

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 6 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		主な取組実績 〔 令和6年度に実施した取組は太字記載 令和6年度に新たに実施した取組は太字下線記載 〕	進捗状況 〔 ○：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	・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	○
	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	・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） ・ <u>新青果棟運用検討会議の開催（10～1月、計7回）</u>	○

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		主な取組実績 〔 令和6年度に実施した取組は太字記載 令和6年度に新たに実施した取組は太字下線記載 〕	進捗状況 〔 ○：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	・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 ・鳥取県漁協との意見交換会を実施	○
	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	・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	・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

主な取組事項		主な取組実績 〔 令和6年度に実施した取組は太字記載 令和6年度に新たに実施した取組は太字下線記載 〕	進捗状況 〔 ○：着手済 ×：未着手 〕
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	・京都市中央市場専用出荷資材の作製を支援（スナップエンドウ出荷袋） ・新規就農者向けの市場見学会を実施	○
	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）	・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） ・鳥取県漁協との意見交換会を実施（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）	・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）	○

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		主な取組実績 〔 令和6年度に実施した取組は太字記載 令和6年度に新たに実施した取組は <u>太字下線</u> 記載 〕	進捗状況 〔 ○：着手済 ×：未着手 〕
②販売力強化に向けた取組	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	・ 量販店で実施する市場経由の農産物のPR活動を支援 ・ 卸売業者、仲卸業者が一体となった新規開業ホテル（ヒルトン京都、アマン京都）への営業 ・ <u>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>	○
	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	・ 仲卸業者と協働した小売店舗である大丸京都店生鮮売場にて、京都市中央市場まつりを開催	○

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		主な取組実績 〔 令和6年度に実施した取組は太字記載 令和6年度に新たに実施した取組は太字下線記載 〕	進捗状況 〔 ○：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	・すし市場においてはもまつりを実施 ・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！とおき“旬”の店」として登録し、HPやSNS等 を活用して広く紹介（R5年度末時点の登録店舗42） ・消費者向け料理教室の実施（ちりめん（徳島県）（9月21日、3 2名）、かぼすぶり（大分県）（2月17日、32名）） ・場内事業者・買出人を対象としたPR・試食会の実施（若狭ぐじ極 （福井県）、大山雪見さわら（鳥取県）（11月29日、200名）、 富士の介（山梨県）（1月23日、100名））	○
	市場流通生鮮食 料品等に関する 情報発信を強化	・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 ・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 ・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		主な取組実績 〔 令和6年度に実施した取組は太字記載 令和6年度に新たに実施した取組は太字下線記載 〕	進捗状況 〔 ○：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	・市場を経由する水産物（丹後とり貝）のPRを実施 ・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（スナップエンドウ出荷袋）（再掲） ・ <u>場内事業者向けアカモク勉強会（1月14日、3社8名）及び試食宣伝会（2月4日、63名）を実施</u>	○
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	・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大規模新規開業ホテル（ヒルトン京都、アマン京都）への営業（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	・京都市観光協会と連携した京の夏の旅、京の冬の旅における老舗料理店による京料理教室の開催 ・ <u>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（9月21日、32名）</u>	○

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		主な取組実績 〔令和6年度に実施した取組は太字記載 令和6年度に新たに実施した取組は太字下線記載〕	進捗状況 〔○：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	・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 ・<u>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（7月24日、水産仲卸1社）、本市場への海外バイヤーの招へい（7月25日、バイヤー4社6名）及び商談スキルセミナーへの参加（6月、水産仲卸2社）</u>	○
	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		主な取組実績 〔 令和6年度に実施した取組は太字記載 令和6年度に新たに実施した取組は太字下線記載 〕	進捗状況 〔 ○：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	・ 経営規模の拡大や経営体質の強化、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ための補助制度等を創設し、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	・ 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、個別事業者の状況に合わせた経営相談を実施 ・ 仲卸業者デジタル化促進事業において、デジタル化促進のための全体研修・個別研修を実施	○
	場内事業者が連携した、集荷・販売・配送等の取組を促進	・ 一部の仲卸業者で共同配送の取組を実施	○

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		主な取組実績 〔 令和6年度に実施した取組は太字記載 令和6年度に新たに実施した取組は <u>太字下線</u> 記載 〕	進捗状況 〔 ○：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	・ 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、個別事業者の状況に合わせた経営相談を実施（再掲）	○
	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	・ 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 ・ 働き方改革関連法のセミナーを開催 ・ 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京都市中央市場版の冊子を制作し、場内事業者に配布 ・ 仲卸業者デジタル化促進事業において、デジタル化促進のための全体研修・個別研修を実施（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	・ 交通安全講習会を実施 ・ 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	○

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		主な取組実績 〔 令和6年度に実施した取組は太字記載 令和6年度に新たに実施した取組は太字下線記載 〕	進捗状況 〔 ○：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工事着手（令和7年度完成予定）	○
	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	・ P F I 導入について検討した結果、整備費用の削減効果が小さい等の理由から青果棟については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	・ 京都市中央卸売市場協会が一般社団法人化 ・ 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		主な取組実績 〔令和6年度に実施した取組は太字記載 令和6年度に新たに実施した取組は太字下線記載〕	進捗状況 〔○：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	・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	・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		主な取組実績 〔 令和6年度に実施した取組は太字記載 令和6年度に新たに実施した取組は <u>太字下線</u> 記載 〕	進捗状況 〔 ○：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	・ スペースや費用対効果、周囲への影響等の課題について検討中。引き続き、安価かつ省スペースでごみの減量化等が実現できる機器の導入について、研究していく。	○
	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	・ 太陽光発電設備（花屋町、水産加工配送センター、新水産棟、新関連棟※、新青果棟※） ・ 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※） ・ グリーン購入法適用の空調機 ・ トップランナーモーター採用の送風機 ・ 共用部や事務所の換気に全熱交換器採用 等を導入 ※ 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げる食生活の普及啓発、食育への取組

主な取組事項		主な取組実績 〔令和6年度に実施した取組は太字記載 令和6年度に新たに実施した取組は太字下線記載〕	進捗状況 〔○：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	・消費者向け料理教室の実施（<u>ちりめん（徳島県）（9月21日、32名）</u>・<u>かぼすぶり（大分県）（2月17日、32名）</u>）（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 ・「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」等を京料理芽生会等と連携して実施 ・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 ・食文化体験デーを実施（月1回、4～1月累計527人参加） ・<u>おぼ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（9月21日、32名）</u>（再掲）	○

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啓発、食育への取組

主な取組事項		主な取組実績 〔 令和6年度に実施した取組は太字記載 令和6年度に新たに実施した取組は太字下線記載 〕	進捗状況 〔 ○：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	・ 小学校出前板さん教室を開催 ・ 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家庭料理を学ぶ「大学生料理教室」を実施 ・ 大学生サポーターの協力による「キッズデー教室」を開催	○
	市場見学会の開催等により、市場への理解を促進	・ 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げる食生活の普及啓発、食育への取組

主な取組事項		主な取組実績 〔令和6年度に実施した取組は太字記載 令和6年度に新たに実施した取組は太字下線記載〕	進捗状況 〔○：着手済 ×：未着手〕
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	・ あじわい館において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として、すし市場の割引券を提供 ・ 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 ・ はもまつりをすし市場で実施	○
	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	・ 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）	○

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啓発、食育への取組

主な取組事項		主な取組実績 〔 令和6年度に実施した取組は太字記載 令和6年度に新たに実施した取組は太字下線記載 〕	進捗状況 〔 ○：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	・ あじわい館において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家庭料理を学ぶ「大学生料理教室」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		主な取組実績 〔 令和6年度に実施した取組は太字記載 令和6年度に新たに実施した取組は <u>太字下線</u> 記載 〕	進捗状況 〔 ○：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) ・ 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)	○
	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		○

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		主な取組実績 〔 令和6年度に実施した取組は太字記載 令和6年度に新たに実施した取組は太字下線記載 〕	進捗状況 〔 ○：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	・ 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） ・ 新水産棟に導入した地下水処理設備を新青果棟と相互に活用 ・ 耐震性に優れる中圧ガス管による引き込み（新水産棟） ※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	・ BCPに基づく図上訓練の実施 ・ 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	・ 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		主な取組実績 〔令和6年度に実施した取組は太字記載 令和6年度に新たに実施した取組は太字下線記載〕	進捗状況 〔○：着手済 ×：未着手〕
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	・ 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 ・ 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	・ 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	・ 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	○

(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(R5年度末時点)
<u>基本戦略 1</u> 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	市場取扱数量（青果・水産） 30万t → 10%増(33万t)	R5年度：24万t
<u>基本戦略 2</u> 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	市場取扱金額（青果・水産） 1,064億円 → 10%増（1,170億円）	R5年度：1,005億円
	(2)場内事業者の競争力の強化と民間活力の導入	売上高10億円以上の仲卸業者割合 青果：29% → 50% 水産：10% → 30%	R5年度：青果34%、水産13%
	(3)環境保全・環境配慮に関する取組の強化	発泡スチロールの廃棄量 290t → 0 t	R5年度：240t ※分別、リサイクルによる再資源化は実施済

(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（R5年度末時点）
<u>基本戦略 3</u> 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	あじわい館累計来館者数 49,066人 → 40万人	R5年度末時点：27万人
	(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	○
<u>基本戦略 4</u> 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 マスタープラン目標値

22

(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：産地との連携強化に努めているものの、国内生産量が減少し、市場間競争が激化する中、依然として取扱数量は年々減少している。このため、産地との連携を一層深め、京都市中央市場へ出荷する動機付けをより高める必要がある。また、これまでから取り組んできた産地との交流事業（優良出荷者への感謝状贈呈、出荷者に対する出荷資材の支援、漁協との意見交換会、漁業研修生の視察受け入れ、食の海援隊・陸援隊による産地支援活動、消費者を対象としたブランド水産物をPRする料理教室の開催など。）をさらに継続・強化していく。

○取扱金額

原因：取扱数量の減少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：新規ホテルの市内での開業や新規大型量販店の関西進出など、流通業界の外部環境が劇的に変化している。京都市中央市場としてこれらの外部環境に機動的に対応し、新たな需要を取り込んでいく。

○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

今後の方針等：あじわい館の認知度向上を目的として、大規模イベントや量販店でのPR、集客効果の高い館内イベントを実施していく。同時に水産棟見学エリアと連携した事業を実施し、新たな来館者数の掘り起こしに努めていく。