



長野県卸売市場整備計画

第 10 次 計 画

(平成28年度～平成32年度)

平成29年 3 月



目次

| | |
|--|----|
| 長野県卸売市場整備計画の策定について | 1 |
| 第1 目標年度 | 2 |
| 第2 卸売市場の適正な配置の方針 | 2 |
| 1 卸売市場の動向 | 2 |
| (1) 県内の卸売市場の開設状況 | 2 |
| (2) 県内の卸売市場の情勢 | 6 |
| 2 生鮮食料品等の流通事情 | 7 |
| (1) 人口の現状と見通し | 7 |
| (2) 需要の現状と見通し | 9 |
| (3) 供給の現状と見通し | 10 |
| 3 卸売市場をとりまく状況 | 14 |
| (1) 消費者ニーズの変化 | 14 |
| (2) 専門小売店等の減少 | 14 |
| (3) 市場規制緩和等への対応 | 14 |
| (4) 食の安全・安心や環境問題への取組 | 14 |
| 4 重点的に取組む事項 | 15 |
| 5 流通圏の設定 | 15 |
| 6 卸売市場配置計画 | 16 |
| (1) 卸売市場配置の方針 | 16 |
| (2) 卸売市場の配置計画 | 17 |
| 第3 近代的な卸売市場の立地並びに施設の種類、規模、配置及び構造に関する 指標 | 19 |
| 1 立地に関する事項 | 19 |
| 2 施設の種類に関する事項 | 19 |
| 3 施設の規模に関する事項 | 20 |
| 4 施設の配置、運営及び構造に関する事項 | 20 |
| 第4 卸売業者及び仲卸業者の経営の近代化の目標 | 21 |
| 1 卸売業者及び仲卸業者に共通する事項 | 21 |
| 2 卸売業者 | 22 |
| 3 仲卸業者 | 23 |

| | |
|---------------------------|----|
| 第5 卸売市場の活性化に関する事項 | 24 |
| 1 市場機能の強化 | 24 |
| 2 立地条件を生かした市場機能の強化 | 24 |
| 3 地域内流通の促進 | 24 |
| 4 表示の徹底と適正化 | 25 |
| 第6 その他卸売市場の整備を図るために必要な事項 | 25 |
| 1 消費者への普及啓発など開かれた卸売市場への取組 | 25 |
| 2 労働環境の改善 | 25 |
| 3 大規模震災等における危機管理対策の強化 | 25 |
| 4 食品の安全性の確保と環境問題への取組 | 26 |
| 5 関連事業者の経営体質の強化 | 26 |
| 6 県等の役割 | 26 |
| 附属資料 | 27 |

長野県卸売市場整備計画の策定について

「卸売市場は、生産者と消費者を結ぶ‘食の架け橋’として、生鮮食料品等を安定的に供給する重要な流通拠点である」との認識のもと、本県の卸売市場整備計画は、昭和46年の第1次計画以降、過去9次計画にわたり県内の地方卸売市場等に対する施策の指針として公表してきており、卸売市場の合併・系列化が進むなど順次整備されています。

卸売市場を取り巻く環境は、消費者の食の安全・安心に対する関心が高まる中で、生鮮食料品等の品質管理の徹底に対する要請が高まっている一方、少子高齢化等による社会構造の変化や流通の広域化・多様化による卸売市場経由率の低下や卸売市場の取扱数量がさらに減少する等、短期間で大きく変化しています。

また、流通過程で低温を保つ物流方式（コールドチェーンシステム）への早急な対応や加工処理機能の強化等について要請が高まっています。

卸売市場がこうした情勢変化に的確に対応し、安定した経営を維持させながらその機能を十全に発揮していくためには、卸売市場ごとの将来方向を検討し、計画的に実行する体制の構築が必要となっています。

このような中であって、県内の一部の卸売会社における特徴的な動きとして、経営統合や農産物加工の取組など、経営基盤の強化や安定化に向けた独自の取組が始まっています。

また、現行の第9次整備計画では、県内に2流通圏（東北信と中南信）を設定していますが、高速交通網の整備や小売店の広域多店舗展開の増加等に伴い、それぞれ流通圏を越えて県全域での物流が行われています。

今回の第10次長野県卸売市場整備計画は、国が平成32年度を目標年度として策定した卸売市場整備基本方針（平成28年1月14日公表）に即したものとするとともに、長野県食と農業農村振興計画に基づき、本県の卸売市場が将来にわたり県民への生鮮食料品等の安定供給の基幹的役割を担い、産地市場として農業生産の振興にも寄与していくとの基本的な認識のもと、卸売市場をめぐる環境の変化や多様な社会的要請に的確に対応し、市場の機能強化と競争力の更なる向上を図る必要があるとの視点に立ち、市場関係者との意見交換を行うなど本県卸売市場の実態を踏まえた整備計画とするよう努めました。

県内各卸売市場には、流通実態や規制緩和の進展等の時代環境の変化を踏まえて、地域経済の活性化及び県民生活の安定に資するべく、多様な販売ルートの開拓や地産地消の推進への取組が求められることから、これに対応する卸売市場のあり方を示すことを目的として、計画を策定しました。

第1 目標年度

第10次長野県卸売市場整備計画策定に当たっては、平成27年度を基準年度、平成28年度を開始年度とし、平成32年度を目標年度とします。

第2 卸売市場の適正な配置の方針

1 卸売市場の動向

全国的な傾向として、人口の減少と少子高齢化による食料消費の減少や輸入品・加工品の増加によって卸売市場流通量は低下しています。

なお、卸売市場経由率は、国の統計によれば、青果、水産物では、6割以上（国産青果物に限れば9割弱）となっており、引き続き、卸売市場は我が国の生鮮食料品等の基幹的な流通経路としての重要な役割を果たしています。

(1) 県内の卸売市場の開設状況

県知事の開設許可による地方卸売市場は、平成28年1月末現在、22市場が開設されており、平成21年度末（第9次市場整備計画策定時）の市場数と比べると、廃止等により2市場の減となっています。

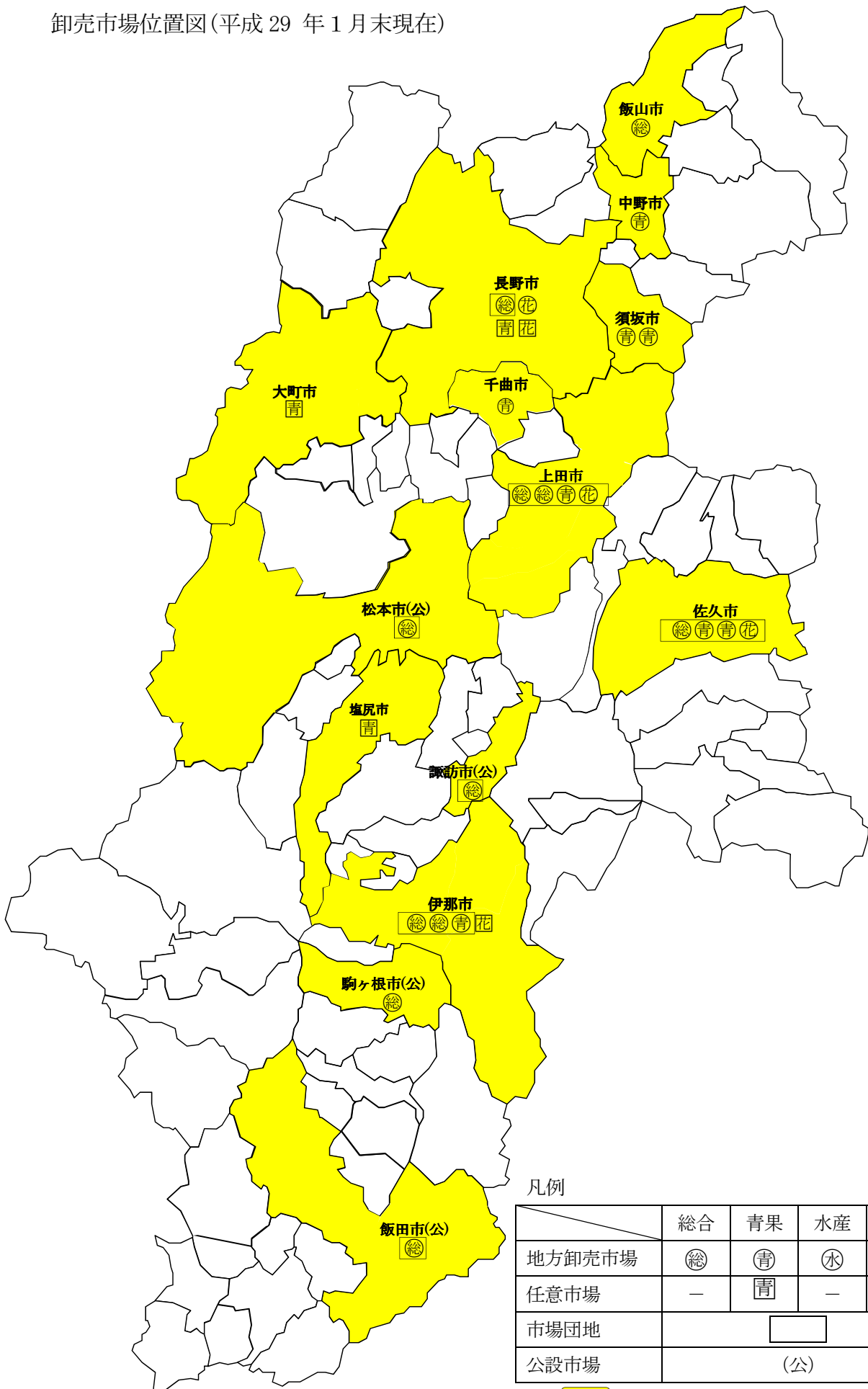
なお、県知事への届出による任意市場については、平成28年1月末現在、5市場が地方卸売市場を補完する市場として開設されています。（表1、2）

開設の形態別にみると、地方卸売市場は、地方公共団体が開設する公設市場が諏訪・駒ヶ根・飯田・松本の4市場あり、その他の18市場は卸売業者等が開設する民設市場となっています。また、諏訪・飯田・松本・長野の4市場は複数の卸売業者が入場する市場であり、それ以外は1市場1卸売業者の市場となっています。（表2）

卸売業者については、平成28年1月末現在19社ありますが、青果物又は花きを主な取扱品目とする卸売業者は、本県が農業県であることから産地市場の機能を伴いながら立地し、水産物を主な取扱品目とする卸売業者は、本県が海なし県であることから総合食品卸売機能を有しながら立地しているという特徴があります。

また、卸売業者の規模は様々ですが、青果物を主な取扱品目とする2社、水産物を主な取扱品目とする2社、花きを主な取扱品目とする1社の大規模卸売業者が、県内の複数の地域に市場を開設し、本社・支社・営業所などの形態のもとに、生鮮食料品等の流通の主力を担っているという構造的な特徴があります。

卸売市場位置図(平成 29 年 1 月末現在)



凡例

| | 総合 | 青果 | 水産 | 花き |
|--------|-----|----|----|----|
| 地方卸売市場 | ⊙総 | ⊙青 | ⊙水 | ⊙花 |
| 任意市場 | — | ⊚青 | — | ⊚花 |
| 市場団地 | □ | | | |
| 公設市場 | (公) | | | |

※ は卸売市場所在市

表1 卸売市場の市町村別開設状況(平成29年1月末現在)

| 所在地 (市町村) | 地方卸売市場 | | | | | | | | | 任意市場 | | | | 計 | |
|--------------|----------------|----------|----------------|----------------|----------------------|----------------|----|----|-----------------|------|---------|----|---------|---------|-----------------|
| | 総 合 | | | | | 青果 | 水産 | 花き | 小計 | 総合 | 青果 | 水産 | 花き | | 小計 |
| | 青果 水産 | 水産 食肉 | 青果 水産 食肉 | 青果 水産 花き | 青果 水産 食肉 花き | | | | | | | | | | |
| 佐久市 | | 1 -1 | | | | 2 | | 1 | 4 -1 | | | | | | 4 -1 |
| 上田市 | | | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 4 | | | | | | 4 |
| 長野市 | 1 | | | | | | | 1 | 2 -1 | 1 | | 1 | 2 -1 | | 4 -2 |
| 須坂市 | | | | | | 2 | | | 2 | | | | | | 2 |
| 千曲市 | | | | | | 1 | | | 1 | | | | | | 1 |
| 中野市 | | | | | | 1 | | | 1 | | | | | | 1 |
| 飯山市 | 1 | | | | | | | | 1 | | | | | | 1 |
| 諏訪市 | 1 (1) | | | | | | | | 1 (1) | | | | | | 1 (1) |
| 伊那市 | | | 2 | | | 1 | | | 3 | | | 1 | 1 | | 4 |
| 駒ヶ根市 | | | | | | 1 (1) | | | 1 (1) | | | | | | 1 (1) |
| 飯田市 | 1 (1) +1 | | | | | | | | 1 (1) | | | | | | 1 (1) |
| 松本市 | | | | | 1 (1) | | | | 1 (1) | | | | | | 1 (1) |
| 塩尻市 | | | | | | | | | | 1 | | | | 1 | 1 |
| 大町市 | | | | | | | | | | 1 | | | | 1 | 1 |
| 計 | 4 (2) +1 | 1 -1 | 3 | | 1 (1) -1 | 9 (1) -1 | 1 | 3 | 22 (4) -2 | | 3 -1 | | 2 | 5 -1 | 27 (4) -3 |

- 注) 1 「総合」とは2以上の品目を取り扱う市場
 2 ()内は公設市場数で内数
 3 下段の数値は平成24年1月末との増減

表2 卸売市場・卸売業者一覧（平成29年1月末現在）

〔地方卸売市場〕

| 所在地 (市町村) | 市場名 | 開設・運営 形態 | 取扱品目 | 卸売業者名 |
|--------------|---------------------|-------------|----------|-------------------|
| 佐久市 | 佐久連合地方卸売市場 | 民設・民営 | 青果 | 長野県連合青果㈱（佐久支社） |
| | 佐久丸一地方卸売市場 | 民設・民営 | 水産・食肉 | ㈱マルイチ産商（上田佐久営業所） |
| | 佐久長印地方卸売市場 | 民設・民営 | 青果 | ㈱長印（佐久支社） |
| | 地方卸売市場長野中央園芸市場佐久営業所 | 民設・民営 | 花き | ㈱長野中央園芸市場（佐久営業所） |
| 上田市 | 丸水長野県水上田地方卸売市場 | 民設・民営 | 青果・水産・食肉 | ㈱丸水長野県水（上田水産グループ） |
| | 上田連合地方卸売市場 | 民設・民営 | 青果 | 長野県連合青果㈱ |
| | 上田丸一地方卸売市場 | 民設・民営 | 水産 | ㈱マルイチ産商（上田佐久営業所） |
| | 東信中央園芸地方卸売市場 | 民設・民営 | 花き | ㈱東信中央園芸市場 |
| 諏訪市 | 諏訪市公設地方卸売市場 | 公設・民営 | 青果 | 長野県連合青果㈱（諏訪支社） |
| | | | 水産 | 三印㈱ |
| | | | 水産 | ㈱丸水長野県水（諏訪水産グループ） |
| 伊那市 | 丸水長野県水伊那地方卸売市場 | 民設・民営 | 青果・水産・食肉 | ㈱丸水長野県水（伊那水産グループ） |
| | 伊那丸一地方卸売市場 | 民設・民営 | 青果・水産・食肉 | ㈱マルイチ産商（伊那営業所） |
| | 丸伊伊那地方卸売市場 | 民設・民営 | 青果 | 丸伊伊那青果㈱ |
| 駒ヶ根市 | 駒ヶ根市公設地方卸売市場 | 公設・公営 | 青果 | 駒ヶ根市 |
| 飯田市 | 飯田市地方卸売市場 | 公設・民営 | 青果 | ㈱飯田青果 |
| | | | 水産 | ㈱丸水長野県水（飯田市場グループ） |
| | | | 水産 | ㈱マルイチ産商（飯田水産営業所） |
| 松本市 | 松本市公設地方卸売市場 | 公設・民営 | 青果 | ㈱長印（松本支社） |
| | | | 青果 | 長野県連合青果㈱（松本支社） |
| | | | 水産・食肉 | ㈱マルイチ産商（松本支社） |
| | | | 水産・食肉 | ㈱丸水長野県水（松本水産グループ） |
| | | | 花き | ㈱松本花市場 |
| 長野市 | 長野地方卸売市場 | 民設・民営 | 青果 | ㈱長印 |
| | | | 青果 | 長野県連合青果㈱（長野支社） |
| | | | 水産 | ㈱マルイチ産商（長野支社） |
| | | | 水産 | ㈱丸水長野県水（長野水産グループ） |
| | 長野中央園芸地方卸売市場 | 民設・民営 | 花き | ㈱長野中央園芸市場 |
| 須坂市 | 東青果地方卸売市場 | 民設・民営 | 青果 | 東青果市場㈱ |
| | 長印須坂地方卸売市場 | 民設・民営 | 青果 | ㈱長印須坂青果市場 |
| 千曲市 | 戸倉地方卸売市場 | 民設・民営 | 青果 | ㈱戸倉中央青果市場 |
| 中野市 | 中野長印地方卸売市場 | 民設・民営 | 青果 | ㈱長印（中野支社） |
| 飯山市 | 飯山中央地方卸売市場 | 民設・民営 | 青果・水産 | 飯山中央市場㈱ |
| 計 | 22 | | | 33 |

〔任意市場〕

| 所 在 市 町 村 | 市場名 | 開設・運営 形態 | 取扱品目 | 卸売業者名 |
|-----------------------|---------------|-------------|------|-----------|
| 伊那市 | ㈱長野中央園芸市場南信分場 | 民設・民営 | 花き | ㈱長野中央園芸市場 |
| 塩尻市 | ㈱長印塩尻支社 | 民設・民営 | 青果 | ㈱長印 松本支社 |
| 大町市 | 大町青果卸売市場 | 民設・民営 | 青果 | 大町青果協同組合 |
| 長野市 | 丸塩青果生産組合市場 | 民設・民営 | 青果 | 丸塩青果生産組合 |
| | ㈱長野流通園芸卸売市場 | 民設・民営 | 花き | ㈱長野流通園芸市場 |
| 計 | 5 | | | 5 |

(2) 県内の卸売市場の情勢

整備計画策定年度における県内の卸売市場数の推移は表3のとおりであり、道路交通網の整備や保鮮流通技術の高度化、卸売会社の経営の効率化等により減少しています。

また、表4のとおり市場数が平成24年の24市場から平成27年の22市場へ減少し、直近5年間の県内卸売市場における流通量及び取扱金額は、青果、水産物、花き及び食肉ともに全国の傾向と同様に減少傾向にあります。

表3 卸売市場数の推移

| | 計 | 地方卸売市場数 | | | |
|----------------|----|---------|----|----|----|
| | | 総合 | 青果 | 水産 | 花き |
| 第1次(昭和45～55年) | 69 | 16 | 36 | 11 | 6 |
| 第2次(昭和48～60年) | 61 | 12 | 32 | 11 | 6 |
| 第3次(昭和56～65年) | 46 | 12 | 21 | 10 | 3 |
| 第4次(昭和61～70年) | 42 | 10 | 19 | 10 | 3 |
| 第5次(平成3～平成12年) | 34 | 11 | 16 | 5 | 2 |
| 第6次(平成8～17年) | 32 | 12 | 14 | 3 | 3 |
| 第7次(平成13～22年) | 27 | 10 | 13 | 1 | 3 |
| 第8次(平成17～22年) | 27 | 11 | 12 | 1 | 3 |
| 第9次(平成23～27年) | 24 | 10 | 10 | 1 | 3 |
| 第10次(平成28～32年) | 22 | 9 | 9 | 1 | 3 |

資料：第1～10次長野県卸売市場整備計画「卸売市場配置計画」

表4 県内卸売市場における品目別取扱数量及び金額の推移

(単位：上段：数量(t)、花き千本、下段：金額(百万円))

| | 地方卸売 市場数 | 取扱数量及び金額 | | | | | |
|------------|-------------|----------|---------|---------|-----|--------|---------------------|
| | | 野菜 | 果実 | 水産物 | 食肉 | 花き | 合計 |
| 平成 17年度 | 27 | 384,682 | 150,588 | 94,958 | 558 | 81,008 | 630,786 (81,008) |
| | | 74,784 | 40,960 | 70,608 | 348 | 5,086 | 191,786 |
| 平成 22年度 | 24 | 323,373 | 114,390 | 106,658 | 258 | 54,681 | 544,679 (54,681) |
| | | 67,319 | 33,456 | 57,949 | 197 | 3,492 | 162,413 |
| 平成 23年度 | 24 | 324,389 | 117,147 | 128,282 | 278 | 51,955 | 570,096 (51,955) |
| | | 65,623 | 33,629 | 57,819 | 199 | 3,326 | 160,596 |
| 平成 24年度 | 24 | 322,611 | 123,317 | 120,776 | 250 | 53,790 | 566,954 (53,790) |
| | | 60,032 | 33,306 | 55,421 | 156 | 3,137 | 152,052 |
| 平成 25年度 | 23 | 325,022 | 121,962 | 119,425 | 279 | 48,151 | 566,687 (48,151) |
| | | 65,109 | 34,165 | 52,817 | 242 | 2,949 | 155,282 |
| 平成 26年度 | 22 | 310,018 | 119,081 | 125,688 | 446 | 41,092 | 555,233 (41,092) |
| | | 66,031 | 35,362 | 53,586 | 426 | 2,981 | 158,386 |
| 平成 27年度 | 22 | 308,639 | 112,340 | 120,087 | 307 | 40,669 | 541,373 (40,669) |
| | | 69,881 | 36,754 | 50,721 | 405 | 3,036 | 160,797 |

資料：農産物マーケティング室調べ

2 生鮮食料品等の流通事情

(1) 人口の現状と見通し

ア 人口

本県の人口は少子高齢化の進行等から平成13年の2,220,208人をピークに減少に転じました。

今後も人口の減少傾向は続くと見込まれ、平成32年の人口見通しは、平成27年対比96.2%の201万9千人程度と推定されます。(表5)

表5 人口の現状と見通し

| 年次 | 人口(人) | 65歳以上(%) | 備考 |
|---------|-----------|----------|-----------------------|
| 平成25年 | 2,133,251 | 28.2 | 毎月人口異動調査 (10月1日現在) |
| 平成26年 | 2,120,406 | 29.2 | |
| 平成27年 | 2,098,804 | 30.0 | |
| 平成32年 | 2,019,000 | 32.0 | |
| 32年/27年 | 96.2% | — | 県推計値 |

資料：H25～27「毎月人口異動調査」(長野県企画振興部)、H32「日本の地域別将来推計人口」(国立社会保障・人口問題研究所)

イ 観光地利用者数

本県は美しく豊かな自然環境、特色ある地域文化、高品質で多彩な食材などの観光資源に恵まれ、都市圏と比較的近距离という条件も重なり、全国有数の観光県として発展しており、今後は卸売市場としてホテル、旅館、飲食店等観光に係る事業者が求める地域食材等へのニーズについても対応していく必要があります。(表6)

表6 観光地利用者数の現状と見通し (単位：人)

| 年次 | 延べ利用者数 | 県内外別 | | 備考 |
|-------|--------|--------|--------|----|
| | | 県内 | 県外 | |
| 平成22年 | 86,798 | 30,106 | 56,692 | |
| 平成23年 | 84,349 | 29,705 | 54,644 | |
| 平成24年 | 84,725 | 29,825 | 54,900 | |
| 平成25年 | 85,553 | 30,252 | 55,301 | |
| 平成26年 | 84,183 | 29,580 | 54,603 | |
| 平成27年 | 93,314 | 33,793 | 59,521 | |

資料：「観光地利用者統計調査結果」(長野県観光部)

ウ 卸売市場の流通圏人口

平成32年度の卸売市場の流通圏人口(県内総人口)は、平成32年には201万9千人程度が見込まれます。

表7 卸売市場流通圏人口の現状と見通し

| 年次 | 流通圏人口 (県内総人口) | 流通圏人口の内訳 | | | |
|---------|------------------|-----------|------|-----------|------|
| | | 東北信 | % | 中南信 | % |
| 平成27年 | 2,098,804 | 1,061,055 | 50.6 | 1,037,749 | 49.4 |
| 平成32年 | 2,019,000 | 1,020,710 | 50.6 | 998,290 | 49.4 |
| 32年/27年 | 96.2% | — | — | — | — |

資料：H27「毎月人口異動調査」(長野県企画振興部)

H32「日本の地域別将来推計人口」(国立社会保障・人口問題研究所)

注：H32の流通圏人口の内訳は農産物マーケティング室で推計

(2) 需要の現状と見通し

ア 1人当たり需要量

青果物については、農林水産省が公表する食料需給表の「1人1年当たりの粗食料」の過去の実績をもとに、総務省が公表する「家計調査」の全国と長野市の数値を計数化して推計しました。水産物及び食肉については、農林水産省が公表する食料需給表の「1人1年当たりの粗食料」の過去の実績をもとに推計しました。(表8)

表8 1人当たり需要量の現状と見通し

| 区 分 | | 1人当たり需要量の現状と見通し | | |
|---------|--------|-----------------|-----------|--------|
| | | 平成27年度(A) | 平成32年度(B) | B/A |
| 青果 | 野菜(kg) | 104.4 | 103.8 | 99.4% |
| | 果実(kg) | 48.3 | 48.3 | 100.0% |
| 水産物(kg) | | 48.3 | 47.8 | 99.0% |
| 食肉(kg) | | 46.5 | 46.4 | 99.8% |

資料：平成27年度は農林水産省「食糧需給表」

注1：平成32年度は農産物マーケティング室で推計

表9 世帯員1人当たりの購入量

| 区 分 | | 平成23年度 | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 平成27年度 |
|------------------|----------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 生 鮮 野 菜 | 全 国 (kg) | 56.4 | 56.3 | 57.7 | 58.1 | 57.4 |
| | 長野市 (kg) | 59.0 | 58.2 | 64.5 | 61.8 | 61.6 |
| | 長野市/全国 | 105% | 103% | 112% | 106% | 107% |
| 生 鮮 果 物 | 全 国 (kg) | 27.1 | 27.5 | 27.0 | 26.7 | 25.8 |
| | 長野市 (kg) | 33.3 | 32.0 | 36.3 | 37.0 | 27.1 |
| | 長野市/全国 | 123% | 116% | 134% | 139% | 105% |

資料：総務省「家計調査」

農林水産省が公表する食料需給表に基づく過去の実績の推移から、本県での平成32年度における1人当たり需要量は、引き続き、消費者の健康志向の高まりや食生活の見直しなどが進んでいることから、野菜、果実、水産物、食肉について、これまでと同程度で推移することが見込まれます。

なお、野菜及び果物については、総務省の家計調査によると、長野市における世帯員1人当たりの購入量は、全国と比較して約1割多い傾向にあります。(表9)

イ 総需要量

流通圏人口（県内総人口）に1人当たり需要量に乗じて算出した総需要量の見通しは、表10のとおりです。

表10 総需要量の現状と見通し

| 区 分 | | 総需要量の現状と見通し | | |
|--------|-------|-------------|-----------|-------|
| | | 平成27年度(A) | 平成32年度(B) | B/A |
| 青果 | 野菜(t) | 219,115 | 209,572 | 95.6% |
| | 果実(t) | 101,372 | 97,518 | 96.2% |
| 水産物(t) | | 101,372 | 96,508 | 95.2% |
| 食肉(t) | | 97,594 | 93,682 | 96.0% |

注1：平成27年度は農林水産省「食糧需給表」を基に算出

注2：平成32年度は農産物マーケティング室で推計

(3) 供給の現状と見通し

ア 卸売市場流通の現状と見通し

(ア) 現状

近年の本県の卸売市場の取扱量及び取扱金額は、取扱量は水産物で増加傾向にあり、野菜、果実、食肉が減少傾向で推移しています。(表4)

取扱額は取扱量の減少に伴い、いずれの部門も減少傾向にあります。平成27年度の取扱量及び取扱金額は次のとおりです。(表11)

表11 卸売市場における品目別取扱量及び取扱金額(平成27年度)

| 区 分 | 青 果 | | 水産物 | 食 肉 | 花 き | |
|---------|---------|---------|---------|-----|-------|-----|
| | 野 菜 | 果 実 | | | 切 花 | 鉢物等 |
| 数量(t) | 308,639 | 112,340 | 120,087 | 307 | — | — |
| 金額(百万円) | 69,881 | 36,754 | 50,721 | 405 | 2,443 | 594 |

資料：農産物マーケティング室調べ（花きは、国の公表データなし）

卸売市場の流通状況を品目別にみると、野菜の市場取扱量は、県内総需要量の140.9%と大幅に上回っており、この供給先は県内が63.4%、県外が36.6%となっています。

果実の市場取扱量は、県内総需要量の110.8%と大幅に上回っており、この供給先は県内が71.1%、県外が28.9%となっています。

水産物の市場取扱量は、県内総需要量の118.5%と大幅に上回っており、この供給先は県内が90.9%、県外が9.1%となっています。

食肉の市場取扱量は、県内総需要量の0.3%とわずかであり、この供給先は県内が100%となっています。

なお、食肉の卸売市場での取り扱いの実態は、水産物を主たる取扱品目とする卸売市場が附属的に取り扱っているもので、本県で流通している食肉の多くは、と畜場・食肉加工施設経由、または県内外の食肉卸売業者経由で小売店等に供給されています。(表12)

表12 卸売市場における流通状況(平成27年度)

| 区分 | 需 要 量 | | | 市 場 流 通 量 | | | | | | 市 場 供 給 率 | |
|--------|-------------------------|-----------------------|---------|-----------|--------|---------|-------|---------|--------|--------------|---------|
| | 流通圏人口 (県内総人口) (人) | 1人当り 需要量 (kg/年) | 総需要量 | 総 量 | | | 県外供給量 | | 県内供給量 | | |
| | | | | A (t) | B (t) | % | C (t) | C/B (%) | D (t) | D/B (%) | B/A (%) |
| 野 菜 | 2,098,804 | 104.4 | 219,115 | 308,639 | 100 | 113,020 | 36.6 | 195,619 | 63.4 | 140.9 | |
| 果 実 | | 48.3 | 101,372 | 112,340 | 100 | 32,493 | 28.9 | 79,847 | 71.1 | 110.8 | |
| 水産物 | | 48.3 | 101,372 | 120,087 | 100 | 10,984 | 9.1 | 109,103 | 90.9 | 118.5 | |
| 食 肉 | | 46.5 | 97,594 | 307 | 100 | 0 | 0.0 | 307 | 100 | 0.3 | |
| 花 き | | 切花 | — | — | 33,985 | 100 | 1,693 | 5.0 | 32,292 | 95.0 | — |
| | | 鉢物 | — | — | 1,575 | 100 | 38 | 2.4 | 1,537 | 97.6 | — |

注：花きの総需要量は1人当りの需要量の統計がないため算出できない。

卸売市場への入荷のうち、県内からの入荷（県内他市場からの入荷を含む。）の割合は、野菜 37.9%、果実 51.3%、水産物 26.5%、食肉 100%、花き 5.6%となっています。

委託、買付別では、野菜 79.5%、果実 72.0%、花き 84.9%が委託入荷であり、水産物 100%、食肉 100%が買付入荷となっています（表 13）。

表 13 県内・県外別、委託・買付別入荷状況(平成 27 年度、量ベース) (単位:%)

| 区 分 | 県内 | | | 県外 | | | 合計 | | | |
|-----|----|------|------|------|------|------|------|------|------|-----|
| | 委託 | 買付 | 計 | 委託 | 買付 | 計 | 委託 | 買付 | 計 | |
| 青果 | 野菜 | 28.5 | 9.4 | 37.9 | 51.0 | 11.1 | 62.1 | 79.5 | 20.5 | 100 |
| | 果実 | 39.7 | 11.6 | 51.3 | 32.3 | 16.4 | 48.7 | 72.0 | 28.0 | 100 |
| 水産物 | | 0.0 | 26.5 | 26.5 | 0.0 | 73.5 | 73.5 | 0.0 | 100 | 100 |
| 食 肉 | | 0.0 | 100 | 100 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 100 | 100 |
| 花 き | | 5.5 | 0.0 | 5.6 | 79.4 | 15.0 | 94.4 | 84.9 | 15.1 | 100 |

資料：農産物マーケティング室調べ

また、入荷先別にみると、野菜、果実、花きは、農協又は連合会からの入荷が最も多く、次いで他市場からの転送、商人又は商社からの入荷の順で、個人生産者からは 6~24%程度となっています。

花きは農協又は連合会が最も多く、次いで個人、他市場からの入荷の順となっています。

水産物並びに食肉は商人又は商社からの入荷が最も多くなっています。（表 14）

表 14 入荷先形態別入荷状況(平成 27 年度、量ベース) (単位:%)

| 区 分 | 個人 生産者 | 商人 又は商社 | 任意 組合 | 協同組合 又は連合会 | 他市場か らの転送 | その他 | 計 | |
|-----|-----------|------------|----------|---------------|--------------|------|-----|-----|
| 青果 | 野菜 | 6.4 | 29.5 | 1.8 | 49.0 | 11.9 | 1.3 | 100 |
| | 果実 | 12.6 | 28.0 | 2.8 | 43.7 | 11.7 | 1.3 | 100 |
| 水産物 | | 1.6 | 94.2 | 0.2 | 1.3 | 2.3 | 0.4 | 100 |
| 食 肉 | | 0.0 | 98.9 | 0.8 | 0.0 | 0.3 | 0.0 | 100 |
| 花 き | | 24.4 | 5.1 | 4.8 | 54.7 | 11.0 | 0.0 | 100 |

資料：農産物マーケティング室調べ

卸売市場における販売形態は、野菜・果実・水産物・食肉は相対売りが中心となっています。また、花きはせり売りが中心となっています。(表 15)。

近年、小売店の多店舗・広域展開による大口需要の増大、また産地として安定的な販売先と価格を確保するため、相対売りがさらに増加しています。

表 15 販売形態の状況(平成 27 年度、量ベース) (単位：%)

| 区 分 | | せり | 入札 | 相対 | 定価 | 計 |
|-----|----|------|-----|------|------|-------|
| 青果 | 野菜 | 5.3 | 0.0 | 93.9 | 0.8 | 100.0 |
| | 果実 | 19.0 | 0.0 | 80.3 | 0.8 | 100.0 |
| 水産物 | | 0.1 | 0.0 | 81.6 | 18.3 | 100.0 |
| 食 肉 | | 0.0 | 0.0 | 28.0 | 72.0 | 100.0 |
| 花 き | | 83.3 | 0.0 | 15.7 | 1.0 | 100.0 |

資料：農産物マーケティング室調べ

なお、生鮮食料品等の国内流通量のうち卸売市場を経由した率 (P27 付属資料 表 1) は、平成 25 年度で、青果物 60.0%、水産物 54.1%食肉 9.8%、花き 87.0%であり、低下傾向で推移しています。

一方で、国産青果物に限った卸売市場経由率は、9割弱を維持しております。これは、量販店や中・外食業者等が、産地を明示した特色ある品揃えや安定的な取引を求め、市場機能を活用した、生産地との契約取引を指向するためと考えられます。

(イ) 見通し

平成 32 年度における市場取扱量見通しは、野菜にあつては平成 27 年対比 97.5%の 30 万トン、果実にあつては 99.5%の 11 万 2 千トン、水産物にあつては 92.7%の 11 万 1 千トン、食肉にあつては 95.1%の 0.3 トン、花きにあつては切花で 87.8%の 2,982 万本、鉢物で 98.4%の 155 万鉢を見込むものとします。(表 16)

表 16 卸売市場における流通の見通し (平成 32 年度)

| 区 分 | 市場流通量 | | | 需 要 量 | | | 市場供給率 |
|-----|------------------|------------------|----------|---|-------------------|--------------|--------|
| | 平成 27 年度 A(t) | 平成 32 年度 B(t) | B/A | 流通圏人口 (人) | 一人 当たり (kg) | 総需要量 C(t) | B/C |
| 野菜 | 308,639 | 300,964 | 97.5% | 2,019,000 (東北信 1,020,710 中南信 998,290) | 103.8 | 209,572 | 143.6% |
| 果実 | 112,340 | 111,725 | 99.5% | | 48.3 | 97,518 | 114.6% |
| 水産物 | 120,087 | 111,330 | 92.7% | | 47.8 | 96,508 | 115.4% |
| 食肉 | 307 | 292 | 95.1% | | 46.4 | 93,682 | 0.3% |
| 花 | 33,965 千本 | 29,820 千本 | 87.8% | | — | — | — |
| き | 鉢物 | 1,575 千鉢 | 1,550 千鉢 | 98.4% | — | — | — |

注：市場流通量は農産物マーケティング室調べ(平成 32 年は市場への聞き取り結果の集計値)

注：需要量は農産物マーケティング室推計

卸売市場は、豊富な品揃え・集分荷・価格形成・代金決済など、他の流通経路では代替することのできない機能を有しており、今後も生産者・消費両者からの多様なニーズに的確に対応することによって、卸売市場は依然として生鮮食料品の流通において 非常に重要な役割を担っていくと予想されます。

イ 卸売市場を経由しない流通等の現状と見通し

市場を経由しない流通としては、生産地や輸入業者と量販店や中・外食業者との間の直接取引があり、こうした市場外流通がシェアを広げつつあります。

また、生産者や農協等においては、直売所・道の駅等での販売やインターネット等による産直販売などが活発化し、流通経路の多様化が進行しており、今後も、市場外流通の増加については、ある程度見込まれます。

3 卸売市場をとりまく状況

(1) 消費者ニーズの変化

近年、高齢化の進行や非婚化等により、少人数世帯の増加やライフスタイルの変化の中で、「食の外部化」がすすみ、コンビニエンスストア等での惣菜や弁当など中食の購入や、外食の機会が増加しています。

また、インターネットで注文を受けて生鮮食料品等を個人宅へ即日配達するネットスーパーなどが普及しています。

(2) 専門小売店等の減少

店舗規模が小さく品揃えに限界がある青果店、鮮魚店などの専門小売店は、ワンストップでの買い物ができないことや、また経営の後継者問題など多くの課題を抱えており、今後も減少の傾向が続くとみられています。

(3) 市場規制緩和等への対応

大規模小売店の展開など、卸売市場の内外における効率的な生鮮食料品流通の変化への対応として、法改正による卸・仲卸業者の事業活動等の規制が緩和されてきており、こうした状況に的確に対応していく必要があります。

(4) 食の安全・安心や環境問題への取組

近年、全国的には、食品事業者の不適正な表示や製造等により食の安全・安心に対する消費者の信頼を揺るがす事件が相次いで発生しています。

また、卸売市場においても、発泡スチロールのリサイクルや廃棄物の堆肥化などの取組が引き続き求められています。

4 重点的に取組む事項

- (1) 物流の広域化、量販店等大口需要の増大など、市場流通の変化と実態を踏まえ、将来方向に即した個々の市場の経営ビジョン・経営戦略に基づき、生鮮食料品等の流通における中核として、生産者や消費者・実需者のニーズ・期待に的確に応え、健全な発展を目指すものとします。
- (2) 市場施設の整備に当たってはコールドチェーン等の機能強化を中心に整備を図るものとし、食の安全・安心、環境への社会的関心の増大などに配慮するものとします。
- (3) 市場の取引については、公正性・透明性を確保しつつ、市場の役割の整理等により流通コストを削減することや、川上・川下のニーズへの的確な対応や、双方に対するコーディネート機能を発揮することで、その活性化を図るものとします。
- (4) 市場における物品の品質管理の徹底に対する要請に応え、HACCPに取り組むなど品質管理の高度化を積極的に進めるものとします。
- (5) 市場は、生鮮食料品等の基幹的な流通機関として、実需者ニーズに的確に応えられるように、立地条件を生かした市場機能（集荷機能等）の強化を通じて、競争力の向上を図るものとします。
- (6) 消費者ニーズの変化を的確に把握して、産地へのアドバイザー機能の強化や小売業者等へのリテールサポート（小売支援活動）の取組に努め、生産から消費までの最適な物流体制（商品供給ライン）の構築を図るものとします。
- (7) 地元で生産された農産物等を地元で消費する「地産地消」の取組に貢献するため、仲卸業者との連携などにより、卸売市場機能を活用した地域内流通を促進するものとします。

5 流通圏の設定

流通圏については、第5次計画（昭和63年度から平成12年度）まで5流通圏でありましたが、第6次計画（平成5年度から平成17年度）では、現行の「東北信」と「中南信」の2流通圏に集約するなど、高速交通網の整備状況や保鮮流通技術の高度化などを考慮し、整備計画を策定する上で最適な設定をしてきました。

大規模量販店の展開、小売店の広域展開による取扱ロットの大型化が進み、広域流通が拡大している現状から、これまでの2つの流通圏を見直し、県全域を1つの流通圏として設定することとします。

表 17 市場からの供給可能人口と取扱量(品目別)

| 区 分 | 流通圏人口(人) (県内総人口) | | 市場からの供給可能人口 (人) | | 市場取扱量 (t) | |
|-----|---------------------|-----------|--------------------|-----------|--------------|----------|
| | 平成 27 年度 | 平成 32 年度 | 平成 27 年度 | 平成 32 年度 | 平成 27 年度 | 平成 32 年度 |
| 野 菜 | 2,098,804 | 2,019,000 | 2,956,312 | 2,899,457 | 308,639 | 300,964 |
| 果 物 | | | 2,325,880 | 2,325,880 | 112,340 | 111,725 |
| 水産物 | | | 2,486,273 | 2,486,273 | 120,087 | 111,330 |
| 食 肉 | | | 6,602 | 6,602 | 307 | 292 |
| 花 き | | | — | — | (切花)30,094 本 | 29,820 本 |
| | — | — | (鉢物) 1,328 鉢 | 1,550 鉢 | | |

注) 市場からの供給可能人口：流通圏人口に市場供給率[市場流通量(県内市場への転送は除く)／総需要量]を乗じた数値

花きの市場からの供給可能人口は、年間の総需要量のデータがないため算出できない

(なお、総需要量は年間一人当たりの需要量の統計がないため算出できない)

市場取扱量：農産物マーケティング室調べ(平成 32 年は市場への聞き取り結果の集計値)

6 卸売市場配置計画

(1) 卸売市場配置の方針

本県の卸売市場については、従来より生鮮食料品等の安定的かつ効率的な流通を確保する観点から配置されてきたところですが、今後は、県全域を一つの流通圏として既存市場の機能の強化を基本に、消費人口、消費・生産の動向、市場取扱量の見通し等を勘案しながら次の方針によるものとします。

ア 地方卸売市場

地方卸売市場については、卸売市場整備基本方針(平成 28 年 1 月農林水産省公表)等に基づき、次によるものとします。

(ア) 生鮮食料品等の安定的かつ効率的な流通を確保する観点から、市場の機能強化と市場間の連携強化を図るものとします。

なお、市場の統合整備の必要が生じた場合には地域の産業や生活に密着した既存市場の機能・役割を考慮の上、地場産品の流通の確保や市場利用者の利便性にも配慮するものとします。

(イ) 目標年度において国が第 10 次卸売市場整備基本方針に定める次の取り扱い数量に達する見込みであって、他の地方卸売市場との統合若しくは他の卸売市場と連携した集荷・販売活動を行う卸売市場については、国が定める「地域拠点市場」として位置付けるものとします。

| 地方卸売市場区分 | 目標年度における年間取扱数量 |
|------------------|----------------|
| 青果物を主たる取扱品目とする市場 | 15,000 トン以上 |
| 水産物を主たる取扱品目とする市場 | 7,000 トン以上 |
| 花きを主たる取扱品目とする市場 | 2,000 万本相当以上 |

(ウ) 本県の食肉流通は、と畜場・食肉加工施設、食肉卸売業者が担っており、卸売市場の経由は極めて少なく、今後も現状を継続するものとします。

イ 任意市場

任意市場については地方卸売市場による基幹的な流通を補完するものとして、地域の生鮮食料品等の生産・流通の実情に応じて適宜配置するものとします。

(2) 卸売市場の配置計画

配置計画については、卸売市場を取り巻く情勢が大きく変化している中で、上記の方針に基づき地方卸売市場及び任意市場は現行の配置を基本としつつ、市場関係者、地方公共団体、生産者団体等の意向を踏まえ、今後、計画期間内において検討することとします。(表 18)

表18 卸売市場配置計画

[地方卸売市場]

| 流通圏 | 所在 (市町村) | 市場名 | 開設・運営 形態 | 取扱品目 | | | | 備考 |
|----------|-------------|---------------------|-------------|------|-----|----|----|--------|
| | | | | 青果物 | 水産物 | 食肉 | 花き | |
| 県内 全域 | 佐久市 | 佐久連合地方卸売市場 | 民設・民営 | ○ | | | | 地域拠点市場 |
| | | 佐久丸一地方卸売市場 | 民設・民営 | | ○ | ○ | | |
| | | 佐久長印地方卸売市場 | 民設・民営 | ○ | | | | |
| | | 地方卸売市場長野中央園芸市場佐久営業所 | 民設・民営 | | | | ○ | |
| | 上田市 | 上田連合地方卸売市場 | 民設・民営 | ○ | | | | 地域拠点市場 |
| | | 丸水長野県水上田地方卸売市場 | 民設・民営 | ○ | ○ | ○ | | |
| | | 上田丸一地方卸売市場 | 民設・民営 | | ○ | | | |
| | | 東信中央園芸地方卸売市場 | 民設・民営 | | | | ○ | |
| | 諏訪市 | 諏訪市公設地方卸売市場 | 公設・民営 | ○ | ○ | | | 地域拠点市場 |
| | 伊那市 | 丸水長野県水伊那地方卸売市場 | 民設・民営 | ○ | ○ | ○ | | |
| | | 伊那丸一地方卸売市場 | 民設・民営 | ○ | ○ | ○ | | |
| | | 丸伊伊那地方卸売市場 | 民設・民営 | ○ | | | | |
| | 駒ヶ根市 | 駒ヶ根市公設地方卸売市場 | 公設・公営 | ○ | | | | |
| | 飯田市 | 飯田市地方卸売市場 | 公設・民営 | ○ | ○ | | | 地域拠点市場 |
| | 松本市 | 松本市公設地方卸売市場 | 公設・民営 | ○ | ○ | ○ | ○ | 地域拠点市場 |
| | | 長野地方卸売市場 | 民設・民営 | ○ | ○ | | | 地域拠点市場 |
| | 長野市 | 長野中央園芸地方卸売市場 | 民設・民営 | | | | ○ | 地域拠点市場 |
| | | 戸倉地方卸売市場 | 民設・民営 | ○ | | | | |
| | 須坂市 | 東青果地方卸売市場 | 民設・民営 | ○ | | | | |
| | | 長印須坂地方卸売市場 | 民設・民営 | ○ | | | | 地域拠点市場 |
| | 中野市 | 中野長印地方卸売市場 | 民設・民営 | ○ | | | | |
| | 飯山市 | 飯山中央地方卸売市場 | 民設・民営 | ○ | ○ | | | |
| 計 | | 22 | | 17 | 10 | 5 | 4 | |

注) 国が示す「地域拠点市場」の基準とする取扱数量：青果物 15,000ト以上、水産物 7,000ト以上、花き 2,000万本以上

[任意市場]

| 流通圏 | 所在 (市町村) | 市場名 | 開設・運営 形態 | 取扱品目 | | | | 備考 |
|----------|-------------|---------------|-------------|------|-----|----|----|----|
| | | | | 青果物 | 水産物 | 食肉 | 花き | |
| 県内 全域 | 伊那市 | ㈱長野中央園芸市場南信分場 | 民設・民営 | | | | ○ | |
| | 塩尻市 | ㈱長印塩尻支社 | 民設・民営 | ○ | | | | |
| | 大町市 | 大町青果卸売市場 | 民設・民営 | ○ | | | | |
| | 長野市 | 丸塩青果生産組合市場 | 民設・民営 | ○ | | | | |
| | | ㈲長野流通園芸卸売市場 | 民設・民営 | | | | ○ | |
| 計 | | 5 | | 3 | | | 2 | |

第3 近代的な卸売市場の立地並びに施設の種類、規模、配置及び構造に関する指標

卸売市場における効率的な物流を確保するためには、その立地が適切でありかつ、施設については、その市場機能に応じて適切に設置されていることが必要です。

特に施設整備に当たっては、整備後の市場運営の効率化を旨とし過剰投資の回避に十分留意し、次により進めるものとします。

1 立地に関する事項

- (1) 周辺の土地利用との調整を考慮し、都市計画等との整合性が確保されること。特に、流通業務施設の整備に関する基本方針との関連性を配慮すること。
- (2) 道路等関連公共施設の整備計画との整合性が確保され、交通事情が良好な場所であること。
- (3) 各種施設が適切に配置され、施設利用の効率化が確保され得る地形であること。
- (4) 生鮮食料品等の衛生上、適切な環境にある地域であること。

2 施設の種類に関する事項

施設の種類の種類は、卸売市場としての機能を果たす上で必要とされる施設であって、取扱物品の種類等市場の実情に応じて整備するものとし、その施設の例示はおおむね次のとおりとします。(表 19)

表 19 施設例

| 施設 | 例示 |
|----------------|--|
| 売場施設 | 卸売場、低温卸売場、仲卸売場、配送センター、買荷保管・積込所など |
| 駐車施設 | 駐車場 |
| 貯蔵・保管施設 | 倉庫、自動倉庫、冷蔵庫、ラックなど |
| 輸送・搬送施設 | 自動荷さばき設備、自動搬送設備、フォークリフト、エレベーター、コンベアなど |
| 衛生施設 | リサイクル処理施設、じんあい処理施設、汚水処理施設、食品検査室など |
| 情報・事務処理施設 | 情報処理センター、LAN幹線・サーバー等情報ネットワーク通信基盤設備、せり機械設備、入荷量等表示設備、見学・研修設備など |
| 管理施設 | 管理事務所、業者事務所 |
| 加工処理施設 | 小分け・包装施設、バナナ熟成加工室など |
| 福利厚生施設 | 医療設備、休憩室、更衣室 |
| 関連事業施設 | 関連商品売場 |
| 以上の施設に附帯する施設など | 電気通信設備、給排水設備、ガス設備、冷暖房設備、防災設備など |

施設整備に当たっては、商品の多様化、取引方法の変化、情報化の進展、物流技術の進歩、食の安全・安心に対する要請の高まり及び環境に対する社会的関心の増大等に対応して必要となる施設を十分見定め、計画的に整備するとともに、整備された施設の効率的な利用、維持管理の適正化に配慮するものとします。

3 施設の規模に関する事項

施設の規模については、国の第10次卸売市場整備基本方針に示された「卸売市場施設規模算定基準」（P28 付属資料）に基づいて算定される施設規模を目安とし、適切な施設規模の確保に配慮するものとします。

4 施設の配置、運営及び構造に関する事項

卸売市場施設の配置、運営及び構造については、流通事情の変化に対応し、生産者や実需者のニーズに的確に対応する必要があることを踏まえ、卸売市場で取り扱う生鮮食料品等の品質管理の向上や加工処理等の機能の強化、さらには環境問題への積極的な取組等に向けて、特に次の事項に留意するものとします。

また、施設管理については地方自治法に基づく指定管理者制度の活用により、市場使用料の抑制等に努めるものとします。

(1) 消費者や実需者の従来からの要請に応え、効率的な物流を確保するため、コールドチェーンシステムの確立に向け、低温の卸売場や荷さばき場、温度帯別冷蔵庫等の低温（定温）管理施設を、計画的に整備・配置することとし、その運営に当たっては、適切な温度管理に十分配慮することとします。

また、新設する場合には、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ものとします。

(2) 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、施設の導入に当たっての費用対効果や共同施設の利用に関する卸売業者、仲卸業者等の市場関係業者間の調整等を考慮しつつ、整備・配置を推進すること。

また、消費者ニーズに応える商品供給のため、情報受発信機能の強化や市場関係業者が一体となって行うリテイルサポート（小売支援活動）等の取組を推進するものとします。

(3) 地球温暖化等環境問題が深刻化している中で、卸売市場においてもエネルギー消費や廃棄物排出の抑制等環境負荷の低減に向けた取組が重要であることから、太陽光発電等による新たなエネルギーの産出とその活用、省電力設備の導入のほか、食品廃棄物、包装容器等のリサイクルに資する施設の整備・配置や、通い容器の導入等に努めるものとします。

また、新たな投資についての卸売業者や仲卸業者の負担を考慮しつつ、実態を十分に踏まえ、卸売市場ごとに、温室効果ガスや廃棄物の削減など環境負荷の低減に係る数値目標や方針を事前に策定した上で、計画的に取組むものとします。

- (4) 施設配置に当たっては、場内搬送経路の最適化を十分考慮するとともに、必要に応じて自動搬送施設の導入等を行うこととします。
- (5) 卸売市場の運営の効率化と卸売市場における物流業務の効率化を図るため、以下のとおり取り組むこととします。
- ア 生産者や実需者とのデータ連携や取引の効率化に資するにおける生鮮EDI標準（受発注等の取引情報を電子的に交換する方法の標準的な取決め）の活用、電子タグ（メモリ機能を有する極小のICチップとアンテナを内蔵した荷札（タグ））の導入等の情報通信技術の活用
 - イ 産地や実需者と連携して、流通コストの削減や流通における環境負荷の軽減に資する通い容器等の導入に積極的に取り組むこととし、必要に応じて市場内におけるLAN（構内情報通信網）や通い容器に対応した搬送施設の整備と通い容器の一時保管場所の確保。
- (6) 卸売市場に対する理解醸成とともに、卸売市場の多様な機能の発揮のために、必要に応じて、展示・見学施設、研修施設、多目的ホール、アメニティー機能（快適性）を持つ施設等関連施設の整備を図るほか、周辺環境との調和を図るため可能な限り緑地帯等を設置することとします。
- (7) 流通事情の変化に柔軟に対応できる構造とすることとします。

第4 卸売業者及び仲卸業者の経営の近代化の目標

1 卸売業者及び仲卸業者に共通する事項

- (1) 産地の生産状況や実需者の需要状況に対応した計画的かつ安定的な集荷・販売力の強化に向けて、現状における経営上の強み・弱み等を分析の上、
- ア 消費者、実需者等の需要動向を踏まえた産地に対する営農指導、出荷支援のほか、地域特産物のブランド化、特色ある地場産品や規格外品等の流通特性も踏まえた品揃えの充実、新商品の開発、小売や加工・業務用需要とのマッチング等に関する産地との連携強化に積極的に取り組むこととします。
 - イ 大規模小売業者、専門小売業者、外食産業事業者等のニーズに対応した加工処理、貯蔵・保管、輸送・搬送、リテイルサポート等の機能強化による実需者との連携強化についても取り組むこととします。
- (2) 生鮮食料品等の流通の中間に位置する立場を活かし、さらに産地市場として卸売業者・仲卸業者の相互連携の下、県内外の川上・川下双方に対するコーディネート機能を発揮し、県内産の農林水産物の新たな需要の喚起と需要に対応した供給体制の確立に努めること。その際、価格動向のほか、実需者ニーズ、産地の出荷動向・出荷戦略、商品情報等の多様な情報について、情報通信技術の積極的な活用を通じて、その把握と産地や実需者へのフィードバックを的確に行うなど、情報受発信の取組を強化することとします。

(3) 卸売業者、仲卸業者、生産者・農協・連合会、実需者等の関係業者間における提携関係の強化を図りつつ、大型産地・大型ユーザーとの対等な取引関係の構築に努めるとともに、予約相対取引の活用等により、産地における計画的かつ安定的な生産・出荷に対するニーズや、食品加工業者、外食産業事業者、大規模小売業者等における定時・定量・定質・定価格での安定的な取引に対するニーズへの積極的な対応を図ることとします。

その際、天候不順等により契約数量の確保が困難な場合のリスク負担のあり方等について契約当事者間で十分に協議することとします。

(4) 産地情報と消費者・実需者のニーズの双方に通じ、求められる商品特性や多様な販路に係る知見等を有するといった強みを活かし、市場関係業者の新たなビジネス機会の創出に資する場合は、生産者が行う6次産業化への取組に対する積極的な参画に努めることとします。

(5) 卸売業者や仲卸業者が機能強化や経営の合理化に向けた取組を進めるに当たっては、共同出資会社の設立、資本提携等両者の連携・協働に十分留意して行うこととします。

(6) 経営能力を有する人材の育成、新規労働力の確保とその教育、熟練労働力、若手及び女性の活用等を通じた人的資源の強化に取組むとともに、責任体制の確立に努めることとします。

2 卸売業者

(1) 卸売の業務の適正かつ健全な運営を確保し、将来にわたり安定した経営を行えるよう、独自の経営シミュレーションなどを基に、長期的な経営ビジョン・経営戦略を策定することとします。また、経営戦略の確実な実行のため、適切な運営体制を築くとともに、十分な卸売機能を発揮するため、経営規模の拡大等経営体質の強化を図ることとし、特に資本の充実、従業員の資質の向上、省力化システムの導入等による生産性の向上に努めることとします。

その際、市場間、市場内、市場外流通等による競争実態、情報システムの整備状況等を踏まえつつ、産地市場として、県内産地が今後も引き続き大消費地への生鮮食料品の総合供給産地として役割を果たせるよう、消費者ニーズの的確な把握と産地への情報提供や、流通コストを抑えた物流網の構築を図ることに努めるとします。

なお、そのために必要な物流業務を合同で運営するなど、卸売業者の連携関係の強化を図ることとします。

この場合において、原則として、目標年度における従業員1人当たりの取扱金額の水準(表 20)を達成することを目安とするとともに、異なる卸売市場や取扱品目を異にする卸売業者同士の連携や強化も視野に入れた対応を行うこととします。

表 20 目標年度における従業員 1 人当たりの取扱金額 (単位：百万円)

| | 青果物卸売業者 | 水産物卸売業者 | 花き卸売業者 |
|--------|---------|---------|--------|
| 地方卸売市場 | 130 | 160 | 90 |

(注) この表に示す水準は、平成 25 年度の価格水準で、経営コストの低減や取引規模の拡大を図る観点から、国が第 10 次卸売市場整備基本方針に示したものである。

(2) 経営の健全性を確保し、出荷者に対する卸売市場の信頼性を高めるため、財務体質の強化を図るとともに、コストの低減や経営多角化による経営改善を図ることとします。

また、開設者は、県と連携して長期にわたって改善が図られない卸売業者に対して、改善時期や改善事項をより明確化させるなど、適切な指導を行うこととします。

さらに、卸売業者の経営の安定を図るため第三者による適時適切な経営評価の実施に努めることとします。

(3) 管理部門について、計画的な経営管理システムの整備、責任体制の確立等を図り、事業の計画的かつ一体的な運営の確保と経営コストの縮減に努めることとします。

(4) 経営能力を有する人材の育成、新規労働力の確保とその教育及び熟練労働力の定着と活性化を推進することとします。

(5) 生産者の生産状況や実需者の需要状況に対応した計画的かつ安定的な集荷・販売力の強化と生産者及び実需者との連携を深めることにより、国内産（特に県内産）の農林水産物を用いた新商品開発能力の向上に努めることとします。

3 仲卸業者

(1) 小売業者、外食産業事業者等の仕入ニーズの適切な把握に努め、これに対応した商品の小分けや事前処理、保管・配送等の販売業者機能を強化することにより、小売業者への支援を図ることとします。

(2) 関係業者間の提携関係の強化を図りつつ、大口顧客との対等な取引関係の構築に努めるとともに、生産者及び実需者との連携強化に取り組むことにより、新たな国内産（特に県内産）の農林水産物の需要の開拓に努めることとします。

(3) 仲卸しの業務の適正かつ健全な運営を確保し、十分な仲卸機能を果たしていくため、経営規模の拡大及び経営体質の強化を図ることとし、その際、各卸売市場や取り扱う商品の実態、従業員の高齢化、後継者の有無等を踏まえ、合併や営業権の譲受け等による統合大型化を図ることとします。

この場合において、救済合併等の場合を除き、原則として、目標年度における従業員 1 人当たりの取扱金額の水準(表 21)を目安とするとともに、異なる卸売市場や取扱品目を異にする仲卸業者同士の統合大型化も視野に入れた対応を行うこととします。

表 21 目標年度における従業員 1 人当たりの取扱金額（単位：百万円）

| | 青果物仲卸業者 | 水産物仲卸業者 | 花き仲卸業者 |
|--------|---------|---------|--------|
| 地方卸売市場 | 90 | 80 | 50 |

(注) この表に示す水準は、平成 25 年度の価格水準で、経営コストの低減、取引規模の拡大を図る観点から、国が第 10 次卸売市場整備基本方針に示したものである。

- (4) 経営状況の悪化に対処し、業務の適正かつ健全な運営を確保するため、開設者は、仲卸業者に対する経営改善指導を適切に行うこととします。
- (5) 小売業者、外食産業事業者等の仕入ニーズの適切な把握に努め、これに対応した商品の小分けや事前処理、保管・配送等の販売業者機能を強化することにより、小売業者への支援を図ること。また、就労体系の整備等により小売業者等の要望について、柔軟に対応できる体制づくりに努めることとします。
- (6) 情報機器の活用等による経営管理システムの確立や、経営再編等による経営合理化、共同配送等によりコストの削減を進めることとします。

第 5 卸売市場の活性化に関する事項

卸売市場を取り巻く様々な環境変化、生産・消費の両サイドからの更なる市場の効率化とサービス度向上の要請の高まりに対応しつつ、今後とも市場が基幹的流通機構としての役割を果たしていくため、市場の機能強化を図るため、次の事項の取組を進めるものとします。

1 市場機能の強化

市場は、企業間取引のための「流通諸サービス」を提供する流通機構であるといった視点に立ち、今後は、生産と消費を相性よく結びつけるため、物流技術・情報技術を市場における流通諸サービスの充実と流通経費節減に結びつけていくとともに、将来、そのサービスの内容に応じた柔軟な手数料の設定に努めるものとします。

2 立地条件を生かした市場機能の強化

全国有数の農業県に立地する産地市場としての特色を活かし、多彩な県産農産物の集荷、小分け・包装、配送機能及び企画提案機能の強化を図るとともに、出荷規格の簡素化、通いコンテナの利用を促進するものとします。

3 地域内流通の促進

生産と消費を繋ぐパイプ役として、市場機能を活用しつつ、地元で生産された農産物等を地元で消費する「地産地消」への取組の更なる展開を進めるため、小売店等への効率的な地域内流通システムの構築を図るとともに、量販店の産直コーナー・直売所及び生産集団等における配送、品揃え、過不足の調整、生産・販売情報の提供等のきめベース細かな支援活動を行い、地場農産物等の地域内流通の拡大に努めるものとします。

4 表示の徹底と適正化

近年、食品の安全性と安心感に対する消費者ニーズが一段と高まっていることから、市場の流通段階で表示が途切れることのないよう配慮するとともに、平成27年に施行された食品表示法に適切に対応するとともに、関連事業者等への働きかけを通じて原産地表示の徹底を図るほか、商品の小分け・包装をはじめとする市場業務全体を通じて、なお一層表示の適正化に取り組む、消費者の信頼の確保を図るものとします。

第6 その他卸売市場の整備を図るために必要な事項

1 消費者への普及啓発など開かれた卸売市場への取組

県民のための卸売市場の役割やその重要性を広く認知していただくために、各卸売市場の立地条件などに応じて、学校教育のための市場見学会、民間団体が主催し親子で参加する「市場探検隊」への協力、消費者を対象とした表示に関する講習会や料理教室、市場まつりの開催、消費者・生産者への市場施設の解放など、広く地域住民を対象とした情報発信の取組を積極的に行うものとします。

さらに、卸売市場に関する情報について、広く消費者に対し卸売市場の役割、生鮮食料品等に対する知識、消費者の信頼向上に向けた市場関係者の取組状況等について発信・普及するため、インターネット等を活用し、取引結果など卸売市場に関する様々な情報を効果的・効率的に広く公開・提供するものとします。

2 労働環境の改善

取引方法の改善、最新の物流システムの導入、福利厚生施設の充実等により市場の労働条件、勤務体制の改善を図り魅力ある職場づくりに努めるものとします。

3 大規模震災等における危機管理対策の強化

(1) 卸売市場の災害対応力の強化

ア 災害時には交通網の断絶が予想されることから、卸売市場における複数の交通手段やルートの想定を進めることが必要となります。

また、災害時に業務を確実にこなせるよう、市場関係者と協力した訓練の実施や、施設・設備の応急復旧に必要な資材等の備蓄を推進するものとします。

イ 卸売市場の機能維持に当たっては、電力・燃料等の不足に備えることが重要となります。このため、災害時のみならず電力需要ひっ迫時にも対応できる予備電源を確保するとともに、周辺のガソリンスタンドと災害時に燃料を優先供給する協定の締結など、燃料の確保や備蓄を図るものとします。

(2) 産地支援に関する取組

市場関係者は被災地の復興支援のため、被災地の農畜水産物について積極的に集荷・販売するよう努めるものとします。

(3) 災害発生時の緊急事態に際し、卸売市場の果たす機能の重要性に鑑み、防災性に配慮した施設整備を行うとともに、平成8年に策定した「災害時相互応援に関する協定」により災害時において適切に対応できるよう努めるものとします。

また、社会的インフラである卸売市場は、災害時において公共的役割を十分に発揮していく必要があり、市場開設者及び市場関係者は行政等と連携し、BCP（事業継続計画）の策定に向けた検討を行う等、災害時等における確実な業務継続体制の確立に努めるものとします。

4 食品の安全性の確保と環境問題への取組

食品の安全性の確保を図るため、有害物品に関する検査体制の確立、じんあい処理施設及び汚水処理施設の整備、小分け・包装施設の運営に関してHACCP（危害分析重要管理点）方式の導入など、適正な衛生管理・品質管理を進めるものとします。

また、包装容器や食品残さ等廃棄物の発生抑制やリサイクルの促進、ISO14001 やエコアクション21の取得等に努めるなど、市場関係者の環境問題への取組を推進するものとします。

5 関連事業者の経営体質の強化

関連事業者については、卸売市場が食料品総合卸売センターとしての機能の充実を図る上でも重要なことから、その体質改善と経営の活性化を図るものとします。

6 県等の役割

(1) 卸売市場に対する県民及び消費者の理解を一層深め、卸売市場を経由する生鮮食料品等に対する安心感を醸成することは、食の安心を確保していく上で重要です。

このため、県は市場の役割や特性、市場を経由する生鮮食料品等の魅力等を「長野県政出前講座」等を活用して広く周知するとともに、長野県のホームページで紹介するなど効果的なPRを行い、市場関係者と協力して、各市場が行う見学会等の周知を図ります。

(2) 市場機能の充実又は市場統合等のため必要な施設の整備を行うに当たっては、県及び市町村はその適切な基準等について指導するとともに、円滑かつ効率的な市場流通が行われるよう適切な対策を講ずるものとします。

(3) 災害等に伴う風評被害防止の観点から、常に正確な情報を入手し、県民に対して分かりやすく説明するとともに、県民とのリスクコミュニケーションのあり方について、より一層の検討と改善に努めるものとします。

付 属 資 料

○ 表 1 全国の市場経由率の推移

(単位：%)

| 年度 | 品目 | | 水産物 | 食肉 | 花き |
|----------|------|----|------|------|------|
| | 青果 | 国産 | | | |
| 平成 15 年度 | 69.2 | 93 | 63.2 | 12.2 | 80.9 |
| 平成 16 年度 | 66.1 | 93 | 62.9 | 11.6 | 82.6 |
| 平成 17 年度 | 64.5 | 91 | 61.3 | 10.3 | 82.8 |
| 平成 18 年度 | 64.6 | 92 | 62.5 | 10.1 | 85.4 |
| 平成 19 年度 | 61.7 | 87 | 60.0 | 10.1 | 83.0 |
| 平成 20 年度 | 63.0 | 88 | 58.4 | 9.8 | 84.0 |
| 平成 21 年度 | 64.6 | 88 | 58.0 | 10.3 | 85.1 |
| 平成 22 年度 | 62.4 | 87 | 56.0 | 9.9 | 83.4 |
| 平成 23 年度 | 60.0 | 86 | 55.7 | 9.4 | 84.4 |
| 平成 24 年度 | 59.2 | 85 | 53.4 | 9.9 | 87.7 |
| 平成 25 年度 | 60.0 | 86 | 54.1 | 9.8 | 87.0 |

注：農林水産省調べ

○ 卸売市場施設規模算定基準

1 売場施設の必要規模

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

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

S_i : 目標年度における売場施設の必要規模

g_t : 目標年度における1日当たりの市場流通の規模

f_i : 売場施設経由率

μ_i : 目標年度における売場施設単位面積当たり標準取扱数量

R_i : 売場施設通路面積

i : 各売場施設

2 その他の卸売市場施設の必要規模

その他の卸売市場施設の必要規模の算定は、実情に応じて行う。

3 駐車場の必要規模

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

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

S_t : 目標年度における駐車場の必要規模

g_t : 目標年度における1日当たり市場流通の規模

μ_o : 1台当たり積載数量

M : その他業務用及び通勤自動車台数

4 市場用地の必要規模

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

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

S : 目標年度における市場用地の必要規模

a : 増設余力指数

S_i : 各施設の必要規模

S_t : 駐車場の必要規模

R : 建物外部の通路の必要規模

○ 表2 卸売市場整備計画における目標年次での市場流通量の推移

(単位：数量はt。切り花は千本、鉢物は千鉢。上段カッコの数値は県内需要量見込量)

| 年度 | | 品目 | | 野菜 | 果実 | 水産物 | 食肉 | 切り花 | 鉢物 |
|-----|--------|------------|------------|------------|-----------|------------|-----------|-----|----|
| | | 数量 | 数量 | 数量 | 数量 | 数量 | 数量 | 数量 | 数量 |
| 第1次 | 昭和45年度 | (291, 959) | (125, 553) | (119, 279) | — | — | — | — | — |
| | 昭和55年度 | (334, 231) | (199, 393) | (151, 947) | — | — | — | — | — |
| 第2次 | 昭和48年度 | (269, 990) | (150, 614) | (142, 723) | (62, 363) | (24, 661) | — | — | — |
| | 昭和60年度 | (335, 250) | (193, 566) | (165, 264) | (86, 554) | (34, 814) | — | — | — |
| 第3次 | 昭和53年度 | (329, 000) | (157, 690) | (132, 238) | (39, 473) | (67, 548) | — | — | — |
| | 昭和65年度 | (345, 100) | (173, 900) | (160, 300) | (56, 800) | (101, 800) | — | — | — |
| 第4次 | 昭和58年度 | (321, 975) | (163, 674) | (148, 208) | (45, 273) | (95, 563) | — | — | — |
| | 昭和70年度 | (352, 100) | (169, 500) | (176, 100) | (59, 600) | (115, 100) | — | — | — |
| 第5次 | 昭和63年度 | (350, 264) | (157, 485) | (161, 421) | (60, 710) | (92, 787) | (5, 519) | — | — |
| | 平成12年度 | (373, 700) | (161, 700) | (182, 500) | (71, 400) | (172, 400) | (13, 000) | — | — |
| 第6次 | 平成5年度 | (279, 545) | (128, 002) | (138, 289) | (63, 159) | (91, 979) | (8, 137) | — | — |
| | 平成17年度 | (290, 400) | (127, 600) | (140, 500) | (75, 600) | (145, 500) | (18, 200) | — | — |
| 第7次 | 平成10年度 | (212, 160) | (100, 723) | (111, 443) | (51, 630) | (113, 866) | (16, 019) | — | — |
| | 平成22年度 | (240, 200) | (107, 500) | (114, 700) | (49, 700) | (152, 300) | (29, 100) | — | — |
| 第8次 | 平成15年度 | (232, 434) | (106, 430) | (108, 851) | (47, 918) | (80, 518) | (23, 383) | — | — |
| | 平成22年度 | (238, 700) | (106, 500) | (107, 600) | (46, 000) | (93, 000) | (28, 100) | — | — |
| 第9次 | 平成20年度 | (234, 737) | (118, 021) | (121, 716) | (59, 554) | (72, 812) | (19, 344) | — | — |
| | 平成27年度 | (202, 000) | (125, 000) | (102, 000) | (56, 000) | (66, 000) | (14, 200) | — | — |

出展：第1～9次長野県卸売市場整備計画「卸売市場における流通状況、目標年度の取扱量見通し」

○ 用語集

あ行

相対取引

買い手に競争させることなく、卸売業者と買い手との協議によって価格、数量、その他の取引条件を定めて行う売買方法である。

卸売市場

生鮮食料品等の卸売のために開設される市場で、卸売場、自動車駐車場その他の生鮮食料品等の取引及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。(卸売市場法第2条第2項)

卸売市場経由率

生鮮食料品の総需要量に占める、卸売市場での取扱量の割合をいう。

卸売市場整備計画

都道府県が定めることができるとされており、その内容は卸売市場整備基本方針及び中央卸売市場整備計画に即することとなっている。(卸売市場法第6条)

卸売市場整備基本方針

農林水産大臣が卸売市場の整備を図るために定めなければならないこととなっている。(卸売市場法第4条)

卸売市場法

生鮮食料品等の取引の適正化とその生産及び流通の円滑化を図り、国民生活の安定に資することを目的として昭和46年に定められた法律。

か行

通い容器

環境問題への対応、費用の軽減、作業効率の向上などを目的として産地、卸売市場、小売業の間で循環して使用される容器のこと。

コールドチェーンシステム

流通過程で低温を保つ物流方式。

コンプライアンス

企業が法律や規則など、ごく基本的なルールに従って活動すること。

さ行

事業継続計画（BCP）

災害や事故などの予期せぬ出来事の発生により、限られた経営資源で最低限の事業活動を継続、ないし目標復旧時間以内に再開できるようにするために、事前に策定される行動計画。

食品衛生法

食品の安全性の確保のために公衆衛生の見地から必要な規制その他の措置を講ずることにより、飲食に起因する衛生上の危害の発生を防止し、もって国民の健康の保護を図ることを目的とした法律。

食品表示法

平成 27 年(2015 年)4 月 1 日施行された法律。JAS 法、食品衛生法、健康増進法の義務表示の部分が一つにされた。

食の外部化

共働き世帯や単身世帯の増加、高齢化の進行、生活スタイルの多様化等を背景に、家庭内で行われていた調理や食事を家庭外に依存する状況がみられる。これに伴い、食品産業においても、食料消費形態の変化に対応した調理食品、そう菜、弁当といった「中食(なかしょく)」の提供や市場の開拓等に進展がみられている。こういった動向を総称して「食の外部化」という。

生鮮EDI標準

生鮮食料品の受発注等取引情報を電子的に交換する方法の標準的な取決め。

生鮮食料品等

卸売市場法第 2 条において、野菜、果実、魚類、肉類等の生鮮食料品その他一般消費者が日常生活の用に供する食料品及び花きその他一般消費者の日常生活と密接な関係を有する農畜水産物で、政令で定めるもの。

せり売り

売手が多数の買受希望者に互いに競争させて、売手にとって最も有利な価格で販売しようとする方式であって、競争売買の一方法である。

た行

地域拠点市場

地方卸売市場のうち集荷力強化と適正配置を実現するため、取扱数量が一定数量以上で他の地方卸売市場との統合・連携のいずれかを講じ、都道府県卸売市場整備計画で定めたもの。取扱数量は、青果は 15,000 トン以上、水産物は 7,000 トン以上、花きは 2,000 万本以上。

地方卸売市場

中央卸売市場以外の卸売市場で、その施設が一定の規模以上のもので都道府県知事が許可するものをいう。

中央卸売市場

生鮮食料品等の流通及び消費上特に重要な都市及びその周辺の地域における生鮮食料品等の円滑な流通を確保するための卸売の中核的拠点で都道府県や人口20万人以上の市などが農林水産大臣の認可を受けて開設される卸売市場。(卸売市場法第2条第3項)

電子商取引

インターネットなどのネットワークを利用して、契約や決済などを行う取引形態。

電子タグ

メモリ機能を有する極小のICチップとアンテナを内蔵した荷札。

地産地消

地域の農林水産物の利用を促進することによって地域の農林水産物の消費を拡大する取組のこと。

と畜場法

と畜場の経営及び食用に供するために行う獣畜の処理の適正の確保のために公衆衛生の見地から必要な規制その他の措置を講じ、もつて国民の健康の保護を図ることを目的とした法律。

トレーサビリティ

Trace (追跡する) と Ability (できる) を合わせた言葉で「追跡可能性」あるいは「履歴管理」と訳される。製品の生産から加工、流通、販売までのあらゆる段階で逐一記録を残していくことで、個々の製品の行先を把握したり、遡って出所を確認したりできるようにすること。

な行

中食

レストラン等へ出かけて食事をする「外食」と、家庭内で手づくり料理を食べる「内食」の中間にあつて、市販の弁当やそう菜、家庭外で調理・加工された食品を家庭等で、調理加熱することなく食べること。

は行

HACCP[ハサップ]（危害分析・重要管理点）

原料受入から最終製品までの工程ごとに微生物による汚染、金属の混入などの危害を予測（危害分析：Hazard Analysis）した上で、危害の防止につながる特に重要な工程（重要管理点：Critical Control Point、例えば加熱・殺菌、金属探知機による異物の検出などの工程）を常時監視・記録する管理手法。

1人当たり需要量

県民1人につき消費される生鮮食料品等の量で、農林水産省が公表する食料需給表の1人当たり粗食料を基礎として、地域の実情に即した項目を考慮して推計したもの。

ま行

見本取引

商品すべてではなく、見本を見せながら行う取引。産地、重量など規格性があり、大量の商品がある場合に、主に時間短縮のため行う。

や行

予約相対取引

相対取引のうち、概ね1週間前までに価格や数量などを予約しておく取引。

ら行

LAN

企業内や学校内など限定された場所における情報通信網。

リテイルサポート

卸売業が小売業に対して行う経営支援のことで、売場づくりや品揃えが含まれる。

6次産業化

農業者が生産（第1次産業）、加工（第2次産業）、販売・流通（第3次産業）の一体化により付加価値を増大させる経営の多角化の取組。

平成 28 年度 長野県卸売市場審議会委員名簿

| 区 分 | | 氏 名 | 役 職 名 |
|-----|-----------|----------------------------|---|
| 1 | 農業関係団体の代表 | しまだ たけし 鳥田 武司 | 全国農業協同組合連合会長野県本部 生産販売部長 |
| 2 | 学識経験者 | 【会長】 ささき たかし 佐々木 隆 | 信州大学農学部教授 |
| 3 | 農業者 | きうち 木内 マミ | NAGANO農業女子コアメンバー (ひぐらし農場) |
| 4 | | こばやし しげのぶ 小林 重信 | 公募 (長野県農業士協会 前会長) |
| 5 | 流通関係者 | ほり ゆういち 堀 雄一 | 長野県青果卸売市場連合会 会長 (株)R&C ホールディングス 代表取締役社長) |
| 6 | | 【会長代理】 うじ たかはる 宇治 孝治 | (株)長野地方卸売市場 事務局長 |
| 7 | | ごとう くにかず 後藤 邦一 | (株)ツルヤ 取締役商品部マネージャー |
| 8 | 消費者の代表 | かたぎり えり 片桐 恵理 | 野沢温泉旅館組合 理事長 (野沢温泉ホテル 社長) |
| 9 | | おだ こ 織田 ふじ子 | 長野県消費者の会連絡会 幹事 |

長野県卸売市場審議会事務局

| 所 属 | 職 名 | 氏 名 |
|--------------------------|----------------|-------|
| 農政部 農業政策課 農産物マーケティング室 | 室 長 | 西原 光男 |
| | 企画幹兼課長補佐 | 堀内 明美 |
| | 課長補佐兼マーケティング係長 | 中塚 満 |
| | 主 任 | 荻原 貴史 |