

令和7年度第2回小田原市卸売市場審議会水産部会 次第

日時：令和8年3月31日（火）

午後1時30分から

場所：小田原市公設水産地方卸売市場 2階
水産海浜課会議室

1 開 会

2 議 題

(1) 会議の公開・非公開について

3 報告事項

(1) 水産市場再整備基本構想について

ア サウンディング型市場調査の結果について

4 その他

5 閉 会

小田原市卸売市場審議会 水産部会 委員名簿

令和8年3月現在

No.	区分	団体名	役職	氏名（敬称略）	備考
1	卸売人 及び 買受人	株式会社小田原魚市場	代表取締役社長	神 山 章	
2		小田原市公設水産地方卸売市場 買受人組合	組合長	古 川 孝 昭	
3	生産者	小田原市漁業協同組合	代表理事組合長	高 橋 征 人	
4	消費者	小田原市自治会総連合	早川地区 みなと自治会長	富 樫 栄 広	
5	学識 経験者	小田原短期大学	教授	栗 本 公 恵	
6		東京海洋大学	教授	中 川 雄 二	
7	消費者 (公募)	公募委員		瀬 戸 浩	
8	オブザ ーバー	神奈川県 県西地域県政総合センター	地域農政推進課長	福 岡 裕 輔	
9		神奈川県西部漁港事務所	所長	永 埜 浩 司	

※委嘱の日から令和8年6月2日まで

○小田原市卸売市場審議会規則

昭和54年3月31日規則第11号

改正

平成25年10月25日規則第76号

小田原市卸売市場審議会規則

(趣旨)

第1条 この規則は、小田原市附属機関設置条例（昭和54年小田原市条例第1号）第2条の規定に基づき設置された小田原市卸売市場審議会（以下「審議会」という。）の組織、運営等に関し必要な事項を定めるものとする。

(所掌事務)

第2条 審議会は、青果及び水産の卸売市場の整備計画及び業務の運営に関する事項につき市長の諮問に応じて調査審議し、その結果を報告し、必要と認める事項について意見を具申するものとする。

(委員)

第3条 審議会の委員は、次に掲げる者のうちから市長が委嘱する。

- (1) 卸売人及び買受人の代表
- (2) 生産者の代表
- (3) 消費者の代表
- (4) 学識経験者
- (5) その他市長が必要と認める者

2 委員の任期は、2年とする。ただし、委員が欠けた場合における補欠委員の任期は、前任者の残任期間とする。

3 委員は、再任されることができる。

(会長及び副会長)

第4条 審議会に会長及び副会長1人を置き、委員の互選により定める。

2 会長は、会務を総理する。

3 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるとき又は会長が欠けたときは、その職務を代理する。

4 会長及び副会長の任期は、委員の任期による。

(会議)

第5条 審議会の会議は、会長が招集し、その議長となる。

- 2 審議会は、委員の2分の1以上が出席しなければ会議を開くことができない。
- 3 審議会の議事は、出席した委員の過半数で決し、可否同数のときは議長の決するところによる。

(部会)

第6条 審議会に、部会を置くことができる。

- 2 部会に属すべき委員は、会長が指名する。
- 3 部会に部会長を置き、当該部会に属する委員の互選により定める。
- 4 部会長は、部会の事務を掌理し、部会の経過及び結果を審議会に報告しなければならない。

(関係者の出席)

第7条 審議会又は部会において必要があると認めるときは、その会議に、議事に関係のある者に出席を求め、その意見又は説明を聴くことができる。

(庶務)

第8条 審議会及び部会の事務は、市長が定める職員が処理する。

(委任)

第9条 この規則に定めるもののほか、審議会及び部会の運営に関し必要な事項は、会長が審議会に諮って定める。

附 則

- 1 この規則は、昭和54年4月1日から施行する。
- 2 この規則の施行の日の前日において、小田原市卸売市場審議会条例（昭和47年小田原市条例第8号）による委員であつた者（市職員のうちから任命された者を除く。）は、この規則による委員となる。この場合、当該者の任期は、第3条第2項本文の規定にかかわらず、同条例による任期終了時までとする。

附 則（平成25年10月25日規則第76号）

この規則は、平成25年11月1日から施行する。

小田原市卸売市場審議会傍聴要領

(平成26年2月12日)

(趣旨)

第1条 この要領は、小田原卸売市場審議会（以下「審議会」という。）の傍聴に関し必要な事項を定めるものとする。

(傍聴の手続)

第2条 審議会の会議を傍聴しようとする者は、自己の氏名等を傍聴受付簿に記入し、係員の指示に従って傍聴席に入らなければならない。

(傍聴の制限)

第3条 次の各号のいずれかに該当する者は、会議を傍聴することができない。

- (1) 凶器その他危険のおそれのある物品を携帯している者
- (2) 酒気を帯びていると認められる者
- (3) 前2号に掲げるもののほか、会議の進行を妨げるおそれがあると認められる者

(禁止行為)

第4条 傍聴する者は、次に掲げる行為をしてはならない。

- (1) 会議会場において、傍聴席以外の場所に立ち入ること。
- (2) 会議会場において、みだりに席を離れること。
- (3) 会議会場において、私語、談笑その他騒がしい行為をすること。
- (4) 会議会場において、会議の言論に対して拍手その他の方法により賛否を表明すること。
- (5) 会議会場において、飲食又は喫煙をすること。
- (6) 前各号に掲げるもののほか、会議の妨害となるような行為をすること。

(撮影、録音等の禁止)

第5条 傍聴する者は、会議会場において、撮影、録音その他これらに類する行為をしてはならない。ただし、審議会の許可を得た者は、この限りでない。

(退場)

第6条 傍聴する者が、前2条の規定に違反するときは、審議会の長はこれを制止し、その命令に従わないときは、その者を退場させることができる。

2 傍聴する者は、公開の会議中において、審議会が会議の全部又は一部を公開しないこととしたときは、速やかに退場しなければならない。

(委任)

第7条 この要領に定めるもののほか、審議会の傍聴に関し必要な事項は、審議会の長が審議会に諮って定める。

附 則

この要領は、平成26年2月12日から施行する。

小田原市公設水産地方卸売市場

再整備基本構想サウンディング型市場調査の結果とりまとめについて

令和 8 年 3 月 31 日

水産海浜課

1 対話実施状況について

(1) 実施期間 令和 8 年 (2026 年) 2 月 2 日 (月) から 2 月 27 日 (金) まで

(2) 参加事業者・団体数 7 者

2 結果のとりまとめ

(対話実施順)

	事業者 団体名	対話・提案概要
1	A	<p><u><提案 1 ></u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・<u>漁港と水産市場を新港へ移転</u>し、流通機能を整備しつつ、現漁港/市場とその周辺はマリーナと商業施設やリゾートマンション等を配備して再開発する可能性を検討することも一案。 <p><u><提案 2 ></u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・<u>早川地区エリアブランディング構想を踏まえ、水産市場単体の再整備、つまり市場施設の上屋の建て替えだけではなく、商業・周辺店舗・物流拠点・冷凍冷蔵庫を含めたエリアとしての集客・収益を考えるべく、その中核施設として、物流機能を兼ね備えた公設市場（フィッシュマーケット）と体験型・教育施設（ミュージアム）からなる「(仮称)小田原フィッシュマーケット&ミュージアム」を整備、周辺店舗・施設を含めた再開発、周辺店舗との連携のための空中回廊を設置する。</u> ・さらに、<u>クルーズ船・プレジャーボートの利用を可能にする新港の整備、眺望のいい歩行ブリッジの新設、駐車場の整備、JR 早川駅の活性化など、本港・早川・新港周辺ゾーン全体の回遊とにぎわいの創出につながるよう、中長期の視点で計画を策定</u>した上で、段階的に実装することを提案。 <p><今後の進め方></p> <ul style="list-style-type: none"> ・今後、小田原市では、サウンディング型市場調査結果を踏まえて、「水産市場再整備基本構想」を令和 8 年 9 月までに、小田原市卸売市場審議会水産部会にて、検討・策定していくとしているが、水産市場単体の再整備にとどまらぬ「にぎわい水産市場」を目指していくためには、<u>水産市場の直接的な関係者である小田原市卸売市場審議会水産部会のメンバーに加えて、広く、商業、観光、運輸等の事業者や団体からの意見、知見を集め、検討、策定する場が必要</u>だと考える。

2	B	<ul style="list-style-type: none"> ・ <u>第3種漁港が本来持つ機能を生かし、外来船も含め年間を通じた水揚げを確保</u>する。 ・ 卸売市場法改正や流通構造の変化を鑑みて、<u>地元漁業者の水揚げを中心とした産地市場へと転換</u>する。 ・ <u>持続可能な市場運営とするため、新市場において現在の市場使用料と同程度の負担となるよう、よりコンパクトで効率の良い市場とするとともに、賑わい市場としてのスペース確保に努める</u>。
3	C	<ul style="list-style-type: none"> ・ <u>融資のほか本業支援のため経営相談サービスを提供している</u>ので、再整備に関わる事業者の方に活用いただきたい。 ・ ①創業支援、②販路拡大（毎年6月実施のビジネスマッチング）、③海外展開支援、④外部専門家派遣支援、④外部人材活用・調達支援、⑤事業継承支援（M&A支援）、⑥補助金等申請支援など幅広い支援を実施している。 ・ <u>再整備の検討にあたり、多業種から意見聴取したいという要望があれば、顧客ネットワークを活かしたアンケート調査の実施に協力</u>できる。 ・ 神奈川県が関係人口の拡大を目的として、副業人材を派遣し事業アイデア等の意見を聞く機会を得る取組に着手している。
4	D	<ul style="list-style-type: none"> ・ <u>電気・機械設備運転管理業務は、従事時間を再検討しフルタイム雇用からパートタイム制にすることで経費を縮減</u>できる。 ・ <u>市場内清掃管理業務は、清掃対象面積の検討のほか、清掃頻度を見直すことで経費を縮減</u>できる。 ・ 建設時にワックス不要の床材を採用することで、ワックス塗布に要する経費を削減できる。 ・ 環境衛生管理業務については、建築物における衛生的環境の確保に関する法律（ビル管理法）に規定された延床面積（3,000㎡以上）を下回る施設規模となれば、空気環境測定等が不要となるので削減できる項目がある。 ・ <u>下水道除外施設スクリーン設備維持管理及びスクリーン汚物処理業務については、メンテナンス等の効率化を念頭に地下設備から地上設備へ変更するとともに、ゴミ等回収車両の動線を検討した方が良い</u>。 ・ <u>新市場の維持管理を市が直営で行う場合、現施設と同様に包括管理業務の対象施設として一括契約した方が良い</u>。 ・ 包括管理業務システム（クロスポイント）で点検結果等が収集・集約され、計画的な維持修繕サイクル等を判断するための基礎資料が整理されることもメリットである。 ・ 本市の包括管理業務委託では、組合が受託し、個別施設の管理は地元業者が約9割対応している。 ・ <u>指定管理制度の導入については、収入（例えば賃借料）を見込むことができる施設でなければ運用は難しい</u>。

		<ul style="list-style-type: none"> ・ <u>沿岸部に位置する施設であるため、塩害による腐食等の影響についても検証が必要。</u>
5	E	<p>【水産市場及び稼ぐ施設について】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ <u>冷凍塩干品の売場機能は新市場の売上を確保するうえでも欠くことができないものであり、今後、箱根のホテルや旅館の取引強化を目指す上で、売場や設備（冷凍冷蔵施設）は必要。</u> ・ 冷凍冷蔵施設は、近隣の施設（株共同冷蔵）が耐震改修されたが老朽化しており、建替え時期が訪れることを想定すると、本市場の冷凍冷蔵機能と共存させる検討もあり得る。 ・ <u>冷凍塩干品を取り扱わない市場となれば、仲卸業者は横浜・川崎に買い付けに行くこととなり、そこで陸送鮮魚を購入すれば効率的となるため、水揚げ鮮魚を主体とした水産市場では大きく魅力が低下する。</u> ・ <u>買受人が取引後の鮮魚等を配送用に仕分けするスペースは、今後も必要。</u> ・ 自社で仕分けスペースを確保できる買受人は限られており、その場所がなくなれば買受ける者が限られる。 ・ <u>「小田原の魚」の良さをPRするためには、ストーリー性が重要で、例えば、活魚の取扱量を増やすための活魚施設や、高鮮度化のための氷（ナノバブル氷など）や殺菌冷海水などの設備を設置して、買受人すべてが利用できる環境整備をすることで、小田原の魚の鮮度感を広くPRできる。</u> ・ これらのことから、<u>現市場が持つ機能と同様に、水揚げ鮮魚、陸送鮮魚、冷凍塩干品等の取引機能、荷の仕分け機能、食堂や駐車場不足解消のため屋上駐車場は必要。</u> ・ 使用料負担の増額分を「稼ぐ施設」の収益で補うためには、相応の規模の施設を整備することとなり、その分の建設費や運営費を考慮すると、更なる市場使用料の負担上昇を抑えるため、安定収益が得られるかという課題が生じる。 ・ <u>この漁港周辺の集客力は小田原駅周辺に負けていないことから、数店舗の「稼ぐ施設」ができれば市場使用料の上昇分を補うことができる可能性はある。</u> ・ 「稼ぐ施設」を水産市場と合築すると、国等補助金や維持管理区分などが煩雑となるので、整備手法等については検討が必要。 ・ 新たな「稼ぐ施設」と既存周辺店舗との競合については、現在も実施している、みなと商店会食べ歩きイベントなどの取組を通じて共存できると考える。 ・ 「稼ぐ施設」の使用料設定については周辺店舗と均衡が図られる金額とするよう募集要項等で設定する方が良い。

	<ul style="list-style-type: none"> ・観光バスとの連携した集客は、団体飲食予約は収益面で良いと思われがちだが、到着時間の遅れなどもあり、座席を占有する時間が長く、個人客に影響する。 ・観光バス集客を考えると、100席程度で50～60坪（165～200㎡）の床面積が必要。 <p>※<u>提案内容については、市が令和4年度に実施した実現可能性検討業務の施設計画がイメージとして近く、施設規模、配置、形状、機能性など、本計画をたたき台として再検討を進めると良い。</u></p> <p>【小田原漁港エリアについて】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・水産市場施設の再整備を優先する方針で検討が進められてきたが、建設費高騰等の影響により市場使用料の上昇が見込まれるなど課題に対処するためサウンディング型市場調査が実施されているが、<u>これだけ時間を掛けるなら、早川地区エリアブランディング構想に立ち戻り小田原漁港エリアとして検討することも一つ。</u> ・<u>エリアブランディング構想の中で、西湘バイパス下にガラスの橋を整備する案は、TOTOCO小田原との回遊性向上や、高所から景色を見ることが集客に繋がり、広域的に良い影響が生まれることを狙ったもの。</u> ・小田原市漁業協同組合事務所エリアなども含めて、日本一JRの駅から近い漁港という特色を活かしていきたい。 ・大きなプロジェクトとなるが、<u>実物大のガンダムを漁港内に展示することや、提灯灯台をズゴック灯台（光源をズゴックの目に見立てる）にする、更には市場の建物外観をホワイトベースにすることや、ガンダムのミュージアムにするなど集客力を高める取組が必要。</u> ・<u>「稼ぐ施設」を含めて小田原漁港エリア全体の検討を進めるためには、大手資本の参入を見据える必要もある。（大手デベロッパーによる面的な開発等）</u> <p>【事業展望について】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・どこで買っても同じ商品（メーカー品等）の販売は問屋ごとに価格勝負となる。（買う側の立場からは、どこから購入しても商品に違いはないため） ・値段や価値が一定でないものは価格勝負だけではなく、プライベートブランド開発なども含め、付加価値を高めることで商機が生まれる。 ・西側エリアに整備した加工施設との連携なども重要。 ・付加価値の高い商品を提供できる企業であることが、その他のどこで買っても同じ商品も合わせて当社で買おうかという、商機に繋がっていく。 ・同じ商品を、安く買える努力を続けることも必要。 ・<u>運送トラック事故に起因した物流2024年問題により、トラックドライバーの運転時間制限などから、豊洲の業者が箱根に商品を運搬する</u>
--	--

		<p><u>のは時間的に厳しくなっている。</u>（往復で4時間を要する運搬距離が物流効率の面からデメリットとなっている）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・このことから、<u>この水産市場を拠点として箱根・伊豆を商圏として攻めることは、他地域に勝つことができる強みとなる。</u> ・当日の鮮魚、活魚が揃うことがこの市場の特色であり、拠点としての魅力でもある。 <p>【小田原漁港の物流に関する課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・<u>大型車が小田原厚木道路（小田原西インターチェンジ）に行くためには相当大回りする必要がある現実的ではない</u>ため、東名自動車道路を利用する活魚車などが多い。 ・<u>新市場を物流の拠点とするためには、周辺道路の右折規制解除も有効</u>と考える。 <p>①国道 135 号から市道 0024 一夜城方面への右折禁止 →小田原厚木道路へのアクセス改善</p> <p>②水産市場入口から市道 0018 旧早川橋先の右折禁止→西湘B P へのアクセス改善</p> <p>②西湘B P 早川口出口の右折禁止→国道 135 号下り渋滞時の漁港へのアクセス改善</p> <ul style="list-style-type: none"> ・箱根地域のシェア率が小田原は極端に低い（5%くらい）ため、50%程度まで小田原の業者で賄うようしたいと考えており、営業を強化したい。
6	F	<ul style="list-style-type: none"> ・<u>現在の建築物価であれば、市が見込んでいる事業費内で、市から提示されている機能を有し、想定する規模の施設を整備できる可能性は高い。</u> ・これは、当社と協力企業である全国的に建築工事を展開する事業者がチームを組むことで、最適な部材を使用し、適切な構造とすることで実現ができる。 ・仮設市場については、スマート倉庫を複数組み合わせる計画を提案したい。 ・このスマート倉庫は、各ユニットの組み合わせのため自由度が高く、短工期であることから小規模からスタートして、作業場等が不足した場合は増床を検討することも可能。 ・仮設市場ではあるが耐久性も高いため、新市場の整備後も残置して、他の用途に活用できるのではないかと。 ・設計期間については、施設規模から基本設計が6ヶ月、実施設計が6ヶ月の計12ヶ月程度を見込んでいる。 ・<u>設計や工事をはじめ、事業全体のスケジュールの短縮、コストコントロールの面から、設計施工一括発注方式はメリットが多い。</u> ・また、小田原産材を使用する場合は、材料費のアップが想定される。

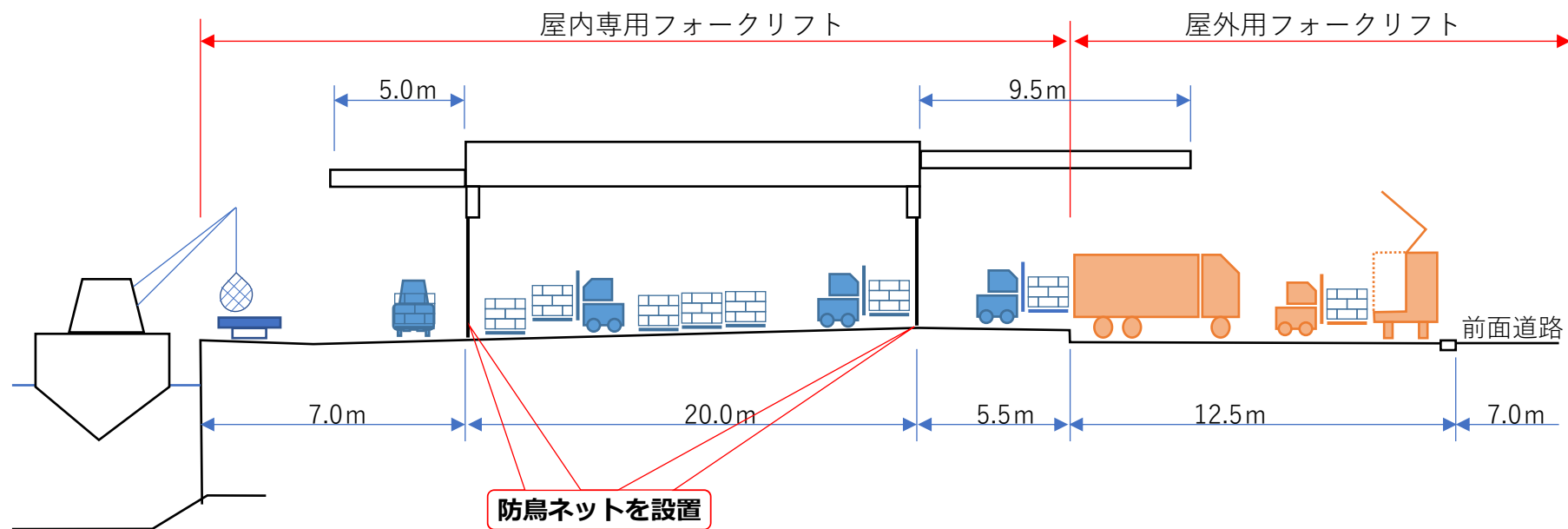
		<ul style="list-style-type: none"> ・ <u>公共事業の木造化（公共建築物への木材利用）は、単に建物を構築するだけでなく、脱炭素社会の実現や、観光・景観面での地域経済の活性化など、市のブランディング向上につながることを期待される。</u>
7	G	<p>【水産市場の機能】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ <u>今後、市場の売上が落ちていく想定で、市場機能を水揚げに特化することは要検討であり、更なる売上の低下を招く要因となってしまう。</u> ・ <u>マグロ加工場、冷凍塩干品、活魚施設など、現状と同等の機能は必須と考える。</u> ・ <u>市場運営に係る経費を、市場取引からの市場使用料だけで回していこうとの考えを変える必要があるのではないか。</u> ・ <u>水産市場がランドマークとなり、ここを目的地として人が集まるような施設を念頭に検討してほしい。</u> ・ <u>イベントができる施設とする必要はあるが、イベント開催で儲けるのではなく、その先の集客に繋がりたいと考える。</u> ・ <u>検討を進める上での市のペースと民間のペースが合っていない。（市の検討スピードが遅すぎる）</u> ・ <u>市だけで解決できないのであれば、県の力を借りる必要がある。</u> <p>【市場を含めたエリア的な提案】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ <u>再整備の検討にあたっては、市場単体だけを考えるのではなく、TOTOCO 小田原も含めた小田原漁港エリア全体、また、小田原市全体を見るべき。</u> ・ <u>市場機能を縮小して観光機能を付加せず、観光は周辺の既存店舗に任せるという考えはどうかと思う。</u> ・ <u>水産市場施設としては、観光目線を踏まえた「稼ぐ市場」とする必要がある。</u> ・ <u>具体的に「稼ぐ市場」としては、家賃等収入（飲食店・駐車場有料化等）を考えており、単純に飲食店を増やすだけでなく、人を呼び込む仕掛けにより、西側エリアを含めた小田原漁港エリア全体を賑やかにしていく。</u> ・ <u>人を呼び込む仕掛けとしては、ガンダムを使った集客や西湘バイパス下にガラスの橋を架けること、海にせり出す形で展望台を設置するなどが考えられる。</u> ・ <u>水産市場の建屋自体をホワイトベース（ガンダムに出てくる戦艦）の形にしたり、提灯灯台をズゴック灯台（目が回転するイメージ）にしたりするなど、景観的な課題はあるかもしれないが、パッと見で盛り上がる仕掛けは集客する力がある。</u> ・ <u>市場周辺の現状としては、昼間（昼食時間帯）をさらに盛り上げることも必要だが、朝の集客にまだまだ伸びしろがあるので、市場が持つ朝の盛り上がりを見せる市場セリ見学は重要である。</u>

- ・セリ見学については衛生面も考慮しながらではあるが、旭川動物園のように臨場感や生態の観察ができる仕掛けを考え、来ないと感じられない体験にすることが必要であり、朝の集客の目玉になると考える。
 - ・夜の時間帯で稼ぐことを考えれば、夜でも市場施設が明るく光を放つことで人が来る環境が生まれると考える。
 - ・夜市を開催したきっかけは、この周辺が夜は寂しい、酒のツマミには魚を使ったものが良いといった考えからであり、イベントを仕掛けることで盛り上がるのではないかと始めた。
 - ・水レモンバルを早川地域限定でやってみるのもおもしろい。
 - ・課題は、人手不足や労働時間の問題もあり、夜は夜でチャンスはあるものの、朝と昼とでできることを考える方が現実的。(労働時間の問題から朝・昼営業が現実的)
 - ・セリ見学と連動して「早川で食べる朝ごはん」が定着すれば、新たな商機になると考える。
- 【駐車場について】
- ・漁港周辺が抱える駐車場の課題など、市だけでなく県と一体になって解決していく必要がある。
 - ・駐車場が足りている時間帯も多いが、ピーク時に不足しているという感覚である。
 - ・駐車場が無料だから待ち合わせに使い、乗り合わせてどこかに行っているという話も聞いている。(余分な車は1日止めっぱなし)
 - ・有料化することで無関係な駐車が減り、実際は足りるということも考えられる。
 - ・駐車場の有料化は必要であり、水産市場の再整備前でも対応できることなので、実施すべきと考える。
 - ・ピーク時間帯には駐車場に入れない車が渋滞を発生させており、駐車場待ちに耐えられない車が5台に1台は帰ってしまい、もったいない。
 - ・魅力ある市場として観光機能を付加した場合には、多くの来場者が見込まれるので不足するかもしれない。
- 【観光地箱根との連携について】
- ・観光客の中には、箱根と小田原の距離間が分からないという声もあり、まずは知ってもらう必要がある。
 - ・市場開放日を作って来訪者が鮮魚等を購入できるような仕組みも一つと考える。
 - ・現代社会では、来訪者が賑やかな様子を写真や動画に撮影してSNSなどにアップすることで、新たな人を呼び込むことに繋がる。
 - ・「体験」のコンテンツが漁港周辺では不足しているので、市場見学などうまく活用して市場を目指して人が来る流れができれば良い。(「体験」は収益性が低い点が課題)

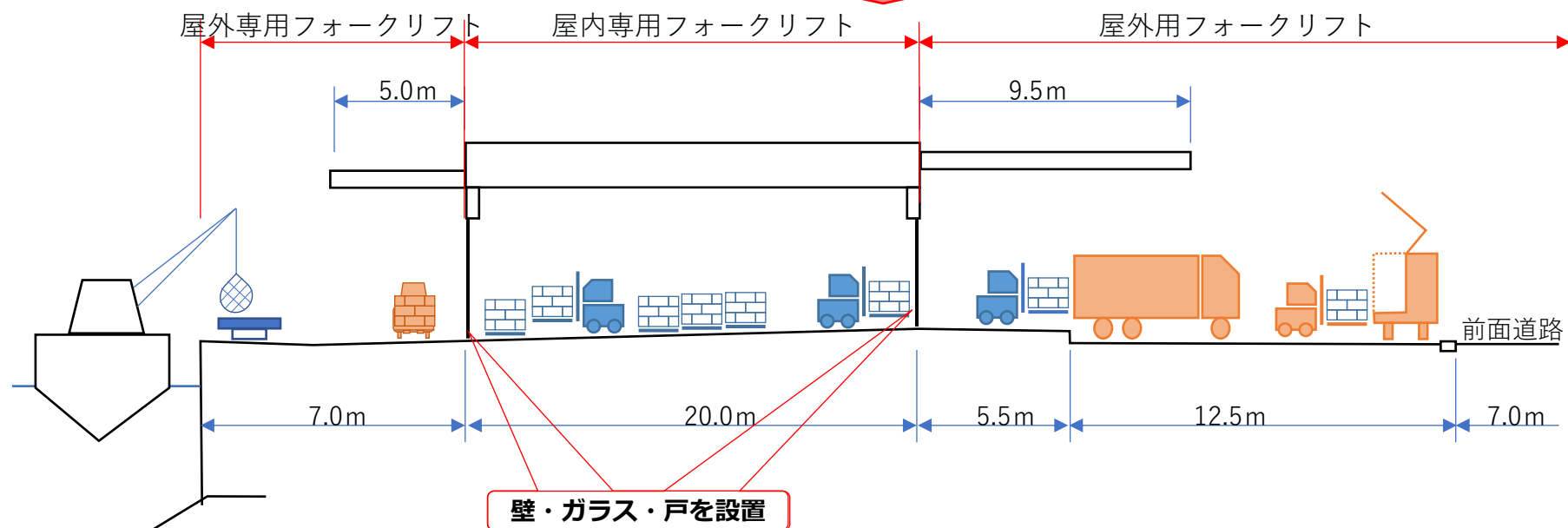
	<ul style="list-style-type: none">• <u>「体験」としては、釣り客が一定数いるので、管理釣り場を設置することも一つ</u>と考える。• <u>現在開催している「朝市」をもっとブラッシュアップ・アプローチして、もっと多くの方に来てもらいたい。</u>• <u>小田原の規模、特色を活かした水産市場ならではの朝市やイベントが毎月行われて、いつ行ってもドキドキ楽しいエリアにしたい。</u>• <u>市場に販売機能を設けて、見て、買って、食べることができると良い。</u> <p>【総括】</p> <ul style="list-style-type: none">• <u>施設規模、配置、形状、機能性など検討すべき点は多々あるが、まずは令和4年度施設計画に立ち戻り検討を開始することを提案したい。</u>
--	---

水産市場再整備（荷さばき所断面イメージ） S=1/25スケール

<小田原保健福祉事務所事前相談（陸揚げ岸壁～野積場駐車場）>



相談後



水産市場再整備基本構想検討会議 委員名簿

(令和7年8月現在)

No.	区分	団体名	役職	氏名 (敬称略)	備考
1	卸売人 及び 買受人	株式会社小田原魚市場	執行役次長	稲村 弘樹	
2		株式会社小田原魚市場	販促部次長	萩野 規和	
3		株式会社小田原魚市場	鮮魚部課長	高橋 一夫	
4		小田原市公設水産地方卸売市場 買受人組合 [(有) やまや水産]	代表取締役社長	石田 昌之	
5		小田原市公設水産地方卸売市場 買受人組合 [(株) 鮑屋]	代表取締役社長	市川 将史	
6		小田原市公設水産地方卸売市場 買受人組合 [(株) 庄司水産]	代表取締役	庄司 廣幸	
7		小田原市公設水産地方卸売市場 買受人組合 [ヤオマサ (株)]	営業本部 SM 商品 部鮮魚バイヤー	内藤淳一朗	
8	生産者	小田原市漁業協同組合	副組合長理事	和田 博行	
9		小田原市漁業協同組合	漁労長	高橋 昭伸	
10		小田原市漁業協同組合	日渉丸代表	高橋 渉	
11	学識 経験者	東京海洋大学	教授	中川 雄二	委員長
12		東海大学	教授	関 いずみ	
13	オブザ ーバー	神奈川県環境農政局農水産部 水産課漁港グループ	主査	古本 明寛	
14		神奈川県西地域県政総合センター 地域農政推進課	主査	中川 研	
15		神奈川県西部漁港事務所 工務課	課長	坂本 茂	
16		神奈川県西部漁港事務所 管理漁港課	副技幹	渡邊 芳明	

事務局	職名	氏名	備考
事務局長	小田原市経済部水産海浜課長	内田 充俊	
事務局員	小田原市経済部水産海浜課海岸漁港係長	内田 修治	
〃	小田原市経済部水産海浜課海岸漁港係主事	秋山 真生	
〃	(一財) 漁港漁場漁村総合研究所第一調査部部长	林 浩志	
〃	(一財) 漁港漁場漁村総合研究所専門技術員	種市 俊也	
〃	(一財) 漁港漁場漁村総合研究所第一調査部研究員	喜井ひかる	

2026.03.31

生鮮商品卸売市場の構築と戦略

東京海洋大学 中川雄二

1. 生鮮商品卸売市場の機能と存在目的

・市場開設者と市場運営者において

- A. 産地市場：生産者により出荷された、並びに卸売業者（一次卸売）が集荷・品揃えした農水産物商品の卸売取引の実現とその結果としての収益（価値）の形成
- B. 消費地市場：卸売業者（一次・二次卸売）によって集荷された農水産物商品の卸売取引の実現とその結果としての収益の形成（価値）の形成

・市場取引売買参加者において

- A. 産地市場：直近の川下セクター（主に仲買業）の販売機会と合致した商材の卸売取引（買い付けによる仲買機能における品揃え〈販売機会の極大化〉）の実現とその結果としての収益（価値）の形成
- B. 消費地市場：直近の川下セクター（主に小売業と料飲業）の販売機会と合致した商材の卸売取引（買い付けによる仲卸機能における品揃え〈販売機会と利潤の極大化〉）の実現とその結果としての収益（価値）の形成

2. 生鮮商品卸売市場において取引対象となる商品の特性

- A. 産地市場：①地域性に富み、鮮度性が高く、需要の季節性に合致（旬の）した商品
②価値形成の可能性がある、量と質の条件を満たし、品揃えされる商品
③出荷者と集荷者の双方における価値の実現を可能とする商品
④需給の価格合理性に富む（値ごろ感のある）商品
- B. 消費地市場：①需要の普遍性があり、価値形成の可能性がある、量と質の条件を満たし、品揃えされる商品
②鮮度性が高く、需要の季節性の要求に合致（旬の）した商品
③集荷者と売買参加者の双方における価値の実現を可能とする商品
④需給の価格合理性に富む（値ごろ感のある）商品

なお、生鮮卸売市場において求められる品質とは、特に温度帯管理や衛生管理の結果として実現される安全の担保の一つとなる品質である。

3. 生鮮商品卸売市場における商品取引の動向

- A. 産地市場：商物（商流と物流）一致の取引。
- B. 消費地市場：商物一致の取引が主流であるも、傾向としては商物（商流と物流）の

分離の取引へと移行。理由としては、信用決済情報管理制度の確立と物流技術・制度の改変（物流における温度帯管理の確立と商品の需給の圏域の拡大）。水産物商品で見れば、輸入物、大物、回遊物、塩干物を中心とした冷凍管理物流（コールドチェーン）の確立と一般化がある。

なお、資源環境の変動による商品の国内供給条件の変動（悪化）によって輸入物の割合は近年、増加傾向にある。このことが、商物分離の取引を促進する。輸入物は、冷凍管理物流を前提としており、信用決済制度の標準化と温度帯管理の貯蔵と輸送の確立により、卸売市場経由の物流を無意味化する傾向にある。これは、現在の燃料費高騰の条件下であれば、物流コストの低減のために合理性がある。

4. 生鮮商品卸売市場における商品需給の展望

今後、上記市場で取り扱う生鮮商品は、安全・安心を担保とした商品が不可欠である。また、我が国の消費構造の変化の下で生鮮商品に対する商品需給の在り方は、①意匠、②品質（安全・安心を含む）、③商品に対する価格合理性（消費者における値ごろ感と供給者における収益性の確保）、④原材料商品の製品デザイン性、⑤商品供給の安定性の展望といった商品の要素条件によって決定される。

5. 生鮮商品卸売市場の構築と戦略

生鮮商品卸売市場は、社会全体の商品需給条件や関連産業におけるビジネスモデルと流通チャネル構造の変化により、存立の意味が問われている（現在も今後も）。生鮮商品の流通チャネル（流通経路）の構造変化により、商品の現物取引所としての機能の意味が徐々に薄らぎつつある。流通チャネルの構造変化は、そのチャネルの機能局面に関与する参入主体（関係業者）の収益構造に変化を及ぼす。特に、食品流通チャネルの川下の小売セクターの量販性とチェーン性（チェーンで完結する同一品質と同一価格の実現のために）は、卸売市場に対して高付加価値商品とコモディティー商品の量と質の両面で品揃えと供給を要求する。したがって、生鮮卸売市場の構築に際しては、生鮮商品の流通チャネル構造における卸売機能の存在意義の確立が求められる。その卸売機能の存在意義とは、需要において求められる生鮮商品の品質、価格と品揃えの特殊性（市場の優位条件）を確立することにある。

今後の生鮮商品卸売市場の構築の戦略は、①地場商品と集荷商品の品揃えの確立、②商品の品質を当該流通チャネルに対して担保する施設群と機能の構築、③顧客満足度を高める取引条件の整備、④市場の開設区域の範囲を超えた商圈の確立、⑤卸売機能の方針の確立とステークホルダーに対する堅持と開示、以上である。こうした戦略条件に照らして、戦略目標を確定し、その実現のための戦術の策定と展開を行うべきである。

以上