

環境・農水常任委員会資料
平成24年(2012年)3月12日
農政水産部食のブランド推進課

滋賀県卸売市場整備計画

平成24年2月

滋 賀 県

滋賀県卸売市場整備計画目次

第1	卸売市場整備計画の策定について	1
第2	目標年度	1
第3	卸売市場の適正な配置の方針	2
1	生鮮食料品等の流通事情	2
2	品目別流通圏の設定	9
3	卸売市場配置計画	12
第4	信頼に応える卸売市場の体質強化に関する事項	15
第5	卸売市場の施設の種類、規模、配置および構造に関する基本的指標	20
第6	卸売市場における取引および物品の積卸し、荷さばき、保管等の 合理化並びに物品の品質管理の高度化に関する基本的な事項	21
第7	卸売業者および仲卸業者の経営健全化に向けての事項	24
第8	その他卸売市場の整備を図るために必要な事項	25
別記	1 卸売市場施設規模算定基準	27
	2 卸売市場一覧表	28

第1 卸売市場整備計画の策定について

卸売市場は、人の生命・健康に直接関わる食料を円滑かつ安定的に供給する役割を担う基幹的インフラである。

近年の少子高齢化等による社会構造の変化、食の外部化の進展等による生活スタイルの変化、食に対する消費者ニーズの多様化等の変化が見られる中、卸売市場においては、経路率の低下や取扱数量の減少等の状況が見られる。

また、消費者の食の安全・安心に対する関心や環境問題をはじめとする社会的要請がいつそう高まっており、卸売市場においてもこれらに対応する流通システムの確保等の必要に迫られている。

このような情勢変化に的確に対応し、卸売市場がその機能を十全に発揮していくため、国は、今後の卸売市場の整備・運営について、

- ① 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のニーズへの的確な対応
- ② 公正かつ効率的な取引の確保
- ③ 食の安全や環境問題等の社会的要請への適切な対応
- ④ 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
- ⑤ 卸売業者及び仲卸業者の経営体質の強化
- ⑥ 経営戦略的な視点を持った市場運営の確保

の6つを基本とする「第9次卸売市場整備基本方針」を平成22年10月26日に策定・公表した。

この方針に即し、本県卸売市場が地域流通の拠点としてその機能を十分に発揮し、本県生鮮食料品等の需給の安定と、公正かつ適切な価格形成が図られ、県民の食生活に寄与するため、本県卸売市場の今後の管理運営の指針として、「第9次滋賀県卸売市場整備計画」を策定する。

なお、その進捗状況については、滋賀県卸売市場審議会に報告し、計画に対する評価を行うものとする。

第2 目標年度

今回の「第9次滋賀県卸売市場整備計画」の策定にあたっては、国の第9次卸売市場整備基本方針に即しつつ、本県卸売市場の実情を踏まえるとともに、第8次滋賀県卸売市場整備計画策定後の消費動向の変化や、市場外流通の増加、県内卸売市場の運営状況、県内農水産物の生産等の動向を考慮し、全面的に見直しを行うものとする。

期間設定については、平成 23 年度(2011 年度)を初年度として、平成 27 年度(2015 年度)を目標年度とする。また、基準年度は、平成 20 年度(2008 年度)とする。

第 3 卸売市場の適正な配置の方針

1. 生鮮食料品等の流通事情

本県の人口は、基準年度においては、1,401 千人(県推計人口)であるが、平成 19 年 12 月に県が発表した「滋賀県基本構想」によると、平成 27 年度(目標年度)には、1,406 千人になるものと推計しており、これによると 0.4 % (基準年度対比) の伸びとなる。

(1) 需要の現状と見通し

基準年度の生鮮食料品の総需要量は、消費人口に平成 20 年度農林水産省の食料需給表による 1 人 1 年当たり供給純食料(以下「供給純食料」という。)を乗じて積算すると、野菜 152,709 トン、果実 61,924 トン、水産物 78,456 トン、食肉 40,069 トンとなり、花きについては、農林水産省の「花き産業振興方針」に基づき積算すると 91,065 千本(鉢物は 1 鉢につき切花 8 本として換算)となる。

今後の生鮮食料品等の 1 人当たり需要量は、農林水産省の食料・農業・農村基本計画の品目別食料消費の経年の推移および平成 32 年の目標値を考慮し算出すると、野菜、果実、水産物、食肉、花きのいずれも現状維持から微増と見込まれる。本県の人口は、今後も地域的偏りがあるものの微増と見込まれるため、平成 27 年度(目標年度)の生鮮食料品等の総需要量は、野菜 156,207 トン(基準年度対比 2.3 % 増)、果実 63,692 トン(同 2.9 % 増)、水産物 78,736 トン(同 0.4 % 増)、食肉 40,493 トン(同 1.1 % 増)、そして、花き 97,104 千本(同 6.5 % 増)と推計される。(第 1 表)

第1表 生鮮食料品等の需要量の見通し

品目	平成20年度			平成27年度			対比 (H27/H20)		
	人口	供給 純食料	総需要量	人口	供給 純食料	総需要量	人口	供給 純食料	総需要量
野菜	千人	kg 109.0	t 152,709	千人	kg 111.1	t 156,207	%	% 101.9	% 102.3
果実	1,401	44.2	61,924	1,406	45.3	63,692	100.4	102.5	102.9
水産物		56.0	78,456		56.0	78,736		100.0	100.4
食肉		28.6	40,069		28.8	40,493		100.7	101.1
花き		本	千本 91,065		本	千本 97,014		106.2	106.5
		65.0			69.0				

- 備考 1 平成27年度人口は、滋賀県基本構想による。
 2 平成20年度供給純食料（人口1人当たり年間需要量）は、農林水産省「食料需給表」に基づき算出。平成27年度供給純食料は「食料・農業・農村基本計画」の品目別食料消費の経年の推移および平成32年の目標値を考慮し算出。
 3 上記の資料から「野菜」には、イモ類を含め、イチゴ、スイカ等の果実的野菜は省いた。「果実」には果実的野菜を含めた。（以下、各表同じ）
 4 花きについては、花き産業振興方針（H22.4 農林水産省）に基づき算出。また、鉢物は、1鉢につき切り花8本で換算し、供給純食料、需要量に含める。（以下、各表同じ）

(2) 供給の現状と見通し

本県産の野菜は、基準年度において49,876トン生産されており、露地ではキャベツ、はくさい、だいこん、かぶ類などの重量野菜が、ビニールハウス等の施設においては、ほうれんそう、ねぎ、しゅんぎくなどの軟弱野菜やきゅうりなどの果菜類が主に栽培されている。

生産された野菜は、県内外の市場への出荷のほか、近年増えつつある農産物直売所での販売、生協等との契約出荷、自家消費され、県内需要に向けられたのは35,272トンで、総需要量に対する県産の供給率は23.1%である。

消費者の「地産地消」への関心は年々高まってきており、県内産野菜の需要は増加している。野菜の生産には多くの労働力を要するため、省力化技術の開発・導入や消費者ニーズに応じた水田野菜の生産拡大などの施策を講じることにより、基準年度の生産量を10%程度上回ると見込む。また、県内市場の利用促進に努め、目標年度における県産供給率は23.9%に推移するものと見込まれる。

果実は、5,101トン生産されており、地場販売や観光果樹園を含めて県内に向けられたのは4,770トンで、総需要量に対し7.7%である。目標年度に向けて、新規生産者の育成、優良品種や新しい栽培技術の導入など生

産の増加に努めるが、人口の増加によって県産供給率は、現状維持程度で推移するものと見込まれる。

水産物は、本県においては、琵琶湖での漁獲および内水面での養殖を中心として 2,036 トン生産されている。その生産量は減少の傾向にあり、県内需要に向けられたのは、生鮮品で 620 トン、総需要量に対し 0.8 %となっている。漁場環境の保全や有害生物の駆除を行い、養殖など生産拡大に努めることにより、目標年度における県内供給率は微増の 0.9 %になるものと見込まれる。

食肉は、5,984 トン生産され、その内 4,272 トンが県内需要に向けられているが、総需要に対する県内産の供給率は 10.7 %である。今後は、県内の飼養頭数の増加や県内向け出荷に努めることにより、目標年度の県産供給率は 11.2 %になるものと見込まれる。

花きは、51,513 千本生産されているが、県内に生花部を持つ卸売市場がないため、市場向けにはすべて県外へ出荷され、一部産地直売として販売されており、今後もこの状態が続くと考えられる。

以上のように、いずれの産品についても、目標年度には、基準年度相当あるいは若干上回る生産および県内向け供給が見込まれるが、県内総需要の絶対量をまかなうまでには至らず、県外産に依存せざるを得ない状況は、今後も続くと推察する。

(第2表)

第2表 生鮮食料品等の供給の現状と見通し

年度	品目	県生産量 ①+②+③	加工用 ①	県外 向け ②	県内向け③			県内 総需 要量 ④	県内 供給 率 ③/④
					自給	出荷	計		
平成 20 年度	野菜	49,876 t	5,373 t	9,231 t	23,059 t	12,213 t	35,272 t	152,709 t	23.1 %
	果実	5,101	86	245	1,487	3,283	4,770	61,924	7.7
	水産物	2,036	770	646	-	620	620	78,456	0.8
	食肉	5,984	-	1,712	-	4,272	4,272	40,069	10.7
	花き	千本 51,513	千本 -	千本 48,794	千本 -	千本 2,719	千本 2,719	千本 91,065	3.0
平成 27 年度	野菜	55,180 t	7,527 t	10,283 t	18,447 t	18,923 t	37,370 t	156,207 t	23.9
	果実	5,242	97	302	1,465	3,378	4,843	63,692	7.6
	水産物	2,381	905	753	-	723	723	78,736	0.9
	食肉	6,128	-	1,594	-	4,534	4,534	40,493	11.2
	花き	千本 40,182	千本 -	千本 36,773	千本 -	千本 3,409	千本 3,409	千本 97,014	3.5
対 比 H 27 / H 20	野菜	110.6 %	140.1 %	111.4 %	80.0 %	154.9 %	105.9 %	102.3 %	-
	果実	102.8	112.8	123.3	98.5	102.9	101.5	102.9	-
	水産物	116.9	117.5	116.6	-	116.6	116.6	100.4	-
	食肉	102.4	-	93.1	-	106.1	106.1	101.1	-
	花き	78.0	-	75.4	-	125.4	125.4	106.5	-

備考 1 平成20年度「野菜、果樹」は、青果物生産事情調査（滋賀県農業経営課）、「水産物」は、農林水産年報（農林水産省）、「食肉」は、酪肉近代化計画（滋賀県畜産課）、「花き」は、花き生産事情調査（農業経営課）に基づき算出。
 2 平成27年度は、「しがの農業・水産業新戦略プラン」に基づき算出。
 3 県内向け出荷は、市場出荷のほか市場外流通も含む。
 4 食肉は、牛肉と豚肉で、枝肉換算重量である。
 （以下、各表同じ）

(3) 卸売市場流通および卸売市場を経由しない流通等の現状と見通し

本県には中央卸売市場はなく、地方卸売市場が総合（青果・水産物）市場6、青果市場1、水産物市場2および食肉市場1の合計10市場あり、これらにおいて卸売業務を行う者は18業者ある。

平成20年度（基準年度）における県内卸売市場取扱量は、野菜42,458トン、果実10,864トン、水産物11,373トンおよび食肉4,585トンである。県内の総需要量に対し、卸売市場が供給した割合は、野菜27.8%、果実17.5%、水産物14.5%および食肉11.4%である。また、総需要量から農家自給量を差し引いた流通需要量に対しては、野菜32.7%、果実18.0%となっている。

一方、県内市場を通らない流通量は、野菜 87,192 トン、果実 49,573 トン、水産物 67,083 トンおよび食肉 35,484 トンであり、県内の総需要量に対する割合は、野菜 57.1 %、果実 80.1 %、水産物 85.5 %および食肉 88.6 %である。

(第3表)

第3表 県内の卸売市場流通量の現状 (平成20年度)

品目	総需要量 A	農家自給量		県内市場 流通量 C	県内市場供給率		県内市場を通ら ない流通 量 D	
		B	B/A		C/A	C/(A-B)	D/A	
野菜	152,709 ^t	23,059 ^t	15.1%	42,458 ^t	27.8%	32.7%	87,192 ^t	57.1%
果実	61,924	1,487	2.4	10,864	17.5	18.0	49,573	80.1
水産物	78,456	-	-	11,373	14.5	14.5	67,083	85.5
食肉	40,069	-	-	4,585	11.4	11.4	35,484	88.6
花き	千本 89,342	-	-	千本 -	-	-	千本 89,342	100.0

県内卸売市場の取扱品の入荷先は、野菜については、県内産 21.3 %、旅荷 (県外産) 52.8 %、他市場からの転送が 25.9 %である。果実、水産物については、県内産は、それぞれ 6.3 %、2.7 %と少なく、ほとんどが旅荷あるいは転送となっている。食肉は、93.2 %とほとんどが県内産である。

(第4表)

第4表 県内の卸売市場の入荷先別状況 (平成20年度)

品目	県内産		旅荷		転送		合計	
	百万円	比率	百万円	比率	百万円	比率	百万円	比率
野菜	1,661	21.3%	4,110	52.8%	2,021	25.9%	7,791	100.0%
果実	174	6.3	1,782	64.1	823	29.6	2,779	100.0
水産物	286	2.7	5,056	46.9	5,432	50.4	10,774	100.0
食肉	3,778	93.2	277	6.8	-	-	4,055	100.0
花き	-	-	-	-	-	-	-	-
計	5,899	23.2	11,225	44.2	8,276	32.6	25,399	100.0

備考 1 旅荷とは、県外産地から直接、県内市場に入荷しているもの
2 転送とは、他の市場を経由して、県内市場に入荷しているもの

県内卸売市場の多くは、地元日常生活圏を中心とする地域への供給を行

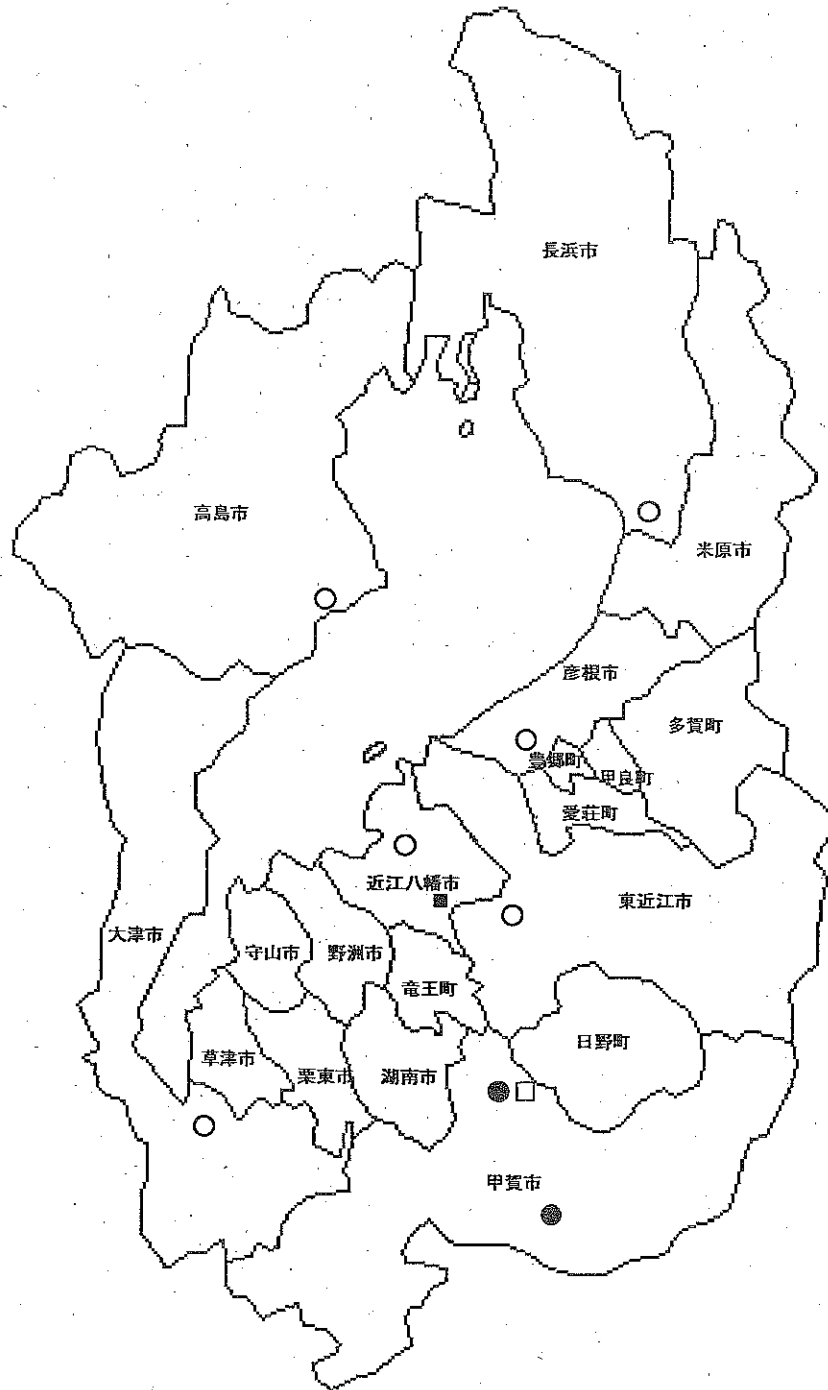
う機能を果たしているが、拠点市場においては一部の品目について県内・県外の他市場への転送も併せて行っている。

目標年度における県内卸売市場の流通量は、人口の増加、卸売市場の動向、あるいは、県産農水産物の取扱量の拡大等を見込んで、野菜 44,352 トン（基準年度対比 4.5 %増）、果実 11,113 トン（同 3.9 %増）、水産物 11,283 トン（同 2.3 %減）および食肉 4,866 トン（同 6.1 %増）と見通すものとする。
（第 5 表）

第 5 表 県内の卸売市場流通量の見通し（平成 27 年度）

品 目	総需要量 A	農家自給量		県内市場 流通量 C	県内市場供給率		県内市場を通ら ない流 通量 D	
		B	B/A		C/A	C/A-B	D	D/A
野 菜	t 156,207	t 18,447	% 11.8	t 44,352	% 28.4	% 32.1	t 93,408	% 59.8
果 実	63,692	1,465	2.3	11,283	17.7	18.1	50,944	79.9
水産物	78,736	-	-	11,113	14.1	14.1	67,623	85.9
食 肉	40,493	-	-	4,866	12.0	12.0	35,627	88.0
花 き	千本 97,014	千本 -	-	千本 -	-	-	千本 97,014	100.0

第1図 滋賀県内地方卸売市場配置図（平成23年度）



- 総合市場
- 青果市場
- 水産物（消費地）市場
- 食肉市場

2 品目別流通圏の設定

本県は、西に京阪神都市圏、東に中京都市圏を控えており、生鮮食料品の流通は、基本的にはこれらから広域的な影響を受けているが、県内卸売市場の地域的な配置状況やそれらの分荷区域、輸送の効率化を維持することから、当面、青果物および水産物は南部、中部および北部の3つの流通圏を設定し、食肉については全県を1つの流通圏とする。

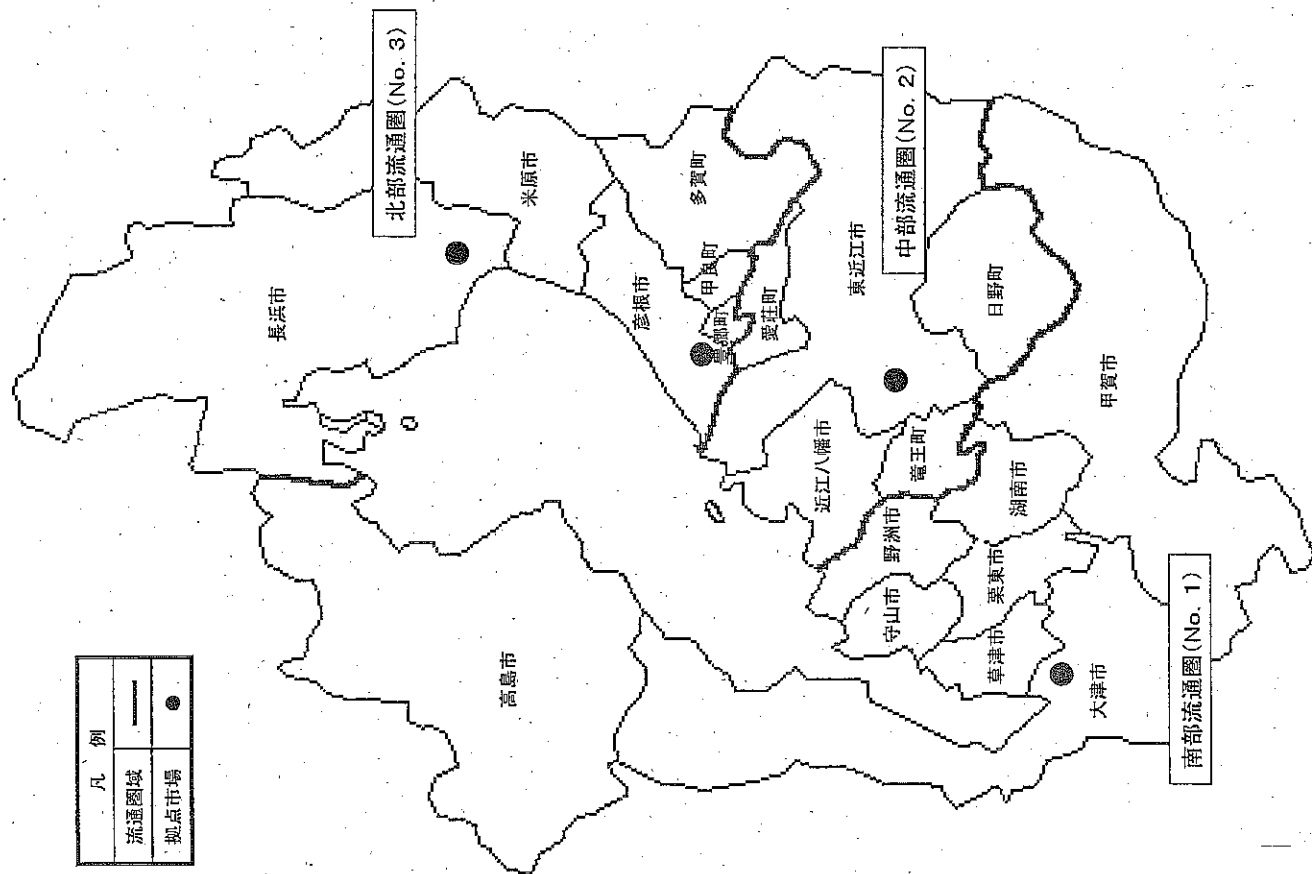
(第6表) (第2図)

第6表 品目別流通圏の設定

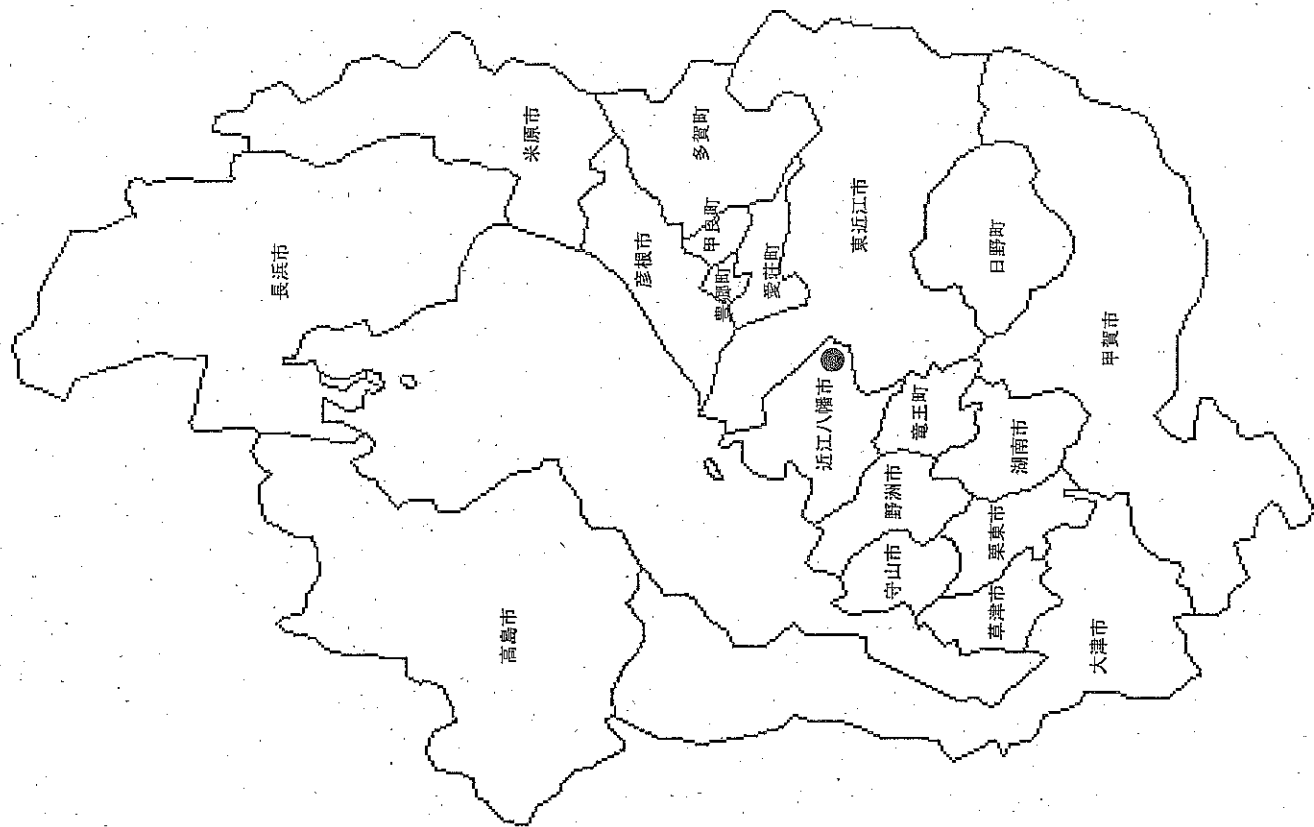
流通圏 (No)	区 域	流通圏人口		市場が供給する対象人口		市場取扱量		他の流通圏との重複区域	備考 (市場供給率)	
		平成20年度 (基準年度)	平成27年度 (目標年度)	平成20年度 (基準年度)	平成27年度 (目標年度)	平成20年度 (基準年度)	平成27年度 (目標年度)		平成20年度 (基準年度)	平成27年度 (目標年度)
青果	南部 (1)	千人	千人	千人	千人	t	t		%	%
水産物	南部 (1)	845	859	289	298	野菜 31,512 果実 7,757 水産物 7,633	野菜 33,100		野菜 34.2 果実 20.8 水産物 16.1	34.7 21.2 15.9
食肉	大津市、草津市、守山市、 栗東市、野洲市、湖南市、 甲賀市、高島市									
中部 (2)	近江八幡市、東近江市、日野町、 竜王町、愛荘町、豊郷町	250	253	30	29	野菜 3,232 果実 736 水産物 2,424	野菜 3,182	愛荘町お よび豊郷 町が北部 圏と重複	野菜 11.9 果実 6.7 水産物 17.3	11.6 5.9 15.1
北部 (3)	彦根市、長浜市、愛荘町、 豊郷町、甲良町、多賀町、 米原市	306	294	7.1	7.2	野菜 7,714 果実 2,371 水産物 1,316	野菜 8,070	愛荘町お よび豊郷 町が中部 圏と重複	野菜 23.1 果実 17.5 水産物 7.7	24.7 17.9 8.0
計	19市町	1,401	1,406	390	399	野菜 42,458 果実 10,864 水産物 11,373	野菜 44,352		野菜 27.8 果実 17.5 水産物 14.5	28.4 17.7 14.1

備考 流通圏を重複している町の人口は、それぞれの流通圏に半数ずつ配分している。

第2图 (1) 青果・水産物流通圏区分地図



第2图 (2) 食肉流通圏地区(全県一流通圏)



3 卸売市場配置計画

本県の卸売市場は、生鮮食料品等の円滑かつ効率的な流通を確保する観点から、これまで設定された流通圏において拠点市場の施設整備が進められ、昭和 57 年 10 月の八日市市公設地方卸売市場（現 東近江市八日市公設地方卸売市場）の開設を始めに、大津市公設地方卸売市場、長浜地方卸売市場、彦根総合地方卸売市場が順次開設された。

また、食肉の効率的、衛生的処理および流通の合理化を促進し、安全な食肉を安定的に供給する目的から、平成 19 年 4 月に、滋賀食肉センター地方卸売市場が県内食肉流通の拠点として整備された。

青果・水産については 9 つの地方卸売市場が立地している。人口の多い南部地域の流通の核となる公設の大津市場をはじめ、その他地域でも中核となる公設あるいは準公設の 3 つの総合（青果・水産物）市場を拠点市場として位置づけ、その他 5 つの民間地方卸売市場が、地域的に補完する形で配置されている。

各卸売市場では、それぞれの立地条件など地域の実情に応じて、特徴のある運営がなされている。

- 本県の生鮮食料品等の需要を満たすには、県内の生産事情から、特に、水産物は海がないこともあり、その多くを県外からの移入に頼らなければならない。そのため、卸売市場では、県外産地、近接中央市場と連携し、品揃えや量を確保し、安定供給に努めている。
- 各市場とも、県内流通の内、80%以上が地元流通圏に供給されており、地域に密着した取引が行われている。
- 青果においては、各拠点市場が、県内の野菜や果実産地の荷受け場所としての機能を果たしており、特に、中規模の市場では、地元野菜の取扱割合が相対的に高くなっている。
- 各拠点市場では、量販店を主に取引を行う市場、あるいは、地元飲食店等を主に取引を行う市場など地域の実情や市場規模に応じた取引が行われている。
- 食肉については、県内 1 市場であり、近代的施設を整備してリニューアル

ルされ、本県の特産品「近江牛」をはじめ食肉の流通拠点として期待されるところが大きい。

このように、各卸売市場は地域と結びついた運営がなされていることから、当面、県内卸売市場の配置の考え方は、次のとおりとする。

(1) 青果物・水産物市場

南部、中部、北部の流通圏ごとに整備された拠点市場の機能を充実し、基幹的流通をさらに促進する。

各流通圏内において、専ら日常生活圏を中心とした地域への供給機能を有する市場は存置を基本とし、拠点市場と地域的に補完する供給網を形成する。但し、経営状況等から廃止をやむを得ない場合は、既存の取引先への新たな供給元を確保するなど、地域の供給体制に影響を与えないように努める。

なお、存置する市場は、圏域内の拠点市場とも連携し、総合的な食品センターとしての充実や流通の効率化等を図る。

(2) 食肉市場

新たに整備された市場を引き続き本県の食肉流通の拠点として位置付け、流通の効率化を図り、さらなる市場機能の充実・強化を推進する。

(3) 卸売市場配置計画

本県卸売市場の配置計画については、このような考え方にに基づき第7表のとおりとする。

なお今後、各卸売市場の経営内容や取扱量の動向に注視し、状況に応じて開設者と調整しつつ、滋賀県卸売市場審議会の意見を聴きながら、拠点市場の統合も含め、そのあり方について検討を行う。

第7表 卸売市場配置計画

流通圏 (NO)	当該流通圏既存市場			整備方針			備考		
	市町	市場名	区分	市場の整備計画	区分	取品		整備等計画時期	
								前期	後期
青果	大津市	①大津市公設地方卸売市場	公	拠点市場として機能を充実する。	公	総合	○	○	第3次
水産物	高島市	②地方卸売市場(才川食品店)	民	存置	民	総合			
南部 (1)	甲賀市	③甲賀農協地方卸売市場	民	存置	民	青果			
	同	④瀬水口寿志亭地方卸売市場	民	存置	民	水産物			
	同	⑤地方卸売市場(甲賀物産)	民	存置	民	水産物			
中部 (2)	東近江市	⑥東近江市八日市公設地方卸売市場	公	拠点市場として機能を充実する。	公	総合	○	○	第2次
	近江八幡市	⑦近江八幡地方卸売市場	民	廃止					
北部 (3)	彦根市	⑧彦根総合地方卸売市場	準公	拠点市場として機能を充実する。	準公	総合	○	○	第4次
	長浜市	⑨長浜地方卸売市場	準公	拠点市場として機能を充実する。	準公	総合	○	○	第4次
	近江八幡市	⑩滋賀食肉センター地方卸売市場	準公	本県の食肉流通の拠点として機能を充実する。	準公	食肉	○		第8次

備考 1 区分の欄、「公」とは地方公共団体が設置している市場、「民」とは民間が設置している市場、「準公」とは主たる地方公共団体が50%を超えて出資をしている第三セクター会社が設置している市場をいう。

2 取扱品目の欄、「総合」とは青果と水産物の卸売り業務を行っている市場をいう。
※彦根、長浜市場は、設置当初より第三セクター方式

第4 信頼に応える卸売市場の体質強化に関する事項

県内各卸売市場では、地域の実情に応じた市場運営に努められているところであるが、量販店等の進出により、従来から取引のある小売店・飲食店等が減少していることや、量販店等の独自の流通ルートによる仕入れも増加していることから、取扱量は減少傾向にある。このため、開設者の運営も含め、卸売業者、仲卸業者等の事業者の経営は、厳しさを増している。そして、県民が必要とする総需要量に対し、卸売市場の取扱量の占める割合は低下しつつある。

しかし、卸売市場は、生産者や小売店等実需者にとって、身近な出荷先、あるいは、仕入れ先となっている。また、生鮮食料品等の必要となる品と量を安定して確保する他、その時々^々の需給に応じた価格決定や集・分荷機能、きめ細かな輸送、そして、近年では、食の安全・安心に対するチェックなど、生鮮食料品等を県下全域に安定供給する基礎的インフラの役割を有している。

そこで、本県卸売市場が、県内生鮮食料品等の流通拠点として信頼に応え、その機能をより充実するよう開設者、卸売業者、仲卸業者あるいは行政など市場関係者は、次に掲げる事項に留意しつつ、一体となって市場経営の体質強化に取り組むものとする。

1 取扱量の拡大に向けた取組の充実

(1) 県外産地、中央卸売市場等との連携強化

県民の生鮮食料品等の需要を満たすには、県外からの移入が必要不可欠な状況にある。このため、県外産地との結びつきを強める。なお、県外主要産地の大型化が進む中、取引量を増大し取引を円滑にするため、県内卸売市場での共同集荷についても検討を進める。一方、近接中央卸売市場等との連携も強化し、実需者のニーズに応じた品揃えや量を確保する。また、新たな商品の情報収集に努め、県内実需者等へ提供することにより需要を喚起し、販路の開拓・取扱量の拡大に努める。

(2) 県内産農水産物の取扱量の拡大

地産地消の機運の高まり等により、県内産農水産物が見直されつつある。このため、次に掲げるような動向を的確に捉え、産地と実需者をつなぐ取り組みを強化することにより、新たな需要の喚起を促進し、滋賀ならではの

の県内産農水産物の取扱量の拡大を図る。

- 各地域の水田野菜の生産拡大に向けた取り組みと連動し、実需者ニーズ（品目・時期・量等）の情報提供等による産地育成への支援
- 県内産農水産物の地産地消を担いその利活用を促進する事業者「おいし
が うれしが」キャンペーン推進店、サポーターとの結びつきの強化
- 県内の伝統野菜をはじめ地域ブランド育成の動きについて、実需者への
情報提供及び実需者の評価の産地へのフィードバック
- 環境こだわり農産物のさらなる生産拡大
- 一部湖魚の漁獲量増大の見通し
- 近江牛ブランド力向上のための県内外へのPR・情報発信の強化

2 市場経営の体質強化

(1) 経営能力を有する人材の育成・確保

卸売市場経営の厳しい状況にある中で、その健全化を図るためには、生鮮食料品等の流通動向に精通した人材が欠かせない。そこで、卸売市場関係の各事業者および各種協議会では、流通動向の変化に対応しうる経営感覚を持った人材育成に向けて、より一層の研修の充実に努める。

また、経営感覚を持った専門家としての人材を育成・確保するため、長期的な視点から人の配置についても留意する。

(2) 卸売市場の施設を活用した「食」に関する総合的機能の発揮

近年、「食」に関する消費者ニーズは、単に「食べる」ということだけでなく、美食あるいは健康嗜好の高まりや食育の取り組み等多様化している。

一方、各地域あるいは事業者で、こだわった食材の生産や食品開発が行われ、これらの取り組みを結びつけるマッチングの機会が、多く設けられている。

このような状況の中、卸売市場事業者においては、生鮮食料品等の取引の場だけでなく、施設を活用して、実需者と産地の仲介・交流、価格動向や産地の出荷動向、あるいは、新たな商品情報などの多様な情報の交流、食育等に関する催事の開催など、「食」に関して、人と商品と情報がにぎわいを見せる総合的な拠点として幅広い機能の発揮に努める。

(3) 地域に密着した市場取引の強化

ア 地域の実需者ニーズに応じた取引の強化

消費者の購買行動や生活スタイルが変化し、量販店等や外食・中食が高まっていることを踏まえ、卸売業者等は、これら業者の定時・定量の安定供給等のニーズに対応した取引の拡大に努める。

また、従来から取引のある小売店や飲食店等が、減少傾向にある一方、「食」にこだわる特色ある店舗が台頭しつつあり、利用される食材も多様化している。

そこで、卸売業者等は、これら需要にあった多様な品揃え、小分け作業や事前処理、加工・配送サービス、商品の情報提供等に努めるとともに、市場関係業者が一体となって行うリテイルサポート(小売支援活動)等の取組を促進する。

なお、品揃えにあたっては、市場周辺等県内産地との連携を強化し、新たな品目の生産拡大・集荷を促進する。

イ 農産物直売所との機能分担

近年、農産物直売所が各地で設置され、市場外流通拡大の一因とも言われている。しかし、青果物や水産物の県内生産が少ない本県にとって、農産物直売所は、これら生産拡大を誘因する役割も果たしている。

そのため、卸売業者等は、直売所の集荷状況に注目し、有望品目については、生産者団体との連携による生産拡大・産地化を促進し、市場流通へ結びつけられるように努める。一方、直売所においても、消費者ニーズに応える年間を通じた品揃えのため、卸売市場から補充する例も見られることから、卸売市場と直売所間での相互補完関係の構築についても視野に入れる。

ウ 買い物困難者対策に向けての検討

地域住民の高齢化の進展と合わせ、商店街の衰退や身近なスーパーマーケットの撤退など、容易に買えない「買い物困難者」が社会問題となりつつある。このため、地域住民に身近な小売店や量販店等への支援のあり方や連携等、卸売市場としての役割について検討を進める。

(4) 空き施設の有効活用

近年、各卸売市場では、関連店舗等の撤退により、空き施設が増えつつある。このため、「食」に関連する事業者等の出店を募集するなど、空き施設の有効活用を図る。募集等にあたっては、必要に応じて農政や商労等関係する行政部局と連携して検討を進めるとともに具現化にあたっては、卸売市場担当行政（市・県等）窓口と相談を行うこと。

(5) 卸売市場間の連携強化

大規模流通等に対応するため、卸売市場間の連携強化および県内卸売市場各種協議会の活性化により、集荷・販売機能の強化や商品開発機能の向上等、市場相互の機能の充実を図る。

3 社会的要請に応え信頼される市場運営

(1) 食の安全・安心確保に向けた取組

ア 品質管理・衛生管理の充実

開設者、卸売業者、仲卸業者、市場関係者が一体となって、施設や取扱い品目の状況に応じた荷受けから配送に至る品質・衛生管理に関する規範の策定を進める。また、各事業者において品質・衛生管理、コンプライアンス等に係る研修の充実を図るとともに、品質・衛生管理責任者を配置し、責任の明確化を図る。

イ 安全・安心な流通システムの確立

各卸売市場においては、引き続き生鮮食料品等の入出荷に係る記録の作成・保存を適切に行い、万一の食に関する事故に速やかに的確な対応ができるシステムを構築する。

また、JAS法（農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律）に基づく、取扱生鮮食料品等の名称や原産地表示の確認により適正な取引を推進する。

ウ 秩序ある取引の実施

食の安全に係る事件・事故が発生した場合でも、その正確な情報収集を行い、客観的事実や科学的根拠に基づき、公正な取引の確保及び適切な価格形成に努める。

(2) 災害等非常時に即応できる供給体制の確立

生鮮食料品等の安定供給という卸売市場の基本的な役割を、非常時においても迅速に確保するため、各卸売市場では次の点について対応の検討を進める。

ア 災害に遭遇した地域への生鮮食料品等の供給応援体制の構築

平成 11 年 3 月、万一の非常時に、県内の被災地域に対し生鮮食料品等を供給するため、県内拠点市場間で相互の応援体制をとる協定が締結されている。今後も継続して、県卸売市場協議会等で、具体策の検討・確認を行う。

イ 非常時でも継続した事業者の運営体制の構築

現在、滋賀県地方卸売市場連絡協議会において、BCP（事業継続計画）の策定について情報収集等を行い、検討されているところである。各開設者、卸売業者、仲卸業者等は、この検討状況を踏まえつつ、非常時等においても業務を確実に継続できる体制の確立に努める。

(3) 環境問題に対する社会的責任の発揮

各卸売市場では、食品廃棄物の飼料化や通い容器の導入が図られつつある。地球温暖化等、環境問題がさらに深刻化している中で、卸売市場においてもエネルギー消費や廃棄物排出の抑制等環境負荷の低減に向けて一層の取組が求められる。

そのため、太陽光発電等新たなエネルギーの産出とその活用、また、食品廃棄物や包装容器等のリサイクルに資する施設の整備、通い容器とその一時保管場所等の確保に努め、環境問題に適切に対応する。

(4) 地域に開かれた市場

県内卸売市場では、消費者向けに朝市や魚の捌き方教室等が開催されている。こうした卸売市場が持つ機能や施設を活用し、学習のための市場見学会や講習会、料理教室等、地域住民との交流を深める機会の提供に努める。

(5) 社会的役割を果たす卸売市場の取組の広報活動

取引結果及び卸売業者の財務を公表するとともに、卸売市場が有する様々な情報や取り組み内容をインターネット等広報媒体を活用し広く消費者に発信し、理解を得るよう努める。

第5 卸売市場の施設の種類、規模、配置および構造に関する基本的指標

1 施設の種類に関する事項

施設の種類は、次に示すとおりとし、商品の多様化、取引方法の変化、情報化の進展、物流技術の進歩、食の安全や環境問題に対する社会的要請の高まり等に対応して必要となる施設を計画的に整備する。また、施設の効率的かつ有効的な利用及び維持管理の適正化に十分配慮する。

売場施設	駐車施設	貯蔵・保管施設
輸送・搬送施設	衛生施設	情報・事務処理施設
管理施設	加工処理施設	福利厚生施設
関連事業施設	以上の施設に附帯する施設	

2 施設の規模に関する事項

施設の規模は、別記1「卸売市場施設規模算定基準」に基づいて、適正な規模を確保するものとする。

3 施設の配置、運営および構造に関する事項

卸売市場施設の配置、運営及び構造については、生産者及び実需者のニー

ズに的確に対応する必要があることを踏まえ、卸売市場で取り扱う生鮮食料品等の品質管理の向上や加工処理等の機能の強化、さらには環境問題への積極的な取組み等に向けて、特に次の事項に留意する。

なお、施設の整備・管理に当たっては、状況に応じてPFI事業、あるいは、地方自治法（昭和22年法律第67号）に基づく指定管理者制度等多様な手法について検討を進めるなど、市場関係者一体となって市場使用料の抑制に努める。

(1) 卸売市場におけるコールドチェーンシステムの確立に対する生産者及び実需者のニーズに対応するため、低温の卸売場や荷さばき場、温度帯別冷蔵庫等の低温（定温）管理施設を、緊急性等を踏まえ計画的に配置すること。

(2) 施設運営にあたっては、コールドチェーンシステムの確立のための適切な温度管理の徹底に十分配慮すること。

(3) きめ細かなサービスを求める大規模小売業者、専門小売業者、外食産業事業者等のニーズへの対応を強化するため、加工処理施設、貯蔵・保管施設及び輸送・搬送施設について、費用対効果や市場関係業者間の調整等を行いながら整備・配置に努めること。

また、整備にあたっては、商品形態の変化、電子商取引、予約相対取引や見本取引の進展等取引方法の変化、小売形態の変化、卸売市場休業日の増加等に対応しうるよう留意し、荷さばき、保管、搬送等の効率化等に配慮すること。

また、場外保管施設の適切な活用を推進すること。

(4) 卸売市場の運営と物流業務の効率化を図るため、生鮮EDI標準の活用、電子タグの導入等、情報技術の活用について、取引先の状況を踏まえながら検討を行うこと。

(5) 流通事情の変化に柔軟に対応できる構造とすること。

第6 卸売市場における取引および物品の積卸し、荷さばき、保管等の合理化並びに物品の品質管理の高度化に関する基本的な事項

1 取引の合理化に関する事項

公正な取引と透明で適切な価格形成を引き続き確保する。その際、卸売市場における取引規制の基本原則は維持しつつ、特に次の事項に留意して、効率的な取引の確保や卸売業者、仲卸業者等の負担軽減のための措置を講じ、生産者及び実需者のニーズに的確に対応した取引の活性化を図る。

- (1) 卸売市場における売買取引の方法については、各卸売市場の消費動向と供給体制の変化を踏まえ、各卸売市場が持つ経済的な地歩、取扱品目の性質、売手・買手の特徴等卸売市場の実態を反映しつつ、卸売市場及び品目ごとの特性に応じた合理的な売買取引の方法を設定するとともに、これを遵守すること。この売買取引の方法の設定にあたっては、各市場取引委員会等において売買取引の状況について不断の検証を行い、必要に応じて見直しを行うこと。
- (2) 各卸売市場においては、計画的な集荷活動による品揃えの確保や商物一致原則の例外措置の活用等について、市場取引委員会等を活用して十分な議論を行い、卸売業者と仲卸業者との連携の下、卸売市場に適合したサプライチェーンマネジメントシステム（商品供給最適管理システム）等による卸売市場流通の効率化に積極的に取り組むこと。
- (3) 迅速かつ機動的な取引による実需者のニーズへの的確な対応と卸売業者や仲卸業者の負担軽減を図るため、法令に基づかない事前承認や各種書類の提出・報告の義務付けについて、その必要性を十分に検証し、事務の簡素化を図ること。また、書類の様式・書式の統一等により、事務の効率化に向けた取組を推進すること。
- (4) 相対取引が増加している中で、卸売市場における価格形成の透明性を向上し、公正な取引を推進するためあらかじめ、開設者や卸売業者は、仲卸業者等の市場関係者間と十分な議論を行った上で、日ごと、月ごとの時系列で整理した情報等、仲卸業者や実需者の利便性や透明性に配慮した取引情報の提供に努めること。
- (5) 大規模小売業者等の優越的な地位の濫用により、卸売市場において需給以外の要素で価格が形成されることのないよう、各卸売市場で、取引条件

の明確化、書面化の促進等について積極的に取り組む。なお、優越的な地位の濫用が疑われる行為があった場合には、公正取引委員会など行政の相談窓口の積極的な活用を図ることにより、卸売市場における適正な取引環境の形成に努めること。

- (6) 卸売市場における売買取引について、円滑・確実な決済を確保すること。
- (7) 開設者は、機動的かつ効率的な市場運営を確保するため、卸売市場全体の利益を考えられる幅広い視野を有した市場取引委員会の委員の選定等を通じて、より経営的な観点から卸売市場全体としての統一的な意思決定に努めること。
- (8) 卸売市場に対する生産者、実需者及び消費者の信頼の確保と向上に向けて、卸売市場関係業界における自主行動計画や、卸売業者及び仲卸業者における企業行動規範の策定を推進する等により、コンプライアンスの徹底に努めること。

2 物品の積卸し、荷さばき、保管等の合理化に関する事項

商品管理の適正化、食品衛生の確保、戦略的物流管理システムの展開方向、市場労働の省力化等に配慮して、商品の特性に応じた積卸し・荷さばき・保管等について、施設整備と一体的に合理化を図る。特に、自動荷さばき・搬送システム、パレット輸送システム、自動倉庫等の体系的利用により、荷役労働の省力化を計画的に推進する。

3 物品の品質管理の高度化に関する事項

開設者、卸売業者、仲卸業者等は、HACCPの考え方を取り入れつつ、鮮度保持、施設や用具等の洗浄・殺菌、場内搬送車両のアイドリングの禁止等、荷受けから卸売、仲卸、配送に至る各段階の品質管理の高度化に資する措置に取り組むものとする。

水産物及び食肉においては、食品衛生法に基づく公衆衛生の見地から、必要な施設の基準、および公衆衛生上講ずべき措置の基準を遵守する。

また、食肉におけると畜段階では、と畜場法に基づく衛生管理の基準の遵守、必要に応じて獣畜の飼育履歴等の確認、結紮やナイフの消毒の徹底等

に取り組む。

第7 卸売業者および仲卸業者の経営健全化に向けての事項

卸売業者および仲卸業者の経営の近代化を促進するため、特に次の事項に留意する。

1 卸売業者および仲卸業者に共通する事項

- (1) 大規模小売業者、専門小売業者、外食産業事業者等のニーズへ適切に対応し、加工処理機能、貯蔵・保管機能及び輸送・搬送機能の強化に取り組むこと。
- (2) 卸売業者や仲卸業者が機能強化や経営の合理化に向けた取組を進めるにあたっては、共同出資会社の設立、資本提携等も含め、両者の連携・協働に十分留意して行うこと。
- (3) 予約相対取引の活用等にあたっては、天候不順等による契約数量の確保が困難な場合や価格設定の変更等リスク負担のあり方について契約当事者間で十分に協議しておくこと。

2 卸売業者

- (1) 卸売の業務の適正かつ健全な運営を確保し、十分な卸売機能を果たしていくため、資本の充実、従業員の資質の向上、省力化システムの導入等による生産性の向上に努め、経営体質の強化及び経営規模の拡大を図ること。
なお、必要に応じて市場間、市場内、市場外流通等による競争実態、情報システムの整備状況等を踏まえつつ、合併や営業権の譲受け等による統合大型化の検討や卸売業者間の資本関係の構築による連携関係の強化に向けた検討も進めること。
- (2) 経営の健全化を図り、卸売市場の信頼性を高めるため、増資等により財務体質の強化や経営再編によるコストの低減、経営多角化により経営改善を図ること。
また、開設者等は、長期にわたって改善が図られない卸売業者に対して、改善時期や改善事項をより明確化させるなど、適切な指導を行うこと。

さらに、卸売業者の経営の安定を図るため第三者による適時適切な経営評価の実施に努めること。

- (3) 管理部門について、計画的な経営管理システムの整備、責任体制の確立等を進め、事業の計画的かつ一体的な運営の確保と経営コストの縮減に努めること。
- (4) 新規労働力の確保とその教育及び熟練労働力の定着と活性化を推進するとともに、責任体制の確立に努めること。
- (5) 卸売業者は、その提供する機能・サービスの充実に努め、それに見合った手数料収入を通じて経営体質の強化に努めること。

3 仲卸業者

- (1) 卸売市場や商品の実態、従業員の高齢化、後継者の有無等を踏まえ、合併や営業権の譲受け等による統合大型化や仲卸組合の共同事業による廃業する者の営業権の取得等に努めること。
- (2) 業務の適正かつ健全な運営を確保し、卸売市場の信用力を維持するため、開設者は財務基準の設定に努め、仲卸業者に対する経営改善指導を適切に行うこと。
- (4) 卸売業者、仲卸業者、生産者、実需者等の関係業者間の提携関係の強化を図りつつ、大型ユーザーとの対等な取引関係の構築に努めること。
- (5) 情報機器の活用等による経営管理システムの確立や、共同配送等によりコストの削減を進めること。

第8 その他卸売市場の整備を図るために必要な事項

その他卸売市場の整備を図るために、特に次の事項に留意するものとする。

- 1 最新の物流システムの導入、福利厚生施設の充実等、卸売市場の労働条件の改善による魅力ある職場づくりに努める。

- 2 食の安全の確保と環境問題に対応するため、有害物品に関する検査体制や、塵埃処理施設及び汚水処理施設の整備に努める。
- 3 関連事業者については、卸売市場が食料品総合卸売センターとしての機能の充実を図る上でも重要なことから、その体質改善と経営の活性化を図る。

別記 1

卸売市場施設規模算定基準

1 売場施設の必要規模

目標年度における売場施設（卸売場、仲卸売場および買荷保管所または積込所）の必要規模の算定は、過去の取扱数量等を基に、目標年度における1日当たり市場流通の規模を推定し、次の算式により行うものとする。

$$S_i = \frac{g_t \cdot f_i}{\mu_i} + R_i$$

- S_i : 目標年度における売場施設の必要規模
- g_t : 目標年度における1日当たりの市場流通の規模
- f_i : 売場施設経由率
- μ_i : 目標年度における売場施設単位面積当たり標準取扱量
- R_i : 売場施設通路面積
- i : 各売場施設

2 その他の施設の必要規模

その他の卸売市場施設の必要規模の算定は、実情に応じて行うものとする。

3 駐車場の必要規模

目標年度における駐車場の必要規模の算定は、目標年度における1日当たりの市場流通の規模に基づいて、自動車による搬入および搬出の状況、場内運搬車の利用状況、販売開始時間、買出しの状況、従業員の自家用車利用状況等を考慮して次の算式により行うものとする。

$$S_t = 25 \text{ m}^2 \cdot \left(\frac{g_t}{\mu_o} + M \right)$$

- S_t : 目標年度における駐車場の必要規模
- g_t : 目標年度における1日当たりの市場流通の規模
- μ_o : 1台当たり積載数量
- M : その他業務用および通勤自動車台数

4 市場用地の必要規模

目標年度における卸売市場用地の必要規模の算定は、目標年度における各施設の必要規模の合計に駐車場の必要規模および円滑な市場内交通を確保する建物外部の通路の必要規模を加算して得られる規模と市場の立地条件、市場流通の見通し等を考慮した増設余力を見込んで次の算式により行うものとする。

$$S = (1 + a) \cdot (\sum S_i + S_t + R)$$

- S : 目標年度における市場用地の必要規模
- a : 増設余力指数
- S_i : 各施設の必要規模
- S_t : 駐車場の必要規模
- R : 建物外部の通路の必要規模

卸売市場一覧表

平成24年2月1日現在

市場名	取扱品目	卸売業者名
大津市公設地方卸売市場	青果 水産	滋賀びわ湖青果(株) (株)うおいち滋賀
東近江市八日市公設地方卸売市場	青果 青果・水産 水産	丸一八日市綜合青果(株) (株)八日市中央水産 (有)八日市マルウオ魚市場
彦根総合地方卸売市場(株)	青果 水産	(株)オーミ青果 彦根魚市合同(株)
長浜地方卸売市場(株)	青果 水産	(株)長浜合同青果 (株)北びわこ水産
近江八幡地方卸売市場(協)	青果 水産 水産 水産	山源青果(岡地建蔵) (有)いば商店 (株)イガラシ 山口商店(山口清美)
地方卸売市場(株)才川食品店	青果・水産	(株)才川食品店
甲賀農協地方卸売市場	青果	甲賀農業協同組合
(株)水口寿志亭地方卸売市場	水産	(株)水口寿志亭
甲賀物産地方卸売市場	水産	甲賀物産(株)
滋賀食肉センター地方卸売市場	食肉	(株)滋賀食肉市場

滋賀県卸売市場整備計画

平成24年2月策定

滋賀県農政水産部食のブランド推進課

〒 520-8577

滋賀県大津市京町四丁目1番1号

TEL (077) 528-3891