

取組事例③ 市場運営の効率化と安全性の向上

目的 本卸売市場は、集荷・分荷や価格形成、代金決済等の調整機能を有する、生鮮食品等流通の基幹インフラであり、新型コロナウイルスが感染拡大する中でも、エッセンシャルワーカーとして業務を継続し、役割を果たすべく努めてきた。しかし、場内業者はコロナ以前から、取扱高の減少や取引先からの値下げ要求等、厳しい経営環境が続いている。

そのため、市場運営に関わる問題やコロナ下でも安心して来場していただく対策について専門機関からアドバイスを受けたり、冷凍車や冷蔵設備、先進的な機器等の導入、さらに市場イベントの開催により、場内業者が連携して販路開拓と市場活性化を目指す。

事業内容・実施方法等

◆ 事業内容等

① 場内物流・保管方法の改善と衛生環境確保

荷物保管場で商品が滞留していることにより、市場内の荷下ろしに時間がかかっている。また、荷物の劣化による廃棄もあるため、専門機関に調査依頼し、場内物流・保管方法の改善と衛生環境の確保に取り組む。

② コロナ感染対策の高度化

多くの関係者が利用する市場が、より一層の感染防止対策を講じることができるよう、マスク着用や体温確認に加え、手指消毒機能を有する非接触型サーマルカメラを設置する。

③ 販売管理のシステム化

コロナ感染対策として、非接触の顧客対応が望まれるが、紙伝票がメインの場内事業者では対策が万全とは言えない。そこで、大幅な業務改善・効率化と、伝票の電子化による非接触を図るため、販売管理のシステム化を行う。

④ 市場イベント開催による新規需要獲得

近隣施設、大学の協力により、新たな発想を取り入れた来場者サービスと販売活動の促進を図り、新商材のPRの場として、アフターコロナに向けた新規需要を獲得する。

⑤ ECビジネス・先進機器の導入による販路開拓

ECサイトの構築、WEB販売用商材の開発、高品質な鮮度保持、長期保存、解凍、冷凍などが可能な最新の機器を導入し、顧客のニーズに応える商材提供により新たな販路開拓を行う。また、機器導入による成果・効果を場内事業者で評価・共有することで、さらなる市場の発展に繋げる。

◆ 目標

- ① 場内の主要動線、買荷保管所を整理・改善することにより、最大荷下ろし時間を1割(15分)以上短縮。買荷保管所での保管による廃棄ゼロ。
- ② 入場者の60~70%以上の検温とアルコール消毒の実施。
- ③ 効率化にともなう他事業への人材リソース投入と、伝票電子化による非接触型での実務。
- ④ アフターコロナを見据えた食生活・食習慣の在り方として、この時代に消費者が必要とする「食」に関する特選情報と「市場の意義」の発信。
- ⑤ WEB販売による販売・配送コスト削減、取扱量及び販売額の拡大。

