

平成 29 年度第 1 回大阪府中央卸売市場指定管理者評価委員会 議事概要

- 1 日 時 平成 29 年 8 月 3 日（木）13 時 00 分から 15 時 15 分まで
- 2 場 所 エル・おおさか本館 5 階 会議室 504
- 3 出席者 委 員：5 名（石崎委員、加藤委員、岸上委員、玄野委員、里内委員）
事務局：大阪府中央卸売市場 4 名
指定管理者：大阪府中央卸売市場管理センター(株) 3 名
傍聴者：2 名
- 4 議 題 (1) 委員長、委員長代理の選出について
(2) 会議の公開・非公開について
(3) 評価項目・評価基準について
(4) その他
- 5 議事内容 (委員長：◎、委員：○、指定管理者：●、事務局：□)
 - (1) 委員長、委員長代理の選出について【資料 1】
 - ・大阪府中央卸売市場指定管理者評価委員会規則第 3 条第 1 項に基づき、委員の互選によって加藤委員が委員長に選出された。
 - ・同条第 3 項の規定により、石崎委員が委員長代理に指名された。
 - (2) 会議の公開・非公開について【資料 2】
 - ・会議は原則公開とすることと決定された。ただし、指定管理者の財務状況等に関する情報で、公開することにより指定管理者の公正な利益を害すると認められる情報や、個人のプライバシーに関する情報を取り扱う場合、また、公正・円滑な審議が著しく阻害され、委員会の目的が達成できないことが想定される場合は、あらかじめ委員長から委員に諮り、公開・非公開を決定する。
 - (3) 評価項目・評価基準について
 - (ア) 評価委員会のモニタリング制度及び今後のスケジュールについて【資料 3】
 - ・事務局から評価委員会のモニタリング制度及び今後のスケジュールについて説明した。
 - (イ) 評価票（案）について【資料 4】【資料 5】
 - ・事務局から評価票（案）について説明した。
 - ※質疑応答は（ウ）及び（エ）の説明後に行ったため後述。
 - (ウ) 大阪府中央卸売市場 経営展望[2017-2021]の概要について【追加資料】
 - ・府市場の平成 29 年度から平成 33 年度までの経営展望の概要について説明した。

<質疑応答>

【府市場の状況について】

- ◎) 取り扱い金額はほぼ横ばいということだが、全国的にはどうか。
-) 基本的に右肩下がり。青果は季節によっては高いが、水産は量も金額も落ち込み気味。
- ◎) 仲卸業者の直接集荷等の市場外流通について、使用料は徴収できているのか。
-) 仲卸業者の直接集荷については、売上高割使用料を徴収。売上を申告していただき、さらに証拠書類と突き合わせてチェックすることで、確実に支払ってもらっている。これにより、平成 27 年度から平成 28 年度では、卸業者の売上高割使用料及び仲卸業者の直接集荷の売上高割使用料を併せて 500 万円ほど収入が増えている。本市場の指定管理者は、場内の卸売業者 4 社と青果及び水産仲卸売組合の出資会社であるため、指定管理者や府に対して使用料を納めるべきとの意識が高い。

【消費者等への販路開拓・維持について】

- ◎) 経営展望の方向性で「消費者等への販路開拓・維持」とある。府市場の役割を消費者に理解していただくという目的では、市場開放デーや市場見学を実施しているが、消費者へ販路開拓・維持はどこまで本気で、どのように実施していくのか。一般の消費者が量販店等で購入する際、中央卸売市場という名前はほぼ一切出てこないし、直接販売することもできない。インターネットを活用して、飲食店が使っている美味しい食材は中央卸売市場から仕入れているなどアピールして、一般の消費者には「本当に美味しい食材は、市場経由で来てるんや」というのを理解してもらうような手法も重要では。
-) 一般の消費者向けの手法としては、民間業者によるネットショップを展開している。
-) ネットショップでは、「大阪府中央卸売市場」という名称の使用承認を行っている。現在、承認を与える先は、卸売市場の中にある事業者に限定しているが、要件の緩和を検討している。ただし、中央卸売市場直営のネットショップであるかのように誤解されないよう、名称の使用基準の強化を併せて検討しているところ。
- ◎) 「中央市場から仕入れて提供しています」「仲卸業者が目利きで、中央卸売市場からいいものを調達しています」のような、誤解を与えない PR が必要。

(エ) 平成 29 年度指定管理者事業計画について【資料 6】

- ・指定管理者（大阪府中央卸売市場管理センター株式会社）が今年度の事業計画について説明した。

(オ) 評価票（案）への質疑応答【資料 4】【資料 5】

1. 「I - (1) 施設の設置目的及び管理運営方針」について

【施設の設置目的に沿った運営及び管理運営の効率化と迅速な対応について】

-) 常駐代表者会議等において、場内事業者との情報共有を密に行っているということだが、他市場と比較して、府市場の特徴等あるか。また、情報共有による組織的な取組みを評価したいが、本項目をどのような基準で評価するのか。（開催頻度や参加者数、それに費やした時間等）
-) 他市場では、開設者である行政と場内事業者の会議体自体があまりないと聞いている。本市場

では、お盆がある 8 月と正月の 1 月以外の年 10 回、毎月第 3 木曜日に常駐代表者会議を開催している。メンバーは、開設者である大阪府中央卸売市場、指定管理者である大阪府中央卸売市場管理センター株式会社、場内事業者の 4 卸会社と水産・青果の 2 組合、場内の冷蔵庫事業会社、市場協会、食品衛生検査所の各トップ。中央卸売市場での指定管理者制度導入がうまくいっているのは、本会議の存在が大きいと考える。なお、本会議は指定管理者制度導入以前から開催しているため、開催頻度や参加者数等で評価することはそぐわないと感じる。

-) 実施予定の事業等については、本会議において指定管理者から必ず事前に提案し、内容をご審議・ご承認いただいてから着手するという形になっている。
- ◎) 普通の指定管理者はハード管理が基本。一方、本市場では、例えば売上や利用料収入の増加などの指定管理者の事業目的が、府と一体になってやるべきことの一翼を担っている形。つまり、府と指定管理者が車の両輪で同じ事業目的に向かって一丸となって運営をしているため、全庁的に示されている評価項目・評価基準の指定管理者のみに焦点を当てるやり方では評価しづらい。「施設の設置目的に沿った運営」を評価する際に、「一丸となった運営ができる」とか、「そのために情報共有ができています」とか、「どのくらいの頻度で会合が行われている」などの表現でわかりやすくなるか。
-) 【資料 5】の「(1) 施設の設置目的及び管理運営方針」の評価基準「施設の設置目的に沿った運営」及び「管理運営の効率化と迅速な対応」の欄にお示ししているとおり、指定管理者からの申請書において、「常駐代表者会議の場などを十分に活用しながら、市場内関係者が一体となって市場の管理運営や市場活性化事業に取り組む」という提案をいただいている。先ほど委員長にご助言いただいた内容を、評価の際に落とし込むということで対応させていただく。

【法令遵守の徹底と危機管理への対応について】

-) 社内研修の充実と倫理意識の醸成を事業計画にあげているが、指定管理者の常勤社員に対しての社員研修という意味か。市場がうまく機能していくためには、場内事業者全体の倫理意識の醸成が重要だと考えるが、場内事業者向けの施策というのは行っているのか。そこも評価の基準に入っているのか。
-) 計画に挙げているのは常勤社員向けの研修。場内事業者向けのコンプライアンス研修は市場協会という別組織が行っている。指定管理者としては、消防訓練や防火・禁煙啓発等の施設の安全利用に係る取組みを行っている。
-) 本項目については、あくまでも指定管理者が社員対象に実施する取組みについてを評価するもの。ただし、場内事業者対象に取組みを広げた場合等には、5 段階評価で評価を上げることで対応できると考える。
-) 了承した。

2. 「I - (3) 利用者の増加を図るための具体的手法・効果」について

【仲卸売場の稼働率について】

- ◎) 稼働率を上げるためには、空き店舗を近接する業者に貸し出すのが効率的だが、現実はそのができず、どこの市場も悩んでいると思う。将来を見据えて、店舗自体を入れ替えて一箇所に集約するなど物理的な対策はあるか。

-) 各店舗内で、冷蔵設備などのハード整備を行っているところもあり、店舗を移動させるのは物理的に難しい。
-) 委員長の仰る通りで、空き店舗があっても「遠いから使い勝手が悪い」とか「もう少し近接にあれば借りるんだけど」という声が現実かなりあるが、移動のためのコストを誰が負担するのかという問題がある。
-) 場内の卸会社のトップからは、卸売場と仲卸店舗をひっくり返して、産地トラックが荷卸ししやすい環境を整えるとともに仲卸店舗を集約し、空いたスペースを長距離ドライバーのハブ市場にできないかという案もいただいている。コスト面に問題はあがあるが、本市場は3つの高速道路が近くにある立地の良さもあり、実現すればトラック運転手の過重労働問題の解消や、産地に選ばれる市場になっていく潜在能力を秘めている。
- ◎) 実現すれば、効率性や競争性が上がる施設であることは間違いない。

【市場PRの実施について】

-) 小学校の見学者数2,700人、一般見学者数300人が目標値ということだが、府民への府市場の役割理解という目的に照らすと、一般の見学者数300人は効果としてどうか。見学対応では人手が足りないとの話もあるが。
-) 300人でも大いに意味があると思っている。小学校の社会見学は、毎年10月から11月に集中するため、人手が足りず断ることもある状況だが、時期をずらしてもらえれば対応できることをお伝えするようにしている。一般の見学者は特定の時期に集中しないので歓迎している。また、最近は韓国や中国からの見学者も来場されている。案内パンフレットも各国に併せて用意しているので、もっと広げていきたい。
-) 外国人向けのパンフレットも作成しているということで、観光客向けも視野に入れていると思う。市場開放デーの入場者数からも伺えるように、人が集まる力を秘めている施設だと思うので、より良い方法を検討してほしい。

3. 「Ⅱ－(1) 利用者満足度調査等」について

-) 中央卸売市場の利用者は場内事業者だと理解している。指定管理者の説明では、場内事業者には、日々の業務の中で意見を聴取しているということだが、評価項目にある「利用者満足度調査等」は、市場見学者等々にアンケートを取って市場運営に活かすということか。
-) 他の公の利用施設（貸館）等と利用者の視点が違うため、アンケート等で問う先としては、そういった方を参考にせざるを得ない。
-) 場内事業者に対しては、日々の業務の中で社員が意見を聞くほか、毎月開催される常駐代表者会議（場内関係者のトップが出席）でご意見をいただいている。
- ◎) 買出人や産地からのトラックの運転手など、流通関係者に対するアンケートを行ったことはあるか。
-) 行ったことはない。買出人やトラックの運転手については、取引先である場内事業者を経由して意見をいただいている形。また、具体的な改善は、経営展望の進捗を管理する推進連絡会議を設置し、分野ごとに場内関係者で協議し進めているところ。
-) 場内事業者から施設の再整備のアイデアをいただくこともあるし、要望・意見があれば開設者

(府)と指定管理者が連携し、すぐに現地を見て、会合をもって対策を練るという形をとっている。

-) 本市場での利用者満足度調査は、場内事業者との情報共有をアンケートに代えて、常に密接に情報交換されるというのが一番いい。引き続き綿密に情報共有してほしい。

4. その他、評価票全体に係る質問等

【定量的な基準設定について】

-) 【資料3】裏面の行政経営課提示の評価項目・評価基準で、「できるだけ定量的な基準を設定する」と示されている。評価票(案)では評価項目「(3)利用者の増加を図るための具体的な手法・効果」に係る仲卸売場稼働率と市場見学者数のみ数値目標が設定されているが、他に設定できるものはないか。
-) 数字で示しやすい指標が仲卸売場稼働率と市場見学者数であるため、このように記載している。その他、実際に評価する際には、【資料5】の評価項目「(1)施設の設置目的及び管理運営方針」の外注委託費、「(4)サービスの向上を図るための具体的手法」の活性化事業費、「(5)施設の維持管理の内容、適格性及び実現の程度」の修繕費の各予定価格等を基準とし、評価欄にて執行金額を記載して報告する。

⇒質疑応答後、評価票については原案通りとすることで承認された。

なお、指定管理者による自己評価と施設所管課による評価を行う際は、下記について留意する。

- ① 評価項目「(1)施設の設置目的及び管理運営方針」の評価欄において、常駐代表者会議の場などを十分に活用し、市場内関係者が一体となった市場の管理運営ができているかをわかりやすく報告する。
- ② 予定価格等が決まっている事業については当該価格を定量的な基準とし、評価欄に執行金額を記載して報告する。

(4) その他

1. 新評価制度について【資料7】

- ・今年度以降に指定管理者を公募、翌年度以降に業務開始する指定管理者から実施する新評価制度について説明。府市場においては、平成33年度の公募時に募集要項に記載したうえで、平成34年度から実施する。なお、行政経営課より可能であれば現指定管理期間中からの導入を求められている「年度評価」については、契約締結時に実施予定のなかった制度であることなどから、今期の指定管理期間中の導入は行わないことで承認された。

2. 来年度以降の開催スケジュールについて

- ・全庁的なルールとして、評価委員会は毎年度2回開催することとなっているが、評価基準・評価項目は毎年度大きく変わらないことから、翌年度以降は年1回の開催とすることで承認された。なお、年度末の評価委員会で委員にご助言・ご提言いただいた内容について、次年度の評価項目・評価基準への反映を年度末の評価委員会において併せて検討する。

以上