

1 事業計画書

第 16 期

自 令和 8 年 4 月 1 日

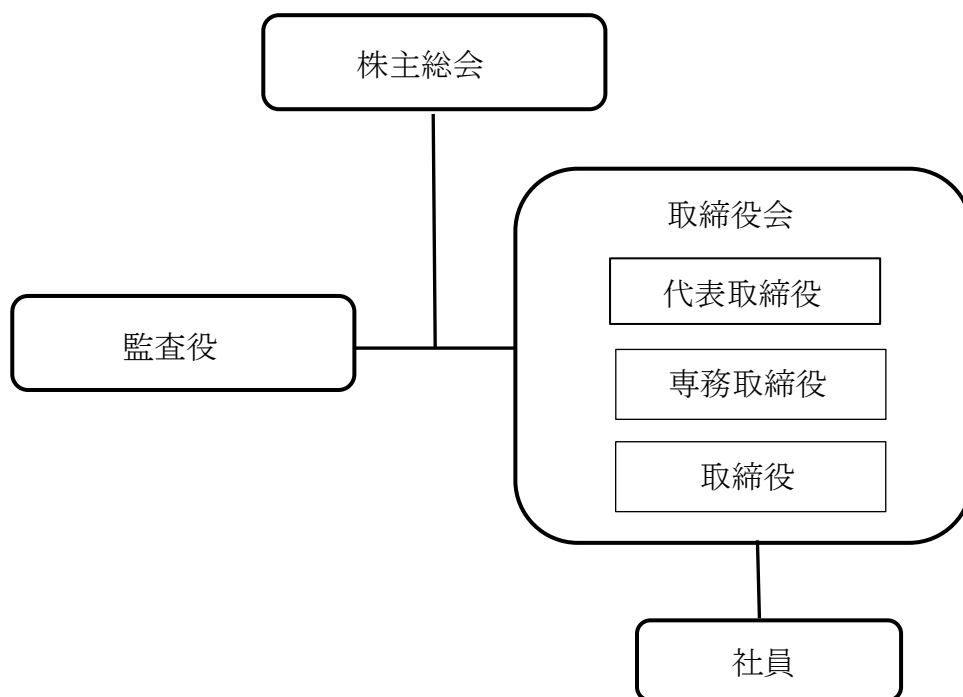
至 令和 9 年 3 月 31 日

大阪府中央卸売市場管理センター株式会社

目	次
I 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
II 主要事業の概要	3
1 市場施設管理運営業務	3
(1)危機管理体制の強化	3
(2)施設等の指定・使用許可等利用業務	4
(3)車庫・交通事故証明	4
(4)遺失物の取扱い	4
(5)施設・設備・外構の維持補修工事	4
(6)委託業務	5
(7)利用料金等の徴収、督促等債権管理業務	5
(8)卸売予定数量等の調査及び統計に関する業務	5
2 市場活性化対策	6
(1)重点事業	6
(2)魅力ある市場づくり	7
(3)川上・川下との連携	9
(4)食の情報発信機能の強化	9
(5)空き施設の解消	11
(6)事業予算案	12
3 大阪府施策との整合性の確保	12
(1)障がい者の就労支援等	12
(2)あいりん地区日雇い労働者の清掃事業の受け入れ	12
(3)環境問題の取り組み	13
4 大阪府主催イベントへの協力	13
5 サービスの向上	13
6 社員研修の充実	14
7 CSR活動の取り組み	14
8 コンプライアンス遵守	14
9 企業・個人情報の保護	15
10 情報公開体制	15
11 建て替え再整備に向けた取り組み	15
12 経営者トップ会議の開催	15
14 安定した財政基盤の確立	15
15 令和8年度当初予算案	15
[参考] 取扱高	16

I 管理運営体制(令和8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
執 行 役 員	1	常勤
社 員	4	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 (株) 代表取締役社長 (株)うおいち代表取締役会長	R7. 6. 26～ R9 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 管理センター (株) 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) 代表取締役社長	同上
取締役	酒井 孝博	大果大阪青果 (株) 専務取締役北部支社長	同上
取締役	川邊 浩一	(株) うおいち 常務執行役員市場営業本部 北部支社長	同上
取締役	花木 章男	(株) 大水 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 理事長	同上
取締役	杉江 茂樹	大阪府水産物卸協同組合 理事長	同上
監査役	小笠原 元功	(株) うおいち 取締役専務執行役員 市場営業本部長	R5. 6. 24～ R9 定時株主総会終結の時

Ⅱ 主要事業の概要

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合内事業者が公的使命を担いながら業務に従事しているが、市場運営を円滑に行っていくためには、こうした場合内事業者等の生の声を聴取するとともに、指定管理者評価委員会の指摘も踏まえ、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っていくことが重要である。

また、これらの情報を毎月開催される場合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て市場の管理運営や活性化の取り組みを目指す。

1 市場施設管理運営業務

(1) 危機管理体制の強化

① 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、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利点を有していることから、引き続き保守点検の協力等燃料電池の持続的な維持に努める。

② 危機事象への対応

令和4年に新たに制定した「危機管理マニュアル」に基づき、危機事象が発生した場合や発生する恐れがある場合、昼夜を問わず直ちに出勤し、適切に対応する。

③ 消防・防災訓練の実施

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火災・災害発生時における市場業務従事者の技術向上と各事業体の相互協力体制の強化を図るため「消防・防災計画」に基づき、茨木消防署の協力を得て消防・防災訓練を実施する。

なお、再三の啓発にも拘わらず、昨年末にトイレ内でタバコの吸殻の不始末による小火事件が発生したことから、啓発強化と併せ消防訓練と防災訓練を別々に実施するなど内容の一層の充実を図る。この際、防災に関する専門的な知見を有する大学や民間企業の講師を招聘し、民間と連携した防災教室を開催する。

AED操作は、全警備員に習熟させているが、更に多くの場合内事業者が正しく操作できるよう救命講習会を開催する。

危機管理体制の強化を図っていく上で、適切に対応できる人材の確保が重要であるので、消防法に基づく防火管理者、防災管理者の再講習を受講させるとともに、一次、二次救命措置に対応できる応急手当受講者(消防庁)を配置するなど状況に応じた適切な対応ができるよう努める。

このほか、災害対応自販機(2台)の運用を始め、プライバシー保護に配慮した下水管直結の災害用マンホール型トイレ(4台)の使用方法的習熟に努める。

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、新たに防災備蓄倉庫を整備する。

また、大規模災害の際には可能な範囲で被災地を支援する。

(2) 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。

また、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。

(3) 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。

(4) 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する。

(5) 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、比較的小規模な緊急修繕が発生した時には、社員が直ちに現場に急行し、自社で修繕工事を行う。

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予防的修繕を行う。

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、提案額の6千万円を計上するが、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、事業の拡充も含め柔軟に執行する。

② 大阪府依頼事業

施設・設備の修繕工事において開設者が実施するよりも当社が施工の方が事業費、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營業務協定書」(R4.4.1締結)に基づき青果・水産売場排水管改修工事を施工する。

※大阪府予算額 73,414 千円(税込み)

(6) 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ついては開設者の事前承認を得て業務委託を行う。

なお、業務委託に際しては、これまで事業の見直しや業者との粘り強い交渉によりサービス水準を低下させることなく経費の徹底した節減を図り、府の参考価格(提案額)の範囲に抑制してきたが、近年の働き方改革や原材料コストの高騰により大阪府の参考価格での受託を辞退する業者も見受けられ、参考価格を上回ることは避けられない状況にあるが、更なる努力により極力抑制に努める。

また、昇降機や冷凍・冷蔵設備等の機械・設備も老朽化が目立ってきていることから法定点検はもとより自主点検業務を強化する。

これら委託業務の事業費として、440,465 千円(税抜き)を計上する。

※提案額 420,000 千円(税抜き)

(7) 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 年度以降仲卸業者の滞納ゼロを維持してきたところであり、令和 8 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る売却を行い、利益の増収を図る。

(8) 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、揭示(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)

2 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。

(1) 重点事業

① 市場出入口のサイン棟の改修

市場出入口 4 か所のサイン棟は、経年劣化により LED カバーの傷、黄ばみが著しく、また LED の耐用年数の経過による球切れが発生し、市場のイメージが損なわれるため必要な改修を行う。

なお、整備か所は予算の執行状況を見極めながら優先順位を付けるなど計画性を持って整備する。

② ハイポール灯の改修

管理棟駐車場及び青果エリアのハイポール灯の一部の経年劣化が著しく、倒壊等が危惧されるため、改修と併せ LED に転換する。

③ ハト等による糞害の防止

青果売場におけるハト等による糞害を防止するため、未整備の区域において、前年度に引き続きハト除けネットを整備する。

また、同工事と併せ、市場開設時に天井に設置されたままのハロゲンランプ(1,000 個)の落下の危険があるので、撤去するとともに、天井からのすすの落下を防止するための清掃を行う。

④ 青果商品置場、荷捌場の整備

青果大通りにおける産地配送トラックの荷下ろしを円滑に行うため、荷捌き区画の標示(ライン引き)を行う。

⑤ ホームページの更新

市場関係者はもとより、消費者のアクセスが多い市場日報、イベント情報をリアルタイムにアップする。

⑥ NPO 法人子ども食堂等への支援

茨木市の要請や指定管理者評価委員の提言を受け、子ども食堂の協力、支援事業所を現在の 2 か所を 5 か所に拡大し、食材支援、食育の充実を図る。

⑦ 災害備蓄倉庫の整備

災害備蓄品の充実と災害時における搬出を容易にするため、管理棟 4 階に設置している災害備蓄倉庫を管理棟敷地内 1 階に整備する。

(2) 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十分に発揮しながら集荷・分荷機能の強化や他市場への商品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。

また、産地からの強い要望を踏まえ、保留地となっている旧コンポスの跡地を活用し、場内事業者等が自ら保冷施設等を整備できるよう条件整備等の協議を進める。

② 安全・安心・清潔な市場の実現

ア 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ェックリスト表を活用するなど清潔性を保持する。

イ 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)を踏まえ、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。

しかしながら、依然、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、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、禁煙対策の強化徹底を図る。

ウ 場内ルールの遵守

セリ場での販売行為、買出人専用駐車場での商品の保管・荷捌き、産地配送トラックの車路等における買荷の残置等不適切な行為は是正させ、場内ルールを遵守するよう指導するとともに、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。

エ 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するとともに、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。

また、事故により施設設備に損害が生じた場合、警察の協力の下、すべての加害車両及びドライバーを防犯カメラで特定し、全損害額を加害者に求償しているという等の抑止効果もあり、昨年同期に比べ発生件数は大幅に減少している。

ウイング車によるスプリンクラー破損事故は多発傾向にあったが、ステッカーの掲示や卸会社社員による現場誘導に努めた結果、現在までのところ被害報告はなく、一定の効果を上げているが、事故が発生すれば重大事故に繋がるので引き続き注意喚起を呼び掛けていく。

今後とも、交通事故ゼロを目指し、あらゆる機会を活用しながら、安全確保を最優先にした取り組みを一層強化する。

また、違法駐車が常態化している周辺道路の茨木市 2 号線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してきたところ、ようやく実現し、違法駐車が一掃されたが、こうした効果が持続できるよう茨木市と連携し、維持管理に努める。

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。

オ 不法投棄の防止

当市場は場外からのごみを持ち込み易い環境にあったため、その対策として開設者ではできなかった防犯カメラの設置、ごみ置き場のゲートの新設、利用時間の制限等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%以上減少させるなど大きな成果を上げている。

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。

カ 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。

(ア) カラスの捕獲

専門家のアドバイスを得て旧コンポスト跡地に新たに設置した捕獲籠が大きな成果を上げていることから茨木市の許可を得て引き続き捕獲に取り組む。

※捕獲数(4 月～2 月) 令和 6 年度:1,097 羽、令和 7 年度:981 羽

(イ) そ族対策

そ族による商品被害が多発し、衛生管理上、重大な問題であるものの、市場の性格上駆除薬剤の使用はできないため、出現の多い場所へ捕獲籠を重点的に設置するとともに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。

(ウ) 猫対策

所有者のいない猫の場内での存在は衛生管理上重大な問題であり、大阪府による猫除けセンサーの設置やみだりに繁殖することのないよう場内事業者に飼育や餌付けをしないよう呼び掛けてきたが、依然数匹の存在が確認されている。

このため、大阪府動物愛護管理センターの助言もいただきながら効果的な保護対策について更に協議を進める。

(3) 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把握し、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。

イ 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。

(4) 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 地域のイベントへの参加

地元茨木市に止まらず、市外で開催される地域密着型のイベントにも出向き、産地の協力も得ながら市場の公的役割等について広報活動を推進する。

エ 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・中国語の市場案内パンフレットを活用し、タイムリーに情報提供を行う。

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、昨年度、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したが、指定管理者評価委員の指摘を踏まえ、連携大学の協力を得ながら学生目線でのコンテンツになるよう更に改修を行う。

また、幅広い世代が気軽に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ます、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キャラ「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を始め地域でのこども食堂や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活動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積極的に推進する。

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。

(5) 空き施設の解消

空き施設は、収益の減少をもたらすことはもとより市場の活性化にとって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、ホームページ上の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、新規参入の促進が図れるよう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 7 年度(4 月～2 月)における仲卸店舗の稼働率は 95.6%となり、僅かながら目標値(96.0%)の達成には至らなかった。

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 8 年度の仲卸店舗の稼働率の目標値は、令和 7 年度と同様 96.0%とする。

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が、令和7年度(4月～2月)の稼働率は75.8%となり、目標値(78.0%)を達成することができなかった。

今後とも、厳しい経営環境が続くものと想定されるが、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8年度の稼働率の目標値は、過去3か年の平均値(76.6%)及び令和8年度の見込値(75.8%)を考慮し77.0%とする。

③ 管理棟・金融棟等

管理棟の空き室の入居の促進を図るため、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が、昨年には診療所の休止が余儀なくされたため、新たな診療所の誘致活動を行っているが不透明な状況にある。

今後、診療の誘致と併せ一部の空室への入居を目指し、更に積極的に誘致活動を推進する。

(6) 事業予算案

活性化対策事業を執行するための当初予算額(案)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つつ、事業の拡充も含め柔軟に運用する。

3 大阪府施策との整合性の確保

公の施設として市場が果たす公的使命を発揮するため、大阪府の様々な行政分野における施策の推進に貢献するよう努める。

(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、これまでに44名訓練生が就労に繋がったが、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。

このため、引き続き関係機関や市内社会福祉団体とも協議を行ってきたが、残念ながら令和8年度も希望者がいないため休止にせざるを得ない状況にある。

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。

一方、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

場内消費電力の 50%をカバーし、二酸化炭素排出量を 29%削減し、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 廃棄物の減量、分別、リサイクルの推進

市場の性格上、事業系の廃棄物が多量に発生するため、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、不法投棄の防止や場外からのごみの持ち込み禁止を徹底してきた結果、大阪府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、茨木市からモデル事業所として高い評価を得ているが引き続き実効性のある対策を講じる。

④ 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 年に管理棟駐車場内に設置した EV 急速充電器の利用拡大に向け市場関係者や近隣地域に対して利用 PR に努める。

4 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。

5 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。

6 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を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ので、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。

7 CSR 活動の取り組み

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。

① 人権問題への取り組み

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に参画し、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。

② フードロスの削減

門真市内の NPO 法人及びおおさかパルコープと連携し、引き続き市場内でフードドライブを開催し、フードロスの削減への取り組みを進める。

③ 子供食堂への支援

茨木市、堺市内の NPO 法人や市民団体とコラボし、食材の提供等を通じて食育活動や欠食・孤食問題の解消に協力する。

茨木市においては、これまでの当社の取り組みを高く評価し、更なる拡大の要望が寄せられていることから令和 8 年度は茨木市と連携し、更に 3 か所程度の拡大を目指す。

また、(一社)ひとり親支援協会とも連携し、支援を行っていく。

8 コンプライアンス遵守

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、一度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内部統制の強化を図る。

9 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。

11 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。

12 建替再整備に向けた取り組み

建替再整備については、場内事業者を中心に鋭意検討が進められているが、当社としてこれまで再整備検討会議や青果・水産部門別の分科会に参画し、情報の発信や意見の開陳等を行ってきたが、今後とも市場関係者が適切な判断に資することができるよう情報の提供等必要な協力を行い、業界が一体となった取り組みを進める。

13 経営者トップ会議(卸 4 社会議)の開催

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、卸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こととし、また、青果・水産両仲卸組合のトップも参加していただくことにより内容の充実を図る。

14 安定した財政基盤の確立

令和 7 年度、第 15 期は 14 期連続して経常利益を計上し、税引後 14,000 千円程度の純利益を計上できる見込みであり、財政は健全かつ財政基盤は安定している。

令和 8 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、単年度黒字の確保に努め、財政の健全化と安定した財政基盤の確立を図る。

15 令和8年度当初予算(案) <別紙 1 参照>

令和 8 年度当初予算案として、

■ 事業収入	1,648,083,359 円
■ 事業費用	1,646,137,109 円
■ 税引前利益	1,946,250 円
■ 純利益	1,047,082 円

を計上し、黒字を確保しつつ、収支均衡の取れた予算とする。

※参考資料:取扱高(令和7年4月から令和8年2月までの速報値)(税込)

【市場全体】

飲食店の営業制限がなくなったものの、業務需要の回復は芳しくなく、加えて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、天候不順により青果物の数量はやや増加したが、水産物はやや減少し、結果、市場全体の数量は18万7,514トンとなり、昨対比100.1%と微増ないし横ばいの状況にある。

一方、取扱金額は、野菜部門の単価安の影響もあり、848億1,489万円、昨対比で98.3%の状況にある。

市場全体の平均単価は452.3円となり、昨対比で8.5円安、98.2%の安値となった。

各部門別の概況は次のとおりである。

【青果物】

□ 全青果

青果部門全体の取扱数量は161,081トン、取扱金額は520億8,911万円となり、昨対比で数量は100.3%、金額で95.0%となり、市場全体の傾向と同様、取扱数量は増加したものの、単価安により取扱金額は減少した。

平均単価は、323.4円となり、昨対比で18.1円安、94.7%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116,813トン、取扱金額は314億4,048万円となり、昨対比で数量が99.7%、取扱金額は94.0%と数量、金額共に前年割れとなった。

平均単価は、269.2円となり、昨対比で16.2円安、94.3%となった。

□ 果実部門

果実の取扱数量は44,268トンとなり、昨対比102.0%と増加したものの、相場安で推移し、取扱金額は206億4,862万円となり、昨対比96.5%となった。

平均単価は466.4円の安値となり、昨対比で26.4円安、94.6%となった。

【水産物】

□ 全水産物

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26,433トン、昨対比で99.0%とほぼ昨年水準を維持し、取扱金額は327億2,572万円となり、昨対比で104.0%と、数量は減少したが、金額は増加の状況にある。

平均単価は1,238.1円、昨対比59.8円高、105.1%にアップし、昨年度とは逆の状況となっている。

□ 生鮮水産物

取扱数量は、14,048トンとなり、昨対比101.7%と微増し、取扱金額も169億1,939万円となり、昨対比105.3%と増加した。

平均単価は1,204.4円と昨対比42円高、103.6%となった。

□ 冷凍水産物

取扱数量は、1,735トンとなり、昨対比 93.1%と減少し、金額も 30 億 3,477 万円となり、昨対比 98.5%といずれも減少した。

単価は数量の減少幅を金額がカバーする形で 1,749.5 円、昨対比 96.2 円高、105.8%の高値となった。

□ 加工水産物

取扱数量は、7,031トン、昨対比 100.3%、金額ベースでも 103 億 5,682 万円となり、昨対比 105.1%といずれも微増している。

単価は 1,473.1 円、昨対比 67 円高、104.8%の高値となった。

□ 冷凍食品

取扱数量は、3,620トン、昨対比 89.9%と大幅に減少したが、金額ベースでも 24 億 1,482 万円となり、昨対比 97.3%と減少した。

一方、単価は 667.2 円、昨対比 50.5 円高、108.2%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 6 年度は過去ワースト記録になったが、本年度は横ばいの状況になるものと見込まれる。

取扱金額は、青果物の単価安等により 4 年連続して前年を上回ることには困難な状況にあり、また、昨年度に引き続き 900 億円台を達成できるかどうか微妙な状況にある。

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。

		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	116,812,899	99.7	31,440,484,499	94.0	269.2	-16.2	94.3
	果 実	44,268,141	102.0	20,648,623,196	96.5	466.4	-26.4	94.6
	計	161,081,040	100.3	52,089,107,695	95.0	323.4	-18.1	94.7
水産物	生鮮水産物	14,047,841	101.7	16,919,385,162	105.3	1,204.4	42.0	103.6
	冷凍水産物	1,734,634	93.1	3,034,765,469	98.5	1,749.5	96.2	105.8
	加工水産物	7,030,632	100.3	10,356,816,003	105.1	1,473.1	67.0	104.8
	冷凍食品	3,619,554	89.9	2,414,815,300	97.3	667.2	50.5	108.2
	計	26,432,661	99.0	32,725,781,940	104.0	1,238.1	59.8	105.1
市場計		187,513,701	100.1	84,814,889,635	98.3	452.3	-8.5	98.2

令和7年度決算見込・令和8年度当初予算

[単位::円、税抜き]

科 目	R7年度決算見込	第3期提案額	R8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)	1,648,084,051	1,529,923,000	1,648,083,359	118,160,359	
事業収入(営業収益+営業外収益)	1,648,084,051	1,521,920,000	1,648,083,359	126,163,359	
営業収益(使用料、リサイクル)	1,647,301,214	1,529,923,000	1,647,301,214	117,378,214	
利用料金	1,168,323,710	1,168,039,000	1,168,323,710	284,710	
売上高割使用料	211,751,335	200,455,000	211,751,335	11,296,335	
水産	80,152,434		80,152,434		R7決見
青果	131,598,901		131,598,901		R7決見
施設使用料	956,572,375	967,584,000	956,572,375	▲ 11,011,625	
売り場	355,108,363		355,108,363		R7決見
事務営業所	338,319,027		338,319,027		R7決見(卸・仲卸事務所、駐車場等)
その他(北冷・関連等)	263,144,985		263,144,985		R7決見(北冷、関連店舗等)
維持使用料	469,599,813	353,881,000	469,599,813	115,718,813	
電気維持使用料	336,564,332		336,564,332		R7決見
上水道維持使用料	55,674,546		55,674,546		R7決見
ガス維持使用料	6,285,279		6,285,279		R7決見
雑収益	71,075,656		71,075,656		R7決見
資材リサイクル料	9,377,691	8,003,000	9,377,691	1,374,691	
資材リサイクル収益	9,377,691	8,003,000	9,377,691	1,374,691	R7決見
営業外収益	782,837	0	782,145	782,145	
雑収益	333,746		333,746	333,746	R7決見
受取利息	447,158	0	447,158	447,158	R7決見
雑収入	1,241		1,241	1,241	R7決見
償却債権取立益	692		0	0	
貸倒引当金戻入	0	0	0	0	
総費用	1,624,617,636	1,529,923,000	1,646,137,109	116,214,109	
事業費用(営業費用+営業外費用)	1,624,617,636	1,529,923,000	1,646,137,109	116,214,109	
営業費用	1,624,617,636	1,529,923,000	1,646,137,109	116,214,109	
人件費	55,843,201	55,553,000	56,717,665	1,164,665	R7決見*1.02(職員のみ)
委託料	415,282,761	420,000,000	440,465,276	20,465,276	契約見込額
経費	429,643,588	334,370,000	424,369,191	89,999,191	
被服費	80,646		80,646	80,646	R7決見
消耗品費	2,688,010		2,150,408	2,150,408	R7決見*80/100
旅費交通費	473,600		473,600	473,600	R7決見
通信運搬費	438,595		438,595	438,595	R7決見
使用料・賃借料	1,277,298	5,000,000	1,149,568	▲ 3,850,432	R7決見*90/100
諸会費	1,233,800		1,233,800	1,233,800	R7決見
報償費	1,772,500		1,595,250	1,595,250	R7決見*90/100
燃料費	73,389		73,389	73,389	R7決見
水道光熱費	418,777,908	313,028,000	414,590,129	101,562,129	R7決見*99/100
交際接待費	1,220,179		976,143	976,143	R7決見*80/100
印刷製本費	215,960		215,960	215,960	R7決見
手数料	262,325		262,325	262,325	R7決見
保険料	510,480		510,480	510,480	R7決見
租税公課	111,445		111,445	111,445	R7決見
研修費	11,965		11,965	11,965	R7決見
雑費	495,488		495,488	495,488	R7決見
予備費	0		0	0	R7決見
貸倒引当金繰入損	772,214		772,214	772,214	R7決見
減価償却費	3,812,763		3,812,763	3,812,763	R7決見
修繕費	60,117,123	60,000,000	60,000,000	0	提案額
活性化事業費	39,145,986	40,000,000	40,000,000	0	提案額
活性化対策費	2,007,986			0	
活性化寄付金	37,138,000			0	
府・依頼事業費	71,000,000	0	66,740,000	66,740,000	府予算額
寄付金		0	0	0	
府納付金	549,000,000	620,000,000	553,260,000	▲ 66,740,000	
納付金Ⅰ	549,000,000(※1)	620,000,000	553,260,000(※2)	▲ 82,750,000	提案額-府依頼事業費
納付金Ⅱ	829,701	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	3,000,000	0	0	0	
営業利益(営業収益-営業費用)	22,683,578	0	1,164,105	1,164,105	
経常利益(総収入-総費用)	23,466,415	0	1,946,250	1,946,250	
特別利益		0	0	0	
特別損失		0	0	0	
税引前当期純利益	23,466,415	0	1,946,250	1,946,250	
法人税等	9,055,000	0	899,167	899,167	
当期純利益	14,411,415	0	1,047,082	1,047,082	

(※1) R7納付金Ⅰ=620,000千円(提案額)-71,000千円(府依頼事業)=549,000千円
(※2) R8納付金Ⅰ=620,000千円(提案額)-66,740千円(府依頼事業)=553,260千円

令和8年度活性化事業計画

【別紙2】

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	安全・安心・清潔な市場づくり	サイン棟の改修	市場出入口4か所のサイン棟は、経年劣化によりLEDカバーの傷、黄ばみが著しく、また、LEDの耐用年数の経過による球切れが発生し、市場のイメージが損なわれるため、計画的に必要な改修を行う。	500万円	・来場者の利便性と視認性の向上 ・市場の認知度のアップ		下半期	
		ハイボール灯(水銀灯)3か所の改修(LED)	管理棟駐車場及び青果エリアのハイボール灯の一部の経年劣化が著しく、倒壊等が危惧されるため、改修と併せLEDに転換する。	700万円	・安全確保 ・省エネ対策		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 ・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 ・市場のイメージアップ ・場内業者の意識改革 ・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 ○防犯カメラによる監視強化 ○不法投棄者への個別指導(廃棄物処理業者の紹介) ○警察への告発	—	・清潔な市場づくり ・場内ごみの減少 ・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 ○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 ○禁煙指導員のラウンドによる啓発指導 ○喫煙ルール違反者に対する措置(通告・警告・行政処分) ○喫煙ボックスの維持管理	—	・清潔な市場づくり ・市場のイメージアップ ・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)		捕獲数 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 ○照明器具[ハロゲンランプ(1,000個)]の撤去] ○天井の清掃	2,000万円	・清潔な市場づくり ・食の安心・安全の確保			
		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 ○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 ・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 ○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 ・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	○青果大通りにおけるトラック荷下ろし、荷捌き区画を明確にするため区画標示(ライン引き)を行う。 ○青果外周大型トラック駐車スペース確保	200万円	・取扱量の拡大 ・食の安心・安全の確保 ・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)	30万円	・産地支援 ・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	○「ゆるきやらセリちゃん」を活用した量販店での販促 ○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 ・食育の推進 ・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、 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 ○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 ・茨木市・夏休みこどもクッキング・お魚料理教室の開催 ・地域単位でのお魚教室の開催	—	・消費者への市場機能のPR ・食育の推進 ・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 ○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 ○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 食品市場新聞、食糧経済新聞、農業新聞、 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 ・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	
		ホームページの充実	市場日報、イベント情報をリアルタイムにアップ	20万円			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、 ・市場機能、イベントのPR ・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	
	小売・量販店の広報支援	・市場のぼりの制作提供 ・販促グッズの制作 ・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 ・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)、 ○オープンキャンパスへの協力	10万円	・府市場の知名度のアップ、 ・市場機能、イベントのPR ・食育の推進		通年	
		追手門学院大学との連携	○「追手井」の普及促進 ○文化祭(将軍山祭)への協力	30万円			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(2→5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 ・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 ・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 ・場内従業員の福利厚生 ・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 ・入居率のアップ	随時	通年	
		危機管理・災害対策	○災害備蓄倉庫の整備 ○災害時緊急対応資材・食品等の備蓄補充 ○民間企業との連携した防災訓練の開催	100万円	・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 ・食品ロスの削減	—	通年	
合計				3,970万円(活性化対策費) 230万円(委託料) 計4,200万円				