

令和6年
2024年

11月20日
水曜日

第11599号

食肉速報

— THE DAILY MEAT NEWS —

昭和51年5月19日
第三種郵便物認可

購読料（前納）
年間 82,080円
（税込み）
6か月 42,120円
（税込み）

本紙は関連企業・団体との
タイアップ企画記事を含みます

【発行所】株式会社食肉通信社
<https://www.shokuniku.co.jp/>

東京支社
〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町18-1
TEL03-3663-2011 FAX03-3663-2015

大阪本社
〒550-0005 大阪市西区西本町3-1-48
TEL06-6538-5505 FAX06-6538-5510

九州支局
〒812-0029 福岡市博多区古門戸町3-12
TEL092-271-7816 FAX092-291-2995



JA全農のメディア懇談会。多くの記者・関係者が出席した……P6

CONTENTS

▶ 大手豚肉サプライヤーインタビュー
日本ハム前田文男取締役専務執行役員食肉事業本部長
…………… P2～4

▶ メープルリーフフーズ、来年にも豚肉事業分社化
しカナダパッカーズへ…………… P4

▶ [USDA需給予測] 24年食肉生産総量は1・
0%増、25年は0・5%増…………… P5

▶ JA全農、「2024年度メディア懇談会」を開催
…………… P6

▶ 食肉販売動向調査「24年上半期実績と下半期の見
通し」⑥「食肉専門店の動向」…………… P7

▶ 日本食鳥協会「国産とり肉の日」王将フードサー
ビスに感謝状を贈呈…………… P7

▶ 前川製作所がDASシリーズ累計3千台出荷達成、
初出荷から30周年…………… P8

▶ 国内のランピースキン病の確認について、福岡県で
はワクチン接種開始…………… P8

▶ 岐阜県の採卵鶏農場で鳥フル、1万5千羽が
殺処分—農水省…………… P8

▶ [資料]ランピースキン病の概要…………… P9

▶ [東京・大阪枝肉相場、全国と畜頭数]19日……P10

▶ [各地の豚枝肉、豚部分肉、食鳥相場]19日…P11

注目のヘッドライン

大手豚肉サプライヤーインタビュー
日本ハム前田文男取締役専務執行役員食
肉事業本部長

…詳細はP2～4

JA全農、「2024年度メディア懇談会」
を開催

…詳細はP6

食の感動体験を創造することで
世界中の人々と食をつなぎ続ける



<https://www.starzen.co.jp/>



<https://www.sfoods.co.jp/>

大手豚肉サプライヤーインタビュー 日本ハム前田文男取締役専務執行役員食肉事業本部長

—昨年度(2024年3月期)の豚肉事業について、国産・輸入(チルド・フローズン)それぞれの販売金額、販売数量の前年比をうかがいます。

国産豚肉の販売数量は前年並み、輸入豚肉ではチルドが現地価格高騰の影響を受けて数量減少、フローズンは1ケタ増となりました。販売金額については相場高の影響から国産豚肉、輸入チルドが1ケタ増、輸入フローズンは2ケタ増となりました。

もともと割安感のあったフローズンは、相場の上がり幅も大きかったのですが、早期に手当てしていたことも功を奏しました。

—この実績を受けて、今年の販売環境について総括をうかがいます。

国産豚肉については前年と比較して市場の取引価格が高値で推移しました。前年に夏場の猛暑で出荷頭数が伸び悩んだことが、相場に影響したものと思われる。

上期は枝肉が高い分、パーツ販売には苦労しましたが、下期は順調に販売できました。肉だけでなく、脂や骨についても品ぞろえするというのが当社の特色であり、これらのトータルで、国産豚肉はしっかりと成果を残せたのではないかと考えています。

輸入チルドは現地価格の高騰に加え、円安が大きく影響しました。輸入豚肉に求められる値頃感が打ち出せず、量販店などでも販売を控える傾向があったのではないかと考えられます。下期は豚価が下がったので、豚肉は国産にシフトしました。

当社では複数の輸入チルドポークブランドを展開しており、付加価値を提案しています。しかしながら、相場高ゆえに、価値よりも価格を求める傾向が強く、ブランド肉の販売は苦戦しました。

フローズンポークは調達価格が大きく上昇したため、加工メーカーを中心に先物取引の比率が高まったと思いますが、スエズ運河で海賊などによるテロ行為への懸念から南アフリカを迂回して荷を運ぶため、通関が大幅に遅れました。

これにより、欧州産の豚肉を手当てできないという状況もありました。なお、現状では4月以降、一定量の通関を切れており、6月までに平準化しています。



—去年は輸入牛肉も高騰し、食肉の市場環境に大きな影響がありました。

輸入牛肉は特に米国で生産頭数が減少したことで現地価格が高騰し、日本国内の相場も大きく上昇しました。値頃感を打ち出せなくなり、量販店などでは牛肉コーナーそのものが縮小したことで、牛肉の消費機会が減少している可能性があります。外食産業でも、原料肉は牛から豚や鶏にシフトしています。

—需要は牛肉から豚肉、鶏肉にシフトしているという話は各所で聞かれます。実際、豚肉と鶏肉ではどちらの方がその影響をより強く受けているのでしょうか。

どちらかといえば、価格変動の小さい鶏肉の方に大きくシフトしたように思います。ただ、これには豚価が高騰していたという環境も作用しているので、現状の相場であれば同じようにシフトしていくと思います。

—今年度の豚肉の販売計画についてうかがえますか。上期の販売状況や下期の見通しも合わせておきかしてください。

国産豚肉は前年比1ケタ増の販売数量を計画しています。金額については下期の見通しが不透明ですが、上期のような高値相場がずっと続くわけではないので、前年並みを想定しています。

上期は北関東で豚熱が発生したほか、夏場の猛暑の影響で増体が悪く、市場では出荷頭数が減少傾向にありました。そしてこの出荷減が価格に影響しました。これにより値頃感を打ち出せず、販売に苦戦しました。猛暑自体は去年も同じ状況ではあるのですが、価格への影響はさらに大きいものでした。こうした状況は来年も想定されます。

国産豚の構造改革を進め、アニマルウェルフェアに対応するフリーストール化、そして生産農場の2サイト化(繁殖・肥育の分離)を進めていきます。

豚肉の処理を行う道南工場を建て替えましたが、湯剥ぎなどと畜の省力化、脱骨の省力化などに注力し、処理頭数を維持拡大して量販店向け等の規格肉を増やしていきたいと考えています。生産から処理、販売まで一体となって強化していきます。

下期は相場が落ち着いてくるとみえています。冬場の需要期に入り、輸入豚も相場高は継続しているので、販売環境は悪くないと思います。

輸入チルド、フローズンは共に前年並みの販売数量を計画しています。現状、販売環境は好調といいたく、下期にさまざまな提案強化、得意先を増やす取り組みを進めていきます。金額についてはいずれも2ヶタ伸長を計画しており、相場が高い中でどのように売り伸ばしていくのが課題です。

—今年発表された中期経営計画2026では、輸入牛肉や国産鶏肉が食肉事業の柱とされていますね。

鶏肉については自社および他社からの生産・仕入れを強化していく成長戦略を進めていきます。牛肉については構造改革と成長戦略になりますが、仕入量を減らすことなく、販売につなげていく必要があります。戦略的に強化しているブランド和牛だけでなく、各地域で地産地消する和牛の取り扱い、価格的に販売しやすい交雑牛、乳牛、経産和牛による収益強化も進めています。

—豚肉の取り組みについてはいかがでしょうか。

豚肉事業では収益を重視して構造改革を進めています。また、夏場の猛暑による出荷減と相場高騰の影響が大きく、早急な対策が必要です。

生産では繁殖・肥育を一貫して行う農場ではなく、繁殖と肥育それぞれを別々の農場に分ける取り組みを進めています。生産性向上を図るとともに、食肉処理については省人化・省力化を進め、工場のあり方を見直します。

荷受・販売では夏場の販売を強化していきます。セット販売の強化に加え、部位ごとの需要にどのような強弱が出てくるのかを理解し、先行して計画販売していくことが重要となります。

—生産部門について、前年よりもコストが上昇していることかと思われそうですが、その主な項目や対策をうかがえますか。

エネルギーコストの上昇に加え、今上期は飼料価格が期待したほど下がらず高値を維持したため、コストに大きく影響しました。9月以降は価格が下落して、落ち着いています。

こうした環境は他社も同じ条件であることから、いかに生産性、成績を上げていくかが重要となります。そのため、一貫体制の現状から2サイトもしくは3サイトに分散して効率的な生産基盤を構築する必要があります。

—今年、ニッポンハムグループの豚肉の処理施設として日本フードパッカーの道南工場(北海道)が3月に、生産農場では日本クリーンファームの新横浜農場(青森県)が9月に稼働を開始していますね。それぞれの施設について詳しくおきかせください。

道南工場はグループ初のスチーム処理施設です。食肉処理工程のシステム化や機械による自動化を進め、処理能力が40%向上し、人員確保が難しい部門での作業負担軽減に加え、作業品質の安定につながる事が可能となりました。これにより、処理頭数は36万7500頭で、グループ最大規模に拡大しています。

また、道外で出荷処理していた頭数についても新工場に集約可能となり、グループが導入するバーティカル・インテグレーション・システムの生産飼育から処理製造までを道内で完結できる効率的な体制が整いました。

これまで交配から出荷までを一貫生産してきましたが、このうち、繁殖を今年1月に稼働開始した来満農場(青森県)に移し、新横浜農場では肥育のみを行う2サイト方式に変更します。これにより種豚(母豚)と子豚の飼育施設を分け、感染連鎖のリスクを低減させることで生産性向上につながります。飼育頭数は常時2万9千頭でグループ最大規模となります。

当社グループの豚肉出荷頭数は、新横浜農場の建て替え期間があり、前年から4万~5万頭程度減少していますが、出荷頭数トータルは54万頭を計画しています。これが26年度以降に増加していく計画です。

—貴社中央研究所、NTTデータグループが共同で研究開発しているAI・IoTを活用した養豚サポートシステム「PIG LABO」(ピッグラボ)について教えてください。(次ページへ続く)

当社が取り組むピッグラボとは、デジタル技術を活用して現代の養豚を取り巻く課題を解決するとともに、新しい養豚のカタチの実現を目指すものです。

ピッグラボでは、2029年までに分娩・哺乳・育成・肥育といった母豚の繁殖から子豚の育成、出荷までの全ステージで、遠隔でも管理できるようなトータルサポートを目指しています。

リモートワークが社会で一般化しつつある中、畜産現場ではこれが導入できていません。機器やAIを導入することで技術補完と省人化を進め、現場の外から状況確認と指示出しが可能となり、休暇も取りやすい環境にすることができます。また、大規模農場だけでなく、中小規模の農場でも導入できる技術開発を目指しています。

ピッグラボでは母豚の発情検知システム「Breeding Master」(ブリーディングマスター)、生体の体重推定システム「Growth Master」(グロースマスター)という二つの製品を開発しました。

このうちブリーディングマスターは母豚の発情を検知し、最適な交配時期をAIが知らせてくれる技術製品です。

豚は3週間に1度、発情時期を迎えますが、そのタ

イミングを逃してしまうと、再び3週間待たなければなりません。現在、この発情時期の確認は全て人の手(目)で行われており、熟練の技術と経験が必要、かつ技術レベルの差によって成績にバラツキが生じます。

ブリーディングマスターは、専用カメラとタブレットを通じてどこでも一定の水準で繁殖成績を出せることを目指しています。

グロースマスターは、生体の健康管理(日々の体重管理や疾病などの早期発見)、餌の管理、出荷時期の予測など、さまざまな目的で行われる体重測定を自動で行う製品です。こちらも専用カメラを用いて豚群ごとに記録集計し、体重を推定することが可能です。

体重測定は重労働で時間も手間も掛かるため、これを自動化することで人手不足や作業負担軽減に貢献することを目指しています。

一豚肉業界全体の課題についてうかがえますか。

やはり安定供給のために安定して生産できるか、処理できるかということが課題です。特に食肉処理場の老朽化は業界全体の課題であり、全国の多くの処理場が建設から半世紀以上が経過しています。構築された供給体制を維持していくためにも、適切な投資が必要となってきます。(連載続く)

メープルリーフフーズ、来年にも豚肉事業分社化しカナダパッカーズへ

日本をはじめ、米国やアジアなど全世界20カ国以上に製品を輸出しているカナダを代表する食品会社のメープルリーフフーズ社(オンタリオ州・トロント)は準備が整い次第、2025年中にも豚肉事業を分社化し、独立企業である「カナダパッカーズ」としてスタートする予定だ。分社化により、相互の企業価値を最適化し、さらなる高みへと引き上げることが期待される。

「カナダパッカーズ」の事業には、飼料工場の運営を含めた養豚事業、そして豚肉の加工拠点であるブランドン工場(マニトバ州)とレスブリッジ工場(アルバータ州)も含まれる。一方でハム・ソーセージなどの豚肉加工品や鶏肉事業、さらに植物タンパク事業などについては、引き続きメープルリーフフーズ社が行う予定だ。

これまでメープルリーフフーズ社の豚肉事業は



健全な経営を継続しており、高い競争力を有していたが、分社化することで今後さらに強化。収益の工場への投資などもより積極的に進める。

同社がこれまで重要視してきた日本市場に対しては引き続き高い品質の商品を安定的に供給する。また、メープルリーフフーズ社は世界の食品会社に先駆け、19年にカーボンゼロ、カーボンニュートラルを達成した企業でもある。分社化後も持続可能な豚肉産業を守るため、アニマルウエルフェアなども含めて企業として取り組んでいく。

[USDA 需給予測] 24 年食肉生産総量は 1・0%増、25 年は 0・5%増

米国農務省 (USDA) は現地時間15日、食肉などの需給予測 (表参照) を発表した。それによると、2024年の食肉生産総量は前年超えの1079億3千万ポンド。食肉別にみると、牛肉の年間生産量は前年比0・2%増、ブロイラーは1・7%増と前月公表時から上方修正され、豚肉は下方修正となったが、2・0%増の増加となっている。

1～3月の総量は265億3300万ポンド (前年同期比1・7%減)、4～6月は266億2800万ポンド (0・6%増)、7～9月は270億2600万ポンド (2・6%

増)、10～12月は277億4300万ポンド (2・4%増) としている。また、25年の食肉生産総量は1084億5400万ポンド (0・5%増)、1～3月は268億3400万ポンド (1・1%増)、4～6月は268億6900万ポンド (0・9%増)、7～9月は271億6700万ポンド (0・5%増) と予想される。

24年、25年共に牛肉生産量の見通しは先月の予測から引き上げられ、24年は270億2500万ポンド、25年は262億8千万ポンドとなった。

米国の食肉需給予測 (11月15日現地公表)

		23年	24年予測	1-3月	4-6月	7-9月	10-12月	25年予測	1-3月	4-6月	7-9月
生産量	牛肉	26,967	27,025	6,560	6,766	6,780	6,920	26,280	6,625	6,745	6,505
	(前年比)	95.3%	100.2%	96.1%	100.8%	102.4%	101.6%	97.2%	101.0%	99.7%	95.9%
	豚肉	27,302	27,858	7,094	6,714	6,775	7,275	28,400	7,030	6,820	6,970
	(前年比)	101.1%	102.0%	100.3%	101.8%	104.4%	101.8%	101.9%	99.1%	101.6%	102.9%
	ブロイラー	46,387	47,184	11,430	11,654	12,001	12,100	47,850	11,725	11,825	12,200
	(前年比)	100.4%	101.7%	99.0%	100.9%	102.7%	104.2%	101.4%	102.6%	101.5%	101.7%
	羊肉	131	133	34	33	32	33	132	33	33	32
	ターキー	5,457	5,122	1,269	1,306	1,282	1,265	5,165	1,265	1,290	1,300
	合計	106,880	107,930	26,533	26,628	27,026	27,743	108,454	26,834	26,869	27,167
(前年比)	99.5%	101.0%	98.3%	100.6%	102.6%	102.4%	100.5%	101.1%	100.9%	100.5%	
市場価格	チョイス去勢牛	175.54	186.68	181.03	188.42	189.26	188.00	188.00	188.00	187.00	186.00
	(前年比)	121.6%	106.3%	112.5%	105.3%	102.7%	105.7%	100.7%	103.9%	99.2%	98.3%
	生体豚	58.59	61.05	54.97	65.53	63.71	60.00	59.00	58.00	62.00	63.00
	(前年比)	82.3%	104.2%	100.3%	115.6%	92.0%	112.0%	96.6%	105.5%	94.6%	98.9%
	ブロイラー	124.40	129.40	128.00	132.10	127.40	130.00	129.80	132.00	133.00	127.00
	(前年比)	88.5%	104.0%	102.8%	94.8%	110.5%	109.7%	100.3%	103.1%	100.7%	99.7%
ターキー	140.10	94.00	92.10	95.70	93.30	95.00	100.30	94.00	96.00	103.00	
輸出入量	牛肉輸出	3,038	2,960	733	782	735	710	2,700	700	725	650
	(前年比)	85.7%	97.4%	94.1%	97.1%	100.5%	98.2%	91.2%	95.5%	92.7%	88.4%
	牛肉輸入	3,725	4,508	1,196	1,012	1,210	1,090	4,515	1,200	1,025	1,200
	(前年比)	109.9%	121.0%	125.1%	112.3%	125.3%	120.6%	100.2%	100.3%	101.3%	99.2%
	豚肉輸出	6,824	7,153	1,802	1,765	1,676	1,910	7,355	1,835	1,820	1,740
	(前年比)	107.5%	104.8%	108.0%	99.0%	108.6%	104.7%	102.8%	101.8%	103.1%	103.8%
	豚肉輸入	1,142	1,167	298	291	274	305	1,190	305	290	285
	(前年比)	85.0%	102.2%	104.9%	107.4%	96.5%	100.3%	102.0%	102.3%	99.7%	104.0%
	生体豚輸入	6,745	6,779	1,747	1,734	1,598	1,700	6,645	1,720	1,690	1,600
	(前年比)	104.0%	100.5%	104.5%	103.6%	93.4%	100.5%	98.0%	98.5%	97.5%	100.1%
	ブロイラー輸出	7,260	6,717	1,714	1,632	1,671	1,700	6,780	1,740	1,645	1,685
	(前年比)	99.6%	92.5%	91.5%	90.4%	95.4%	92.6%	100.9%	101.5%	100.8%	100.8%
ターキー輸出	490	502	110	119	133	140	530	115	125	140	
(前年比)	120.4%	102.4%	129.4%	103.5%	91.7%	97.2%	105.6%	104.5%	105.0%	105.3%	

単位:量は百万ポンド、価格は牛・豚は百ポンド当たりドル、家禽はポンド当たりセント

JA 全農、「2024年度メディア懇談会」を開催

JA全農(桑田義文代表理事理事長)は18日、東京都中央区のロイヤルパークホテルで「2024年度メディア懇談会」を開催した。

会の冒頭、桑田義文代表理事理事長(写真)が「今年も残すところ1月半となった。今年は元日の能登半島地震に始まり、7月には山形県・秋田県を、そして9月には地震による被害が癒えない能登半島を集中豪雨が襲った。また、昨年に続き夏の猛暑が全国各地の農畜産物に大きな被害を及ぼしており、自然災害との厳しい戦いの一年であった。来年こそは全国の農畜産地に穏やかな、実りの季節が訪れることを祈らずにはられない。また8月に始まり今に続く一連の米の情勢を考え、より一層、改めて私どもとメディアの皆さまとのコミュニケーションがどれほど大切なものかということに思いをはせている。今後とも生産者団体として、データなどを示しながら生産現場の生の正しい声を、皆さまに伝える努力を行っていききたい」とあいさつ。

続いて、桑田代表理事理事長から「農畜産物の適正な価格形成」について説明され「農畜産物の適正な価格形成の実現については、改正された食料・農業・農村基本法にもうたわれているところであり、当会が組織を挙げて要請してきた重要項目である。このほど就任された江藤農林水産大臣も就任会見において、『年明けの通常国会には、生産コストを反映した価格形成に関する法律を必ず出す』と力強い意気込みを語られたことに、大きな期待感を持って注視している。また、法案成立が令和7年になると想定し、その間を法制化後の実効性を高めるための準備期間と位置付けている」とし、その準備を「一つ目にこれまでの価格形成・価格転嫁の取組事例を当会内で共有。二つ目に生産コスト上昇実態などの説明資料を作成。三つ目に、消費者を意識したチラシの作成に着手しており、法制化を待つことなく活動したいと考えている。そして法制化した暁には、私ども自身が主体的に、当事者として適正な価格形成の実現に向けて努力をしていく」と締めくくった。

その後、畜産酪農事業部の由井琢也常務理事が



「子牛生産をめぐる情勢と和牛消費喚起対策」について、和牛の枝肉・子牛相場および生産の動向、そして消費サイクルと生産サイクル、消費喚起対策の展開の取り組みを説明。「豚肉・鶏肉消費が伸びる一方で、牛肉消費は低迷を続け、その差は拡大しており、その推移に現金給与総額を重ねると、所得の落ち込みと牛肉消費量には相関がみられる。このまま需給環境が改善しなければ、繁殖農家の離農が加速し、和牛生産基盤が縮小する懸念がある。いったん縮小した基盤を元どおりに回復させるためには、繁殖雌牛の出生～子牛育成の35カ月、そして肥育～出荷まで20カ月の合計55カ月を要する大変厳しい問題となっている」と和牛生産・消費における課題を述べ、6年度の取り組みについては「賃上げが過去最高を記録するなど消費マインドへの追い風を捉え、内需を刺激。またインバウンド需要拡大の好機を最大限活用し、訪日客向けの認知度向上に努めた。そして食育とひも付け、将来の消費維持を念頭としたアプローチをしてきた。下期においてもタレントを起用したPRイベントの開催や、広告出稿、ECサイト運用、社会貢献活動を行い、引き続き『ちょっといい日に和牛を食べよう!』のメッセージを継続して発信していきたい」と意気込みが語られた。

その後、立食形式の懇談会に移り、桑田理事長が乾杯のあいさつを述べ、「鹿児島県産黒牛のローストビーフ」などの料理が提供され、参加者は意見・情報交換に花を咲かせ、大いに盛り上がった。

食肉販売動向調査「24年上半期実績と下半期の見通し」⑥ 「食肉専門店の動向」

24年度下半期の食肉専門店における仕入価格の見通しは、輸入牛肉、国産・輸入豚肉で「上昇」が最も多かった。また、それ以外の区分で「同程度」が最も多かったものの、すべての区分で「上昇」が「低下」を上回った。24年度下半期の食肉専門店における小売価格の見通しは、国産・輸入豚肉で「値上げする」が最も多かった。また、それ以外の区分では「同程度」が最も多かった。仕入価格と小売価格を比較すると、「上昇」と回答した者の割合は、おおむね同傾向となったものの、輸入牛肉および輸入鶏肉で小売価格の方が比較的少ない傾向となった。また、「低下」と回答した者の割合は、小売価格の方が少ない傾向となった。

24年度下半期の食肉専門店における部位別小売価格の見通しについて、今期(24年度上半期)との比較では、輸入牛肉および輸入豚肉の全ての部位で「値上げする」が最も多かった。一方、和牛、交雑牛の全ての部位で「同程度」が最も多かった。また、国産豚肉の「ロース」「バラ」「切り落とし」は「値上げする」。「カタ」は「同程度」が最も多かった。「値下げする」は、和牛の「ロース」の7%、交雑牛の「ロース」「切り落とし」の4%などにとどまった。

食肉専門店における販売拡大に向けた対応については、牛肉では1位(最多)が「差別化商品の取り扱いを増やす」、2位が「特定の年齢層・家族構成を対象とした商品の品ぞろえを増やす」、3位が「低価格

部位(モモ肉など)や切り落としを増やす」となった。

豚肉では1位が「総菜商品の品ぞろえなどの強化」、2位が「差別化商品の取り扱いを増やす」、3位が「低価格部位(モモ肉など)や切り落としを増やす」となった。鶏肉では1位が「総菜商品の品ぞろえなどの強化」、2位が「差別化商品の取り扱いを増やす」、3位が「時短・簡便商品の取り扱いを増やす」となった。具体的な対応としては、「専門店ならではのブランド化」「オーダーカットなどのサービスを取り入れ、他社との差別化をする」「和牛販売にこだわり、他店との差別化を図る」「牛肉の赤身志向に対応する」「グラスフェッドビーフの取り扱いを考えている」「焼き肉向けの商品開発、BBQ向けの商品開発」「あらゆる物の価格が上昇しており、消費者の買い控えの影響がみられるため、少量パックや特売などを行い、販売につなげていきたい」「景気が悪いため、顧客が買いやすい価格設定が大事」「精肉の売り上げを伸ばすのは難しいため、総菜商品を増やす」「ロス対策・粗利対策として総菜を強化する」「グルテンフリーの米粉を使った総菜が好評で、総菜を購入した顧客が精肉も購入してくれるため、客単価や買上点数が上がっている」「冷凍商品を充実」「低価格で販売できる部位を選定して、調理例を提示して販売。特売での集客を狙う」「SNSを活用した販売強化」などが挙げられた。(連載終わり)

日本食鳥協会「国産とり肉の日」王将フードサービスに感謝状を贈呈

一般社団法人日本食鳥協会(佐藤実代表理事会長=写真左)は10月29日の「国産とり肉の日」に合わせ、令和6年度の感謝状を「おいしい料理は人々を『幸せ』にする」という社会的使命の下に、消費者への多様な食の提供を通じて、食鳥産業の発展に多大なる貢献をした」として(株)王将フードサービスの渡邊直人代表取締役社長(写真中央)に贈呈した。贈呈式の後の懇親会では、岩手県立大学との鶏肉消費拡大のために共同企画で考案された鶏肉と地産食材を活用した

メニューの試食会が開催された。



前川製作所が DAS シリーズ累計3千台出荷達成、初出荷から 30 周年

(株)前川製作所(前川真社長)はこのほど、自動脱骨・除骨ロボットの通称DASシリーズの累計出荷数が3千台に達したことを報告した。同シリーズは1994年の初出荷から30周年を迎えている。

3千台のうち9割以上を占めるのは、DASシリーズの原点でもある鶏モモ肉全自動脱骨ロボット「トリダス」。初めて出荷されたMT-03型の後、2004年に取り扱いがスタートしたMT-04(マークII)に続き、現在は22年に出荷を始めた最新のMT-05(マークIII=写真)の販売が伸びてきたところだ。マークIIIは、骨付きモモ肉を機械に投入するだけで骨と正肉を分離し、人手と同様の歩留まりを実現する。マークIIに比べると処理能力と歩留まりが向上しており、さらなる効率化に成功。外形寸法も同等で、温水洗浄、薬剤殺菌も可能な構造となっている。

トリダスを含めてDASシリーズは食鳥で4機種、食肉系で4機種をそれぞれ取りそろえ、合計8機種をシリーズ化。累計出荷数が100台を超える鶏ムネ肉全自動脱骨ロボット「イールダス」のほか、ターキーの



脱骨や豚部分肉などの除骨にも対応できるさまざまな製品がラインアップされている。

設備機器メーカーとして食鳥・食肉産業の持続に貢献し、食の安定供給、食品ロスの削減など、豊かな社会の実現に向けた提案をする同社は、国内に加え、ブラジルや欧州諸国、タイといった海外向けにも事業を展開。高歩留まりで高品質な自動脱骨・除骨技術を世界中に提供し、今後も引き続き未来の「食」を支えていく。

国内のランピースキン病の確認について、福岡県ではワクチン接種開始

ランピースキン病はランピースキン病ウイルスによって引き起こされる牛や水牛の病気で、6日に福岡県の2農場において、わが国で初めて同病の発生が確認された。死亡率は高くなく、自然治癒するが、発症した牛の早期発見、隔離、移動の自粛、害虫防除対策、ワクチン接種などの総合的な防疫対策によって、発生および感染拡大を効率的かつ効果的に防止することが重要である。

感染拡大の主な要因は、吸血昆虫(ベクター)であり、ベクター対策が最も重要とされ、潜伏期間は4

～14日間と考えられている。万が一異状を認めた場合には、速やかに当該牛を隔離することも重要だ。なお、同病は牛や水牛の病気で、人には感染しない。また、同病にかかっている牛の肉や乳が市場に出回ることはない。

福岡県では、同病の発生を踏まえ、まん延防止のためのワクチン接種を行うことを18日に告示し、21日からワクチン接種が開始される予定。ワクチンを接種した牛由来の牛肉は、米国向けには輸出することはできない。

岐阜県の採卵鶏農場で鳥フル、1万5千羽が殺処分ー農水省

農水省は19日、岐阜県本巣市の家禽農場で今シーズン国内9例目となる高病原性鳥インフルエンザの疑似患畜が確認されたことを発表した。

これにより、同農場の採卵鶏約1万5千羽が殺処分となる。

【資料】ランピースキン病の概要

ランピースキン病

MAFF
農林水産省

Point

国内で、2024年11月6日に発生が確認されました

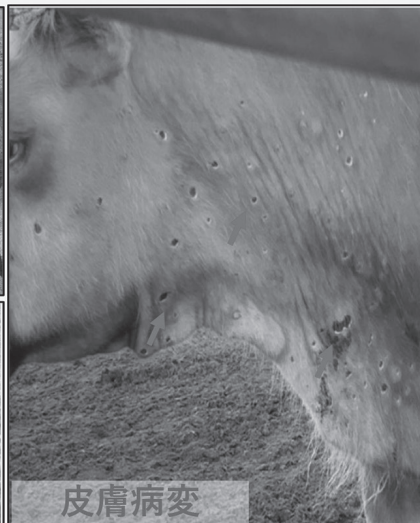
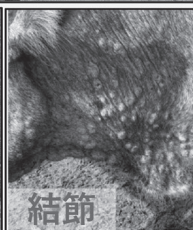
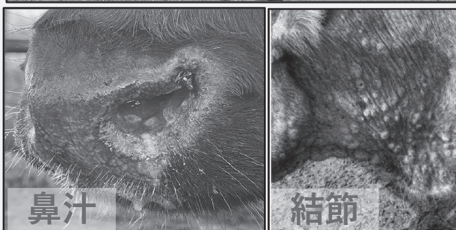
ランピースキン病は、ランピースキン病ウイルスによる牛の伝染病。主に、蚊、ハエ、ダニの媒介による機械的伝播や、感染した牛の移動により感染が拡大します。感染した牛は、全身の皮膚の結節や水腫、発熱、泌乳量の減少などの症状を呈し、生産性に影響を及ぼします。

ランピースキン病を疑う症状

発熱、鼻汁
皮膚の結節
泌乳量の低下
リンパ節の腫大



疑わしい場合は
直ちに連絡！

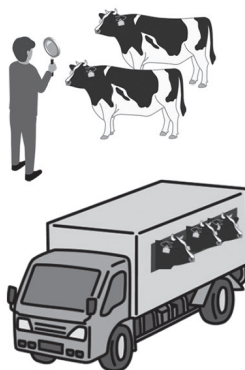


写真提供：モンゴル国中央獣医学研究所
(State Central Veterinary Laboratory in Mongolia)

ランピースキン病の侵入防止対策

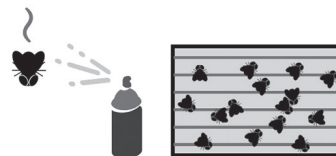
01 毎日の健康観察

早期発見・早期連絡が重要。
疑わしい牛は隔離し、牛の導入、
出荷、移動時は健康観察を徹底。



02 害虫の駆除

殺虫剤の散布とともに、
粘着シート等も活用。



03 清掃・消毒

衛生管理区域内の整理整頓を徹底し、飼養管理に使用する器具や畜舎等の施設は清掃と消毒を実施。

東京・大阪枝肉相場、全国と畜頭数

[東京食肉卸売市場] 11月19日
枝肉卸売価格(瑕疵除く)(頭、1kg当たり円、税込み)

◇牛生体		5	4	3	2	1	
和牛	雌 A 79頭	高値	4,024	3,475	2,298	-	-
		安値	2,422	2,276	2,110	-	-
		平均	3,069	2,707	2,203	-	-
		頭数	46	26	7	-	-
	雌 B -頭	高値	-	-	-	-	-
		安値	-	-	-	-	-
		平均	-	-	-	-	-
		頭数	-	-	-	-	-
	去 A 197頭	高値	3,390	2,592	2,319	-	-
		安値	2,359	2,281	2,108	-	-
		平均	2,697	2,417	2,206	2,035	-
		頭数	135	43	18	1	-
去 B -頭	高値	-	-	-	-	-	
	安値	-	-	-	-	-	
	平均	-	-	-	-	-	
	頭数	-	-	-	-	-	
乳牛	雌 B -頭	平均	-	-	-	-	
	雌 C -頭	平均	-	-	-	-	
	去 B -頭	平均	-	-	-	-	
	去 C -頭	平均	-	-	-	-	
交雑牛	雌 B 24頭	平均	-	1,685	1,544	1,459	
		頭数	-	3	11	10	
	雌 C 3頭	平均	-	-	1,398	1,406	
		頭数	-	-	2	1	
去 B 35頭	平均	-	1,737	1,629	1,480		
	頭数	-	6	19	10		
去 C 7頭	平均	-	1,620	1,491	1,462		
	頭数	-	1	3	3		

	牛	豚	搬入牛	搬入豚		その他
と畜 売買	430 429	844 1,096	- 129.5	(競り)	(相対)	
				-	14	67

◇牛搬入		5	4	3	2	1
和 雌	A	2,932	1,614	1,747	1,305	-
	B	-	-	1,339	1,251	1,086
和 去	A	2,530	-	-	-	-
	B	-	-	-	-	-
乳 雌	B	-	-	-	823	789
	C	-	-	-	860	805
乳 去	B	-	-	-	-	-
	C	-	-	-	-	-
交 雌	B	-	-	-	1,140	-
	C	-	-	-	850	-
交 去	B	-	-	-	-	-
	C	-	-	-	-	-

◇豚		[極上]	[上]	[中]	[並]	[等外]
生体	高値	603	799	721	648	542
	安値	572	540	518	464	367
	平均	584	562	547	539	484
	頭数	(9)	(414)	(384)	(184)	(105)
搬入 競り	高値	-	-	-	-	-
	安値	-	-	-	-	-
	平均	-	-	-	-	-
	頭数	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
搬入 相対	高値	-	-	-	-	524
	安値	-	-	-	-	464
	平均	-	-	-	-	516
	頭数	(-)	(-)	(-)	(-)	(14)

[大阪食肉卸売市場] 11月19日
枝肉卸売価格(生体)(1kg当たり円、税込み) []は豚規格

	5[極上]	4[上]	3[中]	2[並]	1[等外]
和 雌 A	2,514	2,234	1,987	-	-
(頭数)	(16)	(4)	(1)	(1)	(-)
B	-	2,127	-	-	-
(頭数)	(-)	(1)	(-)	(9)	(1)
和 去 A	2,469	2,223	2,022	-	-
(頭数)	(28)	(13)	(1)	(-)	(-)
B	-	-	-	-	-
(頭数)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
乳 去 B	-	-	-	1,087	-
交雑雌 B	1,884	1,760	1,604	-	-
C	-	1,513	1,482	-	-
交雑去 B	-	1,708	1,597	-	-
C	-	-	-	-	-
豚	-	636	574	437	354

[全国と畜概算頭数]
農水省統計部発表 (頭)

	11月19日	11月18日	(11月累計)
豚	69,100	67,700	827,200
成牛計	5,240	5,410	59,990
和牛雌	1,440	1,350	15,310
和牛去勢	1,360	1,700	16,020
乳牛雌	750	430	8,830
乳牛去勢	640	520	6,200
交雑雌	540	620	6,440
交雑去	510	790	7,050

[去勢牛B3・2規格 枝肉取引価格] 11月19日

	1,551円	(前日 1,455円)
東京		
	1,521円	(前日 1,661円)
大阪		

[豚・全農建値] 11月19日

上	中	取引頭数	市況
560円	545円	1053頭	強もちあい

と畜 売買	牛 87頭 牛 125頭	豚 65頭 豚 70頭	牛概況 弱もちあい 豚概況 続伸
----------	-----------------	----------------	---------------------

各地の豚枝肉、豚部分肉、食鳥相場

[主要市場豚枝肉卸売価格] 11月19日 (1kg当たり円、税込み)

	上加重 (前日)	中加重 (前日)	と畜	上場	市況
北海道 [セ]	594 (594)	- (-)	6,191	-	もちあい
仙台 [中]	569 (589)	503 (536)	539	75	反落
宇都宮 [地]	575 (577)	474 (556)	1,812	16	もちあい
茨城 [地]	561 (556)	542 (540)	1,254	714	上伸
群馬 [地]	543 (546)	485 (484)	2,224	449	小幅安
さいたま [中]	559 (552)	552 (535)	231	232	反発
東京 [中]	562 (550)	547 (554)	844	1,096	反発
横浜 [中]	560 (573)	536 (538)	649	648	反落
山梨 [地]	619 (-)	603 (-)	169	86	反発
浜松 [地]	536 (551)	474 (473)	371	39	下押し
名古屋 [中]	583 (589)	572 (547)	992	259	続落
京都 [中]	601 (594)	580 (566)	125	102	もちあい
大阪 [中]	636 (593)	574 (522)	65	54	続伸
神戸 [中]	624 (-)	639 (-)	-	150	-
岡山 [地]	658 (679)	620 (639)	319	304	下押し
広島 [中]	576 (572)	529 (543)	200	63	もちあい
福岡 [中]	564 (568)	530 (533)	504	115	小反落

注：北海道はホクレン大卸売価格で、前日の全道と畜頭数。

[日本食肉流通センター] 11月12日～11月18日
豚カット肉 [I] (1kg当たり円、税込み、重量kg)

◇首都圏 総重量 1,659,732 kg

	第1四分位値	重量中央値	第3四分位値	刈込み平均値	取引重量
肩ロース	1,156	1,227	1,260	1,225	82,851
うで	702	775	822	778	142,629
ロース	1,058	1,166	1,221	1,152	150,300
ばら	1,166	1,283	1,356	1,277	180,196
もも	745	789	816	785	220,499
ヒレ	1,112	1,271	1,430	1,280	11,981
セット	947	1,048	1,080	1,027	871,276

◇近畿圏 総重量 726,221 kg

	第1四分位値	重量中央値	第3四分位値	刈込み平均値	取引重量
肩ロース	1,156	1,258	1,298	1,253	64,128
うで	718	756	810	758	118,543
ロース	1,062	1,209	1,275	1,187	98,420
ばら	1,243	1,279	1,332	1,281	130,071
もも	705	744	778	737	158,299
ヒレ	1,041	1,211	1,285	1,175	9,532
セット	899	982	1,066	988	147,228

[食鳥正肉日経相場] 11月18日
荷受売値平均値 (kg当たり円、税抜き)

◇東京 (7社)

	安値	加重平均	高値	販売量 (t)
モモ	648	700	806	150
ムネ	360	395	502	121

◇大阪 (3社)

	安値	加重平均	高値	販売量 (t)
モモ	656	714	990	8
ムネ	368	418	550	6

[農水省統計情報部食鳥市況] 11月18日
kg当たり円、税抜き

	モモ肉	ムネ肉	手羽モ	手羽サ	ササミ
高値	954	623	550	600	650
安値	668	370	290	360	350
平均	714	406	-	-	-

※日本食肉流通センター：①数値はすべて記載日中間（1週間分）に収集した累積データをもとに算定しており、直近1週間の状況を示している。②重量ベースでみた価格の分布。代表値は「重量中央値」であり、参考値として「第1四分位値」「第3四分位値」「刈込み平均値」を算定。③収集した取引価格データ（単価・重量）を単価の低いものから順に並べ替えた上で取引重量を累積し、総取引重量のちょうど50%に位置する単価を「重量中央値」。最低価格から順に累積したデータを4等分し、最初の境界に位置する単価を「第1四分位値」3番目の境界に位置する単価を「第3四分位値」という。「刈込み平均値」は、第1四分位と第3四分位の間の重量ベースの平均値（加重平均値）。

食肉に関する**最新**のニュースを、どこよりも**早く**お届け!

日刊食肉速報

2024年11月、リニューアル!

A4版にリニューアルして更に見やすくなりました。

また、紙媒体だけでなく、新設されたWEBページでいつでも手軽に情報チェックが可能に。

食肉関連の行政、業界の動向をはじめ、国産と輸入の相場市況、企業情報など、これからも鮮度の高い日々の業界ニュースをお届けいたします。

紙媒体

A4版に
サイズUP!



**WEB
サービス版**

手軽に情報チェック!
バックナンバーも
探しやすい!



購読料は
そのまま!



仕様 | 11ページ
(表紙)カラー (中面)モノクロ
発行 | 月曜から金曜 (祝祭日を除く)
購読料 | 1カ年 82,080円(税・送料込)
6カ月 42,120円(税・送料込)

*写真はイメージです。

広告スポンサー募集

日刊だからこそ、効率的なタイミングでPR!

業界紙として70年の歴史をもつ信頼性の高い本紙にて、広告を出しませんか?
広告サイズは幅広く対応可能です。ぜひ、貴社のビジネスにお役立てください。

イベント情報など
スポット告知に最適

ターゲットを絞った
訴求力の高さ

70年の歴史をもつ
信頼性の高い業界紙

● 購読・広告掲載に関するお問い合わせ ●

東京支社 ☎03-3663-2011 ✉mail@shokuniku.co.jp

株式会社 食肉通信社