

はじめに

東京の市場の歴史は、江戸開府時、日本橋に魚河岸が開かれたことに始まる。

日本橋の魚河岸は、江戸の台所として大いに栄えたが、明治、大正と時代の変遷の中で、移転の必要性が生じたものの、反対論も多く実行に至らなかった。

しかし、関東大震災を契機として、日本橋や京橋の市場機能を築地へ移し新たなスタートを切った。

築地市場は、昭和10年2月11日の開場以来、戦前、戦後を通じ約70年の長期にわたり、都民への安定した生鮮食料品の供給という役割を果たしてきた。また、水産物については、世界最大の取扱規模を誇るとともに、我が国のリーディング・マーケットとしての地位を築き上げ、現在に至っている。

しかし、モータリゼーションや情報技術の進展に伴う物流形態の変化など、市場を取り巻く環境が大きく変化する中で、現市場は施設の老朽化、場内の狭あい化が進み、都民の期待や時代の要請に十分応えられない状況になっている。

このため、平成13年12月、東京都は、築地市場を首都圏の生鮮食料品流通の中核を担う市場へと再生するために、「東京都卸売市場整備計画（第7次）」において、豊洲地区への移転を決定した。

本基本計画は、平成15年5月に策定した基本構想を踏まえ、新市場の果たすべき機能を明らかにするとともに、その機能を発揮するための施設計画、新市場が備えるべき個別システムの方向性、民間活力の導入など、新市場の建設に向けた基本的な枠組みについてとりまとめたものである。

また、本基本計画は、新市場建設にあたって、公共と民間の役割分担を明確にすることによって、市場づくりの中に民間の創意工夫と活力を十分に活かそうとする、従来の行政主導型ではない、公共と民間が連携した新しい市場づくりの試みでもある。

今後は、「東京都環境影響評価条例」に基づく計画段階環境影響評価手続により、広く都民の意見を聴き検討を進めるとともに、公共・民間が共同して、ソフト・ハード両面から、より具体的な新市場建設に向けた実施計画の策定に取り組む。

世界や日本の 海・大地から

〈新市場は21世紀の首都圏の食生活を支えます〉

効率的に 機能的に

流通の変化に柔軟に対応できる、新しい市場に生まれ変わります

首都圏のハブ機能の強化

転配送センターの新設

取引の多様化に対応

新たな荷さばきスペースを設置

流通システムの効率化

場内搬送方法の合理化

自動搬送装置の導入
搬送作業の一元的管理

搬入・搬出のバース方式を導入

情報技術の活用

車両誘導・駐車場管理システムの導入
商品管理システムの構築

顧客サービスの充実

魅力ある品揃え

加工・パッケージ機能の強化

情報提供機能の充実

中小小売店・中小飲食店への支援

食のベンチャー企業の育成・支援

商取引の迅速化

買い回りしやすい場内交通

安全に 安心に

より高品質な食品を安全に食卓に届けます

H A C C P 的視点に立った
品質管理

外気の影響を遮断する閉鎖型施設
商品特性に合わせた温度・湿度管理のできる施設
コールドチェーンの確保

安心できる食材の提供

トレーサビリティ・システムの確立

環境に配慮した市場をつくります

排気ガスの削減

場内搬送車両を全て無公害化
外部電源設備の整備によるアイドリング・ストップ
共同配送等による車両台数の削減

廃棄物の資源化

東京都スーパーエコタウン事業者等との連携によるリサイクル率の向上

千客万来の市場づくり

日本の豊かな食文化の継承

「食」を中心とした東京の新しい観光拠点

豊富な食材を、見る、感じる、味わう

食の情報をわかりやすく提供

便利な交通アクセス

「ゆりかもめ」の駅や地下鉄豊洲駅に近接

南北に晴海通りと環状2号線、東西に補助315号線が整備され、都心部や臨海副都心に直結

高速道路の出入口に近く、羽田空港や成田空港から直行できる

栈橋で海上輸送に便利

魅力ある景観

都市景観に配慮した魅力ある市場

ウォーターフロント景観の形成

宅地内緑地の散策路や憩いの場の設置

屋上緑化など可能な限りの緑化の推進

第1章 新市場の整備にあたって

1 市場を取り巻く環境

変革期にある卸売市場

これまで、生鮮食料品流通の中心的役割を担ってきた卸売市場は、今日においても、水産物、青果物の約7割を取引しており、取扱高は、中央卸売市場・地方卸売市場あわせて年間9兆4千億円に上っている。

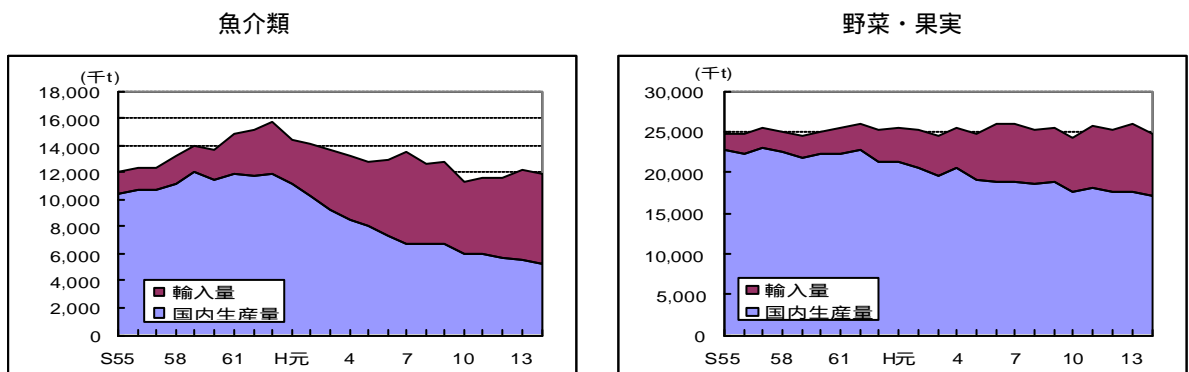
しかし、近年、卸売市場は、グローバル化や情報化の進展による流通環境の変化、食品流通に占める卸売市場経由率の低下、大規模集散市場への集中化による市場間格差の拡大など、大きな変革の波に直面している。

卸売市場流通をめぐる変化

生鮮食料品の生産・供給の変化

- 生産者団体は、農業協同組合の合併にみられるように、大型化し、価格形成への発言力を強化するとともに、多様なニーズに対応した商品の開発・流通に取り組んでいる。
- さらに、生産者は、物流コストの削減やより高い売値を求めて、出荷先を選別し、集中する傾向にあり、大規模市場の拠点市場化は今後進むものと思われる。
- また、水産・青果を問わず、生鮮食料品の輸入量は、着実に増大してきている。

図1 生鮮食料品の国内生産量と輸入量



出典：平成14年度 農林水産省「食料需給表」

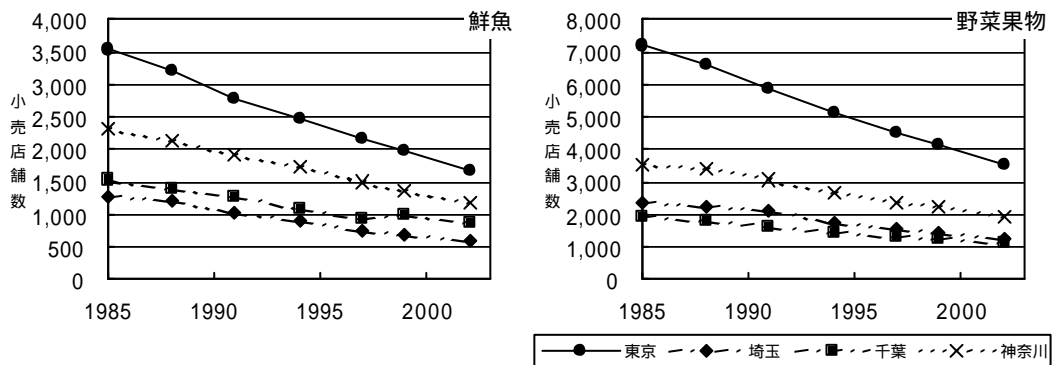
流通チャネルの多元化

- 広域輸送網や小口宅配輸送ネットワークの拡大、低温流通技術の進歩などにより、生鮮食料品の供給範囲が広がっている。その流通チャネルは、市場流通のみならず、生産者からの直接買付やインターネット取引など多元化しており、市場外流通を拡大している。

小売業界の変化

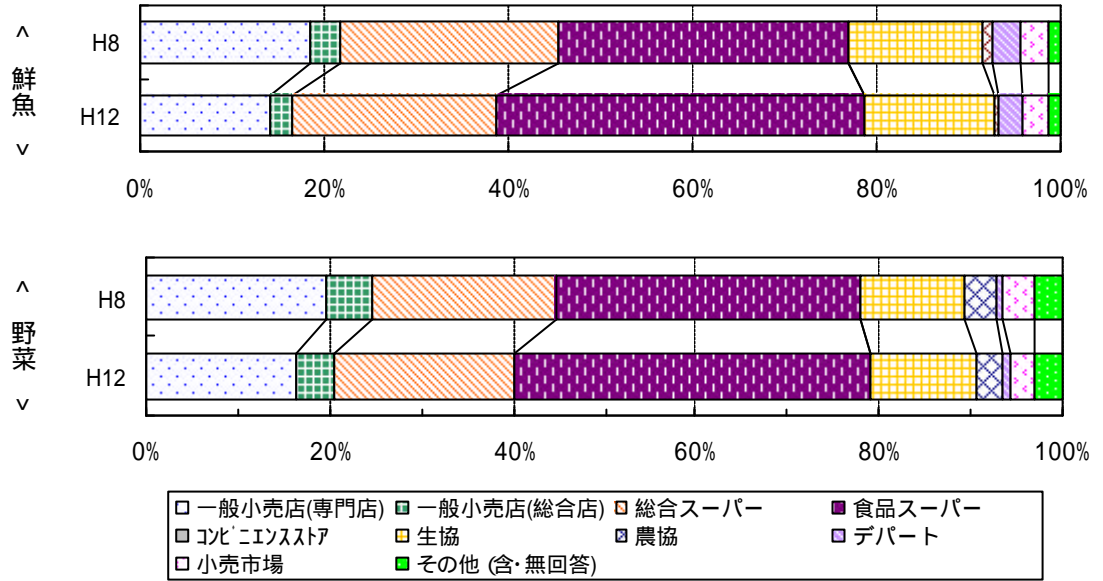
- 生鮮食料品関係の一般小売店は減少傾向にある。
- 量販店は、総合スーパーが低迷している中で、食品専門スーパーに消費者の購入先がシフトしている。
- レストランなど外食産業における生鮮食料品の仕入れにおいて、卸売市場からの調達が増加している。

図 2 首都圏における一般小売店の減少



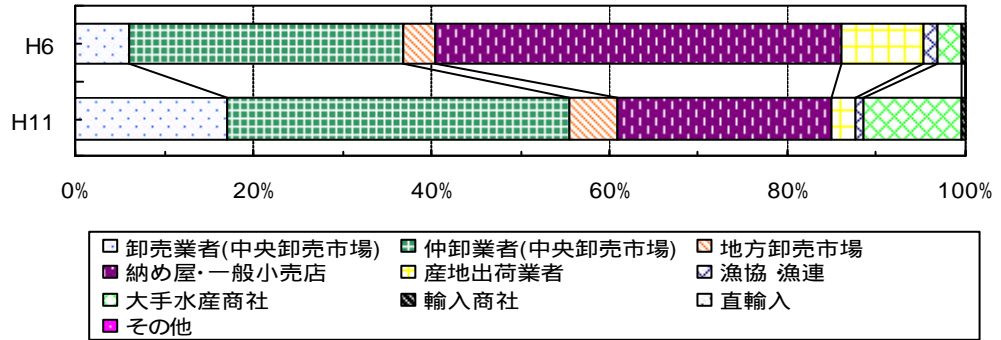
出典：平成 14 年 経済産業省「商業統計」

図 3 消費者の生鮮食料品購入先業態の割合



出典：平成 8 年度・12 年度 農林水産省「食料品消費モニター調査」

図 4 外食産業における原料調達先の割合(水産生鮮品)

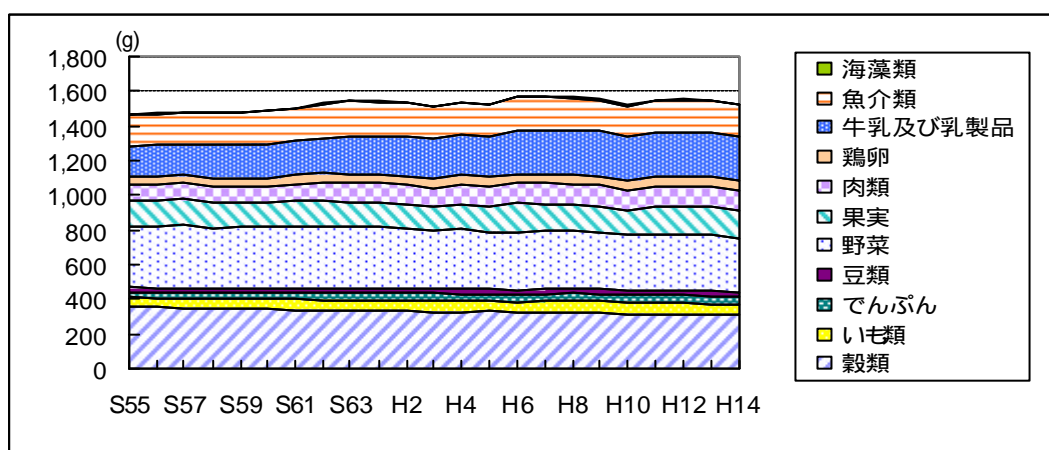


出典：平成 11 年度 食品需給センター「卸売市場実態調査報告書」

食生活の変化

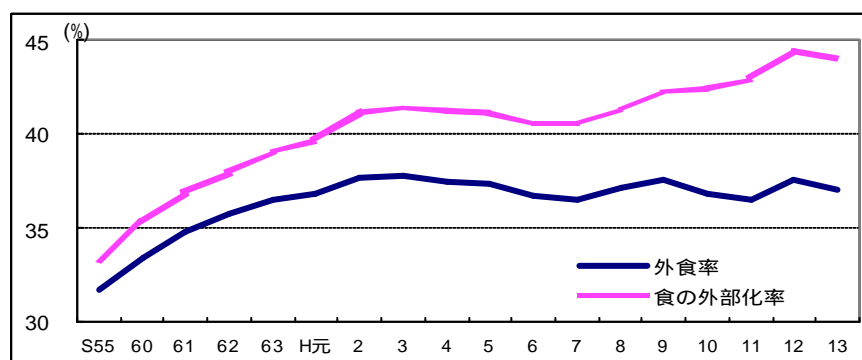
- 野菜や魚介類などの一人あたりの消費量は安定している。
- また、首都圏の人口は安定した傾向が続くと見込まれる。
- このことから、生鮮食料品の需要量も現状と比較して大きな変化が見られないと予測される。
- ライフスタイルの多様化により、惣菜・弁当など「中食」「外食」化傾向が著しく、加工ニーズが高まっている。

図 5 国民一人・一日あたりの粗食量



出典：平成14年度農林水産省「食糧需給表」

図 6 外食率、食の外部化率



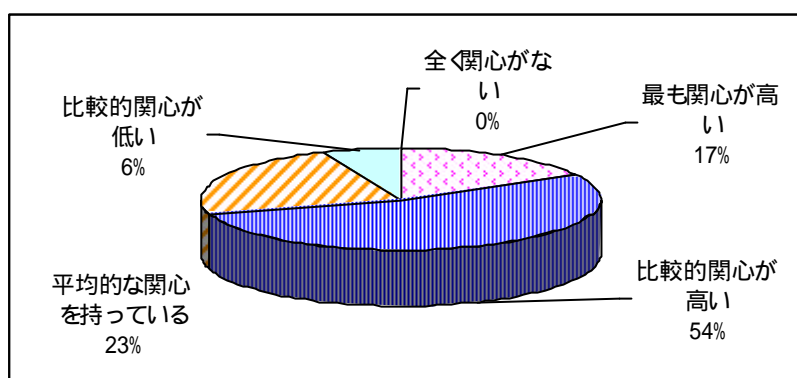
食の外部化率： 従来家庭で行われていた献立作成から後片付けまでの食事に関わる一連のプロセスの一部、または全てについて、家庭外に依存する割合のこと

出典：平成14年度 内閣府 「国民経済計算報告」、
(財)外食産業総合調査研究センター「外食産業市場規模」

食の安全・安心

- 消費者の食の安全・安心に対する関心は高まっており、流通の各段階における食の安全・安心の確保が強く求められている。

図 7 食の安全の分野に対する関心



出典：平成 15 年 12 月 国政モニター「食の安全性に関する意識調査」

2

新市場の果たすべき機能

現市場の状況

現市場は、国内外から大量かつ多様な商品を集め、多数の小売業者等へ迅速に販売する集荷・分荷機能、需給動向に応じた公正な価格形成を行う価格形成機能、代払制度により、販売代金を迅速に決済する決済機能などを有し、これまで生鮮食料品流通の中核を担ってきた。

しかしながら、施設の老朽化、狭あい化が著しく、生産供給や流通形態の変化、小売業界の変化など、市場を取り巻く環境の変化に十分対応しきれていない。

新市場の果たすべき機能

新市場の建設は単に、現市場の移転ではなく、首都圏の基幹市場として再生を図るものである。

流通環境等の変化に対応できるよう、現市場がもつこれまでの機能の再構築を図るとともに、将来を見据え、新たな機能の整備が求められている。

また、新市場においては、地域環境や景観へ配慮し、よりよいまちづくりにも貢献するとともに、都民と消費者に開かれたにぎわい機能を併せ持つことが求められている。

(1) 首都圏のハブ機能の充実

新市場においては、首都圏3,300万人に生鮮食料品を安定的に供給するため、従来、専用の施設がないまま行われてきた、生鮮食料品の他市場への転送機能を市場機能として明確に位置づけ、他市場への転配送施設を設置するなど、首都圏のハブ機能を確立する。

(2) 効率的な流通システムの構築

新市場においては、市場流通コストの削減を図るため、搬入から搬出までの一貫した物流システムを確立するなど、取引・物流両面の効率化を図る。

(3) 安全・安心の市場づくり

新市場では、法令上の衛生・品質管理はもとより、高度な衛生管理、よりよい品質管理が可能となる施設整備や体制づくりを行う。さらに、情報システムを構築し生鮮食料品のトレーサビリティを可能とするなど、安全・安心の市場づくりを行う。

(4) 顧客サービスの充実

厳しい流通環境の中で市場の活性化を図るためには、一層の顧客サービスが求められる。このため買い回りの利便性の向上及び商品や取引情報の提供など、ハード・ソフト両面からの顧客サービスを充実する。

また、加工・パッケージなどの付加価値機能を拡充し、顧客サービスの向上を図る。

(5) 環境への配慮

環境負荷が大きい大規模施設としての社会的責務を果たすため、新市場においては排ガス・騒音の抑制、リサイクルによるごみの発生量の抑制などの対策を講じ、環境負荷の低減、省エネ・省資源を実現する。

(6) にぎわいの創出などまちづくりへの貢献

これまでの市場は、流通機能に重点が置かれてきた。新しいまちづくりが行われる豊洲地区に建設する新市場においては、賑わいゾーンの設置や魅力ある都市景観に配慮するなど、まちづくりに貢献する市場とする。

第2章 基本計画の内容

1 施設計画

建設予定地

(1) 建設予定地の概要

ア 位置

江東区豊洲6丁目 5・7街区及び6街区の一部

(平成18年度土地区画整理事業完了後)

イ 敷地面積

約37.5ha(防潮護岸を含んだ総面積約44ha)

(2) 建設予定地の立地特性

ア 周辺環境

- 豊洲地区は、都心の東南部、東京湾エリアの中心に位置し、三方が海に囲まれている。
- 豊洲地区は都心から2～4kmの位置にあり、飲食、物販施設が多数集積する銀座・築地地区、職・遊・住が共存する晴海地区、再開発計画が進行している豊洲1～3丁目地区、さらには臨海副都心地区に隣接している。
- 建設予定地の周辺は、豊洲・晴海開発整備計画に基づき、職住が近接した都市型居住のまちづくりと、業務・商業、居住、文化などが調和した複合市街地及び東京の海の玄関にふさわしい文化と交流のまちづくりが進められている。

イ 交通環境

豊洲地区には、都心部と臨海副都心とを結ぶ広域幹線道路と公共交通機関が整備される。

- 南北に、都心と臨海副都心を結ぶ晴海通り、環状2号線が延伸され、東西には豊洲1～3丁目と臨海副都心を結ぶ補助315号線が整備される。

- 東京臨海新交通臨海線「ゆりかもめ」が有明駅から延伸され、豊洲地区内に設けられる豊洲1駅、2駅（仮称）を経て地下鉄有楽町線豊洲駅と接続する。

ウ 立地特性

豊洲地区は、新市場の建設に不可欠な、以下の条件を満たしている。

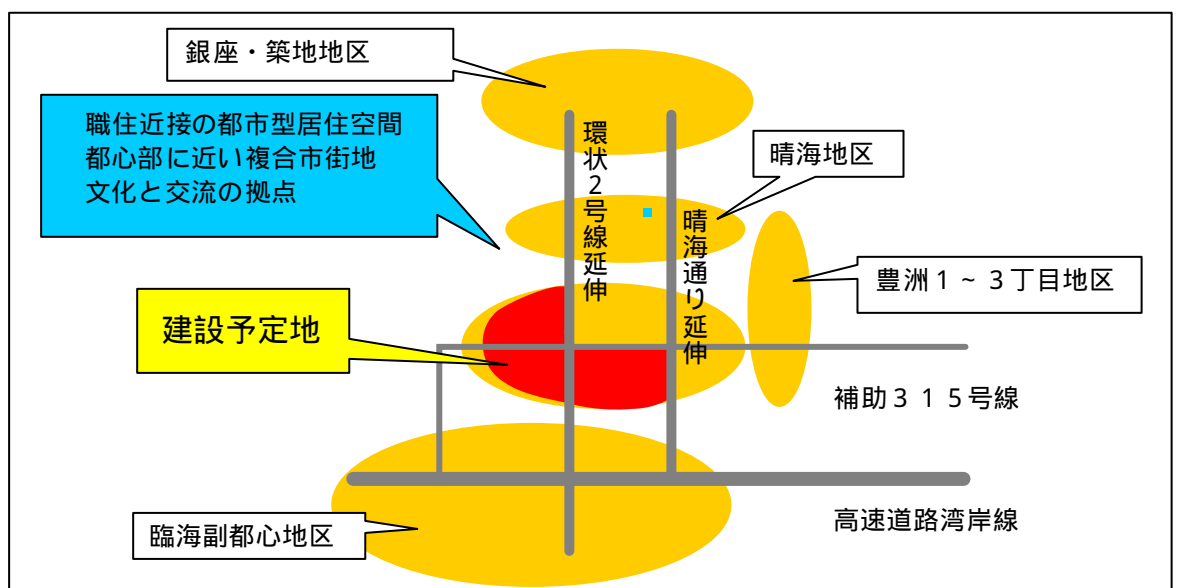
（ア）消費地である既成市街地の外周地域で、交通条件の良好な位置

- 高速道路の出入口・主要幹線道路の結節点に位置する。
- 輸入食料品の搬入拠点である東京港、羽田空港からの輸送利便が良い。
- 生鮮食料品の海上輸送が可能である。
- 市場利用者のための公共交通機関が確保できる。

（イ）機能、経営面で現市場との継続性が保てる位置

- 冷蔵庫等の関連施設が多い東京湾中央部に位置し、現市場に近い。

図 8 建設予定地の立地特性



ゾーニング

ゾーニングの考え方

豊洲地区のまちづくりに配慮した3種類のゾーンを設定し、施設配置計画のベースとする。

ア 流通ゾーン

- 補助315号線の高架下及び環状2号線下の市場専用アンダーパスで結ばれた、5・6・7街区を流通ゾーンとする。
- 効率的な物流の確保や市場内交通の円滑化などの観点から、取扱品目別に機能配置することとし、5街区には青果部卸・仲卸、6街区には水産物部卸、7街区には水産物部仲卸の各機能を配置することを基本とする。

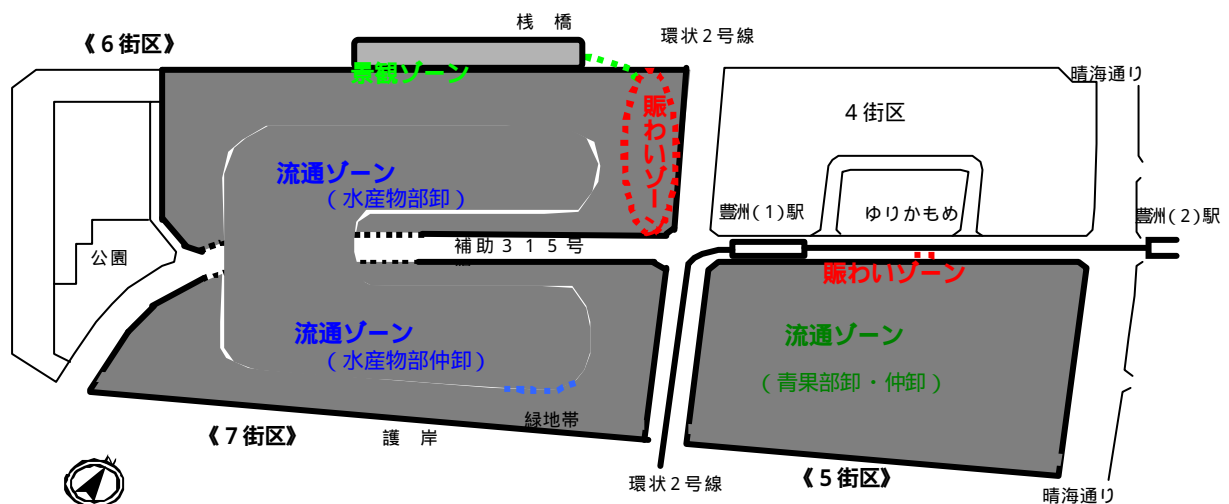
イ 景観ゾーン

- 6街区の晴海側護岸沿いを景観ゾーンとして、東京の海の玄関にふさわしい景観を確保する。

ウ 賑わいゾーン

- 6街区の環状2号線沿い及び5街区の東京臨海新交通臨海線「ゆりかもめ」の2駅を結んだ軸沿いに賑わいゾーンを設け、市場ならではのにぎわいを創出する。

図9 ゾーニング



施設配置

(1) 施設配置の基本的考え方

施設配置の基本的考え方は、新市場の果たすべき機能や建設予定地の立地特性を踏まえ、以下のとおりとする。

ア 新たな機能に対応した施設の設置

- 首都圏のハブ市場としての機能を発揮するため、転配送センターを新たに設ける。
- 取引の多様化に対応するため、新たに多目的な荷さばきスペースを卸・仲卸施設に設ける。
- 加工やパッケージ等のサービス機能を充実するため、加工・パッケージ施設を設ける。

イ 効率的な物流の実現

- 物流を担う施設は、搬送距離の短縮や搬送経路の円滑化を目指した機能的な配置とする。
- 晴海側水域に海上輸送等のため棧橋を設置する。
- 5・7街区間及び6・7街区間に連絡路を設ける。

ウ 衛生的な屋内環境の確保

- 衛生を保持するため卸・仲卸施設は閉鎖型の施設とし、荷の搬出入はバースを介して行うことを原則とする。

エ 円滑な車両動線の確保

- 入退場時に車両の管理や誘導を行うため、市場の出入口にゲートを設ける。
- 入退場車両の効率的で円滑な移動を確保するため、駐車場付近等での低速移動車と錯綜しないよう、敷地の外周部に周回道路を設置する。

オ 市場利用者の利便性に配慮

- 歩行者の安全性を確保するため、歩行者と車両の動線が錯綜しないよう、各街区を結ぶペDESTリアンデッキを設置する。

- 買出人用の駐車場を、できる限り仲卸売場に近接して設ける。
- 水産、青果の買い回りに配慮し、5・7街区間を結ぶ連絡路を設ける。

カ 流通の変化に柔軟に対応

- 将来の流通変化に対応して施設機能の更新や増改築などが容易にできる施設とし、周囲にできる限り発展余地を確保する。

キ 周辺の街づくりや景観に配慮

- 水際線や周辺の街区に隣接したエリアは、積極的に緑化するとともに街並みに調和した建物デザインとする。

ク にぎわいの創出

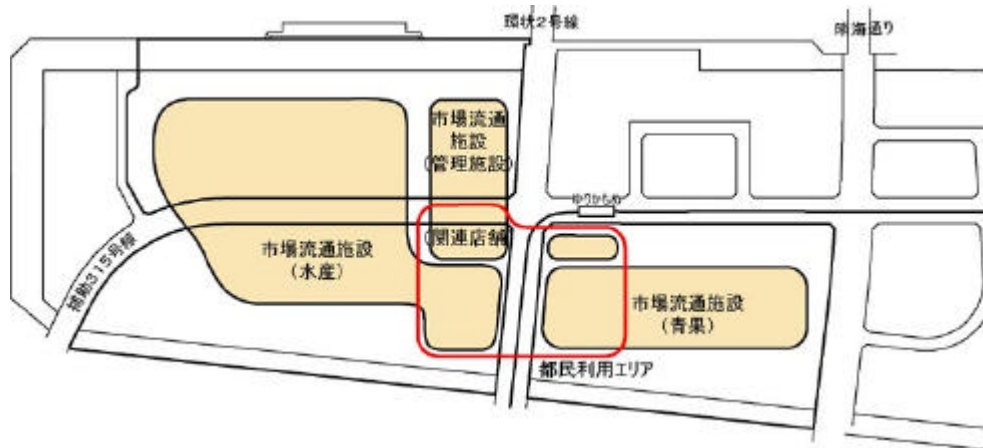
- にぎわいのある市場づくりのため、都民や消費者に開かれた施設を、都民が利用しやすい位置に配置する。

(2) 配置計画の今後の進め方

- 施設配置計画にあたっては、新市場が備えるべき流通機能とにぎわい機能を適切に調和させる必要がある。
- このため、市場流通機能とにぎわい機能との関連に着目した以下の案を設定し、「東京都環境影響評価条例」に基づく計画段階環境影響評価手続により、それぞれの案について、広く都民の意見を聴き、幅広い視野から検討を進め配置計画を確定する。

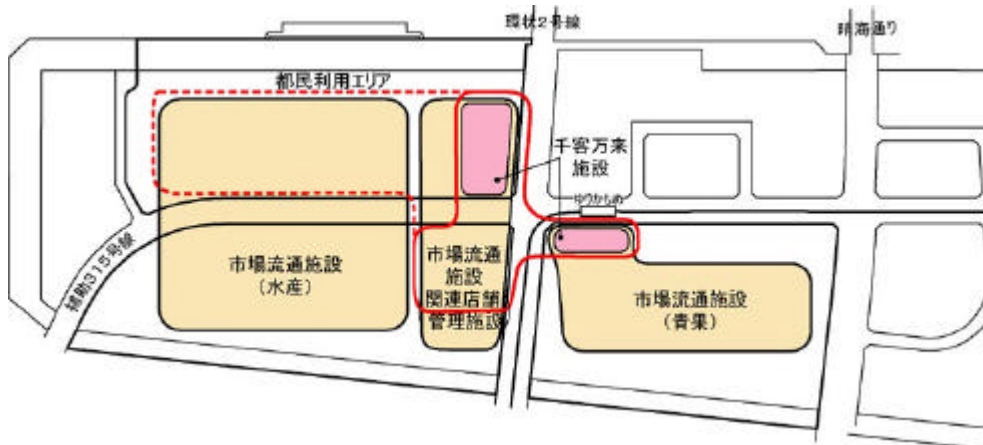
【案1】市場流通機能を都民に開放する案

都民は、仲卸売場の一部、関連店舗等を利用する



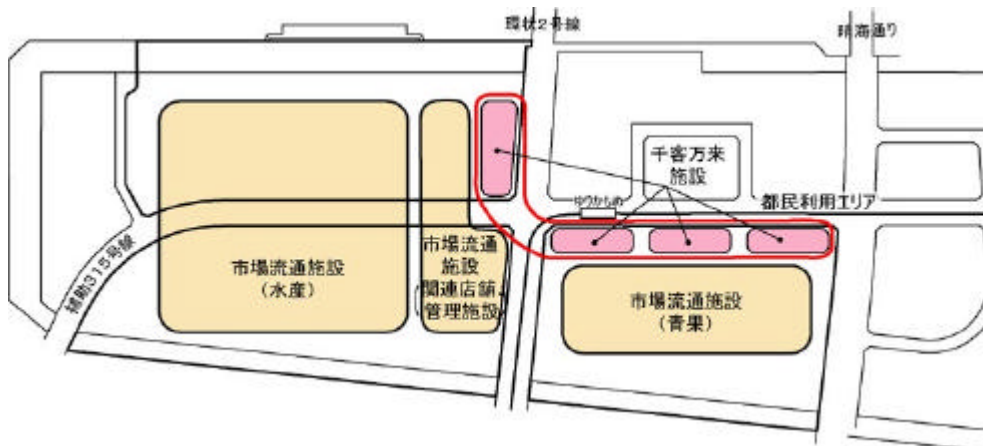
【案2】市場流通機能とにぎわい機能とを重層化する案

都民は、市場流通機能の上部に設けた千客万来施設、関連店舗等を利用する



【案3】市場流通機能とにぎわい機能を分離する案

都民は、千客万来施設のみを利用する



施設規模

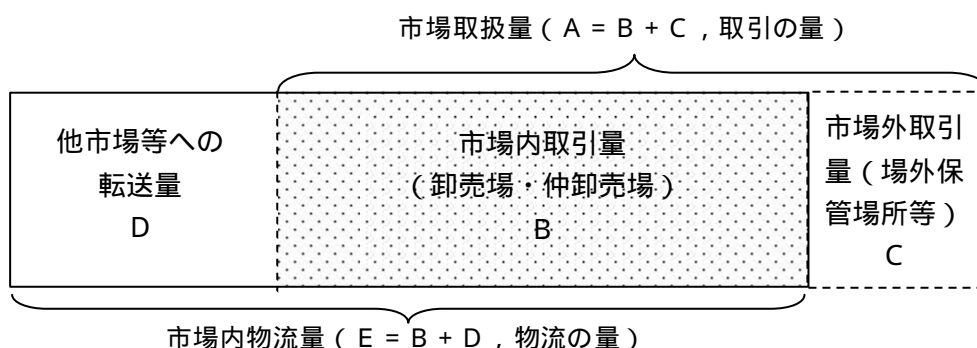
(1) 新市場の取扱量と物流量

新市場の施設規模は、平成24年度（開場時）の市場内を経由する物流量（以下「市場内物流量」という。）を推計し、これを基に算定した。

ア 市場取扱量と市場内物流量の関係

- 市場取扱量は、卸売業者が市場内で行う取引の量（以下「市場内取引量」という。）と市場外の保管場所等で行う取引の量（以下「市場外取引量」という。）からなり、市場における卸売業者の取引の総量である。
- 市場内物流量は、市場内取引量に卸売・輸送業者が取り扱う他市場等への転送量などを加えた、市場における物流の総量である。

図 10 市場取扱量と物流量



イ 市場取扱量の予測

- 市場内物流量を算定するために、まず、市場取扱量を予測した。
- 市場取扱量の予測は、過去の取扱量の推移及び首都における将来の人口と食料需給等を考慮し、そのうえで新市場の占有率（シェア）を予測して算定した結果、水産物が日量 2,300 トン、青果物が日量 1,300 トンと推計した。

参考1 市場取扱量の予測（日量）

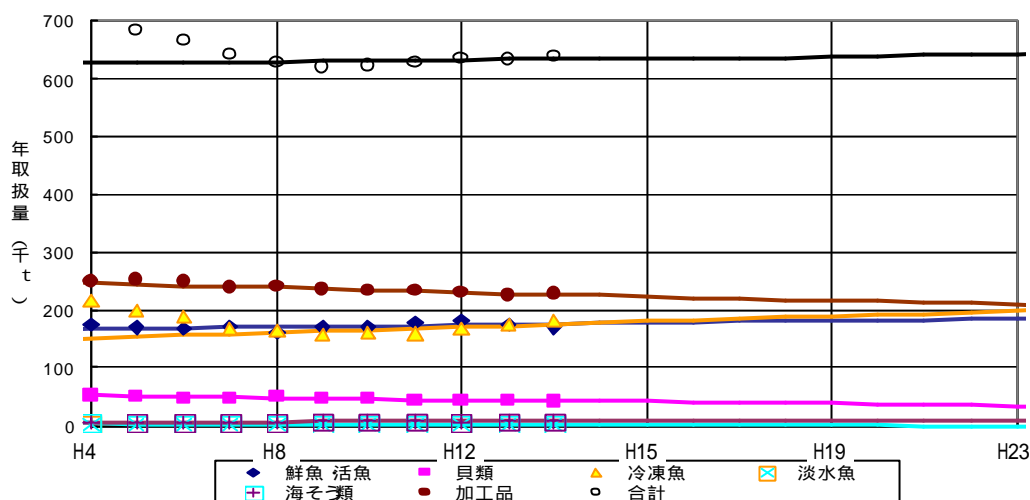
取扱種別(水産6種・青果5種)ごとに、過去8年間の取扱量変化傾向を将来に延長して推計

水産物：2,345トン 青果物：1,299トン

参考2 過去3年間の現市場の取扱量実績平均（日量）

水産物：2,302トン 青果物：1,373トン

図 11 水産物部種別取扱量の推計



資料：東京都中央卸売市場調べ

ウ 市場内物流量の予測

● 市場内物流量の算定方法

市場取扱量から市場外取引量を除いた市場内取引量に他市場転送量を加えて算出した。

● 市場内物流量の予測

水産物の市場内物流量は、市場取扱量日量 2,300 トンから市場外取引量日量 400 トンを除いた市場内取引量日量 1,900 トンに他市場転送量日量 1,000 トンを加え、日量 2,900 トンと算定した。

青果物の市場内物流量は、市場外取引と他市場転送分がほとんどみられないことから、市場取扱量と同じ、日量 1,300 トンと算定した。

エ 将来の流通の変化による市場内物流量について

- 市場を取り巻く流通環境の変化から、市場の取扱量及び物流量については、様々な増減要素が考えられる。
- 取扱量の減少要素としては、市場外流通の拡大、中小の小売店・飲食店などの減少などがある。一方、新市場において、効率的な物流システムの構築による、コストの削減、市場内物流時間の短縮、付加価値機能の充実など魅力を高めることなどで、市場取扱量の増加が期待できる。
また、物流量においても、規制緩和等による市場外取引の拡大による減少要素、仲卸業者が卸売業者以外のものから買い入れる物品による増加要素などが予測できる。
- 取扱量の増減、物流量の増減の要素を総合的に勘案し、市場内物流量は、現状の水準で安定的に推移すると予測されることから、イで推計した予測値を基本に現状を踏まえたウの物流量を、施設規模の算定の根拠とする。

(2) 施設規模算定の考え方

ア 主要施設（卸売場、仲卸売場等）

- 市場内物流量を水産物が日量 2,900 トン、青果物が日量 1,300 トンとし、これらが各施設を経由する量を、標準取扱量（単位面積当たりの取扱量）で除して算定した。
標準取扱量は、農林水産省が定める卸売市場施設規模の算定基準を基本とし、現市場の実状を加味して設定した。

イ 駐車場

- 新市場の入出場車両台数の予測値などにに基づき算出した結果、出荷者、買出人などの駐車場台数は約 5,200 台とした。
このうち小型車駐車場台数約 4,000 台は立体駐車場で対応することとし、施設規模に加えた。

ウ その他の施設

- 新たな機能に対応する施設や関連店舗・管理施設等については、機能の特性を踏まえ、他市場の例等を基に算定した。

なお、各施設の詳細な施設規模については、今後、民間事業者の建設計画などを踏まえ、施設配置の具体化などと併せて検討を行い確定する。

また、市場制度の改革や市場業界の取組等により、新市場で取り扱う物流量等が著しく変化した場合には、施設規模について、弾力的な対応を行う。

主要施設における物流量を基に、主要施設の必要面積を算出した。

図 12 水産物部の物流フロー

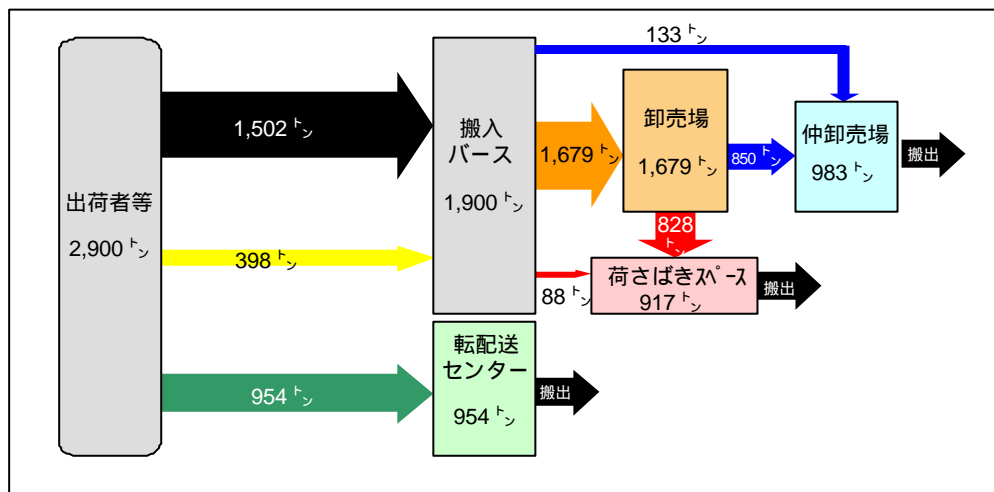
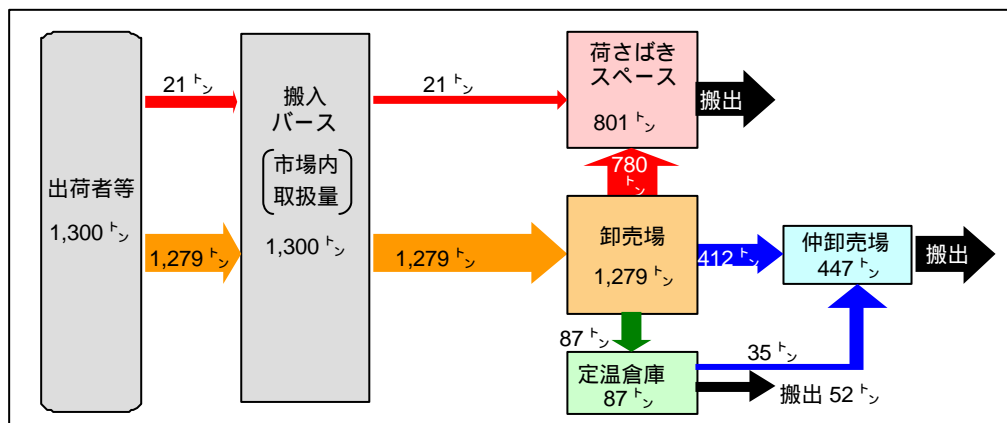


図 13 青果部の物流フロー



(3) 施設規模の設定

		計画面積 (m ²)	主な対象施設
水産物部	卸施設	65,000	卸売場、 <u>荷さばきスペース</u> 、 卸売場・仲卸売場連絡通路、 卸事務所、 <u>転配送センター</u>
	仲卸施設	69,000	仲卸売場、買荷スペース(含共同配送)、 <u>荷さばきスペース</u> 、仲卸事務所、 <u>加工パッケージ施設</u>
	冷蔵庫	35,000	
	計	169,000 (134,000)	
青果部	卸施設	29,000	卸売場、 <u>荷さばきスペース</u> 、 定温倉庫、卸事務所
	仲卸施設	21,000	仲卸売場、 <u>荷さばきスペース</u> 、 仲卸事務所、 <u>加工パッケージ施設</u>
	計	50,000 (37,000)	
関連店舗・ 管理施設	関連店舗・団体等	28,000	関連店舗、 官公庁、団体事務所等
	エネルギー施設等	27,000	各種機械室等、リサイクル施設
	立体駐車場	120,000	約4,000台
	計	175,000 (147,000)	
合計		394,000 (318,000)	

注1：計画面積欄の()内は現市場の規模

注2：主な対象施設欄の 内は新市場において新設される施設

2

効率的な流通システム

一貫した物流システム

現市場での取扱物品は、水産物で約450種類、青果物で約350種類、年間100万トンにのぼる生鮮食料品を取り扱っている。

国内各地はもとより広く海外からも入荷しており、供給圏は都内及び関東近県に及んでいる。

また、取引形態の多様化や現市場のハブ機能化等が進み、場内の物流が複雑化している。

新市場においては、市場内物流の効率化を図るため、流通の形態に対応した一貫した物流システムを構築する。

(1) 現市場における物流の課題

開場時（昭和10年）の物流量や物流システムを基本につくられている現市場は、敷地や施設規模が狭あいであること、市場内の物流に統一性がないことなどから、結果として物流コストの増大や、出荷者や買出人へのサービス低下をもたらしている。

項目	現市場の課題
事業主体	多数の流通関係業者による、場内の物流の不統一及び輻輳化
スペース	待機スペース不足による路上駐車が発生及び場内動線の輻輳化
荷役機能	荷役専用スペースの不足による荷おろし時間の長期化
施設配置	各施設の分散による搬送時間ロス及びコスト増
場内搬送	少量多頻度搬送による場内物流動線の混雑
集散機能	転配送専用スペースの不備による出入口及び通路への悪影響

(2) 新市場における具体的方策

新市場では、流通コストの削減やスピードアップを図り、出荷者や買出人へのサービスの向上を図ることを眼目に、市場への物品の搬入から搬出までを合理的・一元的に管理運営する一貫した物流システムを構築する。

また、消費者に安全で安心な食料品を提供するため、搬入から搬出まで一貫したコールドチェーンを確保できる施設とし、バース形式による搬出入の方式を導入する。

ア 作業やシステムの共同化・一元化

- 市場流通の効率化のため、作業システムの共同化・一元化が必要である。
- 搬入から搬出までの作業や物流・商品管理を集中的かつ一元的に管理するためには、情報システムの活用や場内搬送体制の共同化・一元化が不可欠であり、現在の複数体制の再編を図っていく。
- また、統一規格のパレット・容器を導入するなど荷の規格化を進めていく。

図 14 現行による各施設への荷の流れ（水産物の場合）

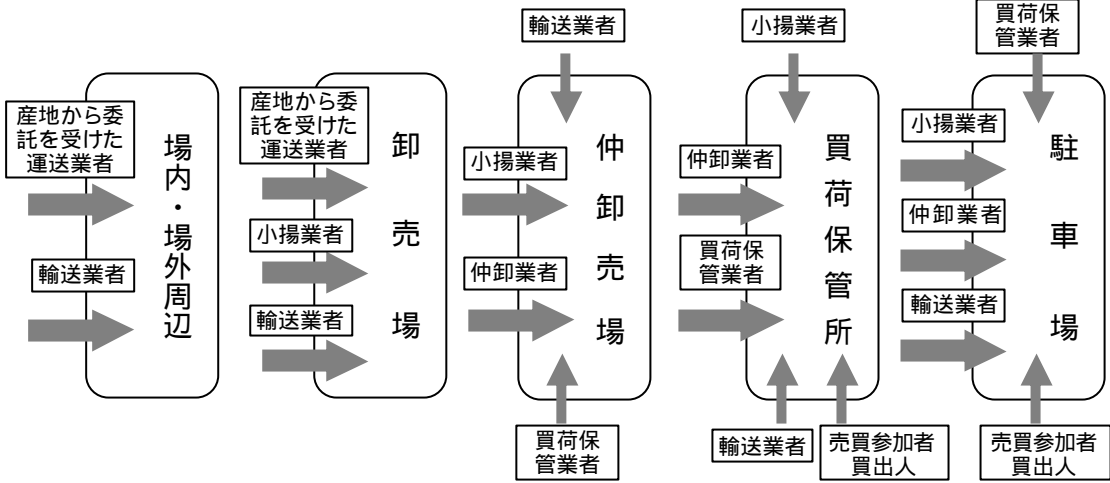
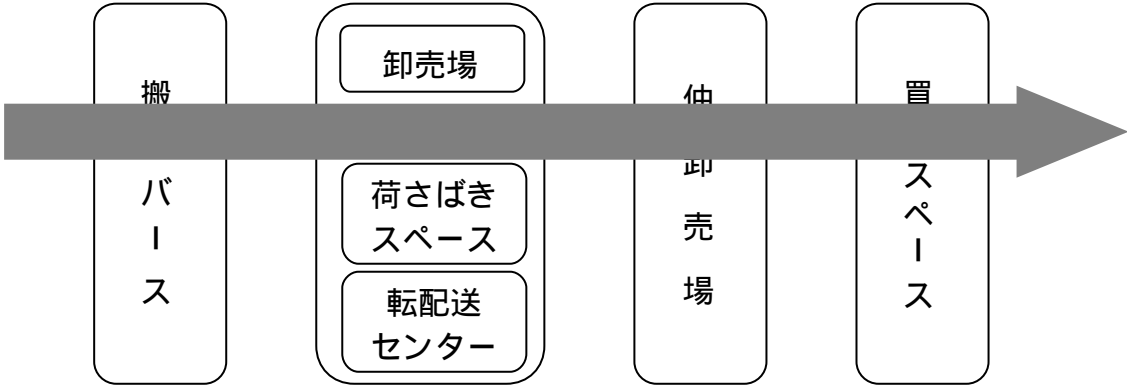


図 15 新市場における荷の流れ



作業やシステムの共同化・一元化による効果

- ・ 適正な場内動線が確保され、スムーズな移動が可能となる。
- ・ 物流コストと場内搬送車両が削減できる。

イ 効率的な物流のための施設配置

- 市場における施設配置は、できる限り荷を移動させないようにすることを基本に、荷の流れや取扱量に応じた作業エリアを卸・仲卸施設に、新しく配置する。

転配送センター：

他市場への転配送品を仕分ける専用施設を設置する。

荷さばきスペース(卸施設)：

卸売業者が仲卸業者又は売買参加者以外へ販売した商品や、大口需要者(量販店等)向け商品の仕分けを行う。

荷さばきスペース(仲卸施設)：

仲卸業者が卸売業者以外の者から買入れた物品などの仕分けを行う。

- さらに、施設の時間帯別使用を検討し、施設の有効利用を図る。

ウ 場内搬送方法の合理化

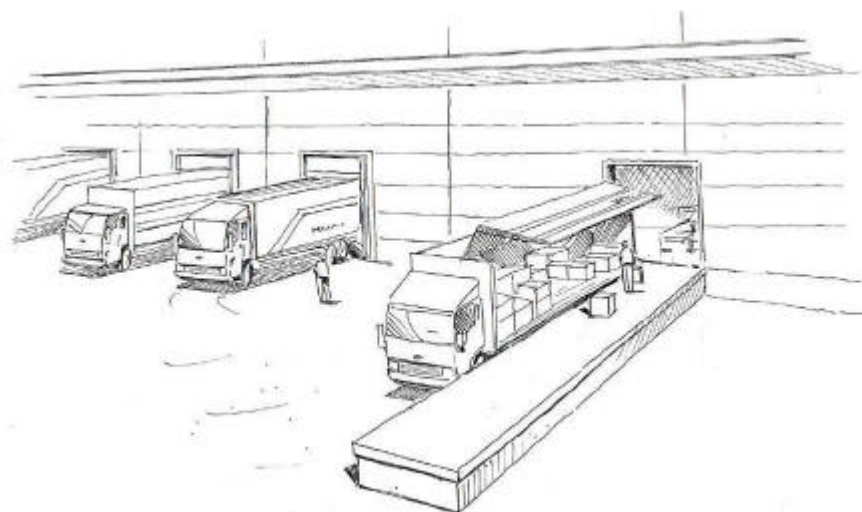
- 新市場においては、搬送車両の削減や円滑な物流動線の確保など場内搬送方法の合理化を図るため、新たな搬送車両や自動搬送装置等を導入する。
- 導入にあたっては、搬送時の荷姿や重量、その頻度など取り扱う物品の特性が大きく異なることから、品目や取引段階ごとに適切な搬送方法を採用する。
- 具体的には、水平搬送として有軌道型、無軌道型、つり下げ型などの自動搬送装置、垂直搬送としての垂直搬送設備などについて、品目ごとの荷姿や重量、取引のロット等の特性を踏まえた採用可能な搬送方法を選択する。

エ バースの形式による荷の搬出入

- 機能的かつ衛生的な搬出入を行うため、卸売場、仲卸売場、転配送センターに新たに搬入・搬出バースを設置する。

- バース予定台数は、時間帯別・目的別入場予測車両台数を基に算出し、水産物部で約230台、青果部で約100台と設定した。

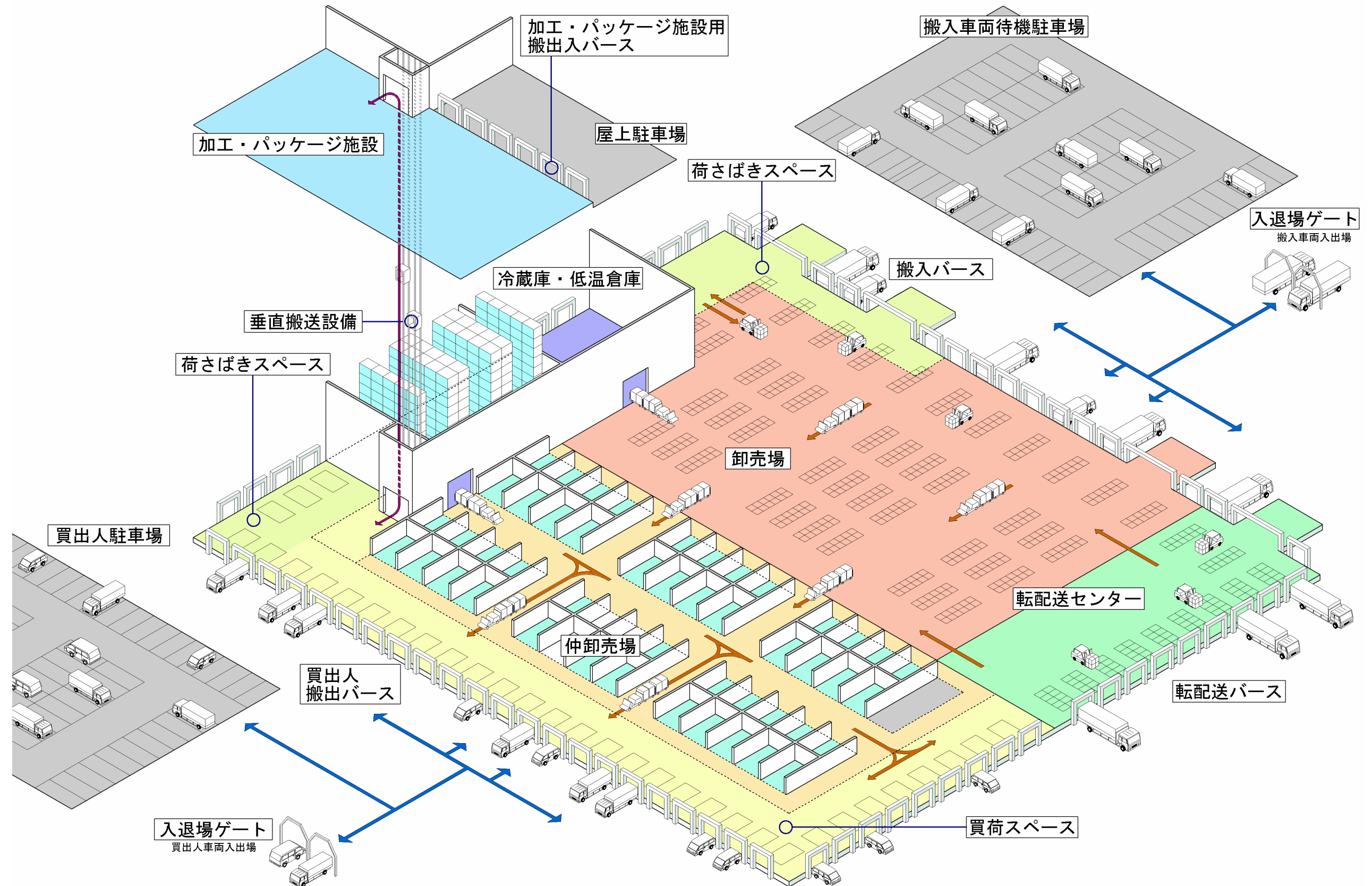
図 16 さまざまなバース形式



(3) 方策の実現に向けて

- 本基本計画で定めた、水産・青果の機能配置や施設規模の大枠を踏まえ、今後、部門別、物流エリア別の搬送方法や搬送体制について、開設者と市場業者が連携し具体化をしていく。
- 作業やシステムの共同化・一元化と場内搬送方法の合理化については、市場業者が事業主体となり、また、施設配置やバースの設置については、市場の管理・運営の観点から開設者が整備主体となって取り組んでいく。

図 17 新市場における物流システムのイメージ



流通を支える情報システム

物流の効率化や市場運営コストの削減、取引の省力化や電子商取引への対応など、新市場に求められる機能を、より効率的、効果的に発揮するため、新しい情報通信技術を活用した利用しやすい情報システムを構築する必要がある。

(1) 現市場における課題

- 市場の特性から出荷者や買出人等の入出場車両が多く、特定の時間帯に集中する傾向があり、市場の内外で車両の渋滞や混雑を引き起こしている。
- 一部に入荷した商品に独自にバーコードを付し、販売管理や商品管理を実施している例もあるが、大量多品種の商品を取り扱うことなどの制約から情報化が進まず、全体としては、目視や書類による検品などが行われており、必ずしも効率的な物流管理となっていない。
- 社会一般では、インターネットを利用した取引や電子決済が拡大しているが、生鮮食料品流通に関しては、産地や出荷者の情報化が進んでいないことや、量販店などの取引先で使用する情報システムが各々異なっていることなどから情報システムの活用が進んでいない。

(2) 新市場における具体的方策

新市場においては、卸売市場の流通システムの核である車両誘導・駐車場管理、物流管理、商取引を中心に情報システムを整備する。

ア 車両誘導・駐車場管理

新市場においては、市場の入口から出口まで、円滑に荷の搬出入ができるよう、車両をバースや駐車場へ誘導するシステムを構築する。

システム構築の方向性

- 入出場ゲートで出入車両の確認と、バースや駐車場への誘導のため、IC タグ等の活用による自動認識システムを採用する。
- 買出人の車両は、まず、駐車場へ誘導する。駐車場への誘導を円滑に行うため、音声案内や表示板等によるサービスを提供する。
- 買い回りが終わった後の買出物品は原則として、搬出バースに集める。買出物品が搬出バースに集まった時点で、当該買出人の車両に搬出バースへの誘導案内を、携帯電話や表示板により行う。
- システムを活用するにあたり、入場車両の事前登録を行う。登録車両の認識はICカードや携帯電話により行う。
- 臨時の車両など未登録車についても、ICカードの貸し出し等による対応を図る。

イ 物流管理

新市場においては、物流作業のスピードアップや迅速な入出庫管理を行うため、ICタグ等を活用し、卸売場や仲卸売場等の市場内の各流通段階で入出荷等の商品管理を行う。

システム構築の方向性

- 受け渡し時の数量確認や配送先指定を効率化するため、バーコードやICタグ等を利用した自動検品システムを採用する。
- 仲卸業者が短時間で、市場内での配送の確認ができるシステムとする。
- 買出人の搬出時間に合わせて買出物品が搬出バースに集積できるよう、ICタグなどを活用して商品毎の管理を行い、買出人が携帯電話や表示板で荷ぞろい状況の確認を行う。

- システムの構築にあたって、商品を共通に識別できる標準商品コードや取引のフォーマットである統一電子伝票（EDI標準メッセージ）などの規格化や普及を行う。

ウ 商取引

新市場における商取引の情報化は、卸売業者や仲卸業者等が販売管理や仕切管理など、日常の取引業務に活用するばかりでなく、経営の強化や拡大などの観点から、商品に対する消費者ニーズの動向など、情報分析に活用することを目指す。

システム構築の方向性

- 産地や出荷者がインターネット等を利用して交換した発注情報や出荷情報を、市場業者が随時、携帯端末やパソコンで確認する。
- 仕切情報や売渡情報、請求情報などを携帯端末やパソコンで交換して、迅速な受発注を行う。
- 市場業者間での取引及び代金決済を、ICカードや携帯電話などを利用して行う。
- システムの構築にあたって、商品を共通に識別できる標準商品コードや取引のフォーマットである統一電子伝票（EDI標準メッセージ）などの規格化や普及を行う。
- なお、専用カードは車両誘導・駐車場管理や物流管理等とも共用できる多目的なものとなるよう検討する。

(3) 方策の実現に向けて

- 情報通信技術の進歩は著しく、変化が激しいため、新市場で利用するシステムの整備については、低コストで、汎用性が高く、簡便で機器普及率が高いものを選択する。

- 情報通信技術をより効率的・効果的に活用するには、商品を共通に識別できる標準商品コードやフォーマット化されている統一電子伝票（EDI標準メッセージ）の普及などが不可欠であり、新市場内だけでなく、産地への働きかけなど全国的な取組も求めていく。
- システムごとの整備主体については、その目的と効果を考慮し、車両誘導・駐車場管理については、開設者が主体となり整備する。物流管理、商取引については、市場業者が主体となり整備をする。
- なお、新市場で構築した情報システムを核として、産地からの入荷情報、旬の商品情報など、生産者から小売段階に至るさまざまな情報を収集、分析し、それらを市場関係業者や都民のニーズに応じて提供できる情報ネットワークを形成する。

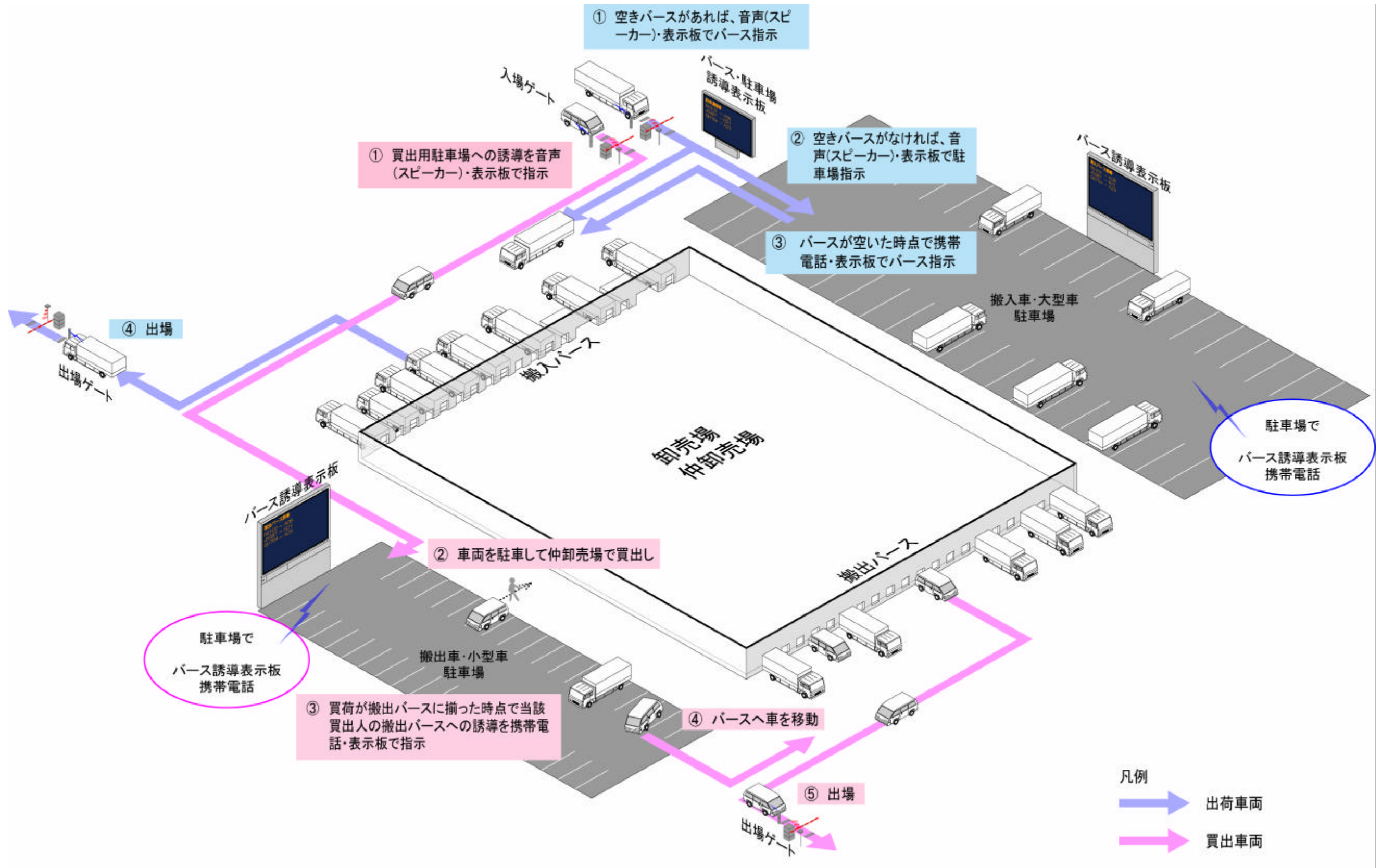
参考 生鮮EDI標準メッセージ

生鮮4品（青果、水産物、食肉、花き）において、商品を特定するために使用するコードであり、標準品名コードおよび標準商品属性コードで構成される。

【EDI標準メッセージの構成例】

生鮮共通商品コード	生鮮品		I	S1S2	C/D
4922	6	標準品名	態様	形状・部位	チェック
生鮮フラグ	4品識別	コード	(1~4)		デジット
	フラグ				
ほんまぐろの場合（商品コード = 4922610113005）					
4922	6	1011	3	00	5
日本 生鮮	水産物	ほんまぐろ	冷凍	加工なし	チェック

図 18 車両誘導・駐車場管理システムのイメージ



3

安全・安心の市場づくり

食の安全・安心の確保

「食の安全・安心」の確保は、卸売市場としての基本的な使命であり、近年、より一層の衛生対策の強化が求められている。

新市場においては、H A C C P 的視点に立った施設整備や体制づくりを行い、総合的に食の安全・安心を確保する仕組みを構築することにより、消費者の信頼に応える市場づくりを行うと共に、市場の競争力の強化を図る。

(1) 現市場における衛生管理の課題

- 現市場は、開放型の施設であるため、食品が外気等の影響を受け易いことや品質保持に必要な温度管理が十分確保されていないため、コールドチェーンが市場で途切れるなどの指摘がある。
- 食品置場、車両通路、人の通路などの区画が明確に区分されていないため、適切な商品管理がしにくい。

(2) 新市場における具体的方策

ア 高度な衛生管理の具体的方策

(ア) 衛生的な施設整備

市場における食品や人の動線を分析し、衛生上合理的な施設の配置を行うとともに、温度管理や洗浄のしやすさに配慮した構造や設備とする。

a 閉鎖型施設の整備

- 卸・仲卸売場などは、食品が外気や害虫・害獣の影響を受けないよう、原則として閉鎖型施設とする。

- 外気等からの影響を遮断する度合いについては、施設の使用目的や商品特性に応じ、できるだけきめ細かく設定する。

また、商品が建物間などを移動する際、外気からの影響を受ける恐れのある場所においても、必要な対策を講じる。

b 温度管理等

- 生鮮食料品の鮮度維持のため、商品特性に応じた物品管理の仕方に対応して、必要な区画を設けるとともに、適切な温度管理や湿度管理のできる施設とする。

c 清浄度に応じた区分

- 使用目的に応じた清浄度が確保できるよう、清浄度に対応した施設整備を行う。
- 物品や人が清浄度の異なる地区へ移動しないよう、動線に配慮する。
- 施設の清潔さを維持するため、可能な限り清掃が容易な構造とする。

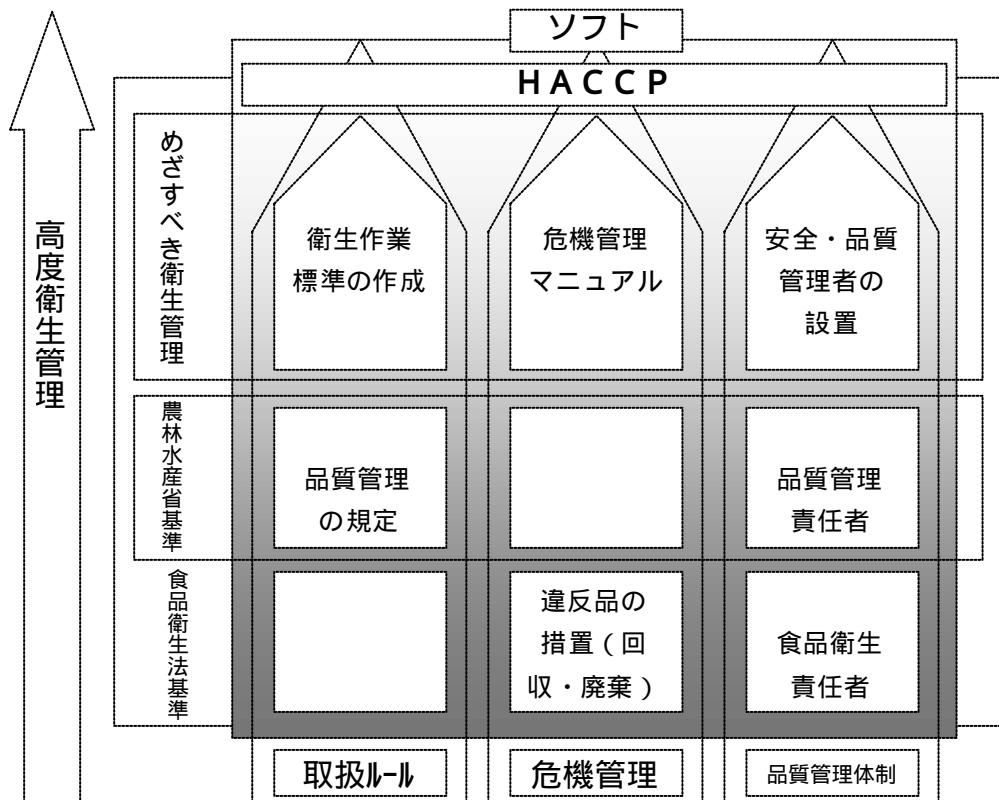
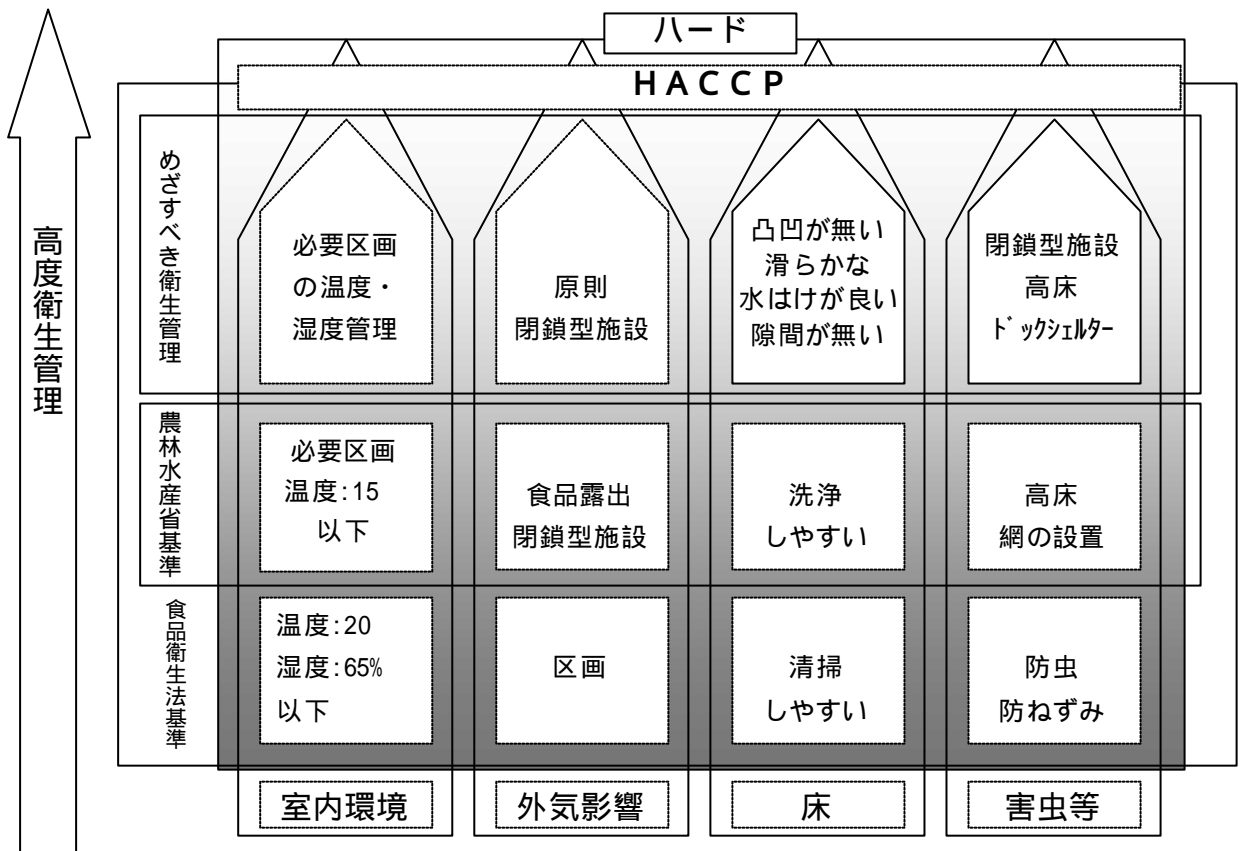
イ 安全確保のための体制づくり

- 人の健康を損なう恐れのある物品の排除、施設・設備の衛生的な使用方法及び物品の取扱い方法について、新市場に適したルールを作り、徹底する。
- 情報システムを整備し、食品の安全に関する信頼できる情報を確実に提供し、安心できる食材の提供や不正表示の排除などを行うため、トレーサビリティ・システムを導入する。

(3) 方策の実現に向けて

「食の安全・安心の確保」に向けた取組を確実なものとしていくためには、新市場への移転の前から、衛生的な荷扱いルールなどの確立に向け、市場関係者と協力し、必要な取組を進めていく。

図 19 新市場における高度衛生管理（HACCP的衛生管理）（具体的イメージ）



4

顧客サービスの充実

新たな顧客サービス

生鮮食料品流通に占める卸売市場経由率の低下や、一般小売店の減少傾向など、市場を取り巻く厳しい状況の中、市場の活性化を図るためには、新市場が時代の要請にかなった新たな機能を備え、顧客にとってより魅力のあるものとしていかなければならない。

さらに、顧客にとって利用しやすい市場づくりだけではなく、顧客に活力を与え、繁盛させていくための様々な仕組みを構築していく。

(1) 買出人の利便性の向上

ア 現市場では、場内動線の輻輳など、買出人が、必要な品揃えを行うために多くの時間を要することなどが、客離れの要因の一つともなっている。

新市場においては、買い回りしやすい動線の確保を図るため、水産・青果仲卸売場、関連店舗などの配置に十分配慮した施設整備を行う。

イ 買い回りや受発注にかかる時間を短縮することで、買出人の利便性を図る。

ウ 携帯電話やICカードなどによる代金決済のシステムや、商品の入荷情報や販売情報などを、顧客が事前に入手しやすくなるような情報システムを構築する。

(2) 卸・仲卸業者等によるリテールサポート機能の確立

ア 顧客の繁盛のための支援

卸・仲卸業者は、単に商品の販売に留まらず、顧客に対し「商品、価格、消費動向などの情報提供」「品揃えの提案」「従業員教育の提案」など、顧客の販売促進につながる営業活動が求められている。

これら営業活動は、卸・仲卸業者が共同で事業展開を行うことなどを含め、対象や事業の内容に応じて、効果的に実施していく。

イ 開業のための支援

中小小売店や飲食店の開業をめざす者への支援を行うことで、新しい顧客の拡大を図ることも必要である。

利便性の高いビジネスモデルの作成・提供、開業のために必要な品揃えの提供など、各種の相談を行える体制づくりについても検討をしていく。

ウ 実現に向けて

新市場において、顧客サービスを充実していくためには、卸売業者、仲卸業者等が、自らの営業活動として、具体的なあり方について検討をしていく必要がある。

付加価値機能

(1) 加工・パッケージ施設

ア 新市場における加工・パッケージ機能の必要性

- 近年、食品に対する消費者ニーズの多様化、流通チャネルの多元化及び商品自体の高付加価値化が進んでいる。
- 市場における加工・パッケージ機能は、顧客のニーズへのきめ細かい対応として必要性が高い。
- 加工・パッケージ機能に対するニーズは大きく2種類あり、スーパー等の量販店は市場に対し、「小口分化・リパック機能」を求めており、飲食店等の業務関係からは、調理向けの加工に対するニーズが高い。
- また、佃煮、練物等の加工品は現市場の代表的な商品のひとつとなっている。

表 1 加工・パッケージ機能の分類

分類 部門	一次加工 販売に即した形態への加工	二次加工 調理向けの加工	三次加工 加熱処理等を伴う製品加工
水産	小口分化・リパック 冷凍品の解凍 大物の解体、さく取り ドレス、セミドレス加工	フィレー、ロイン、チャンク等 切身、刺身加工全般 素干、塩干、塩蔵加工	佃煮、練物等 調理または加熱処理、 加熱加工
青果	小口分化・リパック 簡易なカット加工	皮むき、調理用カット加工 料理用食材の詰め合わせ	

イ 新市場における加工機能のあり方

(ア) 新市場における加工機能のあり方

現市場における、加工・パッケージ機能を新市場でも充実、強化するとともに、より、顧客のニーズに応え、商品の高付加価値化への対応が可能となるような整備を行う。

(イ) 整備の考え方

衛生対策の強化

- 加工・パッケージ施設は、H A C C P等を見据えた外気の影響を遮断した閉鎖型施設とする。
- 卸・仲卸売場から加工・パッケージ施設に原料を搬送する場合においても、コールドチェーンを確保できるような対策を講じる。

顧客ニーズへの十分な対応

- 仲卸業者等が共同で加工・パッケージを効率的に実施できるよう、新たに施設を整備する。

表 2 加工室の清潔度に応じた区分

ゾーン	作業内容	必要所室
普通ゾーン	原材料の受け入れ・検収、製品の保管・出荷	荷さばき室、事務室、倉庫など
準清潔ゾーン	加工前の下処理、カットニング、及び製品の金属探知機や箱詰め	加工室（原料一時保管、下処理）、サニタリールーム、通路など
清潔ゾーン	調理・加工作業、冷却、パッケージング、計量・包装	加工室（調理、製品保管・パッケージング）

（ウ）事業主体

加工・パッケージ機能は、事業者の意向を強く反映することが求められること、顧客のニーズに対応した弾力的な運営を図る必要があることから、「市場用地貸付制度」を活用し、市場業者を事業主体とする。

（２）冷蔵庫及び定温倉庫

ア 新市場に必要な冷蔵庫及び定温倉庫

食の安全・安心に対する消費者意識の高まり、消費者の食品に対するニーズの多様化、市場の品揃え機能への期待からも、取扱物品の特性に応じた鮮度保持と品質管理の徹底及び貯蔵・保管機能をもつ冷蔵庫及び定温倉庫が必要である。

イ 新市場における冷蔵庫の整備のあり方

冷蔵室・冷凍室には前室を設け、仕分け、ピッキング作業等、貯蔵・保管サービスを十分に確保できるよう整備を行う。

- 保管品目、保管期間、利用実態等に応じた設備とする。
- 入出荷の集中に対して効率的な運用が図られるよう、荷さばきスペースを確保する。

- 少量多品目の頻繁な出入りに対応できる施設構成とする。
- 冷凍野菜の保管など、新たな需要にも対応できるようにする。

ウ 新市場における定温倉庫の整備のあり方

定温倉庫は、青果部卸売場の温度管理のあり方を踏まえ、施設規模・内容を確定する。

エ 事業主体

冷蔵庫、定温倉庫は、現市場では、冷蔵庫業者等が設置・運営を行ってきた経緯がある。

これら民間事業者の運営のノウハウを活かしていくことが、より効果的であることから、「市場用地貸付制度」を活用し、市場業者を事業主体とする。

表 3 築地市場冷蔵庫の能力（8施設）

分類	S F 級 (-40 以上)	F 1 級 (-20 ~ -30)	C 1 級 (-10 ~ -20)	C 2 級 (-2 ~ -10)	C 3 級 (10 ~ -2)	合計
容積	3,807	47,983	8,785	985	3,272	64,832
能力	1,522	19,195	3,514	394	1,312	25,937
建築面積	-	-	-	-	-	8,798
延床面積	-	-	-	-	-	34,779

(単位：面積 m²、容積 ?、能力 t)

5

環境への配慮

環境対策

市場活動が環境に与える負荷として、自動車の排気ガスによる大気等への影響、コールドチェーンの充実に伴うエネルギー消費量の増加、包装容器や生ごみなどの廃棄物などがあげられる。

新市場においては、これらの要因をできるかぎり抑制する対策を行い、環境への負荷を低減する。

(1) 排気ガス対策

生鮮食料品流通の輸送手段の中心であるトラック等の車両から排出される窒素酸化物や粒子状物質、車両の走行時に発生する騒音・振動などを抑制することにより、地域住民の生活環境への影響の軽減、大気汚染等の周辺環境への負荷の低減を図る。

ア 搬出入車両対策

生鮮食料品の搬入・搬出のために市場に入場する車両については、下記の対策を行う。

(ア) 搬出入車両台数の削減

- 新たに拡充する買荷スペースを活用することにより、現市場において水産物部の仲卸業者を中心に実施している共同配送の利用を促進し、場内に入場する車両の台数を削減する。

(イ) アイドリング・ストップの徹底

- 保冷を行う必要がある冷蔵車や冷凍車が行うアイドリングをストップできるよう、車両につなぐ外部電源設備を整備する。
- 運転者が車内待機のためのアイドリングを行わないよう、運転者待機所を設ける。

- 車両側に装着する外部電源装置については、保冷を必要とする車両に外部電源装置を装着するよう出荷者、卸業者、運送会社等、市場業者をはじめとする食品流通関係業者に働きかけを行う。

イ 場内搬送車両対策

(ア) 車両台数の削減

場内搬送車両（フォークリフトや小型特殊車両）に代わる搬送手段（自動搬送機や仕分け機器等）の導入や物流の一元化・共同化により、場内搬送車両数を削減する。

(イ) 全車両無公害車への転換

- 閉鎖型施設は開放型施設に比べて排気ガス等の換気が難しいことから、場内搬送車両は排出ガスを出さない無公害車とする。
- 新市場においては、十分な電源設備を設置し、電動車等の無公害車が導入できる施設とする。
- また、移転までの間に電動化に向けての取組を強化し、無公害化を目指す。

ウ 船舶の活用

(ア) 棧橋設置の必要性

国においては、環境負荷低減のため、2010年までにモーダルシフト化率を50%に向上させることとしており、モーダルシフトの推進によるトラック輸送の抑制が求められている。

また、生鮮食料品の流通を担う新市場には、その立地特性から、大規模災害時において食料品などの広域輸送を行う必要がある。

このため、新市場では、棧橋を設置し、船舶の活用を図る。

(イ) 新市場における棧橋の活用

a 新市場棧橋の立地特性

- 新市場前面の水深は8m以上あり、現市場と異なり、大型船の着岸が可能である。

- 豊洲地区の晴海側水際線においては、東京の海の玄関にふさわしい景観的特徴を備えた施設づくりが求められている。
- 水際線には防潮護岸を整備、護岸の内側には緑地帯を設置する。

b 船舶輸送への期待

海上輸送で入荷できる可能性のある生鮮食料品を直接棧橋に入荷した場合、10tトラックに換算すると、年間約2,300台 ~ 約6,000台となる。

(棧橋利用が現状のままの場合) (現状+今後の可能性)

このことから、現状に比較して約3,700台の減少が見込まれる。

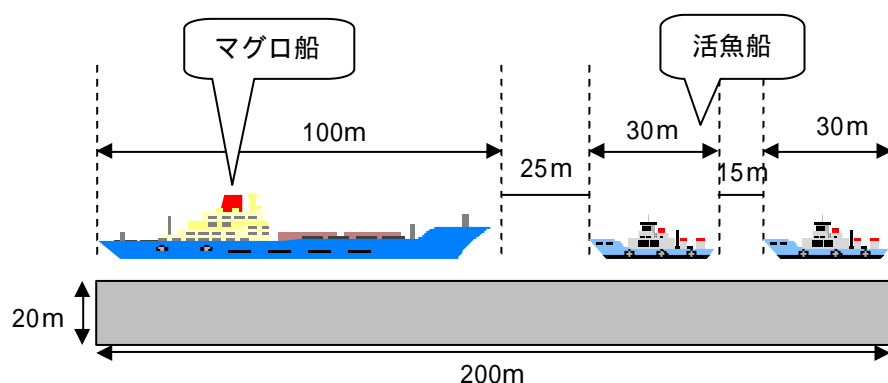
c 水上バスの導入

千客万来施設への来場車両の削減を図るため、水上バスの導入を検討する。

(ウ) 棧橋形状等

- 棧橋・市場間の物流動線は、護岸や宅地内緑地の歩行者動線を阻害しないようスロープを設置し、車両運搬により確保する。
- 生鮮食料品の棧橋入荷については、現市場で棧橋利用の現状や、季節的な繁忙期におけるスポット利用(みかんの取扱い等)、マグロの入荷時等の船舶の接岸を想定し、200mの長さとする。

図 20 新市場の棧橋接岸イメージ



(2) 地域環境への配慮

新市場は職・住近接型のまちづくりが進められている豊洲地区に位置している。

市場活動が周辺住民等の生活環境に影響を及ぼすことのないよう、十分に地域環境に配慮した市場とする。

ア 周辺への騒音や振動の遮断

市場機能からの騒音や振動が、直接、周辺街区へ影響しないような対策を講じる。

- 遮音効果が高くなるよう、建物の位置などを工夫する。
- 敷地境界に必要な応じて緩衝緑地帯等を設置する。
- 場内通路には、低騒音性舗装や保水性舗装を採用する。

イ 屋上緑化

東京都及び江東区の条例等に定める建物緑化面積を確保し、ヒートアイランド現象等の緩和や空調負荷の低減のため、可能な限り屋上緑化を行う。

ウ 光害対策

車両や駐車場等の漏れ光など、市場施設から近接地域への光の影響を削減する。

- 街路灯などの照明器具の高さや向きを工夫する。
- 施設配置や緑化（中高木）などにより、遮光効果を高める。

(3) 省資源・省エネルギー対策

新市場は、コールドチェーンの充実やH A C C P的市場とすることから、現市場に比べ、電力等のエネルギー使用量の増加が予想される。

新市場においては、省エネルギー化の促進や自然エネルギーの活用により、総エネルギー使用量を抑制する。

ア エネルギー

現市場における使用電力は、年間のうち外気温との差の大きい8月が最も使用量が多く、約9,800世帯分の電力を消費している。

時間帯別では、搬入・搬出作業が最も活発に行われる午前7時から12時の間の電力使用量が大幅に高くなる。

新市場においては、電力使用量の最大値と最小値をできる限り平準化し、電力負荷を軽減する。また、買電量を削減し、電力総量の抑制を図る。

屋上緑化等による建物の断熱性の向上

- 建物の断熱性を向上し、卸施設、仲卸施設の低温化に伴う空調負荷を低減する。

太陽光発電の活用

- 昼間時の買電量の抑制とともに、非常時の電力として活用する。

電力の平準化

- 電力使用量の平準化を図るため、コージェネレーションや蓄熱式空調システム等、エネルギー利用状況に合わせた最適なシステムを構築する。

イ 給排水

多くの水産物を取り扱う現市場では、一日あたり約11,200世帯分の大量の給水が必要である。

新市場においては、より衛生的な管理がしやすい構造とし、清掃等に使用する給水量を削減すると共に雨水の利用などを行い、給水量総量の削減を図る。

節水型の施設づくり

- 床を平滑にすることやドライフロアシステムを採用する等、清掃のための給水量を削減できるような施設仕様とする。

雨水の利用

- 屋上で集水した雨水を貯留し、便所洗浄用等の雑用水に利用することにより、上水の総使用量を抑制する。

(4) 廃棄物対策

現市場での廃棄物は、年間約17,000トン発生し、そのうち約4割がリサイクルされ、残りが清掃工場において焼却、又は、破碎処理後に中央防波堤最終処分場に埋め立て処分がされている。特に、生ごみについては、青果物の一部で生ごみのバイオマス化実験が行われているが、ほとんどが一般廃棄物として焼却されている。

また、発泡スチロールについては、現市場内で年間約3,300トンを破碎し、加熱・溶融処理を行った後、プラスチックの原材料として輸出している。

新市場においては、より一層のリサイクルを進め資源化率の向上を図るとともに、廃棄物発生量の抑制やエネルギーへの転換など、環境負荷低減を図る。

ア 基本的考え方

生ごみ

- 加工などの付加価値機能の充実が求められていることから、生ごみ等の廃棄物発生量の増加が見込まれる。

東京都スーパーエコタウン事業者をはじめとする民間事業者との連携を図り、生ごみのバイオマス化を進め、資源の有効活用を図る。

発泡スチロール

- プラスチックの原材料化に加え、エネルギー化など、多様な方法を比較・検討し導入する。
- 資源化の方法については、溶剤により減容し、外部のプラントにて再生成する方式、ガス化溶融によりエネルギー化する方式を中心に検討を行う。

- 市場内に設置する施設内容については、東京都スーパーエコタウン事業者などの民間事業者と連携しながら、整備主体である市場業者等と今後検討する。

プラスチック、廃パレット

- 梱包材として使用されるPPバンドやラップフィルム、物流に使用されているパレットなどのプラスチック類は、高いエネルギーを有していることから、今後は、東京都スーパーエコタウン事業者をはじめとする民間事業者との連携を図り、ガス化溶融等によるエネルギー化を進める。

缶・ビン、ダンボール、魚腸骨

- 缶・ビン・ダンボールは、再生資源業者が回収し、それぞれの原材料として再生する。
- 魚腸骨は飼料・肥料業者が回収し、飼料等に再生する。

イ リサイクル率の向上

現市場で廃棄物として処理をしている生ごみやプラスチック等については、エネルギー事業者等と連携し、新市場におけるリサイクル率を向上させる。

ウ 方策の実現に向けて

これら廃棄物対策を実施し、リサイクル率の向上を図るためには、適正なリサイクル施設の整備、廃棄物の取扱いルールなどを確立していく必要があることから、今後、市場業者と協議を重ね具体化を図っていく。

また、中間処理施設を含む廃棄物処理施設については、利用者である市場業者が主体となり整備を行う。

[参考] スーパーエコタウン事業の概要と平成 14 年度事業決定例

東京臨海部の都有地において、新たな環境産業の育成を図ることを目的に、民間事業者等が主体となり先進的な技術やシステムにより、廃棄物処理・リサイクル施設の整備を進めるもの。

ガス化溶融等発電施設

廃プラスチック類等を発電燃料として、ガス化溶融技術などの先進的な技術やシステムにより、高効率の発電等を行う施設

その他の施設

- 食品廃棄物等のリサイクル施設
- 建設混合廃棄物のリサイクル施設
- 廃情報機器類等のリサイクル施設

6

景観への配慮

景観計画

新市場は、地域のまちづくり開発と一体となって開発を進めるとともに、都市景観に配慮した魅力ある市場とする。

(1) 水辺の景観

ア 6街区の水際線

にぎわい軸に接続して安らぎや憩いの場を提供するとともに、都心の景観を望む絶景のウォーターフロント・プロムナードとして整備する。

- 5街区 7街区 6街区と連続する動線を確保する。
- 宅地内緑地の散策路や憩いの場等による魅力あるウォーターフロント景観を形成する。
- 栈橋は、新市場の海の玄関として景観に配慮する。
- 晴海方面及びレインボーブリッジからの景観に配慮し、可能な限り緑化する。

イ 5・7街区の水際線

- 都民が水に親しめる空間として整備する。
- 水際のうるおいを取り込んだ緑地として、並木、芝生、遊歩道、広場などを整備する。

(2) 緑化

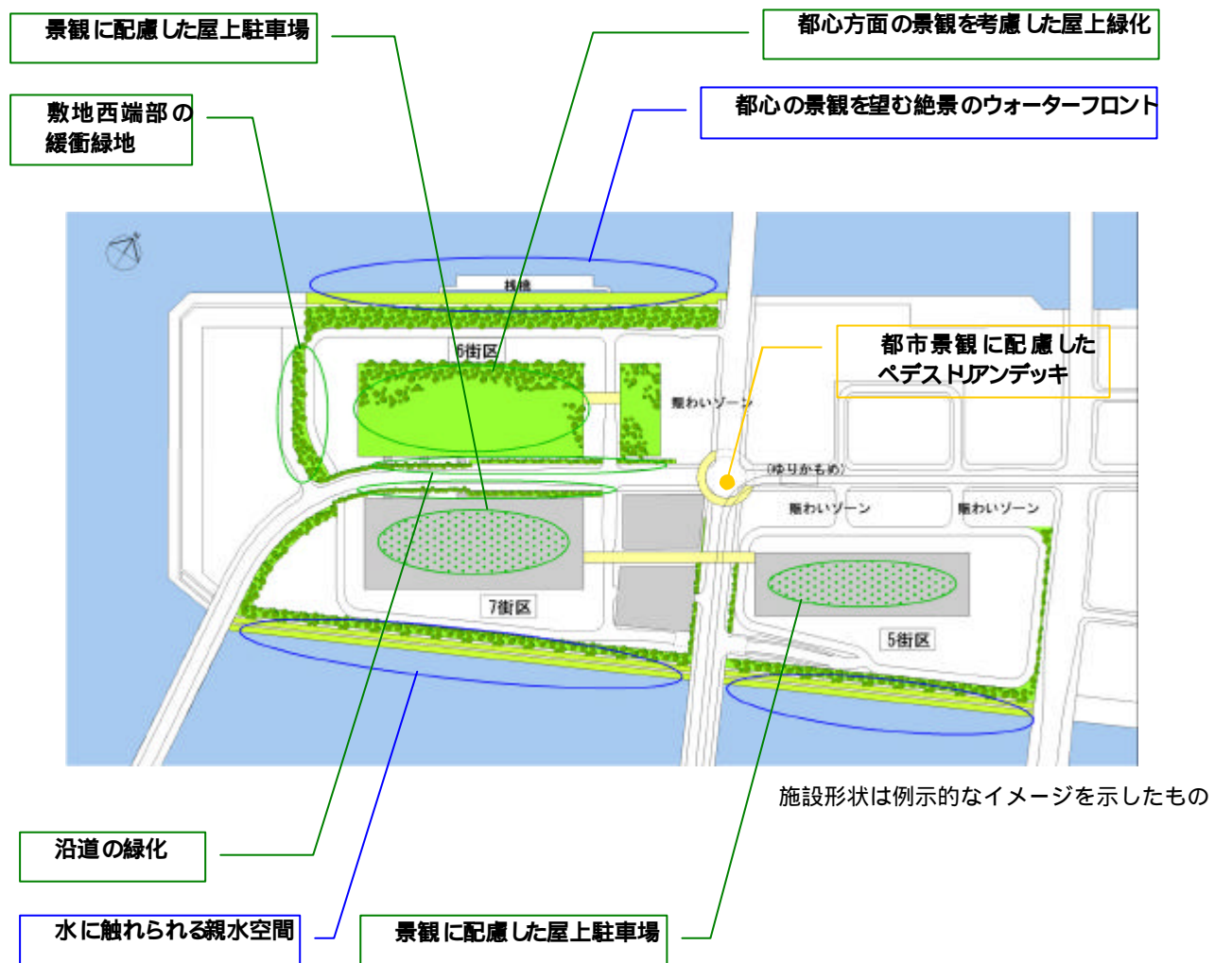
- 道路境界には、良好な都市景観形成を目的として緑化を推進する。
- 6街区西側端部は、緩衝緑地帯とする。

- 景観ゾーンに連担した6街区の施設は、積極的に屋上緑化を行う。
- 5・7街区の屋上駐車場は、景観に配慮した設えとする。

(3) 施設デザイン

- 施設デザインは、無機質的なものではなく、都市景観に配慮する。
- ゆりかもめの駅から5街区・景観ゾーンへつながるペデストリアンデッキは、都市景観に配慮したデザインとする。

景観への配慮



晴海側からのイメージ

7 千客万来の市場づくり

千客万来の市場づくり

(1) 「千客万来」機能の配置

豊洲地区は、豊洲・晴海開発整備計画において、まちの特色や個性を創出する、地区のにぎわいの中心となる「にぎわい軸」が、補助315号線から環状2号線沿いに、設定されている。

市場では、この計画を踏まえ、この軸沿いのゾーンに市場ならではのにぎわいを創出する。

(2) 「千客万来」の開発

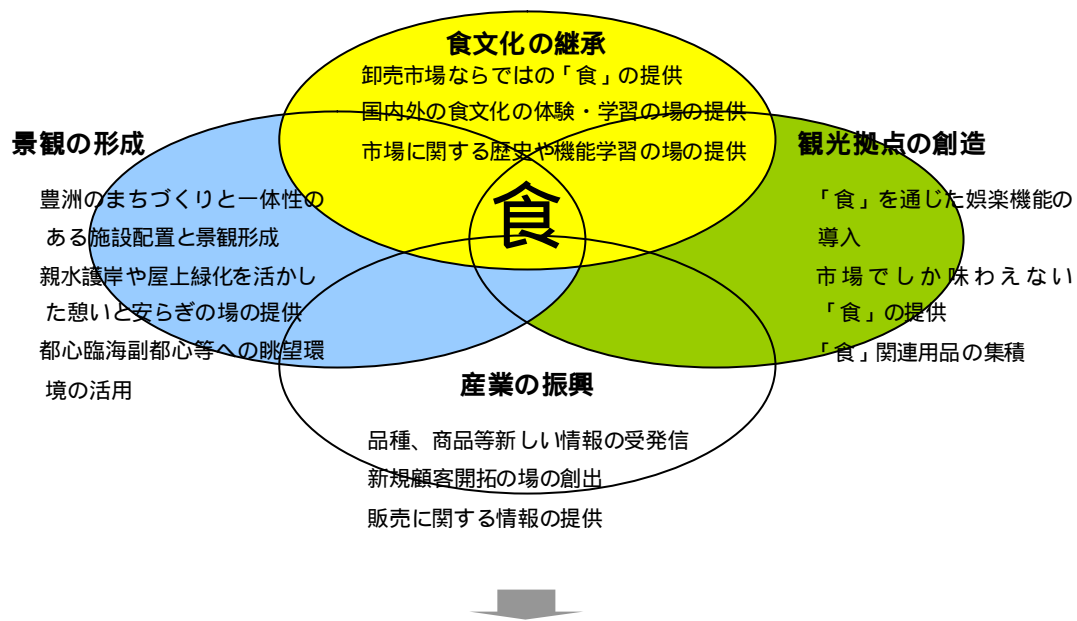
ア 開発にあたっての基本的考え方

- 日本全国から食材が集まる卸売市場という特性を活かし、都民・消費者に「食の文化を継承」する。
- ウォーターフロントの特性を活かし、都民・消費者に『憩いと安らぎの場』を提供する。
- さまざまな食に関する情報が集積する卸売市場の特性を活かし、市場の魅力を向上させ、国内外から人の集まる「東京の新しい観光拠点」とする。
- 食に関する商品の新情報や、消費者ニーズの動向等の情報の受発信により、市場関係業者の活性化を図る。

イ コンセプト

「『食』を中心とした出会いと楽しさに溢れる観光的要素を兼ね備えた市場づくり」をコンセプトに施設整備を進める。

図 21 「千客万来」の市場づくりの基本的考え方



『食』を中心とした「にぎわい」の都市観光施設づくり

ウ 開発手法

賑わいゾーンの機能を実現するために設置する施設の開発は、定期借地権方式などを利用した民間活力による効率的な施設整備・運営を図る。

また、開発事業者の選定にあたっては、優れた提案を持つ事業者を幅広く募集する。

施設規模、配置、具体的な施設内容及び施設構成については、今後、事業性の検討を行い、具体化を図る。

開発スケジュール

	平成 15年度	16年度	17年度	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度
千客万来 スケジュール	基本 計画	開発条件 調査		事業者選定		施設設計		建設工事	

(新市場の開場時期を最短の平成 24 年度と想定した場合)

第3章 計画の実現に向けて

1 民間活力の導入

民間事業者との役割分担

卸売市場の施設整備・運営にあたっては、限られた財源を有効に配分するとともに、市場の活性化を推進するため、民間との役割分担の下に、民間活力を積極的に導入することにより、整備・運営の効率化を図っていくことが必要である。

市場建設にあたっての国の動向及び都の動向

国の動向：農林水産省は、「平成16年度予算・金融・税制改正要望」において、卸売市場の効率的な整備・運営のためにPFIの導入を推進することを明記している。

都の動向：第二次都庁アクションプランにおいて、「豊洲新市場整備にあたっては、PFIなど、民間活力を活用した手法の積極的導入を図る」と明記している。

東京都中央卸売市場では、迅速かつ効率的な施設整備を促進するため、平成14年度より定期借地権方式である「市場用地貸付制度」による民活型土地利用システムを導入している。

導入手法

民間活力を導入するにあたっては、以下の手法が考えられる。

(1) PFI方式

ア 事業スキーム

民間が設計・建設を行い、施設完成後に所有権を都に移転し、民間が維持管理、運営業務を実施するBTO方式（サービス購入型）

民間が設計・建設を行い、施設完成後も民間が所有し続けるBOT方式（独立採算型）

などがある。

イ 現状・導入の効果、課題

- 他県の市場で、加工施設の整備においてP F I方式の導入を進めている事例がある。
- P F I制度により整備を行った場合に、建設コストの削減、都の財政支出の平準化が行えるなどの効果がある。
- 新市場は、整備すべき施設の規模が大きく多岐にわたること、また、市場利用者が膨大であるという特質があるので、P F I方式を導入するためには、長期的な金利を含むコスト負担や使用料の未収の場合などのリスク分担のあり方などについて、多角的に考察・検討していく。

(2) 市場用地貸付制度

ア 事業スキーム

所有地を一定の期間民間に貸付け、借受者が自ら施設を建設し運営を行う。

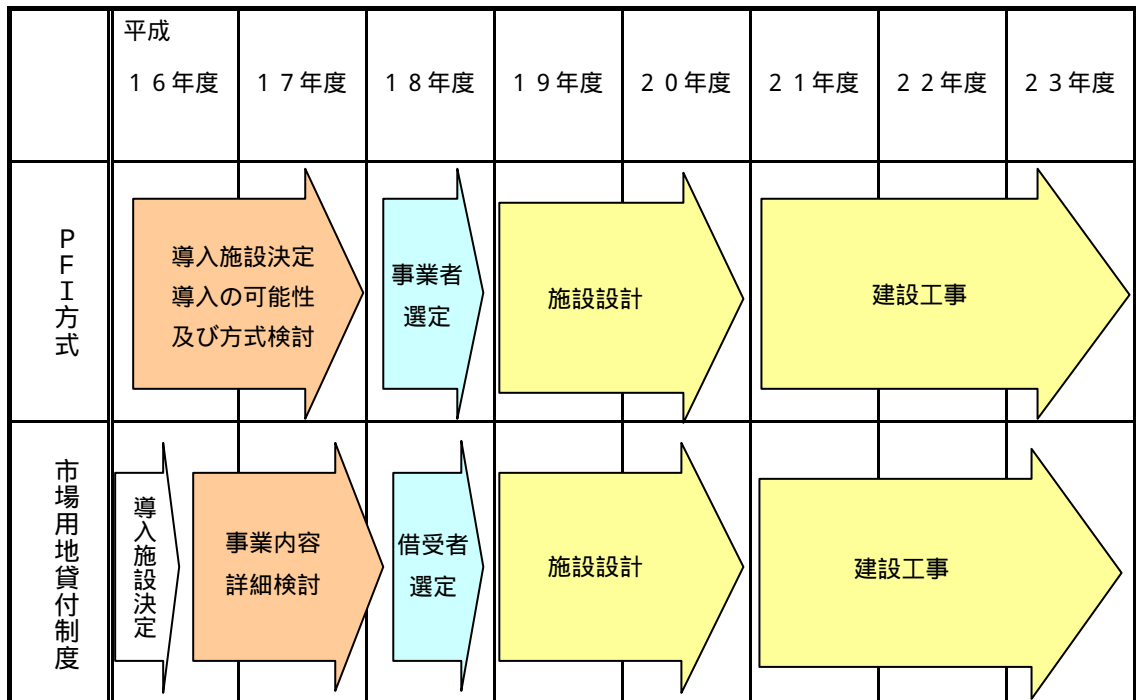
イ 現状・導入の効果、課題

市場においては、「東京都中央卸売市場用地の貸付けに関する規則」を定め、市場関係業者が自ら施設整備を行うことを可能とし、施設整備の迅速化、効率化を促進している。

新市場の整備にあたっては、以下の施設において、本制度を利用する。

施設名		今後の検討
転配送センター		事業主体、転配送機能の規模
水産物部冷蔵庫		施設規模、施設配置
青果部定温倉庫		事業主体、施設規模
加工・パッケージ施設	共同	加工機能・施設のあり方 事業主体、施設規模、施設配置
	専用	加工機能・施設のあり方、 施設規模、施設配置
リサイクル施設		廃棄物処理方法・民間整備施設の特定、 事業主体、施設規模
通勤車両用駐車場		事業主体、施設規模

民間活力導入スケジュール



(新市場の開場時期を最短の平成24年度と想定した場合)

2

事業の財政フレーム

新市場は、首都圏における基幹市場として、時代のニーズや変化に対応した施設・設備の維持、更新に適切に対応していくため、強固な財政基盤を確立し、将来にわたって、健全な財政運営を図ることが求められる。

市場財政の考え方

新市場の運営にあたっては、多角的な経費の削減や収入の確保に努め、独自の財政収支計画に基づき、健全な財政運営を確保する。

今後、事業内容や経費等について検討し、新しい使用料体系などを明確にしていく。

建設工事費

建設工事費は、民間事業者が整備主体となる施設も含め、本基本計画全体の施設規模に基づき算定すると、概ね1,300億円となる。

新市場における建設工事費については、民間事業者における建設計画等を踏まえ、今後精査する。

3 新市場整備スケジュール

整備スケジュール

年度 事業内容	平成 14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24~ 28
基本構想	■	■									
基本計画		■	■								
実施計画			■	■	■						
基本設計				■	■	■					
実施設計					■	■	■	■			
環境アセスメント			■	■	■	■					
都市計画				■	■	■					
建設工事						■	■	■	■	■	■
開 場											■

今後の取組

本基本計画に基づき、都と民間事業者が連携して、以下の事項などを具体化した実施計画を策定する。

主な検討事項

- 各施設の規模・配置
- 事業主体
- 物流システム
- 食の安全・安心のシステム
- 廃棄物処理
- 新市場の名称

参 考

1 新市場建設協議会の協議経過（都と民間事業者代表とで構成）

	開催年月日	協議内容
第6回	平成15年5月15日	1 豊洲新市場基本構想について
第7回	平成15年7月8日	1 新市場基本計画について
第8回	平成15年12月15日	1 流通ゾーンの機能配置に係る検討経過と今後の進め方について 2 付加価値施設の現状と基本的方向について 3 今後の検討課題について
第9回	平成16年4月15日	1 「第58回東京都卸売市場審議会」の報告について 2 基本計画の策定に向けて
第10回	平成16年7月21日	1 豊洲新市場基本計画（案）について 2 今後の検討体制について

2 新市場基本計画懇談会の検討経過（新市場建設協議会の下部組織）

	開催年月日	協議内容
第1回	平成15年7月17日	1 基本計画検討スケジュールと検討項目について 2 施設規模算出のための標準取扱量について 3 流通ゾーンの機能配置について
第2回	平成15年7月29日	1 業界別市場使用場所・面積等調査について 2 流通ゾーンの機能配置について 3 広域交通基盤等の整備スケジュールについて
第3回	平成15年8月21日	1 施設規模を算出するための標準取扱量について 2 ゾーニングに対する各業界の意見について
第4回	平成15年10月14日	1 流通ゾーンの機能配置について
第5回	平成15年11月21日	1 流通ゾーンの機能配置について 2 付加価値施設について 3 今後の進め方について

	開催年月日	協 議 内 容
第 6 回	平成 15 年 12 月 11 日	1 物流について 2 流通ゾーンの機能配置について 3 新市場整備に関わる民活手法について 4 環境アセスメントについて
第 7 回	平成 16 年 1 月 14 日	1 新市場の目標取扱量について 2 流通ゾーンの機能配置について 3 「基本計画」と「基本設計以降」との関係について 4 新市場における環境対策について
第 8 回	平成 16 年 1 月 30 日	1 新市場基本計画に盛り込むべき項目について 2 新市場の果たすべき機能について 3 流通ゾーンの機能配置について 4 新市場の目標取扱量の考え方について 5 情報システムについて
第 9 回	平成 16 年 2 月 9 日	1 流通ゾーンの機能配置 2 新市場の目標取扱量の考え方について 3 物流システムについて 4 衛生システムについて
第 10 回	平成 16 年 2 月 16 日	1 取扱量と施設規模の関係について 2 安心・安全の市場づくり
第 11 回	平成 16 年 2 月 26 日	1 取扱量と施設規模の関係について 2 駐車場規模の設定について 3 千客万来の市場づくりの検討状況について
第 12 回	平成 16 年 3 月 9 日	1 取扱量と施設規模の関係について 2 物流について 3 情報について
第 13 回	平成 16 年 3 月 23 日	1 取扱量と施設規模の関係について 2 物流について（バス等の検討） 3 情報について 4 棧橋の利用計画について

	開催年月日	協 議 内 容
第 14 回	平成 16 年 4 月 6 日	1 取扱量と施設規模の関係について 2 これまでのまとめ
第 15 回	平成 16 年 4 月 28 日	1 関連・管理施設等の施設規模について 2 駐車場規模の設定について 3 今後の検討体制について
第 16 回	平成 16 年 5 月 18 日	1 物流について 2 業界との役割分担整理について 3 今後の検討体制について
第 17 回	平成 16 年 5 月 31 日	1 都民と消費者に開かれた市場づくりの検討について 2 豊洲地区における新市場のあらましについて
第 18 回	平成 16 年 6 月 14 日	1 これまでの検討経過について 2 基本計画に盛り込むべき項目について 3 「豊洲地区における新市場のあらまし」の業界からの意見について 4 今後の進め方について
第 19 回	平成 16 年 7 月 1 日	1 新市場のイメージについて 2 懇談会の主要なまとめについて

3 学識経験者等ヒアリング実施状況

対象	学識経験者	年月日	内容
卸売市場の 動向と取扱量	埼玉大学 経済短期大学部 名誉教授 秋谷 重男 氏	H16 1/13	・ 水産部門の市場動向と取扱量について
	東京農業大学 食料情報学部 教授 藤島 廣二 氏	H16 1/14	・ 青果部門の市場動向と取扱量について
衛生管理	(株)フーズデザイン 代表取締役 加藤 光夫 氏	H15 11/27	・ 一般的衛生管理とH A C C Pについて ・ 一般的衛生管理について
販わいゾーンの 開発	北山創造研究所 代表取締役 北山 孝雄 氏	H16 1/15	・ 大規模開発の動向について ・ 北山創造研究所の手掛けたプロジェクトについて ・ 配置計画について ・ コンセプトについて ・ 機能構成、施設計画等について
栈橋の活用と モーダルシフト等 輸送技術	東京海洋大学教授 苦瀬 博仁 氏	H16 1/20	・ 物流について ・ モーダルシフトについて ・ 市場関連車両について ・ 地区交通のあり方について

4 用語集

- 卸売市場経由率：（卸売市場の取扱数量 { 市場間取引による転送量を除く }）÷（食料需給表をベースに推計した国内流通量）により算出したもの。
- 代払制度：卸売業者からの買受代金を買受人の組織する団体等が一括して卸売業者に支払い、個々の買受人は、その団体等に自己の買受代金を支払う決済制度。
- ハブ機能：物流拠点として多量の貨物を集中、分配処理するための機能。各地からの生鮮食料品が拠点市場に集まり、目的地へ転配送される。
- トレーサビリティ：食品の生産、加工、流通等の各段階で原材料の出所や食品の製造元、販売先等の記録を記帳・保管し、食品とその情報とを追跡できるようにすること。
- バース：車両 - 建物間の荷の搬出入を直接行うための出入口。入荷・出荷をバースを介して行うことにより、生鮮食料品が外気にさらされないため、コールドチェーンが確保される。
- ペDESTリアンデッキ：高架状の歩行者専用通路。幅員を広く確保し、複数の建物を結んでいる。
- 東京都環境影響評価条例：大規模な事業などを実施する際に、あらかじめ、その事業が、環境に与える影響を予測・評価し、その内容について、住民や関係自治体などの意見を聴くとともに専門的立場からその内容を審査することなどにより、事業実施による環境への影響をできるだけ少なくするための一連の手続きが定められている。
- コールドチェーン：生鮮食料品の鮮度を保持するため、冷凍・冷蔵・低温の状態生産者から消費者まで温度管理を絶やさずに流通させる仕組み。
- ICタグ：電子荷札。別名、RFID タグ。微小な無線 IC チップを搭載する荷札（タグ）により、個体の識別が可能となる。形状は、ラベル型、カード型、コイン型、スティック型など様々であり、用途に応じて選択する。
- E D I：Electronic Data Interchange。コンピュータを用いた電子的データの交換システム。受発注や見積り、決済、入出荷などに関わる情報を、標準化された形式にしたがって電子化し、ネットワークを通じて送受信することによって、業務の効率化を図ることができる。
- H A C C P：Hazard Analysis Critical Control Point。「危害分析重要管理点」方式。原料から製品に至る生産・流通の重要な過程を記録、チェックするシステム。

リテールサポート：小売業者支援。小売業者の活性化のため、卸売業者等が販売戦略上、有効、有用な情報を提供し支援する仕組みのこと。

小口分化・リパック：大きなロットで仕入れた商品を、店舗等での販売に即した量や大きさに小分けして袋詰やパック詰めすること。

ラウンド：魚の原形。

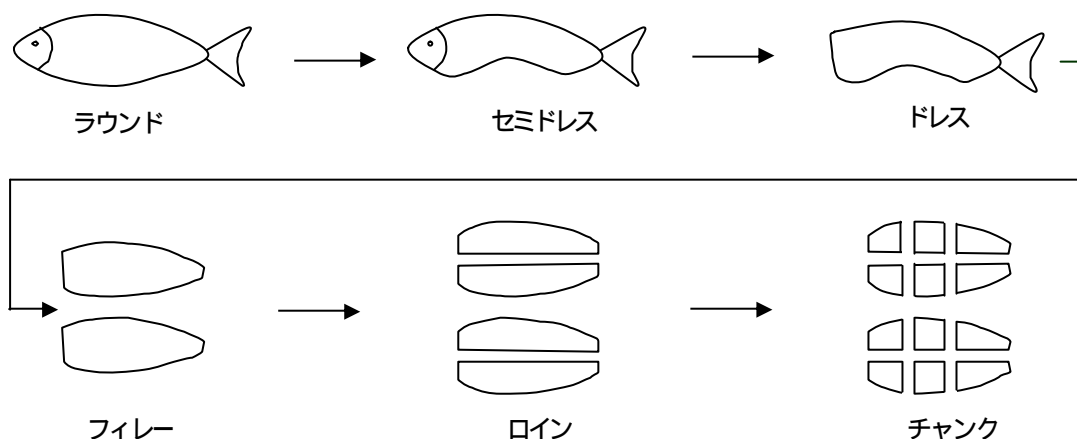
セミドレス：ラウンドから、えらと内臓を除いたもの。

ドレス：セミドレスから、頭をおとしたもの。

フィレー：ドレスを三枚に卸したもの。

ロイン：フィレーをそれぞれ背骨のあった線に沿って縦に二つに割ったもの。

チャンク：ロインをそれぞれ背骨のあった線に直角に輪切りにしたもの。



ピッキング：物流サービスにおいて、倉庫などの保管所から物品を取り出すこと。

モーダルシフト：貨物輸送を機動力のあるトラックから大量輸送に優れた海運や鉄道に切り替えること。また、その両方を組み合わせて輸送の効率化、経費の節減を図ること。

光害：照明機器から照射される光で、その目的とする照明対象範囲外に照射される光が、その光の量若しくは方向またはその両者によって、人の活動や生物等に悪影響を及ぼすものを指す。

バイオマス化：バイオマスとは「植物が光合成によって作り出す有機性資源」であり、生ごみなどの「廃棄物系バイオマス」、もみ殻、間伐材などの「未利用バイオマス」、飼料作物やでんぷん系作物などの「資源作物」に大別される。本基本計画では、市場から発生する食品廃棄物を利用して有用物質やエネルギーを得ることを指している。