

秋田市卸売市場経営改革プラン



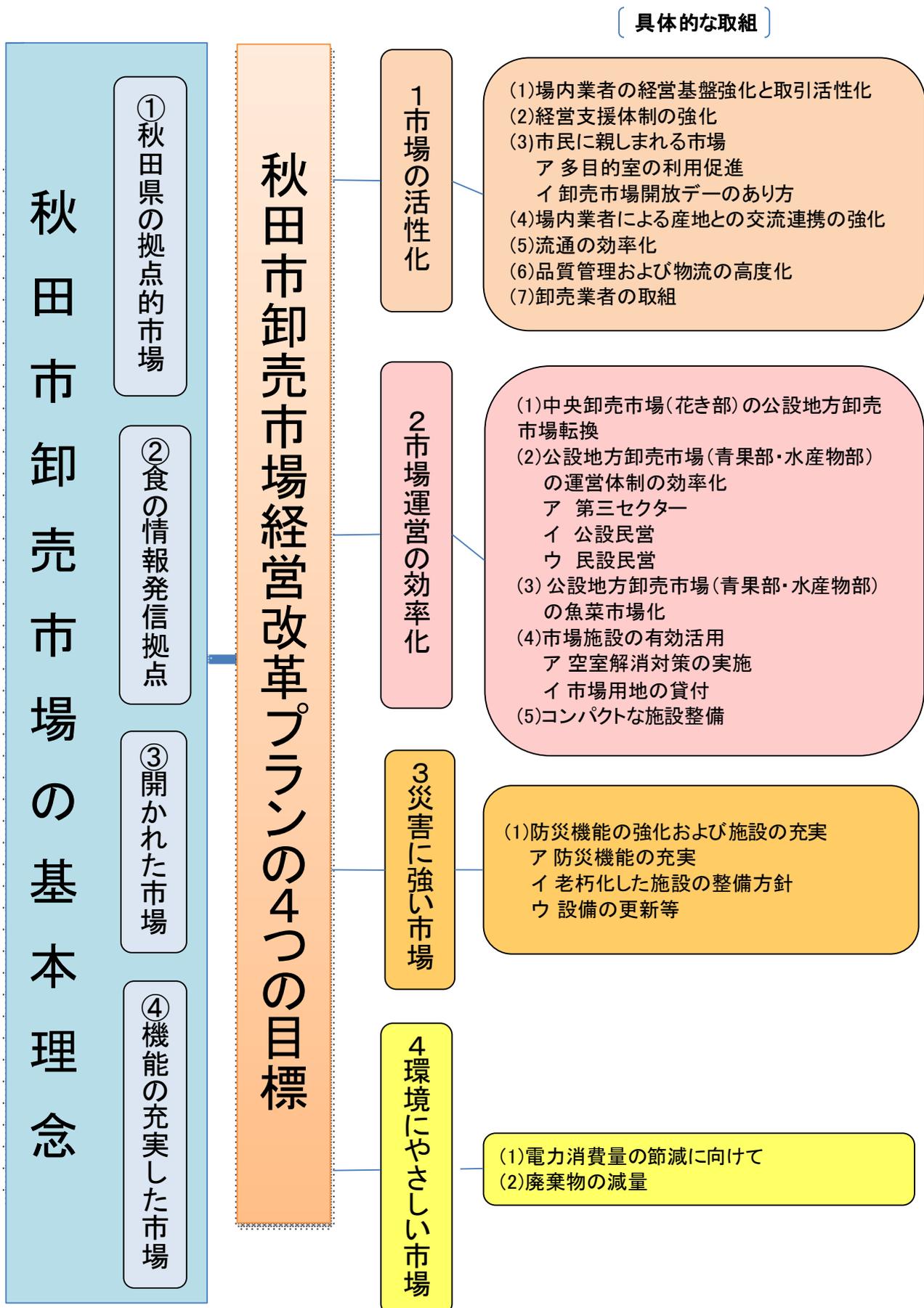
平成28年2月

秋田市中央卸売市場運営協議会
秋田市公設地方卸売市場運営協議会

[目 次]

秋田市経営改革プランの体系図	・ ・ ・	1
1 プラン策定にあたって	・ ・ ・	2
(1) 背景と必要性		
(2) 計画期間		
2 プランの基本方向	・ ・ ・	2
(1) 基本理念等		
3 秋田市卸売市場を取り巻く現状	・ ・ ・	3
(1) 人口減少とマーケットの縮小		
(2) 生鮮食品の価格低下		
(3) 市場外流通の増加		
(4) 大都市市場と地方の市場		
(5) 秋田県内卸売市場の状況		
(6) 秋田市場の状況		
4 プランの基本目標	・ ・ ・	10
5 具体的な取組	・ ・ ・	11
<目標 1>市場の活性化をめざして		
(1) 場内業者の経営基盤強化と取引活性化		
(2) 経営支援体制の強化		
(3) 市民に親しまれる市場		
(4) 場内業者による産地との交流連携の強化		
(5) 流通の効率化		
(6) 品質管理および物流の高度化		
(7) 卸売業者の取組		
<目標 2>市場運営の効率化をめざして		
(1) 管理運営体制の効率化		
(2) 市場施設の有効活用		
(3) コンパクトな施設整備		
<目標 3>災害に強い市場をめざして		
(1) 防災機能の強化および施設の充実		
<目標 4>環境にやさしい市場をめざして		
(1) 電力消費量の節減に向けて（LED照明の導入）		
(2) 廃棄物の減量		
6 推進体制等	・ ・ ・	16
(1) プランの進ちよく状況の管理について		
(2) プランの進ちよく状況の公表等について		
中央卸売市場運営協議会 公設地方卸売市場運営協議会 委員名簿	・ ・ ・	17

秋田市卸売市場経営改革プランの体系図



1 プラン策定に当たって

(1) 背景と必要性

本市場の青果・水産の取扱量と取扱金額は、平成3年以降急激に減少している。

一方では、環境対策や食の安全安心対策への消費者意識が高まっており、市場においても時代の要請に、的確に対応する必要性が生じている。

また、農林水産省が平成22年10月に策定した第9次卸売市場整備基本方針では、開設者および場内業者が一体となって、卸売市場全体の経営戦略的な視点から市場運営のあり方等を明確にし、経営展望を策定するなど卸売市場としての経営戦略を確立すること、ならびに整備に当たっては災害等にも備えつつ、生鮮食料品等の安全を確保し、消費者等の安心につながる体制の構築が求められている。

取扱量や取扱金額の減少に伴い、本市場の卸売業者、仲卸業者などの場内業者の経営も急速に悪化し、平成20年度以降は、仲卸業者、関連事業者の退場が多くなっている。

このため、場内業者と開設者は、市場活性化の必要性について、業界の垣根を越えた活発な議論を行うことが重要となっており、こうした動きの中で、本市では卸売市場のあり方の検討を第6次秋田市行政改革大綱に位置付け、将来に向けた経営戦略として「秋田市卸売市場経営改革プラン」を策定するものである。

(2) 計画期間

プランの計画期間は、平成28年度から平成37年度までの10年間とする。

ただし、平成27年度中には農林水産省が第10次卸売市場整備基本方針を策定する見込みであるほか、今後の法令改正や社会情勢の変化を的確に反映していく必要があることから、状況の変化に応じてその都度見直しを行うこととする。

2 プランの基本方向

(1) 基本理念等

本市場の基本理念として次の4つを掲げる。

- ① 秋田県の拠点的市场
- ② 食の情報発信拠点
- ③ 開かれた市場
- ④ 機能の充実した市場

基本理念を踏まえ、次の4つの基本目標を柱として、具体的な市場活性化策を検討する。

- <目標1> 市場の活性化をめざして
- <目標2> 市場運営の効率化をめざして
- <目標3> 災害に強い市場をめざして
- <目標4> 環境にやさしい市場をめざして

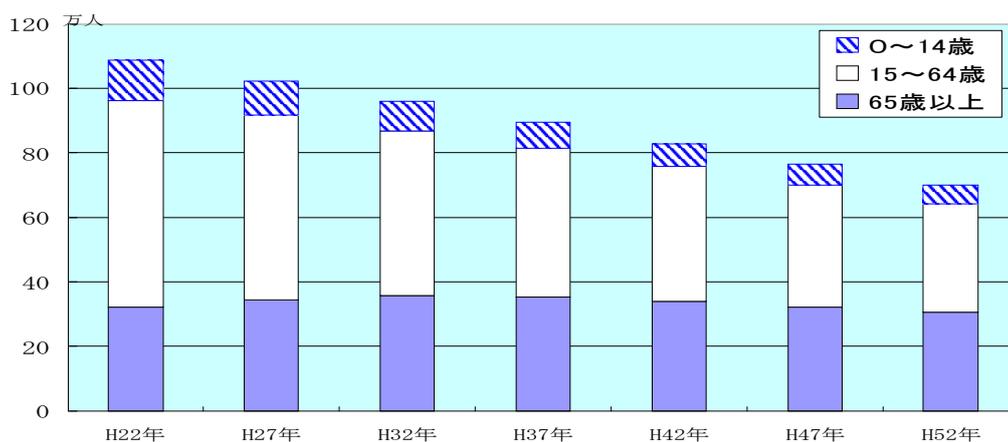
3 秋田市卸売市場を取り巻く現状

(1) 人口減少とマーケットの縮小

秋田県は、全国でも急速なスピードで人口減少と高齢化が進んでおり、平成27年の102.3万人が、平成52年には69.9万人と31.7%減少し、65歳以上の高齢者が30.6万人と推計される。

また、地方の人口減少と並行して、東京などの大都市圏への人口集中が進み、食料流通の面でも大規模市場への集中がさらに進み、食料品等のマーケットも年々縮小していくものと想定される。

秋田県の将来人口



推計年次	H22年	H27年	H32年	H37年	H42年	H47年	H52年
0～14歳	12.4	10.7	9.3	8.1	7.1	6.4	5.8
15～64歳	64.1	57.2	51.0	46.0	41.6	37.9	33.5
65歳以上	32.1	34.4	35.7	35.3	33.9	32.1	30.6
計	108.6	102.3	96.0	89.4	82.6	76.4	69.9

秋田市の将来人口



推計年次	H22年	H27年	H32年	H37年	H42年	H47年	H52年
0～14歳	4.0	3.5	3.1	2.7	2.4	2.1	2.0
15～64歳	20.6	18.7	17.2	15.8	14.5	13.2	11.6
65歳以上	7.8	9.0	9.7	10.0	10.1	10.0	10.0
計	32.4	31.2	30.0	28.5	27.0	25.3	23.6

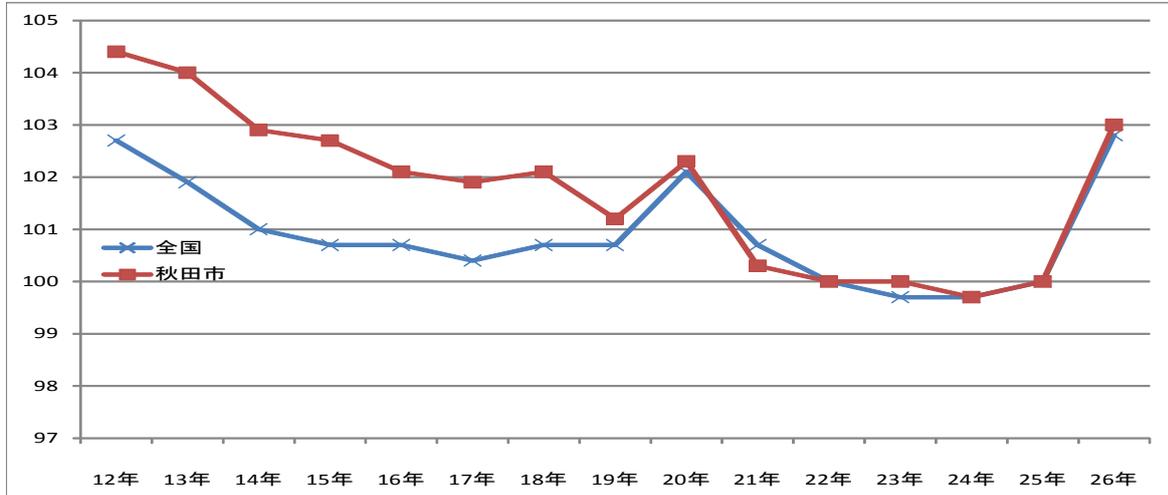
出典：国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」H25年3月

(2) 生鮮食品の価格低下

平成22年を100とした消費者物価指数は、平成12年が全国102.7、秋田市104.4であったが、平成26年で全国102.8、秋田市103である。

卸売段階での単価も低下傾向にあり、経営を圧迫している。

消費者物価指数の推移 (平成22年=100)



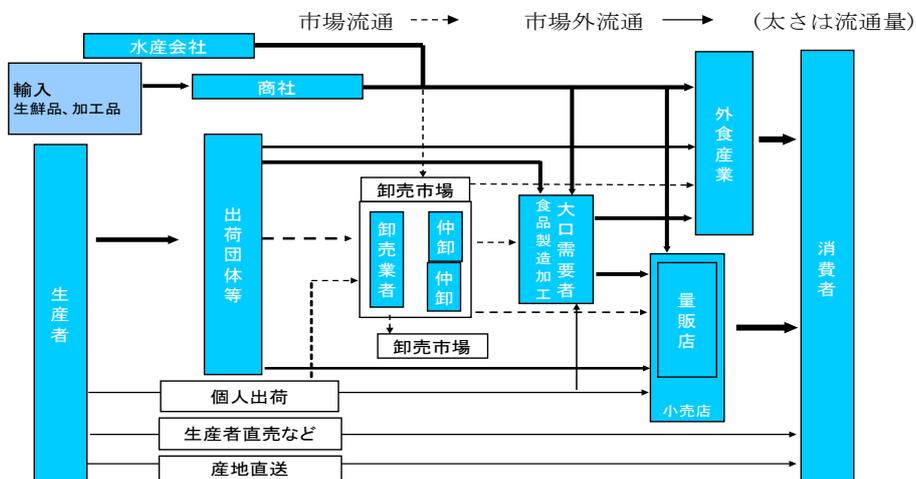
出典:総務省統計局

消費者物価指数:
家計の消費構造を一定のものに固定し、これに要する費用が物価の変動によって、どう変化するかを指数値で示したもの。
秋田市は平成12年、全国は平成10年をピークに低下傾向。
平成20年(2008年)は、上期に原油高、下期にリーマンショック。
平成26年(2014年)は消費税5%→8%。

(3) 市場外流通の増加

卸売市場法等により、卸売業者や仲卸業者は、取扱品目の範囲や仕入販売先等の規制など事業活動が制限されている。市場外の事業者にはこうした規制はなく、産地直接販売や輸入、企業間電子商取引など多様な流通チャネルも利用できるようになり、卸売市場を含めた仕入販売の選択肢が広がっている。こうした市場外流通の増加に伴い、相対的に市場流通の割合が低下している。

食品流通の主要経路



○全国の卸売市場経由率の推移

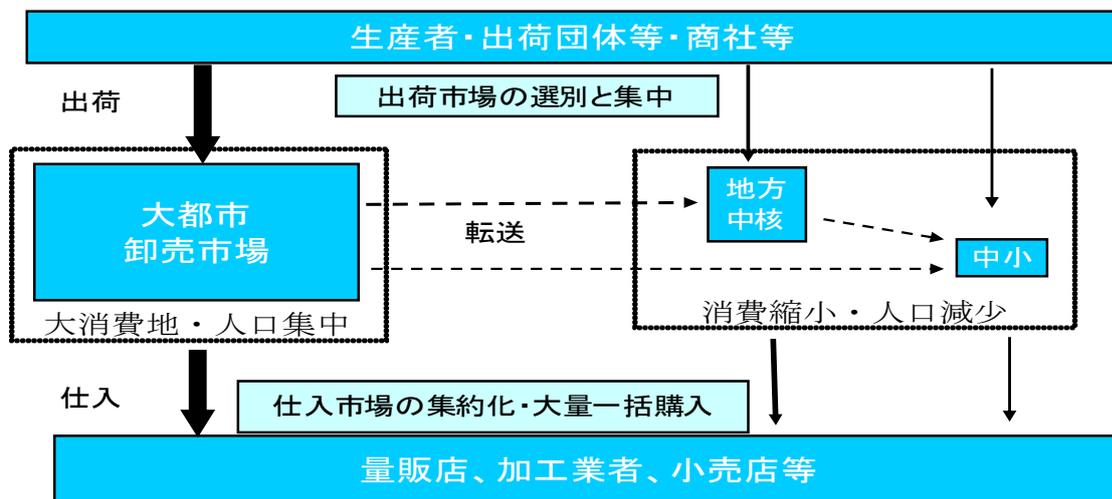
(単位: %)

区分 年度	青果	野菜		水産物	花き
		野菜	果実		
元	82.7	85.3	78.0	74.6	83.0
10	74.3	81.8	61.7	71.6	85.6
15	69.2	78.9	53.7	63.2	80.9
20	63.0	73.8	45.7	58.4	84.0
23	60.0	70.2	42.9	55.7	84.4

(4) 大都市市場と地方の市場

農協等の合併等による産地の大型化に伴い、出荷先の卸売市場の選別が強まり、高値で取引される大都市市場への出荷が増加している。地方の市場では、集荷力が低下し、大都市市場から生鮮品等を転送してもらうなど、物流コストが増加している。また、量販店や加工業者等では、大量一括購入によるコストダウンのため、市場外調達や仕入市場の集約化が進んでいる。東京や政令指定都市などの大消費地への人口集中と地方の人口減少・消費マーケットの縮小が進む中、地方の卸売市場ほど衰退傾向となっており、地域事情に応じた市場機能を強化し他市場との競争力を高めていくことが重要となってきた。

出荷市場や仕入市場の集約化の模式図



注： 地方中核：地方の中核的な卸売市場
中 小：地方の中小規模の卸売市場

(5) 秋田県内卸売市場の状況

県内には、平成27年4月1日現在で中央卸売市場が1市場、地方卸売市場が18市場、小規模市場が10市場ある。

うち公設は秋田市卸売市場と大館市総合地方卸売市場の2つ、残りは民間市場である。

県内卸売市場の青果・水産の取扱金額は、平成3年度の1,207億円をピークに減少し、平成25年度は450億円と62.7%減少している。

県内卸売市場の青果・水産の取扱金額のうち本市場が226億円と全体の50%を占め、その他、50億円台が1市場（横手水産物）、30億円台が1市場（大館市公設）、20億円台が2市場（能代青果、横手中水）、10億円台が4市場であり、本市場は、これらの市場への転送もあり、県内の中核市場（消費市場）として位置づけられている。

県内地方卸売市場一覧					
取扱高はH25年度実績					
市場区分	地方卸売市場名	卸売業者名	取扱金額(百万円)	許可年月日	
総合市場 (青果物・水産物)	1	秋田市公設	青果部	12,607	S50.2.17 (中央)
			水産物部	10,003	
		秋田市中央卸売市場	花き部	2,153	H23.11.17
	2	大館市公設総合	青果部、水産物部	3,182	S47.11.1
	3	本荘総合	青果部	751	S59.3.21
水産物部			408		
青果物市場	1	秋田県南青果	青果部	1,240	S47.8.28
	2	能代青果	青果部	2,712	S47.8.28
	3	畠山青果	青果部	126	S47.12.25
水産物消費市場	1	花輪	水産物部	720	S47.12.4
	2	能代水産物		1,039	S47.8.28
	3	六郷		146	S47.12.4
	4	横手水産物		5,408	S47.12.4
	5	横手中水		2,516	S47.12.25
	6	湯沢水産		1,717	S47.12.4
水産物産地市場 (秋田県漁協協同組合)	1	秋田港	秋田県漁業協同組合	59	S47.12.25
	2	八森港		406	S57.6.7
	3	船川港		449	S47.12.4
	4	船川港椿		326	S59.3.24
	5	北浦総括支所		663	S58.3.29
	6	南部総括支所		492	S51.5.14

出典：秋田県農業経済課

(6) 秋田市場の状況

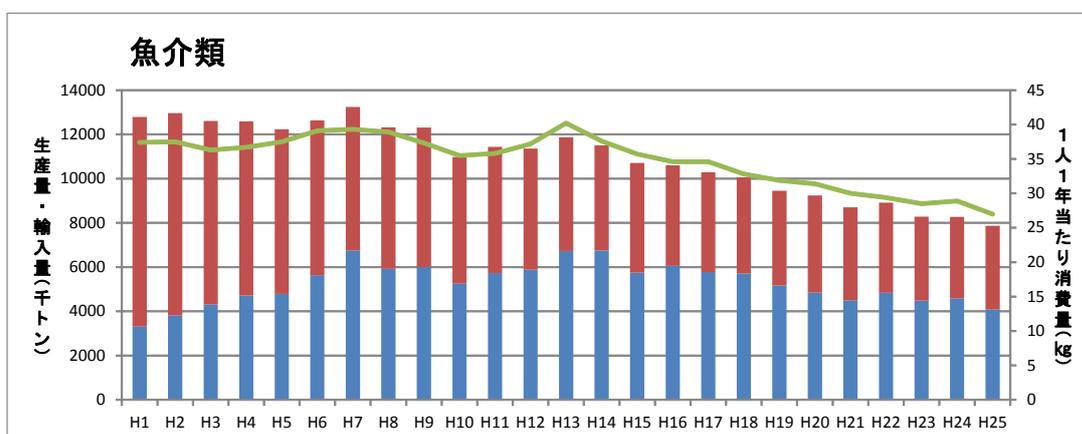
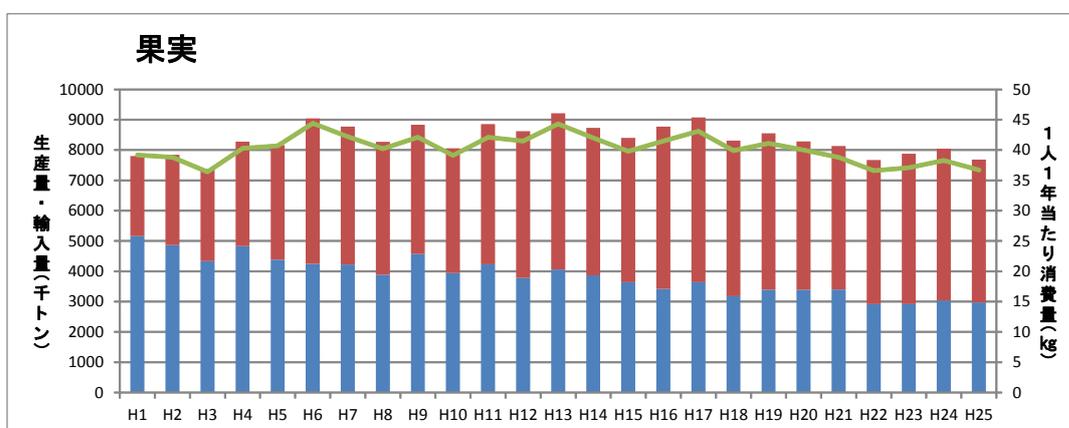
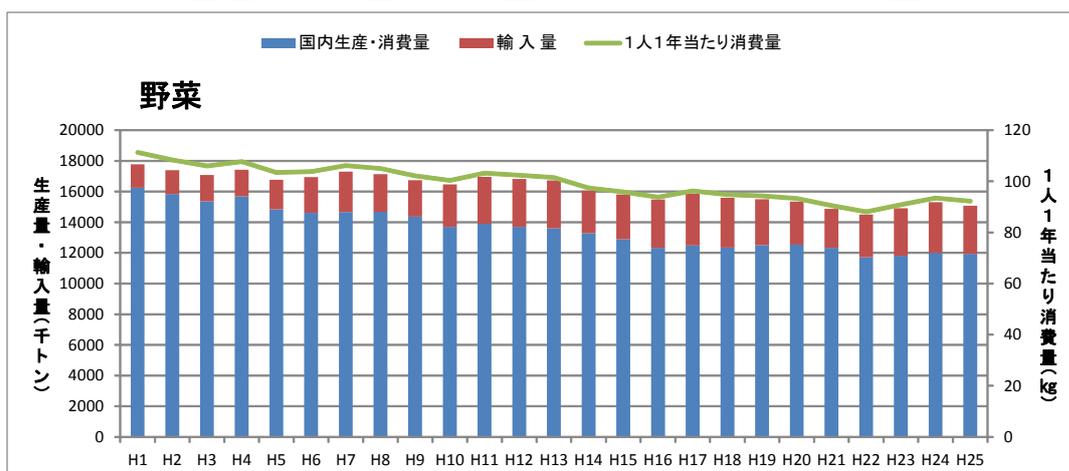
青果部・水産物部の卸売業者の取扱金額は、平成3年度の624億円をピークに減少を続け、平成26年度は228億円と63.5%減少し、取扱金額の減少に伴い経営環境も厳しくなっている。花き部のピークは平成10年度の26億円、平成26年度は21.7億円と16.5%減少している。

産地別（市内産、県内産、県外産・輸入）の取扱金額

注）水産物は市内産の集計をしていない。



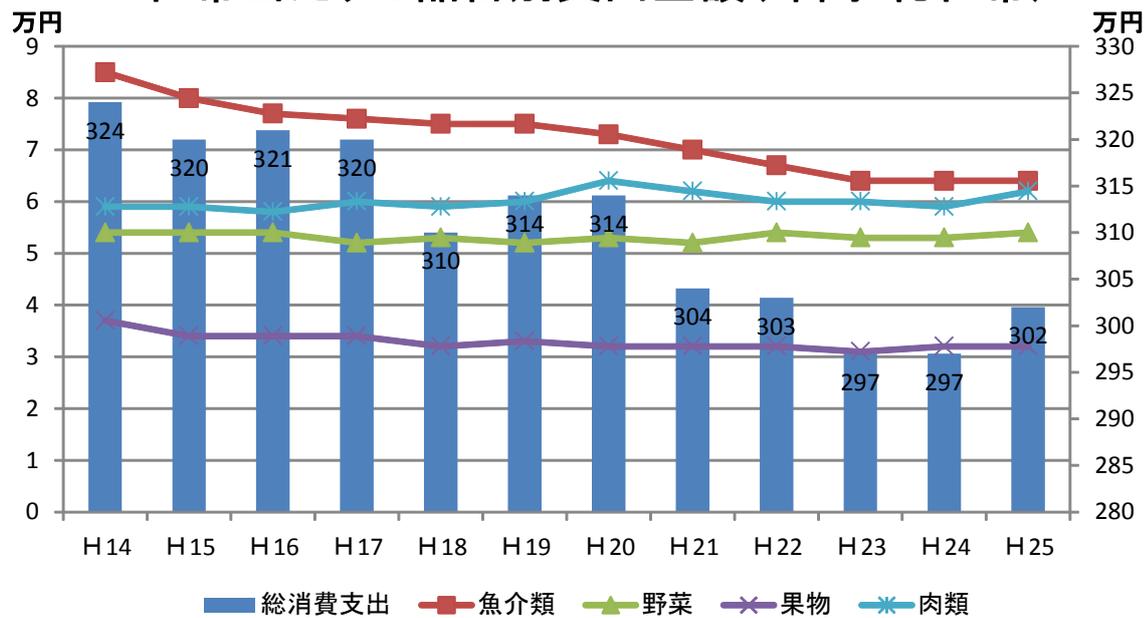
国内生産・消費量、輸入量、1人1年当たり消費量の推移



注) ここで「国内生産・消費量」とは、国内生産量から輸出量を差し引いた値で、国内で生産され消費される量。これに輸入量を加えると、国内の総消費量が把握できる。

出典：農林水産省「食糧需給表」より

1世帯当たりの品目別支出金額(年間・総世帯)



出典：総務省統計局「家計調査」より

4 プランの基本目標

＜目標1＞ 市場の活性化をめざして

市場の取扱金額が増加することにより、卸売業者、仲卸業者などの場内業者の経営基盤が強化されるとともに、市場が活性化する。

このため、県内産生鮮食料品の集出荷拠点となること、県内の市場流通ネットワークの拠点となること、秋田の食文化および食育など食に関する情報発信拠点となること、周辺地域との連携や市民参加型の開かれた市場となることなどにより、市場の取扱金額を増加させて場内業者の経営健全化を図るとともに、市場の活性化をめざす。

＜目標2＞市場運営の効率化をめざして

市場は、特別会計で管理運営されており、効率化を常に追求していく必要がある。

このため、管理運営体制の効率化を図ること、施設の有効活用を図ること、適正な受益者負担の実現を図ることなどにより、さらなる市場運営の効率化をめざす。

＜目標3＞災害に強い市場をめざして

平成23年3月11日に発生した東日本大震災の被災地では、市民への生鮮食料品の供給拠点としての卸売市場の役割が再認識された。

このため、災害時にも市民に生鮮食料品を安定して供給することができるよう、災害に強い市場をめざす。

＜目標4＞環境にやさしい市場をめざして

市場は、主に深夜・早朝に稼働し、業務の性格上、冷蔵・冷凍施設、場内搬送車両、照明を多数使用することから、エネルギーを大量消費する施設であり、また、連日のように野菜くず、魚のアラなど大量の廃棄物が発生する施設でもある。

このため、廃棄物の再利用・再資源化を図ること、電力消費量の節減を図ることなどにより、経費を削減するとともに、環境にやさしい市場をめざす。

5 具体的な取組

<目標1> 市場の活性化をめざして

(1) 場内業者の経営基盤強化と取引活性化

本市場の活性化のためには、場内業者の経営の健全化や安定化に取り組むとともに、本市場全体の取引を活性化し、売上の拡大と利益率の向上を図ることが必要である。

このため、場内業者においては、生鮮食料品等の集荷と販売を拡大するため、生産者・小売業者と連携し、消費者ニーズの把握と産地へのフィードバックを通じた特色ある地場産品等の品揃えを強化し、地産地消を推進するとともに、県内産生鮮食料品の集出荷拠点として県内市場流通ネットワークを構築し、集荷の共同化や相互融通、大都市市場への出荷を促進することなどにより、市場全体の集荷力や販売力の強化を図る。

また、経営体質の強化を図るためには、業務マニュアルの整備による業務効率化およびコスト削減、社員教育やコンプライアンスの徹底等に取り組むことはもとより、市場間連携も含めた卸売業者と仲卸業者等との連携、経営統合や業務提携等について取り組むとともに、生産者および消費者ニーズを踏まえたビジネスモデルの構築をめざす。

(2) 経営支援体制の強化

開設者は、場内業者の経営の健全性と適正な取引を確保するため、適切な指導および監督を行う。

また、業務の中心をこれまでの指導監督から経営支援にシフトさせ、企業の経営指導に関するノウハウを有する団体、公認会計士、中小企業診断士などに経営指導を依頼するとともに、県農業経済課と連携を図りながら検査態勢の充実に努めることにより、卸売業者についても仲卸業者と同様に販売力や経営基盤の強化を図る。

(3) 市民に親しまれる市場

管理棟2階にある多目的室（フレッシュ交流館）は、卸売市場の豊富な知識や情報を提供し、県内生鮮食料品を普及させるため、料理教室など食育の場として利用されている。

また、本市場の生鮮食料品等の消費拡大を目的に、市民等に市場を開放する「市場まつり」「卸売市場開放デー」等には、毎回多くの市民が来場しており、市民の関心の高さが伺える。

これらの取組を通じ、より市民に親しまれる市場をめざす。

ア 多目的室の利用促進

平成26年度の利用率が15%と伸び悩んでおり、利用率向上に向けた取組として、新たな料理教室の企画、市場の紹介ビデオを小学生や市が実施している施設見学会にも積極的に活用することで、平成30年度までに利用率を30%に引き上げることをめざす。

なお、他市場において、市民等への貸出を条例で定めている事例もあることから、本市場においても平成28年度を目途に検討する。

イ 卸売市場開放デーのあり方

市場内の衛生管理や安全の確保等に十分留意するとともに、地域との共生や小売業者の経営に配慮しながら、さらなる集客に向け、観光客の誘致や効果的なPR方法などについて、定期的に関係者が協議する。

(4) 場内業者による産地との交流連携の強化

本市場は、消費市場となっていることから、卸売業者、仲卸業者が県内の産地育成に向けて、青果部においては、JA・全農および県内の農業生産法人、水産物部においては、県漁協や産地仲買人などとの交流を促進し、産地との結びつきを一層強めることで、県内産および市内産の生鮮食料品等の取扱金額の増加をめざす。

平成26年度の県内産取扱金額は、青果部で22.5%、水産物部で12.6%と低迷しているものの、県内産農林水産物の新鮮かつ安全・安心な食材として需要が高まっていることを踏まえ、平成37年度を目途に、青果部で30%、水産物部で16%に引き上げることをめざす。

(5) 流通の効率化

場内業者がそれぞれ独自に行っている集荷や配送について、共同集荷や共同配送に取り組むことにより効率化が図られ経費節減が可能となる。

また、地域拠点市場として県内地方卸売市場との連携を推進し、取扱量の確保および県内一円の流通拠点化をめざす。

(6) 品質管理および物流の高度化

消費者、実需者、生産者等の多様化するニーズに的確に対応するため、時代の変化に対応したニーズを的確に把握するとともに、輸出も見据えた品質管理および物流の高度化や市場機能の強化を図ることが必要である。

このため、低温売場や保冷施設の設置、生鮮食料品流通のクールドチェーンシステムの確立、加工処理機能の強化などを推進するとともに、食品の安全に関する危機管理体制の強化、市場間競争に対応する市場内物流の効率化および低コスト化を推進し、産地から出荷しやすく安定的な取引ができる市場施設の整備を図る。

(7) 卸売業者の取組

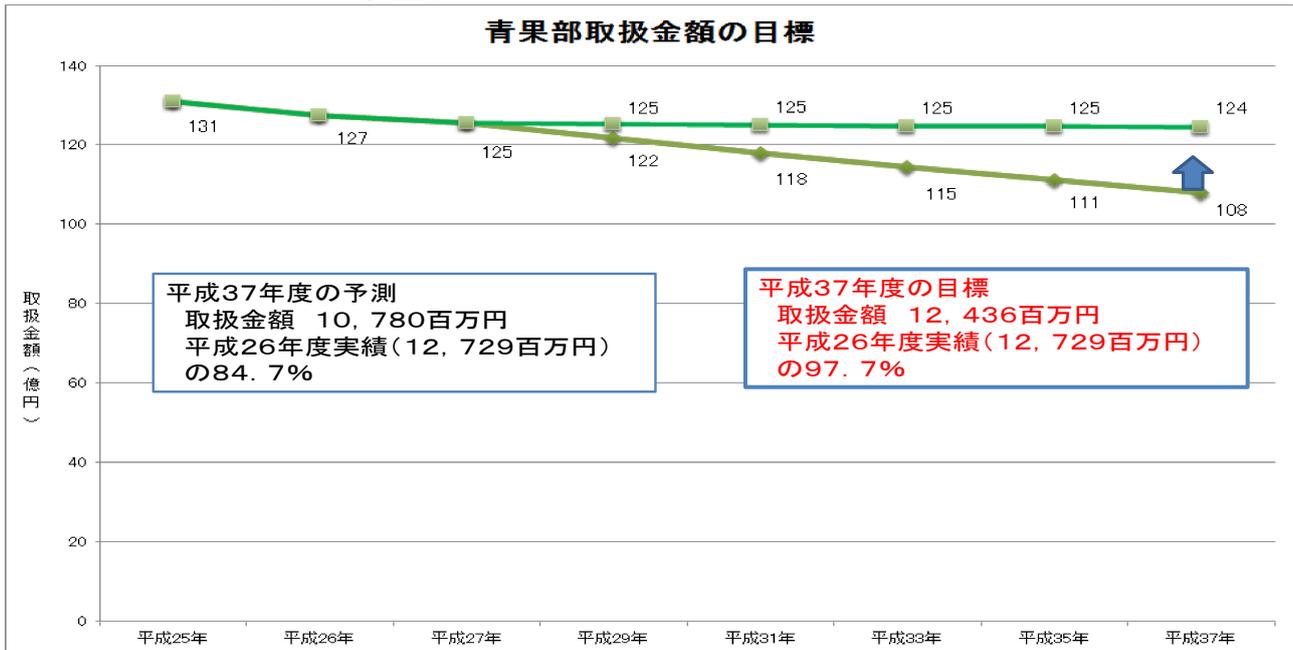
人口減少や流通環境の変化などの市場を取り巻く状況を踏まえ、趨勢による10年後の取扱金額は大きく減少すると予想されるが、青果部・水産物部・花き部の卸売業者の取組によって、10年後の取扱金額の減少幅抑制をめざす。

ア 公設地方卸売市場（青果部）

(1) 主な取組

- ・卸売業者と仲卸業者が連携した産地への消費者ニーズの伝達
- ・卸売業者と仲卸業者が連携した販路拡大
- ・県外市場との連携強化による県内産青果物の販売促進
- ・朝採り午後販売の拡大、近在青果物のせり増加
- ・県内JAとの協力体制強化

(2) 10年後の取扱金額

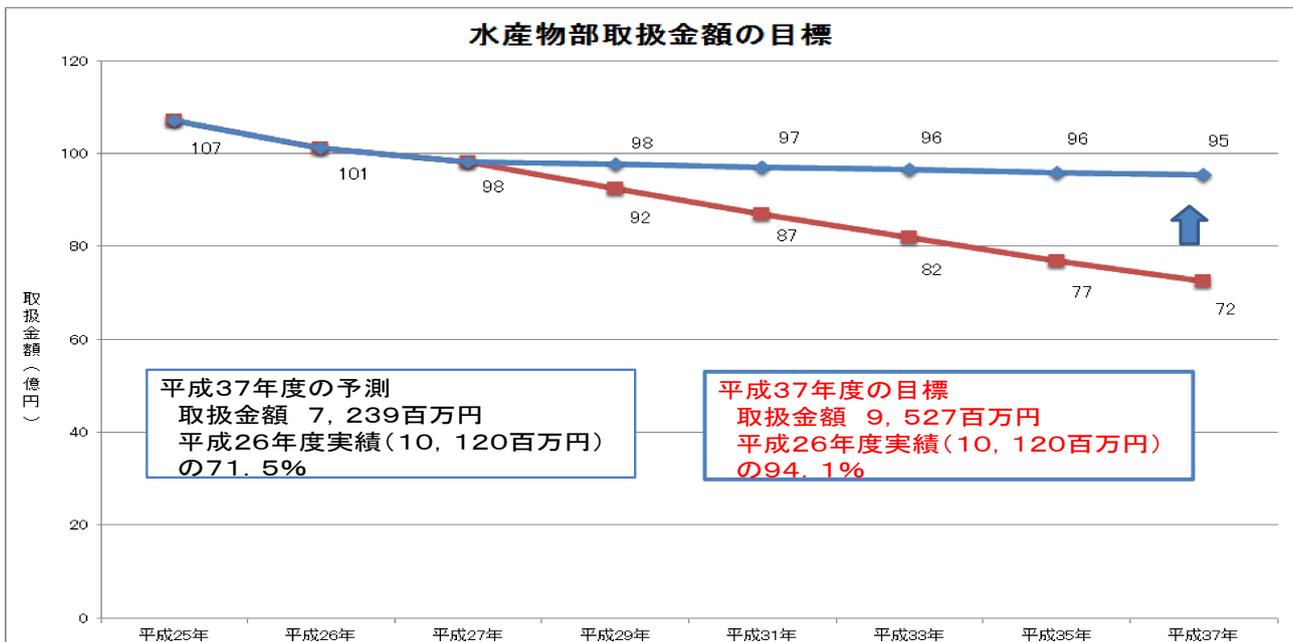


イ 公設地方卸売市場（水産物部）

(1) 主な取組

- ・卸売市場を拠点とした国産水産物等の輸出の促進
- ・県漁協や産地仲買人との交流による県内産水産物の集荷
- ・卸売業者と仲卸業者が連携した消費拠点への販路拡大

(2) 10年後の取扱金額

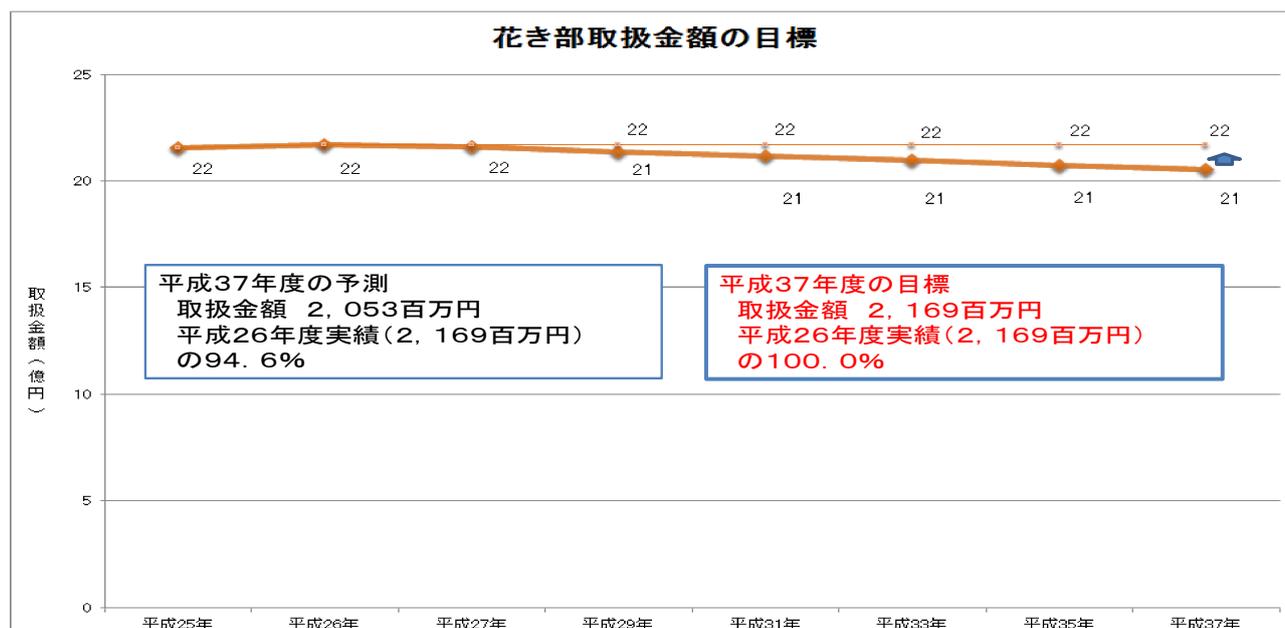


ウ 中央卸売市場（花き部）

(1) 主な取組

- ・卸売業者と仲卸業者が連携した産地への消費者ニーズの伝達
- ・県外市場との連携強化による県内産花きの販売促進、産地拡大
- ・温度管理や加工機能の充実による品質向上

(2) 10年後の取扱金額



<目標2>市場運営の効率化をめざして

(1) 中央卸売市場（花き部）の公設地方卸売市場転換

同一敷地内に中央と地方が混在しているが、管理運営コストの削減や業者の事務負担軽減を図るため、花き部の地方転換に向けて関係者の合意形成を図る。

(2) 公設地方卸売市場（青果部・水産物部）の運営体制の効率化

公設地方卸売市場（青果部・水産物部）は、指定管理者制度を導入しているが、卸売市場の運営については、公益性と効率性の両立を追求していく必要があることから、運営体制について検討し、さらなる効率化をめざす。

ア 第三セクター（高崎、川越など）

開設者が第三セクターとなって、市も出資した企業が開設者となる方式。市が出資するので公的性格を有するが、独立採算が前提となる。

イ 公設民営（伊勢崎、高岡など）

土地・施設は市が所有し、卸売業者等に貸与する方式で、有料と無料がある。施設の改修・建替費用の捻出などが課題となる。

ウ 民設民営（北勢、藤沢など）

土地・施設を卸売業者等に譲渡する方式。固定資産税負担や施設の改修・建替費用の捻出などが課題となる。

(3) 公設地方卸売市場（青果部・水産物部）の魚菜市场化

卸売業者が提唱している青果部・水産物部の魚菜市场について、その効果と課題を調査研究する。

(4) 市場施設の有効活用

ア 空室解消対策の実施

市場内には入居者の退去に伴い事務室等に空きが発生している。

このため、これまでは市場に関連する事業者のみを誘致していたが、今後は、場内業者との連携はもとより公募方式も検討するなど、空室活用に向けた対策を強化し、平成37年度を目途に空室解消をめざす。

また、市場内で物流の妨げになっている残荷、パレット、駐車場等の無秩序な配置の整理をめざす。

イ 市場用地の貸付

土地の有効活用を図るため、事業用定期借地権方式による市場用地の貸付要綱に基づき、場内業者が自己資金を用いて実情に応じた施設整備が可能となり、新たな収入の確保が期待できる。

また、緑地帯の貸付等については、市場活性化の観点から場内業者とともに多様な可能性を検討する。

(5) コンパクトな施設整備

本市場は、建設後40年が経過しており、長期的には建替または移転が必要となるが、施設の規模や整備内容の検討に当たっては、秋田市公共施設等総合管理計画との整合性を図りながら、過大な整備投資にならないよう将来的な人口減少やマーケットの縮小を見通すとともに、流通環境の変化に対応した機能の取捨選択などを慎重に検討し、コンパクトで適正な施設整備を行う必要がある。

また、整備後に生じる施設使用料負担の軽減にも十分配慮した規模の整備を推進する。

<目標3>災害に強い市場をめざして

(1) 防災機能の強化および施設の充実

ア 防災機能の充実

災害時のライフラインとしての機能強化を図るため、関係機関とも連携しながら、市場の施設や体制の整備、他の卸売市場との協力体制の確立など様々な災害対策を講じて、防災・減災対策の整った災害に強い市場をめざす。

イ 老朽化した施設の整備方針

卸売市場が持つ重要な役割を堅持していくには、老朽化した施設の安全性と機能性の確保に向けた補修および補強を進める必要がある。

費用負担が単年度に集中しないよう、緊急度や優先度等を十分検討のうえ、秋田市公共施設等総合管理計画との整合性を図りながら、建物、設備などの保全計画や更新計画を策定し、施設を整備する。

ウ 設備の更新等

ボイラー暖房設備等の老朽化した設備の更新に当たっては、開設時と状況が大きく変化していることや、整備後に生じる施設使用料負担およびランニングコストなどを踏まえ、更新の必要性や廃止する場合の代替方法などについて検討する。

<目標4>環境にやさしい市場をめざして

(1) 電力消費量の節減に向けて（LED照明の導入）

場内の共用部の白熱電球については、可能な限り早期にLED化することにより、市場全体の電力消費量を削減する。

また、LED電球は白熱電球に比べて長寿命であることから、電球交換に係る経費の節減も期待できる。

(2) 廃棄物の減量

搬入時間の限定により場外からの持ち込みを排除するとともに、食品廃棄物の再利用や再資源化、包装廃棄物等の発生抑制について検討する。

6 推進体制等

市場を取り巻く経営環境がかつてないほど厳しい状況にある中で、市民の安定した食生活を維持するという市場の役割を、責任を持って果たしていくためには、何よりもまず、開設者と場内業者が一体となり、市場が現在抱えている課題を理解し、現状に対する危機意識を持ち、それを共有しながら、不断の見直しと改善を重ね、経営改革プランに掲げた具体的な取組を推進していかなければならない。

したがって、このプランの推進に当たっては、開設者と場内業者が一体となって取り組む必要があり、経営環境の変化に柔軟に対応していけるよう、新たな視点による市場経営の一步を踏み出すことが重要となっている。

(1) プランの進捗状況の管理について

改革プランの着実な推進のため、開設者はプランの進捗状況を管理するとともに、市場の業務の運営に関し、必要な事項を調査審議するための市長の附属機関である、秋田市中央卸売市場運営協議会および秋田市公設地方卸売市場運営協議会に進捗状況を報告し、必要に応じて進捗状況について助言をいただく。

(2) プランの進捗状況の公表等について

改革プランの進捗状況は、ホームページなどで市民に情報提供するとともに、場内業者に周知する。

秋田市中央卸売市場運営協議会委員名簿

所 属	氏 名
秋田県立大学生物資源科学部 教授	津 田 渉
暮らしを考える女性の会 会長	高 橋 敦 子
秋田県農林水産部 農業経済課長	鈴 木 昌 明
秋田県中小企業団体中央会 事務局長	加 藤 貢
新あきた農業協同組合 代表理事組合長	船 木 耕太郎
秋田県花き生産者協議会 会長	小 山 清 司
秋田生花株式会社 代表取締役社長	大 澤 一 義

秋田市公設地方卸売市場運営協議会委員名簿

所 属	氏 名
秋田県立大学生物資源科学部 教授	◎ 津 田 渉
暮らしを考える女性の会 会長	○ 高 橋 敦 子
秋田県農林水産部 農業経済課長	鈴 木 昌 明
秋田県中小企業団体中央会 事務局長	加 藤 貢
新あきた農業協同組合 代表理事組合長	船 木 耕太郎
新あきた農業協同組合 野菜部会会長	鎌 田 英 文
協同組合秋田市民市場 理事長	進 藤 政 弘
丸水秋田中央水産株式会社 代表取締役社長	鈴 木 信 夫
株式会社秋田丸魚 代表取締役社長	加 藤 研 吾
丸果秋田県青果株式会社 代表取締役社長	高 橋 良 治
秋印秋田中央青果株式会社 代表取締役社長	水 沢 幹
水産物卸協同組合 理事長	上 村 清 和
青果卸売協同組合 理事長	佐 藤 文 信

◎ 会長 ○ 副会長

秋田市公設地方卸売市場運営協議会専門部会名簿

所 属	氏 名
秋田県立大学生物資源科学部 教授	◎ 津 田 渉
新あきた農業協同組合 代表理事組合長	○ 船 木 耕太郎
秋田県農林水産部 農業経済課長	鈴 木 昌 明
暮らしを考える女性の会 会長	高 橋 敦 子
丸水秋田中央水産株式会社 代表取締役社長	鈴 木 信 夫
丸果秋田県青果株式会社 代表取締役社長	高 橋 良 治

◎ 部会長 ○ 副部会長

