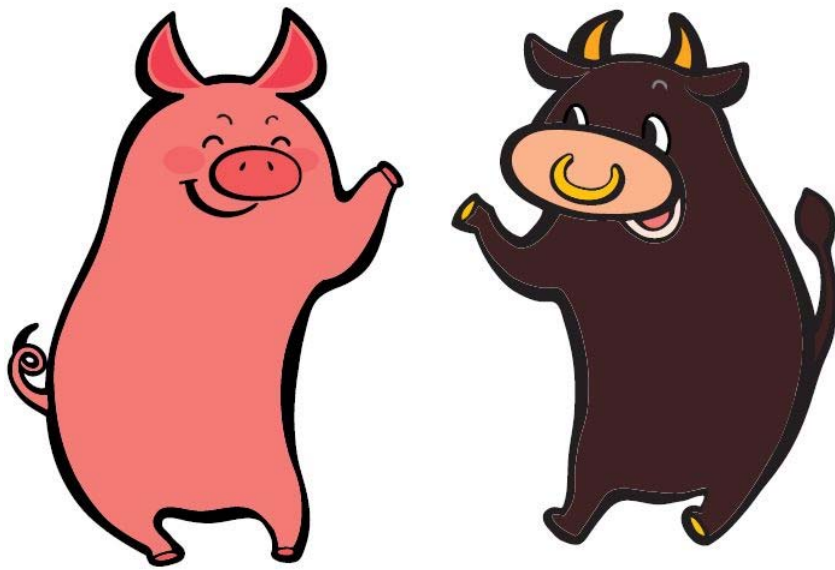


# 京都市中央卸売市場第二市場

## 「<sup>みやこ</sup>京ミートマーケット」マスタープラン



平成22年12月

京都市

※「<sup>みやこ</sup>京ミートマーケット」は京都市中央卸売市場第二市場の愛称です。

『京都市中央卸売市場第二市場「京<sup>みやこ</sup>ミートマーケット」マスタープラン』の策定に当たって



京都市長 門川 大作

「牛鍋食わねば開化不進度」。

明治の戯作者、仮名垣魯文が『安愚楽鍋』に記したように、明治の初め、食肉文化は文明開化の象徴のように広まっていったそうです。以来 150 年、食肉は、日本料理とも融合しながら、私たちの食文化に欠かせない食材となりました。

この度、京都市では、市民の皆様<sup>みやこ</sup>に安全でおいしい食肉を、安定してお届けするための総合計画「京都市中央卸売市場第二市場「京<sup>みやこ</sup>ミートマーケット」マスタープラン」を策定致しました。

昭和 44 年の開設以来、京都市中央卸売市場第二市場「京<sup>みやこ</sup>ミートマーケット」は、京都の食肉流通の要として、京都の食文化を支えてきました。

平成 3 年の「牛肉自由化」、平成 8 年の「病原性大腸菌 O-157」、平成 13 年の「BSE の発生」、平成 22 年の「口蹄疫の発生」など、幾多の困難を、市場関係者の懸命な取組によって乗り越え、全国一の品質、安全性、味を守り続けて参りました。

今日、生鮮食料品等の輸入拡大、市場外流通の増加など、食を取り巻く環境は大きく変化し、食への安全意識や「食育」への関心が高まっています。そうした中、京都市中央卸売市場が果たすべき役割は、これまで以上に大きくなっています。

このマスタープランでは、そうした現状や課題を見据え、第二市場の将来像や京都の「食」の在り方を展望しながら、今後 10 年間に取り組むべき重点戦略をまとめています。

京都市では、このマスタープランを基に、市民の皆様<sup>みやこ</sup>の食の安全を徹底的に守り、「京の食文化」をしっかりと未来に引き継いで参ります。

結びに、マスタープランの策定に当たり御尽力いただきました専門部会の皆様、第二市場運営協議会の皆様、関係者の皆様、そして、貴重な御意見をいただいた市民の皆様<sup>みやこ</sup>に、心から御礼を申し上げます。

## 目 次

第1 はじめに	1
1 マスタープラン策定の目的	1
2 計画期間	1
3 第二市場の沿革及び概要	2
第2 マスタープラン策定の背景	3
1 新たに第二市場に求められる機能	3
2 京都市の財政状況	3
3 国の卸売市場行政の動向	4
第3 第二市場の現状と課題	5
1 第二市場の取扱いに関する状況	5
2 市場財政の状況	7
3 第二市場における卸売会社等主な関連事業者の運営状況	8
第4 第二市場の方向性及び重点戦略	12
1 市場の一体的運営(卸売会社等関連事業者の一元化)と更なる公設民営化の 実現	12
2 運営会社の経営改革	18
3 施設の改築	20
4 京都府との連携強化	23
第5 重点戦略実施に基づく効果	24
1 市場財政の改善	24
2 低コストかつ安全で衛生的な施設への転換、戦略的な営業展開の実現	24
第6 計画の推進	26
1 基本協定の締結	26
2 基本協定に係る実施条件	26
《資料》	
・ 用語集	28
・ 市場流通に係る手数料等の流れ	33
・ 第二市場の取引状況について	34
・ 京都市中央卸売市場第二市場基本構想(概要)	45
・ 京都市中央卸売市場第二市場運営協議会委員名簿	47
・ 京都市中央卸売市場第二市場運営協議会開催経過	47
・ 京都市中央卸売市場第二市場マスタープラン専門部会委員名簿	48
・ 京都市中央卸売市場第二市場マスタープラン専門部会開催経過	49

## 第1 はじめに

### 1 マスタープラン策定の目的

京都市中央卸売市場第二市場「京<sup>みやこ</sup>ミートマーケット」(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、食肉の安定供給を行うための拠点として、また、京都の「食」文化を支え続けている拠点としても大きな公的役割を果たしています。

現在、食生活や流通形態が変化し、生鮮食料品等の輸入拡大、市場外流通が増加する中、食品表示の偽装等、国内外で食品の安全性が損なわれる事案が発生するなど、国民の意識が高まっている「食の安全」や、国民が健康で豊かな人間性を育むための「食育」等、市民生活に直接関わる第二市場の役割は、ますますその重要性を高めています。

「京都市中央卸売市場第二市場「京<sup>みやこ</sup>ミートマーケット」マスタープラン」(以下「マスタープラン」という。)は、「食の安定供給」、「食の安全」、「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を考慮し、「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、今後の第二市場の方向性を実現していくための重点戦略を明らかにするものです。

### 2 計画期間

マスタープランは、平成23年度(2011年度)から平成32年度(2020年度)までの10年間を計画期間とします。

### 3 第二市場の沿革及び概要

#### (1) 沿革

第二市場は、明治42年（1909年）7月1日に「屠場法」に基づく本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」が開場されました。

平成21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年を迎えました。

現在，食肉の中央卸売市場を開設している自治体は，本市のほか，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市です。

#### (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257業者，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）となっています。

また，第二市場では，牛・豚の集荷，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）が行っています。本市においては，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）や条例（京都市中央卸売市場業務条例）等に則して適正に行われているかなどの卸売業者及び関連事業者への指導監督，市場及びと畜場の施設や機械設備類等の維持管理等を行っています。

## 第2 マスタープラン策定の背景

### 1 新たに第二市場に求められる機能

#### (1) 市民に安心していただける安全と信頼が確保された市場

近年は、牛海綿状脳症（BSE）や口蹄疫、食品の偽装表示問題の発生などにより、食品の安全や食品供給の安定、信頼に対する不安が消費者に高まっており、食肉市場にあつては、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べき措置基準の遵守のほか、と畜段階での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ます。特に第二市場においては、消費地の近くで生体をと畜することにより、市民に安全で新鮮な食肉を提供しており、その役割は重要なものとなっています。

#### (2) 食育等食文化の発信

人口動向やライフスタイルが大きく変化する中、市民に対して、食に関する正しい知識と望ましい食習慣を身に付けられるよう、「食育」の推進が求められています。平成17年7月施行の食育基本法には、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」ことであるとされています。

第二市場においても、施設改築時には見学者用通路や調理実習室を設けるなど、市民に開かれた市場とし、「食育を担う」拠点、「食文化を発信する」拠点として市民への食情報の提供等の役割が期待されています。

#### (3) 環境への配慮

本市は、「京都市環境基本条例」（平成9年3月31日制定）に掲げる基本理念に基づき、平成18年8月に、「京（みやこ）の環境共生推進計画」を策定しました。同計画においては、あらゆる分野に関し、環境への負荷の少ない持続可能な都市の実現を目指しており、重点プロジェクトとして、二酸化炭素排出量の削減や、ごみ減量化等の取組を掲げています。また、平成22年9月市会において、京都市地球温暖化対策条例を全面改正する条例が可決され、その中で、本市が行うべきこととして、公共施設等における再生可能エネルギーの利用、地域産の木材その他の森林資源の利用及び緑化の推進に率先して取り組むことがうたわれています。

## 2 京都市の財政状況

本市は、国の三位一体改革以降、全国平均を上回る地方交付税の大幅な削減が続く中で、平成20年秋以降の急激な景気後退の影響による市税等の減収額の拡大や、社会福祉関係経費等の追加財政需要により、平成21年度一般会計決算における実質収支は11億円の赤字となり、極めて厳しい財政運営を余儀なくされています。

こうした中で、現在の厳しい財政状況の解消に向け、地方交付税等の確保に加えて、職員削減や経費の節減など、特別会計、公営企業会計も含め、聖域なき行財政改革への継続

的な改革・創造の取組を進めています。平成 22 年 10 月には、京都市財政改革有識者会議から、低成長、少子高齢化時代にふさわしい財政運営の考え方としての「京都市の財政改革に関する提言」が提出されたところです。

### 3 国の卸売市場行政の動向

農林水産省では、平成 22 年 3 月に取りまとめられた「卸売市場の将来方向に関する研究会」からの報告書を反映させ、平成 22 年 10 月に、平成 23 年度からの指針（対象期間平成 23～27 年度）として「第 9 次卸売市場整備基本方針」を策定しました。

その中で、卸売市場の現状と課題を踏まえ、今後の卸売市場についての基本的な考え方として、「コールドチェーンシステムの確立をはじめとした生産者及び実需者ニーズへの的確な対応」、「公正かつ効率的な取引の確保」、「食の安全や環境問題等の社会的要請への適切な対応」、「卸売市場間の機能・役割分担の明確化による効率的な流通の確保」、「卸売業者及び仲卸業者の経営体質の強化」、「経営戦略的な視点を持った市場運営の確保」の 6 点を挙げています。

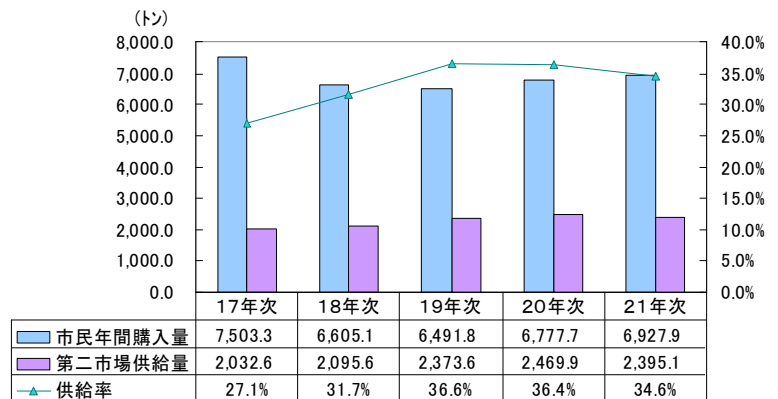
### 第3 第二市場の現状と課題

#### 1 第二市場の取扱いに関する状況

##### (1) 消費の動向

平成21年次の京都市民の牛精肉年間購入量は約6,900トンであるのに対し、第二市場の供給量は約2,400トン、市内供給率は約35%です。過去5年間では大きな違いはないものの、昭和63年次には約67%であった点から比較すると、長期的にはかなり減少しています。

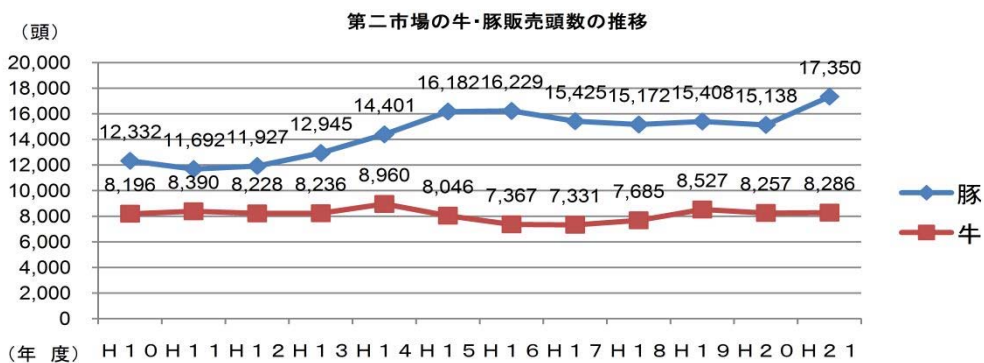
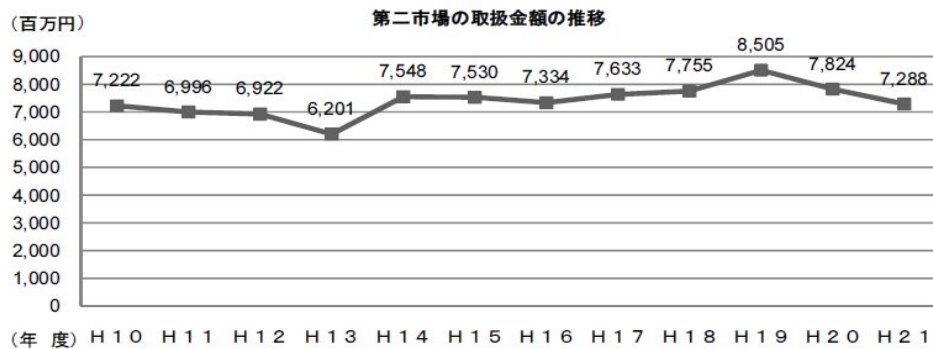
【過去5年間の京都市民への第二市場の牛精肉供給状況】



(出典：京都市，総務省家計調査)

##### (2) 集荷に関する状況

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キロでしたが、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ます。





平成 21 年度における第二市場の取扱状況は、牛と畜頭数が 8,045 頭（10 市場中 10 位）、豚と畜頭数が 17,466 頭（同 9 位）、総取扱金額が 72 億 8,800 万円（同 9 位）となっています。

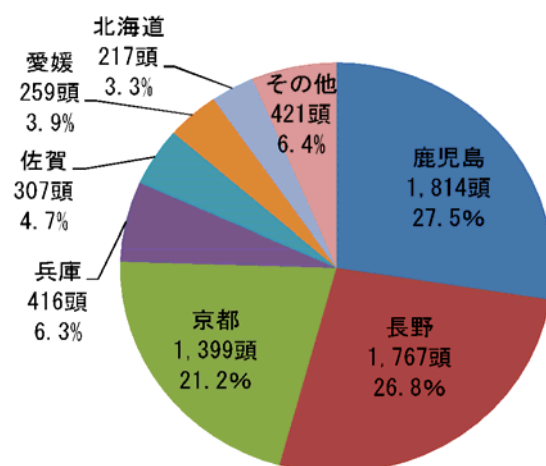
全国中央卸売市場10市場の平成21年度取扱状況 (単位:頭, 百万円)

	牛と畜頭数	豚と畜頭数	総取扱金額
東 京	90,742	184,051	96,468
大 阪	35,737	83,464	25,389
仙 台	25,567	130,826	17,638
名 古 屋	10,953	231,249	16,979
横 浜	17,987	133,480	14,358
神 戸	14,527	10,412	12,427
福 岡	17,554	114,519	12,174
さいたま	19,100	58,162	8,586
京 都	<b>8,045</b>	<b>17,466</b>	<b>7,288</b>
広 島	9,594	48,671	5,295

第二市場は、牛の入荷頭数の約 8 割が和牛であるなど、和牛上物市場であるという点が特色です。和牛の取扱頭数のうち約 75%は、鹿児島県、長野県、京都府産です。

なお、乳牛・交雑種等の取扱いは少ないものの、近年はやや増加傾向にあります。

【第二市場における和牛の産地別集荷頭数及び構成比(平成 21 年度)】



京都肉の第二市場における流通状況は、平成 21 年度では、第二市場の牛枝肉販売頭数の約 8.0%に留まっています。

【第二市場における京都肉の流通】

(単位:頭)

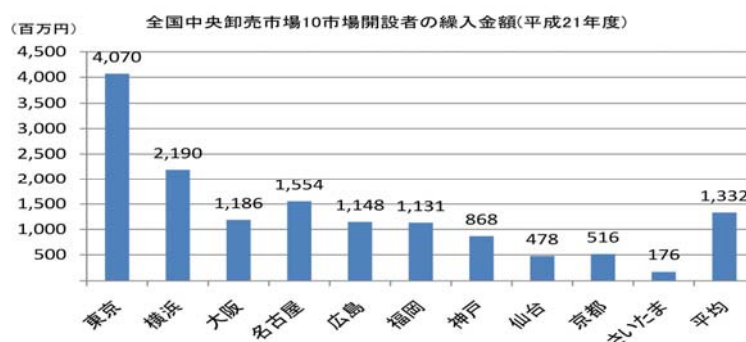
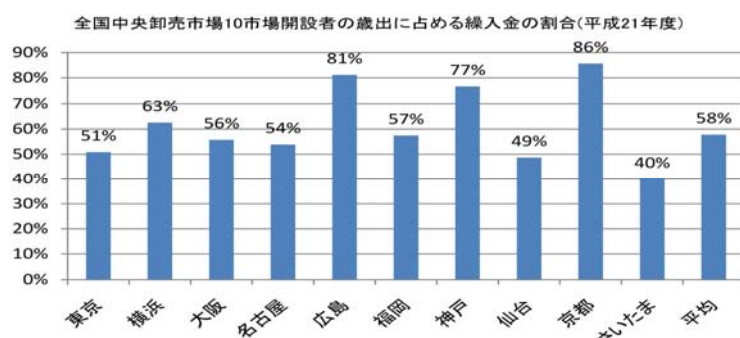
年度	京都肉 (A)	京都府産 和牛 販売頭数 (B)	京都府産 成牛 販売頭数 (C)	総販売頭数 (D)	京都肉の比率		
					A/B	A/C	A/D
19	650	1,797	1,828	8,246	36.2%	35.6%	7.9%
20	635	1,746	1,859	8,064	36.4%	34.2%	7.9%
21	644	1,428	1,555	8,058	45.1%	41.4%	8.0%

### (3) 売買参加者に関する状況

第二市場の売買参加者の8割近くが食肉小売店ですが、近年は後継者不足の問題などを抱えており、新規加入者が少なく減少傾向にあります。また、せりでの年間購買者数は、昭和63年度の153業者から平成21年度には97業者と著しく減少しており、販売力のある売買参加者の取引の固定化が進んでいるのが現状です。

## 2 市場財政の状況

平成21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ります。歳入面では、営業での売上である使用料及び手数料収入(74百万円)は、歳入の10%に満たない状態です。歳出面では、光熱水費の総額(169百万円)に対し、市場関係業者が負担する光熱水費(12百万円)は、その7%に留まっています。また、繰入率(市場財政における歳出に占める繰入金の割合)は86%(10市場中1位)、繰入金額は5億1,600万円(同8位)と歳入の約9割を繰入金に依存しており、他市場と比べても財政依存度が高く、受益者負担が適正になされているとは言い難い状態です。



※それぞれのグラフの数値は平成21年度決算のもの。資本的収支を除く。

本市は、こうした状況を受けて、基本構想において示されたビジョン「市場財政の改善(受益者負担の見直し等)」に向けた具体的取組として、第二市場の使用料の改定、光熱水費の適正な負担など、改善の取組を始めています。平成22年度には料金改定を行い、一定の改善は図られました。特に光熱水費に占める卸売会社等の負担割合は、約19%に改善されましたが、依然として財政依存度は高く、今後の適正な受益者負担に向けた一層の取組が必要な状態です。

### 3 第二市場における卸売会社等主な関連事業者の運営状況

本市は、市場の開設者としての立場から、市場の取引等が法律（卸売市場法等）や条例（京都市中央卸売市場業務条例）等に則して適正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、市場及びと畜場施設や機械設備類等の維持管理等を行っています。

これに対し、第二市場の運営については、卸売業者である京都食肉市場株式会社を中心とする3社がその主要業務を行っています。牛・豚の集荷、と畜解体、せり等一連の業務を京都食肉市場株式会社が、市場内における部分肉・副生物の加工処理を京都副生物卸協同組合が、市場で購入された枝肉・部分肉の配送業務を株式会社中畜運輸が担っています。

京都食肉市場株式会社は、第二市場における卸売会社として重要な役割を果たしており、本市も15%の株式を出資しています。しかし、その経営は、平成2年から本市の補助金により営業が維持されている状態です。卸売会社は、同社の事業報告書において、営業力の強化として、卸売業務の強化（集荷頭数の安定、出荷者との意見交換、売買参加者との関係強化）や、買付品販売活動の強化（在庫商品の減少）、出荷者や売買参加者へのサービス向上などを掲げていますが、抜本的な経営改革に取り組むことが急務となっています。

また、経営の合理化や組織の一元化が指摘される背景として、まず、P9の表のように、卸売会社及びその他の市場関係者との機能が重複している点が挙げられます。これらの企業が、個々別々に経営企画、営業、広報、総務企画及び場内の業務管理などの機能を有していることにより、市場全体として統一的かつ組織的に経営力・営業力を強化することが困難となっています。次に、現在、第二市場で行われている牛・豚の集荷から販売までの業務をフローにすると、それぞれP10・P11のようになり、一頭の牛・豚のと畜・解体から搬送までを行う場合、表のように複数の会社を経ていることから、今後の更なる効率化を進める必要があります。

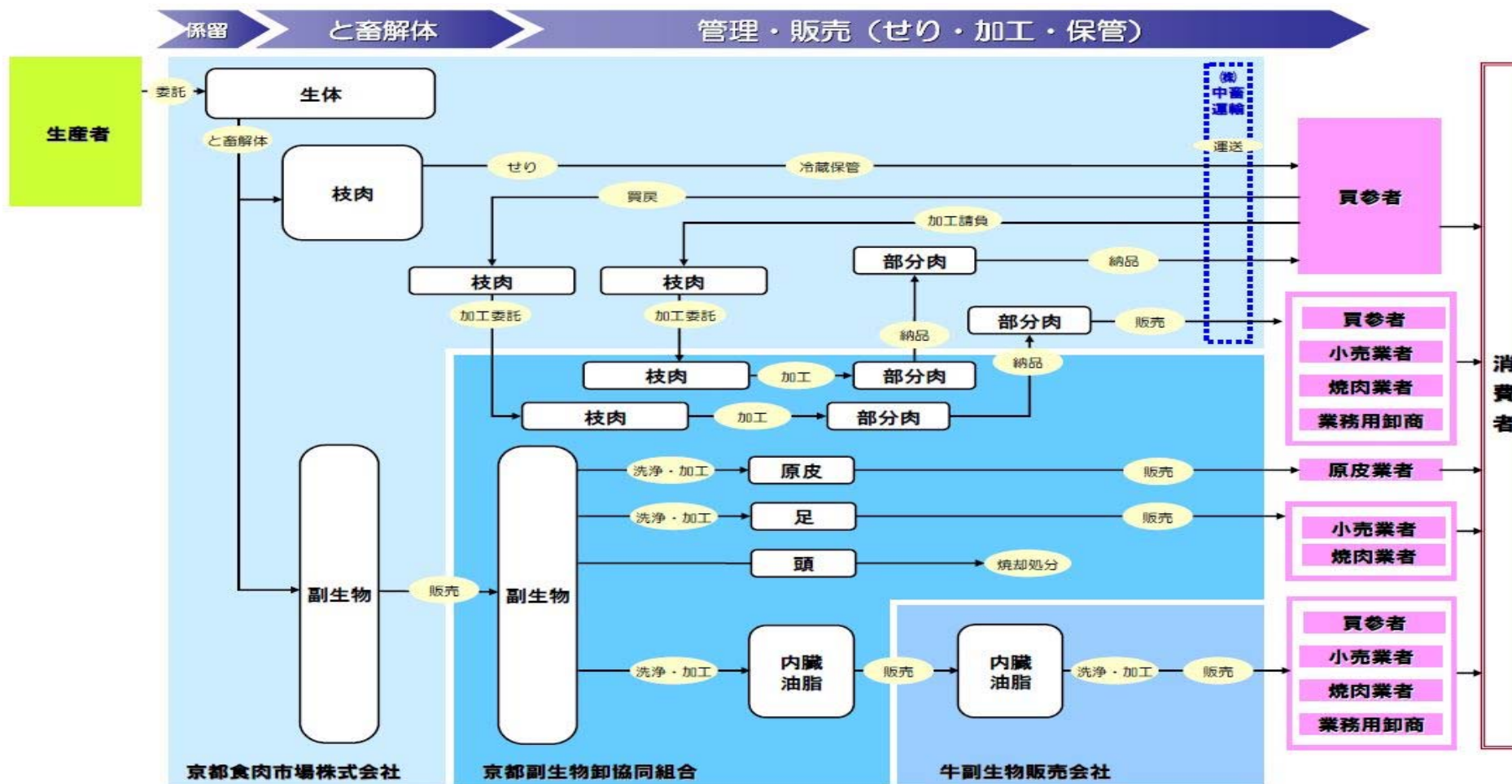
## 現状の卸売会社等の機能（組織体制）

機能	京都食肉市場(株)	京都副生物卸協同組合	(株)中畜運輸(卸売会社の子会社)
・経営企画	経営計画, 市場のブランド向上計画の策定	経営計画, 市場のブランド向上計画の策定	—
・営業	出荷者・買参人獲得・対応, 販売促進	販売促進	—
・広報	市民向けPR, IT	市民向けPR, IT	—
・総務企画	人事, 庶務, 労務	人事, 庶務, 労務	人事, 庶務, 労務
・営繕	ファシリティマネジメントの一部 (施設や設備の維持管理)	ファシリティマネジメントの一部 (施設や設備の維持管理)	—
・業務管理 (場内)	と畜解体, 危機管理, 衛生管理, オペレート効率化, 品質管理	副生物加工, 部分肉加工, 危機管理, 衛生管理, オペレート効率化, 品質管理	—
・経理	税務, 契約	税務, 契約	税務, 契約
・流通	—	—	配送, 効率化ロジスティックス

【現在の牛の取扱商品の流れ】

以下のような点で、取扱商品の流れが複雑化した構造になっています。

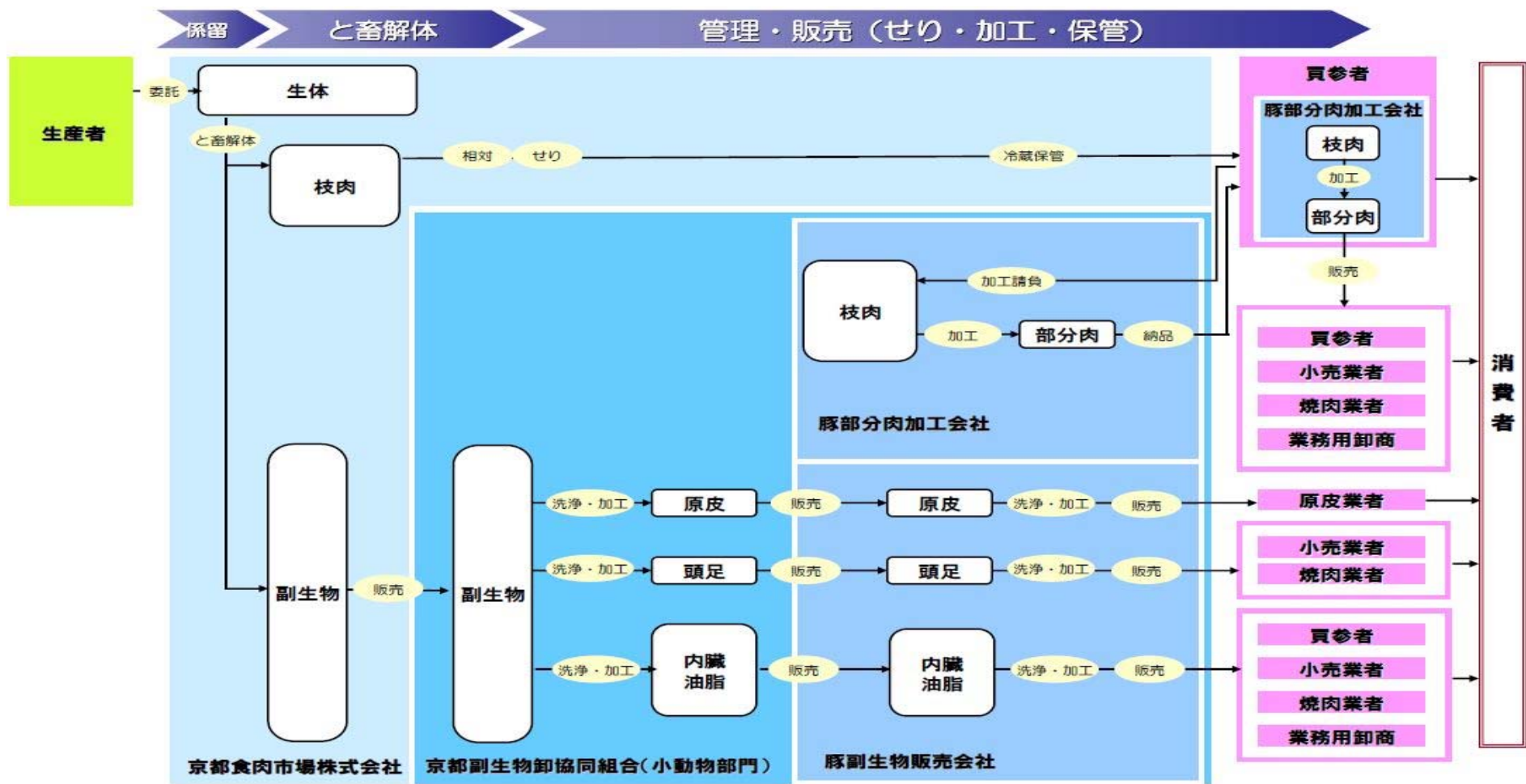
- ・ 枝肉を部分肉に加工する過程で、卸売会社は京都副生物卸協同組合へ加工委託を行い、卸売会社に納品され出荷しています。
- ・ 副生物については、京都副生物卸協同組合及び牛副生物販売会社を経由して販売されています。



【現在の豚の取扱商品の流れ】

以下のような点で、取扱商品の流れが複雑化した構造になっています。

- ・ 副生物については、京都副生物卸協同組合及び豚副生物販売会社を経由して販売されています。



## 第4 第二市場の方向性及び重点戦略

基本構想において示されたビジョンに基づき、本市は、以下のとおり第二市場の方向性及び重点戦略を定め、市場財政の健全化と市場機能強化の取組を行います。

### 1 市場の一体的運営（卸売会社等関連事業者の一元化）と更なる公設民営化の実現

#### （1）方向性

市場の一体的運営（卸売会社等関連事業者の一元化）と更なる公設民営化を進めることで、京都市の関与・体制の縮小（市の業務の移管）及び複数存在している市場運営会社の一元化・集約化を行う一方で、品質管理や営業など、新たに強化すべき機能に対しては、新体制での運営を可能にする人材育成も含めた積極的な体制強化の取組を行い、安定した組織体制による市場全体の運営業務の最適化・効率化を図ります。

#### （2）具体的な重点戦略

##### ア 卸売会社等関連事業者の一元化

現状、第二市場においては、京都市、卸売会社をはじめとする複数の会社が、経営企画、営業、広報、総務企画及び場内の業務管理など、個別に第二市場の業務を行っている状態であり、運営面で非効率な状態にあります。このため、集荷から販売までの運営の効率化、営業力、ブランド力の強化等、新たに強化すべき機能の強化のためには、市場の運営機能強化に統一的に取り組む必要があります。

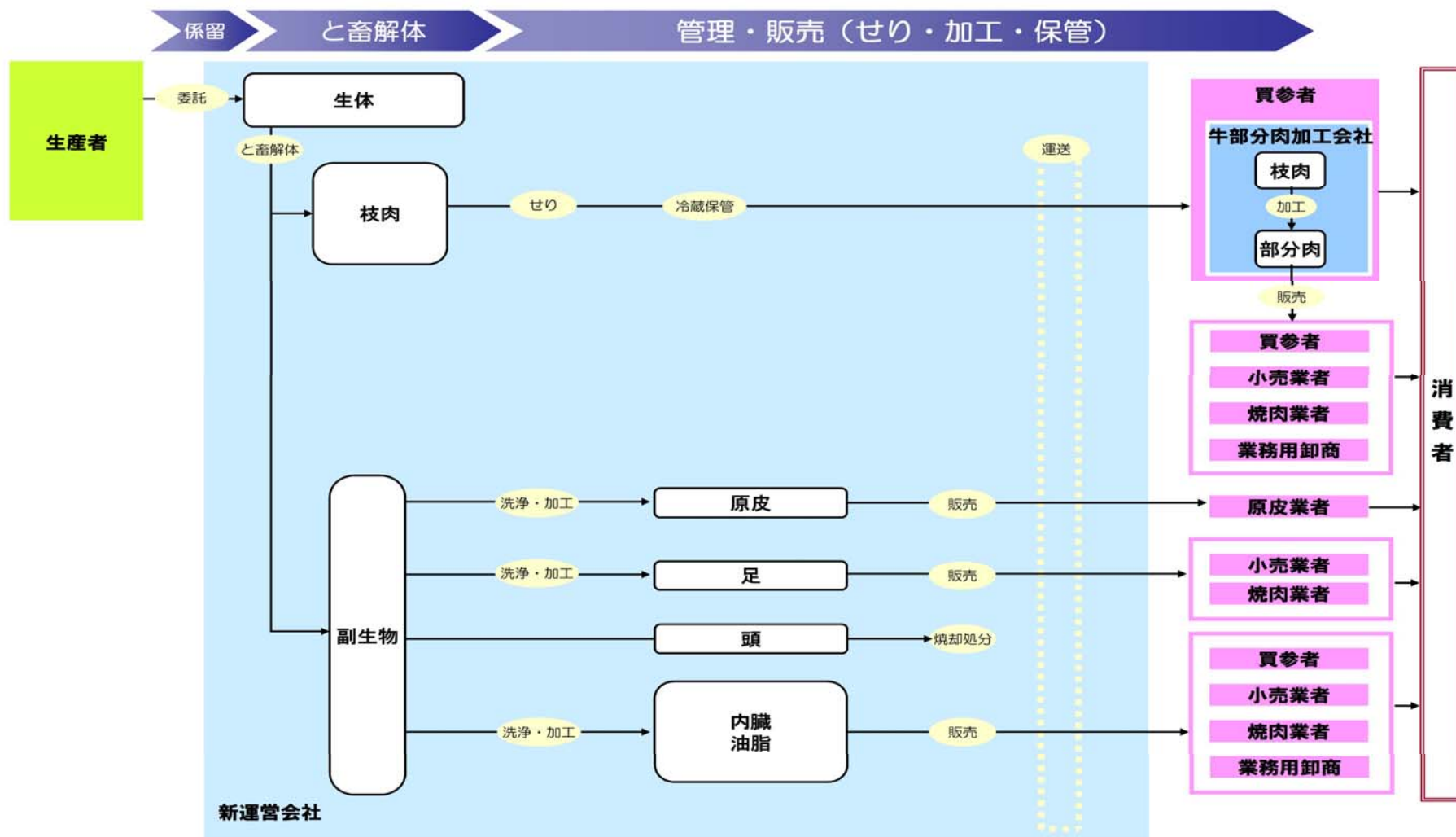
##### イ 市場業務のスリム化・効率化

現状、第二市場においては、一頭の牛・豚のと畜・解体から配送までの業務を、複数の運営会社が行っている状態であり（現在の状況を示す具体的な運営のフロー図は、P10・P11を参照）、業務のフローを複雑化し、結果的に非効率な運営構造になっています。

このため、一元化後においては、一元化後の新運営会社（以下「新運営会社」という。）が、集荷から販売まで一貫して枝肉・部分肉・副生物の取扱いを行い、加工のプロセスを明解にして業務の効率化を図ります。牛のと畜・解体から配送までの業務の効率化を行った場合の、本市が目指す業務フローのイメージは、P13・P14のとおりです。

【一元化後の牛の取扱商品の流れ】

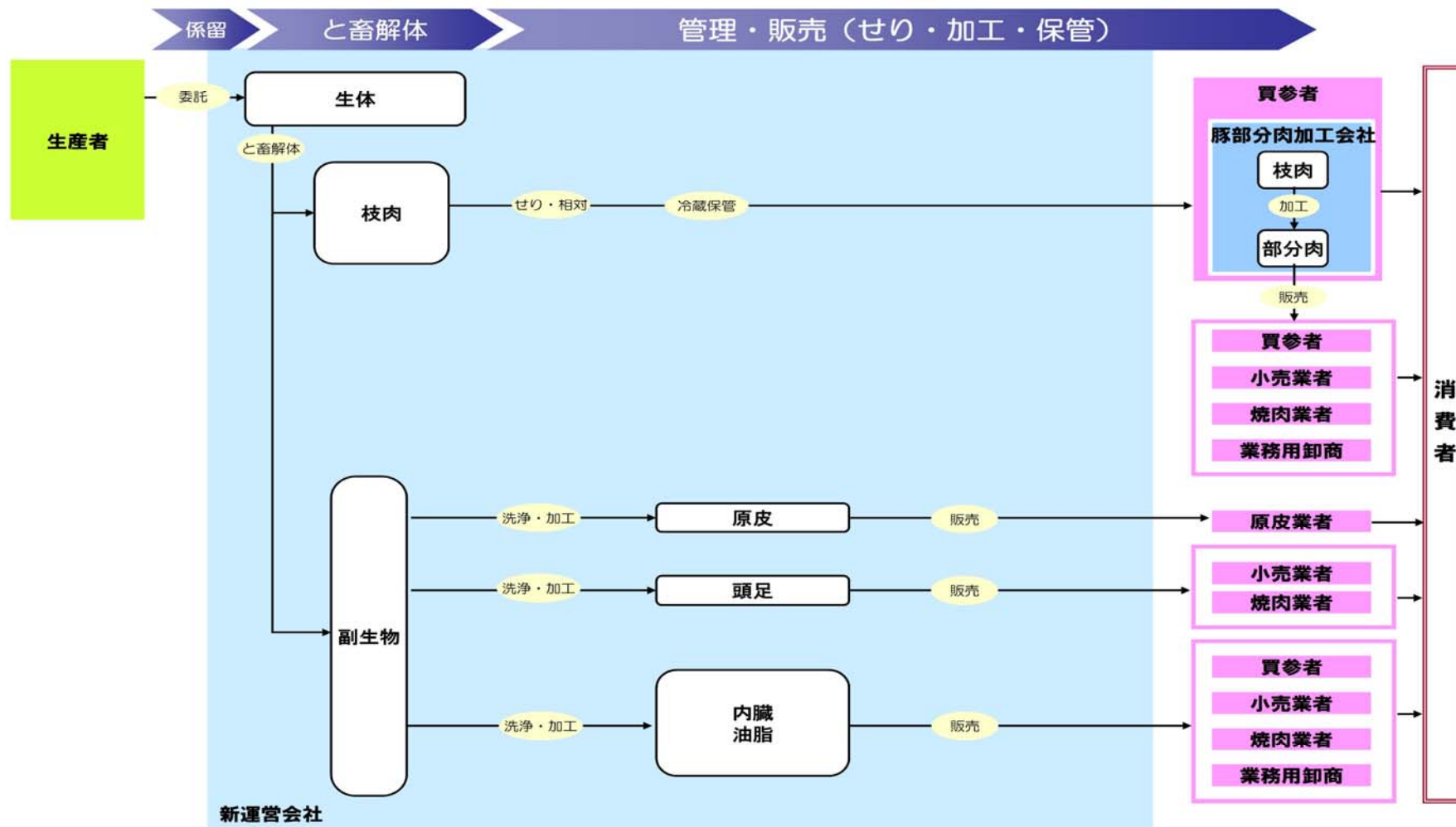
- 卸売会社等関連事業者を一元化し、業務を一体的に行うことで、複雑な業務フローが解消され、中間的に発生する費用や事務を削減することができます。





【一元化後の豚の取扱商品の流れ】

- 卸売会社等関連事業者を一元化し、業務を一体的に行うことで、複雑な業務フローが解消され、中間的に発生する費用や事務を削減することができます。



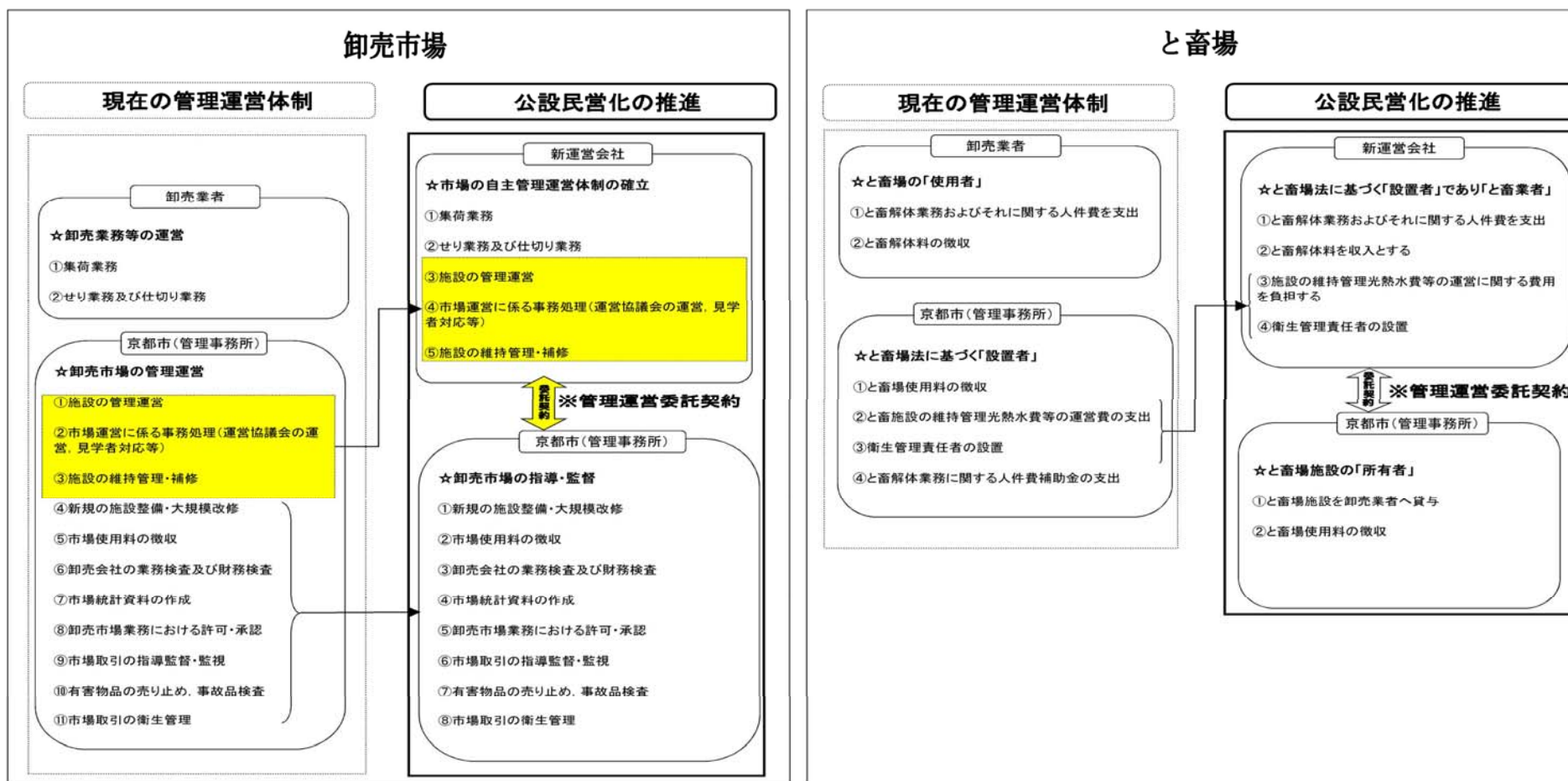
### ウ 新運営会社への業務移管

本市は、今後10年間で、市場財政の改善のために、施設の管理等、市の業務の移管と市人員の削減を進め、運営費の縮減に向けた取組を行います。

また、第二市場の一体的運営（卸売会社等関連事業者の一元化）に当たり、卸売会社等関連事業者自らが経営の効率化及び市から移管される業務の効率化を図る必要がありますが、本市は、第二市場の開設者として、卸売会社等関連事業者と連携して取り組むこととします。

【更なる公設民営化推進のイメージ図】

- ・ 卸売市場部門については、施設の管理運営，市場運営に係る事務処理及び施設の維持管理・補修の業務を新運営会社に移管します。
- ・ と畜場部門については、新運営会社が衛生管理責任者の設置，受益者負担の原則に基づくと畜解体料の収受及び施設の維持管理，光熱水費等の負担など役割を担っていきます。
- ・ 業務の移管後は京都市と新運営会社の間で管理運営委託契約を結びます。



【京都市から新運営会社に移管される機能】

京都市から新運営会社に移管される機能		
これまでの京都市の機能	将来的な機能(京都市)	将来的な機能(新運営会社)
・施設の管理運営	-	新運営会社に移管
・市場運営に係る事務処理(運営協議会の運営, 見学者対応等)	-	新運営会社に移管
・施設の維持管理・補修	-	新運営会社に移管
・大規模改修	市が実施	-
・卸売会社の業務検査及び財務検査	市が実施	-
・市場統計資料の作成	市が実施	-
・卸売市場における許可承認	市が実施	-
・市場取引の指導監督・監視	市が実施	-
・有害物質の売り止め, 事故品検査	市が実施	-
・市場取引の衛生検査, 衛生管理責任者の設置	市が実施(市場取引の衛生検査)	新運営会社に移管(衛生管理責任者の設置)
・と畜場の維持管理光熱水費等の運営費の支出	-	新運営会社に移管(費用負担)
・市場使用料・と畜場使用料の徴収	市が実施	-

## 2 運営会社の経営改革

### (1) 方向性

第二市場は、卸売会社等関連事業者の一元化と並んで、新運営会社の受益者負担に耐えられる収益力の強化による市場財政の改善を目指して、早急に卸売会社等関連事業者及び新運営会社（以下、「卸売会社等関連事業者及び新運営会社」を「運営会社」という。）の経営改革を行う必要に迫られています。このために増頭戦略を見据え、取扱商品のブランド力の強化を図ることを中心とした取組を想定しています。

現状、第二市場においては、経営力強化のための戦略が十分に機能している状態ではなく、卸売会社等関連事業者の一元化と併せて経営改革に取り組む必要があります。第二市場は、運営会社の経営改革のため、運営会社が取り組む集荷・販売戦略として今後10年間の目標頭数を以下のように設定し、その実現に向けた具体的取組を進めるものとします。

### (2) 具体的な重点戦略

#### ア 目標頭数に基づく集荷販売戦略の策定及び実施

第二市場は、経営改革のための増頭戦略として、平成32年度までの10年間で、牛13,000頭、豚23,000頭を目指すものとします。

#### 【今後10年間の取扱頭数・取扱高の目標数値】

【目標頭数】	取扱頭数		取扱高 (百万円)
	牛	豚	
○平成21年度 牛：8,045頭，豚：17,466頭	8,045	17,466	7,288
○平成22年度	8,100	17,600	7,832
○平成23年度	8,150	17,700	7,881
○平成24年度	8,200	17,800	7,929
○平成25年度	8,250	17,900	7,977
○平成26年度	8,300	18,000	8,025
○平成27年度	8,350	18,100	8,073
○平成28年度	8,400	18,300	8,124
○平成29年度	8,500	18,500	8,220
○平成30年度	10,000	20,000	9,533
○平成31年度	11,500	21,500	10,462
○平成32年度	13,000	23,000	11,387

今後、運営会社は、自らが経営改善を行い、取扱頭数の増加に向けて、産地との連携及び買参者とのコミュニケーションを強化し、集荷販売戦略の立案を行っていきます。その中で、枝肉市場の開拓、部分肉市場の改善、副生物の取扱い、輸出対応等といった具体策（P19の表を参照）とその実施に関する計画について、検討・精査を行うものとします。本市は、運営会社の経営改革、市場財政の改善等の観点から、第二市場の抱える課題に対する運営会社の検討、取組及びそれらの進ちよくを見極めて、運営会社と連携して取り組みます。

## 集荷販売戦略

### ●枝肉市場の開拓

枝肉市場においては、既存の高級和牛（A4・A5等級）及び新たに市民向けF1・乳牛の集荷を行い、合わせてこれらのマーケットに強みを有する新規の売買参加者を獲得していく。

### ●部分肉市場の改善

せり残った牛を部分肉加工するという位置付けではなく、枝肉と部分肉のセールスルートを切り離して販売する。また、部分肉加工施設の貸出しにより在庫リスクの低減などを図る。

### ●副生物の取扱い

副生物の取扱いを卸売会社に統合し、副生物の販売利益は、卸売会社と一体的に取り扱う仕組みとする。

### ●輸出対応

輸出対応を行う場合、マカオ・香港・中国・台湾などのアジア圏を視野に入れ、海外に販路を有する売買参加者の獲得と併せて検討する。

## 集荷環境

### ◇増頭戦略及び強化すべき取扱い種別・等級等

#### ●枝肉：「既存の高級和牛市場の充実・強化」と「新規向けF1・乳牛の開拓」

・A4・A5等級 ◆質的・量的な維持確保が最低限の方針

◆長野・鹿児島県産、さらに京都産等取扱産地の拡大が必要

→新規部分の開拓、ブランド化などの具体計画化・実施まで

・A3～等級

◆輸送コストが大きい。

◆上位等級からもれた等級の引き受け

・F1・乳牛

◆取扱品種の拡大が必要

◆岡山産（F1に強い牧場）・鹿児島・滋賀・兵庫産の取り込み

→ニーズに合った商品展開の実現に向けた仕組みの構築を目指す。

#### ●部分肉：「割高で魅力の無い部分肉加工の取扱いからの抜本的改善を図る」

◆現状の、せり残り牛の「売れ残り処理」かつ「割高」な状態の解消

◆取扱品種は、長野・鹿児島県＋その他産地からの取り込み

→新規としての“部分肉”の取扱いを基本に、既存の抜本的改善を目指す。

#### ●副生物の取扱い：「運営会社が一体的に取り扱う」

◆副生物に対する出荷者サイドのニーズ

◆取扱状況の精査と市場全体からの再構築からの位置付けを明確化

#### ●豚の取扱い：「増頭により充実を図る」

◆京都産での増頭を想定

◆目標頭数として牛13,000頭、豚23,000頭を目指す。

→豚の位置付けの明確化を中心とした取組

#### ●輸入肉の取扱い：「将来の需要に応じて対応」

・現状は単価が低くメリットは薄いですが、マーケットの動向等を見据えて検討（取り扱う場合には、輸入肉を取り扱える売買参加者の獲得が必要）

## 販売環境

### ◇売買参加者の獲得及び強化すべき取扱い種別・等級等

#### ●枝肉：「既存の充実・強化」と「新規向けF1・乳牛の開拓」

・A4・A5等級

□現状の売買参加者のみでは増頭を見込めない。

□売買参加者獲得により多少の伸びしろを見込む。→営業戦略の計画・実施が重要

・A3～等級

□ニーズの対応、商品多様化に 대응する範囲で対応

・F1・乳牛

→商品ごとの営業（集荷＋販売）ルート確保

□F1の取扱いに関する出口の確保（現状は個人仕入れベース）

□京都府及び全農との連携などによる京都産乳牛の確保

□販売方法の具体化が必要（大手売買参加者・給食など）→営業体制の充実

#### ●部分肉：「現状の抜本的改善に併せて、部分肉を売れる売買参加者獲得を図る」

□現行の状況（割高で、売れ残り＝低品質）の抜本的解消を図る。

□枝肉と部分肉のセールスルートの切り分け

→ニーズを把握し部分肉を加工。又は民間パッカー・売買参加者等に施設貸出などを誘導

□新規構築の課題：人気部位の仕入れと不人気部位が在庫化する構造的課題の解消

→部分肉を取り扱う売買参加者の獲得が急務

#### ●副生物の取扱い

□新運営会社が一体的に取り扱う。

#### ●豚は増頭

□1頭当たりの利益は低いですが、売買参加者のニーズはあり。

#### ●輸出対応の検討

□近場で伸びているマーケット：マカオ・香港・中国・台湾などを視野

□輸出分に対応した部分肉加工の強化

□海外に販路を有する売買参加者の獲得が必要

### 3 施設の改築

#### (1) 現状と方向性

現在の第二市場のと畜施設・市場施設は、昭和44年の開設時から40年以上が経過しており、老朽化が進んでいることから、本市は、平成21年にと畜解体棟、冷蔵庫を含む卸売場棟及びインクライン棟の3施設について耐震診断を実施しました。その結果、いずれの施設も求められる耐震性能を満たしておらず、性能確保のために、改修工事が必要な状態です。

耐震性能の確保には、鉄骨及び耐震壁等による補強等改修工事を行うという選択もありますが、安全衛生上及び技術上の視点から、と畜業務を行いながらの耐震改修工事が困難であること、改修工事期間中に仮設建物を設置する場合においても、新設建物同様の高い衛生基準を満たす施設が必要となること、床面のコンクリートの劣化や近年大型化した大動物を吊り下げるために必要となる天上高の確保問題がなお残ることなどから、現在の施設の耐震改修を行うことは極めて困難であり、本市は、受益者負担の原則の下で、適正規模・機能を有する効率的かつ衛生的な施設の改築を行います。

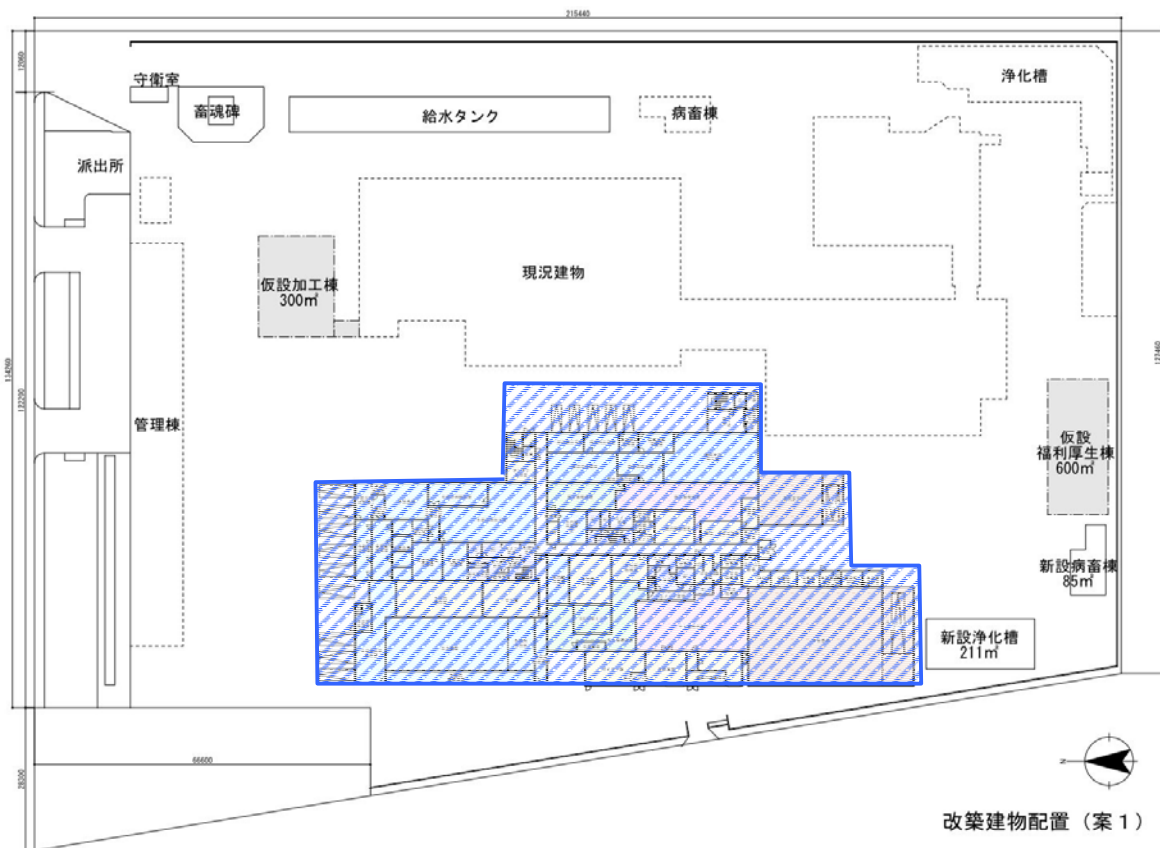
## (2) 具体的な重点戦略

改築に当たっては、市民に信頼される身近な市場としての役割を果たせる施設として、HACCP（ハサップ・危害分析重要管理点）対応、見学者への対応及び環境負荷低減等に配慮した施設とする必要があります。なお、その場合、更新に伴う投資が多大的なることが予想されることから、受益者負担の原則に基づき、使用料、光熱水費、初期投資及び維持管理にかかる費用を回収していくことを前提としたうえで、負担の軽減やコンパクト化、効率的な施設の改築に向けて検討する必要があります。

### ア 施設の配置図

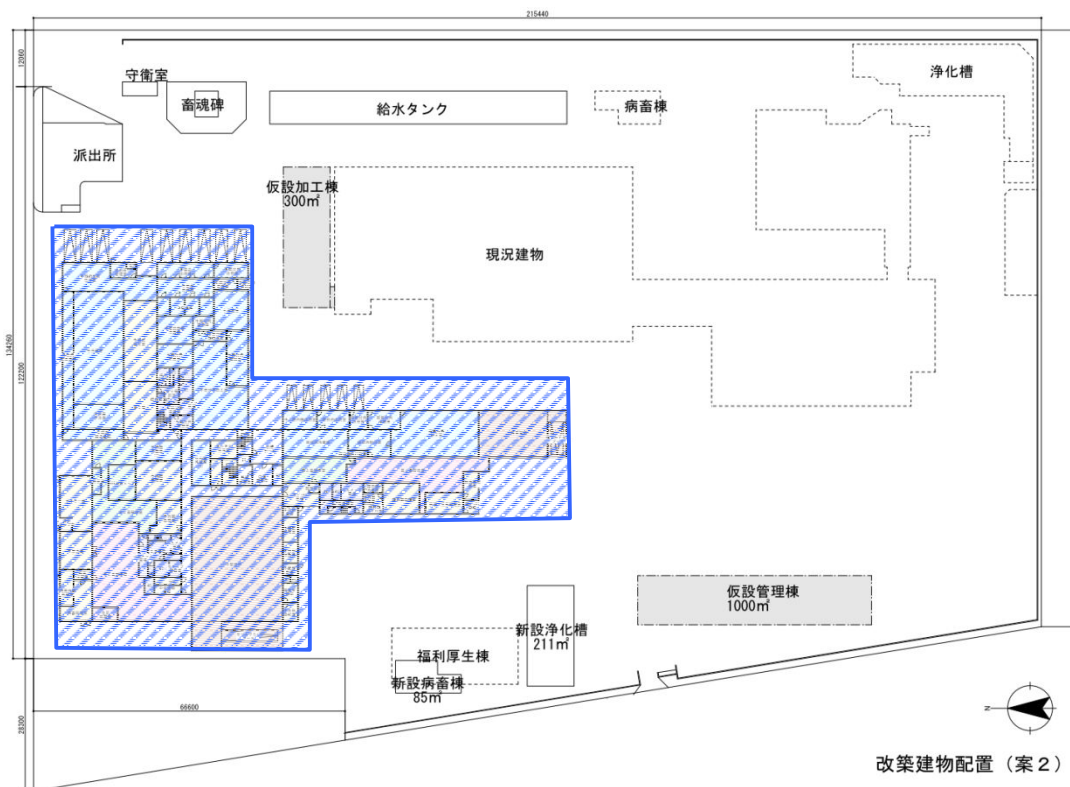
第二市場の改築を行う場合、以下の2つの案を検討することとなります。敷地の西側で改築を行う案（案①）及び敷地の北側で改築を行う案（案②）で、いずれも、他市場の規模を参考に配置したHACCP（ハサップ・危害分析重要管理点）対応の施設であり、操業を続けながら改築を行うことを想定した場合の案になります。

#### 【案① 敷地の西側で改築】





## 【案② 敷地の北側で改築】



### イ 今後の検討

今後、本市は、法制度上の制約、改築にかかるコスト、近隣住民に配慮した環境問題への対応、市場関係車両の動線計画、運営方法に配慮された使いやすい諸室など、総合的な視点から、それぞれの案のメリット・デメリットの検討を行っていきます。

今後の改築の検討については、受益者負担の原則に基づき、運営会社の経営改革と公設民営化の進捗よく状況を見据えながら、検討を進めていくこととなります（具体的な取組のシナリオについては、第6.「計画の推進」参照）。

また、コンパクトな施設に改築することにより、現有土地の中に余剰地が生じてきますが、余剰地の有効活用については今後検討していきます。

## 4 京都府との連携強化

### (1) 方向性

第二市場においては、京都府内の出荷頭数のうち、約4割（牛約39%、豚約55%）を取り扱っており、府内の畜産振興に大きな役割を果たしています。しかし、「京都肉」等牛・豚に関する府内産ブランドは、広く認知されているという状況とは言い難く、ブランド力強化とブランド外も含めた第二市場への出荷頭数の増加が求められています。また、府・市が共に支える観点から、施設整備、運営費についても、応分の負担を求めていく必要があります。

主な取組としては、第二市場への出荷増を図るため、繁殖・肥育を行う畜産農家への積極的な支援や「京都肉」の増産、「京都肉」「京の肉」「亀岡牛」等、複数あるブランドの統一などによる府内産ブランドの強化に向けた取組を連携して進めていきます。

### (2) 具体的な重点戦略

#### ア 財政的支援の要請

第二市場が、今後京都府産の牛・豚を取り扱う市場として機能し、京都府内産ブランドの拠点として機能していくうえで、京都府及び京都市の連携が重要になってきます。本市は、京都府に対し、第二市場への支援として、施設整備や運営費などの負担を求めていくこととします。

#### イ ブランド力強化と増頭の取組

今後、第二市場の目指す目標頭数を達成するための集荷戦略の一つとして、既存の高級和牛市場を充実させるための取組が必要です。ブランドの統一化に向けて、本市、市場関係者、京都府、業界団体等で、検討・取組を進めていく必要があります。

同時に、第二市場は、京都府への増頭要請のみならず、運営会社による京都府内の繁殖・肥育農家との積極的な連携を通して、出荷者に対するきめ細かなサービスを行っていくことで、京都府産の牛・豚の集荷に重点的に取り組むこととします。

## 第5 重点戦略実施に基づく効果

### 1 市場財政の改善

卸売会社等関連事業者の一元化と併せて、運営会社の受益者負担に耐えられる収益力の強化を行うとともに、受益者負担の原則に基づく施設使用料や光熱水費などの徴収を行い、本市の人件費や補助金を削減した場合の繰入率（市場財政における歳出に占める繰入金割合）は、平成22年度予算においては86%であるのに対し、取組後の試算では、平成32年度～平成40年度において、施設を改築したうえで61%～71%に改善することが見込まれ、繰入率の内訳は、平成32～40年度の市場部分及びと畜場部分で、それぞれ15%～21%及び70%～83%となります。なお、平成32年度時点では、公債費の償還等が本格的に開始していないため、繰入率が低くなっていますが、平成40年度以降は、公債費の償還等が本格化し、繰入率が平準化します。

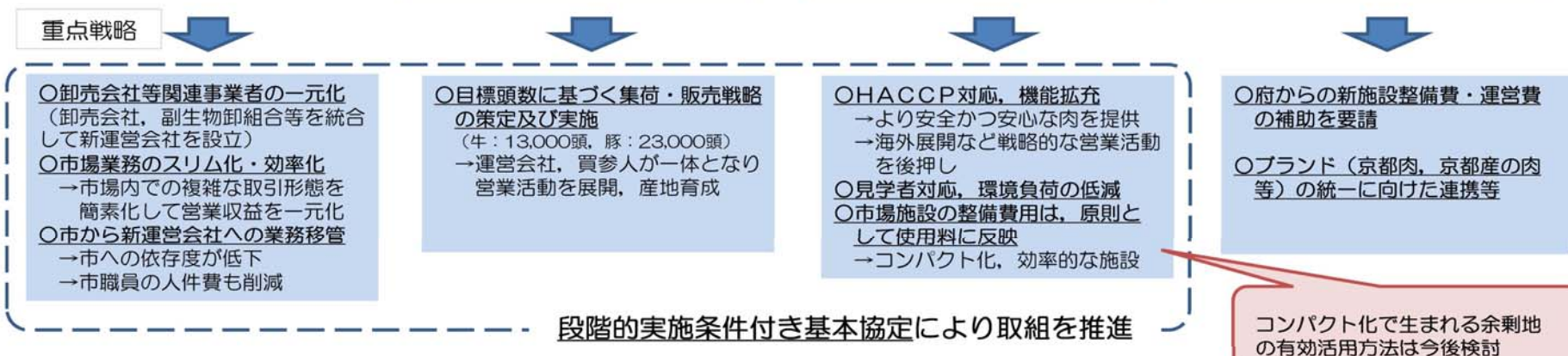
また、それと同時に、収益の確保や、具体的な集荷・販売戦略の実施により新運営会社の運営の自立性が向上し、これまでの補助金等に依存してきた経営構造から脱却することが可能になります。

### 2 低コストかつ安全で衛生的な施設への転換、戦略的な営業展開の実現

施設のコンパクト化及び施設改築に伴う機能拡充で、食肉流通大手の参入促進、輸出対応等の戦略的な集荷・販売の実現可能性を高めることにより、新運営会社の維持管理・運営コストの縮減が見込まれます。

また、改築後の新施設においては、HACCP（ハサップ・危害分析重要管理点）の導入によって、より衛生的で安全な食肉の提供が可能となり、市民に安心していただける安全と信頼が確保された市場としての役割を果たすことが可能になります。さらに、見学者用通路や調理実習室の設置により、市民の「食育を担う」拠点、「食文化を発信する」拠点施設としての役割を担うことも可能になります。

【重点戦略実施に基づく効果のイメージ図】



重点戦略実施に基づく効果

○市場財政が改善（一般会計への依存度が低下）

- ・繰入率の改善【平成22年度（2010年度）／平成32年度（2020年度）～平成40年度（2028年度）】
- 全体：86% ⇒ 61%～71%
  - うち 市場部分：68% ⇒ 15%～21%
  - うち と畜場部分：92% ⇒ 70%～83%
- ※平成32年度時点では、公債費の償還等が本格的に開始していないため、繰入率が低くなっているが、平成40年度以降は、公債費の償還等が本格化し、繰入率が平準化する。
- ・新運営会社の運営の自立性が向上
- 低コストかつ安全・安心な施設への転換、戦略的な営業展開が実現可能
  - ・施設改築に伴う機能拡充で、食肉流通大手の参入促進・輸出対応等の戦略的な集荷・販売が可能。低運営コスト化も実現
  - ・HACCP対応により市民の食の安全を更に推進
  - ・食文化の発信機能の強化

## 第6 計画の推進

### 1 基本協定の締結

#### (1) 段階的实施条件付き基本協定の締結

今後は、本市及び新運営会社が、「運営会社の経営改革」、「卸売会社等関連事業者の一元化と更なる公設民営化」、「施設の改築」の取組に関して、その実効性を担保するため、「段階的实施条件付き基本協定」（以下「基本協定」という。）を締結します。基本協定では、施設の改築・新運営会社の運営に関し、設計、工事の諸段階の各実施予定時点等において、「運営会社の経営改革」、「卸売会社等関連事業者の一元化と更なる公設民営化」等の目標達成状況が適正かどうかを判断・確認します。そのうえで次のステップへ進む、PDCAサイクルによる評価システムを導入します。進ちよく評価により、達成されていないと判断された場合には、達成されるまで次の段階に進めないものとし、特に、現在の卸売会社等関連事業者の経営改善と施設改築に伴う費用負担に耐え得る新運営会社の将来像が担保されてから、改築のプロセスに入るものとします。

#### (2) 基本協定に定める事項

主な協定事項として、新運営会社は「運営会社の経営改革」、「卸売会社等関連事業者の一元化と更なる公設民営化」を、本市は「施設の改築」を行うことを基本とします。基本協定の策定に当たっては、次の事項について検討を行います。

##### 【基本協定のポイント】

- ・達成目標及び達成時期の明確化
- ・新運営会社・京都市の官民役割の明確化
- ・評価の中立性・客観性
- ・透明性の確保（情報公開）
- ・評価基準の明確化（実施設計、改築への移行のポイント）

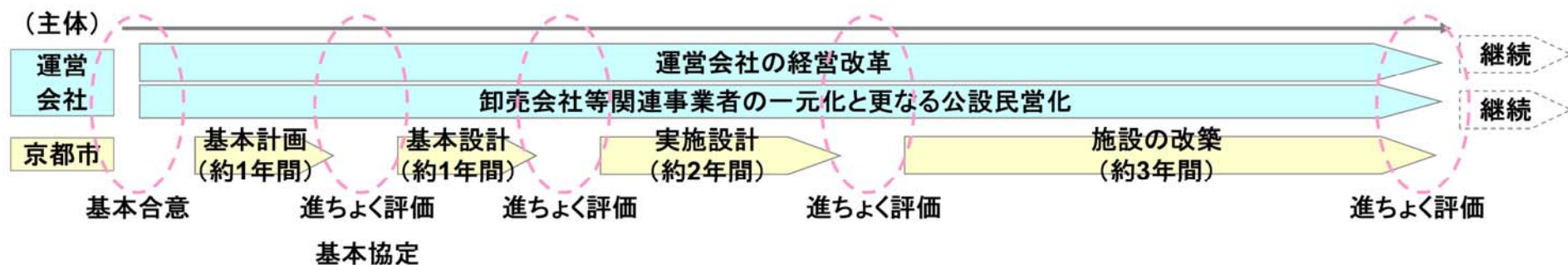
こうした事項に基づき基本協定を締結し、本市及び新運営会社は、進ちよく評価を行いながら、平成32年度までの10年間で、「運営会社の経営改革」、「卸売会社等関連事業者の一元化と更なる公設民営化」、「施設の改築」を行います。

### 2 基本協定に係る実施条件

新運営会社が、市場において定めた協定事項について、改善の取組を進めていくために、平成32年度までの10年間で、P27のスケジュールに従い、あらかじめ定めた各目標項目の進ちよくを評価し、次のステップに進んでいくものとします。

進ちよく評価のタイミングは、概ね基本協定締結の合意を経てから、基本計画、基本設計、実施設計、施設の改築の着手時・完了時等、ある段階から次の段階へと移行する時点が想定されます。進ちよく評価に当たっては、あらかじめ協定締結時に定めた目標に対し評価を行います。評価については、利害関係者を除いた第三者によって行うこととします。

計画年度	平成23年度（2011年度）～平成32年度（2020年度）					
市場の方向性・ビジョン	①市民に開かれた安全・安心な市場，②「公設民営化方式」等による市場運営形態の改善，③市場財政の改善（受益者負担の見直し等），④運営会社の経営改善，⑤施設改善の方向性，⑥京都府との連携強化					
協定事項（実施主体）	運営会社の経営改革 （運営会社）		卸売会社等関連事業者の一元化と更なる公設民営化 （運営会社）		施設の改築 （京都市）	
		目標期限		目標期限		目標期限
目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>取扱頭数/取扱金額</li> <li>買参人獲得</li> <li>仕入先の開拓</li> <li>経費の節減</li> <li>補助金の削減</li> </ul>	各評価年度 各評価年度 各評価年度 各評価年度 各評価年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>組織・人員体制構築</li> <li>市の業務移管手続き</li> </ul>	各評価年度 各評価年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>基本計画策定</li> <li>基本設計</li> <li>実施設計</li> <li>改修（改築）工事</li> </ul>	各評価年度 各評価年度 各評価年度 各評価年度
参考指標等（定性・定量）	<ul style="list-style-type: none"> <li>取扱頭数/取扱金額</li> <li>買参人数</li> <li>出荷者数</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>財務諸表</li> <li>補助金交付額等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>役員の選任</li> <li>組織編成等</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>基本計画</li> <li>基本設計図書</li> <li>実施設計図書等</li> </ul>	



## 資料

### 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です。

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です。

##### 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ます。

##### 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，適正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）を行っています。

##### 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ます。

#### 【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ます。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ます。

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」が採用されています。

また，格付けに使われる部位も，当然全国统一されており，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ます。

## 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」があります。

## 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ました。

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、滋賀に挟まれて知名度は低いものでした。

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ます。

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ます。

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、昭和19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、昭和29年に日本短角種牛が追加されました。このように一口に和牛と言いますが、これら4種の総称として使われています。

国産牛は、日本で生まれ肥育された上記4種以外の牛であり、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ります。

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ません。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さらに高い品質の銘柄を追求しています。

交雑種（F1）は、黒毛和種等に代表されるような牛の種類（品種名）ではありません。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すが、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ます。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ます。

この他に、肉専用種の純粋種同士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ります。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ます。

## 公設民営

国や地方公共団体が施設を設置し、その運営を民間の企業・団体に代行させること。

## 口蹄疫

口蹄疫ウイルスが原因で、偶蹄類の家畜（牛、豚、山羊、綿羊、水牛など）や野生動物（ラクダやシカなど）がかかる病気。口蹄疫に感染すると、発熱、口の中や蹄の付け根などに水ぶくれができる等の症状がみられます。

口蹄疫にかかると、子牛や子豚では死亡することもあるが、成長した家畜では死亡率が数%程度といわれています。しかし、偶蹄類動物に対するウイルスの伝播力が非常に強いので、他の偶蹄類動物へうつさないようにするための措置が必要です。

## 【さ行】

### 市場使用料

市場施設の建設に係る償却費、運営費、維持経費等のうち、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、負担すべき経費です。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ます。

### 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ます。

### 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ことです。

## 【た行】

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及び消費上、特に重要な都市及びその周辺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、都道府県又は人口 20 万人以上の都市ということになっています。食肉部門では、我が国には、10 市場あります。

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つては、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 市場あります。

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ります。

## 【は行】

H A C C P（ハサップ）

H A C C P（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（C C P）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です。

H A C C P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（F A O）と世界保健機構（W H O）の合同機関である食品規格（C o d e x）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、平成 8 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、又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、又は加工の工程）の承認制度が創設され、平成 8 年 5 月から施行されました。

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 H A C C P 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ます。

## P D C A サイクル

P D C A 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どお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です。

Plan（計画）：従来の実績や将来の予測などを基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。

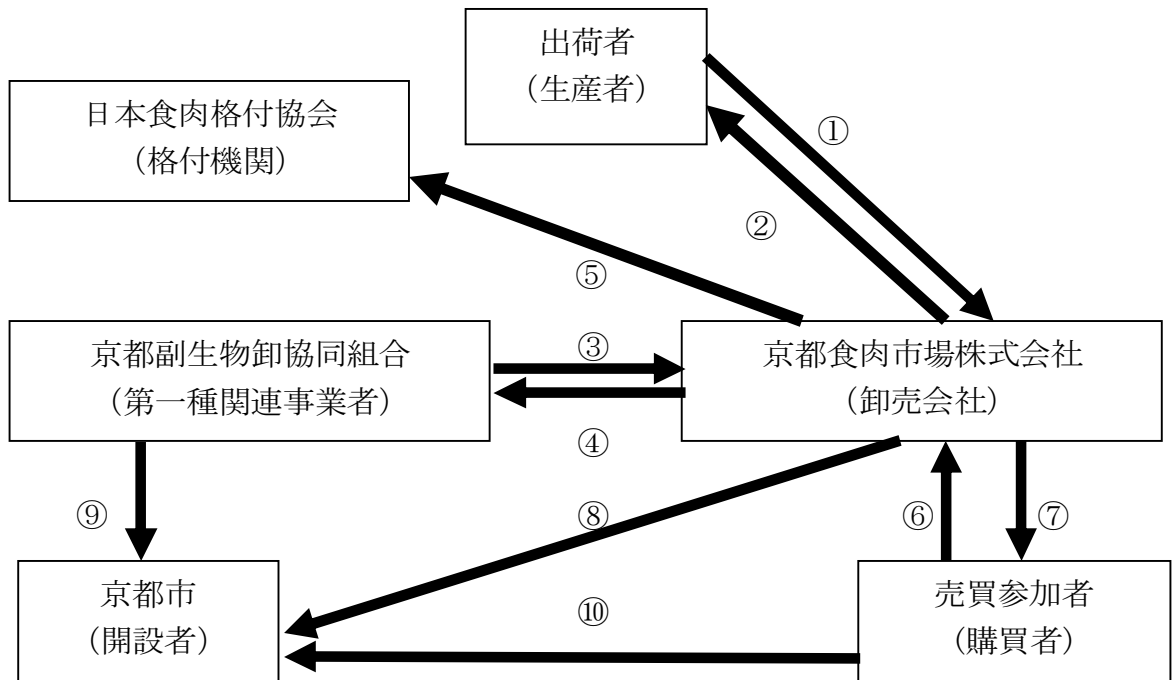
Act（処置・改善）：実施が計画に沿っていない部分を調べて処置をする。

この四段階を順次行って一周したら、最後の Act を次の P D C A 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いきます。この螺旋状の仕組みをスパイラルアップ（spiral up）と呼びます。この考え方は、I S O 9000 や I S O 14000 にも反映されています。

## B S E 対策

すべての牛を対象とした B S E（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、本市においても、第二市場内の衛生環境研究所で、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）を実施しています。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・内臓等が市場外に出回ることはありません。

市場流通に係る手数料等の流れ（平成 22 年 4 月 1 日現在）



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（受託販売金額の 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 2.5/1000  
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

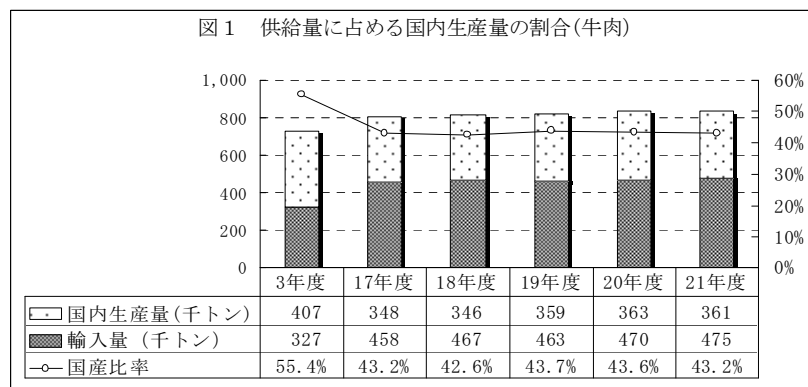
⑩売買参加者承認手数料

## 第二市場の取引状況について

### 1 牛肉の取引状況

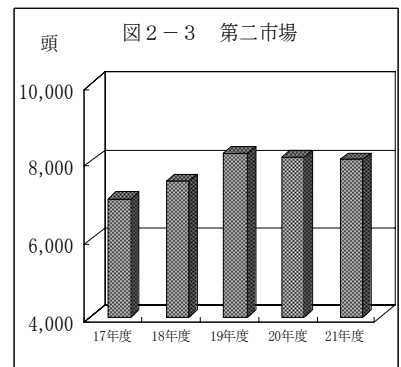
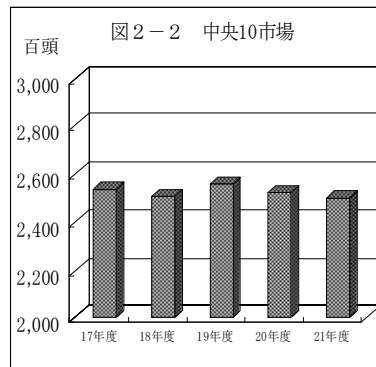
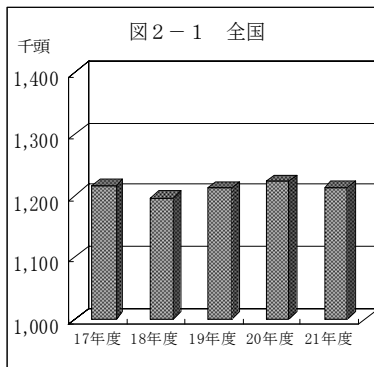
#### (1) 国内生産状況(牛肉)

- ア 平成3年度に牛肉の輸入が自由化されました。
- 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ました。
- ウ 平成13年度以降、BSEの影響により牛肉の消費が減少していましたが、平成18年度以降は国内生産量、輸入量とも増加傾向にあります。平成21年度は前年と比較し、国内生産量はやや減少、輸入量はやや増加しました。国産比率は若干低下しました。



#### (2)と畜状況(成牛)

- ア 全国のと畜頭数は、平成19年度及び20年度は前年より増加していましたが、平成21年度はやや減少しています。
- 第二市場の平成21年度のと畜頭数は、前年比で67頭(1.0%)の減少となり、中央10市場と同様に減少傾向となっています。

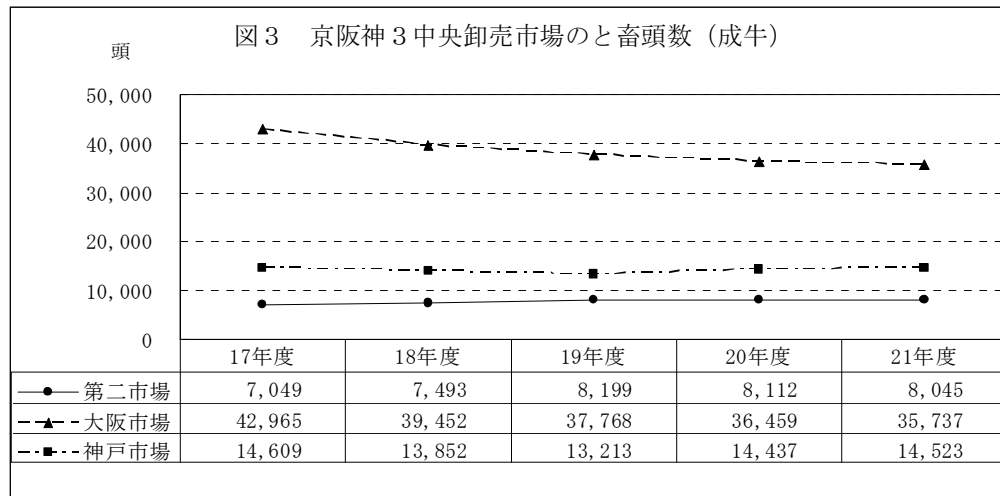


(単位：頭)

年度	17		18		19		20		21	
	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	1,217,212	▲2.0%	1,198,516	▲1.5%	1,213,530	1.3%	1,224,407	0.9%	1,215,909	▲0.7%
中央市場	253,735	▲1.3%	250,534	▲1.3%	255,639	2.0%	252,549	▲1.2%	249,913	▲1.0%
第二市場	7,049	▲1.3%	7,493	0.1%	8,199	9.4%	8,112	▲1.1%	8,045	▲1.0%

### (3)京阪神3中央市場のと畜頭数(成牛)

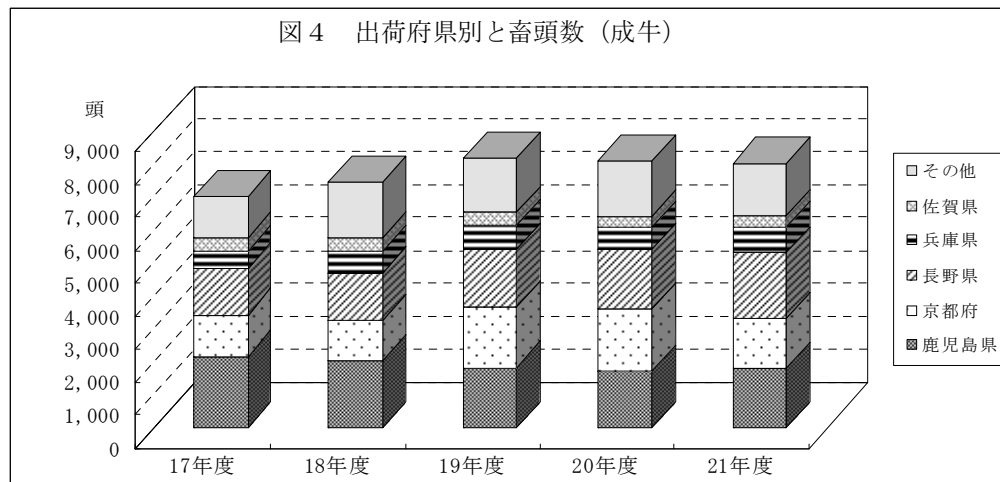
ア 平成 21 年度のと畜頭数は、第二市場及び大阪市場で減少し、神戸市場はやや増加しました。



### (4)第二市場の出荷府県別と畜状況(成牛)

ア 長野県、鹿児島県、京都府、兵庫県、佐賀県の5府県で全体の約8割を占めています(平成21年度)。

イ 平成21年度は、京都府からの出荷が減少、長野県、鹿児島県、兵庫県からの出荷の増加が目立ちました。

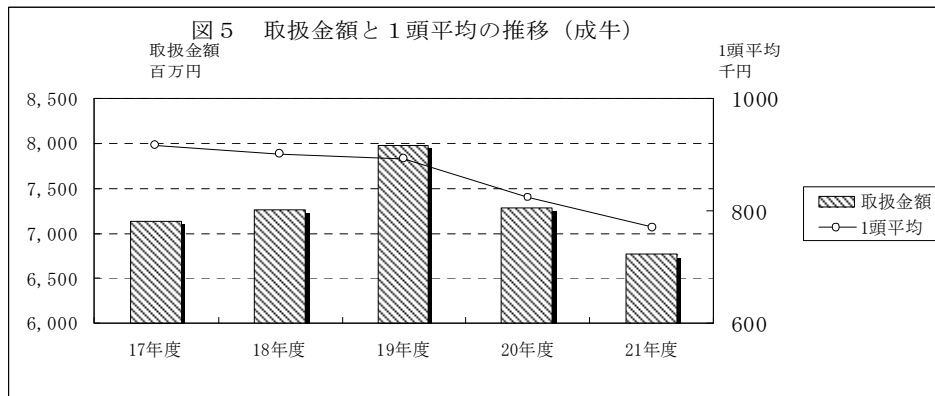


(単位：頭)

年度	17		18		19		20		21	
	頭数	占有率	頭数	占有率	頭数	占有率	頭数	占有率	頭数	占有率
京都府	1,269	18.0%	1,194	15.9%	1,826	22.3%	1,891	23.3%	1,527	19.0%
長野県	1,402	19.9%	1,452	19.4%	1,765	21.5%	1,820	22.4%	1,998	24.8%
鹿児島県	2,178	30.9%	2,072	27.7%	1,842	22.5%	1,728	21.3%	1,815	22.6%
兵庫県	516	7.3%	673	9.0%	736	9.0%	668	8.2%	783	9.7%
佐賀県	416	5.9%	376	5.0%	365	4.5%	322	4.0%	317	3.9%
その他	1,268	18.0%	1,726	23.0%	1,665	20.3%	1,683	20.7%	1,605	20.0%
合計	7,049	100.0%	7,493	100.0%	8,199	100.0%	8,112	100.0%	8,045	100.0%

### (5) 第二市場の取扱金額(成牛)

- ア 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%増加しました。取扱金額についても、1頭平均価格高騰の影響で4.6%の増加となりました。
- イ 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%減少しました。取扱金額については、と畜頭数の増加の影響で1.8%の増加となりました。
- ウ 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%減少しました。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%の増加となりました。
- エ 平成20年度は、19年度から続く消費者の牛肉離れの影響で、1頭平均価格は7.6%減少しました。取扱金額についても、卸売平均単価の大幅な下落の影響で8.8%の減少となりました。
- オ 平成21年度は、依然、牛肉の消費不振が続き、1頭平均価格は前年度より6.5%減少しました。取扱金額についても、卸売平均単価の大幅な下落の影響で7.3%の減少となりました。



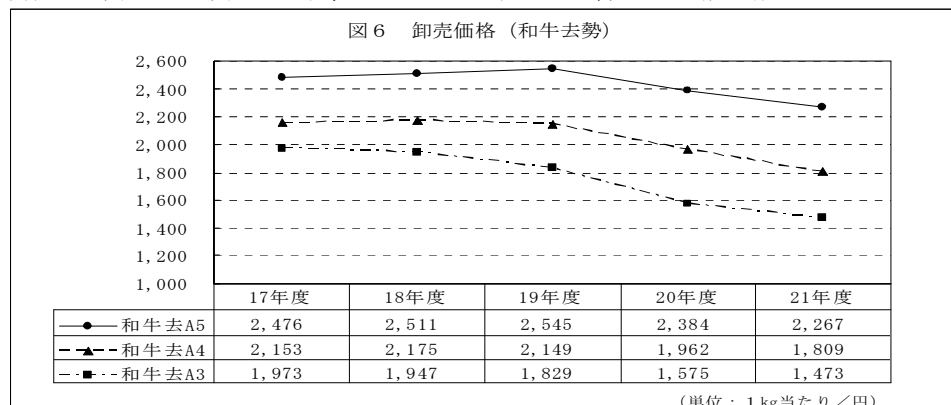
(単位：千円)

年度	17		18		19		20		21	
	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	7,137,915	4.6%	7,263,428	1.8%	7,991,024	10.0%	7,289,514	▲8.8%	6,759,555	▲7.3%
1頭平均	917.6	5.1%	901.5	▲1.8%	892.3	▲1.0%	824.5	▲7.6%	770.7	▲6.5%

※ 取扱金額には、部分肉、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打った以降は、平成19年度まで上昇を続けていきましたが、以降は下降傾向にあります。
- イ 平成21年度は前年度と同様、A5からA3等級まで軒並み大幅な減少となりました。

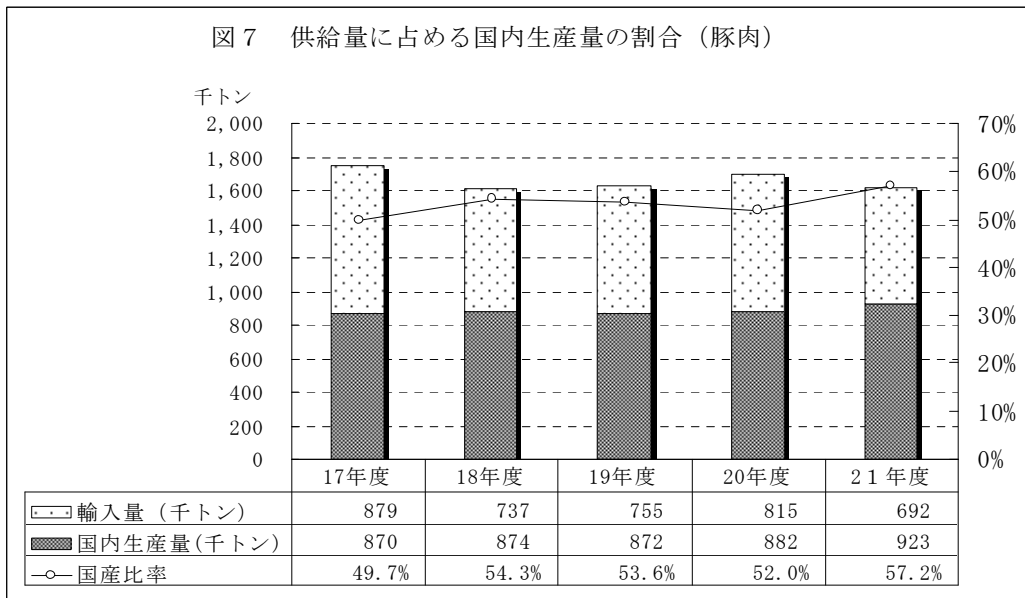


(単位：1kg当たり/円)

## 2 豚の取引状況

### (1)国内生産状況(豚肉)

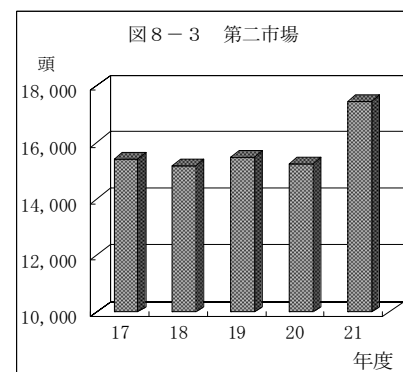
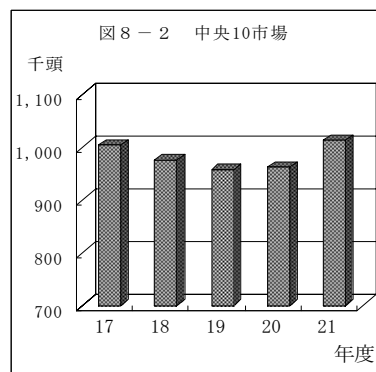
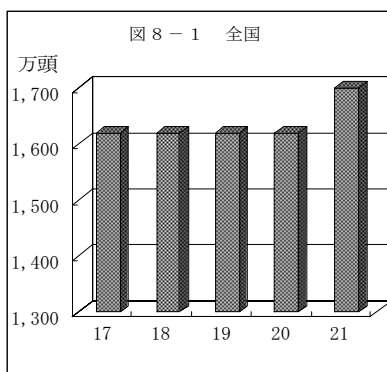
ア 平成 21 年度は、国内生産量は前年比 4.6%増加、輸入量については 15.1%減少しています。国内割合は約 5%増加しました。



### (2)と畜状況(豚)

ア 全国のと畜頭数は平成 20 年度までは減少傾向でしたが、平成 21 年度は 4.6%増加しました。

イ 第二市場の平成 21 年度のと畜頭数は、前年度と比べて 2,224 頭の増加 (14.6%増加) となりました。



(単位：頭)

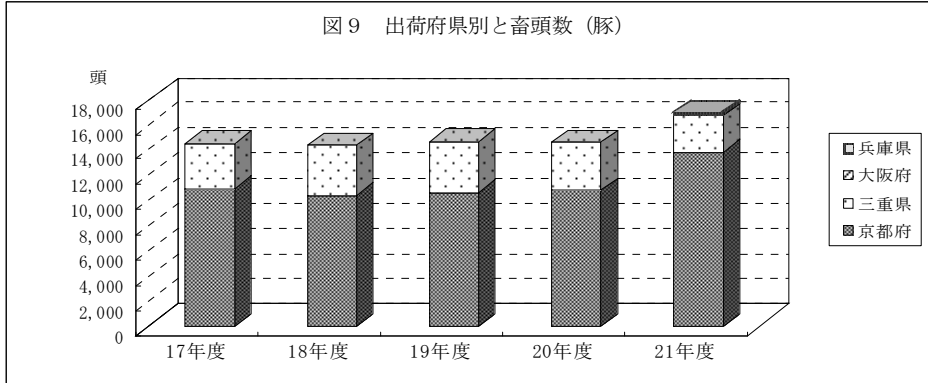
年度	17		18		19		20		21	
	頭数	前年度比	頭数	前年度比	頭数	前年度比	頭数	前年度比	頭数	前年度比
全国	16,203,431	▲1.7%	16,217,251	0.1%	16,222,972	0.1%	16,331,153	0.7%	17,077,241	4.6%
中央市場	1,005,937	1.1%	976,481	▲2.9%	958,417	▲1.8%	961,502	0.3%	1,014,618	5.5%
第二市場	15,440	▲5.1%	15,196	▲1.6%	15,493	2.0%	15,242	▲1.6%	17,466	14.6%



### (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8割近くを占めています。

イ 平成21年度から兵庫県に新たな出荷者を開拓



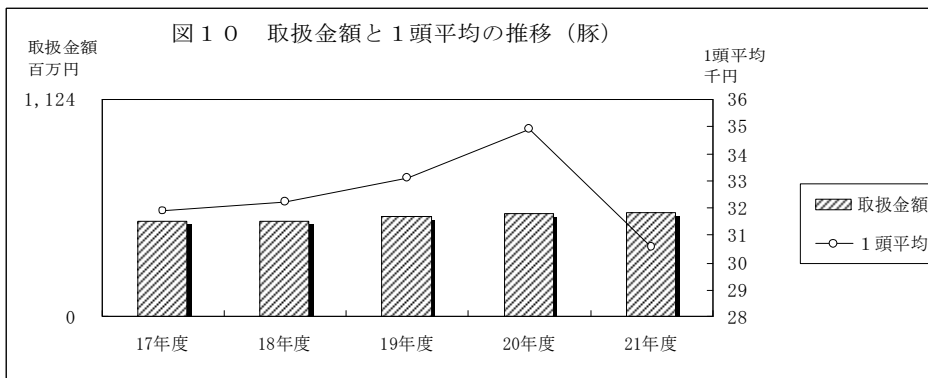
(単位：頭)

年 度	17		18		19		20		21	
	頭数	占有率	頭数	占有率	頭数	占有率	頭数	占有率	頭数	占有率
京 都 府	10,978	71.1%	10,344	68.1%	10,613	68.5%	10,797	70.8%	13,793	79.0%
三 重 県	3,544	23.0%	4,006	26.4%	4,027	26.0%	3,779	24.8%	2,940	16.8%
大 阪 府	918	5.9%	846	5.6%	853	5.5%	666	4.4%	631	3.6%
兵 庫 県	—	—	—	—	—	—	—	—	102	0.6%
合 計	15,440	100.0%	15,196	100.0%	15,493	100.0%	15,242	100.0%	17,466	100.0%

### (4) 第二市場の取扱金額(豚)

ア 取扱金額は、平成17年度及び平成18年度は前年より減少していましたが、平成19年度以降、牛肉からの消費シフトにより、増加傾向にあります。

イ 1頭平均価格は、平成17年度から平成20年度まで上昇傾向にありましたが、平成21年度は供給過剰の影響で、前年度と比較して下落しました。



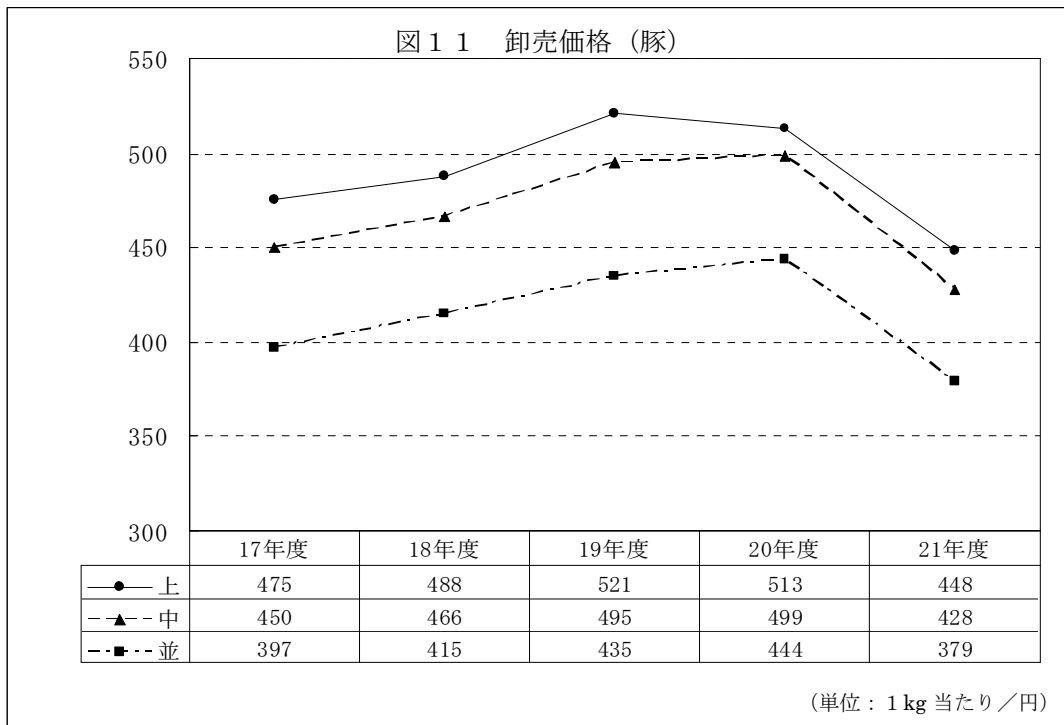
(単位：千円)

年 度	17		18		19		20		21	
	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	495,307	▲3.2%	491,737	▲0.7%	514,169	4.6%	534,594	4.0%	535,114	0.1%
1頭平均	31.9	1.8%	32.2	0.9%	33.1	0.9%	34.9	5.4%	30.6	▲12.3%

※ 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 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ました。
- 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、価格が上昇しました。
- ウ 平成 20 年度は、上半期は牛肉の代替需要により枝肉価格が高騰していましたが、下半期は供給過剰により市場卸売価格が下落したため、年度を通してほぼ横ばいでした。
- エ 平成 21 年度は、過剰在庫による供給過剰が影響したため、枝肉価格は下落しました。

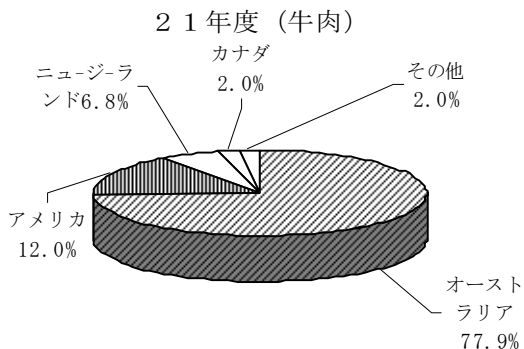


### 3 その他のデータ集

#### (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(21年度)

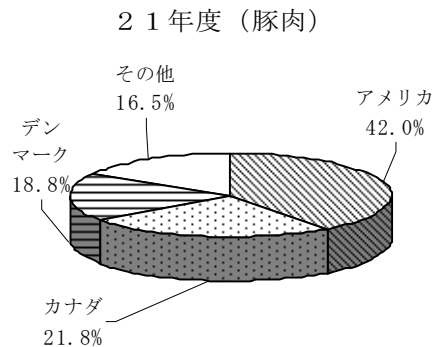
[牛肉] 国内生産量 43.2% : 輸入 56.8%  
(361.5 千トン) (475.4 千トン)

輸入牛肉主要国占有率



[豚肉] 国内生産量 57.1% : 輸入 42.9%  
(922.6 千トン) (691.9 千トン)

輸入豚肉主要国占有率

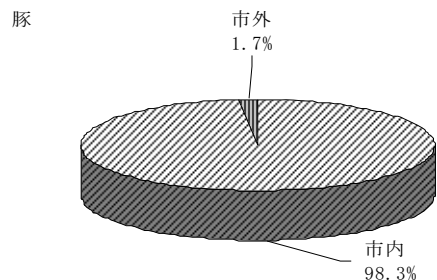
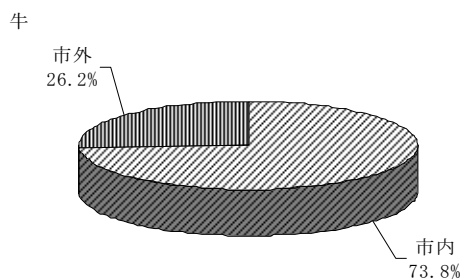


(独立行政法人 農畜産業振興機構「畜産の情報」より)

牛肉は、平成 21 年度は、国内生産量がやや減少しました。輸入牛肉は米国産牛肉が増加し、輸入量全体でも前年度と比較してやや増加しました。

豚肉は、平成 21 年度は、国内生産量が増加しました。輸入豚肉はグラフの中の3国とも減少し、輸入量全体でも前年度と比較して大幅に減少しました。

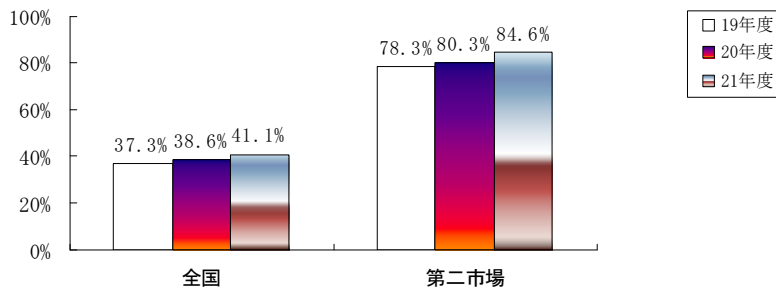
#### (2) 第二市場の販売先における市内、市外の割合(重量ベース, 21年度)



(第二市場 業務資料より)

第二市場の販売先の割合は、牛が 73.8%、豚が 98.3%と市内が多くを占めています。

### (3)と畜頭数における和牛占有率(19年度～21年度)



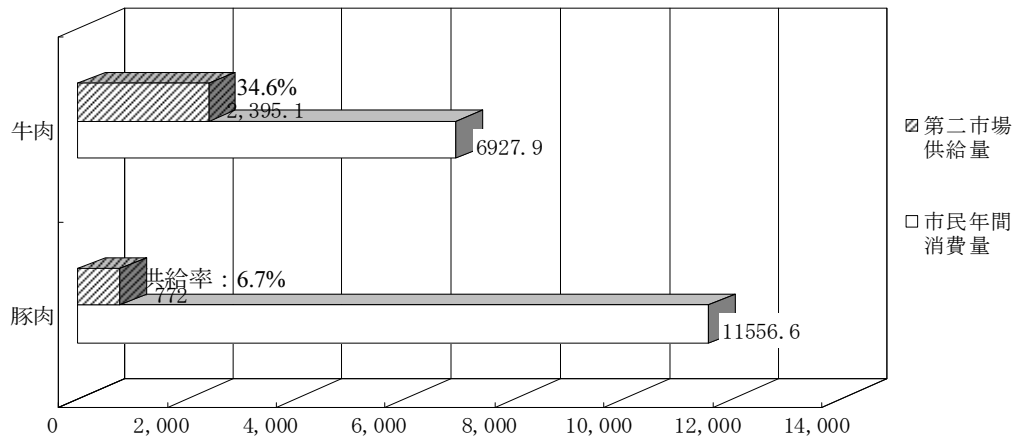
(単位: 頭)

		19年度	20年度	21年度
全国	成牛	1,213,530	1,224,407	1,215,920
	和牛	452,469	473,195	500,176
	占有率	37.3%	38.6%	41.1%
第二市場	成牛	8,199	8,112	8,045
	和牛	6,417	6,510	6,804
	占有率	78.3%	80.3%	84.6%

第二市場は、他市場と比較して、和牛の取扱割合が大きい。

平成21年度は、と畜頭数がやや減少しましたが、和牛頭数が増加したため、と畜頭数に占める和牛の割合は昨年度より増加しました。

### (4)京都市民の消費量と第二市場供給量(21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

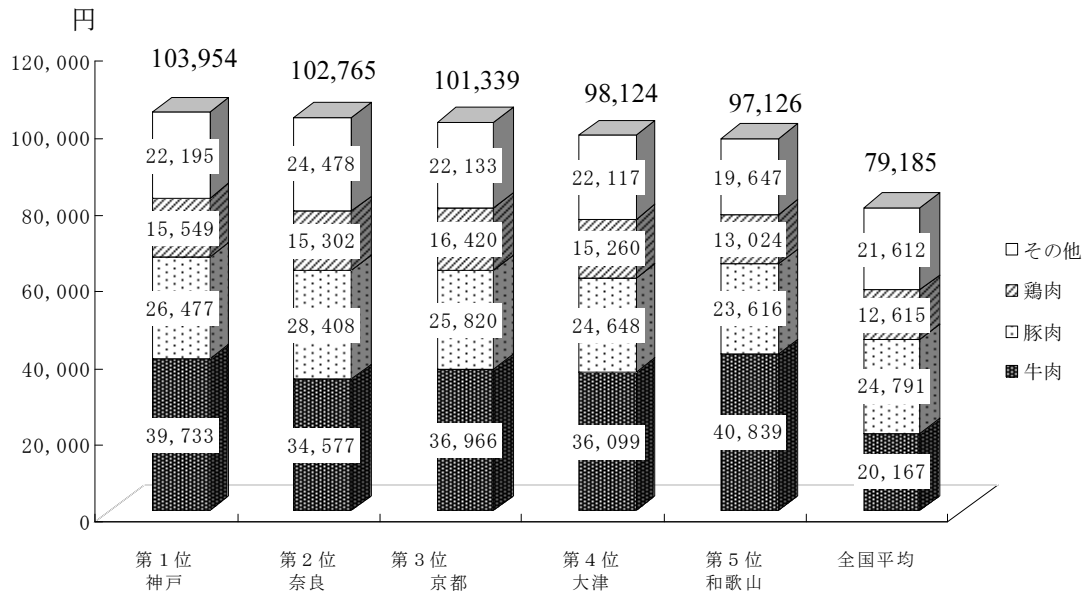
※供給率については、第二市場で取引された牛肉がすべて市民に消費された場合とする。

(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、第二市場供給量が減少(3.0%)し、市民年間消費量が増加(2.2%)したため、前年次と比較して若干低下(1.8%減)しました。

豚肉は、第二市場供給量が大幅に増加(21.5%)しましたが、市民年間消費量も増加(4.6%増)したため、第二市場供給率は若干の増加(0.9%増)となりました。

(5) 都市別一世帯あたり肉類支出金額(49 都市, 21 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	85,917円	94,100円
生鮮野菜	63,529円	74,873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りますが、とりわけ近畿地方において多くなっています。近畿地方は全国平均と比較して牛肉への支出金額が多くなっています。

世帯当たり年間の牛肉購入数量, 支出金額(21年次, 都道府県庁所在市別)

数量順			金額順				
	牛			牛			
	支出金額	購入数量		支出金額	購入数量		
1	北九州市	31,911	11,104	1	和歌山市	40,839	11,048
2	広島市	27,945	11,055	2	神戸市	39,733	10,163
3	和歌山市	40,839	11,048	3	京都市	36,966	10,248
4	熊本市	25,932	10,605	4	大津市	36,099	10,240
5	奈良市	34,577	10,569	5	奈良市	34,577	10,569
6	大阪市	31,617	10,488	6	津市	33,078	9,323
7	京都市	36,966	10,248	7	徳島市	32,086	9,361
8	大津市	36,099	10,240	8	北九州市	31,911	11,104
9	大分市	28,945	10,179	9	大阪市	31,617	10,488
10	神戸市	39,733	10,163	10	堺市	30,845	9,546
11	佐賀市	26,897	10,096	11	大分市	28,945	10,179
12	山口市	24,969	9,866	12	広島市	27,945	11,055
13	松山市	24,607	9,725	13	佐賀市	26,897	10,096
14	堺市	30,845	9,546	14	熊本市	25,932	10,605
15	徳島市	32,086	9,361	15	岐阜市	25,071	7,321
16	津市	33,078	9,323	16	山口市	24,969	9,866
17	鳥取市	23,386	8,960	17	松山市	24,607	9,725
18	長崎市	24,313	8,784	18	長崎市	24,313	8,784
19	山形市	18,974	8,399	19	高知市	24,282	7,506
20	福岡市	21,650	8,322	20	高松市	24,025	8,319
21	高松市	24,025	8,319	21	福井市	23,903	7,873
22	岡山市	22,524	8,311	22	鳥取市	23,386	8,960
23	福井市	23,903	7,873	23	名古屋市	22,709	6,023
24	千葉市	20,411	7,682	24	岡山市	22,524	8,311
25	那覇市	11,185	7,570	25	鹿児島市	22,381	7,137
26	高知市	24,282	7,506	26	福岡市	21,650	8,322
27	宮崎市	18,411	7,475	27	東京都区部	20,510	6,365
28	岐阜市	25,071	7,321	28	千葉市	20,411	7,682
29	松江市	20,195	7,228	29	松江市	20,195	7,228
30	横浜市	19,845	7,159	30	横浜市	19,845	7,159
31	鹿児島市	22,381	7,137	31	川崎市	19,507	6,694
32	川崎市	19,507	6,694	32	山形市	18,974	8,399
33	金沢市	18,628	6,646	33	金沢市	18,628	6,646
34	東京都区部	20,510	6,365	34	宮崎市	18,411	7,475
35	富山市	17,074	6,299	35	富山市	17,074	6,299
36	静岡市	16,013	6,187	36	さいたま市	16,803	6,032
37	さいたま市	16,803	6,032	37	甲府市	16,214	5,046
38	名古屋市	22,709	6,023	38	静岡市	16,013	6,187
39	青森市	12,304	5,152	39	仙台市	13,516	4,480
40	甲府市	16,214	5,046	40	宇都宮市	12,467	4,770
41	盛岡市	10,652	5,014	41	青森市	12,304	5,152
42	宇都宮市	12,467	4,770	42	水戸市	12,233	3,947
43	長野市	10,252	4,569	43	前橋市	11,325	4,438
44	仙台市	13,516	4,480	44	那覇市	11,185	7,570
45	新潟市	10,303	4,462	45	盛岡市	10,652	5,014
46	前橋市	11,325	4,438	46	秋田市	10,526	4,313
47	札幌市	8,426	4,382	47	新潟市	10,303	4,462
48	秋田市	10,526	4,313	48	長野市	10,252	4,569
49	福島市	9,750	3,973	49	浜松市	10,004	3,701
50	水戸市	12,233	3,947	50	福島市	9,750	3,973
51	浜松市	10,004	3,701	51	札幌市	8,426	4,382

全国 20,167 7,032

京都市の順位 7位(購入数量順)

3位(支出金額順)

\* 西日本地方で購入数量, 支出金額とも多い傾向がある。  
特に近畿地方は全国平均と比較して支出金額, 購入数量とも多い。

世帯当たり年間の豚肉購入数量, 支出金額(21年次, 都道府県庁所在市別)

数量順			金額順				
	豚			豚			
	支出金額	購入数量		支出金額	購入数量		
1	青森市	25,627	23,748	1	福島市	29,683	21,243
2	静岡市	27,948	22,438	2	川崎市	28,801	21,655
3	秋田市	24,264	22,230	3	奈良市	28,408	19,277
4	札幌市	24,823	22,016	4	鹿児島市	28,319	19,627
5	川崎市	28,801	21,655	5	甲府市	27,975	19,509
6	福島市	29,683	21,243	6	静岡市	27,948	22,438
7	新潟市	25,722	20,674	7	さいたま市	27,682	20,156
8	横浜市	26,568	20,324	8	仙台市	26,708	19,914
9	盛岡市	23,909	20,160	9	横浜市	26,568	20,324
10	さいたま市	27,682	20,156	10	東京都区部	26,505	18,837
11	仙台市	26,708	19,914	11	神戸市	26,477	16,756
12	宮崎市	23,807	19,630	12	千葉市	26,147	19,057
13	鹿児島市	28,319	19,627	13	浜松市	25,973	19,514
14	山形市	24,605	19,571	14	金沢市	25,951	18,620
15	浜松市	25,973	19,514	15	広島市	25,936	19,227
16	甲府市	27,975	19,509	16	京都市	25,820	17,095
17	水戸市	25,567	19,355	17	新潟市	25,722	20,674
18	奈良市	28,408	19,277	18	青森市	25,627	23,748
19	広島市	25,936	19,227	19	水戸市	25,567	19,355
20	千葉市	26,147	19,057	20	名古屋市	25,540	18,136
21	東京都区部	26,505	18,837	21	福井市	24,952	17,487
22	宇都宮市	23,392	18,652	22	札幌市	24,823	22,016
23	金沢市	25,951	18,620	23	大津市	24,648	17,766
24	熊本市	23,549	18,439	24	山形市	24,605	19,571
25	那覇市	21,968	18,422	25	富山市	24,324	17,873
26	名古屋市	25,540	18,136	26	秋田市	24,264	22,230
27	前橋市	24,029	18,068	27	前橋市	24,029	18,068
28	福岡市	23,980	17,958	28	福岡市	23,980	17,958
29	富山市	24,324	17,873	29	長崎市	23,969	17,256
30	大津市	24,648	17,766	30	大分市	23,910	17,249
31	福井市	24,952	17,487	31	盛岡市	23,909	20,160
32	長野市	20,745	17,308	32	宮崎市	23,807	19,630
33	長崎市	23,969	17,256	33	岐阜市	23,655	16,747
34	大分市	23,910	17,249	34	和歌山市	23,616	14,984
35	京都市	25,820	17,095	35	堺市	23,591	16,281
36	神戸市	26,477	16,756	36	熊本市	23,549	18,439
37	岐阜市	23,655	16,747	37	宇都宮市	23,392	18,652
38	岡山市	22,492	16,375	38	大阪市	23,315	15,994
39	山口市	21,583	16,319	39	北九州市	22,969	16,250
40	堺市	23,591	16,281	40	岡山市	22,492	16,375
41	北九州市	22,969	16,250	41	那覇市	21,968	18,422
42	津市	19,697	16,127	42	山口市	21,583	16,319
43	大阪市	23,315	15,994	43	徳島市	21,002	14,201
44	松江市	20,915	15,274	44	松江市	20,915	15,274
45	和歌山市	23,616	14,984	45	長野市	20,745	17,308
46	高松市	19,423	14,856	46	鳥取市	20,483	14,816
47	鳥取市	20,483	14,816	47	高知市	20,096	14,637
48	高知市	20,096	14,637	48	津市	19,697	16,127
49	松山市	19,292	14,626	49	高松市	19,423	14,856
50	佐賀市	19,109	14,552	50	松山市	19,292	14,626
51	徳島市	21,002	14,201	51	佐賀市	19,109	14,552

全国 24,791 18,639  
 京都市の順位 35位(購入数量順)  
 16位(支出金額順)

\* 東日本地方で購入数量, 支出金額とも多い傾向がある。  
 特に関東地方, 東北地方は全国平均と比較して支出金額, 購入数量とも多い。

# 京都市中央卸売市場第二市場基本構想（概要）

## 京都市中央卸売市場第二市場基本構想（概要）

### 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。

### 第1 基本構想策定の目的

### 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中畜運輸）
  - ・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

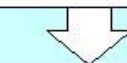
第二市場が受け入れている府内産の牛や豚の出荷割合は、肉牛が約19%、豚が約38%と低く、地産地消の観点からも、さらなる出荷増を図っていく事が重要

## 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（ハザップ・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

### 京都市中央卸売市場第二市場運営協議会委員名簿

所属団体	役職名	氏名
新日本婦人の会京都府本部	副会長	井坂 洋子
住みよい京都をつくる婦人の会	事務局長	泉 恵子
京都大学	名誉教授	稲本 志良
京都食肉買参事業協同組合	理事長	大西 雷三
京都食肉市場労働組合	委員長	岡田 大生
京都市地域女性連合会	常任委員	小畑 紀代子
京都副生物卸協同組合	理事長	坂井 由春
全国農業協同組合連合会京都府本部	副本部長	宅間 敏廣
京都大学大学院農学研究科	教授	新山 陽子
京都食肉市場株式会社	代表取締役	宮田 正美

(敬称略・50音順)

### 京都市中央卸売市場第二市場運営協議会開催経過

開催年月日	検討内容
平成 21 年 7 月 2 日 (木)	(1) 第二市場マスタープランに係る諮問について (2) 専門部会の設置について (3) その他
平成 22 年 4 月 9 日 (金)	(1) 「第二市場マスタープラン (案)」の策定に係る中間報告について (2) その他
平成 22 年 9 月 30 日 (木)	(1) 京都市中央卸売市場第二市場マスタープラン (案) 答申 (案) について (2) その他
平成 22 年 11 月 25 日 (木)	(1) 京都市中央卸売市場第二市場マスタープラン (中間案) について (2) その他

京都市中央卸売市場第二市場マスタープラン専門部会委員名簿

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	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	有限責任監査法人トーマツ京都事務所 シニアマネージャー・公認会計士	堀田 喜代司
学識経験者	中小企業診断士協会京都支部理事相談役 税理士・中小企業診断士	安田 徹
市場関係者	京都市食肉協同組合 理事長	佐野 泰三
市場関係者	京都食肉買参事業協同組合 理事長	大西 雷三
市場関係者	京都食肉買参事業協同組合 副理事長	吉岡 浩人
市場関係者	京都食肉買参事業協同組合 副理事長	三嶋 太郎
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	京都副生物卸協同組合 理事長 (大動物部門)	坂井 由春
市場関係者	京都副生物卸協同組合 小動物部門理事	池田 正治
京都市	京都市中央卸売市場第二市場長	高山 光史
京都市	京都市衛生環境研究所 担当課長	中川 善宏

(敬称略・順不同)

## 京都市中央卸売市場第二市場マスタープラン専門部会開催経過

	開催年月日	検討内容
第1回	平成21年7月30日(木)	(1) 専門部会開催概要・スケジュールの確認 (2) 目指すべき市場の将来像と課題について (3) その他
第2回	平成21年11月5日(木)	(1) 第二市場の集荷及び販売戦略について (2) 他市場の事例研究について (3) その他
第3回	平成22年1月28日(木)	(1) 第二市場の運営形態について (2) その他
第4回	平成22年3月25日(木)	(1) 施設の改善案について (2) 市場の運営形態について (3) 今後の進め方について (4) その他
第5回	平成22年6月3日(木)	(1) 口蹄疫に対する第二市場の対応について (報告) (2) 市場の運営形態について (3) 第二市場 DVD「お肉ができるまで」紹介 (4) その他
第6回	平成22年7月30日(金)	(1) 財政の健全化(案)について (2) 市場運営形態の一元化(案)及び新運営会 社の経営戦略(案)について (3) 施設整備計画(案)について (4) 今後10年間の実施計画(案)について (5) その他
第7回	平成22年9月24日(金)	(1) 京都市中央卸売市場第二市場マスター プラン(案)答申(案)について (2) その他



京都市印刷物第223190号

発行：京都市産業観光局中央卸売市場第二市場