

## 第23回 神戸市中央卸売市場業務運営協議会 議事要旨

### 開催日時

令和6年3月28日（木）13時30分～15時

### 開催場所

三宮研修センター 会議室

### 出席者

小野委員、西村委員、山本（の）委員、上嶋委員、樋口委員、石崎委員、海妻委員、杉下委員、辰巳委員、原田委員、須藤委員、多田委員、東委員、丸橋委員、岡田委員、山本（仁）委員、後藤委員

### 議題

- ①神戸市中央卸売市場（本場、東部市場及び西部市場）の取扱高の推移について
- ②専門部会について
- ③その他

### 議事要旨

#### 議題① 事務局より説明

##### （委員）

卸売市場を取り巻く環境は厳しく、今後も産地から選ばれる市場として、生鮮食料品の安定供給を担うインフラとしての役割を果たせるよう関係者と連携して取り組む必要があるが、開設者としてはどうアプローチすべきと考えるのか。

##### （事務局）

本場については、再整備を進めて機能強化を図り、これを新たな契機として、地産地消の取り組みを含め、市場を強化していくというのが一つの考え方である。

東部市場については、平成29年に新たな加工場・冷蔵庫棟を設けており、また事業者の新規参入もあって、取扱量は近年概ね横ばいである。引き続き活性化を図りたい。

西部市場については、施設設備が老朽化してきており、それに対する必要な措置を講じていかなければならない、と考えている。

##### （会長）

青果・水産についてだが、取扱数量が減少し、取扱金額が増加している。この辺りの状況について、委員のご意見を伺いたい。

##### （委員）

青果の状況だが、まず数量は前年度と比べると落ちている。一つ大きな要因として気象条件の変化がある。これは全国一緒だが、ただ神戸の市場が持っている産地の背景と、他の市場が持っている産地の背景が違うので、数量的には多少変わってくる。

単価については、需給バランスで数量が減れば単価は上がる場所があるので、数量が多少落ち込んでも売上げはそこまで落ちないといったことがある。

今年2024年問題が始まるが、産地から選ばれる市場になるように卸も努力しなければいけないと思っている。

(委員)

水産も取扱数量は減少しているが、単価が上がって取扱金額が増えている。気候変動による海水温の上昇で、南方の魚は北方に上がり、北方の魚が減少している。北海道や東北で獲れていたサンマの減少の影響も大きい。今まで獲れていた場所で魚が獲れなくなっていることを認識し、新たに北で獲れる魚の荷主を開拓し、神戸市場への搬入を確保するという方向と考えている。

## 議題② 事務局より説明

(委員)

本場の目標について補足すると、本場は神戸市とその周辺における最大の市場で、消費者、市民に生鮮食料品を供給する重要な拠点である。これまでの経営展望計画の目標は「スピードと実行力のある市場」であり、取り組みの姿勢を目標として掲げていたが、今回は目標を「流通構造の変化に伴うリスクをチャンスに変え、新たな販売経路の開拓を目指し、市民の食を支える」という、いわば本場の役割をより具体的な形で設定していると受け止めている。その鍵になるのが再整備で、それをてこに、さらに飛躍を図っていきたいということが本場の目標に込められているように感じている。

(委員)

東部市場は本場と比べると取引規模が3分の1と小さい。だからこそ小回りが利く、機動性があるというところに着目し、専門部会で議論してきた。機動性を上げ、特色ある集荷をしていかなければならない。東部市場といえばこれが強いよね、と言ってもらえるような、その強みをどうこれからつくっていくか。

もう一つは、東部市場は交通の結節点でもある。東部市場を中継地にしてトラックに動いてもらおうと荷物も集まってくる。自然な形で物流の結節点としての機能を東部市場が持つと、地方市場への転送などの可能性を見出すこともできる。

少子高齢化のなか、今後も大規模化を目指す、規模の経済を求めるとするのはイリュージョンである。人口は増えず維持できるかどうかという前提で、卸売市場としてどの規模を目指すのかを真剣に考えなければならない。東部市場はその規模ゆえに考えやすいところがある。そんな話もしながら議論を進めてきた。

(委員)

1点目だが、本場の市民向けの市場情報の発信、市場のPRについて、市民には魚河岸デーなどのイベントが非常に好評である。更なる市場開放によるイベント回数の頻度を上げるなどの取り組みを進めていただければと思う。

2点目だが、神戸空港の国際化に伴い、来年はチャーター便が解禁され、大阪・関西万博も開催される。神戸にも多くの外国の方々が訪れ、消費して頂けると想定される。神戸ビーフはヨーロッパ、アメリカだけでなくアジアでも人気があり、寿司も外国人に人気があるので、例えば市場で外国人向けに神戸産の農産物とセットでこれらを提供する体験型の料理教室を開催すればどうかと思う。

(委員)

魚河岸デーは、魚の消費が低迷している中、市民においしい魚を体験していただく目的で行っている。その日は直接市民に品物を販売するが、翌日からはぜひ

周辺の小売店や量販店で、市場経由の魚を買って食べて下さい、という趣旨。その趣旨からすれば、魚河岸デーは適正な回数で行っていく、という考えもある。

(委員)

本場、東部市場とも、神戸空港の国際化を前提とした今後のアプローチを考えるとことだが、神戸空港において貨物、特に市場で扱うものを想定した計画はまだないと思う。同じ市役所内の港湾局などと、神戸空港に、例えば貨物ターミナルなど貨物需要の喚起のためにこういったインフラ整備が必要なのか、といったことを共有することも必要ではないか。

(委員)

本場の目的の中に食育教室の開催があるが、対象が子ども中心。今、若い女性もどんどん働きに出ており、男性にも料理を学んでいただく必要がある。先日の専門部会でも、男性にも料理を習ってほしいし、まして魚を料理できる人は少ないという意見があった。地域で男性の料理教室を開催する場合に、出張で来ていただければと思う。料理教室も、手軽なお値段で開催していただければ、子供たちも参加しやすく勉強になると思う。

(委員)

インバウンドの話があったが、最近は外国人留学生も多く来ている。ミャンマーの留学生に料理教室をしたことがあるが、その時留学生は、コンビニで売っているようなおにぎりは家では作れないと思っていた、そうめんを売っているのを見たが、どんな味が分からない、などと言っていた。要は、日本で売っているものの味が分からないので買わないし食べない。日本の食材を使い、日本の料理を作ってもらえるような料理教室をすれば、増えてきている外国人にも日本の食材を買ってもらえる機会ができるのではないか。

(委員)

生産者サイドの立場からすれば、資材や肥料の価格は上がるが、青果物はなかなか値上がりしないので収支を取りにくいのと、後継者がなかなか生まれず、生産者の高齢化が進んでいる。そういった現状。

(委員)

小売としては、神戸産品を売りたいので、店にこうべ旬菜の幕を張ってPRしており、こうべ旬菜を買いたいという人も来てくれる。こうべ旬菜が先日賞をもらい、もっと市内で満遍なく売りたいが、量が少ない。小松菜は力を入れて市内産を販売させてもらっているが、チンゲン菜、レタス、キャベツなどは少ない。神戸は地産地消ということで、こうべ旬菜は人気もあるので、できるだけ品揃えをしてもらえればと思う。

(会長)

先ほど外国人向け、特にインバウンド向けの取り組みに関しての意見があったが、西部市場では頭数、売上とも増えており、牛も豚も増えている。状況をお聞かせいただければと思う。

(委員)

インバウンド需要もあって神戸ビーフの需要が増えている。神戸ビーフには様々な決まりがあり数量の限界があるが、一方で東京、あるいは世界で神戸ビー

フが認められ、引き合いが強くなっている。豚に関しては、市民の消費行動において鶏や豚の需要が増えているという部分があるのかなと思う。

(会長)

花きに関しては、最近の状況も含めていかがですか。

(委員)

花きについても流通量が減り、単価が上がっている。お彼岸や年末などのいわゆる物日を中心としてやってきたが、消費の変化で売れなくなっている。業界全体のパイが小さくなっている。一方で明るい面もあるが、どちらを見て動くかというのが非常に分かりにくい状況。中長期的に見て、もっと生活に根づいた、きちっとした花の消費の形がいつできるのか、というのが今の花き業界の課題と思っている。

(委員)

学校給食の食材については市内産、市内産がなければ県内産、そういうことを進めていかなければならない。2024年問題で遠隔地の商品が揃わないとなれば、頼りになるのは市内産、県内産。

市内産、県産品の消費拡大が生産拡大につながる。消費者に対して「同じ食べるなら市内産、県産品」といったキャッチフレーズで、これがしっかりと根づき、買い物に行けば県産品、市内産を消費者が選ぶ、といった流れをつくれば生産拡大につながる。そうすれば他府県に出す必要がなくなり、付加価値も上がる。消費者に同じ食べるなら、買うなら県産品、市内産を、という取り組みを皆でやっていきたい。

(以上)