

京都市中央卸売市場第二市場基本構想（概要）

第1 基本構想策定の目的

目的

京都市中央卸売市場第二市場基本構想（以下「基本構想」という。）は、平成20年11月に、京都市中央卸売市場第二市場の在り方検討委員会（以下「検討委員会」という。）から答申された「京都市中央卸売市場第二市場の在り方」（以下「在り方」という。）を受けて、第二市場の今後の方向性を明確にするとともに、市場活性化を実現させるための方策、経営改善の方策、効率的な運営方策等について具体化するものである。

現 状

基本情勢

第2 第二市場の沿革及び概要

●第二市場の沿革

- ・明治42年4月 京都市食肉協同組合の前身組合設立
- ・明治42年7月 京都市立と畜場開設
- ・昭和44年（1969年）10月 第二市場開設
 - ①卸売業者の許可制
 - ②競争的な取引方式
 - ③開設者による取引の監視
 - ④中央卸売市場法（現卸売市場法）に基づき、京都市が開設
- ・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。
- ・本年度、「京都市立と場」開設から100年、中央卸売市場第二市場開設から40年を迎える。

●第二市場の概要

- 市場の機構
 - ・卸売業者が1社（京都食肉市場株式会社）
 - ・買受人として売買参加者が255名
 - ・買受人団体が1団体（京都食肉買参事業協同組合）
 - ・第一種関連事業者が2団体（京都副生物卸協同組合及び株式会社畜畜運輸）
 - ・第二種関連事業者が銀行1行、格付機関が1団体

●第二市場の役割・必要性

- ・京都市とその周辺における食肉流通の要
- ・生産者の出荷拠点や取引の適正化
- ・公正な卸売価格の形成
- ・公正で安価な食肉を安定的に供給
- ・国民意識の高まりを見せる「食の安全・安心」や「食育」等、市民生活に関わり大きな役割を担う

第3 食肉卸売市場を取り巻く環境

●全国の食肉卸売市場を取り巻く流通環境の変化

①市場外流通の増加による供給状況の変化

食肉の卸売市場経由率は、牛肉では、平成2年度には38.2%あったが、平成17年度には16.4%まで減少している。

②流通構造の変化

大型店やスーパーなどは、スケールメリットを活かした大手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が多くなっている。

③消費者ニーズの変化

食品スーパーや総合スーパーでの、できあいの総菜の購入、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

●国の卸売市場行政の動向

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）

「HACCP（ハサップ・危害分析重要管理点）」に準じた衛生管理の導入。

②規制の弾力化

委託手数料の弾力化（平成21年4月1日から実施）

③市場機能の強化

卸売市場の再編の促進 卸売業者等の事業活動に関する規制の緩和

第4 第二市場の現状

①第二市場の取扱数量の推移等

第二市場における牛肉の市内供給率は、昭和63年当時約67%であったものが、平成19年では36.6%と減少傾向となっており、市民の牛肉消費量に占める市場供給率は10市場中最も低い。

②第二市場の財政状況

市場決算の状況は、一般会計からの繰入金を除くと、市場財政は慢性的な赤字状況にある。

③卸売会社の経営状況

平成2年度以降は営業利益が赤字となり、京都市からのと畜業務に対する補助金により営業が維持されてきた。

④施設の現状

建築後40年近くを経ており、現在の耐震基準に合致しているかどうかについての耐震診断を行う必要がある。

課題

第5 第二市場の課題

①市場経営面での課題

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の増加による財務内容の改善に着手する必要がある

②市場運営面での課題

必ずしも市場全体の運営面では、効率的な運営がなされているとは言えない

③卸売会社の経営改善

業務の効率化や一般管理費などの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

④受益者負担の見直し

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、光熱水費負担等を早急に改定していくことが必要

⑤市民への情報発信等についての課題

「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

⑥施設整備上の課題

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その手法を検討

⑦京都府との連携の必要性

第二市場が受け入れている府内産の牛や豚の出荷割合は、肉牛が約19%、豚が約38%と低く、地産地消の観点からも、さらなる出荷増を図っていく事が重要

方針・戦略

第6 第二市場の課題解決に向けた方向性とビジョン

第二市場の方向性

「共汗」と「融合」を基本とした「社会全体で取り組む「食」の環境づくり」の一翼として、次に掲げる課題解決に向けた方策の確実な実施を前提として、本「基本構想」に基づき、安全・安心な市場機能の強化や役割の充実をより一層図っていく。

今後の第二市場のビジョン

①市民に開かれた安全・安心な市場

「HACCP（ハサップ・危害分析重要管理点）」に準じた運営
市民に理解の得られる「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」としての取組

②「公設民営化方式」等による市場運営形態の改善

健全な市場経営と効率的な市場運営を進める観点から、「公設民営化方式」等による市場経営の一元化を目指していく

③市場財政の改善（受益者負担の見直し等）

マネジメント・サイクル（PDCAサイクル）による経営管理を導入
今後、あるべき市場使用料等を明確にし、市民の理解が得られる基準に改定

④卸売会社等の経営改善

京都市による経営改善等の指導や提言機能を強化
早急に営業収入の増加や支出削減に取り組んでいくための、コンプライアンスを重視した自社の方針や中期計画なら3~5年間、長期計画は10年間の事業計画を策定することが必要
積極的な自らの意識改革による明確な経営改善のプロセスに基づき実行

⑤施設改善の方向性

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の上、計画的に施設の老朽化に対する対応策の検討を実施

⑥京都府との連携強化

京都府において進められている取組とも、一層の連携を進めていく