

第 1 0 次千葉県卸売市場整備計画 (一部抜粋)

平成 2 8 年 8 月

千葉県

第1 計画策定の趣旨

卸売市場整備計画は、適正かつ健全な市場取引を確保するため、卸売市場法に基づき、概ね5年ごとに卸売市場の計画的な配置や機能強化等について定めるものであり、今後の卸売市場整備・運営の基本となるものである。

近年、卸売市場を取り巻く環境は、消費者ニーズの多様化、市場外流通の拡大や産地の大型化、量販店等大口需要者の増大に加え、輸入生鮮食料品等の増大、IT（情報通信技術）を活用した商流・物流の進展等、大きく変化している。

このような中、県では、国の卸売市場整備基本方針等を受け、開設者や卸売業者の意向確認及び学識経験者からの意見聴取等を踏まえ、生鮮食料品等流通の拠点施設である県内卸売市場の機能強化等を図る基本指針として、第10次千葉県卸売市場整備計画を策定し、公表するものである。

第2 本県卸売市場の現状と課題

1 卸売市場の現状

卸売市場は、地域における生鮮食料品等の流通拠点として、622万県民の健康で、豊かな食生活の維持・向上に重要な役割を果たしている。（県内卸売市場数70、うち消費地市場32・産地市場38）

卸売市場を取り巻く本県の生鮮食料品等の生産・流通の特徴を見ると、次のような点が挙げられる。

- 県内卸売市場については、中央卸売市場は配置されておらず、消費地市場・産地市場ともに、比較的規模の小さなものが多数配置されている。また、公設卸売市場に入場する卸売業者には、東京都中央卸売市場の卸売業者との資本提携の関係にあるものも多く、系列業者間での取引も多い。
- 県内卸売市場の経営状況については、取扱高は減少傾向にあり、平成26年度では、消費地市場の卸売業者の大半が営業損失を計上している。同時に、平成26年度の県内公設卸売市場（7市8市場）の決算を見ると、開設7市全てが一般会計からの繰入れを行っている。
- 食料消費の形態については、単身世帯の増加や、女性の社会進出等の生活スタイルの多様化を背景として、外食機会の増大や、家庭における調理を惣菜等の中食で代替させる等、大きく変化している。加工品需要が高まっており、県内量販店等では加工機能の整備等負担が増加している。
- 流通構造の変化については、県外卸売市場と県内実需者間との取引、直売所・産地直送・通信販売等の市場外流通、商社・問屋による実需者への販

売、仲卸業者の直荷等、県内卸売市場を経由しない多様な流通経路が拡大している。市場外流通の多くは契約取引であり、対応できる産地は、経営規模を有する生産者・生産者組織に限られる。

- 本県は膨大な人口を抱える東京都に隣接する地域であり、生鮮食料品等流通の広域化に伴い、県西部の都市地域については、東京都の商業圏に組み入れられている。
- 県内産地については、本県は全国屈指の農林水産県であり、県内で多種多様な品目が生産されている。一方、出荷組織の大型化・物流コストの上昇等に伴う、大ロットの出荷や物流コストの削減に取り組む傾向から、出荷先は絞り込まれており、大規模な首都圏市場に出荷が集中している。
- 県内産地の一部では、生産者の減少・高齢化の傾向がみられ、生産基盤の脆弱化や集落機能の維持が懸念されている。それに伴い、地域によっては担い手不足がより顕在化し、耕作放棄地の更なる増加も懸念されている。
- 県内実需者については、量販店のシェアが拡大している。県内大型量販店・外食チェーンは、品揃えや配送の効率性等から、大規模な首都圏市場からの一括仕入を行っており、県内市場利用率は高くない。
- 近年、海外の需要の取り込みを目指した国産農林水産物の輸出等の取組が全国で展開されている。しかしながら、産地が単独で取り組むには、設備面・手続き面等の課題が多い。

また、品目別の生産・流通の特徴をみると、次のような点が挙げられる。

(1) 青果

市場取扱量・市場経由率については、食の外部化を背景に加工品が増加し、市場外流通が拡大したこと等により減少している。

県内産地については、本県は大消費地である東京都に隣接していることから、青果物の共販率は40%程度で推移しており、個人出荷によるものの割合が比較的高い(全農千葉県本部取扱共販比率 44.8% 平成25年実績)。また、生産者が高齢化している産地では、無選別・バラ詰め・コンテナの利用等、出荷にかかる労力の削減に取り組んでいる。一方、産地による出荷先の絞り込みが増長しており、県内卸売市場は大規模な首都圏市場のサテライト的な位置付けになっている。

(2) 水産物

全国の市場外流通を含めた水産物の総流通量は長く減少してきたが、ここ数年は横ばい傾向である。水産物については、調理に手間がかかること

から敬遠される傾向がある一方、近年は健康に良いということが浸透し、消費の追い風になっている。

また、消費地市場での市場取扱量は、中央卸売市場では減少、地方卸売市場では横ばいで推移している。市場経由率は、青果と同様に食の外部化を背景に加工品が増加し、市場外流通が拡大したこと等により減少している。

産地市場では、水揚量の伸び悩み等により取扱量は減少しているが、漁獲物の種類が多く、天候や漁業資源の動向等により漁獲量の変動する漁業にとって、集荷・選別・決済等、依然として重要な役割を果たしている。

(3) 花き

総流通量については、国内産地の縮小や若年層を中心とした花き離れ等により減少している。市場経由率については、品目・品種が非常に多く、小売構造が零細であるため高い。一方で、近年、インターネットや物流センターのみの取引を行う等市場外流通も見られる。

このような動向に対し、県内卸売市場では消費宣伝や、自社で簡易な加工を行う等実需者の負担軽減に取り組んでいる。

2 卸売市場の課題

このような卸売市場の現状を踏まえ、卸売市場の機能強化に向けて、今後取り組むべき課題としては、次の点が挙げられる。

(1) 県内卸売市場の適正な配置

地方卸売市場の集荷力を維持・強化することは、地域における生鮮食料品等の円滑な供給を図る上で大きな課題であり、県内卸売市場の適正な配置を通じ、卸売市場流通全体を活性化することは急務である。

(2) 各卸売市場における経営戦略の確立

消費形態の多様化が進展し、産地・実需者が卸売市場に求める役割が変化している中、卸売市場ごとに立地・顧客特性に応じた機能強化に取り組むことが必要であり、開設者及び市場関係業者は、各卸売市場のあり方を明確化した経営展望の策定等により、各卸売市場の経営戦略を確立することが重要である。

(3) 卸売業者等の機能強化

卸売業者等は、立地・顧客特性等を踏まえつつ、選択と集中による機能の高度化等を進めることで、卸売市場流通全体として、求められる機能の強化を図ることが必要である。なお、機能強化を図る際は、顧客ニーズ主導で検討を行っていくマーケットイン型の発想をとることが重要である。

ア 魅力的かつ特色ある品揃えの確保

実需者の多様なニーズに対応するため、多種多様な品揃えを行ったり、実需者のニーズを事前に把握したりすることが必要である。

イ 流通の効率化及び活性化

生鮮食料品等の流通の中間に位置する立場として、出荷コストの削減、優位性を発揮できるサービスの提供、円滑な情報伝達等によるニーズのマッチングや新規需要の喚起等に取り組むことにより、流通の効率化及び活性化の実現に寄与することが、継続的に産地や実需者に選ばれる市場を運営していくうえで必要である。

ウ 卸売業者及び仲卸業者の経営体質の強化

卸売業者及び仲卸業者は、卸売市場の機能を実際に担う主体であることから、卸売市場の機能強化を図るためには、卸売業者及び仲卸業者の経営体質を強化し、健全かつ安定した経営を行うことが必要である。

エ 社会的要請への適切な対応

卸売市場は、生鮮食料品等の流通の要として、本県農林水産業の振興に寄与することが求められており、また、その社会的な信頼を引き続き確保、向上させるため、様々な社会的な要請に積極的かつ適切に対応することが必要である。

第3 卸売市場整備の基本的な考え方

1 県内卸売市場の役割

このような状況の下、県では、生鮮食料品等の安定供給や集荷・分荷機能、公正な価格形成機能を持つ県内卸売市場を、引き続き生鮮食料品等の基幹的な流通ルートと位置付け、今後も生鮮食料品等流通の要としての役割を果たせるように取り組んでいく。

ただし、県内卸売市場は、引き続き、県民に対し安定的に生鮮食料品等を供給する使命を果たしていくとともに、卸売業者等の経営基盤の安定・強化及び卸売市場全体の活性化のため、その手段の一つとして、各卸売市場の立地条件や強み等を生かした新たな需要開拓に取り組むことも必要である。

2 県内卸売市場の取り組むべき施策

1で述べた役割を果たすため、第2の2で述べた課題に対して次の施策に取り組む。

(1) 県内卸売市場の適正な配置

県内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市場を、地域拠点市場として整備する等、適正な配置を行う。

(2) 各卸売市場における経営戦略の確立

ア 経営展望の策定

開設者及び市場関係業者は、市場毎の実情に応じ、目指すべき卸売市場としてのビジネスモデルの方向等の基本戦略や、具体的な行動計画を定めた経営展望を一体となって策定し、経営戦略的視点に立った創意工夫ある取組をより一層強化、徹底する。

イ 経営展望に対する継続的な協議

経営展望の実効性を高め、卸売市場を取り巻く情勢変化に的確に対応する観点から、開設者及び市場関係業者が一堂に会して協議できる場を定期的に設ける等により、行動計画の遂行状況について定期的にレビューを行い、必要に応じて経営展望の見直しに取り組む。

(3) 卸売業者等の機能強化

ア 魅力的かつ特色ある品揃えの確保

(ア) 県内産地からの集荷強化

本県は全国屈指の農林水産県であり、県内で多種多様な品目が生産されており、特に青果では、鮮度が良く安全・安心のイメージがある地場産品は実需者からの需要が高い。そこで、県内出荷団体・個選農家と連携強化を図りながら、県内産地からの集荷を強化する。

(イ) 市場間連携の構築

特色ある地場産品等を集荷し大規模な首都圏の市場と取引をする等、複数の卸売市場間で、卸売市場ごとの強みを十分に発揮した共存・共栄関係の構築に努め、双方向・相互融通での荷揃えを効果的に推進する。

イ 流通の効率化及び活性化

(ア) 産地に対する施策

a 流通コストの削減

生産者の高齢化等の現状を踏まえて、本県農林水産業の振興のため、また、産地の負担低減・経営改善により生鮮食料品等の流通構造を改善するため、流通コストの削減に取り組む。

青果・花きは、出荷にかかる労力の削減に寄与するため、巡回集荷、通い容器の導入、出荷規格の簡素化等を導入する。水産物産地市場は陸送による荷の集約等、流通コストの削減に取り組む。

b 輸出に取り組む産地との連携強化

本県農林水産業の振興及び新たな需要の開拓のため、国際空港・国際貿易港等に近い立地条件にある卸売市場等は、農林水産物の輸出に係る拠点としての積極的な機能発揮に努める。また、周辺市場は、輸出拠点機能を有する市場と連携し、輸出に取り組む産地からの集荷を行う。

(イ) 実需者に対する施策

a 付加サービス機能の発揮

実需者のニーズに応じた多様なサービスを提供するため、パッケージ・小分け機能、一次加工・下処理機能、物流機能等の強化に資するよう、施設等の整備・配置を行う。又は、事業の円滑な発展を図る観点から、関連ノウハウを有する加工業者等、市場外事業者の取り込みや活用等を行う。

特に水産物産地市場では、付加価値の向上等、多様なニーズに対応した機能の強化に努める。

b リテイルサポートの推進

県内量販店等の県内実需者との連携を強化するため、市場関係者から主体的な企画提案を行い、販促ツールの作成や店頭 PR 活動を行う等、リテイルサポートを行う。

(ウ) 産地・実需者に共通する施策

a 積極的な情報の受発信

顧客ニーズ主導で検討を行っていくマーケットイン型の発想に基づき、産地に対して実需者のニーズに合った製品の作付けを促したり、実需者に対して産地の出荷動向・商品情報等の情報発信をしたりする等、川上・川下双方向に対するコーディネート機能を十分に発揮する。そのために、卸売業者・仲卸業者間で多様な情報を共有するよう努める。

b 衛生・品質管理の高度化

取扱物品の付加価値向上等のため、自らの経営状況等を考慮しつつ、コールドチェーンの確保や規範の策定等を通じて、産地・実需者から求められる衛生・品質管理が徹底された物流システムを計画的に構築する。

特に水産物産地市場は、衛生管理の高度化を図るために、設備の充実や市場関係者の意識啓発等を推進する。

ウ 卸売業者及び仲卸業者の経営体質の強化

(ア) 経営コストの低減

経営の健全性を確保し卸売市場に対する信頼性を高めるため、計画的な経営管理システムの整備等を図り、経営コストの低減に努める。

(イ) 人的資源の強化

生産性の向上のため、経営を担う人材の育成等を強化すると同時に、職員の労働環境の更なる改善に努めること等により、人的資源を強化する。

一方で、情報技術の導入等高度に専門的な分野については、専門ノウハウを有する市場外事業者の活用も視野に入れながら、人材配置の最適化を図る。

(ウ) 大型化及び財務体質の強化

産地・実需者の大型化が進展していることを踏まえて、信頼ある市場取引を維持発展していくため、経営規模の大型化や、財務体質の強化を図る。

エ 社会的要請への適切な対応

(ア) 本県農林水産業の振興

本県農林水産業の振興に資するよう、産地に対して実需者のニーズに合った製品の作付けを促す等、産地の所得向上に資する取組を行う。その際、耕作放棄地の活用を促す等、長期的な視点も取り入れること。

(イ) 食の安全の確保

取扱食品の安全性と消費者の信頼を確保するため、基本的な衛生管理の徹底に加え、HACCPの考え方を採り入れた品質管理や外部監査を伴う品質管理認証、トレーサビリティシステムの導入等、取扱物品の品質管理の高度化に向けた施設・体制の整備や、コンプライアンス等に係る規範の策定・徹底等を重点的かつ積極的に推進するとともに、これらの取組状況について、消費者へ積極的かつ効果的に情報を発信していくことに努める。

(ウ) 市場運営に伴う環境負荷の低減

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、食品廃棄物・容器包装等のリサイクル、通い容器の導入等による物流業務の効率化に努めること等によって、環境負荷の低減を促進する。

(エ) 災害時等の緊急事態に対する対応機能の強化

卸売市場が災害時等の緊急事態に際しても生鮮食料品等の安定的な供給という重要な役割を果たせるよう、防災性に配慮した施設整備を行うとともに、平時から災害発生時を見据えた取組を行う。

(オ) 市場の意義の発信

県内卸売市場の生鮮食料品等の流通に果たす重要な役割・機能に対する理解を醸成するため、産地・実需者等に対し、大規模な首都圏市場等と比較した特色等について情報発信に努める。

第4 計画期間

平成28年度から平成32年度

第5 卸売市場の適正な配置の方針

1 生鮮食料品等の流通事情

(1) 需要の現状と見通し

ア 供給対象人口の推計

本県の人口は、昭和58年に500万人を突破し、その後も増加を続けて平成14年には600万人を超え、平成27年には622万人（平成27年国勢調査結果速報）に達しているが、近年においては、少子高齢化の進展や、長期間にわたる景気の低迷等を背景として、人口増加率は鈍化する傾向にある。「千葉県将来人口の推計結果」によれば、平成32年には612万人となっている。

イ 品目別需要の現状と見通し

生鮮食料品等の今後の需給見通しについて、野菜、果実、水産物については、「食料需給表（平成25年度）（農林水産省）」を、花きについては、「花き生産出荷統計（平成25年産）（農林水産省）」のデータを用いて、平成16年度から25年度までの動態を近似式で解析して推計すると次のとおりとなる。

(ア) 青果物

青果物の1人当たり消費量は、野菜は減少傾向、果実は緩やかな減少傾向で推移している。

a 野菜

本県の平成32年度の需要量は、平成25年度の62万2千トンに対比して、6.6%減の58万1千トンと推計した。

b 果実

本県の平成32年度の需要量は、平成25年度の29万3千トンに対比して、11.4%減の26万トンと推計した。

(イ) 水産物

水産物の1人当たり消費量は減少傾向にあり、本県の平成32年度の需要量は、平成25年度の28万6千トンに対比して、20.8%減の22万7千トンと推計した。

(ウ) 花き

花きの需要は、緩やかな減少傾向で推移している。

a 切花

本県の平成32年度の需要量は、平成25年度の1億9千8百万本に対比して、18.2%減の1億6千2百万本と推計した。

b 鉢物

本県の平成32年度の需要量は、平成25年度の1千2百万鉢に対比して、22.0%減の9百万鉢と推計した。

(2) 卸売市場流通及び市場を経由しない流通等の見通し

ア 卸売市場流通（第1表）

卸売市場流通量の現状と見通しについて、次の方法で県内市場供給量を推計し、県内市場供給率を算出した。

a 県内市場供給量の算出

- ① 県内卸売市場取扱量に県内仕向率を乗じて算出し、平成16年度から25年度までの県内卸売市場取扱量の動態を近似式で解析して推計した。（花きについては、平成18年度から25年度）
- ② 平成27年度卸売市場データ集（農林水産省）の平成16年度から平成25年度までの動態を近似式で解析して推計した。

b 県内市場供給率の算出

県内市場供給量を需要量で除して算出した。

(ア) 青果物

県内には公設地方卸売市場 8、民営地方卸売市場 15、小規模卸売市場 4 の計 27 の卸売市場が設置されている。

平成 25 年度における県内市場供給量は、30 万 6 千トン（野菜 24 万 1 千トン、果実 6 万 5 千トン）で、県内需要量に対する県内市場供給率は、33.5%（野菜 38.8%、果実 22.1%）であった。

平成 32 年度の県内市場供給率の設定に当たっては、減少傾向にあることから、県内市場供給量については、25 万 4 千トン～26 万 9 千トン（野菜 21 万 6 千トン～22 万 3 千トン、果実 3 万 8 千トン～4 万 6 千トン）で、需要量に対する県内市場供給率は 30.3～32.1%（野菜 37.2～38.5%、果実 14.8～17.9%）と推計した。

表：県内卸売市場（消費地市場）の青果物取扱量と県内市場供給率（単位：t）

項目	野菜		果実		青果物合計	
	平成 25 年度 (基準年)	平成 32 年度 (目標年)	平成 25 年度 (基準年)	平成 32 年度 (目標年)	平成 25 年度 (基準年)	平成 32 年度 (目標年)
需要量 (25 年度対比)	622,170	580,803 (93.4%)	293,200	259,713 (88.6%)	915,370	840,516 (91.8%)
市場流通量 (県内市場取扱量)	349,459	313,088～ ※ 323,250	90,900	53,993～ ※ 65,175	440,359	367,081～ ※ 388,425
県内市場供給量 (県内向け割合)	241,476 (69.1%)	216,334～ ※ 223,365 (69.1%)	64,721 (71.2%)	38,443～ ※ 46,405 (71.2%)	306,197	254,777～ ※ 269,770
県内市場供給率	38.8%	37.2～ ※ 38.5%	22.1%	14.8～ ※ 17.9%	33.5%	30.3～ ※ 32.1%

「※」は、「平成 27 年度卸売市場データ集（農林水産省）」の平成 16 年度から平成 25 年度までの動態を近似式で解析して推計した。

(イ) 水産物

a 消費地市場

県内には公設地方卸売市場 5、小規模卸売市場 1 の計 6 の卸売市場が設置されている。

平成 25 年度における県内市場供給量は、5 万 2 千トンで、県内需要量に対する県内市場供給率は 18.1% であった。

平成 32 年度の県内市場供給率の設定に当たっては、減少傾向にあることから、県内市場供給量については、1 万 8 千トン～3 万 3 千トンで、需要量に対する県内市場供給率は、7.9～14.5% と推計した。

表：県内卸売市場（消費地市場）の水産物取扱量と県内市場供給率（単位：t）

項目	水産	
	平成25年度 (基準年)	平成32年度 (目標年)
需要量 (25年度対比)	286,163	226,752 (79.2%)
市場流通量 (県内市場取扱量)	57,804	20,057~ ※ 36,706
県内市場供給量 (県内向け割合)	51,850 (89.7%)	17,991~ ※ 32,925 (89.7%)
県内市場供給率	18.1	7.9~ ※ 14.5%

「※」は、「平成27年度卸売市場データ集（農林水産省）」の平成16年度から平成25年度までの動態を近似式で解析して推計した。

b 産地市場

県内には、地方卸売市場24、小規模卸売市場14の計38の卸売市場（産地市場）が設置されている。

平成25年度の市場取扱量は、32万3千トンであり、県内業者向けには、51%に当たる16万6千トンが出荷された。

平成32年度の市場取扱高は、現状維持を目標として、市場取扱量を32万トン、県内向け取扱量を17万トン前後とした。

(ウ) 花き

県内には公設地方卸売市場2、民営地方卸売市場3、小規模卸売市場1の計6の卸売市場が設置されている。

平成25年度における県内市場供給量は、切花が4,216万本、鉢物が90万鉢で、県内需要量に対する県内市場供給率は、切花が21.3%、鉢物が7.7%であった。

平成32年度の県内市場供給率の設定に当たっては、引き続き減少傾向にあることから、県内市場供給量については、切花が3,377万本～3,672万本、鉢物が54万鉢～72万鉢で、需要量に対する県内市場供給率は、切花が20.9～22.7%、鉢物が5.8～7.9%と推計した。

表：県内卸売市場の花き取扱量と県内市場供給率

(単位：千本、千鉢)

項目	切 花		鉢 物	
	平成25年度 (基準年)	平成32年度 (目標年)	平成25年度 (基準年)	平成32年度 (目標年)
需要量 (25年度対比)	197,557	161,621 (81.8%)	11,767	9,183 (78.0%)
市場流通量 (県内市場取扱量)	56,824	※ 45,516 ～49,488	1,006	597～ ※ 806
県内市場供給量 (県内向け割合)	42,163 (74.2%)	※ 33,772 ～36,720 (74.2%)	902 (89.7%)	536～ ※ 723 (89.7%)
県内市場供給率	21.3%	※ 20.9 ～22.7	7.7%	5.8～ ※ 7.9%

「※」は、「平成27年度卸売市場データ集（農林水産省）」の平成16年度から平成25年度までの動態を近似式で解析して推計した。

イ 卸売市場を経由しない流通

今後も、首都圏市場による県内への販売攻勢の激化、県内一般小売店の減少とともに、直売所・宅配の増加等により、県内卸売市場を経由しない流通は増加していくものと見込まれる。

2 品目別流通圏の設定(第2表)

本県の生鮮食料品等の流通は、千葉・東葛飾地域の卸売市場を中心に生産・流通の大型化が引き続き進展すると予想されることから、整備計画の策定に当たっては、各品目とも県下全域を1流通圏として、市場供給対象人口や需要量等を設定する。

3 卸売市場配置計画(第3表)

(1) 消費地市場

他市場との統合・連携、また、これらの措置に取り組むことが困難な場合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んでおり、地域内の生鮮食料品等流通において重要な役割を担う県内卸売市場を、地域拠点市場として位置付け、必要な取組を積極的に促進する。

また、県内卸売業者の経営実態等を適切に把握し、適正かつ健全な運営が確保されるように指導、情報提供をするとともに、経営基盤の強化のための統合大型化等や、産地・実需者のニーズに十分に対応するために市場間での役割分担・連携強化等を図る市場に対して適切に助言をす

る等、再編について配慮する。

(2) 水産物産地市場

消費者・実需者のニーズの変化、情報化の進展等により、消費地市場経由率の低下が続く一方、水産物産地市場の集荷（品揃え）機能、価格形成機能、代金決済機能、情報発信機能は、生産者、実需者のいずれに対しても重要である。そのため、次の方針に沿って水産物産地市場の機能強化を推進する。

- 需要の動向や漁港の整備計画との整合性を図りながら、首都圏に位置する産地としての優位性を生かし、高鮮度、高品質かつ高度衛生管理に対応した施設の充実等を推進する。
- 漁業協同組合の合併等に対応して、市場の統合整備等に取り組み、経営体質の強化を図る。

(第1表)
卸売市場流通量の現状と見通し

1 青果物

(単位：t, %)

項 目	野 菜		果 実		青 果 物 合 計	
	平成25年度 (基準年)	平成32年度 (目標年)	平成25年度 (基準年)	平成32年度 (目標年)	平成25年度 (基準年)	平成32年度 (目標年)
需 要 量 (A) (平成25年度対比)	622,170	580,803 (93.4%)	293,200	259,713 (88.6%)	915,370	840,516 (91.8%)
県内市場供給量 (B) (平成25年度対比)	241,476	216,334 ~※ 223,365 (89.6~※ 92.5%)	64,721	38,443 ~※ 46,405 (59.4~※ 71.7%)	306,197	254,777 ~※ 269,770 (83.2~※ 88.1%)
県内市場供給率 (B) / (A) × 100	38.8	37.2~※ 38.5	22.1	14.8~※ 17.9	33.5	30.3~※ 32.1

2 水産物

(単位：t, %)

項 目	平成25年度 (基準年)	平成32年度 (目標年)
需 要 量 (A) (平成25年度対比)	286,163	226,752 (79.2%)
県内市場供給量 (B) (平成25年度対比)	51,850	17,991 ~※ 32,925 (34.7~※ 63.5%)
県内市場供給率 (B) / (A) × 100	18.1	7.9~※ 14.5

3 花 き

(単位：千本, 千鉢, %)

項 目	切 花		鉢 物	
	平成25年度 (基準年)	平成32年度 (目標年)	平成25年度 (基準年)	平成32年度 (目標年)
需 要 量 (A) (平成25年度対比)	197,557	161,621 (81.8%)	11,767	9,183 (78.0%)
県内市場供給量 (B) (平成25年度対比)	42,163	※ 33,772 ~36,720 (※ 80.1~87.1%)	902	536 ~※ 723 (59.4~※ 80.2%)
県内市場供給率 (B) / (A) × 100	21.3	※ 20.9~22.7	7.7	5.8~※ 7.9

「※」は、「平成27年度卸売市場データ集
(農林水産省)」の平成16年度から25年度
までの動態を近似式で解析して推計した。

(第2表)

品目別流通圏の設定

品目名	流通圏域	供給対象人口		1人1年当たり需要量		需要量		県内市場供給量		県内市場供給率		備考	
		平成25年度(基準年)	平成32年度(目標年)	平成25年度(基準年)	平成32年度(目標年)	平成25年度(基準年)	平成32年度(目標年)	平成25年度(基準年)	平成32年度(目標年)	平成25年度(基準年)	平成32年度(目標年)		
野菜	県下全域	千人	千人	Kg	Kg	t	t	t	t	%	%	<p>〈算出根拠〉</p> <p>1 「供給対象人口」</p> <p>(1) 野菜・果実・水産物 基準年＝「ア～オの合計値÷3食÷365日」で算出した。 目標年＝基準年に「日本の地域別将来推計人口(平成32年)」の減少率を乗じた。</p> <p>ア 県内常住者兼県内就業通学者・未就業通学者の年間食事回数 イ 県内常住者兼県外就業通学者の " ウ 県外常住者兼県内就業通学者の " エ 観光入込客数(日帰り)の " オ 観光入込客数(宿泊)の "</p> <p>(2) 切花・鉢物 「千葉県毎月常住人口調査(平成25年10月1日)」及び「日本の地域別将来推計人口(平成32年)」のデータを用いた。</p> <p>2 「1人1年当たり需要量」</p> <p>(1) 野菜、果実、水産物について、「食料需給表(平成25年度)」を、花きについては、「花き生産出荷統計(平成25年産)」のデータを用いた。 (2) 平成32年度について、平成16年度から25年度までの動態を近似式で解析して推計した。</p> <p>3 「需要量」＝供給対象人口×1人1年当たり需要量</p> <p>4 「県内市場供給量」＝県内向取扱量(県外搬出量は除く) 平成32年度について、平成16年度から25年度までの動態を近似式で解析して推計した。(花きは、18年度から25年度)</p> <p>5 「県内市場供給率」 ＝県内市場供給量÷需要量×100</p> <p>6 「※」は、「平成27年度卸売市場データ集(農林水産省)」の平成16年度から25年度までの動態を近似式で解析して推計した。</p> <p>7 「鉢物」は、前計画では鉢物以外に「苗もの」が含まれているが、国統計廃止に伴い、本計画では鉢物のみで推計した。</p>	
果実		5,864	5,683	Kg	Kg	t	t	t	t	%	%		
水産物		48.8	39.9	Kg	Kg	t	t	t	t	%	%		
切花		千人	千人	本	本	千本	千本	千本	千本	千本	%		%
鉢物		6,193	6,122	鉢	鉢	千鉢	千鉢	千鉢	千鉢	千鉢	%		%

(第3表)

卸売市場配置計画

1 消費地市場

(1) 青果物

流通圏	当該流通圏既存市場			整備方針				その他 取扱品目	
	市町村名	市場名	区分	市場の整備計画	区分	整備予定年度			
						今期	以降		
県内 一円	千葉市	1. 千葉市 地方 卸売市場	公地方	<u>存置</u> (地域拠点市場)	公地方			水産物	
	船橋市	2. 船橋市 地方 卸売市場	公地方	<u>存置整備</u> (地域拠点市場)	公地方	28~		水産物	
	市川市	3. 市川市地方卸売市場	公地方	<u>民営化を検討</u>	民地方	30		花き	
	松戸市	4. 松戸市公設地方卸売市場北部市場	公地方	<u>廃止</u>	公地方	28			
		5. 松戸市公設地方卸売市場南部市場		民営化を検討	民地方				
	柏市	6. 柏市公設総合地方卸売市場	公地方	<u>4と統合</u> <u>・存置整備</u> (地域拠点市場)	公地方	28~		水産物 花き	
		7. 沼南中央青果(株)地方卸売市場	民地方	存置	民地方				
	成田市	8. 成田市公設地方卸売市場	公地方	<u>移転整備</u> (地域拠点市場)	公地方	28~31		水産物	
	八街市	9. 印東青果地方卸売市場	民地方	存置	民地方				
		10. 八街青果地方卸売市場							
	四街道市	11. (株)四街道青果市場	小規模	存置	小規模				
	佐倉市	12. 立田屋佐倉青果市場	小規模	存置	小規模				
	香取市	13. 佐原青果地方卸売市場	民地方	存置	民地方				
	銚子市	14. 銚子中央青果地方卸売市場	民地方	存置	民地方				
	旭市	15. 旭青果食品地方卸売市場	民地方	存置	民地方				
	匝瑳市	16. 八日市場青果地方卸売市場	民地方	存置	民地方				
		17. 武井地方卸売市場							
	東金市	18. 東金青果地方卸売市場	民地方	存置	民地方				
		19. 上総青果食品地方卸売市場							
	茂原市	20. 地方卸売市場(株)金坂青果	民地方	存置	民地方				
	館山市	21. 館山中央青果地方卸売市場(株)	民地方	存置 (連携強化)	民地方				
		22. (株)館山丸一青果市場	小規模		小規模				
	南房総市	23. 千倉青果地方卸売市場	民地方		(連携強化)	民地方			
		24. (有)中印千倉青果地方卸売市場							
		25. 南房総食品卸売市場	小規模			小規模			
	鴨川市	26. 鴨川青果地方卸売市場	民地方	存置	民地方				
	木更津市	27. 木更津市公設地方卸売市場	公地方	<u>再整備を検討</u>	公地方			水産物	

(第3表)

卸売市場配置計画

(2) 水産物

流通圏	当該流通圏既存市場			整備方針				その他 取扱品目
	市町村名	市場名	区分	市場の整備計画	区分	整備予定年度		
						今期	以降	
県 内 一 円	千葉市	1. 千葉市 地方 卸売市場	<u>公地方</u>	<u>存置</u> (地域拠点市場)	<u>公地方</u>			青果物
	船橋市	2. 船橋市 地方 卸売市場	<u>公地方</u>	<u>存置整備</u> (地域拠点市場)	<u>公地方</u>	<u>28~</u>		青果物
	柏市	3. 柏市公設総合地方卸売市場	公地方	存置整備 (地域拠点市場)	公地方	<u>29~</u>		青果物 花き
	成田市	4. 成田市公設地方卸売市場	公地方	<u>移転整備</u> (地域拠点市場)	公地方	<u>28~31</u>		青果物
	館山市	5. 館山丸魚(株)魚市場	小規模	存置	小規模			
	木更津市	6. 木更津市公設地方卸売市場	公地方	<u>再整備を検討</u>	公地方			青果物

(3) 花き

流通圏	当該流通圏既存市場			整備方針				その他 取扱品目
	市町村名	市場名	区分	市場の整備計画	区分	整備予定年度		
						今期	以降	
県 内 一 円	市川市	<u>1.</u> 市川市地方卸売市場	公地方	<u>存置整備</u> <u>・民営化を検討</u>	<u>民地方</u>	<u>28~30</u>		青果物
	松戸市	<u>2.</u> 松戸市花卉地方卸売市場	民地方	存置	民地方			
	柏市	<u>3.</u> 柏市公設総合地方卸売市場	公地方	存置整備 (地域拠点市場)	公地方	<u>28~</u>		青果物 水産物
	成田市	<u>4.</u> 地方卸売市場上野生花市場成田	民地方	存置	民地方			
	香取市	<u>5.</u> (有)佐原生花市場	小規模	存置	小規模			
	銚子市	<u>6.</u> 地方卸売市場上野生花市場銚子	民地方	存置	民地方			

(第3表)

卸売市場配置計画

2 水産物産地市場

流通圏	当該流通圏既存市場			整備方針				その他 取扱品目	
	市町村名	市場名	区分	市場の整備計画	区分	整備予定年度			
						今期	以降		
県 内 一 円	銚子市	1. 銚子市漁協地方卸売市場	地方	存置整備 長期的には統合	地方	30~			
		2. 銚子市漁協外川支所地方卸売市場							
	旭市	3. 海匠漁協地方卸売市場	地方	存置	地方				
	九十九里町	4. 九十九里漁協地方卸売市場	地方	存置	地方				
	いすみ市	5. 夷隅東部漁協地方卸売市場	地方	当面存置	地方				
	御宿町	6. 御宿岩和田漁協地方卸売市場	地方	当面存置	地方				
	勝浦市	7. 新勝浦市漁協川津地方卸売市場	地方	存置整備 統合に向け検討	地方	29~			
		8. 新勝浦市漁協豊浜地方卸売市場							
		9. 勝浦漁協地方卸売市場							
		10. 新勝浦市漁協西部地方卸売市場							
		11. 新勝浦市漁協鶴原小規模卸売市場	小規模						
		12. 新勝浦市漁協興津小規模卸売市場							
		13. 新勝浦市漁協浜行川小規模卸売市場							
		14. 新勝浦市漁協大沢小規模卸売市場							
	鴨川市	15. 東安房漁協小湊地方卸売市場	地方	当面存置 長期的には統合	地方				
		16. 東安房漁協天津地方卸売市場							
		17. 東安房漁協浜荻地方卸売市場		存置 長期的には統合	地方				
		18. 鴨川市漁協地方卸売市場							
		19. 鴨川市漁協江見支所地方卸売市場							
		20. 鴨川市漁協太海支所地方卸売市場							
	南房総市	21. 東安房漁協和田地方卸売市場	地方	存置整備 統合に向け検討	地方	29~			
		22. 東安房漁協白子瀬戸支所魚市場	小規模						
		23. 東安房漁協中央地方卸売市場	地方						
		24. 東安房漁協千田販売所	小規模						
		25. 東安房漁協七浦支所魚市場							
		26. 東安房漁協乙浜魚市場							
	館山市	27. 館山市布良漁協魚市場	小規模	当面存置 統合に向け検討	地方				
		28. 館山市相浜漁協魚市場							
		29. 館山市相浜漁協富崎支所魚市場							
		30. 館山船形漁協地方卸売市場	地方						
		31. 館山船形漁協館山支所地方卸売市場							
	南房総市	32. 岩井富浦漁協地方卸売市場	地方	当面存置整備 統合に向け検討	地方	29~			
		33. 岩井富浦漁協魚市場	小規模						
	鋸南町	34. 鋸南町勝山漁協地方卸売市場	地方	当面存置	地方				
		35. 鋸南町保田漁協地方卸売市場		当面存置	地方				
	富津市	36. 天羽漁協金谷支所魚市場	小規模	存置整備 統合に向け検討	地方	29~			
		37. 天羽漁協荻生支所魚市場							
		38. 天羽漁協竹岡支所地方卸売市場	地方						