

京都市中央卸売市場第二市場の在り方  
概要版

平成 20 年 11 月

京都市中央卸売市場第二市場の在り方検討委員会

## 目 次

1	京都市中央卸売市場第二市場の在り方検討の趣旨	1
2	第二市場の概要と現状	1
	(1) 概 要	1
	(2) 第二市場の取引状況などの状況	1
3	第二市場を取り巻く環境の変化	3
	(1) 第二市場を取り巻く流通環境や消費動向の変化	3
	①市場外流通の増加による供給状況の変化	3
	②流通構造の変化	4
	③消費者ニーズの変化	5
	(2) 国の卸売市場行政の動向	5
	①食の安全・安心への対応（卸売市場における品質管理の高度化への対応）	5
	②規制の弾力化	5
	③市場機能の強化	5
4	第二市場の課題と改善に向けた取組方策	6
	(1) 財政の健全化	6
	①経営戦略と目標設定	6
	②売上増や付加価値増に対する取組	7
	③受益者負担の在り方の見直し	7
	④歳出削減	8
	(2) 市場全体の課題と活性化	8
	①品揃えの充実や活性化	8
	②市内供給率の向上	8
	③売買参加者の増加に伴う市場の活性化	9
	④市民に向けた情報発信	9
	⑤京都府との連携	10
	(3) 市場の中核をなしている「京都食肉市場株式会社」の経営改善	10
	①京都市による卸売会社への提言機能の強化	10
	②卸売会社等の経営改善	10
	(4) 市場施設老朽化等への対応	11
	①建物内部設備等への対応	11
	②建物本体の老朽化等への対応	12
	(5) 今後の運営形態の在り方 （市民、消費者に信用、信頼される運営体制）	12
	①卸売市場の運営形態	12
	②現状の市場運営形態	13
	③目指すべき市場運営形態	14
	④業務委託と公設民営化	14
5	今後の第二市場の在るべき姿、将来ビジョン	15
資	料	18

## 1 京都市中央卸売市場第二市場の在り方検討の趣旨

### ○京都市中央卸売市場第二市場（以下「第二市場」という）の運営状況

- ・現在の第二市場の市場財政は、歳入総額の約9割を一般会計からの繰入金に依存、慢性的な赤字状況にある。
- ・卸売会社の経営も、特に兼業業務であると畜業務、付帯業務である配送業務は慢性的な赤字となっており、京都市からの補助金により経営を維持している状況にある。
- ・卸売市場法改正に伴い平成21年度から実施の委託手数料弾力化等の市場間競争の激化にも対応していくことも喫緊の課題となっている。
- ・第二市場は、安全・安心な食肉を、安定した卸売価格により京都市民に安定的に供給するという大きな公的な役割を担っている。
- ・このような状況を踏まえ、第二市場の財政健全化に向けた経営改善の方途や効率的な運営方法等について検討し、第二市場の在り方をとりまとめることを目的とする。

## 2 第二市場の概要と現状

### (1) 概要

#### ○第二市場の概況

- ・昭和44年（1969年）10月中央卸売市場法（現卸売市場法）に基づき、と畜場を併設した食肉専門の中央卸売市場として全国で9番目に開設された。

#### ○全国の食肉中央卸売市場

- ・京都市のほか、仙台市、さいたま市、東京都、横浜市、名古屋市、大阪市、神戸市、広島市、福岡市の計10自治体に食肉中央卸売市場（以下10市場と表記）がある。

#### ○第二市場の関連事業者の状況

- ・卸売業者が1社（京都食肉市場株式会社）
- ・買受人団体が1団体（京都食肉買参事業協同組合）  
買受人として売買参加者が257名
- ・第一種関連事業者が京都副生物卸協同組合、株式会社中畜運輸
- ・第二種関連事業者が銀行1行（京都銀行）  
格付機関が1団体（社団法人日本食肉格付協会）

#### ○第二市場の役割

- ・食肉流通の要として、市民に安全で安心な食肉を安定供給すること
- ・生産者の出荷拠点、取引の適正化、公正な卸売価格の形成などの役割を担う
- ・牛・豚の入荷、と畜解体、せり等、一連の業務は卸売業者（京都食肉市場株式会社）が実施
- ・京都市においては、市場の開設者としての立場から、これらの取引等が法律（卸売市場法等）・条例（京都市中央卸売市場業務条例）等に則して、適切に行われているかなどの点を中心に、卸売業者や関連事業者などの指導監督、また、と畜場の機械類等の施設の維持管理などを行う。

### (2) 第二市場の取引状況などの状況

#### ○第二市場の取扱高と特徴

- ・平成19年度の取扱状況は、牛と畜頭数が8,199頭（10市場中10位）、豚と畜頭数が15,491頭（同9位）、総取扱金額85億519万756円（同9位）

- ・特色としては、和牛上物市場で、と畜頭数における和牛の割合は、78.3%と高いことがあげられる。

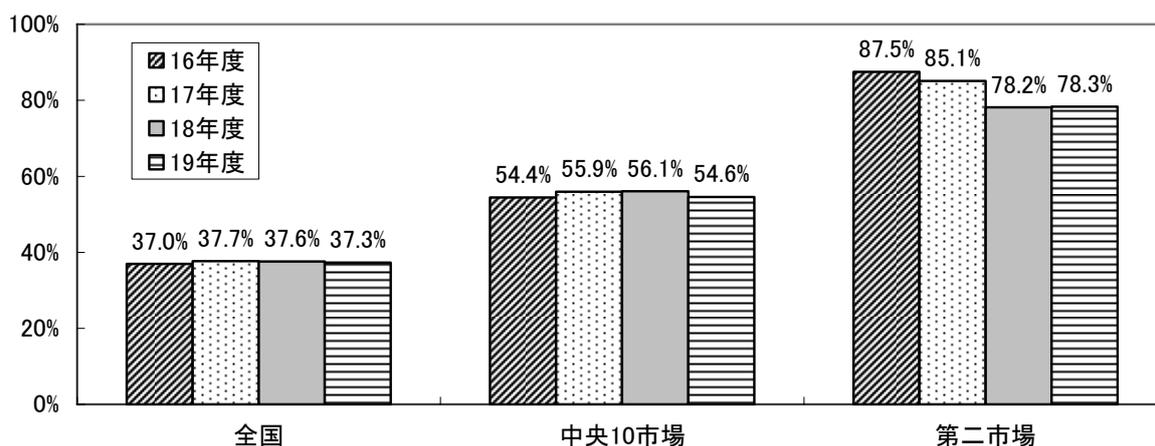
### 全国中央卸売市場 10 市場の 19 年度取扱状況

(単位：頭・円)

	牛と畜頭数	豚と畜頭数	総取扱金額
東京	93,996	206,819	112,846,630,601
大阪	37,768	85,677	31,207,296,038
仙台	23,695	122,492	19,304,063,557
名古屋	13,409	219,968	18,956,107,163
横浜	16,459	128,562	15,964,585,387
福岡	17,269	78,776	15,704,946,517
神戸	13,213	10,795	13,350,551,671
さいたま	22,306	56,253	11,059,233,627
京都	8,199	15,491	8,505,190,756
広島	10,254	36,249	5,879,214,280

※ 総取扱金額には、牛・豚・馬・部分肉・副生物等、全ての物品を含む。

### と畜頭数における和牛占有率(16年度～19年度)



(単位：頭)

		16年度	17年度	18年度	19年度
全国	成牛	1,242,630	1,217,212	1,198,516	1,213,530
	和牛	459,789	458,616	450,223	452,469
	占有率	37.0%	37.7%	37.6%	37.3%
中央10市場	成牛	256,980	253,735	250,534	255,639
	和牛	139,921	141,822	140,545	139,531
	占有率	54.4%	55.9%	56.1%	54.6%
第二市場	成牛	7,144	7,049	7,493	8,199
	和牛	6,253	6,001	5,858	6,417
	占有率	87.5%	85.1%	78.2%	78.3%

## ○全国の中央卸売 10 市場との比較

- ・平成 19 年度の決算見込みにおける 10 市場と比較した第二市場の財政状況は、以下のような状況にあり、現在の第二市場の運営は、非効率かつ経営基盤が脆弱であるといえる。
- ・歳入の約 9 割を一般会計からの繰入金に依存している（10 市場中 1 位）。
- ・収入に占める営業収益の比率が低い（同 7 位）。
- ・営業費用に占める職員給与費の割合が高い（同 3 位）。しかも、と畜場を開設者が運営していない 7 市場の中では、最も高い。
- ・職員一人当たりの営業収入が低い（同 9 位）。
- ・市民 10 万人当たりに対する職員数は多い（同 4 位）。しかも、と畜場を開設者が運営していない 7 市場の中では、最も多い。

		他会計繰入金割合	営業収益割合	職員給与費割合	職員 1 人当たりの営業収入 (千円)	市民十万人当たりの職員数 (人)
と畜業務を卸売会社などに委託	仙台	55.3%	35.6%	9.2%	45,584	0.97
	さいたま	42.0%	50.9%	17.6%	29,109	0.67
	横浜	57.9%	6.4%	7.8%	41,064	0.72
	名古屋	39.9%	17.6%	8.3%	69,998	1.03
	京都	87.0%	11.2%	25.2%	4,859	1.23
	神戸	82.0%	13.1%	8.7%	19,265	0.65
	福岡	58.7%	7.4%	1.9%	266,349	0.21
と畜業務を開設者が運営	東京	49.5%	29.1%	31.5%	12,539	2.38
	大阪	60.6%	26.7%	38.6%	8,227	4.35
	広島	83.6%	7.5%	18.8%	4,267	4.39
10 市場平均		57.4%	20.0%	20.5%	15,702	2.06

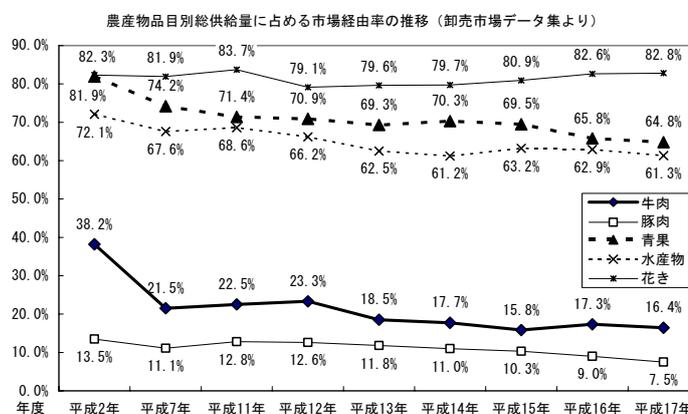
注) 他市場との比較を行うため「平成 20 年度中央卸売市場食肉部会資料」に基づき、公債費繰入金を平準化して算出。

## 3 第二市場を取り巻く環境の変化

### (1) 第二市場を取り巻く流通環境や消費動向の変化

#### ①市場外流通の増加による供給状況の変化

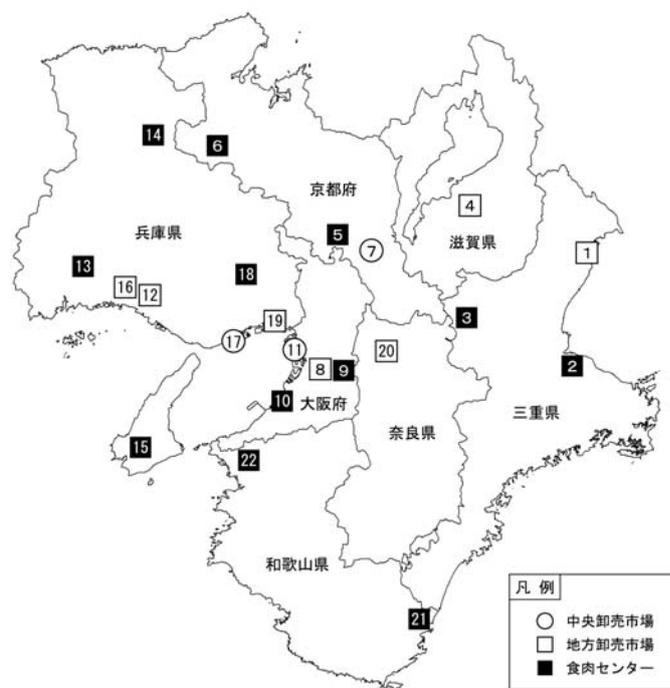
- ・青果や水産物と違い、非常に市場経由率が低い品目。
- ・要因としては、平成 3 年 4 月からの牛肉輸入自由化による輸入肉の増加や産地でのと畜増加により、中央卸売市場を



経由しないで販売される市場外流通の食肉の割合が増加していることに起因。今後もこのような傾向が続いていくと推測される。

### ○近畿圏内の卸売市場等の状況 図 近畿の食肉卸売市場等のマップ

- ・三重県を含む近畿圏では、卸売市場や食肉センターが合計 22 カ所
- ・内訳は、中央卸売市場が 3 カ所、地方卸売市場が 7 カ所、食肉センターが 12 カ所
- ・卸売市場や食肉センターが大変密集しており、過剰気味の状況を示している。
- ・国の卸売市場法の改定を受け、市場の集約化や市場再編の動きもみられる。

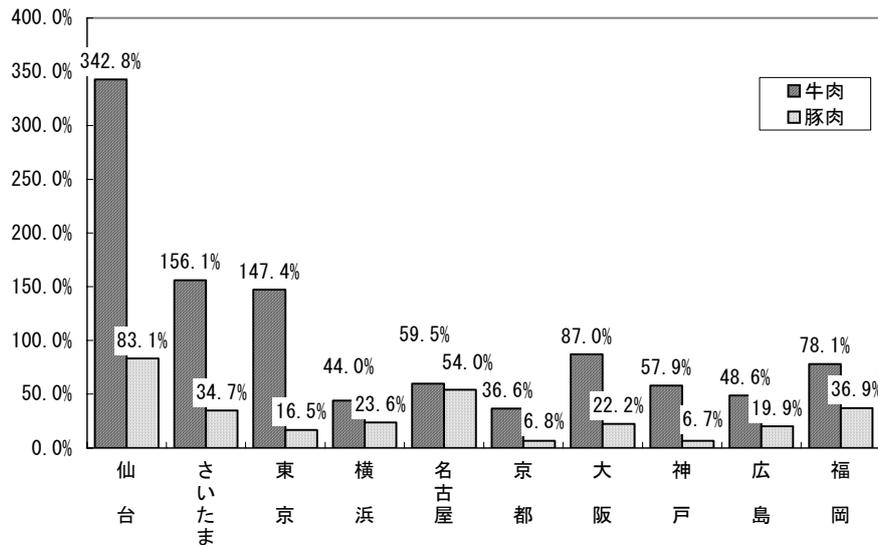


出典：(独) 家畜改良センター

### ②流通構造の変化

- ・流通構造では、スーパーの増加により小売店の減少傾向が顕著となっている。
  - ・仕入れの状況も、スーパーは大手食肉市場からの「一括大量仕入れ」や食肉卸売市場を経由しない「産地での買付け」などの購入が多くなっている。
  - ・食肉専門店も、卸売市場より大手メーカーからの仕入れに頼る状況が増加傾向。
  - ・小規模店では、枝肉一頭を「せり」落とすのではなく、必要な部位を部分肉としてメーカーから仕入れるという状況が多くみられる。
  - ・第二市場の牛肉の市内供給率は、昭和 63 年当時約 67%が、平成 19 年では 36.6%と減少傾向。
  - ・第二市場の売買参加者は小売店中心。
- 登録者数は、昭和 63 年度 323 業者が平成 19 年度 257 業者に、年間購買者数も昭和 63 年度 156 業者が平成 19 年度 89 業者にとともに減少。

中央卸売市場の各都市への供給状況（平成19年度）



### ③消費者ニーズの変化

- ・食肉は、専門店での購入割合が高い品目だが、スーパーでの購入割合が増えてきており、相対的に専門店での購入割合が低下してきている。
- ・できあいの総菜の購入や加工品の購入機会の増加に伴った家庭での調理機会の減少や外食・中食の機会増の影響と、少子高齢化等の影響で家庭での消費が伸びない状況もある。

## (2) 国の卸売市場行政の動向

平成16年6月に卸売市場法が「安全・安心」で「効率的」な流通システムへの転換が図られるよう改正された。

特に、食肉市場については輸入食肉の増加、部分肉流通の進展等に即応して集荷・販売力の向上を図る等、価格形成市場として十分な機能が発揮し得るよう整備し、運営の改善を図ること、老朽化、過密狭隘化の著しい市場については、PFI（民間の資金とノウハウの活用による公共施設等の整備手法）事業の活用等により、計画的に再整備を図ること、また、施設管理については、民間委託の推進等により、市場使用料の抑制等流通コストの低減に努めるものとされている。

### ①食の安全・安心への対応（卸売市場における品質管理の高度化への対応）

食肉市場にあつては食品衛生法の遵守は当然のこと、と畜段階では、「HACCP（ハサップ・危害分析重要管理点）」による衛生管理の導入が求められている

### ②規制の弾力化

- ・商物一致の規制緩和
- ・買付集荷の自由化
- ・第三者販売や直荷引きの弾力化

### ③市場機能の強化

- ・卸売市場の再編の促進
- ・業務内容の多角化（卸売業者等の事業活動に関する規制の緩和）
- ・仲卸業者に対する財務基準の明確化
- ・取引情報公表の充実

- ・卸売手数料の弾力化（平成 21 年 4 月 1 日から実施）
  - 第二市場における委託手数料弾力化への対応（平成 20 年 9 月 8 日中央卸売市場第二市場取引委員会，運営協議会了承）
    - i 委託手数料率の設定について卸売業者の届出制を採用
    - ii 卸売業者からの 3 年間の事業計画書等の提出
    - iii 手数料率の変更は毎年 1 回（7 月 1 日）
    - iv 奨励金制度の開設者承認制の継続

## 4 第二市場の課題と改善に向けた取組方策

第二市場をどのような市場として今まで以上に市民生活に貢献させていくのか，又，市民生活に必要な市場として存続させていく必要があるのかを含め，多面的に検討していく必要がある，市場の運営や経営面，供給や衛生面での拠点としての在り方，市民に向けた情報発信の在り方などから課題と改善に向けた方策について検証する。

### （1）財政の健全化

- ・歳入の 9 割弱が一般会計からの繰入金で，営業売上である使用料収入は，1 割弱。
- ・市場使用料，光熱水費等は，受益者負担の原則から，市場施設を利用して行われる営業活動の対価として支払われるべき義務的経費であり，少なくとも市場運営の経常的な経費は使用料によってまかなわれるべきものである。
- ・市場の自立的な運営，財政の健全化のためには，市場使用料等を適時適切に改定していくことが必要である。
- ・これ以上の市場運営費に対する一般会計からの繰入金の増加は見込めない中，歳入の抜本的な改革の必要性に迫られている。
- ・繰入金の上限設定や毎年の削減目標の設定・年次計画や中・長期の事業計画を策定し，販売高増や付加価値増による財務内容の改善にも着手する必要があるといえる。
- ・歳出削減に努める必要があり，人件費削減や光熱水費の無駄を減らすこと，委託料の見直し，負担金補助交付金についての見直し等による歳出削減に取り組む必要がある。更には，健全性及び効率性及び収益性などの観点から見て，単に歳出の削減と歳入の増収に努めるだけでなく，市場の運営形態や卸売会社への補助金の見直し等を含めた抜本的な改革を行っていく必要がある，第二市場が自助努力で改善に積極的に取り組む姿勢がまさしく問われている。

## ○市場運営や卸売会社経営の視点

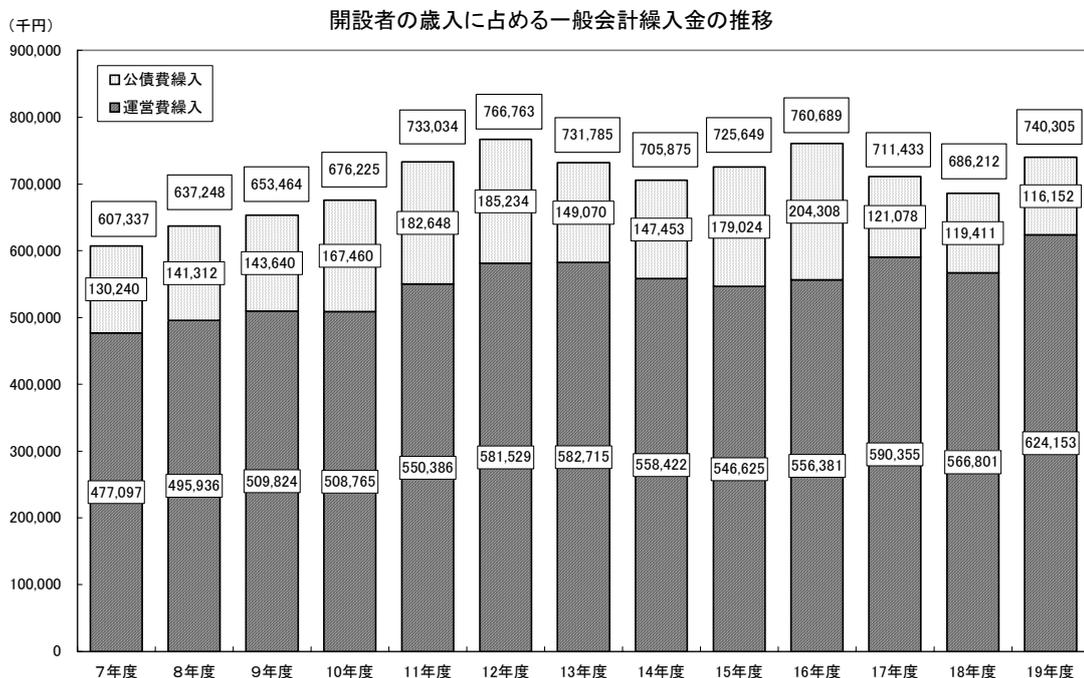
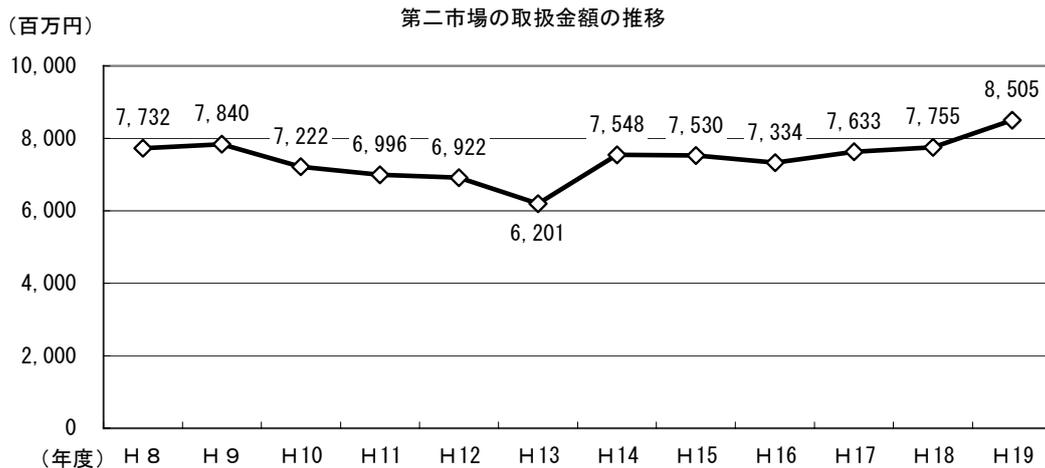
### ①経営戦略と目標設定

- ・中・長期の経営計画策定や進捗チェックによる達成目標の設定とそれに至る行程表（ロードマップ）の策定，及び，それに基づく経費削減や売上拡大に向かう方策の検討と実施による活性化を図る必要がある。
- ・市民の「食の安全・安心」や食肉の供給拠点として必要な施設だが，赤字体質で，歳入の割合が一般会計からの繰入金で 9 割弱に上っており，繰入金に頼った運営から脱却できていない状況となっている。
- ・繰入金に対する上限の設定や歯止めが必要で，目標数値を定めてそれにつながる行

程表（ロードマップ）の作成により，繰入金の削減にまず努める必要がある。

## ②売上増や付加価値増に対する取組

- ・現状の市場会計を見ると，歳入の9割近く（運営費では7割強）を一般会計からの繰入金でまかなっている。市場では，一般企業と違い事業目的が限られ自由度が少なく，歳入項目が限られている状況ではあるが，現在の主要産地である京都府や鹿児島県，長野県からの更なる出荷増や新たな産地開拓によると畜頭数増や部分肉の販売や共同購入の実施などのきめ細かな対応による販売増の取組や使用料等の見直しによる歳入の利益率の増加策の取組が必要である。

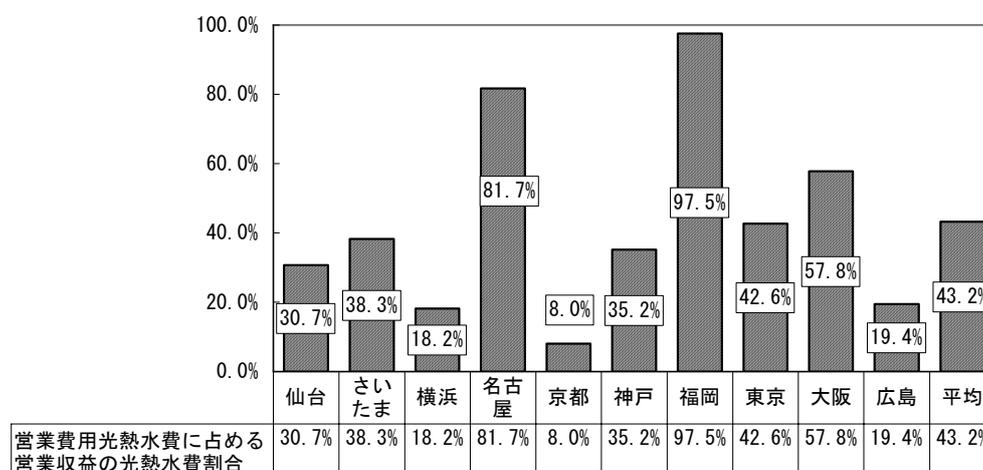


## ③受益者負担の在り方の見直し

- ・市場使用料は，市場の運営を支える根幹的な財源であり，市場利用者が，営業活動の対価として，受益者負担の観点から適正に負担すべき料金である。実質的には平成2年度以来，長年改定されていないため，他市場の徴収状況とかけ離れている光熱水費とともに，受益者負担の見直しを図るとともに，無駄がないか利用

の見直しを行って歳出削減に努め、収支の改善を行っていく必要がある。

開設者の営業費用光熱水費に占める営業収益光熱水費営業費用の割合（19年度）



#### ④歳出削減

- ・歳入の増加と合わせて、対費用効果の観点から歳出についても全体を見通した上で抜本的な見直しを行う必要がある。
- ・歳出項目では、やはり大きなウェイトを占めている人件費の削減が最も効果的なこともあり、人員削減による人件費削減に取り組んでいく必要がある。
- ・また、無駄を省き、光熱水費等の削減を図っていくことも必要である。  
合わせて、補助金についての見直しを検討して、歳出の圧縮を行っていく必要がある。
- ・歳出削減に対しては、現在、一部で導入されている民間委託の拡大を検討し、将来的には、市場組織体制の見直しと併せて、市場運営の全体を委託することも視野に入れる必要がある。
- ・さらに、委託料についても、より効率的な運営を目指すことにより、人件費削減に見合った委託料水準が求められている。
- ・具体的には、数値目標を持って取り組み、進捗状況のチェック体制を明らかにして、目標を達成していく体制づくりが必要となっている。

## （２）市場全体の課題と活性化

### ①品揃えの充実や活性化

- ・現状では、産地が鹿児島、長野、京都が中心となっている。これらの産地からの更なる出荷増と他産地の開拓により、集荷増と品揃えの充実を図る必要がある。
- ・特に、第二市場は生産者と小売店との繋がりが深く、消費者の購買要望がダイレクトに生産者に伝えられるという特徴を生かし、小売店の要望や消費者ニーズの把握を行い、ニーズに沿った形で、バラエティーに富んだ品揃えを実現できる集荷対策の実行が求められている。

### ②市内供給率の向上

- ・牛肉の市内供給率は 36.6%という状況であり、更なる供給率向上を目指し、安定供

給に寄与する量的確保策の策定が必要である。

- ・同時に、市民の食の安全・安心の確保に充分寄与して行くことも求められており、「HACCP（ハサップ）」の取得などを積極的に進めていくことも必要である。

### ③売買参加者の増加に伴う市場の活性化

- ・市場の活性化においては、何よりもせりの活性化が最も重要であり、集荷頭数の増加と売買参加者の増加の両者が求められる。
- ・そのためには、従来、売買参加者でなかった事業者の開拓を行うことや売買参加者の資格を有していてもせりに参加していない休眠買参者の意向を把握する取組が求められる。

また、休眠買参者等の意向に沿った形で、現在、枝肉を一頭買いできない小規模な事業者への対応策としての共同購入制度や半頭せり、部分肉の販売、部分肉せりの実施など、従来せりに参加しにくかった事業者への配慮や市場の見学会等の実施による呼び寄せ策、知識や技能習得会の実施による若手の育成などを行い、市場全体で活性化していく施策の取組が必要である。

- ・さらに、コンプライアンスの重視、公平で透明性のあるせりの実施も売買参加者の増加には必要不可欠である。

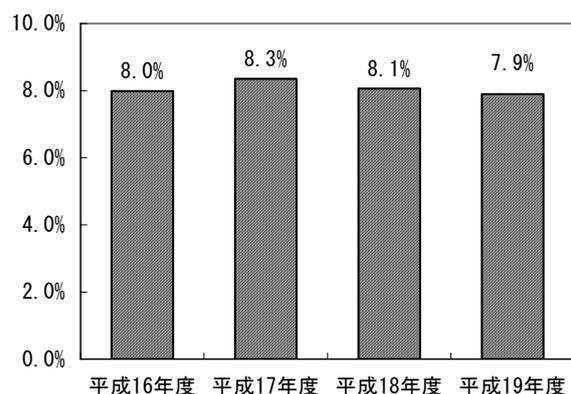
### ④市民に向けた情報発信

- ・中央卸売市場としては、青果・水産の中央卸売市場である第一市場は大変有名であるが、それに比べて、第二市場の認知度は低い状況である。もっと市民に「食の安定供給の拠点」であることや「市民の食の安全・安心の拠点」としての活動、「食育に果たす役割」を担っている施設であるといった食に対する貢献をしていることについての認知と啓発を図る必要がある。

例えば、市民からの愛称募集やキャラクター・マスコット募集による認知度の向上、市民に愛される市場としての取組や市場見学会や食肉料理教室などを開催するなかで、「生き物の命によって、命を守ってもらっている」という第二市場の重要性についての市民へのアピールや生産者訪問等により、牛等の肥育を実際に見てもらうことも大切な取組である。

- ・BSE対策に見られるように、食の安全・安心の確保の体制については、中央卸売市場の検査体制が大きな貢献をしていることをもっと積極的にアピールする取組も必要である。
- ・現在、第二市場では、衛生公害研究所による全頭検査などの対応で、食肉の安全性の確保に努めており、食の安全・安心の確保を行っている拠点としての存在感をもっと広く発信していくべきである。
- ・京都肉ブランドは、まだブランドとして広く認知されているという状況ではなく、小売店の店頭での販売促進と合わせたブランド浸透の活動への支援等によるブランド力の向上を図る取組が必要である。これをもつ

第二市場の取引中の京都肉の割合



と発展させて京都市第二市場でと畜した食肉について「京都第二市場発ブランド」として市民に浸透させることも他府県からの集荷を促すものとして考えられるところである。これらの事業には、市場関係者や団体も同様に市場活性化に協力して、取り組んでもらうことも重要となっている。

### ⑤京都府との連携

- ・第二市場が受け入れている府内産の出荷割合は、肉牛が約 19%、豚が約 38%と低く、地産地消の観点からも、出荷増を図っていく事が重要。
- ・「京都肉」「京都ぼーく」等といった府内産ブランドは、第二市場を経由したものに与えられるブランドで、取扱高が増えることが、生産者・出荷者、販売者対策ともなり、京都府との連携が欠かせない。
- ・出荷者としての京都府内の肥育農家の育成、ブランド品販売促進は、優秀な「種雄牛」の導入や生産者の周辺環境対策にも京都府の果たす役割は大きいことから第二市場の施設改修への支援も含め、京都府との一層の連携が必要である。
- ・京都府の「付加価値を高めた京都の畜産物増産アクションプラン」と連携し、府内畜産物の生産・流通拡大策への参加やミートフェアなどの機会を捉えての啓発活動の活性化などにおいても、京都府との連携を深めていく必要がある。

中央卸売市場の有る都府県の出荷・と畜状況

府県名	出荷頭数 (A)	と畜頭数 (B)	と畜/出荷 (C=B/A)	自県内と畜数 (D)	自県内と畜割合 (E=D/B)	出荷県数	備考
宮城	33,503	29,421	87.8%	17,361	51.8%	26	
埼玉	14,158	53,617	378.7%	7,067	49.9%	32	その他含む
東京	881	93,736	10639.7%	652	74.0%	42	
神奈川	5,046	19,973	395.8%	3,964	78.6%	34	
愛知	36,947	22,339	60.5%	17,509	47.4%	14	
京都	5,974	8,487	142.1%	2,656	44.5%	33	
大阪	1,700	73,108	4300.5%	370	21.8%	45	
兵庫	30,606	66,197	216.3%	20,734	67.7%	44	
広島	15,269	22,104	144.8%	11,596	75.9%	41	
福岡	19,540	49,931	255.5%	15,944	81.6%	23	

### (3) 市場の中核をなしている「京都食肉市場株式会社」の経営改善

場内の食肉卸売会社は、唯一の卸売会社として、と畜業務や集荷業務など市場運営における重要な役割を果たしているが、平成2年度以降は、営業利益が赤字となっている。卸売会社の経営状況は、自己資本比率が低い、労働分配率が高い、人件費が約60%と高いなど卸売会社自らが経営改善すべき状況にある。市場財政健全化に向けて、市場開設者とともに、運営の中核となっている卸売会社の経営改善に取り組む必要もあり、中・長期的な経営目標の設定とロードマップの作成による経営改善をしていく必要がある。

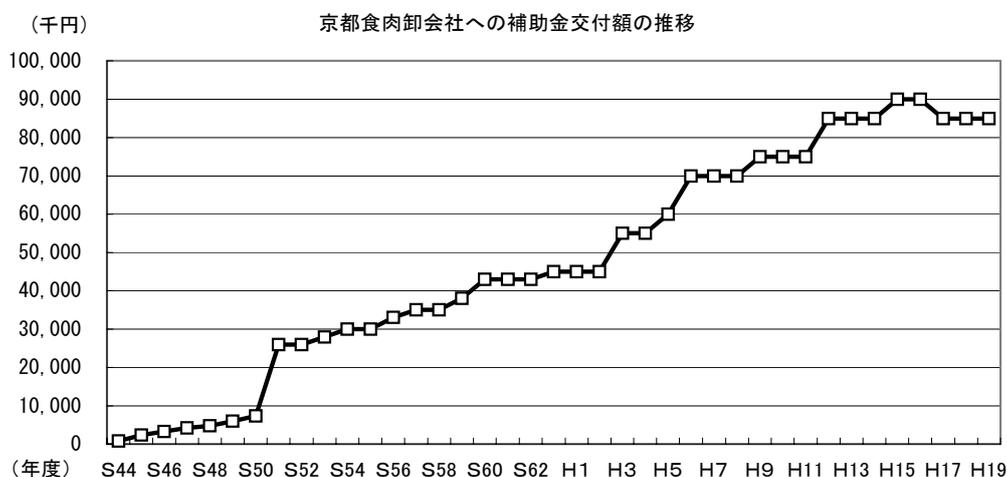
#### ①京都市による卸売会社への提言機能の強化

- ・開設者である京都市においては、市場運営に関わる様々な情報を収集・分析し、これを基に市場運営の中核となっている卸売会社の経営改善等の指導や提言機能を強化する。
- ・外部の監査機関による業務、財務監査により業務実態や営業内容を把握した上で、毎年の目標達成、いつまでに、どのレベルまでといった目標を明記し、毎年の進捗状況をチェックしていくことも必要である。

#### ②卸売会社等の経営改善

- ・第二市場全体の活性化を図るためには、卸売会社を始めとする関連業者が一体となって経営基盤の強化と経営の健全化に取り組むことが必要。

- ・戦略的な事業計画に基づき、市場の取扱高や販売機能強化に努め、販売数量や販売金額の増加に努めていくことが必要。
- ・歳入では補助金額が増加し、補助金に頼った経営となっている。これ以上の歳入不足を繰入金や補助金でまかなうことは、市場開設者も卸売会社も許されなくなっているのが現状である。卸売会社が複数でなく、競争がないことも一因となっている。
- ・まず、卸売会社自らが主体的に経営革新に努めていくとともに、業務の効率化やコスト削減などに取り組み経営基盤の強化を図って、硬直化した経営の見直しに直ちに着手することが必要な時期になっている。
- ・収入・支出の改善に取り組み、赤字体質からの脱却を目指し、長年据え置かれていると畜解体料などの見直しや出荷者の新規開拓や掘り起こしによる営業収入の増加に取り組んでいく。
- ・また、人件費・人員の見直しによる支出削減といった業務の改善に取り組む。
- ・現在の補助金に頼った経営でなく、卸売会社が独力で経営できる体制となり、将来的には市場の経営を卸売会社に全面的に委託するようなことも視野に入れて、そのための条件整備を行っていくことが求められている。
- ・早急に卸売会社のホームページを立ち上げ、市民向けにPRすることや売買参加者向けにせり単価の発信や出荷者への情報提供も大切な取組である。
- ・卸売会社自らが自社の方針や事業計画を作成することは大変重要で、中期計画や長期計画を立てて、社員に事業計画やビジョンを示し、共有してもらう人的な意識改革の取組も大変重要である。



#### (4) 市場施設老朽化等への対応

##### ①建物内部設備等への対応

- ・内部設備の新設や設備更新は、年度ごとの整備計画に基づき随時改修され、0-157対策、BSE対応等の緊急の設備更新についても実施され、最新の設備が導入されてきた。
- ・今後も、第8次整備計画に基づき、随時改良や必要な設備改修を行っていく計画となっている。平成20年度は「せり機の更新」を予定。今後も、「枝肉積出しドックシェルター」の設置や枝肉搬送ライン高さ不足解消を含めた枝肉搬送設備の高度化のため「枝肉搬送の自動化」、「と畜解体ライン、部分肉施設の牛・豚作業ゾーン」の

分離」，汚水処理施設整備のための「回転円板設備の円板の老朽化に伴う更新」等の高度な衛生面に配慮した最新の設備導入が計画されている。

- ・現在、「SSOP（衛生標準作業手順）」が卸売会社により策定されているが，他市場の調査結果からは，施設が最新となったから集荷が伸び，経営が改善されているものではなく，まず作業員等の衛生教育に最も力が入れている。第二市場においても，現有の施設で，「HACCP」の取得が可能な箇所については，取得を目指していく必要がある。

## ②建物本体の老朽化等への対応

- ・現在の建物本体は，開設時に建てられた建物で，建築後 40 年近くを経ている。
- ・現在の建物が，現在の耐震基準に合致しているかどうかについては，早急に耐震診断を行い，耐震基準をクリアしているかどうかの判定をする必要に迫られている。
- ・この耐震診断を踏まえた上で，建物全体の老朽化対策への対応について検討していく必要がある。
- ・建物を全面的に建て替えるとなると，およそ 100～180 億円程度の建築費が掛かると推測される。
- ・建設コストは施設使用料などに跳ね返ってきて，使用料の大幅な引き上げにつながっていき，関係者の負担増となり，卸売会社や関連事業者が負担して経営できるかを見極める必要がある。
- ・耐震診断結果を受けて，一部改修で維持可能であれば，衛生面の強化と効率化の観点から対応するための改修計画を策定し，「HACCP」や「ISO」取得を前提とした施設改修を行っていくことが必要である。

## （５）今後の運営形態の在り方（市民，消費者に信用，信頼される運営体制）

### ①卸売市場の運営形態

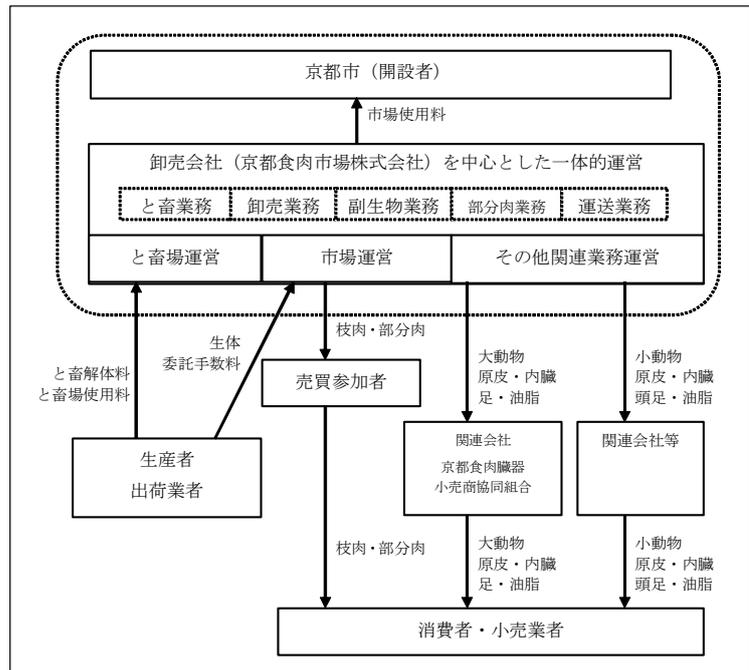
- ・食肉における卸売市場等の運営形態としては，中央卸売市場，地方卸売市場，食肉センターの 3 形態があり，第二市場は，中央卸売市場としてその機能を果たしている。
- ・せり売りによる価格設定が基本である中央卸売市場には，特に品質の個体差が大きい和牛にあつては，多数の購買者が集まり，出荷者にとって魅力があると同時に，誰でもせりに参加できるため，小規模な精肉店が多い京都等の購買者にとっても魅力的なものとなっている。
- ・入荷先が京都府以外に鹿児島県，長野県など全国に渡っており，中央卸売市場としてのネームバリューも無視できない。



### ③目指すべき市場運営形態

- ・ 今後は、市場運営の効率化を図る観点から「公設民営化方式」を採用することも一方途であり、卸売会社が、と畜場運営や市場運営等を担い、経営の一元化をすることにより、効率的な運営を行うことが望ましい市場運営の在り方だと考えられる。
- ・ 開設者の運営組織についても、中央卸売市場として一元化の取組も必要で京都市の関与・体制は縮小し、全体の維持・管理業務は、卸売会社が一体的に行う体制とする必要もある。

【目指すべき方向性としての市場運営形態】



- ・ 一元化した市場の安定経営には、運営主体となる卸売会社や関連事業者の十分な協議、理解が必要であり、健全な市場経営や運営の前提となってくる。

### ④業務委託と公設民営化

- ・ 公的事業の効率化のため公共サービスの民間部門への業務委託は、従前から行われており、公設民営化方式は、公共部門が整備・所有している施設の管理や運営を民間部門が実施する公共・民間の共同事業方式の新たな方法であり、公的事業の効率化に結びつくという点において、業務委託から一歩進んだという利点がある。

## 5 今後の第二市場の在るべき姿，将来ビジョン

第二市場を廃止した場合には，京都市の財政的負担はなくなるが，第二市場に関連する卸売会社や小売店，副生物業者，京都府内の畜産業者等の経営には多大な影響を及ぼす可能性は否定できない。

また，市民の食生活への影響についても，食肉の多くが輸入肉や市場外流通によってまかなわれてはいる中で，第二市場の市民への供給率は，約36%となっている。他都市に比べて供給率は低位ではあるが，地産地消の観点や肉牛のBSE全頭検査の実施など，市民の食生活の「安全・安心」の観点，さらには，せり売りによる価格設定を基本とし，公正で安価な食肉を安定的に供給している点において大きな役割を果たしていることも事実である。

一方，今後，第二市場が市民の食の台所として運営されていくには，その財政負担，運営経費について市民からのコンセンサスを得ることも，何よりも重要である。

今後の第二市場の在るべき姿，その将来ビジョンについては，市民に対して責任の持てるプランとする必要がある。これまで検討されてきた課題の解決に向けて，開設者である京都市，卸売会社である京都食肉市場株式会社，買参者，副生物関連業者，関係団体の真摯な取組により，確実に実行されることを前提として，次のとおり第二市場の在るべき姿，将来ビジョンについて取りまとめる。

### 【課題】

#### ○運営及び経営面での課題

- ・市場運営や卸売会社の経営において，繰入金や補助金に頼った経営でなく，抜本的な改革が必要で，歳入や歳出の改善に早急に取り組む必要がある。特に卸売会社の経営改善に取り組む必要があり，赤字体質からの脱却を目指し，早急に営業収入の増加や支出削減に取り組んでいく必要に迫られている。また，市場関係者や団体も同様に市場活性化に協力して，取り組んでいくことが重要となっている。

#### ○受益者負担の見直し

- ・市場使用料等は，市場の利用者が営業活動の対価として，受益者負担の観点から適正に負担すべき費用である。

実質的に長年改定されておらず，光熱水費とともに受益者負担・実費負担の観点から見直す必要がある。

#### ○食育や食の安全・安心の拠点としての活動や市民への情報発信

- ・市民に理解の得られる食の安定供給や食の安全・安心への寄与や食育の拠点としての活動が重要となっている。
- ・食育の推進拠点や地産地消，フード・マイレージなどの食に関する環境の取組と合わせての啓発活動にも力を入れ，生産者だけでなく消費者にも軸足をのこした取組が必要である。
- ・京都府と連携して府内畜産物の市民向けの啓発活動の必要性もある。

#### ○スピード感，実効性のある取組

- ・取組に対するスピード感が求められ，具体策の優先順位や行程を考え，すぐに着手して，実行可能な項目での成果を出すことが求められている。

#### ○施設整備の状況

- ・市場内の施設整備については、従前より整備計画に基づき実施しており、今後も必要に応じた整備を行っていく必要がある。また、京都府と連携して取り組むことも必要である。

#### ○建物老朽化等への対応の必要性

- ・建築後 40 年近くを経ている建物の老朽化への対応や現在の耐震基準に適合しているかといった早急な対応が必要となっている。

#### ○効率的な運営形態の必要性

- ・現状の運営は、開設者である京都市、京都食肉市場株式会社や市場関係者が個別にそれぞれの持ち場、持ち場での活動となっており、市場運営全体を通して見ると今の時代に適応した効率的な運営形態となっているとは言い難い状況であり、早期の改善が求められる。

#### ○京都府との連携の必要性

- ・地産地消の推進、「京都肉」「京都ぽーく」といった府内産ブランドの強化の為には、出荷者としての肥育農家の育成や第二市場の機能を強化していく必要がある。また、これらのことは、生産者・出荷者、販売者の対策ともなり、対策強化の大きな役割を果たしている京都府との一層の連携が必要である。
- ・京都府が検討している「付加価値を高めた京都の畜産物増産アクションプラン」の取組と連携し、府内畜産物の生産・流通拡大策への参加や啓発活動の活性化など京都府と連携を深めていく必要がある。

### 【改善の方途】

#### ○マネジメント・サイクル（PDCAサイクル）による経営管理の導入

- ・繰入金の上限定額や毎年の削減目標を設定し、年次計画や中・長期の事業計画を策定して、販売増や付加価値の増加による財務内容の改善に着手する。
- ・卸売会社の経営改善に着手し、売上や付加価値増に取り組み、補助金に頼らない経営方針を打ち出す必要がある。将来的には、市場の経営を卸売会社に全面的に委託するようなことも視野に入れて、そのための条件整備を行うことにより、卸売会社が独力で経営できる体制となるよう、と畜解体料などの見直しや支出削減といった業務全般の改善に取り組む。
- ・長年据え置かれている市場使用料等や光熱水費について、受益者負担・実費負担の観点から適正な額へと改定して行く。

#### ○卸売会社の健全経営のための外部の監査や評価機関の導入

- ・市場の中核をなす企業である卸売会社の健全経営のために、卸売会社自らが中・長期計画を早急に策定するとともに、目標管理や進捗管理を外部監査や外部機関等を通じてチェックしていく。
- ・財務監査による経営実態の把握や事業計画書の作成を求めるなど京都市の提言機能の強化に努める。

#### ○食育や食の安全・安心の拠点としての活動，市民への情報発信

- ・「食の安全供給の拠点」「市民の食の安全・安心の拠点」「食育を担う施設」としての活動を高めるとともに、また、これらの取組について、市民への情報発信に取り組ん

でいく必要もある。

- ・「生き物の命によって、命を守ってもらっている」という命や食の重みについて理解を深めることは重要であり、そのことに対する第二市場の果たす役割の重大さを、市民へアピールしていく必要がある。（愛称募集、市場見学会等の取組）
- ・「第二市場発ブランド」の創設によるブランド力強化や市民への浸透に取り組む。

#### ○市場施設老朽化等への対応

- ・市場施設は、食の安全・安心をささえ、関係者からも信頼され、市民から親しまれる市場作りを考える上で、重要な部分を占めるものである。計画的に施設の老朽化に対する対応策の検討を行っていき、「H A C C P（ハサップ）」取得による施設の衛生面や安全面強化を計画的に実施する。
- ・建物本体の全面改築や部分改築については、早急な耐震診断を実施した後、その結果を受けて検討する必要がある。
- ・設備面の改修については、今後も整備計画に基づき随時実施していくこととする。また、必要に応じた緊急の改修も行い、衛生面については、常に安心・安全な市場づくりを目指していく。
- ・財源の確保や維持経営を含めたランニングコストも勘案し、市場の長期的な収支計画を作成し、実施する必要がある。

#### ○運営形態の見直し

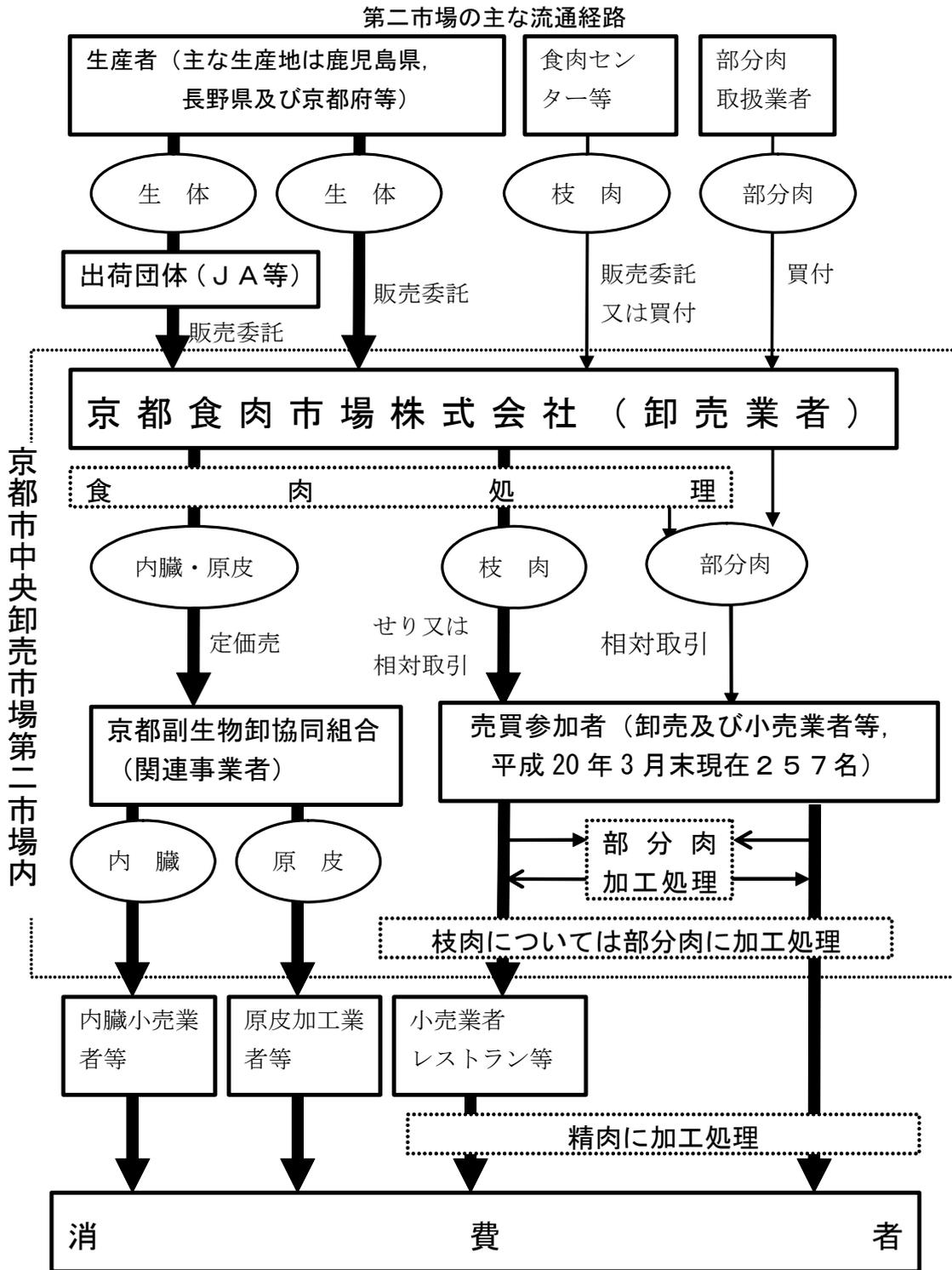
- ・現在、一部で導入されている民間委託の更なる拡大を検討し、第二市場の組織体制の見直しと併せ、市場運営の全体を委託することも視野に入れた民間委託や民間活力の導入を検討することも必要。
- ・第二市場の運営形態としては、「公設民営化」の方式により、市場運営会社に統一した運営形態が効率的で、今後の市場運営には最も適した形態であると考え、実施に向かって検討していくことが望ましいと考える。

#### ○京都府との連携強化

- ・第二市場の機能強化は、地産地消推進の観点、「京都肉」「京都ぼーく」といった府内産ブランドの強化の観点からも必要である。このことは、生産者・出荷者、販売者への対策強化へとつながっており、第二市場の施設改修への支援や情報発信などにおいて、京都府との一層の連携強化を進めていく必要がある。

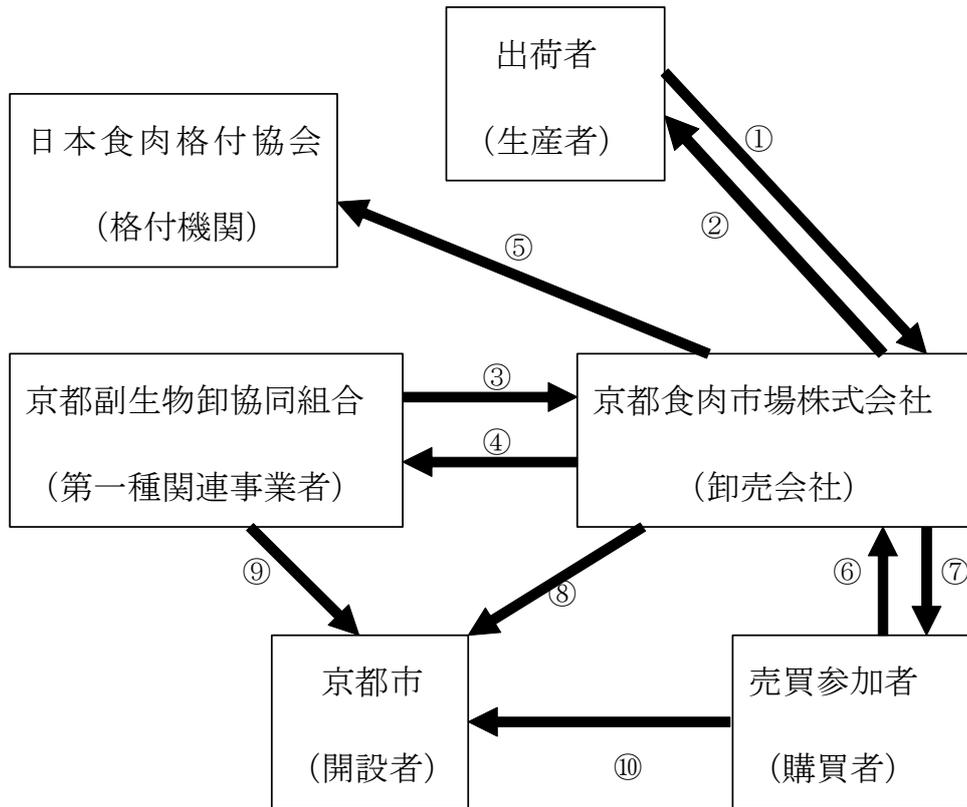
## 資 料

- ・ 第二市場の主な流通経路
- ・ 検討委員会開催経過
- ・ 検討委員会委員名簿



※上図の○内については、その時点での家畜の状態を示す。

市場流通に係る手数料等の流れ



- ①と畜解体料，と畜場使用料，と畜検査手数料，格付手数料  
委託手数料（卸売金額の3.5%，平成21年度から弾力化）
- ②卸売代金，副生物代金  
出荷奨励金（卸売金額の13/1000以内）
- ③副生物（内臓物及び原皮）代金
- ④副生物定価売
- ⑤格付手数料
- ⑥卸売代金，枝肉保管料
- ⑦完納奨励金（完納額の2/1000以内）
- ⑧と畜検査手数料，と畜場使用料  
卸売業者市場使用料：卸売金額の2/1000  
卸売業者売場使用料，事務室使用料，部分肉加工処理施設使用料，  
冷蔵庫使用料：面積により料金が決定  
光熱水費一部負担
- ⑨事務室使用料，副生物処理室使用料：面積により料金が決定  
光熱水費一部負担
- ⑩売買参加者承認手数料

## 第二市場の在り方検討委員会開催経過

	開催月日	議事内容
第 1 回	平成 19 年 10 月 5 日（金）	(1) 京都市中央卸売市場第二市場の現状 (2) 平成 18 年度他都市調査等の概要 (3) 京都市中央卸売市場第二市場の課題 (4) 今後の進め方 (5) その他
第 2 回	平成 19 年 12 月 14 日（金）	(1) 出荷者及び売買参加者からの意見について (2) 取扱高・取扱数量拡大に向けた取組について (3) 受益者負担の見直しについて (4) 卸売会社の経営改善について (5) その他
第 3 回	平成 20 年 2 月 29 日（金）	(1) 京都市中央卸売市場第二市場の在り方 中間報告（案）について (2) その他
第 4 回	平成 20 年 5 月 30 日（金）	(1) 卸売会社及び関連事業者の意見について (2) 売買参加者アンケート調査について (3) 市場の運営等の見直しについて (4) その他
第 5 回	平成 20 年 8 月 1 日（金）	(1) 市場施設の老朽化について（施設見学，協議） (2) 市場の運営形態の見直しについて (3) 売買参加者アンケート調査結果について (4) その他
第 6 回	平成 20 年 10 月 3 日（金）	(1) 京都市中央卸売市場第二市場の在り方（案） について (2) その他

## 第二市場の在り方検討委員会委員名簿

選出区分	団体名及び役職	氏 名
学識経験者	京都大学名誉教授 (龍谷大学経済学部教授)	稲本 志良
学識経験者	京都大学大学院農学研究科教授	新山 陽子
学識経験者	監査法人トーマツ京都事務所 代表社員	高橋 一浩
学識経験者	中小企業診断士協会京都支部副理事長 ・税理士	安田 徹
京都市	京都市中央卸売市場第二市場長	広瀬 昭夫
市場関係者	京都食肉市場株式会社 代表取締役	宮田 正美
市場関係者	京都食肉買参事業協同組合 常務理事	三寫 太郎
市場関係者	京都副生物卸協同組合 副理事長	久木 照雄
市場関係者	京都市食肉協同組合 副理事長	佐野 泰三

(敬称略・順不同)