

令和3年度 第3回
横浜市中央卸売市場開設運営協議会
次 第

日 時：令和4年3月24日（木）13時～
会 場：横浜市中央卸売市場本場
市場センタービル3階研修室

1 開 会

2 理事挨拶

3 プレゼンテーションと意見交換
クックパッドマートの事業概要と横浜市場との連携について

4 議 題

- (1) 令和4年における食肉部の休開場日の変更について
- (2) その他

5 報告事項

- (1) 鳥卵部の廃止に伴う関連規程の改正とその後の対応について
- (2) 横浜市中央卸売市場経営展望 各戦略の取組状況について
- (3) その他

6 閉 会

【添付資料】

- 資料1 横浜市中央卸売市場運営協議会委員名簿
- 資料2 座席表
- 資料3 クックパッドマートの事業概要と横浜市場との連携について
- 資料4-1 令和4年における食肉部の休開場日の変更について
- 資料4-2 令和4年（2022年）臨時休場日・臨時開場日（食肉部）【案】
- 資料5-1 鳥卵部の廃止に伴う関連規程の改正とその後の対応について
- 資料5-2 鳥卵部の廃止に伴う関係規定の改正【新旧対照表】
- 資料6 横浜市中央卸売市場経営展望 各戦略の取組状況について

資料 1

横浜市中央卸売市場開設運営協議会委員名簿

		氏 名	職 名
1	会 長	山 下 東 子	大東文化大学経済学部教授
2	副会長	高 力 美由紀	新潟食料農業大学食料産業学科教授
3	委 員	藤 島 廣 二	東京聖栄大学客員教授
4	委 員	福 田 順 子	城西国際大学元教授
5	委 員	長 岡 英 典	一般社団法人大日本水産会常務理事
6	委 員	真 壁 勇 男	全国農業協同組合連合会神奈川県本部農産部長
7	委 員	多賀谷 登志子	横浜市消費者団体連絡会代表幹事
8	委 員	福 留 秀 樹	金港青果株式会社代表取締役社長
9	委 員	後 藤 正 明	横浜丸中青果株式会社代表取締役社長
10	委 員	芦 澤 豊	横浜丸魚株式会社代表取締役社長
11	委 員	石 井 良 輔	横浜魚類株式会社代表取締役社長
12	委 員	山 口 義 行	横浜食肉市場株式会社代表取締役
13	委 員	鈴 木 格 次	横浜中央市場青果卸協同組合理事長
14	委 員	布 施 是 清	横浜魚市場卸協同組合理事長
15	委 員	善 福 伸 一	横浜市場冷蔵株式会社代表取締役社長
16	委 員	酒 井 誠 一	横浜青果小売商協同組合連合会会長
17	委 員	明 澤 重 明	横浜水産物商業協同組合理事長
18	委 員	星 野 光 治	横浜食肉商業協同組合理事長
19	委 員	出 川 雄一郎	横浜市中央卸売市場関連事業者協同組合代表理事

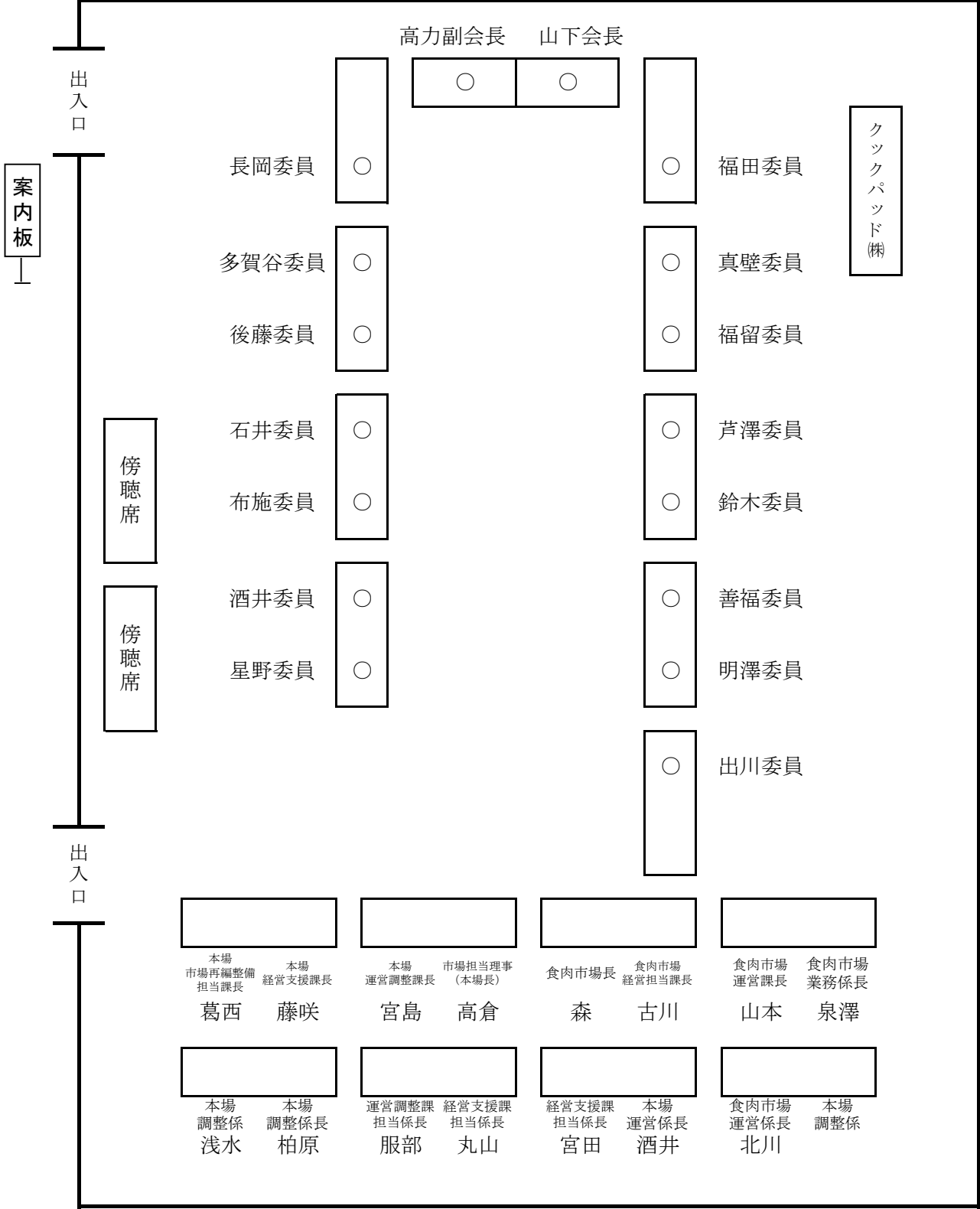
(敬称略・順不同)

委員数：19名

任期：令和2年8月18日から令和4年8月17日まで

日時:令和4年3月24日(木) 午後1時から
会場:本場 市場センタービル3階 研修室

令和3年度 第3回
横浜市中心卸売市場開設運営協議会 座席表





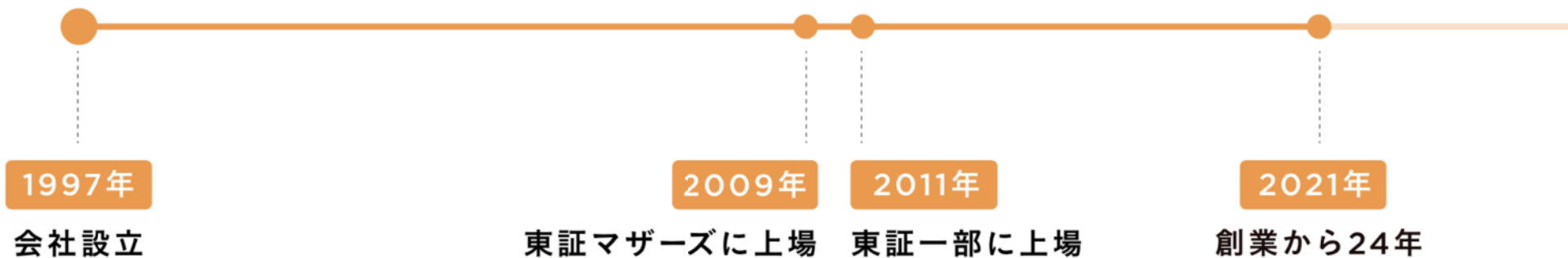
横浜中央卸売市場
開設運営協議会
説明資料



1. クックパッドについて
2. クックパッドマートの特徴
3. クックパッドマートの実績
4. 配送の仕組みと手数料
5. 出荷方法と出荷タイムライン
6. 開店の流れ



“毎日の料理を楽しみにする”



クックパッドのチャレンジ3つ

01

海外展開に積極投資

02

レシピの会社から、料理の会社へ

03

「つくり手」を支援する仕組みを増やす

クックパッドのチャレンジ その2

レシピの会社から、料理の会社へ



料理系クラフト作品が買えるマルシェアプリ



レシピと連動したスマートキッチンデバイス



cookpad

毎日の料理を楽しみにする



キッチンから探せる不動産情報サイト



生鮮食品ネットスーパー

クックパッドのチャレンジ その3

「つくり手」を支援する仕組みを増やす

料理をつくる人



食材をつくる人





1. クックパッドについて
- 2. クックパッドマートの特徴**
3. クックパッドマートの実績
4. 配送の仕組みと手数料
5. 出荷方法と出荷タイムライン
6. 開店の流れ

MISSION

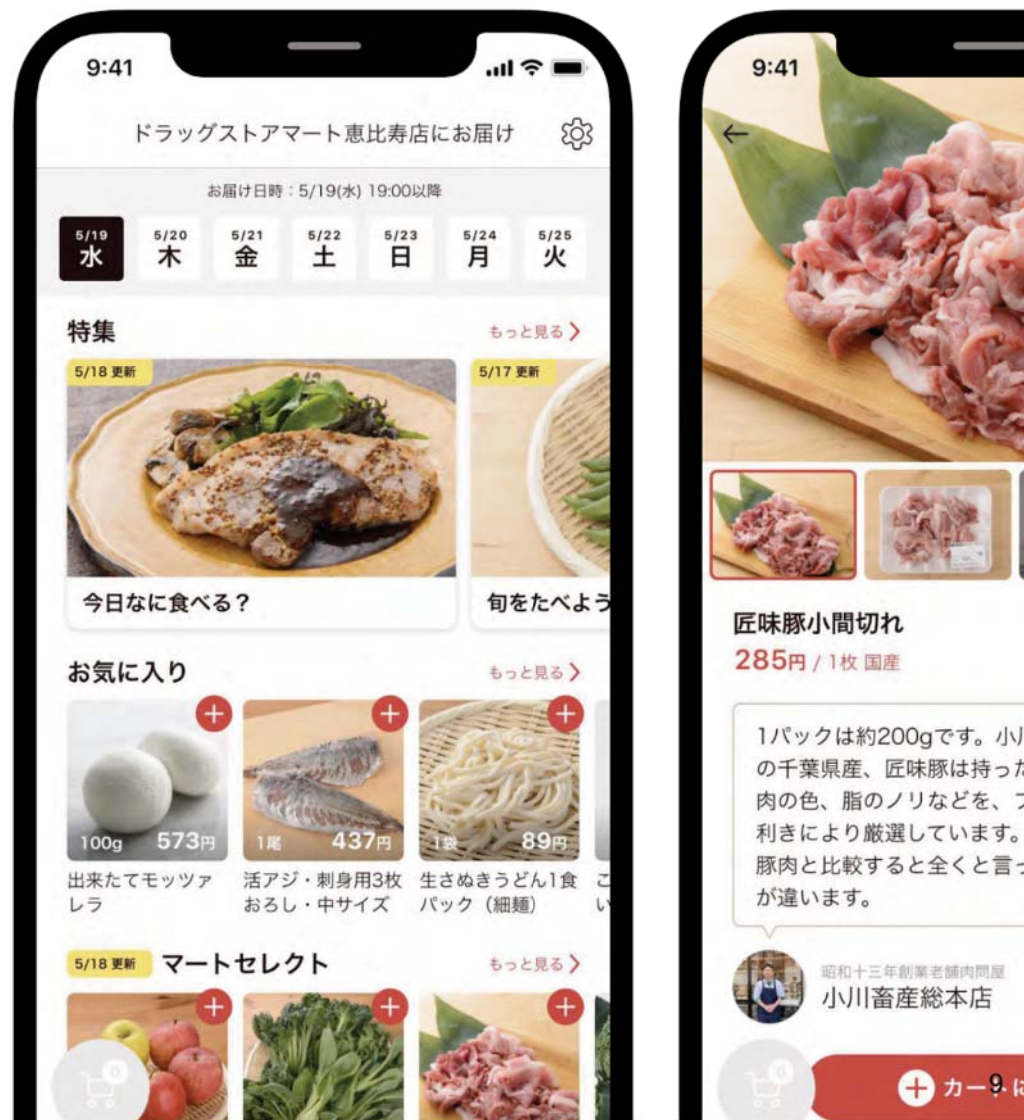
すべてのつくり手や販売者の力を 最大限に活かせる場所をつくる

毎日の「おいしい」を作る基礎は、すべての生産者と、それを届ける販売者です。当たり前を感じる「おいしい」の中には、見えない知識や経験が沢山詰まっています。私たちは、その力や想いを最大限に活かせる場所を作り、料理をする人や食卓を囲むすべての人たちとの距離を近づけることで、生産者や販売者を応援し続けます。



毎日が楽しみになる、食材店。

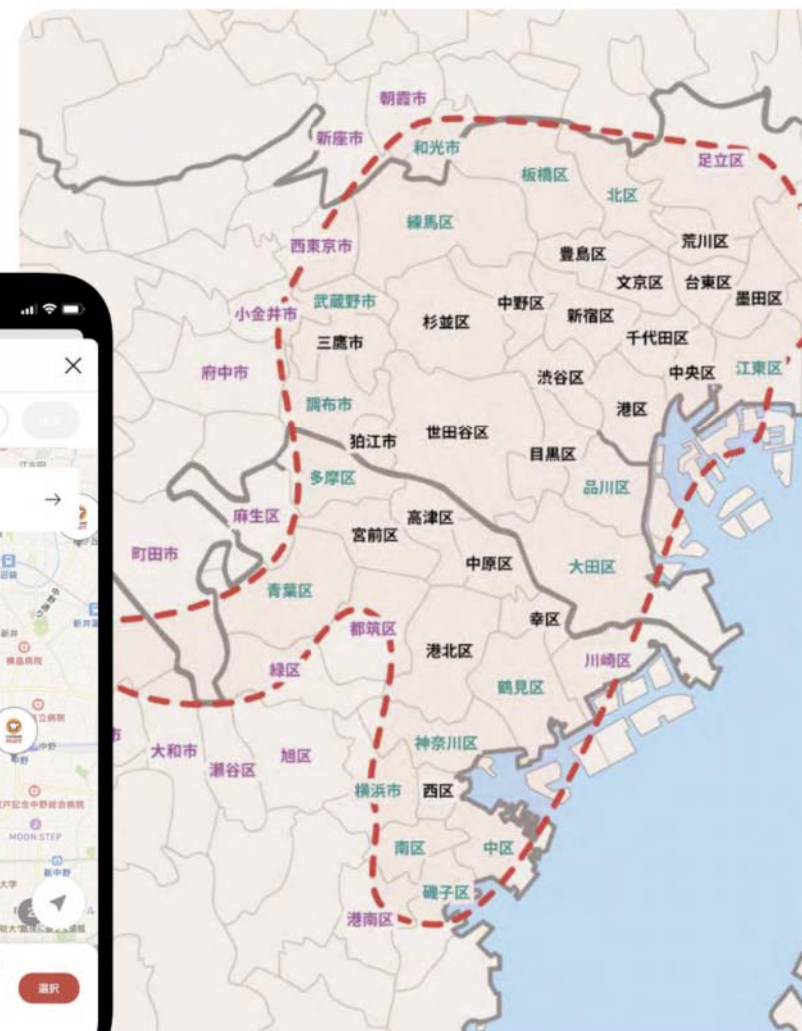
地域で有名な精肉店や鮮魚店、
農家などのこだわり食材を
アプリで購入できる
生鮮食品ネットスーパー



自宅ではなく 近所の**共同冷蔵庫**で 受け取るシステム



※1 自宅配送も可能（別途送料500円がかかります）



クックパッドマートとは

STEP 01

受け取り場所を選択

駅・コンビニ・ドラッグストア・ご自宅のマンションなどから、受け取る場所を選択します。



STEP 02

受け取り日を選択

受け取りたい日付を選択します。最短翌日から、1週間先までの予約注文が可能です。



STEP 03

商品を選ぶ

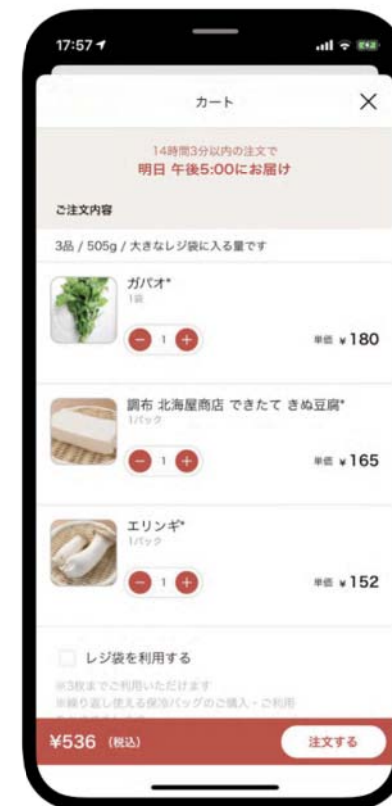
約1000品以上の食品から、注文したい商品を選択します。商品は受け取り場所や曜日によって異なります。



STEP 04

商品を注文

商品をクレジットカードで注文します。面倒な名前・住所の入力や会員登録は不要です。



購入者のみが 解錠できる セキュリティシステム



STEP 05

QRコードを表示

商品が受け取れるようになったら通知でお知らせをします。以降お好きな時間に受け取りが可能です。



STEP 06

冷蔵庫を解錠する

アプリに表示されるQRコードで冷蔵庫を解錠してください。注文者以外は解錠できない安心設計です。



街の販売店や地域の生産者の 食材を新鮮なままお届け



精肉店や鮮魚店などの専門店や、地域の農家などの商品を、注文した翌日以降にお届けするお買い物サービスです。

1品からでも**送料無料** 買いためしない、お買い物



何個購入しても送料無料。さらに、最低注文金額1円から注文いただけます。食べたいものだけを注文、新鮮なうちにお召し上がりいただけます。

受け取り場所を「**選べる**」 **好きな時間・好きな場所**で受け取りOK



駅やコンビニ、ドラッグストアやマンションなどの施設で受け取り可能なので、自宅で受け取り待ちをする必要がありません。

レシピと一緒に購入できる 新しいお買い物体験



クックパッドのレシピアプリからレシピと一緒に買うものを検討したり、食材におすすめのレシピから料理したり、毎日の料理がもっと楽しみになります。

300万件超のクックパッドのレシピデータと連携

献立づくりの悩む時間を 減らす購入体験

買い物の時に特に大変なのが、献立作り。
クックパッドは300万を超えるレシピの
中から、様々な調理法の提案を行います。



「どう調理したら良いか わからない」を解決

調理したことのない食材は、なかなか手が出しづらいもの。

食材に対して「食べ方提案」を行うことで、
レパートリーを増やすだけでなく、使った
ことのない食材でも料理したくなるアプリ
を目指しています。



クックパッドレシピサービスとの連携強化

レシピ上からも商品が購入可能に。

テストトライアルを兼ねながら、常時拡大遂行中





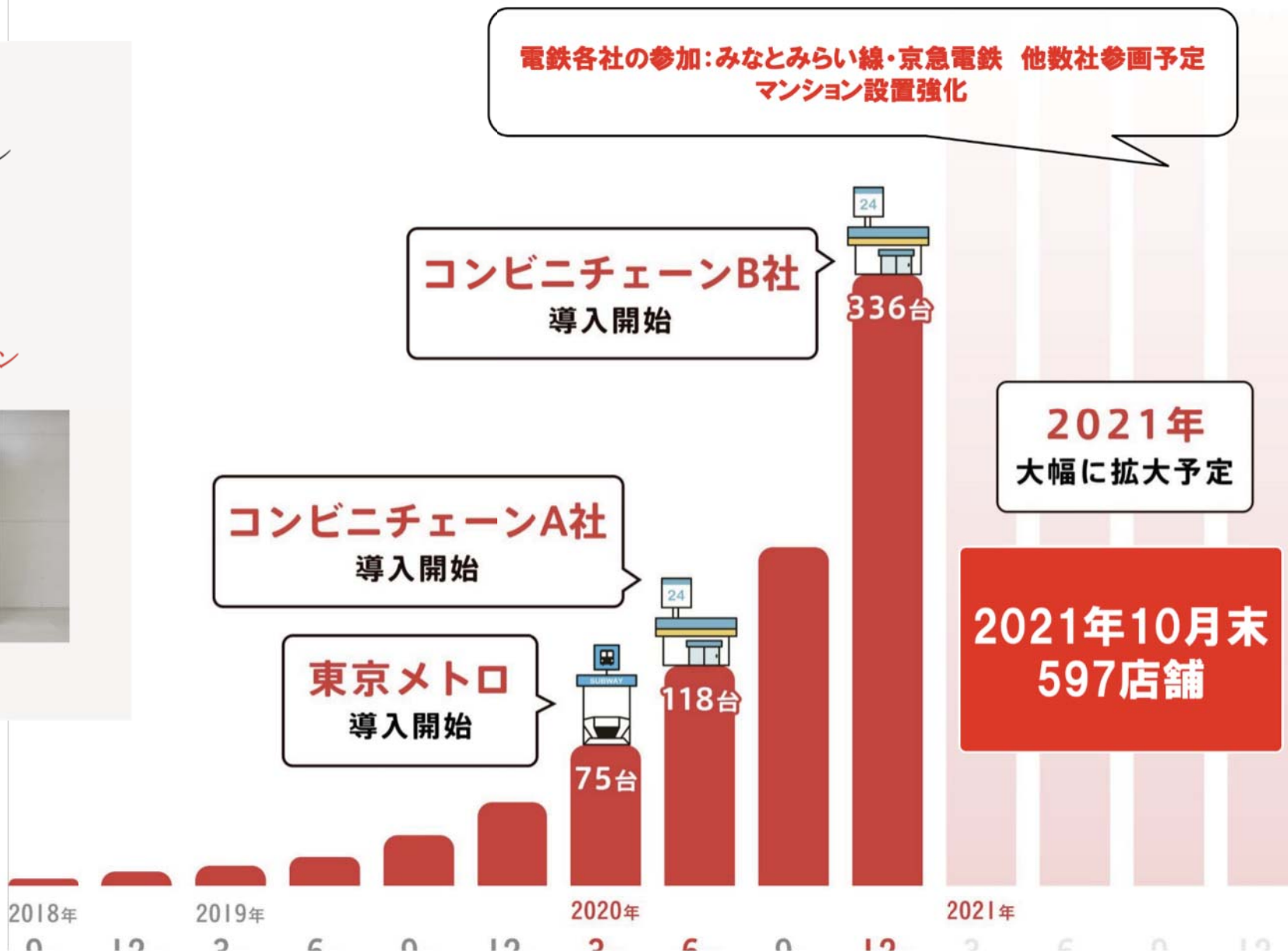
1. クックパッドとは
2. クックパッドマートの特徴
- 3. クックパッドマートの実績**
4. 配送の仕組みと手数料
5. 出荷方法と出荷タイムライン
6. 開店の流れ

マートステーションの設置実績

設置場所の例

- コンビニ
- マンション
- ドラッグストア
- カラオケ
- 駅構内
- 商業施設
- コインランドリー
- 飲食店

マートステーション



ステーション設置実績（一例）

東京メトロ

・2020年11月現在、荻窪駅・大手町駅・有楽町駅・代々木公園駅・半蔵門駅・六本木一丁目駅など15駅以上の駅改札・出口周辺にステーションを設置。

・サービス提供後一ヶ月で約100～200名の利用者にご利用いただいています



マンション

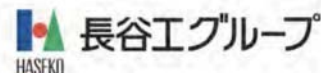
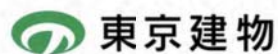
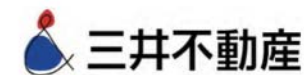
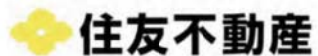
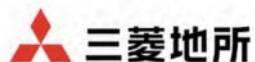
・プラウドシティ大田六郷

・総戸数632戸（6台設置）

・2020年7月導入より半月ほどで、住民の半数近くの皆さまがご利用中（2020年7月時点）



ステーション導入企業様（一例）

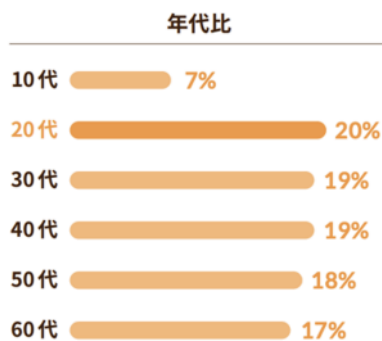
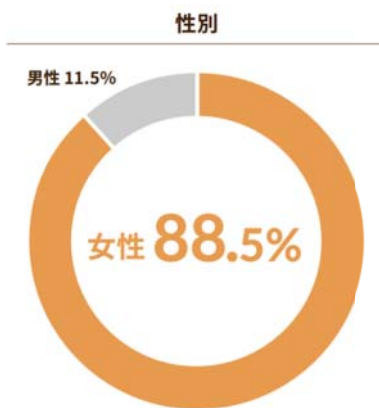


クックパッドは、日本最大のレシピサービスです。

月間ユニークブラウザ数 (国内)

5,718 万UB

※2021年9月時点

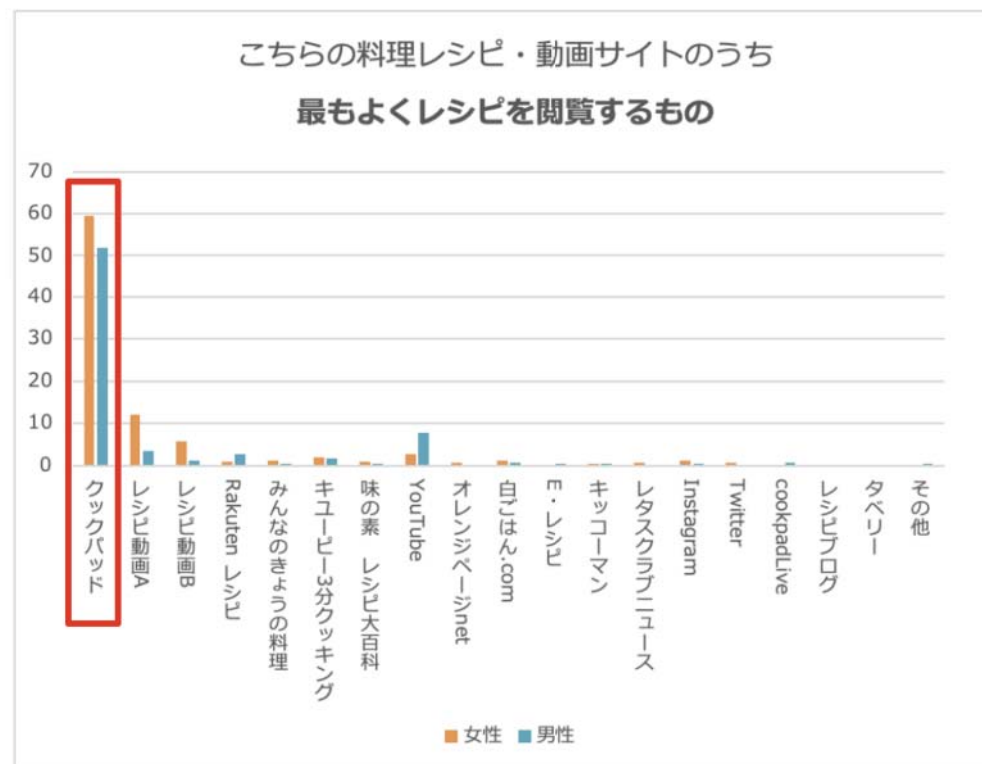
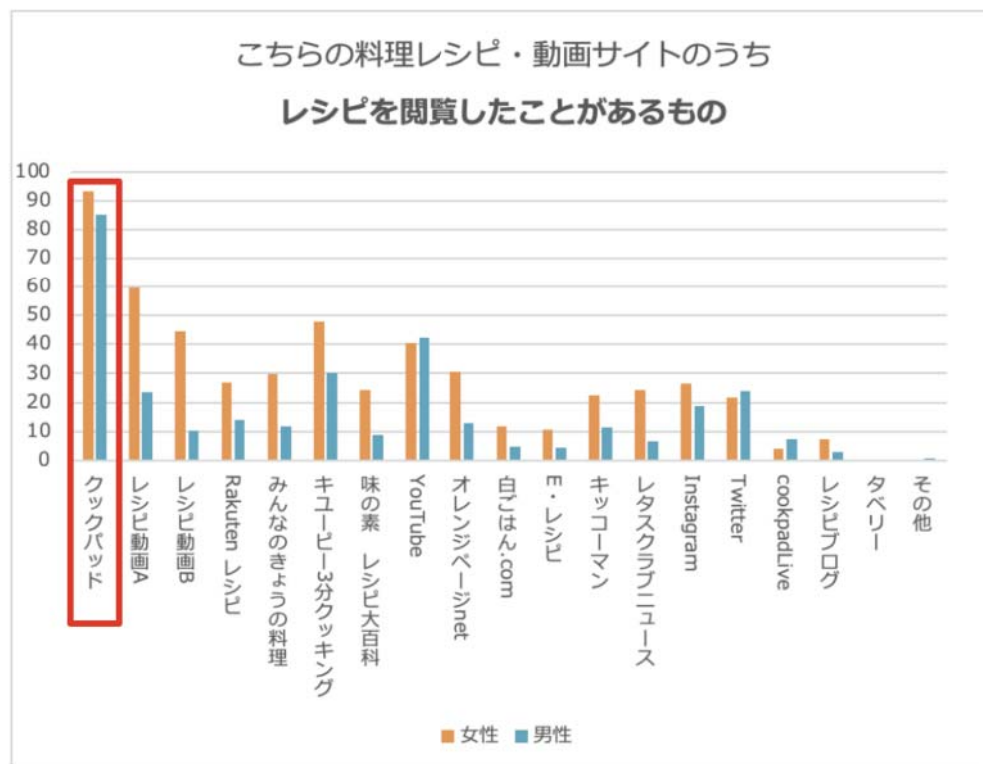


※1.ブラウザベースまたは端末ベースにより集計した、各四半期における訪問者数の月間平均

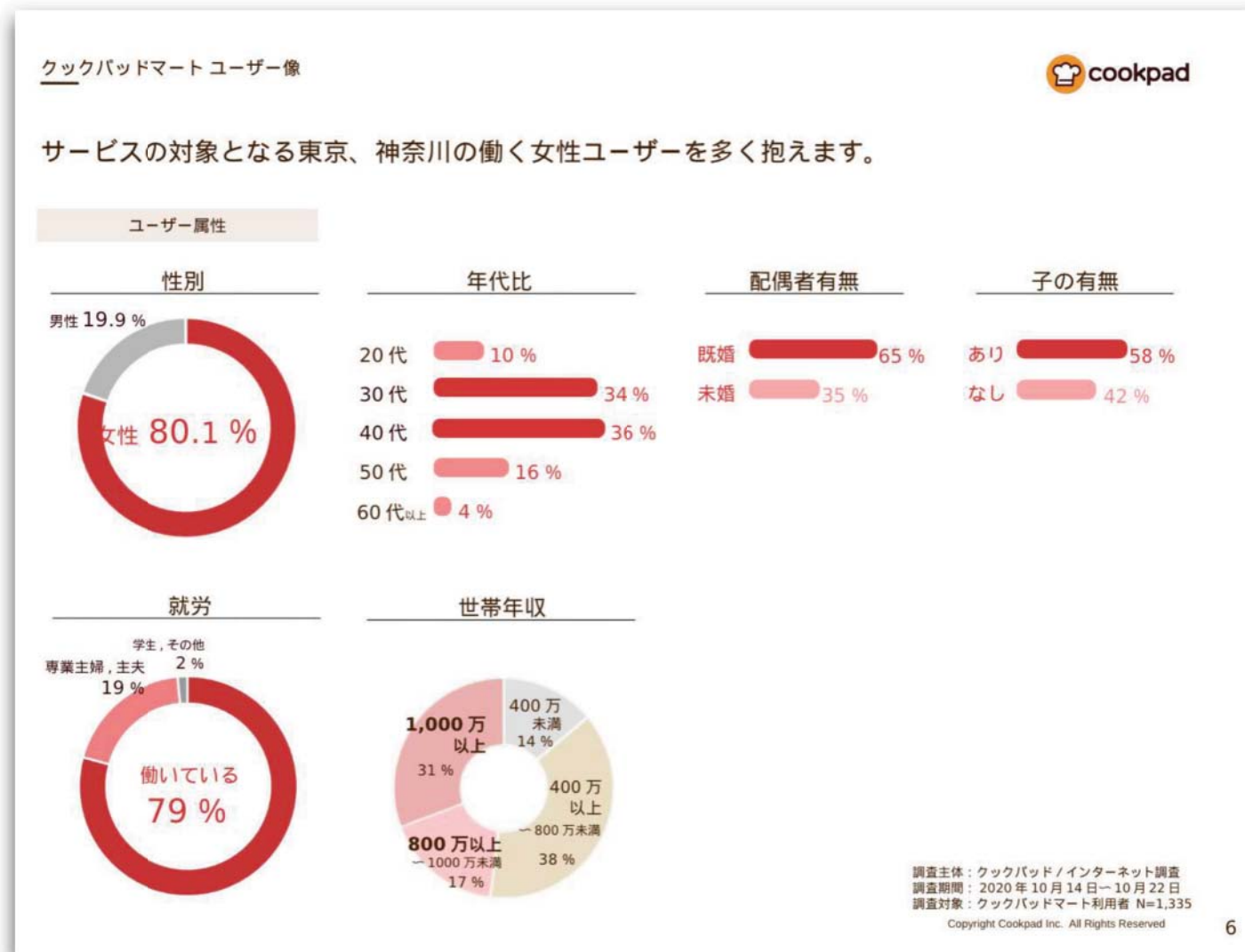
男女ともに様々なレシピサイトの閲覧経験はあるものの
最もよくレシピを閲覧するサイトは圧倒的にクックパッド

レシピメディア利用経験

Q こちらの料理レシピ・動画サイトのうち、あなたが「レシピを閲覧したことがある」「最もよくレシピを閲覧する」サイトをそれぞれお答えください。



調査対象 : マクロミルモニタ 15~69歳の男女
 調査地域 : 全国
 調査方法 : インターネットリサーチ
 調査時期 : 【本調査】2020年12月11日(金) ~ 15日(火)
 有効回答数 : 1,964サンプル



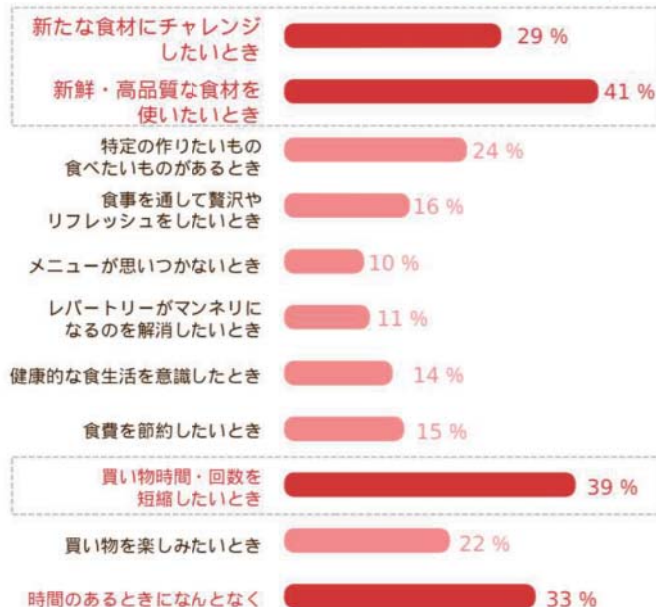
クックパッドマーケットユーザー像



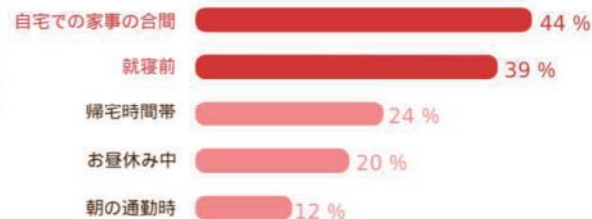
新たな食材の取り扱いと、利便性に価値を感じています。

クックパッドマーケットの利用

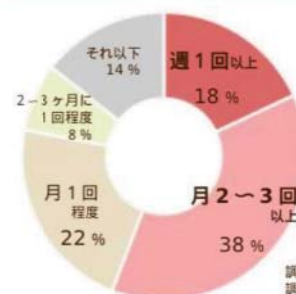
どのような気持ちの時に閲覧・利用しているか



どの時間で閲覧・利用しているか



利用頻度



調査主体：クックパッド/インターネット調査
 調査期間：2020年10月14日～10月22日
 調査対象：クックパッドマーケット利用者 N=1,335

Copyright Cookpad Inc. All Rights Reserved



「産地との信頼関係で実現!」



今回お届けするのは旬を迎えたばかりの真牡蠣。有名オイスターバーや料亭に商品を卸している「魚壺」より、ぶりぶりの牡蠣を手に取りやすい価格でお届けします。独自の仕入れルートで実現した特別企画。蒸し&生で、旬の味を存分にお楽しみください!

お届け店舗



産直の牡蠣や海産物をご家庭に
魚壺(貝専門卸)



相模湾の天然カンパチ お刺身・カルパッチョ用柵

相模湾“天然”カンパチの、生食用のサク。新鮮さが味わえるお刺身、カルパッチョ、海鮮丼でお楽しみください!



お届け店舗:
海鮮市場マルモト
自然の恵みを食卓にお届け!



小田原の朝獲れ鮮魚をお届けします 小田原 魚國商店

創業1911年。「美味しい暮らしのお手伝い」の信念のもと、小田原の地で新鮮なさまざまな魚介類を取り扱っています。



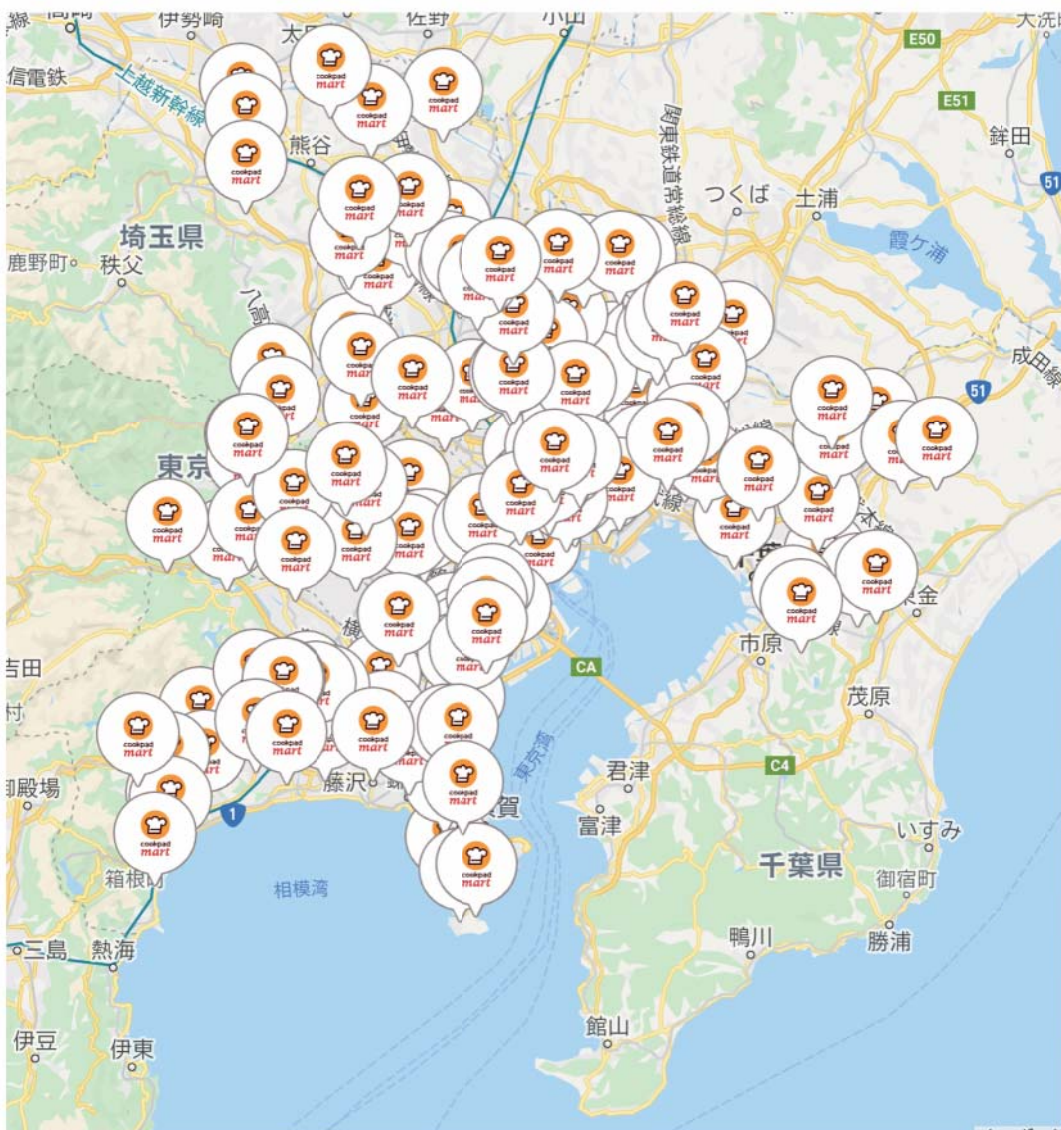
バイヤー
小又

100年以上、毎朝小田原漁港で水揚げされる新鮮な魚介類を吟味。大衆魚はもちろん高級魚や珍魚など全国の海の幸を販売する老舗です。



1. クックパッドとは
2. クックパッドマートの特徴
3. クックパッドマートの実績
- 4. 配送の仕組みと手数料**
5. 出荷方法と出荷タイムライン
6. 開店の流れ

cookpad mart 集荷場所 ※一部ご案内できない集荷場所もあります



事業所発送ではなく 近所の**共同集荷場**に 出荷するシステム





共同集荷場間を結び 1都3県の約700箇所*の マートステーションへ配送

*2022年1月時マートステーション設置台数



配送範囲によって異なる手数料を設定しております

*2022年1月時点設置台数
配送可能先ステーション数は状況によって変動いたします。

配送可能範囲

手数料

1

最大配送範囲への配送

約 **700*** 箇所

25 %

2

近隣地域のみへの配送

約 **80*** 箇所

20 %

3

最寄りのマートステーションのみ利用
※スタッフと要相談

1 箇所

10 %



1. クックパッドマートとは
2. クックパッドマートの特徴
3. クックパッドマートの実績
4. 配送の仕組みと手数料
- 5. 出荷方法**
6. 開店の流れ

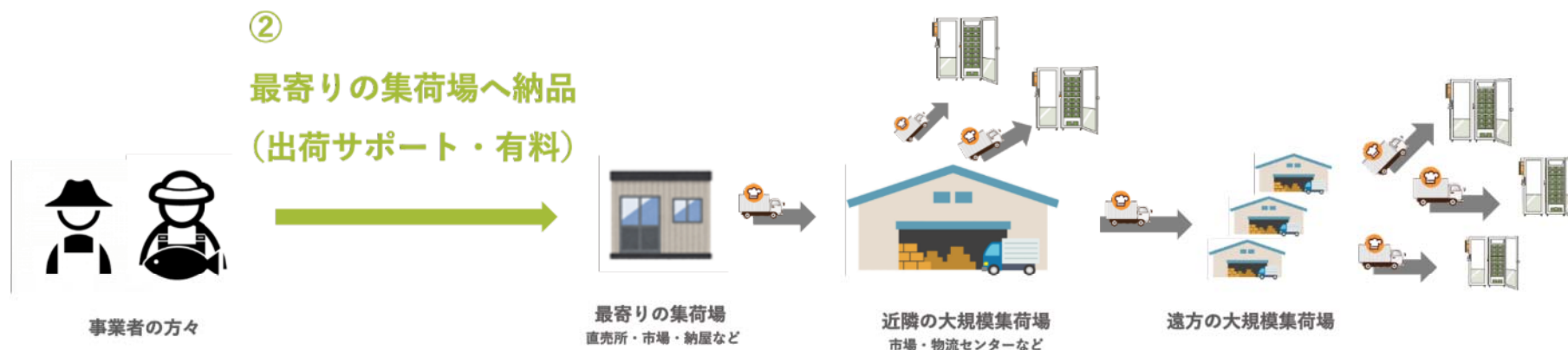
納品方法は3つあり、納品方法によって料金体系が変動します

①

大規模集荷場へ納品



集荷&納品作業を委託する場合、別途納品代行手数料と集荷費用がかかります
 (2022年4月より地域の集荷場には別途月額集荷費用がかかる予定です)



販売者様が自分で決定

クックパッドが消費者からもらう

 卸価格 手取り	+	 cookpad mart 手数料 20% or 25%	+	消費税	+	納品代行 手数料 (税込)	=	販売 価格 (税込)
100円	+	33円	+	11円	+	12円	=	156円

手数料が25%の場合

ラベルを共同集荷所にて印刷・貼り付けいただきます



初期費用

0 円

出店後の管理費用

0 円

年会費

0 円

最低限必要なもの



スマートフォン



商品の梱包資材



メールアドレス

横浜中央卸売市場様 × クックパッドマート
現状・今後の取り組み(案)について

横浜中央卸売市場をCookpad Martの流通拠点として活用させて頂くことで、仲卸事業者・飲食店・消費者の新しい販売チャネルを構築していきます

【現状】

- 関連棟における集荷場運用開始(2022年2月)
- 参画事業者10社(内、横浜中央仲卸8社)
※2022年3月時点
 - 3月に、参加事業者を募るための説明会を実施
 - 導入に向けて、写真撮影/商品登録のサポートも実施

【今後】

- 市場祭りにおけるチラシの配布や、集荷場へのポスター掲示などによって場内におけるCookpadMartの認知も高めていくことで参画事業者を募っていく
- 消費者への認知を高めるための特集の企画
- その他、本場として企画するイベントとの連動検討 など

関連棟の2コマを活用させて頂き、クックパッドマートの集荷場としての運用を開始させて頂いております



- シャッターを開けた運用
- ポスター掲示、チラシ設置



といった対応を行って集荷場というだけではない賑やかしを演出していく

横浜中央卸売市場業者の参画状況と今後の展望 - 販促例

リアルな販売イベントの企画(状況見合い)やCookpadMart内での特集の企画を検討し、横浜本場/事業者の販促を実施していく

【例：リアルなイベントとの連動】

【例：Cookpad Mart 内での特集での露出】

YOKOHAMA MARKET FESTIVAL 2018
横浜市場まつり 2018
 11月18日(日)
 午前8時~午後1時30分
 市場で美味しく! 楽しむ!
 会場: 横浜市中央卸売市場本場
 +2021.10.23 - 10.24
 初のリアルイベント開催!

※上記市場まつりは参考

予告
 産直アット
 8/10公開
お魚市場
 魚の日限定クーポン!
 ホタルイカ 230円(100g)
 コスパ最高! 下処理済みですぐ食べれる
 1.13(木) 3.31(木) 期間限定販売!
牡蠣小屋 おうちで
 超人気! 500gも追加!
 新生活応援! 好きな食材 1品無料 ¥
 豪華抽選も開催中!

令和4年における食肉部の休開場日の変更について

	開場日 (令和4年)		休開場日変更 の理由
食肉部	開場→臨時休場	令和4年8月12日 (金)	出荷者・購買者のニーズ に対応するため
	臨時休場→開場	令和4年8月16日 (火)	

令和4年（2022年） 臨時休場日・臨時開場日 [食肉市場（食肉部）]

- は条例上の休場日（121日）
- は臨時休場日（3日）
- は臨時開場日（3日）

変更前

1月 (18日)							2月 (18日)							3月 (21日)						
日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土
						1			1	2	3	4	5			1	2	3	4	5
2	3	4	5	6	7	8	6	7	8	9	10	11	12	6	【7】	8	9	10	11	12
9	10	11	12	13	14	15	13	14	15	16	17	18	19	13	14	15	16	17	18	19
16	17	18	19	20	21	22	20	21	22	23	24	25	26	20	21	22	23	24	25	26
23	24	25	26	27	28	29	27	28						27	28	29	30	31		
30	31																			

4月 (20日)							5月 (19日)							6月 (22日)						
日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土
					1	2	1	2	3	4	5	6	7				1	2	3	4
3	4	5	6	7	8	9	8	9	10	11	12	13	14	5	6	7	8	9	10	11
10	11	12	13	14	15	16	15	16	17	18	19	20	21	12	13	14	15	16	17	18
17	18	19	20	21	22	23	22	23	24	25	26	27	28	19	20	21	22	23	24	25
24	25	26	27	28	29	30	29	30	31					26	27	28	29	30		

7月 (20日)							8月 (20日)							9月 (20日)						
日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土
					1	2		1	2	3	4	5	6					1	2	3
3	4	5	6	7	8	9	7	8	9	10	11	12	13	4	5	6	7	8	9	10
10	11	12	13	14	15	16	14	【15】	【16】	17	18	19	20	11	12	13	14	15	16	17
17	18	19	20	21	22	23	21	22	23	24	25	26	27	18	19	20	21	22	23	24
24	25	26	27	28	29	30	28	29	30	31				25	26	27	28	29	30	
31																				

10月 (20日)							11月 (20日)							12月 (23日)						
日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土
						1			1	2	3	4	5					1	2	3
2	3	4	5	6	7	8	6	7	8	9	10	11	12	4	5	6	7	8	9	【10】
9	10	11	12	13	14	15	13	14	15	16	17	18	19	11	12	13	14	15	16	【17】
16	17	18	19	20	21	22	20	21	22	23	24	25	26	18	19	20	21	22	23	【24】
23	24	25	26	27	28	29	27	28	29	30				25	26	27	28	29	30	31
30	31																			

年間開場日数:241日

令和4年（2022年） 臨時休場日・臨時開場日 [食肉市場（食肉部）]

- は条例上の休場日（121日）
- は臨時休場日（3日）
- は臨時開場日（3日）

変更後

1月 (18日)							2月 (18日)							3月 (21日)						
日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土
						1			1	2	3	4	5			1	2	3	4	5
2	3	4	5	6	7	8	6	7	8	9	10	11	12	6	【7】	8	9	10	11	12
9	10	11	12	13	14	15	13	14	15	16	17	18	19	13	14	15	16	17	18	19
16	17	18	19	20	21	22	20	21	22	23	24	25	26	20	21	22	23	24	25	26
23	24	25	26	27	28	29	27	28						27	28	29	30	31		
30	31																			

4月 (20日)							5月 (19日)							6月 (22日)						
日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土
					1	2	1	2	3	4	5	6	7				1	2	3	4
3	4	5	6	7	8	9	8	9	10	11	12	13	14	5	6	7	8	9	10	11
10	11	12	13	14	15	16	15	16	17	18	19	20	21	12	13	14	15	16	17	18
17	18	19	20	21	22	23	22	23	24	25	26	27	28	19	20	21	22	23	24	25
24	25	26	27	28	29	30	29	30	31					26	27	28	29	30		

7月 (20日)							8月 (20日)							9月 (20日)						
日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土
					1	2		1	2	3	4	5	6					1	2	3
3	4	5	6	7	8	9	7	8	9	10	11	【12】	13	4	5	6	7	8	9	10
10	11	12	13	14	15	16	14	【15】	16	17	18	19	20	11	12	13	14	15	16	17
17	18	19	20	21	22	23	21	22	23	24	25	26	27	18	19	20	21	22	23	24
24	25	26	27	28	29	30	28	29	30	31				25	26	27	28	29	30	
31																				

10月 (20日)							11月 (20日)							12月 (23日)						
日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土
						1			1	2	3	4	5					1	2	3
2	3	4	5	6	7	8	6	7	8	9	10	11	12	4	5	6	7	8	9	【10】
9	10	11	12	13	14	15	13	14	15	16	17	18	19	11	12	13	14	15	16	【17】
16	17	18	19	20	21	22	20	21	22	23	24	25	26	18	19	20	21	22	23	【24】
23	24	25	26	27	28	29	27	28	29	30				25	26	27	28	29	30	31
30	31																			

年間開場日数:241日

鳥卵部の廃止に伴う関連規程の改正とその後の対応について

1 関連規程の改正について

(1) 改正の概要

鳥卵部に関連する部分を削除しました。(参考：資料5-2新旧対照表)

(2) 施行年月日

関連規程	施行年月日
横浜市中心卸売市場条例	令和3年12月15日
横浜市中心卸売市場条例施行規則	令和3年12月15日
横浜市中心卸売市場開設運営協議会要綱	令和3年12月28日
横浜市中心卸売市場水産物部部会要綱	令和4年1月25日

2 施設の明け渡しについて



2階事務所 什器類撤去前



2階事務所 什器類撤去後

令和3年8月31日 横浜地方裁判所において破産手続開始
 10月29日 破産管財人より「市場施設返還届出書」の提出
 10月31日 施設返還

3 鳥卵部跡地の活用について

鳥卵部跡地について、場内事業者を対象とした現地見学を令和4年1月13日に実施しました。引き続き、場内事業者の利用意向を踏まえ、市場活性化・機能強化の観点から活用を検討します。

横浜市中央卸売市場条例新旧対照表

現 行	改正案
<p>(第1条から第7条第1項まで省略)</p> <p>第7条</p> <p><u>2 前項に定めるもののほか、この条例の施行の際現に横浜市中央卸売市場業務条例(昭和47年3月横浜市条例第18号。以下「旧条例」という。)第3条第2項に定める本場の鳥卵部については、当分の間存続するものとし、食鳥、鳥卵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及び飲料を取扱品目とする。</u></p> <p>(卸売業者の数の最高限度)</p> <p>第8条 卸売業者の数の最高限度は、市場及び取扱品目の部類ごとに次に掲げるとおりとする。</p> <p>本場</p> <p>青果部 2人</p> <p>水産物部 2人</p> <p><u>鳥卵部 1人</u></p> <p>食肉市場</p> <p>食肉部 1人</p> <p>(第9条から第13条まで省略)</p> <p>(卸売業者の保証金の額)</p> <p>第14条 卸売業者の預託すべき保証金の額は、市場及び取扱品目の部類ごとに次に掲げる金額の範囲内で規則で定める。</p> <p>本場</p> <p>青果部 300万円以上1,600万円以下</p>	<p>(第1条から第7条第1項まで省略)</p> <p>(削除)</p> <p>(卸売業者の数の最高限度)</p> <p>第8条 卸売業者の数の最高限度は、市場及び取扱品目の部類ごとに次に掲げるとおりとする。</p> <p>本場</p> <p>青果部 2人</p> <p>水産物部 2人</p> <p>(削除)</p> <p>食肉市場</p> <p>食肉部 1人</p> <p>(第9条から第13条まで省略)</p> <p>(卸売業者の保証金の額)</p> <p>第14条 卸売業者の預託すべき保証金の額は、市場及び取扱品目の部類ごとに次に掲げる金額の範囲内で規則で定める。</p> <p>本場</p> <p>青果部 300万円以上1,600万円以下</p>

横浜市中央卸売市場条例新旧対照表

現 行	改正案
<p>水産物部 300 万円以上 2,400 万円以下 <u>鳥卵部 120 万円以上 400 万円以下</u> 食肉市場 食肉部 200 万円以上 1,200 万円以下 (第 14 条第 2 項から第 25 条第 1 項まで省略)</p> <p>第 25 条 <u>2 次に掲げる市場及び取扱品目の部類には、仲卸業者を置かないものとする。</u> <u>本場</u> <u>鳥卵部</u> (第 26 条から第 85 条まで省略)</p>	<p>水産物部 300 万円以上 2,400 万円以下 (削除) 食肉市場 食肉部 200 万円以上 1,200 万円以下 (第 14 条第 2 項から第 25 条第 1 項まで省略)</p> <p>(削除)</p> <p>(第 26 条から第 85 条まで省略)</p>

横浜市中央卸売市場条例新旧対照表

現 行			改正案				
別表（第70条第1項）			別表（第70条第1項）				
市場	種 別	使用料の額	市場	種 別	使用料の額		
本場	(省 略)		本場	(省 略)			
	水産物部 ・鳥卵部	卸売業者売場使用料		1平方メートルにつき 月額 360円	水産物部 (削除)	卸売業者売場使用料	1平方メートルにつき 月額 360円
		仲卸業者売場使用料		1平方メートルにつき 月額 1,900円		仲卸業者売場使用料	1平方メートルにつき 月額 1,900円
		事務室使用料		1平方メートルにつき 月額 1,800円		事務室使用料	1平方メートルにつき 月額 1,800円
		屋上屋外使用料		1平方メートルにつき 月額 600円		屋上屋外使用料	1平方メートルにつき 月額 600円
		配送センター使用料		1平方メートルにつき 月額 1,200円		配送センター使用料	1平方メートルにつき 月額 1,200円
		倉庫使用料		1平方メートルにつき 月額 1,900円		倉庫使用料	1平方メートルにつき 月額 1,900円
		加工処理場使用料		1平方メートルにつき 月額 2,100円		加工処理場使用料	1平方メートルにつき 月額 2,100円
		冷蔵庫使用料		1平方メートルにつき 月額 3,000円		冷蔵庫使用料	1平方メートルにつき 月額 3,000円
		廃棄物処理施設使用料		1平方メートルにつき 月額 1,900円		廃棄物処理施設使用料	1平方メートルにつき 月額 1,900円
(省 略)		(省 略)					
(以下省略)			(以下省略)				

横浜市中心卸売市場条例施行規則 新旧対照表

現 行				改正案			
(第1条及び第2条省略)				(第1条及び第2条省略)			
<p>(取扱品目に係るその他の食料品及び飲料)</p> <p>第3条 条例 <u>第7条第1項</u> の規則で定めるその他の食料品及び飲料は、次のとおりとする。</p> <p style="text-align: center;">(第1号及び第2号省略)</p> <p>2 <u>条例第7条第2項の規則で定めるその他の食料品及び飲料は、加工された食料品(食鳥又は鳥卵の加工品を除く。)</u>及び<u>酒類を除く飲料とする。</u></p> <p style="text-align: center;">(第4条から第69条まで省略)</p> <p>別表第1 (第5条)</p>				<p>(取扱品目に係るその他の食料品及び飲料)</p> <p>第3条 条例 <u>第7条</u> の規則で定めるその他の食料品及び飲料は、次のとおりとする。</p> <p style="text-align: center;">(第1号及び第2号並びに第4条から第69条まで省略)</p> <p>別表第1 (第5条)</p>			
市場	取扱品目の部類	年間の卸売金額	純資産基準額	市場	取扱品目の部類	年間の卸売金額	純資産基準額
本場	(省 略)			本場	(省 略)		
	水産物部	50億円未満	3,000万円		50億円未満	3,000万円	
		50億円以上 100億円未満	6,600万円		50億円以上 100億円未満	6,600万円	
		100億円以上 200億円未満	1億5,000万円		100億円以上 200億円未満	1億5,000万円	
		200億円以上 300億円未満	2億7,000万円		200億円以上 300億円未満	2億7,000万円	
		300億円以上 400億円未満	3億6,000万円		300億円以上 400億円未満	3億6,000万円	
		400億円以上 500億円未満	4億5,000万円		400億円以上 500億円未満	4億5,000万円	
		500億円以上 700億円未満	6億円		500億円以上 700億円未満	6億円	
		700億円以上 1,000億円未満	7億5,000万円		700億円以上 1,000億円未満	7億5,000万円	
		1,000億円以上	12億円		1,000億円以上	12億円	
		鳥卵部	5億円未満		100万円	(省 略)	

横浜市中心卸売市場条例施行規則 新旧対照表

現 行				改正案			
		<u>5億円以上</u> <u>10億円未満</u>	<u>150万円</u>				
		<u>10億円以上</u>	<u>450万円</u>				
(省 略)							
別表第2 (第7条)				別表第2 (第7条)			
市場	取扱品 目の部 類	年間の卸売 金額	保証金の 額	市場	取扱品 目の部 類	年間の卸売 金額	保証金の 額
本場	(省 略)			本場	(省 略)		
	水産物 部	50億円未満	300万円		水産物 部	50億円未満	300万円
		50億円以上 100億円未満	400万円			50億円以上 100億円未満	400万円
		100億円以上 200億円未満	800万円			100億円以上 200億円未満	800万円
		200億円以上 300億円未満	1,200万円			200億円以上 300億円未満	1,200万円
		300億円以上 400億円未満	1,600万円			300億円以上 400億円未満	1,600万円
		400億円以上 500億円未満	2,000万円			400億円以上 500億円未満	2,000万円
		500億円以上	2,400万円			500億円以上	2,400万円
	(省 略)				(省 略)		
	鳥卵部	4億円未満	120万円		鳥卵部	4億円未満	120万円
<u>4億円以上</u> <u>8億円未満</u>		<u>200万円</u>	<u>4億円以上</u> <u>8億円未満</u>	<u>200万円</u>			
<u>8億円以上</u> <u>12億円未満</u>		<u>300万円</u>	<u>8億円以上</u> <u>12億円未満</u>	<u>300万円</u>			
<u>12億円以上</u>		<u>400万円</u>	<u>12億円以上</u>	<u>400万円</u>			
(省 略)				(省 略)			
(備考及び別表第3から別表第6まで省略)				(備考及び別表第3から別表第6まで省略)			

横浜市中央卸売市場条例施行規則 新旧対照表

現 行				改正案				
別表第7（第58条）				別表第7（第58条）				
市場	種 別		基 準 額	市場	種 別		基 準 額	
本場	共通	市場 使用料	卸売業 者市場 使用料	青果部 月額 税抜き卸売金額（当該月における 税抜き卸売金額をいう。以下同じ 。）の1,000分の2.5	共通	市場 使用料	卸売業 者市場 使用料	青果部 月額 税抜き卸売金額（当該月における 税抜き卸売金額をいう。以下同じ 。）の1,000分の2.5
			水産物部 同 同	水産物部 同 同				
			鳥卵部 同 税抜き卸売金額の1,000分の1	鳥卵部 同 同				
	(省 略)			(省 略)				
	(省 略)			(省 略)				
	通過貨物 使用料		青果物（漬物を含む。）10キログラムにつき 2円	水産物 同 4円	通過貨物 使用料		青果物（漬物を含む。）10キログラムにつき 2円	水産物 同 4円
	(省 略)			(省 略)				
水産物部・ 鳥卵部	(省 略)			水産物部	(省 略)			
(省 略)				(省 略)				
(以下省略)				(以下省略)				

横浜市中央卸売市場開設運営協議会要綱 新旧対照表

現 行	改正案
<p>(第1条から第8条第1項まで省略)</p> <p>(部会)</p> <p>第8条</p> <p>2 前項の規定により設置できる専門部会は次のとおりとする。</p> <p>(1) 横浜市中央卸売市場青果部専門部会</p> <p>(2) 横浜市中央卸売市場水産物部・<u>鳥卵部</u>専門部会</p> <p>(3) 横浜市中央卸売市場食肉部専門部会</p> <p>(以下省略)</p>	<p>(第1条から第8条第1項まで省略)</p> <p>(部会)</p> <p>第8条</p> <p>2 前項の規定により設置できる専門部会は次のとおりとする。</p> <p>(1) 横浜市中央卸売市場青果部専門部会</p> <p>(2) 横浜市中央卸売市場水産物部専門部会</p> <p>(3) 横浜市中央卸売市場食肉部専門部会</p> <p>(以下省略)</p>

横浜市中央卸売市場本場水産物部・鳥卵部専門部会要綱_新旧対照表

現 行	改正案
<p>要綱名 横浜市中央卸売市場本場水産物部 <u>・鳥卵部</u> 専門部会要綱</p> <p>(趣旨) 第1条 この要綱は、横浜市中央卸売市場開設運営協議会要綱(以下、「開運協要綱」という。)第8条第1項、第2項第3号及び第6項に基づき、横浜市中央卸売市場本場水産物部 <u>・鳥卵部</u> 専門部会(以下「部会」という。)の組織、運営その他必要な事項について定めるものとする。</p> <p>(担当事務) 第2条 部会は水産物部 <u>及び鳥卵部</u> にかかる次の専門事項を担任する。</p> <p>(1) 水産物部における売買取引に関する事項 <u>(2) 鳥卵部における売買取引に関する事項</u> (3) 開運協要綱第8条第1項第2号により決議された事項</p> <p>(第3条以下から第10条まで省略)</p>	<p>要綱名 横浜市中央卸売市場本場水産物部専門部会要綱</p> <p>(趣旨) 第1条 この要綱は、横浜市中央卸売市場開設運営協議会要綱(以下、「開運協要綱」という。)第8条第1項、第2項第3号及び第6項に基づき、横浜市中央卸売市場本場水産物部専門部会(以下「部会」という。)の組織、運営その他必要な事項について定めるものとする。</p> <p>(担当事務) 第2条 部会は水産物部にかかる次の専門事項を担任する。</p> <p>(1) 水産物部における売買取引に関する事項 (2) 開運協要綱第8条第1項第2号により決議された事項</p> <p>(第3条以下から第10条まで省略)</p>

横浜市中央卸売市場経営展望 各戦略の取組状況について

横浜市経済局中央卸売市場

■ 目次 本場の戦略

戦略1 集荷・販売力の強化

戦略2 県内・市内関係者との関係強化

戦略3 品質管理水準高度化

戦略4 流通構造の効率化・高度化・システム化

戦略5 市場流通環境高度化に向けた設備投資

戦略6 市場プロモーションと販わい創出

戦略7 効果的かつ安定的な市場運営体制の整備

戦略 1 集荷・販売力の強化

戦略 2 県内・市内関係者との関係強化

1 ホテルとの連携

2 観光・MICEの受注獲得

3 量販店との連携

4 クックパッドマートとの連携

5 未利用魚を活用した学校給食の実施

1 ホテルとの連携

○インターコンチネンタルホテル「ヨコハママルシェ」フェアの概要

・市場直送食材を中心とした フェアの実施

・期間 令和3年10月1日～令和4年1月10日
(クリスマス期間等を除く)

・会場 1階 ブッフェ・ダイニング「オーシャンテラス」



横浜市場直送「鮮魚のエスカベッシュ」



(画像提供：ヨコハマ グランド インターコンチネンタル ホテル)

1 ホテルとの連携

○ホテルとの意見交換・アドバイス

- ・市内の複数ホテルで市場と連携したフェアを行うことも可能。
- ・市場から、「横浜らしいストーリー性のある食材」を提案してほしい。
- ・大きな国際会議では、一度に3～4000席のオーダーもある。

○取組の方向性

- ・市場プロモーションとしてホテルとの連携フェアから取組開始
→長期的に宴会や国際会議の需要取り込みを目指す
- ・横浜市場が中心となって観光・MICEの食材需要を受注
→横浜市内に経済波及効果を還元できるよう取組を推進

2 観光・MICEの受注獲得

○ウェスティンホテルの受注獲得に向けた水産物部の見本市の開催

※ 2022年5月開業予定

- ・日 時 令和4年2月17日（木） 11:00～12:30
- ・会 場 水産棟マグロ低温卸売場
- ・来訪者 ウェスティン横浜
エグゼクティブシェフ、購買マネージャー、他2名
- ・出展者 卸売業者2社、仲卸業者7社



会場全景



カナダ人シェフ用英語表記



展示品試食

2 観光・MICEの受注獲得

○ウェスティンホテルの受注獲得に向けた水産物部の見本市の開催

※ 2022年5月開業予定

・来訪者コメント

「素晴らしい見本市で、是非仕入等のご相談も続けたい」

「漁師の方々は大変な苦勞をして漁をされている。
是非、食材にまつわるストーリーを教えてください」

「神奈川の漁場でのSDGsの取組について詳しく知りたい」

「市場の料理教室に招いてほしい。地域にも貢献したい」

2 観光・MICEの受注獲得

○地域食材展示商談会2022への水産物部の参加

・概要

目的：地域食材の認知度向上と販路開拓ならびに情報交換

日時：令和4年3月2日（水） 10：00～16：30

会場：グランドプリンスホテル高輪

出展：横浜市場から水産物部
卸・仲卸業者 計3社

商談風景



・当日の様子

量販店・ホテル・ブライダル関係の他、通販事業者・ECサイト事業者・ネット専業スーパーなど、**新業態の事業者**も目立ちました。

3 量販店との連携

○イオン東戸塚店「横浜市場直送フェア」の開催

第1回 令和3年10月15日(金)～10月17日(日)

第2回 令和4年2月15日(火)



第1回(10月) 於:青果売場

- ・経緯

イオン東戸塚店の青果部担当者より「市場フェア」の提案

- ・量販店からの要望

のぼり、ポスター等の提供・貸与

店舗従業員に対する、仲卸業者からの食材情報の提供



第2回(2月) 於:西部連絡通路

4 クックパッドマートとの連携

○関連棟への集荷拠点の整備

- ・設置日 令和4年2月17日（木）
 - ・設置場所 関連棟102・103
 - ・規模 冷蔵庫12台
(コンテナ504個)
- ・集荷拠点整備により、クックパッドマートの提供エリア全域に出荷可能



4 クックパッドマートとの連携

○場内事業者向け説明会・ワークショップの実施

・令和4年3月18日（金）【説明会】

先行事例：市内鶏肉専門店「梅や」様 ご講演内容

市場で扱うものは品質は良いはず。その上でリピートを切らさないために
「梱包が大切 過剰包装は不要だが買手が気持ちよく受け取れるように」
「利用者からのコメントにはすべて回答を」
「内容量の選択肢を用意すると利用しやすい」

・令和4年3月25日（金）【ワークショップ】

実際に出店を検討する事業者向けに
スマホを使いながら手続きをレクチャー



5 未利用魚を活用した学校給食の実施

○全市立小学校等340校で未利用魚を活用した給食を実施

・実施について

実施日：2月14日、21日、25日、28日

給食数：約20万食

・未利用魚の動画を制作

・給食に備えて未利用魚や漁業について
事前学習を実施

・授業への活用

・子供たちの感想

「スーパーなどで売られているお魚と同じ味だった」

「おいしいのにお店で売っていないのはもったいない」

「未利用魚についてとても勉強になった」



未利用魚を活用した給食（さばのみぞれあんかけ）



動画の視聴風景

■ 目次 本場の戦略

戦略1 集荷・販売力の強化

戦略2 県内・市内関係者との関係強化

戦略3 品質管理水準高度化

戦略4 流通構造の効率化・高度化・システム化

戦略5 市場流通環境高度化に向けた設備投資

戦略6 市場プロモーションと販わい創出

戦略7 効果的かつ安定的な市場運営体制の整備

戦略3 品質管理水準高度化

1 新型コロナウイルス感染症対策

2 HACCP推進の取組

1 新型コロナウイルス感染症対策

○感染症対策の実施状況

・4つの基本的対策の徹底

- ①マスクの正しい着用
- ②こまめな手指の消毒
- ③就業前の検温の実施
- ④体調不良の場合の出勤停止



・申合せ事項

感染者が発生した際には、事業者の規模や業務態様に合わせ、当該職場の従業員等にPCR検査等を実施
⇒ 場内感染抑止に効果

・検温・マスク着用等の巡回指導、場内消毒作業の実施



《マスクキャラバン》マスク着用の徹底を巡回指導を実施



来場者に検温を実施



場内の消毒作業を実施

2 HACCP推進の取組

○安全・品質管理協議会による取組の状況

・今年度の目標

HACCPの考え方を取り入れた衛生管理
(青果部・水産物部・関連事業者共通)
衛生管理計画の作成及び掲示
衛生管理の実施記録の作成
従事者の衛生管理記録の作成

・最終(R4.2.3)巡視結果

	達成数
青果部(29者)	28者
水産物部(59者)	58者
関連事業者(21者)	17者

・次年度に向けて

取組の継続及び、一層の衛生管理水準向上に向け、
HACCPに取り組む意義等の啓発等を実施

■ 目次 本場の戦略

戦略1 集荷・販売力の強化

戦略2 県内・市内関係者との関係強化

戦略3 品質管理水準高度化

戦略4 流通構造の効率化・高度化・システム化

戦略5 市場流通環境高度化に向けた設備投資

戦略6 市場プロモーションと販わい創出

戦略7 効果的かつ安定的な市場運営体制の整備

戦略 4 流通構造の効率化・高度化・システム化
戦略 5 市場流通環境高度化に向けた設備投資

1 青果棟再整備

2 鳥卵部跡地の利活用

3 水産物部の車両入場管理

4 仲卸事業者の経営改善の支援

1 青果棟再整備

○再整備工事の実施状況・F2棟の本体整備開始

- ・F2棟建築工事に着手（工期：R3年12月～R4年11月（予定））



F 2 棟完成イメージ
(令和4年12月オープン予定)



F 2 棟基礎工事の様子
(撮影：令和4年3月1日)

- ・場内事業者の皆様のご協力もいただき、再整備工事は円滑に進行中

1 青果棟再整備

○施設使用見直し・物流効率化の検討状況

- ・物流効率化や使用料改定等を検討する「施設使用見直し検討会」の立ち上げ（R3年10月）
- ・場内の施設使用実態調査や交通量調査を実施（R3年8月・12月）
- ・使用料改定に向け、事業者との協議開始（R4年3月）



＜施設使用実態調査 結果事例＞

結果：①～④の動きを1日分（24時間毎時）把握
①商品 ②資材（ダンボール・パレット等）
③搬送車両（フォーク・ターレ等） ④物流車両（トラック等）

1 青果棟再整備

○施設使用見直し・物流効率化の検討状況

- ・再整備による成果目標の確認 (※主な検討項目は次のとおり)

<場内物流の効率化・ルール化>

- ・産地トラックの荷下ろし場を確保し、出荷しやすい市場を実現
- ・荷下し・積込手順の場内統一ルールを作り、物流効率化を実現

<受益に応じた負担>

- ・無償で占有しているエリアは解消し、受益に応じた使用料を負担
- ・将来の整備工事費の返済が滞らないよう、使用料の見直しにより償還財源等を確保

2 鳥卵部跡地の利活用

○横浜食鳥鶏卵株式会社跡地の状況・今後の進め方

・跡地の状況



破産管財人からの施設返還後、開設者によるクリーニング作業を実施

・今後の進め方

場内事業者の意向を確認中

市場活性化・機能強化の観点から活用を検討

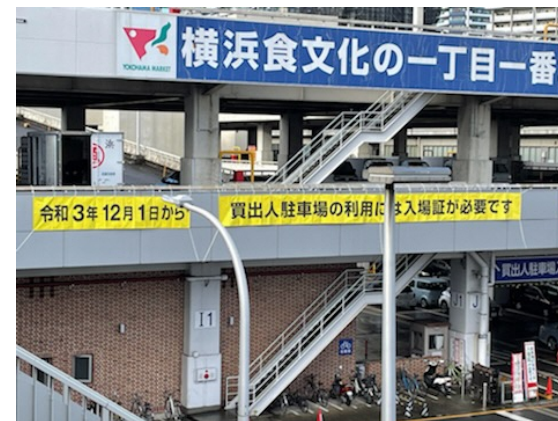
3 水産物部の車両入場管理

○水産物部の車両入場証の発行

- ・買出人及び搬出入業者の業務環境及び安全の確保を目的に「入場証」を導入

11月1日～ 申請の受付を開始し、順次交付

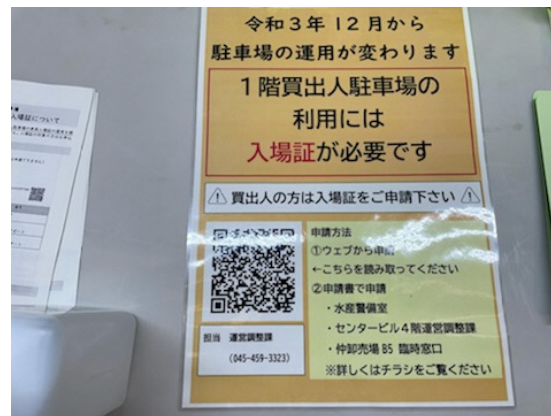
12月1日～ 年末商戦前に運用を開始



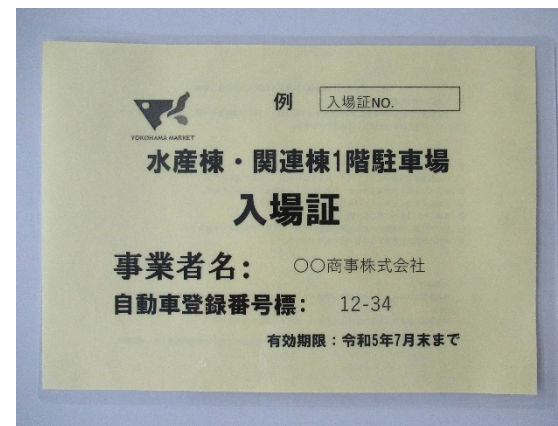
「入場証」の啓発の横断幕



11月1日からの「入場証」臨時窓口



「入場証」発行のご案内



車両に掲出する「入場証」

3 水産物部の車両入場管理

○入場証を活用した年末の一般開放の実施

- ・年末一般開放日の設定（12月29日・30日）
- ・水産物部駐車場の入場時に「入場証」を確認
- ・未明の暗がりでも視認性が高い案内看板の導入

・効果

買出人と一般のお客様を分けて案内したことで、過剰な混雑・密が避けられ、場内外の安全確保が図られた。

また、交通渋滞もなく、周辺道路への負荷が軽減された。



入場証のない車両は、
臨時駐車場へ誘導



夜間でも見やすい「光る看板」



反射で光る案内板

4 仲卸事業者の経営改善の支援

○仲卸経営改善支援について(令和3年度・令和4年度事業)

- ・令和3年度は、13者が補助金を活用して、販路拡大や衛生環境の向上につながる設備整備を実施しました。



取引先のニーズに合わせた大粒の氷を製造できる製氷機導入



都内への新規開拓のため、カスタマイズした保冷車を導入



インターネット販売のため、真空パック機と食品表示ラベル印刷機を導入



- ・令和4年度は、補助上限額を3年度の2倍の200万円に引き上げ
- ・効果的な設備投資となるよう、セミナーや専門家派遣など伴走支援を実施

■ 目次 本場の戦略

戦略1 集荷・販売力の強化

戦略2 県内・市内関係者との関係強化

戦略3 品質管理水準高度化

戦略4 流通構造の効率化・高度化・システム化

戦略5 市場流通環境高度化に向けた設備投資

戦略6 市場プロモーションと販わい創出

戦略7 効果的かつ安定的な市場運営体制の整備

戦略 6 市場プロモーションと販わい創出

1 マルシェイベントの実施

2 赤レンガ倉庫との連携

3 市場直送店登録制度

1 マルシェイベントの実施

○マルシェ等「食」のイベントの目的

- ・市場隣接の低未利用地を活用したイベントを通じて、
横浜市場から「市場食材の魅力、新しい『食』の楽しみ方」を提案
- ・市場の価値を高め、市場取引の拡大と、将来の市場の発展を目指す

横浜ならではの景観を望む市場隣接の低未利用地



イベントにおける市場との連携イメージ

連携メニュー開発
(例:ホッキ貝グラタン) ↓



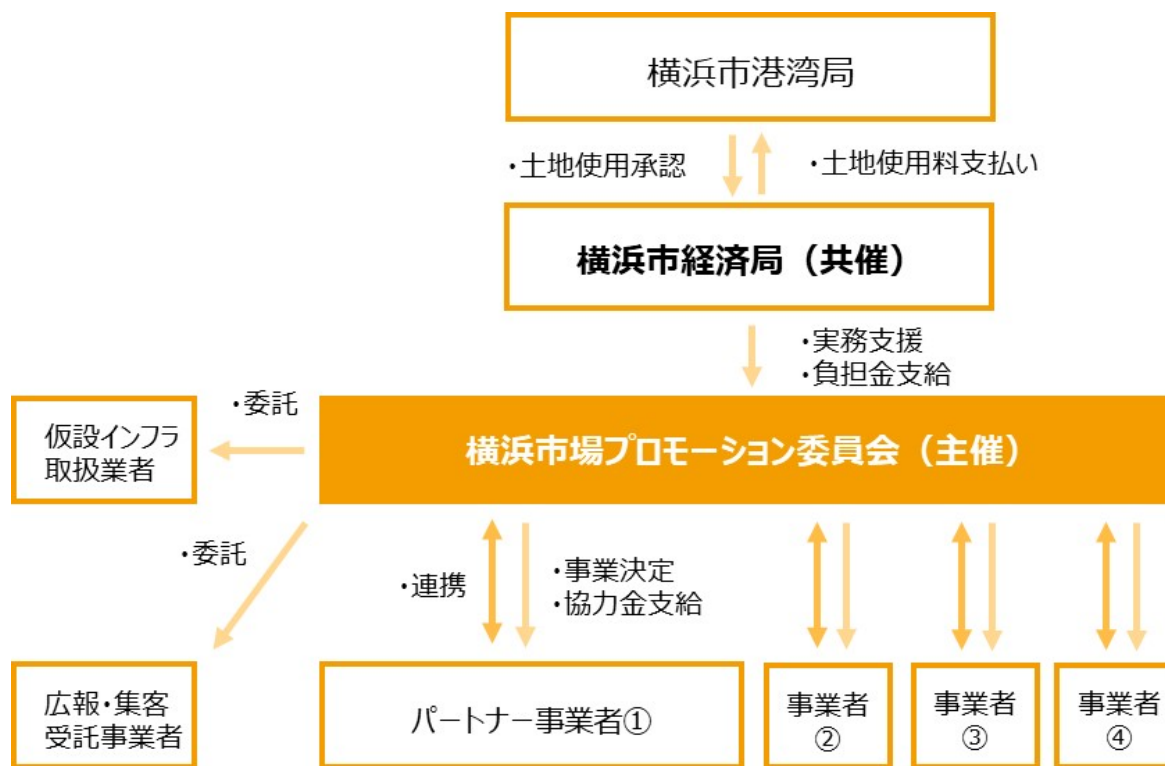
↑産地からの出店

1 マルシェイベントの実施

○事業モデルの概要

- ・市場事業者の主催で、
年間を通じてイベントを開催
- ・民間事業者をパートナーとして
迎え、イベントのノウハウや
収益モデルを活用
- ・多様なイベント実現と賑わい
最大化を図る

事業スキーム図



1 マルシェイベントの実施

○来年度実施予定事業の検討状況

- ・実行プロジェクトを立ち上げ、BBQ、キッチンカー、マルシェ等、多様なイベントを、複数のパートナー事業者候補と検討中
- ・開催時期に合わせた旬の食材の活用や、「**食材のストーリー**」「**おすすめの食べ方・焼き方**」等、市場のプロならではの情報の伝達により、市場の魅力をもPRするとともに、他イベントとの差別化を図る

ジャパンフィッシャーメンズフェスティバル2021
(日比谷公園)



観音崎京急ホテル BBQ

2 赤レンガ倉庫との連携

○イベント「BBQ Garden」、「鍋小屋2022」への食材の提供

- ・令和3年度夏 BBQで
市場特選「海鮮セット」を提供

日程：令和3年7月22日（木）～8月29日（日）
コンセプト：赤レンガ倉庫で楽しい思い出作り



会場



水産仲卸目利きセット

- ・令和3年度冬 「鍋小屋」の「海鮮食堂」
に仲卸の目利きによる漁師鍋を提供

日程：令和4年1月8日（土）～2月6日（日）
コンセプト：ご当地鍋&各地の日本酒・おつまみで、
至福の“はしご鍋”



会場



漁師鍋

3 横浜市場直送店登録制度

○市内商店街との連携

- 登録店舗数：412店舗（令和4年3月現在）
（内訳）水産物部165店舗、青果部219店舗、
食肉部28店舗 ※青果部は令和3年12月より制度参加

- 商店街との連携に向けた取組

- 野毛飲食業組合（意見交換）
- 六角橋商店街、横浜橋商店街、弘明寺商店街（制度周知依頼）



直送店ステッカー

直送店ポスター



登録店舗の店前掲示（中区）

■ 目次 本場の戦略

戦略1 集荷・販売力の強化

戦略2 県内・市内関係者との関係強化

戦略3 品質管理水準高度化

戦略4 流通構造の効率化・高度化・システム化

戦略5 市場流通環境高度化に向けた設備投資

戦略6 市場プロモーションと販わい創出

戦略7 効果的かつ安定的な市場運営体制の整備

戦略7 効果的かつ安定的な市場運営体制の整備

- 1 横浜市場プロモーション「3本の柱」の展開
- 2 プロモーション推進組織の整備

1 横浜市場プロモーション「3本の柱」の展開

- 横浜らしい「食」の魅力や楽しみ方を発信するため、横浜市場として取り組む事業として「3本の柱」を推進

「3本の柱」

①市場と連携したマルシェ等の食のイベントの実施

各パートナー事業者のノウハウを活かし、年間を通じて「市場プレゼンツ」のイベントを展開

②ホテルや量販店と連携した市場フェア等の開催

市場全体でホテル側のニーズを分析し、戦略を策定した上で市場フェア等を通じて、受注獲得に組織的に取り組む

③商店街や飲食店との連携強化

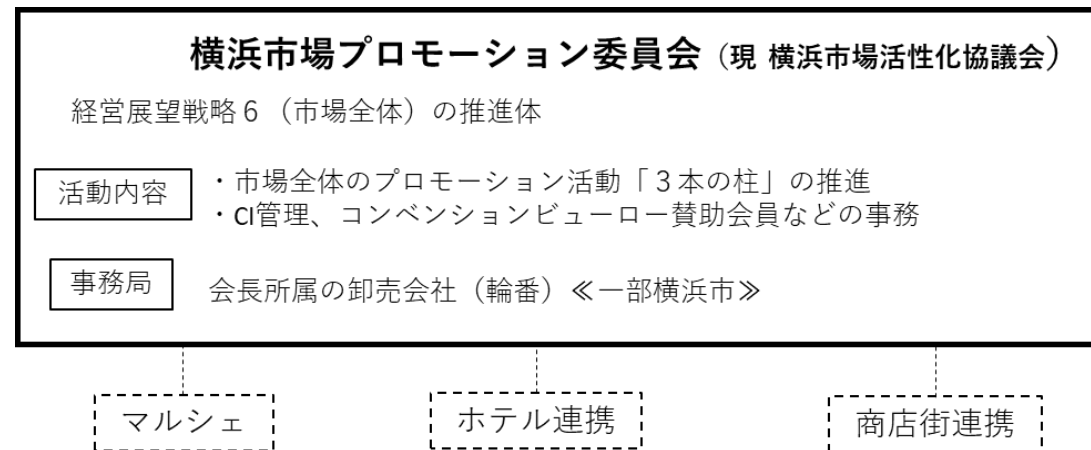
「市場直送店登録制度」を活用し、コロナで影響を受けた飲食店等とフェアを実施し支援

2 プロモーション推進組織の整備

○市場活性化協議会の発展改組・プロモーション委員会の立ち上げ

青果部、水産物部、関連事業者、市場開設者が一体となって事業を推進していくため、既存プロモーション組織を発展改組し、新たにプロモーション委員会を立ち上げ

市場プロモーション組織全体図



■ 目次 食肉市場の戦略

戦略 1 市場関係者と連携した取組の強化

戦略 2 高品質で安全・安心な食肉を供給

戦略 3 食品流通の基幹的インフラとしての機能強化

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

戦略 1 市場関係者と連携した取組の強化

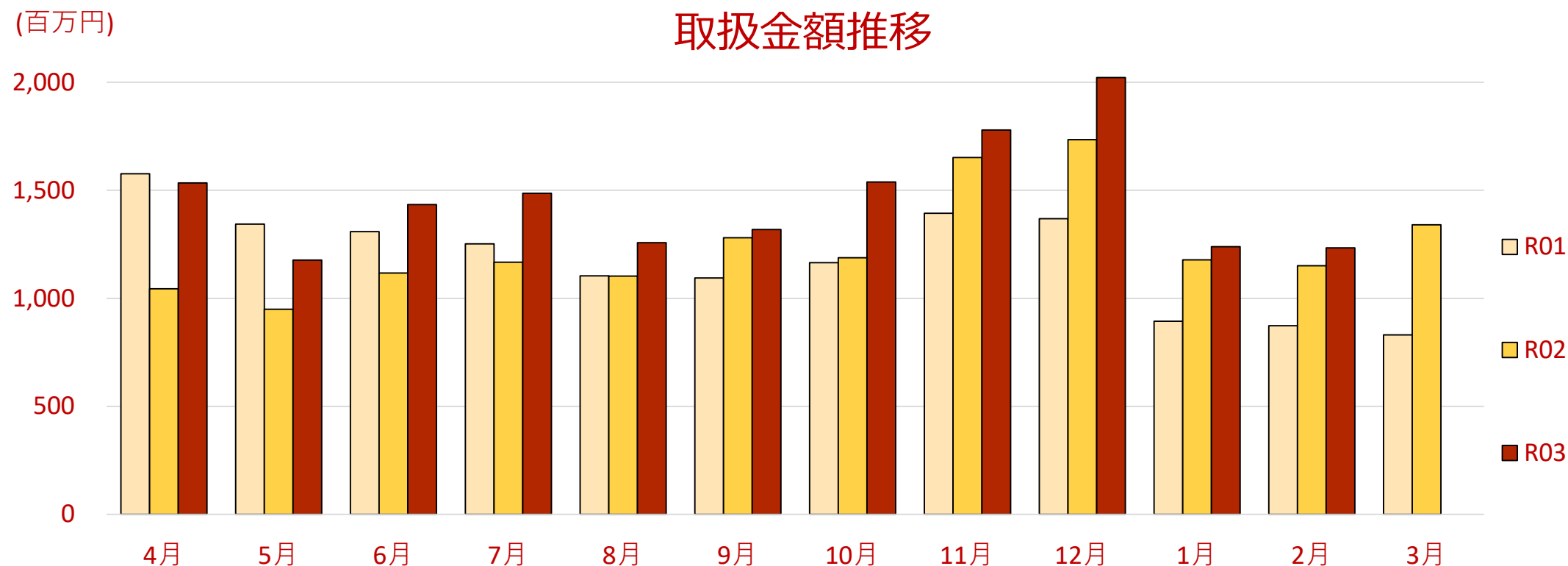
1 出荷者への営業強化

2 市場フェアの実施

1 出荷者への営業強化

○食肉市場における取扱金額の推移

- ・今年度は、全ての月で前年同月実績を上回る水準で推移



2 市場フェアの実施

○北海道フェア、関東フェアの実施

- ・初開催の地域別フェアでは、多くの売買参加者が訪れ、活発なせりが行われた

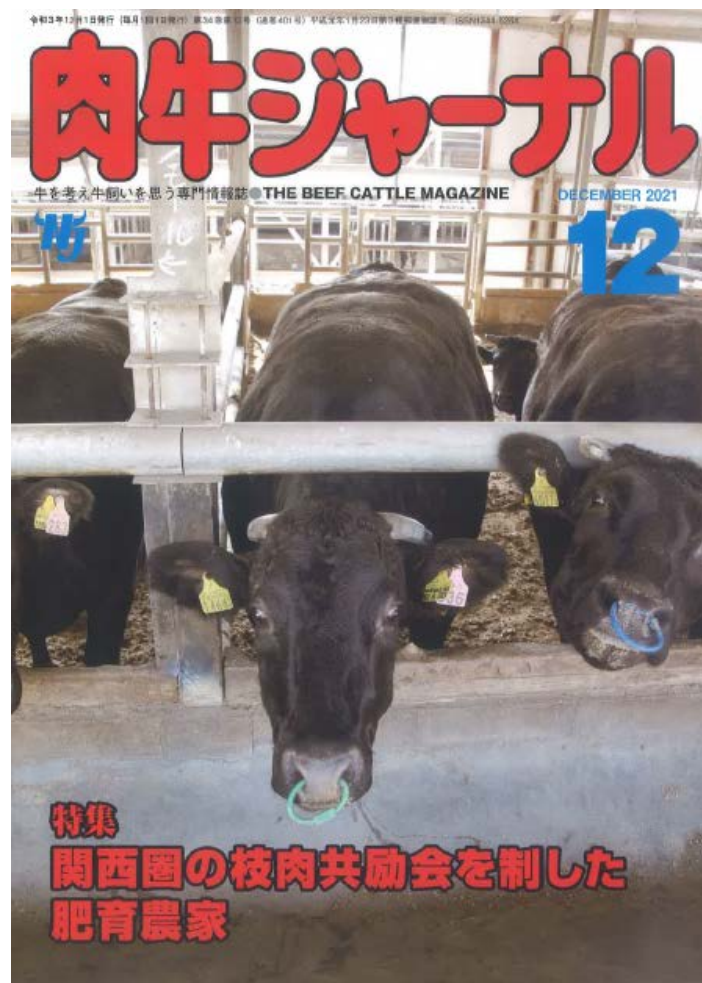


10/19 第1回北海道フェア 最優秀賞



2/18 第1回関東フェア せり場の様子

2 市場フェアの実施



第1回北海道フェア 和牛の部

最優秀賞 出品者：(株)みのり牧場

性別：雌、月齢：26ヵ月

父：福之郎、2代祖：安福久

枝 重：490kg

ロース芯：91cm²

バラ厚：3.0cm

脂肪厚：3.3cm

歩留率_歩：78.1

BMSNo.：12

単 価：4,820円



第1回北海道フェア 交雑牛の部

最優秀賞 出品者：(株)三浦ファーム

性別：去勢、月齢：26ヵ月

父：安田藤、母付：84

枝 重：600kg

ロース芯：60cm²

バラ厚：3.9cm

脂肪厚：3.0cm

歩留率_歩：70.2

BMSNo.：6

単 価：2,003円



10/19 第1回北海道フェアの特集が掲載された
(出典『肉牛ジャーナル 12月号』 株式会社肉牛新報社)

■ 目次 食肉市場の戦略

戦略 1 市場関係者と連携した取組の強化

戦略 2 高品質で安全・安心な食肉を提供

戦略 3 食品流通の基幹的インフラとしての機能強化

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

戦略 2 高品質で安全・安心な食肉を提供

1 HACCP・防疫対策

2 新型コロナウイルス感染症対策

1 HACCP・防疫対策

○豚熱への対応状況

- ・ 1月25日交差汚染防止対策視察のため、県中央家畜保健衛生所が来場
- ・ 7月に豚熱事案への対応が適切に実施されていること確認



入退場口に設置している消毒マット。定期的（直近では3月）に交換を実施することで、日常的な防疫に努めています。



交差汚染防止のため、入退場口横に車両洗浄用の高圧洗浄機と消毒剤用の噴霧器を備えています。けい留所に設置したものと同様、日常的に動作確認を行っています。

2 新型コロナウイルス感染症対策

○感染症対策の実施状況

- ・仲卸棟、市場ビル等におけるマスク着用等の感染防止対策の指導



啓発ポスター

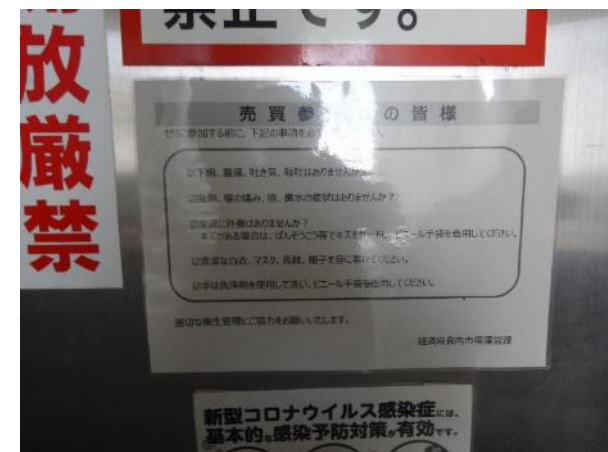


総合市場ビルでの消毒用品

- ・アルコール製剤によるせり場の机ふき取り清掃実施



- ・枝肉積込所の消毒設備の増



使用の都度、せり場おけるふき取り作業を実施。買参人等関係者に対して感染防止のお願い掲示しています。

■ 目次 食肉市場の戦略

戦略 1 市場関係者と連携した取組の強化

戦略 2 高品質で安全・安心な食肉を供給

戦略 3 食品流通の基幹的インフラとしての機能強化

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

戦略3 食品流通の基幹的インフラとしての機能強化

1 小動物解体ライン改修の進捗状況

1 小動物解体ライン改修の進捗状況

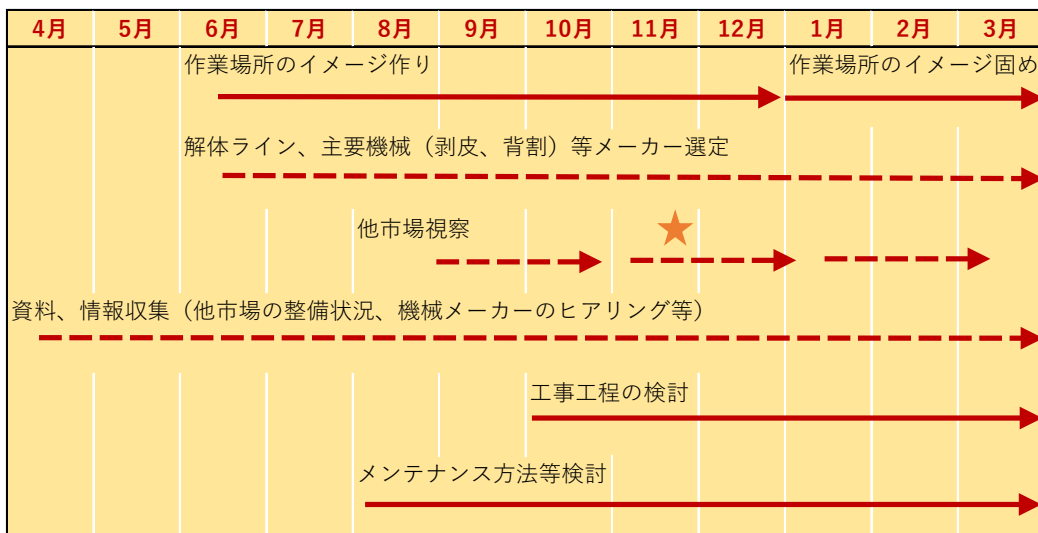
○市場関係者をプロジェクトメンバーとしてPJ会議を開催

- ・PJ会議（分科会）を開催（各4回開催）
- ・他市場視察の実施（11月）

○小動物解体施設整備に関する基本構想の策定

- ・規模、機能など今後の設計・工事の前提となる基本的な考え方のまとめ

令和3年度 小動物解体ライン改修プロジェクト分科会



スケジュール



解体室

■ 目次 食肉市場の戦略

戦略 1 市場関係者と連携した取組の強化

戦略 2 高品質で安全・安心な食肉を供給

戦略 3 食品流通の基幹的インフラとしての機能強化

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

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

- 1 ホテルとの連携【再掲・食肉市場分】**
- 2 市場直送店登録制度【再掲・食肉市場分】**

1 ホテルとの連携【再掲・食肉市場分】

○インターコンチネンタルホテル「ヨコハマ・マルシェ」フェアの概要

- ・フレッシュな“ハマモツ”はシェフからも好評



横浜市場直送“ハマモツ”のもつ鍋



画像提供：ヨコハマ グランド インターコンチネンタル ホテル

2 市場直送店登録制度【再掲・食肉市場分】

○食肉市場の取組状況

- ・登録店舗数（申請中含む）：27店舗（令和4年2月28日現在）
- ・NHK連続テレビ小説『ちむどんどん』（令和4年度前期放映予定）
作品中に登場予定の「なかみそば」（豚ホルモンと沖縄そば）を
きっかけとして「市場発ハマモツ」を飲食店・小売店等へP R



関係づくりのため、登録希望店を1軒ずつ訪問



鶴見は『ちむどんどん』の舞台の1つ