

第10次滋賀県卸売市場整備計画の概要（案）

第1 卸売市場整備計画の策定について

【策定趣旨】

本県卸売市場の機能・役割を維持・継続し、公正かつ適正な価格形成と需給の調整が図られ、県民の安全な食生活に寄与するための今後5年間の管理運営の指針として策定

国が示した7つの基本事項を掲げる「第10次卸売市場整備基本方針」に則して策定

- ①卸売市場における経営戦略の確立
- ②立地・機能に応じた市場間における役割分担と連携強化
- ③産地との連携強化と消費者、実需者等の多様化するニーズへの的確な対応
- ④卸売市場の活性化に向けた国産農林水産物の流通・販売に関する新たな取組の推進
- ⑤公正かつ効率的な売買取引の確保
- ⑥卸売業者および仲卸業者の経営体質の強化
- ⑦卸売市場に対する社会的要請への適切な対応

第2 目標年度

○計画期間 平成28年度～平成32年度（5年間） ○基準年度：平成25年度（第9次計画：平成20年度）

第3 県内卸売市場の現状と課題【新規追加】

1. 県内卸売市場の立地および流通圏の設定状況
 - ・地方卸売市場9（総合5、青果物1、水産物2、食肉1）
 - ・拠点4市場：大津、東近江市八日市、彦根、長浜
 - ・流通圏：青果・水産物3、食肉1

2. 基準年度における生鮮食料品等の流通事情（比H20）

■県内卸売市場の動向

・市場取扱数量は減少、市場供給率も低下

品目	市場取扱数量(t)		市場供給率(%)	
	H20年度	H25年度	H20年度	H25年度
野菜	42,458	31,368	27.8	20.6
果実	10,864	8,827	17.5	15.4
水産物	11,373	9,240	14.5	13.2
食肉	3,053	3,179	7.6	7.5

備考 市場供給率：総需要量（1人1年当たり消費量×県推計人口）に対する県内卸売市場の供給割合。

・北部圏の青果物の市場供給率は、産地育成・量販店取引により、増加

・買受人等の減少、空き店舗の増加

■実需者等からのニーズの高まり

・県産農畜水産物へのニーズの増加、直売所との連携

■食育活動

・食のイベント、魚の食べ方教室、市場見学会等

■新たな動き

・産地育成と地域量販店を核とした取り引き
・学校給食センター・空き店舗へのレストランの誘致

3. 県内卸売市場の今日的役割

- ・生鮮品等の供給過不足の緩衝機能
- ・県産農畜水産物の品揃え、産地と実需者の情報仲介
- ・買受人、小売店・飲食店の身近な調達先
- ・天候不順・災害時の供給の安定化
- ・農産物直売所への品揃え

4. 県内卸売市場の課題

■取扱数量の維持・拡大

・有利性のある県産農畜水産物の拡大

■卸売市場自らの経営戦略の策定

・市場自らによる戦略策定、評価・検証、見直し

第4 卸売市場の適正な配置の方針

1. 目標年度における生鮮食料品等の流通事情（比H25）

■総需要量および生鮮品目の生産・供給量の見直し

・県内生産量は、各品目、各種生産振興方策の施策を講じ、増産を見込み、各市場はこれらを取り込み、取扱数量を増加とする

・市場供給率は現状と大きく変わらない見込み

品目	市場取扱数量(t)		市場供給率(%)	
	H25年度	H32年度	H25年度	H32年度
野菜	31,368	33,017	20.6	20.9
果実	8,827	9,090	15.4	15.2
水産物	9,240	9,380	13.2	12.8
食肉	3,179	3,722	7.5	8.8

備考 市場供給率：総需要量（1人1年当たり消費量×県推計（予測）人口）に対する県内卸売市場の供給割合。

なお、H32総需要量は、1人1年当たり消費量の増加を見込み、H25実績より高めに設定。

2. 品目別流通圏の設定

・現在の流通圏を維持

青果・水産物：3（南部・中部・北部）、食肉：1

・卸売市場が供給した割合が低い流通圏は、市場関係者と協議を進め、見直しの検討を行う

3. 卸売市場配置計画

■青果・水産物市場

・県内卸売市場の今日的役割等から、現状配置を維持（日常生活圏地域への供給機能を有する市場は存置、拠点市場と地域的に補完する供給網を形成）

・各卸売市場・卸売業者間で情報交換を行いながら、連携・統合等についても検討

・連携・統合等の検討は、市場関係者と卸売市場担当行政（市・県）が一体となり実施（第三セクターの卸売市場は、株主総会、取締役会でも相談）

・滋賀県卸売市場審議会でも意見を聴きながら進める

■食肉市場

・滋賀食肉センターを近江牛等の流通の拠点として位置づけ

第5 県内卸売市場の地域実情に応じた機能・役割に関する事項

1. 各卸売市場における経営戦略の策定

■各卸売市場自らが、取扱数量等の維持・拡大、新たな事業展開、施設の有効活用等について、将来展望を明確にし、その展望に向けての経営戦略を策定

・策定にあたっては、客観的な観点（外部有識者等からの意見）も取り入れ、策定

・下記事項を参考に経営戦略を策定

○県産農畜水産物の取扱数量の拡大、○地域に密着した市場取引の強化

○卸売市場等間における連携強化、○空き施設の有効活用、○魅力ある職場づくり

2. 卸売市場に対する社会的要請の対応

■緊急時の事業継続、災害時への備え等

・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整備

・非常時でも継続した事業の運営体制(BCP（事業継続計画）)の整備

■卸売市場の県民への広報および理解醸成

・卸売市場が有する市場価格、取引量、産地生産情報等の情報提供

・消費者等の安全・安心につながる広報活動

・消費者向けの食のイベント、市場見学会等の実施

※以下の項目は、国の「卸売市場整備基本」に準じて記述

第6 卸売市場の施設の種類、規模、配置、構造に関する基本的指標

1. 施設の種類に関する事項

・施設の効率的な利用・維持管理の見極め・適正化に十分配慮

2. 施設の規模に関する事項

・青果・水産物で取扱数量が減少している卸売市場は、現状を踏まえ、今後の取扱数量・品目の見込みから、それに対応できる施設規模を見直し（施設の有効活用、縮小についても検討）

3. 施設の配置、運営および構造に関する事項

・卸売市場の経営戦略に即した計画的な整備・配置の推進 等

第7 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

・効率的な取引確保、卸売業者等の負担軽減、生産者・実需者ニーズに対応した取引の推進 等

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、市場労働の省力化等への配慮 等

3. 物品の品質管理の高度化に関する事項

・荷受けから卸売、仲卸、配送に至るまでの各段階における品質管理の高度化

・必要に応じ、輸出にかかる拠点としての施設等の整備 等

第8 卸売業者および仲卸業者の経営健全化に向けての事項

1. 卸売業者および仲卸業者に共通する事項

・地域特産物のブランド化、マッチング等に関する産地との連携強化

・大規模小売業者等のニーズに対応した加工処理等の機能強化による実需者との連携強化

・川上・川下双方に対するコーディネート機能の発揮

・生産者の6次産業化取組に対する積極的な参画 等

2. 卸売業者

・提供する機能・サービスの充実と、それに見合った手数料収入を通じた経営体質の強化 等

3. 仲卸業者

・販売業者機能の強化による小売業者支援 等

※下線は、前計画から主に変更した項目・内容