



大阪府中央卸売市場 経営展望

大阪府中央卸売市場中期経営計画
2017年度～2021年度

2017年3月

目 次

I はじめに	
1 策定の趣旨	1
2 策定のねらい	1
3 対象期間	1
II これまでの取組みについて	
前経営展望（平成 24 年度～平成 28 年度）に基づく取組み状況	2
III 府市場の現状について	
1 府市場を取り巻く情勢	4
（1）消費者	4
（2）川下（小売業、加工業、飲食業など）	6
（3）川上（生産者・出荷団体）	7
（4）他市場の状況	8
（5）社会的要請への対応	9
2 府市場の強みと弱み	10
（1）立地条件	10
（2）施設・設備	11
（3）取引の状況	12
（4）収支面・運営面	14
（5）安全・安心対策	15
（6）その他	16
3 府市場の強みを生かし課題を解決するための方向性	17
IV 府市場の基本戦略について	18
V 基本戦略に基づく行動計画について	
1 流通の変化に対応した「機動性」のある市場	20
2 ニーズに対応した「付加価値」を重視する市場	21
3 「民間活力」をフルに活用する開かれた市場	22
4 場内外の連携強化で「活性化事業」に取り組む市場	23
5 場内事業者の「自律的な取組み」を重視する市場	24
◎行動計画一覧	25

VI 取扱高について	
1 取扱高の実績と見込み	2 6
2 今後の取扱高	2 7
VII 施設整備計画及び収支計画について	
1 施設整備計画	2 8
2 収支計画	2 9
VIII 進捗管理と評価について	3 0
《関係資料》	3 1
○ 大阪府中央卸売市場の概要	3 2
○ 大阪府中央卸売市場の開設区域	3 3
○ 市場主要施設の概要	3 4
○ 大阪府中央卸売市場 施設配置図	3 5
○ 市場取扱高の推移	3 6
○ 検討経過	3 7
○ 大阪府中央卸売市場活性化協議会 委員名簿	3 8
○ 大阪府中央卸売市場運営取引業務協議会 委員名簿	3 9
○ 大阪府中央卸売市場 経営展望 [2017-2021] の概要	4 0

I はじめに

1 策定の趣旨

平成 28 年 1 月に策定された農林水産省『卸売市場整備基本方針（第 10 次）※』では、卸売市場を一つの経営体として捉え、将来を見据えた経営戦略的な視点から、市場運営のあり方等を明確にした経営展望を策定するなど、卸売市場としての経営戦略の確立がより一層求められております。

これまで、大阪府中央卸売市場においては、少子高齢化等による食料消費の量的変化、消費者ニーズの多様化、農林水産物の生産・流通構造の変化などにより、卸売市場をめぐる状況が厳しさを増す中で、府市場が生鮮食料品流通の基幹的インフラとして、今後も健全に発展し、その機能を十全に発揮していくため、平成 24 年 3 月に中期経営計画である『経営展望』（平成 24 年度～平成 28 年度）を策定し、市場活性化に向けた取組みを進めてきました。

このたび策定する新たな『経営展望』は、国の基本方針に掲げられている市場運営の考え方や、府市場がこの 5 年間で取り組んできた成果を踏まえ、より効率的・効果的な市場のあり方に向け、市場関係者が一丸となって取り組んでいくことを明確にするものです。

策定に当たっては、場内事業者の代表と学識経験者等で構成する「大阪府中央卸売市場活性化協議会」において取りまとめを行いました。また、市場関係者へのヒアリングや、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」での意見聴取を行い、幅広い意見の反映に努めました。

※卸売市場整備基本方針：卸売市場の整備・運営の基本となる方針であり、農林水産大臣がおおむね5年ごとに策定するもの。第10次方針は、平成 32 年度を目標年次として設定。

2 策定のねらい

- ◆ 開設者・指定管理者・場内事業者が一丸となって市場の活性化に取り組むための指針とします。
- ◆ 府市場が目指す将来像と、その実現のための基本戦略及び行動計画を府民や生産者、小売業者などに広く明らかにします。

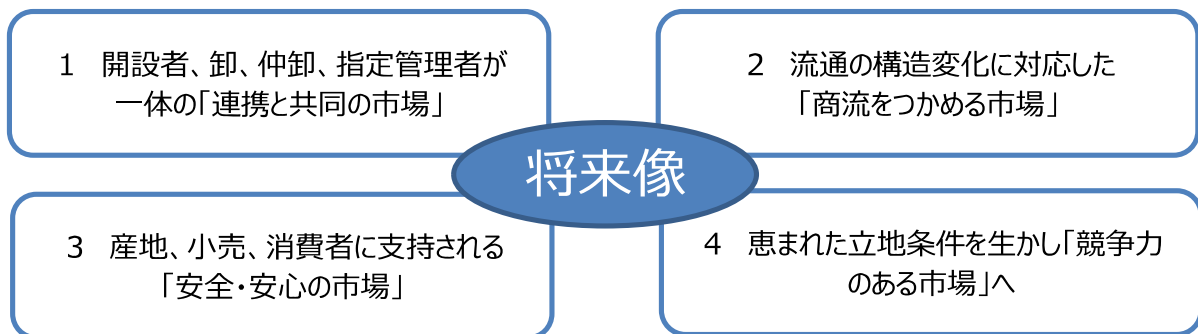
3 対象期間

- ◆ 平成 29（2017）年度から平成 33（2021）年度までの 5 年間とします。

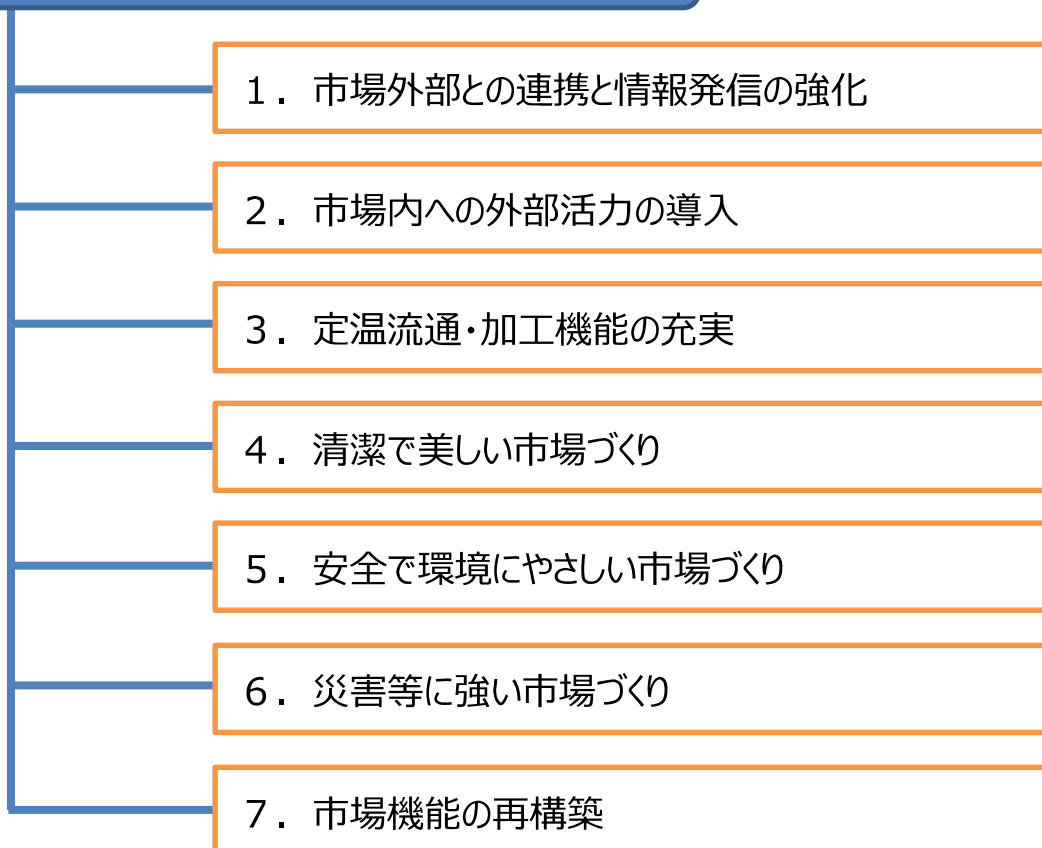
Ⅱ これまでの取組みについて

前経営展望（平成 24 年度～平成 28 年度）に基づく取組み状況

平成 24 年 3 月に策定した前『経営展望』では、生鮮食料品の流通の基幹的インフラとして健全に発展し、その機能を十全に発揮していくため、以下の 4 つの将来像を掲げるとともに、それらの実現のため、7 つの基本戦略の下に市場活性化に向けた取組みを推進しました。



将来に向けた基本戦略



○基本戦略の実施状況（平成24年度～平成27年度※）

経営展望における基本戦略	実施状況	実施主体
1. 市場外部との連携と情報発信		
① 提携ショップの推進	○	共同実施
② 冠イベントの推進	○	共同実施
③ 卸・仲卸連携による産地との交流	◎	共同実施
④ 卸・仲卸連携による量販店対応の推進	◎	共同実施
⑤ 大学や食育関係団体等と連携した取組みの推進	◎	共同実施
⑥ 場内のプロ集団による情報発信の推進	◎	管理C
⑦ サイン(塔)の整備・改修	◎	管理C
⑧ 市場ゆるキャラの制作・運営	◎	管理C
2. 市場内への外部活力の導入		
① ネット販売や提携ショップを通じた新たな消費者ニーズの取込み	○	共同実施
② 新規仲卸業者の誘致の検討	△	管理C
③ 近郊売場の内容充実と売買参加者への新規参入の促進	△	管理C
④ 市場の魅力を高める関連事業者の誘致	○	管理C
3. 定温流通・加工機能の充実		
① 場内冷蔵庫の改修と施設整備の実施	◎	共同実施
② 場内事業者による自主的な施設整備	○	場内事業者
③ 場内冷蔵庫の賃料見直し	○	共同実施
4. 清潔で美しい市場づくり		
① トイレなど維持改修のスピードアップ	◎	共同実施
② 場内啓発と清掃の徹底	◎	共同実施
③ 場内事業者における品質管理対策の強化と食品衛生検査所の検査	○	共同実施
④ 廃棄物減量化の推進	○	管理C
⑤ カラス等有害生物対策の強化	◎	管理C
⑥ 分煙の徹底	△	共同実施
5. 安全で環境にやさしい市場づくり		
① 省エネの推進と新エネ利用の検討	◎	共同実施
② 自動車環境規制の徹底と低公害車の導入検討	△	共同実施
③ 市場内外の交通ルールの徹底	◎	管理C
④ 市場周辺の違法駐車等への対応	○	共同実施
6. 災害等に強い市場づくり		
① 耐震補強の実施	◎	府
② BCP（業務継続計画）の策定	○	府
③ 非常用発電設備の強化	○	共同実施
7. 市場機能の再構築		
① - 1 仲卸業者の規模拡大	○	府
- 2 空店舗の活用	△	管理C
② 荷捌き場、駐車場の再編整備	○	共同実施
③ 場内における駐車場利用の見直しと地上部分の有効活用	○	共同実施
④ 加工食品卸売場と一体となった活性化	○	府

◎：実施し、顕著な成果をあげているもの…………… 13個
 ○：実施し、一定の成果をあげているもの及び継続して取り組むもの…………… 15個
 △：実施しているが、十分な成果をあげるまでに至っていないもの及び検討中のもの…………… 5個
 ×：未実施…………… 0個

※平成28年度の基本戦略の実施状況については、平成29年度中に評価を行う予定。

Ⅲ 府市場の現状について

1 府市場を取り巻く情勢

(1) 消費者

●安全・安心、健康・食育への関心の高まり

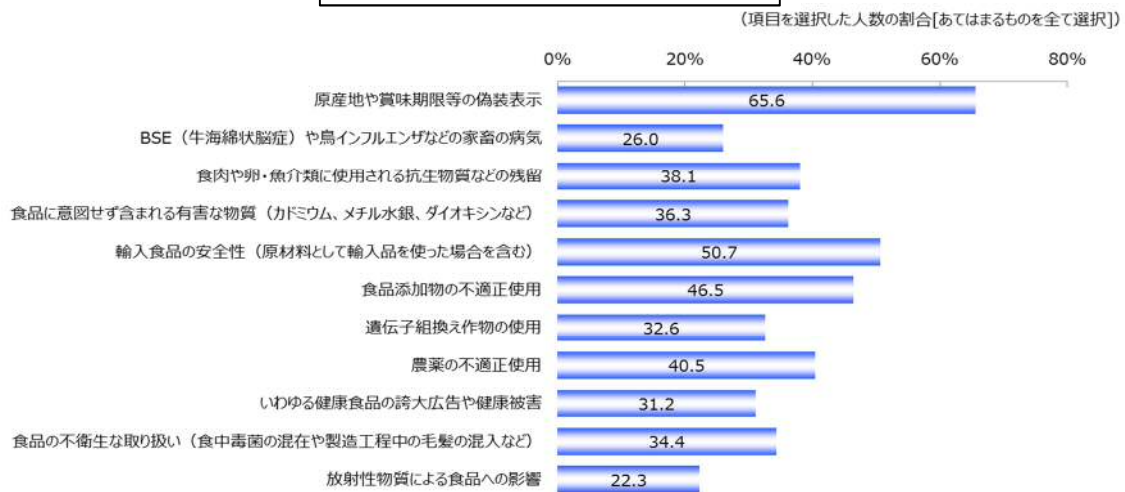
- ・ 食品による健康被害への懸念や食育への関心など、消費者による食品の安全・安心に対する意識が高まっています。

●人口の減少、一人当たり消費量の減少

- ・ 少子高齢化が進み、長期的に人口が減少していくことが見込まれます。
- ・ 加工食品利用の増加や中食※・外食などの「食の外部化」により、生鮮食料品の一人当たり供給量（≒消費量）も減少することが見込まれます。

※中食：惣菜や弁当などの調理済み食品を自宅で食べること。

府民が食品の安全・安心に関して不安に思うこと

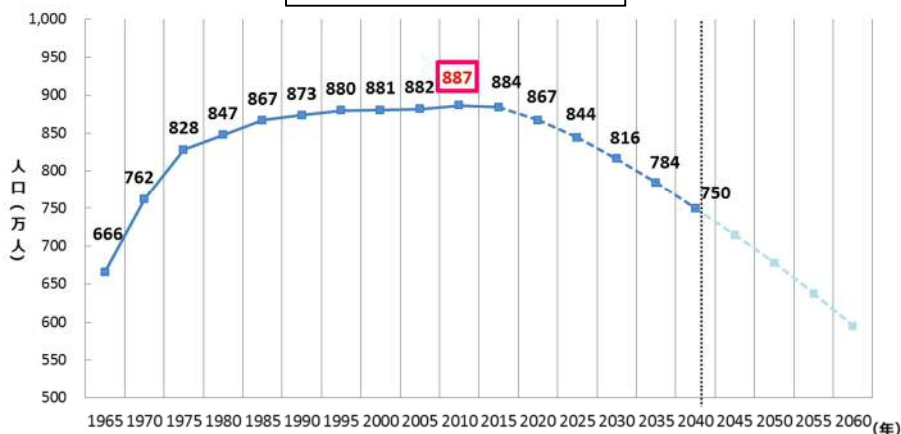


出典：おおさか Q ネット「食の安全・安心」に関するアンケート（平成 28 年 9 月 27 日実施）

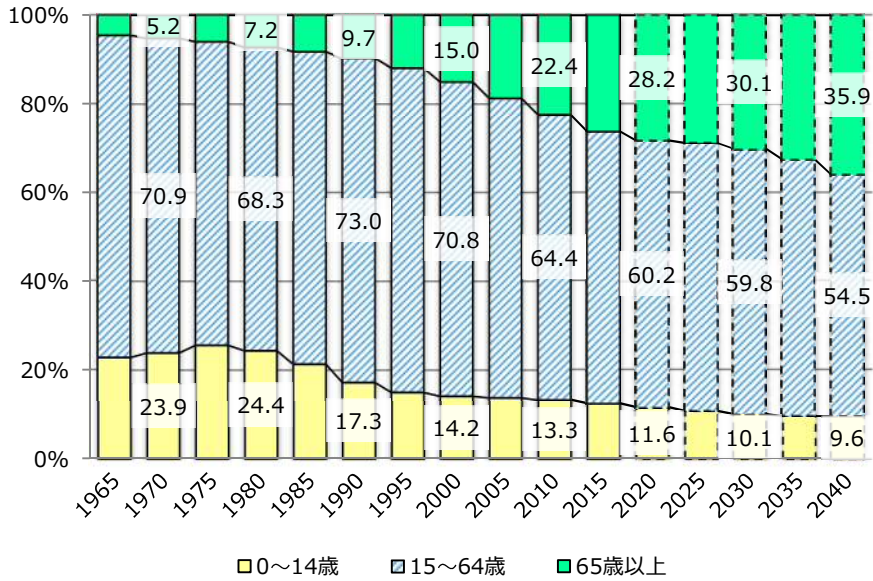
（注）「食品に関して不安に思うものは以下の項目のどれですか。（あてはまるものを全て選択）」という問に対する回答の割合を示している。

（回答者：1,000 名（国勢調査結果（平成 22 年）に基づく性・年代・居住地（4 地域）の割合で割り付けた 15 歳以上の大阪府民）

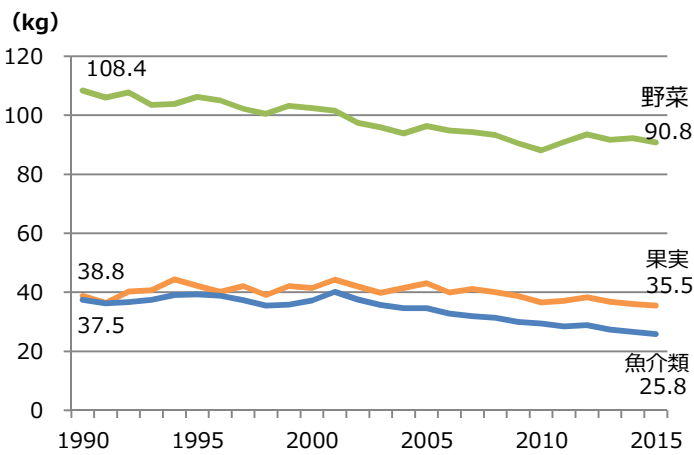
大阪府の人口推移と将来推計



大阪府 年齢別人口割合の推移



国民1人・1年当たり供給純食料（野菜・果実・魚介類）

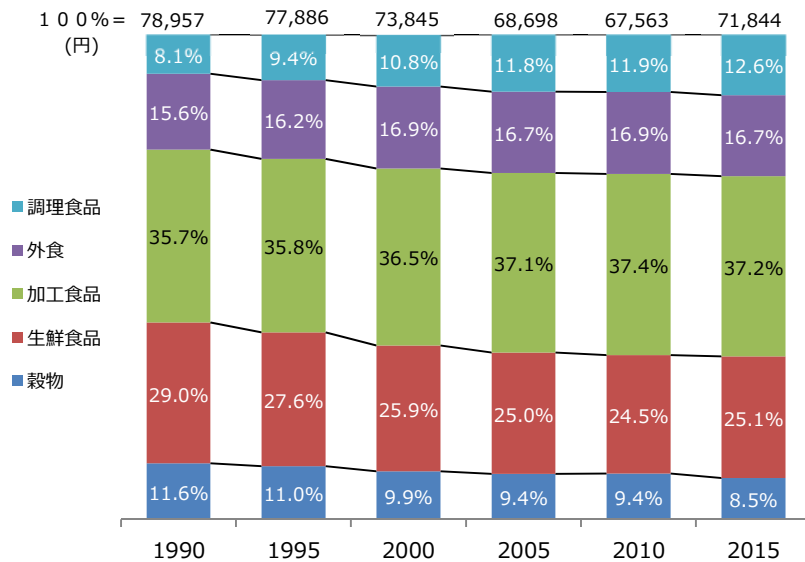


	1990	1995	2000	2005	2010	2015年
野菜	108.4	106.2	102.4	96.3	88.1	90.8
果実	38.8	42.2	41.5	43.1	36.6	35.5
魚介類	37.5	39.3	37.2	34.6	29.4	25.8

出典：農林水産省「食料需給表」

(注) 本表の重量は、各年度中に純食料（可食の状態の食料。飼料用、種子用、加工用と可食の状態にする際に通常廃棄される部分は除く。）として供給された食品の国民一人当たりの重量を示している。また、2015年は概算値。

1世帯当たり1か月間の支出（二人以上の世帯、全国）



出典：総務省「家計調査年報」（平成27年）

* 塩干、魚練製品、野菜乾物、漬物、大豆加工品、調味料、菓子、飲料、酒類を含む

(2) 川下（小売業、加工業、飲食業など）

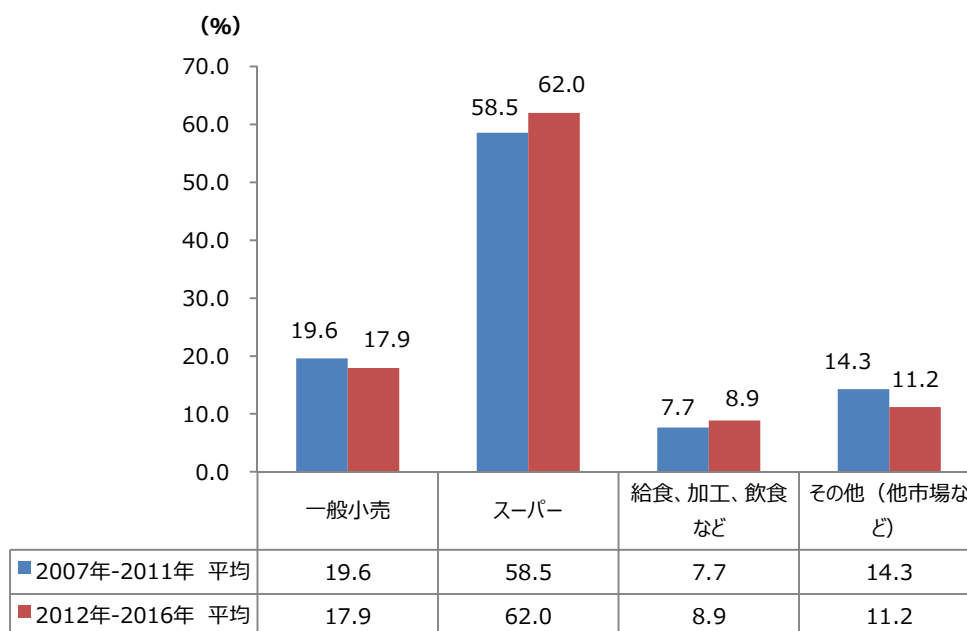
●量販店の増加と規模拡大

- ・ 大型量販店が増え、集荷力の大きい卸売市場への選別が進んでいます。
- ・ 仕入の大型化に伴い、価格決定に対する量販店の発言力が増大しています。
- ・ 集荷コスト削減の意識から、市場外流通による仕入れが増加しています。
- ・ 一方で、量販店にも、品揃えや配送機能に関して、市場への根強い期待があります。

●流通業界の構造変化

- ・ 青果店、鮮魚店などの専門小売店の減少に伴い、卸売市場からの出荷も減少傾向にあります。

府市場 業態別搬出割合 [青果・水産物合計]



出典：府市場『市場取扱品流通状況調査』（H28.10.1実施）

(3) 川上（生産者・出荷団体）

●農産物・水産物の生産量の減少

- ・ 農業・漁業従事者が減少・高齢化していることから、青果収穫量・水産物漁獲量の維持が難しくなっています。加えて、若い世代の担い手が不足しており、農・水産物の生産高が、今後さらに減少していくことが予想されます。

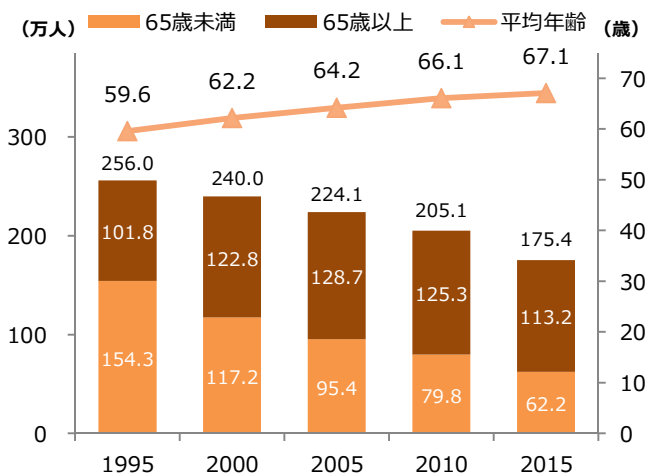
●産地出荷団体の大型化

- ・ 農業・漁業協同組合の統合等が進んでいることから、産地が大型化・集約化しています。そのため、一組合あたりの取扱高が増加傾向にあり、流通コスト削減等の視点から、出荷先である中央卸売市場を選別する傾向がみられます。

●市場経由率の低下

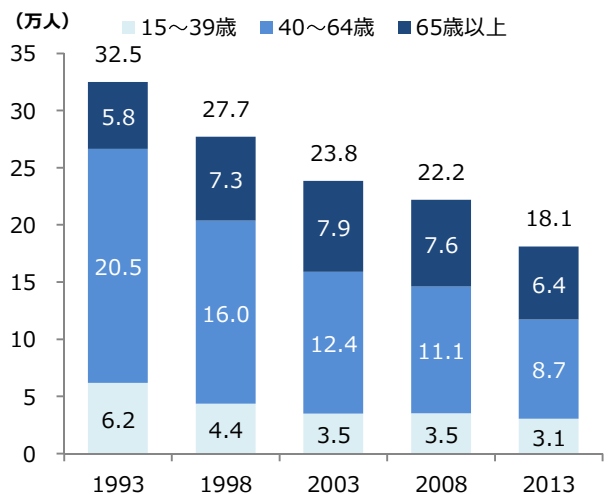
- ・ 産地直送や直売、インターネット販売など流通形態の多様化、あるいは輸入品等の増加により卸売市場経由率は少しずつ低下しています。

基幹的農業従事者数の推移（全国）



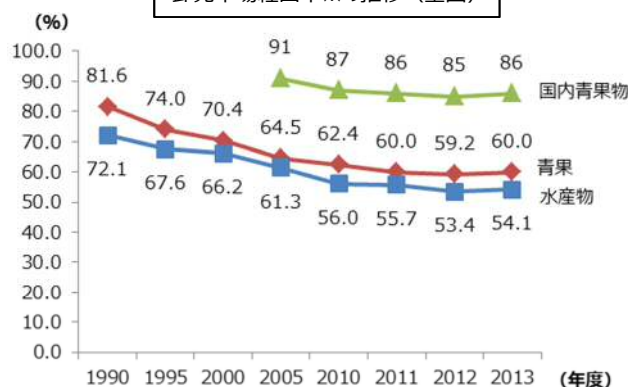
出典：農林水産省「2015年農林業センサス」

漁業従事者数の推移（全国）



出典：農林水産省「2013年漁業センサス」

卸売市場経由率※の推移（全国）



出典：農林水産省「平成27年度版 卸売市場データ集」

※ 卸売市場経由率は、国内で流通した加工品を含む国産及び輸入の青果、水産物等のうち、卸売市場（水産物についてはいわゆる産地市場の取扱量は除く）を経由したものの数量割合の推計値。

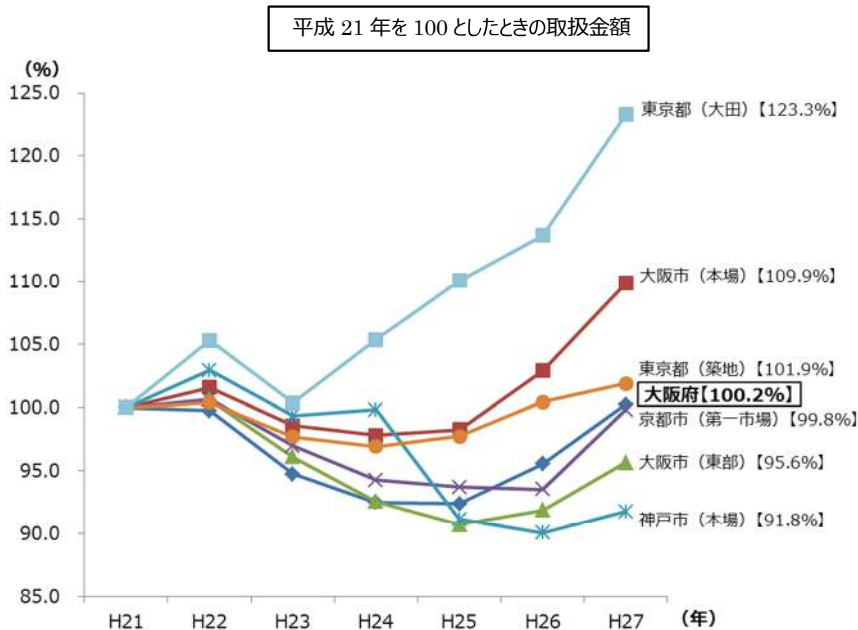
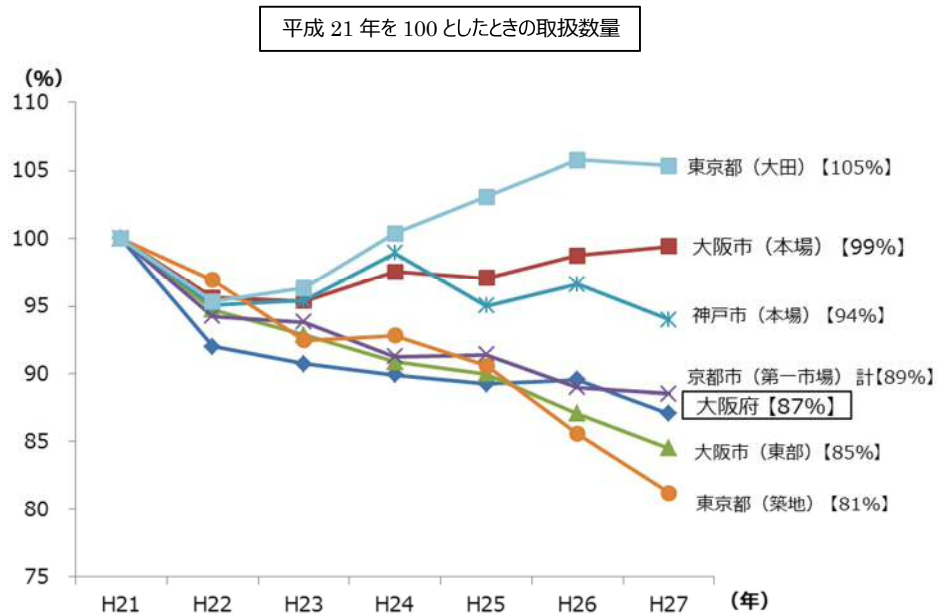
(4) 他市場の状況

●コールドチェーン対応の新市場の登場

- ・福岡市新青果市場など、閉鎖型施設によるコールドチェーン対応の新市場が登場してきています。

●大規模市場とその他市場との取扱高格差

- ・全国的に取扱高は減少傾向にある一方、一部の大規模市場は取扱高を維持・増大させる傾向にあります。



出典：各卸売市場年報より

(5) 社会的要請への対応

●情報化の進展

- ・ I T 技術等の進歩により、取引情報等を伝達・共有する際の効率性・スピードが重要となってきました。

●災害への対応

- ・ 南海・東南海大地震など、大規模な災害への備えや対応力が求められています。

大阪府中央卸売市場の業務継続計画(BCP)

平成27年2月策定

	直ちに	3時間以内	12時間以内	24時間以内	2日以内	3日以内	4日以内	5日以内	6日以内	7日以内	2週間以内	3週間以内	1か月以内	卸売業者	仲卸業者	開設者	指定管理者
安否確認、災害時の参集開始	○													○	○	○	○
被害者の救出・救助		○												○	○	○	○
参集職員による中央卸売市場及び付近の被害状況の収集		○												○	○	○	○
災害対策本部に被害状況報告(第1報)		○														○	
施設の応急対策に向けた市場関係者との協議		○ (日中)	○ (夜間)											○	○	○	○
場内被災箇所の応急対策				○										(○) ※	(○) ※	○	○
場内被害状況の把握および被害状況報告(第2報)				○												○	
市場施設復旧に向けた市場関係者との協議						○								○	○	○	○
機能回復に向けた施設の復旧開始						○								○	○	○	○
市場施設の機能回復													○	○	○	○	○

○生鮮食料品の確保と供給

生鮮食料品の確保・必要量の把握			○											○	○	(○) ※	
周辺道路等搬送経路の確保状況についての情報収集			○													○	
本庁、市場関係者との協議(緊急的に必要な生鮮食料品の調達)			○											○	○	○	○
食品衛生上の安全対策				○										○	○		
生鮮食料品(救援物資)の調整あわせん業務開始				○										(○) ※	○	○	
災害時相互応援協定に基づき、近畿管内各中央卸売市場と連絡調整開始						○								(○) ※	(○) ※	○	
国の支援方針確認(支援項目、支援額の確認)						○										○	
機能回復に向けた市場関係者との協議								○						○	○	○	○
市場機能回復に向けた生鮮食料品等の受入態勢の確保								○						○	○		
相互応援協定に基づく生鮮食料品等の受入(市場機能の回復まで)								○						○	○	○	
市場機能の回復													○	○	○	○	○

このBCPは、南海トラフ地震発生(震度6以上)による被害対応を想定。

※ (○)は被災状況等により対応する事業者

BCP(業務継続計画):災害発生時に優先的に取り組むべき重要な業務を継続し、最速で事業の復旧を図るために事前に必要な資源の準備や対応方針・手段を定める計画。

2 府市場の強みと弱み

(1) 立地条件

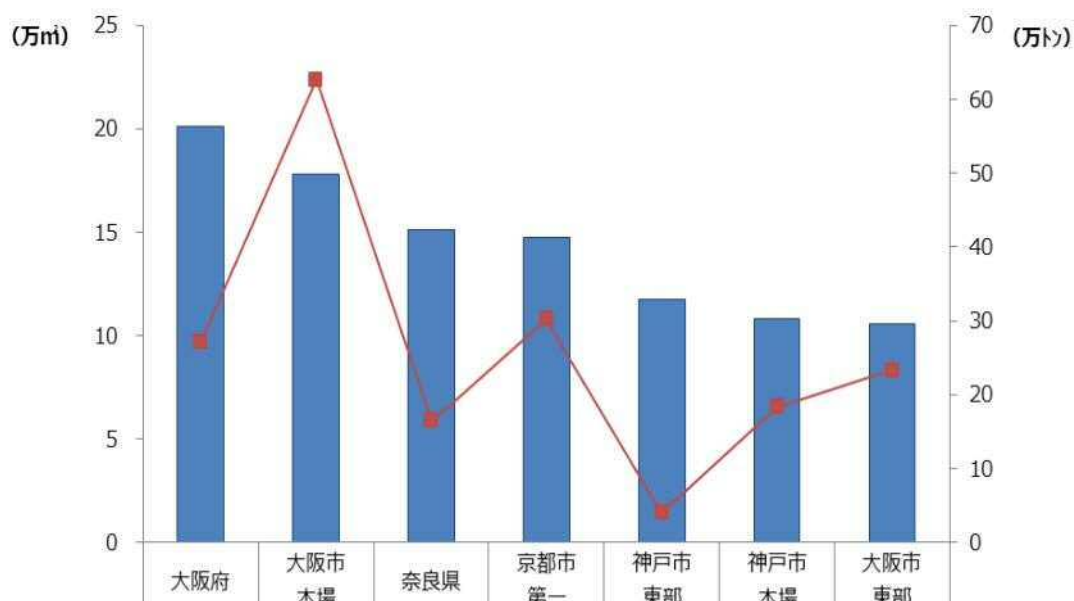
- ・ 高速道路の結節点に近く、全国からの集荷や遠方への出荷に有利です。【強み】
- ・ 大消費地に近接し、取引量が確保しやすい立地です。【強み】
- ・ 内陸部にあるため、津波被害の恐れがありません。【強み】



(2) 施設・設備

- ・ 他市場に比べ敷地が広く、活用可能な未利用地が存在しています。【強み】
- ・ 施設が老朽化しており、修繕工事や大規模改修工事を継続して実施していく必要があります。【弱み】
- ・ 卸売場、仲卸売場の低温化が部分的で、コールドチェーン対応の弱い部分があります。【弱み】
- ・ 荷下ろしスペースが不足しており、大型配送車両（ウイング車等）に未対応の施設もあることから、荷物の積み下ろしに時間がかかっています。【弱み】

近隣市場の敷地面積と合計取扱数量（平成 27 年）



出典：全国中央卸売市場協会『平成 28 年度 中央卸売市場協会概要』

(注) 合計取扱数量は、各市場の青果部と水産物部の取扱数量の合算であり、市場全体の取扱数量とは一致しないことがある。

(3) 取引の状況

- ・ 全国 10 位の取扱金額を誇る集荷力と出荷力があります。【強み】
- ・ 取扱量の 2/3 以上を量販店向けが占め、安定した取引があります。【強み】
- ・ 大口取引・開設区域外へ販路開拓を目指して卸売業者・仲卸業者が連携して取り組んでいます。【強み】
- ・ インターネット上の販売サイトの展開により、消費者等への販路を開拓しています。【強み】
- ・ 近年の取扱数量について、青果は横ばい、水産物は減少傾向が続いています。【弱み】
- ・ 仲卸の経営状況が 2 極化しており、経営者の高齢化等もあり、廃業が少なくありません。【弱み】
- ・ 輸出への取組みに前向きな仲卸が少数に留まっています。【弱み】

全国中央卸売市場の取扱高〔青果・水産物合計〕（平成 27 年）

ア 取扱数量

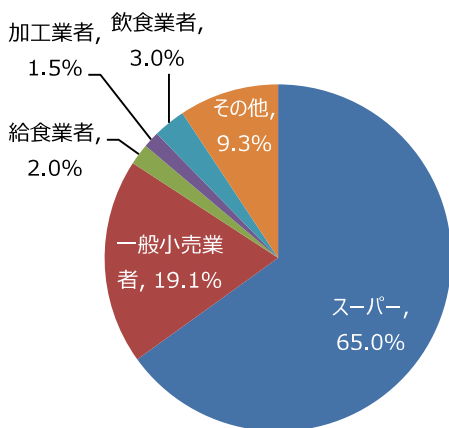
順位		数量（トン）
1	東京都中央卸売市場/大田	971,248
2	東京都中央卸売市場/築地	707,931
3	大阪市中央卸売市場/本場	626,561
4	札幌市中央卸売市場	451,688
5	横浜市中央卸売市場	424,491
6	名古屋市中央卸売市場/北部	328,053
7	名古屋市中央卸売市場/本場	327,662
8	福岡市中央卸売市場青果市場	325,383
9	京都市中央卸売市場	302,105
10	仙台市中央卸売市場	280,379
11	大阪府中央卸売市場	271,894
12	岐阜市中央卸売市場	237,687
13	東京都中央卸売市場/淀橋	234,789
14	大阪市中央卸売市場/東部	233,047
15	鹿児島市中央卸売市場	208,128

イ 取扱金額

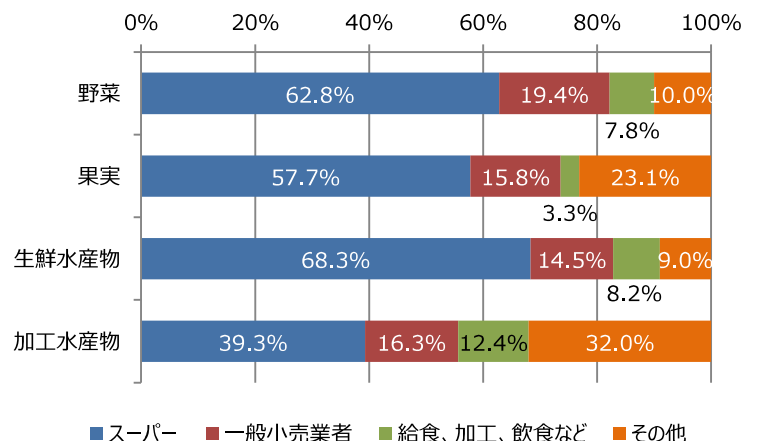
順位		金額（千円）
1	東京都中央卸売市場/築地	529,100,516
2	東京都中央卸売市場/大田	299,313,025
3	大阪市中央卸売市場/本場	262,988,780
4	札幌市中央卸売市場	166,898,483
5	名古屋市中央卸売市場/本場	163,062,435
6	横浜市中央卸売市場	152,649,215
7	仙台市中央卸売市場	128,723,831
8	京都市中央卸売市場	112,035,954
9	名古屋市中央卸売市場/北部	101,376,195
10	大阪府中央卸売市場	99,932,106
11	大阪市中央卸売市場/東部	92,908,462
12	金沢市中央卸売市場	77,765,216
13	神戸市中央卸売市場/本場	75,214,828
14	福岡市中央卸売市場青果市場	68,774,646
15	広島市中央卸売市場	64,425,485

出典：全国中央卸売市場協会『平成28年度 中央卸売市場協会概要』

業態別搬出出荷割合〔青果・水産合計〕

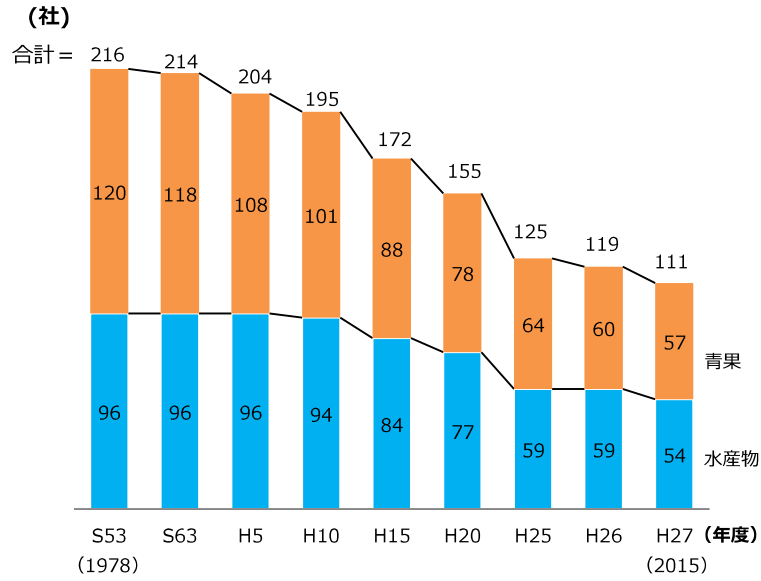


業態別搬出出荷割合〔青果・水産内訳〕

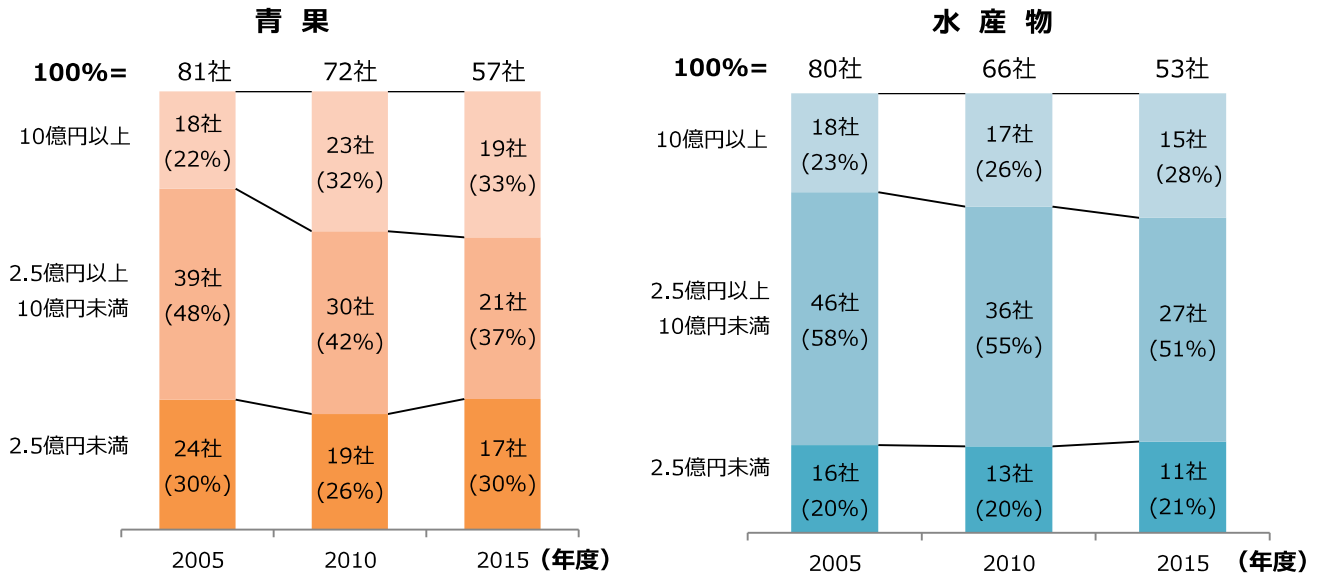


出典：市場取扱品流通状況調査（H28.10.1 実施）より

府市場 仲卸業者数の推移【S53-H27、各年度末時点】



売上高規模別の仲卸業者数の推移

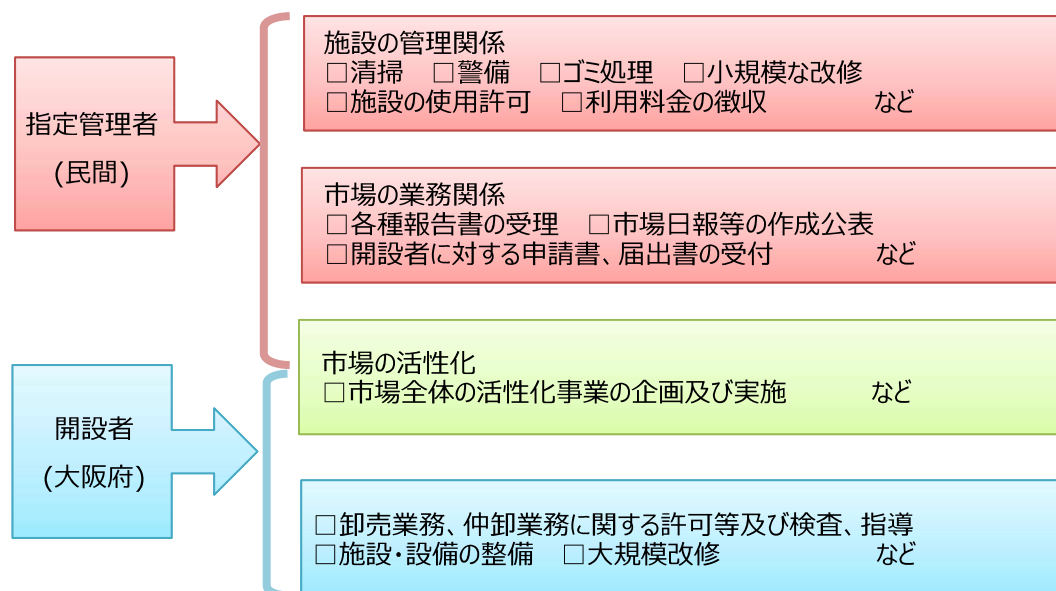


出典：各仲卸業者の事業報告書による。※事業報告書を提出しないまま廃業した業者は含まれていない。

(4) 収支面・運営面

- ・ 全国の中央市場のうち唯一、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や機敏な施設修繕を実施しています。【強み】
- ・ 多額の減価償却費の影響から、単年度赤字が継続しています。(資金ベースでは黒字基調) 【弱み】

【開設者と指定管理者の役割分担】



【指定管理者制度の導入効果】

- 収入の確保
 - ◇債権管理の徹底により、施設使用料の滞納ゼロ
 - ◇空施設の有効活用（店舗の複数使用、有料駐車場の整備、診療所等の誘致 など）
 - ◇資源活用（インゴットの売却、プラ製廃棄物パレットの再利用化）
- コストの削減
 - ◇人件費及び委託料（警備、廃棄物処理費等）の削減

投資

- 活性化事業の展開
 - ◇ハード関係（施設修繕等）
 - ・トイレ改修（74ヶ所）
 - ・場内誘導サイン塔の整備
 - ・防犯カメラの設置
 - ・セリ場照明増設
 - ◇ソフト関係（イベント実施等）
 - ・産地、量販店、大学、ホテル等との連携
 - ・市場PRのDVD制作、ホームページの充実
 - ・市場見学会の拡大（24年度：28件 1,981人 ⇒ 27年度：36件 2,825人）

(5) 安全・安心対策

- ・ 大阪府食品衛生検査所において、食品関連施設の監視・指導と生鮮・加工食品の試験検査を実施するとともに、食品衛生に関する情報を提供しています。【強み】
- ・ 非常用自家発電設備を更新し、非常時の電力不足に対応することが可能です。【強み】
- ・ 冷蔵施設への電源確保のため、災害等に強い燃料電池を平成 27 年 3 月から導入しています。【強み】

< 食品衛生検査所の主な業務 >

1 現場監視業務

①せり売前の早朝監視



②有毒魚介類・不良食品の排除



- ③食品の保存温度の遵守・衛生的な取扱の指導
- ④営業許可申請並びに営業施設に関する相談指導及び調査
- ⑤違反食品、不良食品等に関する調査
- ⑥食中毒関連の調査
- ⑦食鳥処理施設に対する監視指導
- ⑧ふく取扱施設に対する監視指導



2 検査業務

- ①食品の抜き取り検査（細菌検査、理化学検査）
- ②その他食品衛生上必要な調査・研究



3 衛生教育、消費者啓発、相談受付業務

- ①関係業者に対する衛生教育
- ②衛生管理についての相談、助言



(6) その他

- ・ 市場まつり・お魚料理教室等のイベントなど、産地PRや市場活性化に寄与する事業を大学や商工会議所等と連携して実施してきた実績があります。【強み】
- ・ 大阪府中央卸売市場本場と比較して認知度が高いとはいえないため、産地からの営業活動が同本場中心となる傾向があります。【弱み】



3 府市場の強みを生かし課題を解決するための方向性

府市場の強みと弱みを把握し、取り巻く状況を踏まえると、市場の強みを生かし、課題を解決するための方向性は次表となります。

		府市場の内部環境	
		強み (Strength)	弱み (Weakness)
		<ul style="list-style-type: none"> ●立地条件について <ul style="list-style-type: none"> ・高速道路に近く、交通アクセスが良いので全国の集出荷に有利 ・大消費地に近接した立地、取引量が確保しやすい ・内陸部にあるため、津波被害の恐れがない ●施設・設備について <ul style="list-style-type: none"> ・活用可能な未利用地が多く存在 ●取引について <ul style="list-style-type: none"> ・全国10位の取扱金額を誇る集荷力と出荷力 ・取扱量の2/3を量販店向けが占め、取引が安定 ・大口取引の販路開拓を目指す卸売業者・仲卸業者の連携した取組み ・インターネット上の販売サイトの展開で消費者等への販路を開拓 ●収支面・運営面について <ul style="list-style-type: none"> ・中央市場で唯一、指定管理者制度を導入 ・指定管理者による効率的な市場運営や機敏な施設修繕を実施 ●安全・安心対策について <ul style="list-style-type: none"> ・食品衛生検査所による監視・検査体制 ・非常用自家発電設備や燃料電池設備を設置し、災害等に強い ●その他 <ul style="list-style-type: none"> ・大学等と連携した事業の取組実績 	<ul style="list-style-type: none"> ●施設・設備 <ul style="list-style-type: none"> ・施設・設備の老朽化 ・卸売場、仲卸売場の低温化が部分的で、コールドチェーンに対応しきれていない ・荷下ろしスペースの不足、搬入動線が長い、大型配送車両に未対応な部分 ●取引について <ul style="list-style-type: none"> ・数量は青果が横ばい、水産は減少傾向 ・仲卸の経営状況が2極化、廃業のケースもみられる ・輸出への取組みに前向きな仲卸が少ない ●収支面・運営面について <ul style="list-style-type: none"> ・多額の減価償却費の影響から、単年度赤字が継続 ●その他 <ul style="list-style-type: none"> ・大阪市中央市場本場と比較して認知度が低いいため、産地からの営業活動は同本場が中心となる傾向
府市場の外部環境	機会 (Opportunity) <ul style="list-style-type: none"> ◆安全・安心、健康・食育への関心の高まり ◆量販店の中央市場への信頼感 <ul style="list-style-type: none"> ・品揃えが豊富、供給能力が高い ・中央市場との取引への期待 ◆産地出荷団体の大型化 <ul style="list-style-type: none"> ・大量の荷を安定的に捌ける大規模市場への期待の高まり ◆情報化の進展 ◆輸出農水産物の増加 	1 強みを生かして勝機を掴む(O×S) <ul style="list-style-type: none"> ■方向性1. 立地条件を生かした集荷力の強化 ■方向性4. 場内事業者の連携による販売力の強化 	2 弱みに起因する損失を回避(O×W) <ul style="list-style-type: none"> ■方向性2. 施設・設備の更新 ■方向性6. 市場PR能力の向上 ■方向性7. 場内ルールの強化
	脅威 (Threat) <ul style="list-style-type: none"> ◆生鮮食料消費量の低下 <ul style="list-style-type: none"> ・少子高齢化、人口減少 ・1人当たり消費量の減少 ・食の外部化(中食、外食の増加) ◆市場経由率の低下 <ul style="list-style-type: none"> ・産直、直売所の増加 ・加工品消費の増加 ・市場を経由しない輸入品の増加 ◆流通業界の構造変化 <ul style="list-style-type: none"> ・青果店・鮮魚店の減少 ・大型量販店の増加 ・産地大型化による指値取引の増加 ◆農・水産物の生産量の減少 <ul style="list-style-type: none"> ・担い手不足、高齢化等 ・収穫高、漁獲高の減少 ◆南海・東南海大地震への備え 	3 差別化による勝ち残り(T×S) <ul style="list-style-type: none"> ■方向性3. 効率的・効果的な市場運営 ■方向性5. 消費者等への販路開拓・維持 ■方向性8. 災害対応能力の向上 	4 最悪の事態回避方策(T×W) <ul style="list-style-type: none"> ■方向性6. 市場PR能力の向上

IV 府市場の基本戦略について

府市場の強みを生かし、課題を解決するための方向性から、市場のとるべき方策を基本戦略として定めるとともに、それに基づく取組み（＝行動計画）を実施することにより、将来像である“競争力のある市場”の実現を目指します。

方向性 1.
立地条件を生かした集荷力の強化

方向性 2.
施設・設備の更新

方向性 3.
効率的・効果的な市場運営

方向性 4.
場内事業者の連携による販売力の強化

方向性 5.
消費者等への販路開拓・維持

方向性 6.
市場 PR 能力の向上

方向性 7.
場内ルールの強化

方向性 8.
災害対応能力の向上

流通の変化に対応した 「機動性」のある市場

戦略 1：広域的な集荷・転送・分荷機能の強化

ニーズに対応した 「付加価値」を重視する市場

戦略 2：コールドチェーン化の推進、加工機能等の充実

「民間活力」をフルに活用する 開かれた市場

戦略 3：指定管理者による効率的な運営、外部活力の導入

場内外の連携強化で 「活性化事業」に取り組む市場

戦略 4：産地や量販店、大学等との共同事業の展開

場内事業者の「自律的な取組み」を重視する 市場

戦略 5：場内一丸での場内ルール順守の徹底

基本戦略に基づく行動計画

- (1)荷捌き・積み込みスペースの充実
- (2)車両動線の確保による、長距離ドライバーの待機・荷下ろし時間の短縮
- (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
- (4)駐車場区画の見直し

- (1)電気容量の増強、機能強化
- (2)加工施設や冷蔵庫の自主的整備
- (3)市場冷蔵庫の活用
- (4)空店舗・施設の活用
- (5)遮熱対策（クーラー排熱対策、断熱塗装など）

- (1)指定管理者による効率的な管理運営
- (2)近郊売場の充実（大阪産（もん））
- (3)買出人の増加に向けた取組みの実施

- (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）
- (2)大学やホテル、食育関係団体等との共同事業（イベント）
- (3)見学者対応の充実、メディア戦略
- (4)ネットを活用した販売チャネルの拡大

- (1)直接集荷や第三者販売等の申告の適正化
- (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）
- (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）
- (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）
- (5)清潔で美しい市場づくり（品質管理、廃棄物減量化）

目指すべき
将来像

“競争力のある市場”の実現へ

V 基本戦略に基づく行動計画について

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

全国の産地（川上）から集荷される農水産物を、量販店、一般小売店（川下）を通じ、消費者に円滑に届けるため、以下について重点的に取り組みます。

【行動計画1】

（1）荷捌き・積み込みスペースの充実

- ・ 荷捌き・積み込みスペース充実のための施設整備、改修を検討します。
- ・ 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していきます。
- ・ 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していきます。

（2）車両動線の確保による、長距離ドライバーの待機・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していきます。

（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は、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（以下、「業務規程」）を改定し、輸出に取り組みやすくします。また、輸出促進に関わる外部団体等と連携し、随時情報提供を行っていきます。

（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について検討していきます。

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

府市場の大規模な集荷力に加え、集荷先からのコールドチェーン等の付加価値を重視し、以下について重点的に取り組みます。

【行動計画2】

(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します。

(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します。

(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、高架下冷蔵庫など場内冷蔵庫の活用を進めます。

(4) 空店舗・施設の活用

- ・ 生鮮食料品の流通に関わる事業者に対して入居の働きかけを行うとともに、現利用者への複数店舗の利用を進めます。
- ・ 空きスペースの利用について検討し、有効活用を図ります。

(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します。

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

平成24年度に導入した指定管理者制度による実績を踏まえ、民間活力をより一層発揮した市場の運営体制とするため、以下について重点的に取り組みます。

【行動計画3】

(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進めます。

(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します。

(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します。

< 指定管理者による施設修繕 >



トイレ改修施工後



歩道橋塗装施工後

< 近郊売場 >



近郊売場 概観



タケノコのせり風景

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

開設者・指定管理者・場内事業者が一体となり、場外関係者とも連携した市場活性化に取り組んでいくため、以下について重点的に取り組みます。

【行動計画4】

(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）

- ・ 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）を実施していきます。
- ・ 各産地からの見学が増えるようなし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していきます。
- ・ 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・販売量を確保します。
- ・ 一般府民向けのイベント「市場開放デー」を継続的に実施します。

(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（連携している大学やホテル等）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ます。また、これらのイベントが新たな販路の開拓につながるよう、取り組みます。

(3) 見学者対応の充実、メディア戦略

- ・ 消費者、流通事業関係者、海外流通関係者等の市場見学対応を継続実施し、各種メディアを通じて市場をアピールします。また、小学生中心の受入れ態勢から中学生、高校生の受入れまで幅広く対応します。

(4) ネットを活用した販売チャネルの拡大

- ・ インターネットを活用して市場の取組みをPRします。
- ・ 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します。



市場開放デー



見学者受入

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

競争力強化研究会※における協議・報告事項や、卸・仲卸業者に対する業務及び財務検査で得られた知見を基に、自律的な市場運営を推進していくため、以下について重点的に取り組みます。

※競争力強化研究会：平成 26・27 年度に実施した場内関係者で構成し、市場内の現状と課題について、評価・検討する会議

【行動計画 5】

(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・届出に努めます。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っていきます。

(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）

- ・ 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していきます。
- ・ 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します。
- ・ 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していきます。

(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）

- ・ すでに策定している BCP（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、随時見直します。
- ・ BCP 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します。

(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）

- ・ 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 の導入を推進していきます。
- ・ 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します。

(5) 清潔で美しい市場づくり（品質管理、廃棄物減量化）

- ・ 廃棄物排出量を抑制するため、隣接する(株)大阪府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・売却等を進めます。
- ・ 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進めます。
- ・ 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していきます。

経営展望【2017年度～2021年度】基本戦略に基づく行動計画

基本戦略	基本戦略に基づく行動計画	取組期間※	取組主体				
			卸	仲卸	関連事業者・団体等	開設者	指定管理者
1 流通の変化に対応した「機動性」のある市場							
1 広域的な集荷・転送・分荷機能の強化	(1) 荷捌き・積み込みスペースの充実	短期	○	○	○	◎	◎
	(2) 車両動線の確保による、長距離ドライバーの待機・荷下ろし時間の短縮	短期	◎	◎	○	○	○
	(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	短期	○	○		◎	
	(4) 駐車場区画の見直し	中期	○	○	○	○	◎
2 ニーズに対応した「付加価値」を重視する市場							
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	短期	○	○		◎	◎
	(2) 加工施設や冷蔵庫の自主的整備	中期	◎	◎	○		
	(3) 市場冷蔵庫の活用	短期	○	○	◎	○	○
	(4) 空店舗・施設の活用	短期	○	○	○	◎	◎
	(5) 遮熱対策（クーラー排熱対策、断熱塗装など）	中期	○	○		◎	◎
3 「民間活力」をフルに活用する開かれた市場							
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	継続	○	○		○	◎
	(2) 近郊売場の充実（大阪産（もん））	中期	◎	○		○	○
	(3) 買出人の増加に向けた取組みの実施	短期		◎		◎	◎
4 場内外の連携強化で「活性化事業」に取り組む市場							
4 産地や量販店、大学等との共同事業の展開	(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）	継続	◎	◎	○	◎	◎
	(2) 大学やホテル、食育関係団体等との共同事業（イベント）	継続	○	○	○	◎	◎
	(3) 見学者対応の充実、メディア戦略	継続	○	○	○	○	◎
	(4) ネットを活用した販売チャネルの拡大	継続		◎	◎	○	○
5 場内事業者の「自律的な取組み」を重視する市場							
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	継続	◎	◎	○	◎	
	(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）	短期	○	○	○	◎	◎
	(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）	継続	○	○	○	◎	○
	(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）	継続	○	○	○	○	◎
	(5) 清潔で美しい市場づくり（品質管理、廃棄物減量化）	継続	○	○	○	◎	◎

※取組期間の目安…短期：1～2年後までの間に実施／中期：3～5年後までの間に実施／継続：現在も展開する取組みを継続（項目によっては拡充）して実施

VI 取扱高について

1 取扱高の実績と見込み

■取扱数量の実績と見込みの考え方

直近10ヶ年（平成19～28年度）の取扱数量から、前年度比の平均値を計算すると、青果は1.1%、水産は3.9%減少しています。この傾向が今後も続くと仮定（趨勢値）すると、平成33年度の取扱数量は、
 青果 → 209,000トン
 水産 → 36,700トン となる見込みです。

直近10年間の傾向が続くと仮定した場合の取扱数量の見込み

※28年度以降は推計値

実績値		H18年度	H19年度	H20年度	H21年度	H22年度	H23年度	H24年度	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度
青果	取扱数量(t)	247,907	241,716	251,603	244,107	234,042	230,924	226,777	229,382	228,748	225,083	220,876 ①
	前年度比		97.5%	104.1%	97.0%	95.9%	98.7%	98.2%	101.1%	99.7%	98.4%	98.1%
水産	取扱数量(t)	66,502	63,665	59,821	58,238	54,093	52,621	51,413	50,322	49,434	46,902	44,763 ②
	前年度比		95.7%	94.0%	97.4%	92.9%	97.3%	97.7%	97.9%	98.2%	94.9%	95.4%
計	取扱数量(t)	314,409	305,381	311,424	302,345	288,135	283,545	278,190	279,704	278,182	271,985	265,639

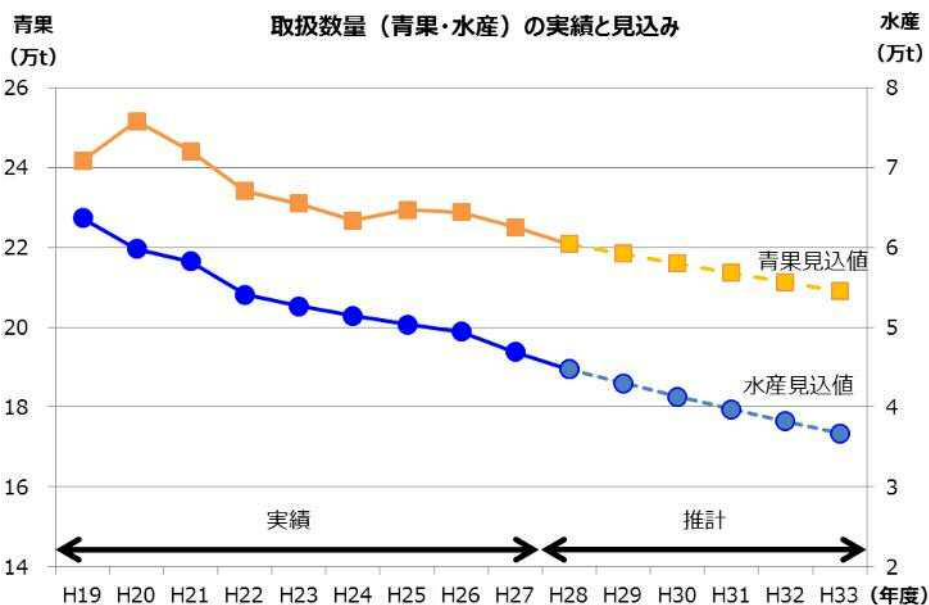
平均値 (H19-28年度)		
青果	取扱数量(t)	233,326
	前年度比	98.9% ③
水産	取扱数量(t)	53,127
	前年度比	96.1% ④
計	取扱数量	286,453

趨勢値(見込値)		H29年度	H30年度	H31年度	H32年度	H33年度
青果	取扱数量(t)	218,400	216,000	213,600	211,300	209,000
	前年度比	98.9%	98.9%	98.9%	98.9%	98.9%
水産	取扱数量(t)	43,000	41,300	39,700	38,200	36,700
	前年度比	96.1%	96.1%	96.1%	96.1%	96.1%
計	取扱数量	261,400	257,300	253,300	249,500	245,700

29年度:①×③、30年度以降は(前年度数量)×③
 ←毎年度 -1.1%
 29年度:②×④、30年度以降は(前年度数量)×④
 ←毎年度 -3.9%
 ※百t未満は四捨五入

※28年度の推計値は、28年度第3四半期まで(28年4月～12月)の実績値に、前年度第4四半期(28年1月～3月)の実績値を加えて算出。

※29年度～33年度の推計値は平成19年度～28年度の対前年度比の平均を用いて算出。



■ 取扱金額の実績と見込みの考え方

直近 10ヶ年（平成 19～28 年度）の取扱金額から、前年度比の平均値を計算すると、青果は 1.2%増加となりますが、昨今の異常気象等の影響から単価高が続いていることを考慮し、±0%とします。また、水産は平均値から 3.0%減少となります。この傾向が今後も続くと仮定（趨勢値）すると、平成 33 年度の取扱金額は、

青果 → 61,301 百万円

水産 → 34,763 百万円 となる見込みです。

直近10年間の傾向が続くと仮定した場合の取扱金額の見込み

※28年度以降は推計値

実績値		H18年度	H19年度	H20年度	H21年度	H22年度	H23年度	H24年度	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度
青果	取扱金額(千円)	55,034,961	52,850,127	53,246,609	51,700,217	56,083,342	52,465,497	49,820,663	53,619,407	54,433,556	59,703,987	61,301,212
	前年度比		96.0%	100.8%	97.1%	108.5%	93.5%	95.0%	107.6%	101.5%	109.7%	102.7%
水産	取扱金額(千円)	55,264,435	52,437,805	49,446,563	46,266,124	44,244,779	41,935,604	39,973,483	39,766,729	42,239,662	41,547,902	40,481,061
	前年度比		94.9%	94.3%	93.6%	95.6%	94.8%	95.3%	99.5%	106.2%	98.4%	97.4%
計	取扱金額(千円)	110,299,396	105,287,932	102,693,172	97,966,341	100,328,121	94,401,101	89,794,146	93,386,136	96,673,218	101,251,889	101,782,273

平均値(H19～28年度)		
青果	取扱金額(千円)	54,522,462
	前年度比	101.2% ^③
水産	取扱金額(千円)	43,833,971
	前年度比	97.0% ^④
計	取扱金額(千円)	98,356,433

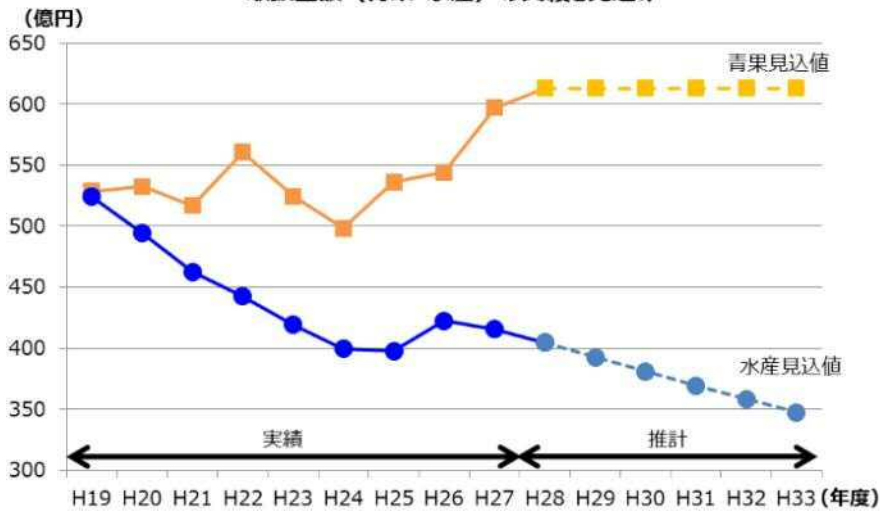
趨勢値(見込値)		H29年度	H30年度	H31年度	H32年度	H33年度
青果	取扱金額(千円)	61,301,000	61,301,000	61,301,000	61,301,000	61,301,000
	前年度比	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
水産	取扱金額(千円)	39,267,000	38,089,000	36,946,000	35,838,000	34,763,000
	前年度比	97.0%	97.0%	97.0%	97.0%	97.0%
計	取扱金額(千円)	100,568,000	99,390,000	98,247,000	97,139,000	96,064,000

29年度～33年度：①×100%
 ←毎年度 ±0%
 29年度：②×④、30年度以降は(前年度金額)×④
 ←毎年度 -3.0%
 ※百万未満は四捨五入

※28年度の推計値は、28年度第3四半期まで(28年4月～12月)の実績値に、前年度第4四半期(28年1月～3月)の実績値を加えて算出。

※29年度～33年度の推計値は平成19年度～28年度の前年度比の平均を用いて算出。

取扱金額(青果・水産)の実績と見込み



2 今後の取扱高

■ 取扱高の指標

取扱高は、農水産物の生産量の減少や流通構造の変化など、卸売市場を取り巻く情勢から、今後も厳しい環境が続くと考えられますが、府市場では、場内一丸となって行動計画に掲げる取組みを推進することで、平成 28 年度と同水準を維持していくことを目指します。

Ⅶ 施設整備計画及び収支計画について

1 施設整備計画

■施設整備の考え方

対象期間中においては、大阪府の全庁方針である「大阪府ファシリティマネジメント基本方針」を踏まえ平成 28 年度に策定した「大阪府中央卸売市場中長期保全計画」に基づき、市場施設の長寿命化及び市場機能を維持するために必要な工事を実施するとともに、市場の活性化に役立つ施設の整備や改善についても、収支状況や採算見通しに応じて実施を検討していきます。

対象期間中に実施又は実施を検討する主な工事は以下のとおりです。

■対象期間中に施設整備を行うもの

	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	29年度、32年度～33年度
2	高圧幹線設備改修工事	32年度～33年度
3	低圧共用幹線設備改修工事	33年度
4	直流電源設備改修工事	29年度～30年度
5	中央監視設備改修工事	32年度～33年度
6	冷却水設備改修工事	29年度～30年度
7	冷凍・冷蔵設備改修工事	30年度～33年度
8	昇降機設備改修工事	29年度～30年度
9	受水槽設備改修工事	31年度～32年度

■対象期間中に収支状況や採算見通しに応じて整備を検討するもの

	施設整備の名称
1	荷捌き・積み込みスペースの充実
2	冷蔵庫棟機能改善（階ごとの温度帯変更）
3	遮熱対策（クーラー排熱対策、断熱塗装など）

2 収支計画

■収支計画の考え方

この経営展望の計画期間中に実施することとした施設整備などを考慮した収支計画は、以下のとおりです。

市場会計の収支計画（平成29年度～平成33年度）

科目	年度	(税込)					(税抜)		
		28年度 (当初予算)	29年度 (当初予算)	30年度	31年度	32年度	33年度	28年度 (予算)	29～33年度 (提案額)
市場事業収益 (a)		704	838	798	773	770	769	1,673	1,672
営業収益		—	—	—	—	—	—	1,661	1,658
売上高割利用料金		—	—	—	—	—	—	229	222
施設利用料金		—	—	—	—	—	—	978	981
雑収益		—	—	—	—	—	—	454	455
営業外収益		704	838	798	773	770	769	12	14
他会計補助金		81	67	69	70	70	71	—	—
長期前受金戻入 (c)		90	87	46	20	17	15	—	—
雑収益など		533	683	683	683	683	683	—	—
市場事業費用 (b)		906	1,003	895	754	763	806	1,667	1,672
営業費用（指定管理者は納付金含む）		865	983	872	730	738	780	1,667	1,672
市場管理費		356	477	495	428	437	447	1,219	1,041
減価償却費 (d)		508	506	377	301	301	333	2	0
営業外費用		40	18	22	24	24	26	—	—
支払利息		18	12	15	16	17	18	—	—
控除対象外消費税 (e)		2	4	4	4	4	4	—	—
消費税及び地方消費税		21	3	4	4	4	4	—	—
納付金		—	—	—	—	—	—	446	631
予備費		1	1	1	1	1	1	—	—
単年度損益 (a)-(b)-(建設改良費の消費税)+(e)		△ 212	△ 193	△ 126	7	△ 13	△ 56	6	0
資金ベースの収支差額（資金不要額を除いた収支） {(a)-(c)}-{(b)-(d)-(e)}		217	258	238	304	295	284		
市場事業資本的収入		114	249	199	159	215	201		
企業債		74	206	151	106	161	152		
出資金		40	43	48	53	54	49		
市場事業資本的支出		230	512	540	320	438	408		
建設改良費		150	425	444	214	329	310		
企業債償還金		80	87	96	106	109	98		

【合算会計（開設者 + 指定管理者 - 納付金）】

(単位：百万円)

科目	年度	(税込)					
		28年度 (当初予算)	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
市場事業収益		1,931	2,011	1,971	1,946	1,943	1,942
営業収益		1,661	1,789	1,789	1,789	1,789	1,789
営業外収益		270	222	182	157	154	153
市場事業費用		2,127	2,117	2,010	1,870	1,878	1,922
営業費用		2,086	2,099	1,988	1,846	1,854	1,896
営業外費用		40	18	22	24	24	26

- (注) 1. 平成29年度当初予算を基礎に、期間中に実施する施設整備の経費、その他現時点で明らかに変動要素を見込んでいます。
2. 合算会計は、市場事業収益・費用双方から納付金を控除しています（市場会計内部の資金の動きであるため）
3. 合算会計は、指定管理者会計に消費税を含んで計算しています。
4. 百万円未満を四捨五入したため、金額が内訳の合計と一致しない科目があります。

VIII 進捗管理と評価について

■進捗状況の評価と内容の見直し

この経営展望については、毎年度、次の 4 項目に関して進捗状況の評価し、必要に応じて内容の見直しを行います。

- ① 基本戦略に基づく行動計画の実施状況
- ② 取扱高の状況
- ③ 施設整備の実施状況
- ④ 収支計画の状況

■評価方法と結果の公表

進捗状況の評価は、この経営展望の取りまとめを行った「大阪府中央卸売市場活性化協議会」（市場関係事業者、学識経験者と府で構成）において行い、「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）にも報告して、意見を聴取します。

これらの評価及び意見聴取の結果は、毎年度、大阪府中央卸売市場のホームページに掲載して公表するほか、5 年間の取組みを総括した最終報告を平成 34 年度にとりまとめ、大阪府中央卸売市場ホームページで公表します。

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
- 開設区域人口 417万人（平成27年国勢調査から算出）
- 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（平成29年3月1日現在）
 - 卸売事業者 青果部 2社、水産物部 2社
 - 仲卸事業者 青果部 54社（野菜34社・果実20社）
水産物部 54社（鮮魚38社・塩干16社）
- 売買参加者 89名（近郊野菜）
- 関連事業者 場内運搬、飲食、物品販売店等36業者
- 場内就労者数 約3,000人/1日
- 入出場車両台数 約8,000台/1日

(3) 取扱高

- 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 225,083トン（27年度）
 - 水産物部 46,902トン（27年度）
 - 合計 271,985トン
- 取扱金額
 - 青果部 59,704百万円（27年度）
 - 水産物部 41,548百万円（27年度）
 - 合計 101,252百万円

大阪府中央卸売市場の開設区域

- 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 開設区域

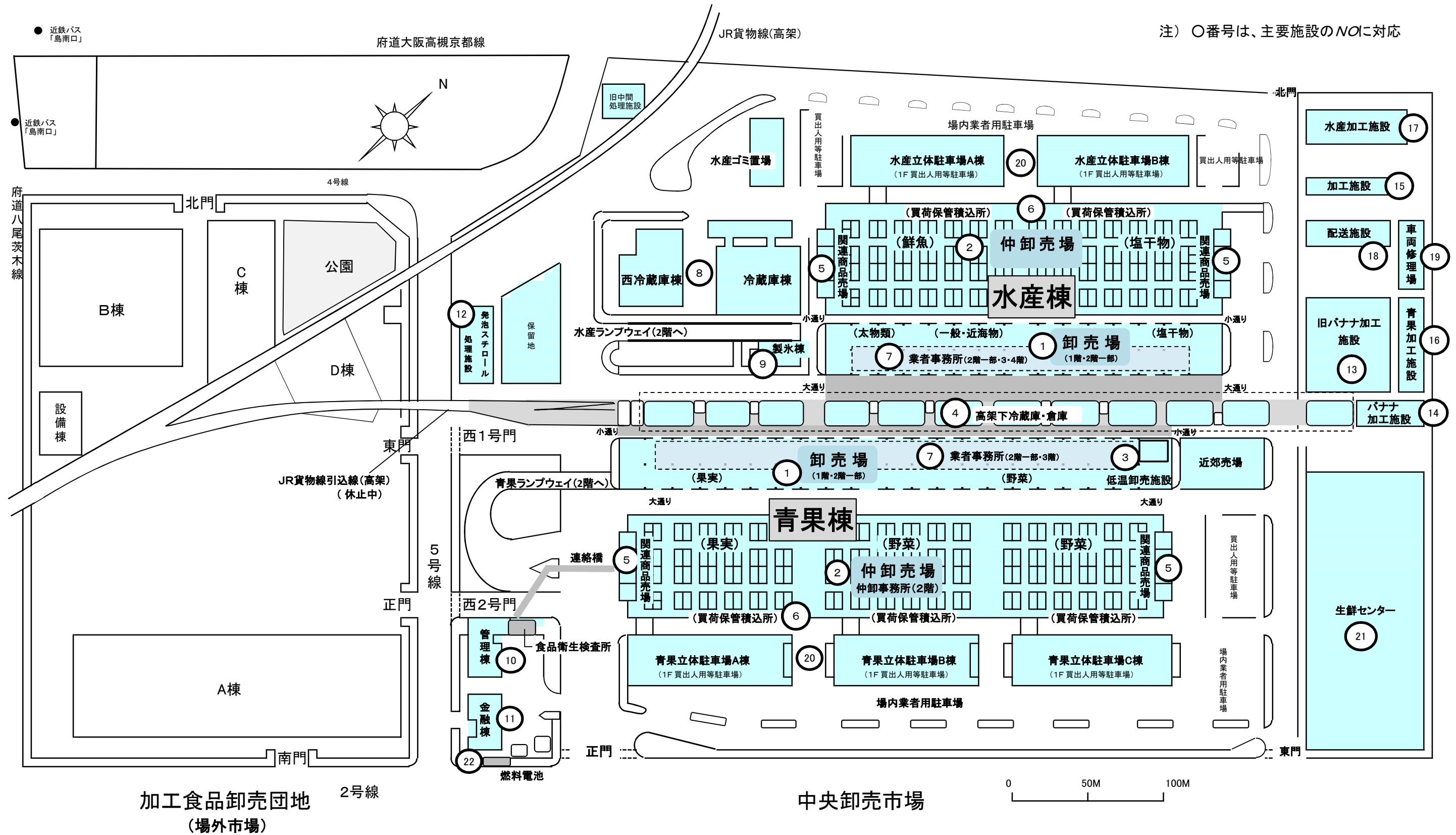
茨木市、大阪市（東淀川区、旭区、城東区、淀川区及び鶴見区に限る。）、豊中市、池田市、吹田市、高槻市、守口市、枚方市、寝屋川市、大東市、箕面市、門真市、摂津市、東大阪市、四條畷市、交野市、三島郡島本町、豊能郡豊能町、豊能郡能勢町



市場主要施設の概要（平成 29 年 1 月 31 日現在）

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 19,764.13 m ² （1階・2階一部）
			水産卸売場 15,538.37 m ² （1階・2階一部）
②	仲 卸 売 場	17,800.00	青果仲卸売場 10,873.60 m 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 6,926.40 m 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、C級 8 室）、倉庫 5 室
⑤	関連商品売場	1,271.55	青果棟 750.75 m ² 、水産棟 520.8 m ²
⑥	買荷保管積込所	5,984.00	青果棟 3,344.00 m ² 、水産棟 2,640.00 m 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	8,960.46	（東）地上 6 階（F1 級、C1 級） 貯蔵能力 7,151 t
		1,315.50	（西）平屋建（C2 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）
⑩	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
⑪	金 融 棟	513.72	信用金庫店舗、都市銀行 ATM 他
⑫	発泡スチロール処理施設	170.00	平屋建（処理能力 120～150 kg / 時）
⑬	旧バナナ加工施設	1,890.65	大阪府青果卸売協同組合
⑭	バナナ加工施設	1,272.93	追熟加工室 13 室
⑮	加 工 施 設	741.90	青果関係 9 室、水産関係 9 室 計 18 室
⑯	青果加工施設	483.00	青果加工施設 1 社
⑰	水産加工施設	4,105.63	水産物加工施設 6 社
⑱	配 送 施 設	515.00	18 バース
⑲	車 両 修 理 場	224.00	3 室
⑳	駐 車 場	2,910 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） 2,118 区画
㉑	生 鮮 セ ン タ ー	13,378.60	株式会社 北部市場運送
㉒	燃 料 電 池	446.40	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、つば、ししがしら、あべりあ、とべら等

大阪府中央卸売市場 施設配置図



市場取扱高の推移 (経年グラフ)

○取扱数量(単位：トン)

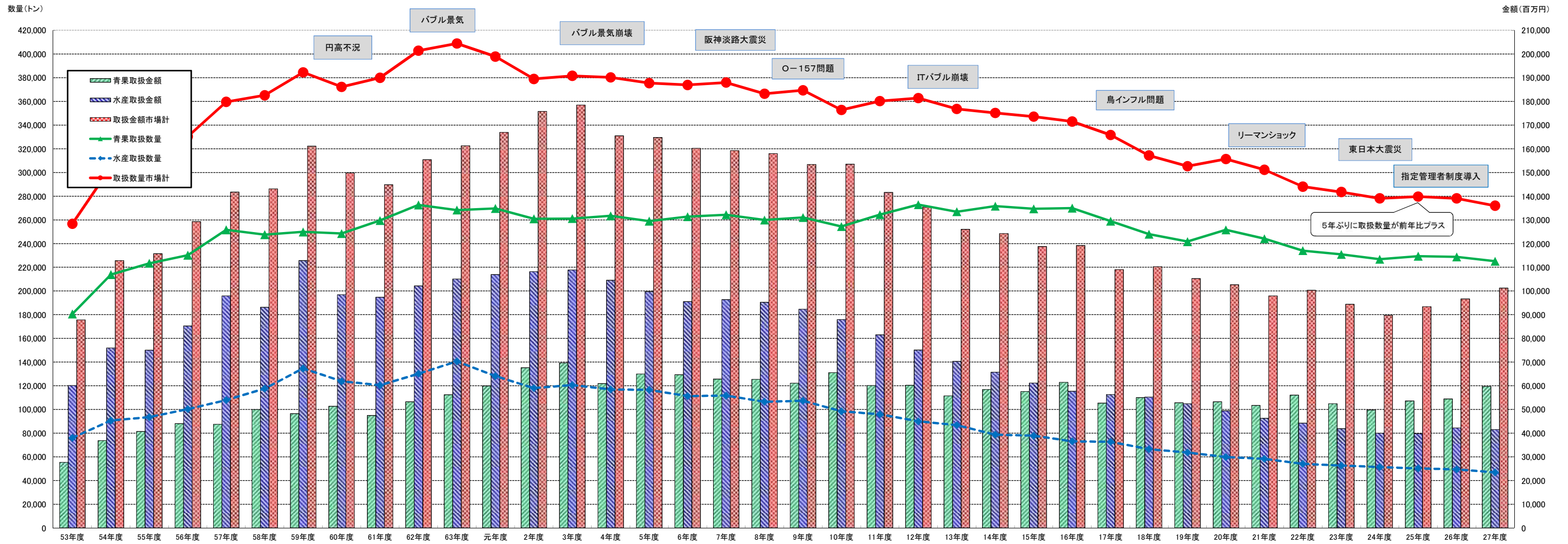
年度 区分	53年度	54年度	55年度	56年度	57年度	58年度	59年度	60年度	61年度	62年度	63年度	元年度	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度	9年度	10年度	11年度	12年度	13年度	14年度	15年度	16年度	17年度	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度	27年度
青果	180,594	213,868	223,330	230,202	251,675	247,531	249,870	248,492	259,526	272,664	268,291	269,716	260,978	261,099	263,436	258,986	262,739	264,310	259,937	262,040	254,433	264,403	272,872	266,912	271,575	269,401	269,966	258,963	247,907	241,716	251,603	244,107	234,042	230,924	226,777	229,382	228,748	225,083
水産	76,097	90,648	93,536	100,248	107,927	117,619	134,644	123,770	120,417	130,200	140,613	128,181	118,024	120,512	116,866	116,501	111,206	111,678	106,520	107,345	98,430	95,855	89,924	86,729	78,709	77,807	73,052	72,679	66,502	63,665	59,821	58,238	54,093	52,621	51,413	50,322	49,434	46,902
市場計	256,691	304,516	316,866	330,450	359,602	365,150	384,514	372,262	379,943	402,864	408,904	397,897	379,002	381,611	380,302	375,487	373,945	375,988	366,457	369,385	352,863	360,258	362,796	353,641	350,284	347,208	343,018	331,642	314,409	305,381	311,424	302,345	288,135	283,545	278,190	279,704	278,182	271,985

※合計は各項目を単位未満で四捨五入した数字の和。

○取扱金額(単位：百万円)

年度 区分	53年度	54年度	55年度	56年度	57年度	58年度	59年度	60年度	61年度	62年度	63年度	元年度	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度	9年度	10年度	11年度	12年度	13年度	14年度	15年度	16年度	17年度	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度	27年度
青果	27,703	36,870	40,712	44,017	43,790	49,978	48,293	51,376	47,502	53,276	56,232	59,968	67,664	69,653	60,949	65,002	64,666	62,887	62,726	61,099	65,550	60,130	60,270	55,744	58,446	57,605	61,495	52,710	55,035	52,850	53,247	51,700	56,083	52,465	49,821	53,619	54,433	59,704
水産	60,123	75,975	75,057	85,253	97,989	93,165	112,877	98,474	97,370	102,169	105,081	106,983	108,175	108,883	104,567	99,792	95,583	96,400	95,294	92,323	87,952	81,504	75,149	70,318	65,786	61,179	57,719	56,336	55,264	52,438	49,447	46,266	44,245	41,936	39,973	39,767	42,240	41,548
市場計	87,826	112,845	115,769	129,270	141,779	143,143	161,170	149,850	144,872	155,445	161,313	166,951	175,839	178,536	165,516	164,794	160,249	159,287	158,020	153,422	153,502	141,634	135,419	126,062	124,232	118,784	119,214	109,046	110,299	105,288	102,694	97,966	100,328	94,401	89,794	93,386	96,673	101,252

※合計は各項目を単位未満で四捨五入した数字の和。



検討経過

< 平成27年度 >

- ◎平成27年7月27日 活性化協議会にて新経営展望に関する課題、スケジュール等について説明
- ◎平成27年11月～翌2月 他市場へのヒアリングを実施
- ◎平成28年1月～2月 産地ヒアリングを実施
- ◎平成28年3月15日 運営取引業務協議会にて新経営展望の骨子イメージ（案）について検討

< 平成28年度 >

- ◎平成28年8月2日 第1回活性化協議会にて新経営展望（素案）の検討
- ◎平成28年11月 場内業者（4卸、2組合）等にヒアリングを実施
- ◎平成28年11月29日 第2回活性化協議会にて新経営展望（原案）の検討
- ◎平成29年2月7日 運営取引業務協議会にて新経営展望（案）について、意見聴取
- ◎平成29年3月16日 第3回活性化協議会にて新経営展望（案）について承認

大阪府中央卸売市場活性化協議会 委員名簿

平成29年3月16日現在

	氏 名	役 職 名
市 場 関 係 者	三木 博司	大阪北部中央青果株式会社 代表取締役社長
	植田 孝	大果大阪青果株式会社 代表取締役会長
	堀ノ内 重治	大果大阪青果株式会社北部支社 専務取締役支社長
	三輪 光幸	株式会社うおいち 代表取締役社長
	小笠原 元功	株式会社うおいち北部 常務執行役員北部支社長
	真部 誠司	株式会社大水 代表取締役社長
	板東 啓三	株式会社大水北部支社 執行役員支社長
	東野 達雄	大阪府青果卸売協同組合 理事長
	山口 秀雄	大阪府水産物卸協同組合 理事長
	田中 英治	株式会社大阪府食品流通センター 代表取締役 常務
	黒田 敬弘	株式会社北部市場運送 代表取締役社長
	巽 計廣	株式会社北部冷蔵サービスセンター 代表取締役社長
	苔縄 一光	大阪府中央卸売市場加工食品卸売商業協同組合 理事長
山口 秀雄	大阪府中央卸売市場管理センター株式会社 代表取締役	
学 識 経 験 者	小野 雅之	神戸大学 大学院 農学研究科 教授
大 阪 府	馬場 広由己	大阪府環境農林水産部流通対策室 室長
	中村 大介	大阪府中央卸売市場 場長

(計17名)

大阪府中央卸売市場運営取引業務協議会 委員名簿

平成29年3月1日現在

区 分	氏 名	役 職 名
学識経験者	小野 雅之	神戸大学 大学院 農学研究科 教授
	大西 敏夫	和歌山大学 経済学部 経済学科 教授
市場関係者	三木 博司	大阪北部中央青果株式会社 代表取締役社長
	植田 孝	大果大阪青果株式会社 代表取締役会長
	三輪 光幸	株式会社うおいち 代表取締役社長
	真部 誠司	株式会社大水 代表取締役社長
	東野 達雄	大阪府青果卸売協同組合 理事長
	山口 秀雄	大阪府水産物卸協同組合 理事長
	下村 義明	大阪府中央卸売市場近郷部北青会 会長
	新垣 芳雄	大阪府中央卸売市場関連事業者組合三十三会 会長
	苔縄 一光	大阪府中央卸売市場加工食品卸売商業協同組合 理事長
	福田 順太郎	株式会社大阪府食品流通センター 代表取締役社長
生産者代表	中谷 清	全国農業協同組合連合会大阪府本部 運営委員会会長
	陣内 秀則	関西市場駐在協議会 会長 (佐賀県農業協同組合 大阪事務所)
小売業者代表	森本 純二	大阪府小売市場総連合会 会長
	千田 忠司	大阪府商店街連合会 会長
	内田 嘉信	日本チェーンストア協会関西支部 事務局次長 (イズミヤ株式会社)
消費者代表	北野 孝子	大阪府地域消費者団体連絡会 書記
	城戸 譲二	公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会 西日本支部 副支部長
	矢田 登喜子	大阪消費者友の会 副会長
	浦辻 いづみ	公益社団法人全国消費生活相談員協会関西支部 副支部長
労働組合代表	山口 浩文	全日通労働組合大阪支部執行委員
	足立 賢次	全日本港湾運輸労働組合同盟近畿地方本部 事務局長
地元自治体代表	西林 肇	茨木市 産業環境部長

(計24名)

大阪府中央卸売市場 経営展望 [2017-2021] の概要

背景・趣旨

< 国（農林水産省） >

- 第10次卸売市場整備基本方針を策定（H28年1月）
 - ↳ 経営戦略の確立、産地との連携強化、ニーズへの適格な対応、品質管理の高度化、など

< 府市場 >

- 現行の経営展望の計画期間が終了（H24年度～28年度）
- 指定管理者制度をH24年度から導入し、29年度以降も継続

以上の状況を踏まえ、開設者、指定管理者、場内事業者による中長期的な行動計画を含めた経営展望の策定が必要

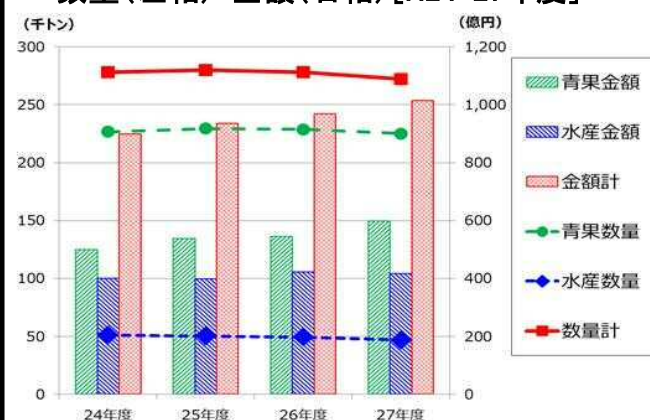
**計画期間：2017(H29)年度から
2021(H33)年度までの5年間**

府市場の状況

< 取扱数量・金額の状況 >

- 数量は横ばい、金額は近年やや増加傾向

数量(左軸)・金額(右軸) [H24-27年度]



< 府市場を取り巻く状況 (=外部環境) >

- 人口減少、食料消費量の低下
- 専門小売店の減小、大型量販店の増加
- 農・水産物の生産量の減少、産地の大型化
- 市場経由率の低下

< 府市場の強みと弱み (=内部環境) >

- 強み
 - ・高速道路の結節点に近く、物流に便利
 - ・全国10位の取扱金額を誇る集荷・出荷力
 - ・中央市場で唯一、指定管理者制度を導入
- 弱み
 - ・施設の老朽化
 - ・低温施設の不足
 - ・産地等からの認知度が低い

府市場の強みを生かし 課題を解決するための方向性

- 立地条件を生かした集荷力の強化
- 施設・設備の更新
- 効率的・効果的な市場運営
- 場内事業者の連携による販売力の強化
- 消費者等への販路開拓・維持
- 市場PR能力の向上
- 場内ルールの強化
- 災害対応能力の向上

基本戦略

行動計画 (具体的取組)

府市場の方向性

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

- ・荷捌きスペースの充実、荷下ろし時間の短縮
- ・輸出の取組みに向けた環境整備

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

- ・冷蔵機能の強化（冷蔵庫棟、卸・仲卸業者の自主冷蔵庫増設）
- ・遮熱対策（クーラー排熱対策、断熱塗装の導入） など

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

- ・近郊売場の充実（大阪産（もん））
- ・買出人の増加に向けた取組みの実施 など

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

- ・場内事業者・指定管理者・開設者によるトップセールス
- ・見学者対応、大学等との共同イベント等によるPR戦略の強化 など

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

- ・直接集荷、第三者販売申告の適正化
- ・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） など

目指すべき将来像

“競争力のある市場”の
実現へ

～場内一丸となって
流通構造の変化に対応し、
産地や小売、消費者の
支持を勝ち取る～

取扱高の実績と見込み

< 取扱高の実績 >

- 直近10ヶ年の前年度比の平均
 - ・取扱数量：青果 -1.1%、水産 -3.9%
 - ・取扱金額：青果 +1.2%、水産 -3.0%

< 今後の見込み >

- 農水産物の生産量の減少や流通構造の変化など、卸売市場を取り巻く情勢から、今後も厳しい環境が続く見込み。
- 府市場では、場内一丸となって行動計画に掲げる取組みを推進し、平成28年度と同水準を維持していくことを目指す。

施設整備計画・収支計画

< 施設整備計画の考え方 >

- 平成28年度に実施した市場内施設の劣化度調査結果を踏まえ、市場施設の長寿命化、市場機能の維持及び市場の活性化のために必要な改修に係る施設整備計画を策定。
- 主な施設整備項目
 - ・高圧受変電設備改修工事
 - ・昇降機設備改修工事
 - ・低圧共用幹線設備改修工事
 - ・直流電源設備改修工事
 - ・冷却水設備改修工事
 - ・冷凍・冷蔵設備改修工事 他

< 収支計画の考え方 >

- 施設整備計画を基に開設者と指定管理者会計の合算した収支計画を策定。

進捗管理と評価

- 毎年度、学識経験者、場内事業者等で構成する「中央卸売市場活性化協議会」において、進捗管理と評価を行い、結果を府市場のホームページで公表。



大阪府

中央卸売市場

〒567-0853 茨木市宮島1丁目1番1号 TEL 072(636)2011 ファックス072(636)2016

ホームページ <http://www.pref.osaka.lg.jp/fuichiba/>

この冊子は1500部作成し、1部あたりの単価は 円(税込)です。

平成29年3月発行