

地方卸売市場移転スケジュール（想定）

\* 予定計画であり、実際に事業を行うにあたっては様々な調整期間が生じるため、その都度見直す必要がある。

年度 項目	平成29年度	平成30年度	平成31年度	平成32年度	平成33年度	平成34年度	平成35年度
地方卸売市場	①庄内工業団地グラウンド ②健康の森公園 ③鯉田工業団地第1区画 ⑥庄内工業団地四つ角付近八木山バイパス沿い	3月議会（予算）  市場移転先決定	地歴調査・土壌調査 実施測量設計（土木） 基本設計（建築） ⑥用地買収 市場移転先の都市施設都市計画決定	3月議会（予算）  移転先造成工事 実施設計（建築）	3月議会（予算）  12月議会（市場条例改正） H33.3移転 移転先建築工事 市場既存施設の廃止都市計画決定	H33.4開設 現卸売市場解体	
	④庄内体育館&野球場	3月議会（予算）  市場移転先決定	地歴調査・土壌調査 実施測量設計（土木） 基本設計（建築） 市場移転先の都市施設都市計画決定	3月議会（予算）  現体育館解体 実施設計（建築）	3月議会（予算）  移転先造成工事 移転先建築工事	12月議会（市場条例改正） H34.3移転 市場既存施設の廃止都市計画決定 H34.4開設 現卸売市場解体	
	⑤鶴三緒八木山バイパス沿い	3月議会（予算）  市場移転先決定	地歴調査・土壌調査 実施測量設計（土木） 基本設計（建築） 地元調整・用地買収 市場移転先の都市施設都市計画決定	3月議会（予算）  移転先造成工事	3月議会（予算）  実施設計（建築）	3月議会（予算）  移転先建築工事	12月議会（市場条例改正） H35.3移転 市場既存施設の廃止都市計画決定 H35.4開設 現卸売市場解体

※⑤⑥の民有地については市場移転先決定までに地権者の合意が必要

卸売市場資料3

飯塚市地方卸売市場移転検討地 概算経費比較表

(千円)

		①庄内工業団地 グラウンド	②健康の森公園	③鯉田工業団地 第1区画	④庄内体育館及び 野球場	⑤鶴三緒八木山 バイパス沿い	⑥庄内工業団地 四つ角付近 八木山バイパス沿い	
想定敷地面積 (㎡)		28,835	34,500	29,720	34,500	34,500	34,500	
整備費	土地	取得費	0	175,410	0	0	400,890	158,355
		測量・設計費	43,963	48,081	44,754	48,081	48,081	48,081
		造成費	ii) 321,385	ii) 384,525	ii) 331,258	iii) 495,636	i) 704,578	ii) 384,525
		計	365,348	608,016	376,012	543,717	1,153,549	590,961
	建物	現施設解体費	0	0	0	102,903	0	0
		役務費(手数料等)	3,057	3,057	3,057	3,057	3,057	3,057
		委託費(設計費等)	106,896	106,896	106,896	106,896	106,896	106,896
		工事費	2,778,729	2,778,729	2,778,729	2,778,729	2,778,729	2,778,729
		計	2,888,682	2,888,682	2,888,682	2,991,585	2,888,682	2,888,682
		合計【A】	3,254,030	3,496,698	3,264,694	3,535,302	4,042,231	3,479,643
交付金【B】		370,525	370,525	370,525	370,525	370,525	370,525	
起債元金(A-Bの10万円未満切捨)【C】		2,883,500	3,126,100	2,894,100	3,164,700	3,671,700	3,109,100	
起債利息(20年)【D】		305,135	330,807	306,256	334,891	388,543	329,008	
交付金除く経費(A-B+D)		3,188,640	3,456,979	3,200,425	3,499,668	4,060,249	3,438,126	
後年度の単年度負担		159,432	172,845	160,018	174,980	203,012	171,905	

参考：現卸売市場敷地売却見込 北側28,902㎡×23,700円/㎡+南側35,329㎡×21,900円/㎡≒1,458,682千円

【備考】

- 注1) 整備費は、現在想定できる主要経費を計上しており、今後必要となる備品購入費や移転に係る経費、地盤改良費、その他場所等により必要となる所要経費等は考慮していない。
- 注2) 健康の森公園の土地取得費は、土地開発公社からの購入【56,583㎡・287,687千円を必要面積(34,500㎡)で按分】
- 注3) 土地取得費及び敷地売却益の単価は「全国地価マップ固定資産税路線価(平成28年度)」より  
⑤鶴三緒バイパス沿い…16,600円/㎡×70%(宅地評価のため現況農地を考慮) ⑥庄内工業団地四つ角バイパス沿い…4,590円/㎡  
卸売市場北側…23,700円/㎡ 卸売市場南側…21,900円/㎡
- 注4) 造成費単価：i) …外周に擁壁を設置し、盛土を要する場合 約20,423円/㎡ ii) …比較的平坦な箇所を造成する場合 約11,146円/㎡  
iii) …切土、盛土を要し一部擁壁がある場合 約14,366円/㎡
- 注5) 交付金は強い農業づくり交付金を予定  
概要 地域拠点市場(取扱量により福岡県卸売市場整備計画で位置づけ)対象。飯塚市は青果部のみ該当。  
交付率は対象施設の1/3以内。ただし、建築単価上限あり。今回は青果部の25%を概算。
- 注6) 起債は償還期間20年、年2回払、年利1%で試算(据置期間なし)

本資料は、想定地を比較検討するための概算による積算数値です。実際の事業費とは異なります。

**飯塚市地方卸売市場等施設整備  
基本構想答申書  
(H29.7.31 現在関係者協議案)**

2017年 月

飯塚市地方卸売市場等施設整備検討委員会



## 目次

はじめに .....	1
第1章 基本構想答申にあたって .....	2
1. 施設整備基本構想答申の趣旨 .....	2
2. 飯塚市卸売市場を取り巻く環境と課題 .....	3
(1) 青果部の状況 .....	3
(2) 水産物部の状況 .....	12
(3) 花き部の状況 .....	22
(4) 本市卸売市場の共通課題 .....	30
第2章 本市卸売市場経営戦略 .....	31
1. 第10次卸売市場整備基本方針 .....	31
2. 本市卸売市場の今後の展望 .....	33
3. 本市卸売市場の今後の方向性 .....	34
(1) 地元需要の確保 .....	34
(2) 場外市場と連携した新たな需要の確保・創出 .....	35
(3) 他市場連携の取り組み .....	35
4. 本市卸売市場の取扱数量（金額）シミュレーション .....	36
第3章 新市場整備方針 .....	41
1. 施設の現状と課題と社会要請への対応 .....	41
2. 施設整備内容 .....	42
(1) 施設整備の機能 .....	42
(2) 施設整備の規模 .....	43
3. 施設整備パターン .....	45
4. 移転新設における移転候補地 .....	46
(1) 移転候補地選定の条件 .....	46
(2) 移転候補地に関する検討 .....	47
(3) 移転候補地に関する評価項目と評価結果 .....	49
5. 施設整備・運営手法 .....	52
(1) 施設整備・運営パターン .....	52
(2) 民間活力導入手法の検討 .....	54
(3) 概算事業費 .....	55
(4) 事業実施手法の検討 .....	57
6. 新施設における使用料の算定方法 .....	58

第4章 場外市場の整備.....	59
1. 場外市場機能の意義.....	59
2. 場外市場の市場性.....	61
3. 場外市場の競合店舗.....	63
4. 場外市場の運営組織の検討.....	66
5. 事例から見る場外市場運営.....	70
(1) 場外市場の売上分析.....	70
(2) 場外市場の取り組み例分析.....	71
6. 場外市場のコンセプト.....	72
7. 場外市場の必要施設.....	74
 第5章 次年度以降のロードマップ.....	 75
 【巻末資料】.....	 77
1. 検討の経緯.....	77
2. 飯塚市地方卸売市場等施設整備検討委員会規則.....	78
3. 検討委員会委員（答申時）.....	79

## はじめに

---

飯塚市地方卸売市場（以下「本市卸売市場」という）は、主に筑豊地域の生鮮食料品や花き等の効率的かつ安定的な供給と適正な価格形成を確保する上で、中心的役割を担ってきた。

しかし、近年、卸売市場を取り巻く環境の急激な変化による影響を受け、卸売市場経由率の低下及び取扱数量の減少傾向が続いており、それに伴い市場関係業者の経営悪化が進むなど、卸売市場をめぐる状況は一段と厳しさを増している。

今後、さらに厳しい環境を迎える中で、卸売市場は単なる流通拠点としての機能だけでなく、地域の食品関連産業や観光業などを中心とした経済活性化などの機能を付加することで、市のまちづくりに貢献すべき施設として、市場機能の向上が求められている。

そうした中、本市卸売市場は、建設から45年超を経過し、施設の更新・建替時期を迎えている。また農林水産省が示す安心・安全な生鮮品流通を目指すためには、コールドチェーンなどの整備が不可欠であり、施設の再整備が喫緊の課題となっている。

そのため、本市卸売市場を取り巻く現状と課題を把握・分析するとともに地域のニーズを抽出し、今後の市場運営に最適な施設や建設（事業）手法等を検討するものであるが、飯塚市だけでなく、筑豊地域の食料供給基地として、市場が地域住民の食を支える機能を維持するための対応策を導き出さなければならない。

## 第1章 基本構想答申にあたって

---

### 1. 施設整備基本構想答申の趣旨

- 本市場は建設から長時間が経過し、施設の老朽化やコールドチェーンの未整備が課題
- 筑豊地域の食料供給基地としての機能と設備を新たに整備する必要がある
- 地域活性化につながる市場機能の向上と民間活力導入も視野に入れる

「飯塚市地方卸売市場等施設整備基本構想答申」（以下「基本構想答申」という）は、建設から長期間が経過し、施設の老朽化や鮮度管理（コールドチェーン）の未整備等の課題を抱える本市卸売市場の現状に対して、移転を含めた再整備に向けて、コールドチェーンの整備など今後の市場に求められる機能を市場関係者や関係業者、有識者等で構成される検討委員会において協議した結果を飯塚市地方卸売市場等整備基本構想として答申する。

本市卸売市場は、飯塚市民だけでなく、筑豊地域の地域住民に欠かすことのできない生鮮食料品及び花き流通の基幹システムとして大きな役割を担っており、様々な環境変化に対応しながら、今後も流通の基幹としての機能を発揮することが求められる。

基本構想答申の策定に当たり、農林水産省が示す「第10次卸売市場整備基本方針」（平成28年1月公表）に基づき、卸売市場に必要とされる機能と設備等を考慮するとともに、本市の地域活性化及びまちづくりに寄与するような卸売市場機能の向上と取扱数量の確保を図るため、市民に開かれた市場として場外市場の整備等も含めて検討した。

さらに、本整備の効率性と効果を担保する手法として、民間企業の資金やノウハウを活用する事業手法についても整理した。



## 2. 飯塚市卸売市場を取り巻く環境と課題

### (1) 青果部の状況

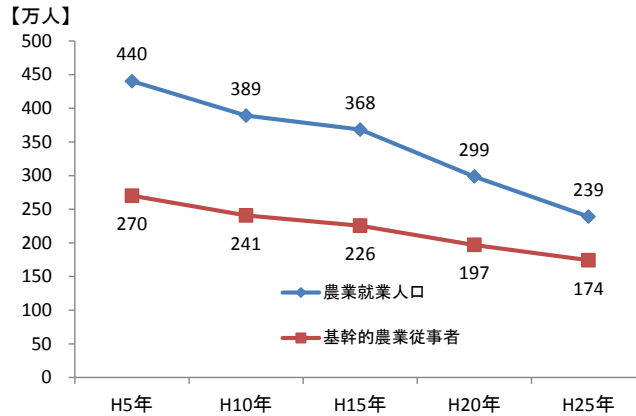
- 九州8県・山口県の農業就業人口及び基幹的農業従事者数ともに減少傾向
- 九州8県・山口県の青果物の農業算出額は微増、もしくは横ばいで推移している
- 本市卸売市場の関係事業者の中では買受人の減少が激しい
- 本市卸売市場の青果部の取扱数量は横ばい、取扱金額は微増で推移
- 全国的に一般小売店での青果物の購入が大幅に減少しているが、一人当たりの野菜消費量は微増で推移
- 飯塚市及び広域圏市町村の野菜消費量の将来推計は、人口減少に伴い、減少する見込み
- SWOT 分析の結果、市場設備や経営面に弱みを抱えるものの、立地や市場関係者の積極的な姿勢

#### ①生産の動向

全国的に農業就業人口・基幹的農業従事者数はともに減少の一途であり、農業就業人口は20年前の約半数、基幹的農業従事者数は約6割となっているが(図表1-1)、九州8県と山口県においても、農業就業人口と基幹的農業従事者数は減少傾向にあり、農業の担い手の減少は、全国と同様に、九州においても、深刻化している(図表1-2)。また、組織再編・大規模化に伴って、全国の農協(以降JA)数は減少傾向にある(図表1-3)。

野菜・果実の農業算出額は、全国的に増加傾向にあり、九州8県と山口県でも、増加、もしくは横ばいで推移しており(図表1-4)、また青果物の輸入額は、全国的に年々増加している(図表1-5)。青果物の国内生産量・輸入量の合計量と割合の推移をみると、青果物の国内生産量と輸入量の合計量は果実がやや減少基調にあり、割合はほぼ横ばいで推移している(図表1-6)。

図表 1-1 農業就業人口・基幹的農業従事者数の推移（全国）

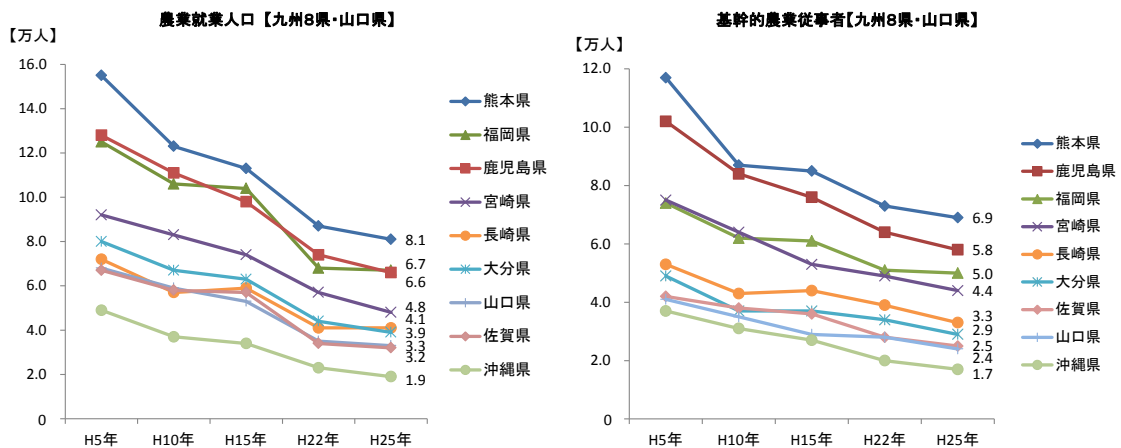


注1) 「農業就業人口」とは、16歳以上の世帯員（平成7年以降は15歳以上）のうち、農事のみに従事した者又は農業と兼業の双方に従事したが、農業の従事日数の方が多い者をいう。

注2) 「基幹的農業従事者」とは、農業就業人口のうち、普段の主な状態が「仕事为主」の者をいう。

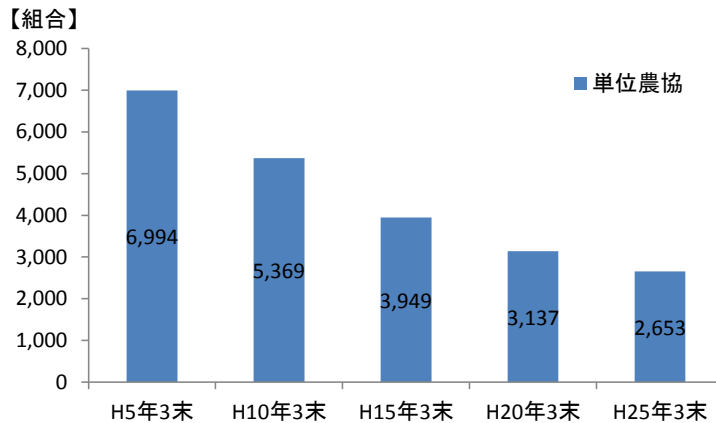
資料) 農林水産省「農業構造動態調査」、「農業センサス」

図表 1-2 農業就業人口・基幹的農業従事者数の推移



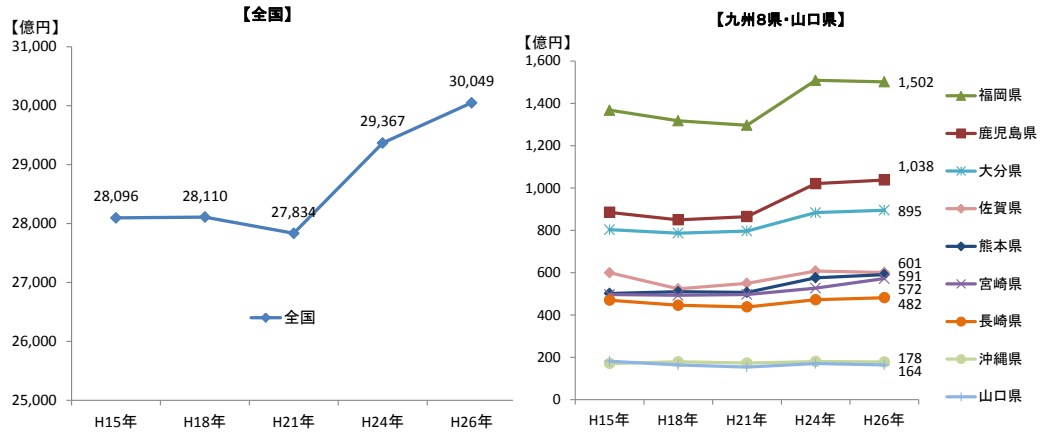
資料) 農林水産省「農業構造動態調査」、「農業センサス」

図表 1-3 JA 数の推移（全国）



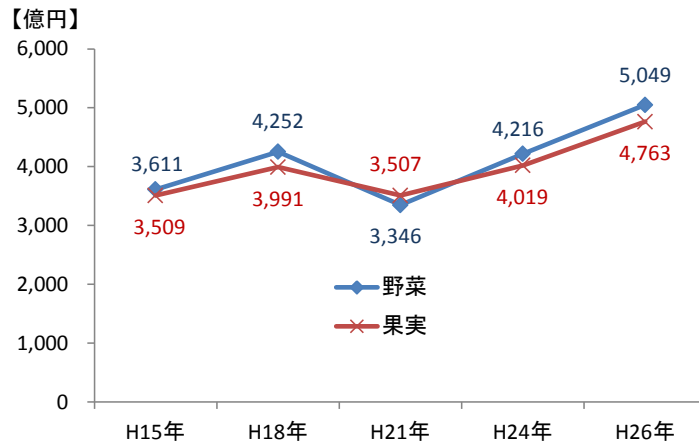
資料) 農林水産省「農業協同組合等現在数統計」

図表 1-4 野菜・果実の農業算出額の推移



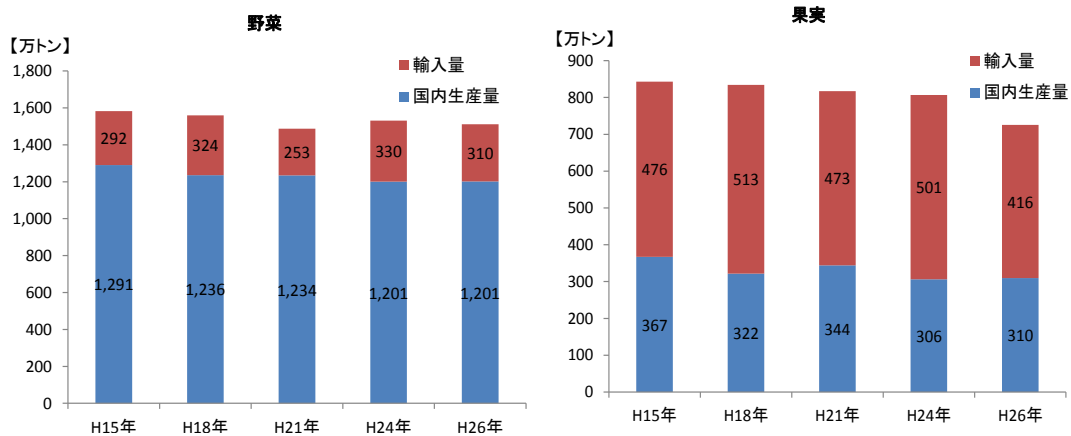
資料) 農林水産省「生産農業所得統計」

図表 1-5 青果物の輸入額の推移 (全国)



資料) 財務省「貿易統計」

図表 1-6 青果物の国内生産量・輸入量の合計量と割合の推移 (全国)



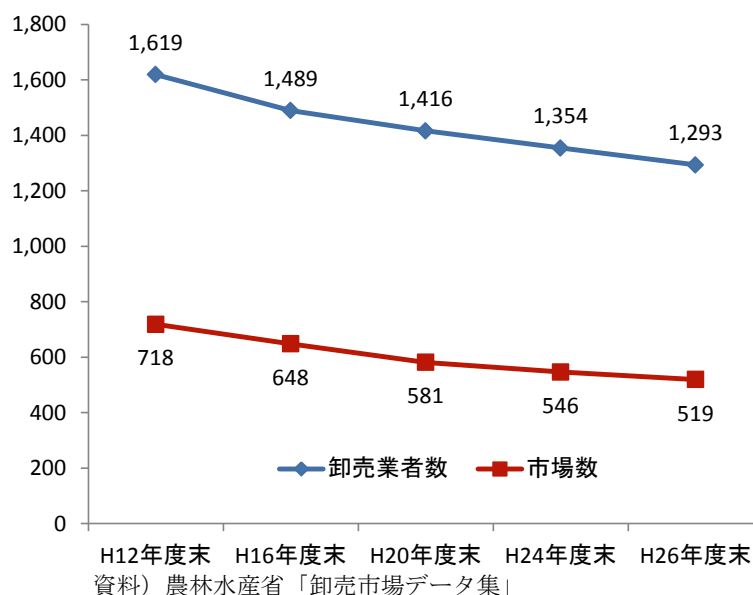
資料) 農林水産省「食料需給表」

## ②市場の動向

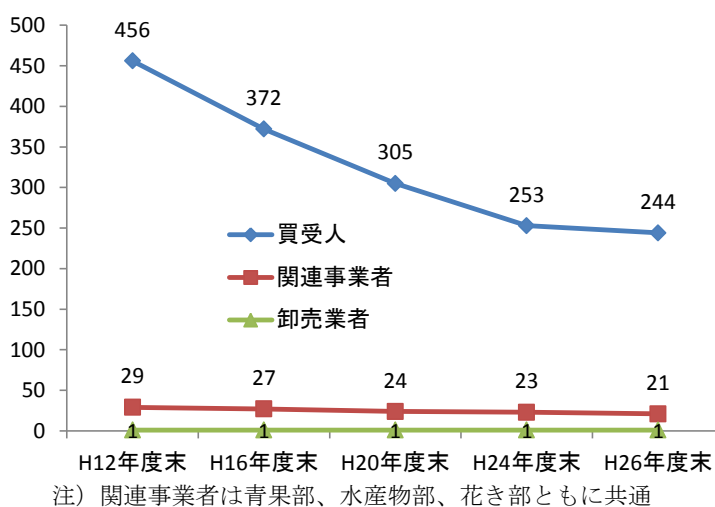
全国的に地方卸売市場（青果物）の関係事業者数は、市場数、卸売業者数ともに減少しており（図表1-7）、全国と同様に、飯塚市の市場関係事業者数（青果部）も、買受人・関連事業者数ともに年々減少していて、卸売業者は1社体制が続いている（図表1-8）。

全国の地方卸売市場（青果物）の取扱数量と金額をみると、取扱数量・金額ともに減少しており（図表1-9）、飯塚市の取扱数量と金額（青果部）は、一時増加し、その後減少傾向にあったが、直近では取扱数量は下げ止まり、取扱金額については改善が見られる（図表1-10）。また、卸売市場経由率（青果物）は、全国的に野菜、果実ともに減少傾向にあったが、ここ数年は横ばいで推移している（図表1-11）。

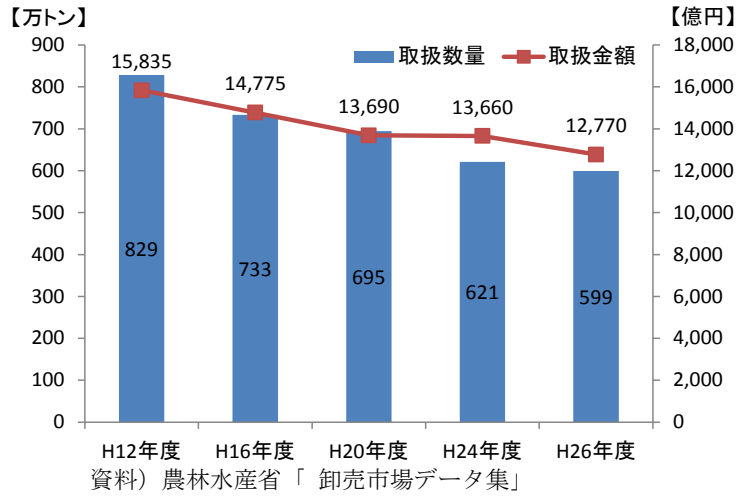
図表1-7 地方卸売市場青果物の関係事業者数の推移（全国）



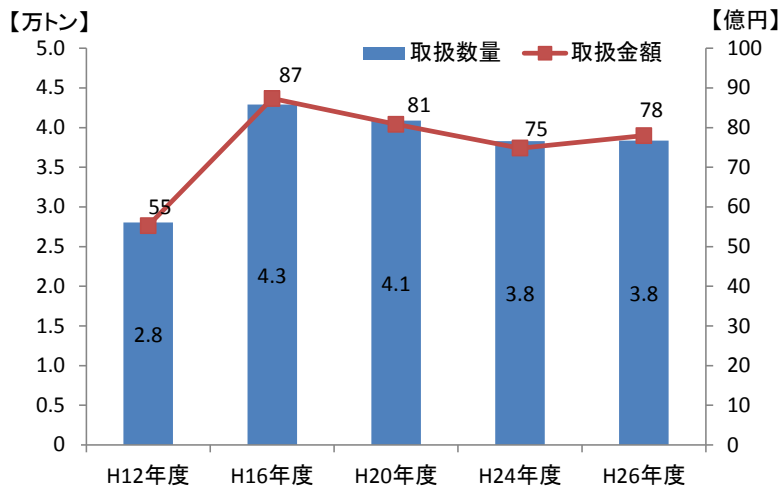
図表1-8 青果部の市場関係事業者数の推移（飯塚市）



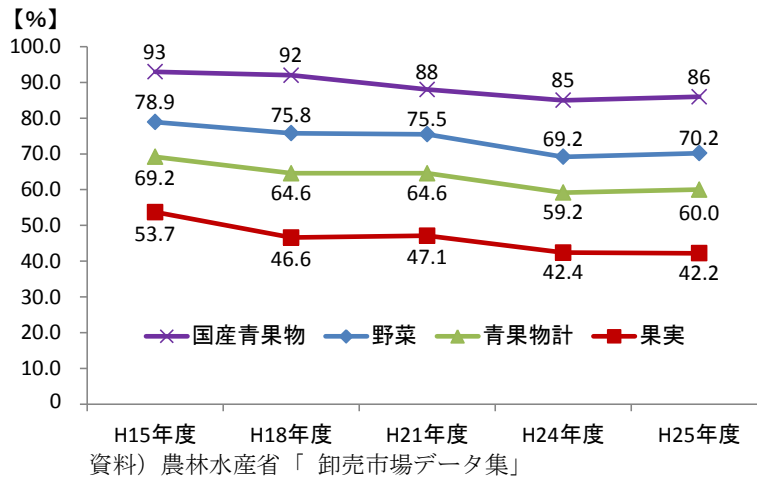
図表 1-9 地方卸売市場青果物の取扱数量と金額の推移（全国）



図表 1-10 青果部取扱数量と金額の推移（飯塚市）



図表 1-11 青果物の卸売市場経由率の推移（全国）

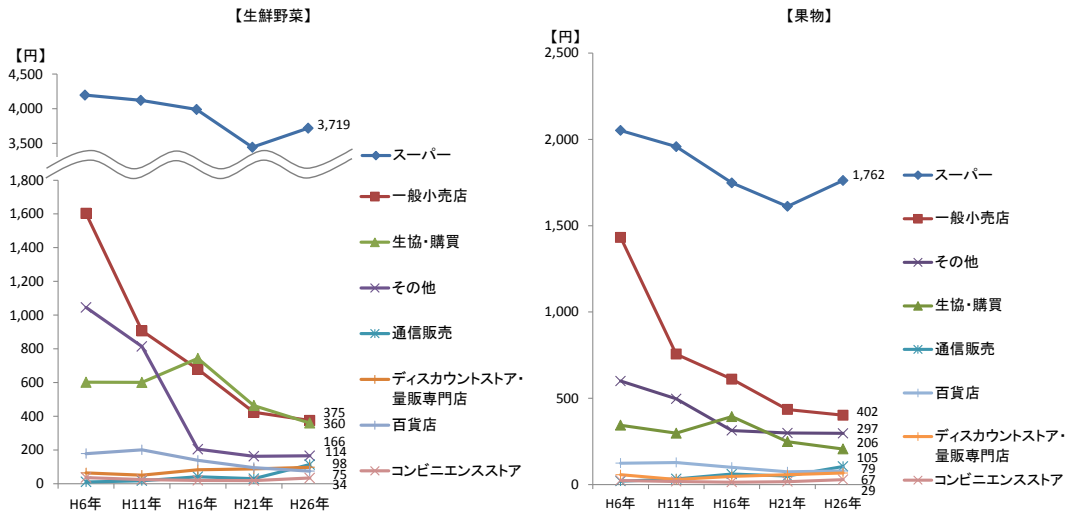


### ③消費の動向

現在、青果物の購入先で最も多いのはスーパーであり、一般小売店での購入の減少が特に大きい状況にある（図表1-12）。また、消費者が野菜・果物を購入する時の判断基準として、野菜は「鮮度」が最も重視されており、果物は他の品目に比べ「味」が重視されている（図表1-13）。さらに、1人当たり野菜消費量をみると、平成21年までは減少傾向にあったが、平成26年の直近データでは増加に転じている（図表1-14）。

今後、飯塚市及び広域圏市町村の将来推計人口は減少することが見込まれており（図表1-15）、飯塚市及び広域圏市町村の野菜消費量を今後20年間で推計すると、人口の減少に伴い、減少していく見込みである（図表1-16）。

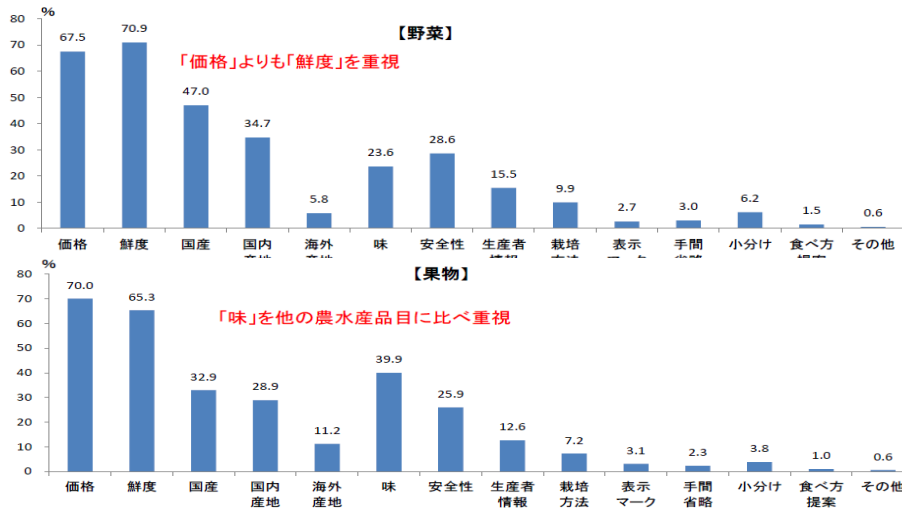
図表1-12 青果物の一世帯当たり購入先支出割合の推移（全国）



注) 数値は「二人以上の世帯」の1ヶ月間の一世帯当たり支出

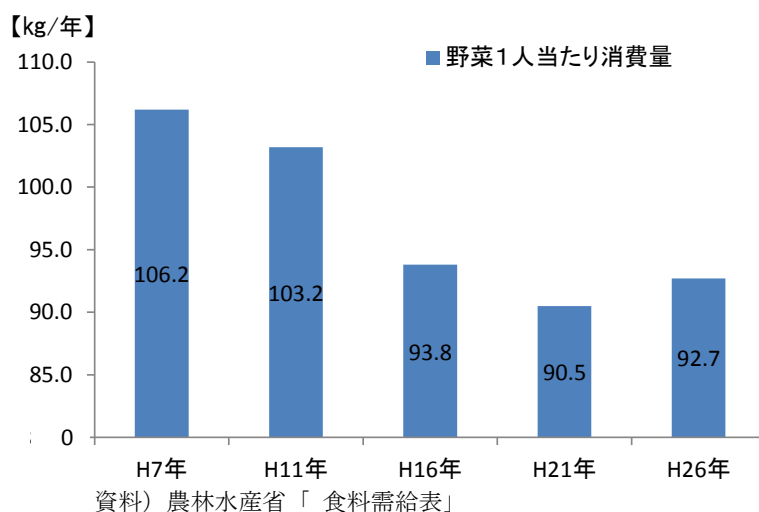
資料) 総務省統計局「全国消費実態調査」

図表1-13 野菜・果物の購入時の判断基準

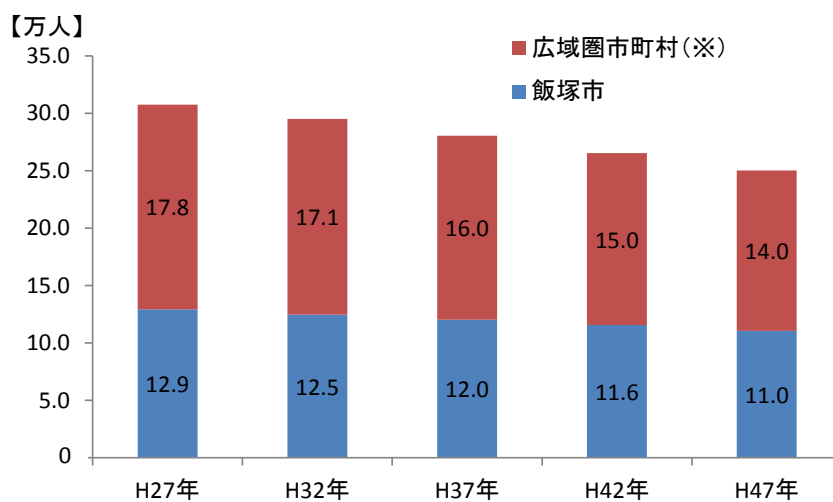


資料) 「食品購入時の判断基準に関する消費者動向調査（平成27年1月調査）」、株式会社日本政策金融公庫、平成27年3月9日公表

図表 1-14 野菜の1人当たり消費量の推移（全国）



図表 1-15 将来推計人口（飯塚市及び広域圏市町村）

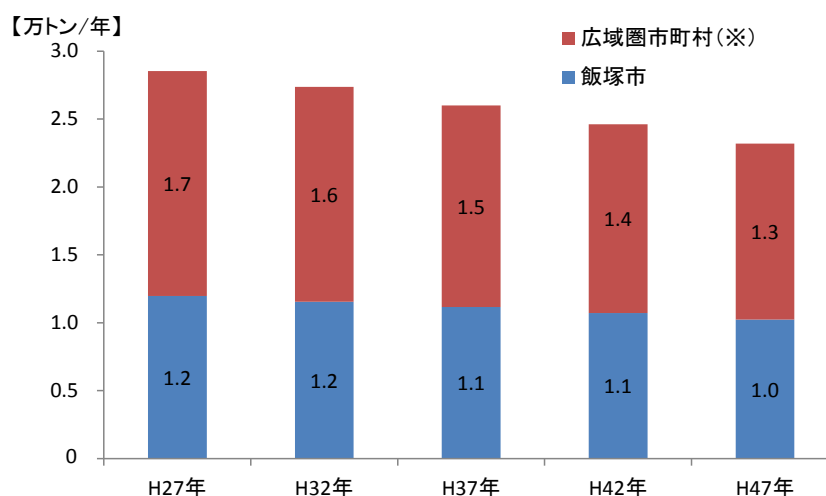


※嘉麻市、田川市、桂川町、香春町、添田町、糸田町、川崎町、大任町、赤村、福智町の2市8町村。

注) H27年は実績、H32年以降は推計。

資料) 総務省「国勢調査報告（平成27年実績）」、国立社会保障・人口問題研究所「将来推計人口（平成25年3月推計）」

図表 1-16 野菜消費量の推計（飯塚市及び広域圏市町村）



※嘉麻市、田川市、桂川町、香春町、添田町、糸田町、川崎町、大任町、赤村、福智町の2市8町村。

注) 数値は、飯塚市及び広域圏市町村の人口推計（H27年は実績）に、H26年の野菜1人当たり消費量（92.7kg）を乗じて算出。

資料) 総務省「国勢調査報告（平成27年実績）」、国立社会保障・人口問題研究所「将来推計人口（平成25年3月推計）」

#### ④SWOT分析

青果市場の商圏について、調達面は、筑豊地域が約40～50%、福岡・北九州地域が約40～50%である。販売面は、飯塚市を中心に嘉麻市や田川市、直方市等を含んでいる（図表1-17）。

SWOT分析を行った結果、強みについては、福岡県の中央に位置する立地や新しいことに取り組もうとする市場関係者の姿勢（イベント開催等）、卸売業者の努力による品揃え・数量確保、筑豊地域人口40万人強の市場性等が挙げられる。

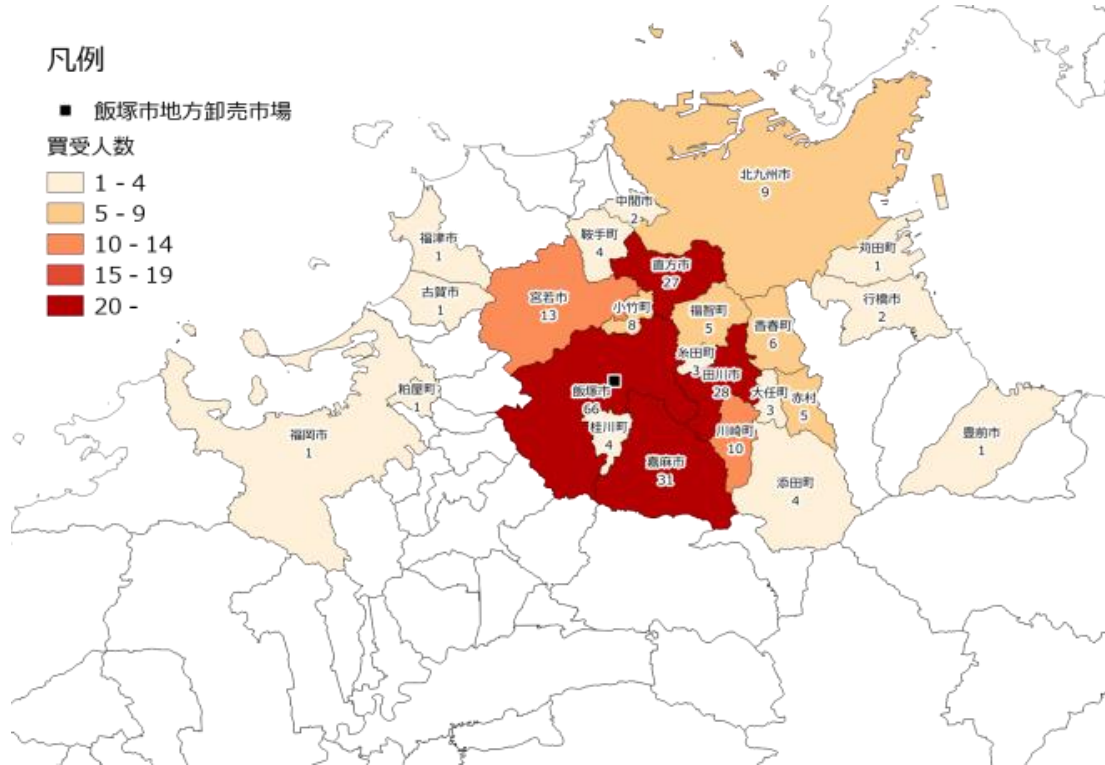
弱みについては、施設の老朽化や温度管理・コールドチェーンの不足、施設の清潔さ、他市場からの調達増加等が挙げられる。

機会については、八木山バイパスの無料開放と烏尾トンネル4車線化による商圏拡大や、1人当たりの年間野菜消費量の増加、伝統的な食文化（ミカンのサイズなど）、経営統合による経営強化、近隣地域内での調達・出荷先としての優位性等が挙げられる。

脅威については、福岡市場・北九州市場の存在や買受人（個店）の減少、大手スーパー進出による流通の変化、道の駅や直売所の増加、農協共選の低下、生産者の減少、市の財政縮小、人口減少による商圏人口の減少等が挙げられる（図表1-18）。



図表 1-17 青果市場の商圈（販売）



図表 1-18 SWOT 分析（青果）

強み (S)	機会 (O)
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 好立地（福岡県の中央に位置）</li> <li>・ イベント開催等、新しいことに取り組もうとする市場関係者の姿勢</li> <li>・ 卸売業者の努力による品揃え、数量確保</li> <li>・ 筑豊地域人口40万人強の市場性</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 八木山バイパス無料開放と烏尾トンネル4車線化による商圈拡大</li> <li>・ 野菜1人あたり年間消費量の増加</li> <li>・ 伝統的な食文化（ミカンのサイズなど）</li> <li>・ 経営統合による経営強化</li> <li>・ 近隣で調達・出荷できる場所は、飯塚のみ</li> </ul>
弱み (W)	脅威 (T)
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 施設の老朽化</li> <li>・ 温度管理、コールドチェーン</li> <li>・ 施設の清潔さ</li> <li>・ 他市場からの調達増加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 福岡市場・北九州市場の存在</li> <li>・ 買受人（個店）の減少</li> <li>・ 大手スーパー進出による流通の変化</li> <li>・ 道の駅、直売所の増加</li> <li>・ 農協共選の低下</li> <li>・ 生産者の減少</li> <li>・ 市の財政縮小</li> <li>・ 人口減少による商圈人口の減少</li> </ul>

資料) 九経調作成

## (2) 水産物部の状況

- 九州8県・山口県の漁業従事者は減少傾向
- 全国の漁業漁獲量と養殖生産量は、ともに減少傾向にあるが、養殖生産額は増加しており、輸入額も増加傾向
- 本市卸売市場の関係事業者の中で買受人の減少が激しい
- 本市卸売市場の水産物部の取扱数量は減少傾向、取扱金額は微増
- 全国的に一般小売店での魚介類の購入が大幅に減少、一人当たりの魚介類消費量も年々減少
- 飯塚市及び広域圏市町村の魚介類消費量の将来推計は、人口減少に伴い、減少する見込み
- SWOT 分析の結果、市場設備や経営面に弱みを抱えるものの、立地や魚種の豊富さ、筑豊地域での調達・出荷先としての優位性等の強みを持つ

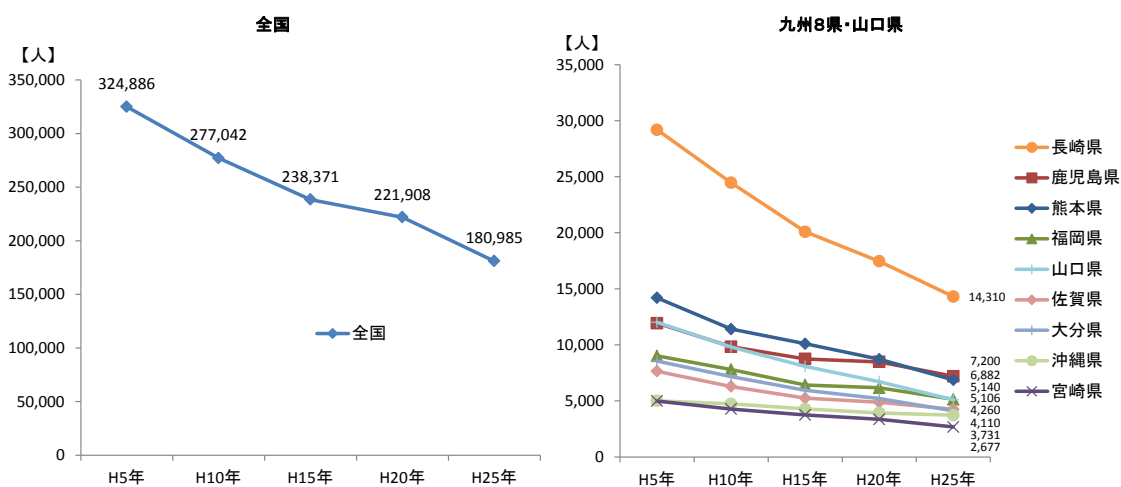
### ①生産の動向

全国的に漁業就業者数は年々減少しており、九州8県と山口県も同様の傾向が見られる。(図表1-19) また漁業協同組合数についても、減少が続いている(図表1-20)。

海面漁業漁獲量をみると、全国では減少しているが、九州8県と山口県の中には、増加に転じている県もある(図表1-21)。また、全国の海面養殖生産量は減少しているものの、生産額は持ち直しており(図表1-22)、九州8県と山口県においても全国と同様の傾向にあり、海面養殖生産量は減少傾向にあるが、生産額は持ち直している県もある(図表1-23)。

全国的に魚介類の輸入額は下げ止まって、近年は増加しており(図表1-24)、魚介類の国内生産量と輸入量の合計量は減少傾向にあつて、割合は横ばいで推移している(図表1-25)。

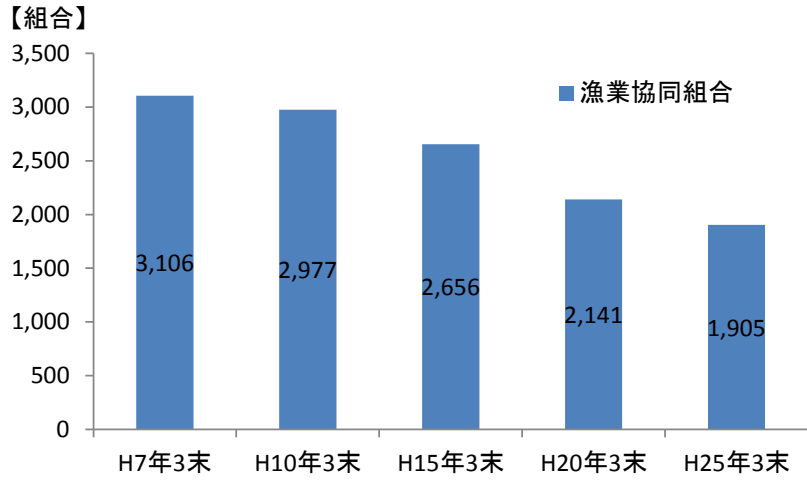
図表1-19 漁業就業者数の推移



資料) 農林水産省「漁業センサス」

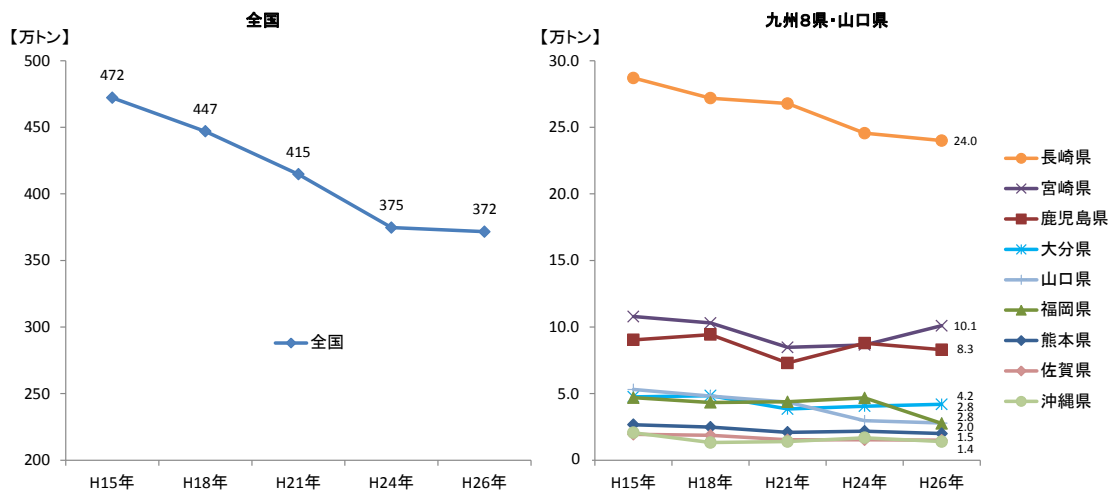
資料) 農林水産省「漁業センサス」

図表 1-20 漁業協同組合数の推移（全国）



資料) 農林水産省「水産業協同組合年次報告」

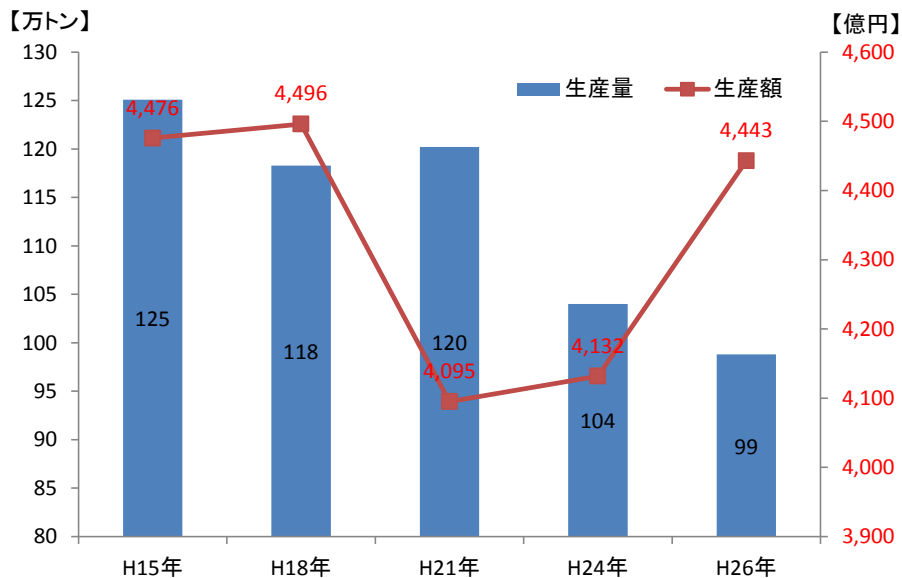
図表 1-21 海面漁業漁獲量の推移



資料) 農林水産省「漁業・養殖業生産統計」

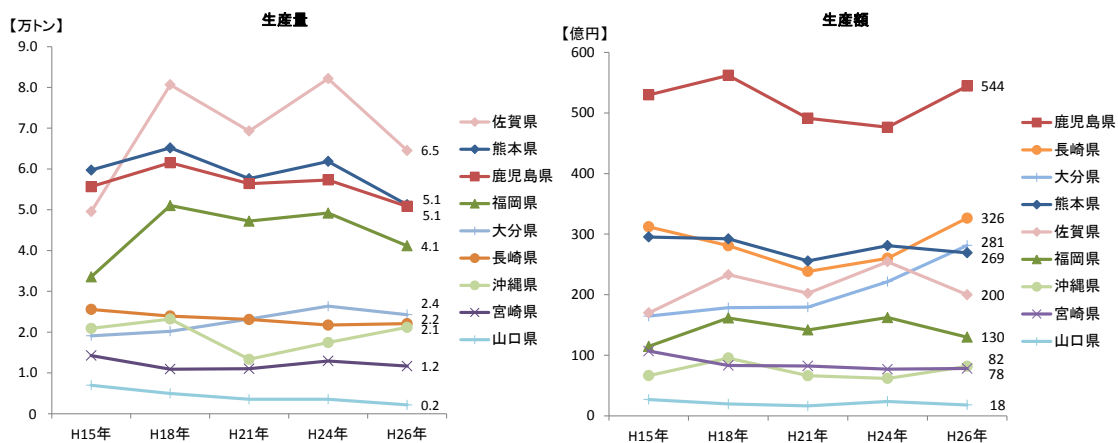
資料) 農林水産省「漁業・養殖業生産統計」

図表 1-22 海面養殖魚生産量・生産額の推移（全国）



資料) 農林水産省「漁業・養殖業生産統計」

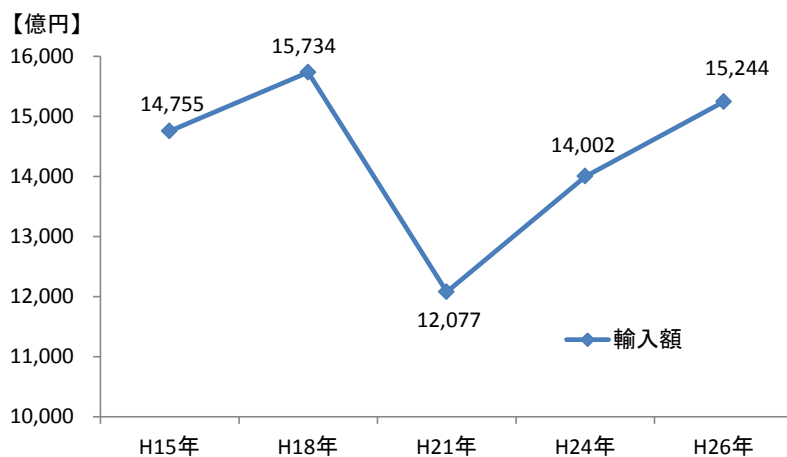
図表 1-23 海面養殖魚生産量・生産額の推移



資料) 農林水産省「漁業・養殖業生産統計」

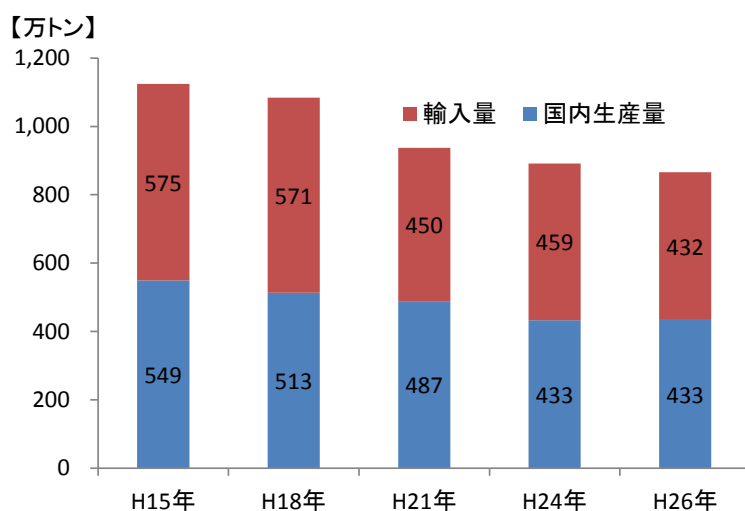
資料) 農林水産省「漁業・養殖業生産統計」

図表 1-24 魚介類の輸入額の推移（全国）



資料) 農林水産省「食料需給表」

図表 1-25 魚介類の国内生産量・輸入量の合計量と割合の推移（全国）



資料) 農林水産省「食料需給表」

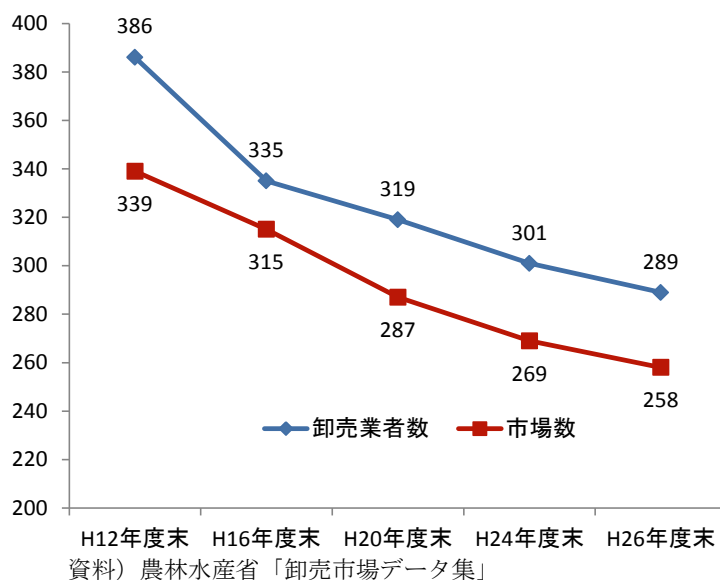
## ②市場の動向

全国の地方卸売市場（水産物部・消費地）の関係事業者数は、市場数、卸売事業者数ともに減少しており（図表1-26）、全国の傾向と同様に、飯塚市の市場関係事業者数（水産物部）も、買受人・関連事業者数ともに年々減少していて、卸売業者は1社体制が続いている（図表1-27）。

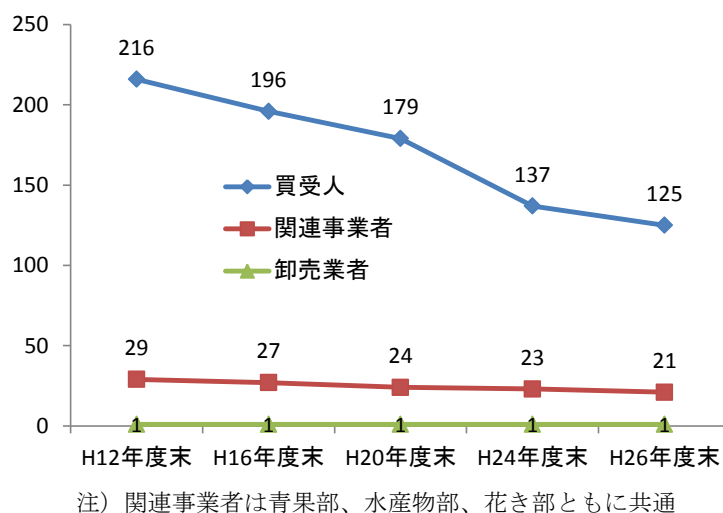
地方卸売市場の取扱数量と金額（水産物）は、全国的に取扱数量・金額ともに減少していたが、近年は持ち直しており（図表1-28）、飯塚市の取扱数量と金額（水産物部）も、近年は取扱数量に下げ止まりの兆しがみられ、取扱金額は持ち直している（図表1-29）。

全国の卸売市場経由率（水産物）をみると、直近の平成25年のデータでは持ち直している（図表1-30）。

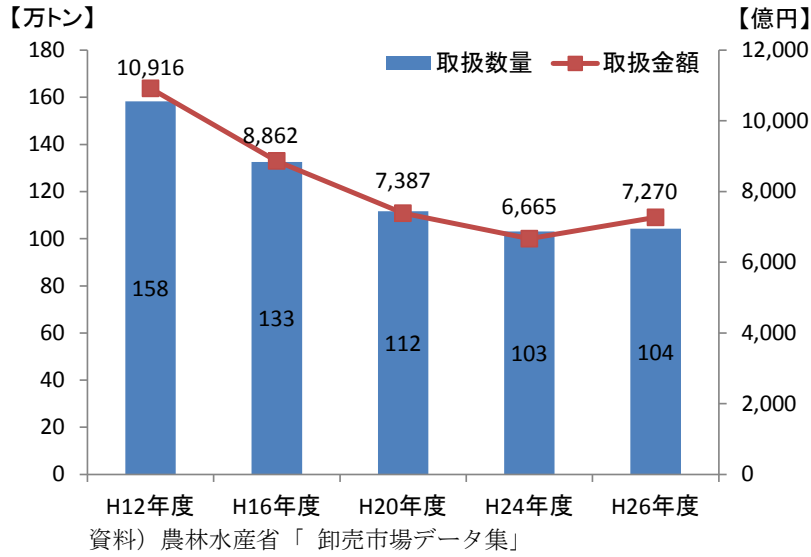
図表1-26 地方卸売市場水産物部（消費地）の関係事業者数の推移（全国）



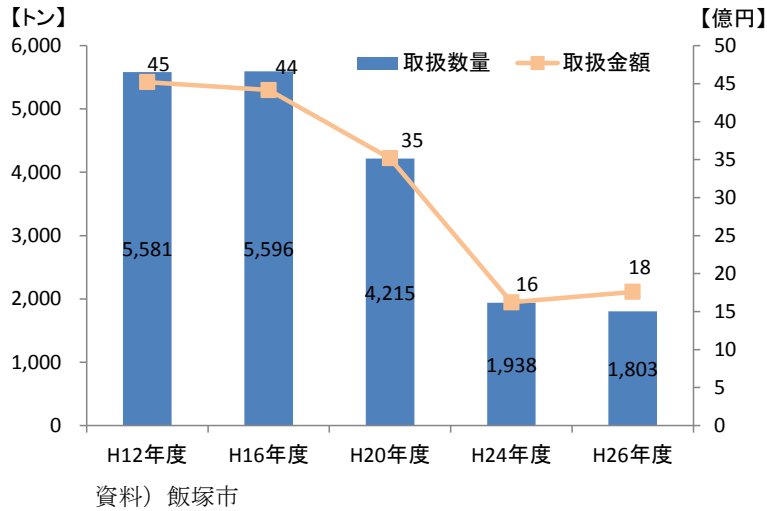
図表1-27 水産物部の市場関係事業者数の推移（飯塚市）



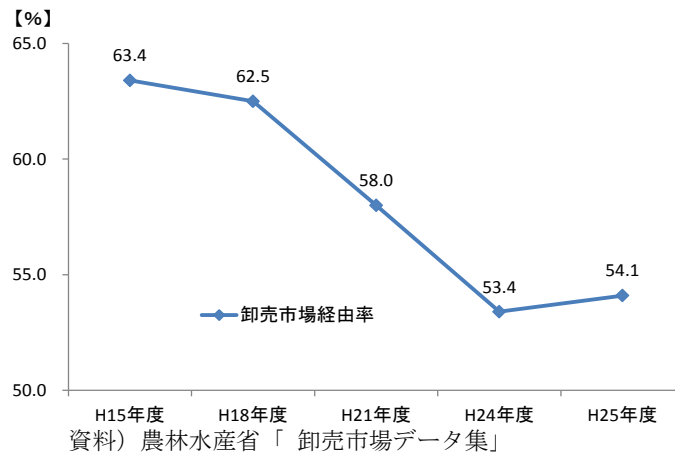
図表 1-28 地方卸売市場水産物の取扱数量と金額の推移（全国）



図表 1-29 水産物部取扱数量と金額の推移（飯塚市）



図表 1-30 水産物の卸売市場経由率の推移（全国）

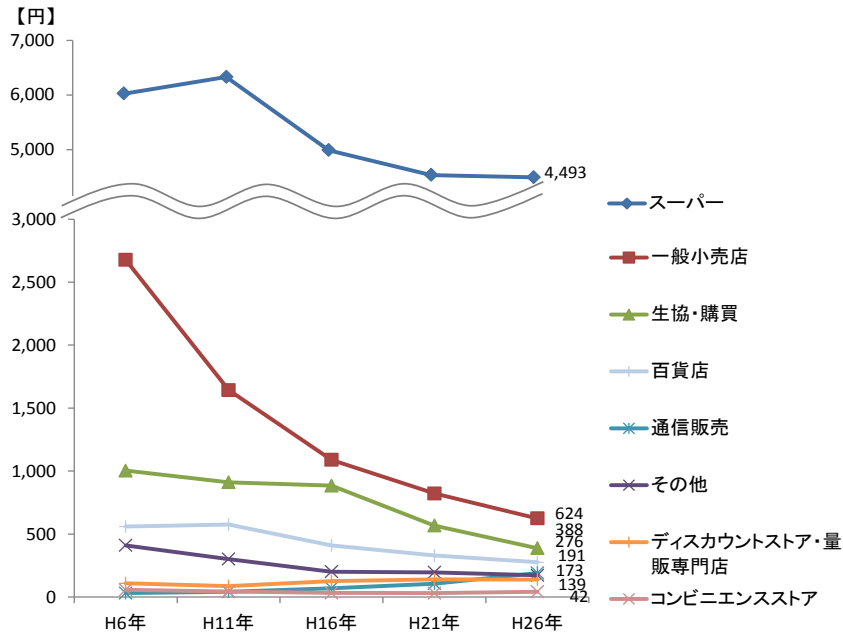


### ③消費の動向

現在、魚介類の購入先で最も多いのはスーパーであり、一般小売店での購入の減少が特に大きい（図表1-31）。また、魚介類の購入時には「鮮度」が最も重視されているほか、料理の「手間省略」も重視されている（図表1-32）。さらに、魚介類の1人当たりの消費量をみると、年々減少している（図表1-33）。

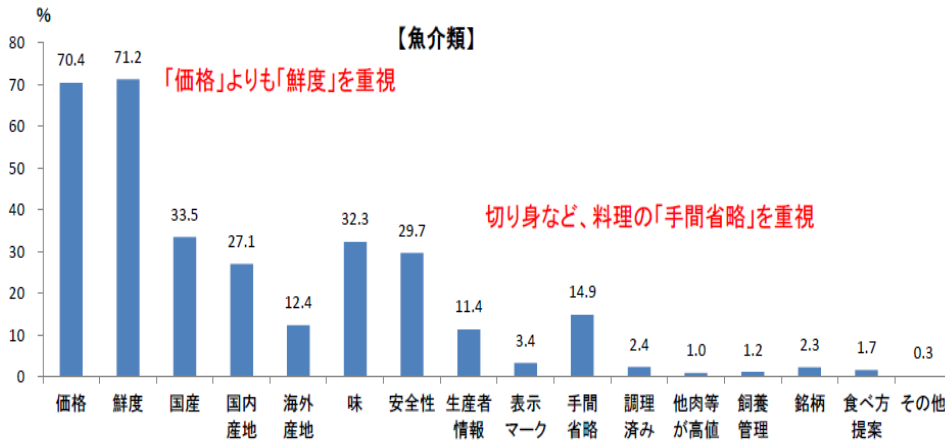
将来推計人口を基に、飯塚市及び広域圏市町村の魚介類消費量を今後20年間で推計すると、人口の減少に伴い、魚介類消費量も減少していく見込みである（図表1-34）。

図表1-31 魚介類の一世帯当たり購入先支出割合の推移（全国）



注) 数値は「二人以上の世帯」の1ヶ月間の一世帯当たり支出  
資料) 総務省統計局「全国消費実態調査」

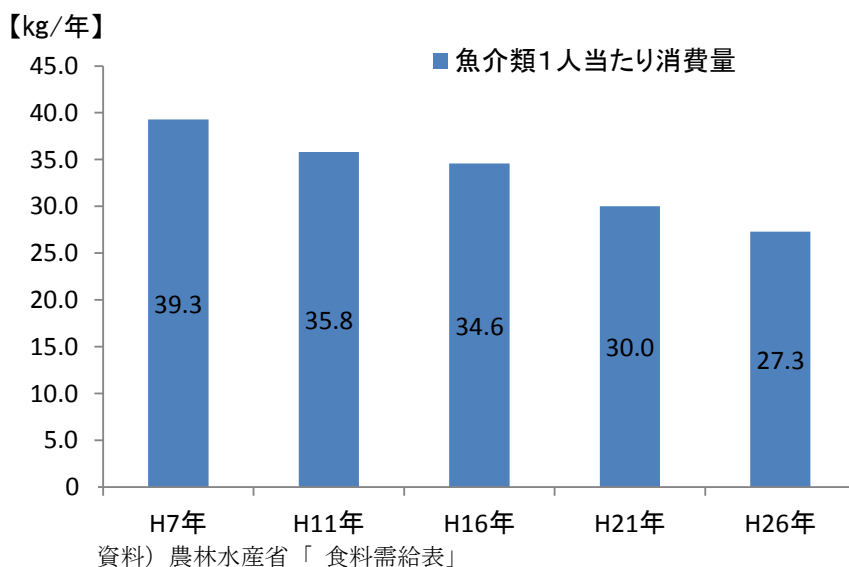
図表1-32 魚介類の購入時の判断基準



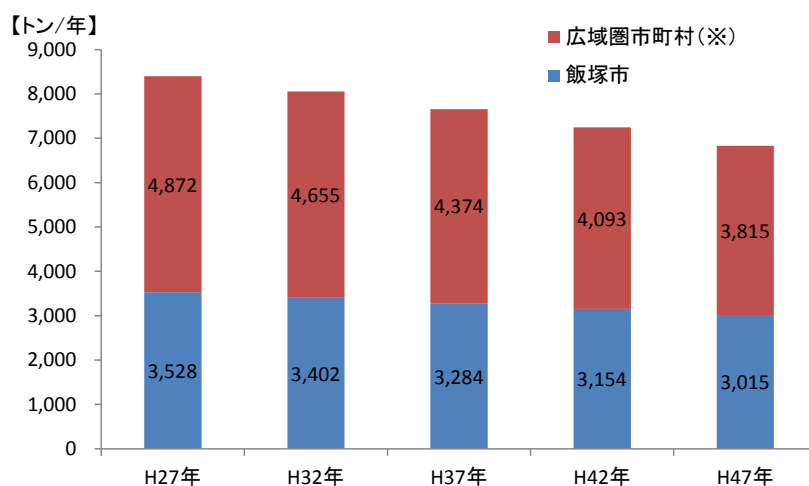
資料) 「食品購入時の判断基準に関する消費者動向調査（平成27年1月調査）」、株式会社日本政策金融公庫、平成27年3月9日公表



図表 1-33 魚介類の1人当たり消費量の推移（全国）



図表 1-34 魚介類消費量の推計（飯塚市及び広域圏市町村）



※嘉麻市、田川市、桂川町、香春町、添田町、糸田町、川崎町、大任町、赤村、福智町の2市8町村。

注) 数値は、飯塚市及び広域圏市町村の人口推計（H27年は実績）に、H26年の魚介類1人当たり消費量（27.3kg）を乗じて算出。

資料) 総務省「国勢調査報告（平成27年実績）」、国立社会保障・人口問題研究所「将来推計人口（平成25年3月推計）」

#### ④SWOT 分析

魚市場の商圈について、調達面は、福岡が 40～50%、長崎が 15%、小倉・北九州が 15%、大分（豊前）が 5% である。販売面は、飯塚市を中心に隣接した嘉麻市等が含まれる（図表 1-35）。

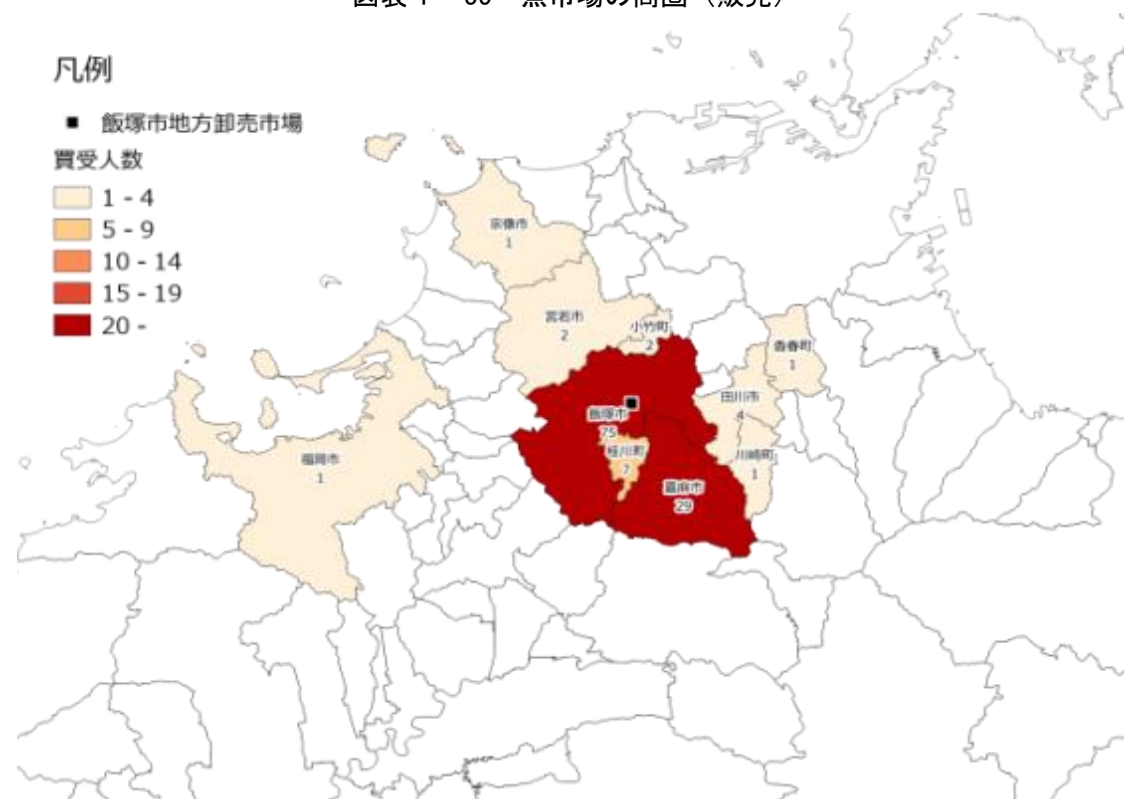
SWOT 分析の結果、強みについては、福岡県の中央に位置する立地や、内陸（消費地）市場でありながら、魚種が豊富で新鮮である点、筑豊地域人口 40 万人強の市場性等が挙げられる。

弱みについては、施設の老朽化や温度管理・コールドチェーン、活魚いけすなどのキャパシティ、加工施設の不足、買受人の減少、調達場としての魅力（入荷量の減少）、他市場からの調達増加等が挙げられる。

機会については、八木山バイパスの無料開放と烏尾トンネル 4 車線化による商圈拡大が挙げられる。

脅威については、福岡市場・北九州市場に加え、比較的近接する場所に存在する筑豊魚市場や、漁業者の減少による水揚げ量の減少、廃業による買受人（個店）の減少、個店による他市場もしくは独自ルートによる調達量の増加、大手スーパー進出による流通の変化、市の財政縮小、人口減少による商圈人口の減少、1 人当たりの年間魚介類消費量の減少等が挙げられる（図表 1-36）。

図表 1-35 魚市場の商圈（販売）



資料) 九経調作成

図表 1-36 SWOT 分析（魚）

強み (S)	機会 (O)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 好立地（福岡県の中央に位置）</li> <li>• 内陸（消費地）市場でありながら、魚種が豊富で新鮮</li> <li>• 筑豊地域人口40万人強の市場性</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 八木山バイパスの無料開放と烏尾トンネル4車線化による商圈拡大</li> </ul>
弱み (W)	脅威 (T)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 施設の老朽化</li> <li>• 温度管理、コールドチェーン</li> <li>• 活魚いけすなどのキャパシティ</li> <li>• 加工施設</li> <li>• 買受人の減少</li> <li>• 調達場としての魅力（入荷量の減少）</li> <li>• 他市場からの調達増加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 近隣市場（福岡、北九州、筑豊魚市場）との競合</li> <li>• 漁業者の減少による水揚げ量の減少</li> <li>• 廃業による買受人（個店）の減少</li> <li>• 個店による他市場もしくは独自ルートによる調達量の増加</li> <li>• 大手スーパー進出による流通の変化</li> <li>• 市の財政縮小</li> <li>• 人口減少による商圈人口の減少</li> <li>• 魚介類1人あたり年間消費量の減少</li> </ul>

資料) 九経調作成

### (3) 花き部の状況

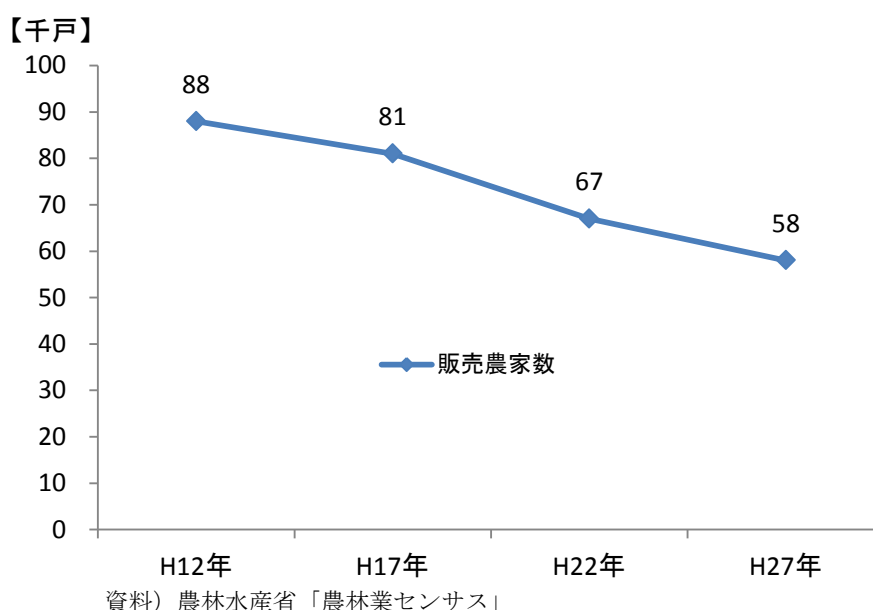
- 全国的に花きの販売農家数は減少傾向、九州8県・山口県の花き出荷額も減少傾向
- 花きの輸入額は、切り花類が増加傾向、球根類は横ばい
- 本市卸売市場の関係事業者は、関連事業者、買受人が減少傾向
- 本市卸売市場の花き部の取扱数量は減少傾向、取扱金額は横ばい
- 全国的に切り花の購入先として一般小売店が最も多いが、支出額は年々減少しており、スーパーの割合が徐々に高まっている
- 飯塚市及び広域圏市町村の花きの年間支出額の将来推計は、人口減少に伴い、減少する見込み
- SWOT 分析の結果、ブランド力や経営面に弱みを抱えるものの、消費啓発活動や独自のセリ方式、高品質な花きを生産する農家等の強みを持つ

#### ①生産の動向

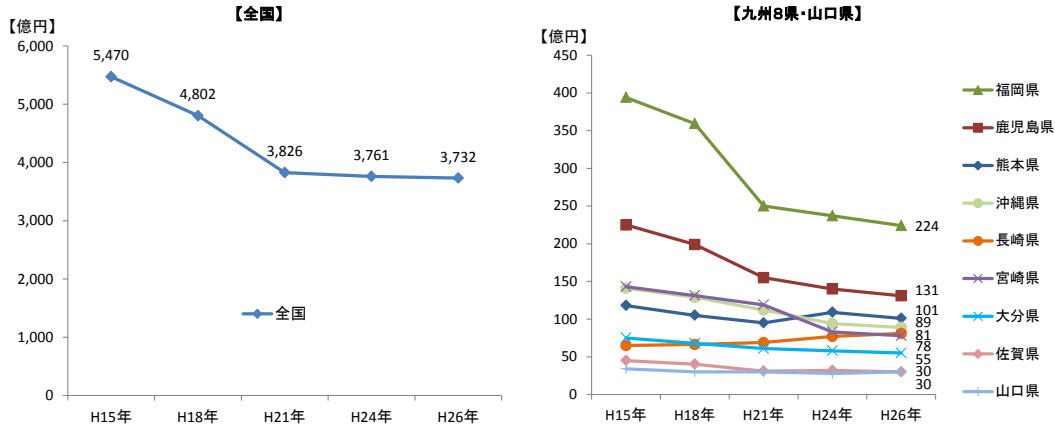
花きの販売農家数は全国的に年々、減少しており（図表1-37）、また花き出荷額も減少傾向にあって、九州8県と山口県においても同様に推移している（図表1-38）。

切り花の輸入額は増加傾向にあり、球根は減少傾向にあったが、近年は持ち直している（図表1-39）。また、切り花の輸入量は直近では減少しているが、10年前と比較すると増加している。一方で、切り花の国内出荷量、球根の輸入量・国内出荷量は減少している（図表1-40）。

図表1-37 花き販売農家数の推移（全国）

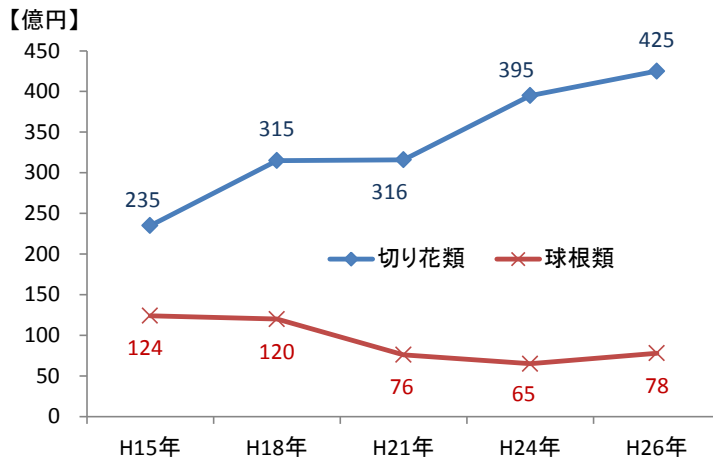


図表 1-38 花き出荷額の推移



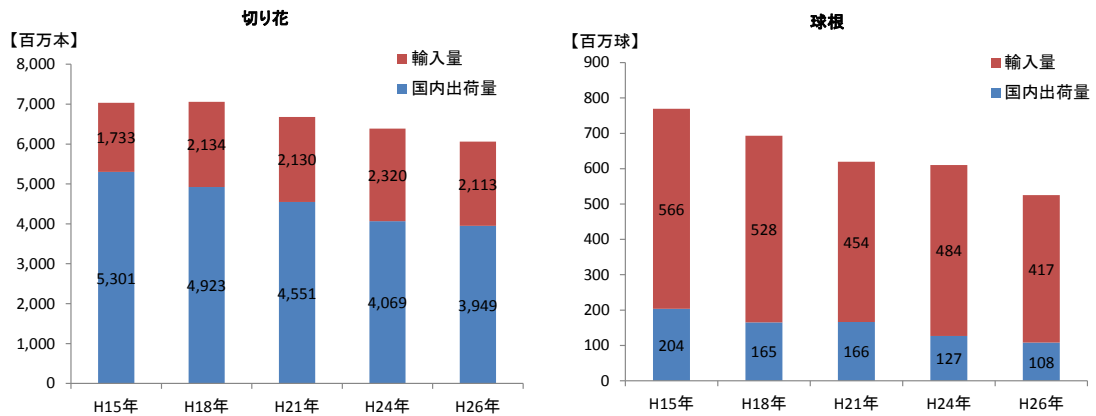
資料) 農林水産省「花木等生産状況調査」

図表 1-39 花き（切り花・球根）の輸入額の推移（全国）



資料) 財務省「貿易統計」

図表 1-40 花き（切り花・球根）の国内出荷量と輸入量の推移（全国）



資料 1) 農林水産省「花き生産出荷統計」

資料 2) 農林水産省「植物防疫統計」

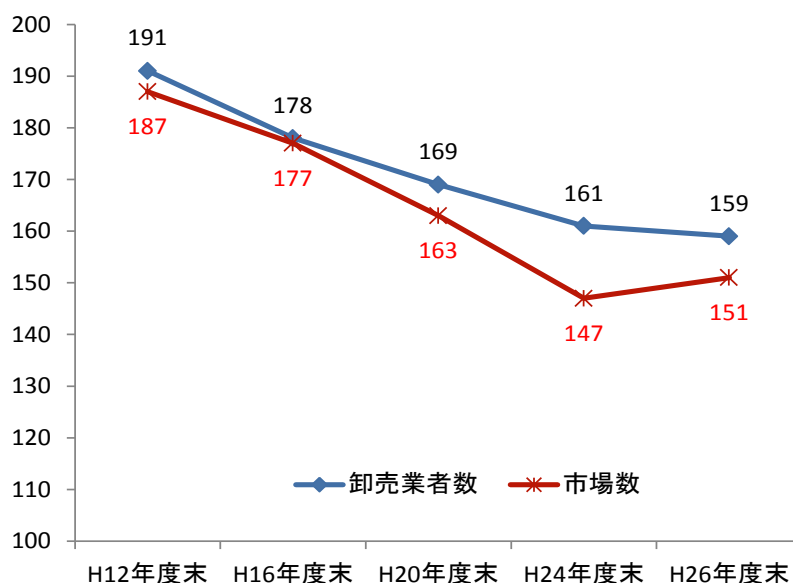
## ②市場の動向

全国の花きの卸売業者数は減少しているが、市場数は平成 26 年データで持ち直しており（図表 1-41）、全国と同様に、飯塚市の市場関係事業者数（花き部）は、買受人・関連事業者数ともに年々減少していて、卸売業者は 1 社体制が続いている（図表 1-42）。

地方卸売市場の取扱金額（花き）は、全国的に年々減少しており（図表 1-43）、飯塚市においても、花きの取扱数量・金額ともに減少している（図表 1-44）。

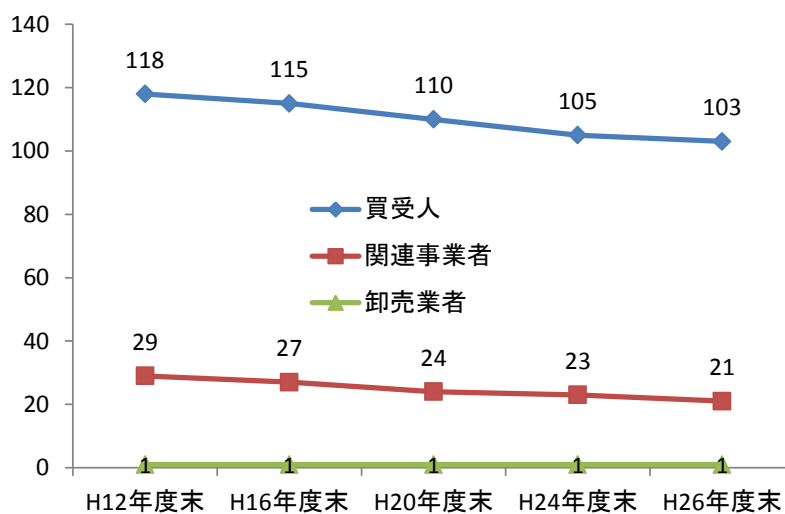
全国の卸売市場経由率（花き）は一時増加したが、近年は減少傾向にある（図表 1-45）。

図表 1-41 地方卸売市場の花きの関係事業者数の推移（全国）



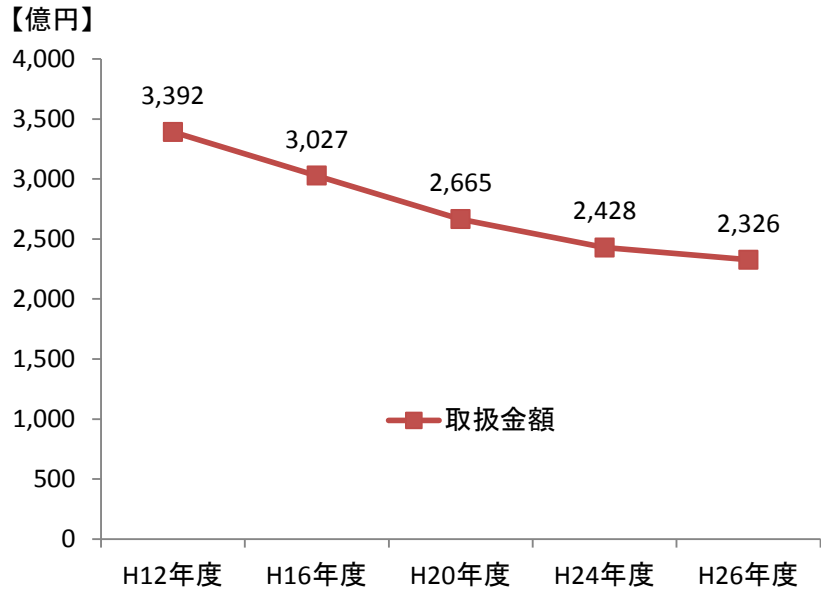
資料) 農林水産省「卸売市場データ集」

図表 1-42 花き部の市場関係事業者数の推移（飯塚市）

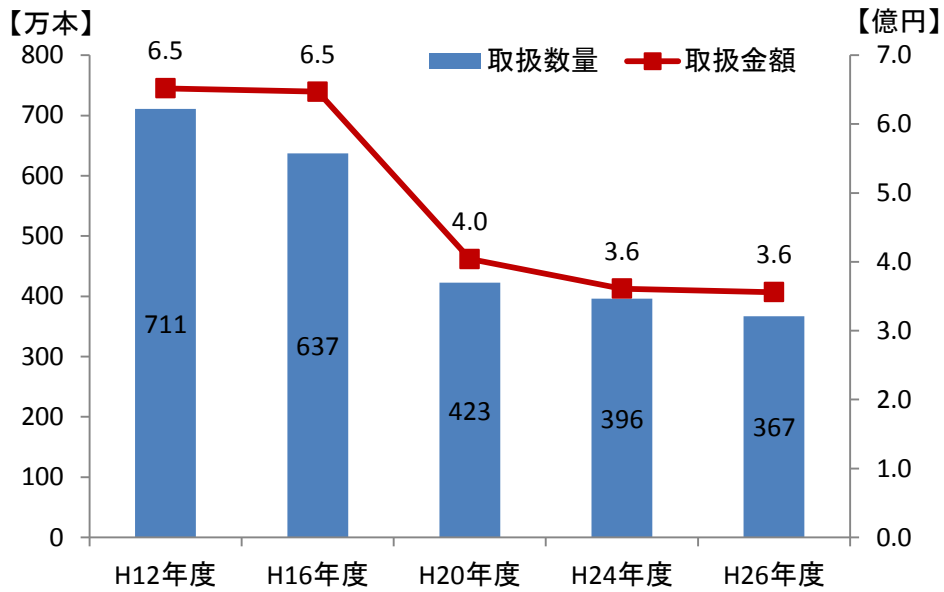


注) 関連事業者は青果部、水産物部、花き部ともに共通

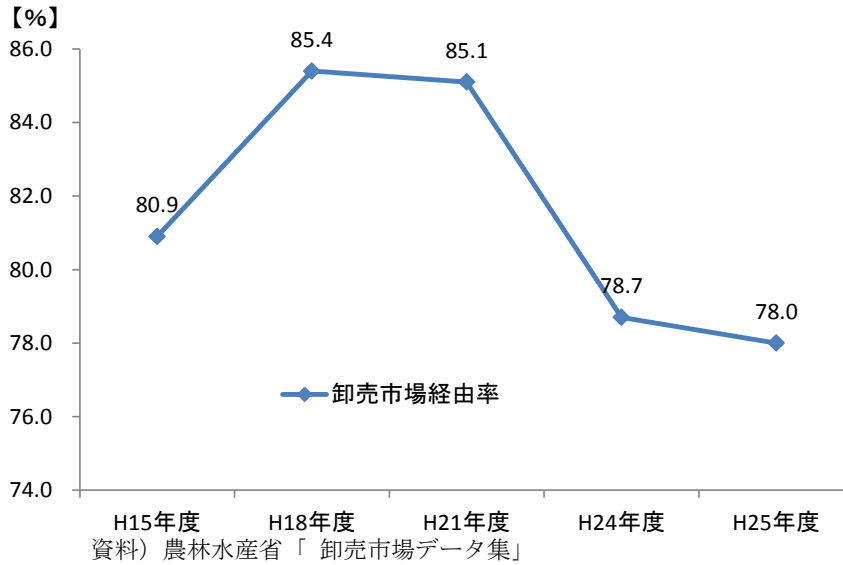
図表 1-43 地方卸売市場花きの取扱金額の推移（全国）



図表 1-44 花き部取扱数量と金額の推移（飯塚市）



図表 1-45 花きの卸売市場経由率の推移（全国）

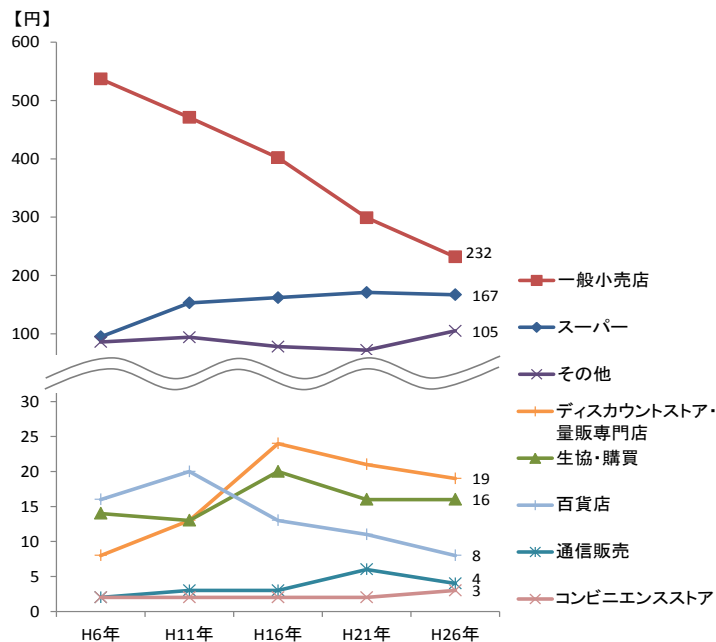


### ③消費の動向

現在、切り花の購入先支出は一般小売店が最も大きいですが、支出額は年々減少しており、次いで、ここ 10 年間、横ばい傾向にあるスーパーが続く（図表 1-46）。また、1 世帯当たりの花き（切り花）の年間支出額も減少傾向が続いている（図表 1-47）。

将来推計人口を基に、飯塚市及び広域圏市町村における花き（切り花）の年間支出額を推計すると、人口の減少に伴い、切り花の支出額も減少していく見込みである（図表 1-48）。

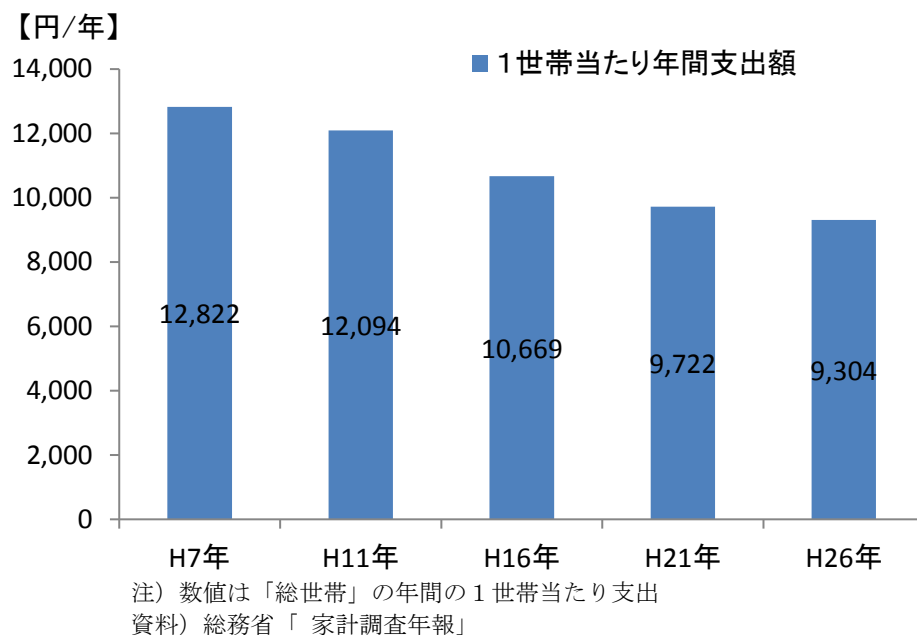
図表 1-46 花き（切り花）の 1 世帯当たり購入先支出割合の推移（全国）



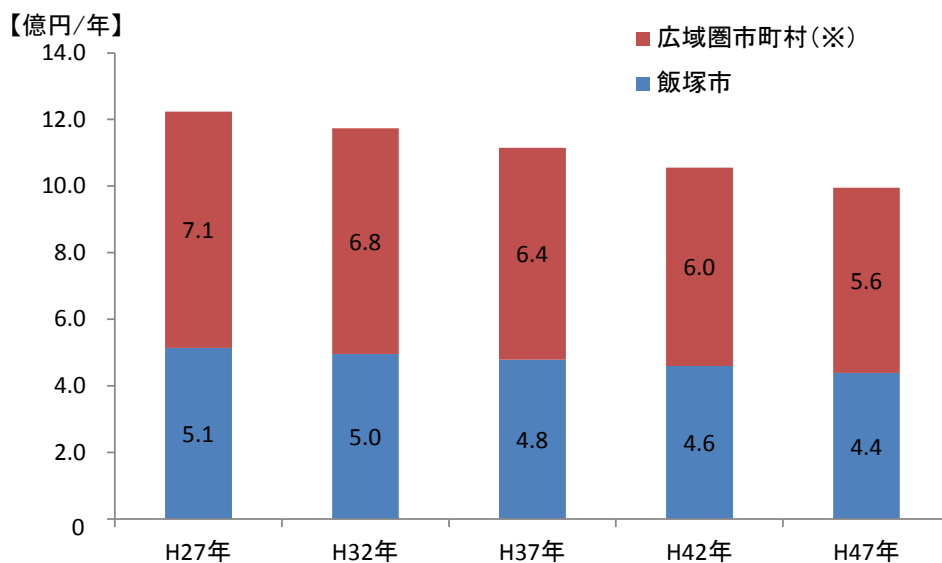
注) 数値は「二人以上の世帯」の 1 ヶ月間の 1 世帯当たり支出  
資料) 総務省統計局「全国消費実態調査」



図表 1-47 花き（切り花）の1世帯あたりの年間支出額の推移（全国）



図表 1-48 花き（切り花）の年間支出額の推計（飯塚市及び広域圏市町村）



※嘉麻市、田川市、桂川町、香春町、添田町、糸田町、川崎町、大任町、赤村、福智町の2市8町村。

注) H26年の全国、切り花1世帯当たり支出額(9,304円)をH26年の飯塚市平均世帯人員(2.34人)で除して、1人当たりの花き年間支出額(①3,976円)を算出。飯塚市及び広域圏市町村の人口推計(H27年は実績)に、①を乗じて数値を算出。

資料) 総務省「国勢調査報告(平成27年実績)」、国立社会保障・人口問題研究所「将来推計人口(平成25年3月推計)」

#### ④SWOT 分析

商圏について、調達面は飯塚市内が少なく、田川や直方市、嘉麻市が中心となっており、販売面は、飯塚市を中心に隣接した田川、直方市、嘉麻市等が含まれる（図表 1－49）。

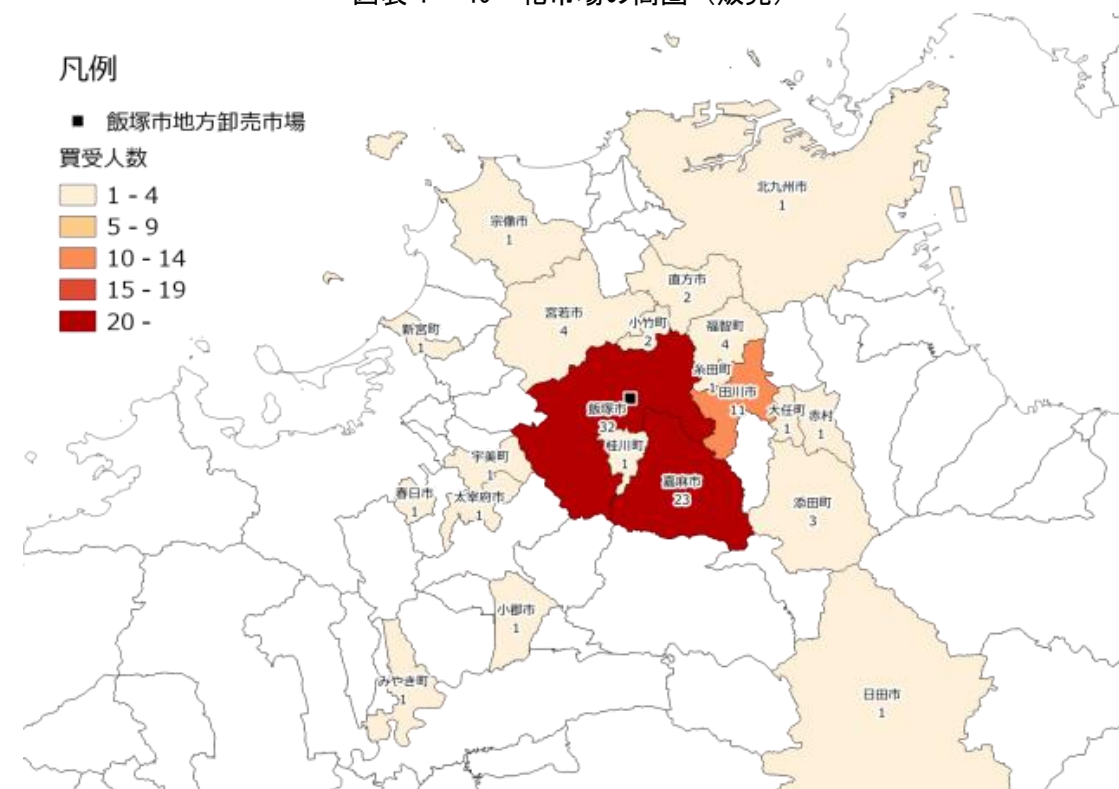
SWOT 分析の結果、強みについては、福岡県の中央に位置する立地や、市場関係者の消費啓発活動、小ロットで購入可能、産地(田川地方)が近く集荷しやすい、商品を手にとってチェックできるセリ方式、高品質な花を生産する近隣農家、筑豊地域人口 40 万人強の市場性等が挙げられる。

弱みについては、施設園芸生産者は他市場出荷が多いことや、買受人の他市場からの調達、入荷量やアイテム数の減少、他市場と比べたブランド力の不足、大型市場に左右される卸売価格、低温保管庫などのキャパシティ等が挙げられる。

機会については、八木山バイパスの無料開放や烏尾トンネル4車線化による商圏拡大や、近隣地域内での調達・出荷先としての優位性、文化的な冠婚葬祭での花き類の使用量の多さ等が挙げられる。

脅威については、福岡市場・北九州市場の存在や、葬儀業をはじめとした業務用取引の変化、冠婚葬祭の簡素化、買受人の減少、露地生産者の減少、自治体の購入縮小、人口減少による商圏人口の減少、1世帯当たりの切り花の年間支出額の減少、大手スーパー進出による流通の変化、直売所や道の駅の増加等が挙げられる（図表 1－50）。

図表 1－49 花市場の商圏（販売）



資料) 九経調作成

図表 1-50 SWOT 分析（花き）

強み (S)	機会 (O)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 好立地（福岡県の中央に位置）</li> <li>• 市場関係者の消費啓発活動</li> <li>• 小ロットで購入可能</li> <li>• 産地(田川地方)が近く集荷しやすい</li> <li>• セリの際、商品を手にとってチェックできる</li> <li>• 高品質な花を生産する近隣農家</li> <li>• 筑豊地域人口40万人強の市場性</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 八木山バイパス無料開放による商圈拡大</li> <li>• 烏尾トンネル4車線化</li> <li>• 近隣で調達・出荷できる場所は、飯塚のみ</li> <li>• 文化的な冠婚葬祭での花使用量の多さ</li> </ul>
弱み (W)	脅威 (T)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 施設園芸生産者は増加するも、他市場出荷</li> <li>• 買受人の他市場からの調達</li> <li>• 入荷量の減少、アイテム数の減少</li> <li>• 他市場と比べたブランド力</li> <li>• 大型市場に左右される卸売価格</li> <li>• 低温保管庫などのキャパシティ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 福岡市場・北九州市場の存在</li> <li>• 葬儀業などの業務用取引の変化、観光総裁の簡素化</li> <li>• 買受人の減少</li> <li>• 露地生産者の減少</li> <li>• 市の財政縮小</li> <li>• 人口減少による商圈人口の減少</li> <li>• 切り花1世帯あたり年間支出額の減少</li> <li>• 大手スーパー進出による流通の変化</li> <li>• 直売所、道の駅の増加</li> </ul>

資料) 九経調作成

#### (4) 本市卸売市場の共通課題

- 施設の老朽化が進むとともに、福岡市場や北九州市場等との競合により、取扱数量が減少している
- 人口の減少に伴い、取扱数量の減少も見込まれる一方で、市場を支える人材の不足と高齢化が深刻化する
- SWOT 分析の結果、本市場は強みや機会よりも弱みや脅威が大きい状況
- 地元農家や買受人などにとっては貴重な出荷・調達の場であり、筑豊地域の食料供給基地としての側面を持つ

本市卸売市場は、建設から 45 年超を経過しており、施設の老朽化が激しく、また取扱数量の減少により、調達先としての魅力が減退している。その一因として、福岡市場や北九州市場等の競合の存在が挙げられる。

さらに、人口減少により商圏人口が減少しており、今後も、商圏人口の減少は見込まれるため、取扱量の減少は続くことが予想される。加えて、卸売市場を支える人材である生産者や買受人は減少傾向と高齢化が深刻化している。

卸売市場を取り巻く社会情勢や飯塚市の現状を踏まえて、SWOT 分析を行った結果、本市卸売市場は強みや機会よりも弱みや脅威が大きい状況にある。しかし、地元農家や買受人などからすると、貴重な出荷・調達の場となっており、筑豊地域の食料供給基地としての側面もある。今後は、厳しい事業環境の中で地方に密着した卸売市場としての独自性を打ち出す必要がある（図表 1-51）。

図表 1-51 SWOT 分析（共通）

強み (S)	機会 (O)
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 好立地（福岡県の中央に位置）</li> <li>・ 筑豊地域人口40万人強の市場性</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 八木山バイパス無料開放と烏尾トンネル4車線化による商圏拡大</li> <li>・ 出荷先・調達先の限定性</li> </ul>
弱み (W)	脅威 (T)
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 施設の老朽化（青果、魚）</li> <li>・ 取扱数量の減少による調達先としての魅力（魚、青果）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 生産者の減少</li> <li>・ 買受人の減少</li> <li>・ 人口減少による商圏人口の減少</li> <li>・ 直売所、道の駅の増加</li> <li>・ 大手スーパー進出による流通の変化</li> <li>・ 競合他市場の存在</li> </ul>

資料) 九経調作成

## 第2章 本市卸売市場経営戦略

### 1. 第10次卸売市場整備基本方針

- 本方針では、少子高齢化に伴う人口減少の進展や社会構造の変化に伴う消費者ニーズの多様化などの社会的要請に対応した経営戦略策定が求められている
- 公正かつ効率的な売買取引を確保するとともに、立地、機能に応じた市場間での役割分担と連携強化を図る
- 消費者、実需者、生産者等の多様化するニーズへの確に対応しながら、卸売業者及び仲卸業者の経営体質の強化を推進する
- 多様化する消費者ニーズに応えられるような、市場の活性化に向けた新たな取り組みを推進する

卸売市場の整備・運営の基本となる卸売市場整備基本方針については、卸売市場法（昭和46年法律第35号）第4条に基づき、農林水産大臣がおおむね5年ごとに定めることとされており、農林水産省において「卸売市場流通の再構築に関する検討会」が設置され、平成28年1月に「第10次卸売市場整備基本方針」が策定された（図表2-1）。卸売市場をめぐっては、少子高齢化に伴う人口減少の進展や社会構造の変化に伴う消費者ニーズの多様化、東日本大震災の経験を踏まえた災害時対応機能の強化などの社会的要請が高まっており、さらに、品質管理の高度化、産地や実需者との連携強化に向けた積極的な情報の受発信、加工処理機能の充実など、市場関係者が卸売市場に期待する機能・役割は多様化している。

卸売市場を取り巻く情勢は大きく変化する一方で、卸売市場においては、卸売市場経由率の低下や取扱金額の減少により、市場関係者の財政は厳しい状況にあるが、卸売市場は引き続き、国民へ安定的に生鮮食料品等を供給する使命を果たすとともに、今後、それぞれの多様性を踏まえた経営戦略的な視点を持って、生鮮食料品等の流通における中核として健全に発展し、産地との連携及び消費者や実需者の川下ニーズへの対応の強化を図り、その期待に応えていくことが必要である。特に、各卸売市場において、低温（定温）管理や多温度帯管理等を通じたコールドチェーンの確立を含め、生産者・実需者から求められる品質管理が徹底された物流システムを構築することが急務である。

以上を踏まえ、今後の卸売市場については、生産者・実需者との共存・共栄を図るという視点の下、卸売市場の有する目利き、コーディネート力等を一層発揮し、川上・川下をつなぐ架け橋として、その求められる機能・役割を強化・高度化していくこととし、以下の7つの項目を基本に、その整備及び運営を行うものとする。

図表 2 - 1 卸売市場流通の再構築に向けた取り組み

[卸売市場としてのあり方や運営方法等に係る課題への対応]

- ・各卸売市場における経営戦略を確立する。
- ・立地、機能に応じた市場間での役割分担と連携強化を図る。
- ・卸売市場における公正かつ効率的な売買取引を確保する。

[市場関係業者及び開設者の取り組みに係る課題への対応]

- ・消費者、実需者、生産者等の多様化するニーズへの的確に対応する。
- ・卸売業者及び仲卸業者の経営体質を強化する。
- ・市場の活性化に向けた新たな取り組みを推進する。
- ・卸売市場に対する社会的要請へ適切に対応する。

資料) 農林水産省「第 10 次卸売市場整備基本方針」

## 2. 本市卸売市場の今後の展望

- 本市卸売市場の商圈人口は減少基調にあり、加えて、筑豊地域の小売店・レストラン等は経営難を抱える店舗も多く、商圈市場は縮小傾向にある
- 福岡市や北九州市等の卸売市場との競合などの外的要因や買受人の高齢化などの内的要因により、調達先としての魅力を維持することが困難を極める
- 厳しい状況下にあるが、八木山バイパスの無料開放や烏尾トンネルの4車線化などの機会も活かしつつ、買受人のニーズに寄り添った取り組みを進めていくことが必要である

本市卸売市場は、福岡県の中心に立地し、周辺には40万人強の人口が存在している。ただし筑豊地域全体の人口は減少基調であり、加えて筑豊地域の小売店・レストランの経営者の高齢化、後継者不在の店舗も多数あり、商圈市場は縮小傾向にある。

八木山バイパスの無料開放や烏尾トンネル4車線化により商圈は拡大しているものの、福岡市中央卸売市場の商圈も拡大していることから、他市場での調達が増える可能性もあり、より一層の市場間競争にさらされる可能性が高い。

近隣市場である福岡市中央卸売市場は、既にコールドチェーン化しており、北九州市卸売市場も大規模集配拠点として一定の魅力があることから、今後の施設整備によっては、本市卸売市場の調達先としてのポテンシャルは低下することになる。

本市卸売市場の買受人については、商圈市場の縮小による事業環境の悪化や事業者の高齢化によって、組合員数のさらなる減少も予想される。

このような状況の中、卸売市場そのものの事業継続性を危ぶむ声も聞かれるなど、長年筑豊地域の食を支えてきた本市卸売市場は、大きな転換点を迎えようとしている。

本市卸売市場の商圈人口の減少に対して、本市卸売市場の取扱数量・金額ともに減少幅は大きく、これは生鮮品を巡る流通変化や他の流通チャネルとの激しい競争によるものである。つまり他の流通チャネルにシェアを奪われたと見るのが妥当であろう。

本市卸売市場は、飯塚市並びに嘉麻市等を中心とした買受人によって支えられており、これら買受人の事業は、顧客層、購入規模、店舗の有無など様々である。今後は、商圈内の需要を見直し、改めて需要に合わせた取り組みを進めていくことが求められる。

### 3. 本市卸売市場の今後の方向性

- 本市卸売市場の優位性であるセリ方法や小口対応等の運用方法は、引き続き、継続することで、買受人が利用しやすい市場を目指す
- 安全、かつ、安心の食料提供基地の機能としてコールドチェーンや加工施設等を整備する
- 既存事業では獲得できなかった商圈市場を場外市場を介することで獲得し、公設市場を通した生鮮品や花きを提供する
- 地元集荷の強化から他市場への販売を図り、他市場からの調達は取扱数量やアイテム数を強化するなど他市場連携を推進する
- 地元農産物などの販売チャンネルを構築し、生鮮品流通における本市卸売市場のポジショニングを明確にする

#### (1) 地元需要の確保

本市卸売市場の商圈人口は減少傾向にあるとは言え、飯塚市や嘉麻市等を中心とした生産者や買受人にとって、重要な物流拠点として機能しており、地元企業の事業継続の生命線として機能している。

本市卸売市場の優位性は、その使い勝手にある。例えば他市場と差別化し、優位性を保つ源泉になっているセリ方法や小口対応等の運用方法については、新施設移行後も継続していく必要がある。

本市卸売市場の商圈市場は縮小が予想されるが、引き続き生鮮品流通を担う公共機能を発揮するためには、取扱量の拡大を目指す必要があり、そのためには加工施設・パッキング・倉庫等の整備、コールドチェーン化等の市場関係者のニーズに対応した施設を整備していくことが求められる。このような施設整備を図るとともに、市場関係者の努力により他市場連携を一層進め、福岡県の中心部に位置する地方卸売市場としての地位を再構築していくことが求められる。

これら対応を行うことで、本市卸売市場の生鮮品などの調達チャンネルとしての品質を高め、既存顧客離れを抑制するとともに、一度離れてしまった、もしくは本市卸売市場での調達割合を少なくしている顧客を呼び戻すことに繋がり、結果的に公設市場の取扱数量の回復に繋がるであろう。



## (2) 場外市場と連携した新たな需要の確保・創出

本市卸売市場周辺では、大型店出店や直売所の立地による本市卸売市場の買受人の事業環境悪化が続いている。このような状況により、本市卸売市場の取扱数量も年々減少する傾向にあり、現時点で、このような状況を打破するための対応策はない。そのため店舗を持たなくなった買受人も多く、配送などで生計を立てている者も多いが、事業主の高齢化などにより今後、大きな成長性は見込めない。

一方で飯塚市を含めた筑豊地域には、以前として40万人近い商圏人口を有し、年間に約100万人弱の観光客が訪れるなど、その市場性は決して小さくはない。今後は、これまでの事業の中から取りこぼしてきた顧客の獲得を目指し、多くのアイテムが集まり、生産現場から最も近い物流現場であるという新鮮さ等を売りにした場外市場を運営出来れば、これまで対応しづらかった潜在需要を掘り起こすことや、公設市場の取扱数量の回復にも寄与することが期待できるであろう。

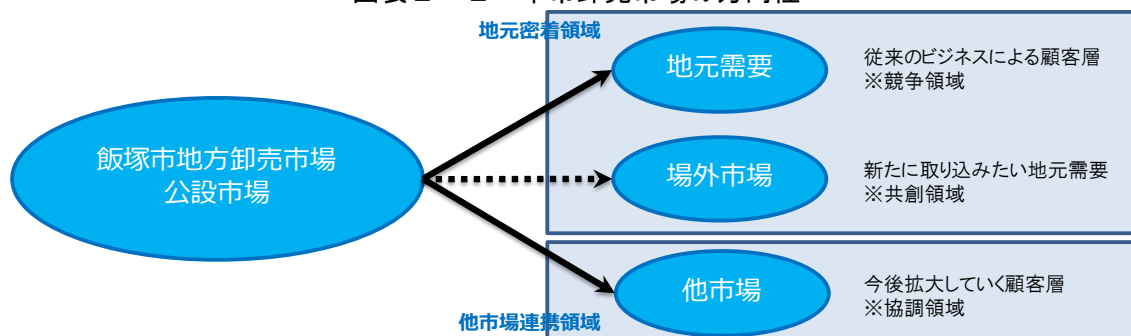
## (3) 他市場連携の取り組み

第10次卸売市場整備基本方針でもうたわれているように、効率的な生鮮品物流のためには、中央卸売市場並びに地方卸売市場との連携が不可欠である。

周辺が農業生産の盛んな地域である本市卸売市場は、地元JAなどとも協力しながら、地元集荷力を高め、他市場への販売を強化することで、取扱数量を伸ばしていくことが求められるとともに、地元ブランドなどの育成にも取り組み、販売交渉力の強化にも努める必要がある。また、青果部については、グループ企業であり他市場を運営する卸売業者と連携しながら、他市場連携を進めるとともに、他市場からの調達が多い水産や花きについては、より他市場との連携を深めることで、取扱数量やアイテム数などを強化し、地元買受人の調達先としての魅力を高めていくことが求められる(図表2-2)。

このような取り組みを進めることによって、地元農産物などの販売チャネルを構築し、生鮮品流通における本市卸売市場のポジショニングを明確にすることが出来れば、これまで以上に、卸売市場を通して地元経済を活性化させることができるであろう。

図表2-2 本市卸売市場の方向性



資料) 九経調作成

#### 4. 本市卸売市場の取扱数量（金額）シミュレーション

- 引き続き、商圏人口の減少により取扱金額の減少は続くが、新市場のコールドチェーン整備効果と場外市場の開設により増加もしくは横ばいに転じる
- 青果部の平成 36 年度の取扱金額は約 99 億円、取扱数量は 4.9 万トン
- 水産物部の平成 36 年度の取扱金額は約 17 億円、取扱数量は 1,754 トン
- 花き部の平成 36 年度の取扱金額は約 4.3 億円、取扱数量は 445 万本

本市卸売市場では、人口の減少により、商圏人口が縮小し、買受人の廃業が相次ぐなど、その取扱数量が年々減少している。このような中、今後、本市卸売市場においてもコールドチェーンを整備することで、鮮度維持が可能となり、これにより新規顧客獲得効果や市場間連携、単価の上昇等が期待され、取扱金額の増加が期待される。また、特に夏場に起こる荷の傷みなどによるロス率の減少も期待され、コスト削減に繋がるものと思われる。

さらには場外市場を整備できれば、その販売物を公設市場から供給することで、取扱金額の増加が期待される（図表 2-3）。

このような現在の減少要因と今後の増加要因を基に、今後の本市卸売市場の取扱金額・数量をシミュレーションする。

まず、新市場移転・運用開始年度は平成 33 年度とし、目標年度は平成 36 年度として、各効果の内容に基づき、その効果期間と増減率を示したものが、図表 2-4 になる。

図表 2-3 本市卸売市場の取扱金額に影響する要因

増減要因	効果内容	結果	具体的内容
コールドチェーン	新規顧客効果	取扱金額増加	・ 鮮度維持が図られることにより、食の安心・安全が担保され、新規の顧客（買受人）が増え、取扱金額が増加する
	市場間連携	取扱金額増加	・ 鮮度維持が可能なことから、物流倉庫としての機能が付加され、市場同士の融通が可能となり、市場間取引が増加する
	単価の上昇	取扱金額増加	・ 特に夏場の荷の傷みが軽減され、上場できる数量が増加し、単価の上昇が期待できる
	ロス率の減少 (コスト削減効果)	コスト削減	・ 荷の傷みにより年間に廃棄しなければならないロスが減少する
場外市場	場外市場	取扱金額増加	・ 場外市場に販売物を供給することによって、取扱数量が増加する
商圏人口縮小	買受人の廃業	取扱金額減少	・ 買受人が高齢化しており、買受人の廃業が予想され、セリ参加者が減ることにより、取扱金額が減少する
	商圏人口の減少	取扱金額減少	・ 商圏人口が減少することにより、商圏人口全体が縮小し、買受人等による購買量が減少する

資料) 九経調作成

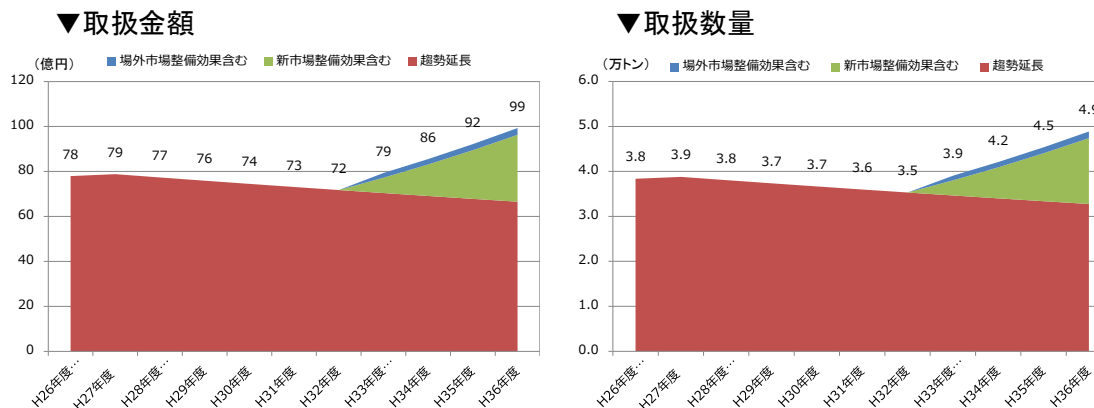
図表 2-4 要因別の増減率

要因	効果内容	結果	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度	H33年度	H34年度	H35年度	H36年度目標	仮定根拠	
			現市場					新市場				
コールドチェーン	新規顧客効果	取扱金額増加	-	-	-	-	青果：年2%増加 水産：年1.5%増加 花き：年2%増加					他先行市場統計
	市場間連携	取扱金額増加	-	-	-	-	青果：年8%ずつ増加（グループ会社連携） 水産：増加割合なし 花き：増加割合なし					業者目標・聞き取り
	単価の上昇	取扱金額増加	-	-	-	-	3市場共通でコールドチェーン未整備に比べ10%上昇					業者目標・聞き取り
	ロス率の減少（コスト削減効果）	コスト削減	-	-	-	-	青果：0.27%と仮定（青果実績）が0.13% 水産：0.27%と仮定（青果基準）が0.13% 花き：10%程度（農水省調べ）のロス率が5%					業者目標・聞き取り&国統計調査
場外市場	場外市場	取扱金額増加	-	-	-	-	場外市場の目標売上金額から卸売市場供給分を還元 平成33年度7億円から1年度毎に1億円ずつ増加。原価率50%として推計。					委員会での検討値
商圈人口縮小	買受人の廃業	取扱金額減少	青果：年0.98%減 水産：年2%減 花：年0.29%減									現施設利用延長
	商圈人口の減少	取扱金額減少	3市場共通で年0.88%減									現施設利用延長

資料) 九経調作成

青果部、水産物部、花き部のそれぞれのシミュレーション結果は、下記の通りである。青果部では、商圈人口縮小の影響を受け、新市場運用開始となる平成33年度までにその取扱金額は、約70億円程度まで減少するものと思われる。新市場に移転せず、現施設を利用延長する場合は、平成36年度までに取扱金額は約67億円程度（3.3万トン）まで減少する見込みであるが、新市場を整備した場合、コールドチェーンの効果により、取扱金額は約30億円（取扱数量ベースで約1.4万トン分）押し上げられ、約96億円（取扱数量ベースで約4.7万トン）となる見込みである。さらに場外市場の整備により、取扱金額は約3億円（取扱数量ベースで約0.2万トン分）押し上げられ、約99億円（取扱数量ベースで約4.9万トン）になる見込みである（図表2-5、図表2-8、図表2-9）。

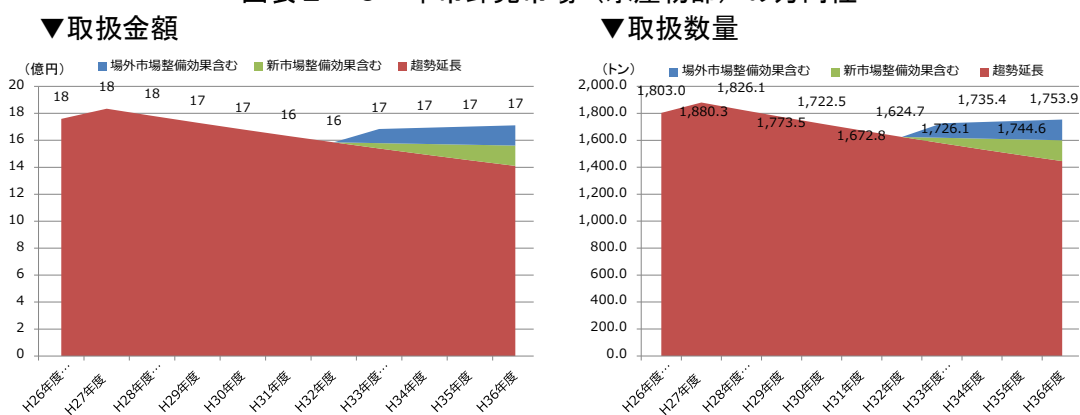
図表 2-5 本市卸売市場（青果部）の方向性



資料) 九経調推計

水産物部では、商圏人口縮小の影響を受け、新市場運用開始となる平成33年度までにその取扱金額は、約15億円程度まで減少するものと思われる。新市場に移転せず、現施設を利用延長する場合は、平成36年度までに取扱金額は約14億円程度（1,445トン）まで減少する見込みであるが、新市場を整備した場合、コールドチェーンの効果により、取扱金額は約1億円（取扱数量ベースで約150トン分）押し上げられ、約15億円（取扱数量ベースで約1,600トン）となる見込みである。さらに場外市場の整備により、取扱金額は約1.5億円（取扱数量ベースで約150トン分）押し上げられ、約17億円（取扱数量ベースで約1,754トン）になる見込みである（図表2-6、図表2-8、図表2-9）。

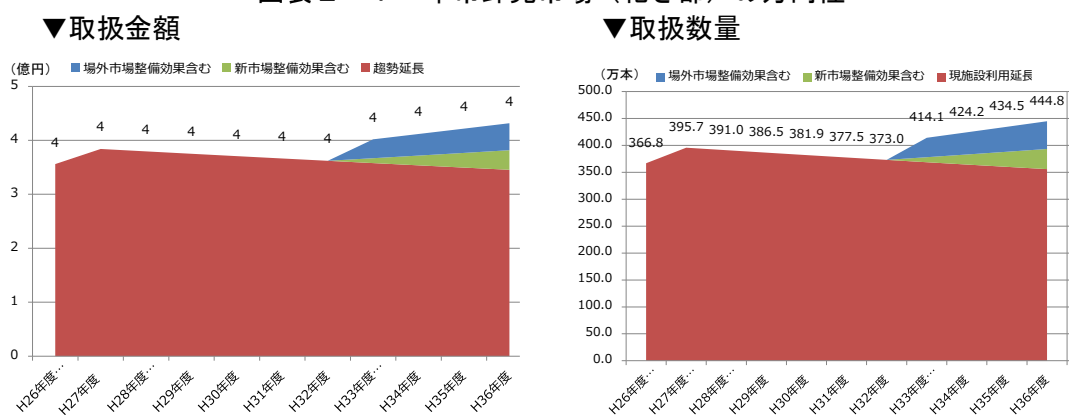
図表2-6 本市卸売市場（水産物部）の方向性



資料) 九経調推計

花き部では、商圈人口縮小の影響を受け、新市場運用開始となる平成33年度までにその取扱金額は、約3.6億円程度まで減少するものと思われる。新市場に移転せず、現施設を利用延長する場合は、平成36年度までに取扱金額は約3.4億円程度（356万本）まで減少する見込みであるが、新市場を整備した場合、コールドチェーンの効果により、取扱金額は約0.4億円（取扱数量ベースで約40万本分）押し上げられ、約3.8億円（取扱数量ベースで約393万本）となる見込みである。さらに場外市場の整備により、取扱金額は約0.5億円（取扱数量ベースで約50万本分）押し上げられ、約4.3億円（取扱数量ベースで約445万本）になる見込みである（図表2-7、図表2-8、図表2-9）。

図表2-7 本市卸売市場（花き部）の方向性



資料) 九経調推計

図表 2-8 本市卸売市場の取扱金額予測（実数）

▼取扱金額 (単位：千円)

青果	H26年度 (実績)	H27年度 (実績)	H28年度 (推計→)	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度	H33年度 新市場移行	H34年度	H35年度	H36年度
新市場整備効果含む	7,794,649	7,879,989	7,733,421	7,589,580	7,448,413	7,309,873	7,173,909	7,721,996	8,311,956	8,946,990	9,630,540
場外市場整備効果含む	7,794,649	7,879,989	7,733,421	7,589,580	7,448,413	7,309,873	7,173,909	7,931,996	8,551,956	9,216,990	9,930,540
現施設利用延長	7,794,649	7,879,989	7,733,421	7,589,580	7,448,413	7,309,873	7,173,909	7,040,475	6,909,522	6,781,005	6,654,878

▼取扱金額 (単位：千円)

水産	H26年度 (実績)	H27年度 (実績)	H28年度 (推計→)	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度	H33年度 新市場移行	H34年度	H35年度	H36年度
新市場整備効果含む	1,758,884	1,834,269	1,781,442	1,730,137	1,680,309	1,631,916	1,584,917	1,578,894	1,572,894	1,566,917	1,560,963
場外市場整備効果含む	1,758,884	1,834,269	1,781,442	1,730,137	1,680,309	1,631,916	1,584,917	1,683,894	1,692,894	1,701,917	1,710,963
現施設利用延長	1,758,884	1,834,269	1,781,442	1,730,137	1,680,309	1,631,916	1,584,917	1,539,271	1,494,940	1,451,886	1,410,071

▼取扱金額 (単位：千円)

花き	H26年度 (実績)	H27年度 (実績)	H28年度 (推計→)	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度	H33年度 新市場移行	H34年度	H35年度	H36年度
新市場整備効果含む	356,000	384,008	379,515	375,075	370,686	366,349	362,063	366,879	371,758	376,702	381,713
場外市場整備効果含む	356,000	384,008	379,515	375,075	370,686	366,349	362,063	401,879	411,758	421,702	431,713
現施設利用延長	356,000	384,008	379,515	375,075	370,686	366,349	362,063	357,827	353,640	349,503	345,414

資料) 九経調推計

図表 2-9 本市卸売市場の取扱数量予測（実数）

▼取扱数量 (単位：万トン)

青果	H26年度 (実績)	H27年度 (実績)	H28年度 (推計→)	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度	H33年度 新市場移行	H34年度	H35年度	H36年度
新市場整備効果含む	3.8	3.9	3.8	3.7	3.7	3.6	3.5	3.8	4.1	4.4	4.7
場外市場整備効果含む	3.8	3.9	3.8	3.7	3.7	3.6	3.5	3.9	4.2	4.5	4.9
現施設利用延長	3.8	3.9	3.8	3.7	3.7	3.6	3.5	3.5	3.4	3.3	3.3

▼取扱数量 (単位：トン)

水産	H26年度 (実績)	H27年度 (実績)	H28年度 (推計→)	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度	H33年度 新市場移行	H34年度	H35年度	H36年度
新市場整備効果含む	1,803	1,880	1,826	1,774	1,722	1,673	1,625	1,618	1,612	1,606	1,600
場外市場整備効果含む	1,803	1,880	1,826	1,774	1,722	1,673	1,625	1,726	1,735	1,745	1,754
現施設利用延長	1,803	1,880	1,826	1,774	1,722	1,673	1,625	1,578	1,532	1,488	1,445

▼取扱数量 (単位：万本)

花き	H26年度 (実績)	H27年度 (実績)	H28年度 (推計→)	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度	H33年度 新市場移行	H34年度	H35年度	H36年度
新市場整備効果含む	367	396	391	386	382	377	373	378	383	388	393
場外市場整備効果含む	367	396	391	386	382	377	373	414	424	434	445
現施設利用延長	367	396	391	386	382	377	373	369	364	360	356

資料) 九経調推計

### 第3章 新市場整備方針

---

#### 1. 施設の現状と課題と社会要請への対応

- 本市卸売市場は開場して45年超が経過しており、施設が老朽化
- 多様化するニーズに対応するためにも、市場施設の全体的な見直しが必要
- 現在の市場施設は、時代の要請に応じた機能が十分に備わっていない
- コールドチェーン整備等の機能強化や、場内の衛生面や物流面の改善が必要

本市卸売市場が開場して既に45年超が経過しており、施設の老朽化が喫緊の問題となっている。この間、食の安全・安心や環境・防災対策等、社会的要請が高まりを見せており、多様化する生産者や消費者等のニーズへ柔軟に対応するためには、市場施設の全体的な見直しが必要である。

また、近年の卸売市場には、品質管理水準の高度化、場内物流の効率化、卸売市場における付加価値的機能の創出・発揮等が求められているが、現在の市場施設は時代の要請に応じた機能が十分備えられていないため、これらに対応できていない。具体的には、3市場全体にわたり、コールドチェーンが未整備もしくは限定的であり、鮮度維持が課題となっている。また水産物部においては、良質な鮮魚を提供するために、活魚水槽や活魚売場等の機能強化を図る必要がある。さらに、市場全体の衛生面の改善や、効率的な場内物流の動線を確保することにより、商品輸送に係る労力、時間を削減する必要がある。

## 2. 施設整備内容

- 課題を解決し、生鮮食料品流通拠点として貢献し続けるため、市場取引行程を最大限効率化する仕組みを構築
- 生鮮食料品の品質維持のため、コールドチェーンや、一部閉鎖型施設を整備
- 加工場、冷蔵施設等の付加価値的機能の追加と、生産から搬送、販売まで一貫して完結できる施設の整備
- 大規模災害等発生時には、防災拠点としての公的役割も担う施設とする
- 新市場の施設規模は、本市場の直近の取扱数量を基に、農林水産省が定める卸売市場施設規模算定基準により算出

### (1) 施設整備の機能

将来にわたり筑豊地域に貢献し続ける生鮮食料品流通拠点を再構築するにあたり、入荷から出荷に至る市場取引行程における作業効率の悪さや長時間化、温度・衛生水準の低さ等品質管理面における課題を解決し、生鮮食料品流通拠点に相応しい環境を整えるため、市場取引行程を最大限効率化する仕組みを構築する。

#### ①閉鎖型施設・コールドチェーン

鮮度維持はセリ価格に大きく影響するため、市場全体でコールドチェーンを確立する。また、卸売市場経由時の生鮮食料品の品質低下を防止するため、一部閉鎖型施設を整備し、温度管理の徹底を図る。閉鎖型施設とすることで、外気や風雨、小動物等食品衛生上相応しくない要因を排除し、建物内の衛生環境の向上も図ることとする。

#### ②場内事業者による施設整備（加工・冷蔵施設）

卸売場や仲卸店舗、買荷保管所等、卸売市場の本来的機能施設に加え、卸売市場の付加価値的機能、新機能を創出するために資する加工場やパッキング、冷蔵施設などの整備を進める。これらの施設は、場内事業者が有するノウハウを最大限活用するとともに、整備内容や官民の費用負担の最適化を図り、効率的な施設とすることでその能力を発揮することを目指し、生産から搬送、販売まで一貫して完結できる施設の整備に取り組む。

#### ③防災機能

卸売市場には生鮮食料品等の安定供給に関して継続性が求められ、その継続性は、平時はもちろんであるが、大規模災害等が発生した非常時においてより一層重要なものとなる。災害発生時に卸売市場の機能低下を最小限とするとともに、生鮮食料品等の流通拠点という根幹的な機能を支えていくために必要な設備を導入し、防災拠点として災害時における公的役割も担う施設とする。



## (2) 施設整備の規模

市場整備にあたっては、今後の利用状況等を踏まえて、適正な規模の市場施設を整備する必要がある。市場施設の規模については、まず農林水産省が定める卸売市場施設規模算定基準をもとに算出を行い、これを基本に現施設の課題や将来展望、事業者の意向等を踏まえた規模の算出を行った（図表 3-1、図表 3-2）。なお施設整備にあたって設定する施設規模は、農林水産省が定める卸売市場施設規模算定基準による算出を基本とする。

敷地面積は事業者意向や検討委員会での意見を参考に、基本構想において、施設全体面積は施設を平屋建とした場合 33,000 m<sup>2</sup>、一部重層化しても 25,000 m<sup>2</sup>を必要面積とし、青果部が 8,900 m<sup>2</sup>、水産物部が 1,460 m<sup>2</sup>、花き部が 700 m<sup>2</sup>とした（図表 3-3）。ただしこの面積は今後、基本設計等の段階で詳細検討を行う必要がある。

図表 3-1 卸売市場売場施設規模算定基準

### ○売場施設の必要規模

売場施設必要規模の算定は、過去の取扱数量等を基に、目標年度における 1 日当たり市場流通の規模を推定し、次の算式により行う。

$$S_i = g_t \times f_i / \mu_i + R_i$$

$S_i$  : 目標年度における売場施設の必要規模

$g_t$  : 目標年度における 1 日当たり市場流通の規模

$f_i$  : 売場施設経由率

$\mu_i$  : 目標年度における売場施設単位面積当たり標準取扱数量

$R_i$  : 売場施設通路面積

$i$  : 各売場施設

資料) 農林水産省「第 10 次卸売市場整備基本方針」

図表 3-2 卸売市場施設規模算定基準による適正規模の算出結果

施設全体 : 33,000 m<sup>2</sup> (9,982 坪)

青果部 : 8,900 m<sup>2</sup> (2,692 坪)

水産物部 : 1,460 m<sup>2</sup> (441 坪)

花き部 : 700 m<sup>2</sup> (211 坪)

備考) 駐車場は 500 台程度確保することとし、施設全体面積に加味している。

場外市場は現時点では加味していない。

資料) 九経調作成

図表 3-3 新市場施設レイアウト（仮）



資料) 関係者協議

### 3. 施設整備パターン

- 施設整備パターンは、現地改修、現地建替、移転新築の3パターン
- 現地改修は、全体的な市場施設の老朽化のため、施設整備を再度検討する必要が出てくること、現地建替は、時間と費用が余計に必要となることから、今回は移転新築を軸に検討

施設整備のパターンとしては、現地改修、現地建替、移転新築の3パターンが考えられる。現地改修については、短期的には最小限の投資で市場機能の維持が可能であるが、市場施設の耐用年数を考えると、近い将来、施設整備を再度検討する必要がある。また、現施設を活用するため、整備に制限がかかり、安全、衛生面、物流等に十分配慮した施設整備が困難と考えられる。現地建替の場合においては、一時的に各部門が仮施設に移動し運営するため、ローテーションで市場を建て替えることとなり、時間と仮施設の費用が余計に必要となる。また現地での仮施設建設と市場運営を並行して行うことは、敷地面積の面から困難である。以上の理由から、今回は移転新築を前提に検討を行う。

#### 4. 移転新設における移転候補地

- 新市場の移転候補地については、選定条件として以下の5項目を設定
  - ①土地面積が25,000㎡以上確保できること
  - ②高速道路ICや主要幹線道路と至近性があり、交通アクセスが良いこと
  - ③大型車両の支障のない通行のため、一定の道路幅員が整備できること
  - ④騒音や周辺道路の渋滞が予想されるため、周辺部に住宅地がないこと
  - ⑤防災拠点としての役割も担う施設とするため、浸水想定区域、土砂災害警戒区域等の災害リスクの高い区域でないこと
- 市が、「A：庄内工業団地グラウンド」、「B：健康の森公園」、「C：鯉田工業団地第1区画」の3案を提案し、飯塚市地方卸売市場等施設整備検討委員会にて、委員から「D：庄内体育館及び野球場」、「E：鶴三緒八木山バイパス沿い」、「F：庄内工業団地四つ角付近八木山バイパス沿い」の3つの候補地案が出され、比較検討を進めた
- 候補地それぞれにメリット、デメリットがあり、決定にはより詳細な協議の上に現実的な決定をすることが望ましい

##### (1) 移転候補地選定の条件

移転候補地については、市場の移転先として必要不可欠な基本的な条件を満たすことが必要であると考え、以下の5項目（図表3-4）を前提条件とし、これらを満たす候補地について評価項目をもとに選定を進めていくこととした。

図表3-4 移転候補地に向けた選定条件

- ①一定の面積が確保できること（適正規模、約25,000㎡以上）
- ②主要幹線沿いであり、交通アクセスが良いこと
- ③一定の道路幅員が整備でき、大型車両の通行に支障がないこと
- ④周辺部（100m以内）に住宅地がないこと（都市計画標準）
- ⑤浸水想定区域、土砂災害警戒区域等の災害リスクの高い区域でないこと

資料) 九経調作成

##### ①一定の面積が確保できること

現在の本市卸売市場は、約64,000㎡の敷地面積を有しており、敷地内に卸売場、倉庫、冷蔵庫、駐車場など市場取引に必要な主要施設を整備している。

本市卸売市場は近年、取扱数量・金額が大きく減少しており、新市場の各施設は一定規模へのコンパクト化（規模の適正化）を進めることが想定される。一方、市場関係者及び小売

店・量販店等、実需者のニーズを最大限満たしていくために、卸売市場の本来的機能の充実に加え、新たな付加価値的な機能をもった施設を整備することも必要であるため、一部重層化でも最低 25,000 m<sup>2</sup>の敷地面積を確保する必要があると考えられる。

こうした状況から、新市場の移転候補地については、土地面積（敷地規模）を 25,000 m<sup>2</sup>以上確保できることを前提条件の 1 つと位置づける。

#### ②主要幹線沿いであり、交通アクセスが良いこと

市場取引を円滑に進めていくためには、産地と本市場、本市場と消費地（取引先）の物流ルートが適正に確保されていることが求められる。

現在の本市場は、八木山バイパス、主要国道に近接し、市場と産地・消費地を結ぶ市場外物流動線が確保されており、交通面での利便性が高いことが強みの 1 つとなっている。新市場の移転候補地についても、高速道路 IC やバイパス・主要幹線道路との至近性を重要な前提条件の 1 つと位置づける。

#### ③一定の道路幅員が整備でき、大型車両の通行に支障がないこと

卸売市場の立地に際しては、大規模な敷地面積と大型車両の出入りが可能な物流ルートの確保が必要であり、一定の道路幅員が整備できることを前提条件の 1 つと位置付ける。

#### ④周辺部（100m 以内）に住宅地がないこと（都市計画標準）

卸売市場では、セリが早朝から開始され、大型トラックの出入りも多いことから、騒音や周辺道路の渋滞が問題となってくることから、新市場の周辺部（100m 以内）に住宅地がないことを前提条件の 1 つと位置付ける。

#### ⑤浸水想定区域、土砂災害警戒区域等の災害リスクの高い区域でないこと

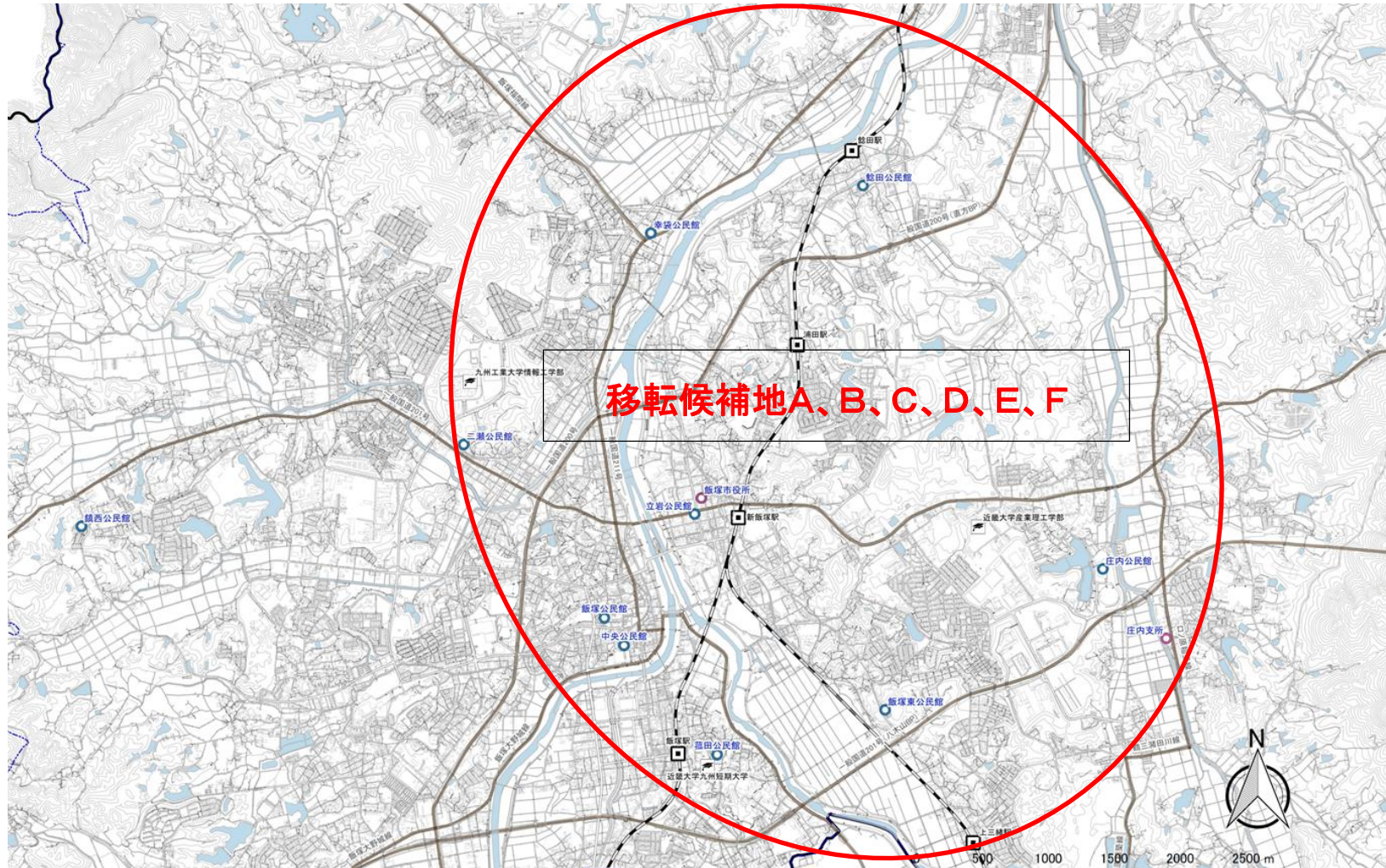
卸売市場が災害時における防災拠点としての役割も担う施設とするため、災害リスクの高い区域ではないことを前提条件の 1 つと位置付ける。

### （2）移転候補地に関する検討

移転候補地については、飯塚市地方卸売市場等施設整備検討委員会にて検討を行った。市からの提案として「A：庄内工業団地グラウンド」、「B：健康の森公園」、「C：鯉田工業団地第 1 区画」を挙げたが、交通アクセスの利便性や、地域住民との協議が必要となる地域もあることを考慮した結果、委員から別の 3 案の候補地が追加された。

委員から出された候補地案は、「D：庄内体育館及び野球場」、「E：鶴三緒八木山バイパス沿い」、「F：庄内工業団地四つ角付近八木山バイパス沿い」であり、市が提案した 3 案の計 6 案にて比較検討を進めた（図表 3-5）。

図表3-5 卸売市場移転検討地 位置図



資料) 九経調作成

### (3) 移転候補地に関する評価項目と評価結果

6案の移転候補地に対して、(1) 移転候補地の条件である①から⑤の評価項目に関する検討委員会での評価結果及び候補地の用途、容積/建ぺい率、メリット及びデメリットは以下の通りとなった(図表3-6)。

図表3-6 移転候補地の概要と評価(候補地A、B、C)

場 所	候補地A 庄内工業団地グラウンド (市有地)	候補地B 健康の森公園 (市有地)	候補地C 鯉田工業団地第1区画 (市有地)
①面積	①28,835.00㎡	①131,107.00㎡	①29,720.87㎡
②交通アクセス	②国道201号バイパスに近接	②国道・県道に近接	②国道・県道に近接している
③道路幅員の確保	※市内・嘉麻・直方・田川からの 寄り付きは良く、利便性は高い	※市内中心地から離れており、嘉 麻・田川からの利便性は低い	※市内・直方からの利便性は高い が、嘉麻・田川からの利便性は 低い
④都市計画標準			
⑤災害リスク	③道路幅員は確保 (道路幅員11.0m) ④100m以内に住宅地がない ⑤災害リスクは低い	③道路幅員は確保 (道路幅員9.1m) ④100m以内に住宅地がない。 ⑤災害リスクは低い	③道路幅員は確保 (道路幅員9.0m) ④100m以内に住宅地が存在する ことになるが、緩和措置を施すこ とで除外される ⑤災害リスクは低い
①用途地域	①工業専用地域	①無指定	①工業専用地域
②容積率/建ぺい率	②200/60	②200/70	②200/60
メリット	<ul style="list-style-type: none"> <li>・取得による費用負担なし</li> <li>・市有地有効活用の方針に沿う</li> <li>・ほぼ整地済み</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・取得による費用負担なし</li> <li>・自衛隊駐屯地にも近く防災拠点 としては一定の魅力がある</li> <li>・公園等を生かすことで、観光地 としても生かすことができる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・取得による費用負担なし</li> <li>・国道200号バイパスからのアク セスは良好であり、防災拠点とし ては一定の魅力がある</li> </ul>
デメリット	<ul style="list-style-type: none"> <li>・公式試合等大会開催頻度が高く、市内だけではなく市外、県外 等遠方からの利用者も多いため、 代替地が必要になる</li> <li>・敷地面積から一部高層化が濃厚 で建築費増大</li> <li>・道の駅への発展性はない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・場外市場を整備する場合、交通 アクセスはあまり良くない</li> <li>・隣接する清掃工場との環境面に 対する不安</li> <li>・目尾地域振興計画との関係(地 元と要協議)</li> <li>・道の駅への発展性はない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・敷地面積から一部高層化が濃厚 で建築費増大</li> <li>・場外市場を整備する場合、認知 度が低くなる(主要幹線から離れ ている)</li> <li>・道の駅への発展性はない</li> </ul>

図表 3-6 移転候補地の概要と評価（候補地D、E、F）

場 所	候補地D 庄内体育館及び野球場 (市有地)	候補地E 鶴三緒八木山バイパス 沿い (私有地)	候補地F 庄内工業団地四つ角付近 八木山バイパス沿い (私有地)
①面積 ②交通アクセス ③道路幅員の確保 ④都市計画標準 ⑤災害リスク	①37,841.51 m <sup>2</sup> ②国道 201 号バイパスに近接 ※市内・嘉麻・直方・田川からの 寄り付きは良く、利便性は高い ③道路幅員は確保 (道路幅員 10.8m) ④100m以内に住宅地がない ⑤災害リスクは低い	①43,500.00 m <sup>2</sup> ②国道 201 号バイパス沿い ※市内・嘉麻・直方・田川からの 寄り付きは良く、利便性は高い ③道路幅員は確保 ④100m以内に住宅地がない。 ⑤災害リスクは高い	①87,966.00 m <sup>2</sup> (法面含む) ②国道 201 号バイパス沿い ※市内・嘉麻・直方・田川からの 寄り付きは良く、利便性高い ③道路幅員は確保 ④100m以内に住宅地がない。 ⑤災害リスクは低い
①用途地域 ②容積率/建ぺい率	①無指定 ②200/60	①無指定 ②200/60	①工業専用地域 ②200/60
メリット	<ul style="list-style-type: none"> <li>取得による市の費用負担なし</li> <li>主要幹線交差点隣接で、市場関係者の意向に沿う</li> <li>新市場の算定必要面積との差がほとんどない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>主要幹線交差点隣接で、市場関係者の意向に沿う</li> <li>食料品・生鮮品中通施設のため、土地制約上の転用手続きの必要がない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>主要幹線交差点隣接で、市場関係者の意向に沿う</li> <li>用地が広く、市場に近接して市場関係民間施設(倉庫や加工場)、民間の集客施設が建設できれば相乗的な活性化が期待できる</li> <li>1 法人の私有地であり、交渉が行いやすい</li> </ul>
デメリット	<ul style="list-style-type: none"> <li>現有施設を継続することになっており、利用者の場所がなくなる</li> <li>現有施設の代替施設を考慮すると、事業スケジュールが大幅に遅れる</li> <li>道の駅への発展性はない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>取得による市の費用負担あり</li> <li>土地所有者が多く、交渉が難航することが予想される</li> <li>下流域の浸水対策が必要となる</li> <li>魚市場で使用する海水(塩水)の周辺農地への影響が懸念される</li> <li>取得または借地費用、あるいは交換地必要</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>取得による市の費用負担あり</li> <li>製造工場のため土壌汚染調査は必須であり、有害物質が基準以上であれば、計画がとん挫する</li> <li>コンクリート製品工場のため、粉塵対策は必須</li> <li>取得または借地費用、あるいは交換地必要</li> <li>現有施設の代替を考慮すると、スケジュールが大幅に遅れる</li> <li>工場が稼働中であり、利用可能面積が不明</li> </ul>



立地については、候補地 A、D、E、F は、八木山バイパス沿いに位置しており、物流上、大きな差はないものと考えられるが、候補地 B、C に関しては主要幹線から離れており、場外市場を整備することを勘案した場合、交通アクセスの利便性は低い。

また、候補地 A、D は、現時点では、現有施設を継続して利用することとなっており、事業実施には他主体との調整が必要となるため、事業スケジュールが策定しにくいデメリットがある。

候補地 B は、清掃工場が隣接しており環境面に不安を抱えており、目尾地域振興計画の関係上、地元住民との協議が必要となる。

候補地 C は、場外市場を整備する場合、駐車スペースの確保（立体駐車場の建設）が必要となり、建設費の増加が予想される。

候補地 E については、面積的には申し分なく、立地上も利便性は高い。一方で、土地所有者が多く、交渉が難しいことが予想される上、下流域の浸水対策が必要となること、さらに魚市場において使用する海水（塩水）の周辺農地への影響が懸念される等、課題も多い。

候補地 F は、土地を市内の事業者 1 社が所有しており、土地取得交渉が行いやすく、事業スケジュール上のメリットが大きい。事業所が土石業であるため、粉塵対策が必須になる。また工場が稼働中であり、新市場の必要面積が確保できるか現段階では不明である。

以上、候補地 A~F を比較・検討した結果、選定の条件を満たす候補地においても、それぞれにメリット、デメリットがあり、現時点で候補地を選定することは難しいため、より詳細な協議の上に現実的な決定をすることが望ましい。

## 5. 施設整備・運営手法

- 卸売市場の施設整備・運営方法は、「公設公営」、「公設民営」、「民設民営」の3つの形態がある
- 公設公営は、開設者、施設整備・運営を市とする形態であり、現在の本市卸売市場もこれに当てはまる
- 公設民営は、市が開設者であり、施設運営を民間とする形態であるが、施設整備に関しては、市が行う「指定管理方式」と民間が行う「PFI方式」がある
- 民設民営は、開設者、施設運営を民間とする形態であり、施設整備に関しては、市が行う方式と民間が行う方式がある
- 新市場においても、現状と同様に公設公営を軸に検討するが、民間管理が適している施設については、コスト削減の観点から指定管理方式やPFI方式の検討が必要であり、将来的には民営化についても検討が必要
- PFI方式が、卸売場や仲卸場を含む卸売市場全体に導入された事例はない
- 本市卸売市場の移転新設に当たっては、PFIは導入せず、公設公営とする

### (1) 施設整備・運営パターン

卸売市場の施設整備・運営については、「公設公営」、「公設民営」、「民設民営」の3つの形態に分けられる。それぞれの特徴は以下のとおり整理される。

公設公営は、市が開設者となり、市が土地の取得、施設整備及び施設運営を行う形態である。公設民営については、「指定管理方式」と「PFI方式」がある。両者とも開設者が市であり、施設運営の一部を民間が運営することは共通しているが、指定管理方式は、市が土地の取得、施設整備を行うのに対して、PFI方式は市の施設整備に関して民間資金を導入する。民設民営は、開設者が民間であり、施設運営も民間とする方式であり、その手法として、施設整備を市が行う「市整備・保有方式（民間賃借方式）」、「市整備・譲渡方式（民間譲渡方式）」と、施設整備を民間が行う「民間整備・保有・市助成方式」、「完全民間整備方式」がある（図表3-7）。

現在の本市卸売市場においては、公設公営による運用が行われており、他市場を集約して今日に至った経緯があることから、新施設においても、現時点では、公設公営を第一候補に運用していくが、将来的には民営化についても検討が必要である。

ただし今後、施設整備において民間管理が好ましいと思われる施設（料理教室等）については、指定管理方式の導入も検討しておくことが必要である。またPFI方式については、施設的设计、建設、運用までを一括発注できることから、コスト削減に繋がり、市の財政負担が軽減されるなどの効果が見込まれる一方で、卸売場や仲卸場などを含む卸売市場全体に導入された事例はない。

図表 3-7 卸売市場の事業パターン

事業パターン	特徴	開設	運営			土地取得・施設整備
			監督業務	施設維持管理	運営	
公設公営	市が開設者となり、市が土地の取得、施設整備及び施設運営を行う現在と同様の方式。	公	公	公	公	公
公設民営	指定管理 市が開設者となり、市が土地の取得、施設整備を行い、施設運営の一部について指定管理者へ委託する方式。	公	公	民	民	公
	PFI方式 市が開設者となり、市の施設整備に関して民間資金・ノウハウを導入するとともに、施設運営の一部を民間が運営する方式。	公	公	民	民	公/民
民設民営	市整備・保有方式 民間賃借方式：民間が開設者となり、市が土地の取得、施設整備を行い民間へ賃借し、民間が施設運営する方式。	民	民	公/民	民	公
	市整備・譲渡方式 民間譲渡方式（有償又は無償）：民間が開設者となり、市が土地の取得、施設整備を行い、民間へ有償または無償で譲渡し、民間が施設運営する方式。	民	民	民	民	公
	民間整備・保有・市助成方式 民間が開設者となり、民間が土地の取得、施設整備及び施設運営を行い、費用の一部について市が助成する方式。	民	民	民	民	民
	完全民間整備方式 民間が開設者となり、民間が土地の取得、施設整備及び施設運営の全てを完全に行う方式。	民	民	民	民	民

資料) 九経調作成

## (2) 民間活力導入手法の検討

### ①民間活力導入の方向性

農林水産省が発令した第10次卸売市場整備基本方針（平成28年1月14日策定）では、PFI導入を含めた民間活力導入に関する方針が示されている。この中で、民間活力の導入に関しては、2つの方向性が示されている。

1つは、指定管理方式であり、大阪府中央卸売市場等にて導入されている。同市場では、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・施設管理等を委託している。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）の経費を削減し、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5,300万円を計上している。低下傾向にあった仲卸売場や駐車場の利用率が向上し、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している。

もう1つは、PFI導入であり、神戸市中央卸売市場の青果市場の一部にて導入されている。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、施設の設計・建設、工事管理、維持管理及び運営をPFI事業として実施しており、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）のうち、維持管理コストはPFI導入前に比べ約18%削減されている。

### ②開設者における合意形成における課題

PFI導入等に関しては、VFM（バリューフォーマネー）と呼ばれる従来の方式と比べてPFIの方が総事業費をどれだけ削減できるかを示す指標が重要であり、一般的に12～13%が必要とされている。PFI導入に積極的な自治体の場合には、実際に導入するかどうかの検討に関して、VFMに対する一定の数値基準を設定している場合もあるが、飯塚市には、現時点で数値基準は存在しない。また飯塚市においては、PFI導入による施設整備を行った実績がないため、飯塚市内部の合意形成に時間を要する可能性が高い。

### ③市場関係者における合意形成の課題

卸売市場には、開設者をはじめ、卸売業者、仲卸業者、仲買人、買受人、出荷者などが様々な目的を持って入場し、事業活動を行っている。それぞれが卸売場や仲卸場、倉庫などの使い勝手などに対して持つニーズは多岐に亘っており、このようなニーズに1つ1つ対応するためには、時間を掛けて意見集約を図る必要がある。

これまでPFIを導入しているのは、国内では神戸市中央卸売市場のみであり、その適用範囲は、青果市場のみで、かつ対象施設も定温冷蔵庫等の倉庫、駐車場等の付帯施設である。また水産市場が対象であった東京都中央卸売市場（築地）や、青果市場が対象であった福岡市中央卸売市場も、検討後にPFI導入を断念している。

PFI 導入に関して、1 市場だけでも意見集約が困難な状況であることが窺えるが、本市卸売市場は、平成 33 年度の開場を目標としている上、青果市場、水産市場、花き市場の 3 市場が対象となり、これから各業者の意見を聞いて意見調整を図りつつ設計業務を進めていくのと同時に、民間事業者が PFI を実施するための検討を行うことは実質困難である。

#### ④十分な VFM の設定が困難

卸売市場の場合には、机上の算定上、10 数パーセントの建設費・維持費削減効果が算出されることが多いが、実施設計等の段階で考慮すべきリスク等を考慮した結果、VFM が 2 ～3%程度に落ち着くことが多く、事業者選定に至らないケースが多い。

さらに本市卸売市場の現在の運用は、必要最低限の人員によって、最低限の公設市場の機能維持を行っている状況にある。PFI 事業者は、建設費用に加え、運用後のメンテナンスや委託業務によって利益を得る仕組みを取るが、現在の本市卸売市場においては、そのような委託ができる業務は少ない。

さらに PFI 導入を断念した東京都中央卸売市場（築地）の事業費は数千億円規模、福岡市中央卸売市場においても約 200 億円である。本市卸売市場の事業費は約 40 億円～50 億円程度であることを考慮すると、事業費規模の視点から、民間事業者が利益を得る仕組みを PFI によって描くことが極めて難しい状況にある。

従って、本市卸売市場における PFI 導入、もしくは導入を検討した他市場との先行事例を調査した結果、本市卸売市場に PFI を導入することは、建設費・維持費の面で一定のコスト削減効果が見込まれるものの、その実施に当たっては本市内部の合意形成が難しいこと、市場関係者による合意形成が難しいこと、また民間事業者が実施するための十分な VFM が確保できない可能性が高いこと、さらには新市場の開設目標年度（平成 33 年度）を考慮すると、新市場において PFI を導入することは現実的ではないとの結論に達し、公設公営で運営していくこととする。

#### （3）概算事業費

現時点の施設レイアウトを参考に、候補地 A、候補地 B、候補地 C、候補地 D、候補地 E、候補地 F の概算事業費は、下記の通りである（図表 3-8）。

候補地 D の庄内体育館及び野球場の場合には、建物建設費概算 28.89 億円に加え、解体費が 1.03 億円発生する。また、土地造成費として 5.44 億円が必要となる見込みである。これらに交付金試算と償還利息を加味した 35.00 億円が概算事業費となる。

候補地 E においては、建物建設費概算 28.89 億円に加え、路線価を前提とした土地取得費が 4.01 億円必要となる。候補地に建物は存在しないため、解体費は必要としないが、土地造成費として 7.52 億円が必要となる見込みである。これらに交付金試算と償還利息を加味した 40.60 億円が概算事業費となる。

候補地 F においては、建物建設費概算 28.89 億円に加え、路線価を前提とした土地取得費が 1.59 億円である。また同候補地についても、建物は存在しないため、解体費は必要としないが、土地造成費として 4.32 億円が必要となる見込みである。これらに交付金試算と償還利息を加味した 34.38 億円が概算事業費となる。

候補地 A、C については、市有地であり既存の建物もなく、解体費がかからないため、候補地 D、F、E に比べて概算事業費は低減できる。

図表 3-8 移転候補地での事業概算

		候補地A 庄内工業団地グラウンド (28,835㎡・市有地)	候補地B 健康の森公園 (34,500㎡・市有地)	候補地C 鮎田工業団地第1区画 (29,720㎡・市有地)
整備費	土地			
	取得費	—	1.75億円 (根拠：飯塚市土地開発公社からの購入想定)	—
	造成費	3.66億円 (根拠：飯塚市小中一貫校造成工事費参考)	4.33億円 (根拠：飯塚市小中一貫校造成工事費参考)	3.76億円 (根拠：飯塚市小中一貫校造成工事費参考)
	現施設解体費	—	—	—
	建物			
役務費・ 設計委託費等	1.10億円	1.10億円	1.10億円	
工事費	27.79億円	27.79億円	27.79億円	
合計【A】		32.55億円	34.97億円	32.65億円
交付金【B】		3.71億円	3.71億円	3.71億円
起債元金(A-B)【C】		28.84億円	31.26億円	28.94億円
起債利息(20年)【D】		3.05億円	3.31億円	3.06億円
交付金除く経費(A-B+D)		31.89億円	34.57億円	32.00億円
後年度の単年負担額		1.59億円	1.73億円	1.60億円

		候補地D 庄内体育館及び野球場 (34,500㎡・市有地)	候補地E 八木山バイパス沿い (34,500㎡・私有地)	候補地F 八木山バイパス沿い (34,500㎡・私有地)
整備費	土地			
	取得費	—	16,600円/㎡×70%×34,500㎡=4.01億円 (根拠：全国地価マップ固定資産税路線価)	4,590円/㎡×34,500㎡=1.59億円 (根拠：全国地価マップ固定資産税路線価)
	造成費	5.44億円 (根拠：飯塚市小中一貫校造成工事費参考)	7.52億円 (根拠：飯塚市小中一貫校造成工事費参考)	4.32億円 (根拠：飯塚市小中一貫校造成工事費参考)
	現施設解体費	1.03億円	—	—
	建物			
役務費・ 設計委託費等	1.10億円	1.10億円	1.10億円	
工事費	27.79億円	27.79億円	27.79億円	
合計【A】		35.36億円	40.42億円	34.80億円
交付金【B】		3.71億円	3.71億円	3.71億円
起債元金(A-B)【C】		31.65億円	36.71億円	31.09億円
起債利息(20年)【D】		3.35億円	3.89億円	3.29億円
交付金除く経費(A-B+D)		35.00億円	40.60億円	34.38億円
後年度の単年負担額		1.75億円	2.03億円	1.72億円

注 1) 土地取得費以外は飯塚市による概算

注 2) 候補地 E の取得額は、路線価から現況農地を考慮

注 3) 造成費には測量及び設計費を含む

注 4) 路線価から推計する現卸売市場の売却益は約 14.58 億円

注 5) 起債は償還期間 20 年、年 2 回払、年利 1% で試算

注 6) 面積については、公設市場 33,000 ㎡に加え、場外市場の売上規模を 7 億円と想定し、同規模目標で建設された「道の駅むなかた」を参考に施設面積を 1,500 ㎡とし、それを加えた 34,500 ㎡を全体の必要面積とした(候補地 A と候補地 C については、面積が 34,500 ㎡以下のため、それぞれの候補地の面積にて算出)

#### (4) 事業実施手法の検討

- 新施設は、国の卸売市場整備方針や近隣他市場の状況を踏まえ、全面コールドチェーンを目指す
- 事業手法については、設計・施工などを個別に発注する手法に拘らず、一括発注や EDI 方式等も検討し、VR などの最新設計手法を導入する
- 設計発注は、ユーザビリティを考慮して施設利用者が窓口となる方法もあるが、本市卸売市場においては、青果・水産・花きの3市場があり、施設利用者の合意形成が困難のため、従来通り市が発注する
- 倉庫や冷蔵庫など、卸売市場内の特殊設備において、それが交付金の補助対象となる場合は、各施設利用者と設計業者との間で協議を行う

新施設においては、国としての卸売市場の整備方針並びに近隣他市場のコールドチェーン化の状況を踏まえ、全面コールドチェーンを目指すものとする。ただし、必ずしも全面が低温となっている施設ではなく、他市場の施設整備状況も考慮しながら売場・倉庫・保管庫の整備を目指す。

事業手法については、スケジュールや柔軟な設計等を重視する。そのため、従来の基本設計・実施設計・施工管理、施工などを個別に発注する手法には拘らず、設計・施工などの一括発注、もしくは設計段階から施工業者を選定する EDI（アーリー・コントラクター・インボルブメント）方式等の検討も視野に入れる。さらにはより使いやすい施設を目指すため、VR（バーチャルリアリティ）などの最新設計手法を導入していくことが重要である。

また設計発注においては、自治体が運営する病院等に適用されるように、自治体が設計業務などを発注し、実際の設計には医療従事者や患者などのユーザビリティを考慮して、施設利用者が窓口となる方式もある。

しかし卸売市場において、上記を適用しようとする、卸売業者、仲買人、組合等の関係主体が多く、各主体のユーザビリティが異なるため、そもそも意見調整が困難な上、本市卸売市場の場合には、青果・水産・花きと3市場が存在するために、合意形成に時間が掛かることが予想される。そのため基本的には、基本設計等の業務を従来通り、市が発注し、市が施設利用者の意見を随時参考にしながら、設計業者等と協議していくことが求められる。一方で、倉庫や冷蔵庫など、卸売市場内において使われる特殊な設備について、それが交付金の補助対象となる場合には、補助率や予算上限などを示した上で、各施設利用者と設計業者との間で協議し、より使い勝手の良い市場を設計していくことが必要である。

## 6. 新施設における使用料の算定方法

本市卸売市場の使用料は、売上使用料と施設使用料によって構成されている。

現行の飯塚市卸売市場条例における売上使用料は、各卸売業者がその取扱金額に応じて青果と水産は 3/1000、花きは 2/1000 を使用料として支払う仕組みである。

施設使用料は、卸売市場の土地取得から、設計、建設、運用、保守等に至るまでに掛かった費用から交付金などを除いた経費から算出される。具体的に算定に試用される費用は、償却費、修繕費、管理事務費、損害保険料、地代であり、その算定内訳は、下記の通りである。使用料に関しては、他市例を参考に、事業費から交付金を除いた費用の 1/2 を飯塚市が負担すると仮設定して、償却期間を 20 年と 40 年の 2 種類に分けて分析を行った（図表 3-9）。

結果として、新市場移転の際の各卸売業者が支払う施設使用料は、ほぼ全てのケースで現状よりも増額することが分かった。厳しい事業環境の中で、施設使用料の負担増加が難しいケースも想定され、引き続き、基本設計等と連動しながら、各卸売業者と開設者との間で協議が必要である。

市場使用料＝

償却費〔（取得価格－残存価格）×償却率〕＋修繕費＋管理事務費＋損害保険料＋地代－使用料収入で充てることが客観的に困難と認められる経費

※取得価格は造成または取得に要した費用から交付金等を除いた経費、地代は取得価格×係数（借入金の借入条件等）または借地料＋借地権取得に要した経費×0.2

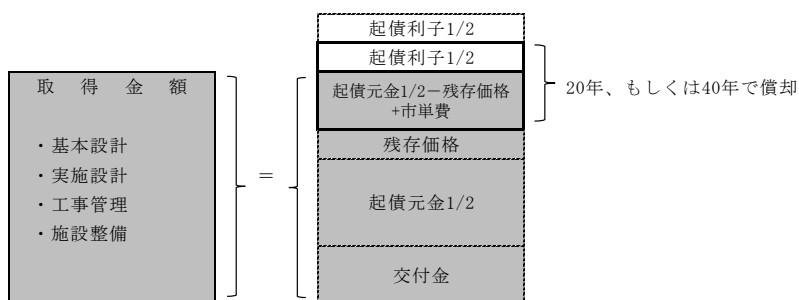
※償却費については、残存価格を考慮せずに算出する場合もある

図表 3-9 基本構想答申における施設使用料シミュレーション<他市例参考>

市場使用料＝償却費＋修繕費＋管理事務費＋損害保険料＋地代

・償却費＝償却基礎額×償却率〔（償却基礎額＋起債利子の1/2）/（償却基礎額×平均耐用年数）〕

償却基礎額＝取得価格－（交付金＋残存価格（取得価格の10/100）＋起債元金の1/2）



・修繕費＝取得価格（建設＋設備）×直近2年の整備費にほける修繕比率（0.2%）

・管理事務費＝人件費＋報償費＋旅費＋需用費＋役務費＋委託料＋使用料及び賃借料＋備品購入費＋負担金補助及び交付金

・損害保険料＝取得金額×保険料率（0.0044%）

・地代＝（用地取得費－旧市場売却見込額）×年地代相当額率（2.5/100 20年、もしくは40年で完済）

資料）飯塚市作成



## 第4章 場外市場の整備

---

### 1. 場外市場機能の意義

- 場外市場は、市民に開かれた市場を構築する上で重要な存在である
- 本市卸売市場の商圈は、今後縮小する見込みであり、顧客獲得の1つの窓口として、場外市場が必要となる
- 場外市場が市場経由の商材を供給することで、卸売市場の増収につながる
- 場外市場を通して、公設市場への理解が進み、市民に開かれた市場構築に寄与する
- 公設市場と場外市場がセットになった本市卸売市場は、様々なキーワードで地域経済を活性化しうる拠点となり得る

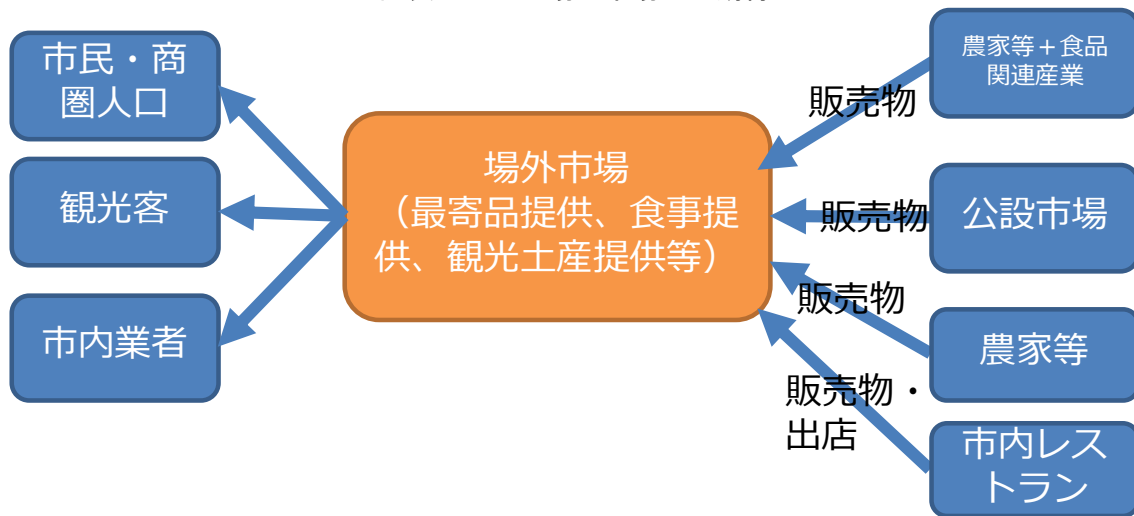
場外市場は、農林水産省が第10次卸売市場基本方針において掲げる市民に開かれた市場を構築する上でも重要な存在であり、地域の魅力の発信拠点として機能することが望まれる。本市卸売市場の商圈は今後縮小していく見込みであり、今後、従来事業だけを展開しては公設市場の経営が困難になることは明白である。

そのため、卸売市場全体で、地域密着型領域の顧客を新たに獲得していくことが求められ、顧客獲得の1つの窓口として場外市場が必要となる。場外市場では、公設市場をはじめ、地元農家、食品関連産業、市内レストラン等の事業者が販売物を持ち寄り、それらを顧客に供給する。場外市場で販売もしくは消費される商材の多くは、卸売市場から仕入れたものであり、結果、本市卸売市場の経営改善に寄与することとなる。

また、場外市場においては、卸売市場として従来注力していなかった小売機能を充実させることで、筑豊地域に存在する公設市場を利用する方以外の市民や商圈一般客、観光客、市内業者等の潜在顧客にアプローチしていくことが求められる。その結果、一般客が市公設市場隣接の場外市場に来場することにより、これまで疎遠だった公設市場への理解が進み、市民に開かれた市場形成に一役買うこともできるだろう（図表4-1）。

このような活動を行うことで、公設市場と場外市場がセットになった本市卸売市場は、筑豊地域の食品関連産業の振興、市内一次産業の振興、筑豊地域のブランド化、観光産業の振興、市民協働によるにぎわい拠点形成など、様々なキーワードで地域経済を活性化しうる拠点となり得るだろう。

図表 4 - 1 場外市場への期待



- ①市民に開かれた市場形成拠点
- ②公設市場の活性化拠点
- ③ニーズ収集・六次産業化のテストマーケティング拠点
- ④市内産業（一次産業、サービス産業）の活性化拠点

資料) 九経調作成

## 2. 場外市場の市場性

- 筑豊地域の観光客の市場は、約 54 億円であるが、商圏内には競合先が多い
- 観光客の市場のみで場外市場を経営することは難しく、別の顧客セグメントを取り込む必要がある
- 別の顧客セグメントとして、一般消費者と業務用市場について分析
- 筑豊地域の一般消費者の市場を約 269 億円、業務用市場を約 578 億円と推計
- 3つの顧客セグメントを取り込み、場外市場の経営基盤を安定させる

道の駅のような観光施設としての側面を考えると、観光客がそのターゲットとなる。この場合、飯塚市卸売市場における商圏内（＝筑豊地域）での観光客の市場は、推計結果によると約 54 億円である（図表 4－2）。ただし商圏内には、既に道の駅や民間の商業施設が立地しており、多くの顧客を獲得し、観光客だけで場外市場を経営していくことは困難である。つまり、場外市場は、観光施設としての側面だけでなく、別の顧客セグメントも取り込む必要がある。

想定しうる商圏における別の顧客セグメントとして、一般消費者と業務用についても分析を行った。一般消費者については、世帯当たりの消費金額と筑豊地域の世帯数から推計を行い、その市場を約 269 億円（図表 4－3）と推計し、加えてレストラン等の業務用市場については、店舗数などから推計を行い、その市場性を約 578 億円とした（図表 4－4）。

これら 3つのセグメントを効果的に取り込むことにより、場外市場としての経営基盤が安定するものと思われる。

図表 4－2 筑豊地域の観光客マーケット

品目	品目別消費額単価		筑豊地区の観光入込客数		観光客による筑豊地区の年間消費額	
	(A) 日帰り	(B) 宿泊	(C) 日帰り	(D) 宿泊	日帰り (A) × (C)	宿泊 (B) × (D)
農産物 (野菜・果物・花など)	235.2 円	251.8 円	9,206 千人	694 千人	21.65 億円	1.75 億円
水産物・水産加工品 (鮮魚・魚介類・干物・練製品など)	280.2 円	690.5 円			25.80 億円	4.79 億円
合計	515.4 円	942.3 円	9,206 千人	694 千人	47.44 億円	6.54 億円
「日帰り」と「宿泊」の合計	1,457.7円		9,900千人		<b>53.98億円</b>	

資料) 国土交通省「2014年旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」、福岡県「平成26年福岡県観光入込客推計調査」より九経調作成

図表４－３ 筑豊地域の一般消費者マーケット

品目	(E) 1世帯あたりの平均年間消費額	(F) 筑豊地区の総世帯数	筑豊地区の品目別、年間消費額 (E) × (F)
青果	91,621 円	161,935 世帯	148.37 億円
魚介類	65,648 円		106.31 億円
切り花	9,110 円		14.75 億円
合計	166,379 円	161,935 世帯	<b>269.43 億円</b>

資料) 総務省「平成 27 年家計調査年報」、「平成 27 年国勢調査」より九経調作成

図表４－４ 筑豊地域の業務用マーケット

業種	(G) 筑豊地区の店舗数	品目	(H) 1件毎の平均年間仕入(購入)額	筑豊地区の全店舗年間仕入(購入)額 (G) × (H)
飲食店 (レストラン・グルメ・結婚・宴会)	3,875 件	青果	1,574,224 円	61.00 億円
		水産物	1,144,890 円	44.36 億円
		花	9,110 円※	0.35 億円
食料品小売業 (食料品店・スーパーなど)	1,251 件	青果・花	16,154,290 円	202.09 億円
		水産物	12,269,081 円	153.49 億円
美容・コスメ店	516 件	花	9,110 円※	0.05 億円
葬儀	651 件	花	14,173,788 円	92.27 億円
花小売店	173 件	花	13,841,122 円	23.95 億円
病院	1,361 件	花	9,110 円※	0.12 億円
歯科	531 件	花	9,110 円※	0.05 億円
合計	8,358 件			<b>577.73 億円</b>

注) 「飲食店」、「美容・コスメ店」、「病院」、「歯科」の1件毎の平均年間購入額は、「平成 27 年家計調査年報」の1世帯あたりの切り花平均年間消費額 9,110 円を採用

資料) 総務省「平成 27 年家計調査年報」より九経調推計

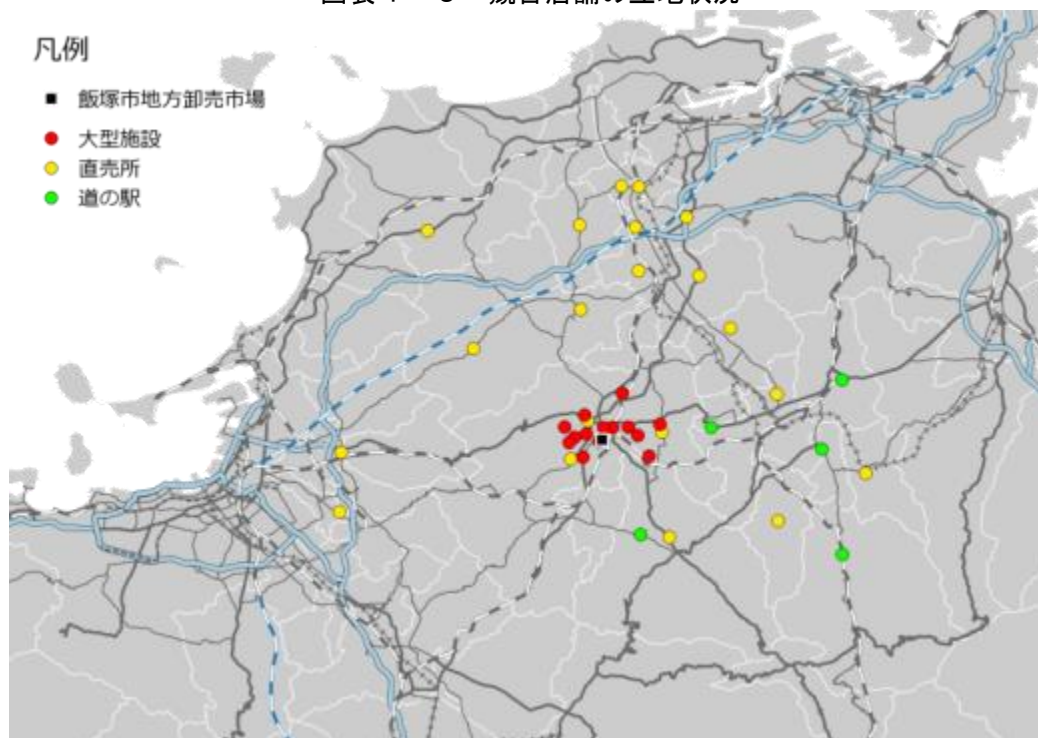
### 3. 場外市場の競合店舗

- 飯塚市の半径 20 km圏内の地域には大型施設や道の駅、直売所を含めて、39 施設が存在
- 地場産の青果や水産物を取り扱う店舗や、温浴施設・イベント広場等を併設する施設がある
- 飯塚市の場外市場は「ここにしかない」、「ここで買いたい」と来場者が感じられるような差別化が必要

現時点で周辺地域にどれくらいの競合店舗が立地しているのかをみると、飯塚市の半径 20 km圏内の地域には大型施設や道の駅、直売所を含めて、39 施設が存在している。既に多くの競合店舗が飯塚市近辺に立地していることがわかる。具体的には、スーパーや大型量販店等の大型施設は飯塚駅及び新飯塚駅周辺に集積しており、国道 201 号線と国道 211 号線沿いにも立地している。また、直売所は、各地域の幹線道路沿いに立地している。道の駅に関しては、基本的に自治体毎に整備しており、飯塚市に隣接する自治体にも立地している状況である（図表 4-5、図表 4-6）。

これらの店舗では地場産の青果や水産物を取り扱っており、温浴施設・イベント広場等を併設する施設も存在している。このような環境で飯塚市の場外市場は「ここにしかない」、「ここで買いたい」と来場者が感じられるような差別化が求められる。

図表 4-5 競合店舗の立地状況



資料) 九経調作成

図表4-6 半径20km圏内に立地する主な施設一覧

NO.	区分	名称	住所
1	道の駅	うすい	嘉麻市上臼井328-1
2	道の駅	歓遊舎ひこさん	田川郡添田町大字野田1113-1
3	道の駅	香春わぎえの里	田川郡香春町大字鏡山1870-1
4	道の駅	おおとう桜街道	田川郡大任町大字今任原1339
5	道の駅	いとだ	田川郡糸田町162-4
6	直売所	ふれあい市飯塚店	飯塚市川津422
7	直売所	ふれあい市穂波店	飯塚市椿199-1
8	直売所	庄四季物	飯塚市綱分770-1
9	直売所	やさい畑なかま店	中間市中間3-4-12
10	直売所	サングリーン鞍手	鞍手郡鞍手町新延140-2
11	直売所	かつぱの里八幡店	北九州市八幡西区馬場山東2-9-7
12	直売所	四季菜館	宮若市本城551-1
13	直売所	来てみんなかながわ	田川市大字夏吉1770-3
14	直売所	ふれあいの里	粕屋郡志免町田富2-1-1
15	直売所	新鮮食広場なのはな畑	直方市植木4137-1
16	直売所	新NEWグァーグァー市場	直方市大字上新入2024-1
17	直売所	アグリ福智の郷	直方市頓野569-27
18	直売所	ドリームホープ若宮	宮若市脇田224-1
19	直売所	上野の里ふれあい市	田川郡福地町上野2811-1
20	直売所	赤村特産物センター	田川郡赤村大字赤5951-1
21	直売所	川崎町農産物直売所「De・愛」	田川郡川崎町大字安真木5308-1
22	直売所	カッホー馬古屏(まごへい)	嘉麻市牛隈882-1
23	直売所	新鮮市場さくら館	中間市大字垣生659
24	直売所	農産物直売所なのみの里	糟屋郡粕屋町大隈1229
25	直売所	とれとれプラザかのこの里	宗像市原町153
26	大型施設	イオン穂波	飯塚市枝国枝国長浦666-48
27	大型施設	ハローデイ 穂波店	飯塚市秋松919
28	大型施設	ハローデイ 九工大前店	飯塚市川津680-5
29	大型施設	ASO 新飯塚店	飯塚市芳雄町1952
30	大型施設	フレッシュ8 花瀬店	飯塚市花瀬168-2
31	大型施設	スーパーセンタートライアル 飯塚店	飯塚市徳前40-1
32	大型施設	ハイマート 飯塚店	飯塚市潤野885-33
33	大型施設	トライアル 上三緒店	飯塚市上三緒1-7
34	大型施設	ASO 潤野店	飯塚市潤野52-1
35	大型施設	スーパー川食 鯉田店	飯塚市鯉田1956
36	大型施設	スーパー川食 庄内店	飯塚市有安429-1
37	大型施設	あいタウン	飯塚市吉原町6-1
38	大型施設	ハローデイ 柏の森店	飯塚市柏の森72
39	大型施設	ASO 山内店	飯塚市下三緒38-5

資料) 九経調作成

農水産物直売所において、売上が日本一となった糸島市の「伊都菜彩」には、平日で約3千人、週末になると福岡市だけでなく北九州市や佐賀県内など遠方を含め約5千人が訪れ、賑わいを見せている。その成功要因として、豊富な商材の供給体制がある。伊都菜彩には、約1,500名の地元農家や漁業者が出荷者登録しており、出荷者の範囲も25km圏と広範囲に亘る。また、玄界灘で獲れた魚介類や、黒毛和牛「糸島牛」、三元交配の糸島豚の銘柄豚「美豚（びとん）」など、様々な地場の商材が陳列棚を飾っており、伊都菜彩のブランド力を高めている。来場者は、品揃えが豊富な地場産の農林水産物や畜産物を、ワンストップで購入することができ、伊都菜彩は、一般消費者だけではなく、糸島ブランドにこだわる地元飲食店の買付拠点になっている。

また、伊都菜彩は、福岡市と糸島市を結ぶ主要幹線道路上沿いに位置しており、立地環境に恵まれている。糸島市は観光地としての人気も高く、平成26年において、糸島市を訪れる訪問客数は年間約500万人に上った。伊都菜彩はその立地環境を活かし、多くの観光客を呼び込んでいる。さらに、糸島市は約250万人を抱える福岡都市圏のベッドタウンとしての性格を持ち合わせており、1日あたり福岡市～糸島市間を約3万人もの通勤通学者数が往來するため、平日においても多くの通勤帰りの地元消費者が、伊都菜彩を利用している（図表4-7）。

図表4-7 伊都菜彩の成功要因



資料) 九経調作成

#### 4. 場外市場の運営組織の検討

- 場外市場を株式会社で運営する場合、自治体から事業支援を受けることについては、ハードルが高い
- 合同会社、合資・合名会社については、信用力、資金調達手段に課題があり、合同会社においては、事業運営の意思決定にも課題がある
- 一般社団法人や一般財団法人は、公益化を目指す場合は、配当できないが、営利目的であれば、配当も可能
- 市場関係者以外にも、その他民間企業などからも出資が得られることが考えられるため、一般社団法人による運営を第一候補とする
- 一般社団法人については、場外市場の運営において、出資者、公認会計士と協議し、出資メリットを見いだせるスキームを検討
- 資金の調達においては、基金に加えて、会費などを徴収し法人運営の経費に充てることを検討し、会員となった市民には場内販売物の割引などのメリットを提供する

場外市場の運営組織については、様々な形態が考えられる。今回検討するような民間ベースでの場外市場については、それぞれが資本金を拠出し、株式会社を設立することで、事業を運営していくケースが最も分かりやすい。この場合であれば、民間企業の活動として、利益を追求した経営を行い、株主比率に応じた利益配分も可能であるが、一方で民間企業だけでなく、自治体などから事業支援を受けることについては、ハードルが高い。また合同会社や合資・合名会社といった方法もあるが、信用力が低く、資金調達手段が限定的であるうえ、合同会社においては、事業運営のための意志決定にも課題が残る。さらには一般社団法人や一般財団法人のように一般的に道の駅を運営するような組織形態も考えられる。ただし、営利目的で運営される一般社団法人については、出資に応じた配当が可能であるが、公益社団法人もしくは将来的に公益を目指す場合には、出資に応じた配当ができない。また後者の場合には、事業内容によって非課税の対象となる等メリットがある反面、解散時の残余財産の分配を類似の団体などへの寄附する必要があるなど、事業運営上の制約も大きくなる（図表4-8、図表4-9）。



図表 4-8 各組織運営形態の主なメリットとデメリット

組織運営形態	主なメリット	主なデメリット
株式会社	<ul style="list-style-type: none"> <li>意思決定は、株主比率により決定</li> <li>利益は株主比率に応じて配分</li> <li>信用力がある</li> <li>資金調達手段が多様</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>自治体の参加のハードルが高い</li> </ul>
合同会社	<ul style="list-style-type: none"> <li>設立コストが安い</li> <li>出資比率とは関係なく分配設定が可能</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>意思決定の際は、全社員の同意が必要</li> <li>認知度、信用力が低い</li> <li>資金調達手段が限定される</li> </ul>
合資・合名会社	<ul style="list-style-type: none"> <li>意思決定は、全社員の多数決で決定</li> <li>設立コストが安い</li> <li>出資比率とは関係なく分配設定が可能</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>認知度、信用力が低い</li> <li>資金調達手段が限定される</li> </ul>
一般財団法人	<ul style="list-style-type: none"> <li>意思決定は社員総会の多数決で決定</li> <li>出資金が不要で設立コストが安い</li> <li>自治体の参加のハードルが低い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>設立の際、最低300万円の財産の拠出が必要</li> <li>資金調達手段が限定</li> <li>公益化を目指す場合、配当ができない(※1)</li> </ul>
一般社団法人	<ul style="list-style-type: none"> <li>意思決定は社員総会の多数決で決定</li> <li>出資金が不要で設立コストが安い</li> <li>自治体の参加のハードルが低い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>資金調達手段が限定(※2)</li> <li>公益化を目指す場合、配当ができない(※1)</li> </ul>

※1: 営利目的であれば、配当可能

※2: 場外市場においては、資金調達手段として、会費の徴収を検討

資料) 九経調作成

図表 4-9 場外市場の組織運営形態

	株式会社	合同会社	合資・合名会社	一般財団法人	一般社団法人
意志決定	○ 持株比率によって決まる	× 全社員の同意が必要	○ 全社員の多数決で決定	○ 評議委員会の多数決で決定	○ 社員総会の多数決で決定
組織設立	△ 設立コストが他よりも高い	○ 設立コストが安い	○ 設立コストが安い	× 最低300万円の財産の拠出が必要	○ 出資金不要で設立コストも安い
利益配分	○ 株主比率に応じて配分	○ 出資比率とは関係なく設定可能	○ 出資比率とは関係なく設定可能	△ 公益化を目指す場合は、配当が出来ないが営利目的であれば、可能	△ 公益化を目指す場合は、配当が出来ないが営利目的であれば、可能
信用力	○ 信用力が高い	△ 認知度、信用力が低い	△ 認知度、信用力が低い	△ 許認可が不要となったため信用力が低下	△ 許認可が不要となったため信用力が低下
資金調達手段	○ 資金調達手段が多様	△ 資金調達手段が限定	△ 資金調達手段が限定	△ 「基金」以外に会費による徴収が可能	△ 「基金」以外に会費による徴収が可能
自治体の参加	× ハードルが高い	× ハードルが高い	× ハードルが高い	○ ハードルが低い	○ ハードルが低い

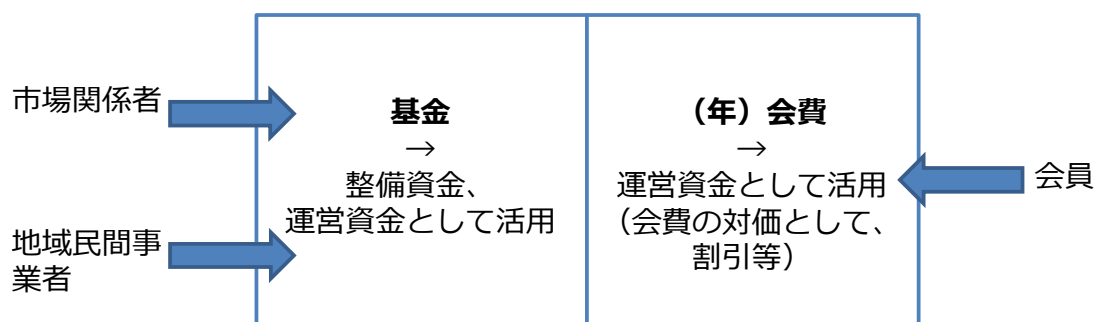
資料) 九経調作成

どの組織形態についても、一長一短があるが、基本構想答申においては、市場関係者との協議の結果、場外市場が筑豊地域全体の経済活性化を担う目的を持って運営されることとし、市場関係者だけでなく、その他の民間企業などからも出資を得ることを期待し、一般社団法人をその第一候補とすることとした。

まず設立に当たって必要となる資金については、基金として市場関係者だけでなく、地域民間事業者等から出資を募り、場外市場の整備資金や運営資金として活用する。また公的事業の側面を持つことで、自治体等にも出資を要請する。基金への出資に対して、出資者と協議を行い、また公認会計士などと連携しながら出資メリットを見いだせるスキームを検討することが必要である。社団法人の理事長は、出資を行った関係者の中から選出するが、場外市場運営については、外部人材を活用することが望ましい。

社団法人については、その会費を徴収することが可能であり、今回のケースでは、場外市場の顧客から、小売店のメンバーズカードのようなイメージで、年会費を徴収することとする。会員分類は、正会員、賛助会員、特別会員の3つである。今回のケースでは、正会員は基金に出資する企業や団体（主に市場関係者）、場外市場のテナント（市内）であり、賛助会員は、一般消費者及びテナント（市外）が該当する。特別会員は、協賛金等の支援を行う企業等となる。年会費を徴収した会員に対しては、会費の対価として、割引を実施するなどのサービスを行う。また特に賛助会員に対しては、年間運営上利益が出そうな場合に、一部を配当することが可能であり、今回のようなケースでは顧客の囲い込みに利用することができる（図表4-10）。

図表4-10 一般社団法人を前提とした設立模式図



資料) 九経調作成

場外市場は、物販を行う小売店としての機能と、飲食などを提供するテナント運営機能を持つ。物販を行う小売店の基本的な運営方法は下記の通りである（図表4-11）。

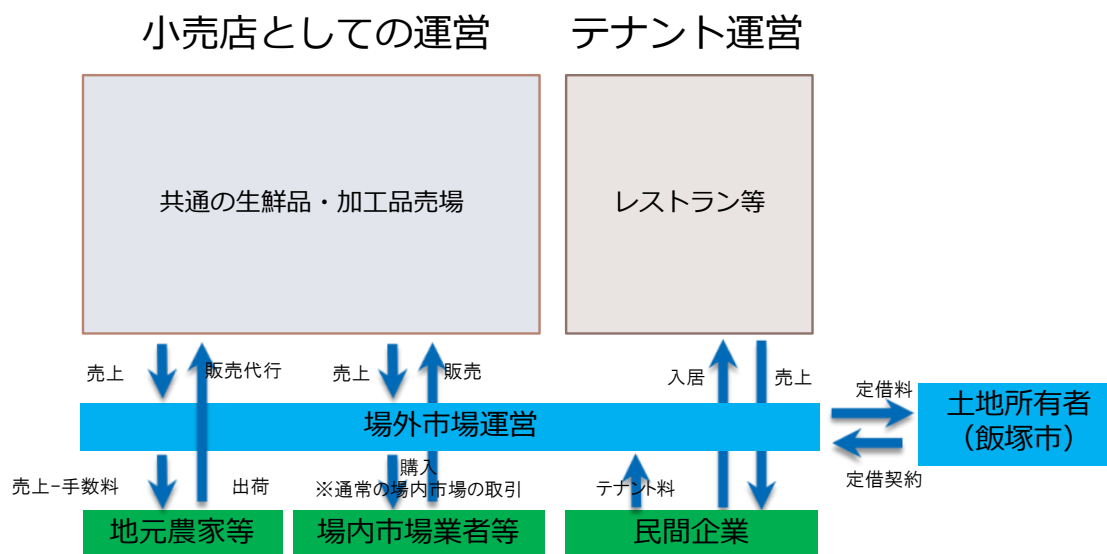
場外市場の運営会社はその売場を管理し、基本的には公設市場から調達した生鮮品を中心に、販売を行う。なお商品を陳列することができる者は、場外市場運営会社から許可を得た者のみである。また、直販コーナーなども設置し、地元生産者も販売できるよう努める。

飲食などを提供するテナントについては、場外市場運営会社において入居店舗を準備し、地元民間企業を中心に、入居者を募集する。

基本的に場外市場の事業は、生鮮品などの物販事業とテナント事業の2本立てとなるが、場外市場への地域経済への期待はより大きいものである。そのため、公設市場と連携した防災拠点形成、地元特産品開発拠点形成等、地域経済活性化拠点として公的事业も実施することが望まれる。

なお場外市場については、飯塚市が公設市場と合わせて土地を用意し、その後、場外市場の運営会社に場外市場分のみ土地を貸借し、場外市場の運営会社は、貸借した土地の上に、場外市場を建設することを想定しているが、今後の候補地選定によって、その状況は変わることが予想される。

図表4-11 場外市場の運営



資料) 九経調作成

## 5. 事例から見る場外市場運営

- 伊都菜彩の売上は年間約 40 億円、コココファームたまご庵は年間約 25 億円
- 全国的に 10 億円以上の売上を計上している施設は少数
- 本市卸売市場の場外市場の売上規模の目標は、顧客層、商材、近隣の道の駅の売上などを勘案して設定する必要がある
- 場外市場では、物販だけではなく、売り方やサービスの差別化が重要
- コココファームたまご庵は、卵の鮮度を売りに集客に成功
- 自社商品の販売に留まらず、地元の直産品販売や、地域農業支援など、地元経済や地元農業の活性化に貢献
- 飯塚市周辺は、卵の産地であり、農産物直売所が多いことから、本市卸売市場の場外市場においても、コココファームたまご庵や、やごろう農土家市に倣った取り組みが検討できる

### (1) 場外市場の売上分析

他の場外市場や道の駅を見てみると、売上規模が最も大きいのは、先述した通り、福岡県糸島市の「伊都菜彩」であり、年間約 40 億円の売上を計上している。次いで、熊本県菊池市のコココファームたまご庵が年間約 25 億円となっている。下記の表は、売上高を公表している九州の道の駅や直売所施設をまとめたものであるが、10 億円以上の売上を計上している施設は少数である（図表 4-12）。

飯塚市卸売市場の場外市場の売上規模の目標については、ターゲットとする顧客層や、沿線の交通量、商材の内容、商品単価、近隣の道の駅の売上などを総合的に勘案し、設定する必要がある。

図表 4-12 九州の道の駅などの売上規模

売上高規模	道の駅名(売上高、雇員人数)
30億円以上	伊都菜彩(糸島市、40.2億円、89名)
20-30億円	コココファームたまご庵(菊池市、25.4億円、165人)、
10-20億円	江口蓬莱館(日置市、10.35億円、62人)、道の駅むなかた(宗像市、18.5億円、53人)、唐津うまかもん市場(唐津市、16.3億円、77名)、道の駅七城メロンドーム(菊池市、11.8億円、55名)
5-10億円	道の駅豊前おこしかけ(豊前市、5.5億円、17名)、道の駅大和そよかぜ館(佐賀市、5.3億円、28人)
-5億円	(有)清川ふるさと物産館(豊前市、3.45億円、18人)、綾手づくりほんものセンター(綾町、3.14億円、8人)、JAこばやし(2.48億円、10人)、道の駅北川はゆま(延岡市、2.9億円、35人)、やごろう農土家市(曾於市、3.46億円、14人)、道の駅桜島(鹿児島市、1.9億円、15人)、道の駅鹿島(鹿児島市、3.25億円、35人)、じげもん長与直売所(長与町、3.7億円、16人)、ひらど新鮮市場(平戸市、3億円、23人)、彼杵の荘(東彼杵町、4.5億円、31人)

注) 施設名後ろの括弧内は(立地市町村名、平成 27 年売上高、従業員数)  
資料) 農林水産省

## (2) 場外市場の取り組み例分析

場外市場の集客にあたり、スーパーマーケットなどのような単なる物売りだけではなく、売り方やサービスの差別化が重要であり、場外市場そのものにも魅力がなければならない。

熊本県菊池市にある「コッコファームたまご庵」は、新鮮な朝取り卵を売りとしており、開店前から顧客が行列を作っている。コッコファームたまご庵は、民間企業である農業生産法人コッコファームが運営しており、卵についても、同社が製造と販売を手掛けている。

消費者に選ばれる理由は、その鮮度であり、産まれた卵を自社で洗浄、殺菌、箱詰めを行うことにより、通常の流通では店頭で並ぶまでに2日かかる行程を1時間に短縮し、産みたての鮮度のまま、卵を提供することを可能としている。また、同社の卵と鶏を使ったオムライスなどを販売するレストランや、加工品（紅うどり蒸し焼き、酢味たまご、シフォンケーキ等）の販売に加え、地元の直産品販売、地域農業支援のためのベンチャー用オフィスの提供など、地域コミュニティ型の複合商業施設として、地元経済や地元農業の活性化に貢献している（図表4-13）。

飯塚市周辺をみると、養鶏場が多く、生産される卵は品質が良く人気があるため、コッコファームたまご庵に倣った取り組みを取り入れるのも1つの方法である。また、飯塚市周辺地区は直売所も多数存在することから、鹿児島県曾於市の「やごろう農土家市」のように、直売所との連携により商品ラインナップを拡充し、品揃えを売りにする方法も検討できる。

図表4-13 取り組み事例

施設名	取組内容
伊都菜彩	消費者＋糸島ブランドにこだわる地元飲食店の買付拠点
道の駅むなかた	直売所、加工施設、パン工房、アンテナショップ(地元食材)、学校給食食材供給
道の駅大和そよかぜ館	遊休農地管理体験農園、加工部門、体験活動(手漉き和紙)、オートキャンプ場、研究施設、保育所・病院・ホテルへ食材供給
唐津うまかもん市場	研修・交流施設、キッチンスタジオ
道の駅鹿島	宅配サービス
ひらど新鮮市場	県、市と連携した長崎県ブランド開発品認証制度による加工品開発
彼岸の荘	弁当などの配達、月イベント
コッコファームたまご庵	養鶏業者運営、地元農家との連携、自社卵を使った商品開発、メンバーズカード、定期的なDM
道の駅阿蘇	開発したての特産品をプレミアムコーナーで販売、里モンプロジェクトにおける放棄圃場再生・特産品開発、特産品開発コンシェルジュ、多言語化対応
道の駅七城メロンドーム	メロン選果場併設、他店舗展開
(有)清川ふるさと物産館 (農産物メイン)	加工所の設置、農産物出荷作業受託、コープ大分と連携
道の駅北川はゆま (農産物＋加工品)	直売所、ペーカリー、レストラン、蕎麦工房
やごろう農土家市 (農産物＋加工品)	離れた地域との直売所連携、学校給食食材提供、地元飲食店食材提供
江口蓬菜館 (魚介類＋加工品)	魚の解体ショー、料理教室、レストラン、漁協からの直接買付
道の駅豊前おこしかけ (農産物＋海産物＋多目的広場)	屋台村、物産情報館、漁協直売所、多目的広場、日本一のトイレ、百貨店販売、地元高校と連携した駅弁メニュー考案、棚田ゆず特産品開発、加工品海外輸出拠点

資料) 農林水産省

## 6. 場外市場のコンセプト

- 場外市場のコンセプトは、「日本中の旬なものを新鮮に、いち早く、リーズナブルに」とする
- 顧客ターゲットは観光客と、会員制度を活用して、商圏内の一般客や市内業者等も対象とする
- 場外市場の物販エリアは場外市場運営会社が運営し、飲食エリアはテナントによって運営する
- 地元生産者による直売コーナーの設置や、配達業務も実施
- 料理教室や公園などの交流機能や商品開発機能に加え、子育て施設などの地域支援拠点としての機能を付加
- 将来的には産直販売を強化し、道の駅としての運用も検討

場外市場のコンセプトについては、卸売市場に隣接する場外市場であるという特長を生かし、「日本中の旬なものを新鮮に、いち早く、リーズナブルに」とする。

顧客ターゲットは、主に観光客とするが、会員制度を活用して、商圏内の一般客や市内業者等からの積極的な利用も促す。開店時間は、公設市場のセリ終了後から概ね夕方までとする。

場外市場は、基本的に物販エリアと飲食エリアによって構成され、物販エリアは場外市場運営会社が直接運営するとともに、飲食エリアはテナントによって運営する。

物販エリアは、本市卸売市場に入居する卸売業者と買受人が中心となり、商品を提供することとするが、どのような業種や企業がその供給に参加できるかは、今後、設立を検討している場外市場運営会社が公平公正に決定する。また、直売コーナーを設定し、地元生産者からの直売を行う。コミュニティバスの乗り入れによる地元消費者の集客に取り組むとともに、配達業務も実施し、場外市場が業務用や一般消費者用の注文窓口として機能し、配達エリア近くの登録買受人に対して、配達を依頼する等の対応を行うことで利便性を高める。

飲食店エリアについては、テナント経営とし、筑豊地域に限らず、幅広いジャンルの飲食店を集める。なお飲食店の構成は、昼食がメインの構成とする。

上記他、キッチンスタジオなどによる料理教室やホール・公園などのイベントなどの交流機能を始め、六次化産業等の商品開発機能や幅広い世代の集客が見込まれるような子育て施設などの地域支援拠点などを付加する。また、観光施設としての側面を持つため、飯塚市観光情報などの情報発信拠点としての機能を持たせ、さらに、公設市場と連携して、防災機能の強化を図る。運営当初は場外市場として運用するものの、将来的には産直販売の強化やJA等との連携、道の駅として運用していくことも検討する必要がある（図表4-14）。

図表 4-14 場外市場に求められる付加機能



資料) 九経調作成

## 7. 場外市場の必要施設

- 場外市場の初年度売上目標は、周辺地域の市場性を考慮し、7億円とする
- 一般的な道の駅における売上高7億円に対する必要施設面積は約1,500㎡である
- 物販エリアのバックヤード、飲食エリアの調理施設等は、場外市場運営会社が独自に整備する
- 駐車場は、公設市場開設者との協議の上、公設市場が整備する市場関係者用駐車場と共用とする
- ホールや公園などの交流機能の整備主体、キッチンスタジオとバックヤードの調理場の共用や公的事業での利用の検討、地域支援拠点機能については、関係者と協議を行う
- 防災機能については、陳列する商品について、災害時の提供協定などを公設市場とは別に、場外市場としても締結する

場外市場の初年度売上目標については、場外市場が立地する可能性のある道路交通量を考慮すると、5億円程度となるが、周辺の道の駅の売上高や立地周辺地域の市場性を考慮すると、より大きな売上を達成できる可能性は高い。そこで基本構想答申においては、関係者との協議の下、初年度目標売上高を7億円と設定する。なおこの目標値は、今後、場外市場の事業計画を策定する上で、固定されたものではなく、議論の後、設定が変更されることもある。また一般的な道の駅における売上高7億円に対する必要施設面積は、約1,500㎡である。

物販エリアにおいては、一般的に必要な売場に加え、商品パッケージや簡易な加工、倉庫などのバックヤードが必要となる。また飲食エリアを含むため、調理施設なども整備しなければならない。これら施設については、場外市場運営会社が独自に整備する。駐車場については、公設市場が整備する市場関係者用駐車場を利用し、基本的には共用を前提とするが、その施設利用に当たっては、公設市場開設者との協議が必要となる。

交流機能の付加として整備するホールや公園については、その位置づけによって整備主体が大きく変わる可能性があり、関係者との協議が必要になる。キッチンスタジオについては、六次化産業等の商品開発機能と合わせて、バックヤードにおける調理場との共用が可能かどうか検討するとともに、関係自治体などでの公的事業での利用が見込まれる場合には、協議する必要がある。幅広い世代を集めるための地域支援拠点機能については、多目的トイレや休憩所の設置など、一部公的施設としての利用も見込まれることから、関係者との協議を必要とする。

防災機能については、陳列する商品について、災害時の提供協定などを公設市場とは別に、場外市場としても締結する。



## 第5章 次年度以降のロードマップ

### 公設市場

- 公設市場は、平成 29 年度に基本計画を決定し、用地交渉を行い、平成 30 年度から平成 31 年度にかけて、予算措置、基本設計及び実施設計を行うことを目指す
- 平成 32 年度に建築着工し、平成 33 年度から新市場の運営開始を目指す

公設市場に関するロードマップは、以下の通りである（図表 5-1）。

まず、平成 29 年度に基本計画を決定し、用地交渉を行い、平成 30 年度から平成 31 年度にかけて、予算措置、基本設計及び実施設計を行う。そして、平成 32 年度に市場の建築着工に入り、最終的には平成 33 年度からの運用開始を目指す。

### 場外市場

- 場外市場は、まず、一般社団法人を含めた推進組織を設置し、事業計画の策定及び設計業務、場所の選定を行う必要がある
- 基本計画策定及び設計業務は、外部のコンサルタント業者に業務委託するべきである
- 以降は、建築工事に着手し、完工後に場外市場の運営開始となる

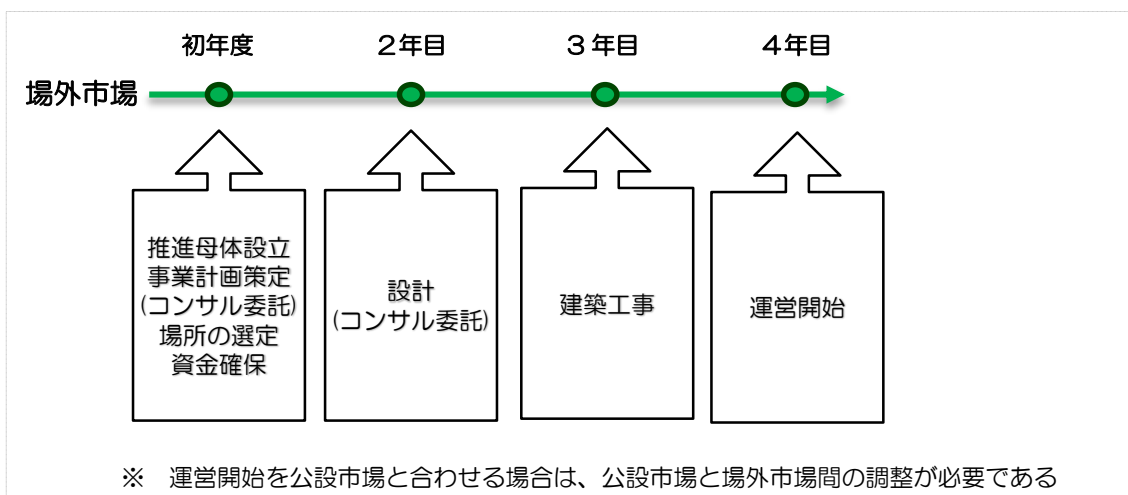
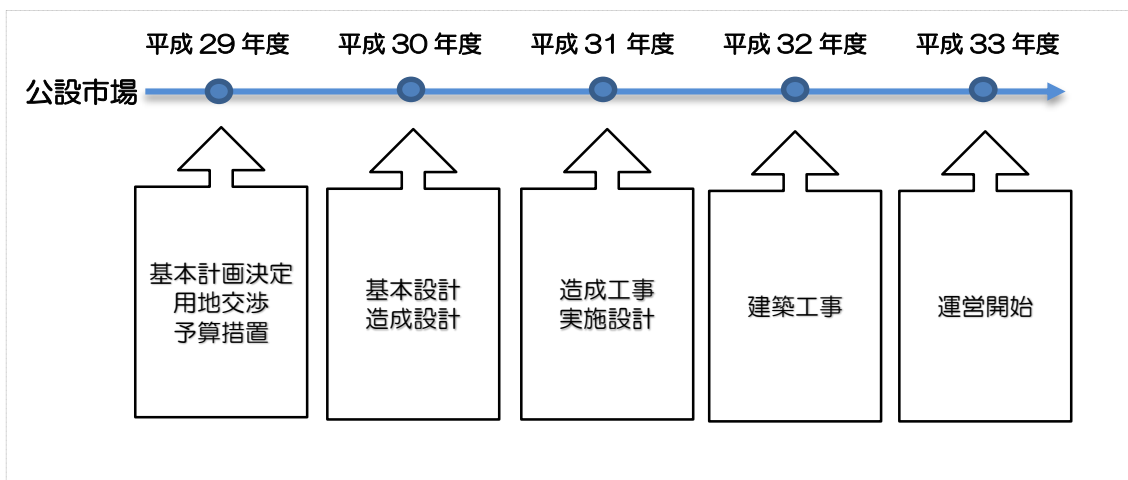
場外市場に関するロードマップは、以下の通りである（図表 5-1）。

まず、一般社団法人を含めた推進母体の設置する必要がある。なお仮に一般社団法人とする場合には、最低基金額は 300 万円となる。

その後、推進母体において事業計画を策定するとともに、設計業務が必要となる。事業計画策定及び設計業務については、外部のコンサルタント業者に業務委託することを前提とするため、まず推進母体設立後に、早期にコンサルタント業者の選定を行う必要がある。

以降、建築工事、場外市場の運営開始となる。

図表 5-1 運用開始までのロードマップ



資料) 九経調作成

## 【巻末資料】

### 1. 検討の経緯

区分	期 日	主な検討内容等
第 1 回	平成 28 年 9 月 5 日	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 委嘱状交付</li><li>・ 委員長及び副委員長選任</li><li>・ 市の基本方針について</li><li>・ 飯塚市地方卸売市場等の概要・取り巻く状況等について</li><li>・ 今後のスケジュール案等について</li></ul>
第 2 回	平成 28 年 10 月 5 日	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 飯塚市地方卸売市場の状況分析について</li><li>・ 他市場における場外市場の事例紹介について</li><li>・ 移転候補地について</li><li>・ 先進地視察について</li></ul>
第 3 回	平成 28 年 11 月 1 日	(視察：午前) <ul style="list-style-type: none"><li>・ 下関市唐戸市場視察 (会議)</li><li>・ 移転候補地の検討について</li><li>・ 市場規模及び機能等について</li><li>・ 場外市場の方向性・特色等について</li></ul>
第 4 回	平成 28 年 11 月 21 日	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 講演 演題：卸売市場を巡る動向 講師：九州大学 福田 晋 教授</li><li>・ 市場関係者が考える地方卸売市場の今後について</li><li>・ 全体討議</li></ul>
第 5 回	平成 28 年 12 月 19 日	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 飯塚市地方卸売市場等施設整備基本構想答申書【素案】について</li></ul>
第 6 回	平成 29 年 1 月 23 日	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 飯塚市地方卸売市場等施設整備基本構想答申書【案】について</li></ul>

## 2. 飯塚市地方卸売市場等施設整備検討委員会規則

### 飯塚市地方卸売市場等施設整備検討委員会規則

#### (趣旨)

第1条 この規則は、飯塚市附属機関の設置に関する条例(平成18年飯塚市条例第21号)第3条の規定に基づき、飯塚市地方卸売市場等施設整備検討委員会(以下「委員会」という。)の組織及び運営に関し必要な事項を定めるものとする。

#### (所掌事務)

第2条 委員会は、市長の諮問に応じ、次に掲げる事項について調査及び審議する。

- (1) 飯塚市地方卸売市場等(以下「卸売市場等」という。)の整備に係る基本構想に関すること。
- (2) 前号に基づく報告書の作成に関すること。
- (3) その他卸売市場等の整備に関して、市長が特に必要と認める事項に関すること。

#### (組織)

第3条 委員会は、次に掲げる者のうちから市長が委嘱し、又は任命した委員14人以内をもって組織する。

- (1) 飯塚市地方卸売市場運営審議会の委員
- (2) 専門的知識を有する者
- (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 委員は、第2条に規定する所掌事務が終了したときは、解職されるものとする。

2 委員が委嘱されたときにおける当該身分又は要件を欠くに至ったときは、その委員は解職されるものとする。

3 委員が欠けた場合の補欠委員の任期は、前任者の残任期間とする。

#### (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各1人を置き、委員の互選により定める。

2 委員長は、委員会を代表し、会務を総理する。

3 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故あるときは、その職務を代行する。

#### (会議)

第6条 会議は、委員長が招集し、その議長となる。

2 会議は、委員の半数以上が出席しなければ、開くことができない。

3 会議の議事は、出席委員の過半数で決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

#### (意見の聴取等)

第7条 委員長は、必要があると認めるときは、委員以外のものを会議に出席させて意見を聴き、又は資料の提出を求めることができる。

#### (会議の公開)

第8条 会議は公開とする。ただし、飯塚市情報公開条例(平成18年飯塚市条例第10号)第8条各号の規定に該当する場合は、当該会議の全部又は一部を公開しないことができる。

(専門的協議機関の設置)

第9条 委員会は、第2条に掲げる事項について専門的な協議及び検討を行う機関を置くことができる。

(庶務)

第10条 委員会の庶務は、行政経営部都市施設整備推進室において処理する。

(委任)

第11条 この規則に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が委員会に諮って定める。

附 則

この規則は、公布の日から施行する。

附 則(平成29年3月31日 規則第15号)

この規則は、平成29年4月1日から施行する。

### 3. 検討委員会委員 (答申時)

No.	役 職	氏 名	所 属
1	委員長	日 高 健	近畿大学産業理工学部 学部長補佐
2	副委員長	諸 藤 幸 充	飯塚市経済部長
3	委 員	安 藤 俊 浩	ファーマインド新筑豊青果(株)
4	委 員	谷 本 旭	福岡県魚市場(株)飯塚魚市場
5	委 員	永 井 潤 子	(株)飯塚花市場
6	委 員	田 代 裕	新筑豊青果商業協同組合
7	委 員	永 水 米 蔵	飯塚水産物商業協同組合
8	委 員	古 賀 勲	飯塚花商組合
9	委 員	水 間 良 雄	飯塚花き園芸組合
10	委 員	濱 崎 安 司	飯塚商工会議所
11	委 員	吉 田 秀 樹	吉田秀樹公認会計士事務所
12	委 員	檜 崎 美 徳	福岡市農林水産局中央卸売市場青果市場
13	委 員	溝 口 一 彦	福岡県飯塚農林事務所農林振興課
14	委 員	永 松 仁	飯塚総合卸売センター関連組合

## 飯塚市地方卸売市場等施設整備基本構想 答申書（案）

---

2017年 月

飯塚市地方卸売市場等施設整備検討委員会

事務局：飯塚市

〒820-8501 福岡県飯塚市新立岩 5-5