

取り組み事項		取り組み主体				実施時期		
		卸	仲卸	売 買 参加者	開設者	短期	中期	長期
安心・安全な生鮮食料品等の提供	戦略1 品質管理の徹底							
	品質管理マニュアルの徹底							
	・HACCPの考え方を取り入れた衛生管理の徹底	◎	◎	○	○	●		
	・卸売業者、仲卸業者及びその他市場関係事業者を対象にした品質管理に関する定期的な研修会の実施	◎	○	○	○	●		
	高度コールドチェーン化施設整備推進							
	・既存低温施設の使用方法の見直し	◎	○	○	○			●
	施設の衛生管理や環境に配慮した取り組み強化							
	・市場関係事業者の協働による市場清掃の実施	◎	◎	○	◎	●		
	・場内から発生するごみの減量化と不法投棄防止対策の取り組み	◎	◎	○	○	●		
	・産業車両（フォーク、ターレット）の完全電動化推進と達成目標期限の設定	◎	◎	○	○		●	
	・売場内LED照明導入等、省電力化の推進	◎	○	○	◎			●
	トレーサビリティ体制の構築							
	・流通段階でのトレーサビリティの仕組み構築	◎					●	
	戦略2 取引ルールの徹底							
	公正な取引確保に向けた取り組み							
	・わかりやすいマニュアルの整備及び市場関係者への周知徹底	○	○	○	◎		●	
	・取引ルールに関する課題の整理と見直し検討	◎	○	○	○		●	
	・取引ルールの遵守状況に関するチェック体制構築	◎	○	○	○	●		
取引監視体制の強化								
・卸売場への入場規制強化対策	○	○	○	◎	●			
・卸売場へ入場する人の身分確認ができる体制構築	◎	○	○	◎	●			
・設置済み監視カメラの機器更新の検討	◎	◎	○	○		●		
戦略3 危機管理体制の確立								
非常時対応マニュアル等整備								
・市場全体としての組織体制やマニュアル整備及び周知徹底	○	○	○	◎	●			
・各事業者における事業継続計画（BCP）整備の検討	◎	◎		◎		●		
非常用設備の強化								
・非常用自家発電装置の設置	○	○		◎		●		
防災訓練の充実								
・火災以外の地震や津波等、様々な災害を想定した訓練内容の検討	○	○		◎	●			
・各事業者における初期防除体制の確認徹底	◎	◎		◎	●			
他市場との連携強化								
・「全国中央卸売市場協会災害時相互応援に関する協定」に基づいた他市場との相互応援体制の構築	○	○		◎	●			
・卸売業者間による協力応援体制の構築	◎			○	●			
施設の適切な維持管理								
・施設の長寿命化を踏まえた修繕計画の作成	○	○		◎	●			
・市場関係者における利用方法の周知徹底（丁寧かつ適切な使用方法）	◎	○	○	◎	●			
情報発信の強化	戦略4 市場認知度上昇に向けた取り組み							
	イベントを活用した市場PRの検討							
	・自社の取り組みを通じた市場のPR	◎	○		○	●		
	消費者を対象とした講座等の充実							
	・市内施設等で青果に関する講座等の開催	◎			○	●		
	マスコミ、ホームページ等からの情報発信強化							
	・旬の食材、料理方法、良い商品の見分け方等、消費者が興味を引く情報の発信	◎				●		
	・各事業者のホームページ改善充実	◎	◎		◎	●		
	・フェイスブック等新たな情報発信ツールの検討	◎			○	●		
	戦略5 食育・花育活動の推進							
イベントを活用した食育・花育推進								
・イベント等における食育を意識した企画の実施	◎			○	●			
教育機関等における普及推進活動								
・小学校等への出前授業の拡充	◎			○	●			
・学校給食を通じた地産地消の推進活動	○		◎		●			
・保育園や幼稚園への果物寄贈	◎			○	●			

取り組み事項		取り組み主体				実施時期		
		卸	仲卸	売 買 参加者	開設者	短期	中期	長期
情報受発信の強化	消費者を対象とした講座等の充実（再掲）							
	・市内施設等で青果に関する講座等の開催	◎			○	●		
	マスコミ、ホームページ等からの情報発信強化（再掲）							
	・旬の食材、料理方法、良い商品の見分け方等の消費者が興味を引く情報の発信	◎			○	●		
	・各事業者のホームページ改善充実	◎	◎		◎	●		
	・フェイスブック等新たな情報発信ツールの検討	◎			○	●		
戦略6 生産者と消費者への情報提供								
生産者と消費者の交流事業の充実								
・消費者を対象にした産地見学ツアーの実施	◎	○	○		●			
・生産者の参画した事業の実施	◎	○			●			
卸、仲卸、買参人との連携強化								
・卸、仲卸、買参人（量販店等担当者）とともに産地へ出向き、消費動向にあわせた出荷形態や新商品の開発など提案型営業の実施	◎	○	○		●			
戦略7 ブランド化に向けた取り組み								
市場を経由する品物に対するブランド化								
・新潟市の指定する銘産品の認知度向上対策	◎	○		○	●			
産地育成を兼ねたブランド商品開発								
・産地との新商品開発や契約取引などの推進	◎	○			●			
・卸、仲卸、販売指定店（量販店）、産地との懇談会を開催し「具体的販売戦略」についての検討	◎	○			●			
新潟市来訪者への積極的PR活動								
・市内施設における青果物に関するPR活動の展開	◎			◎	●			
戦略8 積極的な販路拡大の推進								
量販店への対応								
・産地から量販店のセンター納品への対応（商物分離取引）	◎	○			●			
・近県から新潟へ出店している量販店ネットワークを通じた新潟産品の販売拡大	◎	○			●			
輸出力の強化								
・行政や各協議会等と連携した輸出に向けた取り組みの検討	◎	◎					●	
宣伝活動の強化								
・量販店における卸売会社が主体となった消費宣伝活動の強化	◎	○			●			
・行政や各協議会等と連携した宣伝活動	◎	○		○	●			
・市外来訪者の多いイベントを活用した宣伝活動	◎			◎		●		
戦略9 労働環境の改善と人材育成に向けた取り組み								
継続して働きやすい労働環境の推進								
・働き方に対する意識改革の推進	◎	○	○	○		●		
・休暇を取得しやすい職場環境づくり	◎	○	○	○		●		
・職場環境改善に取り組むための制度作りと実施体制整備	◎	○	○	○		●		
人材育成に向けた取り組みの推進								
・場内事業者間で共有できる勉強会や研修会の開催	○	○	○	◎	●			

【凡例】 ※取り組み主体…◎：実施主体 ○：サポート

※実施時期…短期（3年以内）、中期（5年以内）、長期（10年以内）とする。

取り組み事項	取り組み主体				実施時期		
	卸	仲卸	売 買 参加者	開設者	短期	中期	長期
戦略1 品質管理の徹底							
品質管理マニュアルの徹底							
・HACCPの考え方を取り入れた衛生管理の徹底	◎	◎		○	●		
・卸売業者、仲卸業者及びその他市場関係事業者を対象にした品質管理に関する定期的な研修会の実施	◎	○		◎	●		
高度コールドチェーン化施設整備推進							
・卸売場、仲卸売場等のコールドチェーン化に向けた検討	◎	◎		○		●	
施設の衛生管理や環境に配慮した取り組み強化							
・市場関係事業者の協働による市場清掃の実施	◎	◎	○	◎	●		
・場内から発生するごみの減量化と不法投棄防止策の取り組み	◎	◎	○	○	●		
・売場内LED照明導入等、省電力化の推進	◎	◎		◎			●
トレーサビリティ体制の構築							
・流通段階でのトレーサビリティの仕組み構築	◎	◎			●		
戦略2 取引ルールの徹底							
公正な取引確保に向けた取り組み							
・わかりやすいマニュアルの整備及び市場関係者への周知徹底	○	○	○	◎	●		
・取引ルールに関する課題の整理と見直し検討	◎	◎	◎	○	●		
・取引ルール遵守状況に関するチェック体制構築	◎	◎	◎	○	●		
取引監視体制の強化							
・卸売場への入場規制強化対策	◎	○		◎		●	
・卸売場へ入場する人の身分確認ができる体制構築	◎	○		◎		●	
・仲卸各社における監視カメラ設置の検討	○	◎		○	●		
水産物部のせり時間改善	◎	◎	◎	○	●		
戦略3 危機管理体制の確立							
非常時対応マニュアル等整備							
・市場全体としての組織体制やマニュアル整備及び周知徹底	○	○		◎	●		
・各事業者における事業継続計画（BCP）整備の検討	◎	◎		◎		●	
非常用設備の強化							
・非常用自家発電装置の設置	○	○		◎		●	
防災訓練の充実							
・火災以外の地震や津波等、様々な災害を想定した訓練内容の検討	○	○		◎	●		
・各事業者における初期防除体制の確認徹底	◎	◎		◎	●		
他市場との連携強化							
・「全国中央卸売市場協会災害時相互応援に関する協定」に基づいた他市場との相互応援体制の構築	○	○		◎	●		
・卸売業者間による協力応援体制の構築	◎			○	●		
施設の適切な維持管理							
・施設の長寿命化を踏まえた修繕計画の作成	○	○		◎	●		
・市場関係者における利用方法の周知徹底（丁寧かつ適切な使用方法）	◎	○	○	◎	●		
戦略4 市場認知度上昇に向けた取り組み							
イベントを活用した市場PRの検討							
・自社の取り組みを通じた市場のPR	◎	◎		○	●		
・定期的な市場開放の検討	◎	◎		○		●	
消費者を対象とした講座等の充実							
・市内施設等で水産物に関する講座等の開催	◎	◎		○	●		
・市場見学会、勉強会等開催による魚の消費促進	◎	◎		○	●		
マスコミ、ホームページ等からの情報発信強化							
・旬の食材、料理方法、良い商品の見分け方等、消費者が興味を引く情報の発信	◎	◎			●		
・各事業者のホームページ改善充実	◎	◎		◎	●		
・フェイスブック等新たな情報発信ツールの検討	◎	◎		○		●	
戦略5 食育・花育活動の推進							
イベントを活用した食育・花育推進							
・イベント等における食育（魚食）を意識した企画の実施	◎	◎		○	●		
教育機関等における普及推進活動							
・小学校等への出前授業の拡充	◎			○	●		
・学校給食を通じた地産地消の推進活動	◎	◎		○	●		

安心・安全な生鮮食品等の提供

情報発信の強化

取り組み事項		取り組み主体				実施時期		
		卸	仲卸	売 買 参加者	開設者	短期	中期	長期
情報受発信の強化	消費者を対象とした講座等の充実（再掲）							
	・市内施設等で水産物に関する講座等の開催	◎	◎		○	●		
	・市場見学会、勉強会等開催による魚の消費促進	◎	◎		○	●		
	マスコミ、ホームページ等からの情報発信強化（再掲）							
	・旬の食材、料理方法、良い商品の見分け方等、消費者が興味を引く情報の発信	◎	◎			●		
・各事業者のホームページ改善充実	◎	◎		◎	●			
・フェイスブック等新たな情報発信ツールの検討	◎	◎		○		●		
戦略6 生産者と消費者への情報提供	生産者と消費者の交流事業の充実							
	・生産者の参画した事業の実施	◎					●	
	卸、仲卸、買参人との連携強化							
・卸、仲卸、買参人（量販店等担当者）とともに産地へ出向き、消費動向にあわせた出荷形態や新商品の開発など提案型営業の実施	◎	◎	◎		●			
新しい視点での取り組み強化	戦略7 ブランド化に向けた取り組み							
	市場を経由する品物に対するブランド化							
	・新潟市や県等が進めるブランド化取り組みへの販売協力	◎	◎		○	●		
	産地育成を兼ねたブランド商品開発							
	・各社における産地との新商品開発や契約取引などの推進	◎	○			●		
関係機関との連携強化								
・新潟県漁連、各漁協、行政等関係機関との連携	◎	◎		○		●		
新潟市来訪者への積極的PR活動								
・市内施設における水産物に関するPR活動	◎			◎				
戦略8 積極的な販路拡大の推進	量販店への対応							
	・産地から量販店のセンター納品への対応（商物分離取引）	◎	◎			●		
	・近県から新潟へ出店している量販店ネットワークを通じた新潟製品の販売拡大	◎	◎			●		
	輸出力の強化							
	・行政や各協議会等との連携の検討	◎	◎		○	●		
戦略9 労働環境の改善と人材育成に向けた取り組み	継続して働きやすい労働環境の推進							
	・働き方に対する意識改革の推進	◎	◎		○	●		
	・休暇を取得しやすい職場環境づくり	◎	◎		○	●		
	・職場環境改善に取り組むための制度作りと実施体制整備	◎	◎		○		●	
	人材育成に向けた取り組みの推進							
・場内事業者間で共有できる勉強会や研修会の開催	◎	◎		◎		●		

【凡例】※取り組み主体…◎：実施主体 ○：サポート

※実施時期…短期（3年以内）、中期（5年以内）、長期（10年以内）とする。

取り組み事項	取り組み主体				実施時期		
	卸	仲卸	売 買 参加者	開設者	短期	中期	長期
戦略1 品質管理の徹底							
品質管理マニュアルの徹底							
・MPS認証制度における品質管理の徹底	◎	○		○	●		
品質管理マニュアルの徹底							
・使いやすい低温施設の検討（既存設備の再検討）	◎	◎		○			●
施設の衛生管理や環境に配慮した取り組み強化							
・市場関係事業者の協働による市場清掃の実施	◎	◎		◎	●		
・場内から発生するごみの減量化と不法投棄防止対策の取り組み	◎	◎		○	●		
・売場内LED照明導入等、省電力化の推進	◎	○		◎			●
戦略2 取引ルールの徹底							
公正な取引確保に向けた取り組み							
・わかりやすいマニュアル整備及び市場関係者への周知徹底	◎	○		◎	●		
・取引ルールに関する課題の整理と見直し検討	◎	○		○	●		
・取引ルールの遵守状況に関するチェック体制構築	◎	○		○	●		
・コンプライアンスマニュアルの遵守徹底及び定期的な研修会の実施	◎				●		
取引監視体制の強化							
・卸売場への入場規制強化対策	○	○		◎	●		
・卸売場へ入場する人の身分確認ができる体制構築	◎	○		◎	●		
・監視カメラ設置と運用の検討	◎	○		○	●		
戦略3 危機管理体制の確立							
非常時対応マニュアル等整備							
・市場全体としての組織体制やマニュアル整備及び周知徹底	○	○		◎	●		
・各事業者における事業継続計画（BCP）整備の検討	◎	◎		○		●	
非常用設備の強化							
・非常用自家発電装置の設置	○	○		◎		●	
防災訓練の充実							
・火災以外の地震や津波等、様々な災害を想定した訓練内容の検討	○	○		◎	●		
・各事業者における初期防除体制の確認徹底	◎	◎		◎	●		
他市場との連携強化							
・「全国中央卸売市場協会災害時相互応援に関する協定」に基づいた他市場との相互応援体制の構築	○	○		◎		●	
・卸売業者間による協力応援体制の構築	◎			○	●		
施設の適切な維持管理							
・施設の長寿命化を踏まえた修繕計画の作成	○	○		◎	●		
・市場関係者における利用方法の周知徹底（丁寧かつ適切な使用方法）	◎	○		◎	●		
戦略4 市場認知度上昇に向けた取り組み							
イベントを活用した市場PRの検討							
・自社の取り組みを通じた市場のPR	◎	○		○	●		
消費者を対象とした講座等の充実							
・出前方式によるフラワーアレンジメント教室等の開催	◎	○	○		●		
・「いい夫婦の日」「愛妻の日」「バレンタインデー」などに合わせたフラワーアレンジメントの展示	◎	○	○		●		
マスコミ、ホームページ等からの情報発信強化							
・旬の食材、料理方法、良い商品の見分け方等、消費者が興味を引く情報の発信	◎				●		
・各事業者のホームページ改善充実	◎	◎		◎	●		
・フェイスブック等新たな情報発信ツールの検討	◎			○	●		
戦略5 食育・花育活動の推進							
イベントを活用した食育・花育推進							
・市場において花育を意識した企画の実施	◎	○	○	○	●		
教育機関等における普及推進活動							
・小学校等への出前授業の拡充	◎			○	●		
消費者を対象とした講座等の充実（再掲）							
・市場において花育を意識した企画の実施	◎	○	○		●		
・「いい夫婦の日」「愛妻の日」「バレンタインデー」などに合わせたフラワーアレンジメントの展示	◎	○	○		●		
マスコミ、ホームページ等からの情報発信強化（再掲）							

安心・安全な生鮮食料品等の提供

情報発信の強化

取り組み事項		取り組み主体				実施時期		
		卸	仲卸	売 買 参加者	開設者	短期	中期	長期
情報 受 信 の 強 化	・旬の食材，料理方法，良い商品の見分け方等，消費者が興味を引く情報の発信	◎				●		
	・各事業者のホームページ改善充実	◎	◎		◎	●		
	・フェイスブック等新たな情報発信ツールの検討	◎			○	●		
戦略6 生産者と消費者への情報提供								
	生産者と消費者の交流事業の充実							
	・新潟県花き振興協議会等と連携した事業の取り組み	◎			○	●		
	卸，仲卸，買参人との連携強化							
	・卸，仲卸，買参人（量販店等担当者）とともに産地へ出向き，消費動向にあわせた出荷形態や新商品の開発など提案型営業の実施	◎	○	○			●	
新 し い 視 点 で の 取 り 組 み 強 化	戦略7 ブランド化に向けた取り組み							
	産地育成を兼ねたブランド商品開発							
	・産地との新商品開発や契約取引などの推進	◎					●	
	・卸，仲卸，販売指定店（量販店），産地との懇談会を開催し「具体的販売戦略」についての検討	◎	○	○			●	
	関係機関との連携強化							
	・新潟県花き振興協議会との連携による新潟ブランド化推進	◎	○	○			●	
	新潟市来訪者への積極的PR活動							
	・市内施設等での展示PR活動による情報発信	◎	○		◎		●	
	戦略8 積極的な販路拡大の推進							
	量販店への対応							
・産地から量販店のセンター納品への対応（商物分離取引）	◎					●		
輸出力の強化								
・行政や各協議会等と連携し輸出に向けた取り組みの検討	◎			○			●	
宣伝活動の強化								
・行政や各協議会等と連携した宣伝活動	◎				●			
・市外来訪者の多いイベントを活用した宣伝活動	◎			◎		●		
戦略9 労働環境の改善と人材育成に向けた取り組み								
継続して働きやすい労働環境の推進								
・働き方に対する意識改革の推進	◎					●		
・休暇を取得しやすい職場環境づくり	◎					●		
・職場環境改善に取り組むための制度作りと実施体制整備	◎					●		
人材育成に向けた取り組みの推進								
・場内事業者間で共有できる勉強会や研修会の開催	◎	◎		◎	●			

【凡例】※取り組み主体…◎：実施主体 ○：サポート

※実施時期…短期（3年以内），中期（5年以内），長期（10年以内）とする。