

第2章 新市場のコンセプト

1 消費と流通の変化への対応

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

都民の台所、首都圏3300万人の基幹市場

卸売市場では、流通チャネルの多元化や市場間競争が進むなかで、大規模集散市場と、大規模集散市場に集荷を依存する市場への機能分化が進んでいる。

築地市場に集中する首都圏の膨大な需要に応えるため、新市場は、都民の台所としての役割に加え、首都圏一円の卸売市場への供給を担う基幹市場とする。

出荷者、買出人の期待に応える市場

出荷者は、場内物流コストの削減や消費者ニーズに関する情報提供を市場に求めている。買出人は、専門店、チェーン店、ディスカウント店などに業態が多様化し、市場に取引・物流システムの再構築を求めている。

このため、新市場は、品揃えの充実、情報発信機能の強化、衛生的で効率的な物流サービスの提供などを行い、出荷者、買出人の期待に応えている。

食の安全と安心、健康と豊かさを提供する市場

食品の衛生管理や安全性確保は、市場が担うべき基本的使命である。

新市場は、食品の安全性や表示等に対する消費者の信頼に応えるため、温度帯別商品管理や衛生管理、品質表示等の整備を行い、都民の健康と豊かさを提供する。

IT化やグローバル化など将来の流通の変化に対応できる市場

IT化の進展に伴い、インターネット等を利用した新しいビジネスモデルが出現している。また、輸入自由化や規制緩和などにより、生鮮食料品流通の国際化が進展し、海外の大手流通業者の日本進出も増えている。

IT化やグローバル化の進展は、将来の生鮮食料品流通を大きく変える可能性があり、新市場は将来の変化にも柔軟に対応できる市場とする。

2 地域のまちづくりと環境への配慮

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

車両による排気ガス・騒音を抑制

都民の健康と東京の環境を守るため、都はディーゼル車対策に取り組んでいる。市場活動に伴う大気汚染等の負荷の低減は、市場の重要課題である。

新市場では、モーダルシフトや共同配送の推進による交通発生量の抑制、十分な駐車場の確保による路上駐車禁止、円滑な車両誘導等を実現し、排気ガス、騒音を抑制する。

省エネ・リサイクル推進で環境負荷を低減

限られた資源を有効に活用し、地球温暖化等の環境破壊を防ぐため、省資源、省エネルギー型の市場づくりが求められている。

新市場では、生ごみや包装容器などの発生抑制、減量化、再資源化を推進するほか、最新の省エネルギー技術を導入して環境負荷の低減を図る。

地域の景観と調和した緑豊かな市場

これまでの市場は、生鮮食料品の流通拠点としての効率性を重視するあまり、地域のまちづくりへの配慮が十分とは言えない面があった。

新市場は、豊洲地区が持つ、優れた景観や眺望に配慮した緑豊かな市場とし、地域のまちづくりに貢献する。

3 都民と消費者に開かれた市場づくり

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

市場関係者が、新商品や内外のマーケット情報を求めて集まる場

新市場が基幹市場としての役割を果たすためには、生鮮食料品の生産、流通、消費に関する多様な情報を収集・発信する仕組みを設ける必要がある。

新市場は、小売業者、飲食業者へのリテールサポート機能を充実し、新商品や内外のマーケット情報を求める市場関係者で賑わう市場とする。

消費者が多様な食材、食の創造に出会える場

食品の安全性に対する消費者の信頼の確保、健康に優れた日本型食生活の継承に市場が一翼を担うべき時代が来ている。

新市場は、消費者が多様な食材や食の創造に出会える、開かれた市場とする。