

安全・安心な食の拠点を目指して ～中央卸売市場の使命と市場活性化に向けた取組～

中央卸売市場第一市場業務課長 里見 延雄

1. 京都市中央卸売市場の沿革及び機能

(1) 中央卸売市場の沿革

大正7年の米騒動を契機に、米、その他の必需的食料品を安価に供給し、国民の消費生活の安定を図る必要性が生じたため、政府は、大都市における公設小売市場の設置などの対策を講じたが、同時にその機能を十分に発揮させるために、大正12年3月に中央卸売市場法を公布し、地方公共団体による中央卸売市場の整備が進められた。

中央卸売市場法は、従来の問屋及び仲買人を卸売業者及び仲卸業者として取り込み、江戸時代以来の商行為の形態を踏襲したものであったが、取引の適正化を確保するため、①市場は地方公共団体が開設することとし、②卸売業者及び仲卸業者を許可制とし、③売買取引における競争的な取引方法を導入（セリの原則、委託集荷の原則、商物一致の原則等）し、④開設者による取引の監視等の諸規制を行った。

(2) 中央卸売市場の機能

中央卸売市場は、市民の食生活に欠かすことのできない生鮮食料品（野菜、果実、生鮮水産物及び加工水産物）などを、日本国内はもとより諸外国からも集荷して、適正な価格を付け、速やかに分荷し、市民等に安定供給する役割を担う公設の市場であり、全国44都市に72施設（平成25年4月1日現在）が設置されている。

中央卸売市場の主な機能	
①集荷機能	多種多様な品目の豊富な品揃え
②価格形成機能	「セリ」等の取引による、需給を反映した公正な値決め
③分荷機能	多数の小売業者等への迅速な配分
④決済機能	取引販売代金の迅速、確実な決済
⑤情報機能	需給に係わる情報の収集、伝達

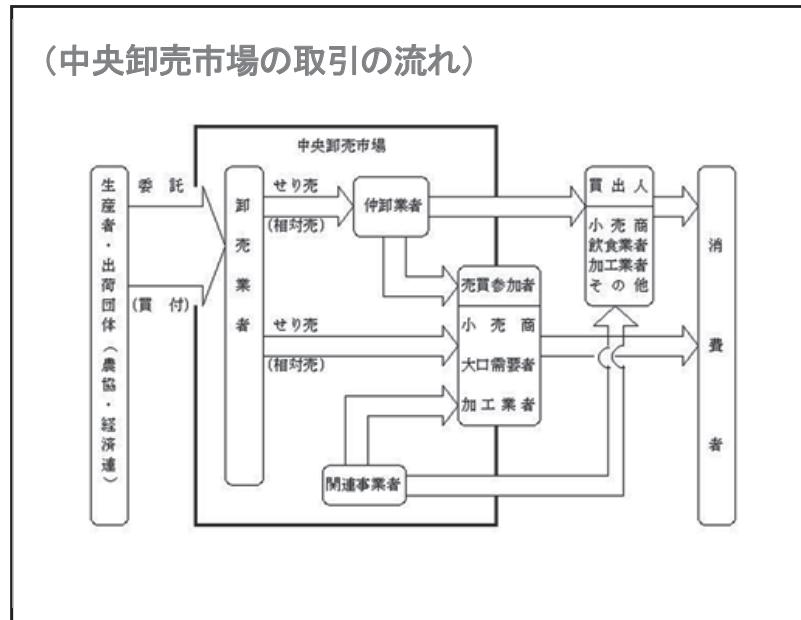
(3) 京都市中央卸売市場の開設

京都における市場の歴史は古く、平安時代の「東西市」に端を発するとされ、その後、時代とともに市場の形は様々に変化する。

現在の本市場は、大正12年3月に公布された中央卸売市場法に基づき、全国で初めての中央卸売市場として整備されたものである。

昭和2年12月11日に鮮魚部、塩干魚部及び乾物部を開市し、昭和3年1月16日に青果部を開市した。

開設当時は、鉄道輸送が主流であり、本市場は、鉄道引込み線を備えたプラットフォーム型の市場として、その後、全国各地で建設される卸売市場のモデルともなっている。



参考図

2. 中央卸売市場を取り巻く社会経済情勢の変化と本市場の現状

(1) 社会経済情勢の変化

中央卸売市場をとりまく社会経済環境はますます厳しさを増しており、本市場に限らず全国のほとんどの中央卸売市場で取扱量が減少し、中央卸売市場とその入場業者の経営環境は厳しさを増している。

その背景には、少子高齢化や消費者のライフスタイルの変化とあいまって生鮮食料品流通の環境変化があり、生鮮食料品消費量自体の伸び悩み、大型量販店のシェアの増加や産直志向による市場外流通の増加等が進んでいる。

更に関西には、直径約60キロ圏内に本市場を含め、大阪府、大阪市本場・東部、神戸市本場・東部、奈良県と多くの中央拠点市場が密接し、交通インフラの整備も相まって、全国で最も市場間競争の激しい地域となっている。

(2) 市場取扱数量及び取扱金額

市場の取扱数量の推移を見ると、全国の中央

卸売市場と同様に、本市場においても減少傾向にある。

青果部では、平成15年度の30.1万トン（取扱金額：699億円）から平成24年度の26.8万トン（取扱金額：631億円）へ、3.3万トン減少している。（11.0%減）（取扱金額：68億円減（9.7%減））また、水産物部では、同じく平成15年度の8.3万トン（取扱金額：650億円）から平成24年度の4.5万トン（取扱金額：399億円）へと3.8万トン減少している。（45.8%減）（取扱金額251億円減（38.6%減））

青果部、水産物部とともに減少傾向にあるが、青果部より水産物部の方が顕著に減少しており、非常に厳しい水産物部の状況が明らかとなっている。

平成21年度以降、水産物部においては、中央拠点市場の取扱数量の基準である6万トンを下回っており、取扱数量の回復が喫緊の課題となっている。

(3) 事業者の状況

ア. 卸売業者

卸売業者は、農林水産大臣の認可を受けて多種多様な生鮮食料品などを全国各地や外国から集荷し、仲卸業者や売買参加者に販売することを業務としている。

開設当初は、鮮魚部、塩干魚部、川魚部及び青果部に各1社の4社体制であったが第二次世界大戦中は統制会社となった。戦後の統制廃止後、昭和23年には、蔬菜・果実部10社、生鮮海産物部10社、加工海産物部4社、淡水産物部2社が乱立したが、廃業、統合等の淘汰が進み、昭和44年には青果部及び水産物部に各2社の4社体制となった。平成25年12月に青果部1社が廃業となり、現在、青果部1社、水産物部2社の体制となっている。

イ. 仲卸業者

仲卸業者は、中央卸売市場内に店舗を持ち、卸売業者から買い受けた物品を小単位に仕分け、調整し、小売業者、大口需要者などに販売することを業務としている。

中央卸売市場が厳しい状況に置かれている中、仲卸業者数は年々減少しており、平成15年度末には、青果部に95社、水産物部に174社であったが、平成26年1月末現在、青果部は79社(16社減)、水産物部は111社(63社減)となっている。

このような状況の下、仲卸業者の営業力の強化及び経営体力の強化が喫緊の課題となっている。

ウ. 関連事業者

関連事業者は、市場内等において、市場の取

扱品目以外の補完的品物の販売、食料品及び日用品等の物品販売、倉庫業、運送業、飲食業、金融業などを行っている。

平成26年1月末現在、98社(総合卸含む)となっている。

エ. 売買参加者

市場内に店舗を持たず、市長の承認を受け、卸売業者の行う卸売に直接参加する小売業者又は大口需要者であり、現在は、水産物部2業者のみであり、他都市に比べて売買参加者数は少ない。

オ. 買出人

市場で買入れを行う業者等で、小売業者、量販店(スーパー・マーケット、百貨店など)、加工業者、飲食業者、大口消費者などがあり、本市場の買出人数は、概ね4千人である。

3. 本市場の課題

(1) 市場の安全確保

本市場においては、新耐震基準が規定された昭和56年の建築基準法改正以前に建設された建物が多数現存している。

特に平成18年度から平成20年度に実施した耐震診断により、大規模施設である青果棟で耐震上の問題が判明したことや、設備面においても老朽化等による機能低下が生じてきており、中央卸売市場が果たす重要な機能を堅持していくためには、喫緊の課題として、安全性と機能性の確保に向けた補修はもとより、物流の変化、衛生、環境面への配慮やコールドチェーン等に対応した施設の整備が必要不可欠となっている。

(2) 市場の経営力の強化

国は、効率的な流通ネットワークの構築のため、大規模市場と中小規模の市場の機能・役割分担を明確化し、周辺の中小規模の中央卸売市場と連携して流通を行う大規模市場を「中央拠点市場」に位置付け、拠点機能を発揮するため必要な施設・設備を重点的に推進していく方針を示している。

本市場は、青果・水産両部門ともに中央拠点市場としての指定を受けていることから、広域的な役割を果たしていくため、大型車両にも対応可能な保管・積込施設、産地や他市場の間での情報処理施設の整備を推進することが必要となっている。

しかしながら、水産部門にあっては、取扱数量が中央拠点市場の指標である年間6万トンを大きく下回っていることから、取扱数量の拡大を早期に目指していく必要がある。

また、市場全体の経営環境が厳しくなる中、仲卸業者が減少してきており、仲卸業者の経営の健全化に取り組んでいく必要がある。

4. 市場活性化の取組

本市場の抱える課題を解決し、中央卸売市場として、永続的に食材の安定供給を行うため、市場活性化の取組を推進している。

(1) 食の拠点機能充実事業

京都の歴史が培ってきた京の食文化の情報発信・普及啓発を進めることで市民や来訪者の「食」に関する理解や中央卸売市場への認識を深め、京都市中央卸売市場のブランド力を高

め、取扱量増加など市場経営の強化に繋げていくため、次の事業を実施している。

- ・小学校出前板さん教室（平成13年度～）
- ・鍋まつり（平成15年度～）
- ・市場見学会（平成15年度～）
- ・食の海援隊・陸援隊（平成16年度～）
- ・市民感謝デー食彩市（平成24年度～）

(2) 市場活性化及び地域活性化の取組

本市場が周辺地域に果たす影響は大きく、とりわけ京都水族館の開業や鉄道博物館の開業（予定）等、梅小路公園の再整備を契機とした下京区西部エリアの活性化のための取組が期待されている。

ア. すし市場の開業

魚食普及を通じた水産物の取扱量の増加や地域の賑わいを生み出す魅力的なにぎわい施設として、市場の新鮮な食材を楽しめる「すし市場」を平成24年8月に開業した。

イ. 京の食文化ミュージアム・あじわい館

『京の食文化を五感で味わい、京の食文化に親しむ』ことをコンセプトに、「みる、つくる、あじわう」ことができる企画展示室、調理実習室等を一体的に活用できる全国で初めての施設として、また、京都府との共同事業として、平成25年4月に京の食文化ミュージアムあじわい館を京都青果センターの3階に開設した。

あじわい館では、市場の紹介はもとより、市場の新鮮な食材を活かした料理教室の開催や京都の四季折々の「食」を味わっていただける体験コーナーの設置や常設・季節の展示、食に関する伝統産業製品等の販売を行っている。

（3）市場経営戦略研究会の設置

本市場の将来ビジョンの実現に向け、関係事業者が協働で取り組むべき具体的な経営戦略のテーマに即して、必要な事項に関する研究及び事業化を推進するため、平成24年9月、市場経営戦略研究会を設置した。

特に、取扱数量の増加に向けた取組を重点課題とし、8つの課題と25のアクションプランを策定し、具体的な事業を推進している。

〈アクションプランに基づき実施した施策〉

- ・中央市場、小売店つながりプロジェクト
- ・塩干、青果卸売場の低温化整備
- ・京都府産水産物の取扱増加対策事業
- ・スーパーでの中央卸売市場フェア

5. 京都市中央卸売市場第一市場施設整備基本構想（仮称）の策定

青果棟を中心とした耐震化、性能不足、施設の老朽化に加えて、市場の安全・安心の確保に係る課題を解決し、下京区西部エリアの活性化も視野に入れた、今後の市場整備の方策を検討するため、市場関係者や関係機関、専門家等による「京都市中央卸売市場第一市場施設整備基本構想（仮称）検討会議」を平成25年7月に設置した。平成25年度中には構想を取りまとめ、平成26年度には基本計画を策定し、高機能で「強い市場づくり」の早期実現に取り組むこととしている。