資料 4

# １事業計画書

第 15 期

自　令和 7 年 4 月　1 日

至　令和 8 年 3 月　31 日

大阪府中央卸売市場管理センター株式会社

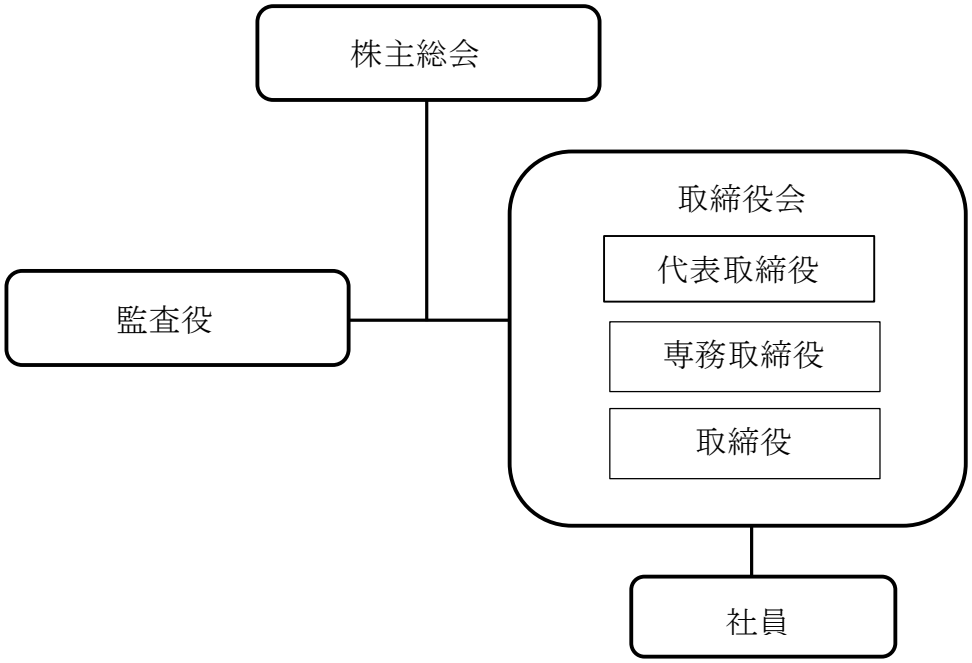
# 目　　次


1 管理運営体制 …… 1
(1)組織体制図 …… 1
(2)現員表 …… 1
(3)役員名簿 …… 2
2 重点事業の概要 …… 3
【効率的・効果的な管理運営】 …… 3
【CSR 活動の推進】 …… 3
【安全・安心・清潔な市場づくり】 …… 3
【禁煙対策の徹底】 …… 3
【物流問題への対応】 …… 4
【市場再整備】 …… 4
【廃棄物の減量とリサイクル】 …… 5
【不法投棄の根絶】 …… 5
【防犯カメラの更新】 …… 5
【市場サインの新設】 …… 5
【スマート市場づくり】 …… 5
【災害に強い市場づくり】 …… 5
【情報共有】 …… 6
【情報発信の強化】 …… 6
【経営者トップ会議】 …… 6
【経営戦略の実現】 …… 6
3 基礎指標 …… 7
(1)取扱数量・取扱金額 …… 7
(2)安定的な経営基盤の確立 …… 8
4 市場施設管理業務 …… 9
(1)施設等の指定・使用許可等利用業務 …… 9
(2)車庫・交通事故証明 …… 9
(3)遺失物の取扱い …… 9
(4)施設・設備・外構の維持補修工事 …… 9
(5)委託業務 …… 10
(6)消防・防災訓練・防災教室の開催 …… 10
5 利用料金等の徴収、督促等債権管理業務 …… 10
6 卸売予定数量等の調査及び統計に関する業務 …… 10
7 市場活性化対策 …… 11
(1)魅力ある市場づくり …… 11
(2)川上・川下との連携 …… 13
(3)食の情報発信機能の強化 …… 14
(4)空き施設の解消 …… 15

8 大阪府施策との整合性の確保 …… 16
(1)障がい者の就労支援等 …… 16
(2)あいりん地区日雇い労働者の清掃事業の受け入れ …… 16
(3)環境問題への取り組み …… 17
9 NPO、府民等との協働 …… 18
10 大阪府主催イベントへの協力 …… 18
11 サービスの向上 …… 18
12 社員研修の充実 …… 18
13 コンプライアンス …… 18
14 企業・個人情報の保護 …… 19
15 情報公開体制 …… 19
16 人権問題への取り組み …… 19

## 1 管理運営体制（令和 7 年 3 月 31 日現在）

### (1) 組織体制図




### (2) 現員表

| 職　　名 | 現員(人) | 備　　考 |
|---|---|---|
| 代表取締役 | 1 | 非常勤 |
| 専務取締役 | 1 | 常勤 |
| 取　締　役 | 6 | 非常勤、無報酬 |
| 監　査　役 | 1 | 非常勤、無報酬 |
| 社　　員 | 5 | 正社員 |

## (3) 役員名簿

| 役職名 | 氏名 | 現職 | 現任期 |
|---|---|---|---|
| 代表取締役 | 橋爪 康至 | OUG ホールディングス<br>（株）代表取締役社長<br>㈱うおいち代表取締役社長 | R5.6.24～<br>R7 定時株主総会終結の時 |
| 専務取締役 | 宮前　茂 | 大阪府中央卸売市場<br>管理センター（株）<br>専務取締役 | 同上 |
| 取締役 | 三木 博司 | 北果大阪北部中央青果(株)<br>代表取締役 | 同上 |
| 取締役 | 酒井 孝博 | 大果大阪青果（株）<br>専務取締役北部支社長 | 同上 |
| 取締役 | 川邊 浩一 | （株）うおいち<br>執行役員市場営業本部<br>北部支社長 | 同上 |
| 取締役 | 花木 章男 | （株）大水<br>執行役員北部支社長 | 同上 |
| 取締役 | 西田 景典 | 大阪府青果卸売協同組合<br>理事長 | 同上 |
| 取締役 | 榎本 昭弘 | 大阪府水産物卸協同組合<br>理事長 | 同上 |
| 監査役 | 小笠原 元功 | （株）うおいち<br>取締役専務執行役員<br>市場営業本部長 | R5.6.24～<br>R9 定時株主総会終結の時 |

## 2 重点事業の概要

**【効率的・効果的な管理運営】**

当社は、大阪府中央卸売市場の指定管理者として、平成24年度から市場管理運営業務を担ってきたが、日常の市場運営はもとより、市場活性化対策や維持補修事業に関するこれまでの特色ある取り組みは、外部の識者で構成される「指定管理者評価委員会」を始め川上・川下のステークホルダーから高い評価を受けてきた。

令和7年度は、第3期指定管理期間の4年度に当たるが、現状に甘んじることなく初心に立ち返り、これまで培ってきた経験と実績を活かしつつ、民間ノウハウを活用し、市場関係者のニーズや「評価委員会」から寄せられた指摘・提言を十分に踏まえながら当社ならではのスピード感を持って一層効率的・効果的な管理運営業務を行う。

**【CSR活動の推進】**

CSR活動は、企業価値を高めていく上で重要であり、SDGsの目標達成に向けフードロスの削減、子ども食堂への支援、食育活動など幅広い事業を推進し、とりわけ人権問題を企業の重要な社会的責任の一つとしてとらえ、人を大切にし、人権を尊重するという視点から各事業分野での取り組みを進める。

**【安全・安心・清潔な市場づくり】**

青果卸売場付近の天井部分については開場以来清掃が行われてこなかったため、大量の粉塵等が堆積しており、これが保管されている商品に落下、付着し、顧客の信頼を損うとともに、日常業務に従事している市場関係者の健康を害することが懸念されている。

ついては、消費者から信頼される安全安心で清潔な市場づくりの一環として、青果卸売場一帯の天井の全面的な清掃を行う。

なお、今後、水産売場天井についても計画性を持って事業を進めていく。

**【禁煙対策の徹底】**

受動喫煙を防止するとともに、きれいで清潔な市場の構築及び市場における生鮮食料品の安全・安心を確保することを目的に、他市場に先駆け、平成30年度に「喫煙ルールの違反行為に対する取扱要綱」を制定し喫煙ルールの遵守徹底を図ってきた。

また、令和2年度に改正健康増進法が施行されたことに伴い、喫煙ルールの啓発と併せ、違反行為に対する厳罰化など禁煙対策の実効性を確保するため、要綱を改正し令和5年4月1日に施行した。

しかしながら、依然としてルールを遵守しない喫煙行為が見受けられ、また、昨年5月、たばこの不始末が原因と推定される火災が発生し、警察・消防当局から実効性のある禁煙対策を講じるよう強く求められている。

このため、巡回に加え防犯カメラも活用しながら、違反喫煙や吸殻のポイ捨てなどに対して一層効果的な指導・啓発を行っていくとともに、悪質な違反者には入場禁止の行政処分を科するなど厳正な措置を講じ、禁煙対策の更なる強化を図る。

**【物流問題への対応】**

令和 6 年度から働き方改革関連法が自動車運転業務にも適用され、時間外労働の上限規制や勤務間インターバル制度の導入等、いわゆる物流クライシスにより市場物流においても、九州や東北から関西市場に現状の質と量の青果物を輸送できなくなることが懸念されていたため、荷主、運送事業者がそれぞれの立場から合理的な回避策を検討実施されている。

当社としての物流問題の解消に向けての取り組みには限界があるが、選ばれ続ける市場を目指していくためにも市場としての対策を講じていくことが求められている。

このため、産地、産地配送業界及び地元運送事業者の要望に応え、関係者をコーディネートしながら現実的な取り組み方策を検討しており、その一環として、令和５年度より、試行的に運送事業者の保冷倉庫を介した転・配送を実施してきた。

こうした取り組みが一定の成果を上げていることから、産地から更なる拡大の要請が寄せられているが、運送事業者のキャパが既に限界に達している。

ついては、産地の要望に応えていくとともに、市場の成長戦略であるハブ市場を目指していく上での試行的な試みとして、市場内の保留地(旧コンポスト跡地)を活用し市場関連事業者が自ら荷捌場や保冷倉庫等を整備できるように条件整備等について関係者と協議を進める。

**【市場再整備】**

府市場は開設 47 年が経過し、施設設備の老朽化に加え、卸売市場に期待されている温度管理や物流の効率化、IT 技術の導入といった新たな機能への対応が困難な状況にあり、川上及び川下の要請に十分に応えきれず、市場機能に重大な支障を来しつつある。

このため、当社においては、市場の全面建替えを目指した市場施設の再整備計画を策定するため「市場施設等再整備構想策定検討委員会」をいち早く立ち上げ、令和 3 年 3 月に素案を策定した。

一方、大阪府においても、学識経験者で構成される「市場あり方検討委員会」における調査・審議やサウンディング型市場調査結果等を踏まえ、民間資本を活用した市場の全面建替えを目指し、「再整備検討会議」を設置し、令和 4 年度から 2 年間かけて基本計画案を策定することとされた。

当社としても再整備検討会議及び青果・水産部門別の分科会に参画し、市場関係者の合意形成が得られるよう情報の発信や積極的に意見を述べるなど協力を行ってきたが、建設費の財源負担や建設資材の高騰等の将来リスクの負担問題、民間資本の活用策、市場建設・運営の事業手法等多くの課題について、更なる精査や見極めが必要なことから今後 3 年程度かけて、継続して審議し、より良い市場づくりを目指していくこととされた。

当社としては、概ね 2 年後に再整備を目指すべきか、現行の FM 計画[大阪府中央卸売市場長寿命計画(2017-2046 年度、334 億円)]で対応すべきかの判断に資することができるよう場内事業者と連携しながら基本計画案等について更に検討を行う。

【廃棄物の減量とリサイクル】

多量に発生する廃棄物に対して、減量化や再資源化を進めた結果、大阪府の直営時に比べ排出量は概ね 70%、処理費用は概ね 60%削減するなど大きな成果を上げているが、引き続き、事業系ごみの減量化、分別、リサイクルなど実効性のある対策を講じる。

【不法投棄の根絶】

不法投棄を根絶するため、場外からのごみの持込禁止の徹底や場内関係者に対する啓発を積極的に行うとともに、防犯カメラの設置、ごみ置き場のゲートの新設、ごみ置き場の利用時間の制限を行うなど総合的な対策を講じてきた結果、不法投棄件数は対策実施前に比べ約 98%以上の減少を持続するなど大きな成果を上げている。

今後とも、悪質な事案は刑事告発と併せ入場禁止の行政処分を科すなど厳正に対応し不法投棄ゼロを目指す。

【防犯カメラの更新】

防犯カメラは不法投棄や窃盗事件の抑止に寄与するとともに、事案が発生した際の原因究明や行為者への賠償請求にも大きな効果を発揮していることから、死角の解消等状況に応じた増設と更新を行うなど効果的な運用に努める。

【市場サインの新設】

市場への出入り口の 4 か所に夜間照明も可能な自立サインを設置し、来場者から好評を得ているが、バス停留場から市場への動線が複雑であるため、市場見学会等において来場される一般消費者の方々が道に迷われる事例が多く見受けられ、広範囲に管理棟を認識できる看板等の設置が求められている。

このため、市場の認知度を高めるとともに来場者の利便性の向上を図るため、管理棟南側の壁面を利用してサインを新設する。

【スマート市場づくり】

脱炭素社会の実現に向け EV(電気自動車)の普及が促進されていることを受け、令和 5 年 11 月、管理棟駐車場内に EV 急速充電器を設置したが、今後とも、市場関係者や近隣地域の EV 利用が増加するよう格安な利用料金も含め、充電器の利用 PR に努める。

また、場内消費電力の 50%をカバーし、二酸化炭素排出量を 29%削減する国内最大の「燃料電池」の売買契約を継続するとともに電気主任技術者の配置など円滑な運転に協力する。

【災害に強い市場づくり】

市場に設置されている燃料電池は、強度や柔軟性に優れたガス中圧管と接続されており災害時にも破損やガス漏れのリスクが少なく、電力供給が一定可能になるメリットを有していることから、引き続き燃料電池の持続的な維持に努める。

また、南海トラフ地震など今後想定される地震や台風などの自然災害又は火災などに的確に対応するため、市場従業員の防災意識の高揚を図るとともに技術向上と相互協力体制の強化を図る。

このため、消防機関の協力を得て、消防・防災訓練を実施するとともに、民間企業とのコラボによる防災訓練を開催する。

更に、災害等不測の事態において、市場関係者が業務を円滑持続的に遂行できるよう食料品、生活用品、マスク、消毒薬等の必要な緊急対応資材の備蓄を更に充実するとともに、大規模災害の際には当社として可能な範囲で被災地を支援する。

なお、現在の備蓄倉庫の容量が限界状態にあるため、管理棟裏のスペースを利用して防災備蓄倉庫の整備について検討する。

また、災害時におけるトイレの使用が可能となるよう管理棟敷地内に災害用マンホールトイレを令和6年度に整備したが、その PR や使用方法の習熟に努める。

**【情報共有】**

市場には卸売業者、仲卸売業者、関連事業者など多種多様な職種の場内事業者が従事しているが、市場運営を円滑に行っていくため、場内事業者等の生の声を聴取するとともに指定評価委員会の指摘を踏まえ、産地訪問や生産者の市場視察等日頃の活動で得た生の声と対策の可視化を図る。

また、これらの情報は、毎月開催される場内事業体のトップで構成される「常駐代表者会議」等において共有し、市場関係者が一体となった市場の運営や活性化の取り組みを目指す。

**【情報発信の強化】**

市場が果たしている公的使命を消費者が理解するよう様々な広報媒体を活用しながら発信してきたが、更に、指定評価委員会の指摘を踏まえ、当社が取り組んでいる事業内容や市場の存在意義等を内外のステークホルダーに対して発信する。

**【経営者トップ会議】**

市場の再整備など将来に向けての大きな課題に対し、経営トップによる大所高所の視点から今後の市場のあり方などについて話し合う場として、青果及び水産の卸売会社トップが一堂に会する横断的な会議を適宜開催する。

**【経営戦略の実現】**

各般にわたる事業の推進を通じて、当面5年間の市場運営の基本方針が示されている大阪府が策定した「経営戦略」(R4～R8 年度)の実現に寄与する。

## 3 基礎指標

### (1) 取扱数量・取扱金額(税込) ＜P8 別表 1 参照＞

**【市場全体】**

飲食店の営業制限がなくなり業務需要は回復へと向かった一方、ウクライナ侵攻問題や円安の進行などからエネルギー価格、原材料コストの上昇に加え、天候不順により供給量が減少し、青果物、水産物ともに価格高で推移し、市場全体の平均単価は 461 円となり、昨対比で 36 円高、108.4%の高値となった。

こうした状況を反映し、市場全体の取扱数量は 187,328 トンとなり、昨対比で 7,172 トン減少し、96.3%となったが、取扱金額は 863 億 2,070 万円、昨対比で 104.4%と 3 年連続して前年を上回り、昨年度に引き続き 900 億円台を達成できる見込みとなっている。

各部門別の概況は次のとおりである。

**【青果物】**

■青果物全体

青果部門全体の取扱数量は 160,615 トン、取扱金額は 548 億 4,390 万円となり、昨対比で数量は 95.7%、金額で 107.0%となり、市場全体の傾向と同様、取扱数量は減少したものの、取扱金額は増加した。

平均単価は、342 円となり、昨対比で 36 円高、111.8%となった。

■野菜部門

天候不順の影響で供給量が減少し、取扱数量は 117,201 トン、取扱金額は 334 億 4,866 万円となり、昨対比で数量が 95.7%、取扱金額は 108.8%と数量は前年割れとなったが金額は前年を上回った。

平均単価は、285 円となり、昨対比で 34 円高、113.6%となった。

■果実部門

果実も供給量の減少から取扱数量は 43,414 トンとなり、昨対比 95.7%と減少したものの、相場は高止まりで推移し、取扱金額は 213 億 9,524 万円、昨対比 104.4%となった。

平均単価は 493 円の高値となり昨対比で 41 円、109.1%となった。

**【水産物】**

■水産物全体

漁獲量の減少傾向の中にあって、水産物全体の取扱数量は 26,713 トン、昨対比で 100.1%と昨年水準を維持し、取扱金額は 314 億 7,680 万円、昨対比で 100.0%となり、数量、金額とも横ばい乃至微増の状況にある。

平均単価も 1,178 円、昨対比 1 円安と昨年度とほぼ同水準にある。

■生鮮水産物

取扱数量は、13,819 トン、昨対比 103.0%、取扱金額も 160 億 6,272 万円、昨対比 102.6%と微増した。

平均単価は 1,162 円と昨対比 5 円安、99.6%となったが、数量の増加が金額ベースをカバーしている。

■冷凍水産物

取扱数量は、1,863 トン、昨対比 93.3%と減少し、金額は 30 億 8,040 万円、昨対比 102.1%と増加した。

単価は 1,653 円、昨対比 142 円高、109.4%の高値となった。

■加工水産物

取扱数量は、7,007 トン、昨対比 93.9%、金額ベースでも 98 億 5,188 万円、昨対比 93.1%といずれも大幅に減少した。

単価は 1,406 円、昨対比 11 円安、99.2%の安値となった。

■冷凍食品

取扱数量は、4,025 トン、昨対比 105.8%と増加し、金額ベースでも 24 億 8,181 万円、昨対比 112.0%の高値となった。

単価は 617 円、昨対比 34 円高、105.8%の高値となった。

**【取扱高の推移】**

取扱高を経年的に見てみると、取扱数量は、平成 25 年度にやや回復したものの、微減基調にあり、令和 7 年度は過去ワースト記録が見込まれる。

取扱金額は単価アップにより令和 6 年度に引き続き 900 億円台を達成できる見込みとなっている。

今後、外食・宿泊施設などの需要増が期待されるものの、市場を取り巻く環境はなお厳しい状況が続くものと思われ、市場関係者が一体となって、集荷・販売力の強化に繋がるよう市場活性化事業に更に取り組むなど、取扱数量・取扱金額の拡大に努める。

＜別表 1＞取扱数量・取扱金額・単価(令和 6 年 4 月から令和 7 年 2 月までの速報値)

| | | 取扱数量(kg) | 昨対(%) | 取扱金額(円) | 昨対(%) | 単価(円) | 昨対(円) | 昨対(%) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 青果物 | 野　菜 | 117,201,271 | 95.7 | 33,448,663,242 | 108.8 | 285 | +34 | 113.6 |
| | 果　実 | 43,414,151 | 95.7 | 21,395,236,502 | 104.4 | 493 | +41 | 109.1 |
| | 計 | 160,615,422 | 95.7 | 54,843,899,744 | 107.0 | 342 | +36 | 111.8 |
| 水産物 | 生鮮水産物 | 13,818,633 | 103.0 | 16,062,716,475 | 102.6 | 1,162 | -5 | 99.6 |
| | 冷凍水産物 | 1,863,176 | 93.3 | 3,080,399,473 | 102.1 | 1,653 | +142 | 109.4 |
| | 加工水産物 | 7,006,612 | 93.9 | 9,851,875,879 | 93.1 | 1,406 | -11 | 99.2 |
| | 冷凍食品 | 4,024,635 | 105.8 | 2,481,808,224 | 112.0 | 617 | +34 | 105.8 |
| | 計 | 26,713,056 | 100.1 | 31,476,800,051 | 100.0 | 1,178 | -1 | 99.9 |
| **市場計** | | **187,328,478** | **96.3** | **86,320,699,795** | **104.4** | **461** | **+36** | **108.4** |

**(2) 安定的な財政基盤の確立**

13 期連続して経常利益を計上し、また令和 6 度においても概ね 900 万円程度の純利益を計上できる見込みとなっている。

令和 7 度年度においても、より一層収益の確保と経費の節減を図ることにより、単年度黒字の維持に努め、財政の健全化と安定した財政基盤の確立を図る。

**【令和 7 度当初予算案(別紙 1)】**

## 4 市場施設管理業務

### (1) 施設等の指定・使用許可等利用業務

大阪府中央卸売市場業務規程及び同規則等に基づき公正公平に取り扱うことを基本に市場の活性化に資するよう市場施設等の適正な指定・使用許可に努める。

特に、不適切な使用に対しては、開設者とも連携しながら是正指導を一層強化するとともに、特に悪質な事案については法的措置を講じるなど厳正に対処する。

### (2) 車庫・交通事故証明

場内駐車場の保管場所に変更があった都度、異動届を所轄警察署に提出するとともに自動車保管場所証明書を迅速に発行する。

また、場内で発生した交通事故に対して事故証明書の発行を迅速に行う。

### (3) 遺失物の取扱い

遺失物は拾得届を受理した即日に所轄警察署へ拾得届を提出し、適正かつ迅速に処理を行う。

### (4) 施設・設備・外構の維持補修工事

#### ① 維持補修工事

市場機能を維持するために必要とされる維持補修工事については、比較的小規模の緊急修繕が発生した時には、社員が直ちに現場に急行し、自ら修繕工事を行う一方専門的な機材・技術を必要とする場合には専門業者に修繕の手配を行うなど常にスピーディに対応する。

特に、ライフラインである電気・水道・ガス等の供給施設や冷蔵庫関連設備の緊急を要する修繕工事は最優先に工事を実施し、万全を期する。

また、施設の老朽化が顕在化してきていることから、事故を未然に防止するため必要な修繕を行う。

更に、市場機能を維持することはもとより、魅力あるきれいな市場づくりや市場利用者・場内関係者の利便性の向上を図り、市場の活性化に資するための施設設備の維持補修工事に関しては、市場ユーザーや場内ニーズを十分に踏まえながら開設者との適切な役割分担のもと、積極的に取り組む。

これら維持補修工事を施工するための事業費として、提案額を上回る6千200万円を計上するが、財政状況、施設設備の劣化状況及び市場関係者のニーズ等を見極めながら、事業の拡充等弾力的に執行する。

#### ② 大阪府依頼事業

施設・設備の修繕工事について開設者が実施するよりも民間事業者としての当社が施工する方が事業費、工期等において一層の効果・効率性が期待できる工事の一部について、「大阪府中央卸売市場の管理運営業務協定書」(R4.4.1締結)に基づき次の事業を実施する。

○水産B棟低圧共用幹線設備改修工事[府予算額91,025千円(税込み)]

### (5) 委託業務

設備管理、保守点検、清掃、廃棄物処理業務等において、自ら実施するよりも経済性・専門性等において委託するほうが有利であり、より優れた成果が期待できる分野に関しては開設者の事前承認を得て業務委託を行う。

なお、業務委託を行うに当たっては、これまでから現行のサービス水準を低下させることなく経費の徹底的な節減を図ってきたが、引き続き業者との粘り強い交渉によりコストの節減に努める。

しかしながら、近年、働き方改革や最低賃金の見直しにより、労務単価等のアップは避けられない状況になっているものの、粘り強く交渉を行い、抑制に努める。

また、機械・設備も老朽化が目立ってきていることから保守点検業務については、法定点検はもとより自主点検を強化する。

これら委託業務の事業費として、418,120 千円(税抜き)を計上する。

※提案額：420,000 千円

### (6) 消防・防災訓練、防災教室の開催

地震や火災など災害発生時における従業員の技術の向上と相互協力体制の強化を図るとともに、従業員の防災意識の高揚を図るため、茨木市消防本部の協力を得て消防・防災訓練を実施する。

また、民間企業の協力を得て防災訓練を開催するとともに近隣市で実施している防災教室等に対して協力、連携を図る。

## 5 利用料金等の徴収、督促等債権管理業務

面積割・売上高割利用料金を始め電気・ガス・上水道等光熱水費、ごみ処理負担金等の維持使用料等の徴収に関する口座振替が不能となった場合には直ちに店舗に出向き納付を督促することにより、指定管理業務がスタートした平成 24 年度以降卸・仲卸業者の滞納ゼロを維持してきたところであり、令和 7 年度においても受益者負担の原則に基づき適正に遅滞なく徴収する。

なお、滞納が発生した場合には、保証金を充当する措置を講じるとともに弁護士による内容証明による督促や支払い督促手続等の法的措置を講じることも含め滞納ゼロの維持に努める。

また、インゴット、段ボール等は入札により最も単価の高い業者に売却し、利益の確保を図る。

## 6 卸売予定数量等の調査及び統計に関する業務

統計データは市場の現況や将来像を把握する上で最も重要な基礎資料となるので、正確性を最優先に迅速かつ適正な処理を行うとともにホームページに速やかにアップするなど情報提供に努める。

また、報告書として取りまとめ、関係機関に対して適宜報告を行う。

特に、市場取扱品流通状況調査は、市場の経営戦略を構築していく上で基礎指標となることから正確性を担保するなど適正な処理に努める。

【主な統計業務】

- 卸売予定数量報告書の受理、掲示(休場日を除く毎日)
- 売上報告書の受理(休場日を除く毎日)
- 市場日報・月報・年報の作成・配布・公表
- 卸売業者年間売上報告書の受理

・市場取扱品流通状況調査
・仲卸業者の事業報告書、経営状況調査表の作成(毎年６月調査・作成)

## 7 市場活性化対策【別紙 2】

集荷力と販売力を高め、競争力のある魅力溢れた市場づくりをめざし、魅力ある市場づくり、川上・川下との連携、食の情報発信機能の充実、指定管理者制度の活用の 4 分野において府市場ならではの特色ある活性化事業を推進する。

これら活性化事業の事業費として、当初予算額として提案額を上回る 4 千 200 万円を計上し、財政状況及び市場関係者のニーズ等必要性を見極めながら、事業の拡充など柔軟に運用する。

### (1) 魅力ある市場づくり

#### ① 集荷・分荷・転送機能の強化

府市場の立地条件の優位性を踏まえたハブ市場を目指し、集荷・分荷機能の強化や近隣他市場への転送機能の強化を図るため、産地等からの遠距離トラックや転送用のトラックの待機場所や荷捌き場所の確保を図るため、ハード面・ソフト面からの環境整備方策について卸業者、産地及び場内物流事業者等との協議を進める。

この際、産地からの強い要望を踏まえ、試行的な試みとして市場関連事業者自らが保留地となっている旧コンポストの跡地を活用し、荷捌場や保冷倉庫等を整備できるよう条件整備等について関係者との協議を進める。

#### ② 安全・安心・清潔な市場の実現

ア 品質管理の強化

川上・川下からの強い要請を受け、水産仲卸売場の低温管理が喫緊の課題となっていることから、令和６年度に費用対効果も含めたあるべき方策について関係者と協議を進めてきたが、令和 7 年度において事業の予算化が決定されたところである。

今後とも整備後の効果等について検証結果を踏まえ、引き続き関係者と協議を行うとともに必要な支援を講じる。

イ 清潔できれいな市場づくり

安全安心な生鮮食料品を提供していく上で、清潔できれいな市場づくりは最重要であるので、美化啓発ポスターを活用するなど美化キャンペーンを実施するとともに場内関係者が一体となって定期的に一斉大掃除を実施する。

清掃業務については、清掃区域の拡大や清掃回数の増加等充実を図ってきたが、業務内容について常に見直しを行い場内清掃の一層の充実を図る。

特にトイレは、平成 29 年度をもって 88 箇所すべての改修を終えたことから、新たに作成した清掃点検のチエックリスト表を活用するなど清潔性を保持する。

ウ 禁煙対策の強化

消費者から信頼される安全安心で清潔な市場づくりを目指し、他市場に先駆け平成 30 年度に「喫煙ルールの違反行為に対する取扱要綱」を制定し、禁煙ポスター、禁煙ステッカーを貼付するほか、日々場内放送により禁煙の啓発を行うとともに、禁煙推進指導員が中心となり、場内をラウンドし、喫煙ルールの徹底に取り組んできた。

更に、受動喫煙防止対策に関する法の施行(令和 2 年)などから、禁煙対策の実効性を一層高めるため、令和 5 年度に同要綱を改正したが、タバコが原因のボヤ事件が連続して発生しているほか、たばこの不始末が原因と推定される火災が発生するなど由々しき事態が見られ、また、指定管理者評価委員会の指摘や警察消防当局の指導も踏まえ、吸殻のポイ捨てなど違反行為に対してより一層効果的な指導啓発を行うとともに、悪質な違反者に対しては入場禁止処分など厳正な措置を講じるなど禁煙対策の強化、徹底を図る。

エ 場内ルールの遵守

セリ場での販売行為や買い出し人専用駐車場での商品の保管・荷捌き等の不適切な行為を是正させ、場内ルールを遵守するよう指導する。

特に悪質な事案は入場禁止等の法的措置も含めた厳正な措置を講じる。

オ 交通安全・防犯対策の強化

交通安全対策については、場内で従事する市場関係者や顧客の安全確保を最優先にこれまでガードレールや遮断機の設置、横断歩道の移設、安全運転講習会の開催、ウイング車ドライバーへの注意喚起、路上に不法駐車されている車両や共用場所での荷捌き行為などを排除、視認性を高めるための樹木伐採等総合的な対策を講じてきた。

しかしながら、なお場内での人身事故が増加していることや指定管理者評価委員会の指摘も踏まえ、あらゆる機会を活用し、安全確保を最優先にした取り組みを一層強化する。

また、大阪府、茨木市、茨木警察、流通事業者、管理センターなどで構成する「北大阪流通業務団地周辺道路問題対策協議会」において、交通安全啓発活動に取り組むとともに、違法駐車が常態化している周辺道路にゼブラゾーンの標示やポストコーンを設置するよう道路管理者である茨木市に強く要請する。

防犯対策については、警備員による夜間パトロールの強化や防犯カメラの増設などにより盗難等の抑止力を高めるとともに、盗難事件が発生すれば警察と協力しながら行為者の特定に繋げ再犯の防止に努める。

カ 不法投棄の防止

主に場外からの持ち込みごみをはじめとする不法投棄を抑止するため、防犯カメラやごみ置き場のゲートの設置、ごみ置き場の利用時間の制限を行うなど総合的な対策を講じてきた結果、不法投棄件数は対策実施前に比べ約 98%以上減少するなど一定の成果を上げている。

しかしながら未だ一部に不法投棄が見られることから、不法投棄ゼロを目指し、ごみ置場の再編や防犯カメラの死角の解消を図るなど徹底した措置を講じる。

また、悪質な不法投棄の行為者に対しては、刑事告発を行うとともに入場禁止等の行政処分を科する。

キ 鳥獣害等防止対策

カラス、ハト、そ族等による食害、糞などの汚染や病原菌による被害を防止するため害鳥獣が売り場や商品保管場所等に侵入しないよう、捕獲やネット設置等の対策を講じる。

カラスについては、茨木市の許可を得て捕獲を行ってきたが、従来の手法に限界があり費用対効果から見ても課題があることから、専門家のアドバイスを得て新たな手法として旧コンポスト跡地に固定式の捕獲籠を設置したところ、大きな成果上げていることから、引き続き捕獲に取り組む。

（捕獲数：令和5年度1,070羽、令和6年度(4月～2月)1,136羽）

また、そ族による商品被害も多発していることから、出現の多い場所へ捕獲籠を重点的に設置するととも外部からの侵入経路の遮断方法を検討するなどの対策に取り組む。

**③ スマート市場づくり**

コストの削減や環境にやさしい市場への取り組みにも繋がる節電の啓発を積極的に行うほか、場内業者に対してLEDへの転換を働きかける。

また、燃料電池(H27.3導入)は場内消費電力の約50%をカバーし、災害や停電時の電源を維持するとともにCO2排出量を大幅に削減(▲29%)するなど環境面でも大きな効果を発揮しており、引き続き需給契約を締結する。

更に、脱炭素社会の実現に向けてEV(電気自動車)の普及が促進されていることを受け、令和5年に場内に設置したEV急速充電器の利用促進を図るため、一層のPRに努める。

**(2) 川上・川下との連携**

市場経由の取引の拡大を図っていく上で、川上・川下双方のニーズをは握し、産地から集荷する商品と小売業者が求めている需要のマッチングを図ることが重要であるので、取引先である産地・出荷者や量販店等小売業者との連携を一層強化する。

**① 産地との連携強化**

ア 意見交換会の開催

産地関係者の府市場へのニーズ・期待に的確に対応するため卸・仲卸業者と連携し、産地及び市場内での意見交換会を開催する。

また、産地特産物の販売促進を図るため、産地と場内事業者とのWebによる商談会のコーディネートを行う。

イ 近郷売り場の活性化

集荷力を高めるだけではなく、地産地消を推進していく上で近郷売り場の果たす役割は重要であるものの買参人が減少するなど近郷売場のシエアが低下しているため、青果卸業者や買参人の組合である「北青会」と連携し、近郷売り場の活用を積極的にPRするなど新規参入農家の拡大を図る。

ウ 産官学連携の推進

事業連携大学の協力を得て、次代を担う学生の柔軟な発想で産地の特産物を材料にした特色のある商品を企画、立案し、製作、PR、販売まで学生自らが行うようコーディネートする。

**② 百貨店との連携強化**

産地特産物の集荷・販売を拡大するため、大学・産地・百貨店と連携し、食料品売場等において「産地フェア」を開催する。

その際、「せりちゃん」及び関連グッズを活用するとともに事業連携大学の学生が学生目線で考案したレシピの提供や学生による店頭販売を行うなど生鮮食料品の消費拡大に繋げる。

**③ 量販店等との連携強化**

量販店への出荷割合が増加していることを踏まえ、量販店での販売を拡大させるとともに消費者への市場 PR を行うため、バイヤーの要望に応え、市場の名称を冠した市場まつりなど販売促進イベントを積極的に展開する。

**(3) 食の情報発信機能の強化**

市場は安心・安全な生鮮食料品を安定的に供給するという重要な機能を発揮しているにもかかわらず、府市場はその存在が府民に余り知られていないため、府市場の存在意義や果たしている機能を広く情報発信するため、様々な媒体を活用して市場の食の情報発信機能を高める。

**① 市場見学会の充実**

市場見学会は、市場の知名度の向上はもとより市場が果たしている重要な機能や食育の推進に大きな効果を発揮していることに鑑み、近隣市の小学校の社会見学の受け入れを積極的に行う。

また、府直営時代には受け入れていなかった一般見学者についても、指定管理者評価委員会の提言も踏まえ多くの受け入れを行っているが、更に拡充を図る。

特に、市場が果たしている公的役割を市場のエンドユーザーである一般消費者に理解していただくことが重要であるので、消費者団体や観光協会とも連携し、一般消費者の受け入れを積極的に行う。

また、インバウンド需要等を踏まえ、新たに作成した外国語パンフレットを活用し外国人の見学者についても受入態勢を充実させる。

**② 料理教室の充実**

料理教室は、市場機能の消費者に対する PR 効果や食育に極めて重要であるので、水産物卸協同組合と連携しながら実施している出前のお魚料理教室の内容の一層の充実を図る。

**③ 広報活動の強化**

ア 広報媒体の活用

業界紙はもとより大阪府や茨木市等近隣市町村の広報媒体、民間コミュニティ誌、ケーブルテレビ、民放テレビ・ラジオ等のメディアを積極的に活用するとともに事業連携大学との連携強化を通じて情報の発信を強化する。

イ 公共施設や駅などへのパンフレットの配備

公共施設や駅などへ市場関連イベントのチラシ、市場案内パンフレット、冊子等を配備できるよう関係先に要請する。

ウ 市場案内パンフレットの活用

「指定管理者評価委員会」の指摘・提言を踏まえ、新たに作成した小学生向けと一般向けの市場広報 DVD を活用し情報発信を図る。

また、外国人見学者が増加していることから英語・韓国語・中国語の市場 案内のパンフレットを活用しタイムリーな情報提供を行う。

④ ホームページの充実・SNS の活用

当社ホームページについては、かねてから市場日報等の統計情報や各種イベント情報など最新の情報や活動実績をリアルタイムにアップしているが、セキュリティを強化し、より一層有効活用できるよう全面的に改修する。

また、幅広い世代が気軽でビジュアルに利用している Instagram(インスタグラム)を活用し市場情報を積極的に発信する。

⑤ 管理棟 1 階展示ロビーの内容の充実

平成 30 年度に全面改修した管理棟 1 階展示ロビーは、見学者や市場関係者に利用される機会が多いが、市場が果たしている機能や活動実態がビジュアルに理解できるとの評価をいただいており、引き続き、統計資料等市場関係の情報をリアルタイムに掲示するとともに展示物も来場者の関心を引く内容に適宜更新する。

⑥ 市場マスコットキャラクター「せりちゃん」の活用による市場 PR

市場開場 35 周年記念事業の一環として、MBS テレビでの公募により制作した市場ゆるきゃら「せりちゃん」を量販店等における市場まつりを始めとする各種の市場イベントに参加させ、販売促進と市場の PR に努める。

⑦ 食育発信事業

食育に関する専門的な知識を有する「食育アドバイザー」の資格を持つ社員を中心に市場見学会や地域でのお魚料理教室等の機会を活用し、食に関する正しい知識、理解を与えるなど食育を積極的に推進する。

また、事業連携大学と連携し、百貨店・量販店等における産地フェア等の場を活用しながら食育事業を実施するとともに、子ども食堂との連携を通じて食育を推進する。

⑧ 事業連携大学との連携事業の推進

食に関する人材の育成や食の安全・安心、食育などの情報発信を行うとともに生鮮食料品の消費拡大を図るため、学生の目線によるレシピの作成、新商品の開発や場内業者の販売企画の提案を行うなど、４大学との連携事業を強化する。

また、連携事業に参加した学生に関する人材育成面での効果を大学とともに検証し、より内容の一層の充実を図る。

更に、事業連携大学の拡大が図れるよう大学等との協議を進める。

(4) 空き施設の解消

空き施設を放置することは、収益の減少をもたらすことはもとより市場全体の活性化にとって最大の阻害要因となることから、生鮮食料品の流通に関わる事業者に対して効果的な入居の働きかけを行うとともに、複数箇所の利用促進や利用料金の柔軟な設定を行うことにより空き施設の解消に努める。

特に、指定管理者評価委員会の提言を踏まえ、ホームページで掲載する入居者募集のページにおいて、各施設の空き状況や参入可能な業種、必要条件等を明確に示すなど更に詳しい情報を提供し、新規参入の促進を図っており、引き続きタイムリーに更新する。

① 仲卸店舗

市場を取り巻く厳しい経営環境の下、廃業を余儀なくされている仲卸業者が増加傾向にあり、必然的に仲卸店舗の稼働率も低下傾向にあるものの、廃業等により発生した空き店舗の解消を図るため、既存業者の複数箇所の利用促進を働きかけるなど稼働

率の維持・向上に努めてきた結果、令和6年度(4月～2月)における仲卸店舗の稼働率は97.7%となり目標値(96.0%)を達成できた。

こうした取り組みや仲卸業者を取り巻く現下の経営環境も踏まえ、令和7年度の仲卸店舗の稼働率の目標値は、令和6年度と同様96.0%とする。

**【仲卸店舗目標稼働率　96.0%】**

**② 仲卸事務所**

施設の用途変更に係る基準に基づき、仲卸事務所を使用する者を仲卸業者に限定せず、その者の事業内容が、市場機能の充実に資する業務や市場利用者に便益を提供する業務を担う場合には、一定の条件のもとで使用許可するなど空き事務所の解消に努めてきた結果、令和6年度(4月～2月)の稼働率は78.0%となり、目標値(78.0%)どおり達成することができた。

今後とも、ホームページでの更なる働きかけ等、稼働率の向上に向けた更なる取組みを進め、令和7年度の稼働率の目標値は、過去3か年の平均値(77.3%)及び令和6年度の見込値(78.0%)を考慮し78.0%とする。

**【仲卸事務所目標稼働率　78.0%】**

**③ 管理棟・金融棟等**

管理棟については2階に診療所、5階に鍼灸所が入り、警察官立寄所のあとには薬局が新設され、金融棟には平成26年1月から金融機関が入居しているが一部には未だ空室が存在していたため、積極的に誘致活動を行ってきた結果、令和6年度には21年振りに2事業所が入居するに至った。

今後とも更にPR活動を強化し空き施設の解消に努める。

## 8 大阪府施策との整合性

### (1) 障がい者の就労支援等

大阪府が推進する行政の福祉化の取り組みの一環として、知的障害者の雇用促進を推進する民間団体等と連携し、管理棟における知的・精神障がい者の就労支援としての清掃訓練を13年間にわたって実施してきたが、令和7年度は訓練を希望する該当者がいなかったため、休止せざるを得なくなった。

今後とも、事業の再開に向けて、引き続き関係団体との協議を重ねていく。

(これまでの清掃訓練を経て社会に巣立った就職者は44名)

また、茨木市内において障がい者の就労支援に積極的に取り組んでいる社会福祉法人等と協働し、場内における授産製品等の販売に協力する。

更に、市場内の清掃業務の委託先業者に対して、引き続き知的障がい者を雇用するよう強く要請する。

### (2) あいりん地区日雇い労働者の清掃事業の受け入れ

あいりん地区の日雇い労働者の清掃事業が円滑に実施できるよう清掃の場の提供など場内事業者等との調整を図る。

### (3) 環境問題への取り組み

① 燃料電池の維持管理

二酸化炭素排出量を大幅に節減でき、かつ災害にも強い国内最大の「燃料電池」が平成 26 年度に導入されたことを踏まえ、導入事業者との間で締結した電力売買契約に基づき電気を買い取るほか、電気主任技術者の配置など円滑な運転に協力する。

② 節エネルギー対策

市場は環境への負荷が大きいという特性を踏まえ、ポスターを作成するなど電気・ガスエネルギーの使用抑制の啓発を積極的に行うとともに、具体的な節電対策として市場内の既存照明設備全てを LED へ転換するなど節エネルギー対策を推進する。

③ 廃棄物の排出量の抑制

廃棄物等の排出量を抑制するため、場内関係者に対しゴミの減量化、分別リサイクルの推進について啓発するとともに場外からのごみの持ち込み禁止を徹底する。

④ 廃棄物のリサイクルの促進

市場から排出される事業系廃棄物のうち発泡スチロール、青果くず、魚あらはリサイクル処理を行ってきたところであるが、指定管理者導入後は、新たに、従来事業系廃棄物として処理費用をかけて処分されていた木製パレット、段ボール、古紙廃棄物を有価物としてリサイクルするなどの取組みを推進し、結果、廃棄物は大幅に削減できており、引き続き「食品リサイクル法」の基本方針に則ってリサイクルを積極的に進める。

⑤ 食品ロスの削減

食品リサイクルと相まって、国内で年間 523 万トン(農林水産省・環境省令和 3 年度推計)も発生する食品ロスは大きな社会問題となっており、特に、大量の食品廃棄物を排出している市場は「食品ロス削減推進法」の趣旨に照らし、積極的に食品ロスの削減について取り組むことが求められており、「指定管理者選定委員会」においても同様の趣旨の提言がなされている。

このため、大量の食品廃棄物を排出する場内事業者に対し、排出抑制について協力を求めるとともに食用可能な食品として活用できる方策を検討する。

また、令和 3 年度から導入したフードドライブへの取組みを推進するとともに、漁獲量の 9.1%を占める未利用魚を消費者の食に繋げるなど有効活用できるよう学生目線でレシピの作成を行う。

⑥ EV(電気自動車)充電器の利用促進(再掲)

令和 5 年 11 月に管理棟駐車場内に設置した EV 急速充電器の利用促進を図るため、格安な利用料金や使い易さの一層の PR 活動を行う。

### 9 NPO、府民等との協働

食品ロス削減の取り組みとして、NPO 法人等が主催するフードドライブが円滑に実施できるよう場内での活動の場の提供を行うとともに、管理棟内にフードドライブコーナーを常設する。

また、府内 3 か所のこども食堂と連携し、食材の提供や当社スタッフの食育アドバイザーによるこども食堂における食育活動を推進する。

更に、茨木市内における社会福祉法人等と協働し、場内における授産製品等の販売に協力するとともに、社会的居場所づくりを実施している団体への食材の提供を実施する。

### 10 大阪府主催イベントへの協力

様々な行政分野で実施される府主催の啓発イベント等にできるだけ多くの府民が参加し、機運を盛り上げるとともに市場の知名度を高めるため、生鮮食料品を副賞として提供するとともに広報大使「せりちゃん」を積極的に出演させる。

### 11 サービスの向上

市場関係者の要望・提言等に対しては、真摯に受け止め、事務的に処理できるものは速やかに処理を行い、市場全体の方針に係る事案や政策的な事案に関しては取締役会での決議を踏まえ、課題解決に向けてスピード感をもった小回りの利く運営を行う。

また、指定管理者評価委員会の指摘も踏まえ、事業者のニーズの把握及び対応についてデータストック化して可視化を図り、利用者満足度調査の向上に活用する。

営業時間については、卸売市場の特性を踏まえ、営業開始時間を開設者より早めて８時に開始し、終業時間も午後５時までとするなど一層のサービスの向上に努める。

更に、市場活性化及び場内従業員に対する福利厚生の一環として、キッチンカーによる出店を継続的に実施する。なお、出店に際しては、衛生管理の徹底や暴排誓約書を提出させるなど厳格な審査を行うとともに、既存事業者の経営を圧迫しないよう品目の調整を図るなど配慮する。

インボイス制度及び電子帳簿等保存(電子データ保存義務化)制度がそれぞれ令和 5 年 10 月及び令和 6 年 1 月に施行されたことを受け、場内事業者が適切に対応できるよう問い合わせ等に対し必要な助言を行う。

### 12　社員研修の充実

卸売市場の管理運営業務を始め卸売市場をめぐる諸課題についての認識深めることや個人情報保護、労務管理、ハラスメント防止、公益通報など適正な事務処理の執行及び将来に向けて会社を維持発展させていく上で、社員の資質の向上を図ることが重要であることから、多くの機会を捉えて積極的に研修に参加させ、計画的に人材の育成を図る。

### 13 コンプライアンス

不正リスクへの対応は重要な経営課題であるが、とりわけ、当社は公の施設の指定管理者として市場施設の管理運営業務を行っていることから、一般企業に比べてより高度な倫理意識をもって行動することが求められており、一たびコンプライアンスの違反事象が発生すれば、経営的な打撃を被るだけではなく、府民からの社会的信用が失墜するなど重大な問題に発展する。

このため、全社員が正しいコンプライアンスの知識と理解をもって、法令、社内規則、会社理念、ビジョンの遵守はもとより社会を構成する一員として社会的ルールを守り判断し行動するよう全社的に内部統制の強化を図る。

## 14 個人・企業情報の保護

社員の中で個人情報保護に関して十分な知識を有する幹部社員を個人情報保護責任者として任命し、「個人情報保護法」及び「大阪府個人情報保護条例」に基づき、その遵守に努めるとともに、卸売業者・仲卸業者等の企業秘密についても事業者の競争上の地位その他正当な利益を害し損害を与えることがないよう適切な管理に努める。

また、当社が発注する委託業務に関して、受注者が契約による事務に関して講じるべき具体的な措置を契約条項に盛り込むなど適正な管理を行う。

## 15 情報公開体制

管理運営業務に関し、大阪府が指定する書類を「府政情報センター開架資料」として事務所内に備え置き、一般府民が営業時間内にいつでも閲覧できるよう整備するとともに、市場日報等各種統計データや主要行事などを当社のホームページにリアルタイムにアップするなど情報提供と情報公開に努める。

## 16 人権問題への取り組み

人権問題を企業の重要な社会的責任の一つとしてとらえ、人権問題への取り組みの強化を図る。

その一環として、地元の茨木地区人権推進企業連絡会、茨木市人権啓発推進協議会を始め、(一社)おおさか人材雇用開発人権センター及び(一社)公正採用人権啓発推進センターへ参画し、研修会への出席や公正採用選考人権啓発推進員が中心となって社員に対する意識啓発を行う。

また、当社が発注する委託業務に関して、受注者(業務責任者、作業員等)が基本的人権について正しい認識をもって業務を遂行できるよう人権啓発に係る研修を行うよう契約条項に盛り込み、人権研修の実施を義務付ける。

# 令和6年度決算見込・令和7年度当初予算案

［単位::円、税抜き］

| 科　　目 | R6年度決算見込 | 第3期提案額 | R7年度当初予算案 | 提案額との差異 | 備考 |
|---|---|---|---|---|---|
| 総収入(事業収入+引当金戻入) | 1,638,387,131 | 1,529,923,000 | 1,637,429,260 | 107,506,260 | |
| 事業収入(営業収益+営業外収益) | 1,638,387,131 | 1,521,920,000 | 1,637,429,260 | 115,509,260 | |
| 営業収益(使用料、リサイクル) | 1,638,026,002 | 1,529,923,000 | 1,637,080,881 | 107,157,881 | |
| 利用料金 | 1,168,621,118 | 1,168,039,000 | 1,168,621,118 | 582,118 | |
| 売上高割使用料 | 214,276,276 | 200,455,000 | 214,276,276 | 13,821,276 | R6決見 |
| 水産 | 76,550,506 | | 76,550,506 | 76,550,506 | R6決見 |
| 青果 | 137,725,770 | | 137,725,770 | 137,725,770 | R6決見 |
| 施設使用料 | 954,344,842 | 967,584,000 | 954,344,842 | ▲ 13,239,158 | |
| 売り場 | 358,758,556 | | 358,758,556 | 358,758,556 | R6決見 |
| 事務営業所 | 332,241,353 | | 332,241,353 | 332,241,353 | R6決見 |
| その他 | 263,344,933 | | 263,344,933 | 263,344,933 | R6決見　北冷使用料、駐車場等 |
| 維持使用料 | 457,639,763 | 353,881,000 | 457,639,763 | 103,758,763 | |
| 電気維持使用料 | 315,528,808 | | 315,528,808 | 315,528,808 | R6決見 |
| 上水道維持使用料 | 62,683,427 | | 62,683,427 | 62,683,427 | R6決見 |
| ガス維持使用料 | 7,100,957 | | 7,100,957 | 7,100,957 | R6決見 |
| 雑収益 | 72,326,571 | | 72,326,571 | 72,326,571 | R6決見 |
| 資材リサイクル料 | 11,765,121 | 8,003,000 | 10,820,000 | 2,817,000 | |
| 資材リサイクル収益 | 11,765,121 | 8,003,000 | 10,820,000 | 2,817,000 | R6決見*82%　インゴット等売却益 |
| 営業外収益 | 361,129 | 0 | 348,379 | 348,379 | |
| 雑収益 | 309,528 | | 309,528 | 309,528 | R6決見 |
| 受取利息 | 37,317 | 0 | 37,317 | 37,317 | R6決見 |
| 雑収入 | 1,534 | | 1,534 | 1,534 | R6決見 |
| 償却債権取立益 | 12,750 | | 0 | 0 | |
| 貸倒引当金戻入 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| 総費用 | 1,617,991,721 | 1,529,923,000 | 1,625,494,272 | 95,571,272 | |
| 事業費用(営業費用+営業外費用) | 1,617,991,721 | 1,529,923,000 | 1,625,494,272 | 95,571,272 | |
| 営業費用 | 1,617,991,721 | 1,529,923,000 | 1,625,494,272 | 95,571,272 | |
| 人件費 | 56,564,025 | 55,553,000 | 58,826,586 | 3,273,586 | R6決見*1.04 |
| 委託料 | 413,128,116 | 420,000,000 | 418,120,625 | ▲ 1,879,375 | |
| 経費 | 419,864,661 | 334,370,000 | 419,864,661 | 85,494,661 | |
| 被服費 | 96,100 | | 96,100 | 96,100 | R6決見 |
| 消耗品費 | 2,939,343 | | 2,939,343 | 2,939,343 | R6決見 |
| 旅費交通費 | 478,758 | | 478,758 | 478,758 | R6決見 |
| 通信運搬費 | 517,057 | | 517,057 | 517,057 | R6決見 |
| 使用料・賃借料 | 1,357,265 | 5,000,000 | 1,357,265 | ▲ 3,642,735 | R6決見 |
| 諸会費 | 1,035,800 | | 1,035,800 | 1,035,800 | R6決見 |
| 報償費 | 1,836,201 | | 1,836,201 | 1,836,201 | R6決見 |
| 燃料費 | 41,032 | | 41,032 | 41,032 | R6決見 |
| 水道光熱費 | 408,198,560 | 313,028,000 | 408,198,560 | 95,170,560 | R6決見 |
| 交際接待費 | 1,392,196 | | 1,392,196 | 1,392,196 | R6決見 |
| 印刷製本費 | 246,856 | | 246,856 | 246,856 | R6決見 |
| 手数料 | 313,996 | | 313,996 | 313,996 | R6決見 |
| 保険料 | 494,130 | | 494,130 | 494,130 | R6決見 |
| 租税公課 | 152,715 | | 152,715 | 152,715 | R6決見 |
| 研修費 | 63,546 | | 63,546 | 63,546 | R6決見 |
| 雑費 | 701,106 | | 701,106 | 701,106 | R6決見 |
| 予備費 | 0 | | 0 | 0 | R6決見 |
| 貸倒引当金繰入 | 0 | | 0 | 0 | |
| 減価償却費 | 4,682,400 | | 4,682,400 | 4,682,400 | R6決見 |
| 修繕費 | 60,050,000 | 60,000,000 | 62,000,000 | 2,000,000 | 見込額 |
| 活性化事業費 | 42,279,590 | 40,000,000 | 42,000,000 | 2,000,000 | 見込額 |
| 活性化対策費 | 23,231,590 | | | 0 | |
| 活性化寄付金 | 19,048,000 | | | 0 | |
| 府・依頼事業費 | 99,400,000 | 0 | 82,750,000 | 82,750,000 | 府予算額 |
| 寄付金 | | 0 | 0 | 0 | |
| 府納付金 | 522,022,929 | 620,000,000 | 537,250,000 | ▲ 82,750,000 | |
| 納付金Ⅰ | 520,600,000 | 620,000,000 | 537,250,000 (※1) | ▲ 82,750,000 | 提案額-府・依頼事業費 |
| 納付金Ⅱ | 1,422,929 | 0 | 0 | 0 | |
| 営業外費用 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| 固定資産除却損 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| 退職給付引当金繰入 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| 営業利益(営業収益-営業費用) | 20,034,281 | 0 | 11,586,609 | 11,586,609 | |
| 経常利益(総収入-総費用) | 20,395,410 | 0 | 11,934,988 | 11,934,988 | |
| 特別利益 | | 0 | 0 | 0 | |
| 特別損失 | | 0 | 0 | 0 | |
| 税引前当期純利益 | 20,395,410 | 0 | 11,934,988 | 11,934,988 | |
| 法人税等 | 11,687,920 | 0 | 5,275,265 | 5,275,265 | |
| 当期純利益 | 8,707,490 | 0 | 6,659,723 | 6,659,723 | |

(※1) R6納付金Ⅰ=620,000千円(提案額)-99,400千円(府依頼事業)=520,600千円

［別紙1］

【別紙2】

# 令和7年度活性化事業計画

| ジャンル | 取組みの方向 | 具体的事業 | 事業内容 | 事業費（見込額） | 効果 | 目標 | 実施時期（予定） | 備考 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 魅力ある市場づくり | | 管理棟サインの新設 | 管理棟の視認性の向上を図るため北側壁面にサインを新設する | 800万円 | ・来場者の利便性の向上<br>・市場の認知度のアップ | | 下半期 | |
| | | 美化キャンペーンの啓発 | 美化キャンペーン啓発ポスターの活用等 | ― | ・清潔な市場づくり<br>・市場のイメージアップ | | 通年 | |
| | | 大掃除の充実 | 場内関係者の参加拡大による場内一斉大掃除の充実 | ― | ・清潔な市場づくり<br>・市場のイメージアップ<br>・場内業者の意識改革<br>・場内ごみの減少 | | 通年、4回 | |
| | | 不法投棄の防止 | ○ごみ置き場付近における監視・巡回活動の強化<br>○防犯カメラによる監視強化<br>○不法投棄者への個別指導(廃棄物処理業者の紹介)<br>○警察への告発 | ― | ・清潔な市場づくり<br>・場内ごみの減少<br>・市場のイメージアップ | | 通年 | |
| | | ごみの分別の徹底 | ○新規に制作したポスターによる啓発<br>○分別用ごみ箱の利用促進 | ― | | | | |
| | | 禁煙対策の徹底 | ○禁煙啓発ポスターによる啓発<br>○禁煙指導員のラウンドによる啓発指導<br>○喫煙ルール違反者に対する措置(通告・警告・行政処分)<br>○喫煙ボックスの維持管理 | ― | ・清潔な市場づくり<br>・市場のイメージアップ<br>・場内業者の意識改革 | | 通年 | |
| | | カラス防除 | ○コンポスト跡地での固定式捕獲籠での捕獲 | 230万円(委託料) | ・清潔な市場づくり<br>・食の安心・安全の確保 | 捕獲数<br>1,000羽 | 通年 | 茨木市許可枠内で捕獲 |
| | | ハト等による糞害の排除等 | ○ハト除けネットの設置<br>○照明器具[ハロゲンランプ(1,000個))の撤去]<br>○天井の清掃 | 2,300万円 | | | | |
| | | そ族(クマネズミ)駆除・野良猫保護 | ○トラップ等による捕獲・保護 | ― | | | | コスト負担をゼロで対応 |
| | | 場内路上駐車の解消 | ○ガードレール、ポールコーン等の設置による不法駐車の排除<br>○路上での荷捌き等の是正指導の強化 | 50万円 | ・場内交通秩序の維持<br>・交通安全の確保 | | 通年 | |
| | | 防犯対策の強化 | ○夜間防犯パトロールの強化<br>○防犯カメラによる監視の強化、警察への告発 | 50万円 | ・不法投棄の防止<br>・窃盗の防止 | | 通年 | |
| | 荷捌きスペース等の確保 | 青果商品置場、荷捌場の整備 | ○既存施設、車両導線の見直し等によるスペースの確保検討<br>○青果外周大型トラック駐車スペース確保 | 170万円 | ・取扱量の拡大<br>・食の安心・安全の確保<br>・市場のイメージアップ | | 通年 | |
| | スマート市場づくり | 節電促進及びキャンペーン | キャンペーンポスターによる啓発強化 | ― | 節電による管理コストの節減 | | 通年 | |
| 川上・川下との連携 | 産地との意見交換会の開催 | 産地での意見交換会の開催 | JAひだ等との意見交換会の開催(卸・仲卸・バイヤー) | 50万円 | ・産地支援<br>・集荷の拡大 | | 通年 | |
| | 量販店での販促、市場PR | 量販店での販促イベント | ○「ゆるきゃらセリちゃん」を活用した量販店での販促<br>○イベントの活性化(子供向けイベント等) | 10万円 | ・消費者への市場機能のPR<br>・食育の推進<br>・魚・野菜の消費拡大 | | 通年 | |
| | 百貨店での販促、市場PR | 大丸梅田店での販促イベント | 事業連携大学とのコラボによる食育、魚食普及の推進 | 10万円 | | | 下半期 | |
| | | 京阪百貨店での販促イベント、<br>市場見学ツアーの開催 | ○事業連携大学とタイアップした食育フェスタの開催<br>○市場見学ツアーの開催 | 20万円 | | | 上半期 | |

| ジャンル | 取組みの方向 | 具体的事業 | 事業内容 | 事業費（見込額） | 効果 | 目標 | 実施時期（予定） | 備考 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 情報発信機能の強化 | 料理教室等の開催 | 料理教室の開催 | お魚料理教室の開催<br>・茨木市・夏休みこどもクッキング・お魚料理教室の開催<br>・地域単位でのお魚教室の開催 | ― | ・消費者への市場機能のPR<br>・食育の推進<br>・魚・野菜の消費拡大 | | 通年 | |
| | 市場見学会の充実 | 小学生向け見学会の充実 | ○見学会の実施<br>○食育の推進 | 100万円 | | | 通年 | |
| | | 一般見学会の開催 | ○ホームページによる広報<br>○食育の推進 | 10万円 | | | 通年 | |
| | 広報活動の強化 | 業界紙との連携 | イベント等特集記事、広告掲載<br>食品市場新聞、食糧経済新聞、農業新聞、<br>みなと新聞、水産経済新聞、 | 30万円 | ・府市場の知名度のアップ<br>・市場機能、イベントのPR | | 通年 | |
| | | マスメディアへの資料提供 | 活性化事業、イベント行事等の資料提供 | ― | | | 通年 | |
| | | ホームページの全面改修、リニューアル | ホームページをリニューアルし、市場日報、情報をリアルタイムにアップ | 90万円 | | | 通年 | |
| | | 見学しおりの改訂・作成 | 見学しおりの改訂 | 10万円 | ・府市場の知名度のアップ、<br>・市場機能、イベントのPR<br>・食育の推進 | | 下半期 | |
| | | 「せりちゃん」の活用 | 知名度をアップするため市場関連イベントに積極的に参加 | ― | | | 通年 | |
| | | | ノベルティを作成し、イベント、販促等に活用 | 20万円 | | | 通年 | |
| | | | 大阪府主催イベントへの支援、協力 | 10万円 | | | 通年 | |
| | | 管理棟1階展示ホールの充実 | 展示ホール展示品等の更新 | 10万円 | | | 上半期 | |
| | | ドローンによる市場の空撮 | ドローンにより市場風景を空撮し、市場PRに活用する | 80万円 | ・府市場の知名度のアップ<br>・市場機能、イベントのPR | | 下半期 | |
| | 小売・量販店の広報支援 | ・市場のぼりの制作提供<br>・販促グッズの制作<br>・取引店への提供 | 市場ゆるきゃらを活用したノベルティ等の制作、提供(再掲) | (20万円) | ・府市場の知名度のアップ<br>・市場機能、イベントのPR | | 通年 | |
| | 食に関する情報発信 | 梅花女子大学との連携 | ○食育の実施、量販店等へのレシピ提供（産地との連携）、<br>○オーブンキャンパスへの協力 | 20万円 | ・府市場の知名度のアップ、<br>・市場機能、イベントのPR<br>・食育の推進 | | 通年 | |
| | | 追手門学院大学との連携 | ○「追手丼」の普及促進<br>○文化祭(将軍山祭)への協力 | 50万円 | | | 通年 | |
| | | 大阪青山大学との連携 | 量販店等へのレシピ提供、食育等の実施(産地との連携) | 10万円 | | | 通年 | |
| | | こども食堂との連携、協力 | NPO法人子ども食堂(3か所)への食材支援、食育の実施等 | 40万円 | ・府市場の知名度のアップ<br>・市場機能のPR | | 通年 | |
| | 市場内への外部活力の導入 | 新たな消費者ニーズの取り込み | 大阪府中央卸売市場ネットショップの充実 | ― | 府市場のPR | | 通年 | |
| | | キッチンカーの誘致 | キッチンカーによる食材の提供 | ― | ・府市場のPR<br>・場内従業員の福利厚生 | | 通年 | |
| | | 授産施設の製品販売 | 茨木市内福祉団体と連携した授産製品の販売 | ― | ・府市場のPR<br>・場内従業員の福利厚生<br>・行政の福祉化 | | | |
| 指定管理者制度の活用 | 民間の創意の充実 | 入居者募集の営業活動 | 新たな店舗の誘致 | ― | ・活性化向上<br>・入居率のアップ | 随時 | 通年 | |
| | | 災害対策 | ○災害時緊急対応資材、食品等の備蓄補充<br>○民間企業との連携した防災訓練の開催 | 30万円 | ・市場運営業務の持続 | ― | 通年 | |
| | | 食品ロスの削減 | NPO法人等のフードドライブを常設し、食品ロスの削減を図る | ― | ・府市場のPR<br>・食品ロスの削減 | ― | 通年 | |
| 合計 | | | | 3,970万円(活性化対策費)<br>230万円(委託料)<br>計4,200万円 | | | | |