

令和3年度 第3回 横浜市中央卸売市場開設運営協議会会議録

日 時	令和4年3月24日（木）午後1時00分～午後2時30分まで
開催場所	横浜市中央卸売市場本場 3階研修室
出席者	山下会長・高力副会長・福田委員・長岡委員・真壁委員・多賀谷委員・福留委員・後藤委員・芦澤委員・石井委員・鈴木委員・布施委員・善福委員・酒井委員・明澤委員・星野委員・出川委員（計17名）
欠席者	藤島委員・山口委員（計2名）
開催形態	公開（傍聴者0名）
議 題	(1) 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 (2) 令和4年における食肉部の休開場日の変更について
決定事項	(1) 意見交換を実施し、今後の市場業務に活かすこととした。 (2) 令和4年における食肉部の休開場日の変更について、案のとおり承認する。
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
資 料	1. 次第 2. 横浜市中央卸売市場開設運営協議会委員名簿（資料1） 3. 座席表（資料2） 4. 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3） 5. 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4-1） 6. 令和4年（2022年） 臨時休場日・臨時開場日（食肉部）【案】（資料4-2） 7. 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5-1） 8. 鳥卵部の廃止に伴う関係規定の改正【新旧対照表】（資料5-2） 9. 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6）

議 事

【開会】

市場担当理事より開会にあたってのあいさつを行い、議題へと進む。

【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】

クックパッド(株) 末吉本部長より、資料3に基づき説明。

(質疑等)

山下会長：ご意見やご質問等がありますか。

福田委員：25%の販売手数料の中で、集荷場及び受け取り場所の場所代や、データ分析・データ配信の費用が賄えるということですか。

末吉本部長：はい。成り立つように設定しております。

福田委員：需要予測が必要だと思いますが、朝出荷者からの在庫を受け取り、それを配信して注文を受けるということでしょうか。そうすると、余剰在庫が出てしまった場合の処理はどうされるのですか。

末吉本部長：クックパッドマートが在庫を持つ仕組みではなく、出荷者様で管理していただいております。在庫があり出品できるものをアプリ上に登録していただき、日程ごとに商品の上限設定でしたり、登録を取り下げたりでき、調整していただいております。

また、例えば「朝どれシラス」など、漁の状態によりますが、出品したけれど届かなかった場合は欠品対応として、当日もしくは前日にユーザー様に欠品する旨をお伝えするというサービスとなっております。

こちらについては良し悪しございますが、届いて当たり前ではなくて、届いたらラッキーな食材も世の中にはたくさんある、ということをユーザー様にご理解いただけるチャンスだと思っております。一方で、予定していた食材が届かず、食事の準備に困るところとの兼ね合いもありますが、大胆に挑戦していきたいと思い、許容性を拡げて運用しております。

要するに、出荷者様もクックパッドマート専用の在庫を抱えているわけではなく、一つの販売チャンネルとして、ご利用いただいているという形になっております。

山下会長：注文があった分だけ冷蔵庫に納品するということでしょうか。

末吉本部長：おっしゃる通りでございます。

山下会長：他にご意見やご質問等がありますか。

星野委員：関連棟に集荷場ができるということは聞いていたのですが、他の区の方がこちらに

納めにくるのは大変なので、近くに集荷場があるかわかる機能はありますか。組合員の方が参加するにあたって、近場にあれば参加する人も増えるのではないかと思います。

末吉本部長：共同集荷場の場所は、ホームページ上で閲覧が可能となっており、横浜市内においても複数共同集荷場を掲載しております。ただ今回横浜市中心卸売市場内に展開させていただく集荷場につきましては、大規模な集荷場としての機能を付与した、追加でコストを払っていただかなくても、有利に使っていただける場所として指定させていただいております。当然持っていくための手間ですとか、不便があるかと思いますが、こちらの集荷場を使っていただくと、より安価に出荷していただけるような仕組みとして検討させていただいております。

山下会長：それが手数料の10%と25%の違いですか。

末吉本部長：10%と25%の手数料というのは、配送の仕方の違いになります。配送は大動脈と静脈と分かれているような形になりまして、大動脈の部分からどこまで届けるか、というところで手数料が分かれています。

例えば大動脈の拠点から、横浜のお客様に届けるのか、埼玉のお客様に届けるのかで運ぶ距離が変わり、手数料が変わるということです。ご質問いただきました、この大動脈から遠いところで活動しているという作り手の皆様や、コストだけではなく時間がない、運ぶ人がいないという方向けには、有料ではございますが、別途静脈という形で出荷サポートをご用意させていただいております。

山下会長：他にご意見やご質問等がありますか。

布施委員：共同集荷場から大規模集荷場となると、手数料が変わります。しかし今の状態だと、共同集荷場でしかない。取引参加者が10社、仲卸は8社ということでこれは非常に少ないです。ちなみに、星野委員が遠いとおっしゃいましたが、現在一番近い大規模集荷場は川崎北部市場だと思います。

我々としては、大規模集荷場にすべく出荷者を増やさなくてはいけないと考えております。市場の利用者である、直送店という制度を利用している小売店の方々にも参加してもらうなど、とにかく参加する出店者を増やし、手数料の低い有利な場所にしていきたいと考えています。

ただ仲卸はBtoB（業者向け）が主流ですが、クックパッドマートは一般消費者向けの販売チャネルなので、ロットが小さいのが難しいところです。例えば玉ねぎ1つや、ネギ1つなど。

クックパッドマートはシステムとしては素晴らしい建付けで、資料の33ページにも

書いてありますように、初期費用がいらぬです。通常、ECサイトに加入すると初期費用がかかりますが、クックパッドマートにおいては初期費用が全くいらぬ上に、その後の管理費用というのもほとんどいらぬですし、会費もありません。

ただ、スマホを活用できないと難しい。だから比較的若い方、ないしはスマホがある程度得意という方でないとやりにくいということだけが唯一、ハードルが高いところです。取引参加者の10社の中でも、スマホが得意な人がいるところばかりです。

先ほど福田委員より、売れ残りがあるのかという話がありましたが、事前に撮影した商品をスマホで出品し、お客様から注文が来たらそこで作って納品するので、売れ残りは基本的にありません。おそらく場合によっては違うケースもあるかと思いますが。

すごく合理的でよくできているシステムです。配送費や家賃はどうなっているのかというのは、もう経営の問題で、うまく回れば採算があうという計算のもと動かれているのだと思います。ただ配送費はECサイトの場合、様々な理由で価格が高くなりますが、いろいろと工夫しているのだと思います。そういう意味ではすごく参加しやすい建付けなので、できれば横浜市場で出荷者をどんどん募って大規模集荷場になっていけばなというふうに思っています。

山下会長：他にご意見やご質問等がありますか。

高力副会長：出荷者の方からお話を聞けてすごくよかったです。クックパッドの得意なところはシステムを組むところ、プログラミングだと思えます。例えば、クックパッドでじゃがいもを検索すると、コンマ数秒でその人に合ったリコメンドがきます。非常に多岐にわたるインフラの中で、消費者のプラットフォームも生産者のプラットフォームも数を増やしていますが、こういったデータ分析の仕組みを、ぜひクックパッドマートにも生かしていただきたいです。

また、何が売れるのか、何を消費者が欲しがっているのかというデータを整理して生産者や出荷者の方に示していくことで、御社の強みになるのではないかと思います。

そして、クックパッドマートのプラットフォームが近くのドラッグストアにあり、こんなところにあるのかと驚いたのですが、よく考えたらドラッグストアもコンビニエンスストアも生鮮が弱いです。今やドラッグストアの食品の占める割合はものすごく高く、薬品・日用品・食品の取扱いがあります。だけど生鮮は弱い。だから生鮮食料品の取扱いが少ない場所にロッカーを置いて、消費者の利便性を高めるといふ狙いがあります。購入者の幅を拓けるといふ意味で、非常にこれはチャンスです。

この横浜市場で集荷場ができるということであれば、積極的に活用いただきたい
など、消費者側からも切に思います。

山下会長：他にご意見やご質問等がありますか。

出川委員：関連棟の中に集荷場として、立派な新しい冷蔵庫が10台以上並んでおります。私も
ときどき見に行きますが、実際にその中で利用されているのは、1台だけというような
感じですか。その1台の冷蔵庫の中にも荷物が少しあるだけで、あれだけの設備を設け
たのに非常にもったいないと感じます。市場関係者向けに、先週も説明会を開いてい
ただきましたが、ぜひ出品者を増やし、もっと活用できるように頑張ってください
と思います。

山下会長：何かの立ち上げの時というのは、ある程度の人数に達すると、あとはどんどん増え
ていきます。これを経済学では「ネットワークの外部性」といい、既に研究されてい
ます。ですから、今出荷者が増えなければ、ここは駄目だということになり、他のと
ころが大規模集荷場になってしまいます。クックパッド様も横浜市場にしか作る所
がないわけではないと思うので。私は中立な立場なので、参加してくださいとい
うことを言う立場ではないですが、便利だと思われたら参加者は増えますよね。それか
ら、始めてみようかというときに、どのくらいでやめられるのでしょうか。ご商売で
すから、採算が合わなかったらやめたいですよね。例えば3ヶ月など、どのくらいで
やめられるのでしょうか。

末吉本部長：特に制限はございません。ただ、出品すると1週間先まで注文ができますので、
注文が入った分については出荷の必要がございます。

山下会長：では、申し込み時の手続きや契約に、かなり時間や資格がかかるのでしょうか。

末吉本部長：かなり多くはありません。

山下会長：では試しやすいということですね。初期費用が無料なら一度やってみるのがいいと
思うのですが、スマホは難しいですか。注文が来るか見ていなくてはならないなど。

末吉本部長：配送日の曜日指定も可能なので、何曜日に見るという運用も可能でございます。
毎日注文決定して毎日配送するという方もいらっしゃいますが、注文締め時間を設
定していただきますので、何時までに注文を締めてスマホを見て、その後何時まで
に納品というふうになっています。

布施委員：常にスマホを見る必要はないです。また、注文が入っても直前にキャンセルされる
こともあります。前日に注文があり、ラベルが発行できることが確定です。

末吉本部長：前日に注文を締めて、夕方6時までに納品いただくと翌日午前中までに届くシス
テムですので、余裕をもって夕方6時までに納品するには、何時に注文が締めれば

いいのかを逆算して設定していただいております。あるいは水産の卸業者ですと、朝方に注文の締め時間を設定しておいて、業務開始すぐに納品してあとはもう日常業務というところもあります。働いている時間帯に合わせて、注文の締め時間の設定が可能です。

山下会長：他にご意見やご質問等がありますか。

後藤委員：何グラム以上、何個以上など商品のロットは決まっているのですか。先ほどのように、玉ねぎ1つというロットだと誰が出品するのかという感じですし、参加者も限られてくるのかなと思います。

末吉本部長：小ロットでも実はチリツモでマーケットには需要が発生していて、一人暮らしの方など一個から買えるというところに需要があります。オーダーは10個まとめて購入もできます。ロットについては、売りたい規模や売りたいターゲットを想定して、設定していただくことが可能でございます。あと計量法に従って、何グラムとさせていただくか、一袋として記載するか、何個と記載するか自由は自由ですが、どうしても手に取って見るができないので、ユーザー様が選びやすい、想像しやすいような表現の方が売れやすいです。2個で何グラム相当というふうにこれぐらいですよという目安を伝えるか、肉みたいに何グラムとしたほうが、ユーザーもわかりやすく買いやすいです。野菜などは、一袋とか何個とか、あるいは不揃いとか訳あり、という表記も可能です。

事務局：クックパッドマートでは、販売促進で例えば新規のお客様には500円クーポンをプレゼントするとか、先ほどご説明ありました通り、市場の直送の特集を予定しております。このような宣伝を市場でやるのはなかなか難しいですが、出店していただくとそういうメリットがあるのもいいと思います。

そして、例えば市場の取組である直送店登録制度の登録店舗にも参加を募り、規模を拡大することによって、市場の顧客である直送店の小売店の支援にもなります。ウィンウィンな関係を築き、お互いに成長するということを一緒に考えていく。また、ユーザーの獲得と、出店者を確保する必要があるということで、これからも何かいいタイアップがあれば、積極的に進めていきたいと考えております。

山下会長：ありがとうございました。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、終了させていただきます。

【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】

事務局より、資料4-1から4-2までに基づき説明。

(質疑等)

山下会長：ご意見やご質問等がありますか。

委員：(特に意見等挙がらず)

山下会長：ご意見等ないようでしたら、事務局案のとおり承認してよろしいでしょうか。

委員：異議なし。

山下会長：皆様のご異議がありませんので「令和4年における食肉部の休開場日の変更について」、案のとおり承認いたします。

【報告事項：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】

事務局より、資料5-1から5-2までに基づき説明。

(質疑等)

山下会長：ご意見やご質問等がありますか。

委員：(特に意見等挙がらず)

山下会長：ご意見、ご質問がないようですので、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、終了させていただきます。

【報告事項：横浜中央卸売市場経営展望 各戦略の取組状況について】

事務局より、資料6に基づいて説明。

(質疑等)

山下会長：ご意見やご質問等がありますか。

高力委員：一点はHACCPについてです。面倒に感じる方、特に小規模事業者の方はいらっしゃるかと思いますが、これは対顧客や対取引先だけではなく、自身の組織の中でも、従業員のモチベーションあるいは食に対する関わり方の、指導や変化に関わってくると思いますので、ぜひ推進していただきたいです。

そして二点目は消費地としてのパワーを生かすということです。先ほど食肉部の市場フェアについて説明がありましたが、いわゆる超ブランド牛ではないけれど、おいしいものをたくさん市場に出す。そして、消費パワーが横浜にはあるわけですから、ぜひそれを利用したプロモーションをしてほしいと思います。

もう一つは、ホテルとの連携についてです。今コロナ禍の中でまさに「肉食」「中食」「外食」がボーダーレスになっています。つまり食糧のボーダーレス化があり、一品一品ではなくて、いかに組み合わせるか、いかに相乗効果を見せるか、ということが必要なのかなと思いました。そしてシェフの方もおっしゃっているように、「ストーリー

一性」が欲しいということなので、ストーリーを作っていく、MICE需要を考えるとSDGsなどのグローバルトレンドをしっかりとつかむということが必要だと思います。

山下会長：他にご意見やご質問等がありますか。

布施委員：これまでの開運協では、経営展望の戦略の中で、戦略6「情報システムの整備と情報発信」があり、市場ポータルサイトの構築について掲載がありましたが、今回掲載がないということは、もう取り組まないのでしょうか。そうだとすれば、どのあたりがネックだったのでしょうか。

例えば豊洲市場では、取引の翌日には値段が業界紙にでるなど、中央卸売市場は物流情報の宝庫で、横浜市場にもそういった物流の情報を発信するという役割が求められているのではないかと思います。いかかでしょうか。

事務局：市場ポータルサイトについては、場内事業者の皆さんがそれぞれ作成しているサイトと、開設者が作成しているサイトがありますので、それらを統合して、一連で見られるようにすることが大事なのではないかということで、戦略として打ち出していました。しかし、専門家と意見交換する中で、「何を中心に、何のコンテンツを経由して、誰へ届けるのか」といった部分をもう少し見極めないと、ただwebページを作りここで見てくださいというだけでは見てもらえない時代。市場の中で売りになる情報は何か、それに対するターゲットは誰か、ターゲットに対して待つ形のホームページを作るのか、それとも、SNSなどで仕掛けていくページを作るのか。そのあたりがまだ曖昧なのではないか。」というご意見をいただきました。

ですから、情報システムだけを作るのではなくて、プロモーション全体で何をやるか決めて、その中で生かせるような情報提供の仕方を考えていく必要があると考えております。システムを作るより先に、プロモーションの活動をしようとして力を注いでいたのに、遅れてしまったことは本当に申し訳ないと思っておりますが、先行投資して効果がないものを作るくらいであれば、少し時間をおいて作っていきたくて考えております。

今後、検討していくべき課題だと認識しております。

山下会長：他にご意見やご質問等がありますか。

福田委員：当初、「横浜中央卸売市場経営展望」では戦略6に挙げられていた「未利用魚」について、今回は戦略2で取り上げられており、整合性がないと感じました。並行して2つの戦略で進めてはいけないということではないですが、理由をはっきりさせたほうがよいと思います。

事務局：策定時の位置づけとは違いかたちでまとめてしまい、申し訳ございません。もう一度原点に戻って、整理したいと思います。

山下会長：他にご意見やご質問等がありますか。

長岡委員：戦略2と戦略6に関係しますが、先日初めて南部市場へ行きましたら、ものすごく賑わっておりました。当初開運協で紹介があった際には、この様な盛況は予想できませんでした。南部市場がこの経営展望の進捗状況に掲載されていないのはなぜでしょうか。

また、学校給食については、どんどんやっていただきたいと思います。私共も出前授業などをしておりますので、ご活用いただければと思います。

事務局：南部市場は平成27年に中央卸売市場としては廃止され、その後、本場を補完する物流・加工の拠点となりました。賑わい施設については民間事業者を誘致し、当初の目標では年間358万人の集客目標でしたが、現在369万人を超える集客となっており、このコロナ禍でも非常に賑わっております。ただ、経営展望は中央卸売市場の取組ということで整理しておりますので、南部市場は枠外ということで、横浜市としては施策を進めております。

山下会長：他にご意見やご質問等がありますか。

多賀谷委員：私は学校給食の委員会に入っていて、以前その委員会で、横浜地場の野菜や魚はどうして使わないのかという質問をしたところ、学校給食で使うほどの数がそろわないので、基本的に横浜産の野菜などは使っていないという回答をいただきました。ですが、今の報告ではサバを使ったとあったので、使えるのではないかと考えたのですが。

できれば、横浜にいるなら横浜でとれた野菜や、魚を食べようという考えをもっと広めたいと実感しましたので、これからもぜひ子どもたちに横浜産のものを食べさせてあげていただきたいと思っております。

後藤委員：学校給食の委員会では我々も説明したことがありまして、横浜市内産の野菜については、最盛期をうまく活用していけば、全く対応できないというわけではないと思います。そのあたりを委員会にもお話をしておきますので、よろしくお願ひします。

山下会長：私が水産で聞いたのは、国産魚の価格が合わないという話です。1匹270円の予算内ではとても出すことはできないと。野菜も横浜市内産のものは価格が高いのかもしれない。

皆様ご意見ご質問ありがとうございました。横浜中央卸売市場経営展望 各戦略の取組状況について、終了させていただきます。本日予定しておりました議題及び報告事項は、以上のとおりでございます。

【閉会】