

1 ビジネスモデル策定に当たって

(1) 策定の背景

- ◆「東京都中央卸売市場経営計画」(令和4年3月)において板橋市場は、「道路交通の利便性が高い立地にあるメリットを生かした産地からの集荷や他市場との連携など、青果物流通の広域的な物流拠点としての機能を発揮すること」等としている。
- ◆板橋市場では令和4年3月に板橋市場あり方検討委員会を立ち上げ、ビジネスモデルの取りまとめを行い、あわせて、その実現に必要な施設整備等を検討することとした。

(2) 策定の目的等

- ◆業界関係者が主体となり、板橋市場の現状や課題を分析し、将来展望と機能強化の方向性などについて議論を行い、ビジネスモデルを取りまとめることを通じて、収益力の確保・向上を図る。
- ◆本ビジネスモデルの機能強化の方向性等を踏まえ、具体的に取組を推進することで、将来展望の実現に取り組むとともに、令和5年度に都が策定する板橋市場の機能強化に向けた基本構想の基礎資料とする。

2 板橋市場の将来展望

(1) 板橋市場の現状・課題

板橋市場は、道路交通の利便性・広い用地といった立地的な優位性や人口増の商圈が広がっている強みがある一方、施設の老朽化や人手不足、市場関係者の高齢化等の弱みもある。加えて、多様化するニーズへの対応が課題となっている。また、市場へ影響を与える将来的なリスクに対する備えも必要と考えている。

板橋市場

強み	<ul style="list-style-type: none"> 人口増加中の商圈 量販店との豊富な取引実績 産地や実需者をリードする目利き人材 	<ul style="list-style-type: none"> 広い市場用地 交通アクセスに恵まれた立地 流通業務団地内に立地
弱み	<ul style="list-style-type: none"> 市場を買い支える実需者の不足 市場関係者の高齢化による後継者不足 市場業者の人手不足 	<ul style="list-style-type: none"> コールドチェーンへの対応 老朽化した市場施設

市場を取り巻くニーズ

- ・ICTとSNSの発展と浸透
- ・スーパー等の量販店の増加
- ・集荷や販売の取引方法の多様化
- ・生産者や実需者のニーズ等情報伝達への期待

市場が抱えるリスク

- ・生産農家の減少
- ・青果専門小売店の減少
- ・市場外流通の増加
- ・自然災害等の様々なリスク

(2) 機能強化後の姿

目指すべき将来展望



2 板橋市場の将来展望

(3) 目標とする取扱金額の考え方

近年の取扱金額の推移や市場を取り巻く状況は厳しいが、周辺市場との連携や青果物流通のネットワークを強化するとともに「将来展望の実現に向けた機能強化の方向性」を具体化することで、目標取扱金額である約500億円の達成を目指す。

機能強化後の
目標

取扱金額
約500億円

板橋市場の現況

✓ 板橋市場の取扱数量及び金額は年々減少傾向

✓ 取扱金額の増減率(H24-R4)をみると、東京都中央卸売市場の中で2番目に減少率が高い
[板橋▲16.3%]
[9市場平均7.1%]

板橋市場(青果物)の取扱金額・数量の推移



市場を取り巻く状況

- ✓ 全ての都市場において仲卸業者及び売買参加者が減少傾向
- ✓ 消費市場の縮小や競合との差別化を図るため、実需者が調達先を卸売市場外に求め、市場経由率が長期的に低下傾向
- ✓ 市場施設の多くは建設から30年以上経過し、老朽化が進行

収益力向上に向けた板橋市場自体の機能強化

- ✓ 施設の機能強化を視野に入れ、集荷・分荷機能や転配送機能、加工機能など物流拠点としての機能を強化
- ✓ 市場運営の根幹である集荷、販売の底上げを図るため、卸売業者、仲卸業者及び売買参加者の取組を一体で推進

周辺市場との連携・補完機能を発揮

- ✓ 周辺市場との機能集約を視野に入れつつ、再整備に向けた調査・検討を実施

目標達成へのハードル

目標達成に必要な取組

(4) 将来展望の実現に向けた戦略等

4つの柱

12の戦略

1 集荷戦略

- ①産地と連携した品揃えの強化
- ②関係業者と幅広く連携した情報発信
- ③産地との効率的な物流体制の構築

2 販売戦略

- ④既存顧客に向けた提案型営業の促進
- ⑤新規顧客開拓の取組

3 付加価値戦略

- ⑥デジタル化による業務の効率化
- ⑦恵まれた立地環境を活かした事業環境の創出
- ⑧市場の活性化に資する施設整備等の検討

4 多様な社会的役割

- ⑨環境負荷低減への取組
- ⑩地域社会との共存
- ⑪未来を見据えた人材確保・育成
- ⑫事業継続性を高める災害・衛生対応力の構築