

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)

令和7年度の主な取組状況

※施設整備により実現に取り組む項目（ハード面）を除く

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

(1) 衛生・品質管理体制の確立

主な取組事項 (令和7年度に新たに実施した取組実績がある 取組事項は太字記載)		主な取組実績 (令和7年度に実施した取組は太字記載 令和7年度に新たに実施した取組は赤字太字下線記載)	進捗状況 (◎：完了・継続 ○：着手済 ×：未着手)
①衛生・ 品質管理 水準の高 度化	HACCP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	<ul style="list-style-type: none"> ・京都市中央市場衛生管理基準手引書の策定（R3年9月鮮魚部門、R5年3月塩干部門） ・事業者に対する衛生・品質管理講習会の実施 ・事業者衛生向上プログラムの実施 ・「京都市HACCP食の安全宣言届出制度」の届出支援 	◎
	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 機能を確立	<ul style="list-style-type: none"> ・京都市中央市場衛生管理基準手引書の策定（R3年9月鮮魚部門、R5年3月塩干部門）（再掲） ・新青果棟運用検討会議の開催 	◎

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

(2) 生鮮食料品等の量と質の安定確保

主な取組事項 (令和7年度に新たに実施した取組実績がある 取組事項は太字記載)		主な取組実績 (令和7年度に実施した取組は太字記載 令和7年度に新たに実施した取組は赤字太字下線記載)	進捗状況 (◎:完了・継続 ○:着手済 ×:未着手)
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	<ul style="list-style-type: none"> 京都市や他府県の優良出荷者に感謝状を贈呈 食の海援隊・陸援隊会員が産地を訪れ、生産者との交流を通じて理解を深める産地支援活動を実施 京都府漁業者育成校「海の民学舎」研修生との意見交換会を実施 仲卸業者青年会（水産）による産地研修会の実施(R7年度 1回実施) 	◎
	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	<ul style="list-style-type: none"> 一部の産地からの商品は、他市場と同じ輸送便により集荷を実施 	◎
②円滑な物流機能の確保	通路など場内の共有スペースの効率的な活用	<ul style="list-style-type: none"> 店舗周りにあるバックヤードや通路等で通行等に支障のない箇所を発泡スチロールやパレット等の置場として活用 	◎

基本戦略2 競争力のある市場を目指した取組の推進

(1) 集荷・販売に関する競争力の強化

<p>主な取組事項 (令和7年度に新たに実施した取組実績がある 取組事項は太字記載)</p>	<p>主な取組実績 〔 令和7年度に実施した取組は太字記載 令和7年度に新たに実施した取組は太字下線記載 〕</p>	<p>進捗状況 〔 ◎：完了・継続 ○：着手済 ×：未着手 〕</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ・京都市中央市場専用出荷資材の作製を支援（出荷袋、出荷箱） ・新規就農者向けの市場見学会を実施 	◎
<p>①集荷力強化に向けた取組</p> <p>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）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・京都市や他府県の優良出荷者に感謝状を贈呈（再掲） ・食の海援隊・陸援隊会員が産地を訪れ、生産者との交流を通じて理解を深める産地支援活動を実施（再掲） ・京都府漁業者育成校「海の民学舎」研修生との意見交換会を実施（再掲） ・<u>仲卸業者青年会（水産）による産地研修会の実施(R7年度 1回実施)（再掲）</u> 	◎
<p>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）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・一部の産地からの商品は、他市場と同じ輸送便により集荷を実施（再掲） 	◎

基本戦略2 競争力のある市場を目指した取組の推進

(1) 集荷・販売に関する競争力の強化

<p>主な取組事項 (令和7年度に新たに実施した取組実績がある 取組事項は太字記載)</p>	<p>主な取組実績 〔 令和7年度に実施した取組は太字記載 令和7年度に新たに実施した取組は赤字太字下線記載 〕</p>	<p>進捗状況 〔 ◎：完了・継続 ○：着手済 ×：未着手 〕</p>
<p>②販売力強化に向けた取組</p> <p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・卸売業者、仲卸業者が一体となった新規開業ホテルへの営業 ・卸売業者、仲卸業者、産地（大分県）で協力し、大分県かぼすブリのフェアを量販店で実施 ・<u>若手従業員（水産）を対象とした取扱数量増加対策検討会議の開催</u>(R7年度 1回 仲卸若手従業員と実施) 	<p>◎</p>
<p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・量販店で実施する市場経由の農産物のPR活動を支援 	<p>◎</p>

基本戦略2 競争力のある市場を目指した取組の推進

(1) 集荷・販売に関する競争力の強化

主な取組事項 (令和7年度に新たに実施した取組実績がある 取組事項は太字記載)		主な取組実績 〔 令和7年度に実施した取組は太字記載 令和7年度に新たに実施した取組は赤字太字下線記載 〕	進捗状況 〔 ◎：完了・継続 ○：着手済 ×：未着手 〕
②販売力強化 に向けた取組	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	<ul style="list-style-type: none"> ・ すし市場においてハモまつりを実施 ・ 水産エコラベル認証取得を支援（補助金） ・ 市場から生鮮食料品等を仕入れている飲食店を「京都市中央市場仲卸業者オススメ！とっておき“旬”の店」として登録し、HPやSNS等を活用して広く紹介 ・ 産地と連携した消費者向け料理教室を実施 ・ ブランド食材の消費者向け料理教室及び場内事業者、買出人向けのPR・試食会の実施 	◎
	市場流通生鮮食料 品等に関する情報 発信を強化	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「京都市中央市場をもっと知っておくれやすプレゼントキャンペーン」を実施・市のHPを活用し、市場で取り扱う旬の農水産物を「旬だより」として情報発信（季節食材の入荷状況等を情報発信） ・ 水産棟見学エリアの供用開始(R5年4月) 	◎

1 取組実績

基本戦略2 競争力のある市場を目指した取組の推進

(1) 集荷・販売に関する競争力の強化

主な取組事項 (令和7年度に新たに実施した取組実績がある 取組事項は太字記載)		主な取組実績 (令和7年度に実施した取組は太字記載 令和7年度に新たに実施した取組は赤字太字下線記載)	進捗状況 (◎:完了・継続 ○:着手済 ×:未着手)
③京野菜の ブランド力 強化と地産 地消への取 組	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	<ul style="list-style-type: none"> ・ 国際展示商談会（アジアフルーツロジスティカ（開催地：タイ、香港））で京野菜のPR活動を実施・京都市中央市場専用出荷資材の作製を支援（出荷袋、出荷箱）（再掲） ・ 市場を経由する水産物（丹後とり貝）のPRを実施 ・ 場内事業者向けアカモク試食宣伝会を実施（再掲） ・ 京のふるさと産品協会と連携し京野菜を使用した料理教室を実施 	◎
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	<ul style="list-style-type: none"> ・ 料理人（司厨士協会）を招き市場施設案内を実施 ・ 卸売業者、仲卸業者が一体となった新規開業ホテルへの営業 ・ <u>若手従業員（水産）を対象とした取扱数量増加対策検討会議の開催（R7年度仲卸若手従業員と1回実施）</u>（再掲） 	◎
	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	<ul style="list-style-type: none"> ・ 京都市観光協会と連携し京の夏の旅、京の冬の旅における老舗料理店による京料理教室を実施 ・ 京料理芽生会等と連携し「次世代の京料理人に習う京料理教室」、「プロと一緒に作る！今日（京）の晩御飯」等を実施 ・ おばんざい料理教室を主宰している講師による徳島県のちりめんを使用した料理教室を実施 	◎

基本戦略2 競争力のある市場を目指した取組の推進

(1) 集荷・販売に関する競争力の強化

主な取組事項 (令和7年度に新たに実施した取組実績がある 取組事項は太字記載)		主な取組実績 (令和7年度に実施した取組は太字記載 令和7年度に新たに実施した取組は赤字太字下線記載)	進捗状況 (◎ : 完了・継続 ○ : 着手済 × : 未着手)
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PR活動を継続的に実施	<ul style="list-style-type: none"> ・ 国際展示商談会（アジアフルーツロジスティカ（開催地：タイ、香港））で京野菜のPR活動を実施（再掲） ・ 国際展示商談会や日本貿易振興機構（ジェトロ）と連携した輸出商談会等への出展を支援 ・ 日本貿易振興機構（ジェトロ）と連携した仲卸業者と海外（広州・香港）バイヤーとのマッチングを実施、本市場への海外バイヤーの招へい及び商談スキルセミナーへの参加 	◎
	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	<ul style="list-style-type: none"> ・ 輸出に係る通関、輸送費、資材等の経費を支援(補助金) ・ 加工原料用水産物のコンテナ輸出に係る経費を支援 	◎

基本戦略2 競争力のある市場を目指した取組の推進

(2) 場内事業者の競争力の強化と民間活力の導入

主な取組事項 (令和7年度に新たに実施した取組実績がある 取組事項は太字記載)		主な取組実績 令和7年度に実施した取組は太字記載 令和7年度に新たに実施した取組は赤字太字下線記載	進捗状況 ◎：完了・継続 ○：着手済 ×：未着手
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	<ul style="list-style-type: none"> 経営規模の拡大及び経営体質の強化を促進する「統合再編奨励金」を創設し、支援を実施 移転を機に廃業する事業者の従業員の再雇用を促進する「目利き技術者の再雇用補助金」を創設し、支援を実施 	◎
	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	<ul style="list-style-type: none"> 経営力強化を目指す仲卸業者に対し、専門家を派遣する「経営相談事業」を実施 企業経営の実務経験を持つ経営相談員で構成する「経営相談窓口」を管理事務所に設置し、個別事業者の経営状況に合わせた経営相談を実施 仲卸業者デジタル化推進事業において、デジタル化推進の全体研修・個別研修を実施 AIを活用した販促活動等を助言する専門家を仲卸に派遣 	◎
	場内事業者が連携した、集荷・販売・配送等の取組を促進	<ul style="list-style-type: none"> <u>一部の水産仲卸業者で共同配送の取組を開始</u> (青果の一部仲卸業者は令和6年度までに取組を実施) 	◎

基本戦略2 競争力のある市場を目指した取組の推進

(2) 場内事業者の競争力の強化と民間活力の導入

主な取組事項 (令和7年度に新たに実施した取組実績がある 取組事項は太字記載)		主な取組実績 令和7年度に実施した取組は太字記載 令和7年度に新たに実施した取組は赤字太字下線記載	進捗状況 ◎：完了・継続 ○：着手済 ×：未着手
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	<ul style="list-style-type: none"> ・ 経営力強化を目指す仲卸業者に対し、専門家を派遣する「経営相談事業」を実施（再掲） ・ 企業経営の実務経験を持つ経営相談員で構成する「経営相談窓口」を管理事務所に設置し、個別事業者の経営状況に合わせた経営相談を実施（再掲） ・ 営業力強化や人材育成などに資する研修実施に係る補助金を青果仲卸業者に交付 	◎
	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	<ul style="list-style-type: none"> ・ 労働環境整備モデル支援事業を実施 ・ 働き方改革の実践ポイントを解説した中央市場版の冊子を製作し、場内事業者に配布 ・ 仲卸業者デジタル化推進事業において、デジタル化推進の全体研修・個別研修を実施 ・ AIを活用した販促活動等を助言する専門家を仲卸業者に派遣（再掲） 	◎
	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	<ul style="list-style-type: none"> ・ 市場内におけるハラスメント行為への対応方針を策定 ・ 場内事業者に対してコンプライアンス講習会を実施(せり人、せり参加人講習会にてハラスメント講習を実施) ・ 交通安全講習会を実施 	◎

基本戦略2 競争力のある市場を目指した取組の推進

(2) 場内事業者の競争力の強化と民間活力の導入

主な取組事項 (令和7年度に新たに実施した取組実績がある 取組事項は太字記載)		主な取組実績 令和7年度に実施した取組は太字記載 令和7年度に新たに実施した取組は赤字太字下線記載	進捗状況 ◎：完了・継続 ○：着手済 ×：未着手
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	・全仲組合による冷蔵庫の設置 ・塩干組合による冷蔵庫の設置 ・ 京果による1階に冷蔵庫機能を備えた本社社屋の設置(令和7年度)	◎
	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	・ 市場協会による駐車場一元管理化 ・ 買出人駐車場区画において、時間帯の調整による同一区画の複数回使用	◎
	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	・新青果棟のPFI導入について検討した結果、発注に必要となる詳細な仕様を早期に確定することが困難であることに加え、整備費用の縮減効果が限定的であるなどの理由から京都市施行による直営方式を採用したが、民間活力の導入として仲卸等が利用する冷蔵庫の一部等を場内事業者自らが整備	◎
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	・ 市場活性化事業を市場協会に移管し、見学エリアオープンに伴う事業展開や市場見学対応など積極的な市場活性化事業を展開	◎

基本戦略2 競争力のある市場を目指した取組の推進

(3) 環境保全・環境配慮に関する取組の強化

主な取組事項 (令和7年度に新たに実施した取組実績がある 取組事項は太字記載)		主な取組実績 (令和7年度に実施した取組は太字記載 令和7年度に新たに実施した取組は赤字太字下線記載)	進捗状況 (◎:完了・継続 ○:着手済 ×:未着手)
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	<ul style="list-style-type: none"> ・発泡スチロール、ダンボール、新聞・雑誌、雑がみ、野菜・果実ごみの分別、飼料化及び資源材料への再生を推進 ・場内事業者以外からの持込み排除、ごみ排出量の抑制、並びにごみの排出量に応じた費用負担割合の調整を目的として有料「指定ごみ袋」制度を導入 	○
	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	<ul style="list-style-type: none"> ・発泡スチロール、ダンボール、新聞・雑誌、雑がみ、野菜・果実ごみの分別、飼料化及び資源材料への再生を推進 (再掲) 	◎

基本戦略2 競争力のある市場を目指した取組の推進

(3) 環境保全・環境配慮に関する取組の強化

主な取組事項 (令和7年度に新たに実施した取組実績がある 取組事項は太字記載)		主な取組実績 (令和7年度に実施した取組は太字記載 令和7年度に新たに実施した取組は赤字太字下線記載)	進捗状況 (◎:完了・継続 ○:着手済 ×:未着手)
①環境保全 の取組	発泡スチロール等を減容する設備の導入を推進	・減容設備の導入を検討の結果、スペースや費用対効果、周囲への影響等の課題があり設計等未反映。課題対応の設備・手法等について引き続き研究。	◎
	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	・ 場内事業者への分別徹底周知に加え、集積所内で分別指導を行う警備員の配置や分類表の掲示を行うなど、適切なごみの排出を指導・啓発	◎
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	<ul style="list-style-type: none"> ・太陽光発電設備（花屋町駐車場棟、水産加工配送センター、新水産棟、新関連棟、新青果棟※） ・マイクロコージェネレーションシステム（新水産棟） ・井水利用設備（新水産棟） ・LED照明（H28以降に整備した照明器具すべて） ・BEMS（新水産棟、新青果棟※） ※ 今後設置予定	◎

基本戦略3 文化と健康を守る食生活・食習慣の普及促進

(1) 京の食文化の継承や健康長寿につながる食生活の普及啓発、食育への取組

主な取組事項 (令和7年度に新たに実施した取組実績がある 取組事項は太字記載)		主な取組実績 令和7年度に実施した取組は太字記載 令和7年度に新たに実施した取組は赤字太字下線記載	進捗状況 ◎：完了・継続 ○：着手済 ×：未着手
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	<ul style="list-style-type: none"> ・産地と連携した消費者向け料理教室を実施(再掲) ・行事食や儀礼食、京都の家庭で受け継がれてきたおぼんざい等を展示 ・旬の食材について親子で学ぶ「キッズデー教室」を実施 ・京料理芽生会等と連携し「次世代の京料理人に習う京料理教室」、「プロと一緒に作る！今日(京)の晩御飯」等を実施(再掲) ・夏休み宿題応援ウィークを実施 ・ゴールデンウィークこどもの日フェスタを実施 ・アニバーサリーイベントを実施 ・食文化体験デーを実施 ・食べ比べ等ができる市場食材の販売を実施(延べ305名(12月末現在)) 	◎

基本戦略3 文化と健康を守る食生活・食習慣の普及促進

(1) 京の食文化の継承や健康長寿につながる食生活の普及啓発、食育への取組

主な取組事項 (令和7年度に新たに実施した取組実績がある 取組事項は太字記載)		主な取組実績 (令和7年度に実施した取組は太字記載 令和7年度に新たに実施した取組は赤字太字下線記載)	進捗状況 (◎:完了・継続 ○:着手済 ×:未着手)
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	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	<ul style="list-style-type: none"> ・小学校出前板さん教室を実施 ・包括協定を締結している大学との連携により、学生が短時間で作れるヘルシーな家庭料理を学ぶ「大学生時短料理教室」を実施 ・大学生サポーターの協力による料理教室や講演会等を実施 	◎
	市場見学会の開催等により、市場への理解を促進	<ul style="list-style-type: none"> ・食の海援隊・陸援隊会員に対し、せりや仲卸店舗の見学、市場関係者との懇談会を通じ、市場や食材の理解を深めることを目的とした見学会及び小学生向けの子ども市場見学会を実施 ・食の海援隊・陸援隊会員向けに、品種等の異なる食材の違いを市場関係者から学ぶ食材選び方教室を実施 	◎

基本戦略3 文化と健康を守る食生活・食習慣の普及促進

(1) 京の食文化の継承や健康長寿につながる食生活の普及啓発、食育への取組

<p>主な取組事項 (令和7年度に新たに実施した取組実績がある取組事項は太字記載)</p>		<p>主な取組実績 (令和7年度に実施した取組は太字記載 令和7年度に新たに実施した取組は赤字太字下線記載)</p>	<p>進捗状況 ◎：完了・継続 ○：着手済 ×：未着手</p>
<p>②青果物・水産物の消費拡大に向けた取組</p>	<p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・水産棟見学エリア内に設置した「食の京都」情報発信拠点においてイベントを実施 ・市場を経由する水産物（丹後とり貝）のPRをすし市場で実施（再掲） ・はもまつりをすし市場で実施（再掲） ・京の食文化ミュージアム・あじわい館でアニバーサリーイベントやゴールデンウィーク子どもの日フェスタ、夏休み宿題応援ウィーク、10周年記念イベント等を実施 ・「京都市中央市場をもっと知っておくれやすプレゼントキャンペーン」で、すし市場の割引券を提供 ・<u>水産棟見学エリア来場者数10万人突破を契機に「市場サンクスフェスタ」（5月・11月）を実施（5月約3,000名、11月約4,700名参加）</u> 	<p>◎</p>
	<p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・水産棟見学エリアの見学と京の食文化ミュージアム・あじわい館の料理教室をセットにしたツアーや区役所と連携したアート作品の展示などの取組を実施 ・水産棟見学エリア内に設置した「食の京都」情報発信拠点においてイベントを実施（再掲） ・<u>水産棟見学エリア来場者数10万人突破を契機に「市場サンクスフェスタ」（5月・11月）を実施（5月約3,000名、11月約4,700名参加）（再掲）</u> 	<p>◎</p>

基本戦略3 文化と健康を守る食生活・食習慣の普及促進

(1) 京の食文化の継承や健康長寿につながる食生活の普及啓発、食育への取組

主な取組事項 (令和7年度に新たに実施した取組実績がある 取組事項は太字記載)		主な取組実績 (令和7年度に実施した取組は太字記載 令和7年度に新たに実施した取組は赤字太字下線記載)	進捗状況 ◎：完了・継続 ○：着手済 ×：未着手
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	<ul style="list-style-type: none"> ・京の食文化ミュージアム・あじわい館で産地と連携した旬の食材を使用した料理教室や、旬の京野菜などを使用した野菜ソムリエによる料理教室を実施 ・包括協定を締結している大学との連携により、学生が短時間で作れるヘルシーな家庭料理を学ぶ「大学生時短料理教室」を実施(再掲) ・水産棟見学エリアにおける展示(市場に集まる水産物と産地等)(常設) 	◎

基本戦略3 文化と健康を守る食生活・食習慣の普及促進

(2) 京都駅西部エリアの賑わい創出への寄与

主な取組事項 (令和7年度に新たに実施した取組実績がある取組事項は太字記載)		主な取組実績 (令和7年度に実施した取組は太字記載 令和7年度に新たに実施した取組は赤字太字下線記載)	進捗状況 (◎:完了・継続 ○:着手済 ×:未着手)
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	・周辺地域等のイベントへの参画(梅小路公園フェスティバル、まちなかアート、デジタルスタンプラリー等)	◎
	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	・水産棟見学エリアの供用開始(R5年4月)(再掲) ・ 水産棟見学エリア来場者数10万人突破を契機に「市場サクスフェスタ」(5月・11月)を実施(5月約3,000名、11月約4,700名参加)(再掲)	◎
	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	・水産棟見学エリアの見学と京の食文化ミュージアム・あじわい館の料理教室をセットにしたツアーや区役所と連携したアート作品の展示などの取組を実施(再掲) ・ 水産棟見学エリア内に設置した「食の京都」情報発信拠点においてイベントを実施(再掲)	◎

基本戦略4 災害発生時における拠点機能の強化

(1) 災害発生時における市場機能の維持

主な取組事項 (令和7年度に新たに実施した取組実績がある 取組事項は太字記載)		主な取組実績 (令和7年度に実施した取組は太字記載 令和7年度に新たに実施した取組は赤字太字下線記載)	進捗状況 (◎ : 完了・継続 ○ : 着手済 × : 未着手)
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	<ul style="list-style-type: none"> ・耐震性能の強化（新水産棟、新青果棟※） ・マイクロコジェネレーションシステム導入（新水産棟） ・非常用発電設備 [72h対応] 設置（新水産棟、新青果棟※） ・ろ過装置による井戸水の飲料水利用（新水産棟、新青果棟※） ※今後設置予定	◎
②災害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	<ul style="list-style-type: none"> ・ BCPに基づく図上訓練の実施（令和7年11月17日） ・ 災害時の情報伝達手段として、LINEWORKSを運用 	◎
	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	<ul style="list-style-type: none"> ・ 京都市中央市場第一市場BCPを策定 ・ 京都市中央市場第一市場災害時行動マニュアル（卸業者編、仲卸業者編、関連事業者編）を策定 	◎

基本戦略4 災害発生時における拠点機能の強化

(2) 災害発生時における地域への貢献

主な取組事項 <small>(令和7年度に新たに実施した取組実績がある取組事項は太字記載)</small>		主な取組実績 <small>令和7年度に実施した取組は太字記載 令和7年度に新たに実施した取組は赤字太字下線記載</small>	進捗状況 <small>◎：完了・継続 ○：着手済 ×：未着手</small>
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	<ul style="list-style-type: none"> ・下京区総合防災訓練への参加 ・水のう設置訓練を実施 ・自主防災訓練を実施 (令和8年1月26日：水産棟の避難経路の確認) ・防災・防犯パトロールを実施 ・下京消防署との合同消防訓練を実施 	◎
	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	<ul style="list-style-type: none"> ・モーターで食料や物資等を周辺地域へ運搬することを想定した実働訓練を下京区総合防災訓練で実施 	◎
	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	<ul style="list-style-type: none"> ・全国や関西圏の中央卸売市場と災害時の相互支援に関する協定を締結 ・場内事業者と「災害時における食料の調達等に関する協定」を締結 ・京都市産業技術研究所と災害時における施設提供協力に関する協定を締結 	◎

2 マスタープラン目標値

(1) 目標進捗状況

	主な取組事項	マスタープラン目標値 (H26年度実績→R10年度目標)	進捗状況(R6年度末時点) (◎：完了・継続 ○：着手済 ×：未着手)
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	(1)衛生・品質管理体制の確立	温度管理可能な卸売場面積比率 23% → 100%	○市場整備完了に伴い達成予定
	(2)生鮮食料品等の量と質の安定確保 (P2参照)	市場取扱数量 (青果・水産) 30万t → 10%増(33万t)	○(R6年度：22.8万t)
基本戦略2 競争力のある市場を目指した取組の推進	(1)集荷・販売に関する競争力の強化 (P3-7参照)	市場取扱金額 (青果・水産) 1,064億円 → 10%増 (1,170億円)	○(R6年度：1,061億円)
	(2)場内事業者の競争力の強化と民間活力の導入(P8-10参照)	売上高10億円以上の仲卸業者割合 青果：29% → 50% 水産：10% → 30%	○ (R6年度：青果37%、水産15%)
	(3)環境保全・環境配慮に関する取組の強化(P11-12参照)	発泡スチロールの廃棄量 290t → 0 t	○R6年度：246 t ※分別、リサイクルによる再資源化は実施済

2 マスタープラン目標値

(1) 目標進捗状況

	主な取組事項	マスタープラン目標値 (H26年度実績→R10年度目標)	進捗状況(R6年度末時点) (◎：完了・継続 ○：着手済 ×：未着手)
基本戦略3 文化と健康を守る食生活・ 食習慣の普及促進	(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促 進、食育への取組(P13-16参照)	あじわい館累計来館者数 49,066人 → 40万人	○ (R6年度末時点：29万人)
	(2)京都駅西部エリアの賑わい 創出への寄与	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	◎
基本戦略4 災害発生時における拠点機 能の強化	(1)災害発生時における市場機 能の維持	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	◎ (平成30年度達成)
	(2)災害発生時における地域へ の貢献	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	◎ (令和3年度達成)

(2) 未達成目標の原因及び今後について

○取扱数量

原因：本市を含む全国の卸売市場が同様の傾向にあるが、主に「人口減少・高齢化」による国内消費量の減少、農林水産業従事者の減少に加え、近年の異常気象の影響による「国内生産量の減少」、核家族化の進行や共働き世帯の増加を背景とした「食生活の多様化」、卸売市場を経由することが少ない生鮮食料品を使用した「加工品の流通増加」の4つの要因が複合的に作用していることが、取扱数量減少の原因として考えられる。

今後の方針等：全国的に取扱数量が減少傾向にあり、京都市場も同様の傾向にある中、

- ・ 出荷者との意見交換や優良出荷者表彰を行い、関係の強化を図り継続的、安定的な出荷誘因につなげる。
- ・ 産地関係者と料理教室を行い食材のPRを行い消費拡大につなげる。
- ・ 市場から生鮮食料品等を仕入れている飲食店を登録「とっておき“旬”の店」、PRすることで市場食材の流通拡大につなげる。
- ・ 輸出展示会に参加し、輸出取引の拡大につなげる。

等の取組を行い、青果部においては、取扱数量は全国の主要市場と比較して減少幅が少なく、取扱金額は増加の幅は大きい等の成果を上げているため、今後もこうした地道な取組を継続し、取扱数量の維持・拡大を図っていきたい。

○取扱金額

原因：取扱数量の減少と単価あたりのコスト上昇に伴い平均単価は上昇しているものの、上述の原因に加え、市場経由率の低下により取扱数量が大きく減少していることが主な原因として考えられる。

今後の方針等：取扱数量の方針と同じ

○売上高10億円以上の仲卸業者割合

原因：食品流通の多様化等に伴う卸売市場の取扱数量の減少

今後の方針等：場内事業者の業績改善（黒字化）、安定的な経営を目指し、経営相談事業を通じてサポートするとともに、本市場の取扱数量及び金額の増加対策を継続していく。

2 マスタープラン目標値

(2) 未達成目標の原因及び今後について

○発泡スチロールの廃棄量

原因：廃棄量の削減には、発泡スチロール減容機の導入が必要だが、施設の再整備に取り組んでいく中で検討した結果、設置スペースや費用対効果、また、住宅地が隣接することによる騒音・悪臭の課題等もあり、現時点において設計等への反映はできていない。

今後の方針等：安価かつ省スペースで、ごみの減量化が実現できる機器等があれば、引き続き研究していく。今後とも、ごみの減量化が図れるよう、場内事業者と連携した取組を進めていく。

○あじわい館累計来館者数

原因：H30年度には年間3万5千人あった来館者が、新型コロナウイルスの感染拡大に伴う緊急事態宣言による休館や外出抑制等の影響により、R元年度以降大幅に減少した。この間、オンライン料理教室などの新たな取組も行い、R2年度を底に回復傾向にあるが、コロナ期間中の休館や事業中止による認知度の低下、市場での大規模イベントの休止等の影響もあり、コロナ前の水準までは回復していない。

(来館者数) H30年度35,493人、R元年度32,178人、R2年度5,215人、R3年度7,353人、R4年度14,777人、R5年度20,826人、R6年度25,268人、R7年度20,862人(12月末現在)

今後の方針等：新たに実施している調理体験や試食・試飲を通して市場の新鮮食材や京の食文化を体験する「食文化体験デー」「食べ比べ等ができる市場食材の販売」など、集客効果の高い事業や館内イベント等を実施するとともに、外部イベントとの連携などを通して、あじわい館の認知度及び魅力向上を図り、新たな来館者数の掘り起こしに努めていく。