Ⅳ　府市場の基本戦略について

　府市場の強みを生かし、課題を解決するための方向性から、市場のとるべき方策を基本戦略として定めるとともに、それに基づく取組み（＝行動計画）を実施することにより、将来像である“競争力のある市場”の実現を目指します。

**場内外の連携強化で
「活性化事業」に取り組む市場**

戦略４：産地や量販店、大学等との共同事業の
展開

**場内事業者の「自律的な取組み」を重視する市場**

戦略５：場内一丸での場内ルール順守の徹底

**流通の変化に対応した**

**「機動性」のある市場**

戦略１：広域的な集荷・転送・分荷機能の強化

**ニーズに対応した**

**「付加価値」を重視する市場**

戦略２：コールドチェーン化の推進、加工機能等の
充実

**「民間活力」をフルに活用する
開かれた市場**

戦略３：指定管理者による効率的な運営、
外部活力の導入

方向性１．

立地条件を生かした集荷力の強化

方向性２．

施設・設備の更新

方向性３．
効率的・効果的な市場運営

方向性４．

場内事業者の連携による
販売力の強化

方向性５．
消費者等への販路開拓・
維持

方向性６．
市場PR能力の向上

方向性７．
場内ルールの強化

方向性８．

災害対応能力の向上

(1)荷捌き・積み込みスペースの充実

(2)車両動線の確保による、長距離ドライバーの待機・荷下ろし時間の短縮

(3)場内事業者が実施する輸出の取組みに対する環境整備

(4)駐車場区画の見直し

(1)電気容量の増強、機能強化

(2)加工施設や冷蔵庫の自主的整備

(3)市場冷蔵庫の活用

(4)空店舗・施設の活用

(5)遮熱対策（クーラー排熱対策、断熱塗装など）

(1)指定管理者による効率的な管理運営

(2)近郊売場の充実（大阪産（もん））

(3)買出人の増加に向けた取組みの実施

(1)川上・川下との連携強化（トップセールス、「市場まつり」等の冠イベント　など）

(2)大学やホテル、食育関係団体等との共同事業（イベント）

(3)見学者対応の充実、メディア戦略

(4)ネットを活用した販売チャネルの拡大

(1)直接集荷や第三者販売等の申告の適正化

(2)施設の無断使用の防止、ルールの構築（施設利用状況の情報共有）

(3)災害等に強い市場づくり（BCPの随時見直し、防災訓練の実施）

(4)安全で環境にやさしい市場づくり（LED導入、自然エネルギーの活用）

(5)清潔で美しい市場づくり（品質管理、廃棄物減量化）

基本戦略に基づく行動計画

**“競争力のある市場”の実現へ**