

## 京都市中央食肉市場運営方針〔改定〕

## 1 改定の趣旨

京都市中央食肉市場（以下「食肉市場」という。）では、令和3年3月に食肉市場として必要となる取組を卸売会社等の場内関係者と共有するものとして、「京都市中央食肉市場運営方針」（以下「運営方針」という。）を策定した。

運営方針を策定した令和2年度は、コロナ禍の影響が最も大きい時期であり、平成30年に竣工した施設が稼働後3年目という状況を考慮して、取組事項や計画期間（令和3～5年度の3年間）を設定した。

令和3年度からの計画期間の中で、新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行し、社会経済活動が正常化に向かう一方、物価高騰が社会全体に大きな影響を及ぼしているほか、国の農林水産物の輸出政策推進、家畜伝染病の全国的な発生など、食肉市場を取り巻く環境は変化している。その中で、食肉市場は再整備から6年が経過し、スタートアップから安定稼働への移行期を迎えており、持続的かつ安定した市場運営を確立するための取組をより一層進めていく必要がある。

これらを踏まえ、今後とも市民に安全・安心・高品質で美味しい食肉を供給するという市場の役割を果たしていくため、必要となる取組等を見直し、運営方針を改定するものである。

## 2 期 間

令和6年度～令和10年度の5年間

## 3 重点目標及び全体指標

重点目標には、令和3年度からの取組を継続・発展させるとともに、近年、頻発化・激甚化する災害の発生を踏まえ、新たに「災害等の非常事態発生時の対応力向上」を設ける。

全体指標は、市場の運営を総括する「牛・豚の集荷頭数」に加え、輸出の取組が新たな市場運営の柱となったことから「牛肉の輸出重量」を設定する。指標となる数値は、再整備以降、集荷等が順調に拡充し、施設の稼働状況が概ね上限に達していること等を踏まえ設定する。

また5つの重点目標の達成に向けて、それぞれに取組事項と個別指標を設け、着実に取組を進めていく。

## 【5つの重点目標】

- (1) 京の食文化を支える市場機能の強化
- (2) 持続可能な市場運営の実現
- (3) 輸出拡大の推進
- (4) 安全・安心な食肉供給の徹底
- (5) 非常事態発生時の対応力の向上【新規】

## 【全体指標】

### (1) 牛・豚の集荷頭数

(単位：頭)

	R 6年度	R 7年度	R 8年度	R 9年度	R 10年度
牛	12,500	12,500	12,500	12,500	12,500
豚	19,000	19,000	19,000	19,000	19,000

### (2) 牛肉の輸出重量

(単位：t)

	R 6年度	R 7年度	R 8年度	R 9年度	R 10年度
重量	160	170	180	190	200

## 4 取組事項と個別指標

### (1) 京の食文化を支える市場機能の強化

100年以上の歴史がある食肉市場の特性をいかし、京の食文化を支える市場としての取組を推進する。

#### 【取組事項】

<b>ア 「京都食肉市場ブランド」の振興</b> 食肉市場経由品を「京都食肉市場ブランド」としてPRし、安全・安心・高品質で美味しいお肉であることを消費者に認知してもらい、消費拡大を図る。
<input type="checkbox"/> SNSを活用した「京都食肉市場ブランド」のPR
<input type="checkbox"/> 「京都食肉市場まつり」をはじめとしたイベントでのPR
<b>イ 食肉の川上（生産）から川下（消費）までを繋ぐ情報発信、関係構築</b> 全国から良質な牛・豚の集荷を図る。また、市場の役割と命をいただくことの大切さを広く消費者に理解してもらう。
<input type="checkbox"/> 卸売会社と連携した生産者や小売事業者等への出荷・購買促進
<input type="checkbox"/> 施設見学等を通じた市場の役割の発信及び食育・食品ロス削減の啓発
<b>ウ 府内の畜産振興</b> 府内産の牛・豚の畜産振興を図ることにより、食肉市場への安定した集荷と地産地消を進める。
<input type="checkbox"/> 府内産畜産ブランド「京都肉」、「京都ぼーく」等の国内外へのPR ・ふるさと納税や各種イベント等の機会を活用した普及促進
<input type="checkbox"/> 京都府と連携した府内の畜産振興 ・京都府農林水産物・加工品輸出促進協議会 和牛部会への参画 ・PRイベントへの開催協力

<b>エ 大学との連携による市場の活性化</b>	
大学の英知や学生の発想力を活かして、市場取引の活性化や食肉の消費拡大に取り組む。	
<input type="checkbox"/>	大学への教育・研究活動への協力 ・ 学生を対象とした施設見学会の実施 ・ 市場の役割や流通に係る講義
<input type="checkbox"/>	市場の活性化や食肉の消費拡大への取組を連携して実施 ・ SNSを活用した「京都食肉市場ブランド」のPR [再掲]

- **【個別指標 1】**.....「京都食肉市場ブランド」アカウントフォロワー数  
.....(10年度：20,000人).....
- **【個別指標 2】**..... 市場見学者数 (10年度：640人).....
- **【個別指標 3】**..... 連携した取組を実施した大学数 (10年度：5大学).....

## (2) 持続可能な市場運営の実現

市民に安定的に食肉を供給するために、持続可能な市場運営を実現する。

### 【取組事項】

<b>ア 施設の安定した運用</b>	
施設、機器類の安定的な稼働を維持する。また令和10年度に再整備から10年が経過するため、施設の中長期的な維持保全について検討する。	
<input type="checkbox"/>	施設の中長期保全計画の策定
<input type="checkbox"/>	施設の適切な維持管理による業務の継続性・安定性の確保
<b>イ 効率的、効果的な市場運営</b>	
効率的、効果的な市場運営により、市場財政の改善を図る。	
<input type="checkbox"/>	行財政改革・業務効率化による市場運営費の低減
<b>ウ 卸売会社の経営安定化</b>	
卸売会社の経営の安定化を図り、安定的に食肉が供給できる体制を確立する。	
<input type="checkbox"/>	「京都食肉市場ブランド」のPR等を通じた集荷増頭
<input type="checkbox"/>	卸売会社との定期的な会議による経営計画の進捗管理
<input type="checkbox"/>	財務検査等を通じた経営指導

- **【個別指標 4】**..... 中長期保全計画の策定 (令和8年度).....
- **【個別指標 5】**..... 集荷頭数 (10年度：牛 12,500頭、豚 19,000頭) [全体指標を再掲].....

### (3) 輸出拡大の推進

市場関係者で構成する「京都市中央食肉市場コンソーシアム」を中心として国による施策等を活用し、食肉市場の運営を支える新たな柱となった輸出の拡大を推進するとともに、日本の食文化を世界に発信する。

#### 【取組事項】

<u>ア 「京都市中央食肉市場コンソーシアム」を通じた輸出促進</u> 生産者・買参者・卸売会社・市で構成する「京都市中央食肉市場コンソーシアム」を中心として、国・府と連携を取りながら牛肉の輸出促進を図る。	
<input type="checkbox"/>	国の「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」を活用した取組の推進
<u>イ 輸出の取組を通じた牛の集荷増頭</u> 輸出の取組を進めることで市場取引の活性化を図り、良質な牛を全国から集荷する。	
<input type="checkbox"/>	海外や売買参加者のニーズに応じた戦略的な輸出認定の取得
<input type="checkbox"/>	これまでの輸出実績をいかした牛の集荷増頭

- 【個別指標6】 牛肉の輸出量 (10年：200 t [全体指標の再掲])
- 【個別指標7】 牛の集荷頭数 (10年度：牛 12,500 頭) [全体指標の再掲]

### (4) 安全・安心な食肉供給の徹底

市民に安全・安心な食肉を供給するため、衛生管理の徹底を図る。

#### 【取組事項】

<u>ア 徹底した衛生管理の下、高い技術力で生産された食肉の供給</u> 高水準の衛生管理が必要なアメリカ・EU向けの輸出認定を維持するとともに、高品質な食肉の安定供給に取り組む。	
<input type="checkbox"/>	高水準の衛生・品質管理を実現できる施設の維持・管理
<input type="checkbox"/>	場内関係者とのHACCP会議の実施
<input type="checkbox"/>	牛枝肉の瑕疵発生を抑制するための国の取組との連携
<u>イ 衛生意識の向上を図る取組</u> 市場関係者及び利用者の衛生意識の向上を図る。	
<input type="checkbox"/>	市場関係者及び利用者の衛生意識向上を図る啓発活動

- 【個別指標8】 FSIS※2をはじめとする査察への適切な対応

※2 FSIS：米国農務省食品安全検査局

## (5) 非常事態発生時の対応力の向上

家畜伝染病や災害、感染症の流行等の際に、食肉の安定供給への影響を最小限に抑えられるよう、関係機関と連携・協力して非常事態発生時の対応力の向上を図る。

### 【取組事項】

#### ア 家畜伝染病対策の徹底

□ 蹄疫や豚熱等の家畜伝染病への防疫対策と発生に備えた関係機関との連携・協力の推進。

□ 家畜防疫研修の実施

□ 山城家畜保健所との連携

#### イ 災害等発生時の食肉の安定供給の確保

地震等の大規模災害の発生に備えた取組の推進。

□ 市場関係者を含めた防災訓練の実施

□ 業務継続計画（BCP）の定期的な見直し

➤ 【個別指標 9】 家畜防疫研修の実施

➤ 【個別指標 10】 防災訓練の実施

## 5 進捗管理

### (1) 中央卸売市場第二市場運営協議会

年間の食肉市場の取引状況や本運営方針の進捗状況について協議する。

### (2) 本市と卸売会社による定期的な会議

食肉市場の取引状況や卸売会社の経営状況等について定期的に協議する。

## 6 市場運営を通じたSDGsの推進

食肉市場の運営においてもSDGsの達成に向けて、重点目標の取組事項をSDGsの目標項目に分類し、各取組を推進する。

SDGs 目標項目	取組事項
3. すべての人に健康と福祉を 	(4) ア 徹底した衛生管理の下、高い技術力で生産された食肉の供給
4. 質の高い教育をみんなに 	(1) イ 食肉の川上（生産）から川下（消費）までを繋ぐ情報発信、関係構築
	(1) エ 大学との連携による市場の活性化
8. 働きがいも経済成長も 	(2) ウ 卸売会社の経営安定化
	(3) ア 「京都市中央食肉市場コンソーシアム」を通じた輸出促進
9. 産業と技術革新の基盤をつくろう 	(2) ア 施設の安定した運用
	(2) イ 効率的、効果的な市場運営
	(2) ウ 卸売会社の経営安定化
	(4) ア 徹底した衛生管理の下、高い技術力で生産された食肉の供給
11. 住み続けられるまちづくりを 	(2) ア 施設の安定した運用
	(5) ア 家畜伝染病対策の徹底
	(5) イ 災害等発生時の食肉の安定供給の確保
12. つくる責任、つかう責任 	(1) イ 食肉の川上（生産）から川下（消費）までを繋ぐ情報発信、関係構築
	(1) ウ 府内の畜産振興
17. パートナーシップで目標を達成しよう 	(1) イ 食肉の川上（生産）から川下（消費）までを繋ぐ情報発信、関係構築
	(1) ウ 府内の畜産振興
	(1) エ 大学との連携による市場の活性化