

東京都中央卸売市場 足立市場 経営戦略（基本戦略）

1 策定の背景及び検討の進め方

(1) 策定の背景

- ・東京都中央卸売市場足立市場は、城北地域の水産物市場として地域の需要に応えるとともに、消費者向け事業など地域に密着した取組を実施している。
- ・平成24年3月に経営展望を作成し、それ以降も様々な取組を実施しているが、近隣の小売店など買出人の減少等により、取扱数量は直近10年で概ね半減した。

(2) 検討の進め方

- ・市場業者と都で「将来像検討会」を設置し、会議や個別の意見交換を通じて検討
- ・過去に検討してきた内容で有効なものは、本ビジネスモデルにも反映
- ・市場法の改正など、今後の環境変化に柔軟に対応するため、必要に応じて随時見直し

○ 活性化に向けたこれまでの主な取組

- ・平成24年3月 経営展望作成
- ・平成25年3月 パイロット事業を実施
→ 共同配送、講演会の開催等
- ・平成27年3月 運営形態・資産活用の方策等を検討
- ・平成28年3月 イベント実施等の活性化事業支援
→ のぼり・ステッカー作成等
- ・平成29年3月 「あだち市場の日」総合支援
→ お客様紹介パンフ作成、中小スーパーへのアンケート実施等

2 SWOT分析及び取組みの方向性

(1) 内部・外部環境評価

足立市場の内部環境と外部環境については、アンケート調査・ヒアリング・水産白書によるSWOT分析を実施

強み	弱み
<ul style="list-style-type: none"> ・経験豊かで目利きの店舗が多数 ・周辺再開発による人口の増加 ・国道や首都高が近距離 ・消費者交流事業の定着 	<ul style="list-style-type: none"> ・施設等における衛生面への対応が不十分 ・低温化などコールドチェーン機能が不足 ・商圏内の小口実需者が廃業等で減少 ・多様な商品ニーズへ対応しきれていない ・実需者において足立市場の認知度が低い
機会	脅威
<p>【場を取り巻く環境】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・豊洲移転により、商圏の重複が緩和 ・北千住など古くからの繁華街が近隣に存在 <p>【水産物の動向】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・魚介類の健康効果やおいしさは高く評価 	<p>【水産物の動向】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国内生産量の減少、漁業者の高齢化 ・人口減少、高齢化により消費量が減少 ・水産物価格が上昇傾向 ・調理が難しいこと等による魚食離れ

(2) 取組みの方向性

SWOTを組み合わせたクロス分析により、足立市場に必要な取組の方向性を抽出

区分	取組みの方向性
強み×機会	<ul style="list-style-type: none"> ・旬の魚等の商品集荷力、品揃えを強化 ・商圏の拡大、産地訪問や市場紹介の推進 ・関連事業の商品も安定的に供給
強み×脅威	<ul style="list-style-type: none"> ・調理の手間がかからない加工・下処理した商品の提供
弱み×機会	<ul style="list-style-type: none"> ・閉鎖型の卸売場、仲卸店舗の低温化 ・コールドチェーンとして商品が集まる機能の強化 ・地元区との連携強化
弱み×脅威	<ul style="list-style-type: none"> ・衛生管理の取組を推進 ・HACCPを踏まえ、食品営業に必要な施設基準を達成 ・市場の魅力発信とPRの強化

3 目指すべき方向性及び基本戦略（4つのビジネスモデル）

○ 取組みの方向性に基づき、目指すべき市場の基本戦略として4つのビジネスモデルを設定

目指すべき市場：お客様のニーズにしっかり応えるとともに、独自の“強み”を創出し、地域とともに発展する市場

① 集荷力の強化と販売力の向上

実需者の減少をカバーし、新たな需要を取り込むため、取扱量だけに着目せず、商品種類・質等も充実させる

- ◆旬の魚など実需者ニーズに合った商品を集荷できるよう、産地訪問や市場紹介を推進
- ◆実需者が求める魚種を把握し、効率よく売れる品揃えを強化
- ◆顧客を繋ぎ止め呼び込むため、調理の手間がかからない加工や下処理した商品を提供
- ◆関連事業として、缶・瓶詰、青果など水産物以外の商品も安定的に供給し、多様な食材が揃う市場として集客力を向上
- ◆◇ネット通販や取引情報発信など、ICTを活用した取組を検討

② 実需者に選ばれる市場づくり

品質・衛生管理の取組強化や施設整備等により、実需者から選ばれる卸売市場を目指す

- ◆HACCPに沿った衛生管理の実施や第三者機関の認証制度を取り入れるなど、来場者の評価が高まる衛生管理の取組を推進
- ◇今後の足立市場の状況を見据えつつ、閉鎖型卸売場・仲卸店舗低温化など品質・衛生管理の向上や、交通の利便性を活かした物流機能の強化等について、その効果を踏まえながら検討
- ◆◇災害や感染症等の危機管理対策を的確に行い、水産物等の安定供給を継続

③ 市場の総合的な魅力の創出・発信

実需者の関心を引き、市場への来場に繋げるため、積極的な広報や特色ある商品を取り扱う

- ◆仲卸店舗や関連事業者等の魅力を広く伝えるため、多様なチャンネルで情報を発信
- ◆商圈拡大のため、浅草など周辺地域へ継続的にPRを実施
- ◆産地業者との連携により、他市場では取り扱いの少ない特徴ある商品を足立市場の「売り」としてアピール
- ◇魚食普及・食育の拠点として、市場施設を活用することで、認知度を向上

④ 地域とともに発展する取組

市場の存在意義を高めるため、地域へ一層の浸透を図り、地元区とも連携した消費者交流等の取組を推進

- ◆地域の飲食店や中小スーパーなどへのヒアリングを行い、定期的にニーズを把握
- ◆「あだち市場の日」を効果的に宣伝する他、活動に創意工夫を加え、都民・消費者との交流を深化
- ◆◇社会科見学への対応や、防災防犯活動への施設の提供、地元区の市場を活用した事業への支援等により、地域に密着した市場として発展していく

ビジネスモデル： ◆短期 ◇中長期