

平成25年度 行政評価 施策カルテ

施策名	4 流通機能の充実
-----	-----------

施策主管課	中央卸売市場	総合計画記載頁	118ページ
-------	--------	---------	--------

1 施策の位置付け

政策の柱	IV 市民の豊かな暮らしを支える活気と活力のある社会を築くために	政策名 (基本施策名)	18 商工業の活力を高める	政策の達成目標 (基本施策目標)	社会経済環境の変化に柔軟に対応し、「ひと」、「もの」、「情報」等が活発に行き交い、地域経済が活性化しています。
------	----------------------------------	----------------	---------------	---------------------	---

2 施策の取組状況

施策目標	食料品などの流通体制が確保され、消費者に安定的に供給されています。
------	-----------------------------------

① 施策指標	指標名(単位)		H24	H25	H26	H27	H28	H29 (目標年)	評価	② 中核市等との水準比較	指標名(単位)		H24 (H23.3現在)	H25	H26	H27	H28	H29	評価
	指標1	中央卸売市場年間取扱金額(億円)	単年度目標値	536	543	550	557	564			571	B	指標2	中央卸売市場取扱高(青果物,千円)/市民1人	中核市平均	52.0			
	現状値	実績値	430							実績値			65.5						
	目標値(H29)	単年度の達成度	80.2%								中央卸売市場を開設している中核市での本市の順位		4位/17市中						
		単年度目標値								指標3	中央卸売市場取扱高(水産物,千円)/市民1人	中核市平均	42.7						B
	現状値	実績値									実績値		36.0						
	目標値(H29)	単年度の達成度										中央卸売市場を開設している中核市での本市の順位	8位/15市中						
		単年度目標値								③ 市民意識調査結果	施策の満足度(%)	調査結果	H24(現状値)	H25	H26	H27	H28	H29	-
	現状値	実績値									目標値(H29)	27.7%	20.2%						
	目標値(H29)	単年度の達成度									前年度からの増減								

※『①施策指標』の単年度の達成度の計算について

★ 増進型の指標(目標値が基準値より増加することが望ましいもの)	$\frac{\text{実績値}}{\text{単年度目標値}} \times 100 (\%)$
★ 逡減型の指標(目標値が基準値より減少することが望ましいもの)	$\frac{\text{単年度目標値}}{\text{実績値}} \times 100 (\%)$

施策の満足度の推移

※評価の考え方

施策指標	A: 達成度90%以上	B: 達成度70%~90%未満	C: 達成度70%未満
中核市等との水準比較(中核市での本市の順位)	A: 上位1/3(1~14位)	B: 中位(15~28位)	C: 下位1/3(29位以下)
市民意識調査結果(満足度)	A: 前年度より向上(2%超)	B: 前年度同水準(±2%以内)	C: 前年度より低下(-2%未満)

取組内容と成果・成果の要因、進捗の状況

施策指標	◆卸売市場を取り巻く社会状況は、市場外流通の増加や少子高齢化による食料消費量の減少など依然として厳しいが、活性化ビジョン及び推進計画を策定する中で、市と市場関係者の共通した目標値を設定して、市場関係者自ら具体的な施策事業を提案し取組むなど、目標値の達成に向けた市場内の共通認識と協力体制の強化を図った。	市民満足度		進捗の状況	概ね順調
------	---	-------	--	-------	------

3 施策を構成する事業の状況

No.	事業名	戦略P・主要事業	事業が属する総合計画の構成事業名	事業内容		開始年度	施策目標を達成するための取組方針
				対象者・物（誰・何に）	取組（何を）		
1	市場内コミュニケーションの強化	○	食の安定確保と物流体制の強化	市場関係者	事業懇談会の推進	H24	集荷力及び販売力を強化することで消費者に安定供給するため、「事業懇談会」を新設し、市場関係者のコミュニケーション強化による共通した経営戦略を推進する。
2	危機管理推進協議会	○	食の安全・安心の確保	市場内業者	コンプライアンス（法令遵守）の確立	H22	市場の信頼性を向上することで安定した集荷及び販売を行うため、「企業行動規範」を作成し、コンプライアンスを対外的に公表する。
3	宇都宮市中央卸売市場一般開放の推進	○	市場と食に関する情報発信の充実	一般開放実行委員会（市場内業者で組織）	一般開放の推進	H24	市場が生鮮食料品を安定供給する重要な役割を担っていることを消費者に対して広くPRし、市場への理解を深めてもらうことを通じて生鮮食料品の消費拡大を図り、市場活性化の推進に寄与するため、一般開放の開催の拡充を図る。
4	食育地産地消の推進	○	市場と食に関する情報発信の充実	一般消費者	市場講座や出張講座、施設見学や親子見学会の開催、食育フェアへの参加	H19	地場産の美味しい生鮮食料品を知ってもらうことで、地場産生鮮食料品の集荷及び販売の安定化を図るため、講座や見学会の開催、食育フェアへの参加など、食育地産地消を推進する。

4 今後の施策の取組方針

今後の方向性	
課題	<p>◆市場外流通の増加や少子高齢化による食料消費量の減少など、厳しい社会状況の中、生鮮食料品の安定供給に向けた集荷力及び販売力の強化のため、市と市場関係者がより一層コミュニケーションを図り、一致協力して推進計画を推進する必要がある。</p> <p>◆耐震診断の結果を踏まえた耐震補強工事などのほか、生鮮食料品の安全・安心を確保するために不可欠なコールドチェーン等に係る施設や設備について、適正な整備の考え方を整理する必要がある。</p>
方向性	<p>〈施策全般〉</p> <p>◆市と市場関係者で組織する「連絡会議整備部会」を再編し、活性化ビジョン推進計画の進捗管理を着実にを行うことで、市場の活性化を推進するとともに、施設・設備の整備の考え方を整理し、市場のあり方を方向付ける。</p> <p>〈主要事業〉</p> <p>◆市場内コミュニケーションの強化…「事業懇談会」を新設し、市場内関係者のコミュニケーションを深化させることで、共通した経営展望の推進を図る。</p> <p>◆危機管理推進協議会…「企業行動規範」作成後、コンプライアンスを対外的にPRするとともに、災害時においても、安全・安心な生鮮食料品をいち早く供給する市場関係者との体制を確立する。</p> <p>◆宇都宮市中央卸売市場一般開放の推進…一般開放の開催について県内外に広くPRするとともに、関連棟の常時開放について協議を開始する。</p> <p>◆食育地産地消の推進…市場の各種講座や見学会の実施、食育フェアへの参加を行い、引き続き食育地産地消を推進していく。</p>