

# 東京都卸売市場整備基本方針

( 答 申 )

平成 17 年 4 月 26 日

東京都卸売市場審議会

17卸審第1号  
平成17年4月26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16年7月22日付16中管市第106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し、消費生活の安定に資するため必要な卸売市場整備の基本方針」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

序文	～変革を迫られる卸売市場～	1
第1	激変する流通環境と卸売市場	2
1	社会経済状況の変化	2
	(1) 規制緩和の進展	
	(2) 情報化の進展	
	(3) 環境規制の強化	
2	生鮮食料品の生産・供給構造の変化	3
	(1) 国内生産力の低下	
	(2) 出荷団体の大型化	
	(3) 企業による農業参入	
	(4) 流通チャネルの多元化と市場外流通の増大	
3	食生活の変化	5
	(1) 多様化・個性化・高度化する消費者ニーズ	
	(2) 食の安全・安心への意識の高まり	
4	小売業界の構造変化	6
	(1) 専門小売店の減少	
	(2) 量販店の競争激化	
	(3) 業態の多様化の進展	
第2	東京都における卸売市場の現状と課題	8
1	取扱数量及び取扱金額	8
	(1) 中央卸売市場	
	(2) 地方卸売市場	
2	運営上の課題	16
	(1) 情報化と物流効率化の現状と課題	
	(2) 食の安全・安心確保への取組	
	(3) 卸売市場制度改正への対応	
	(4) 中央卸売市場の市場関係業者の経営状況	
	(5) 代金決済制度	
	(6) 中央卸売市場の財政運営	
	(7) 地方卸売市場の経営	
3	施設整備上の課題	22
	(1) 施設整備の状況	
	(2) 品質管理の高度化及び衛生対策	
	(3) 環境問題への対応	
第3	都民の期待に応えられる卸売市場を目指して	24
1	卸売市場の活性化と流通の効率化	24
	(1) マネジメント力の発揮と経営基盤の強化等	
	(2) 代金決済制度の改善	
2	情報化と物流効率化の推進	26
	(1) 卸売市場における電子化及び標準化の推進	
	(2) 卸売市場における業務の電子化の推進	
	(3) 荷捌き機能の強化	
	(4) 物流効率化の推進	

3	卸売市場の効率的な整備・運営と財政基盤の強化	28
(1)	卸売市場の再編・統合	
(2)	民間活力の導入	
(3)	財政基盤の再構築	
4	食の安全・安心確保への対応	29
(1)	品質管理の高度化及び衛生対策の強化	
(2)	危機管理体制の強化	
(3)	トレーサビリティ・システムへの取組推進	
5	環境対策の徹底	30
(1)	自動車排出ガス対策の推進	
(2)	廃棄物の発生抑制及びリサイクルの推進	
(3)	省資源・省エネルギー対策	
6	周辺地域との共存	31
(1)	都民参加型の市場運営	
(2)	周辺環境への配慮	
7	地方卸売市場の機能強化	32
第4	市場別整備方針	33
1	中央卸売市場	33
(1)	築地市場	
(2)	豊洲新市場	
(3)	食肉市場	
(4)	大田市場	
(5)	豊島市場	
(6)	淀橋市場	
(7)	足立市場	
(8)	板橋市場	
(9)	世田谷市場	
(10)	北足立市場	
(11)	多摩ニュータウン市場	
(12)	葛西市場	
(13)	多摩地域青果中央卸売市場	
2	地方卸売市場	34
(1)	水産市場	
(2)	青果市場	
(3)	花き市場	
	用語集	35
	参考資料	40
	関係資料	65

## 序文 ～ 変革を迫られる卸売市場 ～

これまで卸売市場は、生鮮食料品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。今日においても、青果・水産物の国内流通量の60%以上が卸売市場を通じて取引されている。

しかし、近年、卸売市場を取り巻く環境の急激な変化の影響を受け、卸売市場経由率及び経由量の減少傾向と生鮮食料品の低価格化が続いており、それに伴い市場関係業者の経営悪化が進むなど、卸売市場を巡る状況は深刻さを増している。

その一方で、卸売市場には、生鮮食料品流通の国際化、情報化の進展など流通環境の変化や消費者からの食の安全・安心に対する関心の高まりへの対応が求められている。東京都が平成16年に実施した「食品の購買意識に関する世論調査」の結果によると、消費者は生鮮食料品を購入する際に鮮度を最も重視しており、卸売市場を経由する生鮮食料品の品質管理に対する期待が大きいことが明らかになった。

平成16年6月に改正された卸売市場法は、このような状況に対応するため、卸売市場における商品提供機能の強化を内容とする取引規制の緩和及び適正な品質管理の推進、卸売市場の再編の円滑化等により、生産・消費両サイドの期待に応えられる「安全・安心」で「効率的」な流通システムへの転換を図ろうとするものである。

第8次東京都卸売市場整備計画の策定にあたっては、こうした社会・経済状況の変化や卸売市場法改正の趣旨を踏まえながら、ハード・ソフト両面において、迅速かつ的確に対応していく必要がある。

卸売市場は今、生産・消費両サイドのニーズをいかに的確に把握し、時代のスピードと変化のダイナミズムに即応すべきかが問われており、まさに変革を迫られていると言っても過言ではない。

## 第1 激変する流通環境と卸売市場

### 1 社会経済状況の変化

#### (1) 規制緩和の進展

産業の活性化と新規事業の創出を図るため、国は、平成6年に781項目にわたる規制緩和策を打ち出した。以来、酒類販売免許の緩和、コメの流通自由化、タクシーの新規参入及び価格設定の自由化、証券・商品取引における手数料の自由化等、様々な分野において段階的に規制緩和を進め競争社会の実現を図っている。

また、スーパー・百貨店などの大規模小売業に関しては、大規模小売店舗法<sup>1)</sup>が平成12年に廃止され、新たに制定された大規模小売店舗立地法<sup>2)</sup>を含むいわゆる「街づくり三法<sup>3)</sup>」に移行したことにより、売場面積や営業時間等の営業規制が大幅に緩和され、流通外資の参入、量販店の規模拡大及び再編、営業時間の長時間化等、生鮮食料品流通に様々な影響を与えている。

このような状況の下、内閣は、平成13年に「規制改革推進3ヵ年計画<sup>4)</sup>」を決定し、卸売市場について総合的な検討を行う中で、一律に閣議決定で上限が設定されている卸売手数料のあり方の見直しなどについて取り上げた。これを受け、農林水産省は、「食品流通の効率化等に関する研究会<sup>5)</sup>」を設置して議論を重ね、卸売手数料の弾力化、取引規制の緩和等について方針を示すとともに、これら規制緩和策を盛り込んだ改正卸売市場法を平成16年6月に公布した。

#### (2) 情報化の進展

##### ネットワーク環境の整備

5年以内に世界最先端のIT国家となることを目指して平成13年1月に策定された「e-Japan 戦略<sup>6)</sup>」に基づき、我が国では急速にIT基盤の整備が進められてきた。新規参入による競争激化により、ADSL、ケーブルインターネット、光ファイバー等のブロードバンドサービスが低額な料金で利用できるようになり、我が国のブロードバンドネットワークは世界的にも最も低廉かつ高速な水準に達しており、平成15年にはインターネット普及率が人口の60%を超えた。

無線LAN<sup>7)</sup>に代表される高速無線通信の普及により、モバイル機器による情報・データ交換も広く利用されるようになってきている。携帯電話によるインターネット接続も携帯電話契約者の85%（平成16年）が利用するまで普及しており、携帯電話は、ウェブ閲覧、電子メール、写真・動画伝送、決済等の機能を持つ総合的な情報通信端末に進化している。

また、手数料等の電子納付や公的個人認証サービス等、ITの利活用による行政手続のオンライン化も推進されている。

このように情報通信ネットワークのブロードバンド化とモバイル化が進み、「いつでも・どこでも・何でも・誰でも」ネットワークに繋がり、自在に情報のやり取りを行うことのできるユビキタス・ネットワーク<sup>8)</sup>社会を迎えようとしている。

##### 企業によるIT活用

インターネットをはじめとする情報通信技術の急激な進歩は、業種・企業間を超えた戦略的事業活動を可能にし、ビジネス社会に革新をもたらしている。

企業の事業所におけるインターネット普及率は、平成15年末には82.6%となっており、

その中でブロードバンド回線を導入している事業所は全体の42.7%に達している。インターネットを利用した電子商取引や販促活動に多くの企業が取り組んでいるが、この分野においても、携帯電話（端末）の活用が進んでいる。

事務の効率化と業務コストの低減を図り、顧客満足度の向上、経営分析・経営戦略の高度化、取引先との協業促進等に取り組む上で、企業によるITの利活用は欠かせないものとなってきている。

### (3) 環境規制の強化

近年、大気汚染、ヒートアイランド現象<sup>9)</sup>、地球温暖化、大量の廃棄物発生等の環境汚染の問題が深刻になっている。このような地球環境問題に対する社会的な要請が高まっていることを受け、ISO14001<sup>10)</sup>の認証を取得する企業が増加しており、市場関係業者においても、卸売業者等による取得事例が出てきている。また、各企業では、効率的な輸配送の追求による使用トラック車両及び走行回数の削減、低公害車の導入による有害化学物質の削減、梱包・包装の簡素化等の取組も実施されている。

国においても、平成12年に循環型社会形成推進基本法<sup>11)</sup>が制定されるとともに、廃棄物処理法<sup>12)</sup>及び資源有効利用促進法<sup>13)</sup>の拡充強化、個別物品の特性に応じた容器包装リサイクル法<sup>14)</sup>、食品リサイクル法<sup>15)</sup>の制定等、廃棄物の適正処理やリサイクルの推進に関する法規制が強化されている。また、東京都においても、ディーゼル車の排出ガス規制など、様々な環境対策が進められている。

## 2 生鮮食料品の生産・供給構造の変化

### (1) 国内生産力の低下

近年、我が国の農業においては、生鮮食料品の消費減退傾向と安価な輸入農産物との競合が強まる中で、農業就業人口の減少及び高齢化、耕地面積の減少、耕作放棄地の増加等が進行し、国内生産力が低下している。

一方、水産業においても、漁業資源の減少、国際的な漁業規制による遠洋漁業の縮小、漁業従事者の減少等から、国内の漁業生産量が減少している。

このような国内生産力の低下や農作物の輸入自由化等により、青果・水産物とも、輸入への依存が高まっている。

### (2) 出荷団体の大型化

平成元年に約4,000あった総合農協<sup>16)</sup>の数は、平成16年には1,000以下まで減少した。その一方で、1農協あたりの出荷量は大幅に増加しており、農協の合併による出荷団体の大型化が急速に進行している。

大型化した出荷団体は、多様なニーズに対応した商品の開発・流通に取り組むとともに、価格形成に対する発言力を強めている。多くの出荷団体は、物流コストの削減やより高い売値を求めて、出荷先を選別・集中させる傾向にあり、その結果として、大規模市場の拠点市場化が今後も進んでいくものと思われる。

### (3) 企業による農業参入

我が国の農業は、地域社会に深い関わりを持つ農家が農地を所有して農作物の栽培等を行

うことを原則としてきたが、近年この生産構造に変化が起きている。農地の権利を取得して農業経営を行うことのできる農業生産法人<sup>17)</sup>の数は、有限会社を中心に大きく増加している。

さらに、平成12年の農地法改正により、一定の要件を満たす場合に株式会社形態の農業生産法人が認められるようになった。さらに平成15年からは、構造改革特区<sup>18)</sup>において、農業生産法人以外の株式会社がリース方式で農地を取得することが可能となった。このような制度改正を受け、株式会社による農業参入も進んでいる。現状では、地場企業を母体とする小規模な経営が中心であるが、食品・外食産業等による大規模な参入事例も出てきている。

また、自社で直接農業に参入しない企業においても、安定的な原料の調達や安全性・品質の確保を目指し、生産委託や農業生産法人への出資等により、産地との連携を図る動きが強まっている。

我が国の農業は、高コスト構造、後継者難等の問題を抱えており、将来に向けた生産力確保が大きな課題となっている。企業による農業参入は、農業の生産力向上や生産・流通の効率化・高付加価値化の面からも、我が国の農業の生産・流通構造に大きな変化をもたらすものと思われる。

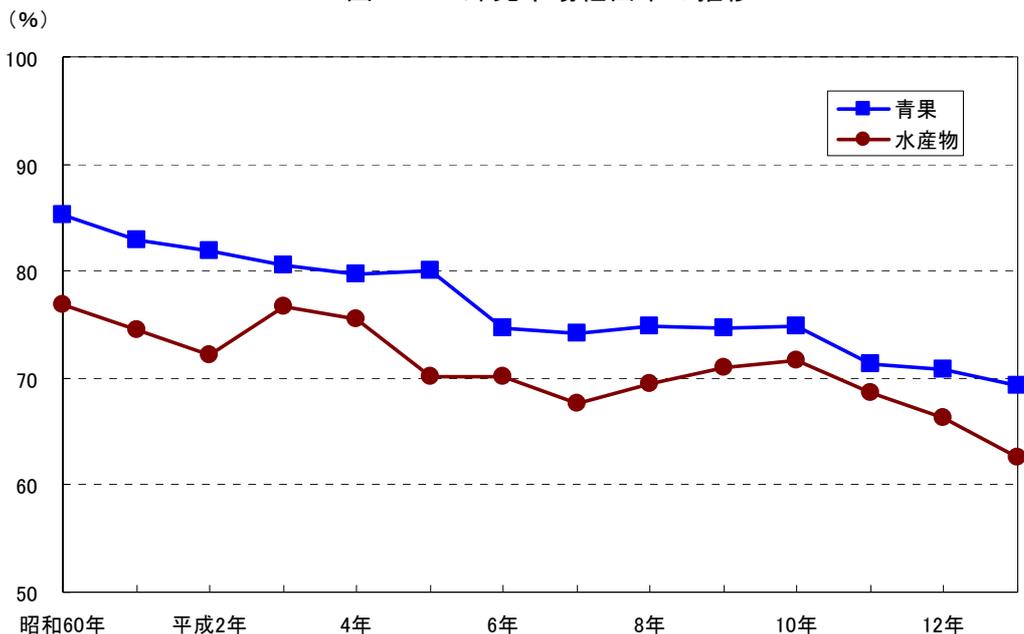
#### (4) 流通チャネルの多元化と市場外流通の増大

広域輸送網や小口宅配輸送ネットワークの拡大、低温流通技術の進歩、量販店・外食産業のチェーン化などにより、生鮮食料品の供給範囲は大きな広がりを見せている。また、その流通チャネルは、卸売市場を通じた流通のみならず、大口需要者による生産者からの直接買い付けやインターネットを通じた直接取引など多元化している。

また、国内生産力の低下や農産物の輸入自由化、輸入価格の低下等を背景に、農産物及びその加工品の輸入量は、外食・中食等の業務需要を中心に増加しているが、卸売市場では生鮮品が中心に取り扱われるため、冷凍野菜や果汁等の輸入加工品は、主に市場外で取引されている。

このような流通チャネルの多元化や輸入農産物・加工品の需要増等により、市場外流通が拡大し、青果・水産物とも卸売市場経由率は低下傾向にある(図1-1)。

図1-1 卸売市場経由率の推移



資料：農林水産省「卸売市場データ集」

### 3 食生活の変化

#### (1) 多様化・個性化・高度化する消費者ニーズ

我が国の将来人口は平成18年をピークに減少に転ずると予想されているが、東京都においては、都心への人口回帰基調を反映し、平成27年頃までわずかながらも増加を続けていくと予想される。国内における野菜や魚介類などの一人あたりの年間供給量（供給粗食料<sup>19)</sup>）は安定傾向が続いており、これらの状況から考えると、東京及びその近郊の生鮮食料品の需要量規模には、当面の間、大きな変化が見られないと予測される。

それに対し、1世帯あたりの野菜・魚介類等生鮮食料品の購入量は、金額・数量とも減少傾向にある。これは、食料品の低価格化の進行により購入金額が減少していることに加え、単身世帯の増加やライフスタイルの多様化等により、家庭における調理や食事の機会が減少し、レストラン等の「外食」、惣菜・弁当等の「中食」など食の外部化が進行したことが要因と考えられる。外食産業の市場規模は平成9年の約29兆円をピークに、平成14年には約25兆6千億円と12%減少しているが、依然として市場規模は大きい。一方、中食産業の市場規模は年々拡大しており、平成8年の約5兆円に対し、平成14年には約6兆1千億円と22%増加している。このような食の外部化の進行により、生鮮食料品流通業者に対する加工品需要が高まっている。

生鮮食料品の購入においては、鮮度や安全性への意識が高くなるとともに、作り手の顔が見える商品や特定の産地にこだわった商品を購入する、単なる安さだけでなくコストパフォーマンスを求めるなどの傾向も出てきており、卸売市場においても、このような消費者ニーズの多様化等に対応する品揃えが不可欠になっている。卸売市場は、既定の流通チャネルを想定するだけでなく、独自のチャネルの開拓・開発に積極的に取り組んでいく必要がある。

#### (2) 食の安全・安心への意識の高まり

近年、O-157<sup>20)</sup>による食中毒、BSE（牛海綿状脳症）<sup>21)</sup>、輸入野菜の残留農薬等、食品の安全性に関わる問題が続出したことを契機に、消費者の食に対する安全・安心志向が極めて強くなっている。農林水産省消費・安全局が実施した「平成15年度食料品消費モニター調査」結果によると、輸入農産物・輸入原材料、農畜水産物の生産過程、製造・加工工程、外食店舗について、食品の安全性に対し不安を感じる人の割合が高くなっている。また、東京都が平成16年に実施した「食品の購買意識に関する世論調査」においても、全体の約60%が「生鮮食料品の安全性について以前より気にするようになった」と回答するなど、消費者の安全・安心に関する意識が強く表れている。

このような背景を踏まえ、市場関係業者と取引する事業者は、表示の適正化、トレーサビリティ<sup>22)</sup>への取組、指定の商品管理方法や衛生対策を取引条件とする「安全証明書」の発行など、安全性確保への取組強化を卸売市場に対し求めている。

また、平成16年10月に農林水産省が公表した第8次卸売市場整備基本方針は、食の安全・安心への対応策として、卸売市場における品質管理の一般原則（温度管理による生鮮食料品等の鮮度保持、品質管理の責任者設置と責務の明確化等）、市場内の各段階の業務（荷受 卸売 仲卸 配送）ごとの品質管理の重要事項、生鮮食料品等の品目ごとの品質管理の重要事項等を定め、各開設者及び関係業者に対し取組を求めている。

#### 4 小売業界の構造変化

##### (1) 専業小売店の減少

東京都が平成16年に実施した「食品の購買意識に関する世論調査」の結果によると、消費者の7割近くが生鮮食料品を量販店で購入しているのに対し、青果店、鮮魚店などの専業小売店の利用は1割程度に留まるなど、消費者の生鮮食料品購買行動には、近年大きな変化が見られる。生鮮食料品関係の専業小売店は、量販店との競争激化や個人経営者の後継者難等により、減少の一途をたどっている。家族経営を中心とする小規模小売店と大規模・チェーン化を進める量販店との間には、情報収集力や品揃えにおいて大きな差が出ており、これら小規模小売店が今後売上げを回復していくためには、地域に密着し、個のニーズに合わせたきめ細かで顔の見える関係づくり等の対応が求められる。このような背景から、小売店から卸売市場に対し、商品に関する情報の提供などリテールサポート<sup>23)</sup>機能の強化を求める声が強くなっている。

##### (2) 量販店の競争激化

我が国の小売業界を牽引してきた総合スーパーは、オーバーストアによる過当競争と景気低迷により、倒産や経営再建に追い込まれる業者が相次ぐなど業績悪化が顕著になっている。業績堅調な一部のスーパーにおいても、経営環境は悪化してきており、新たな成長のための戦略を見出しにくい状況にある。

また、近年、大手流通外資の参入が相次いでいるが、中には日本市場に適合できずに苦戦する外資系スーパーも現れている。商習慣や食生活が異なる日本市場で事業を軌道に乗せるまでには時間がかかると思われるが、日本の既存スーパーへの資本参加や総合商社との連携により日本進出の足掛かりをつかむ企業も出てきている。資本力と革新力のある外資企業の動向は、今後の我が国の流通業界に大きな影響を及ぼすものと考えられる。

一方、食品を専門的に扱うスーパーでは、地域に密着したサービスや品揃えで消費者ニーズに対応した店舗が好調を堅持している。また、食料品の低価格化が進む一方で、消費者のグルメ・安全志向に対応し高品質の商品をそろえた都市型（高級）スーパーが、高い価格設定ながらも、都心部を中心に店舗数を増やしている。

また、再開発地域等では、総合スーパーや食品専門スーパーに各分野の専門店、飲食店等を組み合わせたショッピングセンターの開発が進んでいる。近年では、公共機関の窓口サービスや娯楽施設等を組み合わせた複合型の大型商業施設の形態が増えており、ショッピングセンター内であらゆる需要に応えられるようにすることで集客性を高めている。

量販店業界は、大規模スーパー間の出店競争、外資や商社による資本参加、業界再編など、生き残りをかけた厳しい競争局面を迎えている。各社は、深夜営業、独自の品揃え、情報化などにより、サービス向上、他店との差別化、コスト削減、業務効率化・高付加価値化を図っており、卸売市場に対しても、量販店のニーズに対応した体制づくりが求められている。

##### (3) 業態の多様化の進展

近年、総合スーパーが苦戦している中で、新たな小売業態が次々と出現している。その中心はディスカウント型の小売業態で、業態内多様化ともいえる様相を呈している。ホールセールクラブ<sup>24)</sup>、オフプライズストア<sup>25)</sup>などのディスカウント業態は、元来は非食品小売であったが、最近では、食品も含めて総合的に商品を取り扱うスーパーセンター<sup>26)</sup>が現れている。

一方、様々な分野で、専門性を武器にしたカテゴリーキラー<sup>27)</sup>と呼ばれる専門特化型大型店が急激に台頭している。生鮮食料品分野においても、平成に入り、百貨店等にチェーン展開する鮮魚専門店がめざましい勢いで成長していたが、平成13年頃を境として、素材型商品を中心に、売上高が目立って減少している。青果・食肉の専門チェーンにおいても同様の傾向が見られており、生鮮マーケットの縮小と調理食品への移行が進行していることが推測される。

また、最近、地方の自治体等が、地元特産品の宣伝等を目的として、大都市圏にアンテナショップを展開するケースが増えている。これら店舗では、産地直送の農産品等が販売され人気を博するとともに、消費者の声や売れ筋情報を生産者にフィードバックすることにより商品企画の面でも効果を上げている。さらには、産直宅配や生協の個配等の無店舗型の販売方式も、消費者の安全・安心志向に対応した商品の開発に力を入れるとともに、注文方法等の利便性を向上させている。

このように、低価格、専門的な品揃えなど消費者の様々なニーズに対応して、小売業態の多様化が急速に進展しており、生鮮食料品流通にも大きな変化をもたらしている。

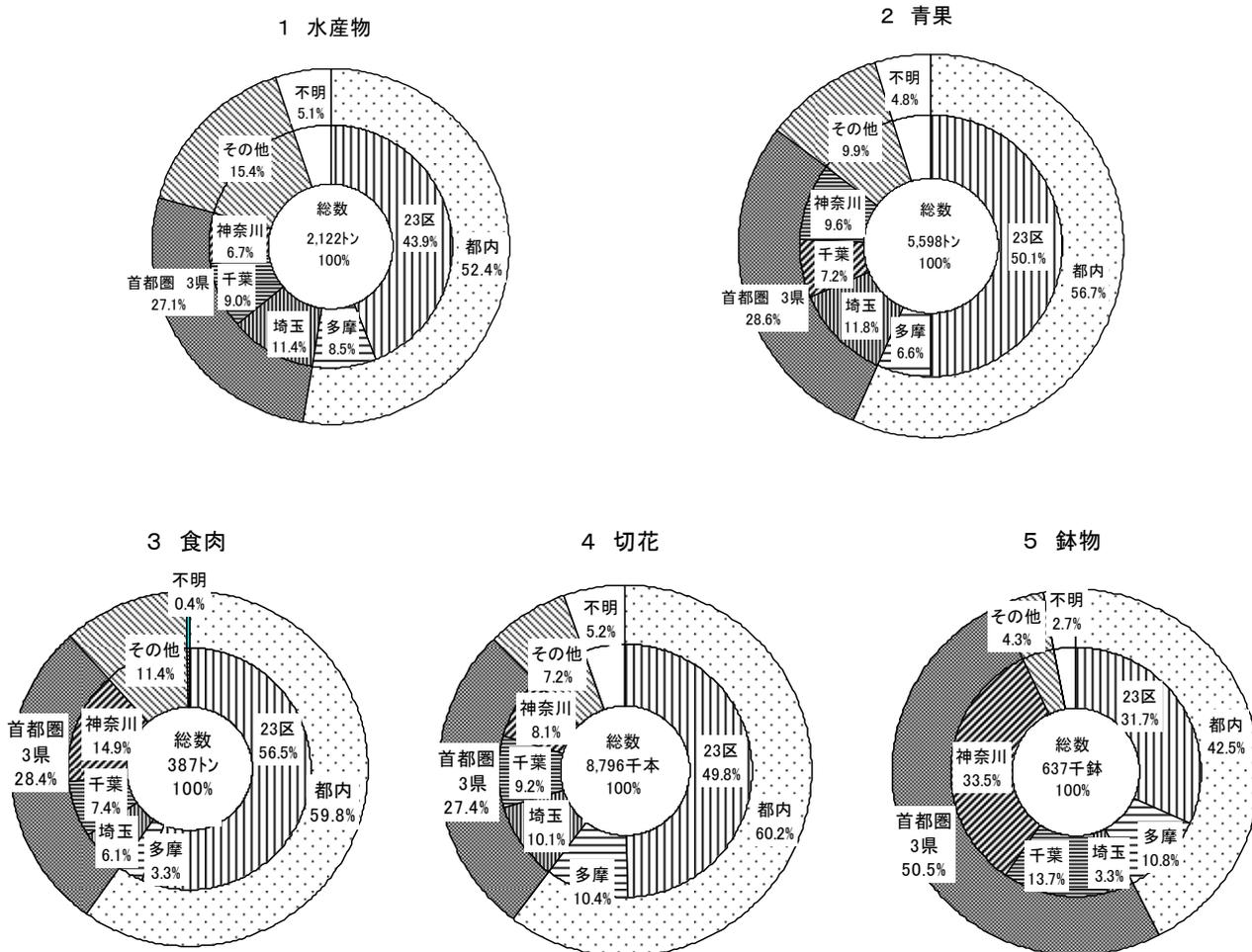
## 第2 東京都における卸売市場の現状と課題

### 1 取扱数量及び取扱金額

東京都の卸売市場の取扱金額は中央卸売市場、地方卸売市場を合わせ、水産物が5,603億円、青果が6,577億円、食肉が958億円、花きが1,083億円となっている。このうち、中央卸売市場のシェアは、水産物が99%、青果が81%、食肉が100%、花きが88%となっている(平成15年)。

東京都の中央卸売市場は、その取引規模や交通の利便性等から首都圏における集散市場の役割を果たしており、取扱数量の3割前後を隣接する3県に供給している(図2-1)。

図2-1 搬出地域分布



資料：東京都中央卸売市場「生鮮食料品等流通実態調査(平成16年9月実施)」から集計

#### (1) 中央卸売市場

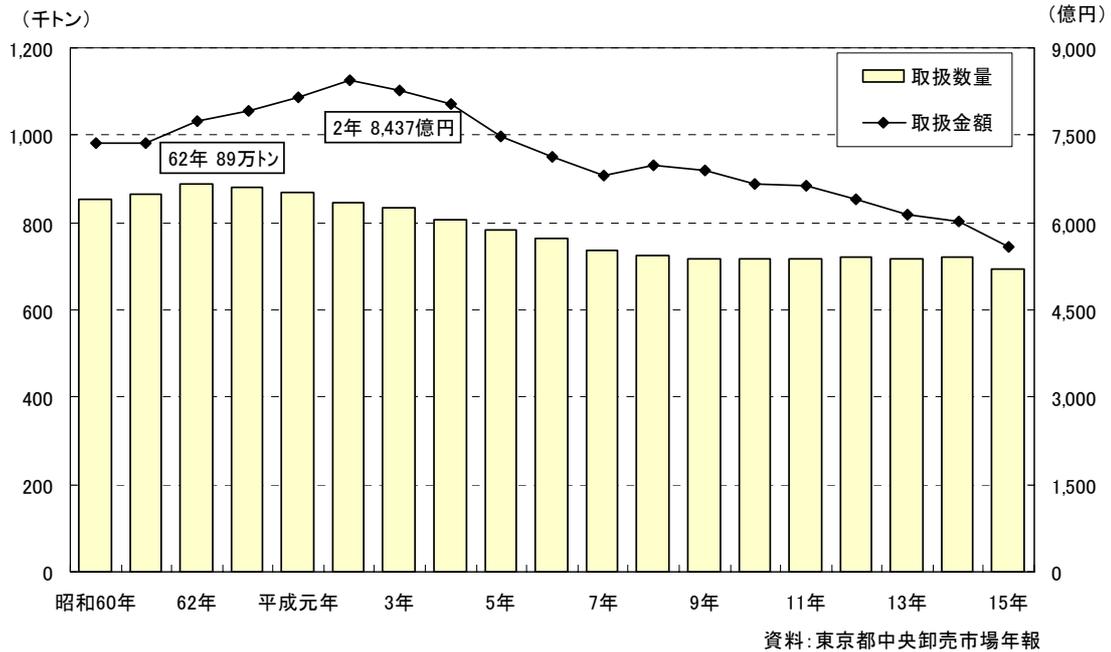
##### 水産物

水産3市場の合計は、平成15年の取扱数量で69万2千トン、取扱金額で5,569億円であり、取扱数量・金額ともに全国でトップである。

しかし、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15年は昭和62年に比べ約22%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15年は平成2年に比べ約34%減少している(図2-2)。

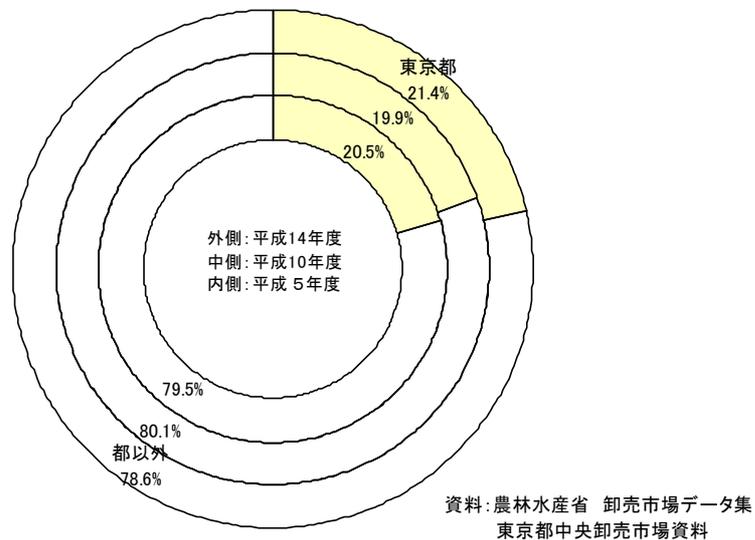
最近10年間の推移では、取扱数量の減少が約12%であるのに対し、取扱金額の減少は約26%であり、低価格化傾向を示している。

図2-2 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)



このように取扱数量・金額とも大きく減少しているが、全国の中央卸売市場でも同様の傾向にあるため、全国中央卸売市場に占める東京都中央卸売市場のシェアは、取扱数量では、20%前後で推移しており、大きな変化はない(図2-3)。

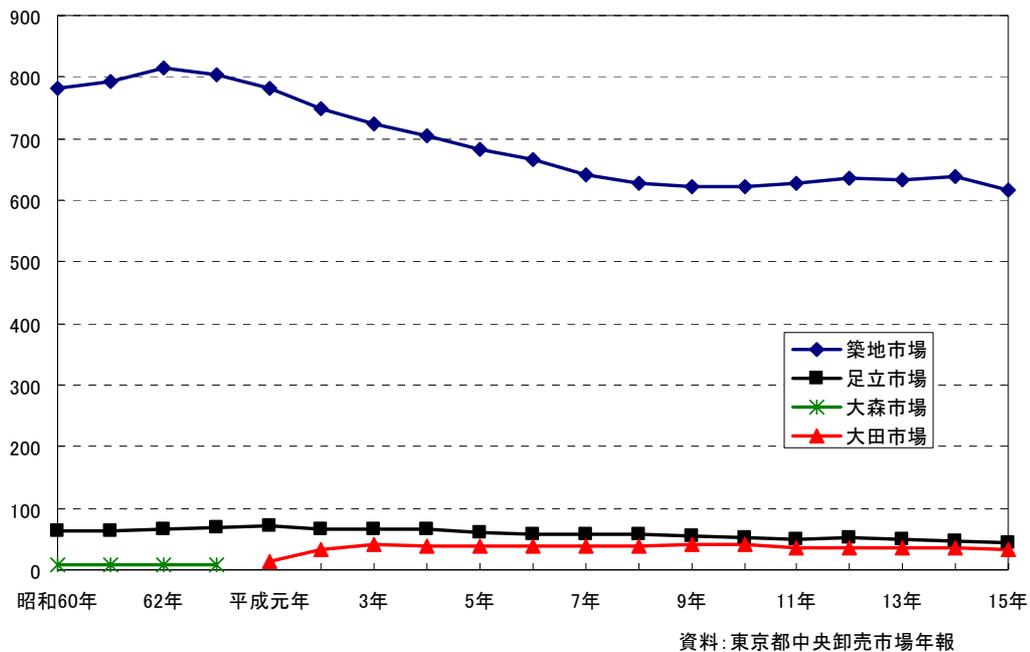
図2-3 全国中央卸売市場に対する東京都の取扱数量シェア(水産物)



市場別にみると、築地市場の取扱数量が最も多く、東京都中央卸売市場全体の約89%を占めている。しかし、平成15年の取扱数量は昭和62年と比較して約24%の大幅な減少となっている(図2-4)。その主な原因は、冷凍魚・加工品が市場外流通に流れたことにある。

足立市場と大田市場の取扱数量も同様に減少傾向にある。

図2-4 市場別取扱数量の推移(水産物)

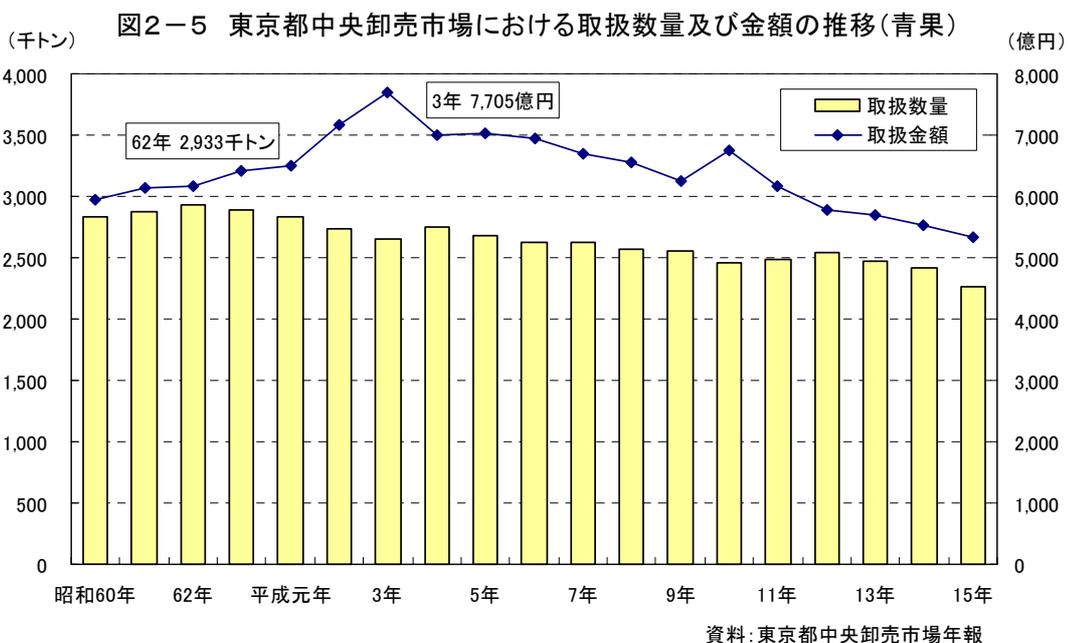


### 青果

青果9市場の合計は、平成15年の取扱数量で226万8千トン、取扱金額で5,335億円であり、取扱数量・金額ともに全国でトップである。

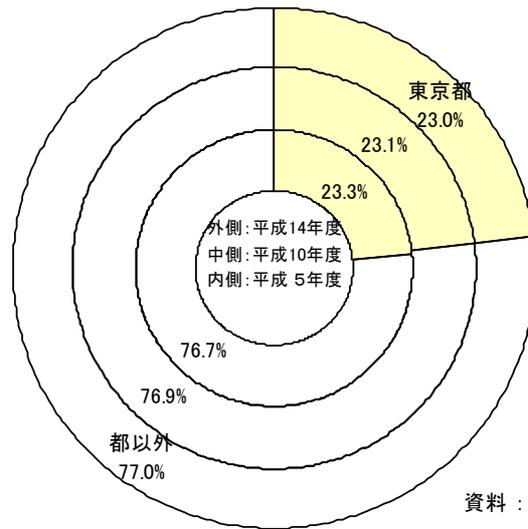
農産物の国内生産力低下や生鮮マーケットの縮小を背景に、青果9市場の取扱数量は昭和62年の293万3千トン进行ピークに減少傾向にあり、平成15年は昭和62年に比べ、約23%の減少となっている。また、取扱金額は平成3年の7,705億円进行ピークに減少傾向にあり、平成15年は平成3年に比べ、約31%の減少となっている(図2-5)。

最近10年間の推移では、取扱数量の減少が約16%であるのに対し、取扱金額の減少は約24%であり、水産物と同様に低価格化傾向を示している。



青果においても取扱数量・金額は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、全国中央卸売市場に占める東京都中央卸売市場のシェアは、取扱数量では約23%で推移しており、大きな変化はない(図2-6)。

図2-6 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)



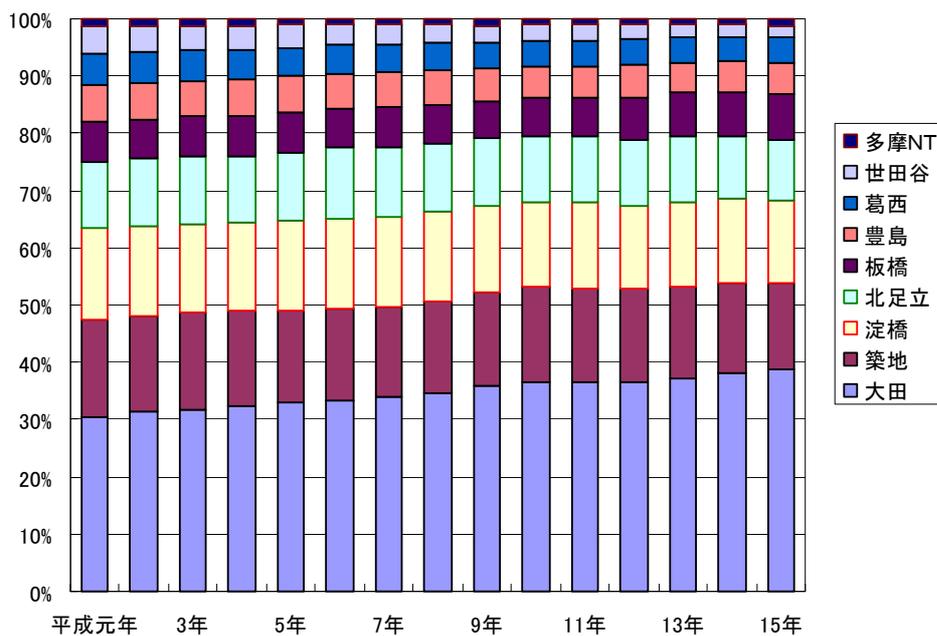
資料：農林水産省 卸売市場データ集  
東京都中央卸売市場資料

市場別にみると、平成元年から平成15年までの15年間で、取扱数量が増加したのは大田市場だけであり、他の市場はすべて減少している。減少幅が最も大きいのは世田谷市場であり、15年間で約64%の減少となっている。同期間の豊島・多摩ニュータウン・葛西市場の取扱数量も30%以上の減少となっている。

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15年で約39%となっている。また、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2-7)。

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の選別を強化したことが一因と考えられる。

図2-7 市場別取扱シェアの推移(青果)

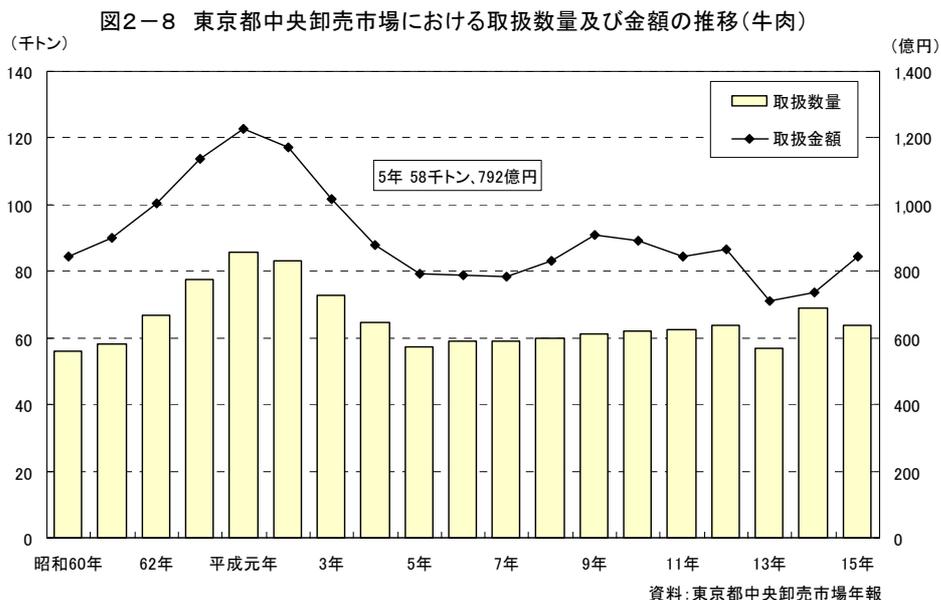


資料：東京都中央卸売市場年報

## 食 肉

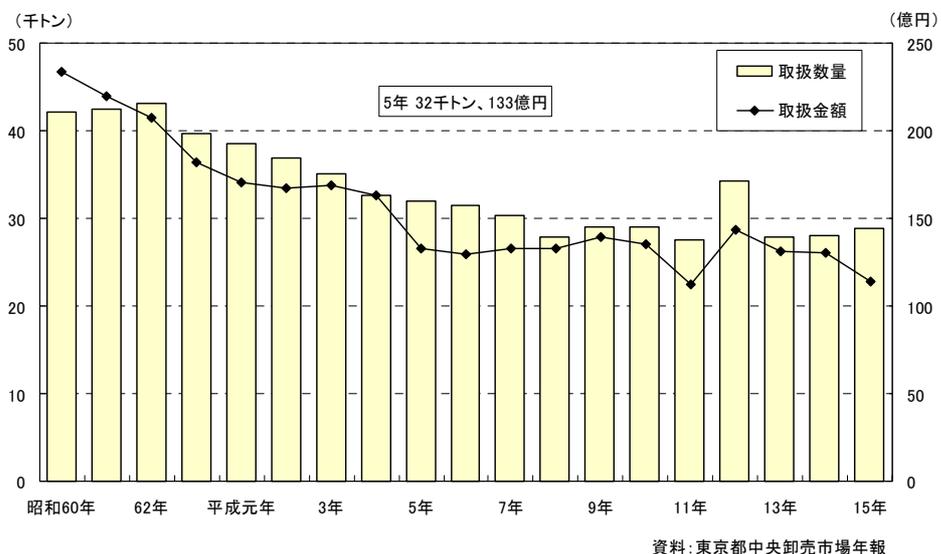
牛肉については、昭和63年日米豪合意により平成3年4月から牛肉輸入自由化が実施され、大手量販店や商社が直接海外から仕入れるようになり、食肉市場での輸入牛肉の取扱数量が大幅に減少した。取扱数量は平成元年をピークに平成5年頃まで減少したが、平成6年以降、輸入牛肉との棲み分けが一段落したことや国産搬入枝肉の増加等により、減少傾向に歯止めがかかった。

平成13年は、国内初のBSE発生の影響により取扱数量が大幅に減少したが、BSEの全頭検査を始めとする迅速な対応で消費者の不安を解消し、平成14年には取扱数量を回復した。平成15年の牛肉の取扱数量は6万4千トン、取扱金額は844億円である。これは10年前の平成5年と比べると、取扱数量で約11%増、取扱金額で約6%増となっている(図2-8)。



豚肉の取扱数量は、国内生産量の減少、産地食肉センター等の産地と畜の増加、産地の遠隔化及び輸送コストの増大等があり、長期的に減少傾向にある。平成15年の取扱数量は2万9千トン、取扱金額は114億円である。これは10年前の平成5年と比べ、取扱数量で約10%の減少、取扱金額で約14%の減少となっている(図2-9)。

図2-9 東京都中央卸売市場における取扱数量及び金額の推移(豚肉)



## 花き

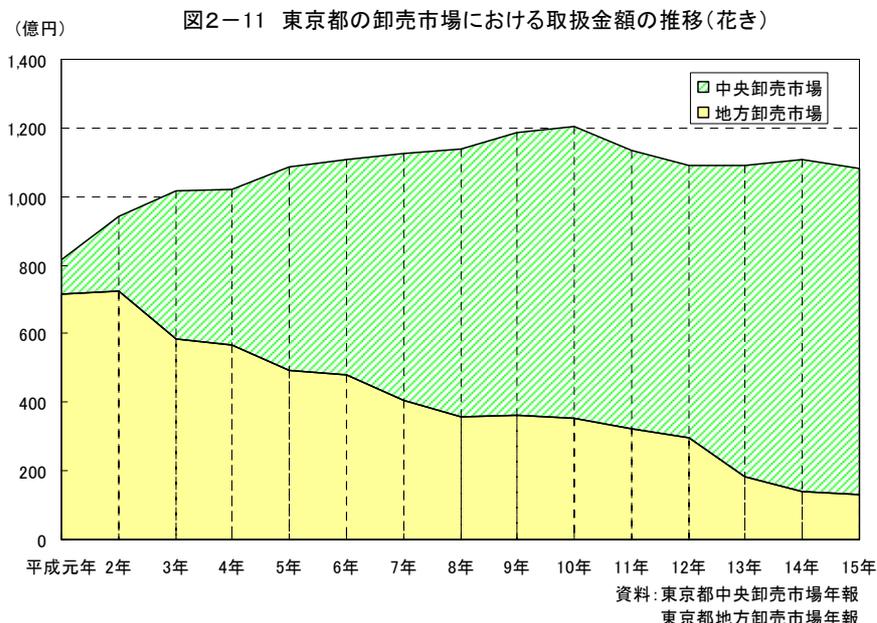
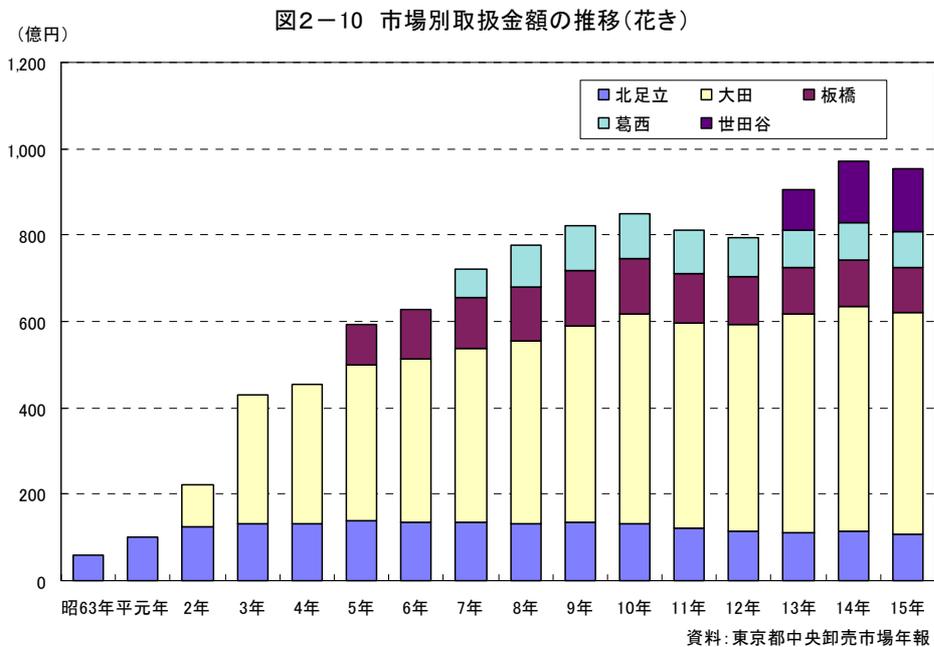
花き5市場の合計は、平成15年の取扱金額で953億円である（図2-10）。

東京都における花きの中央卸売市場は、昭和63年の北足立市場開場後、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、平成13年に世田谷市場がそれぞれ開場した。これは、地方卸売市場を統合して中央卸売市場としての整備が進められたものである。この結果、中央卸売市場としての平成15年の取扱金額は、平成元年の100億円の約10倍と大きく増加した。

地方卸売市場を含めた都内卸売市場全体の取扱金額で見ると、平成元年は814億円であったが、ガーデニングブームなどもあり平成10年には1,205億円と増加した。しかし、その後減少し平成15年の取扱金額は1,083億円となっている（図2-11）。

市場別にみると、大田市場の取扱金額は長期的に増加しているが、他の市場の取扱金額は減少傾向となっている。平成15年における全5市場取扱金額に占める大田市場のシェアは約54%となっている。

なお、平成13年度における全国卸売市場（中央卸売市場・地方卸売市場の合計）に占める東京都中央卸売市場のシェアは、約19%となっている。



(2) 地方卸売市場

地方卸売市場は、平成 16 年 8 月現在、都内に 24 市場ある。その内訳は、水産 3 市場、青果 13 市場、花き 8 市場となっている（表 2 - 1）。

なお、食肉の地方卸売市場は平成 9 年 8 月に廃止された。

表 2 - 1 東京都の地方卸売市場数（各年 8 月 1 日現在）

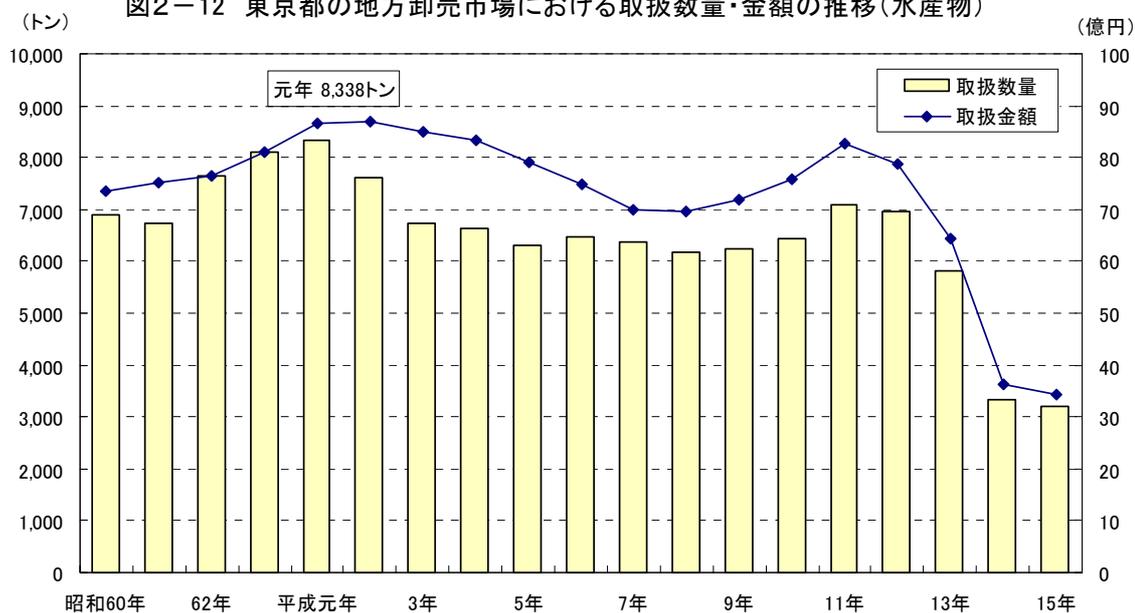
	区 部		多摩地域		合 計	
	昭和60年	平成16年	昭和60年	平成16年	昭和60年	平成16年
水産物市場	-	-	2	3	2	3
青果市場	4	2	16	11	20	13
青果・水産市場	-	-	2	0	2	0
花き市場	36	4	6	4	42	8
食肉市場	-	-	1	0	1	0
合 計	40	6	27	18	67	24

資料：東京都地方卸売市場概要

水産物

平成 15 年の取扱数量は 3 千 2 百トン、取扱金額は 34 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り、その後一時増加したものの、平成 14 年に 1 市場が廃止となり、取扱数量・金額ともさらに大きく減少している（図 2 - 12）。

図 2 - 12 東京都の地方卸売市場における取扱数量・金額の推移（水産物）



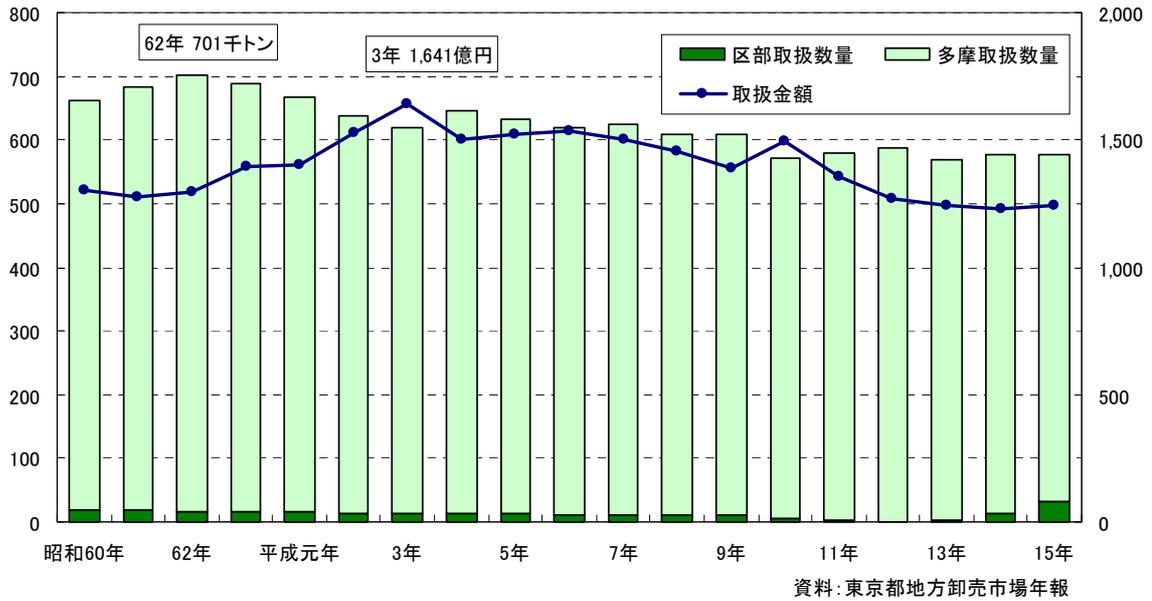
資料：東京都地方卸売市場年報

青 果

平成 15 年の取扱数量は 57 万 6 千トン、取扱金額は 1,242 億円である。取扱数量は、ピークの昭和 62 年（70 万 1 千トン）に比べ約 18% 減少しており、取扱金額もピークの平成 3 年（1,641 億円）に比べ約 24% 減少している（図 2 - 13）。

最近 10 年間の推移では、取扱数量の減少が約 9% であるのに対し、取扱金額の減少は約 19% であり、低価格化傾向を示している。

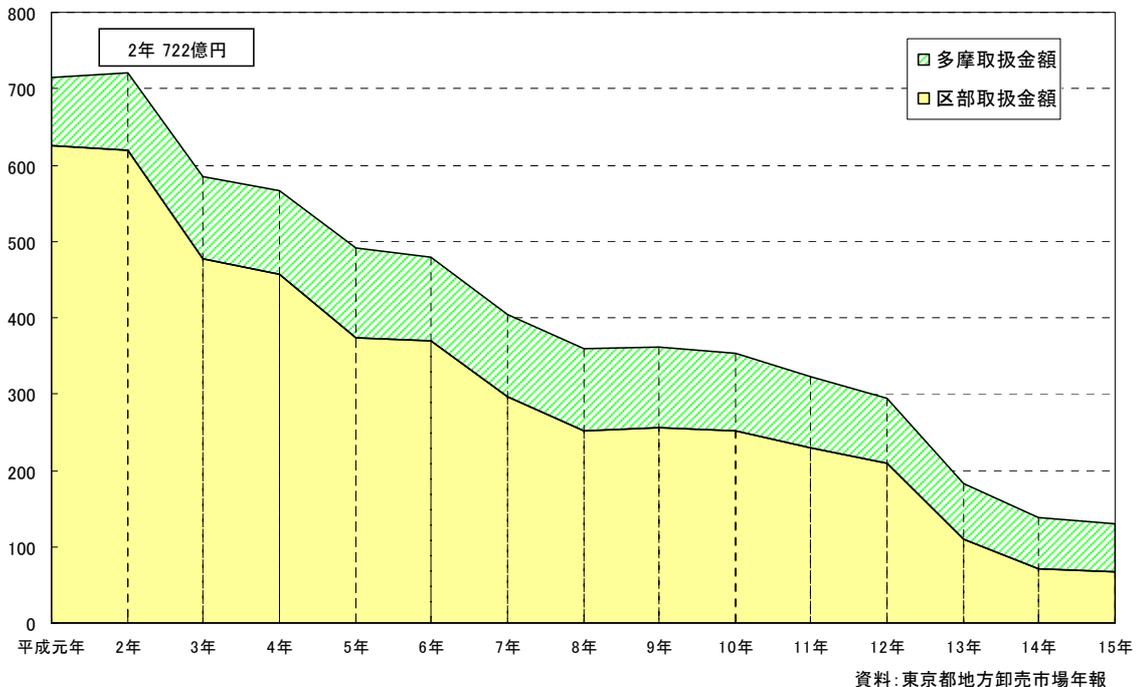
(千トン) 図2-13 東京都の地方卸売市場における取扱数量・金額の推移(青果) (億円)



### 花き

平成15年の取扱金額は130億円で、ピークの平成2年(722億円)から82%減少した(図2-14)。大幅に減少した主な要因は、地方卸売市場を中央卸売市場に統合してきたためであり、都内の花き地方卸売市場の数は、昭和60年の42市場から平成16年には8市場と減少している。

(億円) 図2-14 東京都の地方卸売市場における取扱金額の推移(花き)



## 2 運営上の課題

### (1) 情報化と物流効率化の現状と課題

卸売市場で取り扱われる生鮮食料品は、商品構成が多種多様、品質保持期間が短い、鮮度により価値・価格が変化する、規格化が困難、季節等により生産量の変動するといった商品特性を持っている。また、その流通過程においても、関係取引先が多段階・多数に渡り、さらに商品によっては流通途中で加工が行われるなどの特殊性があり、ITの活用による取引業務の効率化が困難な面があった。市場関係業者の多くはシステム導入の必要性を認めているが、システム開発、費用負担、技術習得、人材不足等の問題があり、全面的なシステム化には踏み切れないでいる。

しかし、近年、他の流通分野では、電子受発注、電子データ交換（EDI）<sup>28)</sup>など最新の情報技術を利用した取引形態の変化が急速に進んでおり、商社等の食料品卸においても、加工品を中心にサプライチェーン・マネジメント<sup>29)</sup>による物流の高度化に取り組んでいる。卸売市場の大口利用者である量販店や外食産業等においても、情報技術を駆使し、業務の効率化と高付加価値化を目指した様々な取組が行われている。また、量販店や外食産業等にとっては、安定した品質と価格で確実に必要量が調達できることが重要であり、需要に応じた商品提供機能が求められている。

流通環境の変化の波は卸売市場にも例外なく押し寄せており、市場内の各業者においても、情報化により業務を効率化し、経営コストを軽減させることが急務になっている。このような状況下で、これまで東京都中央卸売市場と市場関係業界では、情報化と物流効率化に向けた様々な取組が行われてきた。

#### 取引業務の電子化

##### (ア) 現状

電子受発注等取引業務の電子化により、正確かつ迅速な処理を省力化して行うことが可能になるが、卸売市場における事例はまだ少ない。

青果部の一部及び水産物部の主に加工品を取り扱う仲卸業者において、量販店等とオンラインを通じた発注情報等の交換が行われている。花き部では、一部の卸売業者により、仲卸業者や売買参加者にインターネット上で産地情報や入荷情報を提供するとともに、電子的な取引（相対取引）を可能にするシステムが開発され、利用されている。

せり取引においては、機械せりシステムが、花き5市場のうち4市場及び食肉市場で導入されており、さらに残る花き1市場でも導入が予定されている。

取引に関連し、伝票作成業務や取引関連情報（主に結果情報）の連絡等においても、情報システムの利用が広がっている。卸売業者では社内業務システムの導入が概ね完了しているが、仲卸業者では特に水産物部においてシステム化が遅れている。

せり現場では、音声、タッチパネル、キー入力等により、せり等の取引結果をその場で入力する現場入力システムの導入も進められている。

出荷者と卸売業者間のオンライン化については、青果部で昭和58年より卸売業者と系統出荷者との間で「ベジフルシステム」が稼動しており、業界標準のシステムとなっている。これは、卸売業者から出荷者に売立・仕切情報、逆に一部産地から卸売業者に出荷確定情報の提供を行うものである。また、産地と卸売業者の間で契約取引に関する商談システムの本格稼動が予定されている。花き部でも、「フローラ・システム」によ

り、出荷者と卸売業者の間がオンライン化されている。しかし、このような取組は行われているものの、全体としては、出荷者と卸売業者との間は、FAX、電話による連絡が多いのが現状である。

卸売業者と仲卸業者間においては、大田市場花き部で場内LANが構築されており、入荷・販売結果等の情報が仲卸業者の事務所で利用できるようになっている。また、板橋市場花き部でも同様に場内LANが整備されている。しかし、全体としては卸売業者と仲卸業者間の情報連携は遅れており、卸売市場内における業務効率化の上で大きな課題となっている。

#### (イ) 新たな動き

農林水産省の補助事業として、平成13年度から14年度にかけて、「食品流通高度化プロジェクト事業<sup>30)</sup>」が実施され、この中で社団法人全国中央市場青果卸売協会等による「生産物産地 - 卸売市場間取引情報電子化システム」の開発が行われた。このシステムは、農林水産省補助事業の「食品流通情報化基盤開発事業<sup>31)</sup>」で開発された青果標準商品コード・メッセージに準拠し、インターネット技術の利用により農協系統外出荷者ともネットワーク化を可能にするなど、従来の「ベジフルシステム」を発展させたものである。

青果・花きに比べシステム化が遅れていた水産物部においても、同「食品流通高度化プロジェクト事業」において、社団法人築地市場協会による「水産物流通EDIネットワークシステム(マリネット)」の開発が行われ、平成14年4月より本稼働している。これは、水産物標準商品コード・メッセージに準拠し、インターネット等を通じて、卸売業者と取引のある出荷者、仲卸業者・売買参加者を対象に仕切情報・売渡情報を提供するものである。

これらシステムにより、商品コードや取引関連情報等のデータ形式が標準化され、市場内外における情報連携が進むことが期待される。

#### 情報公開の電子化

東京都では、市場関係業者からの申請・報告書類等の電子化を推進しているが、法令上書類の添付が義務付けられることが多いこともあり、電子化は一部に留まっている。卸売予定数量と販売結果情報については、青果・水産物部とも、卸売業者から提出されたデータを東京都が集計し、毎日の最新情報を都ホームページ上で公開している。

卸売市場には、日々、生鮮食料品に関わる取引や生産・消費についての膨大な情報が集まるが、これを整理し迅速に公開・伝達するシステムが整備されておらず、情報受発信基地としての役割が十分果たせていない。

#### 物流の効率化

花き部において、機械せりシステム等と連携した場内物流の効率化が進められている。大田市場花き部では、荷捌きや転配送業務の効率化等を図るため、自動搬送システムが利用されている。同青果部においても、共同荷捌き棟の整備を予定しており、場内物流の効率化及び量販店・外食産業等大規模需要者への配送の効率化を目指している。

場外への配送については、築地及び大田市場において、共同配送の仕組みが構築されて

いるが、利用しにくいという課題があり、仕組みを見直す必要がある。

量販店等の需要者は、少量多品目での定時・定量・定価による納品体制に加えて、一次加工、包装加工、高度な品質管理などの商品付加価値化を求めている。

利用者のニーズに的確に対応し、物流の効率化を図るためには、卸売市場として業種・業態・業者の壁を越えた納品体制を構築し、大量多品目での荷受から、販売、分荷、搬送、納品に至るすべての過程において、情報技術を活用した一貫した物流に取り組むことが求められる。しかし、卸売市場では、物流の効率化・高度化を目指した取組が遅れており、また、個別の業者が各々の範囲内のみでの効率性を追求するだけで、市場流通全体として統制がとれていないことが、結果として場内の混雑・混乱、荷物の滞留等を引き起こしている。

また、容器回収の効率化、鮮度保持、容器包装リサイクル法への対応、段ボールごみの減量化の観点から、段ボールによる流通に代わり、大型量販店・生協等で通い容器の採用が進められており、このような小売業者から卸売市場に対して、通い容器の使用要請が出ている。しかし、現状では、一部の卸売業者・仲卸業者で利用されるに留まっており、普及が不十分である。

## (2) 食の安全・安心確保への取組

### 安全・衛生対策

近年、国内外で様々な食品事故や事件が発生し、食の安全・安心に対する消費者の関心が高くなっている。東京都が平成16年に実施した「食品の購買意識に関する世論調査」においても、卸売市場への要望の1位が「食品の安全・衛生対策の徹底」、2位が「適正な原産地表示の徹底」となるなど、安全・衛生対策は卸売市場における重要課題となっている。

消費者からの食の安全性に対する意識の高まりを受け、産地・量販店等でも品質管理の高度化を積極的に進めており、卸売市場に対する品質管理、衛生対策への要求が強くなっている。

東京都は、危機管理対策の一環として、中央卸売市場における食品事故等の予防・回避と迅速・的確な対応のために、平成15年5月に「危機管理マニュアル」を作成し、これに基づき様々な事件・事故に対応してきた。しかし、事件・事故への対応が複雑化していることから、更に内容を充実させるとともに、将来生じうるリスクへの予見も含めて、対応を図ることが必要である。

また、平成15年5月より「安全・品質管理者<sup>32)</sup>」を各市場に設置し、市場内の衛生・環境水準の向上を推進している。

東京都市場衛生検査所は、JAS法<sup>33)</sup>に基づき、売渡票、販売原票への原産地表示等の記載を仲卸業者に対して指導するなど、原産地表示等の表示適正化を推進しているが、まだ十分徹底されていない面がある。

### トレーサビリティ・システムの導入

BSEの発生や食品の虚偽表示問題等を契機に、食品の生産や流通の過程を追跡し安全性を確かめたいという消費者のニーズが高まっている。東京都が平成16年に実施した「食品の購買意識に関する世論調査」によると、生鮮食料品を購入する際にトレーサビリティ

を意識する割合は全体の41%を占めており、そのうちの76%が「トレーサビリティにより安全・安心が確保された商品であれば金額が割高であっても購入する」という意向を示している。

このような状況を踏まえ、近年、国・地方自治体と生産者・食品業界・流通業界等が連携し、生鮮食料品の生産・流通の各段階における履歴管理や消費者への情報提供等が進められている。

牛については、特別措置法により、国内で生まれたすべての牛と生体で輸入された牛に10桁の個体識別番号が印字された耳標が装着され、この番号による管理が行われるようになった。牛の性別や種別に加え、出生からと畜までの情報がデータベースに記録され、独立行政法人家畜改良センターのホームページ上で公開されている（平成15年12月施行）。

さらに、平成16年12月からは、牛の加工・流通過程においても個体識別番号（またはロット番号）が表示されることとなり、この番号を基に、消費者がインターネットを通じて、生産流通履歴情報を把握することが可能となった。しかし、このシステムで把握できるデータはと畜場までであり、どの卸売市場で取り扱われたかまではわからない。

青果・水産物についても、生産・流通・小売の各段階を通して、様々な実証実験が行われている。平成16年には、築地市場（水産物）板橋市場（青果）において、商品識別IDラベルを用いたトレーサビリティ・システム開発のための実証実験が行われた。

また、高度な履歴管理が可能となるICタグ<sup>34)</sup>を用いたトレーサビリティ・システムの導入実験も進められている。ICタグは物流効率化や在庫管理において活用事例が広がっているが、使用する周波数帯、破損・低温対策などの技術的問題に加え、全国的な統一規格及び運用、関係者のコンセンサス形成、またバーコードに比べ高価格であることから費用負担などの課題があり、生鮮食料品の生産流通履歴管理に活用していくためには、今後更に実証実験や運用の調整を進めていく必要がある。

茨城県・茨城県農協グループやJAあいち経済連等では、独立行政法人食品総合研究所等が開発した「青果ネットカタログ（SEICA）<sup>35)</sup>」のデータを利用して自県産農産物の電子カタログを作成し、ホームページ上でカタログナンバーを入力することにより、生産履歴情報を調べられるシステムを稼働させている。また、百貨店やスーパーにおいても、自社で販売する生鮮食料品の生産履歴の積極的な開示が進められている。トレーサビリティ・システムは、消費者の安全・安心への不安を解消するとともに、販売戦略や産地・商品のブランド化を図る上でも重要なツールになっていると言える。

### (3) 卸売市場制度改正への対応

農林水産省は、生産、消費両サイドの期待に応えられる「安全・安心」で「効率的」な流通システムへの転換を図るため、平成16年6月に卸売市場法を改正し、電子商取引の一部導入による商物一致規制の緩和（最適物流の実現）、買付集荷の自由化、第三者販売・直荷引きの弾力化（省令対応）、兼業規制の緩和及び市場外での販売規制緩和による業務内容の多角化等、業務に係る規制を緩和した。

その一方で、取引情報公表の充実を義務付け、また、開設者が業務規程で仲卸業者の財務基準を定め、これに基づく早期改善措置を図ることが求められた。

卸売業者が委託販売に際し受け取る手数料については、機能・サービスに見合った手数料を定めることができるよう卸売市場法の規定が削除されたが、5年間の経過期間が設けられ、

平成21年4月からの施行となった。これにあわせて、国による出荷奨励金及び完納奨励金の運用上の取扱いに関する指導も廃止され、市場ごとにあり方を検討することとした。

東京都は、今後、取引規制の緩和など卸売市場法改正の趣旨を踏まえ、市場関係業者の経営基盤強化策について、着実に実施していく必要がある。また、卸売手数料、完納奨励金等については、平成21年4月までに、規制緩和の効果を見定めながら、あり方を検討する必要がある。

#### (4) 中央卸売市場の市場関係業者の経営状況

##### 卸売業者

卸売業者の経営状況は、水産物部を除き全国平均より良好であるものの、水産物部・青果部とも長期的な営業利益率の低下により、経営が厳しい状態となっている。

水産物部では、売上高が低下し、営業利益率・経常利益率とも低迷するとともに、売掛金の回収サイトの長期化が資金繰りに重大な影響を及ぼしている。流動比率及び自己資本比率も著しく低下しており、水産物部卸売業者の経営は極めて深刻な状況となっている。

青果部では、取扱数量・金額とも減少し、売上高が落ちているが、営業利益率、経常利益率は回復基調にあり、収益性は回復している。また、流動比率、自己資本比率の推移をみても比較的健全とみてよい。青果部では市場間の売上高の格差が広がり、拠点化しつつあり、集荷力が弱い市場の卸売業者については経営基盤強化の必要が生じている。

食肉部では、平成13年のBSE発生の影響により、すべての経営指標が低下したが、その後は順調に回復し、売上高も増加している。また、営業利益率、経常利益率とも平成3年の牛肉の輸入自由化以前の状態にまで回復している。

花き部では、取扱数量が大田市場に集中しており、その他市場と売上高に著しい格差が生じている。集荷力の脆弱な卸売業者の経営基盤強化が不可欠となっている。

##### 仲卸業者

約6割の仲卸業者が売上高を減少させているものの、約7割の業者は販売費・一般管理費を減少させるなど、コスト削減に努めており、営業利益率、経常利益率ともやや改善されつつある。しかし、営業損益段階で約5割、経常損益段階で約4割の業者が赤字計上となっている。

また、自己資本比率は、食肉を除く3部類で若干改善されたものの、借入金比率の上昇した業者が約5割を占め、約4割の業者が債務超過となっている。

東京都では、平成13年3月に「仲卸業者経営基盤強化指導指針」を策定し、2年連続して経常利益率、自己資本比率がマイナスとなった事業者に対して、経営改善指導を実施しているが、この対象となる事業者が全体の約2割に達している。

とりわけ水産物部では、約半数が経常赤字や債務超過に陥っており、その割合は他の部類と比較して最も大きい。売上高対人件費比率も10%を超える高い水準となっている。また、売上高10億円未満の小規模事業者がほとんどであり、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。さらに、売掛債権回収日数が30日を超過しており、仲卸業者の資金繰りを悪化させている。このような状況の下、平成13年度当初から16年度当初にかけて約70社（全体の約7%）の仲卸業者が廃業している。

青果部では、約4割が経常赤字で、3分の1が債務超過の状況である。しかし、経常利

益率は全般的に低い水準にとどまるものの、全市場でプラスとなっている。また、自己資本比率も年々上昇しており、財務内容の健全化傾向が見られる。

食肉部では、経常赤字会社数が約3割、債務超過会社数が約2割と他の部類と比較して低い。しかし、売掛債権回収日数は約40日と最も長期化している。

花き部では、売掛債権回転日数の長期化傾向が改善に向かっているものの、いまだ3日と長期にわたっており、経営状況に与える影響が懸念される。

#### (5) 代金決済制度

卸売市場における取引の代金決済制度は、卸売市場全体の信用を支える根幹的機能を果たしており、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、仲卸業者の資金繰りと経営を圧迫している。

このことは卸売業者の経営にも影響を与えており、中央卸売市場の根幹機能の一つである代金決済システムそのものを揺るがそうとしている。

また、代金決済制度は、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組が求められている。

#### (6) 中央卸売市場の財政運営

安定的な市場経営を行うための財政基盤を確保する必要があるが、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おり、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15年度末において、152億円となっている。

収入面では、近年、市場関係業者の取扱金額が減少し、各市場からの売上高割使用料収入が減少傾向にある。また、卸売業者の統合、仲卸業者等の業務廃止等に伴う施設の返還により遊休施設が増加し、このことが施設使用料収入の減少に繋がっている。

一方、支出面では、既存施設の修繕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、経営基盤の強化に向け様々な取組を実施している。

#### (7) 地方卸売市場の経営

東京都の地方卸売市場はすべ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700億円近い卸売業者が1業者、約300億円の卸売業者が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76%を占める一方、10億円未満の卸売業者も4業者あり、規模の格差が大きい。

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。

また、地方卸売市場は、多摩地域における生鮮食料品の安定供給において重要な役割を担っており、都との連携強化が課題となっている。

### 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、基幹的な施設は各市場ともおおむね整備済みであると言えるが、更新や修繕が必要となっている老朽化施設が増えてきている。

また、基幹施設だけでなく、品質管理の高度化を図るための低(定)温施設や大口需要者に対応する荷捌き場、加工施設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、効率性に加え公平・公正な手続きが求められ、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、迅速に対応することが困難な面がある。このような背景から、東京都は、開設者による整備だけでなく、施設を利用する市場関係業者の資金やノウハウを積極的に活用する方針の下、条例に基づく造作承認により市場関係業者が冷蔵庫等を自ら設置するなど「多様な整備手法」を導入し、いくつかの市場で実績を上げている。また、平成14年4月には「市場用地の貸付制度」を創設し、市場関係業者は、この制度を活用した施設整備を推進している。

東京都には、限られた財源を有効に活用し、費用対効果が得られる施設整備が求められており、豊洲新市場(名称については今後検討する)の施設整備にあたってはPFI<sup>36)</sup>方式の導入が検討されている。

#### (2) 品質管理の高度化及び衛生対策

東京都の各市場では、商品特性に応じた多段階の温度管理を可能にするため、卸売場の低温化、冷蔵庫の機能充実及び低(定)温倉庫の整備を推進しているところであるが、市場関係業者にとっては、設置費用や運転コストなど様々な制約があり、必ずしも品質管理が十分でない。

食肉市場では、O-157による食中毒やBSEの国内での発生を受け、施設面や作業面における改善を行い、食肉の安全対策の強化を図っている。

O-157対策としては、法令による基準への対応工事を終え、作業面ではマニュアルに基づく手指の洗浄やナイフの洗浄消毒を実施している。

BSE対策としては、出荷段階における出荷牛育成履歴申告書の提出、と畜解体工程における特定部位の確実な除去、BSE検査結果が判明するまで枝肉・内臓等の市場外への持ち出し禁止、特定部位の焼却等を実施している。さらに、芝浦と場と畜されるすべての牛に対し、芝浦食肉衛生検査所によるBSEスクリーニング検査<sup>37)</sup>が実施され、安全が確保された食肉のみが流通する仕組みを確立した。

#### (3) 環境問題への対応

卸売市場は、産地と消費地の結節点として、また、都民の台所として旺盛な経済活動が営まれている反面、大量のごみの排出、自動車からの排出ガス、大量の電力消費等により、少なからず環境に負荷を与えている。環境対策は卸売市場にとって重要な課題となっているが、その促進には市場関係業者の理解と協力が不可欠である。

東京都では「環境白書」の公表等により環境問題に対する普及啓発に努めるとともに、市

場関係業者と協力しながら、次の3つを柱とする環境対策に取り組んでいる。

#### 自動車排出ガス対策

卸売市場においては、産地からの集荷や買出し等のための貨物自動車や、場内での分荷等に利用される小型特殊自動車が大量に使用されている。このうち、特殊自動車以外の貨物自動車等については、国の自動車NOx・PM法<sup>38)</sup>による規制、また、平成15年10月からの1都3県によるディーゼル車規制の実施により、有害な排出ガスが大幅に削減されてきている。各市場における取締りや巡回指導の結果も、違反車両が少なく、良好な対応が図られていると言える。しかし、卸売市場では保冷車が多く、荷の鮮度を維持するために、場内に駐車している間にもアイドリングを行っている貨物自動車が少なくない。

一方、小型特殊自動車については、そのほとんどが排出ガス規制の適用を受けない車両であり、公道を走行する自動車のように触媒による排出ガス低減装置を装備していないため、これらの排出ガスが市場内や周辺環境の大気汚染を招いている。東京都中央卸売市場が行った排出ガス測定結果では、ガソリン等を燃料とする小型特殊自動車は、通常の貨物自動車に比べて窒素酸化物や一酸化炭素の濃度が数十倍となっている。また、平成15年に行った大気環境汚染調査の結果において、築地・大田・淀橋の3市場で環境基準を上回っており、その他市場でも一酸化炭素濃度が比較的高いことが判明した。

東京都中央卸売市場では、小型特殊自動車について電動化を推進しているが、依然として半数以上がガソリン等を使用する内燃式原動機の車両であり、電動車への切替え等による環境改善へ向け、一層の取組強化が求められている。

このため東京都では、平成16年7月に電動化推進のための基本方針を策定し、同年10月から各市場に「クリーンゾーン<sup>39)</sup>」を設置し、電動車以外の使用規制を開始した。しかし、徹底がまだ不十分な市場もあり、今後の取組強化が求められる。

#### 廃棄物の減量、リサイクル対策

卸売市場では、生鮮食料品等の搬送のために利用された容器類、輸送中の荷傷みや品物の小分け等により発生する魚くず・野菜くず等の生ごみなど、大量の廃棄物が発生している。食品廃棄物については、平成13年5月に食品リサイクル法が施行され、市場関係業者についても、食品廃棄物の再生利用等の実施率を平成18年度までに20%に向上させる目標が設定された。

卸売市場における食品廃棄物の再生利用を促進するため、板橋市場青果部と築地市場水産物部でコンポスト<sup>40)</sup>の実験事業が実施された。また、築地市場青果部では、野菜くずなどの生ごみを利用し、嫌気性発酵によりメタンガスを発生させ、これをエネルギーとして再利用するバイオマス<sup>41)</sup>発電システムの実験事業に参加している。

#### 省資源・省エネルギー対策

卸売市場内には、卸売場、仲卸店舗、さらに冷蔵庫・低(定)温倉庫などの大型施設があり、大量の資源・エネルギーを消費している。地球温暖化防止、また都市の温暖化とも言えるヒートアイランド現象対策として、人工排熱の抑制が求められており、卸売市場の施設整備にあたっては、省資源・省エネルギーなど環境への配慮が必要である。

### 第3 都民の期待に応えられる卸売市場を目指して

近年、卸売市場をめぐる生鮮食料品流通においては、量的変化として、国内農水産物生産量の減少や加工品・輸入品の需要増、卸売市場経由率の減少、卸売市場間格差の拡大等、質的变化として、グローバル化、小売業・外食産業等の企業間競争激化、情報化と物流高度化によるローコスト・オペレーションの追求、消費者の食生活の多様化等が顕著に現れてきている。

これまで卸売市場では、生産サイドを比較的重視する取組を行ってきたが、東京都の卸売市場は、多様な実需がある大消費地にあるため、これに加え、消費サイドに軸足を置いた取組が必要である。また、卸売市場を取り巻く状況変化のスピードとダイナミズムに迅速・的確に対応し、柔軟かつ大胆に自らを変革していかなければならない。

このために、卸売市場は、市場内外の情報を効果的に活用し、集荷・品揃え等の機能及び販売力を強化しながら、消費者の多様なニーズに応えていかなければならない。

特に、消費者の食の安全・安心に対する意識が高まっており、食品の信頼性の確保とリスクへの迅速な対応の観点から、流通過程における品質管理の高度化、衛生対策の強化、危機管理体制の強化及びトレーサビリティ・システムへの取組が必要である。

各市場関係業者は、卸売市場法改正による取引規制の緩和を踏まえながら、食品流通全体を視野に入れ、自らの創意と工夫をより一層発揮して、他者との連携や競争を通して、多様な消費ニーズに対応できるよう、マーケティング力の強化、販路開拓やビジネスチャンスの拡大に取り組みなければならない。

これに加え、近年著しく進展した情報技術を活用し、業務の簡素化や流通の効率化などにより、徹底したローコスト・オペレーションに取り組みなければならない。

また、卸売市場は、公の施設として、都民から期待される役割を適切に果たすため、食に関する情報発信、環境への配慮、防災拠点としての機能充実、食育<sup>42)</sup>推進の場の提供等に、東京都と市場関係業者が連携して取り組み、自らの価値を高めることも必要である。

以上のことから、第8次東京都卸売市場整備計画においては、以下のことに取り組んでいくべきである。

#### 1 卸売市場の活性化と流通の効率化

##### (1) マネジメント力の発揮と経営基盤の強化等

卸売市場の活性化のためには、卸売業者、仲卸業者、関連事業者等の市場関係業者がマネジメント力を一層発揮して経営基盤の強化、経営の健全・安定化に取り組むとともに、戦略的な事業展開を行いながら、卸売市場全体の集荷・販売力を強化し、売上高の拡大、利益率の向上に取り組むことが必要である。

このためには、個々の市場関係業者が、卸売市場法改正による規制緩和を踏まえながら、消費者ニーズに対応できるよう、自らの創意と工夫をより一層発揮し、ビジネスチャンス拡大に取り組むとともに、ITの積極的活用による業務効率化及び流通コスト削減、他の卸売市場や他社との連携を通じた相乗的な総合力の強化が必要になる。さらには、他の民間事業との人的交流なども含め、従来の業種対応の枠組みを超え、同業・異業他社との業務提携・グループ化を図りながら、業態型対応への転換やボランティア・チェーン<sup>43)</sup>化を視野に置いた取組により、生鮮食料品流通における卸売市場の機能を高めていくことが求められる。

東京都は、卸売市場の経営主体として、コスト削減、運営の効率化等、経営の健全化を図りながら、卸売市場の活性化に向け積極的に取り組むとともに、市場関係業者の取組を支援

する必要がある。

#### 卸売業者が取り組むべき事項

- (ア) 経営規模の拡大及び経営体質の強化を図るため、資本提携、合併、営業の譲渡し及び譲受け、非効率部門の見直しなどを推進する。
- (イ) 集荷・販売力の強化を図るため、
- ・ 異なる卸売市場の卸売業者との業務提携、広域にわたる市場間連携の推進
  - ・ 異なる取扱部類に属する卸売業者、仲卸業者、売買参加者等はもとより、外部のベンダー等とも連携し、新商品の開発、新規需要の開拓、産地への提案機能の強化に取り組み、消費者ニーズに対応した戦略的マーケティングの展開
  - ・ 商品付加価値を高める事業や多角的経営の展開
  - ・ 農業法人等との中・長期的契約取引への対応
- など様々な取組を行う必要がある。
- (ウ) 経営の高度化を図るため、経営能力や企画・販売力等を有する人材の確保・育成に取り組むとともに、情報システムの効果的活用を推進する。

#### 仲卸業者が取り組むべき事項

- (ア) 販売・営業力の強化を図るため、
- ・ 卸売業者、売買参加者等と連携した新商品の開発、新規需要の開拓、産地への提案活動の展開
  - ・ 直荷引き等による品揃えの強化
  - ・ 小売商等の販売促進を支え顧客満足度を高めるため、品揃え・商品・価格・消費動向などの情報提供、商品配列等の販売方法の提案など、食のトータルプランナーとしての提案力の強化
  - ・ 地場産品の取扱いを推進し、商品のブランド化の展開
- などに取り組む。
- (イ) 上記の取組を行うためには、一定の経営規模、経営体質が必要であり、このため、
- ・ 経営の内部努力はもとより、資本提携、合併、営業の譲渡し及び譲受けによる統合大型化
  - ・ 同業・異業の事業者との業務提携の推進
  - ・ 商品の付加価値を高める事業や多角的経営の展開
  - ・ 配送業務の高度化・効率化によるサービスの充実及びコスト削減
- などを推進する。
- (ウ) 経営の高度化を図るため、新しい事業展開を積極的に行える人材の確保・育成を図るとともに、情報システムを積極的に導入する。

#### 売買参加者が取り組むべき事項

- (ア) 地場産品等を利用したオリジナル商品の販売やブランド化など、生産者、卸売業者等と連携し、消費者ニーズに対応した付加価値の高いビジネスモデルを展開する。
- (イ) 共同発注・共同配送等による事業の効率化を図る。

#### 関連事業者が取り組むべき事項

##### (ア) 経営体質の強化を図る。

- ・ 条例改正による関連事業者の業務及び許可業種の大括り化を活用した経営規模の拡大及び内部努力による経営・財務体質の強化
- ・ 仲卸業者、売買参加者、その他同業・異業の事業者等との連携を図りながら、市場の特性を活かした事業の積極的な展開

##### (イ) 利用者に対する利便性の向上のため、営業時間の延長や品揃えの強化を図る。

#### 東京都が取り組むべき事項

東京都は、市場関係業者が行う経営基盤強化等への取組を支援し、卸売市場の活性化と競争力強化を図るために、以下の取組を推進する必要がある。

##### (ア) 卸売市場の活性化と流通効率化を目指した市場運営を行う。

- ・ 集荷力・販売力の強化を図るため、卸売市場法改正を踏まえた積極的かつ柔軟な市場運営
- ・ 消費者ニーズ等実需に応えられるよう市場休業日・24時間対応が可能な商品搬出態勢の強化及び複合的・弾力的な施設利用
- ・ 市場関係業者の経営健全性を確保するため、財務基準に基づく指導の着実な実施
- ・ 市場関係業者の統合・大型化に向けた支援、外部業者の新規参入の促進、食品産業における成長・成功事例を調査し、新たなビジネスモデルについての情報提供と活用を行うことなどにより、市場関係業者の競争力・販売戦略の強化への取組を支援

##### (イ) 施設整備

- ・ 新たな流通環境の変化に対応し、商品の高付加価値化、スーパー・加工業者等需要者のニーズへのきめ細かな対応を実現するため、加工施設、商品保管庫、品質保持施設等の整備を、遊休施設等の積極的活用により促進
- ・ 小売業者、飲食店等のための商品保管庫、品質保持施設等の施設整備を支援するなど、市場休業日への対応を強化

## (2) 代金決済制度の改善

卸売市場の短期決済制度は、出荷者に対して有効に機能しており、卸売市場の信用維持に大きく貢献している。

今後も引き続き卸売市場の信用を維持するためには、不良債権の解消を図るとともに、新たに与信管理が可能で確実な支払を行う仕組みとしての代金決済制度の確立が必要である。

## 2 情報化と物流効率化の推進

平成16年6月の卸売市場法改正において商物一致規制が緩和され、電子商取引により卸売市場内に現物を搬入せずに卸売を行うことが可能となった。この規制緩和は、今までの卸売市場のあり方に根本的な変化をもたらすものと考えられる。

流通環境が激変する中で卸売市場が活性化していくためには、取引業務の電子化と物流システムを活用した場内外物流の効率化に取り組み、生産者と利用者のニーズに応えた先端的な流通拠点として生まれ変わらなければならない。生鮮食料品の商品特性を理由に旧態依然とした取引方法に甘んじている、厳しい競争環境の中で卸売市場そのものが生き残れないといって

も過言ではない。

## (1) 卸売市場における電子化及び標準化の推進

### 効果的な情報化の推進

情報化の推進にあたって、東京都は情報化を行う目的やメリットを明確化し、投資した費用に見合う効果が得られるよう、優先順位を定め計画的な整備を進めていく必要がある。このためには、必ずしも横並びの発想でなく、市場関係業者の個別事情やシステム化の必要性に応じて、情報化を進めていくことも考えるべきである。

### 情報基盤の整備

東京都は業界団体等と協力し、場内LAN等のネットワーク環境の整備を積極的に促進すべきである。卸売市場の機能を高めるためには、特に卸売業者・仲卸業者間のネットワーク整備が重要である。また、ネットワーク環境の構築にあたっては、インターネット技術やモバイル通信に対応した汎用性の高いシステムとすることを検討するとともに、ウイルスや情報漏洩等のセキュリティ対策にも配慮すべきである。

### 人材教育及び情報化推進体制の整備

卸売市場においては、市場関係業者の高齢化等の問題から、情報化に取り組む人材が不足している。東京都は情報システム導入に向けた研修を行う等、人材教育の支援を行うべきである。

また、東京都と市場関係業界等で構成する情報化推進委員会を設置し、情報化への取組を行うべきである。

### 商品コード等の標準化の推進

各事業者間でデータを交換し、共通の情報として利用するためには、商品コード等を標準化することが必要である。東京都は、農林水産省補助事業の「食品流通情報化基盤開発事業」により開発された標準商品コード及びEDI標準メッセージの利用促進を図り、産地から小売までが一体となった情報交換が可能になるよう、国や市場関係業者と協力して標準化を推進すべきである。

東京都は、市場関係業者等と協力し、システムの標準化・共同化、パッケージ（市販）ソフトの活用等により、開発・維持費用等の負担の軽減を図るべきである。

## (2) 卸売市場における業務の電子化の推進

### ビジネス情報の受発信機能の強化

生産動向や顧客ニーズ等、生鮮食料品に関わる様々な情報の共有化を図り、有効に活用することにより、市場内外に向けた情報受発信基地としての機能を強化すべきである。

### 市場間連携の推進

卸売市場においては、産地からだけでなく、市場間転送による商品仕入の割合が増えており、今後、市場機能の分化を図る上でも、他市場との情報連携が重要になってくる。東京都は、卸売市場間の情報連携を強化するとともに、システムの共同化を図るべきである。

#### 電子商取引に向けた条件整備

卸売市場法改正による商物一致規制の緩和を踏まえ、システム整備や取引対象品目の選定など、電子商取引への対応を促進する必要がある。このために、東京都は市場関係業界と協力し、取引に公平に参加できる仕組みづくりや取引情報公開の一層の推進を行うべきである。

#### 申請・報告書類等の電子化の促進

卸売業者による申請・報告業務の簡素化と情報伝達の迅速化を図るため、東京都に提出する申請書類等の電子化を、更に推進すべきである。

#### 情報提供の充実

東京都や各卸売業者等のホームページにおける情報発信内容を充実させるとともに、情報提供の迅速化を図る必要がある。

### (3) 荷捌き機能の強化

卸売市場における荷捌き機能を強化するためには、他市場への転送機能を市場機能として明確に位置付け、その整備を図ることが重要である。東京都は、卸売市場施設の有効活用を図り、多様なニーズに対応するため、卸売場の多目的利用などについて検討するとともに、市場関係業界と協力して新たな荷捌き施設の整備を図るべきである。

### (4) 物流効率化の推進

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、卸売市場においても、生産から消費までを視野に入れた計画的集荷や、顧客である小売業者等の状況を起点としたロジスティクス<sup>44)</sup>等、ITの活用による物流効率化が急務である。

東京都と市場関係業界が協力して、場内物流体制の一元化・簡素化の推進、場内搬送システムの導入、場内動線の見直し及び場内交通ルールの確立、ICタグ等の利用による物流管理、効率的な共同配送システム導入等の検討を進めるべきである。

また、通い容器の利用促進を図るため、還流させるための保管場所確保や利用者間の費用負担のあり方の検討等を含め、管理体制の構築に取り組むことが必要である。

## 3 卸売市場の効率的な整備・運営と財政基盤の強化

### (1) 卸売市場の再編・統合

近年、集荷力が強く幅広い販売先を持つ大規模拠点市場とそれ以外の市場との間の格差が拡大する傾向が強くなっている。また、流通チャンネルの多元化や加工品・輸入品の需要増等から、卸売市場経由率は低下しており、卸売市場の取扱金額・数量も減少傾向にある。このため、市場関係業者の経営は極めて厳しい状況になっており、近い将来において市場としての機能が発揮できなくなる卸売市場が出てくると思われる。

東京都は、開設者として卸売市場の公共的役割を踏まえつつ、そのあり方について抜本的に見直すべき時期に来ている。近年の大規模拠点市場化や市場間格差など、都内の生鮮食料品流通構造の変化を踏まえ、卸売市場の活性化、競争力強化の観点から、各市場の特性に応じて、卸売市場の再編・統合、卸売市場間の連携、各市場の機能分化に基づく転換などを図

ることが必要である。また、東京都は首都圏の基幹市場となる新しい中央卸売市場を豊洲地区に整備することを既に決定したが、その他の市場については、取扱数量及びその減少率の推移など国が第8次卸売市場整備基本方針において定めた再編基準、売買参加者の動向、流通効率化・経営健全化の視点、豊洲新市場開場が他市場に及ぼす影響、さらには周辺地域環境との調和等を考慮した東京全体の都市づくりの視点などを踏まえ、すべての卸売市場について総合的に検討する必要がある。

## (2) 民間活力の導入

卸売市場の整備及び管理運営については、可能な限り民間の創意、資金、経営能力、技術的能力を活用し、効率化を図ることにより、運営コストの低減に努めるべきである。

このために、大規模施設の新・増設等の施設整備を行う場合には、東京都が直接実施する場合の事業との比較の中で、PFIの導入が可能な事業範囲やVFM<sup>45)</sup>等について検討し、PFI方式の採用に取り組む必要がある。現在、豊洲新市場建設のためPFI方式による整備を検討中であるが、他の市場においても大規模な整備に当たってはPFI方式による整備・管理運営を検討するべきである。

また、指定管理者制度<sup>46)</sup>は、現行の卸売市場制度においては限定的な適用となるが、運営の合理化等の観点から、導入について検討すべきである。

## (3) 財政基盤の再構築

安定的な市場経営を行う財政基盤を確保するためには、徹底したコスト削減はもとより、中長期的財政収支を踏まえ、市場運営の戦略的かつ効率的な進め方の検討が必要である。こうした観点から、市場財政の構造を抜本的に見直す必要がある。

開設者が行う施設整備においては、コスト縮減が可能な整備手法により選択的・重点的な整備を推進すべきである。さらに、計画段階から管理段階までのライフサイクルコストを踏まえた整備を図っていくことが重要である。

また、市場財産を総合的に利活用する観点から、加工施設、商品保管所等への転用などを含め、遊休施設の積極的活用や多角的利用を検討すべきである。

## 4 食の安全・安心確保への対応

### (1) 品質管理の高度化及び衛生対策の強化

食の安全・安心確保は、全市場関係者に課された重要な責務である。このため、卸売市場において、品質管理の高度化及び衛生対策の強化を図るとともに、消費者の信頼を確保する観点から「人の健康を損なう恐れのある食品は市場に入れない、出さない」を基本姿勢として取組を推進する必要がある。

生産から消費に至る中間地点である卸売市場におけるコールドチェーンを保持し、品質管理の高度化を図るため、低温卸売場、低(定)温倉庫等の施設を整備する。さらに、品質管理等を徹底するため、中央卸売市場の使用施設ごとに品質管理責任者を設置し、施設毎の温度管理や清潔・衛生保持を市場関係業者に義務付ける。

食品事故や事件の迅速かつ的確な対応を図るため、中央卸売市場及び卸売業者・仲卸団

体に設置している安全・品質管理者を活用した販売自粛や都民への迅速な情報公開等、卸売市場における危機管理対策の一層の充実を図る。

卸売市場の清潔・衛生保持、食品の安全徹底のために、東京都市場衛生検査所との連携によるチェック体制を強化するとともに、設備の改善や市場関係者の意識向上のための普及啓発及び指導の徹底を行う。

JAS法に基づく産地表示等の表示の適正を図るため、関係行政機関との連携による指導体制を強化する。

## (2) 危機管理体制の強化

中央卸売市場は、大規模地震等の災害時の広域輸送拠点として、円滑な生鮮食料品の供給を確保するという重要な役割を担っている。東京都中央卸売市場では、災害時の生鮮食料品調達、調達物資の輸送及び卸売業者への在庫の放出、産地への出荷要請等を行うこととなっているが、これらを着実に実施できるよう、災害時を想定した各市場の訓練の実施や、災害時に必要な対策を実施するための資機材等の備蓄が必要である。

また、自然災害対応に加え、テロ等の武力攻撃事態、新型インフルエンザなどの新興感染症が都内で発生した場合の救援活動等、新しいリスクに対応して、中央卸売市場が担うべき役割について検討すべきである。

## (3) トレーサビリティ・システムへの取組推進

生産から消費まで一貫した食品の信頼性確保とリスクへの迅速な対応の観点から、卸売市場におけるトレーサビリティ・システムへの取組が求められている。生鮮食料品流通は全国規模で行われているため、国の主導的役割が求められるが、東京都及び市場関係業者においても、国と協力して、以下のことに取り組むべきである。

市場関係業者は、出荷団体及び量販店等が取り組んでいるトレーサビリティ・システムを調査研究し、卸売市場段階における流通履歴情報の充実と信頼性の担保のための取組を強化する。

東京都においても、消費者からの食品の安全性に対する信頼を確保するため、市場関係業界のトレーサビリティ・システムへの取組に積極的に関与する。

ICタグ等の新たな技術の活用による生産流通履歴追跡手法に関して、国と連携しながら、規格統一・標準化の推進、実証実験への参画等に取り組む。

## 5 環境対策の徹底

### (1) 自動車排出ガス対策の推進

卸売市場に出入りする貨物自動車の排出ガスによる大気環境の改善を図るため、各市場で東京都環境確保条例に基づく車両のチェック・指導体制の強化、輸送業者等に対する普及・啓発を行うとともに、場内の交通動線改善により渋滞車両の解消を図り、荷下ろし時におけ

る不要なアイドリングが生じないように対策を講じる必要がある。

また、小型特殊自動車の低公害化を一層推進するため、以下の取組を行うべきである。

平成 16 年度に開始した電動以外の小型特殊自動車の使用を禁止する「クリーンゾーン」の拡大と遵守徹底を図る。

新規導入の小型特殊自動車については、ターレット式構内運搬車については電動化、フォークリフト等については電動化または低排出ガス車とする規制措置を導入し、補助制度を活用した誘導策と合わせて排出ガス対策の一層の促進を図る。

各市場における電動化の推進に必要な充電設備の計画的な整備を行う。

## (2) 廃棄物の発生抑制及びリサイクルの推進

卸売市場内の活動が環境に与える負荷をできるだけ軽減させるため、市場関係業者に対して、食品リサイクル法及び容器包装リサイクル法等の趣旨を徹底し、通い容器の活用の促進等により、食品及び容器等廃棄物の発生抑制を図るべきである。

リサイクルを一層推進させるためには、意識啓発・指導を通じた業界支援、市場関係業者による生ごみの減容・コンポスト化、バイオマス等新たな技術の活用による再生利用の促進等に取り組む必要がある。

さらに、東京都が東京臨海部において進めている「スーパーエコタウン事業<sup>47)</sup>」との連携も検討すべきである。

## (3) 省資源・省エネルギー対策

市場施設の整備や設備の設置にあたっては、エネルギー利用の合理化、資源の適正利用、施設の長寿命化、環境の保護・保全等を考慮して、リサイクル材の使用、緑化、省エネ機器の導入等、計画・施工・維持管理の各段階で環境配慮を徹底する必要がある。

## 6 周辺地域との共存

### (1) 都民参加型の市場運営

東京都は、卸売市場における体験実習やボランティアガイドの活用を検討することなどにより、卸売市場に対する理解を深めるよう努める必要がある。

また、都民の「食」に関する判断能力を養い、健全な食生活を実践するための「食育」について、関係業界との連携等により、事業の推進を図るべきである。

さらに、消費者代表で構成する「消費者事業委員会」、市場見学案内、東京都中央卸売市場ホームページによる市況公表・市場紹介・告知情報等の発表、各中央卸売市場における「市場まつり」等、生鮮食料品流通に関する知識の普及・啓発のために行う消費者向け事業について、より効果的な事業の展開に努めるべきである。

### (2) 周辺環境への配慮

卸売市場に転配送機能が求められるなど、流通環境の変化により市場に求められる機能が変化する中で、市場周辺の市街化もあいまって、産地からの車両や配送車両の場外での滞留、

荷捌きのため周辺交通の混雑、排気ガス、夜間作業による騒音等の問題が生じている。

卸売市場が、周辺地域と共存しつつ、生鮮食料品の安定供給基地としての機能を今後も果たすために、市場スペースの有効活用、交通動線の合理化等場内ルールづくり、指導・取締りの実施や緑化などについて、東京都と市場関係業者で協議体制を作り、対応を推進すべきである。

## 7 地方卸売市場の機能強化

地方卸売市場は地域の生鮮食料品流通の一端を担っており、食の安全・安心確保の観点から、品質管理の方法を定め充実を図る必要がある。

多摩地域においては、地方卸売市場が生鮮食料品流通の大部分を担っており、多摩地域全体に生鮮食料品を安定的に消費者に供給できるよう、都と多摩地域の地方卸売市場の開設者の連携強化を図る必要がある。また、多摩地域には青果物の産地もあり、地産地消及び食育等の観点から、生産・消費の連携を検討すべきである。

## 第4 市場別整備方針

### 1 中央卸売市場

各市場の整備は、第3で述べた考え方に基づき進めていくべきであるが、全市場について、卸売市場の取扱数量、それぞれの卸売市場の果たす役割と機能、及び立地環境の変化等の要素を十分考慮し、各市場の特性を踏まえた卸売市場のあり方を見直す必要がある。

#### (1) 築地市場

築地市場を豊洲地区に移転する。

移転するまでの間、品質管理の高度化及び衛生対策の強化、老朽化施設の補修ないし撤去、交通動線の改善等の実施により、青果及び水産の中核的拠点市場として機能を維持する。

#### (2) 豊洲新市場

豊洲新市場を平成24年度開場を目途に整備する。

流通環境の変化に対応できる新たな市場を建設する。

#### (3) 食肉市場

老朽化施設の整備に取り組む。また、引き続き環境・衛生対策に取り組む。

#### (4) 大田市場

中核的拠点市場としてその機能を十分に発揮し、流通環境の変化に対応するため、効率的な物流システムを構築する。

設備が更新時期に来ているため、計画的に更新する必要がある。

水産物部は、豊洲新市場建設の影響を評価する必要がある。

#### (5) 豊島市場

市場を取り巻く環境の変化に留意するとともに、地域の小売商等の需要を満たす市場としての特性に配慮し、周辺市場との連携を視野に入れた検討を行う必要がある。

国道17号線拡幅に伴う市場用地削減の影響を縮小するため、施設を集約化し、跡地に荷捌き場を整備するなど場内物流の効率化を図る。

#### (6) 淀橋市場

場内動線の改善を図るとともに、狭隘な市場の効率的な活用を図るため、既存の仲卸業者売場棟等の再配置を含む施設の抜本的な見直しを図り、必要な整備を行うべきである。

松原分場は、引き続きあり方について検討する必要がある。

#### (7) 足立市場

食品の品質管理の高度化を図るため、低温卸売場を整備する必要がある。また、冷蔵庫等遊休施設の有効活用を図るべきである。

豊洲新市場建設の影響を評価する必要がある。

- (8) 板橋市場  
区部北西部における立地を活かし、周辺市場との連携を視野に入れた今後の市場の活性化のあり方を検討する。  
物流の効率化を図るため、新たに荷捌き場を整備する。
- (9) 世田谷市場  
青果部の活性化のため、他市場との連携等、市場のあり方を検討する。
- (10) 北足立市場  
青果部は、これまで効率的に整備を進めてきた施設の有効活用を図り、区部北東部における立地を活かし、活性化に取り組む。  
花き部は、顧客へのサービスの向上と市場の活性化を図るため、機械せりシステムを導入する。
- (11) 多摩ニュータウン市場  
多摩地域の生鮮食料品流通の現状及び当市場の取引状況に鑑み、市場のあり方について検討する。
- (12) 葛西市場  
青果部は、豊洲新市場建設の影響を評価する必要がある。
- (13) 多摩地域青果中央卸売市場  
中央卸売市場の新設を認めないという国の卸売市場整備基本方針等を踏まえ、新たな青果市場を整備することについては検討する必要がある。

## 2 地方卸売市場

地方卸売市場の整備は、第3で述べた考え方にに基づき、食の安全・安心確保の観点から、品質管理の方法を定め充実を図る必要がある。

また、多摩地域においては、多摩地域全体に生鮮食料品を安定的に消費者に供給できるよう、都と多摩地域の地方卸売市場の開設者の連携強化や、産地としての特徴を活かし、地産地消及び食育等の観点から、生産・消費の連携を検討すべきである。

- (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により支援する。
- (2) 青果市場  
多摩地域の青果市場については、施設整備事業費補助制度により支援するとともに、国と連携し、「中核的地方卸売市場<sup>48)</sup>」制度及び「地域拠点市場<sup>49)</sup>」制度も活用しながら支援する。
- (3) 花き市場  
花き市場については、地方卸売市場としての活性化が図れるよう支援する。

## 用語集

1	大規模小売店舗法	「大規模小売店舗における小売業の事業活動の調整に関する法律（大店法）」 中小小売業を保護するために、大規模小売店に対し、売り場面積、休日日数、営業時間等を規制していたが、平成12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。
2	大規模小売店舗立地法	大規模小売店舗の設置者に対し、周辺地域の生活環境を適正に保持する観点から、交通渋滞、騒音、廃棄物等による環境悪化への配慮・措置を求めている。平成12年6月施行。
3	街づくり三法	旧「大規模小売店法」に代わる商業施設開発の新たな枠組みとして制定された「大規模小売店舗立地法」「中心市街地活性化法」「改正都市計画法」の3つの法律の総称。
4	規制改革推進3ヵ年計画	平成13年3月閣議決定。我が国が直面する構造的な環境変化に対応して、経済社会の構造改革を進めることにより、経済活性化による持続的な経済成長の達成、透明性が高く公正で信頼できる経済社会の実現、多様な選択肢の確保された国民生活の実現、国際的に開かれた経済社会の実現等を図る観点から、行政の各般の分野について計画的に規制改革の積極的かつ抜本的な推進を図ることを目的とする。総合規制改革会議（平成16年度以降「規制改革・民間開放推進会議」）の審議結果等を踏まえ、毎年度改定。
5	食品流通の効率化等に関する研究会	農林水産省により平成14年7月に設置。食品流通を取り巻く環境の変化に対応し、食品流通の構造改革を促進するため、卸売市場流通のあり方、生鮮食品等の商流及び物流の効率化・高度化等につき幅広く検討。平成15年4月に最終報告。
6	e-Japan 戦略	内閣に設置された「高度情報通信ネットワーク社会推進戦略本部（通称『IT戦略本部』）」が掲げたIT戦略を指す用語。すべての国民がITを積極的に活用し、その恩恵を最大限に享受できる知識創発型社会の実現に向け、環境を整備することにより、5年以内に世界最先端のIT国家となることを目指している。平成13年1月策定。
7	無線LAN	無線通信でデータの送受信をするLANのこと。 LAN = Local Area Network ; 企業内や学校内など、限定された場所におけるコンピュータネットワーク。
8	ユビキタス・ネットワーク	あらゆる情報端末がネットワークで接続され、誰もが、いつでも、どこでも情報にアクセスできる状態。
9	ヒートアイランド現象	都市部における局地的な高温域。自然の気候と異なった都市独特の局地気候で、郊外に比べて都心部ほど気温が高く、等温線が島のような形になるのでこの名がついた。
10	ISO14001	International Organization for Standardization 「国際標準化機構」；世界の様々な規格を標準化し、各国間の貿易や技術交流を促進することを目的とした国際的な非政府機関。 ISO14000シリーズは環境マネジメントに関する規格の総称であり、その中核となるISO14001は、組織が環境目標を設定し達成するための仕組みを導入し、運用することを要求するもの。コスト削減やマネジメント効率向上に加え、社会的評価にも結びつくことから、近年企業等での認証取得が活発になっている。

11	循環型社会形成推進基本法	循環型社会の形成を推進する基本的な枠組みとなる法律。平成12年6月施行。本法に関連して食品リサイクル法などが制定されたほか、廃棄物処理法、再生資源利用促進法が改正された。
12	廃棄物処理法	「廃棄物の処理及び清掃に関する法律」 廃棄物の定義、廃棄物処理業者に対する許可、廃棄物処理施設の設置許可、廃棄物処理基準の設定などを規定した法律。平成15年の改正により、産業廃棄物の不法投棄への対策が強化された。
13	資源有効利用促進法	「資源の有効な利用の促進に関する法律」 循環型社会を形成していくために必要な3R（リデュース・リユース・リサイクル）の取組を総合的に推進するための法律。平成13年4月改正法施行。
14	容器包装リサイクル法	「容器包装に係る分別収集及び再商品化の促進等に関する法律」 一般廃棄物の6割（容積比）を占める容器包装廃棄物を資源として有効利用することにより、ごみの減量化を図るための法律。平成12年4月完全施行。
15	食品リサイクル法	「食品循環資源の再生利用等の促進に関する法律」 食品の売れ残りや食べ残し、製造・加工・調理の過程において生じたくずなどの食品廃棄物の発生抑制と再生利用のために、食品関連事業者などが取り組むべき事項を規定。再生利用等の実施率を平成18年度までに20%に向上させることを目標にしている。平成13年5月施行。
16	総合農協	貯金受入れ・資金貸出し等の信用事業、米・野菜等の販売、肥料・農業機械等の共同仕入れ、各種生命共済等の様々な事業を兼営している農業協同組合の総称。
17	農業生産法人	農業経営を行うために農地を取得できる法人。認められる法人形態は、有限会社、合名会社、合資会社、農事組合法人であったが、平成12年の農地法改正で、株式譲渡制限付で株式会社の形態が選べるようになった。
18	構造改革特区	地方公共団体等の自発的な立案により、地域特性に応じて、規制の特例を導入する特定の区域を設け、当該地域において自発性を持って構造改革を進められることを目的に設けられた制度。
19	供給粗食料	国内消費仕向量〔＝国内生産量＋輸入量－輸出量－在庫の増加（減少）量〕から飼料用、種子用、加工用、減耗量を引いた数量。
20	O-157	食中毒の原因となる病原性大腸菌のうち、腸管内で出血性下痢の原因となる毒素（ベロ毒素）を作る菌を腸管出血性大腸菌という。O-157は腸管出血性大腸菌の一種で、毒素により出血性腸炎を起こすことから、正式には「腸管出血性大腸菌O157」と呼ばれる。
21	BSE (牛海綿状脳症)	感染した牛が、潜伏期間の後、麻痺、音や光に対する神経過敏、起立不能、歩行困難などの症状を呈し、死に至る病気。英国で発見。感染した牛の脳の神経細胞が死滅して空胞ができ、脳の組織がスポンジ状になることから、牛海綿状脳症と名付けられた。異常プリオンたん白質を原因とする説が有力で、感染牛から作られた肉骨粉等の飼料を与えることにより、牛に経口感染するといわれている。

22	トレーサビリティ	Trace（追跡する）と Ability（できる）を合わせた言葉で「追跡可能性」あるいは「履歴管理」と訳される。製品の生産から加工、流通、販売までのあらゆる段階で逐一記録を残していくことで、個々の製品の行き先を把握したり、遡って出所を確認したりできるようにすること。近年、BSEや産地偽造などの問題が発生したことをきっかけに、食品のトレーサビリティに関心が集まっている。
23	リテールサポート	メーカーや卸が自社取扱商品の販売を促進するため、取引先の小売店等に対し提案活動を行うこと。商品や価格等に関する情報提供、品揃え提案、販促ツール提供、従業員教育等の方法がある。
24	ホールセールクラブ	会員制のディスカウント店。中小小売店・飲食店向けの現金払い持ち帰り卸売業が小売業として発展したもの。コストを抑えた倉庫型店舗で、品目を絞り込んだ商品を箱単位などで大量販売することにより、低価格を実現。
25	オフプライストア	海外有名ブランド品等を並行輸入など正規輸入以外のルートで輸入し、格安で販売する業態。
26	スーパーセンター	非食品のディスカウントストアと食品専門スーパーを融合させた大型店舗。1万～2万m <sup>2</sup> の広大な売り場で、幅広い品目を低価格販売する。
27	カテゴリーキラー	特定分野に商品を絞って圧倒的な品揃えを実現し、低価格販売や専門的な情報・サービスの提供を行う専門特化型大型店。衣料品、家電、事務用品、玩具、医薬品等様々な分野で急激に台頭し、小売業の主役となってきている。総合スーパーや百貨店が自社売場を縮小し、これら専門店をテナントとして誘致する動きも目立っている。
28	電子データ交換 (EDI)	Electronic Data Interchange；標準化されたコードやメッセージを利用して、商取引に関する情報（発注、請求等）を企業間で電子的に交換する仕組み。これにより、伝票作成等の事務作業の軽減、情報の正確性向上、時間・コストの節約等が可能となる。
29	サプライチェーン・ マネジメント	Supply Chain Management；原料調達、製造、配送、販売段階での物の流れを一つの連鎖としてとらえ、総合的に管理する手法。本社や工場、卸、小売店などをネットワークで結び、必要なデータを共有することにより、最新の需要動向をつかんで生産量や在庫水準を素早く調節することができる。ITの発展を背景に、経営効率化の全体最適化を図る手段として普及した。
30	食品流通高度化プロ ジェクト事業	農林水産省の補助金事業として(財)食品流通構造改善促進機構が平成13年度から14年度にかけて実施。食品流通の高度化・効率化を促進するため、最新の情報技術や民間の創意を生かし、革新性・経済性に優れた食品流通モデルの開発及び実証を行うもの。「食品流通の基盤的部門へのEDIの活用」、「異業種等との連携による情報ネットワークの形成等の新たなビジネスモデルの開発」、「情報技術の物流分野への応用」が基本テーマ。
31	食品流通情報化基盤 開発事業	農林水産省の補助金事業として(財)食品流通構造改善促進機構が平成9年度から13年度にかけて実施（平成12年度までは「生鮮食品等取引電子化基盤開発事業」）。生鮮4品の取引電子化を実現すべく、標準商品コード及びEDI標準開発、データベース開発、実証試験の実施、中小流通事業者の支援等の事業が進められた。

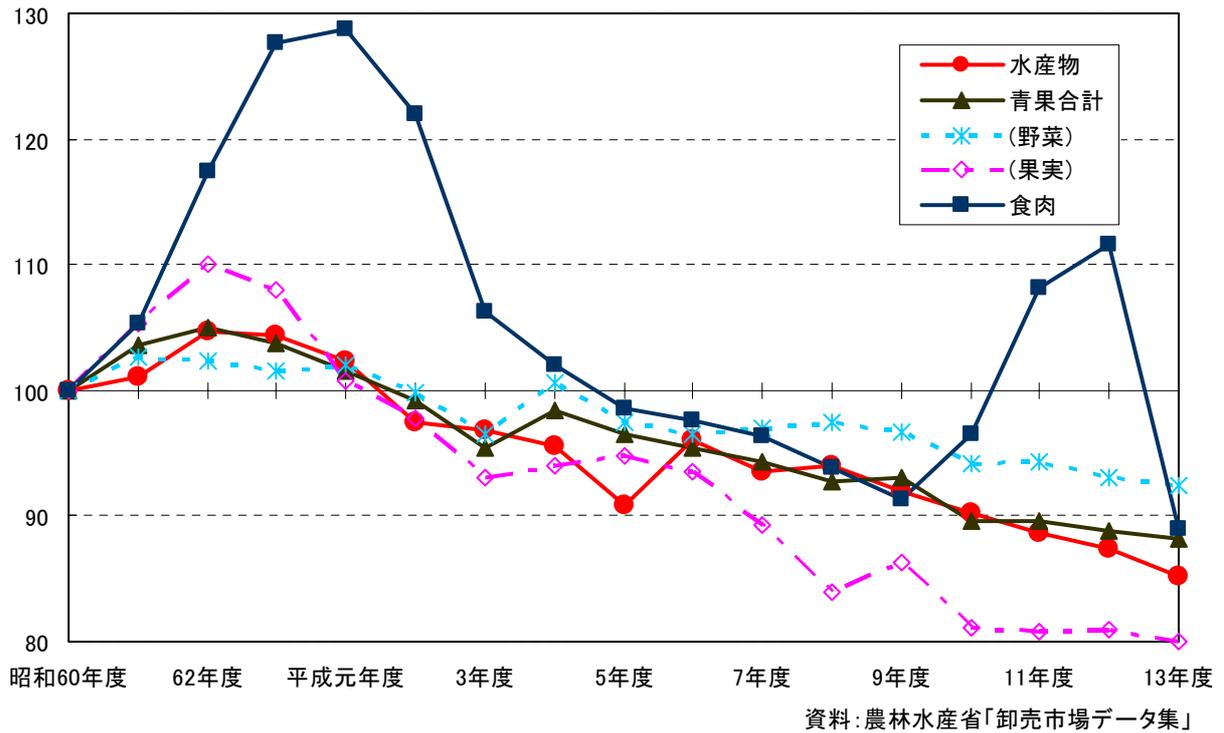
32	安全・品質管理者	SQM（セイフティ&クオリティ・マネージャー）。中央卸売市場で取り扱われる物品の安全性の確保を図るとともに、衛生・環境水準の向上を図り、物品の信頼性を高めるために設置。東京都職員、卸売業者及び仲卸団体により構成される。
33	JAS法	「農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律」 JAS規格（日本農林規格）と食品表示（品質表示基準）の2つのことを定めており、これによりJASマークや原産地などの表示が食品などに付けられる。平成11年の改正により、一般消費者向けのすべての飲食料品が品質表示基準の対象となり、そのうち生鮮食料品については原産地表示が義務づけられた。
34	ICタグ	情報を記録した極小のICチップを組み込んだ電子荷札。アンテナを格納しており、データの読み取り装置などと無線でやりとりする。バーコードに比べ、膨大な情報蓄積が可能となっており、商品管理に加え、駐車場管理など、用途が多方面に拡大しつつある。無線ICタグともいう。
35	青果ネットカタログ（SEICA）	（財）食品流通構造改善促進機構が所有し、（独）食品総合研究所及び農林水産研究計算センター（農林水産省）の協力により運用している公的データベース。平成14年8月に、インターネット上に青果物の生産物情報及び生産者情報等を公開するシステムとして発足。データの登録・閲覧は無料で、生産者から消費者まで誰でも利用できる。
36	PFI	Private Finance Initiative；公共施設等の設計、建設、維持管理及び運営に民間の資金やノウハウを活用することにより、公共サービスの提供を行う事業手法。「民間資金等の活用による公共施設等の整備等の促進に関する法律（通称PFI法）」に則って事業が進められる。
37	スクリーニング検査	牛の脳の一部（延髄）を取り出して、BSEの原因と考えられている異常プリオンの有無を調べるための一次検査。平成13年10月から、全国の食肉衛生検査所等において、と畜場に搬入された食用牛についてBSEの全頭検査が実施されている。
38	自動車NOx・PM法	大気汚染の厳しい大都市地域を対象地域に指定して各種施策を実施し、大気汚染を改善するもの。自動車NOx法の改正法として平成13年6月に成立し、車種規制については平成14年10月から施行されている。
39	クリーンゾーン	平成16年10月より、東京都では、卸売市場内で働く市場関係者への健康面に配慮した環境づくりや食品の衛生管理・品質管理の高度化等を目的に、業界団体と協力し、各市場内の特定の閉鎖空間（冷蔵庫、冷凍庫、低（定）温卸売場、低（定）温倉庫等）を「クリーンゾーン」として指定し、この区域において、電動車以外の小型特殊自動車の走行を禁止する規制に取り組んでいる。
40	コンポスト	生ごみや汚泥、家畜の糞尿、落ち葉などの有機物を、微生物の働きによって発酵分解させ、堆肥にしたもの、またはその堆肥をつくる方法のこと。

41	バイオマス	木材、生ゴミ、紙、家畜等の排せつ物、プランクトンなど、再生可能な生物由来の有機エネルギーや資源のこと。発電、飼料、燃料化などの活用方法がある。
42	食育	心身の健康の基本となる食生活に関し、栄養のバランス、調理法、食品安全性に関する知識などを身につけることや豊かな食生活を楽しむ力を育むことなどを目指し、様々な教育を行うこと。
43	ボランタリー・チェーン	特定の卸売業者と多数の小売業者、あるいは多数の小売業者同士が組織化して本部を設置し、合理化や共同仕入れを図ることにより、スケールメリットを追求する協業システム。フランチャイズシステムに比べ統制が緩やかで、参加者の独立性は維持される。
44	ロジスティクス	原材料や商品の調達、商品の配送・保管・返品等、生産から販売に至るすべての商品の流れを総合的に管理し、最適化するための技法。
45	V F M	Value for Money ; 「公共資金の最も効果的な運用」のことで、「同一のコストの下で、より質の高いサービスを提供する」もしくは「同一水準のサービスならば、より低いコストで提供する」ことによりその達成を目指す。P F Iの根本となる考え方。
46	指定管理者制度	これまで、公の施設の管理者については、法令で規定された公共の団体などに限定されていたが、平成15年6月の地方自治法改正により、指定管理者の対象が広く民間事業者にまで拡大されたほか、管理の代行ができるようになった。
47	スーパーエコタウン事業	東京都が、首都圏の廃棄物問題の解決と新たな環境産業の立地を促進し、循環型社会への変革を推進することを目的に、国の都市再生プロジェクトの一環として、東京臨海部の都有地において、民間事業者等が主体となり廃棄物処理・リサイクル施設の整備を進めるもの。整備を進める施設は、PCB無害化処理施設、ガス化溶融等発電施設、建設廃棄物リサイクル施設、その他のリサイクル施設で、各施設は平成16年度から平成18年度頃にかけて順次稼働予定。
48	中核的地方卸売市場	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。認定された市場には固定資産税の優遇措置等がある。
49	地域拠点市場	地方卸売市場の集荷力強化と適正配置を実現するため、必要に応じ都道府県卸売市場整備計画に定められる拠点となる地方卸売市場のこと。地域拠点市場には、他の地方卸売市場との統合、もしくは他の卸売市場と連携した集荷・販売活動の措置が講じられる。

## 参 考 資 料 目 次

序文	～ 変革を迫られる卸売市場～	
(1)	卸売市場の取扱数量の推移〔全国〕	40
(2)	卸売業者、仲卸業者の経営状況〔全国〕	41
(3)	生鮮食料品購入時に重視すること	42
(4)	卸売市場を経由した生鮮食料品の安全性	42
第 1	激変する流通環境と卸売市場	
(5)	卸売市場を取り巻く経済・社会環境の動向	43
(6)	インターネット利用人口及び人口普及率の推移	44
(7)	携帯電話及び携帯インターネット契約数の推移	44
(8)	事業所におけるインターネット利用率の推移（従業員規模別）	45
(9)	事業所におけるインターネットアクセス回線の回線別利用率の推移	45
(10)	E C（電子商取引）の市場規模の推移	46
(11)	農業就業人口及び農家戸数の推移	47
(12)	耕地面積及び耕地利用率の推移	47
(13)	海面漁業生産量の推移	48
(14)	生鮮食料品輸入額の推移	48
(15)	総合農協数の推移	49
(16)	農業生産法人数の推移	49
(17)	全国及び東京都の将来推計人口	50
(18)	供給粗食料の推移（国民 1 人・1 年当たり）	50
(19)	食料支出金額の推移（1 世帯当たり年間）	51
(20)	外食及び中食の市場規模	51
(21)	調理済み食品の利用頻度	52
(22)	外食の頻度	52
(23)	食品に対する不安	53
(24)	生鮮食料品購入時の意識変化	53
(25)	野菜・果物、魚・貝類、肉類の購入先	54
(26)	小売業態別の商店数、年間販売額の状況	54
(27)	3 年前と比較した経営成果等の推移	55
第 2	東京都における卸売市場の現状と課題	
(28)	卸売市場への要望	56
(29)	「危機管理マニュアル - For the Safe Market - 」(概要)	57
(30)	東京都中央卸売市場「安全・品質管理者」の設置(概要)	58
(31)	「トレーサビリティ」に対する意識	59
(32)	「トレーサビリティ」に対応した割高な生鮮食料品の購入意向	59
(33)	牛肉のトレーサビリティ	60
(34)	卸売市場制度の見直し	61
(35)	水産物部、青果部の卸売業者の利益率（営業・経常）の推移 （東京都中央卸売市場）	62
(36)	仲卸業者の経営状況（東京都中央卸売市場）	63
(37)	東京都中央卸売市場における基幹的施設の老朽化状況	64

(1) 卸売市場の取扱数量の推移[全国] (昭和60年度=100)



(2) 卸売業者、仲卸業者の経営状況〔全国〕

卸売業者の営業利益率の推移

(単位:%)

年度	平成7年度	9年度	11年度	13年度	14年度
青果	0.22	0.26	0.19	0.10	0.39
水産物	0.29	0.22	0.31	0.22	0.24
食肉	△ 0.38	△ 0.20	△ 0.40	△ 1.00	△ 0.65
花き	0.76	0.71	0.60	0.77	0.89

資料:農林水産省「卸売市場データ集」

営業損失を計上した卸売業者数

(単位:社、%)

年度	平成7年度	9年度	11年度	13年度
青果	31/113 27%	21/111 19%	24/110 22%	28/106 26%
水産物	22/96 23%	33/96 34%	29/96 30%	27/93 29%
食肉	7/10 70%	6/10 60%	9/10 90%	10/10 100%
花き	8/29 28%	11/31 35%	12/31 39%	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7年度	9年度	11年度	13年度	14年度
青果	△ 0.01	△ 0.01	△ 0.24	0.22	△ 0.03
水産物	0.61	△ 0.66	△ 0.27	0.02	△ 0.04
食肉	0.12	2.08	0.40	2.52	0.60
花き	0.14	4.00	0.49	0.62	0.57

資料:農林水産省「仲卸業者の経営状況調査に関する報告書」

注:平成13年度まで全国中央卸売市場協会、平成14年度より農林水産省が実施。

経常損失を計上した仲卸業者数の割合

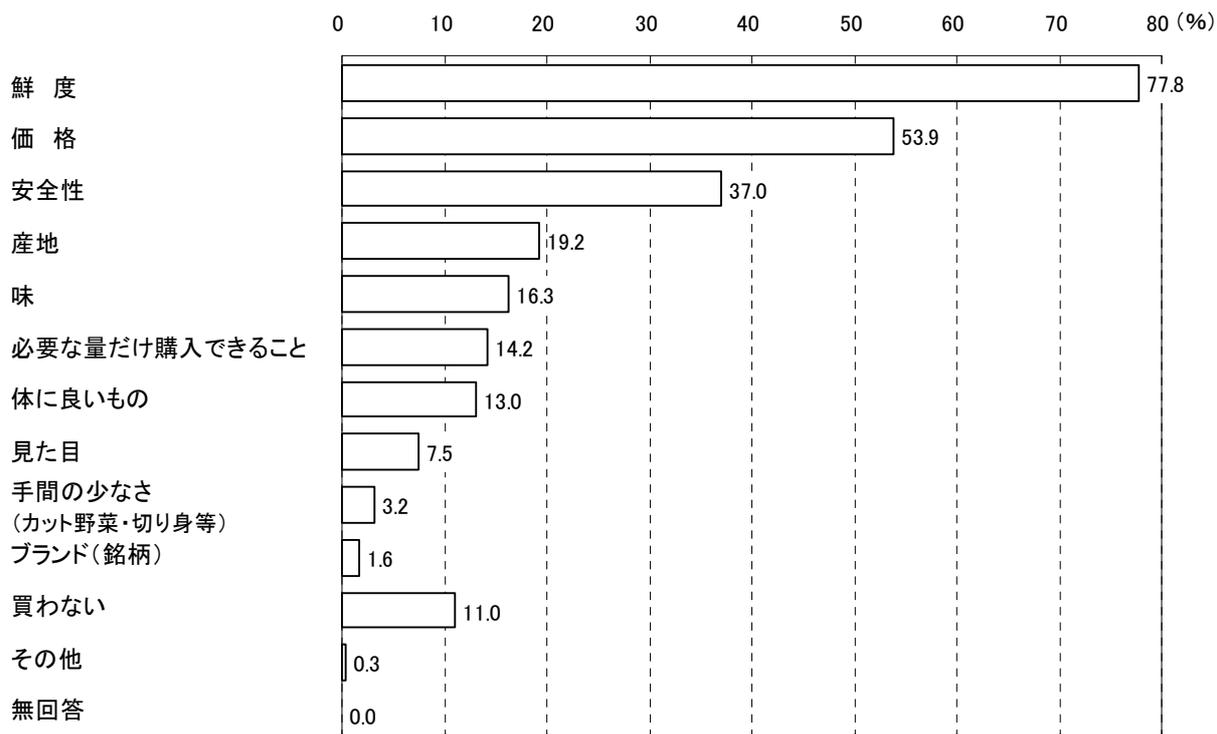
(単位:%)

年度	平成7年度	9年度	11年度	13年度	14年度
青果	45.1	37.2	44.2	41.8	39.2
水産物	47.2	44.6	49.1	46.7	48.0
食肉	48.1	22.4	25.9	38.8	15.9
花き	32.6	26.4	25.0	31.9	20.5

資料:農林水産省「仲卸業者の経営状況調査に関する報告書」

注:平成13年度まで全国中央卸売市場協会、平成14年度より農林水産省が実施。

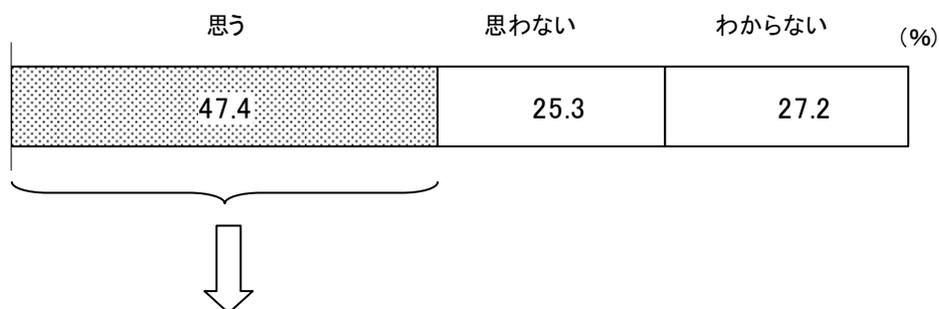
### (3) 生鮮食料品購入時に重視すること



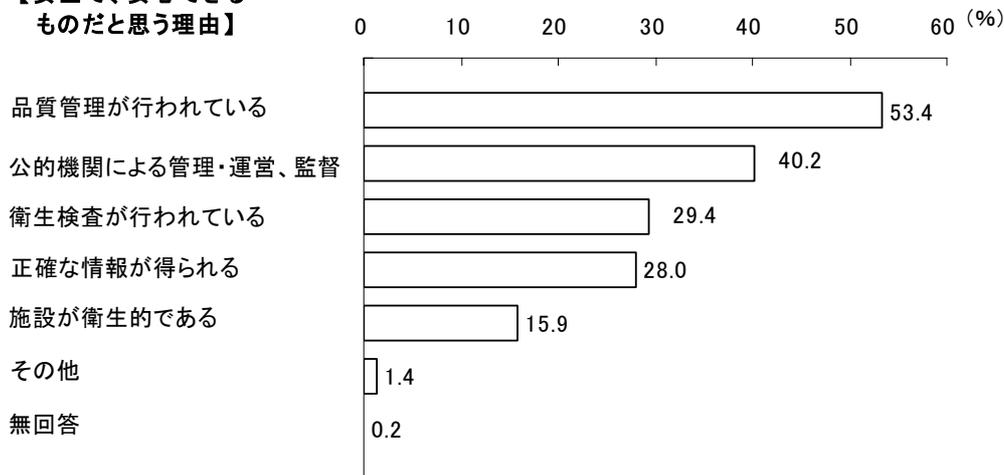
資料: 東京都生活文化局「食品の購買意識に関する世論調査(平成16年11月調査)」

### (4) 卸売市場を経由した生鮮食料品の安全性

あなたは、卸売市場を経由した生鮮食料品は安全で、安心できるものだと思いますか。



#### 【安全で、安心できるものだと思う理由】

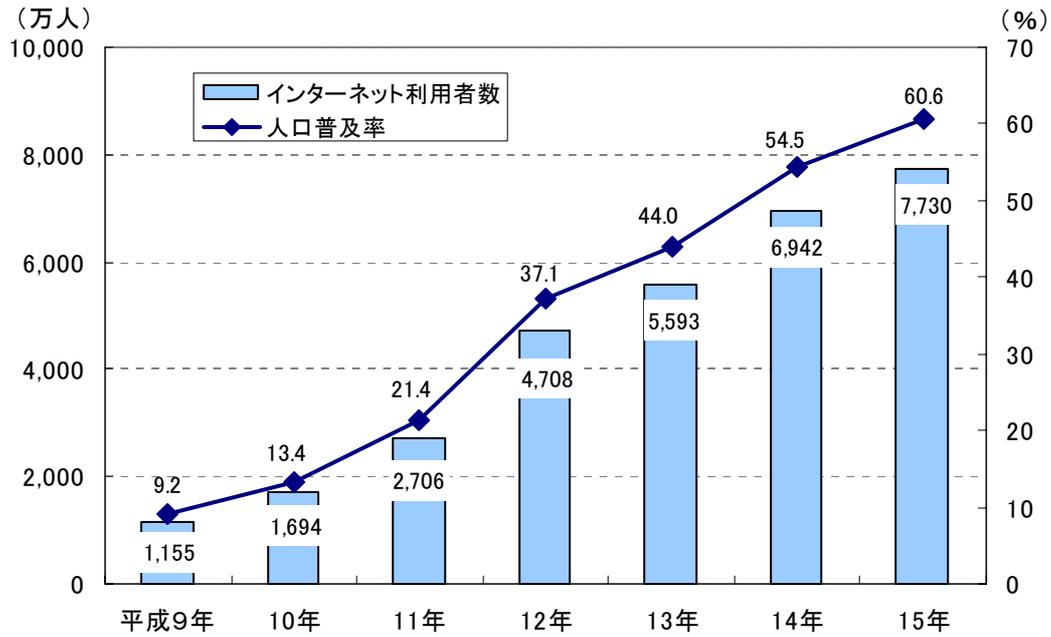


資料: 東京都生活文化局「食品の購買意識に関する世論調査(平成16年11月調査)」

(5) 卸売市場を取り巻く経済・社会環境の動向

年	整備計画	卸売市場の動き	国内外情勢
昭和46年(1971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(1972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(1973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(1974年)			・大店法施行
50年(1975年)			・ベトナム戦争終結
51年(1976年)	第2次		
52年(1977年)		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海里、200海里漁業水域設定
53年(1978年)			・新東京国際空港(成田空港)開港
54年(1979年)			・第2次石油ショック
55年(1980年)			
56年(1981年)			
57年(1982年)	第3次		
58年(1983年)		多摩ニュータウン市場業務開始 葛西市場業務開始	・プラザ合意(ドル高是正)
59年(1984年)			
60年(1985年)			
61年(1986年)			
62年(1987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
63年(1988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	・日米の経済摩擦激化
平成元年(1989年)		大田市場業務開始	・日米構造協議・消費税導入(3%)
2年(1990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(1991年)	第5次		・バブル経済崩壊・牛肉・オレンジ輸入自由化 ・湾岸戦争がぼつ発
4年(1992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(1993年)		板橋市場花き部業務開始	・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(1994年)			・大店法緩和(1,000㎡未満の出店の原則自由化)
7年(1995年)		葛西市場花き部業務開始	・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(1996年)			・O-157事件
9年(1997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(1998年)		第6次	
11年(1999年)	卸売市場法改正		・茨城県東海村臨界事故発生
12年(2000年)	東京都中央卸売市場条例改正		・大店法廃止・大店立地法施行 ・コストホールセール(米)、カルフル(仏)等 ・流通外資の日本進出本格化
13年(2001年)	第7次	世田谷市場花き部業務開始	・規制改革推進3か年計画閣議決定 ・国内初のBSE(牛海綿状脳症)発生 ・米国同時多発テロ発生
14年(2002年)			・牛肉・鶏肉等産地偽装表示事件
15年(2003年)		豊洲新市場基本構想策定	・イラク戦争勃発 ・食品安全基本法制定
16年(2004年)		卸売市場法改正 豊洲新市場基本計画策定	・国内で鳥インフルエンザ発生 ・東京都食品安全条例制定
17年(2005年)		東京都中央卸売市場条例改正	

## (6) インターネット利用人口及び人口普及率の推移

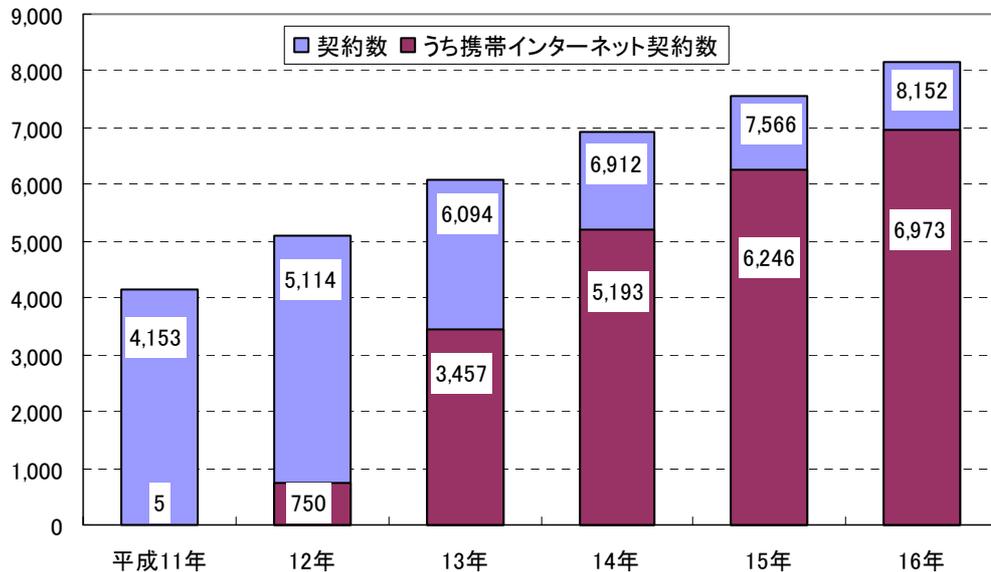


資料:総務省「通信利用動向調査」

注:インターネット利用人口は、パソコン、携帯電話・PHS・携帯情報端末、ゲーム機・TV機器等のうち、1つ以上の機器から利用している6歳以上の者が対象。  
高齢者及び小中学生の利用増を踏まえ、調査対象年齢を段階的に拡大している。

## (7) 携帯電話及び携帯インターネット契約数の推移

(万契約)

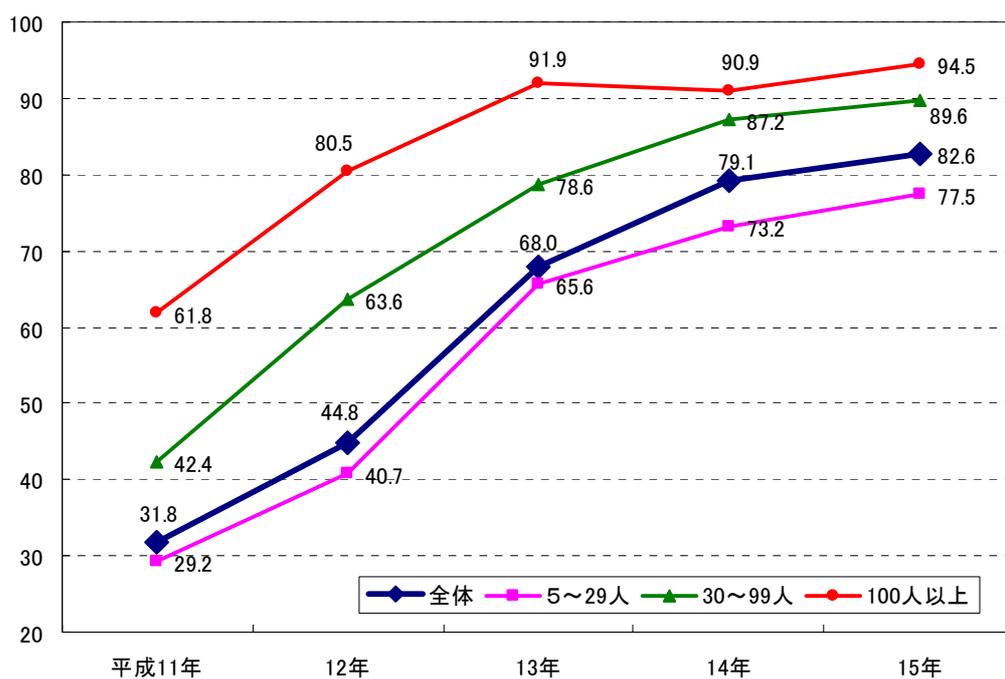


資料:総務省「情報通信白書」

注:携帯インターネット契約数は、携帯電話事業者による各種サービスの契約数合計。

(8) 事業所におけるインターネット利用率の推移(従業員規模別)

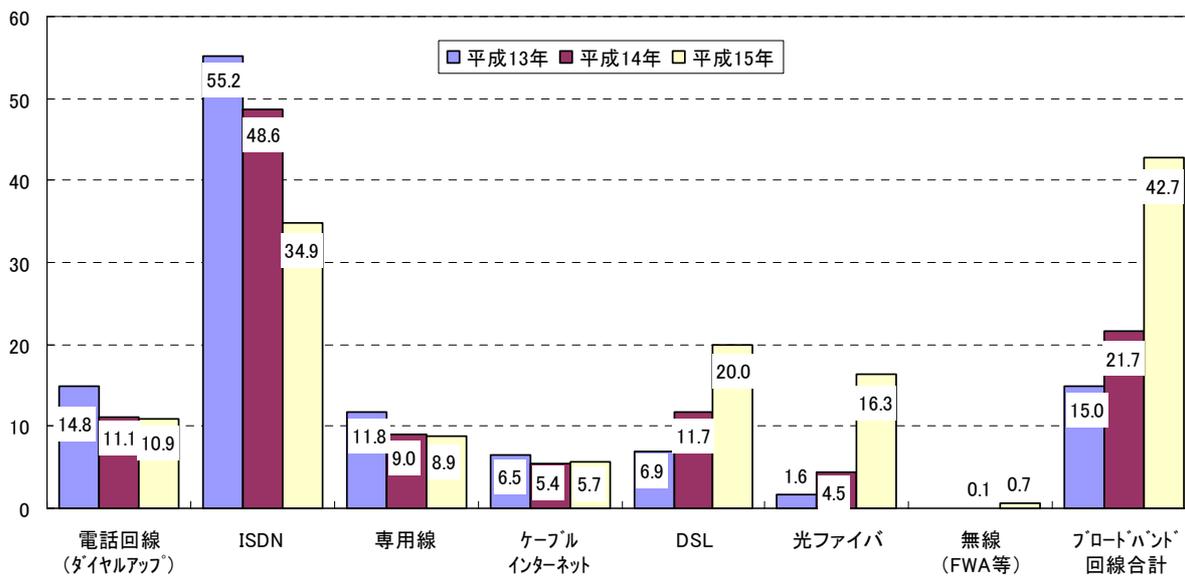
(%)



資料:総務省「通信利用動向調査」

(9) 事業所におけるインターネットアクセス回線の回線別利用率の推移

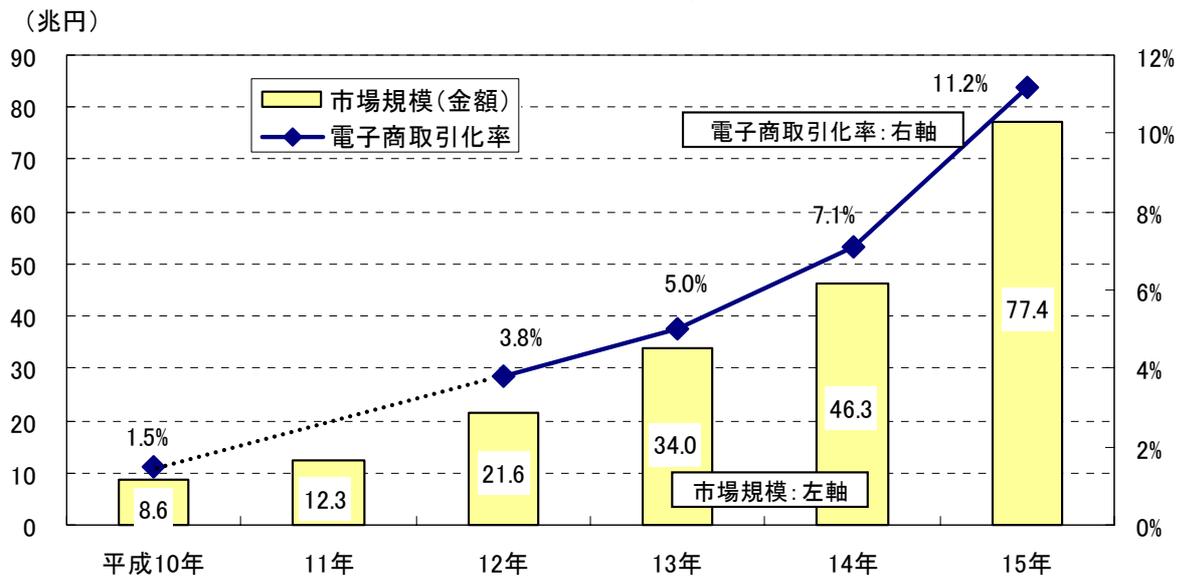
(%)



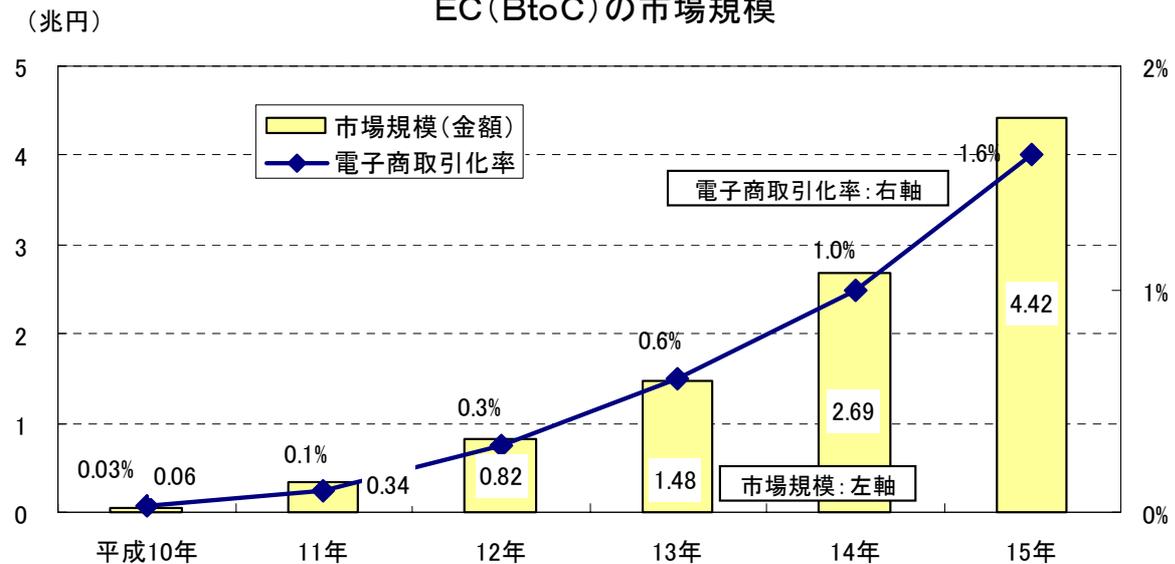
資料:総務省「通信利用動向調査」、総務省「情報通信白書」  
注:平成13年調査は複数回答。無線(FWA等)は平成14年より調査。

(10) EC(電子商取引)の市場規模の推移

EC(BtoB)の市場規模



EC(BtoC)の市場規模

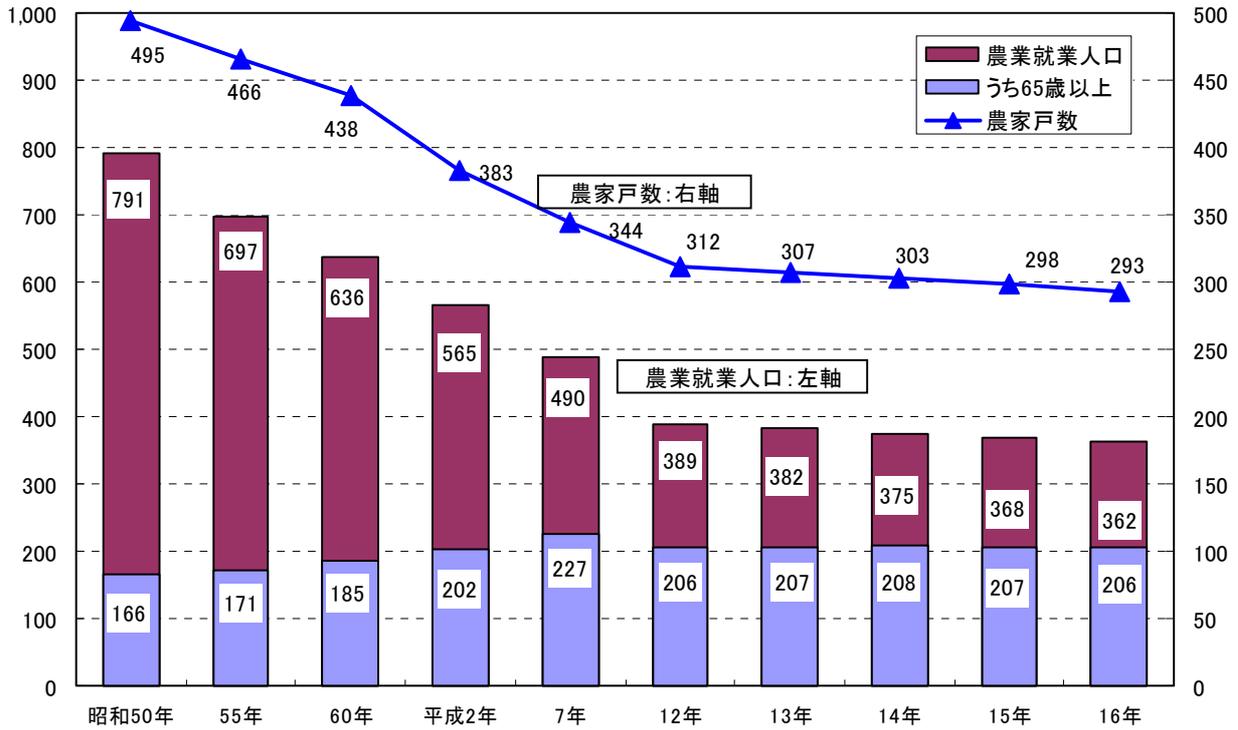


資料:経済産業省・電子商取引推進協議会・(株)NTTデータ研究所  
「平成15年度電子商取引に関する実態・市場規模調査」をもとに作成

(11) 農業就業人口及び農家戸数の推移

(万人)

(万戸)



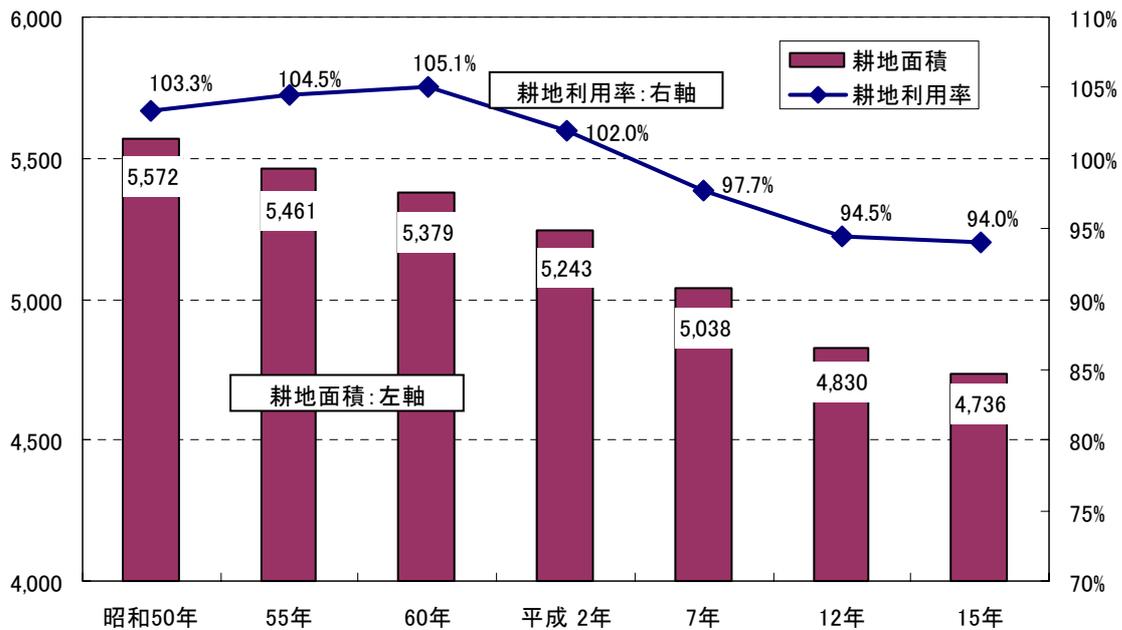
資料：農林水産省「農林業センサス」、「農業構造動態調査」

注：平成12年～16年の農業就業人口は、販売農家の数値。

※販売農家：経営耕地面積が30a以上又は農産物販売額が50万円以上の農家。

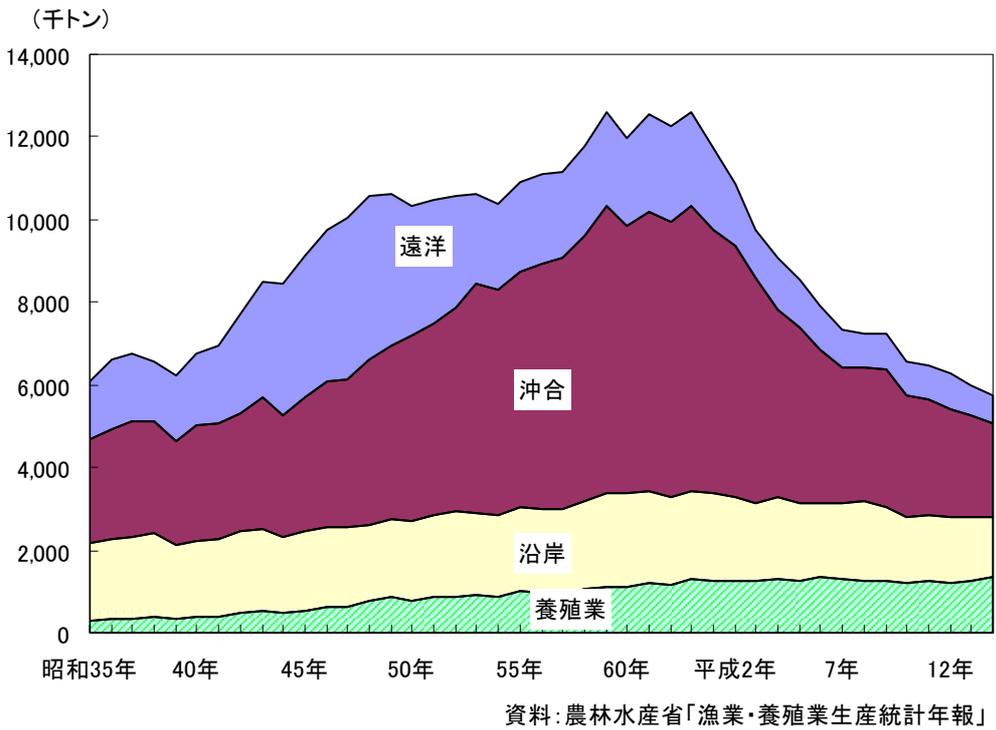
(12) 耕地面積及び耕地利用率の推移

(千ha)

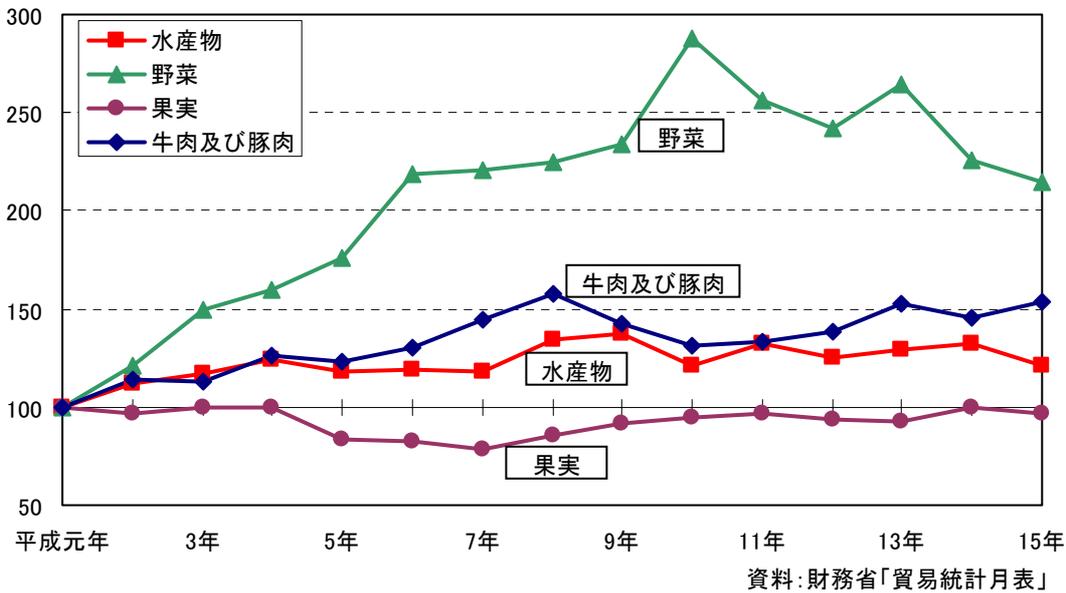


資料：農林水産省「耕地及び作付面積統計」

(13) 海面漁業生産量の推移

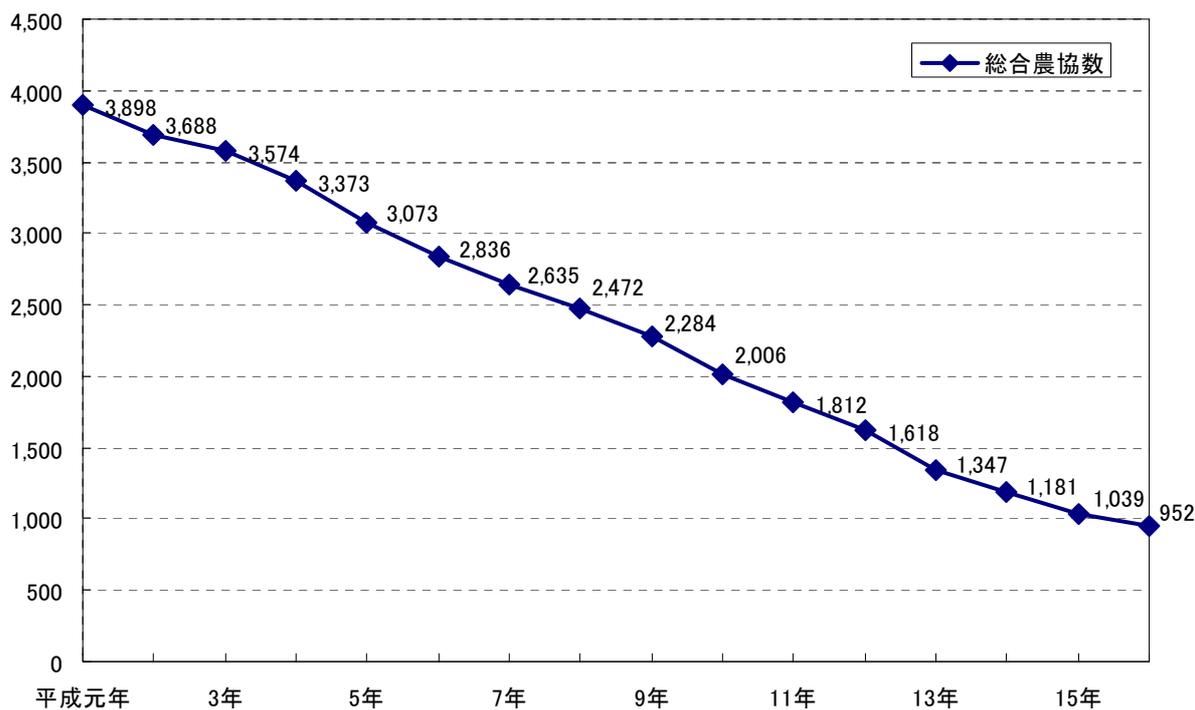


(14) 生鮮食料品輸入額の推移(平成元年=100)



### (15) 総合農協数の推移

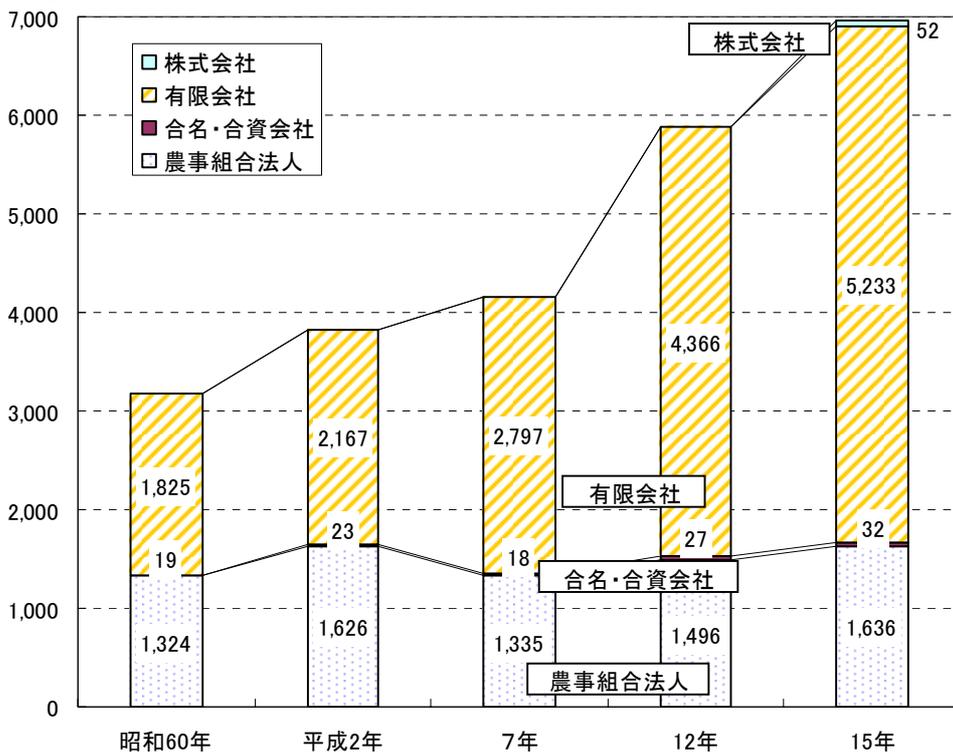
(組合)



資料：農林水産省「農業協同組合等現在数統計」(各年3月31日現在)  
 注：平成8年3月以降、信用事業を行う専門農協を総合農協に含める。

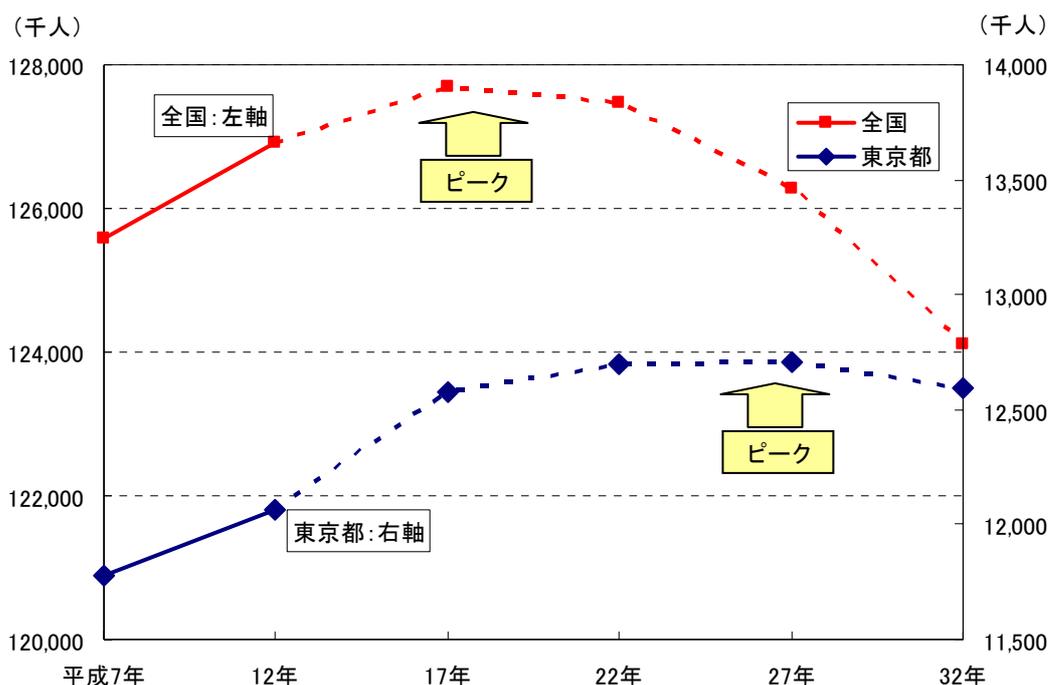
### (16) 農業生産法人数の推移

(法人)



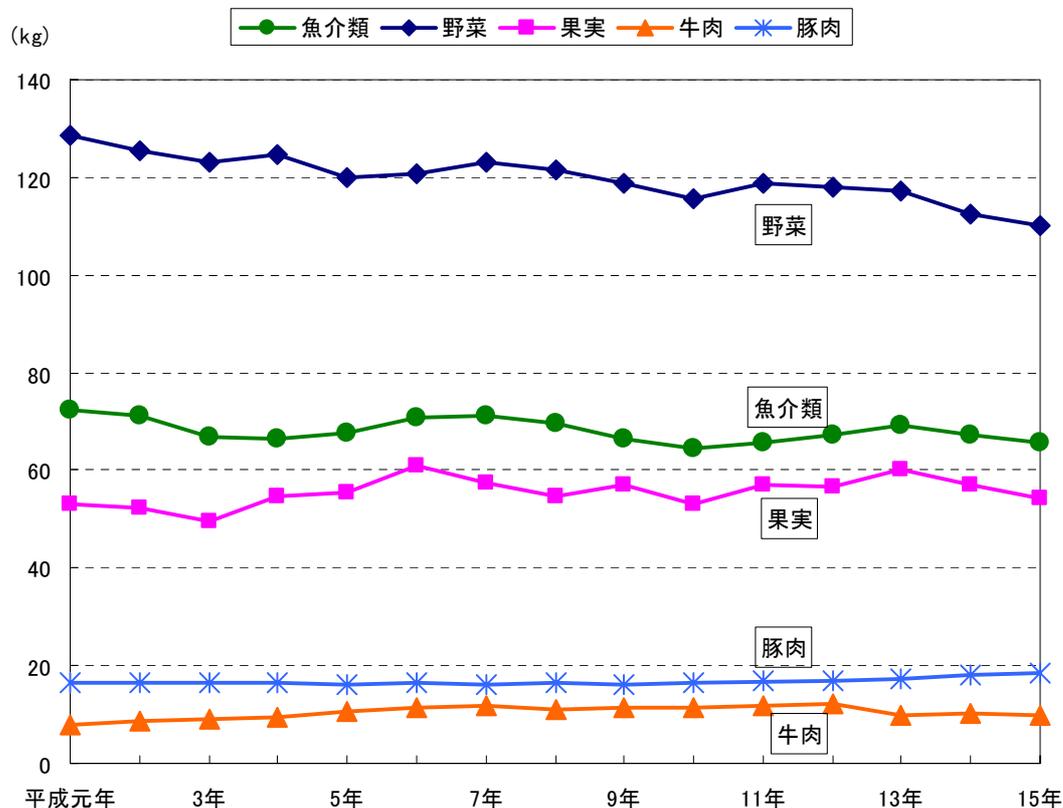
資料：農林水産省調べ

### (17) 全国及び東京都の将来推計人口



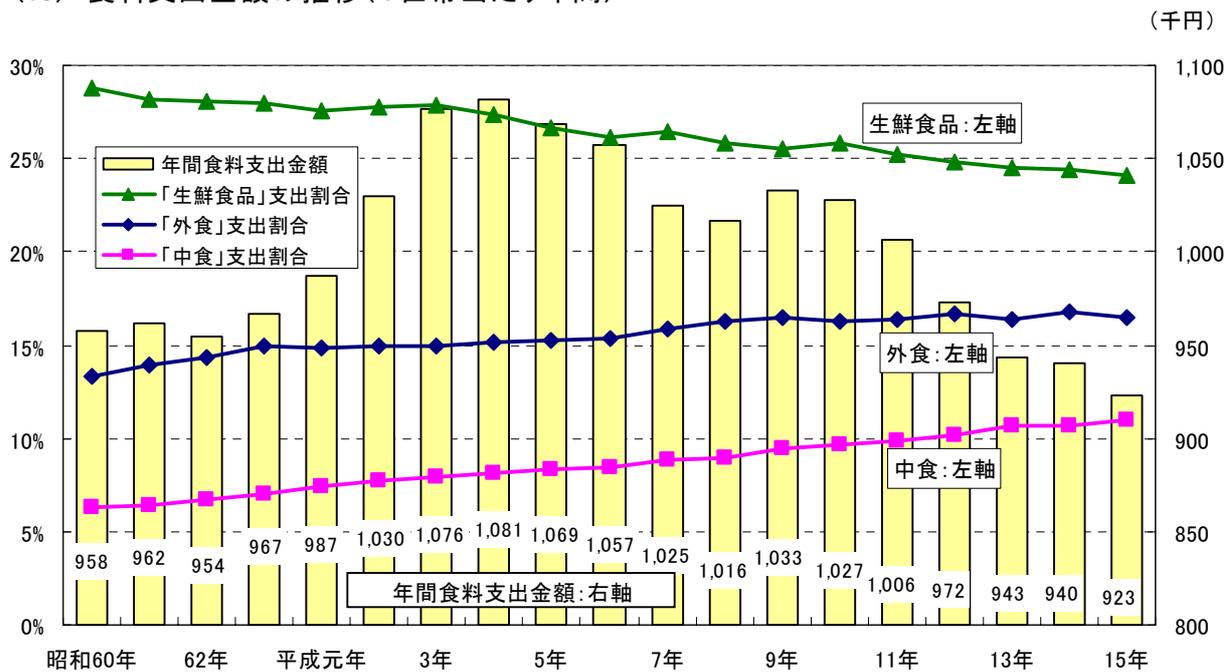
資料: 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口〔中位推計〕  
(平成14年1月推計)」、東京都総務局「東京都人口の予測」  
注: 平成7年、12年のデータは国勢調査による。

### (18) 供給粗食料の推移(国民1人・1年当たり)



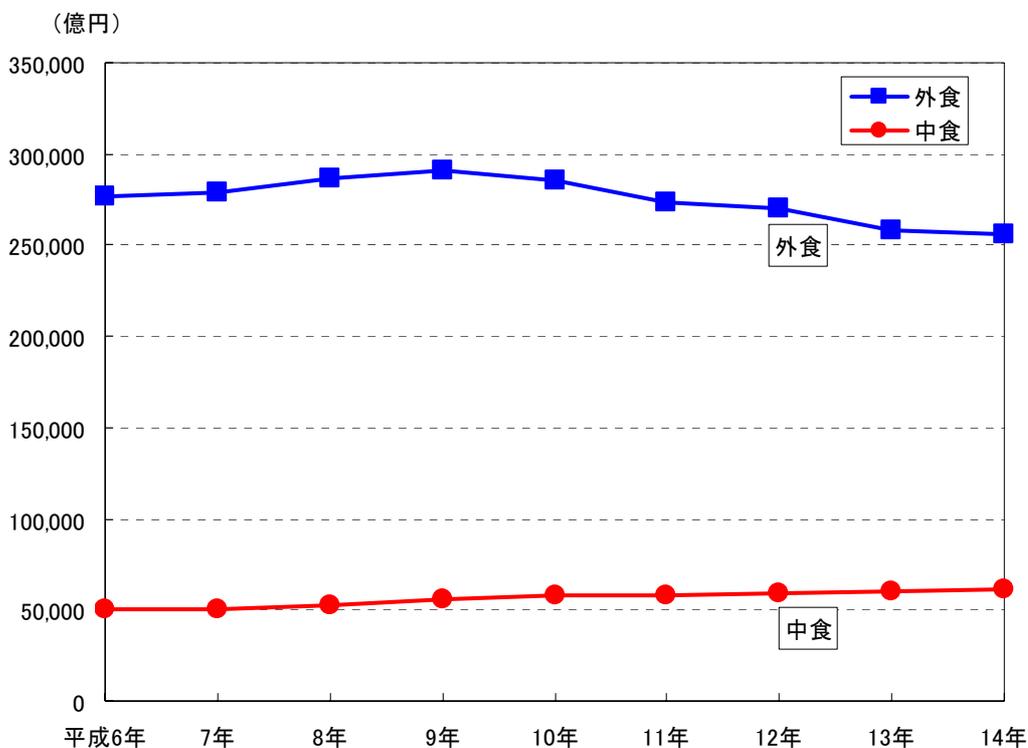
資料: 農林水産省「食料需給表」

(19) 食料支出金額の推移(1世帯当たり年間)



資料:総務省「家計調査年報」  
 注:外食は「一般外食」、中食は「調理食品」、鮮食品は「生鮮魚介」「生鮮肉」「生鮮野菜」「生鮮果物」の合計データを使用。

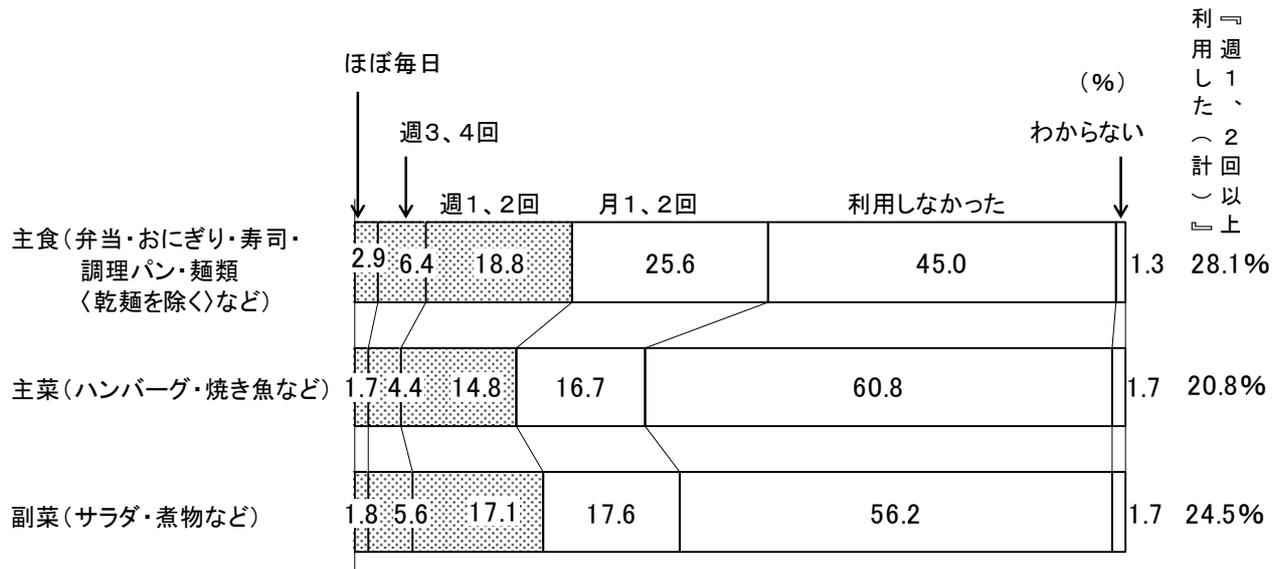
(20) 外食及び中食の市場規模



資料:外食産業総合調査研究センター「外食産業統計資料集」

## (21) 調理済み食品の利用頻度

この1か月、夕食で弁当・調理パン・惣菜などの調理済み食品をどのくらいの頻度で利用したか。

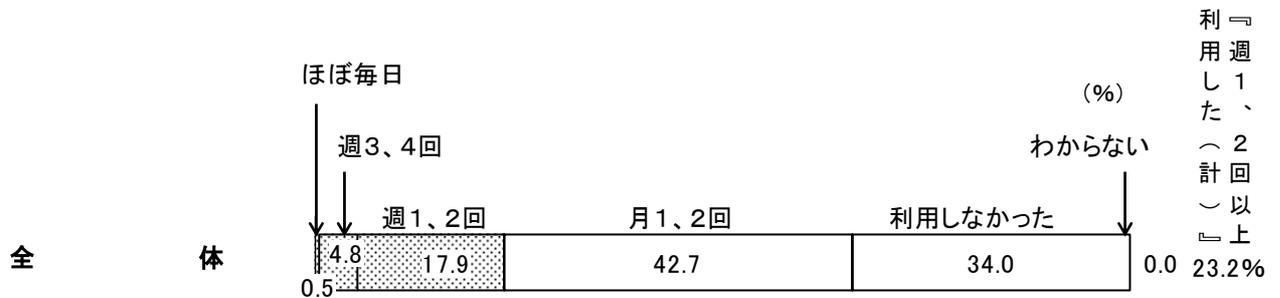


(注)『週1、2回以上利用した(計)』は、「ほぼ毎日」、「週3、4回」、「週1、2回」の合計

資料: 東京都生活文化局「食品の購買意識に関する世論調査(平成16年11月調査)」

## (22) 外食の頻度

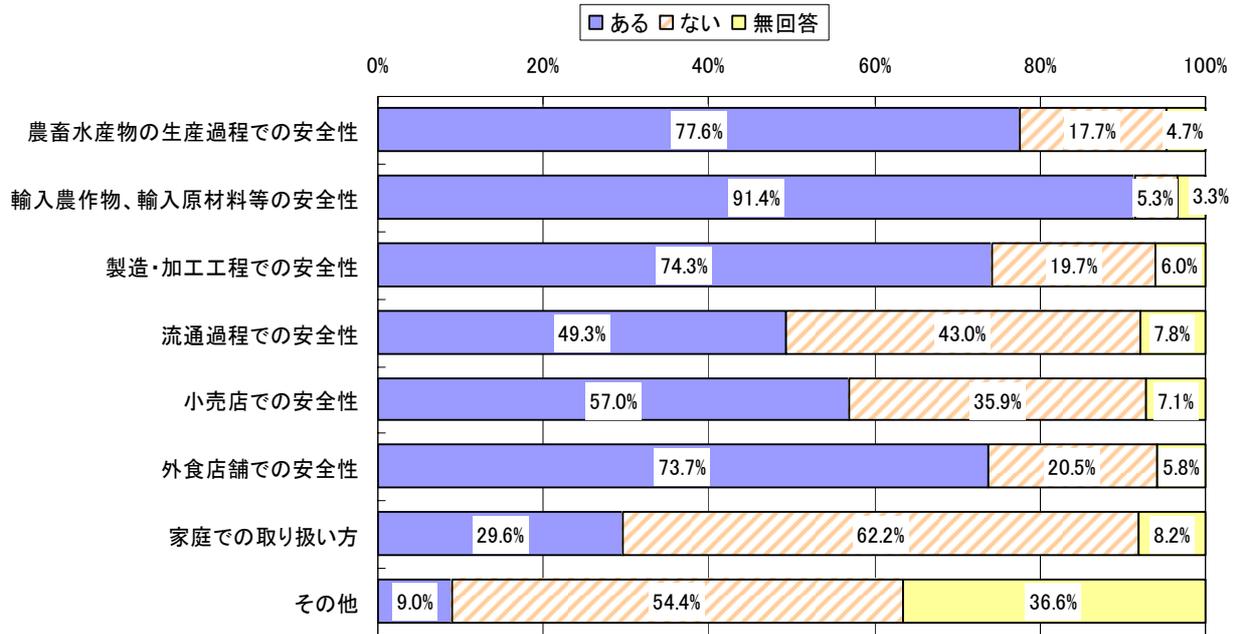
この1か月、夕食の際にどのくらいの頻度で外食したか。



(注)『週1、2回以上利用した(計)』は、「ほぼ毎日」、「週3、4回」、「週1、2回」の合計

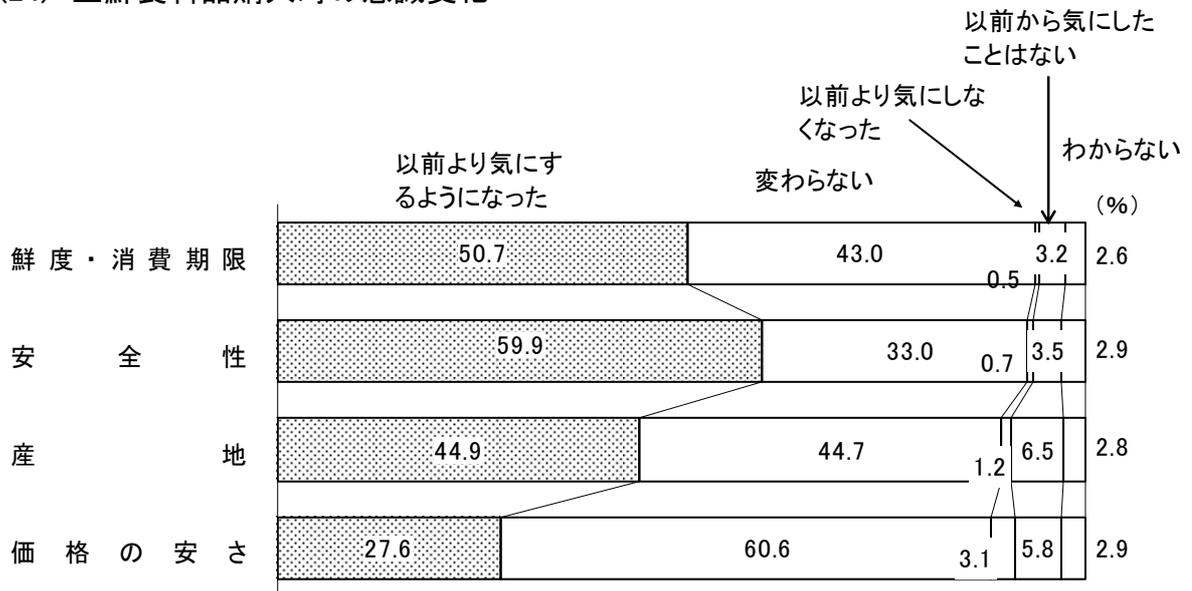
資料: 東京都生活文化局「食品の購買意識に関する世論調査(平成16年11月調査)」

(23) 食品に対する不安



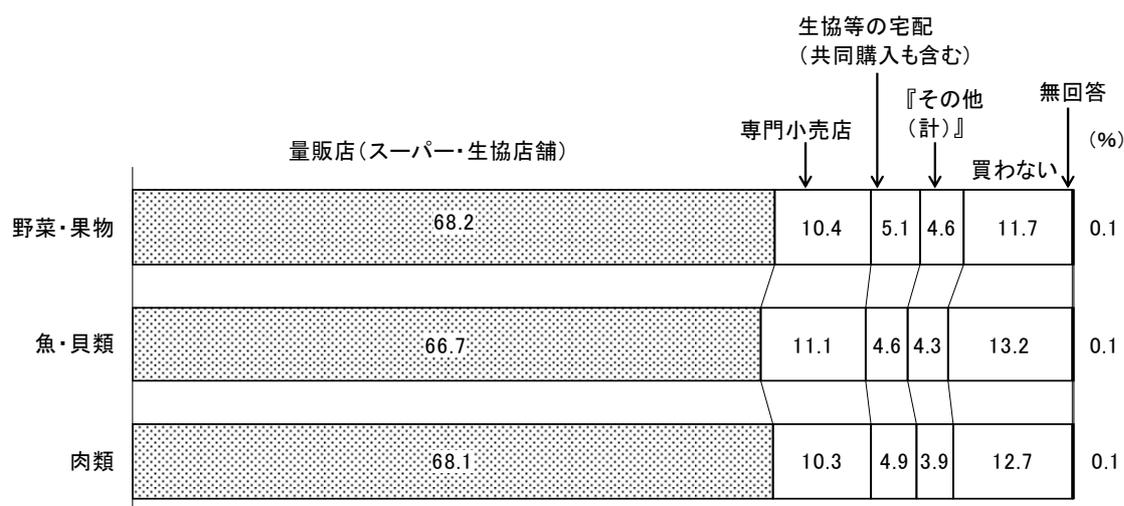
資料：農林水産省「平成15年度食料品消費モニター第1回定期調査結果」

(24) 生鮮食料品購入時の意識変化



資料：東京都生活文化局「食品の購買意識に関する世論調査(平成16年11月調査)」

(25) 野菜・果物、魚・貝類、肉類の購入先



資料: 東京都生活文化局「食品の購買意識に関する世論調査(平成16年11月調査)」

(26) 小売業業態別の商店数、年間販売額の状況

(単位: 店、百万円)

項目		平成6年	平成9年	平成11年	平成14年
合計	商店数	1,499,948	1,419,696	1,406,884	1,300,057
	年間販売額	143,325,065	147,743,116	143,832,551	135,109,295
総合スーパー	商店数	1,804	1,888	1,670	1,668
	年間販売額	9,335,933	9,956,689	8,849,658	8,515,119
専門スーパー	商店数	25,171	32,209	33,381	37,035
	年間販売額	17,134,894	20,439,962	23,121,207	23,630,467
食料品スーパー	商店数	16,096	17,623	18,707	17,691
	年間販売額	13,197,669	14,768,134	16,747,995	15,903,759
コンビニエンス・ストア	商店数	28,226	36,631	39,561	41,770
	年間販売額	4,011,482	5,223,404	6,126,986	6,713,687
うち終日営業店	商店数	13,431	20,535	25,911	32,431
	年間販売額	2,350,559	3,589,314	4,665,429	5,718,584
専門店	商店数	930,143	839,969	921,801	775,847
	年間販売額	61,018,254	59,679,070	62,643,494	52,414,700
食料品専門店	商店数	263,681	230,163	249,287	204,171
	年間販売額	10,451,550	8,810,520	9,206,841	7,410,264
中心店	商店数	427,099	385,748	318,161	361,470
	年間販売額	32,579,153	31,534,579	23,958,394	26,192,047
食料品中心店	商店数	185,509	154,736	131,465	140,172
	年間販売額	9,429,665	7,767,134	6,680,212	6,777,101

資料: 経済産業省「商業統計調査結果報告 業態別統計編」

注) 平成14年調査において業態定義を見直しており、11年の数値(簡易調査)は14年と同定義で再集計したものである。

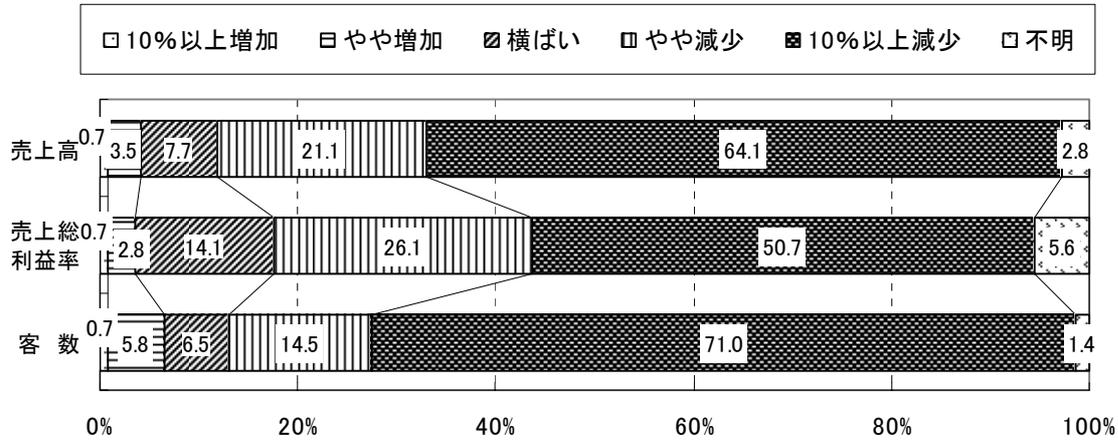
\*食料品スーパー: セルフ販売、売場面積250平方メートル以上、取扱商品のうち「食」が70%以上

食料品専門店: 非セルフ販売、取扱商品のうち「食」が90%以上

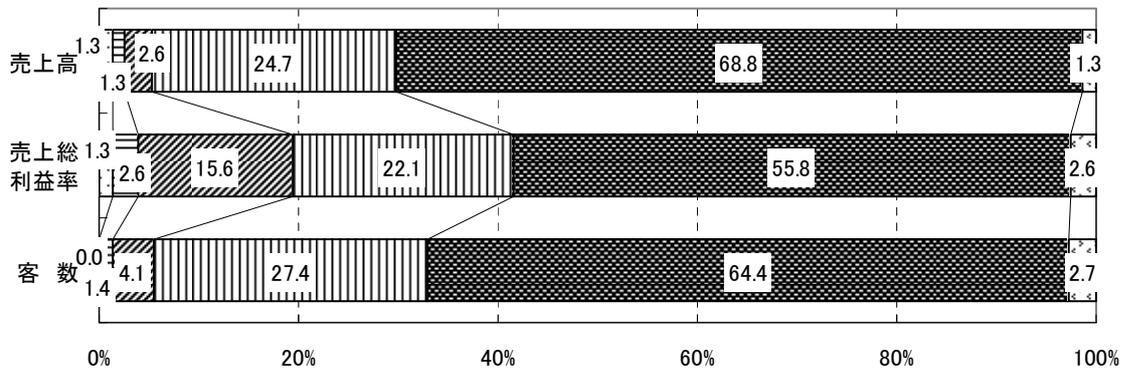
食料品中心店: 非セルフ販売、上記専門店を除く、取扱商品のうち「食」が50%以上

(27) 3年前と比較した経営成果等の推移

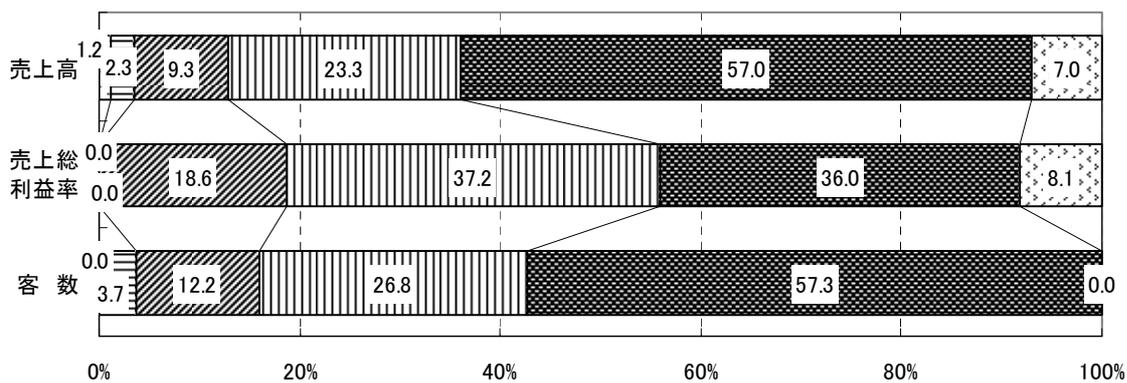
(青果小売業)



(鮮魚小売業)



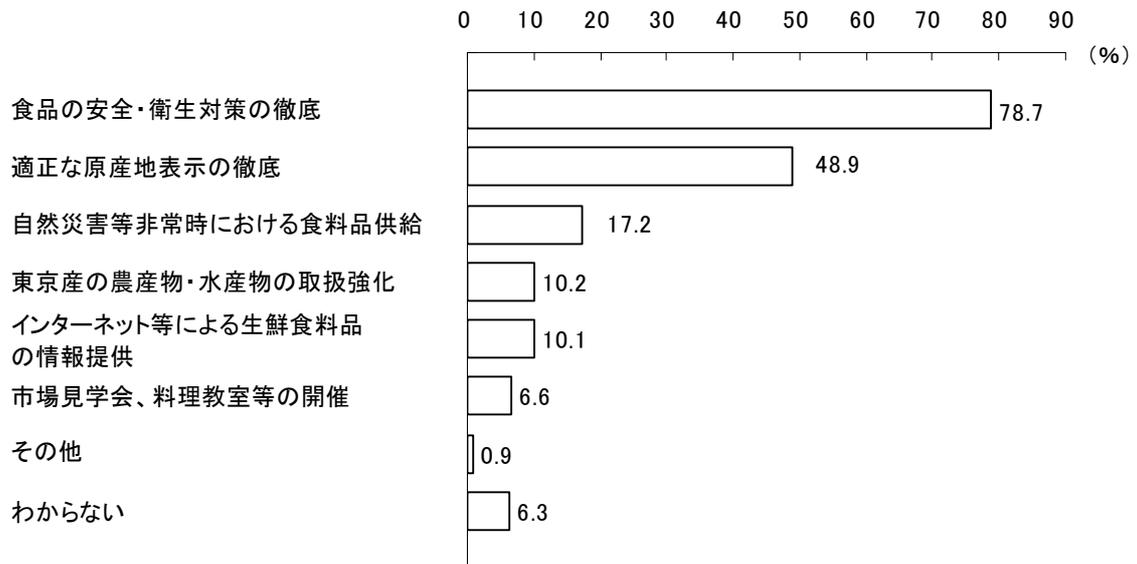
(食肉小売業)



資料：東京都産業労働局「平成15年版東京都中小企業経営白書（流通産業編）」

## (28) 卸売市場への要望

今後さらに卸売市場に望むことは何か。



資料:東京都生活文化局「食品の購買意識に関する世論調査(平成16年11月調査)」

## (29) 「危機管理マニュアルーFor the Safe Marketー」(概要)

### < 目的 >

消費者の視点に立って、食品の安全・安心と安定供給を確保する。

### < 内容 >

#### 1 市場における危機管理対策の意義

市場における食品の安全・安心の確保や安定供給の機能を脅かす事態(危機)を事前に想定し、これらの事態発生未然防止を図るとともに、万一発生した場合にあってもその被害を最小限にとどめるため、組織的に対応する。

#### 2 危機管理の3原則

市場は生鮮食料品を大量に取り扱い、安定的に供給する役割を持っているが、この市場流通の中で事故、事件等が発生した場合には、都民の健康や食生活に直接的に大きな影響を及ぼす。

このため、市場における危機管理は、次の3点を原則とする。

(1) 人の健康を損なう恐れのある食品は市場に受け入れない、市場から出さない。

(2) 食品事故の危害の拡大防止のため、危険情報は迅速に公開する。

(3) 生鮮食料品の安定供給を図るため、市場機能を維持する。

#### 3 危機管理対策の対象と個別の危機管理対策

##### (1) 危機管理対策の対象

市場における危機管理対策は、食品汚染、BSE、表示義務違反などの食品に関する事故・事件から自然災害等に及ぶあらゆる事態を対象とする。

##### (2) 個別の危機管理対策

###### ステップ1 (予防型危機管理対策)

安全・衛生等に係る予防体制の整備への対応

施設管理における各種事態への対応

###### ステップ2 (リスク回避型危機管理対策)

危険食品等の搬入停止措置等への対応

台風・雪害等あらかじめ想定される自然災害への対応

犯罪の事前予告のあった場合への対応

###### ステップ3 (事態対応型危機管理対策)

火災等の事故への対応

牛海綿状脳症(BSE)への対応

口蹄疫への対応

感染症・食中毒への対応

食品衛生法違反への対応

食品表示違反への対応

#### 4 東京都中央卸売市場危機管理対策本部の設置

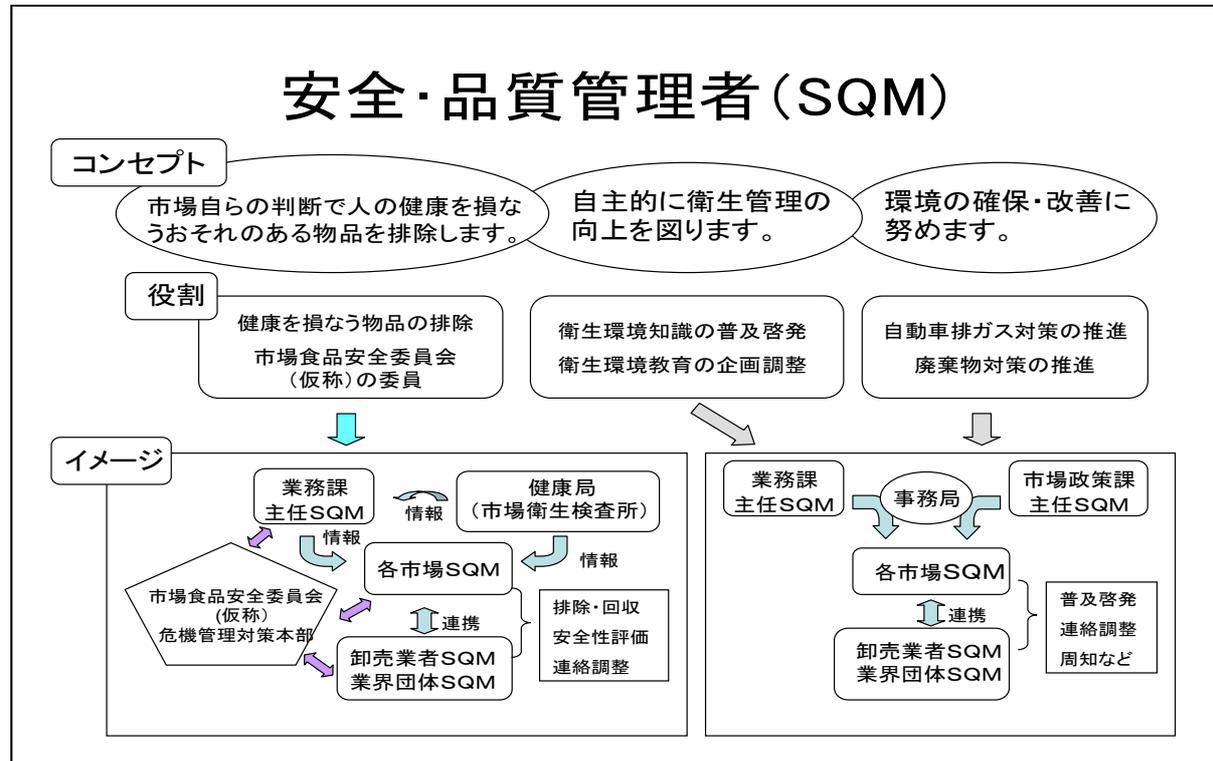
各種の事態が発生した場合に、中央卸売市場として局全体で迅速かつ的確な危機管理体制を実施するため「東京都中央卸売市場危機管理対策本部」を設置する。

(30) 東京都中央卸売市場「安全・品質管理者」の設置(概要)

1 目的

中央卸売市場で取り扱われる物品の安全性の確保を図るとともに、衛生・環境水準の向上を図り、取り扱われる物品の信頼性を高めるため、安全・品質管理者（SQM（セイフティ&クオリティ・マネージャー））を設置する。

2 概要



3 職務

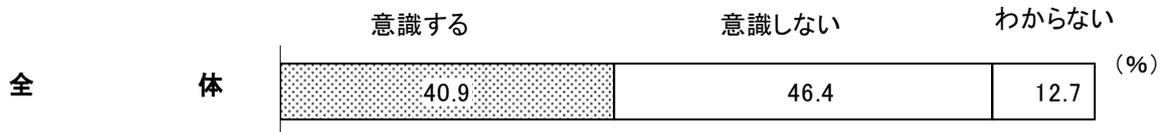
- (1) 市場内の衛生・環境水準の向上に向けた普及啓発に関すること
- (2) 市場内の衛生・環境水準の向上に向けた研修・講習に関すること
- (3) 人の健康を損なうおそれのある物品等の排除・回収に関すること
- (4) 感染症発生時の消毒など危害の拡大防止対策に関すること
- (5) 食品の安全性及び表示の適正性評価に関すること
- (6) 自動車排気ガス対策の推進に関すること
- (7) 廃棄物対策の推進に関すること
- (8) 食品リサイクルの普及に関すること

4 選任

- 各市場の東京都職員から 2 名程度
- 各卸売業者から 3 名程度
- 業界団体から 3 名程度

(31) 「トレーサビリティ」に対する意識

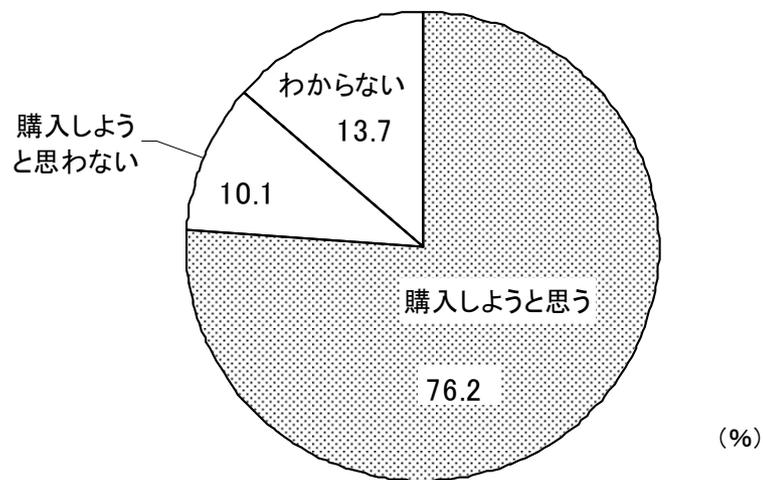
「トレーサビリティ」について説明した後で、生鮮食料品を購入する際、「トレーサビリティ」を意識するかどうかを聞いた。



資料:東京都生活文化局「食品の購買意識に関する世論調査(平成16年11月調査)」

(32) 「トレーサビリティ」に対応した割高な生鮮食料品の購入意向

生鮮食料品購入時に「トレーサビリティ」を「意識する」と答えた人に、「トレーサビリティ」により安全・安心を確保した割高な生鮮食料品の購入意向を聞いた。



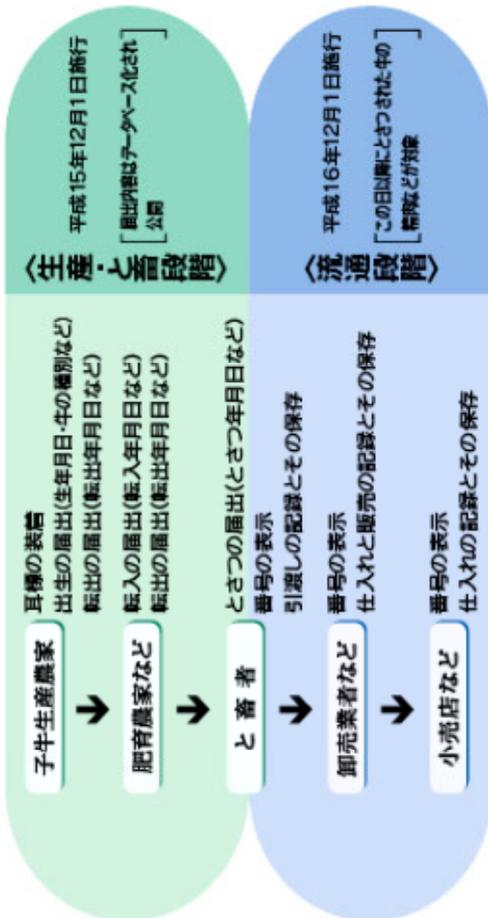
資料:東京都生活文化局「食品の購買意識に関する世論調査(平成16年11月調査)」

(33) 牛肉のトレーサビリティ

◎牛肉のトレーサビリティとは



(注1) 食肉加工業者などが設定する番号です。ロット番号を表示する場合には、対応する個体識別番号の問い合わせ先をあわせて表示することになっています。  
 (注2) ひき肉や小間切肉、タンやホルモン、加工品などは除きます。



◆(独)家畜改良センターのホームページにアクセスし、個体識別番号を入力することで、その牛の情報をみることができます。

<http://www.nlbc.go.jp/>

※対応出来ない機種もあります。

※対応出来ない機種もあります。

入力手順

- トップページのここをクリック
- 次のページの下の「了解」をクリック
- 個体識別番号を入力してクリック

さらに次のページで個体識別番号を入力してクリック

この番号の牛について、株式会社家畜改良センターに届け出られている情報は以下のとおりです。

個体識別番号: 1000020018

出生の年月日	母牛の個体識別番号	種別(品種)
H14.06.05	0123456789	黒毛和種

飼養内容	異動年月日	飼養場所所在地	氏名又は名称
1 出生	H14.06.05	白河郡西郷村	家畜改良センター
2 転出	H15.02.04	白河郡西郷村	家畜改良センター
3 転入	H15.02.04	-	-
4 肉存(肉)	-	-	-
5 転出	H16.11.30	-	-
6 検入	H16.11.30	茨城県茨城県	(株)岩手畜産流通センター
7 と畜	H16.12.01	茨城県茨城県	(株)岩手畜産流通センター

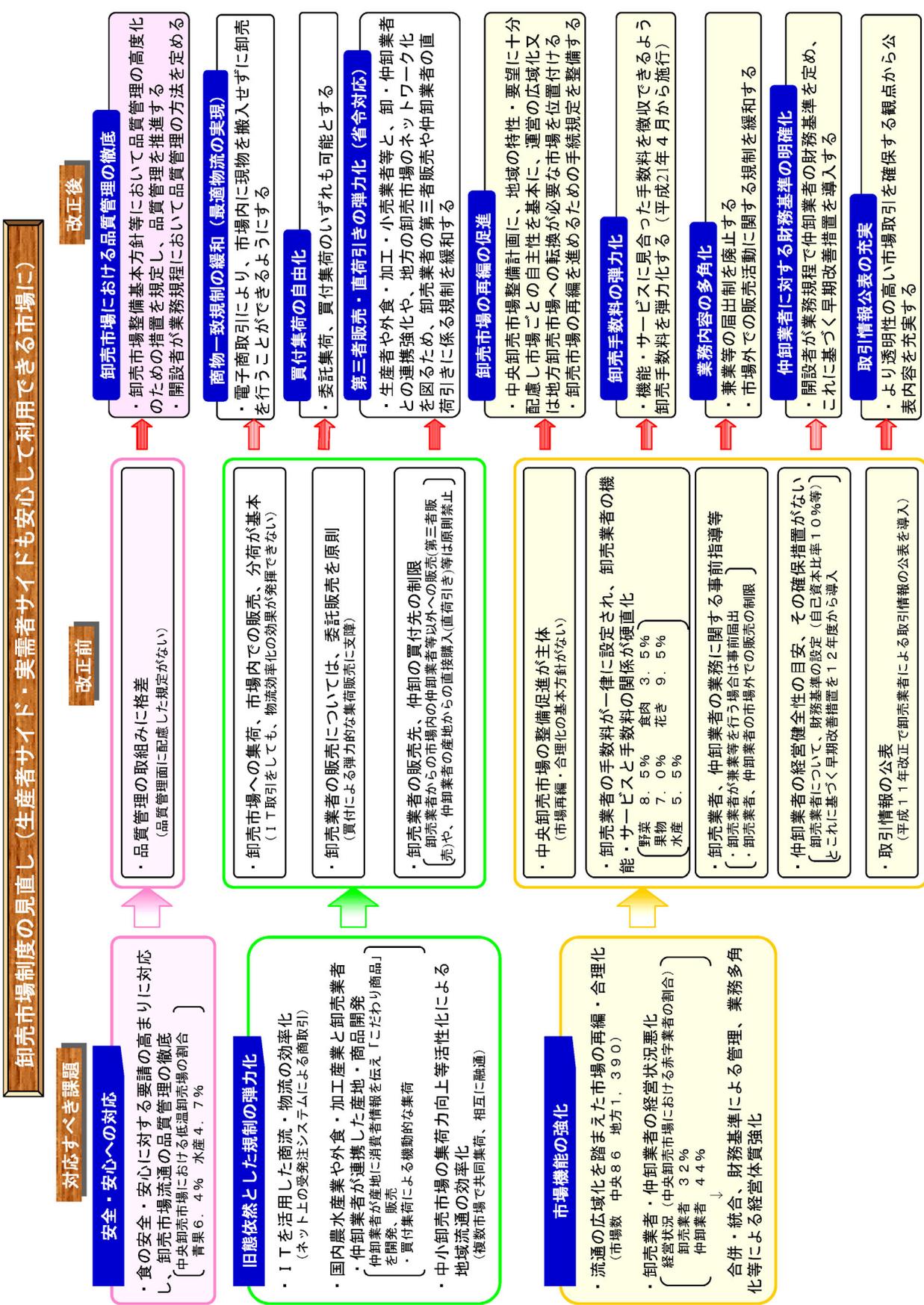
この牛が和牛であることがわかります。

飼養施設の所在地及び管理者の氏名又は名称の欄は、本人の同意が得られている場合にのみ表示されます。と畜場はすべて表示されます。

福島県で約8カ月、岩手県で約22カ月飼養されているので、この牛が「岩手県産」であることがわかります。

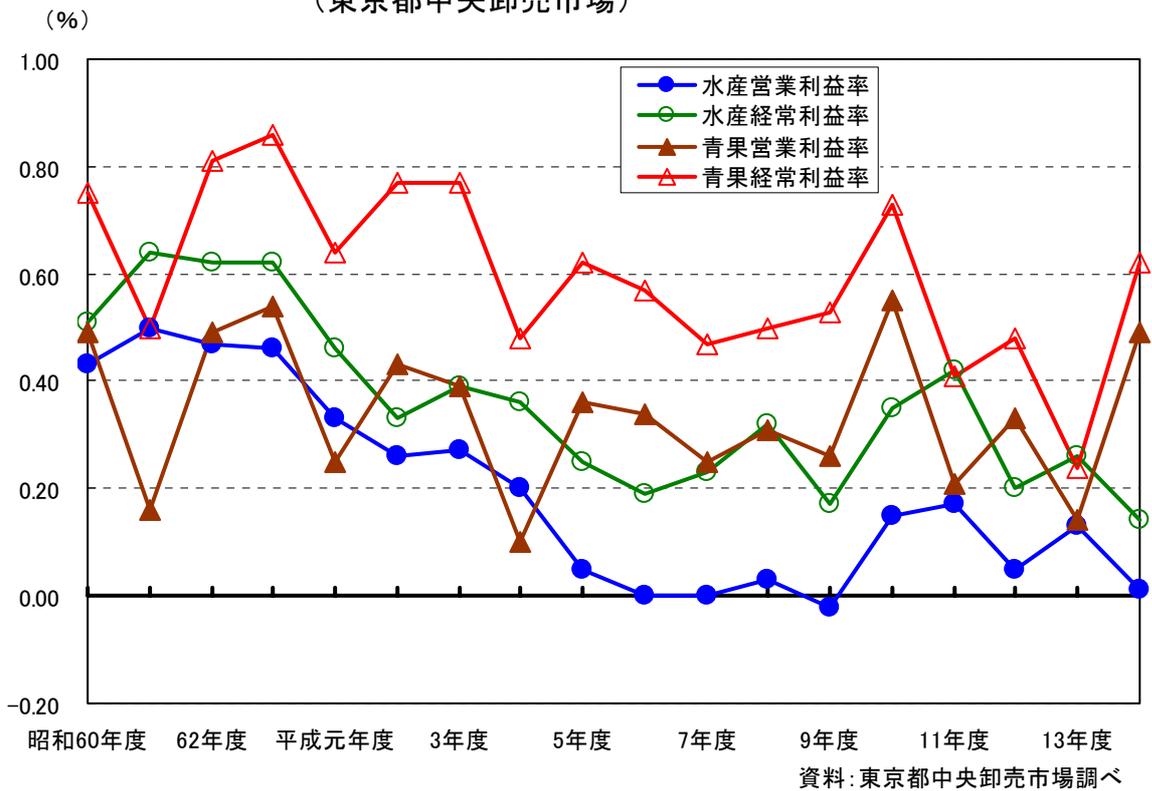
資料: 農林水産省「牛肉のトレーサビリティについて(消費者向けパンフレット)」より抜粋

(34) 卸売市場制度の見直し

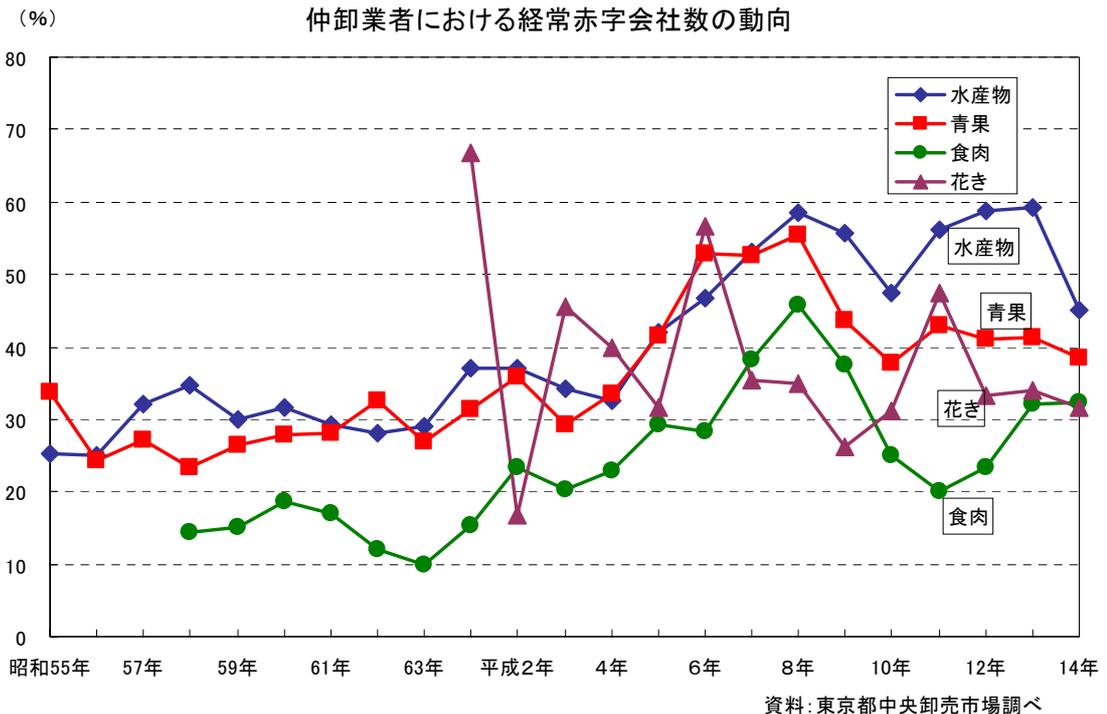


資料：農林水産省「卸売市場制度の見直し（生産者サイド・実需者サイドも安心して利用できる市場に）」

(35) 水産物部、青果部の卸売業者の利益率(営業・経常)の推移  
(東京都中央卸売市場)



(36) 仲卸業者の経営状況(東京都中央卸売市場)

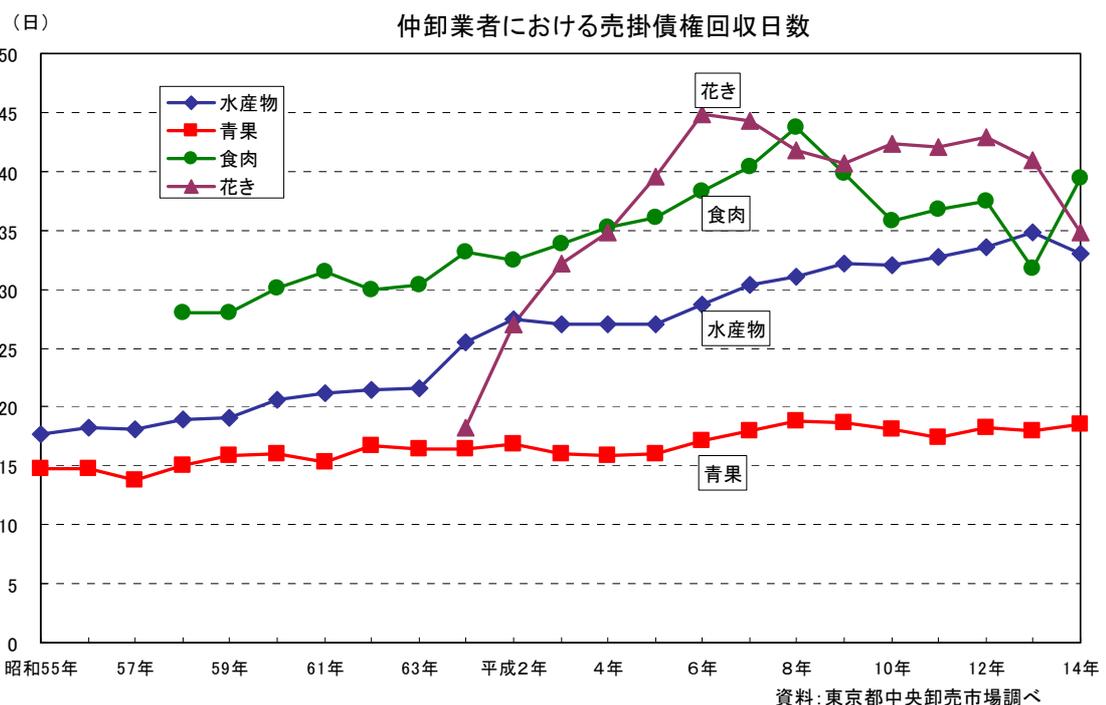


売上高10億円未満の仲卸業者数の割合

(単位: %)

部 類	平成10年	11年	12年	13年	14年
水産物	86.0	87.2	87.2	89.2	89.0
青果	66.0	64.3	66.5	66.8	67.0
食肉	47.7	40.6	36.7	36.0	36.0
花き	88.1	87.5	86.7	85.4	85.0
全 体	78.8	78.9	80.0	81.5	81.3

資料: 東京都中央卸売市場調べ



(37) 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	仲卸売場棟	事務所棟	冷蔵庫棟
築30年以上経過した施設数の割合	33.3%	77.8%	54.5%	14.3%

注:(1)各項目の数値は、財産台帳による。

注:(2)数字は平成16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）	65
東京都卸売市場審議会の審議経過	66
東京都卸売市場審議会計画部会の審議経過	67
東京都卸売市場審議会委員名簿	68

16中管市第106号

平成16年7月22日

東京都卸売市場審議会

会長 高橋 俊龍 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し、消費生活の安定に資するため必要な  
卸売市場整備の基本方針について

(諮問理由)

卸売市場法の改正を踏まえ、現行の東京都卸売市場整備計画を改定する必  
要があるため。

## 東京都卸売市場審議会の審議経過

回	日 程	内 容
第 59 回	平成 16 年 7 月 22 日(木)	(1) 諮問 - 東京都卸売市場整備基本方針について - (2) 審議の進め方等について 東京都卸売市場整備計画（平成 17 年度～26 年度）の策定について 東京都卸売市場審議会計画部会の設置及び検討スケジュールについて 東京都卸売市場整備計画（第 7 次・平成 13 年度～22 年度）の実施状況について
第 61 回	平成 17 年 2 月 9 日(水)	東京都卸売市場整備基本方針(案) - 計画部会の検討状況について -
第 62 回	平成 17 年 4 月 26 日(火)	東京都卸売市場整備基本方針の答申について

## 東京都卸売市場審議会計画部会の審議経過

回	日 程	内 容
第 1 回	平成 16 年 8 月 9 日(月)	生鮮食料品流通の現状と課題
第 2 回	平成 16 年 9 月 3 日(金)	市場における取引の現状と課題
		市場業者の経営の現状と課題
		市場の環境対策の現状と課題
第 3 回	平成 16 年 9 月 28 日(火)	市場の衛生管理と品質管理
		市場の整備及び管理・運営の現状と課題
		情報化と物流の現状と課題
第 4 回	平成 16 年 10 月 21 日(木)	市場財政の現状と課題
		各市場の現状と課題
		卸売市場の再編・統合の基準等
第 5 回	平成 16 年 11 月 24 日(水)	市場関係者ヒアリング ( 青果・水産、地方卸売市場関連業界団体 )
第 6 回	平成 16 年 11 月 30 日(火)	市場関係者ヒアリング ( 花き、食肉、関連事業者業界団体 及び流通関係者 )
第 7 回	平成 17 年 1 月 13 日(木)	市場関係者ヒアリング ( 流通関係者 )
		基本方針(案)( 検討状況報告 )の作成
第 8 回	平成 17 年 3 月 28 日(月)	基本方針(案)( 最終報告 )の作成

## 東京都卸売市場審議会委員名簿

第 17 期（平成 16 年 2 月 10 日～平成 18 年 2 月 9 日）

（敬称略）

氏 名	役 職
会 長 高 橋 俊 龍	元東京都副知事
会長代理 大 森 國 裕	財団法人 東京都弘済会理事長
委 員 上 原 征 彦	明治大学大学院 グローバルビジネス研究科教授
委 員 福 田 順 子	城西国際大学経営情報学部教授
委 員 横 山 彰	中央大学総合政策学部教授
委 員 川 島 霞 子	東京都地域婦人団体連盟会長
委 員 伊 藤 裕 康	東京都水産物卸売業者協会会長
委 員 川 田 一 光	東京中央市場青果卸売会社協会会長
委 員 鈴 木 恒 年	足立区長
委 員 土 屋 正 忠	武蔵野市長
委 員 石 井 義 修	東京都議会議員
委 員 柿 沢 未 途	東京都議会議員
委 員 立 石 晴 康	東京都議会議員
委 員 三 原 將 嗣	東京都議会議員
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