

豊田市公設地方卸売市場経営展望

－ 豊田市民に安全な食を提供し、元気を生み出す地域拠点市場 －

（平成 30～37 年度）

平成 30 年3月

－目 次－

はじめに	1
第 1 章 本市場の現状と動向	
1. 本市場の概要	2
2. 本市場の状況	7
第 2 章 本市場を取り巻く外部環境評価	
1. 社会環境の変化.....	14
2. 生産流通構造の変化.....	17
3. 国の政策動向	22
3. 人口の動向	24
4. 周辺の卸売市場の状況	26
5. 生産者・実需者等の関係者の意向.....	28
第 3 章 本市場内部の評価	
1. 市場関係者へのヒアリング結果	34
2. 市場関係者へのアンケート結果	38
3. 施設利用上の問題点	42
第 4 章 本市場の可能性と課題	
1. SWOT 分析.....	43
2. 本市場の可能性と課題	44
第 5 章 将来ビジョンと取扱目標	
1. 将来ビジョン	45
2. 取扱目標	46
第 6 章 ビジョン実現に向けた戦略と行動計画	
1. ビジョン実現に向けた戦略	50
2. ビジョン実現に向けた行動計画	51
3. 重点プロジェクト.....	56
第 7 章 ビジョンの推進	58
■ 資料編	
1. 策定経過	42
2. 本市場の沿革	43

はじめに

1. 経営展望策定の趣旨

豊田市公設地方卸売市場は、昭和 57 年（1982 年）4 月 1 日に開場して以来おおよそ 36 年経過します。その間、豊田市民をはじめとする消費者の食生活に欠かせない生鮮食料品を産地から集荷し、公正な取引により、適正な価格で、できるだけ早く消費者のもとに安定して供給してきました。

近年、人口減少や少子高齢化の進展、ライフスタイルや食の志向の多様化などによる消費動向の変化、産地における担い手の減少や高齢化、農産物直売所や通信販売（ネット販売）等の台頭による生産・流通構造も変化しています。

そうした中、農林水産省では、平成 28 年 1 月に策定した「第 10 次卸売市場整備方針」において、食品流通を取り巻く情勢の変化に対応し、川上と川下をつなぐ架け橋として求められる卸売市場の機能、役割の強化・高度化に向けた整備及び運営を行う「基本的考え方」の 1 つとして「卸売市場における経営戦略の確立」を位置づけました。

さらに、平成 30 年 3 月時点で、卸売市場法改正が国会で進められています。ポイントとしては、生産者・消費者双方のメリット向上のための食品流通構造の実現に向けて、各市場の実態に応じて創意工夫を活かした取組等により卸売市場を活性化する方向が打ち出されています。

こうした背景を踏まえ、本市場が安全・安心な生鮮食料品の円滑な流通拠点として、その中心的な役割を担い、市民や周辺住民の期待に応えられるような活力ある市場をめざすため、本市場の今後の進むべき方向を示す「豊田市公設地方卸売市場経営展望」を策定します。

2. 計画期間

平成 30 年度から平成 37 年度までの間とします。

第1章 本市場の現状と動向

1. 本市場の概要

(1)卸売市場とは

1)卸売市場の概要

卸売市場とは、野菜、果物、魚類、肉類、花き等の生鮮食料品等の卸売のために開設される市場であって、卸売場、自動車駐車場その他の生鮮食料品等の取引および荷さばきに必要な施設を設けて継続して開場されるものをいいます（卸売市場法第2条第2項）。

2)卸売市場の種類と要件

卸売市場には以下のように3種類あり、本市場は愛知県知事が認可し、豊田市が開設者である地方卸売市場に該当します。全国で地方卸売市場は1,081あり、うち公設は156力所あります。

	要件	開設者の許可など	市場数
中央卸売市場	都道府県、人口20万人以上の市、またはこれらが加入する一部事務組合もしくは広域連合が、農林水産大臣の許可を受けて開設する卸売市場（卸売市場法第2条第3項）	①開設者：地方公共団体（農林水産大臣認可） ②卸売業者：株式会社等（農林水産大臣許可） ③仲卸業者：株式会社、個人等（開設者許可） ④関連事業者：株式会社、個人等（開設者許可） ⑤売買参加者：株式会社、個人等（開設者承認）	64
地方卸売市場	中央卸売市場以外の市場であって、卸売場の面積が一定規模以上のもので、都道府県の許可を受けて開設されるもの（卸売市場法第2条第4項） ○政令規模： ・青果市場330㎡ ・水産市場200㎡ （産地市場は330㎡） ・食肉150㎡ ・花き200㎡	①開設者： 地方公共団体、株式会社、農協、漁協（都道府県知事許可） ②卸売業者： 地方公共団体、株式会社、農協、漁協（都道府県知事許可） ③仲卸業者・売買参加者： 株式会社、個人等（一般的に開設者の承認、知事への届出）	1,081 (うち公設156)
その他市場	中央および地方卸売市場以外の卸売市場	卸売市場法に規定はない。ただし、条例で必要な規制をすることができる。	

※市場数；中央卸売市場は平成28年度末、地方卸売市場は平成27年度末の数

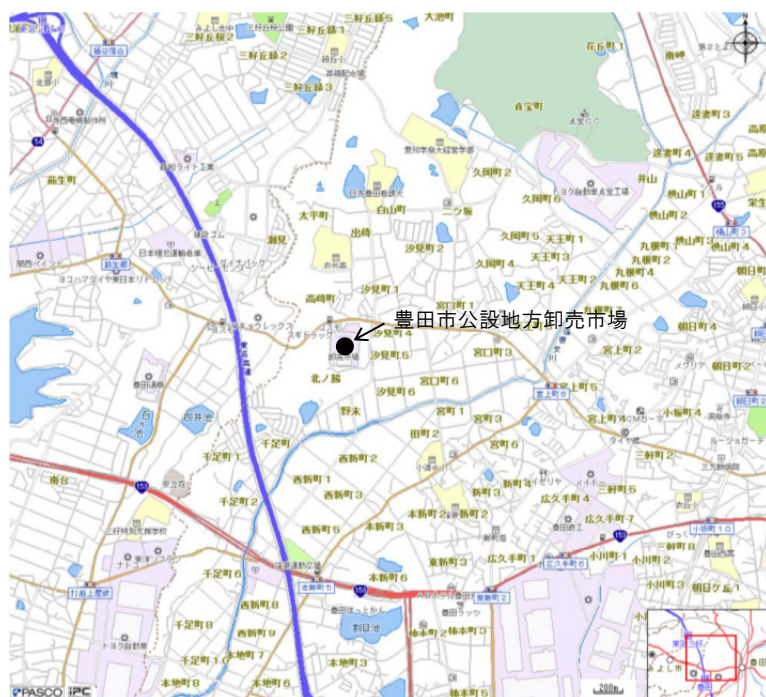
3)卸売市場の機能

卸売市場は以下の4つの機能を備えています。

- ①集荷（品揃え）、分荷機能：全国各地から多種多様な商品を集荷するとともに、需要者のニーズに応じて、迅速かつ効率的に、必要な品目、量に分荷
- ②価格形成機能：需給を反映した迅速かつ公正な評価による透明性の高い価格形成
- ③代金決済機能：販売代金の迅速・確実な決済
- ④情報受発信機能：需給に係る情報を収集し、川上・川下にそれぞれ伝達

(2)立地・交通条件

- 豊田市公設地方卸売市場は、青果と水産物を扱う愛知県で唯一の公設の地方卸売市場として昭和 57 年に開設され、豊田市及びみよし市（計約 48 万人）の台所となっています。
- 豊田市の西部に位置しており、幹線道路（国道 153 号）に近く、東名高速道路豊田 IC や東名三好 IC から車で 10 分程度となっています。

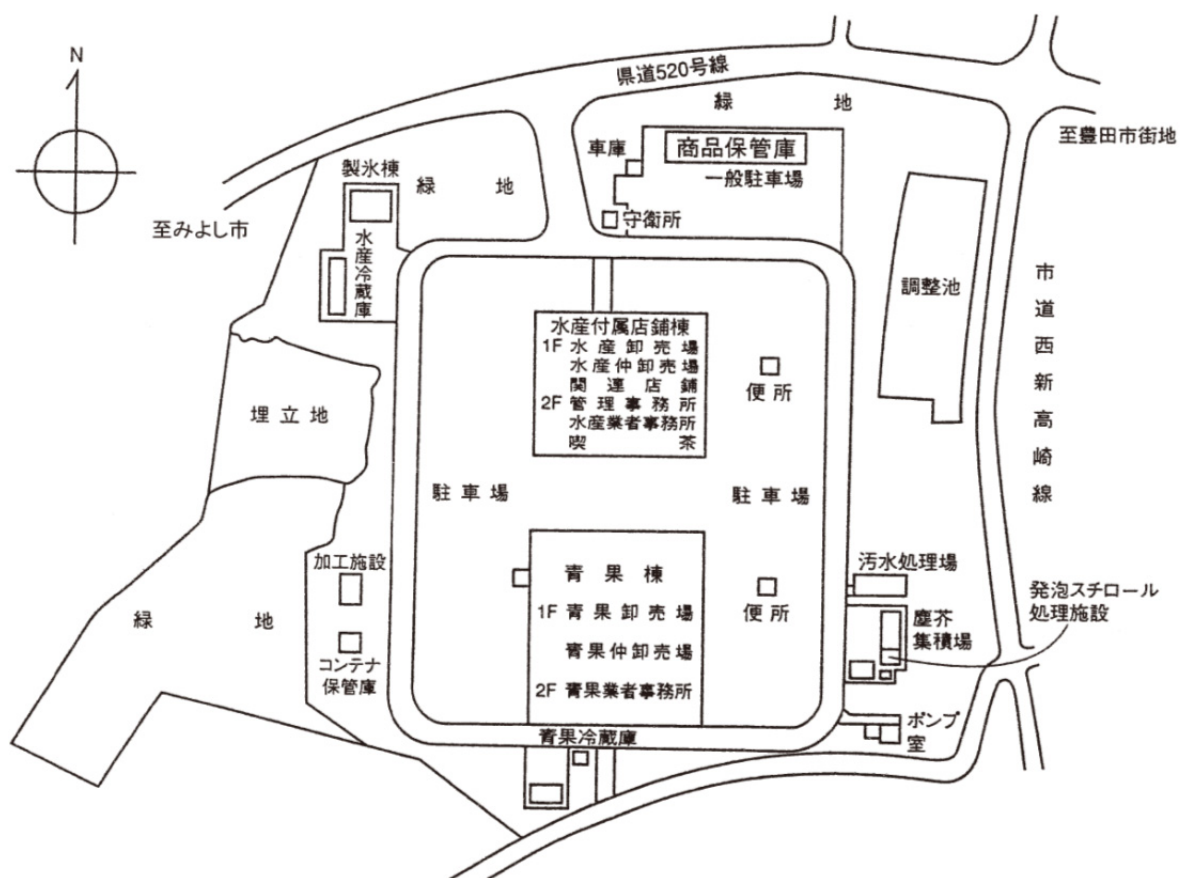


出典：とよたiマップ

(3)市場施設の概要

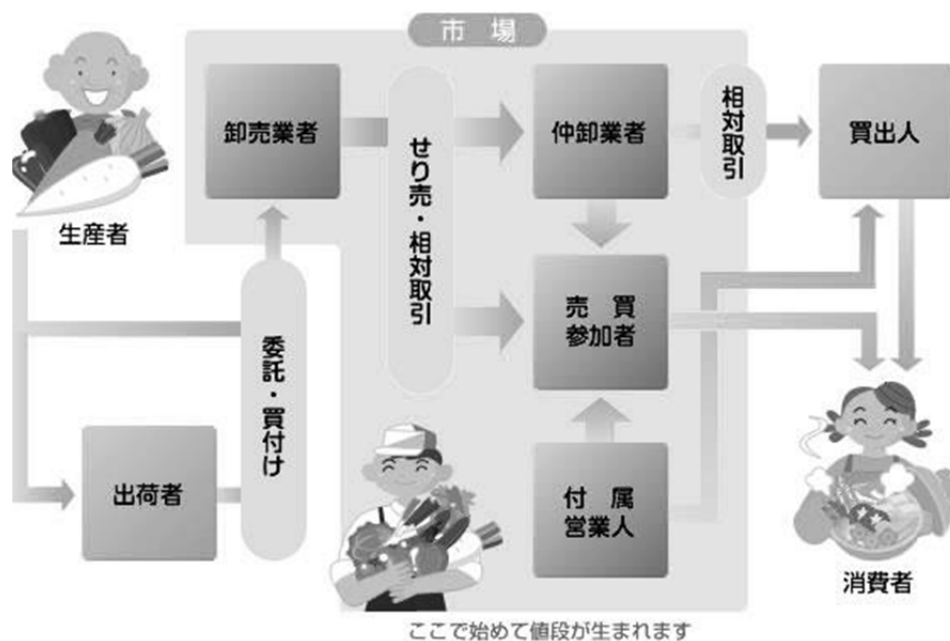
名 称	豊田市公設地方卸売市場		
所 在 地	〒471-0048 豊田市高崎町兼近 70 番地		
開 設 者	豊田市		
開設年月日	昭和 57 年 4 月 1 日		
総 面 積	93,400m ²		
総 工 費	37 億円（うち用地費 13 億円）		
主な供給圏および人口	豊田市及びみよし市 合計 484,776 人（平成 29 年 4 月 1 日）		
施設の種類		規模（㎡）	摘 要
卸売場	青 果	3,880	平成 28 年度取扱高 3,144 t 85 億 8,930 万円 水産物 2,771 t 23 億 9,509 万円
	(内低温売場)	540	
	水 産	618	
	(内低温売場)	298	
仲卸売場	青 果	952	水産物 2,771 t 23 億 9,509 万円
	水 産	308	
買荷保管積込所	青 果	1,812	
	水 産	178	
冷蔵庫	青 果	165	(-5℃、60 ㎡) 2 室 約 181 t
	水 産	364	(-15℃、49 ㎡) (-30℃、77 ㎡) (-50℃、49 ㎡)
	製 氷	196	日量 約 5 t 貯氷 約 20 t
活魚水槽棟		78	活魚水槽 3 基
関連店舗		3,354	
コンテナ保管庫		517	コンテナ総数 約 25,000 個
加工施設		528	日量 約 20,000 パック
商品保管庫		486	
駐車場		23,384	駐車台数 約 900 台
関係業者事務所		1,315	卸売業者事務所、青果水産商協事務所等
管理事務所		628	管理事務所、会議室等
守衛所		33	
污水处理場		205	長時間バッキ方式＋接触酸化＋急速ろ過
塵芥集積所		324	発泡スチロール処理機
受水槽		22	約 60 t
敷地合計		93,400	緑地、調整池、増設余力地を含む

(4)市場施設の配置図



出典：市場年報

(5)市場における食料品流通の概要

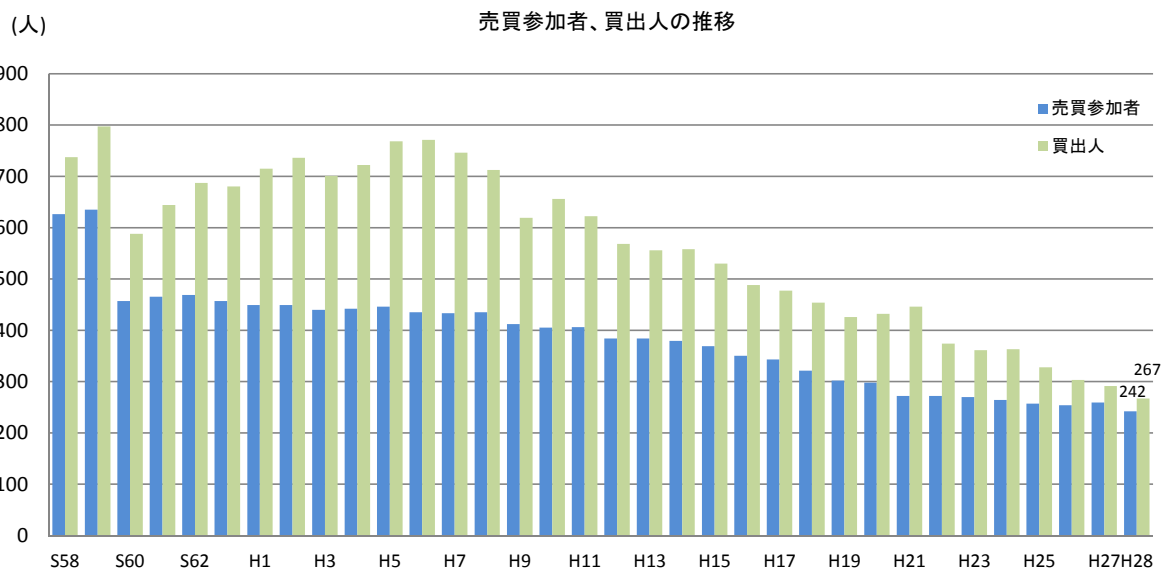


出典：市場ホームページ

(6)市場内事業者の状況

- 卸売業者は、青果（2社）、水産（1社）、仲卸業者は青果（6社）、水産（2社）があります。
- 売買参加者、買出人はともに減少傾向にあります。

卸売業者	県知事の許可を受け、生産者または出荷者から生鮮食料品の委託を受け、せり売りまたは相対売りで仲卸業者、売買参加者に卸売する業者					
	青果部	2 社	(愛知県中央青果(株)・豊一豊田青果(株))			
	水産物部	1 社	(豊田魚市場(株))			
仲卸業者	開設者の許可を受け、卸売業者の行うせりに参加し、市場内の仲卸売場で売買参加者、買出人等に相対売りで販売する業者 8 社					
	青果部	6 社				
	水産物部	2 社				
売買参加者	開設者に登録をして、卸売業者、仲卸店舗および関連店舗から物品を仕入れ、消費者に販売する小売商、飲食店等大口需要者 242 名 (共通 217 名、青果 19 名、水産 6 名)					
買 出 人	開設者に登録をして、仲卸店舗および関連店舗から物品を仕入れ、消費者に販売する小売商、飲食店等大口需要者 267 名 (供給圏 231 名、供給圏外 36 名)					
関連店舗	開設者の許可を受けて、市場利用者に利便を提供するために、一般食料品、包装資材等を販売する業者や食堂等 18 店舗					
	業 種	店舗数	業 種	店舗数	業 種	店舗数
	佃煮・惣菜・漬物	3	菓子・玩具	1	代金精算機関	1
	一般食料品	3	精肉・鶏卵	3	包装加工	1
	包装資材・荒物雑貨	2	割烹材料	1	喫茶店	2
	花き・観葉植物	1				

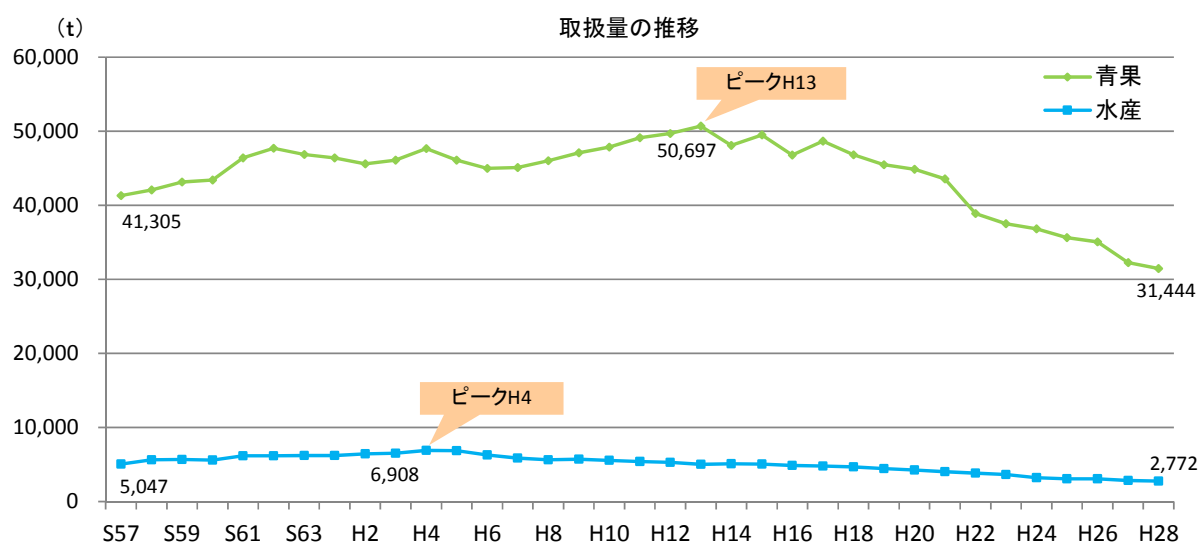


出典：市場年報

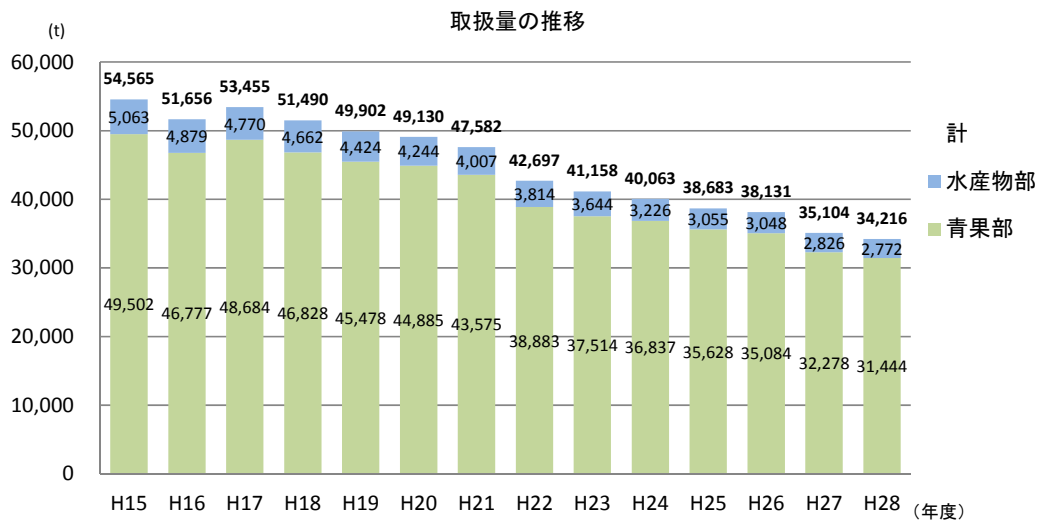
2. 本市場の状況

(1) 取扱量等の推移

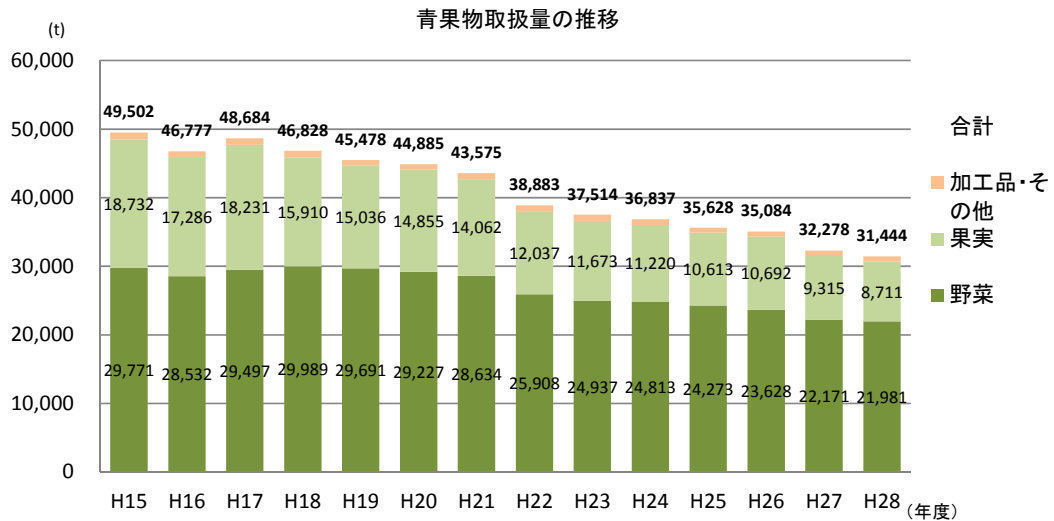
- 全国の卸売市場の状況と同様に、市場外流通（市場経由率の低下）、消費量の低迷など、流通環境の変化により、取扱量をみると、青果は平成 13 年、水産は平成 4 年をピークに減少傾向にあり、10 年前（平成 18 年）と比較すると青果は 32.9%、水産物は 40.5%の減少となっています。
- 平成 28 年度の実取扱量は 34,216t であり、内訳をみると青果が 31,444t と多くを占め、水産物は 2,772t となっています。
- 一方で取扱金額は、平成 23 年までは減少傾向にあったものの、平成 24 年以降は、青果物については微増、水産物については横ばい傾向にあります。



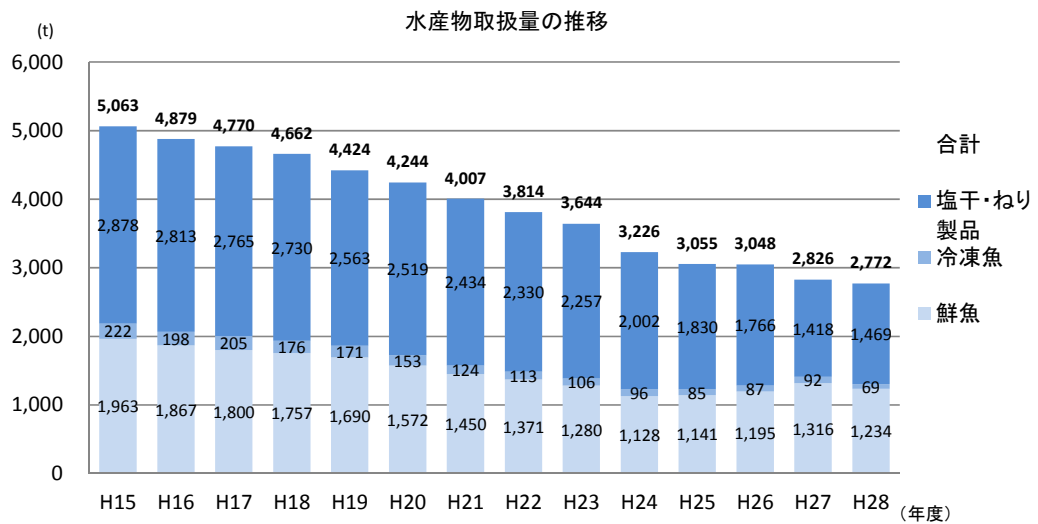
出典：市場年報、事業報告



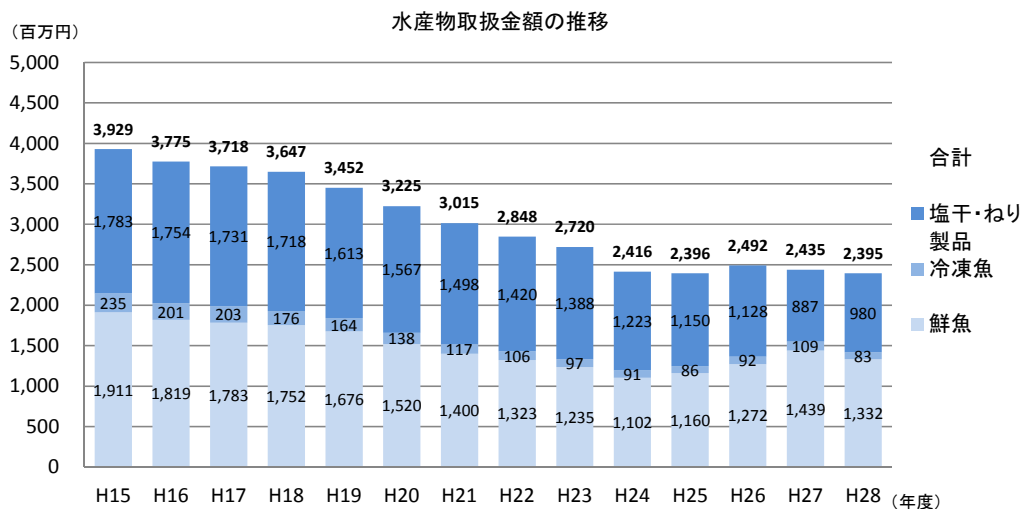
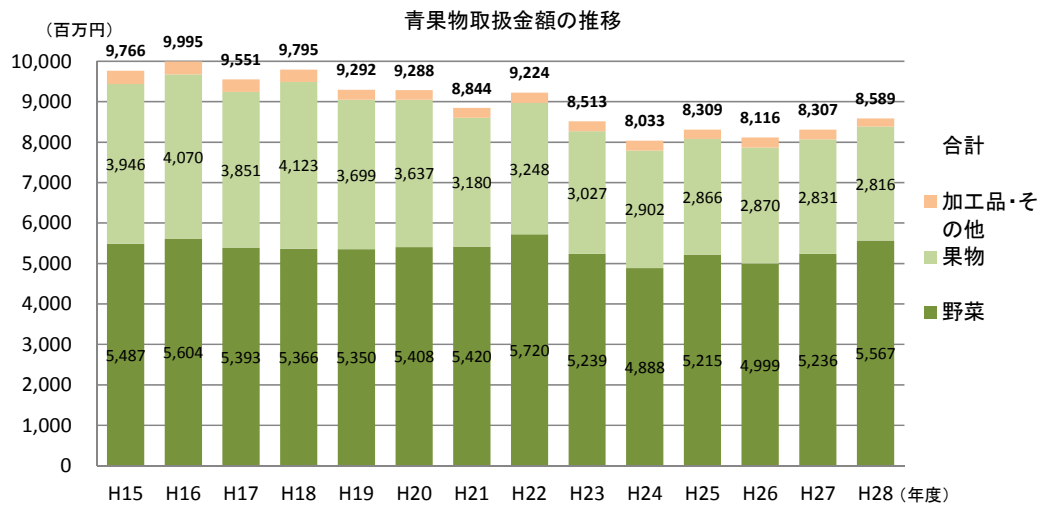
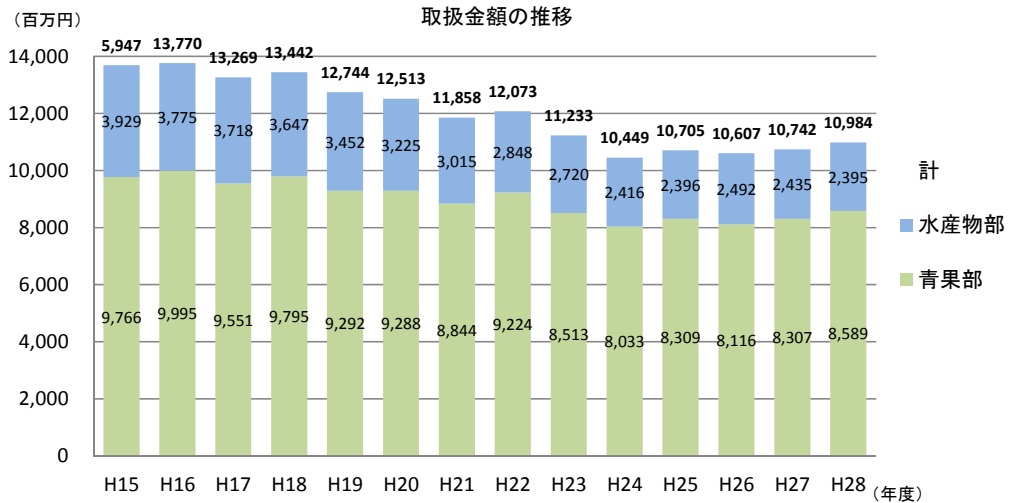
出典：市場年報、事業報告



出典：市場年報、事業報告

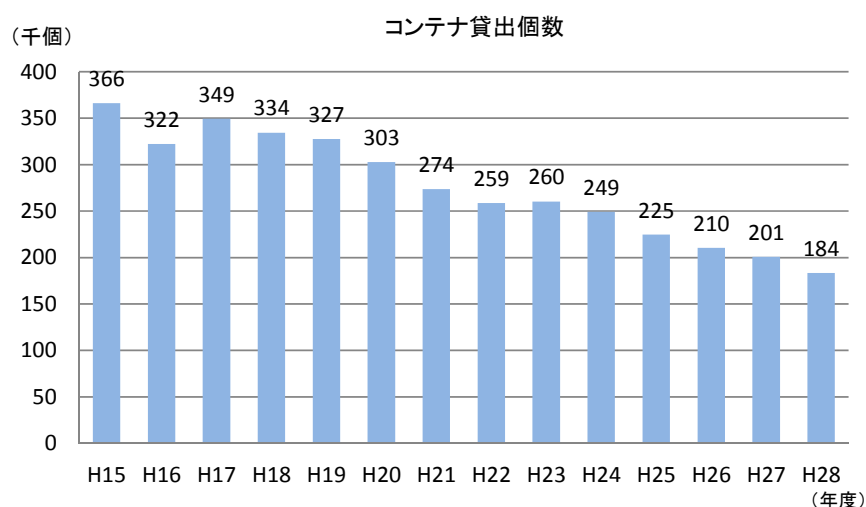


出典：市場年報、事業報告



(2)コンテナの利用状況

○コンテナの貸出個数は減少傾向にあります。



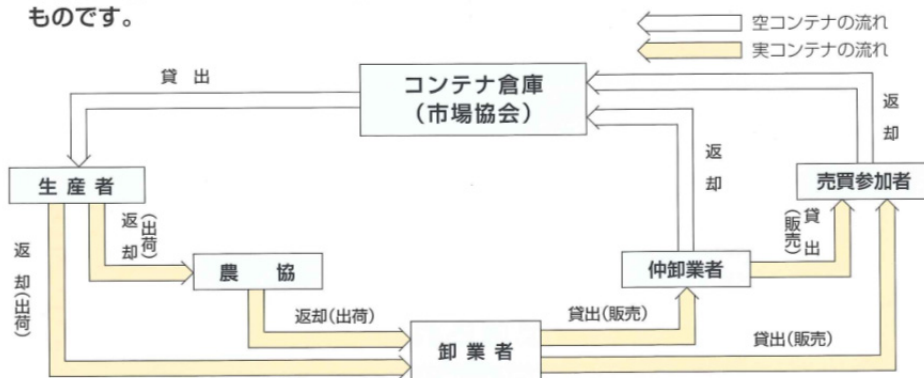
出典：市場年報、事業報告

◎コンテナシステムについて

豊田市公設地方卸売市場では、コンテナ倉庫から生産者にコンテナを貸出しており、その容器で市場に出荷してもらっています。せりにより売買参加者、仲卸業者にコンテナごとと販売され、販売後の空容器は売買参加者、仲卸業者によりコンテナ倉庫に返却されます。

● コンテナ システム とは ●

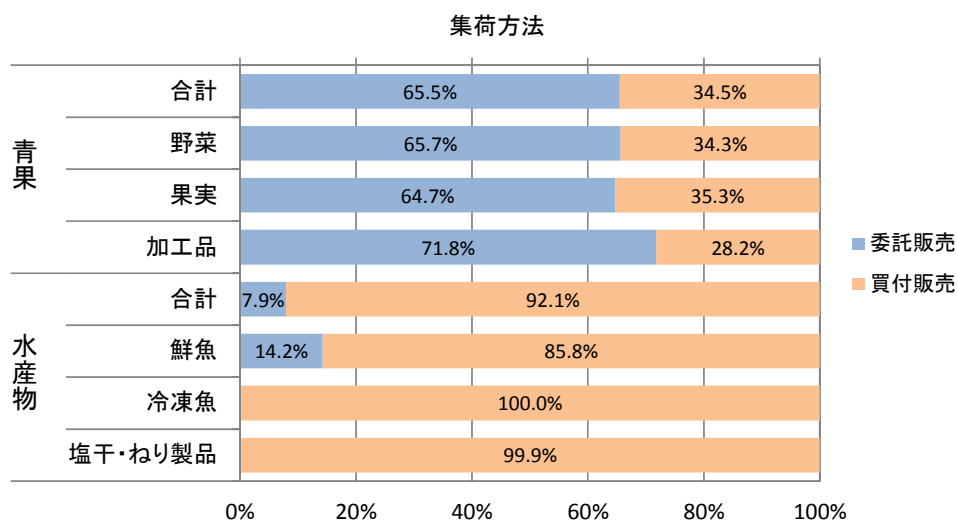
市場を“核”として『コンテナ』により、出荷から販売まで一貫して商品を流通させるものです。



出典：市場年報

(3)集荷方法

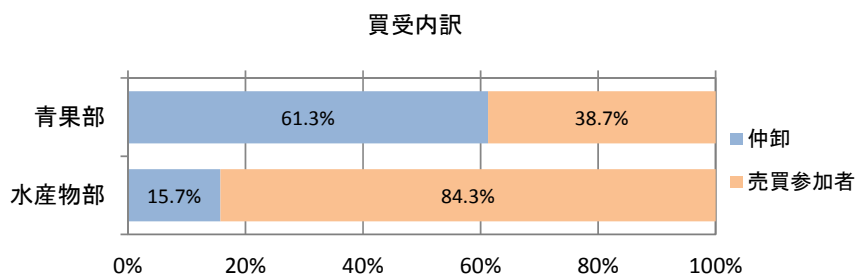
○青果物の集荷方法は、委託販売が約 6 割を占めています。水産物の集荷方法は、ほとんどが買付となっています。



出典：市場年報（H28 年度）

(4)買受内訳の推移

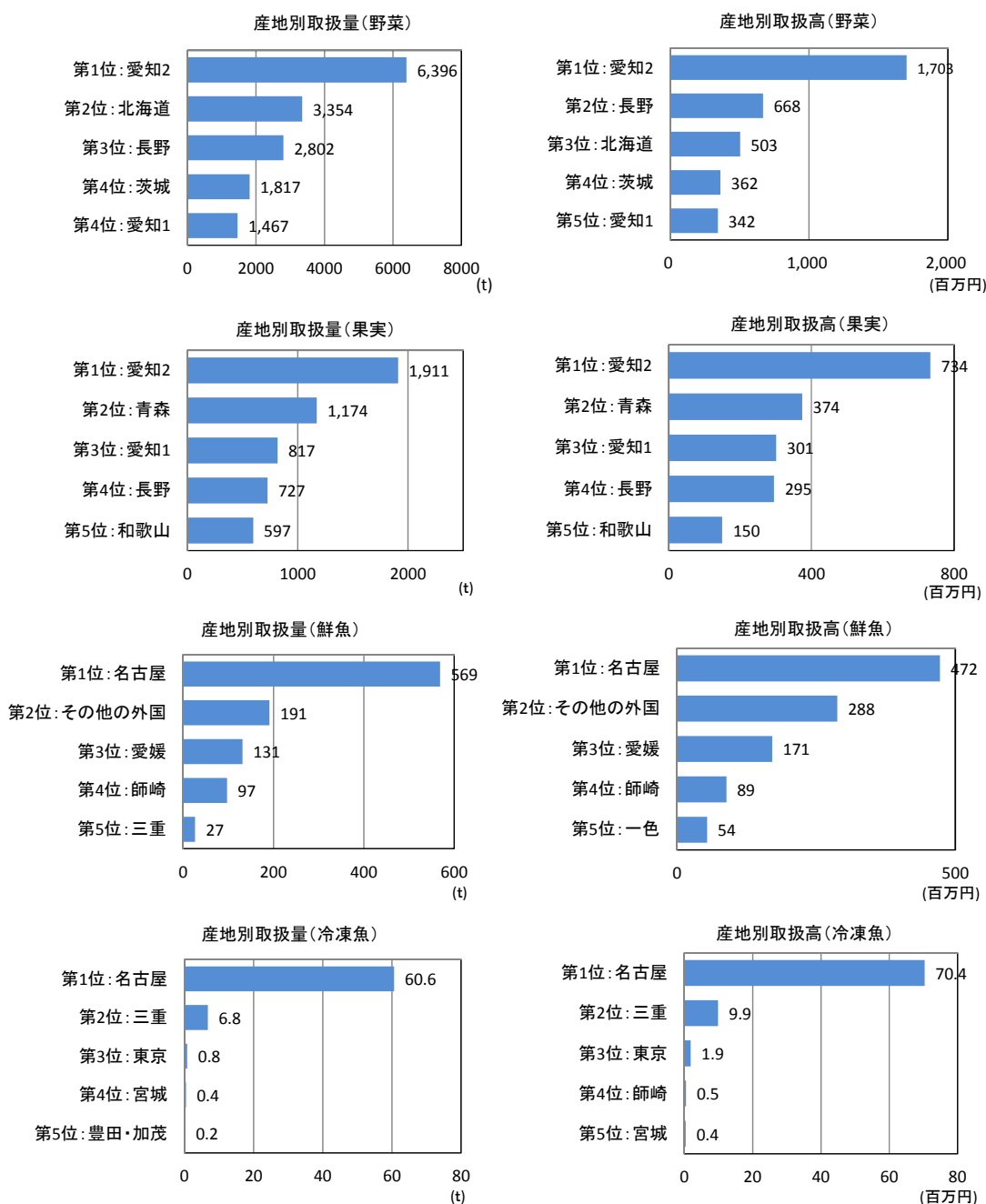
○青果部では仲卸が約 6 割、売買参加者が約 4 割となっています。水産部では売買参加者が約 8 割と多くを占めています。



出典：市場年報（H28 年度）

(5)産地別取扱量等の現状

- 野菜の取扱量では、愛知2（豊田市・みよし市以外の愛知県）が第1位で、占有率では29.1%、愛知1（豊田市・みよし市）は第5位で、同じく6.7%となっており、県内産の割合は35.8%となっています。
- 果実の取扱量では、愛知2（豊田市・みよし市以外の愛知県）が第1位で、占有率では21.9%、愛知1（豊田市・みよし市）は第3位で、同じく9.4%となっており、県内産の割合は31.3%となっています。
- 一方、鮮魚、冷凍魚では、名古屋（名古屋市中心卸売市場）が取扱量・取扱高ともに第1位となっています。また、師崎が鮮魚では取扱量、取扱高ともに第4位、冷凍魚では取扱量は圏外、取扱高で第4位となっています。

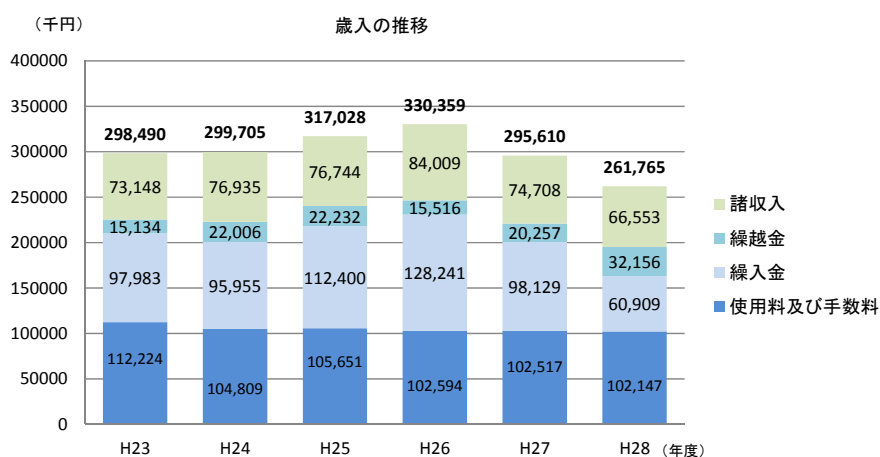


※愛知1：豊田市・みよし市、愛知2：それ以外の愛知県内、名古屋：名古屋市中心卸売市場

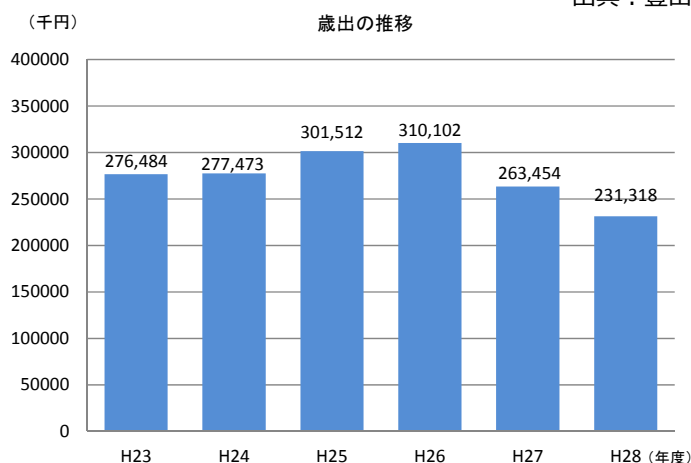
出典：市場年報（H28年度）

(6)市場の経営状況

- 平成 28 年度の豊田市卸売市場特別会計による歳入は、使用料及び手数料が約 1 億 2 百万円、繰入金が 6 千万円、諸収入が 6 千 7 百万円であり、平成 26 年以降減少傾向にあります。
- 歳出に占める主な執行経費については、市場修繕費が 5 千 4 百万円、市場光熱水費が 4 千 3 百万円、コンテナ還付金が 2 千 5 百万円となっています。
- また、一般会計繰入金のうち施設修繕費などに約 2 千万円（特定収入）、一般職給与などに約 4 千万円（特定収入以外）を充当しています。

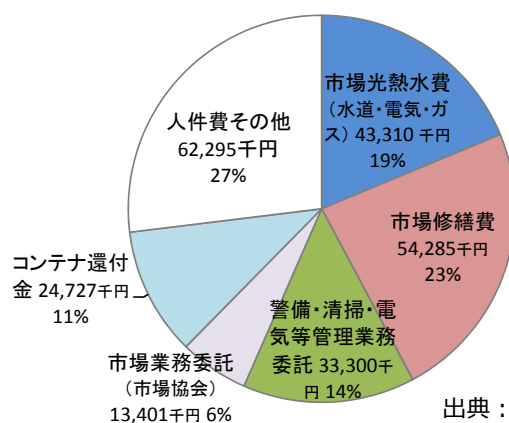


出典：豊田市予算執行実績報告書



出典：豊田市予算執行実績報告書

歳出に占める主な執行経費内訳



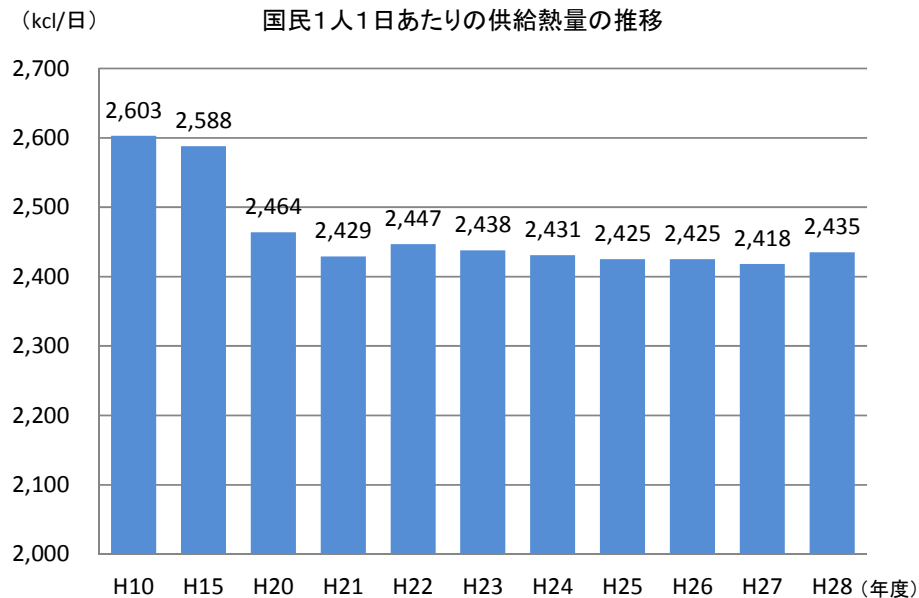
出典：開設者事業報告書 (H28)

第2章 本市場を取り巻く外部環境評価

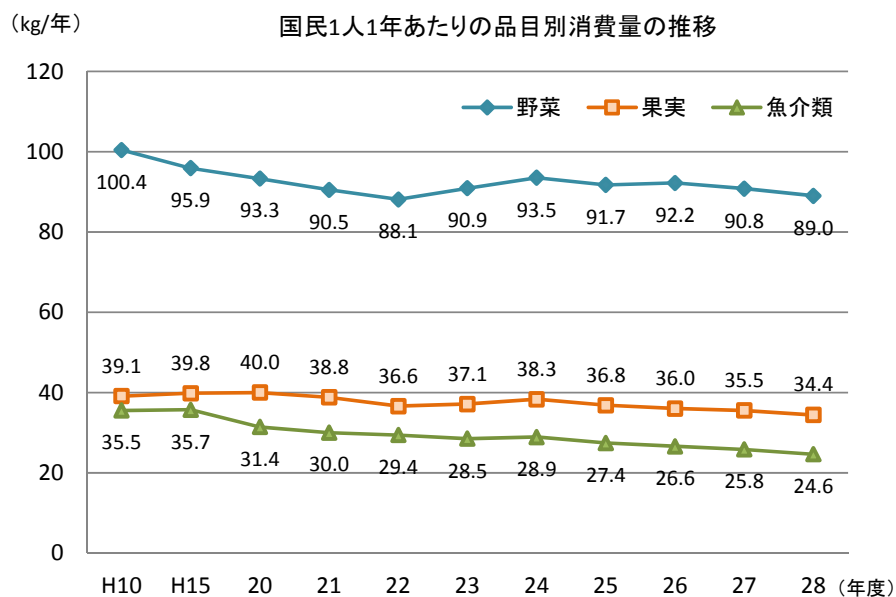
1. 社会環境の変化

(1) 食料消費の動向

- 少子高齢化を背景に国民 1 人当たりの食料消費（供給熱量）は減少傾向にあり、平成 28 年度はやや上昇しましたが、今後も食料消費の量的な減少が進むことが見込まれます。
- 1 人 1 年あたりの品目別消費量をみると、野菜、果実、魚介類ともに減少傾向にあります。



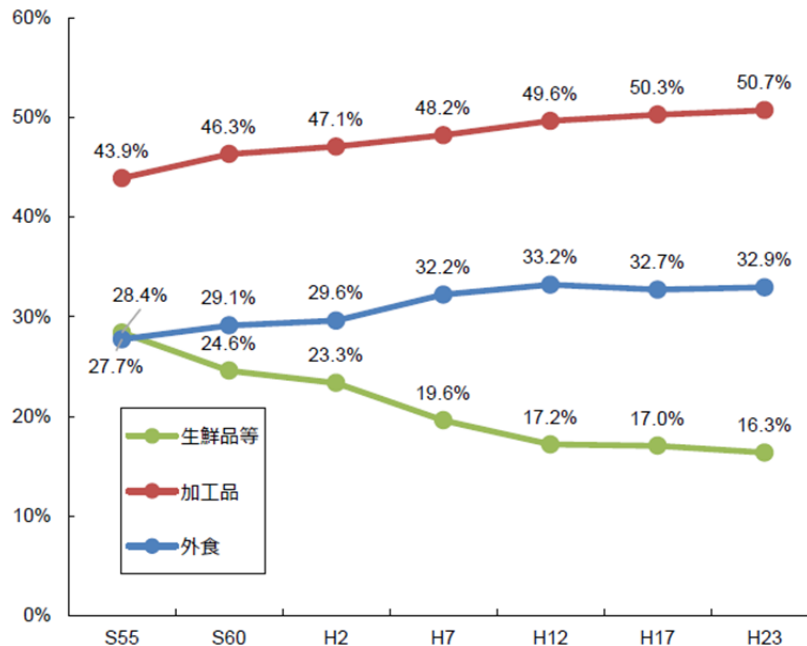
出典：農林水産省「平成 28 年度食品需給表」



出典：農林水産省「平成 28 年度食品需給表」

- 平成 23 年における国内消費に占める加工品は 50.7%、外食が 32.9%となっており、その占める割合が徐々に高まっています。一方で、生鮮品等は 16.3%となっており、その割合は減少しています。

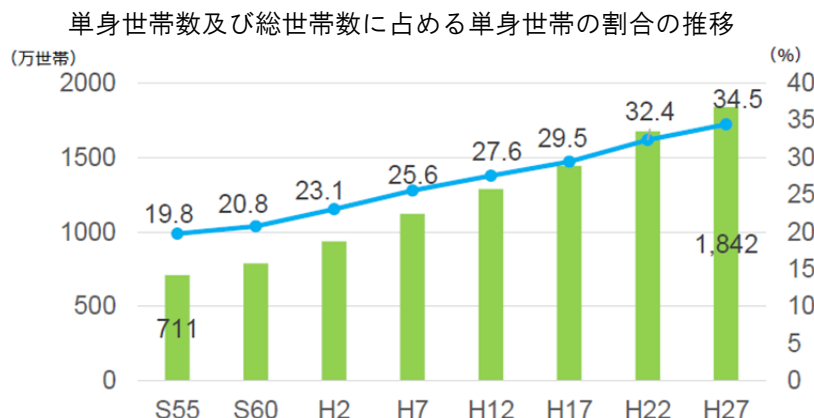
国内消費に占める生鮮・加工・外食の割合



出典：農林水産省「卸売市場を含めた流通構想について」（平成 29 年 12 月）

（２）世帯構造の変化に伴う食料消費傾向の変化

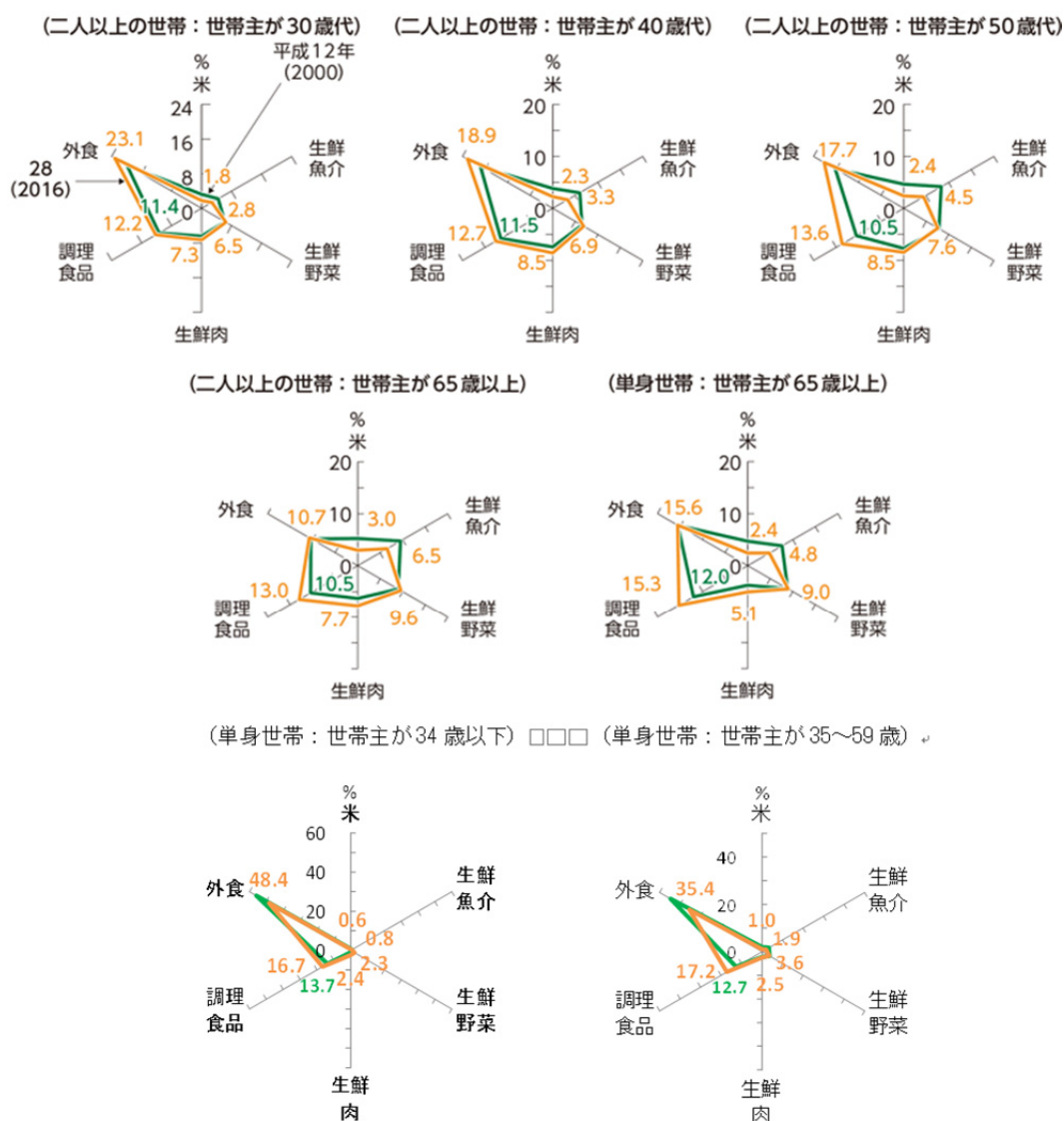
- 近年、夫婦と子の世帯が減少する一方で、単身世帯は大きく増加しています。また、高齢者世帯や共働き世帯が増えるなど、世帯構造の変化が顕著となっており、それに伴う食料消費傾向の変化も起きつつあります。
- 高齢者世帯においては、生鮮魚介の消費が低下し、調理食品の利用が増えており、今後高齢化の進展に伴い、さらに加速するものと思われます。また、共働き世帯においては、夫のみ有業世帯に比べて、外食や調理食品が高く、生鮮食品は低くなっています。
- 今後ますます調理食品などの加工食品の支出が増加していくことが見込まれます。



注：１）国勢調査における「単独世帯」を「単身世帯」と表記
 ２）昭和55年から平成17年までは旧家族類型 資料：総務省「国勢調査」

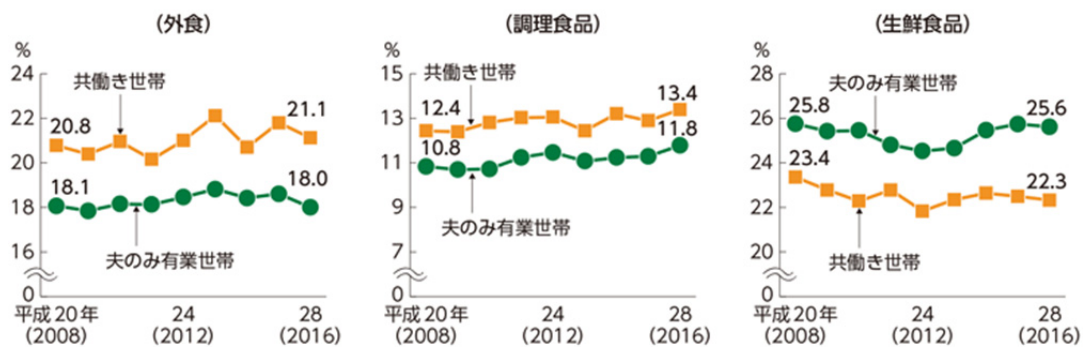
出典：農林水産省「卸売市場を含めた流通構想について」（平成 29 年 12 月）

1世帯あたりの食料消費支出に占める費目別割合（平成12年と平成28年の比較）



資料：総務省「家計調査」（全国・二人以上の世帯・単身世帯・用途分類）、「単身世帯収支調査」
 注：1）外食については、二人以上の世帯では学校給食と賄い費、単身世帯では賄い費を除いた数値
 2）緑色は平成12（2000）年、オレンジ色は平成28（2016）年の数値

共働き世帯の1世帯あたりの食料消費支出に占める費目別割合



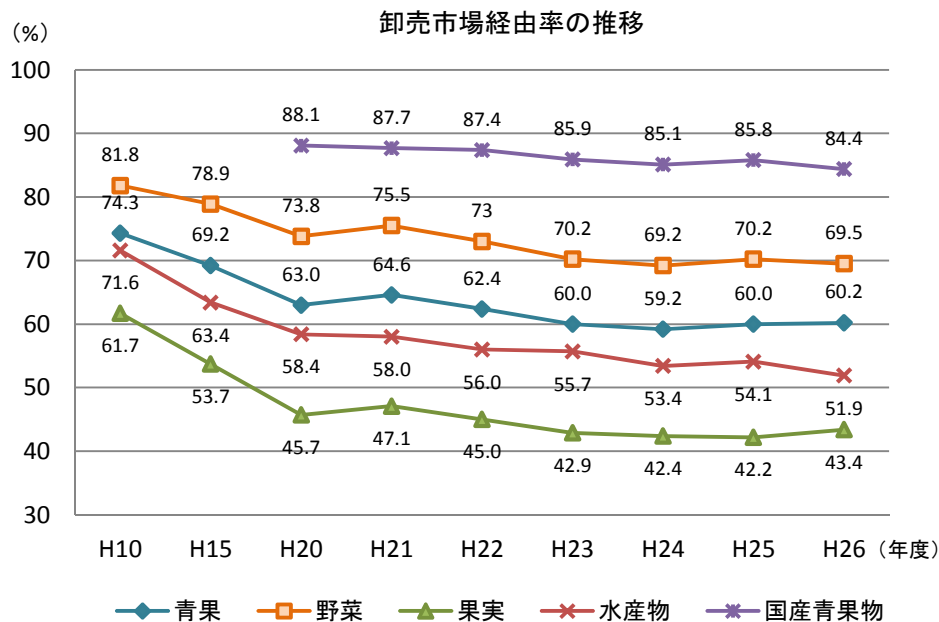
資料：総務省「家計調査」（全国・二人以上の世帯・用途分類）
 注：1）生鮮食品は、生鮮魚介、生鮮肉、牛乳、卵、生鮮野菜、生鮮果物の合計。外食は学校給食と賄い費を除いた数値
 2）共働き世帯は、妻の勤め先収入8万円/月以上の世帯

出典：農林水産省「平成28年度 食料・農業・農村白書」

2. 生産流通構造の変化

(1) 市場経由率の推移

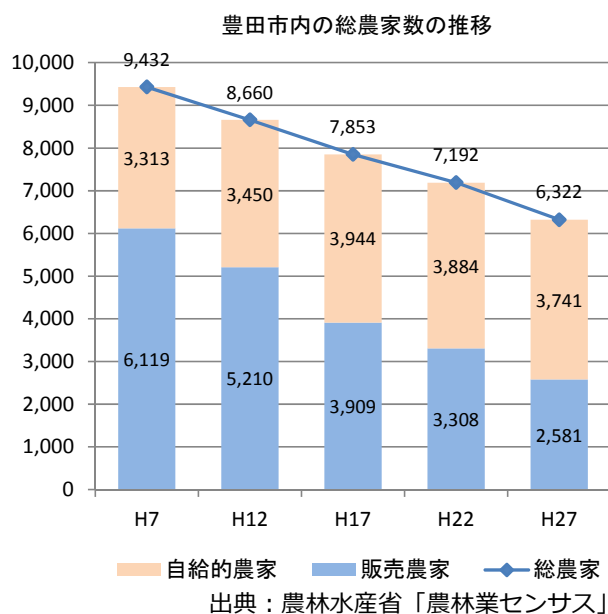
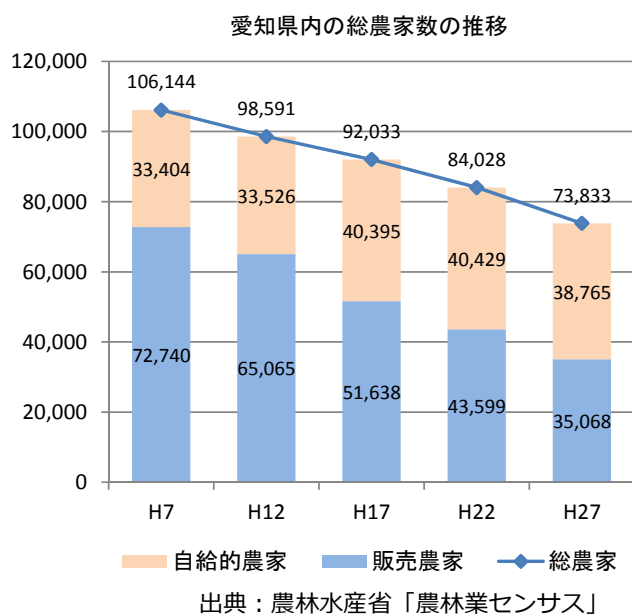
- 卸売市場経由率は、加工品など卸売市場を経由することが少ない物品の流通割合の増加などにより減少傾向にあり、平成 26 年度で青果が 60.2%、水産物 51.9%となっています。
- 野菜の経由率低下はスーパーや加工メーカーなどの大口需要者による産地からの直接仕入れの増加や、直売所の隆盛などがあげられます。また、青果のうち、果実の減少が大きく（平成 10 年度 61.7%→平成 26 年度 43.4%）なっており、全体としての生産量減少の中で大型産地への集中によるブランド化、消費者への直接販売、観光型による販売などの増加が背景と考えられます。
- 水産物においては、特に塩干加工品や冷凍品の市場離れ、直売の増加などが、減少の背景にあると考えられます。
- 国内青果物については、卸売市場経由率が 8 割を超えています。



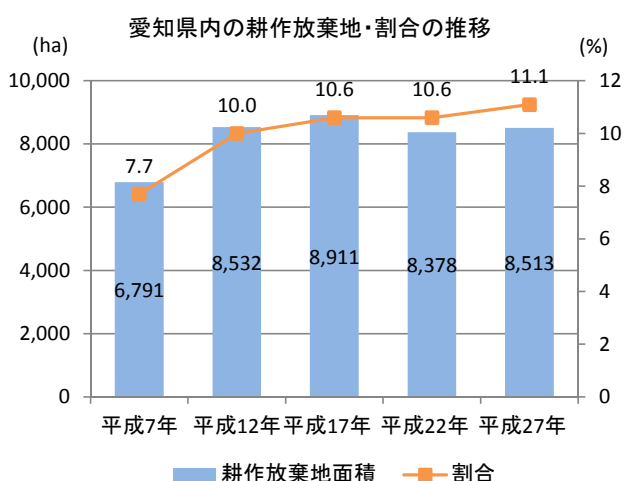
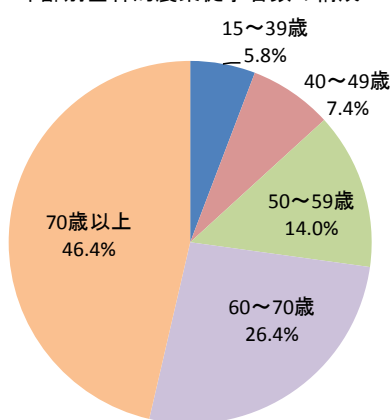
出典：農林水産省「平成 28 年度卸売市場データ集」

(2)生産者の動向

- 平成 27 年度の愛知県の農家数は 73,833 戸で、大きく減少傾向にあります。
- 農家のうち、特に販売農家の減少が進んでおり、平成 27 年時点では、自給農家と販売農家がほぼ同数となっています。
- 基幹的農業従事者（ふだんの仕事が農業である者）の年齢構成をみると、70 歳以上が約半数となっており、高齢化が進んでいます。
- 愛知県内の耕作放棄地の割合は増加傾向にあり、平成 27 年時点で 11.1%となっています。



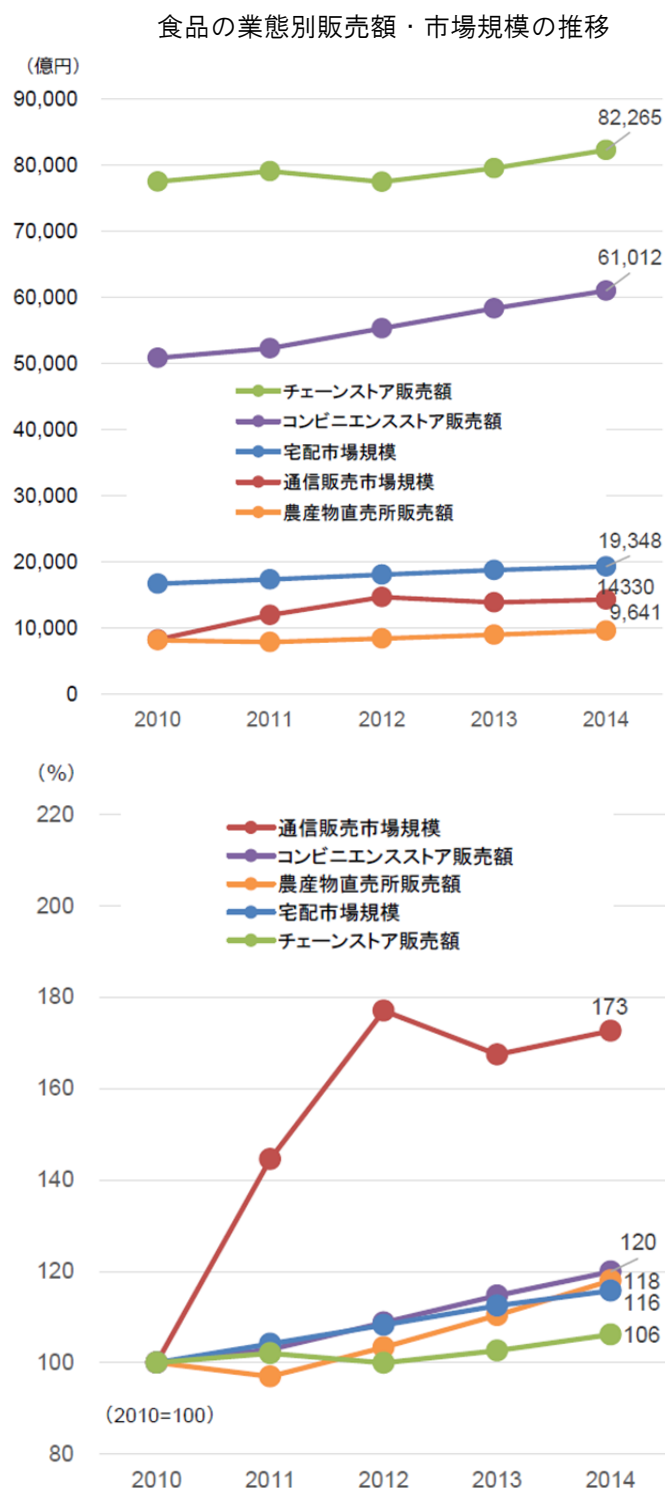
年齢別基幹的農業従事者数の構成



(3)小売業態の変化

1)全国的な動向

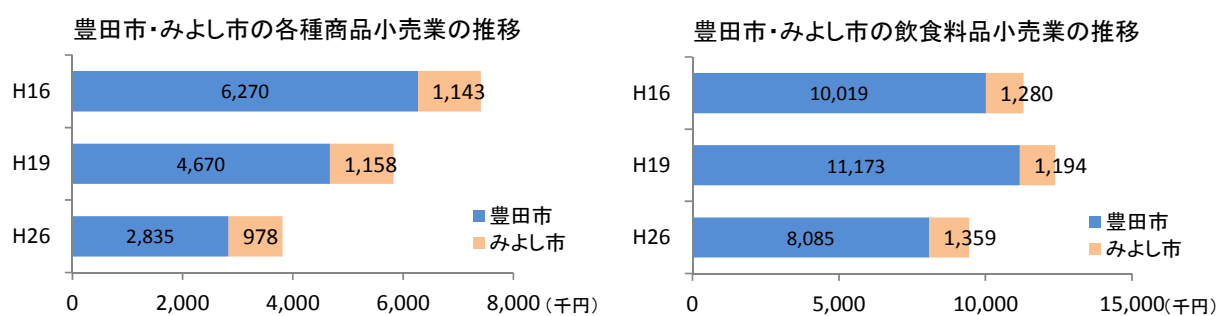
- 食品小売業において、大手量販店が最大の地位を占めますが、近年、通販、宅配、直売、コンビニエンスストアなどの多様な流通形態が伸びてきています。
- 鮮度や簡便化などの消費者需要の多様化に加えて、ICT 等の情報技術が大幅に進展したことにより、これらの多様な流通形態が伸びています。



出典：農林水産省「卸売市場を含めた流通構想について」（平成 29 年 12 月）

2)豊田市の動向

- 豊田市・みよし市の平成 26 年の商品販売額は、各種商品小売業で 3,812,712 円、飲食料品小売業で 9,444,775 円となっており、飲食料品小売業は平成 19 年にいったん増加したものの、全体では減少傾向にあります。また、事業所数も全体として減少傾向にあります。
- 豊田市の各種商品小売業の内訳をみると、百貨店、総合スーパーにおいて事業所数はあまり変わらないものの、年間商品販売額は平成 26 年に大きく減少しています。
- また、豊田市の飲食料品小売業の内訳をみると、野菜・果実小売業は事業所数、年間商品販売額ともに減少傾向にある一方で、食肉小売業は増加傾向にあります。



出典：商業統計

豊田市及びみよし市の各種商品小売業、飲食料品小売業の状況

豊田市	事業所数				年間商品販売額			
	H14	H16	H19	H26	H14	H16	H19	H26
各種商品小売業	20	12	15	15	3,711,169	6,269,600	4,670,376	2,834,912
百貨店,総合スーパー	-	5	6	5	-	4,369,900	4,547,057	2,580,441
その他の各種商品小売業（従業者が常時50人未満のもの）	-	7	9	10	-	56,900	123,319	254,471
飲食料品小売業	885	695	768	542	10,129,886	10,019,300	11,173,074	8,085,475
各種食料品小売業	121	85	107	50	-	4,489,400	4,970,821	3,165,806
野菜・果実小売業	34	31	38	24	-	627,000	304,055	246,631
食肉小売業	13	8	14	17	-	55,800	120,820	158,008
鮮魚小売業	10	9	9	3	-	39,000	33,791	32,136
酒小売業	96	56	73	37	-	219,400	543,436	296,854
菓子・パン小売業	141	127	119	99	-	431,100	377,280	358,751
その他の飲食料品小売業	470	379	408	312	-	4,157,500	4,822,871	3,827,289

みよし市	事業所数				年間商品販売額			
	H14	H16	H19	H26	H14	H16	H19	H26
各種商品小売業	2	3	3	3	-	1,142,800	1,157,647	977,800
飲食料品小売業	78	80	74	57	1,070,030	1,280,000	1,194,048	1,359,300

出典：商業統計

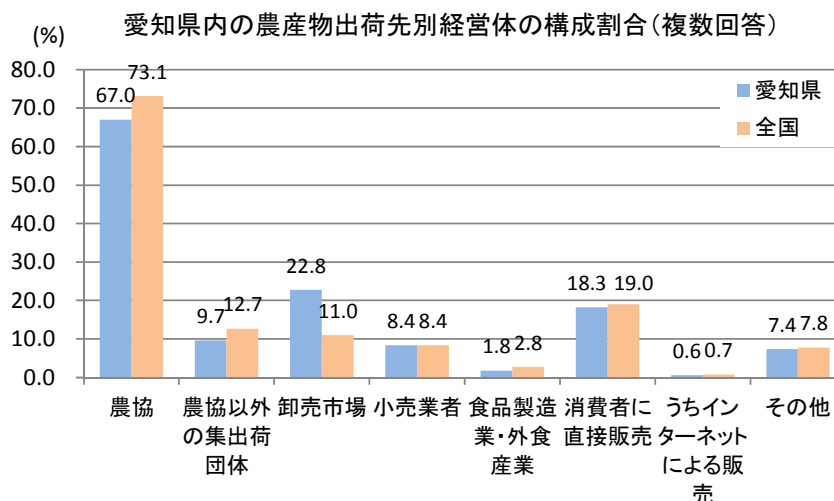
豊田市公設地方卸売市場周辺のスーパーマーケットなどの分布状況



出典：全国スーパーマーケットマップ

(4) 農産物流通の多様化

- 愛知県の平成 27 年の農産物出荷先別農業経営体数の構成割合をみると、農協が 67.0%と最も多く、次いで卸売市場が 22.8%となっており、全国と比べて、農協の割合がやや低く、一方で卸売市場の割合が高くなっています。
- 農協や農出荷団体などへの販売に加え、農産直売所やインターネット販売などによる消費者への直接販売、量販店などの小売業者や食品製造業・外食産業への販売など、農産物流通が多様化しています。



出典：農林水産省「2015 年農林業センサス」

3. 国の政策動向

(1) 第 10 次卸売市場整備基本方針

○国はおおむね 5 年ごとに、卸売市場法に基づき、農林水産大臣が定める卸売市場整備基本方針を策定しています。第 10 次整備基本方針は、平成 28 年 1 月 14 日に、平成 32 年度を目標年度として策定・公表されました。そのおもな内容は以下のとおりです。

■卸売市場の整備及び運営に関する基本的な考え方（抜粋）

・今後の卸売市場については、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、コーディネート力等を一層発揮し、川上・川下をつなぐ架け橋として、その求められる機能・役割を強化・高度化していくこととし、

- ① 卸売市場における経営戦略の確立
- ② 立地・機能に応じた市場間における役割分担と連携強化
- ③ 産地との連携強化と消費者、実需者等の多様化するニーズへの的確な対応
- ④ 卸売市場の活性化に向けた国産農林水産物の流通・販売に関する新たな取組の推進
- ⑤ 公正かつ効率的な売買取引の確保
- ⑥ 卸売業者及び仲卸業者の経営体質の強化
- ⑦ 卸売市場に対する社会的要請への適切な対応

を基本に、その整備及び運営を行うものとする。

■卸売市場の適正な配置の目標（「地方卸売市場」関連部分を抜粋）

(1) 地方卸売市場における集荷力の低下傾向を踏まえ、地域における生鮮食料品等流通の核となる地方卸売市場の適正な配置を実現するため、必要に応じて、都道府県卸売市場整備計画に、地域における集荷力の強化を図る上での拠点となるなど、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であって、経営展望を策定し、それに即して市場機能の強化等に取り組むもの（地域拠点市場）を定めること。

(2) 地域拠点市場においては、次に掲げる措置のいずれかに取り組むことを基本としつつ、これらの措置に取り組むことが困難な場合には、産地や実需者との連携による市場機能の強化等に計画的に取り組むこと。

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

(2) 卸売市場法改正の動き

○平成 28 年 11 月に農林水産業・地域の活力創造本部で決定された「農業競争力強化プログラム」で、効率的・機能的で農業者と消費者双方がメリットを受けられる流通・加工構造を確立するために、特に中間流通である卸売市場について、「経済社会情勢の変化を踏まえて、卸売市場法を抜本的に見直し、合理的理由のなくなっている規制は廃止する」と明記され、その後、平成 29 年 8 月には「農業競争力強化支援法」が施行されました。

○それを受け、政府による規制改革推進会議によって食品流通構造改革についての検討を踏まえて、平成 29 年 12 月に「農林水産業・地位の活力創造プラン」の改訂という形で、今後の方針を出しました。その要点は以下のとおりです。

■生産者・消費者双方のメリット向上のための卸売市場を含めた食品流通構造の改革について(関連部分を抜粋)

【基本的な考え方】

- ・これまでの食品流通の中で卸売市場が果たしてきた集荷・分荷、価格形成、代金決済等の調整機能は重要であり、これについては、卸売業者、仲卸業者等の役割・機能が発揮され、今後も食品流通の核として堅持すべきである。
- ・一方で、農業等の生産者の所得を向上させるとともに、消費者ニーズに的確に応えていくためには、卸売市場を含めて、新たな需要の開拓や付加価値の向上につながる食品流通構造を確立していくことが重要である。
- ・このような観点から、卸売市場を含めた食品流通の合理化と生鮮食料品等の公正な取引環境の確保を促進し、生産者・消費者双方のメリット向上のための食品流通構造の実現に向けて、一体性のある制度を構築すべきである。

【生鮮食料品等の公正な取引の場としての卸売市場】

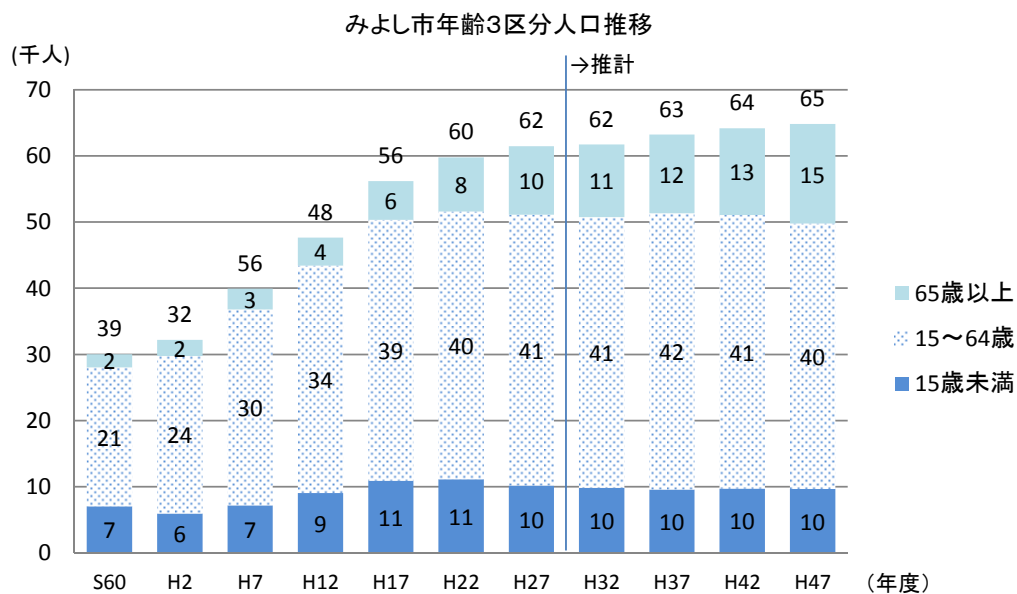
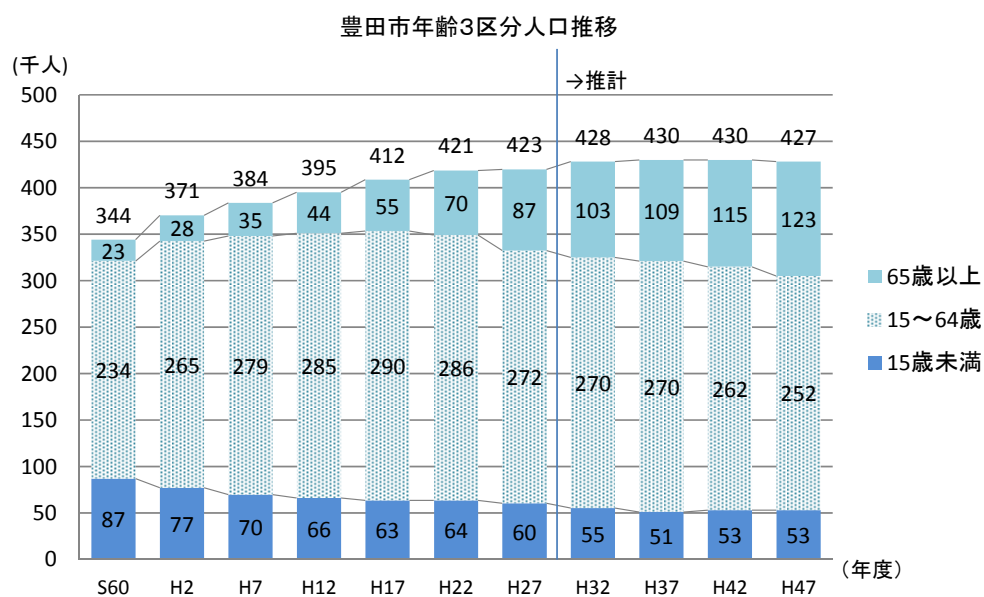
- ・生鮮食料品等の公正な取引の場として、国が方針を示すこととし、公正・透明を旨とする以下の共通ルールを遵守し、公正・安定的に業務運営を行える、高い公共性を有する卸売市場を国又は都道府県が、認定し公表するとともに、指導・検査監督する。
- ・その際、一定水準以上の規模を有する卸売市場は「中央卸売市場」として国が認定し、それ以外は「地方卸売市場」として都道府県が認定する。
- ・これら以外の現行卸売市場法の国による一律の規制等は行わず、今後は、販路拡大といった生産者ニーズも踏まえ、各市場の実態に応じて創意工夫を活かした取組等により、卸売市場を活性化する。

○以上の方針に基づき、卸売市場法及び食品流通構造改善促進法について、それぞれ改正する法案が平成 30 年の通常国会に提出される予定です。

4. 人口等の動向

(1)人口

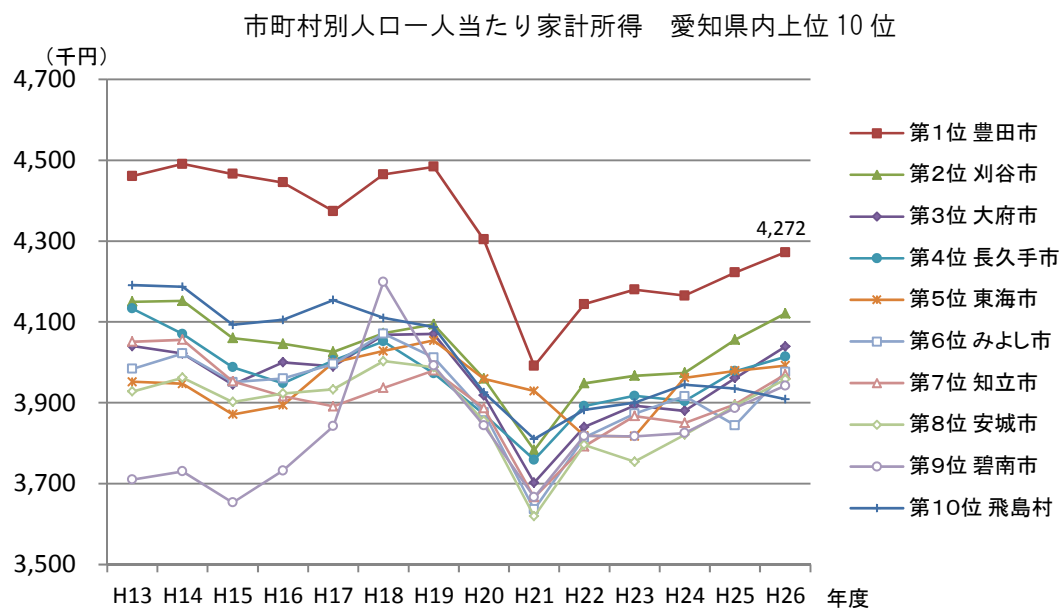
- 豊田市の人口は約 42 万人（平成 27 年 10 月現在）で、市の予測ではやや微増するものの、
今後は横ばいになる見込みです。
- みよし市の人口は約 6 万 2 千人（平成 27 年 10 月現在）で、市の予測では今後もゆるやかに増加する見込みです。
- 豊田市とみよし市をあわせた人口は、約 48 万 5 千人（平成 27 年 10 月現在）で、平成
37 年には 49 万 3 千人とやや増加し、その後平成 47 年まで横ばいで推移する見込みです。
- 年代別でみると、豊田市、みよし市ともに、少子高齢化が進み、平成 47 年には豊田市で
高齢化率 28.8%、みよし市で高齢化率 23.2%になると推計されています。



(2)家計所得の動向

○豊田市の一人当たりの家計所得は、平成 26 年度で 4,272 千円であり、過去 10 年以上にわたり県内第 1 位と突出して高くなっています。また、みよし市も、平成 26 年時点で県内第 6 位となっています。

○いずれも他の市町村と比べて所得水準が非常に高く、経済的に余裕がある市民が多いことが予想されます。



出典：愛知県の市町村民所得

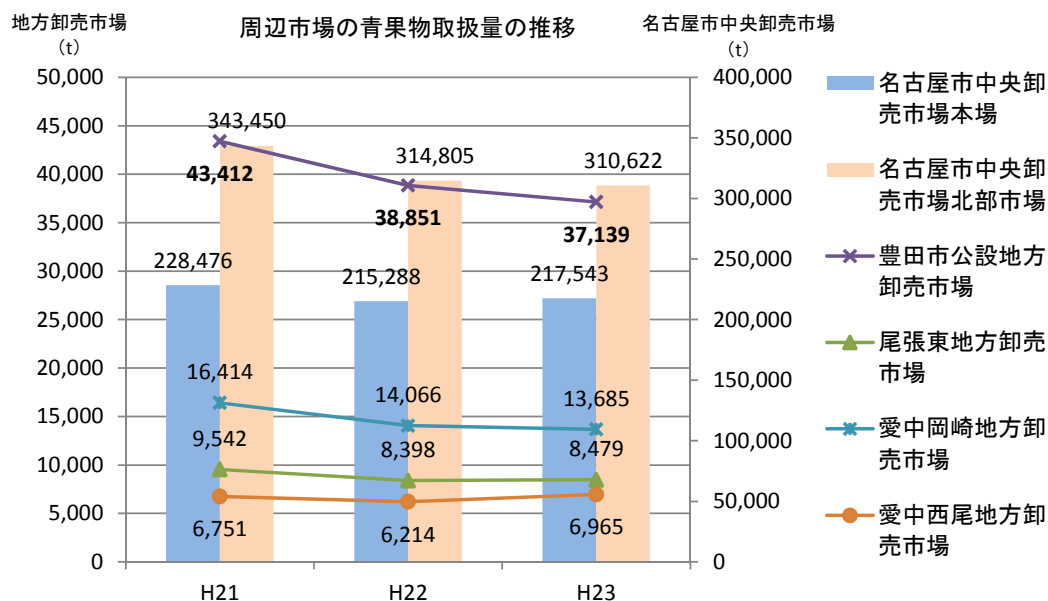
5. 周辺の卸売市場の状況

- 本市場は平成 28 年 8 月に策定された愛知県卸売市場整備計画（第 10 次）において、県内 3 つの流通圏の 1 つである西三河地域の「拠点市場（地域拠点市場）」として位置づけられており、隣接市場との集荷・販売の連携を図り地域の拠点的な役割を担うとされています。
- 周辺には名古屋市中央卸売市場（本場・北部市場）と、瀬戸市、岡崎市、西尾市の 3 地区に総合型の拠点市場が立地しています。



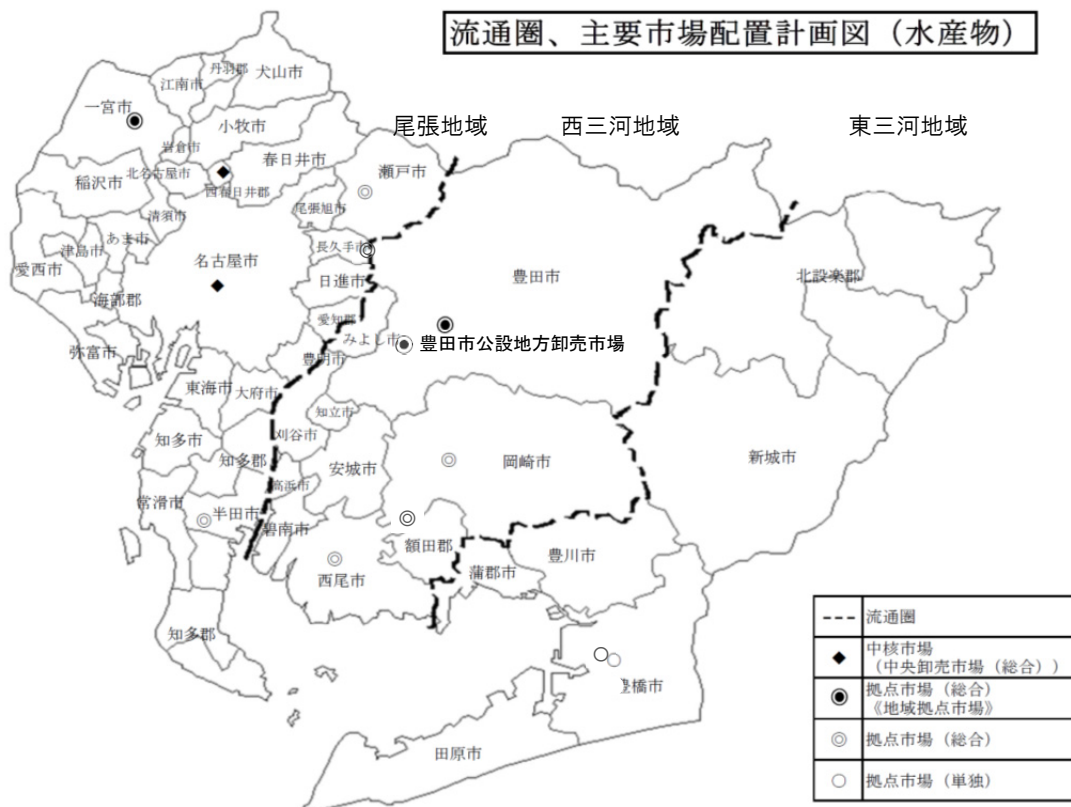
出典：愛知県卸売市場整備計画（第 10 次）

（参考）周辺市場の取扱量の推移（平成 21 年～23 年）

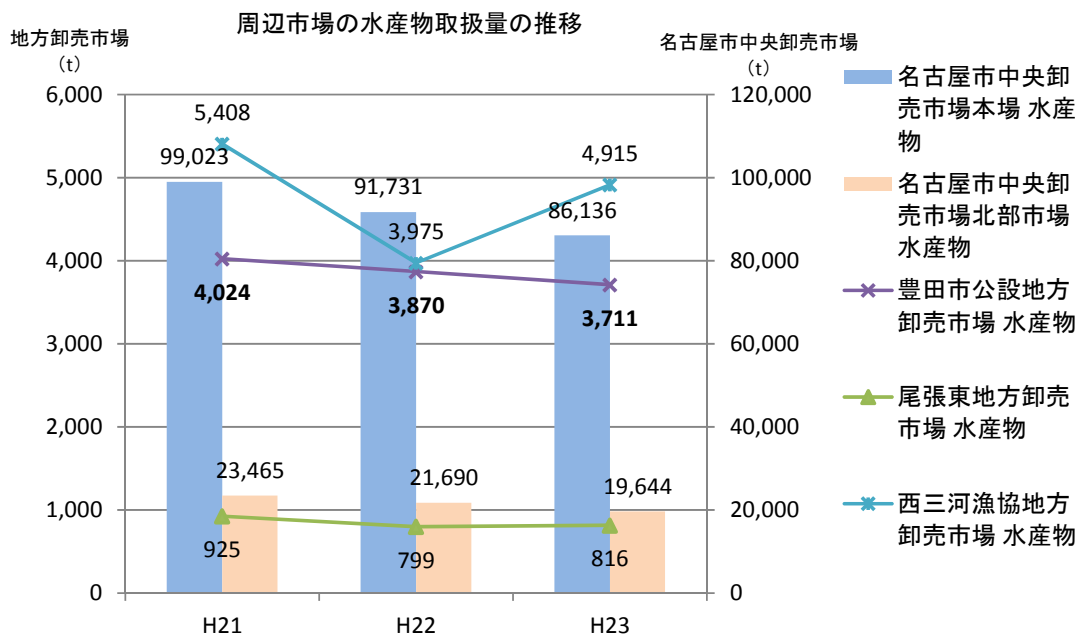


※公表されているうちで最新のデータ 3 か年を掲載。H24 年以後は非公表。

出典：愛知県地方卸売市場年報



出典：愛知県卸売市場整備計画（第10次）



※公表されているうちで最新のデータ3か年を掲載。H24年以後は非公表。

出典：愛知県地方卸売市場年報

6. 生産者・実需者等の関係者の意向

本市場に出荷するおもな生産者及び実需者に対してアンケート調査を行うことにより、関係者の意向について把握・整理しました。

(1) 調査概要

調査概要は以下のとおりです。

① 調査概要

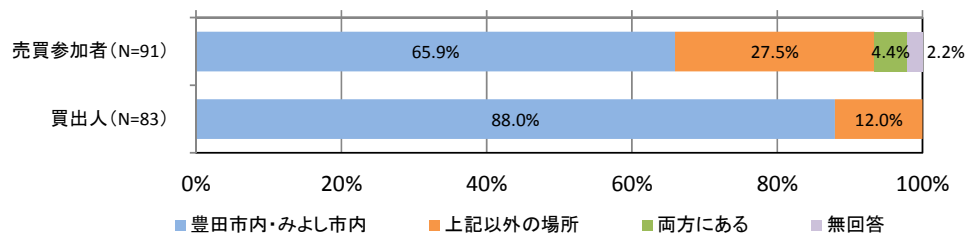
		調査対象	調査方法	調査時期
実需者	売買参加者 アンケート	売買参加者 259 者	郵送で配布、 郵送で開設者に送付	平成 29 年 9 月 下旬～10 月
	買出人 アンケート	買出人 291 者	郵送で配布、 郵送で開設者に送付	
産地アンケート		青果・水産 各 10 者	郵送で配布、回収	

② 回収状況

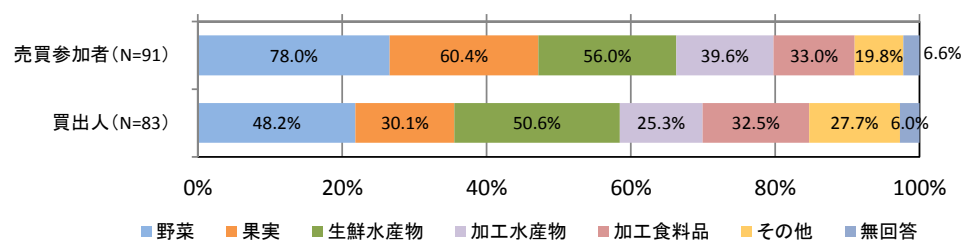
		配布数	回収数	回収率
実需者	売買参加者 アンケート	259	91	35.1%
	買出人 アンケート	291	83	28.5%
産地アンケート		20	9	45.0%

(2) 実需者に関する調査結果

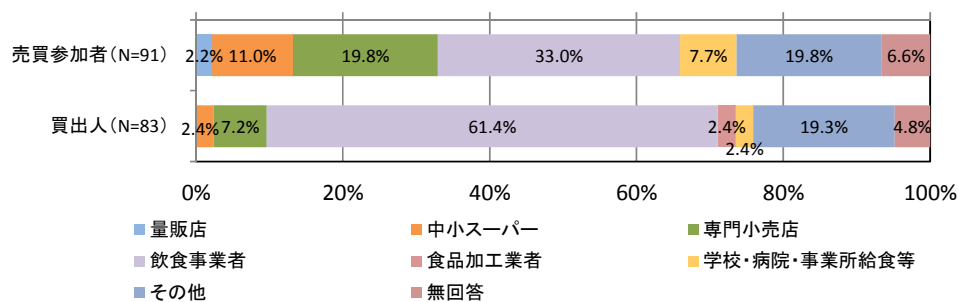
○ 店舗の場所



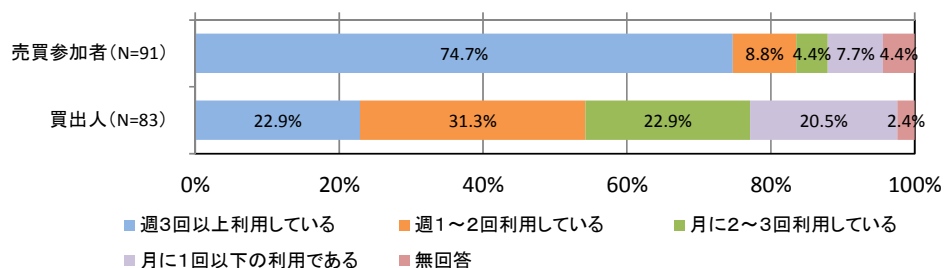
○ 分野 (MA)



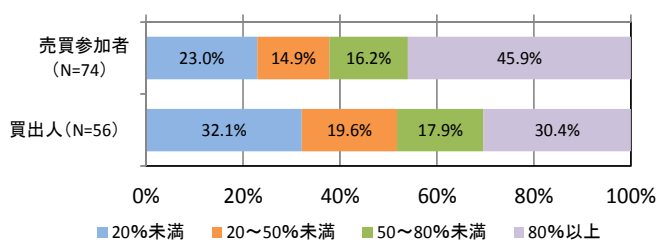
○ジャンル



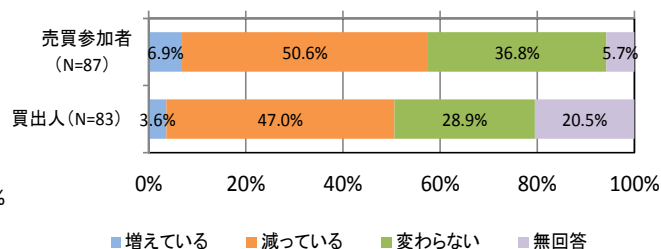
○豊田市公設地方卸売市場の利用状況



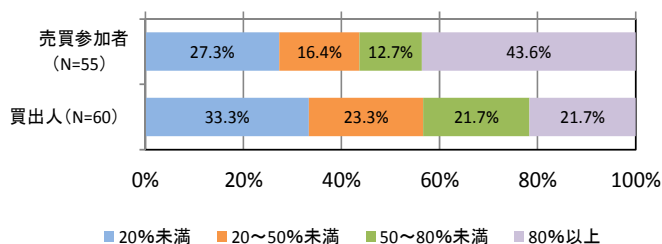
○仕入額（野菜・果実）



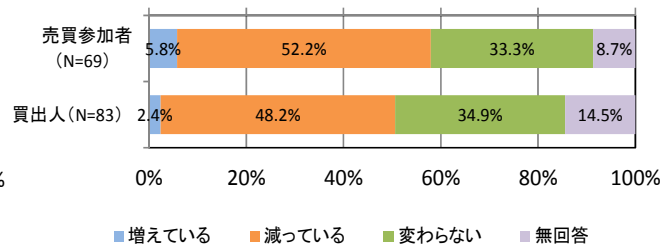
○近年の仕入れ額の変化（野菜・果実）



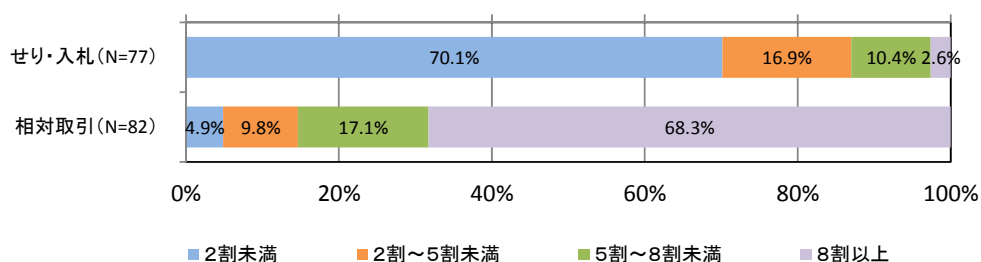
○仕入額（水産・水産加工）



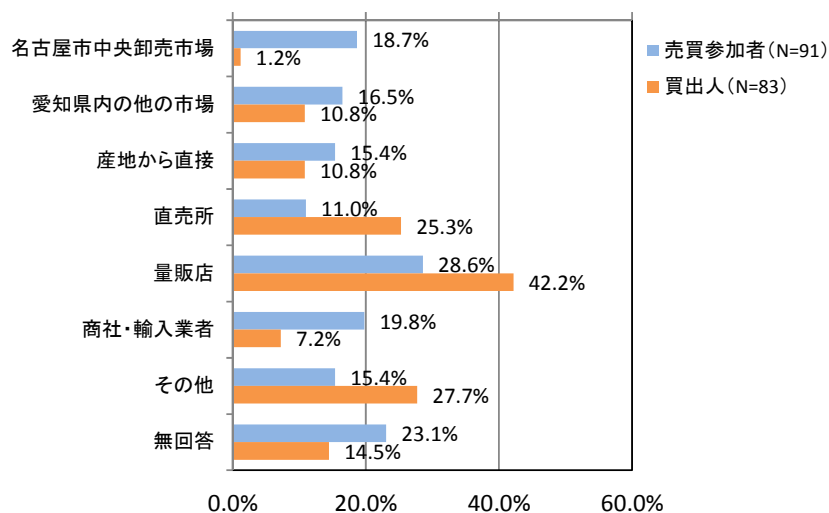
○近年の仕入れ額の変化（水産・水産加工）



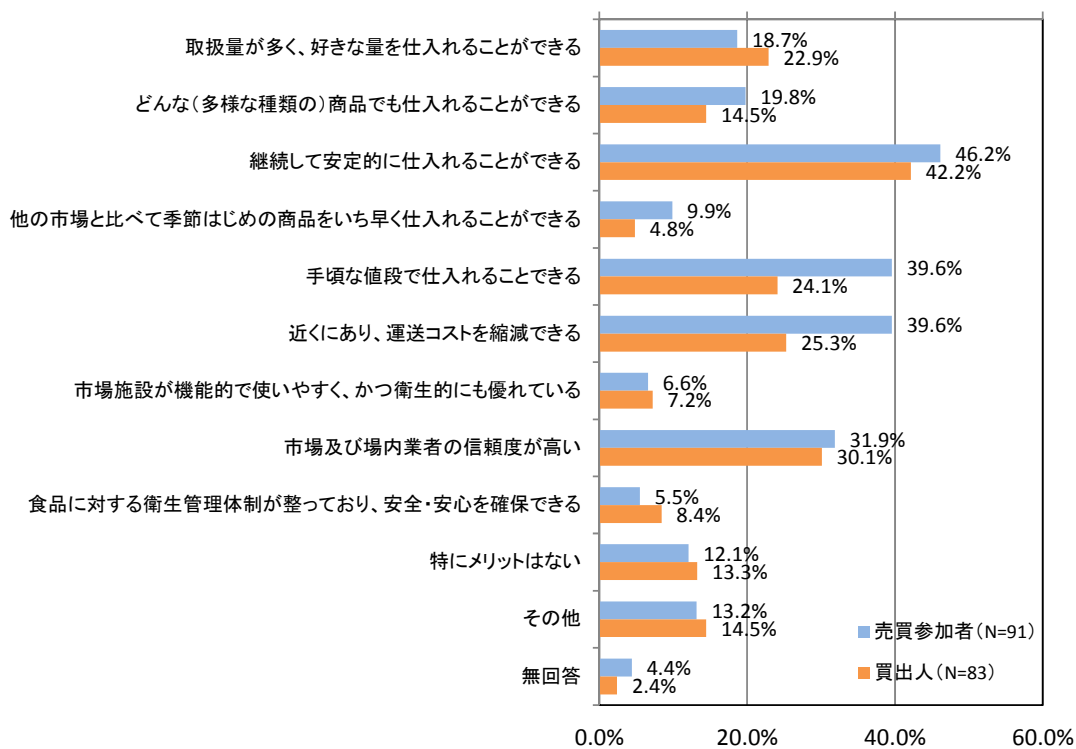
○近年の仕入れ方法（売買参加者のみ）



○生鮮食料品の他の仕入れ先



○仕入れる理由、メリット



○豊田市公設地方卸売市場に対する評価・提案・期待することなど（主な意見）

〔取扱品目などへの期待〕

売買参加者	買出人
● 取扱品目が少ない。品揃えの強化。 ● 魚の種類をもう少し増やしてほしい。 ● 三河湾など地元や近海の魚を増やしてほしい。 ● 仲卸業者が少ない。 ● どこよりも安価に仕入れができ、必ず提供ができるように全国の地産の鮮魚を期待する。 ● 果物、野菜、新鮮味がなく、なおかつ高い。 ● 品目というよりは品質についてはよくない場合がある。 ● 新商品、新品種、流行を先取りした商品などの入荷や紹介など。 ● 旬のものがもっと多くあればいいと思う。	● 仲卸が少なくなり商店の種類も少ない。 ● 品数が少ない。取扱商品を増やしてほしい。 ● 魚介類の品数が少ない。 ● 魚類加工品を多くしてほしい。 ● 全体的に価格が高い。スーパーの店頭価格より高い場合が多々ある。 ● スーパーで購入して販売している商店も多い。 ● 豊田産で人気のある商品の開拓。愛知県内の若い生産者からの青果物の開発。 ● 飲食店の方も多くいると思われる。アルコールなど無理なのか。 ● 物品の価格表示が完全にされていない。 ● 価格が高い。

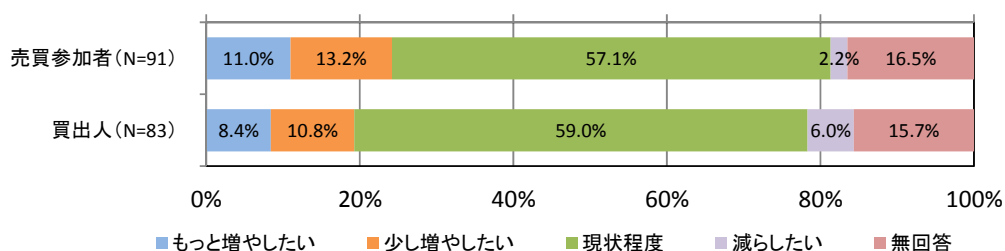
〔時間や利用のルールなど運営面の問題点や期待〕

売買参加者	買出人
● せりの始まる時間が遅い。 ● 納品時間を安定的にし、店の開店に間に合うようにしてほしい。 ● 正しいルールで取引・運用できるよう指導してほしい。 ● 一般開放以外、一般の人間は入れないようにしてほしい。権利を持たない者が自由に出入りできるのはおかしい。 ● 一般の方をもっと入れてはどうか。 ● 商品場への車の乗り入れ状況を見てほしい。 ● 5年ごとの更新手続きがもっと簡略化されると助かる。	● 販売時間のルールを決めてほしい。 ● 大型トラック専用の積み込み地区を分けてほしい(特に仲卸床西側駐車場)。 ● 一般の人々が大量出入りしているため買出人の年会費を払って入場している意味がない。 ● 午前中までは営業してほしい。AM 8:00 頃に片付けが始まっている ● ほとんどの商品が地面に直置きとなっている。 ● 禁煙、分煙の徹底。建物の周囲（黄線の内側）を爆走していく車両がいるのでとても危ない。

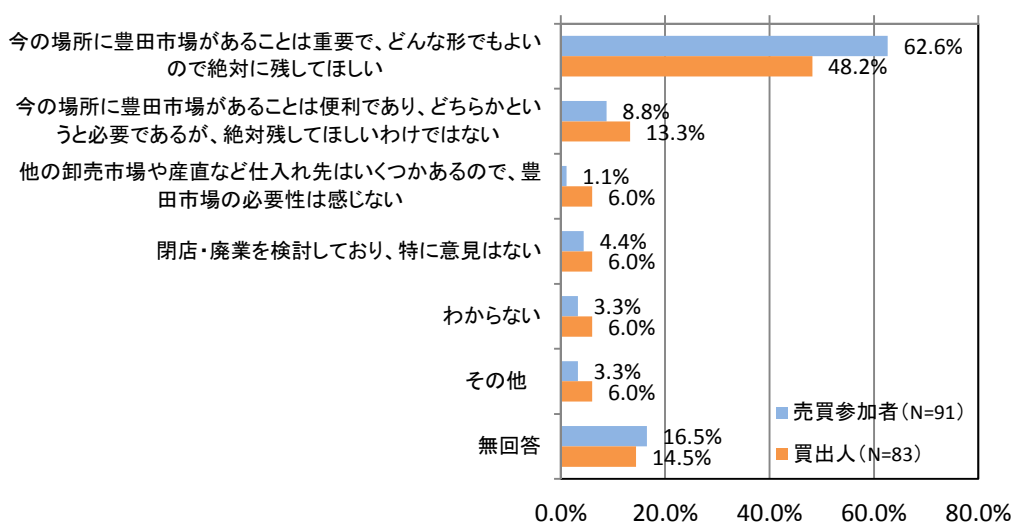
〔施設面の問題点や期待〕

売買参加者	買出人
● 食の安全を考え、広い雨除け設置が必要。 ● 水産棟をすべてあきシャッターにして閉塞感をなくすることが大切。 ● 2階の喫茶店を1階に移動してシャッターの閉まっている店をなくしてほしい。 ● 施設などは充実しているが、無駄が多く不便も多い。 ● 水産仲卸の施設の空調設備をもう少し考えてほしい。 ● 魚市場のひずみによる排水不良。 ● 水産などは床が不衛生、直接地に置かず台にのせたらどうか。 ● 水産の床が滑りやすい。 ● 駐車場の舗装がガタガタ。直してほしい。 ● トイレが汚い。 ● ゴミ処理場の開放。 ● 農家、市場、仕入人のコラボできるもの。レンタル農機具、農家レストラン、農産物加工場。 ● 公設地方市場なのにインターからの道路状況が整備されていない。	● 全ての店舗で清潔感がない。 ● 空き店舗が多く市場の活気がない。次の新規店舗を入れる、季節ものや特徴のある野菜を販売するなど活用してほしい。 ● 青果売り場の照明が暗い。 ● たばこについて場所関係なくどこでも吸っている。 ● 魅力ある楽しそうな店づくりができるとよい。 ● トイレが汚い。 ● 台車、シュター、置物かご等が完全に整備されていない。 ● 駐車場も市場で働く人と仕入者の分別をはっきりとわかるように分類すべき。 ● 水産仲卸の冷房設備は急務。青果も気温が高い時はみかん等の腐りが多い。 ● Wi-Fiの完備。 ● 雨の日でもぬれずに荷物の積み下ろしが可能な屋根付きの場所。

○今後の仕入れ意向

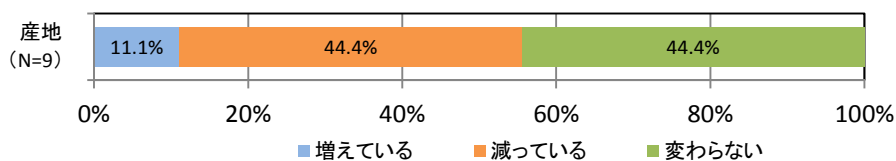


○将来の必要性



(3)産地に関する調査結果

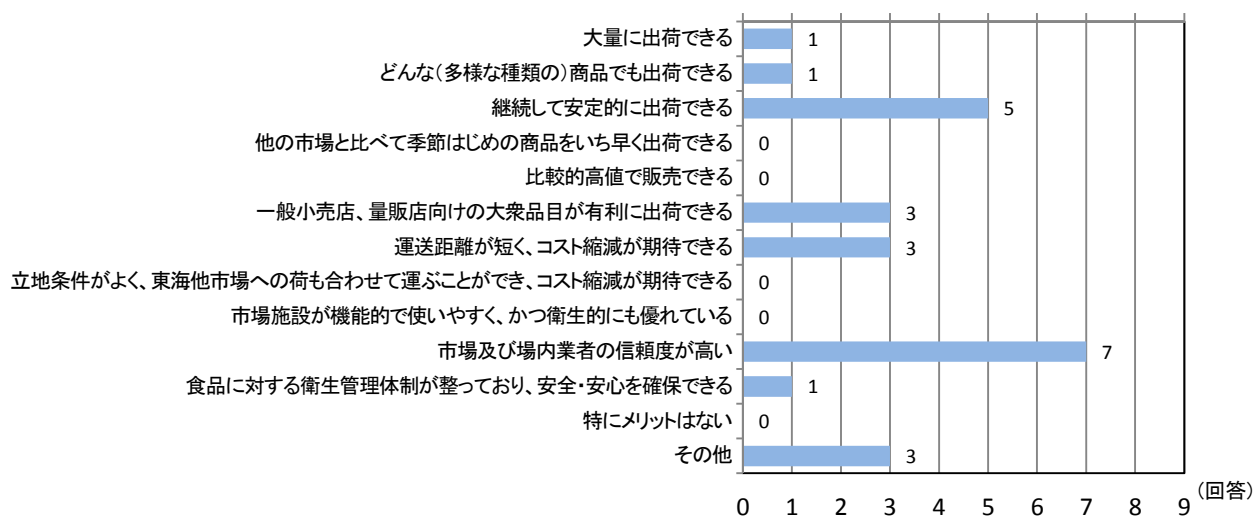
○豊田市公設地方卸売市場への近年の出荷量の変化



○変化の理由

- 客が減っている。
- 産地の生産量が減ってきた。
- 平成 27～28 年度は秋冬作の作柄が悪かった。
- 野菜だけでなく、きのこ、果実など総合品目で出荷する様になった為。

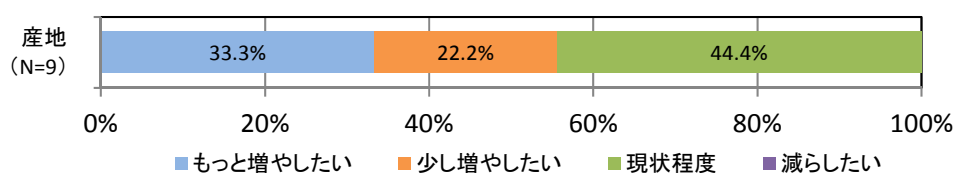
○豊田市公設地方卸売市場に出荷するメリット（長所）



○問題点や改善すべき点、期待すること、提案

- 少し閉鎖的だと思う。中にいる人より外に目を向けてみればいいかと思う。
- 珍しい魚や特別に大きな魚をネットで流して頂いてとてもよいと思う。
- 入荷状況がカメラ等で確認出来ると良い。魚の加工の手間を見てもらうことが必要。
- 地場ものの入荷量、中央の入荷量が確認出来るシステムがあると良い。200万都市（名古屋市）には後ろに東京が付いている。40万都市をどうするかという事だと思う。
- 中央卸売市場と休市、開市の統一（荷合せ困難）。
- 共販拡大への協力。
- 冷蔵庫完備によるコールドチェーンの確立。

○豊田市公設地方卸売市場に対する出荷の意向



第3章 本市場内部の評価

1. 市場関係者へのヒアリング結果

卸、仲卸、関連事業者など市場関係者へのヒアリングを通じて把握・整理した、市場内事業者及び本市場の課題等は以下のとおりです。

(1)卸売業者(青果)

《課題・ニーズ》

①集荷力の維持・強化

- ・産地の大型化により、毎日 10t トラック 1 台分の数量要請に対応できる販売力を持つことが困難である。
- ・農協の広域合併などにより産地が大きくなると、ロットの大きい中央卸売市場に持っていかれてしまう。
- ・以前のような需給バランスでの取引価格ではなく、産地主導型の価格設定となり、市場の価格形成機能が喪失している。
- ・産地に対しても売り先に対しても細やかな対応をすることが必要であり、産地からの信頼を確保していくことが重要。

②施設・設備の充実化

a)冷蔵施設（コールドチェーン化）の整備

- ・コールドチェーン化が求められる中で、他市場に比べて冷蔵設備面が弱い。
- ・加工施設（パッケージ施設）に冷房施設がなく、そこでコールドチェーンが途切れ、冷やした生鮮野菜が、温まって戻ってくる。
- ・パッケージ施設に冷房がないのはありえないこと。生鮮野菜は、予冷が解けた段階で劣化が進む。
- ・特に夏場は、生鮮野菜が劣化することから、大型の冷蔵庫を作り、賃料を徴収すればよい。

b)雨天対応型荷捌き・保管施設の整備

- ・トラックが軒下につけられない（軒下が低くウイングが入らない）ことから、荷捌きは雨天でも外部での作業となり、作業効率が低下している。
- ・市場に活況のあった時期は、ストックすることなく商品が動いていたが、今日では、ストックする場所が必要になっている（仲卸が購入した商品が外部に出てしまったり、卸のスペースに積まれる状態を生じている）。

③場内マナーの改善

- ・駐車・喫煙マナーの徹底
- ・トラックの通路や軒下に駐車している方がおり、搬入業務に支障をきたす。
- ・喫煙ルールの厳守。

④人材の確保・育成

- ・早朝からの出社や連休が取れないなどの業界の特殊性から、人材を募集しても応募する人はなかなかおらず、人材の確保が困難である。
- ・相対取引に対応した交渉力や販売力を持つ人材が不足している。

《本市場のあり方》

①市場機能の充実・強化

- ・魅力のある商品を扱い取引先を増やしていくこと、需要の6～7割を占める食品加工業への供給を強化し、青果取扱高を最低でも120億円をめざしていく。

②余剰地への食品加工業の誘致

- ・スーパー等の物流拠点を導入するなど、食関連産業と一体となって、食の加工・拠点として再生していったらどうか。
- ・本市場も、コールドチェーン化を進め、余剰地に食品加工業を誘致することで市場の発展につながる。

③民営化の促進

- ・指定管理制度の導入や余剰地を活用した食品加工業の誘致など、時代の変化に対応した新たな市場へと改革していく必要がある。

（2）卸売業者（水産）

《課題・ニーズ》

①直取りの大幅な減少

- ・かつては、三河湾の浜からの鮮魚も多かったが、地場の鮮魚の取り扱いが、大幅に減少。直取りは、経費が掛かり、近年では、仕入れ先の9割が名古屋市中心卸売市場である。

②せり参加者の減少

- ・市内に小規模な鮮魚店が存在していた時代には栄えていたが、せりに参加する売買参加者がいなくなっている。
- ・週2回のマグロのせりも3社程度の参加となり、せりの機能を失ってきている。

③人材不足

- ・従業員は、50代以上が8割で、30代は1名と次の世代を担う人材がいない。早朝の2時に出勤し、午後2時までの勤務での就労で、求人に応じるものはいなく、人材不足が大きな課題である。

《本市場のあり方》

○公設市場としての存続

- ・市場は公設であってほしい。
- ・売上高が減少の一途をたどる中で、投資やメンテナンスを自前ですることになれば、その費用を捻出するために、販売価格を高くするしかなく、一層厳しい立場になってしまう。

（3）仲卸業者（青果）

《課題・ニーズ》

①荷受力の維持・強化

- ・青果流通の産地主導化に対応し、卸2社をまとめた集荷を行うなど産地が効率よく卸すようにしている。産地からの出荷ロットを確保し、信頼を確保していくことが必要である。
- ・近郊の果樹産地からの集荷量の確保に努めており、時期的な産地市場としての特性を生かした一層の集荷力を確保していく必要がある。

②冷蔵施設（コールドチェーン化）の整備

- ・集荷の産地主導に対応した物量を確保するためには、生鮮野菜を保管するための冷蔵施設が必要となる。
- ・また、鮮度を保つためには、コールドチェーンが求められる。

③広域展開による販路の確保

- ・豊田市の人口は、42 万人であり、事業拡大にはマーケットが狭い。
- ・本市場を拠点とすれば、岡崎、東三河エリアへの取引先の確保となる。

(4)仲卸業者(水産)

《課題・ニーズ》

①需要者へのきめ細かな対応

- ・近年は、1 匹買いをする飲食店等の買出人が減り、2 冊、2 キロといった少量での注文が多く、魚をおろし、加工を施す手間が増えている。
- ・1 匹単位やケース単位で届けていたものが、半身や4 分の1 といった注文となっており、手間がかかるようになってきており、顧客へのきめ細かな対応が必要となっている。

②冷蔵施設の整備

- ・品質管理上、必要となる冷房設備は、個人での設備投資は難しい。

③市場の一般開放

- ・市場の一般開放では、約 3,000 人の市民が来場している。土日に朝市を開催すると活性化が図れると思う。
- ・市場の一般開放は、早朝から準備し対応しても、イベントとしての一般消費者の来場であり、客単価が低く、10 万円程度の売り上げに過ぎず、市場の一般開放の回数を減らしてほしい。

(5)関連事業者

《課題・ニーズ》

①来場者の大幅な減少により厳しい経営状況

- ・関連店舗は、市場外に販売先などの基盤を有しているところは、比較的良いが、本市場のみで販売している店舗は、厳しい状況にある。

②組合活動の低迷

- ・買出人が増えることはうれしいことであるが、その必要はない組合員もあり、組合活動が難しいところである。一般開放にしても反対する方も多い。
- ・関連店舗で、活性化に向けて何か活動をしていこうとする意向がないのが現状。

③市場の一般開放

- ・現状の市場の一般開放は、お祭りのようなもので、市場関係者は「余力がないし、面倒くさいことはやりたくない」「従業員を使って、小遣い程度の売上げでは、意味がない」といった意見を聞く。
- ・市場の一般開放も売上の一環となるように、本腰を入れて行っていくことが必要である。

《本市場のあり方》

○賑わいのある市場形成

- ・市場を利用していただけるとともに、関連店舗組合の皆で、市内の小さな飲食店への営業を行うなどの努力が必要である。
- ・関連店舗は、売買参加者や買出人へのサービスであるが、一般消費者へのサービスも取り込めるようになれば良い。

2. 市場関係者へのアンケート結果

本市場の関係者（仲卸事業者、関連事業者）に対してアンケート調査を行うことにより、市場関係者の意向について把握・整理しました。

（１）調査概要

調査概要は以下のとおりです。

①調査概要

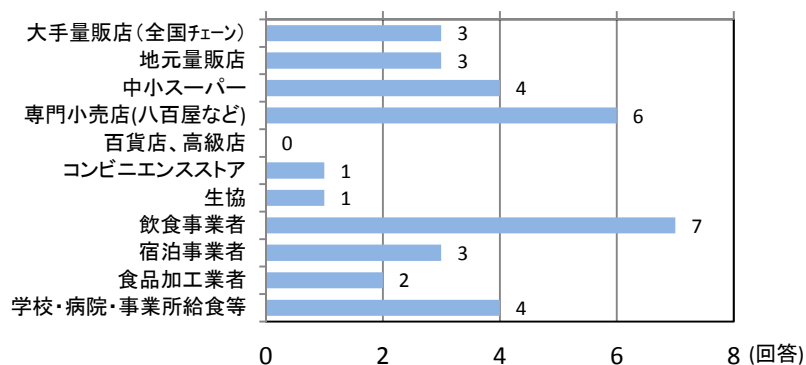
	調査対象	調査方法	調査時期
仲卸アンケート	青果・水産仲卸業者 8 者	開設者から配布、 開設者へ提出	平成 29 年 9 月 下旬～10 月
関連事業者アンケート	関連事業者 17 者	開設者から配布、 開設者へ提出	

②回収状況

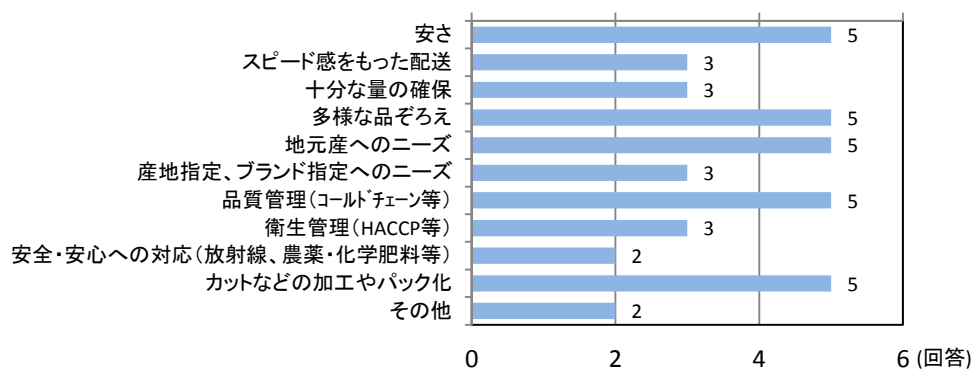
	配布数	回収数	回収率
仲卸アンケート	8	8	100.0%
関連事業者アンケート	17	12	70.6%

(2)調査結果

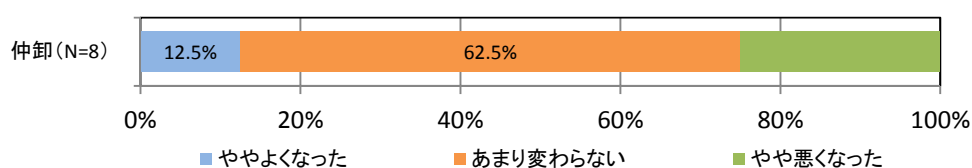
○現在の販路について（仲卸）



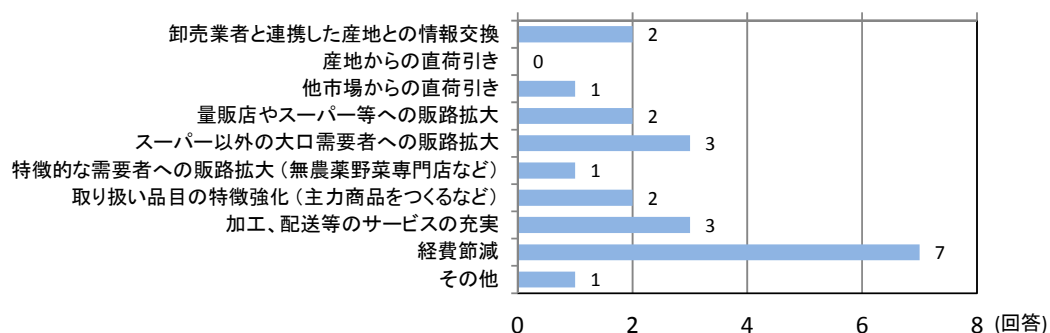
○仲卸業者に対するニーズや声のうち大きくなってきているもの（仲卸）



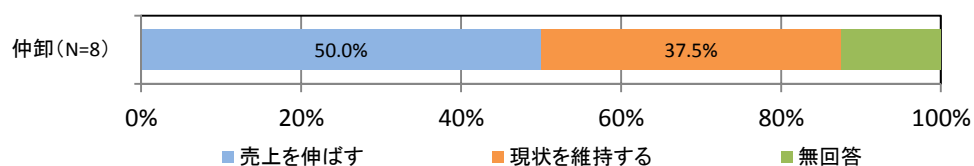
○売上状況（5年前と比べて）（仲卸）



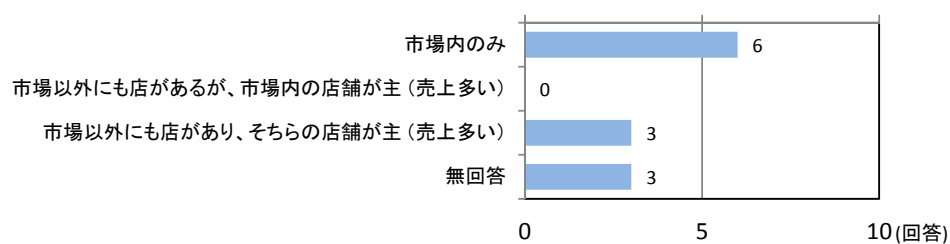
○売上状況等に対する対応策（仲卸）



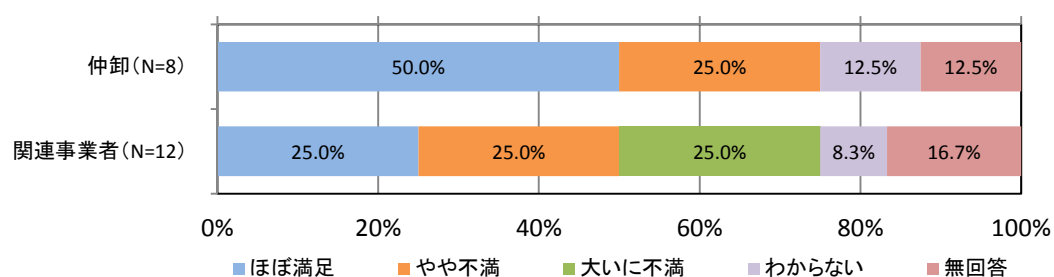
○今後の売上等の見通し（目標）（仲卸）



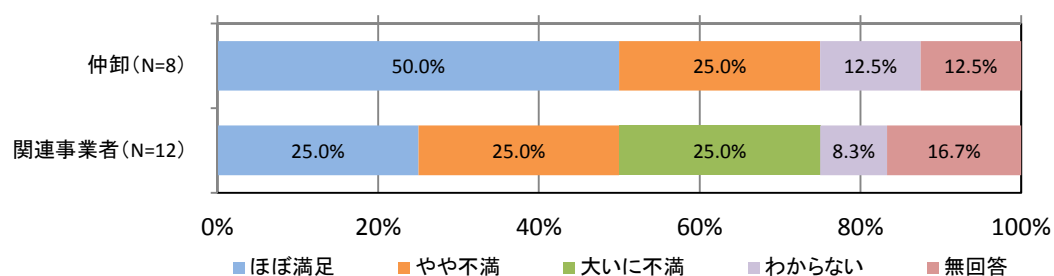
○出店状況（関連事業者）



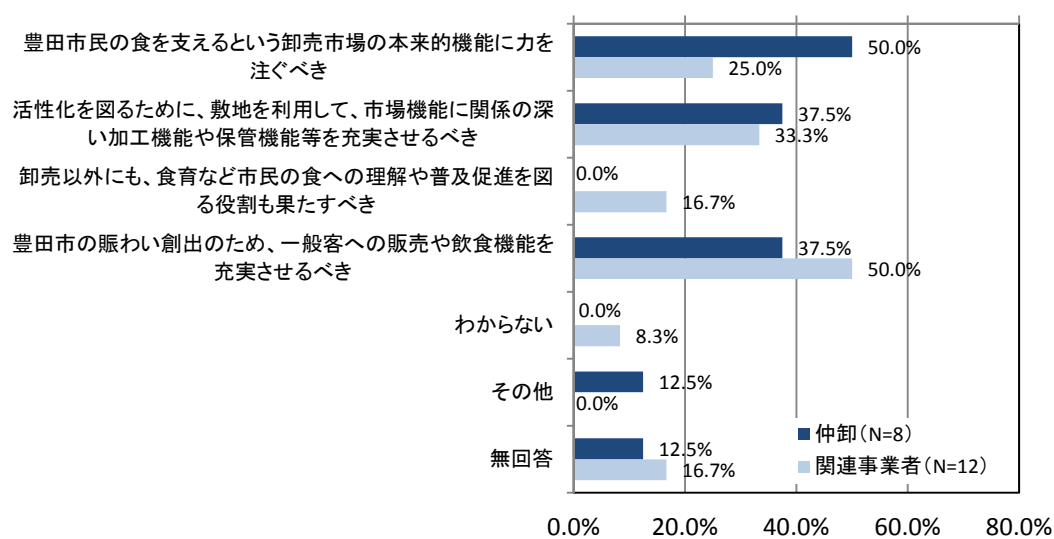
○現状の市場の施設や設備について



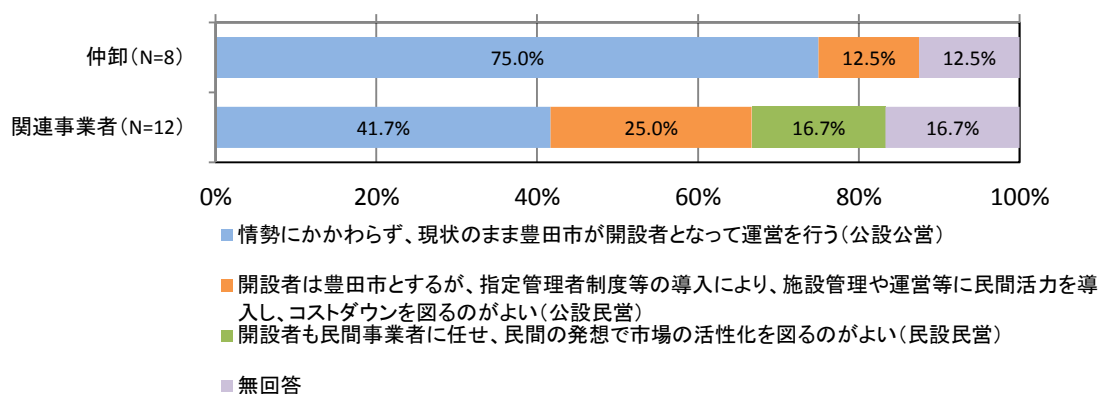
○現状の市場の運営やルール



○今後の卸売市場のあり方

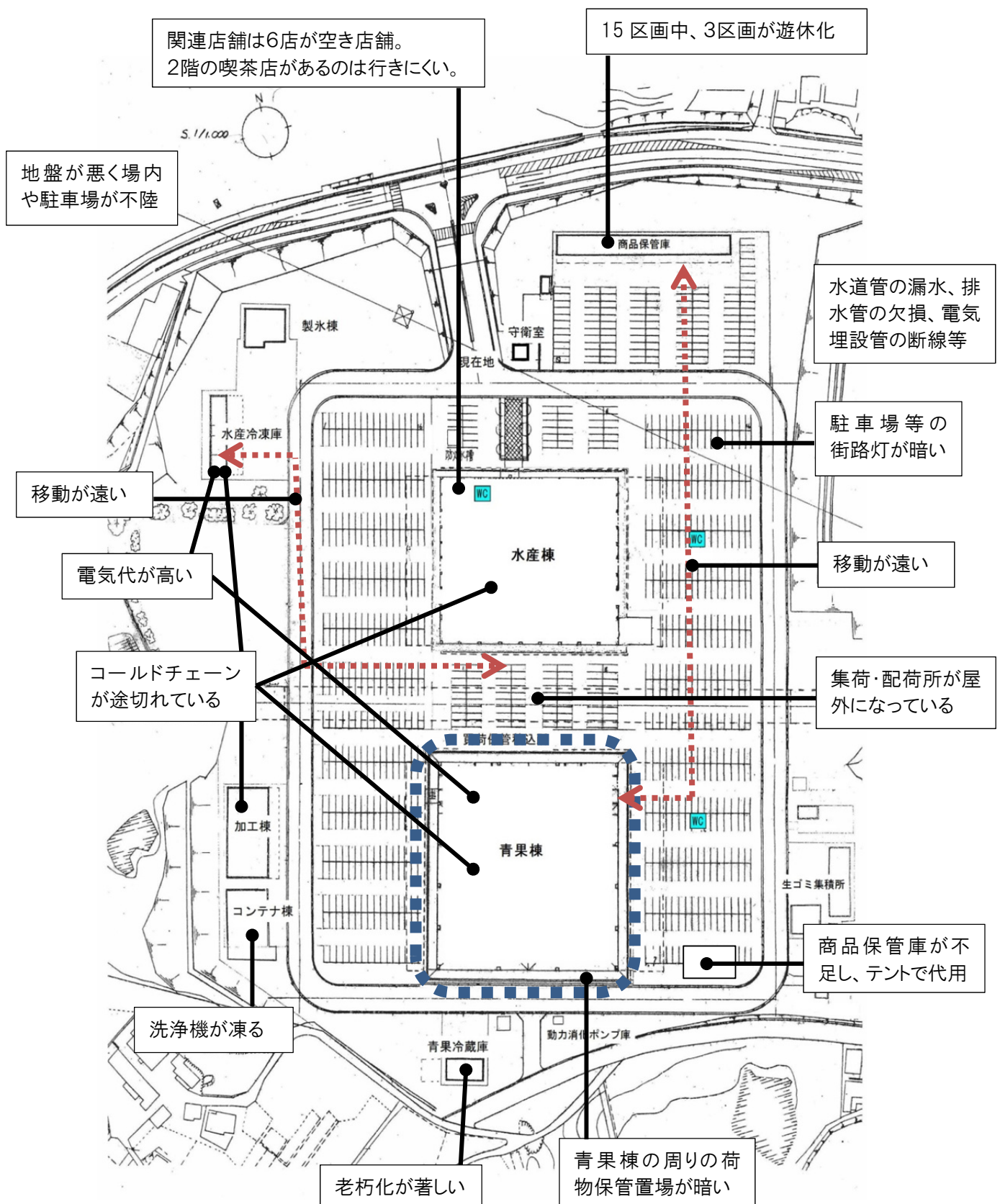


○市場の運営のあり方



3. 施設利用上の問題点

場内事業者等へのヒアリング結果及びアンケート結果を踏まえると、本市場の施設利用上の問題点は以下の図のとおりです。



第4章 本市場の可能性と課題

1. SWOT 分析

本市場のSWOT分析は以下のとおりです。

本場の外部環境及び内部環境の評価

豊田市場の内的要因	
豊田市場の内的要因	
強み分析（S）	
① 豊田市とみよし市（人口約48万人）の食を支える重要な市場（第10次愛知県卸売市場整備計画で「地域拠点市場」と位置づけ） ② 供給圏の実需者にきめ細かく供給（売買参加者259名、買出人291名） ③ 世界企業であるトヨタが立地 ④ 利便性の高い立地条件（高速ICや幹線道路にも近い） ⑤ 県内産地等との連携による特徴的な品揃え（青果、水産） ⑥ コンテナシステムによる地産地消促進の取組 ⑦ 場内にユニークな事業者（パッケージセンター、学校給食関係）	
弱み分析（W）	
① 開設後35年経過による建物・設備の老朽化 ② 食流通に求められる機能が未整備（コールドチェーン、HACCP等）。 ③ 取扱額（量）の継続的減少 ④ 入場業者の減少・経営悪化傾向（大型産地と大型量販店、名古屋市場からの圧迫、人材不足等） ⑤ 名古屋市場からの集荷の構造的依存 ⑥ 空き店舗増加（特に関連事業者） ⑦ 市場会計赤字（一般会計からの繰入年約6,000万円）。 ⑧ 市場利用のマナーが問題（駐車場、喫煙等）	
今後の機会（O）	
① ICTやAI、IoT技術の進展・活用（アグリーツ；見える化webシステム等） ② 安全・安心、健康・食育、地元産（地産地消）への関心高まる ③ 地方創生（観光、産業・雇用創出等）への活用期待 ④ 卸売市場法改正の動き（さらなる規制緩和、民活推進（PPP、PFI、指定管理者制度、民営化等）	
1 強みを活かして勝機を掴む	
① 豊田市をはじめとする供給圏の食のニーズに対して、きめ細かく対応し、販売（さらなる深掘り） ② 供給圏のニーズに即応し、県内産地や全国のなじみのある産地からの集荷力の強化 ③ パッケージセンターや学校給食事業など強みを活かした、事業の拡大・横展開	
2 弱みに起因する損失を回避	
① コールドチェーン化による品質保持・管理機能の強化 ② 共同配送、共同加工等による業務の効率化の推進 ③ 市場全体としてのリクルート、スキル向上研修等による人材の育成確保 ④ 市場利用のマナー向上への対応	
今後の脅威（T）	
① 市場経由率低下（全国の市場経由率；青果60%、水産54%；ネット、直売所、大型店直接取引等） ② 食料消費量の減少（人口減少（供給圏人口H32；60万人予測）・少子高齢化） ③ 生鮮食料品の消費量の減少（外食、中食等の伸張） ④ 一般小売店の減少 ⑤ 卸売市場法改正の動きによる影響の可能性 ⑥ 環境問題、大規模災害や感染症などリスクへの対応	
3 差別化による勝ち残り	
① 「安全・安心／地産地消」のブランディング等による活性化 ② トヨタ関連の需要への対応や連携した取組による差別化 ③ 一次加工、調理加工等の実需者の手間を代替する機能を強化して、利便性の高い市場に ④ 社会貢献（広域防災拠点、環境エネルギー拠点等）	
4 最悪の事態を回避する危機管理	
① 経営戦略・事業計画の策定 ② B C P（事業継続計画）の推進 ③ 経営体質の強化（連携・合併・統合等） ④ 市民等への食のPRなどによる市場の重要性認識の向上 ⑤ 民間活力導入による打開策の検討	

豊田市場を取り巻く外的要因

2. 本市場の可能性と課題

本市場のSWOT分析を踏まえると、可能性と課題は以下のとおりです。

(1) 強みを活かして伸ばすべき課題

- ① 豊田市をはじめとする供給圏の食のニーズに対して、きめ細かく対応し、販売（さらなる深掘り）
- ② 供給圏のニーズに即応し、県内産地や全国のなじみのある産地からの集荷力の強化
- ③ パッケージセンターや学校給食事業など強みを活かした、事業の拡大・横展開

(2) 弱みに起因して対応すべき課題

- ① コールドチェーン化による品質保持・管理機能の強化
- ② 共同配送、共同加工等による業務の効率化の推進
- ③ 市場全体としてのリクルート、スキル向上研修等による人材の育成確保
- ④ 市場利用のマナー向上への対応

(3) 差別化を自覚して対応すべき課題

- ① 「安全・安心／地産地消」のブランディング等による活性化
- ② トヨタ関連の需要への対応や連携した取組による差別化
- ③ 一次加工、調理加工等の実需者の手間を代替する機能を強化して、利便性の高い市場に
- ④ 社会貢献（広域防災拠点、環境エネルギー拠点等）

(4) 基本的なこととして対応すべき課題

- ① 経営戦略・事業計画の策定
- ② B C P（事業継続計画）の推進・確認
- ③ 経営体質の強化（連携・合併・統合等）
- ④ 市民等への食のPRなどによる市場の重要性認識の向上
- ⑤ 民間活力導入による打開策の検討

第5章 将来ビジョンと取扱目標

1. 将来ビジョン

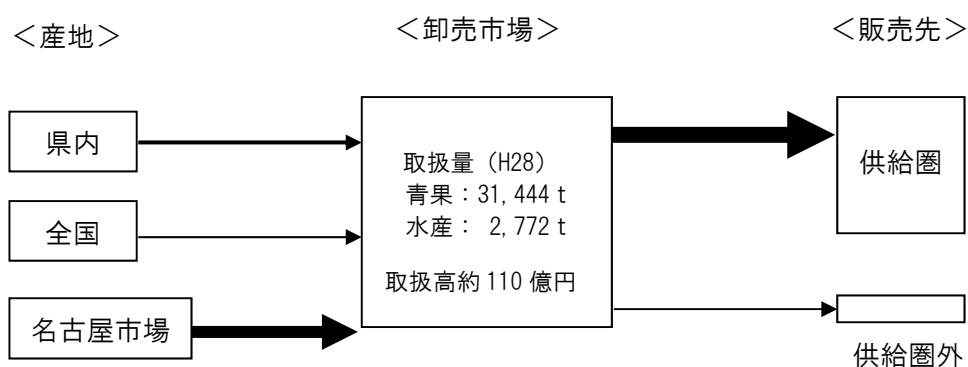
当市場の可能性と課題を踏まえ、当市場の10年後の将来ビジョンを以下のように示します。

■将来ビジョン

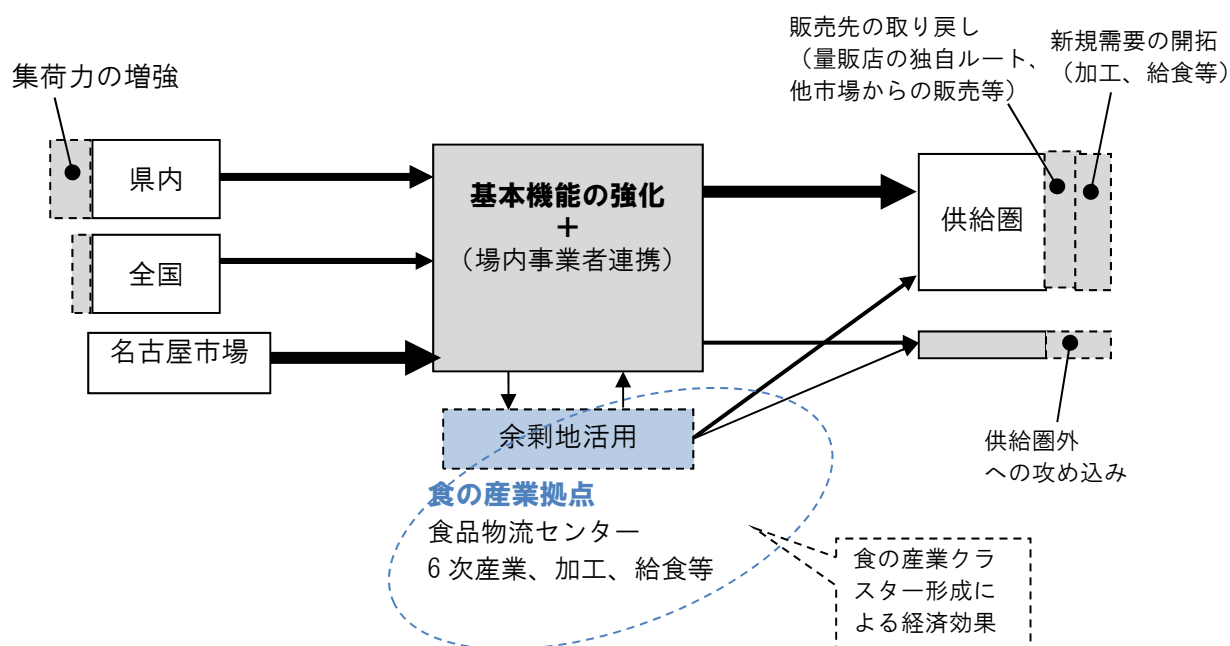
豊田市民に安全な食を提供し、元気を生み出す地域拠点市場

- 豊田市等の実需者や市民に確実に、安心安全な食が供給されている
- 名古屋市場との強力な連携により食材が確実に調達されている
- 県内及び全国産地との結びつきが強化されている
- 供給・販売先が、加工や給食需要などに対応し供給圏内外で充実・拡大している
- 余剰地を活用して、市場機能と連携した食の産業立地が進み、産業振興に寄与している

【現 在】



【今 後】



2. 取扱目標

(1)年間取扱量の将来推計

本市場の経営展望を立案するためには、将来の目標取扱量を設定し、その達成に向けた取組を検討していくことが必要です。ここでは将来取扱量を3つのケースで推計しました。

なお、本市場の取扱量を左右する要因は多様に考えられますが、供給圏である豊田市とみよし市の人口と市民1人あたりの市場取扱量（見かけ上の1人あたりの供給量）から、将来取扱量を推計します。また推計人口のデータの関係から、将来の年を平成37年としています。

①青果物の取扱量推計

<推計の根拠>

項 目	実績値			推計値	
	平成17年	平成22年	平成28年	平成37年	備考
①市場での青果物取扱量 (t)	48,684	38,883	31,444		加工物・その他含む
a) 野菜取扱量 (t)	29,497	25,908	21,980		
b) 果実取扱量 (t)	18,231	12,037	8,711		
②豊田市・みよし市人口 (人)	468,393	481,585	487,062	489,908	各市の総合戦略・人口ビジョン
③市民1人あたりの青果物取扱量 (①/②) (kg/人)	103.9	80.7	64.6	30.8	平成17年から28年の実績値の傾向より推計
a) 野菜取扱量 (kg/人)	63.0	53.8	45.1	27.9	
b) 果実取扱量 (kg/人)	38.9	25.0	17.9	1.6	

※豊田市・みよし市の人口実績値は国勢調査（各年10月1日現在）より、推計値は豊田市人口ビジョン・まち・ひと・しごと創成総合戦略、みよし市まち・ひと・しごと創生人口ビジョン・総合戦略に基づく。取扱量の数字は年度。

<推計結果（3つのケース）>

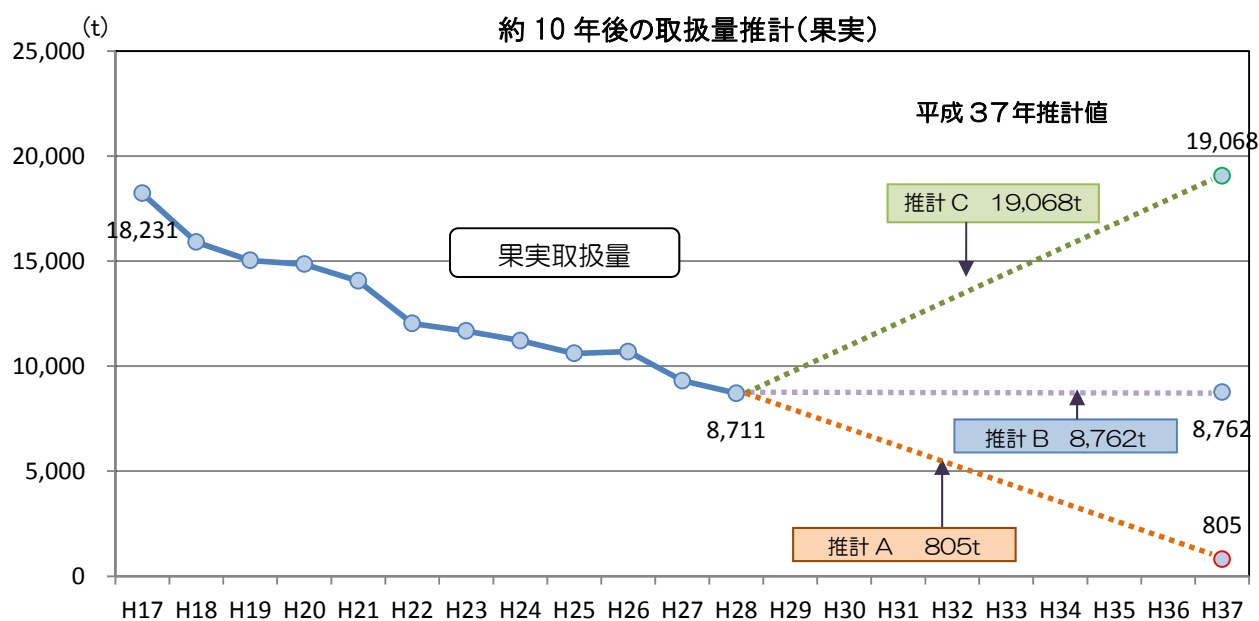
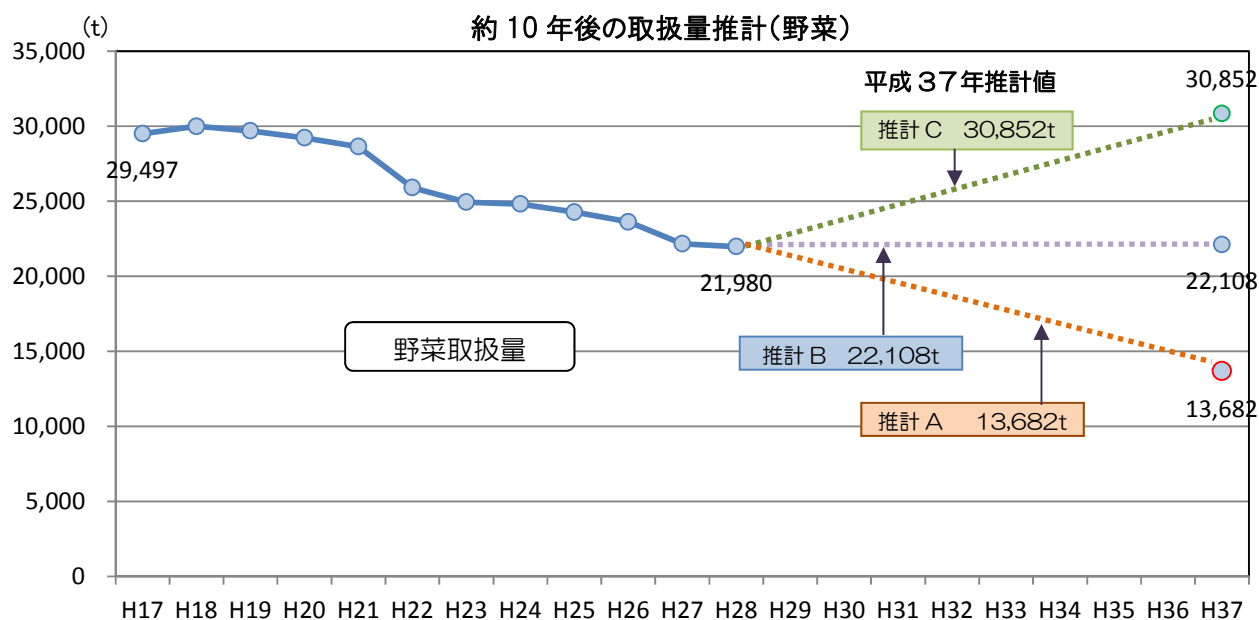
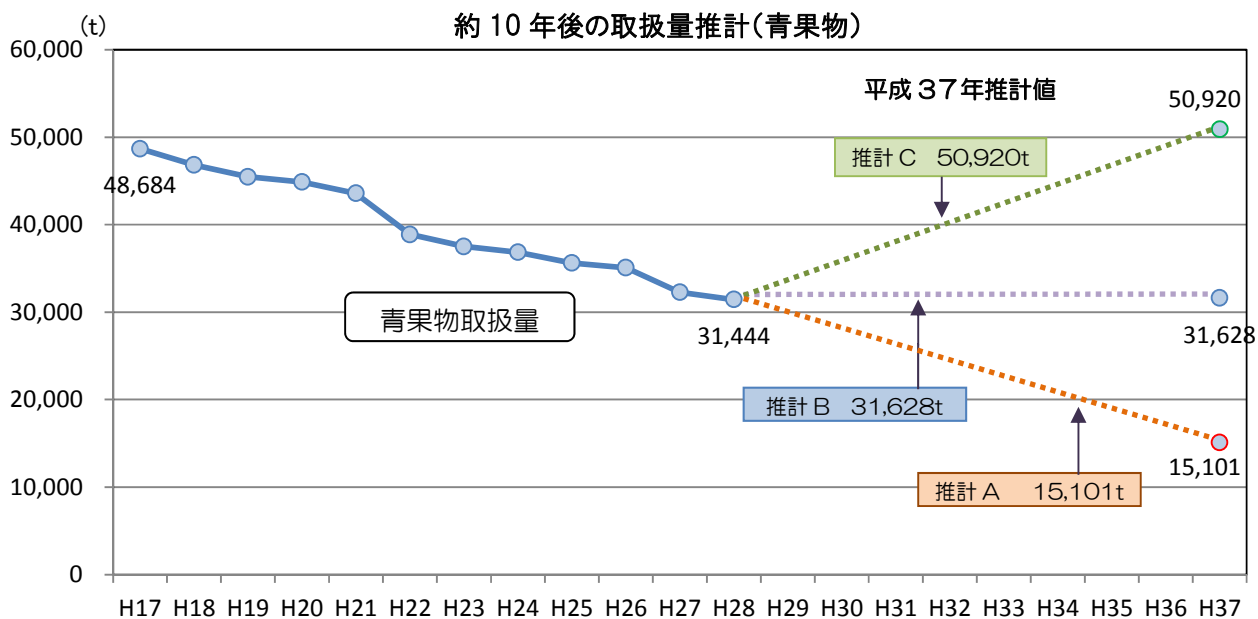
ケース	概 要	平成37年の推計値	
推計 A	平成17年以降の取扱量の傾向がその延長上で継続した場合	青果物	15,101t
		野菜	13,682t
		果実	805t
推計 B	平成28年（ほぼ現状）における市民1人あたりの市場取扱量を維持する場合	青果物	31,628t
		野菜	22,108t
		果実	8,762t
推計 C	平成17年（約10年前）における市民1人あたりの市場取扱量に、努力して回復する場合	青果物	50,920t
		野菜	30,852t
		果実	19,068t

（計算式）

推計 A = (a)平成37年の市民1人あたりの取扱量 × 平成37年の豊田市・みよし市の将来推計人口

推計 B = (b)平成28年の市民1人あたりの取扱量 × 平成37年の豊田市・みよし市の将来推計人口

推計 C = (c)平成17年の市民1人あたりの取扱量 × 平成37年の豊田市・みよし市の将来推計人口



②水産物の取扱い量推計

<推計の根拠>

項 目	実績値			推計値	
	平成17年	平成22年	平成28年	平成37年	備考
①市場での水産物取扱い量 (t)	4,770	3,814	2,771		
②豊田市・みよし市人口 (人)	468,393	481,585	487,062	489,908	各市の総合戦略・人口ビジョン
③市民1人あたりの水産物取扱い量 (①/②) (kg/人)	10.2	7.9	5.7	1.4	平成17年から28年の実績値の傾向より推計

※豊田市・みよし市の人口実績値は国勢調査（各年10月1日現在）より、推計値は豊田市人口ビジョン・まち・ひと・しごと創成総合戦略、みよし市まち・ひと・しごと創生人口ビジョン・総合戦略に基づく。取扱い量の数字は年度。

<推計結果（3つのケース）>

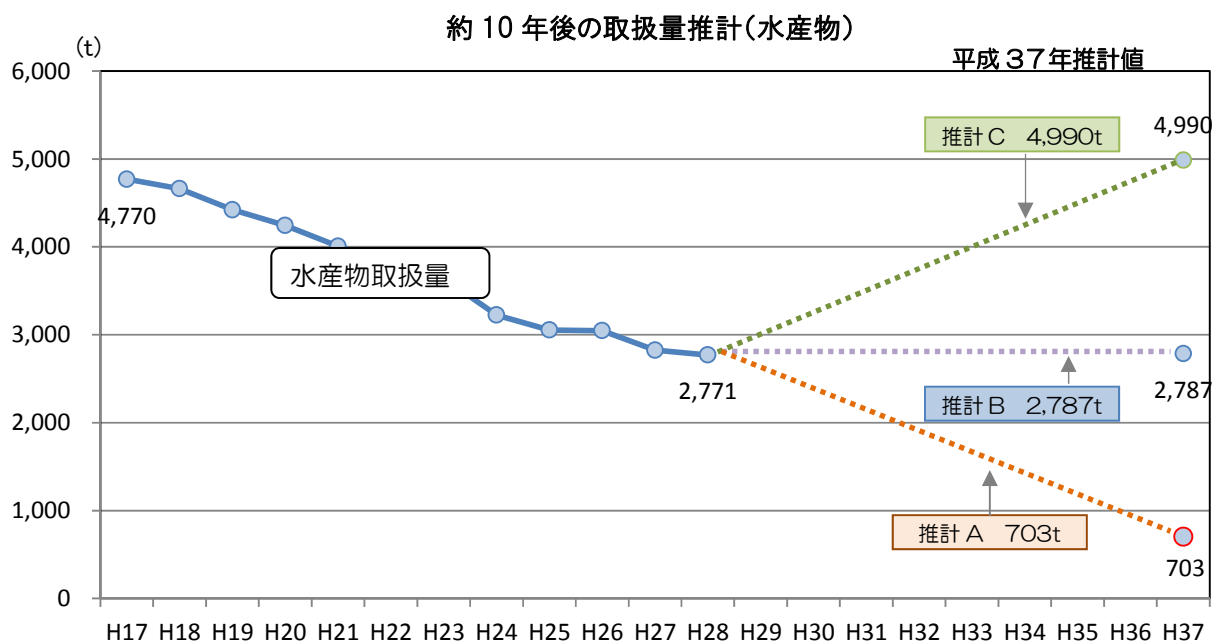
ケース	概 要	平成37年の推計値
推計 A	平成17年以降の取扱い量の傾向がその延長上で継続した場合	703t
推計 B	平成28年（ほぼ現状）における市民1人あたりの市場取扱い量を維持する場合	2,787t
推計 C	平成17年（約10年前）における市民1人あたりの市場取扱い量に、努力して回復する場合	4,990t

（計算式）

推計 A = (a)平成37年の市民1人あたりの取扱い量 × 平成37年の豊田市・みよし市の将来推計人口

推計 B = (b)平成28年の市民1人あたりの取扱い量 × 平成37年の豊田市・みよし市の将来推計人口

推計 C = (c)平成17年の市民1人あたりの取扱い量 × 平成37年の豊田市・みよし市の将来推計人口



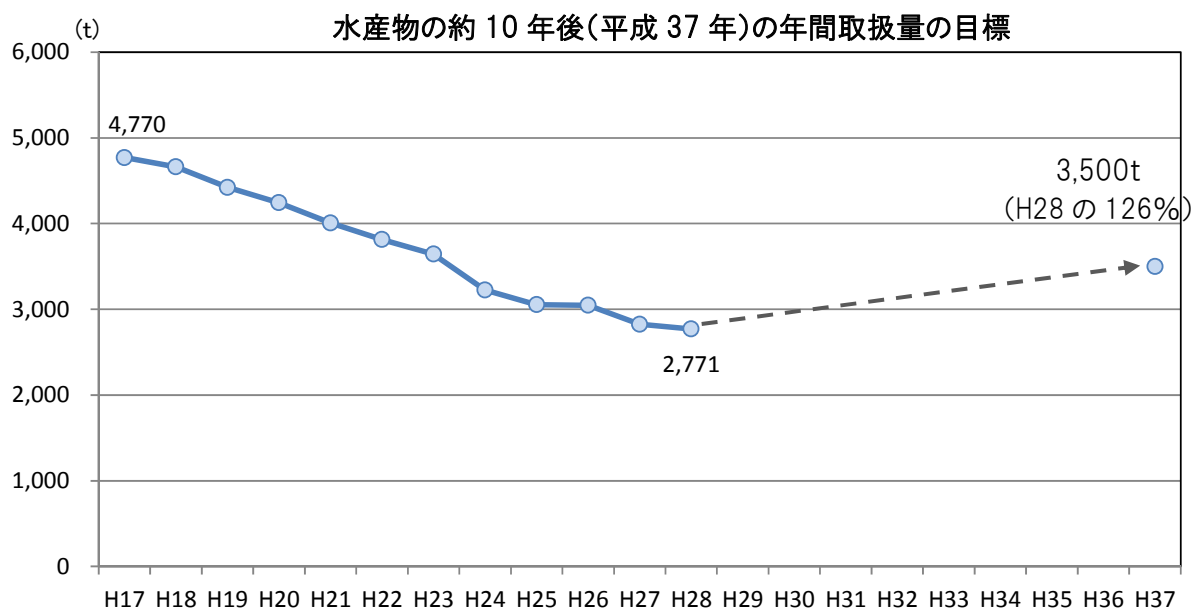
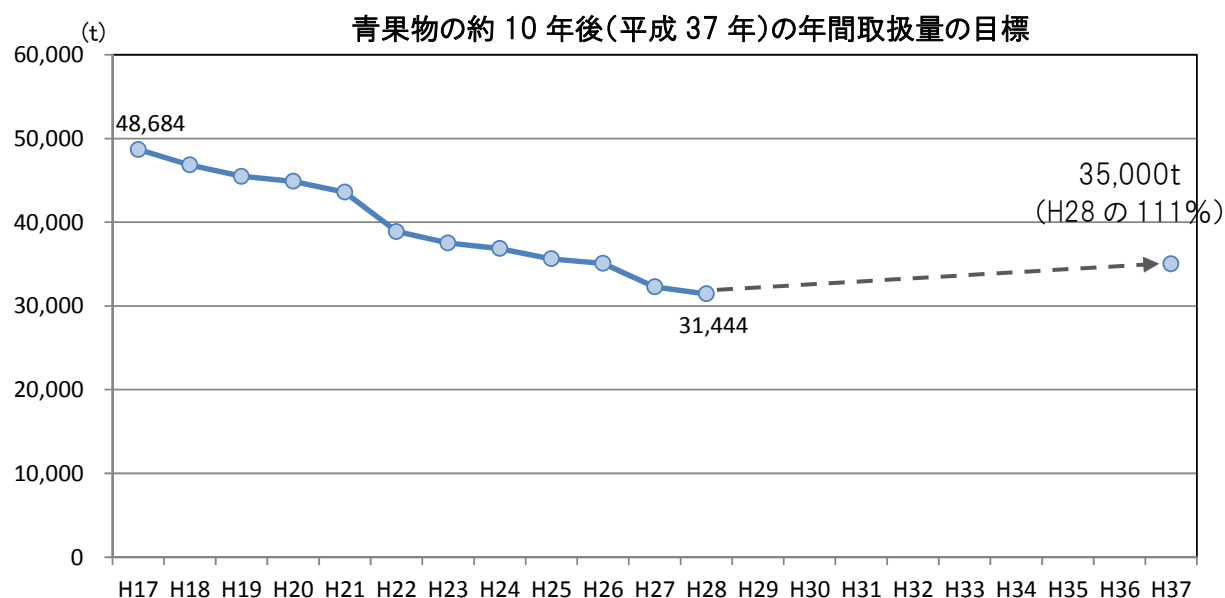
(2)年間取扱量の目標設定

上記の推計値を踏まえて、市場内事業者及び開設者として、年間取扱目標量を設定します。

青果物は、豊田市や県内など地元産地からの集荷を強化するとともに、大型産地から大口ロットの集荷にもチャレンジし、開設区域にとどまらず、区域外にも販売展開を広げていくことにより、現状（平成 28 年）の 111%となる 35,000t の取扱量を目標とします。

水産物は、冷蔵庫や水槽など当市場の充実した設備を武器に、開設区域にとどまらず、区域外にも販売展開を広げていくことにより、現状（平成 28 年）の 126%となる 3,500t の取扱量を目標とします。

項 目	実績値			目標値		
	平成17年	平成22年	平成28年	平成37年	平成28年比	備考
青果物取扱量 (t)	48,684	38,883	31,444	35,000	111%	加工物・その他含む
水産物取扱量 (t)	4,770	3,814	2,771	3,500	126%	



第6章 ビジョン実現に向けた戦略と行動計画

1. ビジョン実現に向けた戦略

当市場の将来ビジョンを実現するための戦略を以下のように設定します。

1. 市場の基本機能の強化

戦略1：供給圏内外に向けた販売力の強化

交通アクセスなど当市場の強みを活かし、取扱量向上に向けて、主軸となる量販店等への対応、新しい需要等への対応、さらに供給圏外への販路拡大も含め販売力を強化します。

戦略2：県内及び全国からの集荷力の維持・強化

取扱量向上に向けて、量販店対応を中心とした集荷力の強化と安定化を基本に、市場主導による地元産地の育成、全国の新しい産地の発掘型集荷、さらに水産物の集荷力の強化を行います。

戦略3：強い市場づくり

当市場が経営面でも人材面でも強くなるために、場内事業者の経営基盤強化、共同化等による業務の効率化、未来の市場を担う人材の確保・育成、さらには働き方改革及び労働環境の改善、そして当市場の強みであるパッケージセンターの有効活用を図ります。

戦略4：安全・安心対策の強化

卸売市場の信頼の基本である安全・安心を強化するために、コールドチェーン等の推進、HACCP等を意識した安心・安全の仕組み導入、老朽化及び効率化のための施設整備、さらには快適かつ清潔な市場づくりを行います。

戦略5：市場経営の合理化と民間活力の導入

より効率的かつ効果的な市場経営をめざし、市場会計改善も含めた市場経営の合理化、指定管理者導入も見据えた民間活力の導入について検討します。

2. 市場の社会的役割の発揮

戦略6：食の情報受発信機能の強化

社会に開かれた、役立つ市場をめざし、市民への情報発信・食育等の推進、川上・川下の事業者と交流推進、さらに市場開放の検討・推進を行います。

戦略7：環境と災害対策の強化

卸売市場の社会的責務として、環境への配慮及び災害に強い市場づくりを行います。

3. 市場施設の新たな活用の検討

戦略8：余剰地を活用した食の産業振興

当市場の敷地を活用し、市場機能と連携した食の産業機能の立地や企業誘致について検討し、豊田市の新たな産業振興をめざします。

2. ビジョン実現に向けた行動計画

当市場の将来ビジョンを実現するための具体的な方策を実施するための取組主体別及び実施時期別の行動計画を以下のように設定します。

(1) 市場の基本機能の強化に向けた行動計画

取組方策	取組主体（役割分担）						実施時期		
	卸業者	仲卸業者	関連事業者	売買参加者	開設者	その他	短期	中期	長期
戦略1：供給圏内外に向けた販売力の強化									
(1)量販店等への対応									
・地場産青果物を核としたシェア拡大	◎	◎				産市	⇒	⇒	⇒
・冷蔵庫や水槽等を売りとした水産物のシェア拡大	◎	◎					⇒	⇒	⇒
・卸と仲卸が連携した販売のための情報交換の強化	◎	◎			○		⇒	⇒	⇒
・地元スーパー向け調理済加工食品の開発	○	◎					⇒	⇒	⇒
(2)新しい需要等への対応									
・外食や中食（弁当・惣菜等）需要への提案型対応	○	◎	○				⇒	⇒	⇒
・施設給食への対応	○	◎	○				⇒	⇒	⇒
・市内の学校給食への食材供給の仕組みの見直し	○	◎			◎	市産	⇒	⇒	⇒
・高品質・高価格商品の需要者への提案型対応	○	◎					⇒	⇒	⇒
(3)供給圏外への販路拡大									
・量販店への対応の発展継続や関係強化による販路拡大	○	◎					⇒	⇒	⇒
・集荷力と集荷量の拡充による販路拡大	◎	◎					⇒	⇒	⇒
・地場産青果物や冷蔵庫や水槽等の設備充実を売りにした販路拡大	○	◎					⇒	⇒	⇒
戦略2：県内及び全国からの集荷力の維持・強化									
(1)量販店対応を中心とした集荷力の強化と安定化									
・既存の全国及び県内等地元産地との連携強化	◎	○			○	市産	⇒	⇒	⇒
・名古屋市場との連携強化	◎	○					⇒	⇒	⇒
・大口ロット集荷（集荷量拡充）への挑戦	◎	○				産	⇒		
・産地地消のためのコンテナシステムの活用推進	◎	○			◎	産	⇒	⇒	⇒
・卸と仲卸が連携した集荷のための情報交換の強化	◎	◎			○		⇒	⇒	⇒
・近隣市場との共同集荷の強化	◎	○					⇒	⇒	⇒
(2)市場主導による地元産地の育成									
・商品力で差別化を図るために、市内・県内等の産地と連携した商品開発、産地育成支援等を行う。	◎	○			○	産市		⇒	⇒
(3)全国の新しい産地の発掘型集荷									
・高品質・高価格商品の需要者等に対応するため、全国の新しい産地の発掘を行う。	◎	○			○	市	⇒	⇒	⇒
(4)水産物の集荷力の強化									
・冷蔵庫や水槽等の設備充実を売りにした集荷力の強化	◎	○			○	市		⇒	⇒

【凡例】 取組主体 ◎：実施主体 ○：サポート 産：産地・生産者 市：豊田市 民：民間事業者
 実施時期 短期：3年以内 中期：5年以内 長期：10年以内

取組方策	取組主体（役割分担）						実施時期		
	卸業者	仲卸業者	関連事業者	売買参加者	開設者	その他	短期	中期	長期
戦略3：強い市場づくり									
(1)場内事業者の経営基盤強化									
・経営等に関する研修や学習	◎	◎	◎		○		⇒		
・経営戦略・事業計画の策定	◎	◎	◎		○			⇒	
・強い事業者に向けた連携・合併・統合等	◎	◎	◎		○				⇒
(2)共同化等による業務の効率化									
・近隣市場との共同集荷の強化	◎	○					⇒	⇒	⇒
・仲卸業者による加工・配送業務の共同化（ルールづくり、実行組織づくり等）		◎					⇒	⇒	⇒
・市場業務改革のための情報システム化（ICT活用等）	◎	◎	○		◎	市	⇒	⇒	⇒
(3)未来の市場を担う人材の確保・育成									
・市場内事業者の共同による人材確保（リクルート）	◎	◎	◎		○	市	⇒	⇒	⇒
・市場内事業者の共同による人材育成・研修等の実施	◎	◎	◎		○	市	⇒	⇒	⇒
・市場の職務と職場の対外的イメージアップの強化	◎	◎	○		◎	市	⇒	⇒	⇒
(4)働き方改革及び労働環境の改善									
・ワークライフバランスの観点からの労働時間管理の徹底	◎	◎	◎		◎	市	⇒	⇒	⇒
・休市日の増加の検討・実施	◎	◎	◎		◎		⇒	⇒	⇒
(5)パッケージセンターの有効活用									
・市場内に加えて市場外からの受注の増加推進		◎			○	市	⇒	⇒	⇒
戦略4 安全・安心対策の強化									
(1)コールドチェーン等の推進									
・パッケージセンターのコールドチェーンへの対応	◎	◎			◎		⇒	⇒	
・青果棟のコールドチェーンへの対応	◎	◎			◎			⇒	⇒
・水産棟のコールドチェーンへの対応	◎	◎			◎			⇒	⇒
(2)安心・安全の仕組み導入									
・HACCPに準拠した品質管理ガイドラインの策定と運用	◎	◎			○		⇒	⇒	⇒
・検査機関による安全検査導入の検討・実施	○	○			◎			⇒	⇒
(3)老朽化及び効率化のための整備									
・青果棟・水産棟の間集荷・配荷・積込所への屋根の整備	○	○			◎		⇒	⇒	
・青果冷蔵庫の荷さばき空間への屋根の整備	◎	○			◎		⇒	⇒	
・青果棟及び水産棟の軒空間の照明の強化	○	○			◎		⇒	⇒	
・駐車場の照明の強化					◎			⇒	⇒
・コンテナ棟への給湯ボイラーの設置					◎			⇒	
・青果棟及び水産棟へのエレベーターの設置（高齢者対策）	○	○			◎			⇒	⇒

【凡例】 取組主体 ◎：実施主体 ○：サポート 産：産地・生産者 市：豊田市 民：民間事業者
 実施時期 短期：3年以内 中期：5年以内 長期：10年以内

取組方策		取組主体（役割分担）						実施時期		
		卸業者	仲卸業者	関連事業者	売買参加者	開設者	その他	短期	中期	長期
(4)快適かつ清潔な市場づくり										
	・ごみ処理等のルール遵守徹底と一斉清掃等の対応	◎	◎	◎		○		⇒	⇒	⇒
	・喫煙マナー等の徹底	◎	◎	◎	◎	◎		⇒	⇒	⇒
	・駐車場の利用ルールの制定と運用の徹底	◎	◎	◎	◎	◎		⇒	⇒	⇒
戦略5：市場経営の合理化と民間活力の導入										
(1)市場経営の合理化										
	・施設稼働率の向上	○	○	○		◎		⇒	⇒	
	・市場運営に係る経費の見直し					◎		⇒		
	・駐車場の有料化の検討					◎			⇒	⇒
(2)民間活力の導入検討										
	・指定管理者制度導入の検討					◎	市民	⇒		
	・個別の施設整備・運営の民営化促進					◎	市民 市民		⇒	

【凡例】 取組主体 ◎：実施主体 ○：サポート 産：産地・生産者 市：豊田市 民：民間事業者
 実施時期 短期：3年以内 中期：5年以内 長期：10年以内

(2)市場の社会的役割の発揮に向けた行動計画

取組方策	取組主体（役割分担）						実施時期		
	卸業者	仲卸業者	関連事業者	売買参加者	開設者	その他	短期	中期	長期
戦略6：食の情報発信機能の強化									
(1)市民への情報発信・食育等									
・facebook等での情報発信	○	○	○		◎		⇒	⇒	⇒
・市場見学等の受け入れ充実・強化					◎	市	⇒	⇒	⇒
・食育活動の推進（魚食普及、料理教室等）	○	○	○		◎	市	⇒	⇒	⇒
(2)川上・川下の事業者との交流推進									
・市場での展示・商談会の開催	◎	◎		○	○	市民	⇒	⇒	⇒
(3)市場開放の検討・推進									
・市場開放の継続、発展の検討	◎	◎	◎		◎	市	⇒	⇒	⇒
・恒常的にぎわい施設の整備検討	○	○	◎		◎	市		⇒	
戦略7：環境と災害対策の強化									
(1)環境に配慮した市場									
・LEDの導入検討	○	○	○		◎			⇒	⇒
・太陽光発電の導入検討	○	○	○		◎			⇒	⇒
・電動フォークリフト等の導入拡大の検討	◎	◎						⇒	⇒
(2)災害に強い市場づくり									
・BCP（事業継続計画）の推進・確認	◎	◎	◎		○		⇒	⇒	

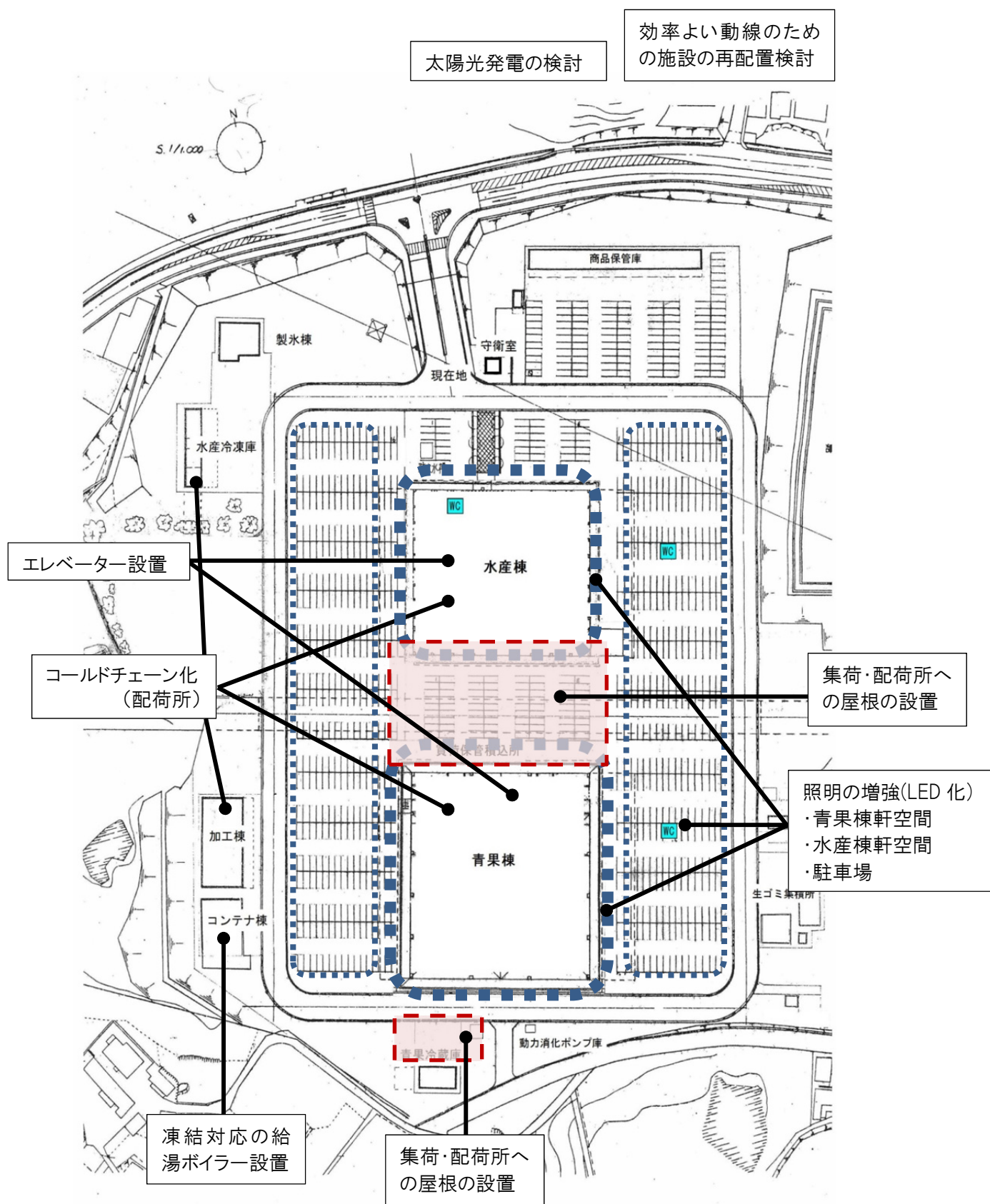
(3)市場施設の新たな活用の検討に向けた行動計画

取組方策	取組主体（役割分担）						実施時期		
	卸業者	仲卸業者	関連事業者	売買参加者	開設者	その他	短期	中期	長期
戦略8：余剰地を活用した食の産業振興									
(1)余剰地を活用した企業立地の推進									
・余剰地の活用可能性の検討調査（市場機能と連携した企業等の立地）	○	○	○		◎	市民	⇒		
・企業立地に向けた条件等の整備（ハード、ソフト）	○	○	○		◎	市民		⇒	
(2)市場施設の再配置の検討									
・施設間の動線の効率化と民間需要施設の民間による整備の観点から、市場施設の再整備及び再配置の検討	◎	◎	◎		◎				⇒

【凡例】 取組主体 ◎：実施主体 ○：サポート 産：産地・生産者 市：豊田市 民：民間事業者
 実施時期 短期：3年以内 中期：5年以内 長期：10年以内

■施設整備箇所の想定

【全 体】



3. 重点プロジェクト

将来ビジョンの実現に向けて、行動計画を推進していきますが、特に以下の取組を先導的に行う重点プロジェクトとして位置づけ、進めていくものとします。なお、重点プロジェクトは、状況の変化に応じて、臨機応変に見直すものとします。

(1) 使いやすい市場に改造プロジェクト【使いやすさアップ】

<趣旨>

- ・取扱量をアップするため、また快適な労働環境にするためには、市場を使いやすくする必要があります。
- ・そのため、特に優先度が高いと想定される施設整備について、先行的に取り組みます。

<取組>

- ・青果棟・水産棟の間集荷・配荷・積込所への屋根の整備
- ・青果冷蔵庫の荷さばき空間への屋根の整備
- ・青果棟及び水産棟の軒空間の照明を強化
- ・パッケージセンター、配荷所等のコールドチェーンへの対応

<主体・体制>

- ・卸会社と仲卸会社と連携し開設者に対応

(2) 大ロット集荷・販売プロジェクト【取扱量アップ】

<趣旨>

- ・今後、当市場が名古屋大都市圏の中で生き残り、存在感を出し続けるためには、取扱量を一段階上げる取組が必要です。
- ・そのため、豊田市場の交通アクセス等の強みを活かして、大ロットの集荷と、圏域外への販売展開も含めた取組にチャレンジします。

<取組>

- ・10 tトラック2台分の集荷とその販売への挑戦
- ・近隣市場との共同集荷
- ・量販店等と連携した販路開拓、仲卸どうしの共同配送
- ・冷蔵庫や水槽等を強みにした集荷と販売

<主体・体制>

- ・卸会社と仲卸会社が連携（青果、水産それぞれでチームを設置）

(3)豊田市場が独自に育て、目利きする、産地・商品育成プロジェクト【質と注目度アップ】

<趣旨>

- ・ 中間流通である卸売市場は単にモノを流すだけではなく、川上である産地と、川下である実需者の両方のニーズを知っていることが強みです。
- ・ 幸い、当市場は市内や県内あるいは全国に優秀な産地とつながりがあるとともに、トヨタ自動車関連をはじめとする高品質・高価格商品を求める良質な実需者とつながっています。
- ・ それらを活かして、豊田市場が独自に産地を育て、商品化し、販売する一気通貫の取組を行います。

<取組>

- ・ 地元及び全国等の連携できる産地の発掘・特定
- ・ 産地及び商品の育成支援、ブランド化（話題性のあるギフト商品等を想定）
- ・ 商品の独自販売（特定の販路でプレミアムな方法で販売）

<主体・体制>

- ・ 卸会社と仲卸会社が連携（青果、水産それぞれでチームを設置）

(4)豊田市の食産業を活性化する余剰地活用プロジェクト【地域経済アップ】

<趣旨>

- ・ 比較的広く余裕のある当市場の敷地を活用し、市場機能と連携した産業機能を配置することにより市場の活性化や豊田市全体の食産業の活性化を図ります。

<取組>

- ・ 基礎調査の実施（立地条件や空間面、インフラ面、都市計画等の基礎的な条件）
- ・ 可能性調査の実施（市場側からのニーズ、立地ニーズの両方からの可能性についての調査）
- ・ 実現に向けた条件整備（上記調査を受けたハード及びソフトの条件の整備）

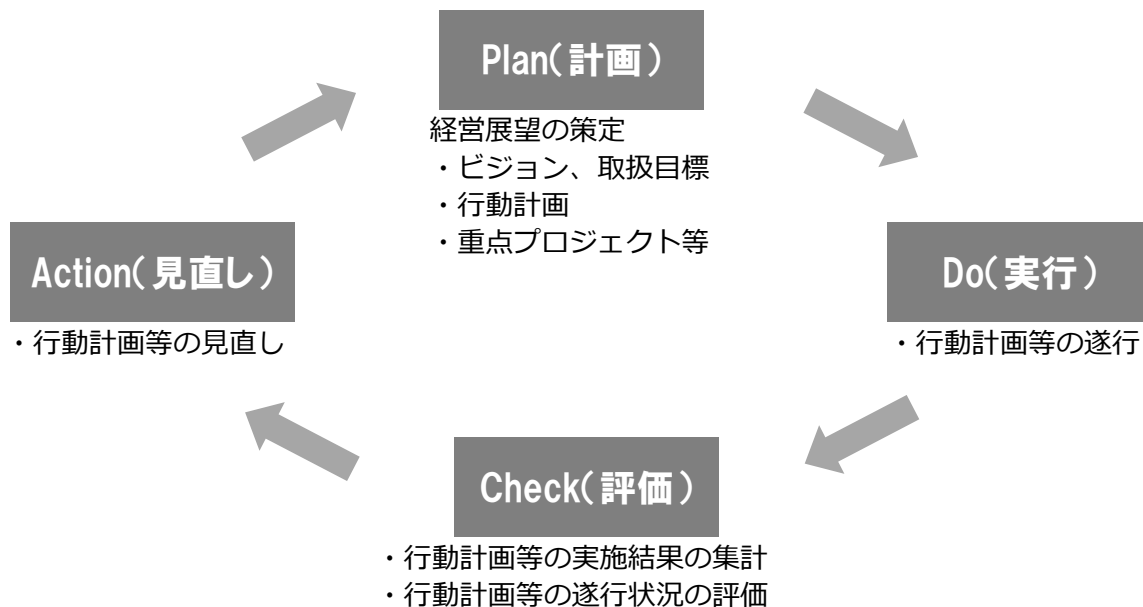
<主体・体制>

- ・ 開設者が中心となり、場内事業者と連携しつつ推進します。

第7章 ビジョンの推進

1. ビジョン推進の考え方

- ・ ビジョンを実現するための行動計画を着実に実施し、その成果を評価し、次なる行動に活かしていくために、以下のとおり、PDCA の考え方で推進するものとします。



2. ビジョンの推進体制

- ・ ビジョンの推進体制として、本経営展望の策定時に設置した豊田市公設地方卸売市場経営展望策定検討会議を発展的に解消し、「豊田市公設地方卸売市場経営展望推進会議(以下「推進会議」という)として設置します。構成員は、引き続き、場内事業者とし、事務局を開設者とします。
- ・ さらに、経営展望推進の報告機関として、豊田市公設地方卸売市場運営協議会を位置づけます。
- ・ なお、個々の重点プロジェクトや取組については、必要に応じて、推進体制を整備します。

3. ビジョン推進の仕組み

- ・ 推進会議は、年に2回開催することを基本とし、必要に応じ、それ以外の機会にも開催できるものとします。
- ・ 1回目は、年度の当初の開催で、前年度の行動計画の実績確認と評価を行います。さらに当年の行動計画の取組の確認を行います。
- ・ 2回目は、年度途中の10月頃の開催を想定します。当年度の上半期分の実績確認と評価を行うとともに、下半期の行動計画の取組の確認を行います。さらに、翌年度の予算要求に向けた検討も行うものとします。

■ 資料編

1. 策定経過

(1) 検討会議等の開催

開催日	会議名	内容
平成 29 年 12 月 8 日	第 1 回豊田市公設地方卸売市場経営展望策定検討会議	・ 経営展望策定について ・ 基礎調査の報告 ・ 経営基本方針（骨子案）について
平成 30 年 1 月 29 日	第 2 回豊田市公設地方卸売市場経営展望策定検討会議	・ 経営展望（素案）について
平成 30 年 3 月 1 日	第 1 回豊田市公設地方卸売市場運営審議会	・ 経営展望（案）について

○豊田市公設地方卸売市場経営展望策定検討会議の名簿

区分	所属	役職	氏名
青果卸	愛知県中央青果（株）	取締役営業統括部長	池田 豊
		取締役果実部長	柴田 修
	豊一豊田青果（株）	代表取締役専務	都築 保彦
青果仲卸	（有）マルシン青果	代表取締役	中根 司朗
	（有）八百松	代表取締役社長	野々山 松彦
水産卸	豊田魚市場（株）	取締役第一部長	鈴木 伸治
		取締役第二部長	水野 三夫
水産仲卸	加茂水産（株）	代表取締役社長	西川 仲男
	（株）柴田水産	代表取締役社長	柴田 宗典
売買参加者	豊田青果水産商業協同組合	理事長	榊原 和孝
関連店舗	関連店舗協同組合	組合長	田中 良直

○豊田市公設地方卸売市場経営展望策定検討会議の名簿

所属団体名	役職名	氏名
豊田商工会議所	副会頭	田端 稔
あいち豊田農業協同組合	園芸販売課長	熊谷 実
愛知県中央青果（株）	代表取締役社長	池田 誉生
豊一豊田青果（株）	代表取締役	草次 明
豊田魚市場（株）	代表取締役専務	中村 重敏
豊田青果水産商業協同組合	代表理事	榊原 和孝
仲卸協同組合	理事長	中根 司朗
愛知学泉大学	現代マネジメント学部教授	高橋 真
（元）豊田市消費者グループ連絡会	会長	澤田 恵美子
JA あいち豊田 松平しいたけ部会	副部会長	鈴木 実
JA あいち豊田 桃部会	部会長	永田 和志

（２）ヒアリング調査

	調査対象	調査時期
卸事業者	愛知県中央青果（株）、豊一豊田青果（株）、豊田魚市場（株）	平成 29 年 9 月 上旬～中旬
仲卸業者	（有）マルシン青果、加茂水産（株）、（株）柴田水産	
関連店舗	（有）マルトー食品、（株）豊田協同パッケージ	
組 合	豊田製氷給食事業協同組合、豊田青果水産商業協同組合、豊田市公設地方卸売市場代払組合	
開 設 者	豊田市公設地方卸売市場協会、豊田市	

（３）アンケート調査

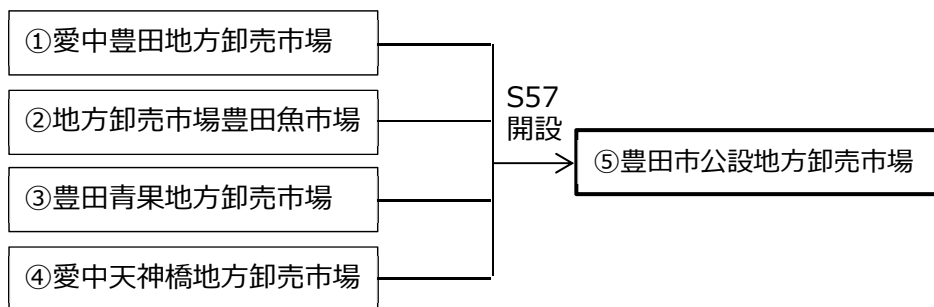
	調査対象	調査方法	調査時期
仲卸アンケート	青果・水産仲卸業者 8 者	開設者から配布、開設者へ提出	平成 29 年 9 月 下旬～10 月
関連事業者アンケート	関連事業者 17 者	開設者から配布、開設者へ提出	
実需者	売買参加者アンケート	売買参加者 259 者	
	買出人アンケート	買出人 291 者	
産地アンケート	青果・水産 各 10 者	郵送で配布、回収	

2. 本市場の沿革

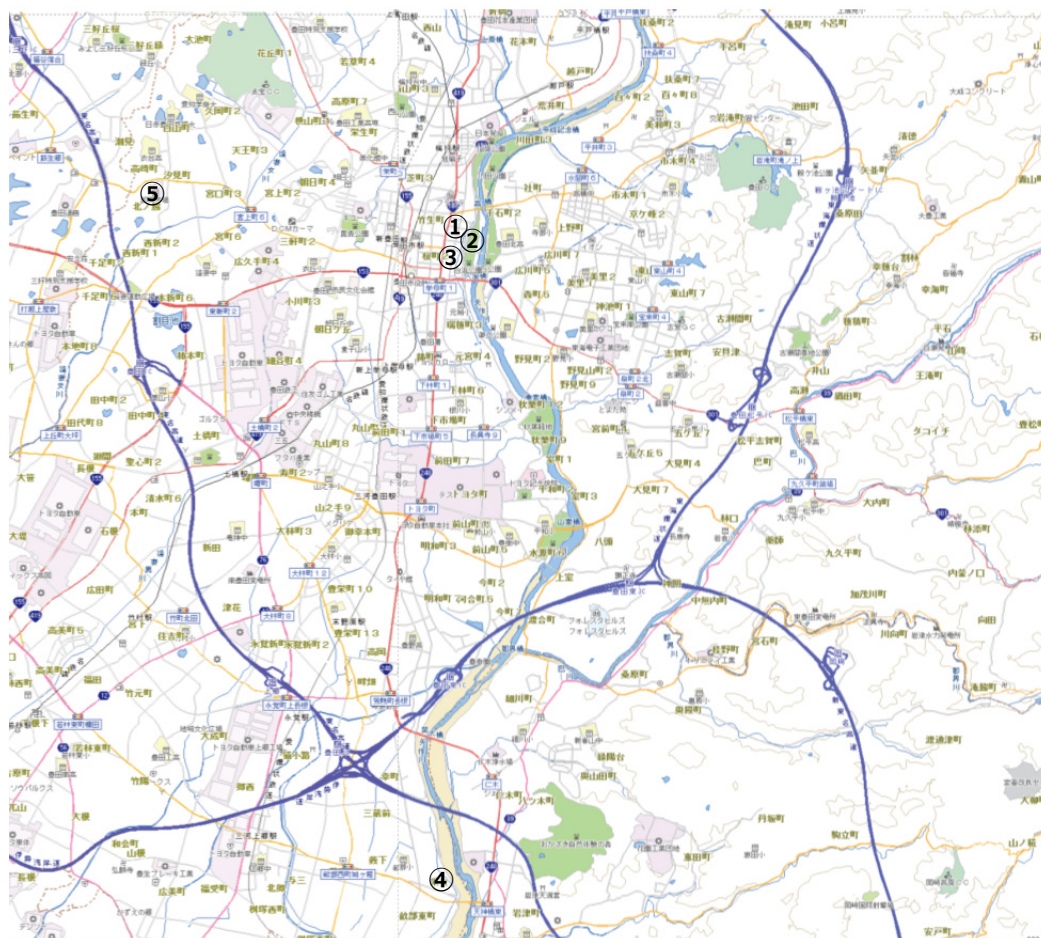
○市場の沿革

昭和	51年	2月27日	青果・水産関係者、市場早期設置について市長に陳情書が提出される。
	51年	5月17日	市議会に流通対策特別委員会設置
	51年	9月18日	公設市場の早期建設の陳情書が提出される。
	51年	11月26日	愛知県卸売市場整備計画を策定
	52年	3月4日	豊田市卸売市場整備計画推進研究会の設置
	52年	4月1日	卸売市場建設事務局設置
	53年	11月9日	市場建設位置を高崎町に決定
	54年	3月28日	豊田市公設地方卸売市場開設計画書について農林水産省ヒアリング
	54年	9月26日	市場の都市計画決定の承認
	54年	12月22日	市場用地買収完了
	55年	1月12日	造成工事着手
	55年	10月6日	市場建築設備工事着手
	55年	12月24日	豊田市公設地方卸売市場運営審議会を設置
	56年	3月24日	豊田市公設地方卸売市場条例及び規則制定
	56年	5月1日	市場入場業者の公募
	56年	10月26日	市場入場業者の決定
	57年	3月27日	市場建物完成・竣工式
	57年	4月1日	開設許可
	57年	4月20日	業務開始
	60年	4月1日	コンテナ流通業務開始
平成	元年	11月1日	包装加工業務開始
	2年	10月1日	活魚流通業務開始
	3年	3月1日	商品保管庫完成
	3年	6月	青果棟塗装工事
	4年	7月	水産棟及び付属店舗塗装工事
	4年	10月31日	開設10周年記念式典
	4年	11月8日	開設10周年記念市場まつり
	7年	3月30日	交通安全広報塔設置（寄贈）
	8年	2月	水産冷凍庫一部改修工事
	9年	3月	水産冷凍庫一部改修工事
	9年	3月	発泡スチロール処理機取替工事
	9年	11月16日	開設15周年記念市場まつり
	11年	3月	買荷保管積込所増設工事
	11年	3月	活魚水槽移設工事
	12年	4月	生ゴミ処理棟建設工事
	12年	12月	コンテナ保管庫増設工事
	13年	12月	青果棟空調機改修工事
	14年	11月10日	開設20周年記念市場まつり
	14年	12月	水産棟空調機一部改修工事
	15年	3月	マグロ解体室設置工事
	16年	3月	青果棟休憩室設置工事
	17年	2月	製氷給食事業協同組合事務所 増築工事
	17年	10月	コンテナ洗浄機購入
	18年	10月	低温売場改修工事
	19年	9月	豊田市公設地方卸売市場ホームページ開設
	19年	11月11日	開設25周年記念市場まつり
	21年	3月	コンテナ棟屋根増築工事
	22年	3月	卸売予定数量表示ディスプレイ設置工事
	22年	11月	給水・消火配管改修工事
	23年	11月	青果棟照明設備改修工事
	23年	12月	水産棟・青果棟修繕（外壁塗装及び屋根防水）工事
	23年	12月	市場開放試行
平成	24年	5月	市場開放本格実施（5月・11月・12月・2月）
	25年	3月	水産冷蔵庫棟改修工事
	26年	2月	受電設備等改修工事
	27年	3月	製氷設備改修工事
	28年	1月	発泡スチロール減容機更新工事
	29年	3月	青果棟低温保冷库修繕工事
	29年	3月	污水处理場浄化槽修繕工事
	30年	3月	豊田市公設地方卸売市場経営展望策定

○開設時の経緯



各市場の位置と概要



出典：とよた i マップをもとに作成

市場名	所在地	開設年月日
①愛中豊田地方卸売市場	豊田市日之出町 12-4	昭和 21 年 8 月 17 日
②地方卸売市場豊田魚市場	豊田市日之出町 2-11-1	大正 3 年 8 月 2 日
③豊田青果地方卸売市場	豊田市神明町 3-33	昭和 22 年 12 月 1 日
④愛中天神橋地方卸売市場	豊田市畝部東町采女 35-1	昭和 25 年 5 月 15 日
⑤豊田市公設地方卸売市場	豊田市高崎町兼近 70 番地	昭和 57 年 4 月 1 日

豊田市公設地方卸売市場

発行：豊田市 発行年月：平成 30 年 3 月

問合せ先：豊田市 産業部 卸売市場

〒471-0048 豊田市高崎町兼近 70 番地

TEL：(0565) 33-3421 FAX：(0565) 34-2156