

## 東京都中央卸売市場「築地市場」の移転

瀬戸本浩志

はじめに

全国1位の水産物取扱量を誇り、「築地ブランド」として、固有の魅力を確立している東京都中央卸売市場「築地市場」（東京都中央区築地）は、日本橋魚河岸から1935年に移転して開業した歴史のある古い「市場」である<sup>1)</sup>。

このため、施設の老朽化や狭さなど、現在の「食」の安全、安心が使命の流通環境の変化に、対応出来ていない市場ですべての面で限界にきているのである。

「築地市場」は、卸売業者と仲卸業者、売買参加者の間で、せりや相対などの方法によって取引している機能などの組織にあつて、大変厳しい深刻な局面になっており、このままでは将来的に都民や近域住民の食生活を支える台所としての役割を果せなくなる可能性がある。

東京都ではいままで現在地で再整備に取り組んできたが、営業活動への影響懸念から不可能と決断し、新市場への移転を決めたのである。2014年2月、新市場予定地（東京都江東区豊洲）で起工式が実施された<sup>2)</sup>。

すでに、2001年に豊洲地区への市場移転が決定していたが、土壌汚染対策など年月がかかり、そこから13年の時間が経過したのである。

新しい市場へは、敷地の広さや交通条件、立地等で決めており、築地市場から豊洲新市場までは約2.3kmの距離にある。また、築地市場の敷地面積が23haに対して、豊洲新市場の敷地面積は、約40haを有している。東京都中央卸売市場築地市場＝水産物市場の位置付けとして、考察していく。

外部環境変化によって、市場経由の取扱量減少などあり、経営面、運営面で厳しいが、新市場施設は卸売市場復権を狙った十分な荷捌き場や温度管理の出来る閉鎖型施設（コールドチェーン）を完備しており、調理品、加工品主体の食生活に対応出来るよう、安全、安心の万全な機能を有している整備された市場である。豊洲新市場への移転は、2016年11月開場で展開している<sup>3)</sup>。

### 1 東京都中央市場の成り立ちと発展

事業の向上には消費者の価値、満足を創造しなければならないが、中央卸売市場の目的、役割は、大量、多種類の商品を集める「集荷能力」、集まった商品を買やすい量や大きさにして小売業者等に販売する「分荷機能」、需給を反映して適正な価格を迅速につける「価格形成機能」などあり、これらが十分機能することが重要で、消費者へ生鮮食料品等の適時、適温、適量の安定供給を行うことである。さらに加えて衛生面から商品をチェック、管理に努めて安全、安心を提供することである。

中央卸売市場は、卸売市場法に基づき、公共団体が開設、大量の品物が卸売業者と仲卸業者、売買参加者の間でせりや相対等の方法によって取引される。当然、東京都は毎日の取引行為が法令の規定等に適合しているか、について監督し、公正な取引業務の指導をし

ているのである。

市況の日々の取扱量や取引価格など、市場情報の提供が重要であり、また、市場の活性化と競争力強化に向けた体制づくりを推進していく必要がある。

構築された仕組みの出発点である源流を見ると、卸売市場制度は1923年に市場法が制定されたことにより、1927年には京都市で最初の中央卸売市場が創設された。その後、1971年に卸売市場法が再制定され、中央卸売市場と地方卸売市場がともに対象となった。

卸売市場法は、市場整備を計画的に推進するための措置、卸売市場における卸売その他の取引に関する規則、などについて定められた。これまで「仲買」と称していたものが、「仲卸業者」と名称変更したこともあげられる。この1971年度を初年度として、1980年度を目標年度とする卸売市場整備基本方針が公表された<sup>4)</sup>。

この方針に基づき、流通消費上の重要都市として釧路、青森、福島、富山、甲府、和歌山、宇部、徳島、長崎等を中央卸売市場開設が必要と認められる新設都市名としてあげられ、取扱品目の適正化または設備の改善を図ることが必要と認められる市場として、札幌、仙台、横浜、金沢、名古屋、京都、大阪、広島、福岡等、全国の大都市の名前がリストアップされたのである。

東京では、1972年1月に東京都中央卸売市場条例が施行され、これまで東京都中央卸売市場本場と呼ばれていた築地市場が、現在の「東京都中央卸売市場築地市場」へと改称された。また、東京都中央卸売市場の整備計画では、築地、神田の既存市場の機能分散を積極的に図るため、大井の埋立地に近代的な総合市場を建設することが盛り込まれた。

1981年になると、大井市場論議が急速に高まり、東京都卸売市場審議会では、大井市場の基本構想を巡って、神田市場の全面移転のほか、築地市場水産部の機能分散などを決定している。

1987年に築地市場国鉄引込線廃止、1989年に大田市場完成、青果部の業務開始、9月には水産物部が業務開始している。また、1992年に築地市場おさかな普及センターを新装開館した。

2000年に都営地下鉄大江戸線「築地市場駅」の開業もあり、それ以来交通の利便性がより高まって、築地市場は多くの観光客の来場に悩まされることとなっていった。

築地市場整備方針では早急に移転整備について検討する必要があるとあり、2001年になって東京都卸売市場整備計画（第7次）を策定し、築地市場の豊洲移転を正式決定した。

2005年、農林水産大臣が、中央卸売市場整備計画（第8次）を公表、豊洲地区への新市場建設及び築地市場の廃止を明記したのである。

## 2 東京都中央卸売市場の稼働状況

流通再編や小売、消費者サイドに於ける環境変化に柔軟に対応することが重要課題である卸売市場は、機能強化を構築しなければ存在価値がないのである。築地市場開業後、約80年を経過して、経営環境や食生活は大きく変化した。簡単、便利など加工品に対する消費者嗜好の高まりや、また鮮度管理等種々の施策に目が離せない状況である。

1) 中央卸売市場のなかで最大規模を誇っている水産物主体「築地市場」のほかに、水産物は、足立、大田の2中央卸売市場が取扱っているが、その市場規模、開設時期等状況は下記の通りである<sup>5)</sup>。

★「築地市場」(中央区)

業務開始年月日：1935年2月

取扱品目：野菜、果実、生鮮水産物、海草及びこれらの加工品

敷地面積：230,836㎡

卸売業者売場：37,213㎡(水産：24,013㎡、青果：13,200㎡)

仲卸業者売場：15,032㎡(水産：11,720㎡、青果：3,312㎡)

★「足立市場」(足立区)

業務開始年月日：1945年2月

取扱品目：生鮮水産物、海草及びこれらの加工品

敷地面積：42,675㎡

卸売業者売場：3,153㎡

仲卸業者売場：1,960㎡

★「大田市場」(大田区)

業務開始年月日：1989年5月、なお、1989年9月に水産物部、1990年9月に花卉(かき)部がそれぞれ開始した。

取扱品目：野菜、果実、生鮮水産物、海草及びこれらの加工品、並びに花卉

敷地面積：386,426㎡

卸売業者売場：44,592㎡(青果：35,703㎡、水産：2,321㎡、花卉：6,568㎡)

仲卸業者売場：12,649㎡(青果：9,458㎡、水産：1,920㎡、花卉：1,271㎡)

また、現在取引されている農産物(野菜、果実、漬物、その他の食料品、鳥卵)、及び花卉(切花、切葉、切枝、鉢花、らん鉢、観葉植物、観賞樹、その他花卉)を取扱っている中央卸売市場は次の通り、農産物は9市場、花卉は5市場で取扱、展開している。

「市場名」「所在地」「開設・年」「取扱商品」

築地	中央区	1935年	農産物
大田	大田区	1989年	農産物、花卉(1990年以降より)
豊島	豊島区	1937年	農産物
淀橋	新宿区	1939年	農産物
板橋	板橋区	1972年	農産物、花卉(1993年以降より)
世田谷	世田谷区	1972年	農産物、花卉(2001年以降より)
北足立	足立区	1979年	農産物、花卉(1988年以降より)
多摩ニュータウン	多摩市	1983年	農産物
葛西	江戸川区	1984年	農産物、花卉(1995年以降より)

2) さらに、直近の2013年度に於ける「農産物」及び「花卉」の卸売市場別売上金額はそれぞれ下記の通りの実績である。(単位は百万円)

【市場名】	【農産物売上金額合計】 : この中野菜 果実			【花卉売上金額合計】 : この中切花	
大田	257,180	167,229	86,201	49,671	32,730
築地	85,643	57,968	21,252	—	—
淀橋	56,829	40,668	15,121	—	—
北足立	39,585	25,165	13,638	8,352	6,385
葛西	29,627	21,301	7,869	8,073	5,044
板橋	27,517	20,692	6,563	7,280	5,934
豊島	20,489	16,575	3,658	—	—
世田谷	10,038	8,077	1,667	12,802	7,369
多摩NT	4,763	3,826	931	—	—
合計金額	531,670	361,499	156,900	86,178	57,462

注) 四捨五入の関係で1～2百万円の差異がある。

出所：東京都編「平成25年 東京都中央卸売市場年報 農産物編」東京都 2014年

58頁～59頁、東京都編「平成25年 東京都中央卸売市場年報 花卉編」東京都 2014年  
38頁～39頁

よって、「農産物」の売上金額は、野菜が全体の68.0%、果実が29.5%の比率で、全体の97.5%を占めている。また、「花卉」の比率では、67%が切花で占められている。

### 3 中央卸売市場の水産物取扱3市場の実態

中央卸売市場のなかで、水産物を取扱っている市場は、築地、足立、大田の3卸売市場である。その各市場の水産物実績を年度別に推移を見てみる。

1) 首都圏の台所を預かっている築地市場、足立市場、大田市場の水産物取扱数量、及び取扱金額を、2008年以降の年度別にその変動している数値を見てみると、下記の通りである。(単位：数量はトン、金額は百万円)

「取扱数量」

【年度】	【合計数量】	前年比	【築地市場】	前年比	【足立市場】	【大田市場】
2008年	617,207	91.3%	567,162	93.8%	29,584	20,461
2009年	587,638	95.2%	543,644	95.9%	28,142	15,852
2010年	569,155	96.9%	532,960	98.0%	25,426	10,768
2011年	527,542	92.7%	497,082	93.3%	22,293	8,166
2012年	523,547	99.2%	492,934	99.2%	21,339	9,275
2013年	514,829	98.3%	483,951	98.2%	18,702	12,176

「取扱金額」

【年度】	【合計金額】	前年比	【築地市場】	前年比	【足立市場】	【大田市場】
2008年	520,866	94.8%	477,551	96.8%	24,706	18,609
2009年	471,078	90.4%	434,464	91.0%	22,386	14,228
2010年	464,036	98.5%	432,384	99.5%	21,070	10,581
2011年	452,039	97.4%	423,765	98.0%	19,587	8,687

2012年	444,192	98.3%	417,190	98.4%	17,967	9,035
2013年	448,946	101.1%	421,729	101.1%	16,244	10,974

出所：東京都編「平成25年 東京都中央卸売市場年報 水産物編」東京都2014年 42頁～43頁

すなわち、取扱数量をもとに2008年を100とした場合に、2013年の実績は、全体で102,378トン減少の83.4%となり、この中、築地市場実績は83,211トン減少の85.3%で漸減傾向である。

さらに、取扱金額で2008年を100とした場合は、2013年は全体で71,920百万円減少の86.2%、築地市場実績は、55,822百万円減少の88.3%となり、低迷状況となっている。

なお、2013年の市場別取扱数量と取扱金額の構成比率は、「取扱数量」は、築地市場：94.0%、足立市場：3.6%、大田市場：2.4%、「取扱金額」は、築地市場：93.9%、足立市場：3.6%、大田市場：2.4%、である。

2) 水産物の取扱市場における集荷能力あるいは取扱金額など、中心的な役割、機能を担っている「築地市場」は、全国で展開、稼働中のその他市場の取引参考価格を形成する「建値市場」である。

この3市場合計数値での、年度別魚種別取扱金額を、2009年、2011年、2013年の3年間推移を見ると下記の実績である。（単位は百万円）

【魚種別】 【2009年（構成比：％）】 【2011年（同：％）】 【2013年（同：％）】

鮮魚	142,903(30.3)	136,885(30.3)	139,689(31.1)
活魚	17,982( 3.8)	17,569( 3.9)	18,829( 4.2)
貝類	34,628( 7.4)	31,951( 7.1)	33,035( 7.4)
冷凍魚	127,188(27.0)	123,644(27.4)	122,135(27.2)
淡水魚	2,320( 0.5)	2,392( 0.5)	2,436( 0.5)
海草類	3,121( 0.7)	3,263( 0.7)	3,476( 0.8)
加工品	142,936(30.3)	136,335(30.2)	129,346(28.8)
合計金額	471,078百万円	452,039百万円	448,946百万円

出所：東京都編「平成25年 東京都中央卸売市場年報 水産物編」東京都 2014年 42頁～43頁

なお、魚種別の「鮮魚、活魚」は、まあじ、かつお、さば、はまち（養殖）、するめいか、さんま、ぶり、まだい（養殖）、まいわし等、「冷凍魚」は、冷めばち、冷ぎんさけ、冷たこ、冷ぎんたら、冷するめ、冷からすかれい、冷えび、冷ほんまぐろ、冷さば、冷印度まぐろ等、「加工品」は、揚げ物、しらす干、開干あじ、塩ぎんさけ、佃煮、魚漬物、開干ほっけ、煮たこ、かまぼこ、塩べにさけ等、が取扱金額の主な水産物である。

鮮魚、冷凍魚、加工品で、2013年実績では、取扱金額全体の87%を占めている。

3) 水産物消費の減少傾向に歯止めをかけるには、川上（産地）、川下（消費地）に至る流通過程の各段階で、消費者ニーズに的確に応えていくことが必要であり、課題である。

(1) 中央卸売市場のうち築地市場に限定して、その取扱金額について、10年前にさかのぼって2004年からの年度別金額推移をみると、消費者の食生活変化と共に実績の漸減傾

向が鮮明となっている。(単位は百万円)

【年度】	【取扱金額】	【2004年=100%】
2004年	493,398	100%
2005年	480,423	97%
2006年	489,842	99%
2007年	487,338	99%
2008年	477,551	97%
2009年	434,464	88%
2010年	432,384	88%
2011年	423,765	86%
2012年	417,190	85%
2013年	421,729	85%

出所：東京都編「平成25年 東京都中央卸売市場年報 水産物編」東京都 2014年 43頁、  
東京都編「平成21年 東京都中央卸売市場年報 水産物編」東京都 2010年 44頁  
よって、2004年取扱金額を100%とした場合、年々漸減傾向で2013年は85%にまで下がった結果となった。食生活の変化があるが、まさに機能の低下、役割の低下ともなってしまったのである。

(2) 築地市場、足立市場、大田市場の3水産物取扱市場での「冷凍魚」の中で、品目別取扱量、及び金額が最大の「メバチマグロ」と話題性のある「ミナミマグロ」(別名インドマグロ)の取扱量及び平均価格の推移を見てみると下記の通り<sup>9)</sup>、となっている。

①「冷凍メバチマグロ」は、「すしネタ」や「刺身用」としての需要が最も多い。宮城など日本近海で水揚げされる生のメバチも出荷されている模様である。

「年度」	「数量」	「1998年=100%」	「年度平均価格・円/＝」
1998年	39,100トン	100%	991円
2003年	39,700トン	102%	844円
2008年	30,800トン	79%	987円
2011年	23,300トン	60%	1,077円
2012年	26,400トン	68%	972円
2013年	27,300トン	70%	897円

当然ながら、月別には需給バランス等により価格は変動している。2013年は、取扱量が27千トン、取扱金額は245億円の実績である。なお、取扱量及び取扱金額では、人気のある「冷凍ぎんさけ」が次に続いている。

②漁獲量の低迷傾向がある「ミナミマグロ」は、資源衰退、絶滅を危惧され、レッドリストに入っている。

最も脂が多い部位を大トロと呼ぶが、大トロはクロマグロ(別名：本マグロ)とミナミマグロからしか取ることができない。また、クロマグロに良く似ているこのマグロは、インド洋で多く捕獲されていることから「インドマグロ」とも呼ばれているのである。「冷凍インドマグロ」の年度別数量、平均価格を見てみると、下記の通りである。

「年度」	「数量」	「1998年=100%」	「年度平均価格・円/kg」
1998年	16,600トン	100%	2,518円
2003年	10,000トン	60%	2,020円
2008年	4,000トン	24%	2,616円
2011年	2,900トン	17%	2,394円
2012年	2,900トン	17%	2,438円
2013年	3,200トン	19%	2,115円

よって、2013年の取扱数量は、3,200トンと激減し、取扱金額も70億円程度であった。マグロやカツオは、「高度回遊性魚類」であることから、国際的に各国が協力し合いながら、資源保護にあたる必要がある。

#### 4 生鮮魚介類に対する消費者の動向

世界のまれにみる日本の恵まれた水産資源や魚食文化に対する見方が変化している。消費者の食の好みは多様になっているのである。

「家計調査年報、家計収支編」から見た1世帯当たり年間の支出金額（二人以上の世帯）の実績について、年度別に5年サイクルで「生鮮魚介類」の推移を見てみると下記の通りである。1990年を100%として2012年までの実績では、低迷による厳しい状況が続いている。「生鮮魚介」は、まぐろ、あじ、いわし、かつお、さば、かれい、たい、さんま、ぶり、いか、たこ、かに等、その他鮮魚類や貝類等である<sup>7)</sup>。

「年度」	「生鮮魚介」	「1990年=100%」
1990年	77,979円	100%
1995年	76,086円	98%
2000年	67,847円	87%
2005年	56,018円	72%
2010年	47,976円	62%
2011年	45,350円	58%
2012年	44,546円	57%

なお、2012年実績では、1990年当時から比較して、57%の低率、激減状況で、生鮮魚介類取扱流通会社からすれば、悲惨な実態である。

さらに、2012年実績である「44,546円」の世帯主の構成年齢別平均の数値を見ると、下記の通りで、50歳以上の年齢層で購入金額が高くなっているのが分かる。

「年齢」	「金額」
29歳以下	14,080円
30～39歳	21,603円
40～49歳	31,860円
50～59歳	46,019円
60～69歳	56,534円
70歳以上	54,723円

一方、消費行動について、2013年に農林水産省が実施した意識、意向調査で、消費者

890人を対象にした結果では、「よく魚介類を食べる食事」についての問いに対して、約9割の人が「夕食」と回答している。（回答率は99%。）

さらに、平日の夕食の支度にかかる時間について、1997年に全国の2人以上世帯の20～60代の主婦約1,500人対象で実施した調査結果と、15年後の2012年に2人以上世帯の20～60代の主婦約1,800人対象結果を比較すると、下記の通りであった<sup>89)</sup>。

「時間」	「1997年」	「2012年」
10分程度	0.1%	0.7%
20分 //	1.0	4.1
30分 //	10.2	17.8
40分 //	16.3	21.5
50分 //	8.0	9.4
60分 //	37.4	31.3
60分以上	26.2	14.4
平日は作らない	0.7	0.7
無回答・・・	0.1	0.1
合計	100.0%	100.0%

以上のことから、「平日の夕食にかかる時間」は、1997年では、30分以内が11.3%であるのに対して、2012年は、22.6%となり、比較的短い調理時間を回答した人が約2倍となった一方、60分ないしは60分以上かける人の率が、1997年の63.6%から、2012年は45.7%へ減少している。

よって、支度時間では、加工食品や調理食品の利用、手間のかからない献立へと、調理の簡素化の状況が見てとれるのである。生活のスタイルが変化したのである。

## 5 「水産物」と「肉類」に対する消費者の動向

高度成長後の食生活について、肉類の摂取量が大きく伸びていることは、「食の量から質への変化」により、長寿化をけん引しているとも言える。

農林水産省が2013年に全国の消費者モニターを対象として実施した意識調査で、「水産物を食べる頻度」として、1997年と2013年の推移を比較、その回答結果は下記の通りであった<sup>90)</sup>。1997年は10月実施で1,021人対象、この中有効回答者数は1,018人、2013年は2月実施、890人対象で同882人である。

「食べる頻度」	「1997年」	「2013年」
ほぼ毎日	10.5%	10.0%
週に4～5回位	39.4%	22.1%
週に2～3回位	45.5%	54.9%
週に1回位又はそれ以下	4.6%	13.0%
合計・・・	100.0%	100.0%

他方、水産物と同様の主要食材である肉類との商品比較について、「水産物が優れている点、劣っている点」を3つまで回答してもらった結果は、下記の通りであった。

これは農林水産省が水産物に関する意識、意向調査を、2012年1月～2月に実施、消費



者モニター1,800人対象で、有効回答者数は1,588人であった。

★水産物と肉類を比べた場合に水産物が優れている点

- 健康に良い・・・64.7%
- 旬や季節感を感じられる・・・53.6%
- ご飯と良く合う・・・20.8%

★水産物と肉類を比べた場合に水産物が劣っている点

- 水産物は鮮度の低下が早いため、肉類と比べて買い置きが難しい・・・42.4%
- 水産物は肉類と比べて調理後の生ゴミの処理が大変・・・39.7%
- 水産物は肉類と比べて割高感がある・・・33.7%

これらの動向から、店舗で売られている商品が、丸ごと可食部になる肉類と比べた割高感や骨があって食べにくい、などが消費者からの評価を下げる要因となっている。

消費者にとっては、「魚をさばく」と言う調理法は日常的ではなく、「うろこ」や「内蔵」が処理されていて、魚介類の調理の簡便性や食べ方のバリエーションの充実、食べ易さなどの情報を求めているのである。

よって、処理、工夫などを施した商品の提供をすると同時に、水産物の消費促進にむけて消費者の「魚」のハードルを低くし、気軽に楽しむことのできる環境を作り出すことが重要であろう。

一方、「魚離れ」をくい止めるため、水産庁は、「ファストフィッシュ」という造語をつくり、手軽に魚が食べられる商品を選定した。家庭に於ける魚の消費量を上げる起爆剤になるか、注目されている<sup>10)</sup>。

これは2012年8月にスタートして、2013年5月現在で認定数は296社、2290商品まで拡大した。内訳は電子レンジで調理する商品が、35%と最も多く、続いてそのまま食べられる商品(33%)、フライパンで調理する商品(22%)となっている。つまり、短時間対応の展開である。この選定基準は、

- 手軽・・・料理時間、買い物の手間が少なくて済む、
  - 気軽・・・手軽な価格、ちょうど良い内容量、
- その他として、今後の消費拡大の可能性を秘めた商品、原料にこだわっている等である。

## 6 限界となった「築地市場」移転と再構築の新市場

世界の主要食料の中で、水産物だけがその過半を天然からの供給に頼っているという特徴がある。2012年の実績で、世界の漁業生産量は1億8,289万トンで、このうち養殖業は9,043万トン(49%)である<sup>11)</sup>。現在、水産資源は沿岸国の自由管理、または多国間の共同管理の下にあり、その漁獲には様々な制約がある。

加えて、人為的な乱獲や海水温度の高低、気候変動による生態系の変化による影響はますます深刻になっている。

一方、消費者の価値感の多様化、変化によるところの健康への配慮、手軽さ、鮮度など様々な要求はより高度化、複雑化している。一層徹底した緻密な品質保証と品質向上が求められている市場環境である。

東京都には、2014年時点で、中央卸売市場は11市場が存在、稼働している。築地、大田、

足立をはじめとして、淀橋、北足立、葛西、板橋、豊島、世田谷、多摩NT、及び食肉市場（港区）である。

当然ながら、これらはいずれも鮮魚店や青果店、小売店や量販店、レストランや寿司店、割烹などの飲食店に、確かな品質の食材を提供することが使命であると同時に台所を預かっている不可欠な市場である。

#### 1) 豊洲市場決定の過程、動向

築地市場は、当初はあくまでも移転ではなく市場を再整備するという計画であった。しかしながら、人々の食生活を支えている以上は、築地市場の機能は勿論のこと、ながく工事による不便さ等による影響は許されない訳である。

つまり、現状の施設、機能を稼働させたまま、新施設工事の展開が可能かどうか、であった。新施設を造るには、市場面積の20%程度の「種地」が必要とされたが、その余裕は築地にはなく、敷地面積の約90%以上が既に施設や通路として充てられている。視点を変えれば、非常に密度の高い、狭くなった市場である。

さかのぼれば、1991年に築地市場再整備工事の着工をしたが、1997年に計画の見直しを図り、1998年移転の可能性への検討、関係業界との意見協議、集約を図った。

現在地での工事を行った場合は20年以上かかるが、この工事期間中に不便さから、築地離れが起こる懸念があった。よって、再整備は不可能で移転整備へと方向転換することが決まり、2001年に豊洲地区への市場移転が決定したのである<sup>12)</sup>。

現在稼働中である築地市場を土台に、一層の時代に合致した競争力向上を図るよう、  
①競合する他企業との比較優位性を発揮できる立地、  
②環境変化によって生じる必要な対応力や多様な価値判断による対応とその速さ、  
③持つ情報の差が影響することから、経済活動の仕組みや幅を広げる組織力、  
等の課題解決をしながら、仕組み造りを推進している。

具体的には「敷地の広さ」「交通条件、都心部の周辺で良好な位置」「立地となる条件」等要素を考慮して豊洲地域への進出を決定したのである。

豊洲市場は、安全で安心な毎日の食卓を目指した閉鎖型施設と効率的な物流体制の構築、さらには様々な要求に対応出来るよう、加工、仕分け、包装作業等可能な場所を確保、展開した施設である。限界を迎えている築地市場から市場環境に応えた市場となる。

(1) 特に注目された土壌汚染対策は、

①敷地全面にわたる土壌、地下水の調査の実施、さらに環境基準を越える汚染物質の除去、浄化、継続的に地下水の水位、水質を監視し、管理する。

②地面表面は、アスファルトやコンクリートとし、地上より4.5mの深さまで、良い土壌を入れ換え、盛土する。これにより、汚染物質はすべて除去した。

など徹底した作業を行ない、全く懸念される問題はなくなった。

(2) 立地環境は、築地市場からの距離が環状2号線晴海通りで2.3km東進した場所である。整備中の道路も含め首都高速湾岸線豊洲出入口があり築地商圈からも近く、機能や経営面で継続性が保たれる場所である。

主要幹線道路にアクセスしやすいという利便性が大切で、開業当時は鉄道輸送主体で

あった為、市場内まで鉄道路線が敷設されたが、現在はトラック等が物流の主役であることから、豊洲の良好な交通アクセスは重要である。

公共交通機関では、東京臨海新交通臨海線「ゆりかもめ」に市場前駅が整備され、新豊洲駅で地下鉄有楽町線豊洲駅に接続している。

なお、築地市場は約23ha、豊洲市場は約40haであるが、海外市場での敷地面積はイタリア・ミラノが68ha、スペイン・メルカマドリッドが176ha、フランス・ランジスが232haで圧倒的な面積を誇っている市場もある。

## 2) 豊洲市場の機能、環境

卸売市場復権の期待がかかっている豊洲市場は、時代のニーズに対応するべく、仕組みや施設、装備を構築している。首都圏の基幹市場として産地や仲卸業者、消費者のニーズや流通環境の変化に対応できる機能強化を図った最新鋭の装備が揃っているのである<sup>13)</sup>。

### (1) 食の安全、安心の確保と効率的な物流体制

市場施設を閉鎖型（コールドチェーン）として、商品の品温管理を徹底し、鮮度保持、品質、衛生管理など強化を図った。さらに、過密状態であった築地市場と比べ、荷捌き場所や駐車場を十分に確保し、車や荷物が円滑に流れる市場とした。

築地市場は、開場が1935年であることから、現在の扇形の設計は鉄道や海路での入荷が前提であった。トラック主体の現在の実態からすれば、場内での大渋滞が発生し、時間が掛かり過ぎていた。運搬車の縦横無尽に行き交う場内は接触事故も多く、通路が狭く、また、荷捌き場の不足から屋外に商品を置かざるを得ず、商品の温度管理は困難を要している。完成を目指している新市場の敷地面積は、築地より7割広い面積である。

自動車輸送に対応した新市場は、入り口が限定された閉鎖型の施設になる。産地から運んで来た荷物の荷下ろしから取引を終え、購入者が荷物を積むまでの過程すべての場所が空調管理される。完全閉鎖型の施設で温度管理が徹底され、鮮度維持は完璧となる。

また、大量に仕入れる量販店などのトラックは売り場に直接つけられるようになり、荷積みは便利になる。さらに、セリで仕入れした水産物などを小売店や飲食店に販売する仲卸会社の売り場は、幅6メートルの通路を確保していることから、運搬車の専用通路も設けて歩行者との接触事故を防ぐようになっている。

### (2) 新たな顧客ニーズ等に対応可能

食生活変化とともに、加工、小分けなどの場所や機能強化を図って、的確に対応出来る市場への構築をする。

市場環境はかつての得意先であった個人経営の鮮魚店や料理屋に取って代わったスーパーや外食チェーンは市場外で調達、取引を進める。また、手間を省くために漁獲したままの鮮度の良い水産物より加工した切身を選ぶ傾向もある。変化する外食店や小売店の要請に対応できず、市場を通さない「中抜き」が進んだ。

よって、新市場は加工したり、小分けしたりする機能を強化している。物流一元化で利便性を向上させて、直接買い付ける冷凍や加工品のニーズを取り戻すべく、新市場には卸売市場復権を狙っている。

水産物もいまや調理時間の短縮をうたったファストフィッシュが人気の時代である。市

場での加工品の要望は強いのである。移転を機に加工を強化したい仲卸業者も多いことから、個々の店舗では難しい低温加工などが必要な商品の共同加工場を仲卸棟内に設けたいとの意見もある。

### (3) 環境への配慮と賑わいの創出

太陽光発電の導入や省エネ対策をして、環境への負荷を押えてモデル市場にしている。また、賑わいの創出を図って行く方策としては、

- ①食を中心とする観光拠点として、観光と市場機能業務の分離を図り、千客万来施設を設置している。
- ②「築地ブランド」と呼ばれている固有の魅力がある築地市場を継承して、さらに発展させていき、歴史と伝統を受け継いだ情報発信基地として、広く展開する。などを推進していく。

また、建物の水産卸売場棟（5階建）の配置では、「水産卸売場棟」1階に、卸売場、荷置場、荷捌きスペース、「水産仲卸売場棟」1階には、仲卸売場、積込場、荷捌きスペースのレイアウトで業務展開、作業展開の効率的な仕組みを可能にしている。

### (4) 仲卸業者の動向

経営悪化や後継者不足などの理由で仲卸業者664業者の内、約100業者が新市場へは移転しない意向である。現在仲卸業者は築地市場内で1店舗当たり7～8平方メートルの区画をつかえる権利を保有して営業している。したがって、新市場の誕生が卸会社や仲卸業者の再編の呼び水になる可能性がある。

また、築地場外市場は、現在約400の店舗が営業しており、場外市場の売上高の割合は、業務用関連で7割強、その他一般客や観光客向けとなっている。

## 7 水産物卸売市場の存在価値、方向性

消費者ニーズに対応した多様な流通ルートの構築、小売業における水産物の販売方法の工夫、及び中食、外食産業における水産物の利用の促進等への柔軟な対応が、水産物卸売市場の存在価値を高める必須条件である。

水産物を売り込む側・生産者、加工業者、流通業者、からはコスト面や調理の簡便性に関する課題を克服する提案や、新しい献立などのアイデアが求められている。

一方、食材を使用する側である中食、外食産業には消費者にとって魅力的な商品、メニューの開発、食材の特質や、さらには生産の背景にある情報などが必要なことから、提供の仕方、アプローチの活用といった内容や事例が欲しいのである<sup>14)</sup>。

1) 水産物の消費減少にたいして、歯止めをかけるには、

①即食性や簡便性、さらには時間短縮など最近の消費者の生活スタイルへの対応、②水産物が身じかで親しみのある食材と思えるような、販売方法や献立の提供、などが必要で、水産業界、流通業界が一団となって展開することが大切である。

一般的に消費者は安全、安心や鮮度といった関心が根強くあることから、例えば、「だ

れがいつ、どこで、漁獲・生産した水産物なのか」等の情報を提供することが、消費者の購入動機を促すのに有効である。

また、特有の生ゴミへの対応を必要とせず、内蔵を除去し、電子レンジで加熱調理すれば即、「食」することができるような仕立て、がポイントである。

さらに、商品の開発、販売する際には、新たな保存、加工技術を用いて、消費者に「おいしさ」をアピールする工夫が重要である。

2) 国内生産構造が遠洋、沖合漁業中心から、沿岸漁業あるいは浅海養殖業へと潮流が大幅に変化してしまった。よって、沿岸域の漁業生産は単品大量水揚げの遠洋、沖合漁業とは異なり、養殖の一部魚種を除いて多品目少量小規模生産で、かつ、地域性や季節変動の影響が大きいのである。つまり、卸売市場の流通対応力が求められている。

また、水産物の輸入物は、増加して無視できなくなっている実態もある。特に、大都市卸売市場における輸入水産物のウェイトは大きい。

定価格、定品質、定規格、定量、定時間の仕入れ要求のある量販店や業務筋の影響で、卸売市場がこれらのニーズに対応を余儀なくされたことは、集荷機能や取引構造に変化を生じさせた一因でもある。

3) 水産物の流通では、産地で水揚げ後に漁獲物の集荷、選別、決済の機能を担っているのが、「産地卸売市場」である。さらに、用途別に仕分け、小売店等に販売することで多様な水産物を円滑に流通することが出来る、この機能を担っているのが、「消費地卸売市場」である。

地方の多くの産地卸売市場は、漁業協同組合の販売拠点としての機能を有しており、効果的な価格実現と管理のための再編といった問題、市場外流通との関連などもあり、注視しなければならない側面がある。

水産物は、一般に鮮度や品質、サイズ等まちまちであることから、生鮮食用や食用加工用、非食用加工用（餌量、肥料、飼料）等の用途別に選別処理される。この役割を有して、等級も決め、価格形成され、仕向け別に評価をして取引展開していき、種々の加工場や冷蔵庫などの施設と一体となって事業構築しているのである。

商品力を磨くのは勿論、サービス品質を上げたり、付加価値を提供したり、総合力が問われている。本来の強みである現場力を消費者の現場にまで広げることが出来れば、勝利の道となるのである。

おわりに

一般的に水産物は全国の漁港や大都市の卸売市場など、複数の流通段階を経て店舗や消費者に届くのである。

拠点的な大型市場化や広域化には、市場への出荷産地の遠隔化や、販売先の遠距離による流通圏の広域化、流通単位の大規模化や拠点的な市場の肥大化などが生じる側面がある。

輸入品を加えて広域拠点の集散市場としての役割もあることから、水産市場業界の格差は、非常に大きくなっていく。

また、仲卸業者等を通して仕入れする量販店などの、大口需要者の比率アップ等を注視して行く必要があり、取引価格、情報システムの構築なども含め、市場経営もまた厳しい経営環境に直面している現実がある。

今後は、水産物の商品特性や商品形態により、その展開は多様化するものである。商品開発、加工機能、情報機能等の新たな仕組みの展開、確保が必要で、量販店や産地対応、さらには輸出品対応のあり方で、存在価値の有無が問われるのである。

築地ブランドをどう継承するかであるが、豊洲市場とのすみ分けに活路を見いだして、仲卸業者が出店する「築地新市場」が場外に完成予定でもある。

築地市場は小口客の「市場」という形で共存出来るとの見通しもあり、都心一等地である跡地の利用をも含めて注視していく必要がある。

- 注 1) 東京都編「平成25年 東京都中央卸売市場年報 水産物編」東京都 2014年 1頁  
2) 日本経済新聞2014年7月11日記事  
3) 日本経済新聞2014年12月18日記事  
4) 森清社「築地といちば」都政新報社、2008年 164頁～165頁、186頁～187頁  
5) 東京都編「前掲書、水産物編」東京都 2014年 1頁～3頁、東京都編「前掲書、農産物編」東京都 2014年 1頁、東京都編「前掲書、花卉編」東京都 2014年 1頁  
6) 東京都編「前掲書、水産物編」東京都 2014年 32頁  
7) 総務省「家計調査年報、家計収支編、平成24年」統計センター 2013年 262頁～263頁  
8) 水産庁編「水産白書、平成25年版」農林統計協会 2013年 33頁～34頁  
9) 水産庁編「前掲書」農林統計協会 2013年 38頁～41頁  
10) 水産庁編「前掲書」農林統計協会 2013年 44頁  
11) 日本経済新聞2014年11月3日記事  
12) 東京都編「築地市場の移転整備」東京都 2009年 1頁～7頁  
13) 東京都編「前掲書」東京都 2009年 6頁～7頁、日本経済新聞 2014年 7月11日、15日、16日、18日、24日記事  
14) 水産庁編「前掲書」農林統計協会 2013年 63頁～64頁

#### 「参考文献」

KADOKAWA編「Tokyo Ichiba Walker、Vol. 5」東京都 2014年8月

KADOKAWA編「前掲書、Vol. 6」東京都 2014年10月

水産庁編「水産白書、平成26年版」農林統計協会 2014年

水産庁編「前掲書、平成25年版」農林統計協会 2013年

東京都編「平成25年、東京都中央卸売市場年報、水産物編」東京都 2014年

東京都編「平成25年、前掲書、農産物編」東京都 2014年

東京都編「平成25年、前掲書、花卉編」東京都 2014年  
東京都編「平成21年、前掲書、水産物編」東京都 2010年  
東京都編「築地市場の移転整備」東京都 2009年  
東京都編「都政2014、平成26年版」東京都 2014年  
日本農業市場学会編「現代卸売市場論」筑波書房 1999年  
森 清杜「築地といちば」都政新報社 2008年  
東京都編「豊洲新市場ガイドブック」  
日本経済新聞