⑹　相対取引が増加している中で、卸売市場における価格形成の透明性を維持、向上し、公正な取引を推進するため、あらかじめ、開設者、卸売業者、仲卸業者等の市場関係者間において十分な議論を行った上で、開設者や卸売業者は、日ごと、月ごとの時系列で整理したデータの提供やインターネット上における検索機能の充実、データ保存期間の延長等、仲卸業者や専門小売業者その他の実需者、生産者等幅広い関係者のニーズや利便性にも可能な限り配慮した取引情報の提供に努めること。

⑺　大規模小売業者等の優越的な地位の濫用により、卸売市場における価格形成において需給以外の要素で価格が形成されることのないよう、各卸売市場においては、取引条件の明確化、書面化の促進等について積極的に取り組むとともに、優越的な地位の濫用が疑われる行為があった場合に行政の相談窓口の積極的な活用を図ることにより、卸売市場における適正な取引環境の形成に努めること。

⑻　卸売市場における売買取引について、円滑・確実な決済を確保すること。また、各卸売市場においては、それぞれの取引実態等をよく踏まえた上で、決済事故に対するリスクを軽減する方策について十分な議論を行うこと。

⑼　市場関係者の専門的な知見を十分に活用しつつ、公正な取引と機動的かつ効率的な市場運営を確保するため、開設者は、各卸売市場の実態に応じて、市場取引委員会について、実務担当者から成る部会の設置等による機動的・弾力的な開催や、卸売市場全体の利益を考えることができる幅広い視野を有する学識経験者等への委員委嘱等を通じ、適切な調査審議がなされるよう努めるとともに、経営戦略的な視点から卸売市場全体としての統一的な意思決定を的確に行うよう努めること。

⑽　取扱物品に対する消費者等の信頼を確保し、その安心につなげていくため、

①　原産地表示の徹底等による公正な取引の確保

②　生産履歴情報等の適切な確認・伝達

③　食品衛生上不良な食品の流通防止に向けた検査体制の充実

④　生鮮食料品等の仕入先及び仕入日、販売先及び販売日等の入出荷に係る記録の適切な作成・保存を通じたトレーサビリティの確保

に取り組むこと。なお、その際には業務の効率化を通じたコストの削減に最大限努力すること。

⑾　卸売市場に対する生産者、実需者、さらには消費者の信頼の確保と向上に向けて、卸売市場関係業界における自主行動計画や、卸売業者及び仲卸業者における企業行動規範の策定を推進すること等により、コンプライアンス（法令遵守）の徹底に努めること。

2　物品の積卸し、荷さばき、保管等の合理化に関する事項

商品管理の適正化、食品衛生の確保、ロジスティクス（戦略的物流管理システム）の展開方向、市場労働の省力化等に配慮し、特に次の事項に留意する。

⑴　商品形態の変化、多温度帯流通の進展、卸売市場の休業日の増加等に対応した施設の整備を図るとともに、商品の特性に応じた荷さばき、保管等に努めること。

⑵　加工処理施設、貯蔵・保管施設及び輸送・搬送施設の整備に当たっては、電子商取引、予約相対取引や見本取引の進展等取引方法の変化、小売形態の変化、荷さばき、保管、搬送等の効率化等に配慮すること。また、場外保管施設の適切な活用を推進すること。

⑶　自動荷さばき・搬送システム、パレット輸送システム、自動倉庫等の体系的利用により、荷役労働の省力化を計画的に推進すること。

3　物品の品質管理の高度化に関する事項

開設者、卸売業者、仲卸業者等は、施設の整備と併せて、生鮮食料品等の鮮度保持のための温度管理、市場内の施設や用具等の洗浄・殺菌、場内搬送車両の無公害化、品質管理の責任者の設置と責務の明確化等の品質管理の高度化のための措置に取り組むとともに、当該措置を内容とする品質管理高度化規範の策定、同規範の内容及び遵守状況についての不断の検証並びに社内遵守体制の強化を推進することにより、荷受けから卸売、仲卸、配送に至るまでの各段階において品質管理の高度化に取り組む。

この場合、水産物及び食肉を取り扱う卸売市場においては、食品衛生法（昭和22年法律第233号）に基づく公衆衛生の見地から必要な施設の基準や公衆衛生上講ずべき措置の基準を遵守するとともに、食肉におけると畜段階においては、と畜場法（昭和28年法律第114号）等に基づく構造設備の基準や衛生管理の基準の遵守、食道や直腸の結紮（さつ）やナイフの消毒等に取り組む。

さらに、卸売市場における品質・衛生管理の質的向上を図り、その機能と信頼を向上させる観点から、各卸売市場においては、基本的な衛生管理の徹底のみならず、ＨＡＣＣＰの考え方を採り入れた品質管理や外部監査を伴う品質管理認証の取得等を通じたより組織的・体系的な品質管理体制の構築を図る。特に、輸出に取り組む卸売市場にあっては、輸出先の法令で求められるＨＡＣＣＰに基づく衛生管理の導入等の品質管理の高度化に取り組む。

第５　卸売業者及び仲卸業者の経営の近代化の目標

卸売業者及び仲卸業者については、集分荷機能、情報受発信機能等の卸売市場の機能を実際に担う主体であることを踏まえ、卸売市場ごとの経営戦略に即した機能強化、卸売市場に対する信頼の確保等に向けて、特に次の事項に留意し、その経営体質の強化等を図る。

1　卸売業者及び仲卸業者に共通する事項

⑴　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・販売力の強化に向けて、現状における経営上の強み・弱み等を分析の上、

①　消費者、実需者等の需要動向を踏まえた産地に対する営農指導、出荷支援のほか、地域特産物のブランド化、特色ある地場産品や規格外品等の流通特性も踏まえた品揃えの強化、新商品の開発、小売や加工・業務用需要とのマッチング等に関する産地との連携強化

②　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に対応した加工処理、貯蔵・保管、輸送・搬送、リテイルサポート等の機能強化による実需者との連携強化

に積極的に取り組むこと。

⑵　生鮮食料品等の流通の中間に位置する立場を活かし、卸売業者・仲卸業者の相互連携の下、川上・川下双方に対するコーディネート機能を発揮し、国内産の農林水産物の新たな需要の喚起と需要に対応した供給体制の確立に努めること。その際、価格動向のほか、実需者ニーズ、産地の出荷動向・出荷戦略、商品情報等の多様な情報について、情報通信技術の積極的な活用を通じて、その把握と産地や実需者へのフィードバックを的確に行うなど、情報受発信の取組を強化すること。

⑶　卸売業者、仲卸業者、生産者、実需者等の関係業者間における提携関係の強化を図りつつ、大型産地・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、予約相対取引の活用等により、産地における計画的かつ安定的な生産・出荷に対するニーズや、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・定質・定価格での安定的な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。

⑷　取扱物品の付加価値を高め、販売力の強化や新規需要の創出を通じた経営体質の強化を図るため、市場関係業者の新たなビジネス機会の創出に資する場合は、卸売市場が有する集荷機能や販売先に関する情報受発信機能等を活かし、国内産の農林水産物の輸出に係る拠点としての積極的な機能発揮に努めること。その際、産地、他の卸売市場、関連機関等との連携強化を図り、品揃え、数量、リードタイム、出荷期間等の取引先のニーズに対応できる集出荷体制の構築と、輸出先の法令で求められる衛生・品質管理に取り組むこと。

⑸　産地情報と消費者・実需者のニーズの双方に通じ、求められる商品特性や多様な販路に係る知見等を有するといった強みを活かし、市場関係業者の新たなビジネス機会の創出に資する場合は、生産者が行う６次産業化への取組に対する積極的な参画に努めること。

⑹　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、資本提携等両者の連携・協働に十分留意して行うこと。

⑺　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、熟練労働力、若手及び女性の活用等を通じた人的資源の強化に取り組むとともに、責任体制の確立に努めること。