

# 京都市中央卸売市場第一市場マスタープラン

(平成 28 年度版)

食への信頼と京の食文化を支える  
“先進的食品流通拠点”へ

平成 28 年 3 月





京都市中央卸売市場第一市場マスタープラン(平成28年度版)策定にあたって

～「食への信頼」と「京の食文化」を守り支えていくために～

京都市中央市場は、昭和2年に全国初の中央卸売市場として開設以来、90年近くにわたり、多種多様な生鮮食料品等の安全・安心を確保しながら、安定的な供給を続けてまいりました。また、平成25年に「和食」がユネスコ無形文化遺産に登録されて以降、長い歴史の中で育まれてきた「京料理」や、京都の家庭のおかず「おぼんざい」等を求めて、国内外から多くのお客様が京都にお越しになっていますが、そのような「京の食文化」を食材供給の面から支えてまいりました。



京都市長  
門川 大作

しかし近年、少子高齢化や食生活の変化、流通の多様化等により、卸売市場を取り巻く環境は大きく変化しています。また、産地偽装や廃棄食材の横流し等に見られますように「食」に対する信頼を揺るがしかねない事態も発生しています。

そのような状況の中、市場施設の再整備に併せて、今一度“食への信頼の確保”を市場から強かに発信していく必要があると考えています。

そこで、私は、本マスタープランの策定に当たり、次の3つの「信頼」の確保を強く意識いたしました。1つ目は、閉鎖型施設の導入やコールドチェーンシステムの確立等により、市場経由の生鮮食料品等の安全・安心を徹底するという「衛生・品質管理に対する信頼」の確保です。2つ目は、市場内の事業者の経営力強化等により、再整備期間中にも市民の皆様にも多種多様な生鮮食料品等をお届けするという「安定供給に対する信頼」の確保です。そして3つ目は、大規模災害からの早期復旧を図る市場全体のBCP(事業継続計画)策定と場内事業者の協力等により、災害発生時における生鮮食料品等の調達・供給拠点機能を強化するという「災害時における信頼」の確保です。

私は、市場施設の再整備に合わせて本マスタープランを着実に推進することで、生鮮食料品等の流通の基幹的な社会インフラを守り、“食への信頼”と“京の食文化”を支え、50年、100年先にも、生産者、事業者、そして消費者の皆様から「京都市中央市場があってよかった」と評価していただける市場を築いてまいります。

皆様の変わらぬお力添えをお願い申し上げます。



# 目次

---

1	はじめに .....	1
(1)	策定の趣旨 .....	1
(2)	本プランの位置付け .....	2
(3)	計画期間 .....	2
2	中央卸売市場について .....	3
(1)	中央卸売市場の概要 .....	3
(2)	中央卸売市場を取り巻く状況 .....	6
(3)	京都市中央市場の特徴 .....	10
(4)	京都市中央市場の現況 .....	13
(5)	前マスタープランに基づく取組の推進 .....	15
3	京都市中央市場の課題について .....	17
4	課題解決に向けた基本戦略について .....	19
5	先進的食品流通拠点の実現に向けて .....	21
	基本戦略1 安全・安心な生鮮食料品等の安定供給に向けた取組の推進 .....	21
	基本戦略2 競争力のある市場を目指した取組の推進 .....	23
	基本戦略3 文化と健康を守る食生活・食習慣の普及促進 .....	27
	基本戦略4 災害発生時における拠点機能の強化 .....	29
6	本プランの運用について .....	31
	参考資料 .....	32
	1. 第10次卸売市場整備基本方針（農林水産省） .....	33
	2. 京都市中央市場施設整備基本計画 .....	34
	3. 京都市中央市場に関する上位計画と主な関連計画等 .....	37
	4. 京都市中央卸売市場第一市場運営協議会 .....	39

# 1 はじめに

## (1) 策定の趣旨

中央卸売市場は、生産者にとっては安心して出荷し収入を得ることができる、そして消費者にとっては小売店等を介して安全・安心な生鮮食料品等を安定的に適正な価格で手に入れることができる、生産者・消費者双方にとって大変重要な生鮮食料品等の流通の基幹的インフラです。

京都市中央卸売市場第一市場(以下「京都市中央市場」という。)は、卸売市場法に基づき京都市が開設・管理・運営する、青果物・水産物等を取り扱う、京都府内唯一の中央卸売市場です。昭和 2 年に我が国で最初に開設されて以来、90 年近く京都の食の流通拠点として、市民の皆様の食生活や京の食文化を支えてきましたが、現在の施設の竣工から既に 30 年以上が経過し、市場を取り巻く環境も大きく変化している中で、これから先も何十年にわたり、食の安全・安心と、安定供給を守り続けていくためには、施設の抜本的な整備(改修・建替)による機能強化とともに、管理運営の改革が不可欠となっています。

「京都市中央卸売市場第一市場マスタープラン(平成 28 年度版)」(以下「本プラン」という。)は、京都市中央市場が将来にわたって大切な役割を果たしていくため、衛生・品質管理水準の向上や流通機能の効率化による競争力の強化、京都府との連携による府内農水産業の振興、観光客の増加や健康長寿の取組と連動した取扱数量・金額の増加、立地する京都駅西部エリアの活性化、災害発生時における流通機能の確保・維持を重要な視点に、「先進的食品流通拠点」の実現に向けた指針として策定します。

京都市中央市場 全景 (平成 27 年 1 月時点)



.....京都市中央市場区域

青果物



水産物

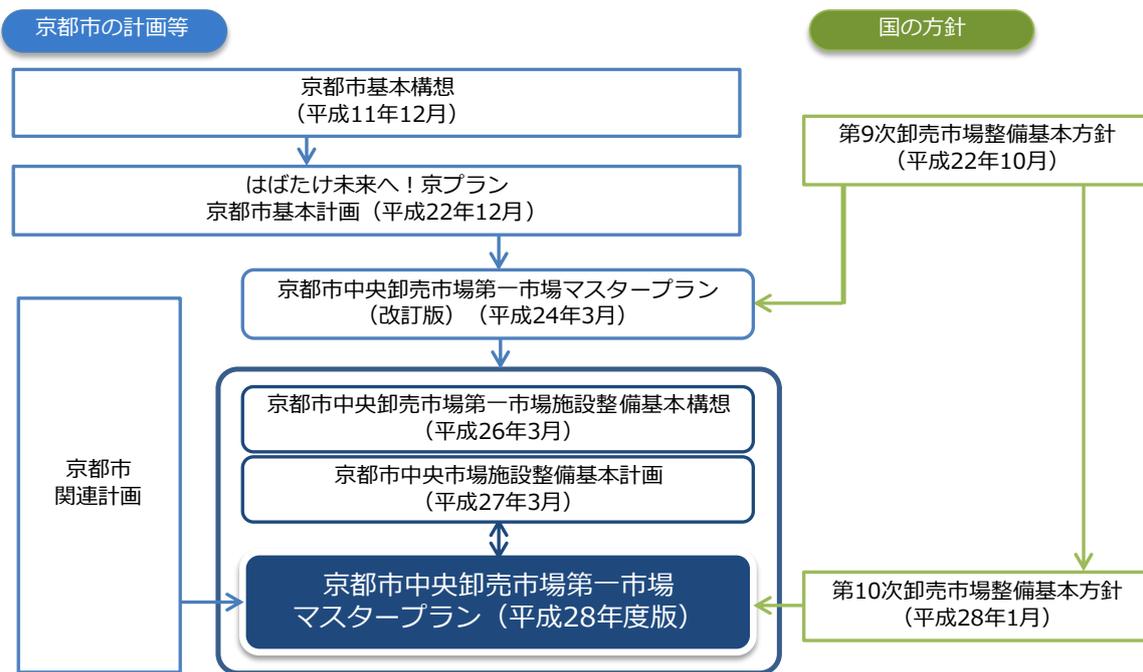


## (2) 本プランの位置付け

本プランは、平成 22 年 12 月に策定された京都市基本計画「はばたけ未来へ！京プラン」を具体化するための分野別計画として、平成 24 年 3 月に策定した前マスタープラン(京都市中央卸売市場第一市場マスタープラン(改訂版))の後継として策定します。

また、京都市中央市場の施設整備の方向性を定めた「京都市中央卸売市場第一市場施設整備基本構想(平成 26 年 3 月)」、施設整備の基本的な枠組みを定めた「京都市中央市場施設整備基本計画(平成 27 年 3 月)」と連動し、平成 28 年 1 月に農林水産省が策定した「第 10 次卸売市場整備基本方針」を踏まえた京都市中央市場の「経営展望」として位置付けるものです。

本プランの位置付け

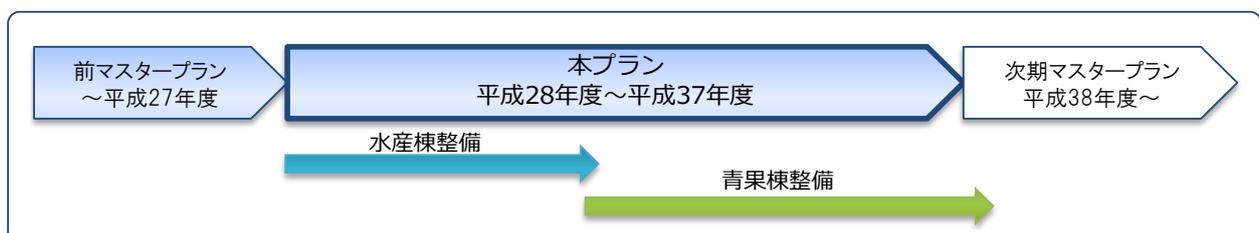


## (3) 計画期間

本プランは、平成 28 年度～平成 37 年度の 10 年間を計画期間とします。

この期間は施設整備の期間と重なります。また現地での再整備であることから、各種工事を実施しながら市場業務を継続する必要があります。計画期間中には、様々な問題や制約が生じることが想定されますが、工事と業務の両方を円滑に進めるため、開設者・場内事業者が知恵を絞り、一体となって困難な状況を乗り越えていかなければなりません。

本プランの計画期間



## 2 中央卸売市場について

### (1) 中央卸売市場の概要

#### ア 中央卸売市場の法的位置付け

卸売市場とは、卸売市場法(昭和46年4月3日法律第35号)に基づき、野菜、果実、魚類、肉類等の生鮮食料品等の卸売のために開設される市場であって、卸売場、自動車駐車場その他の生鮮食料品等の取引及び荷さばきに必要な施設を設けて継続して開場されるものをいいます。(卸売市場法第2条第2項)

卸売市場のうち、特に重要な都市及びその周辺の地域における生鮮食料品等の円滑な流通を確保するための卸売の中核的拠点となるとともに、当該地域外の広域にわたる生鮮食料品等の流通の改善にも資するものとして、農林水産大臣の認可を受けて開設される卸売市場を中央卸売市場といいます。(卸売市場法第2条第3項)

#### イ 中央卸売市場の沿革

大正7年の米騒動を契機に、米、その他のなくてはならない食料品を安価に提供し、国民の消費生活の安定を図るため、政府は、大都市において公設小売市場を設置するとともに、その機能を十分に発揮させるため、大正12年3月に中央卸売市場法を公布し、これに基づく地方公共団体による中央卸売市場の整備が進められました。

中央卸売市場法は、従来の問屋・仲買人を卸売業者・仲卸業者として市場の中に取込むなど、江戸時代以来の商行為の形態を踏襲したものでしたが、取引の適正を確保するため、市場は地方公共団体が開設することとし、卸売業者・仲卸業者を許可制とするとともに、せり売り(※)などの売買取引における競争的な取引方法を導入し、開設者(地方公共団体)による取引の監視等の諸規制を行うことなどが定められました。

第二次世界大戦中には、統制経済政策によって、中央卸売市場の価格形成機能が失われ、集分荷配給の場となりましたが、戦後、昭和22年の果実の配給統制廃止を皮切りに、生鮮食料品等の統制は相次いで撤廃され、従来の市場機能が果たされるようになりました。

※「せり売り」…卸売業者が買い手である仲卸業者を競争させ、最も有利な価格を申し出た者と契約する方法。

なお、卸売業者が買い手である仲卸業者を競争させることなく、買い手との協議によって卸売価格、数量等を決定する方法を相対売りという。

#### ウ 中央卸売市場の役割

中央卸売市場は、毎日、国内外から大量・多品種の生鮮食料品等を集め、需要と供給を突き合わせて短時間で適正な価格を付け、迅速に分荷して買出人に販売するとともに、衛生に関する専門的な知識と技術を持った職員が検査・監視することで、消費者に安全・安心な生鮮食料品等を安定的に供給しています。

また、中央卸売市場には、生産量の多寡にかかわらず出荷することができるとともに、迅速で確実な代金決済システムも備わっています。このような中央卸売市場の仕組みがあるからこそ、生産者は安心して生産・出荷することができます。このことは、生産者を守ることにもつながっています。

近年、産地直送や直売などの市場外流通も増加していますが、取扱いの量、種類などが限定的であることや、取引の安定性・信頼性の観点からも中央卸売市場の流通システムに代わるものにはなり得ません。したがって、中央卸売市場は、これからも生鮮食料品等の流通を担う基幹的インフラとして維持していく必要があります。

## ● 生鮮食料品が卸売市場を通して取引される理由

生鮮食料品の次のような特性によるものです。

- (ア) 腐敗しやすく貯蔵性に欠けるため、冷蔵庫などの低温貯蔵施設等を備えた専用の施設で、迅速に取引を行う必要がある。
- (イ) 品目や品種が多種多様で規格化しにくいいため、現物を見て取引する必要がある。
- (ウ) 生産者と需要者（※）が多数存在するため、1箇所に集めることで取引の効率性を高める必要がある。
- (エ) 供給量が気象条件等の影響を受けて大きく変動し不安定であるため、日々、変動要素を踏まえた適正な価格形成をする必要がある。

※「需要者」…小売店や量販店、病院、加工業者等の生鮮食料品の需要のある者。

## ● 卸売市場の主な機能

卸売市場の主な機能は次の5つです。

- (ア) 食生活に必要な多種多様な生鮮食料品等を安定的に豊富に集める。（集荷機能）
- (イ) 集めた生鮮食料品等に需給を反映した迅速かつ公正な評価を行い、適正な価格を形成する。  
(価格形成機能)
- (ウ) 集めた生鮮食料品等を迅速・確実・効率的に分荷する。（分荷機能）
- (エ) 販売代金の迅速かつ確実な決済を行う。（代金決済機能）
- (オ) 生産者や小売業者などの多種多様なニーズに応えるための情報収集・発信を行う。（情報受発信機能）

## Ⅱ 中央卸売市場の要件及び運営主体

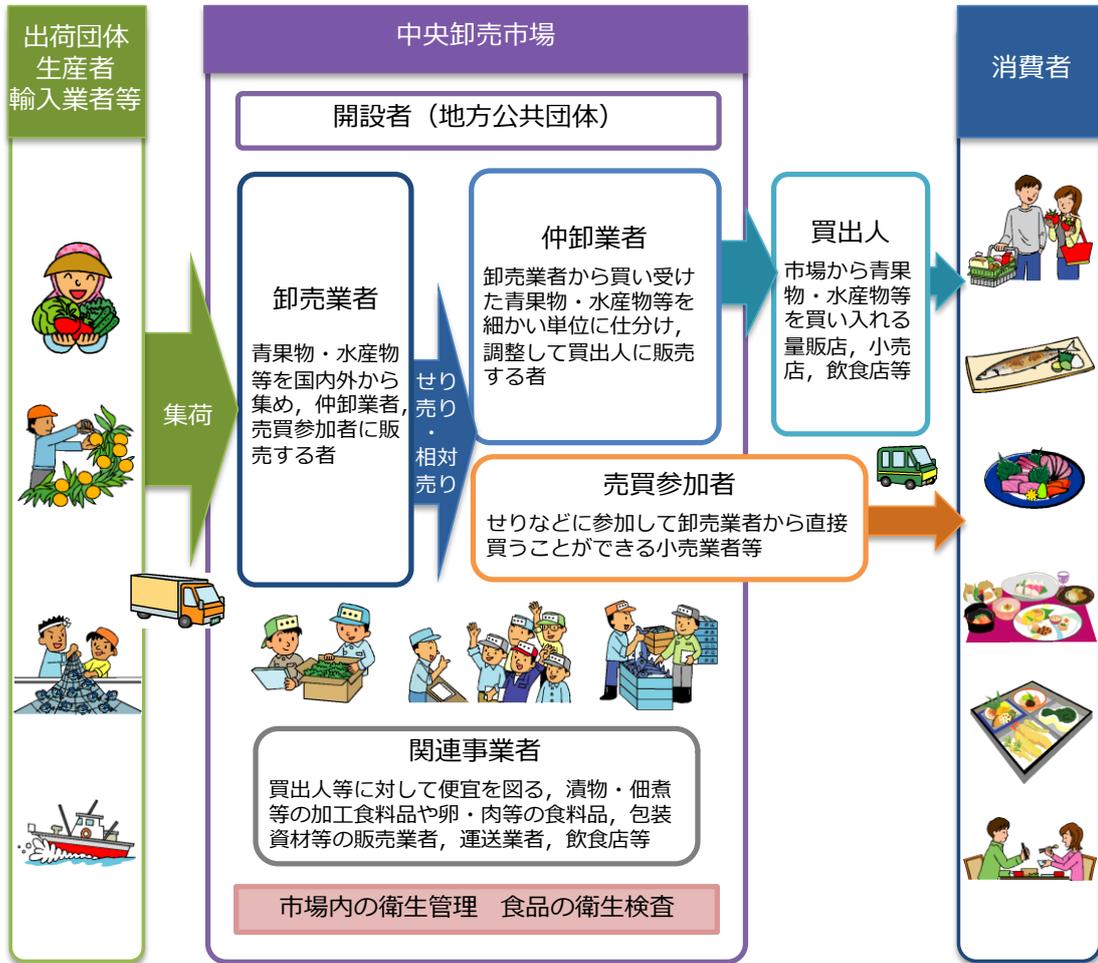
中央卸売市場とは、都道府県、人口 20 万人以上の市、又はこれらが加入する一部事務組合もしくは広域連合が、農林水産大臣の認可を受けて開設する卸売市場です。青果では全国 37 都市に 51 の中央卸売市場、水産では全国 30 都市に 35 の中央卸売場があります。（平成 27 年 4 月時点）

中央卸売市場は、卸売市場法に基づいて、農林水産大臣の認可を受けた地方公共団体によって開設され、それぞれ許可・承認等を受けた以下の者によって運営されています。

- ① 開設者：地方公共団体（農林水産大臣認可）
- ② 卸売業者：株式会社等（農林水産大臣許可）
- ③ 仲卸業者：株式会社、個人等（開設者許可）
- ④ 関連事業者：株式会社、個人等（開設者許可）
- ⑤ 売買参加者：株式会社、個人等（開設者承認）

## オ 中央卸売市場の仕組み

中央卸売市場の仕組みは以下のとおりです。



青果部のせりの様子



水産物部のせりの様子



衛生検査の様子



教えて！

一般の人が京都市中央市場で買い物をすることはできますか？

京都市中央市場は、小売店(青果店、鮮魚店等)や量販店(スーパー等)、飲食店などプロの方が商品を購入するための卸売市場です。衛生管理や安全管理上の問題があり、市場内で一般の方は自由にお買い物できませんが、市場を流通した新鮮な生鮮食料品等は、市内の小売店や量販店等で購入していただくことができます。

なお、「食彩市」や「鍋まつり」などの市場開放イベントでは、一般の方も市場内でお買い物をしていただくことができますので、是非御参加ください。

## (2) 中央卸売市場を取り巻く状況

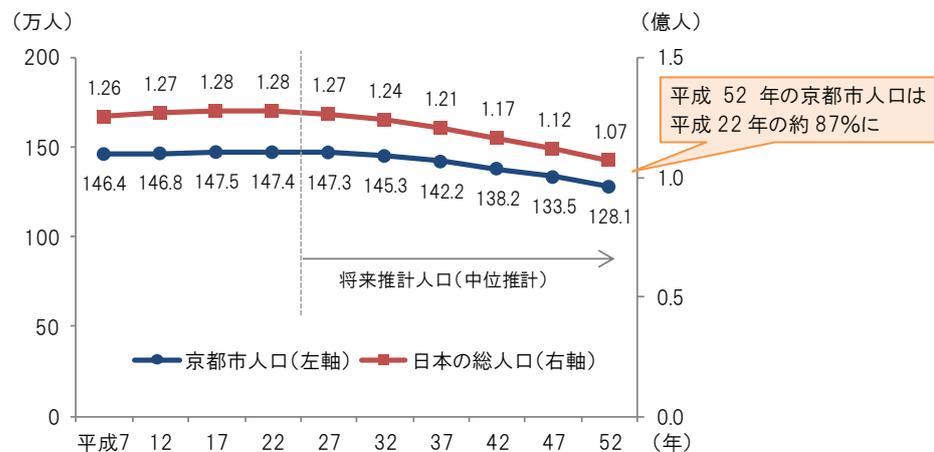
### ア 人口構造・年齢構成の変化と市民の消費量の減少

少子高齢化の進行に伴い、現在 147 万人の京都市の人口は、平成 52 年には 128 万人まで減少すると予測されています。また、65 歳以上の人口比率も、平成 52 年には 36.8%になると予測されています。(中位推計※)

今後、人口の減少と年齢構成の変化に伴い、京都市全体の食料消費量減少が見込まれます。

※「中位推計」…将来推計人口を推計する際に出生率、死亡率等の仮定値について、中位（出生率中位、死亡率中位仮定）を用いて推計したものを。

日本の総人口と京都市人口の推移



京都市 年齢別人口の推移



出典：総務省統計局「国勢調査」(平成 22 年まで)、京都府統計書／市区町村別将来推計人口(平成 27 年以降)  
国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口(平成 25 年 3 月推計)」(平成 27 年以降)

### イ 家族構成と食生活等の変化

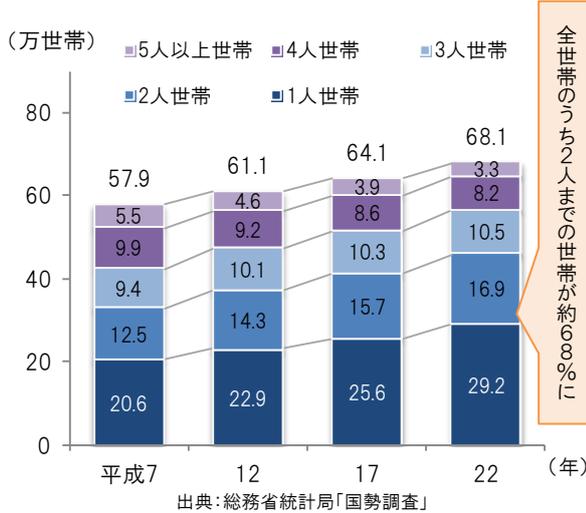
京都市においては、少子高齢化と核家族化の進行により、2 人までの世帯の増加が顕著です。

また、国全体として、中食(※1)や外食等の「食の外部化」や、個食(※2)の増加が見られますが、この傾向はさらに拡大していくことが予測されます。

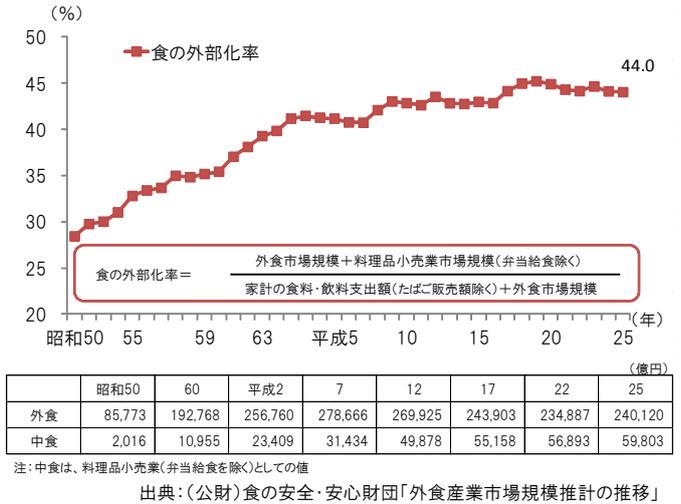
※1「中食」…家庭外で調理されたものを購入または配達を受けて家庭内で食べることを。

※2「個食」…家族みんなで食事を取るのではなく、個人個人で食事を取ることを。

京都市 世帯数及び世帯構成の推移



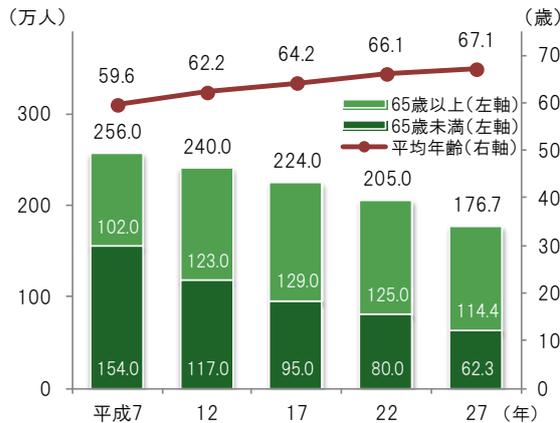
食の外部化率と外食・中食の市場規模（全国）



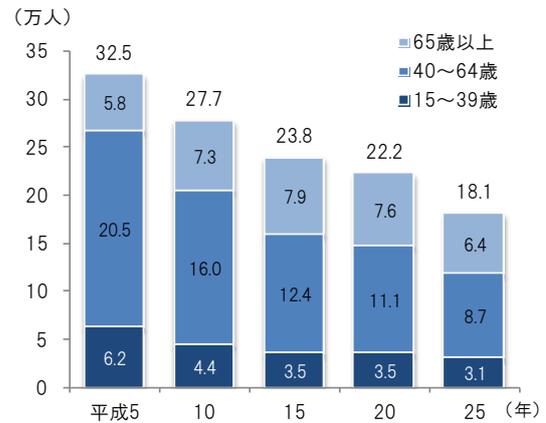
## ウ 農業・漁業従事者と生産量の減少

農業・漁業ともに従事者の減少と高齢化が進んでおり、担い手の減少が深刻化しています。それに伴い、国内における農水産物の生産量も、野菜が昭和 57 年度、果実が昭和 54 年度、魚介類が昭和 59 年度をピークに年々減少しています。

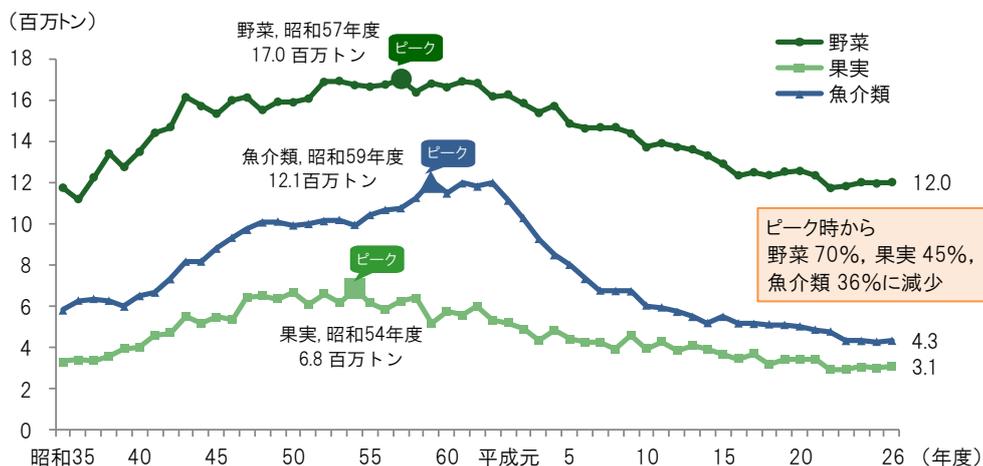
基幹的農業従事者数の推移（全国）



漁業従事者の推移（海面漁業のみ）（全国）



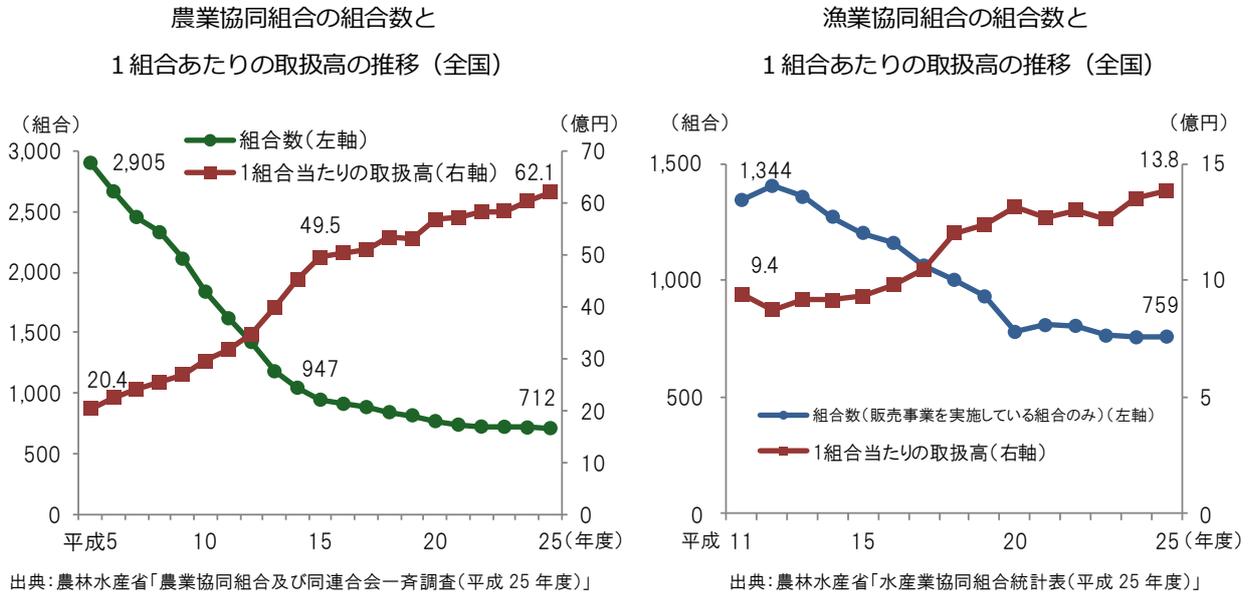
生産量の推移（全国）



## エ 産地の大型化・集約化の進行に伴う市場間競争の激化

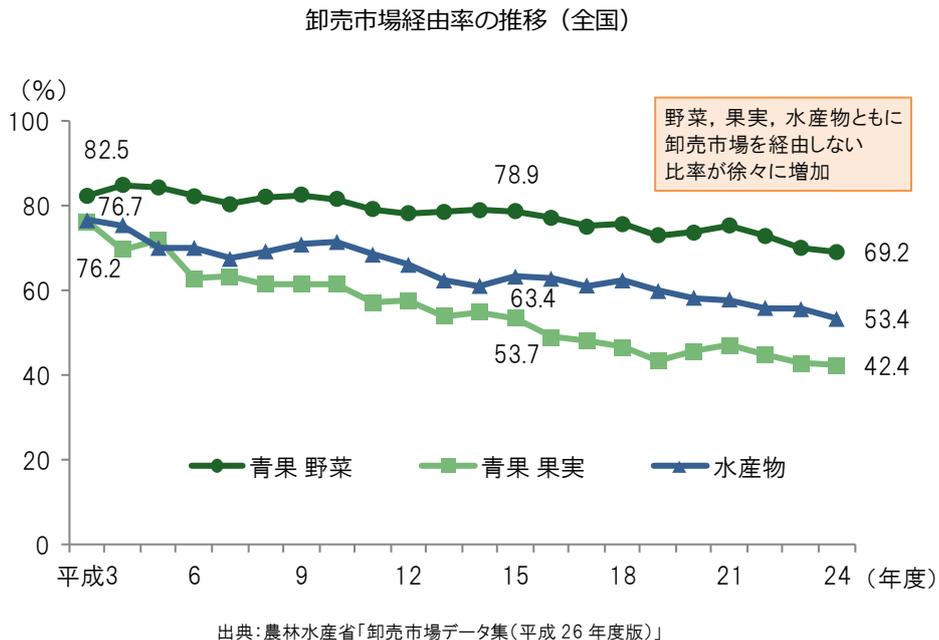
統合等による産地の大型化・集約化が進み、農業協同組合や漁業協同組合の組合数は減少傾向にある一方で、1組合あたりの取扱高は増加傾向にあり、物流コスト削減等の視点から、出荷先である中央卸売市場の選別が行われています。

産地の大型化・集約化の進行に伴い、中央卸売市場の集荷競争が厳しさを増していくことが予想されます。



## オ 流通形態の多様化に伴う市場経由率の低下

産地直送や直売、インターネット販売など、流通形態の多様化の進行とともに、卸売市場での価格形成を必要としない輸入品や加工品等の増加等により、卸売市場経由率は少しずつ低下していますが、我が国の生鮮食料品等の卸売市場経由率は、平成24年度で、野菜は69%、果実は42%(国産青果物に限れば85%)、水産物は53%を維持しています。

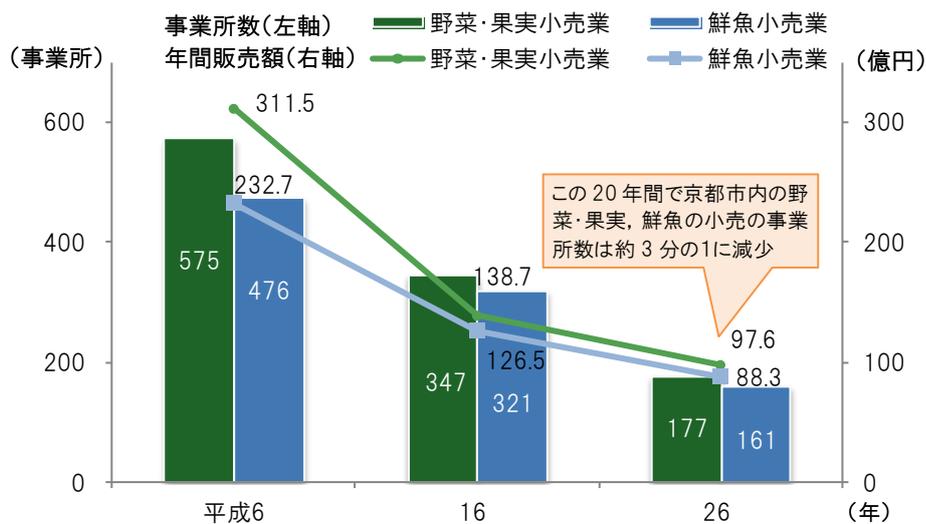


## カ 小売店の減少

量販店、コンビニエンスストア、直売所、インターネット等、生鮮食料品購入先の選択肢拡大等に伴い、小売店（青果店、鮮魚店等）は減少しています。京都市においても、野菜・果実小売業、鮮魚小売業ともに、平成 26 年の事業所数は、平成 6 年と比較すると約 3 分の 1 に減少しています。

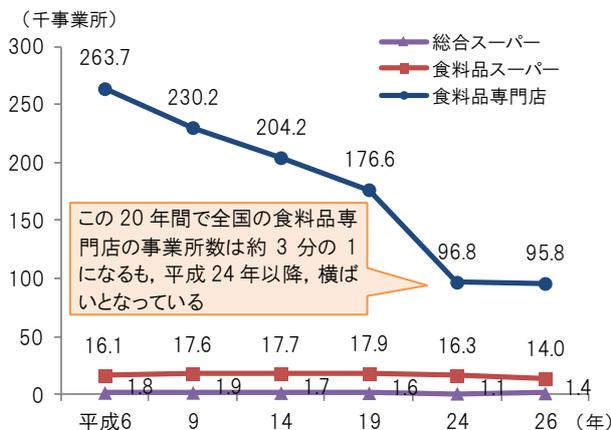
しかし、平成 24 年以降、全国的に食料品専門店（小売店）の事業所数と年間販売額は横ばいとなっています。

京都市 事業所数及び年間販売額推移（産業小分類「野菜・果実小売業」及び「鮮魚小売業」）

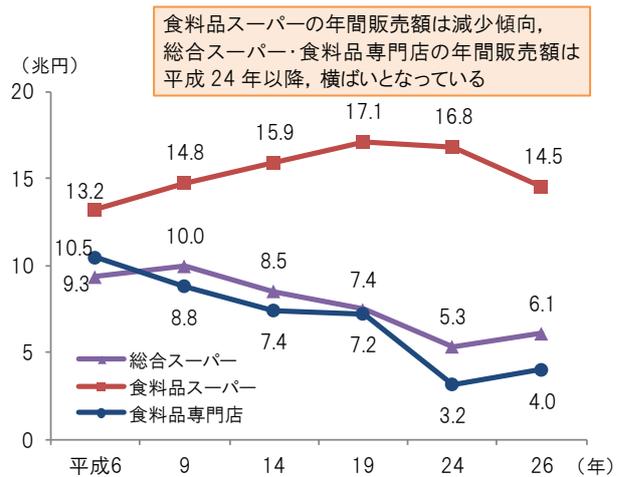


出典：経済産業省「商業統計」(各年版) ※平成 26 年は速報値

業態別事業所数の推移（全国）



業態別年間販売額の推移（全国）



出典：経済産業省「商業統計」(各年版) ※平成 26 年は速報値

### (3) 京都市中央市場の特徴

#### ア 日本初の中央卸売市場

京都の市場の歴史は、平安時代の「東西市」に端を発するとされ、時代とともに市場の形が変化してきましたが、大正12年3月に公布された中央卸売市場法に基づき、京都市中央市場は、昭和2年に日本初の中央卸売市場として開設しました。(昭和2年12月11日に鮮魚部、塩干魚部及び乾物部を開市し、昭和3年1月16日に青果部を開市)

京都市中央市場の開設当時は鉄道輸送が主流であり、鉄道引き込み線を備えたプラットホーム型の市場として、その後、全国各地で建設される中央卸売市場のモデルとなりました。また、戦時体制下の物資統制、戦後の物資欠乏などの困難な時期を経てなお今も変わらず、京都市内はもとより、京都府内、滋賀県、その他近隣府県の生鮮食料品等の円滑な流通を担う拠点として大きな役割を果たしています。

昭和2年開設時 卸売場



昭和2年開設時 仲卸売場



#### イ 京都市の中心部である京都駅西部エリアに立地

京都市中央市場は、京都市の中心部である京都駅西部エリアに位置しており、市内中心部に多くある小売店、量販店、加工業者、飲食業者等にとって非常にアクセスの良い立地となっています。

また、このエリアは、梅小路公園をはじめ、東本願寺、西本願寺や京都をつなぐ無形文化遺産「京・花街の文化」に選定された島原エリア、伝統ある商店街、京都水族館、京都リサーチパーク(KRP)など多彩な地域資源が集積しており、今後も京都鉄道博物館やJR新駅の開業が予定されているなど、大きな発展が期待されています。

京都駅西部エリア



## ウ 京野菜や塩干物の生産者等とのつながり

全国の中央卸売市場で唯一、近郷(京都府、滋賀県)産の野菜を専門に扱う卸売場と仲卸業者を有しており、京野菜ブランドと地元農家の経営を支えています。

また、塩干物を専門に扱う卸売場と仲卸業者を有しており、京の伝統的な食文化を支えてきました。

近郷卸売場



塩干物

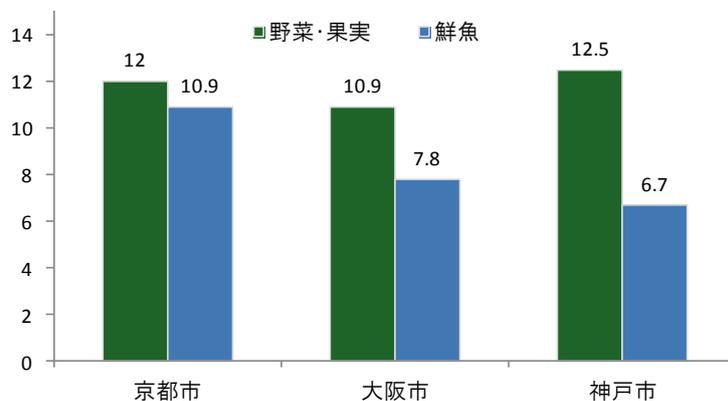


## エ 小売店とのつながり

中央卸売市場を流通した生鮮食料品等の多くは、青果店、鮮魚店等の小売店やスーパー等の量販店を通じて、市民の皆様の食卓に届けられています。京都市では、小売店とのつながりが深く、特に鮮魚店は、近隣の大都市よりも人口あたりの店舗数が多く、市場からの供給割合も高くなっております。

また、小売店の組合は京都市中央市場の中に事務所を有し、場内事業者と連携して、食育事業や鍋まつりなどの市場開放イベント等を実施しています。

人口10万人あたりの小売業事業所数



注)参考値として、平成26年事業数(商業統計)と平成22年人口(国勢調査)の数値を使用

小売店と連携した食の安全・安心の取組  
(のぼり・ポスター等の提供)



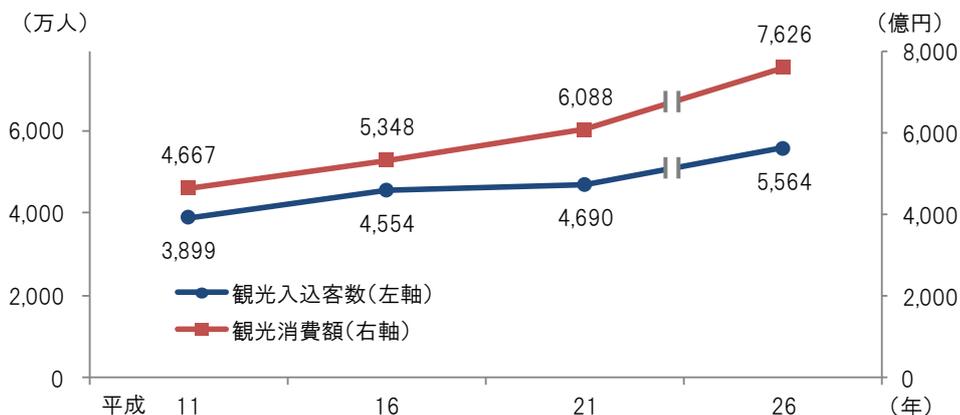
小売組合が実施する食彩市での魚さばき方教室



## オ 増加する観光客の食の需要を支える

外国人を含め、京都市を訪れる観光客数は近年大幅に増加(平成 26 年度年間入洛観光客 5,564 万人、宿泊観光客 1,340 万人)しており、それに伴い、観光消費額も大きく増加しています。京都市中央市場は、多くの料理屋やレストラン等の飲食店にも生鮮食料品等を供給することにより、増加する観光客の食の需要を支えています。

京都市 観光入込客数及び観光消費額の推移



出典: 京都府統計書/市町村別観光入込客数及び観光消費額, 京都市「京都観光総合調査平成 26 年」(平成 26 年のみ)  
注) 平成 23 年・平成 25 年に京都市分の調査基準が改定されたため平成 25 年以降と平成 22 年以前の値は比較できない。

## カ 京の食文化を育み、支える

京都市中央市場は、小売店や量販店等を通じて、市民の皆様にも種多様な生鮮食料品等を安定的に供給することで、京都の家庭のおかず(おばんざい)等の「京の食文化」やユネスコ無形文化遺産登録された「和食」を育み、支える役割を担っています。

また、食彩市や鍋まつりなどの市場開放イベント、市場見学会等、様々な取組を展開するとともに、京の食文化ミュージアム・あじわい館やすし市場等の市場関連施設を活用して、「京の食文化」の普及啓発を行っています。

京の食文化ミュージアム・あじわい館



すし市場



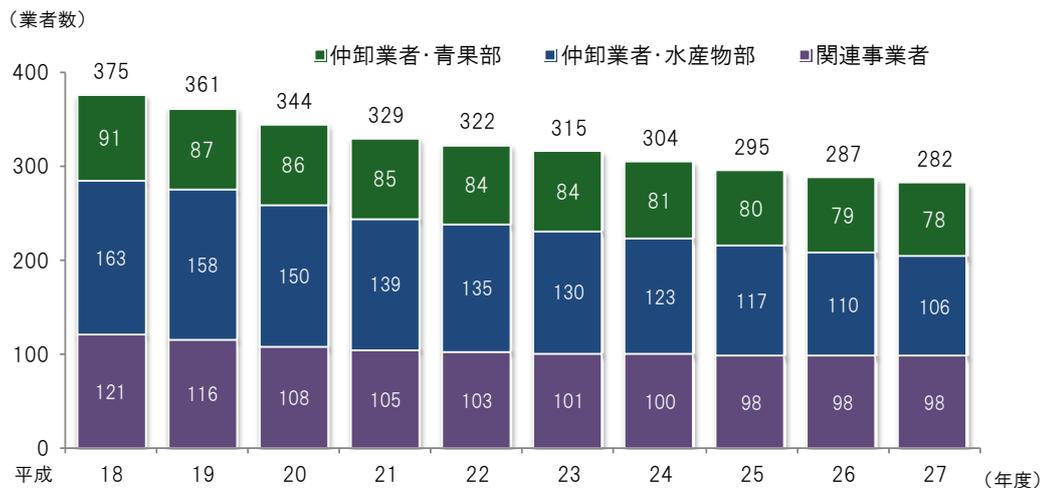
## (4) 京都市中央市場の現況

### ア 場内事業者数

京都市中央市場では、卸売業者 3 社(青果部 1 社, 水産物部 2 社), 仲卸業者 184 社(青果部 78 社, 水産物部 106 社), 関連事業者 98 社の計 285 社の事業者が営業しており, 約 3,000 人の人々が働いています。なお, 売買参加者は 2 社(水産物部 2 社)となっています。(平成 27 年 4 月 1 日現在)

京都市中央市場を取り巻く環境変化の影響や, 近年の仲卸業者の統合再編等の取組などにより, 仲卸業者数・関連事業者数ともに減少傾向にあります。

仲卸業者数・関連事業者数の推移



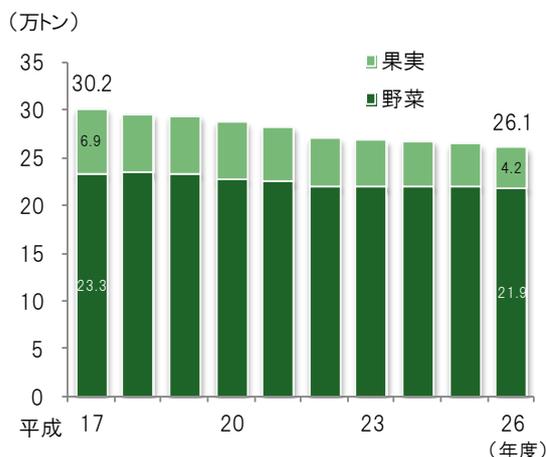
出典:京都市「市場概要」(平成 27 年度) ※各年度 4 月 1 日現在の値

### イ 取扱数量・金額

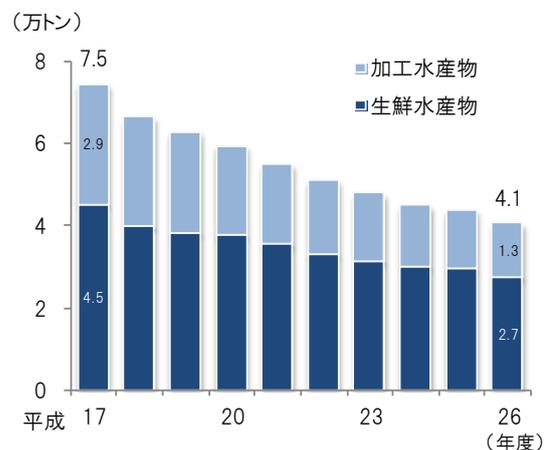
#### (ア) 取扱数量の推移

京都市中央市場の平成 26 年度の取扱数量は, 青果部で約 26 万 1 千トン(野菜:21 万 9 千トン, 果実:4 万 2 千トン), 水産物部で約 4 万 1 千トン(生鮮水産物:2 万 7 千トン, 加工水産物:1 万 3 千トン)ですが, これは 10 年前の取扱数量のそれぞれ 86%, 55%となっています。

青果の取扱数量



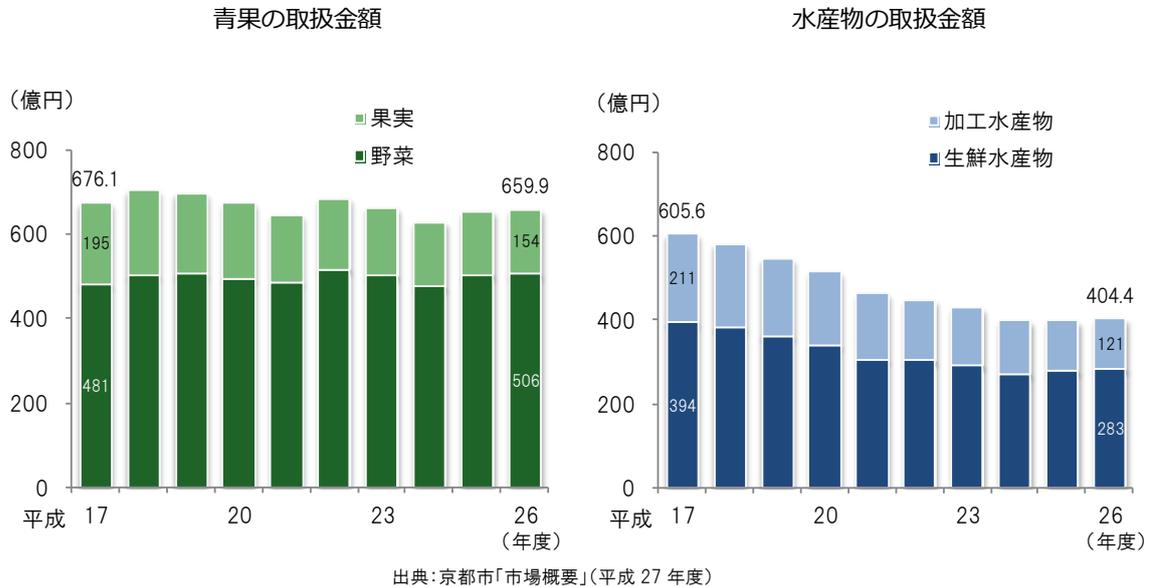
水産物の取扱数量



出典:京都市「市場概要」(平成 27 年度)

## (イ) 取扱金額の推移

京都市中央市場の平成 26 年度の取扱金額は、青果部で約 660 億円(野菜:506 億円, 果実:154 億円), 水産物部で約 404 億円(生鮮水産物:283 億円, 加工水産物:121 億円)ですが、これは 10 年前の取扱金額のそれぞれ 98%, 67%となっています。



## ウ 供給圏及び京都市内の年間需要量

京都市中央市場を経由した生鮮食料品等は、京都市内はもとより、京都府内や滋賀県、大阪府等の近隣府県にも供給されており、多くの人々の「食」を支えています。

京都市内の年間需要量(※)の推計は、青果が約 16 万 8 千トン、水産物が約 6 万 3 千トンの計約 23 万トンとなっています。

平成 26 年度の京都市中央市場の青果の取扱数量は約 26 万 1 千トンで、京都市内の年間需要量を大きく上回っており、京都市中央市場を通じて京都府や近隣府県にも多くの青果が供給されています。

平成 26 年度の京都市中央市場の水産物の取扱数量は約 4 万 1 千トンで、京都市内の年間需要量の約 3 分の 2 に相当する量を供給しています。

※「年間需要量」…農林水産省の定める1人あたり年間需要量(青果:0.1181t/人, 水産物:0.0440 t/人)に京都市人口(住民基本台帳人口)を乗じたもの。



## (5) 前マスタープランに基づく取組の推進

前マスタープラン「京都市中央卸売市場第一市場マスタープラン(改訂版)」では、市民の食生活を守るという使命を果たし続けるため、3つのビジョンとその実現に向けた9つの重点戦略を推進してきました。

### 3つのビジョンと9つの重点戦略

#### ビジョン1 安全・安心な市場をつくる

- 安全・安心で高い品質の生鮮食料品を安定的に供給し、震災等の災害時にもその機能を停止することなく、危機に即応できる食料供給の拠点としての役割を果たす。
- 環境問題に対応し、地球温暖化の防止や循環型社会の形成に資する市場を目指す。

【重点戦略】 1-1 食の安全拠点戦略

【重点戦略】 1-2 食品流通安心戦略

【重点戦略】 1-3 低炭素・循環型市場づくり戦略

#### ビジョン2 強い市場をつくる

- 市場と関係事業者の経営改革を積極果敢に進め、京都ならではの強みを生かしながら、市場間競争において優位に立つことのできる強い市場へと脱皮する。

【重点戦略】 2-1 物流機能強化戦略

【重点戦略】 2-2 市場ブランド化戦略

【重点戦略】 2-3 市場関係事業者経営力アップ戦略

#### ビジョン3 市民に愛される市場をつくる

- 豊かな食文化の発信を通じて市民や来訪者にとっての魅力を高め、市民に愛され市民が誇れる市場となることを目指す。

【重点戦略】 3-1 京の食文化及び食育の拠点戦略

【重点戦略】 3-2 にぎわいづくり戦略

【重点戦略】 3-3 産地との交流連携戦略

## 取組の進捗状況及び総括

### ビジョン1 安全・安心な市場をつくる

「**食の安全拠点戦略**」について、「京都市中央卸売市場第一市場施設整備基本構想」や「京都市中央市場施設整備基本計画」の策定により、施設の耐震化に向けた方策やスケジュールを明確化した一方で、市場全体としてのBCP(事業継続計画)は整っておらず、本格的な検討を始める必要があります。

「**食品流通安心戦略**」について、京都市衛生環境研究所第一検査室による監視、検査、指導を実施するとともに、衛生環境改善の推進等により市場関係者の意識を高める取組を進めてきました。引き続き、HACCP の考え方を採り入れた衛生・品質管理体制の構築・運用を目指した取組などにより、衛生意識をさらに高めていく必要があります。

「**低炭素・循環型市場づくり戦略**」について、場内照明のLED化やリサイクルの推進などに取り組んできました。今後、施設面の制約等を踏まえながら、施設整備を契機として市場関係者一体となって省エネルギー・創エネルギーをはじめとする低炭素・循環型の市場づくりを進めていく必要があります。

### ビジョン2 強い市場をつくる

「**物流機能強化戦略**」について、青果配送加工センター(京都青果センター)を整備するなど、物流機能を強化するとともに、低温卸売場の設置などコールドチェーン化の取組を進めてきました。今後、施設整備を進める中で、場内物流の更なる効率化や施設の低温(定温)化を進めていく必要があります。

「**市場ブランド化戦略**」について、卸売業者を中心に、新たな産地や商品の開拓やプロモーションなどに取り組むとともに、つながりプロジェクト等を通じて情報発信強化の取組を進めてきました。引き続き、市場のブランド力を高める取組を進めていく必要があります。

「**市場関係事業者経営力アップ戦略**」について、学識経験者や市場関係者等で研究会を設置してアクションプランを策定し、取扱数量増加や販路開拓に向けた取組を進めてきました。また、せり割合の見直しや事務手続きの簡素化、場内事業者への経営指導などを実施して、場内事業者の経営力強化に向けた取組も進めてきました。今後も仲卸業者を中心に、場内事業者のさらなる経営力強化を促進していく必要があります。

### ビジョン3 市民に愛される市場をつくる

「**京の食文化及び食育の拠点戦略**」、及び「**にぎわいづくり戦略**」について、京の食文化ミュージアム・あじわい館を開設して、食育や京の食文化の普及啓発に努めてきました。また、すし市場をオープンして魚食普及を進めているところです。引き続き、周辺地域とも連携し、京の食文化の発信や食育の取組、にぎわい創出の取組を進めていく必要があります。

「**産地との交流連携戦略**」について、産地交流事業や食の海援隊・陸援隊事業、産地との連携による料理教室の実施等、市場関係者と産地との交流・連携を図る取組を進めてきました。今後も産地との結びつきを強め、信頼関係を深めていく必要があります。

### 3 京都市中央市場の課題について

京都市中央市場が抱える主な課題として、以下の8つが挙げられます。

#### 課題1 安全・安心・安定への取組強化

消費者の意識の高まりを背景とした「食」の安全・安心に対する社会的要請に対応するとともに、安定した供給を図るためには、閉鎖型施設の整備やコールドチェーンシステムの確立等が不可欠です。また、施設整備期間中においては、仮設店舗等での営業となることから、衛生・品質管理意識の一層の向上や業務の効率化などの対策を市場関係者が一体となって進めていく必要があります。

#### 課題2 集荷力・販売力の強化

農水産物の生産量の減少等が見込まれる中、安定した集荷を確保するために、京都府をはじめ全国の産地や生産者と京都市中央市場との関係を一層強化していく必要があります。

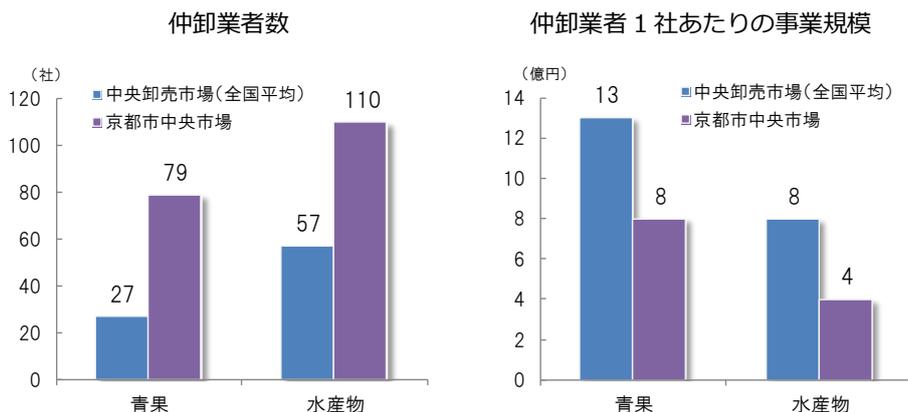
また、食生活、食習慣の変化等により農水産物の需要が減少する中、販売力を強化するため、効率的な物流動線と高い衛生・品質管理水準を備えた市場への変革に向けて、卸売業者、仲卸業者、買出人の一層の関係強化が求められます。さらに、今後、高齢化が進む中で、「歩いて買いに行ける距離にある」地域に根差した小売店との更なる連携強化も求められています。

#### 課題3 場内事業者の経営体質強化

京都市中央市場の仲卸業者の数は、全国の中央卸売市場の平均よりも多く、仲卸業者1社あたりの事業規模(※)が小さい状況が伺えます。

今後、集荷・販売環境がさらに厳しくなることが予測され、近隣の市場との競争が激化する中で、統合再編をさらに促進する等、場内事業者の経営体質を強化し、競争力を高めていく必要があります。

※「仲卸業者1社あたりの事業規模」…市場の取扱金額を仲卸事業者数で除したもの。



注)中央卸売市場全国平均は、農林水産省「平成26年度卸売市場データ集」(平成27年4月)より算出。いずれも平成25年度の値。

#### 課題4 環境負荷の低減

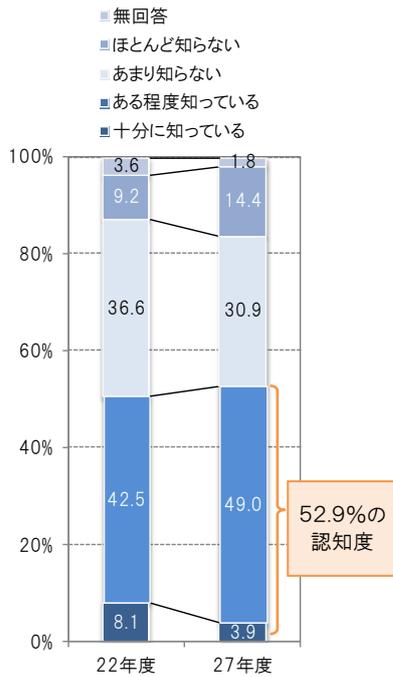
現施設の大部分は、昭和40年代から60年代にかけて整備されたものであり、今日の環境・エネルギー問題に関する社会的な要請に応えられる施設整備を行う必要があります。また、省エネルギー・創エネルギー設備を導入することでランニングコストを低減させ、場内事業者の経営とともに、市場全体の収支改善にもつなげる必要があります。

## 課題5 京の食文化の普及促進と観光需要の取り込み

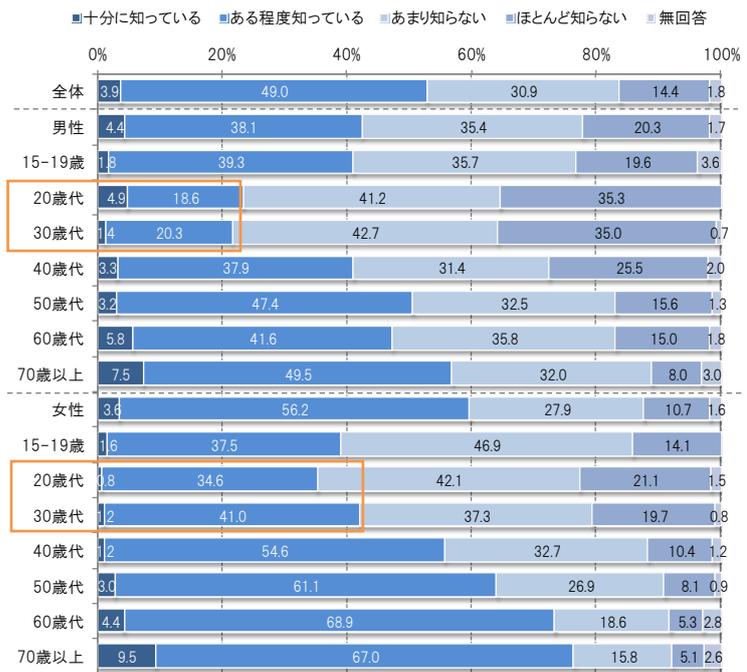
京都市民の京の食文化(行事食や儀礼食など)の認知度は、52.9%となっており、20歳代や30歳代の若い世代が低くなっています。京都をつなぐ無形文化遺産に選定された「京の食文化」が、家庭の食卓を通じて次世代へ引き継がれていくよう、更なる普及啓発を図る必要があります。

また、近年、京都市を訪れる観光客は大幅に増加しています。この観光客の増加に伴う「食」の需要を市場の取扱数量等の増加につなげていく取組が求められています。

京都市民の京の食文化認知度の推移



京都市民の京の食文化(行事食や儀礼食など)の認知度・性年齢区分別(平成27年度)



出典:平成27年度京都市食育に関する意識調査

## 課題6 健康長寿社会の実現に向けた市民の理解促進

健康寿命(健康上の問題で日常生活が制限されることなく生活できる期間)の延伸は、市政の重要課題の一つです。魚介類や野菜・果実を中心とした食生活が「健やかな人生」につながることを広くPRすることで、健康長寿社会の実現とともに市場の取扱数量等の増加につなげていく取組が求められています。

## 課題7 京都駅西部エリアの活性化への寄与

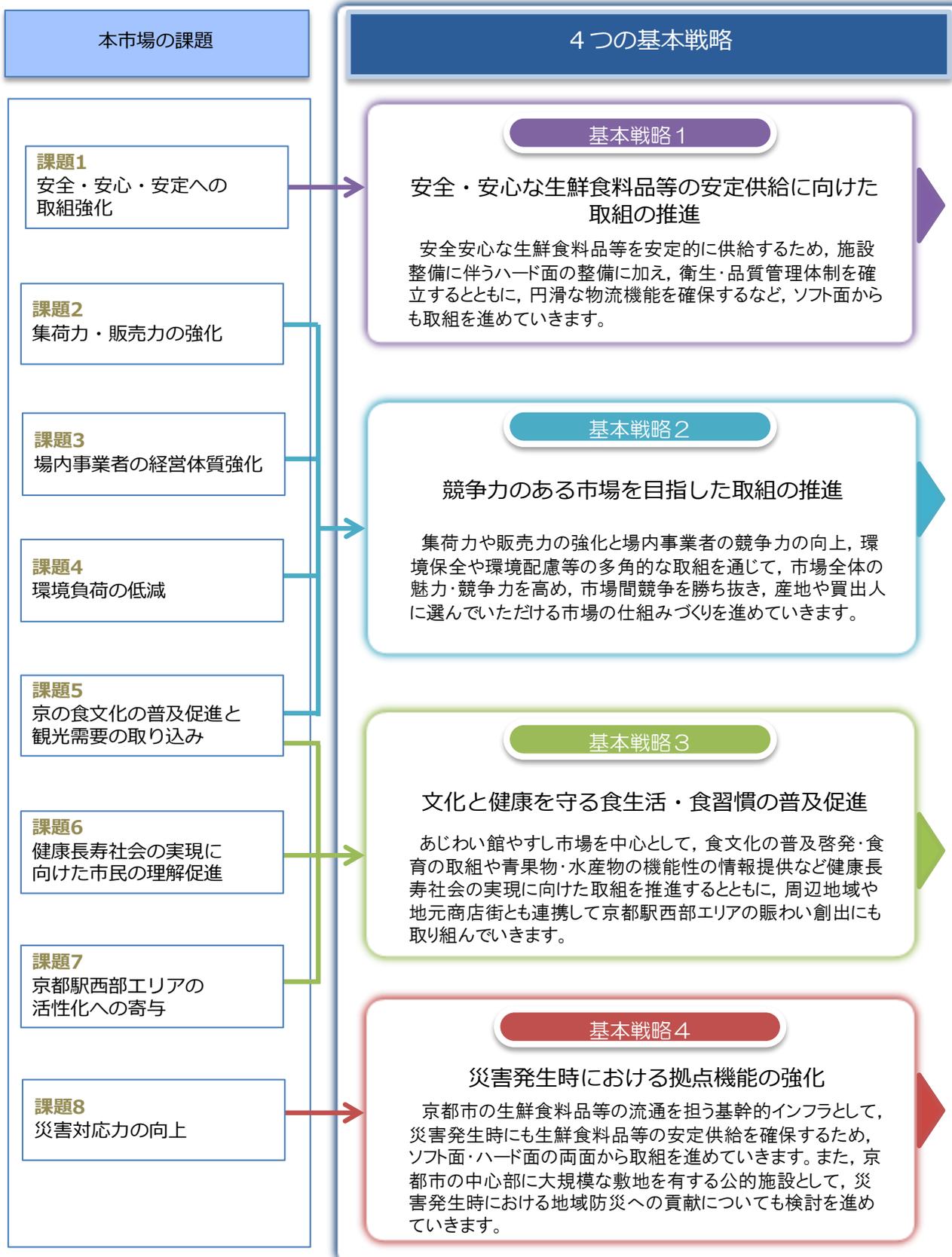
梅小路公園をはじめ、東本願寺、西本願寺や京都をつなぐ無形文化遺産「京・花街の文化」に選定された島原エリア、伝統ある商店街、京都水族館、京都リサーチパーク(KRP)など多彩な地域資源が集積し、京都鉄道博物館やJR新駅の開業も控える京都駅西部エリアは、将来の京都の文化・経済を牽引する大きな可能性を秘めたエリアです。このエリアで京都市中央市場が地域の活性化、賑わい創出、観光創出に大きく寄与することを期待されています。

## 課題8 災害対応力の向上

京都市の中心部にある京都市中央市場は、大規模災害発生時においても、生鮮食料品等の調達・供給拠点としての役割を果たしていく必要があります。その役割を果たすため、施設の耐震化を図るとともに、BCP(事業継続計画)策定や周辺地域との連携強化が求められています。

## 4 課題解決に向けた基本戦略について

京都市中央市場の課題解決に向けて、4つの基本戦略とこれに基づく取組を実施することで、食への信頼と京の食文化を支える“先進的食品流通拠点”を目指します。



## 基本戦略に基づく取組事項

### (1) 衛生・品質管理体制の確立

- ① 衛生・品質管理水準の高度化
- ② 施設整備に伴う新機能の導入

### (2) 生鮮食料品等の量と質の安定確保

- ① 安定した生鮮食料品等の供給の確保
- ② 円滑な物流機能の確保

### (1) 集荷・販売に関する競争力の強化

- ① 集荷力強化に向けた取組
- ② 販売力強化に向けた取組
- ③ 京野菜のブランド力強化と地産地消への取組
- ④ 増加する観光需要を取り込む取組
- ⑤ 輸出の推進
- ⑥ 加工・調製・保管・配送機能の充実

### (2) 場内事業者の競争力の強化と民間活力の導入

- ① 事業者の経営力強化
- ② 市場の担い手の確保と育成の取組
- ③ 民間活力の導入
- ④ 場内団体の体制の再検討

### (3) 環境保全・環境配慮に関する取組の強化

- ① 環境保全の取組
- ② 市場運営のランニングコストの低減と環境配慮の取組

### (1) 京の食文化の継承や健康長寿につなげる食生活の普及啓発、食育への取組

- ① 若い世代を中心とした食文化・食習慣の普及啓発の取組
- ② 青果物・水産物の消費拡大に向けた取組
- ③ 健康長寿社会の実現に向けた食生活の啓発

### (2) 京都駅西部エリアの賑わい創出への寄与

- ① 周辺地域の活性化への貢献と観光資源としての魅力の創出

### (1) 災害発生時における市場機能の維持

- ① 災害発生時にも安定稼働する施設・設備の整備
- ② 災害発生時にも機能するシステムの構築

### (2) 災害発生時における地域への貢献

- ① 災害発生時における地域防災活動拠点機能

マスター  
プランの  
目標

食への信頼と京の食文化を支える

“先進的食品流通拠点”

へ

## 5 先進的食物流通拠点の実現に向けて

- ★ ・本プランにて新たに取り組む項目（ソフト面）
- ・京都市中央市場施設整備により実現に取り組む項目（ハード面）

### 基本戦略1

### 安全・安心な生鮮食料品等の安定供給に向けた取組の推進

安全・安心な生鮮食料品等を安定的に供給するため、施設整備に伴うハード面の整備に加え、衛生・品質管理体制を確立するとともに、円滑な物流機能を確保するなど、ソフト面からも取組を進めていきます。

#### (1) 衛生・品質管理体制の確立

##### ① 衛生・品質管理水準の高度化

- HACCP（※1）の考え方を採り入れた衛生管理システムを導入し、場内事業者の衛生管理、品質管理水準を向上

★ 場内事業者と連携し、新施設における新しい品質管理制度、総合品質保証機能（※2）を確立

※1「HACCP」…食品の製造過程で発生するおそれのある衛生品質上の危険性をあらかじめ分析し、安全確保のために監視すべき重要管理点を定め、これを継続的に監視・記録する工程管理の手法。

※2「総合品質保証機能」…施設整備を契機に、場内流通の各作業工程におけるリスク要因の特定を行うとともに、品質状態の分析や対策を行い、さらに食品のトレーサビリティ（食品の移動の把握）を確保することで、市場流通全工程を対象にリスク管理能力の向上を図るための機能。

##### ② 施設整備に伴う新機能の導入

- 外気や小動物の侵入を遮断し、衛生管理の飛躍的な向上を図るため、閉鎖型施設を整備
- 閉鎖型施設内を一定温度以下に保つことで、コールドチェーンシステム（※）を確立
- 品質管理の徹底と場内物流動線の効率化のため、市場出入口を限定し車両管理ゲートを設置

※「コールドチェーンシステム」…生鮮食料品等の鮮度や品質を保つため、集荷から販売まで一貫して適切な温度（低温・冷蔵・冷凍など）を保つ流通体系。

新施設は閉鎖型施設とし、卸売場全体を一定温度以下に保つとともに、ソフト面でも対策を講じることで、市民の皆様により新鮮で安全・安心な生鮮食料品等をお届けできるようになります。また、これにより産地の皆様にとっても、より安心して出荷していただけるようになります。

(目標値)

温度管理  
可能な卸売場  
面積比率

現在  
(平成 26 年度実績)

23%



施設整備後

100%

## (2) 生鮮食料品等の量と質の安定確保

### ① 安定した生鮮食料品等の供給の確保

- 産地への消費者ニーズの伝達や意見交換等の交流促進により、産地と京都市中央市場との結びつきを強化
- 他市場の卸売業者等と連携して共同集荷等を実施することにより、商品の品揃えと集荷力を強化

### ② 円滑な物流機能の確保

- 計画的な整備工程の設定により、円滑な物流動線および荷捌きスペースを確保
- 駐車場やトラック待機場等を確保することにより、安定的な入出荷を実現
- 限られたスペースを有効活用するための施設の適正配置を検討
- 通路など場内の共有スペースの効率的な活用

施設整備期間中においても、取扱数量を維持・拡大することで、市民の皆様により安定的に生鮮食料品等をお届けします。

(目標値)

市場  
取扱数量

現在  
(平成 26 年度実績)

30 万 t



10 年後  
(平成 37 年度目標)

10%増加

集荷力や販売力の強化と場内事業者の競争力の向上、環境保全や環境配慮等の多角的な取組を通じて、市場全体の魅力・競争力を高め、市場間競争を勝ち抜き、産地や買出人に選んでいただける市場の仕組みづくりを進めていきます。

## (1) 集荷・販売に関する競争力の強化

### ① 集荷力強化に向けた取組

- 産地育成や新規就農者支援の取組により、京都府内産青果物の京都市中央市場への出荷誘導を推進
- 産地への消費者ニーズの伝達や意見交換等の交流促進により、産地と京都市中央市場との結びつきを強化（再掲）
- 他市場の卸売業者等と連携して共同集荷等を実施することにより、商品の品揃えと集荷力を強化（再掲）
- 駐車場やトラック待機場等を確保することにより、安定的な入出荷を実現（再掲）

### ② 販売力強化に向けた取組

- ピッキングスペースの整備や衛生・品質管理水準の向上を図ることにより、量販店への対応力を強化
- 卸売業者と仲卸業者、青果と水産等の部間を超えた連携等により、小売店や量販店、飲食店等への営業・販売を強化
- 小売店、飲食店等のニーズに適切に対応し、仲卸業者との結びつきを強化・再構築
- 京都市中央市場を経由した生鮮食料品等のブランド価値を高める取組を推進
- 市場流通生鮮食料品等に関する情報発信を強化

### ③ 京野菜のブランド力強化と地産地消への取組

- 新施設においても、独立した近郷野菜売場と近郷仲卸店舗を設けることで、流通段階から京野菜のブランド化を促進
- 京都府内産農水産物の PR と京都市中央市場への出荷増に取り組むことで、地産地消を推進

#### ④ 増加する観光需要を取り込む取組

- 京都に新規出店するホテルや料理店等に対する仲卸業者の営業・販売を強化
- 京都の料理界と連携し、市場流通食材を使用した京料理やおばんざい等の PR を実施

#### ⑤ 輸出の推進

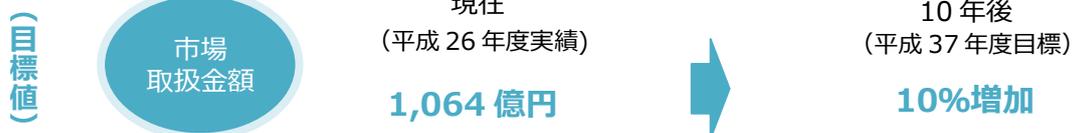
- アジア等への輸出拡大のため、海外見本市への出展等の P R 活動を継続的に実施
- ★ 消費地市場のメリットである商品の品揃えを最大限に活かした輸出推進策の検討
- 📖 輸出先が求める衛生・品質管理や加工・調製に対応可能な施設整備の検討

#### ⑥ 加工・調製・保管・配送機能の充実

- 📖 場内の加工・調製機能を高めるため、新施設の仲卸店舗内に加工スペースを確保
- 📖 場内の保管機能を高めるため、冷蔵庫スペースを確保
- 📖 配送機能及び買荷保管機能を高めるため、トラックバース及びピッキングスペースを確保
- 📖 新青果棟の効率的物流のため、コンピューター制御の新オペレーションシステム（※）導入を検討

※「新オペレーションシステム」…従来、人手による作業が中心であった入荷から出荷に至る作業工程の自動化、機械化を進め、コンピューター制御により作業時間の短縮や作業負荷の低減、徹底した在庫管理、品質管理を可能にするシステム。

施設整備期間中においても、集荷力、販売力を強化するなど、さまざまな取組を進め、取扱金額を維持・拡大することで市場の競争力を高めていきます。



## (2) 場内事業者の競争力の強化と民間活力の導入

### ① 事業者の経営力強化

- 市場全体の競争力を向上させるため、仲卸業者の統合・再編を積極的に支援
- ★ 仲卸業者の経営改善に向けて、経営・財務・法務等様々な分野の専門家による相談体制を確立
- 場内事業者が連携した、集荷・販売・配送等の取組を促進

### ② 市場の担い手の確保と育成の取組

- 市場の担い手の確保を支援するため、就労環境、雇用環境を改善
- 従業員研修やOJTの実施を支援し、専門知識や技術を持った次世代の担い手を育成
- 場内事業者の倫理規範の向上・コンプライアンス強化の取組を促進

### ③ 民間活力の導入

- ★ 冷蔵庫等の新たな設備について、民間活力の導入や共同設置・共同管理を検討
- 買出人や場内事業者の利便性を高めるため、合理的・効率的な駐車場運営を推進
- ★ 青果棟等の整備について、民間活力を活かしたPFI等の整備運営手法の導入可能性を検討

### ④ 場内団体の体制の再検討

- ★ 新施設において、合理的・効率的な市場運用ができるよう、場内団体の役割・体制を再検討

仲卸業者の統合・再編を積極的に支援するとともに市場の担い手の確保・育成を促進することで、売上高を増加させ、強い仲卸経営を推進します。また、民間活力の導入や場内団体の体制の再検討など多角的な取組を行うことで、市場全体の競争力を高めます。

		現在 (平成26年度実績)	10年後 (平成37年度目標)
目標値	売上高10億円以上の仲卸業者割合		
	青果	29%	50%
	水産	10%	30%

### (3) 環境保全・環境配慮に関する取組の強化

#### ① 環境保全の取組

- ごみの適正処理を推進するための分別等の取組を徹底
- 廃プラスチック、段ボール、発泡スチロール、パレット等のリサイクルを推進
- ★ 発泡スチロール等を減容する設備の導入を推進
- ★ ごみの適正処理とリサイクル推進等に向けた新施設における業務ルールの策定・運用

#### ② 市場運営のランニングコストの低減と環境配慮の取組

- ★ 新施設において、創エネルギー・省エネルギー・蓄エネルギーに関する設備導入を検討
- 📖 光熱水費等の抑制と施設設備のランニングコストの低減を見据え、計画的な施設設計を実施

ごみの分別の徹底や発泡スチロール等を減容する設備の導入などによりリサイクルを推進し、再資源化することでごみ減量を進めるとともに、市場運営のランニングコスト低減を図ります。

(目標値)

発泡  
スチロール  
の廃棄量

現在  
(平成 26 年度実績)

290 t



10 年後  
(平成 37 年度目標)

0 t

京都市中央市場にて導入を検討する環境配慮機能例

太陽光発電



LED 照明



あじわい館やすし市場を中心として、食文化の普及啓発・食育の取組や青果物・水産物の機能性の情報提供など健康長寿社会の実現に向けた取組を推進するとともに、周辺地域や地元商店街とも連携して京都駅西部エリアの賑わい創出にも取り組んでいきます。

## (1) 京の食文化の継承や健康長寿につなげる食生活の普及啓発，食育への取組

### ① 若い世代を中心とした食文化・食習慣の普及啓発の取組

- 京の食文化ミュージアム・あじわい館を活用した食育や京の食文化の普及啓発の取組を推進
- 教育機関と連携した食農育活動等を引き続き開催し，食育の取組を推進
- 市場見学会の開催等により，市場への理解を促進

### ② 青果物・水産物の消費拡大に向けた取組

- ★ すし市場等を活用した新たな「食」の情報発信イベント等を検討
- 施設整備期間中においても，工事の進捗に応じて，食彩市や鍋まつり等市場開放イベントの実施可能性を検討

### ③ 健康長寿社会の実現に向けた食生活の啓発

- 青果物・水産物の機能性や旬の時期の情報提供を強化

あじわい館を活用して，様々な食育事業等を実施することで，京の食文化の普及啓発や健康長寿社会の実現に向けた食生活に対する関心を高めていきます。

(目標値)

あじわい館  
累計来館者数

現在  
(平成 26 年度末時点)

49,066 人

あじわい館開設 2 年



10 年後  
(平成 37 年度末時点目標)

40 万人

あじわい館開設 13 年

## (2) 京都駅西部エリアの賑わい創出への寄与

### ① 周辺地域の活性化への貢献と観光資源としての魅力の創出

- 周辺地域や地元商店街等と連携し、新たな賑わいの創出に向けた取組を推進
- 賑わい施設、鉄道博物館、水族館をはじめとする近隣事業者と連携した取組を推進
- 新施設において見学者ルート等を整備することにより、周辺地域の賑わいの創出に貢献

周辺地域や地元商店街、近隣事業者などと連携して、賑わい創出の取組を進めることで、京都駅西部エリアのまちづくりや地域経済の活性化に寄与します。

(目標値)

周辺地域の  
新規開業  
店舗数

10年間で新規開業する店舗 20軒

#### これまでの食育の取組例

食の海援隊・陸援隊 産地支援活動



市場見学会



食彩市



小学校出前板さん事業



鍋まつり



商店街との連携事業



京都市の生鮮食料品等の流通を担う基幹的インフラとして、災害発生時にも生鮮食料品等の安定供給を確保するため、ソフト面・ハード面の両面から取組を進めていきます。また、京都市の中心部に大規模な敷地を有する公的施設として、災害発生時における地域防災への貢献についても検討を進めていきます。

## (1) 災害発生時における市場機能の維持

### ① 災害発生時にも安定稼働する施設・設備の整備



新施設において、非常用電源設備、充電スタンド、災害対応型給油所、地下水揚水施設等の施設・設備導入を検討



施設整備により市場施設全体を耐震化し、災害に強い市場を実現

### ② 災害発生時にも機能するシステムの構築



災害発生時における業務の早期復旧につなげるため、平常時から災害を意識した業務運営を検討・実施



災害等からの早期復旧を図るため、場内事業者の役割を含めた京都市中央市場全体としての BCP（事業継続計画）を策定

施設の耐震化を進めて災害に強い市場施設を整備するとともに、業務の継続や早期復旧のための備えを強化することにより、災害発生時にも市民の皆様に生鮮食料品等を安定供給できる備えを整えます。

BCP の策定

多様な災害を想定し、  
京都市地域防災計画と連動した京都市中央市場の BCP を策定

## (2) 災害発生時における地域への貢献

### ① 災害発生時における地域防災活動拠点機能

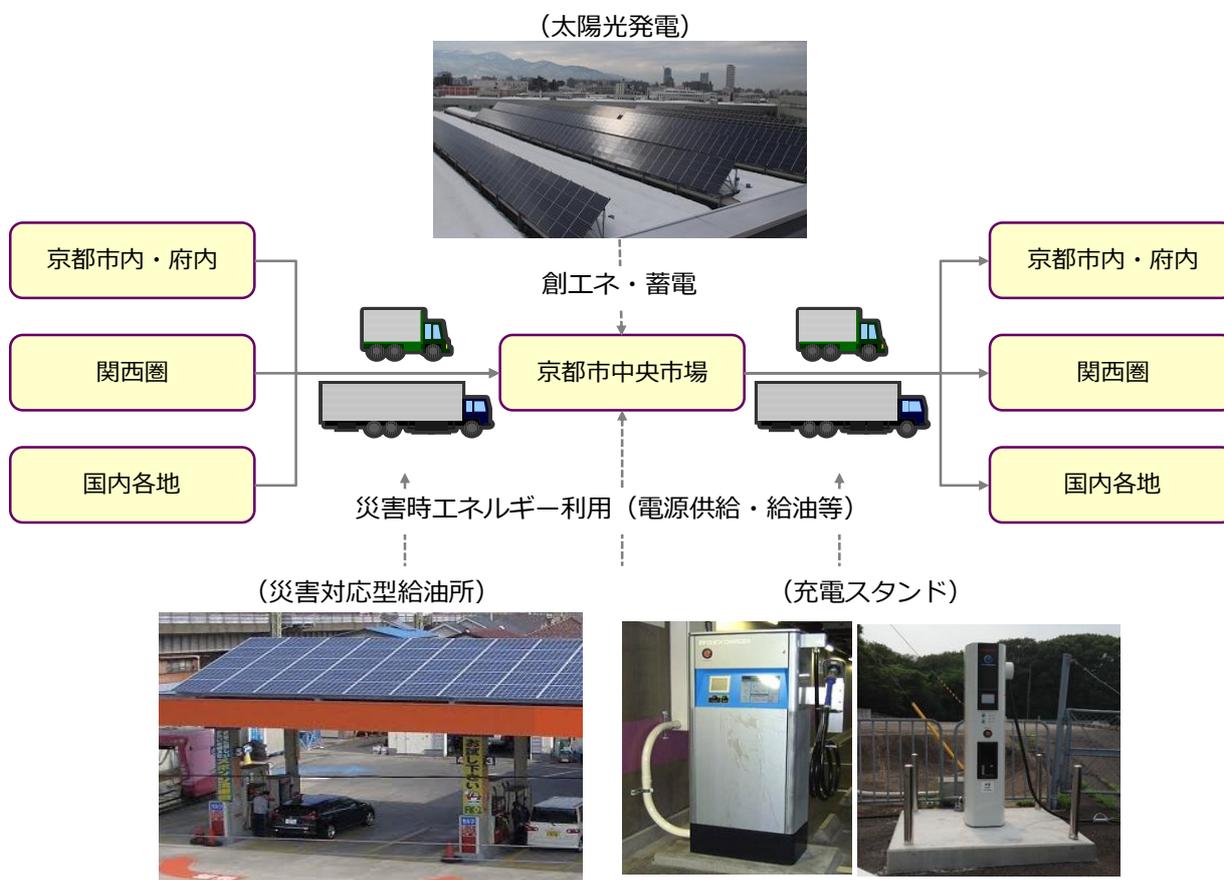
- ★ 地域との合同防災訓練の実施など，地域防災意識の向上に向けた取組を実施
- ★ 市場の設備・機材等を活用した市場周辺地域の復旧支援策を検討
- ★ 地域と一体となった効果的な地域防災活動の実施に向け，非常時協定の締結等を実現

京都駅西部エリアの一員として，地域防災活動などに参加し，地域とともに日頃からの備えに取り組むとともに，災害発生時には地域防災活動が円滑に行われるように，備えを整えます。

非常時協定の  
締結等

災害発生時の地域防災活動に備えた非常時協定の締結等

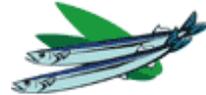
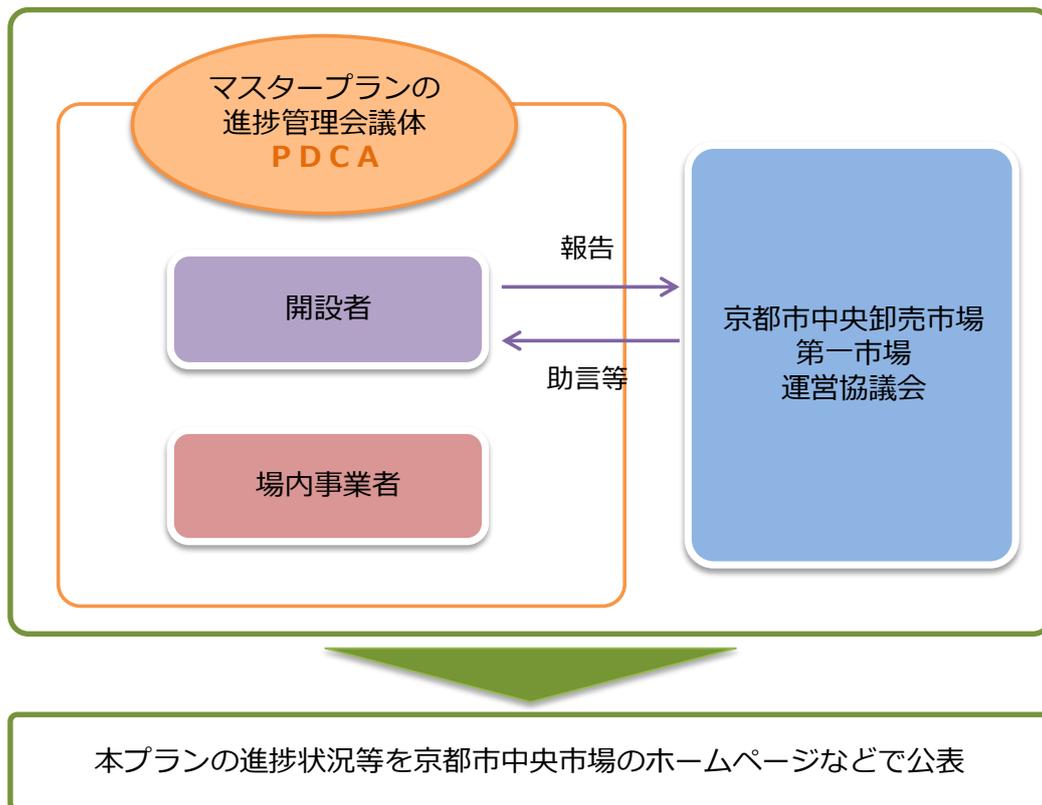
京都市中央市場にて導入を検討する災害対応機能例



## 6 本プランの運用について

本プランは、開設者（京都市）及び場内事業者等で構成する連絡調整会議体を通じて取組内容の確認、進捗の管理を行い、次年度取組に反映させていく PDCA (PLAN-DO-CHECK-ACTION) サイクルにより運用します。

また、京都市中央市場の運営に関する重要事項について審議するための京都市の附属機関である「京都市中央卸売市場第一市場運営協議会」に定期的に進捗状況を報告し、必要な助言等を受けるとともに、その内容を京都市中央市場のホームページなどで公表します。



## 參考資料

---

## 1. 第 10 次卸売市場整備基本方針（農林水産省）

卸売市場法第4条に基づき、卸売市場の整備を図るための基本方針を定めるものとして、「第 10 次卸売市場整備基本方針」(農林水産省)が平成 28 年 1 月 14 日に策定されました。

### 農林水産省 第 10 次卸売市場整備基本方針（抄）（平成 28 年 1 月 14 日策定）

#### <基本的な考え方（抜粋）>

卸売市場を取り巻く情勢は大きく変化し、かつ、その厳しさが増しているものの、卸売市場は、引き続き、国民へ安定的に生鮮食料品等を供給する使命を果たすとともに、今後、それぞれの多様性を踏まえた経営戦略的な視点を持って、生鮮食料品等の流通における中核として健全に発展し、産地との連携及び消費者や実需者の川下ニーズへの対応の強化を図り、その期待に応えていくことが必要である。特に、取扱物品の付加価値向上等の観点からも、各卸売市場において、低温（定温）管理や多温度帯管理等を通じたコールドチェーンの確立を含め、生産者・実需者から求められる品質管理が徹底された物流システムを構築することが急務である。

#### <卸売市場における経営戦略の確立（抜粋）>

卸売市場を一つの経営体として捉え、将来を見据えた卸売市場全体の経営戦略的な視点から、当該卸売市場の将来方向とそのために必要な戦略的で創意工夫ある取組を検討し、迅速な意思決定の下で実行に移す体制を構築する。

（中略）

経営展望を策定する場合は、各卸売市場の立地条件や強み・弱み等を踏まえ、目指すべき卸売市場としてのビジネスモデルの方向等を基本戦略として定めるとともに、開設者・市場関係業者それぞれが今後取り組むべき具体的な内容を行動計画として定め、明確にする。

その際のビジネスモデルの方向については、地域内における生鮮食料品等の安定的な供給を基本としつつ、

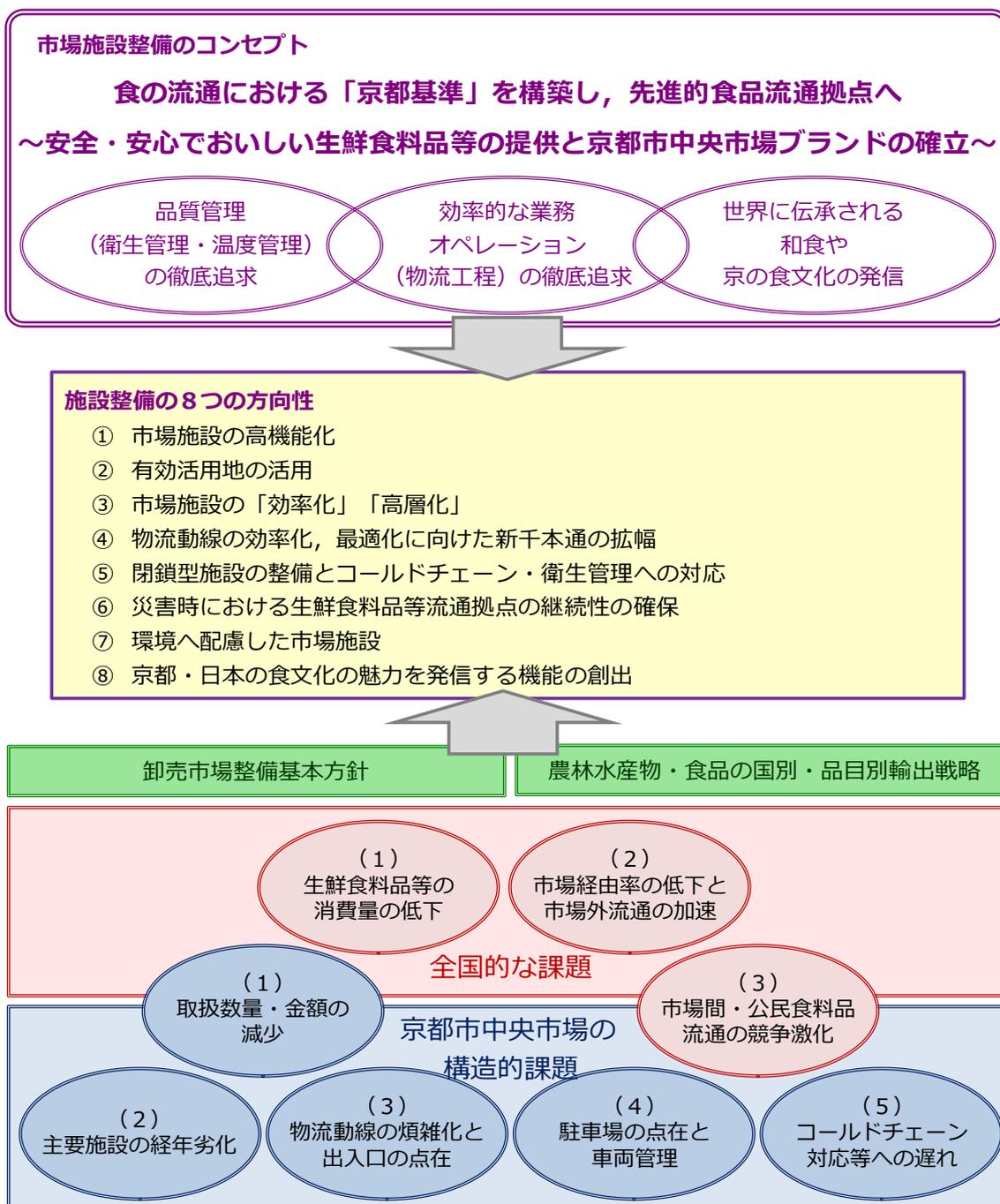
- ①大規模な集荷・分荷機能の発揮
- ②産地との連携による魅力ある生産物の集荷・販売
- ③加工・業務用ニーズに対応した機能強化と商品開発
- ④輸出等を通じた新たな需要開拓
- ⑤①から④までの複合型

等、当該卸売市場が置かれている状況等を十分に分析し、多様な市場関係者が一丸となり、市場全体としての最適を図るといった観点を市場関係者間で共有した上で定めるものとする。

## 2. 京都市中央市場施設整備基本計画

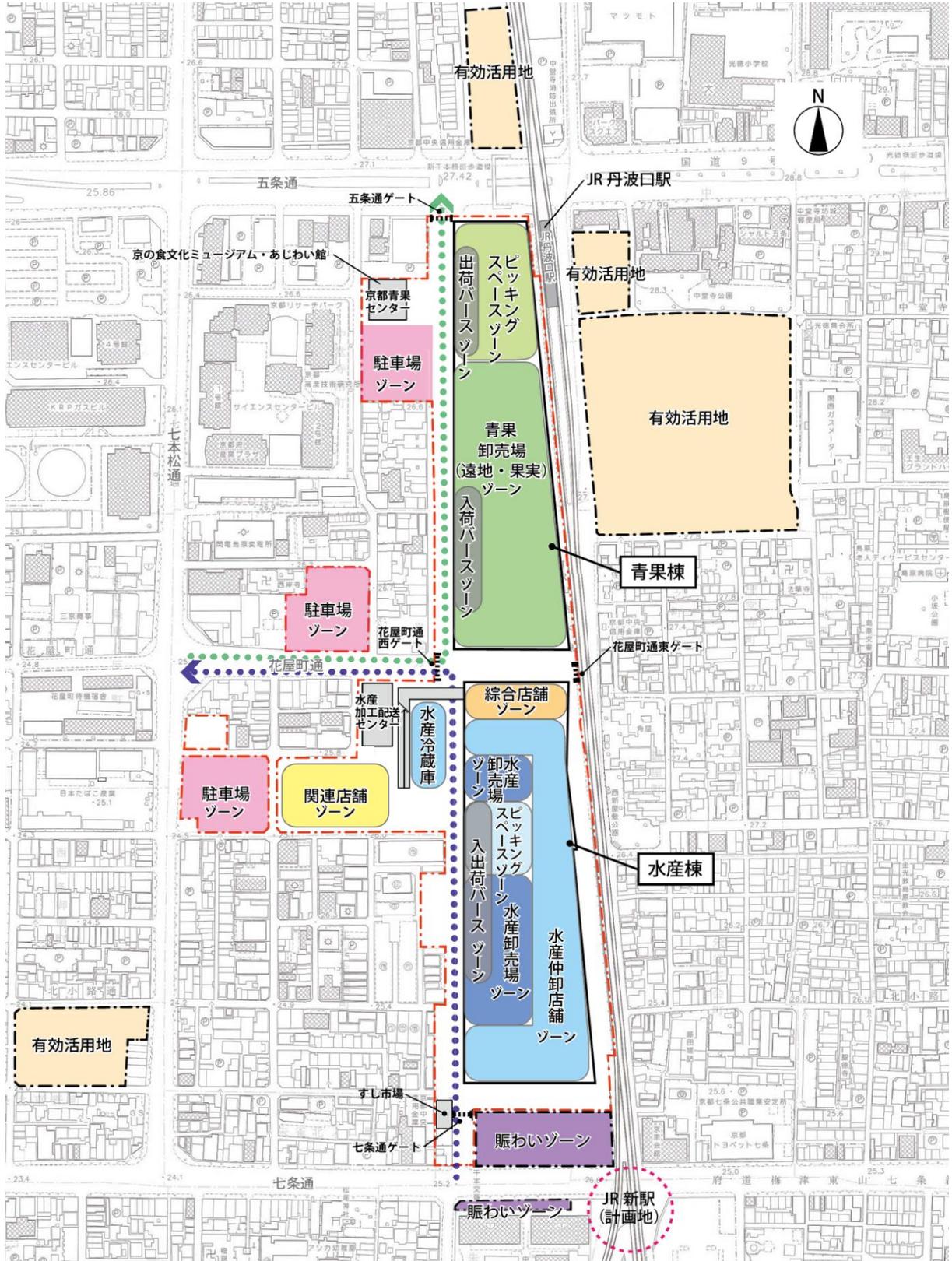
京都市中央市場では、「京都市中央市場施設整備基本計画」を平成27年3月に策定し、施設整備における施設配置、新規導入機能、施設整備・市場経営における民間活力等の導入等基本的な枠組みを定めました。

京都市中央市場施設整備基本計画 施設整備コンセプトと施設整備の8つの方向性

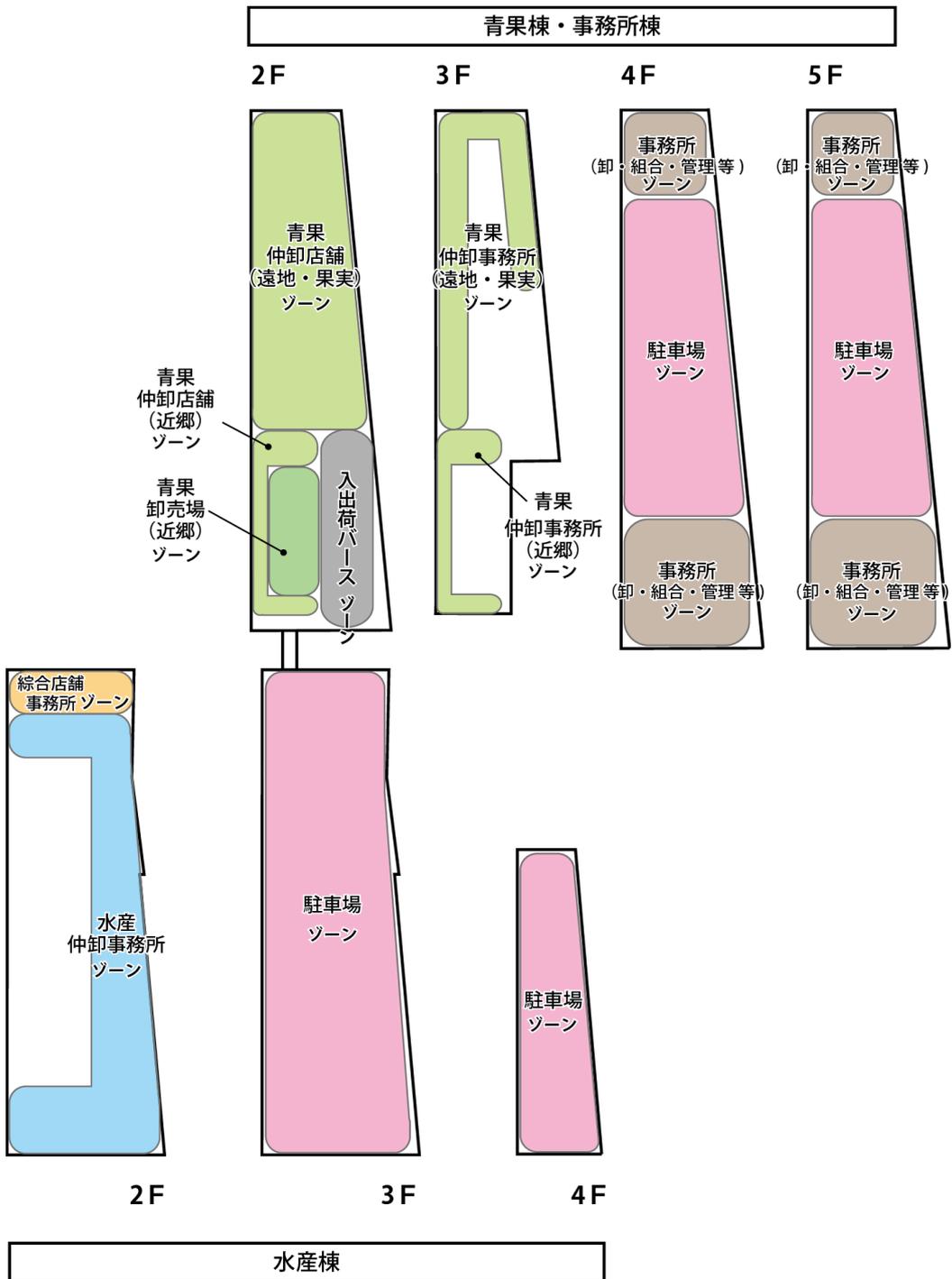


京都市中央市場施設整備基本計画 新市場施設配置図案

(1F)



(上層階)



### 3. 京都市中央市場に関する上位計画と主な関連計画等

#### <上位計画>

名称	はばたけ未来へ！京（みやこ）プラン 京都市基本計画
計画期間	平成 23 年度～平成 32 年度（2011 年度～2020 年度）
計画概要	京都市基本構想に基づく第 2 期の基本計画として、京都市の都市政策を進めていくうえでの基本となるもの
関連箇所	（政策分野 8 産業・商業） [市民に安心していただける流通体制の強化] ○市民に安全で安心な生鮮食料品を供給するため、中央卸売市場の施設機能の維持・充実，季節や旬を重んじる京都の食文化の継承や食育の推進，産地への支援や市民への食情報の提供等の取組を推進。

#### <主な関連計画等>

名称	「まち・ひと・しごと・こころ京都創生」総合戦略
計画期間	平成 27 年度～平成 31 年度（2015 年度～2019 年度）
計画概要	「まち・ひと・しごと創生法」に基づく総合戦略であり、「はばたけ未来へ！京プラン」の未来像実現のための、「人口減少社会への挑戦」という課題に対応する総合的・横断的分野別計画を示したもの
関連箇所	（基本目標③施策 1：新産業・新事業の創出支援，及び中小・小規模企業の事業の持続的発展支援） （基本目標⑤施策 2：安心安全な，便利で暮らしやすいまちづくり） [安全・安心でおいしい生鮮食料品及び食肉の提供と京都ブランドの確立に向けた施設整備の推進] ○京都市中央市場におけるより一層安全で安心な生鮮食料品及び食肉の提供のため，品質管理や効率的な物流工程を徹底する施設整備を行い，京都ブランドを確立するとともに，「食育」等の啓発事業による京の食文化の発信を通じて消費拡大を図る。

名称	下京区基本計画
計画期間	平成 23 年度～平成 32 年度（2011 年度～2020 年度）
計画概要	平成 23 年度から 10 年間の下京区のまちづくりの指針となるもの
関連箇所	（テーマⅡまちの魅力や資源をつなぐ，2まちの個性を生かし魅力を高めよう） [個性的な地域拠点の回遊性を高める] ○京都市中央卸売市場第一市場 京の食文化・食育推進の拠点としての活用，下京区フードツーリズム（食べ歩き・土産物づくり）の推進。

名称	京都駅西部エリア活性化将来構想
計画期間	平成 27 年度～平成 36 年度（2015 年度～2024 年度）
計画概要	多彩な地域資源が集積している京都駅西部エリアにおいて、大きく高まっている活性化の機運を確実にするために、将来ビジョンと取り組むべき方策を明らかにしたもの
関連箇所	<p>（方策 3 京都・日本の食文化の牽引）</p> <p>〔「食」の流通拠点としての京都市中央市場の機能強化〕</p> <p>○「伝統と革新の調和による先進的で競争力・対応力を有する「食」の流通拠点」を市場経営のコンセプトとして、経営改革や人の育成、施設整備などに取り組む。</p> <p>〔京都・日本の食文化の魅力発信〕</p> <p>○外国人観光客も含めた、より多くの人に京都・日本の食文化の魅力を知っていただけるよう、京都市中央市場の安心・安全な食材や、京の食文化ミュージアム・あじわい館、KYOCA(京果会館)を活用した食育、料理教室等を通して、魅力を発信する。</p> <p>〔「食」に関するイベントの開催〕</p> <p>○本エリア内の様々な事業者や団体等が連携し、京都市中央市場直送の強みをいかした特色あるイベントを開催する。</p> <p>（方策 7 新たな地域資源の創出と歴史・文化資源の継承）</p> <p>〔京都市中央市場整備に伴う「賑わいゾーン」や「有効活用地」の活用〕</p> <p>○京都市中央市場水産棟整備に伴い生み出される「賑わいゾーン」については、JR新駅から至近の距離にある強みを最大限にいかし、商店街等、他の地域資源との相乗効果を追求し、「すし市場」により創出された賑わいを更に大きな人の流れとするため、新たに賑わいを創出するエリアとして、全面的に活用する。</p> <p>併せて、「有効活用地」についても、平成 37 年度に青果棟の整備が完了することを見据え、本エリアの活性化に資する活用方法を検討する。</p>

名称	京都観光振興計画 2020
計画期間	平成 26 年 10 月～平成 32 年度末（2014 年 10 月～2020 年度末）
計画概要	世界があこがれる観光都市の実現に向けた施策・取組を示すもの
関連箇所	<p>（施策 12）</p> <p>〔和装、京の食文化、日本酒、京野菜等の京都が培ったあらゆる価値の蓄積をいかした新たな観光資源を創出する〕</p> <p>○「京都の四季を五感で味わい、京都の食文化に親しむ」をコンセプトに設置した中央卸売市場第一市場「京の食文化ミュージアム・あじわい館」における、「京の食文化」への理解の深化を図る取組の実施。</p> <p>○中央卸売市場第一市場における「食彩市」、「鍋まつり」の開催や「すし市場」による魚食普及の推進や、京野菜等の食材の PR と消費の拡大。</p> <p>（施策 13）</p> <p>〔地域と連携した新たな観光資源の掘り起こしや既存観光地の再構築、祭り・伝統行事などの地域の魅力の発信による地域の活性化を図る〕</p> <p>○中央卸売市場第一市場の施設整備や京都鉄道博物館の開業、梅小路公園の再整備等により、新たに賑わいが創出されることを契機とした、京都駅西部エリアの活性化。</p>

#### 4. 京都市中央卸売市場第一市場運営協議会

京都市中央卸売市場業務条例に基づき、市長の諮問に応じ、京都市中央市場の市場運営に関する重要事項について審議するための「京都市中央卸売市場第一市場運営協議会」を設置しています。

##### 京都市中央卸売市場第一市場運営協議会 委員

所 属 団 体 役 職 名	氏 名
京都市中央卸売市場協会 会長 京都全魚類卸協同組合 理事長	○ 池 本 周 三
市民公募委員	石 倉 紘 子
京都青果小売商組合連合会 会長 京都市中央卸売市場青果自治会 会長	石 塚 清 三
新日本婦人の会京都府本部 副会長	魚 山 栄 子
京都青果合同株式会社 代表取締役社長	○ 内 田 隆
市民公募委員	浦 詩 織
大京魚類株式会社 代表取締役社長	大 石 光 二
京都中央総合食品協同組合	大 谷 啓 子
京都水産物小売団体連合会 会長	岡 本 勲
大京魚類株式会社労働組合 委員長	小 倉 達 朗
京都市中央卸売市場関連事業者連合会	小 野 博 子
京都野菜卸売協同組合 理事長	久 世 明
京都大学農学研究科 准教授	工 藤 春 代
住みよい京都をつくる婦人の会 副会長	佐 川 早 苗
京都市中央卸売市場関連事業者連合会 会長	澤 田 利 之
全国農業協同組合連合会京都府本部 本部長	宅 間 敏 廣
京都塩干魚卸協同組合 理事長	辻 泰 三
京都中央市場青果卸売協同組合 理事長	中 川 恵 司
市民公募委員	中 島 醇 子
京都市地域女性連合会 常任委員	中 野 比 佐 子
京都大学大学院農学研究科 教授	◎ 新 山 陽 子
京都中央総合食品協同組合 理事長	野 村 憲 司
京都塩干魚卸協同組合	橋 本 玲 枝
京果労働組合 執行委員長	長 谷 川 知 義
株式会社大水京都支社 支社長	瀨 崎 徹

◎会長, ○会長職務代理者(敬称略)(五十音順)

平成 27 年 9 月 1 日現在



京都市中央卸売市場第一市場マスタープラン（平成 28 年度版）

発行 京都市中央卸売市場第一市場

電話 075-312-6564 Fax 075-311-6970

