

## 第 24 回 大阪市中央卸売市場本場・東部市場運営協議会 会議要旨

- 1 日 時 平成 25 年 3 月 26 日 (火) 午前 10 時から
- 2 場 所 中央卸売市場業務管理棟 16 階大ホール
- 3 出席者  
(委 員) 明石委員、惣宇利委員、小島委員、佐野委員、川北委員、三輪委員、真部委員  
牛山委員、池田委員、細井委員、佐藤委員、今井委員、古家委員、佐々木委員  
(以上 14 名)  
(本 市) 小倉中央卸売市場長、樋口企画運営担当部長、山根総務担当課長、栗本企画担当  
課長、藤原本場長、岸本東部市場長、久保食品衛生検査所長、奥原東部市場食品  
衛生検査所長 (以上 8 名)
- 4 議 題  
(1) 市場の改革ビジョンについて  
(2) 市場会計の現状について
- 5 議事要旨  
・栗本企画担当課長より「市場の改革ビジョンについて」説明を行った。  
・山根総務担当課長より「市場会計の現状について」説明を行った。  
・議題等について意見交換を行った。
- 6 会議資料  
・資料 1 改革ビジョンについて  
大阪市中央卸売市場本場改革ビジョン (基本方針)  
大阪市中央卸売市場東部市場改革ビジョン (基本方針)  
・資料 2 市場会計の現状
- 7 問い合わせ先  
中央卸売市場企画担当  
T E L : 06-6469-7935  
F A X : 06-6469-7939

## 第 24 回 大阪市中央卸売市場本場・東部市場運営協議会 議事録

1 日 時 平成 25 年 3 月 26 日 (火) 午前 10 時から

2 場 所 中央卸売市場業務管理棟 16 階大ホール

3 出席者

(委 員) 明石委員、惣宇利委員、小島委員、佐野委員、川北委員、三輪委員、真部委員  
牛山委員、池田委員、細井委員、佐藤委員、今井委員、古家委員、佐々木委員  
(以上 14 名)

(本 市) 小倉中央卸売市場長、樋口企画運営担当部長、山根総務担当課長、栗本企画担当  
課長、藤原本場長、岸本東部市場長、久保食品衛生検査所長、奥原東部市場食品  
衛生検査所長 (以上 8 名)

4 議 題

(1) 市場の改革ビジョンについて

(2) 市場会計の現状について

5 議事要旨

議題(1) 市場の改革ビジョンについて 栗本企画担当課長より説明

議題(2) 市場会計の現状について 山根総務担当課長より説明

(委員) 仲卸業者も経営状況が良くないが、もう少し統合や大型化を検討していただき、卸業者と連携して売上の確保を目指したい。

(委員) 「なにわ伝統野菜」を作るのは他の野菜を作るより難しいと聞いている。伝統野菜というブランドをアピールしたいが、そのような状況の中ではなかなかできていない。戦略の中で「育成支援を通じた集荷力拡大」とされているので、農家の方に対して支援をしていただきたい。

また、食育について、小・中学生に対しては、栄養教育など食育の授業も増えてきており、子供達は非常によく知っている時代になってきた。しかし、家庭で実際に調理される保護者の方が、きちっとした食事を作るということが、いろんな状況下で難しくなってきた。是非大人の食育、調理担当者への食育の推進もお願いしたい。

(委員) 独りよがりの戦略を立てても仕方がない。外の変化に対応できる戦略にしないと行けない。大手量販店やコンビニや外食に対抗できる競争力を作るような戦略が足りていない。

(委員) 世間で T P P が話題になっており、流れとして T P P になると第 1 次産業の農水産物は海外からどんどん入ってきて、商社や大手スーパーなどはそちらを使い、市場外流通が増えてくるかもしれない状況の中で、大阪市の中央市場も戦略を練る必要があると考えるが T P P と市場の関係についてどうお考えか？

(本市) 大阪市の中央卸売市場の取扱総量は、全国の市場の平均よりも国産が多い。野菜については圧倒的に国産の割合が高い。そういった大阪の中央市場としての値打ちがあると思っている。本場も東部市場も同じだが、品揃え、安心・安全・安定供給などこれまでの力の蓄積が活きると考えている。

(委員) 国産の取扱率が高いのは注目していた。今後はそのような独自性の持った物流の取扱いが付加価値を与えるものになればと思っている。

また、大阪市は 2020 年には 650 万人の観光客を目指しているとしている。集客観光でも今までの 2.5 倍の需要を集めようということで、大阪の中でいろんな取組みをするので、それに合わせて中央卸売市場の流通系統の中で生きる道を模索する必要があると考える。

(委員) 市場の機能である価格決定機能が、本来一番大きな機能だと考える。この機能がしっかりしていれば、自然とこの改革ビジョンの内容は実現できると考える。

観光客については、直接市場の活性化には繋がらないと考えている。今でも本場で年間約 13,000 人ほど見学に来ていただき、流通のことや商品のことを説明している。そのように見学に来て、食事したり、流通の機能を見ていただくことは必要と思う。しかし、観光客にあまり来場されると、安全面などで交通事故・食品事故等も考えられることから、分けて考える必要があると思う。

(委員) 現在東部市場において、「いきいき市場体験ツアー」を年 3 回程度開催している。せりなども見学していただき、中央市場に入ってくる品物は安心・安全ということをアピールしている。また、小学校へ出向き料理教室などを行い、魚・野菜を食べてもらえるように頑張っている。今後ともご理解ご協力をお願いしたい。

(委員) 以前、ある女性記者の家に包丁がなく、魚をはさみで切っていると聞いたことがあり、女性記者を集め料理教室を行ったことがある。そのような食育の取組みは、直接市場の売上に繋がらないかもしれないが、少しづつでも前進できればと考えている。

(委員) 仲卸業者から、施設使用料や電気維持料が高いといった声が多い。現在中央卸売市場として 306 億円の借金がある状況で、施設使用料や維持料を下げるというのも不可能かと思っている。今後一番順調にいつこの 306 億円の借金がなくなるのは何年先とお考えか？

(本市) いろんな条件によって変わってくるが、順調にいけば平成 32 年に単年度黒字になると考えている。そこから平成元年から平成 32 年までの 30 年間積み重なってきた赤字を解消することになると、荒いシュミレーションだが同じく 30 年以上かかると考えている。

(委員) 少子高齢化ということから、一人世帯は 30%あるといわれている。自宅で食べる量も少なくなってきたと考えられる。また、販売先も多様化されてきており、インターネット取引も進められ、小売店のエリアがどんどん狭められてきている。また、生産の場においても高齢化が進み、大量生産大量販売の時代は過ぎたと思っている。そうすると多品種で価値のあるものを小売専門店で販売したいと考えている。また、個食というが増えてきている状況のなか、対面販売で健康や栄養のことについて言葉を交えて販売するという付加価値を付け、いかに消費者に喜んでいただけるかを考え販売を続けていきたいと考えている。

(委員) 小学校へ出向き親子料理教室を開いている。小売店は平日営業しているため、料理教室は日曜日となるが、なかなか小学校側が受け入れてくれないことが多い。

(委員) 生産者に安定した収益あげてもらおう手段として、「ブランド化」がキーポイントになる。ブランド化するためにもこの「改革ビジョン」は期待できる。これまでは単発的なものが多かったが、将来的なビジョンになっている。このような行政も一緒になった長期的なビジョンを明確に出していただくと目標に取組みやすい。ただ、生産者は大阪のこういった話はなかなか聞けないため、内部だけではなく、全国に伝わるように、またわかりやすく具体性のあるものとして情報発信していただくと生産者も安心して出荷できると考える。

(委員) 市場会計について、単年度黒字になるのが 10 年先というのは、普通の会社だと倒産してすぐ黒字にするというぐらいの発想がないと駄目だと思う。6 億円の赤字を解消するために使用料の増加や補助金などは現時点では非常に難しいと思う。人件費について

はこれまでも見直しされているという説明があった。しかしながら、警備委託費・清掃委託費など削減できる委託費があると考え。委託費についてもこれまで削減してきていると思うが、ごみのリサイクルや会計全体の見直し業務の委託など、削減した事例を聞いたことがある。そのような大胆な発想で今後検討をしてもらいたい。

(委員) 大阪の地理を十分に活用する仕組みを考える必要がある。大阪にヒト・モノが集まってきている状況の中で、今後野田を中心として市場の皆さんと協力し取組みを展開していく必要があると考える。

(委員) 農林水産省の第9次卸売市場整備基本方針は責任を持って出しているのかが疑問である。中央市場も減ってきている中で、拠点市場や経営戦略策定など実際の卸売市場の将来が努力すれば報われるような内容となっていない。農林水産省を超えるぐらいの骨太のビジョンとなるようお願いしたい。

(本市) せりの問題や品揃え・利便性などはこれまでからの課題であり、また、消費者の方には食育の推進が課題であると考えている。そのうえで卸売市場の本来機能の強化の取組みが重要と考える。ただし、自己満足の取組みになってはいけないと考えており、外部からもきちんとチェックいただきながら骨太ビジョンを皆さんの力を借りて進めていきたいと考えている。

中央卸売市場の本来機能というのは非常に重要であると考えており、産地・流通関・中央市場・小売店・消費者の方へという一つの流れであり、しっかりと議論踏まえて来年度意見をいただきながら、ひとつひとつできることから取組みたいと考えている。