

組合ビジョン・中期計画策定 大阪市中央卸売市場総合直売協同組合

大阪市中央卸売市場総合直売協同組合では、大阪府の平成27年度組合等事業向上支援事業における「組合ビジョン・中期計画策定支援」に取り組みました。

昨今、高齢化社会における「食」の安全性や鮮度への意識の高まりの中、中央卸売市場を取り巻く環境は大きく変化し、大阪府内における安全で新鮮な「食」の安定供給に貢献する必要性に迫られています。このような情勢の中、当組合が現状を認識し、課題解決に向けた方向性を示すビジョンを検討する必要性がありました。

大阪府中小企業団体中央会支援のもと、上記課題解決に向けた検討会を合計5回開催し、以下のとおり、組合ビジョン・中期計画を作成しました。

取り組んだ結果、「いつ会っても、楽しい市場に」そして「組合員の成長・発展に寄与する全員参加型の組合活動」を実現するために、平成30年に組合員数を「100事業者にする」という目標ができ、それを実現するために、組合員の相互理解が図られるなど「横の連携」が強化されました。

組合のミッションと課題

(1) 組合のミッション

委員会では、組合のミッション（使命）についての考察を行った。

その結果、①組合員に向けてのミッション、と②地域社会に対してのミッションが存在することを確認した。

①組合員に対してのミッション

- ・多様な業種業態で構成されている組合員に対しては、個店が有する専門性とオリジナリティを活かしたお店作りを支援していくこと。
- ・多種多様な業種業態で構成される組合員から出される要望やニーズを取り纏め、できるだけ合意形成を図って、組合員にとって有益な共同事業を企画、運営すること。

②地域社会に対してのミッション

- ・中央卸売市場内の卸売業者や売買参加者等が利用しやすい店作りを支援し、市場内でワンストップで買い物ができるようにすること。
- ・一般消費者へ中央卸売市場内の各店舗のPRを実施し、さらに気軽に市場内で買い物ができる企画を運営すること。

(2) 組合として取り組むべき課題

委員会では、再確認した組合のミッションと、アンケートの結果から、取り組むべき課題を抽出した。以下にその項目を挙げる。

- ①組合員の求心力となりうる「理念」「ビジョン」を制定すること。
- ②イベント等を通じて、各店舗の専門性を活かしつつ、中央卸売市場内外における組合員の各店の認知度向上を図り、各組合員が成長、発展していくこと。
- ③業種業態が多様であるが故に、さまざまな連携の組合せが考えられるが、中央卸売市場に来場される卸売業者や一般消費者の利便性向上に連携事業を行っていくこと。
- ④市場内の他の組合との間においても、連携共同事業がお互い実施できるのか否かについての議論の場には参加していく。
- ⑤市場内外のお客様が安心して、また楽しく物品を購入できるよう、情報発信等によって個々の店舗を支援していくこと。
- ⑥市場内外への情報発信のベースとした「組合ブランド」構築を検討すること。

組合の発展、魅力ある組合作りに向けた提言

(1) 組合ビジョン

これまでの討議の結論として、ビジョン検討委員会は、組合に対し、「組合ビジョン」の制定を提言する。

委員会では、組合のあるべき姿をビジョンとして検討してきた。ビジョンとは、あるべき姿を表すと同時に、今後とも変化し続ける環境にどのように対応し、適応していくかの方向を示すものである。その方向性を端的に表現したものが、以下である。

いつ会っても、楽しい市場に。

また、上記のビジョンを達成するために必要な、あるいは達成できている状況を数値で表現することを検討した。その結論として、

- ・ **組合員数100事業者** を数値目標とした。

(2) 組合事業の拡充と魅力づくり

ビジョン達成のためには、前項で示した課題に取り組み、組合事業の拡充と、魅力づくりを行う必要がある。その観点から、本年秋に実施される「中央卸売市場開設85周年事業」でのイベント開催を契機とした、実行すべき施策を検討した。

- ①中央卸売市場開設85周年事業でのイベント開催を、組合と各組合員の役割を明確にし、イベント開催中もイベント開催後も、各組合員の個店の来店客を増やしていく仕組みを企画し、全員参加型の組合活動へと変えていく。

【組合サイドの役割】

「組合」としてはイベントそのものの宣伝や来場者案内などの運営に特化し、組合員をサポートする立場とする。「組合」は今まで実施してきたイベントの来場者リストを保有していることから、当該リストを活用し、イベントへの来場案内を実施する。

イベント終了後も来場者リストを更新し、次回イベントに活用する。こうした流れを作ることで、イベントへのリピーターを増やしていく取組を継続的に実施していく。

例えば、「ごぼの朝市」との共同イベント開催へと繋げていくことでイベントリピーターを増やしていく取組を継続して実施していく。

こうした取組によって、イベントを単発的に終わらせるのではなく、次に繋がる継続的な取組へ、そして組合員にとって継続的に有用な取組へと変えていく。

【組合員サイドの役割】

「組合員」は、イベントにおいては販売に専念する形で、販売者として、イベントの主演者としての役割に徹していく。

組合サイドから提供されるリストを活用し、各組合員の主体性による、イベントのリピーター創出、あるいは自店が実施する独自の「販売促進活動」や「新商品開発」などの対外的PR(DMやメルマガや紙媒体など)を実施していく。

組合員にはイベントに積極的に関与することが、自店独自の日常の来店客増加に繋がっていくことを実感してもらう。

- ②イベント開催を契機に、イベントの非日常性と個店での日常を結び合わせると同時に、各組合員の相互理解が更に進むよう、組合が主導して、各組合員が「情報交換できる場」「交流できる場」を創出していく。
- ③そうした「情報交換ができる場」「交流できる場」から、組合員個々の専門性を活かした連携・共同事業が生み出されるよう、組合が支援を行っていく。
- ④組合員が出店する個店とその個店の取組、あるいは連携・共同事業による取組事例や更には成功事例を、組合ホームページや会報誌等の媒体を通じて、内外に情報発信する。
- ⑤こうした取組事例や成功事例を内外に発信することで、その先にある「組合ブランド」の創出を目指していく。