

苫小牧市公設地方卸売市場経営戦略改定版

(苫小牧市公設地方卸売市場経営展望改定版)

令和 6 年度 令和 15 年度
2024 年度 ～ 2033 年度



苫 小 牧 市

令和6年（2024年）9月

目 次

はじめに	・ ・ ・ ・ ・ 1
第1章 苫小牧市公設地方卸売市場の現状整理	・ ・ ・ ・ ・ 3
1 SWOT分析	・ ・ ・ ・ ・ 3
2 建物劣化度調査	・ ・ ・ ・ ・ 3
第2章 苫小牧市公設地方卸売市場の課題整理	・ ・ ・ ・ ・ 4
第3章 基本計画	・ ・ ・ ・ ・ 5
1 基本理念	・ ・ ・ ・ ・ 5
2 基本方針	・ ・ ・ ・ ・ 5
3 具体的施策	・ ・ ・ ・ ・ 5
第4章 行動計画	・ ・ ・ ・ ・ 6
1 青果部行動計画	・ ・ ・ ・ ・ 6
2 水産物部行動計画	・ ・ ・ ・ ・ 9
第5章 苫小牧市公設地方卸売市場の経営概要	・ ・ ・ ・ ・ 12
1 事業概要	・ ・ ・ ・ ・ 12
2 将来の事業環境	・ ・ ・ ・ ・ 15
3 投資・財政計画（収支計画）	・ ・ ・ ・ ・ 18
4 公営企業として実施する必要性など	・ ・ ・ ・ ・ 21
5 経営戦略の事後検証、改定等に関する事項	・ ・ ・ ・ ・ 21
第6章 参考資料	・ ・ ・ ・ ・ 22
1 苫小牧市公設地方卸売市場の概要	・ ・ ・ ・ ・ 22
2 卸売市場を取り巻く環境の変化	・ ・ ・ ・ ・ 25

はじめに

1 経営展望策定の背景

市場を取り巻く環境は、少子高齢化時代を迎え、生活慣習の変化や流通の多様化などに伴い、今後は取扱量の低迷が予想されている現状を踏まえ、本市は平成27年5月に策定した行政改革プランNEXT-STAGEにおいて、民間活力を活用した管理運営のあり方として指定管理者制度を軸に検討してまいりました。

平成28年1月に農林水産省の第10次卸売市場整備基本方針の中で、地方卸売市場において経営展望を策定することが示され、経営戦略的な視点をもって産地や需要者との共存・共栄の下に健全に発展していくよう、その機能・役割の更なる強化・高度化が求められることとなりました。

その後、平成28年12月に第10次北海道卸売市場整備計画において、本市場が「地域拠点市場」に設定されたことを受け、国の基本方針に基づき生鮮食料品等流通において重要な役割を担うために経営展望を策定し、卸売市場としての経営戦略の確立、市場機能の強化等の取り組みを進めることとなりました。

これを踏まえて、平成29年7月から市場運営審議会の中に専門部会を設置し、建物の老朽化や市場を取り巻く環境の変化、市場関係者からの意見などの課題を整理し、今後の市場のあり方や施設整備の方向性を示すこととしました。

更に、平成30年6月には、卸売市場法が改正され、各市場の実態を踏まえた創意工夫を活かした取り組み等ができるようになったことを受け、新たな卸売市場に関する基本方針の中から関連する項目を追加し、令和元年6月に基本計画等を示した『苫小牧市公設地方卸売市場経営展望』（以下「経営展望」という。）を策定いたしました。

2 経営戦略策定の背景

平成26年8月29日付総務省通知「公営企業の経営に当たっての留意事項について」により、各公営企業において、自らの経営等についての的確な現状把握を行った上で、中長期的な視野に基づく計画的な経営に取り組み、徹底した効率化、経営健全化を行うための基本計画である「経営戦略」を策定するよう求められました。

これに基づき、本市場においては、令和3年3月に、「経営展望」など他の計画との整合性を図った上で、経営健全化を図るため、投資・財政計画を重視した『苫小牧市公設地方卸売市場経営戦略』（以下「経営戦略」という。）を策定いたしました。

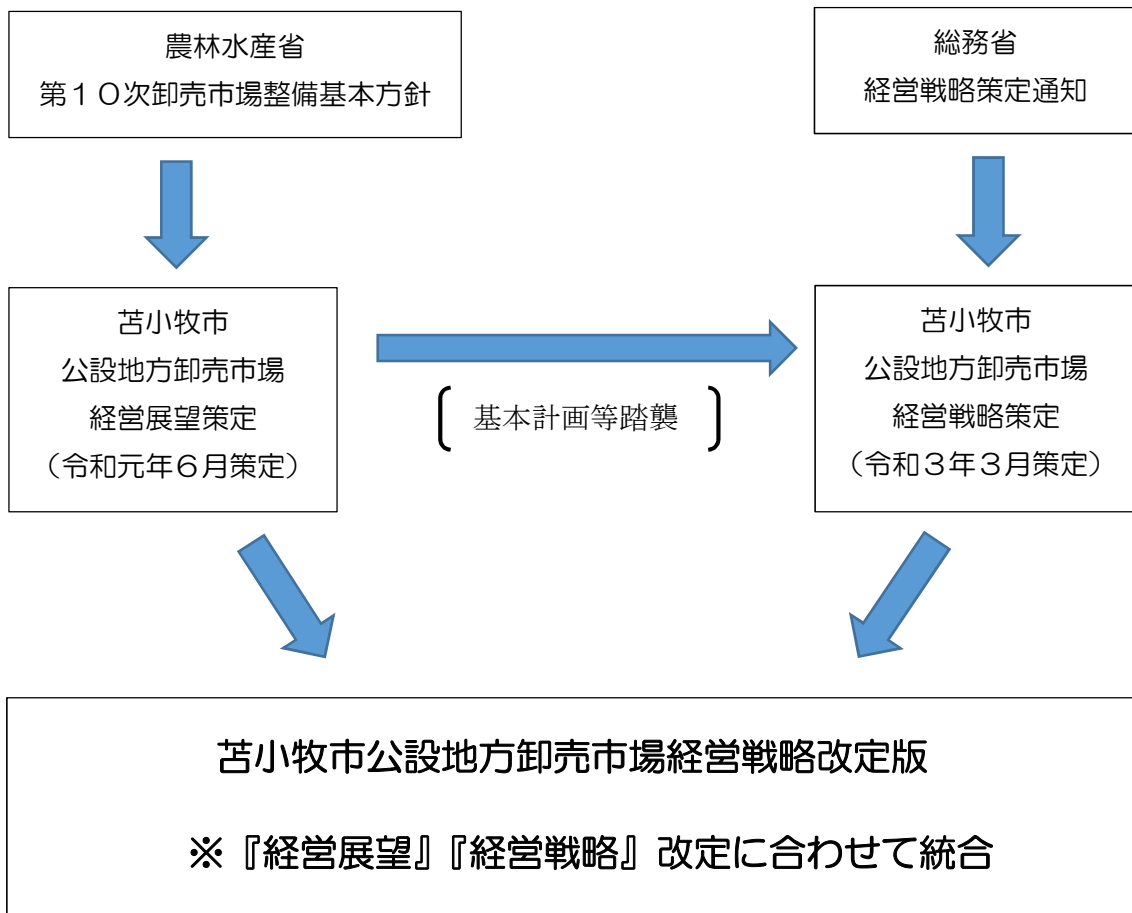
3 経営展望と経営戦略の改定・統合

「経営展望」策定から5年、「経営戦略」から3年が経過しましたが、この間、令和3年10月に水産物部、青果部の指定管理者制度導入、令和5年1月に花卉部の民間移譲を行い、本市場を取り巻く環境が大きく変動いたしました。

そのことから「経営展望」、「経営戦略」の検証を行い、その結果、当初計画と現状に差異が生じていることから「経営展望」「経営戦略」ともに改定することといたしました。

改定に伴い「経営戦略」は、先に策定しておりました「経営展望」を基に経営健全化を図るため、投資・財政計画を重視し策定したものであり、基本計画等について同じにするものであることから、「経営展望」「経営戦略」を統合することとし『苦小牧市公設地方卸売市場経営戦略改定版』を策定いたしました。

4 苦小牧市公設地方卸売市場経営戦略の位置付け



第1章 苫小牧市公設地方卸売市場の現状整理

市場の現状を整理するにあたりSWOT分析及び建物劣化度調査を行いました。

1 SWOT分析

経営展望策定時に、各部門で内部環境及び外部環境の分析（SWOT分析）を行い、強みと機会・強みと脅威・弱みと機会・弱みと脅威の組合せで効果的な方向性（クロス分析）を検討しました。そこから導き出された市場の各部門の課題について次頁以降に示します。

※SWOT分析とは

自分たちで主体的に解決できる「内部環境」的要素を強みと弱みに分け、自分たちではどうすることもできず、周辺環境として受け入れざるを得ない「外部環境」的要素（政治動向、規制、経済・景気、社会動向、技術動向、環境の変化等）を機会と脅威に分けて分析する手法で、企業や事業のビジョンや戦略を導き出すために有効な現状分析手法の一つです。

強み（Strength）のS、弱み（Weakness）のW、機会（Opportunity）のO、脅威（Threat）のTの頭文字をとってSWOT分析と言います。

2 建物劣化度調査

平成29年度に老朽化の進んでいる青果棟、水産棟において、建物及び設備全体の目視調査、超音波探傷検査、コンクリート圧縮検査等の方法により、劣化度状況を評価の上、躯体、仕上、附属設備の機能診断を行いました。

（1）調査結果

いずれの調査結果においても、施設機能・安全上、早期に修繕を要するもの（D判定）はなく、国土交通省が定めるRC造（鉄骨造）の耐用年数65年に対して、コンクリートおよび鉄筋（鉄骨）が所定の基準強度を有していることから、躯体の耐用年数はむこう15年間の施設運用において問題ないと判断されました。

第2章 苫小牧市公設地方卸売市場の課題整理

SWOT分析及び建物劣化度調査の結果から、市場2部門（青果・水産物）共通の課題を以下のとおり整理します。

1 市場の機能強化

- （1）品質管理の徹底
- （2）生産者との連携強化
- （3）販売力の強化

2 市場の役割の発揮・発信

- （4）市場の情報発信と観光機能との連携

3 市場施設の維持・整備

- （5）施設の有効活用と機能強化

4 市場の管理・経営の改善

- （6）使用料等の検討
- （7）民間活力導入

5 その他

- （8）防災対策
- （9）働きやすい環境の整備

第3章 基本計画

現状分析と市場を取り巻く環境の変化を踏まえ、卸売市場が今後も生鮮食料品等流通の地域拠点市場としての役割を担い、市民等から信頼される市場を目指して、基本理念と基本方針を以下のとおり定めます。

1 基本理念

- 地域拠点市場として、市民等への安全・安心な生鮮食料品等の安定供給に努めます。
- 少子高齢化社会など新しい時代に対応した、新たな取り組みに挑戦し、より効率的な魅力あふれる市場を目指します。

2 基本方針

I 市場の機能強化

市民等へ安全・安心な生鮮食料品等を安定供給するために、卸売市場の機能強化を図ります。

II 市場の役割の発揮・発信

卸売市場の役割をアピールし、生鮮食料品等の消費拡大に向けた取り組みを推進します。

III 市場施設の維持・整備

卸売市場の更なる機能充実を目指し、市場施設の維持・整備を推進します。

IV 市場の管理・経営の改善

卸売市場を取り巻く環境の変化に対応し、市場の管理運営のあり方についてより効率的な運営をするため民間活力を導入します。

3 具体的施策

基本理念、基本方針を実現するための戦略を、SWOT分析（クロス分析）の方向性及び経営展望策定部会の意見を踏まえて以下のとおり設定し、具体的な取り組みを進めていきます。

第4章 行動計画

1 青果部行動計画(令和6年度～令和15年度)

具体的施策	取り組みの主体 (◎主体/○補助)				取組内容	
	卸	仲卸	買受人 生産者	開設者		
I 市場の機能強化	戦略(1)品質管理の徹底					
	品質管理の推進と市場のブランド価値の向上					
	① 冷蔵・冷凍設備を活用した温度管理の徹底	◎	○		○	日々の点検の継続実施、又、売場温度管理の方法を検討する。
	② 業界団体のマニュアル等に基づいた衛生管理の実施	◎	○	○	◎	トイレの手洗い、電気消灯などに非接触タイプを設置し、運用する。市場の清掃などの美化や売場の点検などを実施する。
	③ 市場内で使用するフォークリフトの電動化の推進	◎	◎		○	市場内で使用するフォークリフト等については、更新時に電動化を検討する。
	戦略(2)生産者との連携強化					
	生産者との連携を強化し、生鮮食料品の安定供給に努める					
	① 消費者ニーズに合った集荷の推進	◎	○	○		顧客との情報を生産者と共有を図りながら、集荷の推進に努める。
	② 卸売業者は支店と連携し、集荷力の向上	◎				千歳支店と連携を図りながら、集荷に努める。
	③ 集荷ルートや産地を開拓し、市場のコーディネート機能の強化	◎	○	○	○	産地訪問するなど、集荷に努める。
	④ 料理教室の開催など食育の推進	◎	○	○	○	食育の推進につながる事業を実施する。
	⑤ 産地直送など、輸送方法の効率化の推進	◎	○			農産物を直接産地から小売店に配送するなど、鮮度の良い商品の配送を推進する。
	戦略(3)販売力の強化					
	新しい販路の拡大					
	① 道内や本州に向けて販路の拡大	◎	○	○	○	道内や本州に向けて、市場間取引を拡大していく。
	② 専門家・有識者の協力を得て、農産物ブランド力の強化	◎	○	○		JA、仲卸業者、スーパー等と協力して、農産物のブランド力強化に努める。
	③ 小売店との連携を堅持し消費者ニーズに対応した取組の実施	◎	○	○		小売店との連携を堅持し、顧客情報の共有を図りながら、商品の充実に取り組む。
	④ 規格外商品の販路の充実	◎	○	○		規格内の商品だけではなく、規格外(規格のサイズから外れたもの等)商品についても販路の充実を図る。
	⑤ 仲卸業者、買受人以外への第三者販売の強化	◎				各種イベントでの販売や他都市業者への販売など第三者販売を強化する。
	⑥ 物流機能の効率化の検討	◎	○		○	空港や港が近い交通要衝としての強みを生かし、物流機能の効率化を検討する。

1 青果部行動計画(令和6年度～令和15年度)

具体的施策		取り組みの主体 (◎主体/○補助)				取組内容
		卸	仲卸	買受人 生産者	開設者	
Ⅱ 市場の役割の 発揮・発信	戦略(4) 市場の情報発信と観光機能との連携					
	観光機能と連携し生鮮食料品の消費拡大に向けた取り組みを推進					
	① 市場の役割や生鮮食料品の情報発信の推進	◎	○	○	◎	市場感謝祭等イベントを通じ、市場の役割や生鮮食料品の情報発信の推進に努める。
	② 隣接する商業施設(ぶらっと港市場)との連携の強化	○			◎	隣接する商業施設(ぶらっと港市場)との連携を強化する。
	③ 「港まつり」や「ホッキまつり」等のイベントに施設や駐車場の開放	○			◎	「港まつり」や「ホッキまつり」などのイベントに施設や駐車場を開放する。
	④ 卸売市場の取引数量、内容等を開示して情報発信の強化	◎				市場法に基づき、卸売市場の取引数量、内容等を開示して情報発信を強化する。
	⑤ インターネット等を活用した、市場や商品の情報発信	◎			○	インターネット等を活用し、市場や商品の情報発信を強化する。
Ⅲ 市場施設の 維持・整備	戦略(5) 施設の有効利用と機能強化					
	長寿命化を図りながら施設を有効利用し、維持・整備の実施					
	① 維持整備計画を作成し、計画的な維持・整備の実施	○	○		◎	維持整備計画(P17参照)に基づき、修繕等を実施する。
	② 関係者からの要望で優先度の高いものから整備の実施	○	○	○	◎	建物の状況を見極めながら、関係者からの要望の多いものは、前倒しするなどして修繕等を実施する。
Ⅳ 市場の管理・ 経営の改善	戦略(6) 使用料等の検討					
	将来的に市場に必要な費用の積算を行い、使用料等の見直しを実施					
	① 市場に必要な費用の積算を行い、資金計画を作成				◎	投資・財政計画(P18～P20参照)を作成する。
	② 卸売の販売委託手数料の見直しを検討	◎			○	現状に合わせた販売委託手数料の見直しを検討する。
	戦略(7) 民間活力の導入					
	指定管理者制度の検証					
	① 指定管理者の業務内容について検証	○			◎	指定管理期間終了前に、業務内容の検証を行う。

1 青果部行動計画(令和6年度～令和15年度)

	具体的施策	取り組みの主体 (◎主体/○補助)				取組内容
		卸	仲卸	買受人 生産者	開設者	
V その他	戦略(8)防災対策					
	事業継続計画を策定し、市場間の相互応援体制を継続					
	① 各種協定に基づいた他市場との相互応援体制を継続	○			◎	道内卸売市場による災害時相互応援協定や全国公設地方卸売市場協議会災害時相互応援協定を維持する。
	② 災害時における業務継続計画(BCP)を確立	○	○	○	◎	業務継続計画(BCP)を策定する。
	③ 地震や津波等の災害を想定した訓練を実施	◎	○		○	様々な災害を想定した避難訓練などを実施する。
	戦略(9)働きやすい環境の整備					
	労働環境の改善					
	① 休日や出勤時間等の労働条件の改善	◎	◎			休日増や残業時間の短縮に努めるなど、労働条件の改善に努める。
	② 若者や女性が働きやすい職場づくりの推進	◎	◎		○	若者や女性が働きやすい職場づくりや環境美化などに努める。
	③ 労働負担を軽減する設備の導入など労働環境の改善	◎	◎		○	IT化を進めて、業務の効率化、省力化を図る。

2 水産物部行動計画(令和6年度～令和15年度)

具体的施策		取り組みの主体 (◎主体/○補助)				取組内容
		卸	買受人	生産者	開設者	
I 市場の機能強化	戦略(1)品質管理の徹底					
	品質管理の推進と市場のブランド価値の向上					
	① 水産物部運営連絡協議会において衛生管理に関する協議の実施	◎	○	○	○	市場関係者で構成する水産物部運営連絡協議会において、衛生管理を協議する。
	② 北海道産地市場衛生管理マニュアル、HACCPに基づいた衛生管理の実施	◎	○	○	○	北海道産地市場衛生管理マニュアル、HACCPに基づいた衛生管理を実施する。
	③ 活魚水槽を活用した鮮度の保持	◎	○	○	○	活魚水槽の活用により、鮮度が良い活魚の取り扱いの充実を図る。
	戦略(2)生産者との連携強化					
	生産者との連携を強化し、生鮮食料品の安定供給に努める					
	① 産地市場の強みを活かし、地元鮮魚の取扱の充実	◎	○	○		苫小牧漁業協同組合と連携しながら、地元鮮魚の取り扱いの充実を図る。
	② 産地や他市場との連携を強化し、品揃えの充実	◎		○		市場間取引や他産地との取引を拡大し、品揃えの充実を図る。
	③ 冷凍品や加工品など、消費者ニーズに対応した品揃えの充実	◎		○		顧客との情報を苫小牧漁業協同組合と共有を図りながら、冷凍品や加工品などの集荷に努める。また、展示会等への出展を通じ、仕入先の拡大を図る。
	戦略(3)販売力の強化					
	新しい販路の拡大					
	① 鮮度の良い状態での安定供給	◎	○	○		活魚水槽の活用の他、苫小牧漁業協同組合との連携により活締め魚種の拡大に努める。
	② 新しい魚種の取り扱いの強化	◎		○		苫小牧消費者協会と連携した料理教室や指定管理者の自主事業によるPR等により、地元鮮魚の周知を図る。
	③ 地元スーパーや市外への流通の拡大	◎		○		市民への「お魚屋さんマップ」配布や指定管理者による料理コンテスト実施などのPRにより、地元鮮魚の流通の拡大に努める。
	④ 加工場との連携や、海外向けの販売など新たな取り組みの検討	◎		○		新商品の開発等に取り組み、各種展示会等でのPRを行い、海外を含めた販路拡大に努める。
	⑤ 物流機能の効率化の検討	◎	○	○		空港や港が近い交通要衝としての強みを生かし、物流機能の効率化を検討する。
	⑥ 近隣市町村以外の買受人の広域化の検討	◎	○	○		高齢化などにより、買受人が減少しているため、近隣市町村だけではなく、さらに広域化を検討していく。

2 水産物部行動計画(令和6年度～令和15年度)

具体的施策		取り組みの主体 (◎主体/○補助)				取組内容
		卸	買受人	生産者	開設者	
Ⅱ 市場の役割の発揮・発信	戦略(4) 市場の情報発信と観光機能との連携					
	観光機能と連携し生鮮食料品の消費拡大に向けた取り組みを推進					
	① 市場の役割や生鮮食料品の情報発信の推進	◎	○	○	◎	市場感謝祭を実施する他、各種イベントなどに参加し、市場の役割や水産物の情報発信に努める。
	② 漁港区の観光スポットとの連携の強化	○			◎	マルトマ食堂、ぶらっと港市場、苫小牧漁業協同組合、卸売業者などと連携し、漁港区の魅力発信に努める。
	③ 「港まつり」や「ホッキまつり」等のイベントに施設や駐車場の開放	○			◎	「港まつり」や「ホッキまつり」などのイベントに施設や駐車場を開放する。
	④ 卸売市場の取引数量、内容等を開示して情報発信の強化	◎				市場法に基づき、卸売市場の取引数量、内容等を開示して情報発信を強化する。
Ⅲ 市場施設の維持・整備	戦略(5) 施設の有効利用と機能強化					
	長寿命化を図りながら施設を有効利用し、維持・整備の実施					
	① 維持整備計画を作成し、計画的な維持・整備の実施				◎	維持整備計画(P17参照)に基づき、修繕等を実施する。
	② 関係者からの要望で優先度の高いものから整備の実施	○	○	○	◎	建物の状況を見極めながら、関係者からの要望の多いものは、前倒しするなどして修繕等を実施する。
	③ 衛生管理機能の強化	○	○	○	◎	北海道産地市場衛生管理マニュアルやHACCPによる衛生管理を実施する。
	④ 建物の状況を見極め、必要な調査を行い計画の見直しを検討	○	○		◎	水産棟の整備方針を協議する。
Ⅳ 市場の管理・経営の改善	戦略(6) 使用料等の検討					
	将来的に市場に必要な費用の積算を行い、使用料等の見直しを実施					
	① 市場に必要な費用の積算を行い、資金計画を作成				◎	投資・財政計画(P18～P20参照)を作成する。
	② 卸売の販売委託手数料の見直しを検討	◎			○	現状に合わせた販売委託手数料の見直しを検討する。
	戦略(7) 民間活力の導入					
	指定管理者制度の検証					
	① 指定管理者の業務内容について検証	○			◎	指定管理期間終了前に、業務内容の検証を行う。

2 水産物部行動計画(令和6年度～令和15年度)

具体的施策		取り組みの主体 (◎主体/○補助)				取組内容
		卸	買受人	生産者	開設者	
Ⅴ その他	戦略(8)防災対策					
	事業継続計画を策定し、市場間の相互応援体制を継続					
	① 各種協定に基づいた他市場との相互応援体制を継続	○			◎	道内卸売市場による災害時相互応援協定や全国公設地方卸売市場協議会災害時相互応援協定を実施する。
	② 災害時における業務継続計画(BCP)を確立	○	○	○	◎	策定した業務継続計画(BCP)を遂行し、必要に応じ改定を行う。
	③ 地震や津波等の災害を想定した訓練を実施	◎	○		○	様々な災害を想定した避難訓練などを実施する。
	戦略(9)働きやすい環境の整備					
	労働環境の改善					
	① 休日や出勤時間等の労働条件の改善	◎	◎			休日増や残業時間の短縮に努め、フレックス勤務等の実施など、労働条件の改善に努める。
	② 若者や女性が働きやすい職場づくりの推進	◎	◎		○	若者や女性が働きやすい職場づくりや環境美化などに努める。
	③ 労働負担を軽減する設備の導入など労働環境の改善	◎	◎		○	IT化を進めて、業務の効率化、省力化を図る。

第5章 苫小牧市公設地方卸売市場の経営概要

1 事業概要

(1) 事業形態

団 体 名 : 北海道苫小牧市

事 業 名 : 苫小牧市公設地方卸売市場事業

経営展望策定日 : 令和 元 年 6 月

計 画 期 間 : 令和 元 年度 ～ 令和 15 年度

経営戦略策定日 : 令和 3 年 3 月

計 画 期 間 : 令和 2 年度 ～ 令和 15 年度

法適(全部適用・一部適用) 非 適 の 区 分	一 部 適 用	事 業 開 始 年 月 日	昭 和 28 年 6 月 1 日
職 員 数	2 人	市 場 種 別 区 分	地 方 卸 売 市 場
民 間 活 用 の 状 況	ア 民間移譲	令和5年1月 花卉部民間移譲	
	イ 指定管理者制度	令和3年10月 青果部・水産物部に導入	

(2) 使 用 料 形 態

売上高割使用料の概要・考え方	- 令和元年9月までは、条例、業務規程に基づき、卸売金額の1000分の5。 - 令和元年10月に業務規程を改正し、卸売金額の1000分の3としている。 - 策定当初の経営展望の戦略（6）使用料等の検討に基づき、将来的に市場に必要な費用を積算、道内公設地方卸売市場の水準も参考にし改定を行っている。				
施設使用料の概要・考え方	- 令和元年9月までは、条例、業務規程に基づき、施設使用料一覧表のとおり。 - 令和元年10月に業務規程を改正し、一律50%減額している。 - 策定当初の経営展望の戦略（6）使用料等の検討に基づき、将来的に市場に必要な費用を積算、市場の活性化（基本戦略の推進）を図る観点も考慮し、施設使用料の改定を行っている。 施設使用料一覧表				
		種別	令和元年9月まで （単位：円/㎡）	令和元年10月から （単位：円/㎡）	
	青果物 売場	売場使用料		月額240円	月額120円
		冷蔵庫使用料		月額650円	月額330円
		事務所使用料		月額500円	月額250円
		食堂使用料		月額500円	月額250円
		作業場使用料		月額500円	月額250円
		倉庫使用料		月額300円	月額150円
		上屋使用料		月額240円	月額120円
	水産物 売場	売場使用料		月額200円	月額100円
		冷蔵庫使用料		月額1,450円	月額730円
		事務所使用料	1階	月額330円	月額170円
			2階	月額290円	月額150円
		食堂使用料		月額290円	月額150円
		倉庫使用料		月額230円	月額120円
		冷凍倉庫使用料		月額1,200円	月額600円
	その他	冷凍庫使用料		月額1,500円	月額750円
		低温庫使用料		月額1,200円	月額600円
		倉庫使用料		月額300円	月額150円

(3) 現在の経営状況

年間取扱量 (t)	年 度	青果物		水産物			
		野 菜	果 実				
	R 3	6,545	3,463	10,712			
	R 4	5,700	3,444	11,951			
	R 5	5,055	3,110	11,360			
年間税込 売上高 (百万円)	年 度	野 菜	果 実	水産物			
	R 3	1,495	1,558	7,197			
	R 4	1,314	1,540	9,647			
	R 5	1,254	1,553	8,579			
経 常 収 支 比 率		R 3	74.7%	R 4	75.6%	R 5	82.9%
経 費 回 収 率		R 3	56.8%	R 4	60.6%	R 5	64.6%
他 会 計 補 助 金 比 率		R 3	14.0%	R 4	12.0%	R 5	15.4%
有 形 固 定 資 産 減 価 償 却 率		R 3	74.8%	R 4	76.2%	R 5	76.8%
企 業 債 残 高 対 料 金 収 入 比 率		R 3	80.2%	R 4	69.9%	R 5	74.9%
・ 経常収支比率は、令和元年度より使用料改定の影響を受け100%を下回っている。また、年間取扱高については、減少傾向にあることから使用料収入も減少傾向にある。 ・ 有形固定資産減価償却率は、令和5年度末時点で76.8%となっており、耐用年数を超えて使用している資産が多く、施設の老朽化が進んでいる。 ・ 今後の課題としては、老朽化した施設の修繕費が増えていくことが想定される。平成29年度に建物劣化度調査を行っており、調査結果をもとにした整備計画を策定したことから、計画に沿った修繕を行っていく必要がある。							

※ 経 常 収 支 比 率 : 経常費用に対する経常収益の割合で、比率が100%を下回ると純損失が発生していることを示す。(特別利益・特別損失がない場合)

※ 経 費 回 収 率 : 経常費用に対する営業収益の割合で、比率が100%を下回ると維持管理に係る費用が営業収益を上回っていることを示す。

※ 他 会 計 補 助 金 比 率 : 経常費用に対する他会計補助金の割合で、比率が高いほど、施設の維持管理に係る費用の補填に占める他会計補助金の割合が高いことを示す。

※ 有 形 固 定 資 産
減 価 償 却 率 : 償却対象資産に対する減価償却の割合で、比率が高いほど、施設の老朽化が進んでいることを示す。

※ 企 業 債 残 高
対 料 金 収 入 比 率 : 主たる営業収益に対する企業債残高(一般会計負担分除く)の割合で、企業債残高の規模を示す。

2 将来の事業環境

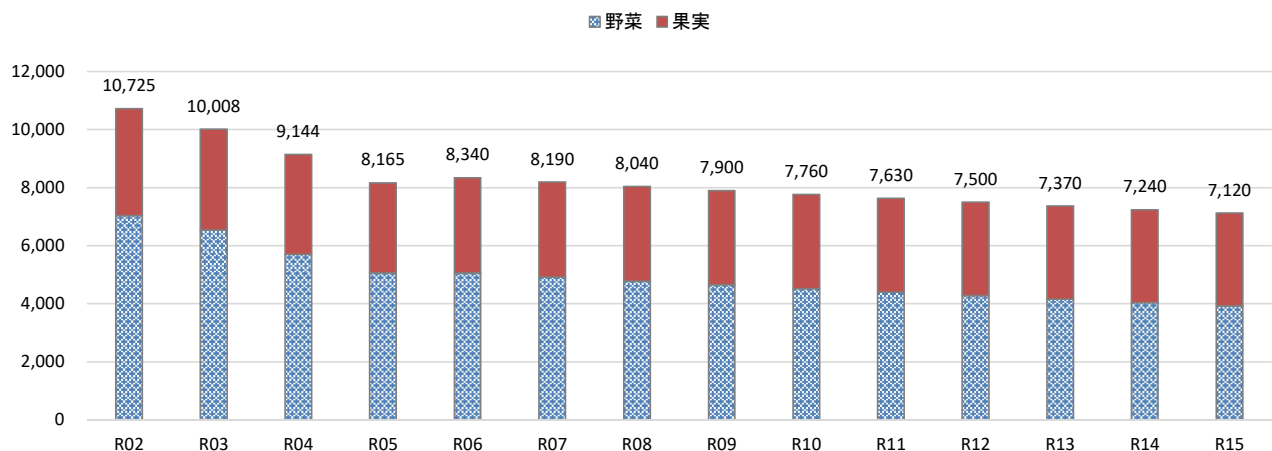
(1) 取扱量（t）の見通し

ア 青果物の取扱量（t）

- 令和2年度～令和5年度までは決算取扱量、令和6年度については予算取扱量としている。
- 令和2年度は、新型コロナウイルス感染症の影響による巣ごもり需要により、取扱量が伸びたが、令和3年度からは、巣ごもり需要も落ち着き、減少傾向となっている。
- 減少要因としては、人口減少による食料消費量の減少、消費者嗜好の変化、流通構造の多様化、気象変動等様々な要因が考えられる。
- 令和7年度以降についても、人口減少や気象変動等の要因も考慮し、過去5年間の取扱量の伸び率平均を乗じ、取扱量を算出している。

青果物の取扱量推移

単位：(t)

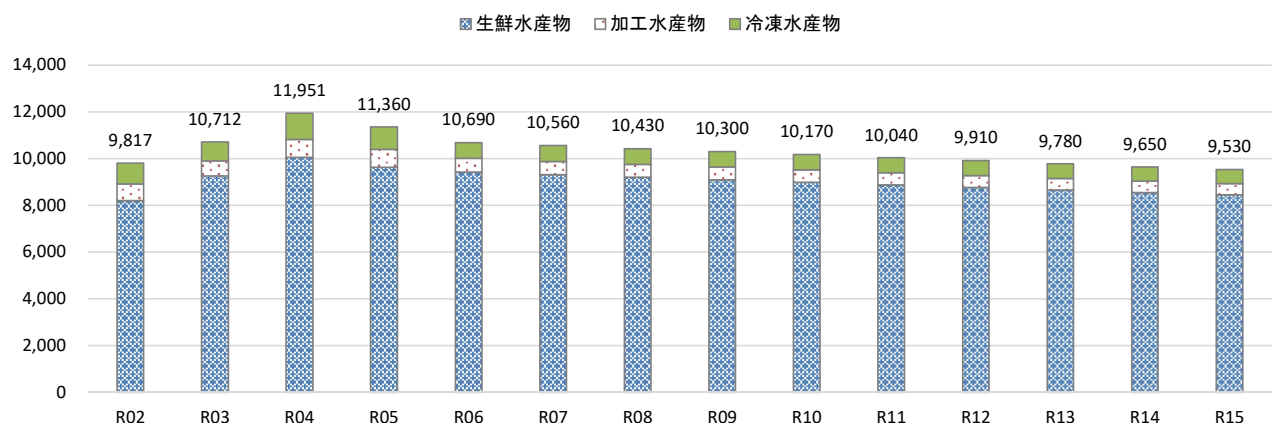


イ 水産物の取扱量（t）

- 令和2年度～令和5年度までは決算取扱量、令和6年度については予算取扱量としている。
- 本市場は産地市場としての性格が強く、取扱量は周辺漁場の主要魚種である、さけ、すけとうだら、ほっき貝、するめいか、ほっけ、つぶ、かれい等の漁獲量が影響していると考えられる。
- 令和2年度は、新型コロナウイルス感染症の影響による外出自粛等により、取扱量が減少したが、令和3年度、4年度は、卸売市場法の改正による取引の自由化により、販路を拡大し、取扱量が伸びている。
- 令和7年度以降については、人口減少や気象変動、社会情勢等の要因も考慮し、過去5年間の取扱量の伸び率平均を乗じ、取扱量を算出している。

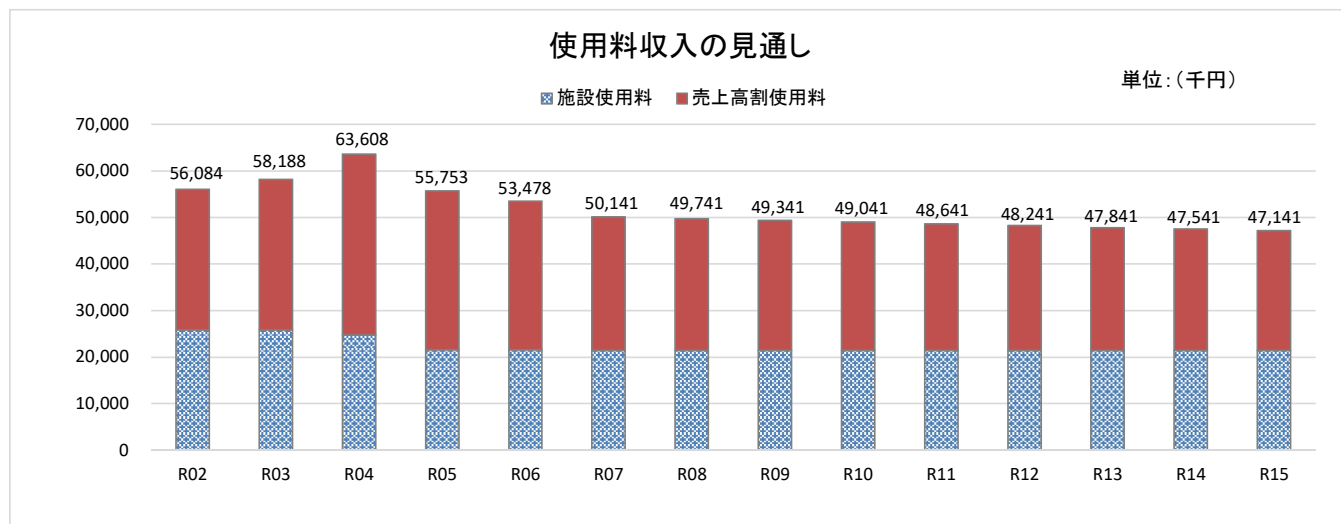
水産物の取扱量推移

単位：(t)



（２）使用料収入の見通し

- 令和２年度～令和５年度までは決算数値、令和６年度は予算数値としている。
- 令和７年度以降、売上高割使用料については、（１）取扱量（ｔ）の見通し（青果物、水産物）を踏まえ、見込んでおり、施設使用料については、現状維持で見込んでいる。



（３）組織の見通し

- 現在の本市場の管理に関わる職員は、２名である。
- 今後の組織体制としては、民間活力の導入状況を踏まえ、職員２名以内の体制を継続する見込みである。

(4) 施設の見通し

- ・経営展望策定過程において、平成29年度に建物劣化度調査を行い、施設の現状について分析を行った結果、躯体の耐用年数について、むこう15年間の施設運用は問題ないと判断された。
- ・この判断結果より、当面は市場施設を維持修繕しながら、施設を有効利用していく方針を示していることから、計画前半に建設改良、修繕を集中させ、長寿命化を図る計画としている。
- ・令和元年度から令和5年度において整備計画を遂行してきたが、施設の劣化状況や現場で業務にあたられている市場関係者の要望に即した施設の維持・整備を実施することが重要であることから、一部、計画に変更はあったものの、概ね順調に整備が進んでいる。

整備計画（令和6年5月現在）

部	施設名	2024年 R6	2025年 R7	2026年 R8	2027年 R9	2028年 R10	2029年 R11	2030年 R12	2031年 R13	2032年 R14	2033年 R15
青果部	A 青果棟										
	1 内装・設備等		○	○							
	2 屋根			○							
	3 外壁										
	4 その他外部				○						
	5 床				○						
	6 巾木				○						
	7 壁				○						
	8 天井				○						
	9 売場 床改修	④									
	10 LED化	③	④	⑤							
	11 冷却設備の整備・更新	○		○		○		○	○	○	○
	B 低温流通センター										
	12 屋根・外壁				○						
水産物部	13 電気設備	○									
	14 冷却設備の整備・更新	○	○		○		○				
	C 15 パッケージセンター		○	○					○		
	D 16 北側上屋1・2(実施済)										
	E 17 倉庫(旧パッケージセンター)	※今後の使用方法協議(売却・撤去・維持修繕)									
	F 18 青果部 小修繕	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	G 水産棟										
	19 外壁・事務所床・内装等	○	○	○		○					
	20 西側屋根(実施済)										
	21 天井2F部分(実施済)										
	22 西側窓(実施済)										
	23 売場 床修繕(実施済)										
	24 LED化(実施済)										
	25 防鼠設備(実施済)										
	26 冷蔵・冷凍設備の整備・更新										
	H 水産物部冷蔵倉庫										
	27 水産部冷蔵倉庫		○								
	28 冷蔵・冷凍設備の整備・更新		○								
	I 29 水産外トイレ(実施済)										
	J 30 水産物部倉庫(荷受)										
	K 衛生管理										
	31 シートシャッター(実施済)										
	32 ビニールカーテン(実施済)										
	33 室内エアコン設置(実施済)										
	34 海水滅菌ポンプ	○	○								
	35 場外保管場	※水産棟の整備方針と合わせて協議									
	L 36 水産物部 小修繕	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	M 37 建物診断調査					○					

※囲み英数字は、数年に分けて実施してきたもの

3 投資・財政計画（収支計画）

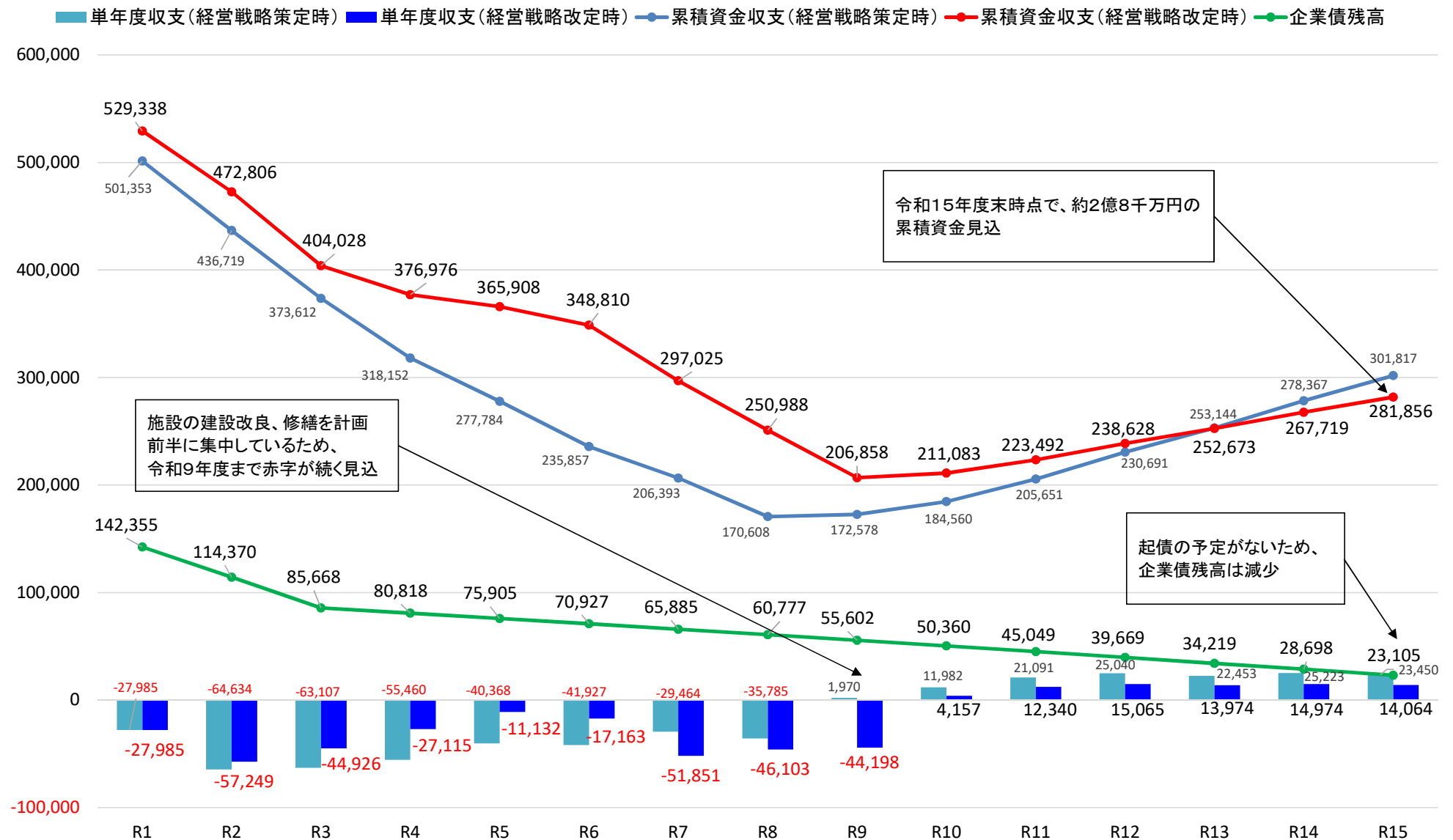
（1）苫小牧市公設地方卸売市場事業会計 投資・財政計画

（資本的収支のみ税込・その他は税抜、単位：千円）

	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12	R13	R14	R15
	決算	決算	決算	決算	決算	予算	計画	計画	計画	計画	計画	計画	計画	計画	計画
収益的収入	121,889	103,899	92,565	103,523	65,200	62,444	58,816	58,419	58,917	61,424	60,852	60,452	60,055	59,748	59,348
営業収益	103,092	80,707	70,322	59,212	50,799	48,760	45,688	45,324	44,960	44,688	44,325	43,960	43,598	43,326	42,962
使用料収入	70,491	51,466	53,411	57,826	50,684	48,616	45,583	45,219	44,855	44,583	44,220	43,855	43,493	43,221	42,857
その他	32,601	29,241	16,911	1,386	115	144	105	105	105	105	105	105	105	105	105
営業外収益	18,797	20,121	22,243	14,672	14,401	13,684	13,128	13,095	13,957	16,736	16,527	16,492	16,457	16,422	16,386
他会計補助金	14,898	15,404	17,355	11,705	12,070	11,750	11,189	11,156	11,123	11,089	11,055	11,020	10,985	10,950	10,914
長期前受金戻入	3,161	3,161	3,161	1,365	803	420	420	420	293	38	0	0	0	0	0
その他	738	1,556	1,727	1,602	1,528	1,514	1,519	1,519	2,541	5,609	5,472	5,472	5,472	5,472	5,472
特別利益	0	3,071	0	29,639	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
収益的支出	142,159	125,388	123,870	210,787	78,603	82,555	80,896	73,819	78,669	75,610	63,851	60,691	61,349	59,673	59,883
営業費用	139,079	123,007	121,652	95,497	76,867	80,442	79,535	72,524	77,440	74,449	62,758	59,667	60,395	58,790	59,072
市場管理費	113,507	96,587	92,862	72,727	54,895	57,942	57,348	47,609	52,337	51,567	42,882	39,791	40,519	39,246	39,791
（うち修繕費）	36,547	26,499	26,357	35,510	20,139	22,535	23,648	13,909	18,636	12,412	9,182	6,091	6,818	5,545	6,091
減価償却費等	25,572	26,420	28,790	22,770	21,972	22,500	22,187	24,915	25,103	22,882	19,876	19,876	19,876	19,544	19,281
営業外費用・予備費	3,080	2,381	2,218	2,277	1,736	2,113	1,361	1,295	1,229	1,161	1,093	1,024	954	883	811
うち支払利息	3,080	2,381	1,664	1,098	1,035	971	906	840	774	706	638	569	499	428	356
特別損失	0	0	0	113,013	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
当年度純利益	-20,270	-21,489	-31,305	-107,264	-13,403	-20,111	-22,080	-15,400	-19,752	-14,186	-2,999	-239	-1,294	75	-535
資本的収入	13,642	13,992	14,351	35,424	2,456	2,488	2,521	2,554	2,587	2,621	2,655	2,690	2,725	2,760	2,796
企業債	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
他会計出資金	13,642	13,992	14,351	2,424	2,456	2,488	2,521	2,554	2,587	2,621	2,655	2,690	2,725	2,760	2,796
その他	0	0	0	33,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
資本的支出	45,394	70,401	83,497	57,946	23,723	22,627	56,895	60,949	54,443	5,242	5,311	5,380	5,450	5,521	5,593
建設改良費	18,109	42,416	54,795	33,308	18,810	17,649	51,853	55,841	49,268	0	0	0	0	0	0
企業債償還金	27,285	27,985	28,702	4,850	4,913	4,978	5,042	5,108	5,175	5,242	5,311	5,380	5,450	5,521	5,593
その他	0	0	0	19,788	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
資本的収入－資本的支出	-31,752	-56,409	-69,146	-22,522	-21,267	-20,139	-54,374	-58,395	-51,856	-2,621	-2,656	-2,690	-2,725	-2,761	-2,797
補記の上記の															
損益勘定留保資金	30,411	52,553	64,165	22,494	19,557	18,535	50,868	53,322	50,492	2,621	2,656	2,690	2,725	2,761	2,797
利益剰余金処分別															
消費税収支調整額	1,341	3,856	4,981	28	1,710	1,604	3,506	5,073	1,364	0	0	0	0	0	0
単年度収支	-27,985	-57,249	-44,926	-27,115	-11,132	-17,163	-51,851	-46,103	-44,198	4,157	12,340	15,065	13,974	14,974	14,064
累積資金収支	529,338	472,806	404,028	376,976	365,908	348,810	297,025	250,988	206,858	211,083	223,492	238,628	252,673	267,719	281,856
企業債未償還残高	142,355	114,370	85,668	80,818	75,905	70,927	65,885	60,777	55,602	50,360	45,049	39,669	34,219	28,698	23,105

苫小牧市公設地方卸売市場事業会計 投資・財政計画

単位：(千円)



(2) 投資・財政計画（収支計画）の策定に当たっての説明

① 収支計画のうち投資についての説明

目 標	計画に沿った建設改良による投資的経費の抑制
ア 2将来の事業環境の（4）施設の見通しで示したとおり、計画的に建設改良、修繕を行う。 イ 計画期間前半に建設改良、修繕を集中させる計画であることから、一時、累積資金が約2億円になる時期があるが、建設改良、修繕実施時において、流通圏域人口、市場供給量等を踏まえた施設規模を考え、施設のダウンサイジング（廃止・統合）やスペックダウン（合理化）を検討し、投資の抑制を図る。	

② 収支計画のうち財源についての説明

目 標	令和15年度末時点での累積資金の確保
ア 使用料収入 2将来の事業環境の（2）使用料収入の見通しを踏まえ、見込んでいる。 イ 企業債 計画期間において、建設改良事業は、自主財源で行うことを基本としているため、起債の計画はないが、整備計画において、一部協議事項もあることから事業実施時には、改めて起債の活用も検討する。 ウ 繰入金 総務省の繰出基準に基づく金額以下の繰入れを行っている。今後も、独立採算の原則に沿って、繰出基準に基づく金額のみを一般会計から繰り入れて事業を運営していく。	

③ 収支計画のうち投資以外の経費についての説明

ア 管理運営費・委託料 令和3年10月に青果部、水産物部に指定管理者制度を導入した。民間事業者による専門的知識等を生かし、市場の管理運営を効率的かつ効果的に行うことにより、経費の抑制を図っている。 イ 職員給与費 2将来の事業環境の（3）組織の見通しを踏まえ、見込んでいる。 ウ その他 経費の抑制を図りながら、累積資金を蓄えるようにする。	
---	--

(3) 投資・財政計画（収支計画）に未反映の取組や今後検討予定の取組の概要

① 今後の投資についての考え方・検討状況

民 間 活 用	令和3年10月に、青果部、水産物部への指定管理者制度導入、令和5年1月に花卉部の民間移譲を実施済である。
そ の 他 の 取 組	倉庫（旧パッケージセンター）の今後の運用方法（売却・撤去・維持修繕）について、現在検討中である。

4 公営企業として実施する必要性など

本市場は、生鮮食料品等の取引の適正化とその健全な運営を確保して、生産及び流通の円滑化と市民等の生活の安定を図るために設置された施設である。

また、本市場の供給圏域は、本市のみならず、東胆振等も含まれており、地域の拠点的市场となっている。

令和3年10月、青果部、水産物部に指定管理者制度を導入、令和5年1月には、花卉部の民間移譲を行い、効率的な運営を図ってきているが、青果棟、水産棟ともに老朽化が進んでおり、計画的な施設の維持・整備が必要であることから、公営企業の形態を維持していく。

5 経営戦略の事後検証、改定等に関する事項

毎年度、経営戦略と実績値の比較を行い、3～5年を目途に適切な事後検証を行うほか、投資・財政計画と実績に大幅な乖離が生じた場合には随時、見直しを行う。

また、その他に経営に影響を及ぼす法令等の改正や、社会情勢、企業情勢の変化など、市場事業を取り巻く状況に変化がある場合にも随時更新を行い、より効率的な投資・財政計画となるよう随時見直しを進める。

第6章 参考資料

1 苫小牧市公設地方卸売市場の概要

(1) 市場の管理

名 称	苫小牧市公設地方卸売市場	
所在地	青 果 部	苫小牧市港町2丁目2番2号
	水 産 物 部	苫小牧市汐見町1丁目1番13号
開設者	苫小牧市長	

(2) 整備等の沿革

年 月	事業内容
昭和 28 年 6 月	北海道初の公設魚菜卸売市場として浜町に開設し業務を開始
昭和 41 年 6 月	供給圏の人口及び取扱量の増大から汐見町（現水産物部）へ移転
昭和 46 年 11 月	青果物の需要の増大に伴い青果部を港町2丁目に分離・独立
昭和 46 年 12 月	市場利用者に便益を提供するため食品卸売センターを開設
昭和 50 年 10 月	花木類の需要の増大に伴い花き部を開設
昭和 53 年 7 月	青果物の流通改善のため仲卸制度を導入し業務を開始
昭和 54 年 2 月	生鮮食料品の需給調整強化及び安定供給のため低温流通センターを新設
昭和 56 年 7 月	第3次市場整備計画により青果部市場施設の増築（1,735 m ² ）を施工
昭和 56 年 12 月	花木類の需要の増大に伴い花き部を分離・独立
昭和 58 年 7 月	第3次市場整備計画により水産物部市場施設の増改築（553 m ² ）を施工
平成 9 年 4 月	花き部の施設狭隘のため末広町に新築移転（1,701 m ² ）供用開始
平成 15 年 7 月	食品卸売センターを市場外とし朝市を行う小売施設「海の駅ぷらっとみなと市場」として分離
平成 18 年 12 月	青果部パッケージセンターを青果棟東側に移転改築
平成 25 年 3 月	水産冷凍品の需要供給に対応するため冷凍倉庫を新築
令和 元 年 6 月	苫小牧市公設地方卸売市場経営展望策定
令和 3 年 3 月	苫小牧市公設地方卸売市場経営戦略策定
令和 3 年 10 月	水産物部、青果部に指定管理者制度導入
令和 5 年 1 月	花き部を株式会社苫花へ民間移譲

(3) 取扱品目

取扱品目	青 果 物	野菜、果実、農産加工物
	水 産 物	鮮魚、塩干物、冷凍品、水産加工品等

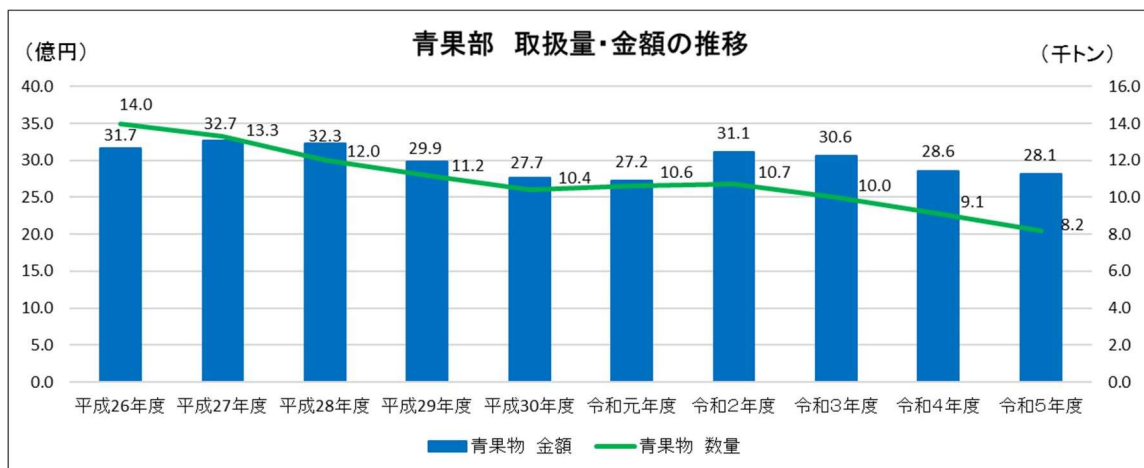
(4) 主要施設

区分	敷地面積	主要施設			
		種類	構造	延面積	完成年
青果部	31,023 m ²	青果棟	鉄筋コンクリート 一部鉄骨造・ 2階一部地下	6,243 m ²	S46.10.31 ※増改築 (S56.12)
		低温流通 センター	鉄骨造・平屋建	432 m ²	S54.2.28
		作業場 (パッケージ センター)	鉄骨造・平屋建	248 m ²	H12.10.31 ※改築 (H18.12)
		駐車場	駐車可能台数 約 292 台		
水産物部	7,053 m ²	水産棟	鉄骨造・平屋一部2階 建	2,689 m ²	S41.6.20 ※増改築 (S58.10)
		冷凍倉庫	鉄骨造・平屋建	233 m ²	
		駐車場	駐車可能台数 約 150 台		
合計	38,076 m ²	－	－	9,845 m ²	－

(5) 取扱量及び取扱金額の推移

① 青果部

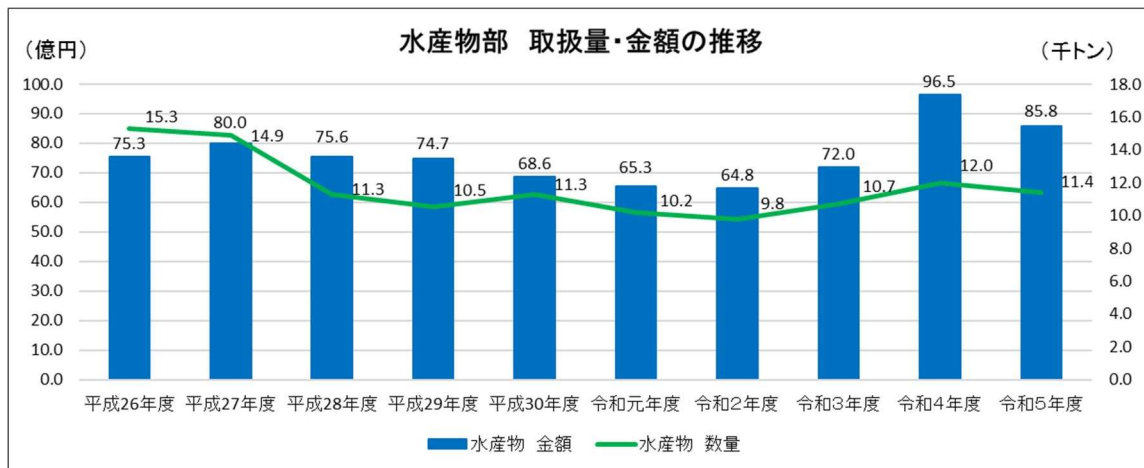
令和5年度の本市場の実績は取扱量で約8,165トン、前年度比約10.7%の減、取扱金額で約28億1千万円、前年度比約1.7%の減となり、平成26年度との比較では取扱量で約41.5%の減、取扱金額で約11.3%の減となっている。



資料：苫小牧市公設地方卸売市場「統計データ」

② 水産物部

令和5年度の本市場の実績は取扱量で約11,360トン、前年度比約4.9%の減、取扱金額で約85億8千万円、前年度比約11.1%の減となり、平成26年度との比較では取扱量で約25.5%の減、取扱金額で約13.9%の増となっている。



資料：苫小牧市公設地方卸売市場「統計データ」

2 卸売市場を取り巻く環境の変化

(1) 人口動態及び少子高齢化社会の進展

① 人口減少と少子高齢化の進展

- ・ 全国、北海道、苫小牧市ともに将来推計人口は減少傾向
- ・ 生産年齢人口は減少し、高齢者人口の割合が増加

2020年（令和2年）に実施された国勢調査の結果、全国の総人口は1億2,615万人であり、2010年（平成22年）をピークに減少に転じた人口は、2070年までの間に2020年から約4,000万人減少する見込みである。

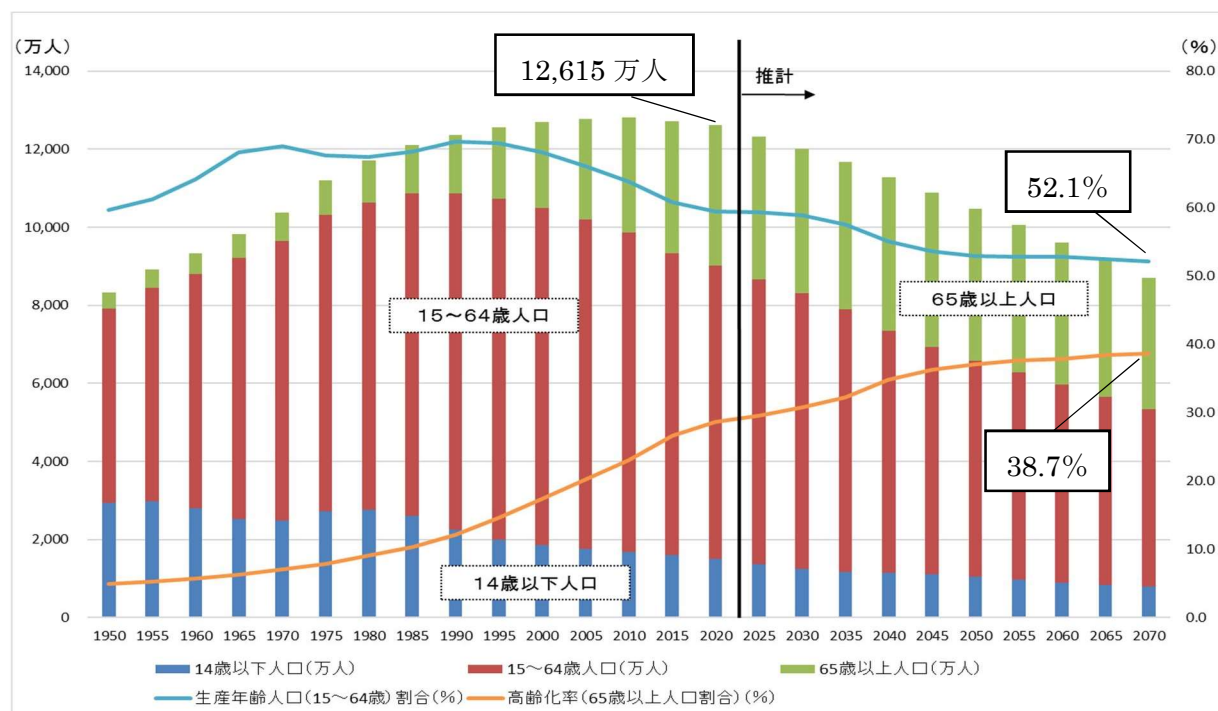
そのうち、生産年齢人口（15～64歳）の総人口に占める割合は、1990年（平成2年）の約70%をピークに減少傾向にあり、2070年には全体の約50%まで低下する見込みである。

一方、高齢者人口（65歳以上）の割合は2005年（平成17年）に全体の約20%に達し、2070年には約39%まで上昇する見込みとなっている。

また、北海道全体の将来推計人口は、全国同様減少傾向にあり、2015年（平成27年）の538万人から2040年には約110万人減少、苫小牧市においては、同じく17.3万人から2.5万人減少する見込みである。

次代の消費を担う年少人口（14歳以下）と消費の原動力となる生産年齢人口（15～64歳）の割合は年々減少し、高齢者の割合が増加する傾向は今後もさらに進むと推測される。

◆全国の人口推移と見通し



資料：総務省統計局「人口推計」（令和4年）、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」（令和5年推計）による。

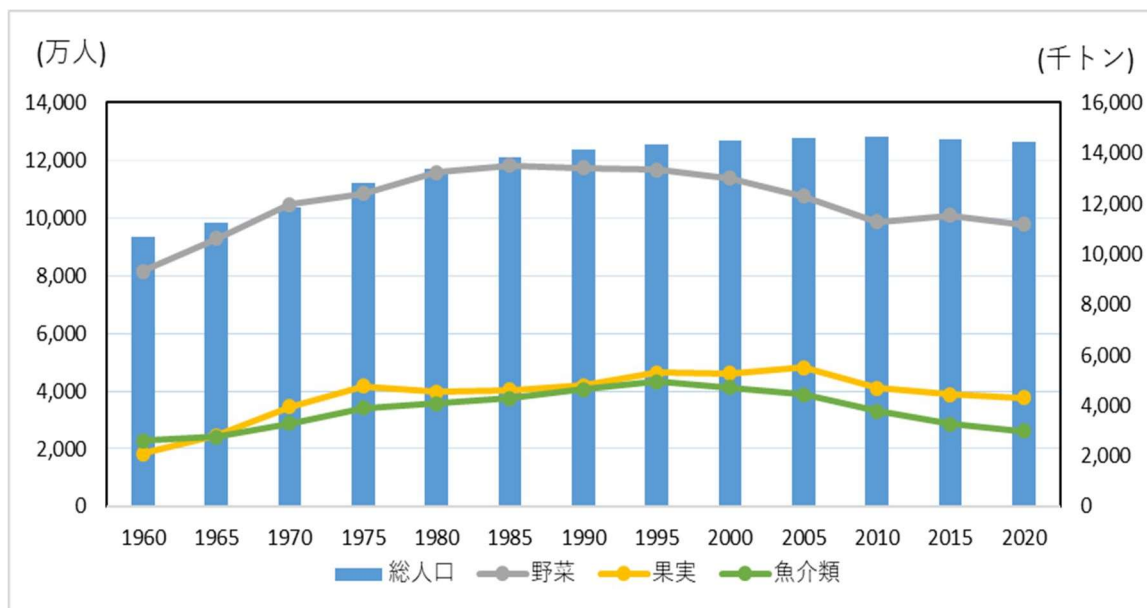
② 人口変化と食料消費量の推移

・人口減少、少子高齢化の進展により食料消費量の減少傾向は続く見込み

食料(野菜・果実・魚介)消費量は、2010年(平成22年)まで総人口の増加が続いていたにもかかわらず、その前から減少している。

今後は総人口も減少に転じる見込みとなっており、ますます野菜・果実・魚介の消費量は減少していくものと推測される。

◆国内総人口と食料(野菜・果実・魚介)消費量の推移



資料：総務省「国勢調査」、農林水産省「食料需給表」

(注) ここでは、農林水産省「食料需給表」中の国民1人1年当たりの供給純食料に総人口を乗じたものを食料消費量とした。

(2) 流通構造の変化

① 専門小売店の減少

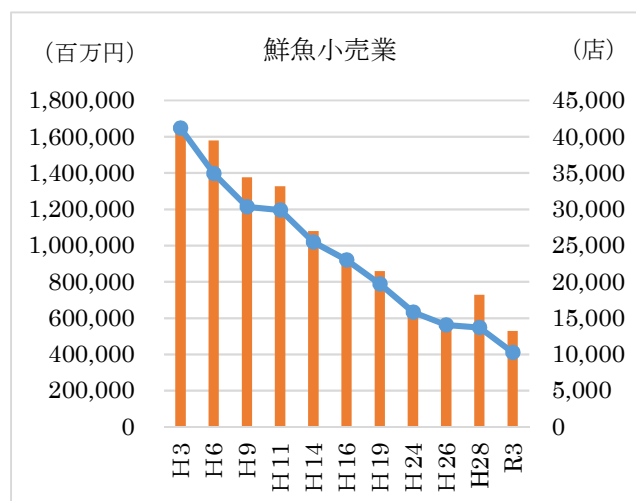
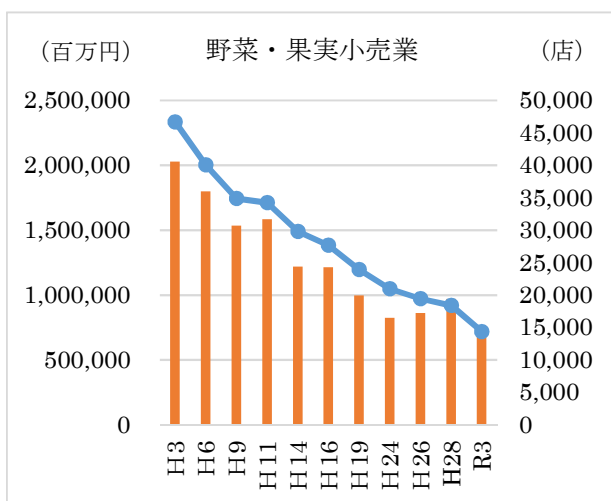
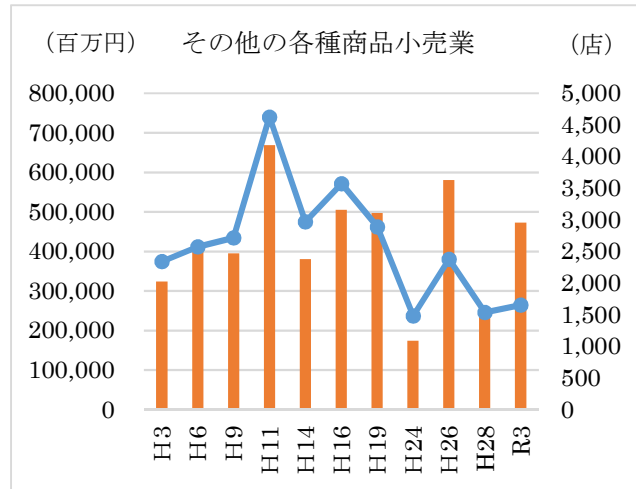
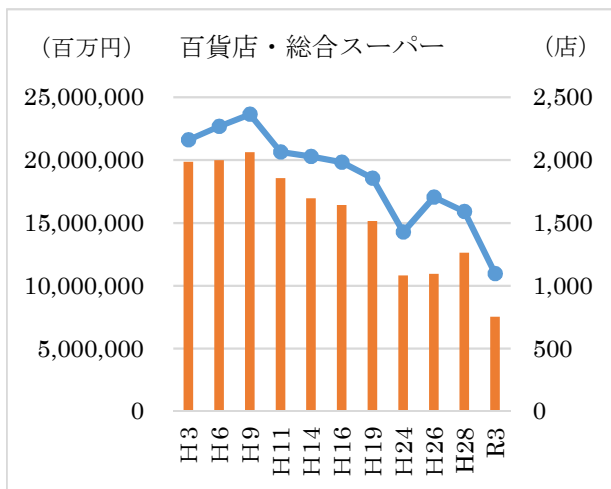
- ・ 専門小売店の事業所数及び販売額ともに減少
- ・ 食料の購入先別支出割合は、スーパー、コンビニエンスストア等で上昇

国の商業統計調査(平成28年度より経済センサス)によると、全国の野菜・果実及び鮮魚等を取り扱う専門小売業の事業所数及び販売額は年々減少している。

なお、食料消費支出に占める購入先別支出割合は平成11年から令和元年にかけて、スーパーでの購入割合が約6ポイント増加(55.4%→61.0%)し、一般小売店での購入割合が約7ポイント低下(18.8%→11.6%)している。一方、コンビニエンスストア、ディスカウントストア・量販専門店、通信販売における購入割合が上昇傾向にある。

◆全国の業種別・事業所数及び年間販売額推移（平成3年～令和3年）

各グラフともに棒グラフは年間販売額、折れ線グラフは事業所数を表す。



資料：平成26年まで経済産業省「商業統計」、平成28年から「経済センサス」

注：1) 百貨店、総合スーパーとは、衣食住にわたる各種の商品を小売する事業所で、従業員が50人以上の事業所をいう。※デパートメントストア（従業員50人以上）、総合スーパー（従業員50人以上）など

2) その他の各種商品小売業とは、衣食住にわたる各種の商品を小売する事業所で従業員が50人未満の事業所をいう。※デパートメントストア（従業員50人未満）、ミニスーパーなど

◆食料消費支出に占める購入先別支出割合の推移

(単位：％)

		平成11年	平成16年	平成21年	平成26年	令和元年
一般小売店		18.8	16.0	14.0	12.2	11.6
スーパー		55.4	56.6	60.5	62.2	61.0
コンビニエンスストア		2.4	2.8	2.9	4.0	6.0
百貨店		4.9	4.8	4.4	3.9	3.2
生協・購買		8.8	9.6	7.8	5.4	5.8
ディスカウントストア・量販専門店		2.5	3.8	4.3	4.5	5.3
通信販売	インターネット	－	0.2	0.5	0.7	1.2
	その他	－	1.3	1.0	2.3	1.0
	計	0.6	1.5	1.5	3.0	2.2
その他		6.6	4.9	4.6	4.8	4.9
消費支出合計		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

資料：平成26年まで総務省「全国消費実態調査」世帯主の年齢階級、購入地域、購入先、品目別世帯当たり1カ月の支出（全国・2人以上の世帯）、令和元年から「全国家計構造調査」購入先、費目別消費支出及び支出割合（総世帯）

注：1)食料の消費支出からは、外食を除く。

2)「通信販売」は平成16（2004）年から「インターネット」と「その他」に分けて調査。

3)通信販売（インターネット）：インターネット上で注文を行い、品物を購入又はサービスの提供を受ける形態（いわゆるネットショッピング）

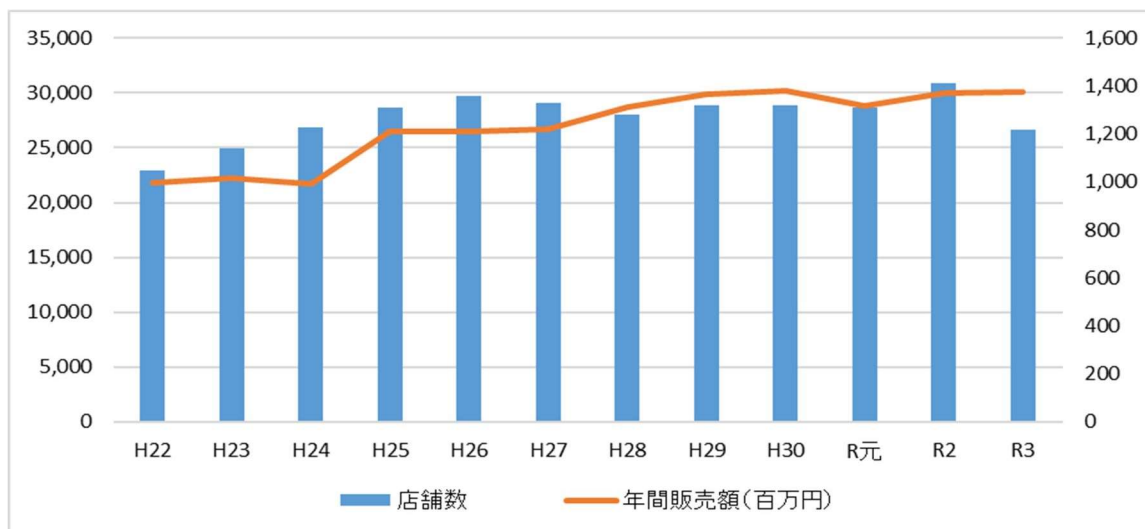
4)通信販売（その他）：通信販売（インターネット）以外で、新聞・雑誌、ラジオ・テレビ、カタログ等で広告し、郵便、電話等で注文を行い、品物を購入又はサービスの提供を受ける形態をいう。

5)購入先の「その他」は、例えば、問屋、市場、露店などをいう。また自動販売機もここに含める。

② 産地直売所の増加

・ 平成22年と令和2年を比較すると、店舗数は2.5割、年間販売額は3.7割増加

◆北海道農産物直売所数及び年間販売金額



資料：農林水産省「6次産業化総合調査」（注）店舗数に農協等を含む。

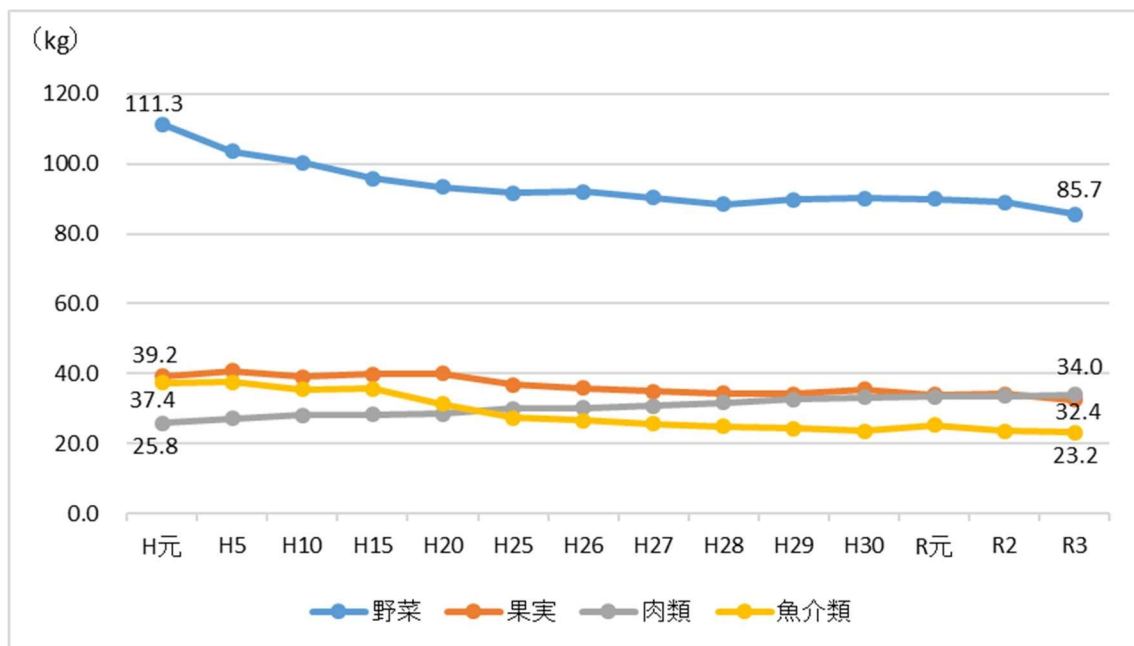
(3) 消費動向の変化

① 食料消費の推移と見通し

- ・ 国民1人当たりの生鮮食料品消費量が減少
- ・ 平成23年以降は、肉類の消費が魚介類の消費を上回る
- ・ 令和3年には、肉類の消費が果実の消費を上回る

野菜、果実、魚介類の消費は減少傾向にある中、肉類においては増加傾向にあり、平成23年には、はじめて肉類が魚介類の消費を上回り、令和3年には、果実の消費を上回った。

◆国民1人・1年当たり純食料供給量



資料：農林水産省「食料需給表」令和3年度、「国民1人・1年当たり供給純食料」

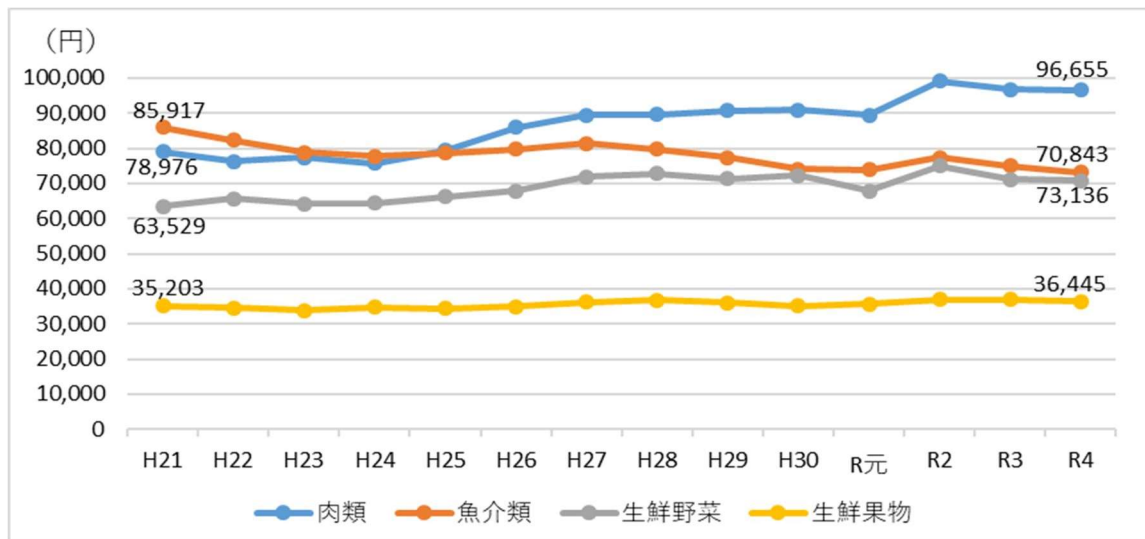
純食料供給量：加工向け飼料向けなどを除いた食料向け供給量から廃棄する分を除いて実際口に入る量のこと

② 生鮮品等支出金額の推移

- ・ 国民1世帯当たりの生鮮食料品等支出金額は全体では微増しているものの品目別にはバラつきがある
- ・ 減少率では特に魚介類が約18%と高い

全国の生鮮食料品（生鮮野菜、生鮮果実、魚介類、肉類）に対する国民1世帯当たりの支出金額は、肉類、生鮮野菜、生鮮果実で増加しているものの、魚介類の減少が顕著となっている。

◆国民・1世帯あたり品目別年間支出金額



資料：総務省統計局「家計調査年報（家計収支編）」（令和4年）

（注）1世帯は「2人以上世帯」の金額となっている。

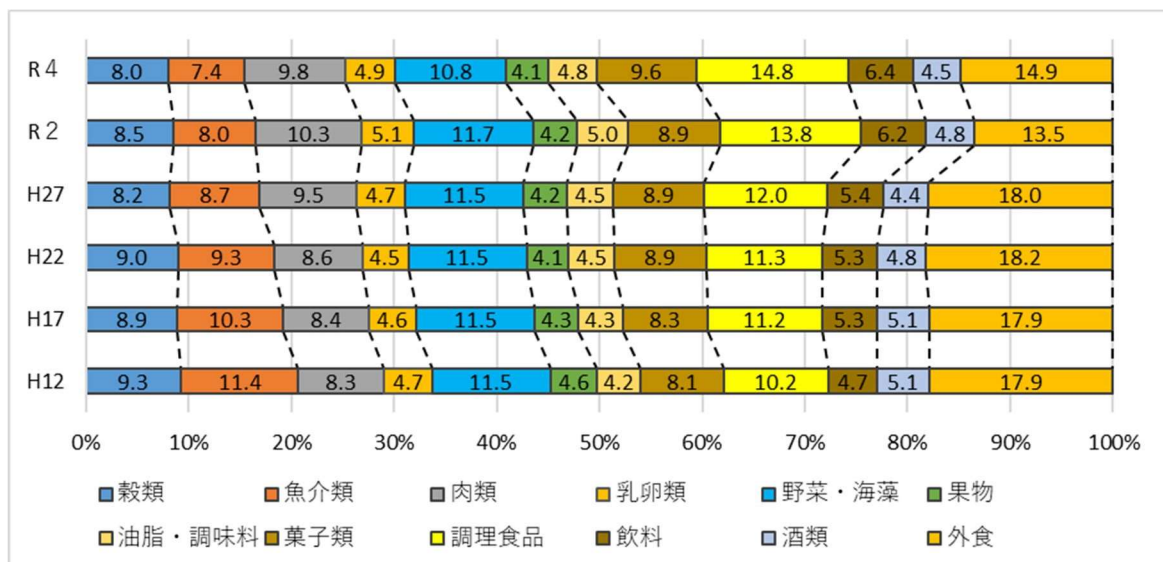
③ 品目別食料消費支出割合の推移

- ・ 穀類、魚介類、野菜等の生鮮食料品は低下傾向
- ・ 調理食品は上昇傾向

品目別食料消費支出割合（2人以上の世帯）についてみると、平成12年から令和4年の間で、穀類、魚介類、野菜・海藻、果物などの生鮮食料品は低下傾向、肉類、菓子類、調理食品等は上昇傾向で推移している。特に調理食品は、平成12年の10.2%から4.6ポイント上昇し、令和4年には14.8%となっている。

このように、家庭外で調理・加工された食品を食べる傾向は今後一層進行すると見込まれる。

◆品目別食料消費支出割合の推移



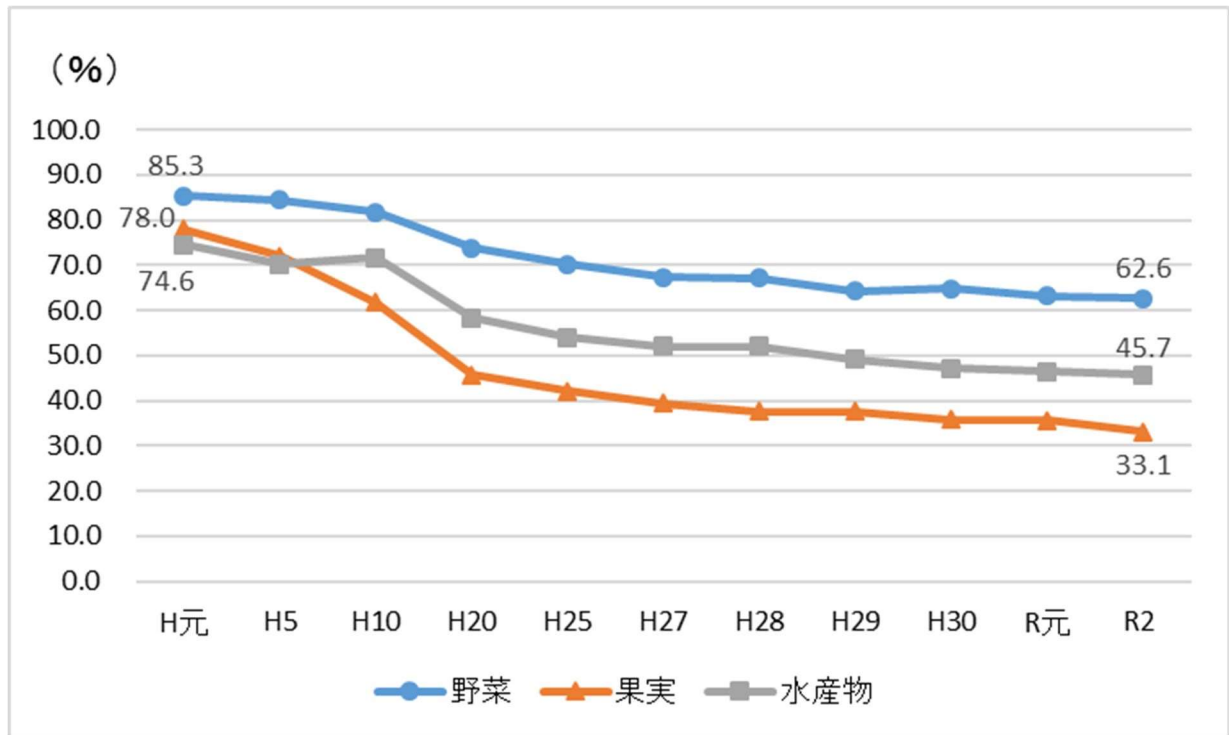
資料：総務省統計局 家計調査（家計収支編）時系列データ（2人以上の世帯）

(4) 市場外流通の拡大

・全国の卸売市場における市場経由率は、全ての品目で低下傾向で推移。

平成元年以降、野菜・果実・水産物の市場経過率は全て低下しており、特に、果実の市場経過率は平成元年の78%から令和2年には約33%と、低下率が大きくなっている。

◆全国の卸売市場における市場経由率の推移



資料:農林水産省「卸売市場データ集」(令和4年版)

策定：苫小牧市産業経済部産業振興室農業水産振興課

〒053-8722 苫小牧市旭町4丁目5番6号 電話:0144-84-7167

ホームページ:<http://www.city.tomakomai.hokkaido.jp>