

卸売市場法に基づく第 10 次卸売市場整備基本方針の策定について（報告）

平成 27 年 3 月
食料産業局食品製造卸売課

1. 卸売市場法に基づく卸売市場整備基本方針

卸売市場法は、卸売市場の整備を計画的に促進するための措置、卸売市場の開設及び卸売市場における卸売その他の取引に関する規制等について定めて、卸売市場の整備を促進し、及びその適正かつ健全な運営を確保することにより、生鮮食料品等の取引の適正化とその生産及び流通の円滑化を図り、もって国民生活の安定に資することを目的として、制定された法律である。

農林水産大臣は、同法第 4 条第 1 項及び同法施行令第 3 条に基づき、卸売市場の整備・運営の基本となる卸売市場整備基本方針（以下「基本方針」という。）をおおむね 5 年ごとに定めなければならないとされており、これまで 9 度にわたり基本方針が策定されてきたところである。

現行の基本方針（平成 22 年 10 月 26 日に策定）については、その策定から本年 10 月で 5 年が経過することから、秋までには次期の第 10 次基本方針を策定することとする。

また、これに先立ち、昨年 7 月に有識者で構成される「卸売市場流通の再構築に関する検討会」を農林水産省食料産業局に設置し、今後の卸売市場施策や関係者の取組の方向性等について議論を行ってきたところであり、3 月 5 日に報告書として提言が取りまとめられたところである。

2. 第 10 次基本方針の策定に向けた大まかなスケジュール

平成 27 年 3 月 5 日 有識者会議「卸売市場流通の再構築に関する検討会」が報告書を取りまとめ

7 月～ 8 月 食料・農業・農村政策審議会（食料産業部会）委員からの意見聴取

8 月～ 9 月 同審議会（食料産業部会）に第 10 次基本方針（案）を諮問

第 10 次基本方針の策定（官報掲載）

「卸売市場流通の再構築に関する検討会」開催要領

第1 趣旨

卸売市場の整備・運営の基本となる方針である卸売市場整備基本方針については、卸売市場法（昭和46年法律第35号）第4条に基づき、農林水産大臣がおおむね5年ごとに定めることとされているが、現行の第9次基本方針の期間が平成27年度までとなっており、同年度中に新たに第10次基本方針を策定する必要がある。

この第10次基本方針の策定に先立ち、国民へ安定的かつ効率的に生鮮食料品等を供給する使命を有している卸売市場について、近年の卸売市場に対するニーズや社会的要請等の状況変化を踏まえ、今後期待される役割や機能、施策のあり方等卸売市場流通の再構築に向けた将来方向について幅広い観点から総合的な検討を行うため、有識者から成る「卸売市場流通の再構築に関する検討会」（以下「検討会」という。）を開催する。

第2 構成

- 1 検討会は、別紙に掲げる委員により構成する。なお、委員の出席が困難な場合は、代理出席を認めることができるものとする。
- 2 検討会は、必要に応じ、関係者の出席を求め、説明及び意見の聴取を行うことができる。

第3 座長

- 1 検討会には、座長及び座長代理を置く。
- 2 座長は、委員の互選により選任し、座長代理は、検討会の承認を得て、委員の中から座長が指名することができる。
- 3 座長は、検討会の議事を運営する。
- 4 座長代理は、座長を補佐するとともに、座長が不在の場合には、その職務を代理する。

第4 運営

- 1 検討会の会合は、公開とする。ただし、検討会の運営に著しい支障があると認められる場合には、座長は、検討会に諮って、会合を非公開とすることができる。
- 2 検討会の配布資料は、検討会終了後、農林水産省のホームページにより公表する。
- 3 検討会の議事概要は、検討会終了後、委員の了承を得た上で、農林水産省のホームページにより公表する。

第5 事務局

検討会に関する庶務は、食料産業局食品製造卸売課において行う。

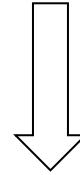
「卸売市場流通の再構築に関する検討会」
委員名簿

いそむら 磯村	のぶお 信夫	一般社団法人日本花き卸売市場協会 会長
いとう 伊藤	じゅんいち 淳一	全国水産物卸組合連合会 会長
いとう 伊藤	ひろやす 裕康	一般社団法人全国水産卸協会 会長
えんどう 遠藤	きしお 喜志雄	全国魚卸売市場連合会 会長
かわだ 川田	かずみつ 一光	一般社団法人全国中央市場青果卸売協会 会長
かわの 川野	ゆきお 幸夫	株式会社ヤオコー 代表取締役会長
くらさき 倉崎	としお 利雄	一般社団法人全国青果卸売市場協会 会長
こんどう 近藤	えいいちろう 栄一郎	全国青果物商業協同組合連合会 副会長
こんどう 近藤	かずみ 一海	農事組合法人ながさき南部生産組合 会長理事
きとう 佐藤	せつお 節夫	公益社団法人日本食肉市場卸売協会 会長
ながい 永井	よしかず 良和	全国水産物商業協同組合連合会 会長
のざき 野崎	かずみ 和美	全国農業協同組合連合会園芸総合対策部 部長
はまだ 濱田	たけし 武士	東京海洋大学大学院 准教授
ひうら 日浦	けんぞう 憲造	全国中央卸売市場協会 参事
ふくだ 福田	たかし 高志	株式会社食料マネジメントサポート 代表取締役社長
○ ふじしま 藤島	ひろじ 廣二	東京聖栄大学健康栄養学部 客員教授
みやもと 宮本	ひろあき 浩章	全国青果卸売協同組合連合会 会長
やの 矢野	いずみ 泉	広島大学大学院生物圏科学研究科 准教授
わたなべ 渡辺	たつろう 達朗	専修大学商学部・大学院商学研究科 教授

「卸売市場流通の再構築に関する検討会」開催実績

- 第1回検討会 [平成26年7月4日]
内容（議題）：卸売市場をめぐる情勢について
委員からの意見の発表①

事務局が幅広い分野の関係者に対してヒアリングを実施



- 第2回検討会 [9月2日]
内容（議題）：委員からの意見の発表②

- 第3回検討会 [10月10日]
内容（議題）：事務局ヒアリング結果について
今後の議論に当たっての論点の整理

- 第4回検討会 [11月11日]
内容（議題）：市場関係業者及び開設者の取組に係る課題について

- 第5回検討会 [12月12日]
内容（議題）：卸売市場としてのあり方や運営方法等に係る課題について

- 第6回検討会 [平成27年1月29日]
内容（議題）：報告（骨子案）について

- 第7回検討会 [3月5日]
内容（議題）：報告とりまとめ

(参考3)

**「卸売市場流通の再構築に関する検討会」
報告**

平成27年3月

卸売市場流通の再構築に関する検討会

目次

I	はじめに	1
II	卸売市場流通の現状	2
1	食品流通を取り巻く情勢の変化.....	2
2	卸売市場及び卸売市場関係業者等の現状.....	3
3	第9次基本方針に基づく卸売市場関係者の取組状況.....	6
III	卸売市場流通の再構築に向けた主要な課題	13
1	卸売市場としてのあり方や運営方法等に係る課題.....	13
2	市場関係業者及び開設者の取組に係る課題.....	13
IV	卸売市場流通の再構築に向けた取組の方向性について	15
1	卸売市場としてのあり方や運営方法等に係る課題への対応.....	15
(1)	各卸売市場における経営戦略の確立.....	15
(2)	立地、機能に応じた市場間での役割分担と連携強化.....	16
(3)	卸売市場における公正かつ効率的な売買取引の確保.....	19
2	市場関係業者及び開設者の取組に係る課題への対応.....	21
(1)	消費者、実需者、生産者等の多様化するニーズへの的確な対応.....	21
(2)	卸売業者及び仲卸業者の経営体質の強化.....	23
(3)	市場の活性化に向けた新たな取組の推進.....	24
(4)	卸売市場に対する社会的要請への適切な対応.....	25
V	おわりに	26

I はじめに

卸売市場は、生鮮食料品等の流通を担う基幹的な社会インフラとして、国民へ安定的かつ効率的に生鮮食料品等を供給する使命を有しており、今後とも、生鮮食料品等の流通における中核として健全に発展し、その期待に応えていくことが必要である。

一方で、我が国の食品流通を取り巻く情勢は、少子高齢化に伴う人口減少の進展等による食料消費の量的変化、社会構造の変化に伴う消費者・実需者ニーズの多様化、農林水産物の国内生産・流通構造の変化、生鮮食料品等流通の国際化、さらには、東日本大震災の経験を踏まえた防災機能強化等の社会的要請の高まりなど、大きく変化している。

このような中で、出荷者や実需者が卸売市場に期待する役割や機能が多様化しているものの、それらに卸売市場流通が十分に対応できていない点が指摘されている。

また、卸売市場法第4条に基づき農林水産大臣が概ね5年ごとに定める卸売市場整備基本方針（以下「基本方針」という。）については、現行の第9次基本方針が平成22年10月に策定されてから本年秋で5年を迎えるところであり、平成27年度中には新たに第10次基本方針を策定する必要がある。

このような状況を踏まえ、第10次基本方針の策定に先立ち、卸売市場に期待される役割や機能、施策のあり方等、卸売市場流通の再構築に向けた将来方向について幅広い観点から総合的に検討を行うため、平成26年7月4日、農林水産省食料産業局に「卸売市場流通の再構築に関する検討会」が設置されたところである。

この報告は、これまでの本検討会の議論を基に、卸売市場流通を取り巻く情勢とその変化、卸売市場流通に対する関係者の評価や意見、さらには、第9次基本方針に基づく卸売市場関係者の取組状況等を踏まえ、卸売市場流通の現状とその再構築に向けて取り組むべき課題を分析した上で、各課題の解決に向けて、今後の対応方向と施策のあり方について取りまとめたものである。

II 卸売市場流通の現状

1 食品流通を取り巻く情勢の変化

少子高齢化に伴う食料消費の量的変化、消費者・実需者ニーズの多様化、生産・流通構造の変化等が進展する一方で、意欲ある生産者等により国産農林水産物の輸出などの新たな取組が各地で展開されるなど、食品流通を取り巻く情勢は大きく変化している。

(1) 少子高齢化に伴う人口減少等による食料消費の量的変化

我が国の人口は、少子高齢化に伴って平成 22 年以降長期的な減少過程に入るとされており、平成 22 年の 12,806 万人から平成 52 年には 10,728 万人に減少すると推計されている一方で、総人口に占める 65 歳以上の高齢者の割合は、平成 22 年の 23.0%から平成 52 年には 36.1%と大きく上昇すると推計されている。

現状でも、高齢化を背景に国民 1 人当たりの食料消費（供給熱量）は近年減少傾向にあり、今後も食料消費の量的な減少が進むとみられている。

(2) 社会構造の変化に伴う消費者・実需者ニーズの多様化

我が国の世帯構造は、単独（単身）世帯が増加する中で、65 歳以上の高齢者の単独世帯も増加しており、今後も、単独世帯が増加すると推計されている。また、女性の労働参加の進展に伴い、女性の労働力率も上昇傾向にある。

このような中、食料品の消費段階では、食の外部化や加工品消費等が進展するとともに、インターネットによる食料品の購買も増加傾向にあり、食料品の安全性や鮮度に対する志向も強い傾向にあるなど、消費者の食品に対するニーズは多様化している。

これを受けて小売店、外食、加工業者等の実需者においても、個食向けや少量パック等の加工・調製した農林水産物や、有機栽培農産物等の特徴ある食料品への需要増など、そのニーズが多様化している。

(3) 農林水産物の国内生産、流通構造の変化

生鮮食料品等の供給基盤となる国内農林水産業においては、従事者の減少・高齢化等に伴い、生産量・生産額は減少傾向にある。その一方、農業協同組合及び漁業協同組合は、合併等により 1 組合当たりの販売取扱高が増加し産地の大型化・集約化が進展している。また、産地市場と消費地市場をつなぐ水産流通・加工業者においては、その寡占化と高次加工体制への転換、それに伴う販売チャネルの多様化が進展しているとみられる。

小売段階においても、食料品専門店・中心店における商品販売額が減少している一方、食料品スーパー・コンビニエンスストアでは増加するなど、その構造が変化している。

(4) 生鮮食料品等の流通における国際化、国際環境の変化

生鮮食料品等の流通において、輸入品が全流通量に占める割合は青果、花きで増加傾向で推移しており、水産物では横ばいにあるものの、国際的な需要拡大に伴う単価上昇により輸入金額は増加傾向にあるなど、その国際化が進展しており、国際的な水産物の資源管理の強化、国際マーケットにおける価格競争、為替レートの変動など流通をめぐる国際環境の動きを考慮する必要性も増している。

また、流通の国際化に伴い、GLOBAL G. A. P. や EU-HACCP の認証取得等を通じた農林水産物の生産・流通・加工工程における品質・衛生管理の徹底や、MSC 認証取得等を通じた資源管理への対応について、その重要性が増している。

(5) 社会的な要請の高まり

国民の環境問題に対する意識は高く、社会的責任の観点から、企業に対して、省エネルギーや廃棄物排出量の低減など環境問題への対応が求められている。また、食品に関する不適切な表示や製造等が未だ発生しており、食品を扱う事業者に対して、コンプライアンスの徹底・企業倫理の確立が、改めて求められている。

さらに、東日本大震災の経験を踏まえ、社会インフラに対して、災害等の緊急事態発生時に、その役割や機能を可能な限り維持し、また早期にその機能を回復するなど、緊急事態発生時における対応力の強化を期待する声が高まっている。

(6) バリューチェーンの構築に向けた農林水産業の新たな動き

国産農林水産物の価値を見だし、またその価値を高めるため、近年、海外の需要の取り込みを目指した国産農林水産物の輸出や、農林漁業者が主体となって、生産だけでなく2次産業及び3次産業の加工・販売等を行う6次産業化の取組が、意欲ある農林漁業者により各地で展開されている。

2 卸売市場及び卸売市場関係業者等の現状

1に掲げたような食品流通を取り巻く情勢の変化の中で、卸売市場流通の現状は、以下のとおりとなっている。

(1) 卸売市場数及び卸売市場関係業者数

公正かつ効率的な流通の確保を目的とした広域的な生鮮食料品等流通の中核的な拠点として、都道府県や一定規模以上の都市が開設する中央卸売市場は、平成26年4月現在、全国で67市場となっている。また、中央卸売市場における卸売業者、仲卸業者の業者数は、平成24年度現在、それぞれ191業者、3,874業者となっている。

地域における生鮮食料品等の集配拠点である地方卸売市場については、平

成 24 年度現在、全国で 1,144 市場となっており、卸売業者数及び仲卸業者数はそれぞれ 1,354 業者、2,215 業者となっている。

(2) 卸売市場経由率

卸売市場は、我が国の生鮮食料品等の流通における基幹的なインフラとして重要な役割を果たしており、平成 23 年度現在、青果、水産物では、国内流通量の 6 割（国産青果物に限れば 9 割）程度が卸売市場を經由している。しかしながら、加工品や輸入品といった卸売市場を經由することが少ない物品の増加等により、花きを除く部類で経由率は低下傾向で推移している（図 1）。

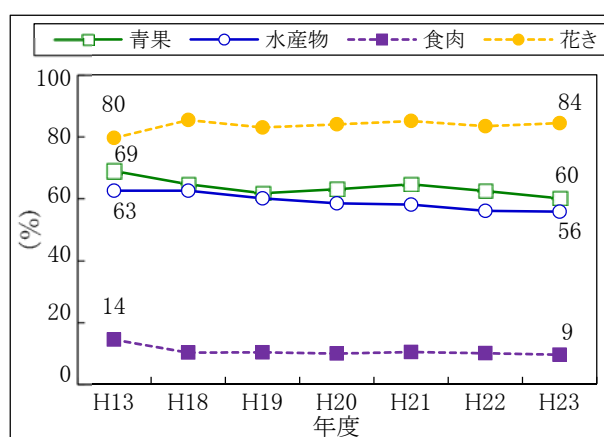


図 1 卸売市場経由率の推移

(3) 取扱数量及び取扱金額

中央卸売市場における取扱数量は、市場外流通の増加等の影響から減少傾向で推移し、直近の 10 年で比較した場合、青果では 2 割、水産物では 4 割及び食肉では 1 割程度減少しているものの、近年、青果、食肉では概ね横ばい傾向にある（図 2-1）。地方市場においても、直近の 10 年で比較した場合、総じて減少しているものの、近年は概ね横ばい傾向にある（図 2-2）。また、卸売市場における取扱金額も、取扱数量の減少等により総じて減少傾向で推移してきたが、近年、地方卸売市場では横ばい傾向にある（図 3-1、図 3-2）。

さらに、中央卸売市場では、開設者が政令指定都市など開設区域の人口規模が大きい中央卸売市場に比べて、それ以外の中央卸売市場の取扱数量が相対的に減少している（表 1）。

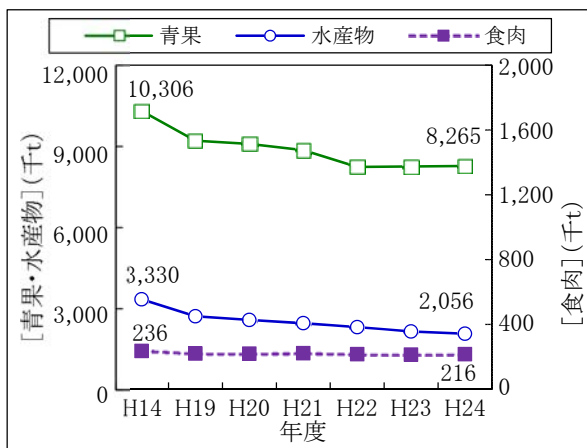


図 2-1 中央卸売市場の取扱数量の推移

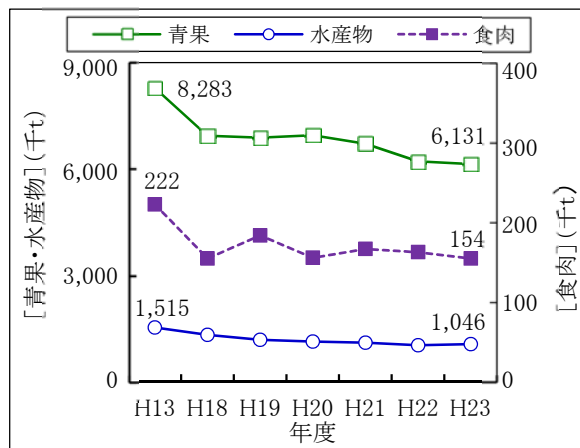


図 2-2 地方卸売市場の取扱数量の推移
(水産物は消費地市場における取扱数量)

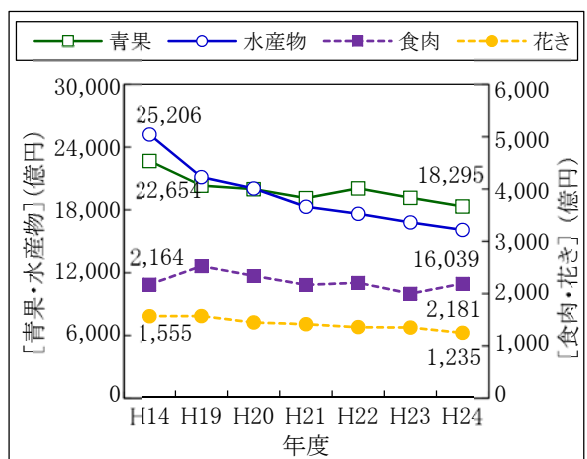


図 3-1 中央卸売市場の取扱金額の推移

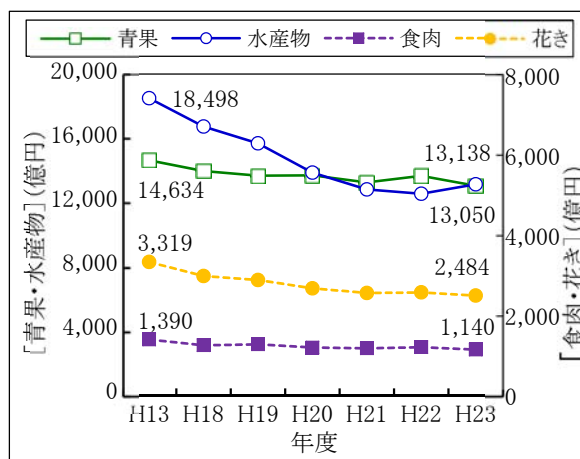


図 3-2 地方卸売市場の取扱金額の推移

表1 立地条件別にみた中央卸売市場における取扱数量等の変化(青果、水産物、花き)
(平成10年の取扱数量等を100とした場合の平成24年の取扱数量等の指数)

	A 大田市場(青果、花き) 築地市場(水産物)	B 開設者が政令市、都府県 の市場(A除く)	C A、B以外の市場
青果	103	87	61
水産物	79	55	46
花き	101	75	44

注:花きは取扱金額

(4) 卸売業者及び仲卸業者の経営状況

中央卸売市場における卸売業者数及び仲卸業者数は、直近10年間で、それぞれ2割、3割減少している。また、地方卸売市場における卸売業者数は1割減少している(表2)。

しかしながら、中央卸売市場の卸売業者及び仲卸業者の1業者当たりの取扱金額(仲卸業者は仕入金額)は、直近10年間では食肉仲卸を除き総じて

卸売業者、仲卸業者ともに概ね横ばいとなっており（図 4-1、図 4-2）、取扱金額（仲卸業者は仕入金額）規模別の業者割合から見た業界構造についても大きな変化は見られない。

また、平成 24 年度現在、中央卸売市場の卸売業者のうち青果で 2 割、水産物、花きで 3 割、食肉で 6 割の業者が営業損失を計上し、また、仲卸業者（法人企業）においても、青果で 4 割、水産物、食肉で 5 割、花きで 3 割の業者が経常損失を計上するなど、厳しい経営状況となっている。

さらに、中央卸売市場の開設者においても、平成 24 年度決算において、地方公営企業法適用会計では、10 会計中 4 会計が純損失を計上し、また同法非適用会計においても、全会計平均で歳入の約 27%が一般会計繰入金となるなど、その財政は厳しい状況となっている。

表 2 卸売業者数、仲卸業者数の変化

		H24 年度（増減率）	H14 年度
中央卸売市場	卸売業者数	191（-21%）	243
	仲卸業者数	3,874（-29%）	5,464
地方卸売市場	卸売業者数	1,354（-13%）	1,549

注：中央卸売市場は年度末の業者数、地方卸売市場は年度当初の業者数

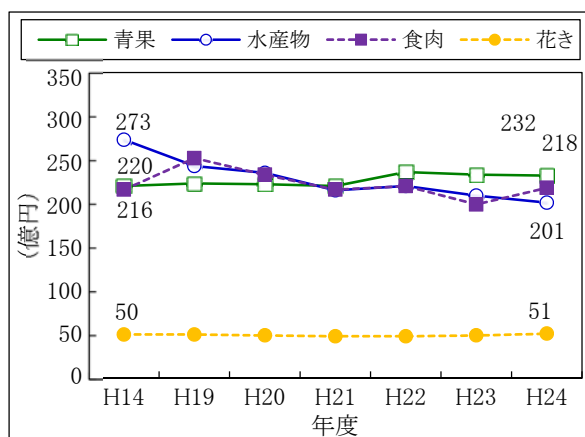


図 4-1 中央卸売市場卸売業者 1 業者当たりの取扱金額の推移

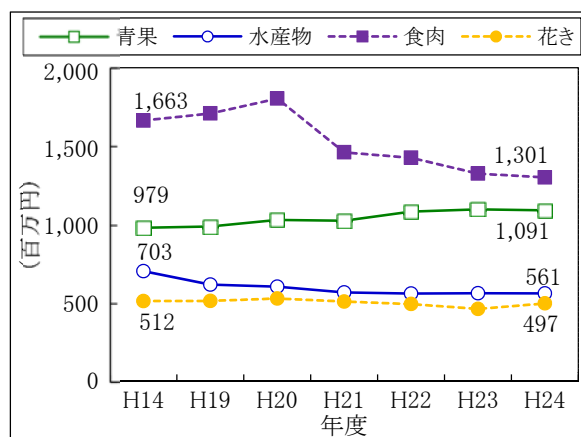


図 4-2 中央卸売市場仲卸業者 1 業者当たりの仕入金額の推移

3 第 9 次基本方針に基づく卸売市場関係者の取組状況

卸売市場関係業者、開設者においては、第 9 次基本方針に基づき様々な取組を進めてきており、それらの取組状況を検証した結果は、以下のとおりである。

(1) 卸売市場の適正な配置

1) 中央卸売市場

① 中央拠点市場への位置付けとそれに伴う取組

第 9 次基本方針では、大規模な中央卸売市場と中小規模の中央卸売市

場との間での機能・役割分担の明確化を図り、効率的な流通ネットワークを構築するため、大型産地からの荷を大量に受け、周辺の中小規模の中央卸売市場と連携した流通を行う役割を担う中央卸売市場を、取扱数量等を基に中央拠点市場と位置付け、必要な施設の整備を推進することとされている。

現在、青果で 21 市場、水産で 11 市場が中央拠点市場に位置付けられている。このうち、協定等の形で中央拠点市場を中心とした市場間流通ネットワークを構築した市場は 2 市場にとどまっている。また、中央拠点市場への位置付け後に取扱数量が減少傾向にある市場がみられる一方で、中央拠点市場以外の中央卸売市場でも、取扱数量が増加傾向にある市場がみられる。

② 中央卸売市場の再編

卸売市場法第 4 条第 3 項においては、基本方針で卸売市場の適正な配置の目標を定めるに当たって、生鮮食料品等の流通の広域化及び情報化の進展状況を考慮した卸売市場の再編について配慮しなければならないとされている。これを受けて基本方針においては、再編に取り組むべき中央卸売市場の基準が定められている。

平成 22 年 10 月の第 9 次基本方針策定以降、この再編基準に該当するか又は該当せずとも自主的判断として、これまでに 15 の中央卸売市場が再編措置を講じており、そのうち 13 市場が再編措置として地方卸売市場への転換を選択している。中央卸売市場から地方卸売市場へ転換した市場の中には、機能強化等により取扱金額が増加した市場がみられる一方、引き続き取扱金額が減少傾向の市場がみられる。

2) 地方卸売市場

第 9 次基本方針では、地域における生鮮食料品等流通の核となる地方卸売市場の適正な配置を実現するため、必要に応じて、都道府県卸売市場整備計画に、地域における集荷力の強化を図る上での拠点となる地方卸売市場であって、他の地方卸売市場との統合又は他の卸売市場との連携した集荷・販売活動を講じる市場を地域拠点市場として定めることとされている。

現在、30 都道府県が、都道府県卸売市場整備計画の中で地域拠点市場を位置付けているが、他の地方卸売市場との統合の措置を講じた地域拠点市場があるのは 3 都道府県にとどまっている。

(2) 卸売市場の立地並びに施設の種類、規模、配置及び構造

1) 施設整備、管理における PFI 事業、指定管理者制度の導入

第 9 次基本方針では、卸売市場の施設整備については PFI 事業の活用、施設管理については地方自治法に基づく指定管理者制度等の活用により、市場使用料の抑制等に努めることとされている。

施設の整備及び管理に関して、平成 25 年度現在、PFI 事業又は指定管理

者制度を導入している中央卸売市場は、それぞれ1市場のみにとどまっているが、一定の維持管理コストの削減効果が確認されている。

2) コールドチェーンシステムの整備

第9次基本方針では、卸売市場におけるコールドチェーンシステムの確立に対する生産者及び実需者のニーズへ早急に対応するため、低温の卸売場や荷さばき場等の低温（定温）管理施設を計画的に配置するとともに、各中央卸売市場においては、数値目標や方針を策定することとされている。

中央卸売市場における低温卸売場の整備率は面積割合、市場数割合ともに増加傾向にあるが、平成25年度現在、低温管理施設に係る数値目標や方針を策定していない中央卸売市場開設者が約7割にも及んでいる。

3) 実需者ニーズへの対応強化

第9次基本方針では、よりきめ細かなサービスを求める大規模小売業者、専門小売業者、外食産業事業者等の実需者ニーズへの対応を強化するため、加工処理施設、貯蔵・保管施設及び輸送・搬送施設の整備、配置を推進することとされている。

中央卸売市場1市場当たりの施設整備面積は、第9次基本方針策定前と比較し、冷蔵庫や加工処理施設で横ばいから約2割増である一方、配送センターは倍増している。

4) 市場運営に伴う環境負荷の低減

第9次基本方針では、卸売市場においても環境負荷低減に向けた取組が重要であることから、太陽光発電等による新たなエネルギーの産出とその活用、食品廃棄物・包装容器等のリサイクルに資する施設の整備・配置等を推進するとともに、特に各中央卸売市場においては、数値目標や方針を策定し、計画的に取り組むこととされている。

各中央卸売市場において、その運営に伴う環境負荷の低減に向け、車両の電動化、LED照明の導入、太陽光発電、廃棄物のリサイクル等の様々な取組が進められているが、平成25年度現在、卸売市場の運営に伴う環境負荷の低減に係る目標・方針を策定している中央卸売市場開設者は全体の約4割にとどまっている。

5) 市場運営及び物流の効率化について

第9次基本方針では、卸売市場の運営の効率化と卸売市場における物流業務の効率化を図るため、取引における生鮮EDI標準の活用や、電子タグの導入等の情報技術の活用、通い容器等の導入に積極的に取り組むこととされている。

平成25年度現在、生鮮EDIの活用や電子タグの導入を進めている中央卸売市場は全体の約2割にとどまっている。また、通い容器を導入している中央卸売市場も全体の約5割にとどまっている。

(3) 取引及び物品の積卸し、荷さばき等の合理化並びに品質管理の高度化

1) 卸売市場における売買取引方法の合理化

第9次基本方針では、卸売市場における売買取引の方法については、卸売市場及び品目ごとの特性に応じた合理的な売買取引の方法を設定するとともに、その設定に当たっては、売買取引の状況について不断の検証を行い、必要に応じて見直しを行うこととされている。

しかしながら、平成25年度現在、売買取引方法など売買取引の状況に関する検証を行った中央卸売市場開設者は、全体の約4割にとどまっている。

2) 卸売市場間での連携

第9次基本方針では、卸売市場の集荷力の低下や産地と実需者間の直接取引の拡大等に対応するため、集荷の共同化等の複数の卸売市場間の連携による集荷力の向上を通じた市場取引の活性化を図ることとされている。

中央卸売市場卸売業者の一部においては、集荷力の向上を通じた市場取引の活性化を図るため、中核卸をハブ拠点とした積載効率の向上をはじめとした卸売市場間での連携が進められている。

3) 市場内事務手続きの簡素化

第9次基本方針では、迅速かつ機動的な取引による実需者ニーズへの的確な対応と卸売業者や仲卸業者の負担軽減を図るため、法令に基づかない事前承認や各種書類の提出・報告の義務付けについて、その必要性を十分に検証し、事務の簡素化の徹底を図ることとされている。

業務規程により独自の市場内事務手続き等を課している中央卸売市場開設者が多い中で、法令に基づかない事前承認等の検証を通じて、事務手続きの簡素化を進めている開設者は全体の約7割にとどまっている。

4) 物品の品質管理の高度化

第9次基本方針では、開設者、市場関係業者は、施設の整備と併せて、鮮度保持のための温度管理等の品質管理の高度化のための措置と、当該措置をその内容とする品質管理の高度化に向けた規範の策定を推進することにより、荷受けから卸売、仲卸、配送に至るまでの各段階において品質管理に取り組むとともに、この場合、HACCP（危害分析・重要管理点）の考え方を採り入れた品質管理に努めることとされている。

品質管理高度化規範を策定した中央卸売市場の卸売業者、仲卸業者の割合は、第9次基本方針策定前に比べ増加したものの、仲卸業者では未だ全体の半数程度にとどまるとともに、同規範を策定した業者において社内のチェック体制を構築した業者は、卸売業者で約8割、仲卸業者で約3割にとどまっている。また、一部の市場関係業者においては、より組織的・体系的に品質・衛生管理を強化するため、ISO等の外部認証の取得等が進められている。

(4) 卸売業者及び仲卸業者の経営の近代化

1) 卸売業者

第9次基本方針では、卸売の業務の適正かつ健全な運営を確保し、十分な卸売機能を果たしていくため、経営規模の拡大及び経営体質の強化を図ることとし、特に資本の充実、従業員の資質の向上、省力化システムの導入等による生産性の向上に努めるとともに、統合大型化や卸売業者間の資本関係の構築による連携関係の強化を図ることとされている。また、提供する機能・サービスの充実に努めつつ、それに見合った手数料収入を通じた経営体質の強化に努めるとされている。

第9次基本方針策定以降、一部の卸売業者は、合併や営業権譲受け等による統合大型化、さらには複数市場にまたがる企業のホールディングス化に取り組んでいる。

また、経営強化に向け、電算化の推進、経営管理システムの整備に取り組む中央卸売市場卸売業者は全体の約6割にとどまっており、増資等による財務体質の強化に取り組む業者は更に少ない状況にある。さらに、卸売の委託手数料率が弾力化された平成21年4月以降、委託手数料率の変更を行った業者は一部にとどまっている。

2) 仲卸業者

第9次基本方針では、経営の発展を図るため、合併や営業権の譲受け等による統合大型化、仲卸組合の共同事業として廃業する仲卸業者の営業権の取得等により業者数の縮減を図ることとされている。また、小売業者、外食産業事業者等の仕入ニーズの適切な把握に努め、これに対応した販売業者機能の強化等を図ることとされている。

第9次基本方針策定以降、一部の中央卸売市場仲卸業者において、経営強化のために合併や営業権譲受けが行われているが、その割合は全体の約1割にとどまっている。また、小売業者のニーズに対応した様々な支援措置に取り組んだ結果、売上高や取引先の増加など営業面で一定の効果をあげている業者もみられる。

3) 卸売業者及び仲卸業者に共通する事項

第9次基本方針では、卸売業者及び仲卸業者は、小売業者や外食産業事業者等のニーズへ適切に対応し、経営体質の強化を図るため、加工処理、貯蔵・保管及び輸送・搬送などの機能強化や、実需者ニーズの把握と産地へのフィードバックを通じた特色ある地場産品等の品揃えの強化等を図ることとされている。

中央卸売市場卸売業者及び仲卸業者において、実需者ニーズへの適切な対応に向けた付加機能の強化や、生産者・実需者と連携した地場産品の集荷・販売の強化や新商品の開発等に取り組んでいるが、仲卸業者の取組状況は、卸売業者に比べ相対的に低位の傾向にある。

(5) その他

1) 中央卸売市場における経営展望及び行動計画の策定

第9次基本方針では、中央卸売市場においては、開設者及び市場関係業者が一体となって、卸売市場全体の経営戦略的な視点から、それぞれの卸売市場の位置付け・役割、機能強化の方向、将来の需要・供給予測を踏まえた市場施設の整備、コストも含めた市場運営のあり方等を明確にし、「経営展望」を策定するなど、卸売市場としての経営戦略を確立することとされている。また、運用上は、経営展望の中で誰がいつまでに具体的にどのようなことを行うのかを定めた行動計画（工程表）を併せて策定するよう指導されている。

中央卸売市場において経営展望を策定している市場は、平成25年度現在、46市場と全体の約7割にとどまっており、それらのうち、行動計画まで策定しているのは26市場とその約6割にとどまっている。

2) 情報化の推進

第9次基本方針では、卸売市場における情報化は、迅速かつ的確な取引を推進する前提であり、市場運営及び関係業者の経営の合理化に直結することから、早急にその推進を図ることとされている。

しかしながら、平成25年度現在、各種承認申請の電子化や市場統計データに係る管理システムの構築など市場における情報化に取り組んでいる中央卸売市場開設者は、全体の約半数にとどまっている。

3) 災害時等の緊急の事態への対応

第9次基本方針では、災害時等の緊急事態に際し卸売市場が果たす機能の重要性にかんがみ、防災性に配慮した施設整備を行うとともに、災害時等において適切な対応が確保されるよう努め、特に、開設者、市場関係業者は、事業継続計画（BCP）の策定等を通じて、災害時等においても業務を確実に継続できるような体制の確立に努めることとされている。

現在、一部の卸売市場において、災害発生時における市場機能の維持等の観点から、複数市場間における連携・ネットワーク構築等の取組や、自治体等関係機関との協定締結、災害発生に備えた施設整備が行われている。また、東日本大震災発生時には、市場の敷地や施設を物資供給等に活用した市場もある。その一方、BCPを策定している中央卸売市場の開設者及び卸売業者は、それぞれ全体の約3割、約2割にとどまっている。

4) 市民との交流

第9次基本方針では、市民の卸売市場への理解を醸成し、「食」に関する卸売市場の知見を消費者に効果的に提供する観点から、卸売市場は生鮮食料品等の卸売を行う場であるということを前提としつつ、場内の衛生管理や入場者の安全の確保等に十分留意して、市民・消費者と卸売市場との交流を深める機会の確保・提供に十分配慮することとされている。また、

広く消費者に対し卸売市場の役割等を普及するため、インターネット等を活用し、卸売市場に関する様々な情報を広く公開・提供するよう努めることとされている。

多くの中央卸売市場開設者において、市民と卸売市場との交流を深める機会として市場まつりなどのイベントを開催しており、また、全ての中央卸売市場開設者が、ホームページを開設し、当該卸売市場に関する情報等を発信している。

Ⅲ 卸売市場流通の再構築に向けた主要な課題

食品流通を取り巻く情勢の変化、卸売市場及び卸売市場関係業者等の現状、さらには、第9次基本方針に基づく卸売市場関係者の取組状況を踏まえれば、卸売市場がその機能・役割を更に発揮するとともに、求められる役割に的確に応えるために取り組むべき主要な課題として、以下のものが挙げられる。

1 卸売市場としてのあり方や運営方法等に係る課題

(1) 各卸売市場における経営戦略の確立

各市場のあり方等を明確化した経営展望を経営戦略的な視点から策定するとともに、開設者と市場関係業者が相互に連携・協力して経営展望に基づく取組を遂行するなど、各卸売市場において経営戦略を確立し、関係者が着実に遂行することで、卸売市場としての機能、役割を更に発揮していくことが必要である。

(2) 立地、機能に応じた市場間での役割分担と連携強化

立地地域における農林水産業の生産実態、供給圏の人口規模、物流インフラの整備状況等の立地面の条件や、集荷・分荷機能、産地や実需者のニーズに対応するための付加機能等の機能面、さらには、中央卸売市場か地方卸売市場かの違いも踏まえつつ、各市場がそれぞれの経営戦略を明確化し、選択と集中による機能の高度化、市場間での役割分担や連携強化等を進めることで、卸売市場流通全体として、求められる機能の強化を図ることが必要である。

(3) 卸売市場における公正かつ効率的な売買取引の確保

各市場における売買取引の状況について不断の検証を行うとともに、事務手続きの簡素化、市場内の情報化等を引き続き推進し、生産者、実需者等のニーズに適切、迅速に対応可能で、かつ、公正、効率的な取引を確保することが必要である。

2 市場関係業者及び開設者の取組に係る課題

(1) 消費者、実需者、生産者等の多様化するニーズへの的確な対応

コールドチェーンの確立を含め輸出も見据えた品質管理の高度化、産地や実需者との連携強化に向けた積極的な情報の受発信や加工・調製等の付加機能の充実、さらには、消費者への「食」や「日本食文化」に関する情報の提供・発信など、卸売市場流通の活性化に向けて、消費者、実需者、生産者等の多様化するニーズに的確に対応することが必要である。

(2) 卸売業者及び仲卸業者の経営体質の強化

合併や営業権の譲受け等による統合大型化や、生産者や実需者との連携強化による集荷・販売力の強化のほか、経営改善指導の適切な実施等により、卸売業者及び仲卸業者の経営体質の強化を図ることで、各卸売市場の機能強化とともに、産地や実需者の信頼を引き続き得ることが必要である。

(3) 市場の活性化に向けた新たな取組の推進

卸売市場を活用した国産農林水産物の輸出促進など市場流通のグローバル化や、農林漁業者が6次産業化に取り組む際のパートナーとしての機能発揮など、国産農林水産物の流通に関連する新たな取組を積極的に推進することで、卸売市場流通の活性化のみならず国内農林水産業の活性化にも寄与することが必要である。

(4) 卸売市場に対する社会的要請への適切な対応

市場で取り扱う生鮮食料品等の安全と消費者の信頼確保、市場運営に伴う環境負荷の計画的な低減、さらには、災害等の緊急事態発生時における対応機能の強化など、卸売市場に対する社会的要請に適切に対応し、信頼を高めていくことが必要である。

IV 卸売市場流通の再構築に向けた取組の方向性について

卸売市場は、生鮮食料品等の国内流通における基幹的インフラとして、国民へ安定的かつ効率的に生鮮食料品等を供給する使命を有しており、今後とも、生鮮食料品等の流通における中核として健全に発展していくことが必要である。また、卸売市場に対して、産地からは安定的な販路として、小売店、外食、加工業者等の実需者からは主要な調達先として、その機能、役割を発揮することが期待されており、それらに引き続き応えていくことも重要である。

しかし、卸売市場を取り巻く情勢が変化する中で、卸売市場に期待される役割や機能も一層多様化しているものの、現状では、卸売市場流通がそれらに十分に対応できていない部分も顕在化している。

これらのことも踏まえ、卸売市場は、生鮮食料品等に係るフードバリューチェーンにおける基幹的な流通ルートとしての使命を引き続き果たすとともに、産地・実需者との共存・共栄を図るという視点の下、その求められる機能、役割を更に強化・高度化し、卸売市場流通の再構築を進めていくことが必要であり、Ⅲで挙げた課題に対して、以下の具体的な提案に沿って、的確に対応すべきである。

1 卸売市場としてのあり方や運営方法等に係る課題への対応

卸売市場が、求められる機能、役割を今後とも発揮し、強化していくためには、それぞれの卸売市場が市場全体としての経営戦略を確立するとともに、市場関係業者や開設者においても、同戦略に基づき、他市場との連携も含めた各種の取組を積極的に進め、その経営を発展させていくことが必要である。

また、開設者、さらに、国においては、市場の売買取引や運営等に関して、以下の方向性の内容を十分に踏まえ、卸売市場流通の活性化、市場関係業者の経営体質の強化等が図られるよう、基本原則や取引秩序は維持しつつ、公正かつ効率的なものとなるよう努めることが必要である。

(1) 各卸売市場における経営戦略の確立

消費形態の多様化が進展し、産地や実需者が卸売市場に求める機能や役割も変化している中で、卸売市場が、社会インフラとしての役割を引き続き発揮し、その経営を発展させていくためには、各卸売市場が、その立地、経営資源等を踏まえつつ、将来を見据えた経営戦略を確立するとともに、迅速な意志決定のもと、戦略的に創意工夫ある取組を遂行していくことが不可欠である。また、その際、同戦略を実効性のあるものとするためには、開設者を含む市場関係者が、それぞれの利害を超え、相互に連携・協力して一体となった取組を進めることが必要である。

1) 経営戦略の確立

卸売市場においては、生鮮食料品等の安定的かつ効率的な供給という公共性を発揮するとともに、開設者や市場関係業者がその経済性を発揮

し、安定的な経営の確保と発展を図ることが求められる。

このため、地方卸売市場を含め、各卸売市場においては、市場毎の実情に応じ、目指すべき市場のあり方等の基本戦略や具体的な行動計画を定めた「経営展望」を策定し、経営戦略的視点に立った創意工夫ある取組をより一層強化、徹底することが必要である。

2) 市場関係者が一体となった市場経営

経営展望の実効性を高めるため、開設者や市場関係業者は一体となって、行動計画を含めた経営展望の策定に当たることが重要であり、さらには、市場を取り巻く情勢変化に的確に対応するため、そのレビュー、見直しにも積極的に取り組み、市場全体としての最適を図るという考え方の中で関係者が継続して協議することが必要である。また、行動計画では、開設者、市場関係業者それぞれが講ずべき具体的な取組を明確にし、同計画に基づく取組が各関係者により着実に遂行されていくことが重要である。

3) 卸売市場経営における効率性・機動性の向上

卸売市場を取り巻く情勢は、刻一刻と変化しており、その時節を得て的確に市場を運営していくためには、市場経営の体制がより効率的、かつ機動的なものであることが求められる。

このため、公設の卸売市場においては、地方公営企業における事業管理者制度や、施設管理に係る指定管理者制度、さらには市場の整備・運営におけるPFI手法の活用等を引き続き推進することが必要である。

また、公設地方卸売市場においては、経費の削減、意思決定の迅速化等を意識した市場運営と、地方自治体が一定程度関与した責任ある市場経営を確保する観点から、開設者を第3セクターとすることも選択肢の一つに加えた効率性・機動性向上の検討を進めることが重要である。

(2) 立地、機能に応じた市場間での役割分担と連携強化

卸売市場が、様々な環境変化にも対応しつつ、今後とも、生鮮食料品等の流通において重要な役割を果たしていくためには、後背人口や近隣における農林水産業の生産実態や実需者の拠点の有無、物流インフラの整備状況等の立地条件や、集荷・分荷機能や加工・調製などの付加機能の現状等に応じて、それぞれの市場のあり方（ビジネスモデル）を経営戦略として明確にした上で、卸売市場間での役割分担と連携強化を図りつつ、必要な機能強化やそのための再編等を進めることが必要である。

1) 立地、機能に応じたビジネスモデルの確立

各卸売市場においては、それぞれの立地条件や強み・弱み等を踏まえ、経営展望の中で目指すべきビジネスモデルを基本戦略として定め、行動計画に基づき選択と集中を意識して計画的にその機能強化等を進めることが必要である。その際、地域内における生鮮食料品等の安定的な供給を基

本としつつ、「大規模な集荷・分荷機能の発揮」のほか、「産地連携による魅力ある生産物の集荷・販売」、「加工・業務用ニーズに対応した機能強化と商品開発」、「輸出等を通じた新たな需要開拓」又はこれらの複合型などの多様なビジネスモデルが考えられる。

2) 各市場の役割に応じた市場間連携の構築

卸売市場においては、それぞれの地域内に生鮮食料品等を安定的に供給しつつ、取引する出荷者や実需者のニーズに的確に対応することが必要である。

このため、卸売市場間において、集荷の共同化や、双方向・相互融通での荷揃え、販売の相互連携等の効果的な市場間連携を推進することが必要である。また、その際、地方の市場が大都市の市場からの荷を受けるだけでなく、特色ある地域産品や差別化が可能な商品等を集荷し大都市の市場に出荷するなど市場毎の強みを十分に発揮して、相互に共存・共栄の関係を築くことが重要である。

3) 中央卸売市場の再編措置のあり方

中央卸売市場とは、卸売市場法第2条第3項において、生鮮食料品等の流通及び消費上特に重要な都市及びその周辺の地域における生鮮食料品等の円滑な流通を確保するための卸売の中核的拠点となるとともに、当該地域外の広域にわたる生鮮食料品等の流通の改善にも資するものとされている。

このことを踏まえ、基本方針で定める再編基準に該当し、中央卸売市場として求められる機能が十分に発揮されていないと判断される市場については、市場機能の強化を図るため、中央卸売市場として他市場との連携や統合、広域化等に取り組むか、地方卸売市場へ転換するなど必要な措置の実施を通じて、引き続きその再編を進めることが必要である。

また、講じられる再編措置を、当該市場における取扱数量の増加や、開設者の経営及び主たる卸売業者の財務状況の改善等に着実につなげていく必要がある。このため、再編措置を講じる卸売市場は、その経営展望の見直し（未策定の場合は策定）を適切に行い、その中で、目標を定めた上で、どのような市場のあり方を目指すのかを明確にすることが求められる。その際、再編措置の実施と併せ、指定管理者制度の導入や入場卸売業者の経営体質の強化・あり方の検討等を含め、構造改革的な戦略構築を図ることが必要である。

さらに、地方卸売市場に転換する中央卸売市場については、当該市場が一定規模以上の取扱数量や施設規模等を有していること等を踏まえ、都道府県卸売市場整備計画の中で、地域の卸売市場流通における核となる市場として位置付け、その経営展望に基づき、求められる機能、役割を果たしていくことが必要である。

4) 中央拠点市場のあり方

大規模な中央卸売市場と中小規模の中央卸売市場との間で機能・役割分担の明確化を図り、効率的な流通ネットワークを構築することを目的とした中央拠点市場は、中央卸売市場のあり方として引き続き有力であると考えられるものの、中央拠点市場を中心とするネットワークの構築はごく一部でしか進んでいない上、出荷側や買受側からは、中央拠点市場への位置付け自体が必ずしも出荷先・買受先の選定における重要な判断材料となっていないとの指摘がある。

このことを踏まえ、各市場の経営展望や目指すビジネスモデルとは無関係に、当該市場の現在の取扱数量等をもとに、国が指定する現行の中央拠点市場のあり方については、市場毎のビジネスモデル等の確立を促すことと併せ、見直しを検討することが必要である。

5) 地方卸売市場の再編のあり方

① 地域内卸売市場流通の活性化

今後、地方において、少子高齢化に伴う人口減少が急速に進むとの予測がある中、地方卸売市場の集荷力を維持・強化することは、地域における生鮮食料品等の円滑な供給を図る上で大きな課題であり、地方卸売市場の再編を通じ、各地域における卸売市場流通全体を活性化することは急務と考えられる。

このため、地域拠点市場のあり方についても所要の見直しを検討するとともに、特に中央卸売市場が設置されていない都道府県においては、特定の地方卸売市場について、他市場との統合や連携の拠点としてのみならず、産地や実需者のニーズに対応した高機能化を進め、地域の卸売市場流通の核となるべき市場として、都道府県卸売市場整備計画の中で明確に位置付け、必要な取組を積極的に進めることが必要である。

② 地方卸売市場の経営強化に向けた再編

産地、量販店の大型化が進展する中で、地方卸売市場の経営規模を踏まえれば、その経営体質を強化することは喫緊の課題であり、地方卸売市場の卸売業者に対する経営改善指導を強化するとともに、小規模の地方卸売市場の統合・大型化を図ることが必要である。

このため、各都道府県においては、地方卸売市場の卸売業者に対する財務基準の設定を進め指導監督を強化するとともに、同基準への抵触など一定の目安に該当する地方卸売市場について、都道府県卸売市場整備計画に基づき、市場の統合、市場間連携等の再編を進めることが必要である。

(3) 卸売市場における公正かつ効率的な売買取引の確保

卸売市場における公正な売買取引、透明性をもった価格形成を引き続き確保する観点から、卸売業者と仲卸業者・売買参加者とを対置する卸売市場の基本構造とともに、現行の取引規制についてその原則を維持した上で、公正・効率的な売買取引の確保、市場関係業者の負担の軽減、卸売市場取引の活性化・円滑化等を図る観点から、市場毎の経営戦略も意識しながら以下の取組を進める必要がある。

1) 卸売市場における取引方法と価格形成

卸売市場における売買取引方法については、実需者のニーズに対応しつつ、地元生産者や中小買受人などの安定的な取引機会にも配慮し、かつ、市場取引の活性化にも寄与する内容とすることが重要である。

このため、中央卸売市場開設者においては、せり・入札対象物品に係る設定、特に2号物品のせり・入札割合について、当該市場の経営展望や取扱物品の需給動向等も踏まえて、柔軟かつ戦略的に設定することが必要である。

また、透明性をもった価格形成を維持・向上させるため、価格形成に係る情報については、企業情報の保護、事務手続きの負担増等に十分配慮した上で、日ごと、月ごとのデータ提供、インターネットによる検索の利便性向上、データ保存期間の延長など、情報利用者のニーズに可能な限り配慮した情報提供に努めることが必要である。

2) 公正かつ効率的な取引の確保に向けた方向性

① 第三者販売・直荷引きの原則禁止に係る特例の活用

国においては、第三者販売・直荷引き禁止の原則に係る例外規定に対する関係者の十分な理解を得るため、改めてその内容について周知徹底することが必要である。また、卸売市場がその機能を高度化し取引を活性化するためには、卸売市場間の連携をより一層進めていくことが重要である。このため、卸売市場間の連携を促進する観点から、他の卸売市場の卸売業者との集荷の共同化等の業務連携に関する契約に基づく第三者販売や直荷引きについて、市場取引委員会等の手続きをより迅速かつ簡易な運用とすることをはじめ、市場毎の経営戦略も踏まえて開設者による運用等が可能な限り柔軟なものとなるよう検討することが必要である。

さらに、卸売市場を活用した国産農林水産物の輸出の円滑化・効率化を図るため、海外の輸入業者への第三者販売や輸出に意欲を持つ産地からの直荷引きをその例外とするなど、より柔軟な運用とすることが必要である。

② 商物一致の原則に係る特例の活用

国においては、商物一致の原則に係る例外規定に対する関係者の十分な理解を得るため、電子商取引等の例外規定に該当する取引の具体的な内容や満たすべき要件等を分かりやすく整理し、改めてその内容を周知徹底することが必要である。

また、商取引を含む社会全体の電子化が進展する中で、卸売市場の売買取引においても情報通信技術の利用を一層推進し、市場流通の効率化を図ることが重要である。このため、卸売市場の電子商取引に基づく商物分離取引について、出荷者・実需者のニーズに迅速かつ的確に対応可能なものとするため、市場取引委員会等の手続きについてより迅速かつ簡易な運用とすることをはじめ、市場毎の経営戦略も踏まえて開設者による運用等が可能な限り柔軟なものとなるよう検討することが必要である。

③ 市場取引委員会の活性化

市場取引委員会については、その機動性や機能に対し問題点を指摘する意見もあるが、卸売市場における取引の公正性等を確保する観点からその役割は重要であることから、公正な取引の確保と機動的、効率的な市場運営を両立する観点から、同委員会の運営方法について検証を行い、その活性化を図るための運用改善が必要である。

④ 市場関係業者の事務手続きの簡素化

中央卸売市場においては、公正な取引を確保するため、卸売業者及び仲卸業者に対して、取引に伴う各種の申請、報告等の提出が課されている。そのような中、迅速かつ機動的な取引を求める実需者ニーズへの的確な対応等を図るため、これまでも、各種事務手続きについて、公正な取引の確保に留意しつつ、効率化、簡素化が進められているところだが、未だに業務規程により法令に基づかない独自の事務手続きを課している開設者もみられる。

このため、中央卸売市場開設者においては、法令に規定されていない事務手続きの廃止、電子化への移行を含む事務手続きの簡素化について、市場毎の経営戦略も踏まえて引き続き積極的に取り組むことが必要である。

⑤ 適切な取引環境の維持

卸売市場関係業者の取引先が大型化する中で、市場流通において、適切な取引環境の維持を図ることが必要との指摘がある。国や地方自治体においては、独占禁止法等により規制される優越的地位の濫用の内容や公的な相談窓口について、市場関係業者への周知を進めるとともに、国の市場取引 110 番による相談体制については引き続き維持し、その周知に努めることが必要である。

2 市場関係業者及び開設者の取組に係る課題への対応

卸売業者、仲卸業者等の市場関係業者及び開設者においては、以下の様な取組等を積極的に講じ、市場一体となつて、取り巻く情勢の変化に的確に対応しつつ、生鮮食料品等の流通の中核として求められる役割、機能を発揮していくことが必要である。

(1) 消費者、実需者、生産者等の多様化するニーズへの的確な対応

卸売市場が、生鮮食料品等の流通において、引き続き基幹的な役割を果たしていくためには、多様化する消費者、実需者、生産者等のニーズに的確に対応することが不可欠であるため、市場関係者が一体となり以下のような機能強化等を進めていくことが必要である。

1) 取扱物品の品質管理の高度化

① コールドチェーンシステムの確保

卸売市場内におけるコールドチェーンシステムの確保に対しては、生産者側や実需者側からその取組状況を一定程度評価する意見がある一方で、現状の不十分さや更なる改善の必要性、市場間格差も指摘されている。

このため、生産現場から店頭、食卓までのコールドチェーンシステムの確保に向け、各卸売市場において、立地条件、取扱物品の構成、出荷者や実需者のニーズ、施設整備に伴う市場内物流の効率性への影響、さらには市場内業者の経営への影響等も考慮しつつ、整備目標や方針を事前に明確化した上で、計画的、かつ着実な施設整備を推進することが必要である。

② 組織的、体系的な品質管理の高度化

卸売業者、仲卸業者においては、品質管理の高度化に向けた規範の策定に加えて、その内容に係る不断の検証や同規範の社内遵守体制の強化等を通じて、卸売市場内の荷受けから卸売、仲卸、配送に至るまでの各段階において、取扱物品に係る品質管理の質的向上・レベルアップを進めていくことが必要である。

また、その際、卸売市場における品質・衛生管理の徹底を図るとともに、その機能・魅力を向上させ、輸出等への対応力も強化する観点から、外部監査を伴う品質管理認証の取得等を通じ、より組織的・体系的な品質管理体制を構築することが重要であると考えられる。

2) 加工・調製や保管・配送機能といった付加機能の充実

消費者の食料消費の変化に伴い、量販店、専門小売業者、外食産業等の実需者からは、卸売市場に対して、加工・調製や保管・配送面などでの細やかなサービスが求められている。

これらの実需者ニーズに適切かつ円滑に対応するため、加工・調製、保

管・配送等の機能を充実するとともに、リテールサポート（小売支援活動）の取組を一層推進することが必要である。また、それに伴い施設を整備する際には、市場毎の経営戦略、費用対効果、長期的な需要予測等を踏まえつつ、計画的かつ重点的に進めることが必要である。なお、事業の円滑な発展を図る観点からは、加工業者等の関連ノウハウを有する市場外事業者の取り込み、活用も重要な選択肢の一つである。

3) 産地との連携強化を通じた品揃えの充実等

消費者、実需者等からは、卸売市場に対して、従来からの規格品のみならず、地場の特産品や、栽培方法等にこだわりを有する商品といった特色ある品揃えを充実することも求められている。産地との連携強化を通じてそれらのニーズに的確に対応することは、卸売市場における販売力の強化につながるだけでなく、産地側においてもその生産物の価値、出荷量の増大を通じた所得向上に貢献するものであることから、積極的な取組が求められる。

このため、卸売業者や仲卸業者においては、卸売市場としての川上・川下双方向のコーディネート機能を十分に発揮し、小売等における消費者需要や実需者における加工・業務用需要と、産地から集荷する商品のマッチングを図ることが重要であり、日々の営業活動を通じて把握した消費者・実需者ニーズを踏まえ、品種選定、栽培方法等の営農指導や集荷支援等の産地との密接な連携と、地域特産物のブランド化等の独自性が高い産地・商品の開発に取り組むことで、魅力的かつ特色ある商品の品揃えを充実するとともに、その集荷力を一層強化していくことが必要である。

4) 積極的な情報の受発信と流通コストの削減

生鮮食料品等のサプライチェーンの中間に位置している卸売市場が、生産者、実需者それぞれが求める情報の円滑な伝達に努めることは、ニーズのマッチング、新規需要の喚起等を通じて、卸売市場を介した生鮮食料品等流通全体の活性化に資するものである。また、卸売市場が起点となって流通過程に係るコストの削減に取り組むことは、卸売市場関係業者はもとより産地や買受側の負担低減や経営改善につながり、ひいては生鮮食料品等の流通構造の改善に寄与するものである。

このため、卸売業者、仲卸業者においては、生産者・実需者が求める情報の正確かつ細やかな受発信を強化し、生鮮食料品等の流通の中間に位置する立場を活かしたコーディネート機能を積極的に発揮することが必要である。また、流通コスト削減に向け、ICT 技術を活用した販売促進や産地・実需者と連携した通い容器導入を積極的に進めることが必要である。

5) 市民との交流や「食」の拠点としての情報発信

卸売市場が市民との積極的な交流を進めることは、生鮮食料品等の流通に果たす卸売市場の重要な役割・機能に対する理解の醸成等の観点から重要である。

このため、卸売市場においては、市民を対象とした交流イベントを引き続き積極的に進めていく必要がある。その際、卸売市場が、日々多岐にわたる生鮮食料品等を取り扱い、日本の食文化の一端を担う施設であることも踏まえて、「食」や「日本食文化」に関する情報発信や食育につながる活動を推進することが重要である。なお、イベントの開催等を通じて市民を卸売市場内に招く場合には、卸売業務への影響や、市場内の衛生管理及び安全の確保等について十分留意するとともに、その時間設定も含め、事前に関係者で十分な調整を図ることが必要である。

(2) 卸売業者及び仲卸業者の経営体質の強化

卸売業者及び仲卸業者は、集分荷機能、情報受発信機能等の卸売市場の機能を実際に担う主体であることから、卸売市場の機能強化を図るためには、卸売業者及び仲卸業者の経営体質を強化し、健全かつ安定した経営を行う業者が卸売市場における売買取引を担うことが重要である。

1) 卸売業者及び仲卸業者の経営体質の強化

生産者や実需者と連携し、特色ある品揃えの充実、新商品の開発、加工・調製機能や保管・配送機能等の付加、顧客ニーズに対応した情報の積極的な受発信等の取組は、卸売業者や仲卸業者の経営体質の強化にもつながるものである。さらに、産地側及び実需者側ともに大型化が進展していることも踏まえれば、卸売業者等においても、経営規模の大型化を通じた経営体質の強化を図ることが重要である。

このため、卸売業者及び仲卸業者においては、現状の課題や強み等を分析の上、付加機能の強化、業務の効率化、若手・女性を含めた人材の育成・活用といった経営資源の強化など生産性の向上に向けた取組を推進することが必要である。併せて、合併等による統合大型化や株式上場等による資本強化、さらには異なる市場間を含む業者間の資本関係構築による連携関係の強化等に取り組むべきである。

2) 経営改善指導の適切な実施

卸売業者及び仲卸業者の経営が厳しい状況にある中、引き続き卸売市場流通の信用力を確保するため、国においては、開設者や都道府県による指導監督機能の強化に資する情報提供等に努めるとともに、市場関係業者への経営改善指導は、これまで以上に的確、厳正な内容となるよう以下のような改善を講じることが必要である。

① 中央卸売市場卸売業者

経営改善指導において、従来の立入検査に加えて、オフサイトモニタリングを通じた財務内容に係る監視・指導を行うとともに、長期にわたり経営改善が図られない卸売業者に対しては、改善計画の達成状況のフォローを濃密にするとともに、必要に応じて改善計画を見直す等状況に応じた指導強化を図ることが必要である。

② 中央卸売市場仲卸業者

開設者においては、あらかじめ仲卸業者に係る経営監督指針を定めるとともに、同方針に基づく指導を行うなど、よりきめ細やかな経営改善指導を行うことが必要である。

③ 地方卸売市場卸売業者

各都道府県においては、卸売業者に係る財務基準の設定を進め指導監督を強化するとともに、都道府県間で同基準の内容や経営改善指導の事例を共有するなどにより、指導内容の全般的な底上げがなされるよう国及び都道府県は各般の取組を進めることが必要である。

3) 代金決済におけるリスク管理

卸売市場流通における迅速・確実な代金決済は出荷者等の評価が高いものの、代金回収サイトの問題など、市場関係業者の負担感もある中で、今後とも、代金決済機能を維持する観点から、市場内外の決済事故に対するリスクを軽減することが重要である。その際、支払猶予の特約締結や取引信用保険への加入等も考えられるものの、具体的な対応方策については、取引実態等をよく踏まえた上で、さらに検討を深める必要がある。

(3) 市場の活性化に向けた新たな取組の推進

現在、国産農林水産物等の価値を見だし、またその価値を高め、農山漁村を活性化するため、意欲ある農林漁業者により、国産農林水産物の輸出や6次産業化の取組が各地で展開されている。生鮮食料品等の流通過程の中間に位置する卸売市場が、このような国産農林水産物の流通、販売に関する新たな取組のパートナー等となることは、取扱物品の付加価値を高め、その販売力の強化や新規需要の創出、さらには、卸売市場流通の活性化にもつながりうるものであることから、各卸売市場の立地条件や経営戦略等も踏まえた積極的な取組が期待される。

1) 卸売市場を活用した国産農林水産物の輸出の推進

卸売市場の集荷機能や代金決済機能、さらには販売先に関する情報受発信機能を活用し、産地は安心して一定の品質・量の輸出向け商品の生産に取り組めるとともに、卸売市場は全国の産地から多様な品目が集まる強みを活かして量、出荷期間といった輸入側のニーズにも適切に対応できることから、卸売市場を活用しそれを拠点とした国産農林水産物の輸出を積極的に推進することが必要である。その際、市場関係者と関連機関等との連携を強化するとともに、海外事業者との直接取引等の円滑化・効率化、卸売市場内での輸出手続きの改善、さらには HACCP に基づく品質管理認証等の取得など輸出先が求める品質管理の高度化等に取り組むことが重要である。

2) 6次産業化のパートナーとしての機能発揮

卸売市場が6次産業化のパートナーとしてその機能を発揮することで、市場関係業者の新たなビジネス機会の創出を通じた卸売市場流通の活性化のみならず、国内農林水産物の消費拡大や国内農林水産業の活性化にも資するものと考えられる。このため、市場関係業者においては、産地情報と実需者・消費者ニーズの双方に通じ、求められる商品特性や多様な販路に係る知見等を有するといった強みを活かして、6次産業化に積極的に参画することが重要である。

(4) 卸売市場に対する社会的要請への適切な対応

卸売市場は、生鮮食料品等の安定的な供給を担う社会インフラであることから、その社会的な信頼を引き続き確保、向上させるため、取扱食品の安全性と消費者の信頼確保、市場運営に伴う環境負荷の計画的な低減、災害時等の緊急時における対応機能の強化など、様々な社会的な要請に積極的かつ適切に対応することが必要である。

1) 食の安全・消費者の信頼確保

消費者が生鮮食料品等を選択する際に、その安全性が担保され安心できることは重要な基準となっており、卸売市場においても、取扱食品の安全性と消費者の信頼確保に向けた取組が強く求められている。

このため、開設者及び市場関係業者においては、取扱食品の安全性と消費者の信頼を確保する上で、当該市場にとって喫緊の課題は何かを見極め、その課題解決に真摯に取り組むことが必要である。その際、基本的な衛生管理の徹底に加え、HACCPの考え方を採り入れた品質管理や外部監査を伴う品質管理認証、トレーサビリティシステムの導入など取扱物品の品質管理の高度化に向けた施設・体制の整備や、コンプライアンス等に係る規範の策定・徹底等を重点的かつ積極的に推進するとともに、それら取組状況について、消費者へ積極的かつ効果的に情報を発信していくことに努めることが必要である。

2) 市場運営に伴う環境負荷の低減

卸売市場はその運営に伴ってエネルギーを大量に消費するとともに、食品廃棄物や廃容器等を日々大量に排出する施設のひとつであることから、その運営に伴う環境負荷の低減に引き続き積極的に取り組むことが求められる。

多くの卸売市場で車両の電動化、LED照明の導入、太陽光発電、廃棄物のリサイクル等の様々な取組が進められてきているところであるが、各卸売市場においては、関連施設の整備、運用が市場経営に及ぼす影響等を考慮しつつ、CO₂や廃棄物の削減など環境負荷の低減に係る具体的な数値目標や方針等を策定した上で、市場関係者がそれぞれ適切な役割を果たし、市場全体として重点的かつ計画的な取組を推進することが必要である。

3) 災害時等の緊急事態に対する対応機能の強化

卸売市場は、国民への生鮮食料品等の安定的な供給を担う重要な使命を有しているため、災害時等の緊急事態においても、その機能を維持し、被災した場合であっても早期に機能回復することが求められる。

このため、開設者や市場関係業者においては、緊急事態が生じた場合でも可能な限り卸売市場がその業務を維持・継続できる体制の確立に向けて、事業継続計画（BCP）を策定していない場合は、関係者で十分協議の上、早急にその策定に取り組むとともに、BCP策定後もその更新を含めた適切な運用を図ることが必要である。

また、その立地等も踏まえつつ、災害発生時に備えた複数市場間におけるネットワークの構築、自治体等関係機関との協定締結や既存の協議枠組みを活用した日頃からの連携強化、市場内における必要な施設整備や開設者を中心とした市場関係業者間の連携・役割分担など、平時から災害発生時を見据えた準備を怠らずソフト・ハード両面での多岐にわたる取組を着実に進めることが必要である。

V おわりに

卸売市場整備基本方針については、現行方針の目標年度が平成27年度までとなっていることから、農林水産省において、同年度中に次期第10次基本方針を策定する予定となっている。

農林水産省においては、卸売市場が国民に対して生鮮食料品等を安定的かつ効率的に供給するという使命を果たし、今後とも健全に発展することができるよう、この報告で提案された取組の方向性等を真摯に受け止め、次期基本方針をはじめとした施策の立案に当たることを期待する。

さらに、開設者、卸売業者及び仲卸業者等の市場関係者や、都道府県においては、この報告に掲げられた取組の方向性等に即して、それぞれが講ずべき取組を主体的かつ積極的に講じていくことが期待される。