

調査報告書

委員会名	経済文教常任委員会
派遣委員	8名
調査目的	経済文教常任委員会所管事務調査のため
行先及び調査事項	東京都武蔵野市：学校給食（オーガニック給食）について 東京都国分寺市：こくベジプロジェクトについて 神奈川県藤沢市：卸売市場の民営化について
日程	令和5年10月30日（月）～31日（火）
報告事項	別紙のとおり

◇ 報告事項

○ 東京都武蔵野市

学校給食（オーガニック給食）について

1 説明概要

武蔵野市では、給食の質の向上と児童・生徒への食育の推進を図るため、平成22年3月に一般財団法人武蔵野市給食・食育振興財団を設立し、市立小・中学校の学校給食の運営を財団に委託している。

市内には公立小学校が12校、中学校は6校あり、桜堤調理場（中学校6校、小学校2校）と北町調理場（小学校5校）によるセンター方式、また、自校方式により小学校4校（うち1校は親子方式）で給食を提供している。今後、約25年かけて18校のうち16校の建て替えを予定しており、小学校に関しては、建て替え時に給食調理施設を整備して、すべて自校方式に（北町調理場はその時点で閉鎖予定）、中学校に関してはセンター方式により桜堤調理場から給食を提供する方針となっている。

(1) 一般財団法人武蔵野市給食・食育振興財団について

中学校給食を進めていくに当たり、民間委託、財団の設立、直営方式の3つの観点で検討。当時の背景として、武蔵野市では現業職は採用しないという方針があったことなどから、ある一定武蔵野市が関与できる形の一般財団法人として武蔵野市給食・食育振興財団を設立。

市からは自立的な経営をと言われているが、給食事業の受託だけでは難しく、一般財団法人として給食業務を受託するに当たり、保健所より飲食店の営業許可を取得しており、やろうと思えば、財団としてレストラン経営も可能である。

財団全体の調理員数は、2か所の共同調理場、単独調理場4校の合計6施設で117名。令和3年7月に完成した桜堤調理場は、最新の学校給食衛生管理基準に基づき設計されており、作業工程によって区画が明確に分離しているため、大勢の調理員が必要となり、56名の調理員が従事している。このうち39名は、午前中の調理補助と午後の食器洗浄のそれぞれ3時間30分勤務のパート職員で、子供が学校に行っている間だけ仕事ができることから、近隣の小学生のお子さんを持つお母さんからは評価されている。

(2) 食材選定・調達等について

なるべく安全性の高い物資を選定しやすくなるようにという栄養士の思いから、平成2年度に食材の選定基準を書面として作成。規格基準を明文化することで、栄養士が変わっても武蔵野市全体で同じ食材を使用することができ、考え方も引き継いでいけるという目的も含まれていた。

食材の調達に関しては、財団設立に当たり、委託先でもこれまでの学校給食と同じように提供できるよう「武蔵野市学校給食の献立作成及び給食調理の指針」を作成。この中で、野菜・果物に関しては市内産のものを優先的に使用すること、また、それ以外の食材についても、基本的に国内産、有機栽培、特別栽培のものを選定することなどを規定している。

令和4年度においては、市内産野菜の割合が22.9%で、有機JAS認証は19.2%、特別栽培レベルが56.6%、慣行栽培は2.9%と、有機栽培・特別栽培のもの、市内産野菜を優先的に使用している。また、米は有機栽培・特別栽培レベルのものを100%使用している。

(3) 今後の課題等について

行政としては、食材費が高騰している中、給食費を上げるかどうかといった課題がある。

財団としては、市内に4園ある市立保育園の給食業務を、再来年度から受託予定であり、小中学校の長期休暇期間も業務が発生することから、必要数の職員が確保できるか、また、現在

の財団の調理員は40代の中堅職員が非常に多い年齢構成となっていることから、若い方を採用できるような工夫が必要と感じている。

2 質疑応答

Q 食材の発注から支払いまではどのような流れか。

A 発注自体は各施設の栄養士が業者に発注するが、その前段で、野菜については全施設で使用する野菜の見積りを、担当から登録業者に依頼し、出せる野菜、価格を提出してもらい、それを基に各栄養士が発注する。肉や魚に関しては、毎月1回食品選定委員会を開催し、PTAの代表や栄養士等が価格、産地、味等を比較し、決定した食材、価格で毎月発注。自校方式の施設においては、それに準ずる形で価格が設定されている。

肉や魚は毎月、調味料や乾物類は半年に1回入札を行っている。

支払いに関しては、徴収した給食費を財団が管理し、財団から各業者へ支払っている。

Q 有機であるとか無農薬であることは、どのように確認しているか。

A 栽培履歴をもらったり、そういうものを持っていない直送しているような農家は、現地に行って確認している。業者を通して購入するものについては、特別栽培レベルとか、無農薬であっても有機JASの認証を取っていないところもあるので、納品してもらう業者に確認してもらっている。

Q 学校給食用の農産物の生産に関して、市内の農業者に対して働きかけ等はしているか。

A 契約栽培という形は取っておらず、また、市から直接農家への声掛けはしていない。JAの中に学校給食の運営委員会があり、そこで話し合いをすることはある。

3 委員の意見

- ・ 現状の公益財団法人運営では、本市の負担が大きいこともあるが、運営内容への様々な方法を取り得る可能性と、行政側からのチェックが明確化させる可能性もあり、そのことがオーガニック給食などの新たな取組つながる可能性もあると感じた。
- ・ 本市の中学校給食はセンター方式となっており、2か所のセンターにおいて、JAや特定の生産者からの納品を確保できるかが課題と考える。



視察当日の献立



○ 東京都国分寺市

こくベジプロジェクトについて

1 説明概要

(1) こくベジプロジェクトの取組（事業の立ち上げ：平成27年度）

プロジェクト立ち上げ前年度の平成26年度に、国は人口減少、少子高齢化が進む現状に歯止めをかけ、活力ある社会を維持するため、まちひとしごと創生総合戦略を策定し、その柱として地方創生交付金を創設。

国分寺市では、この交付金を活用し、観光に重点を置いた施策の検討を重ね、観光振興事業として本取組を開始することとし、観光動向調査を実施。その結果、来街者の滞在時間が短いことから、滞在時間を増やし、交流人口の増加と定住の促進を目指し、観光という要素に欠かすことのできない食事の提供に着目し、地場野菜を使った本市ならではの御当地メニューの開発に着手。

市民参加型のワークショップを実施し、メニューの提案など、意見交換が行われたが、飲食店の関係者から、統一メニューの提供は、個々の店舗の事情もあり難しいとの意見があり、多くの飲食店が参加しやすく継続しやすい取組となることを主眼に置いて、事業を再検討。

当時、市民主体で行われていた「ぶんぶんウォーク」というイベントで地場野菜を活用したメニューの提供や企画が行われていたことや、もともと国分寺市は、暮らしと畑が近い「農のあるまち」であったことなどから、国分寺農業と地場野菜に着目し、包括して魅力を発信することとあわせて、地場野菜を使ったオリジナルメニューを提供する飲食店をPRすることが、国分寺ならではのPR手法であるとして取組方針を変更。

地産地消の推進を趣旨として、市内農家が丁寧に育て上げた野菜を「こくベジ」と名付け、ブランディングを開始。市を事業実施主体とし、市内の関係団体などと連携しながら地産地消の促進の取組を進め、農業振興はもとより、飲食店のPRによる商業振興、地方創生交付金の当初の活用目的であった来街者獲得による観光振興までを含めた地域活性化の取組へと発展。

(2) 前半（平成27年度～30年度）の事業実績等（国の地方創生交付金を活用）

① 「こくベジメニュー提供店」の開始・拡大

平成27年度は、22店舗が参加。提供店の募集については、国分寺市の市報や商工会の会報誌を通じて新規加盟を呼びかけ、30年度には101店舗まで増加。

② 野菜流通の仕組み構築に向けた取組

こくベジメニュー提供店増加に伴い、こくベジの使用量が増えると流通面が課題となることから、市民有志の配送組織と連携し、配送実験を実施。（現在も継続した取組として実施）

③ 直売所と飲食店の連携イベントの実施

④ 産直マルシェ「こくベジのじかん」・「こくベジのじかんクリスマス・マルシェ」の開催

⑤ 取扱店舗PRイベントの開催

平成30年度にトマトフェスタ、うどフェスタを開催

⑥ 農業者・店舗経営者交流企画の開催

相互に顔の見える関係を構築し、こくベジの理解促進と取引・消費拡大を図ることが狙い。

⑦ 各種こくベジPRの取組

⑧ 農福連携の可能性を検討・実証実験

市内で活動する障害福祉サービス事業者と連携し、雇用創出の機会や食育の機会の提供につながるような農福連携の仕組みの検討と実証実験を実施。

⑨ 絵本「ぐるぐるこくぶんじやさい」の制作

⑩ 各種PRツールの制作

こくベジメニュー提供店や農家の直売所をPRするためのタペストリー等の作製・配布（市が実施主体であったため国分寺市の市章入り）。その他、ポスターやPRカード・マップの作成、デジタルサイネージ、インターネットサイトなど。

(3) こくベジプロジェクト推進連絡会の発足（令和元年度）

国からの4年間にわたる地方創生交付金終了に伴い、市や関係者による任意団体「こくベジプロジェクト推進連絡会」を立ち上げ、実施主体を市から任意団体に変えて本取組を継続することとする。

こくベジプロジェクト推進連絡会は、事業計画や予算の承認を行う「代表者会議」と、各種事業を検討、実行していく「プロジェクト検討会議」で構成され、事務局機能を国分寺市、観光協会、JA、商工会で分担して運営している。

(4) 後半（令和元年度～5年度）の事業実績等（国の地方創生交付金終了後）

交付金終了後、限られた財源の中で自分たちに何ができるかを考え、主に地産地消につながる取組を継続していくこととする。

こくベジメニュー提供店に関しては、令和元年度に105店舗まで増加するも、それ以降は新型コロナウイルスの影響等による閉店、脱退もあり、5年度は90店舗まで減少。

後半期間からの新たな取組の主なもの

① Gap Japan(株)からの衣装提供

令和2年度に、全国初となる自治体を含む団体への衣装提供サポート契約を締結。共通ウェアを着用してマルシェを展開することで、高いPR効果を発揮。衣装提供は現在も継続中。

② Gap Japan(株)と収穫体験等のコラボイベントを実施

③ こくベジ直売所・こくベジメニュー提供店のPR

タペストリー等の作製・配布（実施主体の変更に伴い国分寺市の市章の印字なし）

④ こくベジ特設サイトの再開

前半期間では、交付金を原資として、ホームページの運営に充てることができていたが、任意団体になると、あまり費用を充てることができなくなった。そのため、公益財団法人東京観光財団の助成事業を活用して、新たに作りこみ、現在は年間2万円程度で維持できている。

⑤ こくベジオリジナルグッズ製作・販売

令和3年度より、取組のPRと、こくベジプロジェクト推進連絡会の自走化に向けた収益確保のため、オリジナルグッズを製作・販売を開始。

(5) こくベジを通じた地産地消の取組を推進することで達成したい未来の姿

農業・商業に活気があり、市外からの観光者が増え、多くの人々が交流し、まちが賑わっていること、市が抱える課題の解消につながっていること、地産地消に積極的なまちであることが、国分寺の魅力として定着するとともに、市内外に発信されていくといった状況を作り出していくために、こくベジプロジェクト推進連絡会が主体となって、関係団体相互の連携を強化し、こくベジの認知度向上や消費拡大を図るための各種イベントに積極的に関わり、消費者を巻き込みながら、さらに地産地消を推進していくことで、地域を盛り上げ、地域の活性化につなげていきたい。

2 質疑応答

Q こくベジプロジェクト推進連絡会の運営に必要な予算の構成について。

A 構成団体であるJA、商工会、観光協会から協力金をいただいている。また、市からは、こ

これらの団体に補助金を出している。

その他、イベントへの出店料や参加費、オリジナルグッズの売り上げ等が予算に含まれる。

Q 農福連携の取組の実態と市の関わり方について。

A 農福連携の取組としては、前期の取組において、野菜の残渣処理や収穫したイチゴのヘタ取りの実証実験しか行っていないが、こちらについては現在まで継続している。障害福祉サービス事業者の形態により、加工までできる事業所や役務の提供しかできない事業所など様々であり、展開としては広がっていないところではあるが、本市の障害部門と経済部門の担当課、農協や農業者、就労事業者とで定期的な会合を開き、すそ野を広げられないかということで連携を取っている。

3 委員の意見

- ・ メニュー提供店の広がりポイントはPRだと感じた。生産者・JA・市場などと連携し、本市独自のグッズを作成することで、効果が出るのではないかと考える。
- ・ 「こくベジ」という地域の野菜をブランディングし、様々なイベントにつなげている点は素晴らしい。また、運営もスムーズであり、高知のいろいろなイベント団体とコラボできそうなイメージが持てた。



○ 神奈川県藤沢市

卸売市場の民営化について

1 説明概要

(1) 湘南藤沢地方卸売市場の概要

昭和56年4月 藤沢市中央卸売市場開設

平成19年4月 藤沢市中央卸売市場から藤沢市地方卸売市場に転換

平成21年4月 利用料金制による指定管理者制度を導入

平成24年4月 藤沢市地方卸売市場民営化。湘南藤沢地方卸売市場となる

(2) 民営化への移行の判断とプロセス

平成17年、第8次卸売市場整備基本計画に基づき、市場の再編に取り組むこととなり、市場の活性化が図られるという理由から、まず地方卸売市場への転換という方針を決定。

平成19年3月に「藤沢市中央卸売市場再整備基本計画」を策定し、計画に基づき地方卸売市場へ転換するとともに、市場会計の健全化を図るため、21年4月から利用料金制による指定管理者制度を導入。

平成21年度には、卸売市場の基幹機能の再構築と市場会計の健全化をより推進することを目的に、民営化の可能性について検討を進め、22年5月に、藤沢市と関連事業者による民営化協議の場を設置、民営化に向けた協議を進める。

平成23年3月に、藤沢市・湘南青果(株)、横浜丸中青果(株)の3者間において民営化の協議が整い、民営化に先立って、横浜丸中青果(株)が事業主体となり市場施設整備に取り掛かる。

市場の開設権については、湘南青果(株)に譲渡し、平成24年4月から民営化が達成された。

湘南青果(株)、横浜丸中青果(株)は、公設市場のときから卸売業者として参画されている企業であり、長年の信頼関係や実績がある中で、開設権譲渡の適格性を判断することができた。

(3) 民営化後の市場の状況

平成26年に食品流通棟、28年にやまか生鮮センターを建設し、30年に卸売場連結の荷受用テナント、場内冷蔵庫整備を実施。令和元年に食品流通棟を増築し、民営化に伴う再整備が完了。

民営化後、敷地・建物全体の管理・運営は湘南青果(株)1社で行っている。

また、民営化後、場内に新たにハウス圃場を整備し、水耕トマトの栽培、出荷を行うなど、市場として新たな農事業を展開する中で、農福連携の取組として、プロデュース会社を通じ、就労継続支援B型事業所5社から計19人の障害者を受け入れ、営農活動に協力いただいている。

取扱い額の変化について

平成23・24年度（民営化前年度・初年度）の取扱い額は60億円程度であったが、令和3年度においては100億円超に増えている。要因としては、震災以降、産地を気にするような消費動向になり、地産地消として地元野菜（湘南野菜）の集荷を強化したことや、民営化により競売の廃止、事前の値決めなど、顧客のニーズに合わせることができるといった利点もあり、取引先が増えていったと考えている。

また、民営化により、取引形態は仲卸を通さない直販が主流となってきている。

集客イベントや特徴的な運営・販売方法等について

鮮魚や食品等の物販を行う店舗が入居する関連事業棟を終日一般開放し、曜日を問わず一般市民も買い物ができる。また、年に1回「元気祭り」を開催し、藤沢市等とコラボしながら積極的に市場のPRを行っている。

また、地元野菜を「湘南野菜」というネーミングでブランド化して、営業をかけ、取引先の確保に結びつけていくような活動をしている。

今後の課題について

農産物に関わる者としての全国的な課題として、資材高騰などもあるが、人口減少による労働力不足が1番のネックと感じている。

2 質疑応答

Q 競りを撤廃した理由について。

A 競りの良さもあり、撤廃することについては様々な意見があったが、競りで買いきれないといった問題があり、仲卸もある程度安定的に価格を決めて売っていけるのであればという理解もあって、競売を撤廃した。生産者のニーズとしては、安定的な価格を望んでおり、競売で価格が右往左往するよりは、予約相対により、事前に交渉して顧客を確保し、その代わりに品質や量の確保は約束するといった取り引きが増えている。

Q 流通形態が変わって、市場というより流通センターのように感じるが、社会全体の変化の中で、市として、市場の在り方についてどのように考えているか。

A 地産地消の推進や農福連携等にも取り組んでいただいております。行政課題を解決していただくためには、市内に市場があることは非常に有意義であると考えています。

3 委員の意見

- 卸売市場の民営化を、市が民間事業者に対して30年の定期借地権の契約によって対応している点については、藤沢市ならではの条件があって可能となったものと感じた。本市において、弘化台と鴨部の青果市場の統合について、生産者等の要望をよく聞き、何が求められているのか、方向性を見いだすことから始めるべき。
- 民営化後も行政との連携は密であり、「湘南野菜」という産地が見える野菜や、市場近隣で差別化された、より特色ある野菜作りの取組は、積極的であり、農福連携の取組も人材確保において有効であるとする。

