

区域外販売を推進

道内他市場と連携

道産品の全国販売も強化

中央卸売市場、とくに中央拠点市場において活性化に向けた経営戦略策定が求められている中、札幌市中央卸売市場では、全国に先駆けて活性化ビジョンをまとめた。「北海道の拠点市場」「食の発信拠点」「開かれた市場」を基本理念に、①販売力の強化②情報発信機能の強化③市場機能の強化④集客力の強化の4つの視点で取り組む。黙っていても10年後には水産部で18%、青果部でも11%取扱額が落ち込むことが予想されるのに対し、道内他市場との連携（市場間協定）や道外への全国販売の強化により、2020年の取扱額は、水産部は現状維持、青果部は10年比で3%の増加をめざしていく。

現在、農水省では、第9次卸売市場整備基本方針の中で、中央卸売市場に対し「市場全体の経営戦略の確立を求めている。これは、策定手順も示したうえで、外部環境の評価に始まり、基本戦略に基づく具体的な行動計画の策定、定期チェックの義務付け、さらに必要があれば見直すなど、「机上の計画」にとどまらないもの。

ただ、同市場の活性化策は、この方針が打ち出される前から検討されていた。昨年、



「情報発信」「市場機能」「集客力」の4つを強化しようと、各々のテーマで個別ワークショップグループを設置し、検討してきた。強化策の内容は、販売力では、①小売組合による割引ポイントカード発行②道産品の道外販売の強化③量産品の道外販売の強化④量産品の道外販売の強化⑤量産品の道外販売の強化⑥量産品の道外販売の強化⑦量産品の道外販売の強化⑧量産品の道外販売の強化⑨量産品の道外販売の強化⑩量産品の道外販売の強化⑪量産品の道外販売の強化⑫量産品の道外販売の強化⑬量産品の道外販売の強化⑭量産品の道外販売の強化⑮量産品の道外販売の強化⑯量産品の道外販売の強化⑰量産品の道外販売の強化⑱量産品の道外販売の強化⑲量産品の道外販売の強化⑳量産品の道外販売の強化㉑量産品の道外販売の強化㉒量産品の道外販売の強化㉓量産品の道外販売の強化㉔量産品の道外販売の強化㉕量産品の道外販売の強化㉖量産品の道外販売の強化㉗量産品の道外販売の強化㉘量産品の道外販売の強化㉙量産品の道外販売の強化㉚量産品の道外販売の強化㉛量産品の道外販売の強化㉜量産品の道外販売の強化㉝量産品の道外販売の強化㉞量産品の道外販売の強化㉟量産品の道外販売の強化㊱量産品の道外販売の強化㊲量産品の道外販売の強化㊳量産品の道外販売の強化㊴量産品の道外販売の強化㊵量産品の道外販売の強化㊶量産品の道外販売の強化㊷量産品の道外販売の強化㊸量産品の道外販売の強化㊹量産品の道外販売の強化㊺量産品の道外販売の強化㊻量産品の道外販売の強化㊼量産品の道外販売の強化㊽量産品の道外販売の強化㊾量産品の道外販売の強化㊿量産品の道外販売の強化

地」として期待される札幌市場では、2020年の数値目標（水産部）現状維持、青果部3%増を掲げたい。実現への具体策を「販売エリア別目標」として盛り込んだ。

まず、市内販売では、量販店の利用しやすい市場への変革や、消費拡大への取り組み（食育の普及促進など）により、水産・青果とも「市内人口減少率」と同水準の

中央 18%、地方 33%

卸売市場における青果物のセリ取引の割合が低下している。農水省のまとめによると、2009年度の中央卸売市場における青果物合計のセリ・入札割合（金額ベース）は17.7%と、前年度の18.7%から、さらにポイント低下。また、地方卸売市場も08年度は

販売者 東京中央青果
www.tsukiji-banana.com
東京都千代田区築地4-2-11
TEL 03-226-6850
(原産国：フィリピン)

築地市場 特選園地バナナ

Tsukiji Premium 全国へ出荷可能!

1%減程度に維持する。次に（市内以外の）道内販売では、道内他市場との市場間協定などで、道虫圏のシェア率を現状の13%から30%へ、その他の圏域でも6%から10%へ拡大。これにより、道内生産年齢人口の減少率が18%減の

33.2%と、前年度の36.1%から3ポイント近く低下した。中央・地方とも、主たる機能は「現物評価」から「事前の情報収集、売込み」へとシフトしている。09年度の中央卸売市場の野菜のセリ・入札割合は16.7%（前年度17.3%）、果実は19.8%（同21.4%）。

94年度には青果物合計で58.2%、野菜60.5%、果実56.9%あったものが、この15年間、度も上昇することなく、40%前後も急落。とくに2000年度は、前年度から12ポイントも低下している（46.3%→34.3%、青果物合計）。地方卸売市場も状況は同

も簡単に翻意した海江田氏は、皮肉なことに決戦投票では反小沢の本化を後押しした。この号が出る頃には、新内閣となっているだろう。

◆難しいのは、農林水産大臣の立場だ。国内農家というか、農協の立場を代弁していればよかった時代は過ぎ去り、今は農相にも「政府の基本方針の浸透」が求められる。

このころ、水産は3%減程度に維持、青果は逆に9%増加を掲げた。

さらに道外販売では、道産品の販売強化などで、水産・青果とも10%程度の増加をめざす。

セリの割合、さらに

市場機能 現物評価から情報