閉鎖化によるコールドチェーン確立
- ・ 加工対応に必要な衛生環境の向上 (HACCP認定の取得)

入荷量の安定化
(豊かな農水産業資源 × 法改正に伴う流通の緩和)

- ・ 漁獲高の減る冬季の和歌山や日本海側も含めた仕入れ先確保

新たな販路の確保
(明石産のブランド力 × ICTなどの情報化の進展)

- ・ 明石ブランドを活かしたパッケージ商品の消費者への直接販売や販売チャンネル (新幹線の貨客混載) 等による販路拡大

T 脅威

強み × 脅威

■卸売市場のスリム・コンパクト化と新機能の導入
(脅威を解消し、新たな流通を促進するためにすべき事項)

機能の複合化による市場の活性化
(広大な敷地 × 取扱量の伸び悩み)

- ・ 敷地の高度利用化 (中高層化) による物流施設の併設
- ・ 道の駅や温浴施設などの機能を併設したにぎわいの形成
- ・ 西明石駅に近接した立地を生かした新たな市街地形成

防災拠点機能の確保
(交通利便性 × 災害リスクの増大)

- ・ 防災備蓄倉庫の設置など、災害に備えた防災拠点機能の確保

S 強み

弱み × 機会

■市場流通・運営に必要な市場の立地環境の改善
(弱みを強みに変え取扱量を確保するためにすべき事項)

市場立地の改善
(施設の老朽化 × 流通の多様化)

- ・ 利便性の高い場所に移転
- ・ 水産を沿岸部に移転

W 弱み

弱み × 脅威

■卸売市場機能を生かした地域活性化と流通コスト低減
(卸売市場の機能を維持するうえで最低限すべき事項)

定期的なイベント開催等による集客
(取扱金額・取扱量の減少 × 生鮮食料品を購入しない層の増加)

- ・ 市場祭などのイベントの継続的な開催

販路拡大と配送コストの削減
(関係者の高齢化 × 食品小売業動向)

- ・ 共同配送を導入し、時間、ルートによる配送の効率化
- ・ 飲食事業者、学校・病院・事業所給食等への販路拡大