

■ 令和元年10月29日～10月30日 経済労働委員会県外調査（東京都）

1 10月29日 東京都中央卸売市場豊洲市場（東京都江東区豊洲）

【調査目的】

生鮮食料品の流通と施設整備の状況について

【調査概要】

豊洲市場の概要について説明を受け、施設見学・質疑応答を実施

<説明の概要>

○豊洲市場の特徴

- ・平成30年10月11日に開場。50年先まで見据えた首都圏の基幹市場として、築地市場が果たしてきた豊富で新鮮な生鮮食料品流通の円滑化と価格の安定という機能に加え、消費者の意識が高まっている食の安全・安心の確保、効率的な物流の実現など、産地や顧客・消費者の様々なニーズにも対応している。
- ・さらに、環境に配慮した先進的な市場とするとともに、築地市場の築いてきた歴史と伝統を継承・発展させていくことで、豊洲市場の魅力＝ブランド力を高めていくことを目指している。
- ・4つのポイント
食の安全・安心を確保します。
省エネに取り組み環境に配慮しています。
効率的な物流の実現と新たなニーズへ対応します。
地域と連携し活気とにぎわいを創出します。

○施設の概要

【市場全体】街区面積：約407,000㎡、敷地面積：約355,000㎡、延床面積：約510,000㎡

【5街区】青果棟 街区面積：約128,000㎡

野菜や果物などの青果物を扱う、卸売場と仲卸売場

【6街区】水産仲卸売場棟 街区面積：約143,000㎡

水産の仲卸店舗が集まる、豊洲市場で一番大きな建物

【7街区】水産卸売場棟 街区面積：約135,000㎡

マグロなどの水産物のせりをはじめとした取引が行われる場所
管理施設棟

東京都や各事業者の事務所をはじめ、都のPRコーナーや飲食店など

○関係業者

・水産部

卸売業者：7社、せり人数：535人、仲卸業者：488業者、売買参加者：290業者

・青果部

卸売業者：3社、せり人数：123人、仲卸業者：96業者、売買参加者：578業者



2 10月29日 奈良県東京事務所 奈良まほろば館（東京都中央区日本橋室町）

【調査目的】

首都圏での販路拡大について

【調査概要】

東京事務所の首都圏での販路拡大の概要について説明を受け、施設見学・質疑応答を実施

<説明の概要>

○産業・雇用振興部

- ・首都圏販路拡大支援業務：平成31年4月から東京事務所に首都圏販路拡大担当職員を1名配置。首都圏における新規受注獲得や販路拡大に取り組む県内の中小事業者を積極的にサポート
- ・商談機会の提供：東京商談会（首都圏の百貨店やスーパー等の仕入担当者と新規取引を希望する県内中小企業との商談会を実施）。東京インターナショナル・ギフト・ショーへの出展（首都圏等での新規受注獲得、販路拡大を目指すため、国内最大級見本市「東京インターナショナル・ギフト・ショー」へ奈良県ブースを出展し、商談機会の場を提供）。
- ・成約を目指した商談のフォローアップ：個別商談支援（事前調整、商談同行等）（バイヤーとのマッチング、商談への同行、アフターフォローなど、年間を通じた伴走型支援を実施）
- ・商談スキルや自社商品のPR方法を学ぶセミナー開催：商談で成約率をアップさせるため、商談の基礎知識、商談の進め方、効果的な事前準備からフォローアップまでを学ぶ「販路開拓支援セミナー」を開催。

○農林部

- ・首都圏で販路拡大に取り組む意義：国内最大のマーケットである首都圏市場で高い評価を得ることが地方の市場にも波及するといわれていることから、県として首都圏での県産農産物の販路拡大に向けた取り組みを推進。
- ・具体的施策：B to BとB to C、さらに市場流通と市場外流通の視点から施策を展開
- ・これまでの主な取り組み
B to B（市場流通）：大田市場におけるトップセールス。大田、豊洲（築地）市場での仲卸業者向けPR。産地を運送事業者とのマッチング。
B to B（市場外流通）：県職員による飲食店等を対象としたセールス活動。飲食店等に小口配送する生産者への宅配便料金の一部支援。
B to C：奈良まほろば館における一般消費者向けPR。ときのもりを活用したならの「食」の情報発信。
- ・今後の施策について
B to B（市場流通）：トップセールスや仲卸業者向けのPR活動を通じた、主要品目の取引拡大。運送業者とのマッチング等を通じた、産地からの輸送力の強化。
B to B（市場外流通）：県職員による首都圏の飲食店等へのセールス活動を通じた、生産者とバイヤーのマッチングの拡大。
B to C：奈良まほろば館、ときのもりを活用した、一般消費者向けPRとなら「食」の情報発信。首都圏の飲食店等と連携した県産農産物のプロモーション展開。オリンピック・パラリンピックを好機とした旬の県産農産物のPR。



3 10月30日 松屋銀座（NARA TEIBAN）（東京都中央区銀座）

【調査目的】

奈良発こだわりのデザインについて

【調査概要】

松屋銀座（NARA TEIBAN）の概要の資料を配付し、売り場見学を実施

<説明の概要>

○松屋銀座について

11月に創業150周年を迎える東京の老舗百貨店。“デザインの松屋”という認識を持たれている。法人顧客よりも個人顧客を大切に、15,000人の外商顧客を保有。経営方針として「熱烈な松屋ファン」を増やすことをテーマに掲げ、一過性の売上よりも優良顧客のさまざまな暮らしの課題に対して、優れたデザインで応えることに軸をおく。

○NARATEIBANの誕生

松屋銀座内に2018年4月、常設店として誘致される。

①誘致された理由

- ・6年間、秋に開催してきたポップアップストアにおいて、好成績を積み重ねてきた
- ・毎回、趣向を凝らした店づくりを行い、常連客を楽しませてきた
- ・TEIBAN展で獲得した自分たちの顧客を松屋銀座に動員してきた
- ・松屋銀座の優良顧客から常設店にしてほしいとの声が数多く寄せられてきた

②常設店の内容

TEIBAN展で独自の世界観をつくりファンを獲得してきた21社の事業者の共同出資により県費の投入なしに、内装も自らの手で行い、スタッフを雇用し、共同で運営

○カンパニープロフィール

紀寺の家(町家に住まう旅)・中田真太郎(革張り椅子職人)・COTOYUI(ニットの可能性を追求)
HIJIRIYAMA 聖山(家具と空間づくり)・Hachi-Wari(ペーパーフォルダー)
Ponte de pie!(生まれたての靴下)・Mint Therapeutics(天然ミントの湿布)
Caqueco(Cache-cache cou cou! 足から生活にリズムを)
4 Nov(ハンドメイドの貝ボタン)・高畑めがね工房(ラインのシンプルな眼鏡)
Yaquo Warm Labo(薬湯・サプリメント)・TSUJIMURA(葛の御菓子)
近畿編針(編み物でマインドフルネス)・畑中篤(器)・茶農家TeamT(大和茶)
垣本鉄工所(鉄の欠片、道標)・Biblioteca(パーマメントジャケット)
Aruki-tsudukeru(一歩ずつ生き方の幅を広げる)
管城 鈴木一郎(奈良筆の魅力)
杉森建具(建具によるスペースデザイン)
Mafu A Mano(暮らしと麻)



4 10月30日 ときのもり（東京都港区白金台）

【調査目的】

県産食材を使用したレストランについて

【調査概要】

ときのもりの概要について説明を受け、施設見学・質疑応答・昼食試食を実施

<説明の概要>

- ・飛鳥、藤原、平城と、古代の都が置かれた奈良は、日本のたからが生まれた歴史と文化のふるさとである。深い山々には神々が鎮まり、森や林には仏が宿るとされ、その精神は今でも継承されている。なくしてはならない日本の原点がそこにある。そんな奈良の魅力を伝えるため、「ときのもり」を東京・白金台にオープンした。
- ・「とき」は「過去」から「未来」に静かに流れる奈良の「時」と、移り変わる「季」を、そしてなによりも客がこの店で過ごしていただく大切な「時間」そのものを意味する。
- ・「もり」は、神のすむ「杜」、奈良を深く覆う「森」、さらに、受け継がれてきた伝統と、日々の平安の「守」に対する祈りを込めた。
- ・ロゴマークは、正倉院の宝物にも多く登場する「鳥」である。奈良の人々のやさしさやもてなしに溢れた心まで、ここに描かれた鳥のように、吉祥とともにお届けする。

○1階：カフェ&ショップ

- ・「LIVRER（リヴレ）」とはフランス語で「つなぐ」「配る」の意。
かつてシルクロードを渡り、西から東へ宝物が届けられたように、奈良の上質な「たからもの（食材、工芸品）」を届け、客につなぐ場所でありたいと、願いを込めている。
- ・カフェスペースでは「大和茶とほうせき」を出し、ほうせきとは、奈良の古い言葉でおやつのことである。弘法大師が唐から持ち帰った茶の種がはじまりとされる大和茶を、大和のほうせきとともに食べてもらう。奈良「くるみの木」「秋篠の森」のオーナー、石村由起子氏がプロデュースをつとめている。

○2階：レストラン

- ・フランス語で「CIEL（シエル）」は「空」「天」を、「SOL（ソル）」は「地」「土」を意味する。自然豊かな奈良には、大和野菜など魅力的な食材がたくさんある。そうした食材、つまり天と地の恵みを大切に料理をめざす姿勢を「CIEL ET SOL（シエル エ ソル）」という言葉で表現している。
- ・コンセプトは、プロデュースをつとめる音羽和紀率いる「オトワレストラン」と同じく、「LA CUISINE NATURELLE（ラ キュイ ジーヌ ナチュレール）／自然体の料理」。単に奈良食材を多用するのではなく、そこに奈良の歴史や風景を感じられる要素を盛り込むことが大きなテーマである。

