

令和元年度 第2回横浜市食肉市場食肉部市場取引委員会 次 第

日 時：令和元年 11 月 7 日（木）午後 2 時 00 分から
会 場：横浜市中心卸売市場食肉市場 仲卸棟 3階会議室

1 開 会

2 あいさつ

3 議 事

業務規程に係る品目拡大について(資料1)

4 報 告

条例改正の進捗状況について(資料2)

5 閉 会

(案)

卸売市場法改正における取扱品目の拡大について

1 趣旨

令和元年7月30日に開催された「令和元年度第1回横浜市食肉市場食肉部市場取引委員会」の答申を踏まえ、具体的な取扱品目の拡大の検討・決定を行う。

2 拡大をする具体的な品目

(現在の品目)

肉類及びその加工品



(拡大品目(案))

- ・肉類及びその加工品
- ・加工された食料品及び調味料
- ・飲料(酒税法第2条第1項の酒類以外)※1,2

※1 アルコール分一度以上の飲料

※2 当市場は、市民生活の食生活の基盤となる市場であり、「アルコール類」は取扱品目として除外

(裏面あり)

(参考)取扱品目における現行の条例と施行規則について

横浜市中央卸売市場業務条例

(取扱品目)

第 3 条 市場の取扱品目は、市場及び取扱品目の部類ごとに次に掲げる物品とする。

本場

青果部 野菜、果実及びこれらの加工品並びに規則で定めるその他の食料品

水産物部 生鮮水産物及びその加工品並びに規則で定めるその他の食料品

食肉市場

食肉部 肉類及びその加工品

横浜市中央卸売市場業務条例施行規則

(取扱品目に係るその他の食料品)

第 3 条 条例第 3 条第 1 項に規定する規則で定めるその他の食料品は、別表第 1 に掲げるとおりとする。

別表第 1(第 3 条)

青果部		水産物部	
種別	品目	種別	品目
豆加工品類	みそ加工品、納豆、豆腐(パック入り)、その他豆加工品	魚肉入加工品類	プレスハム、ウインナー、ハンバーグ、サラミ、ソーセージ、ぎょうざ、しゅうまい、春巻、コロッケ、メンチカツ、肉だんごその他魚肉入加工品
海草加工品類	干わかめ、干ひじき、うごその他海草加工品	海草加工品類	寒天加工品
		豆加工品類	煮豆、納豆、豆腐(パック入り)、油あげ、がんもどきその他豆加工品
冷凍食品類	調理冷凍加工品	冷凍食品類	調理冷凍加工品
その他	もち(真空包装)、酒かす及びめん類等	その他	おでんの種、うなぎのたれ、鳥卵加工品、てんぷら類、ホルモン焼、味付けもつ、もち(真空包装)及びめん類等

卸売市場法改正を踏まえた業務規程の改正についての状況

(令和元年 10 月 8 日現在)

卸売市場法改正を踏まえた業務規程について、部毎の特性に合わせて取引の自由度をできるだけ高めつつ、公正・公平な取引の確保や市場の活性化につながるよう改正を行います。

1 業務規程の構成について

業務規程に定める主な事項は以下のとおりです。

事項	規定のイメージ	資料中の記載箇所
目的	生鮮食料品等の取引の適正化等を図り、市民生活の安定に資する旨の規定	「2(1) - 1」
定義	卸売業者、仲卸業者、売買参加者、関連事業者等の基本的な役割等の規定	「2(1) - 2」
責務	開設者及び卸売業者その他取引関係者が公平公正な取引及び市場の活性化に努める責務等の規定	「2(1) - 3」
開場期日等	市場の開場期日等、業務運営に係る規定	「2(1) - 4」
業務許可	開設者が卸売業者、仲卸業者、関連事業者の業務許可等を行う旨の規定	「2(1) - 5、6」 「2(2) - 1」
取引規制	市場の適正かつ健全な運営を確保するための取引ルール等の規定 (青果部、水産物部・鳥卵部、食肉部の市場取引委員会の答申に沿った改正を行う。)	「【参考】 市場取引委員会 審議事項関係」
品質管理	安全・品質管理体制の整備に努める等、物品の品質管理に関する規定	
施設使用	市場施設の使用に関する規定	「2(2) - 2、3」
監督	市場の適正な運営確保等のために必要な指導、検査、監督処分等に関する規定	「2(1) - 7」 「2(2) - 4～5」
その他	市と市場関係者との協議の場の設置、災害時における生鮮食料品の確保等の規定	「2(1) - 8」 「2(2) - 6～12」

2 業務規程の主な変更内容等

(1) 業務規程の主な変更内容(開設運営に関する事項)

	事項	内容	理由
1	変更	目的 ・卸売市場法に基づき、横浜市中央卸売市場の運営等について定め、その適正かつ健全な運営を確保することにより、生鮮食料品等の取引の適正化と流通の円滑化を図り、もって市民生活の安定に資することを目的とする。	引き続き横浜市が中央卸売市場を開設・運営し、市民への生鮮食料品等の安定供給と市場の活性化を推進するため。

	事項	内容	理由
2	新設	定義 ・卸売業者、仲卸業者、売買参加者等の定義を新設。 ＜卸売業者＞出荷者から卸売のための販売の委託を受け、又は買い受けて、仲卸業者等に対する卸売を行う者 ＜仲卸業者＞市場において卸売業者から卸売を受けた生鮮食料品等を市場内の仲卸売場において販売する者 ＜売買参加者＞市場において取扱品目の部類に属する物品について、当該市場の卸売業者が行うせり売若しくは入札の方法又は相対取引による卸売に参加できる者	市場関係者のそれぞれの役割等を明確にするため。
3	新設	市長及び市場関係者の責務 ・市長、卸売業者、仲卸業者、関連事業者の責務を新設。 ＜市長の責務＞公平公正な市場取引の場の確保及び取引参加者への指導監督等を行うとともに、災害時には生鮮食料品等の供給拠点としての役割を担えるよう迅速に対応する。また、市内中小企業や商店街との連携及び市場の特色を生かした賑わいづくりの支援を通じて市場の活性化に努めなければならない。 ＜卸売業者の責務＞仲卸業者及び売買参加者等に対する公平公正な取引機会を確保し、市場における公平公正な卸売業務の適正かつ健全な運営、生鮮食料品等の集荷機能の強化及び品質管理の徹底に努め、自らの創意工夫により、市場内取引の充実及び市場の活性化に努めなければならない。 ＜仲卸業者の責務＞市場における仲卸業務の適正かつ健全な運営、生鮮食料品等の公正かつ妥当な評価、品質管理の徹底、公正明朗な取引の推進に努め、自らの創意工夫により、市場内取引の充実及び市場の活性化に努めなければならない。 ＜関連事業者の責務＞市場における関連事業を適正かつ健全な運営、商品等の品質管理及び市場関係者に対するサービスの向上に努めなければならない。また、自らの創意工夫により、市場の活性化に努めなければならない。	市長や市場関係者のそれぞれの責務を明確にするため。
4	変更	開場の期日 ・本場について、実際は水曜日と日曜日が休業日であるが、条例上水曜日は開場日であり、現状では別に水曜日を臨時休業日として設定している。日曜日と年末年始に加え、水曜日を条例上の休場日に変更する。 ・食肉市場については、土曜日を同様の理由により休場日に変更する。	週休二日であることを明確にするため。
5	新設	卸売業務の許可 ・国が行っていた卸売業者の許可を開設者が行う。 ・純資産額等については市の基準を設ける。	国が卸売業者の許可を行う規定が法律から削除されたため。

		事項	内容	理由
6	変更	関連事業者の許可	<ul style="list-style-type: none"> ・関連事業者の許可は引き続き開設者が行う。 ・第一種（物販、貯蔵等）、第二種（飲食店、理容店等）の区分を廃止する。 ・市場の取扱品目の販売を可能とする。 	取扱品目の拡大等により、市場の利便性の向上や市場活性化を図るため。
7	変更	改善措置命令	<ul style="list-style-type: none"> ・市長は、取引参加者、関連事業者その他事業者の財産に関し、改善措置を命ずることができる。 ・卸売業者については、財務基準等について、市の基準を設ける。 	市場の適正かつ健全な運営を確保するため。
8	変更	附属機関	<ul style="list-style-type: none"> ・現在の「開設運営協議会」と部毎の「市場取引委員会」の4つの附属機関の構成から、附属機関としては開設運営協議会に統合し、市場取引委員会は部会として再構成する。 	両附属機関を統合することで、幅広い総合的な議論ができるようにするため。

（2）継続される業務規程の主な内容（開設運営に関する事項）

		事項	内容	理由
1	継続	仲卸業者の許可	<ul style="list-style-type: none"> ・仲卸業者の許可は引き続き開設者が行う。 	公正・公平な取引を担保する上で、仲卸業者は開設者が認めた者が望ましいため。
2	継続	市場施設の使用	<ul style="list-style-type: none"> ・市長から業務許可を受けた卸売業者、仲卸業者、関連事業者が使用する市場施設の指定、売買参加者その他の者に対する市場施設の使用許可は引き続き市長が行う。 	市場の適正かつ健全な運営を確保するため。
3	継続	使用料等	<ul style="list-style-type: none"> ・引き続き、市場使用料、施設使用料を徴収する。 	市場の適正かつ健全な運営を確保するため。
4	継続	検査	<ul style="list-style-type: none"> ・市長は職員に、取引参加者、関連事業者、その他事業者の財産の状況、施設の使用状況等に関し検査させることができる。 	市場の適正かつ健全な運営を確保するため。
5	継続	監督処分	<ul style="list-style-type: none"> ・市長は、取引参加者、関連事業者その他事業者が条例等に違反した場合には過料、業務停止等の処分をすることができる。 	市場の適正かつ健全な運営を確保するため。
6	継続	卸売業務の代行	<ul style="list-style-type: none"> ・卸売業者が卸売をできなくなった場合は、他の卸売業者にさせるか、または自ら卸売の業務を行う者とする。 	生鮮食料品等の安定供給のため。

		事項	内容	理由
7	継続	災害時における生鮮食料品等の確保	<ul style="list-style-type: none"> ・市長は災害時、生鮮食料品等を確保するため卸売業者、仲卸業者、関連事業者に対し必要な指示をすることができる。 	生鮮食料品等の安定供給のため。
8	継続	無許可営業の禁止	<ul style="list-style-type: none"> ・卸売業者、仲卸業者及び関連事業者は市場内において許可を受けた業務を除き物品の販売その他営業行為をしてはならない。 	市場の適正かつ健全な運営を確保するため。
9	継続	市場への出入等に対する指示	<ul style="list-style-type: none"> ・市場への出入、施設の使用、物品の運搬等については市長の指示に従わなければならない。 	市場の適正かつ健全な運営を確保するため。
10	継続	清潔の保持及び環境改善の義務	<ul style="list-style-type: none"> ・取引参加者、その他の市場関係事業者は市場の清潔の保持、騒音等の抑制等に努めなければならない。 	市場の適正かつ健全な運営を確保するため。
11	継続	市場秩序の保持等	<ul style="list-style-type: none"> ・市長は、市場の秩序の保持に必要なものと認めるときは、入場制限等の措置をとることができる。 	市場の適正かつ健全な運営を確保するため。
12	継続	許可等の制限または条件	<ul style="list-style-type: none"> ・市長は、業務規定による許可、承認または指定には条件等を付することができる。 	市場の適正かつ健全な運営を確保するため。

【参考】売買取引に係る業務規程

(1) 市場取引委員会審議事項

		事項	内容	理由
1	緩和	卸売の相手方の制限	・卸売業者の卸売の相手は、仲卸業者、売買参加者、相対取引事業者とする。 ・災害の場合、委託物品を自己買受する場合、他の卸売業者へ卸売する場合を除く。	新たに卸売りの相手方として、相対取引事業者を設け、規制を緩和するため。
2	新設	相対取引事業者	・卸売業者から卸売を受けられる者として卸売業者からの事前届出による「相対取引事業者」を設ける。ただし、せりには参加できない。	現行の第三者販売に代え、卸売業者の取引先を明確にするため。
3	継続	売買参加の承認	・売買参加者の承認は引き続き開設者が行う。	公正・公平な取引を担保する上で、売買参加者は開設者が認めた者が望ましいため。
4	緩和	市場外にある物品の卸売に関する報告	・市場以外の場所にある取扱物品を卸売した場合、市長に実績を報告しなければならない。	市場外を経由する取扱物品を把握するため。
5	緩和	仲卸業者の直荷引き	・仲卸業者は販売の委託を引き受けてはならない。 ・仲卸業者は、卸売業者から買入れが困難なものを卸売業者以外のものから買入れることができる。 ・ただし、市長に仕入・販売実績を報告しなければならない。	公正・公平な取引を担保するため。
6	変更	売買取引の方法	・1号(全量せり)、2号(一定割合をせり)、3号(1、2号以外)物品の区分を、せりをする物品とそれ以外の2区分とする。	物品ごとのせり割合の自由度を増すため。
7	継続	せり人	・卸売業者からの申請により開設者が登録する制度を維持する。	公正・公平な取引を担保する上で、せり人は開設者が認めた者が望ましいため。
8	緩和	取扱品目	・飲料及び加工食料品全般を取り扱えるようにする。	取扱品目拡大による市場活性化のため。
9	緩和	卸売業者の卸売の相手方としての買受けの報告	・卸売業者の自己買受、市場内の他の卸売業者への卸売を行った場合は市長に実績を届けなければならない。	市場法から規制が削除されたことによる、規制削除。
10	緩和	卸売業者及び仲卸業者の市場外での販売	・卸売業者及び仲卸業者が市場外で取扱物品の販売を行う場合は、市長に届け出るものとする。 ・市長は、市場外での販売が卸売等の業務の健全な運営を阻害する恐れがあると認めるときは、是正を求めることができる。	市場法から規制が削除されたことにより、販売行為の制限はできないが、届出により状況を把握するため。
11	継続	仕切り及び送金等	・卸売業者は、受託物品の卸売をしたときは、特約がある場合を除き委託者に対して卸売をした日の翌日までに支払わなければならない。	出荷者に対する市場の決済機能を担保するため。

(2) その他(法定事項等)

		事項	内容	理由
1	変更	売買取引の原則	・市場における売買取引は、公正、透明、かつ効率的でなければならない。	基本方針に透明が加えられている
2	変更	市長及び卸売業者の差別的取扱いの禁止等	・市長、卸売業者は取引参加者に対し差別的な取扱いをしてはならない。 ・卸売業者は、販売委託の申し込みがあった場合には正当な理由がなければ引受けを拒んではならない。	公正・公平な取引を担保するため。
3	変更	受託契約約款	・卸売業者が定める受託契約約款は公表しなければならない。	公正・公平な取引を担保するため。
4	継続	相対取引の承認申請	・せり物品について市長の承認により相対取引することができる。	残品等、特殊事情に対応するため。
5	継続	食肉部卸売業者の特例	・卸売業者は、家畜を解体し、枝肉等として卸売をすることの委託を受けることができる。	市場の適正かつ健全な運営を確保するため。
6	継続	売買取引の制限	・せり売等において不正な行為・価格が認められる場合等、市長は売買を差し止めることができる。	公正・公平な取引を担保するため。
7	継続	衛生上有害な物品の売買禁止等	・衛生上有害な物品は市場において売買、売買の目的をもって所持してはならず、市長は売買の差し止め、撤去を命ずることができる。	安全安心な食品流通を担保するため。
8	変更	予定数量等の報告・公表	・卸売業者は卸売をした物品の数量及び金額、卸売予定数量を市長に報告する。 ・卸売業者は市長に報告した内容を公表する。 ・市長は取引結果等を公表する。(新規)	取引の実態を把握するため。公正・公平な取引を担保するため。
9	新設	その他の取引条件の公表	・卸売業者は、出荷者、卸売先に対する交付金の額を市長に届け出、公表しなければならない。	市場法改正により、その他の取引条件の公表が義務化されたため。
10	緩和	販売前における受託物品の検収	・卸売業者は、市場外にある物品の卸売をする場合を除き、受託物品の数量、等級等について検収を行わなければならない。	公正・公平な取引を担保するため。
11	継続	品質管理	・市場内において取引する者は、生鮮食料品の品質管理に関する法令を遵守しなければならない。	安全・安心な生鮮食料品の流通を担保するため。

横浜市中心卸売市場 食肉市場 経営展望(概要版)(案) (場内調整中)(案)

市場を取り巻く流通構造などの環境が大きく変化する中で、市民への安全・安心な食肉の流通拠点である食肉市場の活性化を実現するため、本展望を策定します。

本展望の実現にあたっては、市場法改正を契機ととらえ、生産者や購買者の皆様など、市場に関係する方々のニーズにきめ細かく対応しながら、新たなサービス提供や積極的な情報発信を行うとともに、効率的で公平・公正な市場運営を進めます。

これにより、食肉需要の喚起や流通の増加を図り、もって市民に身近な地域経済の振興に貢献することを目指していきます。

【横浜市中心卸売市場食肉市場経営展望全体像】

横浜市中心卸売市場あり方提言書
(平成 20 年 3 月：横浜市中心卸売市場あり方検討委員会)



【課題】

集荷・販売の強化

一層の品質向上・衛生管理

安定供給のための
施設整備

消費の拡大



【基本戦略】

戦略 1：市場関係者との連携した取組の強化

- 改正卸売市場法に対応した経営活性化に向けた支援と効率化の推進
- 新たな生産者・購買者・仲卸の誘致等の集荷対策
- 市場取扱ブランドの知名度向上
- 市場内関係者との連携強化
- 購買者のニーズに対応した施設内の新たな活用
- 市場関係者の人材育成

戦略 2：高品質で安全・安心な食肉を供給

- HACCP 導入
- 品質管理向上に向けた人材育成
- 食品安全等に関する情報発信
- 防疫対策

戦略 3：食品流通の基幹的インフラとしての機能強化

- 市場機能強化の検討
- 防災及び危機対応能力の強化
- 安定稼働に向けたライフラインの整備
- 計画的な修繕・改修等

戦略 4：食肉の消費拡大に向けた積極的なプロモーション

- 小売店（地域の商店街、スーパー、大規模店舗）、飲食店、宿泊施設、観光施設との連携による市場取り扱いブランドの販促・PR
- PR館や地域で開催するイベント等での市場取扱ブランドの販促・PR
- ホームページ等を活用した食肉市場及び市場取り扱いブランドの情報発信



【将来像】

1.活発な取引が行われる市場

市内の食肉流通の拠点として、高品質・豊富な品ぞろえであり、仲卸や多くの買参人が参加し、活気あるせりが連日開催されている

2.流通構造や社会ニーズに対応する市場

環境に配慮した設備の修繕・改修等、時代の変化やニーズに即した市場の整備がされている。

3.市内経済へ寄与する市場

各種、横浜市の政策と連携したPRを通じ、地域の小売店、飲食店、宿泊施設、観光施設での取扱が増え、市民に身近な市場として親しまれており、市内経済の活性化に寄与している。

第4章

4.1 横浜市中心卸売市場経営展望個別計画

(1) 【戦略1】市場関係者との連携した取組の強化

当市場の付加価値を上げるためには、購買者に対する市場取扱ブランドの認知度向上や仲卸施設の新たな活用等、購買者目線でのニーズに柔軟に対応していく必要がある。

集荷・販売については、新規の生産者・購買者の開拓をするとともに、生産者・購買者に対する、情報収集と発信を進めていく。

これらの取組を行う際は、場内関係者との連携や人材育成が必要不可欠であり、市場内部のコミュニケーションや人材育成の強化を図る必要がある。

①業界として推進していく事項

部門	行動計画
食肉部	市場の付加価値をつけ、取扱ブランド肉の知名度向上等を通して、集荷数の増加等を図る。

②横浜市中心卸売市場食肉市場として推進していく事項

- 卸売市場法改正に対応した経営活性化に向けた支援と効率化の推進
卸売市場法の改正を踏まえ、公正公平な取引を確保し、取引の自由度をできるだけ高めることで、市場運営の効率化や場内事業者への支援を行い、市場取引の活性化と場内事業者の経営活性化につなげる。
- 新たな生産者・購買者・仲卸の誘致等の集荷対策
生産者・購買者・仲卸の新規誘致に取組み、集荷・販路の強化を図り、取引数量及び金額の増加を目指す。
それに併せ、産地と購買者間の情報収集・発信等の推進し、市場取引の活性化や品質の信頼度の向上を図る。
- 市場取扱ブランドの知名度向上
長年培ったと畜技術や営業力を活かした高品質なブランドの再構築を実施し、生産者及び購買者に積極的に選んでもらえる市場を目指す。
- 市場内関係者との連携強化
集荷対策や市場取扱ブランドの再構築を行うためには、市場関係者の各組織が連携して取り組む必要がある。今後の集荷・販売、市場機能の強化、食肉の消費拡大等を検討する場の創出や場内でのコミュニケーションを強化する。
- 購買者のニーズに対応した施設内の新たな活用
仲卸や売買参加者等の場内関係者のニーズを捉え、仲卸施設の柔軟な活用、要望の高い冷蔵庫施設、空きスペースの活用等、施設内の新たな活用を検討する。
- 市場関係者の人材育成
市場全体の役割に応じた人材育成の推進を図る。

③実施主体、スケジュール等

経営展望は市場関係者全体で取組む計画であり、実施主体は、開設者が中心となり、取組事項に応じて、卸売業者、と畜業者、販売者（仲卸業者含む）及び衛生検査者等の場内関係者が連携して取り組んでいく。

実施スケジュールは、取組事項に応じて、随時着手し場内関係者と連携して、継続的に実施していく。

第4章

4.1 横浜市中心卸売市場経営展望個別計画

(2) 【戦略2】高品質で安全・安心な食肉を供給

市民へ安全・安心な食肉を供給するため、これまで BSE や放射性物質検査等の法規制等に対応してきた。今後も衛生管理に関する法規制や消費者ニーズに迅速に対応していくとともに、公設市場ならではの安全対策を市場全体として取り組んでいく。

①業界として推進していく事項

部門	行動計画
食肉部	○改正食品衛生法 (HACCP 制度化) に基づき衛生管理をしていく。 ○搬入業者等の車両消毒洗浄を徹底する

②横浜市中心卸売市場食肉市場として推進していく事項

● HACCP 導入

国における HACCP 義務化を見据え、解体ラインをはじめとした市場全体への HACCP 導入の支援及び推進を行い、品質管理水準の高度化を図る。

● 食品安全等に関する情報発信

本市場が取り扱う食品の安全・安心に関する取り組みや実績等を、取引関係者や市民等に向けて積極的に情報発信を行う。

● 品質管理に向けた人材育成

最新の品質管理関連法制度及び社会的要請等を踏まえた必要施策に関する理解醸成や、新たな流行性疾患等に対応するため、市場関係者に対して講習会の開催や情報提供等を行う。

● 防疫対策

新たな流行性疾患等を念頭に置いた防疫対策として、本市場へ出入りする際の、効果的な消毒洗浄法の検討や、入退場管理及び場内搬入ルートの見直しなど、新たな対策を推進する。

③実施主体、スケジュール等

経営展望は市場関係者全体で取組む計画であり、実施主体は、開設者が中心となり、取組事項に応じて、卸売業者、と畜業者、販売者（仲卸業者含む）及び衛生検査者等の場内関係者が連携して取り組んでいく。

実施スケジュールは、取組事項に応じて、随時着手し場内関係者と連携して、継続的に実施していく。

第4章

4.1 横浜市中心卸売市場経営展望個別計画

(3) 【戦略3】食品流通の基幹的インフラとしての機能強化

横浜市中心卸売市場食肉市場は公設公営の市場として、横浜市における食品等の流通における基幹的インフラとして、食品等の円滑かつ安定的な流通を確保する観点から貢献してきた。

しかしながら、少子高齢化や消費者ニーズの多様化、食品等流通の急速な情報化や国際化、台風・地震・疫病等の災害など大きな変化が見られるとともに、施設の老朽化や取扱金額の減少に伴い財政状況が厳しい中、卸売市場としては、出荷者や取引先などとの連携強化や品質管理の高度化、災害時対応機能の強化などニーズに応じた機能強化に向け推進していく。

①業界として推進していく事項

部門	行動計画
食肉部	○と畜業者や卸売業者等市場関係者のニーズを把握するとともに、最新技術の動向に注視しつつ市場の機能強化に努める。 ○市場全体でBCPを策定するとともに、開設者と市場関係者との連携による市場全体の災害対応力を向上させる。 ○老朽化した施設・設備に優先順位を定め計画的に改修する。

②横浜市中心卸売市場食肉市場として推進していく事項

● 市場機能強化の検討

卸売市場における出荷者や取引先のニーズに対応するため、HACCPシステムに基づく衛生施設等の品質管理の高度化に資する改修を推進する。

また、市場活性化に向け利用しやすい市場を目指し、要望の高い冷蔵施設や空きスペースの活用、場内車両動線の再構築などの検討を進める。

さらに、本市場の中長期的かつ安定的に運営していくため、人材の確保を推進するとともに、社会変化に効率的かつ効果的に対応していくため、AIやIoT技術等の導入・活用について検討する。

● 防災及び危機対応能力の強化

台風・地震・疫病等の災害発生時においても、食料品等の安定的な供給拠点としての機能を継続するため、横浜市BCPを踏まえた食肉市場BCPを市場関係者とともに策定する。また、食肉市場BCPを効果的に活用していくため市場全体で大規模災害等を想定した訓練を定期的に行い、役割分担の明確化や訓練を踏まえたBCPの継続的な見直しを実施し、市場全体の災害対応力の向上を推進する。

● 安定稼働に向けたライフラインの整備

平成 30 年に発生した北海道胆振東部地震や関西方面での台風第 21 号では電気・ガス・水道が遮断され、食肉市場においても冷蔵庫が停止するなどの甚大な被害が発生した。同様の災害が発生した場合、当市場の運営にも重大な支障をきたすと想定され、被災しても業務を継続するためには、ライフラインの重要性が再認識された。

そこで、老朽化した受電設備や監視装置設備、受水設備の更新に合わせ、効率的で災害に強い仕様を検討するとともに被災時の電力供給体制について検討を推進する。

● 計画的な修繕・改修など

老朽化した施設・機器の更新には多額の費用と期間を要することから、更新の必要性に応じて優先順位を定めながら、財政支出が平準化するよう計画的に実施していく。

また、施設の適正化・効率化及び有効活用による収益の確保に向け、市場関係者と意見交換しながら対応策を検討していく。

③実施主体、スケジュール等

経営展望は市場関係者全体で取組む計画であり、実施主体は、開設者が中心となり、取組事項に応じて、卸売業者、と畜業者、販売者（仲卸業者含む）及び衛生検査者等の場内関係者が連携して取り組んでいく。

実施スケジュールは、取組事項に応じて、随時着手し場内関係者と連携して、継続的に実施していく。

第4章

4.1 横浜市中心卸売市場経営展望個別計画

(4) 【戦略4】食肉の消費拡大に向けた積極的なプロモーション

当市場の取扱ブランド及び消費者への当市場の認知度の向上を目的に、消費者が必要とする情報を積極的、効果的に発信し、また、観光客を含め消費者に対する販売戦略を実施していく。

① 業界として推進していく事項

部門	行動計画
食肉部	○市場活性化に資するプロモーションを展開し、市場取扱いブランドの消費拡大を図る。

② 横浜市中心卸売市場食肉市場として推進していく事項

- 小売店等、民間事業者(地域の商店街、スーパー、大規模店舗)、飲食店、宿泊施設、観光施設との連携による市場取扱ブランドの販売促進・PR
小売店との市場取扱ブランドの販売促進イベントの開催や、飲食店・宿泊施設・観光施設と連携したイベントを打ち出し、市場取扱ブランドの認知度向上や販売促進の機会を創出する。市場取扱ブランド取扱店をPRするとともに、その数を増やしていくことで、地域に貢献していく。
- PR館や地域で開催するイベント等での市場取扱ブランドの販売促進・PR
PR館を活用した定期的試食イベントの開催、また、地域のイベントで試食等を行い、消費者に対し、市場取扱ブランドの認知度向上や販売促進の機会を創出するなど、市場取扱ブランド取扱店をPRし、その数を増やしていくことで、食肉の消費を促進していく。
- ホームページ等を活用した食肉市場及び市場取扱いブランドの情報発信
ホームページ等を利用して、市民の生活に取り入れやすい食肉を使ったレシピの掲載や、市民のニーズにあった食肉に関する情報提供の拡充を行う。
また、市民が利用しやすいような情報を収集し、魅力ある情報発信を行い、食肉市場及び市場取扱いブランドのPRを推進する。

③ 実施主体、スケジュール等

経営展望は市場関係者全体で取組む計画であり、実施主体は、開設者が中心となり、取組事項に応じて、卸売業者、と畜業者、販売者(仲卸業者含む)及び衛生検査者等の場内関係者が連携して取り組んでいく。

実施スケジュールは、取組事項に応じて、随時着手し場内関係者と連携して、継続的に実施していく。