（単位：百万円）

市場別＼部類別	青果物卸売業者	水産物卸売業者	花き卸売業者
中央卸売市場	250	380	160
地方卸売市場（水産物産地市場を除く。）	130	160	80

㈱　この表に示す水準は、中央卸売市場については平成20年度、地方卸売市場については平成19年度の価格水準で、経営コストの低減や取引規模の拡大を図る観点から示したものである。

⑵　経営状況の悪化に対処し、経営の健全性を確保し、出荷者に対する卸売市場の信頼性を高めるため、増資等により財務体質の強化を図るとともに、経営再編によるコストの低減や経営多角化による経営改善を図ること。また、開設者等は、長期にわたって改善が図られない卸売業者に対して、改善時期や改善事項をより明確化させるなど、適切な指導を行うこと。

さらに、卸売業者の経営の安定を図るため第三者による適時適切な経営評価の実施に努めること。

⑶　管理部門について、計画的な経営管理システムの整備、責任体制の確立等を図り、事業の計画的かつ一体的な運営の確保と経営コストの縮減に努めること。

⑷　経営能力を有する人材の育成、新規労働力の確保とその教育及び熟練労働力の定着と活性化を推進するとともに、責任体制の確立に努めること。

⑸　生産者の生産状況や実需者の需要状況に対応した計画的かつ安定的な集荷・販売力の強化と生産者及び実需者との連携を深めることにより、国内産の農林水産物を用いた新商品開発能力の向上に努めること。

⑹　卸売業者の経営は、手数料収入に大きく依存している場合も依然としてあることから、その提供する機能・サービスの充実に努め、それに見合った手数料収入を通じて経営体質の強化に努めること。

2　仲卸業者

⑴　経営の発展を図るため、業者数の大幅な縮減を図ることを基本とし、卸売市場や商品の実態、従業員の高齢化、後継者の有無等を踏まえ、合併や営業権の譲受け等による統合大型化、仲卸組合の共同事業として廃業する仲卸業者の営業権の取得等により業者数の縮減を図ること。

この場合において、救済合併等の場合を除き、原則として、目標年度における従業員１人当たりの取扱金額の水準（下表）を達成することを目安とするとともに、異なる卸売市場や取扱品目を異にする仲卸業者同士の統合大型化も視野に入れた対応を行うこと。

（単位：百万円）

市場別＼部類別	青果物仲卸業者	水産物仲卸業者	花き仲卸業者
中央卸売市場	100	100	70
地方卸売市場（水産物産地市場を除く。）	90	80	50

㈱　この表に示す水準は、平成20年度の価格水準で、経営コストの低減や取引規模の拡大を図る観点から示したものである。

⑵　経営状況の悪化に対処し、業務の適正かつ健全な運営を確保するため、開設者が財務基準を定め、これに基づき経営の早期改善を図ること。また、卸売市場の信用力を維持する観点から、開設者は、仲卸業者に対する経営改善指導を適切に行うこと。

⑶　小売業者、外食産業事業者等の仕入ニーズの適切な把握に努め、これに対応した商品の小分けや事前処理、保管・配送等の販売業者機能を強化することにより、小売業者への支援を図ること。また、就労体系の整備等により小売業者等の営業の動向に対応した卸売市場の休業日における営業の実現に努めること。

⑷　卸売業者、仲卸業者、生産者、実需者等の関係業者間の提携関係の強化を図りつつ、大型ユーザーとの対等な取引関係の構築に努めるとともに、生産者及び実需者との連携強化に取り組むことにより、新たな国内産の農林水産物の需要の開拓に努めること。

⑸　情報機器の活用等による経営管理システムの確立や、経営再編等による経営合理化、共同配送等によりコストの削減を進めること。

3　卸売業者及び仲卸業者に共通する事項

⑴　大規模小売業者、専門小売業者、外食産業事業者等のニーズへ適切に対応し、経営体質の強化を図るため、加工処理機能、貯蔵・保管機能及び輸送・搬送機能の強化に取り組むこと。

⑵　実需者のニーズの把握と産地へのフィードバックを的確に行うことにより、これまで卸売市場が中心に扱ってきた規格品に加え、特色ある地場産品や規格外品等について、これらの流通の特性も踏まえた上で、品揃えの強化を図ること。

⑶　新たな需要の喚起に資するよう、価格動向のほか、実需者のニーズ、産地の出荷動向、商品情報等の多様な情報について、情報技術の積極的な活用を通じて、卸売業者と仲卸業者間における情報共有を図るなど、その収集と提供の取組を強化すること。

⑷　卸売業者や仲卸業者が機能強化や経営の合理化に向けた取組を進めるに当たっては、共同出資会社の設立、資本提携等も含め、両者の連携・協働に十分留意して行うこと。

⑸　予約相対取引の活用等により、食品加工業者、外食産業事業者、大規模小売業者等における定時・定量・定価格での安定的取引に対するニーズへの積極的な対応を図ること。その際、天候不順等により契約数量の確保が困難な場合のリスク負担のあり方等について契約当事者間で十分に協議すること。

第６　その他

1　中央卸売市場においては、開設者及び市場関係業者が一体となって、卸売市場全体の経営戦略的な視点から、それぞれの卸売市場の位置付け・役割、機能強化の方向、将来の需要・供給予測を踏まえた市場施設の整備、コストも含めた市場運営のあり方等を明確にし、経営展望を策定するなど、卸売市場としての経営戦略を確立する。

また、中央卸売市場の運営に当たっては、経営の視点を導入し、卸売市場全体としての意思決定を的確に行うことに十分留意する。その際、独立性が高く、経営責任の明確化や自主性の拡充等が期待できる地方公営企業法（昭和27年法律第292号）に基づく事業管理者等の活用も視野に入れて対応する。また、開設者は、施設の整備と維持管理、市場関係業者への指導監督にとどまらず、市場関係業者と一体となった市場運営に対する取組を行う。

2　情報化は、取引の公開性を高め、多様な取引方法の導入に資するなど、迅速かつ的確な取引を推進する前提となることに加えて、市場行政の効率化、取引事務のペーパーレス化、物流の省力化等市場運営及び関係業者の経営の合理化に直結することから、早急にその推進を図る。

3　最新の物流システムの導入、福利厚生施設の充実等卸売市場の労働条件の改善による魅力ある職場づくりに努める。

4　食の安全の確保と環境問題の深刻化に対応するため、有害物品に関する検査体制の確立、塵埃（じんあい）処理施設及び汚水処理施設の整備に努める。