

別府市公設地方卸売市場のあり方検討委員会
報告書

令和2年3月

はじめに

別府市公設地方卸売市場（以下、本市場という。）は、開設 35 年が経過し、施設の老朽化が進み、また、国民生活の多様化による取扱量の減少、卸売市場法の改正など、地方卸売市場を取り巻く内部環境、外部環境ともに変化し続けています。

このような状況にかんがみ、今後の本市場のあり方を検討するため、別府市公設地方卸売市場のあり方検討委員会（以下、本委員会という。）は、本市場を取り巻く現状、将来の取扱量、施設規模、事業手法、活性化策等について、5 回にわたり委員会を開催し議論を重ね、内容を報告書として取りまとめました。

まず、アンケート調査やヒアリング内容を分析した結果、生産者・買受人双方の高齢化が進展し、廃業者も増加傾向にあることから、今後、取扱量の増加は難しいことが明らかになりました。

一方、施設老朽化に伴い入場事業者からの改修や建替えのニーズは高いものの、取扱量の減少傾向が続くことが予測されるなか、施設規模については縮小することが適切であるが、その費用を特別会計で賄うためには入場事業者の使用料の負担増が必要となります。

これは本市だけでなく、全国の地方卸売市場が抱える構造的な問題であり、多くの市場では指定管理者制度活用による民間活力の導入や、開設者を地方公共団体から民間事業者に転換する民営化、市場開放など、市場経営の合理化・効率化・活性化に向けた様々な取組みが進められています。

本市場は国道 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あるなどの好条件も備えており、市場施設の規模縮小に伴う余剰地活用も期待できるため、民間事業者に余剰地を活用してもらいつつ、市場の整備・運営もゆだねるといった事業手法等も想定されます。

今後、市においては報告書の内容を十分精査するとともに、これからの食品流通の展望等も踏まえ、市場関係者との議論を継続しながら、本市場のあり方について方針決定されることを望みます。

目次

1. 本市場の現状	1
1.1 卸売市場とは	1
1.2 卸売市場の現状	2
2. 本市場を取り巻く外部環境の変化	3
3. 本市場の内部環境の分析・評価	5
3.1 本市場の売上高等の推移	5
3.2 市場関係者の現状と意向	7
3.3 取扱量等の変化要因	14
3.4 施設の利用状況と問題点	16
3.5 本市場の強みと弱み	18
3.6 本市場の課題まとめ	19
4. 将来需要予測	20
4.1 卸売場・買荷保管積込所の規模算定方法	21
4.2 卸売場・買荷保管積込所の算定結果	22
4.3 その他施設	23
4.4 施設規模のまとめ	24
5. 施設整備の方向性	25
5.1 施設整備の考え方	25
5.2 施設規模のイメージ	26
5.3 概算事業費の算定	29
5.4 施設使用料改定の目安	29
5.5 余剰地の活用可能性	30
6. 再整備に向けた事業スキーム	32

6.1 公共施設を前提とした運営スキーム.....	32
6.2 事業スキームのあり方	35
7. 今後の課題整理等	37
8. まとめ	40
9. 別府市公設地方卸売市場のあり方検討委員会の開催概要.....	42

1. 本市場の現状

1.1 卸売市場とは

(1) 卸売市場の定義

「卸売市場」とは、生鮮食料品等¹の卸売のために開設される市場であって、卸売場、自動車駐車場その他の生鮮食料品等の取引及び荷さばきに必要な施設を設けて継続して開場されるものをいいます。（卸売市場法第2条第2項）

(2) 卸売市場の機能

卸売市場には、以下の5つの重要な機能²があります。

①品揃え機能	世界や日本全国各地の産地から多種多様な食材(生鮮食料品)を豊富に集荷するとともに、産地育成をしながら商品開発を行い、消費者ニーズにあわせた商材、求められる食材を集荷する。
②集分荷・物流機能	大量に集荷した食材を少量多品目に分荷して、迅速、確実に市場外の小売店、スーパー、料理屋等へ流通させる。
③価格形成機能	需要と供給を反映した迅速かつ公正な評価による透明性の高い価格形成を行う。
④決済機能	販売代金が数日以内に、確実に卸売業者から産地に支払われるため、産地にとっては大変安心なシステムであり、安定的な生産及び出荷に重要な役割を果たす。
⑤情報機能	需給にかかわる情報の収集と伝達を行い、消費者に食材を適正な価格で供給し国民生活の安定と向上を図り、生産者には継続的で安定的な販売ルートを確保する。

(3) 大分県内の市場の開設数について

卸売市場には中央卸売市場、地方卸売市場、その他市場の3種類あり、大分県内には、29の地方卸売市場、7のその他市場があります。

別府市公設地方卸売市場（以下、「本市場」という。）は、昭和58年に大分県知事により開設認可を受け、別府市が開設した公設の地方卸売市場で、青果・水産物・花きを取り扱う総合市場となっています。なお、県内の地方卸売市場のうち、総合市場は4ヶ所、青果市場は12ヶ所、水産市場は11ヶ所、花き市場が2ヶ所となっています。

表 大分県内の卸売市場の開設数³

区分	総合市場	青果市場	水産市場	花き市場	食肉市場	合計
中央卸売市場	0	0	0	0	0	0
地方卸売市場	4	12	11	2	0	29
その他市場	0	1	5	0	1	7
合計	4	13	16	2	1	36

¹ 生鮮食料品等とは、野菜、果実、魚類、肉類等の生鮮食料品その他一般消費者が日常生活の用に供する食料品及び花きその他一般消費者の日常生活と密接な関係を有する農畜水産物で政令で定めるもの（卸売市場法第2条第1項）。

² 農林水産省 HP「食材の流通と変化」より。

³ 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。

1.2 卸売市場の現状

(1) 市場施設の概要

本市場は、昭和 58 年に開設した公設地方卸売市場であり、本市全域の消費者にとって日常生活に欠かすことのできない青果・水産物・花きの供給拠点として、これまで重要な役割を果たしてきました。また、その流通圏域は、3 市 1 町 1 村（別府市、杵築市、国東市、日出町、姫島村）となっており、流通圏域の総人口は、約 211,000 人となっています。

しかし、開設 35 年が経過し、市場施設の老朽化や市場を取り巻く社会環境の変化が顕在化している中で、本市場の今後のあり方の見直しが急務となっています。

表 市場の諸元

(1)名 称	別府市公設地方卸売市場
(2)所 在 地	大分県別府市古市町 881 番地の 81
(3)取 扱 品 目	青果部・水産物部・花き部
(4)流 通 圏 域	3 市 1 町 1 村（別府市、杵築市、国東市、日出町、姫島村） 約 211,000 人（平成 27 年国勢調査人口）
(5)組 織	①開 設 者 別府市 ②卸売業者 別府青果(株)、(株)別府魚市、(株)別府花市場 ③買 受 人 別府市青果商業協同組合、別府市水産物小売商業協同組合、 別府市花市場花商組合
(6)面 積	敷地面積：69,946 m ² 建物面積：11,940 m ²
(7)着工・竣工	（着工）昭和 54 年 10 月、（竣工）昭和 58 年 3 月
(8)建 設 費	34 億 5,712 万 9 千円 （財源内訳） 国庫補助金： 5 億 6,044 万 9 千円 県 補 助 金： 2 億 5,400 万円 地 方 債： 26 億 4,170 万円（平成 20 年 3 月償還終了） 一 般 財 源： 98 万円

表 別府市公設地方卸売市場の沿革

昭和 49 年 4 月	海岸整備事業の一環として埋立地（A 地区・B 地区の一部）に公設地方卸売市場建設計画を策定
昭和 50 年 12 月	市場建設促進の請願を青果部門より市議会に提出、採択
昭和 51 年 12 月	別府市公設地方卸売市場建設促進について農林水産省へ陳情書を提出
昭和 54 年 3 月	農林水産省の承認を受ける
昭和 54 年 10 月	別府市公設地方卸売市場の建設開始（着工）
昭和 55 年 11 月	市場用地埋立完了
昭和 56 年 3 月	市場用地取得（面積 69,946 m ² ）
昭和 58 年 3 月	別府市公設地方卸売市場の施設完成（竣工）
昭和 58 年 11 月	大分県知事より地方卸売市場の開設許可
昭和 59 年 3 月	青果部の業務開始
昭和 59 年 3 月	花き部の業務開始
昭和 59 年 10 月	水産物部の業務開始
令和元年 10 月	現在に至る（昭和 58 年 11 月の開設許可以来 35 年経過）

2. 本市場を取り巻く外部環境の変化

(1) 流通圏域の人口・世帯の推移

本市場の流通圏域は、昭和 58 年の開設当初 2 市 6 町 1 村（別府市・杵築市・日出町・山香町・安岐町・武蔵町・国東町・国見町・姫島村）でしたが、平成の大合併⁴に伴い、現在は 3 市 1 町 1 村（別府市、杵築市、国東市、日出町、姫島村）となっています。

本市場開設当初（昭和 58 年）と比較して、流通圏域の総人口は減少傾向にあります。一方、流通圏域の総世帯数は増加傾向にあることから、1 世帯当たりの人員数の減少（核家族化）が進展していると考えられます。

表 流通圏域の人口、世帯数の推移⁵

単位：人、世帯

市町村名		S58	H1	H5	H10	H15	H20	H25	H30
別府市	人口	135,441	132,710	129,441	127,013	126,879	127,172	122,356	119,448
	世帯数	49,048	48,763	51,108	52,742	55,467	57,605	55,211	55,571
杵築市	人口	32,316	32,181	31,603	30,990	31,577	33,400	30,508	29,047
	世帯数	9,328	9,493	9,859	10,150	11,602	13,735	12,100	12,121
国東市	人口	39,594	38,695	36,756	35,391	34,560	33,338	30,190	27,082
	世帯数	12,118	12,152	12,384	12,723	13,301	13,951	12,715	12,069
日出町	人口	21,952	23,133	23,999	25,330	26,872	28,262	28,072	28,007
	世帯数	6,303	6,862	7,511	8,531	9,628	10,865	10,799	11,194
姫島村	人口	3,221	3,274	3,155	2,912	2,640	2,291	2,043	1,830
	世帯数	944	987	973	971	980	943	898	849
合計	人口	232,524	229,993	224,954	221,636	222,528	224,463	213,169	205,414
	世帯数	77,741	78,257	81,835	85,117	90,978	97,099	91,723	91,804

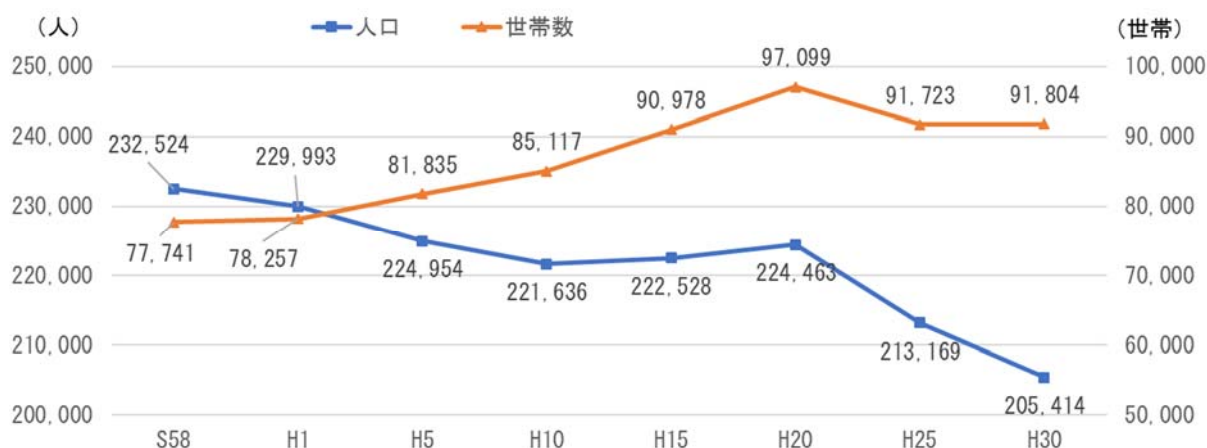


図 流通圏域の総人口、総世帯数の推移

⁴ 平成 18 年 3 月 31 日に国見町・国東町・武蔵町・安岐町が合併し国東市が誕生。その後、平成 17 年 10 月 1 日に杵築市は山香町、大田村を合併。

⁵ 大分県統計年鑑に基づく。

(2) 流通構造の変化

卸売市場経由率を金額ベースで見ると、昭和50年代から平成20年代にかけて卸売市場外の流通が伸長している状況がみられます。

昭和50年代の卸売市場の取扱金額は9.2兆円にのぼり、卸売市場流通が支配的なシェアを有していましたが、平成20年代には6.7兆円にまで減少し、青果・水産の約4割が市場外を經由しています。

	卸売市場 取扱金額	卸売市場 経由率	卸売市場外 経由率
昭和50年代	9.2兆円	青果：86% 水産：86%	青果：14% 水産：14%
平成20年代	6.7兆円	青果：60% 水産：54%	青果：40% 水産：46%



図 食品の流通構造の変化(昭和50年代から平成20年代)⁶

⁶ 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。

3. 本市場の内部環境の分析・評価

3.1 本市場の売上高等の推移

(1) 売上高の推移

本市場の平成 30 年度の売上高合計は約 33.4 億円であり、平成 3 年度のピーク時（約 103.9 億円）と比べて約 7 割減少しています。

また、各部の売上高についても、平成 3 年度のピーク時と比べて半数以下にまで減少しています。

表 平成 3 年度と平成 30 年度の売上高比較

	平成 3 年度	平成 30 年度
青果部	約 55.7 億円	約 13.3 億円
水産物部	約 39.0 億円	約 17.6 億円
花き部	約 9.2 億円	約 2.5 億円
合計	約 103.9 億円	約 33.4 億円

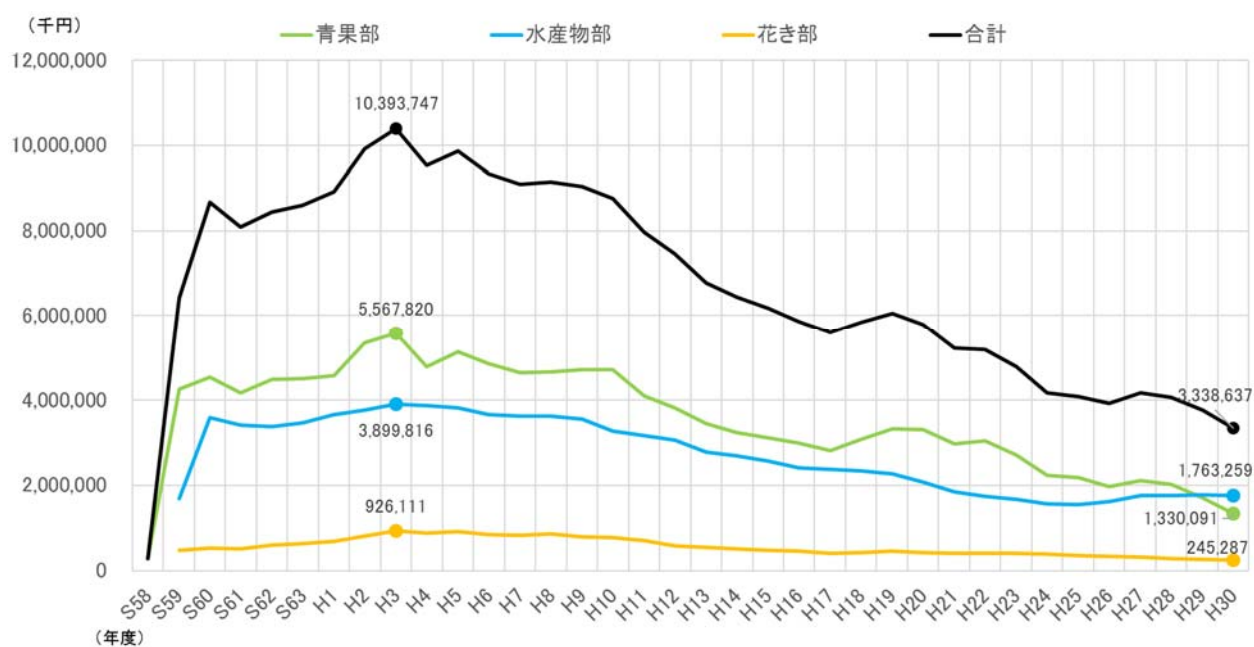


図 卸売事業者 3 団体の年度別売上高推移

(2) 買受人の推移

本市場の買受人の総数は、昭和 62 年度にピークを迎えたのち、年々減少傾向にあります。平成 30 年度の買受人の総数は 275 人となっており、昭和 62 年のピーク時（606 人）と比べて半数以下にまで減少しています。

また、部ごとでみると、青果部及び水産物部については減少傾向、花き部は横ばいで推移しています。

表 ピーク時と平成 30 年度の比較

	ピーク時	平成 30 年度
青果部	(昭和 60・61 年度) 310 人	101 人
水産物部	(昭和 62 年度) 178 人	67 人
花き部	(平成元年度) 141 人	107 人
合計	(昭和 62 年度) 606 人	275 人

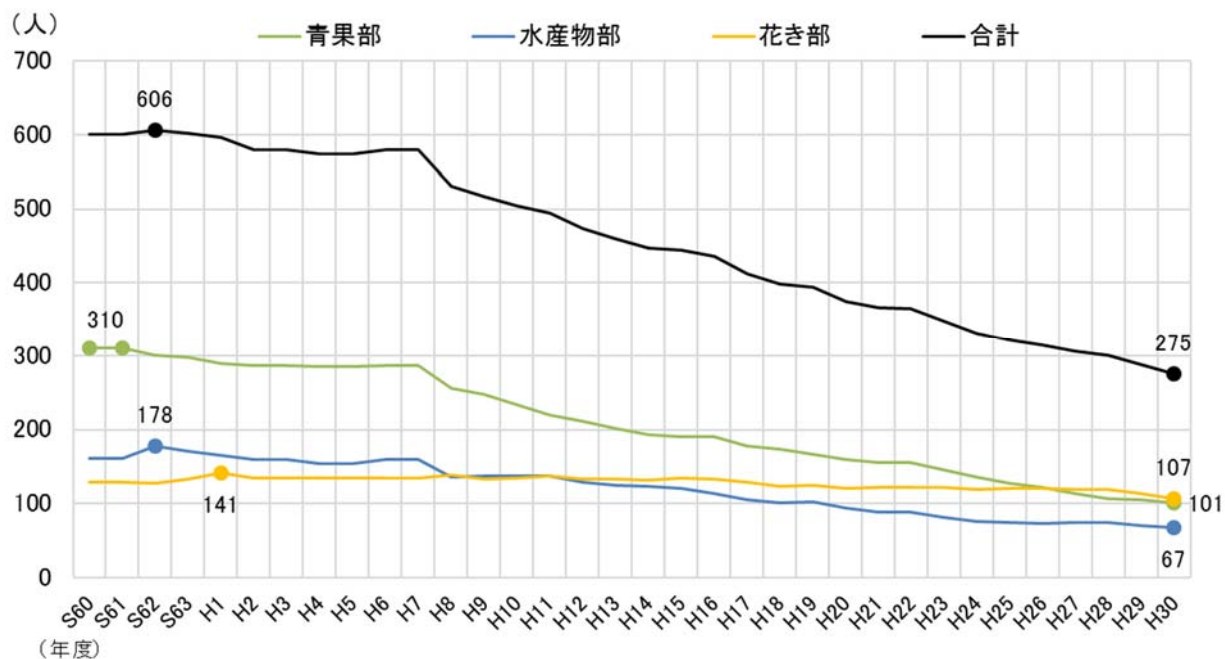


図 年度別買受人の推移

3.2 市場関係者の現状と意向

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、アンケート調査及びヒアリング調査を実施しました。

なお、本市場における市場関係者の関係性は下図のとおりです。

表 アンケート調査対象

買受人	(青果)	別府市青果商業協同組合に属する買受人
	(水産物)	別府市水産物小売商業協同組合に属する買受人
	(花き)	別府市花市場花商組合に属する買受人

表 ヒアリング調査対象

卸売事業者	(青果)	別府青果株式会社
	(水産物)	株式会社別府魚市
	(花き)	株式会社別府花市場
生産者	(青果)	J Aべっぷ日出
	(水産物)	J Fおおいた別府支店
	(花き)	別府市花き園芸組合
買受人組合	(青果)	別府市青果商業協同組合
	(水産物)	別府市水産物小売商業協同組合
	(花き)	別府市花市場花商組合
関連店舗	有限会社福山商店	
	浜安商事株式会社	

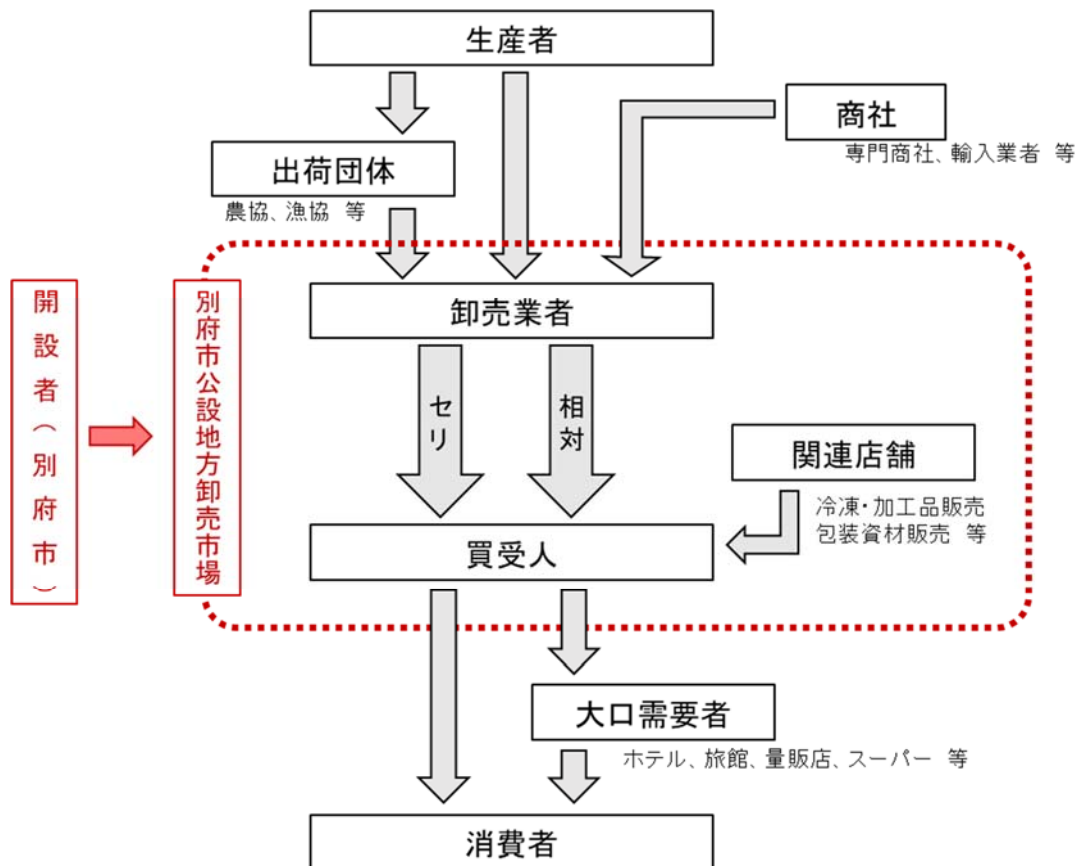


図 市場関係者と流通の仕組み

3.2.1 卸売事業者の現状と意向

(1) 青果（別府青果株式会社）

取引先の減少や市場外取引などの流通構造の変化に伴い、売上高が減少傾向にあります。具体には、ホテルや旅館、給食などの仲卸業に市外の大手企業が参入し、資本力の差によって地元の仲卸業者（個人事業）が負けてしまっているとの指摘があります。

また、JAからの出荷は継続的・安定的である一方で、個人生産者に関しては、少量でも出荷・販売しやすく自分で価格設定が行えるという市場外取引のメリットによって直売所へ出荷する状況があります。

相対取引が中心である青果においては、自社車両の活用や運送会社との連携による迅速な配送・納品が強みであり、今後も他市場との競合の激化が想定される中で、シェアを獲得するべく販路拡大と物流機能の向上に取り組んでいくことが重要との指摘があります。

現状の市場施設については、青果・水産物・花きの施設集約化及びコンパクト化、コールドチェーンへの対応などが可能性として挙げられますが、建替え・設備整備に掛かる費用、それに伴う使用料の増加を考えた場合、実現は厳しいとの認識があります。

(2) 水産物（株式会社別府魚市）

大手水産会社の系列になる独立した株式会社で、従業員数は20人程度となっています。現状の仕入れ・経費・売上の中で経営効率化を進め、近年黒字で推移している状況があります。ただし、黒字化の大きな要因として使用料が減免されていることが挙げられるため、今後、市場の改修・更新がある場合、使用料の上昇は経営圧迫の要因になると考えられます。

現状の市場の設備については、本市に対して補修等の設備投資を要望しているものの、市の予算制約上機動的な支出が難しいことから、自社負担で必要最低限の改修を行っている状況があります。そうした中で、コールドチェーン化対応などを自社で負担する体力はなく、市で実施してもいずれ使用料として経費負担することになるため、設備等も現状維持を望んでいます。

(3) 花き（株式会社別府花市場）

生産者等が出資した協同組合が株式会社化して3年経過し、従業員数は7人程度となっています。利益がほとんど出ない経営状態が続いており、今後も横ばいか減益と予想されています。売り上げは右肩下がりで推移しており、水産物部と同様に使用料は減免されている状況です。

品種の乏しさを課題として認識していることもあり、経営の打開策として、京都生花（株）（京都市花き地方卸売市場）及び大分の企業と連携して、買受人が京都生花（株）にWEBで注文するインターネット取引の流通仲介に取り組み始めています。主な業務は、買受人が注文した生花の受取窓口と集金であり、多品種を扱えるWEBの活用により、買受人を増やし、新たな品種も取り扱っていきけるようになりたいという意向があります。

市場の設備について老朽化による雨漏り等があるものの、特段不便は感じておらず、開放的なつくりで買受人が平場で接近して商品を見ることができるといったメリットがあると考えています。相対取引が増えているものの、せりでの価格をベースにしつつ、他市場の価格を参考にしながら相対取引の価格設定をしていることから、相対取引のみになることはないと考えています。

3.2.2 生産者の現状と意向

(1) 青果（JA べっぷ日出）

青果の出荷先としては、野菜は県内、柑橘類は県外と大別されます。柑橘類は日持ちする大分産としての特色が出しやすいためです。本市場は JA 側からすると出荷するいくつかの県内市場の一つという位置づけであり、以前は単協単位で出荷する市場が決まっていたこともあり、JA べっぷ日出は現在も本市場との取引関係が長く継続している状況にあります。JA べっぷ日出の生産者は高齢者や兼業農家が多く小規模な経営体が主体となっており、よって少量多品種生産の傾向があるため、量を求める大規模市場よりも、本市場のような規模の小さな市場が存在することにメリットを感じています。

また、JA が経営し、農産物を販売している「旬の館」などの販路は規格外、少量の農産物の販売には適しているものの、施設・設備のコスト、人件費等もあるため、それを拡大する意欲は高くありません。やはり、市場に出荷するメリットは依然として強く、必要な存在であると考えています。

さらに、JA としては生産者の指導に重点を置きたいという意向があります。特に、市場から消費者の声を届けてもらうことで、組合員に市場に受け入れられる農産物を生産してもらうよう指導していきたいという意向がありますが、現状ではそこまでの連携がないという指摘もあります。

(2) 水産物（JF おおいた別府支店）

亀川漁港は本市場に隣接しているため、本市場と組合員（漁業者）の取引関係は強いが、リスク分散として大分等他の市場へも出荷している状況があります。

本市場の現状設備に大きな不満はなく、市場がコールドチェーン化・HACCP 対応した場合には、「更箱」と呼ぶ新品の発泡スチロール容器ですべて出荷せねばならず、その分コストアップとなるため、それに見合った価格となるのかが問題という認識があります。

また生産者（漁業者）が道の駅等で直販することについても、組合員高齢化のため、担い手、仕掛ける人材がないこと、鮮度が重要なため、廃棄ロスが負担となることが課題と考えています。よって市場へ出荷することのメリットが重要と考えています。

(3) 花き（別府市花き園芸組合）

1980 年代の一村一品運動の時代には、別府市の一品が「花き」であったことから、花きの栽培が盛んでした（温泉の熱が使えることがコスト的メリット）。いまでも洋ランの生産者は一定数存在しています。

また、洋ランに消費者も慣れているため、本市場はそれなりに価格がでる市場であり、生産者にとっても必要な存在と認識しています。ただし、本市場に生産物の全てを出荷するのではなく、リスク分散も踏まえ、出荷量は全体の 2～3 割にとどまる模様です（生産者によるので統計的な数値はありません）。また、市場によって出荷を受け入れる時間や受け入れる形態（例えば 1 本ずつ包装する必要がある等）によって違いがあり、大量に出荷できる市場でも経費はかかっている模様です。

本市の場合、花きの消費者として宿泊業者の存在感は大きいですが、宿泊客数の増加と花きの売上は連動していない状況があります。花きは「飾り物」であり、真っ先にコストカットの対象となるため、価格が上がらない傾向があります。また、食材は「地元産」が宿泊客へのア

ピールになりますが、花きは様々な産地のものがまとめて取り扱われるため、「地元産」がブランド力にならないことも指摘されています。

現在、花きの生産地は世界中に広がっており、特にアフリカから世界中に出荷されています。日本の商社が日本向け商品の生産を現地農家に依頼していることもあり、また輸送・保管技術も高いことから品質は向上していますが、現地の生産原価が安いことからか、市場価格はそれほど高くありません。これら海外産との競争もあるため、花きの国内市場が全体的に厳しい状況にあると関係者は受け止めています。

3.2.3 関連店舗の現状と意向

本市場には、包装資材等を扱う店舗、冷凍食品・干物等を扱う店舗の 2 店舗があります。包装資材等を扱う店舗は法人経営で他にも店舗があり、本市場内の従業員が定年を迎える 2 年後には本市場から店舗の撤退も検討しています。理由は顧客である青果の買受人が高齢化等により減少しているためです。本市場の見通しは明るくないと考えています。

冷凍食品・干物等を扱う店舗は家族経営の店舗であり、本市場内の店舗しかありません。顧客は青果の買受人が中心であり、10 数年前から比べると売上げが激減し、利益はほとんどない状態とのことで今年の廃業も考えてるとのことです。

いずれの店舗経営者も一般顧客への市場開放があれば、市場の活性化につながると考えています。また、一般顧客向けの販売については、過去に、市場周辺の同業店舗から反対があったようですが、現在は同業店舗もほとんどが廃業しており市場周辺にあまり影響は与えないと考えています。

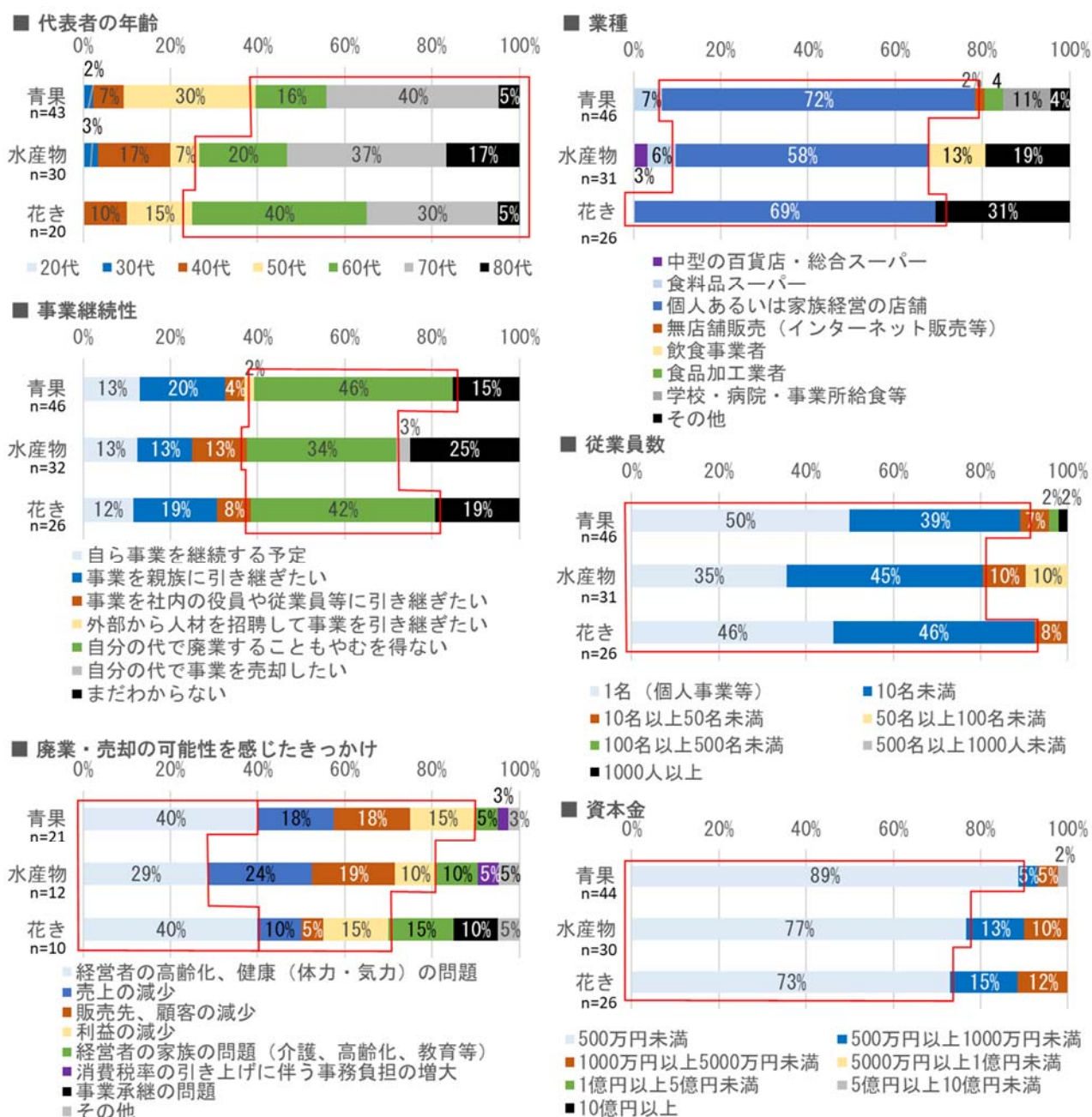
3.2.4 買受人の現状と意向

(1) 年齢や属性など

アンケートの回答状況から、青果・水産物・花きのいずれにおいても、買受人の高齢化が進んでいると考えられます。水産物および花きの回答者に関しては、約7割が60代以上となっており、青果の回答者に関しては約6割が60代以上と回答しています。

また、今後の事業継続性に関しても、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、その要因として、高齢化や体力・気力の減退、厳しい経営状況（販売先や顧客、売上、利益などの減少）などが挙げられています。こうした状況から、今後も買受人の減少が進展していくこと懸念されます。

また、青果・水産物・花きのいずれにおいても、個人あるいは家族経営の店舗を営む方が多く、従業員数や資本金の点からも比較的事业規模の小さな買受人が多いと考えられます。



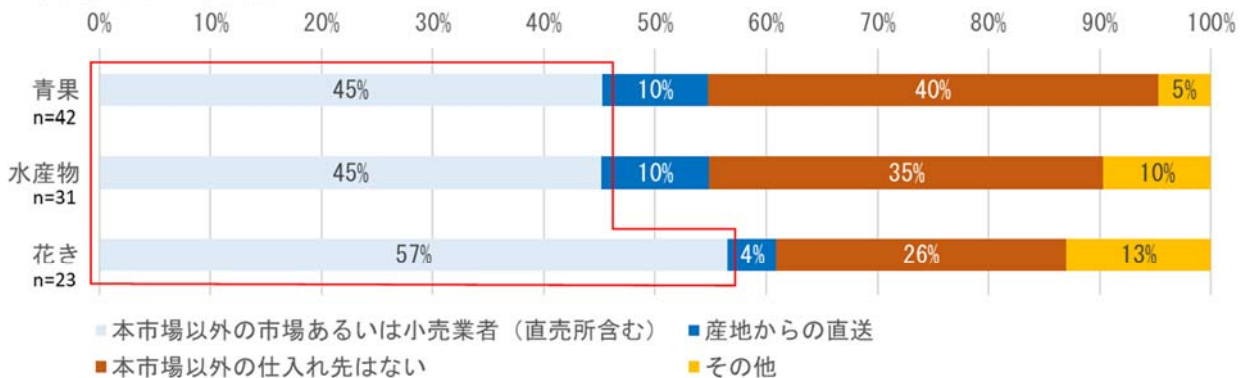
(2) 仕入先や販売先など

仕入先に関しては、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。

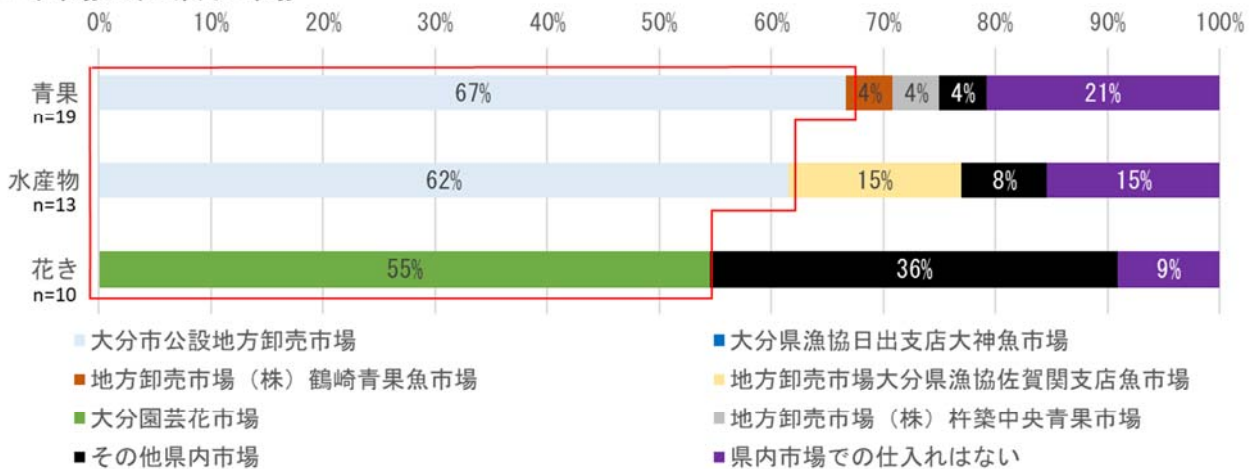
県内における本市場以外の仕入れ先としては、青果および水産物に関しては、主に大分市公設地方卸売市場が、花きに関しては大分園芸花市場が選ばれています。

販売先に関しては、青果および水産物の回答者は別府市内の個人及び法人（ホテル・旅館業者）を主な顧客としているケースが多く、また花きの回答者は別府市内外の個人を中心としている状況がみられます。

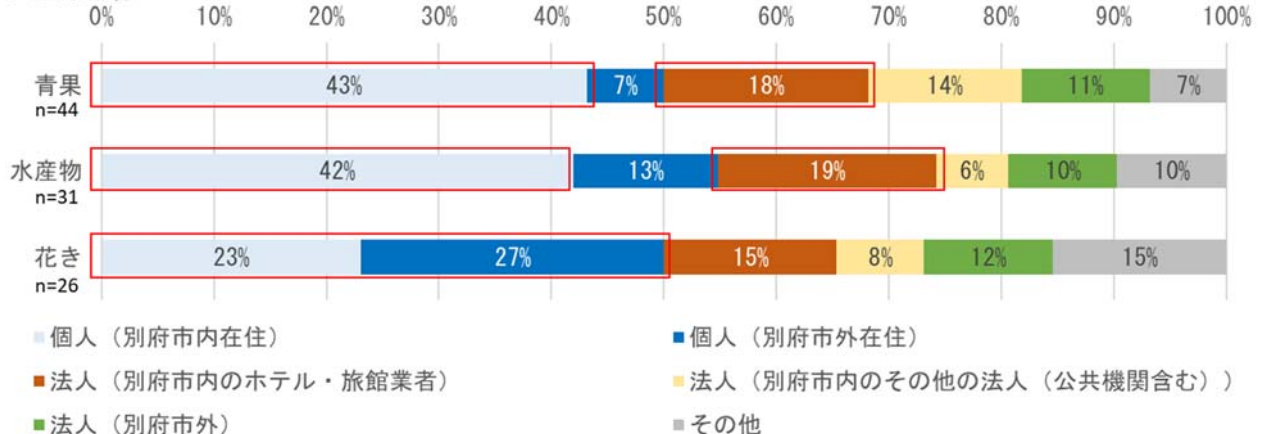
■ 本市場以外での仕入先



■ 本市場以外の県内の市場



■ 主な顧客



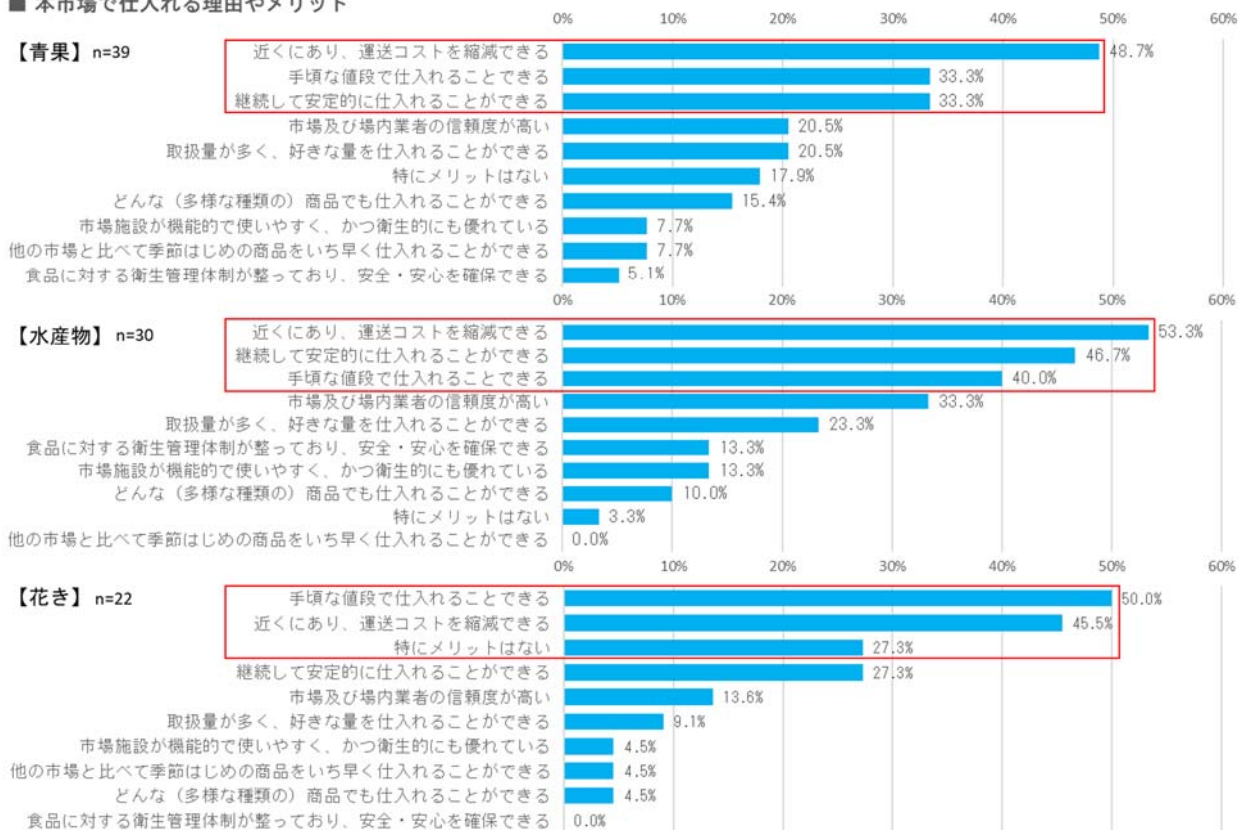
(3) 利用状況と今後の意向

本市場を利用する主なメリットとして、青果・水産物・花きのいずれにおいても、本市場が近くにあること、手ごろな値段での仕入れなどが挙げられています。

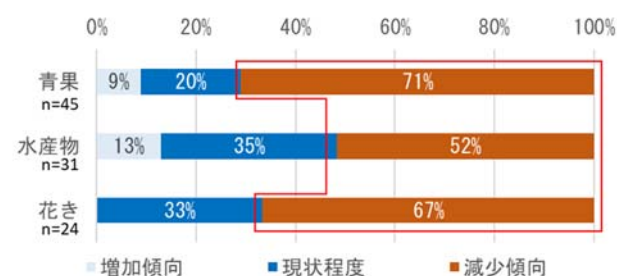
しかし一方で、本市場における近年の仕入れ額については、青果及び花きの回答者の約7割、水産物の回答者の約5割が減少傾向と回答しており、今後の仕入れ額に関しても多くの回答者が現状維持あるいは減少傾向と捉えています。

また、その要因として、事業継承者の不在や売上や顧客の減少に伴う事業縮小、本市場以外の仕入れ先への移行が挙げられており、こうした状況から、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。

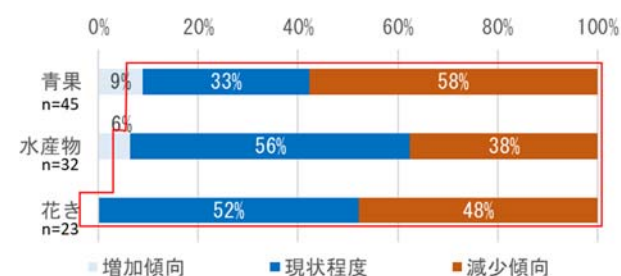
■ 本市場で仕入れる理由やメリット



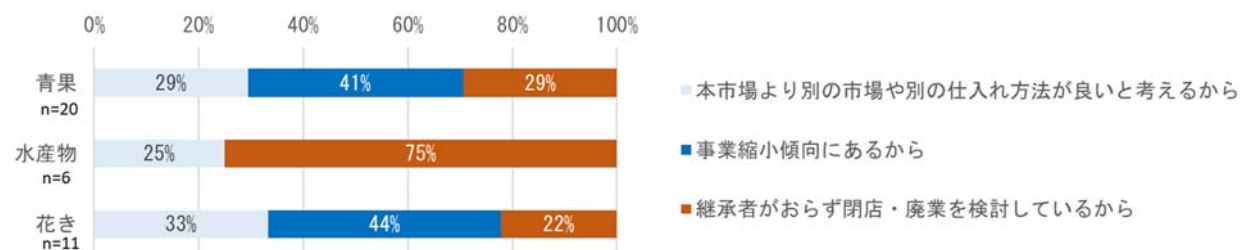
■ 直近5年の仕入れ額の傾向



■ 今後の仕入れ額の傾向



■ 今後の仕入れ額が減少傾向と考える理由



3.3 取扱量等の変化要因

(1) 生産者・買受人双方の高齢化

取扱量の変化要因として、生産者・買受人双方の高齢化により、生産・流通の小規模化が進んでいます。買受人アンケートをみると事業承継せず廃業することを想定しているが期間は決めておらず、「体力・気力の続く限り」と考えている模様です。各生産者団体のヒアリング調査でも生産者側組合員の高齢化は同様の傾向となっています。

(2) 他市場との競争

県内の卸売市場は中～小規模のものが多いため、県内の競争はそれほど大きくないと考えられます。市場が分散していることは市場運営者にとっては効率の低下になりますが、生産者側からみると近代化された大規模市場を必ずしも歓迎しているわけではありません。価格はそれほど高くなくても量を捌けるという点では生産者側のメリットですが、出荷の量、時間や形態等に制約があり、それがコストアップ要因となり、必ずしも価格に反映されるわけではないと指摘されています。その意味で本市場の役割は一定程度あると考えられます。

ただし、買受人側、消費者側からみると、大規模市場との取引が増加する傾向にあると思われれます。花きに分かりやすいですが、広域から多品種の出荷が集中し取引される大規模市場の優位性は大きく、さらに、一般消費者の購買でスーパーやホームセンターなど大規模店舗、チェーン展開店舗が大きな位置を占めるため、大量の調達をするには大規模市場で取引することのメリットが大きい状況にあります。特に、近年の青果市場の売上高の減少は、北九州市を本社とするスーパーと大分市を本社とするスーパーの合併により、調達が福岡の青果市場等の大規模市場主体になったからではないかと市場関係者から推測されています。

これら大規模市場の優位性は、運送（特にトラック運送）の高度化・迅速化が支えています。近年の運転手不足に伴う運送コストの増加もあり、コスト低減として小規模市場の役割が見直される可能性もあります。

(3) 生産環境の変化

生産者の高齢化以外の生産環境の変化として、特に水産物における魚種の変化、漁獲量の低下が挙げられます。いわゆる「海が変わった」と言われる状況であり、特に別府湾は内海なので、いったん変化すると継続する可能性が高いと指摘されています。

(4) 需要の変化（一般消費者）

従来から指摘されている消費者の購買行動の変化として、八百屋、魚屋、肉屋など専門の個別店舗よりも、一か所で購入し精算する総合食品スーパーが好まれています。これは本市場が主体とする、一般市民を顧客とする経営が小規模な買受人に対する需要が減っていることでもあります。さらに近年は、加工しない生鮮産品を購入するのではなく、中食と呼ばれる総菜、冷凍食品からカット野菜に至る何らかの加工品の需要が高まっています。これは共働き世帯の増加による家事時間の短縮ニーズや、高齢小規模世帯の増加による1回あたりの消費量の減少、つまりライフスタイルの変化が要因と考えられます。

市場は従来型の流通形態、つまり買受人が生鮮産品を購入し、それを分荷・小分けして消費者にそのまま売却することを前提としており、買受人が何らかの加工を行うことを前提としていません。総菜等加工品の需要の増加は、市場外、つまり加工工場への流通であり、そのま

ま市場の売上高の減少につながっています。水産物でもちりめん、海藻などは直接加工業者に出荷するとのデータがあります。

また、加工品とする生鮮食品は、市場に出荷する規格に当てはまらない規格外品でよく、加工品の売値は安定していることから生産者側にもメリットがあり、近年は、高齢化した生産者が栽培する量と品種をあらかじめ加工業者と取り決め、生育後は、加工業者側が収穫し運搬する例がみられます。

(5) 需要の変化（宿泊業）

近年の観光客、特にインバウンド需要の増加は、市場の取扱量には影響を与えていない模様です。本市場の買受人のなかにはホテル・旅館を顧客とする者も一定程度存在し、観光客数の増加は、それらの買受人の売上高の増加につながるはずですが、そのようになっていない状況があります。WEB上では旅行・宿泊価格の専門比較サイトが多数存在するため、業者間の価格競争が激しく、また、それらの存在が観光客の価格への感度を高めているものと考えられます。このような状況で宿泊業側はブランド化し高価格帯のプランを創出する方向か、逆にコストカットにより低価格帯で競争力を持つ方向に二極化することが想定されます。

量的には高価格帯よりも低価格帯に進む業者が多いと考えられるため、飲食もビュッフェ方式等、低コストで提供できる方式が主流となりつつあります（特に朝食）。つまり、加工品の食材が求められやすい環境ができており、現状でも買受人が鮮魚を捌いて納入することが増えていると指摘されています。

さらに低コスト化が進むと、泊食分離、つまり宿泊業者側では「食」を提供せず、街中の飲食店に「食」を委ねる方向となることが想定され、飲食業界は宿泊業界よりも競争が激しく、また人手不足感も現在強いため、加工品に対するニーズは高まるものと考えられます。

以上から、生鮮食品をそのまま納入する量が減少し、結果的に市場の取扱量の減少が加速するものと考えられます。

3.4 施設の利用状況と問題点

(1) 利用面積について

本市場の施設の利用面積については、売上高がピーク時の平成3年から約70%減となっているので、半分程度の利用面積でも十分に余裕があると考えられます。

(2) 設備について

国の「卸売市場に関する基本方針」⁷によれば、卸売市場には以下の施設・機能が求められています。あわせて本市場での施設の有無を整理しました。

		機能	本市場での有無
円滑な取引に必要な機能		売場施設、駐車施設、冷蔵・冷凍保管施設、輸送・搬送施設、加工処理施設、情報処理施設 等	水産物の加工処理施設は買受人組合が独自に設置している
補完的機能		● 卸売事業者、仲卸業者等が保有する卸売市場外の施設を一時的な保管施設として活用	各卸売事業者、生産者で保有している。
創意工夫を生かした事業展開に求められる機能	流通効率化	<ul style="list-style-type: none"> ● トラックの荷台と卸売場の荷受口との段差がなく円滑に搬出入を行うことができるトラックベース ● 産地から無選別のまま搬入した上で一括して選果等を行う選別施設 ● 複数の卸売市場間のネットワークを構築し、一旦拠点となる卸売市場に集約して輸送した後に他の卸売市場へと転送するハブ・アンド・スポーク等、他の卸売市場と連携した流通の効率化 	なし
	品質管理及び衛生管理の高度化	<ul style="list-style-type: none"> ● トラックの荷台と低温卸売場の荷受口との隙間を埋めて密閉するドッグシェルター ● 低温卸売場、冷蔵保管施設、低温物流センターの整備等によるコールドチェーンの確保 ● 輸出先国の HACCP 基準を満たす閉鎖型施設 ● 品質管理認証の取得に必要な衛生設備等 	なし

「冷蔵・冷凍保管施設」については、本市が整備した施設として「冷蔵庫棟」と「青果保冷库」があります。また、本市場には「別府公設市場冷蔵（株）」が保有する冷蔵庫も設置されています。なお、冷蔵庫棟については、冷媒にフロンを使用しており老朽化も進んでいるため使用しておらず、市整備の施設としては青果保冷库のみが稼働している状況となっています。

また、「加工処理施設」については本市が整備した施設はなく、卸売事業者である「別府青果（株）」にてバナナ加工場を、「別府市水産物小売商業（協）」で魚介類調理場を保有していますが、いずれも小規模のものとなっています。

⁷ 平成30年農林水産省告示第2278号

(3) 老朽化について

竣工が昭和 58 年であり令和元年時点で 36 年経過しており、一定の老朽化は進んでいますが、他の公共施設と比べれば特段に古いものでもなく、計画的な修繕を施せば十分に使用に耐えうるものと考えられます。

(4) 市場運営方式について

公設地方卸売市場は、本市が整備した公共施設であり行政財産です。民間事業者の使用、施設設置を許可している点で、公園において民間事業者が売店等を設置することに類似しています。以下、それらの比較表を整理しました。

	公設卸売市場	都市公園
許可の対象	・卸売事業者が市場の建物を使い、卸売業を営む(仲卸業者の場合は建物の一区画の使用)。(使用許可) ・卸売事業者を含む市場関係事業者が土地の使用許可を得て、事業用の建物を整備し、運営する。(使用許可)	使用を許可された公園区域の一部に、建物や工作物を整備し、事業を営む(売店、カフェ、自販機等)(都市公園法第 5 条設置許可)
使用料の決め方	・売上高割、面積割 ・設備等による使用従量制等	主に単位面積あたり料金。指定管理者制度等の場合は売上高に応じた方式も導入可能。
許可の期間	1 年	主に 1 年。PFI 事業等の場合は 15 年等の長期も導入可能。
使用料の減免	あり(現在実施中)	基本的に減免しない(民間事業者を支援する必要はないため)
根拠	地方自治法第 238 条の 4 第 7 項	都市公園法第 5 条

市場の根幹的な機能である「卸売」を民間事業者に委ねているのは、公設市場の一般的な在り方ですが、使用許可が 1 年であるので、卸売事業者が経営上の判断として許可申請をしない場合も想定されます。複数社が存在する場合は良いですが、本市場のように青果、水産物、花きでそれぞれ 1 社の場合は、許可申請がなければ卸売市場機能がなくなる危険性があります。

このため、許可申請が継続されるように現状では使用料の減免施策を講じていますが、「許可」という行政処分の本来のあり方からすると、特殊な状況にあるといえます。

また、使用料の算定方法として「売上割」が導入されています。「売上割」は売上高の一定比率を使用料として納付する制度であり⁸、売り上げにより本市の使用料収入が増減するのは、会計上の不安定要因といえます。

⁸ 指定管理者制度や運営権者制度等、公民連携の制度において「プロフィットシェアリング」というかたちで導入されているが、民間企業では、百貨店とテナントの関係に近い。百貨店入居テナントは、百貨店に売り上げの一定比率を家賃として納入しているが、これは百貨店側にブランド力・集客力があるためである。

(5) 問題点

本市場の施設としての主要な問題点は、国の基本指針にある、新たな事業展開に求められる機能がないことにあります。しかし、本市が施設を整備する場合は使用料の高額化、卸売事業者等が整備する場合は著しい経費の増加とバランスシートの悪化を招くことが明らかです。投資に見合う売上高がないと、どちらが整備主体であっても市場の運営が厳しくなると予想されます。

なお、国の示す「新たな事業展開に求められる機能」が価格上昇に寄与するのは難しい、というのがヒアリング調査での主な意見でした。

3.5 本市場の強みと弱み

これまでの議論を本市場の SWOT 分析として下表のとおり整理しました。ここでは本市、卸売事業者、買受人を内部として整理しました。

	有利な要因	不利な要因
内部環境	Strength (強み) <ul style="list-style-type: none"> ・水産物卸の黒字化 ・花き卸の新規事業展開 ・消費地市場ながら生産者とも近い 	Weakness (弱み) <ul style="list-style-type: none"> ・コールドチェーン化、HACCP 等の非対応 ・買受人が小規模で高齢化・後継者難 ・せりの減少による価格形成機能の低下 ・本市の財政的制約による設備投資の減少 ・人材定着難（卸売事業者等） ・一般消費者向けの販売（場外市場）がないため、市民との親しみに欠ける ・卸売事業者の成立経緯、資本関係が異なり、総合市場としての一体的な運営が難しい
外部環境	Opportunity (機会) <ul style="list-style-type: none"> ・卸売市場法改正等による整備手法、運営手法の多様化 ・大規模市場と買受人のインターネット取引における流通経路のなかの役割 ・わが国でも有数の観光、インバウンドの最前線としての別府における観光客ニーズ・宿泊業ニーズの入手しやすさ ・出荷に制約が多い大規模市場と比較した際の制約の少なさ（時間、梱包形態、量など） ・生産者との信頼関係 ・一般消費者向け販売による地方卸売市場の活性化事例の存在 ・輸送コストの増加による近接市場の見直し 	Threat (脅威) <ul style="list-style-type: none"> ・生産者の高齢化 ・他市場（特に大規模市場）との競争（市場での価格が生産者に容易に入手できる環境にあり、リスク分散として複数市場に出荷） ・大規模市場におけるインターネット取引の増加 ・スーパー等の大規模化・チェーン化による仕入れの大規模化 ・生産者の直販等市場外流通の増加 ・中食・冷食・カット野菜等の加工品に対する需要の増加 ・宿泊サービスの二極化、泊食分離の潮流 ・輸送コストの増加

3.6 本市場の課題まとめ

現状の課題は SWOT 分析に整理したとおりですが、今後の本市場の在り方の検討にあたっては、何を指して本市が設備投資するか（しないか）が戦略問題となります。

そこで、想定される方向性と課題を以下に列挙します。

設備投資の方向性	課題
コールドチェーン化、HACCP 対応を目指す	使用料上昇による卸売事業者の経営悪化。場合によっては市場からの撤退。
加工食品ニーズ対応として加工食品工場を整備	需要増加から一定のニーズが見込まれるが、生産者から買受人までの協力、合意形成が必要であり、実現の推進力となる人材が不可欠。
観光の立ち寄り施設として一般消費者向けの場外市場を整備	一般消費者に販売する業者が存在しない。現在の買受人を本市場に集めるのは、買受人の高齢化、事業意欲減退により困難。
市場を再編する（例えば一つの建物に青果と水産物を集める）ことで余剰地を生み出し収益事業を実施	建替えよりは事業費が少ないものの、余剰地を活用するには道路整備なども必要。また余剰地に導入する施設、事業者について、買受人や市場関係者との合意形成も必要。
現状の規模のまま、建物の補修、冷蔵庫等の設備改修し延命化	土地利用の低効率性が改善されない。

4. 将来需要予測

現在から約10年後にあたる令和12年度時点における、本市場の年間売上高を推計しました。推計にあたっては、過年度の年間売上高及び流通圏域人口（別府市、杵築市、国東市、日出町、姫島村の総人口）の推移を基に算出される1人当たりの売上高（見かけ上の1人当たりの売上高）をベースとして、3パターンの推計を行いました。結果は以下のとおりです。計算過程の詳細は資料編に記載します。

令和12年度の年間売上高推計

		年間売上高（単位：百万円）		
		青果	水産物	花き
平成30年度実績		1,330	1,763	245
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	779	1,294	132
推計パターンB	1人当たりの取扱量を平成30年度（現状）程度で維持させる場合	1,256	1,666	232
推計パターンC	1人当たりの取扱量を平成20年度（約10年前）程度まで回復させる場合	1,987	1,788	324
対平成30年度実績値				
	推計パターンA	58.6%	73.4%	53.9%
	推計パターンB	94.4%	94.5%	94.7%
	推計パターンC	149.4%	101.4%	132.2%

4.1 卸売場・買荷保管積込所の規模算定方法

4.1.1 卸売場の規模算定方法

(1) 概要

「卸売市場の施設規模の算定基準」に基づき、卸売場の面積規模を算定します。

必要面積 (㎡)	= ①卸売場面積 (㎡) + ②通路等面積 (㎡)
①卸売場面積 (㎡)	= 1日あたり取扱量 (kg) × 卸売場経由率 ÷ 標準取扱量 (kg/㎡)
②通路等面積 (㎡)	= 既設又は類似の卸売場における通路面積以外の面積と通路面積との比率を考慮し設定。

(2) 卸売場面積

「卸売市場の施設規模の算定基準」に基づく面積算定には以下の値を使用します。

1日あたりの取扱量	前章で整理した取扱量を使用 ・平成30年度の実績値 ・令和12年度における推計パターンA (トレンド) ・令和12年度における推計パターンB (現状維持)
卸売場経由率	入荷した荷がすべて卸売場を経由するものとして「1.00」と設定
標準取扱量	農林水産省の定める卸売場の標準取扱量に準じる

(3) 通路等面積

物品の円滑な搬入搬出が確保されるよう、フォークリフト等の運搬通路や、フォークリフト・パレット等の機材置場、廃棄物置場等の面積を確保します。なお、これらの面積は、市場の利用状況や他都市の市場設置事例を踏まえて、以下のように設定します。

		面積比率 (売場を100とした時)	
卸売場 (通路除く)		100%	100%
通路等	卸売場内の通路 (人やフォークリフト等の運搬通路)	70%	90%
	フォークリフト・パレット等の機材置場	15%	
	廃棄物保管スペース	5%	

【参考】フォークリフトによる運搬通路幅について

フォークリフト等の小運搬通路については、現在使用しているフォークリフトと同規模 (1.5t~2.0t) の機材を使用する場合を想定し、通路幅を4m程度と想定します。

フォークリフトの寸法 (TOYOTA 電動フォークリフト geneB の寸法)

	1.5ton	2.0ton
a) 全幅 (mm)	3,000	3,160
b) 全長 (mm)	1,115	1,170
c) 最小直角積付通路幅 (mm)	3,275	3,500

4.1.2 買荷保管積込所の規模算定方法

(1) 概要

「卸売市場の施設規模の算定基準」に基づき、買荷保管積込所の面積規模を算定します。

必要面積 (m ²)	=①買荷保管積込所面積 (m ²) + ②通路等面積 (m ²)
①買荷保管積込所面積 (m ²)	=1日あたり取扱量 (kg) × 買荷保管積込所経由率 ÷ 標準取扱量 (kg/m ²)
②通路等面積 (m ²)	=既設又は類似の卸売場における通路面積以外の面積と通路面積との比率を考慮し設定。

(2) 買荷保管積込所面積

「卸売市場の施設規模の算定基準」に基づく面積算定には以下の値を使用します。

1日あたりの取扱量	卸売場面積と同様
買荷保管積込所 経由率	入荷した荷がすべて買荷保管積込所を経由するものとして「1.00」と設定
標準取扱量	農林水産省の定める買荷保管積込所の標準取扱量に準じる

(3) 通路等面積

卸売場面積の算定時の比率から、フォークリフト・パレット等の機材置場、廃棄物置場等の面積分を除き、通路のみの70%とします。

4.2 卸売場・買荷保管積込所の算定結果

1人当たりの売上高を現状維持とした推計パターンBの算定結果は以下のとおりです。詳細な算定については資料編に記載します。

Bパターンにおける必要面積 (m²)

		青果部	水産物部	花き部
卸売場	売場	231.9	118.3	46.4
	通路等	208.7	106.5	41.8
	小計	440.6	224.8	88.2
買荷保管積込所	保管積込所	269.0	128.2	46.4
	通路	188.3	89.7	32.5
	小計	457.3	217.9	78.9
計		897.9	442.7	167.1

4.3 その他施設

(1) 卸売業者事務所

卸売事業者の従業員数と1人当りのオフィス平均面積⁹から卸売業者事務所の面積を算定します。

	従業員数 (人)	1人当たりの オフィス面積 (㎡/人)	面積 (㎡)
青果物	23	14.7	338.1
水産物	20	14.7	294.0
花き	6	14.7	88.2

(2) 組合事務所

現状の組合事務所の使用状況を踏まえ、組合別に事務所を設け、会議室等を共用するかたちとし、約290㎡とします。

	単位面積 (㎡)	数量	面積 (㎡)
事務机2人分+応接セット	30.0	3	90.0
12名会議室	26.0	1	26.0
60名(スクール形式)会議室	100.0	1	100.0
トイレ	45.0	1	45.0
専用部分面積			261.0
廊下等		10.0%	26.1
計			287.1

(3) 関連店舗棟

現状の関連店舗棟を基準に、青果、水産物、花きの各部合計面積に比例して関連店舗スペースを整備します。

(4) 管理事務所他

現状の管理棟と同程度の管理スペースを整備するものとします。

(5) 冷蔵庫棟

青果部と水産物部で使用している現状の冷蔵庫の面積790㎡のプラスアルファとして1000㎡と設定します。

(6) 駐車場

駐車場利用者を現状の買受人、卸売業者の従業員プラスアルファとして180台と設定し、「駐車台数」×「1台当たりの所要面積(車路含む)¹⁰」により算定します。

	買受人			従業員数
	登録人数	1日あたり 利用割合	必要台数	
青果	101	70.0%	71	23
水産物	67	70.0%	47	20
花き	107	10.0%	11	6
			129	49
必要台数	買受人+従業員数			178
	+アルファ			180
1台当たりの所要面積(㎡/台)				23.5
面積(㎡)				4,230.0

⁹ (一財)日本ビルジング協会連合会のビル実態調査(平成25年版)より、国内の非製造業テナントにおけるオフィスワーカー1人当たりの床面積は14.7㎡となっている。http://www.jboma.or.jp/h24_birujittai/

¹⁰ 1台当たりの所要面積については「設計要領 第四集幾何構造・休憩施設 昭和62年4月版」による。

4.4 施設規模のまとめ

上記の算定結果より施設規模を以下のとおり算定しました¹¹。

市場棟の床面積は現状の 25～33%の面積となり、その他の部分（冷蔵庫棟、倉庫、店舗、管理棟など）を加えて市場全体の床面積は現行の 45～53%となります。

建築を平屋建てと想定し、駐車場や敷地内通路等を加えた、市場として必要な敷地面積は約 1.6ha（現行敷地面積の約 23%）となります。よって約 5.4ha の余剰地（同 77%）が発生します。

			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)		現行 面積 (㎡)
			面積 (㎡)		面積 (㎡)		面積 (㎡)		
建築	青果部	売場	480.5	1,317.6	273.0	894.7	440.6	1,236.0	4,964.0
		買荷保管積込所	499.0	26.5%	283.6	18.0%	457.3	24.9%	100.0%
		卸売業者事務所	338.1		338.1		338.1		
	水産物部	売場	222.5	732.2	174.8	638.1	224.8	736.7	2,287.0
		買荷保管積込所	215.7	32.0%	169.3	27.9%	217.9	32.2%	100.0%
		卸売業者事務所	294.0		294.0		294.0		
	花き部	売場	95.0	268.2	50.4	183.7	88.2	255.3	688.4
		買荷保管積込所	85.0	39.0%	45.1	26.7%	78.9	37.1%	100.0%
		卸売業者事務所	88.2		88.2		88.2		
	組合事務所		287.1		287.1		287.1		61.0
	市場棟			2,605.1		2,003.6		2,515.1	8,000.4
				32.6%		25.0%		31.4%	100.0%
	冷蔵庫棟			1,000.0		1,000.0		1,000.0	1,064.9
倉庫・ 店舗 ・管理棟	管理事務所他	853.8		853.8		853.8		853.8	
	関連店舗棟	277.8		213.7		268.2		853.2	
	倉庫等	879.2		676.2		848.8		0.0	
			2,010.8		1,743.7		1,970.8	1,707.0	
その他	守衛室	114.0		114.0		114.0		114.0	
	トイレ	72.1		72.1		72.1		72.1	
計			5,802.0		4,933.4		5,672.0	10,958.4	
			52.9%		45.0%		51.8%	100.0%	
外構 駐車場			4,230.0		4,230.0		4,230.0		
市場必要敷地面積			10,032.0		9,163.4		9,902.0		
通路等	設定比率		60.0%		65.0%		60.0%		
	面積 (㎡)		5,884.3		5,956.2		5,941.2		

倉庫等は現行では使用許可による民間建築物なので、現行面積には参入しない。

総整備面積 (㎡)	15,916.3	15,119.6	15,843.2	69,946.0
対敷地面積	22.8%	21.6%	22.7%	

余剰地面積 (㎡)	54,029.7	54,826.4	54,102.8	
対敷地面積	77.2%	78.4%	77.3%	

改修時必要面積	青果 + 水産物	2,050	1,533	1,973
---------	----------	-------	-------	-------

¹¹ 計算過程において小数点第1位以下の数値はそのままとして計算しており、表内の数字を検算しても合わない場合があります。

現行 青果棟	: 青果棟、青果倉庫
水産物棟	: 水産棟、水産倉庫A・B、深井戸ポンプ室
組合事務所	: 水産組合事務所
冷蔵庫棟	: 冷蔵庫棟、青果保冷库
通路等	: 敷地内通路、市場関係者所有建物面積、植栽等を含む
通路等設定比率	: 幅員13mを想定し算定

5. 施設整備の方向性

5.1 施設整備の考え方

(1) 施設の集約化

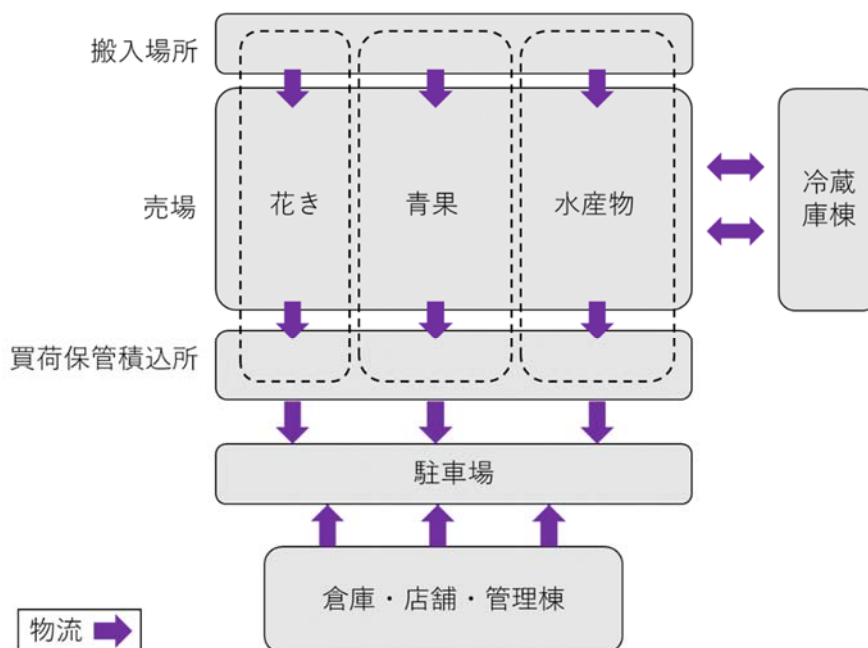
「別府市公共施設再編計画（適正配置計画）」においては、本市場の再編方針として「場内事業者の受益と負担を均衡させ、必要な施設整備を行う方策を早急に検討」することとなっています。

現在は、青果・水産物・花きで、それぞれ別棟となっていますが、再編にあたり、前章の検討を踏まえ、本施設を適正規模に集約することとします。

(2) 物流の効率化

施設集約化にあたり、以下に配慮して、物流の効率化を図ります。

- 効率的な場内車両動線を実現するため、産地等からの入荷の車動線、買受人の出荷の車動線ができるだけ輻輳、交錯しない計画とします。
- 産地等からのトラックの入荷時動線は、建物内にスムーズに商品を搬送できるよう、卸売場へ寄り付きやすい施設配置とし、一時的な荷捌き・保管のための搬入スペースを設置します。
- 売場内は事務所、通路など、無駄のない効率的なスペースとなるよう計画し、取引から積み込みまでの作業動線を踏まえた配置とします。



5.2 施設規模のイメージ

推計パターン B に関して、市場及び余剰地の面積規模を次頁に示します。なお、次頁の図は、市場および余剰地の面積規模を表すものであり、施設の位置を確定するものではありません。



※この図は、市場および余剰地の面積規模を表すものであり、施設の位置を確定するものではありません。



※この図は、市場および余剰地の面積規模を表すものであり、施設の位置を確定するものではありません。
 なお、南側隣接地の通路使用にあたっては、県との協議・調整が必要となります。

5.3 概算事業費の算定

推計パターン B で概算事業費を算定しました。

算定結果は建て替えの場合、約 17.0～22.3 億円、改修は約 3.9～9.1 億円です（使用料とあわせて記載します）。

5.4 施設使用料改定の日安

本市場の運営は特別会計ですが、建て替え・改修に関する事業費の一部について、元利償還金の 1/2 を上限として、一般会計からの繰り入れが可能です。この場合、使用料等により年間約 38～94 百万円の収入が必要です¹²。これは、現行の使用料収入の約 1.4～3.6 倍となります。

	コールド チェーン	事業費 百万円	使用料総額		
			百万円/年	対現行比	
建替え RC造	非対応	1,978	64.6	244.4%	
	対応	2,226	93.8	355.1%	
建替え S造	非対応	1,701	60.0	226.9%	
	対応	2,031	90.6	342.7%	
青果棟改修 + 南側解体	十分な改修	非対応	611	41.8	158.2%
		対応	905	71.8	271.8%
	簡易な改修	非対応	389	38.1	144.2%
		対応	536	65.7	248.4%
水産物棟改修 + 北側解体	十分な改修	非対応	540	40.6	153.7%
		対応	675	68.0	257.2%
	簡易な改修	非対応	437	38.9	147.2%
		対応	505	65.1	246.5%
最大値：建替え・RC造・対応		2,226	93.8	355.1%	
最小値：青果棟改修 + 南側解体・簡易な改修・非対応		389	38.1	144.2%	

¹² 事業費償還における金利負担は考慮していません。

5.5 余剰地の活用可能性

(1) 都市計画等による制限

本市場の集約再編後の余剰地において、本市場としての都市施設の指定を解除することは可能ですが、「特別用途地区（大規模集客施設規制地区）」の指定については、本市場が位置する準工業地域の区域すべてが指定されています。この地区指定に関し、大分県は大規模集客施設¹³の立地誘導区域として別府駅周辺を指針¹⁴で示しており、その他のエリアは大規模集客施設の立地を想定していません。本市においても郊外部への都市機能の拡散防止策として当該都市計画決定をした経緯があります¹⁵。特別用途地区の決定は市町村ですが、県との協議は必要とされています。

大規模集客施設以外で延床面積 1 万㎡以上の単独用途として想定されるのは、住宅、病院、車庫、倉庫、工場、学校などが考えられます。さらに 1 万㎡未満の商業施設を核とした複合開発も想定されますが、県指針、本市計画との整合性を図ることが必要です。

(2) 活用可能性

余剰地の活用方向性として以下が想定されます。なお余剰地すべてを一つの用途とすることは難しいと考えられますので、下記の複合的な開発が想定されます。

	活用イメージ	課題
一般開放型	卸業者・買受人が一般客に売る店舗街（飲食店含む）（事例：下関市唐戸市場）	買受人が高齢化しており移転・集合する意欲が低いと想定され、卸業者が中心となる必要がある。また、飲食店は近隣に JF 経営の「潮騒屋」が競合する（連携もありうる）。
	現行の市場関係者ではない事業者が経営する食料品店・食品スーパー	買受人と競合する。
	現行の市場関係者ではない事業者が経営する食料品以外の物販・飲食店・サービス	観光客を呼び込むには別府八湯等の観光拠点との連携が弱く、また競合も多い。国道近接性は優位。
閉鎖型	食品加工工場	生産者・卸業者の連携が必要。
	物流センター	大分市港湾部の物流基地と競合する。
その他	住宅	津波被害が想定される。

¹³ 集客施設とは、劇場、映画館、演芸場若しくは観覧場又は店舗、飲食店、展示場、遊技場、勝馬投票券発売所、場外車券場その他これらに類する用途に供する建築物でその用途に供する部分（劇場、映画館、演芸場又は観覧場の用途に供する部分にあっては、客席の部分に限る。）。床面積の合計が 1 万平方メートル超のものが大規模集客施設であり、広域調整の対象となります。（県指針より）

¹⁴ 大規模集客施設の立地誘導方針 大分県 <https://www.pref.oita.jp/uploaded/attachment/134569.pdf>

¹⁵ 「別府市中心市街地活性化基本計画」（平成 20 年 7 月策定 平成 24 年 3 月 29 日変更）による。具体的には平成 19 年 9 月 20 日別府市特別用途地区内における建築物の制限に関する条例議決、同年 10 月 9 日 別府国際観光温泉文化都市建設計画特別用途地区の都市計画決定告示、同条例施行。

余剰地で物流施設を誘致した例

<p>名 称 所 在 地</p>	<p>湘南藤沢地方卸売市場（神奈川県藤沢市稲荷 520）</p> 
<p>取 扱 品 目</p>	<p>青果部</p>
<p>背景・課題</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 取扱高の減少による市場会計の悪化。施設の老朽化。
<p>取 組 内 容</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 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。 ● 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。
<p>取 組 効 果</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 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。 ● 賃料収入確保による市場運営収支の改善。

6. 再整備に向けた事業スキーム

6.1 公共施設を前提とした運営スキーム

(1) 地方公共団体が管理する運営スキーム

1) 行政財産の使用許可（現行）

現行は地方自治法第 238 条の 4 第 7 項の規定に基づき、行政財産としての公設地方卸売市場の使用を民間事業者に許可する制度により運営されています。

前述のとおり、民間事業者側からの許可申請が前提となります。

2) 地方公営企業法（全部適用）に基づく事業管理者制度

事業管理者制度とは、地方公営企業法（第 7 条等）の規定に基づき、地方公共団体の長が地方公営企業の経営に関し識見を有する者のうちから事業管理者を任命し、人事・組織・予算等に係る一定の権限を付与して業務を執行させる制度です。あくまで地方公共団体の一部局ですが、経営責任の明確化や自立性の拡大等の効果が期待できます。

公営の病院等で事業管理者を設定している例が多いです。

事例：岡山市中央卸売市場

(2) 民間事業者等が管理者となることができる運営スキーム

1) 地方自治法に基づく指定管理者制度

指定管理者制度とは、地方自治法（第 244 条の 2 第 3 項等）の規定に基づき、条例の定めるところにより、法人その他の団体であって地方公共団体が指定するものに公の施設の管理を行わせる制度です。

民間事業者等を指定管理者として指定することができ、民間事業者等のノウハウを活用し、サービスの向上や効率化を図ることが期待できます。

地方自治法第 244 条第 1 項に定める「公の施設」において広く活用されています。

事例：福島市公設地方卸売市場（指定管理者：一般社団法人福島市公設地方卸売市場協会）

2) PFI 法に基づく公共施設等運営権制度

公共施設等運営権制度とは、PFI 法¹⁶第 16 条に基づく公共施設等運営権の設定により、民間事業者が公共施設を運営する制度です。運営権制度の適用対象となる公共施設等は利用料金を徴収するものに限定されています。公設地方卸売市場は、卸売業者等から利用料金を徴収することが可能であるため、運営権制度の対象となります。



¹⁶ 民間資金等の活用による公共施設等の整備等の促進に関する法律（平成 11 年法律第 117 号）

6.1.2 公共施設を整備するための事業スキーム

本市場の建替え、改修を行う場合の民活事業スキームは以下のとおりです。なお、施設の改修の場合は、「RO方式（Rehabilitate Operate=改修・運営）」とも呼ばれます。

手法	概要	
PFI方式	民間事業者が資金を調達し、施設の設計・建設・維持管理・運営を行う方式 民間機能を附帯事業として誘導することが可能	
	BTO方式	設計建設後、施設を行政側に譲渡し、運営・維持管理
	BOT方式	設計建設後、施設を民間が所有したまま運営・維持管理（事業期間終了後に施設を行政側に譲渡）
	BOO方式	設計建設後、施設を民間が所有したまま運営・維持管理（事業終了時点で民間事業者が施設を解体・撤去する）
DBO方式	公共が資金を調達し、民間事業者に設計・建設・維持管理・運営を一括して行わせる方式	
DB方式	公共が資金を調達し、民間事業者に設計・建設を一括して行わせる方式 維持管理・運営は、公共側が直接、または指定管理や業務委託等の外部委託により実施	

卸売市場の整備にあたり、以下については、国の支援メニューがあります。地方公共団体だけでなく、民間法人も支援対象となります。補助率は1/3以内です

事業	メニュー	
食品等流通合理化計画の認定	卸売市場施設整備	<ul style="list-style-type: none"> 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 <div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="margin-left: 10px;"> <p>低温管理された卸売場</p> </div> </div> <div style="display: flex; align-items: center; margin-top: 10px;">  <div style="margin-left: 10px;"> <p>荷卸し待機時間の少ない入荷施設</p> </div> </div>
	共同物流拠点施設整備	
停電時の電源確保等に向けた緊急対策		

6.1.3 民間施設を前提とした運営スキーム

近年、地方公設卸売市場の民営化事例が増えています。これは開設者が地方公共団体から民間事業者に移行している例であり、多くは純粋な民間事業者であるが、民間事業者が地方公共団体の出資や融資をうける場合（いわゆる「第3セクター」）も想定されます。

ここでは公共施設から民間施設とする場合の土地建物の所有権について整理します。土地／建物、譲渡／貸付、有償／無償の区分から16パターンが想定されます。いずれのパターンでも行政財産から普通財産への変更が必要です。

本市場は、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¹⁷）なので耐用年数超過しているため、無償譲渡可能と考えられます。青果棟、水産棟はRC造（38年¹⁸）も令和2年度以降、無償譲渡可能と考えられます。

地方卸売市場の民営化事例¹⁹

	敷地面積	延床面積	年間売上高	指定管理者制度導入時期	民営化時期	新開設者	(旧開設者から新開設者への)権利移転		備考
	m ²	m ²	百万円				土地	建物	
神奈川県 藤沢市	139,369	28,143	5,910	H21.4～	H24.4	卸売業者 ^{注1}	30年間の事業用定期借地権	無償譲渡	配送棟テナントに国内最大の食品卸会社が入居
青森県 十和田市	14,372	3,361	—	—	H28.4	卸売業者	有償譲渡	無償譲渡	民営化前の職員配置が民営化により0となった
栃木県 足利市	52,463	19,493	4,687	—	H30.1	土地所有者	借地契約の解消	無償譲渡	公設以前の民間市場の開設者が当該土地所有者
栃木県南 ^{注2}	111,328	23,507	4,177	H23.4～	H29.10	民間事業者	貸付	貸付	新開設者は神奈川県にある食品流通を中心とした民間企業
宮城県 大河原町	6,040	6,367	416	—	H22.9	卸売業者 ^{注3}	—	—	大河原町・角田市・白石市の各市場の合併・集約

「—」は資料に記載のない事項

注1 資料では明示されていないが文脈より推定

注2 正式名称は「栃木県南公設地方卸売市場事務組合」。H5年度開設当時は小山市、栃木市など2市8町により構成。

注3 大河原町・角田市・白石市の各市場に入場していた卸売業者が合併した法人。大河原町も出資している。

¹⁷ 倉庫で骨格材の肉厚が4mm超の設定とした。

¹⁸ 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。

¹⁹ 総務省資料より

6.2 事業スキームのあり方

(1) 本市場の事業スキーム

1) 現状認識

取扱量の長期減少傾向及び生産者・買受人双方の高齢化により、本市場の継続見通しを判断することが難しい局面にあります。公共施設として建替え又は改修を行う場合、少なくとも30年以上は本市が管理する責任があります。

2) 公共施設とする場合は指定管理制度等が必要

現行の使用許可制度による運営は、行政目的の主要素を民間である卸売業者が担っている仕組みであり、民間事業者として本市場から撤退した場合は、本市場の設置目的を果たすことができない危うい運営状態であるといえます。そのため、公共施設を前提とする場合は、指定管理者制度等の導入が必要です。

3) 指定管理者制度導入の課題

仮に指定管理者制度を導入する場合、これまで本市場に関わりのない民間事業者が指定管理者となることも想定されます。指定管理者に独立採算を求めた場合、使用者である卸売業者から利用料金を徴収することになるため、指定管理者としての収益も卸売業者が負担しなければなりません。使用料の減免措置をしている現状と、コスト構造から考えると、そのような民間事業者の導入は現実的でないと考えられます。

よって、青果・水産物・花きのそれぞれの卸売業者のいずれか又は合同で指定管理者となることが望ましいですが、各社の資本関係等の違いを考えると、実現には時間がかかると思われます。また収益状況が今後も変化しないとなると独立採算は難しく、本市がサービス購入料を一定程度負担することが求められます。

また、民営化の事例のうち、指定管理者制度の活用を経て民営化したものが複数あることから、指定管理者制度導入も一時的な対策となる可能性もあります。

4) 民営化する場合の契約

民間施設とする場合、借主である卸売業者の収益状況を鑑みるに、有償での土地譲渡・貸付は実現困難であると思われます。本市の維持管理費用負担を低減することも踏まえると、土地は無償貸付、建物は無償譲渡又は貸付とし、卸売業者側の判断で建物の維持管理ができる契約とすることが考えられます（なお、形だけ土地の賃貸借契約として賃料を著しく低減する場合でも、契約の実体が重視されるため、無償貸付、つまり使用貸借契約と同様の扱いになります）。民営化事例においても同様の権利移転をした例があります。

土地は使用貸借契約となるため、仮に卸売業者が撤退し、本市場の機能を喪失する場合は、事業者の責により建物を解体して更地にして土地を返還することが必要となります。

(2) 公共施設として建替えする場合に余剰地を活用する事業スキーム

1) 余剰地譲渡収入を本市場の建替え費用に充当する方式

前述のとおり、5ha以上が余剰地として創出される算定結果となりました。余剰地活用の考え方として、まず、市場運営をセットとするか切り離すかで大きく分かれます。

余剰地活用と市場運営を切り離す方式として、余剰地譲渡による収入を本市場の建替え費用に充当する方式が考えられます。この場合、本市場の特別会計による収入とする必要があり、また建て替え後は本市が30年超管理することが必要です。ただし、余剰地の規模が大き

いため、一度に売却する場合は土地の単価が下がり、建て替え費用を十分に賄うほどの余剰地譲渡収入を得ることは難しい可能性があります。

2) 余剰地活用と指定管理のセット

余剰地活用と市場運営をセットとする場合、民間事業者を募集し、契約し、同時に市場の指定管理者とする事業スキームが考えられます。この場合、指定管理者は独立採算制とし、余剰地活用における収益を補填する形が妥当と思われます。

指定管理者には、指定管理の期間中に卸売業者が撤退する場合、指定管理者の責務として卸売業者を入場させる義務を負わせる必要があります。そうでないと余剰地活用だけの収益を得るだけとなり、市民の理解が得られません。

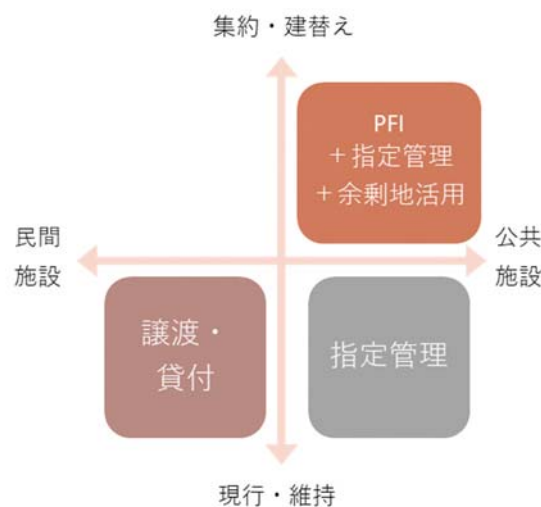
3) PFI 事業の活用

セットとする方式の発展形として、余剰地の買主又は借主となる民間事業者が、本市場の建替えの設計・施工を請け負い、整備後は市場の指定管理者（若しくは指定管理者・運営権者の二重適用）とする PFI 事業（BTO 又は DBO 方式）も想定されます。この方式の場合、多数の事業者が関わるため、SPC を組成する必要があり契約も複雑になります。このため、一定の経験や実績のある事業者の参加が必要です。

4) セットとする場合の課題

余剰地活用と市場運営をセットとする方式の課題として、指定管理がうまくいかなくなったときに、片方で余剰地活用の契約があったとしても指定管理者を強制的に続けさせることは難しい、という点が挙げられます。指定管理は行政処分であり、余剰地活用は私法上の契約行為だからです。余剰地活用を借地契約とした場合、事業用定期借地権ならば 10 年以上の契約が必要です。一方、独立採算の指定管理を借地契約と同じ期間とすると、将来の見通しが難しいため、事業者側でリスクが高いと判断する恐れがあります。その点に配慮して、指定管理の期間を 3～5 年など一般的な期間とすると、指定管理がうまくいかず事業者側から指定管理の更新を断る可能性があり、断った場合は、事業者側が余剰地活用のメリットだけを得ているかたちとなります。

このようなリスクを負って、民間事業者が参画するか、それほどの魅力が本市場敷地にあるかは、慎重に検討する必要があります。



事業スキーム見取り図

7. 今後の課題整理等

(1) 再整備にあたっての課題

今後、生産者・買受人双方の高齢化・事業縮小の進展が想定されるなか、簡易な改修でも使用料が現行から1.4～1.5倍に増加することが算定されました。

こうした状況の中で、卸売市場の機能、役割の強化・高度化に向けては、施設整備等のハード施策だけではなく、国や県の基本方針に即したソフト的支援や市場関係者による活性化策の検討が重要となります。

第10次卸売市場整備基本方針に即した全国の実例²⁰

		全国の実例		
		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	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
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		効率的な物流施設の配置	桐生地方卸売市場	
		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	
公正・効率的な売買取引の確保		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	
卸売業者及び仲卸業者の経営体質の強化		事務手続の簡素化	浜松市中央卸売市場	
		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	
卸売市場に対する社会的要請への適切な対応		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	
		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
		卸売市場への理解の醸成等	市場間での協定締結	全国中央卸売市場協会
		卸売市場運営に伴う環境負荷の低減	消費者向けイベントの開催	東京都中央卸売市場
		太陽光発電施設の整備・利用	高崎市総合地方卸売市場	
		容器・包装廃棄物のリサイクル	岡山市中央卸売市場	

²⁰ 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

(2) ソフト的支援の検討

以上から、当面は大規模な施設整備は行わず、本市が入場事業者に対し、ソフト的な支援を行うことが考えられます。

ソフト的な支援を行う場合、下記の融資を活用することを前提として、例えば以下のことが考えられます。

- 「卸売市場機能高度化型施設」の融資を受けるための食品等流通合理化計画策定を支援する。
- 情報処理施設等の高度な施設を運用できる人材の育成費用について、厚生労働省の各種制度²¹を活用しつつ、本市として支援する。

日本政策金融公庫の食品流通改善資金（卸売市場近代化施設、卸売市場機能高度化型施設）の概要

	卸売市場近代化施設	卸売市場機能高度化型施設
制度の概要	卸売市場の近代化に必要な施設の整備をお手伝いする資金制度。	食品等の流通の合理化及び取引の適正化に関する法律の規定により、農林水産大臣の認定を受けた食品等流通合理化計画に基づく卸売市場の機能高度化に必要な施設の整備等をお手伝いする資金制度。
対象事業	卸売市場施設 卸売業者施設 仲卸業者施設	1. 品質管理保全施設 2. 定温輸送車 3. 自動仕分け・搬送保管施設 4. 加工・調製施設 5. パッケージ施設 6. 情報処理施設 7. 営業の譲受け 8. 出資 9. 特別の費用（1～7に係るもの）
対象者	開設者（地方公共団体を除く） 卸売業者 仲卸業者 卸売業者等の組織する法人	開設者（同左）（1～6,9） 卸売業者（1～9） 仲卸業者（1～9） 仲卸業者組合（1～6,9） （事業協同組合又は事業協同小組合） （ ）内の数字は対象事業に対応
返済期間	10年超 25年以内	10年超 15年以内
融資限度額	負担額の80%以内（卸売業者施設は70%）	負担額の80%以内

(3) 活性化策の検討

卸売市場法（改正）の施行も見据えた本市場の活性化策として、集荷対策、販路対策、施設及び余剰地の有効活用、市場開放や認知度アップにつながるPR戦略など、想定される取り組みを以下に示します。

²¹ 厚生労働省 WEB サイト「従業員の能力を高めたい」にある「キャリア形成促進助成金」など。

1) 集荷力の強化

- 地域内生産者の入荷促進
卸売事業者による産地訪問・（集荷）
- 生産者育成支援（農業後継者・漁業後継者育成対策）

2) 販売力の強化

- 実需者・消費者ニーズに対応した加工処理施設の整備
カットなどの一次加工、パッケージング

3) 市場開放・PR 戦略

- せり終了後の一般消費者に対する販売（日出町大神漁港などで実施）
- 関連店舗棟の利用制限の見直し
- 一般消費者が利用可能な食堂の誘致
- 市場まつりなどの市場開放イベントの開催.
- 学園祭など外部イベントへの参加
- 食育教室・料理教室などの開催
市場食材を活用したメニュー・レシピの検討、フラワーアレンジメント教室
- SNS を活用した旬の入荷情報、トピックスを市民向けに発信

4) 地域ブランド力・地産地消の強化

- 市場の新たな事業や6次産業化のアイデア募集
別府らしさ・別府モデル
- APU（国際学生）・別府大学（食物栄養科学部）・溝部学園短期大学（食物栄養学科）との連携

5) 市場施設や余剰地等の有効活用

- 倉庫、駐車場、空き店舗、事務所の目的外利用等を含めた利活用
海鮮バーベキュー、新たな業種等の参入（運送業者等の事務所など）
- 場外市場などの設置検討

6) 市場経営の合理化・効率化

- 指定管理者制度導入等による経営改善
- 効果的な施設整備・計画的な改修と修繕
耐震化・長寿命化対策

(4) 市場間連携等の模索

市場経由率の低下や集荷力の低下、実需者ニーズの多様化など、近年の卸売市場を取り巻く環境変化に対して、周辺市場や JA、JF との連携による販路拡大・集荷力強化などといった新たな経営戦略についても今後検討が必要と考えられます。

8. まとめ

本市場を取り巻く環境や、取引の現状や今後の見通し、本委員会における各委員からの意見を踏まえ、以下のとおり今後の別府市公設地方卸売市場のあり方として取り組むべき方向性を取りまとめました。併せて、主な意見についても掲載します。

1 取引状況等に応じた適切な施設規模に向け、既存施設の必要最低限の改修等により、施設の集約化と効率化を図る

- 理想は RC 造コールドチェーン対応だが、卸売業者各社が使用料の値上げに対応できるか、会社経営上疑問である。
- 施設整備（コールドチェーン・HACCP 対応）による使用料値上げにより、入場事業者が撤退するといった事態なるようなことは避けたほうが良い。今後も関係者で継続議論すべき。
- 市場を取り巻く状況を考えると、今は大規模投資する時期ではない。改修にとどめるべき。青果棟（水産物棟）に耐震補強など最低限の改修を加えたうえで、水産物（青果）部、花き部の機能を移転させ、施設を集約化することも考えられる。
- 青果と水産物を一つの建物とすべき。現状の施設稼働状況や冷蔵庫棟の位置から考えると水産物棟の改修が望ましい。
- 花きは全国的にも価格が低迷し、経営的にも厳しい状況なので、可能な限り現状の施設を維持して利用したい。使用料の値上げに対応することは難しい。

2 施設の集約化等を図ることにより生まれる余剰地の有効活用の方法について検討する

- 市場は眠っている資産、十分に活用されていない資産である。
- 市場が縮小していくことを踏まえ、PPP/PFI 事業を活用し、余剰地の有効活用を検討すべき。
- 本市場のロケーションは大変素晴らしく用地も広大である。臨海というメリットを活かし、色々なことができるのではないかな。
- 余剰地を活用して得た収益を市場の活性化に利用できないか。

3 現行の仕組みを維持しつつ、市場の活性化に向けた取組みにより市場の魅力等を高め、民間のノウハウを活用するなど、今後の運営方法等について検討する

- 市場開放等により活性化を進めることができれば、民間の業者がそこに関心を示すという姿が想像できるのではないかな。
- 民設民営に移行することにより、使用料を上げなくてもよい方策があるのではないかな。
- この場所が持っている卸売市場という中核的な機能を活かしながら、それを核としてその周りに色々なビジネス、つまり人が集まれるようなビジネスができるのではないかな。
- この場所がより開放されて多くの人が集まって、ここにビジネスチャンスがどんどん生まれていくという状況になった時は、民間の人で手をあげてくる人がいるのではないかな。
- 公設ではなく民設も今後議論すべきではないかな。入場事業者の負担を軽減する方策として有効ではないかな。
- 民営化というのは市場の自由な運営とあわせて議論すべきではないかな。

4 市場の魅力・価値等を再認識し、市場活性化に向けた一般消費者への開放や、関係機関と連携した新たな取組みを着実に進める

- 市場開放といってもただちに卸売業者が一般顧客に販売することを意味するものではない。市場として「新鮮なものが集まる場所」という広い捉え方で、別の事業者が市場のなかで一般顧客に販売するような、できることから始めればよいのではないか。
- 市場開放が卸売市場そのものの開放なのか、市場の土地（場所）の開放なのか、議論を整理すべき。特に競売中は卸売業者と買受人のプロの時間なので、一般消費者が入ってきては困る。豊洲市場でも卸売市場自体はクローズで、一般消費者は入場できない。
- 何をやるにしてもマーケティングとターゲティングが重要。また、従来どおりの市場として確保する部分と一般開放する部分との区分、それぞれのプレーヤー、全体を統括する役割などの検討が必要。
- 土地、区域の利用効率の向上が必要。食と花を軸に、市場のなかでイベントや交流が発生すれば、卸売市場そのものも活性化するのではないか。
- 本市場の立地は魅力がある。別府市以北からもアクセスが非常に良い。県内でみれば中心になるところ。また、海へのロケーションも非常に良い。
- 今後の協議となるが、県が市場を認定する際に、一部区域を認定から外し、その区域を開放する、といった手法も考えられる。
- 国道10号沿いには中津から道の駅がない。市場には新鮮な食材がたくさんあるので、直売ができないか。また、併設して直接飲食ができる場所もあると良い。
- 市民の台所として、気軽に新鮮食材を調達できるような場所として活用できないか。
- 別府国際観光港に早朝入港するフェリー利用者の腹を満たす、新鮮な魚や野菜などの食材を使った「市場飯（いちばめし）」を提供してはどうか。
- 朝の競売中の時間帯を除けば駐車場の稼働率は低いので、一般顧客や観光客向けに活用するのは良いと思う。土地を有効活用しない手はない。
- 観光客を対象にするのではなく、そこに住んでいる人が楽しめる場所をつくりあげるべき。そういう場所には自然と観光客も集まってくる。
- 商品開発の切り口はたくさんある。例えば、JFのネットワークを取り入れながら商品を開発していけば良いのではないか。
- 関連店舗部分は周辺に競合もないので、時間など一定の条件をつけるのではなく、無条件に一般消費者への販売を認めて良いのではないか。
- 6次産業化を目指してHACCPがとれるような工場が設立できれば良いのではないか。
- APUをはじめとする別府にある大学の学生などが、別府で起業、創業したいというときに、使える場所とするのが良いのではないか。多国籍の料理などが食べられる場所など。

9. 別府市公設地方卸売市場のあり方検討委員会の開催概要

(1) 開催日程

	日時・場所	議題
第1回	日時：令和元年10月3日（木） 14時～15時30分 場所：別府市公設地方卸売市場	<ol style="list-style-type: none"> 1. 委員会の概要について 2. 本市場の現状について 3. 本市場を取り巻く外部環境の変化について 4. 卸売市場にかかる国、県、市の政策動向について 5. 本市場の内部環境の分析・評価について 6. 他都市の設置事例について
第2回	日時：令和元年11月14日（木） 14時～15時30分 場所：別府市公設地方卸売市場	<ol style="list-style-type: none"> 1. 市場関係者の現状と意向について 2. 取扱量等の変化要因について 3. 施設の利用状況と問題点について 4. 本市場の強みと弱みについて 5. 本市場の課題まとめについて 6. 将来需要予測について
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
第3回	日時：令和2年1月16日（木） 14時～15時30分 場所：別府市公設地方卸売市場	<ol style="list-style-type: none"> 1. 将来需要予測について 2. 施設規模の算定について 3. 施設整備の方向性について
第4回	日時：令和2年2月14日（金） 14時～15時30分 場所：別府市公設地方卸売市場	<ol style="list-style-type: none"> 1. 施設規模のまとめについて 2. 施設整備の方向性について 3. 再整備に向けた事業スキームについて 4. 今後の課題整理等について
第5回	日時：令和2年3月5日（木） 14時～15時30分 場所：別府市公設地方卸売市場	<ol style="list-style-type: none"> 1. 委員会報告書について

(2) 委員名簿

#	区分	団体名	役職	氏名	備考
1	有識者	立命館アジア太平洋大学 国際経営学部	客員教授	ナカヤマ ハル オ生 中山 晴 生	委員長
2	有識者	大分銀行 地域創造部 地域活性化推進グループ	推進役	シュ トウ ケンイチロウ 首 藤 謙一郎	
3	有識者	大分みらい信用金庫 営業推進部	常務理事	タケ チ ヒデ オ雄 嵩 地 秀 雄	
4	有識者	株式会社 松秀	代表取締役	ク ボ リキ オ夫 久 保 力 夫	
5	有識者	一般社団法人 B-biz LINK	マネージャー	ホリ ヒカル 堀 景	
6	運協委員	別府青果 株式会社	代表取締役社長	マキ カズ オ夫 牧 和 夫	
7	運協委員	株式会社 別府魚市	代表取締役社長	シラ イン ミネ ヒロ 白 石 峰 広	
8	運協委員	株式会社 別府花市場	代表取締役社長	サ トウ フミ アキ 佐 藤 文 明	
9	運協委員	別府市青果商業協同組合	理事	モト カワ タケン 元 川 猛	
10	運協委員	別府市水産物小売商業協同組合	副理事長	オク ムラ モト イチ 奥 村 元 一	
11	運協委員	別府商工会議所	副会頭	エ トウ トキ オ 衛 藤 富喜雄	
12	運協委員	大分県農林水産部 おおいたブランド推進課	課長	オ セキ ヨウ スケ 小 関 洋 介	
13	その他	別府市	副市長	カワ カミ タカシ 川 上 隆	副委員長

(3) 別府市公設地方卸売市場のあり方検討委員会設置要綱

別府市公設地方卸売市場のあり方検討委員会設置要綱

制定 令和元年7月24日

(設置)

第1条 別府市公設地方卸売市場の今後のあり方を検討するため、別府市公設地方卸売市場のあり方検討委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

(所掌事務)

第2条 委員会は、次に掲げる事項について協議し、その結果を市長に報告するものとする。

- (1) 別府市公設地方卸売市場の現状の分析及び課題の整理に関すること。
- (2) 別府市公設地方卸売市場のあり方に関すること。
- (3) その他市長が必要と認める事項

(組織)

第3条 委員会は、委員15人以内で組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから市長が委嘱し、又は任命する。

- (1) 専門的知識を有する者
- (2) 別府市公設地方卸売市場運営協議会に属する団体を代表する者
- (3) 前2号に掲げる者のほか、市長が必要と認める者

(任期)

第4条 委員の任期は、第2条に規定する所掌事務が完了した日までとする。

(委員長及び副委員長)

第5条 委員会に委員長及び副委員長1人を置く。

2 委員長は委員の中から市長が指名する者とし、副委員長は委員の中から委員長が指名する者とする。

3 委員長は、委員会を代表し、会務を統括する。

4 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故あるとき又は委員長が欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第6条 委員会の会議（以下「会議」という。）は、委員長が招集し、その議長となる。

2 会議は、委員の過半数が出席しなければ開くことができない。

3 会議は、原則公開とする。ただし、委員長が必要と認めるときは、非公開とすることができる。

4 委員長は、必要があると認めるときは、関係者の出席を求め、意見を聴くことができる。

(庶務)

第7条 委員会の庶務は、別府市公設地方卸売市場担当課において処理する。（委任）

第8条 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が別に定める。

附 則

この要綱は、告示の日から施行し、第2条に規定する所掌事務が完了した日限り、その効力を失う。