

東京都卸売市場整備基本方針

(答 申)

平成13年4月18日

東京都卸売市場審議会

1 3 卸 審 第 1 号
平成 1 3 年 4 月 1 8 日

東 京 都 知 事
石 原 慎 太 郎 殿

東 京 都 卸 売 市 場 審 議 会
会 長 高 橋 俊 龍

東京都卸売市場整備基本方針について（答申）

平成 1 2 年 6 月 7 日付 1 2 中経企第 5 6 号により貴職より諮問を受けた「生鮮食料品等の円滑な流通を確保するために必要な卸売市場の整備の基本方針」について、審議の結果、別添のとおり答申します。

東京都卸売市場整備基本方針（答申） 目次

第1	転換期にある卸売市場	1
第2	卸売市場流通をめぐる変化	2
1	社会経済状況の変化	2
2	生鮮食料品の国内生産・供給の変化	2
3	流通チャネルの多元化と市場外流通の増大	3
4	小売業界の変化	3
5	消費構造の変化	4
第3	東京都における卸売市場の現状と課題	6
1	取扱数量及び取扱金額	6
(1)	中央卸売市場	
(2)	地方卸売市場	
2	流通上の課題	14
(1)	情報化と物流の効率化	
(2)	卸売市場制度	
(3)	市場業者の経営状況	
(4)	決済制度	
3	施設整備上の課題	16
(1)	施設整備の状況	
(2)	衛生問題への対応	
(3)	環境問題への対応	
(4)	中央卸売市場の財政	
(5)	地方卸売市場の経営格差	
第4	21世紀における卸売市場のあり方	18
1	流通の効率化と市場の活性化	18
(1)	情報化と物流効率化の推進	
(2)	取引規制や市場業者の許可制度の見直し	
(3)	市場業者の経営基盤の強化	
(4)	決済制度の改善	
(5)	都民に親しまれる市場づくり	

2	流通環境に対応した施設整備の推進	21
	(1) 適切な施設整備の推進	
	(2) 健全な財政計画に基づいた整備	
	(3) 多様な整備手法の導入	
	(4) 衛生対策の強化	
	(5) 環境対策の促進	
3	卸売市場の再編・統合	23
第5	市場別整備方針	24
1	中央卸売市場	24
	(1) 築地市場	
	(2) 食肉市場	
	(3) 大田市場	
	(4) 豊島市場	
	(5) 淀橋市場	
	(6) 足立市場	
	(7) 板橋市場	
	(8) 世田谷市場	
	(9) 北足立市場	
	(10) 多摩ニュータウン市場	
	(11) 葛西市場	
	(12) 多摩地域青果中央卸売市場	
2	地方卸売市場	26
	(1) 水産市場	
	(2) 青果市場	
	(3) 花き市場	
参考資料		29
関係資料		44

第1 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存在として、品揃え、集分荷・物流、価格形成、決済、情報受発信などの機能を担ってきた。しかし、卸売市場を取り巻く社会・経済環境、とりわけ流通環境は急速に変化しており、そのあり方が基本的に問われるような問題に直面している。

その第一は、流通環境の変化への対応が遅れていることである。

グローバル化、情報化などによる社会・経済状況の変化は、流通分野にも大きく及んでおり、生鮮食料品流通においては、輸入量の増大や国内における流通チャネルの多元化、小売業の変化などとなって現れている。こういった状況において、卸売市場は時代の変化に迅速・的確に対応できているとは言いがたい。

第二は、卸売市場の取扱数量・金額がともに減少していることである。

生鮮食料品の全流通量は、少子・高齢化の進展や景気の低迷による消費者の購買意欲の減退などを背景として横ばい状態である。その中で、卸売市場経由率^{*1}は低下傾向にあり、青果及び水産物ではこの10年間に約5～10ポイント低下している。

第三は、市場間の格差が拡大していることである。

大規模集散市場として首都圏全体に生鮮食料品を供給し、取扱いを伸ばす市場がある一方で、かろうじて取扱数量を維持している市場や大きく落ち込んでいる市場もある。このような格差が広がることにより、市場の機能が低下し、経営が悪化する市場業者が増加している。市場業者の経営悪化は、卸売市場全体の活性化を妨げ、市場の信用の低下が懸念される。

卸売市場は、生鮮食料品流通における地位が低下しつつある中、21世紀を迎え、これまでにない重大な転換期にあるといえる。

*1 (卸売市場の取扱数量(市場間取引による転送量を除く)) / (食料需給表をベースに推計した国内流通量) により算出したもの

第2 卸売市場流通をめぐる変化

1 社会経済状況の変化

(1) グローバリゼーションの影響

1993年のガット・ウルグアイラウンド以降、世界的に農業の保護水準は引き下げられ、農産物流通の国際化は急速に進展している。わが国においても農産物の輸入自由化や関税の引き下げが行われてきている。また、冷凍・予冷などの生産・流通技術の向上や日本向けの食材開発などにより、中国、韓国などからの生鮮食料品の輸入は着実に増加している。

一方、大規模小売店舗法^{*2}による店舗面積や営業時間などに対する規制が緩和されたことや、地価下落によって出店コストが低下したことなどから、海外の大手流通業者が日本への進出を計画し、一部は既に出店している。

このようなグローバリゼーションの影響は、これまで生鮮食料品流通を支えてきた卸売市場の卸売業者、仲卸業者のみならず、専門小売店や量販店などの小売業者にもさまざまな影響を与えている。

(2) 情報技術（IT）の進歩

インターネットなどの情報通信技術の進歩により、情報の活用がビジネス発展の鍵を握るようになってきた。社会全体の情報化の進展に伴い、B to C^{*3}、B to B^{*4}と呼ばれる取引が多く分野においてめざましく拡大している。

他の分野と同様に、生鮮食料品についても、インターネットモールにおける農水産物などのB to C取引が始められている。また、市場関係業界においても、花きインターネット取引システムのようなB to Bの新しいビジネスモデルを構築する例も見られる。

2 生鮮食料品の国内生産・供給の変化

わが国においては、農業従事者の高齢化や農地面積の減少などにより農村の活力低下がみられ、農業生産の基盤が揺るぎつつある。生産者団体は、生産体制の強化を図るため、消費者のニーズに対応した生産物の供給に取組むとともに、農業協同組合の合併等によって出荷体制を大型化し、出荷先の市場の選別を通して価格形成への発言力を強めている。

水産業においても、資源の減少、国際的な漁業規制の強化などによって漁業生産量は減少している。一方、水産物の消費者ニーズが、国内漁業生産では賅えない中高級魚介類へ移行

*2 中小小売業を保護するために店舗面積、休業日数、営業時間等を規制していたが、2000年6月の大規模小売店舗立地法の施行に伴い、廃止された。

*3 Business to Consumer 消費者向け取引

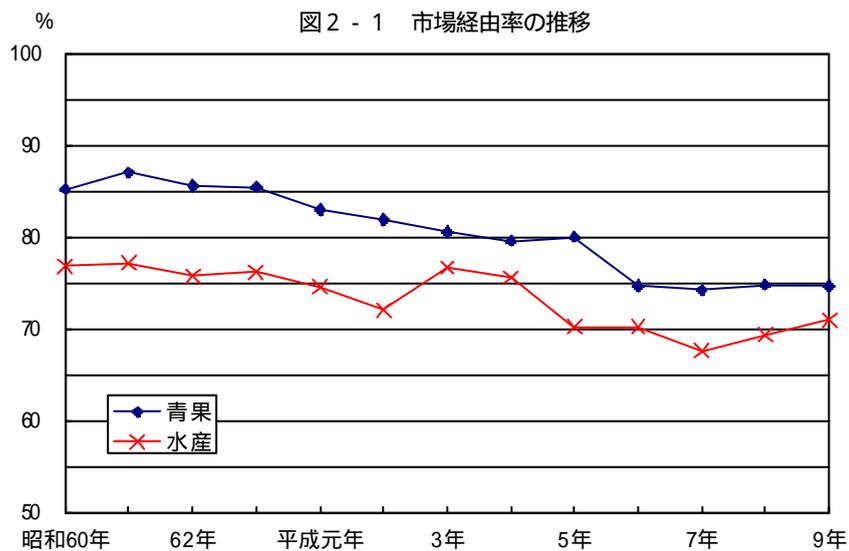
*4 Business to Business 企業同士のインターネット等を利用した情報交換や取引

していることなどから、水産物輸入は増加傾向にある。また、消費者の高鮮度志向に対応するため、生鮮魚介類や冷凍水産物のコールドチェーンによる流通が求められている。

3 流通チャネルの多元化と市場外流通の増大

大量・広域輸送網や小口の宅配輸送ネットワークの拡大、低温流通技術の進歩などにより、生鮮食料品は、全国の産地からあらゆる消費地に向けて出荷され、産地からの供給範囲が広がっている。その流通チャネルは、市場流通のみならず、スーパーマーケット、ディスカウント・ストアや外食産業などの大口需要者による生産者からの直接買い付け、生産農家と消費者を直接結ぶ産地直送（産直）、インターネットを用いた取引によるものなど多元化している。

このような流通チャネルの多元化や物流システムの高度化により、市場外流通は拡大しており、全国の卸売市場経由率は、水産物でここ数年回復傾向がみられるものの、全般的に低下傾向がみられる（図2 - 1）。



資料：農林水産省 卸売市場データ集

4 小売業界の変化

(1) 専門小売店の減少

スーパー、生協、産直等の販売形態の多様化や個人経営者の後継者難などにより、野菜、果実、鮮魚、食肉といった生鮮食料品関係の専門小売店は、減少傾向にある。またこれらの小売店は、いずれも売上高、売上総利益、客数ともに減少している。このような専門小売店の動向は、卸売市場の中小仲卸業者、とりわけ小口取引を中心としている業者の経営に大きな影響をあたえている。

(2) 量販店の動向

量販店のような大口需要者は、生鮮食料品を仕入れる際に定時、定量、定質、定価といった確実に安定的な取引を望んでいる。そのため、市場業者が量販店と取引する場合には、休業日における対応、豊富な品揃え、小口単位の荷捌きなどが求められる場合が多い。加えて、支払サイトが長期化するなど、市場業者は厳しい対応を迫られている。

量販店においても、総合スーパーは売上高の長期低迷に苦しんでおり、専門化等への業態転換を図る企業が増えている。その一方で、食品スーパーの中には、新しい発想や品揃え、サービスの提供などで、消費者に対して細やかな対応を図り、一定の売上高を確保している業者も見られる。

このように量販店自体が、厳しい競争環境の中で、生き残りをかけた独自の経営戦略を模索しており、その影響は量販店との取引割合が年々増加している市場業者にも及ぶと思われる。

(3) 新しいタイプの小売業の誕生

ディスカウント型小売店や会員制倉庫型安売店（ホールセールクラブ）など、新しいタイプの小売業が業績を伸ばしている。また、インターネットショッピングも徐々に普及しつつある。こういった小売業者のなかにも生鮮食料品を取扱う業者が現れている。

市場関係業者は、このような新しいタイプの小売業の進出に対して、新たな対応が必要である。

5 消費構造の変化

(1) 食生活の変化

近年、少子・高齢化の進展、女性の社会進出や単身世帯の増加、ライフスタイルの多様化などにより、食料消費の形態に大きな変化が生じている。家庭における調理や食事は、加工食品や惣菜・弁当類といった「中食」や「外食」に代替される場合が多くなっている。このような食生活の変化は、小売店における生鮮食料品の売上高や、加工食品向けの原材料の供給などに影響を及ぼすと考えられる。

また、外食・中食産業においても、自然食品志向や鮮度重視といった消費者のニーズに応えるために、これまでの標準的な「業務用食材」のみならず、高品質で多様な生鮮食料品の調達を行うようになってきており、このような状況も、市場業者の品揃え等に新たな対応を求めると思われる。

(2) 安全・環境問題等への関心の高まり

食の安全性や商品情報に関する消費者の関心が高まっている。特に、遺伝子組換え食

品^{*5}の誕生や、JAS法の改正^{*6}により産地表示が義務づけられたことなどから、消費者の品質に対する要求は一段と厳しくなっている。そのため流通段階においても品質表示や産地明示などをはじめ、温度管理など安全・衛生面での配慮が課題となっている。

また、食品廃棄物の発生抑制、再利用及び残さ処理などの環境面の取り組みも求められてくると思われる。こうした衛生・環境問題への取り組みは、「食」を扱うものの基本として、卸売市場にとって最優先課題であることを認識することが必要である。

*5 遺伝子の組み換えによって、高収量性、耐病害虫性、耐寒性、農薬耐性、美味性など新たな性質を付加して栽培された農産物とその加工品

*6 2000年4月1日からJAS法（農林物資の規格化と品質表示の適正化に関する法律）の改正により、一般消費者にむけての生鮮食料品の原産地表示が義務づけられた。

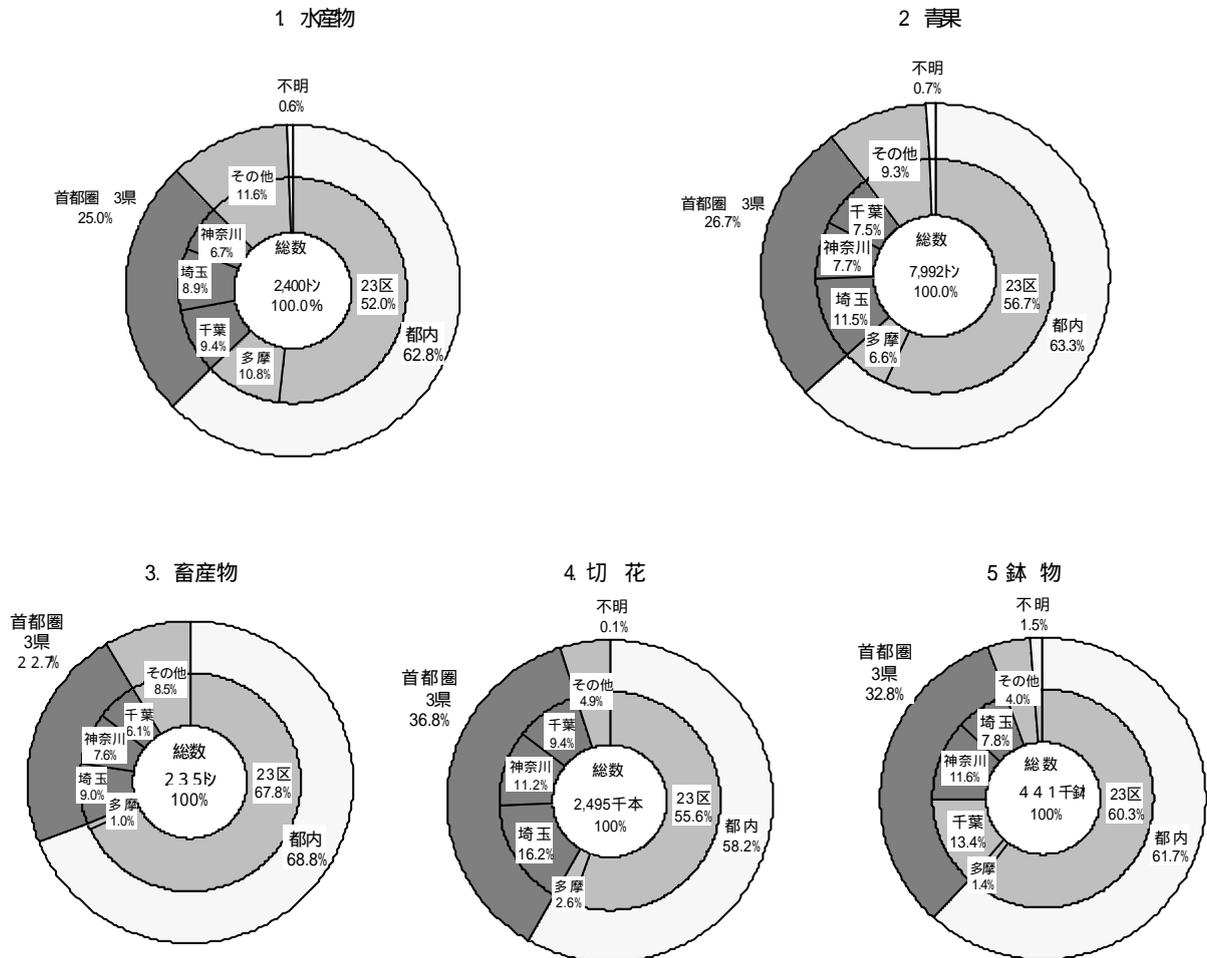
第3 東京都における卸売市場の現状と課題

1 取扱数量及び取扱金額

東京都の卸売市場の取扱数量は、中央卸売市場、地方卸売市場を合わせ、水産物が72万トン、青果が306万トン、食肉が9万トン、花きが21億本（切り花換算）となっている。取扱金額では、水産物が6,708億円、青果が7,516億円、食肉が943億円、花きが1,134億円となっている。このうち、中央卸売市場のシェアを取扱金額で見ると、水産物が99%、青果が82%、食肉が100%、花きが72%となっている（平成11年）。

東京都の中央卸売市場は、スケールメリットや交通網の整備の進展を背景に、首都圏における集散機能の役割を果たしており、取扱数量の3～4割を隣接する3県を中心として広い範囲に供給している（図3-1）。

図3-1 搬出地域分布



資料：生鮮食料品等流通実態調査報告書（平成10年11月実施）東京都中央卸売市場

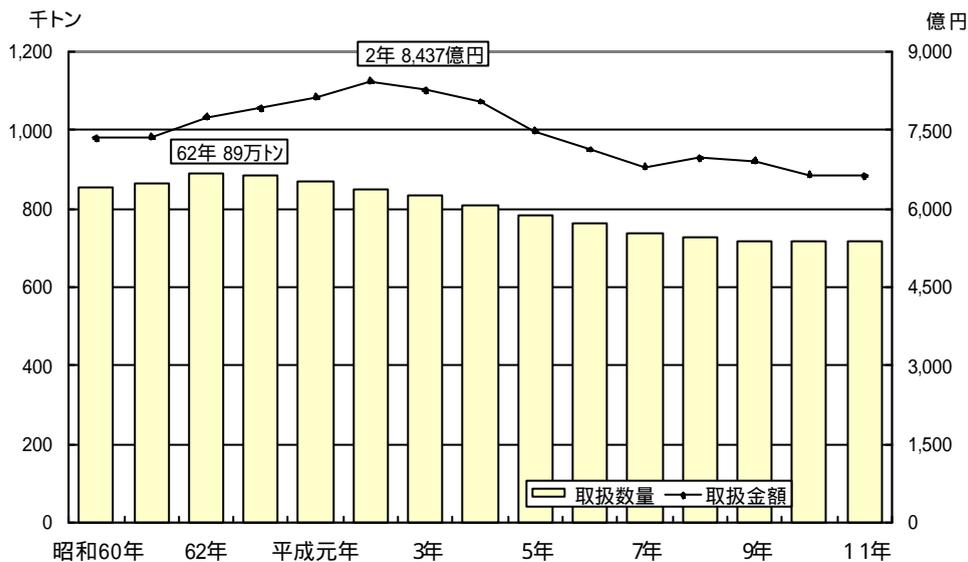
(1) 中央卸売市場

水産物

水産3市場の合計で、平成11年の取扱数量は71万6千トン、取扱金額は6,625億円である。

取扱数量は昭和62年の89万トンをピークに減少傾向にあり、平成11年は昭和62年に比べ、約20%減少している。また、取扱金額は平成2年の8,437億円をピークに減少傾向にあり、平成11年は平成2年に比べ、約21%減少している(図3-2)。

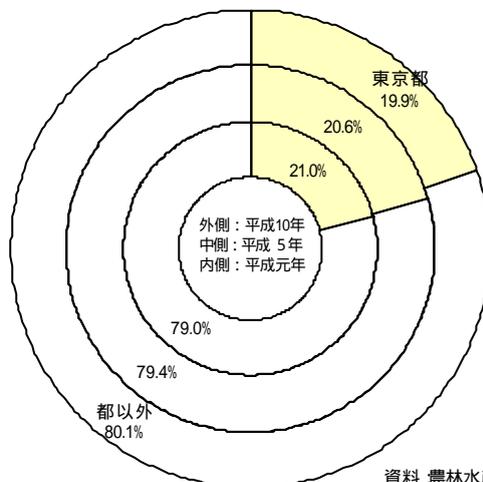
図3-2 東京都中央卸売市場における取扱数量及び金額の推移(水産物)



資料:東京都中央卸売市場年報

このように取扱数量・金額とも大きく減少しているが、全国に占める東京都中央卸売市場のシェアは、20%前後を維持している。これは、取扱数量、金額の減少傾向が、東京都だけでなく、全国の中央卸売市場にも現れているためである(図3-3)。

図3-3 全国中央卸売市場に対する東京都の取扱数量シェア(水産物)

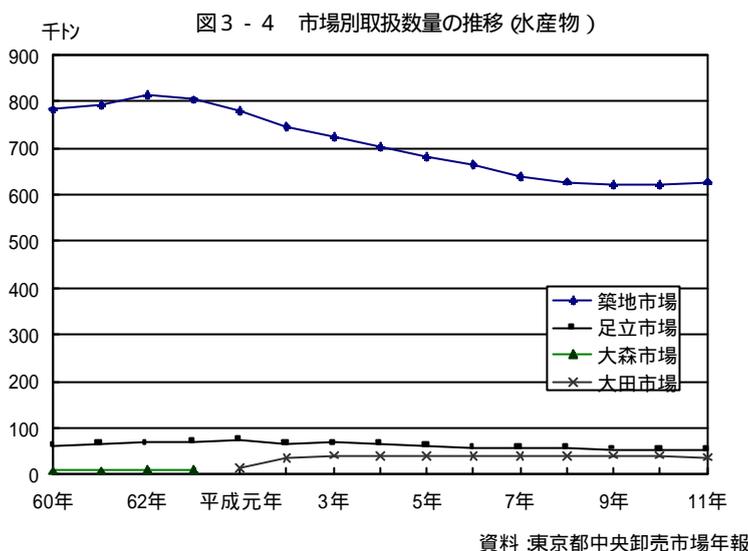


資料:農林水産省 卸売市場データ集
東京都中央卸売市場年報

市場別にみると、築地市場の取扱数量が最も多く、東京都全体の約90%を占めている。しかし、昭和62年と比較して平成11年は約23%の大幅な減少となっている。

その原因は、冷凍魚が市場外流通に流れたことにある。また、周辺県の市場の整備が進み、築地市場のシェアを分けたことも原因となっていると考えられる。

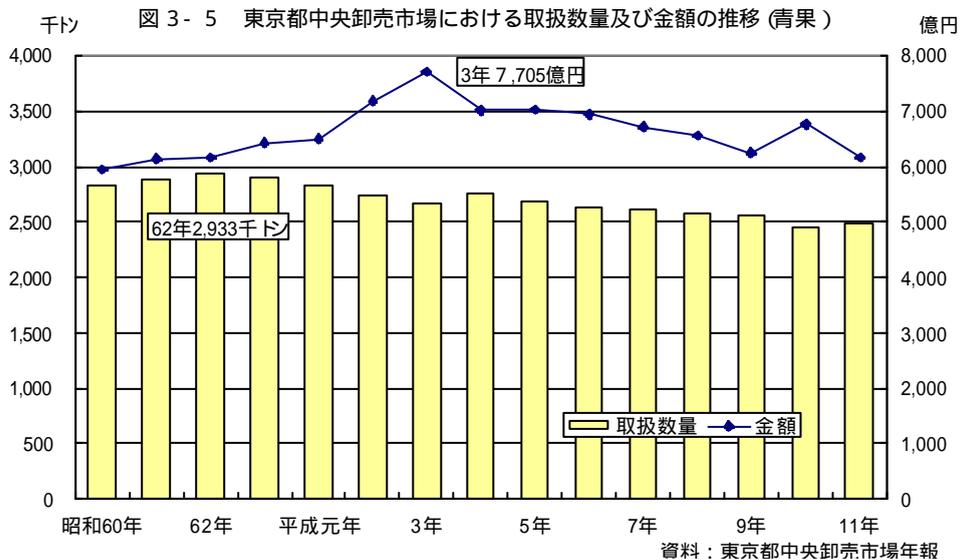
足立市場も同様に減少傾向にある。平成元年、大森市場を取り込んで開場した大田市場は、ここ数年横這いであったが、平成10年以降は減少している（図3-4）。



青果

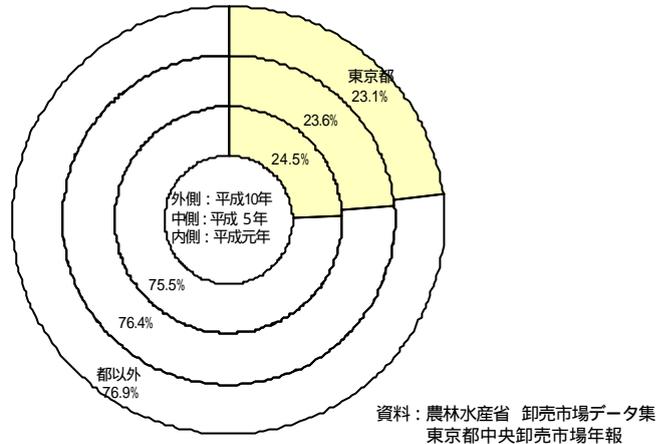
青果9市場の合計で、平成11年の取扱数量は248万6千トン、取扱金額は6,159億円である。

取扱数量は昭和62年の293万3千トンピークに減少傾向にあり、平成11年は昭和62年に比べ、約15%減となっている。また、取扱金額は平成3年の7,705億円をピークに減少傾向にあり、平成11年は平成3年に比べ、約20%減となっている（図3-5）。



このように青果においても取扱数量・金額が大きく減少しているが、全国の中央卸売市場でも同様の傾向にあることから、全国に占めるシェアは、24%前後で推移している（図3-6）。

図3-6 全国中央卸売市場に対する東京都の取扱数量シェア（青果）

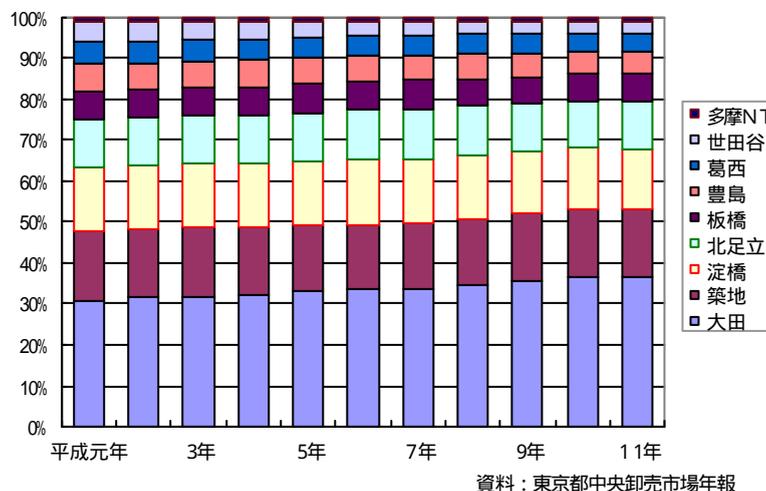


市場別にみると、平成元年から平成11年までの11年間で、取扱数量が増加したのは大田市場だけであり、他の市場は全て減少している。減少幅が最も大きいのは世田谷市場であり、11年間で45%を超える減となっている。同期間の葛西、豊島、多摩ニュータウンの各市場の取扱数量も20%以上の減少となっている。比較的減少幅が小さいのは、北足立市場である（11%の減少）。

この結果、各市場の取扱数量が東京都中央卸売市場全体に占めるシェアをみると、大田市場のシェアが一層高まり、平成11年で36.4%となっている。大田市場に築地、淀橋、北足立市場を加えた上位4市場の取扱数量のシェアは、80%近くに達している（図3-7）。

このように都内の各市場間の格差が拡大したのは、大型化した産地が出荷先卸売市場・業者の選別を強化したことが一因と考えられる。

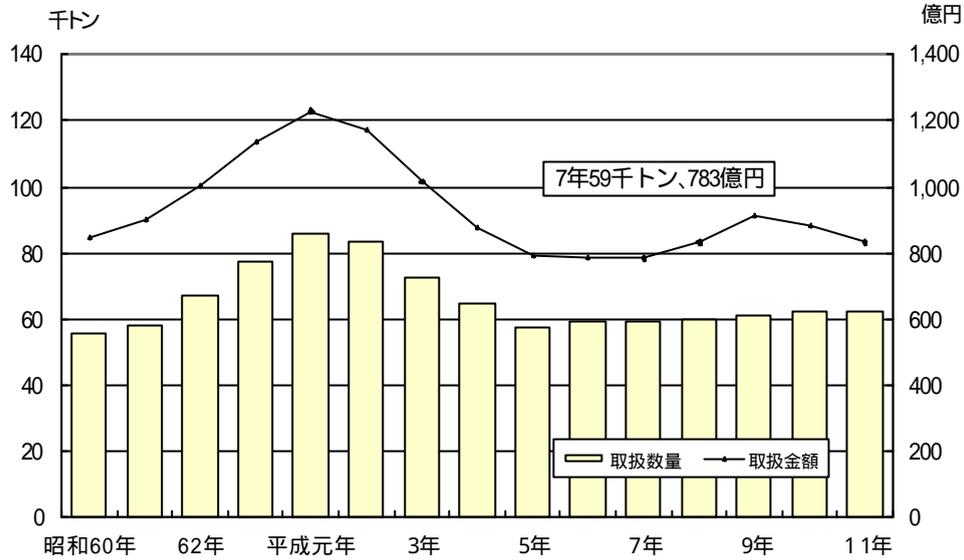
図3-7 市場別取扱シェアの推移（青果）



食肉

食肉市場における牛肉の平成11年の取扱数量は6万3千トン、取扱金額は831億円である。輸入自由化によって取扱数量は減少したが、平成7年を境に増加傾向に転じ、平成11年は平成7年と比べて、取扱数量は約6%増となっている（図3-8）。

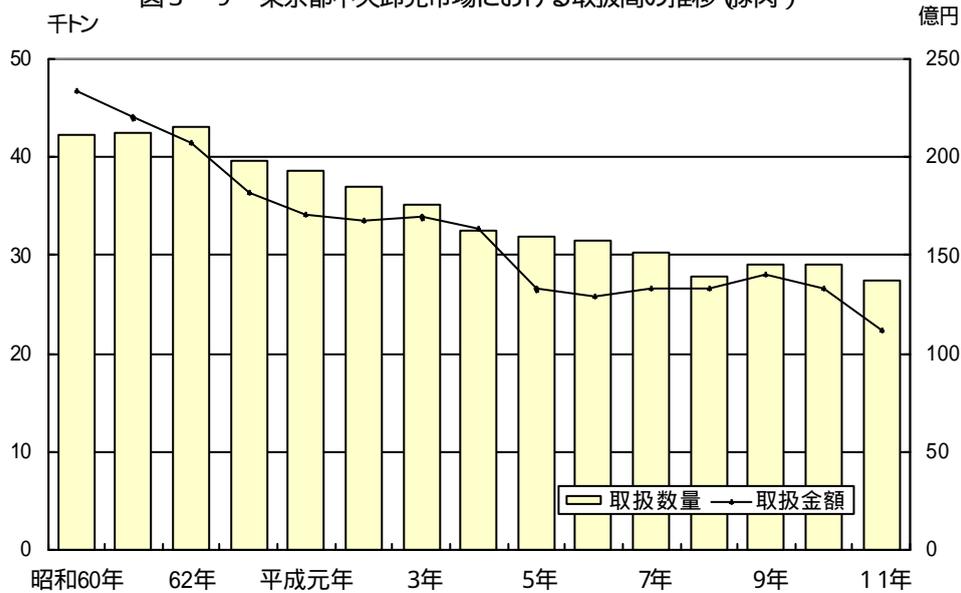
図3-8 東京都中央卸売市場における取扱高の推移（牛肉）



資料：東京都中央卸売市場年報

また、豚肉の平成11年の取扱数量は2万7千トン、取扱金額は112億円である。豚肉の取扱数量は昭和62年以降減少傾向にあり、平成9年になって増加したものの平成11年には再び減少した（図3-9）。

図3-9 東京都中央卸売市場における取扱高の推移（豚肉）



資料：東京都中央卸売市場年報

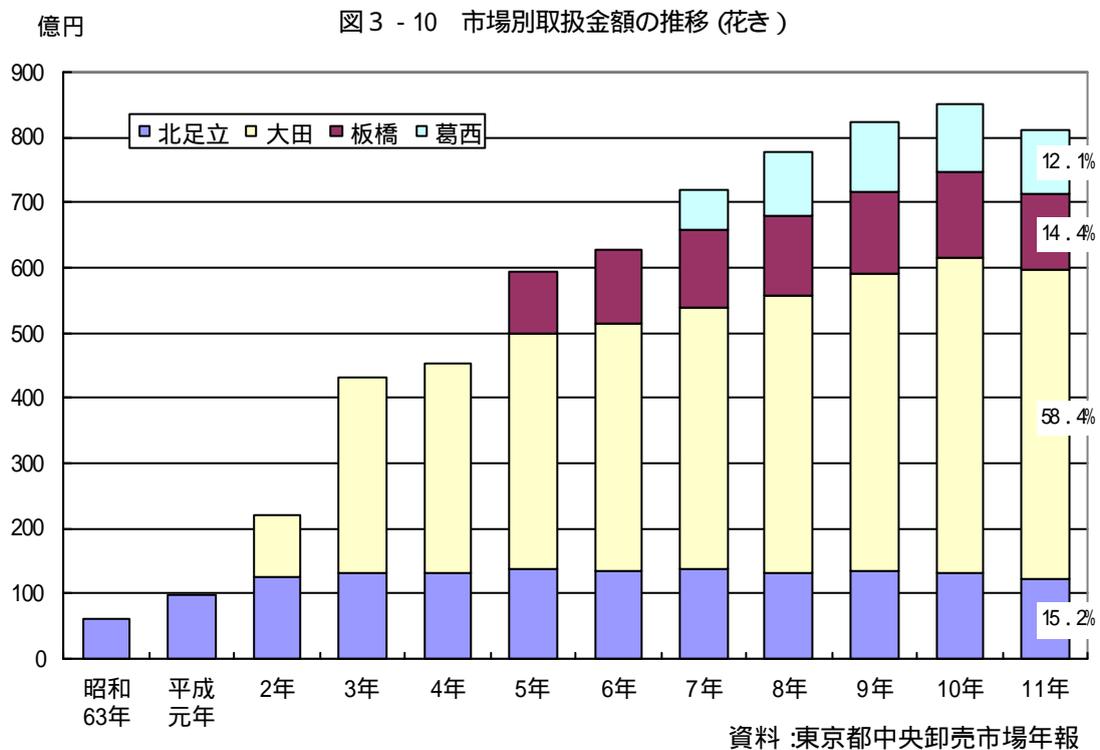
花 き

花き 4 市場の合計で、平成11年の取扱金額は810億円である。

東京都における花きの中央卸売市場は、昭和63年の北足立市場開設後、平成 2 年に大田市場、平成 5 年に板橋市場、平成 7 年に葛西市場がそれぞれ開場した。これは、地方卸売市場を統合し、中央卸売市場とすることによって整備を進めてきたものであるが、この結果、中央卸売市場の取扱金額は、平成元年の100億円から平成8年には780億円と約8倍に大きく増加した。

葛西市場開場後も取扱金額は順調に増加したが、平成11年には対前年比約5%の減となっている。

市場別にみると、大田市場の伸びが大きく、平成11年におけるシェアは全 4 市場取扱金額の58.4%を占めている（図 3 - 10 ）。



(2) 地方卸売市場

地方卸売市場は、平成13年4月15日現在、都内に25市場ある。その内訳は、水産3市場、青果13市場、青果・水産1市場、花き8市場である（表3 - 1）

なお、花き市場については、平成13年4月の世田谷市場花き部（中央卸売市場）開場に伴い、5市場が収容された後の市場数となっている。

食肉の地方卸売市場は平成9年8月に廃止された。

表3-1 東京都の地方卸売市場数

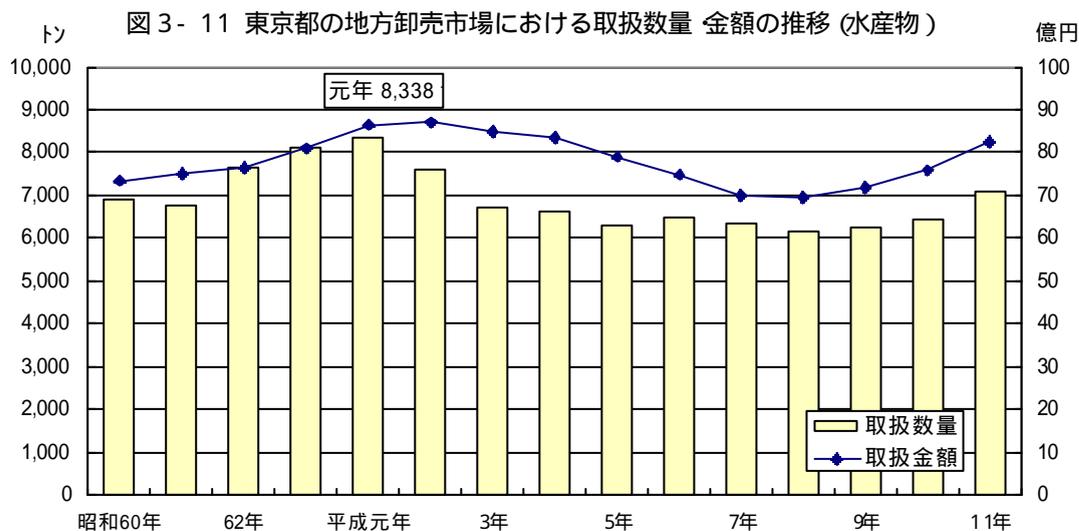
	区 部		多摩地域		合 計	
	平成2年	平成13年	平成2年	平成13年	平成2年	平成13年
水産物市場			3	3	3	3
青果市場	3	2	15	11	18	13
青果・水産市場			1	1	1	1
花き市場	31	4	6	4	37	8
食肉市場			1		1	
合 計	34	6	26	19	60	25

平成2年は8月1日現在、平成13年は4月15日現在の市場数である。

資料：東京都地方卸売市場概要

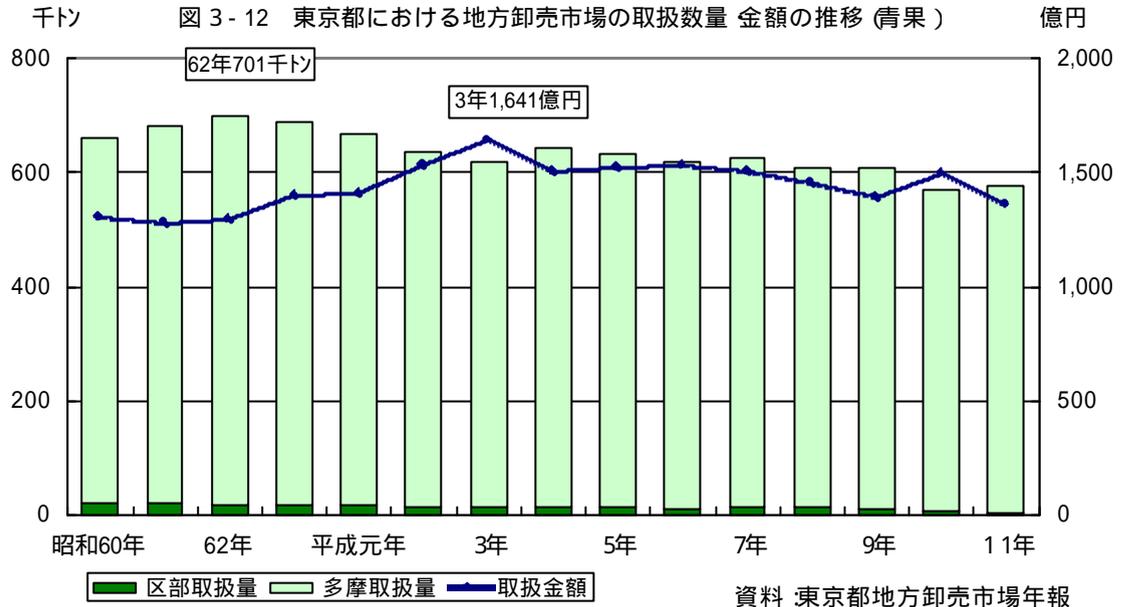
水産物

平成11年の水産物部の取扱数量は7千百トン、取扱金額は83億円である。取扱数量は平成元年の8千3百トンをピークに減少傾向にあったが、平成8年に底を打ち、以降増加している（図3 - 11）



青果

平成11年の青果部の取扱数量は57万9千トン、取扱金額は1,357億円である。取扱数量は、ピークの昭和62年に比べ約17%減少した。取扱金額もピークの平成3年に比べ約17%減少している（図3-12）。



2 流通上の課題

(1) 情報化と物流の効率化

東京都の中央卸売市場における情報化については、卸売業者などによる事務改善の一環としての社内システムの構築、青果部における産地との仕入・仕切情報の交換のほか、様々な実証実験や、EDI^{*7}への取り組みなどがなされてきた。また、自動せり機械を導入した花き部などでは、インターネット取引の取り組みも始められている。

しかし、市場外流通においては、オンライン受発注、オンラインショッピング、ロジスティックス^{*8}等の情報化の進展が見られ、このような状況と較べれば、卸売市場における情報化への取り組みは十分とは言えない。

また、卸売市場に集まった産地や消費に関する様々な情報についても、情報機器を用いて迅速に公開・伝達するシステムが整備されておらず、生鮮食料品にかかる情報受発信基地としての役割が果たせていない。

物流については、産地から卸売市場までは、トラック輸送のシステム化などにより一定程度効率化が進んでいる。しかし、市場内においては施設利用のルールづくりが不十分なことなどから、動線の輻輳や施設の非効率な利用などが随所に見られ、情報化を組み込んだ効率的な物流システムとはほど遠い状況にある。

また、荷捌き場や保冷施設の不足により、コールドチェーン対応、衛生対策、小口仕分け等、川上、川下の両方のニーズに応えられていないことについて、厳しい評価を受けている。

さらに、卸売市場から小売店等への配送の効率化についても、一部で共同配送などが行われているが全体的には取り組みが遅れており、場内混雑に拍車をかけているだけでなく、排気ガスなど環境負荷を大きくする一因となっている。

(2) 卸売市場制度

平成11年の卸売市場法の改正により、市場・品目ごとの実態に応じた取引方法の設定や委託集荷原則の緩和、商物一致原則の緩和等が図られた。各市場では市場取引委員会での協議に基づいて定められる業界の自主的なルールによって、個々の市場の実情に応じた取引を行っている。

しかし、現在あらゆる分野において、経済的規制の撤廃、緩和が進んでおり、国では卸売手数料制度について、見直しの方向で検討が行われることとなった。卸売手数料制度の見直しは、卸売市場制度全体に大きな影響を及ぼすものと想定される。

*7 Electronic DataInterchange コンピュータを用いた電子的データの交換システム

*8 生産から販売までの商品の流れをトータルシステムとしてとらえ、必要なものを補充するシステム

(3) 市場業者の経営状況

東京都と業界は「市場業者の経営基盤強化に関する研究会」を設置し、平成11年3月に答申を取りまとめた。現在、この答申を踏まえ、経営基盤の強化に努めているものの、市場業者の経営は依然として厳しい状況にある。

卸売業者

東京都の卸売業者の経営状況は全国平均より良好であるものの、長期的な営業利益率の低迷により、年々厳しくなっている。

水産物部では、全体的には財務の健全性は高いが、売上高の低下傾向が見られる。

青果部では、営業利益率、経常利益率とも低迷しており、売上高の高い業者と低い業者との間で経営状況の二極化が進んでいる。

花き部では、大田市場を除き、各市場とも経常利益が減少傾向にあり、11年度は赤字会社が増加した。

仲卸業者

約1,600ある仲卸業者の半数近くが経営赤字に陥り、自己資本比率が低下し、資本欠損会社が増加するなど大変厳しい経営・財務状況にある。

「市場業者の経営基盤強化に関する研究会」答申では、水産物部、青果部において「概ね売上高10億円未満の小規模層（の仲卸業者）ほど経営内容が悪化している」と示され、都の調査によれば、売上高10億円未満の業者は約8割にも達している。

水産物部では、経営指標の悪い業者の割合が最も大きい。中小零細な業者が多く、流通の変化に見合った経営規模が確立できない状況にある。

青果部では、特に量販店が希望するカット、加工、配送、休日開業等に対応するため、多くの人員の確保が必要となっており、人件費の負担が大きくなっている。

花き部では、売掛債権回収日数の長期化が経営状況に深刻な影響を与えている。

(4) 決済制度

卸売市場における取引の決済制度は、卸売市場全体の信用を支える根幹的機能を果たしている。

現在のところ、産地への迅速かつ確実な決済については概ね問題がない。しかし、仲卸業者等の売掛金の回収日数は、量販店との取引の増加や景気低迷の影響から長期化する傾向にあり、業者の資金繰りに大きな影響を与え、経営を圧迫している。このことはいずれ卸売業者の資金繰りにも影響することが予想され、決済機能の低下につながることも否定できない。

また、決済制度は、商慣習などにより、部類ごとに異なった課題があり、それぞれの部類において決済機能強化に向けた取り組みが求められている。

3 施設整備上の課題

(1) 施設整備の状況

東京都は、これまで積極的に施設整備を行ってきており、基本的な施設は各場とも概ね整備されているが、老朽化が進み更新が必要となっている施設や耐震補強が必要な施設が増えてきている。

また、基幹施設だけでなく、コールドチェーン対応のための施設や自動仕分・搬送設備など市場機能を高めるための施設の整備も求められるようになってきている。このような、いわば付加価値施設は、流通環境の変化に対応するためのものであり、迅速かつ効率的な整備が求められている。

しかし、東京都（行政）による施設整備は、効率性だけでなく公平性が求められることや、計画から実施までのプロセスが多岐にわたることなどから、流通環境の変化に迅速に対応することが困難な面がある。

一方、現行法制度では、市場業者が、市場用地の上に建物を建築し所有することが認められていないため、一般的には市場業者自らは施設を整備することができない状況となっている。

(2) 衛生問題への対応

近年、食品の安全性に対する消費者の関心の高まりを背景に、出荷者や専門小売店などから市場の衛生対策への取り組みが厳しく求められている。

食品の製造・加工業界はもとより外食産業界でも、H A C C P（ハセップ）^{*9}の導入等、より高度な衛生管理をめざす動きが急速に増えているが、卸売市場においては、従来この点に関する意識が比較的希薄であったため、商品の安全管理は、主として、衛生検査所の指導と、市場業者による経験を重視した取扱いに委ねられてきた。この結果、現状では、時代に対応した衛生管理が確保されておらず、また、施設面でも、生鮮食料品の鮮度保持や安全性に配慮した整備が不十分となっている。

(3) 環境問題への対応

卸売市場では、市場業者の活動により発生する大量の生ごみや廃棄物となった包装容器、小型特殊車両などの排気ガスが、環境に少なからず負荷を与えている。

いわゆる食品リサイクル法^{*10}により、平成13年4月から一定の条件に該当する市場関係業者には廃棄物の発生抑制、減量化、再資源化が義務づけられることとなるが、これ

*9 Hazard Analysis Critical Control Point 「危害分析重要管理点」方式。原料から製品に至る生産・流通の重要な過程を記録、チェックするシステム。

*10 食品循環資源の再利用等の促進に関する法律（2001年4月施行）

らの問題に対する業者自身の意識、取り組みは、未だに低調である。

また、産地からのトラックをはじめ、市場に出入りするディーゼル車両等がもたらす大気汚染、環境悪化も深刻化しているが、実効性ある対策がとられていない。さらに、小型特殊車両などの低公害化対策として、平成4年度から補助金の助成により電動化を推進してきたが、十分な実績を上げるには至っていない。

(4) 中央卸売市場の財政

東京都中央卸売市場の財政は、独立採算を原則とする公営企業会計で運営されているが、昭和42年度以降、連続して営業収支の赤字を計上するなど大変厳しい状況にある。近年の経常収支も赤字基調で、累積欠損金は平成11年度末において、過去最高の161億円に達している。

市場は、過去の市場売却益等を原資とした建設改良積立金等を2,845億円程度有しているものの、これらの資金は、今後の施設整備の貴重な財源として有効に活用していかなければならず、赤字の解消に費消すべきものではない。

一方、支出面では、既存施設の改良や修繕、維持管理の経費の増大が見込まれるとともに、今後の新しい流通環境に対応するための施設整備にも膨大な経費が必要であり、施設整備が市場財政に与える影響は極めて大きい。

東京都はこれまで、職員定数の見直しや事務事業の効率化等の内部努力、使用料改定等、財政の健全化に向け様々な取り組みを実施してきたが、今後とも、中長期的視点からの抜本的な取り組みが必要である。

(5) 地方卸売市場の経営格差

東京都の地方卸売市場は全て民営の市場であり、ほとんどの市場で卸売業者が開設者を兼ねている。また、複数の市場で業務を行う卸売業者もいる。

青果部の卸売業者の経営状況を見ると、年間取扱金額が700億円を超える卸売業者が1業者、300億円を超える卸売業者が1業者あり、この2業者で取扱金額（東京都青果地方卸売市場全体）の78%を占める一方、10億円未満の卸売業者も4業者あり、格差が大きい。

施設の拡充及び維持は、開設者自らが行うが、取扱金額の大きい一部の卸売業者を除き、経営基盤が弱く、施設整備のための資金確保が課題となっている。

第4 21世紀における卸売市場のあり方

グローバリゼーションやIT革命をはじめとする社会変革の波は、かつて我々が経験したことがないほど急激に押し寄せてきている。また、川下の消費者のライフスタイル及び食生活の変化、少子・高齢化社会の到来などは、食品流通構造やシステムを大きく変えつつある。これまで伝統と人々の英知により繁栄してきた卸売市場にとっても、このような経済社会のドラスティックな変化の波は避けて通れない。

21世紀の卸売市場のあり方は、こうしたことを踏まえ展望しなければならない。

そのためには、取引規制や市場業者の許可制度、川上重視の視点など、これまで卸売市場を支えてきた仕組みを見直さざるを得ない。今後の卸売市場を考える際には、競争原理の一層の導入、専門小売店・量販店等のニーズを踏まえた川下の発想も重視すべきである。

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、新しい技術・システムの導入などにより、市場を活性化する方策を着実に実行していくことが肝要である。

こういった取り組みを進めるためには、生鮮食料品をはじめとした食品流通全体を広い視点から捉え、その変化を踏まえつつ卸売市場の施策に活かしていかなければならない。

卸売市場がこうした挑戦を続けていくことが、競争力を強化し、21世紀に卸売市場が生き残っていくための処方箋である。

この基本方針で示す今後10年間の施策は、上で述べたような社会経済環境に、卸売市場が柔軟に適合していくことを念頭において、確実に実施していかなければならない。

1 流通の効率化と市場の活性化

(1) 情報化と物流効率化の推進

インターネットをはじめとした情報技術の進歩はめまぐるしく、予想を超えたスピードで発展している。このような時代の趨勢を機敏に見据え、将来の可能性、発展性等を十分検討したうえで、情報化の推進と物流の効率化を図るべきである。

情報化を進めるための条件整備

卸売市場の外部では、すでに情報化が相当進展しているが、卸売市場では情報化が遅れている。これは、流通システムの効率化を阻む要因となっており、このままでは、ますます市場流通の減少を引き起こす可能性が大である。卸売市場の情報化を推進するためには、必要な条件整備を行った上でLAN^{*1}等の基盤整備を進めることが必要である。

都は、場内LAN構築のための基本条件の整備、帳票や情報処理の標準化・システム化等のルールづくりなどをおして、業界が情報化に対する共通認識を持つような調整を図る必要がある。

*1 1 LocalAreaNetwork 構内情報通信網

さらに、将来必要とされる市場間ネットワークの構築についても、都と業界の間で、ネットワークの方法、経費負担のあり方等を検討すべきである。

情報受発信機能の強化

生産と消費の結節点である卸売市場においては、インターネットによる情報交換の双方向性を活用して、生産の動向や売れ筋商品等の様々な情報の受発信機能の充実・強化を図っていくべきである。さらに、卸売市場における電子商取引などの導入について検討する必要がある。

物流の効率化への取り組み

市場業者の生産性向上のため、ITを活用した物流効率化への取り組みも急務である。あらゆる業界で物流のローコスト・オペレーションが追求されている中、卸売市場も、生産から消費までを視野に入れたサプライ・チェーン・マネジメント^{*12}や、川下の状況を起点としたロジスティックス等の新たな手法の導入を検討していくべきである。

また、混雑する市場での緊急な課題である場内の効率的な利用や動線の改善を図るため、業界団体を中心とした協議機関等を設け、新たな手法の具体的検討や市場ごとのルール化・交通規制策の確立を進める必要がある。

(2) 取引規制や市場業者の許可制度の見直し

卸売市場の活性化を図るためには、取引規制や市場業者の許可制度などの従来の仕組みを見直し、新規参入が図られるよう、より一層の規制緩和を検討する必要がある。その際には、取引の透明性の確保に留意するとともに、市場業者の競争力を強化することに重点を置くべきである。こうした見直しは、国が行う卸売手数料制度など卸売市場制度全般の見直しに併せ、東京都も、市場業者とともに検討していく必要がある。

(3) 市場業者の経営基盤の強化

市場業者の経営基盤の強化は、それぞれの市場業者や業界団体が、役割と責任を再認識した上で、主体的に取り組むことが重要である。

卸売業者が取り組むべき事項

(ア) 仲卸業者や売買参加者と連携し、新商品の開発、新規需要の開拓、産地への提案

*12 Supply Chain Management 原材料の供給部門から最終消費者に向けての供給活動の連鎖（サプライ・チェーン）全体を、ITの活用などによって、管理する考え方

などを通じて、消費者のニーズに的確に対応した戦略的マーケティングを行う。

- (イ) 人材の確保、育成を図るとともに、新しい技術・情報システムの導入による経営の近代化を図る。
- (ロ) 人件費や物流コストなどの販売管理費の削減に向けて、より一層努力する。
- (ハ) 業務提携、合併、外部資本の導入などの活性化策を積極的に推進する。
- (ニ) 産地に対する信用力の強化のため、商品保険の加入の検討や経営情報の公開を進める。

仲卸業者が取り組むべき事項

- (ア) 内部努力はもとより業務提携や合併などによって経営体質の強化・充実を図る。
- (イ) 消費者視点に立った情報収集と専業小売店への情報のフィードバックなどにより小売り支援（リテール・サポート）機能を充実させる。
- (ロ) 卸売業者、東京都などと連携して、人材の育成に努めるとともに経営の近代化を図る。
- (ハ) 仲卸組合は、東京都と連携を図りながら、経営改善指導を進めるとともに、仲卸業者の数の適正化に取り組む。

関連事業者が取り組むべき事項

- (ア) 同業種ごとの協業化等による規模拡大や新商品開発を行う。
- (イ) 内部努力などによる経営・財務体質の強化を図る。
- (ロ) 市場利用者に対する利便性の向上を図る。

都が取り組むべき事項

- (ア) 市場業者に対する業務検査等を通して経営指導の充実・強化を図る。
- (イ) 都や国等の融資制度について、情報提供や斡旋を行う。
- (ロ) 経営の悪化した業者に対する仲卸組合の取り組みを支援するため、公認会計士等、専門家による相談窓口を設置する。

(4) 決済制度の改善

決済制度の適切な運用は、卸売市場の信用維持に必要不可欠である。産地が卸売市場を出荷先として選択している大きな理由の一つは、迅速・確実な代金決済を期待しているからである。

健全な決済制度を維持し、産地の信頼を確保するためには、市場業者間で経営環境の変化を見据え、長期化する債権の解消や不良債権化を防止する手法等を検討し、実施に移す必要がある。また、精算会社や保険制度の導入など新たな決済システムの構築も検討すべきである。さらに、世界的な取引の実情を踏まえて、決済制度を検討していく必

要がある。

(5) 都民に親しまれる市場づくり

これまでも、東京都は「市場まつり」などの消費者事業を通して、市場業界と地域住民や一般消費者との交流などを行ってきた。さらに、ホームページの開設などによって一般都民向けの情報発信を行ってきた。

今後は、東京都と業界の協力によるPR体制を強化することなどにより、消費者が求める食材や料理方法などの情報を発信していくとともに、一般消費者が卸売市場の機能や役割を理解し、愛着を感じることができるよう、都民に親しまれる市場づくりを目指していくことも必要である。

2 流通環境に対応した施設整備の推進

(1) 適切な施設整備の推進

東京都は、これまで卸売市場を重要な都市インフラとして位置づけ、計画的に施設整備を推進してきた。今後とも卸売市場がその機能を十分に発揮していくためには、引き続き、適切な施設整備が必要である。

その際、留意すべき点の第一は、既存の施設の適切な維持・管理を図ることである。これからは、施設の老朽化が進むと考えられるが、施設の更新は、可能な限り長寿命化を図った上で実施していくことが必要である。

第二は、流通環境の変化への的確な対応を図ることである。流通環境の変化は著しく、卸売市場にも次のような新たな機能が求められており、適切に整備を推進していく必要がある。

- ・ 生鮮食料品の品質管理に必要な保冷施設等
- ・ 小売業者の利便性に配慮した荷捌場
- ・ 消費構造の変化に対応するための加工施設
- ・ 情報化推進のための基盤整備

第三は、危機管理のための適切な対応を図ることである。卸売市場には、震災が起こったときにも、被災者に円滑に生鮮食料品を提供する役割を担うことが求められている。このため耐震工事を進めていくとともに、各市場において防災マニュアルの周知を徹底しなければならない。また、火災等の災害や盗難などに対するリスク管理・対応も十分に進めておく必要がある。

(2) 健全な財政計画に基づいた整備

将来の市場運営において強固な財政基盤を確立するためには、内部努力の徹底や国庫補助金の一層の確保はもとより、健全な財政計画・中長期的財政収支を踏まえた施設整備を、戦略的かつ効率的に進めていくことが重要である。

また、今後の施設整備においては、業界要望に基づき都がすべてを整備するといった考え方ではなく、開設者として整備すべき領域を明確にし、選択的・重点的な整備を方針とすべきである。

さらに、使用料による投下資本の回収を前提として、計画段階から受益と負担の関係を踏まえた整備を原則とするなど、整備の水準や費用負担のあり方等について検討した上で整備を図っていかなければならない。

なお、今後は市場財産を総合的に利活用する観点から、遊休施設の積極的活用や多角的利用を検討し、財政健全化に寄与させていくことも必要である。

(3) 多様な整備手法の導入

これまで主として開設者が整備してきた卸売場等の基幹施設に加え、低（定）温機能を備えた施設や加工施設などの新たなニーズに対応する施設（付加価値的施設）が求められてきている。

これらの施設については、特に迅速かつ効率的に整備をする必要があることから、従来の開設者による整備だけでなく、施設を使用する市場業者の資金やノウ・ハウを活用した、市場業者自らが整備できる手法やPFIなどの手法を導入すべきである。

このために、必要な条例・規則等の整備、市場全体の効率的活用を踏まえた設置許可条件や規模などの基準の明確化を図る必要がある。

(4) 衛生対策の強化

生鮮食料品流通において衛生管理や安全性確保は最も基本的かつ重要な課題であり、信頼される市場づくりのため、市場全体でこの問題に取り組んでいかなければならない。そのためには、「食品の品質保持の基本は衛生管理である」という認識を、開設者と市場業者との間で共有することが大切である。

衛生的で安全な生鮮食料品流通を確保するためには、低（定）温卸売場のような施設面の整備と、衛生意識の普及や従業員への衛生教育、マニュアルの整備といった運用面の対策の双方が必要であり、段階的・計画的に進めていくことが求められている。このため、開設者と市場業者との協力、連携のもと、将来のHACCP的手法の導入も視野に入れた取り組みを行っていく必要がある。

(5) 環境対策の促進

市場活動が環境に与える負荷をできるだけ軽減させるため、食品リサイクル法の趣旨を徹底し、食品廃棄物及び包装廃棄物の発生抑制、再生利用率向上への取り組みを強化することが求められている。このため、意識啓発・指導などを通じた業界支援、生ごみの減容化・コンポスト化等の調査研究を行っていくことが必要である。

また、市場に出入りするディーゼル車対策として、環境確保条例^{*13}の趣旨を踏まえ、アイドリングストップを進めるための啓発、保冷車に対応するための電源の設置やD P F^{*14}取付誘導制度の検討などを行っていく必要がある。さらに、小型特殊車両の低公害化を一層推進するため、業界との推進体制を確立することや、電動車、L P G車の導入を引き続き推進すること及びC N G（圧縮天然ガス）車導入の検討を進めることが重要である。

3 卸売市場の再編・統合

これまで東京都は、中央卸売市場について、水産物市場は「ある程度集中配置」、青果市場は「原則として分散配置」、花き市場は「青果市場に併設」することとし、水産3市場、青果9市場、食肉1市場、花き5市場の整備を進めてきた。しかし、交通網の整備の進捗、市場間格差が拡大している現状、さらには、都市計画的な観点などから、現在の配置については、再検討が必要となっている。

卸売市場の都内における供給実態からみても、東京都の中央卸売市場は全体として十分な配置となっているが、中には商圈が重なり、競合がみられる市場もある。また、市場によっては、取扱高が著しく減少し経営効率が悪く、市場財政にも深刻な影響を与えている。

流通の効率化や経営の健全化の視点から、市場間の物流の連携やその再編・統合が避けられない状況となっており、今後、具体的な検討が必要である。また、特に、同一の卸売業者が入場する市場間においては、連携の方法やその効果などについて、検討していく必要がある。

分場については、流通への影響等を踏まえ、実施可能なところから再編・統合を進めていくことが必要である。

*13 都民の健康と安全を確保する環境に関する条例（旧公害防止条例）2001年4月施行

*14 Diesel Particulate Filter ディーゼル微粒子除去装置

第5 市場別整備方針

各市場の整備は、第4で述べた考え方に基づいて進めていくべきであるが、特に、流通環境の変化や競争の進展が市場に及ぼす影響に留意し、柔軟に対応していく必要がある。

1 中央卸売市場

(1) 築地市場

21世紀の生鮮食料品流通の中核を担う市場へ再生するための抜本的整備が必要である。

しかし、現在地では、情報化、物流の効率化、衛生・環境対策の強化を実現し、将来の流通構造の変化にも対応していくことは困難である。また、営業を継続しながらの再整備は、市場機能の低下を招くおそれや衛生面での不安などから、工事の困難性が高い。

このため、早急に豊洲地区を候補地として移転整備に向けた検討を進めるべきである。

さらに、移転するまでの間、現在地の市場の機能を維持し、流通の変化に対応するための整備が必要である。

(27ページ「<別紙> 築地市場再整備についての説明資料」参照)

(2) 食肉市場

老朽化した施設の集約化、近代化を図りながら、特に衛生対策及び周辺環境に配慮した整備を進める必要がある。

分場は北側棟の完成後、本場に統合すべきである。

(3) 大田市場

中核的な市場として、その機能を十分に発揮していくことが求められている。

このため、流通環境の変化に対応した整備を行っていく必要がある。

また、隣接する旧従業員住宅用地については、花き部の駐車場問題への対応等を図るため、市場用地として活用する方向で検討すべきである。

(4) 豊島市場

市場の各施設の利用状況を踏まえながら、国道17号線拡幅による市場敷地削減の影響を最小限にする方向で、施設配置及び整備について検討を進めていく必要がある。

(5) 淀橋市場

本場は、新たに整備したスロープなどの活用によって、場内動線の改善を図りつつ、狭隘な市場の改善策について検討する必要がある。

練馬分場は、老朽化した杉並分場を統合し、民間の活力を導入して地方卸売市場とし

て整備することが望ましい。

松原分場については安全対策を講じる一方、将来のあり方を検討する必要がある。

(6) 足立市場

卸売市場の活性化の観点から、足立区で策定を進めている、市場周辺を含めた街づくり計画と連携した市場のあり方を検討すべきである。

(7) 板橋市場

流通環境の変化に対応するための整備を行うことが適当である。

花き部は、卸売会社の合併の効果を活かし、動線の改善等を図りながら整備を行っていく必要がある。

(8) 世田谷市場

花き部の新設を含む大規模整備が平成13年度に完了するが、今後は、その整備の効果を最大限発揮するよう、適切に活用していく必要がある。

(9) 北足立市場

これまで、効率的に施設整備を進めてきたが、これらの施設の有効活用を図るとともに、流通環境の変化に対応した整備を進める必要がある。

(10) 多摩ニュータウン市場

取扱数量が計画数量と比較して著しく少なく、利用効率が低いため、市場業者の新規参入などによって活性化を図るとともに、流通環境の変化に対応するための整備を進める必要がある。

(11) 葛西市場

流通環境の変化に対応するための整備を行う必要がある。

花き部は、卸売業者の合併効果を活かし、施設の効率的活用を図りながら整備を進めていく必要がある。

(12) 多摩地域青果中央卸売市場

多摩地域の青果市場については、昭和58年に多摩ニュータウン市場を開設した。その後、平成7年1月に策定された多摩地域青果卸売市場整備基本構想の「多摩地域を4つのブロックに分け、既存の多摩ニュータウン市場に加え新たに3つの中央卸売市場を設置する」とされた方針に基づき、これまで、土地現況、交通アクセス、事業採算性など

の課題調査と候補地の選定に取り組んできた。しかし、流通環境の変化は激しく、4ブロックの全てに中央卸売市場に相応しい取扱規模の市場を設置することや、適地の確保が困難となっている。

このような状況や、地方卸売市場の中にも集荷力のある市場が育っていることなどを考慮すれば、新たな中央卸売市場については長期的課題とし、当面、整備を見送ることが適当である。

2 地方卸売市場

食品流通構造改善促進法の改正により創設された「中核的地方卸売市場^{*15}」制度の積極的な活用などによって、地方卸売市場に対する支援を行う必要がある。

(1) 水産市場

多摩地域の水産市場については、今後とも、施設整備事業費補助制度の活用などによって支援を行っていくことが適当である。

(2) 青果市場

多摩地域の青果市場については、「中核的地方卸売市場」制度や施設整備事業費補助制度の活用によって支援を行っていくことが適当である。

(3) 花き市場

多摩地域の花き市場については、適地の確保や取扱規模等の問題を考慮し、中央卸売市場としての整備は行わないことが適当である。今後は、地方卸売市場の活性化が図られるよう支援を行っていくことが必要である。

*15 地域における生鮮食料品等の中核的な流通拠点となる地方卸売市場で、一定の規模要件を満たしていること、都道府県卸売市場整備計画で「中核的地方卸売市場」に位置付けられていること等、農林水産大臣が定める要件を満たす市場のことである。認定された市場には固定資産税の優遇措置等がある。

<別紙> 築地市場再整備についての説明資料

1 築地市場再整備の経過

(1) 現在地再整備計画の決定及び着手

昭和61年1月	東京都首脳部会議において現在地再整備を決定
平成2年6月	基本設計完了（水産：1階、青果：2階、駐車場：屋上の立体配置、平成2年度着手、平成15年度完成予定）
平成3年1月から	正門仮設駐車場建設工事から現在地整備に着手したものの、 工期が長期化すること 工事費が増大すること 完成した市場が流通環境の変化に十分対応できないこと などの問題に直面

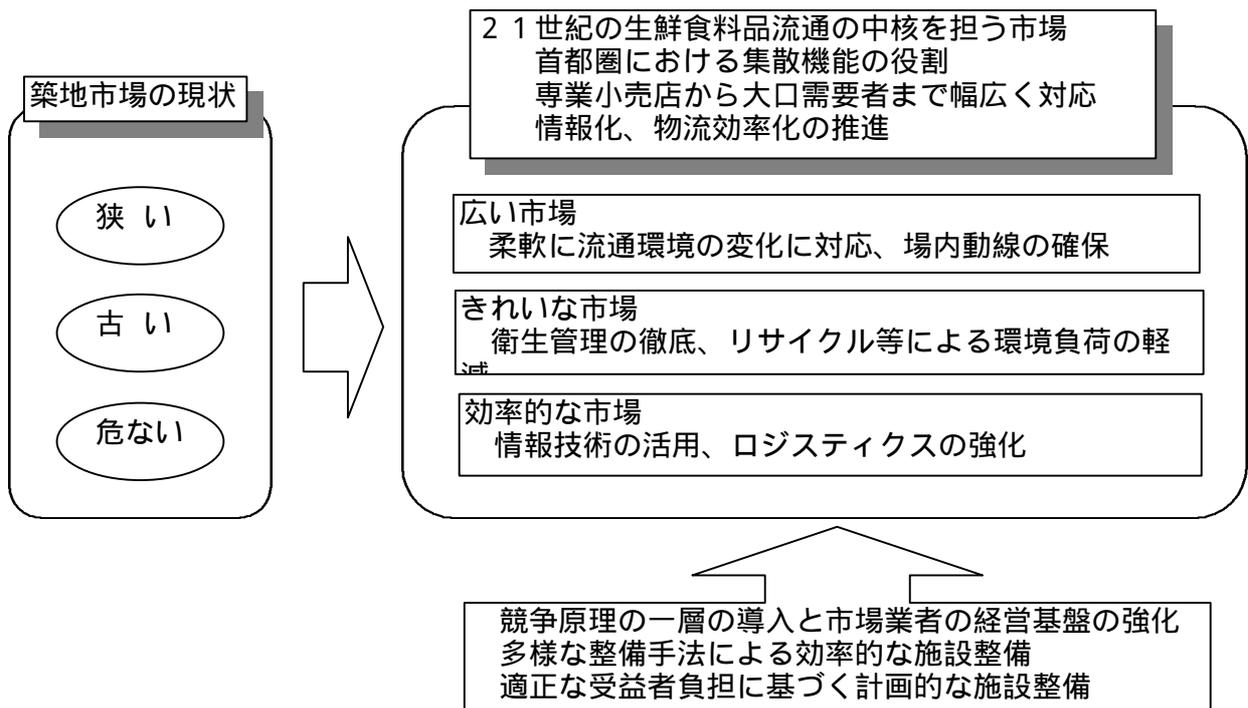
(2) 現在地再整備の見直し

平成8年11月	第6次東京都卸売市場整備計画策定、基本計画見直し決定（立体整備から平面整備へ）
平成9年10月	築地市場再整備推進協議会を開催し、見直し案検討を開始

(3) 移転整備を含めた検討

平成11年7月	第21回築地市場再整備推進協議会において「現在地再整備と移転再整備の両方を視野に入れながら検討する」との意見集約
平成11年11月	第29回築地市場再整備推進協議会において「現在地再整備は困難であり、移転整備へと方向転換すべき」との意見集約
平成13年2月	豊洲地区への移転を前提に東京ガス㈱と具体的な問題について協議に入ること合意

2 新市場に求められるもの



3 現在地再整備の問題点

(1) 工事の困難性が高いこと

現在地での再整備は、20年以上にわたり営業を継続しながらのローリング工事となることから、次のような問題点がある。

市場機能の低下

卸売場と仲卸売場の分断や物流動線の錯綜等により、市場機能が長期にわたり低下する。

また、工事期間中の顧客の流出や物流コストの上昇により、市場業者の営業に深刻な影響を与えるおそれがある。

工事費の増嵩

工事用種地が少なく工区が細分化されるため、工事費が増嵩する。

衛生面での不安

工事の粉塵の飛散は避けられず、食品の安全性に不安がある。

(2) 21世紀に相応しい市場とならないこと

現在地で再整備を行ったとしても、狭隘な現在地では、流通の変化に対応した新たな機能を導入する余地がなく、限界がある。

既存施設の建て替えに止まり、路上駐車を解消する駐車場の確保が困難である。

物流の効率化のための荷捌きスペースと場内動線の確保が困難である。

生産、流通段階における情報化など流通環境の変化に柔軟に対応できない。

4 豊洲を移転候補地とした理由

(1) 移転先の条件

築地市場は21世紀の中核を担う市場であるとともに、都心に集積する飲食店、小売店の仕入れの場でもあるため、築地市場の移転先は、以下の条件を満たす場所に限定される。

広い駐車場や荷さばきスペースを配置できる大規模用地の確保が可能なこと

消費地である既成市街地の外周地域で、交通条件の良好な位置であること

商圈に近く、機能、経営面で築地市場との継続性が保てる位置であること

都市計画や街づくりの視点から見て、市場立地の可能性があること

モーダルシフトへの対応も可能なこと

(2) 比較検討の結果、最適な候補地は豊洲

豊洲地区、中央防波堤内側地区、有明北地区、石川島播磨重工業造船所跡地、晴海地区の5つの候補地について、前項の条件を比較検討した結果、豊洲地区が最適との結論を得た。

参 考 資 料 目 次

第 1 転換期にある卸売市場

卸売市場の機能	29
卸売市場の取扱数量の推移	29
全国の卸売業者、仲卸業者の経営状況	30

第 2 卸売市場流通をめぐる変化

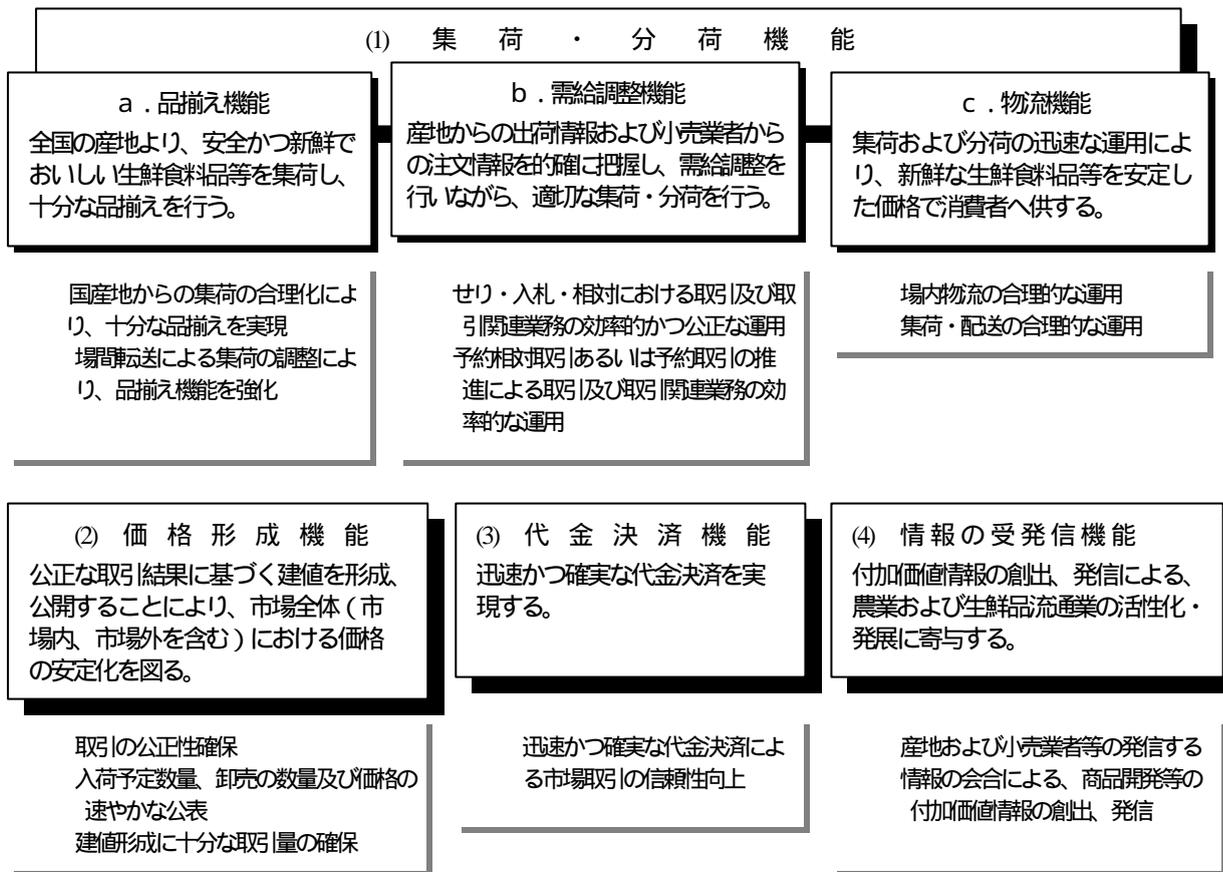
市場を取り巻く経済・社会環境の動向	31
生鮮食料品輸入額の推移	32
E C (電子商取引)の市場規模	32
- 1 農業者の高齢化・耕地面積の減少	33
- 2 農協 1 単位当たりの販売取扱高の推移	34
海面漁業生産量の推移	34
市場外流通の類型整理	35
小売業業態別の商店数、年間販売額の状況	36
日本の小売業業態発展の変遷	36
3 年前と比較した経営成果等の変化	37
食料消費支出における「中食」と「外食」の支出割合	38
J A S 法の改正	38

第 3 東京都における卸売市場の現状と課題

市場における情報化の進展状況	39
青果物の物流フロー	39
卸売市場法等一部改正の概要(ポイント)	40
卸売業者の経営状況	41
仲卸業者の経営状況	42
東京都中央卸売市場における基幹的施設の老朽化状況	43

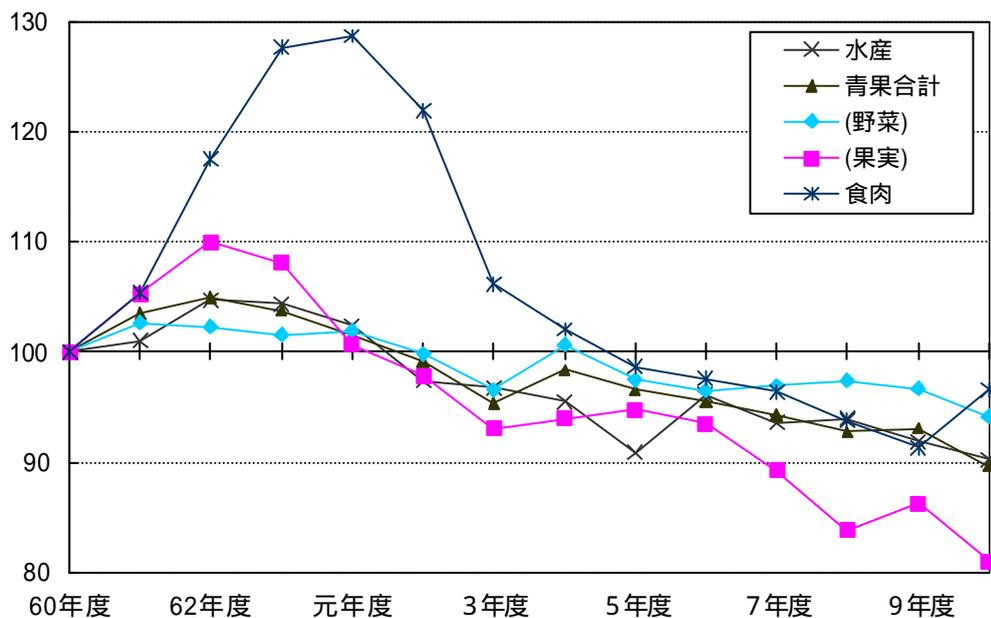
第1 転換期にある卸売市場

卸売市場の機能



資料：東京都中央卸売市場の情報化推進方策に関する調査報告書

卸売市場の取扱数量の推移 (昭和60年 = 100)



資料：農林水産省 卸売市場データ集

全国の卸売業者、仲卸業者の経営状況

卸売業者の営業利益率の推移

(単位 :%)

年度	平成3年度	5年度	7年度	9年度	11年度
青果	0.50	0.42	0.22	0.26	0.19
水産物	0.55	0.34	0.29	0.22	0.31
食肉	0.18	0.57	0.38	0.20	0.40
花き	1.54	0.62	0.76	0.71	0.60

資料 :農林水産省調べ

営業損失を計上した卸売業者数

(単位 :社)

	平成5年度	7年度	9年度	11年度
青果	17/114 15%	31/113 27%	21/111 19%	24/110 22%
水産物	18/96 19%	22/96 23%	33/96 34%	29/96 30%
食肉	9/10 90%	7/10 70%	6/10 60%	9/10 90%
花き	7/25 28%	8/29 28%	11/31 35%	12/31 39%

資料 :農林水産省調べ

仲卸業者の営業利益率の推移

(単位 :%)

年度	平成3年度	5年度	7年度	9年度	10年度
青果	0.38	0.39	0.01	0.01	0.11
水産物	0.89	0.24	0.61	0.66	0.24
食肉	1.49	2.19	0.12	2.08	0.58
花き	0.61	0.36	0.14	4.00	0.24

資料 :全国中央卸売市場協会「仲卸業者の経営状況調査に関する報告書」

経常損失を計上した仲卸業者数の割合

(単位 :%)

年度	平成3年度	5年度	7年度	9年度	10年度
青果	27.0	40.5	45.1	37.2	36.4
水産物	28.0	41.2	47.2	44.6	45.9
食肉	23.1	27.5	48.1	22.4	28.6
花き	26.5	33.3	32.6	26.4	40.7

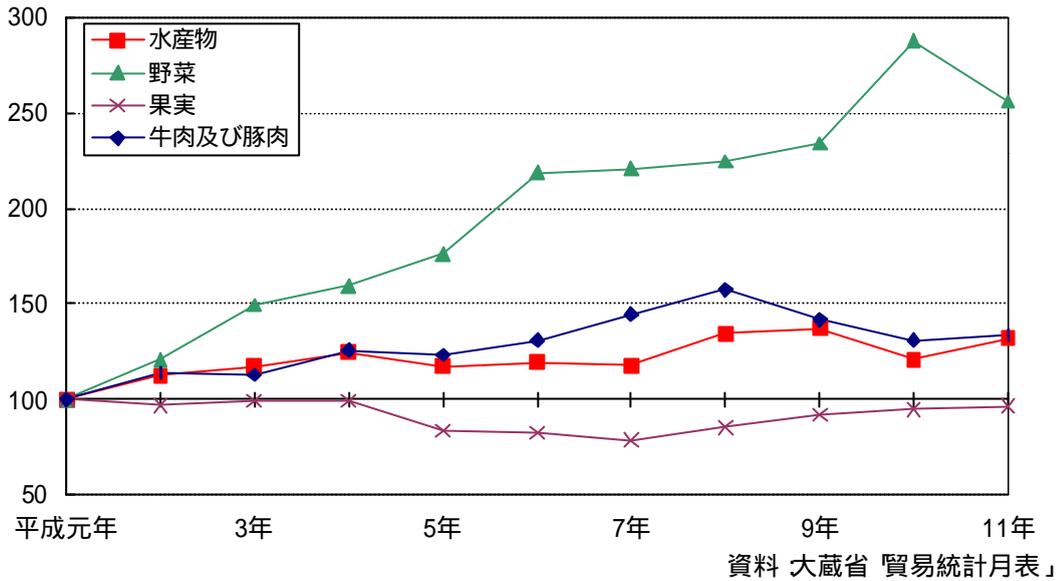
資料 :全国中央卸売市場協会「仲卸業者の経営状況調査に関する報告書」

第2 卸売市場流通をめぐる変化

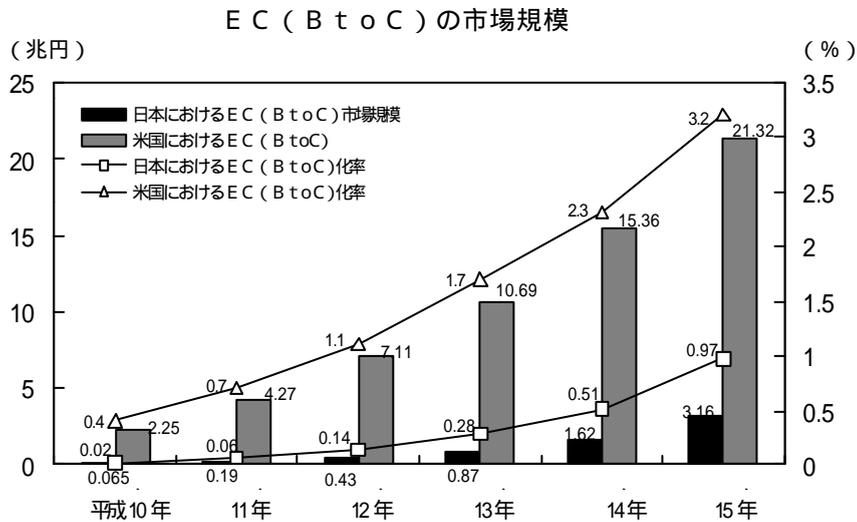
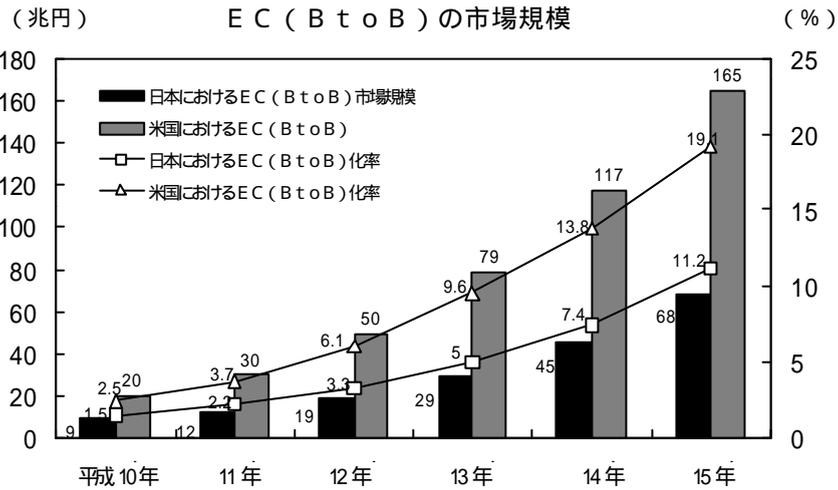
市場を取り巻く経済・社会環境の動向

暦年	整備計画	卸売市場の動き	国内外情勢
昭和46年	第1次	卸売市場法施行	・ドルショック 第4次資本自由化(11店以下の小売外資出店可能)
47年		東京都中央卸売市場条例・地方卸売市場条例施行 第1次卸売市場整備計画策定 板橋市場・世田谷市場業務開始	沖縄返還 全国で地価暴騰(日本列島改造論) ・日本初のコンビニエンスストア
48年			円が変動相場制へ移行 大店法成立 第1次石油危機
49年			大店法施行
50年			ベトナム戦争終結
51年			
52年	第2次	北足立市場業務開始	領海法・漁業水域暫定措置法施行 領海12カイリ、200カイリ漁業水域設定
53年			新東京国際空港(成田空港)開港
54年			第2次石油ショック
55年			
56年	第3次	多摩ニュータウン市場業務開始 葛西市場業務開始	
57年			
58年			
59年			
60年			・プラザ合意(ドル高是正)
61年	第4次	東京都首脳部会議、築地市場現在地整備決定	・バブル経済始まる ・ウルグアイ・ラウンド開始
62年			・日米の経済摩擦激化
63年		築地市場再整備基本計画策定 北足立市場花き部業務開始	
平成元年		大田市場業務開始	・日米構造協議・消費税導入(3%)
2年		大田市場花き部業務開始	大店法緩和(運用適正化通達) 東西ドイツ統一
3年	第5次	板橋市場花き部業務開始	・バブル経済崩壊・牛肉・オレンジ輸入自由化 湾岸戦争がぼっ発
4年			財政引き締め・景気後退 大店法改正(国の出店調整規模を3,000㎡に引上等)
5年			・コメ市場の部分開放・有機農産物表示ガイドライン 価格破壊 ・EC統合市場スタート・ウルグアイ・ラウンド最終協定
6年			大店法緩和(1,000㎡未満の出店の原則自由化)
7年			阪神・淡路大震災 世界貿易機構WTO発足・製造物責任(PL)法施行
8年	第6次	卸売市場法改正	・O-157事件
9年			消費税引き上げ(5%) ・23年ぶりの経済マイナス成長 独占禁止法改正
10年			
11年			
12年			東京都中央卸売市場条例改正
13年			

生鮮食料品輸入額の推移 (平成元年 = 100)

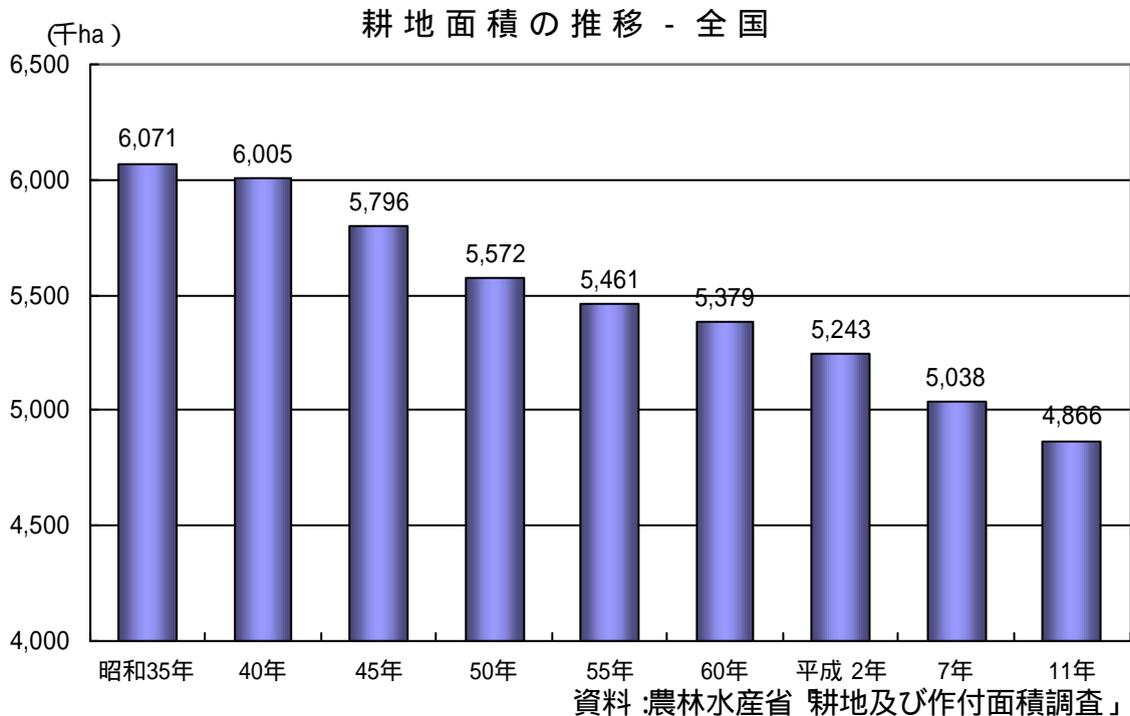
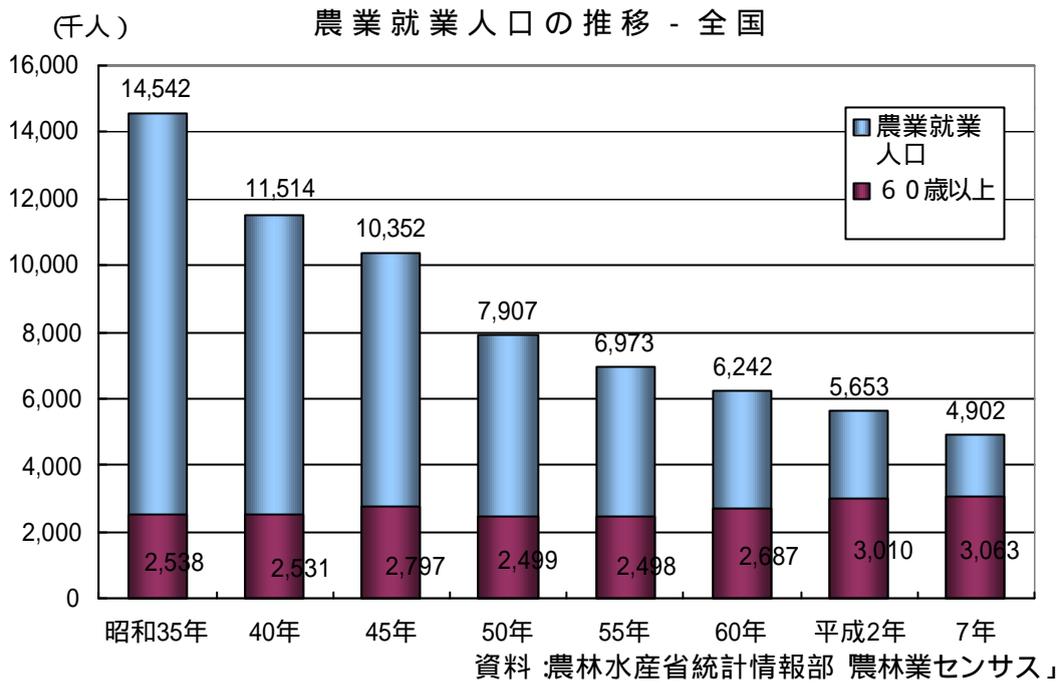


EC (電子商取引) の市場規模

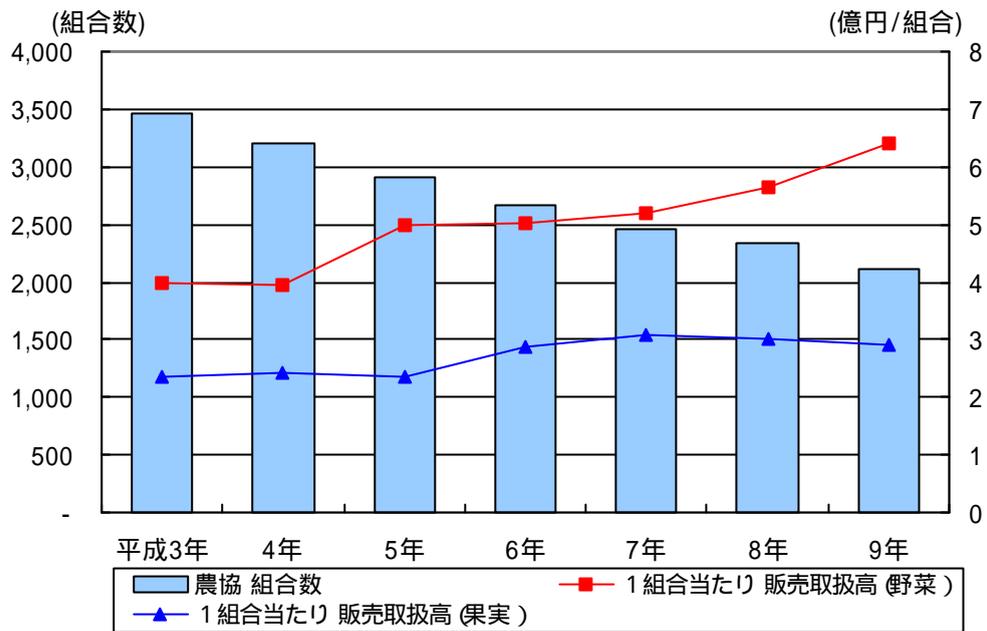


資料：通商産業省「日米電子商取引の市場規模調査」(平成11年3月)をもとに作成

- 1 農業者の高齢化・耕地面積の減少

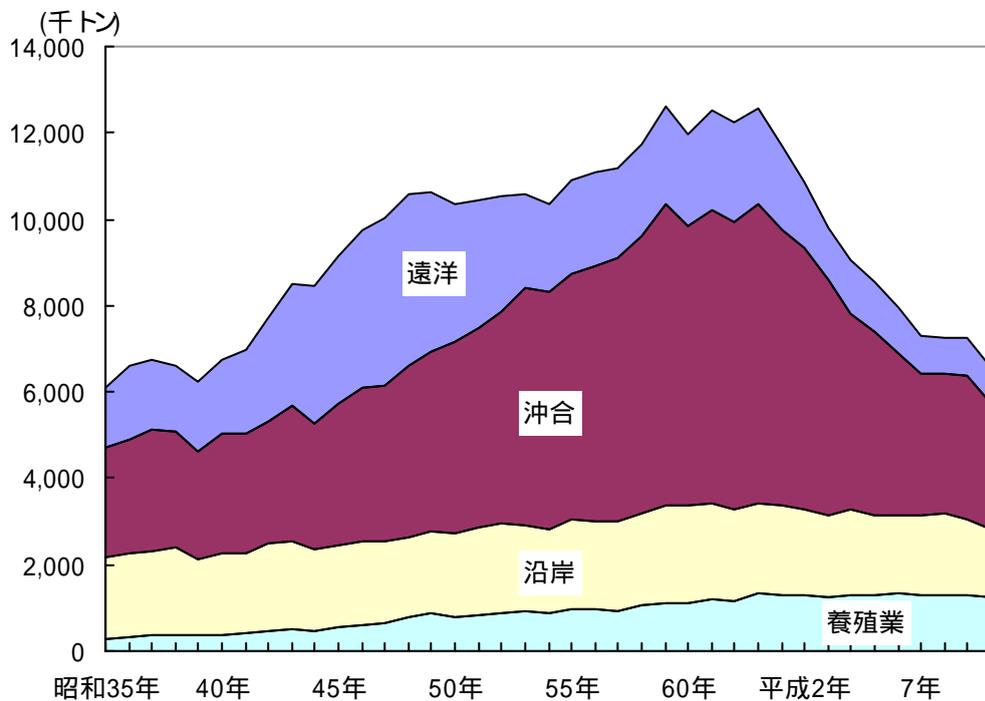


- 2 農協 1 単位当たりの販売取扱高の推移



資料 : 農林水産省経済局農業組合課「総合農協統計表」
 注) 野菜には、いも類を含んでいない。

海面漁業生産量の推移



資料 : 農林水産省「漁業・養殖業生産統計年報」

小売業態別の商店数、年間販売額の状況

(単位:店、百万円)

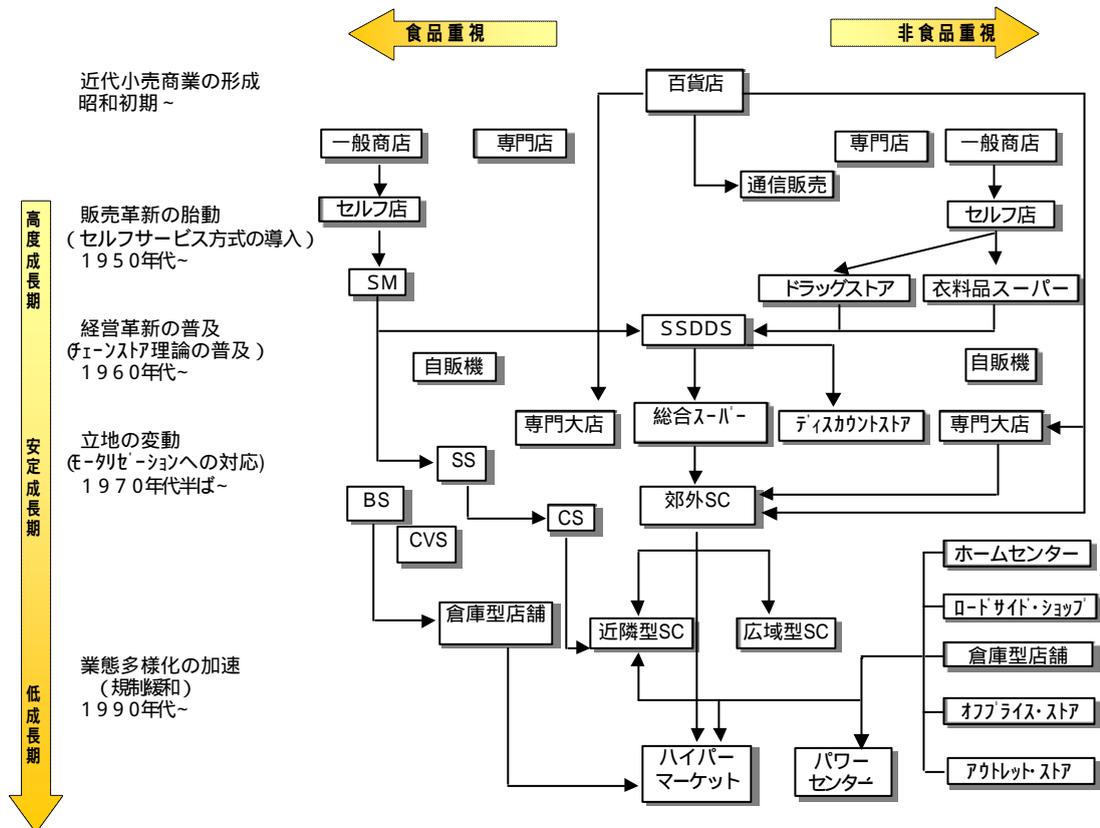
項目		平成 3年	平成 6年	平成 9年	平成11年
合計	商店数	1,605,583	1,499,948	1,419,696	1,406,884
	年間販売額	142,291,133	143,325,065	147,743,116	143,832,551
総合スーパー	商店数	1,683	1,804	1,888	1,670
	年間販売額	8,495,701	9,335,933	9,956,689	8,849,658
専門スーパー	商店数	20,827	25,171	32,209	35,531
	年間販売額	14,064,488	17,134,894	20,439,962	23,729,509
食料品スーパー	商店数	14,761	16,096	17,623	18,707
	年間販売額	11,296,961	13,197,669	14,768,134	16,747,995
コンビニエンス・ストア	商店数	23,837	28,226	36,631	39,628
	年間販売額	3,125,702	4,011,482	5,223,404	6,134,896
うち終日営業店	商店数	9,699	13,431	20,535	25,920
	年間販売額	1,591,944	2,350,559	3,589,314	4,666,815
専門店	商店数	1,009,061	930,143	839,969	920,277
	年間販売額	67,111,366	61,018,254	59,679,070	62,598,393
食料品専門店	商店数	297,015	263,681	230,163	249,287
	年間販売額	11,291,595	10,451,550	8,810,520	9,206,841
中心店	商店数	461,246	427,099	385,748	319,685
	年間販売額	29,042,981	32,579,153	31,534,579	24,003,496
食料品中心店	商店数	212,146	185,509	154,736	131,465
	年間販売額	9,590,821	9,429,665	7,767,134	6,680,212

資料 通商産業省「商業統計調査結果報告 業態別統計編」

注1)11年調査は、「事業所・企業統計調査」との1枚の調査票による同時調査で行われた簡易調査である。

日本の小売業態発展の変遷

日本の小売業態発展系統図



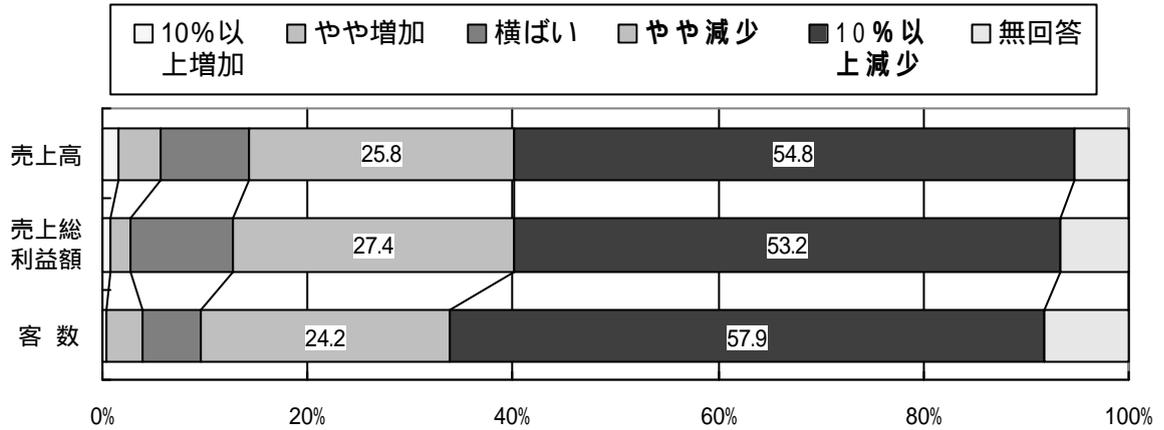
用語の説明

- SM: スーパーマーケット
- SSDDS: セルフサービス・ディスカウント・デパートストア
- SS: スーパーストア(大型スーパーマーケット)
- CS: コンビニエーション・ストア(スーパーマーケットとドラッグストア、衣料品スーパー等との複合店舗)
- SC: ショッピングセンター
- BS: ボックス・ストア(小型食料品安売店)
- CVS: コンビニエンス・ストア

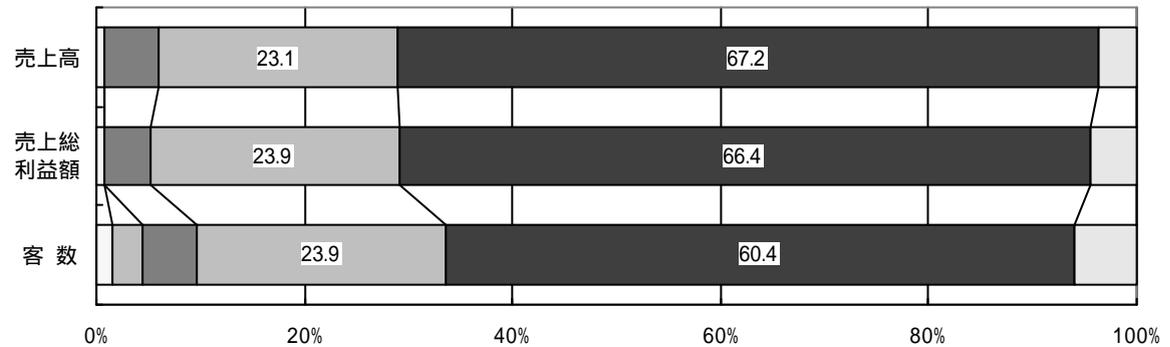
資料 矢作敏行著「現代流通 理論とケースで学ぶ」

3年前と比較した経営成果等の変化

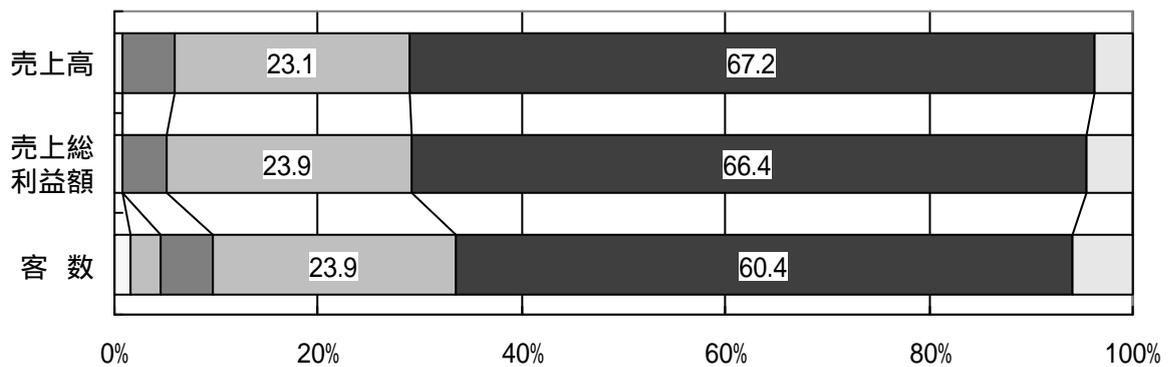
(青果・果実小売店)



(鮮魚小売店)

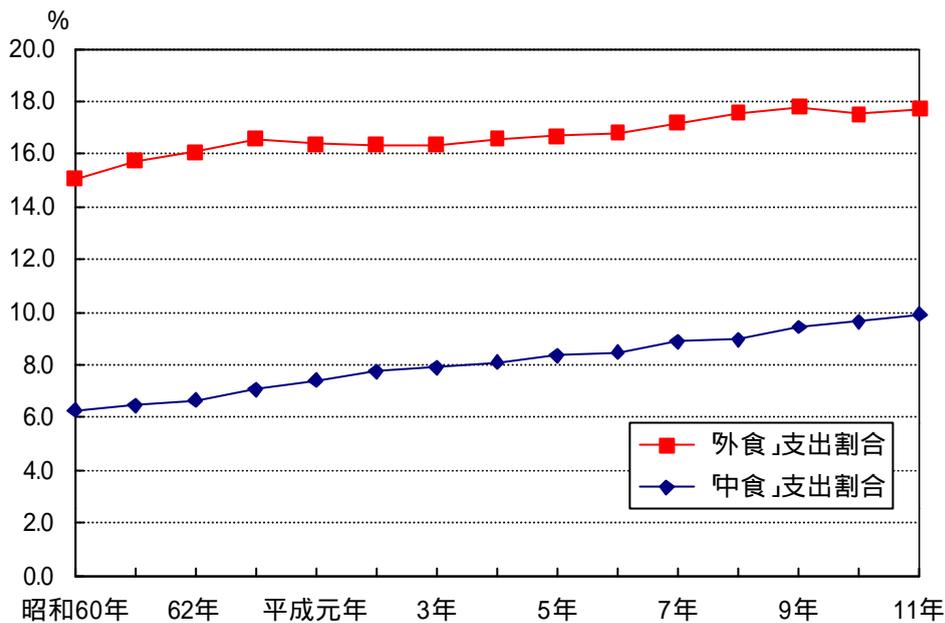


(精肉小売店)



資料：東京都商工指導所「平成12年版 東京都中小企業経営白書（小売業編）」

食料消費支出における「中食」と「外食」の支出割合



資料 総務庁「家計調査年報」

JAS法の改正

< 現 行 >

< 改正後 >

1 食品の表示の充実強化

表示対象品目：64品目
(うち 青果物の原産地表示：9品目)

表示対象品目：一般消費者向けの
すべての飲食品
(すべての生鮮食食品について原産地を表示)

2 有機食品の検査認証制度の創設

有機食品の検査認証制度無し
不適切な「有機」表示の氾濫

有機食品の規格を制定 (コーデックスに準拠)

第三者認証機関 (登録認定機関) が
ほ場ごとに生産者を認定

第三者認証機関が認定した生産者が生産した
もののみに「有機」と表示、流通 (それ以外の
ものは「有機」の表示ができない)

3 JAS規格制度の見直し

規格の定期的見直し、国際整合化
について法律上の規定無し

登録格付機関が格付 (サンプリング
による規格への適合性検査) して
マークを貼付

公益法人等だけに規格権限を付与

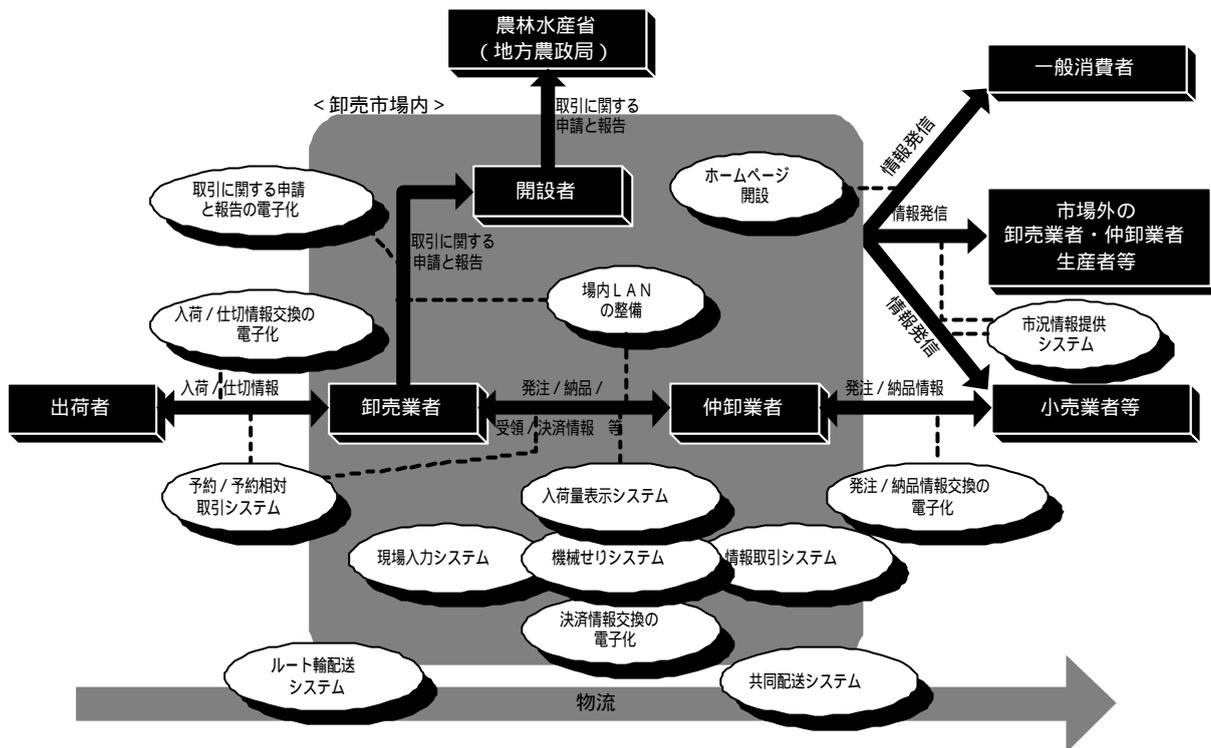
5年ごとに既存の規格を見直し
不要となった規格を廃止等
規格制定等の際に国際規格を考慮

事業者が登録認定機関の認定を受けて
自らが格付してマークを貼付

民間会社等に格付等の権限を解放

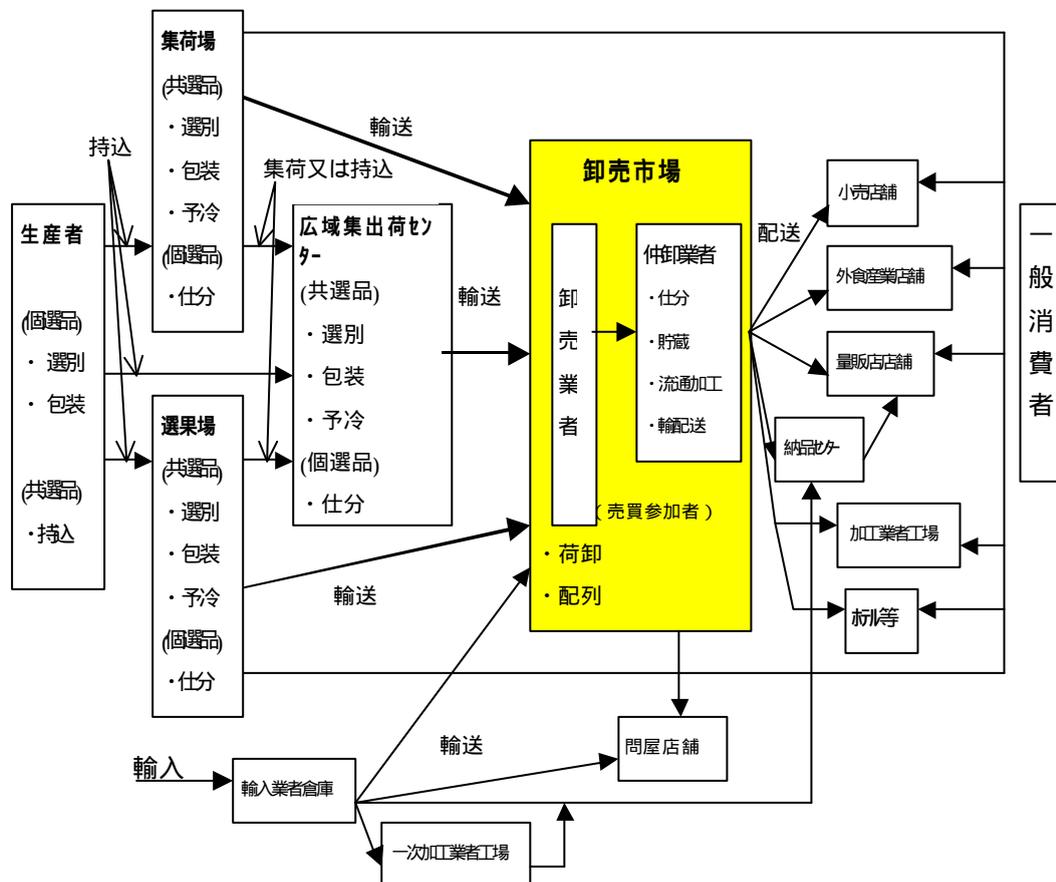
第3 東京都における卸売市場の現状と課題

市場における情報化の進展状況



資料：東京都中央卸売市場の情報化推進方策に関する調査報告書

青果物の物流フロー



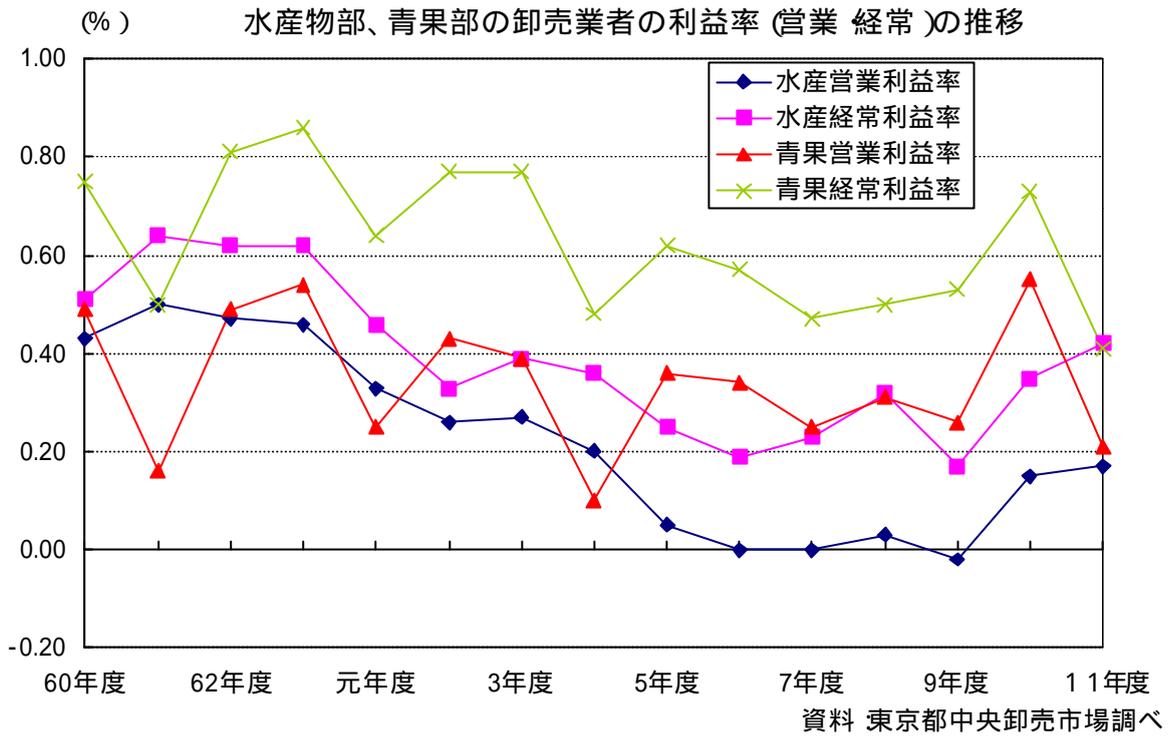
資料：東京都中央卸売市場の物流効率化に関する調査報告書

卸売市場法等一部改正の概要（ポイント）

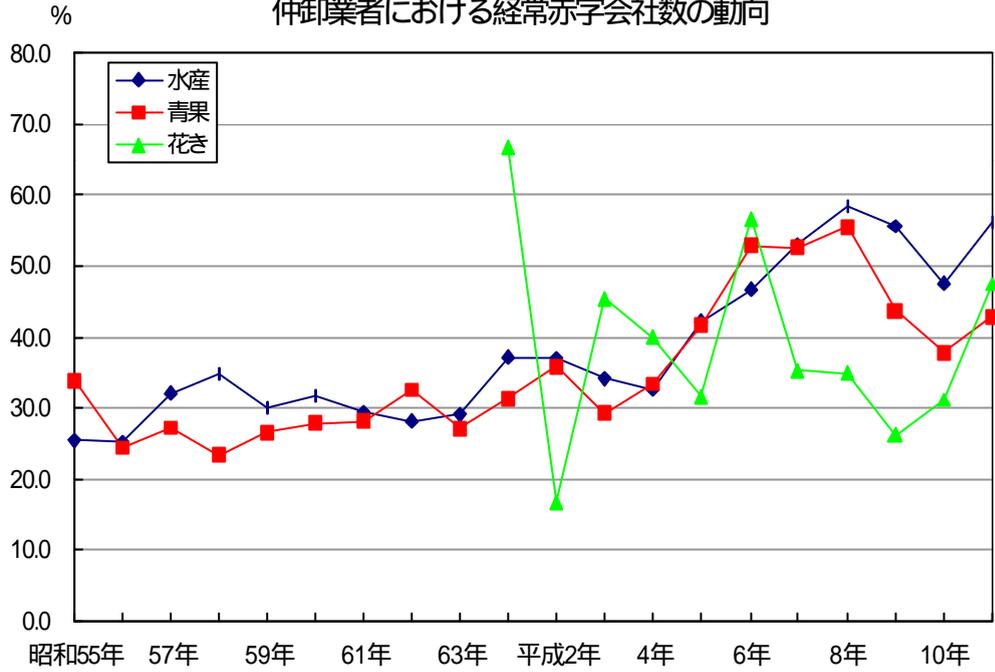
- 1 市場関係業者の経営体質の強化
 - ア 卸売業者・仲卸業者の合併、事業譲受けによる大型化や仲卸業者が共同して業者数の適正化を図るための取組を推進するため、金融上の支援措置を講ずることとしたこと。（食品流通構造改善促進法の一部改正で対応）
 - イ 卸売業者に対する財務面での指導基準（流動比率・自己資本比率等）を明確化し、これを満たさない場合に経営改善を命ずる等の措置を講ずることとしたこと。
- 2 中央卸売市場における売買取引に関する規定の整備
 - ア 卸売市場における売買取引は、公正かつ効率的でなければならない旨を明示したこと。
 - イ 取引方法については、開設者が、市場及び品目ごとに、関係者の意見を聴いて、業務規程（条例）で設定するものとしたこと。その際、最低せり数量の設定、相対取引についての価格・数量の公表、市場取引委員会による改善意見等の措置を講ずることとしたこと。
 - ウ 市場関係者等で構成する市場取引委員会の設置、委託集荷規制及び商物一致規制等の緩和を図ったこと。
- 3 中央卸売市場の再編の円滑化
生鮮食料品等の流通の広域化等に対処して、開設者の自主的な取組による市場再編や連携強化の推進に資するため、現行の開設者をより広域的な主体へ変更する場合に必要な規定を整備したこと。

第 51 回東京都卸売市場審議会資料より抜粋

卸売業者の経営状況



仲卸業者における経常赤字会社数の動向



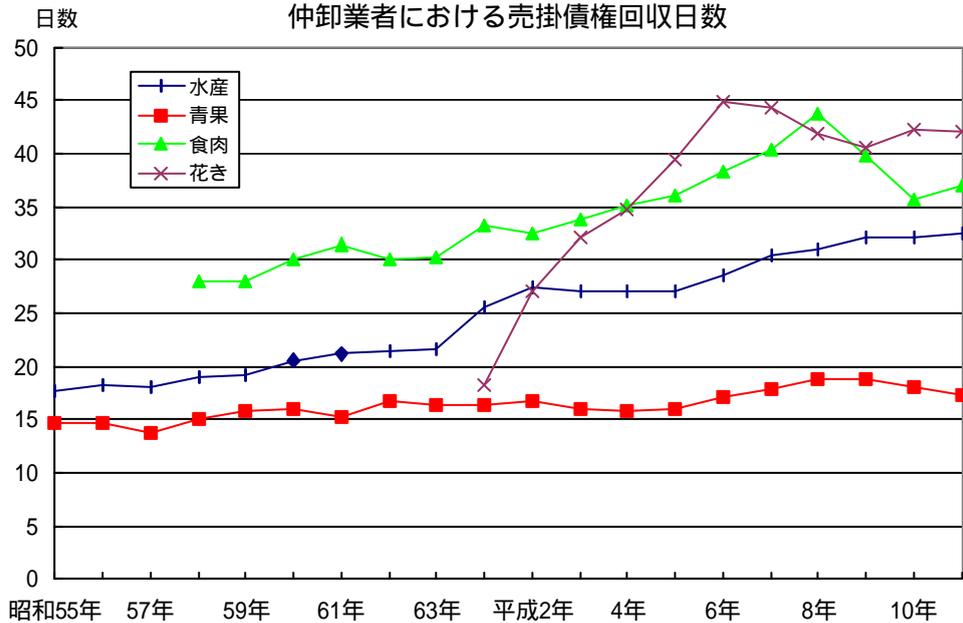
資料 東京都中央卸売市場調べ

売上高 10億円未満の仲卸業者数の割合

部 類	9年	10年	11年
水産	84.5	86.0	87.2
青果	67.8	66.0	64.3
食肉	45.8	47.7	40.6
花き	88.9	88.1	87.5
全 体	78.3	78.8	78.9

資料 :東京都中央卸売市場調べ

仲卸業者における売掛債権回収日数



資料 東京都中央卸売市場調べ

仲卸業者の経営状況

東京都中央卸売市場における基幹的施設の老朽化状況

(単位 :%)

施設名	卸売場棟	仲卸業者売場棟	事務所棟	冷蔵庫棟
築後30年以上経過した施設数の割合	29.2	28.5	42.9	14.3

資料 :東京都中央卸売市場調べ

注 : (1)各項目の数値は、財産台帳による。
 注 : (2)数字は、平成12年4月1日現在。

関係資料目次

東京都卸売市場整備基本方針（諮問）	44
東京都卸売市場審議会の審議経過	45
東京都卸売市場審議会計画部会の審議経過	46
東京都卸売市場審議会委員名簿	47

12中経企第56号
平成12年6月7日

東京都卸売市場審議会 会長 殿

東京都知事
石原 慎太郎

東京都卸売市場審議会条例第2条の規定に基づき、下記の事項について貴審議会の意見をいただきたく、諮問します。

記

生鮮食料品等の円滑な流通を確保するために必要な卸売市場の整備の基本方針について

(諮問理由)

平成17年度を目標年度とする現行東京都卸売市場整備計画について、平成22年度を目標年度とする計画に改定するため。

東京都卸売市場審議会の審議経過

会議名	開催年月日	審議事項
<p>第53回 東京都卸売市場審議会</p>	<p>平成12年 6月 7日</p>	<p>1 会長選任 2 第7次東京都卸売市場整備計画の策定について (1) (諮問)東京都卸売市場整備基本方針について (2) 東京都卸売市場整備計画の策定及び審議会の進め方について <報告事項> 1 第6次東京都卸売市場整備計画の実施状況</p>
<p>第54回 東京都卸売市場審議会</p>	<p>平成12年 12月 22日</p>	<p>1 東京都卸売市場整備基本方針案(中間報告)について</p>
<p>第55回 東京都卸売市場審議会</p>	<p>平成13年 4月 18日</p>	<p>1 東京都卸売市場整備基本方針案(最終報告)について 2 東京都卸売市場整備基本方針について(答申)</p>

東京都卸売市場審議会計画部会の審議経過

	開催年月日	審議事項
第1回	平成12年6月28日	生鮮食料品流通の現状と課題
第2回	平成12年7月7日	市場情報化の推進
		物流効率化への対応
第3回	平成12年8月2日	市場における取引の現状
		市場業者の経営基盤強化
		市場の環境・衛生問題への対応
第4回	平成12年9月6日	市場財政基盤の確立
		施設整備の手法のあり方
		市場の再編統合
	平成12年9月7日	市場視察
第5回	平成12年9月20日	各市場の現状と課題
第6回	平成12年10月11日	業界ヒアリング（青果・水産等の市場関係業界）
		築地市場再整備の最近の動向
第7回	平成12年10月18日	業界ヒアリング（青果・水産等の市場関係業界）
第8回	平成12年10月25日	業界ヒアリング（食肉・花きの市場関係業界、食品流通関係団体）
第9回	平成12年11月8日	東京都卸売市場整備基本方針（案）の検討
第10回	平成12年11月22日	東京都卸売市場整備基本方針（案）の検討
第11回	平成12年11月29日	東京都卸売市場整備基本方針（案）の検討
		築地市場の再整備
第12回	平成13年1月31日	東京都卸売市場整備基本方針（案）の検討
		築地市場の再整備
（視察）	平成13年3月5日	新市場候補地の視察
第13回	平成13年3月8日	東京都卸売市場整備基本方針（案）の検討
		築地市場の再整備

東京都卸売市場審議会委員名簿
第15期(平成12年2月10日~平成14年2月9日)

(五十音順・敬称略)

	氏名	役職
会長	高橋俊龍	東京都競馬株式会社取締役社長
会長代理	大森國裕	(財)東京都弘済会理事長
委員	上原征彦	明治学院大学経済学部教授
委員	大山均	東京都議会議員
委員	岡田明輝	東京中央市場青果卸売会社協会会長
委員	川島霞子	東京都地域婦人団体連盟会長
委員	関本幸也	東京都水産物卸売業者協会会長
委員	土屋正忠	武蔵野市長
委員	鴫田忠彦	一橋大学経済学研究科教授
委員	橋本辰二郎	東京都議会議員
委員	比留間敏夫	東京都議会議員
委員	福田順子	城西国際大学経営情報学部教授
委員	藤田十四三	東京都議会議員
委員	矢田美英	中央区長
委員	渡辺康信	東京都議会議員

は計画部会長、 は計画部会委員