

東京都卸売市場整備計画

第7次（平成13年度～平成22年度）

平成13年12月

東 京 都

東京都卸売市場整備計画（第7次） 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	5
1	取扱数量及び取扱金額	5
(1)	中央卸売市場	
(2)	地方卸売市場	
2	流通上の課題	6
(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	9
(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	目標年度	11
第5	卸売市場の配置	11
1	流通圏の設定	11
2	需要量の算定方法	11
(1)	需要量の算定方法	
(2)	需要人口の推計	
(3)	目標年度における需要量	
3	卸売市場流通量の推計	12
(1)	青果物	
(2)	水産物	

(3) 食肉	
(4) 花き	
4 卸売市場配置計画	13
(1) 青果市場	
(2) 水産市場	
(3) 食肉市場	
(4) 花き市場	
第6 卸売市場整備計画	15
1 流通の効率化と市場の活性化	15
(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	17
(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	19
第7 市場別整備計画	20
1 中央卸売市場の整備	20
2 地方卸売市場の整備	22
別表 1 品目別流通圏の設定	24
別表 2 卸売市場配置計画	26
別表 3 各市場別整備計画	40
参考資料 既設市場業者一覧	42

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、いわゆる大規模小売店舗法^{*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り組むとともに、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。

4 小売業界の変化

(1) 専業小売店の減少

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業小売店は、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。このような専業小売店の動向は、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、定価といった確実で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中にも生鮮食料品を取り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組も求められてくると思われる。こうした衛生・環境問題への取組は、「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（農林物資の規格化及び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73万トン、青果物が312万トン、食肉が9.8万トン、花きが切花12億本、鉢物94百万鉢となっている。取扱金額では、水産物が6,477億円、青果物が7,041億円、食肉が1,007億円、花きが1,091億円となっている。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%、青果物が82%、食肉が100%、花きが73%となっている（平成12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。

(1) 中央卸売市場

水産物

水産3市場の合計で、平成12年の取扱数量は72万3千トン、取扱金額は6,398億円である。

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12年は昭和62年に比べ、約19%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12年は平成2年に比べ、約24%減少している。

このように取扱数量・金額とも大きく減少しているが、この減少傾向は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、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。

青果物

青果9市場の合計で、平成12年の取扱数量は253万7千トン、取扱金額は5,770億円である。

取扱数量は昭和62年の293万3千トンをピークに減少傾向にあり、平成12年は昭和62年に比べ、約14%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12年は平成3年に比べ、約25%減となっている。

このように青果物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。

食肉

食肉市場における牛肉の平成12年の取扱数量は6万4千トン、取扱金額は864億円である。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12年は平成7年と比べて、取扱数量は約8%増となっている。

また、豚肉の平成12年の取扱数量は3万4千トン、取扱金額は143億円である。豚肉の取扱数量は昭和62年以降減少傾向にあったが、平成12年は輸入部分肉の取扱いが増え

たことにより平成11年に比べ25%の大幅増となった。

花 き

花き 4 市場の合計で、平成12年の取扱金額は796億円である。

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、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10年には851億円と大きく増加したが、平成11年以降は減少に転じており、平成12年も対前年比約 2 % 減となっている。

なお、平成13年 4 月に世田谷市場花き部が開場し、都内花き中央卸売市場は 5 市場となった。

(2) 地方卸売市場

地方卸売市場は、平成13年10月 1 日現在、都内に23市場ある。その内訳は、水産 3 市場、青果11市場、青果・水産 1 市場、花き 8 市場である。

なお、花き市場については、世田谷市場花き部開場に伴い、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。

水産物

平成12年の水産物の取扱数量は7千トン、取扱金額は79億円である。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、以降増加傾向にある。

青果物

平成12年の青果物の取扱数量は58万8千トン、取扱金額は1,271億円である。取扱数量は、ピークの昭和62年に比べ約16%減少した。取扱金額もピークの平成 3 年に比べ約23%減少している。

花 き

平成12年の花きの取扱金額は296億円で、ピークの平成 2 年（722億円）から59%減少した。地方卸売市場の取扱いが大幅に減少した主な要因は、地方卸売市場を統合して中央卸売市場化を進めてきたことにある。

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}への取組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組も始められている。

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組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、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組が遅れており、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、卸売市場の競争力強化のための総合的な検討が行われることとなった。この検討会における見直しは、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。

(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、市場業者の経営は一層厳しい状況になってきている。

*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

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確保されているが、売上高の低下傾向が見られ、営業利益率、経常利益率とも低迷している。

青果部においても、営業利益率、経常利益率とも低迷しており、最近1年間で1業者が営業を譲渡したほか、1業者が廃業するなど、厳しい状況が続いている。

花き部では、市場間の売上高の格差が広がっており、経営基盤の強化を図るため、最近1年間で2市場において卸売業者の合併が行われた。

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「収益性、健全性、生産性などの財務指標から、売上高が概ね10億円以上が健全経営である」と示されているが、東京都の調査によれば、売上高10億円以上の業者は約2割にすぎない。

水産物部では、経常赤字や資本欠損の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の経費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、現状では、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5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たが、これらの問題に

*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 食品循環資源の再生利用等の促進に関する法律（2001年5月施行）

対する業者自身の意識、取組は、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12年度末において、158億円に達している。

市場は、過去の市場用地売却益等を原資とした建設改良積立金等を有しているものの、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、300億円近い卸売業者が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79%を占める一方、10億円未満の卸売業者も3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 目標年度

平成13年度を初年度とし、平成22年度を目標年度とする。

第5 卸売市場の配置

1 流通圏の設定（別表1）

第6次東京都卸売市場整備計画と同様、都内全域を1流通圏として策定した。

2 需要量の算定方法

(1) 需要量の算定方法

卸売市場整備計画策定の基礎となる生鮮食料品等の需要量の推計は、1人あたり需要量と需要人口から推計する。

1人あたり需要量は、農林水産省による年間粗食糧の推計値を用いる。また、需要人口は、常住人口を基礎とし、さらに、大都市の特徴である近県からの昼間流入人口を考慮して、算定する。

青果物、水産物及び食肉については、東京都の常住人口の3分の2と昼間人口の3分の1とを合計したものを東京都の需要人口と定めた。また、花きについては、業務需要の占める割合が高いため、昼間人口を需要人口と定めた。

(2) 需要人口の推計

東京都においては、平成8年以降、区部を中心に「人口回帰現象」が見られる。これは、主として20歳代後半から30歳代の都心居住が進んだことなどによるものと考えられ、今後も区部を中心としてこの傾向は続き、東京都全体でも「社会増」が続くものと見込まれる。しかし、今後出生数の増加による大幅な自然増は見込めないことから、東京都全体ではいずれ人口減少時代を迎えることは避けがたい。

この結果、東京都の人口は、しばらくはゆるやかな増加傾向をたどるものの、全国よりやや遅れて、平成22年ごろをピークとして、以降減少に転じるものと考えられる。

また、昼間人口も、近隣県における業務核都市等の成長や、就業人口の高齢化とともに自宅近くで就業する人が増えることなどにより、東京圏全体での職住接近が進むことなどから、近隣県から東京都への流入人口は、次第に減少していくものと予想される。

このことから、常住人口は平成10年の1,188万人から平成22年には1,226万人程度に増加し、昼間人口は平成10年の1,465万人から平成22年には1,472万人程度になるものと推計される。したがって、青果物、水産物及び食肉についての需要人口は、平成10年の1,280万人から平成22年には1,308万人程度になるものと推計される。また、花きの需要人口は、平成10年の1,465万人から平成22年には1,472万人程度となるものと推計される。

(3) 目標年度における需要量

目標年度である平成22年度の、都内における生鮮食料品等の需要量は、青果物については、野菜1,597千トン、果実544千トン、計2,141千トン、水産物については、747千トン、食肉については、374千トン、花きについては、切花1,091百万本、鉢物212百万鉢と推計される。

3 卸売市場流通量の推計

目標年度における卸売市場の流通量については、都内需要量や卸売市場流通量の現状、卸売市場供給率や区域外搬出率などから推計する。

品目別の都内需要量と卸売市場流通量の現状及び今後のそれらの見通しは、次のとおりである。

(1) 青果物

ア 野菜

平成10年度の野菜の都内需要量は、需要人口と1人当たり需要量から、1,417千トンと推計される。一方、卸売市場の取扱量は、中央卸売市場が1,758千トン、地方卸売市場が393千トンで、合計2,151千トンである。このうち、区域外搬出量は717千トン、都内転送量は131千トンと推計されることから、これを差し引くと、卸売市場の都内供給率は92%と推計される。

なお、区域外搬出は、東京都の中央卸売市場のもつ広域的な集分荷機能によるものであり、この機能は今後とも変わることはないと考えられる。また、このことは他の品目についても同様である。

平成22年度の卸売市場の都内供給量は、都内需要量1,597千トンの89%に当たる1,425千トンとなり、また、区域外搬出、都内転送を含めた卸売市場取扱量は2,250千トンになると推計される。

イ 果実

平成10年度の果実の都内需要量は508千トンと推計される。一方、卸売市場の取扱量は、中央卸売市場が655千トン、地方卸売市場が176千トンで、合計830千トンであり、このうち区域外搬出量は276千トン、都内転送量は65千トンとなっている。この結果、卸売市場の都内供給量は489千トンとなり、供給率は96%と推計される。

平成22年度の卸売市場の都内供給量は、都内需要量544千トンの93%に当たる506千トンとなり、区域外搬出、都内転送を含めた卸売市場取扱量は842千トンになると推計される。

(2) 水産物

平成10年度の水産物の都内需要量は、726千トンと推計される。一方、卸売市場の取扱

量は、中央卸売市場が715千トン、地方卸売市場が6千トンで、合計722千トンであり、このうち区域外搬出量は267千トン、都内転送量は6千トンとなっている。この結果、卸売市場の都内供給量は449千トンとなり、供給率は62%と推計される。

平成22年度における卸売市場の都内供給量は、都内需要量747千トンの65%に当たる483千トンとなり、区域外搬出、都内転送を含めた卸売市場取扱量は、747千トンになると推計される。

(3) 食肉

平成10年度の食肉の都内需要量は、380千トンと推計される。一方、卸売市場の取扱量は91千トンであり、このうち区域外搬出量は28千トンとなっている。

この結果、卸売市場の都内供給量は63千トンとなり、供給率は17%と推計される。なお、食肉の地方卸売市場は無いため、全量が中央卸売市場の取扱いである。

平成22年度における卸売市場の都内供給量は、都内需要量374千トンの19%に当たる69千トンとなり、区域外搬出を含めた卸売市場取扱量は98千トンになると推計される。

(4) 花き

平成10年度の花きの都内需要量は、切花822百万本、鉢物119百万鉢と推計される。一方、卸売市場の取扱量は、中央卸売市場が切花814百万本、鉢物60百万鉢、地方卸売市場が切花327百万本、鉢物26百万鉢で、合計で切花1,142百万本、鉢物86百万鉢であり、このうち区域外搬出量は、切花405百万本、鉢物31百万鉢となっている。この結果、卸売市場の都内供給量は、切花736百万本、鉢物55百万鉢で、供給率は、それぞれ90%、47%と推計される。

平成22年度の卸売市場の都内供給量は、都内需要量である切花1,091百万本、鉢物212百万鉢のそれぞれ85%、36%に当たる切花931百万本、鉢物76百万鉢と推計され、区域外搬出を含めた卸売市場取扱量は、切花1,349百万本、鉢物122百万鉢になると推計される。

4 卸売市場配置計画（別表2）

現在、東京都における中央卸売市場は、青果・水産・花き市場1（大田市場）、青果・水産市場1（築地市場）、青果・花き市場4（北足立市場、板橋市場、葛西市場、世田谷市場）、青果市場3・分場3、水産市場1、食肉市場1・分場1の11市場・4分場がある。

また、地方卸売市場は、青果市場11、水産市場3、青果・水産市場1、花き市場8の23市場がある。

卸売市場の配置計画については、取扱品目の分類別によって、次のとおりとする。

(1) 青果市場

淀橋市場の杉並、練馬の2分場については、杉並分場を練馬分場に統合し、民営の地方卸売市場とする。

これにより、9 中央卸売市場・1 分場、13 民営地方卸売市場を配置する。

(2) 水産市場

既設の3 中央卸売市場、4 民営地方卸売市場を配置する。

(3) 食肉市場

食肉分場を食肉市場本場に統合する。

これにより1 中央卸売市場を配置する。

(4) 花き市場

既設の5 中央卸売市場、8 民営地方卸売市場を配置する。

第6 卸売市場整備計画

グローバル化や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、このような社会経済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、その変化を踏まえて施策に生かしていく必要があり、このためには、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し、競争原理の一層の導入や専門小売店・量販店等のニーズを踏まえた川下の発想も重視した仕組みとすべきである。

さらに、適正な受益者負担に基づく計画的・効率的な施設整備や、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実行していく必要がある。

本計画は、この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目的としたものであり、今後10年間で着実に実施していくこととする。

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は、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必要がある。

情報化の推進

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^{*11}等の基盤整備を進める必要がある。

東京都は、東京都と卸売業者間をはじめとした場内LANを構築し、入荷予定情報、販売結果情報、販売原票等の電子化や統計情報の公表の迅速化を図っていく。このため、検討委員会を立ち上げるとともに、基本的条件の整備、帳票や情報処理の標準化・システム化等の実施に向けて検討を進め、市場の情報化を推進していく。

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、東京都と業界の間で、ネットワークの方法、経費負担のあり方等を検討する。

*11 LocalAreaNetwork 構内情報通信網

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、市場業者の持つ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・強化を図る必要がある。

物流の効率化への取組

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、卸売市場業界においては、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^{*1 2}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り、東京都としても、情報の提供などの支援を行っていく。

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において、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ていく。

(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、取引の透明性の確保や市場業者の競争力の強化策を講じるとともに、取引規制や市場業者の許可制度などの従来 of 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進めていく必要がある。この見直しは、国が行う卸売市場の競争力強化のための総合的な検討に併せて市場業者とともに検討していくが、仲卸業者の新規参入の問題等については、その実施に向けて協議を進めていく。

(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のためには、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、経営の近代化、財務体質の強化等種々の方策に主体的に取り組むことが重要である。

東京都としては、市場業者に対する経理及び業務検査の一層の充実強化を図るとともに、「仲卸業者の経営基盤強化指導指針」に基づく指導や公認会計士等の専門家による仲卸業者特別指導等により、市場業者の経営基盤の強化を推進する。

また、仲卸組合等が取り組む研修会等への講師派遣や東京都・国の既存融資制度の情報提供・斡旋などの支援も行っていく。

*1 2 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

(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。

産地の信頼を確保しつつ、時代に適合した健全な決済制度とするには、市場業者自らが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、実施に移すことが必要である。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研究も必要である。

(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。

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できるよう、引き続き、適切な施設整備を行う。

施設整備にあたって留意する点は、第一に、長期保全計画の実施等により既存施設の適切な維持・管理を図ることである。これにより可能な限り施設の長寿命化を図った上で、老朽化の進んだ施設の更新について必要な整備を実施していく。

第二は、流通環境の著しい変化への的確な対応を図ることである。そのため、卸売市場に求められている次のような新たな機能について、適切に整備を推進していく。

- ・ 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き場
- ・ 消費構造の変化に対応するための加工施設等
- ・ 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、また、火災等の災害や盗難などに対するリスク管理・対応等の態勢を整えていく。

(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、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。

また、今後の施設整備においては、業界要望に基づき東京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・重点的な整備を進めていく。

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明確にするとともに、施設ごとの整備水準の設定やライフサイクルコストを踏まえた整備を図っていく。

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、財政健全化を図っていく。

(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、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も積極的に活用していく。このため、造作承認によるほか、市場用地の貸付けにより市場業者自らが整備できるようにする必要もあることから、この手法の導入に向けて、市場全体の効率的活用も踏まえた設置条件などの基準を明確にするとともに、これに必要な関係規程の整備を行う。

また、PFIによる施設整備についても、その導入事例について十分な検証を行い、市場への導入の可能性等について検討していく。

(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る。信頼される市場づくりのため、「食品の品質保持の基本は衛生管理である。」との認識に立って、危機管理の面からも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。

衛生的で安全な生鮮食料品流通を確保するため、施設面では低（定）温卸売場の整備、運用面では衛生意識の普及や従業員への衛生教育、HACCPを念頭に置いた衛生管理マニュアルの整備といった対策を、開設者と市場業者との協力、連携により実施していく。

また、特に食肉関係についてはBSE^{*13}の発生以来、食肉の安全性に対して消費者の

*13 Bovine Spongiform Encephalopathy 牛海綿状脳症。牛の慢性かつ致死性の中樞神経系の疾病。

不安が大きくなっていることから、BSE対策として必要な整備を実施していく。

(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引き続き行っていく。

市場に出入りするディーゼル車対策として、アイドリング・ストップの普及啓発活動を引き続き行うとともに、都の補助金制度を活用した買出入車両等の低公害車への転換の誘導や都外の出荷団体や産地運送業者等に対する環境確保条例の周知を図っていく。また、保冷車に対応するための電源の設置を進めるとともに、DPF取付誘導制度を導入していく。

小型特殊車両の低公害化を推進するため、導入計画を策定するとともに、市場の補助金制度を活用した電動車への転換やLPG車の導入をなお一層働きかけていく。CNG（圧縮天然ガス）車の導入については、車両性能の検証とガス充填施設のあり方等を含めて検討していく。

3 卸売市場の再編・統合

東京都の中央卸売市場は、これまで、水産市場は「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、卸売市場の都内における供給実態からみて、商圈が重なり、競合がみられる市場もあるなど、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おり、交通網の整備の進捗や市場間格差が拡大している現状から、現在の配置については、再検討が必要となっている。

また、生鮮食料品流通が多様化するなか、市場取扱高も減少し、市場経由率が低下するなど、市場そのものの相対的競争力が低下しており、市場の活性化を図るためには、その再編・統合が避けられない状況となっている。

流通の効率化や経営の健全化の視点、さらには都市計画的な視点からも、今後、同一の卸売業者が入場する市場間における連携を検討するとともに、卸売市場の再編・統合の具体化に向けて検討していく。

分場については、流通への影響等を踏まえ、再編・統合を進めていく必要があることから、当面、杉並分場を練馬分場へ統合し、地方卸売市場にするとともに、食肉分場の食肉市場への統合を実施する。

第7 市場別整備計画

1 中央卸売市場の整備

各市場の整備は、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つつ、上記整備計画の基本的考え方にに基づき、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も活用しながら実施していく。

(1) 築地市場

情報化、物流の効率化、衛生・環境対策の強化を実現し、21世紀の生鮮食料品流通の中核を担う市場へと再生するため、現行の計画を改め、築地市場を豊洲地区に移転する。今後の新市場の基本計画づくりに際しては、周辺環境に対する負荷の軽減や地域の街づくりに貢献する市場づくり等について、地元区・関係者と十分協議をしていく。

なお、移転するまでの間、現市場の暫定整備を実施する。

(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。

食肉分場は、食肉市場本場に統合する。

(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、効率的な物流システムを構築するため、新たな整備手法により青果部及び花き部に荷捌き施設等を整備する。

また、隣接する花き部北側用地については、花き部の駐車場問題への対応等を含め、市場用地として活用する。

(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調査・検討し、必要な整備を行う。

また、一部施設の耐震調査と、必要に応じた耐震補強工事を行う。

(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施設の再配置を含めた検討を踏まえ、必要な整備を行う。

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

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。

(6) 足立市場

流通環境の変化に対応するため、低温施設及び荷捌き施設等を整備する。

なお、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、周辺を含めた街づくり計画との関連を踏まえ、今後の市場のあり方を検討する。

(7) 板橋市場

流通環境の変化に対応するため、青果部に低温施設を整備する。

花き部は、卸売業者の合併の効果を生かすとともに、動線の改善を図るための施設を整備する。

(8) 世田谷市場

花き部の新設を含む大規模整備の効果を最大限発揮するよう、適切に活用する。

(9) 北足立市場

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るとともに、流通環境の変化に対応するため青果部卸売場の低温施設を整備する。

花き部は、施設の効率的な活用を図りながら、垂直搬送機等物流動線について調査し、必要な整備を図る。

(10) 多摩ニュータウン市場

市場施設の利用効率を高めるため、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、低温施設などを整備する。

(11) 葛西市場

流通環境の変化に対応するため、低温施設、荷捌き施設を整備するとともに、卸売業者の合併の効果を生かし、施設の効率的活用を図る。

(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、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と、及び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し、新たな中央卸売市場については今後の長期的課題とし、当面、整備を見送る。

2 地方卸売市場の整備

(1) 水産市場

多摩地域の水産市場については、民営地方卸売市場の果たす公共的役割を踏まえ、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の充実により支援を行っていくとともに、八王子北野、東京青果昭島、小平丸新城西、三鷹、国立及び東久留米の6地方卸売市場を「中核的地方卸売市場^{*14}」とし、国の定める支援を行っていく。

(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ず、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。

*14 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。

別表1

品 目 別 流 通

区 分	流通圏	1 人 当 た り 年 間 需 要 量		流 通 圏 人 口 (需 要 人 口)	
		平成10年度 (基 準 年 度)	平成22年度 (目 標 年 度)	平成10年度 (基 準 年 度)	平成22年度 (目 標 年 度)
青 果 物	野 菜	kg 110.7	kg 122.1	万人 1,280	万人 1,308
	果 実	39.7	41.6		
水 産 物		56.7	57.1	内	域
食 肉		29.7	28.6		
花 き	切 花	本 56.1	本 74.1	1,465	1,472
	鉢 物	鉢 8.1	鉢 14.4		

- (注) 1 市場取扱量には、東京都外への供給量を含む。
 2 市場供給対象人口 = 市場取扱量 ÷ 1人当たり年間需要量
 3 ()内は、内数で中央卸売市場分である。
 4 1人当たり年間需要量とは、農林水産省による1人当たりの年間粗食量の推計値である。

圏 の 設 定

市 場 供 給 対 象 人 口		市 場 取 扱 量		備 考
平成10年度 (基 準 年 度)	平成22年度 (目 標 年 度)	平成10年度 (基 準 年 度)	平成22年度 (目 標 年 度)	
万人 1,943 (1,588)	万人 1,843 (1,486)	トン 2,150,983 (1,758,288)	トン 2,249,747 (1,814,913)	
2,092 (1,649)	2,025 (1,595)	830,353 (654,814)	842,224 (663,363)	
1,273 (1,262)	1,308 (1,293)	721,828 (715,380)	747,091 (738,438)	
307 (307)	342 (342)	91,157 (91,157)	97,930 (97,930)	
2,035 (1,451)	1,821 (1,549)	千本 1,141,587 (814,265)	千本 1,349,332 (1,147,863)	
1,063 (737)	845 (720)	千鉢 86,132 (59,669)	千鉢 121,655 (103,730)	

別表2

卸 売 市 場

流通圏				配置位置	当該流通圏 既存市場名	整 市場の整
青 果 物	水 産 物	食 肉	花 き			
都 内 全 域				23 区 26 市 5 町 8 村	1 東京都中央卸売市場築地市場	豊洲地区に移転する。
					2 " 食肉市場	存置し、整備する。
					3 " " 分場	本場に統合する。
					4 " 大田市場	存置し、整備する。
					5 " 豊島市場	存置し、整備する。
					6 " 淀橋市場	存置し、整備する。
					7 " " 練馬分場	杉並分場を統合し、地方市場
					8 " " 杉並分場	練馬分場に統合する。
					9 " " 松原分場	存置し、整備する。
					10 " 足立市場	存置し、整備する。
					11 " 板橋市場	存置し、整備する。
					12 " 世田谷市場	存置し、整備する。
					13 " 北足立市場	存置し、整備する。
					14 " 多摩ニュータウン市場	存置し、整備する。
					15 " 葛西市場	存置し、整備する。

配 置 計 画

備 方 針				卸売市場 整備地区 指定の有 無	備 考		
備 計 画	区分	取 扱 品 目	整備予定年度				
			前期			後期	目標以降
	中	青・水	13～22年度			無	
		食 肉					
		青・水・花					
		青					
として存置する。	民						
	中	水					
		青・花					
		青					
		青・花					

流通圏				配置位置	当該流通圏 既存市場名	整 市場の整
青果物	水産物	食肉	花さ			
都 内 全 域				23 区 26 市 5 町 8 村	16 東京伊興青果地方卸売市場	存置
					17 東京都青梅青果地方卸売市場	存置
					18 東京都福生青果地方卸売市場	存置
					19 東京都八王子北野地方卸売市場	存置
					20 東京都東京青果昭島地方卸売市場	存置
					21 東京都東村山丸西青果地方卸売市場	存置
					22 東京都清瀬吉川青果地方卸売市場	存置
					23 東京都小平丸新城西青果地方卸売市場	存置
					24 東京都三鷹地方卸売市場	存置
					25 東京都国立地方卸売市場	存置
					26 東京都東久留米地方卸売市場	存置
					27 東京都八王子魚市場地方卸売市場	存置
					28 東京東久留米水産地方卸売市場	存置
29 府中大東京総合地方卸売市場	存置					
30 東京都調布水産青果地方卸売市場	存置					

備 方 針				卸売市場 整備地区 指定の有 無	備 考		
備 計 画	区分	取 扱 品 目	整備予定年度				
			前期	後期	目標以降		
	民	青	13～22年度			無	
	民 (中核)						
	民						
	民 (中核)						
	民	水					
		青・水					

別表 3

各 市 場 別

市 場 名	事 業 内 容 (平成13～22年度)	工 期 等 (目 途)
築 地 市 場	<p>1 築地市場暫定整備事業 水産エリア ・老朽施設の撤去、移設による交通動線整備 ・卸売場の再配置及び低温卸売場等の整備</p> <p>青果エリア ・低温卸売場の整備 ・老朽施設等の再配置による交通動線整備</p> <p>2 豊洲地区移転計画 ・構想、計画 ・設計、工事</p>	<p>平成13～15年度</p> <p>平成14年度～</p>
食 肉 市 場	<ul style="list-style-type: none"> ・北側棟建設工事(継続事業) ・と場施設の整備 ・係留所の整備 ・東側棟の整備 ・生体搬入路等の整備 ・北側棟の整備(第2期) 	<p>平成10～14年度</p> <p>平成14～16年度</p> <p>平成15～18年度</p> <p>平成15～19年度</p> <p>平成20年度</p> <p>平成20～22年度</p>
大 田 市 場	<ul style="list-style-type: none"> ・青果部荷捌き施設の整備 ・花き部荷捌き施設の整備 	<p>平成14～16年度</p> <p>平成14～16年度</p>
豊 島 市 場	<ul style="list-style-type: none"> ・国道17号線拡幅に伴う整備 ・耐震調査及び補強工事 	<p>平成15～16年度</p> <p>平成16～18年度</p>

整 備 計 画

市 場 名	事 業 内 容 (平成13～22年度)	工 期 等 (目 途)
淀 橋 市 場	<ul style="list-style-type: none"> ・松原分場総合事務所の整備 ・仲卸業者売場棟等の整備 	<p>平成14～15年度</p> <p>平成15～22年度</p>
足 立 市 場	<ul style="list-style-type: none"> ・荷捌き施設の整備 ・低温施設の整備 	<p>平成13年度</p> <p>平成15～17年度</p>
板 橋 市 場	<ul style="list-style-type: none"> ・低温施設の整備 ・花き棟下屋の整備 	<p>平成13年度</p> <p>平成13年度</p>
世 田 谷 市 場	<ul style="list-style-type: none"> ・青果部・花き部施設整備 (継続事業) 	<p>平成9～13年度</p>
北 足 立 市 場	<ul style="list-style-type: none"> ・低温施設の整備 ・花き部垂直搬送機等物流動線の調査・整備 	<p>平成14年度～</p> <p>平成14年度～</p>
多 摩 ニ ュ ー タ ウ ン 市 場	<ul style="list-style-type: none"> ・低温施設の整備 	<p>平成13年度</p>
葛 西 市 場	<ul style="list-style-type: none"> ・低温施設の整備 ・青果部荷捌き施設の整備 	<p>平成13年度</p> <p>平成13年度</p>

〔参考資料〕

既設市場業者一覧（平成13年10月1日現在）

1 中央卸売市場

市場名	品目	卸売業者名	
築地市場	青果	東京中央青果株式会社	
		東京築地青果株式会社	
		東京中央漬物株式会社	
		東京中央鳥卵株式会社	
	水産物	東都水産株式会社	
		大都魚類株式会社	
		中央魚類株式会社	
		築地魚市場株式会社	
		第一水産株式会社	
		丸千千代田水産株式会社	
		総合食品株式会社	
		東京食肉市場株式会社	
		東京青果株式会社	
		東京荏原青果株式会社	
全国農業協同組合連合会 大田青果市場			
東京神田青果市場株式会社			
東京東梅食品株式会社			
食肉市場	東京食肉市場株式会社		
	東京青果株式会社		
大田市場	青果	東京荏原青果株式会社	
		全国農業協同組合連合会 大田青果市場	
		東京神田青果市場株式会社	
	水産物	東京大田魚市場株式会社	
		大都魚類株式会社	
		花き	株式会社大田花き
			株式会社フラワーオークションジャパン

市場名	品目	卸売業者名
豊島市場	青果	東京豊島青果株式会社
淀橋市場	青果	東京新宿青果株式会社 東京淀橋青果株式会社
足立市場	水産物	大都魚類株式会社 中央魚類株式会社 東京北魚株式会社
板橋市場	青果	東京豊島青果株式会社 東京富士青果株式会社
世田谷市場	花き	株式会社東日本板橋花き
	青果	東京荏原青果株式会社
	花き	株式会社世田谷花き 株式会社東京砧花き園芸市場
北足立市場	青果	東京千住青果株式会社 東京丸生青果株式会社
	花き	株式会社第一花き 株式会社東京花き
	青果	東京ニュータウン青果株式会社
葛西市場	青果	東京千住青果株式会社
	花き	東京フラワーポート株式会社

2 地方卸売市場

市場名	品目	卸売業者名
東京伊興青果地方卸売市場	青果	東京伊興青果株式会社
東京都青梅青果地方卸売市場	青果	青梅青果株式会社
東京都福生青果地方卸売市場	青果	福生青果株式会社
東京都八王子北野地方卸売市場	青果	東京八王子青果株式会社
東京都東京青果昭島地方卸売市場	青果	東一西東京青果株式会社
東京都東村山丸西青果地方卸売市場	青果	株式会社丸西青果市場
東京都清瀬吉川青果地方卸売市場	青果	有限会社吉川青果市場
東京都小平丸新城西青果地方卸売市場	青果	丸新城西青果株式会社
東京都三鷹地方卸売市場	青果	東京多摩青果株式会社
東京都国立地方卸売市場	青果	東京多摩青果株式会社
東京都東久留米地方卸売市場	青果	東京多摩青果株式会社
東京都八王子魚市場地方卸売市場	水産物	八王子魚市場株式会社
東京東久留米水産地方卸売市場	水産物	丸北水産株式会社
府中大東京総合地方卸売市場	水産物	八王子魚市場株式会社
東京都調布水産青果地方卸売市場	水産物	株式会社アキヒ口
	青果	丸仙青果株式会社

市場名	品目	卸売業者名
上野生花地方卸売市場	花き	フロリード株式会社
東京フリアネット浅草橋生花地方卸売市場	花き	ティールシー東京フリアネット株式会社
坂本生花地方卸売市場	花き	株式会社坂本生花市場
東京都荻窪園芸地方卸売市場	花き	東京都西部花卉農業協同組合
東京フリアネット多摩生花地方卸売市場	花き	ティールシー東京フリアネット株式会社
立川生花地方卸売市場	花き	株式会社立川生花市場
八王子生花地方卸売市場	花き	株式会社八王子生花市場
青梅インターフローラ地方卸売市場	花き	株式会社東京久留米花卉園芸卸センター