

令和2年青森市公設地方卸売市場臨時休開市日

花き部

営業日数 257 日
特記事項

21 日

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

20 日

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

22 日

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

22 日

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

21 日

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

22 日

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

23 日

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

21 日

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

22 日

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

22 日




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

21 日

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

20 日

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

凡  は条例上の休市例 (70 日)
 は臨時休市 (55 日)
 は臨時開市 (16 日)

青森市公設地方卸売市場業務条例の一部改正について (令和2年第1回定例会提出予定案件)

1. 改正理由

平成30年6月に卸売市場法の一部改正を公布(施行は令和2年6月)したことに伴い、本市卸売市場の業務条例の改正を行う。

2. 改正法の目的

卸売市場が食品等の流通において生鮮食料品等の公正な取引の場として重要な役割を果たしていることに鑑み、卸売市場に関し、農林水産大臣が策定する基本方針について定めるとともに、農林水産大臣及び都道府県知事によるその認定に関する措置その他の措置を講じ、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その生産及び流通の円滑化を図り、もって国民生活の安定に資することを目的とする。

3. 改正法の概要(地方卸売市場関係)

項目	現行法	改正法
都道府県の役割	①都道府県による開設者の許可 ②卸売市場整備促進等 ・卸売市場の適正な配置、整備指標 ・適正かつ健全な運営の確保(卸売市場の開設、卸売業務、取引規制を定める)	①都道府県による開設者の認定 ②基本方針を示し、指導・検査監督する ・卸売市場の業務の運営に関する基本的事項 ・卸売市場の施設に関する基本的事項 ・その他卸売市場に関する重要事項
卸売市場整備計画	都道府県卸売市場整備計画は都道府県が定めることができる ※中央卸売市場整備計画は国が定める	削除
公正な取引環境の確保	売買取引は、公平かつ効率的でなければならない 卸売業者は出荷者、仲卸業者等を差別してはならない 品目区分を設定。せり売り、一定割合を相対売りとする等	引き続き、卸売市場の「共通ルール」として位置付け

【資料 1】

公正な取引環境の確保	売買取引の条件の公表	卸売業者は、取扱物品の引渡方法等、売買取引の条件を公表	引き続き、卸売市場の「共通ルール」として位置付け
	決済の確保	支払期日等業務条例に定める方法による	
	売買取引結果等の公表	卸売業者は卸売予定数量、卸売結果を公表	
	第三者販売の原則禁止	卸売業者は、市場内の仲卸業者、売買参加者以外に卸売をしてはならない	原則、廃止 ただし、関係者の意見を聴くなど公正な手続きを踏み、基本方針に反しない範囲において、卸売市場毎に定めることができる
	直荷引きの原則禁止	仲卸業者は、市場内の卸売業者以外から買い入れて販売してはならない	
	自己買受の禁止	卸売業者は、許可を受けた生鮮食料品等について、卸売の相手方として買い受けてはならない	

4. 条例改正に向けた市場関係者との検討状況

卸売市場ごとに定めることができるとされた「第三者販売の禁止」「直荷引きの禁止」「商物一致」等、市場取引業務全般について、卸売業者や仲卸業者、売買参加者の市場関係者及び開設者により検討委員会を立ち上げ、これまで11回の協議を進めてきた。

青森市公設地方卸売市場業務条例の一部改正について
(令和2年第1回定例会提出予定案件)

条例改正の概要（主な改正内容）

■青森市公設地方卸売市場業務条例

章	節	改正前 条番号	条見出し	主な項目	改正 内容	主 な 理 由
1	-	2	定義	取引参加者	新設 (号新設)	改正法で、業務規程の遵守対象者等に取引参加者の名称が追加され、その範囲を明確にするため、新たに規定する。
		6	開場等の時間	・開場の時間 ・せり売等開始時間	変更	開場時間は実態である24時間に合わせ変更し、取引参加者にせり売、入札開始時刻を明示するため、当該内容を規定する。
2	1	-	卸売業務の許可		新設	卸売業者の許可等については、現行法により県が許可等を行っているが、改正法では当該規定が削除され、改正後は市で許可することとなるため、新たに規定する。 ※現行の国の卸売市場法の基準を引用する。
			卸売業務の許可の取消し		〃	
			卸売業者の事業の譲渡し及び譲受け並びに合併及び分割		〃	
			名称変更等の届出		〃	

章	節	改正前 条番号	条見出し	主な項目	改正 内容	主 な 理 由
		33, 34	売買取引の方法	<ul style="list-style-type: none"> ・物品毎の取引方法の規定 ・相対取引の方法の承認の規定 	変更	売買取引の種別の規定は継続するが、物品毎に規定しているせり売等の取引方法については、卸売業者の判断により実情に応じた柔軟な取引を可能とするため廃止し、これにより、全ての物品で全ての取引方法が選択可能となることから、例外であった相対取引の承認の規定も廃止する。
		35	差別的取扱いの禁止等	差別的取扱の禁止	新設 (項新設)	法改正により、「開設者は取引参加者に対し、不当に差別的取扱いをしてはいけない」ことが規定されたことにより追加する。
		36	卸売の相手方の制限	<ul style="list-style-type: none"> ・第三者販売の原則禁止 ・例外規定である卸売後の残品、他市場への卸売に係る市長の許可制 ・例外規定の輸出連携項目 	変更	卸売業者と仲卸業者を対置させることで公正な価格形成機能が発揮されることから市場内の取引を原則とするため、当該規定を継続する。また、第三者販売を行う場合は、迅速な取引及び事務手続きの軽減を図るため許可制から報告制とする。輸出業務は、販路拡大手法のひとつであることから新たに規定する。
		38	卸売業者の買受物品等の制限	卸売業者の買受物品等の制限	削除	仲卸業者等へ販売した物品に付加価値を付けたものを買い受けることを可能とするため、卸売物品の買い受の制限を削除する。
		-	受託契約約款	受託契約約款の届出	新設	受託契約約款については、県条例により県知事への届出とされているが、当該規定が削除されることに伴い、改正後は市長への届出とするため、新たに規定する。
		46	卸売業者による卸売予定数量等の公表	卸売業者の売買取引の結果等の公表	変更	改正法において、卸売業者の公表事項となっているため、当該内容を規定する。
		47	開設者による卸売予定数量等の公表	開設者の売買取引の結果等の公表	変更	改正法において、開設者の公表事項となっているため、当該内容を規定する。

章	節	改正前 条番号	条見出し	主な項目	改正 内容	主 な 理 由
3	-	51	出荷奨励金の交付	出荷奨励金の交付	変更	両奨励金の交付については、卸売業者の経営判断に任せるべき性質のものであることから、「交付できる」のみを規定する。
		54	完納奨励金の交付	完納奨励金の交付	変更	
6	-	-	指導及び助言	取引参加者に対する指導及び助言の規定	新設	改正法において、取引参加者を対象に指導等を行うことになったことから、新たに規定及び変更する。
		63	報告及び検査	取引参加者に対する報告及び検査の規定	変更	
		64	改善措置命令	卸売業者への財務指標に基づく改善措置命令の規定	新設 (項新設)	

経営ビジョンの改訂について

1. これまでの流れ

年月	内容
平成 22 年 10 月	第 9 次卸売市場整備基本方針
平成 25 年 9 月	経営ビジョン策定
令和 元年 7 月	経営ビジョン見直しに係るアンケート調査 (卸売業者、仲卸業者、売買参加者、関連事業者 全 11 者)
令和 元年 9 月	アンケート調査結果に関する聞き取り調査 (卸売業者、仲卸業者、売買参加者、関連事業者 全 6 者)

2. 今後のスケジュール (予定)

年月	内容
令和 元年 11 月	取引委員会 (経過報告、意見聴取)
令和 2 年 2 月	経営ビジョン (概要版) 完成
令和 2 年 4 月～	取引委員会 (経過報告、意見聴取)
令和 2 年 9 月	経営ビジョン (本編) 完成
令和 2 年 10 月	取引委員会 (完成報告)

青森市中央卸売市場経営ビジョン概要

環境の変化

- 卸売市場を取り巻く環境の変化
 1. 全国的傾向
 - (1) 人口減少と少子高齢化の進行
 - (2) 生鮮食料品等の流通構造の変化
 - ① 専門小売店の減少と量販店の台頭
 - ② 市場外流通の増大
 - (3) 消費者意識の変化
 - ① 食料品に関する消費者ニーズの多様化
 - ② 食の安全・安心に対する消費者意識の高まり
 2. 青森市中央卸売市場の現状と課題
 - (1) 取扱量・取扱高の減少
 - (2) 市場内関係事業者の経営状況の悪化
 - (3) 施設の老朽化

目指すべき将来像

- 経営ビジョン策定の目的

青森市中央卸売市場が生鮮食料品等の流通情勢の変化に的確に対応し、その機能を十分発揮していくために、中央卸売市場の役割、機能強化、施設整備、運営のあり方等を検討し、将来的に取り組むべき基本方針を定めるものである。
- 目指すべき将来像**

「地域に根ざした持続可能な市場」

I 基本方針

① 市場機能の強化

- (1) 取引の活性化
- (2) 品質管理及び衛生環境の向上
- (3) 環境問題への対応
- (4) 危機管理体制の確立
- (5) 空き施設等の有効利用
- (6) 人材の育成及び資質向上

② 販売力の強化

- (1) 生産者と共同で、地場産品の販売に取り組む
- (2) 市場全体で小売業の活性化を進める
- (3) 売上増加に向けた他市場との連携

③ 情報発信の強化

- (1) 消費者が求めている情報の発信
- (2) 食育・花育の普及促進を図る
- (3) 生産者や小売店等との連携による情報発信

II 重点的な取組内容

- (1)-1 取引参加者の増加対策
- (1)-2 取引の透明性の確保
- (1)-3 せり取引の活性化
- (1)-4 各種奨励金の活用
- (1)-5 物流の効率化
- (1)-6 柔軟な取引の活用
- (2)-1 品質管理の徹底
- (2)-2 老朽化施設等の改善
- (3)-1 CO₂削減に向けた取組の実施
- (3)-2 設備機器類の更新
- (4)-1 停電時における電源供給体制の整備
- (4)-2 防災に向けた取組の強化
- (5) 空き施設等の有効利用
- (6) 人材の育成及び資質向上

- (1)-1 産地育成を兼ねた市場ブランド商品の開発
- (1)-2 県産フェアへの参加や企業向け商談会の開催
- (1)-3 産地市場の強みを活かした販売
- (2)-1 地域商品をアピールし、消費者の購買意欲向上を図る
- (2)-2 小売店や飲食店向け商品の加工・調整
- (3)-1 他市場の卸売業者との市場間連携
- (3)-2 他市場と集荷共同化を検討

- (1)-1 食の安全・安心に向けた取組の発信
- (1)-2 旬の食材やレシピなど食に関する情報の発信
- (2)-1 イベントを通じた食育・花育の推進
- (2)-2 小中学校での出前講座や料理教室などを実施
- (3)-1 場内業者による円滑な情報交換の仕組みづくり
- (3)-2 産地情報や消費者情報のコーディネート