

卸売市場をめぐる情勢について

平成 2 6 年 7 月

農林水産省

目 次

I 食品流通を取り巻く環境

1. 我が国の人口構造の推移と見通し	5
2. 世帯構造と女性の労働力率の変化	6
3. 食料消費の動向	7
4. 国内農業の生産構造の推移	8
5. 国内漁業の生産構造の推移	9
6. 食品小売業の動向	10
7. 消費者の購買行動	11
(参考) 食に対する消費者の信頼を揺るがす事件の発生	13
8. 地産地消の取組	14
9. 環境問題に対する国民の意識と企業の取組状況	15
10. 国内農林水産物・食品の輸出促進	16
11. 6次産業化の推進	17

II 卸売市場流通の現状

1. 卸売市場の役割・機能	19
(参考) 卸売市場制度の概要	20
(参考) 中央卸売市場の配置	21
(参考) 中央卸売市場と地方卸売市場の違い	22
2. 卸売市場の動向	23
3. 卸売業者の経営動向	26
4. 仲卸業者の経営動向	29

III 第9次卸売市場整備基本方針に基づく取組状況

1. 第9次卸売市場整備基本方針の概要	33
2. 卸売市場の適正な配置	
2-1 中央拠点市場の設置	35
2-2 中央拠点市場への位置付けに伴う取組、効果	36
2-3 中央卸売市場の再編、機能強化	38
2-4 地域拠点市場の設置	39
(参考) 地域拠点市場の規定（第9次卸売市場整備基本方針, 抄）	40

目 次

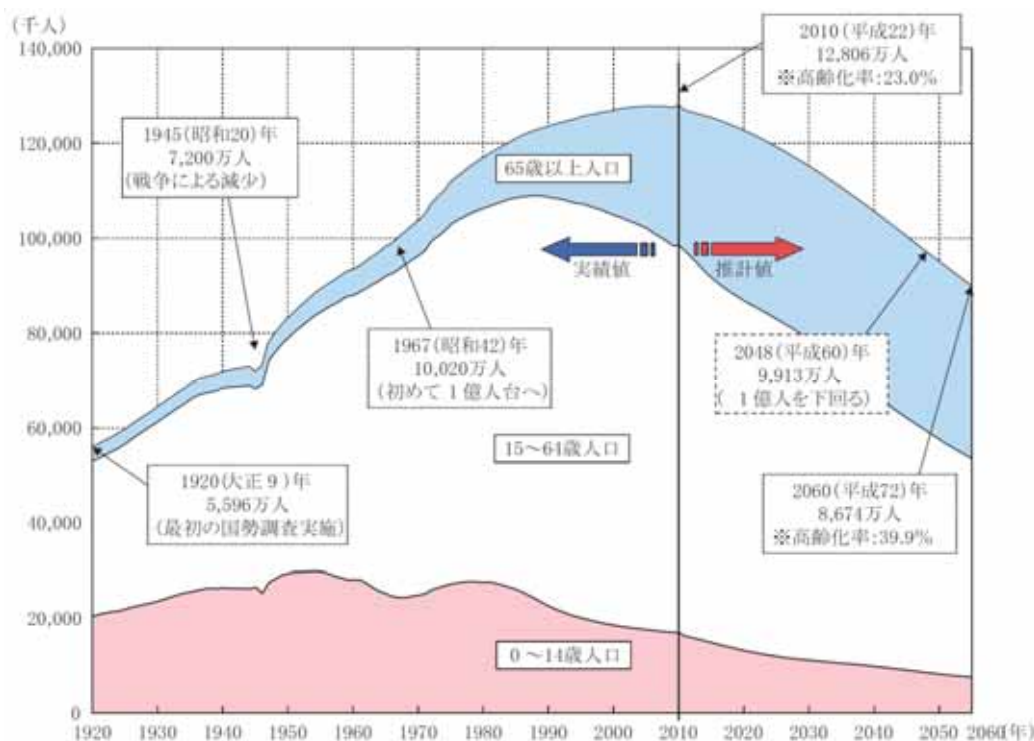
III 第9次卸売市場整備基本方針に基づく取組状況（続き）	
3. 近代的な卸売市場の立地並びに施設の種類、規模、配置及び構造	
3-1 施設整備・運営における民間資金等の活用	41
3-2 コールドチェーンシステムの整備	42
3-3 実需者ニーズへの対応	44
3-4 市場運営に伴う環境負荷の低減	45
3-5 市場運営及び物流の効率化	47
4. 取引、物品の積卸し等の合理化	
4-1 卸売市場間での連携	49
4-2 市場内事務手続き及び取引の簡素化、合理化	50
5. 物品の品質管理の高度化	
5-1 品質管理の高度化に向けた取組	51
6. 卸売業者及び仲卸業者の経営近代化	
6-1 卸売業者	53
6-2 仲卸業者	54
6-3 卸売業者及び仲卸業者に共通する事項	55
7. その他	
7-1 中央卸売市場に係る経営戦略の確立	57
7-2 市場内手続き等における情報化の推進	59
7-3 災害時等の緊急事態への備え	60
7-4 市民交流及び情報発信の推進	61
8. 第9次卸売市場整備基本方針策定後の新たな動きや取組	
8-1 卸売市場を活用した輸出の現状	62
8-2 卸売市場関係業者による6次産業化への参画事例	63
IV 卸売市場をめぐる状況等を踏まえた主な課題	64

I 食品流通を取り巻く環境

1. 我が国の人口構造の推移と見通し

- 国立社会保障・人口問題研究所の推計によると、出生推移・死亡推移がいずれも中位で推移した場合、我が国の総人口は、平成22年(2010年)から長期の人口減少過程に入るとされており、今後、食料消費の量的な減少が進むとみられている。
- また、総人口に占める高齢者の割合は、平成22年(2010年)の23.0%から、平成52年(2040年)には36.1%と大きく上昇すると推計されている。

■我が国の人口構造の推移と見通し

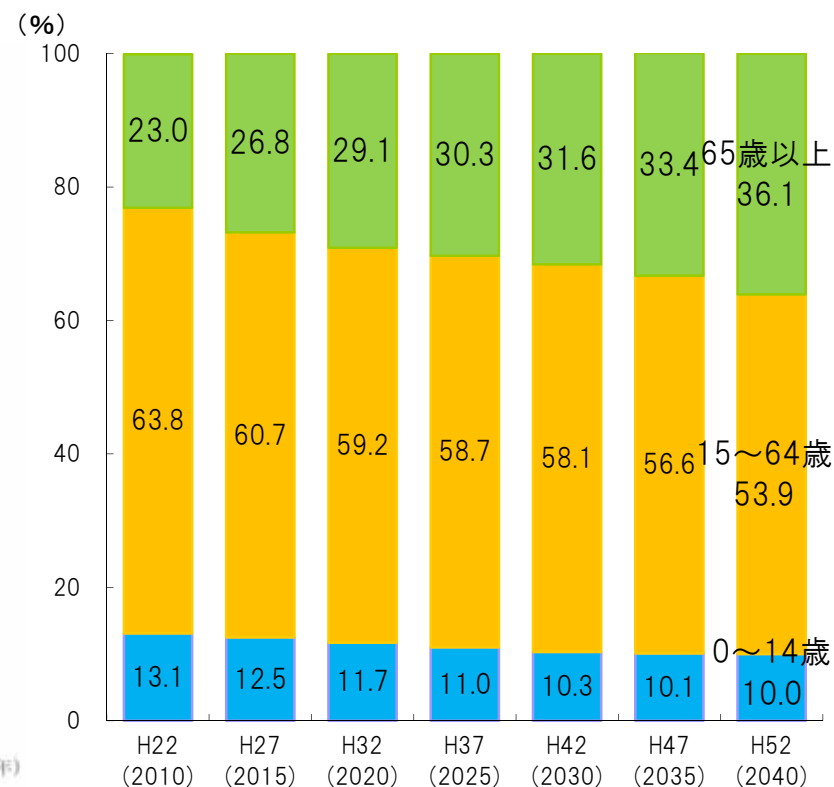


資料：少子化社会対策白書(H26年版)

注1：実績値(1920～2010年)は総務省「国勢調査」、「人口推計」、「昭和20年人口調査」、推計値(2011～2060年)は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(平成24年1月推計)」の中心推計による。

注2：1941～1943年は、1940年と1944年の年齢3区分別人口を中間補間した。1946～1971年は沖縄県を含まない。また、国勢調査年については、年齢不詳分を按分している。

■総人口に占める年齢別割合の推計(全国)



資料：国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」(平成25年3月推計の中心推計)

2. 世帯構造と女性の労働力率の変化

- 我が国の世帯構造では、「単独(单身)世帯」の割合が増加しており、65歳以上の高齢者の単独世帯についても増加している。今後も、単独世帯の割合が増加すると推計されている。
- また、年齢階級別に見た女性の労働力率は「M字カーブ」を描いているが、そのカーブは以前に比べ浅くなっており、M字の底となる年齢階級も上昇している。

■「単独(单身)世帯」の増加

●単独(单身)世帯数

711万世帯(19.8%) → 1,679万世帯(32.4%) → 1,872万世帯(36.5%)
(昭和55年(1980年)) (平成22年(2010年)) (平成42年(2030年))

●65歳以上の単独(单身)世帯数

88万世帯(2.5%) → 498万世帯(9.6%) → 730万世帯(14.2%)
(昭和55年) (平成22年) (平成42年)

<参考:全世帯数>

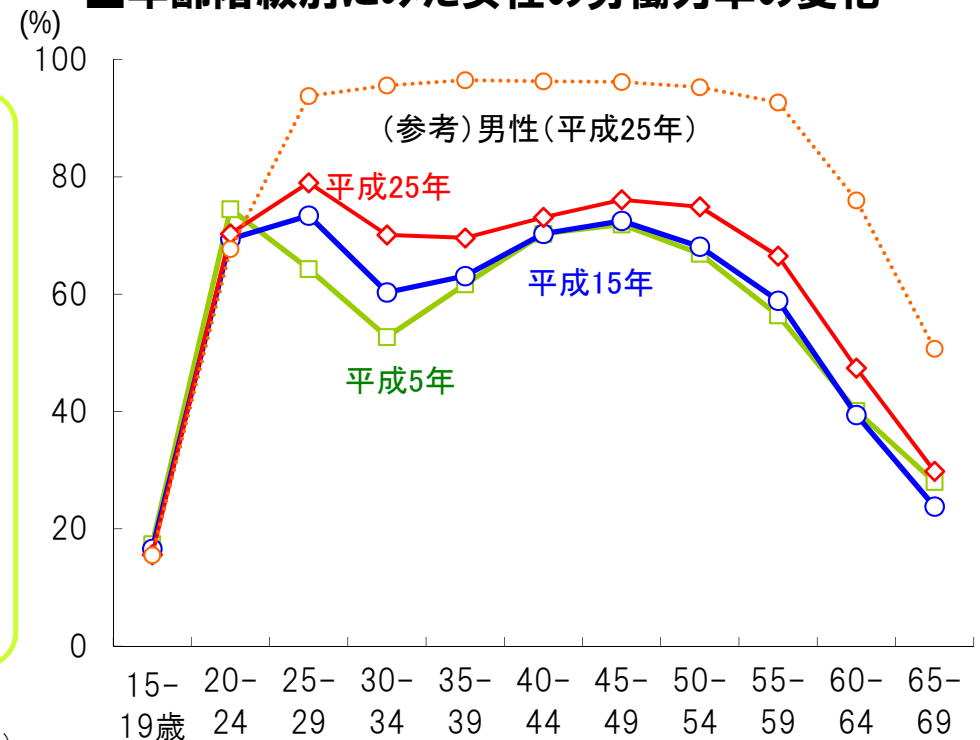
3,582万世帯 → 5,184万世帯 → 5,123万世帯
(昭和55年) (平成22年) (平成42年)

資料:総務省「国勢調査」

国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計」(平成25年1月推計)

注:世帯数の後ろの()内は全世帯数に占める割合である。

■年齢階級別に見た女性の労働力率の変化



資料:総務省「労働力調査」を基に農林水産省で作成。

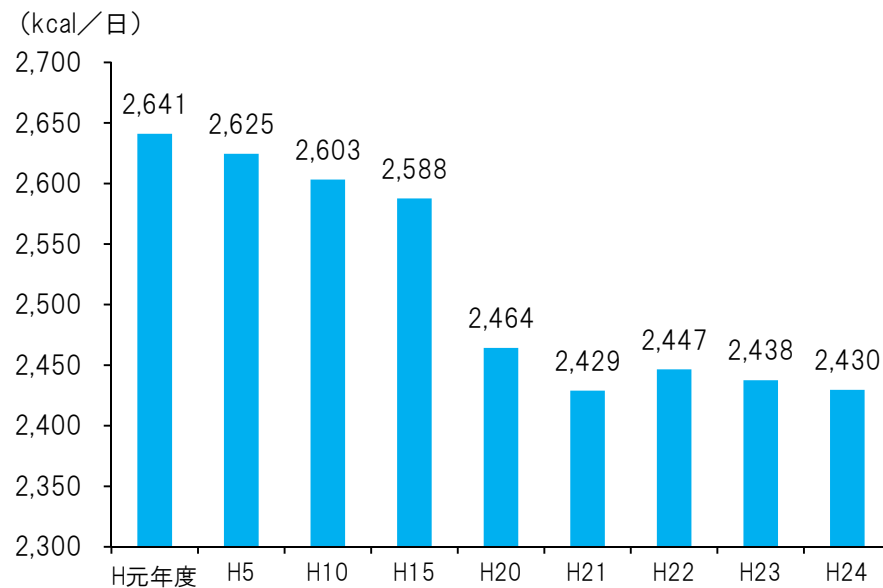
注:各年齢階級別の労働力率(労働力人口比率)

$$=(\text{労働力人口} / \text{15歳以上人口}) \times 100$$

3. 食料消費の動向

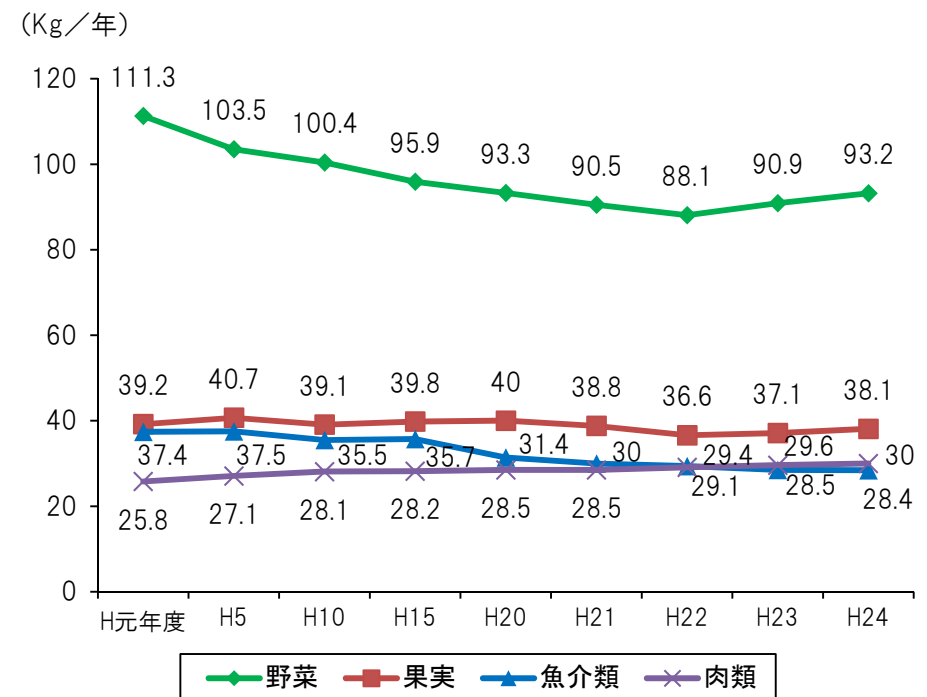
- 人口の高齢化等を背景に、国民全体の1人1日当たりの供給熱量は近年減少傾向にある。
- また、1人1年当たり品目別消費量は、野菜、魚介類は減少傾向(野菜は平成23年度から上向き傾向)だが、果実は横ばい、肉類は微増傾向にある。

■国民1人1日当たりの供給熱量の推移



資料：農林水産省「食料需給表」

■国民1人1年当たりの品目別消費量の推移



資料：農林水産省「食料需給表」

4. 国内農業の生産構造の推移

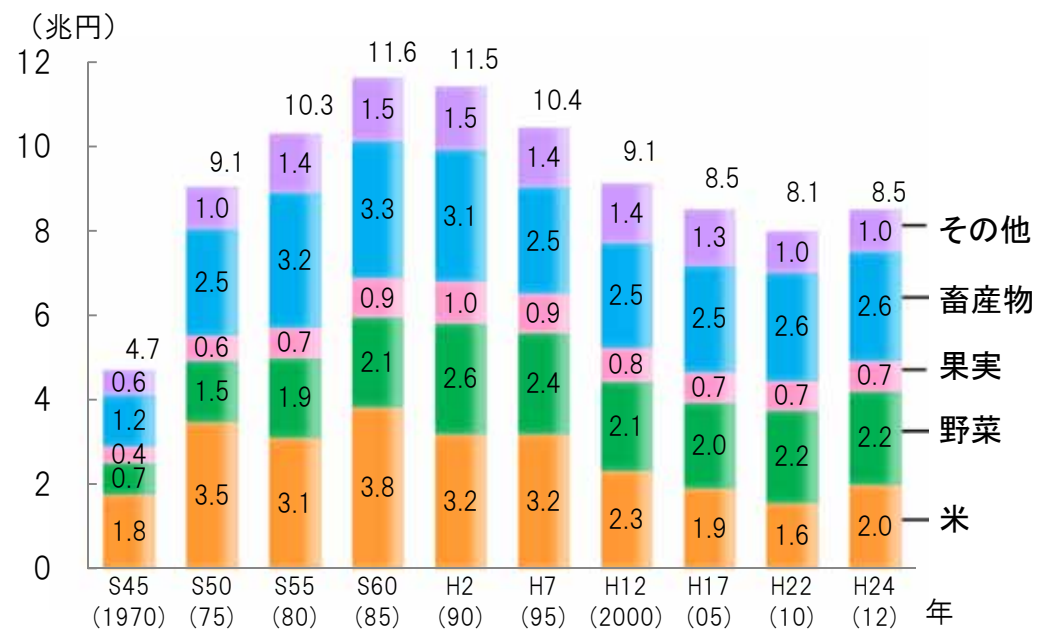
- 耕地面積の減少、耕作放棄地の増加及び農業従事者の減少・高齢化が進行している。
- 農業総産出額は、昭和59年(1984年、11兆7,171億円)をピークに減少傾向で推移している。

■耕地面積、農業就業人口等の推移

	S40 (1965)	S50 (1975)	S60 (1985)	H7 (1995)	H17 (2005)	H22 (2010)
耕地面積 (万ha)	600	557	538	504	469	459
	増減率 (%)	▲ 7	▲ 10	▲ 16	▲ 22	▲ 24
耕作放棄地 面積(万ha)	—	13.1	13.5	24.4	38.6	39.6
	増減率		3	86	195	202
総農家数 (万戸)	566	495	423	344	285	253
	増減率	▲ 13	▲ 25	▲ 39	▲ 50	▲ 55
農業就業人口 (万人)	1,151	791	543	414	335	261
	増減率	▲ 31	▲ 53	▲ 64	▲ 71	▲ 77
基幹的農業 従事者(万人)	894	489	346	256	224	205
	増減率	▲ 45	▲ 61	▲ 71	▲ 75	▲ 77
65歳以上 (%)	—	—	20	40	57	61

資料：農林水産省「農林業センサス」、「耕作及び作付面積統計」
注：増減率は、1965年比(耕作放棄地面積は1975年比)で1985年以降の農業就業人口及び基幹的農業従事者は、販売農家ベースの数値。

■農業総産出額(主要品目別)の推移



資料：農林水産省「生産農業所得統計」
注：四捨五入の関係で、合計値と内訳の計が一致しない場合がある。

5. 国内漁業の生産構造の推移

- 漁業者の減少・高齢化が進行しており、平成24年には漁業就業者のうち65歳以上の漁業者が36.9%を占めている。
- 我が国の水産資源については、我が国周辺水域において資源評価を実施している魚種の42.9%が低位水準にある(平成25年度)。
- 漁業・養殖業生産量は減少傾向で推移しており、昭和59年(1984年)のピーク時(1,282万トン)の約38%(486万トン)になっている。

■漁業就業者数の推移



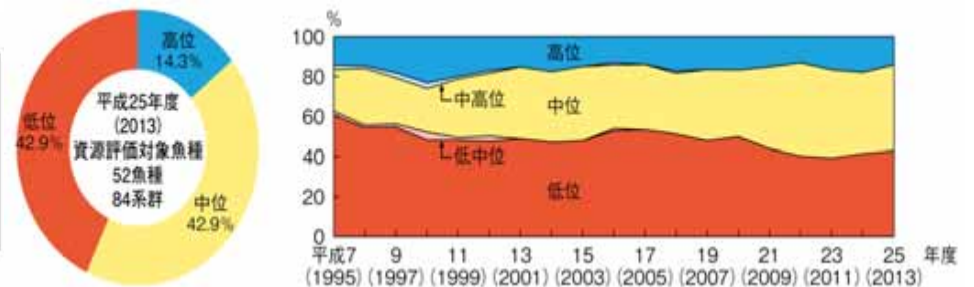
資料：農林水産省「漁業センサス」(15年、20年)、「漁業就業動向調査報告書」(21～24年)
 注1：「漁業就業者」とは、満15歳以上で過去1年間に漁業の海上作業に30日以上従事した者。

2：()内は漁業就業者の合計を100%とした構成割合(%)である。

3：平成20年以降は、雇主である漁業経営体の側から調査を行ったため、これまでは含まれなかった非沿岸市町村に居住している者を含んでおり、2003年漁業センサスとは連続しない。

4：23～24年は、東日本大震災の影響により、岩手、宮城及び福島を3県を除く集計。

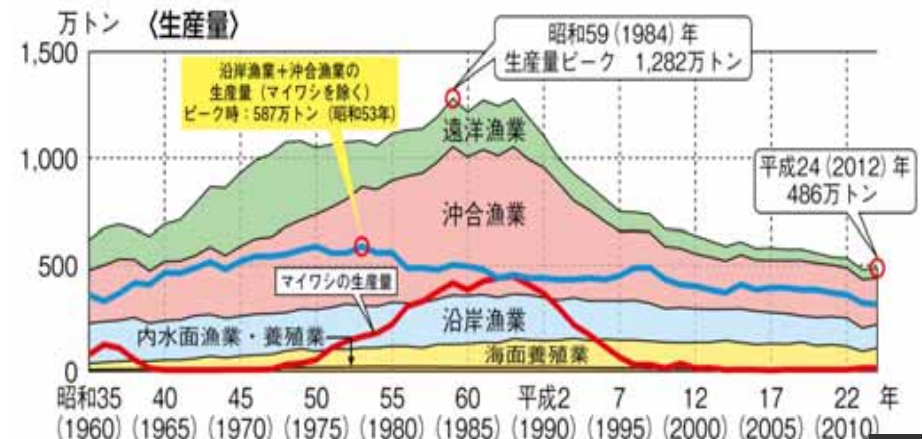
■我が国周辺の資源水準の状況(H25年度)



資料：水産庁・(独)水産総合研究センター「我が国周辺水域の漁業資源評価」等

注：「系群」とは1つの魚種の中で、産卵場、産卵期、回遊経路など生活史の一部あるいは全部が他と区別される群。

■漁業・養殖業生産量の推移



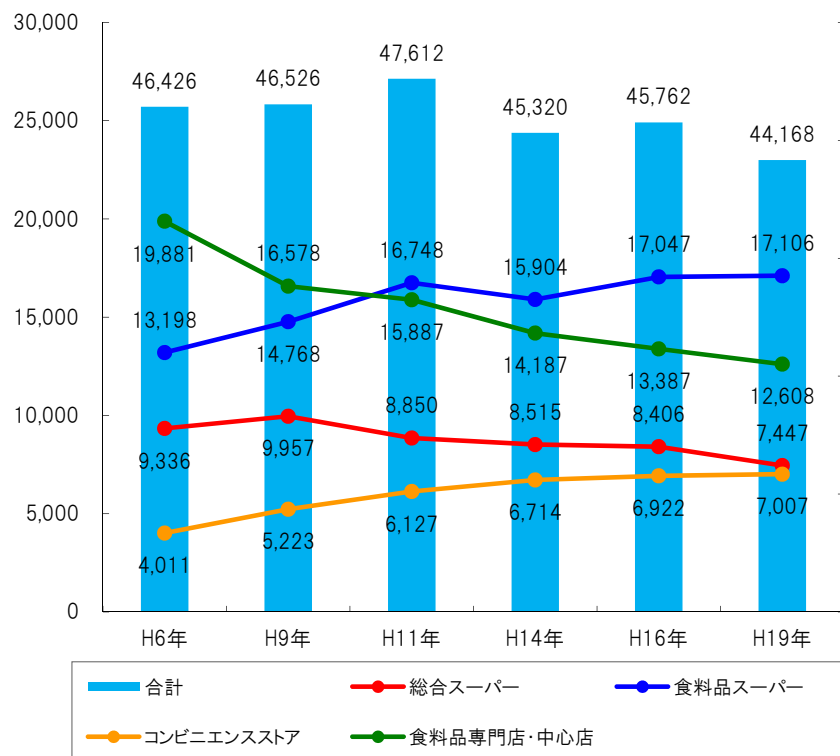
資料：農林水産省「漁業・養殖業生産統計」

6. 食品小売業の動向

- 食品小売業における商品販売額は約44兆円、事業所数は約34万店であり、それぞれ全小売業の3分の1程度を占めている。
- 商品販売額は、食料品スーパーでは、13兆円(平成6年)から17兆円(平成19年)に増加し、コンビニエンスストアにおいても、同期間で商品販売額が4兆円から7兆円と大幅に増加している。
- 野菜・果実小売業、鮮魚小売業、食肉小売業といった食料品専門店・中心店の商品販売額及び事業所数は、平成6年と平成19年を比較すると、いずれも4割程度減少している。

■商品販売額の推移(単位:10億円)

(業態別)

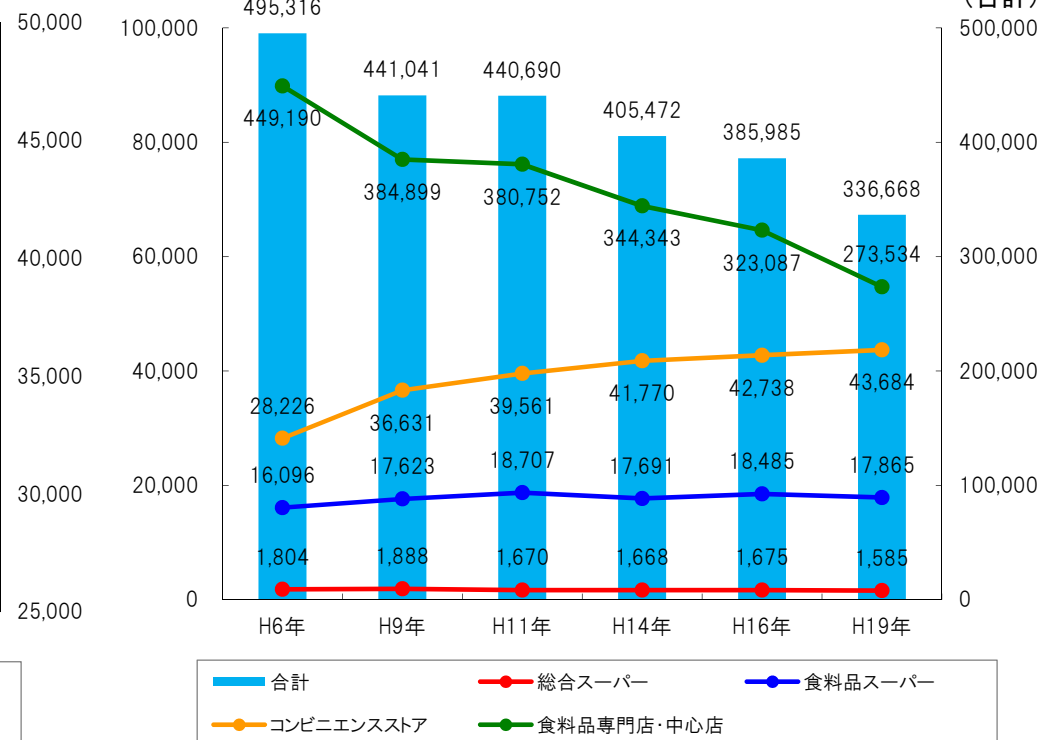


■食料品スーパー:取扱商品販売額のうち食料品が70%以上、売場面積が250㎡以上
 ■食料品専門店:取扱商品販売額のうち食料品が90%以上
 ■食料品中心店:取扱商品販売額のうち食料品が50%以上

■事業所数の推移(単位:店)

(合計)(食料品専門店・中心店以外の業態別)

(食料品専門店・中心店)
(合計)



資料:経済産業省「商業統計表」

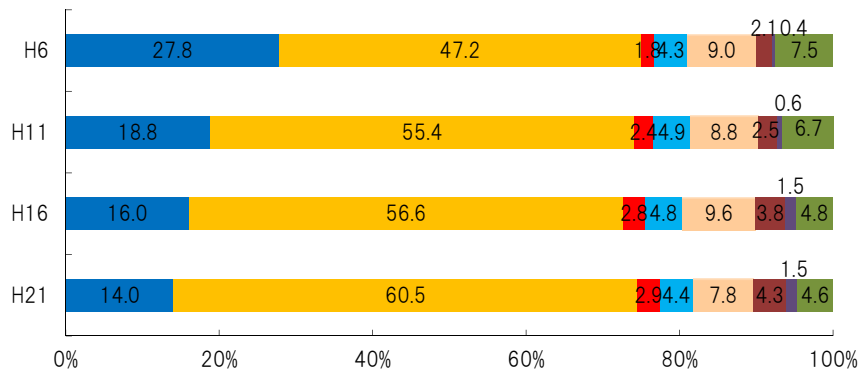
注:商品販売額には、食品以外の販売額も含む。

7. 消費者の購買行動①

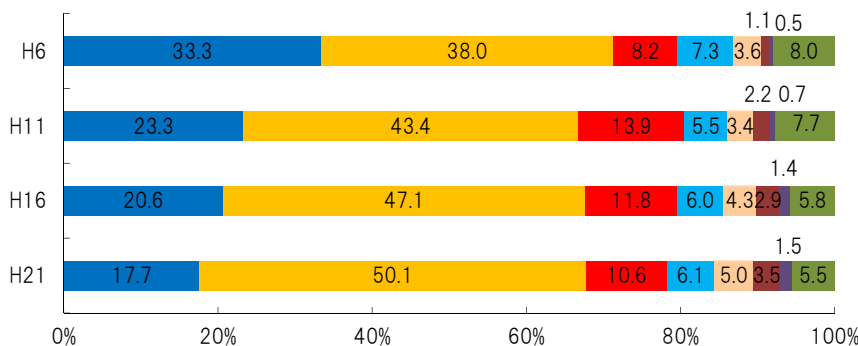
- 消費者の食料品の購入先は、一般小売店の割合が減少し、スーパーの割合が上昇している。
単独(単身)世帯は二人以上の世帯に比べ、コンビニエンスストアの割合が高くなっている。
- 単独世帯や女性の被雇用者の増加等社会情勢が変化する中で、食の外部化が進んできた(平成23年:44.1%)。近年は、外食の市場規模が減少(平成24年:約23.2兆円)するなか、中食が市場規模を拡大している(平成24年:約5.9兆円)。

■食料品の購入先別支出割合

二人以上の世帯



単独(単身)世帯

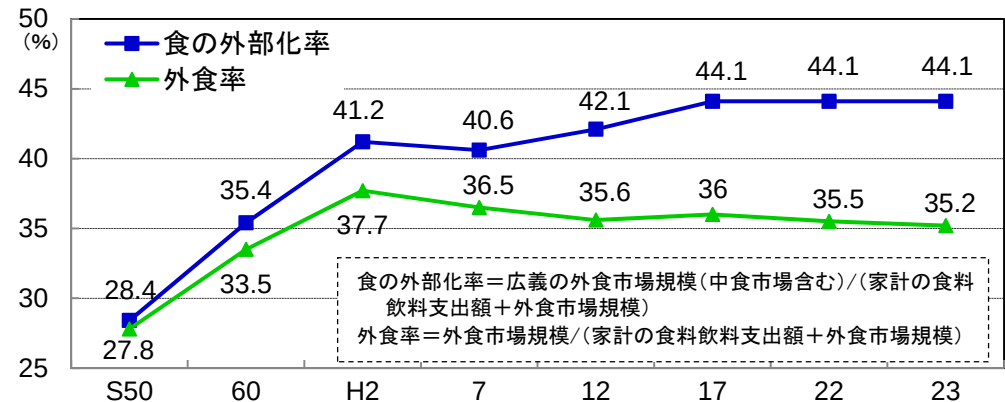


■ 一般小売店 ■ スーパー ■ コンビニエンスストア
■ 百貨店 ■ 生協・購買 ■ ディスカウントストア
■ 通信販売 ■ その他

資料:総務省「全国消費実態調査」

注:1世帯当たり1か月間の支出金額における割合である。

■外食率、食の外部化率の推移



資料:(財)食の安全・安心財団附属機関外食産業総合調査研究センターの推計

■外食と中食の市場規模の推移

(億円)

	S50	60	H2	7	12	17	22	24
外食	85,773	192,768	256,760	278,666	269,925	243,903	234,887	232,386
中食	2,016	10,955	23,409	31,434	49,878	55,158	56,893	59,461

資料:(財)食の安全・安心財団附属機関外食産業総合調査研究センターの推計

注:中食は、料理品小売業(弁当給食を除く)としての値

【食料品の購入先別支出割合の注】

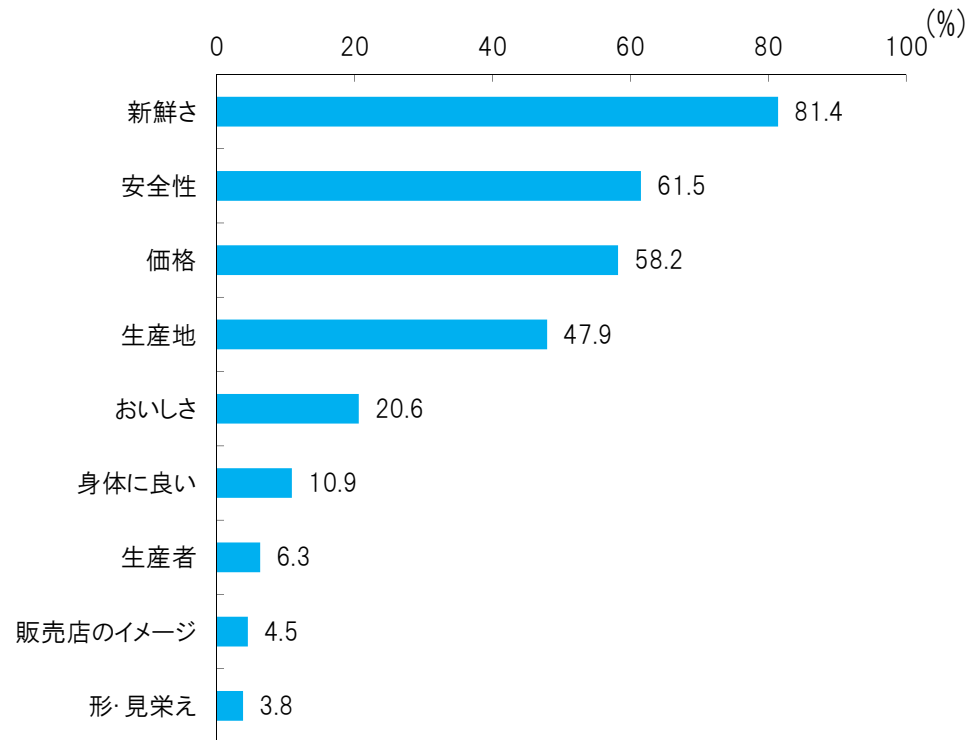
- 一般小売店:スーパー、コンビニエンスストア、百貨店、生協・購買、ディスカウントストア・量販店以外の小売店(個人商店など)
- スーパー:店舗面積が100㎡以上あり、全売場面積の1/2以上でセルフサービス方式を採用して販売する小売店
- コンビニエンスストア:全売場面積の1/2以上でセルフサービス方式を採用し、店舗規模が小さく、終日又は長時間営業を行う小売店
- 百貨店:主に対面販売により販売しており、常時50人以上の従業員のいる小売店
- 生協・購買:組合員の出資によってつくられている生活協同組合、農業協同組合や会社、官公庁等が職員の為に設けている購買部
- ディスカウントストア:店頭商品を原則的に全品値引きして、安い商品を売り物にしている小売店等
- 通信販売:新聞・雑誌、ラジオ・テレビ、カタログ、インターネット等で広告し、郵便、電話、インターネット等で注文を受け、商品を配送する販売方法

7. 消費者の購買行動②

- 消費者が生鮮食品を選択する際の基準は「新鮮さ」が第一となっており、続いて「安全性」、「価格」の順となっている。
- 食料品小売業における消費者向け電子商取引※(BtoC)の比率(EC化率)は、H24年現在で1.0%と小売業他業種に比べ低い傾向にあるものの、EC市場規模は対前年比113.7%と着実に拡大している。

※消費者向け電子商取引:消費者向けの物・サービスの取引であってインターネット上で行われるもの。注文はインターネット上で行われるが、支払い及び配送はオフラインの場合も含む

■生鮮食品を選択する際の基準



資料:内閣府「平成20年度国民生活モニター調査結果」(H21.7)
注:選択肢の中から3つまで選択。

■国内小売業におけるBtoC-EC (消費者向け電子商取引)市場規模の推移

業 種		H19年		H23年		H24年		
		EC市場規模(億円)	EC化率(%)	EC市場規模(億円)	EC化率(%)	EC市場規模(億円)	対前年比(%)	EC化率(%)
小売業	食料品小売	2,510	0.4	5,320	0.9	6,050	113.7	1.0
	総合小売	12,190	2.8	17,820	4.7	18,910	106.1	5.1
	衣料・アクセサリー小売	570	0.5	1,440	1.1	1,750	121.5	1.3
	自動車・パーツ小売	6,650	2.0	12,460	4.1	14,260	114.4	4.3
	家具・家庭用品小売							
	電気製品小売							
	医薬化粧品小売	1,410	1.5	4,200	3.6	5,010	119.3	4.0
	スポーツ・本・音楽・玩具小売	2,220	1.2	3,670	2.5	4,000	109.0	2.7

資料:経済産業省「平成24年度電子商取引に関する市場調査」

(参考) 食に対する消費者の信頼を揺るがす事件の発生

- 近年においても、食品事業者による不適切な表示や製造等、食に対する消費者の信頼を揺るがす事件が相次いで発生しており、その中には卸売市場関係者が関与したものもある。
- 食品取扱企業は、消費者の信頼確保の観点からも、コンプライアンスの徹底が求められている。

■最近の主な消費者の信頼を揺るがす事件(青字は中央卸売市場関係者が関与した事件)

時期	概 要
H22年1-2月	・魚類の原産地について、韓国産等を大分県産等として産地偽装を行い販売
5月	・未検査米に「徳島県産」と表示。事実と異なる販売者、精米年月日を表示して販売 ・トマト、なす他10品目以上の青果品に事実と異なる販売者を表示して販売
6月	・うなぎ蒲焼きの原産地について、台湾及び中国産を愛知県産として産地偽装を行い販売
12月	・みかんの原産地について、本来とは異なる産地偽装を行い販売
H23年 9月	・キュウリの原産地について、福島県産を山形県産、岩手県産として産地偽装を行い販売
H24年11月 -H25年 4月	・冷凍メバチマグロの原産地について、台湾、ミクロネシア等の外国産を、日本船籍の漁船が太平洋上で漁獲したことを示す「日・太平洋」と産地偽装を行い販売
H25年 9月	・中国産米や加工用米を国産主食用米として、弁当・おにぎりメーカーに販売
10月	・ホテルや百貨店のレストラン等で、メニュー表示と異なる食材を使用して客に料理を提供

8. 地産地消の取組

- 地産地消の取組が全国で拡大しており、生産者が農林水産物を消費者に直接販売する直売所は、平成24年度には全国で23,000ヶ所を超え、年間販売額は約8,400億円となっている。
- 学校給食における地域農林水産物の利用割合は徐々に高まり、平成24年度で約25%となっている。

■直売所の状況

	18年度	24年度	32年度 (目標)
直売所数	13,538	23,560	—
総販売額(億円)	4,585	8,448	—
1直売所当たり 販売額(万円)	3,387	3,587	—
1億円以上の 直売所割合 (常設、通年営業)	16%	17%	50%

資料：農林水産省「2005年世界農林業センサス」、「平成19年農産物地産地消等実態調査」、「平成24年度6次産業化総合調査」

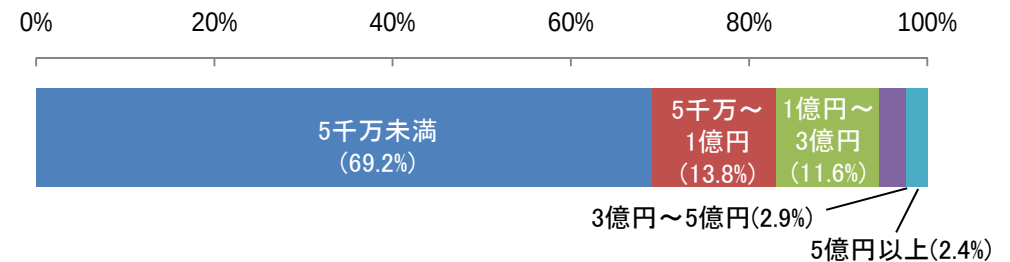
※ 直売所数は、「2005年世界農林業センサス」の数値

※ 総販売額は、「直売所数×1直売所当たり販売額」により算出

※ 1直売所当たり販売額は、「平成19年農産物地産地消等実態調査」の数値

※ 32年度目標は、「農林漁業者等による農林漁業及び関連産業の総合化並びに地域の農林水産物の利用の促進に関する基本方針」における目標値

■年間販売金額規模別農産物直売所の割合 (平成24年度)



資料：農林水産省「農業・農村の6次産業化総合調査」(組替集計)

■学校給食における地場産品の利用状況

19年度	24年度	27年度 (目標)※
23.3%	25.1%	30.0%

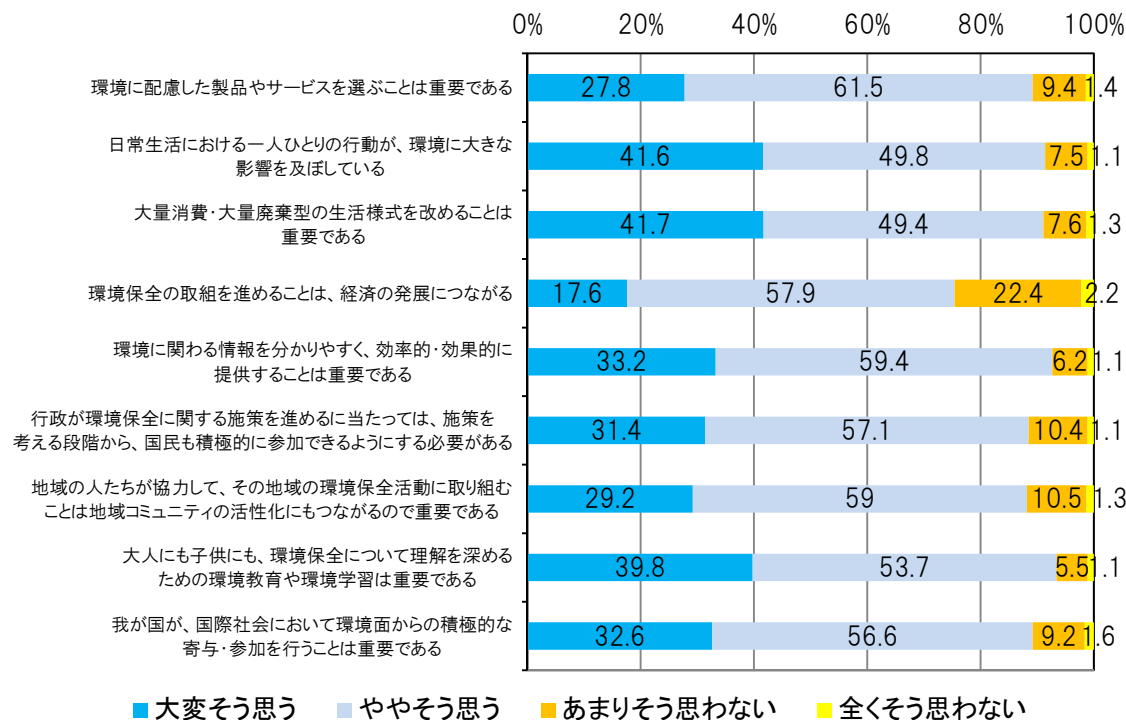
資料：文部科学省「学校給食における地場産物の活用状況調査」

※ 27年度目標は、第2次食育基本計画における目標値

9. 環境問題に対する国民の意識と企業の取組状況

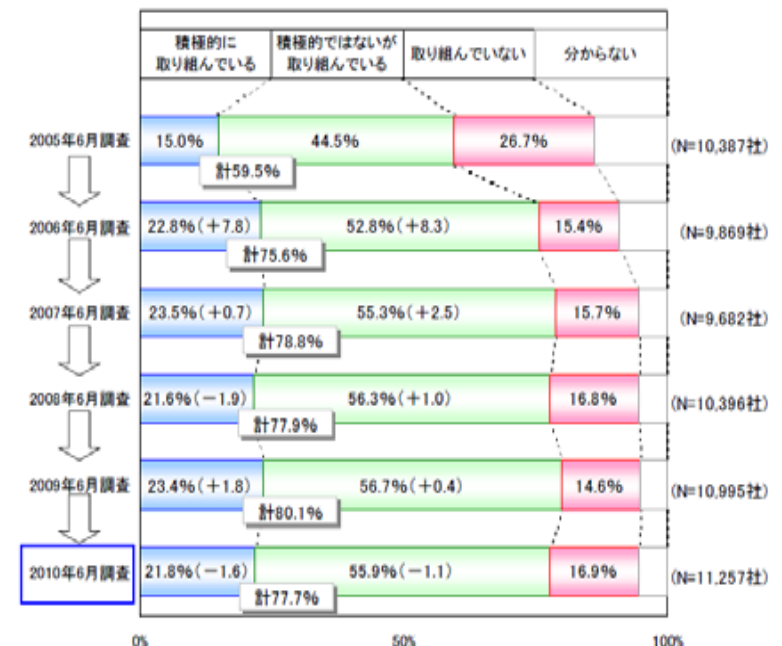
- 環境問題に対する国民の意識は高く、「環境に配慮した製品やサービスを選ぶことは重要である」などの考えに、肯定的な国民が大勢を占めている。
- 環境問題に対する企業の取組状況は、環境問題に対して「積極的に取り組んでいる」及び「積極的ではないが取り組んでいる」とした企業の割合が全体の約8割を占めているものの、経済環境の悪化等により横ばい傾向にある。

■環境問題への国民の意識



資料：環境省「環境にやさしいライフスタイル実態調査」(H25年度)を基に、農林水産省で作成。
注：全国の20歳以上の男女2,630人を対象に、インターネットを用いて行った調査(H26.2)

■企業の環境問題に対する取組状況



資料：(株)帝国データバンク
「環境問題に対する企業の意識調査」(H22.6)

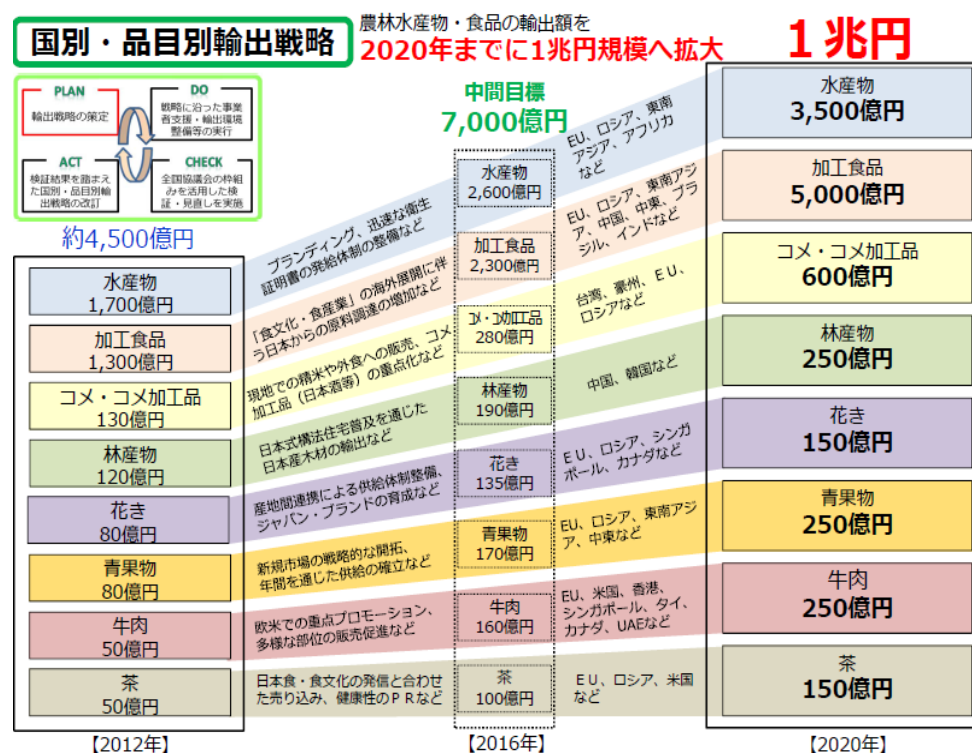
10. 国内農林水産物・食品の輸出促進

- 平成25年における農林水産物・食品の輸出額は5,505億円となり、統計を取り始めて以降の最高額となった。地域別での輸出額をみると、アジアが4,001億円と約3/4を占めている。
- 政府が定めた2020年における輸出額1兆円目標の達成に向け、国別・品目別輸出戦略が定められ、当面、7,000億円(2016年)を中間目標として達成を目指している。

■農林水産物・食品の輸出実績

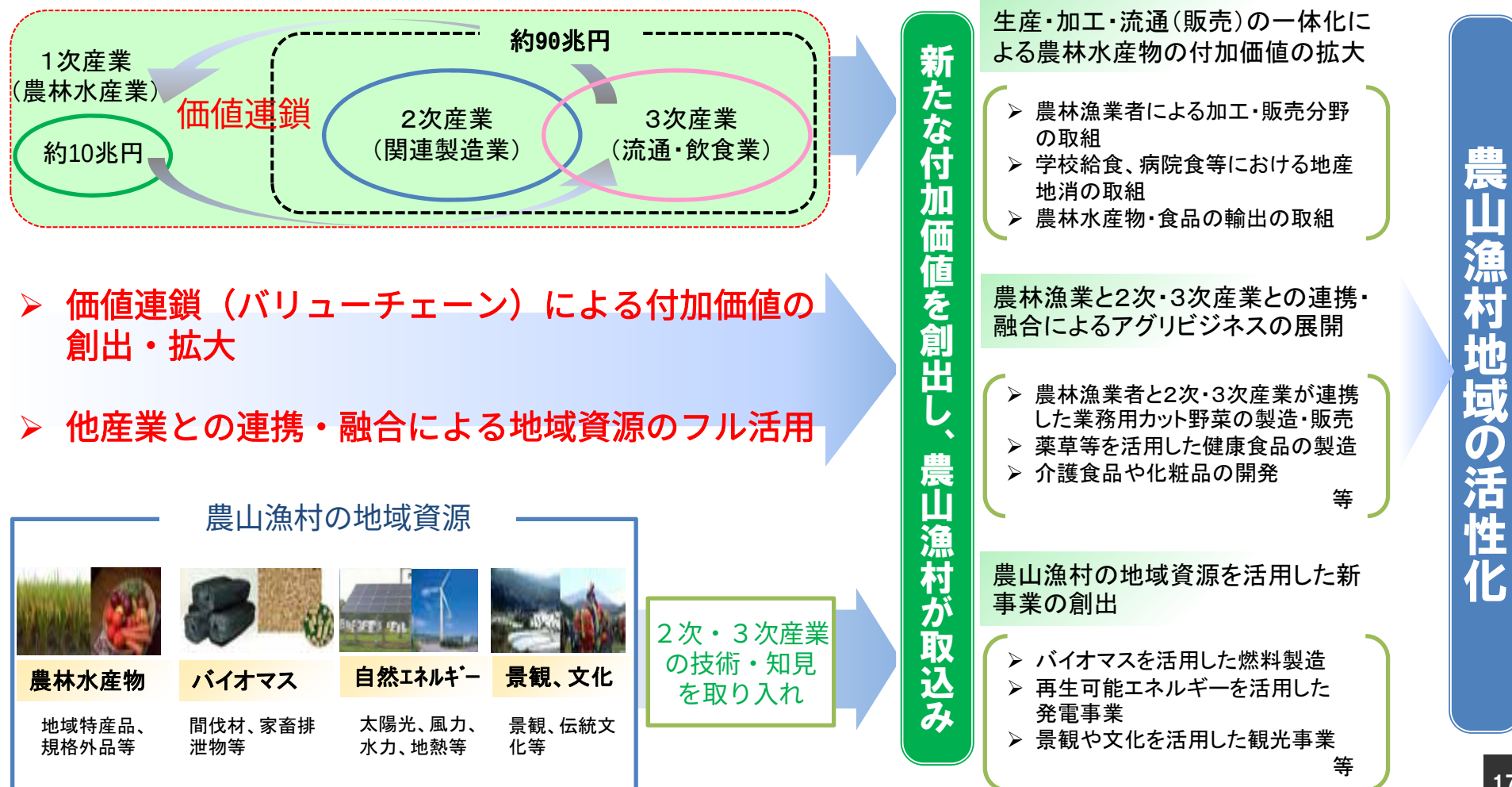
品目別内訳 (単位:億円)				国・地域別内訳 (単位:億円)			
	平成24年	平成25年	増減率		平成24年	平成25年	増減率
農林水産物	4,497	5,505	22.4%	世界	4,497	5,505	22.4%
農産物	2,680	3,136	17.0%	アジア	3,275	4,001	22.2%
加工食品	1,305	1,506	15.4%	香港	986	1,250	26.8%
畜産品	295	382	29.4%	台湾	610	735	20.6%
穀物等	196	224	14.3%	中国	406	508	25.0%
野菜・果実等	133	197	48.0%	韓国	350	373	6.6%
その他農産物	751	827	10.2%	ASEAN	810	1,006	24.2%
林産物	118	152	28.7%	タイ	265	344	29.9%
水産物	1,698	2,216	30.5%	ベトナム	215	293	35.9%
水産物(調製品除く)	1,196	1,594	33.2%	シンガポール	145	164	13.1%
水産調製品	502	623	24.1%	フィリピン	56	67	18.0%
前輸出額	637,476	697,742	9.5%	マレーシア	52	62	19.1%
				インドネシア	44	54	21.5%
				GCC	55	72	31.2%
				UAE	30	41	36.0%
				北米	741	896	20.9%
				米国	688	819	18.9%
				カナダ	46	61	33.0%
				欧州	267	345	29.1%
				EU	222	283	27.6%
				ドイツ	43	63	45.7%
				オランダ	50	58	16.3%
				フランス	36	45	24.3%
				英国	37	43	18.0%
				ロシア	27	37	37.0%
				大洋州	126	144	14.6%
				豪州	65	80	23.4%
				ニュージーランド	27	31	13.8%
				アフリカ	55	82	49.1%
				南米	32	37	13.4%

■農林水産物・食品の国別・品目別輸出戦略



1 1. 6次産業化の推進

- 6次産業化とは、農山漁村の地域資源を活用し、1次産業の農林漁業と、2次産業の製造業、3次産業の小売業等との総合的、一体的な推進により、新たな付加価値を生み出す取組である。
- 政府は、6次産業の市場規模を現状の1兆円から2020年には10兆円に拡大することを目標として、農林漁業成長産業化ファンド(A-FIVE)の積極的な活用などにより、農林漁業者と多様な事業者との連携の下で6次産業化を推進している。

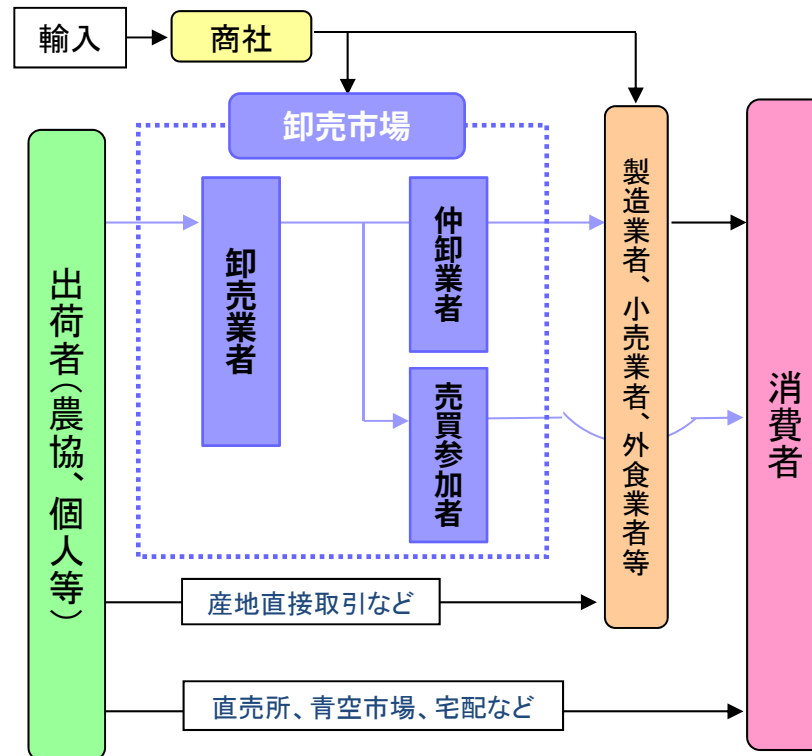


II 卸売市場流通の現状

1. 卸売市場の役割・機能

○ 卸売市場は、野菜、果物、魚、肉など日々の食卓に欠かすことのできない生鮮食料品等を国民に円滑かつ安定的に供給するための基幹的なインフラとして、多種・大量の物品の効率的かつ継続的な集分荷、公正で透明性の高い価格形成など重要な機能を有している。

■生鮮食料品等の主要な流通経路



■市場の主要機能

① 集荷（品揃え）、分荷機能

…全国各地から多種・大量の物品を集荷するとともに、実需者のニーズに応じて、迅速かつ効率的に必要な品目、量へと分荷

② 価格形成機能

…需給を反映した公正で透明性の高い価格形成

③ 代金決済機能

…販売代金の出荷者への迅速・確実な決済

④ 情報受発信機能

…需給に係る情報を収集し、川上・川下にそれぞれ伝達

(参考) 卸売市場制度の概要

- 卸売市場の果たす役割・機能の重要性にかんがみ、卸売市場法が制定され、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規制等について規定されている。

- 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

卸売市場整備基本方針(第4条)

- ・ 卸売市場の整備・運営の基本となる方針。農林水産大臣がおおむね5年ごとに策定
- ・ 内容は、卸売市場の配置の目標、施設に関する事項、取引に関する事項、業者の経営近代化の目標等
- ・ 現行(第9次)卸売市場整備基本方針は、平成27年度を目標年度として平成22年10月に策定したもの

即して

即して

中央卸売市場整備計画(第5条)

- ・ 中央卸売市場の整備に関する計画。農林水産大臣がおおむね5年ごとに策定。
- ・ 現行(第9次)中央卸売市場整備計画は、平成27年度を目標年度として平成23年3月に策定したもの

即して

都道府県卸売市場整備計画(第6条)

- ・ 都道府県内にある中央卸売市場及び地方卸売市場の整備・運営の方針及び整備に関する計画。都道府県がおおむね5年ごとに策定。

中央卸売市場の開設

- ・ 農林水産大臣の認可(第8条)
- ・ 開設主体は都道府県・人口20万人以上の市等に限定
- ・ 農林水産大臣が指定する開設区域において開設

地方卸売市場の開設

- ・ 都道府県知事の許可(第55条)
- ・ 開設主体に限定なし(地方公共団体、株式会社、農協、漁協等)

(参考) 中央卸売市場の配置

○ 全67市場(40都市)

青 果:53市場(38都市)
水産物:36市場(30都市)
食 肉:10市場(10都市)
花 き:18市場(14都市)
その他: 7市場(5都市)

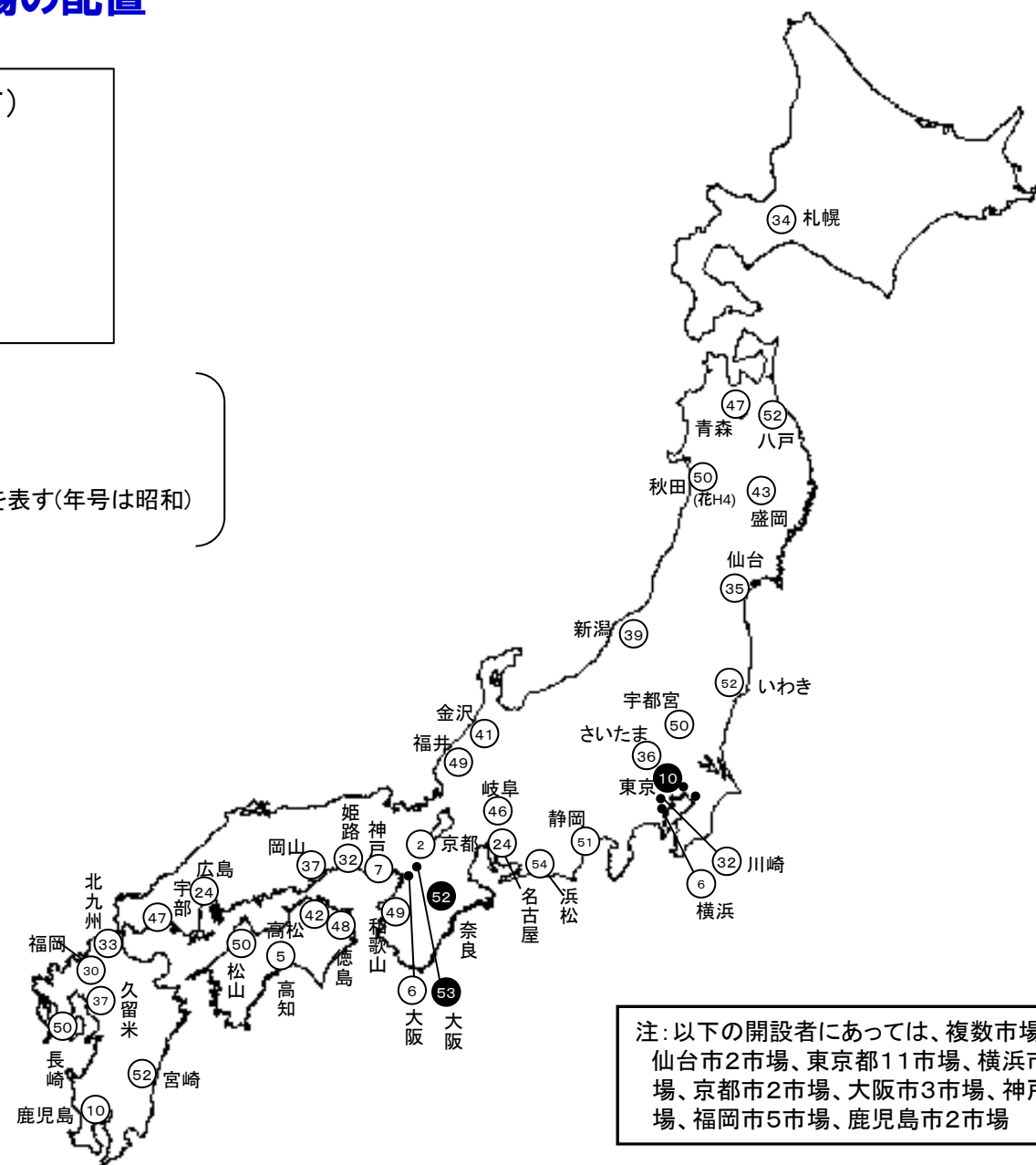
※平成26年4月1日現在

凡例

●:開設者が都府県のもの

○:開設者が市のもの

数値は開設(業務開始)年を表す(年号は昭和)



注: 以下の開設者にあつては、複数市場を開設
仙台市2市場、東京都11市場、横浜市3市場、名古屋市3市場、京都市2市場、大阪市3市場、神戸市3市場、広島市3市場、福岡市5市場、鹿児島市2市場

(参考) 中央卸売市場と地方卸売市場の違い

		中央卸売市場	地方卸売市場
特徴		・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 ・都道府県や一定規模以上の都市が開設者となって、厳格な取引規制の下、指標となる価格形成等重要な機能を果たしている。	・地域における生鮮食料品等の集配拠点 ・開設者の主体に制限はなく、法律上の規制も緩やかとなっており、地域の実情に応じた運営がなされている。
業者等の許可、監督	開設者	・農林水産大臣の認可(第8条) (開設主体は都道府県・人口20万人以上の市等に限定)	・都道府県知事の許可(第55条)(開設主体に限定なし(地方公共団体、株式会社、農協、漁協等)) (その他、必要に応じて都道府県知事が条例で規定)
	卸売業者	・農林水産大臣の許可(第15条) ・許可の取消し(第25条)、報告及び検査(第48条)、許可の取消し又は業務停止(第49条)等	・都道府県知事の許可(第58条) ・許可の取消し(第65条)、報告及び検査(第66条) (その他、必要に応じて都道府県知事が条例で規定)
	仲卸業者	・開設者の許可(第33条)、報告及び検査(第48条)等	法律上特段の規定なし
	売買参加者	・開設者の承認(第36条)、中央卸売市場への入場停止(第50条)	(必要に応じて都道府県知事が条例で規定)
取引規制		・売買取引の方法の設定(第35条) ・差別的取扱いの禁止、受託拒否の禁止(第36条) ・卸売の相手方の制限(第三者販売の原則禁止)(第37条)^{注1} ・市場外にある物品の卸売の原則禁止(第39条)^{注2} ・卸売業者についての卸売の相手方としての買受けの禁止(第40条) ・仲卸業者の業務の規制(販売委託の引受け(卸売行為)の禁止、直荷引きの原則禁止)(第44条)^{注3} ・卸売予定数量ならびに卸売数量・価格の公表(第46、47条)	・売買取引の方法の設定(第62条) ・差別的取扱いの禁止(第61条の2) ・卸売予定数量ならびに卸売数量・価格の公表(第63条) (その他、必要に応じて都道府県知事が条例で規定)

注1: 卸売業者の販売先を市場内の仲卸業者、売買参加者に原則として限定

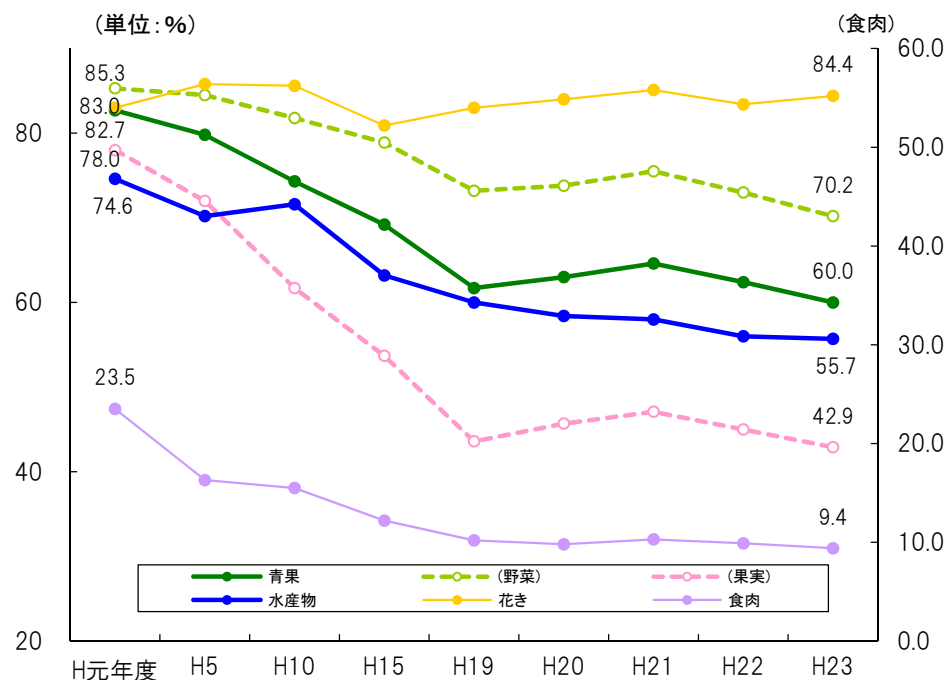
注2: 卸売業者の販売を市場内にある物品に原則として限定

注3: 仲卸業者の直荷引きに関し仕入先を市場内の卸売業者に原則として限定

2. 卸売市場の動向①

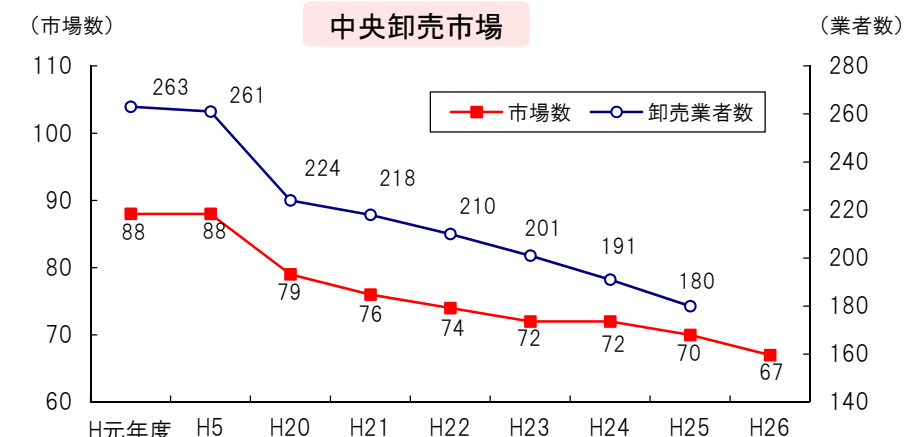
- 卸売市場は生鮮食料品等の流通の基幹的なインフラとしての役割を果たしており、青果、水産物の6割程度が卸売市場を経由している(国産青果物では約9割)。
- 市場経由率は、加工品など卸売市場を経由することが少ない物品の流通割合の増加等により、花きを除く部類で低下傾向で推移している。
- 卸売市場数及び卸売業者数は、中央卸売市場、地方卸売市場ともに減少している。

■卸売市場経由率の推移(重量ベース、推計)

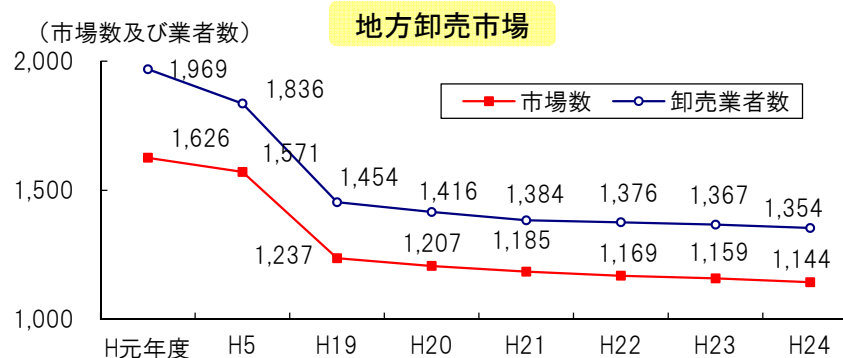


資料:農林水産省「食料需給表」、「青果物卸売市場調査報告」等により推計
 注:卸売市場経由率は、国内で流通した加工品を含む国産及び輸入の青果、水産物等のうち、卸売市場(水産物についてはいわゆる産地市場の取扱量は除く。)を経由したものの数量割合(花きについては金額割合)の推計値。
 なお、国産青果物の卸売市場経由率は約9割となっている。

■卸売市場数、卸売業者数の推移



資料:農林水産省食品製造卸売課調べ
 注:年度末時点での数である(ただしH26の市場数についてはH26.4.1現在)



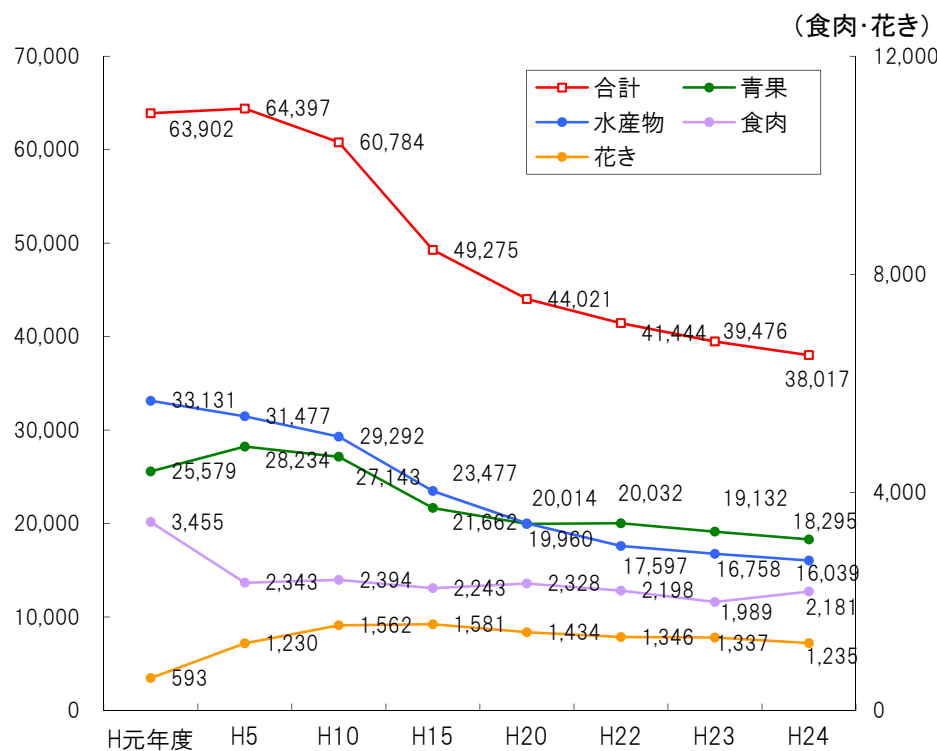
資料:農林水産省食品製造卸売課調べ
 注:年度当初の数である。

2. 卸売市場の動向②

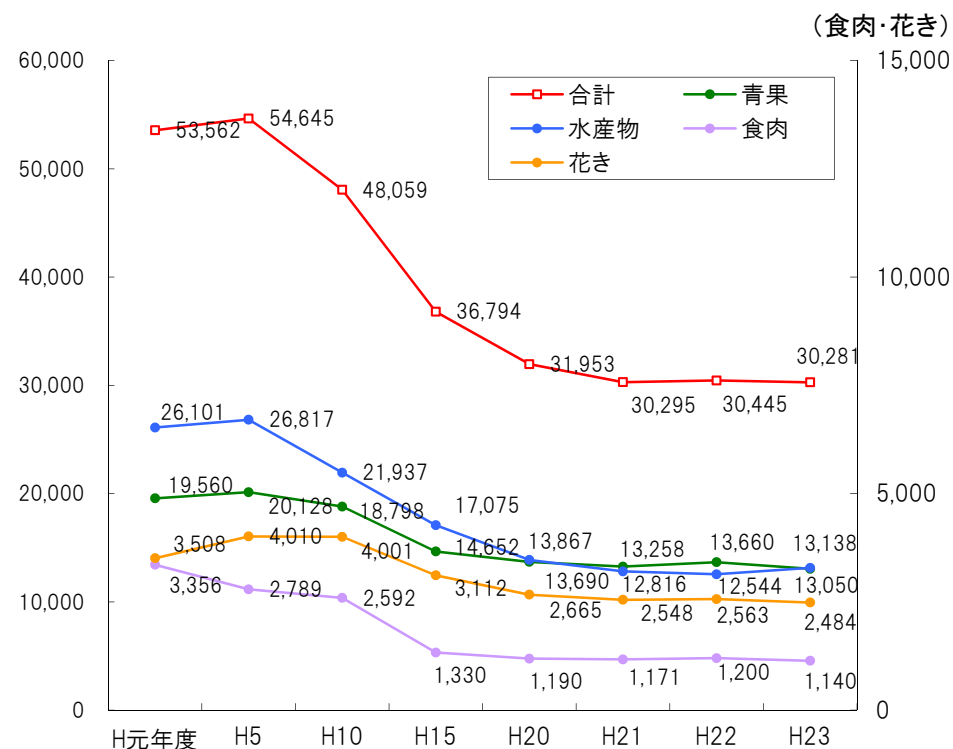
○ 卸売市場における取扱金額は、市場外流通の増加や景気低迷に伴う取扱数量の減少等により、中央卸売市場、地方卸売市場とも減少傾向で推移してきたが、地方卸売市場は、平成21年度からは概ね横ばい傾向となっている。

■取扱金額の推移(単位:億円)

中央卸売市場



地方卸売市場

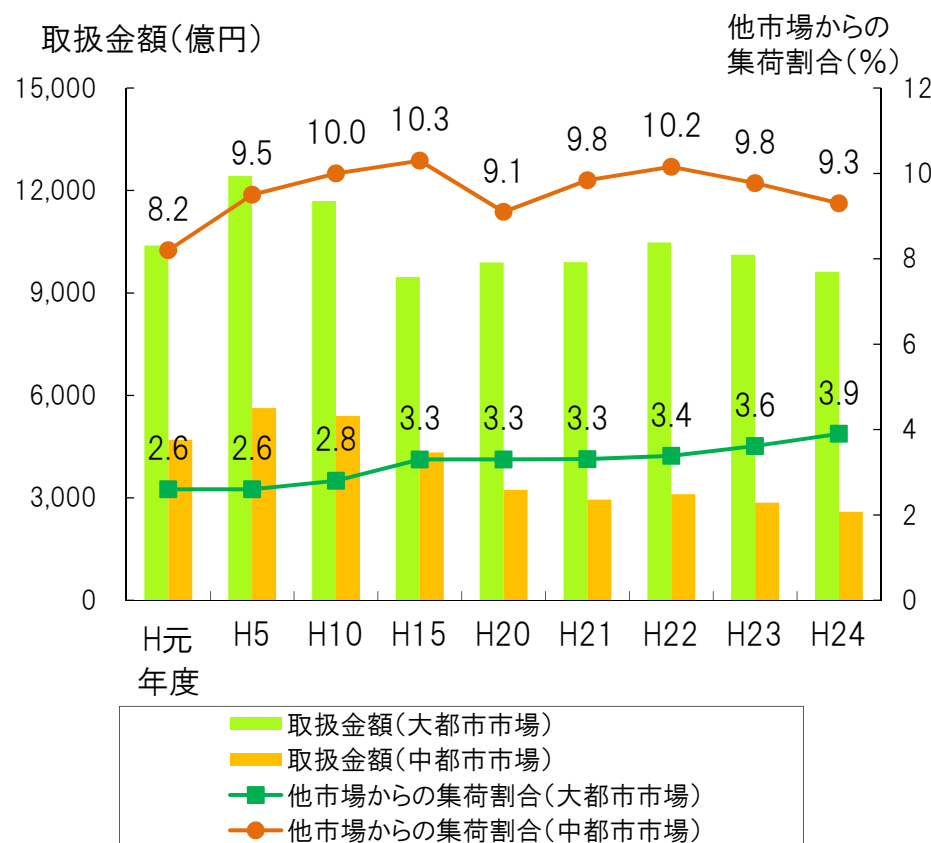


2. 卸売市場の動向③

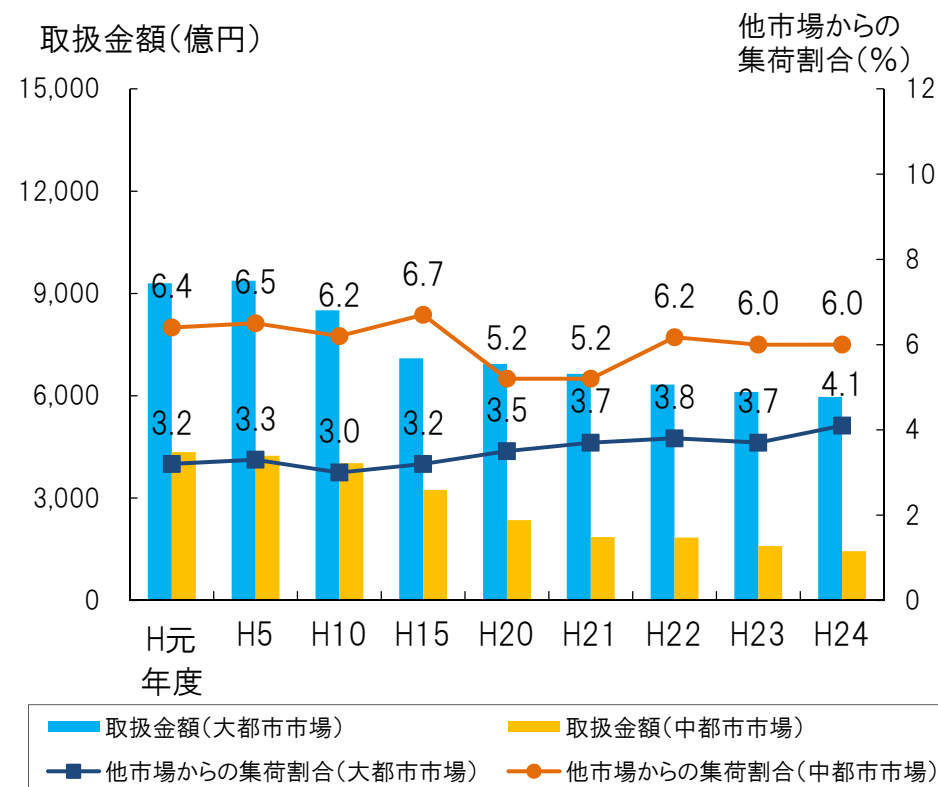
- 中央卸売市場のうち開設者が都道府県又は政令指定都市の市場(大都市市場)に比べて、それ以外の市場(中都市市場)は、平成24年度で野菜9.3%、水産物(生鮮)6.0%と他市場からの集荷の割合が相対的に高くなっている。
- また、大都市市場であっても、他市場からの集荷の割合は微増傾向で推移している。

■取扱金額及び他市場からの集荷割合の推移 (中央卸売市場)

野菜



水産物(生鮮)

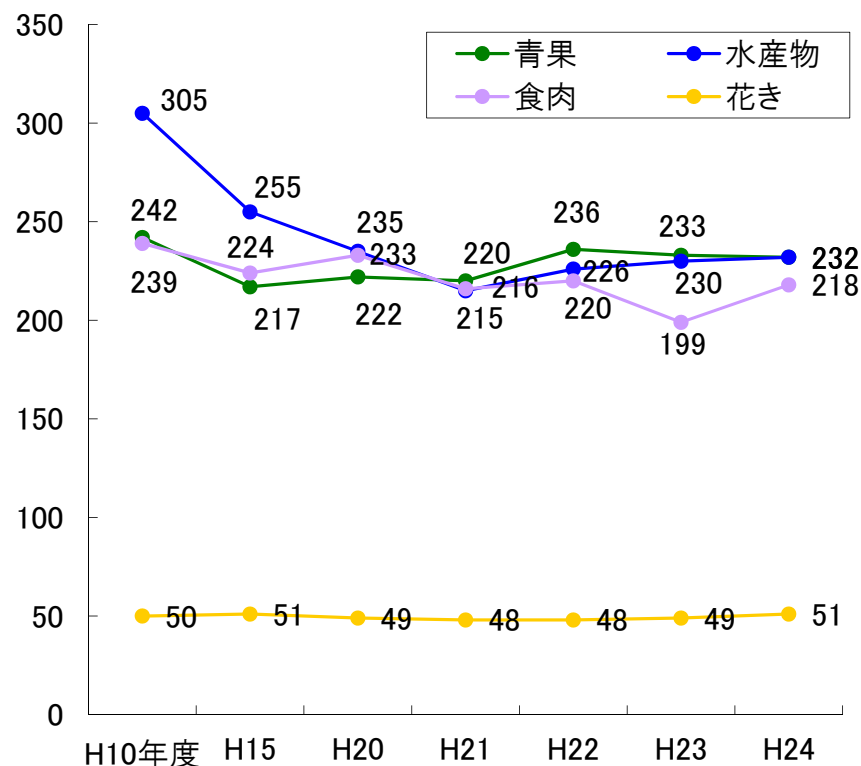


資料:農林水産省食品製造卸売課調べ

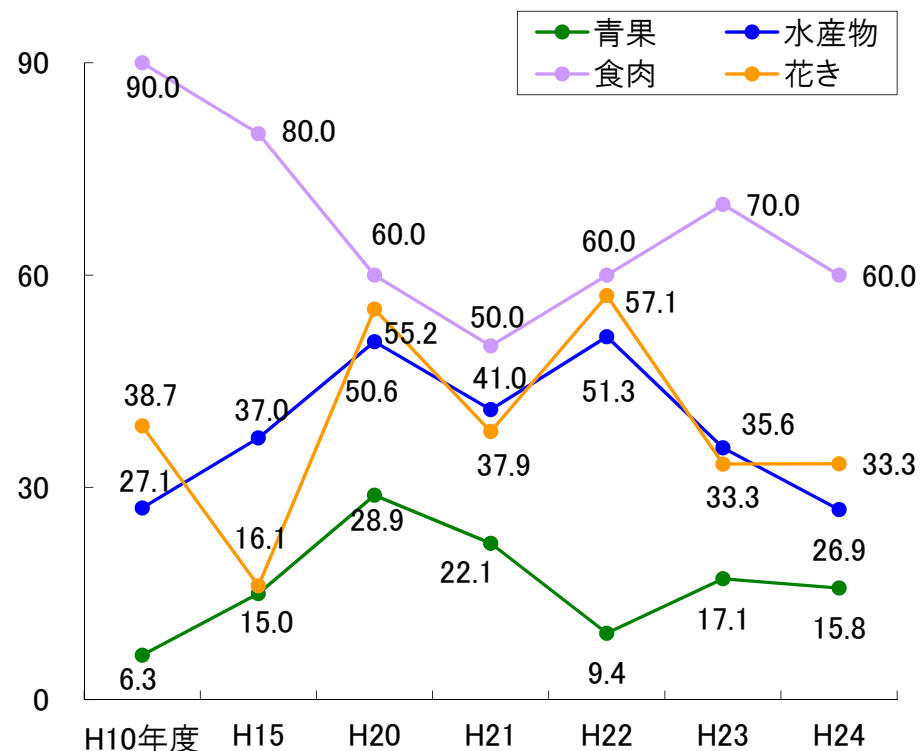
3. 卸売業者の経営動向①

- 中央卸売市場における卸売業者1業者当たりの取扱金額は、いずれの部類も概ね横ばいで推移している。
- 中央卸売市場における卸売業者の経営は、青果で2割、水産物及び花きで3割、食肉で6割の業者が営業損失を計上しており、厳しい経営状況となっている。

■中央卸売市場卸売業者
1業者当たり取扱金額の推移(単位:億円)



■営業損失を計上した中央卸売市場卸売業者数の割合の推移(単位:%)



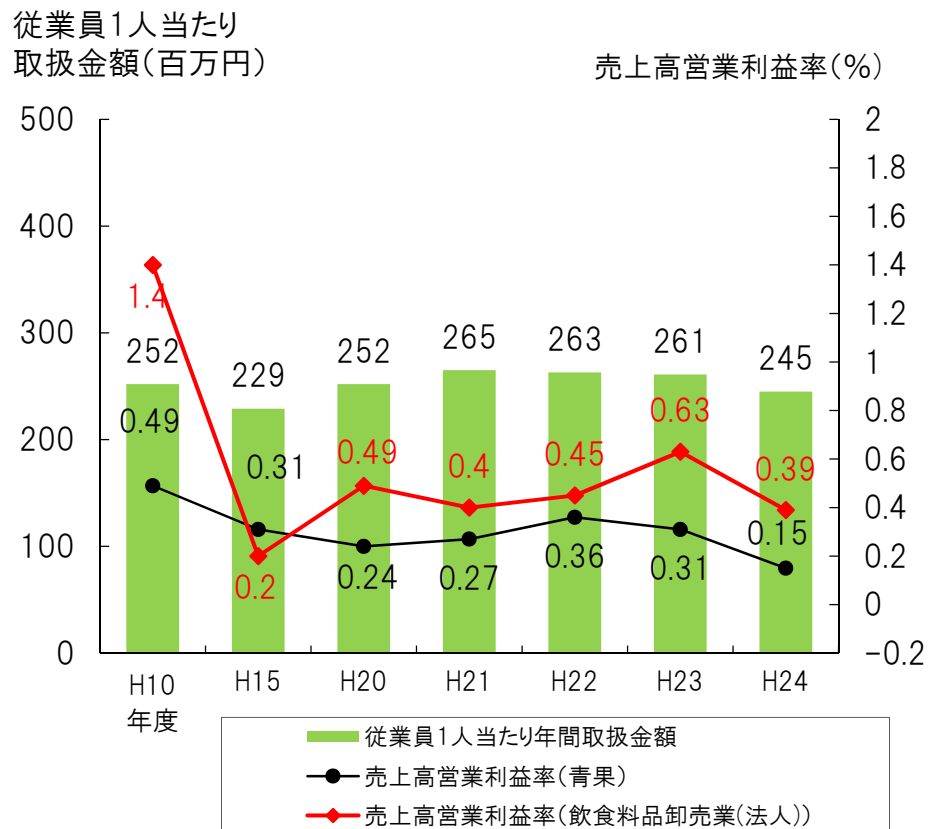
注:食肉、花きについては、H10ではなくH11の数値である。

3. 卸売業者の経営動向②

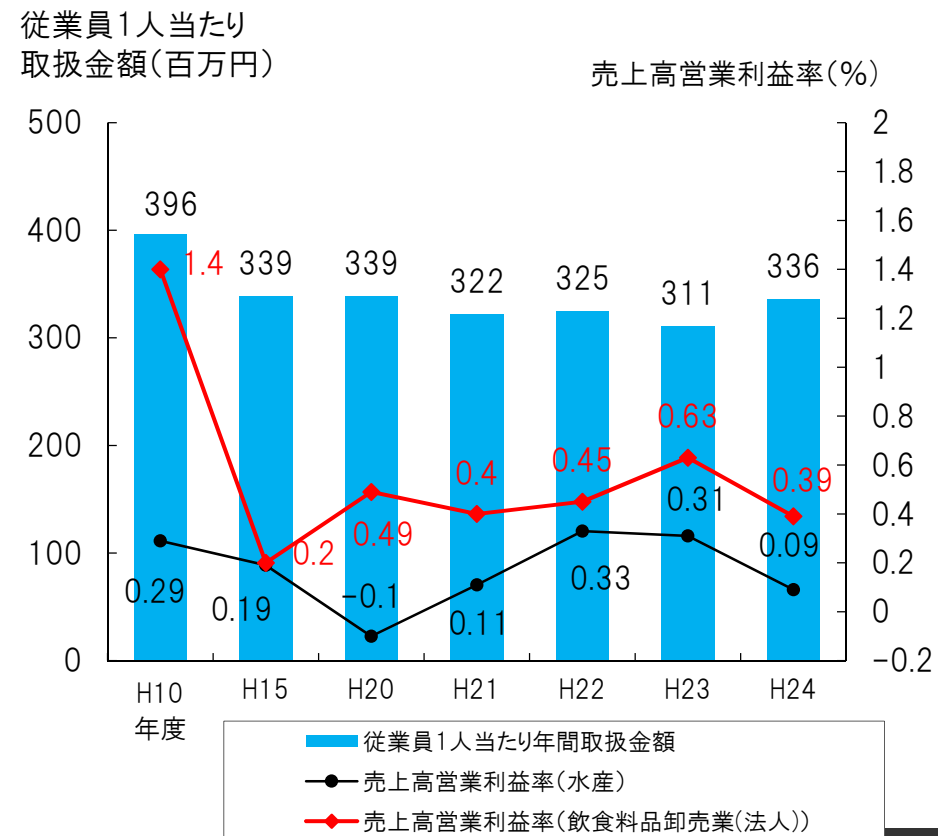
- 中央卸売市場卸売業者の事業収益性に関して、従業員1人当たり取扱金額及び売上高営業利益率は、年次変動はあるものの青果、水産物ともに概ね横ばい傾向にあるが、売上高営業利益率は飲食料品卸売業全体に比べて低い傾向となっている。

■中央卸売市場卸売業者の事業収益性の推移

青果



水産物



資料:農林水産省食品製造卸売課調べ

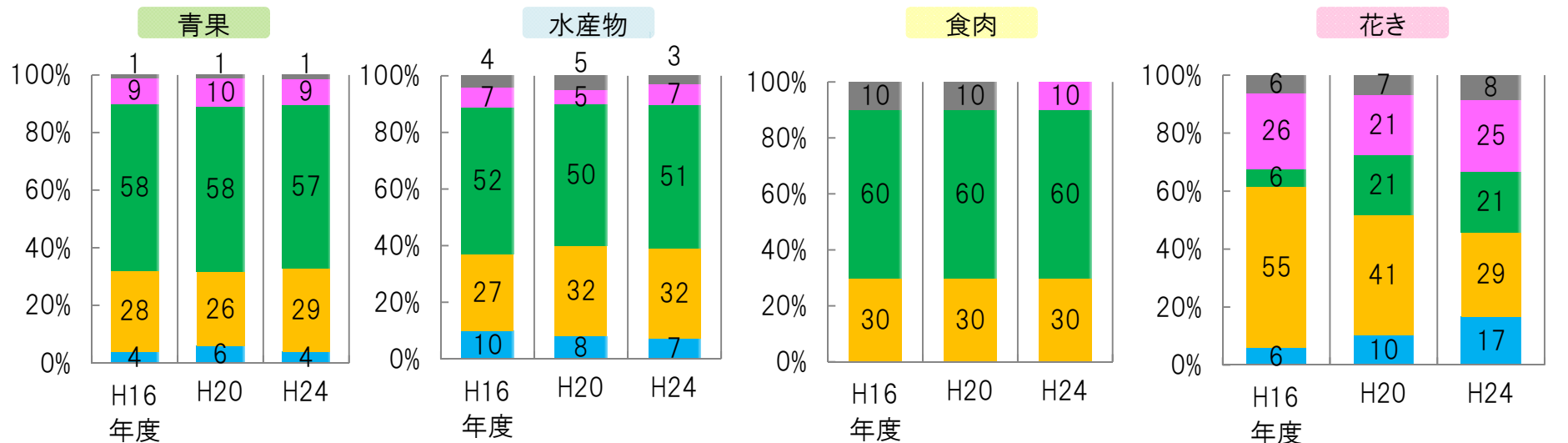
3. 卸売業者の経営動向③

- 中央卸売市場卸売業者のうち、青果、水産物、食肉については、業者数が青果、水産物で減少傾向にあるものの、いずれの部類も取扱金額規模が100億円未満の業者が3-4割程度を占める構造に大きな変化はみられていない。また、花きについては、業者数は同様に減少傾向にあるが、取扱金額規模が10億円未満の層と30億円以上の層に二極化する傾向がみられている。

■中央卸売市場卸売業者の業者数及び取扱金額規模別割合の推移

業者数

	H16年度	H20年度	H24年度
青果	98	90	79
水産	92	85	69
食肉	10	10	10
花き	31	29	24



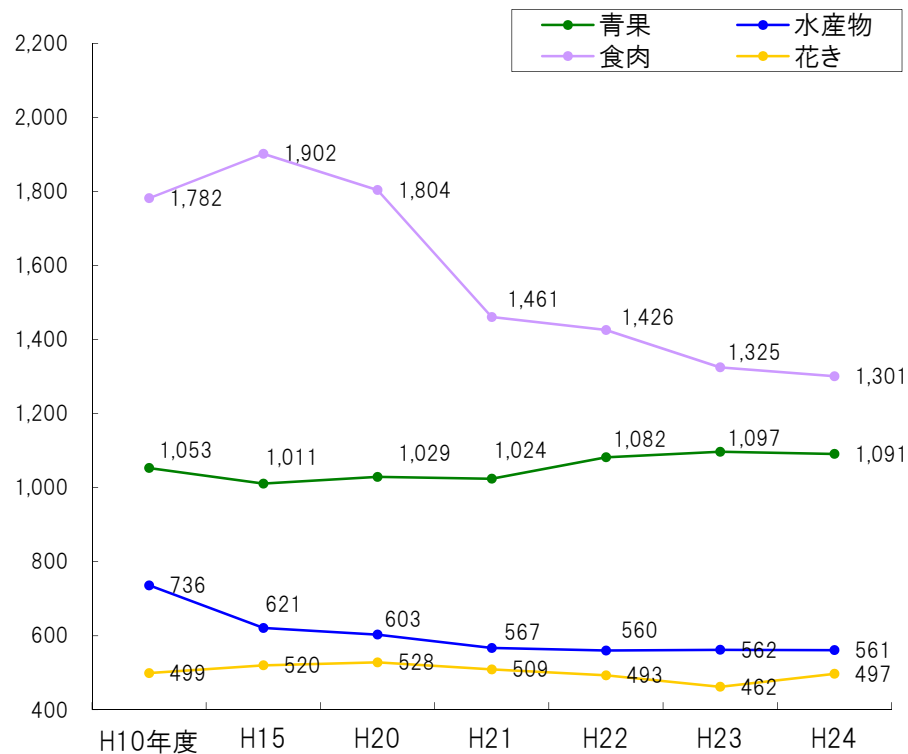
■ 50億円未満 ■ 50-100億円未満 ■ 100-500億円未満 ■ 500-1000億円未満 ■ 1000億円以上

■ 10億円未満 ■ 10-30億円未満 ■ 30-50億円未満 ■ 50-100億円未満 ■ 100億円以上

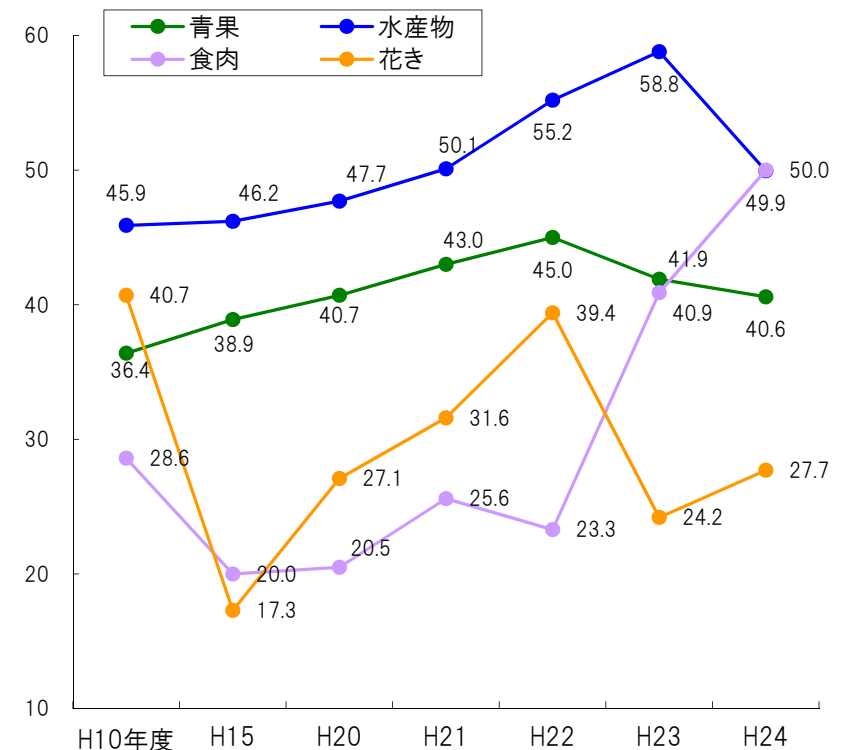
4. 仲卸業者の経営動向①

- 中央卸売市場における仲卸業者1業者当たりの仕入金額は、食肉は減少傾向が継続しているが、青果、水産物及び花きは概ね横ばい傾向で推移している。
- 中央卸売市場における仲卸業者のうち経常損失を計上した業者の割合は、青果で4割、水産物及び食肉で5割、花きで3割となっており、厳しい経営状況となっている。

■中央卸売市場仲卸業者
1業者当たり仕入金額の推移(単位:百万円)



■経常損失を計上した中央卸売市場仲卸業者数の割合の推移(単位:%)



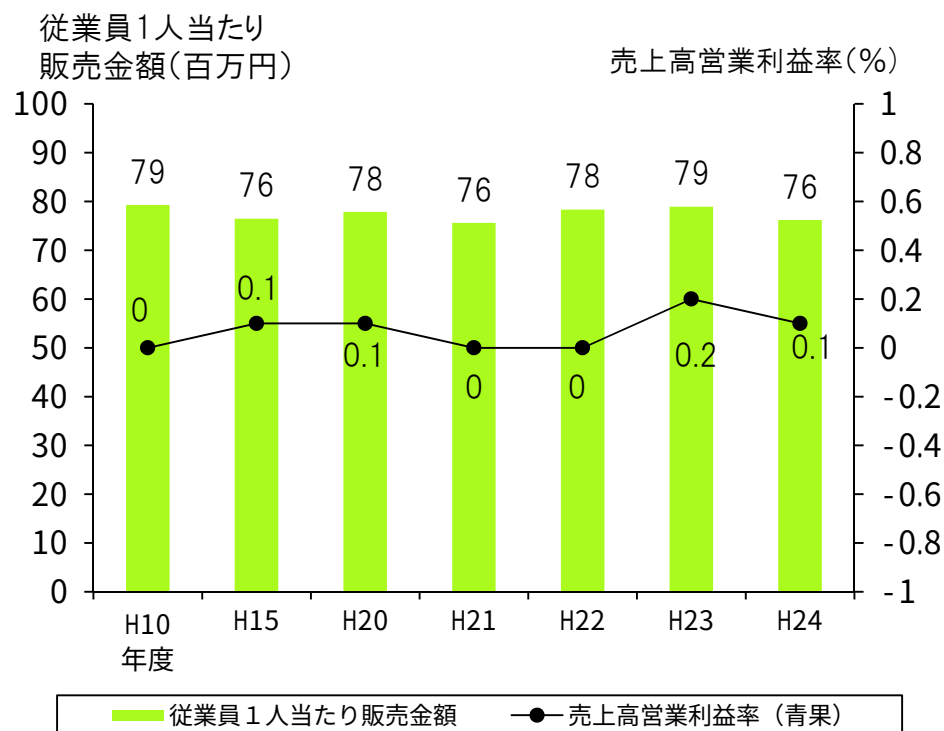
注: 個人企業を除く、法人企業の割合である。

4. 仲卸業者の経営動向②

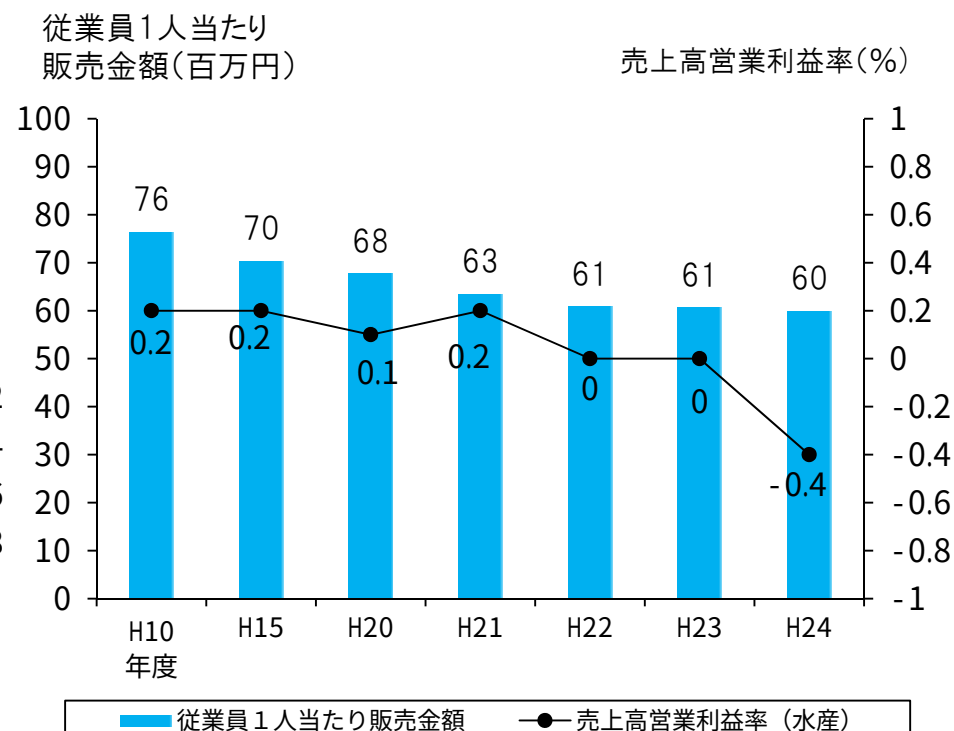
- 中央卸売市場仲卸売業者の事業収益性に関して、青果では従業員1人当たりの販売金額は概ね横ばいで推移している一方、水産物では漸減傾向となっている。
- また、売上高営業利益率は、青果、水産物ともに低い状態が続いている。

■中央卸売市場仲卸売業者の事業収益性の推移

青果



水産物



4. 仲卸業者の経営動向③

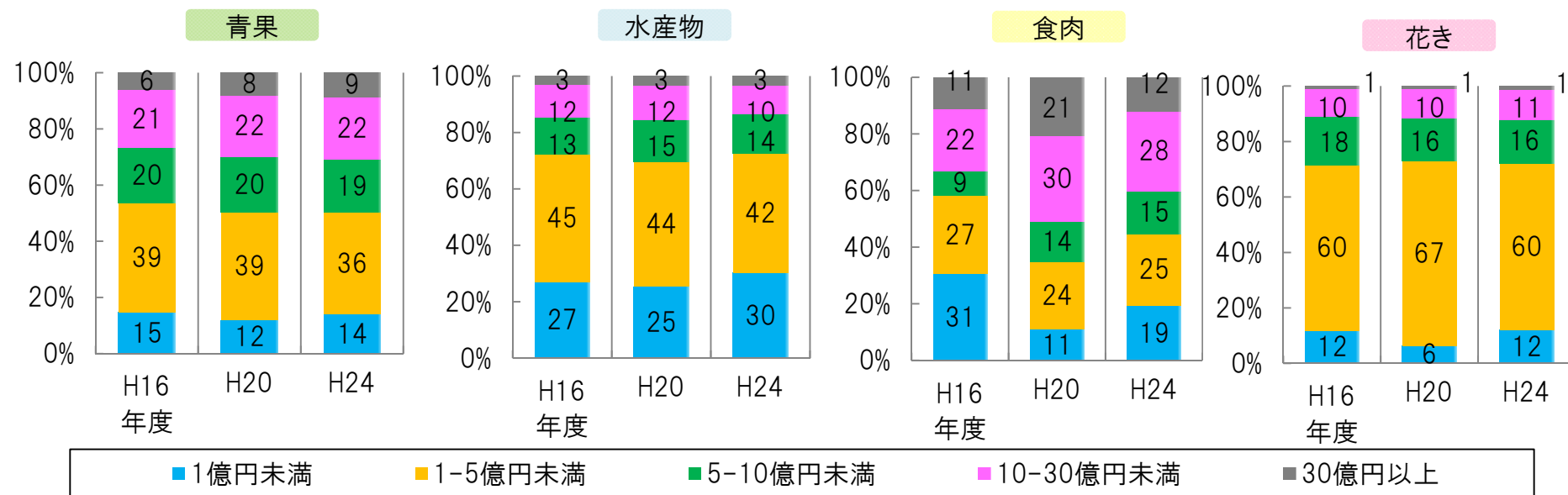
- 中央卸売市場仲卸業者の業者数は、いずれの部類も減少傾向にあるものの、仕入金額規模が5億円未満の業者が全体の5-7割を占める構造に大きな変化は見られていない(食肉の20年度のような変動は一部にある)。

■中央卸売市場仲卸業者の業者数の推移

業者数

	H16年度	H20年度	H24年度
青果	1,978	1,677	1,498
水産	2,889	2,536	2,193
食肉	91	80	79
花き	104	102	88

■中央卸売市場仲卸業者の仕入金額規模別割合の推移



注:集計数は、青果 H16年度 1,931 H20年度 1,609 H24年度 1,457 水産物 H16年度 2,808 H20年度 2,381 H24年度 2,109
食肉 H16年度 91 H20年度 63 H24年度 67 花き H16年度 102 H20年度 96 H24年度 83

資料:農林水産省食品製造卸売課調べ

III 第9次卸売市場整備基本方針 に基づく取組状況

1. 第9次卸売市場整備基本方針の概要①

第1 基本的な考え方

卸売市場をめぐる情勢を踏まえ、卸売市場の整備及び運営に係る以下の基本的考え方を整理。

- ① コールドチェーンシステムの確立をはじめとした生産者及び実需者のニーズへの的確な対応
- ② 公正かつ効率的な取引の確保
- ③ 食の安全や環境問題等の社会的要請への適切な対応
- ④ 卸売市場間の機能・役割分担の明確化による効率的な流通の確保
- ⑤ 卸売業者及び仲卸業者の経営体質の強化
- ⑥ 経営戦略的な視点を持った市場運営の確保

第2 卸売市場の適正な配置の目標

市場の配置について、市場機能の円滑な発揮と更なる機能の強化を図るための留意事項を以下の通り整理。

- ① 大規模な中央卸売市場と周辺の中規模の中央卸売市場による効率的な流通ネットワークの構築を目的とした、「中央拠点市場」の位置付け
- ② 市場運営の広域化、地方卸売市場への転換など中央卸売市場の再編措置
- ③ 地方卸売市場の適正な配置実現に向けた地域拠点市場の位置付け 他

第3 近代的な卸売市場の立地並びに施設の種類、規模、配置及び構造に関する基本的指標

1 立地に関する事項

卸売市場の立地について、開設者及び卸売業者等の円滑かつ安定的な業務運営を確保するための留意事項を整理。

2・3 施設の種類・規模に関する事項

卸売市場施設について、その種類や必要規模の基準を整理。

4 施設の配置、運営及び構造に関する事項

卸売市場施設の配置、運営及び構造について、生産者及び実需者ニーズへの的確な対応に向けた留意事項を以下の通り整理するとともに、施設整備・管理におけるPFI、指定管理者制度の活用推進等を整理。

- ① コールドチェーンシステムの確立に向けた関連施設の計画的な配置
- ② 実需者ニーズへの対応強化に向けた加工処理、貯蔵・保管及び輸送・搬送施設の整備・配置、消費者ニーズに応えるための情報受発信機能の強化、リテイルサポート等の推進
- ③ 市場運営に伴う環境負荷低減に向けた計画的な取組
- ④ 市場運営と物流業務の効率化のため、生鮮EDI標準、電子タグ、通い容器等の活用・導入 他

1. 第9次卸売市場整備基本方針の概要 ②

第4 取引及び物品の積卸し、荷さばき、保管等の合理化並びに物品の品質管理の高度化に関する基本的な事項

1 取引の合理化に関する事項

卸売市場における公正な取引と透明で適切な価格形成を引き続き確保するとともに、各種ニーズに対応した市場における取引の活性化を図るための留意事項を以下の通り整理。

- ① 市場及び品目ごとの特性に応じた合理的な売買取引方法の設定、遵守
- ② 卸売市場間の連携や生産者・実需者との連携による集荷力の向上を通じた市場取引の活性化
- ③ 実需者ニーズへの対応と卸売業者・仲卸業者の負担軽減に向けた事務の簡素化、効率化
- ④ 市場関係業界における自主行動計画や各業者における企業行動規範の策定等によるコンプライアンスの徹底 他

2 物品の積卸し、荷さばき、保管等の合理化に関する事項

物品の積卸し等の合理化に向けた留意事項を整理。

3 物品の品質管理の高度化に関する事項

品質管理高度化規範の策定により、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の高度化に取り組むこと、この場合に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等を方針として整理。

第5 卸売業者及び仲卸業者の経営の近代化の目標

- 1 卸売業者について、卸売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すため、経営規模の拡大及び経営体質の強化を方針として整理するとともに、経営強化の目安(従業員1人あたりの取扱金額の水準)等を記述。
- 2 仲卸業者について、経営の発展に向けて業者数の大幅な縮減を図ることを基本とし、合併や営業権の譲受け等の推進を方針として整理するとともに、経営発展の目安(従業員1人あたりの取扱金額の水準)等を記述。
- 3 卸売業者及び仲卸業者に共通する事項として、① 実需者ニーズに対応し、経営体質の強化を図るための加工処理機能、貯蔵・保管機能及び輸送・搬送機能の強化、② 実需者ニーズの産地へのフィードバックを通じた地場産品等の品揃えの強化等を方針として整理。

第6 その他

その他の個別課題に対する方針を以下の通り整理。

- 1 中央卸売市場において、開設者及び市場関係業者が一体となり、市場全体の経営戦略的視点からの経営展望を策定
- 2 迅速かつ的確な取引、市場運営及び関係業者の経営の合理化等の観点から市場内の早急な情報化
- 3 食の安全の確保や環境問題の深刻化への対応、防災性に配慮した施設整備と災害時等における適切な対応
- 4 市民交流及び情報発信の推進 他

2. 卸売市場の適正な配置

2-1 中央拠点市場の設置

○ 青果物で21市場、水産物で11市場が中央拠点市場に位置付けられている。

■中央拠点市場一覧

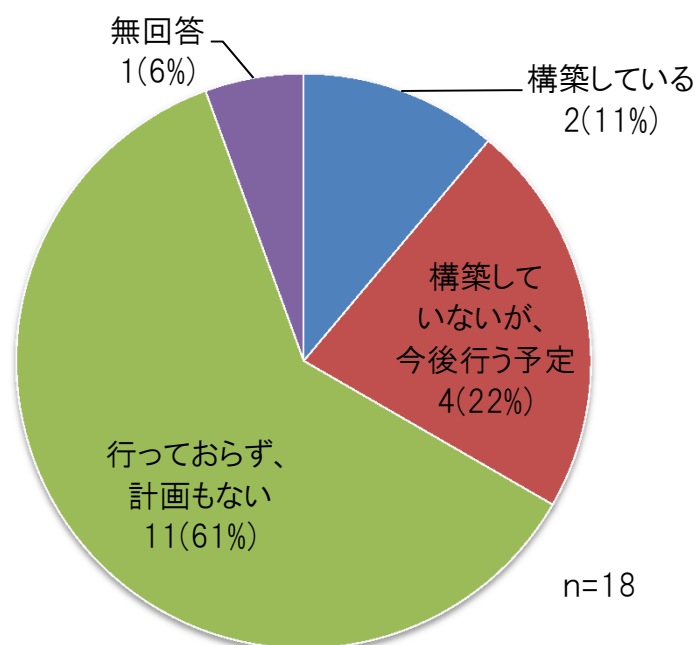
青果物	水産物
札幌市中央卸売市場 仙台市中央卸売市場本場 宇都宮市中央卸売市場 東京都中央卸売市場築地市場 東京都中央卸売市場大田市場 東京都中央卸売市場淀橋市場 東京都中央卸売市場北足立市場 横浜市中中央卸売市場本場 岐阜市中央卸売市場 名古屋市中中央卸売市場本場 名古屋市中中央卸売市場北部市場 京都市中央卸売市場第一市場 大阪府中央卸売市場 大阪市中中央卸売市場本場 大阪市中中央卸売市場東部市場 神戸市中中央卸売市場本場・神戸市中中央卸売市場東部市場 ^(注) 奈良県中央卸売市場 広島市中中央卸売市場中央市場・広島市中中央卸売市場東部市場 ^(注) 北九州市中央卸売市場 福岡市中中央卸売市場青果市場・福岡市中中央卸売市場西部市場・ 福岡市中中央卸売市場東部市場 ^(注) 鹿児島市中中央卸売市場青果市場	札幌市中央卸売市場 仙台市中央卸売市場本場 東京都中央卸売市場築地市場 新潟市中央卸売市場 金沢市中中央卸売市場 名古屋市中中央卸売市場本場 京都市中央卸売市場第一市場 大阪府中央卸売市場 大阪市中中央卸売市場本場 神戸市中中央卸売市場本場 福岡市中中央卸売市場鮮魚市場

注：卸売市場整備基本方針第2の1の(3)に規定する「開設者が複数の中央卸売市場を開設しており、当該複数の中央卸売市場を再編する計画を有している場合」に該当するもの。

2-2 中央拠点市場への位置付けに伴う取組、効果

- 中央拠点市場を中心とした市場間流通ネットワークについて、協定等の形でネットワークを構築している中央拠点市場開設者は2開設者にとどまっている。
- 中央拠点市場でも、位置付け後に取扱数量が減少傾向の市場もある一方で、中央拠点市場以外でも、増加傾向の市場もある。

■中央拠点市場を中心とした市場間流通ネットワークの構築状況 (中央拠点市場開設者)



■中央拠点市場への位置付けの前後における取扱数量の変化

	中央拠点市場	中央拠点市場以外
大きく増加 (2万トン以上)	3市場	0市場
増加傾向 (2年連続増加)	5市場	2市場
減少傾向 (2年連続減少)	6市場	6市場
その他 (特段の変化なし・増減の繰り返し等)	6市場	14市場

注1: 中央拠点市場の位置付け前(H19~22)と位置付け後(H23~24)における取扱数量の変化をH25年に調査

注2: 東日本大震災の影響を考慮し、東北地方の市場については調査対象から除外

■中央拠点市場を中心とした市場間流通ネットワーク(事例)

ひょうご卸売市場協働ネットワーク推進協議会

1 設立の経緯

兵庫県民に良質で新鮮な生鮮食料品を供給し、21世紀に対応できるような新しい流通拠点として、県内の卸売市場がその特性を発揮し、機能をより充実させるためには、消費者を始め市場の様々なユーザーのニーズに対応し、その個性を十分発揮するとともに、市場間の競争を超えて連携することが必要だとの考えから、この趣旨に賛同する兵庫県内の中央・地方卸売市場の開設者、卸売業者、仲卸業者団体及び兵庫県によって平成14年に設立。

2 協議会の構成員:開設者等 9団体:神戸市(神戸市中央卸売市場本場・東部市場)、尼崎市、姫路市(姫路市中央卸売市場)、西宮市、明石市、加古川市、丹波市、兵庫県

卸売業者 8団体

仲卸業者 5組合

3 協議会の主な活動

県内の卸売市場の連携による活性化を図るため、以下の活動を実施。

- ① 会員相互の交流と情報交換を活発にするための会議・意見交換会の開催
- ② 複数市場の販売力を結集して産地への交渉力・影響力を高め、市場の集荷力強化を図るための協働集荷の実施
- ③ 県産品の県内流通拡大のための生産者団体との意見交換会の開催
- ④ 県内外の卸売市場の先進事例等に関する研修会の開催 等

4 ネットワークを活用した協働集荷の取組実績

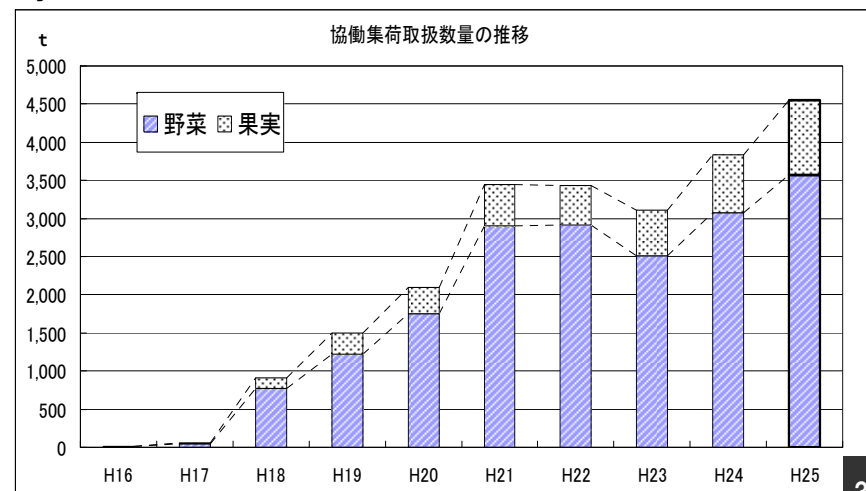
平成16年度から開始した複数の卸売市場間での協働集荷の実績は、県内市場の集荷量全体に占める割合は、1.1%(平成23年度末)とまだわずかではあるが、年々増加傾向。

(協働集荷実績)

平成25年度 4,545t(野菜:3,576t、果実:969t)

平成24年度 3,840t(野菜:3,079t、果実:761t)

平成23年度 3,116t(野菜:2,510t、果実:606t)



2-3 中央卸売市場の再編、機能強化

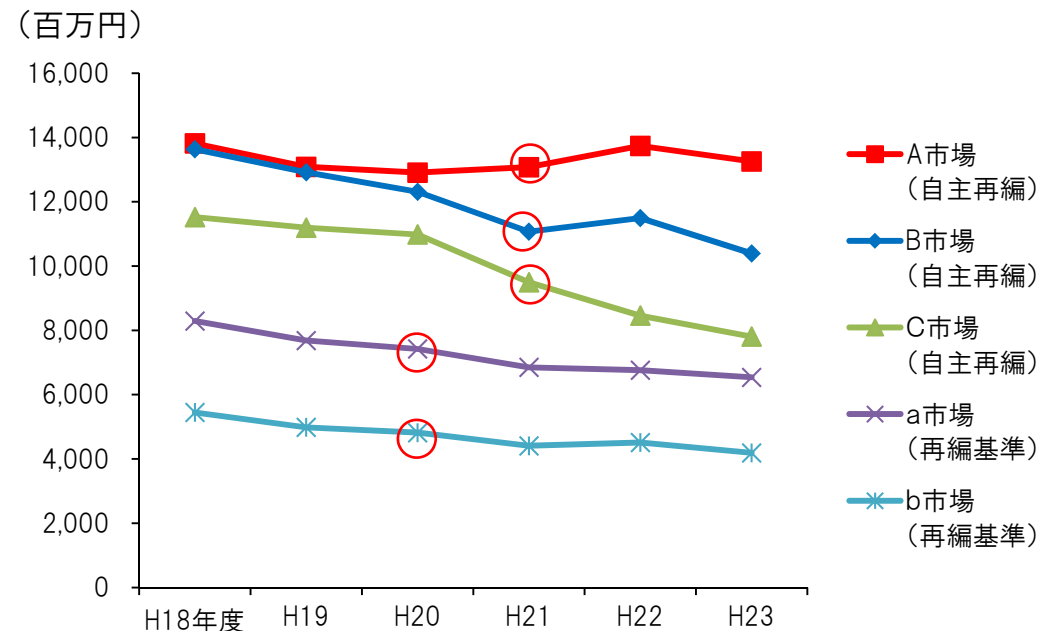
- 卸売市場法第5条第2項等に基づき、中央卸売市場整備計画において、運営の広域化、地方卸売市場への転換その他の再編措置への取組を推進することが必要と認められる市場名を定めることとされている。
- 中央卸売市場の再編、機能強化について、平成26年4月までに、27の中央卸売市場が、地方卸売市場への転換や他市場との連携を実施している。
- 中央卸売市場から地方卸売市場へ転換した市場(平成20年度及び21年度に地方転換)の中には、市場機能の強化により取扱金額が増加した市場がみられる一方、引き続き取扱金額が減少傾向にある市場がみられる。

■再編基準に該当する中央卸売市場の再編状況一覧

平成26年4月までに中央卸売市場から地方市場への転換等を実施した市場 【27市場(青果:18 水産:20 花き:8)】				
県	市場	部類	註	再編内容
北海道	釧路市	青果○・花き	註	18年4月地方化
	函館市	青果	○	21年4月地方化
	室蘭市	青果・水産	○	21年10月地方化
秋田	秋田市	青果・水産 花きは中央のまま	○	24年4月地方化
山形	山形市	青果・水産	○	22年4月地方化
福島	福島市	青果○・水産・花き○	註	26年4月地方化
千葉	千葉市	青果○・水産	註	26年4月地方化
	船橋市	青果○・水産	註	26年4月地方化
東京	東京大田	水産	註	東京築地との連携
	東京足立	水産	註	東京築地との連携
神奈川	川崎市南部	青果・水産・花き	註	19年4月地方化
	藤沢市	青果	註	19年4月地方化
山梨	甲府市	青果・水産	○	23年4月地方化
富山	富山市	青果・水産・花き	○	23年4月地方化
三重	三重県	水産	註	19年4月地方化
		青果	○	21年4月地方化
兵庫	尼崎市	青果・水産	註	19年4月地方化
岡山	岡山市	花き 青果・水産は中央のまま	○	24年4月地方化
広島	呉市	青果・水産	註	20年4月地方化
山口	下関市	青果	註	20年4月地方化
	松山市	花き 青果は中央のまま	註	22年3月地方化
愛媛	松山市水産	水産	註	23年3月地方化
高知	高知市	水産 青果は中央のまま	註	26年3月地方化
福岡	北九州市	水産 青果は中央のまま	註	26年1月地方化
長崎	佐世保干原	花き	註	20年4月地方化
	佐世保水産	青果	註	25年4月地方化
大分		水産	○	25年4月地方化
	大分市	青果・水産	○	18年4月地方化
宮崎		花き	註	24年4月地方化
	宮崎市	水産 青果は中央のまま	○	25年4月地方化

「自主」の欄の「○」は自主的再編、「基準」は再編基準該当

■中央卸売市場から地方卸売市場へ転換した市場の取扱金額の推移(平成20及び21年度に地方転換した市場)

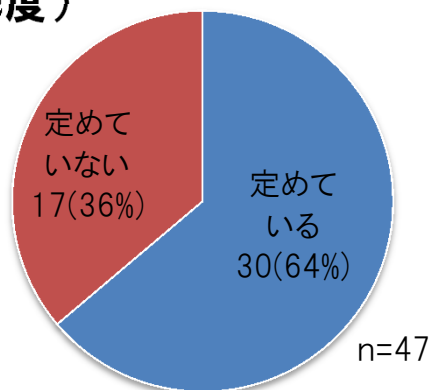


注: 赤丸は地方卸売市場に転換した時期。

2-4 地域拠点市場の設置

- 地域拠点市場とは、地域における集荷力強化の拠点であって、他の地方卸売市場との統合や集荷・販売での連携を行う地方卸売市場として、都道府県卸売市場整備計画に定めたもの。
- 地域拠点市場の設置に関して、約6割の30都道府県が、都道府県卸売市場整備計画で地域拠点市場を位置付けている。
- 一方、他地方市場との統合を実施し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。

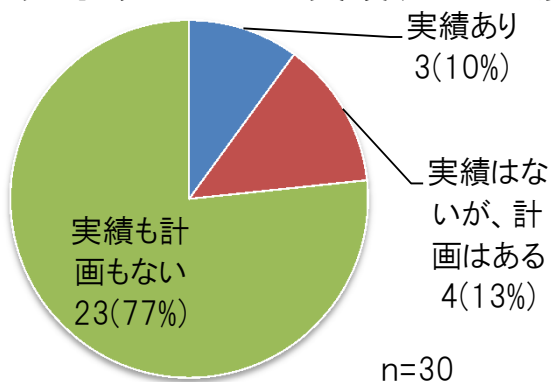
■地域拠点市場を定めている都道府県（H25年度）



（定めていない主な理由）

- ・ 現状の地方卸売市場の配置で適正と判断しているため。
- ・ 地域拠点市場の要件を満たす市場が見込めないため。

■他地方卸売市場との統合実績（H25年度）



■統合等に伴い市場機能が強化された事例

■ 地方卸売市場愛媛青果

【取組概要】

- 平成15年に近隣の3市場と運送会社1社で事業協同組合を組織し、各市場を統合
- 愛媛県内唯一の地域拠点市場として、県内全域が流通圏となっている
- 県内4市場と連携し、集荷力の弱い市場へ転送、出荷を拡大
- 県外7市場とも連携し、集荷を行うなど品揃えを強化

【効果】

- 県内転送額 3,796千円(H19)→38,267千円(H22)
- 大手量販店の週間販売計画等の需要に対応するため、生産者との連絡を密にし、必要品目・量を確保。また、品目フェア等の販促企画を積極的に提案するなどにより取引が拡大

（参考）地域拠点市場の規定（第9次卸売市場整備基本方針、抄）

第2 卸売市場の適正な配置の目標

2 地方卸売市場

(1) 地方卸売市場における集荷力の低下傾向を踏まえ、地域における生鮮食料品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（水産物産地市場を除く。）であって、次に掲げる措置のいずれかを講じるもの（**地域拠点市場**）を定めること。

- ① 他の地方卸売市場との統合
- ② 他の卸売市場との連携した集荷・販売活動

(2) (1)の地域拠点市場の目標年度における取扱数量は、

- ① 当該地域拠点市場が青果物を主たる取扱品目とする卸売市場である場合には、原則として15,000トン以上
- ② 当該地域拠点市場が水産物を主たる取扱品目とする卸売市場である場合には、原則として7,000トン以上
- ③ 当該地域拠点市場が花きを主たる取扱品目とする卸売市場である場合には、原則として2,000万本相当以上にそれぞれ達することが見込まれること。

なお、当該地域拠点市場が食肉を主たる取扱品目とする卸売市場については、と畜場を併設しているという性格にかんがみ、当面の間、目標年度における取扱数量は定めない。

(3) 全国的な卸売市場の再編を促進する観点から、地域拠点市場が他の地方卸売市場と統合する場合においては、当該統合が次に掲げる要件のすべてに適合していることが望ましい。

- ① 当該統合の中核となる地域拠点市場の取扱金額が50億円以上又は卸売場面積が3,000㎡以上であること。
- ② 統合後の地域拠点市場の取扱金額が100億円以上又は卸売場面積が5,000㎡以上であること。
- ③ 当該統合に係る地方卸売市場が食品流通構造改善促進法（平成3年法律第59号）第4条第2項の規定により、同法第2条第3項第2号に規定する卸売市場機能高度化事業に係る構造改善計画の認定を受けていること。

3. 近代的な卸売市場の立地並びに施設の種類、規模、配置及び構造

3-1 施設整備・運営における民間資金等の活用

- 施設整備・運営における民間資金等の活用に関して、神戸市中央卸売市場本場のみがPFI事業を導入しているが、一定の維持管理コストの削減効果があったとしている。
- 指定管理者制度を導入している中央卸売市場は1市場にとどまっており、同制度を導入しない理由として、導入に向けた組織体制が未整備なことや適切な団体・企業がないことをあげている開設者が多い。

■PFI事業を導入した神戸市中央卸売市場 ■大阪府中央卸売市場が導入した指定管理者制度の概要 本場の事業概要

【取組概要】

- 老朽化が著しい市場の一部を移転・新設するにあたり、市の財政負担の縮減とより質の高い公共サービスの提供を図るため、施設の設計・建設、工事管理、維持管理及び運営をPFI事業として実施
- 事業期間はH17年1月～H46年3月までの29年間（設計・建設4年間、維持管理運営25年間）
- 市場PR施設の運営もSPC（特別目的会社）が行い、料理教室を開催

【効果】

- 維持管理コストはPFI導入前に比べ約18%削減

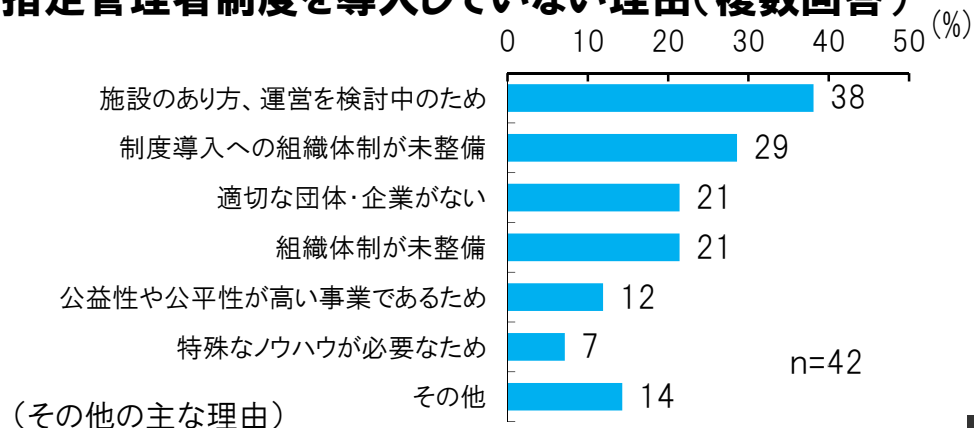
【取組概要】

- 指定管理者は市場内卸売業者・仲卸組合が出資した大阪府中央卸売市場管理センター（株）。業務期間はH24年4月から5年間。
- 指定管理者は、開設者が行う卸売・仲卸業務に係る許可・検査・指導、施設整備、大規模改修を除く市場管理・運営業務を実施

【効果】

- 管理業務についてその質を維持・向上しつつ、5,800万円の経費削減が図られている
- 利用料収入で管理運営経費が賄われ、府には納付金が納められる上、指定管理者も純利益5,300万円を計上している
- 年々低下傾向にあった仲卸売場や駐車場の稼働率の維持・向上

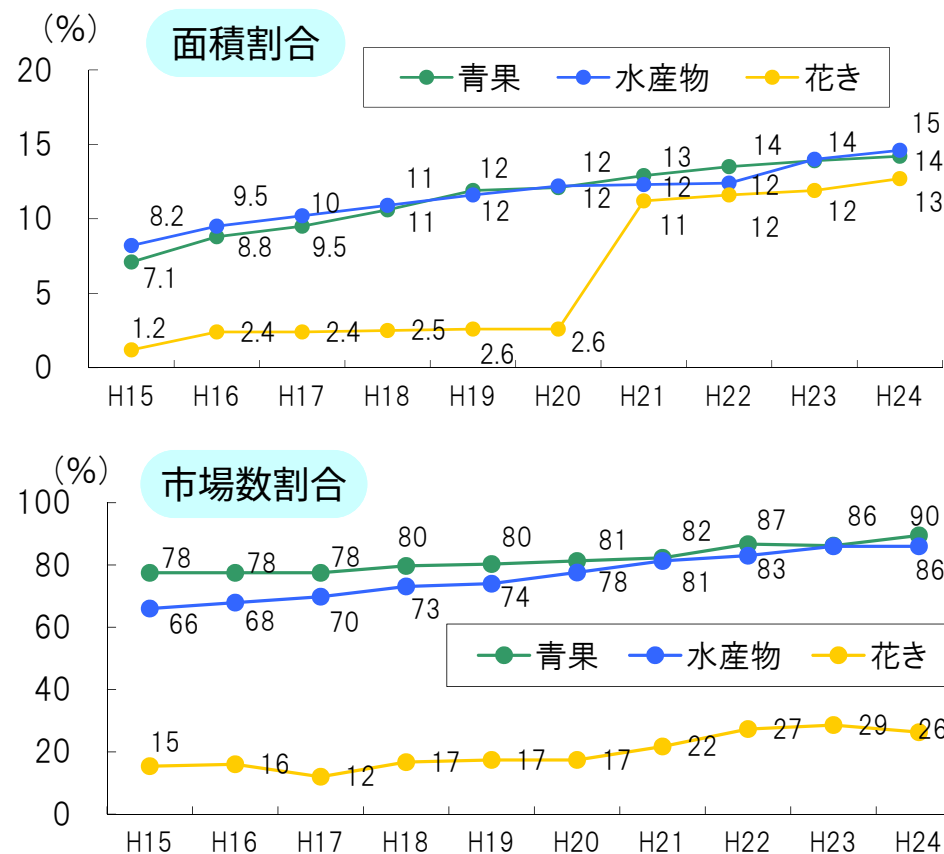
■指定管理者制度を導入していない理由（複数回答）



3-2 コールドチェーンシステムの整備

- 中央卸売市場における低温卸売場の整備率は面積割合、市場数割合とも増加傾向にある。
- コールドチェーンシステムの整備に関して、低温管理施設の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全体の約7割(29開設者)となっている。

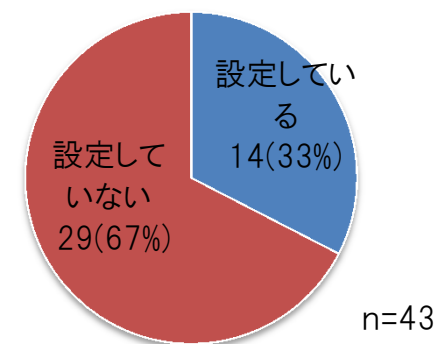
■中央卸売市場における低温卸売場の整備率の推移



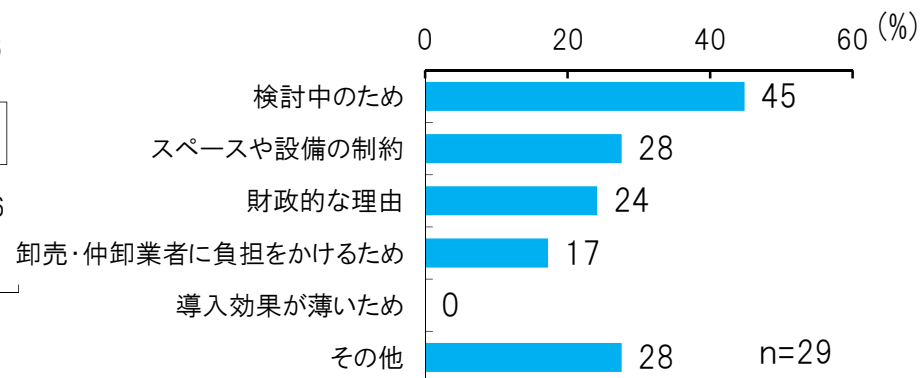
注1: いずれの年も各年度末現在のデータ

注2: 食肉については、全ての市場において、温度管理可能な施設で取引が行われている。

■低温管理施設の導入に係る数値目標等の設定状況(H25年度、中央卸売市場開設者)



■低温管理施設導入に係る数値目標等を設定しない理由(複数回答)



(その他の主な理由)

- ・ すでに十分な施設が整備されているため。

資料: 農林水産省食品製造卸売課調べ

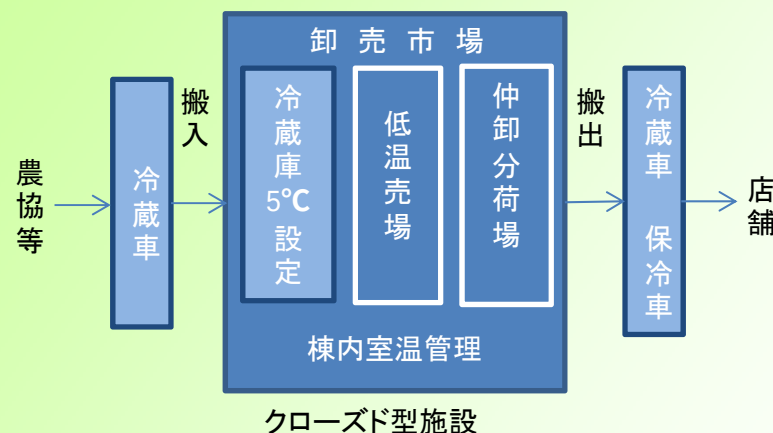
■ コールドチェーンシステムの整備事例

■ 石巻青果花き地方卸売市場の取組

【施設概要】

平成22年 1月 石巻市から東松島市に市場を移転開場

- 3温度管理(冷蔵、低温、常温)、施設のコンパクト化と動線の効率化



【効果】

- 品質・衛生・物流効率の向上
- 市場来場者、買受人や量販店バイヤーの信頼性の向上
- 取扱金額(青果) 11%増(H25年度実績、H20年度比)



■ 桐生地方卸売市場水産部の取組

【取組概要】

- 平成24年度、水産物卸売場を低温売場に改修。低温化率は約85%。

- (1) 低温売場
 - ① 1,398m²(15~18℃) ② 40m²(-25℃) ③ 24m²(0~5℃)
 - ④ 15m²(常温) ⑤ 64m²(-25℃) ⑥ 85m²(0~5℃)
- (2) マグロ競り場 219m²(15~18℃)

- 平成24~25年度、水産施設(仕分場、加工場及び冷凍冷蔵庫)を新設

- (1) 配送エリア
 - ① 仕分場 1,612m²(15~18℃) ② 冷凍保管庫 112m²(-25℃)
- (2) 加工エリア
 - ① 加工場 264m²(15~18℃) ② 凍結庫 56m²(-35℃)
 - ③ 解凍庫 59m²(-5~+5℃) ④ 製品倉庫 86m²(-35℃)
 - ⑤ 準備室他 75m²
- (3) 冷凍冷蔵庫エリア
 - ① 冷蔵保管庫 456m²(-25℃) ② 冷蔵保管庫 141m²(-45℃)
 - ③ 冷蔵保管庫 174m²(-25℃) ④ 事務室ほか 561m²

【効果】

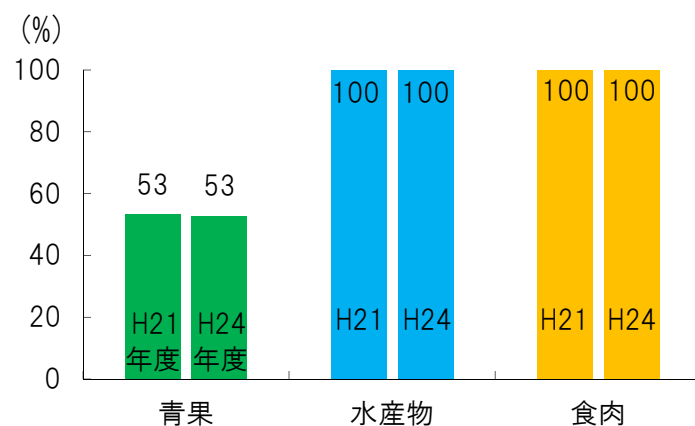
- より新鮮で安全な生鮮食品の提供を実現
- 冷蔵保管庫、卸売場、加工場が1施設に集約化され、移動にかかる労力を削減
- コールドチェーン化を売りとした新たな販売の拡大



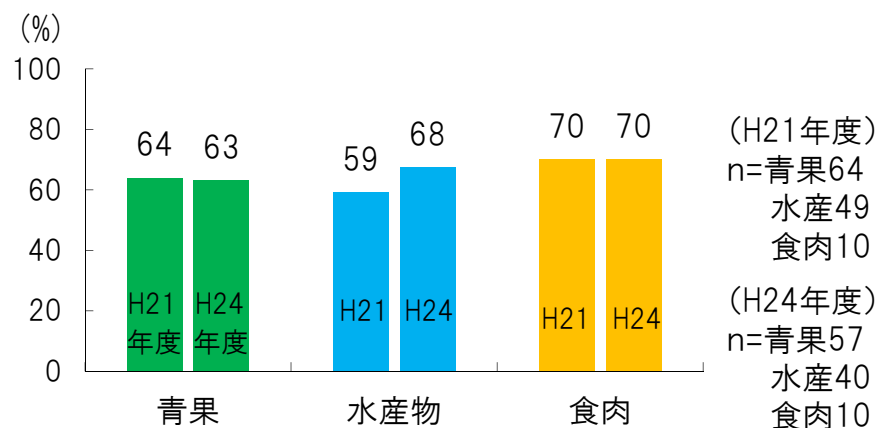
3-3 実需者ニーズへの対応

- 大規模小売業者、外食産業事業者等の実需者ニーズへの対応に関して、中央卸売市場における冷蔵庫施設や加工処理施設の設置割合は平成21年度と24年度で大きく変化していない。
- 1市場当たりの施設整備面積で比較すると、冷蔵庫施設、加工処理施設については横ばいから約2割の増加となっている一方、配送センターについてはその整備面積がほぼ倍増している。

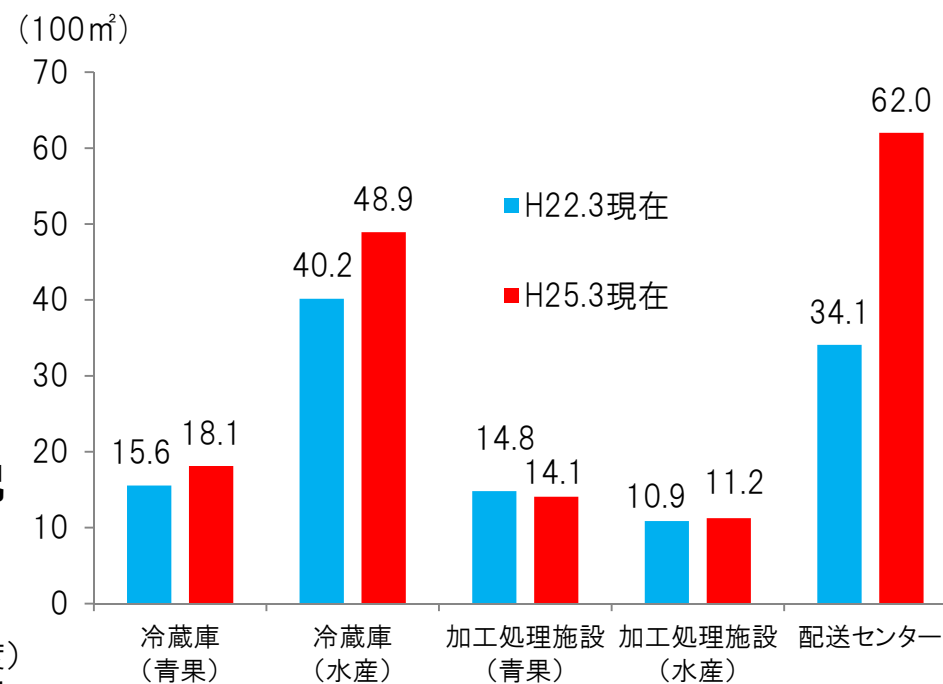
■中央卸売市場における冷蔵庫施設の設置状況



■中央卸売市場における加工処理施設の設置状況



■中央卸売市場1市場当たりの施設整備面積

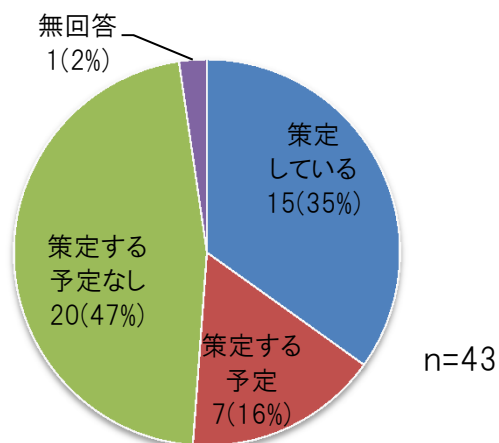


注：冷蔵庫の面積は温度管理部分のみ。

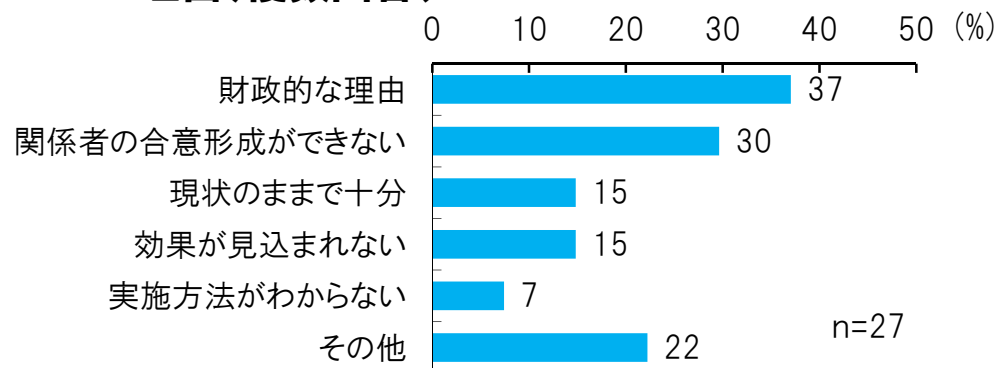
3－4 市場運営に伴う環境負荷の低減

- 市場運営に伴う環境負荷の低減に関して、環境負荷低減に係る目標・方針を策定している中央卸売市場開設者は、全体の約4割にとどまっており、約5割については策定予定もないとしている。
- 目標等を策定しない理由としては財政的な理由をあげている開設者が多い。
- 実際の実組としては、リサイクル施設や太陽光発電施設の導入が多くなっている。

■環境負荷低減に係る目標・方針の策定状況
(H25年度、中央卸売市場開設者)



■環境負荷低減に係る目標・方針を設定していない理由(複数回答)

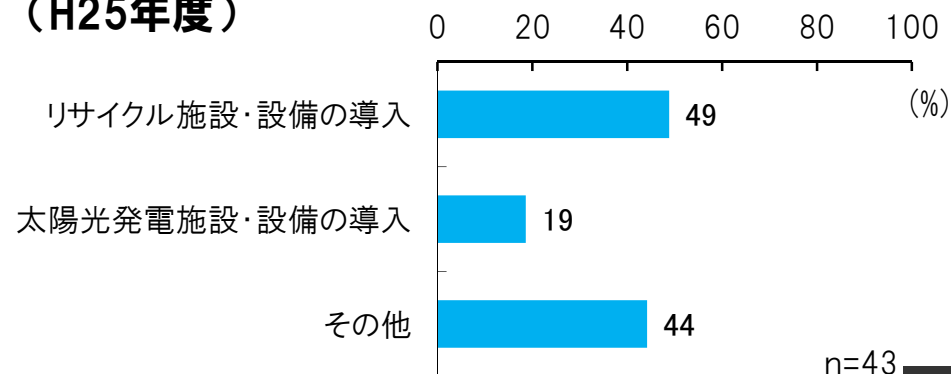


(その他の主な理由)

- ・ 特に数値目標等を設定しなくてもすでに取組が進んでいるため。

具体的な設定事例	
市場名	概要
八戸市中央卸売市場	CO ₂ 5.2%以上削減 廃棄物 20%以上削減 (H19年度比、H26年度目標)
久留米市中央卸売市場	(久留米市役所エコアクションプラン) CO ₂ 6%削減 廃棄物 8%削減 等 (H22年度比、H26年度目標)

■環境負荷低減に向けた取組状況(複数回答)
(H25年度)



資料：農林水産省食品製造卸売課調べ

■環境負荷低減に向けた取組事例(札幌市中央卸売市場)

■ 太陽光発電施設の整備・運用

【取組概要】

- 太陽光発電施設 発電出力 327kW
(整備年度 平成23～24年度)
 - ・太陽光パネル 1,440枚(設置面積 1,434.4㎡)
 - ・市場のセンターヤードのトップライトに設置
 - ・整備費用 約464,000千円

【施設の活用】

- 全量を電力会社に売電、売電収入は市場照明のLED化に活用
- 災害時、非常用電源として、市場業務の継続や周辺住民等への給水として活用
- 発電状況や実績を確認モニターを市場内に設置し、市場来場者等への環境教育に活用

【効果 (H25年度実績)】

- 発電量 336,436kWh ○売電収入 14,130千円/年
- CO₂削減効果 228,776kgCO₂/年
(平成24年度北海道電力株のCO₂排出原単位より算出)



■ 食品リサイクル施設の整備・運用

【取組概要】

- 資源リサイクル施設
 - ・野菜・果物くずを破砕・圧搾・乾燥し、飼・肥料化
 - ・乾燥機燃料 木質パレット等の木質系廃棄物を利用
 - ・処理能力 野菜・果物くず 7.0t/日
木質パレット 3.0t/日
製造物 0.6t/日
 - ・整備費用 438,727千円

【効果 (H25年度)】

- 野菜・果物くず 1,890t削減 ○ 木くず 783t削減

■ 発泡スチロール減容設備の整備・運用

【取組概要】

- 発泡スチロール減容機
 - ・廃発泡スチロールを減容、インゴット化し、売却
 - ・処理能力 120kg/時
 - ・整備費用 451,500円(60ヶ月リース代(税込))

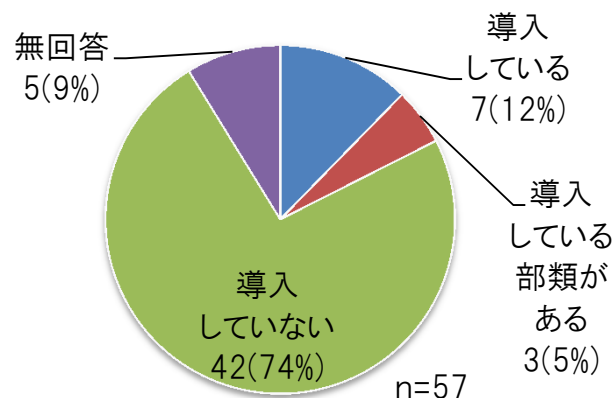
【効果 (H25年度)】

- 廃発泡スチロール 約157t削減

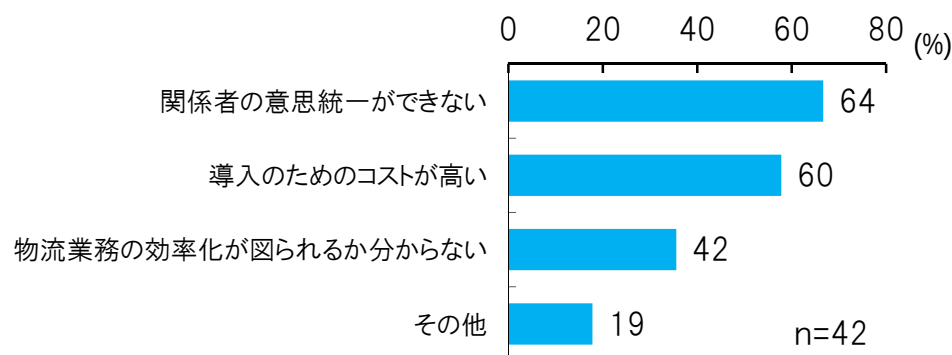
3-5 市場運営及び物流の効率化①

○ 市場運営及び物流の効率化に関して、生鮮EDI標準や電子タグが導入されている中央卸売市場は全体の約2割にとどまっており、それらが導入されていない理由としては、関係者の意思統一ができないことや導入コストが高いことをあげている市場が多い。

■生鮮EDI標準や電子タグの導入状況 (H25年度、中央卸売市場(食肉を除く))



■生鮮EDI標準や電子タグが導入されていない理由 (複数回答)



(その他の主な理由)

- ・ 認知度が低く、普及が進んでいないため。
- ・ 24時間の受発注体制を作らなくてはならないため。

■生鮮EDI標準の導入事例

■ 青森市中央卸売市場

【取組概要】

- 青果部卸売業者である青森合同青果(株)において、生鮮EDI標準を活用したシステムを導入
- 平成20年度からは、開設者と卸売業者間において場内LANネットワークを構築し、両者間で生鮮EDI標準を共有

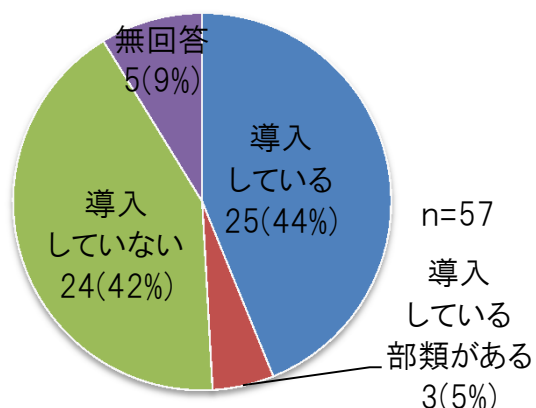
【効果】

- 事務処理時間の軽減とともに、販売原票や売渡票などのデータにおける品目コードの共有により、双方の情報共有が容易になり、システム上への新品目追加の際などに、スムーズな事務処理を実現

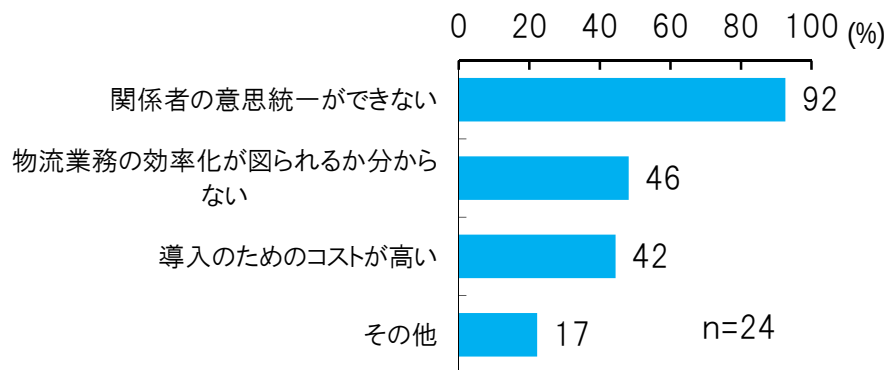
3-5 市場運営及び物流の効率化②

○ 通い容器については、約5割の中央卸売市場において導入されているが、導入されていない理由としては関係者の意思統一ができないことをあげている市場が多い。

■通い容器の導入状況 (H25年度、中央卸売市場(食肉を除く))



■通い容器が導入されていない理由(複数回答)



(その他の主な理由)

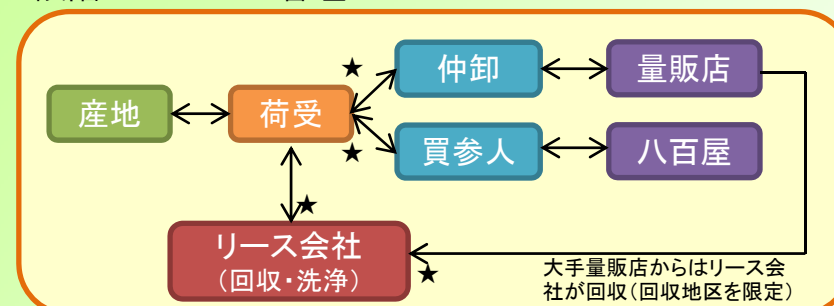
- ・ 容器紛失のリスクが大きいため。
- ・ 衛生管理に課題があるため。

■通い容器の導入事例

■ 船橋市中央卸売市場^注

【取組概要】

- 平成25年4月から生産者、卸・仲卸業者、買参人が協力し、ほうれん草、ブロッコリー、リンゴ等の流通で試験的に実施
- コンテナに二次元コードを貼り付け、荷受及びリース会社の段階でコンテナを管理



【効果】

- コンテナ回収率は生産者約95%、買参人等で約93%で、破損等を除けば、ほぼ100%回収できている
- 生産者においては、経費が削減されたほか、畑での作業が可能となっている。また、容器に入れたままで水管理が可能となり、品質保持が容易となっている
- 買参人においては、段ボール処理が不要となりゴミの削減につながったほか、鮮度を保ったまま商品を販売ができるようになっている

注: 平成26年4月に地方卸売市場化

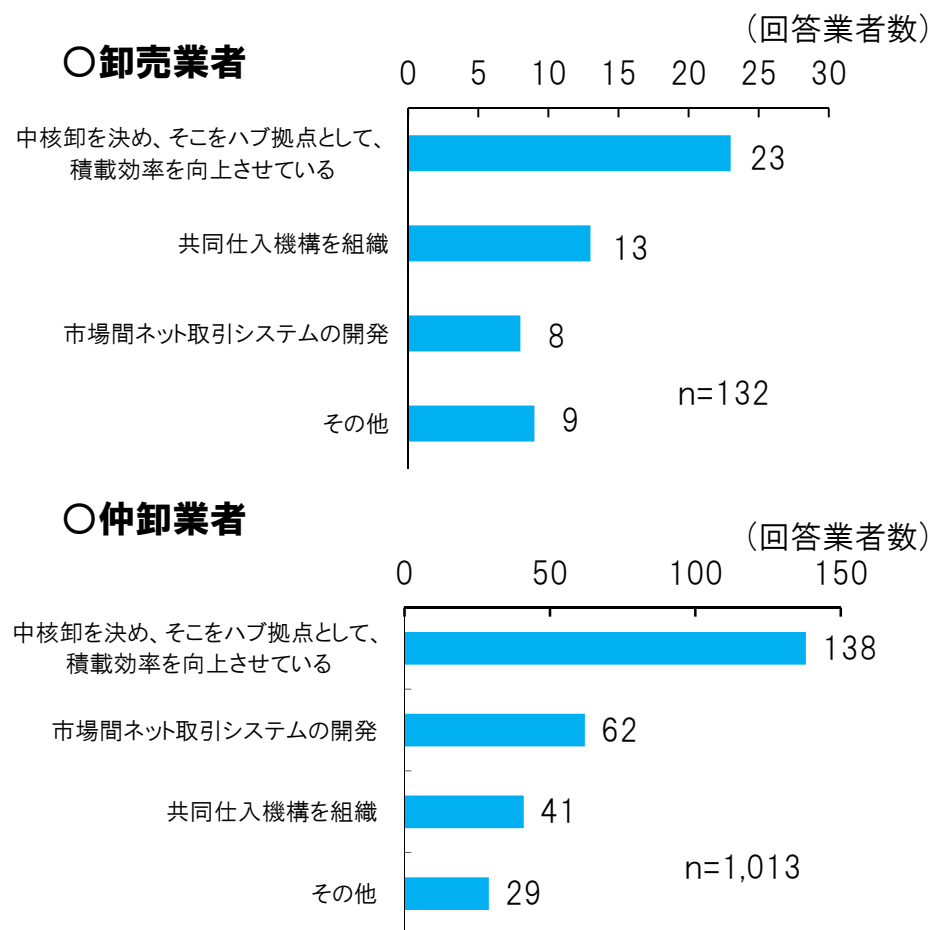
資料: 農林水産省食品製造卸売課調べ

4. 取引、物品の積卸し等の合理化

4-1 卸売市場間での連携

- 集荷力の向上を通じた市場取引の活性化を図るための卸売市場間での連携については、中核卸をハブ拠点とすることによる積載効率の向上に取り組んでいる卸売業者や仲卸業者が多い。

■卸売市場間での連携内容(複数回答) (H25年度、中央卸売市場)



■卸売市場間での連携事例(H25年度)

■ 東北地方の卸売業者における連携事例

【取組概要】

- 平成13年度に東北地方の複数の卸売業者が「東北ネットワーク(ENN)」を発足させ、九州産野菜の東北地方への入荷ルートを形成
- 現在は、東北地方の6青果卸売業者と九州の1卸売業者が参画し、11月から翌年6月まで取組を実施
- 九州の卸売業者が東北の各市場の卸売業者の注文をとりまとめ、トラック2台で太平洋側と日本海側の2ルートで発送

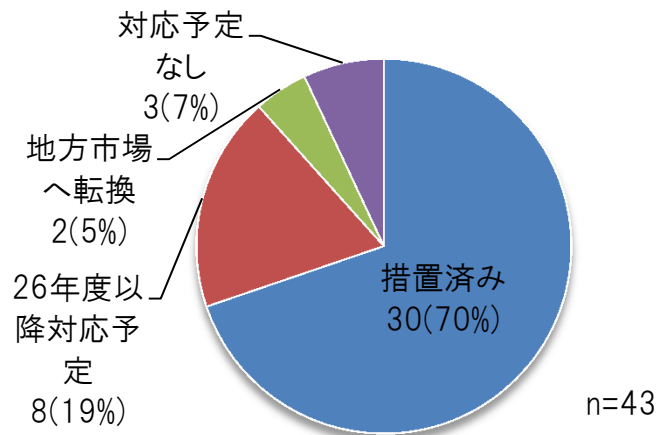
【効果】

- ENN発足前は、東京の市場を経由して入荷していた九州産野菜を鮮度のよい状態で入荷ができるようになった

4-2 市場内事務手続き及び取引の簡素化、合理化

- 市場内事務手続きに関して、法令に基づかない事前承認等の検証を通じて、簡素化を進めている中央卸売市場開設者は全体の7割程度となっている。
- 取引の合理化に関して、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割となっている。

■事務手続きの簡素化に向けた取組状況
(H25年度、中央卸売市場開設者)



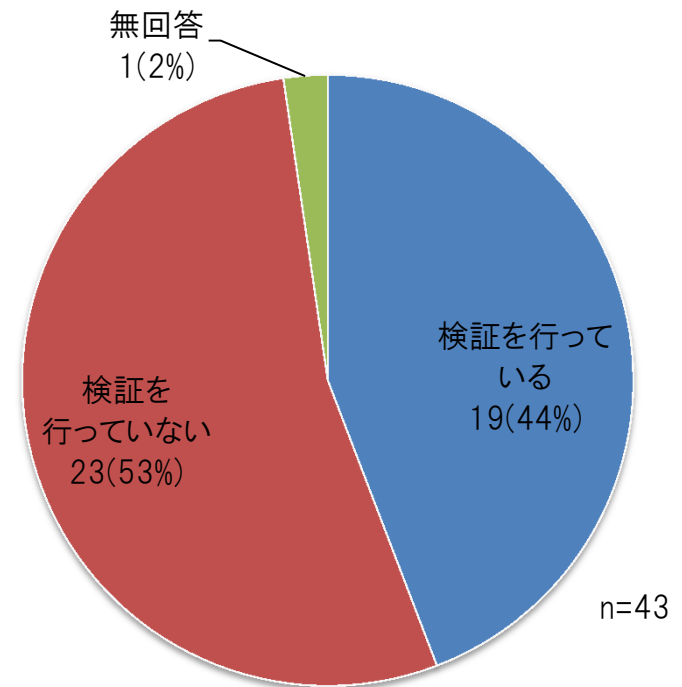
■事務手続きの簡素化の事例

■ 仙台市中央卸売市場

【取組概要】

- 上場順位変更届出義務の廃止
- 支払猶予特約承認申請手続、仲卸業者の市場外施設設置届出義務を廃止し、関係書類の保存義務化へ移行
- 販売原票の副本提出を電子化
- せり物品の相対取引の承認申請、第三者販売許可申請、仲卸業者の直荷引き許可申請等について電子化

■売買取引の方法等売買取引の状況に関する検証状況
(H25年度、中央卸売市場開設者)



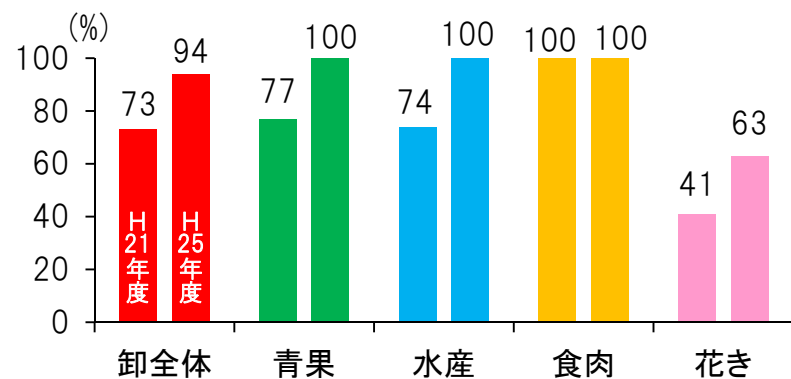
5. 物品の品質管理の高度化

5-1 品質管理の高度化に向けた取組①

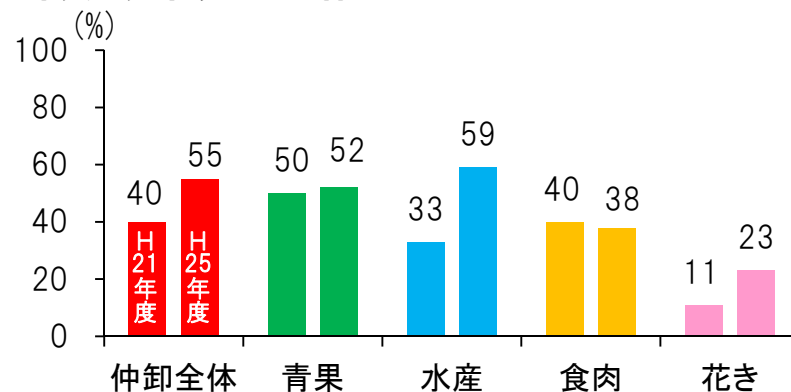
- 品質管理の高度化に向けた取組に関して、平成25年度現在、取扱物品の品質管理の高度化に向けた措置を定めた規範を策定した中央卸売市場の卸売業者及び仲卸業者の割合は、21年度に比べ増加しているものの、仲卸業者では、未だ全体の半数程度しか同規範を策定していない。
- 規範を策定した中央卸売市場卸売業者の概ね全業者、同仲卸業者の約7割で社員への周知を行っている一方、チェック体制を構築しているのはそれぞれ約8割、約3割にとどまっている。

■品質管理高度化規範の策定率の変化

○中央卸売市場卸売業者

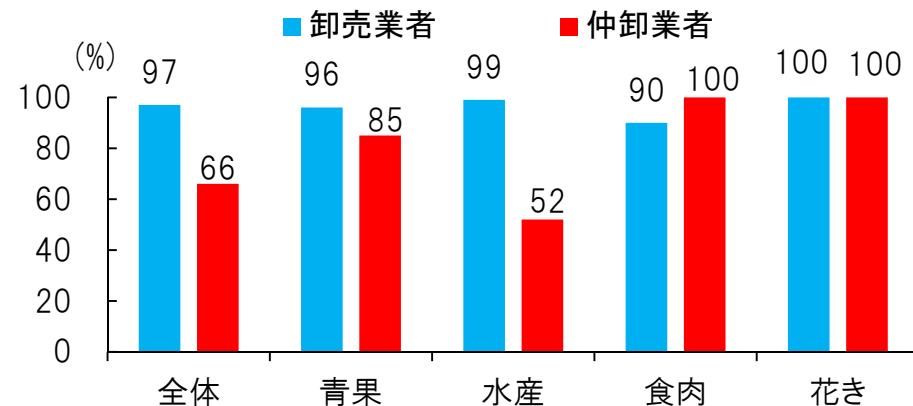


○中央卸売市場仲卸業者

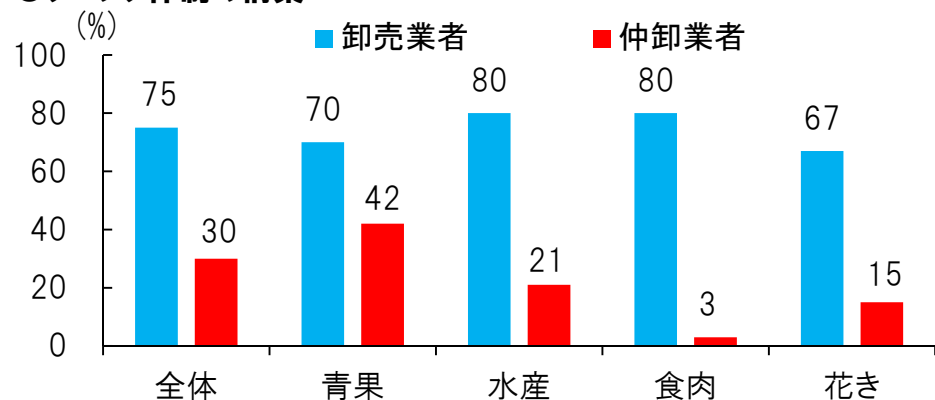


■品質管理の高度化に向けた取組状況(H25年度)

○規範の社員への周知



○チェック体制の構築



資料：農林水産省食品製造卸売課調べ

5－1 品質管理の高度化に向けた取組②

- 品質管理の高度化に向けて、品質管理システムであるISO9001や、HACCP(危害分析重要管理点)の考え方にに基づく品質・衛生管理の導入等の取組が実施されている。

■品質管理の高度化に向けた取組事例

■（株）アキラ水産（福岡市中央卸売市場）

【取組概要】

- 2006年にISO9001認証を取得。企業理念、会社方針とあわせ品質管理等を1つのマニュアルとしてまとめている。マニュアルは2年ごとに更新している
- 毎年1回内部監査を行い、その際に全社員にマニュアルを配布し周知を図っている
- 品質を確保するため、自社冷蔵庫や製氷機の整備等を行っている
- 今後、ISO22000の取得も目指している

【効果】

- 温度、鮮度等の衛生管理レベルの向上に加え、社員の意識の向上やフィードバックによる新たな発見に結びついている
- 取引先へのアピールにも活用している

■ 地方卸売市場沼津魚市場

【取組概要】

- 2008年の施設新築にあわせ、セリ場や荷捌き場を低温管理するなど、HACCPに基づく衛生管理対策を導入。あわせて、衛生管理及び事故防止の観点から見学者通路を設置
- 衛生管理を徹底するため四面閉鎖のクローズド型とし、鳥害、風害、粉塵、害虫の防止対策をとっている
- 施設内は車両進入禁止のため、段差構造とし、排ガスが出ないバッテリーフォークリフトの使用を義務付け
- 床の水洗いを徹底し、ぬめりや臭気対策に配慮している
- セリ場への出入りは一方通行とし、入口には手洗い、足洗い場を設け、リフトの出入りも洗浄プールを設置している
- 活魚の取扱においては、滅菌海水を使用するとともに、冷却・ろ過・循環型の水槽を使用して温度管理を実施

【効果】

- 消費者(見学者)へ当市場における衛生管理対策をアピールしている

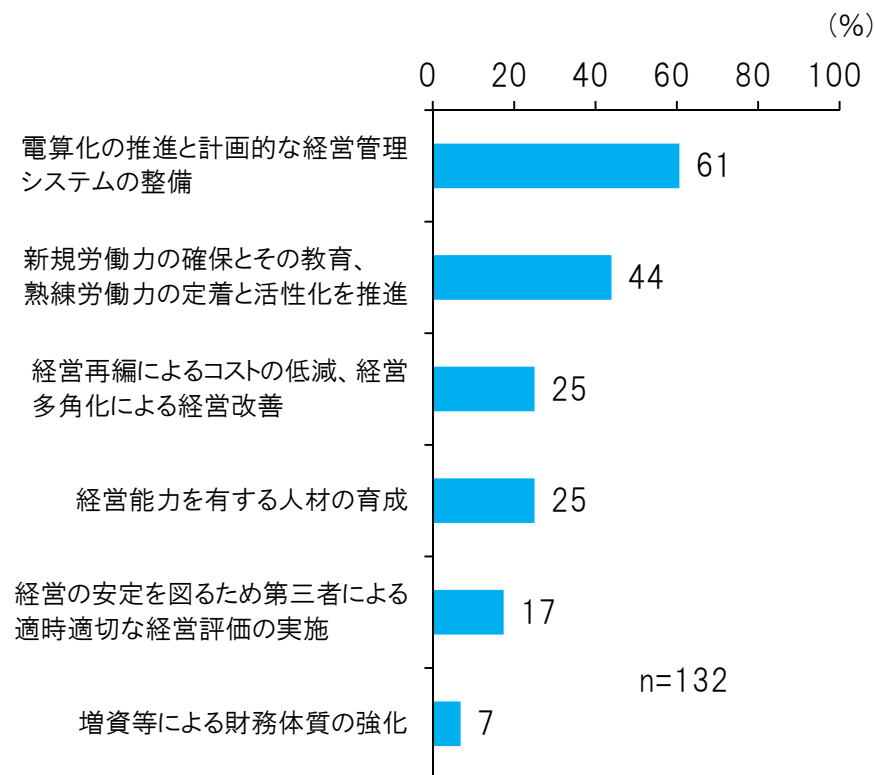


6. 卸売業者及び仲卸業者の経営近代化

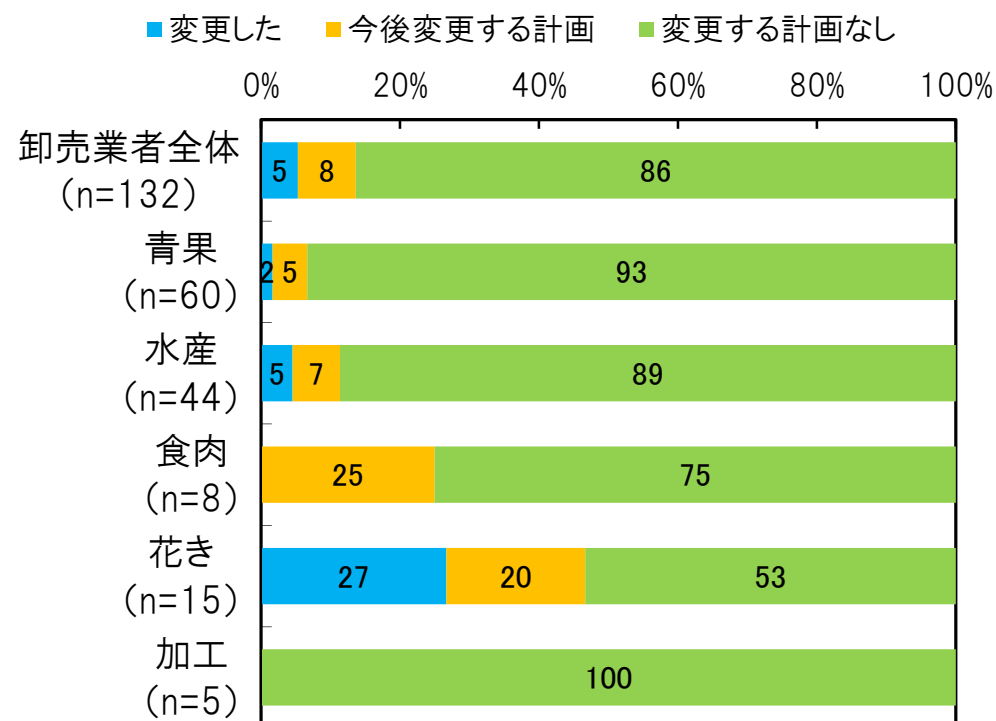
6-1 卸売業者

- 卸売業者の経営強化に向け、電算化の推進や計画的な経営管理システムの整備に取り組んだ中央卸売市場卸売業者は全体の約6割と比較的多かったが、増資等による財務体質の強化では約1割にとどまっている。
- 平成21年度4月以降、卸売手数料を変更した中央卸売市場卸売業者は全体の約5%となっている。部類別では、花きにおいて手数料を変更した業者の割合が高くなっている。

■ 経営強化に向けた卸売業者の取組状況 (複数回答)(H22-25年度、中央卸売市場)



■ 卸売手数料の変更状況 (H21年度以降、中央卸売市場)

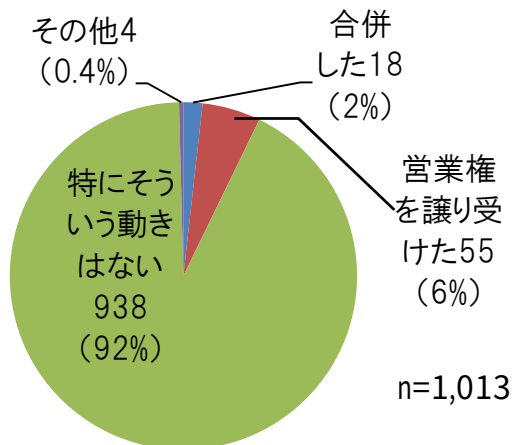


資料：農林水産省食品製造卸売課調べ

6-2 仲卸業者

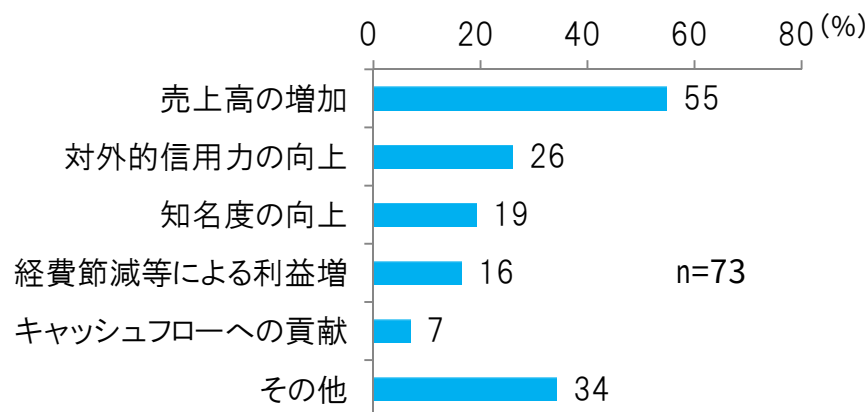
- 仲卸業者の経営強化のために合併や営業権譲り受け等を行った中央卸売市場仲卸業者は全体の約1割にとどまっている。
- 中央卸売市場の仲卸業者では、小売業者のニーズに対応した様々な支援措置に取り組んでおり、営業面では、売上高や取引先の増加などで一定の効果をあげている。

■合併や営業権譲り受けを行った仲卸業者の割合 (H22-H25年度、中央卸売市場) ■小売業者への支援に関する取組状況(複数回答) (H25年度、中央卸売市場)



	回答業者数	各取組を講じた仲卸業者(複数回答、%)				
		商品の小分け作業	産地や商品情報の発信	保管や配送機能の強化	下処理や洗浄等	その他
仲卸全体	1013	75	62	50	32	2
青果	417	80	69	55	13	4
水産	503	69	58	46	47	4
食肉	20	70	85	55	35	5
花き	38	95	50	63	47	5
加工食品等	35	71	43	43	14	0

■合併や営業権譲り受けの効果(複数回答)



■上記取組による営業面での効果(複数回答)

	回答業者数	効果として挙げた業者数(複数回答、%)			
		売上高の増加	取引先の増加	特に変化なし	マイナスの影響
仲卸全体	1013	25	23	46	20
青果	417	30	24	44	20
水産	503	22	22	50	20
食肉	20	25	30	30	30
花き	38	24	45	37	8
加工食品等	35	17	14	40	26

6-3 卸売業者及び仲卸業者に共通する事項①

○ 経営体質の強化や経営の合理化の観点から、卸売業者等において、小売業者、外食事業者等の実需者ニーズへの適切な対応に向けた加工処理、貯蔵・保管及び輸送・搬送機能の強化等の取組が行われている。

■ 加工・業務用需要への対応（倉敷青果荷受組合）

【取組概要】

- 平成10年、卸売業務の傍ら、カット野菜部を立ち上げ、9度の工場増設により西日本地区では最大規模のカット野菜メーカーとなった
- 年中無休、24時間稼働で全国各地へ出荷できる体制を構築
- 産地とは契約取引を行っている。その際には、生産履歴や残留農薬検査証明書、原材料品質安全保証書の添付を求めている
- 平成21年、青果卸売市場業界では日本初のISO22000の認証を取得
- 加工・業務用ユーザーやスーパー、コンビニ等へ直接販売し、新規の販路を拡大

【効果】

- 1日あたり約30トンの野菜を使用。カット野菜部門の売上高は約27億円/年。



■ 鮮度に対するニーズへの対応（石川中央魚市(株)）

【取組概要】

- JFいしかわと連携し、石川県産水産物の県内消費の拡大推進を目的に、早朝に水揚げされた「朝獲れ」の水産物を、当日中に新鮮な状態で地元消費者に提供する流通システムを構築
- 一部は、冷凍処理を行い、需要にあわせて首都圏等に販売
- HACCPシステムを導入した水産物の加工・流通会社を設立。水産物は当日午前中にフィレや切り身等に加工し、地元のスーパーや飲食店に販売するシステムを構築
- この取組は平成26年2月に「農商工等連携事業計画」の認定を受けている

【効果】

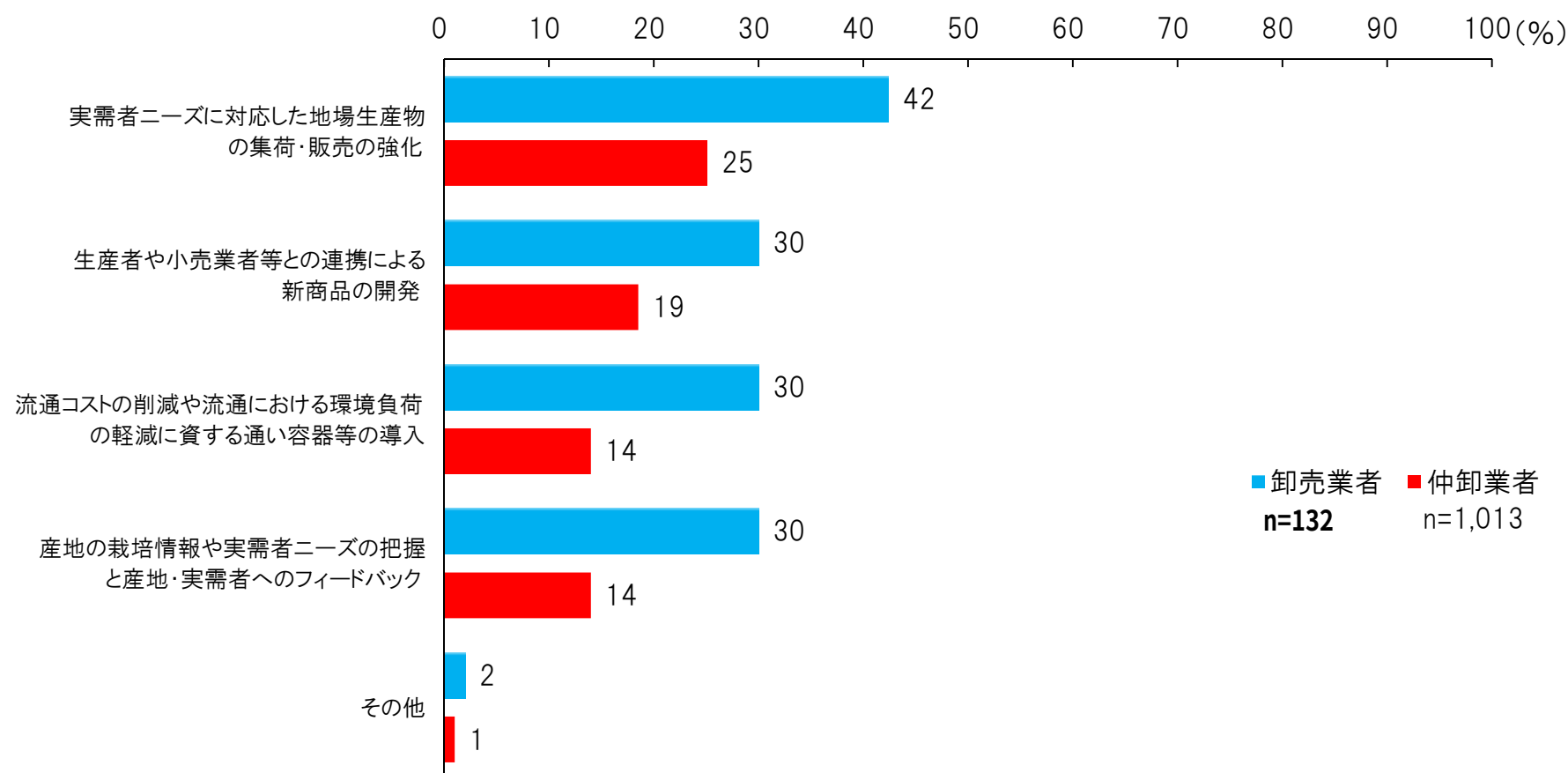
- 新鮮な水産物をフィレ等に加工することにより消費と販路の拡大が見込まれ、収益向上が期待



6－3 卸売業者及び仲卸業者に共通する事項②

- 卸売業者等は、生産者や実需者と連携し、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。
- 仲卸業者の取組状況は、卸売業者に比べ相対的に低位にある傾向が見られる。

■生産者や実需者との連携に係る取組状況(複数回答)(H25年度、中央卸売市場)

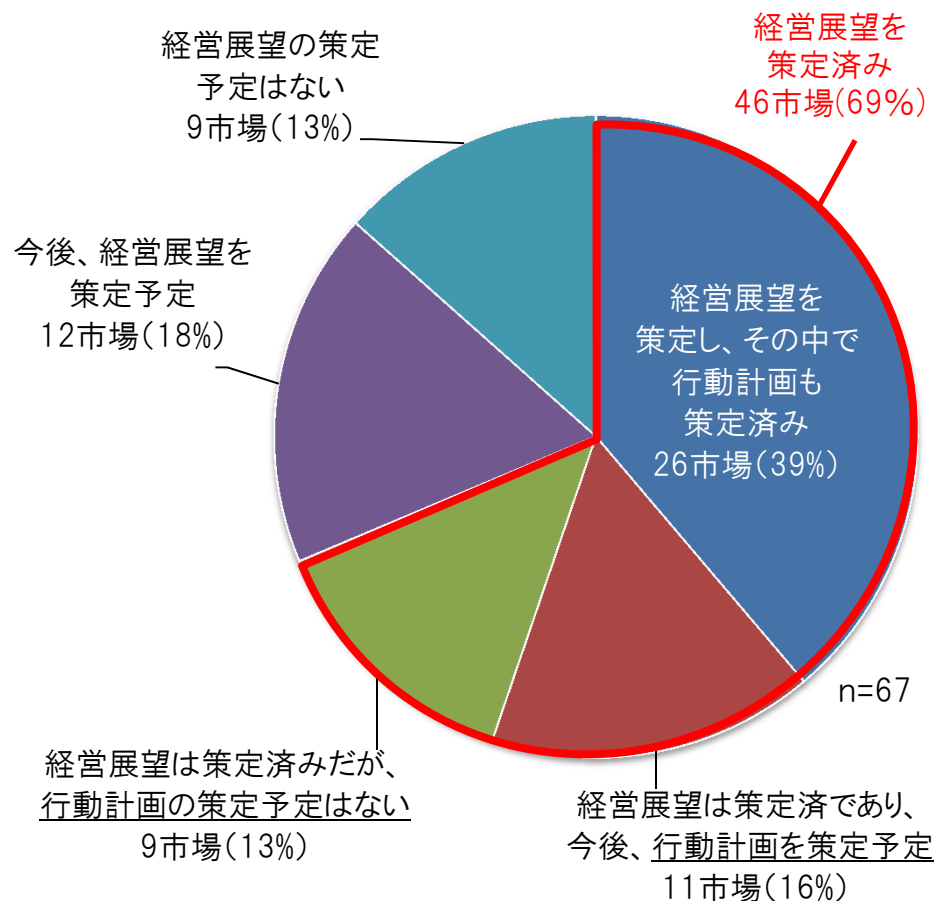


7. その他

7-1 中央卸売市場に係る経営戦略の確立①

- 中央卸売市場に係る経営戦略の確立に関し、各市場の位置付け・役割、機能強化の方向、市場運営のあり方等を明確にした「経営展望」を未だ策定していない市場は全体の約3割。
- また、経営展望を策定した46市場のうち、経営展望の中で誰がいつまでに具体的にどのような取組を行うのかを定めた「行動計画」まで策定しているのはその約6割の26市場となっている。

■経営展望及び行動計画の策定状況 (H25年度)



■経営戦略の策定事例

■ 札幌市中央卸売市場活性化ビジョン

基本理念

- 1 北海道の拠点市場(中央拠点市場)
- 2 食の発信基地
- 3 開かれた市場

基本理念に基づく4つの視点と具体的取組

- 1 販売力の強化
(取組)道産品の道外販売の強化、量販との取引拡大、他市場との共同集荷に向けた市場間協定 等
- 2 情報発信機能の強化
(取組)メディアを活用した道産ブランド品等のPR、産地プロモーションの積極的受け入れ 等
- 3 市場機能の強化
(取組)取引ルールの最適化、卸売業者等の産地訪問、市場のハブ化、卸売業者・仲卸業者の経営基盤の強化 等
- 4 集荷力の強化
(取組)食育の普及促進、食関連イベントの実施、近隣商業者との連携 等

目標 (H32年)

- 青果：H22年比 取扱数量3%増加
水産：H22年取扱数量実績を維持

7-1 中央卸売市場に係る経営戦略の確立②

- 農林水産省は、行動計画に最低限規定すべき項目として、計13項目を示している。
- 行動計画を策定している37市場について、13の各項目毎に当該項目について規定している市場の割合（規定率）を見ると、総じて7割前後と言えるが、中でも「取引条件」や「取引規制のあり方」、「コンプライアンスの確保」については規定率が低く、約6割程度にとどまっている。
- また、ある項目について行動計画に規定したとしても、取組の進捗状況はまちまちであり、「計画を上回る」または「概ね計画どおり」との評価が多数を占めているものの、「情報受発信」、「効率的な物流体系」、「災害時対応」などの項目については行動計画に規定するも計画どおりに進捗していないという割合が比較的高い。

■行動計画に規定すべき項目の規定状況とその進捗状況(H25年度)

① 経済性の発揮のためにどのような商品・サービスを提供するのか

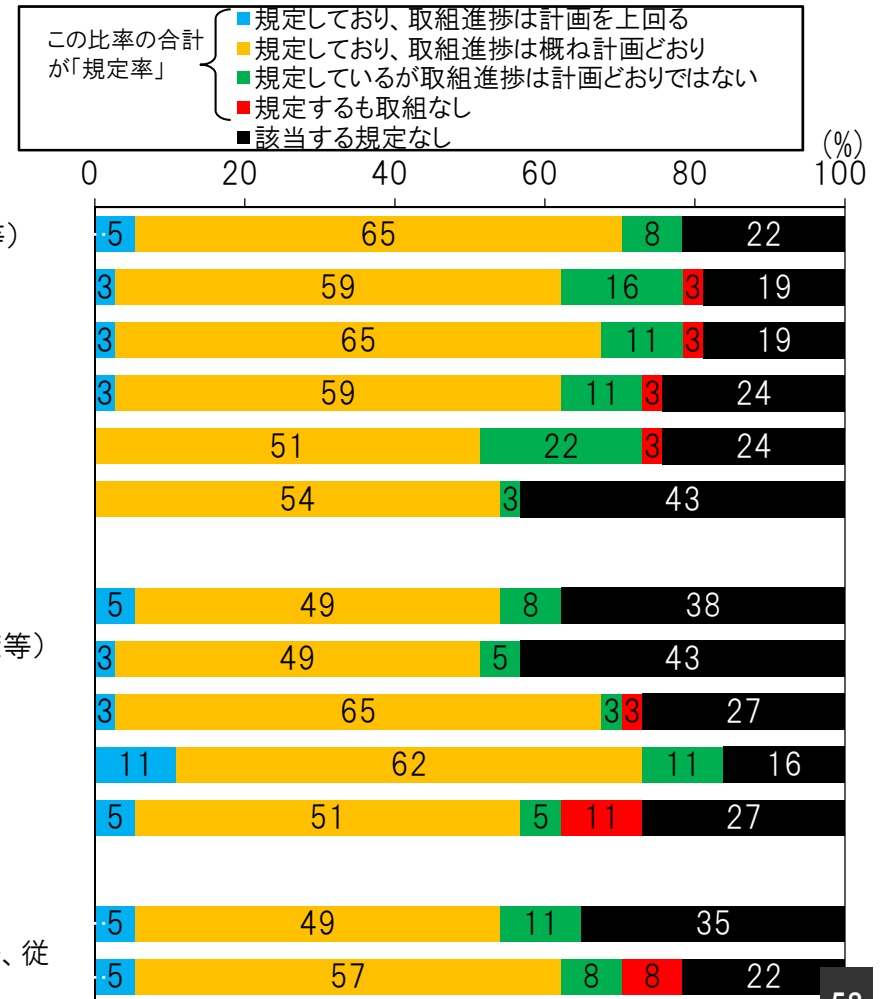
- a 品質保持(コールドチェーン施設整備計画、品質管理高度化規範の策定、遵守等)
- b 効率的な物流体系(ネットワークを構築する相手方市場とその手法)
- c 品揃え(地場産品、規格外品等多様な物品を市場に取り込む手法等)
- d 加工・調製(加工・調製施設の整備計画等)
- e 情報受発信(収集する情報の範囲・提供方法、必要となる施設の整備計画)
- f 取引条件(受委託契約約款の見直し、予約相対取引の推進等)

② どのように公共性を発揮していくのか

- a 取引規制のあり方(承認手続等業務規程の見直し等)
- b コンプライアンスの確保(食品関係法令の遵守、企業行動計画の策定の推進方策等)
- c 環境問題(温室効果ガスの削減計画等)
- d 市場に対する理解の醸成(市場開放、食育等)
- e 災害時対応(危機管理体制、事業継続体制の構築等)

③ 商品・サービスの提供に必要なとなる体制をどのように構築するのか

- a 開設者の業務運営体制(地方自治法に基づく指定管理者制度の活用等)
- b 卸売業者、仲卸業者等の市場関係業者の業務運営体制(統合、他業者との連携、従業員教育等)

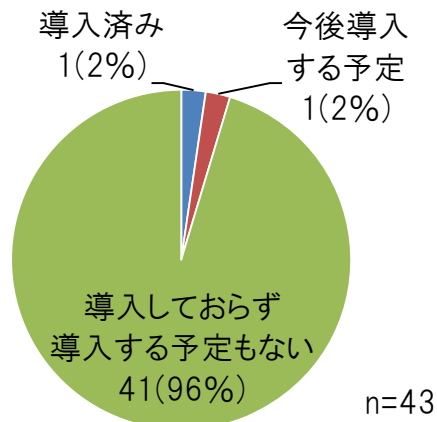


資料：農林水産省食品製造卸売課調べ

7-1 中央卸売市場に係る経営戦略の確立③

- 中央卸売市場の運営において、地方公営企業法に基づく事業管理者を導入したのは1開設者のみであり、導入予定を含めても2開設者にとどまっている。

■地方公営企業法に基づく事業管理者の導入状況(H25年度、中央卸売市場開設者)



■事業管理者を導入した事例(岡山市中央卸売市場)

【取組概要】

- 平成14年度から地方公営企業法を全部適用し、市場業務管理者を設置。
- 市場事業管理者が中央卸売市場の業務(※)を執行。

※ 地方公営企業法第8条の規定により業務の執行を制限されている業務等(予算の調製等)を除く。また、条例により、市長及び管理者は連携して業務を適正に執行することとしており、一部の業務(農林水産大臣に対する開設の認可の申請や卸売業務の許可の申請書の進達等)については市長が担任する業務としている。

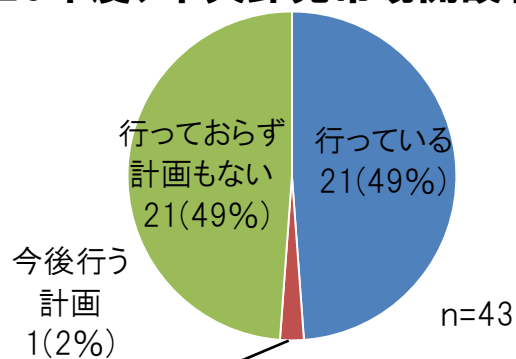
【効果】

- 意思決定の迅速化、市場担当職員の削減によるコストダウン等

7-2 市場内手続き等における情報化の推進

- 市場内手続き等における情報化の推進に関して、市場運営及び関係業者の経営合理化等を図る観点から情報化に取り組んでいる中央卸売市場の開設者は全体の約5割となっている。

■情報化に向けた取組状況(H25年度、中央卸売市場開設者)



■情報化に向けた取組例(中央卸売市場開設者)

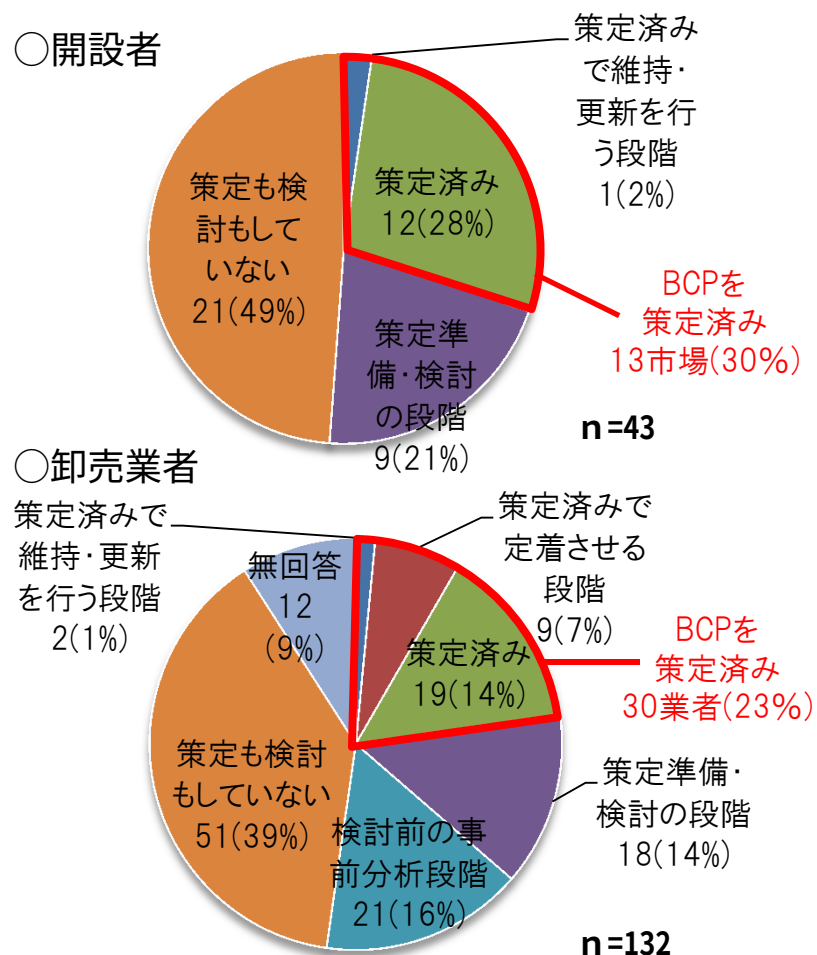
	情報化に向けた取組例
大阪府中央卸売市場	相対取引による卸売の承認申請や、仲卸・売買参加者以外への卸売に係る申請を電子化
仙台市中央卸売市場	市場内の各部類における取引金額や数量等の統計データを一元的に管理するシステムを構築
川崎市中央卸売市場北部市場	場内事業者に関して、法人情報、施設利用状況、取扱金額等の統計データ及び歳入処理等の情報管理を行うシステムを構築

資料：農林水産省食品製造卸売課調べ

7-3 災害時等の緊急事態への備え

- 災害時等でも業務を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。
- また、災害時に、被災市場における生鮮食料品供給機能を維持するため、複数の市場間における連携、ネットワーク構築等の取組が一部で進められている。

■中央卸売市場開設者、卸売業者におけるBCPの策定・検討の状況(H25年度)



■災害時に備えた市場間連携の事例

■ 全国中央卸売市場協会災害時相互応援に関する協定

- 全中協に加盟する中央卸売市場の開設都市で災害が発生し、被災都市の中央卸売市場開設者が独自では住民に生鮮食料品を十分供給できない場合、被災していない都市の中央卸売市場開設者が友愛的精神に基づき相互に救援協力し、緊急、応急措置として被災都市における生鮮食料品の確保及び市場機能の復旧対策を図るため、平成20年9月に協定を締結。

○ 応援の種類

- ・ 住民の供給する生鮮食料品の提供及び提供に係る搬送
- ・ なお、上記のほか、市場事業継続に必要な資機材、物資等のあつせん又は提供、並びに特に要請のあったものに関して、応援の実現に努めるよう、規定されている。

■ 北海道内卸売市場による災害対応ネットワーク

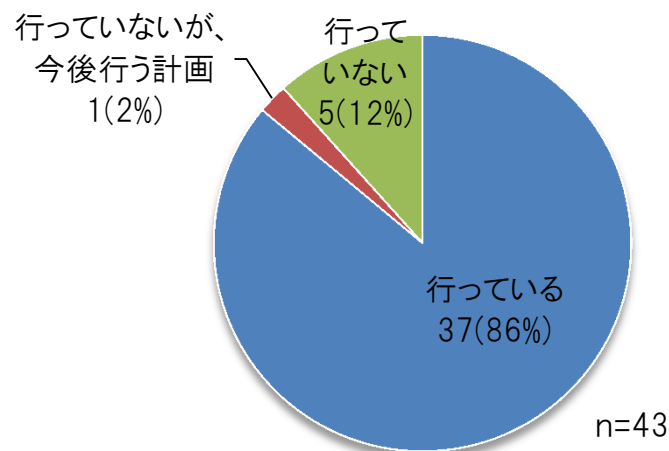
- 平成24年8月、道内の8都市13市場の開設者及び卸売会社等により、道内で災害が発生し、被災した市場で生鮮食料品の集荷・供給が困難となった場合に他市場が応援供給を行う「災害対応等ネットワーク」を発足。
- 道内市場の総取扱量に対し、ネットワークに参画する13市場の合計取扱量は、青果物で84%、水産物で94%を占めている。

資料：農林水産省食品製造卸売課調べ

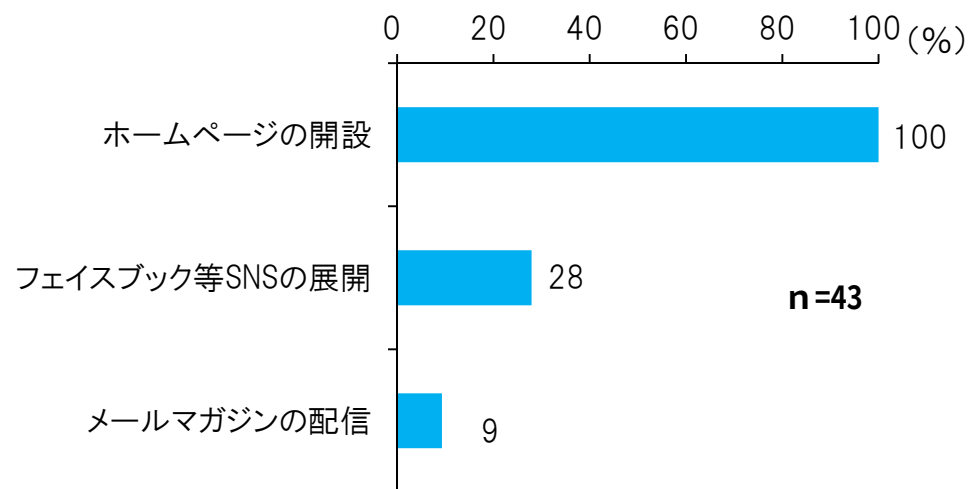
7-4 市民交流及び情報発信の推進

- 市民と卸売市場との交流を深める機会として交流イベントを実施している中央卸売市場開設者は全体の約9割となっている。
- 消費者に対し卸売市場の役割等を普及する観点から、情報発信の取組が進められており、そのうちホームページの開設については、すべての中央卸売市場開設者が行っている。

■一般市民との交流状況
(H25年度、中央卸売市場開設者)



■情報発信の取組状況(複数回答)
(H25年度、中央卸売市場開設者)



	一般市民との交流取組例
横浜市中心卸売市場本場	水産物部と関連事業者協同組合が実行委員会を組織し、毎月第1・3土曜を地域との交流の日としてイベントを開催
青森市中心卸売市場	9月～12月の各月1回、市場を市民に開放し、水産・青果・花きの卸売や模擬せりなどを実施

	情報発信内容例
京都市中央卸売市場第一市場	料理教室、イベント等をHP等にて周知
岡山市中央卸売市場	商品、イベント等の情報をツイッターを用いて発信

8. 第9次卸売市場整備基本方針策定後の新たな動きや取組

8-1 卸売市場を活用した輸出の現状

- 卸売市場における新たな取組として、卸売市場関係業者を通じた農林水産物の輸出が一部で取り組まれており、中央卸売市場では、大都市にある消費地市場において多くの事例が見られる。
- 平成23年度の輸出数量は、青果で約5千トン、水産で約2万トンとなっており、主な輸出品目は、青果ではリンゴ、モモ、ナガイモ等、水産物ではホタテ、サバ、イカ等が多い。主な輸出先は、香港、台湾、中国等のアジアの国、地域が多く、市場に近い港や空港を利用し輸出する事例が多い。

【青果：合計 約5千トン】

市場名	輸出数量	主な輸出品目	主な輸出先	主な利用港(空港)
札幌市中央卸売市場	約20トン	メロン、南瓜、なめこ、ブロッコリー	香港、マレーシア、シンガポール	新千歳空港、苫小牧港、羽田空港
東京都中央卸売市場 (大田市場)	約670トン	リンゴ、ナガイモ、南瓜、ダイコン、シメジ、キャベツ、ハクサイ、ハウスミカン	台湾、マレーシア、香港、シンガポール	羽田空港、成田空港、東京港、神戸港
横浜市中央卸売市場	約830トン	ナガイモ、ゆり根	米国、台湾	横浜港、成田空港
名古屋市中央卸売市場 (北部市場)	約1,000トン	リンゴ、えのき茸、ナガイモ、ハクサイ、ミカン、モモ	台湾、香港、タイ、シンガポール	名古屋港、中部国際空港、東京港、博多港
大阪市中央卸売市場	約1,000トン	モモ、ブドウ、リンゴ、ピワ、梨	台湾、香港、タイ、シンガポール	関西空港、大阪港、神戸港
神戸市中央卸売市場本場	約600トン	リンゴ、ナシ、カキ、モモ	台湾、香港	神戸港、関西空港
広島市中央卸売市場 (東部市場)	約50トン	リンゴ、メロン、スイカ、柑橘、ニンジン、タマネギ	ロシア	境港
福岡市中央卸売市場	約760トン	ナガイモ、リンゴ、ナシ、甘藷、ゆり根	台湾	博多港、福岡空港、苫小牧港

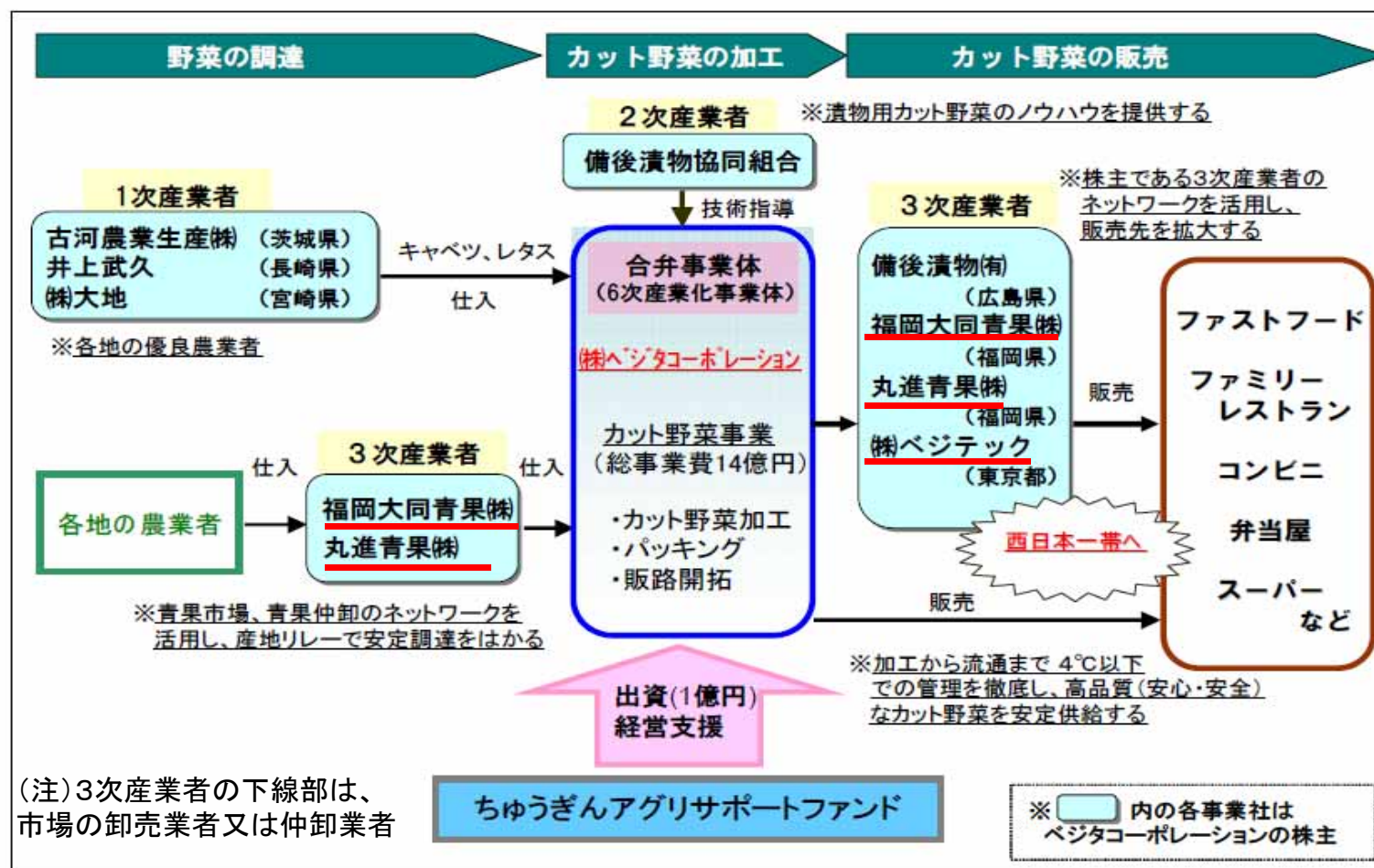
【水産：合計 約2万トン】

市場名	輸出数量	主な輸出品目	主な輸出先	主な利用港(空港)
札幌市中央卸売市場	約400トン	秋鮭、干ホタテ、生鮮魚、ホタテ	中国、インドネシア、マレーシア、タイ	新千歳空港、羽田空港
青森市中央卸売市場	約800トン	冷凍白鮭、冷凍イナダ、冷凍サバ	中国、香港、タイ、アメリカ	横浜港
東京都中央卸売市場 (築地市場)	約1,040トン	冷凍イカ、冷凍サバ、珍味、コハダ、ウニ、甲イカ、キンキ	中国、香港、台湾、韓国、ベトナム、タイ、マカオ、シンガポール	東京港、横浜港、石狩港、苫小牧港
浜松市中央卸売市場	約2,400トン	ツバス、サバ、カツオ	中国、タイ、マレーシア	東京港、名古屋港、神戸港
大阪市中央卸売市場	約9,200トン	サバ、スケソウダラ、イカ	中国、アフリカ、東南アジア	東京港、名古屋港、博多港
福岡市中央卸売市場	約5,800トン	スルメイカ、シリヤケイカ、カワハギ	中国、韓国、ベトナム	博多港、神戸港

注：本データは、中央卸売市場の青果部・水産物部卸売業者の団体会員企業から報告された輸出実績のうち、その輸出数量が把握されているものを農林水産省が整理したもの。卸売業者自らが兼業業務で輸出する場合を含む。

8-2 卸売市場関係業者による6次産業化への参画事例

- 全国の産地からの集荷力や豊富な販路等の強みを持つ卸売市場の卸売業者等が、農業者のパートナーとなって合併事業体を設立するといった6次産業化に参画する取組が現れている。
- こうした取組を通じて、品揃えの充実、取扱数量の拡大、実需者ニーズへの的確な対応など市場の活性化につながることを期待される。



IV 卸売市場をめぐる状況等を 踏まえた主な課題

卸売市場をめぐる状況等を踏まえた主な課題①

卸売市場をめぐる状況や第9次卸売市場整備基本方針に基づく取組状況を踏まえれば、卸売市場がその機能・役割を更に発揮し、求められる新たな役割にも的確に応えていくための主な課題として、以下の点が考えられる。

【現 状】

- ・現行基本方針で中央市場は経営展望を策定することとしているが、策定していない中央市場が約2割 [Ⅲ 7-1①]
- ・経営展望の中の行動計画において最低限規定すべき13項目それぞれの規定率は総じて7割前後 [Ⅲ 7-1②]
- ・PFI事業や指定管理者を導入した中央市場は各1市場 [Ⅲ 3-1]

- ・中央拠点市場を中心とした市場間ネットワークを構築した中央拠点市場開設者は2開設者 [Ⅲ 2-2]
- ・地域拠点市場を定めているのは30都道府県(約6割) [Ⅲ 2-4]
- ・大都市市場と比べ中都市市場は他市場からの集荷への依存率が相対的に高い [Ⅱ 2③]

- ・消費者が生鮮食品を選択する際の基準の第1位と第2位は、それぞれ「新鮮さ」と「安全性」 [Ⅰ 7②]
- ・単独世帯の割合や女性の労働力率が高まる中で、食の外部化が進展 [Ⅰ 2及びⅠ 7①]
- ・低温管理施設の導入に係る数値目標等を設定していない中央市場開設者が約7割 [Ⅲ 3-2]
- ・品質管理高度化規範を策定していない中央市場仲卸業者は半数程度 [Ⅲ 5-1①]
- ・中央市場における生鮮EDI等の導入率が約2割、通い容器の導入率が約5割 [Ⅲ 3-5①②]

【主な課題】

- ① 各市場のあり方等を明確化した経営展望の策定、開設者と市場関係者が相互に連携・協力した戦略の遂行など各卸売市場における経営戦略の確立
- ② 大消費地か地方都市か、中央市場か地方市場か等を踏まえ、立地、機能に応じた市場のビジネスモデル・役割分担、市場間の連携・ネットワークの構築
- ③ コールドチェーンの確立、品質管理の高度化、産地や実需者との連携強化など消費者、実需者、生産者等の多様化するニーズへの的確な対応

卸売市場をめぐる状況等を踏まえた主な課題②

【現 状】

- ・政府は、国内農林水産物・食品の輸出を促進するとともに、6次産業化を推進 [Ⅰ 10及びⅠ 11]
- ・一部の卸売市場関係業者が農林水産物の輸出や6次産業化に取り組む新たな動き [Ⅲ 8-1及び8-2]

- ・売買取引の方法等売買取引の状況に関する検証を行っている中央市場開設者は約4割 [Ⅲ 4-2]
- ・市場内の事務手続き簡素化や情報化に取り組んだ中央市場開設者は、それぞれ約7割と約5割 [Ⅲ 4-2及びⅢ 7-2]

- ・中央市場卸売業者及び仲卸業者は、利益率が低い状態等が続き、厳しい経営状況 [Ⅱ 3及びⅡ 4]
- ・生産者や実需者と連携し、集荷・販売の強化に取り組んだ中央市場卸売業者は約4割、仲卸業者は約3割 [Ⅲ 6-3]

- ・環境問題への国民の意識は高く、企業の取組状況は高いものの横ばい傾向 [Ⅰ 9]
- ・市場運営に伴う環境負荷低減に係る目標・方針を策定していない中央市場開設者が約7割 [Ⅲ 3-4]
- ・事業継続計画(BCP)を策定している中央市場開設者・卸売業者は、それぞれ約3割と約2割 [Ⅲ 7-3]
- ・一部の市場では災害時における市場間連携に係る協定を締結 [Ⅲ 7-3]

【主な課題】

④ 市場の活性化に向けて、卸売市場を活用した国産農林水産物の輸出促進や6次産業化の起点・パートナーとしての機能発揮などの新たな取組の推進

⑤ 売買取引に関する不断の検証、事務手続きの簡素化や市場内の情報化など、公正、効率的な取引の確保

⑥ 合併や営業権の譲受け等による統合大型化、生産者や実需者との連携による国内農林水産物を活用した新商品の開発など、卸売業者及び仲卸業者の経営体質の強化

⑦ 市場運営に伴う環境負荷の計画的な低減、防災機能や災害時等の緊急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への対応