

東京都中央卸売市場板橋市場(花き) 経営戦略(基本戦略)

1 市場の特徴

- 板橋市場は、青果、花きの2部門を有する卸売市場
- 卸売1社、仲卸7社、関連3社、売買参加者512名
- 23区北西部に立地。首都高速5号線、外環道、関越道、東北道に連絡する道路ネットワークが充実
- 人口が増加している区部北西部から埼玉南部地域に広がる商圏

3 SWOT分析

クロスSWOT分析によって
9つの
戦略方向性を導出

2 戦略策定手順

[SWOT要素収集]

- ヒアリング ○統計データ

[SWOT分析]

- 内部環境
Strength(強み)とWeakness(弱み)
- 外部環境
Opportunities(機会)とThreats(脅威)を抽出

[戦略の検討]

- S、W、O、Tを組み合わせたクロス分析により戦略を検討

[方向性の検討]

- 目指すべき板橋市場将来像を制定

[方向性体系化]

- 取組の方向性を体系化

[基本戦略策定]

- 体系化した方向性から各基本戦略を策定
市場活性化を促進

[機会・O]

- 1 ICTとSNSの発展と浸透
- 2 巣ごもり需要の増加
- 3 スーパー等量販店の増加
- 4 集荷や販売の取引方法の多様化
- 5 生産者や実需者のニーズ等情報伝達への期待

[脅威・T]

- 1 生産農家の減少
- 2 専門小売店の減少
- 3 法人需要の減少
- 4 主要購買層の高齢化
- 5 労働人口の減少

[強み・S]

- a 人口増加中の商圏
- b 量販店との取引実績
- c 交通アクセスの良さ
- d 流通団地内に立地
- e 仲卸経営者の世代交代

[強み×機会]

- ニーズの変化に対応した販路開拓
(強みa・c×機会2・3・5)
- Eコマースを活用した販売の強化
(強みa・e×機会1・2・5)

[強み×脅威]

- 生産者と実需者の適切なマッチング
(強みa・b×脅威1・2・4)
- 効率的な物流体制の構築
(強みc・d×脅威1・5)

[弱み・W]

- a 鉢物の取扱いが少ない
- b 施設の老朽化
- c デジタル対応の遅れ
- d 労働環境を要因とする人材確保
- e 地域社会との関係が希薄

[弱み×機会]

- システム導入による業務効率化とサービス向上
(弱みc・d×機会1・4・5)
- 環境課題への積極的な対応
(弱みb・c×機会1・4)
- さまざまな機会を捉えた地域住民の理解促進
(弱みe×機会1・5)

[弱み×脅威]

- 働き方改革の推進による人材確保
(弱みc・d×脅威2・5)
- 花のプロフェッショナルの育成
(弱みb・d×脅威2・5)

4 目指すべき将来像と今後の方向性

「区部北西部における流通の拠点として、産地や地域のお客様とともに発展する板橋市場」

～時代のニーズに対応した未来志向の市場を目指し、市場関係者が発展する取引に取り組み、都民の幸せを実現する



3つの取組の方向性

1 集荷・販売体制の構築

2 ICTの活用

3 SDGsの推進

5 3つの方向性と経営戦略

	基本戦略	展開内容
1 集荷・販売体制の構築	<ul style="list-style-type: none"> ① ニーズの変化に対応した販路開拓 ② 生産者と実需者の適切なマッチング ③ 効率的な物流体制の構築 	<ul style="list-style-type: none"> ・ホームユース需要の増加に対応するため、パッカー会社と連携し、新たな販売先(量販店)を開拓する ・専門人材の確保により、「弱み」である鉢物の取扱いを強化する ・量販店への対応に必須となる品質管理の向上に取り組む ・産地に対し、ホームユースに適した商品(品種・等級)を提案するなど生産者と実需者のマッチングを図る ・他市場と連携した産地からの物流拠点の確保や市場間の共同配送などに取り組み、物流の効率化を推進する
2 ICTの活用	<ul style="list-style-type: none"> ④ Eコマースを活用した販売の強化 ⑤ システム導入による業務の効率化とサービスの向上 	<ul style="list-style-type: none"> ・卸売会社によるネットせりの導入、仲卸会社によるネット販売の拡充により、顧客サービスの向上、販売先の拡大、売場の混雑緩和を図る ・SNSを積極的に活用したPRにより若年層の潜在需要を喚起する ・仲卸業務システムの導入により、業務の標準化・効率化とコスト縮減に取り組み、経営体質を強化する ・仲卸店舗におけるキャッシュレス決済やセルフレジの導入により、顧客サービスの向上と人件費の縮減を実現する
3 SDGsの推進	<ul style="list-style-type: none"> ⑥ 環境課題への積極的な対応 ⑦ 働き方改革の推進による人材確保 ⑧ 花のプロフェッショナルの育成 ⑨ さまざまな機会を捉えた地域住民の理解促進 	<ul style="list-style-type: none"> ・場内照明のLED化や各種設備の適切な更新によりCO2排出削減を進める ・ネットせりの導入により販売時間の分散化を図り、交通混雑を緩和する ・場内業者の連携による共同配送を推進し、環境負荷を軽減する ・ICTを活用した業務改善により勤務時間の短縮など働き方改革を進め、人材の確保と定着を図る ・デザイナーによる店頭展示やショールームでのフェア開催など商品提案を充実し、小売店に付加価値の高い情報を提供する ・講習会や「板橋カップ」開催により専門知識・技術の向上を図る ・板橋市場まつり、小学校の社会科見学等の団体見学受け入れ、花育事業、SNSの活用などを通して、地域住民の理解向上と連携を進める