

大阪府中央卸売市場経営戦略

2022年3月

大阪府中央卸売市場

目 次

I はじめに	
1 策定の趣旨	1
2 計画期間	1
II 府市場の現状・課題	
1 府市場の取扱数量の推移	3
2 府市場の現状・課題	
(1) 「府市場の将来のあり方検討調査」において示された課題	5
(2) 既存施設の維持管理	5
(3) 指定管理者の導入効果	6
(4) 市場活性化の取組み	6
(5) 清潔で安全・安心な秩序ある市場づくり	6
III 今後5年間の府市場の経営方針	
1 建替えによる再整備の検討の推進	7
2 既存施設の適切な維持管理	8
3 指定管理者による効率的な運営の継続	8
4 市場活性化の取組みの継続	9
5 清潔で安全・安心な秩序ある市場づくりの継続	12
IV 投資財政計画(収支計画)	
1 現在の経営状況	
(1) 直近4年間の収支状況	14
(2) 直近4年間の各種経営指標	15
2 今後5年間の投資財政計画(収支計画)	16
3 投資財政計画(収支計画)の説明	17
V 進捗状況の公表、経営戦略の改定	
1 進捗状況の公表項目	18
2 経営戦略の改定	18

《関係資料》	19
○ 大阪府中央卸売市場の概要	20
○ 大阪府中央卸売市場の主たる供給区域	21
○ 市場主要施設の概要	22
○ 大阪府中央卸売市場 施設配置図	23
○ 市場取扱高の推移	24
○ 経営展望の行動計画の取組み状況(2017年度～2020年度)	25

I はじめに

1 策定の趣旨

大阪府中央卸売市場(以下「府市場」という。)では、**2017年3月**に中期経営計画である『経営展望』(**2017年度～2021年度**)を策定し、“競争力のある市場”の実現をめざして、市場活性化等の取組みを進めてきた。

一方、府市場は、開設から**40年**以上が経過し、施設の老朽化への対応と合わせ、急速に変化する物流構造やIT技術の進化、市場間競争の激化等に対応できるハード・ソフト両面の機能強化が求められており、**2020年度から2021年度**にかけて、市場の将来のあり方について検討を行った。

その結果、**2022年度**以降、民間資本を活用した建替えによる再整備について、具体的な検討を進めていくことになったが、その間においても、既存施設を活用しながら、市場機能を維持し、引き続き、“競争力のある市場”の実現をめざす取組みを継続する必要がある。

このため、当面の**5年間**について、既存施設の適切な維持管理に取り組みつつ、計画的で安定的な経営を行えるよう、ハード・ソフト両面にわたる経営方針及び収支計画を定める「経営戦略」を策定することとした。

策定に当たっては、場内事業者はもとより、消費者・実需者等の代表も加わった「大阪府中央卸売市場運営取引業務協議会」のご意見も伺い、幅広い意見の反映に努めた。

なお、本計画は、**2015年9月**に国連サミットにおいて採択された「持続可能な開発目標(Sustainable Development Goals:SDGs)」の観点も踏まえ、推進していく。

2 計画期間

2022年度から2026年度までの5ヵ年とする。

経営展望(2017年度～2021年度)の取組み成果

2017年3月に策定した経営展望では、“競争力のある市場”の実現をめざすため、市場のとりべき方策を5つの基本戦略として掲げ、それに基づく行動計画を定めた。

2020年度までに、行動計画に基づく取組みにより、同計画の全34項目中29項目(85.3%)において、一定の成果を上げている。※各項目の取組み状況については、P.25を参照

経営展望の取組みの主な成果

基本戦略	主な成果
<p>1. 流通の変化に対応した「機動性」のある市場 広域的な集荷・転送・分荷機能の強化</p>	<p>大屋根拡張工事による荷捌き・積込スペースの増加、青果大通りの車両動線の確保、駐車場の幅員拡幅、大型駐車場区画の増設など</p>
<p>2. ニーズに対応した「付加価値」を重視する市場 コールドチェーン化の推進、加工機能等の充実</p>	<p>仲卸事業者が商品の鮮度を保つ低(定)温化設備を設置する場合の事業費に対する補助の実施、空き店舗を活用した加工施設や冷蔵施設の整備など</p>
<p>3. 「民間活力」をフルに活用する開かれた市場 指定管理者による効率的な運営 外部活力の導入</p>	<p>指定管理者による民間のノウハウを活かしたサービス水準を低下させることのない経費削減(水光熱費など)、効率的な運営及び活性化事業の実施(防犯カメラ及びトイレの改修他)など</p>
<p>4. 場内外の連携強化で「活性化事業」に取り組む市場 産地や量販店、大学等との共同事業の展開</p>	<p>産地や量販店と場内事業者が連携した「市場まつり」や「市場開放デー」などのイベント開催による販売促進や認知度向上、連携大学とのレシピ開発などの共同事業による食育の推進など</p>
<p>5. 場内事業者の「自律的な取組み」を重視する市場 場内一丸での場内ルール順守の徹底</p>	<p>市場内の荷捌きルールの構築、不法駐車排除、LED照明の設置、不法投棄の防止及び廃棄物処理量や処理費用の抑制、禁煙指導員の巡回による喫煙ルールの徹底など</p>

Ⅱ 府市場の現状・課題

1 府市場の取扱数量の推移

府市場の取扱数量は、全国の中央卸売市場と同様に人口減少や単身世帯の増加、卸売市場経由率の低下、直売・産地直送など取引形態の多様化などを背景として、減少傾向にある。

また、府市場の取扱数量は、全国の**65**中央卸売市場の中で**10**番目となっている。



全国中央卸売市場の取扱数量（2020年）【全65中央卸売市場中の上位15市場】

※食肉市場を除く

順位	市場の名称	数量(トン)
1	東京都中央卸売市場・大田市場	981,129
2	大阪市中央卸売市場・本場	602,196
3	東京都中央卸売市場・豊洲市場	563,078
4	横浜市中央卸売市場・本場	396,003
5	名古屋市中央卸売市場・本場	328,474
6	福岡市中央卸売市場・青果市場	305,694
7	札幌市中央卸売市場	304,817
8	名古屋市中央卸売市場・北部市場	300,701
9	京都市中央卸売市場・第一市場	274,932
10	大阪府中央卸売市場	239,183
11	仙台市中央卸売市場・本場	234,425
12	大阪市中央卸売市場・東部市場	220,289
13	東京都中央卸売市場・淀橋市場	208,461
14	岐阜市中央卸売市場	205,970
15	鹿児島市中央卸売市場・青果市場	172,410

(参考) 府市場の取扱金額の推移



全国中央卸売市場の取扱金額（2020年）【全65中央卸売市場中の上位15市場】
※食肉市場を除く

順位	市場の名称	金額(千円)
1	東京都中央卸売市場・豊洲市場	438,845,763
2	東京都中央卸売市場・大田市場	350,159,333
3	大阪市中央卸売市場・本場	246,676,109
4	名古屋市中央卸売市場・本場	153,002,242
5	横浜市中央卸売市場・本場	143,051,767
6	札幌市中央卸売市場	136,241,782
7	仙台市中央卸売市場・本場	119,702,960
8	京都市中央卸売市場・第一市場	96,366,048
9	名古屋市中央卸売市場・北部市場	91,611,245
10	大阪府中央卸売市場	91,245,861
11	大阪市中央卸売市場・東部市場	87,486,527
12	福岡市中央卸売市場・青果市場	67,996,977
13	金沢市中央卸売市場	67,428,726
14	広島市中央卸売市場	60,468,296
15	神戸市中央卸売市場・本場	58,932,291

2 府市場の現状・課題

(1) 「府市場の将来のあり方検討調査」において示された課題

開設から **40** 年以上が経過し、現在の食品流通構造の変化に対応できていない府市場においては、様々な課題が顕在化している。

2020 年度の「府市場の将来のあり方検討調査」において、以下の課題が示されており、時代のニーズに合わせた市場機能の強化を図る必要がある。

府市場の現状・課題
量販店向けの商品搬出数量の割合が、大阪市中央卸売市場 本場・東部市場においては 52% であるのに対し、府市場は 64% と高く、大量の荷が一時的に市場内に滞留し、荷降ろし・荷捌き場の不足が慢性化
年々大型化する輸送トラックに天井高など施設が対応できておらず、荷降ろしできる場所が限られるなど非効率が目立つ
取引形態や顧客ニーズの変化、低温・加工施設等の後付け整備等による荷捌き等における場内の非効率な物流動線
開場から 40 年以上が経過し、施設全体として老朽化が進み、維持・補修に多額の費用を要する
開放型施設であるため、害虫・獣の侵入対策が不十分であるほか、施設全体の低(定)温化も図られておらず、食品物流業界では必須となっている、コールドチェーン対応ができていない
様々な自然災害やパンデミックの発生時などの緊急時においても、府民への生鮮食料品の安定供給の観点から、事業継続性を確保する必要あり

(2) 既存施設の維持管理

基本的な市場機能を維持しながら、市場を安定的に運営していくために、当面、既存施設の保全・機能維持に必要な改修・修繕を実施していく必要がある。

(3)指定管理者の導入効果

府市場は、**2012** 年度から全国の中央卸売市場で、唯一、指定管理者制度を導入しており、指定管理者による効率的な市場運営を実施している。

また、機敏な施設修繕、民間ノウハウを活かしたハード・ソフト両面の活性化事業などを実施しており、成果を上げている。

(指定管理者の主な管理運営業務)

施設の利用に関する業務(市場施設の使用許可、利用料金の徴収)
市場施設の維持及び補修(警備、清掃、廃棄物処理、施設の管理・修繕)
府市場の広報、社会見学の受入れ、活性化事業に関する業務

(4)市場活性化の取組み

府市場の認知度を高めるため、これまでも産地や量販店との連携の強化、大学との共同事業の実施、市場開放デーの実施などの活性化事業に指定管理者及び場内事業者と連携して取り組み、認知度向上に一定の成果を上げている。

今後も取扱数量及び取扱金額の増加を図るため、市場活性化の取組みの継続が必要である。

(5)清潔で安心・安全な秩序ある市場づくり

これまでも指定管理者及び場内事業者と連携し、全員参加の一斉大掃除や防犯カメラの設置、喫煙ルールの厳格化などに取り組み、一定の成果を上げているが、今後も清潔で安全・安心な秩序ある市場づくりの継続が必要である。

Ⅲ 今後 5 年間の府市場の経営方針

2020 年度に実施した「府市場の将来のあり方検討調査」の結果等を踏まえ、早期の建替えによる再整備に向け、2022 年度以降、具体的な検討を行っていく。

また、その検討を進めている間においても、既存施設を適切な維持管理のもとで活用することにより、安定した市場機能を確保するとともに、同調査の結果に留意しながら、経営展望においてめざした“競争力のある市場”の実現に向けた取組みを継続する。

こうした取組みを進めるとともに、原則として黒字経営を維持していくため、次のとおり経営方針を定める。

1 建替えによる再整備の検討の推進

2020 年度の「府市場の将来のあり方検討調査」の結果等を踏まえ、諸課題の解決を図りつつ、府市場の強みを活かしたハブ市場化や時代のニーズに合わせた品質管理、衛生管理の高度化等の機能強化の実現をめざし、建替えによる再整備の具体的な検討を場内事業者とともに進める。

参考：「府市場の将来のあり方検討調査」で示された府市場のめざすべき姿

食品流通の一大拠点として、ニーズに応え強みを活かした新たな市場をめざす。

(実現のための 3 つの戦略とその方向性)

【戦略Ⅰ】
～西日本の食品流通の
核となるために～

府市場が持つ広大な敷地や交通の要衝に立地する等の強みを活かした、産地から選ばれる広域中継拠点市場（ハブ市場）化をめざす。

【戦略Ⅱ】
～時代のニーズに
応え続けるために～

川上（生産者）や川下（実需者）、ひいては消費者から求められるよう、行き届いた品質管理や衛生管理が施された生鮮食料品等を、顧客ニーズに沿って供給できる競争力を持つ市場をめざす。

【戦略Ⅲ】
～常に必要な存在で
あり続けるために～

地域の公共インフラとして、いかなる場合においても市場機能が滞ることなく安定的な事業の継続性を確保するとともに、CO2 の削減など環境にも配慮した市場をめざす。

2 既存施設の適切な維持管理

① 既存施設の改修・修繕方針

計画期間中においては、**2016** 年度に策定した「大阪府中央卸売市場中長期保全計画」に基づく毎年度の改修費・修繕費を上限として、市場の建替えによる再整備の検討状況及び老朽化度合い等を考慮しながら、施設の保全・機能維持に最低限必要なものに限り実施する。

計画期間中に予定されている改修工事は以下のとおりであるが、個別工事の実施の必要性については、毎年度精査する。

計画期間中に予定されている改修工事(大阪府中央卸売市場中長期保全計画)

	施設整備の名称	整備予定年度
1	高圧受変電設備改修工事	2022 年度、2023 年度
2	低圧共用幹線設備改修工事	2022 年度～2026 年度
3	昇降機設備改修工事	2023 年度、2024 年度

※その他、計画修繕工事として、屋上防水工事、外壁塗装工事、配水管工事などを予定

※個別工事の実施の必要性については、毎年度精査

② 既存施設への新規投資

既存施設の機能強化を図るための新規投資については、建替えによる再整備を検討していることを考慮し、慎重に判断する。

3 指定管理者による効率的な運営の継続

指定管理者制度の導入は、コスト削減をはじめ、市場の効率的な運営に大きく寄与していることから、引き続き、民間ノウハウを活かした指定管理者制度による運営を継続する。

4 市場活性化の取組みの継続

府市場の取扱数量及び取扱金額の増加を図るため、指定管理者及び場内事業者と連携して、ソフト面ハード面双方の市場活性化事業を引き続き実施していくことにより、計画期間中のさらなる市場の活性化に取り組む。

(計画期間中の主な活性化事業について)

○川上・川下との連携による需要のマッチング

- ・産地との連携強化(産地フェアの開催、産地特産のレシピの開発・販売、産地学習会の開催等)
- ・量販店等との連携強化(販促イベントの開催、産地商談会の開催、トップセールスの展開等)

産地トップセールス



産地関係者が府市場で特産品のPRを行っている様子

量販店での「市場まつり」キャンペーン



水産物直送セールでのPRの様子

○事業連携大学との連携事業の推進

WEBによる府市場の説明及び市場見学



大学生に対する講義の様子

産地フェアでの販売実習



大学生による店頭販売実習の様子

○食の情報発信機能の強化による認知度向上

- ・市場見学会の充実(社会見学の充実、一般見学者の受入、オンライン見学会等)
- ・料理教室の充実(お魚料理教室等)
- ・広報活動の充実(広報媒体の活用、駅などへのパンフレットの配備、SNSの活用等)
- ・食品衛生検査機能のPR
- ・ホームページの充実
- ・管理棟1階展示ロビーのリニューアル
- ・ゆるキャラの活用による市場PR(市場広報大使「せりちゃん」の活動、ノベルティの作成・配布)
- ・市場開放デーの充実
- ・食育発信事業

小学生の市場見学会(社会見学)



一般の方向けのWEB産地見学会



お魚料理教室



茨木市内のコミュニティセンターなどで実施

市場開放デー



マグロ解体ショーの様子

○市場内でのフードライブの実施

食品ロス軽減の取組みとして、家庭で余っている食品をNPOを通じてひとり親家庭に提供

フードライブ(チラシ)



フードライブの実施



食材提供の様子

(参考) 過去の実施事例(活性化事業)

○ハード面

- ・青果 2 階プラットフォームの大屋根拡張
- ・水産棟卸売場床面改修
- ・トイレの改修、LED照明の導入

○ソフト面

- ・川上、川下との連携強化(量販店・百貨店での市場まつり等の開催など)
- ・連携大学との共同事業
- ・市場開放デーによる市場機能のPR、食育活動
- ・Zoom による市場見学やオンライン産地見学会

5 清潔で安全・安心な秩序ある市場づくりの継続

自律的な市場運営を図るため、指定管理者及び場内事業者と連携し、清潔で安全・安心な秩序ある市場づくりに計画期間中も引き続き取り組む。

(計画期間中の清潔・安全・安心な秩序ある市場づくりについて)

- 直接集荷・第三者販売等の申告の適正化
- 食品衛生検査所による監視・指導・検査及び研修・啓発の実施
- BCP(業務継続計画)の随時見直し及びBCPに基づく防災訓練の実施
- 不法占有の是正指導
- ごみの減量化と分別・リサイクル
- 市場関係者による一斉大掃除の定期的な実施
- 禁煙指導員による喫煙ルールの巡回指導
- 防犯カメラの設置(防犯対策、不法投棄の防止等)

食品衛生検査所による検査



ゴミの分別・リサイクル



一斉大掃除



禁煙指導員による巡回



(参考) 過去の実施例(清潔で安全安心な秩序ある市場づくり)

- BCPの見直し及び防災訓練の実施
- 不法駐車を排除するためのカラーコーンやポストコーンの設置
- 廃棄物排出量の抑制及び廃棄物のリサイクル・売却
- 禁煙指導員による喫煙ルールの巡回指導
- 防犯カメラの設置

IV 投資財政計画(収支計画)

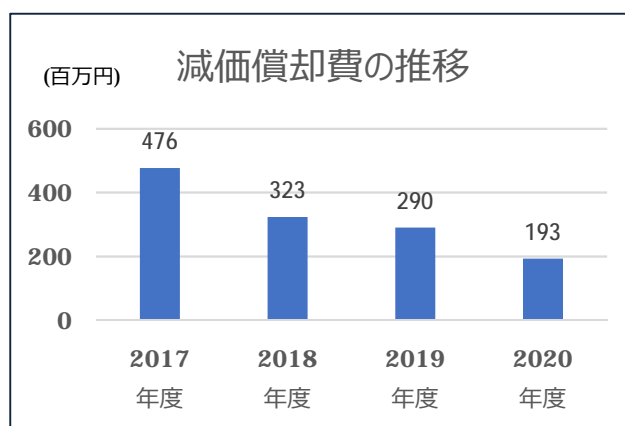
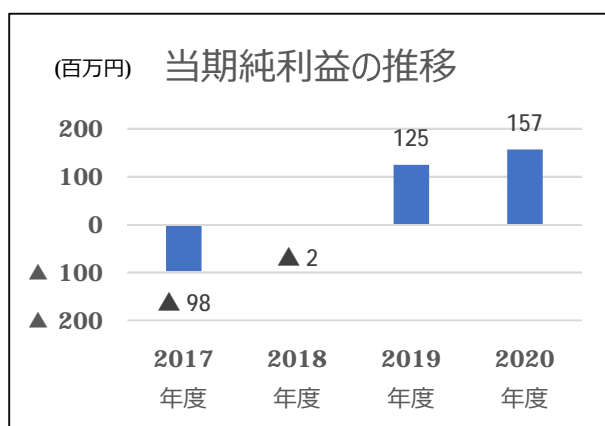
1 現在の経営状況

減価償却費の減少により、**2019** 年度決算で初めて黒字となって以降、2年連続黒字を計上しており、累積欠損金(**137** 億円)はあるが、資金状況も含め、経営状況に特段の問題はない。
また、経営状況の参考となる各種経営指標も以下のとおり、良好又は良い傾向にある。

(1) 直近 4 年間の収支状況

(千円)

科目	年度	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度
市場事業収益		754,775	718,427	745,637	680,718
営業外収益		754,775	718,427	745,637	680,718
受取利息及び配当金		59	7	60	3
他会計補助金		44,651	124,633	70,677	43,670
長期前受金戻入		90,622	59,235	53,727	29,941
雑収益		619,443	534,552	621,173	607,104
市場事業費用		852,320	720,503	621,032	523,970
営業費用		839,846	707,645	611,691	514,759
市場管理費		332,028	349,632	321,211	312,254
減価償却費		476,440	323,056	290,358	193,416
資産減耗費		31,378	34,957	122	9,089
営業外費用		12,474	12,858	9,341	9,211
支払利息及び企業債取扱諸費		10,373	10,077	8,796	7,890
雑支出		2,101	2,781	545	1,321
当期純利益		▲ 97,545	▲ 2,076	124,605	156,749



(2)直近4年間の各種経営指標

	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度
経常収支比率	88.6%	99.7%	120.1%	129.9%
経費回収率	72.7%	74.2%	100.0%	115.9%
他会計補助金比率	5.2%	17.3%	11.4%	8.3%
自己資本比率	78.4%	87.0%	87.6%	88.5%
有形固定資産減価償却率	72.0%	72.2%	73.2%	73.6%
企業債残高対料金収入比率	83.4%	97.6%	76.9%	75.2%

経営指標の説明及び評価

指標名	算定式	評価基準	評価
経常収支比率	経常収益/経常費用	経常費用を経常収益でどの程度賄えているかを示す数値で、 100%以上 が望ましい	2019年度以降は100%を超えて おり、良好と考えられる
経費回収率	納付金等収益/ 経常費用	納付金等収益で必要な費用を回収できているかを示す数値で高い方が望ましい	2019年度以降は100%を超えて おり、良好と考えられる
他会計補助金 比率	他会計補助金/ 経常費用	必要な経費が一般会計からの繰入金等によってどの程度賄えているかを示す数値で、低い方が望ましい	10%前後 となっており、他会計補助金への依存度が低く、良好と考えらえる
自己資本比率	(自己資本金+剰余金+繰延収益)/負債・資本合計	負債及び純資産の合計額にどの程度純資産が占めているかを示す数値で、高い方が望ましい	70~80%台 で推移しており、良好と考えられる
有形固定資産 減価償却率	有形固定資産減価償却累計額/有形固定資産帳簿価格	有形固定資産の老朽化の程度を示すもので、高いほど老朽化が進んでいるとされている	70%台 と高い数値となっており、施設や設備の老朽化が進んでいる
企業債残高対 料金収入比率	(企業債残高-一般会計負担金)/納付金等収入	納付金等収益に対する企業債残高(一般会計負担分を除く)の割合を示す数値で、低いほど望ましい	年々減少しており、良い傾向にあると考えられる

2 今後5年間の投資財政計画（収支計画）

今後5年間の投資財政計画(収支計画)については、以下のとおりとする。

計画期間中は、市場の建替えによる再整備の検討などに係る費用が発生するが、黒字が継続するよう、計画を策定する。

なお、収支計画については、毎年度決算後に更新するものとし、建替えによる再整備の検討状況等に応じて、必要な費用等を反映する。

(百万円)

科目	年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
		(当初予算)					
市場事業収益		760	751	752	751	744	744
営業外収益		760	751	752	751	744	744
他会計補助金		73	73	72	72	72	71
長期前受金戻入		26	38	27	26	19	15
雑収益など		661	641	653	653	653	658
市場事業費用		611	737	712	638	667	677
営業費用		565	689	665	592	622	632
市場管理費		386	492	484	406	435	458
人件費		167	171	171	171	171	171
物件費		219	322	314	235	264	287
減価償却費		179	197	179	184	185	173
資産減耗費		0	0	2	2	2	2
営業外費用		42	44	44	43	43	42
支払利息		7	7	6	5	5	4
控除対象外消費税		2	2	2	2	2	2
消費税及び地方消費税		33	36	36	36	36	36
予備費		3	3	3	3	3	3

当期純利益	137	15	36	110	73	63
資金ベースの収支差額（資金不要額を除いた収支）	304	175	196	275	246	228

市場事業資本的収入	116	42	105	60	67	61
企業債	76	1	31	22	28	28
出資金	40	41	41	38	39	33
減債基金取崩し戻入益	0	0	33	0	0	0
市場事業資本的支出	234	87	179	122	136	123
建設改良費	154	4	64	45	57	57
企業債償還金	63	62	96	63	64	52
減債基金積立金	17	20	19	13	15	15

※単位未満は四捨五入を原則としたため、内訳の計と合計等とが一致しない場合がある

3 投資財政計画(収支計画)の説明

投資・財政計画(収支計画)は、以下の考え方にに基づき、作成している。

市場事業収益	説明
営業外収益	
他会計補助金	大阪府の基準に基づく各年度の一般会計からの繰入額を計上
長期前受金戻入	減価償却費のうち、補助金及び寄附の相当部分について収益化する額を計上
雑収益	指定管理者からの納付金の予定額を計上 行政財産使用料及び借地料については、 2022 年度の予算額を5年間計上
市場事業費用	
営業費用	
市場管理費	
人件費	2022 年度の予算額を5年間計上
物件費	施設の保全・機能維持に必要な各年度の修繕費の額を計上 修繕費以外は、原則として 2022 年度の予算額を5年間計上
減価償却費	固定資産について、以下の計算式に基づき算出する減価償却費の額を計上 取得価額 × 0.9 × 償却率 × 経過年数
資産減耗費	工事等により固定資産を除却する場合に資産が減耗する部分について費用化する額を計上
営業外費用	
支払利息	企業債に係る各年度の支払利息額を計上
控除対象外消費税	2022 年度の予算額を5年間計上
消費税及び地方消費税	
予備費	2022 年度の予算額を5年間計上

市場事業資本的収入	説明
企業債	各年度の建設改良費の1/2の額を計上
出資金	一般会計から繰り入れる各年度の企業債償還金及び減債基金積立金の1/2の額を計上
減債基金取り崩し戻入	企業債の元本一括償還時に、減債基金積立金を取崩す額を計上
市場事業資本的支出	
建設改良費	施設の保全・機能維持に必要な各年度の工事費等の額を計上
企業債償還金	企業債の各年度の償還金額を計上
減債基金積立金	企業債の償還期限における元本一括償還のため、各年度に積み立てる償還原資の額を計上

V 進捗状況の公表、経営戦略の改定

2023年度以降、毎年度、以下の内容をホームページで公表するとともに、「大阪府中央卸売市場運営取引業務協議会」（市場関係事業者、生産者、消費者等の代表と学識経験者で構成）に報告する。

また、本経営戦略は、2022年度から2026年度までの5年間の計画としているが、計画期間中であっても、必要に応じて改定を行う。

1 進捗状況の公表項目

- ① 経営状況及び各種経営指標
- ② 収支計画の更新内容
- ③ 建替えによる再整備の検討の進捗状況
- ④ 既存施設の改修等の状況
- ⑤ 活性化事業等の実施状況

2 経営戦略の改定

本計画は、2022年度から2026年度までの5年間の計画としているが、建替えによる再整備の検討状況等により、経営戦略の内容を変更する必要がある場合は、改定を行う。

なお、改定に当たっては、「大阪府中央卸売市場運営取引業務協議会」に報告して、意見を聴取する。

關係資料

大阪府中央卸売市場の概要

(1) 施設

○名称	大阪府中央卸売市場
○所在地	大阪府茨木市宮島一丁目1番1号
○開設者	大阪府
○開設時期	1978年5月
○供給区域人口	418万人(令和2年国勢調査(速報集計))
○施設規模	敷地面積 201,351㎡、建築面積 90,822㎡、延床面積 134,982㎡


(2) 事業者


○場内事業者(2021年7月1日現在)	
卸売業者	青果部 2社、水産物部 2社
仲卸業者	青果部 48社(野菜28社・果実20社) 水産物部 47社(鮮魚35社・塩干12社)
○売買参加者	66人(近郊野菜)
○関連事業者	場内運搬、飲食、物品販売店等32業者
○場内就労者数	約2,500人/1日
○入出場車両台数	約8,000台/1日

(3) 取扱高(2020年度)

○取扱品目	野菜・果実、生鮮水産物・冷凍水産物・加工水産物		
○取扱数量	青果部	199,337トン	
	水産物部	37,739トン	合計 237,076トン
○取扱金額	青果部	56,808百万円	
	水産物部	33,669百万円	合計 90,477百万円

大阪府中央卸売市場の主たる供給区域

 大阪府中央卸売市場

 大阪市中央卸売市場との重複区域

大阪府中央卸売市場 主たる供給区域
 茨木市、大阪市（東淀川区、旭区、城東区、淀川区、鶴見区）、
 豊中市、池田市、吹田市、高槻市、守口市、枚方市、寝屋川市、
 大東市、箕面市、門真市、摂津市、東大阪市、四條畷市、交野市、
 島本町、豊能町、能勢町

主たる供給区域の人口418万人／大阪府人口884万人
 ※令和2年国勢調査（速報集計）



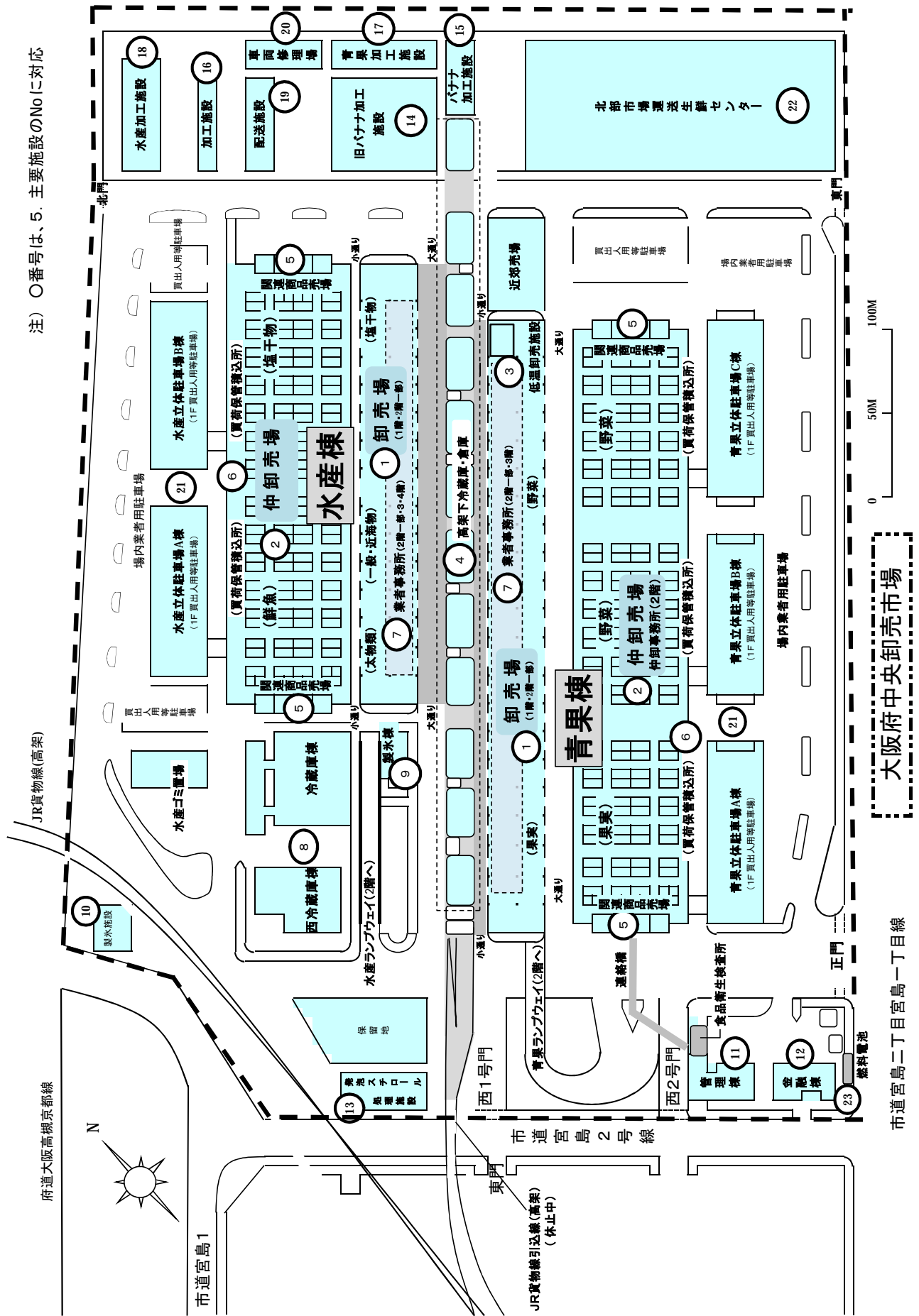
市場主要施設の概要

No.	施設名称	延床面積 m ²	摘 要
①	卸 売 場	35,302.50	青果卸売場 19,764.13m ² (1階・2階一部)
			水産卸売場 15,538.37m ² (1階・2階一部)
②	仲 卸 売 場	17,800.00	青果仲卸売場 10,873.60m ² (120店舗) 青果仲卸、青果卸売協同組合事務所 (2階)
			水産仲卸売場 6,926.40m ² (96店舗) 水産仲卸事務所 (2階)
③	低温卸売施設	291.00	青果卸売場内 (オーバースライダー方式)
④	高架下冷蔵庫等	5,836.47	冷蔵庫10室 (F級2室、C1級3室、C3級5室) 倉庫5室
⑤	関連商品売場	1,271.55	青果棟 750.75m ² 、水産棟 520.8m ²
⑥	買荷保管積込所	5,984.00	青果棟 3,344.00m ² 、水産棟 2,640.00m ²
⑦	業 者 事 務 所	18,574.94	青果棟2階一部・3階 (青果卸)
			水産棟2階一部・3・4階 (水産卸、水産物卸協同組合)
⑧	冷 蔵 庫 棟	8,986.77	(東) 地上6階 (F級、一部SF級) 貯蔵能力 7,151 t
		1,315.50	(西) 平屋建 (C1級、C3級) 貯蔵能力 1,970 t
⑨	製 氷 棟	433.77	地上3階 (製氷能力40 t / 日、貯氷能力60 t) ⇒休止中
⑩	製氷施設 (※)	63.45	製氷能力5 t / 日、貯氷能力10 t (アイスマン(株)所有)
⑪	管 理 棟	6,147.45	地上7階 (開設者、管理センター等) 食品衛生検査所
⑫	金 融 棟	513.72	信用金庫店舗、都市銀行ATM 他
⑬	発泡スチロール処理施設	170.00	平屋建 (処理能力120~150 kg / 時)
⑭	旧バナナ加工施設	1,890.65	大阪府青果卸売協同組合
⑮	バナナ加工施設 (※)	1,272.93	追熟加工室13室 (大阪府青果卸売協同組合所有)
⑯	加 工 施 設	741.90	青果関係9室、水産関係9室 計18室
⑰	青果加工施設 (※)	531.38	青果加工施設 1社 (仲卸業者所有)
⑱	水産加工施設 (※)	2,741.61	水産物加工施設 6社 (仲卸業者所有)
⑲	配 送 施 設	515.00	18バス
⑳	車両修理場 (※)	320.00	3室 (株) 北部冷蔵サービスセンター所有
㉑	駐 車 場	2,810区画	買出人用等駐車場 (無料) 792区画
			場内業者用駐車場 (有料) 2,018区画
㉒	生鮮センター (※)	13,378.60	(株) 北部市場運送所有
㉓	燃料電池 (※)	401.05	1200kW 常時発電
	緑 地 帯 (※)	14,221.79	植樹樹木 (大) くすのき、えのき、もくせい、まてばしい、かし等 (小) さつき、つげ、ししがしら、あべりあ、とべら等

(※) は敷地面積又は占有面積を記載

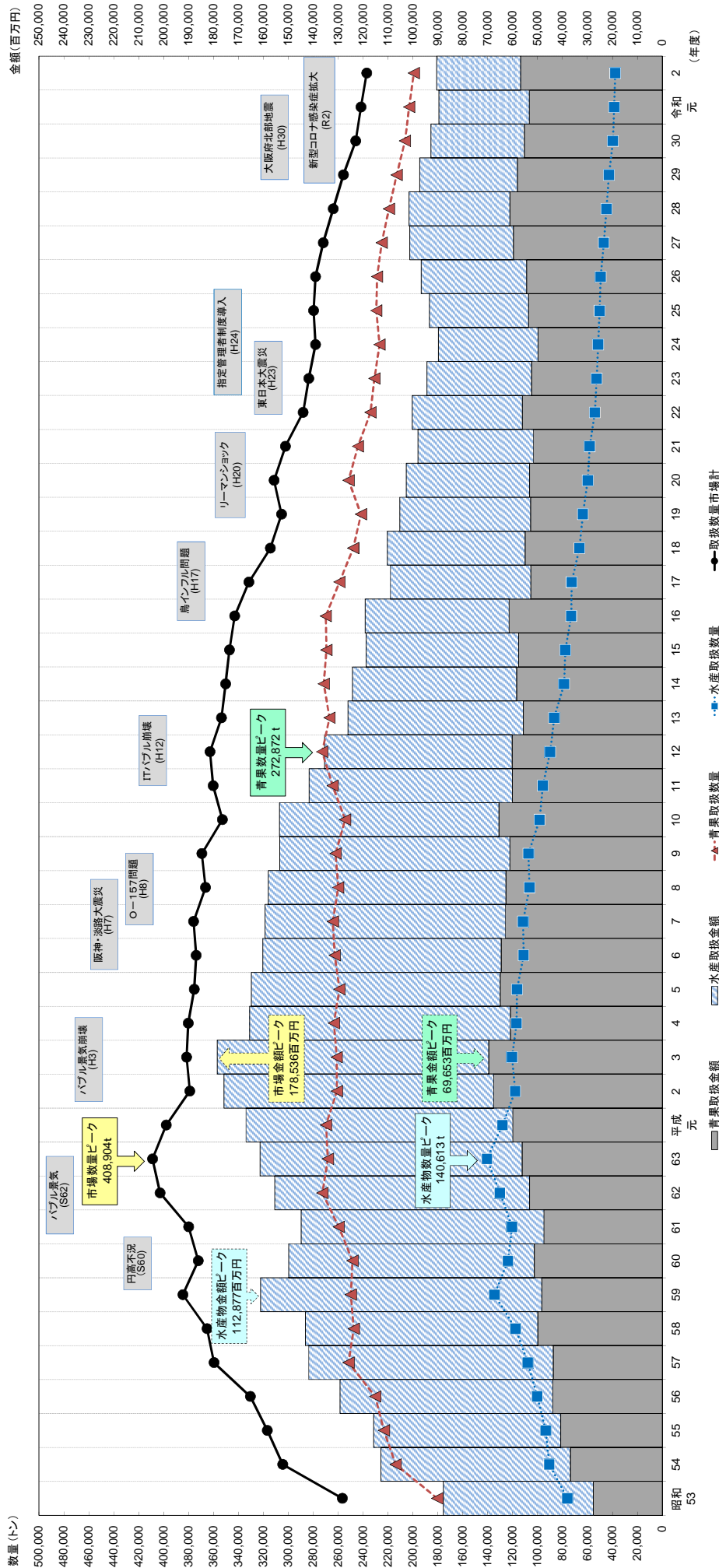
大阪府中央卸売市場 施設配置図

注) ○番号は、5. 主要施設のNoに対応



市道宮島二丁目宮島一丁目線

市場取扱高の推移 (経年グラフ)



(参考) 卸売市場総比率の推移

種別	(単位：%, 年度)																													
	平成 14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30													
青果	69.6	69.2	66.1	64.5	64.6	61.7	63.0	64.6	62.4	60.0	59.2	60.0	60.2	57.5	56.7	55.1	54.4													
野菜	79.1	78.9	77.3	75.2	75.8	73.2	73.8	75.5	73.0	70.2	69.2	70.2	69.5	67.4	67.2	64.3	64.8													
果実	55.0	53.7	49.0	48.3	46.6	43.6	45.7	47.1	45.0	42.9	42.4	42.2	43.4	39.4	37.7	37.6	35.8													
水産物	61.2	63.2	62.9	61.3	62.5	60.0	58.4	58.0	56.0	55.7	53.4	54.1	51.9	52.1	52.0	49.2	47.1													

(注) 「卸売市場総比率」とは、国内で流通した加工品を含む国産及び輸入の青果物、水産物のうち、卸売市場(水産物はいわゆる産地市場を除く。)を經由した物の数量の割合(農林水産省の推計)

少子高齢化等による1人当たりの年間消費量の減少や景気低迷、市場外流通の増加等で、全国的に中央卸売市場の取扱高の減少傾向が続いている。
 なお、市場外流通の増加は、加工品や輸入品等、卸売市場を経由することが少ない物品の流通割合の増加等によるものが多いとされている。

経営展望の行動計画の取組み状況(2017年度～2020年度)

1.流通の変化に対応した「機動性」のある市場【基本戦略1 広域的な集荷・転送・分荷機能の強化】		評価
(1)荷捌き・積み込みスペースの充実	①荷捌き・積み込みスペース充実のための施設整備・改修を検討	○
	②立体駐車場周りでの荷下ろし作業や雨天対策のための屋根付き専用スペース、簡易屋根・ひさしの設置を検討	△
	③大屋根テントの設置・拡張等について、受益者負担も含めて整備を検討	○
(2)車両動線の確保による、ドライバーの待機・荷下ろし時間の短縮	市場内道路での積み込みや荷下ろしをせず、効率的に積み下ろし作業ができるよう、車両動線の見直しを検討	○
(3)場内事業者が実施する輸出の取組みに対する環境整備	契約に基づく輸出品目について、第三者販売及び直荷引きで対応できるよう大阪府中央卸売市場業務規程を改定し、輸出に取り組みやすくする 輸出促進に関わる外部団体等と連携し、随時情報提供を実施	△
(4)駐車場区画の見直し	平面駐車場の既存区画について、立体駐車場 2 階等へ移動させ、荷下ろし・積み込みスペースを確保するなど、敷地の効率的な運用方法の検討	○
2.ニーズに対応した「付加価値」を重視する市場【基本戦略2 コールドチェーン化の推進、加工機能等の充実】		
(1)電気容量の増強、機能強化	卸売場や仲卸売場などの電気容量の増強と機能強化を進め、場内事業者独自の機器設置や設備更新に対応	○
(2)加工施設や冷蔵庫の自主的整備	卸売場や仲卸売場などにおいて場内事業者が進める加工施設・冷蔵施設などの設置を推進	○
(3)市場冷蔵庫の活用	冷蔵庫の温度帯変更など、場内事業者のニーズを反映したサービスを提供することにより、冷蔵庫棟、高架下冷蔵庫棟など場内冷蔵庫の活用を推進	○
(4)空店舗・施設の活用	①生鮮食料品の流通にかかわる事業者に対して入居の働きかけを行うとともに、現利用者の複数店舗への利用を推進	○
	②空きスペースの利用について検討し、有効活用を図る	○
(5)遮熱対策(クーラー排熱対策、断熱塗装など)	卸売場や仲卸売場などにおいて、遮熱対策が不十分な箇所については、場内事業者と対策を協議	△
3.「民間活力」をフルに活用する開かれた市場【基本戦略3 指定管理者による効率的な運営、外部活力の導入】		
(1)指定管理者による効率的な管理運営	指定管理者制度を継続し、民間企業ならではのスピード感とノウハウにより、施設の維持管理や市場の活性化を推進	○
(2)近郊売場の充実(大阪産(もん))	大阪府や近隣府県の新規就農者等販路拡大を目指している農業者に対して出荷を促す	○
(3)買出人の増加に向けた取組みの実施	地元の商工会議所等を通じて食を扱う事業者对市场をアピールし、食材提案会や市場見学等を実施して買出人を増やす	△

4. 場内外の連携強化で「活性化事業」に取り組む市場【基本戦略4 産地や量販店、大学等との共同事業の展開】		評価
(1)川上・川下との連携強化 (トップセールス、「市場まつり」 等の冠イベント など)	①場内事業者、指定管理者、開設者の代表による産地や量販店に向けた府市場の売り込み(=トップセールス)を実施	○
	②各産地からの見学が増えるようなしなかけを検討するとともに、各県事務所との結びつきを強め、府市場の名を冠した「市場まつり」キャンペーンを量販店等で積極的に行い、府市場をPR	○
	③卸と仲卸の連携による産地や販売店への販売提案により集荷・販売量を確保	○
	④一般府民向けのイベント「市場開放デー」を継続的に実施	○
(2)大学やホテル、食育関係団体等との共同事業(イベント)	当市場が持つネットワークを活用して、産地や小売店が求めるイベントや消費拡大を目指した食育活動を実施し、新たな販路の開拓につながるよう、取り組む	○
(3)見学者対応の充実、メディア戦略	消費者、流通事業者関係者等の市場見学を継続実施、各種メディアを通じて市場をアピール、小学生中心の受入体制から中学生、高校生の受入まで幅広く対応	○
(4)ネットを活用した販売チャネルの拡大	①インターネットを活用して市場の取組みをPR	○
	②ネット販売に興味のある事業者にはインターネット上の販売サイトを通じて、販売チャネルを拡大	○
5. 場内事業者の「自律的な取組み」を重視する市場【基本戦略5 場内一丸での場内ルール順守の徹底】		
(1)直接集荷や第三者販売等の申告の適正化	業務規程等に基づく適正な申請・届出に努める 開設者は随時卸・仲卸業者に対する業務検査により適正化に向けた指導を行う	○
(2)施設の無断使用の防止、ルールの構築(施設利用状況の情報共有)	①市場施設の利用状況を図面化し、場内事業者に情報共有することで、施設の無断使用等を防止	○
	②買出人用駐車場や仲卸店舗周辺における荷捌きのルールを構築	○
	③場内道路などの契約駐車スペース以外に駐車する車両に対して、有料区画の利用を促す	○
(3)災害等に強い市場づくり (BCPの随時見直し、防災訓練の実施)	①BCP(業務継続計画)について、府の危機管理室や場内事業者等の意見を参考にして、随時見直し	○
	②BCPに基づき、災害等を想定した防災訓練を、場内関係者の参加のもとに実施	○
(4)安全で環境にやさしい市場づくり(LED導入、自然エネルギーの活用)	①市場内の照明設備の改修や更新時期に併せLED化を進めるとともに、場内事業者に対しても、LEDの導入を推進	○
	②太陽光発電など可能な範囲で自然エネルギーの活用を検討	—
(5)清潔で美しい市場づくり(品質管理、廃棄物減量化)	①廃棄物排出量を抑制するため、食品流通センターと連携しながら、ごみ置場の防犯カメラの増設、場外からのゴミの持ち込み禁止などを徹底するとともに、廃棄物のリサイクル・売却等を推進	○
	②市場内の喫煙対策のため、業務規程に基づき、喫煙ルールの厳格化を推進	○
	③事業者ごとに食品の品質管理対策を確認・指導するとともに、食品衛生検査所において引き続き適切な検査を実施	○

評価(総計)

評価	○	△	×	—
	29個	4個	0個	1個
	85.3%	11.8%	0.0%	2.9%

評価基準

- ：実施し、一定の成果を上げているもの及び継続して取り組むもの
- △：実施しているが、一定の成果を上げるまでには至っていないもの及び検討中のもの
- ×：未実施
- ：検討した結果、実施を見送ったもの