

東京都卸売市場審議会計画部会の検討状況について

資料 1

1 計画部会の構成

審議会委員のうち4名の学識経験者により構成

部会長	木立 真直	中央大学商学部教授
部会長代理	矢野 裕児	流通経済大学流通情報学部教授
委員	黒石 匡昭	新日本有限責任監査法人 パートナー 公認会計士
委員	横山 将義	早稲田大学商学学術院教授

2 審議経過

現在まで9回開催（市場関係者ヒアリング、講演、市場視察を含む）

回	日程	主な内容
1	平成27年 5月29日	講演「卸売市場をめぐる状況と卸売市場活性化の課題」（神戸大学大学院 小野雅之教授） 卸売市場を取り巻く環境と東京都の卸売市場の現状
2	6月26日	卸売市場の役割 市場の品質・衛生管理 市場の環境対策・災害対策
3	7月17日	東京都中央卸売市場における各部類の概況 市場における物流の効率化・多様なニーズへの対応
4	7月31日	市場視察（国立地方卸売市場ほか） 講演「水産物流通システムの変貌と課題」（東京海洋大学大学院 婁小波教授）
5	8月7日	市場関係者ヒアリング（第1回） 市場視察（豊洲市場建設現場）
6	8月21日	市場関係者ヒアリング（第2回）
7	9月25日	市場の活性化（その1）
8	11月6日	市場財政の現状と課題 市場の運営 地方卸売市場
9	11月27日	市場の活性化（その2） 国の卸売市場整備基本方針（案）

3 市場関係者ヒアリング（8月7日, 21日）

都内の中央卸売市場及び地方卸売市場に関わる業界団体に対して実施

水産	卸売業者	東京都水産物卸売業者協会
	仲卸業者	東京魚市場卸組合連合会
	小売業者	東京都水産物小売団体連合会
青果	卸売業者	東京中央市場青果卸売会社協会
	仲卸業者	東京青果卸売組合連合会
	小売業者	東京都青果小売商団体協議会 東京都青果小売商団体連合会
花き	卸・仲卸・ 買参など	東京都花き振興協議会
食肉	卸・仲卸・ 買参など	一般社団法人 東京食肉市場協会
関連	関連事業者	東京都中央卸売市場関連事業者団体連合会
地方卸売市場	卸売業者	東京都多摩地区青果卸売会社協会

4 今後のスケジュール（予定）

年	月	東京都	国（参考）
28	1～	○計画部会において、東京都卸売市場整備基本方針（案）の検討・作成、他市場・流通施設の視察及び産地・実需者等へのヒアリングの実施	○食料・農業・農村政策審議会の諮問・答申（平成28年1月）を経て、第10次卸売市場整備基本方針を策定
		↓	
28	4	○計画部会が基本方針（案）の検討内容を審議会に中間報告	○食料・農業・農村政策審議会の諮問・答申（平成28年3月）を経て、第10次中央卸売市場整備計画を策定
		↓	
28	6	○計画部会が基本方針（案）を審議会に最終報告 ○審議会が東京都卸売市場整備基本方針を答申	
		↓	
		○同基本方針を基に東京都卸売市場整備計画を策定（平成28年度内）	

卸売市場の現状と今後に向けた取組の方向性

卸売市場を取り巻く環境の変化

- 1 **世帯構造、食料消費等の変化**
 - ・ 少子高齢化の進行、単独世帯の増加
 - ・ 一人当たりの食料消費の減少傾向
- 2 **消費者ニーズの多様化**
 - ・ 外食・中食（惣菜等の調理食品）の利用の増加
 - ・ 食の安全・安心に対する意識の高まり
- 3 **生鮮食料品等の生産、流通の変化**
 - ・ 農業・漁業従事者の減少及び高齢化等に伴う生産力の低下
 - ・ 産地の大型化・集約化
 - ・ 専門小売店の減少、量販店のシェア拡大

東京都の中央卸売市場の現状

- 1 **市場外流通の増大**
 - ・ 産地と大口需要者の直接取引など流通チャネルの多元化
 - ・ 卸売市場を経由しない加工品・輸入品等の流通の増加
- 2 **取扱数量及び取扱金額の減少**
 - ・ 取扱数量・金額の長期的な減少傾向（青果・水産の取扱金額は近年若干の持ち直し）
 - ・ 産地による出荷先の選別等に伴う市場間格差の拡大
- 3 **市場関係業者の経営悪化**
 - ・ 仲卸業者数が長期的に減少
 - ・ 水産物部は、他部類に比べ、経常赤字の仲卸業者の割合が高く推移

第10次東京都卸売市場整備計画における取組の方向性

多様化するニーズへの的確な対応

品質・衛生管理の高度化

加工・パッケージや保管・配送等の付加機能の強化

消費者との交流や「食」に関する情報発信の充実

市場の健全かつ安定した経営に向けた取組の推進

市場関係業者の経営基盤の強化

将来を見据えた経営戦略の確立

市場の財政基盤の強化

社会的要請への適切な対応

食の安全及び消費者の信頼の確保

環境負荷の低減

災害等の危機への対応強化

市場の活性化に向けた新たな取組の推進

卸売市場を活用した国産農水産物の輸出の推進

計画部会における議論の内容

	市場関係者ヒアリングにおける主な意見	計画部会における議論
品質・衛生管理、食の安全・安心	<ul style="list-style-type: none"> ・卸売市場として食品の安全・安心の確保は最重要課題であり、コールドチェーンシステムを確保すべき。 ・低温施設を整備するためには施設整備費等がかかり、設置後も電気代や維持管理費の負担が大きいが、低温化等にかかるコストを消費者に転嫁することは困難である。 ・品質・衛生管理を徹底するとともに、食品事故への対応、喫煙やごみ処理等に対する市場関係者の意識向上が必要である。 	<ul style="list-style-type: none"> ・品質・衛生管理は、一事業者だけの話には留まらず、サプライチェーン全体としてどのように担保できるかが重要である。 ・市場関係者の品質・衛生管理に対する意識が不十分であり、高度化以前の問題として、ミニマムスタンダードとして基準等を設け、規制を強化していくべきではないか。 ・産地や実需者等から求められる品質・衛生管理の要求水準について確認するとともに、新たなプレイヤーを取り込むことにより、市場関係者の意識を変え、活性化を図っていく必要があるのではないか。 ・低温施設の整備にあたり、施設整備や維持のコストが発生するが、これを誰が負担していくのか、市場の公共性を踏まえつつ、受益と負担の関係を整理していく必要がある。
物流の効率化・情報化	<ul style="list-style-type: none"> ・荷捌き場・駐車場の確保や動線の整理、入場ルールの徹底等により、場内の混雑・渋滞を解消する必要がある。 ・物流の効率化には、一定程度の商物分離取引等、ソフト面の見直しが不可欠である。 ・開設者、業界が一体となつての総合的情報のデータ化・電子化・システム化へ取り組むべき。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ロジスティクスについては、①企業単位で物流管理、情報管理をどう高度化していくか、②卸売市場の機能強化をどうしていくか、③サプライチェーン全体でいかに付加価値をつけていくか、の3段階の議論をしていくことが重要である。 ・市場の機能強化については、①商流と物流の整序化、②外部委託、③共同化、④ユニットロード、⑤自動化・機械化の問題がある。 ・商流と物流を整序化することが重要であり、複数の卸売業者が物流を共同化するなど、業務を合理化することにより、物流コストが下げられる。 ・情報化を進めることは、業務・物流の効率化に加え、市場の取引が見える化し、透明性を高めることで、市場の公共性を担保することにもつながる。
多様化するニーズへの的確な対応	<ul style="list-style-type: none"> ・多様なニーズに対応できるよう、市場における加工・パッケージや保管・配送等の機能を強化し、付加価値・サービスを向上させていく必要がある。 ・H A C C P 対応した加工施設等の整備が必要である。 	<ul style="list-style-type: none"> ・小売側からは、中間流通が担う役割の拡大が期待されており、商品・サービスの付加価値を高めていかないと、卸売システムとして生き残れない。 ・市場業者が商品の付加価値を高め、実需者側に対し価格交渉力を持ちながら、販売を伸ばしていくことができると、最終的に生産者の支援にもなり、都民の食を豊かにしていくことにもつながる。 ・今後、新たな施設整備を行うにあたっては、ニーズを大幅に超えるような過剰な仕様とならないよう、投資と効果のバランスを考える必要がある。

	市場関係者ヒアリングにおける主な意見	計画部会における議論
環境対策・災害対策	<ul style="list-style-type: none"> ・分別収集による食品リサイクルの確立など、廃棄物対策を徹底する必要がある。 ・LED照明や省エネ型冷凍機の導入など、消費電力の削減に取り組む必要がある。 ・震災時に開設者と市場業界が一体となって、いち早く卸売市場の機能を回復できるよう、実務的なマニュアルの作成など、日ごろからの体制整備が肝要である。 	<ul style="list-style-type: none"> ・市場ごとに地域的な条件等が異なるので、環境・災害対策についても、画一的ではない市場ごとの創意工夫が重要である。 ・都と市場関係業者が役割分担して、組織体制をつくり、戦略的に環境対策等に取り組んでいく必要がある。 ・今後、市場の再編等について検討する場合には、都市交通への影響なども含め、環境面での影響についても考える必要がある。
取引の活性化	<ul style="list-style-type: none"> ・リテールサポートを充実し、市場のコーディネート機能を強化する必要がある。 ・市場関係業者の商品知識を充実させるため、研修等のシステムをつくる必要がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ・市場外部の事業者の新規参入を認めることは、市場の活性化にとって非常に重要である。 ・流通環境の変化等に対応していくためには、市場においても、イノベーションを引き出しやすくするような仕組みづくりなど、改革を促すことができないか考えるべき。 ・必要な規制は残すべきであるが、一方で自由な商取引行為や卸売活動の活性化を阻害している面もあるのではないか。
市場業者の経営基盤の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・専門家の派遣による経営指導や経営セミナーの開催など、市場関係業者が経営効率化を図れるよう支援してほしい。 ・経営的視点を強化するため、各業界の参画による経営委員会を設置するなどして、市場全体の視点からリーダーシップが発揮できるよう取り組んでいく必要がある。 ・他業種等に見劣りすることのない労働環境づくりが積極的に図れるよう、開設者として調整してほしい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・経営基盤の強化については、事業者自らが戦略を明確に打ち出すことが重要であり、東京都としては、全体のコーディネートや支援という視点で検討すべきではないか。 ・経営的な安定性の確保やイノベーションについて考えるにあたり、市場外との競合という問題を視野に入れなければいけない。 ・明るい未来を展望できる市場づくりのためには、人材確保が課題であり、清潔さ等も含めて、市場のブランドイメージづくりが重要である。
取引の適正化・効率化、取引情報の公開	<ul style="list-style-type: none"> ・せり割合が大きく減少し、価格形成機能が失われたことが市場として問題である。 ・取引の透明性を確保するため、市場取引委員会の強化等が必要である。 ・開設者に対する申請、報告等の手続きについて、市場運営の質を維持する範囲において、業務の合理化について検討してほしい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・東京都の市場における取引価格は、全国の指標価格としての役割も果たしていることから、価格の公正さを確保していくことは一種の社会的責任である。 ・全国的な需給を視野に入れながら市場関係業者が取引・交渉を行った結果として、公正な価格形成がなされているという意味では、取引情報の公開が非常に重要である。 ・開設者に対する申請書類等については、本当に必要なものを見極め、合理化・簡素化ができるものがないか検討していてもよいのではないか。

	市場関係者ヒアリングにおける主な意見	計画部会における議論
経営戦略	<ul style="list-style-type: none"> ・市場の経営力如何によって、市場の必要性や存立意義が問われる転機にある。 ・経営戦略的視点を持った市場運営が求められており、都はその自覚を強く持ち、業界と一体となって市場の経営方針を策定し、実行していくなど、開設者としての役割を果たしてもらいたい。 ・市場ごとの特質を踏まえ、戦略的なビジネスモデルの確立が必要である。 	<ul style="list-style-type: none"> ・経営戦略を立てるにあたっては、各市場が独自性を出して、イノベーションを起こせるような環境整備に取り組んでいく必要があるのではないか。 ・小規模な市場であっても、地域の中核的な社会インフラとしての役割を果たし、魅力ある市場として発展していくことは可能であり、画一的でない創意工夫が重要である。 ・開設者がリーダーシップをとって市場ごとの活性化プランを立てる仕組みを作っていないといけないのではないか。 ・SWOT分析※は、具体的な行動戦略の中で見直すべき点を皆で再度考えることによって意味が出てくる。 <p>※企業の戦略立案を行う際に使われる分析手段で、組織の外的環境に潜む機会(O)、脅威(T)を検討・考慮したうえで、その組織が持つ強み(S)と弱み(W)を確認・評価すること。</p>
市場の活性化に向けた新たな取組	<ul style="list-style-type: none"> ・米国等に輸出していくため、国際基準に対応した市場設備に改善する必要がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ・航空便による輸出は高級品中心となるが、船便により適切に温度管理された状態かつ低価格で大量輸送することも可能であり、高級品以外の市場開拓も考えられるのではないか。 ・メイド・イン・ジャパンに対する信頼度は相当高く、今まで以上に多様な品目で輸出が可能ではないか。 ・輸出戦略ということが声高に言われているが、都民のための市場という点において輸出の位置付けがどうか、また、市場の活性化等においてどれだけ貢献するのかという部分の議論が必要である。 ・日本の生鮮食料品流通はHACCP対応等が遅れており、輸出のハードルにもなっているが、輸出に対応するための取組が国内流通も含めた衛生面での機能高度化につながる可能性があり、そういう意味でも輸出の取組は重要ではないか。
地方卸売市場	<ul style="list-style-type: none"> ・コールドチェーン体制の確立と加工・パッケージ機能について、更に推進していく必要があるが、民営市場のため自費での建設・場所の確保等を行わなければならない、電気料・メンテナンスなど設備設置後の維持費用の負担が大きい。 ・市場によって格差もあるため、補助金のほか新しい公的資金の投入を考えてもらいたい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・地方卸売市場において、民間経営で物流拠点として高度化された例や、卸と仲卸が一元化して取扱数量を増やしている例などがあるので、こうした事例を研究していくべき。 ・全国で中央卸売市場から地方卸売市場に転換した例において、商物一致や開設区域の規制がなくなり、柔軟な取引が可能になるなどの効果が出たとされているものもあるが、具体的な効果の検証が必要である。 ・地方卸売市場への転換を検討する場合には、システム自体の有効性やイノベティブな側面を踏まえた上で、複数のオプションから適切なものを選んでいくという発想が必要である。

	市場関係者ヒアリングにおける主な意見	計画部会における議論
市場の財政		<ul style="list-style-type: none"> ・公営企業体は中長期で独立採算をどう安定的に図っていくかという視点が必要である。 ・新たな施設整備や取組が市場の経営戦略とリンクして、正のスパイラルに結びついていくという点が重要であって、そういう意味では、経営戦略とのリンクという部分をしっかり検証しないとイケない。 ・市場業者の使用料の負担感を軽減させるためには、各事業者が事業戦略を持って、新たな取組や経営改善を行い、収益を向上させていくことが求められるが、一方で、市場業者は様々な規制がある中で公共的な機能を果たしており、こうした面についても一定の評価をし斟酌していくことが必要ではないか。 ・公共性との関連性を踏まえながら、様々な収入源をつくっていくという発想は、今後の市場の有効利用という観点で重要ではないか。
市場の運営		<ul style="list-style-type: none"> ・指定管理者制度やPFIを導入した事例を見ると、市場運営の効率化というだけでなく、企業が自ら収入を確保する、マナーが向上する、場内秩序が回復するなどのソフト面の効果大きい。 ・指定管理者制度やPFIについて、その方式を取り入れることによるメリット・デメリット等を整理し、有効な手法を検討していく必要がある。