

# 京都市中央卸売市場第二市場 基本構想



平成21年3月

京都市



## 「京都市中央卸売市場第二市場基本構想」の策定に当たって



かどかわ だいさく  
京都市長 門川 大作

ある外国の要人とお話しているとき、その方が「京都のお肉は、ほかの名高いブランドのお肉よりも美味しい」と言われました。お世辞でそういうことを言わない、美食で有名な国の方です。

常々私は、京都の食肉は、味・品質・安全性ともに全国一だと確信しています。そして、京都の食肉の素晴らしさをもっともっと評価されてしかるべきだと思っています。そんな中、先の外国の要人の言葉に、改めて京都の食肉が国際的に高く評価され得ることを確信し、うれしく、誇りに思いました。

京都市中央卸売市場第二市場は、そんなおいしくて安全・安心なお肉を提供し続けて、今年で開設40年、前身の「京都市立と畜場」から数えると100年を迎えました。その間、京都市とその周辺における食肉流通の要として、市民の皆様の信頼をいただき、京都の食文化を支えて参りました。

本基本構想は、これからの時代における第二市場のあり方や、活性化の方策等について、検討を重ね、市民の皆様に貴重な御意見をいただいで明らかにしたものです。

京都の食に関し、先頃策定した市政の羅針盤、「京都未来まちづくりプラン」では、「社会全体で進める健全な『食』の環境づくり」を重要な取組として掲げています。

この取組においても第二市場の役割は重要です。今後、市民の皆様と共に汗する「共汗」と、行政の縦割りを超えた政策の「融合」を基本に、関係者の皆様と連携して市場全体で本基本構想を推進し、京都の「食」の環境づくりを担っていく。そして、これからもおいしくて安全・安心な京都の食肉を提供していく。そう決意しております。

最後になりましたが、本基本構想の策定に多大の御尽力をいただきました「京都市中央卸売市場第二市場の在り方検討委員会」委員の皆様、関係者の皆様、そして御意見をいただきました市民の皆様に、心から御礼申し上げます。

## 目 次

第 1	基本構想策定の目的	1
第 2	第二市場の沿革及び概要	1
	(1) 沿革	1
	(2) 概要	3
第 3	食肉卸売市場を取り巻く流通環境の変化と国の卸売市場行政の動向	5
	(1) 流通環境の変化	5
	①市場外流通の増加による供給状況の変化	5
	②流通構造の変化	8
	③消費者ニーズの変化	8
	(2) 国の卸売市場行政の動向	8
	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）	9
	②規制の弾力化	9
	③市場機能の強化	9
第 4	第二市場の現状	10
	(1) 第二市場の取扱数量の推移等	10
	(2) 第二市場の財政状況	11
	(3) 卸売会社の経営状況	15
	(4) 施設の現状	15
第 5	第二市場の課題	16
	(1) 市場経営面での課題	16
	(2) 市場運営面での課題	16
	(3) 卸売会社の経営改善	17
	(4) 受益者負担の見直し	17
	(5) 市民への情報発信等についての課題	20
	(6) 施設整備上の課題	20
	(7) 京都府との連携の必要性	21
第 6	第二市場の課題解決に向けた方向性とビジョン	23
	(1) 第二市場の方向性	23
	(2) 今後の第二市場のビジョン	23
	①市民に開かれた安全・安心な市場	23
	②「公設民営化方式」等による市場運営形態の改善	24
	③市場財政の改善（受益者負担の見直し等）	25
	④卸売会社等の経営改善	25
	⑤施設改善の方向性	26
	⑥京都府との連携強化	26
資	料	27

# 京都市中央卸売市場第二市場基本構想

## 第1 基本構想策定の目的

---

京都市中央卸売市場第二市場（以下「第二市場」という。）は、京都市とその周辺における食肉流通の要として、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などの役割を担っており、市民の食生活の「安全・安心」の観点、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公的役割を果たしている。

一方、市場外流通の拡大、取扱頭数の減少等により、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し、慢性的な赤字状況にある。また、卸売会社の経営状況についても、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が維持されている状況にある。

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。

## 第2 第二市場の沿革及び概要

---

### （1）沿革

京都では古くから恵まれた自然を生かし、また長年に亘る生産者の努力により資質の優れた肉質の良い名牛が生産されてきた。

京都の肉は、延慶3年（1310年）に書かれた「国牛十図」に「丹波牛」として取り上げられたほど伝統があり、明治の初期には、京都市内で先駆的に牛鍋屋が営業され、鴨川上流の上賀茂辺りで農耕牛として飼育されていた「賀茂牛」が知られている。

現在では、「伝統と文化の味」をキャッチフレーズとした高級黒毛和牛「京都肉」に引き継がれている。

また、明治42年4月には、食肉の小売業者の同業組合である京都市食肉協同組合の前身組合が全国に先駆けて設立されている。

第二市場は、明治42年7月1日に「屠場法」に基づく京都市の直営施設として南区九条仏現寺町に開設された「京都市立と畜場」を前身とし、昭和44年（1969年）10月、①卸売業者の許可制②競争的な取引方式（せり売りの原

則、委託集荷の原則、商物一致の原則) ③開設者による取引の監視④地方公共団体が開設すること等を定めた中央卸売市場法(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、同年12月に現在の南区吉祥院石原東之口2番地にと畜場併設の「京都市中央卸売市場第二市場」として開場されたものである。

本年で、「京都市立と畜場」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。

現在、食肉の中央卸売市場を開設しているのは、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自治体になる。

**(旧京都市立と畜場及び京都市中央卸売市場第二市場の設立経過等)**

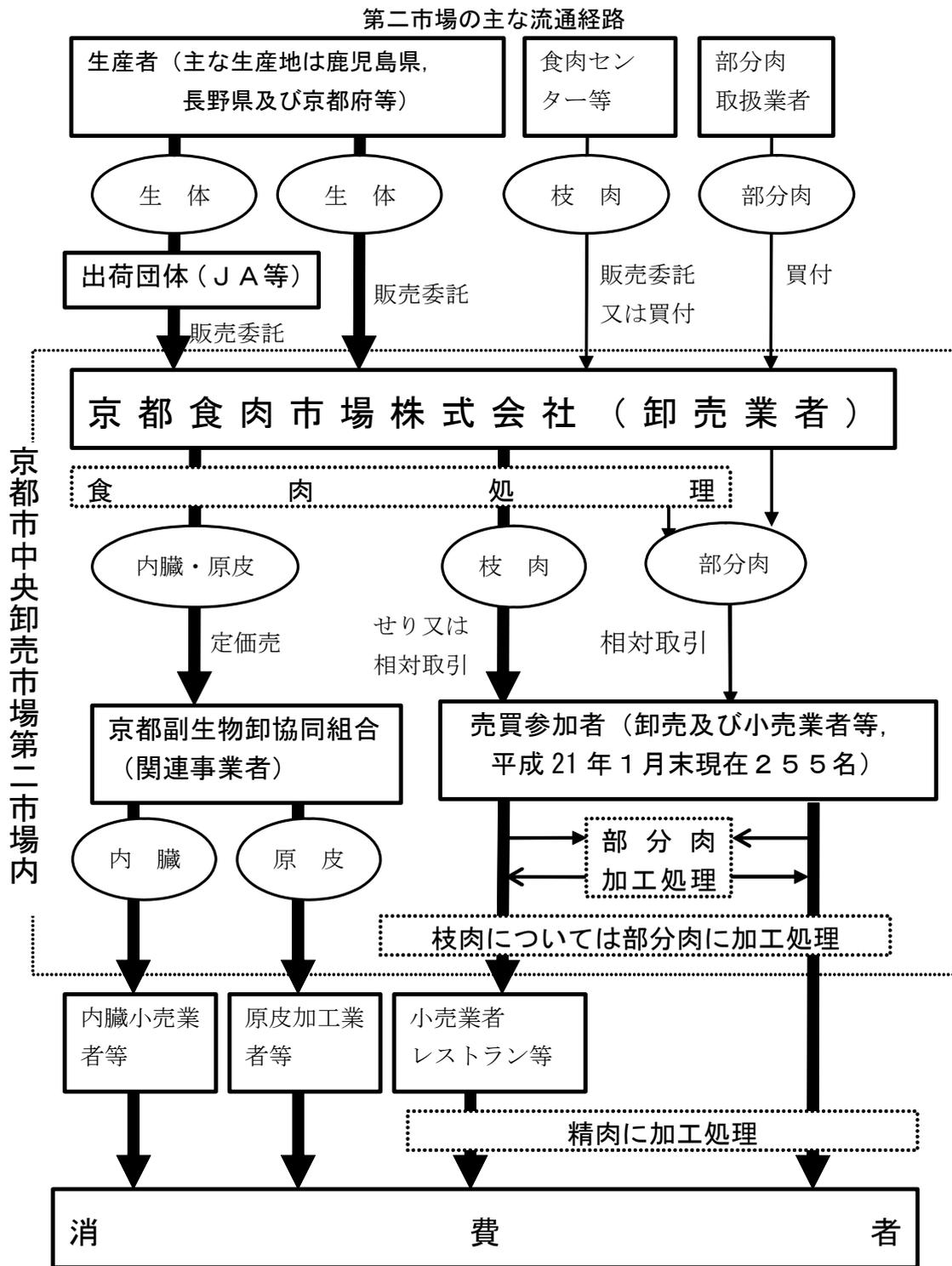
明治42年4月19日	京都獣肉商組合設立(京都市食肉協同組合の前身、獣肉卸売、小売業者の同業組合・京都府知事認可)
明治42年7月1日	油小路十条に京都市立と場を開設 市の直営 (明治42年度と畜頭数 牛:7,451頭/子牛:1頭/馬:42頭/豚:271頭) (と畜手数料:1頭1円75銭 歳入:13,230円 歳出:5,184円 純益:8,046円)
大正12年3月	中央卸売市場法制定・公布
昭和3年	京都市立と場 と室その他施設増改築
昭和29年4月1日	京都市立と畜場使用条例・施行細則施行
(参考:昭和35年当時のと畜頭数)	
牛:36,987頭      馬:138頭      子牛:1,869頭	
羊:57頭      豚:16,068頭      子豚:117頭	
総頭数:55,236頭    1日当り:201頭	
と畜場使用料 200円/1頭    検査手数料 200円/1頭	
昭和40年3月	京都市会において、食肉工場建設予算を可決
昭和42年6月	食肉市場(卸売市場)建設予算(42・43年度事業)を可決
昭和43年1月	京都市中央卸売市場(食肉市場)開設の農林大臣認可
昭和44年3月	と畜場及び市場施設竣工(全施設44年6月竣工)
昭和44年10月	京都市中央卸売市場第二市場開設(10月1日)
昭和44年11月	卸売業者の農林大臣認可
昭和44年11月30日	旧京都市立と畜場を閉鎖
昭和44年12月1日	京都市中央卸売市場第二市場業務開始
昭和46年7月	卸売市場法施行
昭和47年3月	改正京都市中央卸売市場業務条例施行
昭和47年8月	全国の食肉市場に先駆け押しボタン式セリ機導入
平成2年9月	部分肉処理施設完成(12月1日稼動)
平成3年4月	牛肉輸入自由化

平成 6 年 3 月	新作業員室棟完成
平成 7 年 3 月	ステンレス製受水槽設置 (200 m <sup>3</sup> )
平成 8 年 7 月	〇ー 1 5 7 (腸管出血性大腸炎) 食中毒が、堺市で集団発生
平成 8 年 12 月	と畜場法施行規則一部改正 (HACCP システムに沿った衛生管理の推奨)
平成 10 年 3 月	大動物解体処理近代化工事完成 (平成 8 年度～)
平成 11 年 3 月	小動物及び病畜解体処理近代化工事完成
平成 12 年 4 月	外国の BSE 発生を踏まえ、本市独自の牛脳検査開始
平成 12 年 10 月	京都食肉市場ミートフェア開催 (以後、毎年秋に開催)
平成 13 年 7 月	車両タイヤ消毒槽完成 (口蹄疫対策)
平成 13 年 9 月	国内における BSE 感染牛発見 (千葉県)
平成 13 年 9 月	牛特定部位 (脳・目・脊髓・回腸遠位部) 場内焼却開始
平成 13 年 10 月	BSE 全頭検査開始
平成 14 年 3 月	焼却炉改修工事完成 (ダイオキシン類対策)
平成 14 年 3 月	「脊髓吸引装置」設置
平成 16 年 6 月	卸売市場法改正 (取引規制緩和、品質管理の高度化、市場機能の強化、卸売市場の再編等)
平成 17 年 8 月	BSE 全頭検査の本市独自継続を市長表明
平成 20 年 3 月	給水設備改良・冷水設備設置工事完成
平成 20 年 3 月	ピッシングを中止し、不動体化装置導入
平成 20 年 8 月	BSE 全頭検査を本市独自継続
平成 21 年 1 月	無線式せり機に更新

## (2) 概要

市場の機構は、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、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) となっている。

また、第二市場では、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) が行っている。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、卸売業者や関連事業者などの指導監督、また、市場、と畜場施設や機械設備類等の維持管理なども行っている。



※上図の○内については、その時点での家畜の状態を示す。

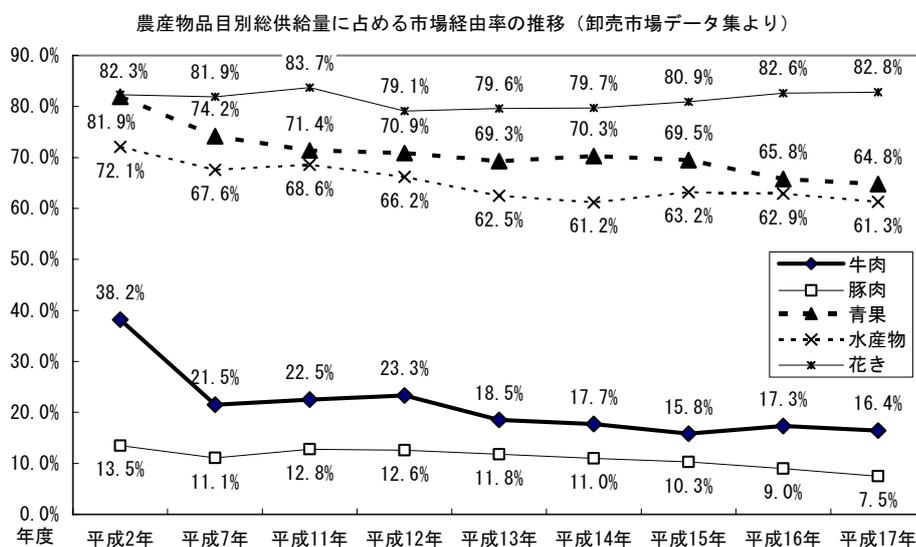
### 第3 食肉卸売市場を取り巻く流通環境の変化と国の卸売市場行政の動向

#### (1) 流通環境の変化

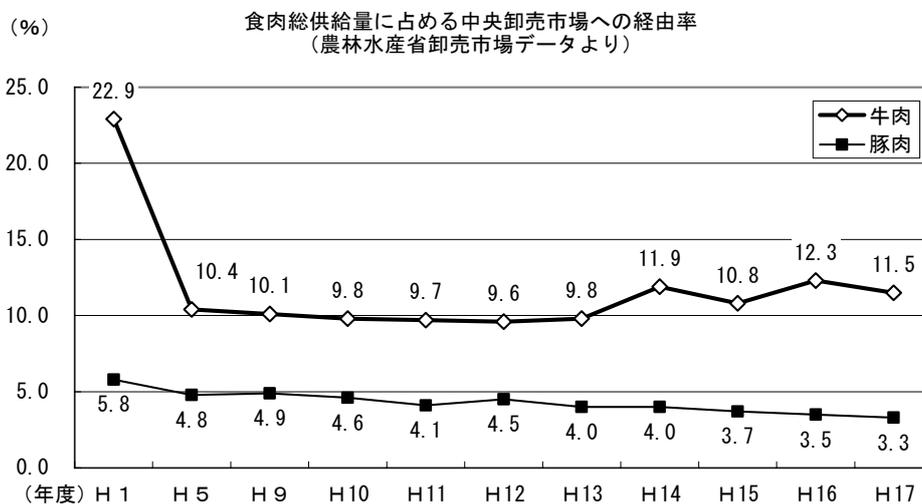
##### ①市場外流通の増加による供給状況の変化

食肉卸売市場は、平成20年4月現在、全国に中央卸売市場が10市場、地方卸売市場が22市場、指定市場が18市場となっている。

輸入を含む農産物総供給量に占める卸売市場の市場経由率をみると、牛肉や豚肉といった食肉や青果、水産物などいずれも経由率の減少傾向は続いているが、それでも、青果や水産物は、6割を越える経由率となっている。



一方、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。また、豚肉の卸売市場経由率は、平成2年度の13.5%から平成17年度には7.5%まで減少し、全流通量の1～2割程度の経由率となっており、青果や水産物と違い、非常に市場経由率が低い品目となっている。



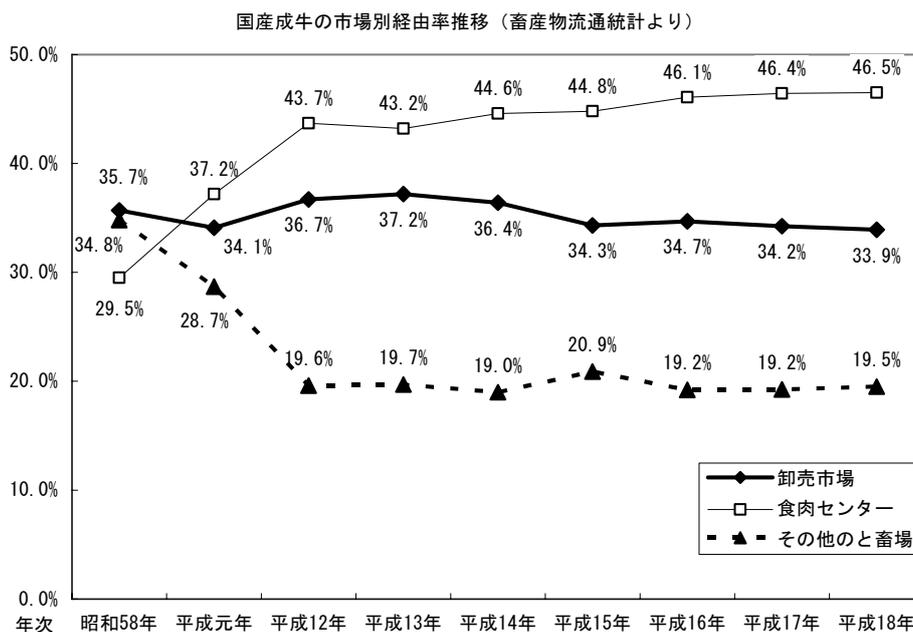
また、同様に、食肉中央卸売市場における平成 17 年度の市場経由率は、牛肉で 11.5%、豚肉で 3.3%と低い数値になっている。

この要因としては、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の増加により、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していると考えられ、今後もこのような傾向が続いていくと推測される。

### ・食肉の市場種別の経由率

国内で肥育された食肉の流通を見ると、卸売市場経由は横ばいだが、肉畜の産地出荷の一元化、消費地への枝肉・部分肉による出荷体制の整備など、食肉流通の合理化や流通コストの低減を図ることを目的とし、昭和 35 年以降に国の総合食肉流通体系整備促進事業等の助成を受けて建設された食肉センター経由が半分近くまで増えており、食肉センター経由の台頭がみられる。

平成 18 年末で、全国に 72 箇所の食肉センターがある。

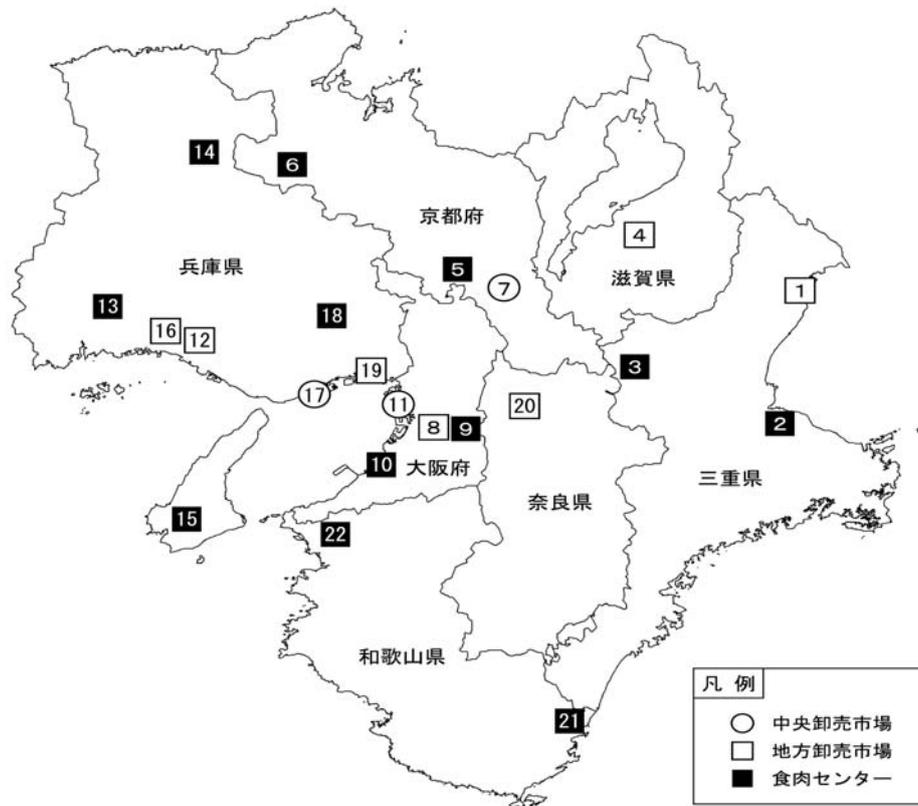


・近畿圏内の卸売市場等の状況

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 箇所で、その内訳は、中央卸売市場が 3 箇所、地方卸売市場が 7 箇所、食肉センターが 12 箇所となっており、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。

そのなかで、国の卸売市場法の改正により、市場の集約化の動きがあり、近畿圏でもその動向が見られるように規制緩和の動きや競争激化の時代となっている。さらに、国の動向に添う形での市場再編の動きもみられる。

図 近畿の食肉卸売市場等のマップ



府県名	NO	施設名称	府県名	NO	施設名称
三重県	1	四日市市食肉地方卸売市場	兵庫県	12	加古川食肉地方卸売市場
	2	三重県松阪食肉流通センター		13	たつの市新宮食肉センター
	3	伊賀食肉センター		14	朝来市食肉センター
滋賀県	4	滋賀食肉地方卸売市場		15	淡路食肉センター
京都府	5	亀岡市食肉センター		16	姫路市食肉地方卸売市場
	6	福知山市食肉センター		17	神戸市中央卸売市場西部市場
	7	京都市中央卸売市場第二市場		18	三田食肉センター
大阪府	8	南大阪食肉地方卸売市場		19	西宮市食肉地方卸売市場
	9	羽曳野市立南食ミートセンター		20	奈良県食肉地方卸売市場
	10	貝塚市立と畜場	21	新宮市食肉処理場	
	11	大阪市中央卸売市場南港市場	22	和歌山市立食肉処理場	

出典：(独) 家畜改良センター

## ②流通構造の変化

食肉流通構造においても、戦後、食の洋風化や日本経済の成長に伴う所得水準の高まりから、消費生活の高度化が進み、食肉消費量は従来の豚肉に加えて牛肉の消費量は急速に拡大し、いわゆる生鮮三品専門店の一角を占める食肉専門小売店は、消費者に最も密着した専門店として、全国的に増加していったが、総合スーパーや大型店、食品スーパーの増加により減少傾向が顕著となっている。

また、仕入れの状況においても、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。さらに、食肉専門店においても、卸売市場で仕入れないで、大手メーカーからの部分肉仕入れに頼る状況が増えてきている。

特に、小規模な専門店では、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。

## 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により、全国の1世帯当たりの牛肉の消費金額は、支出水準のピークであった平成3年当時の年間36,779円から、平成13年のBSE発生の影響も相俟って、平成19年次には20,958円と約43%も減少している。食肉は、生鮮食料品の中では、食肉専門店での購入割合が高い品目であるが、相対的に購入割合が低下してきているといえる。また、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月に卸売市場法が改正され、生産、消費両サイドの期待に応えられる「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、卸売市場における取引規制の緩和及び適正な品質管理の推進、卸売市場の再編の円滑化等の措置が講じられた。

具体的には、農林水産省から「卸売市場整備基本方針」（平成16年10月1日策定、平成18年4月1日変更）、「中央卸売市場整備計画」（平成17年3月31日策定、平成19年2月20日変更）が示されている。

その中で、特に、中央卸売市場である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の機能が発揮し得るよう整備し、運営の改善を図ることとされている。

また、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するともされている。

### 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）

品質管理が徹底した安心できる生鮮食料品流通の確保を図るため、特に、食肉市場にあっては、食品衛生法に基づく公衆衛生の見地から必要な施設基準や公衆衛生上講ずるべき措置基準の遵守の外、と畜段階では、「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が求められている。

### ②規制の弾力化

#### ・ 商物一致の規制緩和

電子情報通信技術を活用する取引方法により、開設者の承認を受けて卸売を行うときは、市場内に現物を搬入せずに卸売を行うことができることとする。

#### ・ 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

流通の広域化や情報化の進展を踏まえ、中央卸売市場整備計画に、地域の特性・要望を十分に配慮し、市場ごとの自主性を基本に、運営の広域化又は地方卸売市場への転換が必要な中央卸売市場を位置付ける。また、卸売市場の再編を円滑に進めるための手続規定を整備する。

#### ・ 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）

卸売業者等の事業活動の自由度を向上させるため、卸売業者等が買付集荷、市場外での販売、機能・サービスに見合った委託手数料の徴収を行うことを可能とするための規制の緩和等を行う。

#### ・ 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

#### ・ 委託手数料の弾力化（平成 21 年 4 月 1 日から実施）

平成 21 年 4 月からの委託手数料弾力化などの規制緩和に伴い、他市場との競争の激化が予測される。

第二市場における委託手数料弾力化への対応

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

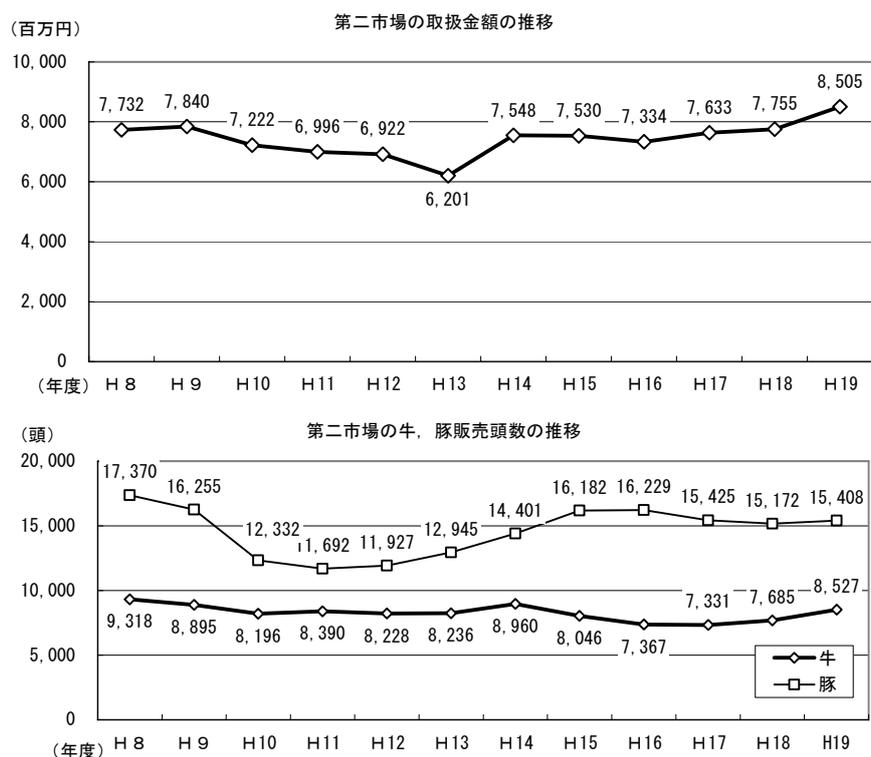
iii 手数料率の変更は毎年 1 回（7 月 1 日）

iv 奨励金制度の開設者承認制の継続

## 第4 第二市場の現状

### (1) 第二市場の取扱数量の推移等

第二市場における最大時の取扱数量は、成牛が約2万6千頭（昭和45年）豚が約7万3千頭（昭和49年）、総取扱金額が約178億円（昭和63年）を誇り、京都市民の1世帯当たり牛肉消費量は昭和54年当時には全国トップの年間約19キロであったが、平成3年の牛肉の自由化や平成8年の病原性大腸菌O-157、平成13年のBSE発生の影響もあり、平成8年度に牛のと畜頭数が1万頭を割って以降回復できない状況が続いている。



平成19年度における第二市場の取扱状況は、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）となっている。

全国中央卸売市場10市場の19年度取扱状況

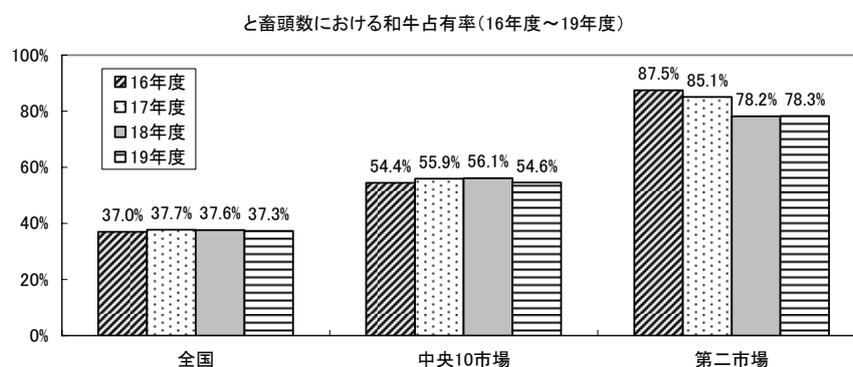
（単位：頭・円）

	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。

特色としては、和牛上物市場であるという点が挙げられ、と畜頭数における和牛の割合は、78.3%と神戸の98.9%に次ぎ10市場中2位となっている。

その中でも、A5・A4等級の割合は非常に高く、和牛と畜頭数6,417頭中4,202頭(65.5%)がA5・A4等級となっている。



以上のような状況から、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。

また、売買参加者は小売店中心であり、登録者数(昭和63年度323業者⇒平成20年度255業者)、年間購買者数(昭和63年度156業者⇒平成19年度89業者)とも減少している。また、市内小売店の今後の購買参加への劇的な増加は期待できない。

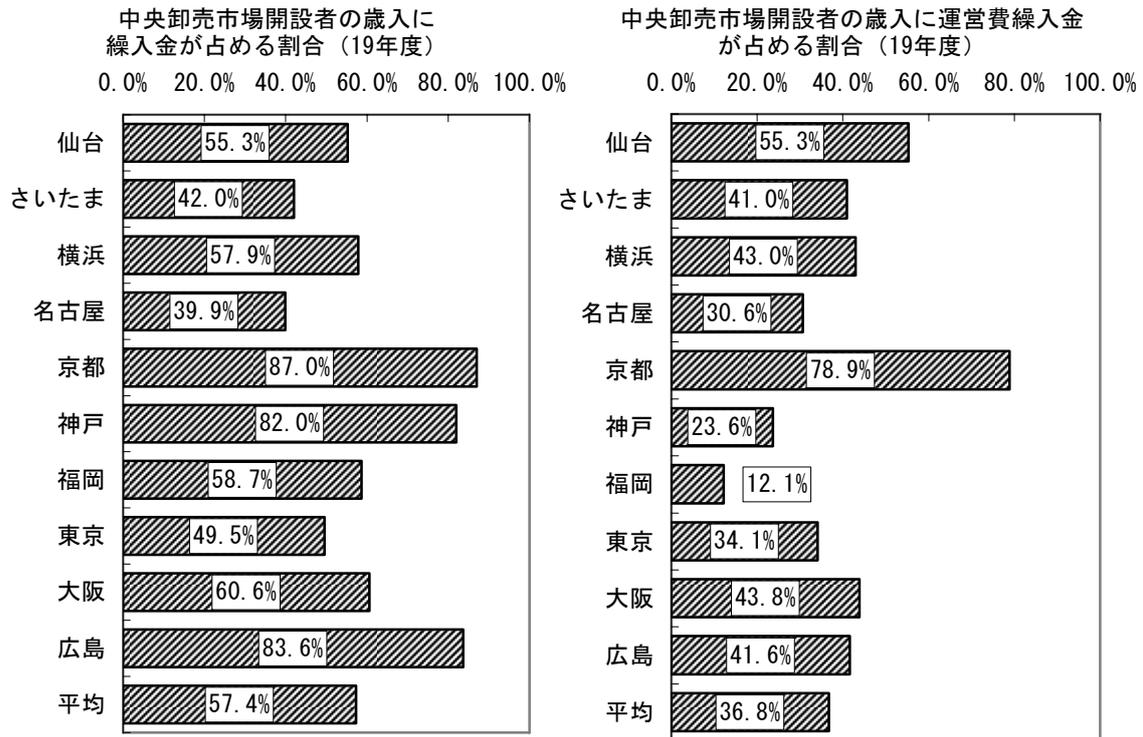
## (2) 第二市場の財政状況

平成19年度の市場決算の状況は、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。

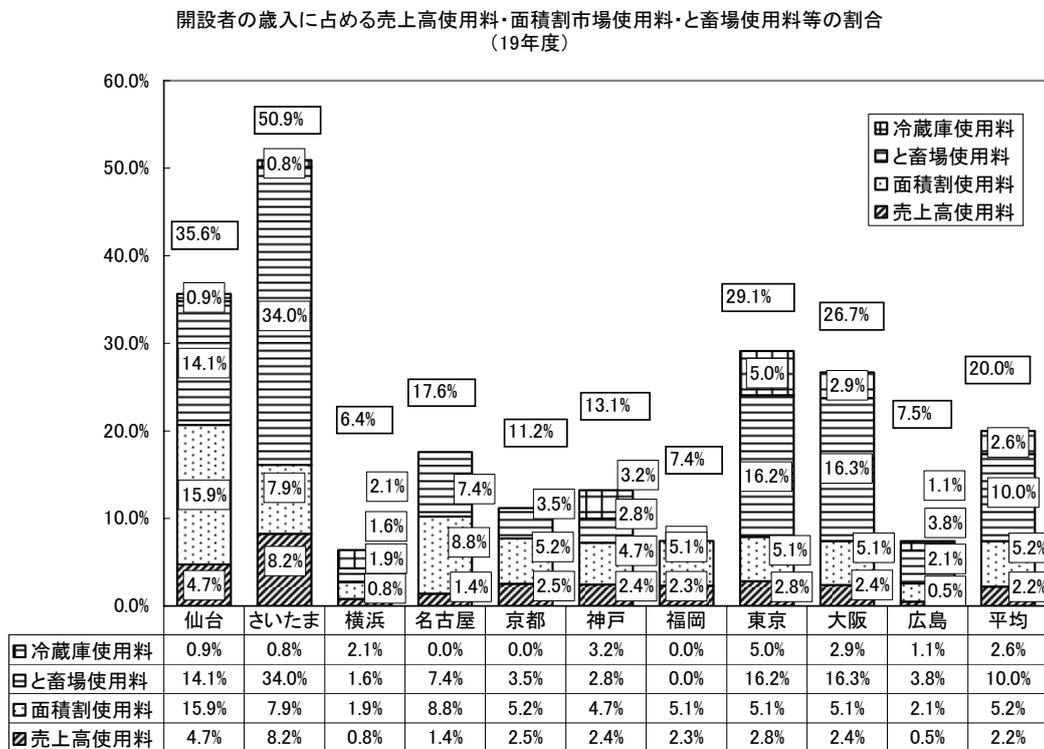
歳入面では、一般会計からの繰入金が全体の9割弱を占めており、営業での売上である使用料収入は、1割弱となる。また、市場関係業者が負担する光熱水費等の雑入割合は1.4%にしかすぎない。また、歳出面では、給料・報酬、職員手当等の人件費の支出割合が2割弱を占めており、公債費割合と同程度となっている。次いで、光熱水費、委託料、負担金補助交付金の割合が高くなっている。

また、中央卸売市場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もいえる。

\* 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）。

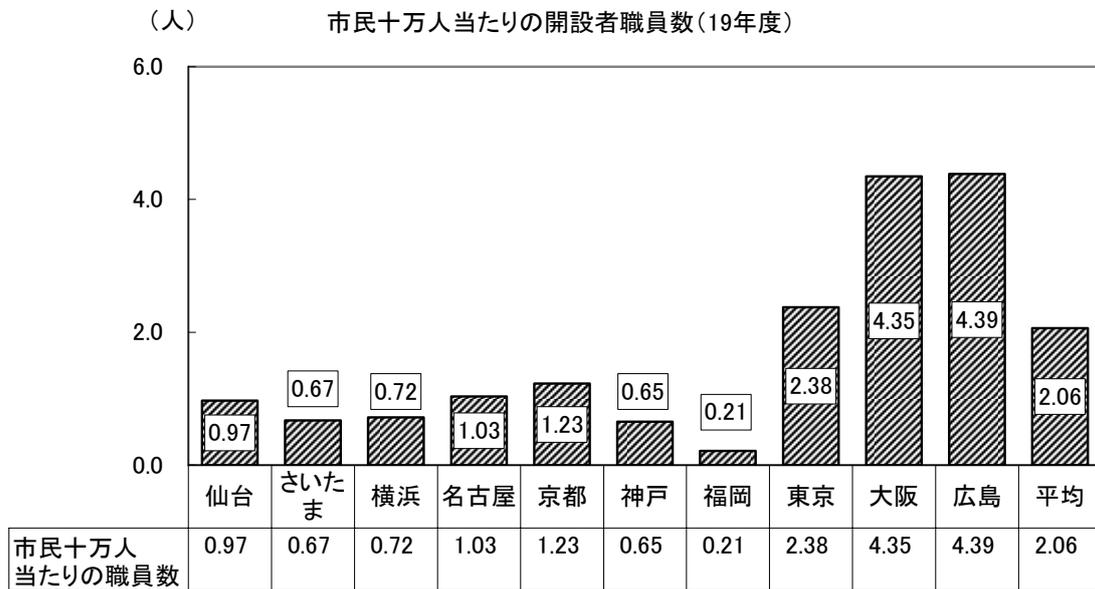


\* 収入に占める営業収益の比率が低い（同7位）。



注) 冷蔵庫使用料は、冷蔵庫の利用料  
 と畜場使用料は、と畜場の利用料  
 面積割使用料は、売場や事務所等の使用している広さに対する使用料  
 売上高使用料は、売上金額に対する一定割合の使用料を示す

\* 市民 10 万人当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。



中央卸売市場 10 市場の正規職員数（平成 19 年度）

	仙台	さいたま	横浜	名古屋	京都	神戸	福岡	東京	大阪	広島
正規職員数	10	8	26	23	18	10	3	304	115	51

第二市場の職員数の推移（嘱託職員を含む）

	H11	H12	H13	H14	H15	H16	H17	H18	H19	H20
職員数(人)	30	30	29	27	26	25	23	20	19	17

\* 開設者職員 1 人当たりの営業収入が低い（同 9 位）。

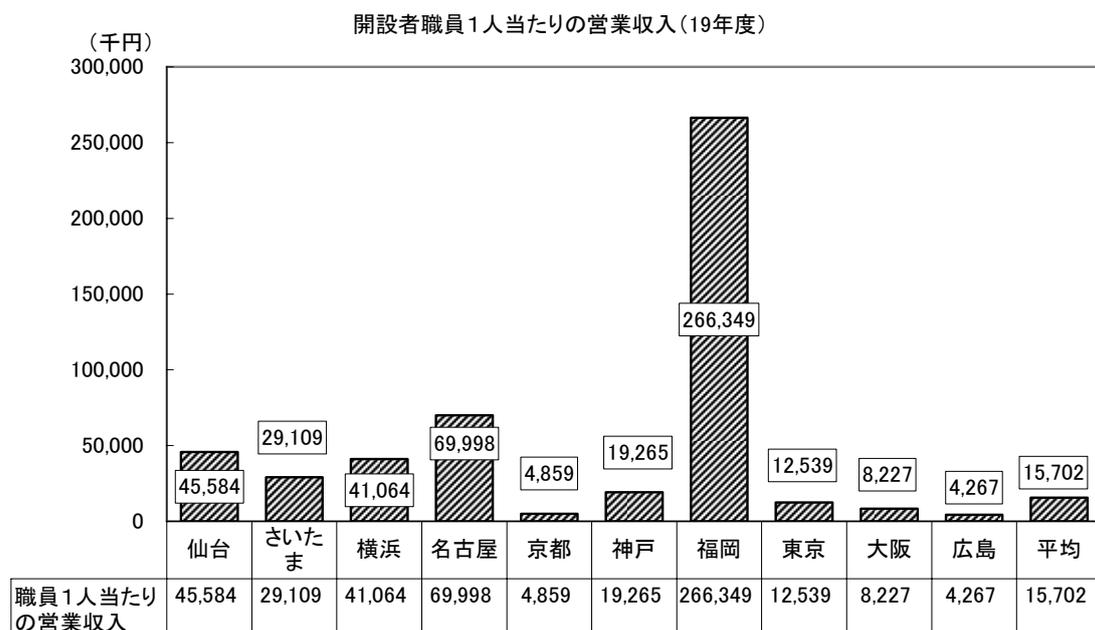


表 第二市場の平成 19 年度決算

		19年度決算					
		市場事業		と畜場事業		合 計	
		市場事業	割 合	と畜場事業	割 合	合 計	割 合
入 歳	使用料計	46,126,512	14.3%	29,163,957	5.3%	75,290,469	8.7%
	市場使用料	17,010,375	5.3%	—	—	17,010,375	2.0%
	と畜場使用料	—	—	23,520,105	4.3%	23,520,105	2.7%
	施設使用料	29,116,137	9.0%	5,643,852	1.0%	34,759,989	4.0%
	手数料	4,000	0.0%	—	—	4,000	0.0%
	国庫補助金	—	—	—	—	—	—
	財産収入	2,388	0.0%	—	—	2,388	0.0%
	一般会計繰入金計	227,806,193	70.4%	512,499,108	94.0%	740,305,301	85.2%
	運営費繰入	205,205,403	63.4%	418,947,887	76.8%	624,153,290	71.8%
	公債費繰入	22,600,790	7.0%	93,551,221	17.2%	116,152,011	13.4%
	基金特別会計繰入金	56,000	0.0%	—	—	56,000	0.0%
	繰越金	—	—	—	—	—	—
	諸収入計	8,489,100	2.6%	3,695,923	0.7%	12,185,023	1.4%
	貸付金元利収入	—	—	—	—	—	—
	雑収入	8,489,100	2.6%	3,695,923	0.7%	12,185,023	1.4%
	市債	40,979,500	12.7%	—	—	40,979,500	4.7%
	合 計	323,463,693	100.0%	545,358,988	100.0%	868,822,681	100.0%
出 歳	運営費計	213,549,991	66.0%	422,643,810	77.5%	636,193,801	73.2%
	報酬	2,729,100	0.8%	—	—	2,729,100	0.3%
	給料	49,132,832	15.2%	31,280,968	5.7%	80,413,800	9.3%
	職員手当等	37,559,722	11.6%	23,912,818	4.4%	61,472,540	7.1%
	共済費	17,171,740	5.3%	10,694,276	2.0%	27,866,016	3.2%
	報償費	238,565	0.1%	238,565	0.0%	477,130	0.1%
	旅費	116,535	0.0%	152,615	0.0%	269,150	0.0%
	交際費	53,486	0.0%	53,486	0.0%	106,972	0.0%
	需用費計	44,362,282	13.7%	141,679,873	26.0%	186,042,155	21.4%
	その他	14,672,273	4.5%	20,088,893	3.7%	34,761,166	4.0%
	光熱水費	29,660,259	9.2%	121,561,230	22.3%	151,221,489	17.4%
	諸費	29,750	0.0%	29,750	0.0%	59,500	0.0%
	役務費計	5,068,207	1.6%	16,949,635	3.1%	22,017,842	2.5%
	その他	4,585,303	1.4%	16,473,396	3.0%	21,058,699	2.4%
	通信運搬費	272,326	0.1%	179,401	0.0%	451,727	0.1%
	保険料	210,578	0.1%	296,838	0.1%	507,416	0.1%
	委託料	33,292,929	10.3%	60,598,064	11.1%	93,890,993	10.8%
	使用料及び賃借料	16,255	0.0%	7,455	0.0%	23,710	0.0%
	工事請負費	18,198,600	5.6%	—	—	18,198,600	2.1%
	備品購入費	1,331,138	0.4%	1,331,137	0.2%	2,662,275	0.3%
	負担金補助交付金	—	—	131,466,318	24.1%	131,466,318	15.1%
	償還金利子割引料	—	—	—	—	—	—
	公課費	4,278,600	1.3%	4,278,600	0.8%	8,557,200	1.0%
	貸付金	—	—	—	—	—	—
	市場整備費	—	—	—	—	—	—
	公債費計	68,787,302	21.3%	122,715,178	22.5%	191,502,480	22.0%
	元金	43,282,255	13.4%	93,095,003	17.1%	136,377,258	15.7%
利子	25,387,363	7.8%	29,367,051	5.4%	54,754,414	6.3%	
事務費	117,684	0.0%	253,124	0.0%	370,808	0.0%	
予備費	—	—	—	—	—	—	
市場整備費	41,126,400	12.7%	—	—	41,126,400	4.7%	
合 計	323,463,693	100.0%	545,358,988	100.0%	868,822,681	100.0%	

### (3) 卸売会社の経営状況

京都食肉市場株式会社は、本市場の唯一の卸売会社として、市場の集荷・せり業務やと畜業務など市場・と畜場運営における重要な役割を果たしており、京都市も15%の株式を出資している。

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といえる。

直近の卸売会社の経営状況は、他の食肉中央卸売市場と比して、流動比率が低い、総資本経常利益率、売上高経常利益率が低い、労働生産性が低く、労働分配率が高い、

また、財務検査の結果からは子会社保有株式の減損処理、長期受取債券・退職引当金の改善、棚卸資産の見直しの必要が伺え、卸売会社自らが真摯に経営改善すべき状況にあるといえる。

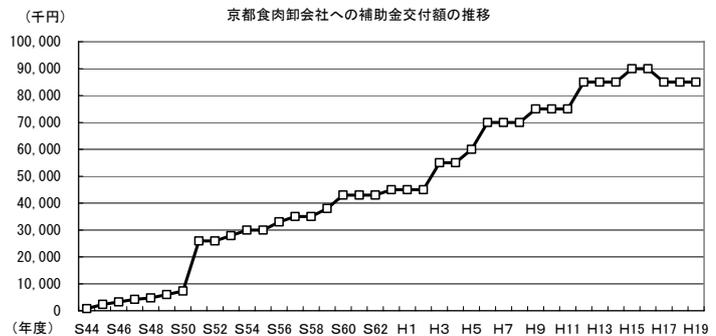
市場財政の健全化に向けては、市場の開設者とともに、市場の運営の中核となっている卸売会社の経営改善にまず取り組む必要があり、卸売会社自らが中・長期的な経営目標を策定し経営改善をしていくことが求められているといえる。

### (4) 施設の現状

現在の第二市場の市場施設・と畜施設については、昭和44年の開設時に建てられた建物で、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。

内部設備については、全国の食肉市場に先駆けた「押しボタン式せり機の導入」や平成2年に完成した「部分肉処理施設」の整備等、国の整備計画に基づき、随時改修をされてきている。また、病原性大腸菌O-157やBSE発生に対応するため、国が定める「と畜場施設のガイドライン」等に基づく大規模改修も実施され、「全面オンレール方式」の採用など最新の設備が導入されている。

平成16年度に策定された第8次整備計画では、随時改良や必要な設備改修を行っていく計画となっており、平成20年度は情報処理施設整備として「無線式せり機の更新」を実施。また、枝肉搬出設備の高度化設備改良工事として「枝肉積出しドックシュルター」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も計画されている。



## 第5 第二市場の課題

### (1) 市場経営面での課題

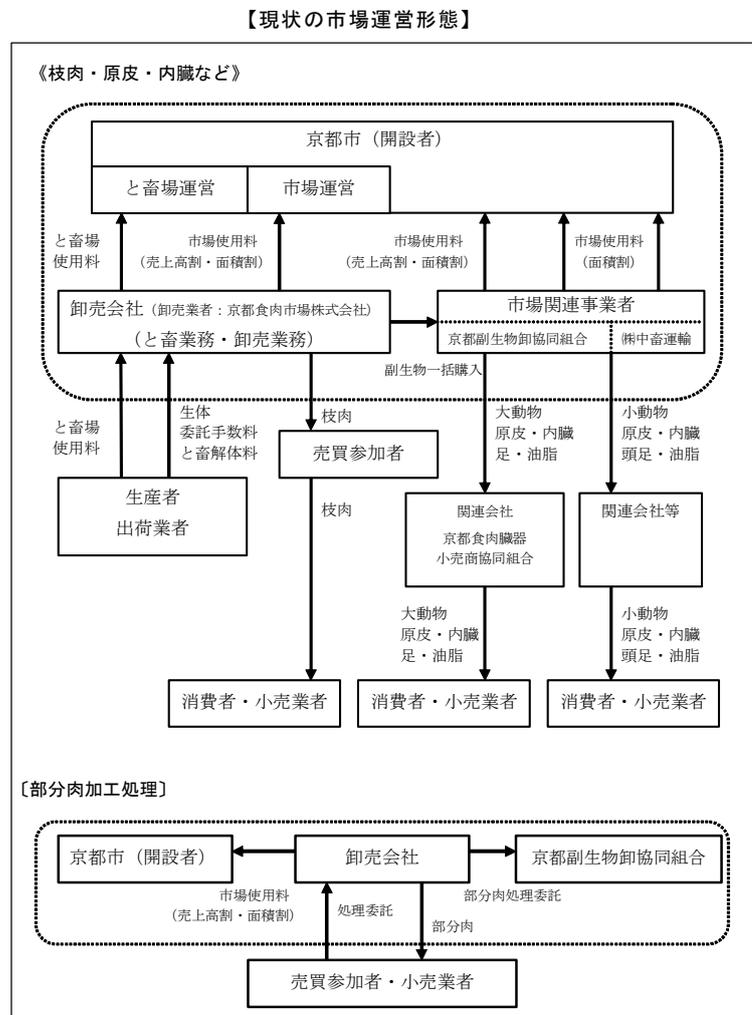
第二市場の財政状況からも明らかなように、これ以上の市場運営費に対する一般会計からの繰入金の増は許されず、歳入の抜本的な改革の必要性に迫られている。

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の増加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。

あわせて、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もある。更には、健全性や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り、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。

### (2) 市場運営面での課題

現状の第二市場の市場運営は、右図の「現状の市場運営形態」に示すような状況で、京都市が開設者として、と畜場運営や市場運営に携わり、卸売会社や市場関係事業者それぞれが一定の役割を持って運営や経営に当たっているが、個別の運営となっており、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いえない。



### (3) 卸売会社の経営改善

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市場内の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になっている。また、あわせて、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必要がある。

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な時期になっている。

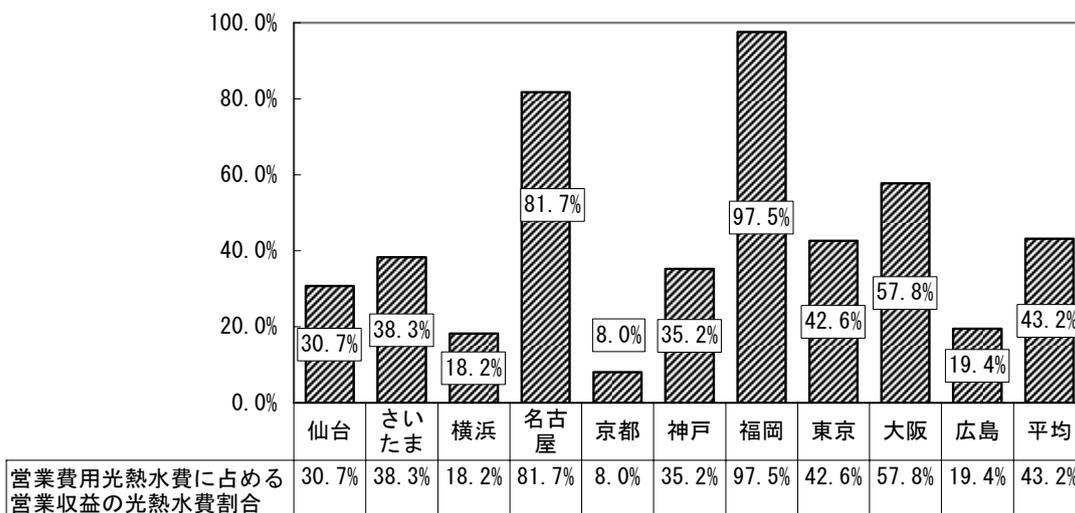
まず、人件費・人員の見直しによる支出の改善に取り組み、赤字体質からの脱却を目指し、長年据え置かれていると畜解体料などの見直しや出荷者の新規開拓や掘り起こしも大きな課題である。

### (4) 受益者負担の見直し

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とともに、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市場使用料と光熱水費の負担等について、受益者負担の見直しを図り、無駄がないか利用の見直しも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）



施設使用料等の他市場との比較

	卸売業者 市場使用料 (対卸売金 額)	施設使用料 (月・1㎡当たり)				解体料+と室使 用料(牛)	解体料+と室使 用料(豚)	備考	
		卸売業者売場 使用料 (㎡・月)	冷蔵庫 (㎡・月)	部分肉加工処 理施設 (㎡・月)	事務室 (㎡・月)				関連事業者 店舗 (㎡・月)
京都市	2.0/1000	178円	2,835円	2,100円	410円(甲) 609円(乙) 305円(丙)	410円(RC) 609円(S造) 336円(その他)	5,953円	1,638円	
仙台市	2.5/1000	定額として月 378,000円	種別・級により 一式	一式 月567,000円	管理棟1,155円 その他 452円		8,465円	1,799円	
さいたま市	3.0/1000	30円(旧施設) 4,179円(新)	3,058円(旧) 3,771円(新)		203円	203円	8,005円	1,813円	
東京都	2.0/1000	530円	3,890円		(売買参加者団体 等)1,160円 (他)2,150円	2,320円	12,000円	1,200円	
横浜市	2.0/1000	40円	種別・級により 1100~2800円		540円(甲) 390円(乙) 280円(丙) 200円(丁)	490円	4,630円	1,200円	
名古屋市	2.0/1000	335円	2,910円		1,658円	1,449円	6,700円	1,720円	
大阪市	2.0/1000	199円	2,929円(枝肉) 2,288円(他)		1,354円	1,018円	7,350円	1,638円	
神戸市	2.0/1000	296円	3,568円(甲) 3,058円(乙) 1,529円(丙)	2,141円	2,039円(甲) 897円(乙)	(食堂)897円	5,735円	1,764円	
広島市	2.0/1000	152円	1,663円(部分)		576円(卸業) 1,054円(格付) 531円(関係) 633円(出荷) 492円(他)	(食堂)846円	4,232円	1,274円	
福岡市	3.0/1000	定額として 3,490,000円			2,300円		5,229円	1,933円	

市場使用料・と畜場使用料改定の推移

1 市場使用料

(単位：円)

種別年月日	卸売業者 市場使用料	卸売業者 売場使用料	冷蔵庫 使用料	部分肉加工処 理施設使用料	事務室使用料	関連事業者 店舗使用料
S.44.12.1	2/1,000	100	1,100		230	甲 230 乙 160
S.51.4.21			1,700			
S.55.4.1					甲 230 乙 420 丙 130	
S.56.5.1			2,550			
H.元.4.1		170			甲 390 乙 580 丙 290	甲 390 乙 320
H.2.12.1			2,700	2,000		
H.4.4.1		175	2,781	2,060	甲 402 乙 597 丙 299	甲 402 乙 330
H.6.4.1						R C造 402 S 造 597 その他 330
H.9.4.1		178	2,835	2,100	甲 410 乙 609 丙 305	R C造 410 S 造 609 その他 336

2 と畜場使用料

(単位：円)

種別 年月日	と畜場			病畜 と室	副生物 処理室	従業員 控室
	牛・馬	子牛・子馬・ めん羊・山羊	豚			
S.44.12.1	450	225	皮はぎ 225 湯はぎ 275	と室使用料の 1.5倍	180	200
S.56.4.20	675	340	皮はぎ 340 湯はぎ 410			
H.2.4.1	1,670	560	560		270	260
H.4.4.1	1,720	577	577		278	268
H.6.4.1						535
H.9.4.1	1,753	588	588		283	545

#### (5) 市民への情報発信等についての課題

中央卸売市場としては、青果・水産等の中央卸売市場である第一市場は市民からの認知度が非常に高いが、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、京都の「食」文化を支え続け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等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講座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」という命や食の重みとそれを担う第二市場の重要性について、市民へアピールすること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。

イベントでの啓発活動だけでなく、日常の取組やフード・マイレージや地産地消等の取組を交えた学校教育との連携などによる啓発活動を行うことでの浸透を図っていく必要もある。

また、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と畜検査や BSE スクリーニング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ことも課題である。

#### (6) 施設整備上の課題

市場施設・と畜施設が、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その手法を検討していく必要がある。

しかしながら、建物を全面的に建て替えるとなると、他市場の建設費を基準に推計すれば、多額の経費が必要と推測され、ランニングコストも含め、その建設コストは必然的に市場の施設使用料などに跳ね返って来ることとなり、使用料の大幅な引き上げにつながっていき、ひいては、市場関係者の大幅な負担増となり、卸売会社や関連事業者が負担して経営できるのかも見極める必要がある。

また、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、最新の他市場の調査結果からは、ただ単に施設が最新のもの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、最新の設備に見合った従業員等の衛生教育の実施が必要不可欠であることも忘れてはならない。

他都市・近隣市場における例（建設費等）

施設名	市場名		名古屋	福岡	神戸	滋賀	亀岡	大阪	仙台	横浜	京都			
竣工年	開設		平成19年(移転)	平成12年(移転)	平成8年完成	平成19年完成	平成13年完成	昭和59年	昭和50年	昭和34年	昭和44年			
建設工事費	概算(敷地を除く)	単位(百万円)	18,443	8,749	4,200	3,567	709	14,280	建設当初 2,000		856			
	内訳													
	本館棟		13,731			3,153		10,808			市場施設 233			
	処理棟		2,754					2,031			と畜場 623			
	外構その他		1,958					1,091						
建築面積㎡			16,996	14,511			1,276	21,345			8,685			
延床面積㎡	合計		27,059	20,323	15,218	6,566	1,399	31,140	18,029	22,530	11,470			
	本館棟		22,830	15,540		5,675	1,211	21,868	8,785	12,387	4,760			
	処理棟その他		4,229	3,191		891	188	9,272	9,244		6,709			
敷地面積(㎡)			60,721	42,305	14,137	26,000	4,014	100,000	54,940	42,600	29,467			
建設概要	建ぺい率(%)		60	35			32	当初21.2			60			
	冷蔵・冷凍施設	総面積	1,574	1,885	1,282	975	85	5,623	2,737	3,548	1,715			
	と畜面積(㎡)	牛	2,400	651	173	413		1,259	1,897	1,498	1,188			
		豚	2,100	625	446	244			1,617					
	と畜解体1日あたり処理能力	牛	100	120	100	75	20	200	200	105	120			
		豚	1,000	450	200	100	20	1000	950	800	165			
	せり室(席数)	牛	90	70	86			80	50		70			
		豚	36					50		50				
	部分肉加工施設面積(㎡)	牛	2,713	235		484			932					
		豚	1,687	136				908	932		260			
係留所能力	頭数	牛	100	200		100	6	200	200	120	120			
		豚	840	600		100		750	950	670	165			
その他事務所面積等	市場事務室		217	30	580	69	38	1351	235		475			
	卸売業者		479	862	252			907	669		625			
	買参組合		29	30	74			115	123		40			
排水処理		1,680m <sup>3</sup> /日	1,023m <sup>3</sup> /日		400m <sup>3</sup> /日	30m <sup>3</sup> /日	1,200m <sup>3</sup> /日	1,400m <sup>3</sup> /日	3,000m <sup>3</sup> /日	960m <sup>3</sup> /日				
焼却炉		400kg/時	なし	有	1日分		4,030kg/日	0.4t/h		0.45/h				
脱臭施設		有	有	有	有	無	無	無	無	無				
洗車場	スペース台数		4	3	1	2		5	3		3			
と畜改修	改修工事費概算	単位(百万円)							牛ライン	豚ライン	牛ライン	豚ライン	牛ライン	豚ライン
	延床面積(㎡)								2,360	3,091	1,500	900	1,022	459
	工期(ヶ月)								3,237	3,780		856		
	改修完了年									24		15		
	休場期間								平成16年	平成23年	平成21年	平成18年	平成9年	平成10年
	市場運営を行いながらの改修									無	無	無	無	無
	延床面積(㎡)当り単価(万円)		68.1	43	27.5	54.3	50.6	45.8		○	○			

滋賀食肉センター：対米輸出対応施設の認定への取組みについては、国に対し働きかけている状態。(現在施設その他必要経費は未定。)

横浜：豚ラインの改修(2ライン整備のため、1ラインごと改修。と畜に支障をきたすことはなし。)

牛ラインの改修(11のブロックに分け係留所側から土目等を利用して実施。大きな工事は正月休みを予定している。)と畜制限なし

(7) 京都府との連携の必要性

京都肉ブランドは、20年以上の歴史があるが(昭和61年から制度開始)、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。これをもっ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、市場関係者や関係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が重要となってくる。

また、現在、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となっている。

中央卸売市場の有る都府県の牛出荷・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	

## 第6 第二市場の課題解決に向けた方向性とビジョン

### (1) 第二市場の方向性

第二市場は、京都市とその周辺における食肉流通の要として、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などの役割を担っており、市民の食生活の「安全・安心」の観点、公正で安価な食肉を安定的に供給している点、京都の「食」文化を支え続けている点において大きな公的役割を果たしている。

また、食生活や流通形態が変化する中、食品表示の偽装等国内外の食品の安全性が損なわれる事案が発生し、国民意識の高まりを見せる「食の安全・安心」や、国民が健康で豊かな人間性を育むための「食育」等、市民生活に関わる第二市場の役割は、益々その重要性を高めている。

一方、今後も、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が重要である。

第二市場は、市民に公正で安価な食肉を安定的に供給するため、規制が厳しい取引方法（せり等）を行う中央卸売市場として設立された。

せり売りによる価格設定が基本である第二市場には、特に品質の個体差が大きい和牛にあっ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の購買者にとっても魅力的な市場であるといえる。

第二市場の今後の方向性については、「食の安全・安定供給」「食の安全・安心」「食育を担う」拠点として、また、「生き物の命によって、命を守ってもらっている」という市場機能の重要性も鑑み、「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が確実に実施されることを前提として、「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。

### (2) 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

第二市場においては、市民の食の安全・安心の確保に十分寄与して行くことが第一義に重要であり、使命でもある。今後も「安全・安心」な運営を維持・継続していくためにも「HACCP（ハサップ・危害分析重要管理点）」に準じた運営を積極的に進めていく。

また、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、地産地消やフード・マイレージなどの食に関する環境の取組と合わせて、市場の愛称募集、食肉講座、市場見学会等の啓発活動にも力を入れ、市民・消費者に軸足をおいた取組を進めていく。

「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

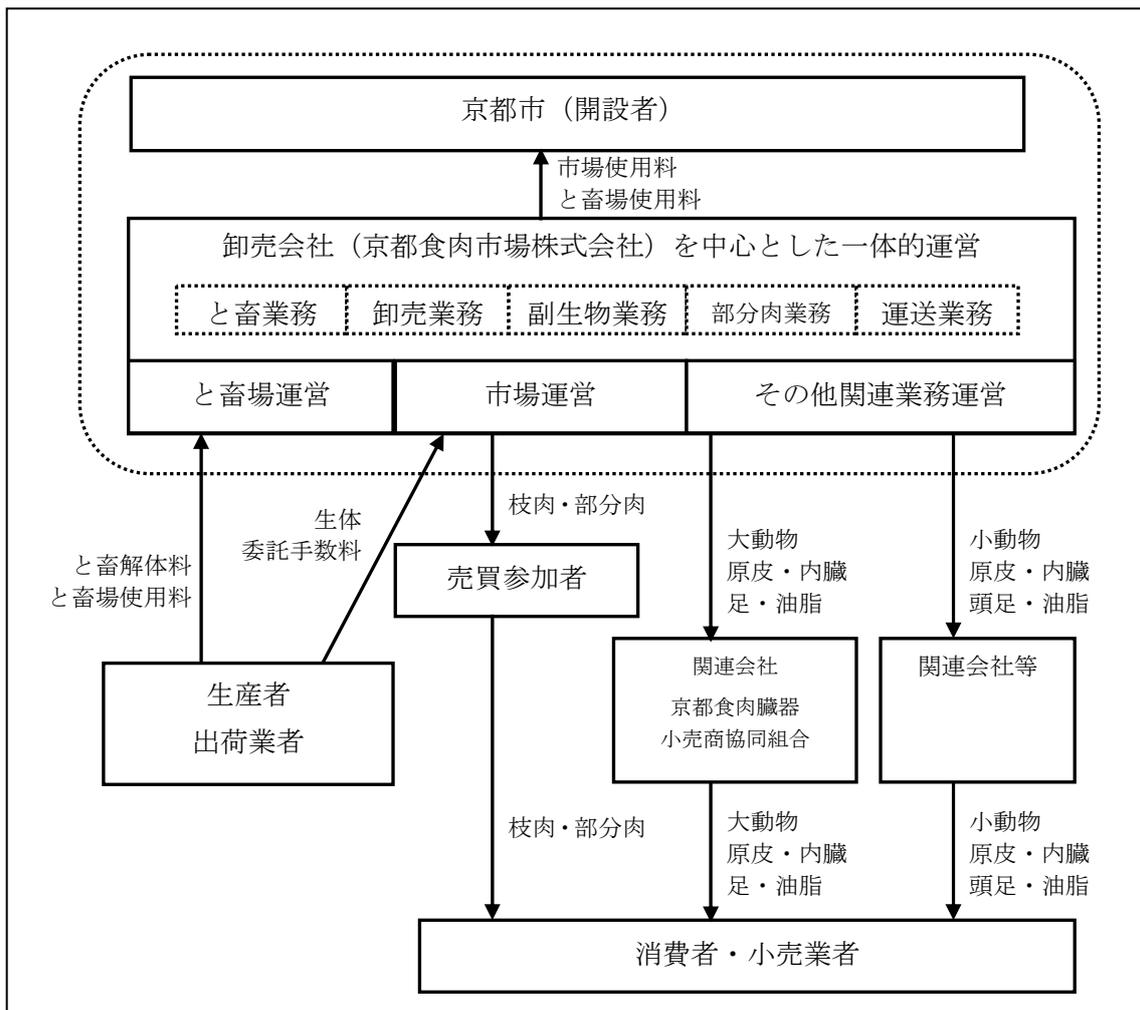
について理解を深めることは重要であり、そのことに対する第二市場の果たす役割の重要性について、積極的に市民への情報発信に取り組んでいく。

## ②「公設民営化方式」等による市場運営形態の改善

現状の運営は、開設者である京都市、卸売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る。現在、一部で導入されている民間委託の更なる拡大を進めるとともに、第二市場の組織体制の見直しと併せ、開設者としての京都市の関与・体制は縮小し、市場全体の維持・管理業務は、卸売会社等が一体的に行う体制とする必要がある。

今後は、健全な市場経営と効率的な市場運営を進める観点から「目指すべき方向性としての市場運営形態」の図に示しているように、「公設民営化方式」等による他市場の良いところと京都独自の特徴を活かした市場運営形態の一元化を目指していく。

### 【目指すべき方向性としての市場運営形態】



### 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し、今後、繰入金の上限定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の上、販売増や付加価値の増加等による財務内容の改善に着手する。

市場使用料・光熱水費等は、受益者負担の原則から、市場施設等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等の経常的な経費は受益者からの使用料等によってまかなわれるべきものといえる。

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していく。

### ④卸売会社等の経営改善

#### ア 京都市による取組

市場運営に関わる様々な情報を収集・分析し、これを基に、京都市から市場運営の中核となっている卸売会社への経営改善等の指導や提言機能を強化していく。また、外部の監査機関による卸売会社等への業務・財務監査により業務実態や経営内容の把握も実施していく。

#### イ 卸売会社等による取組

品揃えの充実や活性化を図るため、卸売会社自らが、定期的な産地訪問や産地へのきめ細かな情報提供により更なる集荷増と新規産地の開拓に取り組む。

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を実行する。

また、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を策定する。

売買参加者の増加に伴う市場の活性化を図るため、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、枝肉を一頭買いけ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実施する。さらに、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。

以上の取組を実施する上で、まず卸売会社自らがコンプライアンスの重視、赤字体質からの脱却を目指し、収益を上げる企業として早急に営

業収入の増加や支出削減に取り組んでいく必要があり、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求められる。役員をはじめ社員全員が事業計画やビジョンを共有し、積極的な自らの意識改革により、明確な経営改善のプロセスに基づき実行することが欠かせない。

#### ⑤施設改善の方向性

市場施設等は、食の安全・安心を支え、市民からも信頼され、親しまれる市場作りを進める上で、重要な部分を占めるものである。今後、早急に耐震診断を実施した後、その結果を受けて、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する。

設備面の改修については、今後も整備計画や耐震診断の結果も踏まえ、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、常に安全・安心な市場づくりを目指していく。

#### ⑥京都府との連携強化

「京都肉」「京都ぽーく」といった府内産のブランドとなっている畜産物は、いずれも第二市場を経由したものに与えられるブランドであり、第二市場での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ものである。

さらに、出荷者としての京都府内の肥育農家の育成、「京都肉」「京都ぽーく」等の販売促進には、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く、以上の観点からも、今後の第二市場の施設改修への支援も含め、京都府において進められている取組とも連携し、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、一層の連携を進めていく。

## 資 料

- ・ 用語集
- ・ 第二市場の取引状況について
- ・ 市場流通に係る手数料等の流れ
  - ・ 検討委員会開催経過
  - ・ 検討委員会委員名簿



## 用語集

### 【あ行】

#### 枝肉, 部分肉

枝肉とは、骨がついたままの状態のお肉のこと。

部分肉とは、「食肉の小売品質基準」によって9部位に定められていて、①かた、②かたロース、③リブロース、④サーロイン、⑤らんいち（らんぷ）、⑥ヒレ、⑦そともも、⑧もも、⑨ばらの9部位それぞれの部分に小分けされているお肉のこと。

#### 卸売市場法

この法律は、青果・水産・食肉等生鮮食料品等を売り手(生産者)と買い手が一同に会して取引をする場、即ち“市場”における、取引ルールを定め、商品を広く円滑に流通させることを目的に制定されている法律のこと。

#### 卸売市場の開設者

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をする仕事や、市場の施設使用料の徴収などの仕事（業務課）を行っている。

#### 卸売業者

卸売（おろしうり）は、商品流通の過程で、製造・収穫（生鮮食品）と小売の中間に位置する経済（販売）活動を行う業種です。

卸売業者を利用する利点としては、集荷や分荷機能があるので、小売店が様々な商品を必要量確保しやすいことなどにあり、逆に欠点としては、流通過程が複雑また長くなるので、費用が発生し、価格が高くなることなどがあげられる。

#### 卸売市場経由率

全消費量に対する卸売市場を経由する割合のことをさす。

### 【か行】

#### 格付

全国に出回る牛肉には、全国共通の格付け制度によるランク分けが行われています。この格付けがあることによって、適正な価格で牛肉が取引されるのです。また、格付けは、「社団法人 日本食肉格付協会」によって定められている。

この格付けの基準は、「枝肉取引規格」といい、「歩留（ぶどまり）等級」と「肉質等級」の二つの基準値の組み合わせで表す、「分離評価方式」が採用されている。

また、格付けに使われる部位も、当然全国統一されており、左半丸側の第6と第7肋骨の間を切開した断面を用いている。

#### 関連事業者

卸売市場の様々な関連する業務を行う業者で、第1種関連事業者は市場機能の充実を図るもので、第2種関連事業者は、市場の利用者に便益を提供するものです。

第二市場では、第1種関連事業者としては、「副生物取扱業者」と「枝肉配送業者」があり、第2種関連事業者では、「銀行」がある。

## 京都肉ブランド

京都では古くから恵まれた自然を生かし、また長年に亘る農家の努力により資質の優れた肉質の良い名牛が生産されてきた。

京都の肉は、延慶3年（1310年）に書かれた「国牛十図」に「丹波牛」として取り上げられたほど伝統がありますが、特産地の兵庫、滋賀にはさまれて知名度は低いものであった。

そこで、昭和61年、京都府と京都肉牛流通推進協議会（生産者団体、荷受会社、売買参加者、小売販売業者、家畜商等で構成）は、府内で生産・飼育される牛肉の高級肉を「京都肉」と名づけ、以来、「伝統と文化の味」をキャッチコピーとしてこのブランドの定着に尽力している。

現在「京都肉」とは、以下のすべての要件を満たす牛に与えることとされている。

1. 黒毛和種であること。
  2. 飼養期間が最も長い飼養地が京都府内であること。
  3. 京都市中央卸売市場第二市場でと畜解体されたこと。
  4. 日本食肉格付協会による枝肉格付が「A5、B5及びA4、B4規格」であること。
- ただし、著しく品質が劣るものは除く。

## 黒毛和牛、交雑種などの肉用牛の種類

和牛は、日本古来の食肉専用種で、1944年に黒毛和種牛、褐毛（あかげ）和種牛、無角和種牛の3種が和牛として認定され、1954年に日本短角種牛が追加されました。このようにひとくちに和牛といいますが、これら4種の総称として使われる。

国産牛は、日本で生まれ肥育された上記4種以外の牛をいいます。ですから、外国種や輸入牛でも3箇月以上国内で肥育されると国産牛になる。

その和牛の中でも有名な黒毛和牛（正式には黒毛和種牛）は、国産牛の4割弱（牛肉全体の15%）程度を占めるにすぎない。松阪、神戸、近江、米沢などの有名ブランドはすべて黒毛和牛で、これらは独自の厳しい基準を設けて更に高い品質の銘柄を追求している。

交雑種（F1）は、黒毛和種等に代表される様な牛の種類（品種名）ではない。交雑種は生産コストの引き下げ、肉質の向上を目的に交配させた品種で、ここでは代表的な交雑種（黒毛和種の雄牛×ホルスタイン種の雌牛）について紹介します。毛色は一般的に黒色であるが、体の一部に白斑が出ることが多いとされ、雑種強勢により黒毛和種などの純粋種に比べて病気に強い等、抵抗性を持つことが知られている。交雑種は肉専用種より早く大きくなるため、粗飼料の利用性に優れている。

この他に、肉専用種の純粋種どおしを交配させる和牛間交雑種と、肉専用種と乳用種（ホルスタイン種以外）を交配させた交雑種がある。品種間の交配により生産された牛の総称として交雑種という表示をしている。

## 【さ行】

### 市場使用料

市場施設の建設に係る償却費、運営費、維持経費等の内、市場利用者である卸売業者や関連事業者が国の算定式を基礎として、負担すべき経費。卸売業者は、売上高割使用料と施設使用料を関連事業者は施設使用料を負担している。

### 食育

食育基本法では、食育とは、「食」に関する知識と「食」を選択する力を習得し、健全な食生活を実践することができる人間を育てる」ことであるとしている。

### せりによる販売

競売（きょうばい、けいばい、せりうり）あるいは競り（せり）、オークション（auction）とは、販売目的で何らかの場に出された物品を、最も良い購入条件を提示した買い手（入札希望者）に売却するために、各々の買い手が提示できる購入条件を競わせる事です。

## 【た行】

### 地産地消

地産地消（ちさんちしょう）とは、地域生産地域消費（ちいきせいさん・ちいきしょうひ）の略語で、地域で生産された農産物や水産物をその地域で消費すること。

### 中央卸売市場・地方卸売市場・食肉センターの概要とそれぞれの施設の違い

中央卸売市場とは、生鮮食料品等の流通および消費上、特に重要な都市およびその周辺の地域における生鮮食料品等の円滑な流通を確保するため、卸売の中核的拠点となって流通改善に資するものとして、地方公共団体が農林水産大臣の認可を受けて開設するものであり、開設要件は、都道府県または人口 20 万人以上の都市ということになっている。食肉部門では、わが国には、10 市場ある。

地方卸売市場とは、中央卸売市場以外の卸売市場で都道府県知事の許可を受けて開設する卸売市場で、食肉の地方卸売市場にあっては、卸売市場の面積が 150 m<sup>2</sup>以上あるものとされ、全国に 22 市場ある。

食肉センターとは、「と畜場法第 3 条 2 項」に基づく、と畜場のことで、都道府県知事（保健所を設置している市では市長）の許可を受けて開設し、中央卸売市場や地方卸売市場等の併設が可能で、食肉処理施設や加工施設、販売施設があるところがある。

## 【は行】

### HACCP（ハサップ）

HACCP（危害分析重要管理点）方式は、原料の入荷から製造・出荷までのすべての工程において、危害因子を特定し、その危害を防止（予防、消滅、許容レベルまでの減少）するための重要管理点（CCP）を特定して、そのポイントを継続的に監視・記録（モニタリング）し、異常が認められたらすぐに対策を取り解決するので、不良製品の出荷を未然に防ぐことができるシステムのこと。

HACCP は 1960 年代に米国で宇宙食の安全性を確保するために開発された食品の衛生管理の方式で、国連の国連食糧農業機関（FAO）と世界保健機構（WHO）の合同機関である食品規格（Codex）委

員会から発表され、各国にその採用を推奨している国際的に認められたものです。

我が国では、1996年5月に食品衛生法の一部を改正し総合衛生管理製造過程（製造または加工の方法及びその衛生管理の方法について食品衛生上の危害の発生を防止するための措置が総合的に講じられた製造、または加工の工程）の承認制度が創設され、1996年5月から施行された。

総合衛生管理製造過程には食品の安全性を確保するためのHACCPシステムが組み込まれていますが、安全性以外に、施設設備の保守管理と衛生管理・防虫防そ対策・製品回収時のプログラム等の一般的衛生管理を含めた総合的な衛生管理を文書化し、そのとおりに実行することを要求している。

## PDCAサイクル

PDCAサイクルは、工業（製造業や建設業）などの事業活動において、生産管理や品質管理などの管理業務を計画通りスムーズに進めるための管理サイクル・マネジメントサイクルの一つ。

Plan（計画）：従来の実績や将来の予測などをもとにして業務計画を作成する。

Do（実施・実行）：計画に沿って業務を行う。

Check（点検・評価）：業務の実施が計画に沿っているかどうかを確認する。

Act（処置・改善）：実施が計画に沿っていない部分を調べて処置をする。

この四段階を順次行って一周したら、最後のActを次のPDCAサイクルにつなげ、螺旋を描くように一周ごとにサイクルを向上させて、継続的な業務改善をしてゆく。この螺旋状のしくみをスパイラルアップ（spiral up）と呼ぶ。この考え方は、ISO9000やISO14000にも反映されている。

## BSE対策

すべての牛を対象としたBSE（牛海綿状脳症）検査は、平成13年10月18日から全国一斉に始まっており、京都市におきましても、第二市場内の衛生公害研究所で、全頭に対しエライザ法によるスクリーニング検査（一次検査）を実施しております。この検査で擬陽性と診断された場合、当該牛の食肉・内臓などすべての部位を場内に留め置くこととしており、万一、国による二次検査によって陽性が確定した場合は焼却処分し、当該牛の食肉・内臓等が市場に出回ることはない。

## フード・マイレージ

フード・マイレージ（food mileage）は、「食料の(=food)輸送距離(=mileage)」という意味。重量×距離（たとえばトン・キロメートル）であらわす。食品の生産地と消費地が近ければフード・マイレージは小さくなり、遠くから食料を運んでくると大きくなる。

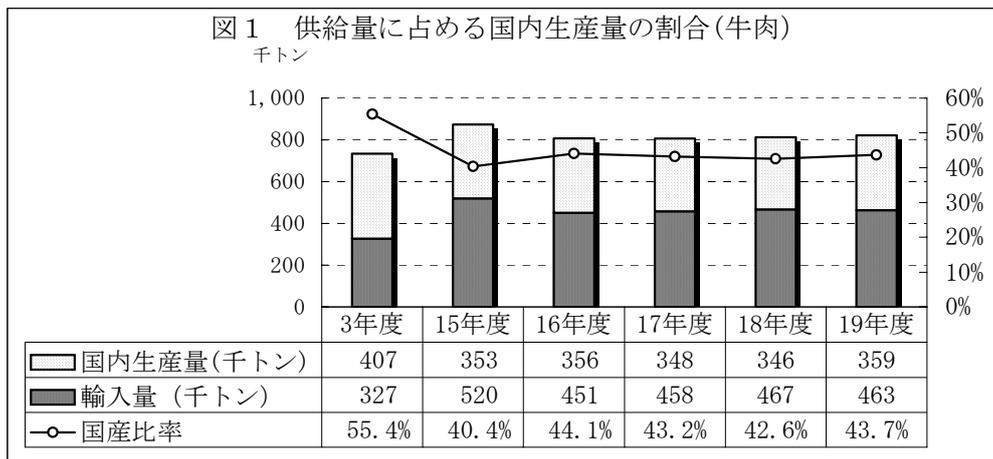
## 第二市場の取引状況について

平成20年9月

### 1 牛の取引状況

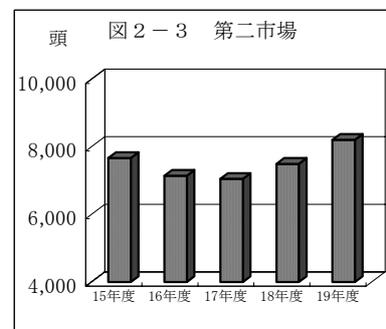
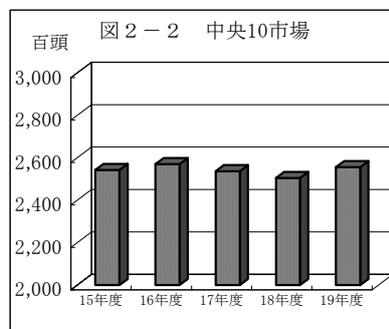
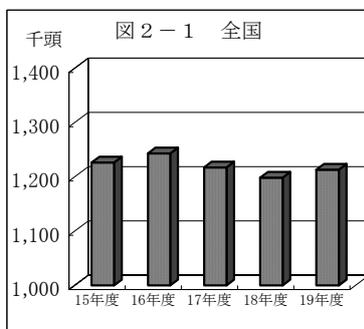
#### (1) 国内生産状況(牛肉)

- ア 平成3年度に牛肉の輸入が自由化された。
- イ 国産割合は平成3年度には55.4%だったものが、国内生産量の減少及び輸入牛肉の増加に伴い低下した。
- ウ 平成13年度以降はBSEの影響により牛肉の消費が減少する一方、国産の割合は、米国産牛肉の輸入停止等によりやや上昇傾向にあった。平成19年度は生産量が前年度より増加し、国産比率も上昇した。



#### (2) と畜状況(成牛)

- ア 平成16年度の全国のと畜頭数は、米国産牛肉輸入停止の影響により、代替需要の効果等で平成17年度に入り落ち着いた。平成18年度も前年度よりやや減少となった。第二市場の平成19年度のと畜頭数は、706頭(9.4%)の増加となった。新規出荷者による牛の出荷があったためと考えられる。

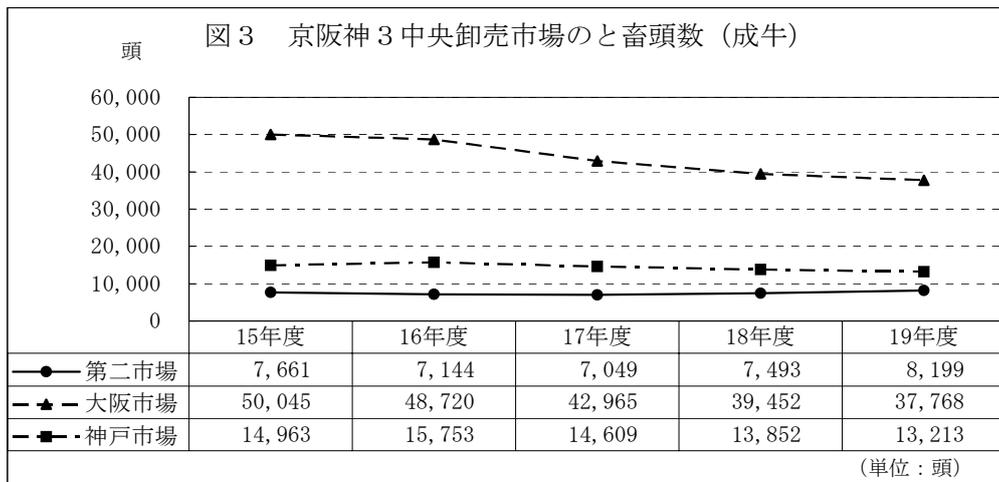


(単位:頭)

年度	15		16		17		18		19	
	頭数	前年度比	頭数	前年度比	頭数	前年度比	頭数	前年度比	頭数	前年度比
全国	1,225,654	▲0.4%	1,242,630	1.4%	1,217,212	▲2.0%	1,198,516	▲1.5%	1,213,530	1.3%
中央市場	254,278	1.4%	256,980	1.1%	253,735	▲1.3%	250,534	▲1.3%	255,639	2.0%
第二市場	7,661	▲11.8%	7,144	▲6.7%	7,049	▲1.3%	7,493	6.3%	8,199	9.4%

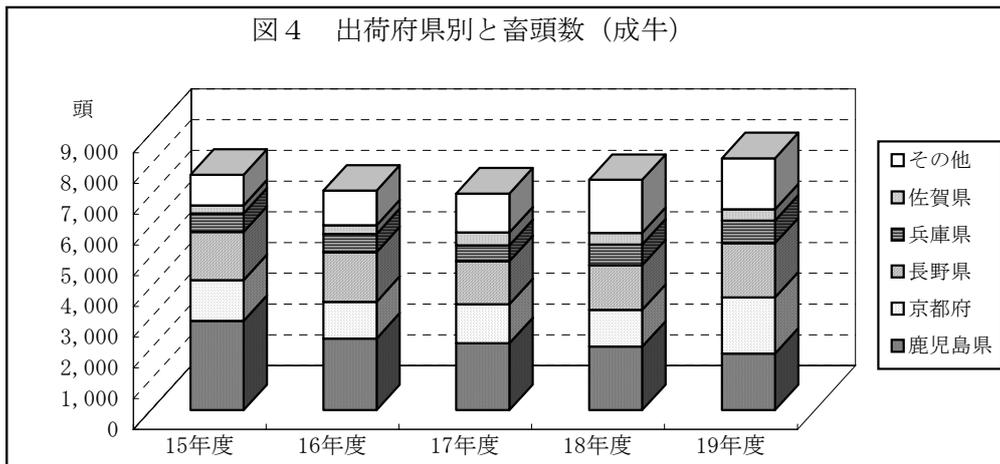
### (3) 京阪神3中央市場のと畜頭数(成牛)

ア 平成19年度のと畜頭数は、第二市場においては増加して、大阪市場及び神戸市場においては減少であった。



### (4) 第二市場の出荷府県別と畜状況(成牛)

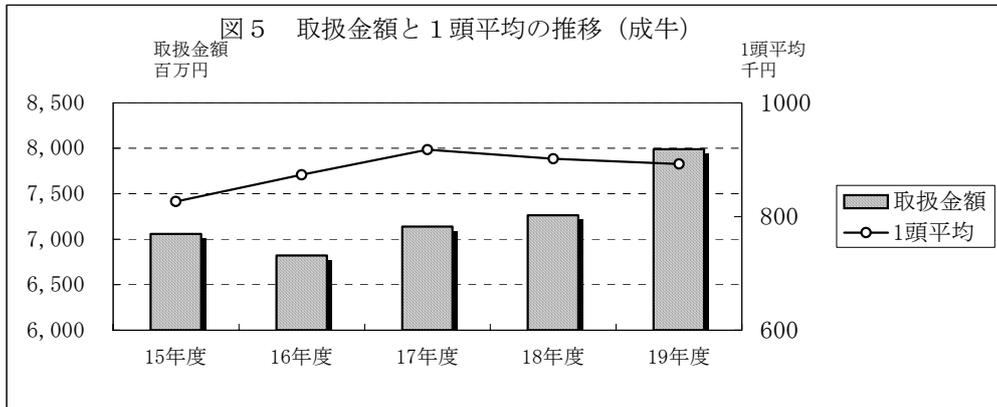
ア 鹿児島県、長野県、京都府、兵庫県、佐賀県の5府県で全体の約8割を占める(平成19年度)。  
 イ 平成19年度は、京都府、長野県からの出荷の増加が目立った。



年度	15		16		17		18		19	
	頭数	占有率								
鹿児島県	2,906	37.9%	2,333	32.7%	2,178	30.9%	2,072	27.7%	1,842	22.5%
京都府	1,329	17.4%	1,193	16.7%	1,269	18.0%	1,194	15.9%	1,826	22.3%
長野県	1,569	20.5%	1,618	22.6%	1,402	19.9%	1,452	19.4%	1,765	21.5%
兵庫県	597	7.8%	588	8.2%	516	7.3%	673	9.0%	736	9.0%
佐賀県	266	3.5%	283	4.0%	416	5.9%	376	5.0%	365	4.5%
その他	994	13.0%	1,129	15.8%	1,268	18.0%	1,726	23.0%	1,665	20.3%
合計	7,661	100.0%	7,144	100.0%	7,049	100.0%	7,493	100.0%	8,199	100.0%

(5) 第二市場の取扱金額（成牛）

- ア 平成15年度は、取扱頭数が減少したが、1頭平均価格が11.2%上昇した結果、取扱金額は0.4%の減少にとどまった。
- イ 平成16年度も、米国産牛肉の代替需要の影響等で1頭平均価格が5.7%増加したが、取扱金額では、頭数減少の影響で3.4%の減少
- ウ 平成17年度は、米国産牛肉の輸入再停止の影響等で1頭平均価格が5.1%増加した。取扱金額についても、1頭平均価格高騰の影響で4.6%の増加となった。
- エ 平成18年度は、単価の低い交雑種の取扱頭数が増加したため、1頭平均価格は1.8%減少した。取扱金額については、と畜頭数の増加の影響で1.8%の増加となった。
- オ 平成19年度は、消費者の牛肉離れの影響で、1頭平均価格は1.0%減少した。取扱金額については、と畜頭数が大幅に増加した影響で10.0%の増加となった。



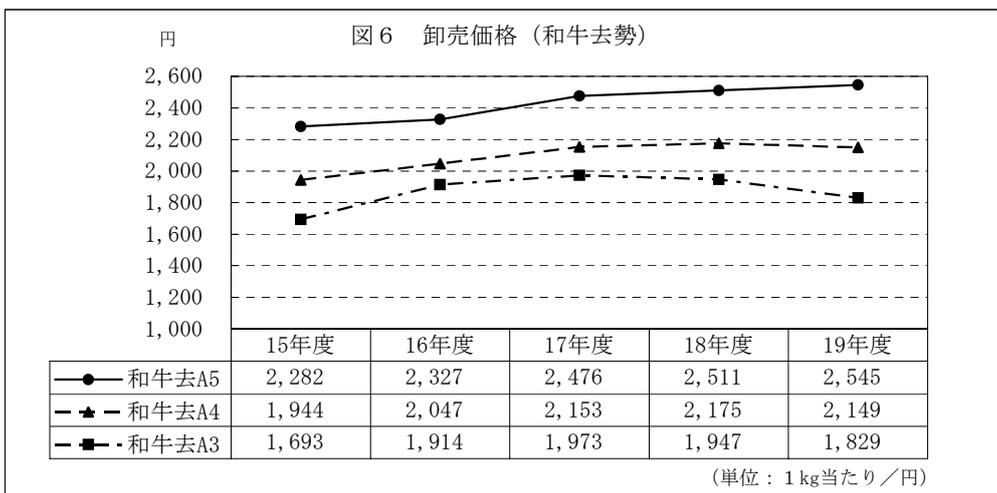
(単位：千円)

年度	15		16		17		18		19	
	金額	前年度比	金額	前年度比	金額	前年度比	金額	前年度比	金額	前年度比
取扱金額	7,058,886	▲0.4%	6,821,902	▲3.4%	7,137,915	4.6%	7,263,428	1.8%	7,991,024	10.0%
1頭平均	826.3	11.2%	873.3	5.7%	917.6	5.1%	901.5	▲1.8%	892.3	▲1.0%

※ 取扱金額には、部分肉、輸入肉、副生物を含む。1頭平均は枝肉1頭当たりの平均価格

(6) 第二市場の卸売価格（和牛去勢）

- ア 平成13年の国内初のBSE感染牛確認で価格が底値をうった以降は毎年、上昇を続けている。
- イ 平成19年度はA5等級のみ上昇したが、下位の等級では軒並み減少した。

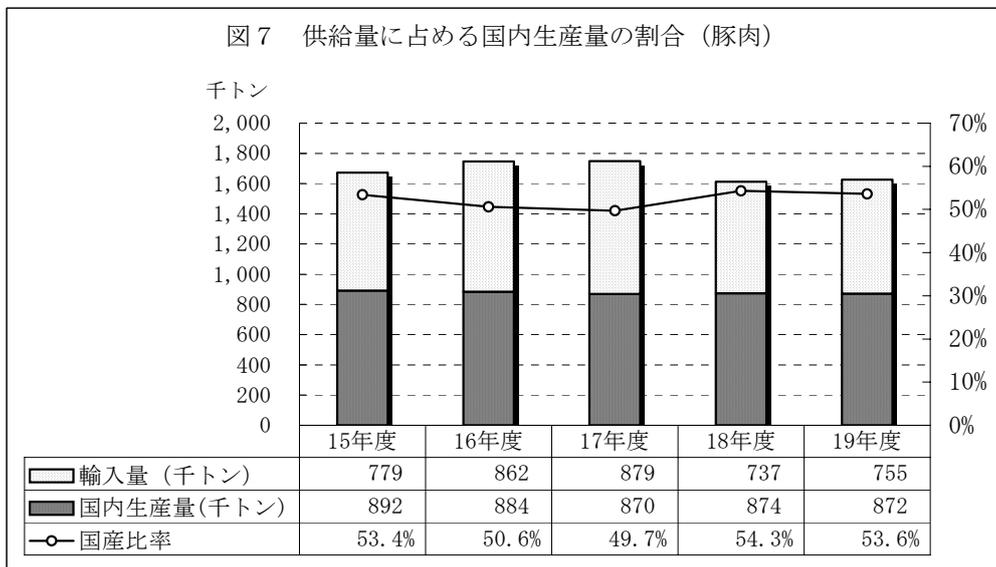


(単位：1kg当たり/円)

## 2 豚の取引状況

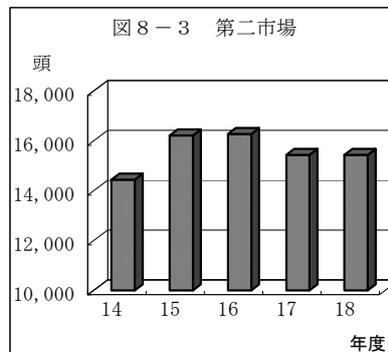
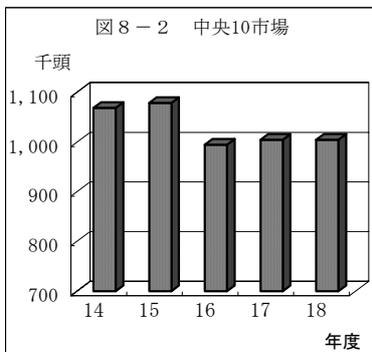
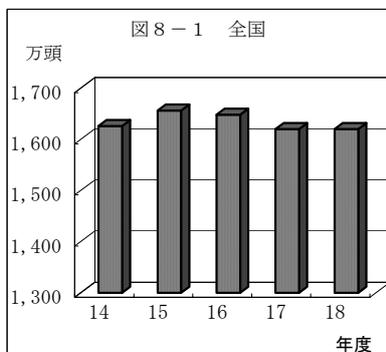
### (1) 国内生産状況（豚肉）

- ア 平成13年度以降は牛の代替需要もあり、全供給量は増加傾向
- イ 国内生産量は横ばいで推移しているものの、輸入量の増加に伴い、国産割合は減少傾向にある。



### (2) と畜状況（豚）

- ア 全国のと畜頭数は減少傾向にあるが、平成18年度はやや下げ止まった。
- イ 第二市場の平成19年度のと畜頭数は、前年度と比べて、297頭の増加（1.9%増）となった。

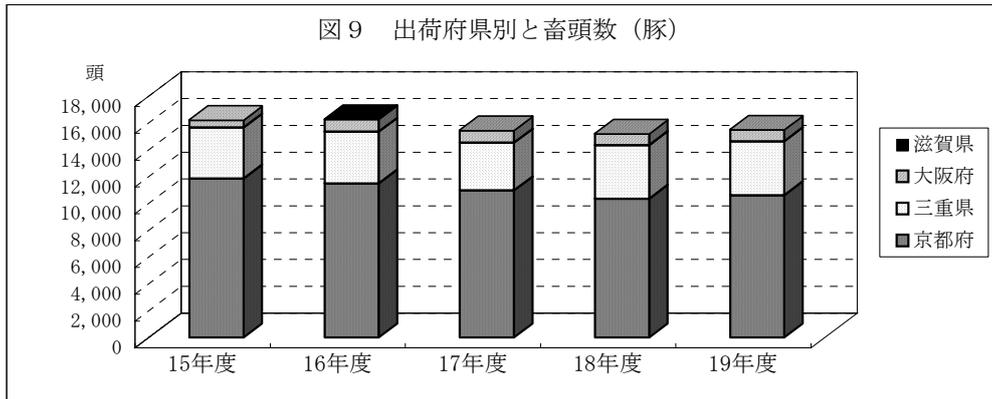


(単位：頭)

年度	15		16		17		18		19	
	頭数	前年度比								
全国	16,563,051	1.8%	16,483,194	▲0.5%	16,203,431	▲1.7%	16,217,251	0.1%	16,222,972	0.1%
中央市場	1,079,386	1.0%	995,451	▲7.8%	1,005,937	1.1%	976,481	▲2.9%	958,417	▲1.8%
第二市場	16,222	12.3%	16,273	0.3%	15,440	▲5.1%	15,196	▲1.6%	15,493	2.0%

### (3) 第二市場の出荷府県別と畜状況 (豚)

- ア 出荷府県の中心は京都府と三重県で、中でも京都府からの出荷が7割近くを占める。
- イ 平成15年度から大阪府に新たな出荷者を開拓

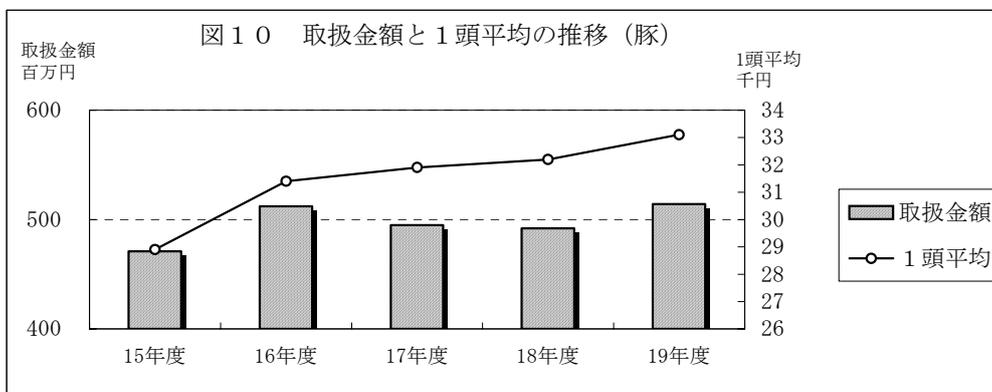


(単位: 頭)

年 度	15		16		17		18		19	
	頭数	占有率								
京 都 府	11,861	73.1%	11,500	70.7%	10,978	71.1%	10,344	68.1%	10,613	68.5%
三 重 県	3,802	23.4%	3,855	23.7%	3,544	23.0%	4,006	26.4%	4,027	26.0%
大 阪 府	559	3.5%	918	5.6%	918	5.9%	846	5.6%	853	5.5%
滋 賀 県	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
合 計	16,222	100.0%	16,273	100.0%	15,440	100.0%	15,196	100.0%	15,493	100.0%

### (4) 第二市場の取扱金額 (豚)

- ア 取扱金額は、取扱頭数の増加や、国内初のBSE感染牛確認の影響から代替需要による卸売価格の上昇の結果、平成13年度に大幅に増加し、平成15年度・平成16年度は微増、平成17年度は頭数減少の影響を受け減少 (前年度比3.2%減)
- イ 平成19年度の取扱頭数は、前年度と比較して増加し、取扱金額も増加した。1頭平均の価格は、平均卸売価格の上昇により、上昇している。



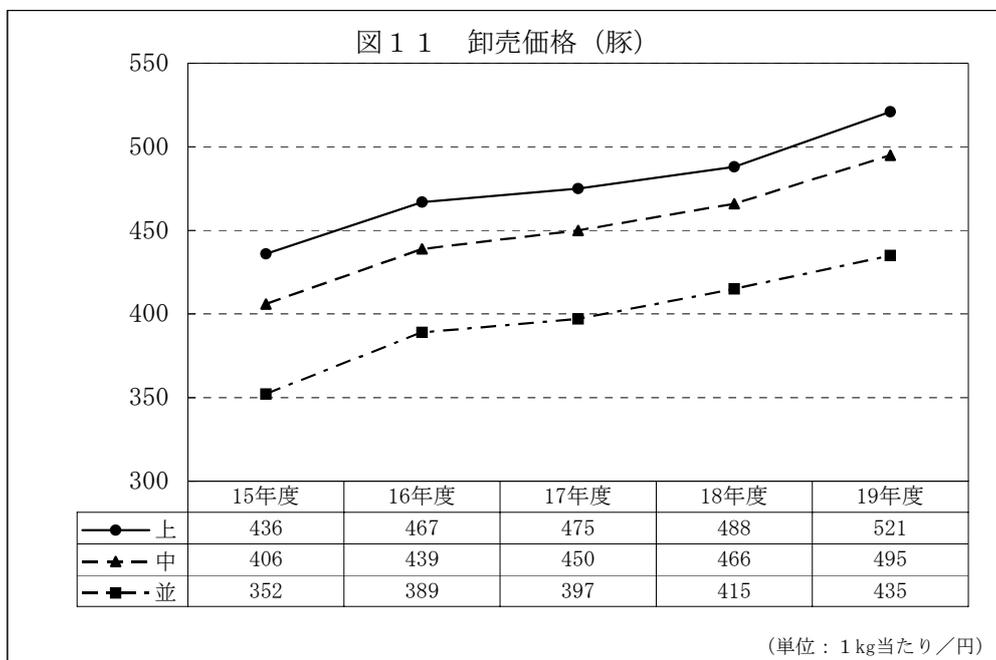
(単位: 千円)

年 度	15		16		17		18		19	
	金額	前年度比	金額	前年度比	金額	前年度比	金額	前年度比	金額	前年度比
取扱金額	470,506	2.0%	511,667	8.7%	495,307	▲3.2%	491,737	▲0.7%	514,169	4.6%
1頭平均	28.9	▲9.4%	31.4	8.5%	31.9	1.8%	32.2	0.9%	33.1	0.9%

※ 取扱金額には、副生物を含む。1頭平均は枝肉1頭当たりの平均価格

### (5) 第二市場の卸売価格（豚）

- ア 平成13年度には国内初のBSE感染牛確認に伴う代替需要で価格が大幅に上昇したが、その反動で、平成15年度までは価格が下がった。
- イ 平成16年度、平成17年度及び平成18年度は、米国産牛肉輸入停止による代替需要等により、価格が上昇した。
- イ 平成19年度は、疾病や夏の猛暑の影響で出荷が減ったため、価格が上昇した。

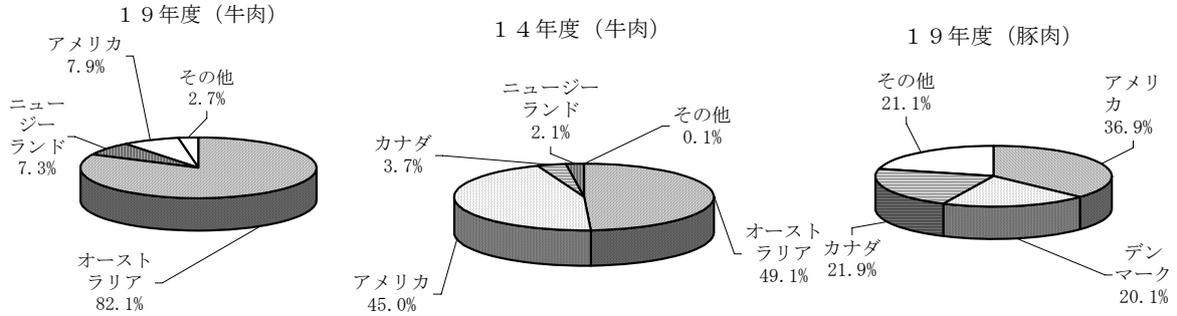


### 3 その他のデータ集

#### (1) 国内生産量と輸入肉の割合及び輸入肉における主要国占有率（19年度）

[牛肉] 国内生産量 43.7% : 輸入56.3%  
 (359.1千トン) (463.1千トン)  
 輸入牛肉主要国占有率

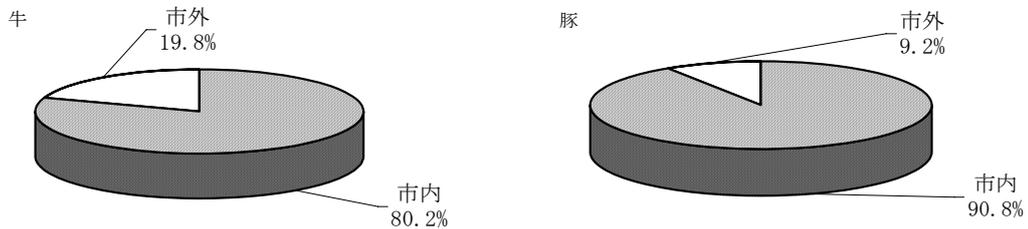
[豚肉] 国内生産量53.6% : 輸入46.4%  
 (872.3千トン) (754.6千トン)  
 輸入豚肉主要国占有率



(独立行政法人 農畜産業振興機構「畜産の情報」より)

牛肉は、平成19年度は、国内生産量がやや増加した。輸入牛肉は、アメリカからの輸入が増加してニュージーランドからの輸入量を上回った。輸入量全体としては、前年度と比較してやや減少した。  
 豚肉は、平成19年度は、国内生産量は前年度とほぼ同水準であった。輸入豚肉は、デンマークからの輸入が減少した。輸入量全体としては、前年度と比較して増加した。

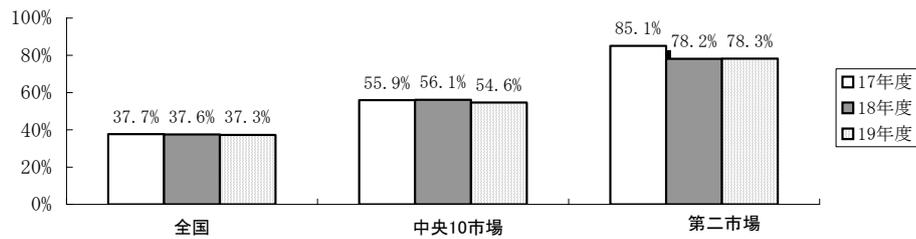
#### (2) 第二市場の販売先における市内、市外の割合(重量ベース, 19年度)



(第二市場 業務資料より)

牛肉は、前年度と比較して、市内への販売割合が約5%増加した。  
 豚肉は、前年度と比較して、市内への販売割合が約1%増加した。

### (3) と畜頭数における和牛占有率（17年度～19年度）

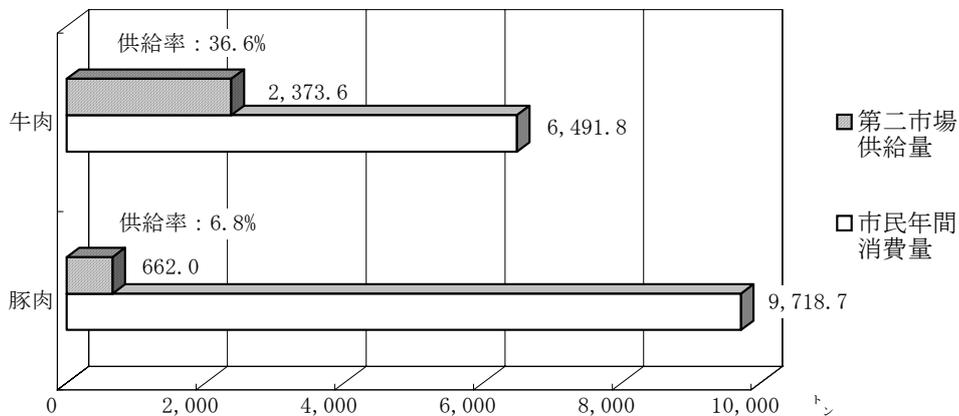


(単位：頭)

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

第二市場は、他市場と比較して、と畜頭数に占める和牛の割合が大きいといえる。  
平成19年度は、新規出荷者の開拓により、と畜頭数に占める和牛の割合がやや上昇した。

### (4) 京都市民の消費量と第二市場供給量（19年次）



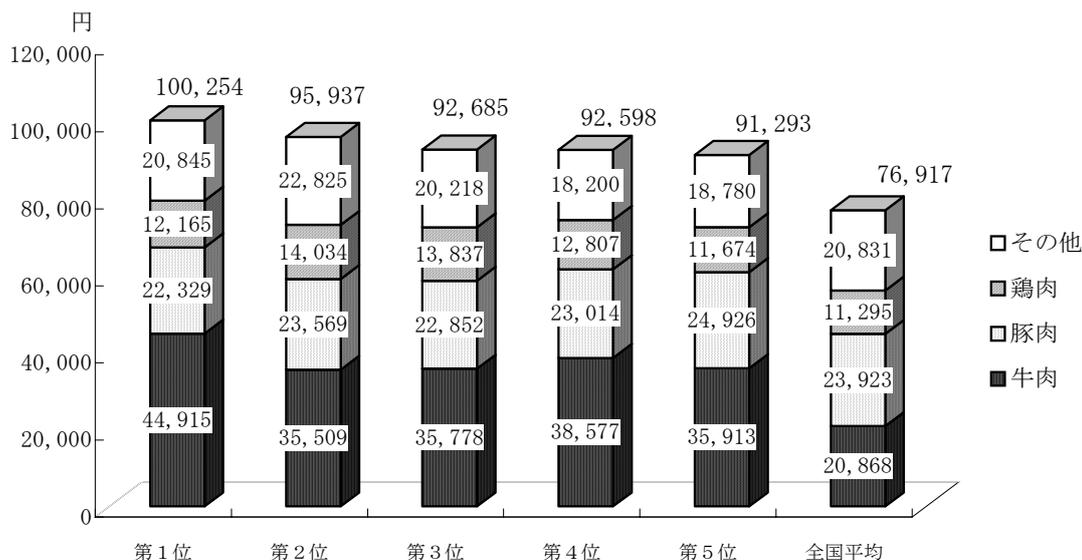
(注) 精肉供給量 = [枝肉重量 × 60% (歩留り)] + [(輸入牛肉重量 + 部分肉重量) × 85% (歩留り)] により算出

※供給率については、第二市場で取引された牛肉がすべて市民に消費された場合とする。

(総務省「家計調査(二人以上の世帯)」, 京都市 統計資料, 第二市場 業務資料より)

牛肉の市民への供給率は、前年次と比較して上昇した。  
第二市場供給量が増加して、市民年間消費量が減少したためである。  
豚肉は、市民年間消費量が増加して、市民への供給率はやや低下した。

(5) 都市別一世帯あたり肉類支出金額 (49都市, 19年次)



※その他は、合挽き肉、加工肉等

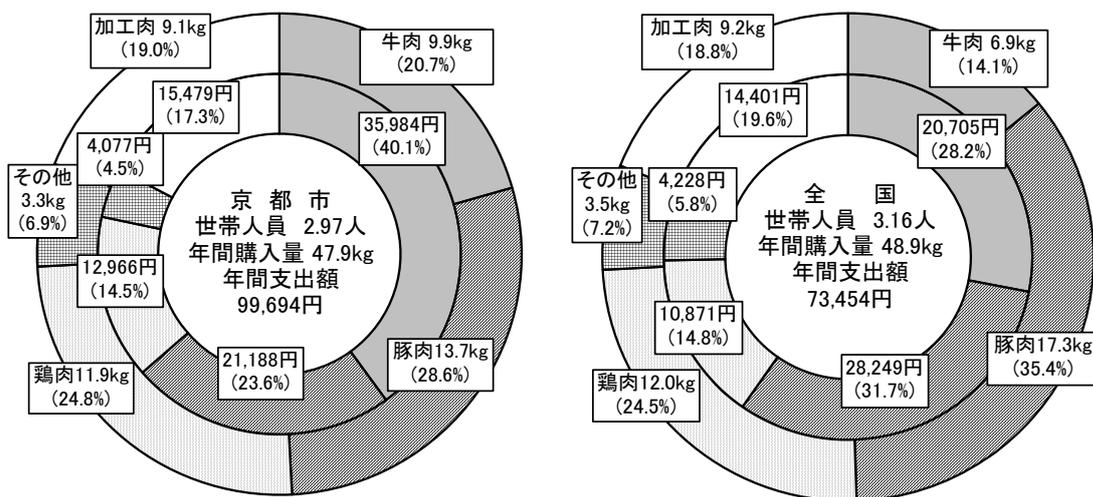
(参考) 一世帯当たりの支出金額 (全国平均) (京都市)

魚介類	91,763円	90,128円
生鮮野菜	63,629円	67,961円

(総務省「家計調査(二人以上の世帯)」より)

肉類支出金額は、西日本地方で多い傾向があるが、とりわけ近畿地方において多い。近畿地方は全国平均と比較して牛肉への支出金額が多い。

(6) 1世帯当たり年間 食肉・加工肉家計消費量 (18年次)

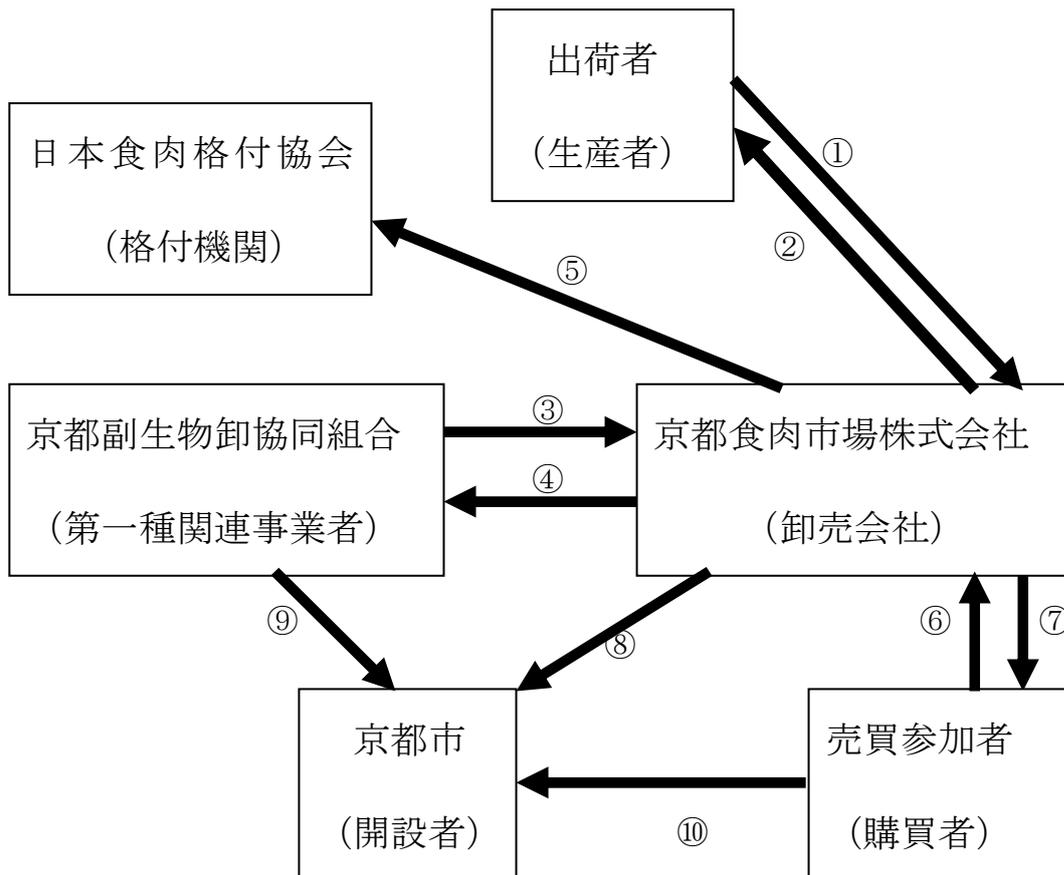


「その他」：合い挽き肉及びその他の生鮮肉  
「加工肉」：ハム・ソーセージ・ベーコン

外円：購入量  
内円：支出金額

(総務省統計局「家計調査年報」・京都府農林水産部畜産課「畜産の動向」より)

### 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)

京都市中央卸売市場第二市場基本構想

平成 2 1 年 3 月発行

発行 京都市中央卸売市場第二市場

〒601-8361 京都市南区吉祥院石原東之口 2 番地

TEL 075-681-5791

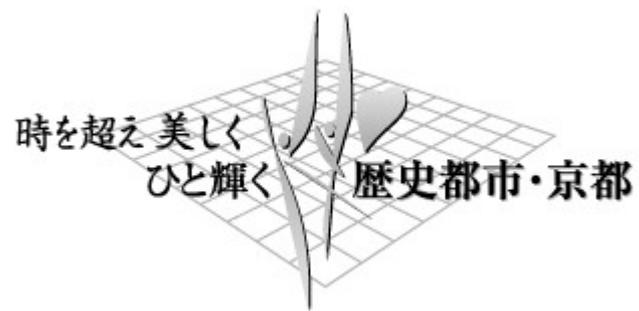
FAX 075-681-5793

ホームページ

[http://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/soshiki/7-1-8-0-0\\_3.html](http://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/soshiki/7-1-8-0-0_3.html)

電子メール dai2sijo@city.kyoto.jp

京都市印刷物 第 203010 号



時を超え美しく  
ひと輝く

歴史都市・京都