

2010年2月23日

日本共産党盛岡市議会議員団 庄子春治

第3セクター運営、斬新なアイデアで市場運営

～ 高崎市総合地方卸売市場

2月17日には、高崎市総合地方市場を視察しました。朝6時から始まる水産部（マグロ）のセリに続き市場内の各施設を見学。その後、一旦ホテルに帰り、再度午前10時から市場の運営等について説明を受けました。

1、高崎市総合地方卸売市場の概要

- 昭和54年（1979年）10月、第3セクター市場として高崎市が52.5%出資の「高崎市総合卸売市場株式会社」（授權資本金4億円）が開設し、青果、水産、花きの3部門の市場
- 流通圏は、群馬県西部流通圏（人口約60万人）及び、埼玉県北部。
- 入場業者は 卸売3社（青果、水産、花き各1社）、仲卸業者25社（青果7、水産18）、関連業者35社、買参人青果428、水産217、花き302 買出人947
- 役職員の体制は、代表取締役社長は高崎市長で非常勤。常勤は、①副社長（市場長）②専務取締役（副市場長）③事業部次長兼水産係長 ④事業部次長兼青果花き係長 ⑤総務部長兼総務係長 と嘱託職員(男子)1人、パート(女子)2人の8人で、3人の部長（部次長）兼係長の方は、開設以来部署を異動しながら仕事をしているベテランの方々でした。

2、高崎市総合地方卸売市場における取り扱い状況は、

- 平成20年度実績は 卸3社193億円（青果106億円、水産64億円、花き23億円）、青果仲卸39億円 水産仲卸30億円 関連19億円の、合計281億円
- 昭和55年開設以来、ピーク時は 青果部で平成18年の112億円、水産物部は平成4年の131億円、平成7年の30億円。
青果部はピーク時の94%、水産物部は49%、花き部は77%となっている。

3、「第3セクター市場」としての定義と特性について

- 平成14年に、20年間の第3セクター市場運営を総括し、定義と特性、開設者の責務を整理して市場業務規定に次のことを明記した。
《第3セクター市場の定義》 ①地方公共団体が主たる出資者となる商法法人が開設する地方卸売市場 ②商法法人の意思決定と企業会計に基づく財務の独立性を市場運営の基礎とする ③市場の公共性を確保するとともに、流通環

境の変化に対応した効率的で創造的な市場運営を行う

- 《開設者の責務と役割》 ①第3セクター市場の特徴を生かし、公正かつ効率的な運営を行う ②市場の運営が出荷者の利益確保と市場関係事業者の発展並びに市民生活の安定に資するよう努める ③市場用地の有効利用と施設の整備改良、市場関係者の業務支援と指導、市場の振興のための諸施策の策定と実施等に努め、市場の健全な発展と流通の改善に寄与しなければならない
- 開設者事業は、卸売市場をマネジメントすること、と規定し、「開設者が新しい市場づくりの参謀機能をもつこと」や、「開設者自身が新たな事業創造を行っていくこと」などを掲げている。

4、高崎総合市場の取り組みにおけるいくつか特徴について

- ニコニコ感謝デー 市場を市民への開放する事業で、平成15年4月から毎月2回（第2、4土曜日）に開催し、7年目となっている。当初は1,000名の来場を目標にしていたが、現在は3,000～3,500名の来場となり、年間来場者は平成15年の3万3千人から、平成20年には6万3千人と倍増している。

この事業を通じて、①場内業者の直接的な売り上げ効果、②市場の知名度向上による信用力 ③市場関係者の意思疎通の深まり ④半端な在庫の一掃 ⑤店づくりへの好影響 ⑥団体事業の場としての活用などがあげられている。

- 特許・商標登録3件～知的財産の運用事業 「売れっ子」「うれっ娘」「うれっ娘ミニ」を、トマトのブランド名として商標登録し使用権を生産者に貸与していました。また、大物低温卸売場の「まぐろ置き台」（御影石製）を発明特許として特許権を取得し、「ニコニコ感謝デー」も商標登録をしています。

- 太陽光発電 平成17年（第1期）、20年（第2期）に各100kw（合計200kw）の太陽光発電装置を卸売市場屋根に設置し、使用電力の6%を賄っているとのことです。

事業費は、第1期が5407万5千円（NEDOが50%負担、自己負担50%）、第2期は5247万91千円（NEDOが55%、高崎市補助20%、自己負担25%）

導入効果としては、ピークカットと購入電力量の減少による経費節減効果とともに、市場のイメージアップ、高崎市のイメージアップにつながったほか、市場開設者の新しい収益事業分野として実証できた。市場が太陽光発電に適した施設であることが認識できたとのことです。

- 発泡スチロールのリサイクル事業 場内から出る発泡スチロールのリサイクル施設を市場内に設置。有限会社を設立して運営。仲卸協同組合に一部事業委託を行い組合活動の活性化、リサイクル事業の円滑化を結合させた。

処理方法は加熱圧縮する方式で、製品は販売しているとのこと。

●**冷蔵庫会社の事業改善** 平成元年に独立した冷蔵庫会社は、その後も、卸会社の自社冷蔵庫のように使われ、経費は卸会社の事実上の持ち出しとなっていたが、平成 20 年から、完全独立会社としての運営を目指し改革を始めた。内容は、①1 回の入出庫ごとに、手数料を徴収する制度にする（200 円から 1000 円のチケット） ②卸売会社以外の利用客を開拓した。「肉、野菜も」の看板を掲げ、食肉 30 トン受け入れるなど、現在約 3 割が場外の利用者による収益となっている ③冬場の冷蔵庫の稼働率の調整（稼働率を下げる）ことで低温管理を行いつつ、無駄な稼働をやめて電力を節約するシステムを導入し、実際に電気料を一室 40 数万円から 20 数万円に削減された、とのことです。

●**青果卸売業者の事業統合** 平成 18 年 4 月に、群馬青果と群馬大同青果（前橋市場に入場、東京築地の青果卸売会社の子会社だった）の卸売業者 2 社が事業統合し、ぐんま県央青果（株）が発足。それまで、平成 3 年の約 108 億円から取り扱いが減少し続け、平成 17 年には約 69 億円となっていたが、平成 18 年には 112 億円と前年比 163%となりました。この統合は「卸売市場機能高度化事業の統合モデルとして評価された」とのことです。

●**移動販売業者支援センター** 大型スーパーやコンビニが増える半面、郡部や山間部などでは逆に小売り店舗がない集落や、都市部でも、高齢者、ひとり暮らし、体の不自由な家族を介護する世帯など買い物に出られない消費者を対象とした、移動販売業者は食生活を支える貴重な存在となっていました。

高崎市場では、ショーケースや冷凍機を積載した行商用トラックを利用して移動販売を行っている小売業者の方たちの営業を支援する施設として移動販売業者支援センターを設置して支援している。1 区画 35 m²の 8 区画の保管所、屋根をつけた荷捌き施設移設で、小売業支援施設として利用料は 1 か月 3,000 円と非常に安価に設定されていました。

●**開設会社の財務状況について** 昭和 54 年に開設し、開場後 3 年目から単年度黒字を計上し、12 年目に当初の累積赤字を解消している。対営業費用人件費比率は平均 15~13%（平成 20 年度は 12.5%）、平成 20 年度の総収益に占める市費の繰り入率は 2・9%となっていました。

高崎市総合地方卸売市場が第 3 セクター市場として業務規定に謳った「開設者の責務と役割」に基づいて事業が展開されていることは大いに参考になりました。