

別府市公設地方卸売市場のあり方検討委員会  
報告書参考資料

令和2年3月



# 目次

1. 本市場の現状	1
1.1 大分県内の市場	1
1.2 場内建築物の概要	3
1.3 都市計画条件	5
1.4 立地・接道条件	6
2. 本市場を取り巻く外部環境の変化	7
2.1 人口・世帯の動向	7
2.2 食料消費の動向	8
2.3 流通構造の変化	9
3. 卸売市場にかかる国、県、市の政策動向	11
4. 本市場の内部環境の分析・評価	15
4.1 年間宿泊客数との関係	15
4.2 特別会計決算の状況	17
5. 将来需要予測	18
6. 卸売場・買荷保管積込所の規模算定	21
7. 概算事業費	23
8. 屋外通路の算定方法	26
9. 使用料の目安	27
10. 事業スキーム	29
10.1 改正卸売市場法と本市場の関係者	29
10.2 運営スキームの事例	30
10.3 公共施設等運営権について	32
10.4 PFI 事業等について	34
10.5 PFI 方式により卸売市場を整備した事例	36
10.6 農林水産省の補助金（令和2年度予算要求）	37
10.7 土地建物の権利関係について	38
11. 第10次卸売市場整備基本方針に即した全国の実施事例	39
12. 買受人アンケート調査 実施結果	47
13. 市場関係者ヒアリング調査 実施概要	86
14. 他都市の設置事例	87
15. 現地視察 実施概要	92





# 1. 本市場の現状

## 1.1 大分県内の市場

表 大分県内の市場の内訳<sup>1</sup>

	名称	総合市場	青果市場	水産市場	花き市場	食肉市場
地方卸売市場	別府市公設地方卸売市場	○				
	大分市公設地方卸売市場	○				
	地方卸売市場(株)鶴崎青果魚市場	○				
	地方卸売市場日田中央青果水産(株)	○				
	地方卸売市場中津中央青果(株)		○			
	地方卸売市場中津大同青果(株)		○			
	地方卸売市場(有)高田中央青果市場		○			
	地方卸売市場長洲青果協同組合		○			
	地方卸売市場(株)杵築中央青果市場		○			
	地方卸売市場臼杵青果市場(株)		○			
	地方卸売市場(株)臼杵田口青果市場		○			
	地方卸売市場佐伯青果(株)		○			
	地方卸売市場佐伯中央青果(株)		○			
	地方卸売市場佐伯大同青果(株)		○			
	地方卸売市場(株)竹田青果市場		○			
	地方卸売市場(株)玖珠青果		○			
	地方卸売市場中津魚市(株)			○		
	地方卸売市場(株)高田魚市場			○		
	地方卸売市場大分県漁協宇佐支店魚市場			○		
	地方卸売市場大分県漁協佐賀関支店魚市場			○		
	地方卸売市場大分県漁協臼杵支店魚市場			○		
	地方卸売市場大分県漁協津久見支店魚市場			○		
	佐伯市公設水産地方卸売市場葛港市場			○		
	佐伯市公設水産地方卸売市場鶴見市場			○		
	地方卸売市場大分県漁協米水津支店魚市場			○		
	地方卸売市場大分県漁協蒲江支店魚市場			○		
	地方卸売市場大分県漁協下入津支店魚市場			○		
	地方卸売市場(株)中津花市場					○
地方卸売市場(株)大分園芸花市場					○	
	合計	4	12	11	2	0

	名称	総合市場	青果市場	水産市場	花き市場	食肉市場
その他の市場	長洲中央青果市場協同組合		○			
	大分県漁協くにさき支店魚市場			○		
	大分県漁協武蔵支店魚市場			○		
	大分県漁協安岐支店魚市場			○		
	大分県漁協日出支店大神魚市場			○		
	大分県漁協下入津支店元猿魚市場			○		
	大分県畜産公社					○
	合計	0	1	5	0	1

<sup>1</sup> 開設数は第10次大分県卸売市場整備計画（H28年10月策定）に基づく。なお、一年以上休止している県漁協真玉魚市場、杵築魚市場、日出魚市場は開設数から除く。

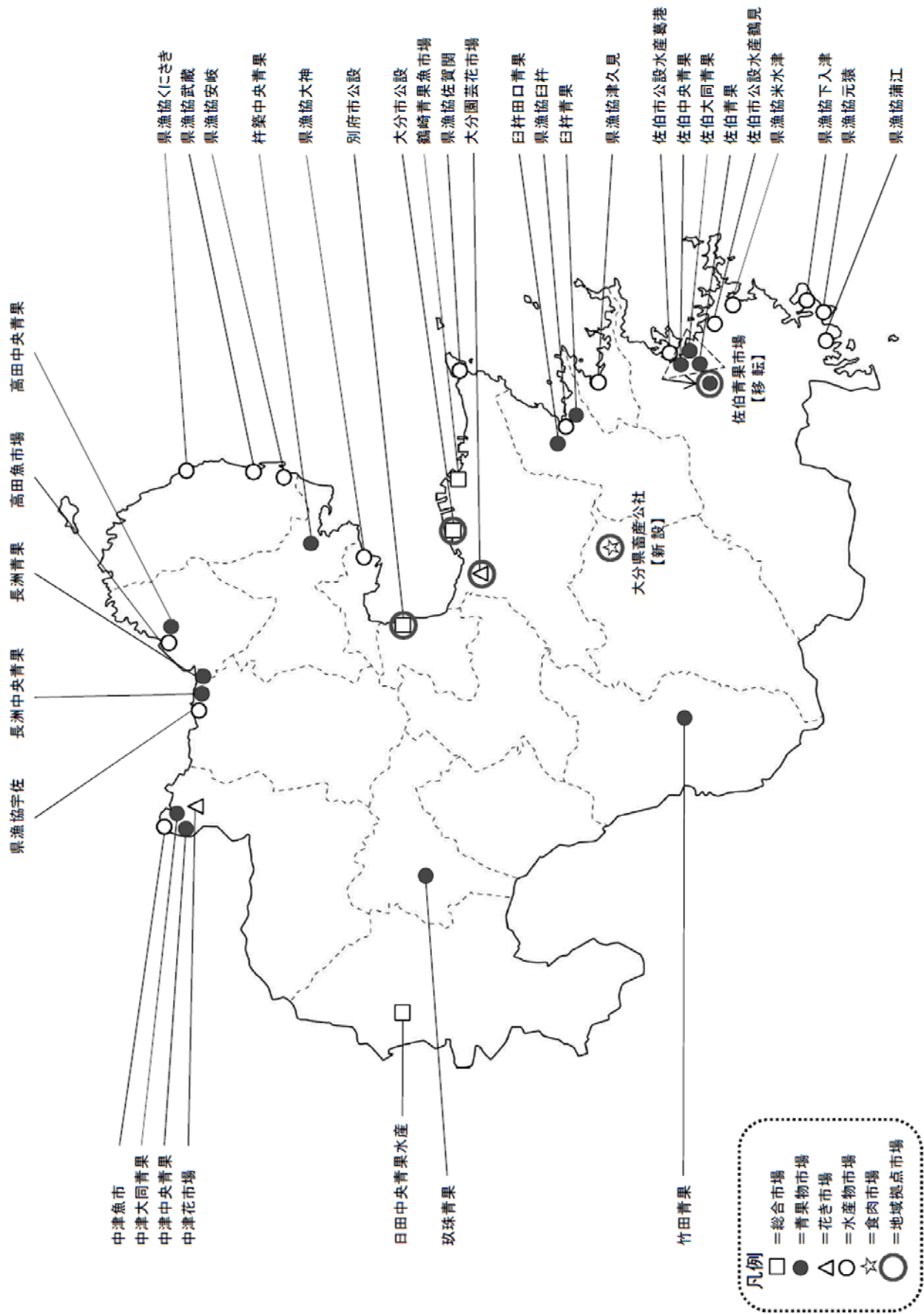


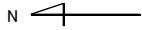
図 県内卸売市場位置図<sup>2</sup>

<sup>2</sup> 第10次大分県卸売市場整備計画（H28年10月策定）より。

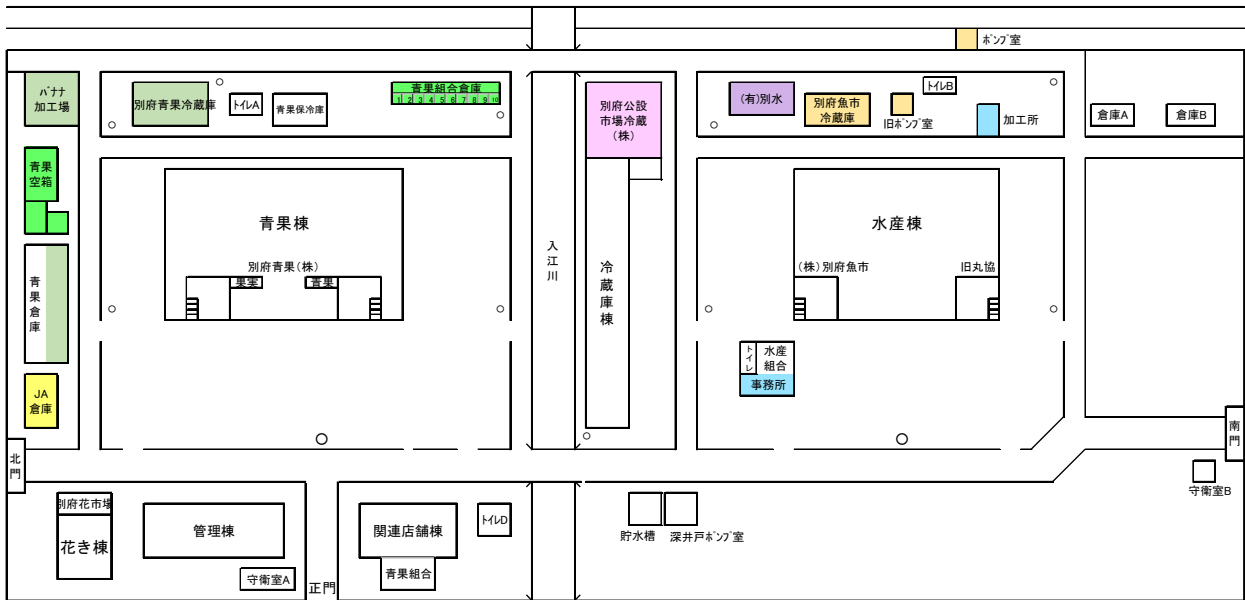
## 1.2 場内建築物の概要

表 市場内建築物の概要<sup>3</sup>

No.	名称		建築年月	構造	階数	建築面積 (㎡)	延床面積 (㎡)
	用途						
1	守衛室 A	守衛室	S57.3	鉄筋コンクリート	1	110.00	110.00
2	管理棟	事務所	S57.9	鉄筋コンクリート	2	628.76	853.79
3	花き棟	事務所・寄り場	S57.9	鉄骨造	1	688.44	688.44
4	青果棟	事務所・寄り場	S57.9	鉄筋コンクリート	2	3,476.00	4,717.00
5	青果倉庫	倉庫・物置	S57.9	鉄骨造	1	247.00	247.00
6	青果保冷库	保冷库	S57.9	鉄骨造	1	74.00	74.00
7	関連店舗棟	店舗・事務所	S57.9	鉄骨造	1	853.18	853.18
8	トイレ D	トイレ	S57.9	コンクリートブロック	1	20.00	20.00
9	深井戸ポンプ室	ポンプ室	S57.9	鉄骨造	1	12.00	12.00
10	冷蔵庫棟	その他	S57.9	鉄筋コンクリート	1	990.86	990.86
11	水産組合事務所	事務所・トイレ	S57.9	コンクリートブロック	1	61.00	61.00
12	水産棟	事務所・寄り場	S57.9	鉄筋コンクリート	2	1,380.00	2,156.00
13	水産倉庫 A	倉庫・物置	S57.9	鉄骨造	1	63.00	63.00
14	水産倉庫 B	倉庫・物置	S57.9	鉄骨造	1	56.00	56.00
15	守衛室 B	守衛室	S57.9	鉄骨造	1	4.00	4.00
16	トイレ A	トイレ	H21.3	鉄筋コンクリート	1	27.27	27.27
17	トイレ B	トイレ	H21.3	鉄筋コンクリート	1	24.84	24.84



別 府 湾



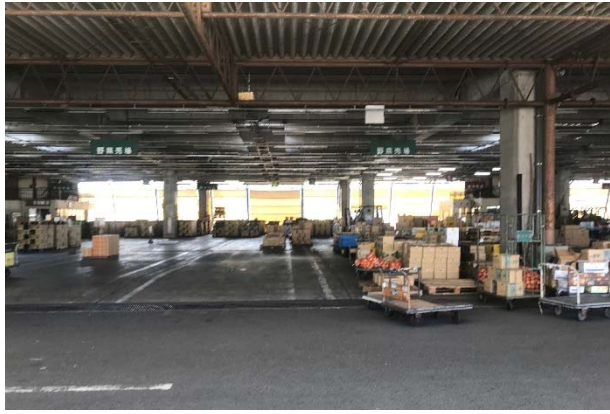
国 道 10 号



図 市場施設の配置図

<sup>3</sup> 市が所有する建築物のみを掲載。





青果棟



青果棟



水産棟



水産棟



花き棟



花き棟



敷地内の道路



管理棟

図 市場施設の状況



### 1.3 都市計画条件

本市場は敷地全てが準工業地域（建ぺい率 60%、容積率 200%）に指定されており、下表の建築物を建築することはできません。

また、本市場は、都市計画法第 11 条に基づき都市計画決定された「都市施設」であるため、原則、本市場の敷地において、都市計画に適合する建築物（＝市場の用途に供する建築物）以外の建築は制限されています<sup>4</sup>。

さらに、「特別用途地区（大規模集客施設規制地区）」にも指定されており、都市機能を集約してコンパクトなまちづくりを行うことを目的として、条例や要綱により、都市機能やインフラに大きな影響を及ぼす大規模集客施設の立地が制限されています。

なお、当敷地の隣接地は、工業地域、商業地域、第 1 種住居地域となっています。

表 準工業地域では建築できない建築物

遊戯施設・風俗施設	個室付浴場等
工場・倉庫等	危険性が大きいか又は著しく環境を悪化させるおそれがある工場
	火薬、石油類、ガスなどの危険物の貯蔵・処理の量が多い施設

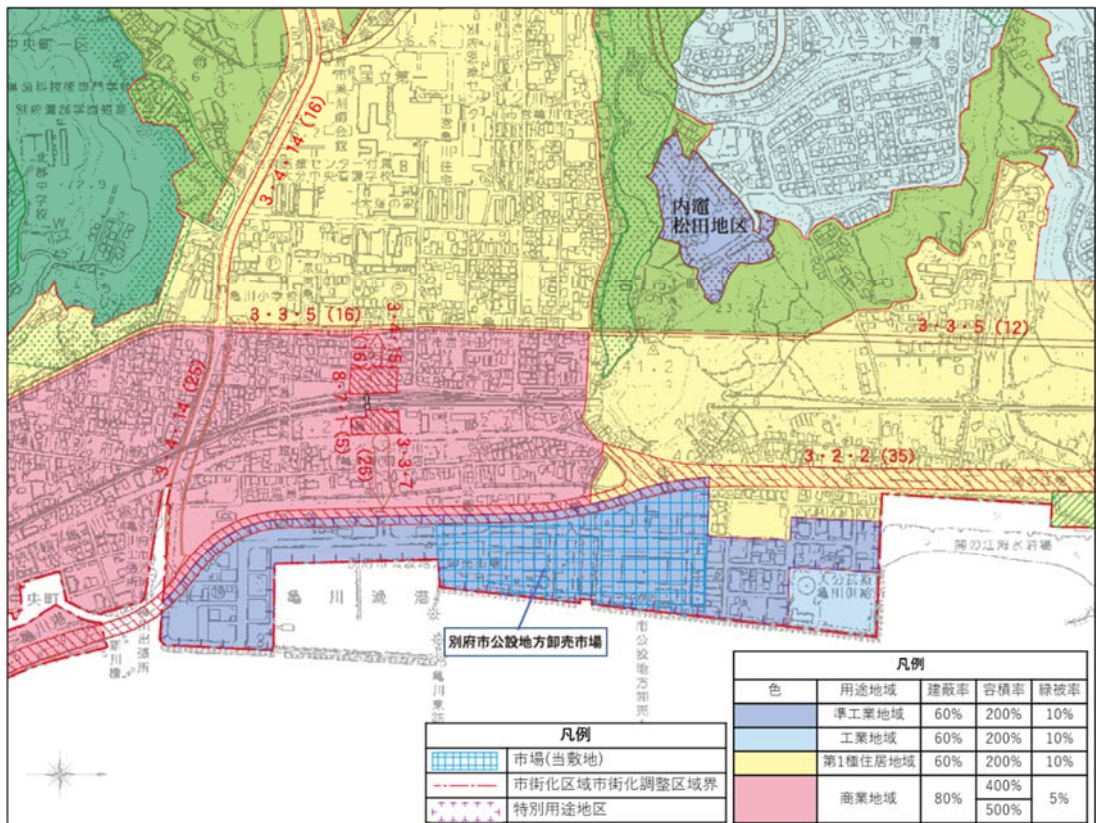


図 用途地域図<sup>5</sup>

<sup>4</sup> 都市計画事業の円滑な施行を確保するため、都市計画決定された都市施設の区域、又は市街地開発事業の施行区域内における建築は規制される（都市計画法第 53 条）。

<sup>5</sup> 別府国際観光温泉文化都市建設計画図より。

## 1.4 立地・接道条件

本市場は、本市北部の国道 10 号沿線に立地しており、別府湾スマート IC や別府 IC へのアクセスも良好です（車で約 15 分～20 分）。

また、市場からの徒歩圏には、JR 亀川駅やバス停「古市」が位置しています。

なお、本市場も面している別府湾沿岸においては、恵まれた自然を活かした個性豊かなウォータフロントを形成するため、別府国際観光港を中心に広域的な海岸線整備が進められています。



図 市場の立地と道路の状況

## 2. 本市場を取り巻く外部環境の変化

### 2.1 人口・世帯の動向

#### 2.1.1 人口の推移

本市の人口は年々減少傾向が見られ、平成 27 年時点では 120,000 人を超えています。国立社会保障・人口問題研究所が平成 30 年 3 月に公表した推計では、令和 22 年には 99,080 人となり、100,000 人を切ると見込まれています。

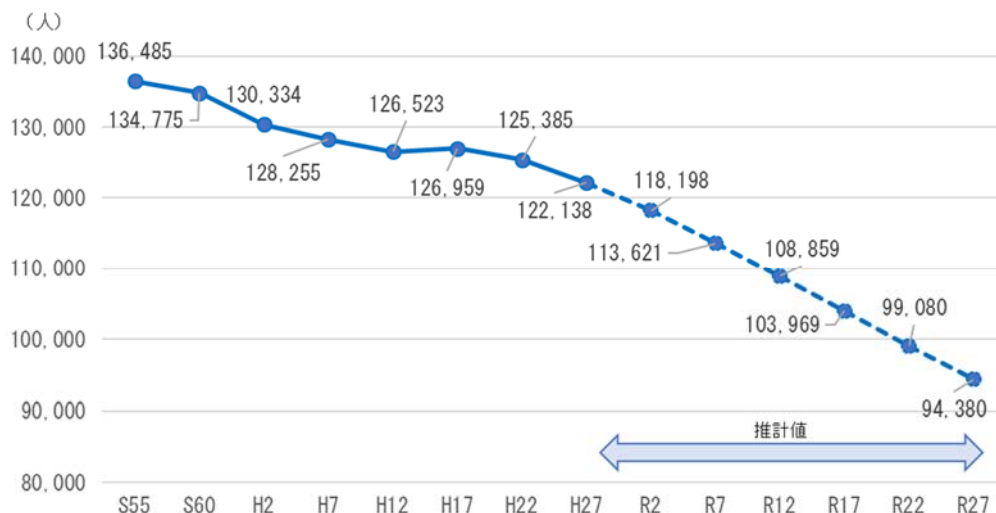


図 本市の総人口の推移と推計人口<sup>6</sup>

#### 2.1.2 年齢 3 区分別人口

全国及び大分県の人口推移と同様に、本市の年少人口(15歳未満)及び生産年齢人口(15～64歳)は年々減少している一方で、高齢人口(65歳以上)は増加傾向にあります。

将来の推計値をみると、令和 17 年頃からは高齢人口は横ばい傾向になりますが、生産年齢人口はその後も減少を続け、令和 27 年には高齢人口が市全体の約 38%を占めることが想定されています。



図 本市の年齢 3 区分別人口の推移<sup>7</sup>

<sup>6</sup> 平成 27 年までは、国勢調査の実績値を使用。令和 2 年以降は、社人研「日本の地域別将来推計人口(H30.3.30 公表)」の推計値を使用。

<sup>7</sup> 同上



## 2.2 食料消費の動向

### 2.2.1 国民1人・1年当たり供給純食料の推移

少子高齢化を背景に、国民1人1年当たりの供給純食料は、昭和60年度と比較して、野菜・果実・魚介類はともに総じて減少しており、今後も食料消費の量的な減少は進むと考えられます。

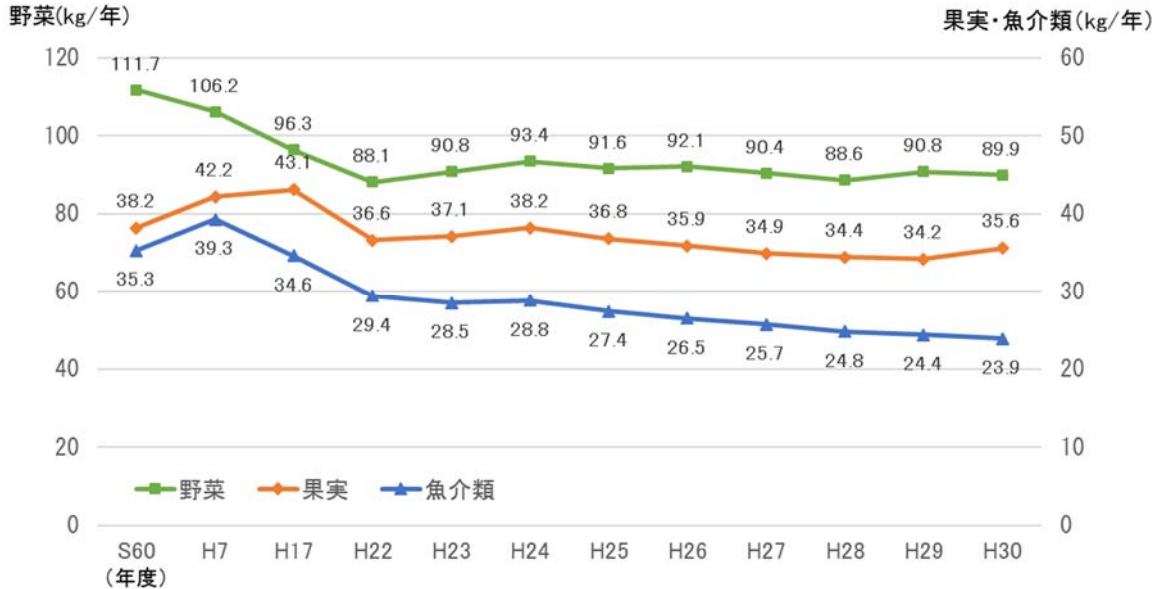


図 国民1人・1年当たり供給純食料<sup>8</sup>

### 2.2.2 食料支出の構成割合

外食及び加工食品、生鮮食品の食料支出の構成割合をみると、外食の割合は横ばいに推移している中で、生鮮食品の割合は年々減少し、加工食品の割合は年々増加しています。

このことから、国民の食生活が内食（家庭内で手づくり料理を食べること）から中食（市販の弁当や惣菜、家庭外で調理加工された食品を食べること）へ移行していると推測されます。

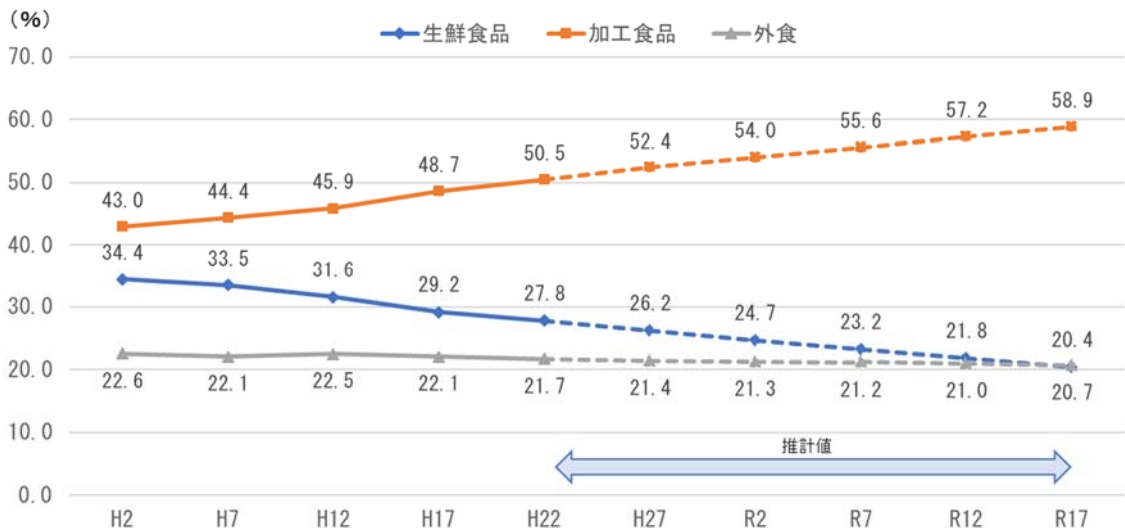


図 食料支出割合の推移(%)<sup>9</sup>

<sup>8</sup> 農林水産省「平成30年度食料需給表」（令和元年8月公表）に基づく。供給純食料とは、最終消費された食料の当該品目の食料重量から通常の食習慣において廃棄される部分（魚の場合は骨や頭、果実の場合は皮や芯など）。

<sup>9</sup> 農林水産省「平成26年度食料・農業・農村白書」（平成27年5月26日公表）の中の全世帯数の数値を使用。



## 2.3 流通構造の変化

### 2.3.1 卸売市場経由率の変化

平成 28 年度の卸売市場経由率は、重量ベースでみると国産青果物で約 79.5%、水産物で 52.0%、花きで 75.6%となっており、卸売市場は、生鮮食料品等の流通の基幹的なインフラとしての役割を果たしていると言えます。

しかし、近年の卸売市場経由率は、総じて低下傾向にあり、これは消費者需要の多様化や ICT 等の情報技術の大幅な進展に伴い、通販、宅配、直売、コンビニなどと言った多様な流通形態の伸長がひとつの要因と考えられます。

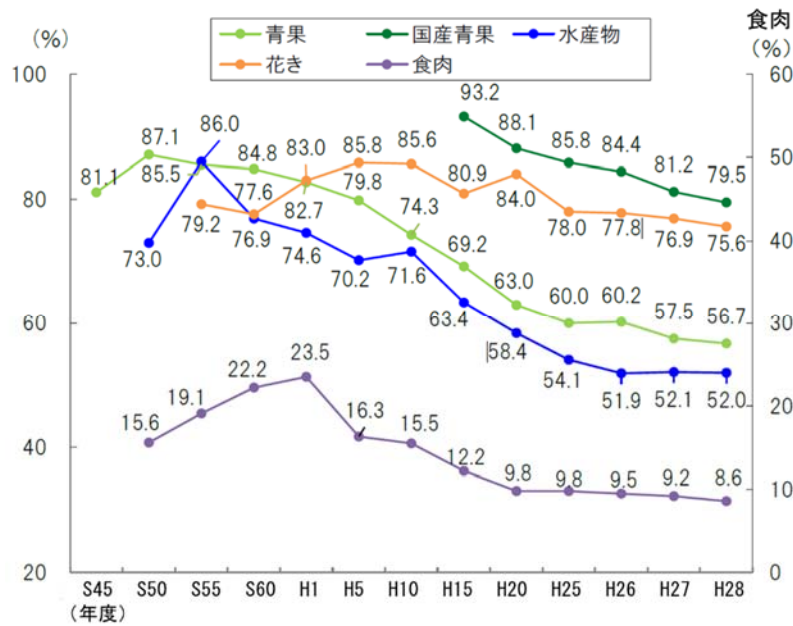


図 卸売市場経由率の推移(重量ベース)<sup>10</sup>

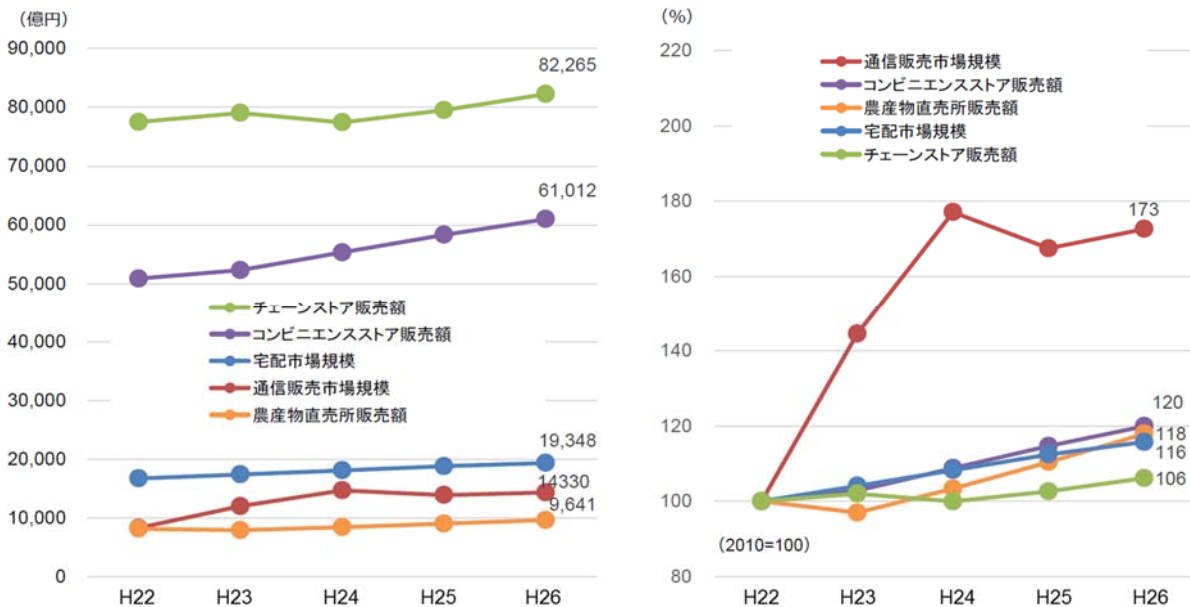


図 食品の業態別販売額・市場規模の推移<sup>11</sup>

<sup>10</sup> 農林水産省食料産業局「卸売市場をめぐる情勢について」(令和 1 年 8 月公表)より。卸売市場経由率は、国内で流通した加工品を含む国産及び輸入の青果、水産物等のうち、卸売市場(水産物についてはいわゆる産地市場の取扱量は除く)を経由したものの数量割合(花きについては金額割合)の推計値。

<sup>11</sup> 農林水産省「卸売市場を含めた流通構造について」(平成 29 年 10 月公表)より。

### 2.3.2 流通圏域における飲食料品小売業の業所数の推移

本市場の流通圏域における飲食料品小売業の総事業所数は減少傾向にあります。

また、本市は流通圏域の中で最も事業所数が多い一方、他市町村よりも平成14年から平成24年にかけての減少が顕著にみられます。

こうした飲食料品小売業の総事業所数の変化に、本市場の売上高は影響を受けていると考えられます。

表 飲食料品小売業の事業所数<sup>12</sup>

	H14	H19	H24	H26	H28
別府市	694	520	365	316	344
杵築市	159	148	83	69	69
国東市	210	163	97	108	106
日出町	118	106	58	69	71
姫島村	29	25	18	11	9
合計	1210	962	621	573	599

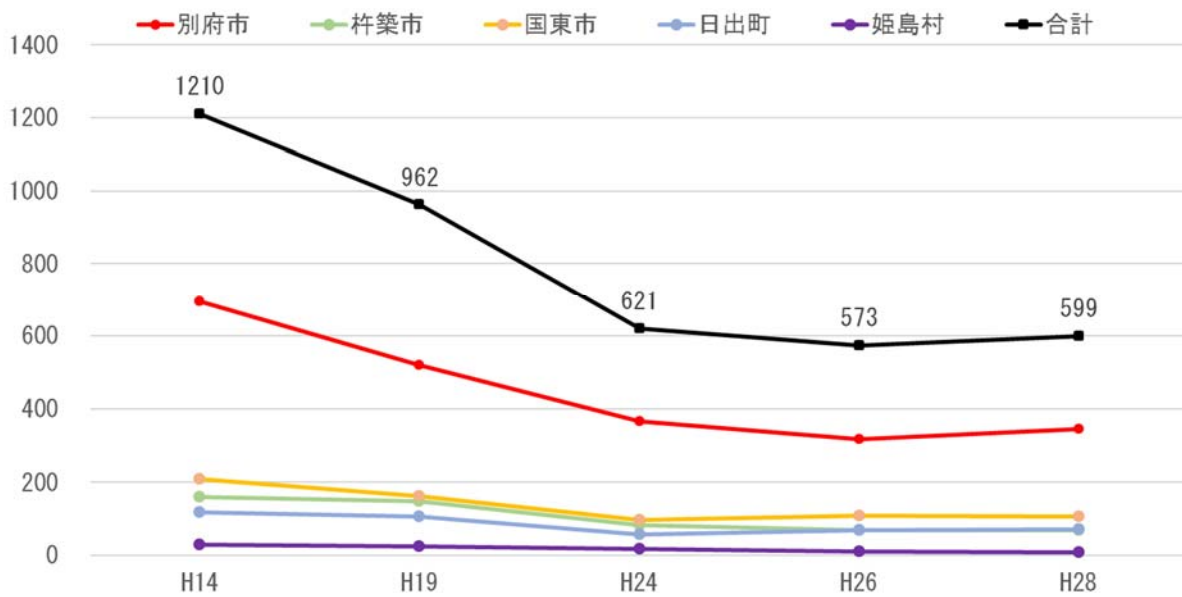


図 飲食料品小売業の事業所数

<sup>12</sup> 大分県「商業統計調査」に基づく。なお、飲食料品小売業の総事業所数は、「各種食料品小売業」「野菜・果実小売業」「食肉小売業」「鮮魚小売業」「酒小売業」「菓子・パン小売業」「その他の飲食料品小売業」の事業所数の合計。

### 3. 卸売市場にかかる国、県、市の政策動向

#### 3.1 卸売市場法及び食品流通構造改善促進法の一部を改正する法律（平成30年6月22日公布）

##### 3.1.1 改正の背景

- 卸売市場が果たす集荷・分荷、価格形成、代金決済等の調整機能は重要であり、今後も食品流通の核として堅持する必要がある。
- 農林漁業者の所得を向上させるとともに、消費者ニーズに的確に responding していくためには、卸売市場を含め、新たな需要の開拓や付加価値の向上につながる食品流通構造を確立していくことが重要である。
- このような観点から、卸売市場を含めた食品流通の合理化と生鮮食品等の公正な取引環境の確保を促進する。

##### 3.1.2 卸売市場法の改正について

- 農林水産大臣は、卸売市場に関する基本方針を定める（第3条）。  

業務の運営に関する事項、施設に関する事項、その他重要事項
- 基本方針等に即し、生鮮食品等の公正な取引の場として、①～⑥の共通の取引ルールを遵守し、公正・安定的に業務運営を行える卸売市場を、中央卸売市場又は地方卸売市場として農林水産大臣又は都道府県知事が認定（改正前は許認可制であった）・公表し、指導・検査監督する（第4条から第14条まで）。  

①売買取引の方法の公表	②差別的取り扱いの禁止
③受託拒否の禁止（中央卸売市場のみ）	④代金決済ルールの策定・公表
⑤取引条件の公表	⑥取引結果の公表
⑦その他の取引ルールの公表	
- 国は食品等流通合理化計画に従って行われる中央卸売市場の整備に対し、予算の範囲内において、その費用の4/10以内を補助できる（第16条）。

##### 3.1.3 食品流通構造改善促進法の改正について

- 農林水産大臣は、食品等の流通の合理化に関する基本方針を定める（第4条）。  

流通の効率化、品質・衛生管理の高度化、  
情報通信技術等の利用、国内外の需要への対応
- 農林水産大臣は、基本方針等に即し、食品等の流通の合理化を図る事業に関する計画を認定する（第5条）。
- 認定を受けた者は、農林漁業成長産業化支援機構（A-FIVE）の出資等の支援を受けることができる（第7条から第26条まで）。
- 農林水産大臣は、食品等の取引状況について定期的な調査を行い、当該調査の結果に基づき必要な措置を講じ、不公正な取引方法があると思料する場合には公正取引委員会に通知する（第27条から第29条まで）。
- 上記の改正に伴い、法律の題名を「食品流通構造改善促進法」から「食品等の流通の合理化及び取引の適正化に関する法律」に改める。

## 3.2 第10次大分県卸売市場整備計画（平成28年10月）

### 3.2.1 計画策定の目的

生鮮食料品の公正かつ安定、効率的な流通を図るため、施設の整備計画と卸売市場の目指すべき方向等を定めるものである。

### 3.2.2 計画期間

平成28年度～平成32年度

### 3.2.3 計画のポイント

- 基本方針
  - ① 東日本大震災の経験を踏まえた災害対応体制の構築
  - ② 各卸売市場における経営展望の策定による経営戦略の確立
  - ③ 卸売業者に対する財務基準等の設定による健全な運営確保
- 配置計画

消費地市場	地方拠点市場	青果物 <ul style="list-style-type: none"> <li>— 大分市公設地方卸売市場</li> <li>— 別府市公設地方卸売市場</li> <li>— 佐伯青果市場</li> </ul> 花き：大分園芸花市場 水産物：大分市公設地方卸売市場 食肉：大分県畜産公社
	連携市場	地域拠点市場を核とした市場間における役割分担と連携強化を進める。
水産物産地市場	水産物の陸揚地において開設される市場 （地元の合意を前提に） <ul style="list-style-type: none"> <li>・真玉、杵築、日出魚市場を廃止予定（現在休止中）</li> <li>・くにさき、武蔵、安岐魚市場を統合予定</li> <li>・蒲江、下入津、元猿魚市場を統合予定</li> </ul>	

### 3.2.4 地方拠点市場の位置付けの経緯

本計画の検討段階において、本市場は青果物の地方拠点市場から外されていたが、熊本地震以後、災害時等における本市場の果たすべき機能（地域内の生鮮食料品等の流通等）の重要性が認識されたことで、地方拠点市場に位置付けられることとなった。

### 3.3 別府市公共施設再編計画（平成 29 年 3 月）

#### 3.3.1 計画策定の背景

- 高度経済成長期に多数建設された公共施設が建設から 30 年以上が経過し大規模改修や建替え期を迎えている。
- それら公共施設の中には、利用目的が重複しているもの、市民ニーズの多様化や少子高齢化などの社会環境の変化により利用率が低下しているものが多くみられる。
- 今後、財政収入の大きな伸びが見込まれない環境下において、時代の変化に対応しつつ持続可能な行政サービスを提供するためには、公共施設の整備を「量」から「質」に転換する必要がある。

#### 3.3.2 計画の位置付け

平成 27 年 4 月に公表された「公共施設マネジメントの基本方針」では、「公共施設に係る総コストを今後 30 年間で 30%以上圧縮すること」が目標として掲げられており、本計画はその実行計画として策定された。

#### 3.3.3 基本的な考え方

公共施設適正配置に関する基本的な考え方として、以下の事項が掲げられている。

- |                     |              |
|---------------------|--------------|
| 1. 機能に基づく適正配置       | 2. 施設保有総量の圧縮 |
| 3. 建替え時等の制限         | 4. 民間事業者等の活用 |
| 5. 利便性の向上と受益者負担の見直し | 6. 収益事業化等の検討 |

#### 3.3.4 本市場の施設再編の方針

本市場の施設再編の方針として、以下の事項が掲げられている。

公設市場のあり方について、様々な運営形態や広域的な視点から、市場の活性化と経営力強化を図り、場内事業者の受益と負担を均衡させ、必要な施設整備を行う方策を早急に検討する。

### 3.4 別府市総合計画（平成 23 年 3 月） 基本構想

#### 3.4.1 計画期間

平成 23 年度～平成 32 年度

#### 3.4.2 目標とする将来像

住んでよし 訪れてよし アジアをむすぶ ONSEN 都市

#### 3.4.3 基本目標 5：観光資源を活かした多様な交流と産業が育ち、まちに活気がある

- 重点目標 5－2：【産業・就労】産業が育ち、多様な働く場と働きやすい環境が整っている
  - ① 市民に、公設卸売市場の役割が理解され、健全な運営により安定的に生鮮食料品等が供給されている

### 3.5 別府市都市計画マスタープラン（平成 23 年 4 月）

#### 3.5.1 基準年次と目標年次

基準年次：2010 年（平成 22 年）、目標年次：2040 年

#### 3.5.2 策定の目的

別府市都市計画マスタープランは、おおむね 20 年後の別府市のあるべき姿、方向性を見据え、その実現に向けて市民や行政が協働して、都市づくりをすすめていくための基本的な方針となることを目的として策定する。

#### 3.5.3 地域別構想 北部地域

- 地域づくりの目標：「豊かな自然とぬくもり・やさしさにあふれ、だれもが安心・快適に過ごせる国際性と伝統が共存したまち」
- 方針 2：多様な交流・賑わいを創出する地域拠点の形成

##### 【取り組みの方向性】

- ① 亀川駅周辺地区の整備推進（駅と周辺部のバリアフリー化）
- ② 亀川温泉、柴石温泉を活かした観光文化拠点の形成
- ③ 商店街の活性化促進
- ④ 温泉・医療・福祉施設等の地域資源の活用推進
- ⑤ 大学との交流拡大による地域活性化

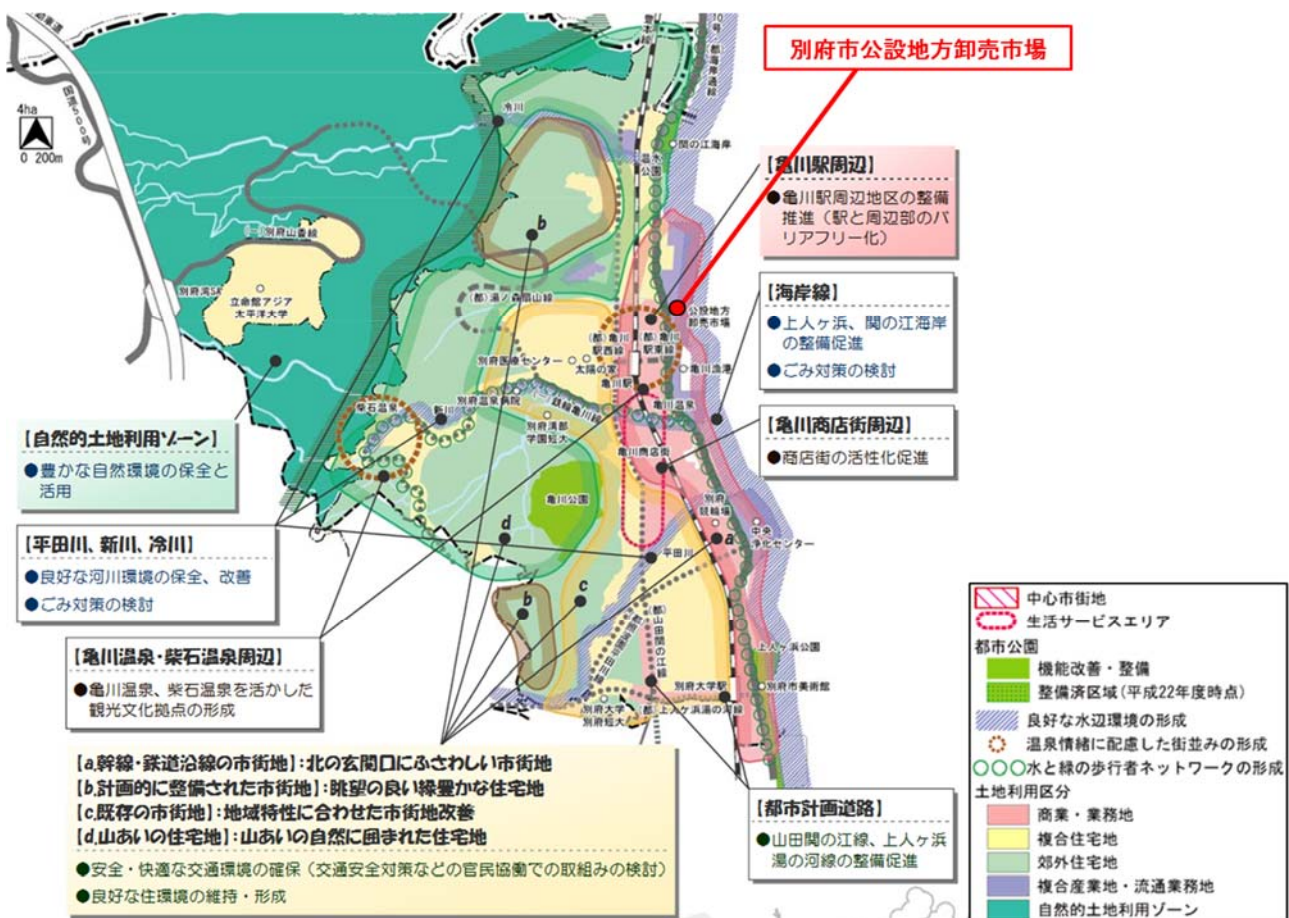


図 北部地域の地域別構想図<sup>13</sup>

<sup>13</sup> 別府市都市計画マスタープランより抜粋。

## 4. 本市場の内部環境の分析・評価

### 4.1 年間宿泊客数との関係

本市の年間宿泊客数は、県内で最も多く、近年増加傾向にあります。平成 22 年に約 192 万人であった宿泊客数は、平成 29 年には約 214 万人と約 22 万人増加しています。

また、熊本地震の影響により平成 28 年の宿泊客数は落ち込みましたが、翌年の平成 29 年には回復傾向がみられます。

このように、近年、本市の宿泊需要が高まりをみせている中、本市場の売上高は減少傾向のままであることから、本市場外における取引が伸長していると考えられます。

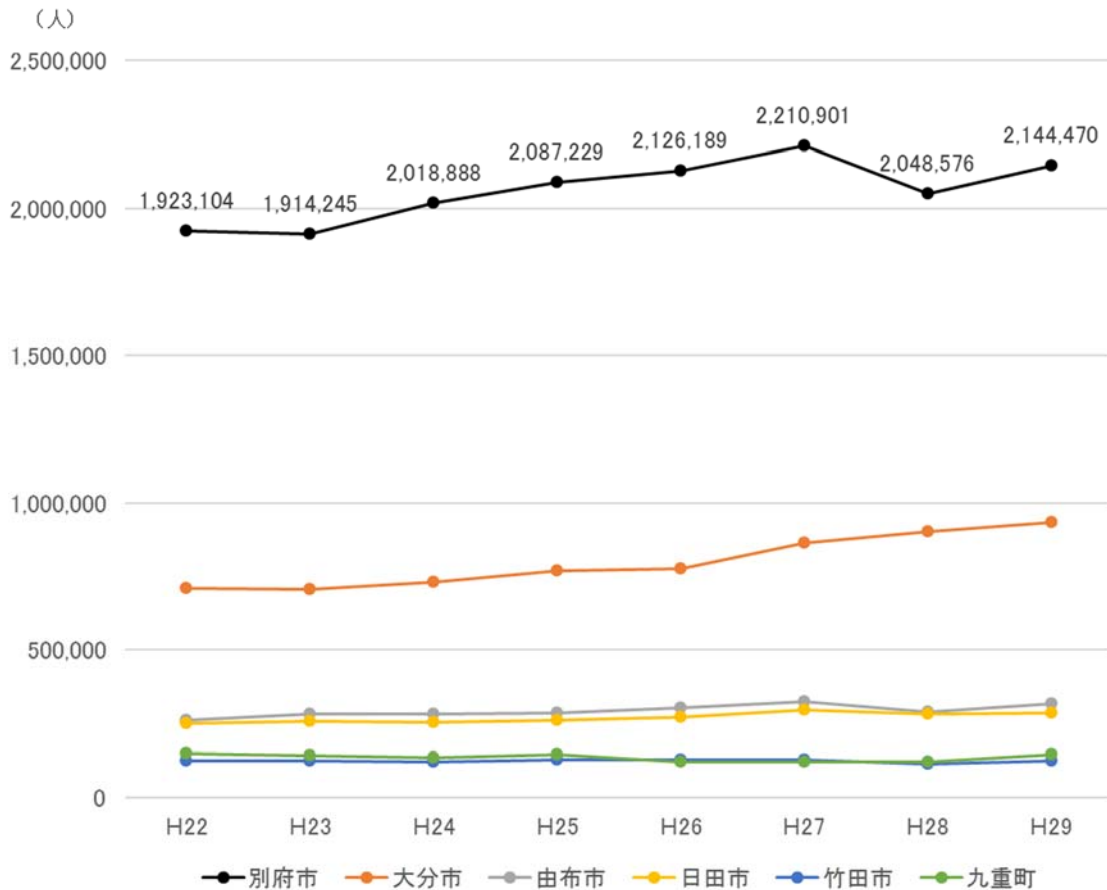


図 県内主要市町村別の年間宿泊客数の推移<sup>14</sup>

<sup>14</sup> 「大分県観光統計調査」の宿泊客数（年計）を使用。



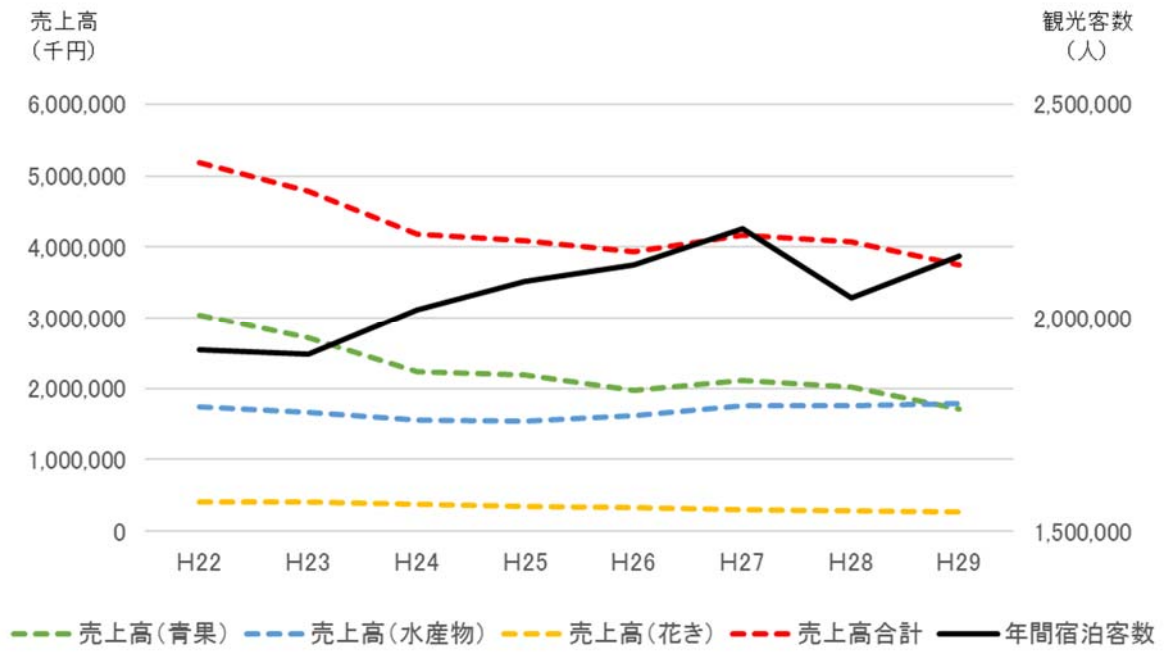


図 年間宿泊客数および本市場の売上高の推移



## 4.2 特別会計決算の状況

本市場は、特別会計<sup>15</sup>による独立採算制を原則として運営しており、市場使用料（売上高使用料、施設使用料）等を主な財源として、市場管理費（人件費、管理運営費、施設整備費）に充てていますが、歳入の不足分については、一般会計からの繰入金で賄っています。

約10年前にあたる平成21年と比較し、近年の市場使用料は減少しており、特に売上高使用料については、取扱量の減少や売上高の減少に伴って、3分の1程度まで減少している状況です。

そうした中、今後は、老朽化した施設や設備の改修・整備等による施設整備費の増加が見込まれることから、更なる市場経営の悪化が懸念されます。

表 別府市地方卸売市場事業特別会計決算状況

単位：千円

区 分	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30
<b>歳 入</b>	<b>52,879</b>	<b>41,448</b>	<b>72,612</b>	<b>79,229</b>	<b>40,525</b>	<b>44,943</b>	<b>35,935</b>	<b>44,013</b>	<b>36,260</b>	<b>35,862</b>
市場使用料	35,704	25,133	24,476	23,505	26,847	27,199	27,558	27,100	26,989	23,281
売上高使用料	16,544	7,786	7,175	6,264	6,126	5,893	6,250	6,104	5,634	5,008
施設使用料	19,160	17,347	17,301	17,241	20,721	21,306	21,308	20,996	21,355	18,273
一般会計繰入金	7,896	8,719	40,690	18,168	3,328	9,178	0	6,646	0	2,665
基準内	7,896	8,719	10,290	10,463	3,328	8,726	0	6,646	0	2,665
基準外	0	0	30,400	7,705	0	452	0	0	0	0
諸収入	9,279	7,596	7,446	7,156	8,195	8,566	8,377	8,179	9,271	8,794
繰越金	0	0	0	30,400	2,155	0	0	982	0	1,122
県支出金	0	0	0	0	0	0	0	1,106	0	0
<b>歳 出</b>	<b>52,879</b>	<b>41,448</b>	<b>42,212</b>	<b>77,074</b>	<b>40,525</b>	<b>44,943</b>	<b>34,953</b>	<b>44,013</b>	<b>35,138</b>	<b>35,862</b>
市場管理費	52,879	41,448	42,212	77,074	40,525	44,943	34,953	44,013	35,138	35,862
人件費	21,423	13,509	13,346	13,197	5,979	5,983	6,514	6,632	6,593	6,838
管理運営費	21,087	21,821	21,316	22,272	23,244	24,067	25,463	25,820	25,230	25,679
施設整備費	10,369	6,118	7,550	41,605	11,302	14,893	2,976	11,561	3,315	3,345
公債費	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
償還元金	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
償還利子	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>歳入歳出差引額</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>30,400</b>	<b>2,155</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>982</b>	<b>0</b>	<b>1,122</b>	<b>0</b>

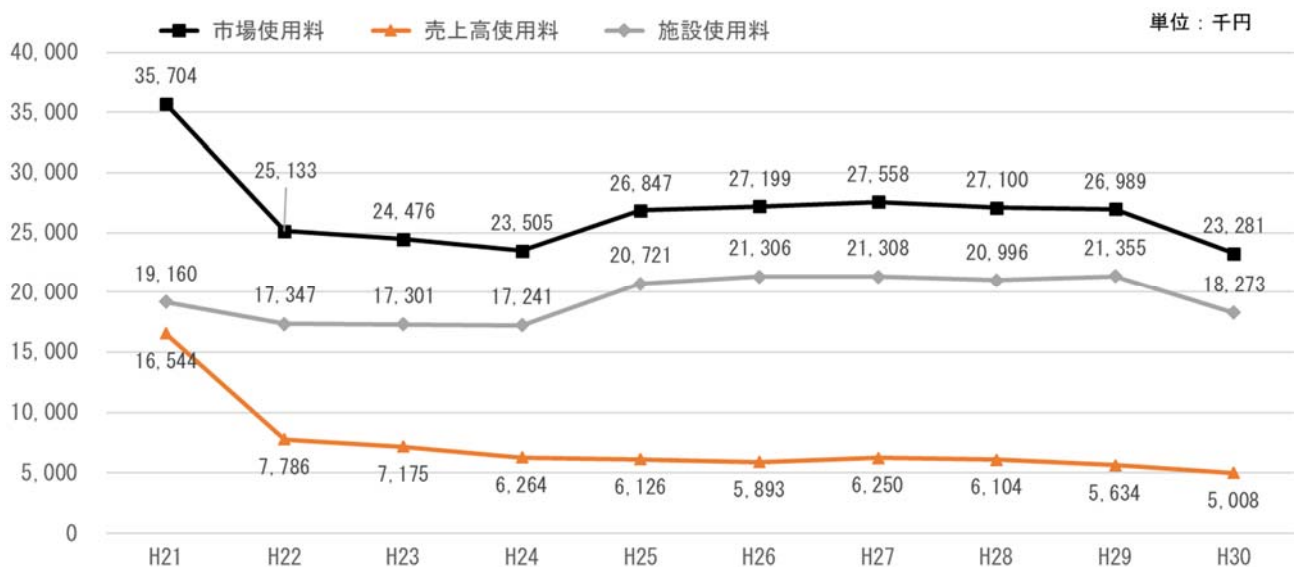


図 市場使用料と内訳

<sup>15</sup> 特別会計は、事業目的を限定し、特定の歳入を特定の支出に充てて経理する会計。

## 5. 将来需要予測

### 5.1 青果の売上高推計

①過年度の年間売上高、②各年の流通圏域人口<sup>16</sup>から、1人当たりの売上高（①÷②）を算出すると以下のようになります。

1人当たりの売上高は、年間売上高のピーク付近にあたる平成5年度から現在にかけて減少傾向であり、この減少傾向が今後も継続するとした場合に令和12年度における推計値<sup>17</sup>は4.01（千円/人）となります。

1人当たりの売上高について、下表に示す考え方により3パターン設定し、令和12年度時点における年間売上高を推計しました。

表 1人当たりの売上高の算出

	実績値						推計値
	H5 (1993)	H10 (1998)	H15 (2003)	H20 (2008)	H25 (2013)	H30 (2018)	R12 (2030)
①売上高(千円)	5,135,174	4,719,889	3,119,138	3,300,551	2,182,405	1,330,091	
②流通圏域人口(人)	224,954	221,636	222,528	224,463	213,169	205,414	194,036
③1人当たりの売上高(千円/人)	22.83	21.30	14.02	14.70	10.24	6.48	4.01

表 推計の考え方と結果

	考え方	R12年度の売上高推計値 (千円)
推計パターンA	ピーク時期以降の売上高の傾向が今後も継続する場合 『1人当たりの売上高(R12年度時点)×流通圏域人口(R12年度時点)』 =『4.01(千円/人)×194,036(人)』	778,929
推計パターンB	1人当たりの売上高を平成30年度(現状)程度で維持させる場合 『1人当たりの売上高(H30年度時点)×流通圏域人口(R12年度時点)』 =『6.48(千円/人)×194,036(人)』	1,256,416
推計パターンC	1人当たりの売上高を平成25年度(約5年前)程度まで回復させる場合 『1人当たりの売上高(H25年度時点)×流通圏域人口(R12年度時点)』 =『10.24(千円/人)×194,036(人)』	1,986,523

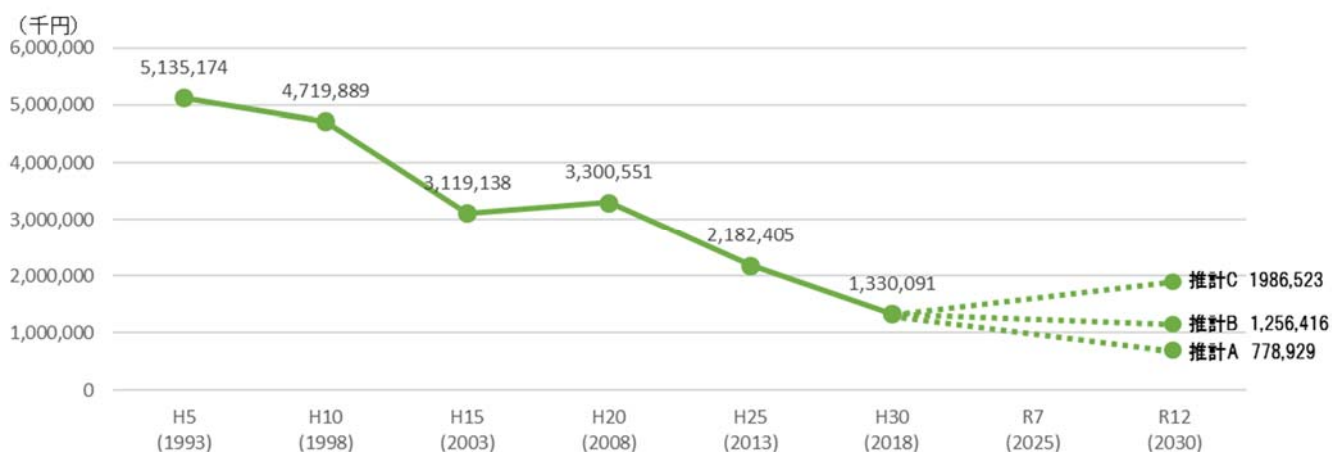


図 令和12年度時点における年間売上高推計

<sup>16</sup> 実績値は大分県統計年鑑、推計値は各市町村の人口ビジョンに示される目標数値を使用。

<sup>17</sup> R12年度の推計値は、H5年度からH30年度までの平均変化率を用いて推計。

## 5.2 水産物の売上高推移

①過年度の年間売上高、②各年の流通圏域人口から、1人当たりの売上高(①÷②)を算出すると以下のようになります。

1人当たりの売上高は、年間売上高のピーク付近にあたる平成5年度から現在にかけて減少傾向であり、この減少傾向が今後も継続するとした場合に令和12年度における推計値は6.67(千円/人)となります。

1人当たりの売上高について、下表に示す考え方により3パターン設定し、令和12年度時点における年間売上高を推計しました。

表 1人当たりの売上高の算出

	実績値						推計値
	H5 (1993)	H10 (1998)	H15 (2003)	H20 (2008)	H25 (2013)	H30 (2018)	R12 (2030)
①売上高(千円)	3,816,236	3,273,636	2,568,526	2,068,817	1,545,611	1,763,259	
②流通圏域人口(人)	224,954	221,636	222,528	224,463	213,169	205,414	194,036
③1人当たりの売上高(千円/人)	16.96	14.77	11.54	9.22	7.25	8.58	6.67

表 推計の考え方と結果

	考え方	R12年度の売上高推計値 (千円)
推計パターンA	ピーク時期以降の売上高の傾向が今後も継続する場合 『1人当たりの売上高(R12年度時点)×流通圏域人口(R12年度時点)』 =『6.67(千円/人)×194,036(人)』	1,294,347
推計パターンB	1人当たりの売上高を平成30年度(現状)程度で維持させる場合 『1人当たりの売上高(H30年度時点)×流通圏域人口(R12年度時点)』 =『8.58(千円/人)×194,036(人)』	1,665,591
推計パターンC	1人当たりの売上高を平成20年度(約10年前)程度まで回復させる場合 『1人当たりの売上高(H20年度時点)×流通圏域人口(R12年度時点)』 =『9.22(千円/人)×194,036(人)』	1,788,379

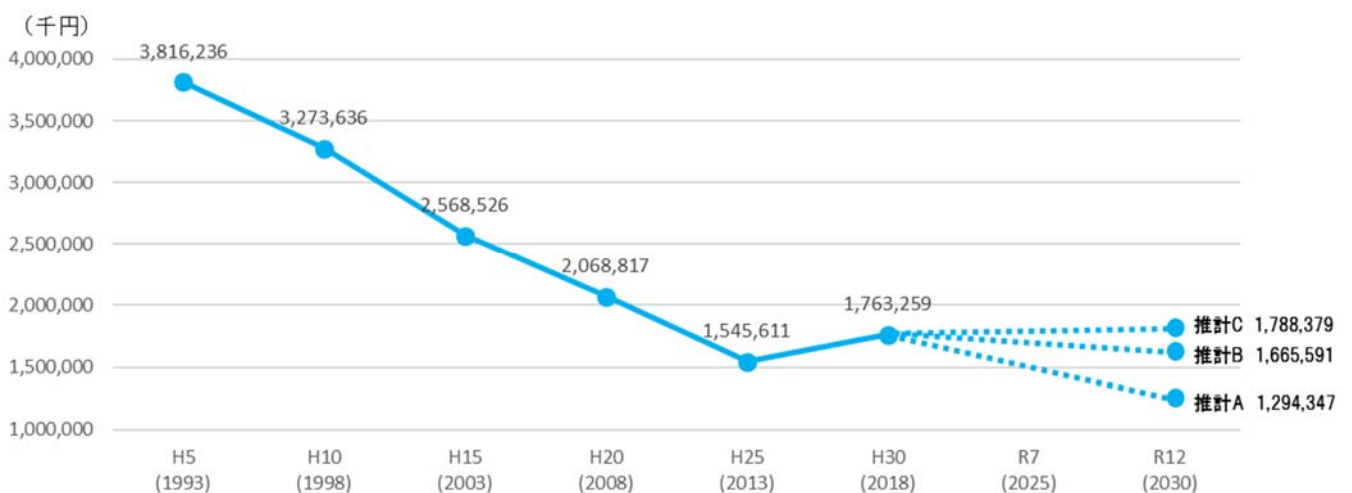


図 令和12年度時点における年間売上高推計

### 5.3 花きの売上高推計

①過年度の年間売上高、②各年の流通圏域人口から、1人当たりの売上高(①÷②)を算出すると以下のようになります。

1人当たりの売上高は、年間売上高のピーク付近にあたる平成5年度から現在にかけて減少傾向であり、この減少傾向が今後も継続するとした場合に令和12年度における推計値は0.68(千円/人)となります。

1人当たりの売上高について、下表に示す考え方により3パターン設定し、令和12年度時点における年間売上高を推計しました。

表 1人当たりの売上高の算出

	実績値						推計値
	H5 (1993)	H10 (1998)	H15 (2003)	H20 (2008)	H25 (2013)	H30 (2018)	R12 (2030)
①売上高(千円)	908,653	772,776	480,950	416,909	355,782	245,287	
②流通圏域人口(人)	224,954	221,636	222,528	224,463	213,169	205,414	194,036
③1人当たりの売上高(千円/人)	4.04	3.49	2.16	1.86	1.67	1.19	0.68

表 推計の考え方と結果

	考え方	R12年度の売上高推計値 (千円)
推計パターンA	ピーク時期以降の売上高の傾向が今後も継続する場合 『1人当たりの売上高(R12年度時点)×流通圏域人口(R12年度時点)』 =『0.68(千円/人)×194,036(人)』	132,262
推計パターンB	1人当たりの売上高を平成30年度(現状)程度で維持させる場合 『1人当たりの売上高(H30年度時点)×流通圏域人口(R12年度時点)』 =『1.19(千円/人)×194,036(人)』	231,700
推計パターンC	1人当たりの売上高を平成25年度(約5年前)程度まで回復させる場合 『1人当たりの売上高(H25年度時点)×流通圏域人口(R12年度時点)』 =『1.67(千円/人)×194,036(人)』	323,849

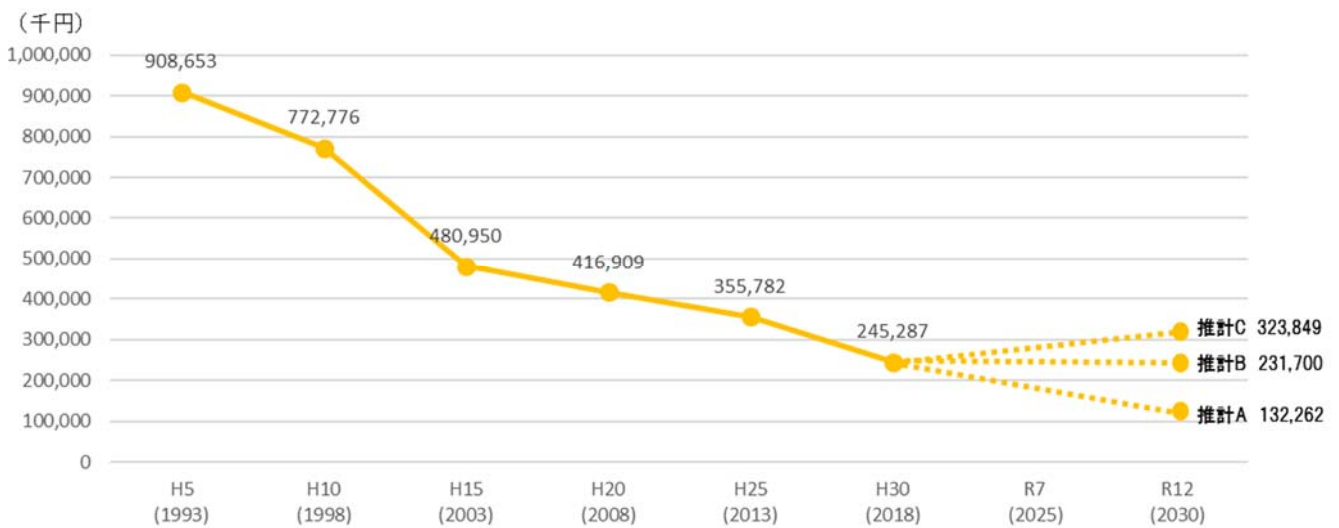


図 令和12年度時点における年間売上高推計

## 6. 卸売場・買荷保管積込所の規模算定

### 6.1 青果部の規模算定

#### ■卸売場の規模算定

		1日あたりの取扱量 (kg)	卸売場 経由率	標準取扱数量 (kg/m <sup>2</sup> )	卸売場の必要面積 (m <sup>2</sup> )	卸売場の必要面積 (通路等含む) (m <sup>2</sup> )
野菜	平成30年度	16,481	1.00	80	206.0	391.4
	令和12年度（推計パターンA）	9,367	1.00	80	117.1	222.5
	令和12年度（推計パターンB）	15,109	1.00	80	188.9	358.9
果実	平成30年度	6,096	1.00	130	46.9	89.1
	令和12年度（推計パターンA）	3,464	1.00	130	26.6	50.5
	令和12年度（推計パターンB）	5,588	1.00	130	43.0	81.7
合計	平成30年度	22,577	—	—	252.9	480.5
	令和12年度（推計パターンA）	12,831	—	—	143.7	273.0
	令和12年度（推計パターンB）	20,697	—	—	231.9	440.6

#### ■買荷保管積込所の規模算定

		1日あたりの取扱量 (kg)	買荷保管積 込所経由率	標準取扱数量 (kg/m <sup>2</sup> )	買荷保管積込所 の必要面積 (m <sup>2</sup> )	買荷保管積込所の必 要面積（通路含む） (m <sup>2</sup> )
野菜	平成30年度	16,481	1.00	70	235.4	400.2
	令和12年度（推計パターンA）	9,367	1.00	70	133.8	227.5
	令和12年度（推計パターンB）	15,109	1.00	70	215.8	366.9
果実	平成30年度	6,096	1.00	105	58.1	98.8
	令和12年度（推計パターンA）	3,464	1.00	105	33.0	56.1
	令和12年度（推計パターンB）	5,588	1.00	105	53.2	90.4
合計	平成30年度	22,577	—	—	293.5	499.0
	令和12年度（推計パターンA）	12,831	—	—	166.8	283.6
	令和12年度（推計パターンB）	20,697	—	—	269.0	457.3

### 6.2 水産物部の規模算定

#### ■卸売場の規模算定

		1日あたりの取扱量 (kg)	卸売場 経由率	標準取扱数量 (kg/m <sup>2</sup> )	卸売場の必要面積 (m <sup>2</sup> )	卸売場の必要面積 (通路等含む) (m <sup>2</sup> )
水産物	平成30年度	7,613	1.00	65	117.1	222.5
	令和12年度（推計パターンA）	5,977	1.00	65	92.0	174.8
	令和12年度（推計パターンB）	7,691	1.00	65	118.3	224.8

#### ■買荷保管積込所の規模算定

		1日あたりの取扱量 (kg)	買荷保管積 込所経由率	標準取扱数量 (kg/m <sup>2</sup> )	買荷保管積込所 の必要面積 (m <sup>2</sup> )	買荷保管積込所の必 要面積（通路含む） (m <sup>2</sup> )
水産物	平成30年度	7,613	1.00	60	126.9	215.7
	令和12年度（推計パターンA）	5,977	1.00	60	99.6	169.3
	令和12年度（推計パターンB）	7,691	1.00	60	128.2	217.9

### 6.3 花き部の規模算定

#### ■卸売場の規模算定

		1日あたりの取扱量 (本)	卸売場 経由率	標準取扱数量 (本/㎡)	卸売場の必要面積 (㎡)	卸売場の必要面積 (通路等含む) (㎡)
花き	平成30年度	18,517	1.00	370	50.0	95.0
	令和12年度（推計パターンA）	9,806	1.00	370	26.5	50.4
	令和12年度（推計パターンB）	17,178	1.00	370	46.4	88.2

#### ■買荷保管積込所の規模算定

		1日あたりの取扱量 (本)	買荷保管積 込所経由率	標準取扱数量 (本/㎡)	買荷保管積込所 の必要面積 (㎡)	買荷保管積込所の必 要面積（通路含む） (㎡)
花き	平成30年度	18,517	1.00	370	50.0	85.0
	令和12年度（推計パターンA）	9,806	1.00	370	26.5	45.1
	令和12年度（推計パターンB）	17,178	1.00	370	46.4	78.9

## 7. 概算事業費

### ■解体工事費

		面積 (㎡)	単価 (千円/㎡)	金額 (千円)
解体工事費	建築 (S造)	2,079	26.6	55,370
	建築 (RC造等)	8,880	32.3	286,967
	民間建築	3,790	26.6	100,958
		14,748	30.1	443,296
南側解体工事費 改修の場合のみ	建築 (S造)	196	26.6	5,221
	建築 (RC造等)	3,172	32.3	102,500
	民間建築	1,470	26.6	39,158
		4,838	30.4	146,879
北側解体工事費 改修の場合のみ	建築 (S造)	1,883	26.6	50,149
	建築 (RC造等)	5,708	32.3	184,467
	民間建築	2,320	26.6	61,800
		9,911	29.9	296,417

民間建築の面積は図上計測による概算値。

### ■建築工事費 (建替え)

		推計パターンB 面積 (㎡)	単価 (千円/㎡)	金額 (千円)
RC造 の場合	市場棟	2,515.1	132.6	333,603
	冷蔵庫棟	1,000.0	220.1	220,133
	倉庫・店舗・管理棟	1,970.8	319.0	628,741
		5,485.9	215.5	1,182,477

S造 の場合	市場棟	2,515.1	97.5	245,260
	冷蔵庫棟	1,000.0	213.9	213,881
	倉庫・店舗・管理棟	1,970.8	242.4	477,666
		5,485.9	170.8	936,807

RC造 コールド チェーン対応 の場合	市場棟	2,515.1	220.1	553,657
	冷蔵庫棟	1,000.0	220.1	220,133
	倉庫・店舗・管理棟	1,970.8	319.0	628,741
		5,485.9	255.7	1,402,530

S造 コールド チェーン対応 の場合	市場棟	2,515.1	213.9	537,932
	冷蔵庫棟	1,000.0	213.9	213,881
	倉庫・店舗・管理棟	1,970.8	242.4	477,666
		5,485.9	224.1	1,229,479

### ■建築工事費 (改修)

		コールドチェーン	
		非対応	対応
現行青果棟改修 の場合	面積 (㎡)	4,964.0	4,964.0
	単価 (千円/㎡)	132.6	220.1
	建設費 (千円)	658,425	1,092,740
十分な改修	改修費率 (対建設費)	60.0%	60.0%
	改修費	395,055	655,644
簡易な改修	改修費率 (対建設費)	30.0%	30.0%
	改修費	197,527	327,822

		コールドチェーン	
		非対応	対応
現行水産物棟改修 の場合	面積 (㎡)	2,287.0	2,287.0
	単価 (千円/㎡)	132.6	220.1
	建設費 (千円)	303,348	503,444
十分な改修	改修費率 (対建設費)	60.0%	60.0%
	改修費	182,009	302,067
簡易な改修	改修費率 (対建設費)	30.0%	30.0%
	改修費	91,004	151,033

■舗装工事費

		面積 (㎡)	単価 (千円/㎡)	諸経費率	金額 (千円)
舗装工事費	更新	10,171	3.3	30.0%	43,370
	撤去	10,171	1.2	30.0%	15,206
	処分	10,171	5.2	30.0%	68,757
			12.5		127,333

■設計・施工監理費

対象面積	7,500 ㎡	物流施設第2類 (複雑な設計等を必要とするもの)
業務量 (計算上)	7,186 人・時間	設備について補正済み
積算	761 人・時間	実施設計分の20%
業務量	7,946 人・時間	積算含む
人件費単価	32 千円/日	技師C、平成31年度設計業務委託等技術者単価
業務量×人件費	32,848 千円	
計画通知ほか	800 千円	
直接費	33,648 千円	
間接費	37,013 千円	直接費×110%
技術経費	10,599 千円	(直接費+間接費)×15%
計	114,908 千円	
概算	120,000 千円	
対工事費	12.8%	S造コールドチェーン非対応の工事費に対する比率

■事業費まとめ

		コールドチェーン		
		非対応	対応	
事業費 千円	建替え RC造	1,977,669	2,225,910	
	建替え S造	1,700,530	2,030,692	
	青果棟改修	十分な改修 (南側区域解体含む)	611,353	905,322
		対RC造建替え比率	30.9%	40.7%
	水産物棟改修	十分な改修 (北側区域解体含む)	539,709	675,146
		対RC造建替え比率	27.3%	30.3%
	水産物棟改修	簡易な改修 (南側区域解体含む)	388,523	535,507
		対RC造建替え比率	19.6%	24.1%
	水産物棟改修	簡易な改修 (北側区域解体含む)	437,048	504,766
		対RC造建替え比率	22.1%	22.7%

事業費 = 工事費 × (設計施工監理費の対工事費率) とした



■建築工事費単価根拠

		市場棟	冷蔵庫棟	店舗	管理事務所
条件	建物用途	倉庫（流通センター、一般倉庫）	倉庫（冷凍倉庫・冷蔵倉庫）	店舗（都市型店舗、ショールーム、飲食店）	事務所（管理事務所）
	複合用途	無	無	無	無
	対象地域	全国	全国	全国	全国
	着工年	直近10年(2009年～2018年)	直近10年(2009年～2018年)	直近10年(2009年～2018年)	直近10年(2009年～2018年)
	延床面積	範囲指定なし	範囲指定なし	1,000㎡以下	1,000㎡以下
	地上階数	範囲指定なし	1階～3階	1階～3階	1階～3階
	地下階数	全て含む	地下階なし	地下階なし	地下階なし
時点修正	最新年月	最新年月	最新年月	最新年月	
単価	価格位置づけ	並（25%値）	上（75%値）	平均値	平均値
	RC造	132.6	220.1	393.7	430.9
	該当件数	25	3	13	56
	S造	97.5	213.9	315.5	321.7
解体工事単価	RC造	32.3 RC造、基礎解体あり、平均値			
	S造	26.6 S造、基礎解体あり、平均値			

参照元： ジャパンビルディングコストインフォメーション <https://member.jbci.jp/>  
 コールドチェーン非対応の市場棟は壁のない開放型を想定するため、単価は並（25%値）とした。  
 冷蔵庫棟の単価はコールドチェーン対応時の単価とするため、参考価格の上（75%値）とした。

■倉庫・店舗・管理棟の単価

	面積 ㎡	RC造 単価 千円/㎡	S造 単価 千円/㎡
管理事務所他	853.8	430.9	321.7
関連店舗棟	268.2	393.7	315.5
倉庫等（バナナ加工場）	163.5	393.7	315.5
倉庫等（その他）	685.3	132.6	97.5
工事費計	1,970.8	628,741	477,666
工事単価		319.0	242.4

■その他単価等根拠

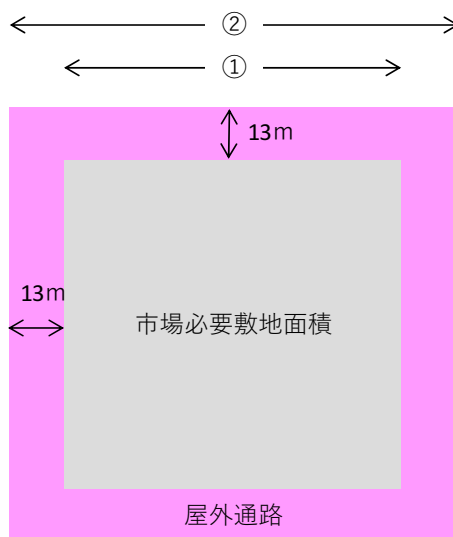
舗装： 「平成31年度版 建築物のライフサイクルコスト」（一般財団法人建築保全センター）の単価より  
 改修費率（対建設費）： 公共施設等総合管理計画策定における  
 「公共施設等更新費用試算ソフト 仕様書（平成27年5月）」より

## 8. 屋外通路の算定方法

屋外通路については、市場必要敷地面積に対する通路の面積比率を設定しました。

通路の面積比率の設定にあたり、市場必要敷地面積を正方形と仮定し、四方を屋外通路で囲んだ場合における通路面積を算出しました。なお、屋外通路は、大型貨物・バスにおける車路の幅員（歩行者用通路あり）の望ましい値として13mとします<sup>18</sup>。

算出結果を踏まえ、本市場において、屋外通路の面積比率は60%～65%と設定します。



	平成30年度 (実績)	令和12年度 (推計パターンA)	令和12年度 (推計パターンB)	
①市場必要敷地面積 (㎡)	10,032.0	9,163.4	9,902.0	
①市場必要敷地面積の一辺の長さ (m)	100.2	95.7	99.5	①の平方根
②屋外通路幅×2+市場必要敷地面積の一辺の長さ (m)	126.2	121.7	125.5	屋外通路幅は13mと設定
③屋外通路を含む市場の敷地面積 (㎡)	15,916.3	14,817.1	15,752.5	②の二乗
④屋外通路面積 (㎡)	5,884.3	5,653.7	5,850.5	③-①
⑤市場必要敷地に対する通路の面積比率	58.7%	61.7%	59.1%	④÷①

<sup>18</sup> 「駐車場設計・施工指針 同解説」 社団法人日本道路協会 車室に面した車路の幅員

## 9. 使用料の目安

■ 必要費用推計	建替え RC造		建替え S造		青果棟改修+南側解体		水産物棟改修+北側解体		注1					
	非対応	対応	非対応	対応	十分な改修 非対応	十分な改修 対応	十分な改修 非対応	十分な改修 対応						
コールドチェーン														
一般会計繰り入れ率	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%					
事業費負担	988,834	1,112,955	850,265	1,015,346	305,676	452,661	194,261	267,754	218,524					
償還期間	30年	30年	30年	30年	30年	30年	30年	30年	30年					
事業費元金償還	32,961	37,099	28,342	33,845	10,189	15,089	6,475	8,925	7,284					
人件費	6,512	6,512	6,512	6,512	6,512	6,512	6,512	6,512	6,512					
管理運営費	25,107	50,214	25,107	50,214	25,107	50,214	25,107	50,214	25,107					
費用計	64,580	93,825	59,961	90,571	41,808	71,815	38,095	65,651	38,903					
注1	総務省の一般会計繰り出し基準に基づく。													
注2	人件費、管理運営費（コールドチェーン非対応）は5年平均（H26-H30）とした。													
注3	コールドチェーン対応の場合の管理運営費は、電気代増加が想定されるため、非対応の2倍とした。													
■ 各使用者の負担額														
使用許可区域	負担額													
面積	千円/年													
比率														
り														
青果棟	1,236.0	28.4%	18,371	26,690	17,057	25,764	11,893	20,429	10,837	18,676	11,553	19,338	11,067	18,530
水産物棟	736.7	17.0%	10,950	15,908	10,167	15,356	7,089	12,176	6,459	11,131	6,886	11,526	6,596	11,044
花き棟	255.3	5.9%	3,795	5,513	3,523	5,322	2,457	4,220	2,238	3,857	2,386	3,994	2,286	3,827
冷蔵庫棟	1,000.0	23.0%	14,863	21,594	13,800	20,845	9,622	16,528	8,767	15,110	9,347	15,645	8,954	14,992
関連店舗・倉庫	1,117.0	25.7%	16,602	24,120	15,415	23,284	10,748	18,462	9,793	16,877	10,441	17,476	10,001	16,746
計	4,345.0	100.0%	64,580	93,825	59,961	90,571	41,808	71,815	38,095	65,651	40,614	67,979	38,903	65,139
対実績値比率			244.4%	355.1%	226.9%	342.7%	158.2%	271.8%	144.2%	248.4%	153.7%	257.2%	147.2%	246.5%



## 10. 事業スキーム

### 10.1 改正卸売市場法と本市場の関係者

まず、本市場の取引関係者における現行の関連法制度と、令和2年6月21日に施行される卸売市場法（昭和46年法律第35号）のポイントを比較します。

	現行	根拠法	改正卸売市場法
開設者	地方公共団体（許可権者：都道府県）	卸売市場法第55条（許可）	法人格の要件なし（認定）：改正第13条
管理者	開設者	地方自治法第244条の2	—
卸売業者	卸売業務の許可（許可権者：都道府県）	卸売市場法第58条（許可）	法律上の規定なし
	施設の使用許可（許可権者：管理者）	地方自治法第238条の4第7項（許可）	—
関連施設設置者	施設の使用許可（許可権者：管理者）	地方自治法第238条の4第7項（許可）	—
買受人	条例で規定	—	法律上の規定なし

改正卸売市場法に基づき、運営スキームを変更する場合は、取引関係者の役割は以下のとおりとなります。

	現行	指定管理者制度等 <sup>19</sup>	民営化
位置づけ	公共施設	公共施設	民間施設
開設者	本市	本市	民間事業者 <sup>20</sup>
管理者	本市	民間等 <sup>21</sup>	—
卸売業者 関連施設設置者	施設の使用許可（許可権者：管理者）	施設の使用許可（許可権者：管理者）により使用料を本市に支払う（指定管理者の収入とする場合は利用料金として管理者に支払う）	開設者及び取引関係者が業務規程に定められている事項 <sup>22</sup> を遵守すればよく、市の許認可権は及ばない。
買受人	条例の規定	条例の規定	

<sup>19</sup> 本資料における「指定管理者制度等」とは、後述する公共施設等運営権制度も含む。

<sup>20</sup> 改正卸売市場法第13条第5項各号に掲げる要件に適合している者であり、法律上、法人格は規定されていないが、ここでは株式会社等の営利法人を想定する。

<sup>21</sup> 地方自治法第244条の2第3項では「法人その他の団体であって当該普通地方公共団体が指定するもの」とされており、営利法人である必要はないが個人は指定管理者になることはできない。

<sup>22</sup> 改正卸売市場法第13条第5項第5号に定められるもの。「売買取引の原則」「差別的取扱いの禁止」「売買取引の方法」「売買取引の条件の公表」「決済の確保」「売買取引の結果等の公表」の事項がある。

## 10.2 運営スキームの事例

事業管理者制度の導入事例：岡山市中央卸売市場

### 【概要】

- 任期や身分の安定した管理者を置くことによって、迅速な意思決定や効率的な予算運用等がおこなえるよう、H14年度に全国で初めて市場事業会計の公営企業会計全部適用を行い、地方公営企業法に基づき市場事業の管理者を置いた。
- 任期は4年とし、市長が指名する。

### 【効果】

- 企業会計を熟知している職員が不可欠であるものの、管理者の任期は1期4年（再任可）であり、市職員に比べて職務の担当期間が長いため、長期的な判断により業務が行いやすい。
- コスト削減のため人員が削減され、各職員の負担は増加したものの、公営企業会計のもとでの経営努力により生ずる利益は新たな設備投資に充当できる。



番号	施設名称	面積(㎡)	摘要
1	管理棟	2,641	管理事務所、郵便局等
2	青果棟	21,808	卸売場13,688㎡ 仲卸売場8,120㎡
3	水産棟	19,246	卸売場12,232㎡ 仲卸売場7,014㎡
4	花き棟	6,543	卸売場5,724㎡ 仲卸売場819㎡
5	青果部低温売場棟	690	
6	水産活魚売場棟	601	
7	花き保冷保温売場棟	600	
8	関連商品売場棟	9,439	
9	花き関連商品売場棟	715	
10	精算事務所棟	539	
11	地場そ菜棟	2,310	
12	青果加工場、分荷場	840	
13	水産倉庫、加工場棟	1,437	
14	水産冷蔵庫棟	3,306	
15	バナナ加工場棟	1,444	加工能力 165トン
16	青果倉庫、冷蔵庫棟	3,089	
市場関係棟面積計		75,248	
17	市場文化会館	1,273	
18	駐車場	72,314	屋上、平面、2,649台収容
19	花き地方市場立体駐車場	2,570	2階建 110台収容

図版出典：岡山市 WEB サイト

指定管理者制度の導入事例：福島市公設地方卸売市場

【概要】

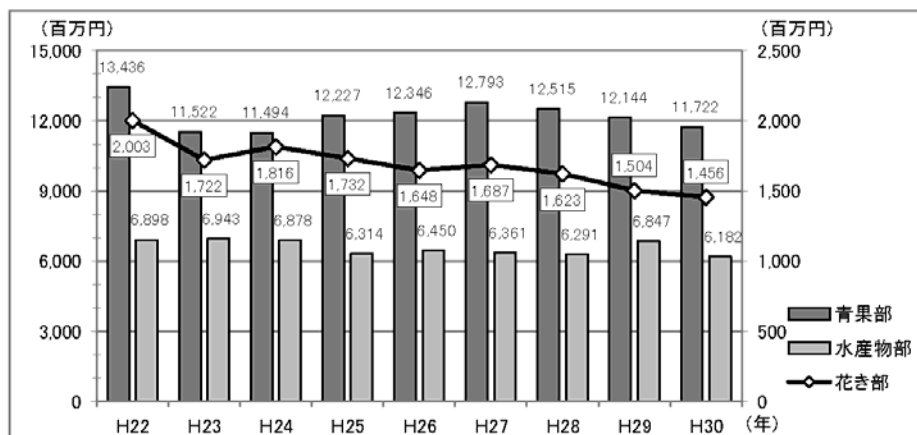
- 昭和 47 年 11 月に福島市中央卸売市場として開場。近年、生鮮食料品等の生産流通形態や市民ニーズの変化などによる取扱高の減少など、市場を取り巻く環境が厳しくなったため、平成 25 年 6 月に福島市公設地方卸売市場条例を制定し、平成 26 年 4 月 1 日より福島市公設地方卸売市場に転換するとともに、指定管理者制度を導入。
- 本市場の持つ「市民が求める安全・安心・新鮮な生鮮食料品等の安定供給の基幹的拠点」としての役割を継続し、市場の活性化を図るため、指定管理者制度により民間の活力やノウハウを導入し施設の管理運営をより一層効果的、効率的におこなう。
- 利用料金制は採用しておらず、市は指定管理者に指定管理料を支払っている。

施設面積

	単位	全体	青果	水産	花き
敷地面積	㎡	112,000			
建築面積	㎡	43,875			
卸売場	㎡	16,478	10,508	4,830	1,140
仲卸売場	㎡	6,698	4,672	1,906	120
買荷保管所	㎡	2,791	1,181	1,102	508
業者事務所	㎡	7,210			
冷蔵庫棟	㎡	3,047			
倉庫	㎡	3,502			
関連事業所	㎡	2,027			
管理事務所	㎡	1,030			
アラ集積所	㎡	210			
保冷库	㎡	450			
駐車場	台	1,350			

入場業者数

	卸売業者	仲卸業者	関連事業者
青果部	1	11	
水産物部	1	3	
花き部	1	2	
その他			15
計	3	16	15



(出典：福島市公設地方卸売市場 令和元年度 市場概要)

取扱金額の推移

図版出典：福島市資料

## 10.3 公共施設等運営権について

### 指定管理者制度との違い

指定管理者制度と公共施設等運営権制度は根拠法が異なるため、様々な相違があります<sup>23</sup>。

		運営権制度		指定管理者制度	
1	法的根拠	PFI 法		地方自治法	
2	法的性質	行政処分（運営権の設定） 運営権は物権とみなす	第 16 条 第 24 条	行政処分（指定管理者の指 定）	第 244 条の 2 第 3 項
3	条例の制定	必要	第 18 条	必要	第 3 項
4	協定・契約等	実施契約の締結	第 22 条第 1 項	基本協定、実施協定	※1
5	地位の移転	許可事項（議会承認要） 条例に特別の定めがある場 合は議会承認不要	第 26 条第 2 項 第 26 条第 4 項	不可（取消しと新規指定）	第 3 項 第 6 項 第 11 項
6	施設の所有権	地方公共団体	第 2 条第 6 項	地方公共団体	※2
7	応募資格	法人であること等	第 9 条	法人その他団体 （法人格は問わない）	第 3 項
8	選定手続	実施方針に関する条例制定 運営権設定に係る議会議決	第 18 条 第 19 条第 4 項	指定手続等に係る条例制定 指定に係る議会承認	第 3 項、第 4 項 第 6 項
9	範囲業務	事実上の業務、定型的行為、 使用料等の収入の徴収、ソ フト面の企画、増改築の実 施	第 2 条第 6 項 （同 2 項） ※3	事実上の業務、定型的行為、 使用料等の収入の徴収、ソ フト面の企画 使用許可の権限	※3 ※4
10	料金の收受	運営権者の収入とする	第 23 条第 1 項	指定管理者の収入とすること ができる	第 8 項
11	料金の設定	運営権者が設定 公共施設等の管理者等への 届出	第 23 条第 2 項	指定管理者が設定※5 地方公共団体の承認	第 9 項
12	費用の徴収	可能（運営権対価）	第 21 条	利益の一部を地方公共団体 に納付する例あり	—
13	抵当権の設定	可能	第 25 条	想定していない	—
14	補償	規定あり	第 30 条	想定していない	—

※1 「指定管理者の支出する委託料の額等、細目的事項については、地方公共団体と指定管理者の間の協議によることとし、別途両者の間で協定等を締結することが適当である」（平成 15 年 7 月 17 日総行第 87 号）

※2 所有権でなくても、地方公共団体が賃借権等の権原を有していればよい。

※3 平成 12 年 3 月 29 日自治画第 67 号、平成 17 年 10 月 3 日一部修正

※4 平成 15 年 7 月 17 日総行第 87 号

※5 利用料金制を採用する場合

### 公の施設における民間事業者の業務範囲

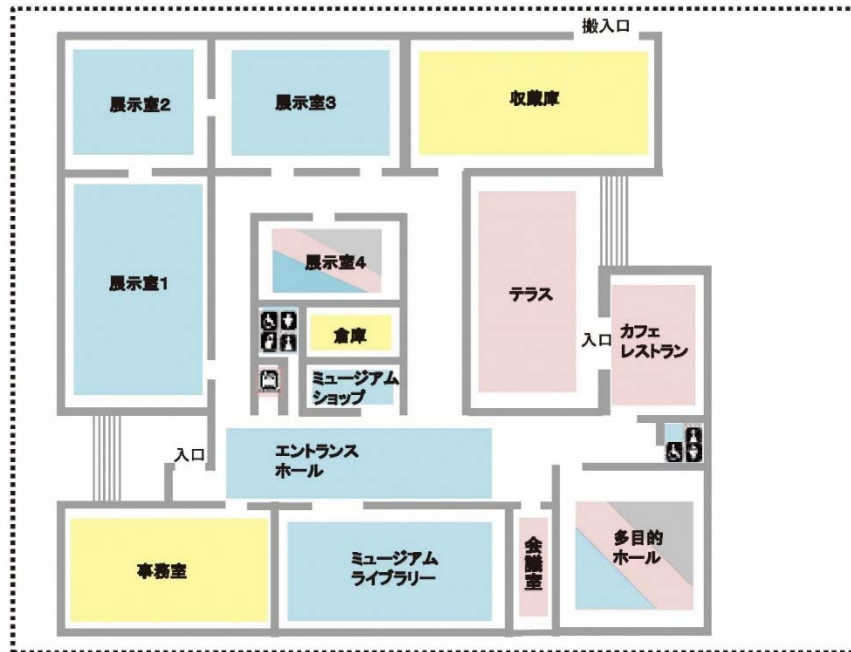
	従来の PFI	公共施設等運営権	指定管理者
事実上の業務	○	○	○
定型的行為	○	○	○
使用料の収入の徴収	○	○	○
ソフト面の企画	○	○	○
利用料金の收受	×	○	○
利用料金の設定	×	○	○
施設の使用許可	×	×	○

運営権者は施設の使用許可権原がありません。そのため、施設の使用許可権原を持つためには、運営権者を指定管理者とする二重適用が必要です。

<sup>23</sup> 「地方公共団体における公共施設等運営権制度導入手続調査研究報告書（平成 26 年 3 月 総務省地域力創造グループ地域振興室）」より引用 下表も同じ。



以下はミュージアムにおいて運営権者と指定管理者の二重適用を受けている民間事業者がどちらの立場の使用権原があるかを示した模式図です。



■	運営権者自身が施設を使用するスペース	公共施設等運営権実施契約だけで可能
■	利用者が自由に使用するスペース	公共施設等運営権実施契約だけで可能
■	運営権者が設置目的の範囲内で運営権者以外の団体・企業等に使用させる権利を設定し、当該団体等が使用するスペース	現段階では指定管理者制度の適用が必要
■	運営権者が設置目的の範囲外で運営権者以外の団体・企業等に使用させる権利を設定し、当該団体等が使用するスペース	PFI法第69条第6項に基づき、賃貸借契約等を締結することで転貸借が可能

### 使用状況に応じた公の施設の使用権原イメージ

出典：「文教施設（スポーツ施設、社会教育施設及び文化施設）における公共施設等運営権制度の可能性と導入について」改（平成 29 年 3 月）

本市場で運営権を設定する場合の諸室の使用者及び権原は以下のとおり整理できます。

諸室	使用者	権原
事務室、倉庫、機械室等	専ら運営権者である民間事業者が使う	運営権者の権原
売場、冷蔵庫、倉庫、加工場、卸売業者事務所等、本施設の設置目的に応じた諸室（土地も含む）	専ら卸売業者、買受人、関連店舗事業者等が使う	設置目的の範囲内なので指定管理者の権原（使用許可）
カフェ等（現在は無いが設置目的の範囲外で設置するもの）	運営権者以外の民間事業者が使う	PFI 法第 69 条第 6 項に基づき、賃貸借契約を締結した上で第三の事業者に転貸する <sup>24</sup> 。

<sup>24</sup> 行政財産である公共建築物の一部を目的外で使用する場合は、地方自治法第 238 条の 4 第 7 項に基づく目的外使用許可又は地方自治法第 238 条の 4 第 2 項第 4 号に基づく床面積に余裕がある場合の貸付が想定されます。いずれの権限も指定管理者にはなく、本市が許可又は契約します。運営権の場合にのみ、運営権者が第三者へ転貸する契約が可能となります。

## 10.4 PFI 事業等について

項目	PFI 方式 (BTO 方式)		
事業手法の概要	設計と施工及び維持管理、運営を一括して発注する方式 事業への参加を希望する者から設計、施工、維持管理、運営に関する提案及び価格の提案を受け、総合評価により事業者を選定するもの		
各主体の役割	<p>事業主体 : 公共            企画・ノウハウ : 民間事業者 (SPC)            事業資金の調達 : 公共/民間事業者 (SPC) にて分担            建設会社の選定 : 公共            建物の管理・運営 : 民間事業者 (SPC)</p> <p style="text-align: center;">* : BM 企業 (Building Maintenance = 建築物管理)</p>		
土地建物の所有形態	土地	公共が所有権を持つ (行政財産) (BOT 方式、BOO*方式の場合、PFI 法第 69 条により行政財産を貸し付ける) * : BOO 方式 (Build Own Operate = 建設・運営・所有)	
	建物	【BTO 方式】 公共が所有権を持つ (民間が附帯事業として建物を建てる場合、その部分は民間が所有権を持つ)	【BOT 方式】 民間事業者が所有権を持つ (事業期間終了後、公共施設の所有権を民間施設へ譲渡する)
契約期間	通常 15~20 年		
メリット	設計段階から合理的で創造的な提案がなされ、コスト縮減が期待される また、維持管理、運営についても、ノウハウの活用や長期契約による効果、維持管理、運営しやすい設計の実施等によるコスト縮減効果が期待される 設計、施工、維持管理、運営に関する民間事業者のノウハウの提供による効果が期待される 公共施設部分の建設費について、割賦支払いにより単年度の財政負担が軽減され、延払いによるメリットが大きい 民間事業 (収益事業) は附帯事業として取り扱い、公共は、当該部分の地代または使用料等の収入が得られる		
デメリット	全体の事業規模に比べて、公共施設部分が小さい場合、公共事業としての位置づけが拡大解釈となり、事業の主目的が不明確となる 公共事業の事業規模が小さい場合、民間事業者による資金調達コストや SPC 運営コスト等の比率が相対的に大きくなり、民活導入によるコスト縮減効果が得られなくなる		
特記事項	【BTO 方式】 民間事業者は BOT 方式と比べて税務上有利であるが、施設が県の公有財産となることから、民間事業者の運営上の自由度が低い	【BOT 方式】 建物の所有権が民間事業者側にあるため、BTO 方式と比較して、民間事業者の運営上の自由度が高い 事業期間中に施設の償却が終了しない場合もあり、BTO 方式と比較して、不動産取得税等の税務上不利な面がある	【BOO 方式】 民間事業者は、事業期間終了後もその施設を継続して所有する。公共サービスの提供は契約の継続等により引き続き行うか、事業終了時点で民間事業者が施設を解体・撤去する等し、行政側に譲渡、売却を行わない

項目		DBO 方式	DB 方式
事業手法の概要		設計と施工及び維持管理、運営を一括して発注する方式 事業への参加を希望する者から設計、施工、維持管理、運営に関する提案及び価格の提案を受け、総合評価により事業者を選定するもの	設計と施工を一括して発注する方式 事業への参加を希望する者から設計、施工に関する提案及び価格の提案を受け、総合評価により事業者を選定するもの 維持管理、運営は従来通り公共が実施
各主体の役割		事業主体 : 公共 企画・ノウハウ : 民間事業者 (SPC 等) 事業資金の調達 : 公共 建設会社の選定 : 公共 建物の管理・運営 : 民間事業者 (SPC 等) 	事業主体 : 公共 企画・ノウハウ : 民間事業者 (設計建設 JV 等) 事業資金の調達 : 公共 建設会社の選定 : 公共 建物の管理・運営 : 公共 (外部委託可) 
土地建物の所有形態	土地	公共が所有権を持つ (行政財産)	公共が所有権を持つ (行政財産)
	建物	公共が所有権を持つ	公共が所有権を持つ
契約期間		通常 15~20 年	—
メリット		設計段階から合理的で創造的な提案がなされ、コスト縮減が期待される また、維持管理、運営についても、ノウハウの活用や長期契約による効果、維持管理、運営しやすい設計の実施等によるコスト縮減効果が期待される 設計、施工、維持管理、運営に関する民間事業者のノウハウの提供による効果が期待される 民間事業者による資金調達コストがかからないため、PFI 方式 (BTO) と比較し、総事業費を抑えることができる	設計段階から合理的で創造的な提案がなされ、コスト縮減が期待される また、維持管理、運営についても、指定管理者制度の導入等により、ノウハウの活用が期待される (PFI 方式 (BTO)、DBO 方式に比べると限定的) 民間事業者による資金調達や SPC 設立・運営が必要ないため、PFI 方式 (BTO) と比較し、小規模な事業でも取り組みやすい
デメリット		公共施設部分の建設費について、割賦支払いができないため、初期投資費用の確保が必要 公共事業の事業規模が小さい場合、SPC 運営コスト等の比率が相対的に大きくなり、民活導入によるコスト縮減効果が得られなくなる	公共施設部分の建設費について、割賦支払いができないため、初期投資費用の確保が必要 維持管理・運営段階のノウハウを設計・建設に反映することが難しい

## 10.5 PFI 方式により卸売市場を整備した事例

<p>名 称 所 在 地</p>	<p>神戸市中央卸売市場本場（神戸市兵庫区中之島 1 丁目 1 番 4 号）</p>  
<p>取扱品目</p>	<p>青果部 水産物部</p>
<p>背景・課題</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 高松線以西の市場施設の老朽化。</li> <li>● 高松線が市場敷地を東西に分断することにより市場利用が不効率。</li> </ul>
<p>取組内容</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● PFI 方式の導入（BTO 方式、事業期間 29 年間、設計・建設 4 年、維持管理運営 25 年）。</li> <li>● 市場 PR 業務の強化・充実（料理教室・イベント等の開催）。</li> </ul>
<p>取組効果</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 建設コスト（予定価格の 20% 減）、維持管理業務費（10% 程度）の削減。</li> <li>● 使用料の抑制。</li> </ul>
<p>備 考</p>	<p><b>【PFI 事業の事業範囲】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 新設施設の設計、建設、建築物・建築設備保守管理、清掃、廃棄物処理手続、環境衛生管理、修繕、植栽維持。</li> <li>● 既存施設の清掃、廃棄物処理手続、環境衛生管理、植栽維持。</li> <li>● 市場 PR 業務及び料理教室（関連棟 2 階市場 PR 施設）運営。</li> </ul>

## 10.6 農林水産省の補助金（令和2年度予算要求）

### 食品流通拠点整備の推進

【令和2年度予算概算決定額 23,020（23,024）百万円の内数】

#### <対策のポイント>

品質・衛生管理の強化等を図る卸売市場施設、産地・消費地での共同配送等に必要なストックポイント等の整備を支援します。

#### <政策目標>

- 中央卸売市場における青果・水産物の低温卸売場の整備率（17.8%〔平成28年度〕→ 27.5%〔令和6年度〕）
- 1中央卸売市場当たりの取扱金額（695億円〔平成28年度〕→ 719億円〔令和6年度〕）
- 共同物流拠点の入荷時のトラックの積載率に対し、出荷時の積載率を10%以上向上

#### <事業の内容>

##### 1. 卸売市場施設整備

- 卸売市場に求められる機能を高度化するための卸売市場施設の整備を支援します。

##### 【取組メニュー】

- 品質・衛生管理高度化
- 物流効率化
- 市場再編・連携
- 輸出促進対応
- 防災対応

##### 【令和2年度の拡充等】

- 卸売市場整備計画、経営展望、地域拠点市場の要件を廃止し、中央卸売市場／地方卸売市場の認定、食品等流通合理化計画の認定を要件化
- 交付対象施設の搬送施設に「搬送資材管理施設」を追加

##### 2. 共同物流拠点施設整備

- 共同配送等による効率化の取組を推進するために必要なストックポイント等の物流拠点施設の整備を支援します。
- 食品等流通合理化計画の認定を要件化

#### <事業の流れ>



#### <事業イメージ>

##### 1. 卸売市場施設整備



##### 2. 共同物流拠点施設整備



- 7 -

【お問い合わせ先】食料産業局食品流通課（03-6744-2059）

### 卸売市場の緊急対策

【令和2年度予算概算決定額（強い農業・担い手づくり総合支援交付金）243（217）百万円】

#### <対策のポイント>

平成30年台風21号、北海道胆振東部地震等を踏まえ、一定規模以上の卸売市場を対象に、非常用電源の設置状況の緊急点検を行った結果、停電により卸売市場運営に支障の生じる恐れが強く緊急的に対策が必要な市場の存在が判明したため、停電時の電源確保等に向けた緊急対策を実施します。

#### <事業目標>

卸売市場における生鮮食料品等の安定供給を確保するため、停電により卸売市場運営に支障の生じる恐れが強い市場において、電源確保等に向けた対策を大幅に進捗【令和2年度まで】

#### <事業の内容>

##### 卸売市場緊急対策事業

卸売市場の生鮮食料品等の安定供給機能を維持するため、「重要インフラの緊急点検」を行った卸売市場のうち、停電により卸売市場運営に支障の生じる恐れが強い市場について、当該市場のBCP（事業継続計画）等の内容を踏まえた非常用電源の設置・改修を支援します。

#### <事業イメージ>

重要インフラの緊急点検を実施した卸売市場のうち、停電により卸売市場運営に支障の生じる恐れが強い市場



非常用電源の設置・改修等により停電時に卸売市場施設に電気を供給



卸売市場の生鮮食料品等の安定供給機能を維持

#### <事業の流れ>



- 8 -

【お問い合わせ先】食料産業局食品流通課（03-6744-2059）



## 10.7 土地建物の権利関係について

土地建物を本市から民間の開設者に権利移転する場合の手法（16パターン）について可能性を整理しました。

	土地	建物	評価	
1	有償譲渡	有償譲渡	△	2に記載のとおり、建物自体に残存価値がないので、有償譲渡とする必要はない。
2		無償譲渡	○	令和元年時点で竣工から38年経過しており、花き棟は鉄骨造（耐用年数31年 <sup>25</sup> ）なので耐用年数超過しているため、無償譲渡可能。青果棟、水産棟はRC造（38年 <sup>26</sup> ）も令和2年度以降、無償譲渡可能。
3		有償貸付	○	借地借家法に基づき貸家契約。用途も限定できるので、借主が別の用途に使うことも防止できる。ただし土地は本市所有ではないので、借地契約に基づき借地料が発生する。
4		無償貸付	△	民法による使用貸借契約。貸主の権利が非常に強いが、借地料は発生するため、3よりはメリットが低い。
5	無償譲渡	有償譲渡	×	公有財産である土地を無償で譲渡することは困難。
6		無償譲渡		
7		有償貸付		
8		無償貸付		
9	有償貸付	有償譲渡	△	1と同じ理由。
10		無償譲渡	○	2と同じ理由。土地は本市所有のため、借地料収入が得られる。ただし定期借地契約となるので、借主が建物を解体して土地を別の用途に活用した場合でも、貸主（本市）からの途中解約は難しい（協議による解約）。
11		有償貸付	○	通常の借家契約。賃料収入が得られる。契約により修繕等の費用を借主負担とすることも可能。
12		無償貸付	○	通常の借家契約とし、11より賃料が低い。また借地契約と建物の使用貸借契約とすることも可能。
13		無償譲渡	△	1と同じ理由。
14		無償譲渡	○	建物無償譲渡は2と同じ理由で可能。土地は民法による使用貸借契約となるため、貸主の権利が強く、借主が別の用途に活用しようとする場合は、強制的な解約が可能。
15	有償貸付	有償貸付	○	12と同様。
16		無償貸付	○	民法による土地建物の使用貸借契約。建物の保存・管理・維持に必要とされる費用（必要費）については借主負担義務がある <sup>27</sup> 。また契約により目的物の価値の増加のために支出された費用（有益費）についても、借主負担とすることが可能 <sup>28</sup> 。

### 権利関係まとめ

		建物				
		譲渡		貸付		
		有償	無償	有償	無償	
土地	譲渡	有償	△	○	○	△
		無償	×	×	×	×
	貸付	有償	△	○	○	○
		無償	△	○	○	○

<sup>25</sup> 倉庫で骨格材の肉厚が4mm超の設定とした。

<sup>26</sup> 倉庫の設定とした。事務所であれば50年が耐用年数となる。

<sup>27</sup> 民法第595条1項

<sup>28</sup> 民法第196条第2項「占有者が占有物の改良のために支出した金額その他の有益費については、その価格の増加が現存する場合に限り、回復者の選択に従い、その支出した金額又は増価額を償還させることができる。（但し書き省略）」

## 11. 第10次卸売市場整備基本方針に即した全国の実事例<sup>29</sup>

		全国の実事例		
		取組内容	市場名	
卸売市場における経営戦略確立		経営展望・行動計画の策定・遂行・評価	金沢市中央卸売市場	
		PFI手法の導入	神戸市中央卸売市場	
		指定管理者制度の導入	大阪府中央卸売市場	
立地・機能に応じた市場間における役割分担と連携強化		地域拠点市場を中心とした連携による集荷・販売先の拡大	前橋生鮮食料品総合地方卸売市場、渋川魚菜地方卸売市場	
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	産地との連携	地域農業と連携した集荷・販売の推進	赤岡青果地方卸売市場	
		産地開発・育成による安定した仕入先確保	丸勘山形青果地方卸売市場	
		実需者・消費者ニーズに対応した加工処理施設の整備	仙台市中央卸売市場	
	コールドチェーンシステムの確立	コールドチェーンシステムの施設整備	石巻青果花き地方卸売市場	
	組織的・体系的な衛生品質管理の高度化	ISO22000 認証取得による衛生・品質管理の強化	倉敷地方卸売市場	
		物流の効率化	ICT技術を活用した通い容器の導入	船橋市地方卸売市場
	効率的な物流施設の配置		桐生地方卸売市場	
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		卸売市場を活用した輸出	愛知豊明花き地方卸売市場 成田市公設地方卸売市場	
		市場関係業者による6次産業化への参画	長野地方卸売市場	
		事務手続の簡素化	浜松市中央卸売市場	
卸売業者及び仲卸業者の経営体質の強化		卸売業者の再編	K ホールディングス	
		経営管理システム等の導入	札幌市中央卸売市場	
		女性・若手のアイデアや対応力の活用、社員教育	庄内青果物地方市場	
卸売市場に対する社会的要請への適切な対応		緊急時の事業継続、災害時の備え	緊急時の事業継続に向けた対応	仙台市中央卸売市場
			市場間での協定締結	全国中央卸売市場協会
		卸売市場への理解の醸成等	消費者向けイベントの開催	東京都中央卸売市場
			卸売市場運営に伴う環境負荷の低減	太陽光発電施設の整備・利用
容器・包装廃棄物のリサイクル	岡山市中央卸売市場			

<sup>29</sup> 農林水産省「卸売市場の更なる機能・役割の強化に向けて」(H28.3)より



## 11.1 卸売市場における経営戦略確立

### ■経営展望・行動計画の策定・遂行・評価

<p><b>● 金沢市中央卸売市場(石川県金沢市)</b></p> <p>[目指す方向] 北陸の中核市場(ハブ市場の機能強化) [目標] 北陸の卸売市場での取扱高シェアのアップ [策定プロセス] ・業界へのアンケート調査やヒアリングを実施し、経営戦略策定協議会で4回、専門部会(水産、青果)で各4回の協議・検討を経て、策定。 ・経営戦略策定協議会(委員:開設者、卸・仲卸業者、関連事業者、小売団体、学識経験者から12名)</p> <p>[具体的取組](8戦略59項目、一部抜粋) ・産地、出荷者との定期的な会議の開催 ・産地への訪問強化による産地の拡大 ・他市場の業者との業務提携による実需者ニーズ対応 ・金沢農業大学校、耕稼塾と連携した地場産品の拡大 ・漁協と連携した県内水産物の取引拡大</p> <p>[評価、検証手法] ・経営戦略推進チーム(開設者、卸売業者、仲卸業者)で確認評価。会議を年2回開催し、計画進捗状況の確認と今後の推進方法を検討している。</p> <p>[現状評価] ・具体的な取組目標は明確になっている。HACCPなど進捗の遅れている取組はあるが、改善策を協議しながら取組を推進していく。</p>	<b>外部環境の評価</b>	
	<p><b>機会</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・金沢市は全国的に見ても高品質・高価格の商品が多く流通・消費</li> <li>・北陸有数の観光都市</li> <li>・消費者ニーズの多様化</li> <li>・消費者の食の安全・安心への関心の高まり</li> </ul>	<p><b>脅威</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・少子高齢化等による食のマーケットの縮小</li> <li>・生産量や水揚量の減少</li> <li>・市場外流通との競合</li> <li>・専門店の漸減と量販店の拡大</li> <li>・県外資本大型量販店の増加</li> <li>・厳格な産地名表示</li> </ul>
	<b>市場内部の評価</b>	
	<p><b>強み</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・北陸最大の卸売規模</li> <li>・北陸の集散地市場、出荷基地、消費地市場との位置付け</li> <li>・出荷業者機能を持つ無店舗型の「発送仲卸」が存在</li> <li>・県内産の朝獲れ水産物に限定した「朝セリ品」のブランド化</li> <li>・市場間取引の拡大</li> <li>・周辺市場の系列化が進展</li> <li>・中央卸売市場の信用力</li> </ul>	<p><b>弱み</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市場施設が老朽化</li> <li>・空調が悪く品質管理が難しい</li> <li>・地理的に全国からの集散市場としての優位性は低い</li> <li>・小売の販売計画が立てにくいセリ品の割合が多い</li> <li>・中央卸売市場であることの弱み(各種規制、事務手続、行政への依存)</li> </ul>
出典: 金沢市中央卸売市場の経営展望に関する調査報告書(平成24年2月)等により作成		

### ■PFI手法<sup>30</sup>の導入

<p><b>● 神戸市中央卸売市場 本場(兵庫県神戸市)</b></p> <p>[取組の概要] ・老朽化が激しい市場の一部を移転・新設するにあたり、市の財政負担の縮減と質の高い公共サービスの提供を図るため、施設的设计・建設、工事管理、維持管理及び運営をPFI事業として実施。 (事業期間:平成17年1月～平成46年3月(移設・建設4年、維持管理・運営25年))</p> <p>[効果] ・維持管理コストはPFI導入前に比べ約18%削減。</p>
--

### ■指定管理者制度の導入

<p><b>● 大阪府中央卸売市場(大阪府茨木市)</b></p> <p>[取組の概要] ・指定管理者として、市場内卸売業者・仲卸組合が出資した大阪府中央卸売市場管理センター(株)に、卸売・仲卸業務に係る許可・検査・指導・施設管理等を委託。(期間:平成24年4月～平成29年3月)</p> <p>[効果] ・管理業務の品質を維持しつつ、年間約1億円(人件費6,800万円、委託費3,400万円)の経費を削減。 ・利用料収入で管理運営経費が賄えるようになったことで、府は納付金が納付されるようになったほか、指定管理者も純利益5,300万円を計上。低下傾向にあった仲卸売場や駐車場の利用率向上。 ・冷蔵庫棟使用料や冷凍物保管料引き下げのニーズに応え、結果として施設の誘致や荷の増加に寄与。</p>
--

<sup>30</sup> ※PFI手法(PFI:Private Finance Initiative)とは、公共施設の整備に民間資金を利用し、民間に施設整備と公共サービスの提供を委ねる手法。

## 11.2 立地・機能に応じた市場間における役割分担と連携強化

### ■地域拠点市場を中心とした連携による集荷・販売先の拡大

#### ● 前橋生鮮食料品総合地方卸売市場と渋川魚菜地方卸売市場（群馬県内）

##### [取組の概要]

- ・群馬県は県内の地方卸売市場で構成する県卸売市場連合会と連携し卸売業者の連携・統合を促進。
- ・具体的な取組として、地域拠点市場である前橋生鮮食料品総合地方卸売市場の前橋青果(株)と渋川魚菜地方卸売市場の協同組合渋川魚菜市場が業務提携し、市場間連携による取引を実施。



前橋生鮮食料品総合地方卸売市場

##### [効果]

- ・市場間連携により、渋川魚菜市場にとっては地場野菜の販路拡大を、前橋青果にとっては、集荷エリアの拡大や品揃えの充実を実現。

## 11.3 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

### 11.3.1 産地との連携

#### ■地域農業と連携した集荷・販売の推進

#### ● (株)赤岡青果市場（高知県香南市、地方卸売市場赤岡青果市場開設者・卸売業者）

##### [取組の概要]

- ・同市場周辺の産地では、高齢化の進展等により労働力不足にあり、同社は、地域農家を支え、生産意欲の向上につながる各種取組を展開。
- ・産物の集荷のため、同社社員が各農家を早朝巡回・集荷し、コミュニケーションの深化、農作物の生産概況を把握。営農指導員の資格を有する社員を産地に派遣し、農薬使用方法や栽培技術等を指導。



営農指導の様子

##### [効果]

- ・契約農家は3,000戸を超え、同社社員も増加。地域の産業、雇用の活性化にも貢献。

#### ■産地開発・育成による安定した仕入先確保

#### ● (株)丸勘山形青果市場（山形県山形市、地方卸売市場開設者・卸売業者）

##### [取組の概要]

- ・連携相手の生産者等から直接仕入れ、小売業者等に販売する「生産者直結方式」を導入。
- ・新規就農者等への支援として、金融機関、農業関連企業等とともに「農業よろず相談所 inやまがた」に参画。
- ・山形県特産のさくらんぼなど、品目ごとに部会を結成し、栽培講習会の開催等を通じて、品質の向上、産地育成に注力。また、差別化が可能な商品を発掘し、量販店に商品企画を提案。

##### [効果]

- ・県内量販店のニーズが高い山形県独自栽培品種について、県内量販店へ周年供給。
- ・売上高は平成元年比では10倍に成長。（平成元年 約10億円 → 平成23年 約100億円）

#### ■実需者・消費者ニーズに対応した加工処理施設の整備

#### ● (株)宮果（宮城県仙台市、仙台市中央卸売市場卸売業者）

##### [取組の概要]

- ・量販店や外食（和食）事業者からの加工品の供給ニーズに応じるため、平成24年に青果物加工センターを稼働開始。国産青果物の1次（葉落とし）、2次（サラダカット）及び中食形態への加工（ソフトスチーム加工）まで実施。
- ・ソフトスチーム加工では、コンピューター管理のもと野菜に最適な温度でスチームし真空パックした商品を製造。



##### [効果]

- ・青果物の消費拡大と流通効率化に寄与。
- ・スチーム加工用の設備を活用し、PB品としての供給だけでなく、NB品として量販店等での販売を行っており、実需者・消費者の多様なニーズに対応した商品であるため、事業展開の幅が拡大。



### 11.3.2 コールドチェーンシステムの確立

#### ■コールドチェーンシステムの施設整備

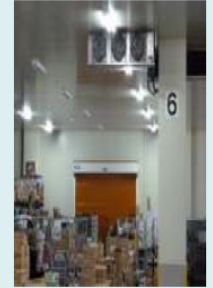
##### ● 石巻青果花き地方卸売市場(宮城県石巻市)

###### [取組の概要]

- ・平成22年1月 石巻市から東松島市に市場を移転開場
- ・3温度管理(冷蔵、低温、常温)、施設のコンパクト化と動線の効率化

###### [効果]

- ・品質・衛生・物流効率の向上
- ・市場来場者、買受人や量販店バイヤーの信頼性の向上
- ・取扱金額(青果) 11%増(平成25年度実績、平成20年度比)



### 11.3.3 組織的・体系的な衛生品質管理の高度化

#### ■ISO22000 認証取得による衛生・品質管理の強化

##### ● 倉敷青果荷受組合(岡山県倉敷市、倉敷地方卸売市場卸売業者)

###### [取組の概要]

- ・高付加価値商品の開発・製造・販売を目指し市場内に洗浄殺菌カット野菜工場を平成10年に立上げ。
- ・平成21年に青果卸売市場業界では初となるISO22000(食品安全マネジメントシステム)を取得。
- ・トレーサビリティシステムを確立し、食品安全の取組を拡大。

###### [効果]

- ・カット野菜の取扱数量が増加し、経営に大きく貢献。

### 11.3.4 物流の効率化

#### ■ICT技術を活用した通い容器の導入

##### ● 長印船橋青果(株)(千葉県船橋市、船橋市地方卸売市場卸売業者)

###### [取組の概要]

- ・平成25年から生産者、卸・仲卸業者、買参人が協力し、ほうれん草、小松菜、カブ、枝豆等の流通で試験的に通い容器を導入。コンテナには二次元コードを貼り付け、荷受、回収・洗浄段階で管理。コンテナ利用数は約5万個。



###### [効果]

- ・生産者は、経費削減のほか、畑での調製・箱詰め作業となること、容器に入れたままで散水できるメリットが、買参人側では、段ボール処理が不要(廃棄物処理量が削減)になるメリット。

#### ■効率的な物流施設の配置

##### ● 桐生地方卸売市場(群馬県みどり市)

###### [取組の概要]

- ・強い農業づくり交付金を活用し、分散して立地していた卸売場、加工場、配送センター、冷蔵庫を集約・再整備した。各施設とも温度管理が可能。

###### [効果]

- ・市場内で、コールドチェーンが途切れることがなくなり、新鮮で安全性の高い生鮮食料品を供給することが可能となり、新規取引先、加工業務拡大に寄与。
- ・施設を集約したことで、効率的な場内物流の動線が確保でき、商品輸送に係る労力、時間を削減。



## 11.4 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

### ■卸売市場を活用した輸出

#### ● 豊明花き(株)(愛知県豊明市、愛知豊明花き地方卸売市場卸売業者)

##### [取組の概要]

- ・ 新たな販路の拡大を目指し、平成5年から国産花きの輸出事業を開始。中国、香港、シンガポール、UAE(ドバイ)、ロシアなどに、シンビジウム等の洋蘭の鉢物、切り花等を輸出。
- ・ 輸出に関する検疫手続は、植物防疫官が同市場に出向いて検査を行う「出張検疫」により実施。

##### [効果]

- ・ 同市場では検疫等の輸出に必要な全ての行政手続を代行するため、生産者は生産に専念可能。

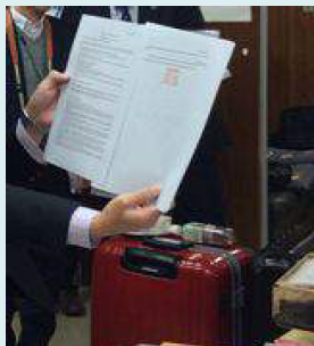
#### ● 成田市公設地方卸売市場(千葉県成田市)

##### [取組の概要]

- ・ 国際空港近辺に立地している卸売市場において、輸出に係る手続きの効率化、混載による流通コストの低減等により、国際農水産物等の輸出拠点となることが期待。そのため、輸出手続きのワンストップ化や輸出先が求める品質管理、多品目混載や産地連携による周年供給等に対応することが重要。
- ・ 平成27年11月には、成田市公設地方卸売市場から英国への試験輸出を実施。試験輸出では、卸売市場内における輸出手続きのワンストップ化を図るため、産地証明書の交付(事業者への受け渡し)や検疫などの輸出手続きを卸売市場で行うことで期間短縮の検証を試みたほかロンドン市内での日本の農産物のPRや市場調査、在英国日本大使館でのレセプションを実施。

〈成田市公設地方卸売市場における輸出手続きワンストップ化の検証の様子〉

産地証明書の交付



農政局とのオンラインによる産地証明書の交付手続き

植物検疫検査



市場に出向き輸出検査を実施する植物防疫官

空輸による輸送実証



ロンドン市内でのPR・試験販売



### ■市場関係業者による6次産業化への参画

#### ● (株)長印(長野県長野市、長野地方卸売市場卸売業者)

##### [取組の概要]

- ・ 卸売会社が長野県内のJAなどと共同出資でカット野菜を加工、販売する新会社を設立。
- ・ 卸売会社とJAが連携して、長野県内の生産者からの契約栽培を中心に各地のJAとも連携して、産地リレーによる年間を通じた安定供給を図る。
- ・ 卸売市場向けの野菜の集荷トラックに加工原料用の野菜を混載して、輸送コストを低減。
- ・ 集荷した野菜を卸売市場で青果用と加工用に仕分けし、JAや産地組合等を通じて農家から全量買取。

##### [効果]

- ・ 契約農家からの出荷率はこれまで7割程度であったが、全量買取することによって、農家の経営安定に寄与。

(参考)農林漁業成長産業化ファンド(A-FIVE(エーファイブ))

A-FIVEは、法律に基づく官民連携のファンドで、6次産業化事業体への出資など6次産業化事業体の支援に取り組んでいる。

## 11.5 公正かつ効率的な売買取引の確保

### ■事務手続の簡素化

#### ● 浜松市中央卸売市場（静岡県浜松市）

##### [取組の概要]

- ・卸売業者の売買仕切書・売買仕切金特約の届出手続を廃止。特約期間中の書面保存義務。
- ・卸売業者の販売担当者の届出手続を廃止。従事期間中の書面保存義務。
- ・卸売業者の上場順位変更届の届出手続を廃止。
- ・卸売業者の販売条件等承認申請の手続を廃止。

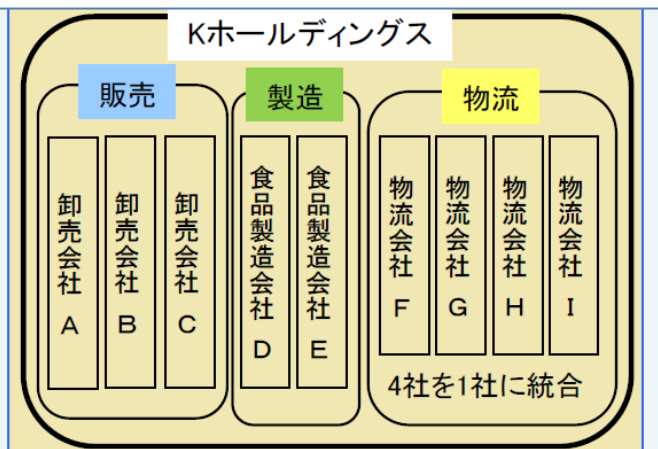
## 11.6 卸売業者及び仲卸業者の経営体質の強化

### ■卸売業者の再編

#### ● Kホールディングス

##### [概要]

- ・業務効率化と財務健全化を図るため、「販売」、「製造」、「物流」を柱としたグループ会社の統合再編を実施。
- ・グループの人材、資産、情報を一元化し、計画的・効果的な設備投資、人材育成、販路拡大やコスト削減を図る。
- ・卸売会社A、B、C及び食品製造会社D、Eはそれぞれ異なる地域にて営業。
- ・物流は効率化のため、1社に統合。



### ■経営管理システム等の導入

#### ● (株)辻商店（北海道札幌市、札幌市中央卸売市場仲卸業者）

##### [取組の概要]

- ・平成25年から大手IT企業と共同開発した利益管理システムを導入。
- ・顧客別、営業員別の売上げや利益がリアルタイムに把握可能となるだけでなく、運賃や加工賃も加味した利益管理が可能となった。
- ・システムはクラウドシステムを採用し、高額な初期投資を回避。九州に災害時等のため、バックアップサーバを設置。

##### [効果]

- ・従来は各商品担当者が在庫管理等を個人の力量で行っていたが、新システム導入後は社員が誰でも閲覧でき、商品管理等の透明性や職員のデータ活用等の意識も向上。

### ■女性・若手のアイデアや対応力の活用、社員教育

#### ● 丸果庄内青果(株)(山形県三川町、庄内青果物地方市場卸売業者)

##### [取組の概要]

- ・市場流通の販路拡大に対応するため、女性7名からなる新規販売先の開拓や営業活動を担う管理開発部を設置。
- ・販売士の資格習得に当たっては、必要経費を全額会社が負担。取得後は手当を支給。
- ・女性が働きやすい環境を積極的に推進。

##### [効果]

- ・女性や若手のアイデア・対応力を活用した営業戦略により、大手食品メーカーや外食事業者等の新規開拓、契約栽培等の産地開発といった顧客や取引拡充に貢献。現在、年間取扱高のうち約15%を当該部署が取り扱う。
- ・平成18年都道府県労働局長奨励賞を受賞。



## 11.7 卸売市場に対する社会的要請への適切な対応

### 11.7.1 緊急時の事業継続、災害時の備え

#### ■緊急時の事業継続に向けた対応

##### ● 仙台市中央卸売市場（宮城県仙台市）

###### [取組の概要]

- ・ 災害時においても迅速に業務を開始、最低限の行政サービスを維持し、かつ、通常業務を可能な限り早期に復旧させるBCPを策定。
- ・ 策定に当たっては東日本大震災時の経験と教訓を踏まえ、①非常時における災害対応業務と通常業務の対応状況、②職員の災害対応体制、③庁舎及び設備の地震対策、④燃料の確保、⑤通信・情報システム、⑥業務用の消耗品・職員用の物資備蓄の6つの視点で検証。災害時に優先的に行う通常業務と災害対応業務を選定。

###### [通常業務]

- ・ 施設の管理
- ・ 卸売業者等に対する業務の指導監督
- ・ 取引内容の公表
- ・ 事故品の検査及び処置等

###### [災害対応業務]

- ・ 避難所の運営
- ・ 施設の保全
- ・ 利用者の保護等

#### ■市場間での協定締結

##### ● 全国中央卸売市場協会（東京都千代田区）

###### [取組の概要]

- ・ 全国中央卸売市場協会に加盟する中央卸売市場の開設都市で災害が発生し、被災した都市の中央卸売市場開設者単独では住民に生鮮食料品を十分供給できない場合、災害を受けていない都市の開設者が相互に協力し、緊急・応急措置として、被災都市における生鮮食料品の確保及び市場機能の復旧対策を図ることを目的に、平成20年に協定を締結。

###### [東日本大震災時の対応]

- ・ 札幌市中央卸売市場は、三陸地域からの水産物が途絶えた盛岡市中央卸売市場の要請に応え、鮮魚、加工品等を中心に約4トンの緊急輸送を実施。



### 11.7.2 卸売市場への理解の醸成等

#### ■消費者向けイベントの開催

##### ● 東京都中央卸売市場 食肉市場（東京都港区）

###### [取組の概要]

- ・ 東京都中央卸売市場食肉市場では、消費者向けのイベントとして年1回「東京食肉市場まつり」を開催（入場無料）。市場まつり実行委員会を組織し、和牛などの無料試食、世界の屋台料理コーナー（有料）、食肉・食肉加工品販売なども実施。

###### [効果]

- ・ 平成27年は10月24日（土）、25日（日）2日開催、来場者数 約3万人



### 11.7.3 卸売市場運営に伴う環境負荷の低減

#### ■太陽光発電施設の整備・利用

##### ● 高崎市総合地方卸売市場（群馬県高崎市）

###### [取組の概要]

- ・平成17年度、平成20年度にそれぞれ100kW、計 200kWの太陽光発電施設を整備。
- ・太陽光パネル(計 1,120枚、設置面積 1,600㎡)は青果棟保冷库棟、荷捌き所の屋根に設置。

###### [効果]

- ・発電量 204,826 kWh(平成25年度実績)
- ・経費削減効果 5,740千円/年(発電出力から試算)  
(購入電力量の減少、ピークカットによる基本料金低減など)
- ・CO2削減効果 61,279kg -CO2 /年(年間予測発電量をもとに試算)



#### ■容器・包装廃棄物のリサイクル

##### ● 岡山市中央卸売市場（岡山県岡山市）

###### [取組の概要]

- ・発泡スチロール粉砕機(300kg/時)、発泡スチロール減容機(200kg/時)を市場内に設置し、市場活動に伴い排出される発泡スチロールを熔融固化(インゴット化)し、再処理業者に販売。

###### [効果]

- ・発泡スチロールを適切に処理することで、市場内美化や環境負荷の低減に貢献。
- ・インゴットの売却収入により、市場の維持管理費を含めた運営費用の負担軽減に貢献。





## 12. 買受人アンケート調査 実施結果

### 12.1 調査実施概要

#### (1) 調査目的

本市場の現状や今後の見通し、建て替えを含む施設の在り方等を検討するための基礎調査として、本市場の利用状況や今後の利用意向等を把握することを目的とします。

#### (2) 調査対象

以下の買受人組合に属する買受人。

	登録者数
別府市青果商業協同組合	100
別府市水産物小売商業協同組合	69
別府市花市場花商組合	105
合計	274

※令和元年9月時点における買受人の人数です。

#### (3) 調査方法と調査期間

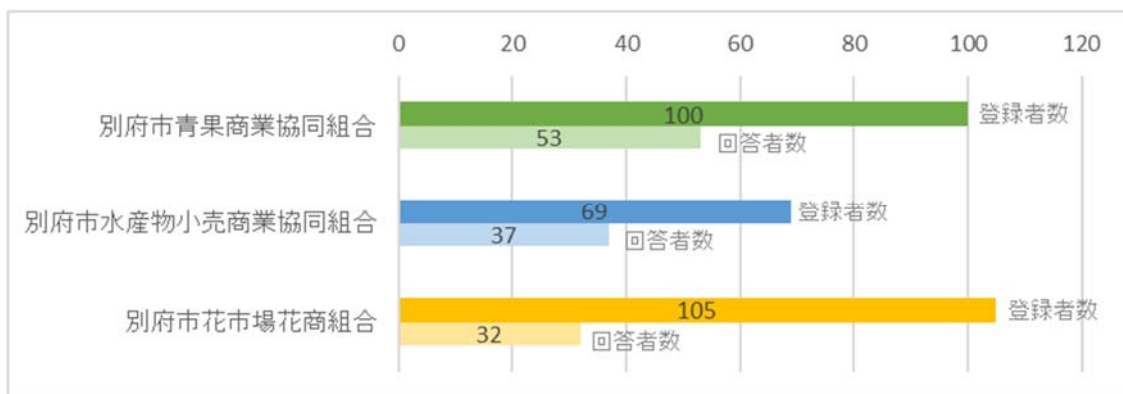
紙のアンケート調査票（調査票は次ページ以降の通り）、WEB上の回答フォームのいずれかより回答。

令和元年9月27日～令和元年10月11日

#### (4) 回答率

各組合の回答率及び、調査票の送達不能、回答拒否の件数は以下のとおりです。

	登録者数	回答者数	回答率	送達不能	回答拒否 廃業・死去等
別府市青果商業協同組合	100	53	53.0%	7	1
別府市水産物小売商業協同組合	69	37	53.6%	6	0
別府市花市場花商組合	105	32	30.5%	15	5
合計	274	122	44.5%	28	6



#### (5) 調査結果

アンケート回答の集計結果を次頁以降に整理しました。なお、図表中の「n」は、設問に対する回答数の合計であり、集計は小数第2位を四捨五入し、小数第1位までを表示しているため、比率の合計が100.0%とならない場合があります。

なお、所属部別の集計については、所属を複数回答した方の数値は除いて集計しています。

## 別府市公設地方卸売市場 買受人アンケート調査

- ・ 単数回答の場合は、該当する選択肢の番号を□に記入してください。
- ・ 複数回答の場合は、該当する選択肢の□に☑を記入してください。
- ・ 「その他（ ）」は、（ ）内にできるだけ具体的な内容をご記入ください。

### (1) 御社に関する以下の情報についてご記入ください。

会社名	個人事業主の場合は、ご本人様の氏名をご記入ください。
代表者のご年齢	個人事業主の場合は、ご本人様のご年齢をご記入ください。 回答時点のご年齢としてください。 ( ) 歳

### (2) 業種をお選びください。

複数の業種を含む場合は、別府市内で最も規模が大きな事業所・店舗についてお答えください。

- ・ 百貨店・総合スーパー：衣・食・他の各種商品を小売（いずれも小売販売額の10%以上70%未満）、従業員が50人以上
- ・ 食料品スーパー：食が70%以上、売り場面積が250㎡以上

1. 大型の百貨店・総合スーパー（売場面積3000㎡以上）
2. 中型の百貨店・総合スーパー（売場面積3000㎡未満）
3. 食料品スーパー
4. コンビニエンスストア
5. 個人あるいは家族経営の店舗
6. 無店舗販売（インターネット販売等）
7. 飲食事業者
8. 食品加工業者
9. 学校・病院・事業所給食等
10. その他（ )

該当する番号を記入してください。 □

1) 「5.個人あるいは家族経営の店舗」を選んだ方にお尋ねします。

店舗で取り扱っている品目をお選びください。

分岐先質問。複数回答。

- 野菜      果実      生鮮水産物      加工水産物      花き  
日用品      その他（ )

### (3) 主な顧客について教えてください。

複数の顧客がある場合は、別府市内で最も規模が大きな事業所・店舗についてお答えください。

1. 個人（別府市内在住）
2. 個人（別府市外在住）
3. 法人（別府市内のホテル・旅館業者）
4. 法人（別府市内のその他の法人（公共機関含む））
5. 法人（別府市外）
6. その他（ )

該当する番号を記入してください。 □

### (4) 本店所在地をお選びください。

1. 別府市内
  2. 大分市内
  3. 大分県内（別府市・大分市以外）
  4. 大分県を除く九州各県
  5. その他（ )
- 資本金をお選びください。

該当する番号を記入してください。 □

(5) 資本金をお選びください。

- |                      |                     |           |
|----------------------|---------------------|-----------|
| 1. 500万円未満           | 2. 500万円以上 1000万円未満 |           |
| 3. 1000万円以上 5000万円未満 | 4. 5000万円以上 1億円未満   |           |
| 5. 1億円以上 5億円未満       | 6. 5億円以上 10億円未満     | 7. 10億円以上 |

該当する番号を記入してください。

(6) 従業員数をお選びください。

- |                 |                  |                   |
|-----------------|------------------|-------------------|
| 1. 1名（個人事業等）    | 2. 10名未満         | 3. 10名以上 50名未満    |
| 4. 50名以上 100名未満 | 5. 100名以上 500名未満 | 6. 500名以上 1000人未満 |
| 7. 1000人以上      |                  |                   |

該当する番号を記入してください。

(7) 別府市内の事業所数・店舗数をお選びください。

- |        |          |          |           |           |
|--------|----------|----------|-----------|-----------|
| 1. 1箇所 | 2. 2～3箇所 | 3. 4～5箇所 | 4. 5～10箇所 | 5. 10箇所以上 |
|--------|----------|----------|-----------|-----------|

該当する番号を記入してください。

(8) 別府市内の店舗の形態を選んでください。

複数ある場合は最も規模の大きな店舗についてお答えください。

- |                   |                      |
|-------------------|----------------------|
| 1. 独立型の路面店（国道沿道）  | 2. 独立型の路面店（商店街の中）    |
| 3. 独立型の路面店（その他）   | 4. 百貨店・総合スーパーの一区画に出店 |
| 5. 食料品スーパーの一区画に出店 | 6. 複合商業施設の一区画に出店     |
| 7. 店舗はない          | 8. その他（              |

該当する番号を記入してください。

(9) 大分県内の事業所数・店舗数をお選びください。

別府市内も含む数をお答えください。

- |        |          |          |           |           |
|--------|----------|----------|-----------|-----------|
| 1. 1箇所 | 2. 2～3箇所 | 3. 4～5箇所 | 4. 5～10箇所 | 5. 10箇所以上 |
|--------|----------|----------|-----------|-----------|

該当する番号を記入してください。

(10) 本市場で所属している買受人組合をお選びください。

複数回答。

- 青果部      水産部      花き部

(11) 本市場で仕入れるものをお選びください。

複数回答。

- 野菜      果実      生鮮水産物      加工水産物      花き  
その他（

(12) 本市場で仕入れたものをどこで消費（または加工）されますか。

複数回答。スーパー、専門小売店、飲食店事業者の場合は、店舗がある場所を選んでください。食品加工業者、学校・病院・事業所給食等の場合は、加工場がある場所を選んでください。

- 別府市内                      大分市内                      大分県内（別府市・大分市以外）  
大分県を除く九州各県      その他（                      ）

(13) 本市場の利用状況をお選びください。

選択肢により分岐します。

1. 週3回以上利用している                      2. 週1～2回利用している  
3. 月に2～3回利用している                      4. 月に1回以下の利用である  
5. 利用していない

該当する番号を記入してください。

1) 「5.利用していない」を選んだ方にお尋ねします。

利用しない理由として主なものをお選びください。

分岐先質問。

1. 価格が高いため                      2. 新商品、新品種、流行の商品が少ない  
3. 取り扱い品目が少ないため                      4. 旬のものが少ないため  
5. 市場が遠く、運送コストがかかるため  
6. 市場の駐車場や各種施設の利便性が低いため  
7. 高齢に伴い市場までの移動が困難になったため  
8. 健康上の都合により休業中であるため  
9. その他（                      ）

該当する番号を記入してください。

(14) 2018年（または直近の会計年度）における、本市場での概ねの仕入れ額を教えてください。

青果、水産、花きの合計としてください。

1. 100万円未満                      2. 100万円以上 500万円未満  
3. 500万円以上 1000万円未満                      4. 1000万円以上 5000万円未満  
5. 5000万円以上 1億円未満                      6. 1億円以上  
7. 仕入れなし

該当する番号を記入してください。

(15) 本市場での仕入れ方法をお選びください。

1. せり・入札                      2. 相対取引                      3. せり・入札と相対取引の両方

該当する番号を記入してください。

(16) 本市場で仕入れる理由やメリットは何ですか。

複数回答。

- 取扱量が多く、好きな量を仕入れることができる
- どんな（多様な種類の）商品でも仕入れることができる
- 継続して安定的に仕入れることができる
- 他の市場と比べて季節はじめの商品をいち早く仕入れることができる
- 手頃な値段で仕入れることできる
- 近くにあり、運送コストを縮減できる
- 市場施設が機能的で使いやすく、かつ衛生的にも優れている
- 市場及び場内業者の信頼度が高い
- 食品に対する衛生管理体制が整っており、安全・安心を確保できる
- 特にメリットはない
- その他（）

(17) 本市場以外での仕入れ先をお選びください。

選択肢により分岐します。

1. 本市場以外の市場あるいは小売業者（直売所含む）
2. 産地からの直送
3. 本市場以外の仕入れ先はない
4. その他（）

該当する番号を記入してください。

→ 「1. 本市場以外の市場あるいは小売業者（直売所含む）」を選んだ方にお尋ねします。

1) 本市場以外での仕入れ先として大分県内の市場があればお選びください。

分岐先質問。複数回答。

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 大分市公設地方卸売市場      | <input type="checkbox"/> 大分県漁協日出支店大神魚市場      |
| <input type="checkbox"/> 地方卸売市場（株）鶴崎青果魚市場 | <input type="checkbox"/> 地方卸売市場大分県漁協佐賀関支店魚市場 |
| <input type="checkbox"/> 大分園芸花市場          | <input type="checkbox"/> 地方卸売市場（株）杵築中央青果市場   |
| <input type="checkbox"/> その他県内市場          | <input type="checkbox"/> 県内市場での仕入れはない        |

2) 本市場以外での仕入れ先として大分県外の市場があればお選びください。

分岐先質問。複数回答。

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 北九州市中央卸売市場（青果） | <input type="checkbox"/> 福岡市中央卸売市場青果市場                                 |
| <input type="checkbox"/> 福岡市中央卸売市場鮮魚市場  | <input type="checkbox"/> 福岡市中央卸売市場食肉市場                                 |
| <input type="checkbox"/> 久留米市中央卸売市場（青果） | <input type="checkbox"/> 長崎市中央卸売市場（青果）                                 |
| <input type="checkbox"/> 宮崎市中央卸売市場（青果）  | <input type="checkbox"/> 鹿児島市中央卸売市場青果市場                                |
| <input type="checkbox"/> 鹿児島市中央卸売市場魚類市場 | <input type="checkbox"/> その他県外市場 <input type="checkbox"/> 県外市場での仕入れはない |

3) 本市場以外での仕入れ先として小売業があればその業態をお選びください。

分岐先質問。複数回答。

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 総合スーパー・食料品スーパー（別府市内） | <input type="checkbox"/> 総合スーパー・食料品スーパー（別府市外）                          |
| <input type="checkbox"/> 食料品専門店・食料品中心店（別府市内）  | <input type="checkbox"/> 食料品専門店・食料品中心店（別府市外）                           |
| <input type="checkbox"/> 直売所（別府市内）            | <input type="checkbox"/> 直売所（別府市外）                                     |
| <input type="checkbox"/> インターネット通販            | <input type="checkbox"/> その他小売業 <input type="checkbox"/> 小売業者からの仕入れはない |



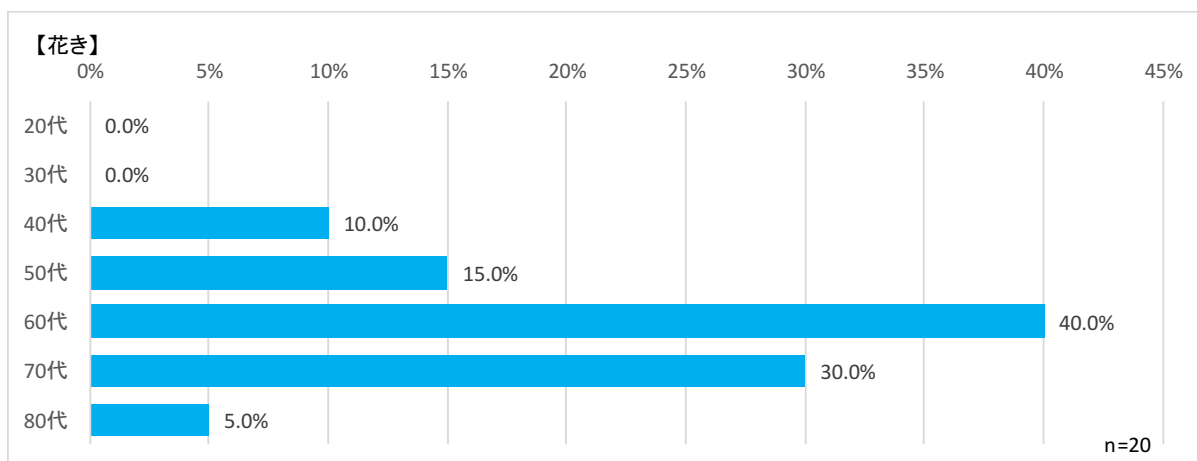
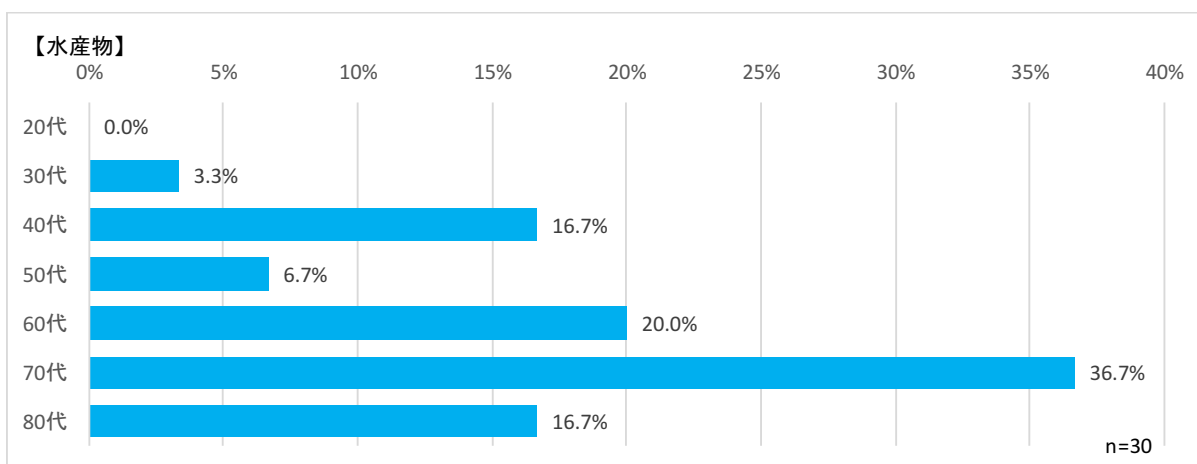
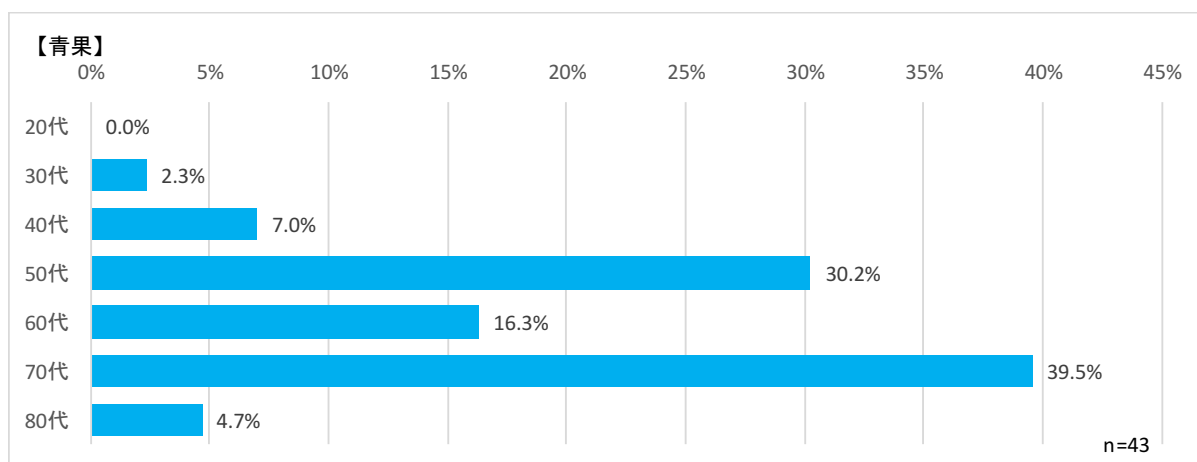






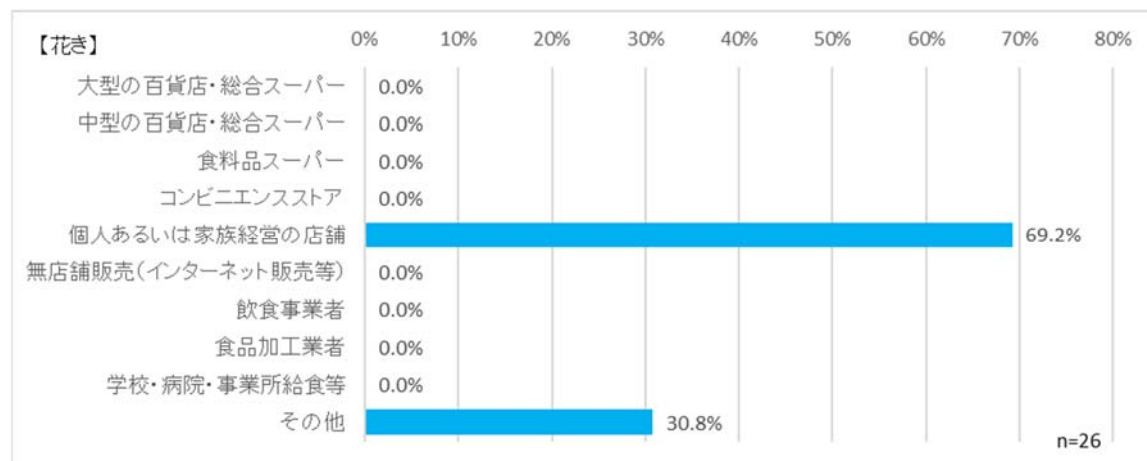
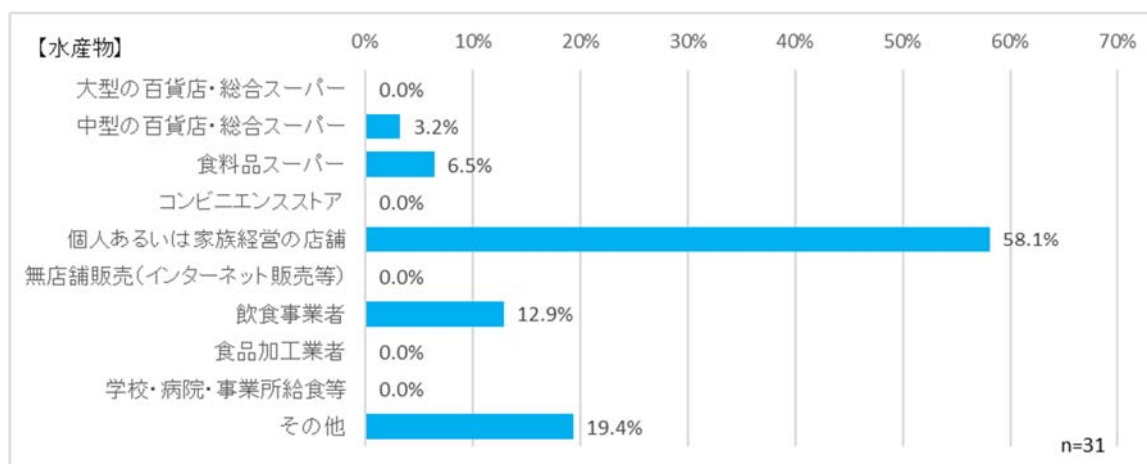
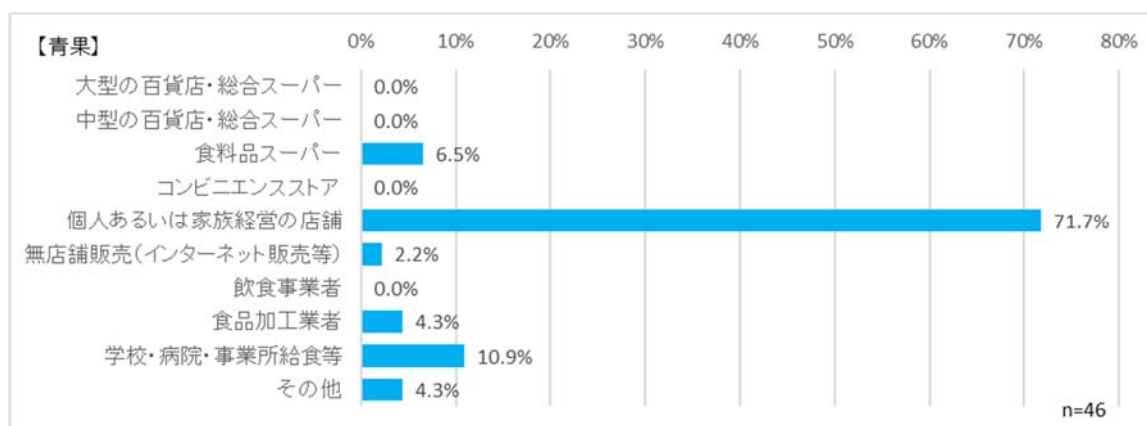
## 12.2 調査結果

### (1) 代表者の年齢



青果については回答者の約61%が、水産物については回答者の約73%が、花きについては回答者の約75%が60代以上となっており買受人の高齢化が進んでいると考えられます。また、20～30代の買受人も少ない状況であると想定されるため、今後も引き続き高齢化が進展していくことが懸念されます。

(2) 業種をお選びください。

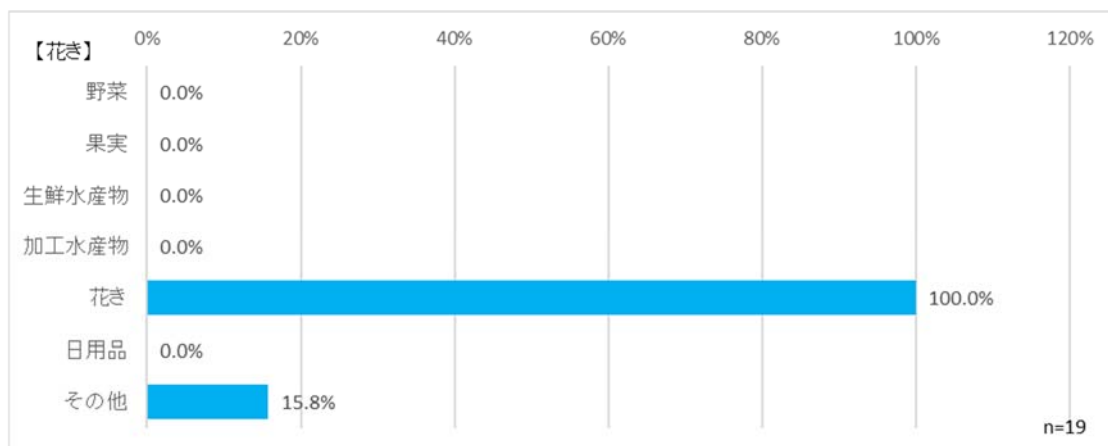
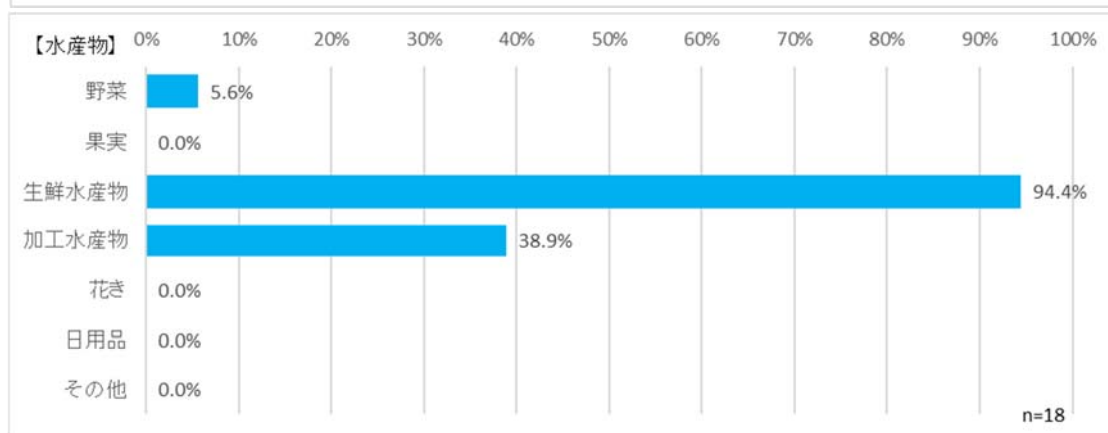
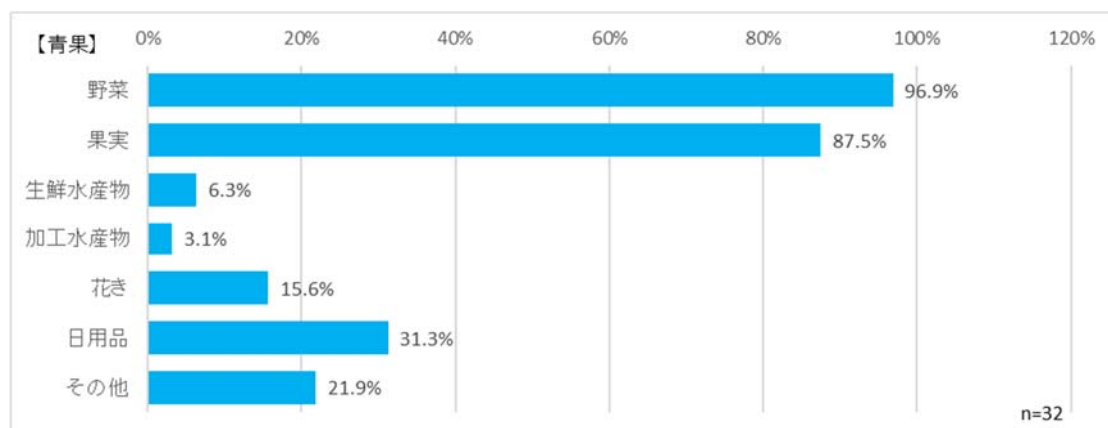


青果・水産物・花きのいずれにおいても、回答者の半数以上が、個人あるいは家族経営の店舗と回答しています。

各組合の特徴として、青果は学校・病院・事業所給食や食料品スーパーなどがみられ、水産物は飲食事業者や食料品スーパーがみられます。花きはその他（造園業、貸鉢など）が多く見られます。

また、割合自体はあまり大きくはないものの、青果に無店舗販売（インターネット販売等）の回答もみられます。

1) 「5.個人あるいは家族経営の店舗」を選んだ方にお尋ねします。店舗で取り扱っている品目をお選びください。(複数回答可)

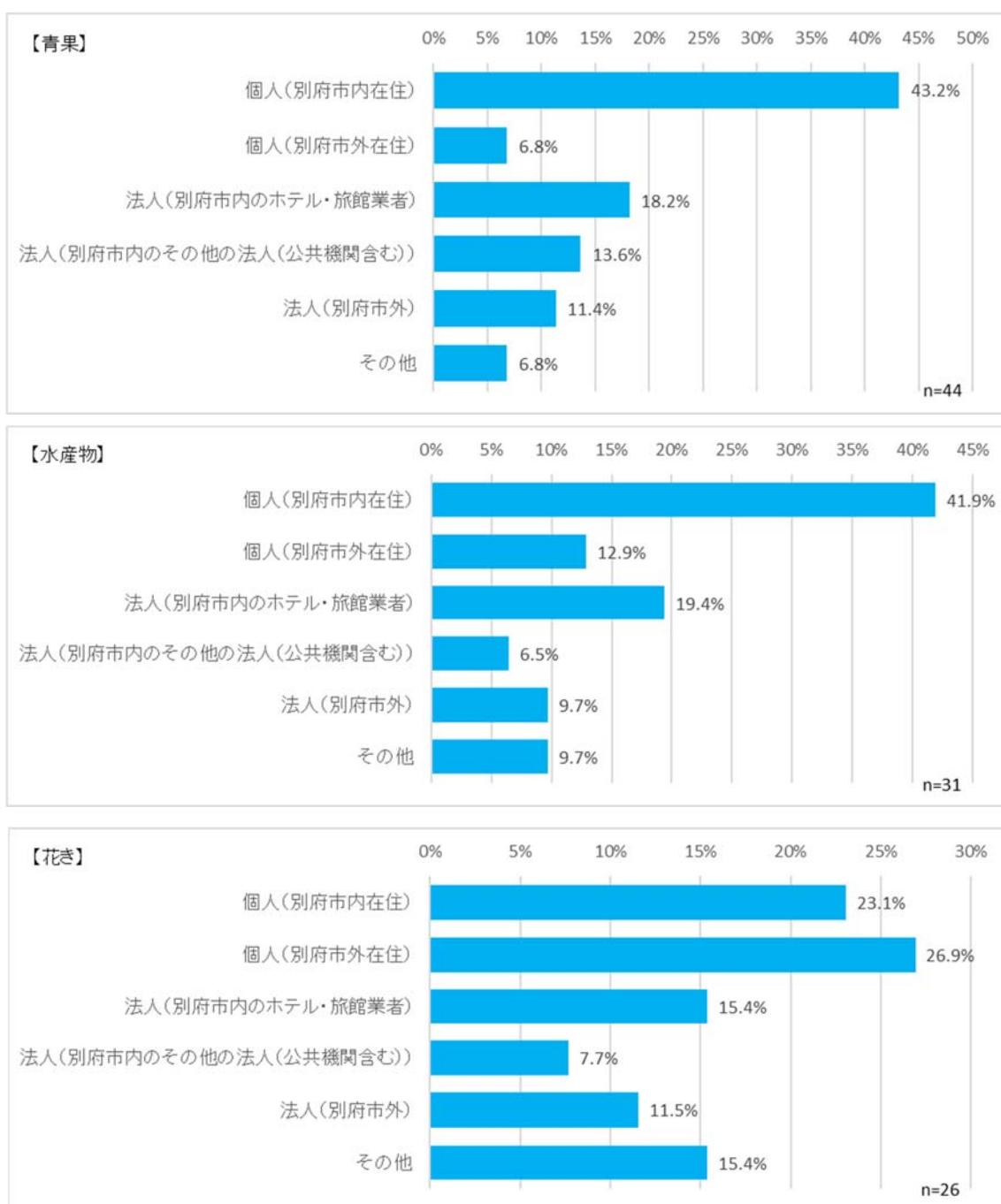


青果についてはやはり野菜・果実を主に取り扱っており、それに加えて、日用品・花き・水産物などといった品目を取り扱っている状況がみられます。

水産物については、生鮮水産物が中心であり、加えて、加工水産物や野菜などの取り扱いもみられます。

花きについては、花き以外にその他資材や造花を取り扱っているケースがみられます。

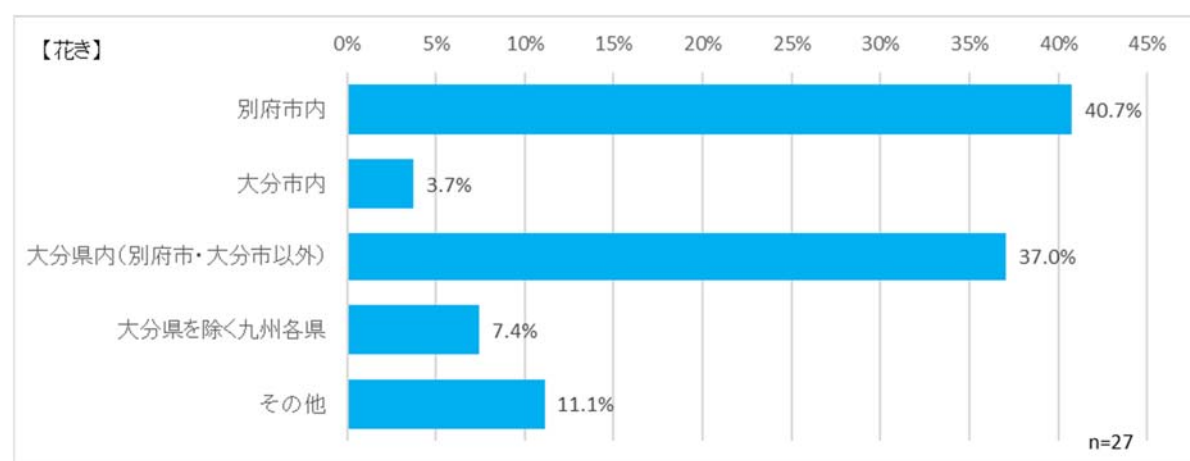
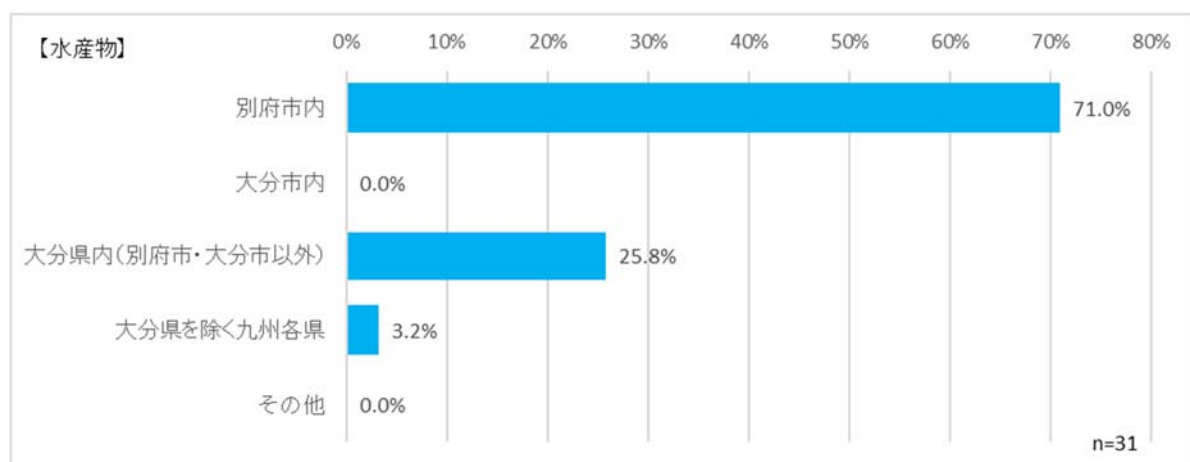
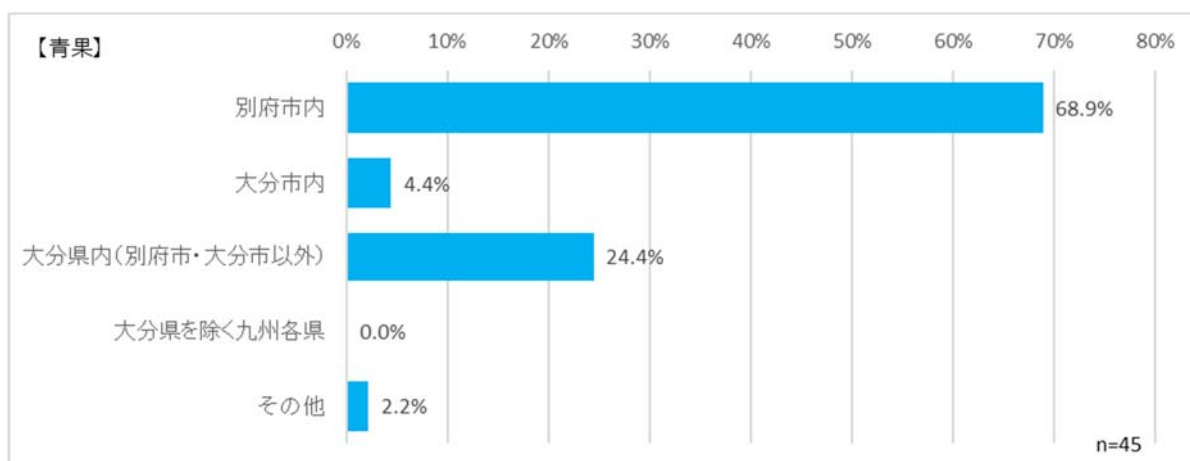
(3) 主な顧客について教えてください。



青果と水産物については、別府市内在住の個人を顧客としている割合が最も多く、次いで別府市内のホテル・旅館業者の顧客が多い状況がみられます。

それに対して、花きについては別府市外の個人を顧客としているケースが最も多く、次いで別府市内の個人が多い状況がみられます。

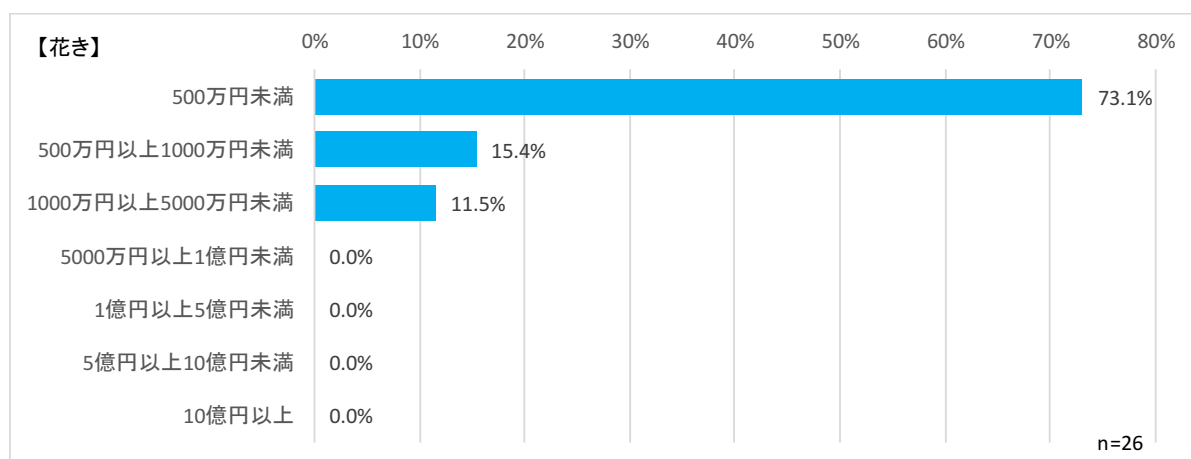
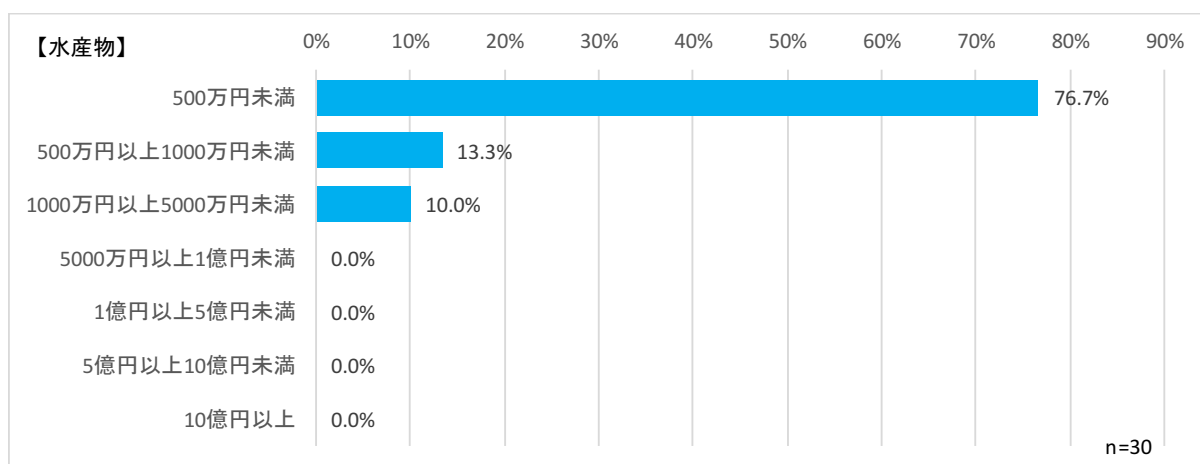
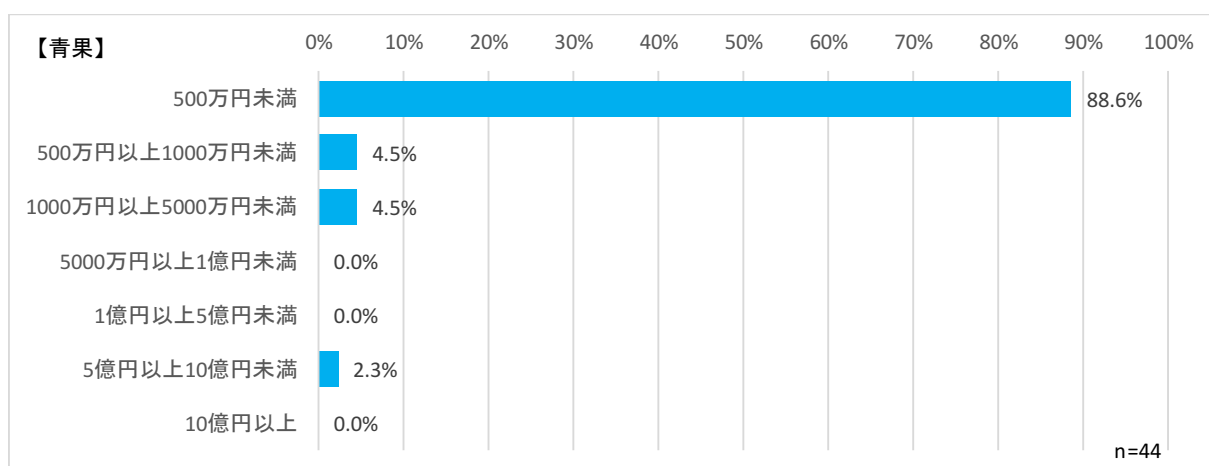
(4) 本店所在地をお選びください。



青果・水産物・花きのいずれにおいても、別府市内に本店を構える回答者が多く、次いで、大分県内（別府市・大分市以外）があげられます。本店所在地が大分市であるケースは比較的少ない状況です。

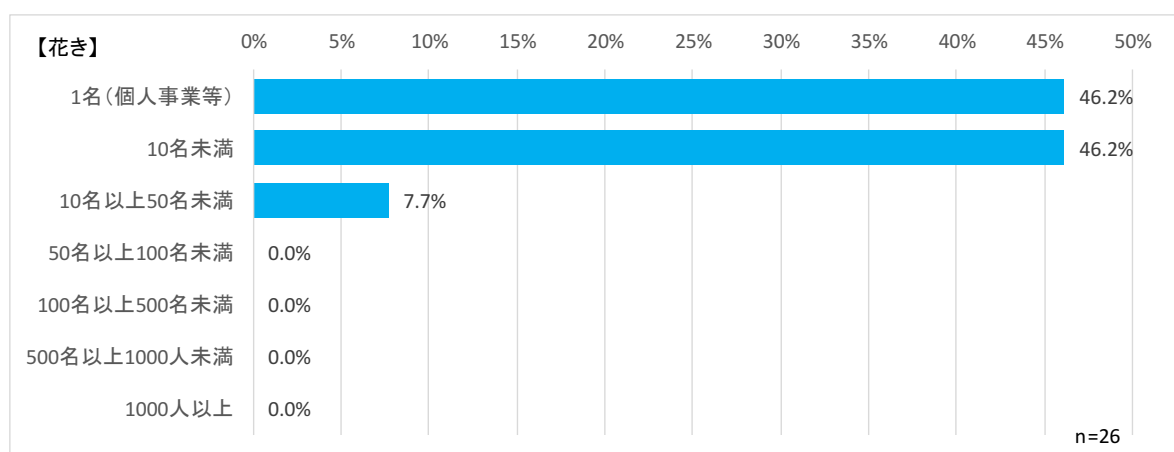
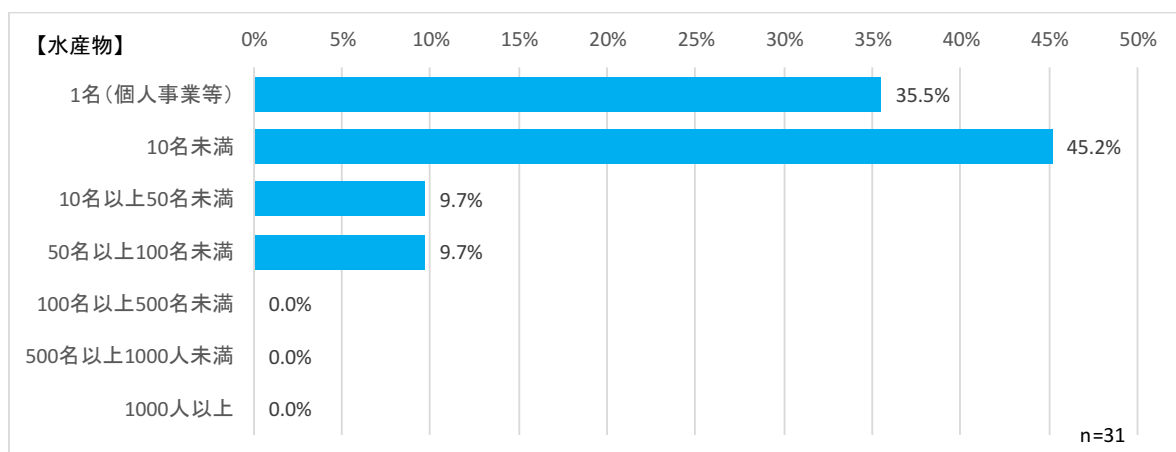
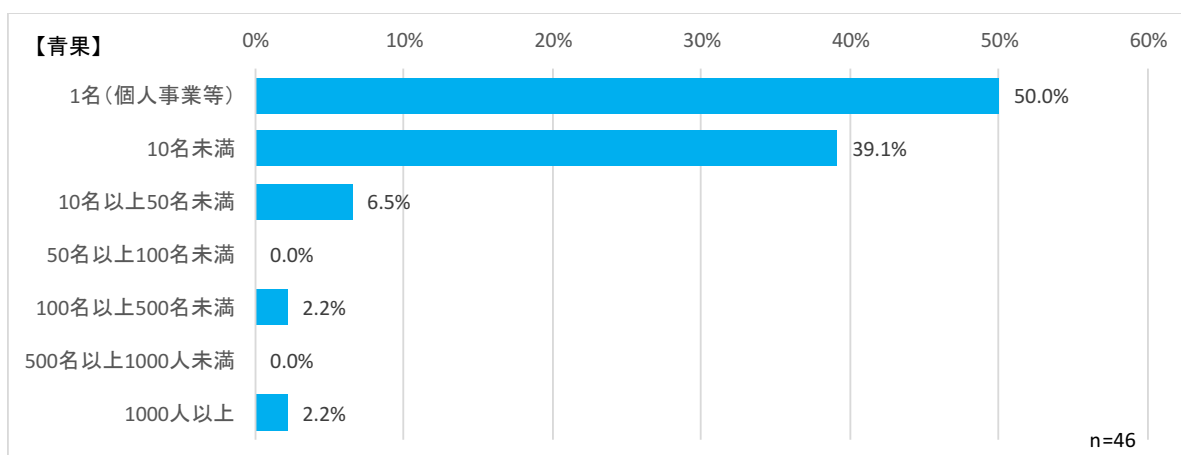


(5) 資本金をお選びください。



青果・水産物・花きのいずれにおいても、資本金が500万円未満の回答者が最も多く、青果では約89%、水産物では約77%、花きでは約73%を占めています。「個人あるいは家族経営の店舗」が多いことにも関連していると考えられ、比較的事業規模が小さな買受人が多いと想定されます。

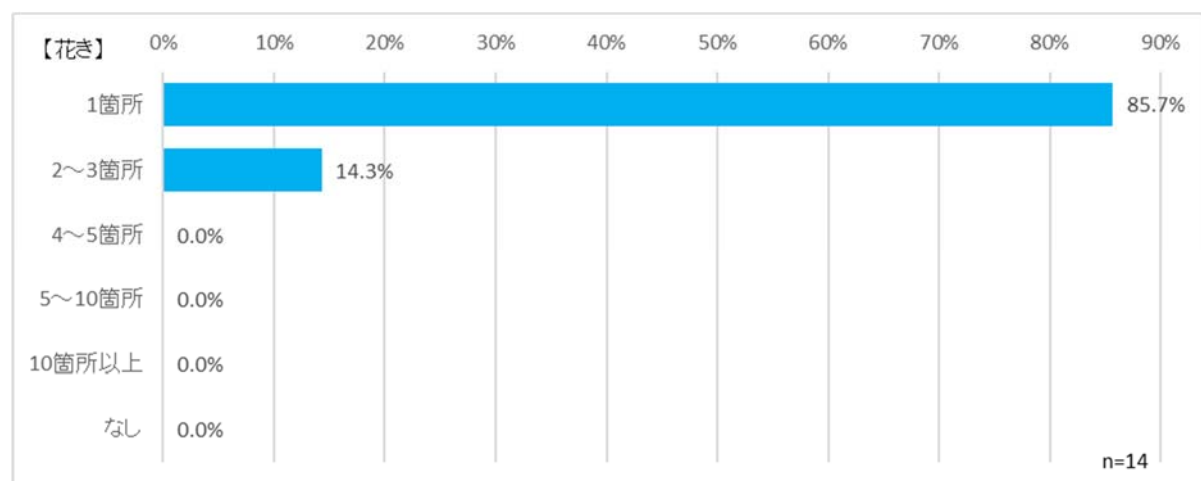
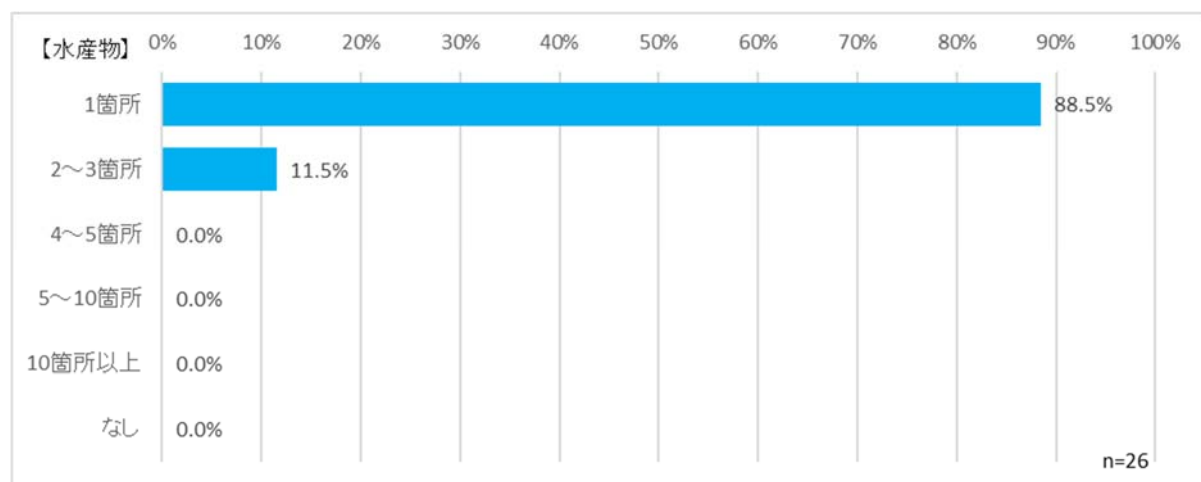
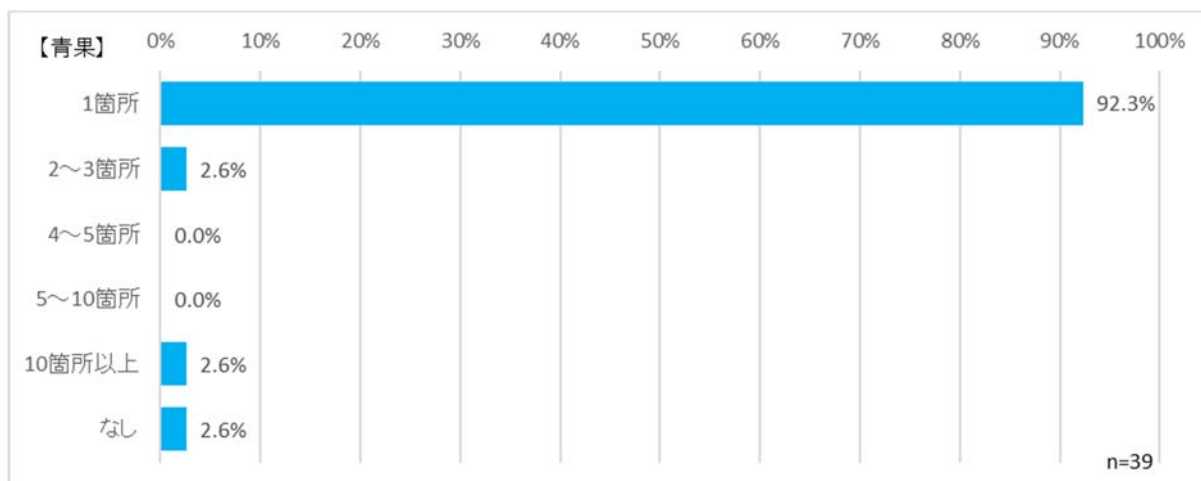
(6) 従業員数をお選びください。



青果・水産物・花きのいずれにおいても、1名（個人事業主）及び10名未満が占める割合が高く、青果及び花きでは回答者の約90%、水産物では回答者の約80%を占めています。

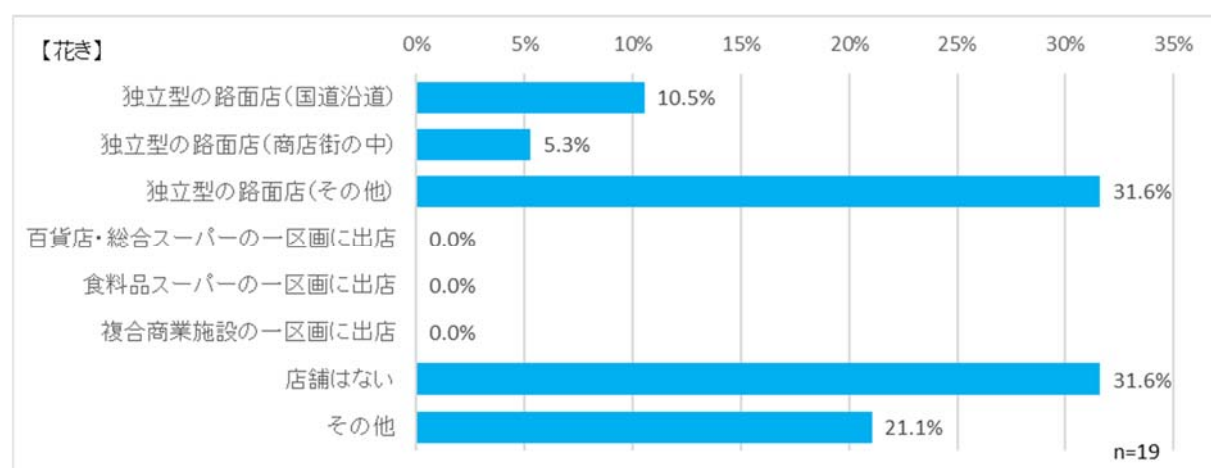
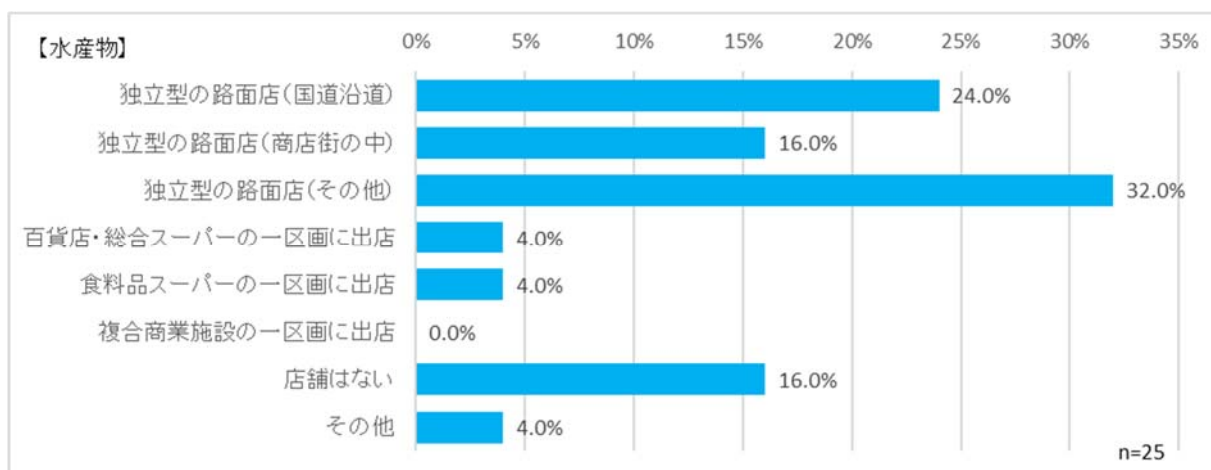
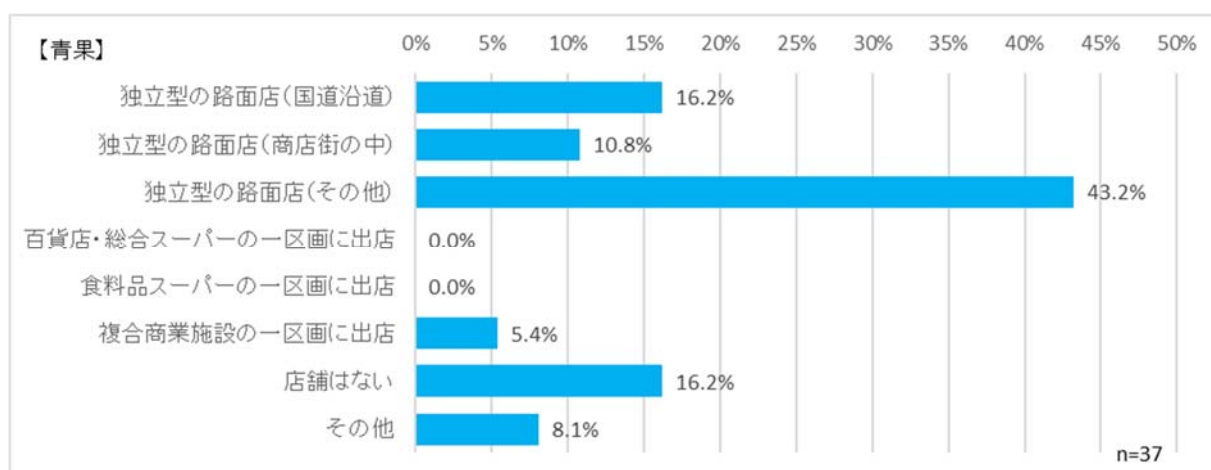
よって、従業員数の観点からみて比較的事业規模が小さな買受人が多いと想定されます。

(7) 別府市内の事業所数・店舗数をお選びください。



青果・水産物・花きのいずれにおいても、別府市内の事業所数・店舗数は1箇所との回答が最も多くみられます。

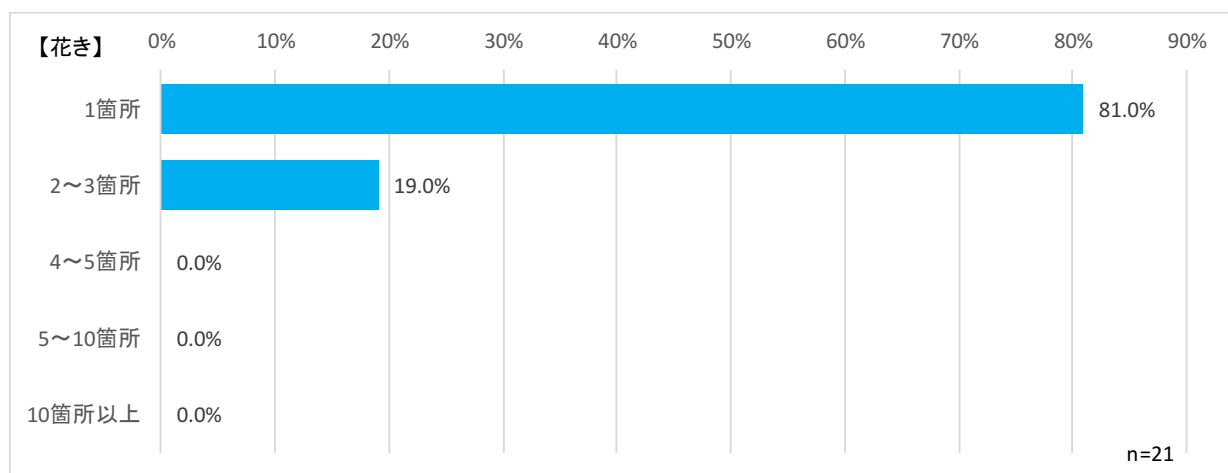
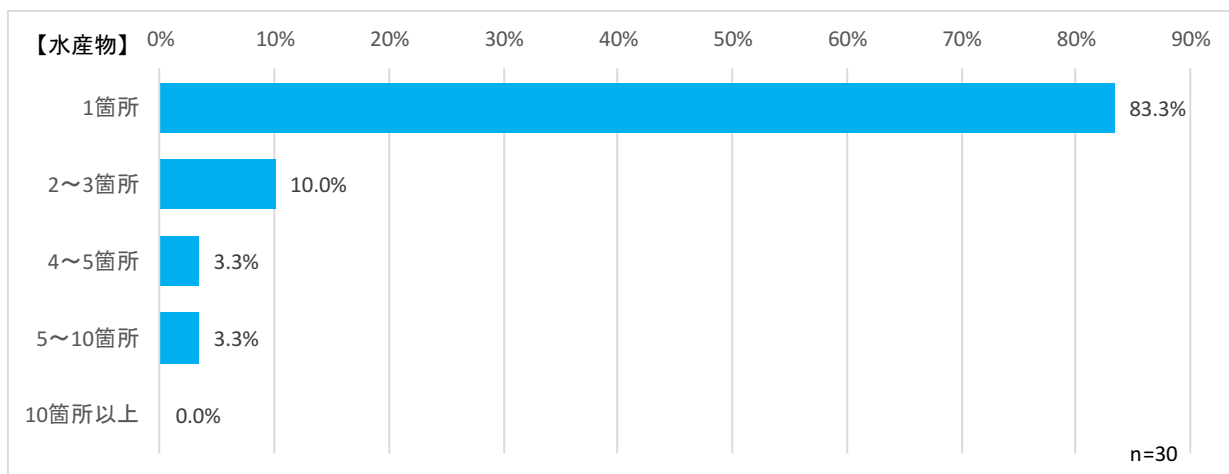
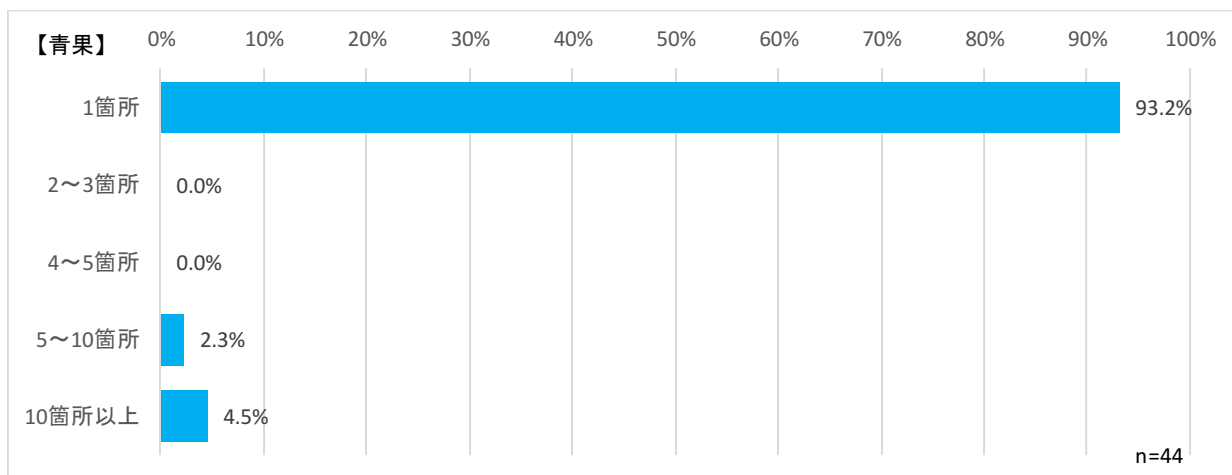
(8) 別府市内の店舗の形態を選んでください。



青果・水産物・花きのいずれにおいても、独立型の路面店が占める割合が多く、青果では回答者の約70%、水産物では約72%、花きは約47%を占めています。

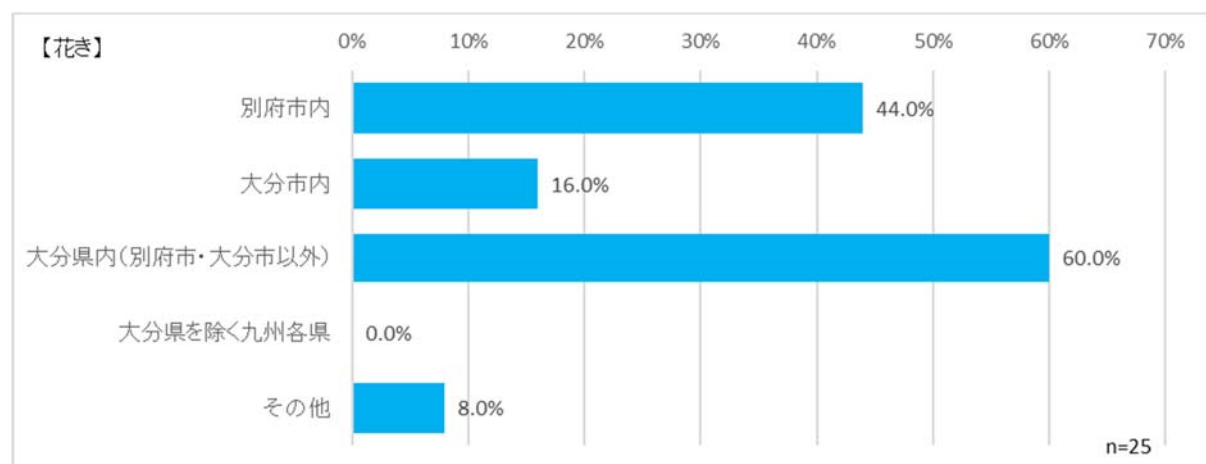
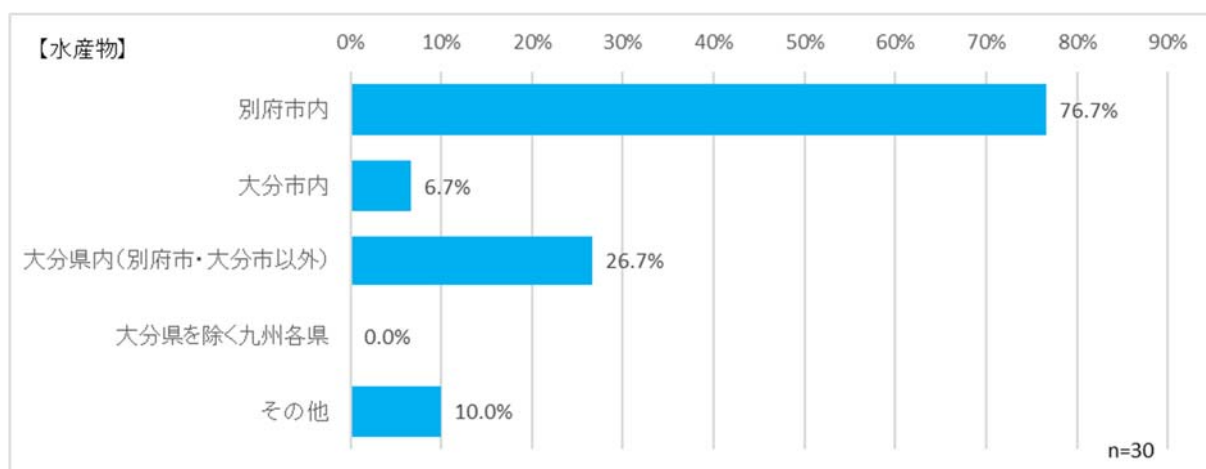
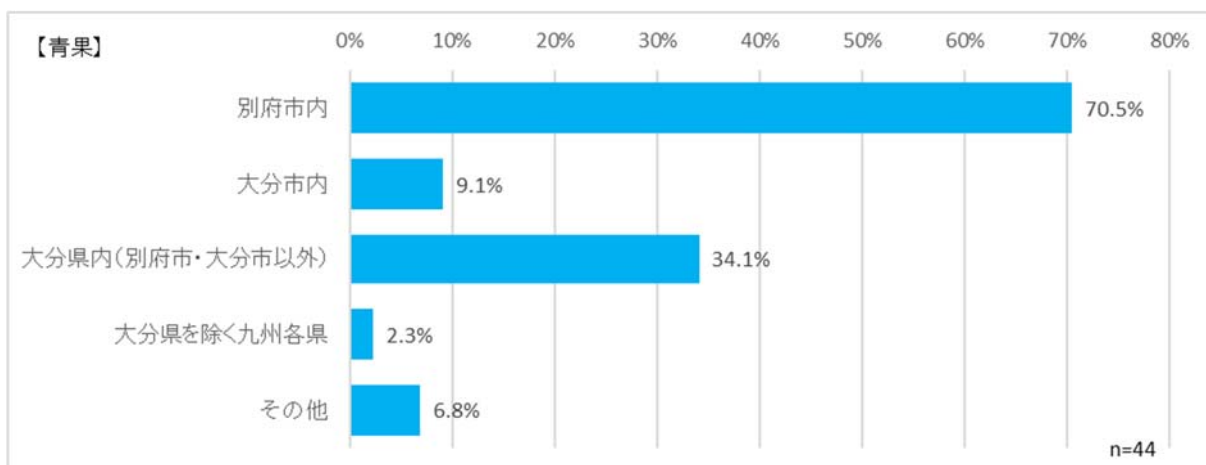
また、スーパーや複合商業施設等の一角に出店しているケースは少なく、店舗はないとの回答も比較的多くみられます。

(9) 大分県内の事業所数・店舗数をお選びください。



青果・水産物・花きのいずれにおいても、大分県内の事業所数・店舗数は1箇所との回答が最も多く、80%以上を占めています。また、(7)の回答結果を踏まえると、多くの場合、その一箇所は別府市内における事業所・店舗であると想定されます。

(10) 本市場で仕入れたものをどこで消費（または加工）されますか。（複数回答可）

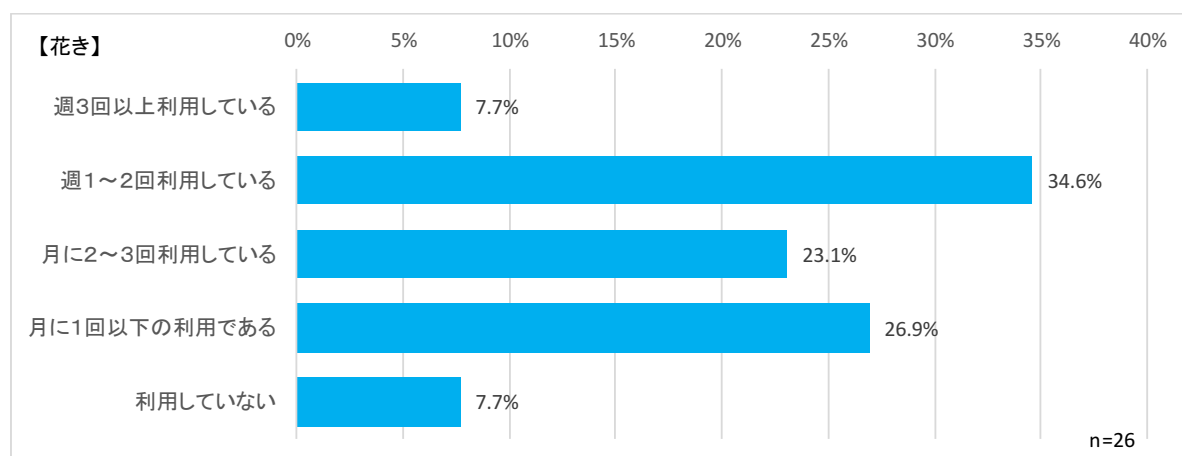
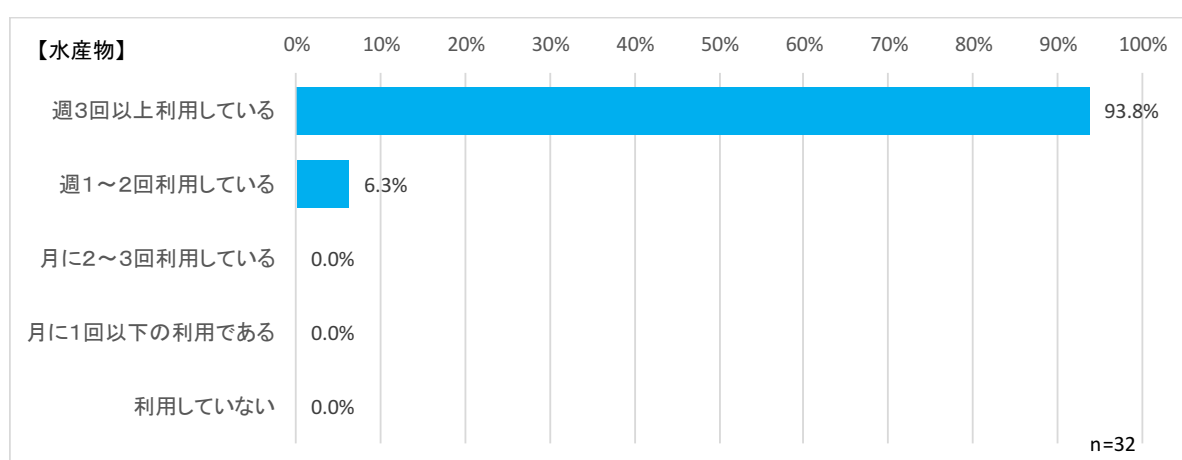
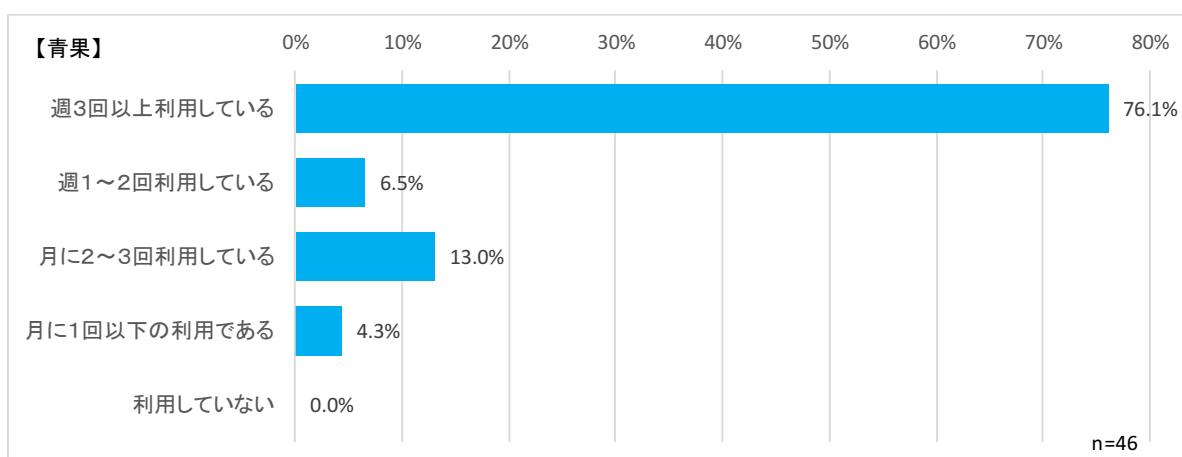


青果・水産物については、別府市内との回答が最も多く回答者の70%以上を占めています。次いで、大分県内（別府市・大分市以外）が約27%～約34%となっています。

一方、花きについては、大分県（別府市・大分市以外）が最も多く60%を占めており、次いで、別府市内が多い状況です。



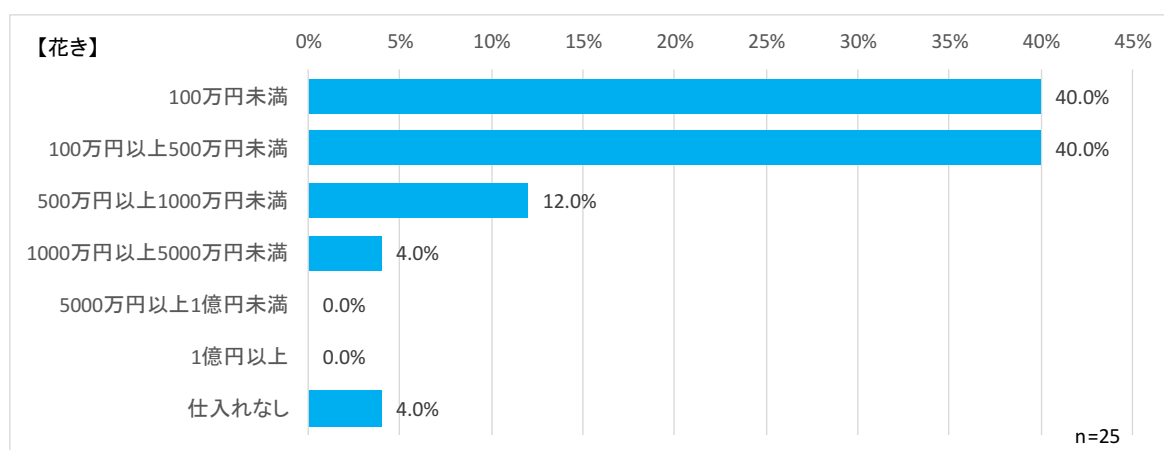
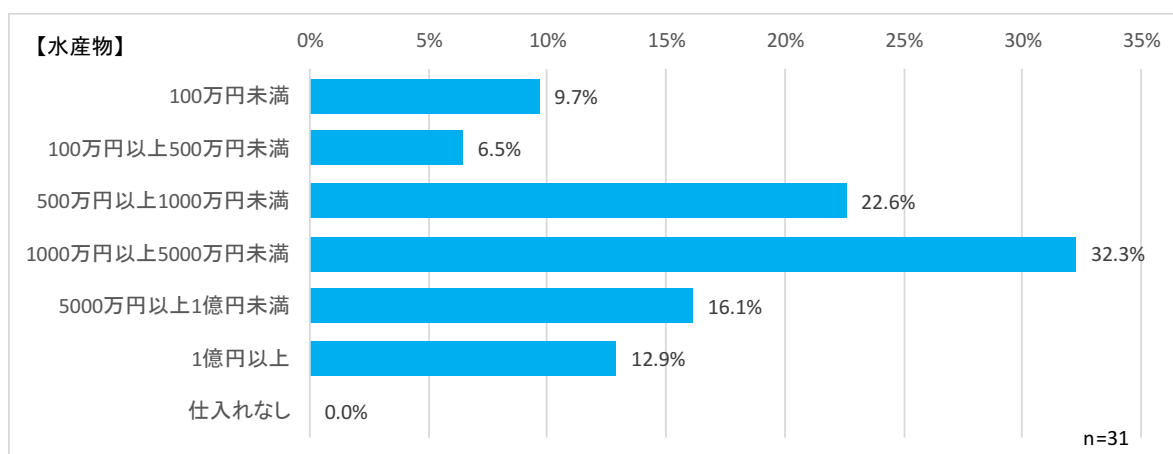
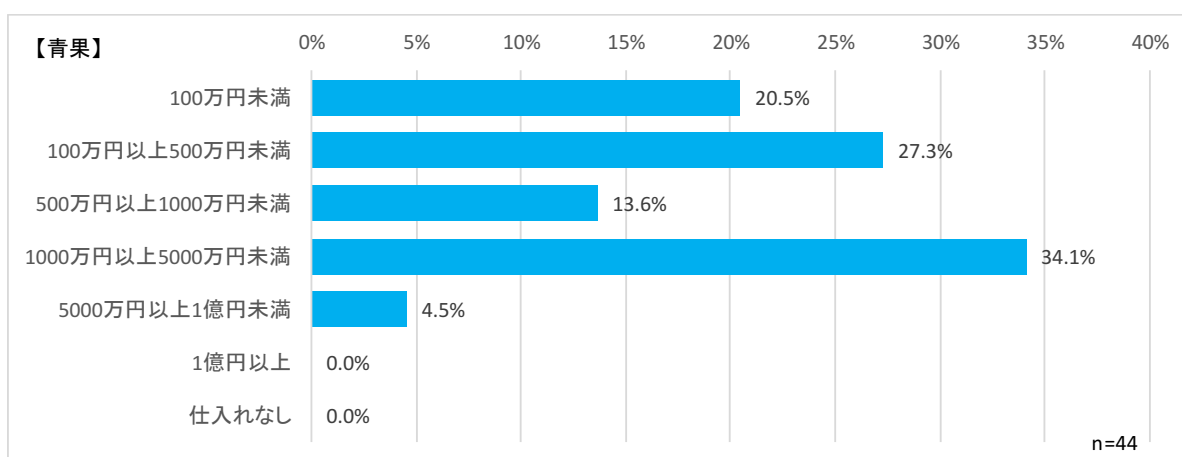
(11) 本市場の利用状況をお選びください。



青果及び水産物については、週 3 回以上利用している回答者の割合が最も多く、青果では 76.1%、水産物では 93.8%を占めています。

また、花きについては、週 1~2 回利用している回答者の割合が最も多く 34.6%を占めています。利用頻度にはバラつきがみられますが、青果や水産物と比べると、月 2~3 回利用、月 1 回以下の利用といった回答が比較的多い状況です。

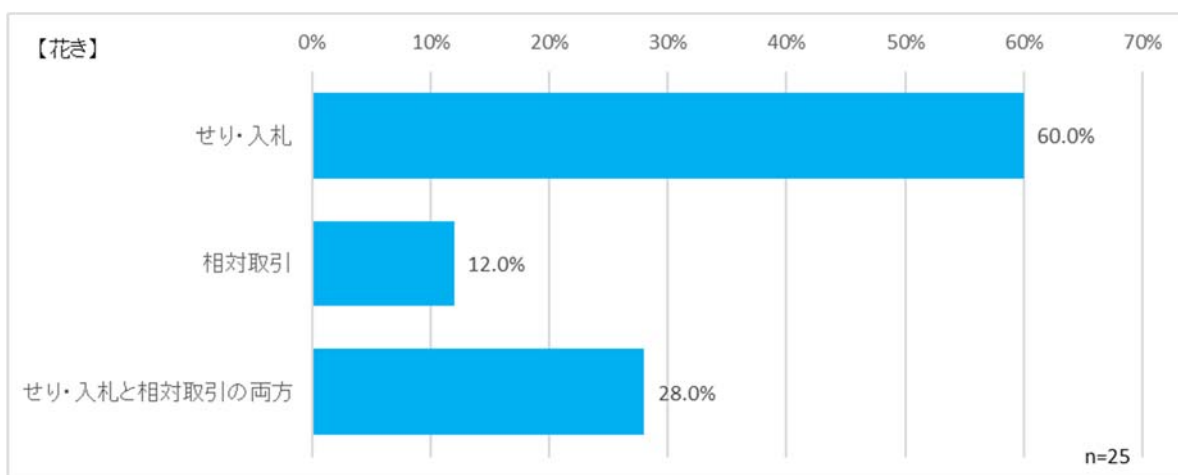
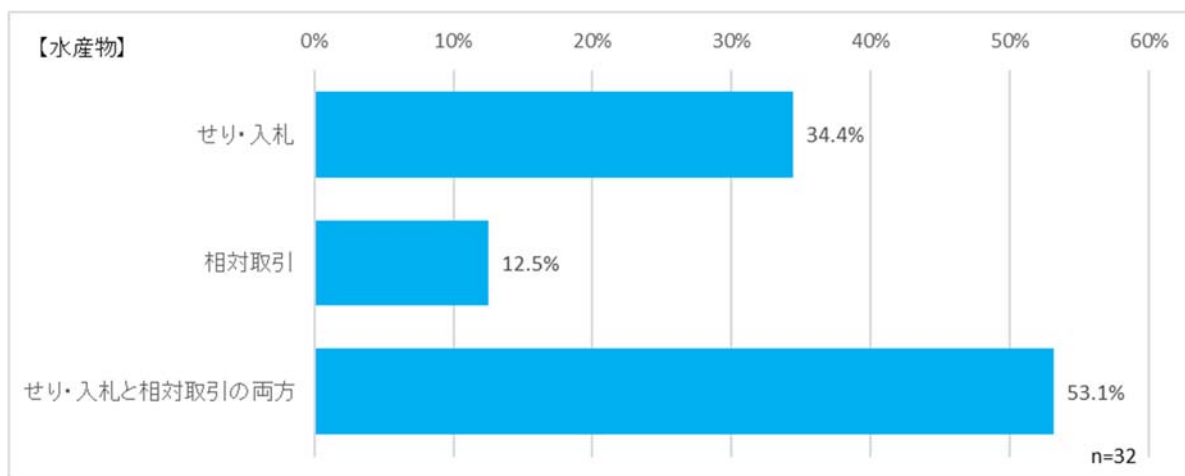
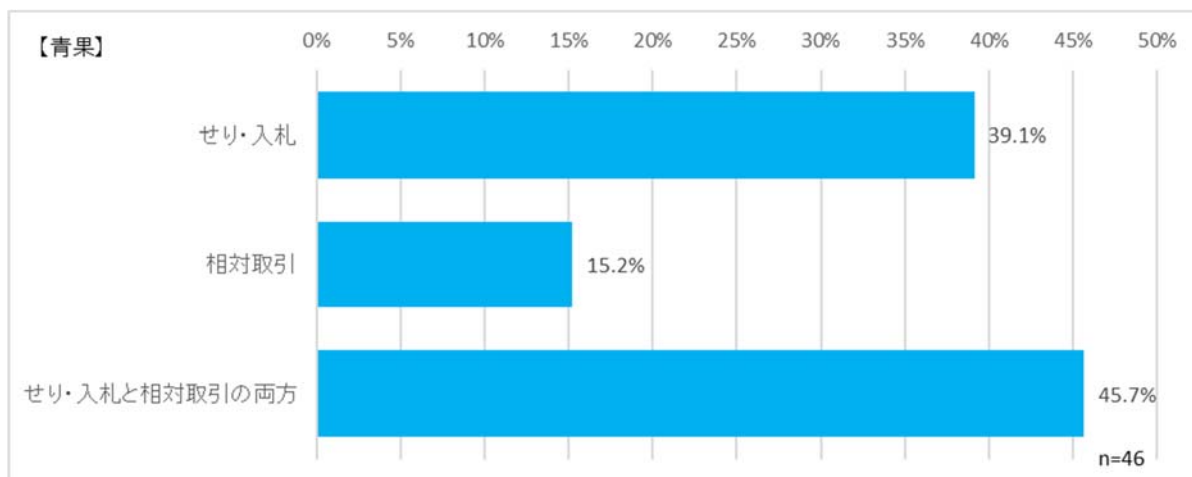
(12) 2018年（または直近の会計年度）における、本市場での概ねの仕入れ額を教えてください。



青果及び水産物については、仕入れ額にバラつきがみられますが、1000万円以上5000万円未満の割合が最も多く、約32%～約34%を占めています。また、5000万円以上の回答もみられます。

一方、花きについては、500万円未満の割合が80%を占めており、青果や水産物と比べて年間の仕入れ額は比較的小額となっています。

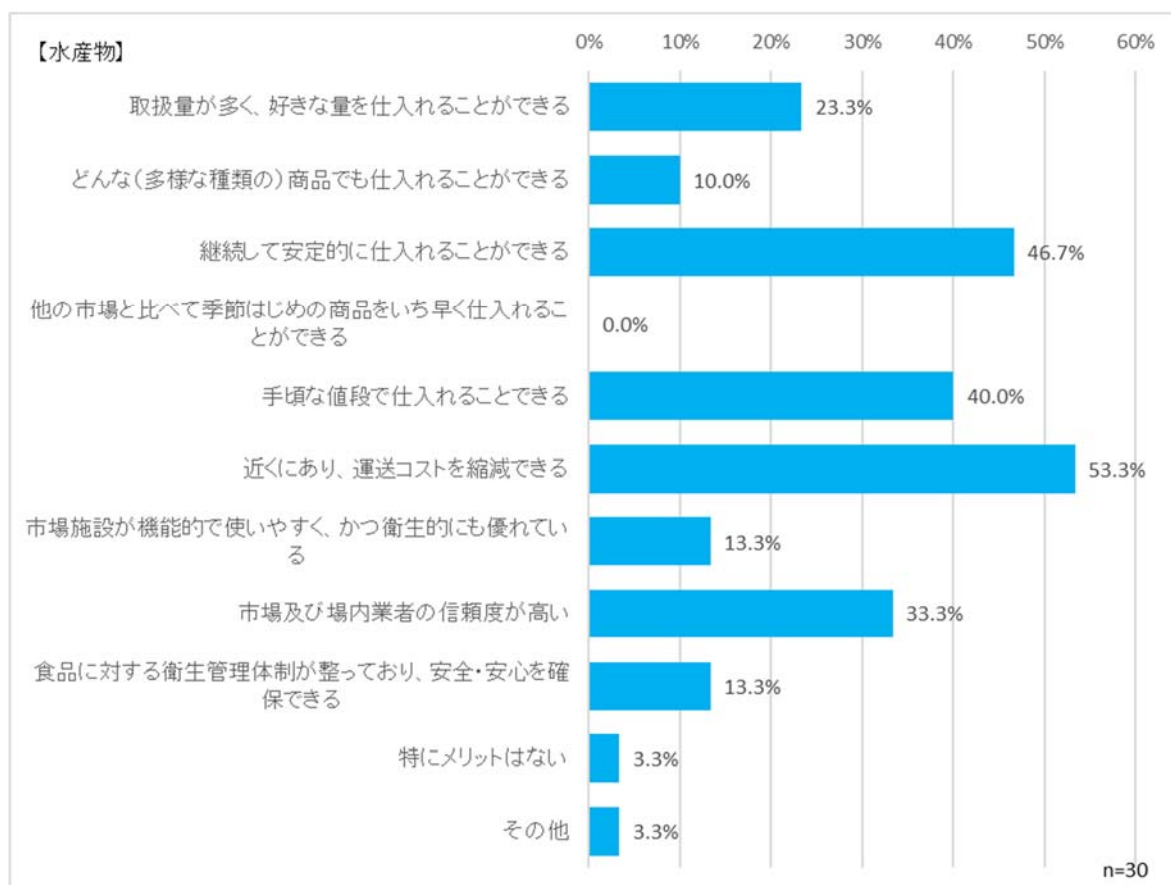
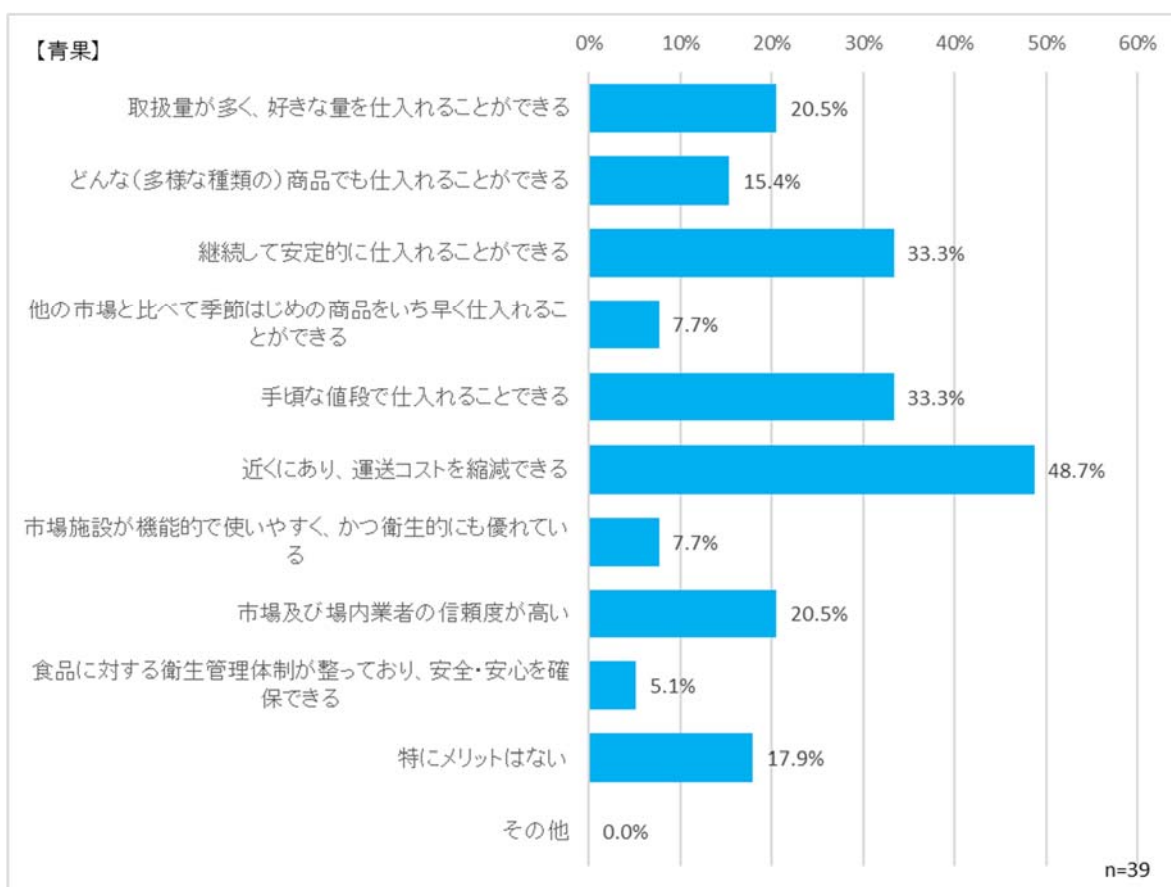
(13) 本市場での仕入れ方法をお選びください。

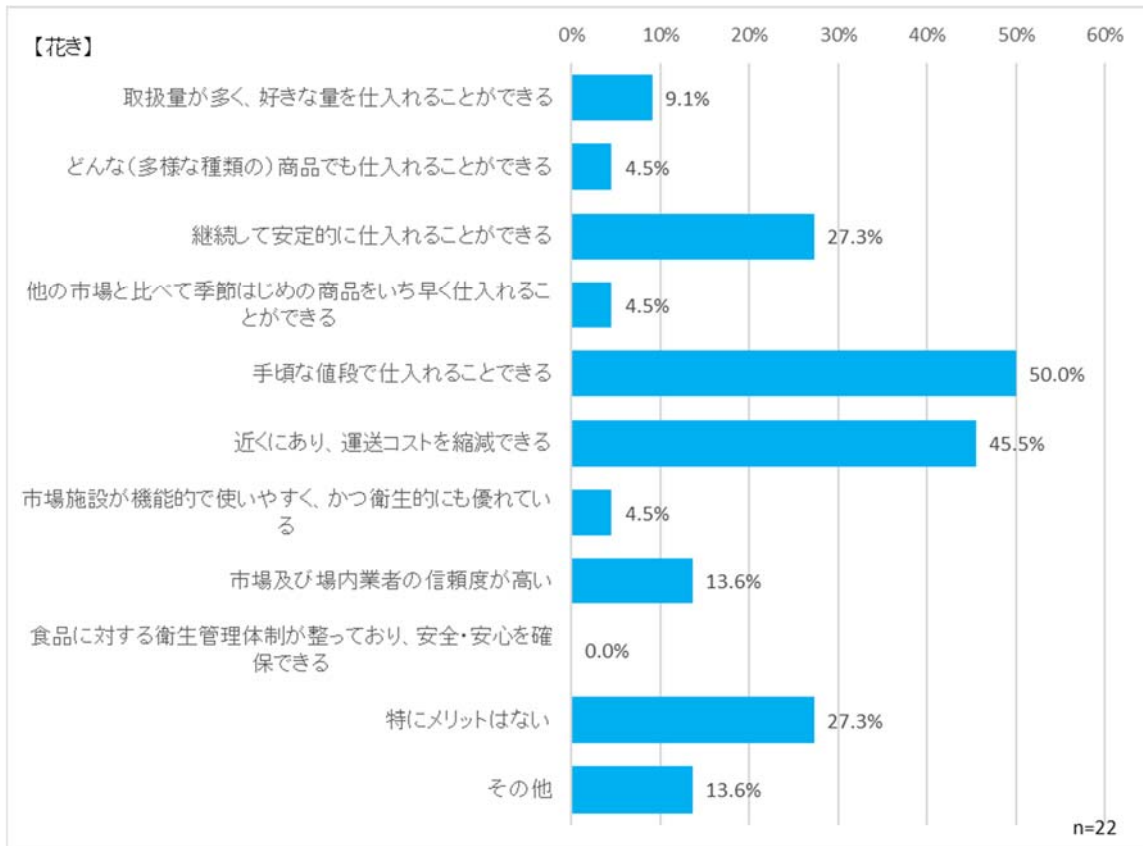


青果及び水産物については、せり・入札と相対取引の両方を行っているとの回答が多く、青果では 45.7%、水産物は 53.1%を占めています。

一方で、花きについては、せり・入札が最も多く 60.0%を占めています。

(14) 本市場で仕入れる理由やメリットは何ですか。(複数回答可)

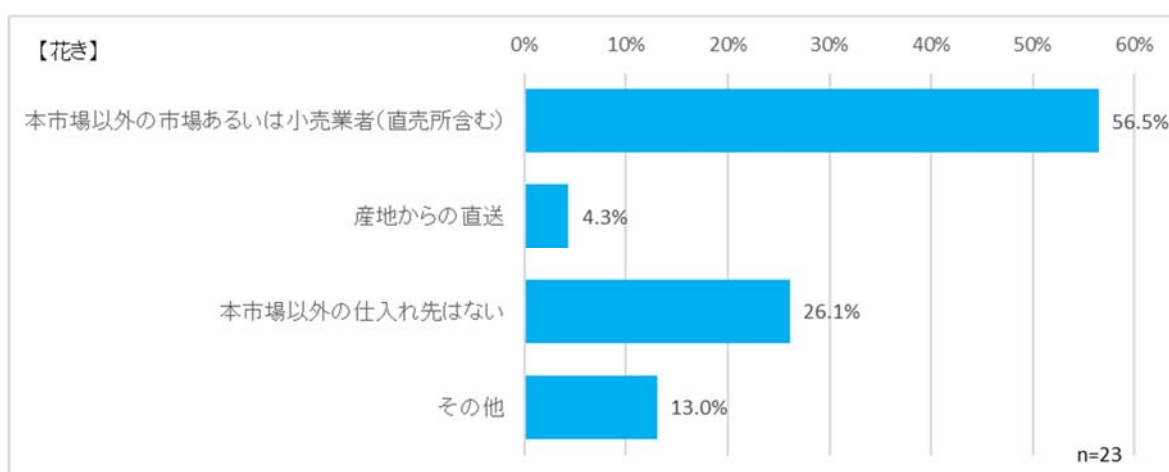
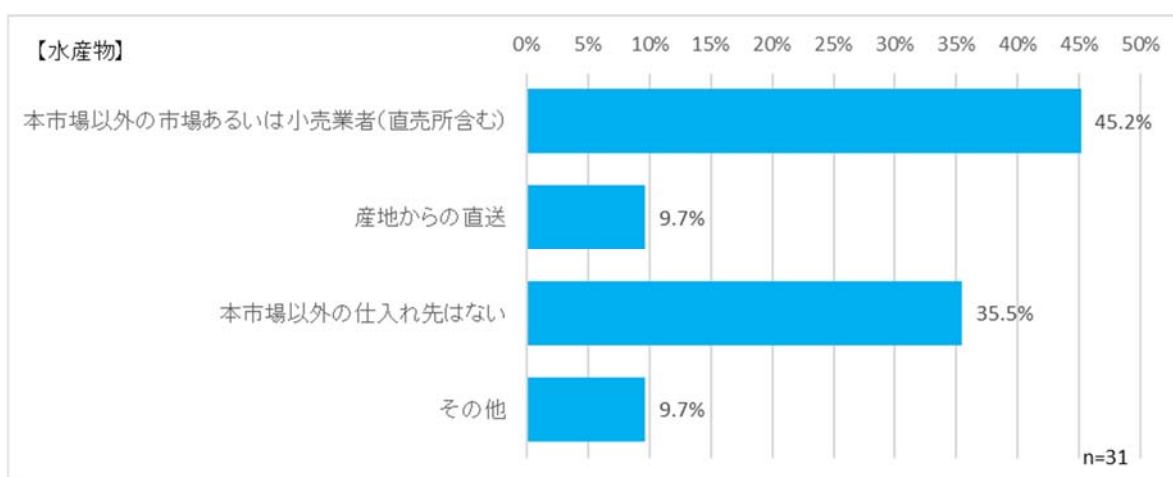
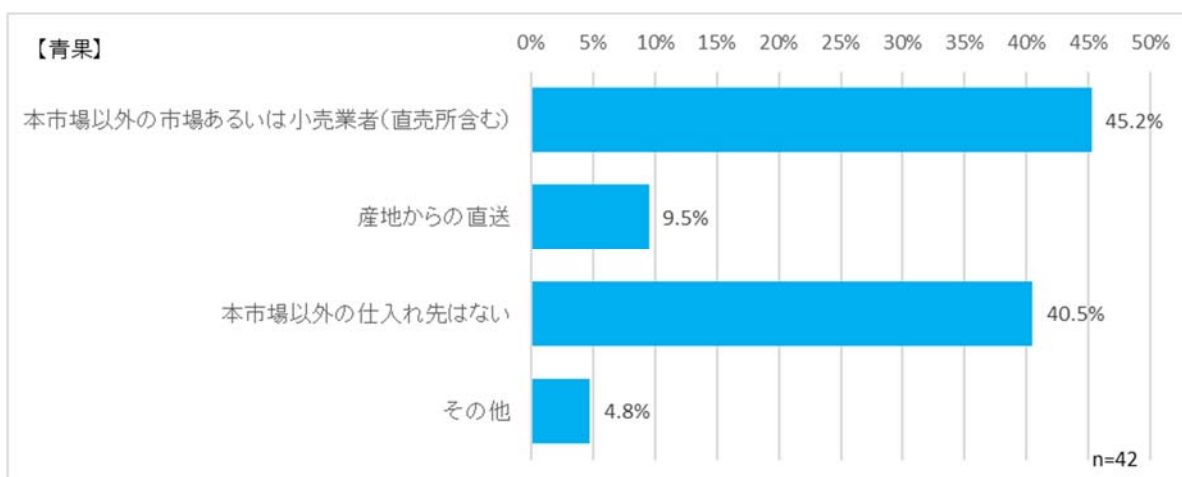




青果・水産物・花きのいずれにおいても、「近くにあり、輸送コストを縮減できる」、「手頃な値段で仕入れることができる」、「継続して安定的に仕入れることができる」、以上の3つが各部において上位のメリットにあげられています。

一方で、青果及び花きについては、水産物と比べ「特にメリットはない」と回答した割合が比較的多く、青果では17.9%、花きでは27.3%を占めています。

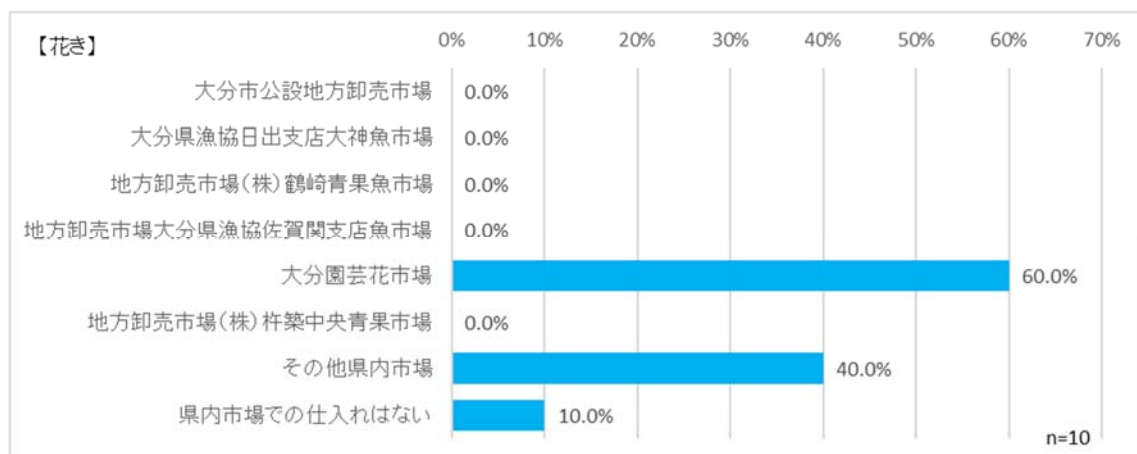
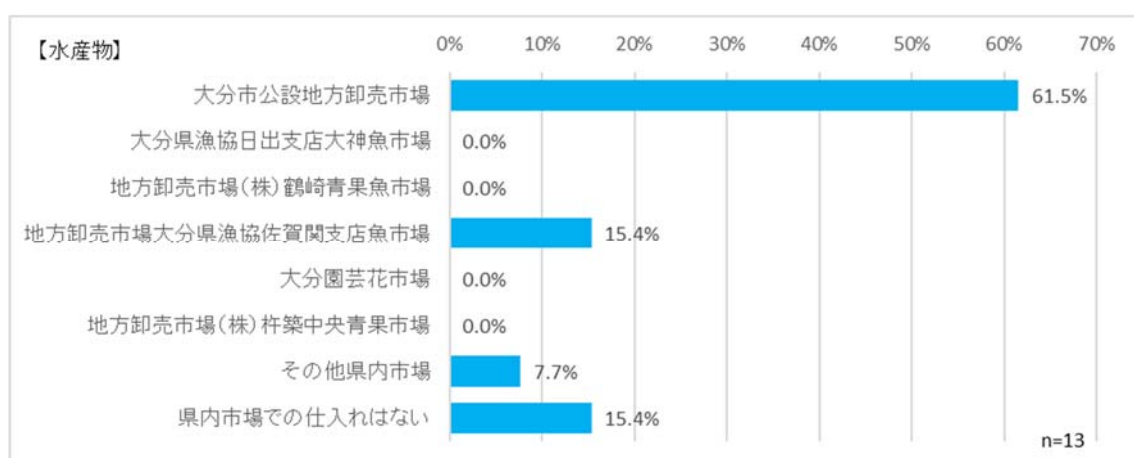
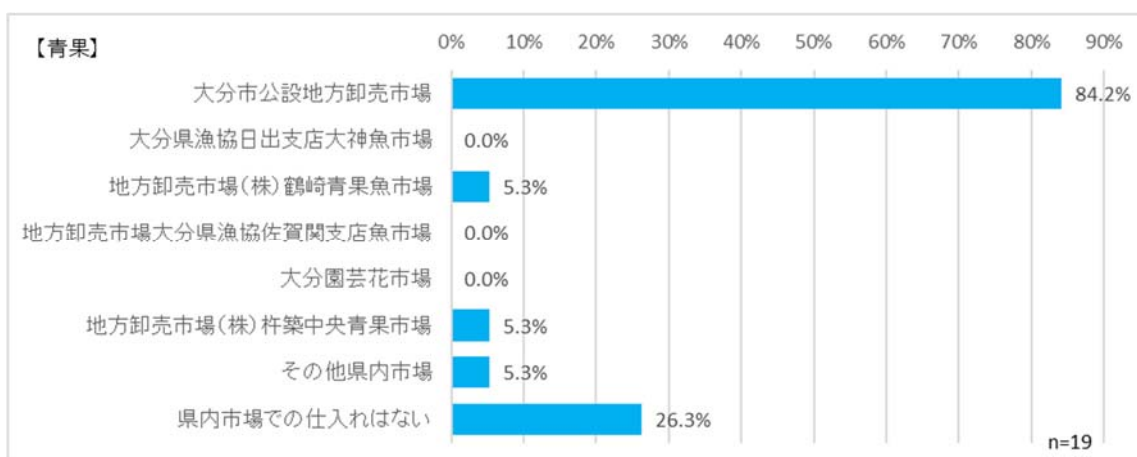
(15) 本市場以外での仕入れ先をお選びください。



青果・水産物・花きのいずれにおいても、約 45%~57%の回答者が本市場に加え、その他の市場や小売業者から仕入れを行っている状況がみられます。また、割合としては多くはないものの産地から直接仕入れるケースもみられます。



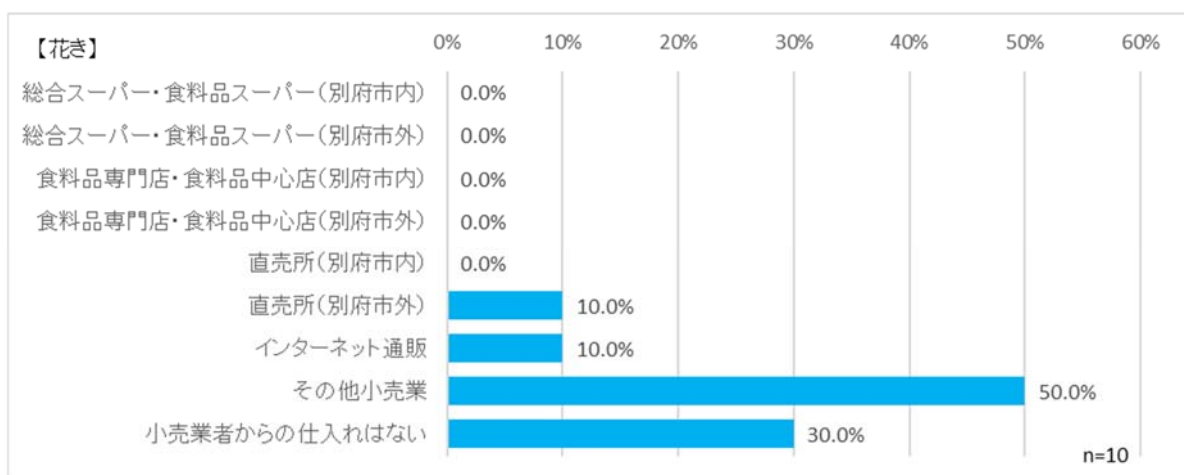
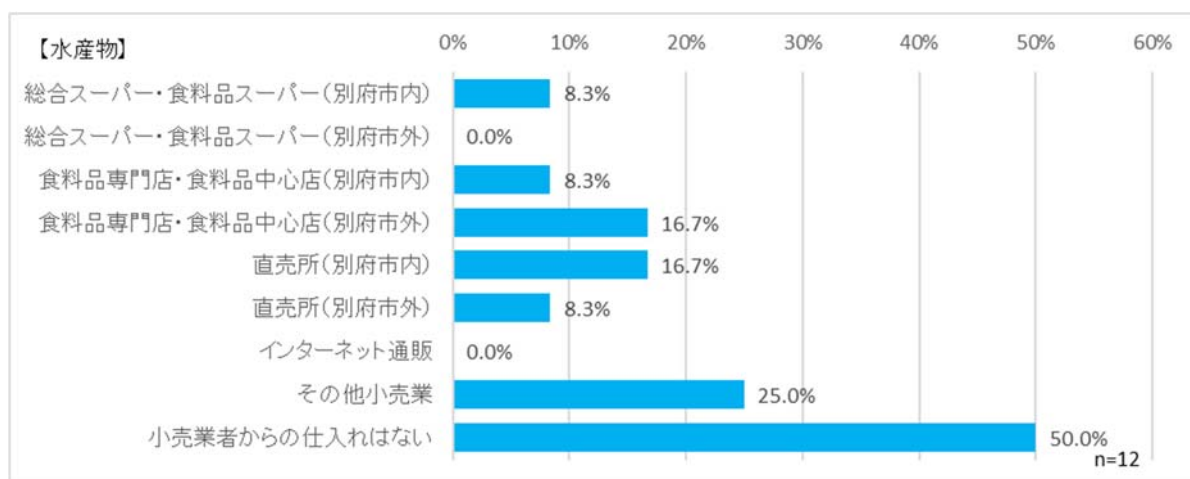
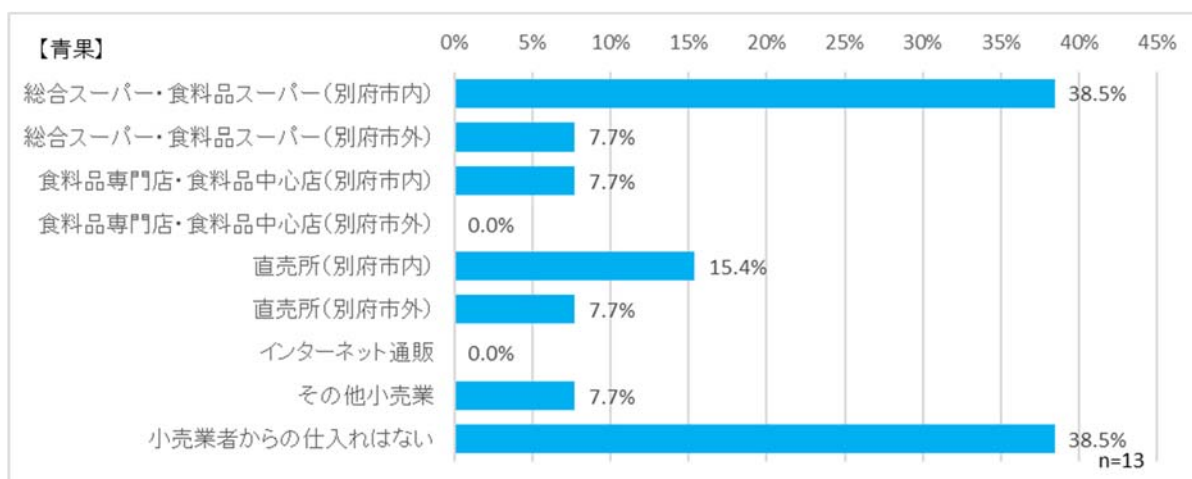
1) 「1. 本市場以外の市場あるいは小売業者（直売所含む）」を選んだ方にお尋ねします。本市場以外での仕入れ先として大分県内の市場があればお選びください。（複数回答可）



県内における本市場以外の仕入れ先としては、青果および水産物に関しては、主に大分市公設地方卸売市場が、花きに関しては大分園芸花市場が選ばれています。

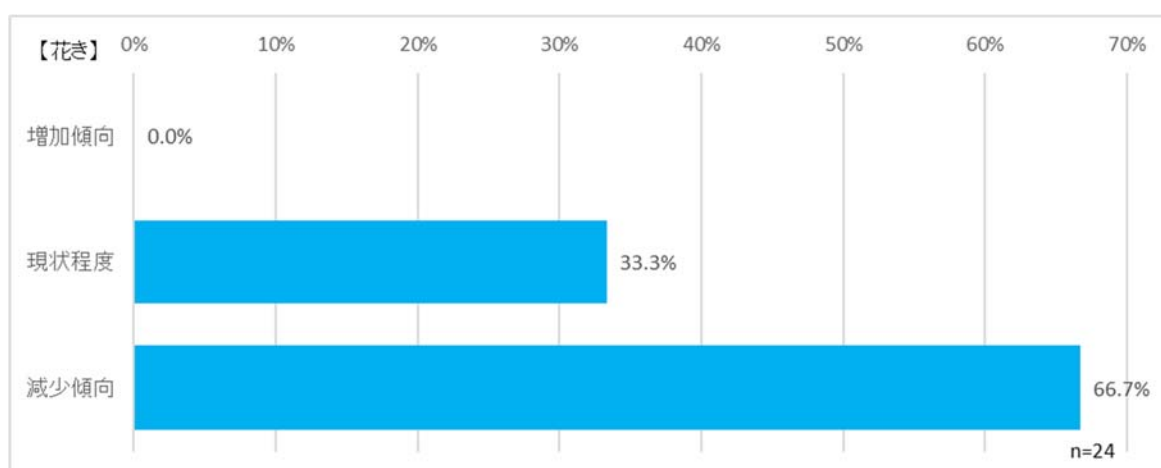
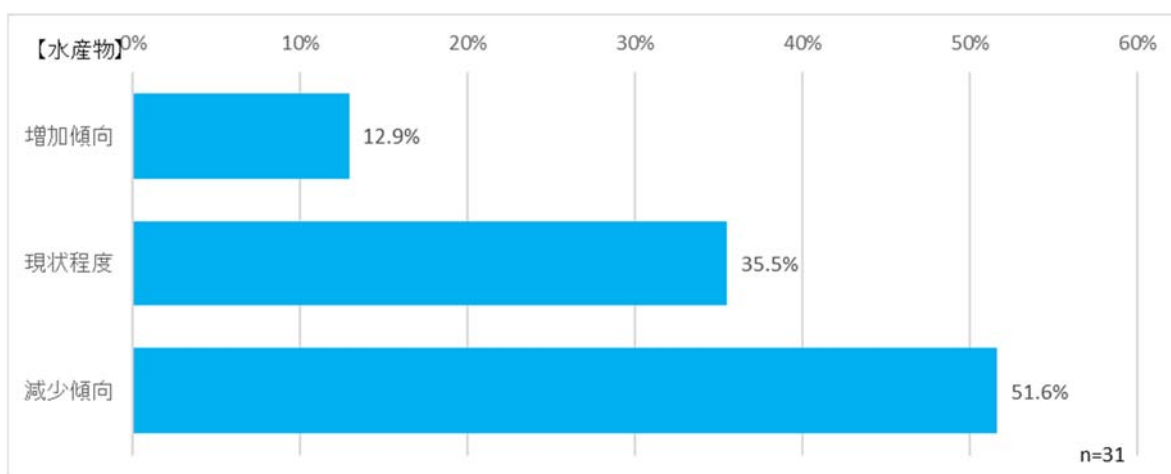
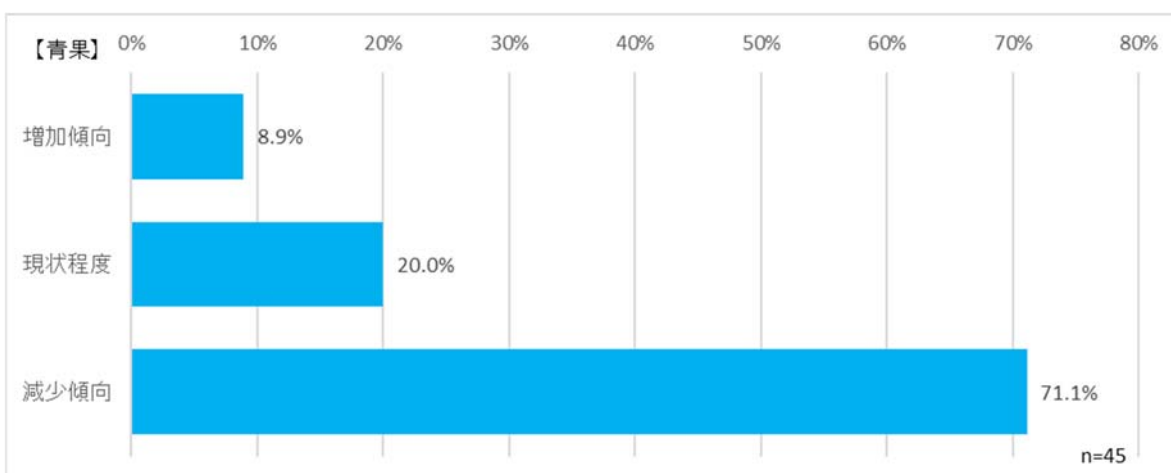
青果及び水産物では、大分市公設地方卸売市場の割合が約 60%～80%を占めており、花きでは、大分園芸花市場の割合が 60%を占めています。

2) 本市場以外での仕入れ先として小売業があればその業態をお選びください。(複数回答可)



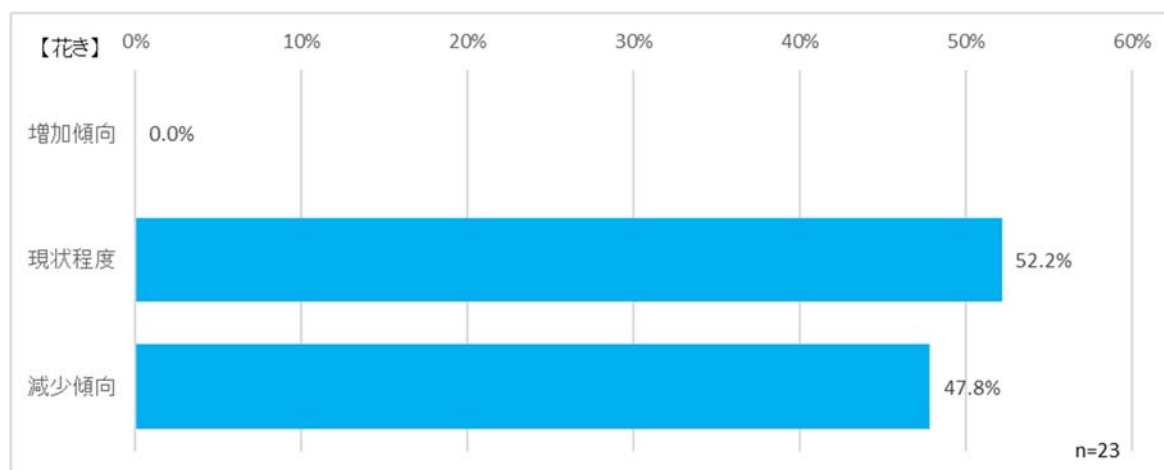
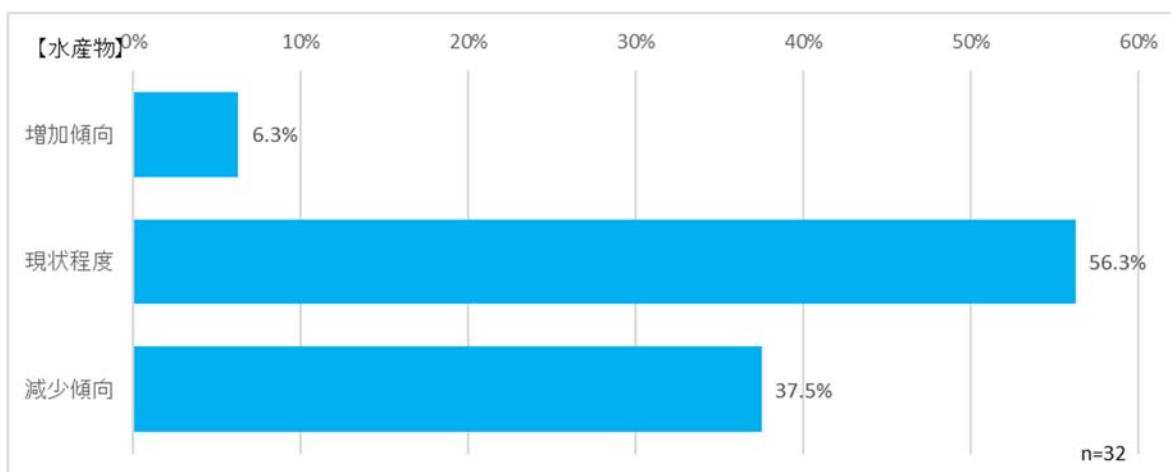
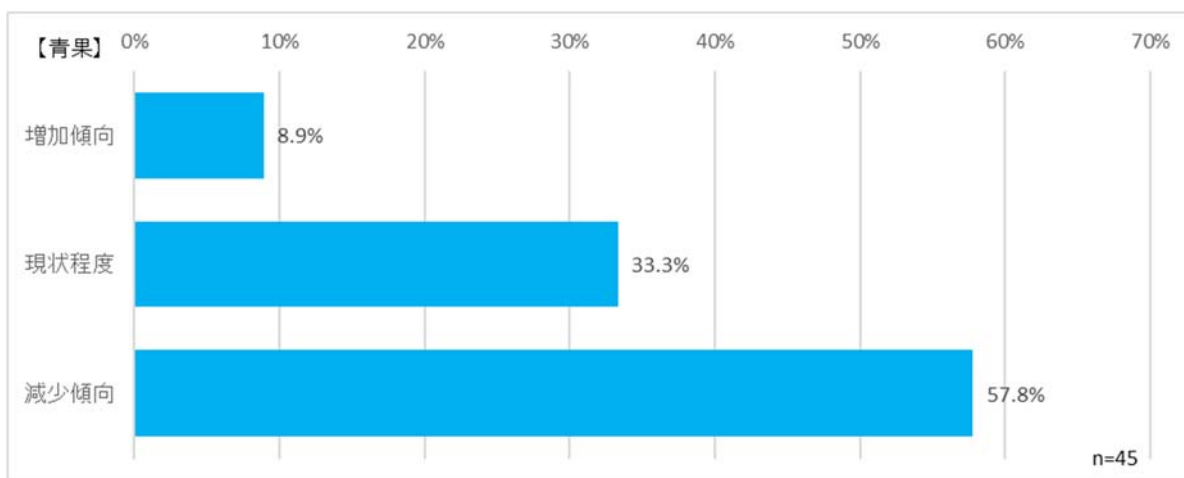
青果・水産物・花きのいずれにおいても、本市場以外に小売業から仕入れを行っているケースが多くみられ、青果では、総合スーパー・食料品スーパー(別府市内)が38.5%と大きな割合を占めています。また、水産物では、回答にバラつきがあり買受人それぞれが多種多様に仕入れを行っていると思定されます。また、花きについては、インターネット通販の利用もみられます。

(16) 本市場からの仕入額について直近5年の傾向を教えてください。



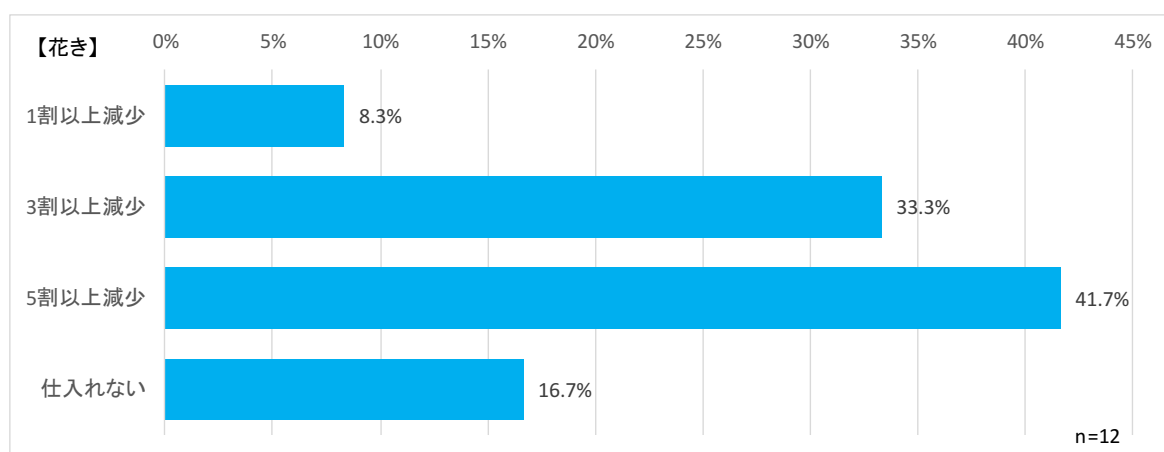
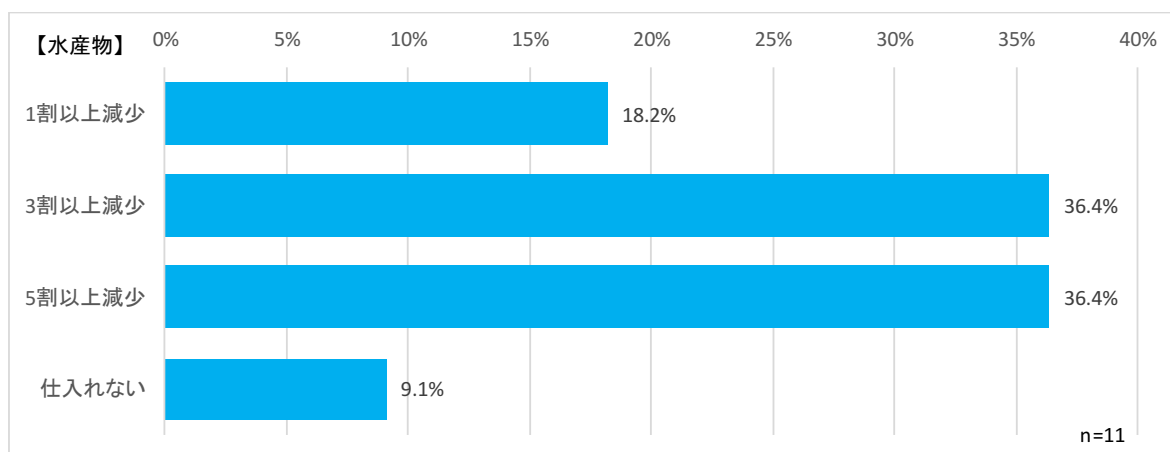
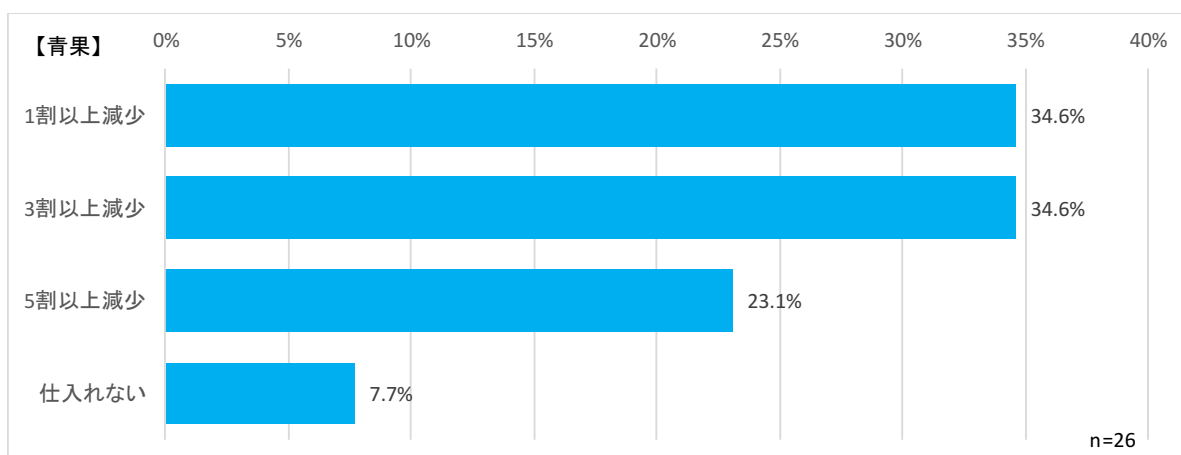
青果・水産物・花きのいずれにおいても、直近5年の仕入れ額については、減少傾向との回答が最も多く、青果及び花きでは約67～71%、水産物では約52%を占めています。

(17) 本市場からの仕入額について今後の傾向をどのようにとらえていますか。



青果・水産物・花きのいずれにおいても、現状程度あるいは減少傾向の回答が90%以上を占めており、青果では減少傾向との回答が最も多く57.8%を占めています。また、水産物及び花きでは、現状程度との回答が最も多く回答者の半数以上を占めています。

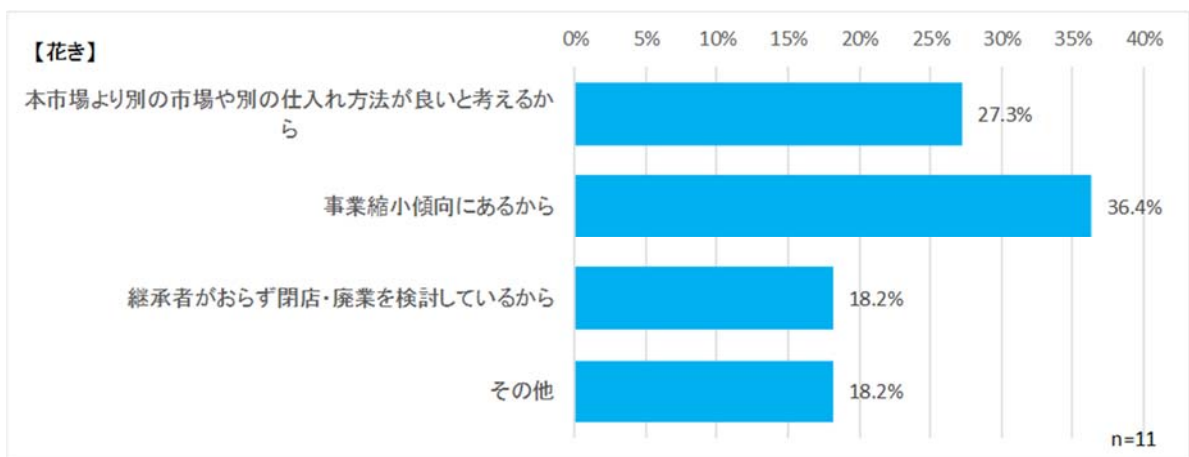
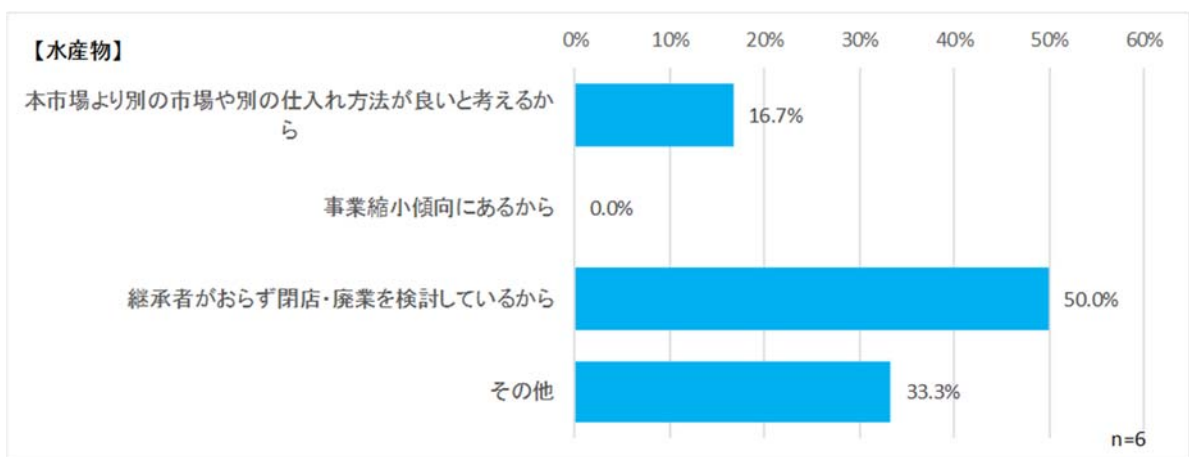
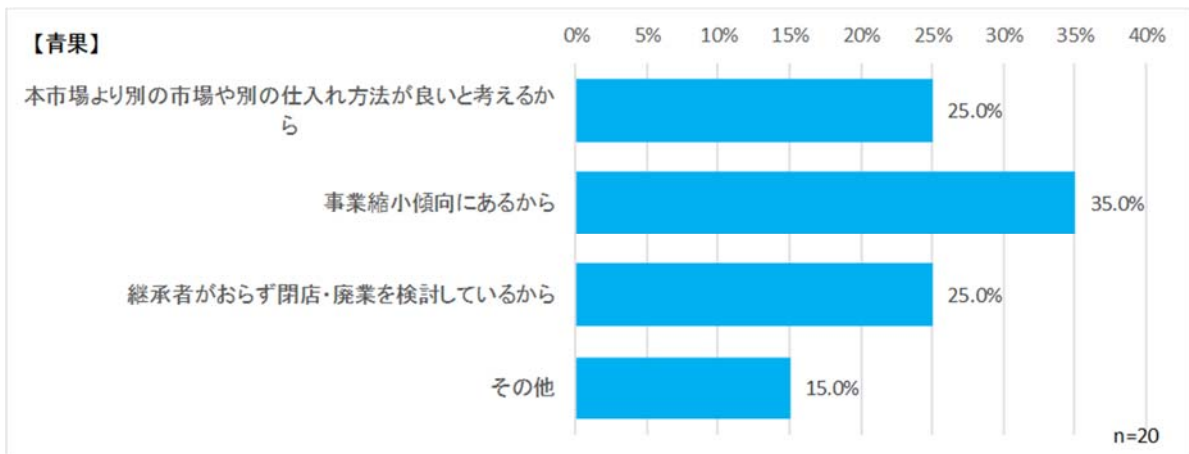
1) 「3.減少傾向」を選んだ方にお尋ねします。減少傾向とはどの程度を予想しますか。



青果については、1割以上減少、3割以上減少と回答した割合が最も多く、それぞれ約35%を占めています。また、水産物については、3割以上減少、5割以上減少と回答した割合が最も多く、それぞれ約36%を占めています。最後に、花きについては、5割以上減少と回答した割合が最も多く、約42%を占めています。

こうした傾向から、今後も本市場の利用者や売上の減少が続くと予想されます。

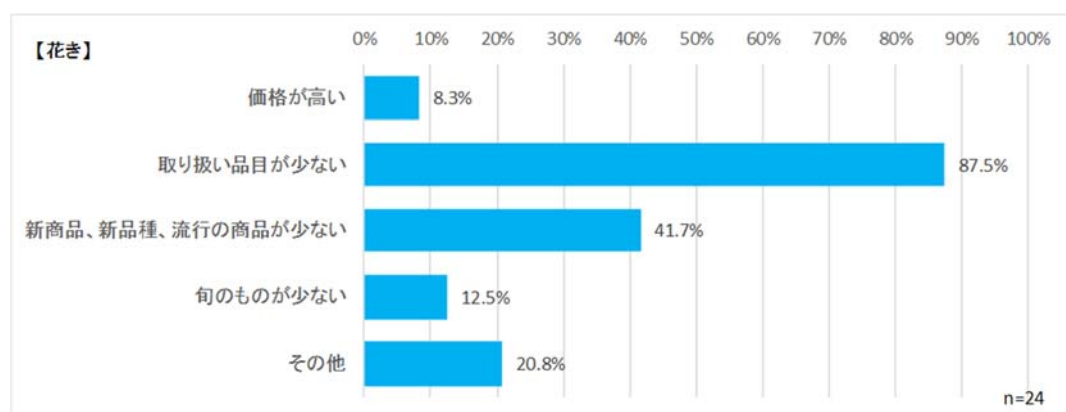
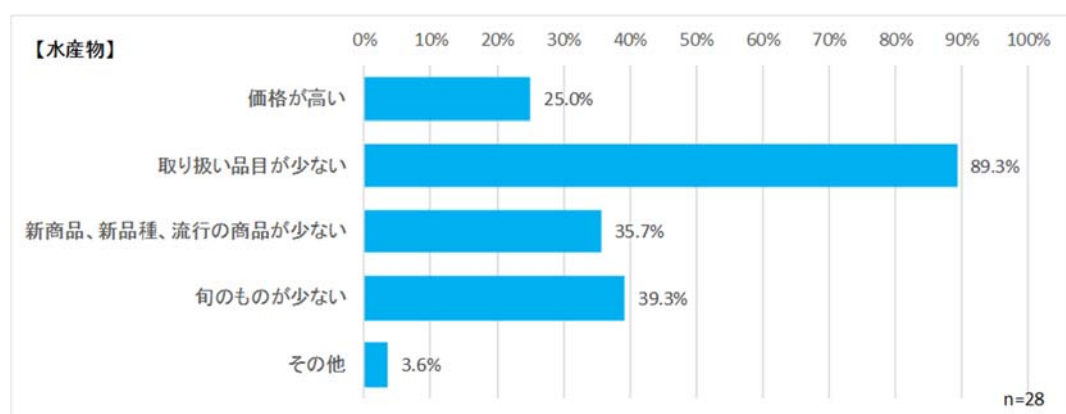
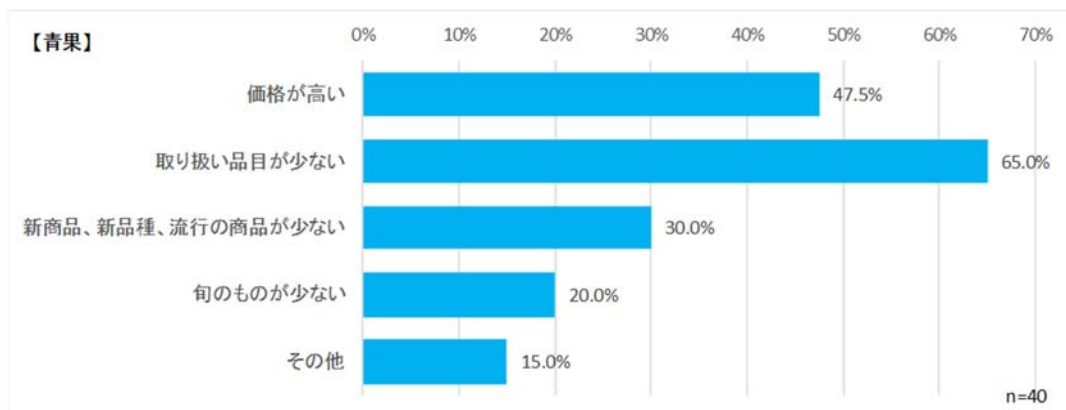
2) 「3.減少傾向」を選んだ方にお尋ねします。減少傾向ととらえる主な理由について教えてください。（複数回答可）



青果及び花きについては、事業縮小傾向を理由とする回答者が最も多く、継承者の不在、本市場以外の仕入れ先への移行を理由とするケースも一定数みられます。また、その他の回答として、「小売店利用者が減少しているから」、「品物が減少しているから」といった理由もあげられています。

一方、水産物については、継承者の不在が主な理由にあげられており、その他の回答としては「売り上げが減少しているから」との理由があげられています。

(18) 改善すべき点について教えてください。(取扱品目について) (複数回答可)



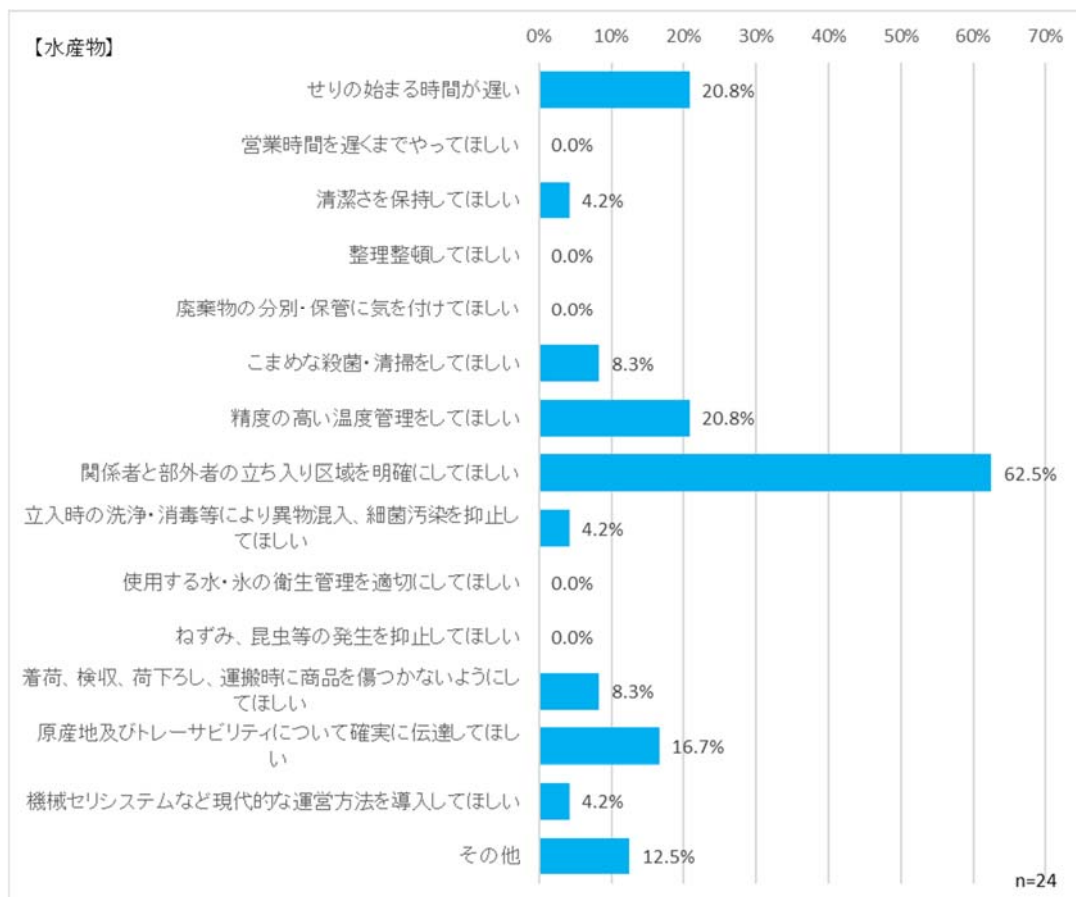
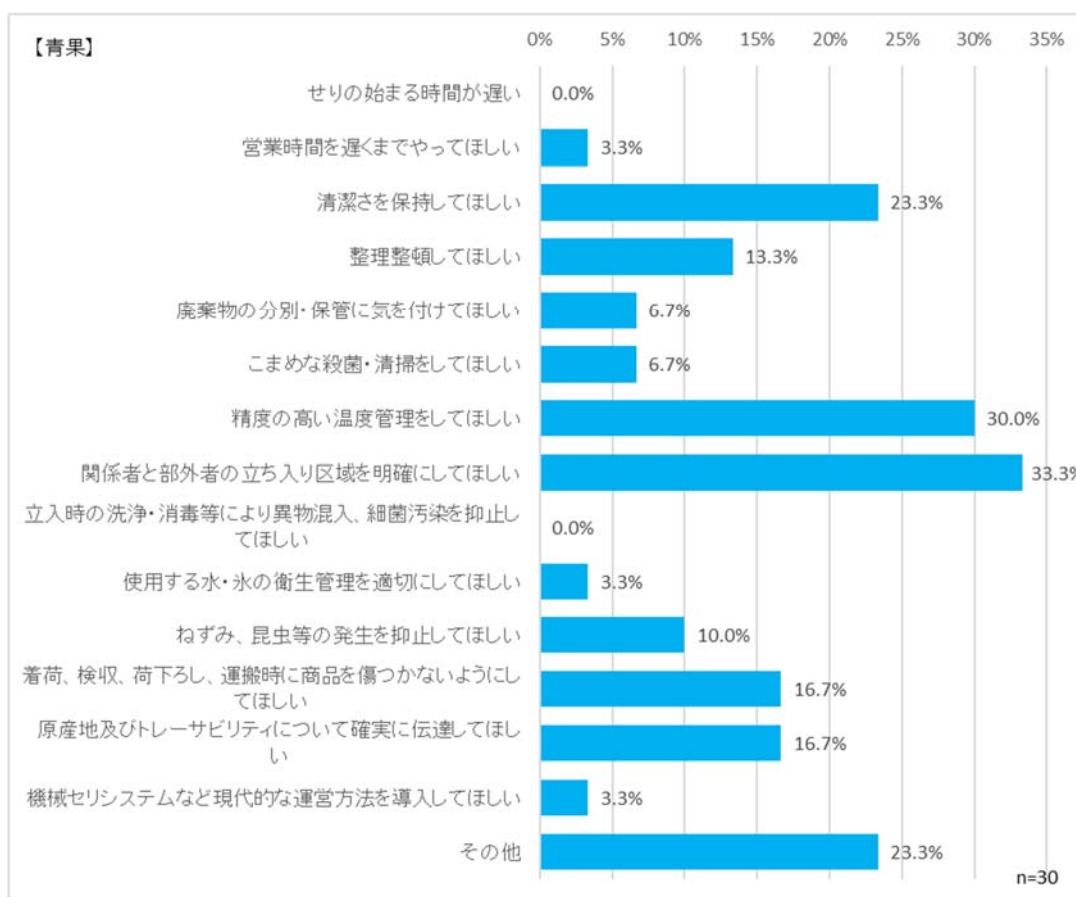
青果については、取り扱い品目が少ないとの回答が最も多く、全体の 65.0%を占めています。次いで、価格が高いとの回答が 47.5%となっています。また、その他の回答として「品が古いものが多い」「品目もさることながらもっと量を増やしてほしい」「提案が少ない」などの回答がありました。

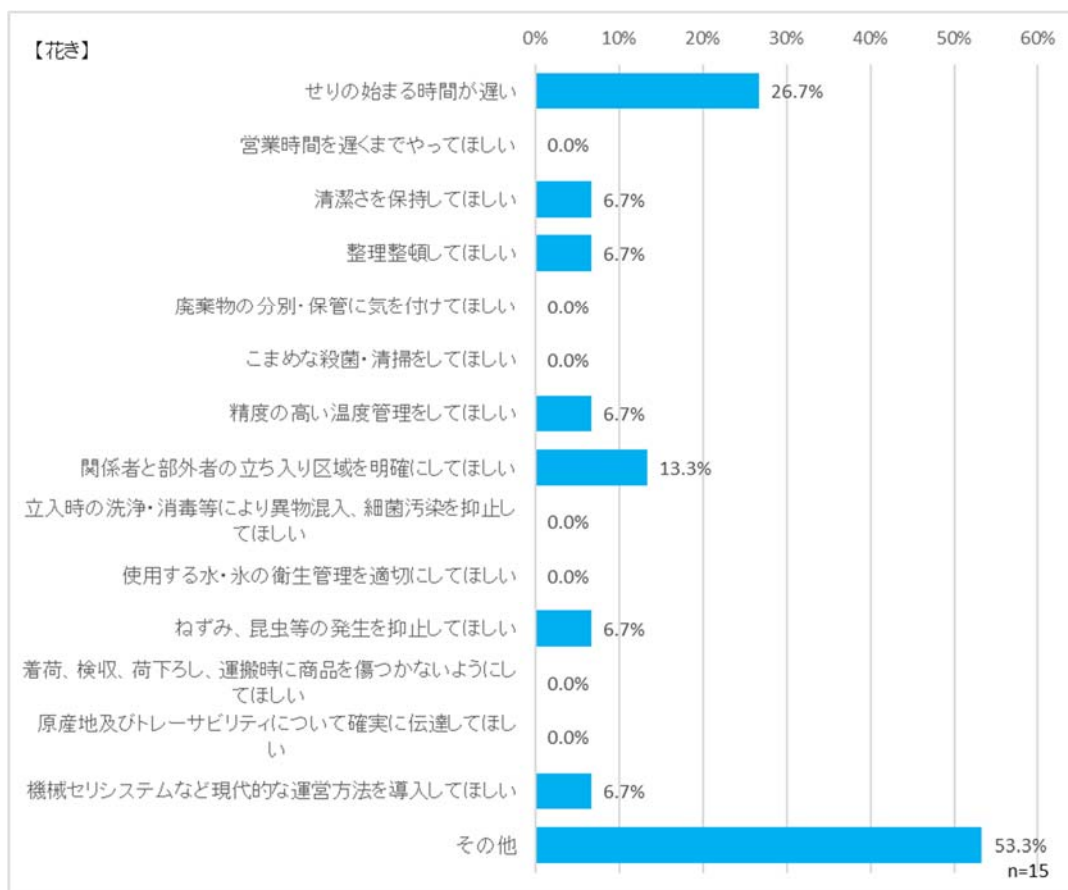
水産物については、取り扱い品目が少ないとの回答が 89.3%と最も多く、過半数を占めています。次いで、旬のものが少ないとの回答が 39.3%、新商品・新品种・流行の商品が少ないとの回答が 35.7%を占めています。

花きについては、取り扱い品目が少ないとの回答が 87.5%と最も多く、過半数を占めています。次いで、新商品・新品种・流行の商品が少ないとの回答が 41.7%となっています。



(19) 改善すべき点について教えてください。(運用面について) (複数回答可)



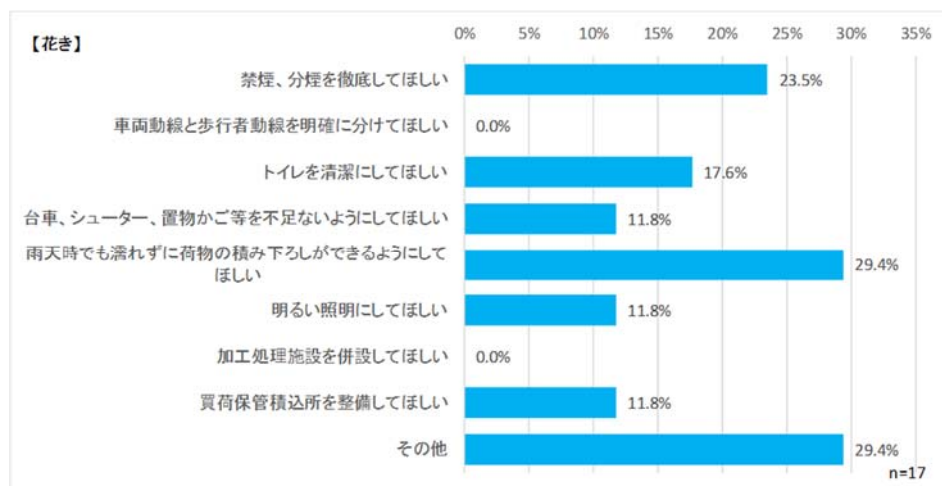
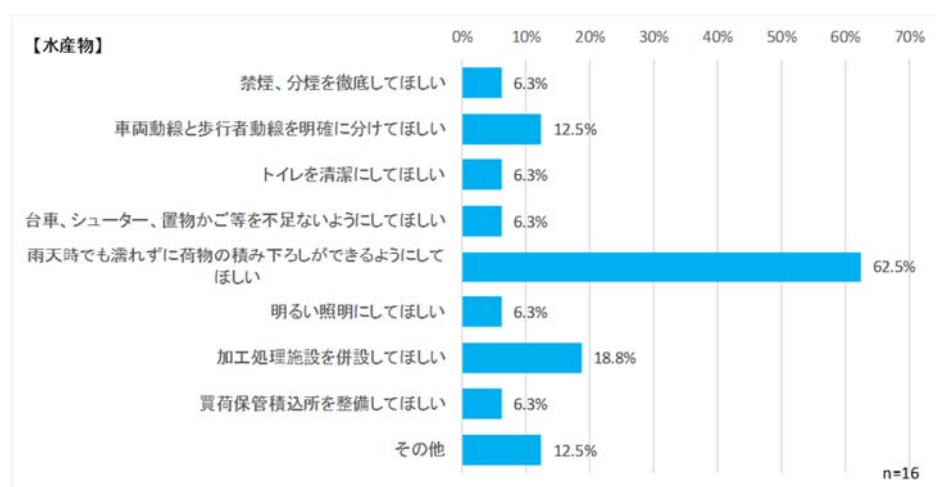
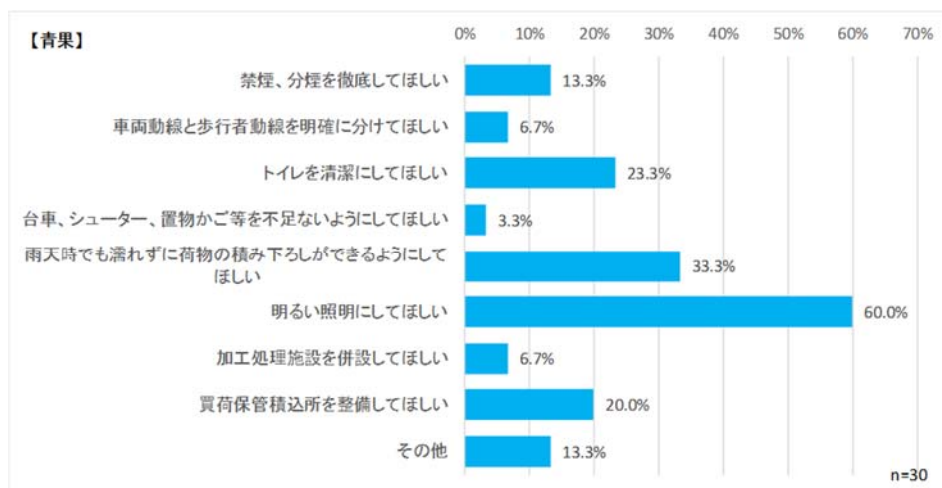


青果については、関係者と部外者の立ち入り区域を明確にしてほしいとの要望が最も多く、全体の 33.3%を占めています。次いで、温度管理や清潔さへの要望があげられています。また、その他の回答の多くは「特に改善点はない」との回答となっています。

水産物については、関係者と部外者の立ち入り区域を明確にしてほしいとの要望が最も多く、全体の 62.5%を占めています。次いで、温度管理やせりの開始時間に関する要望がそれぞれ約 21%を占めています。

花きについては、せりの始まる時間が遅いとの回答が多く、全体の 26.7%を占めています。次いで、関係者と部外者の立ち入り区域を明確にしてほしいとの要望が 13.3%を占めています。また、その他の回答として「インターネットを使用したせりをしてほしい」、「商品の配達をしてほしい」などの要望もあがっています。

(20) 改善すべき点について教えてください。(施設面について) (複数回答可)

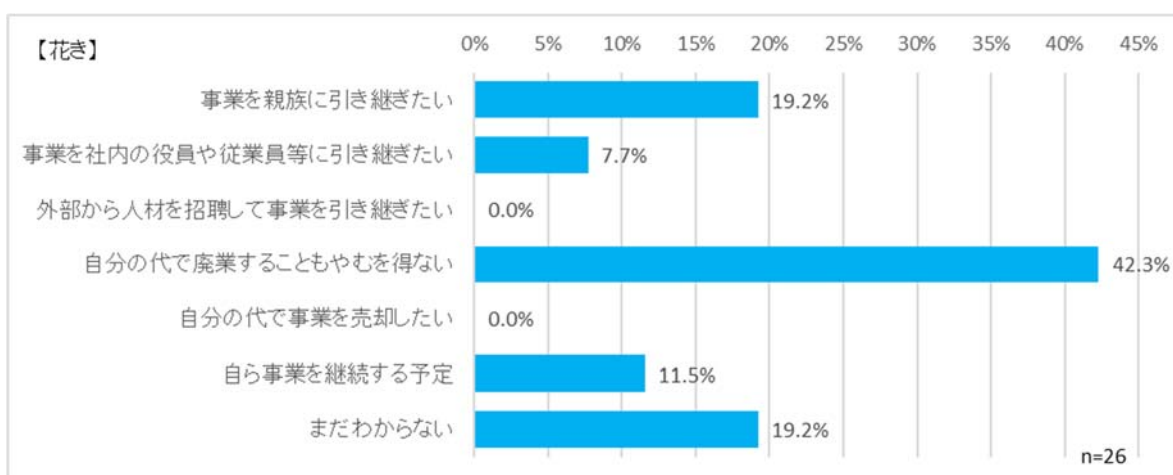
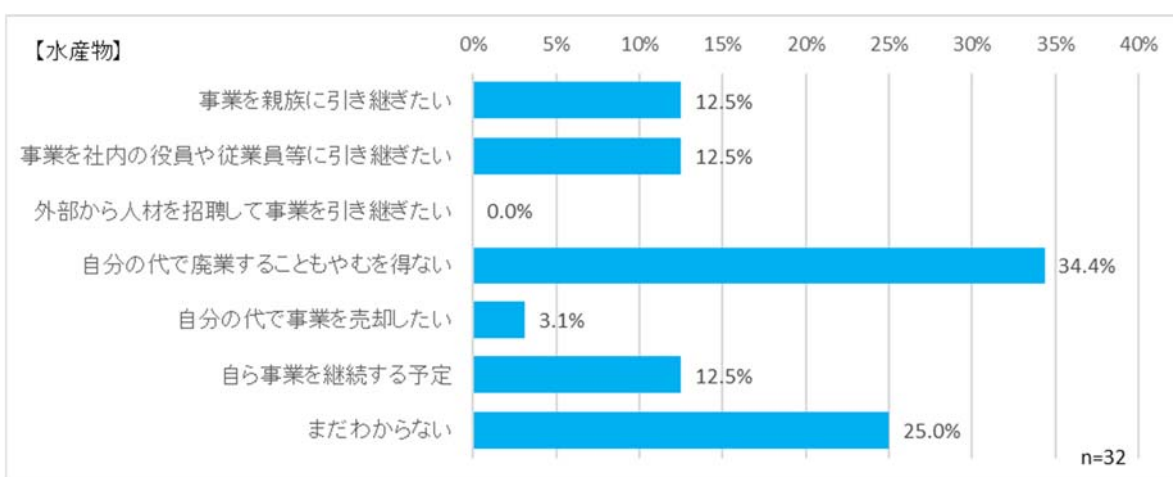
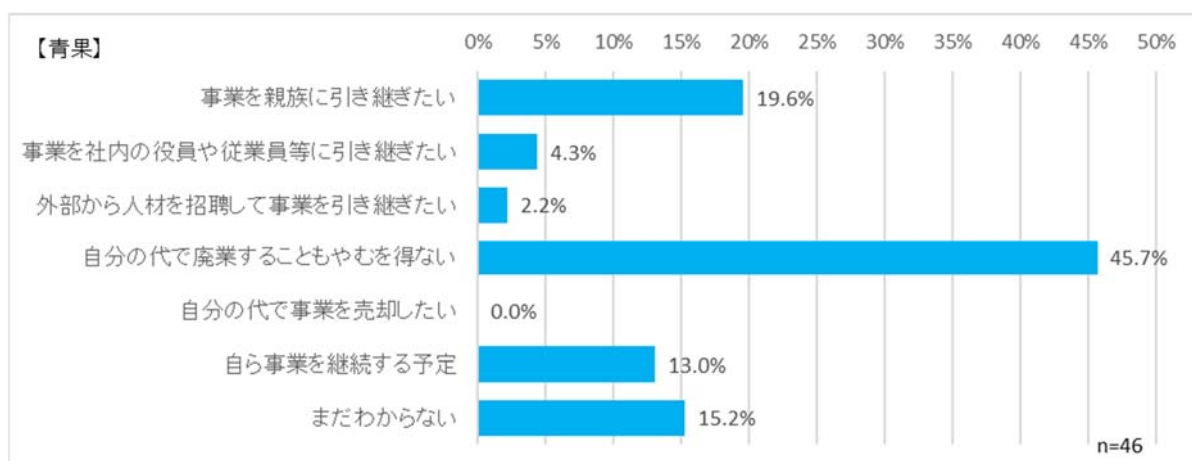


青果については、明るい照明にしてほしいとの要望が最も多く全体の 60.0%を占めています。次いで、雨天時の荷の積み下ろしへの要望が、33.3%を占めています。

水産物については、雨天時の荷の積み下ろしへの要望が最も多く、全体の 62.5%を占めています。次いで、加工処理施設の併設が、18.8%を占めています。

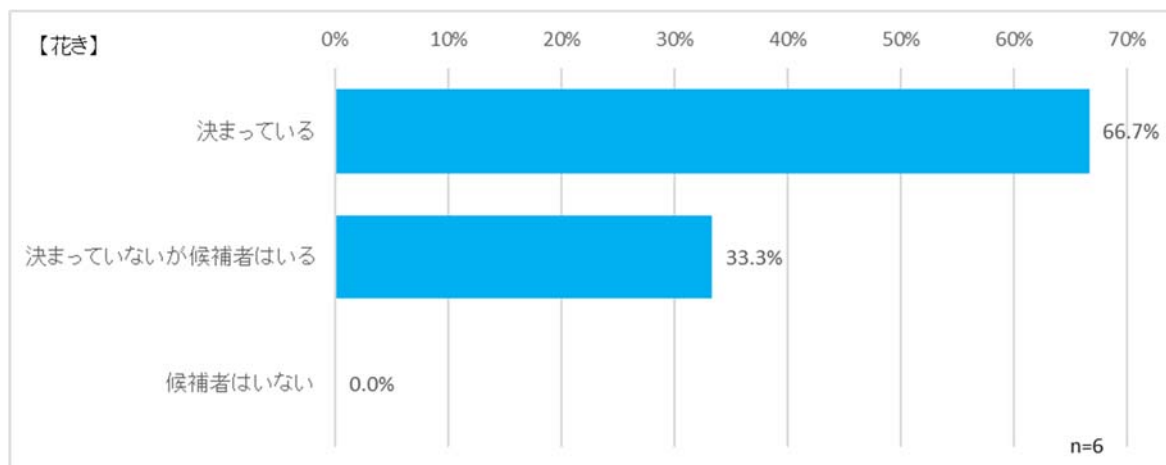
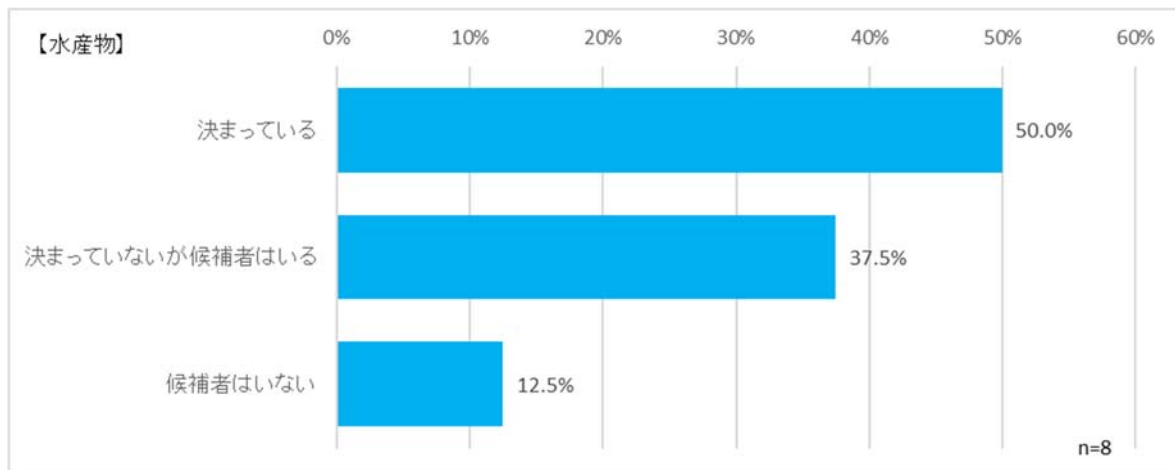
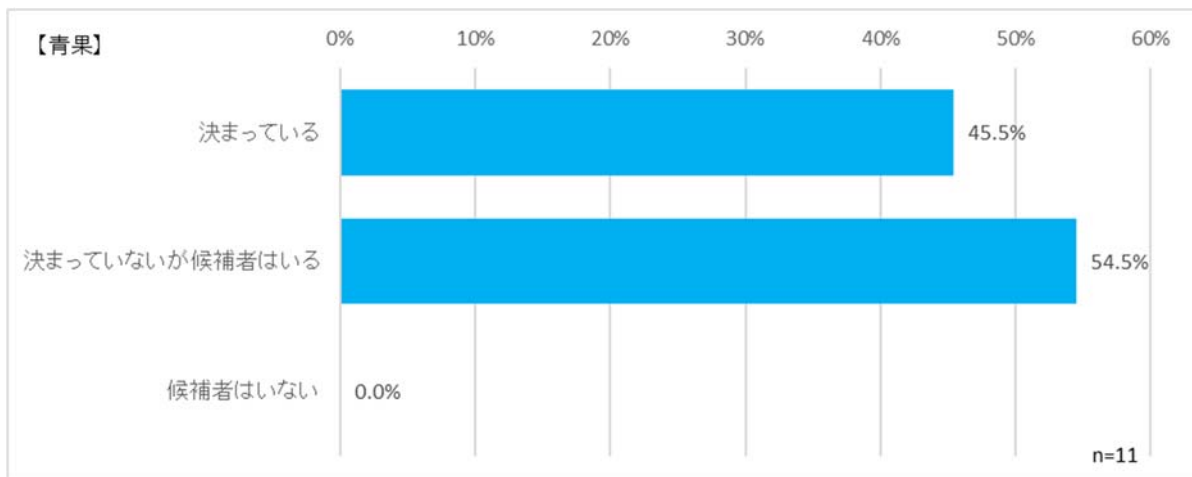
花きについては、雨天時の荷の積み下ろしへの要望が最も多く、全体の 29.4%を占めています。次いで、禁煙・分煙の徹底への要望が、23.5%を占めています。また、その他の回答としては、「特になし」との回答があがっています。

(21) 今後5年～10年程度の御社の事業継続性について教えてください。



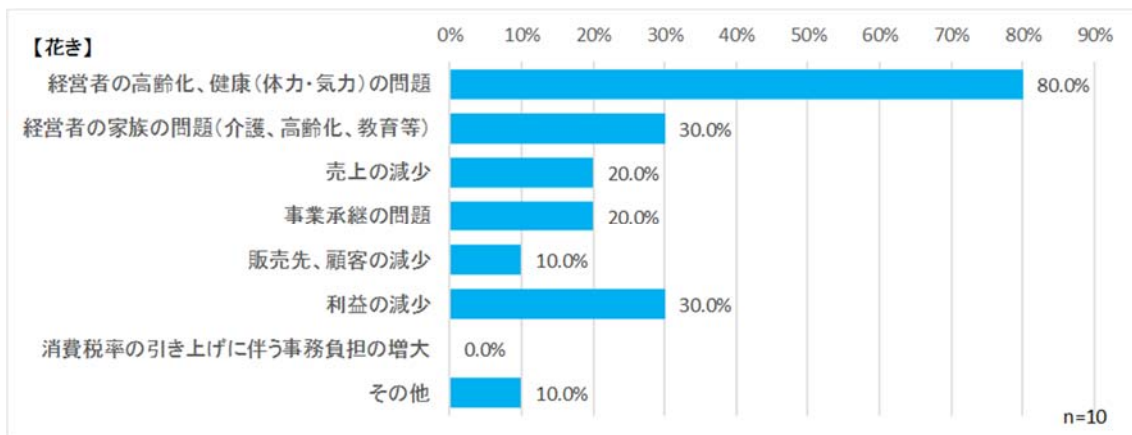
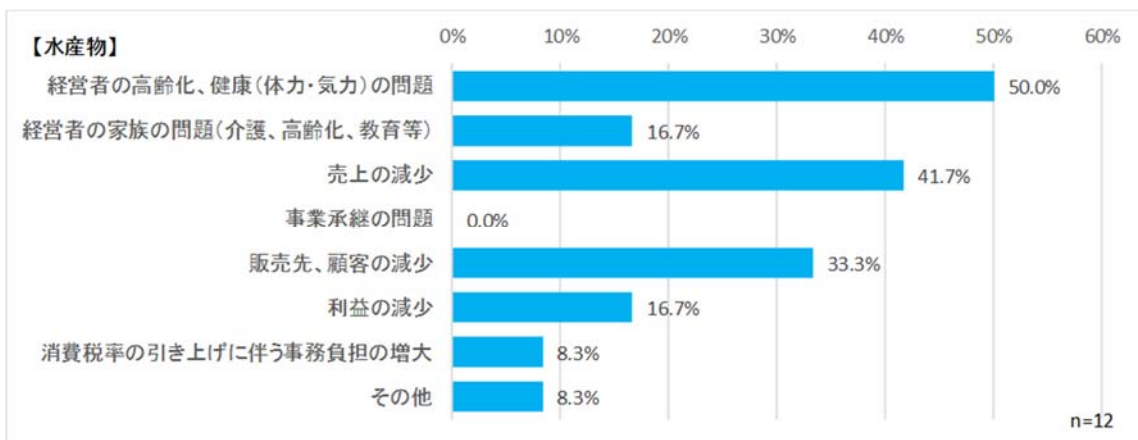
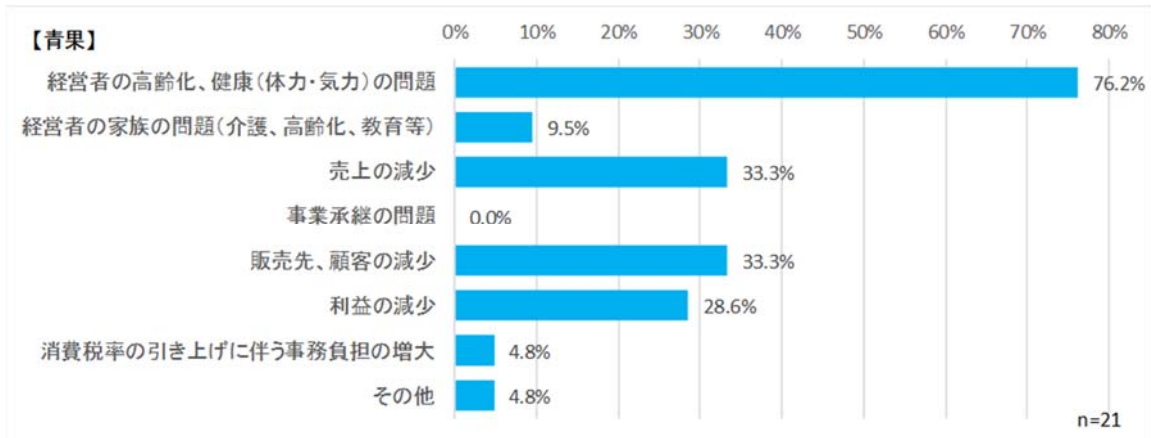
青果の回答者の46%、水産物の回答者の34%、花きの回答者の42%が「自分の代で廃業することもやむを得ない」と考えており、自ら事業を継続する意向をもつ回答者は、青果・水産物・花きのいずれにおいても約12%～13%にとどまっています。

1) 引き継ぎたいと回答した方にお尋ねします。事業承継者について教えてください。



青果及び水産物については約 46%~50%、花きについては約 67%が、既に事業の承継者が決まっていると回答しています。

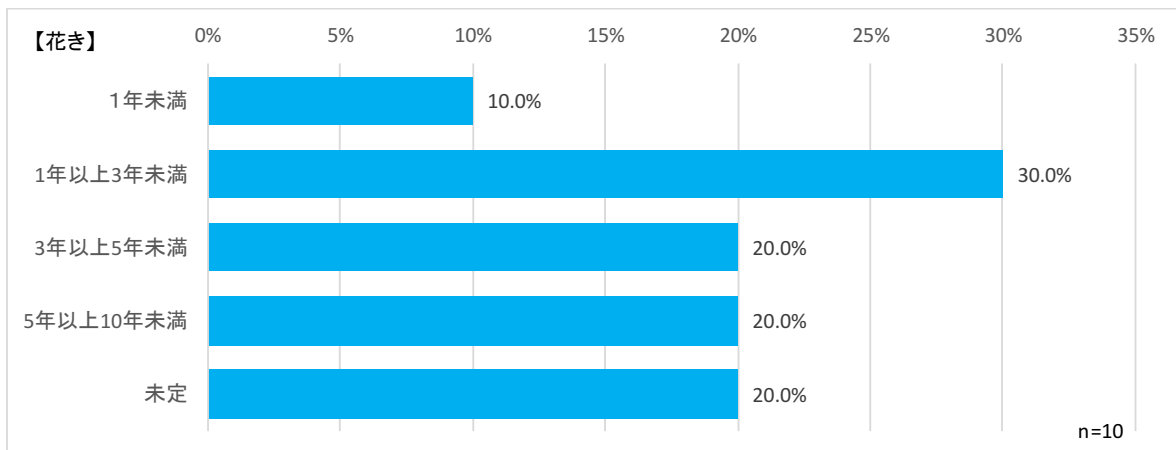
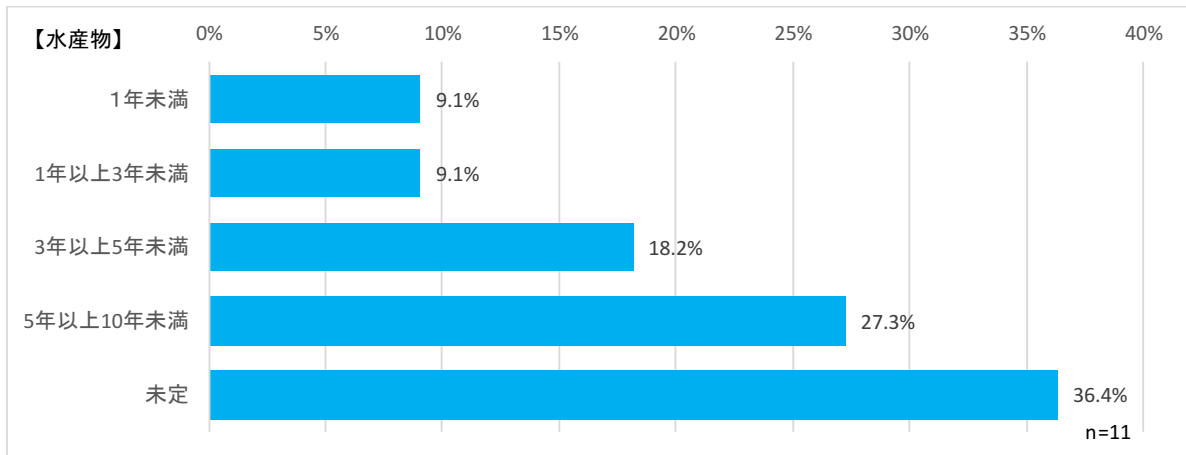
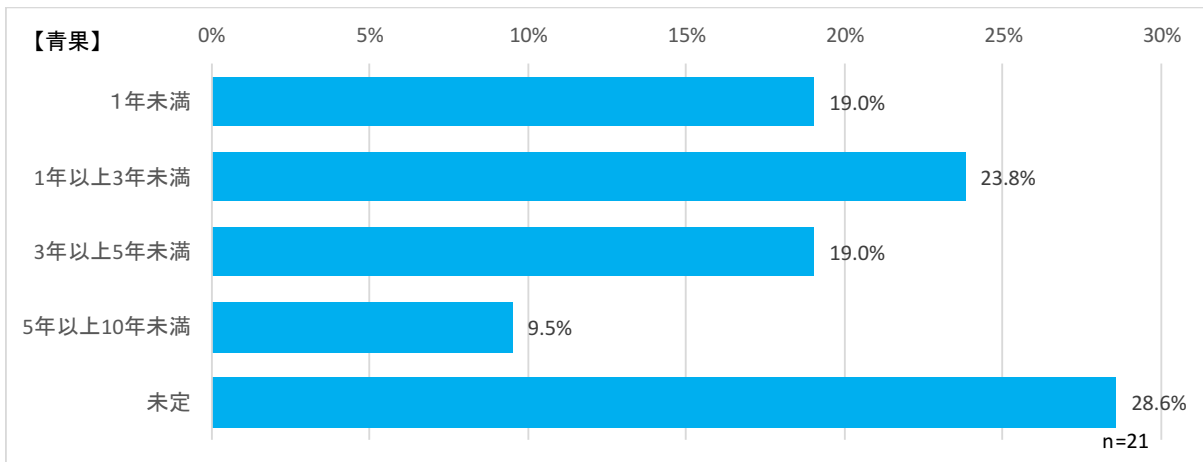
2) 廃業や売却の可能性を感じたきっかけについて教えてください。(複数回答可)



青果・水産物・花きのいずれにおいても、経営者の高齢化や体力・気力の減退に関する指摘が最も多く、青果と水産物については、次いで、厳しい経営状況（販売先や顧客、売上、利益などの減少）などがあげられています。

また、花きについては、次いで、利益の減少と経営者の家族問題（介護、高齢化、教育等）があげられています。

3) 廃業や売却までの想定期間を教えてください。



青果・水産物については、未定との回答が最も多く、花きについては、1年以上3年未満との回答が最も多くみられます。また、今後5年を見通した時、青果と花きについては60%以上の回答者が、水産物については36%以上の回答者が廃業ないし売却を行っている可能性があります。



### 13. 市場関係者ヒアリング調査 実施概要

本市場の市場関係者を対象に、それぞれの立場の現状や今後の意向を把握するべく、以下のとおりヒアリング調査を実施しました。

種別		ヒアリング対象	実施日
卸売事業者	青果	別府青果株式会社 代表取締役社長 牧 和夫 氏	令和元年 11 月 6 日 (水)
	水産物	株式会社別府魚市 代表取締役社長 白石 峰広 氏	令和元年 10 月 28 日 (月)
	花き	株式会社別府花市場 代表取締役社長 佐藤 文明 氏	令和元年 10 月 24 日 (木)
生産者	青果	J Aべっぷ日出 指導経済部指導販売課長 佐藤 清治 氏	令和元年 10 月 30 日 (水)
	水産物	J Fおおいた別府支店 支店長 上野 英志 氏	令和元年 10 月 30 日 (水)
	花き	別府市花き園芸組合 会長 安部 恵太郎 氏	令和元年 10 月 24 日 (木)
買受人組合	青果	別府市青果商業協同組合 伊東 清己 氏、元川 猛 氏、 沖崎 明 氏、土谷 秀樹 氏	令和元年 11 月 6 日 (水)
	水産物	別府市水産物小売商業協同組合 副理事長 奥村 元一 氏	令和元年 11 月 6 日 (水)
	花き	別府市花市場花商組合 別府地区副会長 梅津 亮 氏	令和元年 11 月 5 日 (火)
関連店舗	有限会社福山商店 代表 奥田 武治 氏		令和元年 11 月 1 日 (金)
	浜安商事株式会社 代表取締役 後藤 純哉 氏		令和元年 11 月 1 日 (金)

## 14. 他都市の設置事例

卸売市場の活性化については、全国各地で様々な取り組みが進められています、そこで、本市場の再整備に向けて、参考となる他都市の卸売市場の設置事例を収集・整理しました。

表 他都市の設置事例一覧

分類		事例
1.1	市場の賑わいづくり	(1) 下関市地方卸売市場唐戸市場（山口県） (2) 仙台場外市場社の市場（宮城県）
1.2	低温施設の整備	(1) 福岡市中央卸売市場青果市場（福岡県） (2) 名古屋市中央卸売市場北部市場（愛知県）
1.3	共同事業	(1) 水戸市公設地方卸売市場（茨城県）
1.4	P F I 手法の導入	(1) 神戸市中央卸売市場本場（兵庫県）
1.5	市場の余剰地活用	(1) 湘南藤沢地方卸売市場（神奈川県） (2) 京都市中央卸売市場第一市場（京都府）

## 14.1 市場の賑わいづくり

### (1) 下関市地方卸売市場唐戸市場

名称 所在地	下関市地方卸売市場唐戸市場（下関市唐戸町5番50号） 
取扱品目	水産物部
背景 課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 唐戸市場業者からの市場建替の陳情から、下関市が唐戸地区ウォーターフロント開発部会を設立し新市場建設の検討を開始。</li> </ul>
取組内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「海峡まるごとテーマパーク」を基本コンセプトとして、唐戸市場及び周辺施設（海響館、複合飲食施設、海峡ゆめタワー等）を整備。</li> <li>● 地元の新鮮な魚介類や農産物等の売場が軒を並べ、一般客の買い物が可能。</li> <li>● 旅行会社と連携した週末企画(活きいき馬関街)を開催。</li> </ul> 
取組効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 観光客や市民の集客力向上（年間来場者数140万人）。</li> <li>● あらゆる食材を取り揃えた「総合食品センター」の役割を果たす。</li> </ul>

### (2) 仙台場外市場社の市場（場外市場）

名称 所在地	仙台場外市場社の市場（仙台市若林区卸町5丁目2-6） 
取扱品目	青果部 水産物部 花き部
背景 課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 農業人であったオーナーが「東北の農村・漁村を元気にしたい」「東北の持つ食材の宝庫を全国に発信したい」という思いから、中央卸売市場近くに「場外・市民市場」をオープンする構想が誕生。</li> </ul>
取組内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 威勢のよいかげ声や人情味あふれる対面販売。</li> <li>● 地中海に多くみられる明るい雰囲気のマルシェ型市場を整備。</li> <li>● テナントは、鮮魚・水産加工品から物産品、飲食まで、選りすぐりの異なる業種、合計31店舗で構成。</li> </ul>
取組効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 東北地方や地元地域の食材の販売促進。</li> <li>● 観光客や市民の集客拠点として市場周辺の賑わい創出。</li> </ul>

## 14.2 低温施設の整備

### (1) 福岡市中央卸売市場新青果市場（ベジフルスタジアム）

名称 所在地	福岡市中央卸売市場青果市場（福岡市東区みなと香椎三丁目1番1号）  
取扱品目	青果部
背景・課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 青果市場への一極集中による東部・西部市場の機能低下。</li> <li>● 市場の老朽化・狭隘化。</li> </ul>
取組内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 市内の青果部3市場（青果市場・西部市場・東部市場）を移転統合。従来と比べ卸売場は同程度、仲卸売場は2倍、買荷保管所は3.5倍に拡大。</li> <li>● 仲卸の売場・事務所周りに、卸の低温倉庫、仲卸の冷蔵庫、買荷積込所を配置。</li> <li>● 低温倉庫は卸が整備。冷蔵庫は、卸・仲卸等の組合が整備・運営。</li> </ul>
取組効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 移動動線の効率化。</li> <li>● 取扱量は6%増加。</li> <li>● 冷蔵庫の充実でロス率を低減。</li> </ul>

### (2) 名古屋市中中央卸売市場北部市場

名称 所在地	名古屋市中中央卸売市場北部市場（愛知県西春日井郡豊山町大字豊場字八反107番地）  
取扱品目	青果部 水産物部
背景・課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 産地・小売からのコールドチェーンニーズへの対応</li> <li>● 車両動線錯綜の解消。</li> </ul>
取組内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 民活導入による青果卸売場2階の低温化。実需者ニーズ（加工・調理食品等ニーズ）に対応した青果低温加工施設新設。</li> <li>● 搬入から搬出までの時間・コストの「見える化」。</li> <li>● 配送車両の大きさ・目的を考慮した荷降しや積込み場所のルール化。</li> <li>● 食育に関する情報発信や事業の実施。</li> </ul>
取組効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 産地への鮮度保持アピール(集荷力アップ)。</li> <li>● 量販店・小売への営業力アップ。</li> <li>● 商品ロス率の低下。</li> </ul>





## 14.3 共同事業

### (1) 水戸市公設地方卸売市場

名称 所在地	水戸市公設地方卸売市場（茨城県水戸市青柳町 4566）  
取扱品目	青果部 水産物部 花き部
背景・課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 量販店の取引増加への対応。</li> </ul>
取組内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 卸3社で新たな共同低温仕分場を整備し、仕分作業を共同化。</li> <li>● 開設者による水産低温買荷保管積込場の整備。</li> </ul>
取組効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 温度管理による品質保持。</li> <li>● 仕分作業を共同化による効率化。</li> </ul>

## 14.4 PFI手法の導入

### (1) 神戸市中央卸売市場本場

名称 所在地	神戸市中央卸売市場本場（神戸市兵庫区中之島1丁目1番4号）  
取扱品目	青果部 水産物部
背景・課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 高松線以西の市場施設の老朽化。</li> <li>● 高松線が市場敷地を東西に分断することにより市場利用が不効率。</li> </ul>
取組内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>● PFI方式の導入（BOT方式、事業期間29年間、設計・建設4年、維持管理運営25年）。</li> <li>● 市場PR業務の強化・充実（料理教室・イベント等の開催）。</li> </ul>
取組効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 建設コスト（予定価格の20%減）、維持管理業務費（10%程度）の削減。</li> <li>● 使用料の抑制。</li> </ul>
備考	<p>【PFI事業の事業範囲】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 新設施設の設計、建設、建築物・建築設備保守管理、清掃、廃棄物処理手続、環境衛生管理、修繕、植栽維持。</li> <li>● 既存施設の清掃、廃棄物処理手続、環境衛生管理、植栽維持。</li> <li>● 市場PR業務及び料理教室（関連棟2階市場PR施設）運営。</li> </ul>

## 14.5 市場の余剰地活用

### (1) 湘南藤沢地方卸売市場（神奈川県）

名称 所在地	湘南藤沢地方卸売市場（神奈川県藤沢市稲荷 520）  
取扱品目	青果部
背景・課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 取扱高の減少による市場会計の悪化。施設の老朽化。</li> </ul>
取組内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 取扱高に応じた施設規模への建て替えを行い、場内に余剰地を創出。</li> <li>● 余剰地に配送棟を整備するとともに食品卸会社を誘致し、流通センターとして稼働。</li> </ul>
取組効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 誘致した外部企業と市場との取引による販売促進の相乗効果。</li> <li>● 賃料収入確保による市場運営収支の改善。</li> </ul>

### (2) 京都市中央卸売市場第一市場

名称 所在地	京都市中央卸売市場第一市場  
所在地	京都市下京区朱雀分木町 80 番地
取扱品目	青果部 水産物部
背景・課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 市場施設整備に合わせ、「京都駅西部エリア活性化将来構想」において、七条通りに面する土地を「賑わいゾーン」位置づけた。</li> </ul>
取組内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 賑わいゾーン（南関連棟跡地）において以下の事業を実施予定。 <ul style="list-style-type: none"> <li>・本格的な町家風建築の施設の整備（隣接する宿泊施設と直結）。</li> <li>・京都市中央卸売市場の食材を活用した飲食店等，商業施設。</li> <li>・伝統文化伝統、産業製品の学び・体験の場の提供及び伝統産業製品の販売。</li> </ul> </li> <li>● 公募型プロポーザルにより民間事業者を選定。60年間の定期借地権設定契約により施設整備を実施。</li> </ul>
取組効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 正規雇用創出</li> <li>● 観光客の受け入れ環境の向上、市場周辺の回遊性向上。</li> </ul>



## 15. 現地視察 実施概要

### (1) 開催日程

	日時・場所	議題
現地視察	日時：令和元年12月1日（日） 8時～17時	視察場所：下関市地方卸売市場唐戸市場 山口県漁協萩地方卸売市場 道の駅 萩しーまーと 道の駅 萩往還

### (2) 現地視察の様子



唐戸市場(卸売場)



唐戸市場(外観)



唐戸市場—(仲買店舗)



唐戸市場(仲買店舗)



萩地方卸売市場(外観)



萩地方卸売市場(外観)





萩地方卸売市場(卸売場)



萩地方卸売市場(卸売場)



道の駅 萩しーまーと(外観)



道の駅 萩しーまーと(売場)



道の駅 萩しーまーと(売場)



道の駅 萩しーまーと(売場)



道の駅 萩往還(外観)



道の駅 萩往還(外観)

## 下関市地方卸売市場唐戸市場の概要

### 1. 下関市について<sup>31</sup>

人口・世帯	261,304 人、130,433 世帯（令和元年 10 月末日現在）
面積	716.1 km <sup>2</sup>
合併経緯	H17 年 2 月、豊浦郡 4 町（菊川町、豊田町、豊浦町、豊北町）と合併。

### 2. 下関市地方卸売市場唐戸市場について<sup>32,33,34</sup>

名称	下関市地方卸売市場唐戸市場
所在地	下関市唐戸町 5 番 50 号
取扱品目	水産物部
組織	①卸売業者 下関唐戸魚市場株式会社 ②仲卸業者 下関唐戸魚市場仲卸協同組合
敷地面積	15,382 m <sup>2</sup>

昭和 8 年 4 月	下関市の中心にあった唐戸に「下関市唐戸魚菜市場」が開設される。
昭和 48 年	卸売市場法の制定に伴い、「下関市地方卸売市場」に改称。
昭和 51 年 6 月	敷地の狭隘化と交通事情の悪化に伴い、青果部は勝山地区へ新築移転。水産物部は「下関市地方卸売市場唐戸市場」に残る。
平成 13 年 4 月	施設の老朽化に伴い、隣接地の埋立地に新築移転。

「下関市地方卸売市場」には、水産部の市場が「唐戸市場」の他に 2 箇所あり、昭和 49 年に開設したふぐ中心の「南風泊市場」、平成 17 年の豊関地区 1 市 4 町の合併に伴い加わった「特牛市場」があります。

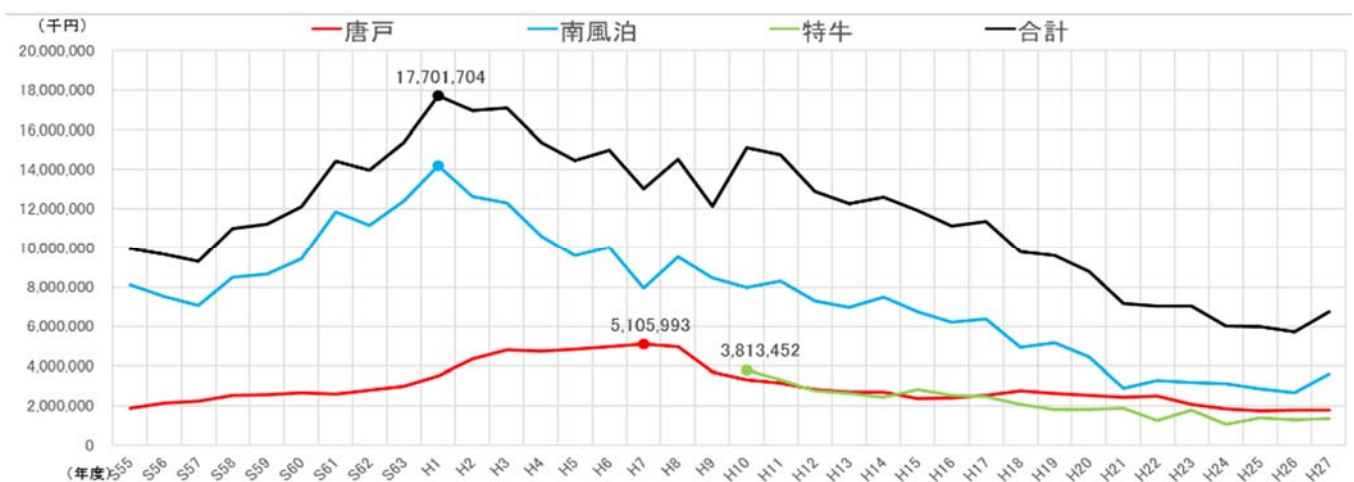


表 年度別取扱高<sup>31</sup>

<sup>31</sup> 下関市HPより、<http://www.city.shimonoseki.lg.jp/www/genre/00000000000000/1103697929044/index.html>

<sup>32</sup> 下関市HPより、<http://www.city.shimonoseki.lg.jp/www/contents/1103258405849/index.html>

<sup>33</sup> 下関唐戸魚市場株式会社HPより、<http://www.karato.jp/>

<sup>34</sup> 下関唐戸魚市場仲卸協同組合HPより、<http://karato-n.axis.or.jp/>





図 施設配置 35



図 市場周辺図 35

35 唐戸市場 HP より、<http://www.karatoichiba.com/>

## 萩地方卸売市場、道の駅萩しーまーとの概要

### 1. 萩市について<sup>36,37</sup>

人口・世帯	36,260 人、18,193 世帯（令和元年 10 月末日現在）
面積	698.3 km <sup>2</sup>
合併経緯	平成 17 年 3 月、阿武郡川上村、田万川町、むつみ村、須佐町、旭村、福栄村の 1 市 2 町 4 村と合併。

### 2. 萩地方卸売市場について<sup>38,39</sup>

名称	山口県漁協萩地方卸売市場
所在地	山口県萩市大字椿東 4160-61
取扱品目	水産物

以前	本市場開設以前は、萩管内に計 8 ヶ所の産地市場（7 単協、旧山口県漁連）が開設されていた。
平成 13 年 4 月	1 市 3 町（旧萩市・阿武町・須佐町・田万川町）の 14 地区漁協が合併し、「山口はぎ漁業協同組合」が設立される。
平成 14 年 4 月	旧 14 漁協が利用していた 8 つの産地市場を統合し、「山口はぎ水産物地方卸売市場」が開設される。
平成 17 年	山口県漁協に合併後、「山口県漁協萩地方卸売市場」に改称。

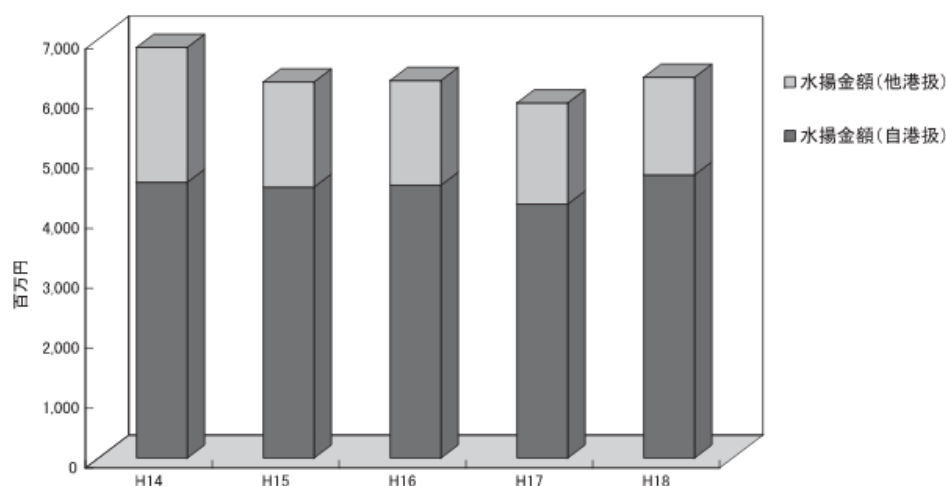


図 萩地方卸売市場の取扱高<sup>39</sup>

<sup>36</sup> 萩市HPより、<https://www.city.hagi.lg.jp/soshiki/12/1085.html>

<sup>37</sup> 萩市HPより、<https://www.city.hagi.lg.jp/soshiki/100/2799.html>

<sup>38</sup> 山口県漁連「維新浜だより Vol.26」(2017年7月)より

<sup>39</sup> (一財)東京水産振興会、「水産物消費流通の構造変革について－平成19年度事業報告－」(平成20年6月)より

### 3. 道の駅萩しーまーとについて<sup>40,41</sup>

名称	道の駅萩しーまーと
所在地	山口県萩市大字椿東 4160-61
開業時期	平成 13 年 4 月
設置・運営	設置形態：民設民営 運営主体：ふるさと萩食品協同組合（事業協同組合、平成 11 年 11 月設立）
商材	生鮮 3 部門（鮮魚・野菜・精肉）、 農水産加工品、惣菜、一般食料品、酒類、飲食店
面積	（敷地面積）7420 m <sup>2</sup> （延床面積）1425 m <sup>2</sup>
建設費	4 億 6505 万円（共同店舗：4 億 4905 万円、駐車場等：1600 万円）

事業内容	情報発信等による萩製品のブランド化、 大消費地に向けた萩製品の販路拡大、 地元飲食店等と連携した加工品・名物料理等の開発
特色	<u>食のプロモーションの拠点づくり</u> 旬の生産情報を生産者から直接収集できる利点を生かし「萩の地魚もったいないプロジェクト」や「頑張れ！萩の金太郎プロジェクト」などを通じた隠れた地域資源の発掘、テレビ・雑誌などのパブリシティ露出を通じた販路開拓などで魚価の向上を図った。 <u>全国公募により就任した駅長による企画運営</u> 市外の民間出身者を駅長として採用し、そのマーケティングノウハウを活用することで、これまで、歴史だけだった萩のイメージに「食」という一面を加えることができた。 <u>地産地消の実践「近き者悦び、遠き者来る」</u> 「地元の方が悦んで使ってくれる店であれば、そのうち遠くからのお客さまも自然と来るようになる」という考えのもと、観光客向けの施設ではなく、地元市民をメインターゲットとし、地元のものを中心に扱う公設市場を目指す。

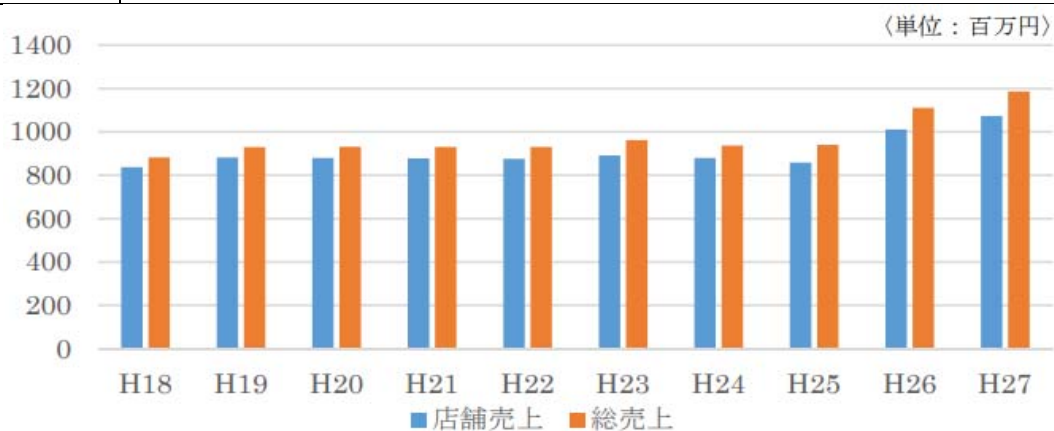


図 道の駅萩しーまーとにおける売上高<sup>41</sup>

<sup>40</sup> 萩市HPより、<https://www.city.hagi.lg.jp/soshiki/48/h3298.html>

<sup>41</sup> （一財）東京水産振興会「浜の活性化に向けた取り組みの現状と課題-平成 28 年度事業報告書-」（2017 年 7 月）より





図 市場と道の駅の位置図

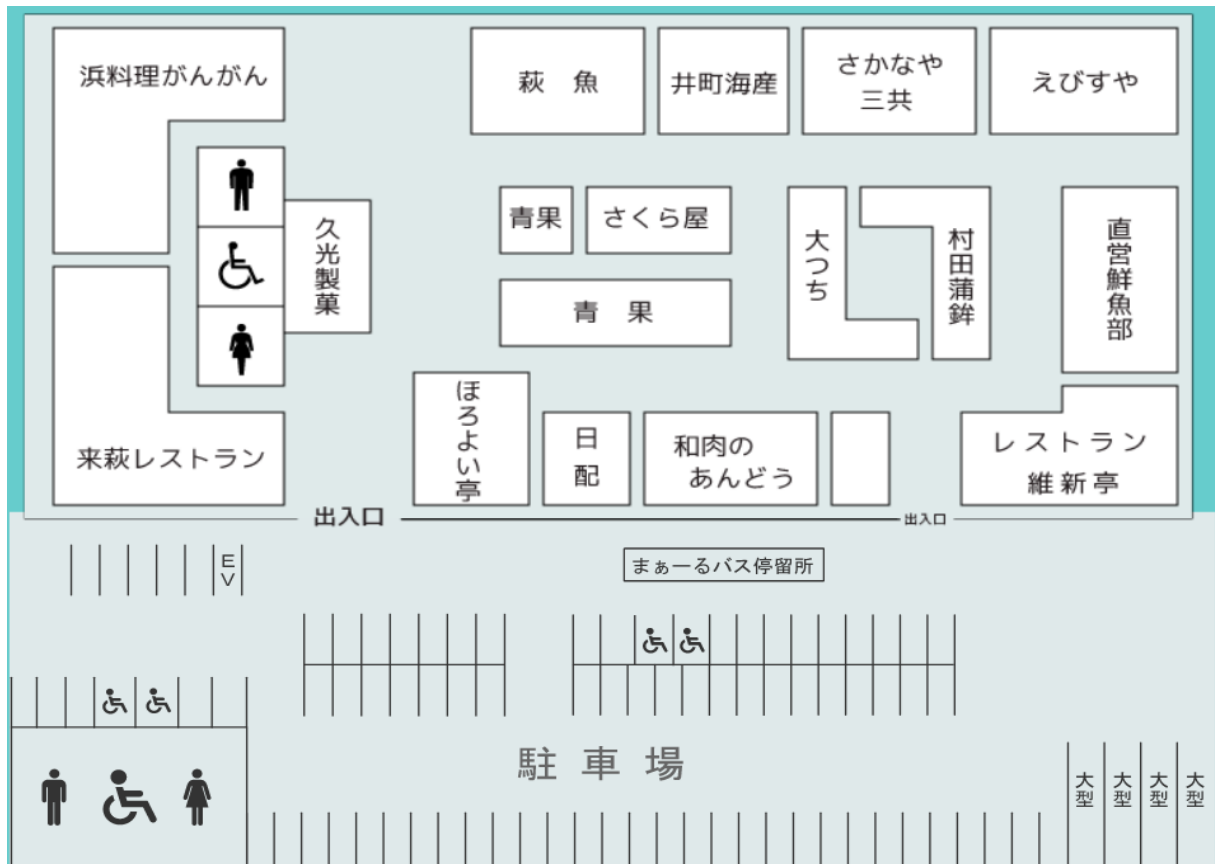


図 道の駅の施設配置<sup>42</sup>

<sup>42</sup> 道の駅萩しーまーとHPより、<http://seamart.axis.or.jp/>