

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）の取組状況

（※）令和5年度に新たに取組んだ項目は太字表記

項目		令和5年4月から令和6年3月までの実績（実施予定含む）		
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 <ul style="list-style-type: none"> 市場内の分煙啓発及び取締の実施（随時） 事業者に対する衛生・品質管理講習会の実施（1回） 衛生的な手洗いの啓発及び消毒用アルコールの設置（通年） 		
		(2) 生鮮食料品等の量と質の安定確保 <ul style="list-style-type: none"> 産地と連携した料理教室・講演会の開催 旬の市場流通食材について親子で学べる「キッズデー教室」を生産者等と連携して実施（月1回） 優良出荷者感謝状の贈呈及び意見交換会の実施（2回） 		
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 <ul style="list-style-type: none"> 産地と連携した料理教室・講演会の開催（再掲） 旬の市場流通食材について親子で学べる「キッズデー教室」を生産者等と連携して実施（月1回）（再掲） 優良出荷者感謝状の贈呈及び意見交換会の実施（2回）（再掲） 市内農業者向けの市場に関する情報発信（随時） 新規就農者や後継者向け市場見学会の実施（随時） 「丹後とり貝」初入荷のPR（5月 すし市場） 徳島県産「活ハモ」のPR（7月 すし市場） 福井県産最上級ブランド品「若狭ぐじ極」のPR（試食会）（11月 水産棟） 京都市職員厚生会等の年末食料品あっせん事業への参加（12月 数の子など販売） 市場経由の青果物・水産物に係る量販店等での販売促進活動を支援（随時） 京都市観光協会と連携した「京の夏の旅」（8月）「京の冬の旅」（2月）の実施 市場流通食材を全国に販売するECサイト「おうちde京の食文化」のPRを支援 「京都市中央市場 仲卸業者オススメ！ とっておき“旬”の店」事業の実施（通年） 水産エコラベル認証取得を支援 水産エコラベル認証制度に係る勉強会の実施（11月） アジア等における販路開拓と安定的な商流の確保に向けた取組の展開 <ul style="list-style-type: none"> ① 海外見本市への出展等による販路開拓と販売促進活動を支援（9月 香港） ② 輸出に係る輸送費や資材等の経費を支援 市場の役割や機能を視覚的に分かりやすく解説する「インフォグラフィック」による情報発信（通年） 子ども等をターゲットとした市場の役割や機能を分かりやすく紹介する「マンガ」の配布（通年） 広告や京都市中央市場公式 SNS（Instagram、Facebook）等の媒体を活用した市場の情報発信（通年） 水産棟見学エリア（令和5年4月供用開始）を通じた市場流通食材の消費拡大や京の食文化及び食育に関する普及啓発の実施 		
		(2) 場内事業者の競争力の強化と民間活力の導入 <ul style="list-style-type: none"> 基準に該当する事業者に経営指導等を実施（事業者ヒアリング：8、2月） 設備投資支援等各種支援制度の実施（通年） 各種支援制度の利用を希望する事業者や団体等に対する個別相談の実施（通年） 		
		(3) 環境保全・環境配慮に関する取組の強化 <ul style="list-style-type: none"> ごみ分別等の徹底に向けた啓発の実施（随時） 野菜・果実ごみの分別、リサイクルの実施（通年） 		
		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文化の普及啓発、食育への取組 <ul style="list-style-type: none"> 小学校出前板さん教室事業の実施（10～2月） ※本市場への来場形式による実施 あじわい館での行事食PRの実施（通年） 旬の市場流通食材について親子で学べる「キッズデー教室」（再掲）や、「次世代の京料理人に習う京料理教室」等を京都料理芽生会や生産者等と連携して実施（5月～） あじわい館での夏休み宿題応援ウィークの実施（7、8月） 食の海援隊・陸援隊会員事業の実施 <ul style="list-style-type: none"> ① 子ども向け、大人向け市場見学の実施（7、8、10月） ② こかぶら産地体験の実施（10月） 市場と包括連携協定を締結している各大学との連携事業（出張講義、市場見学等）の実施（通年） 市場と包括連携協定を締結している大学との連携により、学生が短時間で簡単に作れておいしい家庭料理を学べる「大学生料理教室」の実施（12月～2月） 市場と包括連携協定を締結している大学と京果関連会社との協同商品開発等の実施（通年） 「あじわい館開館10周年アニバーサリーイベント」の実施（5月）

裏面に続きます。

			<ul style="list-style-type: none"> ・京都肉まつり（岡崎公園）等の各種イベントで見学エリアをPR ・農林水産フェスティバル（パルスプラザ）への出展（11月） ・水産棟見学エリア（令和5年4月供用開始）を通じた市場流通食材の消費拡大や京の食文化及び食育に関する普及啓発の実施（再掲） ・国産農水産物の消費拡大を目的とした「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」の実施 ・あじわい館におけるSNS（Instagram、Facebook）やYouTube等の媒体を活用した京の食文化に関する普及啓発の実施
		（2）京都駅西部エリアの賑わい創出への寄与	<ul style="list-style-type: none"> ・水産棟見学エリア（令和5年4月供用開始）を通じた市場流通食材の消費拡大や、京の食文化及び食育に関する普及啓発の実施（再掲） ・水産棟見学エリア内に「食の京都」情報発信拠点を府市協調でオープン（8月） ・水産棟見学エリアをスタンプラリーのチェックポイントにするなど、各種イベントへの参画（7・12・3月）
基本戦略4	災害発生時の拠点機能の強化	（1）災害発生時における市場機能の維持	<ul style="list-style-type: none"> ・BCPに基づく図上訓練の実施（1月） ・災害時の情報伝達手段としてLINEWORKSを運用
		（2）災害発生時における地域への貢献	<ul style="list-style-type: none"> ・下京消防署との合同消防訓練の実施（11月）