

京都市中央食肉市場運営方針の進捗状況（令和 7 年度）

1 運営方針について

（1）期間

令和 6 年度～令和 1 0 年度の 5 年間

（2）重点目標及び全体指標

【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

【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 |

令和 7 年度実績（1 月末時点）  
 牛の集荷頭数：11, 998 頭、豚の集荷頭数：16, 585 頭

（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     |

令和 7 年度実績（1 月末時点）  
 牛肉の輸出重量：133. 4 t

2 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

1 0 0 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】**

|  |
|--|
| ア 「京都食肉市場ブランド」の振興<br>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  |

- **【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).....

|  |                         |         |
|--|-------------------------|---------|
| 令和7年度実績（1月末時点）<br>アカウントフォロワー数（年度最多数）<br>16,186人（年度当初）→ 18,053人（1,867人増）<br>※投稿件数：31回<br>和牛肉プレゼントキャンペーン（5月、10月、12月） | （X<br>Instagram 4,652人） | 13,401人 |
|--|-------------------------|---------|

**【取組事項】**

|  |
|--|
| 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<br>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                                   |

- **【個別指標2】**.....市場見学者数（10年度：640人）.....

|                               |
|-------------------------------|
| 令和7年度実績（1月末時点）<br>市場見学者数：535人 |
|-------------------------------|


**【取組事項】**

|  |
|--|
| ウ 府内の畜産振興<br>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」、「京都ぽーく」等の国内外へのPR<br>・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<br>・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<br>・PRイベントへの開催協力 |

### 【取組事項】

|  |   |
|--|---|
| <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<br>・ 学生を対象とした施設見学会の実施<br>・ 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<br>・ SNSを活用した「京都食肉市場ブランド」のPR [再掲] |

### ➤ 【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）

|   |  |
|---|--|
| <b>令和7年度実績</b><br>計6大学と連携した取組を実施。<br>(1) 講義<br>・ 龍谷大学農学部（6/19）<br>「安全安心な食肉の流通について」<br>(2) 施設見学<br>・ 立命館大学食マネジメント学部（6/24、7/17）<br>・ 京都大学農学部（7/18）<br>・ 同志社女子大学生生活科学部（1/30）<br>・ 摂南大学農学部（3/13）<br>(3) 牧場視察<br>・ 京都大学大学院農学研究科附属牧場（9/11）<br>「京大紅（くれなゐ）ビーフ」のPR等の意見交換<br>(4) イベント啓発<br>・ 京都大学大学院農学研究科附属牧場（10/26）<br>「京大紅（くれなゐ）ビーフ」のPR<br>・ 立命館大学食マネジメント学部（10/26）<br>卒論研究に関するアンケート調査<br>(5) 実習生の受入<br>・ 京都府立大学農学食科学部（4/1～3/31）<br>実習生（1名）による食文化の研究活動、発信等 |  |
|---|--|

### (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  |
| <u>イ 効率的、効果的な市場運営</u><br>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      |

➤ **【個別指標 4】**.....中長期保全計画の策定（令和 8 年度）.....

|  |
|--|
| <p>令和 7 年度実績</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 策定に向けた検討</li> <li>・ 令和 8 年度予算に費用を計上</li> </ul> |
|--|

**【取組事項】**

|   |
|---|
| <p><u>ウ 卸売会社の経営安定化</u></p> <p>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。</p> |
| <input type="checkbox"/> 「京都食肉市場ブランド」の P R 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 5】**.....集荷頭数（10 年度：牛 12,500 頭、豚 19,000 頭）.....[全体指標を再掲].....

|   |
|---|
| <p>令和 7 年度実績（1 月末時点）</p> <p>牛の集荷頭数：11,998 頭、豚の集荷頭数：16,585 頭</p> |
|---|

**(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】**

|   |
|---|
| <p><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></p> <p>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。</p> |
| <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  |

➤ **【個別指標 6】** 牛肉の輸出量（10年：200 t [全体指標の再掲]）

|   |
|---|
| <p>令和7年度実績（1月末時点）<br/>牛肉の輸出重量：133.4 t</p> |
|---|

**【取組事項】**

|  |
|--|
| <p><u>イ 輸出の取組を通じた牛の集荷増頭</u><br/>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。</p> |
| <p><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</p>                |
| <p><input type="checkbox"/> これまでの輸出実績をいかした牛の集荷増頭</p>                       |

➤ **【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]

|   |
|---|
| <p>令和7年度実績（1月末時点）<br/>牛の集荷頭数：11,998 頭</p> |
|---|

**（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】**

|   |
|---|
| <p><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><br/>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。</p> |
| <p><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</p>   |
| <p><input type="checkbox"/> 場内関係者とのHACCP会議の実施</p>   |
| <p><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</p>  |
| <p><u>イ 衛生意識の向上を図る取組</u><br/>市場関係者及び利用者の衛生意識の向上を図る。</p>   |
| <p><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</p>  |

➤ **【個別指標 8】** FSIS※をはじめとする査察への適切な対応

※ FSIS：米国農務省食品安全検査局

|   |
|---|
| <p>令和7年度実績<br/>・令和7年度はFSISの査察はなかった。<br/>・厚生労働省近畿厚生局による査察（3箇月に1回実施）<br/>これまでに衛生上の重要な指摘事項はない。</p> |
|---|

## (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                              |



### ➤ 【個別指標 9】 家畜防疫研修の実施

|                          |
|--------------------------|
| 令和7年度実績                  |
| ・ 蹄疫等伝染病対策委員会、防疫研修（8/21） |

### 【取組事項】

|                        |
|------------------------|
| 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 1.0】 防災訓練の実施

|   |  |
|---|--|
| 令和7年度実績   |  |
| ・ 卸売業者等の市場関係者との防災訓練を実施（12/25）   |  |
| 防災意識の向上、避難経路の確認、初期対応の習得を目的とし、地震を想定した防災訓練を卸売業者等の市場関係者と合同で実施。                         |  |
|  |  |
| ※災害対策本部で被害状況の報告   | ※各持ち場から屋外へ避難   |