

審 議 事 項

平成25年における臨時休業日及び臨時開場日の設定について

1 【花き部】	1
2 【食肉部】	3
3 【水産物部・青果部】	5
(資料1) 市場利用あり方検討会における休開市設定に関する 検討のまとめ	8
(資料2) 休市への対応に関する実態調査結果等のまとめ	12
(資料3) 「平成25年における臨時休開市日の設定について」 [青果部・水産物部] 全国中央卸売市場協会	28
(資料4) 東京都中央卸売市場条例(抜粋)	29

平成25年における臨時休業日及び臨時開場日の設定について（案）

平成25年における臨時休業日及び臨時開場日の設定については、生鮮食料品等の円滑な流通を担う市場としての機能を損なわないように配慮して、次のように設定する。

1 【花き部】

第1 設定の考え方

1 臨時休業日

臨時休業日は、市場ごとに花きの需要特性を考慮して設定する。

2 臨時開場日

花き部の取引は、年間を通して、切花が月・水・金、鉢物が火・木・土の各曜日に行われている。このため、国民の祝日を臨時開場日とするほか、松・千両の取引日として、12月の日曜日に開場日を設定する。

第2 平成25年の実施日

1 臨時休業日

- ・全市場共通（1日） 12月30日（月）
- ・北足立市場（3日） 2月23日（土）、8月15日（木）、8月17日（土）
- ・大田市場（2日） 2月23日（土）、8月17日（土）
- ・板橋市場（54日） 毎週木曜日、2月23日（土）、8月13日（火）、8月17日（土）
- ・葛西市場（12日） 1月24日（木）、1月31日（木）、2月の毎週木曜日、8月の毎週木曜日、8月13日（火）、
- ・世田谷市場（1日） 8月15日（木）

2 臨時開場日

- ・全市場共通（17日）
1月4日（金）、1月14日（月）、2月11日（月）、3月20日（水）、
4月29日（月）、5月3日（金）、5月4日（土）、5月6日（月）、
7月15日（月）、9月16日（月）、9月23日（月）、10月14日（月）、
11月4日（月）、11月23日（土）、12月8日（日）、12月15日（日）、
12月23日（月）

（注）臨時開場日のうち、12月8日（日）は「松市」、12月15日（日）は「千両市」とする。

平成25年臨時休開市日【花き部】(案)

営業日数 311 日

1月 (24日)						
日	月	火	水	木	金	土
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

2月 (24日)						
日	月	火	水	木	金	土
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28		

3月 (26日)						
日	月	火	水	木	金	土
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

4月 (26日)						
日	月	火	水	木	金	土
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

5月 (27日)						
日	月	火	水	木	金	土
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

6月 (25日)						
日	月	火	水	木	金	土
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

7月 (27日)						
日	月	火	水	木	金	土
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			




8月 (27日)						
日	月	火	水	木	金	土
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

9月 (25日)						
日	月	火	水	木	金	土
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

10月 (27日)						
日	月	火	水	木	金	土
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

11月 (26日)						
日	月	火	水	木	金	土
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

12月 (27日)						
日	月	火	水	木	金	土
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

凡・ は条例上の休業日 (70日)  は臨時休業日 (1日)  は臨時開場日 (17日)

その他各市場臨時休業日

北足立市場: 2月23日、8月15日、8月17日

大田市場: 2月23日、8月17日

板橋市場: 毎週木曜日、2月23日、8月13日、8月17日

葛西市場: 1月24日、1月31日、2月の毎週木曜日、8月の毎週木曜日、8月13日

世田谷市場: 8月15日

2【食肉部】

第1 設定の考え方

1 臨時休業日

臨時休業日は、4週8休型を基本に、需要の増加する12月を除き、原則として毎週土曜日に設定する。

また、8月に夏休みを設定する。

2 臨時開場日

臨時開場日は、5月の4連休の回避、12月における需要増への対応のために設定する。

第2 平成25年の実施日

1 臨時休業日（47日）

毎週土曜日とする。ただし、12月の各土曜日を除く。

夏休みは8月16日（金）とする。

2 臨時開場日（2日）

5月3日（金）、12月23日（月）とする。

平成25年臨時休開市日【食肉部】(案)

営業日数 248 日

1月 (18日)

日	月	火	水	木	金	土
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

2月 (19日)

日	月	火	水	木	金	土
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28		

3月 (20日)

日	月	火	水	木	金	土
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

4月 (21日)

日	月	火	水	木	金	土
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

5月 (22日)

日	月	火	水	木	金	土
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

6月 (20日)

日	月	火	水	木	金	土
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

7月 (22日)

日	月	火	水	木	金	土
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

8月 (21日)

日	月	火	水	木	金	土
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

9月 (19日)

日	月	火	水	木	金	土
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

10月 (22日)

日	月	火	水	木	金	土
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		


11月 (20日)


日	月	火	水	木	金	土
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

12月 (24日)

日	月	火	水	木	金	土
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

凡：  は条例上の休業日 (72日)

 は臨時休業日 (47日)

 は臨時開場日 (2日)

3 【水産物部・青果部】

第1 設定の考え方

1 臨時休業日

(1) 4週6休型を基本に、原則として毎月第2番目・第4番目の水曜日に設定する。

(2) 市場の休業の試行として、1月、2月、3月、6月の第1週及び第3週について水曜日を臨時休業日とする。

そのうち、1月30日、2月20日、3月6日は青果部のみの臨時休業日とする。

(3) 8月に夏休みを3日設定する。(8月14日、8月15日、8月16日)

2 臨時開場日

5月の祝日等による4連休を回避するため、5月3日を臨時開場日とする。

また、年末の需要増に対応するため12月23日を臨時開場日とする。

第2 平成25年の実施日

1 臨時休業日

・共通(25日)

1月9日(水)、1月23日(水)、2月6日(水)、2月27日(水)、
3月13日(水)、3月27日(水)、4月10日(水)、4月24日(水)、
5月22日(水)、6月5日(水)、6月12日(水)、6月19日(水)、
6月26日(水)、7月10日(水)、7月24日(水)、8月14日(水)、
8月15日(木)、8月16日(金)、8月28日(水)、9月11日(水)、
10月9日(水)、10月23日(水)、11月13日(水)、11月27日(水)、
12月11日(水)

・青果部(3日)

1月30日(水)、2月20日(水)、3月6日(水)

2 臨時開場日(2日)

5月3日(金)、12月23日(月)

平成25年臨時休開市日【水産物部】【青果部】(案)

営業日数 272 日 (ただし、青果部は269日)

日	月	火	水	木	金	土
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

日	月	火	水	木	金	土
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28		

日	月	火	水	木	金	土
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

日	月	火	水	木	金	土
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

日	月	火	水	木	金	土
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

日	月	火	水	木	金	土
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

日	月	火	水	木	金	土
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

日	月	火	水	木	金	土
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

日	月	火	水	木	金	土
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

日	月	火	水	木	金	土
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

日	月	火	水	木	金	土
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

日	月	火	水	木	金	土
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

凡例：
 ■ は条例上の休業日 (70日)
 ● は臨時休業日 (25日)
 ◉ は臨時開場日 (2日)
 ☆ 青果部のみ臨時休業日 (3日)

市場利用あり方検討会における 休開市設定に関する検討のまとめ

1 市場利用あり方検討会の設置と検討経過

(1) 設置の目的

市場利用あり方検討会は、東京都中央卸売市場の利用のあり方について、専門的な調査及び検討を行うため設置し、学識経験者 4 名でデータ等に基づき客観的立場から検討することとした。

(2) 検討事項及び検討期間

取引実態・物流実態に即した市場利用について、2 年間をかけて検討することとした。

具体的には、前期（平成 23 年 11 月から同 24 年 8 月）は、市場の休開市日に関係する検討を行い、平成 25 年の休開市日の設定に反映させることとした。また、後期（平成 24 年 9 月から同 25 年 8 月）は、休市対応や取引の実態に即した市場利用のあり方について、必要に応じて条例・規則の改正等も視野に入れて検討することとした。

(3) 検討会の構成委員（4 名）

（敬称略）

座長(政策)	横山 彰	中央大学総合政策学部教授
委員(経営)	木立真直	中央大学商学部教授
委員(物流)	矢野裕児	流通経済大学流通情報学部教授
委員(労働)	小倉一哉	早稲田大学商学学術院准教授

(4) 検討状況

まず、水産物部及び青果部の卸売業者・仲卸業者・小売買出人それぞれから、休市への考え方、水産・青果分離への考え方、労働環境の考え方等についてヒアリングを行った。次に、これらを実証するため、市場業者に対する営業実態調査や買い回り、小売・量販店ニーズの把握、生産者ニーズの把握等を行った。

これらの調査結果の検証を通じて、休開市の方向性について議論し、休開市のあり方（案）について再び市場業者との意見交換を行った後、とりまとめを行ったものである。

平成23年11月から同24年6月までの検討状況は以下のとおり。

年月日	事項	検討内容
平成23年 11月18日	第1回検討会	○ 検討方針、運営方法の協議 ○ 水産物部ヒアリング、青果部ヒアリング
平成24年 2月から4月	実態調査等	○ 実態調査（市場関係者） ○ 業界ヒアリング（大手量販店、買参人等）
平成24年 5月15日	第2回検討会	○ 調査結果等の検証 ○ 休開市設定の方向性について
平成24年6月 15日、19日	第3回検討会、 第4回検討会	○ 休開市設定のあり方（案）に関する業界ヒアリング ○ 休開市設定のあり方のまとめについて ※7月中旬に最終調整の上、3方針を決定

2 休開市に関する委員の主な意見

休開市設定の方向性について、委員から出された主な意見は以下のとおり。

【休開市設定の基本的方向性について】

- ・市場活性化や労働環境改善を主眼として、公共性とバランスをとりながら、休市増を進めるべき。
- ・休市増にはメリットが多いはずであり、メリット・デメリットを整理しておくことが必要。
- ・労働環境の改善が人材確保につながるという点に加え、コストベネフィットについてさらに分析があったほうがいい。
- ・商品の供給や品質保持できる対応をしたうえで休市設定を進めていくべき。
- ・青果・水産の買い回りという点からの総合市場での休開市統一の必要性は、部分的と捉えられる。
- ・事実からルールが出来るというよりは、長期的には増加させていくというルールを都が設定して大きな流れに合わせてもらうようにする。
- ・公の市場として、休市増は差引で得をする便益が大きいという合理性、市場外の毎日稼働に対し休市でいいのかという論理に対する正当性を補強しておくべき。

【卸売市場の役割、求められるもの】

- ・卸売市場が加工食品も含めてフルライン化で生き残る発想は今はなく、品揃えや差別化、取扱技術の専門性が求められている。
- ・公共性の視点として、中小零細事業者への配慮、強者だけが利用できる市場流通ではないという配慮は必要。

【休開市設定と経営について】

- ・市場の仕組みに無駄が多い部分があり、また、消費者ニーズに応じた経営の仕組みを高度化していくため、休市を増やすことが、組織の職能の分担や物流の改善などを見直すきっかけになればいいのではないか。
- ・消費者側のニーズに呼応した休市（対応）と細かい改善と市場活性化、出来れば卸会社の経営戦略とはセットで考えるべき、休市問題はその入り口にすぎない。
- ・市場流通は危機的な前夜にあるかも知れず、今取組みをしないと急激な市場流通の衰退を招くことも念頭に置き、危機感を持った上で、方針を示すことが必要。
- ・卸売会社に対しては、自ら（経営者）の立場のみの問題ではなく、長期的な経営戦略を考えるきっかけであることを強く言うべき。

【市場取引やルールとの関係】

- ・出荷者側の共同加工・共同出荷の動きがあり市場を通さなくなるおそれがあり、共同物流や電子商取引の導入等により市場の対応も変えていくべき。
- ・休市でも実態は対応していることを踏まえ、公平公正な取引や差別的取扱禁止など市場制度の根幹に関わる部分を含めて、仕組みや制度上の対応が必要になってくる。

【休市増と労働環境】

- ・労働環境は重要だが、休みを増やしたから労働環境がよくなるということではないので、きちんとした体制を作るよう考えてほしい。
- ・多くの関係者（経営者・従業員）は人材確保のためには休市増がいいと言っているが、現実的には余裕のあるところしか対応できない。
- ・休市増と休市対応により、月給制の場合は人件費を減らすのは簡単ではなく、法律面での問題もある。人事コンサルタントをうまく活用することはできないか。

3 休開市設定のあり方（前期検討のまとめ）

アンケート調査などの客観的データや、水産物部、青果部の事業の違い等に基づき、休開市設定のあり方を以下のように取りまとめた。

方針1 休開市日設定の基本的な方向

市場活性化や労働環境の改善を図る観点から、水産物部と青果部の休市日は、長期的には増加させていく方向が望ましい。

方針2 休開市日設定の取り組み方

水産物部と青果部では、物流や取引の形態のほか、収益構造や経営手法、生産地・出荷地の状況など多くの差異があるため、休開市日の設定について異なる扱いも可能である。

方針3 休市日増加の進め方

休市日の増加にあたっては、青果部において先行することが可能な状況であり、その際、生産者側や実需者側、及び他都市の市場に与える影響を配慮しつつ、段階的に進めていくことが望ましい。

- なお、今後の休開市の設定に当たっては、以下のような配慮が必要とされた。
- ・休市増の方向性はよく、労働環境改善と結びつくことは分かりやすいが、市場活性化と休市増の関係を経営効率以外にも理論付けすること。
 - ・水産・青果で異なる休市設定が可能であることは問題ないが、総合市場としての取扱いでは現場対応を丁寧に行うこと。

休市への対応に関する実態調査結果等のまとめ

都では、市場利用あり方検討会の検討に活用するため、平成24年2月から4月にかけて実態調査を行い、以下の市場において休市への対応等に関するアンケート調査と、卸売業者・仲卸業者の財務諸表等からみた経営状況、市場の実需者や輸送業者へのヒアリング結果をとりまとめた。

【アンケート調査の概要】

- 1 調査対象市場 (水産物部) 築地市場、大田市場
(青果部) 築地市場、大田市場、淀橋市場
- 2 調査対象業種 卸売業者、仲卸業者、売買参加者、買出人
- 3 調査期間 平成24年2月～3月
- 4 回収状況

	水産卸	青果卸	水産 仲卸	青果 仲卸	水産 買参	水産 小売	鮪商	青果 買参
対象業者数	8	5	750	291	281	762	1,256	2,738
回収数	8	5	330	211	183	419	121	1,196
回収率	100%	100%	44.0%	72.5%	65.1%	55.0%	9.6%	43.7%

5 アンケート調査の内容

卸売業者・仲卸業者の場合は、市場休市日における業務内容や対応する従業員の労働状況、休市増の影響、市場内での買回りの状況について、買出人の場合は、市場利用日数や休業日の設定、休市日の対応、買い回りの状況について調査した。

このうち、労働状況については、回答にばらつきが多いか、個別の事情を含むものが多いため、概略を示すに止めた。

【ヒアリングの内容】

ヒアリングは、アンケート調査では意見を把握しきれない量販店等や、物流を担う市場関係者である輸送業者（築地市場において主として水産物を取扱う事業者）に対し、市場の利用状況や市場に望むこと等について聴き取りを行った。このうち、休市と関係する内容について概略を記述する。

なお、各見出しの後ろに、「アンケート」、「ヒアリング」の別を記載した。

I 休市増と経営の関係

1 卸売業者の取扱数量・金額(*1)

○水産・青果ともに、週のうち水曜日の数量・金額が最少となっている。

○曜日別取扱数量の最少と最大の比率（月曜と水曜の比率）をみると、水産 86%に対し、青果 78%と差が大きい。

【水産物部】

曜日	開市 日数	取扱量(t)		取扱額(千円)		平均単価 (円/kg)
		年間	一日平均	年間	一日平均	
日曜日	1	1,662	1,662	1,867,763	1,867,763	1124.0
月曜日	44	93,691	(最大) 2,129	71,774,621	1,631,241	766.1
火曜日	49	103,340	2,109	79,179,657	1,615,911	766.2
水曜日	28	51,474	(最少) 1,838	41,659,557	1,487,841	809.3
木曜日	50	104,590	2,092	82,042,977	1,640,860	784.4
金曜日	50	97,391	1,948	77,893,528	1,557,871	799.8
土曜日	51	101,222	1,985	78,324,694	1,535,778	773.8
平均	27.3	553,370	2,027	432,742,798	1,585,138	782.0

※日曜日の扱いは年末の臨時開市 1 日のため比較の対象としていない。

【青果部】

曜日	開市 日数	取扱量(t)		取扱額(千円)		平均単価 (円/kg)
		年間	一日平均	年間	一日平均	
日曜日	1	5,064	5,064	1,368,490	1,368,490	270.2
月曜日	44	261,267	(最大) 5,938	69,681,612	1,583,673	266.7
火曜日	49	249,446	5,091	64,761,721	1,321,668	259.6
水曜日	27	124,783	(最少) 4,622	33,297,931	1,233,257	266.8
木曜日	49	264,947	5,407	70,585,127	1,440,513	266.4
金曜日	50	236,800	4,736	61,872,885	1,237,458	261.3
土曜日	51	254,146	4,983	66,378,763	1,301,544	261.2
平均	27.1	1,396,454	5,153	367,946,529	1,357,736	263.5

○休市のある週とない週の平均売上の比較から、休市のある週（5日開市）にもう1日開市した場合に見込める売上高の増加分は、一日平均に対し水産で1/2程度、青果では1/3と大きく下回るため、青果の方がより不採算となる。

	水産物部		青果部	
	数量(t)	金額(千円)	数量(t)	金額(千円)
休市ない週平均(a)	11,436	8,929,642	28,114	7,362,452
休市ある週平均(b)	10,413	8,037,634	26,711	7,029,788
(a)-(b)=(c)	1,023	892,008	1,403	332,664
一日平均(d)	2,027	1,585,138	5,153	1,357,736
見込める増加分(c)/(d)	50.5%	56.3%	27.2%	24.5%

※休市のない週（6日開市）、休市のある週（5日開市）

2 卸売業者の収益構造・コストの比較（*1）

- 受託・買付の利益率をみると、水産では受託販売利益率 5.5%、買付販売利益率 4.4% と差は小さいのに対し、青果では受託販売利益率 8.1%、買付販売利益率 5% となり差が大きい。さらに青果は受託品が 7 割を占めることで売上総利益は水産より多い。
- 水産・青果ともに営業利益率は低く厳しい状況にある。
- 1社あたりの経費では、青果が 3 割程度多い。
- 経費のうち構成比が最も多いのは人件費で水産 47%、青果 39% となっている。
- 水産・青果の 1 社あたりの経費内訳の比較では、水産で多いのが運搬費（3 倍）であるのに対し、青果で多いのが面積割使用料（2 倍）、出荷・完納奨励金（6 倍）、事故損（43 倍）となっている。

【一日平均取扱額（千円）】

	水産物部		青果部	
取扱金額		1,585,138		1,357,736
受託品	31.7%	502,489	70.5%	957,204
買付品	68.3%	1,082,649	29.5%	400,532
売上総利益		75,273		97,560
受託品	5.5%	27,637	8.1%	77,534
買付品	4.4%	47,637	5.0%	20,027
販管費		59,893		76,874
営業利益		15,381		20,686
営業利益率		0.97%		1.52%

【1社あたりの経費比較（青果／水産）】

販管費計	134.3%
売上高割使用料	107.1%
面積割使用料	219.9%
出荷奨励金	605.1%
完納奨励金	633.1%
運搬費	32.9%
受託品事故損	4269.8%

（*）1 及び 2 の対象業者は、水産は築地・大田・足立市場の全社（8 社）、青果は築地・大田・淀橋市場の全社（5 社）で、データは平成 22 年度分。

（注）売上総利益は受託品・買付品の販売利益の総額、営業利益は売上総利益から販管費を控除した額、営業利益率は取扱金額に対する営業利益の割合。

3 仲卸業者の収益構造・コスト（*2）

- 水産物部の売上総利益率は 15.6%、営業利益率は△0.26%、青果部では同 11.9%、同 0.3% となっている。
- 水産・青果いずれにおいても、売上総利益に対し販売管理費が大きく、販売管理費に占める割合では、人件費が水産 60%、青果 53% 程度と突出している。

	水産	青果
売上総利益率	15.6	11.9
営業利益率	△0.26	0.3
人件費率	60.0	52.5

（*2）3 の対象業者は、都内中央卸売市場の法人仲卸業者であり、データは平成 22 年分。

（注）売上総利益率は、売上高から売上原価を控除した額（売上総利益）の売上高に対する割合。営業利益率は、売上総利益から販管費を控除した額の売上高に対する割合。人件費率は、販売費・一般管理費に占める人件費の割合。

4 輸送業界の意見（ヒアリング）

○経費に関係する内容としては、場内での物流コストが高く、出荷者に上乗せされ不満を与えるか、輸送業者の負担となっていること。また、受発注や荷扱い・発送の情報システムに市場が対応できておらず、情報一元化の必要性が挙げられた。

Ⅱ 休市対応と市場の利用状況

1 卸売業者の休市日の営業状況（アンケート）

○水産では8社中6社が、青果では5社全社が休市対応として業務を実施。

○休市の体制は、水産では3人～20人程度、青果では10人～142人の社員で各部門から営業・荷受担当が当番制で出勤対応。また、水産では、その他に引渡・納品等を冷蔵庫業者や運送業者に外注する形で対応。

「休市対応を行っている」と回答した会社数（休市対応の内容と相手方）

【水産物部】

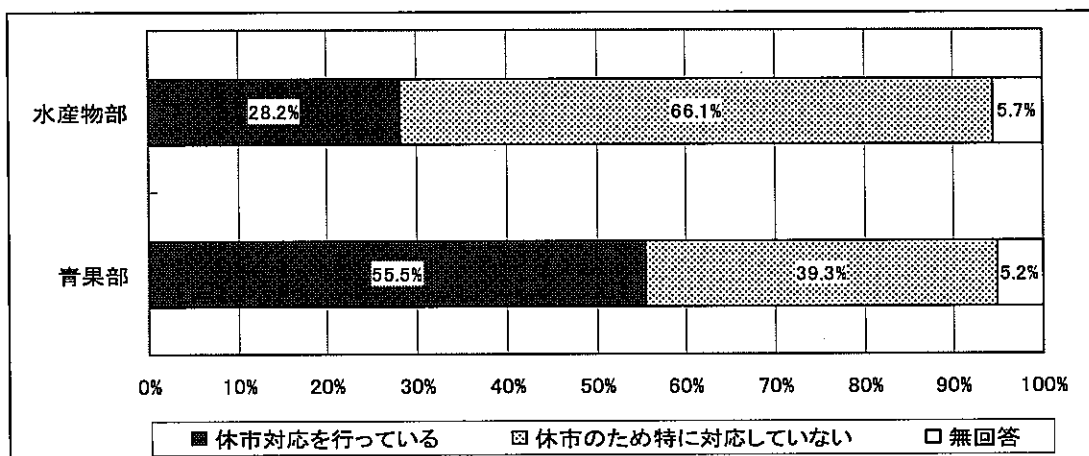
	①仲卸業者	②専門小売店	③量販店	④納品業者	⑤外食産業	⑥出荷者	⑦その他
A ①～⑦の要請による荷受業務	2	2	3	2	2	0	0
B 分荷業務	2	2	2	2	2	0	0
C 商品管理(保管業務)	2	2	3	2	2	0	0
D 荷の引渡業務	3	2	2	2	2	0	0
E 納品(発送)業務	2	2	2	2	2	0	0
F 受発注業務	1	0	3	0	0	0	0
G 販売促進	0	1	0	0	1	0	0
H 事務処理	0	0	2	0	0	0	0
I その他	0	0	0	0	0	0	0

【青果部】

	①仲卸業者	②専門小売店	③量販店	④納品業者	⑤外食産業	⑥出荷者	⑦その他
A ①～⑦の要請による荷受業務	4	4	3	3	2	5	0
B 分荷業務	5	5	4	4	2	1	0
C 商品管理(保管業務)	5	3	3	3	2	3	0
D 荷の引渡業務	5	5	4	4	2	1	0
E 納品(発送)業務	2	1	2	1	1	1	0
F 受発注業務	5	5	4	4	2	2	0
G 販売促進	1	1	1	1	1	0	0
H 事務処理	0	0	1	1	1	0	0
I その他	0	0	0	0	0	0	0

2 仲卸業者の休市日の営業状況（アンケート）

○水産では3割弱が、青果では半数以上が対応。



○休市対応を行なっていると回答したうち、水産の相手方は業務筋・量販店が多く、納品・発送業務（業務筋 4 割）、引渡し業務（2 割）。

【休市対応の内容と相手方（水産物部）】

	①業務筋 (飲食店・ホテル等)		②専門小売店		③量販店		④地方便 (市場転送等)		⑤納め屋 (給食・病院等)		⑥卸売業者		⑦その他	
	人数	割合	人数	割合	人数	割合	人数	割合	人数	割合	人数	割合	人数	割合
A 商品の卸売場からの引取り	7	7.5%	3	3.2%	4	4.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
B 分荷業務	10	10.8%	6	6.5%	12	12.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
C 商品の保管・管理	5	5.4%	1	1.1%	5	5.4%	1	1.1%	1	1.1%	0	0.0%	0	0.0%
D 荷の引渡し業務	21	22.6%	9	9.7%	19	20.4%	2	2.2%	3	3.2%	1	1.1%	0	0.0%
E 納品・発送業務	41	44.1%	9	9.7%	25	26.9%	4	4.3%	2	2.2%	0	0.0%	2	2.2%
F 注文受付、販売促進等の営業業務	12	12.9%	8	8.6%	17	18.3%	3	3.2%	3	3.2%	2	2.2%	0	0.0%
G 卸売業者等への発注業務	2	2.2%	2	2.2%	10	10.8%	1	1.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
H 事務処理(帳簿記入等)	6	6.5%	4	4.3%	12	12.9%	2	2.2%	1	1.1%	0	0.0%	2	2.2%
I その他	1	1.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

無回答	2	2.2%
-----	---	------

○青果の相手方は量販店が半数超、専門小売店（3 割程度）、業務筋（2 割程度）で、分荷・引渡し・納品・発送・保管・受発注と幅広く対応。

【休市対応の内容と相手方（青果部）】

	①業務筋 (飲食店・ホテル等)		②専門小売店		③量販店		④地方便 (市場転送等)		⑤納め屋 (給食・病院等)		⑥卸売業者		⑦その他	
	人数	割合	人数	割合	人数	割合	人数	割合	人数	割合	人数	割合	人数	割合
A 商品の卸売場からの引取り	18	15.4%	35	29.9%	61	52.1%	12	10.3%	13	11.1%	9	7.7%	1	0.9%
B 分荷業務	13	11.1%	29	24.8%	61	52.1%	7	6.0%	11	9.4%	6	5.1%	0	0.0%
C 商品の保管・管理	9	7.7%	18	15.4%	36	30.8%	7	6.0%	6	5.1%	5	4.3%	1	0.9%
D 荷の引渡し業務	12	10.3%	27	23.1%	58	49.6%	10	8.5%	11	9.4%	7	6.0%	0	0.0%
E 納品・発送業務	21	17.9%	28	22.2%	46	39.3%	10	8.5%	6	5.1%	4	3.4%	1	0.9%
F 注文受付、販売促進等の営業業務	8	6.8%	15	12.8%	32	27.4%	5	4.3%	6	5.1%	5	4.3%	0	0.0%
G 卸売業者等への発注業務	9	7.7%	10	8.5%	23	19.7%	6	5.1%	6	5.1%	4	3.4%	0	0.0%
H 事務処理(帳簿記入等)	9	7.7%	6	5.1%	13	11.1%	4	3.4%	4	3.4%	3	2.6%	1	0.9%
I その他	0	0.0%	0	0.0%	1	0.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.9%

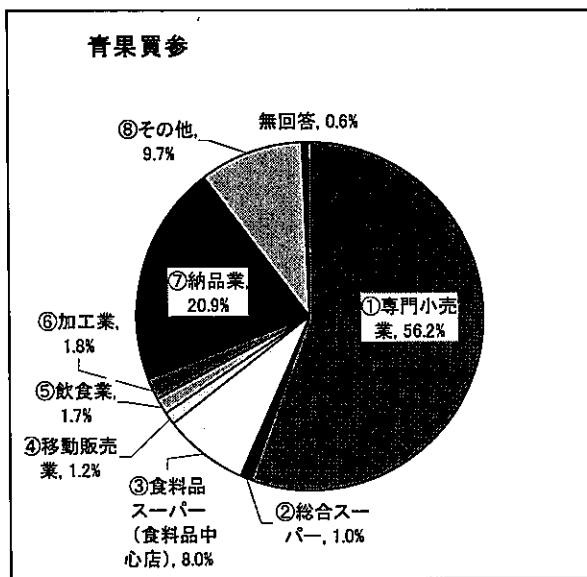
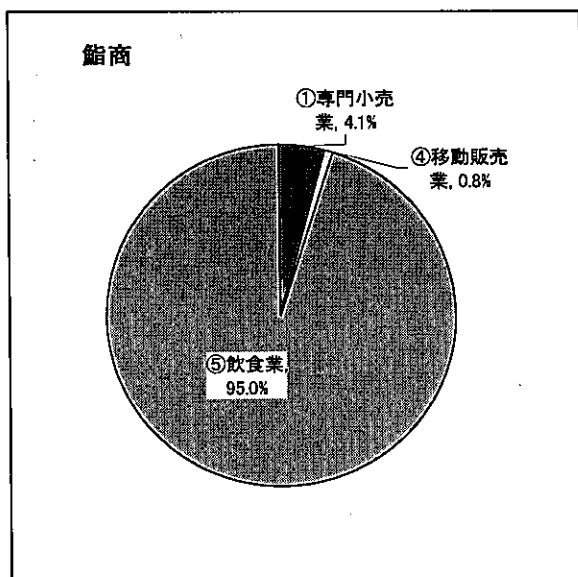
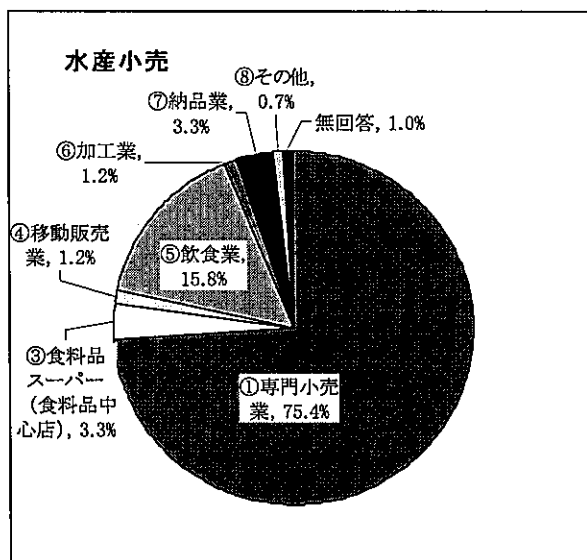
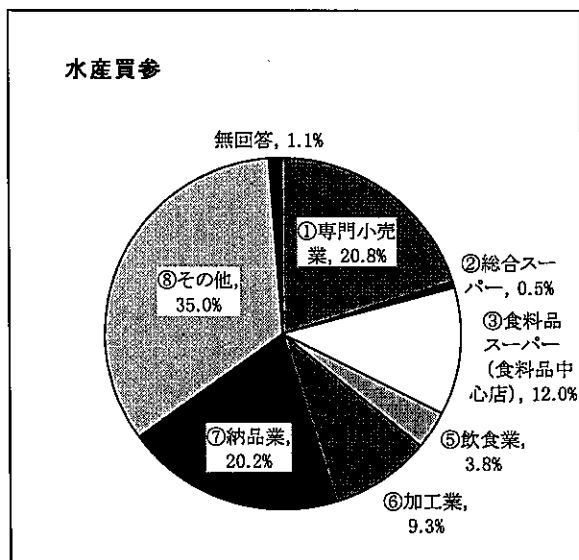
無回答	3	2.6%
-----	---	------

○水産・青果とも少人数（1～3人）で対応。水産は役員中心、青果は役員と同程度担当者が対応。

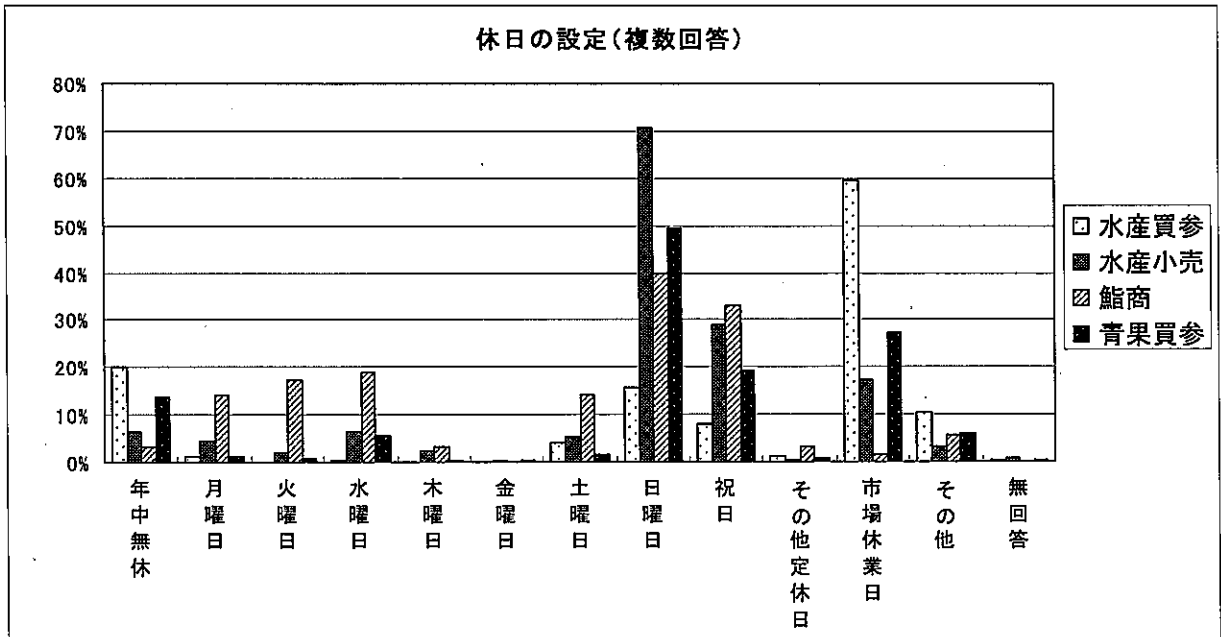
○青果では出勤手当、交替制勤務で対応。

3 売買参加者（買参）・買出人等の利用状況、営業状況（アンケート）

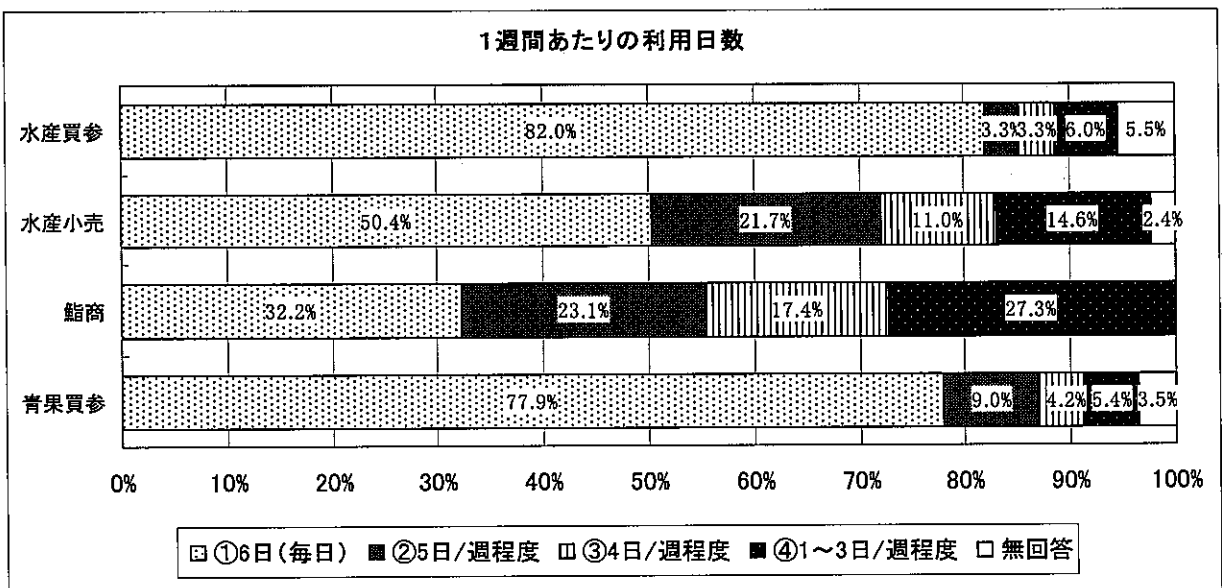
○今回のアンケートに回答を寄せた買参・買出人の営業形態は、水産買参では、①専門小売業・⑦納品業が20%程度で多く、水産小売では、①専門小売業が75%程度、次いで⑤飲食業16%程度、青果買参では、①専門小売業が56%程度、次いで⑦納品業21%程度であった。



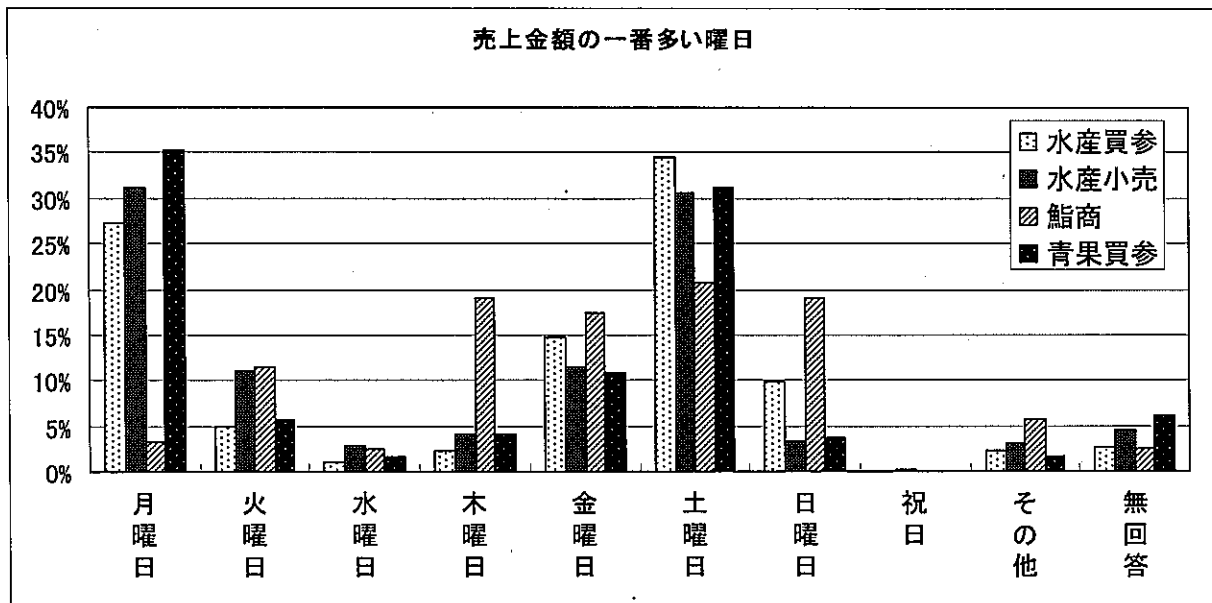
○定休日の設定は、水産買参では市場休業日、水産小売・鮪商では日曜祝日、青果買参では日曜及び市場休業日が多い。



○水産買参、青果買参は 8 割程度、水産小売は 5 割程度が毎日市場を利用。鮪商は毎日利用から 1～3 日利用まで概ね均等に分かれる。

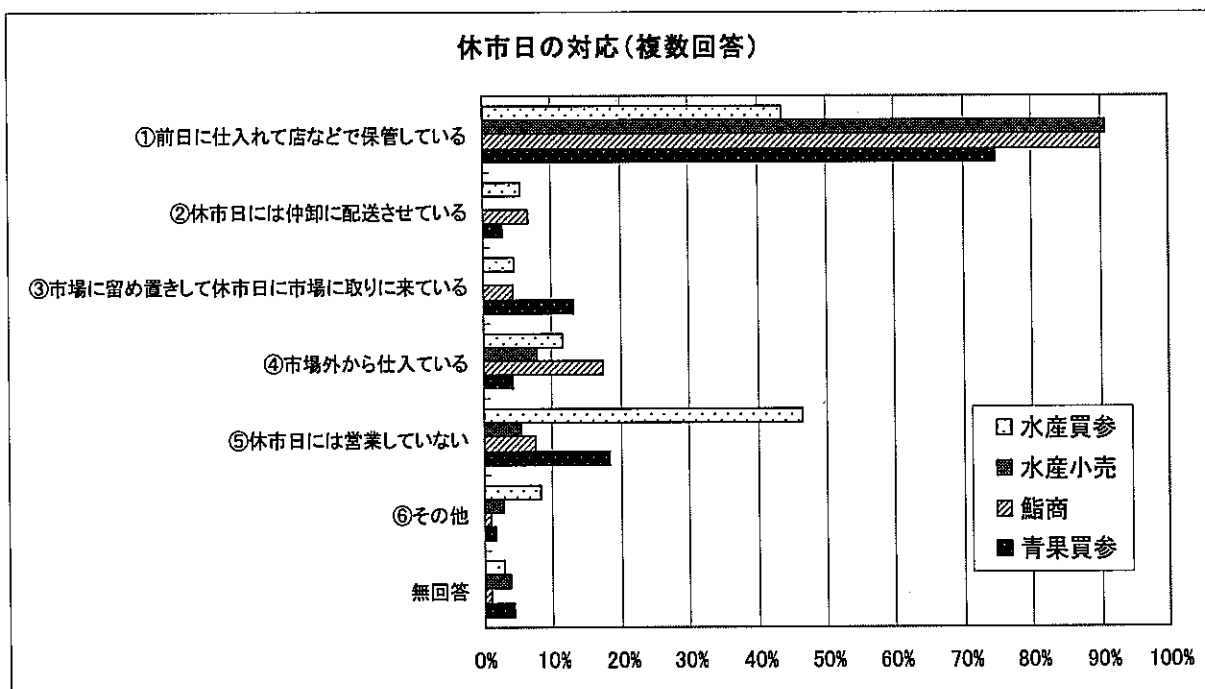


○水産買参、水産小売、青果買参の売上の多い曜日は土曜・月曜・金曜、少ない曜日は水曜。鮪商の売上の多い曜日は木曜から日曜、少ない曜日は月曜、水曜。

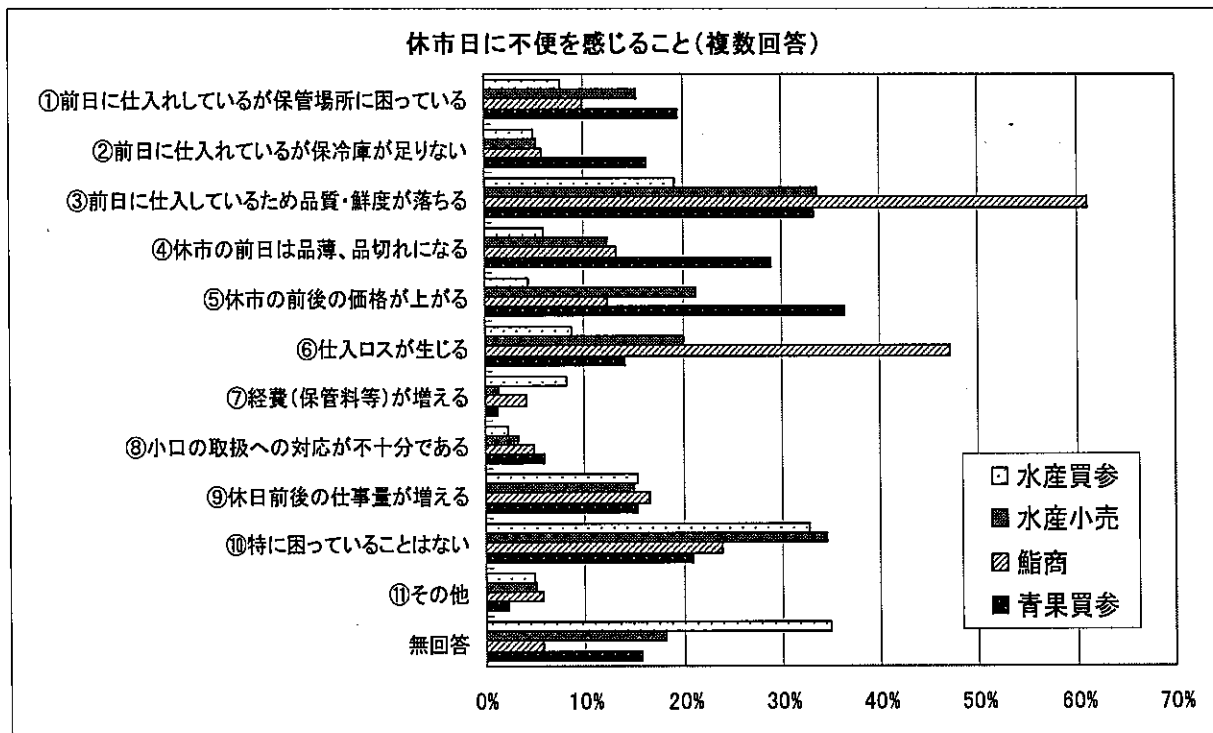


○休市の対応は、いずれも「前日に仕入れて店などで保管」が多く、水産買参は「休市には営業していない」も多い。

○青果買参では「市場に取りに来た」の割合が増加し休市対応が進んでいる。(平成22年比較)



○休市日に不便を感じていることは「前日仕入のため品質・鮮度が落ちる」(2~6割)が共通して多い。一方で「特に困っていることはない」も共通して多い。(2~3割程度)



4 大手量販店・大手買参人へのヒアリング

○量販店1・・・これ以上休市が増えるのは困る。休市日でも市場から商品を動かしている。休みなら他の調達先を探す必要ある。

天然鮮魚 7~8割を市場から仕入。衛生面の問題があるため市場から仕入できない物がある(マグロ・赤貝など)。

市場には集荷・品揃え、一次加工のうえ各店舗・地方への発送を期待する。

○量販店2・・・水産青果分離、東京と他地域の市場が別の休市でも問題ない。

(青果)

仕入全体の85%を市場から。実際には休市日にも市場から商品を動かしているの、毎週水曜休市でも問題ない。

産地のためにも、連休は避けるべき。

○買参人・・・休市が増えれば勤務体制を変更し人件費は減らせる。市場からの仕入は6割。毎週水曜休市でもよい。水曜は入荷が少なく経費を掛けて仕入をするメリットがないため今後水曜の仕入をやめる。

(水産)

鮮度低下のため市場から仕入れなくなった物がある。コールドチェーンが保てない。

5 輸送業者へのヒアリング

○休市日には業務を行わない。決まった顧客のみに対応。別の営業所で荷受け、前日に量販店のみ対応など、取扱は少ない。

Ⅲ 労働環境と休市日の影響

1 卸売業者（アンケート・従業員ヒアリング）

- 水産の営業・管理の各部門において会社により勤務日数にほとんど差はないが、勤務時間数、時間外勤務時間数は大きな差が生じている。青果の営業・荷受・管理の各部門において会社により勤務日数・時間数、時間外勤務数に大きな差が生じている。
- 水産では営業担当でコアタイム制（運用も含む）を導入している社がある。
青果では営業・管理部門では就業時間固定、荷受部門では3交代（開市）、2交替（休市）により24時間対応の会社がある。
- この他、水産でチーム性の導入、成績率へのグループ成果の導入を始めている社がある。青果営業部門では、グループ制の導入を推進している社がある。
- 水産・青果とも有給休暇の取得は少なく、休市日の出勤については、水産では手当てで、青果では手当て・代休で対応するが多い。
- 休市増のよい影響としては、水産では「労働意欲が向上する」（全社）、「人材の募集・採用が容易になる」（ほぼ全社）に集中し、青果では「労働意欲が向上する」（全社）、「人材の募集・採用が容易になる」（ほぼ全社）、「時間管理意識が向上する」（全社）が挙げられた。
- 休市増の悪い影響としては、水産では「売上が減る」と「川下の需要に応えきれなくなる」を多くの社が選択し、「人員・人件費が増える」を挙げたのが半数であった。青果では選択する社はほとんどなく、「人員・人件費が増える」で2社あった。

【休市増の良い影響】

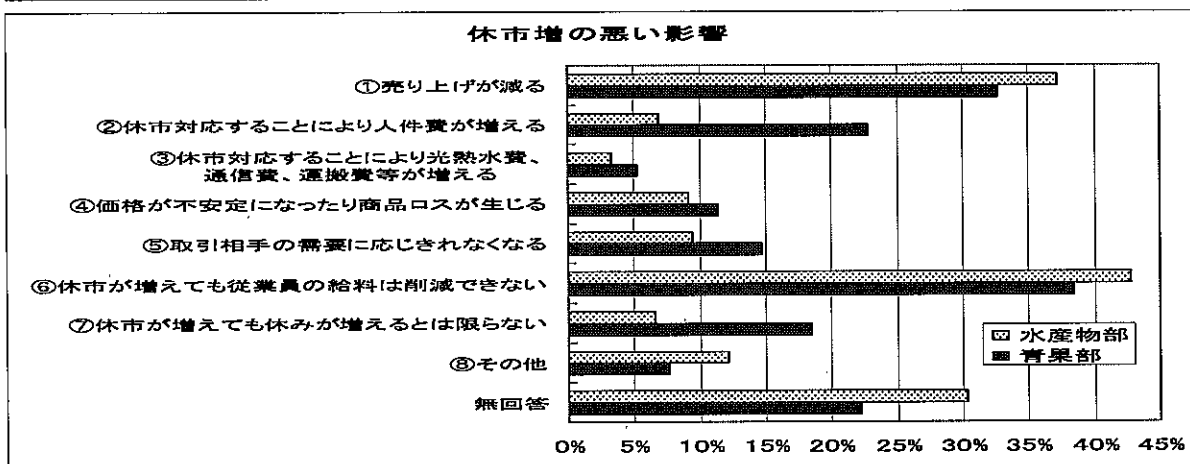
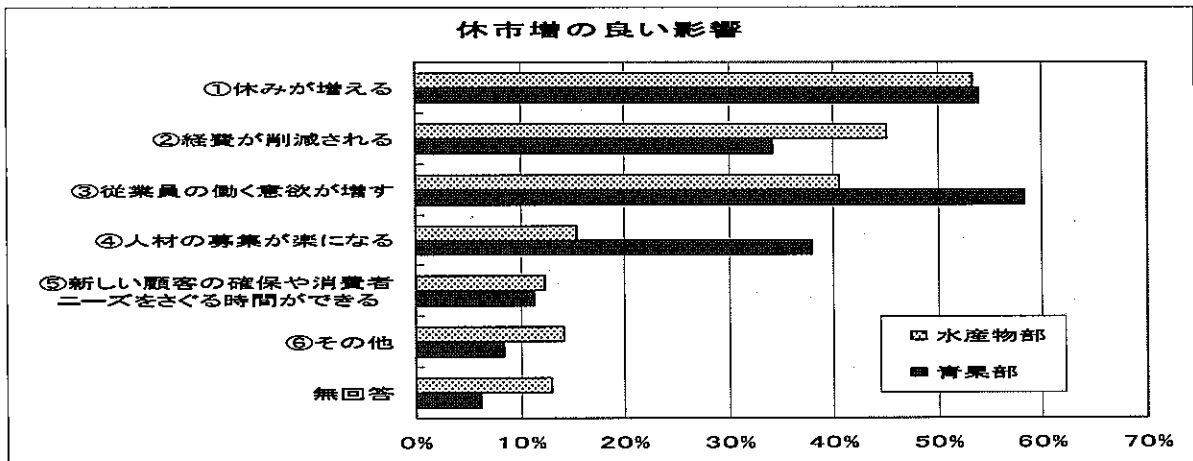
	水産	青果
①(売上が多少落ちても)コストが軽減し、採算が良くなる。	1	0
②従業員の労働意欲や定着率が向上する。	8	5
③人材の募集・採用が容易になる。	7	4
④仕事の進め方の改善や、時間管理意識が向上する。	1	5
⑤機械化・省力化のきっかけになる。	1	0
⑥新しい顧客の確保や消費者ニーズをさぐる時間ができる。	0	1
⑦その他	0	0

【休市増の悪い影響】

	水産	青果
①売上が減る。	6	1
②人員増・人件費増が必要になる。	3	2
③人件費以外のコスト(光熱水費・通信費・運搬費)が上昇し、採算が悪くなる。	0	0
④取引相手(川上)の需要に応じきれなくなる。	1	1
⑤取引相手(川下)の需要に応じきれなくなる。	6	1
⑥従業員が給料削減(賃上げ抑制)を伴う休業日の増加を歓迎しない。	0	0
⑦休市が増えても休めるとは限らない。	2	0
⑧その他	0	0

2 仲卸業者（アンケート）

- 水産の勤務時間では、店舗担当・配達担当とも、始業時間は2時台から5時台、終業時間は10時台から13時台の範囲内に概ね収まっており、青果に比べばらつきが少なかった。
- 青果の勤務時間のうち、始業時間では、店舗担当が2時台から6時台、配達担当では0時台から5時台の範囲内に概ね収まっていた。終業時間では、店舗担当が10時台から16時台、配達担当が9時台と12時から14時台に概ね収まっていた。
- 休市増の良い影響では、水産では「休みが増える(53%)」、「経費が削減される」(45%)、「従業員の働く意欲が増す」(41%)の順に多くなっている。
- 青果では「従業員の働く意欲が増す」(59%)、「休みが増える」(53%)、「人材の募集が楽になる」(38%)、「経費が削減される」(34%)の順で多い。
- 休市増の悪い影響では、水産では「休市が増えても給料は削減できない」(43%)、「売上が減る」(37%)の順で多い。
- 青果では「休市が増えても給料は削減できない」(38%)、「売上が減る」(33%)、「休市対応により人件費が増える」(23%)の順で多い。
- この他、無回答が水産(3割)、青果(2割程度)と多かった。



IV 総合市場での休市のあり方について

1 仲卸業者の買い回りについて（アンケート・淀橋市場除く）

○他部門の買い回りは、水産で65%、青果で70%程度が行っていない。

○行っていると回答したうち、顧客（誰のために）については、水産・青果とも業務筋が最も多く、買い回りの頻度は毎日が最も多い。

【水産物部】

	①業務筋		②専門小売店		③量販店		④地方便		⑤納め屋		⑥その他		未記入	
①毎日	17	5.2%	9	2.7%	4	1.2%	1	0.3%	4	1.2%	2	0.6%	3	0.9%
②5日/週程度	1	0.3%	3	0.9%	0	0.0%	1	0.3%	1	0.3%	0	0.0%	0	0.0%
③4日/週程度	9	2.7%	3	0.9%	1	0.3%	1	0.3%	2	0.6%	0	0.0%	1	0.3%
④1~3日/週程度	8	2.4%	3	0.9%	0	0.0%	0	0.0%	2	0.6%	0	0.0%	1	0.3%
⑤その他	3	0.9%												
⑥買い回りはしていない	217	65.8%												
無回答	56	17.0%												

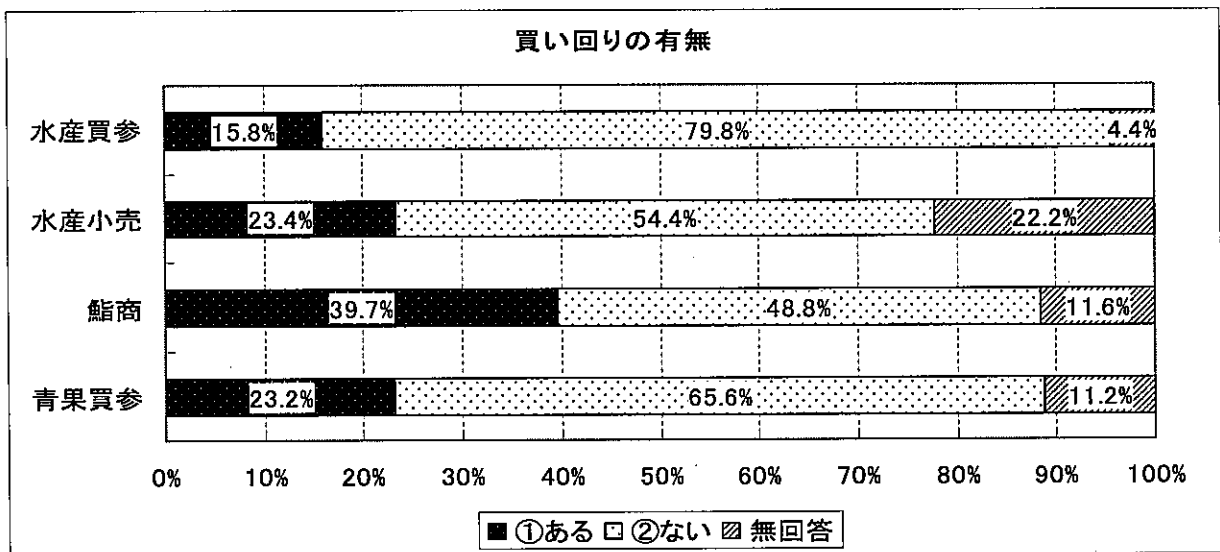
【青果部】

	①業務筋		②専門小売店		③量販店		④地方便		⑤納め屋		⑥その他		未記入	
①毎日	21	10.8%	11	5.7%	3	1.5%	4	2.1%	4	2.1%	3	1.5%	0	0.0%
②5日/週程度	1	0.5%	1	0.5%	1	0.5%	1	0.5%	1	0.5%	0	0.0%	0	0.0%
③4日/週程度	2	1.0%	2	1.0%	1	0.5%	0	0.0%	2	1.0%	0	0.0%	0	0.0%
④1~3日/週程度	4	2.1%	1	0.5%	0	0.0%	1	0.5%	2	1.0%	1	0.5%	0	0.0%
⑤その他	3	1.5%												
⑥買い回りはしていない	138	71.1%												
無回答	12	6.2%												

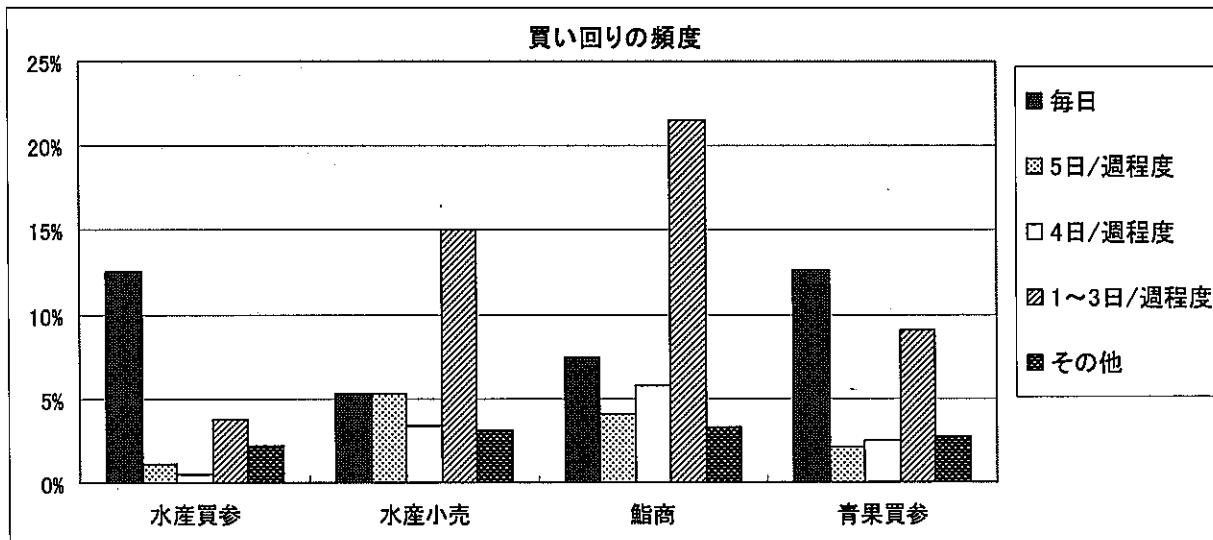
※回収数に対する割合。複数回答あり。

2 買参・買出人の買い回りについて（アンケート・淀橋市場除く）

○各業種とも買い回りをしていない割合が多いが、水産買参16%、水産小売23%、鮭商40%、青果買参23%が買い回りをしている。



○他部門も買い回りしている業者のうち、買い回りの頻度は水産買参、青果買参で毎日が最も多い。水産小売・鮭商は週に1～3日が多い。



平成 25 年における臨時休開市日の設定について

[青果部・水産物部]

全国中央卸売市場協会

平成 25 年における中央卸売市場の臨時休開市日の設定については、これまでの経緯や市場を取り巻く環境の変化、市場関係団体からの要請、地域の実情等を考慮し、下記方針に基づき各開設者において具体的に設定する。

設定方針

1 臨時休業日の形態と曜日

臨時休業日は、4週6休型を基本とし、水曜日に設定する。ただし、市場関係者及び市場利用者に事業にできるだけ支障をきたさない範囲で臨時休業日の試行を行なうことができる。

2 利用者にわかりやすい臨時休業日の設定

利用者にわかりやすい内容とするため、臨時休業日は、原則として第2番目及び第4番目の水曜日に設定する。

3 週3回の休業日の回避

臨時休業日の設定により週3回以上の休業日となる場合は、原則としてこれを回避する。なお、他の週への振り替え等については、各地域の事情を配慮することができる。

4 祝祭日と重なった場合の取扱い

第2番目及び第4番目の水曜日が祝祭日と重なった場合、臨時休業日の設定を前後の週に振り替えない。

5 3連休の回避

生鮮食料品等の商品特性を考慮し、かつ、安定的供給という社会的使命を果たす観点から、年末年始及び8月の旧盆を除きできるだけ3連休は回避する。

6 青果部と水産物部の臨時休開市日の統一

青果部、水産物部を併せもつ市場にあつては、総合市場の機能を低下させないため、臨時休開市日はできるだけ統一する。

7 臨時休開市日の全国統一

臨時休開市日は、できるだけ全国的に統一して実施できるよう努力する。ただし、地域の実情に応じた対応もできるものとする。

8 臨時休業日の設定に伴う施設整備等の対応

臨時休業日の設定に伴い、品質保持等の施設整備、取引方法のあり方、休業日における小売支援のための連携方法等について市場関係者と協議・調整を行い、卸売市場の機能を発揮するよう努めるものとする。

9 臨時休開市日の周知徹底

決定された臨時休開市日については、市場関係者等に周知徹底を図り、万全を期するものとする。

東京都中央卸売市場条例（抜粋）

（開場の期日及び時間）

第6条 東京都中央卸売市場は、第7条に掲げる市場休業日を除き、毎日開場し、開場の時間は、市場ごとに次に掲げるとおりとする。ただし、知事は、市場業務の適正かつ健全な運営を確保するため必要があると認めるときは、これを臨時に変更することができる。

食肉市場以外の市場 午前零時から午後12時まで

食肉市場 午前5時から午後5時まで

- 2 卸売業者の行なう卸売の販売開始時刻及び販売終了時刻は、前項の開場時間の範囲内で知事が別に定める。

（市場休業日）

第7条 東京都中央卸売市場の休業日は、市場ごとに次に掲げるとおりとする。ただし、12月29日から翌年の1月4日までの期間を除き、休業日が連続して3日以上にわたるとき、又は週のうち、休業日が4日以上となるときは、そのうち知事の定める日を休業日としないことができる。

食肉市場以外の市場

日曜日（ただし、1月5日及び12月27日から12月30日までの日曜日を除く。）、国民の祝日に関する法律（昭和23年法律第178号）に定める休日及び12月31日から翌年の1月4日まで

食肉市場

日曜日（ただし、1月5日を除く。）、国民の祝日に関する法律に定める休日及び12月29日から翌年の1月4日まで

- 2 知事は、前項の規定にかかわらず、都民の食生活への影響、市場業務に従事する者の労働条件、産地の出荷事情等を考慮し、休業日に臨時に開場し、又は開場日に臨時に休業することができる。