

横浜市中央卸売市場開設運営協議会

次 第

日 時：令和元年7月16日（火）午後2時

会 場：横浜市中央卸売市場本場

市場センタービル3階研修室

1 開 会

2 会長挨拶

3 理事挨拶

4 議 題

(1) 卸売市場法改正に係る市場の運営方式について（第5回）

(2) その他

5 報告事項

(1) 横浜市中央卸売市場経営展望の検討状況について

(2) ヨコハマ e アンケート「横浜市中央卸売市場に関するアンケート」について

6 閉 会

【添付資料】

資料1 横浜市中央卸売市場開設運営協議会委員名簿

資料2 本日の座席表

資料3 卸売市場法改正に係る市場の運営方式について（答申概要案）

資料4 卸売市場法改正に係る市場の運営方式について（答申案）

資料5-1 横浜市中央卸売市場経営展望＜概要版（案）＞

資料5-2 『横浜市中央卸売市場経営展望＜概要版（案）＞』に係る
食肉市場部分の取扱について

資料6 令和元年度第2回ヨコハマ e アンケート

横浜市中央卸売市場に関するアンケート

横浜市中央卸売市場開設運営協議会委員名簿

| | | 氏 名 | 職 名 |
|----|-----|---------|------------------------|
| 1 | 会 長 | 若 杉 明 | 横浜国立大学名誉教授 |
| 2 | 副会長 | 森 茂 | 横浜市場冷蔵株式会社代表取締役会長 |
| 3 | 委 員 | 高 力 美由紀 | 新潟食料農業大学食料産業学科教授 |
| 4 | 委 員 | 山 下 東 子 | 大東文化大学経済学部教授 |
| 5 | 委 員 | 藤 島 廣 二 | 東京聖栄大学客員教授 |
| 6 | 委 員 | 長 岡 英 典 | 一般社団法人大日本水産会常務理事 |
| 7 | 委 員 | 真 壁 勇 男 | 全国農業協同組合連合会神奈川県本部農産部長 |
| 8 | 委 員 | 多賀谷 登志子 | 横浜市消費者団体連絡会代表幹事 |
| 9 | 委 員 | 福 留 秀 樹 | 金港青果株式会社代表取締役社長 |
| 10 | 委 員 | 後 藤 正 明 | 横浜丸中青果株式会社代表取締役社長 |
| 11 | 委 員 | 芦 澤 豊 | 横浜丸魚株式会社代表取締役社長 |
| 12 | 委 員 | 石 井 良 輔 | 横浜魚類株式会社代表取締役社長 |
| 13 | 委 員 | 荒 木 敏 行 | 横浜食鳥鶏卵株式会社代表取締役 |
| 14 | 委 員 | 山 口 義 行 | 横浜食肉市場株式会社代表取締役 |
| 15 | 委 員 | 鈴 木 格 次 | 横浜中央市場青果卸協同組合理事長 |
| 16 | 委 員 | 布 施 是 清 | 横浜魚市場卸協同組合理事長 |
| 17 | 委 員 | 石 井 孝 和 | 横浜青果小売商協同組合連合会会長 |
| 18 | 委 員 | 明 澤 重 明 | 横浜水産物商業協同組合理事長 |
| 19 | 委 員 | 福 岡 伊三夫 | 横浜食肉商業協同組合理事長 |
| 20 | 委 員 | 出 川 雄一郎 | 横浜市中央卸売市場関連事業者協同組合代表理事 |

(敬称略・順不同)

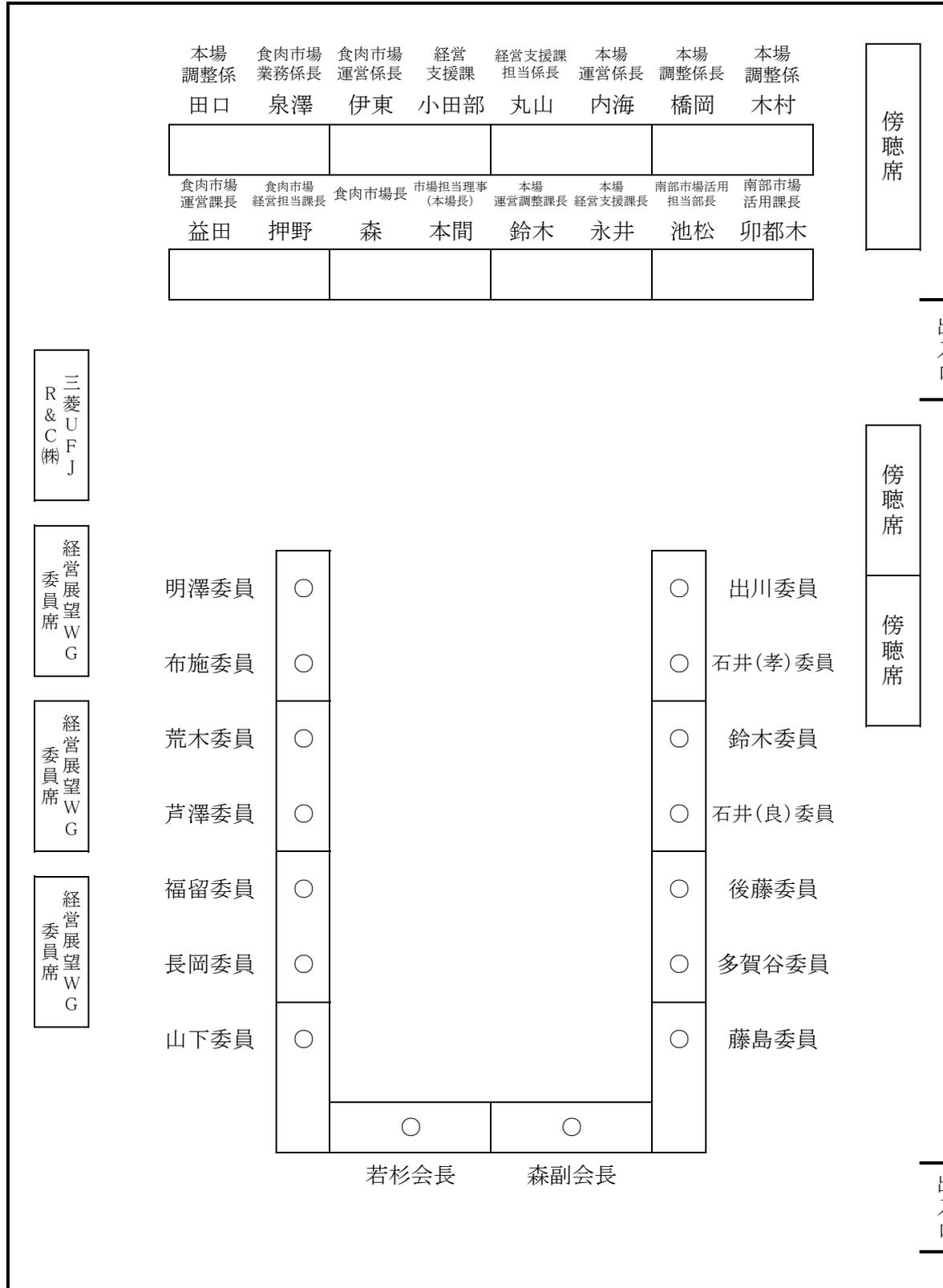
委員数：20名

任期：平成31年4月1日から令和3年3月31日まで

(藤島委員は、平成31年1月7日から令和3年1月6日)

日時: 令和元年7月16日(火) 午後2時から
 会場: 本場 市場センタービル3階 研修室

令和元年度 第2回 横浜市中心卸売市場開設運営協議会 座席表



卸売市場法改正に係る市場の運営方式について 答申概要(案)

1 はじめに

令和2年6月に施行予定である改正卸売市場法では、民間事業者による中央卸売市場の開設も可能となることから、平成30年9月に横浜市長が開設運営協議会に「卸売市場法改正に係る市場の運営方式について」諮問し、平成30年10月から5回に渡り協議会を開催して検討を行ったところである。

本答申は、開設運営協議会での検討の経緯・結果を取りまとめるとともに、その検討結果を踏まえて、「卸売市場法改正に係る市場の運営方式について」の諮問に対して、意見を申し述べるものである。

(1) 卸売市場をとりまく状況

少子高齢化に伴う食料消費量の変化や流通構造の変化等により 市場経由率が低下し、取扱高は全国的に減少傾向で推移している。横浜市中央卸売市場の取扱高も、全国的な傾向と同様に減少傾向で推移しているが、全国でも大規模な市場であり、現在も市民の食生活にとって欠かすことのできない基幹的施設であることに変わりはないため、その機能・役割を維持していくことが必要であり、開設者には、取扱高の改善や市場の機能維持・活性化などについて、場内事業者と連携した運営が求められている。

(2) 横浜市中央卸売市場の再編・機能強化に向けた取組経緯

近年の市場取扱高の減少等を受け、平成18年3月の包括外部監査において、今後の市場のあり方の検討を求める意見が出された。その後、開設運営協議会や市場関係者との協議・検討を経た結果、平成27年3月に南部市場を中央卸売市場としては廃止し(本場の補完施設として活用)、同年4月より横浜市中央卸売市場は「本場」及び「食肉市場」の2市場体制となった。

市場機能強化の一環として、本場水産棟を低温化施設に改修整備し、平成28年4月に供用を開始した。青果部では、狭あいな敷地の有効活用や品質・衛生管理の向上などの機能強化を図る予定であり、令和2年度から5年度の4か年にかけて工事を行う予定である。

2 卸売市場法改正の概要

改正卸売市場法は平成30年6月に公布され、令和2年6月に施行される予定である。

今回の改正は、国による食品流通構造全体の改善の一部であり、卸売市場が食品流通において重要な役割を果たしており、今後も流通の核として堅持すべきものであることから、卸売市場を含めた流通構造全体を合理化し、生産者・消費者双方のメリットを向上させることを目指している。

卸売市場に関しては、国による様々な規制を廃止すること等で、公平性・公正性・公開性を保ちながら、取引の自由度を高める改正となっており、改正卸売市場法の主な改正点は以下のとおりである。

- ①国による様々な規制を廃止し、開設者が各市場の特性に合わせて取引規制等を定めることが可能となるため、市場活性化のための創意工夫を生かした取組を実施できるようになること
 - ②国の指導監督権限等が開設者に付与され、公平な市場運営を担う公益的役割がさらに高まること
 - ③高い公共性等の要件を満たす場合、民間事業者による中央卸売市場の開設も可能となること
- なお、上記の改正点③により、横浜市中央卸売市場で想定される運営方式は、以下のとおりである。

- ・公設公営(開設者:横浜市、運営者:横浜市)
- ・公設民営(開設者:横浜市、運営者:指定管理者など)
- ・民設民営(開設者:民間事業者、運営者:民間事業者)

3 卸売市場法改正に係る市場の運営方式について

(1) 開設者について

当協議会での他市場の報告では、民設の地方卸売市場において、開設者が卸売業者も兼ねている事例が報告された。開設者、卸売業者、仲卸業者、生産者、売買参加者、小売業者、運送業者、加工業者、関連事業者など多くの事業者が様々な立場から関わる複雑多岐な関係性を有する卸売市場においても、比較的小規模であることや卸売業者が1者であり開設者を兼ねていることで、一体的で円滑な市場運営を進めている。

一方、中央卸売市場は市場規模も大きく、卸売業者が複数者であることも多く、関係事業者数が多数となるため、事業者間の調整が複雑となる。また、地方卸売市場に比べて取引規制も多いことから、開設者には公共的な役割が求められているが、法改正により国から開設者へ様々な権限が移譲されるなど、さらに公益的役割が高まっている。

もともと中央卸売市場は消費者に適正価格で生鮮食料品を供給するため、卸売事業者の手数料を低率に抑え、そのかわりに公設にして使用料を低く抑えるという経緯があった。当協議会においては、利益追求の民間事業者が開設者になることによる使用料改定や、国に代わって場内事業者に対して公平な指導監督ができるのかという疑問などから、公設の継続を求める意見が多数であった。

(2) 運営体制について

運営面に関する指定管理者制度の事例報告では、指定管理者制度を導入している中央卸売市場は全国で1市場のみである。本事例はコスト削減を原資に様々な施設改修を行うなど特に成功している事例として紹介された。当該中央卸売市場の指定管理者は卸売業者、仲卸業者など場内事業者の共同出資により設立された会社である。指定管理者の公募説明会への参加事業者は複数あったにもかかわらず、応募したのは当該出資会社のみであった。

また、地方卸売市場の事例でも、指定管理者は卸売業者の関連会社であり、公募をしても外部の民間事業者の応募がない事例や、応募・落札しても結果として辞退してしまう事例などが報告された。一般的な市民利用施設などと異なり、当該市場の業務に精通していることや、複雑な市場運営を安定的、継続的に安心して任せられる会社であることが重要であると考えられる。横浜市中心卸売市場では、現時点ではそのような受け皿となるべき団体・会社はない状況である。

当協議会においては、公営の継続を求める意見が多数であるが、指定管理者制度については、課題もある一方でコスト削減などのメリットも見込まれるため、研究継続を求める意見も出されている。

(3) 今後の横浜市中心卸売市場の運営方式について

横浜市中心卸売市場は市民に対して、安全、安心な生鮮食料品を適正価格で、安定的、継続的に供給していく役割を担っている。生産者に対してはいつでも出荷できる場として、小売店、飲食店などにはいつでも調達できる場として、場内事業者には公正な取引と適正な価格形成を行う場として、そして災害時には生鮮食料品の供給拠点としての役割など 様々な公共的役割を担っており、法改正によりさらに様々な権限と責任を負うことにより開設者に求められる役割は重みを増している。

また、生鮮食料品への消費者ニーズの多様化や流通の多様化などによる市場取扱高の減少という傾向に対してどう対処していくのか、景気動向や天候、海水温の変化などに集荷が大きく左右される市場をどのように安定的に運営していくのか、開設者には場内事業者と課題を共有し、一致団結した取組を推進することが求められている。

これらのことを踏まえ、他都市の事例報告などを参考に5回にわたり審議を重ねてきたが、横浜市中心卸売市場の運営方式に係る当協議会としての結論は次のとおりである。

「卸売市場法改正に係る市場の運営方式については、次の理由から、公設公営として横浜市が開設運営の役割を引き続き担っていくことが望ましい。」

- ・生産者から消費者まで、すべての関係者に信頼される安全安心な市場を継続的、安定的に運営していく必要がある。
- ・法改正にともなう市場の様々なルール策定では、市場の活性化に資するルール策定が重要である。これまで禁止されていた第三者販売や直荷引きなどの取引ルールをどのように定めるかについては、事業者間の利害関係を超えて、市場の活性化につながるルール策定が求められる。策定にあたっては、各事業者との信頼と相互理解に基づき、公平・公正で納得感のある調整を行う必要がある。
- ・特に中小の小売店や飲食店などは、大手と違い流通ルートが限られてしまうため、いつでも適正価格で食材を調達できる場としての必要性が高い。
- ・市場取扱高が減少傾向にあり、各事業者の経営環境も厳しいなか、すべての関係者が連携して取扱高を改善し、市民に対して生鮮食料品を安定供給していくという重要な公共的役割への対応が求められている。
- ・市場には小売店、飲食店、仲卸業者など多くの中小事業者がかかわっている。横浜市中心企業振興基本条例及び横浜市商店街の活性化に関する条例を踏まえた取組を推進する横浜市が開設者となることで、中小企業振興や商店街活性化とも連動した市場活性化への相乗効果が期待できる。
- ・市場で取扱う生鮮食料品や衛生環境には高い安全性が求められており、横浜市が開設者となることで、横浜市衛生検査所との連携による、食の安全に関する充実した検査体制が期待できる。
- ・災害時には、生鮮食料品等の供給拠点として、被災者へ供給する役割を求められており、横浜市が開設者となることで、市災害対策本部の一員として迅速な対応が期待できる。
- ・市場周辺のまちづくりにおいても、中央卸売市場の特色を生かした賑わいづくりは、市場の活性化につながるチャンスである。京浜臨海部再編整備マスタープランにおける、本場周辺地区の低未利用地の活用など中短期的な取組や埋め立て後の長期的な取組についても、横浜市が開設者となることで、総合的な取組が期待できる。

以上のことから、当面の間、横浜市が開設運営者となり、これまで培ってきたノウハウを活用し、場内事業者を含めた現行の体制で官民一体となって市場の活性化を推進していくことが望ましい。運営については、指定管理者制度の導入の可能性など、効率・効果的な運営体制を引き続き検討していくことを期待する。

いずれの運営方法にしても、市場に関わる生産者から消費者までのすべての関係者の満足度を高めることが重要であり、市場全体の活性化に資するよう検討していただきたい。

市場の賑わい創出については、市場開放や料理教室などの取組が報告されたほか、京浜臨海部再編整備マスタープランにおいて、本場周辺の山内ふ頭周辺地区では、市場と連携した食をテーマとしたマルシェイベントの取組を進めることなどが報告された。また、今年9月には旧南部市場の賑わいエリアに新たに複合商業施設が開業する予定であるが、賑わいエリア及び本場の補完施設である物流エリアを加えた旧南部市場との連携、ノウハウの活用なども期待される。賑わい創出については、市場内外の事業者・関係者との連携による相乗効果など、様々な角度からの検討が望まれる。

市場の効率・効果的な運営体制や賑わいづくりなどを通じた市場の活性化については、検討することに加え、いかに実行していくかが重要である。今後策定する横浜市中央卸売市場の経営展望に反映させ、着実に実行していくことを期待する。

卸売市場法改正に係る市場の運営方式に ついて

— 答申（案） —

令和元（2019）年 7 月

横浜市中央卸売市場開設運営協議会

目 次

| | | |
|--------|--------------------------------------|----|
| 1 | はじめに | 1 |
| | (1) 卸売市場をとりまく状況 | 1 |
| | (2) 横浜市中心卸売市場の再編・機能強化に向けた取組経緯 | 3 |
| 2 | 卸売市場法改正の概要と市場の運営方式について | 4 |
| | (1) 現行の卸売市場法による中央卸売市場の取引規制について | 4 |
| | (2) 卸売市場法改正の概要 | 4 |
| | (3) 横浜市中心卸売市場で想定される運営方式 | 5 |
| | (4) 運営方式毎のメリット・デメリット | 6 |
| 3 | 横浜市中心卸売市場の課題と賑わい創出の取組について | 7 |
| | (1) 横浜市中心卸売市場の課題 | 7 |
| | (2) 賑わい創出の取組について | 8 |
| 4 | 他都市の卸売市場の運営事例 | 10 |
| 5 | 開設運営協議会の意見概要 | 13 |
| | (1) 開設者について | 13 |
| | (2) 運営体制について（指定管理者制度等、民間の活用） | 13 |
| | (3) 市場の活性化に向けた取組について | 13 |
| 6 | 卸売市場法改正に係る市場の運営方式について | 14 |
| | (1) 開設者について | 14 |
| | (2) 運営体制について | 14 |
| | (3) 今後の横浜市中心卸売市場の運営方式について | 15 |
| 《付属資料》 | | |
| 1 | 横浜市中心卸売市場開設運営協議会委員名簿 | 20 |
| 2 | 審議経過 | 21 |

1 はじめに

横浜市中心卸売市場開設運営協議会（以下、「開設運営協議会」）は、市場の開設またはその業務の運営に関し必要な事項を調査審議する附属機関である。

令和2年6月に施行予定である改正卸売市場法では、民間事業者による中央卸売市場の開設も可能となることから、平成30年9月に横浜市長が開設運営協議会に「卸売市場法改正に係る市場の運営方式について」諮問した。

平成30年10月の第1回開設運営協議会を開催以降、令和元年7月に至るまで、5回に渡り協議会を開催して検討を行ったところである。

本答申は、開設運営協議会での検討の経緯・結果を取りまとめるとともに、その検討結果を踏まえて、「卸売市場法改正に係る市場の運営方式について」の諮問に対して、意見を申し述べるものである。

(1) 卸売市場をとりまく状況

卸売市場をめぐっては、少子高齢化に伴う食料消費量の変化、社会構造の変化に伴う消費者ニーズの多様化、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等の大きな変化が見られ、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や景気低迷等により、卸売市場経由率が低下し、取扱高は全国的に減少傾向で推移する等、卸売業者や仲卸業者の経営や開設者の財政状況等は非常に厳しい状況にある。

そのような状況の中、横浜市中心卸売市場は、食品流通の核として青果・水産物・肉等、日々の食卓に欠かすことのできない生鮮食料品等を市民に安定的に供給しており、これまでも多種・大量の物品の集荷・分荷、公正で透明性の高い価格形成、販売代金の出荷者への迅速・確実な代金決済等重要な機能を担ってきたところである。

横浜市中心卸売市場の取扱高も、全国的な傾向と同様に減少傾向で推移しているが、平成30年次における全国主要中央卸売市場の取扱金額を比較すると、青果部は全国で東京都、大阪市、名古屋市に次いで第4位、水産物部及び食肉部は第6位となっていて、全国的に見ても大きな規模の卸売市場であり、現在も横浜市中心卸売市場が市民の食生活にとって欠かすことのできない基幹的施設であることに変わりはないため、今後も約370万人の横浜市民の台所として、その機能・役割を維持していくことが必要であり、開設者には、取扱高の改善や市場の機能維持・活性化などについて、場内事業者と連携した運営が求められている。

(図1、図2、図3参照)。

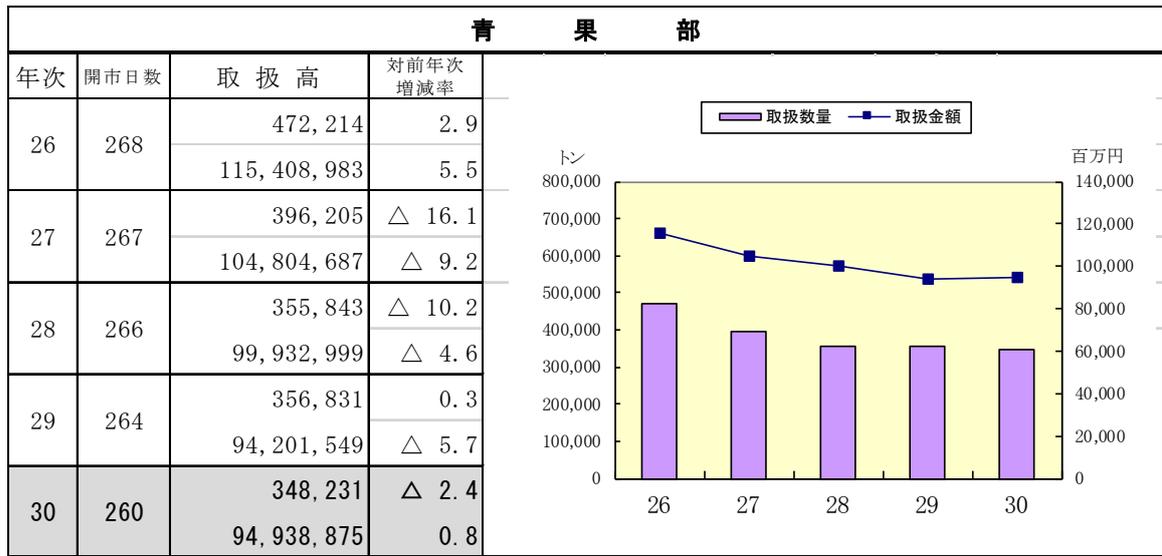


図1 横浜市中心卸売市場（青果部）の取扱高推移

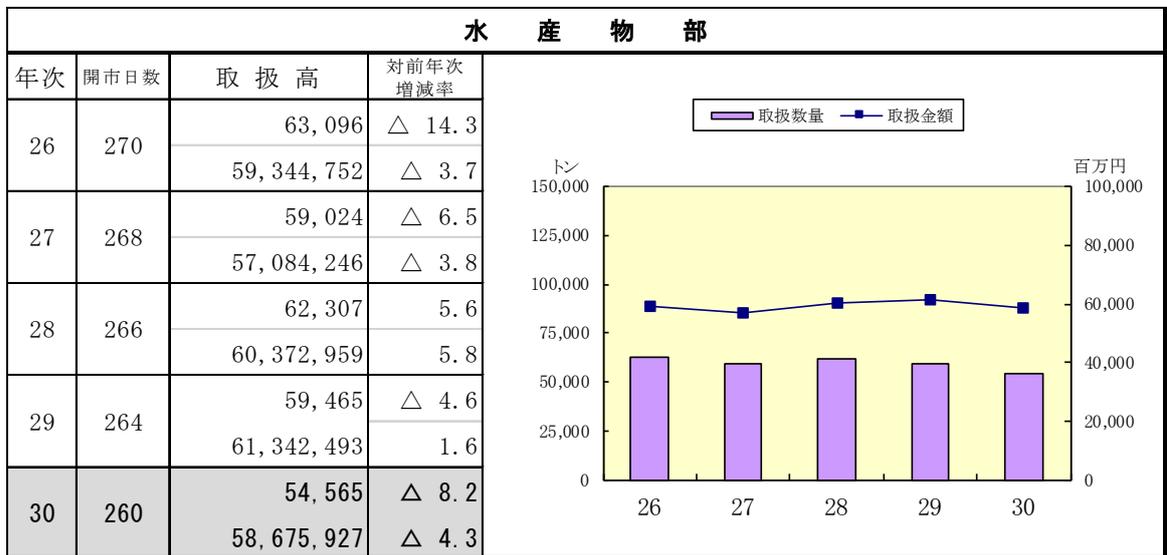


図2 横浜市中心卸売市場（水産物部）の取扱高推移

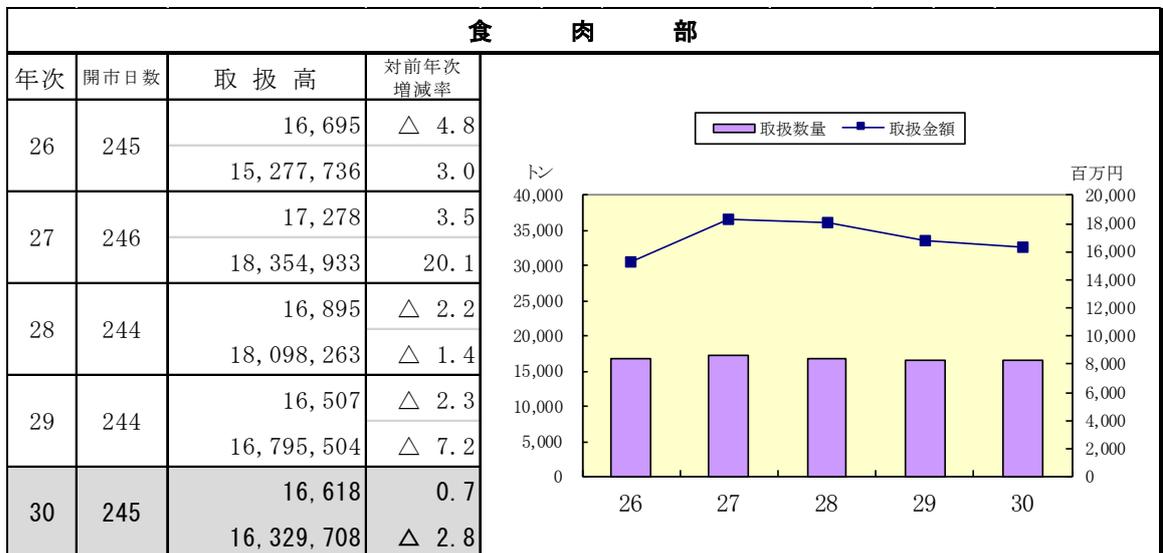


図3 横浜市中心卸売市場（食肉部）の取扱高推移

(2) 横浜市中央卸売市場の再編・機能強化に向けた取組経緯

横浜市中央卸売市場本場は、昭和6年2月に全国で3番目、東日本では最初の中央卸売市場として神奈川区に開設された。昭和34年11月には肉類を専門に扱う食肉市場を鶴見区に開設し、さらに人口増加による本市市場に対する需要の増加を背景に、昭和48年11月、金沢区に南部市場を開設した。

しかし、近年の市場取扱高の減少等を受け、平成18年3月の包括外部監査において、今後の市場のあり方の検討を求める意見が出され、同年9月に横浜市長が開設運営協議会に「横浜市中央卸売市場のあり方検討」について諮問した。平成20年3月の答申では、概ね10年後を目標に市場規模の適正化（本場・南部市場の統合）を図り、統合場所候補として「本場へ統合」「南部市場へ統合」「それ以外の候補地への移転新設」の3案が示された（食肉市場は継続）。

平成20年度から市と関係事業者で構成する新市場整備協議会で統合場所や時期等の検討を重ね、平成22年7月に「横浜市中央卸売市場の再編・機能強化に関する基本方針」を策定。基本方針に沿って協議を重ね、平成27年3月に南部市場を中央卸売市場としては廃止し（本場を補完する加工・配送、流通の場として活用）、同年4月からは、横浜市中央卸売市場は「本場」及び「食肉市場」の2市場体制となった。また、市場機能強化の一環として、本場水産棟を低温化施設に改修整備し、平成28年4月に供用を開始した。

今後、本場の青果部敷地内に屋内荷捌場や冷蔵保管庫等の整備を進め、青果部における狭あいな敷地の有効活用や品質・衛生管理の向上など、市場の機能強化を図る予定であり、平成30年度は基本設計を実施しており、令和元年度に実施設計、令和2年度から5年度の4か年にかけて工事を行う予定である（図4参照）。

| F1エリア（予定） | F2エリア（予定） | F3エリア（予定） |
|-----------------|-----------------|--------------------|
| 3階建て、計約6,000㎡ | 2階建て、計約3,900㎡ | 2階建て、計約5,300㎡ |
| 荷捌場、低温荷捌・冷蔵保管庫等 | 荷捌場、低温荷捌・冷蔵保管庫等 | 荷捌場、低温荷捌・冷蔵保管庫、駐車場 |

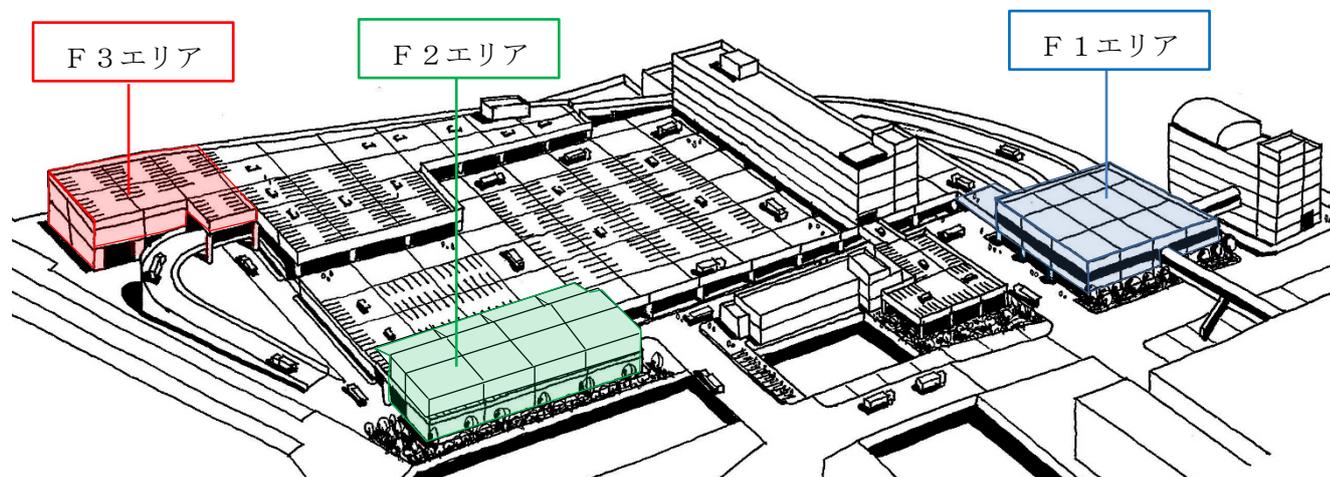


図4 青果部活性化事業 完成イメージ図

2 卸売市場法改正の概要と市場の運営方式について

(1) 現行の卸売市場法による中央卸売市場の取引規制について

現行の卸売市場法による中央卸売市場の取引規制については、「卸売業者＝集荷」「仲卸業者＝分配」という役割分担の元に流通ルートを律しており、卸売業者の小売等に対する「第三者販売」や仲卸業者の産地等に対する「直荷引き」等が原則禁止となっている（図5参照）。

しかし、市場の品揃えの確保等を理由に例外規定の活用が増加し、従来の取引規制が現実と乖離している状況が散見されていたが、今回の卸売市場法の改正により、市場毎の実態に合わせて開設者が取引規制を設定することが可能となる。

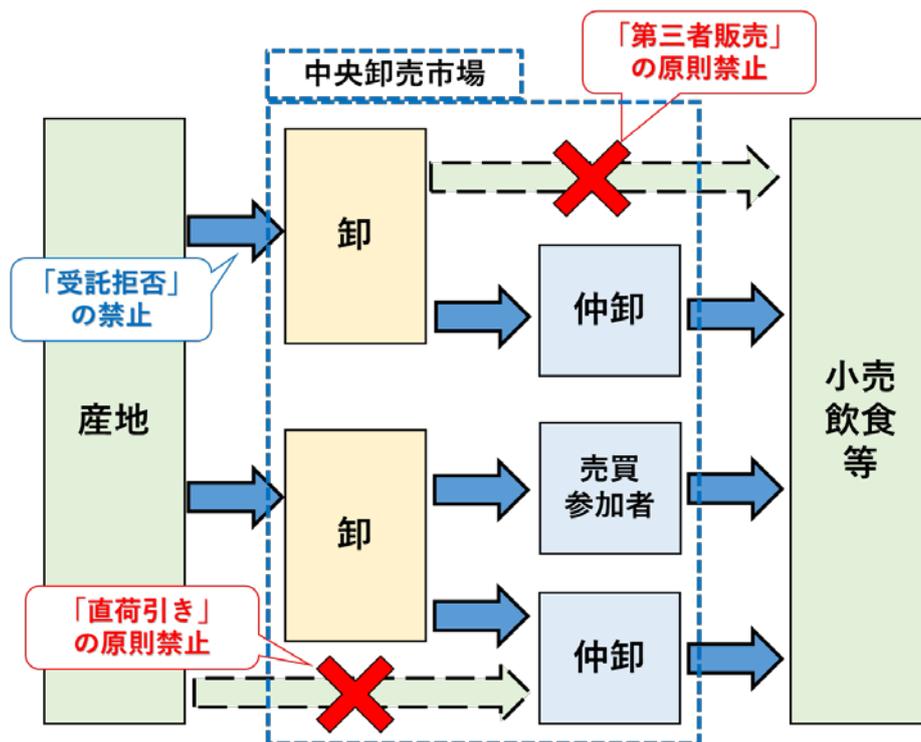


図5 現行の取引規制イメージ図

(2) 卸売市場法改正の概要

改正卸売市場法については、平成30年6月に改正法が公布され、令和2年6月に改正法が施行される予定である。

今回の卸売市場法の改正は、国による食品流通構造全体の改善の一部である。国は、卸売市場が食品流通において重要な役割を果たしており、今後も流通の核として堅持すべきものであることから、卸売市場を含めた流通構造全体を合理化し、生産者・消費者双方のメリットを向上させることを目指している。卸売市場に関しては、国による様々な規制を廃止すること等で、公平性・公正性・公開性を保ちながら、取引の自由度を高める改正となっている。

改正卸売市場法の主な改正点は、

- ① 国による様々な規制を廃止し、中央卸売市場の開設者が各市場の特性に合わせて取引規制等を定めることが可能となるため、各市場の実態に応じ、開設者が市場活性化のための創意工夫を生かした取組を実施できるようになること

② 国が直接実施してきた指導監督権限等が開設者に付与されるため、公平な市場運営を担う公益的役割がさらに高まること

③ 高い公共性等の要件を満たす場合、民間事業者による中央卸売市場の開設も可能となること

となっており、この結果、中央卸売市場に関する国の関与の度合いも大幅に縮小され、各市場の開設者が実情に合わせて取引ルールを策定していくこととなる（表1参照）。

表1 卸売市場法改正比較表

| 項目 | 現行法 | 改正法 | |
|--------------|--------------------------------------|--|---------------------------------|
| 1 中央卸売市場の開設等 | 国が <u>整備方針・計画</u> を策定 | 国が <u>基本的な方針</u> を策定 →施設整備の支援は維持 | |
| | 開設者は都道府県又は人口 20 万人以上の市 →国が「認可」する。 | <u>開設者の制限なし（民間事業者でも可）</u> →国が定める要件（※）に適合し、一定水準以上の規模を有するものを国が「 <u>認定</u> 」 | |
| 2 業務許可 | 卸売業者 <u>国が許可</u> 国が直接 指導・検査監督 | <u>卸売業者及び仲卸業者の定義のみとなり、その他の法律上の規定は廃止（開設者が規定）</u> （国は、開設者のみを指導・検査監督） | |
| | 仲卸業者 <u>開設者による許可</u> | | |
| | 売買参加者 <u>開設者による承認</u> | | |
| 3 取引規制 | (1) 受託拒否 | 禁止 | 同左 |
| | (2) 差別的取扱 | | |
| | (3) 第三者販売 | <u>原則禁止</u> | <u>開設者が</u> 関係者の意見を聴き <u>設定</u> |
| | (4) 直荷引き | | |
| | (5) 商物一致 | <u>原則適用</u> | |
| | (6) 取引に関する公表 | 取引結果を公表 | |

※ 公正な取引の遵守や業務の適切な運営管理を行う人員体制の確保等、高い公共性を満たす必要がある。

(3) 横浜市中央卸売市場で想定される運営方式

改正卸売市場法の施行により、民間事業者でも開設者になることが可能となるので、横浜市中央卸売市場で想定される運営方式は、以下のとおりとなる。

ア 公設公営（開設者：横浜市）

横浜市が業務規程を制定して市場を開設し、横浜市が市場を管理・運営（市場の管理・運営業務の一部を民間事業者に委託する場合を含む）

イ 公設民営（開設者：横浜市）

横浜市が業務規程を制定して市場を開設。市場運営について指定管理者を指定し、指定管理者が市場の管理・運営を実施（施設の整備等、施設に関する資本的支出は横浜市）

ウ 民設民営（開設者：民間事業者）

- ・民間事業者が横浜市から現在の市場の施設（土地・建物）を購入、又は賃借し、当該事業者が業務規程を定めて市場を管理・運営（横浜市は市場運営には参画しない。）
- ・民間事業者が新たに土地・建物を用意し、業務規程を制定して市場を管理・運営

※「民設公営」については、今後の市場の運営方式として想定されないため記載していない。

(4) 運営方式毎のメリット・デメリット

公設公営については、培ってきたノウハウや経験をそのまま活用できる、引き続き市民への継続的な生鮮食料品の安定供給ができる、市内生産者、小売店等に対し、いつでも安心して出荷、仕入等を行える場を提供できる、災害時の物資供給拠点としての役割をより円滑に遂行できる、現行の特別会計の予算の範囲で運営でき、税務コスト等が安く抑えられる等のメリットが挙げられる。一方、公設公営のデメリットとしては、スピード感のある取組を実施しづらい、弾力的な運営が困難、民設よりも運営コストが高くなりやすい、民間企業に比べて専門性の高い人材が育ちにくい等が挙げられる。

公設民営と民設民営の両方式に共通するが、経営努力等によるコスト低減、各種事務や施設整備等の手続きの簡素化、柔軟でスピード感のある取組の実施、専門性の高い人材の育成等のメリットが挙げられる一方、市場運営からの撤退リスク、円滑な市場運営を行うのに時間がかかる、経費節減によるサービスの質の低下等のデメリットが挙げられる。

民設民営については、施設の取得価格若しくは賃借料が高額、営利を目的とする民間企業は、行政に比べて公正な取引の場としての高い公共性を実現しにくい、国庫補助金の返還等、新たに予算の確保が必要となる可能性があるといったデメリットが挙げられる。

3 横浜市中心卸売市場の課題と賑わい創出の取組について

(1) 横浜市中心卸売市場の課題

ア 中央卸売市場本場における課題（検討中）

平成 29 年 1 月 31 日に開催された開設運営協議会において、市場の運営方針等を定める「経営展望」を策定するためのワーキンググループ（以下、「WG」）を設置した。改正卸売市場法の施行に向けて現在も引き続き検討を継続しており、平成 29、30 年度に各 6 回の計 12 回の経営展望策定 WG を開催している。

【課題】

横浜市場の実態を把握するため、関係者へのヒアリング調査を実施した結果、青果部・水産物部ともに直面する主な共通課題は次のとおりとなった。

①＜地元量販店・実需者への対応不足＞

地元量販店の県内シェアが低下し、横浜市場以外からの仕入が拡大している、地元実需者（横浜駅周辺飲食店等）の取りこぼしがある

②＜川上と川下との交流機能の不足＞

市場が果たすべきコーディネート機能をより発揮していく必要がある

③＜地場製品の確保＞

消費者の関心の高い地場製品を継続的に確保する必要がある

④＜加工機能の不足＞

現状の加工場では川下が求めるニーズに十分対応しきれていない

⑤＜場内施設の狭隘化＞

駐車場等のスペースが不足し、新規顧客の誘致が困難となっている

⑥＜衛生管理水準の向上＞

食の安全・安心を確保し、川上・川下から信頼を得られる衛生環境とするためには継続的な意識醸成や取組が必要である

⑦＜働く場としての魅力向上＞

職場として最低限必要な環境整備や安全・安心な場内動線を確保していくための改善が必要である

⑧＜市場全体としてのアピール不足＞

事業者独自の取組は見られるが、さらに一体的な広報活動となるよう工夫が必要である

⑨＜場内事業者同士の連携不足＞

市場全体としての利益拡大に向けて、互いの利害関係を越えた取組に発展させていく必要がある

イ 中央卸売市場食肉市場における課題（検討中）

食肉市場においては、平成 29 年 5 月より食肉市場の現状と課題の分析を行いながら、市場関係者からの意見聴取等を行い検討してきた。直面する主な課題は次のとおりである。

【課題】

全国的な肉用牛の飼養頭数の減少により、食肉市場の肉用牛の取扱頭数は減少傾向と厳しい状況にある。食肉市場は、安全・安心な食肉を横浜市民へ安定供給するという重要な役割があり、取引生産者・購買者の確保や新規開拓等、集荷対策・販売力の強化の両面での対応が必要となる。

また、生産者や購買者等から信頼され安心して出荷あるいは購入できる市場であるためには、更なる安全・安心への対応が必要である。

さらに、横浜の強みを生かした消費拡大の対策や施設の安定稼働のために必要な対応を計画的に実施していく必要がある。

(2) 賑わい創出の取組について

ア 本場周辺との連携（「京浜臨海部再編整備マスタープラン」より抜粋）

平成30年9月21日に改定された「京浜臨海部再編整備マスタープラン」においては、中央卸売市場本場が立地する山内ふ頭周辺地区を「アクティビティスポット山内」と位置づけ、「中央卸売市場と連携した賑わい創出」の取組を進めることとしている。

＜エリアプラン3：アクティビティスポット山内（仮称）＞

横浜都心臨海部と京浜臨海部の結節点である山内ふ頭周辺地区は、水産物や青果物を扱う「中央卸売市場」が隣接しています。また、広域ターミナル駅であり市内最大の乗降客数を有する横浜駅周辺地区や、来訪者が訪れるみなとみらい21地区と近接する場所に位置しています。

【中央卸売市場と連携した賑わい創出】

埋立前は、市場に隣接する低未利用地などを活用し、周辺の企業活動に配慮しながら、市場と連携した水産物・青果物等の「食」をテーマとした物販・飲食を中心とする「マルシェ」イベントを開催する等、賑わいの創出に向けた取組を進めます。



イ 市場一般開放（月2回程度）

本場の水産物部では、毎月第1・第3土曜日の午前9時から午前11時まで、魚食普及の取組として、一般の方々との交流のための各種イベントを実施している。

主なイベントとしては、普段見ることのできない市場内施設を探検する市場探検、お魚さばき方教室、マグロの解体ショーなどを実施している。

ウ 横浜市場まつり（年1回）

本場では、市民の皆様への感謝を込めて、日頃一般の方々に開放していない卸売市場の雰囲気を楽しんでいただく「横浜市場まつり」を秋に開催している。新鮮な食材を揃え、魚介類や野菜・果物などのお買い物や、炭火焼きさんま等の市場ならではの味覚をお楽しみいただき、マグロの解体ショーや青果模擬せり、ステージイベントなどの催しも行っている。

エ 料理教室・小学校食育出前授業等

魚食普及と消費促進を図るため、本場水産物部の卸売業者、仲卸業者、関連事業者等が主体となって料理教室を開催している。また、市場で働くプロ達が小学校に出向き、市場の役割や流通の現場の話、食の大切さや楽しさを実感してもらう食育出前授業を水産物部・青果部それぞれで実施しているほか、民間事業者等と連携した食育講座や、区民まつり等でのブース出展、SNSによる情報発信などを行っている。

食肉市場においては、市内肉豚生産者が市内小学校との協働により小学校に出向き、豚の生体や飼養現場の話等を小学生を対象に食育教室を実施することでPR活動を実施している。また、市内の大学と場内事業者との産学官連携によるレシピ開発を行い、食肉の消費促進を図っている。

オ 横浜食肉市場PR館におけるPR

食肉市場では、市民の皆様には横浜食肉市場が取り扱っている全国各地のブランド食肉や当市場の安全・安心な取組などを知っていただくため、市場の関連事業者である横浜食肉副生物協同組合が事業主体となって市場内に「横浜食肉市場PR館」を平成29年8月に開館し、展示スペースでは市場で取り扱うブランド肉や安全・安心な検査体制等の紹介を行っている。毎週木曜日は、イベントデイとして、横浜食肉市場で取り扱っているモツを使用した冷凍モツ煮等を販売しており、本年2月には、市場で取り扱っている食肉の消費拡大のため、市場取扱いブランド肉の試食販売や展示等を行うPRイベント「横浜肉まつり」を開催した。

4 他都市の卸売市場の運営事例

本答申をとりまとめるにあたり、開設運営協議会での議論の参考等にするため、他都市の卸売市場にヒアリング等を実施したので報告する。

ア 大阪府中央卸売市場（公設民営）

（中央卸売市場で唯一の指定管理者制度導入）

【開設者：大阪府、管理運営：大阪府中央卸売市場管理センター(株)、
運営形態：指定管理者】

昭和 53 年 5 月に大阪府中央卸売市場として開設。平成 24 年 4 月に全国の中央卸売市場として初となる指定管理者制度を導入。施設管理、施設の使用許可、市場活性化事業等を委託。卸売業者（4 社）・仲卸組合（2 団体）の対等出資により設立された指定管理者（大阪府中央卸売市場管理センター(株)）が市場を管理・運営している。

施設使用料については利用料金制とし、指定管理者が市場条例の範囲内で決定して徴収。指定管理者中心の市場運営が行われ、清潔できれいな市場づくりの一環として 69 か所のトイレの全面改修、各種の禁煙対策、市場内交通ルールの徹底等流通環境の整備、サイン塔の改修等、新規事業を展開している。

指定管理者の安定した経営基盤の確立に向け、債権管理の徹底(使用料の滞納ゼロ)や未利用地・空施設の解消並びに有効活用による収入の確保、不法占有・駐車排除による有料区画への誘導等を実施している。

市場管理運営業務の品質を維持しつつ、効率化により年間約 1 億円の経費を削減し、これにより生じた資金を市場活性化事業や修繕事業に充当するなど利益は市場に還元している。

イ 神戸市中央卸売市場本場（公設公営（一部民営））

（唯一の中央卸売市場における PFI 方式採用）

【開設・管理運営：神戸市、新規施設の管理：マーケットピア神戸（株）、
運営形態：PFI 方式】

平成 16 年に PFI 方式による再整備事業を実施し、平成 21 年度に第 1 期の移転完了。唯一の中央卸売市場における PFI 方式採用事例として、加工物流棟・南物流センター棟・関連棟の整備・維持管理を実施している。

PFI 事業者としては、ダイヤモンドリース（現・三菱 UFJ リース）を代表企業とする民間事業者計 7 社のグループを選定し、事業期間は 29 年間（設計・建設 4 年、施設管理 25 年）。

市場運営は神戸市が実施しており、新規施設（加工物流棟・南物流センター棟・関連棟）の設計・建設工事及び関連業務と維持管理業務（保守管理・清掃・衛生管理等）、市場 PR・料理教室、既存施設の維持管理業務（清掃・廃棄物処理等）を PFI 事業者が実施している。

PFI 方式による一括発注（包括的委託）等により、設計・建設・維持管理コ

ストを削減。使用料の徴収等運營業務は、大阪府の指定管理者と異なり、従来どおり開設者が実施している。

ウ 旭一旭川地方卸売市場（民設民営）

（地方卸売市場（食品流通全般をグループ会社が実施））

【開設・管理運営：（株）キョクイチホールディングス、
運営形態：民設民営】

昭和 24 年に旭川市を拠点に魚菜卸売市場として創業。水産・青果・畜産・加工食品など、フルラインの品目を取り扱っている。

平成 29 年に開設者と卸売事業を分割し、ホールディングスが開設者として施設の管理、維持を行い、グループ各社が卸売事業、物流・配送・営業倉庫事業、水産・青果加工事業、業務用生鮮食品卸などを担っている。コスト削減やローカルの集配送距離の長い路線をカバーするため、水産・青果・その他加工食品の複数カテゴリ混載、冷蔵・冷凍・常温の複数温度帯混載による輸送体制を構築し、施設の有効活用として仕分施設の空き時間を地域の市場外運送会社への時間貸しなどを行い、地域の物流拠点化を推進している。

水産部門は、開設時から仲卸業者が存在せず仕入から販売まで卸売業者が一貫して対応。施設（売り場、冷蔵庫等）の新設は、公設であれば時間がかかる整備も経営環境を勘案して自社の判断で迅速に実施している。東南アジアを中心に水産品・農産・果実等の輸出を推進中であり、地方市場の役割と時代に即した生鮮食料品流通全般を視野に柔軟かつ効率的な経営を推進。

エ 湘南藤沢地方卸売市場（民設民営）

（中央から地方卸売市場へ転換。指定管理者制度導入後、民設市場へ）

【開設・管理運営：湘南青果（株）、運営形態：民設民営】

昭和 56 年 4 月に藤沢市中央卸売市場として開場。平成 16 年に農林水産省が定めた第 8 次卸売市場整備基本方針において再編すべき中央卸売市場と位置付けられ、平成 19 年 4 月に地方卸売市場へ転換。

平成 21 年 4 月に市場会計の健全化を図るため指定管理者を公募し、指定管理者制度を導入。施設使用料等収入として指定管理者が市場の管理運営を実施した。

平成 21 年以降、卸売市場の基幹機能の再構築と市場会計の健全化を推進するため、藤沢市・卸売業者・関係事業者の三者間において民営化に向けた協議を進めた。既存の市場機能は維持したうえで、関係事業者が市場施設整備を行い、卸売業者が新たに開設者となって民設市場の運営を行う方針が示され、市場施設の無償譲渡や市場敷地の賃借料減額等の条件が整い、平成 24 年 4 月に開設権が藤沢市から湘南青果（株）へ譲渡された。

商標登録されたブランドである「湘南野菜」を打ち出しており、湘南朝市（毎週土曜日開催）では青果物、精肉、鮮魚の生鮮三品格安販売などを実施している。

オ 川崎市地方卸売市場南部市場（公設民営）

（中央から地方卸売市場へ転換。指定管理者制度導入）

【開設者：川崎市、管理運営：川崎市場管理(株)、運営形態：指定管理者】

昭和 19 年 11 月に川崎市中央市場を開設し、昭和 32 年 3 月に中央卸売市場として業務開始。昭和 57 年 7 月の川崎市中央卸売市場北部市場の開設に伴い、南部市場に名称を変更した。

平成 16 年に農林水産省が定めた第 8 次卸売市場整備基本方針において再編すべき中央卸売市場と位置付けられ、平成 19 年 4 月に地方卸売市場へ転換。

より効率的な市場運営を目指し、川崎市地方卸売市場南部市場運営審議会で指定管理者制度導入について答申を受け、平成 22 年 6 月に指定管理者導入のための調査・検討を実施。

平成 25 年 1 月に民間活用推進委員会で指定管理者の導入が決定され、平成 25 年 7 月に指定管理者を公募。平成 25 年 12 月に卸売業者 3 者等の共同出資により設立された川崎市場管理(株)が指定管理者として指定することが議会で承認された。平成 26 年 4 月に指定管理者による管理運営が開始され、市場利用料の徴収、施設の使用許可・維持管理等、市場全体の管理・運営を指定管理者が実施。市場活性化に向けて、食鮮まつり、いちばいち、魚の捌き方教室や料理教室、フラワーアレンジメント教室といったイベント等の企画・開催を実施している。

5 開設運営協議会の意見概要

(1) 開設者について

開設者について、公設か民設か検討する際に、「市場の全ての関係者（卸売業者・仲卸業者、小売業者、消費者、開設者、市民等）の立場からのメリット・デメリットを比較して結論を出すべき」「法設立時に公設で中央卸売市場を始めた理由（公共性を高めて消費者に安く食料を提供）が重要であり、当時の状況と今の状況を比較して判断するべき」という意見が出された。

「消費者としては、良いものが安く届けば公設でも民設でも良い」「生産者としては、公設・民設に意見する立場にないが、市場と常に取引できるという安全・安心な機能が重要。卸売業者が早く高く売ってくれるとありがたい」といった公設・民設どちらでも良いという意見もあったが、「小売としては、市場は生活するための生命線であり、安定的に食料品等を供給するためには公設公営でなければならない」「市場の課題解決の視点での検討が重要であり、設置者は公設が良いと思う」「公正な取引は民設では困難であり、公設公営で実施すべき」「令和2年6月の改正卸売市場法施行までの短い期間での民設は困難」等、公設で実施すべきで民設は困難という意見が多かった。

(2) 運営体制について（指定管理者制度等、民間の活用）

運営体制については、「横浜市場の経営が順調で民間事業者の候補者もいない中、民営化を検討する状況ではない」といった意見もあったが、「令和2年6月の改正卸売市場法施行までの短い期間での民営化は困難。公営で実施する場合も、民営のノウハウ等を活用すべき」「指定管理者制度はコスト削減等も見込めるため、研究課題として引き続き中長期で検討すべき」等、当面は公営で運営するとしても、指定管理者制度等の民間の活用を検討するべきという意見も挙げられた。

(3) 市場の活性化に向けた取組について

市場活性化に向けた取組については、「市場開放がお店の売上増に繋がっていないのではないか」「人の賑わいなのか物流の賑わいなのかフォーカスすべき」

「横浜市には農業関係を促進する部署はあるが水産関係の部署がない」等の意見が挙げられ、「地名も含めて知ってもらうことが大事。豊洲の現状としては、観光客がたくさん来ている反面、物流が伸びていないので不安を覚えているが、横浜でもPR等をやっていくしかない」との意見があった。

具体的な市場活性化の取組としては、「京浜臨海部再編整備マスタープランの本場周辺地域と連携した賑わい創出を着実に実施」「市場のキーマンや民間の力を借りる等して、賑わい創出の場を活用して欲しい」「横浜ブランド等、他都市からも引き合いが来るような付加価値をつける取組が重要」「需要拡大のため、魚食普及の活動等に力をいれてほしい」「地方生産者のアンテナショップ等、横浜市場を知ってもらう取組が重要」「市場運営の運営方針等を定める経営展望の取組を着実に実施することが重要」といった意見が出された。

6 卸売市場法改正に係る市場の運営方式について

(1) 開設者について

当協議会での他市場の報告では、民設の地方卸売市場において、開設者が卸売業者も兼ねている事例が報告された。開設者、卸売業者、仲卸業者、生産者、売買参加者、小売業者、運送業者、加工業者、関連事業者など多くの事業者が様々な立場から関わる複雑多岐な関係性を有する卸売市場においても、比較的小規模であることや卸売業者が1者であり開設者を兼ねていることで、一体的で円滑な市場運営を進めている。

一方、中央卸売市場は市場規模も大きく、卸売業者が複数者であることも多く、関係事業者数が多数となるため、事業者間の調整が複雑となる。また、地方卸売市場に比べて取引規制も多いことから、開設者には公共的な役割が求められているが、法改正により国から開設者へ様々な権限が移譲されるなど、さらに公益的役割が高まっている。

もともと中央卸売市場は消費者に適正価格で生鮮食料品を供給するため、卸売事業者の手数料を低率に抑え、そのかわりに公設にして使用料を低く抑えるという経緯があった。当協議会においては、利益追求の民間事業者が開設者になることによる使用料改定や、国に代わって場内事業者に対して公平な指導監督ができるのかという疑問などから、公設の継続を求める意見が多数であった。

(2) 運営体制について

運営面に関する指定管理者制度の事例報告では、指定管理者制度を導入している中央卸売市場は全国で1市場のみである。本事例はコスト削減を原資に様々な施設改修を行うなど特に成功している事例として紹介された。当該中央卸売市場の指定管理者は卸売業者、仲卸業者など場内事業者の共同出資により設立された会社である。指定管理者の公募説明会への参加事業者は複数あったにもかかわらず、応募したのは当該出資会社のみであった。

また、地方卸売市場の事例でも、指定管理者は卸売業者の関連会社であり、公募をしても外部の民間事業者の応募がない事例や、応募・落札しても結果として辞退してしまう事例などが報告された。一般的な市民利用施設などと異なり、当該市場の業務に精通していることや、複雑な市場運営を安定的、継続的に安心して任せられる会社であることが重要であると考えられる。横浜市中央卸売市場では、現時点ではそのような受け皿となるべき団体・会社はない状況である。

当協議会においては、公営の継続を求める意見が多数であるが、指定管理者制度については、課題もある一方でコスト削減などのメリットも見込まれるため、研究継続を求める意見も出されている。

(3) 今後の横浜市中央卸売市場の運営方式について

横浜市中央卸売市場は市民に対して、安全、安心な生鮮食料品を適正価格で、安定的、継続的に供給していく役割を担っている。生産者に対してはいつでも調達できる場として、小売店、飲食店などにはいつでも仕入れできる場として、場内事業者には公正な取引と適正な価格形成を行う場として、そして災害時には生鮮食料品の供給拠点としての役割など 様々な公共的役割を担っており、法改正によりさらに様々な権限と責任を負うことにより開設者に求められる役割は重みを増している。

また、生鮮食料品への消費者ニーズの多様化や流通の多様化などによる市場取扱高の減少という傾向に対してどう対処していくのか、景気動向や天候、海水温の変化などに集荷が大きく左右される市場をどのように安定的に運営していくのか、開設者には場内事業者と課題を共有し、一致団結した取組を推進することが求められている。

これらのことを踏まえ、他都市の事例報告などを参考に5回にわたり審議を重ねてきたが、横浜市中央卸売市場の運営方式に係る当協議会としての結論は次のとおりである。

「卸売市場法改正に係る市場の運営方式については、次の理由から、公設公営として横浜市が開設運営の役割を引き続き担っていくことが望ましい。」

- ・生産者から消費者まで、すべての関係者に信頼される安全安心な市場を継続的、安定的に運営していく必要がある。
- ・法改正にともなう市場の様々なルール策定では、市場の活性化に資するルール策定が重要である。これまで禁止されていた第三者販売や直荷引きなどの取引ルールをどのように定めるかについては、事業者間の利害関係を超えて、市場の活性化につながるルール策定が求められる。策定にあたっては、各事業者との信頼と相互理解に基づき、公平・公正で納得感のある調整を行う必要がある。
- ・特に中小の小売店や飲食店などは、大手と違い流通ルートが限られてしまうため、いつでも適正価格で食材を調達できる場としての必要性が高い。
- ・市場取扱高が減少傾向にあり、各事業者の経営環境も厳しいなか、すべての関係者が連携して取扱高を改善し、市民に対して生鮮食料品を安定供給していくという重要な公共的役割への対応が求められている。
- ・市場には小売店、飲食店、仲卸業者など多くの中小事業者がかかわっている。横浜市中心企業振興基本条例及び横浜市商店街の活性化に関する条例を踏まえた取組を推進する横浜市が開設者となることで、中小企業振興や商店街活性化とも連動した市場活性化への相乗効果が期待できる。
- ・市場で取扱う生鮮食料品や衛生環境には高い安全性が求められており、横浜市が開設者となることで、横浜市衛生検査所との連携による、食の安全に関する充実した検査体制が期待できる。
- ・災害時には、生鮮食料品等の供給拠点として、被災者へ供給する役割を求められており、横浜市が開設者となることで、市災害対策本部の一員として迅速な対応が期待できる。
- ・市場周辺のまちづくりにおいても、中央卸売市場の特色を生かした賑わいづくりは、市場の活性化につながるチャンスである。京浜臨海部再編整備マスタープランにおける、本場周辺地区の低未利用地の活用など中短期的な取組や埋め立て後の長期的な取組についても、横浜市が開設者となることで、総合的な取組が期待できる。

以上のことから、当面の間、横浜市が開設運営者となり、これまで培ってきたノウハウを活用し、場内事業者を含めた現行の体制で官民一体となって市場の活性化を推進していくことが望ましい。運営については、指定管理者制度の導入の可能性など、効率・効果的な運営体制を引き続き検討していくことを期待する。

いずれの運営方法にしても、市場に関わる生産者から消費者までのすべての関係者の満足度を高めることが重要であり、市場全体の活性化に資するよう検討していただきたい。

市場の賑わい創出については、市場開放や料理教室などの取組が報告されたほか、京浜臨海部再編整備マスタープランにおいて、本場周辺の山内ふ頭周辺地区では、市場と連携した食をテーマとしたマルシェイベントの取組を進めることなどが報告された。また、今年9月には旧南部市場の賑わいエリアに新たに複合商業施設が開業する予定であるが、賑わいエリア及び本場の補完施設である物流エリアを加えた旧南部市場との連携、ノウハウの活用なども期待される。賑わい創出については、市場内外の事業者・関係者との連携による相乗効果など、様々な角度からの検討が望まれる。

市場の効率・効果的な運営体制や賑わいづくりなどを通じた市場の活性化については、検討することに加え、いかに実行していくかが重要である。今後策定する横浜市中心卸売市場の経営展望に反映させ、着実に実行していくことを期待する。

付 属 資 料

1. 横浜市中央卸売市場開設運営協議会委員名簿
2. 審議経過

横浜市中央卸売市場開設運営協議会委員名簿

| | | 氏名 | 職名 |
|----|-----|---------|------------------------|
| 1 | 会長 | 若杉 明 | 横浜国立大学名誉教授 |
| 2 | 副会長 | 森 茂 | 横浜市場冷蔵株式会社代表取締役会長 |
| 3 | 委員 | 高力 美由紀 | 新潟食料農業大学食料産業学科教授 |
| 4 | 委員 | 山下 東子 | 大東文化大学経済学部教授 |
| 5 | 委員 | 藤島 廣二 | 東京聖栄大学客員教授 |
| 6 | 委員 | 長岡 英典 | 一般社団法人大日本水産会常務理事 |
| 7 | 委員 | 真壁 勇男 | 全国農業協同組合連合会神奈川県本部農産部長 |
| 8 | 委員 | 多賀谷 登志子 | 横浜市消費者団体連絡会代表幹事 |
| 9 | 委員 | 福留 秀樹 | 金港青果株式会社代表取締役社長 |
| 10 | 委員 | 後藤 正明 | 横浜丸中青果株式会社代表取締役社長 |
| 11 | 委員 | 芦澤 豊 | 横浜丸魚株式会社代表取締役社長 |
| 12 | 委員 | 石井 良輔 | 横浜魚類株式会社代表取締役社長 |
| 13 | 委員 | 荒木 敏行 | 横浜食鳥鶏卵株式会社代表取締役 |
| 14 | 委員 | 山口 義行 | 横浜食肉市場株式会社代表取締役 |
| 15 | 委員 | 鈴木 格次 | 横浜中央市場青果卸協同組合理事長 |
| 16 | 委員 | 布施 是清 | 横浜魚市場卸協同組合理事長 |
| 17 | 委員 | 石井 孝和 | 横浜青果小売商協同組合連合会会長 |
| 18 | 委員 | 明澤 重明 | 横浜水産物商業協同組合理事長 |
| 19 | 委員 | 福岡 伊三夫 | 横浜食肉商業協同組合理事長 |
| 20 | 委員 | 出川 雄一郎 | 横浜市中央卸売市場関連事業者協同組合代表理事 |

(敬称略・順不同)

委員数：20名

任期：平成31年4月1日から令和3年3月31日まで

(藤島委員は、平成31年1月7日から令和3年1月6日)

退任された委員 (所属は在任中のもの)

| 委員名簿 | 所属 | 備考 |
|-------|-----------------------|-------------|
| 細野 典之 | 全国農業協同組合連合会神奈川県本部農産部長 | 令和元年.5.12まで |
| 永井 良和 | 横浜水産物商業協同組合理事長 | 令和元年.7.7まで |

審 議 経 過

| 開催日 | 主な審議内容（市場の運営方式関連） |
|---------------------|---|
| 平成 30 年 10 月 9 日 | 【平成 30 年度 第 1 回開設運営協議会】 ・卸売市場法の改正概要について ・横浜市中央卸売市場の再編・機能強化に向けた取組経緯 ・法改正後の横浜市中央卸売市場の運営方式（公設・民設）について ・開設運営協議会のスケジュール（予定）について 等 |
| 平成 31 年 1 月 18 日 | 【平成 30 年度 第 2 回開設運営協議会】 ・市場運営に係る横浜市場の課題について ・他都市の卸売市場の運営事例について ・卸売市場法改正による取引のあり方について ・横浜市場の賑わい創出について 等 |
| 2 月 21 日 | 【平成 30 年度 第 3 回開設運営協議会】 ・他都市の卸売市場の運営事例について② ・経営展望策定ワーキンググループでの意見（市場の運営方式）について ・平成 32 年 6 月の改正卸売市場法施行に向けたスケジュールについて ・答申に向けた市場運営の方向性について 等 |
| 令和元年 6 月 3 日 | 【令和元年度 第 1 回開設運営協議会】 ・答申概要案について ・答申案について 等 |
| 7 月 16 日 | 【令和元年度 第 2 回開設運営協議会】 ・答申概要案について② ・答申案について② 等 |

卸売市場法改正に係る市場の運営方式に
ついて

令和元年7月

横浜市中央卸売市場開設運営協議会

横浜市中央卸売市場経営展望〈概要版（案）〉

1. 横浜市中央卸売市場経営展望の位置づけ・考え方

(1) 開設者

横浜市（公設公営・中央卸売市場）

(2) 計画期間

10年間：2019年度（令和元年度）～2028年度（令和10年度）

(3) 横浜市中央卸売市場の必要性

横浜市中央卸売市場は開場後約90年間にわたり、横浜市内及び周辺地域の市民等に対して安全・安心な生鮮食料品等を安定的に供給してきており、その機能・役割を維持していくことが最大の責務である。

また、人口約900万人を有する神奈川県庁所在地である横浜市は人口約370万人を有しており、県内最大の消費地であり、神奈川県内をはじめ全国で生産・収穫・加工等された青果物・水産物、食肉の集積拠点として県内全体の各種産業構造の振興にも寄与している。

さらには、全国から周年において多量・多品種の生鮮食料品等が出荷されており、横浜市内及び周辺地域に対する生鮮食料品等の安定的な流通・供給拠点としての機能も有している。

加えて、災害時において、開設者と場内事業者の協定により生鮮食料品等の緊急確保及び供給協力を図ることが取り決められているなど、本市場は生鮮食料品等の確保・供給を通じて、市内での災害発生時における市民生活の早期安定を図る役割の一端を担っている。

このように、横浜市中央卸売市場は、地元・横浜における生鮮食料品等の供給拠点としての機能を有しながら、横浜市内及び周辺地域の「食」を支えており、その立地・経営により、平時・非常時双方における市民等の食生活・食文化及び産業全体を支える社会インフラとしての機能・役割を果たしている。

(4) 横浜市中央卸売市場経営展望の位置づけ

横浜市中央卸売市場経営展望は2019年度から2028年度の計画期間において、開設者並びに本市場関係者が具体的に取組むことを整理・体系化したものである。

したがって、本展望内容に沿って2019年度以降、各種取組事項を実行するための体制（部門別WG等）を組成するとともに、詳細な事業内容（実施方法等）等を取組別に検討・決定し、計画期間内に実行することを前提としている。

(5) まちづくりにおける横浜市中央卸売市場の位置づけ

京浜臨海部再編整備マスタープランでは、当該地の立地特性を踏まえ、みなとみらい21地区方面やベイブリッジを一望するロケーションを活用した親水性の高い空間や、来街者を呼び込み賑わいを創出する都市空間を形成することとし、「中央卸売市場と連携した賑わい創出」を1つの方向性として打ち出している。

「中央卸売市場と連携した賑わい創出」については、埋立前において市場に隣接する低未利用地などを活用し、市場と連携した水産物・青果物など「食」をテーマとした物販・飲食を中心とする「マルシェ」等のイベントを開催するなどにより賑わい創出に向けた取組を進めることとしており、本場における経営展望においても、今後の連携に係る方向性の1つとして検討していくことが考えられる。

また、食肉市場は大黒町地区に位置し、充実した交通ネットワークや物流施設の集積拠点といった立地特性を有している。これら特性を活かし、生産者・購買者に選ばれる市場となるよう、また、市場での取引の増加を通じて地域経済の活性化に寄与する市場となるよう、市場運営を検討していく。

2. 横浜市中央卸売市場の課題

青果物・水産物部の流通構造等より、両部門が直面する主な共通課題は右表のとおり整理される。

施設設備面での課題以外に、ソフト施策によって対応できる課題も存在するため、優先度やコスト等を総合的に判断しながら、着手可能な取組についてはできるだけ早期に検討していくことが重要である。

【横浜市中央卸売市場の共通課題】

| 主な課題 | 現在の状況 |
|-----------------|--|
| 地元量販店・実需者への対応不足 | ● 地元量販店の県内シェアが低下し、横浜市場以外からの仕入れが拡大している ● 地元実需者（横浜駅周辺飲食店等）の取りこぼしがある |
| 川上・川下との交流機能の不足 | ● 市場が果たすべきコーディネート機能をより発揮していく必要がある |
| 地場製品の確保 | ● 消費者の関心の高い地場産品を奪われないよう継続的に確保する必要がある |
| 加工機能の不足 | ● 現状の加工場では川下が求めるニーズに十分対応しきれていない |
| 場内施設の狭隘化 | ● 駐車場等のスペースが不足し、新規顧客の誘致が困難となっている |
| 衛生管理水準の向上 | ● 食の安全・安心を確保し、川上・川下から信頼を得られる衛生環境とするためには継続的な意識醸成や取組みが必要 |
| 働く場としての魅力向上 | ● 最低限必要な職場整備や安全な場内動線を確保していくための改善が必要 |
| 市場全体としてのアピール不足 | ● 事業者独自の取組は見られるが、一体的な広報活動となっていない |
| 場内事業者同士の連携不足 | ● 市場全体の利益拡大に向けて、利害関係を越えた取組に発展しきれていない |

3. 10年後の横浜市中央卸売市場を見据えて

横浜市中央卸売市場「あり方提言書」がとりまとめられてから10年が経過した。生産・流通・消費に至る全ての食品流通段階は大規模な構造転換期を迎えており、本市場も迅速かつ的確な対応が求められている。

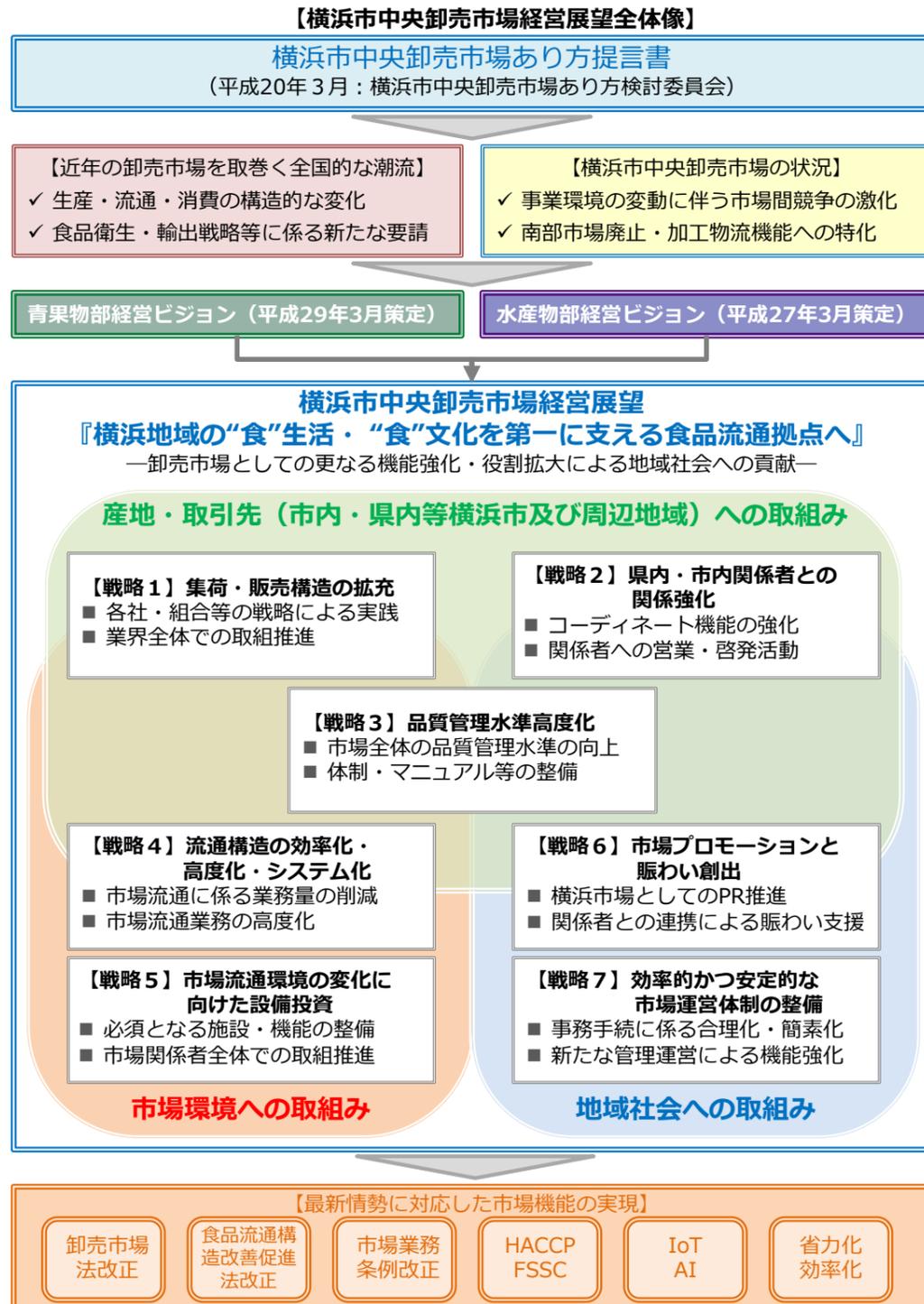
今後10年間で本市場の周辺環境はより一層の変化が想定される。経営展望策定にあたっては、現在把握される限りの情報に基づき10年後を予測し、市場関係者で協議を重ね、行動計画として経営展望を策定する。

【10年後の横浜・東京地区における卸売市場の姿（予測）】

| 卸売市場2028（10年後の姿） 【10年後の卸売市場及び周辺環境（予測）】 | |
|---|---|
| 集荷（生産） | ● 全国各地からの周年・大量・多品種集荷は重要度が増し、各市場に戦略が求められる ● 地場産品等各市場における商品の独自性・特異性が一層求められる ● 独自性・特異性を有するため、地元を中心に生産者（農場・漁場）の育成・技術継承等への支援も市場機能もより重要な機能に昇華する |
| 販売・納入 | ● 小売店・量販店は地域・エリア密着（住宅地近接）への志向を強め、各市街地に分散配置される ● 飲食・ホテル・加工等の業務用は卸売市場により一層きめ細やかな対応（高次加工等）を求める |
| 流通構造 | ● 卸売市場における「目利き」には依然として高い期待が寄せられる ● 卸売市場への来場頻度が減り市場関係者の「目利き」の力に頼り、来場せずとも仕入が可能な構造が求められる ● 受発注に関してはシステム（web・アプリ等）対応が求められる |
| 物流構造 | ● 物流環境は厳しさを増す中で、産地～卸売市場～取引先に至る物流構造全体のシステム化が進む ● 卸売市場は物流センターの類似施設となり、場内作業についても機械化・自動化が進む（場外民間企業の卸売市場への参入も進む） |
| 品質管理 | ● 生鮮食料品等の流通については、小売店を除き、品質管理水準の高度化が必須となり、基本的要件となる ● 各社のHACCP取得は基本的要件となり、食品安全国際規格等の浸透により、卸売市場における認証取得も標準装備となる |
| 付加価値社会的要請 | ● 食生活・食文化への浸透に向けた情報発信は必須となり、web・アプリ等を活用した手軽に入手できる情報がより一層求められる ● 学校給食や体験型社会学習等により、親子双方を消費者及び消費候補者として取込むための取組がより一層重要となる ● 災害時の対応拠点としての必要性が高まりBCP策定・運用は必須になる |
| 市場経営 | ● 卸売業者・仲卸業者の区分は現行どおりであるが、各社の垣根が低くなり双方の連携が卸売市場の経営力に直結する ● 効率化・合理化・簡素化等が必須となり、市場関係者（単独または企業体）独自のビジネスモデルが確立されている卸売市場が生き残る |

4. 横浜市中央卸売市場経営展望全体像

本市場では業界が主体的に策定した経営ビジョンにおける理念も踏まえ、本市場が『横浜地域の“食”生活・“食”文化を第一に支える食品流通拠点』を実現させることを将来像に掲げ、当地域における食品流通拠点としての重要性及び優位性を維持・促進しつつ、昨今の時代・環境変化を十分に認識し、対処すべき課題や求められる事項に柔軟に応じることにより、直接的な顧客だけでなく消費者や地域社会に対しても、卸売市場として付加価値の提供や貢献を図ることを方針とする。



『横浜市中央卸売市場経営展望＜概要版（案）＞』
食肉市場部分の取扱について

食肉市場部分の経営展望概要版について、『横浜市中央卸売市場経営展望＜概要版（案）＞』に一本化していきますが、現在、場内調整中のため、現時点での概略は以下のとおりです。

【経営展望概要版（食肉市場）の概略】

課題については、全国的な生産者数・生産頭数の減少傾向に対応するための集荷対策、生産者・売参者から信頼され安心して出荷・購入できる安心・安全への取組、売参者・仲卸業者・小売業者のニーズに応える市場機能の強化、市場発ブランドのPRなどの消費拡大がある。

今後、基本戦略としては、市民への安全・安心な食肉の安定供給を、市場関係者が共通認識を持ち、PR館の活用や市場全体へのHACCPの導入等を通じて、生産者、購買者、消費者に選ばれる市場、市民へ安定供給できる市場を目指していく。

(以上)

令和元年度第2回ヨコハマeアンケート

横浜市中心卸売市場に関するアンケート

実施期間 令和元年5月10日（金）から5月24日（金）

事業所管課 経済局 運営調整課

年代別・性別のメンバー数／構成比

| | 10歳代 | 20歳代 | 30歳代 | 40歳代 | 50歳代 | 60歳代 | 70歳以上 | 不明 | 計 |
|----|--------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---------------|-------------|-------------------|
| 男性 | 14 (0.4%) | 52 (1.6%) | 211 (6.5%) | 425 (13.1%) | 352 (10.9%) | 386 (11.9%) | 229 (7.1%) | 2 (0.1%) | 1,671 (51.6%) |
| 女性 | 9 (0.3%) | 96 (3.0%) | 509 (15.7%) | 492 (15.2%) | 300 (9.3%) | 117 (3.6%) | 37 (1.1%) | 0 (0.0%) | 1,560 (48.2%) |
| 不明 | 0 (0.0%) | 0 (0.0%) | 0 (0.0%) | 1 (0.0%) | 3 (0.1%) | 1 (0.0%) | 0 (0.0%) | 0 (0.0%) | 5 (0.2%) |
| 計 | 23 (0.7%) | 148 (4.6%) | 720 (22.2%) | 918 (28.4%) | 655 (20.2%) | 504 (15.6%) | 266 (8.2%) | 2 (0.1%) | 3,236 (100.0%) |

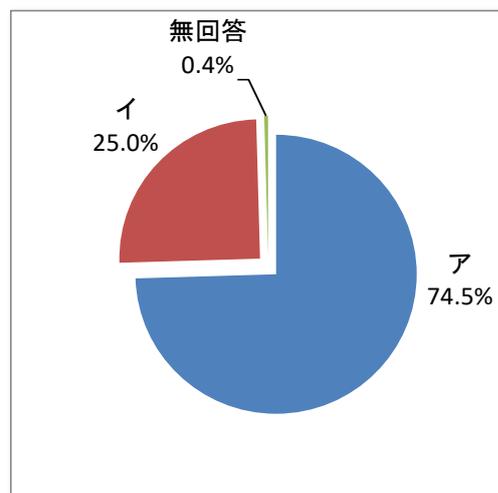
年代別・性別の回答者数／回答率

| | 10歳代 | 20歳代 | 30歳代 | 40歳代 | 50歳代 | 60歳代 | 70歳以上 | 不明 | 計 |
|----|--------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-------------|------------------|
| 男性 | 4 (28.6%) | 15 (28.8%) | 47 (22.3%) | 192 (45.2%) | 178 (50.6%) | 241 (62.4%) | 142 (62.0%) | 0 (0.0%) | 819 (49.0%) |
| 女性 | 2 (22.2%) | 25 (26.0%) | 149 (29.3%) | 175 (35.6%) | 143 (47.7%) | 52 (44.4%) | 20 (54.1%) | 0 (0.0%) | 566 (36.3%) |
| 不明 | 0 (0.0%) | 0 (0.0%) | 0 (0.0%) | 0 (0.0%) | 0 (0.0%) | 1 (100.0%) | 0 (0.0%) | 0 (0.0%) | 1 (20.0%) |
| 計 | 6 (26.1%) | 40 (27.0%) | 196 (27.2%) | 367 (40.0%) | 321 (49.0%) | 294 (58.3%) | 162 (60.9%) | 0 (0.0%) | 1,386 (42.8%) |

Q1 横浜市中心卸売市場本場（神奈川区）（以下、「本場」と言う。）を知っていますか。（単一選択）

n= 1,386

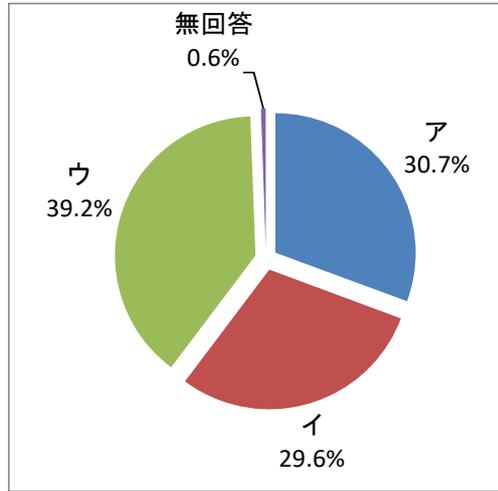
| | | |
|----------|--------|-------|
| ア 知っている | 74.5% | 1,033 |
| イ 知らなかった | 25.0% | 347 |
| 無回答 | 0.4% | 6 |
| | 100.0% | 1,386 |



Q2 本場は、みなとみらい21地区に隣接し、横浜駅からも徒歩圏内の場所にあります。本場に行ったことがありますか。(単一選択)

n= 1,386

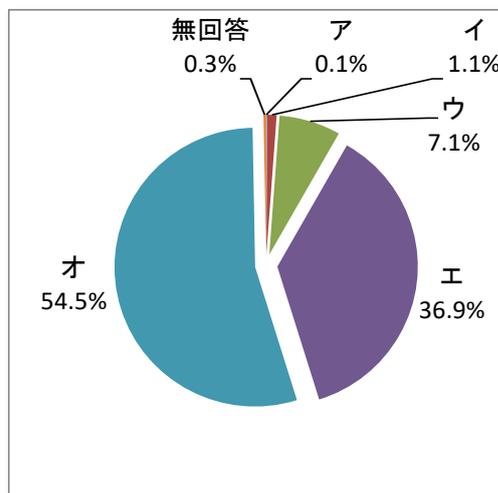
| | | | |
|-----|--------------------|--------|-------|
| ア | 行ったことがある | 30.7% | 425 |
| イ | 場所は知っているが、行ったことはない | 29.6% | 410 |
| ウ | 行ったことがない | 39.2% | 543 |
| 無回答 | | 0.6% | 8 |
| | | 100.0% | 1,386 |



Q3 本場は業務用の市場ですが、魚食普及の取り組みとして、一般の方々との交流のための「市場一般開放」を、原則毎月第1・第3土曜日の午前9時から午前11時まで実施しています。市場一般開放に行ったことがありますか。(単一選択)

n= 1,386

| | | | |
|-----|----------------|--------|-------|
| ア | 毎月のように行っている | 0.1% | 1 |
| イ | 年に3回以上行っている | 1.1% | 15 |
| ウ | 年に1回~2回行っている | 7.1% | 98 |
| エ | 行ったことはないが知っている | 36.9% | 512 |
| オ | 知らなかった | 54.5% | 756 |
| 無回答 | | 0.3% | 4 |
| | | 100.0% | 1,386 |



Q4 Q3で「ア 毎月のように行っている」、「イ 年に3回以上行っている」、「ウ 年に1回~2回行っている」に回答した方にお尋ねします。「市場一般開放」のご感想やご要望等をお聞かせください。(自由意見)

(抜粋)

行くとたびに季節の商品に出会ったりするので楽しみにしています。これからも一般開放を続けてください。

魚のさばき方など、参加できるイベントがあってとてもいい。子供が参加できるイベントがあるともっと行きたくなる。

魚についてのレクチャーが、興味深いためになりました。また魚のさばき方に参加できず残念でした。いつかチャレンジしたいと思います。一般開放はいい試みですので、続けていただけたらと思います。

初めてのとき、入り口がわかりづらかったです。活きのよい魚をかい、おいしく味わいました。

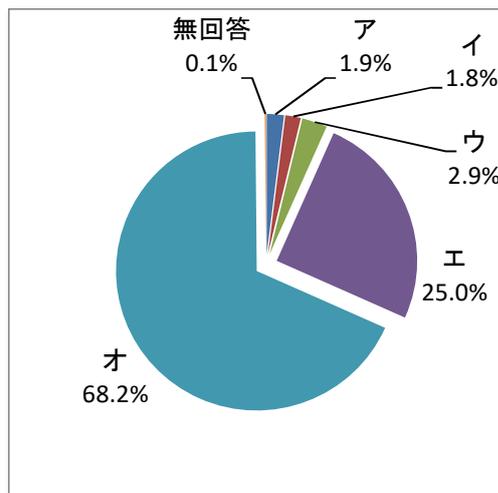
人がいっぱい賑わっていた。どこのお店で買うのが良いのかなど地元の人と行ったのでわかりやすかったが知らなかったらどこで何を買いばいいかわからなかったかもしれない。

普段入れない所なので、市場の活気が感じられることや、新鮮な物が買えるので大変よいと思う。

Q5 本場では、市場一般開放の他に、市民の皆様への感謝を込めて、卸売市場の雰囲気を楽しんでいただく「横浜市場まつり」を毎年秋頃に開催していますが、行ったことがありますか。(単一選択)

n= 1,386

| | | | |
|-----|----------------|--------|-------|
| ア | 3回以上、行ったことがある | 1.9% | 27 |
| イ | 2回、行ったことがある | 1.8% | 25 |
| ウ | 1回、行ったことがある | 2.9% | 40 |
| エ | 行ったことはないが知っている | 25.0% | 347 |
| オ | 知らなかった | 68.2% | 945 |
| 無回答 | | 0.1% | 2 |
| | | 100.0% | 1,386 |



Q6 Q5で「ア 3回以上、行ったことがある」、「イ 2回、行ったことがある」、「ウ 1回、行ったことがある」に回答した方にお尋ねします。「横浜市場まつり」のご感想やご要望等をお聞かせください。(自由意見)

(抜粋)

子供も楽しめて、おいしい物が食べることができて楽しみにしている。また新鮮な食材が多くあるのもうれしいです。

活気にあふれていて、市場の雰囲気味わうことができました。お買い物もお食事も楽しめたので、とても良かったです。

大変な賑わいで、結構だと思った。市民の台所としてイベントによる理解向上は必要だと思う。

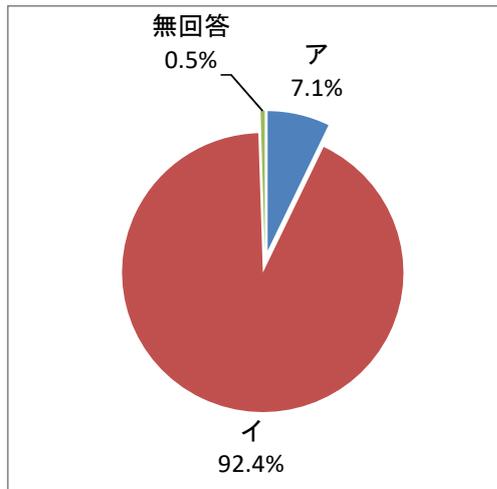
思ったより新鮮味が無い。市場まつりの広報が行き届いていない。駐車場が分かりにくい。

普段見ることがなかなか出来ない場内に入り、食の大切さを学ぶ機会にもなるので、続けて欲しいと思います。

Q7 横浜市中心卸売市場食肉市場(鶴見区)では、安全でおいしい肉を適正な価格で消費者へお届けするため、産地ブランドとは異なる日本初の市場発ブランド食肉(市場発横浜牛、市場発ハマモツ)をつくりました。このことを知っていましたか。(単一選択)

n= 1,386

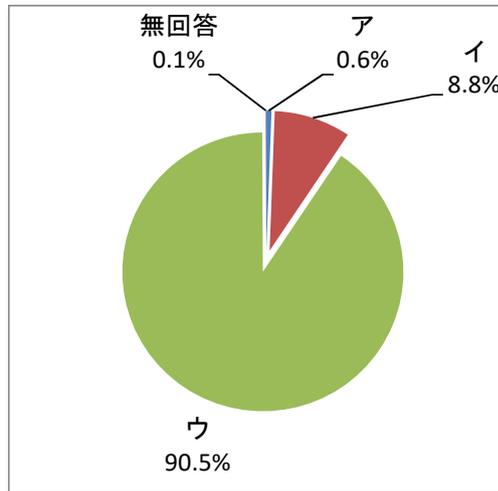
| | | | |
|-----|--------|--------|-------|
| ア | 知っている | 7.1% | 99 |
| イ | 知らなかった | 92.4% | 1,280 |
| 無回答 | | 0.5% | 7 |
| | | 100.0% | 1,386 |



Q8 市場発ブランド食肉の良さ、当市場の安全・安心な取組等を知っていただくため、今年の2月に横浜食肉市場PR館において「横浜肉まつり」を開催しました。このイベントに行きましたか。(単一選択)

n= 1,386

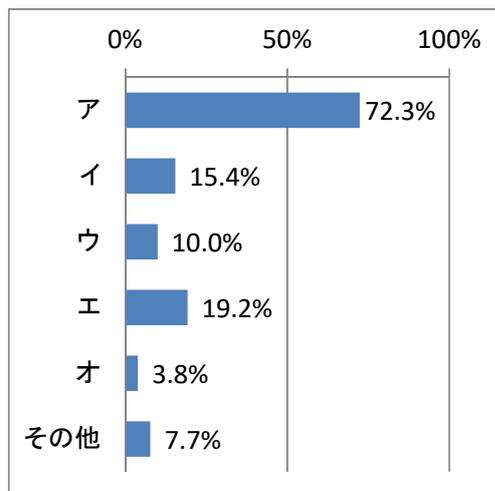
| | | | |
|-----|----------------------|--------|-------|
| ア | 行った | 0.6% | 8 |
| イ | 行かなかったが、開催したことは知っている | 8.8% | 122 |
| ウ | 開催したことを知らなかった | 90.5% | 1,255 |
| 無回答 | | 0.1% | 1 |
| | | 100.0% | 1,386 |



Q9 Q8で「横浜肉まつり」に「ア 行った」又は「イ 行かなかったが、開催したことは知っている」とお答えの方にお尋ねします。「横浜肉まつり」の開催をどうやって知りましたか。(複数選択可)

n= 130

| | | | |
|-----|-------------|-------|----|
| ア | 広報よこはま | 72.3% | 94 |
| イ | 新聞・地域広報誌 | 15.4% | 20 |
| ウ | 駅のポスター・チラシ | 10.0% | 13 |
| エ | ホームページ | 19.2% | 25 |
| オ | 自治会掲示板のポスター | 3.8% | 5 |
| その他 | | 7.7% | 10 |



その他(抜粋)

| |
|--------------|
| SNS(Twitter) |
| テレビ神奈川のニュース |
| 食肉の業界紙 |
| 友人から聞いた |

**Q10 市場発ブランド食肉の普及や「横浜肉まつり」の開催に関して、ご意見やご要望等をお聞かせください。
(自由意見)**

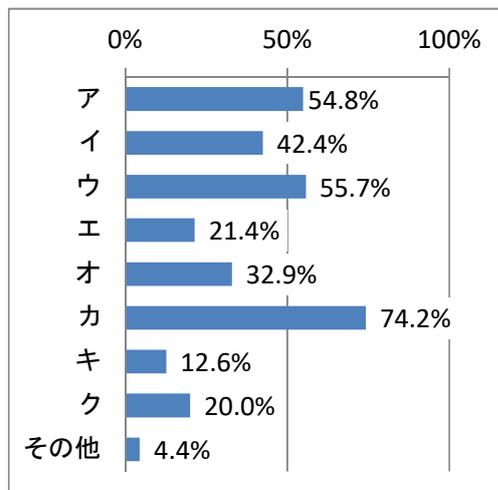
(抜粋)

| |
|--|
| いいことだと思うし、さらに大勢に知られるように広報に力を入れるのがいいと思う。 |
| お値段は少々お高めでしたが、ここで買ったモツにはおいしくて感激しました！ |
| このアンケートで初めて知りましたが行ってみたいです。地元の素材を食べ、地元の農家に貢献できるのは素晴らしいことだと思います。 |
| ブランド食肉がどこで食べられるのか、どこで購入できるのか知らない。もっとアピールしてほしい。 |
| 実際に行った事がないのでどのようなイベントかは分かりませんが、美味しいお肉でしたらイトインコーナーがあれば是非食べてみたいです。 |
| 若い人、子育て世代に魅力ある企画をし、SNSにアップしたくなる雰囲気作りを考えて欲しい。 |

**Q11 令和元年9月に金沢区鳥浜町に開業予定の複合商業施設「ランチ横浜南部市場」は、40年以上にわたり新鮮な食材を届けてきた市場の歴史を活かした「食」をテーマとした施設で、「市場」を体感できる要素をふんだんに取り入れています。次のうち、あなたが「市場らしい」と感じられる項目について選んでください。
(複数選択可)**

n= 1,386

| | | | |
|-----|--------------------------------------|-------|-------|
| ア | 全国各地の豊富な食材、大きなサイズや専門的でここでしか買えない珍しい食材 | 54.8% | 760 |
| イ | 食のプロとの交流(試食や量り売り、店主との会話等) | 42.4% | 588 |
| ウ | 購入した食材をその場で食することができる(のっけ丼、バーベキューなど) | 55.7% | 772 |
| エ | 所狭しと商品が陳列されている店舗群 | 21.4% | 296 |
| オ | 店舗が連なり、昔ながらの設えが残るレトロな雰囲気 | 32.9% | 456 |
| カ | お手頃価格 | 74.2% | 1,029 |
| キ | 模擬セリ | 12.6% | 175 |
| ク | マグロの解体ショー | 20.0% | 277 |
| その他 | | 4.4% | 61 |



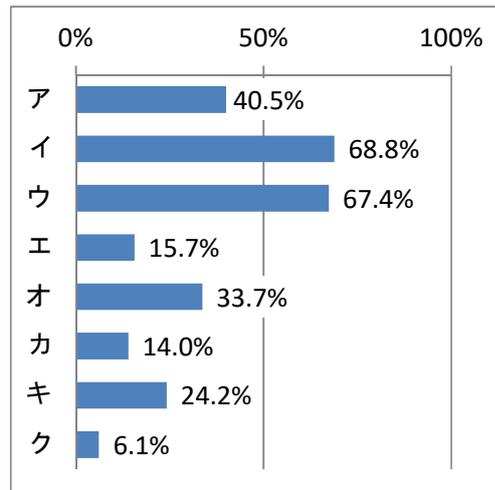
その他(抜粋)

| |
|---|
| 横浜ならではの地産食物を知り、試食できる。 |
| 市場で使用されているいろいろな種類の包丁や手鉤などの道具に興味をそそられる。地場魚がそろっていること。 |
| 早朝から利用できること。 |

Q12 「ランチ横浜南部市場」には、物販店・飲食店(併せて30店舗以上)のほか、イベントを実施する広場や料理教室などを行える交流スペースを設けています。次のようなものが計画されていますが、あなたが訪れるきっかけになりそうなものを選んでください。(複数選択可)

n= 1,386

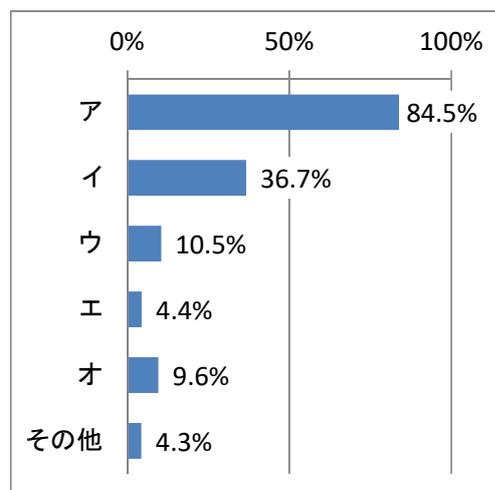
| | | | |
|---|------------------------------------|-------|-----|
| ア | 「市場らしさ」の体験 | 40.5% | 561 |
| イ | 地場魚や横浜野菜を扱う産直のこだわり店舗 | 68.8% | 954 |
| ウ | 新鮮な食材を使用した豊富な業態の飲食店舗 | 67.4% | 934 |
| エ | 生活利便性の向上を図る店舗(大型食料品店ほか) | 15.7% | 217 |
| オ | マルシェや軽トラ市など季節感あふれるイベント | 33.7% | 467 |
| カ | 商店街等と連携したイベント(スタンプラリー等) | 14.0% | 194 |
| キ | 市場事業者との連携による食育教室、寿司の握り方などの体験型プログラム | 24.2% | 335 |
| ク | スポーツイベント(ラグビー等)と連携した企画 | 6.1% | 85 |



Q13 横浜市中央卸売市場に関する情報について、どのような情報を知りたいと思いますか。(複数選択可)

n= 1,386

| | | | |
|-----|--------------------------|-------|-------|
| ア | 講座や催しなどのイベント開催情報 | 84.5% | 1,171 |
| イ | 市場での取引状況(生鮮食料品の価格、入荷状況等) | 36.7% | 508 |
| ウ | 市場に関する統計データ(年・月別取扱高等) | 10.5% | 145 |
| エ | 市場関係者向けの情報 | 4.4% | 61 |
| オ | 行政施策に関する情報 | 9.6% | 133 |
| その他 | | 4.3% | 60 |



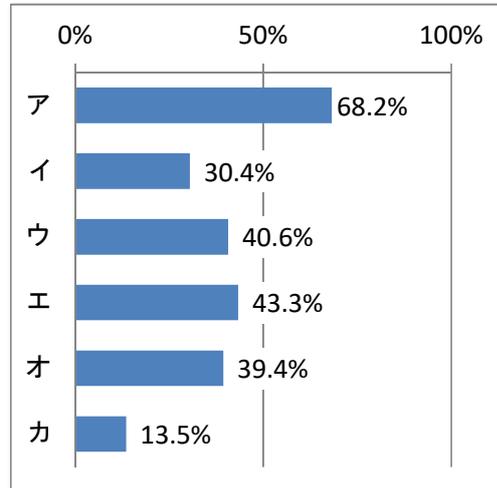
その他(抜粋)

一般の人が行ける市場の場内・場外の飲食店の情報。
 交通アクセスと美味しいお店の情報やイベントショー。
 市場の商品管理法、商品の安全管理の方法やデーターの表示など、市場の安全、安心管理のPRを希望したい。

Q14 横浜市中央卸売市場は、青果、水産物、食肉などの生鮮食料品流通の中核施設として次のような役割を果たしています。この中で、知っているものを選んでください。(複数選択可)

n= 1,386

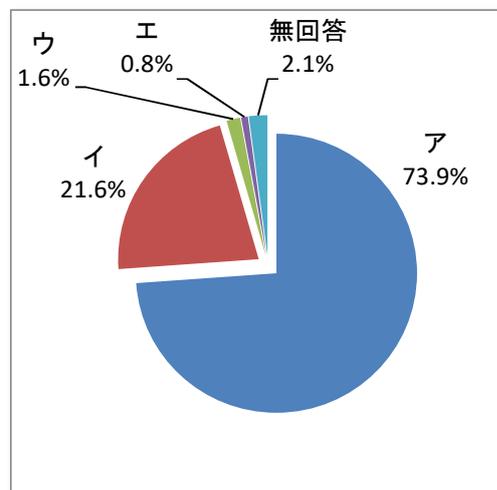
| | | | |
|---|---------------------------|-------|-----|
| ア | 市民への安定的、継続的な生鮮食料品の供給 | 68.2% | 945 |
| イ | 生産者が安心していつでも出荷できる | 30.4% | 422 |
| ウ | 小売店や飲食店などが安心していつでも仕入れをできる | 40.6% | 563 |
| エ | 食料品の安全安心の確保 | 43.3% | 600 |
| オ | 公正な取引と適正な価格形成 | 39.4% | 546 |
| カ | 災害時における生鮮食料品の供給機能 | 13.5% | 187 |



Q15 Q14の選択肢にあるような役割を果たしている横浜市中央卸売市場の重要度について、最もあてはまると思うものを選んでください。(単一選択)

n= 1,386

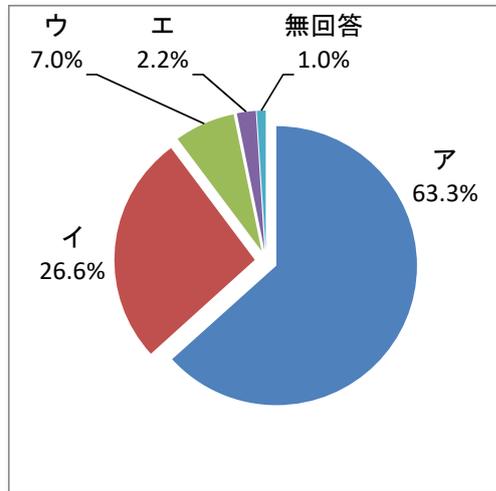
| | | | |
|-----|-----------|--------|-------|
| ア | 重要である | 73.9% | 1,024 |
| イ | やや重要である | 21.6% | 300 |
| ウ | あまり重要ではない | 1.6% | 22 |
| エ | 重要ではない | 0.8% | 11 |
| 無回答 | | 2.1% | 29 |
| | | 100.0% | 1,386 |



Q16 横浜市中央卸売市場は、現在は地方公共団体である横浜市が開設・運営をしています。横浜市が開設・運営に関する必要性について、最もあてはまるものを選んでください。(単一選択)

n= 1,386

| | | | |
|-----|-----------|--------|-------|
| ア | 必要である | 63.3% | 877 |
| イ | やや必要である | 26.6% | 368 |
| ウ | あまり必要ではない | 7.0% | 97 |
| エ | 必要ではない | 2.2% | 30 |
| 無回答 | | 1.0% | 14 |
| | | 100.0% | 1,386 |



Q17 横浜市中央卸売市場に関することで、ご意見があればご自由にお書きください。(自由意見)

(抜粋)

| |
|---|
| いつも安全な生鮮食品を市内外に出荷して頂き感謝申し上げます。 |
| 横浜市に長く住んでいましたが横浜市中央卸売市場については最近知りました。もう少し広報活動に力を入れて見たほうが良いと思います。 |
| 一般人は近寄り難い印象がある。以前の南部市場は近いのにも関わらず、知っている人とでない入れない雰囲気があったので、中央卸売市場で開放される日があるなら誰でも入れるような表示など分かりやすくして欲しい。ランチ横浜南部市場が出来るのが楽しみです。 |
| 横浜の観光客を、豊洲市場のように呼び込んだ方がよい。地方都市では味わえない物流なので、もっとPRして、観光客向けのサービスを横浜市が提供すべきと考えます。せっかく魚市場があるので、食堂を充実するなど、検討願います。 |
| 市場の認知度を高め、市民の集客も必要とは思いますが、Q14にあるような役割を担うために是非このまま公営で続けて行って欲しい。 |
| 卸売市場を維持するのであれば、営利目的での運用は難しいと思うので、民営化はせず、公営で行くべきと思います。 |
| 市場自体は必要だと思いますが、行政が管理・運営する必要はなく、民間事業者が運営しても良いと考えます。 |
| 災害時における生鮮食料品の供給を担っていることは知りませんでした。とても大事な機能ですので、もっと広報すべきと考えます。 |
| これからも横浜の食の安全や新鮮な食べ物等の提供拠点として更なる発展に寄与して欲しいと思っています。地産地消の推進も併せて推進して行って欲しいです。 |
| 食品が流通している仕組みが、大型小売店の勃興など時代の変化とともに変わっていることを承知しています。横浜市中央卸売市場の仕組みで不具合なところがあればそれを改善し続けることによって、長所を残し続けていくことを望みます。 |