

**平成 1 6 年度 第 3 回市場運営審議会資料
長期整備方針について(柏市場の特性と課題)**

平成 1 6 年 8 月 2 5 日

目次

3．業者意向と生産者・消費者ニーズ	1
（1）場内業者アンケート調査	1
（ア）目的	1
（イ）対象	1
（ウ）実施概要	1
（エ）設問とその目的	1
（オ）結果概要	2
（2）卸売業者ヒアリング調査	6
（ア）目的	6
（イ）対象	6
（ウ）実施概要	6
（エ）結果概要	6
（3）生産者ヒアリング調査	8
（ア）目的	8
（イ）対象	8
（ウ）実施概要	8
（エ）結果概要	8
（4）量販店等小売業者ヒアリング調査	9
（ア）目的	9
（イ）対象	9
（ウ）実施概要	9
（エ）結果概要	9
（5）消費者ヒアリング調査	10
（ア）目的	10
（イ）対象	10
（ウ）実施概要	10
（エ）結果概要	10
4．柏市場の特性と課題	12

3. 業者意向と生産者・消費者ニーズ

長期整備方針の検討にあたり、現状の取引や整備の意向に関して場内業者（仲卸業者、買受人、付属営業人）に対してアンケート調査を実施し、これと並行して卸売業者にはヒアリング調査を実施した。

また、市内量販店、生産者ならびに消費者に対しても、現状の取引や柏市場への期待などについてヒアリングを実施した。

調査方法	調査対象
アンケート	仲卸業者（青果 5 社、水産物 43 社、花き 2 社） 買受人（青果 174 社、花き 90 社） 付属営業人（74 社）
ヒアリング	卸売業者（3 社） 市内量販店（7 社） 生産者（3 団体） 消費者（3 団体）

（1）場内業者アンケート調査

（ア）目的

以下のことを主な目的としてアンケート調査を実施した。

- ・ 仲卸業者、買受人の柏市場利用状況の把握
- ・ 取引面での柏市場の特徴、位置付けの把握
- ・ 供給圏、取引先の把握

（イ）対象

仲卸業者 青果 5 社、水産物 43 社、花き 2 社
買受人 青果 174 社、花き 90 社
付属営業人 74 社

（ウ）実施概要

配布日 平成 16 年 6 月 16 日
回収期限 平成 16 年 6 月 25 日
回収場所 柏市公設総合地方卸売市場管理事務所
配布数 388 通
業者・団体別配布方法、回収方法については、次表のとおりである。

表 3-1. 場内業者アンケートの調査実施方法

業者	配布数	配布方法	回収方法
青果仲卸業者	5	直接配布	市場管理事務所に各社持参
花き仲卸業者	2	直接配布	市場管理事務所に各社持参
水産物部仲卸業者	43	柏市魚市場卸協同組合に依頼	柏市魚市場卸協同組合が各店舗に回収にまわり(6/24) まとめて市場管理事務所に持参する
青果買受人	174	柏青果商業協同組合に依頼(95) 郵送配布(79)	組合に配布を依頼したものについては、組合にて回収する。その他は市場管理事務所宛で郵送回収
花き買受人	90	郵送配布	市場管理事務所宛郵送回収
付属営業人	74		
柏市食品卸売センター協同組合	(34)	組合を通じて配布	組合を通じて回収する
柏総合卸売協同組合	(7)	組合を通じて配布	組合を通じて回収する
非組合員	(23)	直接配布	市場管理事務所に各社持参
12店会	(10)	直接配布	市場管理事務所に各社持参
合計	388		

（エ）設問とその目的

表 3-2. 場内業者アンケートの設問とその目的

設問項目	目的
回答者の概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ 取扱品目・業種・組織形態・従業員数 ・ 経営者の年齢・後継者の有無 ・ 売上高・店舗所在地 業者の企業概要について把握する。経営者の年齢、後継者の有無は、営業を継続する計画の有無であり、取引の現状との関係があると考えられる。
取引の現状	<ul style="list-style-type: none"> ・ 柏市場からの仕入れ割合と増減 ・ 柏市場の利用部門・店舗 ・ 柏市場の利用頻度・来場方法 ・ 卸売業者との取引方法 ・ 卸売業者の評価 ・ 卸売業者との取引で重視すること ・ 他市場との取引の有無・仕入量の比較 ・ 顧客からの注文方法 ・ 販売先・販売先別販売数量構成比・過去との比較（増減） ・ 物流経路 ・ 納入先件数・納入先別配送方法 ・ 販売先所在地・過去との比較（増減） ・ 配送時間の限界 買受人の柏市場の利用状況を把握する。 卸売業者との取引方法、評価等を把握することにより、卸売市場としての特徴を推測する。また、卸売業者として対応すべき事柄について今後の参考とする。 柏市場以外の卸売市場の利用状況から、柏市場の位置付けを推測する。 顧客からの注文方法を見ることで、取引先および柏市場の特徴を推測する。業務の効率化・情報化についても推測する。 販売先の業種などを把握し、市場の特徴を推測する。 卸売市場法の改正で公表することができることになる商物分離の取引状況を把握する。再整備における物流機能のシーズとなる。 再整備における配送機能のシーズとなる現状の配送サービスの実態を把握する。 実際の供給圏を推測する。 市場立地の要件として、時間距離について業者の意見を把握する。
再整備の方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・ 柏市場の将来像、具備・導入すべき機能・関連店舗のあり方 ・ 自社の将来計画 ・ 顧客からの要望（自由記載） ・ 再整備に関する意見（自由記載） 将来の柏市場の姿、具備・導入すべき機能、関連店舗のあり方などについて業者の意向を把握する。 市場再整備の方向性の検討資料とする。 上記将来像の意見の根拠となる事柄について把握する。

： 再整備の方向性については、「課題と方向性の検討」で結果を整理する予定

(オ) 結果概要

【回収結果】

表3-3. アンケート配布・回収結果

業者	配布数 (通)	回収数 (通)	回収率 (%)
青果仲卸業者	5	5	100.0
花き仲卸業者	2	2	100.0
水産物部仲卸業者	43	41	95.3
青果買受人	174	65	37.4
花き買受人	90	23	25.6
付属営業人	74	72	97.3
合計	388	208	53.6

【会社概要】

- ・組織形態では、全仲卸業者、付属営業人 72 件中 58 件が法人である一方、青果買受人では 65 件中 35 件が個人事業者と個人事業者の割合が多い
- ・経営者は、仲卸業者 48 件中 20 件、買受人 88 件中 29 件が 50 歳代と最も多く、付属営業人は 72 件中 30 件が 60 歳代となっている

【買受人の柏市場利用】

(青果 65 件)

- ・柏市場から 100%仕入れている業者は 18 件である
- ・場内店舗利用では、野菜 61 件、果実 50 件、鮮魚 14 件、関連店舗の加工食品 12 件、加工塩干品 10 件と青果以外の店舗利用もみられる
- ・場内店舗利用の傾向としては、いずれの店舗の利用も減少しているという回答が多い
- ・来場頻度は、青果買受人では約 8 割にあたる 49 業者が毎日仕入れに来ている

(花き 23 件)

- ・花きでは柏市場での仕入れ割合が「75%以上 100%未満」の業者が 8 件と最も多く、次いで「1%以上 25%未満」とする業者が 6 件と多い
- ・場内店舗利用では、花き買受人は 23 件中 22 件が花き店舗を利用し、他店舗の利用はそれぞれ 1 件ずつと少ない
- ・場内店舗利用傾向では、減少しているとされる
- ・来場頻度は、花き買受人では、週 2 日、3 日、4 日がそれぞれ 5 件ずつである

【買受人の柏市場からの仕入れ額の増減】

(「あてはまる」1 点、「どちらでもない」0 点、「あてはまらない」-1 点としてそれぞれの評価項目を点数化し集計した)

(青果 65 件)

- ・青果では、柏市場からの仕入れ額の増減-38 点と減少傾向にあるとする店舗が多い

(花き 23 件)

- ・花きでは柏市場での仕入れ額の増減-4 点と減少傾向にあるとする店舗がやや多い

【卸売業者との取引について】

(「あてはまる」1 点、「どちらでもない」0 点、「あてはまらない」-1 点としてそれぞれの評価項目を点数化し集計した)

(青果仲卸業者 5 件)

- ・青果仲卸業者では、プラスの評価項目がなく、「品揃えが豊富である」「地元の商品が入手できる」「急な注文にも応じてもらえる」等についてそれぞれ-4 点と低い評価である
- ・卸売業者との取引で重視している項目は、「品揃え」、「注文品の確実な入手」、「産地情報の入手」、「消費動向情報の入手」である

(青果買受人 65 件)

- ・青果買受人ではプラスの評価は「少量販売」「地元商品の入手」がそれぞれ 26 点、24 点と高いが、一方、「消費動向情報の入手」-18 点、「産地情報の入手」-16 点、「ちばエコ農産品など付加価値のある商品がある」-10 点、「品揃え」-9 点と情報化、品揃えについてマイナスの評価となった
- ・卸売業者との取引で最も重視している項目は、青果買受人では 65 件中「品質」19 件、「品揃え」14 件、「注文への対応」6 件の順である

(水産物仲卸業者 41 件)

- ・水産物仲卸業者ではプラスの評価項目は「鮮度・品質」が 15 点と最も多く、次いで「衛生管理」「少量販売」がそれぞれ 7 点と高い
- ・卸売業者との取引で最も重視している項目は、水産物仲卸業者では「鮮度・品質」が 41 件中 12 件と最も多く、「品揃え」4 件、「注文品の確実な入手」3 件が続く

(花き仲卸業者 2 件)

- ・花き仲卸業者ではプラスの評価項目は「鮮度・品質」、「衛生管理」、「生産履歴」、「少量販売」である
- ・卸売業者との取引で最も重視している項目は、花き仲卸業者では「鮮度・品質」、「品揃え」である

(花き買受人 23 件)

- ・花き買受人では、プラスの評価は「少量販売」9 点、マイナス評価は「消費動向情報の入手」-9 点、「大量商品の入手」-8 点であった
- ・卸売業者との取引で最も重視している項目は、花き買受人では 23 件中「品揃え」8 件、「品質」6 件、「注文への対応」3 件の順である

【卸売業者との取引方法(相対取引の割合)】

(青果仲卸業者 5件)

- ・青果仲卸業者5件のうち100%相対取引を行っている業者は1件、その他4件は相対取引割合「75%以上100%未満」と相対取引の割合が高い

(青果買受人 65件)

- ・相対取引割合「75%以上100%未満」21件、相対取引100%17件、相対取引割合「50%以上75%未満」12件の順で相対取引の割合が高い

(水産物仲卸業者 41件)

- ・水産物仲卸業者41件中のうち100%相対取引を行っている業者が17件と最も多いが、次いで相対取引割合「1%以上25%未満」7件、相対取引割合「75%以上100%未満」6件と続き、全体的には相対取引比率は高いがせり取引が多い業者もいる

(花き仲卸業者 2件)

- ・相対取引割合「75%以上100%未満」、「1%以上25%未満」それぞれ各1件である

(花き買受人 23件)

- ・相対取引割合「1%以上25%未満」8件、「0%」7件の順で全体ではせり取引が多い一方、相対取引割合100%が3件ある。

【他市場の利用】

仲卸業者

(最近の増減傾向は「増加傾向」1点、「どちらでもない」を0点、「減少傾向」-1点としてそれぞれ点数化し集計した)

(青果 5件)

- ・柏市場のみを利用している仲卸業者は、1件
- ・各業者の他市場の利用傾向より、柏市場からの仕入れ額の割合を推計すると、青果59.8%となった
- ・仲卸業者の柏市場以外からの仕入れは、その他卸売市場4件、松戸市北部・南部、太田、生産者各2件で、その他卸売市場では龍ヶ崎、土浦があげられた(千葉市や船橋市中央卸売市場は未利用)

- ・最近の増減傾向では、青果物は柏市場-3点、松戸市北部市場2点、松戸市南部市場、大田市場各1点と他市場の割合が増加している

(水産物 41件)

- ・柏市場のみを利用している仲卸業者は、18件
- ・各業者の他市場の利用傾向より、柏市場からの仕入れ額の割合を推計すると、水産物94.5%となった
- ・仲卸業者の柏市場以外からの仕入れは、築地9件、足立3件、松戸南部、その他卸売市場、生産者各1件
- ・最近の増減傾向では、柏市場-15点、築地市場・足立市場各-1点、生産者1点、「その他」

4点と、柏市場で減少が大きく、またその他の卸売市場でも減少している一方、「その他」と生産者が増加している

(花き 2件)

- ・仲卸業者の柏市場以外からの仕入れは、「その他の卸売市場」2件で、いずれも「北関東フラワーオークション」である
- ・各業者の他市場の利用傾向より、柏市場からの仕入れ額の割合を推計すると、花き75.7%となった

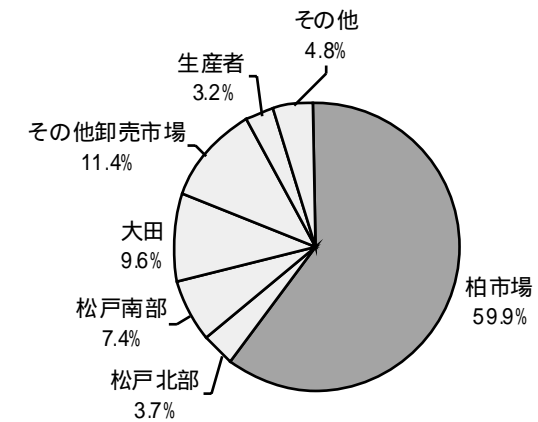


図3-1. 青果仲卸業者仕入先割合

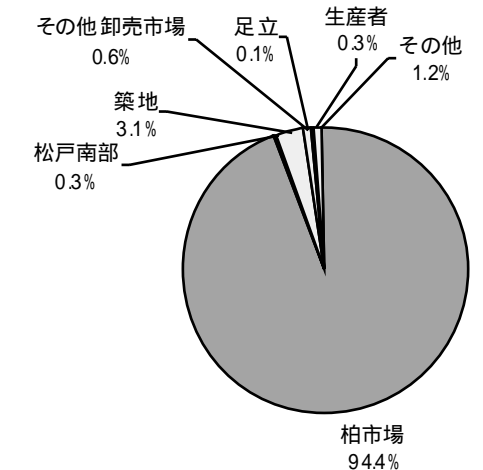


図3-2. 水産物仲卸業者仕入先割合

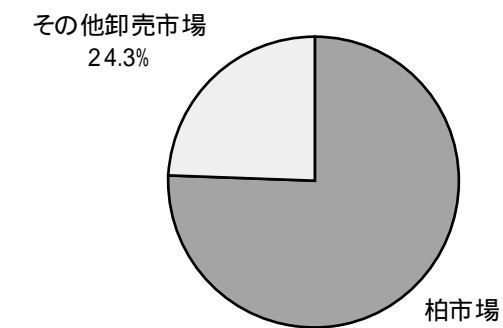


図3-3. 花き仲卸業者仕入先割合

買受人

(青果 65件)

- ・買受人の柏市場以外への利用は、大田8件、松戸市北部・南部各7件、埼玉県や茨城県など県外の「その他」の利用が16件と多い(千葉市や船橋市中央卸売市場は未利用)

(花き 23件)

- ・買受人の柏市場以外への利用は、足立6件、大田5件、埼玉県や茨城県など県外の「その他」の利用が12件と多い(千葉市や船橋市中央卸売市場は未利用)
- ・「その他」では、茨城県の北関東オークネット、土浦生花、埼玉園芸などが複数の業者からあげられた

【加工業務】

(青果 5件)

- ・取扱品の「25%以上 50%未満」加工している業者が1件、「1%以上 25%未満」2件、0% 1件
- (水産物 41件)
- ・取扱品の100%加工「75%以上 100%未満」加工している業者各1件、「50%以上 75%未満」2件と取扱品の過半数を加工している業者がいる一方、全く行っていない業者が23件、「1%以上 25%未満」10件と加工比率は低い

(花き 2件)

- ・取扱品の「50%以上 75%未満」加工している業者2件
- ・加工販売している業者の加工内容は、カット、パッキングなど1次加工が主であった

【販売先業者】

(最近の増減傾向は「増加傾向」1点、「どちらでもない」を0点、「減少傾向」-1点としてそれぞれ点数化し集計した)

(青果仲卸業者 5件)

- ・仲卸業者の販売先業種は、青果では専門小売店5件、飲食店4件、業務用4件の順が多い
- ・各業者の傾向より、業者別販売額の割合を推計すると、コンビニ・スーパー(チェーン店)49.7%、専門小売店31.9%、業務用(仕出し、給食、食品加工業等)7.9%の順が多い。
- ・販売先業種の増減傾向をみると、青果では専門小売店-3点、コンビニ・スーパー(チェーン店)・飲食店各-2点である

(青果買受人 65件)

- ・青果買受人の業種は、専門小売店33件、コンビニ・スーパー(単独店)6件、問屋・専門小売店5件の順が多い

(水産物仲卸業者 41件)

- ・仲卸業者の販売先業種は、水産物では41件中専門小売店が24件、飲食店22件、コンビニ・スーパー(チェーン店)、百貨店等のテナント各13件、コンビニ・スーパー(単独店)、業務用(仕出し、給食、食品加工業等)各12件の順である
- ・各業者の傾向より、業者別販売額の割合を推計すると、百貨店等のテナント36.5%、コンビニ・スーパー(チェーン店)27.8%、専門小売店12.6%、飲食店10.8%の順が多い
- ・販売先業種の増減傾向をみると、水産物では専門小売店-17点、飲食店-14点などの減少が大きい

(花き仲卸業者 2件)

- ・仲卸業者の販売先業種は、花きでは専門小売店、コンビニ・スーパー(チェーン店)が各2件ある
- ・各業者の傾向より、業者別販売額の割合を推計すると、コンビニ・スーパー(チェーン店)50.0%、専門小売店38.7%、コンビニ・スーパー(単独店)8.5%の順が多い

(花き買受人 23件)

- ・花き買受人の業種は、花き買受人では専門小売店が13件であった

(付属営業人 63件(飲食店を除く))

- ・付属営業人の販売先業種は、飲食店50件、業務用(仕出し、給食、食品加工業等)40件、専門小売店35件の順となっている
- ・各業者の傾向より、業者別販売額の割合を推計すると、コンビニ・スーパー(単独店)39.7%、飲食店29.5%、業務用(仕出し、給食、食品加工業等)12.1%の順が多い
- ・いずれの販売先業者も減少傾向にあるが、特に飲食店-40点、専門小売店-31点が減少傾向が大きい

(付属営業人 72件)

- ・付属営業人店舗の利用者は、件数では「卸・仲卸店舗利用者」45件、「周辺住民・周辺企業従業員」42件となっている
- ・いずれの利用者も減少傾向にあるが、特に「卸・仲卸店舗利用者」-37点、「付属営業人店舗のみ利用する場外業者」-35点が減少傾向が大きい

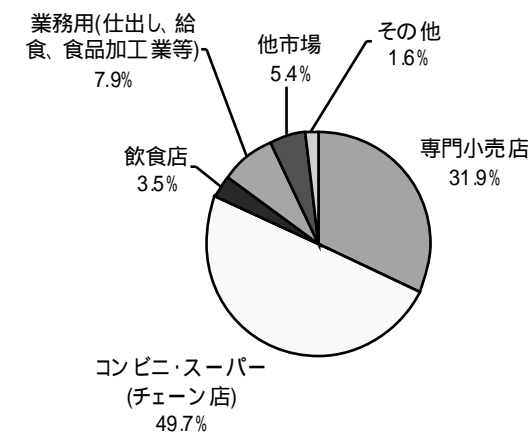


図3-4. 青果仲卸業者業者別販売額の推計

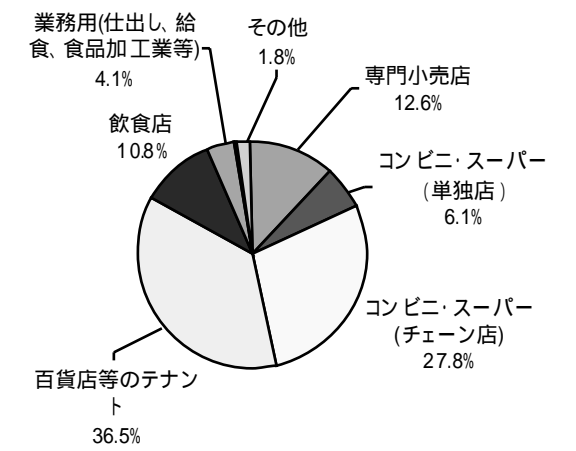


図3-5. 水産物仲卸業者業者別販売額の推計

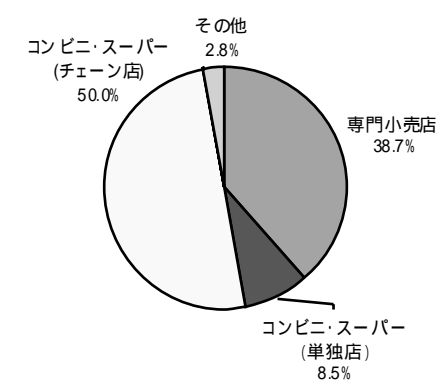


図3-6. 花き仲卸業者業者別販売額の推計

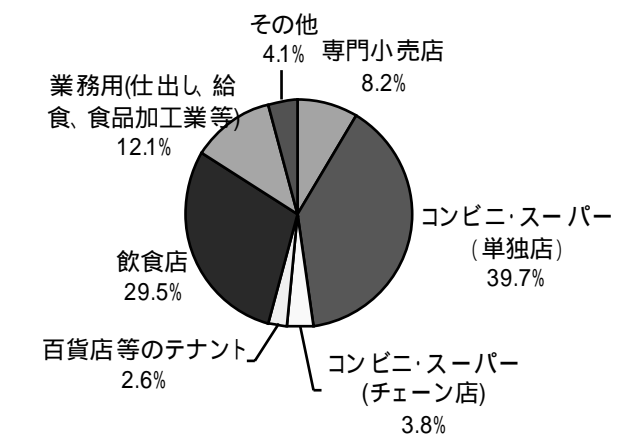


図3-7. 付属営業人業者別販売額の推計

【販売先地域】

(最近の増減傾向は「増加傾向」1点、「どちらでもない」を0点、「減少傾向」-1点としてそれぞれ点数化し集計した)

(青果仲卸業者 5件)

- ・仲卸業者の販売先件数は、柏市内、流山市、我孫子市、野田市、埼玉県、茨城県が各5件で、これらの地域にはいずれの業者も販売先がある
- ・販売量の増減は、「その他千葉県内」、埼玉県各1点で増加している以外は、全ての地域で減少している

(青果買受人 65件)

- ・買受人店舗所在地は柏市内が18件と最も多く、次いで我孫子市、流山市各11件、茨城県10件が多い

(水産物仲卸業者 41件)

- ・水産物の販売先件数は柏市内38件、野田市30件、茨城県29件
- ・販売量の増減は、いずれの地域でも減少傾向にあるが、水産物では特に柏市内-20と最も減少が大きい

(花き仲卸業者 2件)

- ・花きでは2件とも柏市内と茨城県が販売先である
- ・販売量の増減は、茨城県で-1と減少している

(花き買受人 23件)

- ・買受人店舗所在地は柏市内が10件と最も多く、次いで茨城県4件、松戸市3件が多い

(付属営業人 72件)

- ・付属営業人の販売先件数は、柏市内67件、野田市・茨城県各62件、我孫子市61件、流山市、沼南町の順であるが、供給圏とその他千葉県内、東京都、埼玉県などにも販売先がある

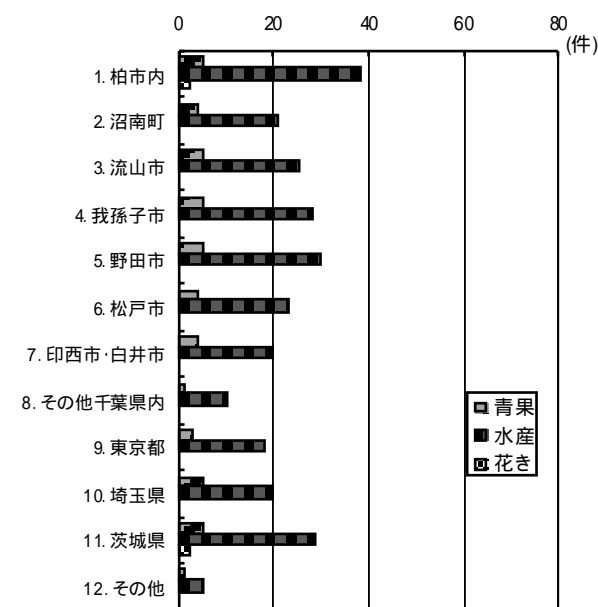


図3-8. 仲卸業者販売先所在地域(件数)

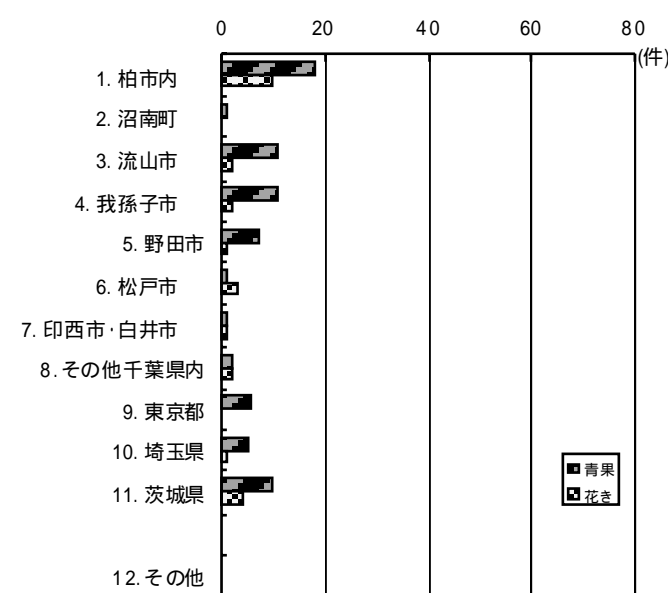


図3-9. 買受人所在地域(件数)

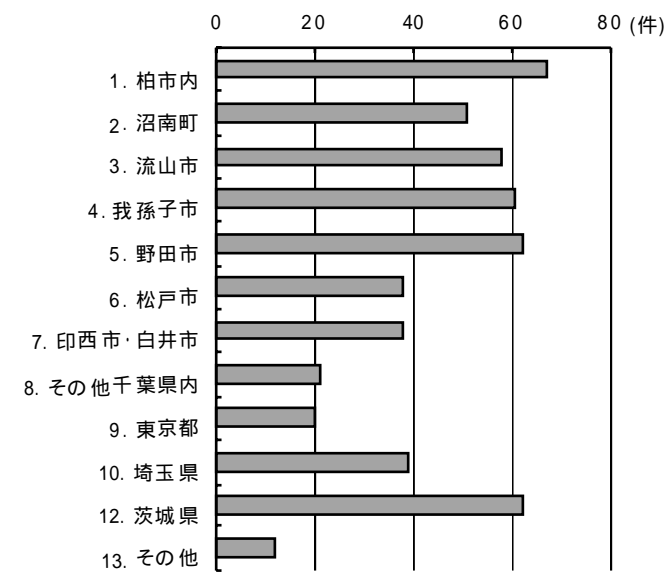


図3-10. 付属営業人販売先所在地域(件)

【配送時間の限度】

- ・仲卸業者48件中「30分から1時間程度まで」23件が最も多く、次いで「1時間から1時間30分程度まで」10件であった
- ・付属営業人63件中「30分から1時間程度まで」31件が最も多く、次いで「時間による限界はない」が10件であった
- ・青果買受人65件中「30分まで」28件、花き買受人23件中「30分から1時間程度まで」14件が最も多い

(2) 卸売業者ヒアリング調査

(ア) 目的

以下のことを主な目的として、卸売業者にヒアリング調査を実施した。

- ・取扱高について
- ・集荷・販売の現状と課題
- ・情報化に関する現状把握

(イ) 対象

マルカ千葉県柏中央青果(株)、柏魚市場(株)、千葉県中央花き卸売(株)柏支社

(ウ) 実施概要

方法 ヒアリング依頼の後、ヒアリングシートを事前に配布し、日時を決めて柏市及び作業機関で訪問し、聞き取りを行った。

実施日	マルカ千葉県柏中央青果(株)	平成16年6月24日
	柏魚市場(株)	平成16年6月24日
	千葉県中央花き卸売(株)柏支社	平成16年6月23日

(エ) 結果概要

【商圏】

(青果)

- ・市内を始めとして、茨城、我孫子、松戸、などであり、東京～茨城が商圏である
- ・松戸市場とも互いにエリアが重複してきており、東京寄りには松戸市場、柏市場は茨城寄りに移ってきている

(花き)

- ・顧客は市内が多く、その他松戸市、茨城県。本社(千葉)があるため、八千代市、千葉市との境までくらいが範囲

【取扱品の特徴】

(青果)

- ・青果では、青森県のりんごの取り扱いが千葉県の中で最も多い
- ・地場の果実では千葉県のなし、スイカ、いちご、柏市・沼南町のなしの取り扱いが多い
- ・地場の野菜では柏のかぶ、ほうれんそう、小松菜、ねぎ、が主力である

(水産物)

- ・水産物では、周辺市場の中では、特に生のマグロの取り扱いが多い

【取扱高について】

- ・いずれの業者も取り扱い数量が減少しているが、輸入品の影響で単価が下がっていることも要因

(青果)

- ・今後については、青果は品揃えの充実と大口取引先の開拓が課題である

(水産物)

- ・今後については、水産物では新たな顧客の開拓が課題である

(花き)

- ・花きでは、不況で企業が観葉植物を置かなくなったことや、年中行事に花きを利用することが少なくなったことなどが要因としてあげられる
- ・今後については、花きでは利用頻度を高める工夫をすることが課題である

【輸入品】

- ・商社から買い付けで購入する

(青果)

- ・青果では果実が元来多いが、近年は野菜でも輸入品が増加してきている

(水産物)

- ・水産物では冷凍品に輸入物が多い

(花き)

- ・花きでは、単価が安く、量販店などに販売されている

【出荷者・産地の動向】

(青果・花き)

- ・青果、花きは農協の統合など大型化に伴い、産地が一定規模以上の市場に出荷市場を絞り込んできており、指定が外れると集荷できない

(水産物)

- ・水産物では、大型化はしていないが、小売販売額は浜値では決まらないこと、また支払い期限が量販店は長いため、資金繰りの点でも、産地は卸売業者に出荷するメリットがある

【生産履歴について】

(青果)

- ・青果では、生産者が農薬などの記録を残しており、問い合わせに対応できる体制になっている

(水産物)

- ・水産物では、販売先の伝票に全て原産地を記入することが要請されている

(花き)

- ・花きは義務付けられていないため、対応していない

【産地との取引】

- ・現在の委託割合は、青果 7 割、水産物 2 割、花き 10 割となっている
- ・産地の大型化により希望価格の提示など、産地側の発言力が増していることもあり、今後は買付けが増える傾向にある

【市場間転送】

(青果)

- ・現在青果ではグループ間で一緒に集荷、配送する方法を 6~7%程度行っている。今後、産地の出荷市場の集約化、経費削減で市場間転送は増加する

(水産物)

- ・水産物では直接集荷だが、水揚げが少ない場合には築地から仕入れる場合もある

【第三者販売・商物分離】

(青果)

- ・第三者販売の主な内訳は、青果では市場間転送と「道の駅しょうなん」である
- ・量販店との取引では、卸売業者は仲卸業者を紹介しており、市場の小分け機能を利用しているため、商物分離は進まないと考えている

(水産物)

- ・第三者販売の主な内訳は、水産物では関連事業者と残品の築地売りである
- ・水産物では大型量販店取引ではセンター納品となるため、今後、商物分離を進めていく意向である

(花き)

- ・花きでは、第三者販売は行っていない

【販売先】

(青果)

- ・青果では買受人約 45%、仲卸業者約 39%、第三者販売約 16%

(水産物)

- ・水産物では仲卸業者約 98%(買受人制度なし)、第三者販売約 2%

(花き)

- ・花きでは買受人 70%、仲卸業者 30%

【量販店への販売】

(青果)

- ・青果の販売量の 5 割は量販店に販売している。商談は 1 ヶ月程度前から、確定は数日前。果実は 80%が入荷予測でき、価格誤差は 10~15%と野菜に比較して低い

(水産物)

- ・チェーン店のシェアが大きく、そのために多く集荷できるし、品揃えもあるが、一方でチェーン店の取引割合が多いことが、商品の数量が少ない場合には商売に影響を与えたり、残り物を購入させられているという印象を与えている
- ・水産物の量販店との取引は、全て本部で商談して、センター納品をしている。トレーサビリティ対応もあり、大手量販店の仕入は本社バイヤーに一本化する傾向が強まっている

(花き)

- ・場内仲卸業者の顧客は、ほとんどが量販店である
- ・お彼岸などの花きの需要が増える時期には、必要量の特定割合を相対(注文と予約)で取引する
- ・量販店では、行事の前にはあらかじめ商品を見せることもあり加工日数がかかるので、その分を見越して着荷を早めにする

【販売方法】

- ・せりの減少は、せり時間が量販店の開店時の陳列に間に合わないことが大きな理由であるが、今後相対取引の割合は増加することが予想されている

(青果)

- ・せりと相対販売の割合は、青果でせり約 1 割、相対約 9 割
- ・青果で現在せりを行っている商品は、一部茨城県産の野菜と、地場産個撰品の野菜類、季節商材(さくらんぼ)

(水産物)

- ・せりと相対販売の割合は、水産物でせり約 3 割、相対約 7 割、
- ・水産物では極力せりを行うようにしており、現在、大物と鮮魚でせりを行っている

(花き)

- ・花きでせり 5 割強、相対 4 割強である

【情報化】

(青果)

- ・現在全ての取引(一部せりを含む)は現場入力を行っている
- ・今年の 10 月には本社とシステムが一元化、オンライン化される計画である

(水産物)

- ・パソコンは全部で 28~29 台、昨年 10 月にサーバーにして LAN で結んで管理している(取引先、本社とはつないでいない)
- ・現場入力を部分的に行っている
- ・仲卸業者への販売伝票などの電子化については、大きな業者は対応できるが、小さい業者は対応できない。仲卸業者には現在は自動 FAX で送信している

・将来は、IC タグを取り入れて業務の省力化を図りたい

(花き)

- ・1 台を集計や書類作成のために設置している
- ・出荷予定、販売報告は FAX、仕切書は郵送で連絡している
- ・取扱量が少ないため、セリの機械化や販売データの電算処理等の必要性は特に感じない

(3) 生産者ヒアリング調査

(ア) 目的

以下のことを目的として、生産者にヒアリング調査を実施した。

- ・農協、生産・取引について
- ・柏市場について
- ・地場野菜について

(イ) 対象

マルカ柏中央青果出荷組合連合会、田中農業協同組合、JA 東葛ふたば

(ウ) 実施概要

方法 ヒアリング依頼の後、ヒアリングシートを事前に配布し、日時を決めて柏市及び作業機関で訪問し、聞き取りを行った。

実施日 平成16年7月21日～平成16年7月23日

(エ) 結果概要

【農協、生産・取引について】

- ・年3回夏野菜、冬野菜、春野菜などの出荷作付け懇談会を開催し、野菜の見通しの情報を元にした生産の提案や、卸売会社と意見交換が行われる
- ・農家は農協、経済連を通じて出荷をしている
- ・出荷先は、大量の生産物に対応できる販売先で、相場などを鑑み決めている
- ・生産者は減少しており、生産量もそれに伴い減少している
- ・近年は、後継者が近年Uターンで戻ってきている例もある
- ・耕作面積が大きい農家では単品を大量に生産しており、また、都市化などにより少量多品種を栽培している農家もいる
- ・かぶなど地元特産品は、ブランドとなっており、農協を通じて全国に向けて出荷されるため、地元で流通しにくい
- ・量販店との直接取引は、顔の見える、という付加価値もつくが、年間を通じて価格変動をみると、不要な時はシビアにいつてくるため、良いことばかりではない

【柏市場について】

- ・産地の大型化により集荷が困難になっており、また販売先である量販店も集荷先を限定してきているため、苦しいのではないかと
- ・地元の兼業農家などの小さな生産者が出荷できないといけませんが、大きな専業農家も出荷できるようにしてほしい

- ・価格、出荷量の安定がかなえられるのであれば、生産者は地元の市場に出荷したいと考えている
- ・産地市場としての役割と、消費地市場としての役割をうまく果たせるようにしてほしい

【夕市について】

- ・産地市場として開場以来続いているが、販売先は他市場の仲卸業者などに販売する業者などであり、市内に商品は流通しない
- ・単品大量の商品が対象であり、出荷者が決まっている
- ・取引が閉鎖的である

【地場野菜について】

- ・農協経由で地元野菜が一部流通しているが、本当は地場流通でいくべきだと思う
- ・生産者も自分で作った生産品をあの店で売っているというのがわかるのはよいことである
- ・食農教育の一環としても、地元の給食に地元の生産品を利用してはどうか
- ・地元の生産品が地元流通するしくみを、卸売市場で検討してほしい

【かしわで】

- ・今年5月からはじめた直売所で、地元農家が日々直接出荷している
- ・品揃えや計画がまだ軌道にのっていないが、農家としては非常に手ごたえを感じている

(4) 量販店等小売業者ヒアリング調査

(ア) 目的

以下のことを目的として、量販店等小売業者にヒアリング調査を実施した。

- ・仕入方法、配送方法、加工
- ・産直・地場野菜について
- ・柏市場の利用
- ・取引条件

(イ) 対象

角上魚類(株)	全 18 店舗 (埼玉県 6 店舗、千葉県 2 店舗、東京都 3 店舗)
(株)カスミ	全 119 店舗 (千葉県 15 店舗、埼玉県 13 店舗、茨城県 81 店舗)
(株)京北スーパー	全 9 店舗 (柏市内 5 店舗、我孫子市 2 店舗、流山市 2 店舗)
(株)ダイエー	全国 266 店舗 (千葉県内 12 店舗、埼玉県 14 店舗、茨城県 1 店舗)
(株)北辰	全 53 店舗 (千葉県、栃木県、群馬県 22 店舗)
マックスバリュウー (イオン(株))	全国 664 店舗 (千葉県 7 店舗、埼玉県 1 店舗、茨城県 2 店舗)
(株)マミーマート	全 47 店舗 (千葉県 5 店舗、埼玉県 40 店舗、東京都 2 店舗)

(ウ) 実施概要

方法 ヒアリング依頼の後、日時を決めて柏市及び作業機関で店舗を訪問し、聞き取りを行った。

実施日 平成 16 年 7 月 20 日 ~ 平成 16 年 7 月 29 日

(エ) 結果概要

【柏市場利用の有無】

- ・青果部の利用 2
- ・水産物部の利用 2
- ・花き部の利用 1

【仕入れ方法】

- ・量販店の多くは、センターの一括仕入れとなっている

【仕入れ担当者】

- ・本店などのバイヤーが、エリアまたはいくつかの店舗毎に担当して、交渉、買い付けを行っている
- ・各店舗の担当者が行くと、プロではないため目利きができず、チェーン店としての品質を保てない、また特定業者との癒着などもあり、本社で一括で取引を管理する体制になっている

【配送方法】

- ・集荷・配送は、センターへの一括納品、一括配送の他、卸売市場から店舗への直接配送もある

【加工】

- ・加工は、センターが行う場合、卸売市場の業者が行う場合、店舗で行う場合など、店舗や商品によっても異なる
- ・センターを通じて加工を行うと、費用が発生することや、店舗で加工するより鮮度が落ちることもある

【産直・地場野菜の販売】

- ・地場野菜の仕入先は、本社で行う場合、各店舗対応がある
- ・地場野菜を継続的に購入できるよう、卸売市場などの対応が期待される
- ・千葉の店舗には千葉県産の商品を置いているが、「柏」の生産品であると、売れ行きが異なる

【柏市場の利用】

(青果)

- ・青果は、各店舗対応のスポット的な利用をしている。柏市場の取り扱い数量は、センターに納めるには少ない

(水産物)

- ・水産物は、柏市場の利用はチェーン店が多くを占めているが、品質、量の評価は高い。また、卸売市場を各店舗に小分けする物流センターとして利用している

【将来的な取引の可能性】

- ・加工、物流機能を充実しても、会社全体としての取引先を変更することは可能性として低い
- ・現在取引している卸売市場を凌ぐ数量や付加価値があれば、取引の可能性はある

(5) 消費者ヒアリング調査

(ア) 目的

以下のことを主な目的として、消費者団体にヒアリング調査を実施した。

- ・柏市場の認識
- ・食品流通に求めること
- ・柏市場への期待

(イ) 対象

柏市消費者の会、柏生活クラブ、柏市消費生活かたくりの会

(ウ) 実施概要

方法 ヒアリング依頼の後、日時を決めて柏市及び作業機関で訪問し、グループインタビュー方式で聞き取りを行った。

実施日 平成16年7月20日～平成16年7月27日

(エ) 結果概要

【柏市場の認知度】

- ・柏市場には、視察に行ったことがあるが、場内はあまりきれいではなかった
- ・大量に購入するなど柏市場に行くこともあるが、業者からはあまり良い顔をされず、近寄り難いイメージがある

【生鮮食品(流通)に期待するもの(付加価値)】

- ・安心・安全、原産地表示への関心は高く、正しい情報の伝達、表示が求められている
- ・一人暮らしや少人数ではカット野菜や惣菜が利用されている。売り場も増えている
- ・鮮度が良いものが価格より重要である。魚も店舗で捌いてくれると、鮮度がよくわかる上、手間が省ける

【産直に期待するもの】

- ・産直の利点は作っている人の顔が見えて安心できる点、「鮮度が良い」「完熟品である」ことである
- ・実際にはわからないが、産直は、中間流通が入らないので安い印象がある
- ・千葉県産品には品目やシーズンにより当然偏りがあるため、他の産地の商品も購入するが、「千産千消」は基本と考えている

【柏市場への期待、どのような場、マーケットがあるとよいか】

- ・一般の市民も入場して商品を購入できるとよい

- ・築地市場の場外市場のような、様々な商品を売り、安く、飲食もできるような場所があると、出かけるのも楽しい

【買い物行動】

- ・地元の専門小売店がスーパーの出店で撤退してしまうため、近所のスーパーで買い物を
する
- ・高齢者にとっては、引き売りや宅配ありがたい
- ・自宅で揚げ物をしない家庭も増えている

【花きの買い物】

- ・切花はスーパーや花き専門店、鉢物・家庭菜園用苗などはホームセンターを利用する
- ・鮮度の良いものは、専門店で購入する

4 . 柏市場の特性と課題

【社会の潮流】

- ・ 少子高齢化社会で食生活が変化してきている
- ・ 健康維持・増進志向が高まっている
- ・ 食の安全・安心が求められている
- ・ 外食化率が増加している

【生鮮食料品流通】

- ・ 市場外流通が増加しており、今後も市場経由率は減少する可能性が高い
- ・ 卸売市場法の改正により、取引方法の規制緩和、手数料自由化など卸売市場流通においても変化が予想される
- ・ 取引電子化(EDI化)、トレーサビリティ、IC タグの活用など、情報化が進展している
- ・ 築地市場の豊洲新市場移転・再整備により、周辺市場に影響があると考えられる
- ・ 青果・花きなど産地が大型化しており、一定規模以上の卸売市場以外は産地との直接集荷が困難になる
- ・ 量販店は経営の合理化の観点から、取引を本部で集約し、仕入れはセンター方式で、より一層仕入先を集約しつつある
- ・ 産直、地場野菜などのニーズが大きい

【柏市・地域の状況】

- ・ 常磐線随一、千葉県でも有数の商業中心都市であり、県北西部の中心商圏となっており、飲食店も多い
- ・ 小売業の店舗数、売り場面積、年間販売額の全ての項目において、松戸市に次いで多い
- ・ 農業生産は、ねぎ、かぶなどの生産量が多いが、生産者、生産量ともに減少傾向にある
- ・ 沼南町との合併により、農業の活性化が期待される
- ・ つくばエクスプレス開業が間近で、柏市北部のまちづくり計画が進んでいる。柏の葉キャンパス駅から徒歩圏にある。
- ・ 周辺に学術研究機関が集積し、工業団地も立地している。
- ・ 千葉大学環境健康フィールド科学センターでは東洋医学の研究・治療も行われており、「医食同源」の新たな食文化創造の可能性

【生産者の現状・ニーズ】

- ・ 販売単位の大きな商品は柏市場以外の遠方の卸売会社に農協・経済連を通じて出荷しており、安定した取引を望んでいる
- ・ 卸売市場のコールドチェーン化を望んでいる
- ・ 地場野菜の市内への流通・販売ルートを開拓してほしい
- ・ 特に夕市の利用促進

【消費者のニーズ】

- ・ 地場野菜を購入したい(産地直送は量が安定しなくても仕方ない)
- ・ 新鮮な商品を購入したい(水産物も柏市場の商品を扱っている小売業の評判は良い)
- ・ 市場の一般開放、賑わいある場所(例:築地場外市場)を望む

【柏市場の現状・特性】

- ・ 取扱高が減少している
- ・ 卸売業者は青果、水産物、花き各 1 社、仲卸業者は青果 5 社、水産物 44 社、花き 2 社で、水産物部では買受人制度がない
- ・ 産地の大型化により、青果、花きともに集荷が困難となってきている
- ・ 集荷方法は買付割合、また販売方法は相対割合が高まることと予想される
- ・ 青果部で夕市が産地市場の役割として行われている。単品大量生産の商品が出荷され、販売先は市外の卸売市場業者などに販売する業者である。
- ・ 量販店への販売量は、青果で約 7~8 割、水産物で特定業者との取引が 5~6 割(他にも量販店販売がある)、花きで約 3 割である
- ・ 販売先件数では仲卸業者、付属営業人ともに、専門小売店、飲食店が多い
- ・ 仲卸業者が量販店のための小分け作業を行っており、水産物部ではチェーン店等のセンター機能を果たしている
- ・ 仲卸業者は加工を行っている業者、数量ともにあまり多くなく、加工内容はカットやパッケージの 1 次加工である
- ・ 仲卸業者、買受人は周辺他市場も利用しており、水産物では築地市場の利用があるが、量的には少ない(千葉市、船橋市の両中央市場の利用はない)
- ・ 販売先は、柏市と供給圏を中心とし、東京都、埼玉県、茨城県などにも販売先が存在している
- ・ 情報化は、卸売業者では現場入力などが行われているが、仲卸業者や開設者との連携がなく、水産物卸売業者が IC タグの利用を視野にいれている一方、花き卸売会社の情報化はすすんでいない

【量販店の現状・ニーズ】

- ・ 本部バイヤーによる買付け、センター一括での集荷・配送が行われている
- ・ 青果は、地元店舗のための集荷、また地元店舗のための臨時または季節物の集荷対応で行われており、センターとの取引には数量的に不足している
- ・ 地場野菜の集荷では各チェーンで対応が異なっており、生産者をとりまとめる役目を地場の卸売業者に期待している
- ・ 柏市場の水産物部の利用は、チェーン店のシェアが大きいですが、顧客からは他店との取引割合の増加が期待されている
- ・ 水産物部では仲卸業者が物流センター機能を果たしている

【柏市場の課題】

- 立地と位置付け
- ・ 市の北部地域整備の中での土地利用の更新、他機関との連携など新たな機能整備が求められている
- ・ 地盤が良くない
- ・ 市民から遠い存在である
- ・ 市民に地元野菜や柏市場が取り扱う商品が十分には届けられていない
- ・ 水産物では首都圏に展開するチェーン店への販売割合が高い
- ・ 一般会計からの繰入比率が高い
- 流通機能
- ・ 取扱高が減少している
- ・ 青果では量・価格の面で地元出荷者が出荷しづらい
- ・ 市内大手量販店はセンター集荷のため、柏市場は利用されていない
- ・ 野菜と花きの産地の大型化に対応し、取扱数量を多くするなどの取り組みが求められている
- ・ 品質管理・衛生管理、安全・安心の面で更なる取り組みが求められる
- ・ 情報化は各卸売業者、仲卸業者で個々に対応しており、業者間の格差もある
- ・ 今後の流通ルートや販売先強化を担う場内業者数等の市場体制について再構築を行う必要がある
- 施設
- ・ 施設の老朽化、配置変更など建替えや動線の錯綜などにより、利用効率が悪くなっている
- ・ 今後、修繕費用も嵩むことが予想される
- 一般開放・市民の利用
- ・ 市民の買い物ニーズに対応できていない(取引先との関係調整が必要である)
- ・ プロと食材、情報が集まる場として、食育を担う機関・施設であることが求められている