

令和7年  
2025年

1月29日  
水曜日

第11642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



「常陸の輝き」フェアのオープニングイベントが開催された……P3

- ▶ 畜産部会開催、取りまとめに向け酪肉近の構成案示す一農水省 …… P2
- ▶ 茨城県、「常陸の輝き」フェア、オープニングイベント開催 …… P3
- ▶ スターゼンG春夏新商品提案会④、家飲み、簡便需要などに対応 …… P4~5
- ▶ オリメルがブランドロゴデザインを一新、新たなマーケティング戦略開始 …… P5
- ▶ ASICIヘスス・ペレス・アギラール 副所長「マーケットに合わせたプロモーションを」 …… P6
- ▶ MLAグランドセミナーを2月10日に大阪、12日に東京で開催 …… P6

▶ 兵庫県食肉生活衛生同業組合が新年会を開催、万博活性化に期待 …… P7

▶ 千葉県で鳥フル発生、今シーズン44~46例目一農水省 …… P7

▶ [JCA・12月]牛、豚、鶏の動き良く、加工品鈍く3・4%増 …… P7

▶ [外食産業市場動向・12月]焼き肉は前年同月比2・8%増 …… P8

▶ [資料] 日本食肉流通センター週間市況 〈和牛・交雑牛・乳牛チルド〉 …… P9

▶ [東京・大阪枝肉相場、全国と畜頭数]28日 …… P10

▶ [各地の豚枝肉、豚部分肉、食鳥相場]28日 …… P11

## 注目のヘッドライン

### 畜産部会開催、取りまとめに向け酪肉近の構成案示す一農水省

農水省は28日、食料・農業・農村政策審議会畜産部会を開催し、新たな酪農および肉用牛生産の近代化を図るための基本方針の構成案、酪農経営および肉用牛経営の基本的指標などを示した。

…詳細はP2

### 茨城県、「常陸の輝き」フェア、オープニングイベント開催

…詳細はP3

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

# スターゼン

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

# スターゼン

# S Foods

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

## 畜産部会開催、取りまとめに向け酪肉近の構成案示す―農水省

農水省は28日、食料・農業・農村政策審議会畜産部会を開催し、新たな酪農および肉用牛生産の近代化を図るための基本方針の構成案、酪農経営および肉用牛経営の基本的指標などを示した。

生乳や牛肉の需給緩和による脱脂粉乳の過剰在庫の発生や枝肉・子牛価格の低下、飼料費をはじめとした生産コストの上昇・高止まり、環境や持続性に配慮した畜産物生産の必要性の高まりなどの状況変化を踏まえ、構成案では、「酪農および肉用牛の需給をめぐる情勢の変化と対応方向」「持続可能な酪農および肉用牛生産に向けた取り組み」の2構成とし、目指す方向性として、生乳や牛肉の需給に応じた生産の推進による需給ギャップの解消、将来の生産手法の見直しを含む、生産コストの低減、輸入飼料依存度の低減、環境負荷低減などの取り組みの推進などを掲げている。

「酪農および肉用牛の需給をめぐる情勢の変化と対応方向」では、生乳、牛肉、飼料の需給事情の変化と対応方向がそれぞれ盛り込まれた。

このうち、牛肉の需給事情の変化については、1人当たりの消費量は中長期的には緩やかな増加傾向にあるが、令和3年度以降、輸入量の減少や物価上昇などの影響により前年度を下回って推移する中、和牛肉の生産量は増加し、枝肉価格が弱含みで推移する一方、競合する交雑種や乳用種の枝肉価格は値ごろ感のある国産牛肉として需要があり堅調である。和牛肉において、5等級の格付割合が大幅に上昇する一方、適度な脂肪交雑などの多様な消費者ニーズに対応する必要性が増大している。

対応方向として、輸出拡大などの新規需要の開拓、和牛特有の脂肪交雑の強みは残しつつ、オレイン酸などのおいしさに関する要素にも着目した、脂肪の「量」から「質」への転換、和牛の早期出荷の本格化などの取り組みを示している。

「持続可能な酪農および肉用牛生産に向けた取り組み」のうち、肉用牛経営の生産基盤については、とくに和牛は、高齢繁殖牛から生産された子牛が低価格で取引される傾向があり、和牛の近交係数が上昇し、脆弱な集団となる恐れがある。このため、若い繁殖雌牛への更新を進め、遺伝的多様性に着目した種

雄牛の造成や繁殖雌牛の導入の推進および遺伝資源の適切な管理・保護を行う必要がある。

経営安定については、繁殖経営戸数は、高齢化・後継者不足を背景に年々減少しているが、令和6年は経営環境の悪化もあり例年以上に減少。生産コストは、繁殖経営では繁殖雌牛50頭以上層から平均よりも減少し、肥育経営では飼養頭数規模による大きな差はみられない状況である。このため、繁殖経営については、分娩感覚の短縮などに向けたスマート技術の活用、放牧利用、経営資源(土地、労働力等)に見合った規模拡大などにより、生産コスト低減、肥育経営については、青刈りとうもろこしの活用や国産稲わらの利用拡大のほか、肥育期間の短縮による早期出荷を推進する必要がある。

このほか、関連事項では、担い手の確保、家畜衛生対策の充実・強化、アニマルウェルフェアの推進などを示している。

また、基本方針では、酪農経営および肉用牛経営の基本的指標を盛り込むものとされており、肉用牛の繁殖経営では、放牧や国産飼料の活用、発情発見・分娩監視装置等のICTの導入、外部支援組織の活用による生産性向上や労働負担軽減に資する取り組み、肥育・一貫経営では、国産飼料の活用や出荷月齢の早期化、起立困難牛の検知等のICTの導入等によるコスト低減や生産性向上に資する取り組みを取り入れるモデルを示す。

会議では、人口減少問題における労働力不足などについて意見が挙がり、これについて農水省は「畜産は堅調な需要に支えられてきて、農業の中では、これまで振興が図られてきた。一方、人口が減少する中で、今回の酪農の経営安定における構成案で“生産者が自らの経営を分析し、改善を図る取り組みが重要”と示しているが、酪農に限らずあらゆる畜種で重要になってくる。養豚は先進的な取り組みが進んでいて、厳しい状況下でも優良な経営を行っているところも多い」と答えた。

畜産部会では、3月下旬の答申に向け、引き続きの議論を進めていく。次回の畜産部会開催予定は2月中旬ごろで骨子案を示す予定だ。

## 茨城県、「常陸の輝き」フェア、オープニングイベント開催

茨城県は28日、県を代表するブランド豚肉「常陸の輝き」のメニューフェアを29日(イチ推しの肉の日)から、都内のレストラン20店舗で開催するにあたり、東京都千代田区の「rengoDMS」で、「シェフのイチ推し豚肉グルメ 常陸の輝きフェアオープニングイベント」を開催した。



常陸の輝きは県内の養豚関係者が満を持して届けるブランド豚肉。茨城県畜産センターが約7年の研究を重ねて開発したデュロック種の系統豚「ローズD-1」を交配した三元豚を、麦類や米を配合して肉のうまみを引き出すほか、香りを良くするため乳酸菌を加えるなど工夫を施した「常陸の輝き専用飼料」で育てることで、軟らかく滑らかな食味でうまみ・香りの良い肉質を実現した。特に品質の決め手となるのは、健康で元気な豚が育つ環境を作ること。そのために、生産者が一頭一頭の豚を毎日丁寧に観察しながら体調管理を徹底的に行い、情熱を持ち育てており、実際に調理した料理人からも「赤身にうまみのある脂が入り、香りもよく、焼き上がりはしっとりと仕上がるため、お客に自信を持って提供できる」と好評を博している。

イベントでは、タレントの宮川大輔さん(上写真中央)と、料理家・管理栄養士の長谷川あかりさん(同左から2番目)が登壇しトークセッションを行った。宮川さんは「週に2~3度は豚肉を食している。家に居られるときは料理も好きなので食事を作ることもあり、豚肉料理ではしゃぶしゃぶや生姜焼き、角煮などを作っている」と話し、長谷川さんは「普段レシピ開発・提供をすることが多いので、自分で食す場合は肉質の良い豚肉の薄切りを蒸籠で蒸して、塩などシンプルな味付けで楽しんでいる。豚肉はタンパク質・ビタミンB1が豊富で、疲労回復の効果も望めるので日常使いには最適」と日常生活の豚肉調理について語った。

その後、ミシュラン一つ星の日本料理店「六雁」の秋山能久総料理長(同右)による「常陸の輝きバラ肉



の生姜焼き」、レストランガイド「ゴ・エ・ミヨ」の期待の若手シェフに選出された「クラージュ」の古屋聖良シェフ(同右から2番目)による「常陸の輝き豚ヒレのポワレ」、メディアでも人気を博す中華料理店「4000 Chinese Restaurant」の菰田欣也総料理長(同左)による「常陸の輝き肩ロースの特製黒酢豚」の調理実演と登壇者の試食が行われた。

宮川さんは「どの料理も三者三様で素晴らしくおいしかった。お肉の見た目は赤身と脂身の色味が美しく、食べれば噛んだ瞬間、バランスの良い赤身と脂から肉汁が溢れ、豚肉特有の良い香りが追いかけてくる、これまで食べた豚肉とモノの違いを感じる豚肉だった」と感想を述べた。長谷川さんは「普段家庭料理のレシピを発信しているので、生ではなかなか見られないプロの調理工程や、常陸の輝きのおいしさをより引き出す技術も拝見でき、感嘆した」と語り常陸の輝きのおいしさを堪能し、PRした。

## スターゼン G 春夏新商品提案会④、家飲み、簡便需要などに対応

スターゼングループの2025年春夏新商品提案会で、江草潤営業本部営業統括部販売推進部販売管理グループチームリーダー(左写真)、柳澤智也営業本部営業統括部商品開発部開発営業グループリーダー(右写真)が新たな提案である「酒味時間」のコンセプトや商品内容などについて説明した。

【江草チームリーダー】コロナ禍で家飲み需要にシフトした消費は直近の物価高の影響もあり、シフトは続いている一方、若者のお酒離れなどもいわれており、お酒の楽しみ方や需要は多様化。そんな背景も踏まえ、「お酒の時間を愉しむ」ことをテーマに食シーンの創出を図る。お酒を飲むシーンに「食事を楽しむ」ニーズがあり、このニーズをとらえて「酒味時間」をテーマに食シーンを創出。「お酒に合う」というモノ視点ではなく、「お酒の時間や場면을愉しむ」コトの提案だ。スターゼングループの強みである肉から加工食品でお酒を「愉しむ」時間や場面を創造する。酒味時間とはお酒を愉しむトキ(時間)やシーン(場面)を食で彩ること。ひとつひとつの食の瞬間を大切にし、豊かな時間を提供する。ここでいう愉しむはあえて“愉”を使用。それはモノとして物理的に楽しむではなく、自分自身の気持ちや思いから生まれる楽しいコトの意味を込めている。お酒のトキを愉しむシーン(場面)としては家で、外で、一人で、みんなで、しつぽり、わいわいなどいろいろなシーンがある。そのシーンに合わせてトキやシーンが愉しくなる「食」を提案する。例えば、バーベキューやホームパーティーなど誰かと時間を共有する、家族でわいわい過ごす。好きな映画を観たり、アウトドアなど自分の時間を愉しむなど、さまざまなシーンがイメージできる。スターゼンはこのような一つひとつの食の場面と時間を大切にし、愉しく豊かな時間を提供する。これは肉から商品までを消費者にお届けできるスターゼンだからこそ、ご提供できる食の感動体験でもある。詳細と具体的な内容は2月に開催されるスーパーマーケットトレードショーで紹介予定だ。

2025年の春夏新商品についての市場背景と消費者ニーズについては、共働き世帯の増加し、総菜などの中食市場が伸長。家庭内の調理時間が減少しており、簡便商品のニーズが年々高まっている。一方で、



家庭の味を提供したいというニーズは減りつつあるものの、今なお根強い。これをデータで見ると、食卓に登場するハンバーグの半数近くが今も手作りされている。

特にその傾向は子育て世代で強く、忙しい中でも仕事と子育てを両立しながら、手作りしていることが分かる。また、物価高騰が進み、数年前と比べて野菜や肉、卵なども大きく値上がりしており、家計を圧迫している。

【柳澤グループリーダー】今回の商品説明の中で重点商品であるハンバーグは、2023年よりリブランディングの取り組みを実施。消費者ニーズの分析から商品のリニューアルとラインアップ整理の必要性を再認識し、ターゲットである30代~40代の子育て世代のニーズに対応する商品設計を行った。

その商品が「DELI BURG」(プレーン=右頁右写真・チーズイン・ミニチーズイン)。改良ポイントは、伸長している精肉冷凍カテゴリーの中でターゲット層を感じる新しい価値=市販冷食にはない鮮度感や素材感で手作り感や家庭料理感を訴求するため素材のおいしさを前面に出すよう、極力添加物を入れないようにした。またそれに合わせて素材感と安心感が持てるデザインに一新。「鉄板焼きハンバーグ」(同左)は物価高への対応品として価格・ボリュームを訴求する商品設計にした。改良ポイントはこちらも素材感を出すため肉が程よくほぐれる食感と野菜だしのうまみを加えた。

今回整理した商品のラインアップは松竹梅に例えると、松はスターゼンのオリジナル原料を使用した“外食店の味わいを手軽に”楽しめるハンバーグ、竹は「DELI BURG」で“手作りのおいしさと安心感を

手軽に”楽しめるハンバーグ、梅は「鉄板焼きハンバーグ」で“時間・お金をかけずにお腹いっぱい”楽しめるハンバーグと、三つのカテゴリーに分けた。今後は素材感があり、添加物を削減できる冷凍品の良さを活かした温度帯変更での販路拡大、健康志向がますます高まる海外での展開を図る。



ローストビーフを含む特定加熱製品はハンバーグと共にスターゼンの加工食品の両輪を成す商品であり、2026年にローストビーフの全面リニューアルを予定。今年には先に年々伸長している精肉総菜へローストポークの販売強化を図る。牛肉価格の高止まりにより、ローストポークの市場創造と消費喚起は喫緊の営業課題として認識している。

市場調査によるとローストポークの位置づけはローストビーフの代替として購入されるケースが多く、そのためにポジションが代わるような訴求が必要だ。そこでご飯に合うおかずとして認知されるよう特定加

熱製品の特徴を活かし、ほんのり温めて脂の溶け出しによる風味、コク、しっとり感で豚肉本来のおいしさが味わえる食べ方の提案を推進。改良ポイントは肉に合うオリジナルシーズニングで仕上げでご飯に合う果物と野菜ベースのソースを添付した。また、特定加熱ローストポークの拡売に向け小売品以外に外食チェーン向けに業務用スライス、原木の営業を強化するとともにテスト的に味付け野菜と組み合わせたカップデリタイプの生食販売を予定している。(連載続く)

## オリメルがブランドロゴデザインを一新、新たなマーケティング戦略開始

カナダ最大の食品メーカーであるオリメル(ケベック州)はこのほど、新たなブランド戦略として、30年以上にわたり使用してきた従来のブランドロゴのデザインを2025年から一新し、新たなマーケティング戦略を開始することを発表した。

オリメルでは、同社の中核となる価値観である「Integrity(誠実)」「Respect(尊敬)」「Trust(信頼)」は変えることなく、コロナ禍以降の世界市場の変化に合わせ、今こそブランドを刷新する時が来たと判断。会社の伝統を守りながら、品質を追求する戦略を反映したインパクトのあるロゴを目指した。

新たなロゴには、「ブランド認知度の向上」「品質認知の向上」「当社の進化と適応」の思いが込められている。また、色使いについてもネイビーは信頼・信用・優雅を表しており、赤は注目を集めインパクトある印象を与え、さらにゴールドは、優れた価値、高品質、伝統、長期にわたる評価を象徴している。そしてオリメルの新たなブランドアイデンティティは、「Authentic(本物であること)」「Human(人間中心の価値観)」「Impactful(影響力があること)」と



いう同社のコミットメントを体現している。

オリメルでは今後、カートンデザイン、製品デザイン、全ての媒体等の変更の準備を進め、カナダ本国では4月以降、日本を含めた各輸出国では9月以降の一斉変更を予定している。

上坂哲司日本支社長は「オリメル日本支社としても、このブランドロゴの一新を機に、新たな思いを込めて日本のお客さまとの取り組みを再構築し、より信頼されるブランドを目指してまいります」と思いを新たにしている。

## ASICI ヘスス・ペレス・アギラール副所長 「マーケットに合わせたプロモーションを」

イベリコ豚インタープロフェッショナル協会 (ASICI) および日本生ハム協会 (JCHA) は20、21日の2日間、生ハムのカッティング技術を学ぶことなどを目的として「イベリコ・ハムマスタークラスのセミナー」を開催した。(28日付既報)

同協会のヘスス・ペレス・アギラール副所長(写真)に、今回のセミナーを終えた上での印象、今後のプロモーション活動などについて話を聞いた。

—今回、セミナーを開催できたことに対する受け止めに教えてください。

プロモーションの計画として、一般消費者に向けたプロモーションのほかに、それぞれのマーケットの専門家たちに対するプロモーションも大事に考えており、それを充実させることでアンバサダーを育てていきたいと思っている。今回のイベントはまさに、そのために企画したもの。2日間通して、参加した生徒達の熱い思いに驚き、感動した。

—日本人のカッティング技術はどうでしたか。

生徒たちのレベルの高さに驚いた。生ハム1本を最後までカッティングしてもらったが、高い歩留まりを保持して使い切る技術に感心した。生ハムは高級食材としてレストランのイメージを高める商材であるが、しっかりと売り物にできる人々を育てることを今回のセミナーでは目指した。

—今後もセミナーは継続して行っていくますか。

もちろん、これから3年間かけてプロジェクトを進めていくが、セミナーも継続的に行っていきたいと考えている。一般消費者向けには、20日から約1カ月、渋谷のスクランブル交差点にある街頭ビジョンを活用し



た大々的なプロモーションを開始している。また、大阪・関西万博でのプロモーションの準備も進めているので、楽しみにしていただきたい。

—東京以外での開催については。

非常に興味がある。大都市には、マーケットが集中しているので、東京以外に大阪でのイベントも検討していきたい。

—イベリコ・ハムのターゲット層について。

スペインにおけるイベリコの主要なマーケットは45歳以上だが、若い人にマーケットを広げる努力が必要。このプロジェクトを通して遂行していきたい。そのために、ソーシャルメディアはとても重要な役割を果たすと考える。

—日本生ハム協会に対して一言お願いします。

それぞれの国のマーケットの専門的な団体と協力しながら進めることが重要。その国のマーケットに合わせたプロモーションを行うためにも、日本生ハム協会には今後も引き続きの協力をお願いしたい。

## MLAグランドセミナーを2月10日に大阪、12日に東京で開催

MLA豪州食肉家畜生産者事業団は、オーギー・ビーフ、ラムを取り扱う業界関係者を対象に「MLAグランドセミナー2025」を2月10日に大阪、12日に東京で開催する。今回のセミナーは、2025年のMLAの活動方針の報告および豪州産レッドミートの産業予測の発表および関係者との懇親を目的に

開催される。参加にはウェブサイト (<https://www.aussiebeef.jp/grandseminar2025/>) での事前登録が必要。各会場とも定員になり次第、受付終了となる。開催日時は次のとおり。

大阪:2月10日17~20時・ヒルトンホテル大阪  
東京:2月12日17~20時・ホテルニューオータニ幕張

## 兵庫県食肉生活衛生同業組合が新年会を開催、万博活性化に期待

兵庫県食肉生活衛生同業組合(大西賢一理事長=写真)令和6年新年会が24日、神戸市長田区の神戸飯店で開催され、業界関係者のほか行政など含めおよそ60人が出席した。

開催にあたり、大西理事長は関係者に謝辞を述べたあと、「昨年は能登地震があり、飛行機地震と、不幸なスタートだった。兵庫県では、阪神・淡路大震災から30年が経過した。テレビも特集をしていたが、その中で、被災後の復興活動として、前理事長である故人の竹中利明さんが写り、懐かしく思った。今年も物価高で人件費も高く、厳しい年になりそうだ。大阪・関西万博による活性化に期待している。皆さんも知恵を振り絞って努めていただきたい」とあいさつ。

そのほか盛山正仁・前衆議院議員、加田裕之・衆議院議員夫人の加田美奈子氏、兵庫県保険医療部



生活衛生課の坂江博副課長、日本政策金融公庫神戸市店の山脇智博・国民生活事業統括が来賓を代表してあいさつした。神戸市健康部生活衛生課の丸尾登担当課長が乾杯の発声を、プリマハム神戸営業所の前幸秀所長が万歳三唱を行った。

## 千葉県で鳥フル発生、今シーズン 44～46 例目—農水省

農水省は28日、千葉県旭市、銚子市および匝瑳市の家禽農場で高病原性鳥インフルエンザの疑似患畜が確認(今シーズン国内44例目～46例目)されたことを発表した。各発生農場の飼養状況は次のとおり。

千葉県旭市(44例目)、約8万羽(肉用鶏)▷千葉県銚子市(45例目)24万羽(採卵鶏)▷千葉県匝瑳市(46例目)22万羽(採卵鶏)

## 【JCA・12月】牛、豚、鶏の動き良く、加工品鈍く3・4%増

日本チェーンストア協会がこのほどまとめた販売統計速報によると、12月の食料品合計販売金額は8983億4152万円(既存店ベースの前年同月比5・0%増)だった。このうち、畜製品の売り上げは1064億4839万円(3・4%増)だった。牛肉、豚肉、鶏肉の動きは良かったが、鶏卵、ハム・ソーセージの動きは鈍かった。

総菜は1186億698万円(5・3%増)で、温総菜は、フライ、天ぷら、オードブル、ピザ、サンドイッチ、ローストチキン、焼き鳥、唐揚げ、焼き魚などは好調だった。要冷総菜は、和・洋総菜ともに動きは良く、米飯、すしもまずまずの動きだった。

その他の食品(3・1%増)は、米、飲料、野菜飲

料、ヨーグルト、冷凍食品、冷凍野菜、アイスクリーム、シリアル、シチュー、鍋つゆ、食用油、レトルト、海苔、練製品、缶詰、納豆、豆腐、漬物、デザート、米菓、生菓子、チョコレート、のど飴、カクテル、ウイスキー、チューハイなどの動きは良かったが、乳製品、麺類、食パン、カップ麺、スナック、珍味、マーガリン、小麦粉、砂糖、佃煮、インスタントコーヒー、ドレッシング、焼酎、ビールなどの動きは鈍かった。

農産品(10・5%増)は、白菜、大根、長ねぎ、じゃがいも、キャベツ、トマト、ミニトマト、レタス、きゅうり、ブロッコリー、きのこ類、スプラウト、カット野菜、カットサラダなどは好調だったが、玉ねぎ、さつまいも、生しいたけなどの動きは鈍かった。

## 【外食産業市場動向・12月】焼き肉は前年同月比2・8%増

一般社団法人日本フードサービス協会が公表した外食産業市場動向調査によると、12月は雨天少なく天候に恵まれたうえ、年末年始が例年より長い連休で、年末帰省などの国内移動や単月で過去最高となる訪日外客数により外食需要は好調で、外食全体の売り上げは前年比6・6%増となった。一方で、仕事納めが27日となった曜日周りにより、オフィス立地の飲酒業態などの売り上げはほぼ横ばいとなった。

ファストフード業態の売り上げは6・5%増となった。「洋風」はクリスマス商品の訴求により需要堅調で、売り上げ1・7%増となった。「和風」は高単価の海鮮メニューが好調で客単価を押し上げ、売り上げ14・8%増となった。「麺類」は期間限定で意外性のあるサイドメニューなどが売り上げに貢献し、15・9%増。「持ち帰り米飯/回転寿司」は、価格改定による単価上昇で「持ち帰り米飯」の売り上げは確保されたが、「回転寿司」で逆に客数減となったところもあり、全体として売り上げ1・9%増となった。「その他」は「アイスクリーム」がクリスマス用アイスケーキの売れ行きが好調、「カレー」は価格改定による単価上昇で、売り上げ7・8%増となった。

ファミリーレストラン業態は全体売り上げ7・8%増

となった。全般的に帰省などによる年末需要が旺盛で、「洋風」は半額クーポンなどのお得なキャンペーンで集客する一方で、年末向け高単価メニューを打ち出すなどにより、売り上げ6・4%増。「和風」は期間限定の食べ放題キャンペーンなどが集客増に貢献し、売り上げ11・6%増。「中華」は創業記念キャンペーンなども好調で売り上げ12・1%増。「焼き肉」は土日数が少ない曜日周りが影響し、売り上げ2・8%増にとどまった。

パブ・居酒屋業態は、全般的に忘年会の事前予約が好調で、帰省客で賑わう店もあったが、仕事納めが27日と例年より早く、休前日の少ない曜日周りでオフィス立地の店を中心に予約以外の集客が伸びず、売り上げほぼ横ばいの1・0%増。

ディナーレストラン業態は、引き続き好調のインバウンド需要に加えて、帰省などによる年末需要も堅調、インフルエンザの流行や人手不足がマイナス要因となったものの、売り上げ4・6%増。

喫茶業態は価格改定による客単価の上昇に加え、年末が長期連休となりターミナルや観光地立地の店が好調で、年末の福袋販売なども売り上げ増につながり、8・0%増となった。

### 外食産業市場動向(全店)

単位:社、店、%(前年同月比)

業態	事業者数	店舗数	売上高	店舗数	客数	客単価
全体	226	36,645	106.6%	100.2%	102.6%	103.9%
ファストフード合計	53	21,045	106.5%	101.1%	102.0%	104.4%
洋風	19	6,161	101.7%	101.2%	101.7%	100.0%
和風	13	5,228	114.8%	101.9%	101.4%	113.3%
麺類	18	3,207	115.9%	102.4%	107.1%	108.1%
持ち帰り米飯・回転ずし	18	4,110	101.9%	99.8%	98.8%	103.1%
その他	7	2,339	107.8%	99.4%	99.6%	108.2%
ファミリーレストラン合計	67	10,124	107.8%	98.6%	104.6%	103.0%
洋風	34	4,969	106.4%	96.0%	104.3%	102.0%
和風	30	2,503	111.6%	101.8%	104.6%	106.7%
中華	14	1,272	112.1%	103.0%	107.7%	104.1%
焼き肉	16	1,380	102.8%	98.9%	99.6%	103.2%
パブ・レストラン/居酒屋合計	35	1,854	101.0%	99.7%	98.8%	102.2%
パブ・ビアホール	11	417	101.3%	99.0%	96.3%	105.3%
居酒屋	29	1,437	100.8%	99.9%	100.2%	100.6%
ディナーレストラン(計)	25	903	104.6%	99.7%	104.7%	99.9%
喫茶(計)	25	2,472	108.0%	99.7%	100.9%	107.1%
その他(計)	21	247	107.4%	99.2%	105.6%	101.7%

[資料] 日本食肉流通センター週間市況 〈和牛・交雑牛・乳牛チルド〉

(令和7年1月12日～1月18日)

(単位：キロ当たり円、税込み、重量kg)

和牛チルド「4等級」		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	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
		カタロース	3,402	3,805	5,133	4,076	7,603	3,456	3,888	4,819	4,042
カタ	3,402	3,888	3,977	3,744	9,842	3,340	3,591	4,320	3,701	4,059	
カタバラ	2,322	2,432	3,532	2,760	2,434	-	-	-	-	661	
マエセット	-	-	-	-	102	-	-	-	-	-	
ヒレ	8,424	9,645	10,800	9,599	1,021	8,640	9,180	10,163	9,435	1,263	
ロイン	5,616	7,020	9,396	7,577	1,150	5,400	5,616	6,242	5,637	3,128	
ロインセット	6,372	6,385	6,762	6,519	1,012	-	-	-	-	-	
トモバラ	1,782	2,078	2,413	2,103	11,855	1,836	2,522	2,916	2,312	9,755	
ウチモモ	3,918	3,996	4,612	4,092	2,365	3,676	4,320	4,428	4,263	1,528	
シントマ	3,851	4,017	4,428	4,075	3,362	3,683	4,320	4,320	4,266	1,430	
ランイチ	3,848	4,103	4,536	4,154	2,699	4,320	4,320	4,428	4,321	1,286	
ソトモモ	3,240	3,834	4,420	3,817	2,566	-	-	-	-	745	
スネ	1,998	2,119	2,155	2,110	3,958	1,915	1,986	2,160	2,007	3,428	
モモセット	3,995	4,102	4,266	4,118	9,843	3,618	3,780	4,050	3,802	10,697	
セット	3,732	3,985	4,611	4,157	18,022	3,456	3,564	4,298	3,636	8,669	
重量合計					77,834					52,093	
カタロース	-	-	-	-	502	3,510	3,617	3,996	3,717	1,202	
カタ	3,456	3,780	4,104	3,809	1,025	2,808	3,510	3,672	3,352	1,408	
カタバラ	2,160	2,646	2,938	2,674	1,085	-	-	-	-	355	
ヒレ	-	-	-	-	230	-	-	-	-	181	
ロイン	-	-	-	-	404	-	-	-	-	199	
トモバラ	1,512	1,728	2,196	1,785	2,273	1,728	1,814	3,456	2,034	1,139	
ウチモモ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	312	
シントマ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	293	
ランイチ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	270	
ソトモモ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	387	
スネ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	757	
モモセット	-	-	-	-	492	-	-	-	-	-	
セット	3,636	3,636	3,699	3,649	4,198	3,510	3,993	4,349	3,918	4,008	
重量合計					10,209					10,511	

(令和7年1月12日～1月18日)

交雑牛チルド「3等級」		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	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
		カタロース	3,240	3,495	3,601	3,441	9,328	2,916	3,089	3,456	3,160
カタ	2,268	2,538	2,927	2,591	11,840	2,395	2,530	2,862	2,537	8,275	
カタバラ	1,539	2,510	2,601	2,346	2,601	1,350	1,442	1,944	1,437	2,885	
ヒレ	5,940	6,210	6,696	6,264	1,691	6,264	6,499	6,912	6,600	2,442	
ロイン	4,258	4,366	4,752	4,423	1,959	4,363	4,703	4,914	4,674	3,908	
トモバラ	1,620	2,700	3,384	2,586	9,351	1,404	1,566	2,074	1,635	8,403	
ウチモモ	2,411	2,560	2,646	2,544	2,481	2,376	2,540	2,729	2,532	3,487	
シントマ	2,438	2,700	2,970	2,704	3,188	2,376	2,475	2,646	2,475	3,827	
ランイチ	2,529	2,711	2,916	2,702	2,627	2,376	2,571	2,646	2,549	4,174	
ソトモモ	2,111	2,268	2,322	2,246	3,394	2,160	2,341	2,388	2,331	5,196	
スネ	1,521	1,566	1,620	1,578	3,536	1,404	1,562	1,662	1,545	7,271	
モモセット	-	-	-	-	-	2,484	2,690	2,873	2,651	6,362	
セット	2,800	2,854	3,185	2,911	19,621	2,646	3,174	3,240	3,144	39,864	
重量合計					71,617					104,024	

乳牛チルド「3等級」		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	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
		カタロース	2,700	2,870	3,024	2,889	4,491	2,554	2,554	2,862	2,613
カタ	1,598	1,794	2,070	1,794	1,059	1,615	1,615	1,915	1,692	5,760	
カタバラ	-	-	-	-	102	-	-	-	-	-	
三角バラ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	826	
ブリスケット	-	-	-	-	-	1,242	1,242	1,296	1,253	4,553	
ヒレ	4,915	5,115	5,184	5,081	1,550	4,860	5,670	6,048	5,494	2,654	
ロイン	3,294	3,542	3,542	3,480	2,370	3,393	3,618	3,699	3,574	3,388	
トモバラ	1,974	2,408	2,697	2,349	4,372	1,171	1,252	1,477	1,278	5,505	
ウチモモ	1,994	2,160	2,314	2,151	1,919	1,922	1,922	2,084	1,940	7,509	
シントマ	1,970	2,052	2,160	2,065	1,425	1,728	1,836	1,890	1,792	2,706	
ランイチ	1,970	2,160	2,160	2,091	2,420	1,615	1,836	2,052	1,824	3,180	
ソトモモ	-	-	-	-	809	1,836	1,878	2,268	1,958	2,365	
スネ	1,488	1,508	1,512	1,506	4,097	1,423	1,557	1,998	1,552	6,810	
モモセット	2,398	2,398	2,416	2,401	24,455	1,719	1,900	1,927	1,836	28,859	
セット											
重量合計					49,069					84,714	

# 東京・大阪枝肉相場、全国と畜頭数

[東京食肉卸売市場] 1月28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 78頭	高値	3,587	2,988	2,483	-	-
		安値	2,152	2,108	1,629	-	-
		平均	2,530	2,292	2,174	-	-
		頭数	43	29	6	-	-
	雌 B 2頭	高値	-	-	-	-	-
		安値	-	-	-	-	-
		平均	2,159	-	-	1,953	-
	去 A 127頭	高値	3,030	2,282	2,172	-	-
		安値	2,160	2,161	1,872	-	-
		平均	2,445	2,227	2,080	-	-
		頭数	82	39	6	-	-
	去 B 1頭	高値	-	-	-	-	-
安値		-	-	-	-	-	
平均		-	-	1,729	-	-	
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 39頭	平均	1,643	1,563	1,440	1,399	-
		頭数	1	8	19	11	-
	雌 C 2頭	平均	-	-	1,361	-	-
		頭数	-	-	2	-	-
	去 B 50頭	平均	1,731	1,639	1,513	1,376	-
		頭数	1	10	25	14	-
去 C 17頭	平均	-	1,522	1,402	1,310	-	
頭数	-	2	5	10	-		

	牛	豚	搬入牛	搬入豚		その他
と畜 売買	336 402	917 1,085	- 67.0	(競り)	(相対)	- 61

◇牛搬入		5	4	3	2	1
和 雌	A	2,646	1,507	1,393	1,146	-
	B	-	1,460	1,232	1,127	1,054
和 去	A	-	2,077	-	-	-
	B	-	-	-	-	-
乳 雌	B	-	-	-	823	-
	C	-	-	-	855	770
乳 去	B	-	-	-	-	-
	C	-	-	-	-	-
交 雌	B	-	-	-	-	-
	C	-	1,296	-	-	-
交 去	B	-	-	-	-	-
	C	-	-	-	-	-

◇豚		[極上]	[上]	[中]	[並]	[等外]
生体	高値	720	868	734	620	588
	安値	654	594	568	414	376
	平均	695	645	605	556	484
	頭数	( 7)	( 256)	( 475)	( 253)	( 94)
搬入 競り	高値	-	-	-	-	-
	安値	-	-	-	-	-
	平均	-	-	-	-	-
頭数	( -)	( -)	( -)	( -)	( -)	
搬入 相対	高値	-	-	-	-	-
	安値	-	-	-	-	-
	平均	-	-	-	-	-
頭数	( -)	( -)	( -)	( -)	( -)	

[大阪食肉卸売市場] 1月28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 (頭数)	2,655 15	2,299 8	- -	- -	- -
B (頭数)	- -	2,242 2	- -	- 1	- -
和 去 A (頭数)	2,526 6	2,206 2	1,944 2	- -	- -
B (頭数)	- -	- -	- -	- -	- -
乳 去 B	-	-	-	-	-
交雑雌 B	-	1,768	1,661	-	-
C	-	-	1,650	-	-
交雑去 B	-	1,836	1,705	1,623	-
C	-	-	1,687	-	-
豚	-	-	487	362	470

[全国と畜概算頭数]  
農水省統計部発表 (頭)

	1月28日	1月27日	(1月累計)
豚	70,200	65,800	1,130,100
成牛計	3,950	4,190	70,340
和牛雌	960	880	16,380
和牛去勢	970	1,120	17,910
乳牛雌	880	420	12,020
乳牛去勢	430	470	7,750
交雑雌	300	600	7,630
交雑去	410	700	8,530

[去勢牛 B3・2 規格 枝肉取引価格] 1月28日

	1,448円	(前日 1,225円)
東京		
大阪	1,641円	(前日 1,512円)

[豚・全農建値] 1月28日

上	中	取引頭数	市況
637円	605円	980頭	続伸

と畜 売買	牛 27頭 牛 59頭	豚 105頭 豚 111頭	牛概況 豚概況	まちまち まちまち
----------	----------------	------------------	------------	--------------

# 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] 1月28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)	- (-)	5,794	-	もちあい
仙台 [中]	592 (582)	553 (544)	572	99	続伸
宇都宮 [地]	- (652)	486 (625)	1,785	16	-
茨城 [地]	629 (624)	606 (609)	1,419	673	続伸
群馬 [地]	663 (677)	548 (575)	2,404	410	反落
さいたま [中]	642 (641)	622 (626)	237	238	もちあい
東京 [中]	645 (621)	605 (603)	917	1,085	急反発
横浜 [中]	626 (630)	590 (603)	660	653	反落
山梨 [地]	651 (-)	630 (-)	183	97	反発
浜松 [地]	598 (597)	566 (565)	334	33	もちあい
名古屋 [中]	583 (594)	560 (571)	932	235	下落
京都 [中]	564 (565)	535 (551)	120	100	もちあい
大阪 [中]	- (556)	487 (535)	105	111	まちまち
神戸 [中]	563 (-)	571 (-)	-	157	-
岡山 [地]	635 (635)	616 (616)	309	366	反落
広島 [中]	584 (567)	557 (536)	328	33	続伸
福岡 [中]	577 (580)	540 (549)	531	87	弱もちあい

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] 1月21日~1月27日  
豚カット肉 [I] (1kg当たり円、税込み、重量kg)

◇首都圏 総重量 1,781,504 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	1,139	1,188	1,250	1,201	74,988
うで	713	792	816	772	137,147
ロース	1,080	1,133	1,190	1,136	164,272
ばら	1,166	1,247	1,340	1,254	191,349
もも	729	750	800	762	214,824
ヒレ	1,126	1,274	1,283	1,256	15,899
セット	852	1,014	1,058	983	983,025

◇近畿圏 総重量 777,624 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	1,147	1,263	1,344	1,259	59,458
うで	646	730	747	712	127,834
ロース	1,058	1,163	1,218	1,140	96,605
ばら	1,166	1,219	1,296	1,224	135,113
もも	669	708	751	704	183,713
ヒレ	1,093	1,166	1,218	1,151	11,432
セット	832	964	1,049	954	163,469

[食鳥正肉日経相場] 1月27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	704	749	871	152
ムネ	369	401	505	138

◇大阪 (3社)

	安値	加重平均	高値	販売量 (t)
モモ	724	774	1,030	8
ムネ	373	425	590	5

[農水省統計情報部食鳥市況] 1月27日  
kg当たり円、税抜き

	モモ肉	ムネ肉	手羽ト	手羽キ	ササミ
高値	1,017	634	550	600	650
安値	725	391	290	360	350
平均	773	418	-	-	-

※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)。

食肉業界紙のパイオニア

# 食肉通信の 専門紙・誌と本

食肉業界のあらゆる情報を迅速・正確に伝えるべく、日刊、週刊、月刊の3紙を定期発行。食肉関連の情報を網羅した週刊「食肉通信」、日々のニュース速報に特化した日刊「食肉速報」、市場分析などテーマ性の高い情報を詳細に掘り下げる月刊「ミート・ジャーナル」を基幹媒体として、食肉に関する専門書籍を多数発行しております。

### ■業界動向がデータでわかる 数字でみる食肉産業

生産から流通、販売まで関連分野のデータを集積。B5判。年1回発行。

B5判 472頁 4,191円(送料別)

### ■畜産・食肉業界の動向大全 日本食肉年鑑

現状分析と将来の展望、戦略構築に必携の一冊。関係名簿、畜産・食肉需給の動向、食肉流通の動向、食肉加工品関係の売れ筋動向なども収録。年1回発行。

B5判 470頁 14,850円(送料別)

### ◆食肉販売&経営関連

## 銘柄牛肉 ガイドブック

隔年刊。全国の銘柄牛肉の品種、飼養管理の方法、生産・出荷の実施主体、食肉処理と出荷・販売先、飼養頭数、ブランドの特徴など最新データを満載。

B5判 240頁 定価2,200円(送料別)

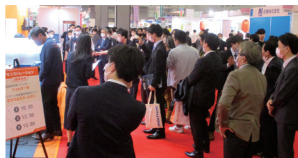
## 銘柄豚肉 ガイドブック

隔年刊。全国の銘柄豚肉の品種、飼養管理の方法、生産・出荷の実施主体、食肉処理と出荷・販売先、飼養頭数、ブランドの特徴、輸出の状況など最新データを満載。

B5判 240頁 定価2,200円(送料別)

### ◆イベント

#### ■国内で唯一、 最大級の食肉総合見本市



## 食肉産業展

食のグローバル化が目覚ましい発展を遂げる中で、和牛に象徴される日本独自の食文化を守り今後の成長を促すため、多彩な素材食品、加工技術、販売手法、管理システムを一堂に集めて提案いたします。

(HP) <https://www.shokuniku-sangyoten.jp/>

## 週刊 食肉通信



食肉全般の行政、業界ニュースをはじめ、新製品や食肉店経営のページ、量販店・外食、食肉組合、食肉市場などのニュースのほか、週間・月間市況や全国の食肉市場の牛・豚肉相場、食鳥相場など、国内外の生産から商社、卸、小売まで広範な情報を掲載しています。わが国唯一の食肉専門紙。

発行は毎週火曜日、ブランクett判8~12ページ、価格は年間25,000円(税・送料込)

## 日刊 食肉速報



食肉関連に関する行政、業界の動向をはじめ、国産(牛枝肉・部分肉、豚枝肉・部分肉、プロイラー)と輸入(米国産やカナダ産の牛肉・豚肉、豪州産牛肉など)の相場市況を毎日掲載するとともに、企業情報・企業倒産など日々の業界ニュースをお届けします。

発行は月曜日から金曜日、B5判14ページ、価格は年間82,080円(税・送料込) ※軽減税率対象

## 月刊 ミート・ジャーナル



食肉の流通チャネルが多様化する中で、その時々のもっとも話題性の高いテーマを多角的視野で捉え、現場をレポート・分析。あわせて食肉・食肉製品など総業の製造・流通・販売の現場ですぐに役立つ技術情報などを掲載する月刊専門誌。

発行は毎月月上旬、B5判120~150頁、価格は年間23,100円(税・送料込)

### ◆教材&レポート等

#### ■あなたの常識を強固にする 今さら聞けない肉の常識

平野正男 著  
鏡 晃 監

肉はなぜ赤いのか、しゃぶしゃぶがおいしい理由は?など66の常識をわかりやすく解説。

A5判 152頁 定価1,500円(送料別)

#### ■知識を豊かにする

### 食肉用語事典〈新改訂版〉

昭和51年の初版から平成22年の新改訂版へと続く、定評のエンサイクロペディア。新訂正版は3,000語を採録。

日本食肉研究会編 A5判 506頁 定価7,000円(送料別)

#### ■~食肉のプロフェッショナルを育てる~シリーズ

### 牛枝肉・牛部分肉の見方 牛肉の見方を簡単図解

牛枝肉・牛部分肉について、各方面のプロに幅広く取材し、「牛枝肉、牛部分肉のポイント」について分かりやすくまとめた待望の入門書。

B5判 90頁 定価3,000円(送料別)

### ◆ステーションナリー

## 食肉手帳 DIARY

毎年発行し好評をいただいている業界人必携の手帳がグレードアップ。機能性、食肉価格などの資料も充実し、日頃の業務をサポートします。名入れも可。

横9.4cm×縦14.5cm 定価990円 ※購入される冊数によって価格は変動します

お申し込みは電話かFAXで  
お近くの食肉通信社まで

# 株式会社 食肉通信社

■大阪 〒550-0005 大阪市西区西本町3-1-48

TEL 06(6538)5505 FAX 06(6538)5510

■東京 〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町18-1

TEL 03(3663)2011 FAX 03(3663)2015

■九州 〒812-0029 福岡市博多区古門戸町3-12

TEL 092(271)7816 FAX 092(291)2995