

策定 平成 17 年 11 月 18 日

変更 平成 18 年 11 月 21 日

東京都卸売市場整備計画

第 8 次（平成 17 年度～平成 22 年度）

平成 18 年 11 月



東 京 都

東京都卸売市場整備計画（第8次） 目次

序文	～変革を迫られる卸売市場～	1
第1	激変する流通環境と卸売市場	2
1	社会経済状況の変化	2
	(1) 規制緩和の進展	
	(2) 情報化の進展	
	(3) 環境規制の強化	
2	生鮮食料品の生産・供給構造の変化	3
	(1) 国内生産力の低下	
	(2) 出荷団体の大型化	
	(3) 企業による農業参入	
	(4) 流通チャネルの多元化と市場外流通の増大	
3	食生活の変化	4
	(1) 多様化・個性化・高度化する消費者ニーズ	
	(2) 食の安全・安心への意識の高まり	
	(3) 食育への取組	
4	小売業界の構造変化	5
	(1) 専業小売店の減少	
	(2) 量販店の競争激化	
	(3) 業態の多様化の進展	
第2	東京都における卸売市場の現状と課題	8
1	取扱数量及び取扱金額	8
	(1) 中央卸売市場	
	(2) 地方卸売市場	
2	運営上の課題	10
	(1) 情報化と物流効率化の現状と課題	
	(2) 食の安全・安心確保への取組	
	(3) 卸売市場制度改正への対応	
	(4) 中央卸売市場の市場関係業者の経営状況	
	(5) 代金決済制度	
	(6) 中央卸売市場の財政運営	
	(7) 地方卸売市場の経営	
3	施設整備上の課題	16
	(1) 施設整備の状況	
	(2) 品質管理の高度化及び衛生対策	
	(3) 環境問題への対応	
第3	目標年度	19
第4	卸売市場の配置	19
1	流通圏の設定	19
2	需要量の算定方法	19
	(1) 1人当たり年間需要量の推計	
	(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	19
	(1) 青果物	
	(2) 水産物	
	(3) 食肉	
	(4) 花き	
4	卸売市場配置計画	21
	(1) 中央卸売市場	
	(2) 地方卸売市場	
第5	卸売市場整備計画 ~都民の期待に応えられる卸売市場を目指して~	23
1	卸売市場の活性化と流通の効率化	23
	(1) マネジメント(経営管理)力の発揮と経営基盤の強化等	
	(2) 代金決済制度の改善	
2	情報化と物流効率化の推進	25
	(1) 卸売市場における電子化及び標準化の推進	
	(2) 卸売市場における業務の電子化の推進	
	(3) 荷捌き機能の強化	
	(4) 物流効率化の推進	
3	卸売市場の効率的な整備・運営と財政基盤の強化	26
	(1) 卸売市場の再編・統合	
	(2) 民間活力の導入	
	(3) 財政基盤の再構築	
4	食の安全・安心確保への対応	27
	(1) 品質管理の高度化及び衛生対策の強化	
	(2) 危機管理体制の強化	
	(3) トレーサビリティ・システム(履歴管理システム)への取組推進	
5	環境対策の徹底	29
	(1) 自動車排出ガス対策の徹底	
	(2) 廃棄物の発生抑制及びリサイクルの推進	
	(3) 省資源・省エネルギー対策	
6	周辺地域との共存	30
	(1) 都民参加型の市場運営	
	(2) 周辺環境への配慮	
7	地方卸売市場の機能強化	30
第6	市場別整備計画	31
1	中央卸売市場の整備	31
2	地方卸売市場の整備	33
	用語集	34
	別表1 品目別流通圏の設定	40
	別表2 各市場別整備計画	42
	参考図表	44

序文 ～ 変革を迫られる卸売市場～

これまで卸売市場は、生鮮食料品等の効率的かつ安定的な供給と適正な価格形成を確保する上で、中心的役割を担ってきた。今日においても、青果・水産物の国内流通量の60%以上が卸売市場を通じて取引されている。

しかし、近年、卸売市場を取り巻く環境の急激な変化の影響を受け、卸売市場経由率及び経由量の減少傾向と生鮮食料品の低価格化及びこれに伴う市場関係業者の厳しい経営状況が続いており、卸売市場を巡る状況は深刻さを増している。

その一方で、卸売市場には、生鮮食料品流通の国際化、情報化の進展など流通環境の変化や消費者からの食の安全・安心に対する関心の高まりへの対応が求められている。東京都が平成16年に実施した「食品の購買意識に関する世論調査」の結果によると、消費者は生鮮食料品を購入する際に鮮度を最も重視しており、卸売市場を経由する生鮮食料品の品質管理に対する期待が大きいことが明らかになった。

平成16年6月に改正された卸売市場法は、このような状況に対応するため、卸売市場における商品提供機能の強化を内容とする取引規制の緩和及び適正な品質管理の推進、卸売市場の再編の円滑化等により、生産・消費両サイドの期待に応えられる「安全・安心」で「効率的」な流通システムへの転換を図ろうとするものである。

卸売市場は今、こうした社会・経済状況の変化や卸売市場法改正の趣旨を踏まえながら、生産・消費両サイドのニーズをいかに的確に把握し、時代のスピードと変化のダイナミズムに即応すべきかが問われており、まさに変革を迫られていると言っても過言ではない。

第1 激変する流通環境と卸売市場

1 社会経済状況の変化

(1) 規制緩和の進展

産業の活性化と新規事業の創出を図るため、国は、平成6年に781項目にわたる規制緩和策を打ち出した。以来、酒類販売免許の緩和、コメの流通自由化、タクシーの新規参入及び価格設定の自由化、証券・商品取引における手数料の自由化等、様々な分野において段階的に規制緩和を進め競争社会の実現を図っている。

また、スーパー・百貨店などの大規模小売業に関しては、大規模小売店舗法¹⁾が平成12年に廃止され、新たに制定された大規模小売店舗立地法²⁾を含むいわゆる「街づくり三法³⁾」に移行したことにより、売場面積や営業時間等の営業規制が大幅に緩和され、流通外資の参入、量販店の規模拡大及び再編、営業時間の長時間化等、生鮮食料品流通に様々な影響を与えている。

このような状況の下、内閣は、平成13年に「規制改革推進3ヵ年計画⁴⁾」を決定し、卸売市場について総合的な検討を行う中で、一律に閣議決定で上限が設定されている卸売手数料のあり方の見直しなどについて取り上げた。これを受け、農林水産省は、「食品流通の効率化等に関する研究会⁵⁾」を設置して議論を重ね、卸売手数料の弾力化、取引規制の緩和等について方針を示すとともに、これら規制緩和策を盛り込んだ改正卸売市場法を平成16年6月に公布した。

(2) 情報化の進展

ネットワーク環境の整備

5年以内に世界最先端のIT国家となることを目指して平成13年1月に策定された「e-Japan 戦略⁶⁾」に基づき、我が国では急速に情報技術（IT）基盤の整備が進められてきた。新規参入による競争激化により、ADSL⁷⁾、ケーブルインターネット⁸⁾、光ファイバー⁹⁾等のブロードバンド（高速通信）サービスが低額な料金で利用できるようになり、我が国の高速通信回線網は世界で最も低廉かつ高速な水準に達しており、平成15年にはインターネット普及率が人口の60%を超えた。

無線LAN¹⁰⁾に代表される高速無線通信の普及により、移動体通信（モバイル）機器による情報・データ交換も広く利用されるようになってきている。携帯電話によるインターネット接続も携帯電話契約者の86%（平成17年）が利用するまで普及しており、携帯電話は、ウェブサイト¹¹⁾閲覧、電子メール、写真・動画伝送、決済等の機能を持つ総合的な情報通信端末に進化している。

また、手数料等の電子納付や公的個人認証サービス等、情報技術の利活用による行政手続のオンライン化も推進されている。

このように情報通信ネットワークの高速化とモバイル化が進み、「いつでも・どこでも・何でも・誰でも」ネットワークに繋がり、自在に情報のやり取りを行うことのできるユビキタス・ネットワーク¹²⁾社会を迎えようとしている。

企業による情報通信技術活用

インターネットをはじめとする情報通信技術の急激な進歩は、業種・企業間を超えた戦略的事業活動を可能にし、ビジネス社会に革新をもたらしている。

企業の事業所におけるインターネット普及率は、平成16年末には81.8%となっており、その中でブロードバンド（高速通信）回線を導入している事業所は全体の49.6%に達している。インターネットを利用した電子商取引や販促活動に多くの企業が取り組んでいるが、この分野においても、携帯電話（端末）の活用が進んでいる。

事務の効率化と業務コストの低減を図り、顧客満足度の向上、経営分析・経営戦略の高度化、取引先との協業促進等に取り組む上で、企業による情報通信技術の利活用は欠かせないものとなってきている。

(3) 環境規制の強化

近年、大気汚染、ヒートアイランド（都市部気温上昇）現象¹³、地球温暖化、大量の廃棄物発生等の環境汚染の問題が深刻になっている。このような地球環境問題に対する社会的な要請が高まっていることを受け、ISO14001¹⁴の認証を取得する企業が増加しており、市場関係業者においても、卸売業者等による取得事例が出てきている。また、各企業では、効率的な輸配送の追求による使用トラック車両及び走行回数の削減、低公害車の導入による有害化学物質の削減、梱包・包装の簡素化等の取組も実施されている。

国においては、平成12年に循環型社会形成推進基本法¹⁵が制定されるとともに、廃棄物処理法¹⁶及び資源有効利用促進法¹⁷の拡充強化、個別物品の特性に応じた容器包装リサイクル法¹⁸、食品リサイクル法¹⁹の制定等、廃棄物の適正処理やリサイクルの推進に関する法規制が強化されている。さらに、平成17年2月には、「気候変動に関する国際連合枠組条約の京都議定書²⁰」が発効し、温室効果ガス排出量について削減目標が設定された。

また、東京都においても、ディーゼル車の排出ガス規制や温暖化対策など、様々な環境対策を進めている。

2 生鮮食料品の生産・供給構造の変化

(1) 国内生産力の低下

近年、我が国の農業においては、生鮮食料品の消費減退傾向と安価な輸入農産物との競合が強まる中で、農業就業人口の減少及び高齢化、耕地面積の減少、耕作放棄地の増加等が進行し、国内生産力が低下している。

一方、水産業においても、漁業資源の減少、国際的な漁業規制による遠洋漁業の縮小、漁業従事者の減少等から、国内の漁業生産量が減少している。

このような国内生産力の低下や農作物の輸入自由化等により、青果・水産物とも、輸入への依存が高まっている。

(2) 出荷団体の大型化

平成元年に約4,000組合あった総合農協²¹の数は、平成16年には1,000以下まで減少した。その一方で、1農協あたりの出荷量は大幅に増加しており、農協の合併による出荷団体の大型化が急速に進行している。

大型化した出荷団体は、多様なニーズに対応した商品の開発・流通に取り組むとともに、価格形成に対する発言力を強めている。多くの出荷団体は、物流コストの削減やより高い売値を求めて、出荷先を選別・集中させる傾向にあり、その結果として、大規模市場の拠点市場化が今後も進んでいくものと思われる。

(3) 企業による農業参入

我が国の農業は、地域社会に深い関わりを持つ農家が農地を所有して農作物の栽培等を行うことを原則としてきたが、近年この生産構造に変化が起きている。

農業経営の法人化を推進する国の方針の下、農業生産法人²²⁾の数は、有限会社を中心に大きく増加している。平成12年の農地法改正により、一定の要件を満たす場合に株式会社形態の農業生産法人が認められるようになり、さらに平成15年からは、構造改革特区²³⁾において、農業生産法人以外の株式会社がリース方式で農地を取得することが可能となった。このような制度改正を受け、株式会社による農業参入も進んでいる。現状では、地場企業を母体とする小規模な経営が中心であるが、食品・外食産業等による大規模な参入事例も出てきている。

また、自社で直接農業に参入しない企業においても、安定的な原料の調達や安全性・品質の確保を目指し、生産委託や農業生産法人への出資等により、産地との連携を図る動きが強まっている。

我が国の農業は、高コスト構造、後継者難等の問題を抱えており、将来に向けた生産力確保が大きな課題となっている。企業による農業参入は、農業の生産力向上や生産・流通の効率化・高付加価値化の面からも、我が国の農業の生産・流通構造に大きな変化をもたらすものと思われる。

(4) 流通チャネルの多元化と市場外流通の増大

広域輸送網や小口宅配輸送サービスの拡大、低温流通技術の進歩、量販店・外食産業のチェーン化などにより、生鮮食料品の供給範囲は大きな広がりを見せている。また、その流通チャネルは、卸売市場を通じた流通のみならず、大口需要者による生産者からの直接買い付けやインターネットを通じた直接取引など多元化している。

また、国内生産力の低下や農産物の輸入自由化、輸入価格の低下等を背景に、農産物及びその加工品の輸入量は、外食・中食等の業務需要を中心に増加しているが、卸売市場では生鮮品が中心に取り扱われるため、冷凍野菜や果汁等の輸入加工品は、主に市場外で取引されている。

このような流通チャネルの多元化や輸入農産物・加工品の需要増等により、市場外流通が拡大し、青果・水産物とも卸売市場経由率は低下傾向にある。

3 食生活の変化

(1) 多様化・個性化・高度化する消費者ニーズ

我が国の将来人口は平成18年をピークに減少に転ずると予想されているが、東京都においては、都心への人口回帰基調を反映し、平成27年頃までわずかながらも増加を続けていくと予想される。国内における野菜や魚介類などの一人あたりの年間供給量（供給粗食料²⁴⁾）は安定傾向が続いており、これらの状況から考えると、東京及びその近郊の生鮮食料品の需要量規模には、当面の間、大きな変化が見られないと予測される。

それに対し、1世帯あたりの野菜・魚介類等生鮮食料品の購入数量、支出金額は、ともに減少傾向にある。これは、食料品の低価格化の進行に加え、単身世帯の増加やライフスタイルの多様化等により、家庭における調理や食事の機会が減少し、レストラン等の「外食」、惣菜・弁当等の「中食」など食の外部化が進行したことが要因と考えられる。外食産業の市場規模は平成9年の約29兆円をピークに、平成15年には約24兆6千億円と15%減少している

が、依然として市場規模は大きい。一方、中食産業の市場規模は年々拡大しており、平成9年の約5兆6千億円に対し、平成15年には約6兆1千億円と9%増加している。このような食の外部化の進行により、生鮮食料品流通業者に対する加工品需要が高まっている。

生鮮食料品の購入においては、鮮度や安全性への意識が高くなるとともに、作り手の顔が見える商品や特定の産地にこだわった商品を購入する、単なる安さだけでなくコストパフォーマンスを求めるなどの傾向も出てきており、卸売市場においても、このような消費者ニーズの多様化等に対応する品揃えが不可欠になっている。卸売市場は、既定の流通チャネルを想定するだけでなく、独自のチャネルの開拓・開発に積極的に取り組んでいく必要がある。

(2) 食の安全・安心への意識の高まり

近年、O157²⁵⁾による食中毒、牛海綿状脳症(BSE)²⁶⁾、輸入野菜の残留農薬等、食品の安全性に関わる問題が続出したことを契機に、消費者の食に対する安全・安心志向が極めて強くなっている。農林水産省消費・安全局が実施した「平成15年度食料品消費モニター調査」結果によると、輸入農産物・輸入原材料、農畜水産物の生産過程、製造・加工工程、外食店舗について、食品の安全性に対し不安を感じる人の割合が高くなっている。また、東京都が平成16年に実施した「食品の購買意識に関する世論調査」においても、全体の約60%が「生鮮食料品の安全性について以前より気にするようになった」と回答するなど、消費者の安全・安心に関する意識が強く表れている。

このような背景を踏まえ、市場関係業者と取引する事業者は、食品表示の適正化、トレーサビリティ(履歴管理)²⁷⁾への取組、指定の商品管理方法や衛生対策を取引条件とする「安全証明書」の発行など、安全性確保への取組強化を卸売市場に対し求めている。

また、平成16年10月に農林水産省が公表した第8次卸売市場整備基本方針は、食の安全・安心への対応策として、卸売市場における品質管理の一般原則(温度管理による生鮮食料品等の鮮度保持、品質管理の責任者設置と責務の明確化等)、市場内の各段階の業務(荷受け 卸売 仲卸 配送)ごとの品質管理の重要事項、生鮮食料品等の品目ごとの品質管理の重要事項等を定め、各開設者及び市場関係業者に対し取組を求めている。

(3) 食育²⁸⁾への取組

社会経済状況やライフスタイルが大きく変化する中で、栄養バランスの偏り、不規則な食事、生活習慣病の増加など食生活の乱れが社会問題となっており、加えて、食の安全上の問題、輸入食品への依存、伝統ある食文化の喪失、食を大切に作る心の欠如などの問題も生じている。

このような状況を改善し、食育を国民運動として総合的かつ計画的に推進することを目的として、平成17年6月に食育基本法²⁹⁾が制定された。各自治体においても、国の基本計画を基に食育推進計画を策定し、住民や学校・企業等と連携して、各地域の特性を活かした食育活動を積極的に推進することが求められている。

4 小売業界の構造変化

(1) 専業小売店の減少

東京都が平成16年に実施した「食品の購買意識に関する世論調査」の結果によると、消費者の7割近くが生鮮食料品を量販店で購入しているのに対し、青果店、鮮魚店などの専業小

売店の利用は1割程度に留まるなど、消費者の生鮮食料品購買行動には、近年大きな変化が見られる。生鮮食料品関係の専業小売店の数は、量販店との競争激化や個人経営者の後継者難等により、減少の一途をたどっている。家族経営を中心とする小規模小売店と大規模・チェーン化を進める量販店との間には、品揃えや情報収集力において大きな差が出ており、これら小規模小売店が今後売上げを回復していくためには、地域に密着し、個のニーズに合わせたきめ細かで顔の見える関係づくり等の対応が求められる。このような背景から、小売店から卸売市場に対し、商品に関する情報の提供などリテールサポート（小売業者支援）³⁰機能の強化を求める声が強くなっている。

(2) 量販店の競争激化

我が国の小売業界を牽引してきた総合スーパーは、店舗間競争の激化や景気低迷により、倒産や経営再建に追い込まれる業者が相次ぐなど業績悪化が顕著になっている。業績堅調な一部のスーパーにおいても、経営環境は悪化してきており、新たな成長のための戦略を見出しにくい状況にある。

また、近年、大手流通外資の参入が相次いでいるが、中には日本市場に適合できずに事業を国内企業に売却する外資系スーパーも現れている。商習慣や食生活が異なる日本市場で事業を軌道に乗せるまでには時間がかかると思われるが、日本の既存スーパーへの資本参加や総合商社との連携等により日本進出の足掛かりをつかむ企業も出てきている。資本力と革新力のある外資企業の動向は、今後の我が国の流通業界に大きな影響を及ぼすものと考えられる。

一方、食品を専門的に扱うスーパーでは、地域に密着したサービスや品揃えで消費者ニーズに対応した店舗が、好調を堅持している。また、食料品の低価格化が進む一方で、消費者のグルメ・安全志向に対応し高品質の商品をそろえた都市型（高級）スーパーが、高い価格設定ながらも、都心部を中心に店舗数を増やしている。

また、再開発地域等では、総合スーパーや食品専門スーパーに各分野の専門店、飲食店等を組み合わせたショッピングセンターの開発が進んでいる。近年では、公共機関の窓口サービスや娯楽施設等を併設した複合型の大型商業施設の形態が増えており、ショッピングセンター内であらゆる需要に応えられるようにすることで集客性を高めている。

量販店業界は、大規模スーパー間の出店競争、外資や商社による資本参加、業界再編など、生き残りをかけた厳しい競争局面を迎えている。各社は、深夜営業、独自の品揃え、情報化などにより、サービス向上、他店との差別化、コスト削減、業務効率化・高付加価値化を図っており、卸売市場に対しても、量販店のニーズに対応した体制づくりが求められている。

(3) 業態の多様化の進展

近年、総合スーパーが苦戦している中で、新たな小売業態が次々と出現している。その中心はディスカウント型の小売業態で、業態内多様化ともいえる様相を呈している。ホールセールクラブ³¹、オフプライスストア³²などのディスカウント業態は、元来は非食品小売であったが、最近では、食品も含めて総合的に商品を取り扱うスーパーセンター³³が現れている。また、従来、弁当やおにぎり、惣菜などの調理・加工品を中心に販売してきたコンビニエンスストアにおいても、新たに、青果や魚介類、精肉等の生鮮食料品を小単位・均一低価格で販売する業態が登場し、注目を集めている。

一方、様々な分野で、専門性を武器にしたカテゴリーキラー³⁴⁾と呼ばれる専門特化型大型店が急激に台頭している。生鮮食料品分野においても、平成に入り、百貨店等にチェーン展開する鮮魚専門店がめざましい勢いで成長していたが、平成13年頃を境として、素材型商品を中心に、売上高が目立って減少している。青果・食肉の専門チェーンにおいても同様の傾向が見られており、生鮮マーケットの縮小と調理食品への移行が進行していることが推測される。

このような小売業態の変化に加え、最近、地方の自治体等が、地元特産品の宣伝等を目的として、大都市圏にアンテナショップ³⁵⁾を展開するケースが増えている。これらの店舗では、産地直送の農産品等が販売され人気を博するとともに、消費者の声や売れ筋情報を生産者に情報提供することにより商品企画の面でも効果を上げている。さらには、産直宅配や生協の個配等の無店舗型の販売方式も、消費者の安全・安心志向に対応した商品の開発に力を入れるとともに、注文方法等の利便性を向上させている。

このように、低価格、専門的な品揃えなど消費者の様々なニーズに対応して、小売業態の多様化が急速に進展しており、生鮮食料品流通にも大きな変化をもたらしている。

第2 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金額は、中央卸売市場、地方卸売市場を合わせ、水産物が5,527億円、青果が6,645億円、食肉が1,081億円、花きが1,088億円となっている。このうち、中央卸売市場の占有率は、水産物が99%、青果が81%、食肉が100%、花きが88%となっている（平成16年）。

東京都の中央卸売市場は、その取引規模や交通の利便性等から首都圏における集散市場の役割を果たしており、取扱数量の3割前後を隣接する3県に供給している。

(1) 中央卸売市場

水産物

水産3市場の合計は、平成16年の取扱数量で67万6千トン、取扱金額で5,495億円であり、取扱数量・金額ともに全国でトップである。

しかし、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16年は昭和62年に比べ約24%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16年は平成2年に比べ約35%減少している。

最近10年間の推移では、取扱数量の減少が約11%であるのに対し、取扱金額の減少は約23%であり、低価格化傾向を示している。

このように、取扱数量・金額とも大きく減少しているが、全国の中央卸売市場でも同様の傾向にあるため、全国中央卸売市場に占める東京都中央卸売市場の占有率は、取扱数量では20%前後で推移しており、大きな変化はない。

市場別にみると、築地市場の取扱数量が最も多く、東京都中央卸売市場全体の約89%を占めている。しかし、平成16年の取扱数量は、昭和62年と比較して約26%の大幅な減少となっている。その主な原因は、冷凍魚・加工品が市場外流通に流れたことにある。

足立市場と大田市場の取扱数量も、同様に減少傾向にある。

青果

青果9市場の合計は、平成16年の取扱数量で219万6千トン、取扱金額で5,389億円であり、取扱数量・金額ともに全国でトップである。

農産物の国内生産力低下や生鮮マーケットの縮小を背景に、青果9市場の取扱数量は昭和62年の293万3千トンをピークに減少傾向にあり、平成16年は昭和62年に比べ、約25%の減少となっている。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16年は平成3年に比べ、約30%の減少となっている。

最近10年間の推移では、取扱数量の減少が約16%であるのに対し、取扱金額の減少は約22%であり、水産物と同様に低価格化傾向を示している。

青果においても取扱数量・金額は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、全国中央卸売市場に占める東京都中央卸売市場の占有率は、取扱数量では約23%で推移しており、大きな変化はない。

市場別にみると、平成元年と平成16年比較では、大田市場の取扱数量はほとんど変わっていないが、それ以外の市場はすべて減少している。減少幅が最も大きいのは世田谷市場であり、平成元年に比べ約65%の減少となっている。

各市場の取扱数量の東京都中央卸売市場全体における占有率をみると、大田市場の占有率が高まり、平成16年で約39%となっている。また、大田市場に築地、淀橋、北足立市場を加えた上位4市場の取扱数量の占有率は、80%近くに達している。

このように都内の各市場間の格差が拡大したのは、大型化した産地が出荷先卸売市場の選別を強化したことが一因と考えられる。

食 肉

牛肉については、昭和63年の日米豪合意により平成3年4月から牛肉輸入自由化が実施され、大手量販店や商社が直接海外から仕入れるようになったため、食肉市場での輸入牛肉の取扱数量が大幅に減少した。取扱数量は、平成元年をピークに平成5年頃まで減少したが、平成6年以降、輸入牛肉との棲み分けが一段落したことや国産搬入枝肉の増加等により、減少傾向に歯止めがかかった。

平成13年には、国内初の牛海綿状脳症（BSE）発生の影響により取扱数量が大幅に減少したが、BSEの全頭検査を始めとする迅速な対応で消費者の不安を解消し、平成14年には取扱数量を回復した。平成16年の牛肉の取扱数量は6万5千トン、取扱金額は958億円である。これは10年前の平成6年と比べると、取扱数量で約9%増、取扱金額で約22%増となっている。

豚肉の取扱数量は、国内生産量の減少、産地食肉センター等の産地と畜の増加、産地の遠隔化及び輸送コストの増大等があり、長期的に減少傾向にある。平成16年の取扱数量は2万8千トン、取扱金額は123億円である。これは10年前の平成6年と比べ、取扱数量で約11%の減少、取扱金額で約5%の減少となっている。

花 き

花き5市場の合計は、平成16年の取扱金額で959億円である。

東京都における花きの中央卸売市場は、昭和63年の北足立市場開場後、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、平成13年に世田谷市場がそれぞれ開場した。これは、地方卸売市場を統合して中央卸売市場としての整備を進めたものである。この結果、中央卸売市場としての平成16年の取扱金額は、平成元年の100億円の約10倍と大きく増加した。

地方卸売市場を含めた都内卸売市場全体の取扱金額で見ると、平成元年は814億円であったが、ガーデニングブームなどもあり平成10年には1,205億円と増加した。しかし、その後減少し、平成16年の取扱金額は1,088億円となっている。

市場別にみると、大田市場の取扱金額は長期的に増加しているが、他の市場の取扱金額は減少傾向となっている。平成16年における全5市場取扱金額に占める大田市場の占有率は、約55%となっている。

なお、平成14年度における全国卸売市場（中央卸売市場・地方卸売市場の合計）に占める東京都中央卸売市場の占有率は、約20%となっている。

(2) 地方卸売市場

地方卸売市場は、平成17年8月現在、都内に23市場ある。その内訳は、水産3市場、青果12市場、花き8市場となっている。

なお、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16年の取扱数量は3千1百トン、取扱金額は32億円である。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り、その後一時増加したものの、平成14年に1市場が廃止となり、取扱数量・金額とも更に大きく減少している。

青果

平成16年の取扱数量は56万1千トン、取扱金額は1,256億円である。取扱数量は、ピークの昭和62年(70万1千トン)に比べ約20%減少しており、取扱金額もピークの平成3年(1,641億円)に比べ約23%減少している。

最近10年間の推移では、取扱数量の減少が約9%であるのに対し、取扱金額の減少は約18%であり、低価格化傾向を示している。

花き

平成16年の取扱金額は129億円で、ピークの平成2年(722億円)から82%減少した。大幅に減少した主な要因は、地方卸売市場を中央卸売市場に統合してきたためであり、都内の花き地方卸売市場の数は、昭和60年の42市場から平成17年には8市場と減少している。

2 運営上の課題

(1) 情報化と物流効率化の現状と課題

卸売市場で取り扱われる生鮮食料品は、商品構成が多種多様、品質保持期間が短い、鮮度により価値・価格が変化する、規格化が困難、季節等により生産量の変動するといった商品特性を持っている。また、その流通過程においても、関係取引先が多段階・多数に渡り、さらに、商品によっては流通途中で加工が行われるなどの特殊性があり、情報技術の活用による取引業務の効率化が困難な面があった。市場関係業者の多くは情報技術活用の必要性を認めているが、システム開発、費用負担、技術習得、人材不足等の問題があり、全面的な情報技術の導入には至っていない。

しかし、近年、他の流通分野では、電子受発注、電子データ交換(EDI)³⁶⁾など最新の情報技術を利用した取引形態の変化が急速に進んでおり、商社等の食料品卸においても、加工品を中心にサプライチェーン・マネジメント³⁷⁾による物流の高度化に取り組んでいる。卸売市場の大口利用者である量販店や外食産業等においても、情報技術を駆使し、業務の効率化と高付加価値化を目指した様々な取組が行われている。また、量販店や外食産業等にとっては、安定した品質と価格で確実に必要量が調達できることが重要であり、需要に応じた商品提供機能が求められている。

流通環境の変化の波は卸売市場にも例外なく押し寄せており、市場内の各業者においても、情報化により業務を効率化し、経営コストを軽減させることが急務になっている。このような状況下で、これまで東京都と市場関係業界では、情報化と物流効率化に向けた様々な取組を行ってきた。

取引業務の電子化

(ア) 現状

電子受発注等取引業務の電子化により、正確かつ迅速な処理を省力化して行うことが可能になるが、卸売市場における事例はまだ少ない。

青果部及び水産物部の一部の仲卸業者において、量販店等とオンラインを通じた発注情報等の交換が行われている。花き部では、一部の卸売業者により、仲卸業者や売買参加者にインターネット上で産地情報や入荷情報を提供するとともに、電子的な取引(相対取引)を可能にするシステムが開発され、利用されている。

せり取引においては、機械せりシステムが、花き5市場のうち4市場及び食肉市場で導入されており、さらに、残る花き1市場でも導入が予定されている。

伝票作成業務や取引関連情報(主に結果情報)の連絡等においても、情報システムの利用が広がっている。卸売業者では社内業務システムの導入が概ね完了しているが、仲卸業者では特に水産物部においてシステム化が遅れている。

せり現場では、音声、タッチパネル、キー入力等により、せり等の取引結果をその場で入力する現場入力システムの導入も進められている。

出荷者と卸売業者間のオンライン化については、青果部で昭和58年より卸売業者と系統出荷者との間で「ベジフルシステム」が稼動しており、業界標準のシステムとなっている。これは、卸売業者から出荷者に売立・仕切情報、逆に一部出荷者から卸売業者に出荷確定情報の提供を行うものである。また、産地と卸売業者の間で、契約取引に関する商談システムが稼動している。花き部でも、「フローラ・システム」により、出荷者と卸売業者の間がオンライン化されている。しかし、このように取引業務の電子化が進められているものの、全体として、出荷者と卸売業者間の連絡には、FAX、電話等の通信手段が多く利用されているのが現状である。

卸売業者と仲卸業者間においては、大田市場花き部で場内LAN(構内情報通信ネットワーク)が構築されており、入荷・販売結果等の情報が仲卸業者の事務所で利用できるようになっている。また、板橋市場花き部でも同様に場内LANが整備されている。しかし、全体としては卸売業者と仲卸業者間の情報連携は遅れており、卸売市場内における業務効率化の上で大きな課題となっている。

(イ) 新たな動き

農林水産省の補助事業として、平成13年度から14年度にかけて、「食品流通高度化プロジェクト事業³⁸⁾」が実施され、この中で社団法人全国中央市場青果卸売協会等による「青果物産地 - 卸売市場間取引情報電子化システム」の開発が行われた。このシステムは、農林水産省補助事業の「食品流通情報化基盤開発事業³⁹⁾」で開発された青果標準商品コード・メッセージに準拠し、インターネット技術の利用により農協系統外出荷者ともネットワーク化を可能にするなど、従来の「ベジフルシステム」を発展させたものである。

青果部や花き部に比べシステム化が遅れていた水産物部においても、「食品流通高度化プロジェクト事業」において、社団法人築地市場協会による「水産物流通EDIネットワークシステム(マリネット)」の開発が行われ、平成14年4月より本稼動している。これは、水産物標準商品コード・メッセージに準拠し、インターネット等を通じて、卸

売業者と取引のある出荷者、仲卸業者・売買参加者を対象に仕切・売渡情報を提供するものである。

これらのシステムにより、商品コードや取引関連情報等のデータ形式が標準化され、市場内外における情報連携が進むことが期待される。

情報公開の電子化

東京都では、市場関係業者からの申請・報告書類等の電子化を推進しているが、法令上書類の添付が義務付けられることが多いこともあり、電子化は一部に留まっている。卸売予定数量と販売結果情報については、すべての部類で、卸売業者から提出されたデータを東京都が集計し、毎日の最新情報を東京都ホームページ上で公開している。

卸売市場には、日々、生鮮食料品に関わる取引や生産・消費についての膨大な情報が集まるが、これを整理し迅速に公開・伝達するシステムが整備されておらず、情報受発信基地としての役割が十分果たせていない。

物流の効率化

花き部において、機械せりシステム等と連携した場内物流の効率化が進められている。

大田市場花き部では、荷捌きや転配送業務の効率化等を図るため、自動搬送システムが利用されている。同青果部においても、共同荷捌き棟の整備を予定しており、場内物流の効率化及び量販店・外食産業等大規模需要者への配送の効率化を目指している。

場外への配送については、築地及び大田市場において、共同配送の仕組みが構築されているが、利用しにくいという課題があり、仕組みを見直す必要がある。

量販店等の需要者は、少量多品目での定時・定量・定価による納品体制に加えて、一次加工、包装加工、高度な品質管理などの商品付加価値化を求めている。

利用者のニーズに的確に対応し、物流の効率化を図るためには、卸売市場として業種・業態・業者の壁を越えた納品体制を構築し、大量多品目での荷受けから、販売、分荷、搬送、納品に至るすべての過程において、情報技術の活用による一貫した物流に取り組むことが求められる。しかし、卸売市場では、物流の効率化・高度化を目指した取組が遅れており、また、個別の業者が各々の範囲内のみでの効率性を追求するだけで、市場流通全体として統制がとれていないことが、結果として場内の混雑・混乱、荷物の滞留等を引き起こしている。このような状況の中、国は、効率的で環境負荷の小さい物流の実現を目指し、平成 17 年 7 月に「流通業務の総合化及び効率化の促進に関する法律⁴⁰⁾」を制定し、立地上最適な物流拠点施設（特定流通業務施設）の活用による効率的な流通業務を支援することとした。この法律において、卸売市場も特定流通業務施設の一つとして明記されており、輸送の合理化等による流通業務の総合化や効率化を図ることが期待されている。

また、容器回収の効率化、鮮度保持、容器包装リサイクル法への対応、段ボールごみの減量化の観点から、段ボールによる流通に代わり、大型量販店・生協等で通い容器の採用が進められており、このような小売業者から卸売市場に対して、通い容器の使用要請が出ている。しかし、現状では、一部の卸売業者・仲卸業者で利用されるに留まっており、普及が不十分である。

(2) 食の安全・安心確保への取組

安全・衛生対策

近年、国内外で様々な食品事故や事件が発生し、食の安全・安心に対する消費者の関心が高くなっている。東京都が平成16年に実施した「食品の購買意識に関する世論調査」においても、卸売市場への要望の1位が「食品の安全・衛生対策の徹底」、2位が「適正な原産地表示の徹底」となるなど、安全・衛生対策は、卸売市場における重要課題となっている。

食品の安全性に対する消費者意識の高まりを受け、産地・量販店等では品質管理の高度化を積極的に進めており、卸売市場に対しても、品質管理、衛生対策への要求が強くなっている。

東京都は、危機管理対策の一環として、中央卸売市場における食品事故等の予防・回避と迅速・的確な対応のために、平成15年5月に「危機管理マニュアル」を作成し、これに基づき様々な事件・事故に対応してきた。しかし、事件・事故への対応が複雑化していることから、更に内容を充実させるとともに、将来生じうる危機への予見も含めて、対応を図ることが必要である。

また、平成15年5月より「安全・品質管理者(SQM)⁴¹⁾」を各市場に設置し、SQMを中心とした市場内の品質・衛生管理の向上を推進している。

東京都市場衛生検査所は、JAS法⁴²⁾に基づき、売渡票、販売原票への原産地表示等の記載を仲卸業者に対して指導するなど、原産地等の表示適正化を推進しているが、まだ十分徹底されていない面がある。

トレーサビリティ・システム(履歴管理システム)の導入

牛海綿状脳症(BSE)の発生や食品の虚偽表示問題等を契機に、食品の生産や流通の過程を追跡し安全性を確かめたいという消費者のニーズが高まっている。東京都が平成16年に実施した「食品の購買意識に関する世論調査」によると、生鮮食料品を購入する際にトレーサビリティを意識する割合は消費者全体の41%を占めており、そのうちの76%が「トレーサビリティにより安全・安心が確保された商品であれば金額が割高であっても購入する」という意向を示している。

このような状況を踏まえ、近年、国・地方自治体と生産者・食品業界・流通業界等が連携し、生鮮食料品の生産・流通の各段階における履歴管理や消費者への情報提供等が進められている。

牛については、特別措置法により、国内で生まれたすべての牛と生体で輸入された牛に10桁の個体識別番号が印字された耳標が装着され、この番号による管理が行われるようになった(平成15年12月施行)。牛の性別や種別に加え、出生からと畜までの情報がデータベースに記録され、独立行政法人家畜改良センターのホームページ上で公開されている。

さらに、平成16年12月からは、牛の加工・流通過程においても個体識別番号(またはロット番号)が表示されることとなり、この番号を基に、消費者がインターネットを通じて、生産流通履歴情報を把握することが可能となった。しかし、このシステムで把握できるデータはと畜場までであり、どの卸売市場で取り扱われたかを捕捉する段階には至っていない。

青果・水産物についても、生産・流通・小売の各段階を通して、様々な実証実験が行わ

れている。平成 16 年には、築地市場（水産物）板橋市場（青果）において、商品識別 I D ラベルを用いたトレーサビリティ・システム開発のための実証実験が行われた。

また、高度な履歴管理が可能となる I C タグ⁴³⁾を用いたトレーサビリティ・システムの導入実験も進められている。I C タグは物流や在庫管理等において活用事例が広がっているが、使用する周波数帯、読み取り精度、破損、水分・低温対策などの技術的問題に加え、全国的な統一規格及び運用、関係者の合意形成、またバーコードに比べ高価格であることによる費用負担の問題など様々な課題があり、生鮮食料品の生産流通履歴管理に活用していくためには、今後更に実証実験や運用の調整を進めていく必要がある。

茨城県・茨城県農協グループや J A あいち経済連等では、独立行政法人食品総合研究所等が開発した「青果ネットカタログ (SEICA)⁴⁴⁾」のデータを利用して自県産農産物の電子カタログを作成し、ホームページ上でカタログナンバーを入力することにより、生産履歴情報を調べられるシステムを稼働させている。また、百貨店やスーパーにおいても、自社で販売する生鮮食料品の生産履歴の積極的な開示が進められている。トレーサビリティ・システムは、消費者の安全・安心への不安を解消するとともに、販売戦略や産地・商品のブランド化を図る上でも重要な手段になっていると言える。

(3) 卸売市場制度改正への対応

農林水産省は、生産・消費両サイドの期待に応えられる「安全・安心」で「効率的」な流通システムへの転換を図るため、平成 16 年 6 月に卸売市場法を改正し、電子商取引の一部導入による商物一致規制の緩和（最適物流の実現）、買付集荷の自由化、第三者販売・直荷引きの弾力化（省令対応）、兼業規制の緩和及び市場外での販売規制緩和による業務内容の多角化等、業務に係る規制を緩和した。

その一方で、取引情報公表の充実を義務付け、また、開設者が業務規程で仲卸業者の財務基準を定め、これに基づく早期改善措置を図ることが求められた。

卸売業者が委託販売に際し受け取る手数料については、機能・サービスに見合った手数料を定めることができるよう卸売市場法の規定が削除されたが、5 年間の経過期間が設けられ、平成 21 年 4 月からの施行となった。これにあわせて、国による出荷奨励金及び完納奨励金の運用上の取扱いに関する指導も廃止され、市場ごとにあり方を検討することとした。

東京都は、今後、取引規制の緩和など卸売市場法改正の趣旨を踏まえ、市場関係業者の経営基盤強化策を着実に実施していくとともに、卸売手数料、完納奨励金等について、平成 21 年 4 月までに、規制緩和の効果を見定めながら、あり方を検討する必要がある。

(4) 中央卸売市場の市場関係業者の経営状況

卸売業者

卸売業者の取扱高について、平成 6 年から平成 15 年の 10 年間の推移を見ると、水産物部と青果部では、数量、金額ともに減少している。青果部では、ここ数年、複数の市場において卸売業者の統合が進展しており、経営基盤の強化に努めている。

一方、食肉部と花き部では、取扱数量、金額ともに増加している。花き部で増加した主な理由は、平成 7 年に葛西市場、平成 13 年に世田谷市場において、新たに花き部が開設されたことによるものである。

平成 15 年度の経営状況を部類別に見ると、水産物部では、前年度に比べ取扱数量・金額

及び売上高が減少するとともに、営業利益は赤字に転落し、経常利益も減少しており、減収減益となっている。また、売掛金の回収サイトの長期化が資金繰りに重大な影響を及ぼしている。

青果部では、前年度に比べ取扱数量・金額及び売上高が増加しているものの、営業利益と経常利益は減少しており、増収減益となっている。また、市場間の売上高の格差が広がり、集荷力が弱い市場の卸売業者については、経営基盤強化の必要が生じている。

食肉部では、平成13年の牛海綿状脳症（BSE）発生の影響により、すべての経営指標が低下したが、その後は順調に回復し、売上高も増加している。また、営業利益率、経常利益率とも平成3年の牛肉の輸入自由化以前の状態にまで回復している。

花き部では、取扱数量が大田市場に集中し、その他市場と売上高に著しい格差が生じており、集荷力の脆弱な卸売業者の経営基盤強化が不可欠となっている。

なお、自己資本比率はすべての部類で、流動比率は花き部を除くすべての部類で前年度を上回っている。

仲卸業者

仲卸業者数について、平成6年から平成15年の10年間の推移を見ると、市場入荷量の漸減に連動するように減少しており、平成6年末に1,767社であったものが、平成15年末には1,516社と、251社（14.2%）の減少となり、その約6割を水産物部が占めている。

また、1社あたり平均売上高を平成6年と平成15年で比較すると、青果部は12億2千万円から13億7千万円に、食肉部は17億4千万円から24億3千万円に、花き部は6億2千万円から7億4千万円にいずれも増加している。その一方で、水産物部は6億9千万円から5億円に減少しており、縮小傾向にある。

平成15年の経営状況を部類別に見ると、水産物部では、全業者の約半数が経常赤字・債務超過に陥っており、その割合は他の部類と比較して最も多い。また、売上高10億円未満の小規模事業者がほとんどであり、流通の変化に対応できるだけの経営規模が確立できない状況にある。

青果部では、全業者の約3割が経常赤字であり、また、3分の1を超える業者が債務超過に陥っている。しかし、市場別に見ると、経常利益率は全般的に低い水準にとどまるものの、すべての市場で経常黒字となっている。

食肉部では、全業者の約2割が経常赤字、約1割が債務超過に陥っており、他の部類と比較すると少ない。しかし、売掛債権回転日数は約37日と最も長期化している。

花き部では、全業者の約2割が経常赤字、約4割が債務超過に陥っている。また、売掛債権回転日数の長期化傾向が改善に向かっているものの、いまだ35日と長期にわたっており、経営状況に与える影響が懸念される。

(5) 代金決済制度

卸売市場における取引の代金決済制度は、卸売市場全体の信用を支える根幹的機能を果たしており、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、仲卸業者の資金繰りと経営を圧迫している。

このことは卸売業者の経営にも影響を与えており、中央卸売市場の根幹機能の一つである

代金決済システムそのものを揺るがそうとしている。

また、代金決済制度は、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組が進められている。

(6) 中央卸売市場の財政運営

安定的な市場経営を行うための財政基盤を確保する必要があるが、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おり、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推移しており、平成16年度決算（見込）においては、約7千5百万円の赤字（当年度純損失）となり、累積欠損金は、約153億円となった。

収入面では、近年、市場関係業者の取扱金額が減少し、各市場からの売上高割使用料収入が減少傾向にある。また、卸売業者の統合、仲卸業者等の業務廃止等に伴う施設の返還により遊休施設が増加し、このことが施設使用料収入の減少に繋がっている。

一方、支出面では、既存施設の修繕の経費が増大していくとともに、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るなど、施設整備が市場財政に与える影響は極めて大きい。

このような厳しい状況を改善するため、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、経営基盤の強化に向け様々な取組を実施している。

(7) 地方卸売市場の経営

東京都の地方卸売市場はすべ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ある。

青果部の卸売業者の平成16年の経営状況を見ると、年間取扱金額が約700億円の卸売業者が1社、約250億円の卸売業者が1社あり、この2社で取扱金額（東京都青果地方卸売市場全体）の75%を占める一方、10億円未満の卸売業者も4社あり、規模の格差が大きい。

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。

また、地方卸売市場は、多摩地域における生鮮食料品の安定供給において重要な役割を担っており、都との連携強化が課題となっている。

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、基幹的な施設は各市場ともおおむね整備済みであると言えるが、更新や修繕が必要な老朽化施設が増えてきている。

また、基幹施設だけでなく、品質管理の高度化を図るための低(定)温施設や大口需要者に対応する荷捌き施設、加工施設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、効率性に加え公平・公正な手続きが求められ、計画から実施までの過程が多岐にわたることなどから、迅速に対応することが困難な面がある。このような背景から、東京都は、開設者による整備だけでなく、施設を利用する市場関

係業者の資金やノウハウを積極的に活用する方針の下、東京都中央卸売市場条例に基づく造作承認により市場関係業者が冷蔵庫等を自ら設置するなど「多様な整備手法」を導入し、いくつかの市場で実績を上げている。また、平成14年4月には「市場用地の貸付制度」を創設し、市場関係業者は、この制度を活用した施設整備を推進している。

東京都には、限られた財源を有効に活用し、費用対効果が得られる施設整備が求められており、豊洲新市場（名称については今後検討する）の施設整備にあたっては、都が整備するすべての施設について民間資金等活用事業（PFI）⁴⁵⁾方式の導入を検討している。

(2) 品質管理の高度化及び衛生対策

東京都の各市場では、多段階の温度管理など商品特性に応じた品質管理を可能にするため、卸売場の低温化、冷蔵庫の機能充実及び低(定)温倉庫の整備を推進しているところであるが、市場関係業者にとっては、設置場所や建設・運転コストなど様々な制約があり、必ずしも低温施設整備が十分でない。

食肉市場では、O157による食中毒や牛海綿状脳症（BSE）の国内での発生に対処するため、施設面や作業面における改善を行い、食肉の安全対策の強化を図っている。

O157対策としては、法令が定める施設・設備の基準への対応工事を終え、作業面では、衛生標準作業手順の文書化とこれに基づく作業の実施等により、と体・枝肉の汚染を未然に防止している。

BSE対策としては、O157対策に基づく衛生的な作業を遵守することにより、汚染の防止が担保されている。また、生体受付における個体識別番号の確認と確実な伝達、BSEスクリーニング検査⁴⁶⁾結果判明前の枝肉・内臓等の市場外への持ち出し禁止、特定部位の確実な除去及び焼却処分等の法令に基づく対策のほか、出荷牛育成履歴申告書の提出、生産者への健康な牛の出荷要請等を実施している。さらに、芝浦と場々と畜されるすべての牛に対し、芝浦食肉衛生検査所によるBSEスクリーニング検査が実施され、安全が確保された食肉のみが流通する仕組みを確立した。

平成17年8月に厚生労働省令が改正され、20か月齢以下の牛はBSEスクリーニング検査の対象から除外されたが、東京都では、制度変更に伴う混乱の回避と、都民、事業者の不安解消のため、引き続き全頭を対象にBSEスクリーニング検査を行っている。

(3) 環境問題への対応

卸売市場では、産地と消費地の結節点として、また、都民の台所として旺盛な経済活動が営まれている反面、大量のごみの排出、自動車からの排出ガス、大量の電力消費等により、少なからず環境への負荷が発生している。このため、環境対策は卸売市場にとって重要な課題となっているが、その促進には市場関係業者の理解と協力が不可欠である。

東京都では「市場環境白書」の公表等により環境問題に対する普及啓発に努めるとともに、市場関係業者と協力しながら、次の3つを柱とする環境対策に取り組んでいる。

自動車排出ガス対策

卸売市場においては、産地からの集荷や買出し等のための貨物自動車や、場内での分荷等に利用される小型特殊自動車が大量に使用されている。このうち、特殊自動車以外の貨物自動車等については、国の自動車NOx・PM法⁴⁷⁾による規制、また、平成15年10月か

らの1都3県によるディーゼル車規制の実施により、有害な排出ガスが大幅に削減されてきている。各市場における取締りや巡回指導の結果でも、違反車両が少なく、良好な対応が図られていると言える。しかし、卸売市場では保冷車が多く、荷の鮮度を保持するために、場内に駐車している間にもアイドリングを行っている貨物自動車が少ない。

一方、小型特殊自動車については、そのほとんどが排出ガス規制の適用を受けない車両であり、公道を走行する自動車のように触媒による排出ガス低減装置を装備していないため、これらの排出ガスが市場内や周辺環境の大気汚染を招いている。東京都が行った排出ガス測定結果では、ガソリン及びLPGを燃料とする小型特殊自動車は、同じ燃料を使用する貨物自動車に比べて窒素酸化物や一酸化炭素の濃度が数十倍となっている。また、平成17年に行った大気環境汚染調査の結果において、築地・食肉・大田・豊島・北足立・葛西の6市場で環境基準を上回っており、その他市場でも二酸化窒素や一酸化炭素の濃度が比較的高いことが判明した。

東京都では、小型特殊自動車の電動化を推進しているが、依然として半数以上がガソリン等を使用する内燃式原動機の車両であり、電動車への切替え等による環境改善へ向け、一層の取組強化が求められている。

このため東京都では、平成16年7月に電動化推進のための基本方針を策定し、同年10月から各市場に「クリーンゾーン⁴⁸⁾」を設置し、電動車以外の使用規制を開始した。

さらに、東京都中央卸売市場条例及び同施行規則を改正し、平成17年5月から、市場内で使用する自動車の登録を義務付けるとともに、新規に導入する小型特殊自動車のうち、ターレット式構内運搬自動車は電動車のみ、フォークリフトは電動車または三元触媒⁴⁹⁾を装着した低排出ガス車のみを認めることとした。

廃棄物の減量、リサイクル対策

卸売市場では、生鮮食料品等の搬送のために利用された容器類、輸送中の荷傷みや品物の小分け等により発生する魚くず・野菜くず等の生ごみなど、大量の廃棄物が発生している。食品廃棄物については、平成13年5月に食品リサイクル法が施行され、市場関係業者についても、食品廃棄物の再生利用等の実施率を平成18年度までに20%に向上させる目標が設定された。

卸売市場における食品廃棄物の再生利用を促進するため、板橋市場青果部と築地市場水産物部で生ごみの堆肥化(コンポスト⁵⁰⁾)の実験事業が実施された。また、築地市場青果部では、野菜くずなどの生ごみを利用し、嫌気性発酵によりメタンガスを発生させ、これをエネルギーとして再利用するバイオマス⁵¹⁾発電システムの実験事業に参加している。

省資源・省エネルギー対策

卸売市場内には、卸売場、仲卸店舗、さらに、冷蔵庫・低(定)温倉庫などの大型施設があり、大量の資源・エネルギーを消費している。地球温暖化防止及びヒートアイランド(都市部気温上昇)現象対策として、人工排熱を抑制し、省資源・省エネルギーを実現するため、東京都では、平成13年度に世田谷市場の施設再整備に併せて、太陽光発電装置や氷蓄熱空調システム⁵²⁾、雨水の再利用装置等を整備した。また、全市場を対象に省エネ型照明器具への切り替え、冷蔵冷凍庫の改修にあたって省エネ型冷凍機への交換等を実施している。

第3 目標年度

平成17年度を初年度とし、平成22年度を目標年度とする。

第4 卸売市場の配置

1 流通圏の設定（別表1）

第7次東京都卸売市場整備計画と同様、都内全域を1流通圏とした。

2 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人当たり年間需要量と需要人口から推計した。

(1) 1人当たり年間需要量の推計

青果物、水産物及び食肉については、食料需給表（「国民1人・1年当たり供給粗食料」）の過去の実績をもとに、農林水産省が示した「1人当たり年間需要量」と比較・調整した数値を用いた。

花きについては、農林水産省が示した「花きの需要・生産見通し」における切花や鉢物の需要量をもとに、東京都が全国に占める割合を別途推計し調整した後の数値を用いた。

(2) 需要人口の推計

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、算定した。

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。

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。

(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1,376千トン、果実522千トン、計1,898千トン、水産物については、818千トン、食肉については、378千トン、花きについては、切花1,285百万本、鉢物93百万鉢と推計した。

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した。

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

野菜

平成15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、1,286千トンと推計した。一方、卸売市場の取扱量は、中央卸売市場が1,637千トン、地方卸売市場が424千トンで、合計2,061千トンである。このうち、区域外搬出量は793千トン、都内転送量は76千トンとなっている。この結果、卸売市場の都内供給量は1,192千トンとなり、都内供

給率は93%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1,376千トンの91%に当たる1,245千トンとなり、また、区域外搬出、都内転送を含めた卸売市場取扱量は2,099千トンになると推計した。

果 実

平成15年度の果実の都内需要量は493千トンと推計した。一方、卸売市場の取扱量は、中央卸売市場が582千トン、地方卸売市場が154千トンで、合計736千トンであり、このうち区域外搬出量は264千トン、都内転送量は20千トンとなっている。この結果、卸売市場の都内供給量は452千トンとなり、供給率は92%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522千トンの86%に当たる447千トンとなり、区域外搬出、都内転送を含めた卸売市場取扱量は720千トンになると推計した。

(2) 水産物

平成15年度の水産物の都内需要量は、770千トンと推計した。一方、卸売市場の取扱量は、中央卸売市場が692千トン、地方卸売市場が3千トンで、合計695千トンであり、このうち区域外搬出量は345千トン、都内転送量は10千トンとなっている。この結果、卸売市場の都内供給量は340千トンとなり、供給率は44%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818千トンの46%に当たる374千トンとなり、区域外搬出、都内転送を含めた卸売市場取扱量は714千トンになると推計した。

(3) 食 肉

平成15年度の食肉の都内需要量は、375千トンと推計した。一方、卸売市場の取扱量は、93千トンであり、このうち区域外搬出量は37千トンとなっている。

この結果、卸売市場の都内供給量は56千トンとなり、供給率は15%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378千トンの16%に当たる59千トンとなり、区域外搬出を含めた卸売市場取扱量は95千トンになると推計した。

(4) 花 き

平成15年度の花きの都内需要量は、切花1,226百万本、鉢物85百万鉢と推計した。一方、卸売市場の取扱量は、中央卸売市場が切花1,335百万本、鉢物88百万鉢、地方卸売市場が切花209百万本、鉢物13百万鉢で、合計で切花1,544百万本、鉢物101百万鉢であり、このうち区域外搬出量は切花514百万本、鉢物55百万鉢、都内転送量は切花21百万本となっている。この結果、卸売市場の都内供給量は、切花1,009百万本、鉢物46百万鉢で、供給率は、それぞれ82%、55%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1,285百万本、鉢物93百万

鉢のそれぞれ83%、57%に当たる切花1,070百万本、鉢物53百万鉢と推計し、区域外搬出を含めた卸売市場取扱量は、切花1,653百万本、鉢物102百万鉢になると推計した。

4 卸売市場配置計画

卸売市場の配置については、次のとおりとする。

(1) 中央卸売市場

取扱品目	市 場 名	所 在 地
青・水	東京都中央卸売市場築地市場	中央区築地5 - 2 - 1
食肉	食肉市場	港区港南2 - 7 - 19
青・水・花	大田市場	大田区東海3 - 2 - 1 (青・水) 大田区東海2 - 2 - 1 (花)
青	豊島市場	豊島区巣鴨5 - 1 - 5
	淀橋市場	新宿区北新宿4 - 2 - 1
	松原分場	世田谷区上北沢5 - 2 - 1
水	足立市場	足立区千住橋戸町50
青・花	板橋市場	板橋区高島平6 - 1 - 5
	世田谷市場	世田谷区大蔵1 - 4 - 1
	北足立市場	足立区入谷6 - 3 - 1
青	多摩ニュータウン市場	多摩市永山7 - 4
青・花	葛西市場	江戸川区臨海町3 - 4 - 1

(注1) 取扱品目、所在地における「青」は「青果物」、「水」は「水産物」、「花」は「花き」を表している。

(注2) 淀橋市場松原分場は、平成19年度末で廃止する。

(2) 地方卸売市場

取扱品目	市場名	所在地
青	東京都練馬青果地方卸売市場	練馬区高野台 2 - 1 - 18
	東京伊興青果地方卸売市場	足立区西伊興 1 - 5 - 4
	東京都青梅青果地方卸売市場	青梅市藤橋 3 - 7 - 3
	東京都福生青果地方卸売市場	福生市大字熊川 983
	東京都八王子北野地方卸売市場（拠点）	八王子市北野町 588 - 2
	東京都東京青果昭島地方卸売市場（拠点）	昭島市武蔵野 2 - 10 - 8
	東京都清瀬吉川青果地方卸売市場	清瀬市上清戸 1 - 7 - 8
	東京都小平丸新城西青果地方卸売市場（拠点）	小平市花小金井 3 - 22 - 1
	東京都三鷹地方卸売市場（拠点）	三鷹市新川 6 - 37 - 5
	東京都国立地方卸売市場（拠点）	国立市谷保 367
	東京都東久留米地方卸売市場（拠点）	東久留米市下里 6 - 4 - 1
	東京都調布水産青果地方卸売市場	調布市深大寺元町 1 - 11 - 1
	水	東京都八王子魚市場地方卸売市場
東京東久留米水産地方卸売市場		東久留米市下里 6 - 3 - 7
府中大東京総合地方卸売市場		府中市矢崎町 4 - 1
花	上野生花地方卸売市場	江東区千石 1 - 4 - 20
	東京フロリネット浅草橋生花地方卸売市場	台東区浅草橋 1 - 27 - 9
	坂本生花地方卸売市場	台東区入谷 1 - 16 - 5
	東京都荻窪園芸地方卸売市場	杉並区下井草 4 - 31 - 1
	東京フロリネット多摩生花地方卸売市場	日野市石田 435
	立川生花地方卸売市場	武蔵村山市榎 3 - 19 - 1
	八王子生花地方卸売市場	八王子市東浅川町 501 - 5
	青梅インターフローラ地方卸売市場	青梅市今井 5 - 2440 - 32

（注 1）取扱品目における「青」は「青果物」、「水」は「水産物」、「花」は「花き」を表している。

（注 2）市場名における「拠点」は、「地域拠点市場」を表している。

第5 卸売市場整備計画 ～都民の期待に応えられる卸売市場を目指して～

近年、卸売市場をめぐる生鮮食料品流通においては、量的変化として、国内農水産物生産量の減少や加工品・輸入品の需要増、卸売市場経由率の低下、卸売市場間格差の拡大等、質的变化として、食品流通の国際化、小売業・外食産業等の企業間競争激化、情報化と物流高度化によるコスト削減の追求、消費者の食生活の多様化等が顕著に現れてきている。

これまで卸売市場では、生産サイドを比較的重視する取組を行ってきたが、東京都の卸売市場は、多様な実需がある大消費地にあるため、これに加え、消費サイドに軸足を置いた取組が必要である。また、卸売市場を取り巻く状況変化のスピードとダイナミズムに迅速・的確に対応し、柔軟かつ大胆に自らを変革していかなければならない。

このために、卸売市場は、市場内外の情報を効果的に活用し、集荷・品揃え等の機能及び販売力を強化しながら、消費者の多様なニーズに応えていかなければならない。

特に、消費者の食の安全・安心に対する意識が高まっており、食品の信頼性の確保と食品事故等への迅速な対応の観点から、流通過程における品質管理の高度化、衛生対策の強化、危機管理体制の強化及びトレーサビリティ・システム(履歴管理システム)への取組が必要である。

各市場関係業者は、卸売市場法改正による取引規制の緩和を踏まえながら、食品流通全体を視野に入れ、自らの創意と工夫をより一層発揮し、他者との連携や競争を通じて、多様な消費ニーズに対応できるよう、マーケティング力の強化、販路開拓やビジネスチャンスの拡大に取り組まなければならない。

これに加え、近年著しく進展した情報技術を活用し、業務の簡素化や流通の効率化などにより、徹底したコスト削減に取り組まなければならない。

また、卸売市場は、公の施設として、都民から期待される役割を適切に果たすため、食に関する情報発信、環境への配慮、防災拠点としての機能充実、食育推進の場の提供等に、東京都と市場関係業者が連携して取り組み、自らの価値を高めることも必要である。

以上のことから、第8次東京都卸売市場整備計画においては、以下のことに取り組んでいくこととする。

1 卸売市場の活性化と流通の効率化

(1) マネジメント(経営管理)力の発揮と経営基盤の強化等

卸売市場の活性化のためには、卸売業者、仲卸業者、関連事業者等の市場関係業者がマネジメント力を一層発揮して、経営基盤の強化、経営の健全・安定化に取り組むとともに、戦略的な事業展開を行いながら、卸売市場全体の集荷・販売力を強化し、売上高の拡大とともに利益率の向上に取り組むことが必要である。

このためには、個々の市場関係業者が、卸売市場法改正による規制緩和を踏まえながら、消費者ニーズに対応できるよう、自らの創意と工夫をより一層発揮し、ビジネスチャンス拡大に取り組むとともに、情報技術の積極的活用による業務効率化及び流通コスト削減、他の卸売市場や他社との連携を通じた相乗的な総合力の強化が必要になる。さらには、他の民間事業との人的交流なども含め、従来の業種対応の枠組みを超え、同業・異業他社との業務提携・グループ化を図りながら、業態型対応への転換やボランタリー・チェーン⁵³⁾化を視野に置いた取組により、生鮮食料品流通における卸売市場の機能を高めていくことが求められる。

東京都は、卸売市場の経営主体として、コスト削減、運営の効率化等、経営の健全化を図りながら、卸売市場の活性化に向け積極的に取り組むとともに、市場関係業者の取組を支援

していく。

卸売業者が取り組むべき事項

- (ア) 経営規模の拡大及び経営体質の強化を図るため、資本提携、合併、営業の譲渡し及び譲受け、非効率部門の見直しなどを推進する。
- (イ) 集荷・販売力の強化を図るため、
- ・ 異なる卸売市場の卸売業者との業務提携、広域にわたる市場間連携の推進
 - ・ 異なる取扱部類に属する卸売業者、仲卸業者、売買参加者等はもとより、外部のベンダー等とも連携し、新商品の開発、新規需要の開拓、産地への提案機能の強化に取り組み、消費者ニーズに対応した戦略的マーケティングの展開
 - ・ 商品付加価値を高める事業や多角的経営の展開
 - ・ 農業生産法人等との中・長期的契約取引への対応
 - ・ 地場産品の集荷の強化
- など様々な取組を行う必要がある。
- (ウ) 経営の高度化を図るため、経営能力や企画・販売力等を有する人材の確保・育成に取り組むとともに、情報システムの効果的活用を推進する。

仲卸業者が取り組むべき事項

- (ア) 販売・営業力の強化を図るため、
- ・ 卸売業者、小売業者等と連携した新商品の開発、新規需要の開拓、産地への提案活動の展開
 - ・ 卸売市場法改正による取引規制緩和を踏まえ、業者間連携等による品揃えの強化
 - ・ 小売業者等の販売促進を支え顧客満足度を高めるため、品揃え・商品・価格・消費動向などの情報提供、商品配列等の販売方法の提案など、食のトータルプランナーとしての提案力の強化
 - ・ 地場産品の取扱いを推進し、商品のブランド化の展開などに取り組む。
- (イ) 上記の取組を行うためには、一定の経営規模、経営体質が必要であり、このため、
- ・ 経営の内部努力はもとより、資本提携、合併、営業の譲渡し及び譲受けによる統合大型化
 - ・ 同業・異業の事業者との業務提携の推進
 - ・ 商品の付加価値を高める事業や多角的経営の展開
 - ・ 配送業務の高度化・効率化によるサービスの充実及びコスト削減などを推進する。
- (ウ) 経営の高度化を図るため、新しい事業展開を積極的に行える人材の確保・育成を図るとともに、情報システムを積極的に導入する。

売買参加者が取り組むべき事項

- (ア) 地場産品等を利用したオリジナル商品の販売やブランド化など、生産者、卸売業者等と連携し、消費者ニーズに対応した付加価値の高いビジネスモデルを展開する。
- (イ) 共同発注・共同配送等による事業の効率化を図る。

関連事業者が取り組むべき事項

(ア) 経営体質の強化を図る。

- ・ 東京都中央卸売市場条例改正による関連事業者の業務及び許可業種の大括り化を活用した経営規模の拡大及び内部努力による経営・財務体質の強化
- ・ 仲卸業者、売買参加者、その他同業・異業の事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の積極的な展開

(イ) 利用者に対する利便性の向上のため、営業時間の延長や品揃えの強化を図る。

東京都が取り組む事項

東京都は、市場関係業者が行う経営基盤強化等への取組を支援し、卸売市場の活性化と競争力強化を図るために、以下の取組を推進していく。

(ア) 卸売市場の活性化と流通効率化を目指した市場運営を行う。

- ・ 集荷力・販売力の強化を図るため、卸売市場法改正を踏まえた積極的かつ柔軟な市場運営
- ・ 消費者ニーズ等実需に応えられるよう市場休業日・24時間対応が可能な商品搬出態勢の強化及び複合的・弾力的な施設利用
- ・ 市場関係業者の経営健全性を確保するため、財務基準に基づく指導の着実な実施
- ・ 市場関係業者の統合・大型化に向けた支援、外部業者の新規参入の促進、食品産業における成長・成功事例を調査し、新たなビジネスモデルについての情報提供と活用を行うことなどにより、市場関係業者の競争力・販売戦略の強化への取組を支援

(イ) 施設整備

- ・ 新たな流通環境の変化に対応し、商品の高付加価値化、スーパー・加工業者等需要者のニーズへのきめ細かな対応を実現するため、加工施設、商品保管庫、品質保持施設等の整備を、遊休施設等の積極的活用により促進
- ・ 小売業者、飲食店等のための商品保管庫、品質保持施設等の施設整備を支援するなど、市場休業日への対応を強化

(2) 代金決済制度の改善

卸売市場の短期間の代金決済制度は、出荷者に対して有効に機能しており、卸売市場の信用維持に大きく貢献している。

今後も引き続き卸売市場の信用を維持するため、不良債権の解消を図るとともに、確実な支払を行う仕組みとしての代金決済制度の確立に取り組む。

2 情報化と物流効率化の推進

平成16年6月の卸売市場法改正において商物一致規制が緩和され、電子商取引により卸売市場内に現物を搬入せずに卸売を行うことが可能となった。この規制緩和は、今までの卸売市場のあり方に根本的な変化をもたらすものと考えられる。

流通環境が激変する中で卸売市場が活性化していくためには、取引業務の電子化と物流システムを活用した場内外物流の効率化に取り組み、生産者と利用者のニーズに応えた先端的な流通拠点として生まれ変わらなければならない。生鮮食料品の商品特性を理由に旧態依然とした取引方法に甘んじていては、厳しい競争環境の中で卸売市場そのものが生き残れないといって

も過言ではない。

(1) 卸売市場における電子化及び標準化の推進

情報化の推進にあたっては、各市場や業界の事情に応じて、計画的な整備を進めていく必要がある。

東京都は、市場関係業者による場内LAN（構内情報通信ネットワーク）の整備など情報化への取組を支援するとともに、国や業界団体等と協力し、商品コード等の標準化についても調整を図っていく。また、協議機関の設置や実証実験への協力等により、卸売市場の情報化を推進していく。

(2) 卸売市場における業務の電子化の推進

卸売市場法改正による商物一致規制の緩和等を踏まえ、電子商取引への対応を促進するため、東京都は市場関係業界と協力し、取引に公平に参加できる仕組みづくりや取引情報公開の一層の推進のための調整を進めていく。

また、生産動向や顧客ニーズ等、生鮮食料品に関わる様々な情報の有効活用と共有化を図り、市場内外に向けた情報受発信基地としての機能を強化するため、東京都や各卸売業者等のホームページにおける情報発信内容の充実と情報提供の迅速化を図っていく。

さらに、卸売業者による申請・報告業務の簡素化と情報伝達の迅速化を図るため、東京都に提出する申請書類等の電子化を一層推進していく。

(3) 荷捌き機能の強化

卸売市場施設を有効活用し、多様なニーズに対応するため、東京都は、卸売場の多目的利用などについて検討するとともに、市場関係業界と協力し、新たな荷捌き施設の整備等による荷捌き機能の強化を図っていく。

(4) 物流効率化の推進

あらゆる業界で物流コスト削減が追求されている中、卸売市場においても、生産から消費までを視野に入れた計画的集荷や、顧客である小売業者等の状況を起点としたロジスティクス⁵⁴等情報技術の活用による物流効率化を図るとともに、平成17年7月に制定された「流通業務の総合化及び効率化の促進に関する法律」の活用等により、効率的で環境負荷の小さい物流の実現を目指す必要がある。

このため、東京都は、市場関係業者が取り組む場内物流体制の一元化・簡素化の推進、場内搬送システムの導入、場内動線の見直し及び場内交通ルールの確立、ICタグ等の利用による物流管理、効率的な共同配送システム導入等を支援していく。

また、通い容器についても、利用促進を図っていく。

3 卸売市場の効率的な整備・運営と財政基盤の強化

(1) 卸売市場の再編・統合

近年、集荷力が強く幅広い販売先を持つ大規模拠点市場とそれ以外の市場との間の格差が拡大する傾向が強くなっている。また、流通チャネルの多元化や加工品・輸入品の需要増等から、卸売市場経由率は低下しており、卸売市場の取扱金額・数量も減少傾向にある。この

ため、市場関係業者の経営は極めて厳しい状況になっており、近い将来において市場としての機能が発揮できなくなる卸売市場が出てくると思われる。

東京都は、開設者として卸売市場の公共的役割を踏まえつつ、そのあり方について抜本的に見直すべき時期に来ている。近年の大規模拠点市場化や市場間格差など、都内の生鮮食料品流通構造の変化を踏まえ、卸売市場の活性化、競争力強化の観点から、各市場の特性に応じて、卸売市場の再編・統合、卸売市場間の連携、各市場の機能分化に基づく転換などを図ることが必要である。

東京都は、首都圏の基幹市場となる新しい中央卸売市場を豊洲地区に整備することを既に決定したが、その他の市場については、取扱数量及びその減少率の推移など国が第8次卸売市場整備基本方針において定めた再編基準、売買参加者の動向、流通効率化・経営健全化の視点、豊洲新市場開場が他市場に及ぼす影響、さらには、周辺地域環境との調和等を考慮した東京全体の都市づくりの視点などを踏まえ、各々の卸売市場について総合的に検討していく。

(2) 民間活力の導入

卸売市場の整備及び管理運営について、東京都は、可能な限り民間の創意、資金、経営能力、技術的能力を活用して効率化を図ることにより、運営コストの低減に努める必要がある。

このために、大規模施設の新・増設等の施設整備を行う場合には、東京都が直接実施する場合の事業との比較の中で、民間資金等活用事業（PFI）の導入が可能な事業範囲や同一コストでより質の高いサービスを提供すること（VFM⁵⁵）等について検討し、PFI方式の採用に取り組む必要がある。現在、豊洲新市場の施設整備にあたり、東京都が整備するすべての施設についてPFI方式の導入を検討しているが、他の市場においても大規模な整備にあたってはPFI方式による整備・管理運営等を検討していく。

また、指定管理者制度⁵⁶は、現行の卸売市場制度においては限定的な適用となることから、個別委託との相違や活用することの合理性等を考慮し、総合的に検討していく。

(3) 財政基盤の再構築

安定的な市場経営を行う財政基盤を確保するためには、徹底したコスト削減はもとより、中長期的財政収支を踏まえ、市場運営の戦略的かつ効率的な進め方の検討が必要である。こうした観点から、市場財政の構造を抜本的に見直す必要がある。

開設者が行う施設整備においては、コスト縮減が可能な整備手法により選択的・重点的な整備を推進していく。さらに、計画段階から管理段階までのトータルコストを踏まえた整備を図っていく。

また、市場財産を総合的に利活用する観点から、加工施設、商品保管所等への転用などを含め、遊休施設等の積極的活用や多角的利用を検討していく。

4 食の安全・安心確保への対応

(1) 品質管理の高度化及び衛生対策の強化

食の安全・安心確保は、全市場関係者に課された重要な責務である。このため、卸売市場において、品質管理の高度化及び衛生対策の強化を図るとともに、消費者の信頼を確保する観点から「人の健康を損なう恐れのある食品は市場に入れない、出さない」を基本姿勢とし

て以下の取組を推進していく。

生産から消費に至る中間地点である卸売市場におけるコールドチェーンを保持し、品質管理の高度化を図るため、低温卸売場、低(定)温倉庫等の施設を整備する。さらに、品質管理等を徹底するため、平成 17 年 5 月の東京都中央卸売市場条例及び同施行規則の改正により、中央卸売市場の使用施設ごとに設置が義務付けられた品質管理責任者を活用し、施設毎の温度管理や清潔・衛生保持の充実を図る。

食品事故や事件の迅速かつ的確な対応を図るため、卸売業者・仲卸団体及び東京都に設置している安全・品質管理者(SQM)を活用した販売自粛や都民への迅速な情報公開等、食品危害発生時における対策の一層の充実を図る。

卸売市場の清潔・衛生保持、食品の安全徹底のために、東京都市場衛生検査所との連携によるチェック体制を強化するとともに、設備の改善や市場関係者の意識向上のための普及啓発及び指導の徹底を行う。

JAS法に基づく産地表示等の表示の適正を図るため、関係行政機関との連携による指導体制を強化する。

(2) 危機管理体制の強化

中央卸売市場が、大規模地震等の災害時の広域輸送拠点として、円滑な生鮮食料品の供給を確保するという重要な役割を果たし、災害時における生鮮食料品調達、卸売業者等への在庫放出要請及び産地への出荷要請等の対策を着実に実施できるよう、災害時を想定した各市場の訓練の実施や資機材等の備蓄を推進する。

また、自然災害対応に加え、テロ等の武力攻撃事態、新型インフルエンザなどの新興感染症が都内で発生した場合の救援活動等、新たに想定される危機に対応して、中央卸売市場が担うべき役割についても検討していく。

(3) トレーサビリティ・システム(履歴管理システム)への取組推進

生産から消費まで一貫した食品の信頼性確保と食品事故等への迅速な対応の観点から、卸売市場におけるトレーサビリティ・システムへの取組が求められている。生鮮食料品流通は全国規模で行われているため、国の主導的役割が求められるが、東京都及び市場関係業者においても、国と協力して、以下のことに取り組んでいく。

市場関係業者は、出荷団体及び量販店等が取り組んでいるトレーサビリティ・システムを調査研究し、卸売市場段階における流通履歴情報の充実と信頼性の担保のための取組を強化する。

東京都においても、消費者からの食品の安全性に対する信頼を確保するため、市場関係業界のトレーサビリティ・システムへの取組に積極的に関与する。

ICタグ等の新たな技術の活用による生産流通履歴追跡手法に関して、国と連携しながら、規格統一・標準化の推進、実証実験への参画等に取り組む。

5 環境対策の徹底

(1) 自動車排出ガス対策の徹底

平成17年5月の東京都中央卸売市場条例及び同施行規則の改正により、市場内で使用する自動車のすべてを登録制とするとともに、各市場における東京都環境確保条例⁵⁷⁾に基づく車両のチェック・指導や輸送業者等に対する普及・啓発を強化し、自動車排出ガス対策の徹底を図る。また、場内動線の改善により交通渋滞の解消を図り、荷下ろし時など駐・停車中の不要なアイドリングが生じないように対策を講じていく。

また、小型特殊自動車の低公害化を一層推進するため、以下の取組を行う。

平成16年度から開始した電動以外の小型特殊自動車の使用を禁止した「クリーンゾーン」の拡大と巡回指導等による遵守の徹底を図る。

これまでの電動化推進に係る補助制度を用いた誘導策に加え、平成17年5月より、新規導入するターレット式構内運搬自動車は電動車のみ、フォークリフトは電動車または三元触媒を装着した低排出ガス車とする規制措置を設けた。フォークリフトの低排出ガス車については、東京都独自の認定基準を設け、新たな補助制度を創設し、平成17年8月から導入を開始した。今後、これら規制措置の定着に向け、市場関係業者に対する継続的な指導を行い、排出ガス対策の一層の推進を図っていく。

各市場における電動化の推進に必要な充電設備の計画的な整備を行う。

(2) 廃棄物の発生抑制及びリサイクルの推進

食品リサイクル法及び容器包装リサイクル法等の趣旨を踏まえ、市場関係業者に対して、意識啓発・指導のほか、食品廃棄物等の減容化やバイオマス等新たな技術の活用、通い容器の利用拡大等により、廃棄物の発生抑制及び減量、リサイクルを促進させ、卸売市場内の活動による環境に与える負荷をできる限り軽減する取組の拡大を図っていく。

特に食品リサイクル法では、食品関連事業者に再生利用等の目標が課せられていることから、東京都が臨海部において整備を進めている「スーパーエコタウン事業⁵⁸⁾」との連携も検討していく。

(3) 省資源・省エネルギー対策

市場施設の整備や設備の更新等に当たっては、エネルギー利用の合理化、資源の有効利用、環境の保護・保全等の観点から、省エネ機器の導入、再生素材の活用、計画的な修繕の実施による施設の長寿命化、施設周辺の緑化等を推進し、計画・施工・維持管理の各段階で環境への配慮を徹底していく。また、自然エネルギーの活用についても検討していく。

6 周辺地域との共存

(1) 都民参加型の市場運営

東京都は、卸売市場における体験実習をより広く実施することやボランティアガイドの活用を検討することなどにより、都民の卸売市場に対する理解が一層深まるよう努めていく。

また、都民の「食」に関する判断能力を養い、健全な食生活を実践するために卸売市場が持つ食に関するノウハウを活かし、関係業界との連携による「食育」の推進等に取り組んでいく。

さらに、消費者代表で構成する「消費者事業委員会」、市場見学案内、東京都ホームページによる市況公表・市場紹介・告知情報等の発表、各中央卸売市場における「市場まつり」等、生鮮食料品流通に関する知識の普及・啓発のために行う消費者向け事業について、より効果的な事業の展開に努めていく。

(2) 周辺環境への配慮

卸売市場に転配送機能が求められるなど、流通環境の変化により市場に求められる機能が変化する中で、市場周辺の市街化もあいまって、産地からの車両や配送車両の場外での滞留、荷捌きのため周辺交通の混雑、排気ガス、夜間作業による騒音等の問題が生じている。

卸売市場が、周辺地域と共存しつつ、生鮮食料品の安定供給基地としての機能を今後も果たすために、市場スペースの有効活用、交通動線の合理化等場内ルールづくり、指導・取締りの実施や緑化などについて、東京都と市場関係業者で協議体制を作り、対応を推進していく。

7 地方卸売市場の機能強化

地方卸売市場は地域の生鮮食料品流通の一端を担っており、食の安全・安心確保の観点から、品質管理の方法を定め、その充実を図っていく。

また、多摩地域においては、地方卸売市場が生鮮食料品流通の大部分を担っており、多摩地域全体に生鮮食料品を安定的に消費者に供給できるよう、地方卸売市場に対して、一層の規制緩和や品質管理の高度化などを図っていく。併せて、多摩地域の地方卸売市場の連携強化や、多摩の地場産品の流通など、青果物の産地としての地域特性を活かした生産・消費の連携が進められるよう、支援していく。

第6 市場別整備計画

1 中央卸売市場の整備

各市場の整備については、第5で述べた考え方にに基づき、品質管理の高度化や物流効率化の推進等に取り組んでいく。

また、卸売市場の取扱数量、それぞれの卸売市場の果たす役割・機能や立地環境の変化等の要素を十分考慮し、各市場の特性を踏まえた卸売市場のあり方について検討していく。

(1) 築地市場

築地市場を豊洲地区に移転する。

移転するまでの間、中核的な拠点市場として機能を維持するため、衛生対策及び環境対策の強化、老朽化施設の補修又は撤去、交通動線の改善等を実施する。

(2) 豊洲新市場

豊洲新市場を平成24年度開場を目途に整備する。

21世紀の生鮮食料品流通の中核を担う拠点として、流通環境の変化に対応できるよう、高度な品質管理や効率的な物流システムを取り入れた新たな市場を建設する。

(3) 食肉市場

老朽化施設の整備に取り組み、環境・衛生対策の充実を図る。

(4) 大田市場

中核的な拠点市場としての機能を十分に発揮し、品質管理の高度化及び物流の効率化を図るため、青果部に低(定)温管理機能を備えた荷捌き施設等を整備する。

また、市場機能の維持・向上を図るため、計画的に設備を更新する。

水産物部は、豊洲新市場建設の影響を評価し、あり方を検討する。

(5) 豊島市場

国道17号線拡幅に伴う市場用地削減の影響を縮小し、場内物流の更なる効率化を図るため、施設を集約化し、跡地に荷捌き施設等を整備する。

品質管理の高度化を図るため、低温卸売場を整備する。

市場を取り巻く環境の変化に留意するとともに、地域の小売商等の需要を満たす市場としての特性に配慮し、周辺市場との連携を視野に入れた市場のあり方を検討する。

(6) 淀橋市場

本場は、狭隘な市場の効率的な活用を図るため、場内動線や仲卸業者売場等の配置を抜本的に見直し、必要な施設整備を行う。

品質管理の高度化を図るため、低温卸売場を整備する。

松原分場については、平成19年度末で廃止し、世田谷市場に統合する。

(7) 足立市場

品質管理の高度化を図るため、低温卸売場を整備する。また、仲卸売場等施設環境の向上を図る。

冷蔵庫等遊休施設の有効活用を図る。

市場の活性化を図るため、地元区等との連携により、食育の推進を図る。

豊洲新市場建設の影響を評価し、あり方を検討する。

(8) 板橋市場

青果部は、新たな物流管理手法を構築し、流通環境の変化に対応した物流の高度化を図る。また、新たに荷捌き施設を整備する。

区部北西部における立地を活かし、周辺市場との連携を視野に入れた今後の市場の活性化のあり方を検討する。

(9) 世田谷市場

市場施設の機能や環境の向上に取り組む。

青果部の活性化のため、平成 20 年 4 月に淀橋市場松原分場を統合する。

(10) 北足立市場

青果部は、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り、区部北東部における立地を活かし、産地との連携強化等により、活性化に取り組む。また、品質管理の高度化を図るため、低温卸売場を整備する。

花き部は、顧客へのサービスの向上と市場の活性化を図るため、機械せりシステムを導入する。

(11) 多摩ニュータウン市場

多摩地域の生鮮食料品流通の現状及び当市場の取引状況に鑑み、市場のあり方について検討する。

(12) 葛西市場

地盤沈下に伴う必要な対策を講じる。

青果部は、豊洲新市場建設の影響を評価し、あり方を検討する。

(13) 多摩地域青果中央卸売市場

多摩地域の青果物流通については、中央卸売市場の新設を認めないという国の卸売市場整備基本方針を踏まえ、中央卸売市場の整備ではなく、地方卸売市場の連携強化により、安定的な供給体制の実現を図ることとする。

2 地方卸売市場の整備

地方卸売市場の整備は、第5で述べた考え方に基づき、食の安全・安心確保の観点から、品質管理の方法を定め、その充実を図っていく。

また、多摩地域においては、多摩地域全体に生鮮食料品を安定的に消費者に供給できるよう、地方卸売市場に対して、一層の規制緩和や品質管理の高度化などを図る。併せて、多摩地域の地方卸売市場の連携強化や、多摩の地場産品の流通など、青果物の産地としての地域特性を活かした生産・消費の連携が進められるよう、支援していく。

(1) 水産市場

多摩地域の水産市場については、今後とも施設整備事業費補助制度等により支援する。

(2) 青果市場

多摩地域の青果市場については、今後とも施設整備事業費補助制度等により支援する。

また、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地方卸売市場を国の「地域拠点市場⁵⁹⁾」として位置付け、支援を行っていく。

(3) 花き市場

花き市場については、地方卸売市場としての活性化が図れるよう支援する。

用語集

1	大規模小売店舗法	「大規模小売店舗における小売業の事業活動の調整に関する法律（大店法）」 中小小売業を保護するために、大規模小売店に対し、売り場面積、休日日数、営業時間等を規制していたが、平成12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。
2	大規模小売店舗立地法	大規模小売店舗の設置者に対し、周辺地域の生活環境を適正に保持する観点から、交通渋滞、騒音、廃棄物等による環境悪化への配慮・措置を求めている。平成12年6月施行。
3	街づくり三法	旧「大規模小売店法」に代わる商業施設開発の新たな枠組みとして制定された「大規模小売店舗立地法」「中心市街地活性化法」「改正都市計画法」の3つの法律の総称。
4	規制改革推進3ヵ年計画	平成13年3月閣議決定。我が国が直面する構造的な環境変化に対応して、経済社会の構造改革を進めることにより、経済活性化による持続的な経済成長の達成、透明性が高く公正で信頼できる経済社会の実現、多様な選択肢の確保された国民生活の実現、国際的に開かれた経済社会の実現等を図る観点から、行政の各般の分野について計画的に規制改革の積極的かつ抜本的な推進を図ることを目的とする。総合規制改革会議（平成16年度以降「規制改革・民間開放推進会議」）の審議結果等を踏まえ、毎年度改定。
5	食品流通の効率化等に関する研究会	農林水産省により平成14年7月に設置。食品流通を取り巻く環境の変化に対応し、食品流通の構造改革を促進するため、卸売市場流通のあり方、生鮮食品等の商流及び物流の効率化・高度化等につき幅広く検討。平成15年4月に最終報告。
6	e-Japan 戦略	内閣に設置された「高度情報通信ネットワーク社会推進戦略本部（通称『IT戦略本部』）」が掲げた情報技術（IT）戦略を指す用語。すべての国民がITを積極的に活用し、その恩恵を最大限に享受できる知識創発型社会の実現に向け、環境を整備することにより、5年以内に世界最先端のIT国家となることを目指している。平成13年1月策定。
7	A D S L	Asymmetric Digital Subscriber Line；非対称デジタル加入者線伝送方式。既存の一般電話回線（メタルケーブル）を利用し、音声通話に使用しない高い周波数帯域を用いて、高速なデータ伝送を可能とする技術（xDSL）の1つ。データ伝送速度が、上りと下りで非対称になる。
8	ケーブルインターネット	ケーブルテレビ（CATV）網を利用し、1または複数のチャンネルをデータ通信用に割り当てて、インターネット接続用に提供するサービス。ケーブルモデムと呼ばれる装置を設置し、これにCATVのケーブルを接続して利用する。
9	光ファイバー	ガラスやプラスチックの繊維でできたケーブルで、光通信用の回線として使用される。メタルケーブルと比べて信号の減衰が少なく、長距離かつ高速のデータ通信が可能となる。
10	無線LAN	無線通信でデータの送受信をするLANのこと。 LAN = Local Area Network；企業内や学校内など、限定された場所におけるコンピュータネットワーク。

11	ウェブサイト	インターネット上で公開されている、ひとまとまりの構成を持つウェブページ群のこと。サイトの入り口であるトップページと、サイトを構成する各ページが相互にリンクされ、行き来できるようになっている。
12	ユビキタス・ネットワーク	あらゆる情報端末がネットワークで接続され、誰もが、いつでも、どこでも情報にアクセスできる状態。ユビキタス・ネットワーク社会の実現に向け、東京都においても、平成 17 年 10 月～11 月に、上野動物園・上野公園で、携帯情報端末を使い、来訪者に目的地までの道案内やモデルルートの紹介、名所の由来・動物に関する情報などを提供する実験が行われている。
13	ヒートアイランド(都市部気温上昇)現象	都市部における局地的な高温域。自然の気候と異なった都市独特の局地気候で、郊外に比べて都心部ほど気温が高く、等温線が島のような形になるのでこの名がついた。
14	ISO14001	International Organization for Standardization「国際標準化機構」；世界の様々な規格を標準化し、各国間の貿易や技術交流を促進することを目的とした国際的な非政府機関。 ISO14000 シリーズは環境マネジメントに関する規格の総称であり、その中核となる ISO14001 は、組織が環境目標を設定し達成するための仕組みを導入し、運用することを要求するもの。コスト削減やマネジメント効率向上に加え、社会的評価にも結びつくことから、近年企業等での認証取得が活発になっている。
15	循環型社会形成推進基本法	循環型社会の形成を推進する基本的な枠組みとなる法律。平成 12 年 6 月施行。本法に関連して食品リサイクル法などが制定されたほか、廃棄物処理法、再生資源利用促進法が改正された。
16	廃棄物処理法	「廃棄物の処理及び清掃に関する法律」 廃棄物の定義、廃棄物処理業者に対する許可、廃棄物処理施設の設置許可、廃棄物処理基準の設定などを規定した法律。平成 15 年の改正により、産業廃棄物の不法投棄への対策が強化された。
17	資源有効利用促進法	「資源の有効な利用の促進に関する法律」 循環型社会を形成していくために必要な 3 R (リデュース・リユース・リサイクル) の取組を総合的に推進するための法律。平成 13 年 4 月改正法施行。
18	容器包装リサイクル法	「容器包装に係る分別収集及び再商品化の促進等に関する法律」 一般廃棄物の 6 割(容積比)を占める容器包装廃棄物を資源として有効利用することにより、ごみの減量化を図るための法律。平成 12 年 4 月完全施行。
19	食品リサイクル法	「食品循環資源の再生利用等の促進に関する法律」 食品の売れ残りや食べ残し、製造・加工・調理の過程において生じたくずなどの食品廃棄物の発生抑制と再生利用のために、食品関連事業者などが取り組むべき事項を規定。食品循環資源の再生利用等の実施率を平成 18 年度までに 20% に向上させることを目標にしている。平成 13 年 5 月施行。
20	気候変動に関する国際連合枠組条約の京都議定書	平成 9 年 12 月に京都で開催された「気候変動枠組条約第 3 回締結国会議(COP3)」で採択された議定書。 先進国に対し、2008～2012 年の期間に、1990 年比で一定数値の温室効果ガスの排出削減(全体 5.2%、日本 6% の削減率)を義務付けている。米国等の離脱があったが、2005 年 2 月 16 日に発効した。

21	総合農協	貯金受入れ・資金貸出し等の信用事業、米・野菜等の販売、肥料・農業機械等の共同仕入れ、各種生命共済等の様々な事業を兼営している農業協同組合の総称。
22	農業生産法人	農業経営を行うために農地を取得できる法人。認められる法人形態は、有限会社、合名会社、合資会社、農事組合法人であったが、平成12年の農地法改正で、株式譲渡制限付で株式会社の形態が選べるようになった。
23	構造改革特区	地方公共団体等の自発的な立案により、地域特性に応じて、規制の特例を導入する特定の区域を設け、当該地域において自発性を持って構造改革を進められることを目的に設けられた制度。
24	供給粗食料	国内消費仕向量〔＝国内生産量＋輸入量－輸出品－在庫の増加（減少）量〕から飼料用、種子用、加工用、減耗量を引いた数量。
25	O157	食中毒の原因となる病原性大腸菌のうち、腸管内で出血性下痢の原因となる毒素（ベロ毒素）を作る菌を腸管出血性大腸菌という。O157は腸管出血性大腸菌の一種で、毒素により出血性腸炎を起こすことから、正式には「腸管出血性大腸菌O157」と呼ばれる。
26	牛海綿状脳症（BSE）	感染した牛が、潜伏期間の後、麻痺、音や光に対する神経過敏、起立不能、歩行困難などの症状を呈し、死に至る病気。英国で発見。感染した牛の脳の神経細胞が死滅して空胞ができ、脳の組織がスポンジ状になることから、牛海綿状脳症と名付けられた。異常プリオンたんぱく質を原因とする説が有力で、感染牛から作られた肉骨粉等の飼料を与えることにより、牛に経口感染するといわれている。
27	トレーサビリティ（履歴管理）	Trace（追跡する）と Ability（できる）を合わせた言葉で「追跡可能性」あるいは「履歴管理」と訳される。製品の生産から加工、流通、販売までのあらゆる段階で逐一記録を残していくことで、個々の製品の行き先を把握したり、遡って出所を確認したりできるようにすること。近年、BSEや産地偽造などの問題が発生したことをきっかけに、食品のトレーサビリティに関心が集まっている。
28	食育	心身の健康の基本となる食生活に関し、栄養のバランス、調理法、食品安全性に関する知識などを身につけることや豊かな食生活を楽しむ力を育むことなどを目指し、様々な教育を行うこと。
29	食育基本法	国民が生涯にわたって健全な心身を培い、豊かな人間性を育むことができるよう、食育を総合的かつ計画的に推進することを目的として制定された法律。食育の推進について、国、地方公共団体、教育関係者、農林漁業者、食品関係事業者、国民等の責務を定めている。平成17年7月施行。
30	リテールサポート（小売業者支援）	メーカーや卸が自社取扱商品の販売を促進するため、取引先の小売店等に対し提案活動を行うこと。商品や価格等に関する情報提供、品揃え提案、販促ツール提供、従業員教育等の方法がある。
31	ホールセールクラブ	会員制のディスカウント店。中小小売店・飲食店向けの現金払い持ち帰り卸売業が小売業として発展したもの。コストを抑えた倉庫型店舗で、品目を絞り込んだ商品を箱単位などで大量販売することにより、低価格を実現。
32	オフプライスストア	海外有名ブランド品等を並行輸入など正規輸入以外のルートで輸入し、格安で販売する業態。

33	スーパーセンター	非食品のディスカウントストアと食品専門スーパーを融合させた大型店舗。1万～2万m ² の広大な売り場で、幅広い品目を低価格販売する。
34	カテゴリーキラー	特定分野に商品を絞って圧倒的な品揃えを実現し、低価格販売や専門的な情報・サービスの提供を行う専門特化型大型店。衣料品、家電、事務用品、玩具、医薬品等様々な分野で急激に台頭し、小売業の主演となってきている。総合スーパーや百貨店が自社売場を縮小し、これら専門店をテナントとして誘致する動きも目立っている。
35	アンテナショップ	新商品等を試験的に販売し、消費者の反応を探り、商品開発等に役立てることを目的とした店舗。パイロットショップともいう。
36	電子データ交換 (EDI)	Electronic Data Interchange ; 標準化されたコードやメッセージを利用して、商取引に関する情報(発注、請求等)を企業間で電子的に交換する仕組み。これにより、伝票作成等の事務作業の軽減、情報の正確性向上、時間・コストの節約等が可能となる。
37	サプライチェーン・ マネジメント	Supply Chain Management ; 原料調達、製造、配送、販売段階での物の流れを一つの連鎖としてとらえ、総合的に管理する手法。本社や工場、卸、小売店などをネットワークで結び、必要なデータを共有することにより、最新の需要動向をつかんで生産量や在庫水準を素早く調節することができる。情報通信技術の発展を背景に、経営効率化の全体最適化を図る手段として普及した。
38	食品流通高度化プロ ジェクト事業	農林水産省の補助金事業として(財)食品流通構造改善促進機構が平成13年度から14年度にかけて実施。食品流通の高度化・効率化を促進するため、最新の情報技術や民間の創意を生かし、革新性・経済性に優れた食品流通モデルの開発及び実証を行うもの。「食品流通の基盤的部門へのEDIの活用」、「異業種等との連携による情報ネットワークの形成等の新たなビジネスモデルの開発」、「情報技術の物流分野への応用」が基本テーマ。
39	食品流通情報化基盤 開発事業	農林水産省の補助金事業として(財)食品流通構造改善促進機構が平成9年度から13年度にかけて実施(平成12年度までは「生鮮食品等取引電子化基盤開発事業」)。生鮮4品の取引電子化を実現すべく、標準商品コード及びEDI標準開発、データベース開発、実証試験の実施、中小流通事業者の支援等の事業が進められた。
40	流通業務の総合化及 び効率化の促進に関 する法律	立地上最適な物流拠点施設の利用による効率的な流通業務(輸配送、保管、流通加工)の実現を支援することを目的として制定された法律。流通業務効率化計画を作成し認定を受けた事業者に対し、事業許可等の特例、物流拠点施設に関する税制特例、立地規制に関する配慮、資金調達の支援等の措置が定められている。平成17年10月施行。
41	安全・品質管理者 (SQM)	SQM(セイフティ&クオリティ・マネージャー)。 中央卸売市場で取り扱われる物品の安全性の確保を図るとともに、品質・衛生管理の向上を図り、物品の信頼性を高めるため、平成15年5月より各市場に設置。東京都職員、卸売業者及び仲卸団体により構成される。平成17年5月の東京都中央卸売市場条例改正において、各市場におけるSQMの設置を明確に位置付け、SQM体制を通じた品質・衛生管理の徹底を図っている

42	J A S 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」 J A S 規格（日本農林規格）と食品表示（品質表示基準）の2つのことを定めており、これによりJ A S マークや原産地などの表示が食品などに付けられる。平成11年の改正により、一般消費者向けのすべての飲食料品が品質表示基準の対象となり、そのうち生鮮食料品については原産地表示が義務付けられた。
43	I C タグ	情報を記録した極小のI C チップを組み込んだ電子荷札。アンテナを格納しており、データの読み取り装置などと無線でやりとりする。バーコードに比べ、膨大な情報蓄積が可能となっており、商品管理に加え、駐車場管理など、用途が多方面に拡大しつつある。無線I C タグともいう。
44	青果ネットカタログ (SEICA)	(財)食品流通構造改善促進機構が所有し、(独)食品総合研究所及び農林水産研究計算センター(農林水産省)の協力により運用している公的データベース。平成14年8月に、インターネット上に青果物の生産物情報及び生産者情報等を公開するシステムとして発足。データの登録・閲覧は無料で、生産者から消費者まで誰でも利用できる。
45	民間資金等活用事業 (PFI)	Private Finance Initiative ; 公共施設等の設計、建設、維持管理及び運営に民間の資金やノウハウを活用することにより、公共サービスの提供を行う事業手法。「民間資金等の活用による公共施設等の整備等の促進に関する法律(通称PFI法)」に則って事業が進められる。
46	B S E スクリーニング 検査	牛の脳の一部(延髄)を取り出して、牛海綿状脳症(BSE)の原因と考えられている異常プリオンの有無を調べるための一次検査。平成13年10月から、全国の食肉衛生検査所等において、と畜場に搬入された食用牛についてBSEの全頭検査が実施されるようになった。 平成17年8月から厚生労働省令が改正され、20か月齢以下の牛はスクリーニング検査の対象から除外されたが、都では、制度変更に伴う混乱の回避と、都民、事業者の不安解消のため、引き続き全頭を対象にスクリーニング検査を行っている。
47	自動車NOx・PM法	「自動車から排出される窒素酸化物及び粒子状物質の特定地域における総量の削減等に関する特別措置法」 大気汚染の厳しい大都市地域を対象地域に指定して各種施策を実施し、大気汚染を改善するもの。自動車NOx法の改正法として平成13年6月に成立し、車種規制については平成14年10月から施行されている。
48	クリーンゾーン	東京都では、平成16年10月より、卸売市場内で働く市場関係者への健康面に配慮した環境づくりや食品の衛生管理・品質管理の高度化等を目的に、業界団体と協力し、各市場内の特定の閉鎖空間(冷蔵庫、冷凍庫、低(定)温卸売場、低(定)温倉庫等)を「クリーンゾーン」として指定し、この区域において、電動車以外の小型特殊自動車の走行を禁止する規制に取り組んでいる。
49	三元触媒	自動車排気ガスに含まれる炭化水素、一酸化炭素、窒素酸化物の3つの有害成分を同時に酸化・還元し、除去するための触媒。ガソリンエンジンの排ガス浄化装置として、幅広く使用されている。

50	コンポスト	生ごみや汚泥、家畜の糞尿、落ち葉などの有機物を、微生物の働きによって発酵分解させ、堆肥にしたもの、またはその堆肥をつくる方法のこと。
51	バイオマス	木材、生ごみ、紙、家畜等の排せつ物、プランクトンなど、再生可能な生物由来の有機エネルギーや資源のこと。発電、飼料、燃料化などの活用方法がある。
52	氷蓄熱空調システム	割安な夜間電力を用いて製氷を行い、昼間にこれを冷暖房の冷媒として利用する空調システム。
53	ボランタリー・チェーン	特定の卸売業者と多数の小売業者、あるいは多数の小売業者同士が組織化して本部を設置し、合理化や共同仕入れを図ることにより、スケールメリットを追求する協業システム。フランチャイズシステムに比べ統制が緩やかで、参加者の独立性は維持される。
54	ロジスティクス	原材料や商品の調達、商品の配送・保管・返品など、調達、生産から販売、物流に至るすべての過程で、商品の流れを総合的に管理し、最適化するための技法。「物流」と同義で使われることも多いが、ロジスティクスは単なる物流を指すものではなく、実需を的確に捉え、迅速で効率的な物流の仕組みの構築を図る概念。
55	V F M	Value for Money ; 「公共資金の最も効果的な運用」のことで、「同一のコストの下で、より質の高いサービスを提供する」もしくは「同一水準のサービスならば、より低いコストで提供する」ことによりその達成を目指す。民間資金等活用事業(PFI)の根本となる考え方。
56	指定管理者制度	これまで、公の施設の管理者については、法令で規定された公共の団体などに限定されていたが、平成15年6月の地方自治法改正により、指定管理者の対象が広く民間事業者にまで拡大されたほか、管理の代行ができるようになった。
57	東京都環境確保条例	「都民の健康と安全を確保する環境に関する条例」 東京都公害防止条例を全面的に改正し、自動車公害対策の充実強化や化学物質の適正管理、土壌地下水汚染対策、環境への負荷の低減の取組等を新たに規定している。平成13年4月施行。
58	スーパーエコタウン事業	東京都が、首都圏の廃棄物問題の解決と新たな環境産業の立地を促進し、循環型社会への変革を推進することを目的に、国の都市再生プロジェクトの一環として、東京臨海部の都府県有地において、民間事業者等が主体となり廃棄物処理・リサイクル施設の整備を進めるもの。整備を進める施設は、PCB無害化処理施設、ガス化溶融等発電施設、建設廃棄物リサイクル施設、その他のリサイクル施設で、各施設は平成16年度から平成18年度頃にかけて順次稼働予定。
59	地域拠点市場	地方卸売市場の集荷力強化と適正配置を実現するため、必要に応じ都道府県卸売市場整備計画に定められる拠点となる地方卸売市場のこと。地域拠点市場には、他の地方卸売市場との統合、もしくは他の卸売市場と連携した集荷・販売活動の措置が講じられる。

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 15 年度 (基 準 年 度)	平成 22 年度 (目 標 年 度)	平成 15 年度 (基 準 年 度)	平成 22 年度 (目 標 年 度)
青 果 物	野 菜	都 内 全 域	kg 97.5	kg 102.2	万人 1,319	万人 1,346
	果 実		37.4	38.8		
水 産 物			58.4	60.8		
食 肉			28.4	28.1		
花 き	切 花		本 82.6	本 85.8	1,484	1,498
	鉢 物		鉢 5.7	鉢 6.2		

- (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、1人当たり年間供給粗食料等をもとに推計した値である。

巻 の 設 定

市場供給対象人口		市場取扱量		備 考
平成 15 年度 (基準年度)	平成 22 年度 (目標年度)	平成 15 年度 (基準年度)	平成 22 年度 (目標年度)	
万人	万人	トン	トン	
2,114 (1,679)	2,053 (1,657)	2,061,126 (1,637,043)	2,098,557 (1,693,869)	
1,967 (1,556)	1,857 (1,491)	735,575 (582,018)	720,390 (578,552)	
1,191 (1,185)	1,174 (1,169)	695,426 (692,262)	713,616 (710,550)	
326 (326)	336 (336)	92,543 (92,543)	94,551 (94,551)	
1,869 (1,616)	1,927 (1,691)	千本 1,543,587 (1,334,943)	千本 1,653,264 (1,451,108)	
1,776 (1,541)	1,646 (1,413)	千鉢 101,228 (87,840)	千鉢 102,062 (87,614)	

別表2

各市場別

市場名	事業内容 (平成17年～22年度)	工期等 (目 途)
築地市場	<ul style="list-style-type: none"> ・豊洲地区への移転調整 ・老朽化施設の耐震調査及び補強工事 	平成17～18年度
豊洲新市場	<ul style="list-style-type: none"> ・豊洲地区移転計画 (実施計画) (民間資金等活用事業(PFI)導入検討) (設計、工事) (開場) 	平成16～17年度 平成16～19年度 平成19～23年度 平成24年度目途
食肉市場	<ul style="list-style-type: none"> ・小動物棟空調設備改良工事 ・内臓関係業者建物等改良工事 ・市場棟衛生対策工事 	平成17年度 平成17～20年度 平成18～22年度
大田市場	<ul style="list-style-type: none"> ・計画的な既存設備の更新 ・青果部荷捌き施設等の整備 	平成17年度～ 平成18～19年度
豊島市場	<ul style="list-style-type: none"> ・施設の集約化 ・荷捌き施設等の整備 ・低温卸売場の整備 	平成17年度 平成18年度 平成18年度
淀橋市場	<ul style="list-style-type: none"> ・仲卸業者売場等の整備 (調査、設計) (工事) ・低温卸売場の整備 ・松原分場の廃止 	平成18～19年度 平成20～22年度 平成18～19年度 平成19年度

整備計画

市場名	事業内容 (平成17年～22年度)	工期等 (目 途)
足立市場	・低温卸売場の整備	平成18～19年度
板橋市場	・ロジスティクス構築 ・青果部荷捌き施設の整備	平成18年度～ 平成18年度～
世田谷市場	・施設環境の整備 ・淀橋市場松原分場を統合	平成18年度～ 平成20年度
北足立市場	・低温卸売場の整備 ・花き部機械せりシステムの整備	平成18年度 平成19年度
多摩ニュー タウン市場		
葛西市場	・地盤沈下対策 (調査) (設計、工事)	平成18年度 平成19年度

〔参考図表〕

図1 卸売市場経由率の推移

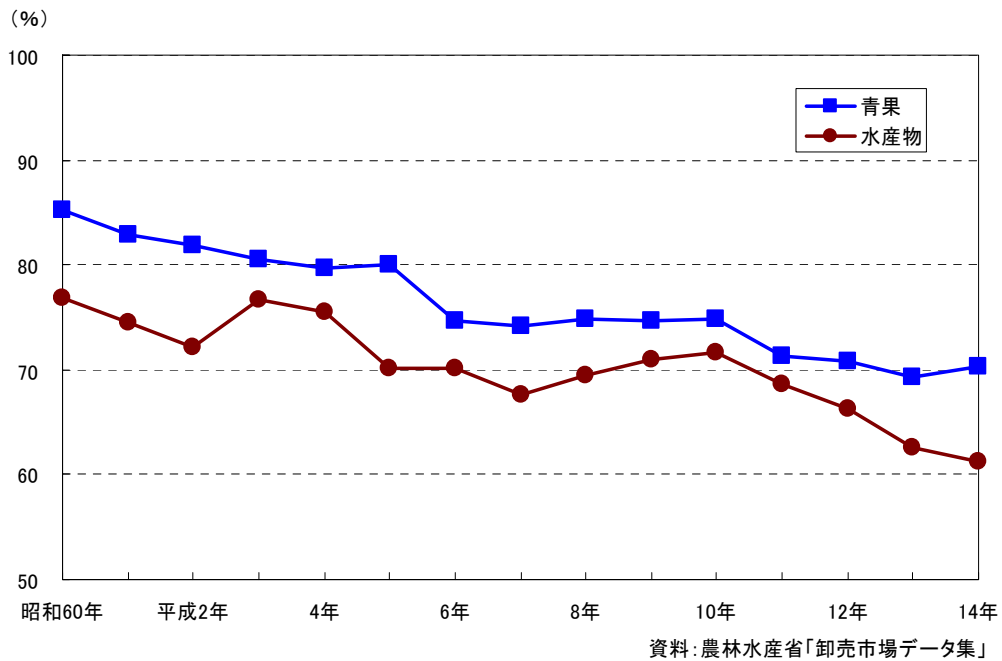
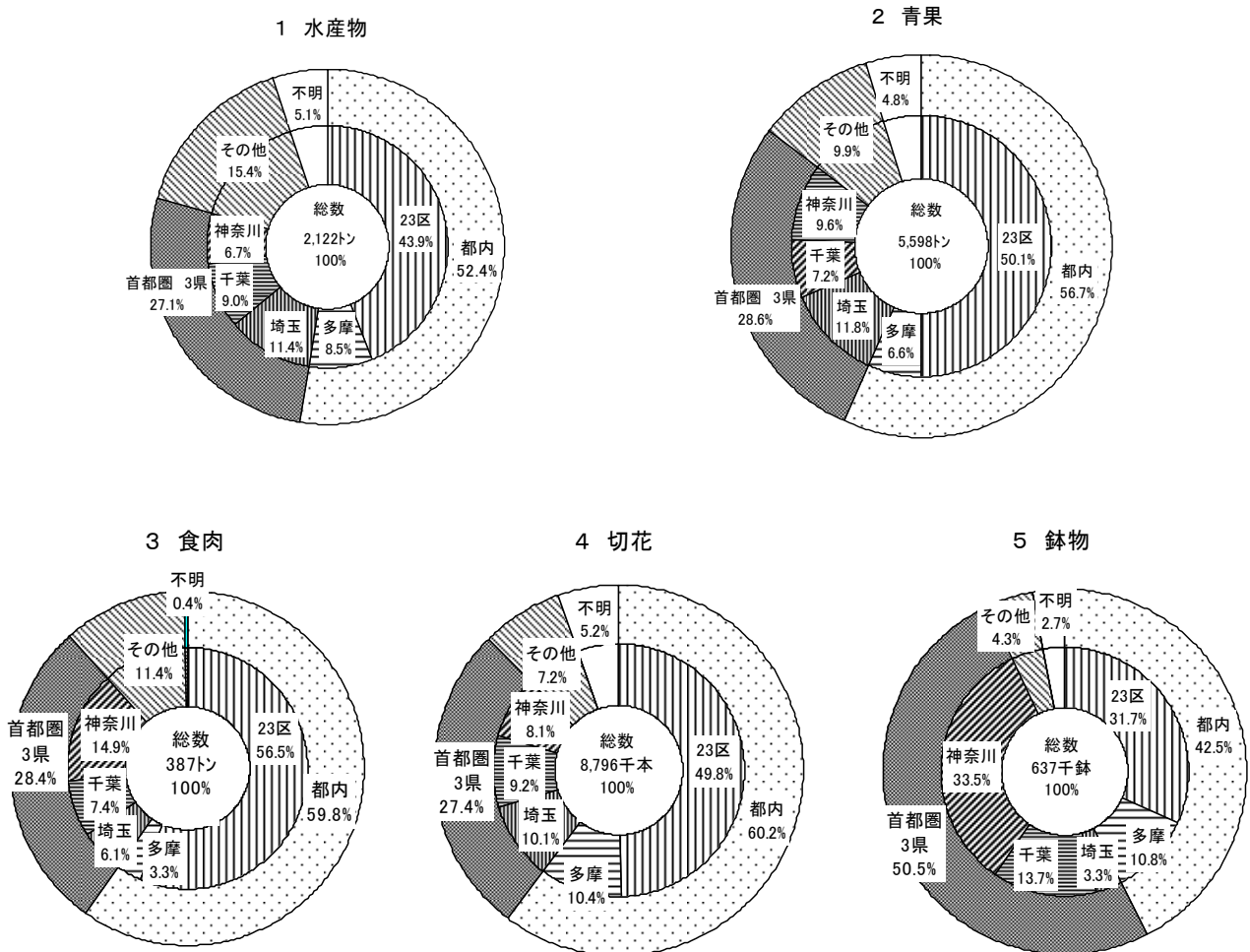
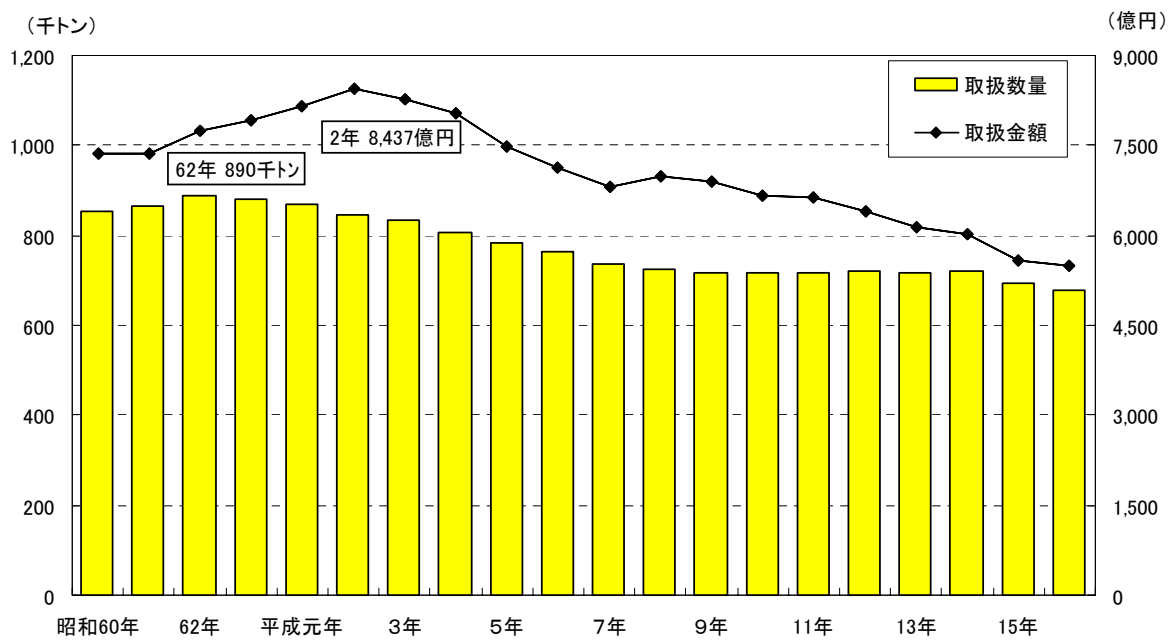


図2 搬出地域分布



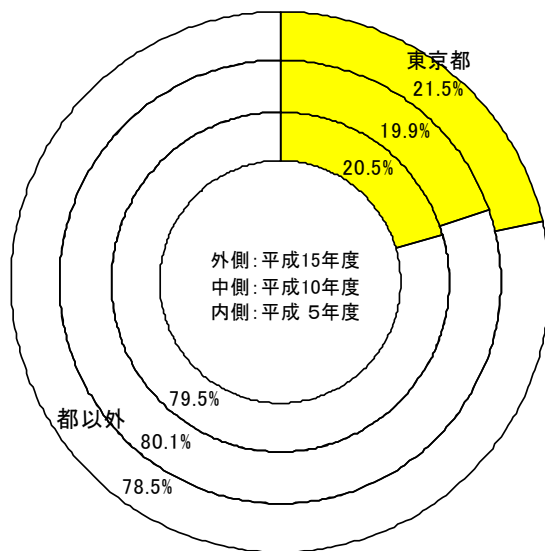
資料: 東京都中央卸売市場「生鮮食料品等流通実態調査(平成16年9月実施)」から集計

図3 東京都中央卸売市場における取扱数量及び金額の推移（水産物）



資料：東京都中央卸売市場年報

図4 全国中央卸売市場に対する東京都の取扱数量の占有率（水産物）



資料：農林水産省 卸売市場データ集
東京都中央卸売市場資料

図5 市場別取扱数量の推移（水産物）

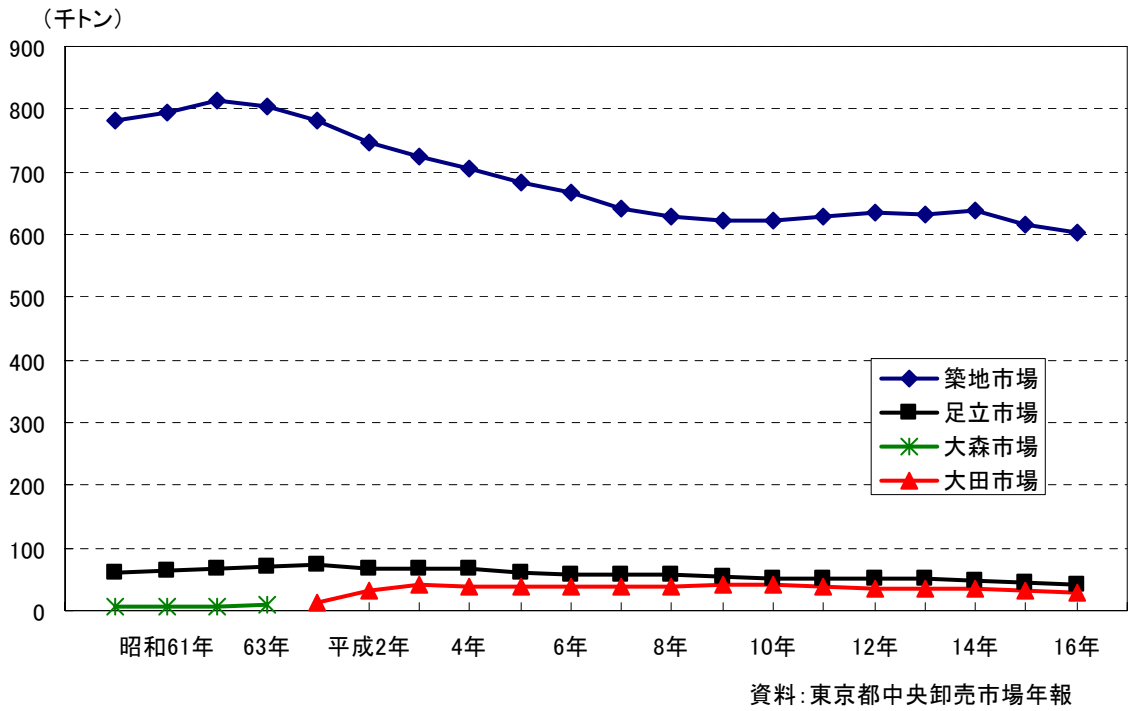


図6 東京都中央卸売市場における取扱数量及び金額の推移（青果）

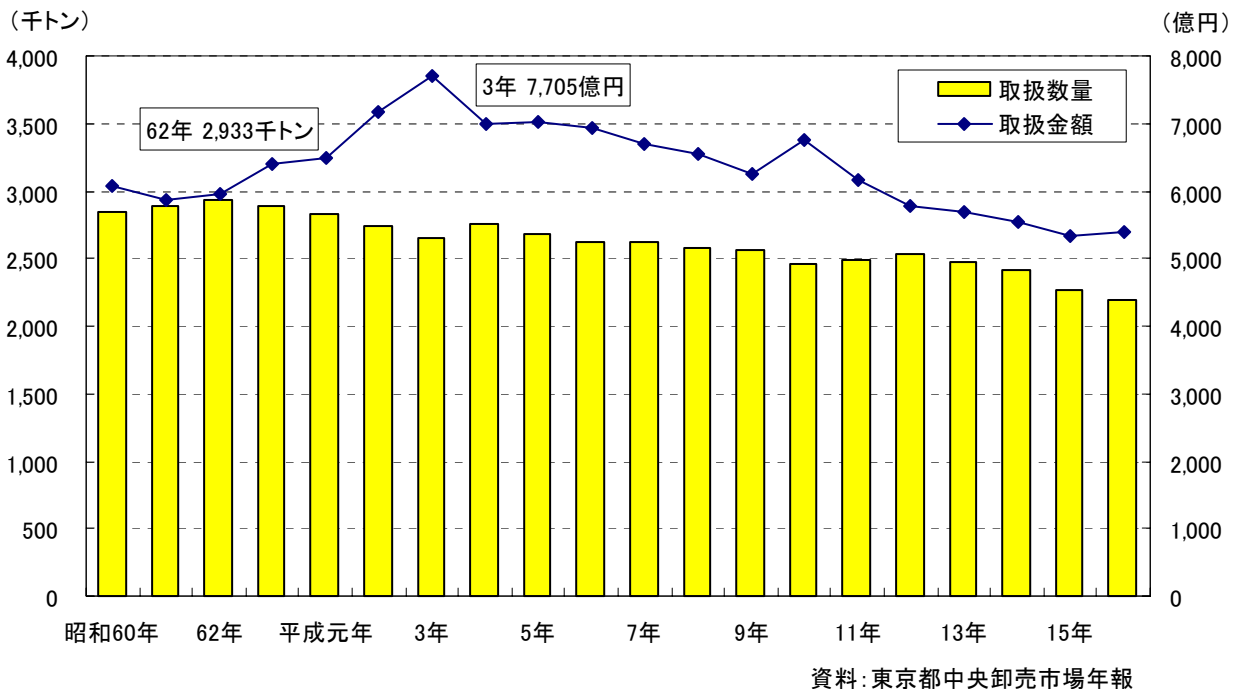
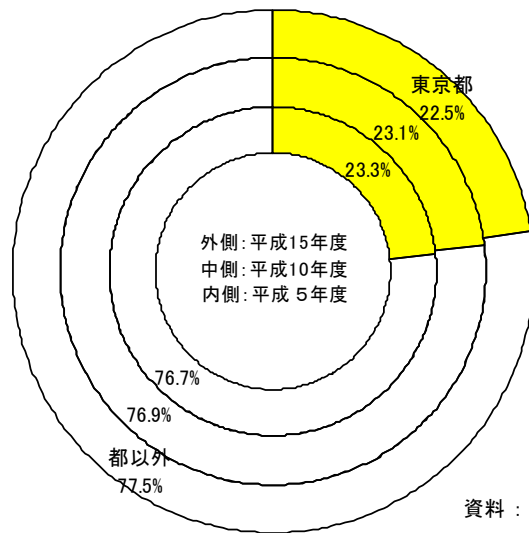
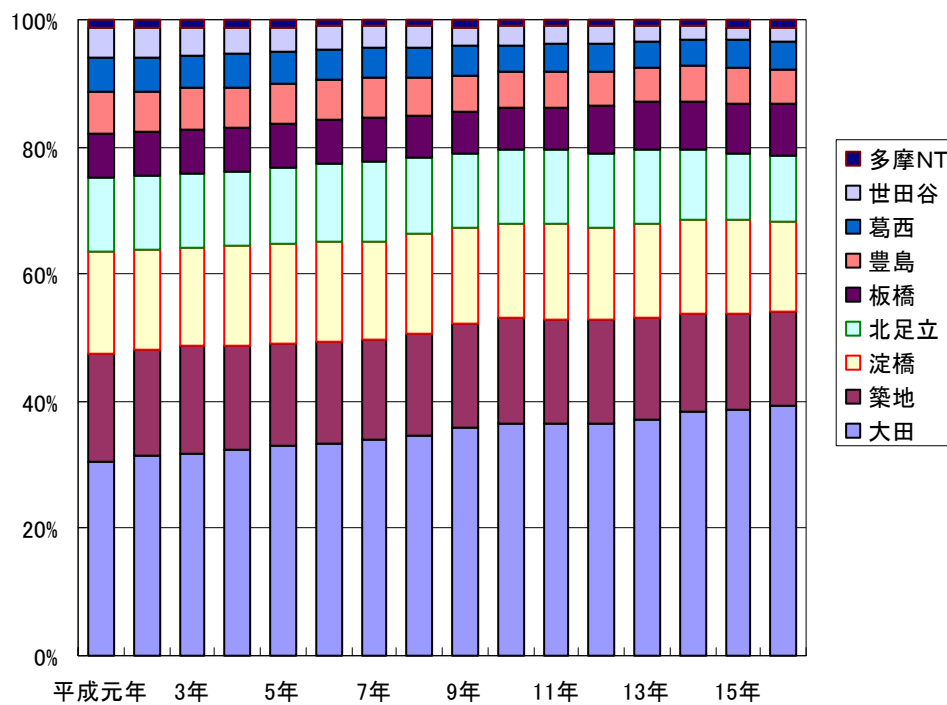


図7 全国中央卸売市場に対する東京都の取扱数量の占有率（青果）



資料：農林水産省 卸売市場データ集
東京都中央卸売市場資料

図8 市場別取扱数量の占有率の推移（青果）



資料：東京都中央卸売市場年報

図9 東京都中央卸売市場における取扱数量及び金額の推移（牛肉）

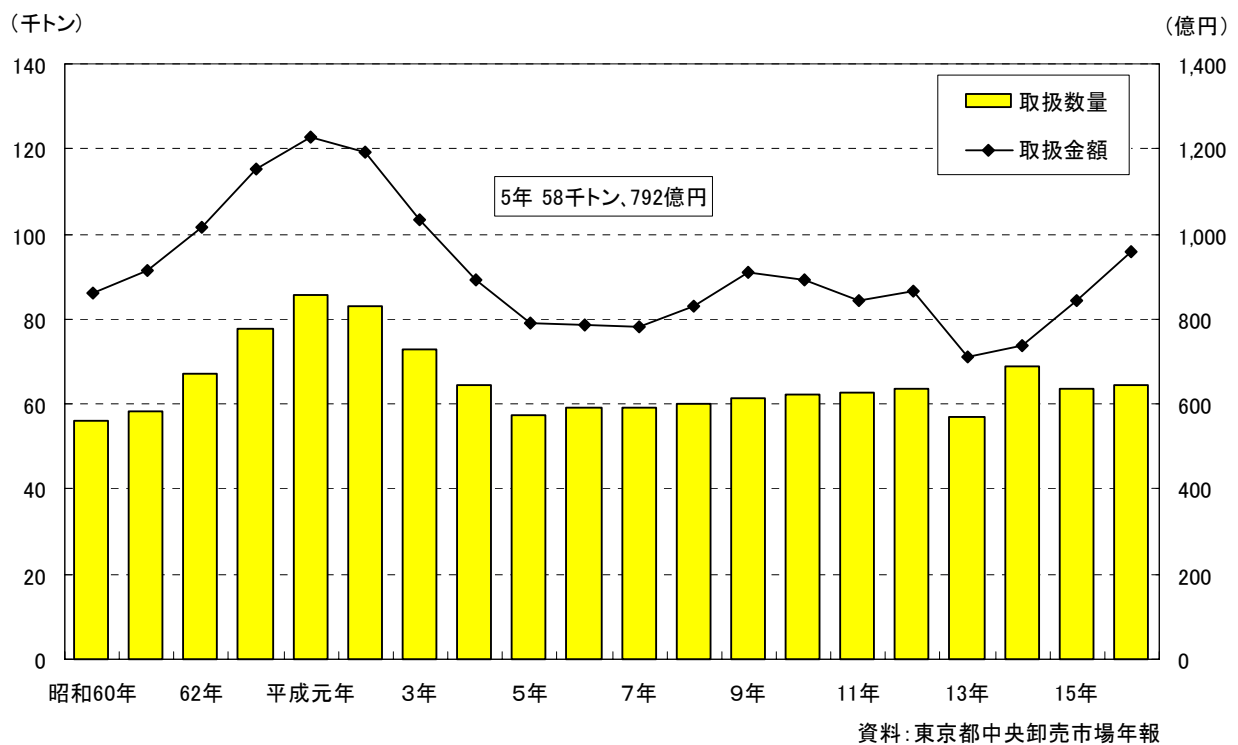


図10 東京都中央卸売市場における取扱数量及び金額の推移（豚肉）

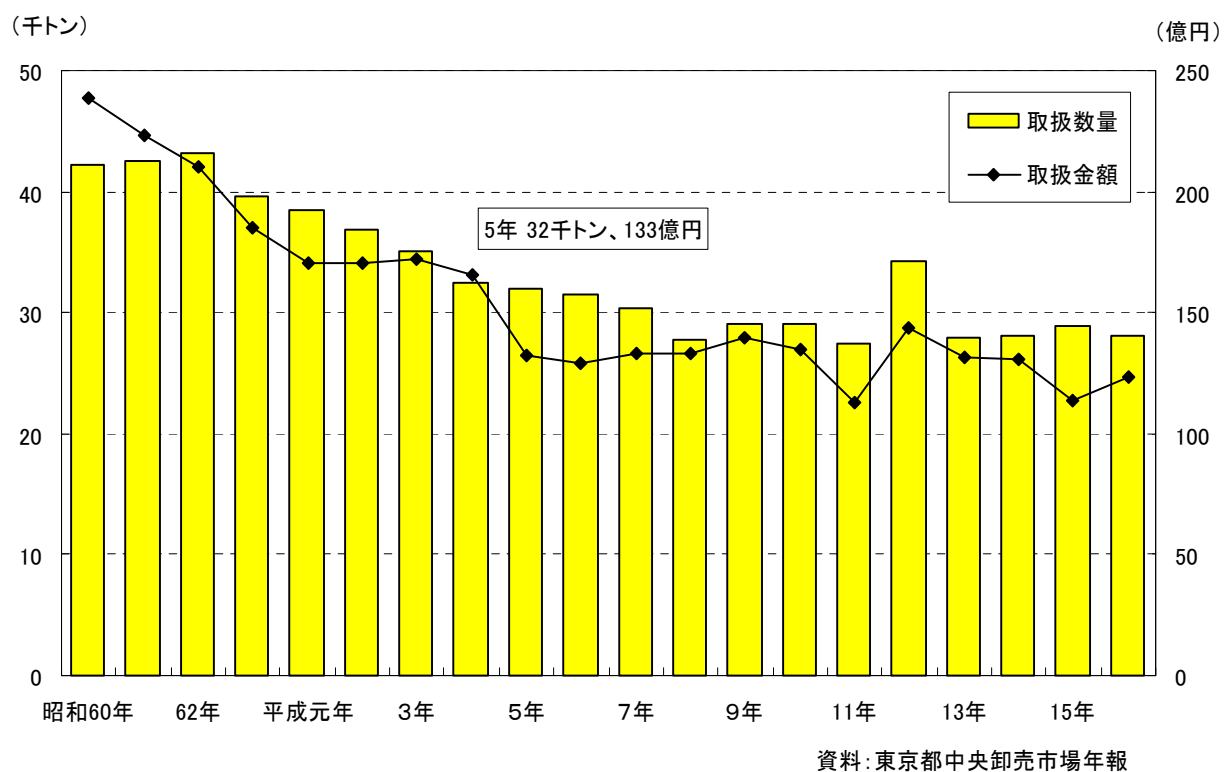


図 11 市場別取扱金額の推移（花き）

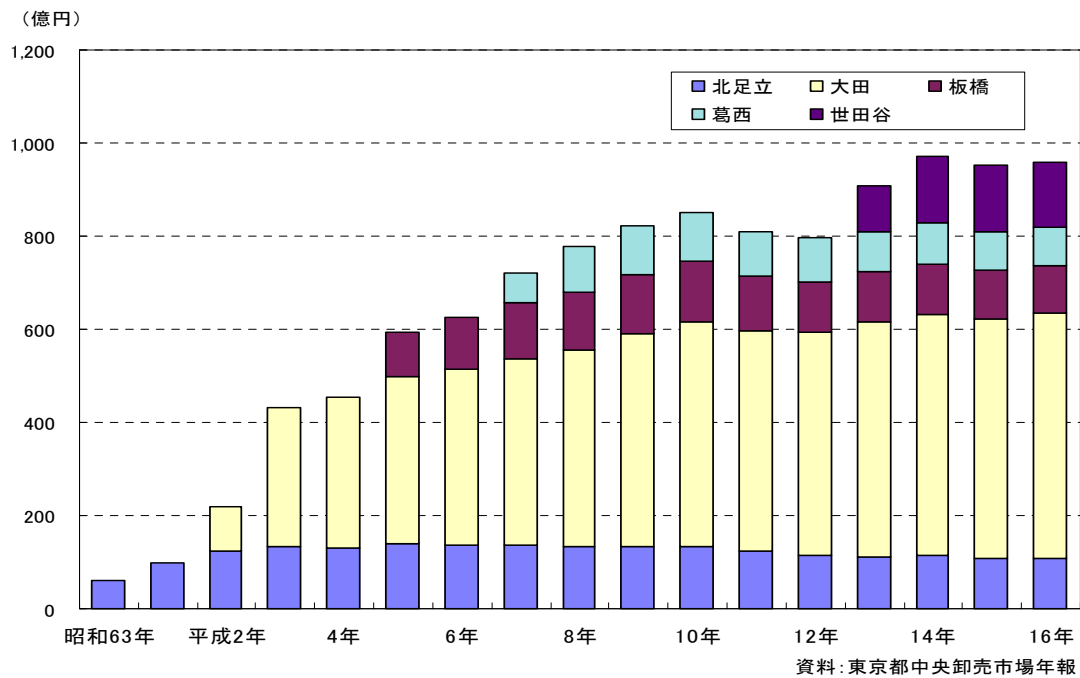


図 12 東京都の卸売市場における取扱金額の推移（花き）

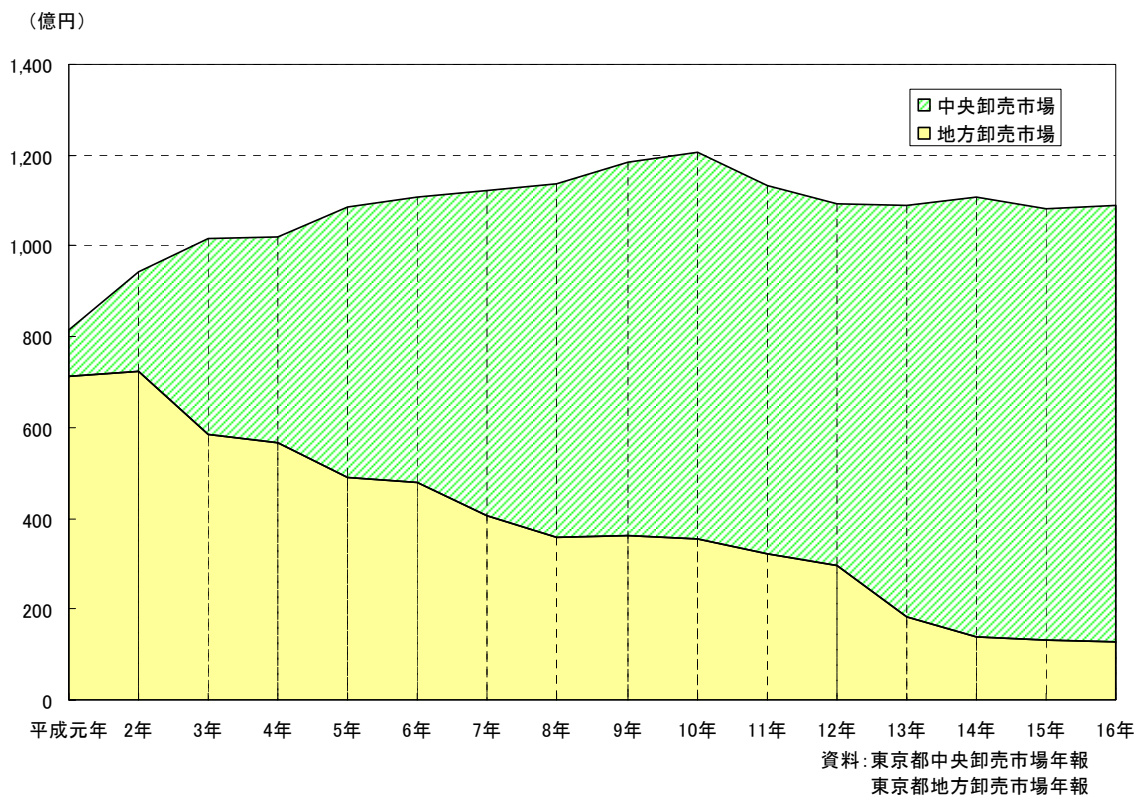


図 13 東京都の地方卸売市場における取扱数量・金額の推移（水産）

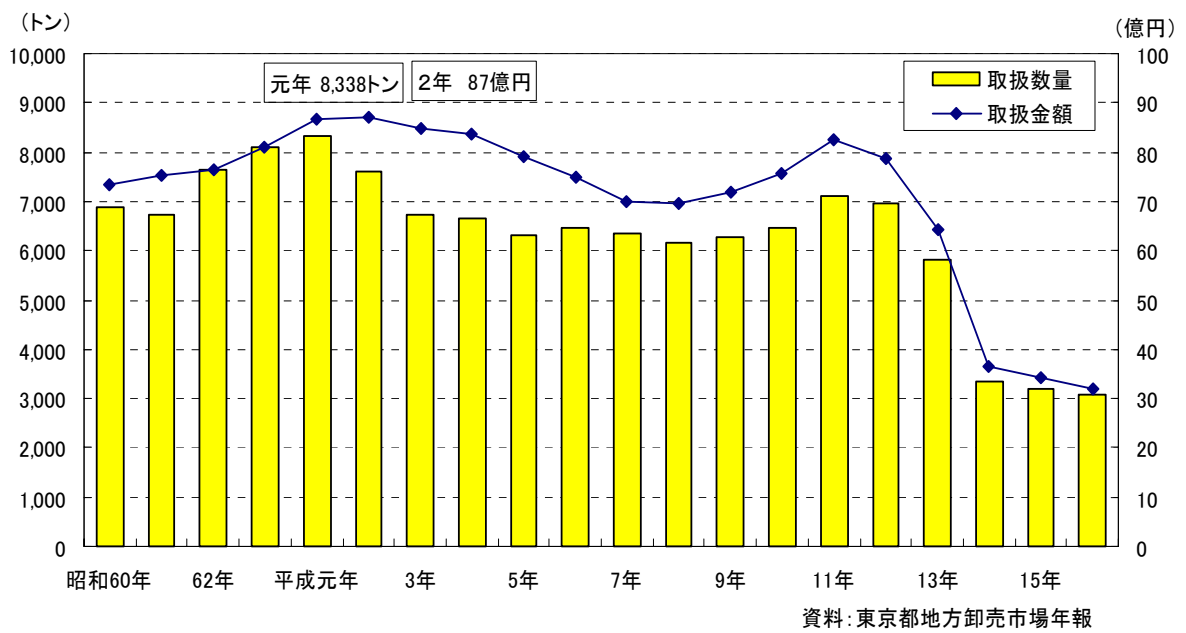


図 14 東京都の地方卸売市場における取扱数量・金額の推移（青果）

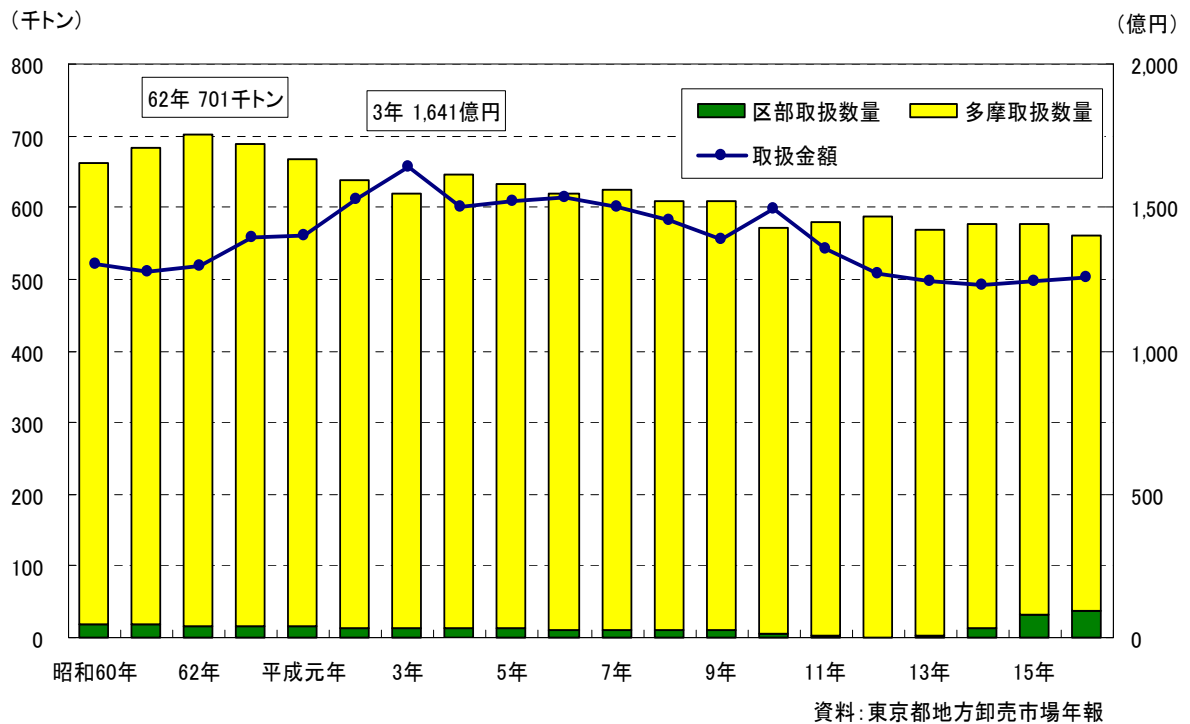


図 15 東京都の地方卸売市場における取扱金額の推移（花き）

