令和２年２月５日(水)10:00～
東京都庁第二本庁舎31階
特　別　会　議　室　２　６

# 市場の活性化を考える会（第５回）

## 次　第

１　開　会

２　議　事

市場の活性化に向けた論点整理について

各市場の特徴や流通の状況について

（株）丸勘山形青果市場視察報告

３　閉　会

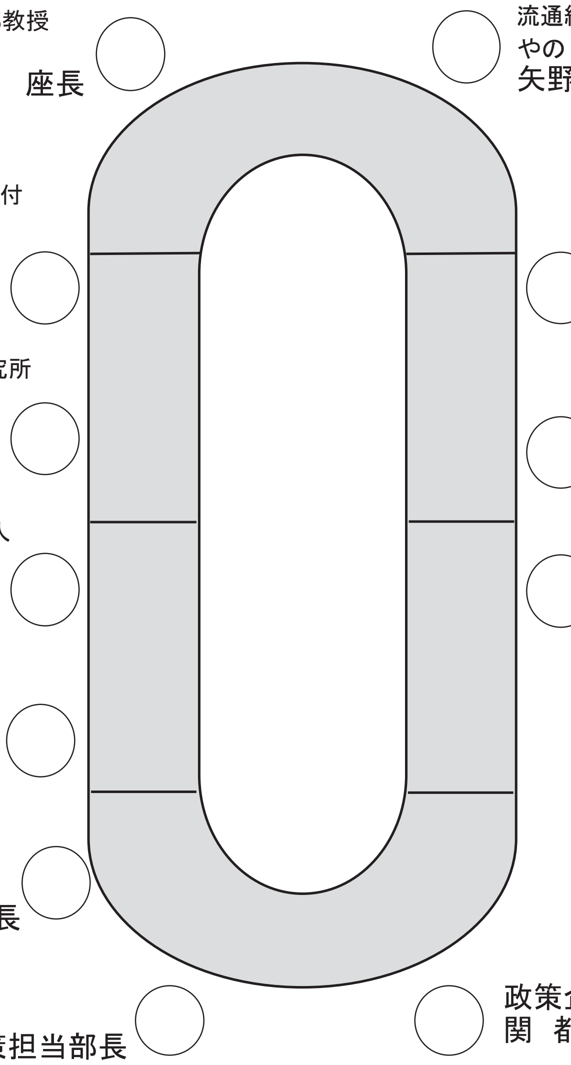
（配布資料）

次第・座席表・委員名簿・説明用資料

# 市場の活性化を考える会（第5回） 座席表

令和2年2月5日（水）10時00分～

東京都庁第二本庁舎31階　特別会議室26



中央大学商学部教授
きだち　まなお
木立　真直　　座長

流通経済大学流通情報学部教授
やの　ゆうじ
矢野　裕児　　副座長

イオン株式会社
環境・社会貢献・PR・IR担当付
担当部長
かなまる　はるこ
金丸　　治子　　委員

専修大学商学部教授
わたなべ　たつろう
渡辺　　達朗　委員

株式会社農林中金総合研究所
取締役 食農リサーチ部長
きたはら　かつひこ
北原　　克彦　　委員

みずほ総合研究所株式会社
調査本部 政策調査部
主任研究員
ほり　ちず
堀　千珠　　委員

EY新日本有限責任監査法人
パートナー 公認会計士
くろいし　まさあき
黒石　　匡昭　　委員

A.T. カーニー株式会社
パートナー
ごとう　おさむ
後藤　治　　委員

中央卸売市場
鶴田　市場政策課長

中央卸売市場
猪口　財政調整担当部長

中央卸売市場
松田　市場政策担当部長

政策企画局
関　都市施設政策担当理事

# 市場の活性化を考える会　委員名簿

（敬称略）

| 氏　名 | 役　職 | |
|---|---|---|
| きだち　まなお<br>木立 真直 | 中央大学商学部教授 | 座長 |
| やの　ゆうじ<br>矢野 裕児 | 流通経済大学流通情報学部教授 | 副座長 |
| かなまる　はるこ<br>金丸 治子 | イオン株式会社<br>環境・社会貢献・PR・IR 担当付　担当部長 | |
| きたはら　かつひこ<br>北原 克彦 | 株式会社農林中金総合研究所 取締役<br>食農リサーチ部長 | |
| くろいし　まさあき<br>黒石 匡昭 | EY 新日本有限責任監査法人 パートナー<br>公認会計士 | |
| ごとう　おさむ<br>後藤　治 | A.T. カーニー株式会社 パートナー | |
| ほり　ちず<br>堀　千珠 | みずほ総合研究所株式会社<br>調査本部　政策調査部　主任研究員 | |
| わたなべ　たつろう<br>渡辺 達朗 | 専修大学商学部教授 | |

# 卸売市場法改正を踏まえた条例改正について

○　令和元年第四回都議会定例会に改正条例案を付議、可決・成立（令和元年１２月２５日　公布）
○　改正卸売市場法の施行期日である令和２年６月２１日　施行

## 中央卸売市場条例　改正の概要

○ 活性化のため、取引は事前規制から事後監督へ

- 取引の活性化を図るため、第三者販売（せり・入札を除く）、商物分離取引、仲卸の直荷引きを自由化
- 公正な取引環境を確保するため、実績報告により都が実態を把握し、指導監督
- 取引に関する情報共有を図り、疑義や課題について協議するため、都と市場関係者による協議の場（中央卸売市場取引業務運営協議会、市場別取引業務運営協議会及び取引委員会）を存置

○ 業の許可を廃止し、施設使用許可に一本化

- 業務に必要な信用及び知識等を使用許可の条件とする

## 地方卸売市場条例　改正の概要

- 取引ルールなどは改正法に規定され、条例への委任はなし
- 都においては、取引状況の把握等のため規定整備を行い、条例を存置

## 改正条例施行に向けた都の取組

- 都内１１の中央卸売市場において、制度改正に関する説明会等を実施
- 都は開設者として、国へ認定を申請
- 都内１２の地方卸売市場の開設者に対しては、知事への認定申請事務を支援し、施行日までに認定

## モノの流れ最適化プロジェクト

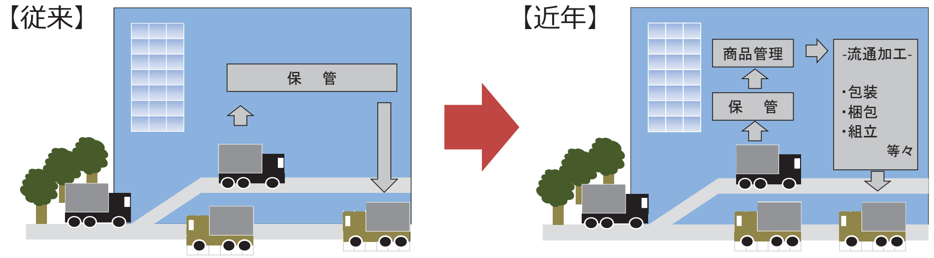
**最適な流通ネットワークの構築**

### ○食生活等を支える中央卸売市場の活性化（機能の維持強化、販路拡大、ＢＣＰ対応など）の取組を進め、基幹的なインフラとしての役割を強化

- 各市場の機能や特徴に応じた、更なる市場の活性化を図るとともに、強固な財務基盤を確保するため、民間経営手法の検討などを行い、戦略的な市場運営を推進していくための経営計画を策定
- ＩＣＴ活用による市場運営の効率化や、海外への輸出力の強化などを通じたブランドの構築を図る
- 食生活を支える市場を都民が身近なものに感じられるよう、地域密着型市場における地域との連携強化を推進
- 国内外の多様な品ぞろえや持続可能な水産業・農畜産業に向け、産地との連携や販路の拡大を推進

### ○物流拠点の整備や地区物流の改善により、物流を効率化

- 首都圏を支える区部流通業務団地について、地元区や地権者と検討を重ね、適切な施設及び機能の更新を誘導する都市計画変更等を検討
- 圏央道等の周辺において、広域的な物流拠点（西南部物流拠点等）の整備促進を支援
- まちづくりに併せた地区物流の効率化（荷捌き施設、共同配送等）を促進
- 交通不便地域の物流機能の確保に向け、貨物輸送の共同化や公共交通を活用した貨客混載の取組を促進




＜求められる物流機能が近年多様化している＞

インターネット通販等の普及に伴い、品物の保管や店舗への配送だけでなく、商品管理や流通加工、個別配送等の複合的な物流施設が求められている

# 令 和 ２ 年 度 予 算 案

## １　中央卸売市場会計予算

### (1)　収益的収支（3条）

単位：百万円

| 区　　分 | ２予算案 | 元予算額 | 増△減 | 主な増減 |
|---|---|---|---|---|
| 収益的収入 | 23,544 | 78,452 | △ 54,908 | 特別利益　△53,927 |
| 収益的支出 | 39,014 | 48,371 | △ 9,357 | 特別損失　△8,128 |
| 差し引き | △ 15,470 | 30,081 | △ 45,551 | |

### (2)　資本的収支（4条）

単位：百万円

| 区　　分 | ２予算案 | 元予算額 | 増△減 | 主な増減 |
|---|---|---|---|---|
| 資本的収入 | 1 | 1,620 | △ 1,619 | 企業債　△1,533 |
| 資本的支出 | 66,101 | 5,878 | 60,223 | 企業債償還金　60,000 |
| 差し引き | △ 66,100 | △ 4,258 | △ 61,842 | |

※差引不足額に対する補填財源：損益勘定留保資金他

単位：百万円

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 収入合計 | 23,545 | 80,072 | △ 56,527 | |
| 支出合計 | 105,115 | 54,249 | 50,866 | |

### (3)　債務負担行為

単位：百万円

| | | |
|---|---|---|
| 令和2年度以降 | 24,051 | 旧築地市場解体工事12,732　老朽化施設の維持更新工事5,735 |

## ３　と場会計予算

### (1)　歳入歳出予算

単位：百万円

| 区　　分 | ２予算案 | 元予算額 | 増△減 | 主な増減 |
|---|---|---|---|---|
| 歳　　入 | 5,950 | 5,553 | 397 | 都債　507 |
| 歳　　出 | 5,950 | 5,553 | 397 | 施設整備費　516 |

### (2)　債務負担行為

単位：百万円

| | | |
|---|---|---|
| 令和３年度 | 385 | 水処理センター中央監視設備改修工事 |

## ２　主要事項

### (1) 中央卸売市場活性化支援事業　5億円

全11市場の更なる活性化を図るため、事業者の前向きな取組のほか、品質衛生管理の高度化に向けた取組などに対する補助事業

### (2) 卸売市場の更なる理解促進　3. 1億円

① 卸売市場シティプロモーション事業　1.2億円

② みんなのICHIBA広報事業　0.2億円

③ 賑わい創出事業　1.7億円

### (3) 特色ある市場づくり　60億円

① 経営戦略策定補助業務　0.8億円

### (4) 5G環境を活用した市場業務等の検証調査　0. 3億円

「TOKYO Data Highway 基本戦略」の考え方に基づく、5G環境下における中央卸売市場の業務等の調査・検証

（注）数値は、原則として表示単位未満四捨五入のため、合計等に一致しないことがある。

# 【論点整理①】 食品流通を取り巻く環境の変化 ＜第2回資料＞

## 卸売市場を取り巻く環境

**【生産者（川上）の状況】**

① 国内生産力の低下（水産、青果）
② 漁業、農業従事者の減少
③ 出荷団体の大型化・集約化

**【川下（実需者）の状況】**

① 専門小売店の減少
② 量販店の増加
③ 野菜・果物、魚介類、肉類の購入先
　量販店利用90%（専門小売店30%未満）
④小売業態の多様化（コンビニ、宅配等伸長）

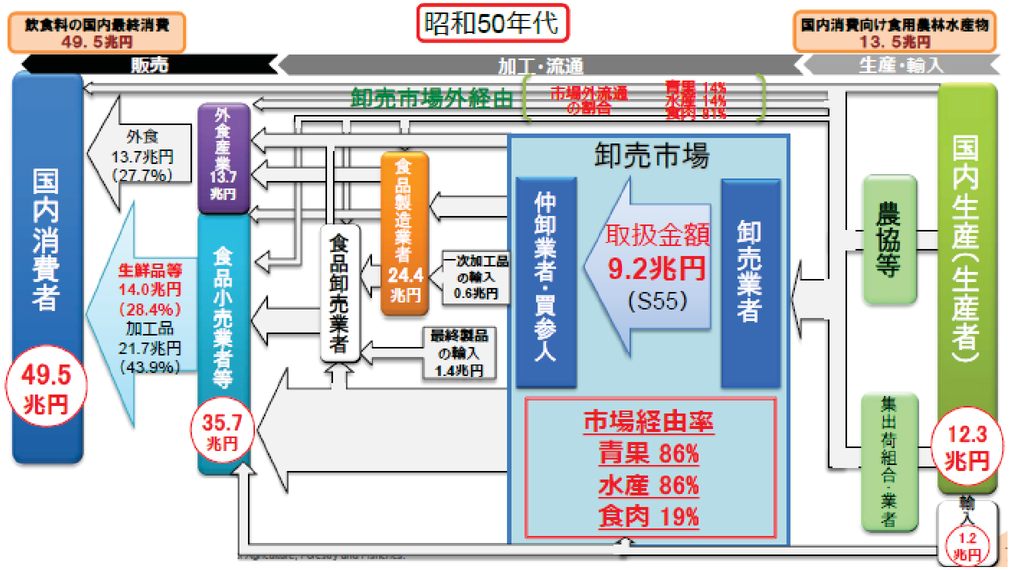
**【消費者の状況】**

① 東京都人口2025年をピークに減少
② 単身世帯の増加に伴う中食・外食需要拡大
③ 食料支出総額は長期的に減少の見通し
④ 食の安全・安心に対する意識の高まり

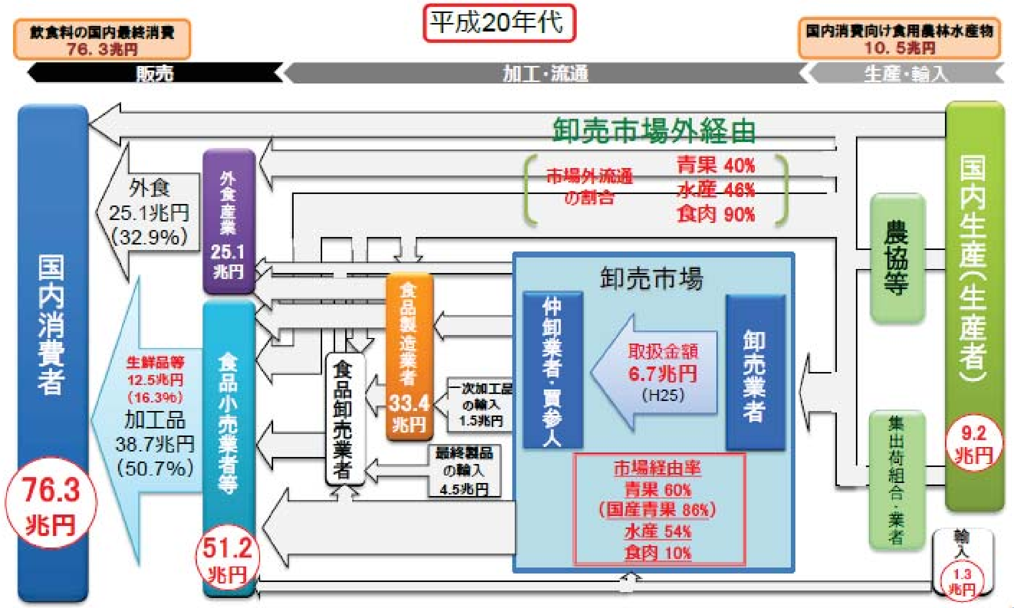
**【物流の状況】**

① 物流分野の労働力不足が顕在化
　高齢化に伴いさらに労働力不足が深刻化
②トラック業界の長時間労働の短縮等の
　要請の高まり

## 食品流通構造の変化




**市場外流通の増大、生鮮品消費の減少**



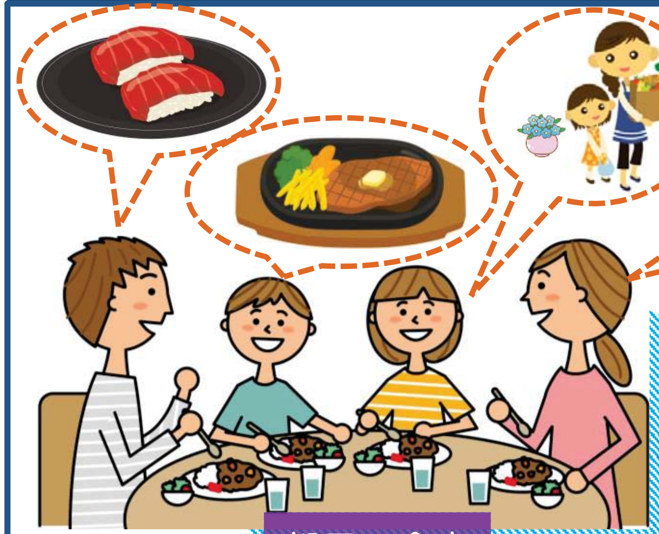
# 第5回　市場の活性化を考える会

令和２年２月５日
東京都政策企画局
東京都中央卸売市場

# 市場の活性化に向けた論点整理

# サプライチェーンにおける都の中央卸売市場の役割（将来のイメージ）

**生鮮食料品等の流通を支える基幹的なインフラとしての役割**



都民の信頼と誇りに支えられた卸売市場

都民の食卓

品質衛生管理や加工ニーズに対応

**【①消費生活を支える安定供給】**
安全で安心な生鮮食料品等を多様な品揃えで公正な取引環境のもとで安定的に供給する

実需者

**【②食文化への貢献】**
都民が食を通じて、豊かで健康的な生活を実感できる社会に貢献（都民ＱＯＬの向上）

中央卸売市場

リテールのニーズを伝え生産力強化に貢献

産　地

**“先端技術等の活用”**
ＩＣＴなどを活用した物流の標準化や情報の利活用などを推進
⇒市場業務の効率化や利便性の向上

**【③ 全国の生産地への貢献】**
全国の産地から着実に集荷し、日本のＳＣを支える

# 基幹的インフラとしての卸売市場の機能

**産地**

全国の産地・漁港

**各市場が全国の産地から受け入れ、天候等に左右される農水産物を無駄なく消費者に「つなぐ」**

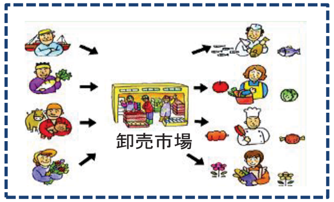
**卸売市場**

**《開かれた取引の場》**
- 多様な流通の担い手の中で、産地や実需者のニーズに対応し、公平公正で効率的な取引を提供する場（「誰でも使える市場」）
- 取引の透明性を確保するとともに、情報の集積や、事業者間の情報交換を通じ、生鮮食料品等流通のバロメーターとなる
- 生産者は卸売市場を利用することにより、安定的な出荷が可能となり、実需者は多種多様な商品を必要な時に必要な量を調達することが可能

大規模市場（量販中心、広域供給）
中規模市場（地域密着）
ネットワーク形成
小規模地方市場
中規模市場（地域密着）

都内各市場がそれぞれの地域特性を活かした事業展開を行うとともに、流通ネットワークにより相互を補完し、全体として供給機能を確保

**《セーフティネット機能》**
- 災害時や気候変動、経済状況の変動などに柔軟に対応し、生鮮食品等を常に安定的に供給する場（「いつでも食を支える市場」）
- 個々の事業者の経営環境に応じて、公平な事業参画機会を提供する
- 安全安心な生鮮食料品等の提供を通じて、信頼される取引の場を提供する




**多様な品揃え、量の確保により都民の生活に欠かせない生鮮食料品等の安定供給を担保**

産地から直接入荷

**実需者**

**実需者は消費者ニーズの多様性に対応するため、入荷先を選択**

デパート・通販
地域の小売店
コンビニ
量販店

**消費者**

高級食品・外食　価格　健康志向　価格　身近な店舗　中食　価格　まとめて購入

嗜好の違い
年齢層（高齢者 ⇔ 若年層）
世帯構成（単身 ⇔ 大家族）

# 都の中央卸売市場における活性化の意義

**【都民の視点】**

東京は、様々な顧客が集積する大消費地であり、「質・量」ともにバラエティに富んだ都民の食生活において、以下を満たすことが重要

- 必要な生鮮食料品等を必要な時に手に入れられる
- 食文化や花による癒し、健康的な生活など、質的、精神的な充足
- ＳＣが効率的に機能し、トレサビリティの確保により必要な情報が手に入る

卸売市場がその役割を果たすことで、都民の食生活の豊かさを実感できる機能を発揮

**【ＳＣを通じた都の卸売市場の役割（将来のイメージ）】**

卸売市場の活性化の取組を進め、ＳＣにおいて以下の役割を果たしていく

- 【役割①】消費生活を支える安定供給（多様な品揃え、安全安心確保）
- 【役割②】食文化への貢献（豊かで健康的な生活の実感）
- 【役割③】全国の産地への貢献（日本のＳＣを支える）

**卸売市場の活性化**

各プレーヤーが市場を利用するメリットを実感することで市場を利用する関係者が増加

| 産地 | 流通関係者 | 市場業者 | 実需者 |
|---|---|---|---|
| 売れる生鮮食料品等を出荷 | 人手不足解消 | 取引金額増加 | 消費者ニーズ対応 |
| ↑ 需給マッチング | ↑ 物流の効率化 | ↑ 販路拡大等の後押し | ↑ 加工品、衛生管理充実 |

卸売市場の付加価値向上により各プレーヤーの活性化を下支え

【卸売市場】

外部環境の変化から生じるギャップを埋めるとともに、技術革新を取り込んで卸売市場の機能を強化・改善させ、付加価値を向上

# 中央卸売市場の活性化の目指すべき方向性について

◆市場の活性化を通じて、以下に掲げる中央卸売市場を実現していく

○　中央卸売市場が、開かれた取引の場として効率的なサプライチェーンの核となり、かつ、災害や天候不順、経済状況の変動などの状況に対応できるセーフティネットとして機能する基幹的なインフラとしての役割を着実に果たし、生鮮食料品等の安定供給を引き続き確保している

○　こうした機能を実現していくため、中央卸売市場が、生鮮食料品等流通の中間結節点としての機能を十分に活かし、将来を見据えた施設整備等を行うことにより、産地から消費者・実需者までのモノの流れを最適化し、多様な付加価値を創出している

○　実際に現場でこれらの役割を担う各市場が、それぞれ有する立地や規模、機能の特色を十分に活かし、産地からの集荷力と実需者への販売力の強化を図り、生鮮食料品等のサプライチェーンにおける中央卸売市場の魅力を高めている

○　中央卸売市場が、これら基幹的なインフラとしての役割に加え、多様な付加価値を創出していく役割を着実に果たしていくため、長期財政収支を見据えた戦略的な市場経営を実現し、強固な財務基盤を確保している

# 都の中央卸売市場における活性化に向けた取組

| 【役割①】<br>消費生活を支える安定供給<br><br>安全で安心な生鮮食料品等を多様な品揃えで公正な取引環境のもとで安定的に供給 | 【役割②】<br>食文化への貢献<br><br>都民が食を通じて、豊かで健康的な生活を実感できる社会に貢献 | 【役割③】<br>全国の産地への貢献<br><br>全国の産地から着実に集荷し、日本のＳＣを支える |
|---|---|---|
| 【方向性】<br>川上、川下のニーズに対応できるシステムとして機能強化・改善 | 【方向性】<br>卸売市場が都民の食生活へのインフルエンサーとしての役割を果たし、伝統的な食文化を伝承 | 【方向性】<br>SCの中間結節点としてのメリットを活かした需給マッチングや先端技術を活用した物流の効率化、作業の省力化 |
| ◆各市場における経営戦略に基づいた取引の活性化<br><br>◆各市場の機能強化の拡充（低温化・加工パ整備）<br><br>◆市場業者の経営力強化に対する支援<br><br>◆輸出に取組む事業者の後押し<br><br>◆社会的要請への対応<br>・環境負荷低減（ＬＥＤ化、リサイクル等）<br>・災害対策（ＢＣＰの策定と運用）<br><br>◆働き方改革・労働環境改善 | ◆産地ＰＲの強化<br><br>◆食育活動の推進<br><br>◆量販店や専門小売店など様々な販路開拓支援<br><br>◆地域密着型市場における地域との連携<br><br>◆市場まつり等を通じた都民の理解促進<br><br>◆江戸・東京野菜のＰＲ・流通促進 | ◆ＩＣＴなど先端技術を活用した物流の高度化<br>・５Ｇ環境下での先端技術の導入可能性検討<br>・自動搬送<br><br>◆取引情報の電子化推進<br><br>◆情報通信技術を活用した取引システムの構築 |

# 各市場の特徴

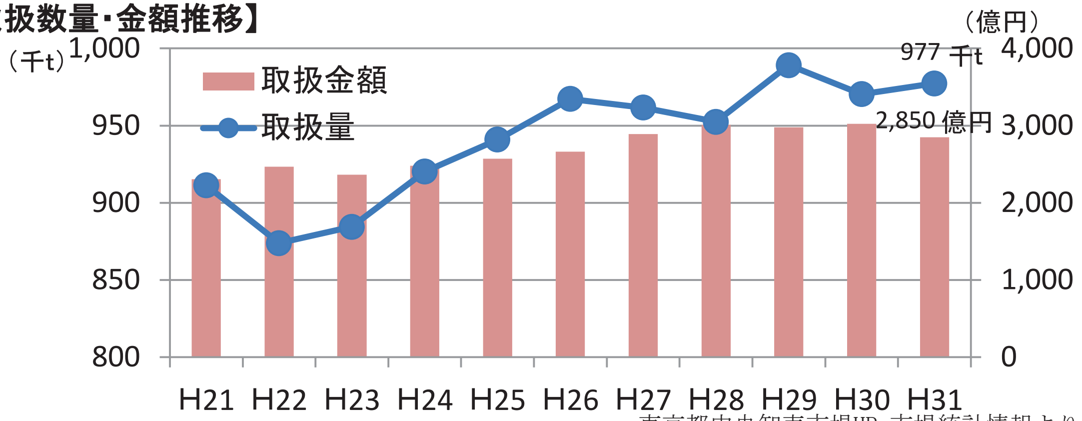
# 各場の特徴【大田市場】

青　果

青果・水産物・花きを取り扱う総合市場

【所在地】　大田区東海3-2-1
【業務開始】平成元年5月6日（青果）
【敷地面積】386,426㎡
【延床面積】296,452㎡　　（H31.4.1現在）

【取扱数量・金額推移】




東京都中央卸売市場HP　市場統計情報より

都中央卸売市場（青果）内での取扱量シェア　約50%（第1位）

【市場業者状況】　資料：事業概要（H31.4.1現在）

| | 業者数 |
|---|---|
| 卸売業者 | ４社　青果物全般を取扱う業者は３社、漬物専門の業者が１社 |
| 仲卸業者 | 業者数[ H21] 173業者 → [H31] 165業者（５%減） |
| 売買参加者 | 業者数[ H21]1,448業者 → [H31]1,161業者（20%減） |

**搬出先**　※東京都中央卸売市場「平成26年度市場流通推計調査結果」より

【搬出地域】（青果）所在区・地域　4.3%　隣接区・地域・県　28.6%　その他　67.1%
【搬出業態】（青果）専門小売店　31%　食料品スーパー　22%　総合スーパー　10%　業務用　5%　その他　32%

| 市場機能の状況 | |
|---|---|
| 低（定）温化 | 【卸売場】低温倉庫<br>【その他】青果冷蔵庫棟<br>北口立体荷捌場、青果仲卸荷捌場 |
| 加工・パッケージ施設等 | 加工・荷捌棟（令和元年12月竣工） |
| 環境対策（部門共通） | 照明LED化（青果・花き卸売場に導入） |
| 災害対応（部門共通） | 非常用発電設備（青果・水産・花き）<br>一時滞在施設指定（事務棟） |

**主な特徴**

○首都高湾岸線に面して立地し、小売店・量販店・業務用・地方への転送業者など、幅広い顧客を持つ。
○施設規模・取扱金額ともに国内最大であり、全国の建値市場
　※大田市場青果部全国シェア約15%、都内シェア50%以上
○施設の計画数量の約125%に上り、場内は狭隘化が進んでおり、市場用地の有効活用が課題
○経営戦略（基本戦略）を策定・公表（平成29年10月）
○多様なニーズに応える加工・荷捌棟が竣工（令和元年12月）

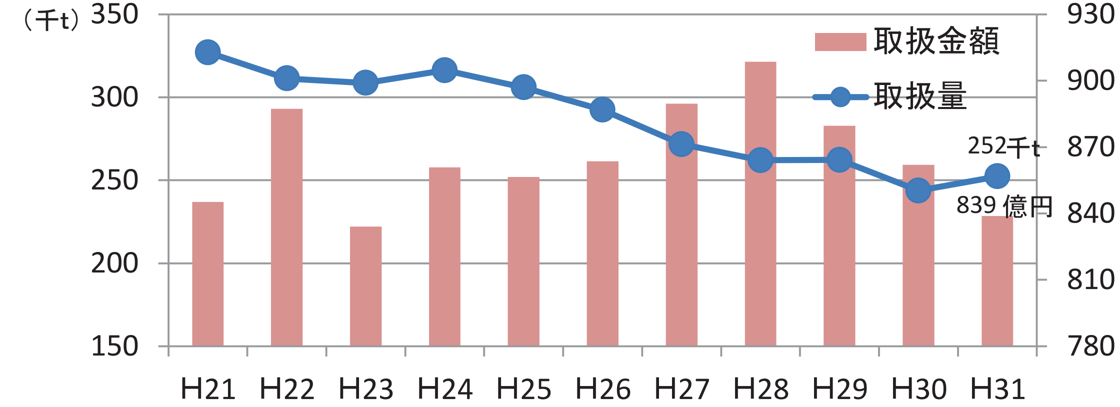
# 各場の特徴【豊洲市場】

青　果

食の安全・安心の確保や効率的な物流・
様々なニーズに対応する新しい市場

【所在地】　江東区豊洲6-6-1
【業務開始】平成30年10月11日
【敷地面積】354,953㎡
【延床面積】519,103㎡　　（H31.4.1現在）

**【取扱数量・金額推移】**　※豊洲市場開場（H30.10.11）前は築地市場のデータ




東京都中央卸売市場HP　市場統計情報より

都中央卸売市場（青果）内での取扱量シェア　約13％（第2位）

**【市場業者状況】**　資料：事業概要（H31.4.1現在）

| | 業者数 |
|---|---|
| 卸売業者 | ３社　青果物全般、鳥卵、漬物を専門に取り扱う業者が各1社 |
| 仲卸業者 | 業者数[ H21]108業者 → [H31]96業者（11%減） |
| 売買参加者 | 業者数[ H21]789業者 → [H31]578業者（27%減） |

**搬出先**　※東京都中央卸売市場「平成26年度市場流通推計調査結果」より（築地市場のデータ）

【搬出地域】（青果）所在区・地域　6.8%　隣接区・地域・県　16.3%　その他　76.8%
【搬出業態】（青果）専門小売店　18%　食料品スーパー　17%　業務用　15%　問屋納入業者　15%　その他　36%

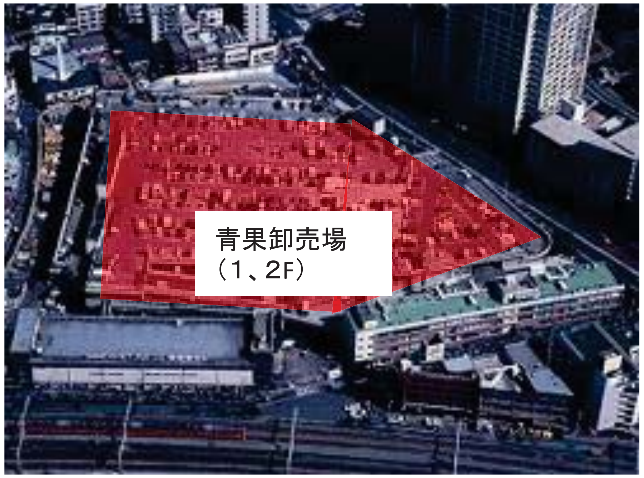
| 市場機能の状況 | |
|---|---|
| 低（定）温化 | 閉鎖型施設で建物全体を温度管理 |
| 加工・パッケージ施設等 | 場内に加工・パッケージ施設 |
| 環境対策（部門共通） | 屋上緑化、LED導入、太陽光発電導入 |
| 災害対応 | 非常用発電設備 |

**主な特徴**

○築地市場から移転し、平成30年10月に開場
○高度な品質・衛生管理が可能となる閉鎖型施設として建設
○青果は大田市場に次ぐ取扱量で供給エリアは広く、都心の飲食店等の業務系の買出人も持つ
○平成29年度に経営戦略策定に着手

# 各場の特徴【淀橋市場】

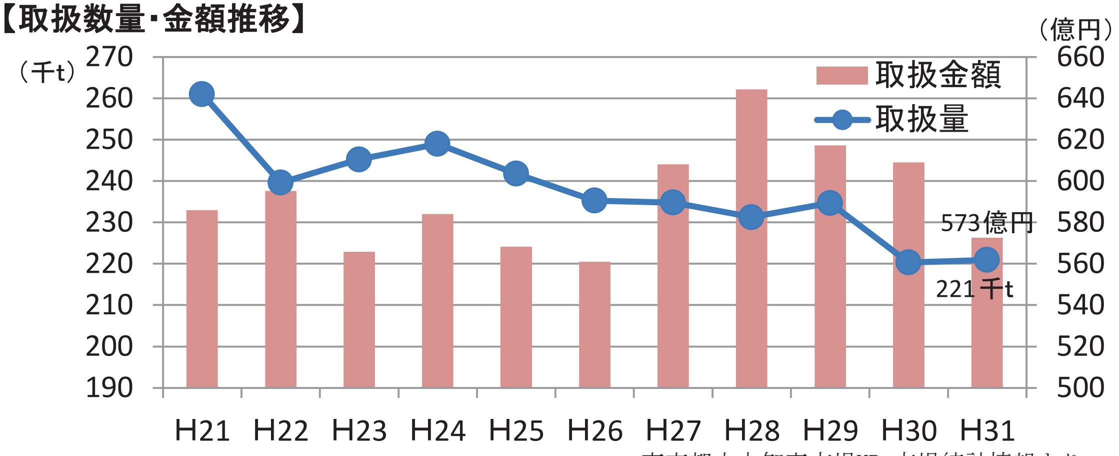
青　果




新宿副都心に近く、需要の伸びと食生活多様化に応える市場

【所在地】　新宿区北新宿4-2-1
【業務開始】昭和14年2月16日
【敷地面積】23,583㎡
【延床面積】39,333㎡　　　（H31.4.1現在）

【取扱数量･金額推移】




東京都中央卸売市場HP 市場統計情報より

都中央卸売市場（青果）内での取扱量シェア　約11％（第3位）

【市場業者状況】　資料：事業概要（H31.4.1現在）

| | 業者数 |
|---|---|
| 卸売業者 | １社　他市場（世田谷市場等）に子会社があり互いに連携 |
| 仲卸業者 | 業者数[ H21]18業者 → [H31]15業者（17%減） |
| 売買参加者 | 業者数[ H21]771業者 → [H31]529業者（31%減） |

**搬出先**　※東京都中央卸売市場「平成26年度市場流通推計調査結果」より

【搬出地域】 所在区･地域　16.0%　隣接区･地域･県　16.7%　その他　67.4%
【搬出業態】 総合スーパー　30%　専門小売店　17%　業務用　16%　問屋納入業者　13%　都外地方卸売市場　11%　その他　13%

| 市場機能の状況 | |
|---|---|
| 低（定）温化 | 【卸売場】低温卸売場<br>【その他】仲卸棟低温荷捌場 |
| 加工･パッケージ施設等 | 一部仲卸業者が場外に施設を設置 |
| 環境対策 | 屋上緑化、照明LED化（卸売場に導入） |
| 災害対応 | 非常用発電設備、一時滞在施設指定 |

**主な特徴**

○ 一大消費地･人口密集地域である近隣商圏に多くの買参や、小売店、飲食店、ホテルなど多様な実需者が存在
○ 住宅地に隣接した市街地に立地していることが特徴であり、市場内が狭隘なことが課題
○ 平成29年度に経営展望を策定し、狭隘な施設を有効活用するための機能強化等を検討

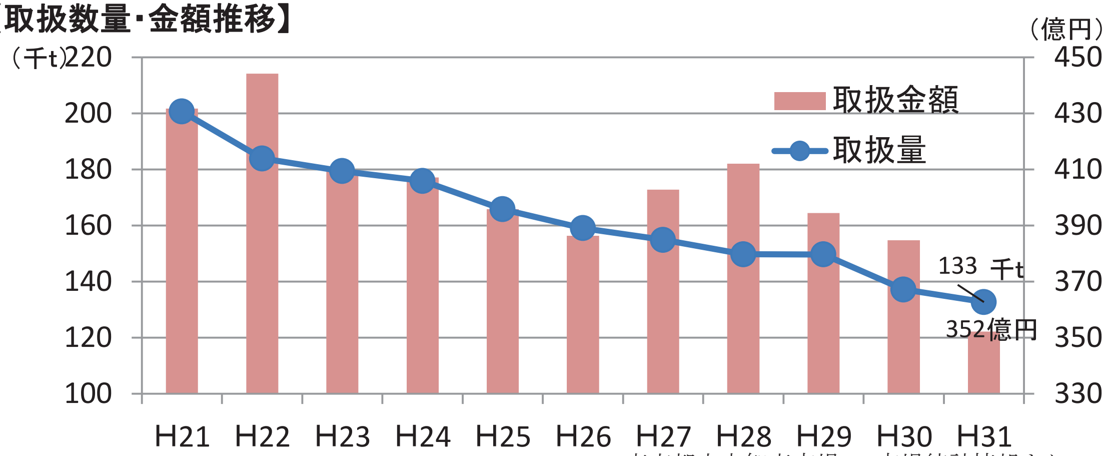
# 各場の特徴【北足立市場】

青　果

花き部開設第１号、北部流通業務団地にある市場

【所在地】　足立区入谷6-3-1
【業務開始】昭和54年9月17日
【敷地面積】61,076㎡
【延床面積】77,823㎡　（H31.4.1現在）

【取扱数量・金額推移】




東京都中央卸売市場HP 市場統計情報より

都中央卸売市場（青果）内での取扱量シェア　約7%（第4位）

【市場業者状況】　資料：事業概要（H31.4.1現在）

| | 業者数 |
|---|---|
| 卸売業者 | １社　葛西市場に支社が存在 |
| 仲卸業者 | 業者数[ H21] 20業者 → [H31] 14業者（30%減） |
| 売買参加者 | 業者数[ H21] 514業者 → [H31] 326業者（37%減） |

**搬出先**　※東京都中央卸売市場「平成26年度市場流通推計調査結果」より

【搬出地域】所在区・地域　13.2%　隣接区・地域・県　32.7%　その他　54.1%
【搬出業態】食料品スーパー　43%　専門小売店　11%　業務用　10%　総合スーパー　5%　食料品中心店　3%　その他　29%

| 市場機能の状況 | |
|---|---|
| 低（定）温化 | 【卸売場】低温卸売場、低温倉庫、定温倉庫<br>【その他】定温倉庫、低温倉庫 |
| 加工・パッケージ | 一部業者が実施 |
| 環境対策（部門共通） | 照明LED化（青果卸売場に導入） |
| 災害対応（部門共通） | 非常用発電設備、一時滞在施設指定 |

**主な特徴**

○北部流通業務団地内に立地し、首都高インターから外環道により東北道や関越道と繋がり、産地からのアクセス良好
○市場周辺区部や関東近県が主な供給エリア
○青果部と花き部共に、経営戦略基本戦略を検討中
○産地訪問など、産地との相互交流が盛んである
○地元区との連携協定、江戸東京野菜などの特色ある商材の取扱い、食育事業の実施など、「地域密着型市場」である

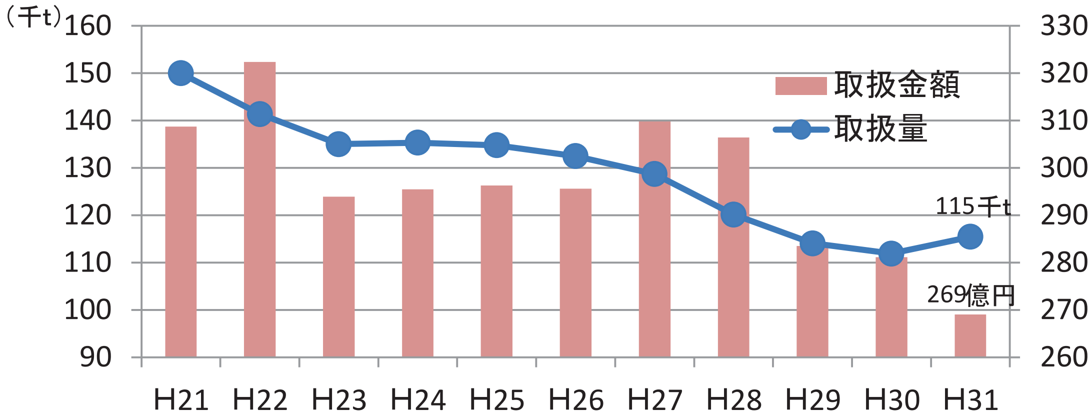
# 各場の特徴【葛西市場】

青　果

流通業務団地に育まれた東部地区を賄う流通拠点

【所在地】　江戸川区臨海町3-4-1
【業務開始】 昭和59年5月7日
【敷地面積】 74,515 ㎡
【延床面積】 59,515 ㎡　（H31.4.1現在）

【取扱数量・金額推移】




東京都中央卸売市場HP 市場統計情報より

都中央卸売市場（青果）内での取扱量シェア　約6%（第5位）

【市場業者状況】　資料：事業概要（H31.4.1現在）

| | 業者数 |
|---|---|
| 卸売業者 | 1 社　北足立市場に本社のある卸売業者の支社 |
| 仲卸業者 | 業者数[ H21] 12業者 → [H31] 9業者（25%減） |
| 売買参加者 | 業者数[ H21]419業者 → [H31]253業者（40%減） |

**搬出先**　※東京都中央卸売市場「平成26年度市場流通推計調査結果」より

【搬出地域】 所在区・地域　29.8%　隣接区・地域・県　49.9%　その他　20.2%
【搬出業態】 食料品スーパー　64%　専門小売店　19%　総合スーパー　7%　業務用　3%　問屋納入業者　2%　その他　5%

**市場機能の状況**

| | |
|---|---|
| 低（定）温化 | 【卸売場】低温卸売場、予冷庫<br>【その他】低温倉庫、定温荷捌場等 |
| 加工・パッケージ施設等 | ― |
| 環境対策（部門共通） | 照明LED化（青果卸売場に導入） |
| 災害対応（部門共通） | 非常用発電設備、一時滞在施設指定 |

**主な特徴**

○東部流通業務団地に立地し、葛西IC、清新町ICへのアクセス良好
○青果、花きともに区部東部地区や千葉方面が主な供給エリア
○平成19年に卸売場を量販店対応で低温化し取扱数量を増加
○中小のスーパーが仲卸業者から仕入れたり、売買参加者となっているなど、量販店の顧客がある一方で、小売店も顧客となっている。
○青果、花きともに経営戦略基本戦略を検討中

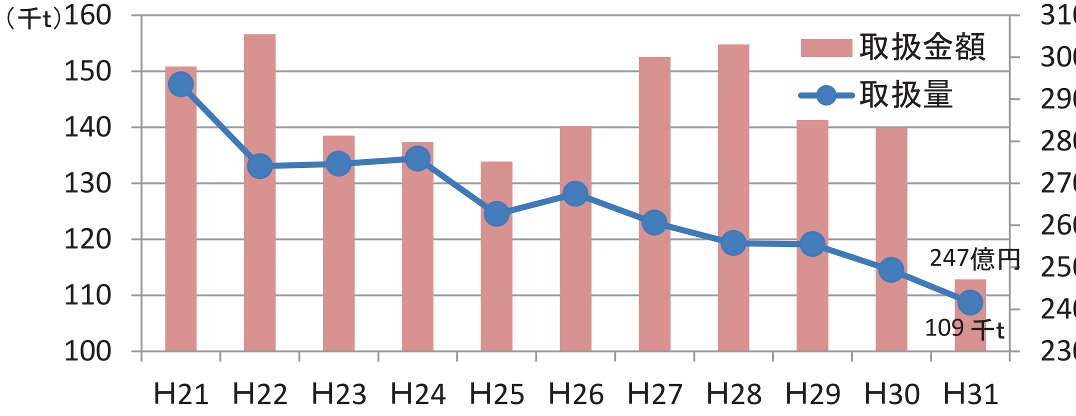
# 各場の特徴【板橋市場】

青　果

流通センターと隣接した西北部地区の流通拠点

【所在地】　板橋区高島平6-1-5
【業務開始】昭和47年2月28日
【敷地面積】 61,232㎡
【延床面積】 51,440㎡　　　（H31.4.1現在）

【取扱数量・金額推移】




東京都中央卸売市場HP 市場統計情報より

都中央卸売市場（青果）内での取扱量シェア　約6％（第6位）

【市場業者状況】　資料：事業概要（H31.4.1現在）

| | 業者数 |
|---|---|
| 卸売業者 | ２社　うち１社は豊島市場に本社に置く支社 |
| 仲卸業者 | 業者数[ H21] 10業者 → [H31] 10業者 |
| 売買参加者 | 業者数[ H21] 371業者 → [H31] 261業者（30%減） |

**搬出先**　※東京都中央卸売市場「平成26年度市場流通推計調査結果」より

【搬出地域】 所在区・地域　9.2%　隣接区・地域・県　61.9%　その他　28.9%
【搬出業態】 専門小売店　37%　総合スーパー　14%　食料品スーパー　13%　問屋納入業者　12%　都外地方卸売市場　7%　その他　17%

| 市場機能の状況 | |
|---|---|
| 低（定）温化 | 【卸売場】低温卸売場<br>【その他】低温倉庫 |
| 加工・パッケージ | 一部業者が実施 |
| 環境対策（部門共通） | 照明LED化（卸売場棟に導入） |
| 災害対応（部門共通） | 非常用発電設備、一時滞在施設指定 |

**主な特徴**

○区部北西部の流通業務団地内に立地し、首都高インターから外環道により東北道や関越道と繋がり、産地からのアクセス良好
○板橋区、練馬区、北区、豊島区等区部北西部と埼玉県南部が主な供給エリア
○第10次整備計画では、区部北西部における立地を活かし、周辺市場との連携強化等を視野に入れた今後の市場の在り方を検討することとしている。

# 各場の特徴【豊島市場】

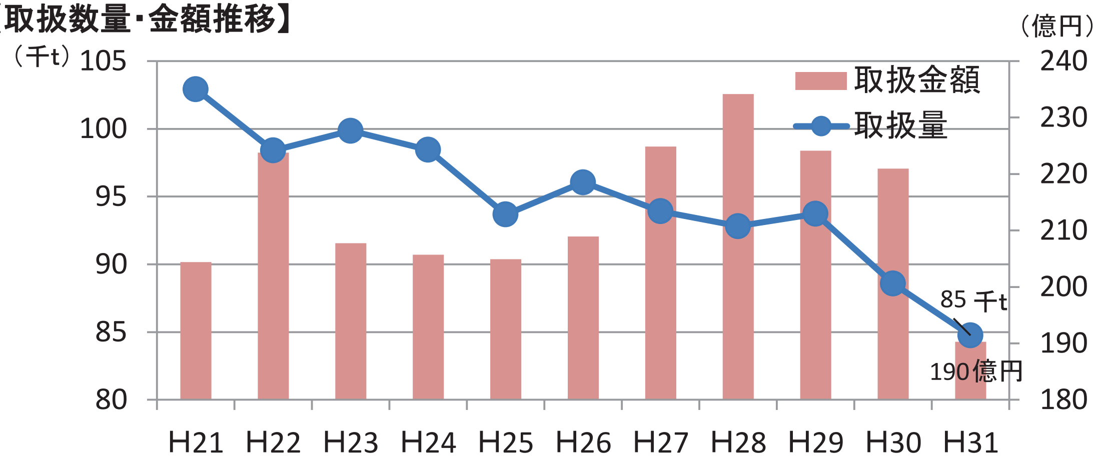
青　果

東京都中央卸売市場最古の市場

【所在地】　豊島区巣鴨5-1-5
【業務開始】 昭和12年3月25日
【敷地面積】 23,334㎡
【延床面積】 20,190㎡

（H31.4.1現在）

【取扱数量・金額推移】




東京都中央卸売市場HP 市場統計情報より

都中央卸売市場（青果）内での取扱量シェア　約4%（第7位）

【市場業者状況】　資料：事業概要（H31.4.1現在）

| | 業者数 |
|---|---|
| 卸売業者 | 1 社　豊島市場に本社、板橋市場に支社が存在 |
| 仲卸業者 | 業者数[ H21] 13業者 → [H31] 10業者（23%減） |
| 売買参加者 | 業者数[ H21] 323業者 → [H31] 198業者（39%減） |

**搬出先**　※東京都中央卸売市場「平成26年度市場流通推計調査結果」より

【搬出地域】 所在区・地域　14.2%　隣接区・地域・県　31.0%　その他　54.8%
【搬出業態】 専門小売店　25%　業務用　15%　都内中央卸売市場　14%　問屋納入業者　12%　食料品スーパー　9%　その他　25%

| **市場機能の状況** | |
|---|---|
| 低（定）温化 | 【卸売場】低温卸売場<br>【その他】低温倉庫、冷蔵庫 |
| 加工・パッケージ施設等 | 一部業者が実施 |
| 環境対策 | 照明LED化（卸売場に導入） |
| 災害対応 | 非常用発電設備、一時滞在施設指定 |

**主な特徴**

- ○国道17号線に面しており、敷地が狭小である
- ○区部の城北地域が主な供給エリアであり、取扱数量の減少が続いている
- ○国道17号線拡幅のため、平成14～15年度に約1，000㎡の市場用地を国へ売却
- ○第10次整備計画では、区部北西部の商圏を踏まえ、周辺市場との連携強化等を視野に入れた検討を行うこととしている

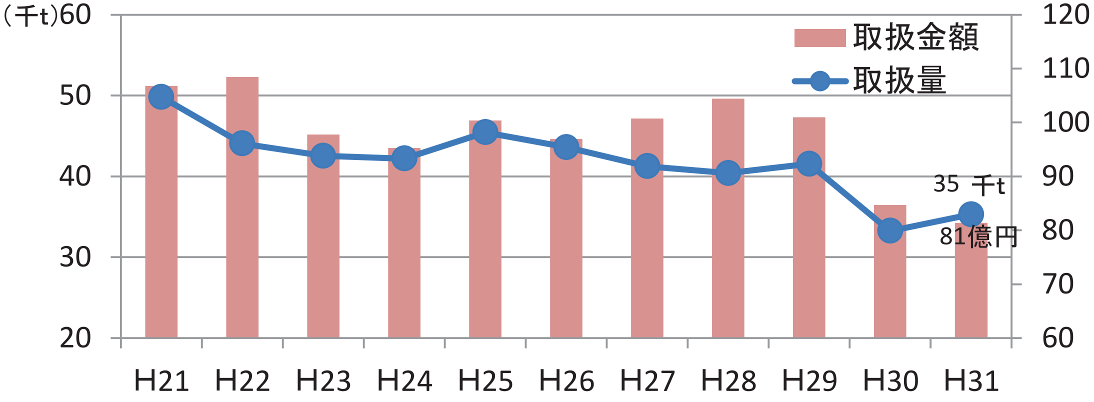
# 各場の特徴【世田谷市場】

青　果

地域に調和した効率的で使いやすい市場

【所在地】　世田谷区大蔵1-4-1
【業務開始】昭和47年3月27日
【敷地面積】41,482㎡
【延床面積】65,302㎡　（H31.4.1現在）

【取扱数量・金額推移】




東京都中央卸売市場HP 市場統計情報より

都中央卸売市場（青果）内での取扱量シェア　約2%（第8位）

【市場業者状況】　資料：事業概要（H31.4.1現在）

| | 業者数 |
|---|---|
| 卸売業者 | １社　淀橋市場に親会社があり、互いに連携 |
| 仲卸業者 | 業者数[ H21]11業者 → [H31]7業者（37%減） |
| 売買参加者 | 業者数[ H21]324業者 → [H31]223業者（32%減） |

**搬出先**　※東京都中央卸売市場「平成26年度市場流通推計調査結果」より

【搬出地域】所在区・地域　22.8%　隣接区・地域・県　47.1%　その他　30.0%
【搬出業態】専門小売店　29%　食料品スーパー　22%　都内中央卸売市場　14%　問屋納入業者　11%　業務用　10%　その他　14%

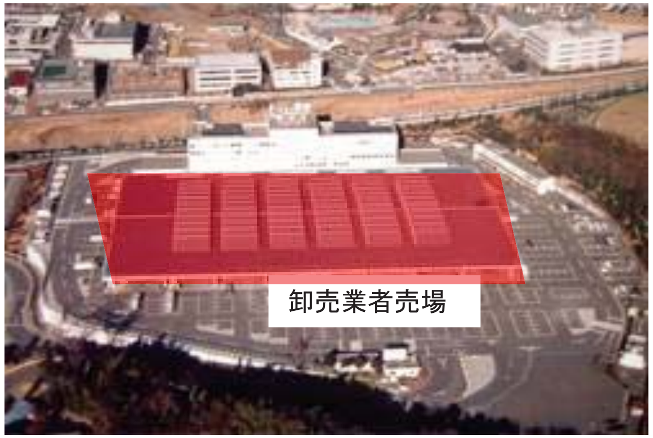
| 市場機能の状況 | |
|---|---|
| 低（定）温化 | 【卸売場】低温卸売場<br>【その他】低温倉庫 |
| 加工・パッケージ | 一部業者が実施 |
| 環境対策（部門共通） | 照明LED化（花き卸売場に導入） |
| 災害対応（部門共通） | 非常用発電設備、一時滞在施設指定 |

**主な特徴**

○ 東名高速道路・東京IC北約500m、砧公園北側に立地（共通）
○ 世田谷区が主な供給エリアだが、神奈川方面にも多数供給
○ 青果の卸売場の約8割が低温化されているのが強み
（品質・衛生管理の強化を図るため、平成22年に青果卸売場を低温施設に改修）
○青果卸が平成31年4月1日から淀橋市場の卸売業者である東京新宿ベジフル（株）の完全子会社となった

# 各場の特徴【多摩ニュータウン市場】

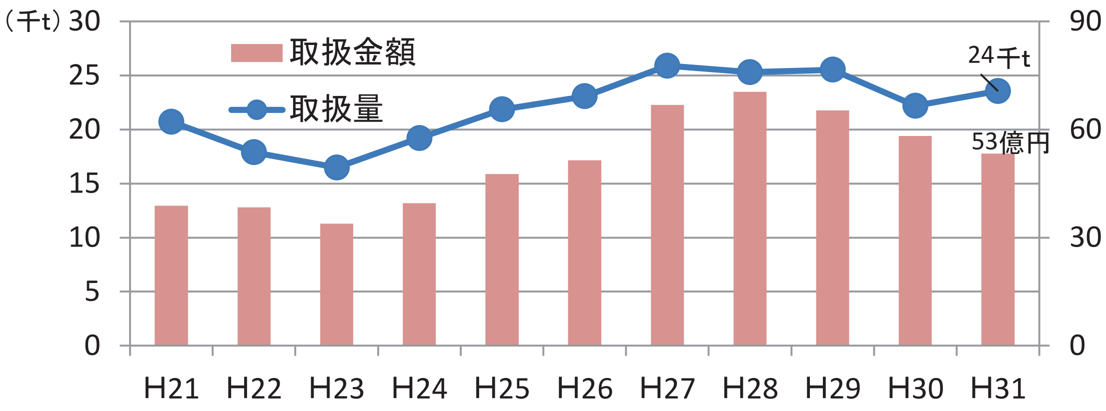
青　果




交通の利便性が確保され、緑に囲まれた広大な敷地

【所在地】　多摩市永山7-4
【業務開始】昭和58年5月26日
【敷地面積】57,153㎡
【延床面積】19,895㎡
（H31.4.1現在）

**【取扱数量･金額推移】**




東京都中央卸売市場HP 市場統計情報より

都中央卸売市場（青果）内での取扱量シェア　約1%（第9位）

**【市場業者状況】**　資料：事業概要（H31.4.1現在）

| | 業者数 |
|---|---|
| 卸売業者 | １社　民設市場である国立地方卸売市場の卸売業者の子会社 |
| 仲卸業者 | 業者数[ H21] ５業者 → [H31] ３業者 （40%減） |
| 売買参加者 | 業者数[ H21] 93業者 → [H31] 42業者 （55%減） |

**搬出先　※東京都中央卸売市場「平成26年度市場流通推計調査結果」より**

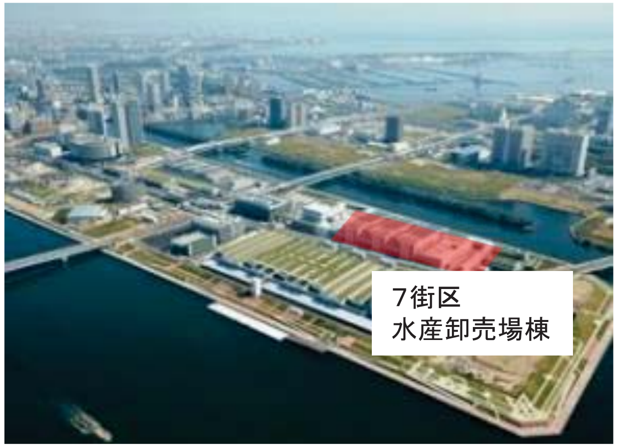
搬出先　※東京都中央卸売市場「平成26年度市場流通推計調査結果」より

【搬出地域】 所在区・地域　13.1%　隣接区・地域・県　54.2%　その他　32.7%
【搬出業態】 食料品スーパー　41%　総合スーパー　20%　加工業者　9%　業務用　8%　問屋納入業者　8%　その他　14%

| 市場機能の状況 | | 主な特徴 |
|---|---|---|
| 低（定）温化 | 【卸売場】冷蔵庫、低温卸売場<br>【その他】低温荷捌場施設、低温倉庫 | ○多摩ニュータウン開発地域の一角で、多摩市交通動脈である鎌倉街道と尾根幹線の結節点にあり、中央自動車道に隣接した多摩地域で唯一の中央卸売市場<br>○供給圏は多摩市、町田市、稲城市、日野市、八王子市、府中市<br>○平成24年から27年にかけて量販店対応を中心に取扱数量が増加。<br>○仲卸組合や買参組合が量販店対応のために低温荷捌場や加工・パッケージ施設を整備 |
| 加工・パッケージ施設等 | 低温荷捌場施設（業界造作） | |
| 環境対策 | 照明LED導入（今後導入予定） | |
| 災害対応 | 非常用発電設備、一時滞在施設指定 | |

# 各場の特徴 【豊洲市場】

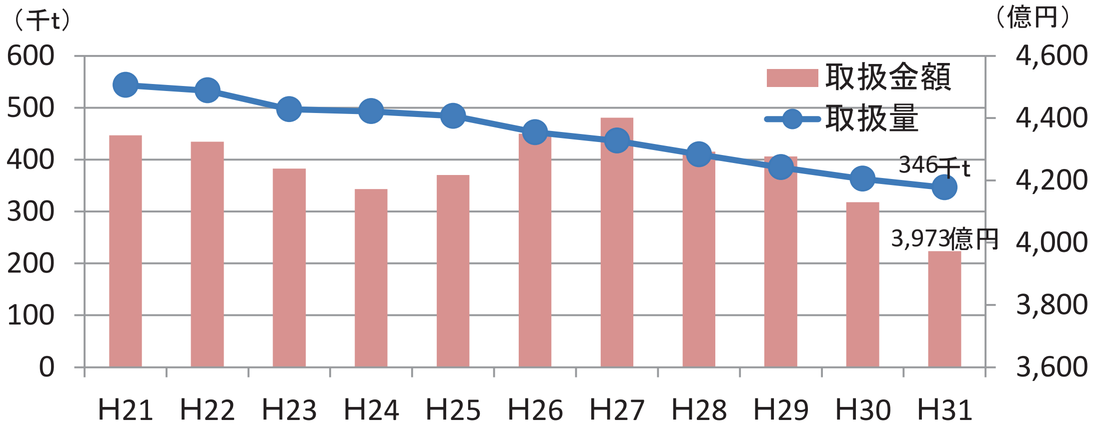
水　産




食の安全・安心の確保や効率的な物流・
様々なニーズに対応する新しい市場

【所在地】　江東区豊洲6-6-1
【業務開始】 平成30年10月11日
【敷地面積】 354,953㎡
【延床面積】 519,103㎡　（H31.4.1現在）

**【取扱数量・金額推移】** ※豊洲市場開場（H30.10.11）前は築地市場のデータ




東京都中央卸売市場HP 市場統計情報より

都中央卸売市場（水産）内での取扱量シェア　約95％（第1位）

**【市場業者状況】** 資料：事業概要（H31.4.1現在）

| | 業者数 |
|---|---|
| 卸売業者 | ７社　水産物全般を取扱う業者が5社、加工品専門の業者が2社 |
| 仲卸業者 | 業者数[ H21] 760業者 → [H31] 488業者（36%減） |
| 売買参加者 | 業者数[ H21] 327業者 → [H31] 290業者（11%減） |

**搬出先** ※東京都中央卸売市場「平成26年度市場流通推計調査結果」より（築地市場のデータ）

【搬出地域】（水産）所在区・地域　3.4%　隣接区・地域・県　8.3%　その他　88.3%
【搬出業態】（水産）専門小売店　32%　食料品スーパー　25%　業務用　19%　総合スーパー　12%　その他　12%

| 市場機能の状況 | |
|---|---|
| 低（定）温化 | 閉鎖型施設で建物全体を温度管理 |
| 加工・パッケージ施設等 | 場内に加工・パッケージ施設 |
| 環境対策（部門共通） | 屋上緑化、LED導入、太陽光発電導入 |
| 災害対応 | 非常用発電設備、一時滞在施設指定（管理施設棟） |

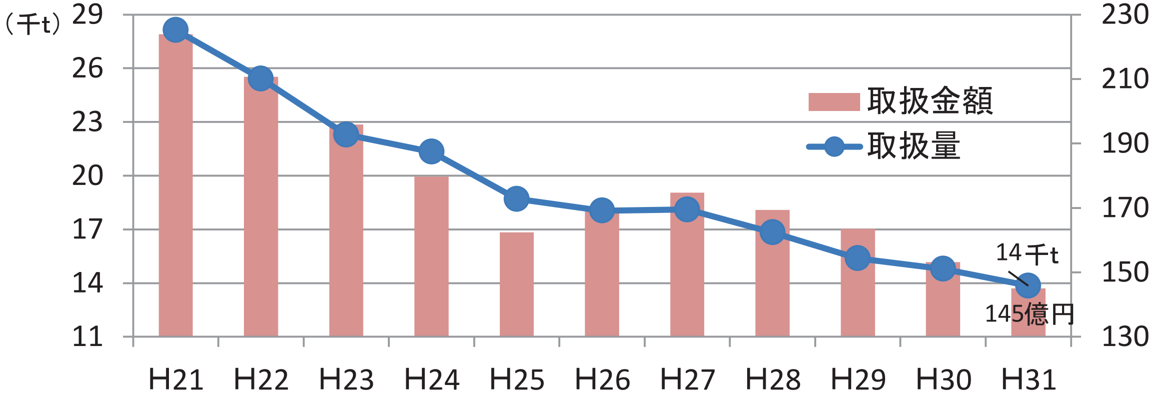
**主な特徴**

〇築地市場から移転し、平成30年10月に開場
〇高度な品質・衛生管理が可能となる閉鎖型施設として建設
〇水産物で全国最大の市場であり、全国の建値市場
〇都内中央卸売市場の取扱量の大部分を占める
〇平成29年度に経営戦略策定に着手
〇仲卸業者を中心に輸出拡大に向けた取組を実施

# 各場の特徴 【足立市場】

水　産

**【取扱数量・金額推移】**




東京都中央卸売市場HP　市場統計情報より

都内で唯一の水産物専門の中央卸売市場
松尾芭蕉「奥の細道」の矢立初めで有名な千住大橋に隣接

【所在地】　足立区千住橋戸町50
【業務開始】　昭和20年2月11日
【敷地面積】　42,675㎡
【延床面積】　26,489㎡　（H31.4.1現在）

都中央卸売市場（水産）内での取扱量シェア　約4%（第2位）

**【市場業者状況】**　資料：事業概要（H31.4.1現在）

| | 業者数 |
|---|---|
| 卸売業者 | ２社　H24に３社から２社に減　１社は豊洲市場卸売業者の支社 |
| 仲卸業者 | 業者数[ H21] 63業者 → [H31] 49業者（22%減）※ |
| 売買参加者 | 業者数[ H21] 52業者 → [H31] 43業者（17%減） |

※H31.6（1社廃止）48社

**搬出先**　※東京都中央卸売市場「平成26年度市場流通推計調査結果」より

【搬出地域】（水産）所在区・地域　14.2%　隣接区・地域・県　40.0%　その他　45.8%
【搬出業態】（水産）食料品スーパー　22%　専門小売店　19%　総合スーパー　10%　都外地方卸売市場　9%　業務用　8%　その他　32%

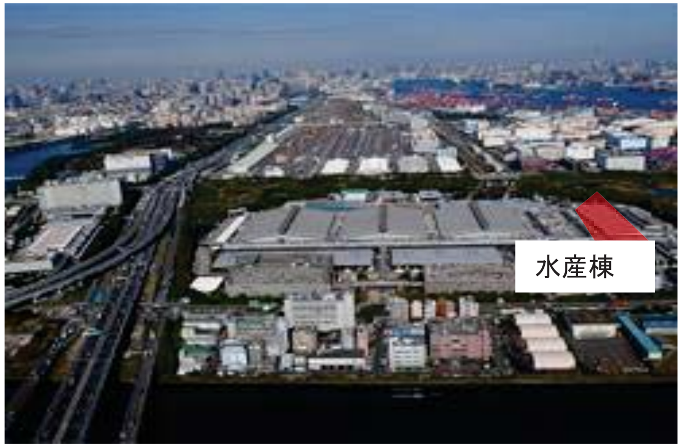
| 市場機能の状況 | |
|---|---|
| 低（定）温化 | 【卸売場】低温卸売場、大物卸売場<br>【その他】冷蔵庫棟 |
| 加工・パッケージ施設等 | 倉庫（建物内業界造作） |
| 環境対策 | 照明LED化（事務室に導入） |
| 災害対応 | 非常用発電設備、一時滞在施設指定 |

**主な特徴**

○城北地域の水産拠点市場。国道4号線に面し、市場周辺区部や関東近県が主な供給エリア
○取扱金額は、鮮魚20%、まぐろ類15%（鮮・冷）、活魚11%、残り54%貝類・冷凍魚・塩干加工品等　（H31市場統計情報・年報）
○取扱数量が10年前と比較して半減。平成23年度に経営展望を策定し、共同配送等パイロット事業を実施。平成24年度に再編措置対象。
平成26年度より「あだち市場の日」を隔月で実施し、一般向けに商品を販売。平成27年度に取扱量が増加したことで再編措置対象から脱却。
○施設の老朽化と食品衛生法に基づく施設基準への対応が課題

# 各場の特徴【大田市場】

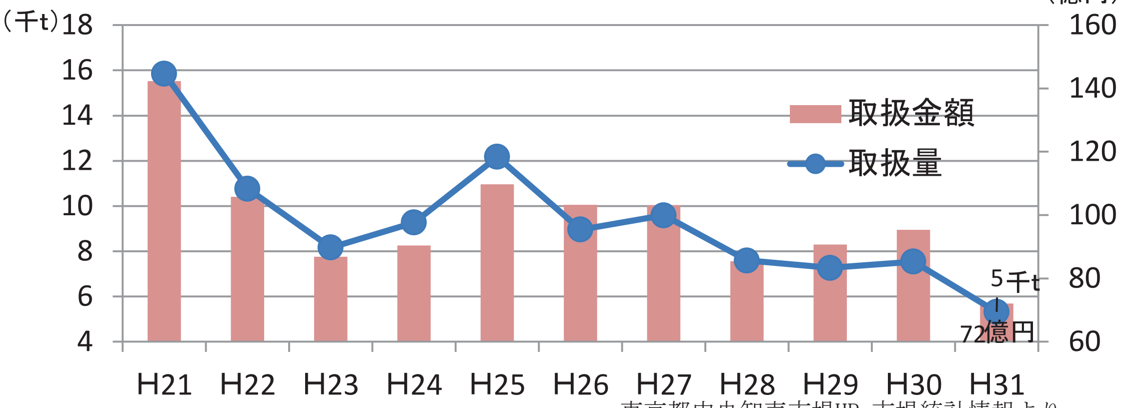
水　産




青果・水産物・花きを取り扱う総合市場

【所在地】　大田区東海3-2-1
【業務開始】平成元年9月18日（水産）
【敷地面積】386,426㎡
【延床面積】296,452㎡　（H31.4.1現在）

**【取扱数量・金額推移】**




東京都中央卸売市場HP　市場統計情報より

都中央卸売市場（水産）内での取扱量シェア　約2%（第3位）

**【市場業者状況】**　資料：事業概要　（H31.4.1現在）

| | 業者数 |
|---|---|
| 卸売業者 | １社　豊洲市場の卸売業者の支社。H23に２社から１社減 |
| 仲卸業者 | 業者数[ H21] 51業者 → [H31] 39業者（24%減）※ |
| 売買参加者 | 業者数[ H21]26業者 → [H31]17業者（35%減） |

※H31.3～.6（3社廃止）36社

## 搬出先　※東京都中央卸売市場「平成26年度市場流通推計調査結果」より

【搬出地域】（水産）所在区・地域　4.5%　隣接区・地域・県　21.9%　その他　73.6%
【搬出業態】（水産）業務用　25%　専門小売店　15%　加工業者　15%　食料品スーパー　10%　総合スーパー　8%　その他　27%

## 市場機能の状況

| | |
|---|---|
| 低（定）温化 | 【卸売場】低温卸売場<br>【その他】水産冷蔵庫棟、共同配送棟等 |
| 加工・パッケージ施設等 | 水産加工場<br>加工（店舗内業界造作） |
| 環境対策（部門共通） | 照明LED化（青果・花き卸売場に導入） |
| 災害対応（部門共通） | 非常用発電設備（青果・水産・花き）<br>一時滞在施設指定（事務棟） |

## 主な特徴

○水産物部は、主要顧客である専門小売店の廃業及び買出人の減少等により、取扱数量・金額が減少。
○平成24年度に大田市場水産物部活性化プロジェクトを検討。平成25年度から　プロジェクトを実施し、情報発信や営業力を強化。
○仲卸業者の公募による意欲ある仲卸業者の新規参入など、新たな強みが顕在化。高圧受変電設備の増強など機能を強化。
○平成30年度に経営戦略（基本戦略）の検討を開始。活魚水槽や加工による近隣市場との差別化や羽田空港に近い立地環境、卸売業者によるISO22000取得等、強みを活かした取組を進めている。

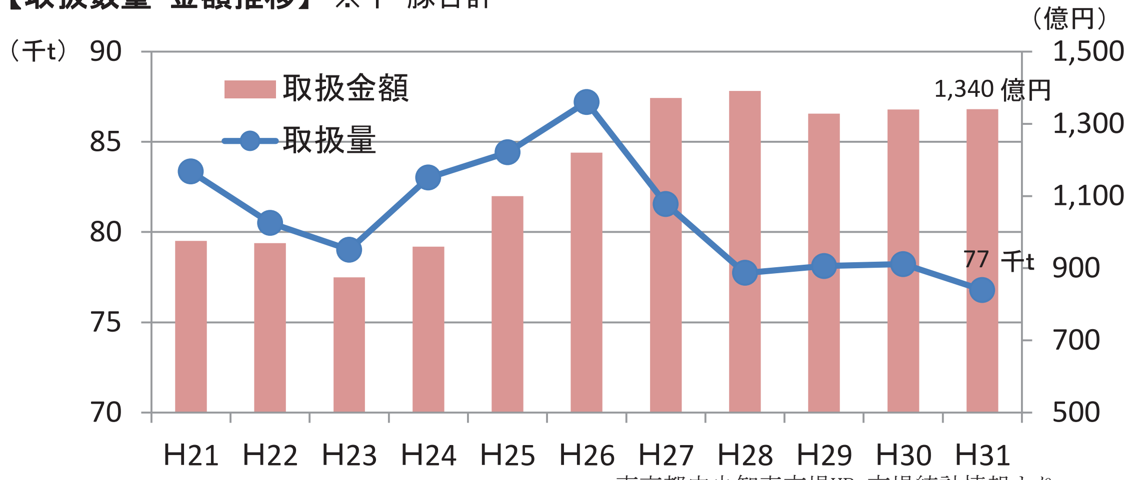
# 各場の特徴【食肉市場】

食 肉

「芝浦」の通称で親しまれる食肉流通の拠点

【所在地】　港区港南2-7-19
【業務開始】　昭和41年12月19日（市場）
　　　　　　昭和11年12月1日（と場）
【敷地面積】　64,108㎡
【延床面積】　94,379㎡
　　　　　　（市場 72,049 ㎡、と場 22,330㎡）
（H31.4.1現在）

【取扱数量･金額推移】 ※牛･豚合計



東京都中央卸売市場HP 市場統計情報より

【市場業者状況】　資料：事業概要（H31.4.1現在）

| | 業者数 |
|---|---|
| 卸売業者 | １社　家畜の荷受・販売、枝肉の受託・買付・販売業務を行っている。 |
| 仲卸業者 | 業者数[ H21] 28業者 → [H31] 25業者 （11%減） |
| 売買参加者 | 業者数[ H21] 192業者 → [H31] 160業者（17%減） |

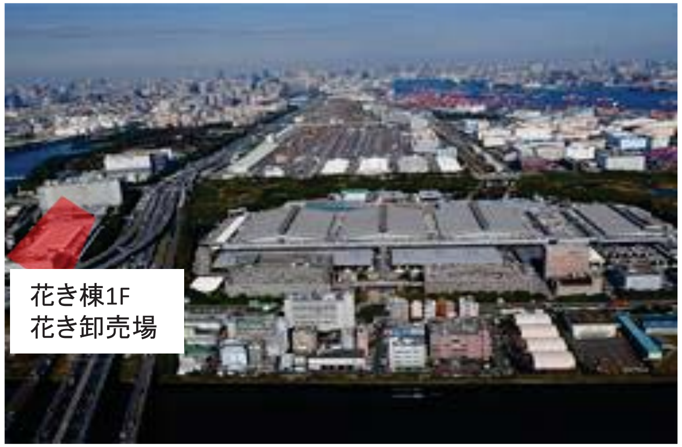
**搬出先**　※東京都中央卸売市場「平成26年度市場流通推計調査結果」より

【搬出地域】 所在区･地域　6.0%　隣接区･地域･県　11.4%　その他　82.6%
【搬出業態】 問屋納入業者　79%　業務用　5%　加工業者　2%　専門小売店　1%　その他　13%

| 市場機能の状況 | | 主な特徴 |
|---|---|---|
| 低温化 | ･大動物･小動物枝肉冷蔵庫<br>･部分肉、内臓肉冷凍庫<br>･部分肉、内臓肉冷蔵庫 | ○大規模開発が進む品川駅前に立地する唯一の食肉卸売市場<br>○食肉市場として国内最大の規模<br>（全国中央卸売市場の取扱量の約4割）<br>○建値市場であり、集荷エリアは関東を中心に東北･西日本に及ぶ<br>○狭隘な敷地の中での老朽化施設の更新と品質･衛生対策の充実を図るための施設整備が課題 |
| 加工･パッケージ施設等 | 一部業者が場内･外で実施 | |
| 環境対策 | 照明LED化（センタービルに導入） | |
| 災害対応 | 非常用発電設備 | |

# 各場の特徴【大田市場】

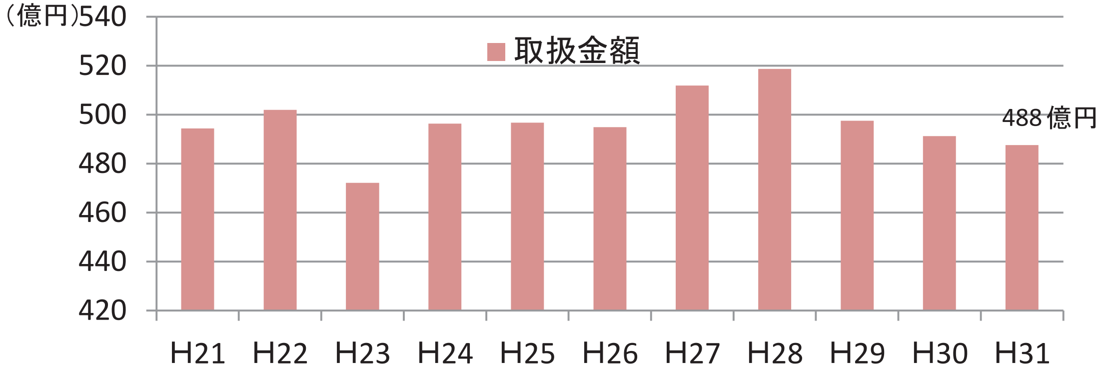
花 き




青果・水産物・花きを取り扱う総合市場

【所在地】 大田区東海2-2-1
【業務開始】 平成2年9月8日（花き）
【敷地面積】 386,426㎡
【延床面積】 296,452㎡ （H31.4.1現在）

【取扱金額推移】




東京都中央卸売市場HP 市場統計情報より

都中央卸売市場（花き）内での取扱高シェア 約59%（第1位）

【市場業者状況】 資料：事業概要（H31.4.1現在）

| | 業者数 |
|---|---|
| 卸売業者 | ２社 １社（切花全国１位・総合１位）、１社（鉢物全国２位・総合２位） |
| 仲卸業者 | 業者数[ H21] 19業者 →［H31］ 18業者（5%減） |
| 売買参加者 | 業者数[ H21] 2,074業者 →［H31］1,529業者（26%減） |

**搬出先** ※東京都中央卸売市場「平成26年度市場流通推計調査結果」より

【搬出地域】（花き）所在区・地域 4.0% 隣接区・地域・県 36.3% その他 59.7%

【搬出業態】（切花）問屋納入業者 35% 専門小売店 30% 総合スーパー 4% 加工業者 11% 百貨店 2% その他 18%

【搬出業態】（鉢物）専門小売店 75% 問屋納入業者 20% 加工業者 4% 総合スーパー 1% その他 1%

| 市場機能の状況 | |
|---|---|
| 低（定）温化 | 花き棟低温倉庫、南側商品保管庫、<br>定温荷捌棟 |
| 加工・パッケージ施設等 | 自動搬送設備（H2都施工・H11業界造作）<br>機械セリ（業界造作）<br>北側荷捌施設（業界施工・定借） |
| 環境対策（部門共通） | 照明LED化（青果・花き卸売場に導入） |
| 災害対応（部門共通） | 非常用発電設備（青果・水産・花き） |

**主な特徴**

○施設規模・取扱量ともに国内最大であり、全国の建値市場（全国中央卸売市場取扱金額の約6割）
○商圏は全国に及び、他府県向けの搬出割合が多い
○平成１１年度に自動搬送設備、平成１５年度に南側商品保管庫、平成２８年度に定温荷捌棟などを業界が整備
○商品画像を大型モニターで表示した画像セリを導入し、品質管理を強化（1社H28.8.18～ 1社R2.2.17～）
○市場内が狭隘化しており、市場内用地の有効活用が課題。

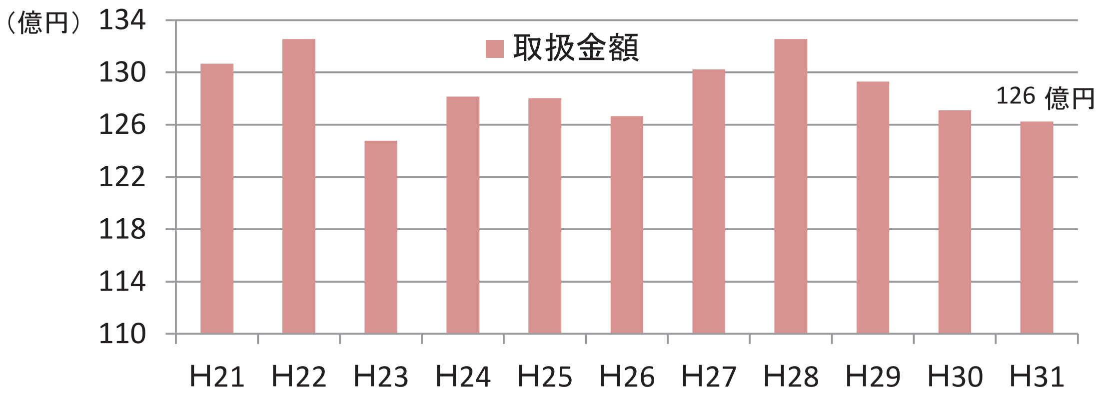
# 各場の特徴【世田谷市場】

花　き

地域に調和した効率的で使いやすい市場

【所在地】　世田谷区大蔵1-4-1
【業務開始】　平成13年4月14日
【敷地面積】　41,482㎡
【延床面積】　65,302㎡　（H31.4.1現在）

【取扱金額推移】




東京都中央卸売市場HP　市場統計情報より

都中央卸売市場（花き）内での取扱高シェア　約15％（第2位）

【市場業者状況】　資料：事業概要（H31.4.1現在）

| | 業者数 |
|---|---|
| 卸売業者 | ２社 |
| 仲卸業者 | 業者数[ H21]　6業者 → [H31]　6業者 |
| 売買参加者 | 業者数[ H21]1,563業者 → [H31]1,055業者（33%減） |

## 搬出先　※東京都中央卸売市場「平成26年度市場流通推計調査結果」より

【搬出地域】（花き）所在区・地域　18.5%　隣接区・地域・県　40.9%　その他　40.6%

【搬出業態】（切花）専門小売店　67%　総合スーパー　10%　問屋納入業者　6%　都内中央卸売市場　6%　その他　11%

【搬出業態】（鉢物）専門小売店　71%　問屋納入業者　19%　総合スーパー　8%　都内卸売市場　2%　その他　1%

## 市場機能の状況

| | |
|---|---|
| 低（定）温化 | 【卸売場】 卸売業者売場（南棟3階、5階）<br>【その他】 定温倉庫<br>定温荷捌場 |
| 加工・パッケージ | － |
| 環境対策（部門共通） | 照明LED化（花き卸売場に導入） |
| 災害対応（部門共通） | 非常用発電設備、一時滞在施設指定 |

## 主な特徴

○ 東名高速道路・東京IC北約500m、砧公園北側に立地
○ 取扱高は、大田市場に次ぐ第2位
○花きは平成13年業務開始で施設が比較的新しく、卸売場等の定温化が進んでいる
○ 高級品の取扱も多く、周辺の専門小売店等のニーズに応えている

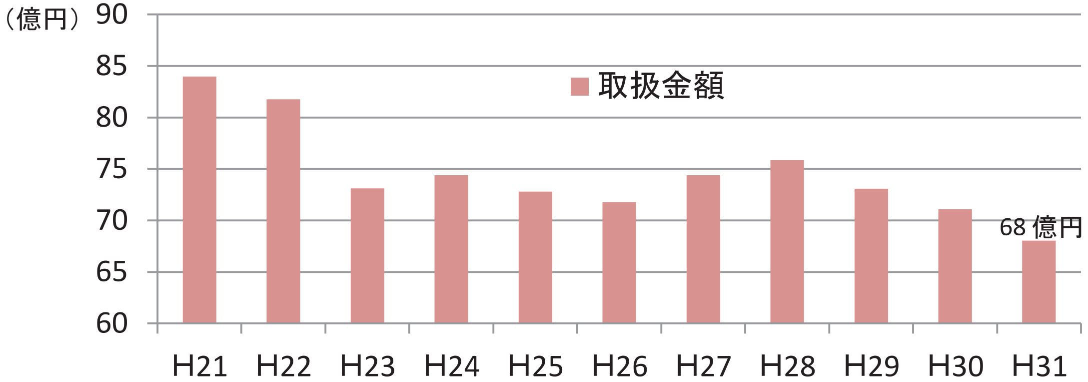
# 各場の特徴【北足立市場】

花き

花き部開設第１号、北部流通業務団地にある市場

【所在地】　足立区入谷6-3-1
【業務開始】昭和63年4月25日
【敷地面積】 61,076㎡
【延床面積】 77,823㎡　　（H31.4.1現在）

【取扱金額推移】




東京都中央卸売市場HP 市場統計情報より

都中央卸売市場（花き）内での取扱高シェア　約9％（第3位）

【市場業者状況】　資料：事業概要（H31.4.1現在）

| | 業者数 |
|---|---|
| 卸売業者 | １社　２社で業務を行ってきたが、平成25年1月に1社が廃業 |
| 仲卸業者 | 業者数[ H21]　９業者 →［H31］　９業者 |
| 売買参加者 | 業者数[ H21] 715業者 →［H31］498業者（30%減） |

**搬出先**　※東京都中央卸売市場「平成26年度市場流通推計調査結果」より

【搬出地域】（花き）所在区・地域　11.4%　隣接区・地域・県　35.6%　その他　53.1%

【搬出業態】（切花）専門小売店　51%　業務用　28%　問屋納入業者　17%　食料品スーパー　3%　その他　1%

【搬出業態】（鉢物）専門小売店　97%　食料品スーパー　1%　問屋納入業者　1%　業務用　1%　その他　1%

**市場機能の状況**

| | |
|---|---|
| 低（定）温化 | 定温倉庫 |
| 加工・パッケージ | 一部業者が実施 |
| 環境対策（部門共通） | 照明LED化（青果卸売場に導入） |
| 災害対応（部門共通） | 非常用発電設備、一時滞在施設指定 |

**主な特徴**

○北部流通業務団地内に立地し、首都高インターから外環道により東北道や関越道と繋がり、産地からのアクセス良好
○昭和63年花き部開設、都内中央卸売市場花き部の最古の市場。
○市場周辺区部や関東近県が主な供給エリア
○青果部と花き部共に、経営戦略基本戦略を検討中
○仏花需要に強い商圏であり、地域での花育活動など「花いちば」としての存在感をアピール

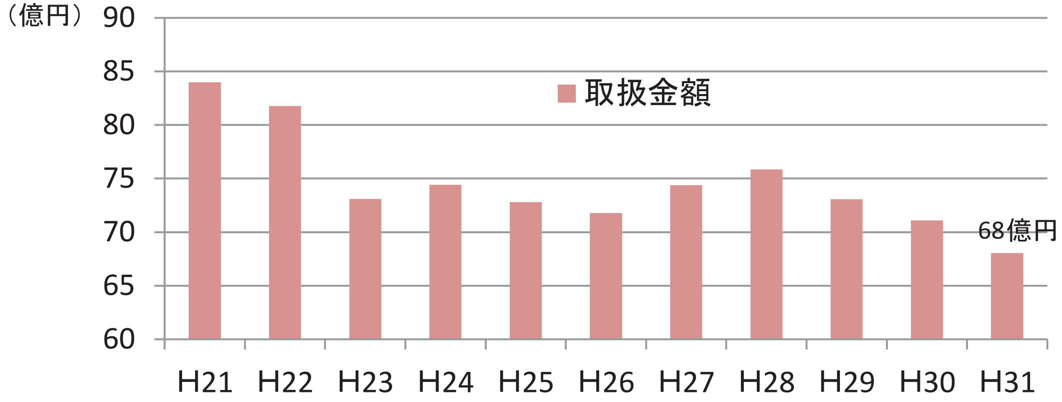
# 各場の特徴【板橋市場】

花　き

流通センターと隣接した西北部地区の流通拠点

【所在地】　板橋区高島平6-1-5
【業務開始】平成5年2月24日
【敷地面積】61,232㎡
【延床面積】51,440㎡　　（H31.4.1現在）

**【取扱金額推移】**




東京都中央卸売市場HP 市場統計情報より

都中央卸売市場（花き）内での取扱高シェア　約8%（第4位）

**【市場業者状況】**　資料：事業概要（H31.4.1現在）

| | 業者数 |
|---|---|
| 卸売業者 | １社　平成13年に２社が合併し現在に至る |
| 仲卸業者 | 業者数[ H21]　9業者 →[H31]　7業者（22%減） |
| 売買参加者 | 業者数[ H21] 973業者 →[H31] 569業者（42%減） |

**搬出先**　※東京都中央卸売市場「平成26年度市場流通推計調査結果」より

【搬出地域】（花き）所在区・地域　5.5%　隣接区・地域・県　55.1%　その他　39.5%

【搬出業態】（切花）専門小売店　80%　業務用　6%　加工業者　6%　食料品スーパー　4%　都外地方卸売市場　1%　その他　3%

【搬出業態】（鉢物）専門小売店　92%　業務用　2%　問屋納入業者　2%　総合スーパー　1%　その他　2%

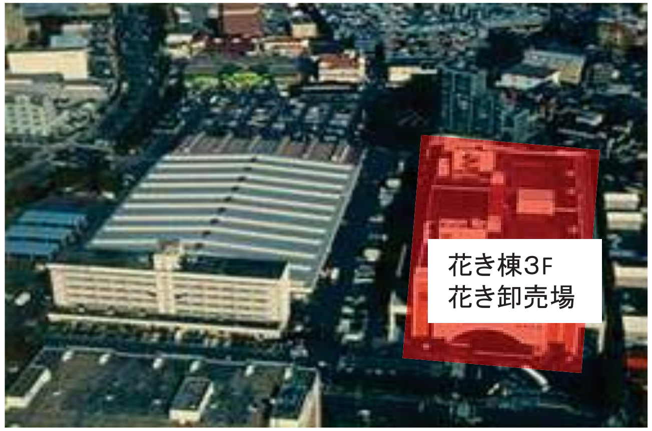
| 市場機能の状況 | |
|---|---|
| 低（定）温化 | 【卸売場】低温卸売場<br>【その他】定温倉庫 |
| 加工・パッケージ | 一部業者が実施 |
| 環境対策（部門共通） | 照明LED化（市場棟に導入） |
| 災害対応（部門共通） | 非常用発電設備、一時滞在施設指定 |

**主な特徴**

○区部北西部の流通業務団地内に立地し、首都高インターから外環道により東北道や関越道と繋がり、産地からのアクセス良好
○板橋区、練馬区、豊島区等区部北西部と埼玉県が主な供給エリア
○専門小売店が主な販売先であり、切花（特に菊類）に強い
○花きアレンジメント教室などの花き普及活動や幼稚園児を対象とした花育活動を実施

# 各場の特徴【葛西市場】

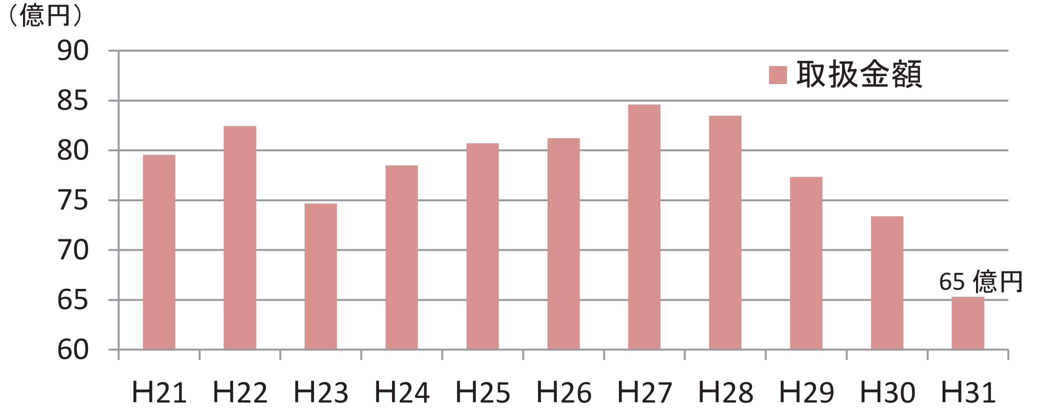
花　き




流通業務団地に育まれた東部地区を賄う流通拠点

【所在地】　江戸川区臨海町3-4-1
【業務開始】平成7年4月14日
【敷地面積】 74,515 ㎡
【延床面積】 59,515 ㎡　　（H31.4.1現在）

**【取扱金額推移】**




東京都中央卸売市場HP 市場統計情報より

**都中央卸売市場（花き）内での取扱高シェア　約8％（第5位）**

**【市場業者状況】**　資料：事業概要（H31.4.1現在）

| | 業者数 |
|---|---|
| 卸売業者 | １社 |
| 仲卸業者 | 業者数[ H21]　６業者 → [H31]　６業者 |
| 売買参加者 | 業者数[ H21] 1,097業者 → [H31] 643業者（41%減） |

**搬出先　※東京都中央卸売市場「平成26年度市場流通推計調査結果」より**

【搬出地域】（花き）所在区・地域　33.3%　隣接区・地域・県　47.5%　その他　19.2%

【搬出業態】（切花）専門小売店　80%　加工業者　10%　業務用　7%　食料品スーパー　1%　総合スーパー　1%　その他　1%

【搬出業態】専門小売店　89%　加工業者　2%　食料品スーパー　2%　その他　7%

**市場機能の状況**

| | |
|---|---|
| 低（定）温化 | 定温倉庫、プレハブ冷蔵庫 |
| 加工・パッケージ施設等 | ― |
| 環境対策（部門共通） | 照明LED化（青果卸売場に導入） |
| 災害対応（部門共通） | 非常用発電設備、一時滞在施設指定 |

**主な特徴**

○東部流通業務団地に立地し、葛西IC、清新町ICへのアクセス良好
○青果、花きともに区部東部地区や千葉方面が主な供給エリア
○近隣の廃業した地方卸売市場の顧客も取り込んでいるものの、取扱数量は、減少傾向が続いている
○青果、花きともに経営戦略基本戦略を検討中

# (参考)淀橋市場における経営展望に基づいた取組

## 淀橋市場の特徴

- 新宿区、渋谷区等の一大消費地に多くの売買参加者が集中して存在
- 商圏内に多様な実需者が存在
- 敷地の狭隘さと拡張性の限界
- 荷下ろし車両の待機時間が長い

## 将来像

時代の変化に柔軟に対応し、価値と
信頼で未来を切り拓く「新宿淀橋市場」
～オール新宿淀橋で100年活き活き～

## 《基本戦略》

**（１）【集荷】　都内ﾄｯﾌﾟｸﾗｽの集荷力を確保**

①情報収集による産地への提案力・営業力の強化
②産地からの物流体制の再構築による集荷効率の向上

**（２）【販売】　市場の立地・商圏特性を活かして販売力強化**

③飲食店・給食等を対象とした業務用取引の拡大
④専門小売店等への販売促進活動の強化
⑤新宿淀橋ブランドとしてオリジナル商品の開発・育成

**（３）【機能】　効率的で機能的な都市型ｺﾝﾊﾟｸﾄ市場を追求**

⑥場内動線の見直しと搬入出車両の待機時間の短縮
⑦低温卸売場等の拡張によるコールドチェーンの強化
⑧実需者ニーズに対応した加工機能の導入

**（４）【体制】　持続可能な市場・経営体制を構築**

⑨市場関係業者の経営体質及び連携の強化
⑩次世代を担う人材の育成と人材交流の推進
⑪新たな売買参加者の加入促進と開かれた市場への転換
⑫都民・地域との共生に向けた取組の推進

## 《主な取組》

### 【産地への共同営業の実施】

○合同部会の開催
野菜部会及び果実部会を設置し、適宜開催
○産地見学や販促会議の実施
卸会社と仲卸会社が合同で産地視察や産地との商談会を実施

### 【「イチバの日」の定期的実施】

○専門小売店等への参加促進活動
新たな販売品目の選定、販促資材やホームページの刷新などを検討し、取組参加店の販売促進活動を強化

### 【施設活用案の検証】

○今後の施設活用の全体構想
経営戦略に基づき、加工・パッケージ施設などの整備に向けた検討を実施

# （参考）大田市場（青果部）における経営戦略に基づいた取組

## 大田市場（青果部）の強み・弱み

【強み】
○ 大田市場は規模が大きく、日本一を誇る品目数・取扱量
○ 規模を活かした効率的な集荷・分荷機能
○ 多様な販路、高い情報発信力、高いブランド力

【弱み】
○ スペース不足とそれによる効率性向上の限界
○ 老朽化した施設、コールドチェーンの整備
○ 公共交通機関によるアクセスの悪さ、人材確保の困難性

## 《基本戦略》

### （１）後背圏への青果物の安定供給

大田市場は、日本一の取扱量を背景とした多様な調達経路と円滑な流通網を有しており、今後も引き続き、卸売市場の使命たる生鮮食料品の安定供給機能を発揮することで、都民の食生活を支えていく。

### （２）消費者・実需者と産地の仲介機能の強化

大田市場で集積された情報や目利きのノウハウを活用し、商品の高付加価値化や消費者トレンドに応える商品開発を支援することで、出荷者及び実需者からの信頼を勝ち得ていく。

### （３）日本の青果物流拠点としてのハブ機能の発揮

取扱量を背景とした価格形成機能を活かし、我が国の青果物におけるハブ機能を持つ流通拠点としての役割を強化していく。そのため、荷捌きを一層効率化するための市場内物流の全体最適化やスペースの有効活用、基幹施設の維持保全等の取り組みを行っていく。

### （４）卸売市場のロールモデルの提示

人材確保に向けた労働条件の整備、輸出の支援体制整備、衛生意識の向上、加工・パッケージ等戦略的な機能強化、環境問題への対応などに取り組み、ロールモデルを提示していく。

## 《主な取組》

【加工・荷捌棟の整備（R1.12竣工）】
青果部の機能強化を目的として、「加工・荷捌棟」の整備を実施
＜施設の特徴＞
・重層かつ閉鎖型の加工・荷捌棟
・加工・パッケージやＨＡＣＣＰに基づく衛生管理が可能な施設

【市場内物流の全体最適化】
・市場内物流の全体最適化に向けて、市場内業者に対する聞き取り調査を実施（H31）。今後、施設利用の実態調査を実施し、現状分析と課題の抽出、解決に向けた検討を行う
・荷捌場や保管場所等、必要施設の選定と規模の定量化についても合わせて検討

【輸出促進に向けた現状調査】
・輸出実施業者等へのヒアリング調査を実施（H29）
・大田市場内の全卸売業者及び仲卸業者に対し、輸出のヒアリング詳細調査を実施（H30～H31）
・ヒアリング結果に基づき、今後の輸出促進に向けた支援策を検討（R2～）

# （株）丸勘山形青果市場視察報告

# ㈱丸勘山形青果市場への視察について

## ㈱丸勘山形青果市場 概要

### 会社概要

設 立　昭和３０年６月２０日
資本金　１，０００万円
売 上　１３１億円（H３０年度）
所在地　山形市十文字２１６０番地

### 施設概要

敷地総面積　３３，１００㎡
建物総面積　９，９００㎡
主な施設　卸売場 共同選果場
　パッケージセンター など

### 運営体制

従業員　６０名
代表者　代表取締役社長 佐藤明彦
　代表取締役専務 井上周士

### そ の 他

県内登録生産者数　５，５００名
県外出荷団体数　５５０団体

### 位置図・市場全景

山形丸勘青果市場
⇔新庄市内（70km）
⇔仙台市内（60km）
⇔福島市内（100km）
⇔大田市場（400km）

## 調査の目的・内容

**都の中央卸売市場における市場の活性化の方策の検討に資することを目的とする**

・機能・特徴等に応じた市場取引の活性化に向けた具体的な取組事例
・食品流通における丸勘市場の役割や将来ビジョン（市場法改正も見据えた戦略含む）
・産地市場から見た東京都中央卸売市場へのご意見 など

## 主な戦略等

【経営理念】 オリジナル性を益々高め新たな産地を開発・育成し、販売に結び付けます
それにより顧客満足・会社満足・従業員満足を達成し地域社会に貢献します

### 農業支援企業

生産者の負担を最小限に、再生産できる利益を目指す

- 生産者直結方式の採用
- バラ集荷・巡回集荷の実施 共同選果作業の実施
- 栽培指導や差別化商品の提案
- 主力商品への対応（出荷・取引時間の配慮）
- 特産品の取扱拡大 特産品の開発育成
- 全量受託の実施（委託料8.5%・奨励金なし）

### 販売力等の強化

商品提案力の強化や価格面以外の差別化

- 県内・県外量販店に応じた販売方法を実施
- 小売店・直売所の支援
- 買い手ニーズに応じたパッケージ対応
- 産地リレー体制の構築
- 担当者制の徹底（商品のプロ育成）
- 食品加工業者への販売（契約販売の実施）

### 物流対策

生産者と消費者にとって有益な流通システムの導入

- 生産者直結方式や通い容器の採用
- 仲卸を置かない（中間マージンのカット）
- 原則、買い手の直接引取り

### 安全・安心対策

安全・安心への積極的な取組を実施

- 登録生産者から適正農薬使用の誓約書
- 「やまがた農産物安全・安心取組認証」取得
- 栽培防除記録の提出義務化
- 残留農薬検査の実施
- 商品への責任票梱包義務化
- 栽培防除講習会開催 など

### 経営状況

2018年度　全国地方卸売市場等青果取扱高 131億円（全国17位）
2016年度　全国地方卸売市場等青果取扱高　127億円（全国21位）
〃　決算　売上総利益率10.54%　経常利益率3.3%

## ○場内の様子

### コンテナによる集荷サービス

生産者の手間が省けるように、コンテナ（通い箱）を使用してバラで集荷し、市場で選別や包装などを行う。集荷については丸勘市場が直接生産者のところまで巡回している。

### パッケージ施設

市場内のパッケージ施設で、量販店等の要望に応じたパッケージを行っている。相場に応じて包装個数を増減させるなど自由自在な対応をしている。

### 加工施設

低温で管理しており、調理の簡便化や惣菜需要に対応しており、量販店の人材不足の一助となるべく、様々な需要に応じた加工が可能である。

### 資材センター

生産者が資材等を購入する場合、一定の条件下において、購入代金の一部を助成したり、購入額に応じた商品券の提供を行っている。

### 低温倉庫

東北地方の気候的な特徴から、山形県内で低温倉庫を持つ市場は少ない。
夏場は低温倉庫として利用する一方、冬場は温倉庫として活用している。

### トレーニングジム・休憩室（福利厚生）

市場内にトレーニングジムや休憩室等を併設することで職場環境が改善され、社員の定着率が高まった。

## ○開設者との質疑応答

**○取扱品の内訳について**
●消費地市場的な部分がおよそ7割。内訳は野菜が7割、果実は3割野菜・果実とも7割が県外物。

**○卸売業者自らが、出荷者への集荷や量販店への配達を導入するのは困難ではなかったか**
●仲卸がいないとか、農協を通さないというのは結果的にそうせざるを得なかったものであり、最初から目論んでいたものではない。

**○67か所の集荷場は自社で所有しているのか**
●自社の所有ではなく間借りした場所を利用している。集荷場を用意することで周辺の生産者に利便性が高いというメリットがあるし、肥料・農薬等の小売店や金融、その他いろいろな新規同業者との連携、栽培講習会等の実施などトータルサービスを提供し、役に立っている。

**○商物分離のケースはどのような場合でどの程度か**
●我々がプロデュースして産地からキャベツを食品工場や、スーパーの配送センターに送るケース等があるが、まだ10%もない。品目によって適しているもの・適していないものがある。

**○価格形成や決済について**
●セリはほとんど無く、相対販売が主流。価格は大田市場の建値が相場となるが周辺の状況を見て決めている。また、自ら集金業務を行うことから完納奨励金を出していない。
決済は地元の生産者には翌日現金払いだが、最近は送金が多い。

**○加工・パッケージ代はどのように精算しているのか**
●パッケージセンターは別会社。加工賃は種類ごと単価を明確にしている。スーパー等に見積りを出すときは仕切金額に加工賃、運賃やセンターフィー等を加えて納品価格としている。

**○集荷・販売に使うパレットについて**
●県外向け運送会社はパレットでないと運送を引き受けてもらえないため苦労している。冬は県外物が多くパレットが溜まる一方、夏・秋はサクランボやラ・フランスなどでパレットがはけてしまい、足りないときは中古を購入するなど需給調整が難しい。

**○来年度改正される卸売市場法について**
●市場法が変わる前から、他市場は子会社などを利用して山形に来ていた。今後はさらにお互いの競争が激しくなると思っている。

**○公設市場の課題について**
●地方は地価が安いので、長期間賃料を払っていると総支払額が土地・建物代くらいになってしまう。東京は地価が高いので、公設市場の整備運営によるメリットで非常にありがたいと思われているのではないか。

**○産地からの指定市場から外れることで荷を引きづらいことはないか**
●系統とつながりがないので、いろいろな団体と連携をとることで不足分をカバーしている。また、大田市場へは毎日車を走らせ、集荷して荷をそろえ、スーパーへの欠品が無いようにしている。

**○パッケージセンターでの端材の処分について**
●現状は2トントラックで清掃工場に持ち込み処分しているが、現在、加工廃棄物を発酵させてメタンガスを作り発電するという提案を受けており今後の展開を期待している。

**○20人の営業で生産者や消費者と直結できた秘訣について**
●研修制度などを充実させ、従業員を大切にするとともに、経営感覚を磨き上げてきた。管理職が筆頭となって市場での販売終了後に取引先を開発してきた結果が現在の姿となっている。

**○自社で野菜自体を生産する取組について**
●荷主開拓の一環として、震災後の北釜ファームや住化ファームの立ち上げの際に出資し連携をしていこうと思っている。

**○従業員の正社員化について**
●現場パート職員の定着率が低かったため、正規雇用化を進めるとともに、福利厚生の一環として、正社員、パートを問わず利用できるトレーニングジムや休憩室を作った。
この結果、社内の雰囲気がよくなり職員の士気も高まったと感じている。