

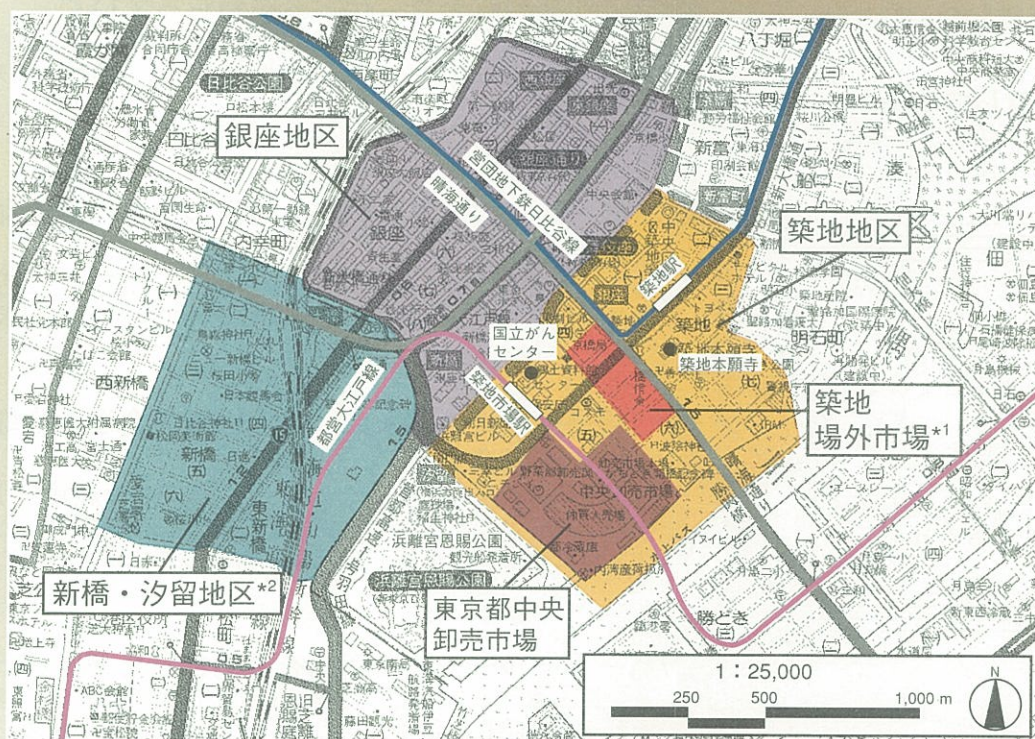
築地場外市場の 今後の可能性と課題を調査・検討

— 築地地区再整備計画策定調査 —

昨今の生鮮品流通その他の社会動向の変化のなかで、築地場外市場が引き続き活力を持ち続けるためには、どのような再整備が求められるのかを検討するため、築地地区再整備計画策定調査を行いました。

平成12年度の調査は築地場外市場の可能性と課題を検討することを目的としています。今後この結果を踏まえ、場外市場の事業者をはじめとする関係者が十分に協議し、これらの課題を解決するための具体策を更に検討し、実施に移していくことが求められます。平成12年度の調査は、場外市場再生の第一歩です。この調査結果が関係者の方々に十分活用されることを期待しています。

■ 位置図



本調査は、築地地区全域（築地一丁目～七丁目）を対象地域としていますが、特に築地場外市場を中心に検討を行っています。

*1 築地場外市場の範囲は「築地市場に関するアンケート調査」（中央区、平成11年1月より）

*2 新橋・汐留地区の範囲は、新橋1～6丁目および東新橋1、2丁目

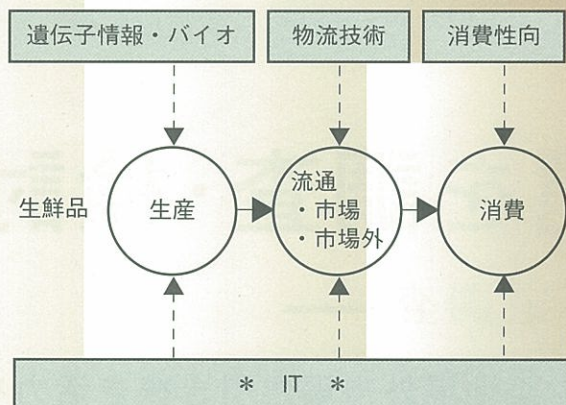
築地場外市場の 今後の可能性

和の食文化の 総合的な拠点となる

食材等の取引だけでなく、食材等を活かした飲食機能の強化や「食」に関する学習の拠点・遊びの拠点の形成など、和の食文化を総合的に体験できるテーマ型の市場へと発展することが期待されます。

築地場外市場をとりまく 環境

社会動向



- **情報通信技術が一般社会へ浸透し** 電子商取引が一般化します。また、インターネットがますます身近になり、インターネットを利用してモノを購入することが一般的となります。
- **遺伝子組み換え技術、バイオテクノロジーが発達することによって** 生鮮品は工業規格化し、卸売機能は衰退する方向に向かいますが、生産者と消費者を結ぶ仲介者の役割は重要性が増していきます。
- **消費者ニーズが多様化することによって、消費者ニーズに直結した** 品質、形態、量の確保・提供が求められるようになり、取引の広域化、複雑化、直接取引など多様な物流体制が必要とされるようになります。
- **豊かな食生活を施行する消費性向が定着しつつあり、** 景気の低迷から食生活に対する支出は抑制される傾向にあるにもかかわらず、食に対する品質重視は強まっていく傾向が見られます。

周辺動向

- **新橋・汐留地区は** 汐留地区の開発プロジェクトによって、大企業の本社機能が多数集まることが計画されており、一大ビジネス街へと発展することが期待されています。
- **銀座地区は** 和と洋、新しさと伝統がたくみに融合した日本を代表する商業文化の地であり、高い水準の食文化が見られます。

場外市場の現状

- **店舗・品目**
 - ・食料品を中心に、飲食店、日用品の店舗が多く立地
 - ・卸売が中心だが、小売の店舗も増える傾向
- **売買**
 - ・仕入先の中心は場内だが、それ以外から仕入れている事業者も多く存在
 - ・社内のIT化は遅れ気味
- **客層**
 - ・場内は事業者中心、場外は事業者と一般客が混在
 - ・場外は観光スポットとしても注目を浴び、一般客は増える傾向
- **土地・建物**
 - ・店舗が密集し、にぎわいがある反面、安全性に問題
 - ・賃貸の土地・建物、狭小な店舗の事業者は経済基盤が弱い
 - ・駐車場が少なく、経済損失が発生している可能性大
- **経営残量**
 - ・商業ポテンシャルは大きく、テナントの入居は好調
 - ・築地ブランドが集客に貢献
 - ・後継者問題は明るく、事業の継続意欲は大

築地場外市場の 課題



- **ワンストップサービス機能を強化する**
消費者が来て楽しみ、学び、食を総合的に消費できるテーマ型の空間へ発展することが求められます。
- **事業者との取引関係の付加価値化により、ブランド力の強化を図る**
事業者と取引関係を維持しつつ、一般客に対するサービスを充実させ、本物志向の一般客を取り込むことが求められます。
- **都営地下鉄大江戸線の開通を活かし、アメ横との連携を図る**
アメ横との差別化と連携によって、相乗効果をねらった営業を展開することが求められます。
- **周辺地区の巨大マーケットをねらっていく**
汐留・新橋地区、銀座地区は食文化の水準が高い巨大マーケットであり、これらの地区をねらった卸売・小売・飲食事業の展開が求められます。
- **市場としてのにぎわいを大切にしつつ、安全な営業環境を確保する**
事業の再編等によって経済基盤を強化し、にぎわいと活力があり、安全に営業できる環境の整備に取り組んでいくことが求められます。
- **情報通信技術の導入により、経営の合理化や取引関係の多様化を推進する**
情報通信技術を活用することにより、効率的な経営を行い、価格競争力を高めることが求められます。また、消費需要に応じた多様な仕入れによって、小回りの利く経営をめざすことが求められます。
- **バーチャルモールと店舗を連動させた運営を行う**
インターネットを活用した商品販売と店舗での営業を連動させて、それぞれの特長を活かしあう運営をめざすことが求められます。
- **オンラインショッピングの利便性を高める**
誰もが安心してインターネット上から商品を購入できるように、安全で操作しやすく、利用しやすいオンラインショッピング環境を実現することが求められます。
- **生産者と消費者を結ぶ仲介者の役割を果たす**
生産者と消費者の供給と需要の関係を最適化する立場が重要となることから、その役割を担うことが求められます。
- **事業者が利用しやすい流通サービスを提供する**
情報通信技術の活用や運送事業者との緊密な連携により、事業者が利用しやすい流通サービスを提供することが求められます。
- **場内との関係を残すことによって、場外市場ブランドを堅持する**
場外市場のブランド効果を維持し、強化するためには、場内との関係を引き続き維持することが求められます。