

兵庫県卸売市場活性化推進方策

令和3年2月

兵庫県

目 次

1	はじめに	1
2	第 11 次兵庫県卸売市場整備計画に基づく取組の評価	1
3	市場を取り巻く状況	2
4	県内市場における課題	6
5	県内市場における今後の取組方針	7
6	県の役割	1 1
7	評価・検証	1 1

1 はじめに

(1) これまでの経過

卸売市場は生鮮食料品流通の核として、多種多様な品目を豊富に揃える品揃え機能、全国の産地から集荷し、実需者のニーズに合わせて分荷する集荷・分荷機能や公正で透明性の高い価格形成機能など、生産者から消費者にとって重要な機能を果たす、社会的な基幹インフラである。

県では生鮮食料品の円滑な流通を確保し、県民生活の安定と農林水産業の振興に資するため、卸売市場が担う役割や卸売市場の機能強化、地方卸売市場の整備方針を示した、「兵庫県卸売市場整備計画」を昭和 43 年より策定し、概ね 5 年ごとに計画を見直して、それぞれの時代に応じた卸売市場の整備や機能強化、活性化に資する施策を展開してきた。

平成 28 年 4 月に策定した第 11 次兵庫県卸売市場整備計画では、県民に対する安全・安心な生鮮食料品の安定供給を継続するため、「ひょうご五国のめぐみを活かし、「強み」「特色」を自ら発揮する卸売市場」をめざす姿として、取組を推進してきた。

(2) 新たな方策の策定

平成 30 年 6 月に卸売市場法が改正（施行：令和 2 年 6 月）され、都道府県卸売市場整備計画に係る規定の廃止、第三者販売や直荷引きといった全国一律の規制が撤廃されるなど、大幅な内容の見直しが行われ、各市場に応じた取引ルールを市場関係者で決めることとされた。

近年の流通の多様化や他都道府県卸売市場との競争激化など、市場を取り巻く厳しい状況の中、今後も県内市場の競争力を高め、県民へ安全安心な農林水産物を安定的に供給する体制を堅持していくためには、「ひょうご五国」の多彩な農林水産物を活かした集荷・販売力強化など、本県及び各市場の実情に応じた取組を県内市場が協力して一層進めていくことが重要である。

そのため、各市場での個別の取組に加え、関係者が共通認識を持ち、県内市場が連携・協力して集荷力や販売力を強化する取組を推進できるよう、県卸売市場整備計画に代わる本推進方策を策定する。

※当方策内において、「卸売市場」は「市場」と表記する。

2 第 11 次兵庫県卸売市場整備計画に基づく取組の評価

(1) 点検指標による評価・検証

「集荷・販売力強化」については、協働集荷量などの取組は進んだが県内消費に占める県内市場の供給割合が低下傾向で、契約取引や兵庫県認証食品の取扱が伸び悩んでいる。そのため、地場産品等の品揃えを充実するなど、集荷・販売力のさらなる強化を図る必要がある。

「食の安全安心確保」及び「社会的要請への対応」については、環境負荷低減など全体的には概ね取組が進んでおり、引き続き、各市場の実情に応じた施設整備の高度化・充実や地域密着型の市場運営を進める。

表 1 点検指標の達成状況

取組方針	指 標	H25	R1	R2	
		策定時	実績	目標	達成率
(1)集荷・販売力強化	協働集荷量	4,545t	10,193t	4,800t	212%
	兵庫県認証食品取扱市場率	71%	69%	85%	81%
	県内需要量に対する市場供給割合	44%	38%	45%	84%
	卸売市場を核としたサプライチェーンの視点導入による契約取引件数	7 件	12 件	15 件	80%
	卸売市場の活性化目標策定市場数	5 市場	11 市場	11 市場	100%
(2)食の安全安心確保	品質管理高度化マニュアル策定市場率	46%	65%	75%	87%
	コールドチェーンに係る施設整備市場率	58%	57%	65%	88%
(3)社会的要請への対応	食育活動実施市場率	65%	74%	70%	106%
	環境負荷の低減取組実施市場率	85%	87%	90%	97%

3 市場を取り巻く状況

(1) 流通構造の変化

ア 全国の流通状況（国推計）

昭和 50 年代と平成 20 年代の流通フローを比較すると、女性の社会進出、単身世帯の増加、ライフスタイルの変化等により消費者・需要者ニーズが多様化した。これに伴い、以前は卸売市場が流通の中心であったが、流通構造の多様化により直売所やネット販売などの市場外流通が増加し、市場経由率が低下傾向となっている（図 1）。

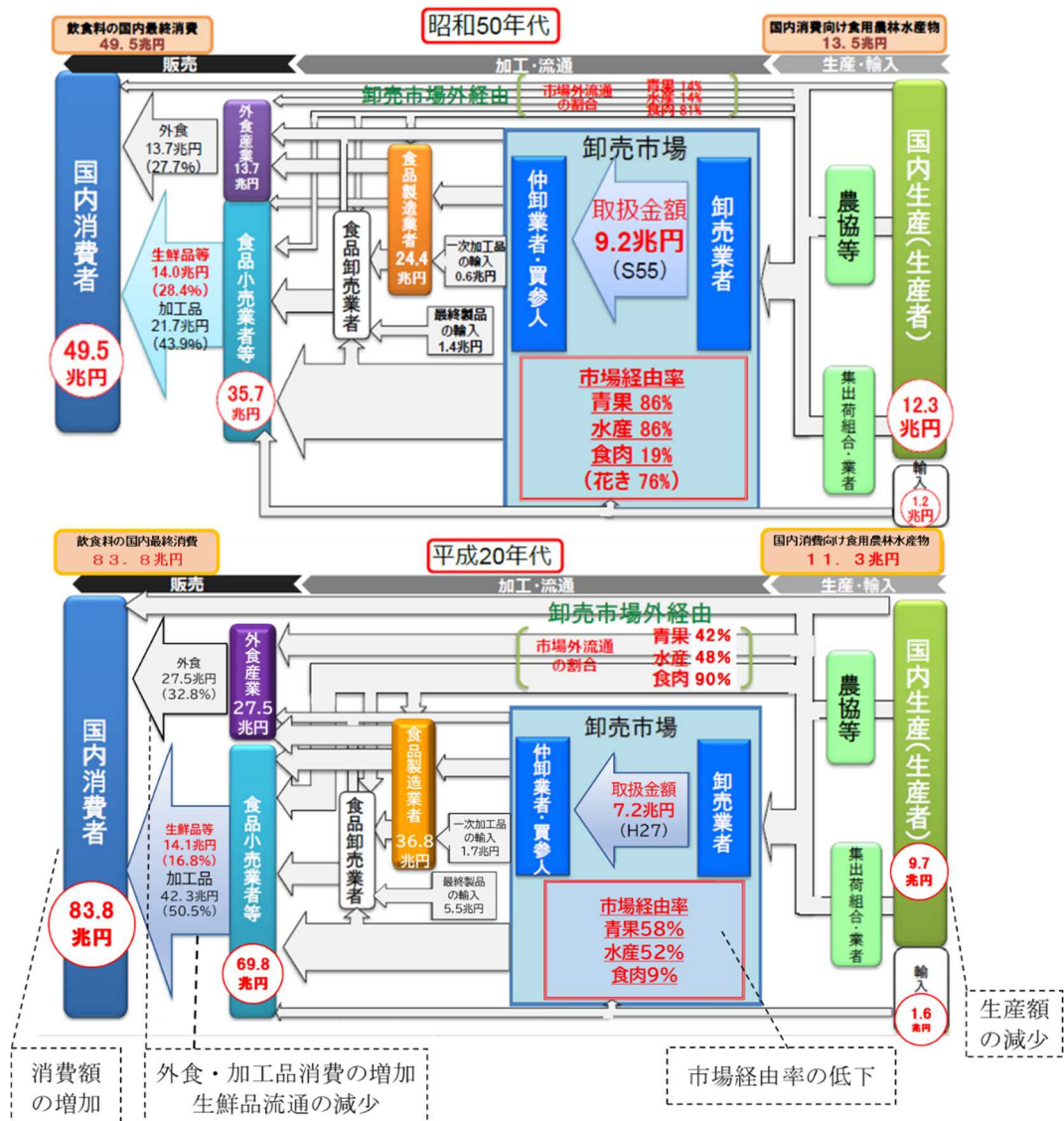
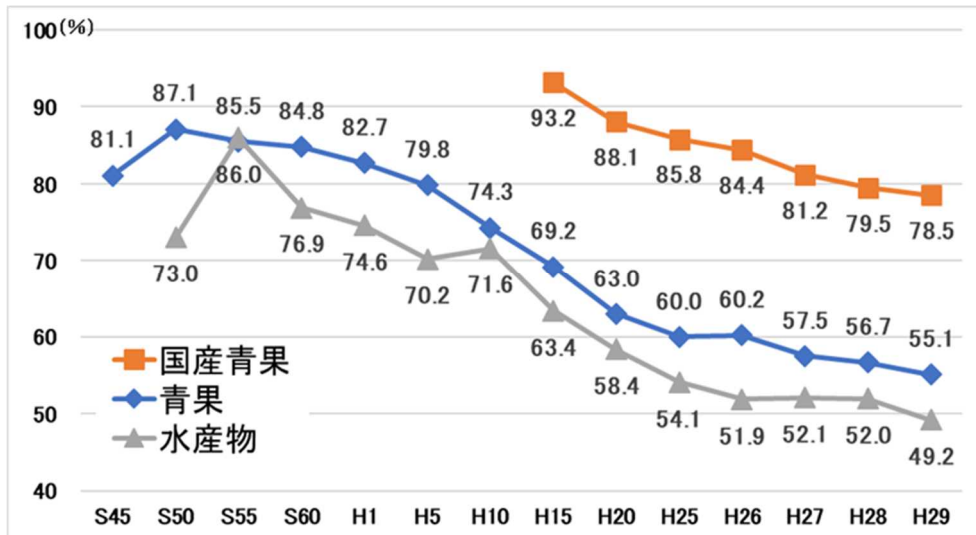


図 1 市場経由率の推移(全国、重量ベース、国推計)

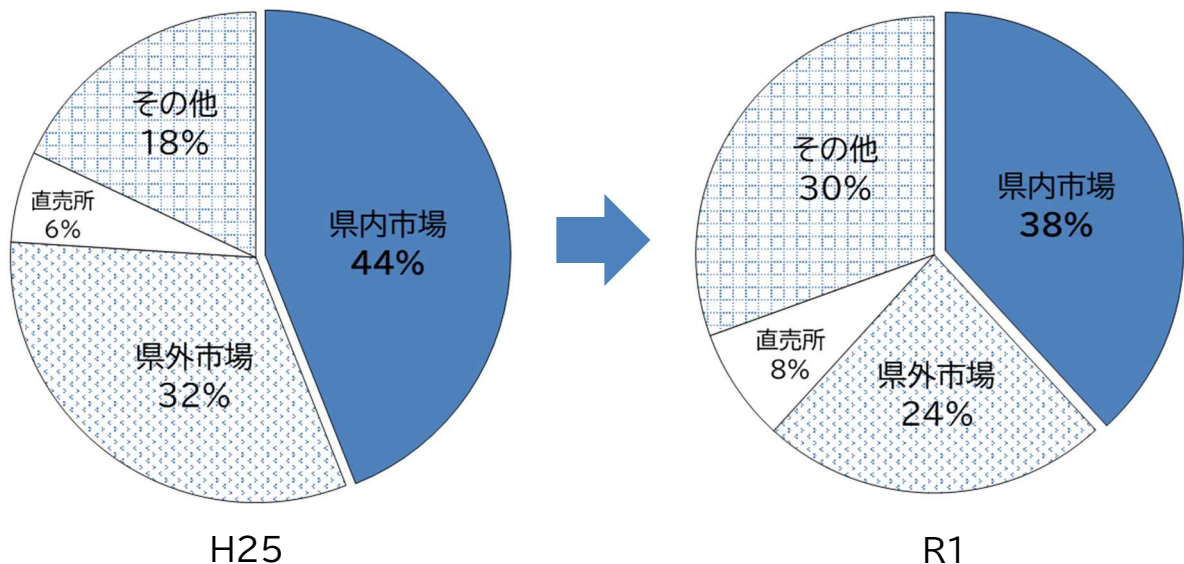


イ 県内青果物の流通状況 (R2.6 消費流通課推計)

全国同様、県内でも直売所販売、大手量販店や生産者と飲食店等との直接取引、ネット販売など流通の多様化が進み、県内市場を経由しない流通(グラフ中の「直売所」と「その他」)の割合が増加している。

また、近隣大規模市場(大阪府・市中央市場など)への出荷の集中などにより、県内市場の取扱量、経由率が低下している(図2)。

図 2 県内青果物需要量に対する供給割合



また、本県産の青果物の流通についてみると、県内で生産される青果物約 28 万 t のうち約 20 万 t が卸売市場や直売所へ出荷されている。そのうち、県内への出荷は約 4 割の 8 万 t で、残りの約 6 割にあたる 12 万 t が県外の卸売市場等に出荷されている(主にたまねぎ、レタス、キャベツ)。

その他、出荷外の 8 万 t については、ネットなどの直接販売や自家消費により県内外へ流通していると推測される(図3)。

図 3 県内における青果物の生産・流通フロー（消費流通課推定）

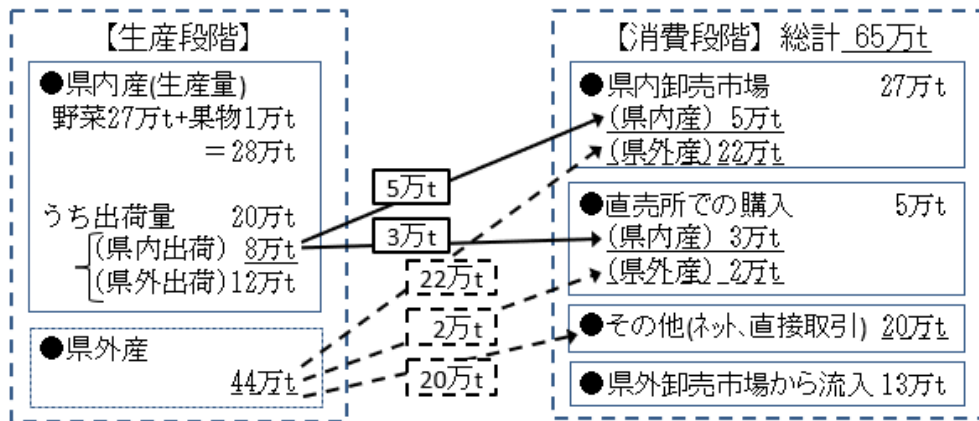


図 4 《県内直売所設置箇所数の推移》

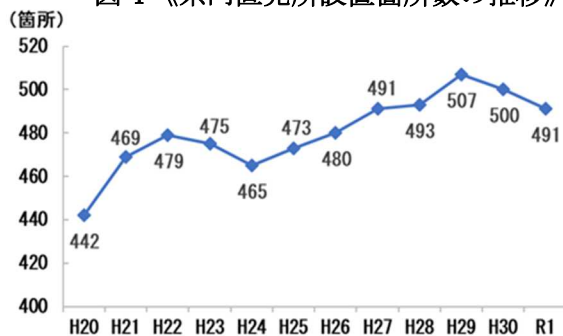
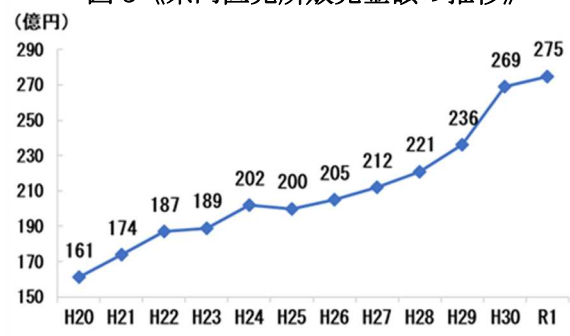


図 5 《県内直売所販売金額の推移》



出典：総合農政課調査

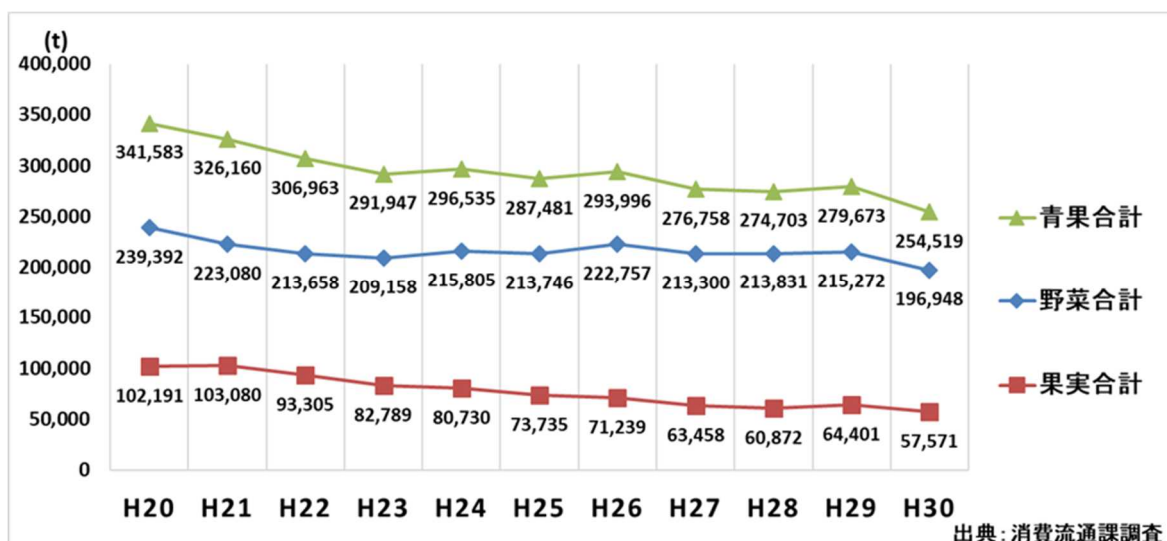
ウ 県内市場における取扱量の推移

図 6 のとおり県内市場の取扱量は減少傾向にあるが、直近 10 年の市場ごとの推移を見ると、神戸本場は県内ハブ市場として協働集荷の核となるなど、取扱量の減少を最小限にとどめている。

また、神戸東部市場においては、コールドチェーンに対応した加工場・冷蔵庫棟の整備をはじめ、本場との定期便の活用や量販店等の販売先確保など集荷・販売体制の確立により、比較的減少幅を抑えることができています。

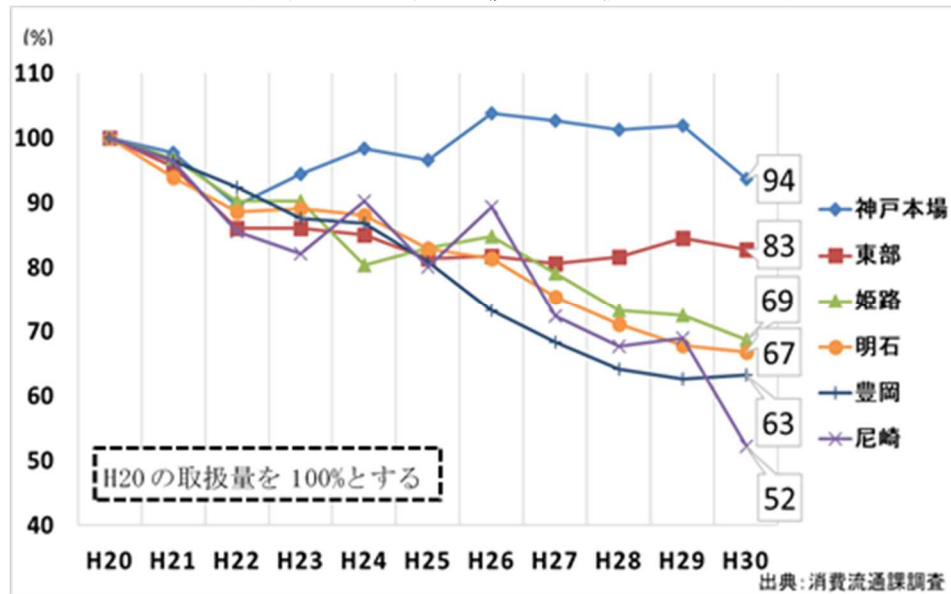
他方、その他の市場においては、県内外他市場との競争激化、消費の減退等により、30%以上の減少幅となっている（図 7）。

図 6 県内市場の青果物取扱量の推移



出典：消費流通課調査

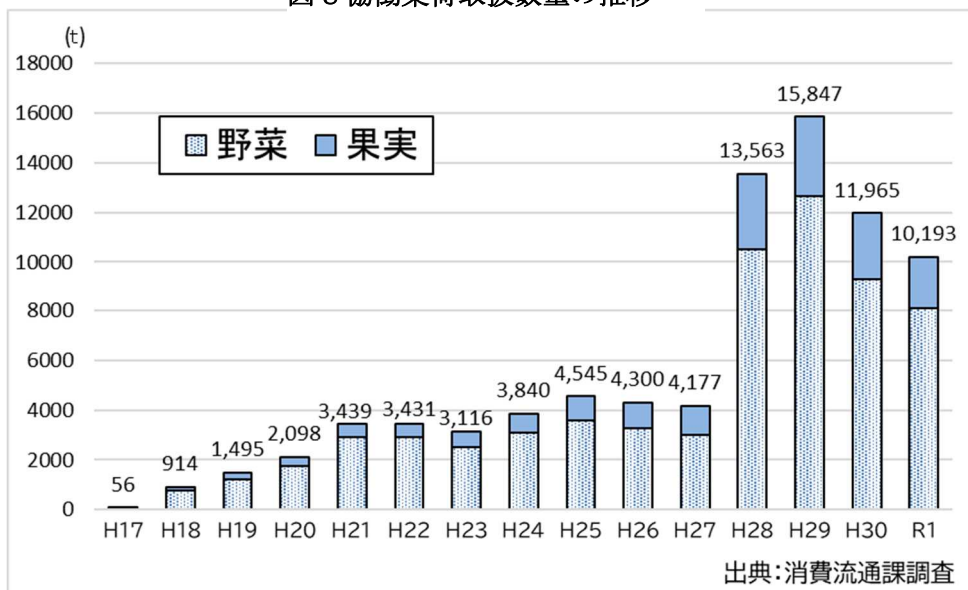
図 7 県内卸売業者の青果物取扱量の推移(県内主要市場)



(2) 協働集荷量の推移

取組開始以降、各市場の集荷・販売体制の強化により数量を増やしてきたが、平成29年度をピークとして、他府県の市場との競争激化や天候不順による生産量の減少で集荷が困難な状況であることなどにより、協働集荷量は減少傾向にある(図8)。

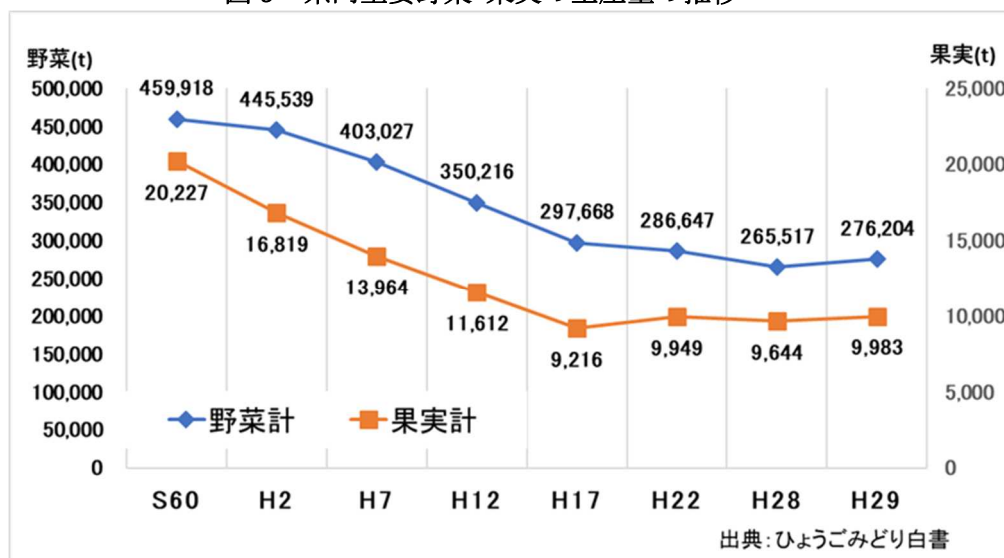
図 8 協働集荷取扱数量の推移



(3) 県内青果物の生産量

平成 17 年までは、農家の高齢化、担い手不足などにより生産量は減少傾向であったが、近年は、施設野菜の産地育成、集落営農組織等の新たな担い手の育成、機械化による省力化などの取組推進によって、減少傾向に歯止めがかかっている（図 9）。

図 9 県内主要野菜・果実の生産量の推移



※主要野菜：たまねぎ、キャベツ、レタス、はくさい、だいこん、トマト など

※主要果実：ぶどう、みかん、いちじく、なし、かき など

4 県内市場における課題

(1) ひょうご五国の特長を活かした集荷・販売力のさらなる強化

法改正で各市場の特長を活かした取引ルールを取り決めることが可能となったことにより、市場間競争が激化する可能性がある。

また、流通の多様化が進み、県内市場の取扱量、経由率が減少する中、県民に安全安心な青果物を安定的に供給する拠点として、県内市場の体制維持、強化を図る必要がある。

そこで、「ひょうご五国」の多彩な特長ある県産品を効率的に集荷し、多様な販売ルートを確認することにより、県内市場の集荷・販売力のさらなる強化を推進する。

(2) 食の安全・安心の確保（HACCP に沿った衛生管理、コールドチェーンの導入推進）

近年、食品の安全性が重視され、品質向上などへの消費者ニーズが高まっている。その消費者ニーズへの対応や鮮度、品質を活かした販売を図るため、HACCP への対応やコールドチェーンの導入を推進する。

(3) 災害時等の対応（事業継続計画に策定推進）

令和 2 年の新型コロナウイルス感染症の発生時等においても、農林水産物の安定した荷受け、外食・内食需要の増減への対応など、市場の集荷・分化機能を発揮し、生鮮食料品を安定的に供給することができた。

今後も、有事の際（災害、新型コロナウイルス感染症など）でも食品を安定供給する市場機能が果たせるよう、事業継続計画(BCP)の策定、改定を推進する。

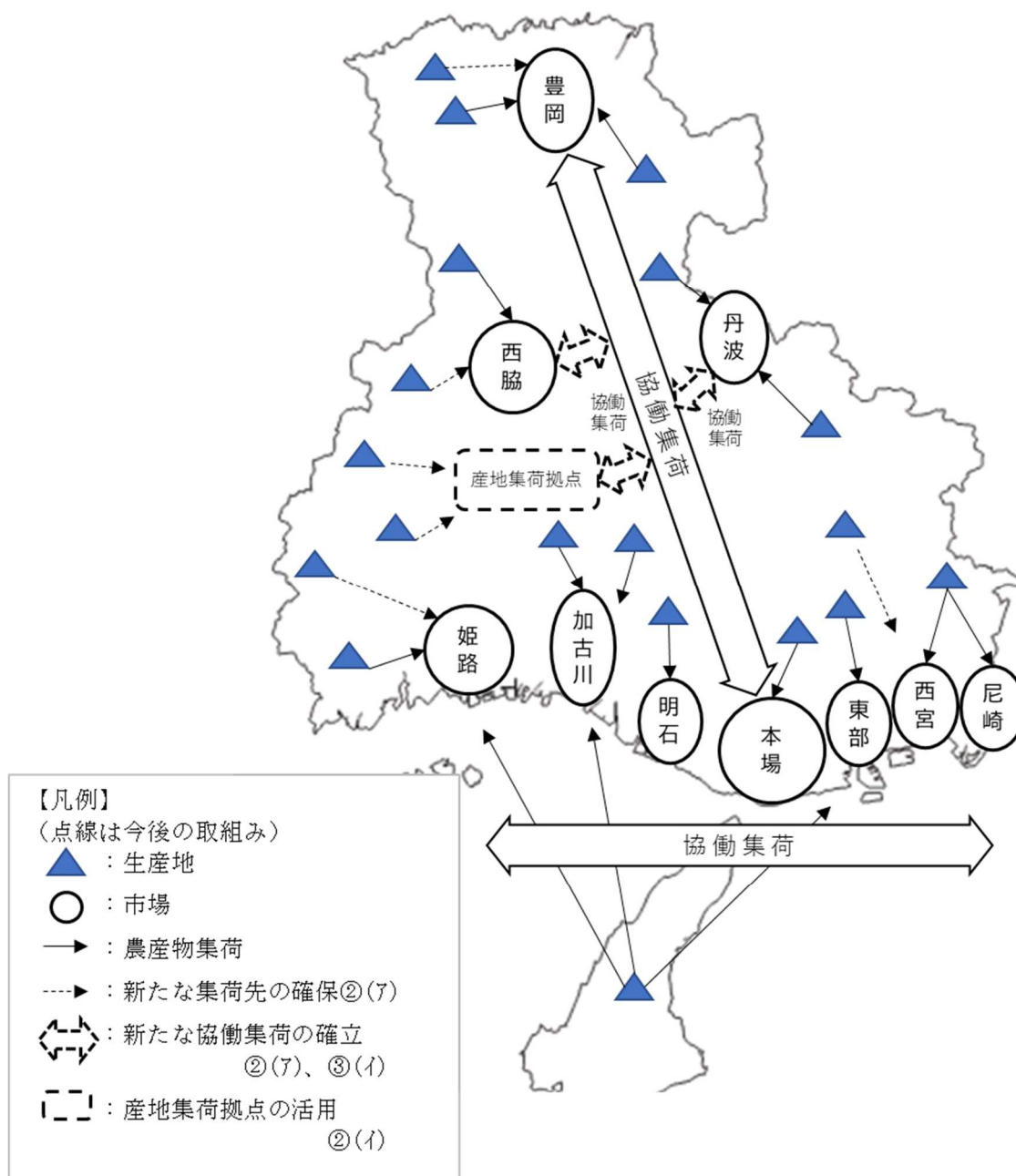
5 県内市場における今後の取組方針

これまで実施してきた集荷・販売力を強化する取組や、品質管理高度化、コールドチェーンの推進による農林水産物の品質向上などの取組に加え、ICT 技術を取り入れた流通の効率化や、加工や介護施設の需要などの食のニーズの多様化への対応強化など新たな取組を推進する。

(1) 集荷・販売力の強化

これまでも協働集荷など県内各市場が連携してきたが、今後も県内市場の取扱量や取扱品目の増加に寄与する協働集荷を推進するとともに、下記のような取組を各市場で推進、あるいは複数市場間で連携を強化し、県内における食品 SCM（サプライ・チェーン・マネジメント）を再構築し、県産品を含めた青果物流通体制を確立する。

県内市場における集荷・販売力強化のための対策
(「ひょうご卸売市場協働ネットワーク推進協議会」参加市場でのイメージ図)



ア 特色ある品揃えの強化（地場産品の産地育成、開拓）

地場産品やこれまで市場で取り扱っていない産品を市場で集荷し流通させる体制を構築することにより、安全・安心・おいしい農林水産物の流通を担う、より魅力ある市場づくりを目指す。

(ア) 市場関係者一体となった産地への働きかけ（産地開拓、産地育成）

市場関係者（卸売業者、仲卸業者）が連携、情報交換し、これまで集荷していなかった産品について、産地にアプローチし市場出荷へ誘導する。

また、これから増産、ブランド力強化を目指す産品、産地や兵庫県認証食品について、市場の流通網を活かして販売拡大を図る。

(イ) 実需者の要望に基づく販路開拓

販売店など川下が持つ意見、情報等を収集し、新たな品目、生産方法、ブランド化の検討など、産地にフィードバック、提案するなど産地との連携を図り、実需者が求める品揃えを目指す。

(ウ) 販売促進の企画提案等、小売・量販店を通じた需要の喚起

既存の販売先の意見を聴取し、特産品フェアなど新たな企画を提案する。

また、量販店・商店街・小売店等、取引がなかった店舗への新規販路開拓を進める。

(エ) 給食事業者や配食事業者への地場産品の供給

近年の高齢化社会の傾向から、介護施設などへの配食需要が高まっている。施設の要望に応じた配食が可能となるよう、加工、販売体制を整える。

また、食育の観点から、小中学校の給食への地場産品の供給をさらに進める。

そのために必要な品目、販売量を確保できるよう、市場間の協働集荷を推進する。

【指標 1】 県内市場の取扱量（県内青果物需要に対する供給割合）（単位：t）

県内市場からの供給割合の R12 目標値を、40%（H30 の供給割合）とする。

項 目	H15	H20	H25	H30	R1	R12
県内市場	447,383	357,801	297,849	261,713	246,826	251,815
	66%	53%	44%	40%	38%	40%
県外市場	131,338	136,286	213,627	131,390	152,655	144,794
	19%	20%	32%	20%	24%	23%
その他 （直売所、直接取引等）	97,542	183,689	161,451	257,181	247,363	232,929
	14%	27%	24%	40%	38%	37%
合 計	676,263	677,776	672,927	650,284	646,844	629,539

※R1 までは実績値、R12 は目標値

イ 流通の効率化（特長ある品目の効率的な集荷の推進）

様々な地場産品を効率よく集荷するために、これまで同様に協働集荷を推進するとともに、産地集荷拠点の活用や ICT の活用など、効率的な集荷・販売体制の強化を目指す。

(ア) 集荷が困難な地域における集荷・販売力強化

これまで集荷できていなかった集荷困難な地域の産品について、庭先集荷や新たな集荷ルートの構築など、より効率的に少量多品目を集荷する。

(イ) 産地集荷拠点等を活用した効率的な集荷の推進

各産地の産品を効率的に集荷できるよう各産地から出荷しやすい施設等を産地集荷拠点として活用するなど、集荷体制を強化する。

(ウ) ICT を活用した集荷情報の効率的な共有

各市場あるいは複数市場間の連携により、インターネット、スマートフォンなどを活用し、産地の出荷情報を集約・共有できる市場間連携システムを構築する。

【指標 2】協働集荷量

R12 目標値を、県内市場の取扱量の 5%(R1 年度実績の 1.2 倍)にあたる 13,000t とする。

項 目	R1(実績)	R12(目標)
県内市場取扱量	246,826t	251,815t
協働集荷量	10,193t	13,000t

※R12 の目標値 13,000t の根拠

R1 年度実績：10,193t ÷ 246,826t = 4.13%(協働集荷量の割合)

R12 年度目標：251,815t × 5% = 13,000t

ウ 時代に即した市場の多機能化

近年、核家族化、少子高齢化、共働き世帯の増加など、社会構造の変化により、カット野菜などの 1 次加工品、学校給食や介護施設への配食など、食に関するニーズが多様化しており、それらに対応できるよう市場の流通体制を再構築する。

(ア) 加工機能の付加・強化

a 既設の加工施設の有効活用

既に加工施設がある神戸本場、東部市場においては、市場の集荷状況(加工利用が可能な産品)や、加工品需要のニーズについて市場内業者の意見を集約するなど、さらなる有効活用を目指す。

b 新たな加工施設の設置推進

自市場や他市場の仲卸業者を通じた加工品需要のニーズ把握や、生産者に対する加工向け品種への転換・追加生産の要請、新規生産者の発掘等、生産体制を確立するなど、各市場の実情を踏まえた取組、施設整備を必要に応じて進める。

(イ) 給食、配食事業者への食材提供推進・強化

近年、子どもへの食育の観点から、学校給食に地元産農産物を提供する事例が増加している。地産地消の推進にあたって、地域の農林水産業や地元の食文化への理解を深めることが重要であり、引き続き各市場での取組を強化するとともに、協働集荷を活用するなど必要量を確保する体制を構築する。

また、高齢化に伴う介護施設等の食品需要が高まっており、施設への地元産農産物の提供を推進する。

これらの取組を通じて、地域の重要なインフラ施設として、さらに存在意義を高める。

(ウ) 輸出への取組継続、強化

海外マーケットの開拓やブランド力のさらなる強化のため、全国的にも輸出への取組が進んでいる。県内でも明石市場が水産物（鯛、タコなど）を中心に輸出を推進している。

今後、他市場においても県産品や地場産品の新たな販路確保や付加価値の向上を図るため、海外マーケットの開拓の取組を推進する。

(2) 衛生管理の向上

ア HACCP の考え方を取り入れた衛生管理の導入による品質管理体制の構築

令和3年6月に HACCP に沿った衛生管理が義務化された改正食品衛生法の本格運用がはじまり、市場内の卸売業者、仲卸業者も HACCP に取り組む必要がある。

各市場において、HACCP に沿った衛生管理の導入を推進するとともに、品質管理体制のさらなる向上を目指す。

イ コールドチェーンの確立に向けた取組推進

品質管理向上のためには、コールドチェーンを確立するための施設整備が必要である。既に整備済みの市場においては、引き続き、施設の適正、有効活用を図る。未整備の市場においては、必要に応じて施設整備を推進する。

(3) 社会的要請への的確な対応

ア 地域密着の市場運営

食の安全安心に関わる市場の役割について、県民にも広く周知を図る必要がある。これまでも市場まつり、市場開放、お買い物デー、料理教室など、様々な企画・イベントを通じて、市場の取組、役割をアピールしてきた。

今後も、必要不可欠なインフラ施設であることを、各イベント等を通じてアピールしていく。

イ 事業継続計画(BCP)の策定による災害時等の安定的な食料供給体制の整備

令和2年の新型コロナウイルス感染症発生当初に、ホテル・旅館、飲食店のインバウンド・外食需要などが激減した一方、家庭での青果物需要が増加し、食品スーパーなどの販売が増加した。この混乱時においても、市場の流通体制が機能していたことから、生産者・産地からの安定した荷受けを行い、安定的に県民に青果物を供給することができた。

今後とも、自然災害、新型インフルエンザや新型コロナウイルス感染症などの疾病まん延時にも市場機能を継続できるよう、それらに対応した BCP の策定、更新を県内市場関係者で進める。

【指標3】BCPの策定

R12 目標を、県内認定市場(公設)のすべてで策定とする。

項 目	R1(実績)	R12(目標)
策定市場数	6/10	10/10

6 県の役割

国が策定した「卸売市場に関する基本方針」に即し、県民へ安全・安心・おいしい農林水産物を安定的に供給する基幹的社会インフラとしての市場機能を維持するため、県内市場と連携して市場活性化対策を進める。

- (1) ひょうご卸売市場協働ネットワーク推進協議会の活動を通じて、引き続き市場活性化対策（市場間の意見交換、産地視察など）の推進、協働集荷など県内市場間の連携を強化するための取組を推進する。
- (2) 卸売市場の集荷・販売力強化には、県産農林水産物の生産振興が欠かせないことから、「ひょうご農林水産ビジョン」に基づき、県産品の生産拡大や産地育成を図るため、生産基盤の強化などの施策を推進する。
- (3) 再整備、コールドチェーンの推進など、各市場が進める施設整備については、今後の取組方針や施設インフラの状況に応じて、国庫事業を活用し支援する。

7 評価・検証

- (1) 当方策は、10年後の令和12年度を最終目標年度とする。ただし、市場を巡る情勢の変化等をふまえ、おおむね5年ごとに所要の見直しを行う。
- (2) 当方策に記載している目標数値等について、毎年度、その進捗状況を各市場に調査する。