

第 10 次和歌山県卸売市場整備計画

平成30年3月

目 次

趣 旨	1
基準年度 目標年度	1
第1 卸売市場に関する基本的な考え方	2
1 県内卸売市場に期待する役割と取組	2
(1) 社会的な要請に対する対応	2
(2) 産地・実需者との連携強化	2
(3) 卸売市場における経営戦略の確立	2
第2 卸売市場の適正な配置の方針	4
1 流通圏の設定	4
(1) 人口の動向	4
(2) 流通事情	5
(3) 県内の流通ネットワーク状況と今後の予想	6
2 地域拠点市場、和歌山県重点市場の設置	6
3 水産物産地市場	10
第3 卸売業者及び仲卸業者の経営体質強化	10
1 卸売業者	10
2 仲卸業者	10
第4 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	11
1 立地に関する事項	11
2 施設の種類に関する事項	11
3 施設の規模に関する事項	12
4 施設の配置、運営及び構造に関する事項	12
第5 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	13
1 取引の合理化に関する事項	13
2 物品の積卸し、荷さばき、保管等の合理化に関する事項	15
3 物品の品質管理の高度化に関する事項	16
第6 その他の事項	16
(別記) 卸売市場施設規模算定基準	18

第10次和歌山県卸売市場整備計画

趣 旨

卸売市場整備計画は、国がおおむね5年ごとに定める卸売市場整備基本方針に即し、卸売市場法（昭和46年法律第35号）第6条に基づき、これまで第1次（昭和47年度）、第2次（昭和51年度）、第3次（昭和56年度）、第4次（昭和61年度）、第5次（平成3年度）、第6次（平成8年度）、第7次（平成13年度）、第8次（平成17年度）、第9次（平成23年度）にわたり整備計画を策定し、卸売市場の計画的な整備と市場取引の適正化を促進しつつ、生鮮食料品等の安定供給を図ってきたところである。

しかしながら、卸売市場をめぐる情勢は、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、災害時対応機能の強化等の社会的要請の高まりなど大きく変化している。

こうした中、和歌山県では、国が平成28年1月に発表した「第10次卸売市場整備基本方針」を受け、生鮮食料品等流通の拠点施設である県内卸売市場の機能強化等を図る基本指針として、第10次和歌山県卸売市場整備計画を策定し、公表するものである。

基 準 年 度	平成25年度
目 標 年 度	平成32年度

第1 卸売市場に関する基本的な考え方

1 県内卸売市場に期待する役割と取組

(1) 社会的な要請に対する対応

卸売市場は、今後も、安全・安心な生鮮食料品等を円滑かつ安定的に流通する基幹的インフラであるとともに、様々な社会要請に対応していくことが必要である。

① 「食の情報発信」を行う地域インフラとしての役割（6次産業化、観光等）

② 東南海・南海地震等の災害時、緊急事態における食料供給体制の強化

(2) 産地・実需者との連携強化

卸売市場は、生産者・実需者との共存共栄を図るという視点の下、卸売市場の有する目利き、コーディネート力を一層発揮し、川上・川下をつなぐ架け橋として求められる機能・役割を強化・高度化していくことが必要である。

① 情報提供機能

出荷動向、商品情報といった産地情報の実需者への情報提供や消費者の嗜好、加工需要の産地への情報提供

② 産地との連携強化

消費者、実需者等の需要動向を踏まえた産地に対する指導、出荷支援のほか、地域特産物のブランド化、特色ある地場産品や規格外品等の流通特性も踏まえた品揃えの強化、新商品の開発、小売や加工・業務用需要とのマッチング等に関する産地との連携強化

③ 実需者との連携強化

大規模小売業者、専門小売業者、外食産業事業者等のニーズに対応した加工処理、貯蔵・保管、輸送・搬送、経営支援活動等の機能強化による実需者との連携強化

④ 仕入れニーズ把握による販売機能強化

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、これに対応した商品の小分けや事前処理、保管・配送等の販売機能を強化

(3) 卸売市場における経営戦略の確立

卸売市場は、卸売市場経由率の低下や取扱金額の減少等の状況にある中、各卸売市場の開設者及び市場関係者が一体となって、立地条件や強み・弱み等の客観的な評価を行った上でそれぞれの卸売市場のあり方・位置づけの役割・機能強化等の方向、将来の需要・供給予測を踏まえた経営展望のもと目指すべきビジネスモデルの方向を基本戦略としてまとめ、今後、取り組むべき具体的な内容を行動計画として定め、明確化することが求められる。その際のビジネスモデルの方向については、下記のような新たな着眼点等当該卸売市場が置かれている状況等を十分に分析し、様々な市場関係者の参画のもと定められるのが望ましい。

① 取扱物品の付加価値を高める取り組み「県産農林水産物の6次産業化・輸出」

取扱物品の付加価値を高めるため、実需者ニーズの把握や豊富な販路等のノウハウを活かした市場関係業者・農林水産業者による6次産業化への取組に対し、その起点やパートナーとしての機能の発揮、県産農林水産物が経由する卸売市場の集荷機能や販売先に関する情報発信機能を活用した輸出の促進

② 卸売市場への理解の醸成

卸売市場が、安全で安心できる新鮮な食料品を供給する役割を担っていることや「和歌山の食・食文化」に関する知見を有していることを食のイベント（市場まつり）、市場見学会（見学者コーナーの設置）、食品表示等に関する講習会、料理教室等を通じ、消費者に情報発信を行うことによる卸売市場への理解の醸成

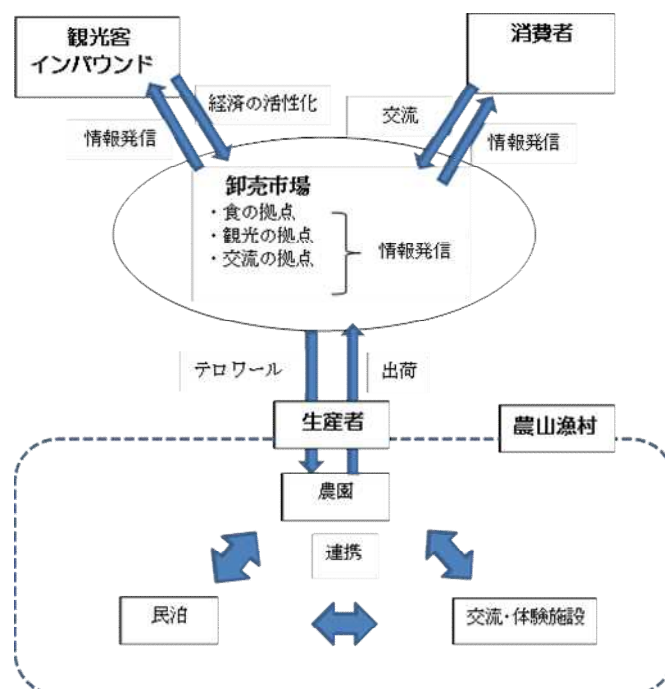
③ 環境負荷低減に向けた取り組み

卸売市場運営に伴う環境負荷の軽減に向け、太陽光発電施設の整備や利用、発泡スチロールの容器・包装廃棄物のリサイクル等の取り組み

④ 「食の集荷拠点」である強みを活かすなど地域交流拠点の強化

地域ならではの食材が集まる利点を活かし、卸売市場が拠点となり、「食」だけでなく「観光」等についても情報発信し、消費者との交流を深めることや県内外からの観光客や特に近年増加傾向にある外国人旅行客を誘致できるように開かれた市場づくりを目指す。

また、卸売市場が基幹的な社会インフラになることから、地域との交流拠点の場とし、農山漁村との交流を促す役割を担う。県産品のテロワールを消費者に伝え体験や民泊等を通じて和歌山の魅力を情報発信する等、地域の活性化の一助となることを期待する。



第2 卸売市場の適正な配置の方針

1 流通圏の設定

(1) 人口の動向

本県の人口は、昭和57年の1,090千人をピークに減少傾向にあり、平成25年度（基準年度）の人口は979,354（人）で、平成32年度の人口は917,238（人）と予想されている（県人口調査、国立社会保障・人口問題研究所2013（平成25年）3月推計）。

和歌山県を紀北・紀中と紀南エリアに市町村ごとに分け（図1）、そのエリア別の基準年度および目標年度における人口、人口予測等を示したのが表1である。

目標年度（平成32年）において、紀南エリアにおける人口減少率は、県全体より高く、また、県人口に占める人口割合も減少することが予想される。

（図1）和歌山県の市町村及び紀北・紀中、紀南エリア配置



(表1) 和歌山県の人口・人口予測

エリア	市 町 村	人口・人口予測	
		平成 25 年 (県人口に占める割合)	平成 32 年 (県人口に占める割合) 【人口減少率】
紀北・紀中	和歌山市 海南市 橋本市 有田市 御坊市 紀の川市 岩出市 紀美野町 かつらぎ町 九度山町 高野町 湯浅町 広川町 有田川 町 美浜町 日高町 由良町 印南町 日高 川町 (19 市町)	777,750 人 (79.4%)	731,950 人 (79.8%) 【-5.9%】
紀南	田辺市 新宮市 みなべ町 白浜町 上富田 町 すさみ町 那智勝浦町 太地町 古座川 町 北山村 串本町 (11 市町村)	201,604 人 (20.6%)	185,288 人 (20.2%) 【-8.1%】
和歌山県全体 (紀北・紀中・紀南)		979,354 人 (100%)	917,238 人 (100%) 【-6.3%】

(2) 流通事情

基準年度における和歌山市中央卸売市場を含む、県内消費地市場（13市場）の取扱高は、県全体で 37,542 百万円（うち、市中央卸売市場 27,801 百万円）である（表2）。

人口動態に設定したエリア別での取扱高では、紀北・紀中エリアで 31,625 百万円（84.2%）、紀南エリアで 5,917 百万円（15.8%）となっている。

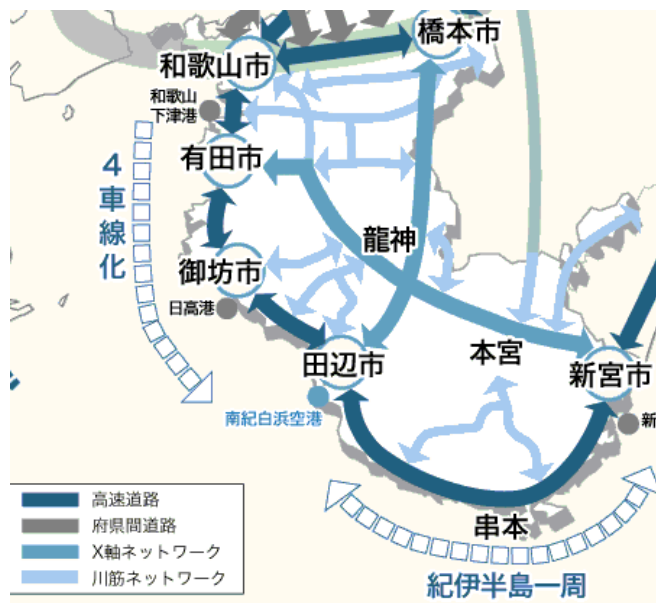
和歌山市中央卸売市場が位置する紀北・紀中エリアの割合が高い。

(表2) 県内消費地市場での取扱額

エリア	卸売市場名 * (地) は地方卸売市場の略	平成 25 年度 取扱高(百万円)	取扱高全体に 占める割合
紀北・紀中	和歌山市中央卸売市場、和歌山県中央生花 (地)、丸共海南(地)、橋本(地)、有田 市(地)、有田(地)、日高(地) (7市場)	31,625	84.2%
紀南	南紀田辺(地)、紀南花市場協同組合、新宮 広域圏公設(地)、(地)紀州青果協同組合 (地)新宮青果市場、新宮魚市場 (6市場)	5,917	15.8%
和歌山県全体 (紀北・紀中・紀南)		37,542	100%

(3) 県内の流通ネットワーク状況と今後の予想

京奈和、近畿自動車道路等の高速道路の延伸、県内山間地域を縦横断する道路の整備等が進んでおり、目標年度（平成32年度）においては、県内の道路交通による流通ネットワークはさらに向上していくことが予想される。



県内の人口減少に伴い、県内卸売市場（特に減少率が高い紀南エリア）においては現在の取扱高を維持させていくには、流通圏の広域化が必要と予想される。

また、災害時等非常事態への対応など、県内での生鮮食料品等が円滑かつ安定的に供給できるための流通圏の広域化は必要であり、そのための県内の道路インフラは進んでいることから、本計画においては、青果物、水産物、花きとも県内全域を流通圏とした「和歌山流通圏」を設定する。

2 地域拠点市場、和歌山県重点市場の設置

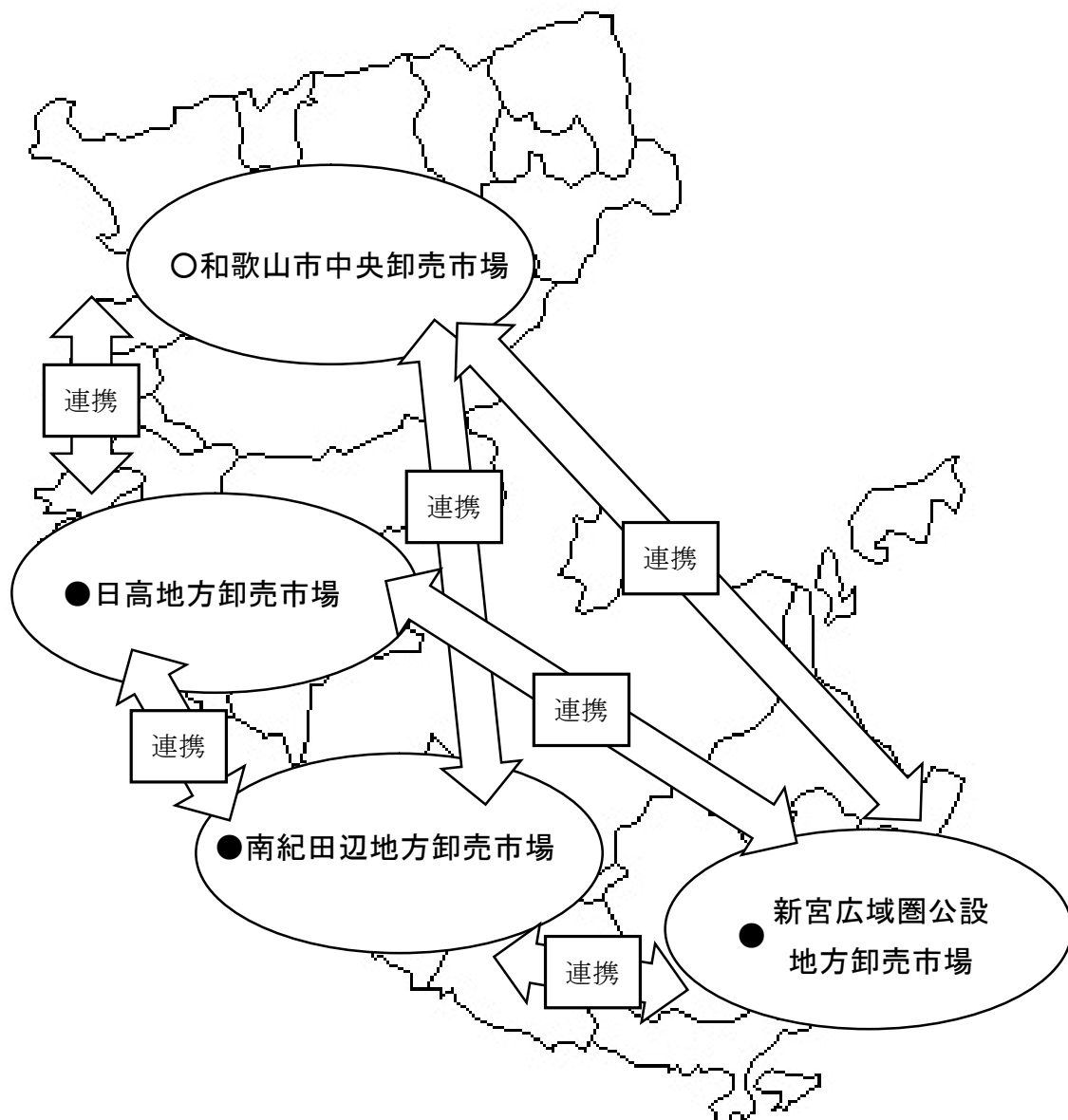
国の卸売市場整備基本方針に示された、地域内の生鮮食料品等流通において重要な役割を担う特定の地方卸売市場「地域拠点市場」（取扱量青果物 15,000t 以上、水産 7,000t 以上）に準じ、県内地方卸売市場の立地条件や県北部に和歌山市中央卸売市場が位置していることを鑑み、青果物等の取扱量 3,000t を基準とした「和歌山県重点市場」（以下、重点市場）を設置する。

以下の3つの地方卸売市場を重点市場とし、地域内における集荷力強化を図る上での拠点として、地域内の生鮮食料品流通の重要な役割を担うとともに、和歌山市中央卸売市場や他の重点市場との連携を図り、和歌山市中央卸売市場とともに「和歌山流通圏」の拠点としての役割が期待される。

- ①日高地方卸売市場
- ②南紀田辺地方卸売市場
- ③新宮広域圏公設地方卸売市場

なお、南紀田辺地方卸売市場においては、「地域拠点市場」として位置づける。

図1 「和歌山流通圏」と和歌山市中央卸売市場、県内重点市場



県内の中央市場、地方市場、規模未満市場一覧

(平成30年3月現在)

※注 (株)：株式会社 (個)：個人 (協)：協同組合

			市場名		卸売業者名	取扱品目
中央卸売市場	総合市場	1	和歌山市中央卸売市場	1 2 3	和歌山青果(株) 和歌山大同青果(株) うおいち(株)和歌山支社	青果物 青果物 水産物
地方卸売市場	総合市場	2	橋本地方卸売市場	4 5	橋本共栄青果市場(個) 橋本魚市場(株)	青果物 水産物
		3	●日高地方卸売市場 (重点)	6	日高卸売市場(株)	青果物 花 き 水産物
		4	●南紀田辺地方卸売市場 (地域拠点、重点)	7 8	田辺中央青果(株) 南紀州青果(株)	青果物 花 き 青果物 花 き
		5	●新宮広域圏公設地方卸売市場 (重点)	9 10	新宮中央青果(株) 新宮水産(株)	青果物 花 き 水産物
	青果市場	6	丸共海南地方卸売市場	11	海南青果物企業(協)	青果物 花 き
		7	有田市地方卸売市場	12	有田市箕島青果卸売市場(個)	青果物
		8	有田地方卸売市場	13	(株)有田中央青果卸売市場	青果物
		9	地方卸売市場紀州青果協同組合	14	新宮丸紀協同組合	青果物 花 き 青果物
				15	新宮青果市場株式会社	
	水産物産地市場	10	有田箕島(漁協)地方卸売市場	16	有田箕島漁業協同組合	水産物
		11	湯浅湾(漁協)地方卸売市場	17	湯浅湾漁業協同組合	//
		12	比井崎(漁協)地方卸売市場	18	比井崎漁業協同組合	//
		13	御坊市地方卸売市場			//
		14	印南町地方卸売市場	19	紀州日高漁業協同組合	//
		15	みなべ町地方卸売市場			//
		16	田辺地方卸売市場			//
		17	湊浦地方卸売市場	20	和歌山南漁業協同組合	//
		18	すさみ地方卸売市場			//
		19	南紀串本地方卸売市場			//
		20	古座地方卸売市場	21	和歌山東漁業協同組合	//
		21	浦神地方卸売市場			//
		22	太地町(漁協)地方卸売市場	22	太地町漁業協同組合	//
		23	勝浦地方卸売市場	23	和歌山県漁業協同組合連合会	//
		24	宇久井(漁協)地方卸売市場	24	宇久井漁業協同組合	//
		25	三輪崎(漁協)地方卸売市場	25	三輪崎漁業協同組合	//
	花き市場	26	和歌山県中央生花地方卸売市場	26	和歌山県中央生花卸売市場	花 き

			市場名		卸売業者名	取扱品目
規模未満市場	水産消費市場	27	株式会社新宮魚市場	26	(株)新宮魚市場	水産物
	花き市場	28	紀南花市場協同組合	27	紀南花市場(協)	花き
	水産物産地市場	29	加太(漁協)鮮魚介類販売所	28	加太漁業協同組合	水産物
		30	西脇(漁協)鮮魚介類販売所	29	西脇漁業協同組合	//
		31	海南市(漁協)下津支所魚市場	30	海南市漁業協同組合	//
		32	海南市(漁協)本所魚市場			
		33	海南市(漁協)冷水浦支所魚市場			
		34	有田箕島(漁協) 初島支所鮮魚介類販売所	31	有田箕島漁業協同組合	//
		35	有田箕島(漁協)逢井支所卸売市場			
		36	有田箕島(漁協) 箕島支所鮮魚介類販売所			
		37	湯浅湾(漁協) 栖原鮮魚介類共同販売所	32	湯浅湾漁業協同組合	//
		38	紀州日高(漁協)名田魚市場	33	紀州日高漁業協同組合	//
		39	紀州日高(漁協)吉原魚市場			
		40	紀州日高(漁協)美浜町支所魚市場			
		41	紀州日高(漁協)大引支所魚市場			
		42	紀州日高(漁協)戸津井支所魚市場			
		43	紀州日高(漁協)衣奈浦支所魚市場			
		44	紀州日高(漁協)南部連絡所魚市場			
		45	由良町(漁協)魚市場	34	由良町漁業協同組合	//
		46	三尾(漁協)魚市場	35	三尾漁業協同組合	//
		47	和歌山南(漁協)芳養魚市場	36	和歌山南漁業協同組合	//
		48	和歌山南(漁協)白浜魚市場			
		49	和歌山南(漁協)椿魚市場			
		50	和歌山南(漁協)日置魚市場			
		51	和歌山南(漁協)見老津魚市場			
		52	和歌山東漁協田並魚市場	37	和歌山東漁業協同組合	//
		53	和歌山東漁協大島魚市場			
		54	和歌山東漁協須江魚市場			
		55	和歌山東漁協樫野魚市場			
		56	和歌山東漁協下田原魚市場			
		57	和歌山東漁協津荷魚市場			

3 水産物産地市場

産地市場関係事業者の経営の改善・安定化に配慮するとともに、漁港の整備計画等を勘案し、長期的展望に即して市場機能の強化等を推進することが必要である。

第3 卸売業者及び仲卸業者の経営体質強化

卸売業者及び仲卸業者については、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を踏まえ、卸売市場ごとの経営戦略に即した機能強化、卸売市場に対する信頼の確保等に向けて、その経営体質の強化等を図ることが求められる。

1 卸売業者

(1) 経営規模の拡大及び経営体質の強化

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、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、市場間、市場内、市場外流通等による競争実態、情報システムの整備状況等を踏まえつつ、合併や営業権の譲受け等による統合大型化、卸売市場を越えた卸売業者間の資本関係の構築等による連携関係の強化が求められる

(2) 財務体質の強化と経営改善

経営状況の悪化に対処し、経営の健全性を確保し、卸売市場に対する信頼性を高めるための増資や経営再編によるコストの低減、経営多角化に取り組むことが望ましい。

管理部門においては、計画的な経営管理システムの整備、責任体制の確立等を図り、事業の計画的かつ一体的な運営の確保と経営コストの縮減に努める必要がある。

また、経営に大きく影響を与える手数料収入については、その提供する機能・サービスの充実に努め、それに見合った手数料を通じて経営体質の強化に努める必要がある。

2 仲卸業者

(1) 経営規模の拡大及び経営体質の強化

仲卸しの業務の適正かつ健全な運営を確保し、十分な仲卸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、その際、各卸売市場や取り扱う商品の実態、従業員の高齢化、後継者の有無等を踏まえ、合併や営業権の譲受け等による統合大型化を図るとともに、必要に応じて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取り組むことが望ましい。

(2) 経営改善

経営状況の悪化に対処し、経営の健全性を確保し、卸売市場に対する信頼性を高めるため、財務体質の強化を図るとともに、経営改善に取り組むことが望まれる

(3) コスト削減

情報通信機器の活用等による経営管理システムの確立や、経営再編等による経営合理化、共同配送等により、コストの削減を進めることが必要である。

第4 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は、大規模小売業者、外食産業事業者等の広域チェーン展開等による生鮮食料品等流通の広域化、交通混雑等を勘案し、開設者及び卸売業者等の円滑かつ安定的な業務運営が確保されるよう十分な見通しを踏まえて行う必要がある。

(1) 公共インフラ・都市計画等との整合性

周辺の土地利用との調整や道路など生鮮食料品等流通に関連する公共インフラの整備計画との整合性が確保され、かつ、災害時等も考慮して交通事情が良好な場所であること

(2) 施設の適切な配置と安全・衛生上の配慮

施設利用の効率性が確保され得る地形であり、生鮮食料品等の安全・衛生上適切な環境にある地域であること。

2 施設の種類に関する事項

施設の種類は、次に示すとおりとし、商品・小売の形態や取引方法の変化・多様化、情報化の進展、物流技術の進歩、食の安全や環境問題に対する社会的要請の高まり等に対応して必要となる施設を計画的に整備するとともに、整備された施設の効率的な利用及び維持管理の適正化に十分配慮する必要がある。

○売場施設

○駐車施設

○貯蔵・保管施設

○輸送・搬送施設

○衛生施設

○情報・事務処理施設

○管理施設

○加工処理施設

○福利厚生施設

○関連事業施設

○以上の施設に附帯する施設

なお、水産物産地市場については、以上のほかに、海水浄化施設、水揚・選別機械設備、計量施設等を実情に応じ整備する。

3 施設の規模に関する事項

別記1に基づいて算定される施設規模を確保する必要がある。

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は、生産者及び実需者のニーズや社会的要請に的確に対応する必要があることを踏まえ、卸売市場で取り扱う生鮮食料品等の品質管理の向上や加工処理等の機能の強化、さらには環境問題へのより積極的な取組や災害時等の緊急事態への対応機能の強化等に向けて、特に次の事項に留意する必要がある。

○留意事項

(1) 経営戦略に即した計画的な整備・配置

卸売市場施設については、その導入に当たっての費用対効果や市場経営に及ぼす影響、共同施設の利用に関する卸売業者、仲卸業者等の市場関係業者間の調整、それら業者の経営への影響等も考慮し当該卸売市場の経営戦略に即した計画的な整備・配置の推進。

(2) 集荷・販売力強化に向けた貯蔵・保管施設、輸送・搬送施設等の整備・配置

産地との連携強化により魅力的かつ特色ある商品の品揃えを充実させ、それらに係る集荷・販売力を強化するため、高品質な生鮮食料品等の円滑かつ効率的な集荷等に対応可能な貯蔵・保管施設、輸送・搬送施設等の整備・配置。

(3) 実需者ニーズに応じた加工処理施設、貯蔵・保管施設、輸送・搬送施設等の整備・配置

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ニーズへの対応を強化するため、提供する多様なサービスに応じた加工処理施設、貯蔵・保管施設、輸送・搬送施設等の整備・配置の計画的な推進。

(4) 品質管理の高度化に資する施設の整備・配置

コールドチェーンの確立を含めた卸売市場における品質管理に対する生産者及び実需者のニーズに対応するため、低温の卸売場や荷さばき場、温度帯別冷蔵庫等の低温（定温）管理・多温度帯管理施設や、衛生施設等の品質管理の高度化に資する施設の整備・配置の計画的な推進。

(5) 環境負荷の低減

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、省電力設備の導入、管理

棟の木質化のほか、食品廃棄物、容器包装等のリサイクルに資する施設や塵埃及び汚水の処理施設の整備・配置、さらには通い容器の導入等による物流業務の効率化等環境負荷軽減への留意。

(6) 搬送経路の最適化

自動搬送施設の導入や近隣の交通環境に配慮した車両誘導の効率化等搬送経路の最適化。

(7) 運営・物流業務の効率化

- ① 生産者や実需者とのデータ連携や取引の効率化に資する生鮮 EDI 標準（受発注等の情報を電子的に交換する方法の標準的な取決め）の導入及び電子タグ（メモリ機能を有する極小の IC チップとアンテナを内蔵した荷札（タグ））等の情報通信技術の活用
- ② 産地や実需者と連携して、流通コストの削減や流通における環境負荷の軽減に資する通い容器等の導入上記①②に積極的に取り組むこととし、必要に応じて市場内における LAN（構内情報通信網）や通い容器に対応した搬送施設の整備と通い容器の一時保管場所の確保に努めること。

(8) 関連施設の整備と周辺環境との調和

卸売市場に対する理解醸成とともに、卸売市場の多様な機能の発揮を図る観点から、必要に応じて、展示・見学施設、研修施設、多目的ホール、アメニティー機能（快適性）を持つ施設等関連施設の整備や周辺環境との調和を図るための緑地帯等の設置

第5 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

引き続き、卸売市場における公正な取引と透明性をもった適切な価格形成を確保するため、卸売市場における取引規制の基本原則は維持しつつ、特に次の事項に留意して、効率的な取引の確保や卸売業者、仲卸業者等の負担軽減のための措置を講じ、卸売市場における取引を生産者及び実需者のニーズに的確に対応させるとともに、その活性化を図ることが望まれる。

(1) 市場流通の効率化への取り組み

各卸売市場においては、当該卸売市場の経営戦略に即した機能の強化等に向けた取組を的確に遂行するため、市場取引委員会の場合等を活用して十分な議論を行い、卸売業者と仲卸業者との連携の下、それぞれの卸売市場に適合したバリューチェーン（生産から加工、流通、販売に至るまで、各事業が有機的につながり、それぞれの工程で付加価値

を生み出していくプロセス)の構築等による市場流通の効率化に積極的に取り組むこと。

(2) 市場取引の活性化

卸売市場の集荷力の低下や産地と実需者間における直接取引の拡大に対応するため、集荷の共同化、双方向・相互融通での荷揃え、販売の相互連携等の複数の卸売市場間における効果的な連携や新商品の開発等のための産地や実需者との連携を推進し、集荷・販売力の向上を通じた市場取引の活性化を図ること。

(3) 卸売市場及び品目ごとの特性に応じた合理的な売買方法設定

卸売市場における売買取引の方法については、各卸売市場の経済的な位置づけ、取扱品目の性質、売手・買手の特徴等の実態を反映するとともに、実需者の要望や地元生産者及び中小買受人の安定的な取引機会にも配慮しつつ、卸売市場及び品目ごとの特性に応じた合理的な売買方法を設定し、これを遵守すること。

なお、売買取引の方法については、市場取引委員会の場等において不断の検証を行い、必要に応じて見直しを行うこと。

(4) 電子商取引の導入

商取引を含む社会全体の電子化の進展に対応して卸売市場の売買取引における情報通信技術の利用を一層推進するため、電子商取引の導入を推進するとともに、電子商取引に係る商物一致原則の例外措置の適用が可能な売買取引においては、その活用に努めること。

(5) 事務手続の簡素化・効率化

開設者においては、売買取引に係る事務手続について、市場取引委員会の場等を活用して利害関係者の意見を十分に聴き、当該卸売市場の経営戦略も踏まえて、法令の範囲内でより迅速かつ簡易なものとする等柔軟な運用に努めること。

特に、生産者や実需者の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、各種書類の提出・報告の義務付け等について、その必要性を十分に検証した上で、法令に規定されていない事務手続の原則廃止、法令に規定されている事務手続と密接な関連を有する事務手続の電子化への移行等を積極的に講じ、事務手続の簡素化を徹底すること。

(6) 取引情報の提供

相対取引が増加している中で、卸売市場における価格形成の透明性を維持、向上し、公正な取引を推進するため、あらかじめ、開設者、卸売業者、仲卸業者等の市場関係者間において十分な議論を行った上で、開設者や卸売業者は、日ごと、月ごとの時系列で整理したデータの提供やインターネット上における検索機能の充実、データ保存期間の延長等、仲卸業者や専門小売業者その他の実需者、生産者等幅広い関係者のニーズや利便性にも可能な限り配慮した取引情報の提供に努めること。

（７）適正な取引環境の形成

大規模小売業者等の優越的な地位の濫用により、卸売市場における価格形成において需給以外の要素で価格が形成されることのないよう、各卸売市場においては、取引条件の明確化、書面化の促進等について積極的に取り組むとともに、優越的な地位の濫用が疑われる行為があった場合に行政の相談窓口の積極的な活用を図ることにより、卸売市場における適正な取引環境の形成に努めること。

（８）リスク軽減

卸売市場における売買取引について、円滑・確実な決済を確保すること。また、各卸売市場においては、それぞれの取引実態等をよく踏まえた上で、決済事故に対するリスクを軽減する方策について十分な議論を行うこと。

（９）市場取引委員会

市場関係者の専門的な知見を十分に活用しつつ、公正な取引と機動的かつ効率的な市場運営を確保するため、開設者は、各卸売市場の実態に応じて、市場取引委員会について、実務担当者から成る部会の設置等による機動的・弾力的な開催や、卸売市場全体の利益を考えることができる幅広い視野を有する学識経験者等への委員委嘱等を通じ、適切な調査審議がなされるよう努めるとともに、経営戦略的な視点から卸売市場全体としての統一的な意思決定を的確に行うよう努めること。

（１０）消費者等の信頼を確保

取扱物品に対する消費者等の信頼を確保し、その安心につなげていくため、

- ① 原産地表示の徹底等による公正な取引の確保
- ② 生産履歴情報等の適切な確認・伝達
- ③ 食品衛生上不良な食品の流通防止に向けた検査体制の充実
- ④ 生鮮食料品等の仕入先及び仕入日、販売先及び販売日等の入出荷に係る記録の適切な作成・保存を通じたトレーサビリティの確保に取り組むこと。なお、その際には業務の効率化を通じたコストの削減に最大限努力すること。

（１１）コンプライアンス（法令遵守）の徹底

卸売市場に対する生産者、実需者、さらには消費者の信頼の確保と向上に向けて、卸売市場関係業界における自主行動計画や、卸売業者及び仲卸業者における企業行動規範の策定を推進すること等により、コンプライアンス（法令遵守）の徹底に努めること。

２ 物品の積卸し、荷さばき、保管等の合理化に関する事項

商品管理の適正化、食品衛生の確保、ロジスティクス（戦略的物流管理システム）の展開方向、市場労働の省力化等に配慮し、特に次の事項に留意する。

- ① 品形態の変化、多温度帯流通の進展、卸売市場の休業日の増加等に対応した施設の整備や商品の特性に応じた荷さばき、保管。
- ② 加工処理施設、貯蔵・保管施設及び輸送・搬送施設の整備に当たっては、電子商取引、予約相対取引や見本取引の進展等取引方法の変化、小売形態の変化、荷さばき、保管、搬送等の効率化等への配慮。また、場外保管施設の適切な活用の推進。
- ③ 自動荷さばき・搬送システム、パレット輸送システム、自動倉庫等の体系的利用による荷役労働の省力化の計画的な推進。

3 物品の品質管理の高度化に関する事項

開設者、卸売業者、仲卸業者等は、施設の整備と併せて、生鮮食料品等の鮮度保持のための温度管理、市場内の施設や用具等の洗浄・殺菌、場内搬送車両の無公害化、品質管理の責任者の設置と責務の明確化等の品質管理の高度化のための措置に取り組むとともに、当該措置を内容とする品質管理高度化規範の策定、同規範の内容及び遵守状況についての不断の検証並びに社内遵守体制の強化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の高度化に取り組む必要がある。

この場合、水産物を取り扱う卸売市場においては、食品衛生法（昭和22年法律第233号）に基づく公衆衛生の見地から必要な施設の基準や公衆衛生上講ずべき措置の基準を遵守する

第6 その他の事項

卸売市場の運営等については、次の事項に留意して行う。

（1）情報化

情報化は、取引の公開性を高め、多様な取引方法の導入に資するなど、迅速かつ的確な取引を推進する前提となることに加えて、市場行政の効率化、取引事務のペーパーレス化、物流の省力化等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。

（2）魅力ある職場づくり

最新の物流システムの導入、福利厚生施設の充実等卸売市場の労働環境の改善を通じた魅力ある職場づくりに努めること。

（3）関連事業者との連携

関連事業者については、卸売市場が食料品総合卸売センターとしての機能や、加工、配送、保管等のニーズに対応した機能の充実を図る上でも重要なことから、その体質改善と経営の活性化を図ること。

（４）災害時等の緊急事態への対応

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鑑み、防災性に配慮した施設整備を行うとともに、緊急事態に際しても、卸売市場の機能が可能な限り維持されるよう努めること。

特に、開設者、卸売業者、仲卸業者等は、緊急事態に際しても業務を確実に継続できるような体制を確立するため、BCP（事業継続計画）の策定に取り組むこと。また、食の安全に係る事件、事故等が発生した場合でも、客観的事実や科学的根拠に基づき、公正な取引の確保及び適切な価格形成に努めること。

＊BCP（Business Continuity Plan）

【企業が自然災害などの緊急事態に遭遇した場合において、事業資産の損害を最小限にとどめつつ、中核となる事業の継続あるいは早期復旧を可能とするために、平常時に行うべき活動や緊急時における事業継続のための方法、手段などを取り決めておく計画のこと。】

（５）地域社会との共生や地域の小売業者等との協働

市民のための卸売市場の役割を重視し、卸売市場への理解を醸成し、「食」や「日本食文化」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、食のイベント、学校教育のための市場見学会等の市民と卸売市場との交流を深める機会の確保や消費者を対象とした表示等に関する講習会、料理教室等の機会の提供等の取組を推進すること。

その際、卸売市場は生鮮食料品等の卸売を行う場であることを前提としつつ、卸売業務への影響や市場内の衛生管理、入場者の安全の確保等に十分留意するとともに、市民の入場可能時間の設定も含めて事前に関係者間で十分な調整を図ること。

また、卸売市場が生鮮食料品等を地域内に安定的に供給するための基幹的な社会インフラであるとの認識の下、地域社会との共生や地域の小売業者等との協働にも配慮すること。

（６）情報公開

卸売市場に関する情報については、取引結果及び卸売業者の財務を適切に公表するとともに、広く消費者に対し卸売市場の役割、生鮮食料品等に対する知識、消費者の信頼向上に向けた市場関係者の取組状況等について発信・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効果的・効率的に広く公開・提供するよう努めること。

別記 1

卸売市場施設規模算定基準

1 売場施設の必要規模

目標年度における売場施設（卸売場、仲卸売場及び買荷保管所又は積込所）の必要規模の算定は、過去の実績数量等を基に、目標年度における1日当たり市場流通の規模を推定し、次の算式により行う。

$$S_i = \frac{g_t \cdot f_i}{\mu_i} + R_i$$

S_i ：目標年度における売場施設の必要規模

g_t ：目標年度における1日当たり市場流通の規模

f_i ：売場施設経由率

μ_i ：目標年度における売場施設単位面積当たり標準取扱数量

R_i ：売場施設通路面積

i ：各売場施設

2 その他の卸売市場施設の必要規模

その他の卸売市場施設の必要規模の算定は、実情に応じて行う。

3 駐車場の必要規模

目標年度における駐車場の必要規模の算定は、目標年度における1日当たり市場流通の規模に基づいて、自動車による搬入及び搬出の状況、場内運搬車の利用状況、販売開始時間、買出しの状況、従業員の自家用車利用状況等を考慮して、次の算式により行う。

$$S_t = 25 \text{ m}^2 \cdot \frac{g_t}{\mu_o} + M$$

S_t ：目標年度における駐車場の必要規模

g_t ：目標年度における1日当たり市場流通の規模

μ_o ：1台当たり積載数量

M ：その他業務用及び通勤用自動車台数

4 市場用地の必要規模

目標年度における市場用地の必要規模の算定は、目標年度における各施設の必要規

模の合計に駐車場の必要規模及び円滑な市場内交通を確保する建物外部の通路の必要規模を加算して得られる規模と卸売市場の立地条件、市場流通の見通し等を考慮した増設余力を見込んで、次の算式により行う。

$$S = (1 + a) \cdot (\sum S_i + S_t + R)$$

S：目標年度における市場用地の必要規模

a：増設余力指数

S_i ：各施設の必要規模

S_t ：駐車場の必要規模

R：建物外部の通路の必要規模