

環境・農水常任委員会資料
平成29年(2017年) 2月8日
農政水産部食のブランド推進課

第10次 滋賀県卸売市場整備計画 (案)

平成29年__月

滋 賀 県

第10次 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	県内卸売市場の現状と課題	2
1	県内卸売市場の立地および流通圏の設定状況	
2	基準年度における生鮮食料品等の流通事情	
3	県内卸売市場の今日的役割	
4	県内卸売市場の課題	
第4	卸売市場の適正な配置の方針	11
1	目標年度における生鮮食料品等の流通事情	
2	品目別流通圏の設定	
3	卸売市場配置計画	
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	19
1	各卸売市場における経営戦略の策定	
2	卸売市場に対する社会的要請への対応	
第6	卸売市場の施設の種類、規模、配置、運営、構造に関する基本的指標	22
1	施設の種類に関する事項	
2	施設の規模に関する事項	
3	施設の配置、運営および構造に関する事項	
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	24
1	取引の合理化に関する事項	
2	物品の積卸し、荷さばき、保管等の合理化に関する事項	
3	物品の品質管理の高度化に関する事項	
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	27
1	卸売業者および仲卸業者に共通する事項	
2	卸売業者	
3	仲卸業者	
別記1	卸売市場施設規模算定基準	30
2	県内卸売市場一覧表	31

第1 卸売市場整備計画の策定について

卸売市場は、これまで生鮮食料品等の円滑かつ安定的な流通を確保する観点から、生鮮食料品等の流通における基幹的インフラとして、整備が図られてきた。

しかしながら、近年、卸売市場においては、人口減少の進展等による食料消費の量的変化、社会構造の変化に伴う消費者ニーズの多様化、農畜水産物の国内生産・流通構造の変化、生鮮食料品等流通の国際化等の影響等により、卸売市場経由率の低下や取扱金額が減少し、卸売業者や仲卸業者の経営や開設者の財政は非常に厳しい状況にある。

その一方、卸売市場をめぐっては、災害時の対応機能の強化や安全・安心に対する関心の高まり、輸出も見据えた取扱物品の品質管理の高度化、産地や実需者との連携強化に向けた情報の受発信、加工処理等の付加機能等、卸売市場に期待する機能・役割は一層多様化している。

このような情勢変化に的確に対応し、卸売市場が川上・川下をつなぐ架け橋として、その求められる機能・役割を強化・高度化していくため、国は、平成28年1月14日、今後の卸売市場の整備・運営について、

- 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

の7つを基本とする「第10次卸売市場整備基本方針」を策定・公表した。

そこで、この方針に即し、本県の卸売市場が、本県生鮮食料品等の地域流通の拠点として、現状を踏まえ、その機能・役割を維持・継続し、公正かつ適切な価格形成と需給の調整が図られ、県民の健全な食生活に寄与するための今後の管理運営の指針として、「第10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。

第2 目標年度

今回の「第10次滋賀県卸売市場整備計画」の策定にあたっては、国の「第10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9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、県産農畜水産物の生産等の動向を考慮し、全面的に見直しを行う。

期間設定については、平成28年度(2016年度)を初年度として、平成32年度(2020年度)を目標年度とする。また、基準年度は、平成25年度(2013年度)とする。

第3 県内卸売市場の現状と課題

1 県内卸売市場の立地および流通圏の設定状況

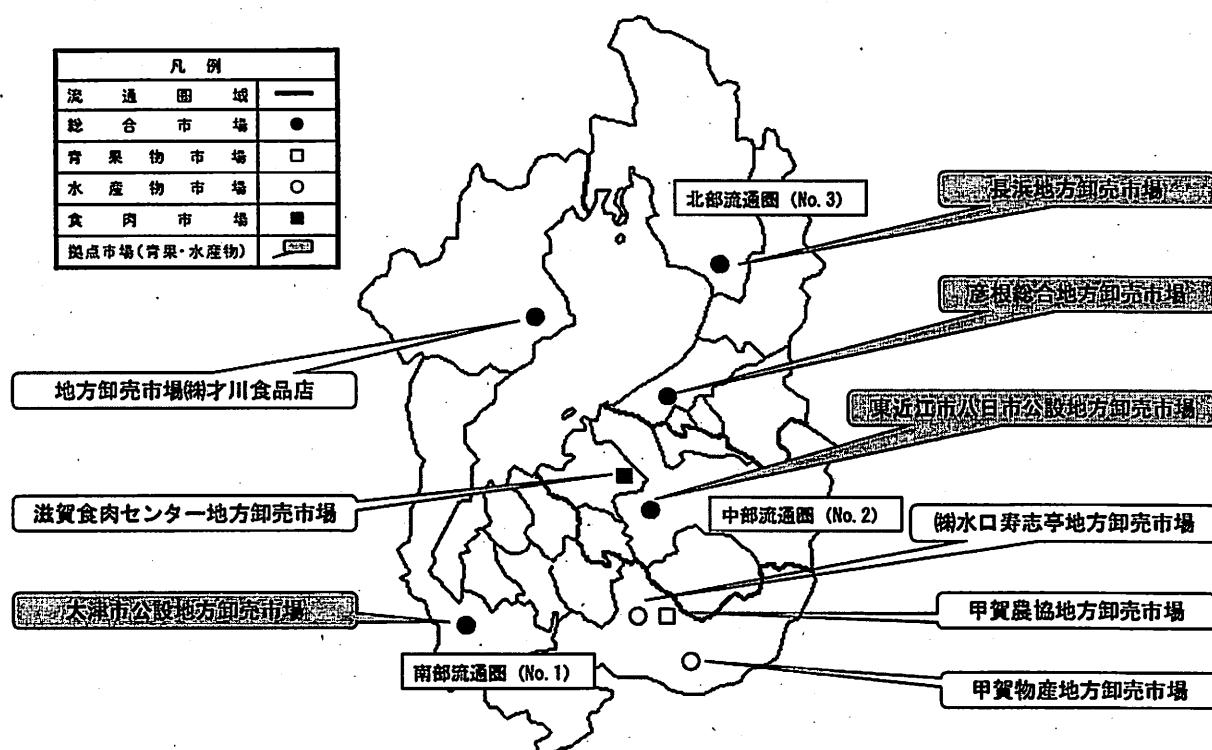
本県には、中央卸売市場はなく、現在、9つの地方卸売市場が立地している。

その内訳は、総合（青果・水産物）市場 5、青果物市場 1、水産物市場 2、食肉市場 1で、これら卸売市場では、14の事業者が卸売業を営んでいる。

総合市場のうち市の公設が2市場、第三セクター方式が2市場あり、この4市場を「拠点市場」に位置づけ、地域の円滑かつ安定的な流通を確保する観点から、拠点市場を核に3つの流通圏を設定している。具体的には、大津市公設地方卸売市場を県南部地域の拠点として、東近江市八日市公設地方卸売市場を県中部地域の拠点として、長浜地方卸売市場、彦根総合地方卸売市場を県北部地域の拠点として位置づけており、その他4つの民間地方卸売市場については、各流通圏における補完的な卸売市場として位置づけている。

また、食肉を取り扱う卸売市場については、県内を一つの流通圏として捉え、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、滋賀食肉センター地方卸売市場が整備され、本県の食肉流通における重要な卸売市場として位置づけている。

(第1図)



第1図 県内卸売市場の立地および流通圏の設定状況

2 基準年度における生鮮食料品等の流通事情

(1) 本県における需要量の現状

本県の基準年度（平成25年度）の人口は、1,417千人（県推計人口）となり、平成20年度よりも増加した一方、供給純食料（1人1年当たり消費量に相当）は、農林水産省の「食料需給表」を参考に算出すると、野菜107.7kg、果実40.4kg、

水産物 49.3kg、食肉 29.8kg になると推計され、食肉を除き、平成 20 年度よりも減少している。

その結果、本県の人口を乗じた基準年度（平成 25 年度）の総需要量は、野菜 152,611t、果実 57,247t、水産物 69,858t、食肉 42,227t となり、供給純食料の影響から、食肉を除き、平成 20 年度よりも減少している。

（第 1 表）

第 1 表 生鮮食料品等の需要量の現状

品 目	平成 20 年度			平成 25 年度			平成 25 年度/平成 20 年度		
	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 107.7	t 152,611	%	% 98.8	% 99.9
果 実	1,401	44.2	61,924	1,417	40.4	57,247	101.1	91.4	92.4
水産物		56.0	78,456		49.3	69,858		88.0	89.0
食 肉		28.6	40,069		29.8	42,227		104.2	105.4

備考 1 平成 20・25 年度人口は、滋賀県推計人口年報（統計課）による。

備考 2 平成 20・25 年度供給純食料（1 人 1 年当たり消費量）は、食料需給表（農林水産省）を参考に算出。野菜には、いも類を含め、いちご、すいか等の果実的野菜は省き、果実には、果実的野菜を含めた。

（2）県内産生鮮品目の生産・供給量の現状

本県の基準年度（平成 25 年度）の各品目の生産・供給量の現状は、次のとおりとなっている。

【野 菜】

野菜は、平成 20 年度よりも減少し、全体として 45,623t 生産されており、主に露地では、だいこん、キャベツ、かぶ類、はくさい等の重量野菜が、ビニールハウス等の施設では、トマト、きゅうり等の果菜類やねぎ、ほうれんそう、みずな、こまつな等の軟弱野菜が多く生産されている。

生産された野菜は、農家等の自給のほか、県内外の卸売市場および農産物直売所や加工業者等に出荷・販売され、県内向けの 30,161t のうち、自給量は 17,895t と平成 20 年度より減少したものの、自給を除いた県内向け出荷は、12,266t と微増している（総需要量に対する県内供給率 19.8%）。

【果 実】

果実は、平成 20 年度よりも減少し、全体として 4,919t 生産されており、主になし、ぶどう、イチジク、いちご、メロン、すいか等が多く生産されている。

生産された果実は、主に県内向けの「直売」で販売され、中には、観光農園等での収穫体験も行われるほか、一部は、県内外の卸売市場に出荷されている。

県内向けの 4,755t のうち、自給量は 1,257t と平成 20 年度より減少したものの、自給を除いた県内向け出荷は、3,498t と増加している（総需要量に対する県内供給率 8.3%）。

【水産物】

水産物は、平成 20 年度よりも減少し、琵琶湖での漁獲および内水面での養殖により、1,360t 生産されている。

水産物は、鮮魚店、料理店、旅館等にも出荷・販売され、428t が県内向けとして出荷されている。しかし、生産量の約 6 割を占めるアユ等の減少により、その量は減少している（総需要量に対する県内供給率 0.6%）。

【食 肉】

食肉は、平成 20 年度よりも減少し、牛肉を中心に 5,578t 生産されており、そのうち 4,443t が県内向けとして、県内唯一の食肉市場から流通している。

そのうち和牛については、近江牛ブランドとして県内外の精肉店、旅館、料理店に出荷・販売されているほか、海外輸出への取組が進められている（総需要量に対する県内供給率 10.5%）。

(第 2 表)

第 2 表 生鮮食料品等の生産・供給量の現状

年度	品 目	県内 生産量 ①+②+③	加工用 ①	県外 向け ②	県内向け ③			総需要量 ④	県 内 供給率 ③/④
					自給	出荷	計		
平成 20 年度	野 菜	t 49,876	t 5,373	t 9,231	t 23,059	t 12,213	t 35,272	t 152,709	% 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
平成 25 年度	野 菜	t 45,623	t 7,449	t 8,013	t 17,895	t 12,266	t 30,161	t 152,611	% 19.8
	果 実	4,919	52	112	1,257	3,498	4,755	57,247	8.3
	水産物	1,360	486	446	—	428	428	69,858	0.6
	食 肉	5,578	—	1,135	—	4,443	4,443	42,227	10.5

備考 1 平成 20・25 年度の野菜、果実は、青果物生産事情調査および果樹生産事情調査（農業経営課）、近畿農林水産統計年報（農林水産省近畿農政局）、水産物は、近畿農林水産統計年報（農林水産省近畿農政局）、漁業センサス（農林水産省）による。食肉は、牛肉については、家畜改良センター家畜個体識別部のデータ、豚肉については、農家への聞き取り調査結果による。

備考 2 県内向け出荷は、市場出荷のほか市場外流通も含む。

備考 3 食肉は、牛肉と豚肉で、枝肉換算重量。

(3) 県内卸売市場の動向

1) 取扱数量・取扱金額の減少

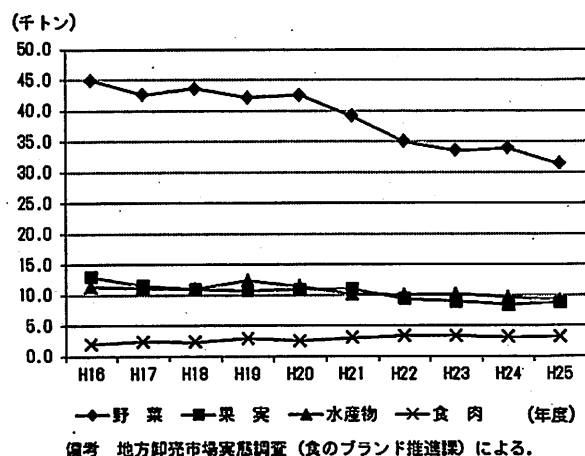
県内卸売市場における取扱数量は、野菜は減少傾向、果実、水産物は微減傾向、食肉は横ばい傾向が続いている（第 2 図）。

基準年度（平成 25 年度）の各品目の取扱数量は、野菜 31,368t、果実 8,827t、水産物 9,240t と平成 20 年度と比較すると減少、食肉は 3,179t と横ばいとなっており、総需要量に対して県内卸売市場が供給した割合は、野菜 20.6%、果実 15.4%、水産物 13.2%、食肉 7.5%で、平成 20 年度と比較すると、いずれの品目も低下している（第 3 表）。

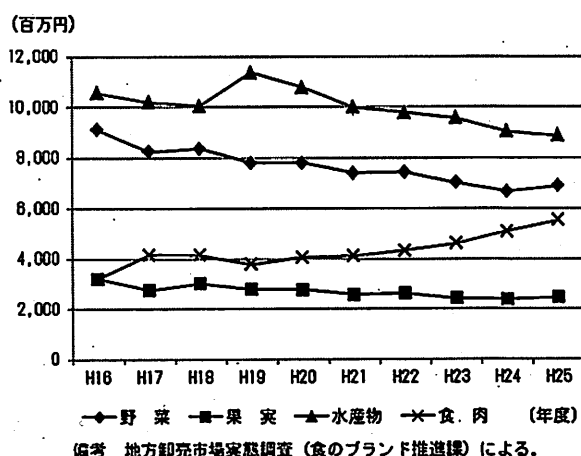
また、県内卸売市場における取扱金額は、食肉を除き、野菜、果実、水産物では減少傾向が続いている（第3図）。

一方、総需要量から自給量を差し引いた流通需要量に対して県内卸売市場が供給した割合は、野菜23.3%、果実15.8%となっており、平成20年度と比較すると、野菜、果実とも低下している（第3表）。

なお、総需要量に対して県内卸売市場が供給した割合は、近年、低下傾向にあるものの、農家等の自給の他、産地直送等の市場外流通、近隣府県の京阪あるいは中京の卸売市場との取引が組み合わさって、生鮮食料品等は地域住民に安定的に供給されている。



第2図 県内卸売市場の取扱数量の推移



第3図 県内卸売市場の取扱金額の推移

第3表 県内の卸売市場取扱数量等の現状

年 度	品 目	総需要量	自給量		県内市場 取扱数量 C	県内市場供給率		県内市場を 通らない流通量	
		A	B	B/A		C/A	C/(A-B)	D	D/A
平成 20 年度	野 菜	t 152,709	t 23,059	% 15.1	t 42,458	% 27.8	% 32.7	t 87,192	% 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	—	—	3,053	7.6	7.6	37,016	92.4
平成 25 年度	野 菜	t 152,611	t 17,895	% 11.7	t 31,368	% 20.6	% 23.3	t 103,348	% 67.7
	果 実	57,247	1,257	2.2	8,827	15.4	15.8	47,163	82.4
	水産物	69,858	—	—	9,240	13.2	13.2	60,618	86.8
	食 肉	42,227	—	—	3,179	7.5	7.5	39,048	92.5

備考 地方卸売市場実態調査（食のブランド推進課）による。野菜、果実、水産物は、市場月報（青果・水産物の拠点4市場報告）も参考とした。

また、基準年度（平成25年度）の県内卸売市場における入荷先別取扱金額の割合は、野菜は、県内産23.3%、*旅荷50.1%、*転送26.6%、果実は、県内産8.3%、旅荷64.1%、転送27.6%となっており、平成20年度と比較する

と、野菜、果実の県内産の割合は増加している。一方、水産物の県内産は2.4%と少なく、ほとんどが旅荷あるいは転送となっているが、食肉は99.4%とほとんどが県内産である（第4表）。

※旅荷とは、県外産地から直接、県内卸売市場に入荷しているもの。

転送とは、他の市場を経由して、県内卸売市場に入荷しているもの。

第4表 県内卸売市場の入荷先別取扱金額の現状

年度	品 目	県内産		旅荷		転送		合計	
			比率		比率		比率		比率
平成 20 年度	野 菜	百万円 1,661	% 21.3	百万円 4,110	% 52.8	百万円 2,021	% 25.9	百万円 7,792	% 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
平成 25 年度	野 菜	百万円 1,603	% 23.3	百万円 3,446	% 50.1	百万円 1,833	% 26.6	百万円 6,882	% 100.0
	果 実	203	8.3	1,573	64.1	679	27.6	2,455	100.0
	水産物	211	2.4	4,350	49.1	4,305	48.5	8,866	100.0
	食 肉	5,500	99.4	32	0.6	—	—	5,532	100.0

備考 地方卸売市場実態調査(食のブランド推進課)による。野菜、果実、水産物は、市場月報(青果・水産物の拠点4市場報告)も参考とした。

2) 買受人等の減少

生鮮食料品等を卸売市場で購入する買受人については、関連する小売事業所の減少等の影響から、年々減少傾向にある。また、生鮮食料品等にかかる小売事業所数においては、特に鮮魚小売業が減少している（第5表、第6表）。

第5表 県内卸売市場における買受人の推移

年 度	平成 21	平成 22	平成 23	平成 24	平成 25	平成 26	平成 27
買受人 (社)	2,477	2,359	2,343	2,319	2,296	2,266	2,120

備考1 地方卸売市場実態調査(食のブランド推進課)による。

備考2 県内卸売市場9市場の合計。

第6表 生鮮食料品等にかかる小売事業所数の現状

分 類/年	平成16年 (事業所)	平成19年 (事業所)	平成24年 (事業所)	平成26年 (事業所)	平成16年→ 平成26年 の変化率(%)
各種食料品小売業	421	375	274	200	▲52.5%
野菜・果実小売業	108	97	78	73	▲32.4%
食肉小売業	191	178	122	124	▲35.1%
鮮魚小売業	127	112	84	65	▲48.8%

備考 商業統計調査(統計課)による。

3) 関連事業者等の撤退による空き店舗の増加

近年、拠点市場では、関連事業者等の撤退が進んでおり、空き施設が増加している（第7表）。

各拠点市場は、空き施設の有効活用を図るため、地元自治体の農政や商労等と連携しながら、関連事業者等の募集に取り組んでいるが、買受人等の減少に加え、入場条件や卸売市場の施設の特徴的な構造等から、入場が進んでいない。

第7表 県内卸売市場における関連事業者用空き店舗の現状

年 度	総店舗数 (か所)	空き店舗数 (か所)	空き店舗率 (%)
平成 25	152	51	33.6
平成 26	152	56	36.8
平成 27	152	60	39.5

備考 拠点4市場への聞き取り調査結果による。

4) 県内卸売市場の経営状況

基準年度（平成 25 年度）の卸売業者の経営状況を見ると、取扱数量・金額の減少傾向の影響等から、卸売業者の3割は、営業損失を計上している。

また、公設卸売市場、第三セクター卸売市場については、関係市の一般会計からの繰入れ、地元自治体から補助等を受けながら市場を運営している状況が続いている。

一方、改善方策等の経営戦略を策定している卸売市場は、一部の卸売市場に留まっている。

(4) 各流通圏における県内卸売市場の供給状況

基準年度（平成 25 年度）の各流通圏における県内卸売市場の取扱数量は、平成 20 年度と比較すると、南部・中部圏の青果（野菜と果実）・水産物および北部圏の水産物は減少しているが、北部圏の青果物については増加している（第8表）。

これと連動し、総需要量に対して県内卸売市場が供給した割合についても、南部・中部圏の青果・水産物および北部圏の水産物は、平成 20 年度と比較すると低下しているが、北部圏の青果物については上昇している。この北部圏の青果物の取扱数量の増加、市場供給率の上昇の要因は、地域量販店等の新たな供給先との取引拡大によるものである。

なお、各流通圏における取扱数量、市場供給率の低下の要因としては、市場外流通の増加等が考えられるが、中部圏については、流通圏内の卸売市場の廃止（近江八幡地方卸売市場、平成 24 年 8 月廃止）の影響もある。

第8表 県内卸売市場の流通圏別 人口・総需要量・市場取扱数量・市場供給率の現状

流通圏(No.)			区域	流通圏人口		流通圏内品目別総需要量		市場取扱数量		他の流通圏との重複区域	市場供給率	
背果物	水産物	食肉		平成 20 年度 (第 9 次 基準年度)	平成 25 年度 (基準年度)	平成 20 年度 (第 9 次 基準年度)	平成 25 年度 (基準年度)	平成 20 年度 (第 9 次 基準年度)	平成 25 年度 (基準年度)		平成 20 年度 (第 9 次 基準年度)	平成 25 年度 (基準年度)
南部 (1)	南部 (1)	県	大津市、草津市、守山市、 栗東市、野洲市、湖南市、 甲賀市、高島市	千人 845	千人 868	野菜 92,105 果実 37,349 水産物 47,320	t 93,484 35,067 42,792	野菜 31,512 果実 7,757 水産物 7,633	t 21,766 5,991 6,676		野菜 34.2 果実 20.8 水産物 16.1	% 23.3 17.1 15.6
			近江八幡市、東近江市、 日野町、竜王町、愛荘町、 豊郷町	250	246	野菜 27,250 果実 11,050 水産物 14,000	26,494 9,939 12,128	野菜 3,232 果実 736 水産物 2,424	1,326 339 1,553	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	5.0 3.4 12.8
			彦根市、長浜市、愛荘町、 豊郷町、甲良町、多賀町、 米原市	306	303	野菜 33,354 果実 13,525 水産物 17,136	32,633 12,241 14,938	野菜 7,714 果実 2,371 水産物 1,316	8,276 2,497 1,011	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	25.4 20.4 6.8
全 体			19 市町	1,401	1,417	野菜 152,709 果実 61,924 水産物 78,456 食肉 40,069	152,611 57,247 69,858 42,227	野菜 42,458 果実 10,864 水産物 11,373 食肉 3,053	31,368 8,827 9,240 3,179		野菜 27.8 果実 17.5 水産物 14.5 食肉 7.6	20.6 15.4 13.2 7.5

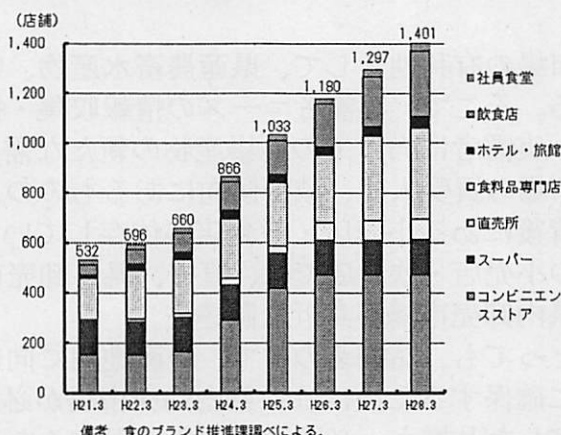
備考 流通圏を重複している町の人口は、それぞれの流通圏に半数ずつ配分している。

(5) 県内卸売市場に対する実需者等からのニーズの高まり

1) 地産地消の高まりに伴う県産農畜水産物への実需者ニーズ

近年、消費者等の地産地消（地元で生産されたものを地元で消費する）への気運の高まりに伴い、本県の地産地消を推進する「おいしが うれしが」キャンペーンに登録・参画する推進店（県産食材を食べられる（買える）店）については、年々増加傾向にあり、大手量販店等では、県産野菜を取り扱う地産地消コーナーを設置する動きも見られる（第4図）。

このような中、県内卸売市場に対して県産農畜水産物の提供を求める飲食店、量販店等が多くみられ、学校給食でも県産農畜水産物を求める声が上がっている。また、提供にあたっては、卸売業者等での加工を求める実需者も多くみられ、ニーズの巾が広がってきている。



第4図 「おいしが うれしが」キャンペーン登録店舗数の推移

2) 農産物直売所との連携

一部の県内卸売市場では、県内大手農産物直売所に青果物を提供する事例が見られ、農産物直売所において、年間を通じて県外品を含め一定の品揃えを確保するために必要な役割を担っている。

(6) 県内卸売市場の機能・施設を活用した食育活動

県内卸売市場では、拠点市場を中心に、消費者向けの食のイベント（市場まつり、朝市、魚のさばき方講習会）や魚の食べ方教室、学校教育のための市場見学会等を通じた食育活動が行われている。

(7) 県内卸売市場の新たな動き

1) 取扱数量の増加

一部の県内卸売市場では、青果物において県内産地の取扱い強化、流通圏内の野菜等の産地育成に関わるなど、地元との密着度合いを強めている。

また、供給先も地域量販店を核とした取引に重点を置き、取扱数量の拡大に結びつけている。

2) 市場施設の有効活用

市場施設の有効活用として、公設の学校給食センターを誘致（市場敷地からは除外）して、地代収入の確保を図るとともに、当センターと連携し、学校給食に青果・水産物等を提供している事例がある。

また、ある卸売市場では、空き店舗を活用し、新たに海鮮レストランを導入した。その結果、入込客数が増え、その影響で関連店舗の1店舗が新規入場するという効果も見られている。

3 県内卸売市場の今日的役割

各流通圏において生鮮食料品等は、①農家等の自給、②県内卸売市場からの流通、③近隣府県卸売市場からの流通、そして④産地直送等の市場外流通の4つの流通が、流動的にミックスされて、地域住民に安定的に供給されている。

このうち、県内卸売市場は、供給割合が低下傾向にあるものの、この流通ミックスを継続・安定的に維持する緩衝機能を有していると言える。

このほか、次の観点からも、その機能・役割を維持することが必要である。

- ア. 県内卸売市場の有利性として、県産農畜水産物、いわゆる地場産物の取り扱いがある。そこで、実需者ニーズの情報収集・提供による県内産地の育成。一方、実需者に向けての地場産物の新たな需要開拓の先導的役割。
- イ. 県内卸売市場の買受人は、減少傾向にあるものの、現在でも約2,100事業者とその背後にある小売店・飲食店が依存している状況。
- ウ. 個人営業の小売店・飲食店では、直接、県外卸売市場や産地からの調達は難しく、県内卸売市場が身近な調達先。
- エ. 量販店にとっても、品揃えの中で、地産地消に向けて、地場産物を効率かつ安定的に確保するためには、県内卸売市場が必要。
- オ. さらに安定した品揃え、必要量を通年確保するためには、身近な県内卸売市場が必要。特に全国的に天候不順や災害が発生している近年、産地からの入荷不足が生じた場合、卸売市場が有する緩衝能力は重要。
- カ. 県内農産物直売所にとっても、通年、安定した品揃えを確保するためには、県内卸売市場に依存している状況。

4 県内卸売市場の課題

県内卸売市場の取扱数量の減少、それに伴い、県内総需要量に対して県内卸売市場が供給した割合は、低下傾向にあり、地域での生鮮食料品等の主要供給基地という面からするとその位置づけは、低まっているといえる。

しかしながら、上記3の「県内卸売市場の今日的役割」に示したように、依然として市場が有する機能・役割は、必要なものがあり、各卸売市場が、それぞれの特性や地域事情を踏まえながら将来展望を見据え、効率的な市場運営を図る必要がある。

(1) 取扱数量の維持・拡大

各卸売市場が経営改善を図るには、まずは、取扱数量の維持・拡大に努める。

特に、他府県の卸売市場よりも有利性のある県産農畜水産物の拡大を図り、そのための県内での産地と実需者をつなぐ役割を強化することが必要である。

(2) 卸売市場自らの経営戦略の策定

卸売市場を取り巻く環境が変化を続ける状況において、卸売市場もその変化に対応した運営が必要であり、卸売市場自らが現状分析、将来展望を明らかにしつつ、経営戦略を策定し、評価・検証、見直しを進めることが必要である。

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

(1) 本県における需要量の今後の見通し

平成27年3月、本県が発表した「滋賀県基本構想」では、目標年度（平成32年度）の人口は、県南部地域で増加する一方、県全体では減少し、1,414千人になると推計され、本県でも本格的な人口減少局面に入ったと推測している。

また、目標年度（平成32年度）の生鮮食料品等の供給純食料（1人1年当たり消費量に相当）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平成37年度の目標値と経年の推移を参考に算出すると、野菜111.6kg、果実42.2kg、水産物51.7kgとなり、食肉は、基準年度（平成25年度）と同値の29.8kgになると見込まれる。

供給純食料に、平成32年度の本県の推計人口を乗じた目標年度（平成32年度）の総需要量は、野菜157,802t、果実59,671t、水産物73,104t、食肉42,137tになると推計され、野菜、果実、水産物については、供給純食料の影響から、食肉を除き、平成25年度よりも増加すると見込まれる。

(第9表)

第9表 生鮮食料品等の需要量の今後の見通し

品 目	平成25年度			平成32年度			平成32年度/平成25年度		
	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 107.7	t 152,611	千人	kg 111.6	t 157,802	%	% 103.6	% 103.4
果 実	1,417	40.4	57,247	1,414	42.2	59,671	99.8	104.5	104.2
水産物		49.3	69,858		51.7	73,104		104.9	104.6
食 肉		29.8	42,227		29.8	42,137		100.0	99.8

備考1 平成25年度人口は、滋賀県推計人口年報（統計課）による。

備考2 平成25年度供給純食料（1人1年当たり消費量）は、食料需給表（農林水産省）を参考に算出。野菜には、いも類を含め、いちご、すいか等の果実的野菜は省き、果実には、果実的野菜を含めた。

備考3 平成32年度人口は、滋賀県基本構想（企画調整課）による。

備考4 平成32年度供給純食料（1人1年当たり消費量）は、食料・農業・農村基本計画（農林水産省）の品目別食料消費の平成37年度の目標値と経年の推移を参考に算出。野菜には、いも類を含め、いちご、すいか等の果実的野菜は省き、果実には、果実的野菜を含めた。

(2) 県内産生鮮品目の生産・供給量の今後の見通し

本県の目標年度（平成32年度）の各品目の生産・供給量は、「滋賀県農業・水産業基本計画」に基づき、野菜、果実、水産物、食肉の各種生産拡大の施策を講じることにより、次のとおりと見込む。

【野 菜】

野菜の生産量は、本県の都市近郊の立地条件を活かし、「市場出荷型園芸」と「誘客型園芸」の振興を図ることで、基準年度（平成 25 年度）の生産量を上回る 49,286t に達すると推計する（総需要量に対する県内供給率 20.5 %）。

【果 実】

果実の生産量は、野菜と同様、「市場出荷型園芸」と「誘客型園芸」の振興を図ることで、基準年度（平成 25 年度）の生産量を上回る 5,370t に達すると推計する（総需要量に対する県内供給率 8.7%）。

【水産物】

水産物の生産量は、効果的な種苗放流や漁場環境の改善等に取り組み、琵琶湖漁業の資源量の回復と養殖業の振興を図ることで、基準年度（平成 25 年度）の生産量を上回る 2,050t に達すると推計する（総需要量に対する県内供給率 0.9%）。

【食 肉】

食肉の生産量は、近江牛の増頭対策の推進および、それに伴う集畜対策の強化を図ることで、基準年度（平成 25 年度）の生産量を上回る 7,035t に達すると推計する（総需要量に対する県内供給率 12.5%）。

（第 10 表）

第 10 表 生鮮食料品等の生産・供給量の今後の見通し

年度	品 目	県内 生産量 ①+②+③	加工用 ①	県外 向け ②	県内向け ③			総需要量 ④	県 内 供給率 ③/④
					自給	出荷	計		
平成 25 年度	野 菜	t 45,623	t 7,449	t 8,013	t 17,895	t 12,266	t 30,161	t 152,611	% 19.8
	果 実	4,919	52	112	1,257	3,498	4,755	57,247	8.3
	水産物	1,360	486	446	—	428	428	69,858	0.6
	食 肉	5,578	—	1,135	—	4,443	4,443	42,227	10.5
平成 32 年度	野 菜	t 49,286	t 8,376	t 8,578	t 18,005	t 14,327	t 32,332	t 157,802	% 20.5
	果 実	5,370	56	121	1,303	3,890	5,193	59,671	8.7
	水産物	2,050	738	670	—	642	642	73,104	0.9
	食 肉	7,035	—	1,764	—	5,271	5,271	42,137	12.5

備考 1 平成 25 年度の野菜、果実は、青果物生産事情調査および果樹生産事情調査（農業経営課）、近畿農林水産統計年報（農林水産省近畿農政局）、水産物は、近畿農林水産統計年報（農林水産省近畿農政局）、漁業センサス（農林水産省）による。食肉は、牛肉については家畜改良センター家畜個体識別部のデータ、豚肉については、農家への聞き取り調査結果による。

備考 2 県内向け出荷は、市場出荷のほか市場外流通も含む。

備考 3 食肉は、牛肉と豚肉で、枝肉換算重量。

備考 4 平成 32 年度は、滋賀県農業・水産業基本計画（農政課）を参考に算出。

(3) 県内卸売市場の取扱数量および卸売市場を経由しない流通量等の今後の見通し

本県の卸売市場における目標年度（平成 32 年度）の取扱見込み数量は、野菜については、基準年度（平成 25 年度）よりも増加、果実、水産物、食肉については、微増とし、野菜 33,017t、果実 9,090t、水産物 9,380t、食肉 3,722t、総需要量に対して、県内卸売市場が供給する割合は、野菜 20.9%、果実 15.2%、水産物 12.8%、食肉 8.8%と推計する。

また、総需要量から自給量を差し引いた流通需要量に対して、県内卸売市場が供給する割合は、野菜 23.6%、果実 15.6%になると推計する。

一方、本県の卸売市場を通らない流通量は、野菜 106,780 t、果実 49,278t、水産物 63,724t、食肉 38,415t であり、総需要量に対する割合は、野菜 67.7%、果実 82.6%、水産物 87.2%、食肉 91.2%になると推計する。

(第 11 表)

第 11 表 県内の卸売市場取扱数量等の今後の見通し

年 度	品 目	総需要量	自給量		県内市場 取扱数量 C	県内市場供給率		県内市場を 通らない流通量	
		A	B	B/A		C/A	C/(A-B)	D	D/A
平成 25 年度	野 菜	t 152,611	t 17,895	% 11.7	t 31,368	% 20.6	% 23.3	t 103,348	% 67.7
	果 実	57,247	1,257	2.2	8,827	15.4	15.8	47,163	82.4
	水産物	69,858	—	—	9,240	13.2	13.2	60,618	86.8
	食 肉	42,227	—	—	3,179	7.5	7.5	39,048	92.5
平成 32 年度	野 菜	t 157,802	t 18,005	% 11.4	t 33,017	% 20.9	% 23.6	t 106,780	% 67.7
	果 実	59,671	1,303	2.2	9,090	15.2	15.6	49,278	82.6
	水産物	73,104	—	—	9,380	12.8	12.8	63,724	87.2
	食 肉	42,137	—	—	3,722	8.8	8.8	38,415	91.2

備考 平成 32 年度の供給量の見通しより算出。

(4) 各流通圏における県内卸売市場の今後の供給見通し

目標年度（平成 32 年度）の各流通圏における県内卸売市場の取扱見込み数量は、供給量の見通しをふまえ、いずれの流通圏においても、野菜、果実、水産物とも基準年度（平成 25 年度）よりも微増すると推計する（第 12 表）。

第12表 県内卸売市場の流通圏別 人口・総需要量・市場取扱数量・市場供給率の今後の見通し

流通圏 (No.)			区域	流通圏人口		流通圏内品目別総需要量		市場取扱数量		他の流通圏との重複区域	市場供給率	
青果物	水産物	食肉		平成 25 年度 (基準年度)	平成 32 年度 (目標年度)	平成 25 年度 (基準年度)	平成 32 年度 (目標年度)	平成 25 年度 (基準年度)	平成 32 年度 (目標年度)		平成 25 年度 (基準年度)	平成 32 年度 (目標年度)
南部 (1)	南部 (1)	県	大津市、草津市、守山市、 栗東市、野洲市、湖南市、 甲賀市、高島市	千人 868	千人 877	野菜 93,484	t 97,873	野菜 21,766	t 22,911		野菜 23.3	% 23.4
						果実 35,067	37,010	果実 5,991	6,170		果実 17.1	16.7
						水産物 42,792	45,341	水産物 6,676	6,760		水産物 15.6	14.9
中部 (2)	中部 (2)	全	近江八幡市、東近江市、 日野町、竜王町、愛荘町、 豊郷町	246	240	野菜 26,494	26,784	野菜 1,326	1,395	愛荘町および 豊郷町が北部 圏と重複	野菜 5.0	5.2
	果実 9,939					10,128	果実 339	349	果実 3.4		3.4	
			水産物 12,128	12,408	水産物 1,553	1,607	水産物 12.8	13.0				
北部 (3)	北部 (3)	域	彦根市、長浜市、愛荘町、 豊郷町、甲良町、多賀町、 米原市	303	297	野菜 32,633	33,145	野菜 8,276	8,711	愛荘町および 豊郷町が中部 圏と重複	野菜 25.4	26.3
						果実 12,241	12,533	果実 2,497	2,571		果実 20.4	20.5
						水産物 14,938	15,355	水産物 1,011	1,013		水産物 6.8	6.6
全 体			19 市町	1,417	1,414	野菜 152,611	157,802	野菜 31,368	33,017		野菜 20.6	20.9
						果実 57,247	59,671	果実 8,827	9,090		果実 15.4	15.2
						水産物 69,858	73,104	水産物 9,240	9,380		水産物 13.2	12.8
						食肉 42,227	42,137	食肉 3,179	3,722		食肉 7.5	8.8

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。

2 品目別流通圏の設定

県内卸売市場の青果・水産物の流通については、下記の現状および卸売市場の地域的な配置状況と分荷・輸送の効率化を維持する観点から、引き続き、南部・中部・北部の3つの流通圏を設定する。

但し、総需要量に対して卸売市場が供給した割合が低い流通圏については、今後、市場関係者と協議を進め、見直しの検討を行う。

また、食肉の流通については、県内1卸売市場であり、近江牛を主体に産地市場の機能を有しており、全県を1つの流通圏とする。

○青果・水産物の拠点市場については、各流通圏において、主に大型量販店を取引先とする卸売市場、地元飲食店等を取引先とする卸売市場等、市場の規模や地域の実情に応じた取引が行われており、その取引は、全国の卸売市場と同様、相対取引が増加している。

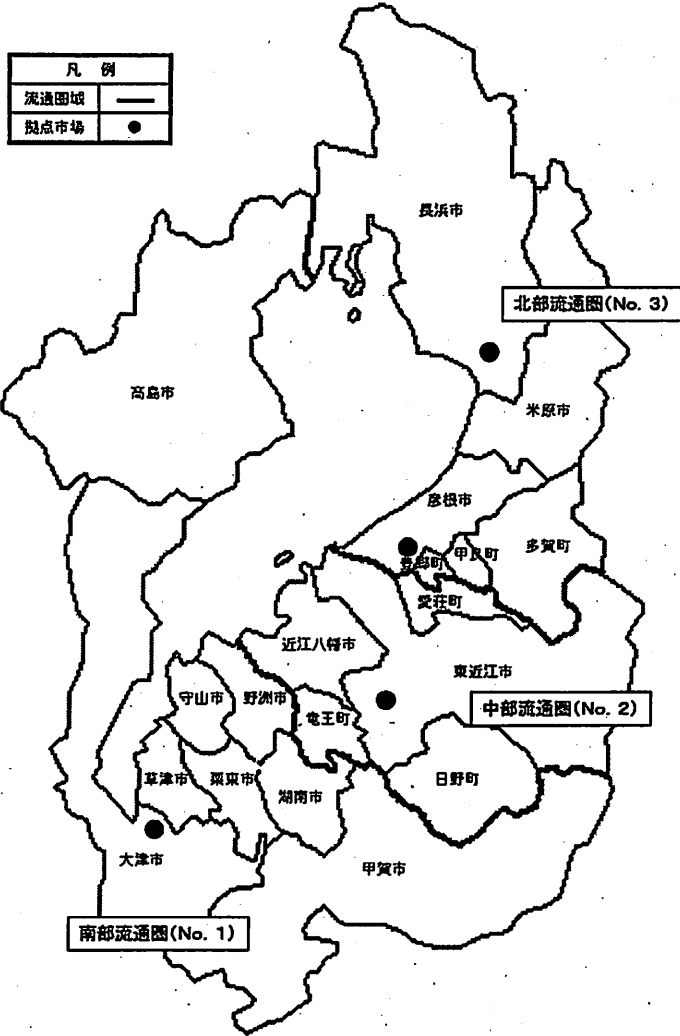
○一部の青果・水産物の拠点市場については、流通圏を越えた供給がなされているが、いずれの卸売市場とも流通圏内への供給が多く、地域に密着した取引が行われている。

○青果物においては、特に、中規模の卸売市場で、県内産野菜・果実の取扱割合が相対的に高くなっている。

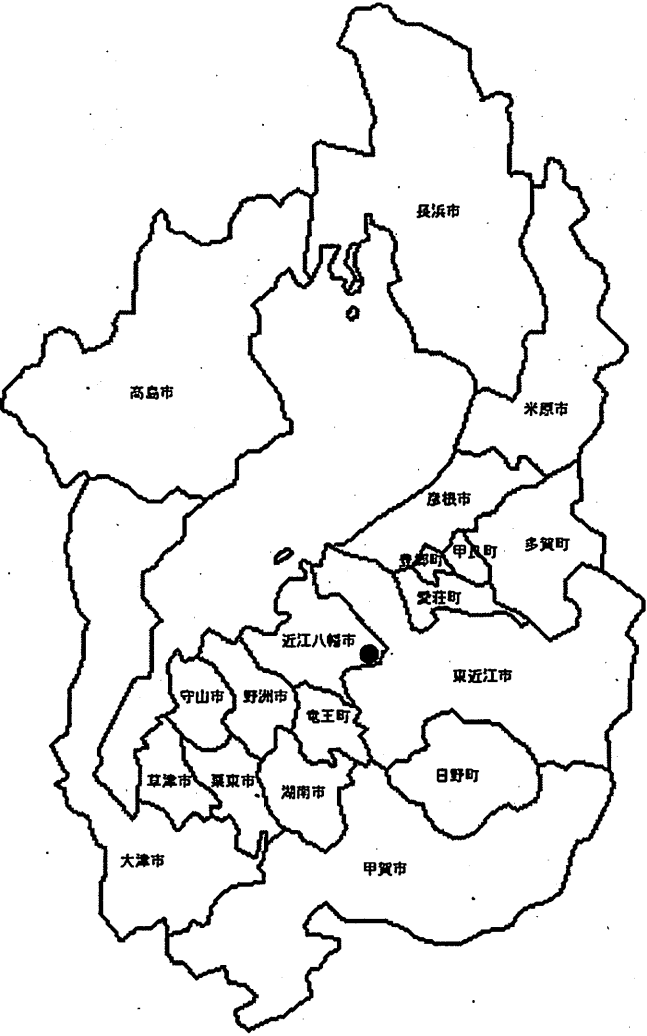
○食肉の卸売市場については、県内1卸売市場であり、本県の特産・ブランド品である近江牛をはじめとした流通の拠点となっている。

(第5図、第6図)

第5図 青果・水産物流通圏区分地図



第6図 食肉流通圏地図(全県一流通圏)



3 卸売市場配置計画

県内卸売市場の現状と課題、生鮮食料品等の需要・供給量、品目別流通圏の設定を考慮し、本県の卸売市場の配置の考え方は、次のとおりとする。

(1) 青果・水産物市場

青果・水産物の南部・中部・北部の流通圏ごとに整備された拠点市場については、経営戦略の策定、経営改善を進めつつ、流通を促進する。

また、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卸売市場は基本、存置とし、拠点市場とともに地域的に補完する供給網を形成することとする。

(2) 食肉市場

食肉を取り扱う卸売市場としては、引き続き滋賀食肉センター地方卸売市場を本県の近江牛等の流通の拠点として位置づける。

(3) 卸売市場配置計画

本県の卸売市場の配置計画については、上記の考え方に基づき、当面、第13表の通りとするが、青果・水産物の拠点市場にあっては、近年の取扱数量等を含めた経営状況や各市場での経営戦略の策定を進める中で、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を進める。

なお、拠点市場の連携・統合等の検討にあたっては、開設者、卸売業者、仲卸業者等の市場関係者と卸売市場担当行政（市・県）が一体となってい、さらに、第三セクターの卸売市場では、株主総会、取締役会でも相談を行い、また、滋賀県卸売市場審議会においても意見を聴きながら進める。

第13表 県内卸売市場の配置計画

流通圏(No.)			配置位置	当 該 流 通 圏 既 存 卸 売 市 場			整 備 方 針					
青 果 物	水 産 物	食 肉		市 名	卸売市場名	区 分	卸売市場の整備計画	区 分	取 扱 品 目	整備等計画時期		
										前期	後期	計画
南 部 (1)	南 部 (1)		大 津 市	大 津 市	①大津市公設地方卸売市場	公	青果・水産物の拠点市場として機能を充実 存 置 存 置 存 置 存 置	公	総 合	○	○	第3次
			高 島 市	高 島 市	②地方卸売市場粥才川食品店	民		民	総 合			
			甲 賀 市	甲 賀 市	③甲賀農協地方卸売市場	民		民	青果物			
			同	同	④粥水口寿志亭地方卸売市場	民		民	水産物			
			同	同	⑤甲賀物産地方卸売市場	民		民	水産物			
中 部 (2)	中 部 (2)		東近江市	東近江市	⑥東近江市八日市公設地方卸売市場	公	青果・水産物の拠点市場として機能を充実	公	総 合	○	○	第2次
北 部 (3)	北 部 (3)		彦 根 市	彦 根 市	⑦彦根総合地方卸売市場	準公	青果・水産物の拠点市場として機能を充実	準公	総 合	○	○	第4次
			長 浜 市	長 浜 市	⑧長浜地方卸売市場	準公	青果・水産物の拠点市場として機能を充実	準公	総 合	○	○	第4次
		県 全 域	近江八幡市	近江八幡市	⑨滋賀食肉センター地方卸売市場	準公	食肉の流通拠点として機能を充実	準公	食 肉	○		第8次

備考1 区分の欄の「公」とは地方公共団体が設置している卸売市場、「民」とは民間が設置している卸売市場、「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卸売市場をいう。

2 取扱品目の欄、「総合」とは青果物と水産物の卸売業務を行っている卸売市場をいう。 ※彦根、長浜は、設置当初より第三セクター方式

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

県内卸売市場は、県下全域に生鮮食料品等を安定的に供給するため、日々、地域に応じた市場運営に取り組まれている。

また、生産者にとって、小売店等の実需者にとっては、身近な出荷先、そして仕入先であるとともに、生鮮食料品等の流通事情が変動していく中で、先に示したように今日的な機能・役割を果たしていく必要がある。

そのような中、近年の取扱数量・金額の減少等に伴う経営状況を踏まえ、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し、市場関係者が一体となって経営改善に努力する必要がある。

(1) 経営戦略の策定にあたって

県内4つの拠点市場においては、開設者および卸売業者、仲卸業者等、市場関係者自らが一体となって、当該卸売市場が置かれている状況について、立地条件や強み・弱み等、客観的な評価を行い、それぞれの卸売市場のあり方・位置づけ・役割、機能強化等の方向、将来の需要・供給予測を踏まえた市場施設の整備の考え方、コスト管理を含めた市場運営の方針等の経営展望を明らかにして、それを達成するための経営戦略を策定していくものとする。

その策定にあたっては、市場関係者のみならず、外部からの客観的な観点も有効であることから、外部有識者の意見も積極的に聞くように努める。

(2) 経営戦略の内容

経営戦略の策定にあたっては、下記事項を参考として行う。

1) 県産農畜水産物の取扱数量の拡大

近年、消費者の食に対する安全・安心志向や地産地消の機運の高まり等により、県内飲食店、ホテル等の実需者においても県産農畜水産物を求める声が高まっている。

これらニーズに対応するため、卸売市場関係者は、次に掲げるような滋賀県の施策を的確に捉え、また、JA・市町の施策の情報収集に努め、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、産地育成の支援を促進し、県産農畜水産物の取扱数量の拡大に向けた取組を進める。

■滋賀県農業・水産業基本計画（H28.3）

○青果・水産物、食肉の生産振興に向けた方針

【青果物】

- ・県とJAグループで設立した「園芸農産振興協議会」およびJA、市町、農業者、県等が参画する「地域協議会」で野菜、果樹の振興方策、推進品目などを定め、戦略的な産地育成を推進

【水産物】

- ・天然資源を補うための在来魚介類の種苗放流と持続的な漁業を実現するための資源管理型漁業の推進

- ・新たな漁業就業者の確保に向けた実施研修等
- ・ビワマス、アユなど本県ならではの養殖業の振興

【食 肉】

- ・繁殖・肥育一貫経営の推進と近江牛の生産拠点の整備による繁殖および肥育素牛の県内生産確保
- ・畜産農家と地域の関係事業者が連携・結集する畜産クラスターを活用した生産振興

○青果・水産物、食肉の流通促進に向けた方針

- ・近江米、近江牛、近江の茶、湖魚および近江の野菜など、滋賀の食材の総合的なPRの推進
- ・近江牛の販売戦略に基づくブランド力強化と販路拡大の推進
- ・琵琶湖八珍や近江牛の県産農畜水産物の観光資源としての活用
- ・おいしが うれしが キャンペーンの取組拡大による、地産地消の推進と県産農畜水産物の販路拡大
- ・環境こだわり農産物の消費拡大に向けたPRの推進

2) 地域に密着した市場取引の強化

県内小売店、飲食店、ホテル等の実需者は、多様で安定した品揃えと量の確保、県産農畜水産物の事前処理、加工・配送サービス、商品の情報提供等、食材調達にあたって多くのニーズを持ち合わせており、ニーズに応じた県産農畜水産物の入手ルートの確保を望む声が多い。

卸売業者等は、これらニーズに対応するため、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連携を強化し、新たな品目の生産拡大に向けた情報提供を促進する。

3) 卸売市場等間における連携強化

青果・水産物において、県内の需要を満たすためには、県内の生産事情を考慮すると、その多くを県外からの移入に頼らなければならない。このため、近接する中央卸売市場等とも連携を強化し、実需者のニーズに応じた品揃えや取扱数量の確保に努める。

また、現状において、例えば、伝統野菜等地域限定的な青果物は、取引のある卸売市場以外の市場では、入荷が難しく、県内各地域の実需者が必要としても、手に入れにくい状況にある。そこで、県内卸売市場間においても、地場産物が県内各地域に配送できるシステム、効率的な物流システムが構築できないか、市場関係者の各種協議会における検討、さらには、地域にある農産物直売所との連携について検討を進める。

4) 空き施設の有効活用

空き施設の有効活用については、生鮮食料品等の流通を活かした「食」に関する事業者の募集や、一定要件はあるものの、その他の利用についても、卸売市場担当行政（市・県）の窓口と相談を行いながら、また、第三セクターの卸売市場については、株主総会、取締役会で相談を行いながら、新たな利用方法について検討を進める。

また、開設者にあつては、他府県での卸売市場の施設の有効活用について情報収集を進める。

5) 魅力ある職場づくり

県民に生鮮食料品等を安定的に供給するため、卸売市場の入場業者は、日々、早朝より業務に取り組み、心身への負担も懸念されることから、福利厚生事業の充実等、卸売市場の労働環境の改善を通じた魅力ある職場づくりを進め、実情に応じて雇用の確保にも努める。

2 卸売市場に対する社会的要請への対応

(1) 緊急時の事業継続、災害時への備え等

災害時等の緊急事態においても、卸売市場機能を可能な限り維持し、通常業務を早期に復旧することを目指して、各卸売市場の開設者、卸売業者等が連携し、次の事項について体制整備を進める。

1) 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

青果・水産物の拠点市場においては、平成 11 年 3 月、万一の非常時に、県内の被災地域に対して生鮮食料品等を供給する、「災害時相互応援に関する協定」が締結されているが、各卸売市場の災害支援体制については、各自治体における災害体制との関係が重要であることから、その具体的な運用方法について速やかに検討を進める。

2) 非常時でも継続した事業の運営体制の整備

青果・水産物の拠点市場で構成される「滋賀県地方卸売市場連絡協議会」においては、平成 23 年度より 2 年間、BCP（事業継続計画）の策定にかかる情報収集等を行い、策定に向けた検討に取り組まれたものの、各卸売市場および開設者、卸売業者、仲卸業者のそれぞれの業務事情等から、その後、進んでいない状況にある。

しかし、近年、全国各地で地震等の災害が発生していることから、再度、拠点市場において、BCP（事業継続計画）の策定について検討を進め、非常時でも業務を最低限継続できる体制整備に努める。

また、食の安全に係る事件、事故等が発生した場合でも、客観的事実や科学的根拠に基づき、公正な取引の確保に努める。

(2) 卸売市場の県民への広報および理解醸成

各卸売市場が有する市場価格、取引数量、価格形成に至った産地の生産情報等を、状況に応じてインターネット等を活用し、迅速に広く消費者等に提供する。

また、卸売市場が行っている、トレーサビリティ等の食の安全・安心対策や

各種食材が有する機能性や生産情報などの特性等の情報提供など、消費者等の安全・安心につながる広報活動に努める。また、消費者向けの食のイベントや市場見学会等は、県民に対し、卸売市場の役割を促す機会につながることから、引き続き実施に努める。

第6 卸売市場の施設の種類、規模、配置、運営、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・小売の形態や取引方法の変化・多様化、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とともに、整備された施設の効率的な利用および維持管理の見極め・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。

なお、青果・水産物で取扱数量が減少している卸売市場においては、現状を踏まえ、今後の取扱数量・品目の見込みから、それに対応できる適正な施設規模を見直し、場合によっては、施設の有効活用、縮小についても、卸売市場担当行政（市・県）や、第三セクターの卸売市場では、株主総会、取締役会でも相談を行い、検討を進める。

3 施設の配置、運営および構造に関する事項

(1) 卸売市場施設については、その導入にあたっての費用対効果や市場経営におよぼす影響、共同施設の利用に関する卸売業者、仲卸業者等の市場関係業者間の調整、それら業者の経営への影響等を考慮しつつ、当該卸売市場の経営戦略に即した計画的な整備・配置を推進する。

(2) 産地との連携強化により魅力的かつ特色ある商品の品揃えを充実させ、それらに係る集荷・販売力を強化するため、高品質な生鮮食料品等の円滑かつ効率的な流通に必要な貯蔵・保管施設、輸送・搬送施設等の整備・配置を計画的に推進する。

(3) より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、小売事業者と十分協議しつつ、提供する多様なサービスに応じた加工処理施設、貯蔵・保管施設、輸送・搬送施設等の整備・配置を計画的に推進する。また、施設の配置にあたっては、関連ノウハウを有する加工業者等の市場外業者との連携も考慮する。あわせて、消費者ニーズに応える商品供給のため市場関係業者が一体となっていく

リテイルサポート（小売支援活動）等の取組に配慮した施設の運営に努める。

- (4) コールドチェーンの確立を含めた卸売市場における品質管理に対する生産者およ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・多温度帯管理施設や、衛生施設等の品質管理の高度化に資する施設の整備・配置を計画的に推進する。その際、HACCP（食品製造等に関する危害要因を分析し、特に重要な工程を監視・記録するシステム）の考え方を採り入れた品質管理や、外部監査を伴う品質管理認証の取得に取り組む卸売市場にあつては、必要となる施設の早急な整備・配置に努める。また、施設の整備・配置にあつては、取扱物品の構成、生産者や実需者のニーズ、施設整備に伴う場内物流の効率性への影響、卸売業者や仲卸業者のコスト負担、立地条件、地域性等を勘案した導入の効果や必要性等も考慮しつつ、卸売市場ごとに低温（定温）管理施設の整備に係る数値目標や方針を事前に策定する。さらに、施設運営にあつては、コールドチェーンシステムの確立を含めた取扱物品の品質管理を徹底する観点から、適切な温度管理の徹底に十分配慮する。
- (5) 新規需要の創出を通じた市場関係業者の経営体質の強化、さらには市場取引の活性化を図る観点から、立地条件等を踏まえつつ、卸売市場が輸出に係る拠点としての機能を発揮するため、必要に応じて、輸出先が求める品質管理、小分け・包装、多品目混載等に対応可能な施設を整備・配置する。
- (6) 太陽光発電等による新たなエネルギーの産出とその活用、省電力設備の導入のほか、食品廃棄物、容器包装等のリサイクルに資する施設や塵埃および汚水の処理施設の整備・配置、さらには通い容器の導入等による物流業務の効率化に努める。また、新たな投資についての卸売業者や仲卸業者の負担を考慮しつつ、実態を十分に踏まえ、卸売市場ごとに、温室効果ガスや廃棄物の削減など環境負荷の低減に係る数値目標や方針を事前に策定した上で、計画的に取り組む。
- (7) 施設配置にあつては、場内搬送経路の最適化を十分考慮するとともに、必要に応じて自動搬送施設の導入等を行う。
- (8) 卸売市場の運営の効率化と卸売市場における物流業務の効率化を図るため、
 - ① 生産者や実需者とのデータ連携や取引の効率化に資する生鮮EDI標準（受発注等の情報を電子的に交換する方法の標準的な取決め）の導入および電子タグ（メモリ機能を有する極小のICチップとアンテナを内蔵した荷札（タグ））等の情報通信技術の活用
 - ② 産地や実需者と連携して、流通コストの削減や流通における環境負荷の軽減に資する通い容器等の導入を検討するとともに、必要に応じて市場内におけるLAN（構内情報通信網）や通い容器に対応した搬送施設の整備と通い容器の一時保管場所の確保に努める。
- (9) 卸売市場施設の構造については、流通事情の変化や情報通信技術の進展に柔

軟に対応できるものとする。

- (10) 卸売市場の多様な機能の発揮を図る観点から、必要に応じて、展示・見学施設、研修施設、多目的ホール、アメニティー機能（快適性）を持つ施設等関連施設の整備を図るほか、周辺環境との調和を図る観点から可能な限り緑地帯等を設置する。

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

卸売市場における公正な取引と透明性をもった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、卸売市場における取引を生産者および実需者のニーズに的確に対応させるとともに、その活性化を図る。

- (1) 各卸売市場においては、当該卸売市場の経営戦略に即した機能の強化等に向けた取組を的確に遂行するため、市場取引委員会の場合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、それぞれの卸売市場に適合したバリューチェーン（生産から加工、流通、販売に至るまで、各事業が有機的につながり、それぞれの工程で付加価値を生み出していくプロセス）の構築や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）の確立等による市場流通の効率化に積極的に取り組む。
- (2) 卸売市場の集荷力の低下や産地と実需者間における直接取引の拡大に対応するため、集荷の共同化、双方向・相互融通での荷揃え、販売の相互連携等の複数の卸売市場間における効果的な連携や新商品の開発等のための産地や実需者との連携を推進し、集荷・販売力の向上を通じた市場取引の活性化を図る。なお、市場間連携に取り組むにあたっては、卸売市場における取引秩序に混乱を来すことのないよう、市場取引委員会の場合等を活用して利害関係者の意見を十分に聴くとともに、協定等の締結や資本関係の構築等を積極的に行うことにより、卸売市場ごとの強みを十分に発揮した共存・共栄関係の構築に努める。
- (3) 卸売市場における売買取引の方法については、各卸売市場の取扱品目の性質、売手・買手の特徴等の実態を反映するとともに、実需者の要望や地元生産者および中小買受人の安定的な取引機会にも配慮しつつ、卸売市場および品目ごとの特性に応じた合理的な方法を設定し、これを遵守する。なお、売買取引の方法については、市場取引委員会の場合等において不断の検証を行い、必要に応じて見直しを行う。
- (4) 生産者や実需者のニーズに対応した迅速かつ的確な取引を推進するため、必要に応じて、法令で定められた取引ルールに係る例外措置の適切な活用を図る。特に、商取引を含む社会全体の電子化の進展に対応して卸売市場の売買

取引における情報通信技術の利用を一層推進するため、電子商取引の導入を推進するとともに、電子商取引に係る商物一致原則の例外措置の適用が可能な売買取引においては、その活用に努める。

- (5) 開設者においては、売買取引に係る事務手続について、市場取引委員会の場等を活用して利害関係者の意見を十分に聴き、当該卸売市場の経営戦略も踏まえて、法令の範囲内でより迅速かつ簡易なものとする等、柔軟な運用に努める。特に、生産者や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、各種書類の提出・報告の義務付け等について、その必要性を十分に検証した上で、法令に規定されていない事務手続の原則廃止、法令に規定されている事務手続と密接な関連を有する事務手続の電子化への移行等を積極的に講じ、事務手続の簡素化を徹底する。また、生産者から実需者に至るまでの流通全体を通じた情報通信技術の活用や生鮮EDI標準の導入、様式・書式の統一等による事務の効率化に向けた取組を推進する。
- (6) 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維持、向上し、公正な取引を推進するため、あらかじめ、開設者、卸売業者、仲卸業者等の市場関係者間において十分な議論を行った上で、開設者や卸売業者は、日ごと、月ごとの時系列で整理したデータの提供やインターネット上における検索機能の充実、データ保存期間の延長等、仲卸業者や専門小売業者その他の実需者、生産者等幅広い関係者のニーズや利便性にも可能な限り配慮した取引情報の提供に努める。
- (7) 大規模小売業者等の優越的な地位の濫用により、卸売市場における価格形成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、各卸売市場においては、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とともに、優越的な地位の濫用が疑われる行為があった場合に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。
- (8) 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。また、各卸売市場においては、それぞれの取引実態等をよく踏まえた上で、決済事故に対するリスクを軽減する方策について十分な議論を行う。
- (9) 市場関係者の専門的な知見を十分に活用しつつ、公正な取引と機動的かつ効率的な市場運営を確保するため、開設者は、各卸売市場の実態に応じて、市場取引委員会について、実務担当者から成る部会の設置等による機動的・弾力的な開催や、卸売市場全体の利益を考えることができる幅広い視野を有する学識経験者等への委員委嘱等を通じ、適切な調査審議がなされるよう努めるとともに、経営戦略的な視点から卸売市場全体としての統一的な意思決定を的確に行うよう努める。
- (10) 取扱物品に対する消費者等の信頼を確保し、その安心につなげていくため、
 - ① 原産地表示の徹底等による公正な取引の確保

- ②生産履歴情報等の適切な確認・伝達
- ③食品衛生上不良な食品の流通防止に向けた検査体制の充実
- ④生鮮食料品等の仕入先および仕入日、販売先および販売日等の入出荷に係る記録の適切な作成・保存を通じたトレーサビリティの確保に取り組む。

- (11)卸売市場に対する生産者、実需者、さらには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、卸売業者および仲卸業者における企業行動規範の策定を推進すること等により、コンプライアンス（法令遵守）の徹底に努める。

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、ロジスティクス（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、特に次の事項に留意する。

- (1)商品形態の変化、多温度帯流通の進展、卸売市場の休業日の増加等に対応した施設の整備を図るとともに、商品の特性に応じた荷さばき、保管等に努める。
- (2)加工処理施設、貯蔵・保管施設および輸送・搬送施設の整備にあたっては、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、荷さばき、保管、搬送等の効率化等に配慮する。また、場外保管施設の適切な活用を推進する。
- (3)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、施設の整備と併せて、生鮮食料品等の鮮度保持のための温度管理、市場内の施設や用具等の洗浄・殺菌、場内搬送車両の無公害化、品質管理の責任者の設置と責務の明確化等の品質管理の高度化のための措置に取り組むとともに、当該措置を内容とする品質管理高度化規範の策定、同規範の内容および遵守状況についての不断の検証並びに社内遵守体制の強化を推進することにより、荷受けから卸売、仲卸、配送に至るまでの各段階において品質管理の高度化に取り組む。

この場合、水産物および食肉を取り扱う卸売市場においては、食品衛生法（昭和22年法律第233号）に基づく公衆衛生の見地から必要な施設の基準や公衆衛生上講ずべき措置の基準を遵守するとともに、食肉におけると畜段階においては、と畜場法（昭和28年法律第114号）等に基づく構造設備の基準や衛生管理の基準の遵守、食道や直腸の結紮（さつ）やナイフの消毒等に取り組む。

さらに、卸売市場における品質・衛生管理の質的向上を図り、その機能と信頼を向上させる観点から、各卸売市場においては、基本的な衛生管理の徹底のみならず、HACCPの考え方を採り入れた品質管理や外部監査を伴う品質管理認証の取得等を通じたより組織的・体系的な品質管理体制の構築を図る。特に、輸出に取り組む卸売市場にあっては、輸出先の法令で求められるHACCPに基づく衛生管理の導入等の品質管理の高度化に取り組む。

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

卸売業者および仲卸業者については、集分荷機能、情報受発信機能等の卸売市場の機能を実際に担う主体であることを踏まえ、卸売市場ごとの経営戦略に即した機能強化、卸売市場に対する信頼の確保等に向けて、特に次の事項に留意し、その経営体質の強化等を図る。

1 卸売業者および仲卸業者に共通する事項

- (1) 生産者の生産状況や実需者の需要状況に対応した計画的かつ安定的な集荷・販売力の強化に向けて、現状における経営上の強み・弱み等を分析の上、
 - ① 消費者、実需者等の需要動向を踏まえた産地に対する営農指導、出荷支援のほか、地域特産物のブランド化、特色ある地場産品や規格外品等の流通特性も踏まえた品揃えの強化、新商品の開発、小売や加工・業務用需要とのマッチング等に関する産地との連携強化
 - ② 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に対応した加工処理、貯蔵・保管、輸送・搬送、リテイルサポート等の機能強化による実需者との連携強化
に積極的に取り組む。
- (2) 生鮮食料品等の流通の中間に位置する立場を活かし、卸売業者・仲卸業者の相互連携の下、川上・川下双方に対するコーディネート機能を発揮し、県内産の農畜水産物の新たな需要の喚起と需要に対応した供給体制の確立に努めること。その際、価格動向のほか、実需者ニーズ、産地の出荷動向・出荷戦略、商品情報等の多様な情報について、情報通信技術の積極的な活用を通じて、その把握と産地や実需者へのフィードバックを的確に行うなど、情報受発信の取組を強化する。
- (3) 卸売業者、仲卸業者、生産者、実需者等の関係業者間における提携関係の強化を図りつつ、大型産地・大型ユーザーとの対等な取引関係の構築に努めるとともに、予約相対取引の活用等により、産地における計画的かつ安定的な生産・出荷に対するニーズや、食品加工業者、外食産業事業者、大規模小売業者等における定時・定量・定質・定価格での安定的な取引に対するニーズへの積極的な対応を図る。その際、天候不順等により契約数量の確保が困難な場合のリスク負担のあり方等について契約当事者間で十分に協議する。
- (4) 取扱物品の付加価値を高め、販売力の強化や新規需要の創出を通じた経営体質の強化を図るため、市場関係業者の新たなビジネス機会の創出に資する場合は、卸売市場が有する集荷機能や販売先に関する情報受発信機能等を活かし、輸出に係る拠点としての積極的な機能発揮に努める。その際、産地、他の卸売市場、関連機関等との連携強化を図り、品揃え、数量、リードタイム、出荷期間等の取引先のニーズに対応できる集出荷体制の構築と、輸出先の法令で求められる衛生・品質管理に取り組む。
- (5) 産地情報と消費者・実需者のニーズの双方に通じ、求められる商品特性や多様な販路に係る知見等を有するといった強みを活かし、市場関係業者の新たなビジネス機会の創出に資する場合は、生産者が行う6次産業化への取組に対

する積極的な参画に努める。

- (6) 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当たっては、共同出資会社の設立、資本提携等両者の連携・協働に十分留意して行う。
- (7) 経営能力を有する人材の育成、新規労働力の確保とその教育、熟練労働力、若手および女性の活用等を通じた人的資源の強化に取り組むとともに、責任体制の確立に努める。

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、経営規模の拡大および経営体質の強化を図ることとし、特に資本の充実、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る。

その際、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や株式上場による資本強化、さらには卸売市場を越えた卸売業者間の資本関係の構築等による連携関係の強化を図る。

- (2) 経営状況の悪化に対処し、経営の健全性を確保し、卸売市場に対する信頼性を高めるため、増資等により財務体質の強化を図るとともに、経営再編によるコストの低減や経営多角化による経営改善に取り組む。特に、県が定める財務基準等を踏まえ、経営状況の評価と経営の早期改善を図る。
- (3) 管理部門について、計画的な経営管理システムの整備、責任体制の確立を図り、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。
- (4) 卸売業者の経営は、手数料収入に大きく依存している場合も依然としてあることから、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。

3 仲卸業者

- (1) 仲卸しの業務の適正かつ健全な運営を確保し、十分な仲卸機能を果たしていくため、経営規模の拡大および経営体質の強化を図ることとし、その際、各卸売市場や取り扱う商品の実態、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を図るとともに、必要に応じて仲卸組合の共同事業として廃業する仲卸業者の営業権の取得等に取り組む。

- (2) 経営状況の悪化に対処し、経営の健全性を確保し、卸売市場に対する信頼性を高めるため、財務体質の強化を図るとともに、経営改善に取り組む。

その際、開設者が定める指導監督に係る指針、財務基準等を踏まえ、経営状況の評価と経営の早期改善を図る。また、業務の適正かつ健全な運営を確保する観点から、開設者は、指導監督に係る指針に即して適切な指導を行う。

- (3) 小売業者、外食産業事業者等の仕入ニーズの適切な把握に努め、これに対応した商品の小分けや事前処理、保管・配送等の販売業者機能を強化することにより、小売業者への支援を図る。また、就労体系の整備等により小売業者等の営業の動向に対応した卸売市場の休業日における営業の実現に努める。
- (4) 情報通信機器の活用等による経営管理システムの確立や、経営再編等による経営合理化、共同配送等により、コストの削減を進める。

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。

$$S_i = \frac{gt \cdot fi}{\mu_i} + Ri$$

- S_i : 目標年度における売場施設の必要規模
 gt : 目標年度における1日当たりの市場流通の規模
 fi : 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数量
 Ri : 売場施設通路面積
 i : 各売場施設

2 その他の卸売市場施設の必要規模

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。

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。

$$St = 25 \text{ m}^2 \cdot \left(\frac{gt}{\mu_0} + M \right)$$

- St : 目標年度における駐車場の必要規模
 gt : 目標年度における1日当たりの市場流通の規模
 μ_0 : 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卸売市場の立地条件、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。

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

- 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
 St : 駐車場の必要規模
 R : 建物外部の通路の必要規模

別記 2

県内卸売市場一覧表

平成 29 年__月現在

卸売市場名	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	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	青 果 水 産	(株)長浜合同青果 (株)北びわこ水産
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

第 10 次 滋賀県卸売市場整備計画

平成 29 年__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 (0 7 7) 5 2 8 - 3 8 9 1