

豊洲新市場基本構想

- 東京から拓く市場の新時代 -

(要約)

平成15年5月

東京都

目次

第1章 新市場建設の意義

- 1 流通環境の変化 1
- 2 築地市場の課題と新市場建設の必要性 1

第2章 新市場のコンセプト

- 1 消費と流通の変化への対応 2
- 2 地域のまちづくりと環境への配慮 2
- 3 都民と消費者に開かれた市場づくり 2

第3章 新市場づくりの基本方向

- 1 新市場予定地の概要 3
- 2 新市場の取扱規模 3
- 3 ゾーニング・部門構成の考え方 4
- 4 流通の変化に対応する市場づくり 4
- 5 環境に配慮した市場づくり 5
- 6 千客万来の市場づくり 6

第4章 建設予定スケジュール 6

1 流通環境の変化

転換期にある卸売市場

これまで、卸売市場は生鮮食料品流通の中心的役割を担ってきたが、流通環境の変化への対応の遅れ、取扱量の減少、市場間格差の拡大等に直面しており、重大な転換期を迎えている。

卸売市場流通をめぐる変化

グローバル化や情報通信技術の進歩等、社会経済状況の変化は生鮮食料品流通にも大きな影響を与えている。生鮮食料品の生産、流通、小売、消費者のニーズ等、卸売市場をめぐる環境は変化しており、新たな市場づくりが求められている。

卸売市場が目指すべき方向

これからの卸売市場は、取引規制や市場業者の許可制度、生産者重視の視点といった、これまで卸売市場を支えてきた仕組みを見直し、競争原理の一層の導入や消費者からの発想も重視した仕組みとすべきである。

さらに、適正な受益者負担に基づく計画的・効率的な施設整備や、多様な整備手法の導入など、市場の活性化を進めていく必要がある。

2 築地市場の課題と新市場建設の必要性

築地市場の現状と課題

築地市場は、青果・水産合わせて、年間100万トン、金額にして6千億円を取扱う、我が国最大の中央卸売市場であり、都民の台所として重要なだけでなく、首都圏の広域流通拠点、全国流通の要の集散拠点として位置を占めている。

しかし、昭和10年の開場当時、都内600万人に供給することを目的に建設された現在の築地市場では、さまざまな課題を解決することができない。

新市場建設の必要性

築地市場を、次世紀までも見据えた首都圏の生鮮食料品流通の中核を担う市場へと再生するには、情報化、物流の効率化、衛生・環境対策の強化を実現する必要がある。

また、生産者から消費者まで、食文化・食情報を発信できる機能や、「外食」「中食」の増加等、食生活の変化に対応できる加工・配送等の付加価値機能の充実が求められている。

これらを実現するために、東京都は、平成13年12月、「東京都卸売市場整備計画（第7次）」において、築地市場の豊洲への移転を決定した。

1 消費と流通の変化への対応

基幹的市場としての役割の強化や、流通環境の変化に柔軟に対応できる、施設整備、安全・衛生対策の強化等、消費者・市場利用者の期待に応える市場づくりを行う。

都民の台所、首都圏3300万人の基幹市場

出荷者、買出人の期待に応える市場

食の安全と安心、健康と豊かさを提供する市場

IT化やグローバル化など将来の流通の変化に対応できる市場

2 地域のまちづくりと環境への配慮

市場活動に伴う環境への負荷を低減し、地域の景観と調和する環境に配慮した市場とする。

車両による排気ガス・騒音を抑制

省エネ・リサイクル推進で環境負荷を低減

地域の景観と調和した緑豊かな市場

3 都民と消費者に開かれた市場づくり

買出人、生産者・出荷者、流通業者にとって魅力ある市場とするとともに、都民や地域住民、消費者に開かれた市場とするために、千客万来ゾーンを設定し、市場の賑わいを創出する。

市場関係者が、新商品や内外のマーケット情報を求めて集まる場

消費者が多様な食材、食の創造に出会える場

第3章 新市場づくりの基本方向

1 新市場予定地の概要

敷地概要

新市場予定地は3つの街区からなり、市場施設用地は約37.5haである。防潮護岸と緑地をあわせた総面積は約44haである。

幹線道路

環状2号線、晴海通り、補助315号線が整備される。

公共交通機関

ゆりかもめの駅が整備され、ペDESTリアンデッキで結ばれる。



2 新市場の取扱規模

首都圏の生鮮食料品需要の見通し

首都圏の人口は、平成27年頃から漸減に向かうが、都心回帰の進展等で微減にとどまると予測される。一方、食料品の消費は、外食、中食への移行が進むが、人々の生鮮嗜好は維持されると考えられる。このため、首都圏の生鮮食料品需要は、今後30年程度は現在の水準が続くと予測する。

新市場の目標取扱量

新市場の取扱量は、市場の取扱量を増減させる流通上の要因を考慮し、現在の築地市場の取扱量をやや上回る水準で設定することとする。

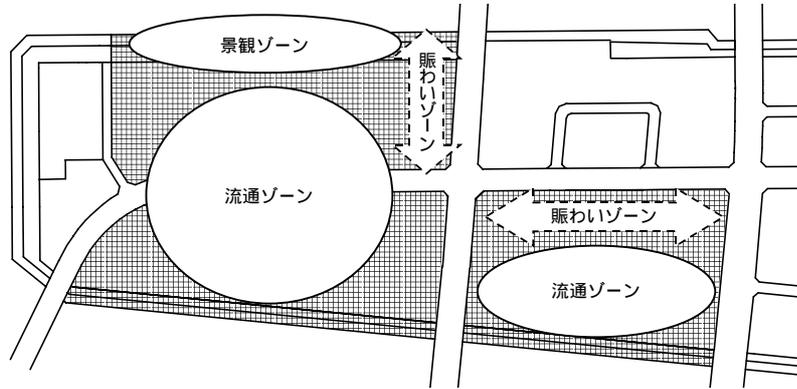
なお、市場の取扱量水準は、市場の競争条件の変化に応じて、今後、さらに変化する可能性もある。

施設規模の算定の基礎となる物流量については、仲卸業者の直荷引きや他市場向けの集散品等を加えて設定する。

3 ゾーニング・部門構成の考え方

ゾーニングの
考え方

流通ゾーンは市場本来業務ゾーン
 景観ゾーンは水と緑を生かしたゾーン
 賑わいゾーンは都民・消費者に開かれた千客万来ゾーン



流通ゾーンの
部門構成

市場づくりの基本となる部門構成については、従来の水産・青果・関連という業種別構成の是非や、加工・配送部門、賑わいを創出する部門など市場機能高度化のための新たな部門の設置を多角的に検討し、以下の各案等を基本に基本計画策定時に具体化を図る。

4 流通の変化に対応する市場づくり

物流システムの
効率化

食品衛生の確保、品質管理の向上、物流のスピードアップとコスト削減を図るため、卸・仲卸売場・搬出入パース等を一体的に配置し、建物内で物流を完結させるなど、新たな物流システムを導入する。

情報インフラの
整備

取引・物流の効率化、市場運営コストの削減、市場業者のマーケティング力強化、都民・消費者に対する食の安全性や食文化に関する情報発信など、市場機能の高度化を図るために情報インフラを整備する。

栈橋の設置

モーダルシフトの推進によるトラック輸送の抑制や集荷の広域化など、将来の輸送条件の変化に対応するため、6街区に市場用栈橋を設置する。

栈橋のイメージ



衛生対策の充実	<p>食品の安全性に対する消費者や買出人の信頼に応えるため、衛生・品質管理基準に適合する施設構造とする。</p> <p>取扱品目や業種・業態ごとの品質管理や商品の取扱ルールについては、市場業者と協議の上、具体策を決定する。</p>
卸売業者・仲卸業者等のあり方	<p>卸・仲卸業者は、品揃えの充実に加え、情報力の強化、物流コストの削減等が必要であり、具体的な活性化策については今後の計画で決定する。また、加工機能のあり方、卸・仲卸売場の規模等についても、今後の計画において決定する。</p>
整備手法の多様化	<p>冷蔵庫、加工施設、通勤車両用駐車場等の施設は民活型土地利用システムを活用して整備する。千客万来ゾーンについては、多様な民活手法の導入を図る。</p>
施設利用形態の多様化と使用料のあり方	<p>卸売場や搬出入バース、通勤車両用駐車場等一般開放施設の使用方法については、今後の計画において決定する。また、新市場に対応した使用料体系は、使用料負担の水準を試算した上で決定する。</p>

5 環境に配慮した市場づくり

排気ガス・廃棄物対策を徹底した環境負荷の少ない市場、ヒートアイランド化や地球温暖化対策の一翼を担う省エネルギー型の市場をつくる。

また、快適な都市空間や親しみのもてる街並みの創出など、地域の魅力を高める景観に優れた市場とする。

市場関係車両の削減と排気ガス、騒音対策	<p>モーダルシフトや共同輸送を推進し、市場搬出入車両の削減を図る。</p> <p>建物内で物流を完結するシステムの導入や、自動搬送機等の活用などを検討し、場内搬送車両を削減し、騒音を抑制する。</p> <p>保冷車のための外部電源設備を設置する等、アイドリング・ストップ対策を行う。</p>
廃棄物対策	<p>不燃物のリサイクル化、生ごみの再資源化等を推進し、ごみの発生量を抑制する。また、搬送容器の循環システム等を検討する。</p> <p>プラスチックや食品廃棄物のエネルギー化等、先進的なリサイクル設備等の導入を図る。</p>
省資源、省エネルギー対策	<p>市場施設の整備にあたっては、計画・施工・維持管理の各段階において、省資源、省エネルギーに配慮した施設とする。また、ろ過海水や雨水の活用、太陽光発電等の自然エネルギーの利用等について検討を進める。</p>
地域環境に配慮した市場づくり	<p>東京の海の玄関にふさわしい良好な景観を形成するよう、屋上緑化や建物デザインに配慮する。市場外周の護岸や緑地は、都民や地域住民が憩い、散策できる空間として整備する。</p>

6 千客万来の市場づくり

千客万来ゾーンに以下の機能を配置することによって、市場ならではの賑わいを創出する。

買出人、生産者・
出荷者、流通業者
で賑わう市場

買出人、出荷者にとって魅力的な市場づくりを行うため、物流の効率化、車両の円滑な入退場の実現等に加え、リテール・サポートの仕組みづくりや、情報発信機能の充実、生産者等へのアンテナショップやイベント会場の提供等が必要であり、具体策については、今後検討する。

地域に貢献する
消費者に開かれ
た市場

周辺街区の業務・商業施設と連携を図り、賑わいと親しみのある都民・地域住民・来訪者に開かれた市場づくりを行う。

商業施設のイメージ



第4章 建設予定スケジュール

年度 事業内容	平成 15	平成 16	平成 17	平成 18	平成 19	平成 20～平成 28
基本計画	■					
基本設計		■				
実施設計				■		
建設工事					■	
開場						24～28年度 ■