

# 市場関係者向け情報誌

クイズ①

平成31年1月5日

(答えは3ページへ)

クイズ②

昭和63年4月25日

(答えは5ページへ)

いちぼ通信

クイズ③

令和4年1月5日

(答えは9ページへ)

クイズ④

昭和41年12月19日

(答えは13ページへ)

「いちぼクイズ」にチャレンジしましょう！  
「今日は何の日？」

令和4年2月号



# 市場関係者の皆さまへ

市場関係者の皆さんのお役に立てる情報をまとめた情報誌を発行しました。第二弾となる本号では、「補助金の活用事例」として、水産及び花きの仲卸業者における取組みの取材、また、令和3年度新規事業である「経営アドバイザリー委託」の活動記録などを収録しています。お手すきの時に、ご一読いただくと大変うれしく思います。

事業部 経営支援担当



## 目次

- I 補助金活用事例の紹介等 … P 2**
- 「クラウドシステム構築による業務改善・顧客対応力強化事業」  
豊洲市場・水産仲卸・(株)佃熊
  - 「季節の行事に合わせたフェアの開催による販売力強化事業」  
葛西市場・花き仲卸・(株)フローレ21
  - 「経営の悩みを専門家に気軽に相談してみませんか？」  
～ 令和3年度新規事業「経営アドバイザリー」の取組内容 ～
- II 経営相談員から … P 9**
- 「卸売市場関係者が取り組めるSDGs」  
中小企業診断士・社会保険労務士 高橋美紀 先生
- III 経営セミナーの報告 … P 11**
- 「決算書の活用と企業経営について～決算書にはこんな情報が入っている～」  
令和3年11月29日実施
- IV 中央卸売市場経営計画（案）の策定 … P 13**
- V 経営支援メニューの紹介 … P 15**

# I 補助金活用事例の紹介等

中央卸売市場では、卸売市場を取り巻く環境が変化する中、独自に補助事業を創設し、皆さんの意欲的な取組みを後押ししています。

今年度は「中央卸売市場強靱化推進事業」により、コロナ禍の厳しい経営環境のもと、デジタル化等を通じた販売力強化や業務改革の取組等を補助金で支援（計79件）しています。

来年度も、予算要求中である「経営強靱化推進事業（仮称）」等により、皆さんの行動変革の取組みをサポートさせていただきます。

（市場独自の補助事業（変遷））

## 平成21年度～30年度 経営活性化支援事業

仲卸業者や売買参加者の団体・グループ等が行う、経営上の業務改善、販路拡大に向けた活動等の先駆的な取組を支援

## 平成31、令和2年度 中央卸売市場活性化支援事業

条例改正等を契機に、市場全体の活性化に取り組む市場業者の意欲ある取組を支援（令和2年5月 感染症の影響を乗り越えようとする取組を対象に拡充）

## 令和3年度 中央卸売市場強靱化推進事業

コロナ禍等、市場を取り巻く環境変化に即し、経営基盤強化に向けた行動変革の取組等を支援

## 令和4年度要求 中央卸売市場経営強靱化推進事業（仮称）

※ 制度詳細は検討中

## クラウドシステム構築による業務改善・顧客対応力強化事業

## ★ここがポイント！（→インタビューは次のページです！）

- クラウドシステムの構築による**受注情報等の一元管理**
- 自社の強みである、“納め力”等の強化による**顧客対応力の向上**
- 伝票事務や手入力作業の省力化による**業務時間の削減**と**労働環境の改善**

## 1 豊洲ブランドの確立に向けて

- ✓ 平成30年10月、築地から豊洲市場へ移転。しかし、市場の取扱高は減少傾向に。
- ✓ また、市場の特殊な労働環境は、特に若手人材から避けられる傾向がある等、市場業者を取巻く環境が厳しさを増している。
- ✓ 築地ブランドを受け継ぎ、豊洲ブランドを確立する道のりは決して平たんではないことを実感

## 2 環境変化を契機に自社の“強み”を鍛える

- 自社の業務を検証し、豊洲市場のインフラと自社のモバイル端末を活用したクラウドシステムを構築。受注情報等の一元管理により効率化
- 正確な受注情報の速やかな伝達により、自社の強みである、買い回りによる、豊洲ならではの“豊富な品揃え力”と“納め力”を強化し、顧客対応力を向上
- 転記するだけの伝票事務や、煩雑な手入力作業を省力化したことで業務時間を削減し、労働環境を大幅に改善

市場内を買い回り・仕入れデータ等を入力



仕入れ情報等を転送

クラウドサーバー・場内ネットワーク

担当者毎に仕入れ用の情報等を転送

事務所



随時情報共有・帳票自動出力

## 3 一致団結して

- 今後は、SNSを活用しながら、それぞれの顧客ニーズに合った提案型の営業を強化。目利き力や豊富な品揃えを通じて豊洲ブランドを訴求
- 時代に即した職場づくりを進め、次世代の担い手を確保・育成
- こうした取組を仲卸同士が一致団結して進めることが、厳しい環境の中、市場の活性化には重要

## 事業データ

交付対象事業費 3,099千円（補助金交付額1,549千円）  
事業期間 令和2年1月1日から3月31日

販路拡大

販売力強化

海外展開

衛生管理強化

デジタル化

人材育成等

ブランド強化

その他



代表取締役社長  
山田 健

昭和25年築地市場に山田熊之助が寿司ネタなどを扱う仲卸として創業。「佃の熊之助」という呼び名が屋号の由来という。昭和57年、二代目店主（敏之）が法人化、令和元年に三代目（健）が就任。

冷凍エビ・冷凍マグロを主力商品に据え、その他、顧客ニーズに合わせ、豊洲市場内の商品を提供している創立72年の老舗。

## INTERVIEW

### 事業を思いついたきっかけ

豊洲市場への移転に際し、私は、これまでの商流が変化すると考えていました。築地では、お客さまは待っていても来ましたが、豊洲ではそうはいかないだろうと予測しました。したがって、これからは“打ってでる攻めの営業”が必要なんだろうと思いました。

当社の主力商品は、冷凍のエビやマグロですが、豊洲市場内を買い回りしながら“品物を揃え”、“自社配送便などを使い”、お客様にお届けする“納め”が強みです。

そこで、この“納め業務”に時間と人員を割くことで差別化を図ろうと、業務を効率化するためシステム導入を決意しました。

### デジタルの良さを生かす

豊洲の場内にはWi-Fiが敷設されていますので、従来は手書きで作成していた買い回り時の伝票等を、タブレット端末等への入力に変えることで、情報の一元管理を実現しました。

具体的には、これまでは、日々バラバラにくる受注情報を、お客様毎や買い回り担当者毎に振り分け、買い回りをし、納品書をまたお客様ごとに作成し、請求書を作成し…これを照合し…と膨大な作業がありましたが、これをほぼ自動化しました。手作業による転記がなくなりデータも正確なので、買い回り先のミスにも気が付くようになり、信頼強化や金額間違い等によるロスの低減につながりました。

これからもSNS等のツールを活用して営業力を強化していく予定ですが、当社は、お客様との日々の何気ない会話やコミュニケーションを大切にしています。人と人との関係性をきちんとつくりながら、デジタルの良さを生かしたきめ細かなサービスにつなげていきたいと思っています。



モバイルを活用しながら買い回り

### 豊洲ブランドをみんなで作くり上げていく

先人たちが「築地ブランド」を作り上げたように、私たちが「豊洲ブランド」を作っていくためには、みんなが協力しながら、それぞれの強みを活かして取り組むことが重要な言うまでもありません。

そして、市場を続けていくには、“支えるヒト”が不可欠です。今の若者にとって、デジタルツールの活用は当たり前の世界です。時代に合った魅力ある職場をつくり、豊洲市場で働いてみたいと思う人が出てくるようにしなければなりません。

#### 取材後記

取材の中で、本事業はデジタル化による業務効率化や営業力強化の取組にとどまらず、市場の労働環境の改善までを目的とした取組であるということに気づかされた。システムを導入することは魅力ある職場づくりを行うためのひとつの手段であり、それが人材の確保や豊洲市場の未来へと繋がるということを感じた。



# 季節の行事に合わせたフェアの開催による販売力強化事業

## ★ここがポイント！ (→インタビューは次のページです！)

- 季節のイベントに合わせたフェアと産地訪問の実施
- フラワーディスプレイのデモンストレーション等による販売力強化
- 市場関係者と花屋等の交流機会と場の賑わいの創出

### 1 葛西市場 (花き) を元気にしたい

- ✓ 葛西市場の花きは、近年、買参人や買出人の来場者数も減少
- ✓ コロナ禍でイベントや冠婚葬祭に関わる需要が減少
- ✓ 厳しい状況の中、市場で働く人に活気を取り戻すとともに、産地を応援したい。

### 2 行事に合わせたフェアを開催して賑わいを創出

- 感染症対策を徹底した仲卸店舗で、ハロウィン、クリスマス、正月等、季節のイベントに合わせたフェアを実施 (23回) するとともに、卸会社と産地を訪問 (2回)
- 有名デザイナーによる、フラワーディスプレイのデモンストレーションや花束づくりのレクチャー等を実施 (13回) し、質疑応答等を通じて来場者等の販売力強化につなげた。
- フェアの場を、市場関係者と花屋等の交流機会とするとともに、本取組を、卸、関連事業者等にも協力してもらうことで、場全体の賑わいを創出



デザイナー (手前) と壁面装飾について意見交換をしている様子



産地の意向を汲み取った装飾 (軽井沢の地ビール缶を使った装飾)

### 3 本取組を契機に、業界全体の機運を醸成

- フェアを楽しみに来場する買出人も増え、「継続的な事業としてやって欲しい」、「大々的にやって欲しい」等の評価も多く、確かな手ごたえ
- フェアの企画や花材選定等を従業員や取引先の若手デザイナーに任せることで、モチベーションアップや自己啓発にも寄与
- こうした機運を維持しながら、市場関係者が一層連携して、葛西市場ならではの強みを生み出していくことが重要

#### 事業データ

交付対象事業費 2,310千円 (補助金交付額1,848千円)  
 事業期間 令和2年7月15日から令和3年3月26日

販路拡大

販売力強化

海外展開

衛生管理強化

デジタル化

人材育成等

ブランド強化

その他



代表取締役副社長  
小池 勝也

1985年前身である（株）フローレ設立。‘89年に現在のフローレ21となり、‘01年に世田谷市場に入場し仲卸業を始める。「花は人を幸せにできる」を理念に、お客様だけでなく、従業員や家族の豊かな生活を、花を通じて育てている。都内4つの花き中央市場にそれぞれ店舗を持つ。

## INTERVIEW

### 事業を思いついたきっかけ

葛西市場の花きは、都内の花き市場でも取扱量が少なく、年々、買参人等の来場者も減っています。そこに加えてコロナ禍で多くのイベントが中止になる等、停滞感を感じていました。

そこで、そうした停滞感を打破して、従業員のモチベーションや市場全体を盛り上げることができないかと考え、生産者と花屋のそれぞれの思いやニーズに触れる機会が多い仲卸ならではの強みを活かして、季節の行事とリンクさせたフェアを思いつきました。

### 事業を進める上で、工夫や苦勞した点

毎週金曜日にフェアを開催しましたが、花材の選定やコンセプトづくりは、従業員の主体性に任せて、力を発揮してもらいました。また、飾りつけ等は、取引先の若手デザイナーにも積極的に手伝ってもらいました。来場する花屋の中には、最近の技術や花の見せ方等、実は聞きたくても今さら聞けない方もいらっしゃいます。逆に若手は、自分の技術を披露したいわけですから、フェアの場が貴重な交流の場になりました。



若手デザイナーとの交流

また、著名なデザイナーをお呼びしてフラワーディスプレイのデモ等を行い、来場者等との質疑応答の機会も設けました。

今回は、感染症の影響で、生産者をお呼びすることはできませんでしたが、卸会社であるフラワーポートと一緒に産地訪問をして意見交換をしたり、飾りつけの花器等の資材は場内の関連事業者から提供を受けるなど、取組が市場全体の賑わいにつながるように工夫しました。

### これからの課題

フェアの評判は上々で、「フェアに参加して、意欲を掻き立てられた。」「もっと大々的にやってもらいたい。」「自分のデモやディスプレイに参加してみたい。」等の声をいただきました。



しかし、何よりも、皆さんに喜んでもらい、従業員のモチベーションアップや自己啓発につながったことが良かったと思います。今の厳しい状況を乗り越えて行くのは、そこで働く人のマインドの変化が重要だと思っています。当社は、お客様や従業員に喜んでいただくことが自社のビジネスにつながると考えて取り組んでいます。今後も、そうした理念を大切にして、葛西市場の魅力向上に努めたいと思います。

小池取締役からは、フェアの様子や会社の理念を熱く(!)ご説明いただきました。

#### 取材後記

取材を通じて、「葛西市場全体を盛り上げていきたい」という熱い思いが形になった事業であるということを感じた。新しい取組を行うことは決して簡単なことではないが、葛西市場の魅力を高めていくために、時間と手間を惜しまずに取り組んだ、思いの込められた事業であった。

# 経営の悩みを 専門家に気軽に相談してみませんか？

～令和3年度新規事業「**経営アドバイザー**」の取組内容～

本年度から、公認会計士等、経営の専門家が各場に定期的に訪問をし、経営者の皆さまの**よろず相談**に対応する経営アドバイザー委託を実施しています。

相談は無料、相談内容は勿論秘密厳守です。



※ 相談はオンラインでもできます。

## ～ 令和3年度相談実績・内容 ～

訪問回数 44回

相談件数 99件

※ 都内全11市場における延数（1月末時点）



補助金を活用して業務のデジタル化を進めたいが、良いアイデアやSNSを活用したマーケティング手法など、最近のトレンドを知りたい。

補助金の申請に当たって、事業計画書に何を書いたら良いかわからない。作成上のポイントを教えて欲しい。

社員と一緒に頑張ってコロナ禍を乗り越えて行きたいが、社員が元気になる・やる気になる、伝え方などについて、専門的な助言を受けたい。



### <利用者からの声>

「**第三者の意見が聞けて参考**になる。こうした機会があるのは良い。もっと気軽に相談できると尚良い。」 「**補助事業の内容を直接説明し事前にすり合わせ**ができるので良い。」 「国の補助金等についても紹介して欲しい」 など





補助事業を活用した業務改善等の状況について、聞き取り訪問を実施しました。

教えてください！

※取得価格が50万円以上の財産がある事業等を中心に実施

## ～ 主な聞き取り案件 ～

販売管理システム導入による業務効率化等

花き仲卸 他

「これまでの手作業が大幅に省力化されて働き方改革になった。」、「リモートで事務作業や営業ができるため、濃厚接触者となり出勤できない場合でも、業務を止めることなくできて良かった。」、「転記ミスがなくなり、取引先からの信用につながった。」 など

業界団体等が実施する感染症対策事業

市場協会 他

「セリ場に自動検温装置を設置し入場管理を徹底したことで、セリ参加者が安心感を持って通常どおりのセリができた。」、「コロナ対策に業界で取り組んだことで組合員の衛生管理に対する意識が格段に高まった。」 など

ICTを活用した情報発信・ブランド力強化

水産仲卸 他

「プロによる映える写真をSNSにアップしたところ、フォロワー数が増加する等、宣伝効果が上がった。」、「ブランドづくりには時間がかかるが、取り組む続けることで、“時代に合わせて変わろうとする仲卸”として前向きな印象を与え、顧客開拓にもつながっている。」 など

### 【ご注意ください！】 財産処分について

取得価格が50万円以上の財産について、取得後、耐用年数（最長10年）を過ぎる前に廃棄や売却等を行う場合は、事前に届出が必要になり、補助金返還の対象となります。該当がある場合は、東京都事務室にご連絡ください。

# 卸売市場関係者が取り組めるSDGs

## 1. 「SDGs」とは？

最近よく耳にする「SDGs」。言葉は知っていても、どんな意味なのかよくわからない、という方もいらっしゃるのではないのでしょうか。

SDGs（＝Sustainable Development Goals）とは、2015年の国連サミットで採択された、**持続可能でよりよい社会の実現を目指す2030年までの国際目標**です。以下のような17のゴール（目標）と、169のターゲットで構成されています。



### 【17のゴール（目標）】




- |   |   |
|---|---|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1 貧困をなくそう</li> <li>2 飢餓をゼロに</li> <li>3 すべての人に健康と福祉を</li> <li>4 質の高い教育をみんなに</li> <li>5 ジェンダー平等を実現しよう</li> <li>6 安全な水とトイレを世界中に</li> <li>7 エネルギーをみんなに、そしてクリーンに</li> <li>8 働きがいも経済成長も</li> <li>9 産業と技術革新の基盤をつくろう</li> <li>10 人や国の不平等をなくそう</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>11 住み続けられるまちづくりを</li> <li>12 つくる責任、つかう責任</li> <li>13 気候変動に具体的な対策を</li> <li>14 海の豊かさを守ろう</li> <li>15 陸の豊かさも守ろう</li> <li>16 平和と公正をすべての人に</li> <li>17 パートナリーシップで目標を達成しよう</li> </ol> |
|---|---|

世界は、貧困や差別、自然環境破壊など、さまざまな問題に直面しています。これらを解決するためには、国や自治体、企業及び各種団体、さらには個人に至るまで、協力しあうことが大事とされています。

## 2. 卸売市場とどんな関係が？

「概念はわかるけれど、テーマが壮大すぎる！」と戸惑われた方。実は、市場と大いに関係があるのです。改めて、17の目標をご覧ください。そして、今、御社や市場全体で取り組んでいることに当てはめてください。それらは、SDGsの以下の目標に対応していると考えることができるのではないのでしょうか。

### 【卸売市場とSDGsの対応例（イメージ）】

- ・卸売市場には、生鮮食料品などを安定的に供給する使命がある  
⇒「2 飢餓をゼロに」
  - ・当社では、誰もが働きやすい環境づくりを目指している  
⇒「8 働きがいも経済成長も」
  - ・当社では、食品ロスや廃棄物を減らすよう努力している  
⇒「12 つくる責任、つかう責任」
- など

### ～具体的な取組例「水産エコラベル」～

「水産エコラベル」とは、水産資源の持続的利用や環境に配慮した漁業・養殖業で生産された水産物を認証する仕組みのことです。

基準を満たした商品にはラベルを表示することで、消費者は環境に配慮された水産物を選べるようになります。水産エコラベルは、SDGsの「目標12 つくる責任、つかう責任」や「目標14 海の豊かさを守ろう」の達成に貢献するツールと言えます。

最近、スーパーなどでも、よく見かけるようになりました。水産エコラベルの取組は、SDGsへの貢献だけでなく、自社ビジネスの強みにもつながります。

【日本発の水産エコラベル】



マリン・エコラベル・ジャパン（MEL：メル）  
一般社団法人 マリン・エコラベル・ジャパン協議会

## 3. 今までより、少しだけSDGsを意識して

このように、卸売市場で働く皆さんの取組はSDGsに直結しています。これからは、これまでの取組に、少しだけSDGsを関連づけるよう意識してみてください。そして、社員みんなで共有したり、外部に発信したりして、仲間や理解者を増やしてください。SDGsの目指すところである持続可能な社会は、こうした一つひとつの積み重ねにより実現されるものです。そして、SDGsへの貢献は、そのまま卸売市場の存在価値の高まりにもつながるのです。

# Ⅲ 経営セミナーの報告

本年度から企画・開催している「東京都主催経営セミナー」の第2回を令和3年11月29日（月）に開催しました。今回も、どこからでも気軽に参加できるよう、オンライン方式にて行いました。

今回のテーマは、「決算書の活用」でした。水産仲卸の方を中心に、青果・食肉・花きの卸・仲卸・団体の各業種の皆様にご参加いただきました。



## クイズの解説



### クイズ①

平成31年1月5日って何の日？



豊洲市場でまぐろの初競りが行われ、これまでの最高値の3億3,360万円で落札されたよ！青森県大間漁港に水揚げされたまぐろなんだって。重さは278kgで、1kgに換算すると120万円にもなるよ！

### クイズ③

令和4年1月5日って何の日？



大田市場でサクラambo「佐藤錦」の初競りが行われ、これまでの最高値を更新する120万円で落札されたよ！重さは、きり箱入り500グラム（2L、68粒）だから、1粒が約17,000円だっ

今日は  
何の日？

### クイズ②

昭和63年4月25日って何の日？

北足立市場が東京都中央卸売市場としては初の花き部として開場したよ！花き部では、唯一「手せり」を採用し、せり人の威勢の良い声が響いているよ！



北足立市場

### クイズ④

昭和41年12月19日って何の日？

中央卸売市場法に基づく「食肉市場」が開設され、せりによる公正・明朗な取引が行われるようになったよ！安全・安心・高品質なお肉が食べられるよ！



食肉市場お肉の情報館  
(食肉市場センタービル6階)



## 決算書の活用と企業経営について ～決算書にはこんな情報が入っている～



講師は、東京都中央卸売市場の経営相談員でもある公認会計士の大久保達弥先生です。

### 決算書とはどのような書類なのか

今回のセミナーは自社の経営状況を数字で把握してみたい方向けに行われました。

最初に、決算書にはどのような書類があり、どのような内容が書かれているのか、ご説明がありました。

#### 会社法で指す決算書

- ① 貸借対照表
- ② 損益計算書
- ③ 株主資本等変動計算書
- ④ 個別注記表

毎年税理士さんに作成してもらっているけれど、具体的にどのようなことが書かれているのか知らなかった。という方は、参考になったと思います。

### <参加者の声>

- 内容が簡潔明瞭で良かった
- 初心者向けでわかりやすかった
- 経営セミナーをシリーズ化して欲しいなど

### お知らせ

今回の内容を  
YouTubeで配信中です！

当日参加できなかった、  
あらためて内容を確認したい方など  
ぜひご覧ください。



自社の決算書をお手元に  
用意してご視聴ください。  
見比べながら視聴すると  
理解度が大幅にアップします！

### 決算書を経営に活かすには

何が書かれているのか分かったけれど、**経営にどうやって活用していけばいいのかわからない**という方向けに、決算書から計算できるいくつかの「経営指標」を紹介していただきました。

1. 売上総利益率
2. 流動比率
3. 手元流動性比率
4. 売掛債権回転日数
5. 買掛債務回転日数



経営指標の活用方法は、①標準的な数値を把握し、②定期的に変化がないか確認し、③変化があったら要因を考えて今後の経営に反映、とのこと。

①の例として、**東京都中央卸売市場の仲卸業者の平均値**が紹介されましたが、「企業ごとに事業内容が異なるため、あくまで、自社の決算の特徴をつかむきっかけに」とのアドバイスがありました。

また、③の例として、売上高が上がったが、売上総利益率（粗利益率）が下がった場合の対応策で

- ・新規顧客との取引条件の見直し
- ・既存販路の値上げ検討

といった例を示して頂きました。

その後、質疑応答ののち、1時間のセミナーが終了しました。

**来年度もセミナーを開催します。  
取り上げてほしいテーマも募集中です！**

# Ⅳ 中央卸売市場経営計画（案）の策定



東京都では、令和4年度から5年間で都が取り組む施策と財政計画を示す「東京都中央卸売市場経営計画（案）」を、取りまとめました。

中央卸売市場は、都民の消費生活を支える基幹的なインフラであり、市場業者の皆さまとともに、その機能を将来にわたって維持していくことが大切です。

コロナ禍の影響で、非接触・非対面のニーズが高まるなど流通環境等は変化し、今後も市場を取り巻く環境は変わっていきます。

そのような中でも、しっかりと役割を果たし、更なる活性化を図っていくためには、市場自身も変わっていかなければなりません。それには、市場業者の皆さまの協力が不可欠です。

引き続き、都は、専門家派遣や補助事業等により、経営改善や意欲的な取組をしっかりと支援していくことなどを通じて、様々な環境の変化にも対応できる卸売市場を、市場業者の皆さまとともに創り上げていきます。

## 経営計画（案）の概要

- 計画期間：5年間（令和4(2022)年度～令和8(2026)年度）
- 市場を経営する都の立場を捉え直し、“開設者” “施設管理者” “市場会計の管理者”として、それぞれの立場に沿った取組を着実に推進することで、将来にわたって持続可能な市場経営の実現に向けて取り組んでいく。

# 本計画（案）の体系

（東京都中央卸売市場経営指針）

## 〈目指すべきゴール〉

中央卸売市場が、その使命を踏まえ、持てる機能を十全に発揮することで、都民生活の幸せを実現する。

## 【2040年代の中央卸売市場の姿】

- ・中核機能の強化による市場の強靱化
- ・最先端技術等による高付加価値なサービスの提供
- ・多様な社会的役割の発揮

## 【持続可能な市場経営の実現】

- ・徹底した内部努力等により、強固で弾力的な財務基盤を確立し、これに裏打ちされた将来にわたり持続可能な市場経営を実現する。

## 市場経営の基本的な考え方（都の3つの立場）

### 〈開設者〉

- ・中央卸売市場全体の機能の最適化
- ・各市場の機能強化

### 〈施設管理者〉

市場施設の計画的な維持更新

### 〈市場会計の管理者〉

強固で弾力的な財務基盤の確保

## 市場の活性化に向けた取組

生鮮品等流通の基幹的インフラとしての機能の強靱化

市場取引の活性化に向けた取組の強化

市場事業のサステナブル化

## 財政見通し

長期収支

財政収支計画

## ■ 市場経営の基本的な考え方と今後の進め方

- ・開設者：取扱品目ごとに各市場に期待する役割と機能強化の方向性を明示
- ・施設管理者：アセットマネジメント手法の展開により、長期的な視点に立った計画的な維持更新を実施
- ・市場会計の管理者：  
：持続可能な市場経営に必要な資金の確保と経常黒字の水準を目指す

## ■ 市場の活性化に向けた取組

- ・機能の強靱化：市場流通に対する信頼性の更なる向上  
サプライチェーンにおける結びつきの強化  
市場業者の経営基盤の強化
- ・取引の活性化：商流と物流の高度化・効率化、多様な消費者ニーズへの対応
- ・サステナブル化：  
：環境問題への取組、地域社会との共生  
働き方改革・ダイバーシティの推進



# Ⅳ 経営支援メニューの紹介（市場独自）

## 強靱化 推進事業

これまでの「活性化支援事業」を見直し、新たにスタートした補助事業です！強い市場づくりのため、市場全体を牽引する取組に留まらず、個々の皆様が環境変化に対応するための様々な取組を応援します。

※今年度分は受付終了

## みんなのICHIBA づくり応援事業

地域に親しまれ、社会に貢献するICHIBAづくりを応援するための補助事業です。地域に貢献する取組や社会に貢献する取組など、市場業者の方々が行う公益性の高い取組を応援します。

## 経営相談

ご自身の経営に関することについて、公認会計士や中小企業診断士、HACCPの専門家等、各分野の専門家へ無料で相談できる制度です。相談はお勤めの市場内で行え、何度でも利用可能です。相談内容はもちろん秘密厳守します。

## 経営 アドバイザー

公認会計士等、経営の専門家が各場に定期的に訪問し、経営者の皆さまの相談に対応します。強靱化推進事業の事業内容だけでなく、経営課題に対するよろず相談も可能です。相談内容はもちろん秘密厳守します。

## 業界団体向け 講師派遣

業界団体で主催するセミナー（研修会・相談会）等について、講師料の一部を都が助成することができます。組合員向けセミナー等を実施する際、是非ご活用ください。

## 経営 セミナー

市場関係者の皆さま向けに、経営に役立つ情報をお届けするため、専門家による経営セミナーをオンラインも活用しながら実施します。希望者にはセミナー後に個別相談の機会を設ける等、より身近なものになるようなセミナーを目指しています。



# 支援メニューの活用状況等

## 「経営相談事業」では、

市場業務に精通した専門家（公認会計士、中小企業診断士、弁護士、社会保険労務士、食品衛生コンサルタント）が、皆さまの、資金繰りや新しいビジネス展開、品質衛生管理などの様々なお悩みや不安の解消にお役に立てるよう努めています。（**無料で何度でも利用できます。**）

～ このような相談が寄せられています（活用事例）～

### 【新規顧客開拓】

特定顧客への売上依存度が高いため、新規顧客開拓をしたい。営業面のアドバイスが欲しい。

### 【資金繰り】

資金繰りが厳しいため、財務健全化に向けた経営分析とアドバイスが欲しい。

### 【衛生管理】

HACCPに対応した第三者認証を取得したい。自社の取組みについて改善点を教えて欲しい。

### 【組織運営】

会社の経営を引き継いだが、組織運営に関して助言が欲しい。

### 【働き方改革】

社内の働き方改革を進めたい。労務管理について、専門家の立場からアドバイスして欲しい。

### 【事業承継】

高齢で事業承継を考えている。事業承継に当たっての課題等を教えて欲しい。

## 「講師派遣事業」を御存じですか？

- 「業界団体」が主催する、「セミナー」や「研修会」等に対し、「都が講師を派遣（謝礼金を負担）する」事業です。
- 非常に使い勝手の良い支援メニューです。

業界で専門家を呼んで研修会等を行う際には、是非活用してください。



「水産資源や海洋環境に関するワークショップ」（豊洲：東京魚市場卸協同組合主催）に本事業を活用

# 国・事業復活支援金

感染症により、大きな影響を受けた中小法人、個人事業者に対して、事業規模に応じた給付金を支給する **国の事業復活支援金** のご案内です。

申請期間（オンライン申請 ※オンライン申請が困難な方はサポート会場あり）

2022年1月31日（月）～5月31日（火）

## 給付対象者

- 感染症の影響を受けた中小法人・個人事業者
- 2021年11月～22年3月のいずれかの月（**対象月**）の売上高が、2018年11月～21年3月の間の任意の同じ月（**基準月**）の売上高と比較して**50%以上**又は**30%以上50%未満減少**した事業者

注意：計算に当たっては、感染症対策として国又は地方公共団体による支援施策による給付金等は、各月の事業収入から除く。  
ただし、対象月中に地方公共団体による時短要請等に応じており、それに伴う協力金等を受給する場合は、対象月の事業収入に加える。

## 給付額

= 基準期間※の売上高 - 対象月の売上高 × 5カ月

（中小法人等 最大250万円  
個人事業者等 最大50万円）

※基準月を含む『2018年11月～19年3月の5カ月』、『2019年11月～20年3月の5カ月』、『2020年11月～21年3月の5カ月』のいずれか

### （事業規模別 給付上限額）

売上減少率	個人	法人		
		年間売上高※ 1億円以下	年間売上高※ 1億円超から5億円以下	年間売上高※ 5億円超
▲50%以上	50万円	100万円	150万円	250万円
▲30%以上 ▲50%未満	30万円	60万円	90万円	150万円

# 申請方法 (大まかな流れ (詳細はホームページ (下記QRコード) 参照))

## (申請パターンA)

一次支援金又は月次支援金を既に受給した者

→ マイページから申請

## (申請パターンB)

一次支援金等を受給しておらず、登録確認機関※<sub>1</sub>と継続支援関係※<sub>2</sub>にある者

→ ①ホームページで申請IDを取得、②電話等で登録確認機関に簡略化された事前確認を受ける、③マイページから申請

## (申請パターンC)

一次支援金等を受給しておらず、登録確認機関※<sub>1</sub>と継続支援関係※<sub>2</sub>がない者

→ ①ホームページで申請IDを取得し、登録確認機関を探す、②テレビ会議や対面で、登録確認機関の事前確認を受ける、③マイページから申請

※<sub>1</sub> 登録確認機関：事業を実施しているか等、申請要件を事前に確認する機関 (税理士等の士業や商工会等の団体、金融機関 等)  
※<sub>2</sub> 継続支援関係：所属する団体や、顧問税理士、事業性融資を受けている金融機関など、継続的な支援関係にある場合

### 《申請書類》

- ① 履歴事項全部証明書 (法人) または 本人確認書類 (個人)
- ② 收受日付印のある2019年度、20年度及び基準期間を含む 確定申告書類の控え
- ③ 対象月の 売上台帳等
- ④ 振込先の 通帳
- ⑤ 代表者等が自署した 宣誓・同意書
- ⑥ 基準月の 売上台帳等
- ⑦ 基準月の売上に係る1取引分の 請求書または領収書等
- ⑧ 基準月の売上に係る 通帳等

申請パターン  
A～C  
(ただしパターンAは、  
申請の際に  
過去受給時の情報を  
活用可)

申請パターンC

### 《保存書類》 ※7年保存。申請時の添付は不要だが、後日提出を求められる場合がある 《

- 帳簿書類 (売上台帳、経費台帳、請求書、領収書など) 及び 通帳

### 相談窓口

電話番号のお掛け間違いが発生しております。お問い合わせの際は、電話番号をよくお確かめのうえ、お掛け間違いのないようお願い申し上げます。

**0120-789-140**

(携帯電話からもつながります)

※お電話は大変混み合うことが予想されますので、ホームページもご活用ください。

IP電話専用回線 **03-6834-7593** 受付時間 **8:30-19:00** (土日・祝日含む全日)

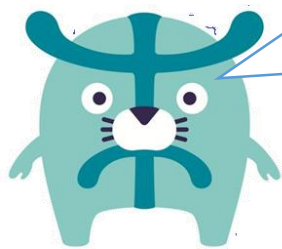
### ホームページ



事業復活支援金 検索

<https://jigyou-fukkatsu.go.jp/>

# 新型コロナウイルス等の感染防止について



市場で働く自分たちが、しっかりと衛生管理をして、感染症対策を心掛けることが大切です！

業界団体等が行う自主検査等の取組や、感染症対策については、強靱化推進事業をご活用いただける場合があります。東京都事務室にご相談ください。



## 感染症対策 へのご協力をお願いします

新型コロナウイルスを含む感染症対策の基本は、「手洗い」や「マスクの着用を含む咳エチケット」です。

### ① 手洗い

### 正しい手の洗い方

手洗いの前に  
・爪は短く切っておきましょう  
・時計や指輪は外しておきましょう



流水でよく手をぬらした後、石けんをつけ、手のひらをよくこすります。



手の甲をのぼすようにこすります。



指先・爪の間を念入りにこすります。



指の間を洗います。



親指と手のひらをねじり洗いします。



手首も忘れずに洗います。

石けんで洗い終わったら、十分に水で流し、清潔なタオルやペーパータオルでよく拭き取って乾かします。

### ② 咳エチケット

### 3つの咳エチケット

電車や職場、学校など人が集まるところでやろう



何もせずに咳やくしゃみをする

咳やくしゃみを手でおさえる



マスクを着用する（口・鼻を覆う）

ティッシュ・ハンカチで口・鼻を覆う

袖で口・鼻を覆う

### 正しいマスクの着用



1 鼻と口の両方を確実に覆う



2 ゴムひもを耳にかける



3 隙間がないよう鼻まで覆う

首相官邸  
Prime Minister's Office of Japan

厚生労働省  
Ministry of Health, Labour and Welfare

厚労省 検索

