

小施策評価シート (平成 28 年度実績評価)

施策コード	22	施策名	商業・サービス業の振興	
小施策コード	22-2	小施策名	ロジスティクス機能の充実	
小施策 主管課等コード	135000	小施策 主管課等名	経済企画課	
評価責任者名	小原 勝博		内線番号	3710
評価シート作成者名	高橋 博文		内線番号	3711

Step 1 施策目標の達成状況

まちづくり指標	目指す 方向	単位	25年度 実績 (当初値)	27年度 実績	28年度 実績	31年度 目標値	36年度 目標値
卸・小売の年間販売額*	↑	億円	10,724	10,220	—	11,300	11,800
サービス業の事業所数*	↑	事業 所	4,639	5,207	—	4,900	5,100

(↑：数値を上げていくことを目標とする指標， ↓：数値を下げていくことを目標とする指標， →：数値を維持することを目標とする指標)

* 28年度の経済センサスの調査結果は30年3月に公表されるため，28年度実績は空欄となっている。

Step 2 小施策の全体像

小施策の概要等 (構成事業は別紙ロジックモデルシートのとおり)

対象 (誰 (何) を対象として行うのか)	意図 (対象をどのようにしたいのか)
流通業者	効率的なモノの流れが促進される。
現状と課題	生鮮食品などの出荷団体や小売店などのニーズに対応した市場の役割が求められており，品揃えの充実と集荷力の向上を図るとともに，公正かつ迅速な取引を確保し，消費生活の安定を図っていく必要がある。
取組の方向性	生鮮食料品などを安定的に供給するため，出荷団体や小売店などとの連携を強化しながら，品揃えの充実と集荷力の向上を図り，活発な市場取引を推進する。

Step 3 小施策指標の推移

小施策の指標	目指す方向	単位	25年度実績 (当初値)	27年度実績	28年度実績	31年度目標値	36年度目標値
卸売・運輸・通信業者数	↑	事業所	1,619	1,619	—	1,700	1,780
中央卸売市場年間取扱高	↑	百万円	34,844	34,887	34,823	35,000	35,000

(↑：数値を上げていくことを目標とする指標， ↓：数値を下げていくことを目標とする指標， →：数値を維持することを目標とする指標)

Step 4 市民ニーズの把握

農林水産省「食料需給表」によると，1人1年当たり品目別消費量は，野菜、魚介類は減少傾向，果実は横ばい，肉類は微増傾向にある。

内閣府「平成20年度国民生活モニター調査結果」によると，消費者が生鮮食品を選択する際の基準は「新鮮さ」が第一となっており，続いて「安全性」，「価格」の順となっている。

Step 5 役割分担分析

1 各主体の役割の状況

		役割の内容	役割分担比率 (%)
各主体の 役割の状況	市	開設者として適正な市場取引の監督や市場施設の適切な維持管理，市場活性化等の計画などを策定・管理する。	45
	国・県・ 他自治体	中央卸売市場は国が指導監督している。	5
	市民・ NPO		
	企業・ その他	出荷団体や小売店などとの連携を強化しながら，品揃えの充実と集荷力の向上を図り，経営基盤を強化する。	50

2 今後の市の役割の比重の方向性とその理由

- 市の役割の比重を拡大していくことを検討する
- 現状維持（現在の市の役割の比重を維持する）
- 市の役割の比重を縮小していくことを検討する

(理由)

開設者としての市の役割は，卸売市場法で規定されており，国の指導を受けつつ，場内業者と連携しながら業務を進めていく必要があるため，現状維持とするもの。

Step 6 前年度に分析した課題・改革改善案に対するアクション

1 平成28年度に分析した問題点・課題に対する改革改善案

平成32年度を目標年度とする国の第10次卸売市場整備基本方針の公表を受けて、当市場としても平成28年度末を目途に新たな市場活性化ビジョンを策定作業中であり、策定後は、具体的な取組項目を掲げることとしているこのビジョンに基づき、場内業者と開設者が一体となって市場の活性化に取り組む。

2 1の改革改善案の実施状況

(A：着手済, B：平成29年度に着手(予定含む), C：未着手または見送り)

改革改善案	具体的な取組(予定)内容	状況
新たな市場活性化ビジョンを策定する	平成29年3月に「市場活性化ビジョン2017」を策定した。	A
場内業者と一体となって活性化に取り組む	「市場活性化ビジョン2017行動計画」に沿って取組を実施する。	B

3 2で挙げた取組状況がCの場合、その原因

Step 7 成果・問題点の把握

1 成果の把握と要因分析及び課題の設定

(1) 小施策の中で成果をあげた点

青果部の取扱高が増加した。

(2) 成果をあげた要因

干ばつや台風等の影響により、野菜・果物の単価高が長期にわたり続いた。

(3) さらなる成果向上に向けた課題(課題がある場合に記載)

2 問題点の把握と原因分析及び課題の設定

(1) 小施策における現状の問題点

青果部・水産物部とも取扱量の減少傾向

(2) 現状の問題点が生じている原因

- ・ 少子高齢化・人口減少による食糧消費量の減少
- ・ 消費者ニーズの多様化
- ・ 国産農林水産物生産量の減少
- ・ 卸売市場経由率の低下

(3) 分析した原因の解決に向けた課題

- ・ 産地や実需者ニーズへの対応
- ・ 市場の役割や生鮮食料品の魅力を発信することにより消費の拡大を図る

Step 8 小施策と構成事業の関係性

1 小施策との結び付きが弱い、もしくは他の事業と重複していると考えられる事業

- ・ 青果・水産に係る許認可等事務事業
- ・ 盛岡中央市場冷蔵(株)建設費償還補助金

2 1で記載した事業についてその理由

- ・ 「青果・水産に係る許認可等事務事業」については、卸売市場法や盛岡市中央卸売市場業務規程などを定められており、必要な事務ではあるが、小施策の目指す成果に直接結びつくものではないため。
- ・ 「盛岡中央市場冷蔵(株)建設費償還補助金」の目指す成果は、経営の安定化であり、小施策の取組に間接的に結びつくものであるため。

3 1で記載した事業の今後の方向性(案)(縮小・廃止・統廃合等)

- ・ 「青果・水産に係る許認可等事務事業」については、継続して事務を執り行う。
- ・ 「盛岡中央市場冷蔵(株)建設費補助金」については、平成30年度までの事業であり、同年度で廃止する。

Step 9 Step7, 8を踏まえた改革改善案

国の第10次卸売市場整備基本方針の公表を受け、平成29年3月に策定した「市場活性化ビジョン2017」に沿って、場内業者と開設者が一体となって、次のとおり市場の活性化に取り組む。

- ・ 卸売市場の命綱である集荷・販売力の強化
- ・ 市場機能を支える経営力の強化
- ・ 使用の役割や魅力の発信と食育の推進