

築地市場の豊洲移転と移転に向けた準備状況

研究員 亀岡鉦平

はじめに

首都圏の水産物消費地市場の中核である築地市場は、2016年11月に豊洲へと移転し、新たに豊洲市場が開場する予定である。本稿では、移転に至る経過や水産物流通に占める現在の築地市場の地位について確認したうえで、築地市場と豊洲市場の違いや市場内業者の移転に向けた準備状況等の情報を整理する。これらを通じて、市場移転をおよそ1年後に控えた現状について紹介する。

1 築地市場の歴史と移転決定までの経緯

(1) 移転計画の登場

江戸時代以来の日本橋魚河岸を源流とする現在の築地市場が開場したのは1935年である。その後取扱量の増大に伴い設備の増強が適宜図られてきたが、施設の老朽化・きょうあ狭隘さが目立つようになり、次第に抜本的な対策が求められるに至った。そのあり方をめぐって、80年代以降築地市場は移転と再整備の狭間で大きく揺らいだ。

はじめに大井市場への移転・機能分散の

話が持ち上がったが、80年代に頓挫した。その後88年に「築地市場再整備基本計画」が公表され、移転ではなく再整備の方針が採られ、実際にこの計画に基づいて工事も着手された。しかし、96年頃に工事と市場業務の両立が難しいこと等を理由としてこの再整備工事は中断し、これを機に対応方針は再整備ではなく移転に傾いていった。

移転先候補地が模索されるなかで、豊洲への移転という方針を明確に打ち出したのは東京都「第7次東京都卸売市場整備計画」(01年)である。その後東京都は「豊洲新市場基本構想」(03年)を経て、「豊洲新市場基本計画」(04年)等を決定・公表した。これらの計画が現在に至るまで移転計画の基礎となっている。

(2) 土壌汚染問題への対応

豊洲移転の方針が固まってきた2000年代前半に新たに浮上した問題が豊洲地区の土壌汚染問題である。かつて東京ガスのガス工場が所在していたことが土壌汚染の原因であり、マスコミによって大きく取り上げられると、都は対応を余儀なくされた。

都は専門家による会議等を設置し、対策の検討を本格化した。その結果、都は、①土壌汚染に関しては土壌の入れ替え・盛り

土等によって浄化が可能であり，②地下水汚染に関しては地下水の水位をコントロールすることで汚染の表出は防止可能であるとの結論に至り，これにより汚染問題は一応の決着をみた。

(3) 移転の正式決定

土壌汚染問題に一応の解決が図られた後，10年に当時の石原慎太郎都知事が移転を表明（用地取得費の執行を表明）し，以後，東京都「豊洲新市場整備に伴う市場業者への移転支援の基本的な考え方」公表（11年），移転を念頭に置いた内容の同「第9次東京都卸売市場整備計画」策定（12年），豊洲市場の工事入札・再入札（13年11月～14年2月），と移転に向けた対応が一気に具体化していく。14年2月28日には豊洲市場の工事起工式が執り行われ，15年7月には，①豊洲市場の開場日は16年11月7日であること，②新市場の名称は「東京都中央卸売市場豊洲市場」となることが都から発表された。ただし，年末商戦に向けて各社在庫量を増やして準備に入る繁忙期であることから，11月という移転タイミングに対する卸売業者の評判は芳しくない。

2 現在の築地市場の概況

(1) 国内水産物流通における築地市場の地位

ここで現在の築地市場における水産物流通の状況について整理したい。第1表によると，12年時点の国内における水産物の総流通量6,432千トン^(注1)に対して，東京都中央卸売市場の1つである築地市場の水産物取扱量は493千トンであり，国内総流通量に占めるシェアは7.7%である。都内中央卸売市場全体の取扱量が同年において524千トン，シェア8.1%であることから，都内において市場を経由して流通している水産物のほとんどは築地市場を経由したものであることが分かる。また，長期的には，国内総流通量の減少に伴い築地市場の取扱量も相当に減少してきた。しかし，国内全体として市場経由率が89年の74.6%から12年の53.4%へと大きく低下したのに比べると，築地市場のシェアは同時期に8.9%から7.7%への低下にとどまっており，水産物流通における築地市場の地位の強固さがうかがえる。

（注1）東京都中央卸売市場は，築地市場の他に大

第1表 全国の水産物流通量と築地市場の地位

(単位 千トン, %)

	国内 総流通量 (A)	市場 経由量 (B)	市場 経由率 (B/A)	中央卸売 市場の 取扱量 (C)	中央卸売 市場 シェア (C/A)	都内中央 卸売市場 の取扱量 (D)	都内中央 卸売市場 シェア (D/A)	築地市場 の取扱量 (E)	築地市場 シェア (E/A)
89年	8,744	6,520	74.6	5,651	64.6	868	9.9	782	8.9
12	6,432	3,436	53.4	2,790	43.4	524	8.1	493	7.7

資料 農林水産省「卸売市場データ集(平成26年度版)」，東京都中央卸売市場「東京都中央卸売市場年報水産物編」各年

(注) 1 塩干・加工品の取扱量は原魚換算している。

2 中央卸売市場の取扱量には，転送分を含んでいる。

田市場、足立市場等合計11ある。

(2) 区分ごとの取扱数量・金額の推移

次に築地市場における部類別取扱数量・金額（第2表）を見ると、取扱数量・金額が大きいのは鮮魚、冷凍魚、加工品である。また全体として取扱数量・金額とも減少傾向にあるが、部門によってその程度には差がある。主要3部門の中では、冷凍魚および加工品の減少が著しい一方で（06年から14年にかけて、数量でそれぞれ△29.0%、△28.4%）、鮮魚の減少は大きくない（同時期に数量△5.2%）。

(3) 輸入品の取扱い

築地市場における輸入品の入荷状況は第3表のとおりである。出荷地に関して統計上輸入と国内の区分がなされている品目は21に限られているが、そのなかでは、冷凍

エビ類（主に東南アジア産）が数量・金額ともに最も大きい。また、近年の消費動向を反映して、アトランティックサーモンを含むサケ・マスの取扱いも多い。

(4) 搬出先の状況

築地市場からの水産物搬出先は第1図のとおりである。搬出先としては専門小売店（鮮魚店等）が最も多く22%であり、食料品スーパー17%、業務用（外食店等）13%と続く。これらに続いて多いのが、他の卸売市場への搬出、すなわち転配送である（12%）。

(5) 市場内業者の概況

現在の築地市場内業者の状況を整理したのが第4表であり、各業種の団体が都の新市場建設協議会等に参加し、移転に向けた話し合いを進めてきた。

移転に関して最も慎重な立場をとってき

第2表 築地市場の部類別取扱数量・金額

(単位 千トン, 百万円)

		総量	鮮魚	活魚類	貝類	冷凍魚	淡水魚	海そう類	加工品
06年	数量	572.6	161.1	12.6	36.9	143.5	1.9	8.7	208.1
	金額	489,842	142,774	18,261	36,734	142,639	2,516	3,317	143,602
14	数量	452.4	152.7	12.5	28.5	101.9	1.3	6.5	149.1
	金額	435,023	141,041	16,563	33,247	115,932	2,297	3,134	122,809
増減率 (06-14)	数量	△21.0	△5.2	△0.8	△22.8	△29.0	△31.6	△25.3	△28.4
	金額	△11.2	△1.2	△9.3	△9.5	△18.7	△8.7	△5.5	△14.5

資料 東京都中央卸売市場ホームページ「市場統計情報」
(注) 四捨五入のため合計値が合わない場合がある。

第3表 築地市場における輸入品取扱い(2014年)

(単位 トン, 万円)

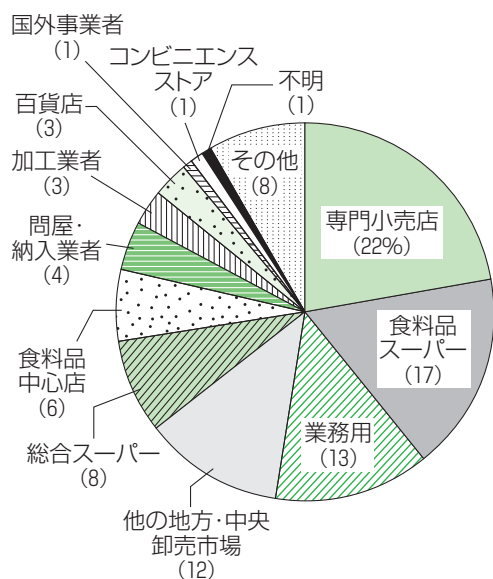
	総計	鮮魚					冷凍	
		マグロ類	サケ・マス	ウニ	エビ類	その他	エビ類	スルメイカ
数量	14,543	1,917	4,724	571	35	2	7,268	26
金額	2,837,048	462,005	646,466	534,163	14,022	147	1,179,255	990

資料 第2表に同じ
(注) 鮮魚の「その他」は、タチウオ、ヒラメ、ワタリガニ。

たのは仲卸業者である。仲卸業者は、その多くが零細事業者であり、売上高3億円以下の事業者が大半である。さらにこの規模の事業者は経常赤字会社、債務超過会社の

割合が高い（第5表）。仲卸業者の多くは移転時の設備投資・更新にかかる金銭的負担感を強く感じており、移転事業を仲卸業者の統廃合を進めるものとして否定的に捉えてきた。その後態度を軟化させ現在に至るものの、卸協会が当初から移転を受け入れる姿勢を示していたのとは対照的である。

第1図 築地市場からの搬出先



資料 東京都中央卸売市場「平成26年度市場流通推計調査報告書」
 (注) 14年12月8日0時から11時までの取扱量1,685トンの搬出先を示す。

第4表 市場別市場関係業者数

(単位 社, 人)

業種	数	団体
水産物部		
卸売業者	7	東京都水産物卸売業者協会(卸協会)
仲卸業者	622	東京魚市場卸協同組合(東卸)
売買参加者	292	東京魚市場買参協同組合(買参組合)
買出人	約1万	東京都中央卸売市場買出人団体連合会
関連事業者	159	築地市場関連事業者等協議会(築関連)

資料 東京都中央卸売市場築地市場「築地市場概要 平成26年度版」
 (注) 1 業者数は14年4月1日現在のもの(仲卸業者数のみ15年7月時点の数)。
 2 青果物部に関しては記載を省略したが、関連事業者に関しては青果物関連事業者も含む。

第5表 築地市場水産物部仲卸業者の経営状況(売上高)

(単位 社, %)

	1億円未満	1~3	3~5	5~10	10~30	30億円以上
集計業者数	178	192	80	73	46	14
経常赤字会社(割合)	103(57.9)	82(42.7)	20(25.0)	13(17.8)	6(13.0)	0(0.0)
債務超過会社(割合)	122(68.5)	101(52.6)	31(38.8)	19(26.0)	6(13.0)	0(0.0)

資料 東京都中央卸売市場「仲卸業者の経営状況」(2015年)
 (注) データは仲卸業者の事業報告書(13年1月1日から同年12月31日までに終了した事業期間にかかわるもの)に基づき集計されたもの。

3 豊洲市場の新機能

(1) 現在の卸売市場政策の潮流

築地市場の豊洲移転は、現在のわが国の卸売市場政策とも密接に関連している。

卸売市場法に基づき定められた現行の農林水産省「第9次卸売市場整備基本方針」(10年)は、今後の方針の1つとして、「コールドチェーンシステムの確立をはじめとした生産者及び実需者のニーズへの的確な対応」を挙げている。食の安全・安心あるいは品質の維持といった観点からコールドチェーン(流過程での低温維持)が重視されており、卸売市場施設に関しては、「大規模増改築等卸売市場施設の新設に当たっては、原則として外気の影響を極力遮断する閉鎖型の施設とすること」として

温度管理が可能な閉鎖型施設の整備が強調されている。ニーズ対応についても、例えば「よりきめ細かなサービスを求める大規模小売業者、専門小売業者、外食産業事業者等のニーズへの対応を強化するため、加工処理施設、貯蔵・保管施設及び輸送・搬送施設について、(中略)整備・配置を推進すること」などとうたわれている。

以下取り上げる豊洲市場の3つのコンセプトからもわかるように、豊洲市場は、築地市場に欠けていたこれらの要素を取り込んだ、現在の卸売市場政策に適合的なもの^(注2)となっている。

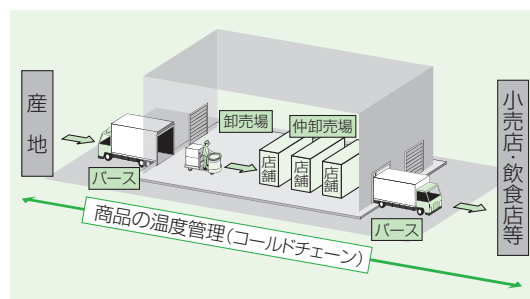
(注2) 関連して、築地市場の豊洲移転は、大手量販店・外食チェーン向けの対応力向上を目的としたものであり、市場を単なる物流拠点に転化するものとも評されている。三国(2009, 2011)参照。

(2) 食の安全・安心

第一のコンセプトである「食の安全・安心の確保」に関して、豊洲市場では、市場施設を閉鎖型施設とし、コールドチェーンを実現することが企図されている。水産卸棟は10度まで、水産仲卸棟は25度まで温度を下げるができるようになる。温度管理だけでなく、施設内の物流についても、場内にトラックは立ち入らないようにし、排気ガスが出ない電動車を使用するといった配慮もなされる予定である(第2図)。

現在の築地市場は開放型で温度管理はできない構造になっているが、これまで温度管理の不備が理由で食の安全が脅かされる事態が頻発していたわけではない。しかし、高度な衛生管理を求める量販店等が施設面

第2図 豊洲市場の閉鎖型施設の内容



出典 東京都中央卸売市場「築地市場の移転整備疑問解消BOOK」(2009年)を基に筆者加筆

の不備を理由に築地市場から離れていったとも言われており、閉鎖型施設への移行には、単に時代の要請というだけではなく卸売市場の地位回復の意図も込められている。また、閉鎖型施設となることで施設維持にかかる電気代が上昇するため、市場内業者が負担する市場利用料は値上がりすると見られている(具体的な価格は現時点では不明)。

(3) 物流の効率性

第二のコンセプトである「効率的な物流の実現」に関して、豊洲市場では、卸売業者間における市場内物流の共同化が目指されている。共同化とは、卸売業者が荷物の情報を一元・共有化し、同時に配送できるものはまとめて配送することである。

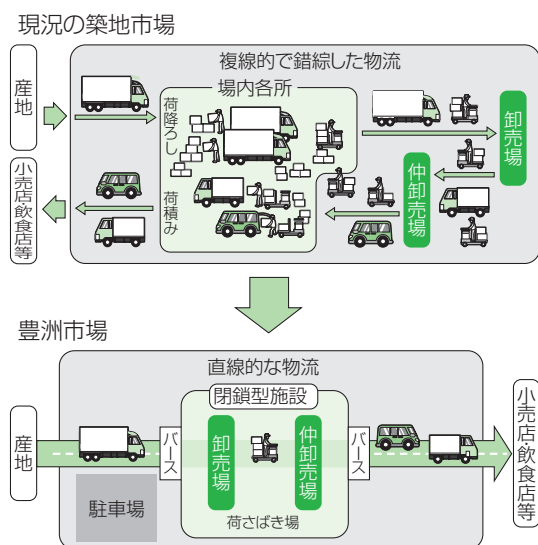
この意義について理解するためには、まず現状の築地市場の物流の特徴から理解する必要がある。築地市場の市場内物流の特徴として、各卸売業者がそれぞれ独自に荷物を管理し、物流を行っている点が挙げられる。荷物の積み下ろし場所の厳密な指定はなく、各業者が適宜空きスペースを利用して行っている。また、これらの物流を担

っているのが小揚と呼ばれる市場内物流の専門業者であり、彼らは市場内物流に関する特殊なノウハウ（どこに何があるか、どうすればいち早く配達できるか等）を有している。限られた面積の市場の中で、各卸売業者が複雑な物流を行っているのが現在の築地市場の物流であり、これによって固有の商慣習が生まれ、築地独自の文化が培われてきた半面、高い物流コストの原因ともなっている。

なぜ豊洲市場では市場内物流のあり方を刷新し物流を共同化しなければいけないかというと、豊洲市場の施設構造の2つの特徴が関係している。

第一に、豊洲市場においては、市場が閉鎖型施設であることを前提として、トラックの搬入は所定のバース（発着場）のみに限られるようになり、現在の築地市場のように空きスペースを柔軟に利用するという方法を採用することはできなくなる（第3図）。

第3図 築地市場と豊洲市場の物流の対比



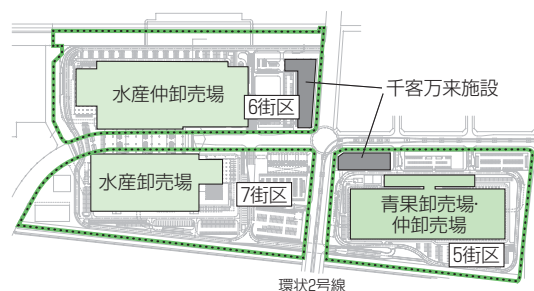
出典 第2図に同じ

この数の限られたバースを効率的に利用するためには、各卸売業者はトラックの誘導から荷降ろし、場内での配送について共同化に着手せざるを得ないのである。

第二に、豊洲市場は、市場部分が一体的で地上1階のみの築地市場とは構造が異なる。まず、水産仲卸棟（6街区）、水産卸棟（7街区）はそれぞれ別の区画とされる（第4図^{注3}）。また、各棟は立体的な施設となり、水産卸棟は1階が鮮魚やマグロのセリ場、3階が塩干加工品売場、4階が転配送センターとなる。仲卸棟は1階が店舗、3階が買出人の駐車場となる。特に施設が立体化するの大きな変化であり、総面積は豊洲市場のほうが広がるが、従来のような各事業者独自の物流は行いづらくなる。例えば、階層ごとにこれまでどおりの物流を行うための人員を配置することはコスト面・スペース面から難しい。同様に限られたエレベーターを用いて階層間の上下移動をすることも考えると、やはり業者横断的に物流を共同化せざるを得ないのである。

共同化に関するオペレーションの詳細はなお検討中であり、具体的に明らかになっ

第4図 豊洲市場の施設配置図



出典 東京都中央卸売市場「第65回東京都卸売市場審議会（2010年）」資料を基に筆者加筆

ていることはほとんどないが、共同物流を担う組織として、卸各社の出資により株式会社水産卸ビジネスサポートが設立された。

また、物流の変更点は共同化だけではなく、豊洲市場ではトラックの入退場の情報管理、トラックが積載する荷物の情報管理といった情報技術の全面活用にも新たに取組まれる予定である。

(注3) 別の区画に分かれ、それぞれの間の距離が現在より離れることで、これまで魚と野菜を同時に仕入れてきた外食店の利便性は損なわれると言われている。

(注4) 一般社団法人責任あるまぐろ漁業推進機構(2015)『OPRTニュースレター』72号, 6月, (1頁)

(4) 卸売市場に対するニーズの多様化

他に、豊洲市場では、第三のコンセプトである「多様なニーズへの対応」として、加工・パッケージ機能、転配送機能、仕分け・一時保管、情報化の諸点の強化が進められる予定である。加工・パッケージ機能

第6表 築地市場と豊洲市場の設備面の比較

	築地市場	豊洲市場
敷地面積	23ha	40.7ha
施設条件	開放型, 平面式	閉鎖型, 立体式
温度管理	温度管理不可(低温売場有)	水産卸棟10度, 水産仲卸棟25度
施設配置	業種ごとの区分なし	業種ごとに別区画に配置
情報連携	各企業単位での部分最適	物流の共同化(水産卸)
車両管理	入退場管理なし	入退場管理あり
荷捌き所	場所指定なし	場所指定あり
取扱数量	1,685トン/日	2,900トン/日
その他		加工・パッケージ機能の強化等

資料 一般社団法人責任あるまぐろ漁業推進機構「OPRTニュースレター」72号(2015年6月)2頁の表を参考に筆者作成

(注) 取扱数量につき、築地市場については14年12月8日0時から11時の取扱数量実績(東京都中央卸売市場「平成26年度市場流通推計調査報告書」)。豊洲市場については想定量(東京都「豊洲新市場基本計画」(2004年))。

の充実は、バックヤード維持に負担感をおぼえているスーパーのニーズに対応するものである。一般的に鮮魚部門のバックヤード維持は、スーパーにとって設備面・人材面において負担であり、スーパーが丸魚を消費地市場で買い付け、自身で切り身等に加工することは難しくなっている。そこで、豊洲市場が加工工程の一部を引き受けることで、スーパーとの取引を拡大・取り戻すことが期待されているのである。

なお、以上の内容を中心に築地市場と豊洲市場の違いを整理したのが第6表である。

4 移転に向けた準備状況

(1) 卸売業者の対応

ここで、当研究所が築地市場水産物部の卸売業者7社のうち5社を対象として15年6月に実施したヒアリングに基づき、卸売業者の移転に向けた対応状況をまとめる。

移転に関して、卸売業者の関心は、既述の市場内物流の共同化にある。現在、各社が集まって共同化の具体的あり方についての検討・調整が進められているのだが、現時点では何をどこまでどの程度共同化するのかに関して、確定している事項は少ないという。調整が進まないのは、①卸各社の企業としての規模の違い(上場企業もあれば非上場企業もある)、②水産卸としての重点部門の違いにより、共同化にあたっての費用負担や人員提供のあり方について業者ごとに考え方に相違があるためである。

物流の共同化の難しさは、従来の市場内物流部門の整理の難しさとしても表れている。卸売業者のうちいくつかは、前述の小揚業者を子会社として所有している。したがって、共同化は小揚業部門の整理を意味しており、自身の事業体制全体の見直しにも直結する問題である。物流の共同化が必須であるとしても、各卸売業者の経営に関わる問題であるため、調整が進みづらいのである。また、従来の築地市場において各卸売業者が蓄積してきた物流ノウハウは、それ自体が利益を生み出してきた企業秘密の一種であり、それをオープンにして共同化するのはハードルが高い面が否めない。

以上のように、物流の共同化に関しては現在なお調整中の段階であるが、ある程度具体化し次第、仲卸業者、運送業者といった他業種との調整が始まる予定である。特に地方から発送される積荷の情報化のためには、積荷に付されるICタグの使用実務的な調整を要する。この点に関して、荷物を梱包する産地との連携も必要と思われるが、この段階の協議はさらに先になる見通しである。

(2) 仲卸業者の対応

既述のとおり、統廃合という形で最も移転の影響を被るのが仲卸業者である。現在ある622事業所のうち少なくとも45事業所が移転までに廃業することが明らかとなっている。^(注5) また、15年8月8日には、豊洲市場での仲卸店舗配置抽選会が行われ、移転後の店舗配置が決定した。

仲卸業者が事業を継続するか否かを判断する際のポイントとなったのは、①移転にかかる費用の負担感、②水産業・水産物消費全般の将来的見通しに対する評価、③同業者の動向、④営業権の売却益に対する評価等であると考えられる。廃業する仲卸業者の統合をスムーズに進めるために、東京魚市場卸協同組合（以下「東卸」という）は、廃業意向の業者と事業継続意向の業者の間での営業権譲渡のマッチングを実施してきた。^(注6)

量販店対応力向上を目指す豊洲市場の基本構想は、目利き力を発揮し専門鮮魚店や料亭等のプロを相手とすることを得意としてきた仲卸業者にとって、基本的に適合的なものではない。このような情勢において、仲卸業者の中には新たに輸出に取り組もうとしている業者もあり、東卸とジェットロは「築地市場国際化研究会」を立ち上げ、特にベトナム向けの輸出拡大を模索している。

(注5) 日刊水産経済新聞(15年7月27日付)。

(注6) なお、卸売業者の多くは、仲卸業者の統廃合によって自身が被る影響は小さいと見ている。仲卸業者に廃業が生じてもその分が別の業者に統合されるため、仲卸業自体の厚みが減じるわけではないと考えているからである。

(3) その他

まず、移転事業の主体であり市場の開設者である東京都は、市場事業者向けに利子補給事業等を設け、移転時に必要となる資金負担の軽減化を図っている。

次に、市場に併設される一般客向けの複合商業施設である「千客万来」施設については、14年2月に事業予定者2社が決定し

たものの、その後相次いで辞退する事態となり、現時点で既に豊洲市場との同時オープンが難しい情勢となっている。

また、築地市場の跡地利用に関して、敷地の一部には環状第2号線が開通する予定である。これは東京オリンピックの会場と都心を結ぶための道路である。^(注7)

最後に、現在の築地場外市場（築地場外周辺に位置する飲食店・専門店群）は、現在地にとどまることが決定している。また、仲卸業者の中には、築地にほど近い銀座等にある外食店との取引を継続するために、場外市場への共同出店という形で築地での事業継続を模索する業者も存在する。^(注8)

(注7) 日本経済新聞（14年12月18日付）地方経済面（東京）15頁。16年11月という移転時期は、この道路整備に要する工期を逆算して決定されたとも言われている。

(注8) 日本経済新聞（14年11月15日付）地方経済面（東京）15頁。

おわりに

ヒアリングの際に、市場関係者から今回の市場移転に伴い想定される水産物流通の変化として次の2点の指摘を受けた。

一つは、移転が周辺地域の消費地市場にどのような影響をもたらすかである。豊洲市場の取扱量は、他の消費地市場の取扱量に直接的な影響を与えられられる。

もう一つは、産地に与える影響についてである。仮に量販店対応へのシフトが強ま

るとすると、多様な魚種を少量ずつ扱うことより、定番の少数の魚種を大量に扱うことが市場に求められることになる。これは、産地市場における漁獲物の市場評価に関わる問題である（例えば地域固有の魚種に対する評価の低下が起こるかもしれない）。

これらに加えて、最後に、筆者からは2つの論点を挙げたい。

第一の論点は、卸売業者の物流共同化がどの程度達成されるかである。物流共同化は、単に物流コストの抑制や効率化にとどまる問題ではなく、コールドチェーンに対応した豊洲市場の設備をどの程度有効に活用できるかという点に関わる問題であり、ひいては豊洲市場に対する実需者の評価に直結している。

第二の論点は、量販店対応の強化がどれほどの効果をもたらすかである。大手量販店は独自のコールドチェーンを整備することで、卸売市場に依存しない仕入れ体制を既に構築している。豊洲移転で市場への回帰が期待できるのは、現実的には中小規模のスーパーに限られるように思われる。

<参考文献>

- ・三国英実（2009）「卸売市場再編と築地市場移転問題」『農業・農協問題研究』41号，5月（2～16頁）
- ・三国英実（2011）「築地市場移転問題と卸売市場の再編」『経済』187号，4月（114～128頁）

（かめおか こうへい）