

東京都卸売市場整備基本方針(骨子)(案)

平成23年1月25日

東京都卸売市場審議会計画部会

目 次

はじめに ～ 岐路に立つ卸売市場 ～	1
第1 卸売市場を取り巻く環境	1
1 世帯構造等の変化	1
2 生鮮食料品等流通の変化	1
(1) 国内生産力の低下、出荷団体の大型化等	
(2) 専門小売店の減少と量販店のシェア拡大等	
(3) 流通チャネルの多元化と市場外流通の増大	
3 食に対する意識の変化	1
(1) 食の安全・安心への意識の高まり	
(2) 多様化・個性化・高度化する消費者ニーズ	
4 国の卸売市場整備基本方針	2
第2 東京都における卸売市場の現状	2
1 市場外流通の拡大、卸売市場経由率の低下	2
2 取扱数量及び取扱金額	2
(1) 中央卸売市場	
(2) 地方卸売市場	
3 市場関係業者の経営状況	2
(1) 中央卸売市場	
(2) 地方卸売市場	
第3 卸売市場整備基本方針 ～ 卸売市場の将来を見据えて ～	3
1 東京都における卸売市場の公共的役割	3
(1) 都民の食生活の安定	
(2) 都民の食の安全を確保	
(3) 生産者・実需者がいつでも利用できる開かれた取引の場	
2 今後も卸売市場を運営していく必要性	3
3 中央卸売市場整備の方針	3
(1) 都民の食の安全・安心への期待に応える	
(2) 生産者・実需者の多様なニーズに応える	
(3) 市場の活性化を図る	
(4) 財政基盤を強化する	
4 中央卸売市場整備の具体的な施策の方向性	4
(1) 卸売市場の機能強化に向けて	
ア 卸売場等の低（定）温化によるコールドチェーンの確立	
イ 加工・パッケージ施設など多様なニーズへの対応	

ウ	物流の改善への取組	
エ	食の安全・安心確保への取組	
オ	環境問題への取組	
カ	災害等危機管理の取組	
(2)	卸売市場の活性化に向けて	
ア	市場関係業者の経営基盤強化・取引活性化	
イ	人材育成の取組と情報収集・発信の取組	
ウ	専門小売店、量販店・外食産業事業者等への対応	
エ	都民・消費者に対する取組	
オ	経営戦略の確立	
(3)	財政基盤の強化に向けて	
ア	市場財政の現状と見通し	
イ	財政基盤の強化	
5	地方卸売市場の機能強化	6
第4	市場別整備方針 ～ 今後の卸売市場のあり方に道筋を ～	6
1	中央卸売市場	6
(1)	市場の特色・特性を生かした施設整備・市場運営	
(2)	豊洲新市場の整備	
2	地方卸売市場	6

東京都卸売市場整備基本方針（骨子）（案）

はじめに ～ 岐路に立つ卸売市場 ～

近年、卸売市場を取り巻く環境の急激な変化を受け、取扱数量の減少や市場業者の経営悪化など、卸売市場をめぐる状況は一段と厳しくなっている。

卸売市場が今後も生鮮食料品等の流通を担っていくためには、卸売市場の持つ公共的な役割を踏まえ、ハード・ソフトの両面からの的確に対応し、都民の安全・安心への期待や生産者・実需者の多様なニーズに応えていかななくてはならない。

第1 卸売市場を取り巻く環境

まず、卸売市場を取り巻く環境がどのように変化しているかについて、以下のように分析した。

1 世帯構造等の変化

生鮮食料品等流通の変化等の背景として、少子高齢化の急速な進展や、高齢者をはじめとする単独世帯の増加が顕著であることがあげられる。また、国民の総食料消費量及び国民1人当たりの消費量がともに減少傾向にあること、外食・中食などの食の外部化が進展していることがあげられる。

2 生鮮食料品等流通の変化

(1) 国内生産力の低下、出荷団体の大型化等

我が国の農漁業は、従事者の減少・高齢化の進行等により生産力が低下しており、大型化・集約化によって生き残りを図ろうとする出荷団体（農業協同組合、漁業協同組合等）は、価格形成に対する発言力を強めるとともに、出荷先を選別・集中させる傾向にある。

一方、農業生産法人が増加しており、また、最近の農地法の改正により、農業生産法人以外の法人でも農地利用等が可能となるなどの動きがある。

(2) 専門小売店の減少と量販店のシェア拡大等

地域の専門小売店が減少する一方、東京都が実施した世論調査によれば、都民の約8割が量販店で生鮮食料品を購入しており、量販店は購入先として圧倒的なシェアを確保している。

また、コンビニエンスストアによる生鮮食料品等の販売、スーパー等によるインターネット注文・販売、飲食業等の業務向けのキャッシュアンドキャリー型業態など、小売業態の多様化が見られる。

こうした状況の中、高齢者等にとって食料品等の購入が困難になるいわゆる「買い物難民」の問題も指摘されてきており、都市部のスーパーでは消費者に近い立地となるよう、小型化・多店舗展開をしているものもある。

(3) 流通チャネルの多元化と市場外流通の増大

大口需要者による産地（生産者、農業生産法人、出荷団体等）との直接取引、インターネット・宅配便を利用した販売、産地直売所による販売等、流通チャネルが多元化している。また、国内生産力の低下、外食・中食の業務需要等により、主として市場外で流通する輸入農産物が増加している。

3 食に対する意識の変化

(1) 食の安全・安心への意識の高まり

食品の不適正な表示や食品事故等といった消費者の信頼を揺るがす事件が後を絶たず、消費者の食の安全・安心に対する意識が高まっている。

(2) 多様化・個性化・高度化する消費者ニーズ

家計における生鮮食料品への支出は減少傾向にあるが、惣菜等の調理食品（中食）への支出は緩やかに増加している。また、景気低迷により消費者の低価格志向は再び強まってきているが、一方で鮮度や安全性を求める傾向も見られる。

4 国の卸売市場整備基本方針

平成 22 年 10 月に農林水産省が策定した卸売市場整備基本方針では、中央卸売市場について、大規模な市場と中小規模の市場との間での効率的な流通ネットワークを構築する観点から、新たに中央拠点市場を位置付けるとしている。

また、取扱数量が減少するなど一定の指標（再編基準）に該当する中央卸売市場については、他市場との連携や地方卸売市場への転換等の措置に取り組むこととしている。

第 2 東京都における卸売市場の現状

次に、第 1 で分析した卸売市場を取り巻く環境の下、東京都における卸売市場の現状について、以下のように整理した。

1 市場外流通の拡大、卸売市場経由率の低下

大口需要者による産地との直接取引など流通チャネルの多元化や、加工品の需要増、輸入品の取扱増等により市場外流通が増大し、青果・水産物・食肉いずれも卸売市場経由率は低下している。

2 取扱数量及び取扱金額

(1) 中央卸売市場

ア 水産物について、水産 3 市場の合計は、取扱数量はピーク時（昭和 62 年）に比べ約 34% 減少、取扱金額はピーク時（平成 2 年）に比べ約 44% 減少している。築地市場の取扱数量が最も多く、全体の約 93% を占めている。

イ 青果について、青果 9 市場の合計は、取扱数量はピーク時（昭和 62 年）に比べ約 26% の減少、取扱金額はピーク時（平成 3 年）に比べ約 34% 減少している。市場別のシェアは大田市場が増加する一方で、その他市場は減少している。

ウ 食肉について、牛肉は、アメリカでの B S E 発生により品薄から高値で推移したが、輸入再開により平成 20 年以降は取扱金額が減少に転じた。また、豚肉は、国内生産量減少・産地と畜の増加等により、10 年前と比べ、取扱数量で約 34%、取扱金額で約 39% の大幅な減少となっている。

エ 花き部は、地方卸売市場を統合して整備が進められてきた。地方卸売市場を含めた取扱金額は、平成 10 年から 21 年にかけて約 19% 減少している。

(2) 地方卸売市場

ア 都内には、水産 3 市場、青果 8 市場、花き 7 市場の合計 18 の地方卸売市場がある（平成 22 年 1 月現在）。

イ 水産物、青果の取扱数量は、ともに平成元年、昭和 62 年を境に減少に転じた。また、花きについては、地方卸売市場を中央卸売市場に統合してきた経緯から、取扱数量は減少している。

3 市場関係業者の経営状況

(1) 中央卸売市場

ア 卸売業者については、水産物部、青果部では、総じて受託販売数量の減少・買付販売数量の増加傾向が見られる。また、特に水産物部については、営業利益率及び経常利益率の改善傾向が見られず、厳しい状況が続いている。

イ 仲卸業者については、水産物部で約半数、青果部で約3割の業者が経常赤字に陥っており、厳しい経営状況にある。

(2) 地方卸売市場

東京都の地方卸売市場は全て民営の市場であり、一部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3 卸売市場整備基本方針 ～ 卸売市場の将来を見据えて ～

これまで述べたように、卸売市場を取り巻く環境や東京都における卸売市場の現状を見ると、卸売市場をめぐる状況は一段と厳しさを増している。

このような現状の下で、今後の卸売市場整備計画の前提として、卸売市場が果たしている役割について改めて整理し、その上で今後の方向性を見出していくこととした。

1 東京都における卸売市場の公共的役割

卸売市場は以下の役割を果たしており、それらは公共的性格が強いといえる。

(1) 都民の食生活の安定

生産の不安定性を伴う生鮮食料品等について、多種多様な品目を大量かつ安定的に集荷する卸売市場の機能は、産地と量販店や専門小売店などの実需者との直接取引のみでは実現困難であり、都民が豊かで安定した食生活を送る上で不可欠である。

また、卸売市場は、食育・花育等に貢献しているほか、多様な食材や食に関する情報等を提供し、食文化の一翼を担っている。

(2) 都民の食の安全を確保

市場施設における衛生管理の徹底や、品質保持を可能とする施設の整備・運用は、都民の食の安全確保において、極めて重要な役割を果たしている。

(3) 生産者・実需者がいつでも利用できる開かれた取引の場

開かれた取引の場である卸売市場は、生産者は安定した出荷が可能となる一方、実需者の誰もが多種多様な商品を必要な時に調達できるといった利便性を備えており、きめ細かな生鮮食料品供給を行う社会的なインフラとしての役割を果たしている。

なお、築地・大田・食肉といった市場は、全国の建値市場としての役割を果たしている。

2 今後も卸売市場を運営していく必要性

このように、卸売市場は公共的性格の強い役割を担っている。また、卸売市場経由率は、依然として青果・水産物の約6割となっており、都民の安定した食生活を実現する上で、卸売市場が担う責任は重い。

こうしたことから、東京都は、今後も着実に卸売市場を運営していく必要がある。

3 中央卸売市場整備の方針

上記の整理を踏まえ、東京都は、中央卸売市場の整備について、以下の方針により、着実に推進すべきである。

(1) 都民の食の安全・安心への期待に応える

都民の食の安全・安心に対する期待に応えるため、品質管理の向上を目的とした施設整備や適正な衛生管理等の実施により、「市場を経由した生鮮食料品は安心・安全である」ことを担保し、都民の食生活を支えていく。

(2) **生産者・実需者の多様なニーズに応える**

生産者や、量販店から専門小売店までの実需者など、卸売市場に対する様々なニーズに応じた環境を整備し、卸売市場の機能を強化していく。

(3) **市場の活性化を図る**

市場業者の経営基盤強化に向けた取組等を支援することなどにより、卸売市場の活性化を図っていく。

(4) **財政基盤を強化する**

卸売市場の機能維持・強化を図り、都民の安定した食生活を支えていく上での基礎として、東京都中央卸売市場の財政基盤を強化する。

4 中央卸売市場整備の具体的な施策の方向性

上記で述べた整備の方針の下に、具体的な施策の方向性を以下のように整理した。

(1) **卸売市場の機能強化に向けて**

都民の食の安全・安心への期待や生産者・実需者の多様なニーズに応えるため、以下のような取組を行うべきである。

ア 卸売場等の低（定）温化によるコールドチェーンの確立

生鮮食料品等流通におけるコールドチェーンを確立するため、特に水産物部及び青果部について、低（定）温卸売場を積極的に整備していく必要がある。整備に際して、東京都と市場関係業者は、整備の負担区分や整備後の運用方法等について十分な協議を行うべきである。

イ 加工・パッケージ施設など多様なニーズへの対応

実需者が求める加工・パッケージ施設について、市場用地貸付制度の活用等を基本に整備をしていく必要がある。

ウ 物流の改善への取組

各市場の実情や特性に応じた荷捌き施設等の整備を進めるべきである。また、卸売場の有効活用等について、物流改善の観点から検討すべきである。

エ 食の安全・安心確保への取組

東京都と市場関係業者に設置している安全・品質管理者（SQM）が連携し、市場内における品質管理、衛生管理の向上を図るとともに、食品危害発生時に的確に対応すべきである。また、個々の事業者による自主的な品質管理を一層推進していくべきである。

これらの取組により、各市場の品質管理、衛生管理の水準を向上させる必要がある。

オ 環境問題への取組

地球温暖化対策として、東京都は市場関係業者と協力して節電・節水等の省エネに取組むとともに、太陽光発電設備等の施設整備の推進等を図るべきである。また、自動車排出ガス対策として、小型特殊自動車の電動化を引き続き推進すべきである。

カ 災害等危機管理の取組

東京都の多くの中央卸売市場は、災害時の広域輸送拠点に指定され、生鮮食料品の供給確保という重要な役割を有しており、公的機関として適切に対応していく必要がある。

(2) **卸売市場の活性化に向けて**

ア 市場関係業者の経営基盤強化・取引活性化

- ① 卸売業者は、資本提携・合併や業務の効率化・共同化によるコスト削減等を推進し経営規模の拡大や経営健全化を図るとともに、他市場の卸売業者とのネットワークの強化や仲卸業者等と連携した新商品開発等に取組み、集荷・販売力を強

化する必要がある。

- ② 仲卸業者は、卸売業者等と連携した新商品の開発・新規需要の開拓やリテールサポート（小売支援活動）等に取り組み、販売・営業力を強化するとともに、資本提携・合併等による統合大型化を推進し、一定の経営規模を確保する必要がある。
- ③ 売買参加者は、出荷者・卸売業者等と連携し、地場製品の取扱いによる品揃えの充実など、消費者ニーズに対応したビジネスモデルを展開することが必要である。
- ④ 関連事業者は、仲卸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を積極的に展開することが必要である。
- ⑤ 東京都は、市場関係業者の健全な経営を確立するため、引き続き、財務検査・経営改善指導、経営相談等の取組を着実に実施する必要がある。

また、市場関係業者からの各種書類の提出・報告等について、今後、国による業務規程例の見直し等の動向を踏まえ、事務の簡素化の観点から、必要な検討を行うべきである。

イ 人材育成の取組と情報収集・発信の取組

卸売業者・仲卸業者には、経営能力や商品の企画提案力、販売力等を有する人材が求められていることを踏まえ、東京都は、卸売市場全体の活性化を図る観点から、市場関係業者が主体的に行う人材育成の取組に対して、積極的な協力や側面的な支援を検討すべきである。

また、生産サイドの情報及び消費サイドの情報について、市場関係業者が連携して収集・発信し、様々な情報を有効に活用することが必要である。さらに、東京都が公表している取引情報について、今後の国の業務規程例の見直し等の動向も踏まえ、市場関係業者と協議した上で、内容を一層充実するよう検討すべきである。

ウ 専門小売店、量販店・外食産業事業者等への対応

地域における生鮮食料品等流通の重要な担い手である専門小売店について、卸売市場として支援していく必要がある。仲卸業者等が共同して専門小売店等に対してリテールサポート等を行う場合は、東京都は引き続き支援を行うとともに、市場経由商品等を取扱う専門小売店の魅力を紹介するための広報活動等を展開していくべきである。

また、量販店や外食産業等の安定取引に対するニーズに応えるよう、市場関係業者は積極的に対応すべきである。なお、その際は需給以外の要素で取引価格が形成されることがないように、取引条件の明確化・書面化等に取り組む必要がある。

エ 都民・消費者に対する取組

都民・消費者の、卸売市場に対する理解を促進していくため、東京都は従来の施策紹介型にとどまらず、卸売市場の機能や卸売市場を経由する商品の魅力を紹介するなど、より効果の高い広報活動を展開するべきである。また、市場見学、食育・花育等の取組については、市場ごとの特性に応じて、市場ならではのプログラムを用意するなど、都民・消費者との交流を図る観点から推進する必要がある。

オ 経営戦略の確立

東京都と市場関係業者が一体となって、卸売市場の位置づけ、役割、機能強化の方法、将来の需要・供給予測を踏まえた施設整備、市場運営のあり方等を明確にし、経営展望を策定するなど、卸売市場としての経営戦略を確立する方策を検討すべきである。

(3) 財政基盤の強化に向けて

ア 市場財政の現状と見通し

東京都の中央卸売市場会計は、昭和 42 年度以降連続して営業収支の赤字を計上しており、近年は取扱金額の減少による売上高割使用料の減少が顕著である。今後、

豊洲新市場の整備や既存市場の施設改修等に伴う多額の財政支出の発生とともに、資金の減少に伴う受取利息収入の減少等が見込まれる。

イ 財政基盤の強化

厳しい財政状況が予想される中、今後も中央卸売市場は、生産者・実需者ニーズ等を踏まえ、品質管理の高度化や物流改善等に取り組む必要がある。そのため、施設整備におけるコスト削減などの徹底的なコスト削減に加え、市場運営の基盤である市場使用料のあり方について、市場使用料あり方検討委員会における検討を踏まえ、適切に対応する必要がある。

また、遊休施設等について、有効かつ多様な活用方法の検討を進めるべきである。

5 地方卸売市場の機能強化

地方卸売市場は、都内の生鮮食料品等流通の一端を担っており、特に多摩地域においては、生鮮食料品等流通の中心的役割を果たしていることを踏まえ、東京都は、地方卸売市場と連携し、生鮮食料品等の安定供給に寄与していく必要がある。

また、東京都は引き続き、地方卸売市場における卸売場の低（定）温化や耐震補強などの施設整備について、地方卸売市場助成事業により支援すべきである

第4 市場別整備方針 ～ 今後の卸売市場のあり方に道筋を ～

第1から第3を踏まえて、市場別整備方針について、以下のとおり整理した。

1 中央卸売市場

(1) 市場の特色・特性を生かした施設整備・市場運営

東京都の中央卸売市場は、首都圏の基幹市場としての役割を担っている市場や地域のニーズに対応した役割を担っている市場など、それぞれ特色を有している。また、11の市場が東京都という同一の開設区域において一体となってその機能を発揮している。

国は、第9次卸売市場整備基本方針において、中央拠点市場を位置づけるとしているが、東京都の中央卸売市場は、11市場が一体的にその機能を発揮しているという、他都市の中央卸売市場とは異なる事情を有している。

従って、各市場について、その特徴、強みなどを生かしながら、着実な整備・運営を図り、また11市場のネットワークによる総合力を強化し、都民の食生活の安定に向けた責務を果たしていくべきである。

(2) 豊洲新市場の整備

11の市場のうち、特に築地市場はこれまでも中核的な拠点市場として、東京都内のみならず広く首都圏への生鮮食料品供給の機能を果たしてきた。築地市場を移転し、整備される豊洲新市場は、流通環境の変化に対応し、今後の卸売市場に必要な高度な品質・衛生管理施設を備えるとともに、多様な実需者のニーズに応じたサービス機能を備え、先進的な市場流通を実現できる卸売市場であり、今後の卸売市場のあり方の一つを示すものである。

2 地方卸売市場

水産市場及び青果市場については、引き続き地方卸売市場助成事業等により支援すべきである。また、花き市場については、活性化が図られるよう支援すべきである。