

「京都市中央卸売市場第一市場施設整備基本構想（仮称）＜案＞」に対する
市民意見募集の結果について

1 市民意見募集の概要

(1) 募集期間 平成26年1月7日（火）～2月5日（水）

(2) 募集方法

概要版の配布（中央卸売市場第一市場，市役所案内所，各区役所・支所等），インターネット，各種イベントでの周知（意見募集箱の設置など）

(3) 応募方法 郵送，持参，FAX，電子メール又は意見募集箱への提出

2 募集結果

応募総数 197名（意見数 467）

(1) 性別・年齢別

（単位：人）

	20歳代未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	合計
男性	0	1	15	39	40	42	7	6	150
女性	0	1	4	11	3	5	4	0	28
不明	0	0	0	0	0	0	0	19	19
合計	0	2	19	50	43	47	11	25	197

(2) 居住地別

（単位：人）

京都市域	京都市域外	不明	合計
150	24	23	197

(3) 御意見の内訳

意見区分	件数	区分	件数
① 市場施設整備と必要機能	84	⑦ 積極的な民間活力導入の推進	17
② 衛生・品質管理と食の安全・安心	78	⑧ 市場への付加価値施設の設置	14
③ 駐車場・動線整備の効率化	68	⑨ 市場の防災・防犯対策	14
④ 観光・賑わい整備と地域活性化	60	⑩ 市場施設整備における環境配慮	13
⑤ 市場経営の適正化・合理化	50	⑪ その他	44
⑥ 市場PRと市民への市場開放	25	合計	467

京都市中央卸売市場第一市場 施設整備基本構想（仮称） 概要版＜案＞

いま、京都市中央卸売市場第一市場の施設整備基本構想を策定する必要性

（１）全国で最初の中央卸売市場

- 京都市中央卸売市場第一市場（以下、「第一市場」という。）は、昭和２年に日本初の中央卸売市場として開設され、今日まで86年以上にわたり、京都市民を中心とした消費者に生鮮食料品（野菜・果実・生鮮水産物・加工水産物）等を安定的に供給するとともに、日本を代表する歴史都市にある中央卸売市場として、ユネスコの無形文化遺産に登録された「和食」や“京都をつなぐ無形文化遺産”制度第1号に選定された「京の食文化」を支え、京都さらには日本の「食」文化を次代に引き継ぐ重要な役割を担ってきました。

（２）中央卸売市場に求められる機能が大幅かつ急速に変化

- 第一市場は、青果物・水産物の２部門から構成されており、都市中心部への立地、京野菜等近郷産地の商品を取扱う売場があるなどの特徴を有している中央卸売市場です。
- 中央卸売市場は、生鮮食料品等の流通に係る基幹的な社会インフラであり、今後も、市民に対して安全・安心はもとより、多種多様な生鮮食料品等を安定的に供給していく使命があります。
- しかしながら、近年は、ライフスタイルが大きく変化したことで、食生活のニーズも多様化するとともに、生鮮食料品等購入場所が量販店やコンビニエンスストア主流の時代となり、市場を通らない流通も増えてきていますが、食の安全・安心の確保など中央卸売市場に求められる役割はこれまで以上に重要となっています。

（３）京都市中央卸売市場第一市場の課題

- 青果物・水産物部門ともに、取扱数量・金額が減少していますが、消費者のニーズに応じた生鮮食料品等を提供し、市民等の“食”生活・文化を支えるため、全国各地の産地から多種多様な品目をまとめた単位で集め、取扱数量・金額を増加させることが重要です。
- また、施設の老朽化も著しく、食の安全・安心への対応など多様化するニーズへ柔軟に対応していくためには、経営面と施設面の双方への対応を同時並行で進めていかなければなりません。
- 一方、第一市場周辺地域においては、平成24年の京都水族館開業に続き、平成28年春には年間平均80万人の来館者が予想される鉄道博物館の開業を控えるなど、エリア全体での再開発・活性化が熱を帯びてきています。
- 第一市場では、これまで「京の食文化及び食育の拠点」としての取組に加え、「すし市場」、「京の食文化ミュージアム・あじわい館」を開設してきましたが、梅小路公園の再開発などの周辺地域の再開発・活性化も見据え、「食」を「五感」で感じ、「食べる」「学ぶ」ことができる卸売市場機能の再整備と賑わい機能の創出も求められています。

（４）京都市中央卸売市場第一市場施設整備基本構想

- こうした状況を踏まえ、将来に向けた第一市場のコンセプトと戦略を再検討し、より一層明確にしたうえで、施設整備の基本方針や周辺地域との連携等の基本的な方向性を策定しました。

1. 生鮮食料品等の流通拠点である“卸売市場”の役割

1. 1 卸売市場の種類

- 卸売市場は中央卸売市場と地方卸売市場に分けられます。
- 中央卸売市場は農林水産省が認可・監督主体であるため、信用度が高く、集荷力が高い一方で、様々な規制により、時代の変化に柔軟に対応しにくいというデメリットがあります。なお、中央卸売市場には立地地域外の食料品流通環境の改善への貢献も求められています。
- また、特に重要な中央卸売市場は中央“拠点”市場として位置づけられており、第一市場は、青果物・水産物両部門ともに中央“拠点”市場とされています。なお、中央“拠点”市場は大型産地からの荷受けや大型車両を利用した物流に対応可能な施設の整備等を積極的に推進していくことが求められています。

1. 2 生鮮食料品等供給の基幹インフラ（卸売市場の本来機能）

- 卸売市場は、次の4つの機能を担い、市民の食生活を支えています。

① 集荷（品揃え）・分荷機能・・・食品を集め・分類し、取引先へ出荷

全国各地の産地から多種多様な品目をまとめた単位で集め、卸売市場で小売業者や量販店等のニーズに応じて迅速・確実に必要量に分ける機能

② 価格形成機能・・・需給ニーズを見定め、適正価格を決定

需給状況に応じて、迅速に、かつ公正で透明性の高い卸売市場取引を通じて、適正な価格を形成する機能

③ 代金決済機能・・・生産者に代金を短期間に還元

生産者に対する卸売業者の迅速な支払いにより、生産者に代金を短期間に還元、卸売市場の信頼性を担保する機能

④ 情報受発信機能・・・消費者と産地の情報集約・発信の拠点

生産者と消費者の間に位置する卸売市場が、消費者のニーズを生産者に、生産者の情報を消費者に的確かつ迅速に伝達し、効率的な流通を支える機能

1. 3 食の安全・安心と食文化の情報発信

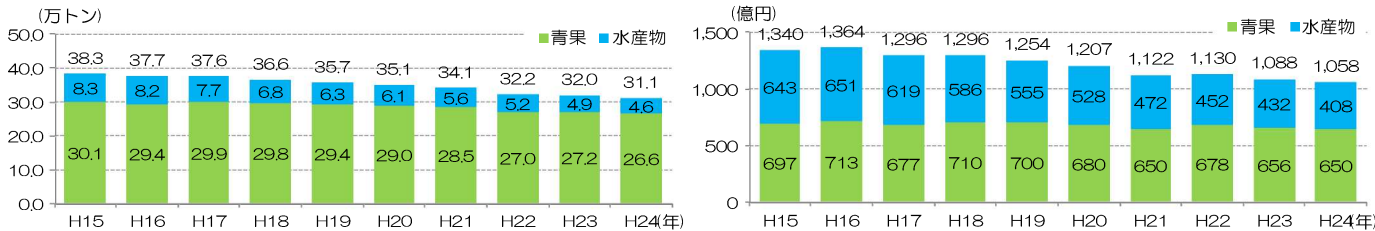
- 食をめぐる偽装表示や食中毒の発生などを受け、近年では、食の安全・安心に対する消費者の関心が高まっています。
- 生鮮食料品等の流通を取扱う卸売市場においては、食の安全・安心と消費者からの信頼確保が強く求められています。
- 卸売市場には、食品衛生検査に関する部署が設置されています。この部署では、消費者が口にする食品について、細菌や残留農薬、食品添加物等に関する検査等を実施することで、食品の品質管理、安全・安心の確保に努めています。
- また、消費者向けの料理教室等を通じて、生鮮食料品等と食生活に関する知識の普及に努めており、これら卸売市場における消費者向けの各種取組は消費者に対して広く食育の場を積極的に提供する役割を担っています。

2. 京都市中央卸売市場第一市場の現状と課題

2. 1 本市場を取り巻く環境の変化

- 第一市場は、青果物・水産物部門ともに取扱数量・金額が減少しています。全国のお市場も同様の状況にありますが、第一市場の水産物部門は他都市に比べて減少幅が大きく、早急な対策が求められています。
- また、少子高齢化が進展しており、今後、人口構造が大きく変化してくる中で、第一市場には生鮮食料品等流通拠点として、消費者のニーズに柔軟な対応が求められることになります。

（京都市中央卸売市場第一市場の取扱数量・金額推移）



- 第一市場の青果棟は、老朽化・耐震化への対応が必須となっています。一方、水産棟は、青果棟に比べて老朽化は進んでいませんが、他の中央卸売市場との競争に勝ち残っていくために十分な市場機能を有しているとは言えない状況です。
- また、第一市場周辺では、京都水族館の開業を皮切りに、年間80万人の来館が予想される鉄道博物館開業に向けた整備が進められているなど、京都駅西側から第一市場に至る面的な再開発・活性化の動きがあります。第一市場では、これまでから京都の食文化にふさわしい「食」のあり方の提案や食育に積極的に取り組んできており、こうした再開発・活性化の動きに呼応する形で、市民・観光客に対する賑わいを創出する卸売市場整備が求められています。

2. 2 京都市中央卸売市場第一市場の強み・弱み

- 第一市場は、市場形状が南北に細長いことや市場施設の利用に関して荷置場、積み込み場所が不足していること、事業者間の連携・役割分担が不十分なため、各作業工程において作業主体・責任者が複数にまたがることなどから経営面・施設面に以下のような課題が見られます。

	青果物部門	水産物部門
強み	<u>（経営面）</u> ● 卸売業者の集荷力・販売力 ● 小売店や料理屋・旅館・ホテル等との安定的な販路・販売力	<u>（経営面）</u> ● 料理屋・旅館・ホテル等との安定的な販路・販売力 ● 地場量販店との密接な関係構築
弱み	<u>（経営面）</u> ● 仲卸業者（一部）の経営体力不足 <u>（施設面）</u> ● 集荷（荷下）動線の混雑化・長時間化 ● 荷物の積み込み場所不足による作業の長時間化 ● 荷置場不足	<u>（経営面）</u> ● 大幅に減少した取扱数量・金額 ● 仲卸業者の著しく悪化した経営体力 <u>（施設面）</u> ● 仲卸店舗から搬出に至る動線の混雑 ● 荷物の積み込み場所不足による作業の長時間化、新規取引への対応力不足 ● 荷置場不足

3. 京都市中央卸売市場第一市場の経営方針と施設整備の方向性

3. 1 市場経営コンセプト

- 第一市場は、今後も、京都市をはじめ京都府内の260万人の消費者に対して、安全・安心な生鮮食料品等を安定的に供給することが必要です。
- また、京都及び日本の食文化を牽引するため、「食」を「五感」で感じ、「食べる」「学ぶ」ことができる機会を新たに提供していくことも求められています。
- そこで、第一市場の市場経営コンセプトを「伝統と革新の調和による先進的で競争力・対応力を有する“食”の流通拠点」と掲げ、将来に向かって進化を続けていきます。

伝統と革新の調和による先進的で競争力・対応力を有する“食”の流通拠点

3. 2 部門別の将来コンセプトと取扱金額・数量目標、将来戦略

（青果物部門）

- 青果物部門は、京都の強みを活かし、青果物の供給対象地域をより一層充実させます。
- また、コンピュータ制御による新しい市場物流形態（オペレーションシステム ※注）の構築による作業の効率化を進めます。 ※注：現在、場内事業者が手作業を中心に担っている青果物の移動や保管作業等をコンピュータ制御により作業を自動化する
- 加えて、次世代の育成、食の安全・安心の向上に注力します。

京都を中心に近畿・北陸圏域も見据えた生鮮食料品等の流通拠点の構築

取扱数量：32万 t 取扱金額：750億円（平成37年度・施設整備完成年次）

（水産物部門）

- 水産物部門は、将来を見据えるに当たり、まず、部門経営の建て直し（経営改革）に着手するとともに、量販店等の取引先の獲得・拡大を進めます。
- また、作業の効率化、次世代の育成や食の安全・安心の向上に注力します。

経営改革と量販店対応の充実により第一市場からの水産物流通量を拡大

取扱数量：6万 t 取扱金額：500億円（平成31年度・施設整備完成年次）

（青果物・水産物共通部門）

- 両部門と京都市（開設者）で一体となり、競争力・対応力を有する“食”の流通拠点の構築をめざし、人口構造の変化、ライフスタイル・食生活の多様化に柔軟に対応していきます。
- こうした取組により、市民等の“食”生活・文化を充実させるとともに、市民等に対して、“食”の視点から京都の都市形成、賑わい機能創出に貢献していきます。

卸売市場機能の強化により、京都・日本の食文化を牽引

※第一市場の経営コンセプトや将来戦略の詳細は9ページの全体像をご確認ください。

3. 3 市場施設整備の方向性

- 第一市場の市場経営方針に基づき、施設整備の方向性を次のとおりとします。

① 市場施設規模の「コンパクト化」

近年の取扱数量・金額、事業者数の動向、さらには、市場会計、京都市（開設者）の財政状況等を鑑み、市場施設規模をコンパクト化します。

② コンパクト化により生み出された有効活用地の活用

コンパクト化に伴い発生する有効活用地の売却等により整備費用を捻出します。

※有効活用地の活用は、全施設建設完成後となる予定です。

③ 市場施設の「効率化」「重層化（高層化）」

施設規模のコンパクト化と並行して、市場敷地を最大限有効的に活用するため、市場施設の「効率化」を進め、合わせて、「重層化（高層化）」します。

④ 物流動線等の効率化、適正化に向けた新千本通の拡幅

既存施設には物流動線が煩雑化するなどの課題があることから、新千本通を拡幅し、市場内・外における車両・人の動きを効率化・適正化します。

⑤ 閉鎖型施設の整備等によるコールドチェーン・衛生管理への対応

既存施設とは異なり、商品が高温や風雨、鳥・小動物等の影響を受けないように壁で覆い閉じられた施設とし、市場取引における管理・運営を徹底する体制を構築することで、温度・衛生管理の徹底を図ります。

⑥ 災害時における生鮮食料品流通拠点機能の継続性の確保

災害発生時でも、京都市、京都府を中心とした生鮮食料品等の流通を維持するため、BCP（災害時における事業継続計画）を策定するとともに、非常用電源等必要となる機能を確保し、災害時においてもその役割を果たします。

⑦ 環境へ配慮した市場施設

社会的要請に最大限対応していくため、太陽光発電やLEDライトの導入、資源の再利用等により、施設全体の省エネルギー化を進め、次世代に相応しい市場施設の実現を進めます。

3. 4 市場施設整備の考え方

（1）市場施設整備に向けた検討

① 青果棟・水産棟の整備方針

- 青果棟は老朽化・耐震化への対応が必須であることから、「全面建替」とします。
- 水産棟は、耐震化への対応は不要であり、早期の経営改革を進めるため、市場施設整備の費用負担を最小限度に留めることを優先し、既存施設を最大限活用した「改修」とします。

② 効率的な物流動線の整備方針

- 物流動線の煩雑化が作業効率の低下、長時間化の原因ともなっていることから、交錯しない新たな主要動線を定めます。
- 青果部門、水産部門等それぞれの出入り口を定め、ルールを徹底します。

③ 施設整備の完成年次

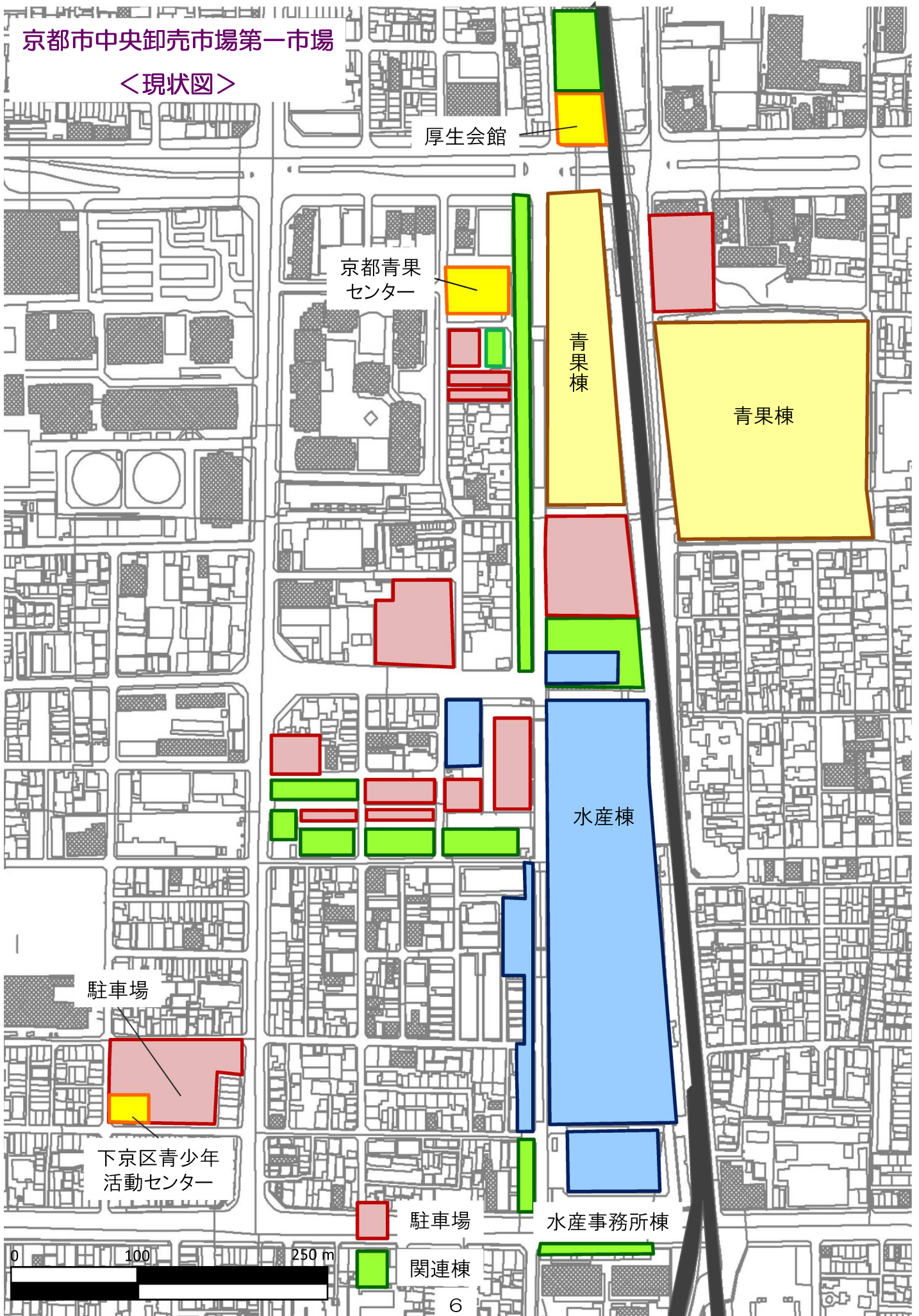
- 水産棟は平成31年度を改修完成年次、青果棟は平成37年度を建替完成年次とします。
- 平成32年度の東京五輪開催を見据え、水産棟を改修するとともに、賑わいエリアの整備を進めます。

（2）賑わいエリアの創出

- 第一市場は中央卸売市場であることから、一般消費者へ直接の小売は規制上できないこととなっています。
- 一方で、周辺地域には水族館、鉄道博物館等「モノ」を「見る」「学ぶ」施設が整備され、地域との融合も視野に入れた取組が必要な状況を踏まえ、卸売市場としては、「食」を「五感」で感じ、「食べる」「学ぶ」ことを1つの視点として、賑わいエリアの創出を進める方針です。

京都市中央卸売市場第一市場

<現状図>



京都市中央卸売市場第一市場

＜施設整備案＞

＜施設整備(案)＞

【青果棟】 5F建

(1・3F) 荷卸場 セリ場
ピッキング場所

(4F) 仲卸店舗

(5F) 卸事務所

(屋上) 駐車場

【駐車場棟】 5F建

【総合食品・関連事業者棟】 5F建

(1F～5F) 総合食品・関連事業者店舗
冷蔵庫 水産卸事務所

【賑わい施設】 5F建

(1・2F) 駐車場 賑わいエリア

(3F～5F) 賑わいエリア

有効活用地

厚生会館

京都青果
センター

駐車場棟

新千本通拡幅

市場施設用地

有効活用地

青果棟

事務所
冷蔵庫
倉庫
総合食品
関連事業者

市場再整備により生み
出される有効活用地の
活用は、全施設建設完
成後を想定

駐車場棟

道路拡幅

水産棟

有効活用地

下京区青少年
活動センター

賑わいエリア

0 100 250 m

4. 京都市中央卸売市場第一市場の将来戦略等の推進体制

4. 1 市場運営の健全化を見据えた第一市場の将来戦略等の推進体制

- 市場経営コンセプトや各部門の取扱数量・金額目標を実現する仕組みを構築します。
- 具体的には、「各種取組を評価する方法」と、「事業者のモチベーション向上に向けた取組の準備」の2点があります。

(1) 早期に実践すべき取組の実践・評価体制を整備

- 将来コンセプトを実現するために、まず、9ページの全体像のうち、早期に実践すべき取組から確実に準備・実践を進めていきます。
- 早期に実践すべき取組については、実施「主体」「時期」「手法」等を事業者・組合の代表者を通じて迅速に合意・意思決定し、実践するとともに、逐次実施状況等の情報共有を行い、事後の評価体制を合わせて整備します。

(2) 第三者委員会等の評価システム構築と市場経営の健全化

- 基本構想に掲げられた各種取組を評価するため、学識経験者等を交えた第三者委員会等を設置し、実践状況を確実に評価する体制を整備します。

(3) モチベーション向上に向けた取組方策の検討・実施

- 市場経営コンセプト、各部門の将来コンセプト、目標値の達成に向けて、戦略を進める事業者を後押しするため、モチベーション向上に向けた取組方策を検討・実施します。

(モチベーション向上方策の一例)

① 施設整備に係る各年度の予算化とアクションプラン推進状況の連動

施設整備に当たって、その実施範囲や京都市（開設者）の費用負担内容については、各部門・事業者の取組の実践状況・実施効果の事後評価に基づくものとし、事業者の努力により施設整備が推進される状況を創出します。

② 人材育成に関する仕組みの構築

優れた市場関係者の養成を図るため、卸売市場や商品の知識に止まらず、産地の知識、衛生管理、財務管理等を習得できる新たな仕組みを構築する。

＜人材育成の視点・例＞

○ 経営戦略策定、実践 ○ 産地育成、小売・流通対応 ○ HACCP等の衛生管理

③ 新たな仲卸業者、売買参加者の募集による健全な競争環境の創出

京都の食生活・食文化を支え、“京の食文化”の継承に貢献できる等の仲卸業者、売買参加者を新規に募集し、市場内の取扱いについて、新たな競争環境を創出することで、第一市場の取扱数量・金額の拡大を進めます。

(4) 民間活力等の導入による柔軟で機動的な市場経営

- 市場経営において、施設の利活用に関するルールの遵守・徹底が必要です。
- そのため、駐車場管理の適正化やピッキングスペースの拡充を試行するほか、民間活力を最大限導入することで効率・公正な市場運営、施設整備を推進します。

4. 2 市場経営コンセプトと部門別将来コンセプト、目標値、将来戦略（全体像）

◎：施設整備に先行して、早期に準備・実践すべき項目

【市場経営コンセプト】伝統と革新の調和による先進的で競争力・対応力を有する“食”の流通拠点

