

令和7年
2025年

2月19日
水曜日

第11655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
〒101-0021 東京都千代田区外神田2-14-10
TEL03-6206-0929 FAX03-6206-0928

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



畜酪委が新たな酪肉近の構成案（骨子）を報告……P2

▶ 畜酪委、新たな酪肉近の構成案（骨子）を報告—自民党 …… P2

▶ [食肉流通C・食肉業界の販売動向]①牛肉、豚肉の販売 …… P3

▶ 西友、JBS、プリマハム、MLAが合同でオージー・ミート・アカデミー …… P4~5

▶ カーギルジャパンがオフィス移転、25日から新オフィスで業務開始 …… P5

▶ 市場協が幹部職員業務研修会開催①、食肉市場のDXなどテーマに講演 …… P6~7

▶ [人事異動・3月1日付]エスフーズ …… P7

▶ デニッシュクラウン、ニールズ・ドゥアデールCEO就任レセプション …… P8~9

▶ 石垣牛流通協の植村会長が林官房長官を表敬訪問、活動など報告 …… P9

▶ 宮城県食肉3団体が合同講習会、合同新年祝賀会を開催 …… P9

▶ [東京・大阪枝肉相場、全国と畜頭数]18日 …… P10

▶ [各地の豚枝肉、豚部分肉、食鳥相場]18日 …… P11

注目のヘッドライン

畜酪委、新たな酪肉近の構成案（骨子）を報告—自民党

自民党の畜産・酪農対策委員会が18日、党内で開催され、新たな「酪農及び肉用牛生産の近代化を図るための基本方針の構成案」（骨子）などが示された。

…詳細はP2

西友、JBS、プリマハム、MLA が合同でオージー・ミート・アカデミー

…詳細はP4

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/>

エスフーズ

S Foods

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

畜酪委、新たな酪肉近の構成案(骨子)を報告—自民党

自民党の畜産・酪農対策委員会が18日、党内で開催され、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」(骨子)などが示された。

冒頭、築和生畜産酪農対策委員長が「1カ月前倒しをしてスタートした酪肉近およびその関連方針の議論について、先生方および団体から大変貴重な意見を頂戴した。本構成案は骨子として、簡略化したものを提示している。これを柱として打ち出していくためにもしっかりと把握・共有し、忌憚のない意見・指導を頂戴したい」とあいさつ。続いて、宮下一郎総合農林政策調査会長、上月良祐農林部会長があいさつを述べた。

その後、議事として12日開催の畜酪委における指摘事項について農水省が説明。本紙関連では「多様化する牛肉需要への対応」として、肉用牛短期肥育・出荷月齢の早期化推進や、おいしさに関連する食味の取組状況として、改良関係機関で消費者の視点に立った評価として利用可能な「食味」に関する成分含有量などの指標化に向けた検討を行っていること、全国の和牛産地において、脂肪酸組成等のおいしさに関連した指標によるブランド化の取り組みが普及しつつあることが報告された。

次に、「新たな家畜および鶏の改良増殖目標の骨子案のポイント」を説明。新たな改良増殖目標として①畜産農家の高齢化や後継者不足の進展、飼料などの資材コストの高止まり等により、省力的・効率的な飼養管理の下でも高い生産性を発揮できる家畜が求められている②国産畜産物の国内外での需要を一層拡大するため、国内の多様な消費者ニーズや輸出需要に対応した畜産物生産のための基盤強化を図る必要があるなどの情勢を踏まえて策定することを提示。

畜種別では肉用牛においては、①多様な消費者ニーズに対応するため、オレイン酸などの食味の向上に重点を置いた改良や研究等を推進②食味、繁殖性、飼料利用性など、新たな改良形質に着目した改良の推進により、遺伝的多様性を確保③肥育形態の一つとして、適度な脂肪交雑で、生産コストの低減等が期待できる短期肥育・早期出荷を推進。豚におい

ては、①純粋種豚の多様性を維持しつつ、繁殖・産肉能力向上と優良な改良素材の活用を推進②生産コスト低減を図るため、1頭当たり育成頭数の改良を推進③多様な消費者ニーズに対応するため、ロース芯への脂肪交雑を高めることなどにより食味の向上を図り、海外産豚肉との差別化を推進。鶏においては、①卵用鶏については、長期にわたり高い産卵性を維持する改良を推進②肉用鶏については、生産コストを低減するため、飼料要求率と育成率の改良を推進③国産鶏種(地鶏など)については特色ある品質を保持しつつ、生産コストの低減を推進することなどが報告された。

また「家畜排せつ物の利用の促進を図るための基本方針の基本的な対応方向」については、「国内肥料資源としての有効活用」として畜産農家への「みどり認定」のメリット(低利融資など)を周知し、認定取得を推進することが新たに盛り込まれたほか、エネルギー利用として「バイオマス発電」「消化液の利用」のほか、環境規制への対応として「悪臭対策」や「水質汚濁対策」などの内容がそれぞれアップデートされた。

さらに「新たな養豚農業の振興に関する基本方針」については、「養豚農家の経営の安定」において、「スマート機器の導入による省力化、グループ生産システムによる生産性向上に資する生産基盤の維持・整備」など、「国内由来飼料の利用の増進」では「耕畜連携による国産飼料と堆肥の利用の推進」など、「豚の飼養衛生管理の高度化」では「マルチサイト方式やオールイン・オールアウト方式の導入による疾病発生リスクの低減」「抗菌薬の慎重使用等による抗菌薬の使用量の削減」「堆肥のペレット化等による広域流通」などが、「安全で安心して消費することができる豚肉の生産の促進および消費の拡大」では、「輸出拡大のためのプロモーション、食肉処理施設の整備・認定、輸出解禁協議を通じた輸出先のさらなる多様化」や「関係者間でのチェックオフに対する理解醸成」などの基本方針が説明され、これからの養豚農業の健全な発展を推進していくことを報告。最後に意見交換が行われた。

【食肉流通C・食肉業界の販売動向】①牛肉、豚肉の販売

公益財団法人日本食肉流通センターはこのほど、食肉業界の販売動向(2月報告)を発表した。センターは食肉事業者から聞き取りを行い、その概要を年3回報告している。今回は「物流の2024年問題」の対応状況を把握するため、同センターの部分肉流通情報委員である食肉事業者に加えて、運送業者、大手食肉加工メーカーの物流担当者および冷蔵倉庫業者にも聞き取り(食肉事業者からは2025年1月、物流・倉庫関係者からは24年11月)を行っている。また、食肉の販売動向については、24年の9月から年末までの期間を中心に聞き取りを行っている。概要は次のとおり。

牛肉の販売動向については、輸入牛肉は販売環境の厳しさが続く一方で、国産牛肉については大きな伸びとはなっていないものの、昨年並みの販売は確保できたとする報告が多くあった。しかし、一部では、期間中は量販店向け・外食向けともに低調な状況が続いたとする報告もあった。また、昨年末は仕入れに慎重な量販店が多く、量販店での年越し在庫が少ないため、前年と異なり1月の荷動きは停滞していないという報告が複数あった。

和牛の部位ごとの販売については、モモなどが切り落とし材として堅調な動きであったほか、カタロースの引き合いが強く凍結の蓄えができなかったため、年末は追加の発注を断る状態になったとの報告が複数あった。ロインなどの高級部位の国内需要が引き続き低調であるとする報告が多い一方で、インバウンドやギフト等の需要をつかんだ食肉事業者からは販売を伸ばしたと報告があった。交雑牛については、枝肉の相場高で卸としての販売環境が厳しく、今後は取り扱いを抑制していく、または和牛に切り替えていくとの報告があった。食肉事業者の主な声は次のとおり。

〈食肉事業者の主な声〉和牛では、昨年9月以降、販促をかける量販店が増加し、鍋物向けのスライスにするカタロースの引きが強くなって不足が続いた。12月にはロインの販促も行われるようになる一方で、ヒレはホテル宿泊客が外食に出してしまうようになって前年より動きが悪かった▷和牛サーロインの販売がインバウンドでにぎわう外食店の牛カツや牛串向けで

伸びている。当社では断面をハーフカットして納品している▷昨年は年末に向けての量販店での和牛高級商品の「みせる」販売が控えめで展開が遅れた。この結果、高級品ではなく切り落としなどの普段使いの商品がよく動いた(大手加工メーカー)▷豪州産牛肉を外食向けに販売しているが、従来中心だった豪州グレイン(穀物肥育)よりもグラス(牧草肥育)を増やし、両者を組み合わせて納品価格を販売先の意向に合わせている▷当社の交雑牛の量販店への販売は、和牛と違って長期契約をしているため、昨年は枝肉相場高で収益の足かせとなった一方、和牛では昨年後半は利益を確保できた。

豚肉の販売動向については、国産豚肉は昨年秋以降に枝肉相場が落ち着いてきたことから販売は好調となったという報告が多くあった。また、昨年は秋まで枝肉の高値が続いたことから、量販店と年間契約をしてきた食肉事業者が納入価格を短期で決める契約に見直そうとする動きが出てきている。

輸入豚肉については、高値傾向であることに加え、入船遅れなども起きたことから、リスクを伴う商品として認識されて販売に影を落としている。

量販店で豚肉の中心的商品となる豚小間、価格の低い部位が材料として使用されるが、その中ではウデより作業性のよいモモが好まれているようだ。

〈食肉事業者の主な声〉昨年後半の国産豚肉の販売は悪くなく、前半の高値相場による赤字販売は解消された。チルドの動きが活発になって加工向けの凍結品がためられずに苦労した▷国産豚肉の販売では、昨年は枝肉の高値が続いたことから納品価格の年間計画の提案はやめようという方向で販売先に働きかけている。4市場の前週平均価格による値決めに変更できないかと考えている▷昨年夏の枝肉の高値相場から、当社では部位の価格構成を変更してきている。モモとウデの価格を引き上げ、ロース、カタロース、バラの順で価格を引き下げている▷トンカツ店チェーンに黒豚を卸しているが、トンカツ店は日本人比率が高くインバウンドは少ないこともあって昨年後半の納品は落ち込んだ。しかし、年明けには、受験時期を迎えて縁起担ぎの「カツ」のためかロースが動き始めている。(連載続く)

西友、JBS、プリマハム、MLA が合同でオーギー・ミート・アカデミー 豪州からシェフが来日し「味わい葡萄牛」の調理実演と試食提供行う

(株)西友、JBS Australia、プリマハム(株)、MLA (Meat&Livestock Australia) はこのほど、オーギー・ミート・アカデミー (AMA) として、合同でJBSダン・エグゼグティブシェフによる「味わい^{ぶどう}葡萄牛」を使用した調理実演、食肉・総菜・加工品を含めた総合的なメニュー提案を行うセミナーを東京都内で開催。西友の畜産、総菜担当者らが参加した。

初めにJBSオーストラリアのシェー・ジョンストン北部日本&中国セールスマネジャー、プリマハム執行役員食肉事業本部食肉商品事業部の泉雅之部長がいさづ。西友からは商品物流本部生鮮食品部の御子柴裕之部長が「当社は、味わい葡萄牛をオリジナルブランド『食の幸』として展開。『食の幸』は目利きのバイヤーが素材を吟味し厳選調達しており、こだわりの味と品質、そして手頃な価格というブランド理念で運営している。味わい葡萄牛はまさに合致した商品であり、お客さまから非常に評価いただいている。当初はステーキからの展開だったが、現在では派生部位を使用して、加工品のハンバーグやミートボールなども販売しており、こちらも好評だ」と紹介した。

続いてJBSオーストラリア日本駐在の遠藤正信氏が「味わい葡萄牛を生産するリベリナ工場の処理頭数は600頭/日。フィードロットと加工場を併設しており、牛は自ら歩いて工場に移動。ストレスを軽減して高い肉質を維持している。フィードロットと工場が併設しているのは、豪州でJBSのみだ。豪州の肉牛飼養頭数は、干ばつ時に比べて大分飼育環境が良くなっており、年々生産頭数は回復。豪州全体のフィードロットに収容されている牛の頭数は右肩上がりとなっており、30年前と比べると3倍ぐらいまで増えている。豪州全体の牛肉輸出量をみると、去年は米国への輸



出量大幅に増加。日本向けも伸びているが、北米と比べるとかなり差がある。一方、JBSオーストラリアは日本向け数量が最も多く、全量の1/4以上を日本市場に輸出。米国向け数量は増えているが、過去数十年間にわたり、日本向け数量が最も多いことには変わりはない」と同社の概要を紹介した。

続いて、西友商品物流本部生鮮食品部の村上貴徳畜産統括ダイレクターが味わい葡萄牛の販売戦略について「当社では、輸入ビーフの調達環境が大きく変化していることを受け、より高い価値を提供するため、幅広くさまざまな産地の肉の試食を繰り返してきた。そんな中、価格と価値のバランスに非常に優れた牛肉として味わい葡萄牛の取り扱いを開始。2023年の父の日に豪州産味わい葡萄牛ももステーキ用を販売したところ非常に好評で、同年冬から定番化。西友がお客さまに自信を持ってお勧めする食の幸ブランドとして販売している。24年春頃からさらに品ぞろえを拡充し、精肉だけでなく、さまざまな加工品を開発。年末にはローストビーフなども販売した。これまで味わい葡萄牛を使用して13アイテムを販売している。週末やイベント時にはモモステーキ、さらに日常使いの商品として『カタ切落とし』を販売し、お客さまから強く支持されている。ハンバーグやミートボールについては今後さらに新フレーバーの開発も進め、味わい葡萄牛のシリーズを盛り上げていきたい」と説明した。



さらに、プリマハム食肉事業本部食肉商品事業部ビーフ部ビーフ第2課の林大泰氏は味わい葡萄牛の特徴などについて「肉質に定評のある100%のブラックアンガス種に限定

し、JBSオーストラリアのフィードロットで飼育。こだわりの飼料で200日間以上の穀物肥育期間を設定。ワインの搾りかすを配合飼料に加えることにより、牛の嗜好性を高め、餌の食いつきを良くする。また、胃の清浄効果があることが確認されている。さらに安全性を追求しており、成長促進ホルモン剤・抗生物質不使用であり、23年5月以降、ホルモンフリープログラムに変更した。リベリナ工場は30年以上にわたり日本への供給を担ってきた工場であり、規格対応力が高い。さらに味わい葡萄牛を他国産アンガスグレイン、豪州産のショートグレイン、アンガス種のショートグレインと比較するため、官能評価と物性試験で数値に基づき試験をしたところ、他と比較してかなり高い結果が出た。一般的にうまみ成分とされるグルタミン酸含有量が他の検体より多く、かみ切りやすさ、硬さ、かみ応えなども高評価だった。餌からフィードロットまで、すべてにおいてこだわりを持ったブランドであり、目にみえる形でおいしさが証明され、さらに自信を持って提案できる」とした。

その後、ダン氏が味わい葡萄牛を使用したさまざまなメニューを調理。ブルマン東京田町総料理長の福田浩二シェフもサポートし、アウトサイドフラットを使用したカルパッチョ風サラダ、照り焼きローストビーフサンド、コンビーフタルタル、コンビーフフリッター、ポイントを使用した和風ルーベンサンド、スパイシーパストラミカルボナーラが参加者に試食提供された。

西友執行役員の田島鉄郎商品物流本部長／販売本部長は、「以前、味わい葡萄牛を試食した際に感動を覚えたことがきっかけで今日に至る。お客さまにも評価いただき、販売は非常に安定している。認知度も着実に上昇しており、今回のメニューのように加工品などへも広がっていければ、今後横に広げる良いチャンスだと考えている。生鮮、総菜の双方向で取り組みたい」とあいさつ。さらにプリマハム食肉事業



本部食肉営業事業部の伊藤正幸部長はさらなる販売拡大を呼びかけた。

西友の御子柴部長は、今回のイベントについて「パッカーの直接的な提案という形は初めてであり、商品に対する熱意がダイレクトに伝わってきた。素材に一番近い作り手が食べ方を紹介することで非常に勉強になった」と述べ、今後の商品展開については「最初はステーキが入り口で、その後はさまざまな切り方、現在は切り落としも販売しているが、素材としての素晴らしさを生かすためには、加工品の展開が必要。すでにハンバーグやミートボールを展開しているが、本日紹介いただいたコンビーフ、パストラミなども展開していきたい。また、弁当や総菜で展開することでシナジーを発揮したい」と説明。さらに輸入ビーフの販売戦略については「今後も十分に伸びる余地はある。味と価格のバランスといった意味では、輸入ビーフは非常にバランスが取りやすい。これからもグッド、ベター、ベストのうち、ベターゾーンとしてしっかりと需要を広げていきたい」と意欲を語った。また、村上ディレクターは「輸入ビーフの良さは赤身のおいしさ。赤身肉は多くの量を食べることができ、かつ価格は国産牛よりリーズナブルであり、異なる価値を提供できる。為替など環境は良くないが、価格を上回るおいしさ、価値を伝えることで今後も拡大するチャンスはあると考えている」と強調した。

カーギルジャパンがオフィス移転、25日から新オフィスで業務開始

カーギルジャパン合同会社(石井竜男職務執行者社長)はこのほど、現在のオフィス所在地である国際ビル(東京都千代田区)が丸の内開発事業により閉鎖するため、隣接する第一生命日比谷ファーストに移転し、25日から新オフィスで業務を開始する。現オ

フィスでの業務は21日をもって終了する。

新オフィスの概要は次のとおり。所在地 〒100-0006、東京都千代田区有楽町1丁目13-2、第一生命日比谷ファースト13階▷電話 03(3285)0800(変更なし)▷業務開始日 2月25日

市場協が幹部職員業務研修会開催①、食肉市場のDXなどテーマに講演

公益社団法人日本食肉市場卸売協会(小川一夫会長)は13日、第44回幹部職員業務研修会を東京都千代田区の東京ガーデンパレスで開催した。初めに廣川治専務理事が今回のテーマであるDXについて説明し、続いて公益財団法人流通経済研究所の吉間めぐみ上席主任研究員が「卸売市場の最新動向」について、さらに同研究所農業・環境・地域部門の折笠俊輔部門長が「食肉市場のDX化に向けて」と題し、講演を行った。そのうち、「食肉市場のDX化に向けて」の要旨は次のとおり。

現在、食肉に限らず、卸売市場を取り巻く環境は厳しく、特に地方では統合なども進んでおり、仲卸業者が廃業するケースも増えている。そうした中、全国で売り上げを伸ばしている市場がある。「ビジネス＝変換」であり、食肉市場も産地から出荷される牛や豚を“入力”して市場の持つ設備や人と技術を活用し、と畜、処理して枝肉や部分肉に変換して“出力”する。右から左に商品を「変換」せずに流しているだけでは、価値を創出できなくなりつつある。現在伸びている市場は、この変換プロセスを効率化するか、あるいは加工やブランド化、観光対応など、出力するものの価値を上げて利益率を高めている。

食肉市場においても、今後さらに自分たちの収益を上げていくためには、と畜、販売プロセスの効率化、あるいはコストダウンの取り組み、もしくは付加価値向上をどうしていくかを考えていかなければならない。

生産者の意見をきくと、例えば、銘柄のプロモーションを市場と一緒にやってくれるとか、しっかりと価値をつけてくれる市場に出荷したいという声が多い。実際に卸売市場としてのメインのビジネスは、産地のものをしっかりと自分たちの消費地に供給するという部分だが、この変換プロセスの中でいかに効率化できるか、あるいは価値を高めることができるかというのが非常に重要なポイントだ。生産者が何を求めているかといえば、高く売れることは当然だが、例えば緊急と畜の対応等、出荷しやすい市場を求めている。情報提供については、最近では競りの中継、さらに共励会や勉強会では提供されていると思うが、特に和牛に関しては血統情報や仕上がりデータを欲しいという人が多い。



また、買参者は安定的に仕入れができて、売買の利便性があり、相場情報を求めている。

出荷から売買までのプロセスにおいて、どこでDXを進めるか。まず、産地からの出荷情報の電子化がある。産地からの出荷情報については、実は青果や水産はそれほどデータができていない。一方、畜産は単価が高く、やれる部分がある。特に和牛は生まれた時から個体識別番号も付いており、そうした情報提供は青果などに比べて先んじる部分かもしれない。あとは産地への情報提供であり、何をフィードバックするか。競りの中継は東京や神戸ですでに導入されており、競りの情報やライブ映像を配信することで、生産者も自分の出した牛が今まさに競りにかかっているところをみることができる。格付書や売買結果の情報もみることができる。

あるいはオンライン共励会なども可能だろう。血統や飼料情報を生産者が市場経由で提供し、どういった血統をどう育てたら、どういった格付になり、どう仕上がったかを学ぶことができる。当然、それを出したくない生産者もいるので、どうしていくのかは今後の課題ではあるが、データを集めていくことは可能だ。

食肉市場内の仕入れ・販売のDX化については、やれることがたくさんある。花き市場は競りのオンライン化が進んでおり、一部では競り場をなくし、現物は扱うが、競りはオンラインでやっているところもある。相対についても、花き市場はオンラインで売買できる仕組みが構築されているケースも多い。

食肉市場における競りを電子化する場合、まずはオンラインで購入するために写真や動画が必要であり、計量と同時に撮影を行う。そして上場名簿データとその画像データをデータベース上に登録し、売買

の参加者はIDとパスワードでログインし、オンライン下見で枝肉画像をみて入札を判断。格付データがそこに加えられる。買参者はライブ中継で会場のモニター、電子入札機と同じ画面を自分のPCなどでみながら入札できる仕組みだ。

これを考えてもいくつか課題が浮かぶ。一つ目は当たり前だが、画像で肉質を判断できるかということ。これはやはりものすごく議論になっており、現状では厳しいといわざるを得ない。実際に自分も数カ所の市場で競りを見学させていただき、モモの肉付きなど、そういったものが非常に重要であり、それを動画や画像でどこまで品質が判断できるのかに疑問が残る。二つ目が卸売市場側にとって、オンライン競りで購買した場合に^{かし}瑕疵などのクレームにどう対応できるか。さらに三つ目として、本当にリアルタイムでトラブルなく競りを行うことができるのかといった不安があると思う。

これについては、会場と異なる場所でどうしてもタイムラグが出る部分に対し、同じサーバーを経由させることにより、タイムラグをなくす仕組みが導入されており、大きな回線トラブルなどもこれまで起こったことがないようだ。さらに会場端末とオンラインで同時に入札できるようにしているが、会場の入札機からの受け入れをわずかに遅らせることで、リアルタイムになるような調整をかけるなど、技術的には競りの電子化は可能といえる。

ただ、花の場合は現物確認が抜き取り、一部のみ確認であるのに対し、食肉は単価が高く、枝肉の現物確認が必要だ。一方、情報の電子化については、花きが手書き伝票、FAXなどが入荷時多いのに対し、食肉は上場名簿や競り結果が多くの市場ですでにデータ化されている。また、食肉の商品の特徴として

は数量が少ないが重量物であり、運搬形態などは比較的統一されている。ただ、食肉の取引は花きと比べて数量が少なく、単価が非常に高いため、競りの取引が100万円以上になるので、買参人は「失敗できない」プレッシャーが強く、卸売市場は適正価格での入札を促すために瑕疵の有無や説明に力を入れている。そのため、競りのオンライン化(在宅競り)は技術的には可能だが、枝肉の下見の仕組みなど、運用面での課題が想定される。

実際に買参人に競りのオンライン化についてアンケートを取ったところ、約半数(48・5%)が「非常に興味がある」「関心がある」と回答。「全く関心がない」「関心がない」を合わせると31・6%であり、関心がある人の割合が大きい。また、競りのオンライン化によって想定される課題をきくと、「画面越しでは肉の品質は確認できない」「自分のPCや通信環境で、ちゃんと売買に参加できるか不安」といった回答に加え、「画面越しで下見・入札したときに瑕疵があった場合の補償」や「オンライン競り中に機器やネットワークの不調で仕入れに支障をきたした場合への不安」が多かった。さらに「市場としての活気や競りの空気感(ライブ感)がなくなることへの懸念」もあった。

実際にアンケート調査をまとめると、賛否両論が存在しており、賛成者は「すぐに始めてほしい」という強い意欲を持つ人が約半数くらいはおり、残りの半分のうち25%ぐらいの人がデジタル化は不要と考えている。“目利き”にこだわる職人肌の買参人ほど反対の意向が強く、残りの半分の人はデジタル化自体に反対ではないが、品質確認などの観点から実現に疑問を持つ人たちといえる。(連載続く)

【人事異動・3月1日付】 エスフーズ

エスフーズは3月1日付の組織変更および人事異動を発表した。組織変更として製品開発を強化するため、開発部を設置する。人事異動は次のとおり。

常務取締役営業本部長(取締役営業本部長) 岩淵弘康▷製品販促部長(マーケティング部長) 日向修▷原料販売部長兼東日本原料部長(原料販売部長) 飯山正行▷製品販促部営業部長(関東営業部

営業部長) 高平大輔▷姫路営業部営業部長(姫路営業部次長) 寺田真吾▷姫路営業部営業部長(姫路営業部次長) 岡成光▷関東営業部営業部長(関東営業部次長) 斎藤健太郎▷開発部長(研究課長) 藪野裕次郎▷総務人事部長(総務人事部部長代行) 長崎由和

デニッシュクラウン、ニールズ・ドゥアデルCEO就任レセプション

デニッシュクラウンは17日、東京都千代田区の東京會館で昨年9月、CEOに就任したニールズ・ドゥアデル氏の就任レセプションを開催。関係者約100人が来場し、同氏はあいさつを兼ねて事業方針や抱負を伝えた。概要は次のとおり。

日本の多くの大切なお客さまとお目にかかれる機会を設けていただき、大変光栄に思う。デニッシュクラウン(DC)は60年以上にわたって日本と取引を行っていている。この長年にわたるパートナーシップにお礼を申し上げたい。デンマークの豚肉生産に皆さんのご支援は非常に貴重で、信頼と誠意に心から感謝する。

日本はDCにとって主要市場の一つ。私たちは日本市場と強いつながりをもっており、今後数年間でこの絆をさらに強固なものにすることを約束する。私たちはこれからも高品質な豚肉を日本にお届けすることを確約する。食料安全保障はますます重要になってきており、私たちはその責任を真剣に受け止めている。

DCが現在進行中の変革を皆さまと共有させていただきたい。私たちは自分たちのルーツ、つまり基本に立ち返ろうとしている。より多くの豚を飼育し、食肉処理場にさらに強くフォーカスすることを目指している。これが私たちのコアビジネスであり、お客さまにとって最大の価値を生み出すことができると信じている。

DCは単なる企業ではなく、デンマークの農家が所有する協同組合。137年にわたり、私たちはオーナーと緊密に連携し、安定した持続可能な食料生産を確保してきた。この協力モデルはお客さまに最高品質の製品を確実に提供することが、私たちは農家のために働き、価値を創造することを意味する。当社の農家と食肉処理場の強いつながりにより、バリューチェーン全体にわたる安全なトレーサビリティと管理が保障されている。品質と食品の安全性は引き続き当社の最優先事項である。これからも厳しい基準をクリアした商品をお届けするので安心していただきたい。品質と食品の安全性に対する当社のアプローチは数十年



にわたる経験と、配合飼料と農場の飼育方法、と畜、加工に至るまで全てのステップに包括的に焦点を当てることに基づいている。

このプロセスのあらゆる面は、デンマークの獣医当局による厳格な管理と検証の対象となり、優れた安全性と品質基準が保障さ

れている。さらに、信頼できるお客さまや日本の当局と強力なパートナーシップを結んでおり、当社の製品はお客さま自身と日本の高い期待と要件を満たすことを保障する。私たちは緊密に協力して提供するべく製品が安全で、健康的で最高品質であることを保障する。

私たちの生産はプロの職人の技に深く根差しており、世代を超えて洗練され、完成されている。バリューチェーンは農家の献身的な仕事から食肉処理場の精度まで、誇り、専門知識、品質への情熱によって形作られている。この伝統と革新の組み合わせにより、私たちは世界クラスの食肉製品を提供することができる。当社の製品と職人技は単なる約束ではなく、当社のDNAの不可欠な部分だ。当社は世界で最も広域な制御システムの一つを備えており、農場から食卓までの全てのプロセスを注意深く監視している。これはお客さまがいつ、どこで製品を購入されても、信頼できる一貫した品質を保証できるということを意味している。

サステナビリティも、重要な焦点であり続けている。私たちはそれが共有される責任であることを認識しており、皆さんの期待と優先事項に沿った方向で、一緒にこの課題に取り組むことを楽しみにしている。

1990年以来、私たちは豚の生産における二酸化炭素の排出量を50%以上削減し、2050年までにプライベートニュートラルになることを目指す、という決意を持って取り組んでいる。これは単なる抱負ではなく、具体的な行動に裏打ちされた確約だ。私たちは国連のSBTIによって認められ、検証されたことを誇りに思っている。私たちの気候目標が科学的根拠に基づいており、パリ協定に沿っていることを確認している。

DCにとってこれは単に肉を届けるということではなく、信頼、品質、責任を提供することだ。日本における皆さんとのパートナーシップに感謝するとともに、この

コラボレーションを末永く続けていきたい。改めて皆さんの変わらぬご支援に感謝する。私たちは今後何年にもわたる強い協力関係と成功を分かち合いたい。

石垣牛流通協の植村会長が林官房長官を表敬訪問、活動など報告

石垣牛流通協議会の植村光一郎会長(写真右)はこのほど、林芳正官房長官(同左)を表敬訪問し、同協議会の活動や肉牛増頭実績などを報告した。

石垣牛は着実に増頭している一方、販売価格の落ち込みなどもなく、現地のみならず、首都圏等でも堅調な需要が続いていることなどを説明し、林官房長官も感心した様子だった。林官房長官は農水大臣就任中に、和牛を中心とした日本産畜産物の輸出拡大に向けて、世界各地で精力的にトップセールスを行うなど尽力しており、植村会長からは改めて感謝の言葉が贈られた。

また、植村会長は昨年創立100周年を迎えた公益(社)日本畜産学会の功労会員(2024年度推戴者)に



推戴されたことを報告。和牛肉輸出に向けた活動や食肉のブランディングに向けた取り組みが高く評価され、畜産学への貢献が認められたものであり、林官房長官からは祝福と、さらなる業界発展に向けて激励の言葉が贈られた。

宮城県食肉3団体が合同講習会、合同新年祝賀会を開催

宮城県食肉生活衛生同業組合、同食肉事業協同組合、同食肉公正取引協議会はこのほど、令和6年度合同講習会、合同祝賀会を仙台市のホテル白萩で開催。講習会では、日本トリム(株)仙台支社の安藤充氏が「透析の機器とトリムイオン水」、宮城県食品衛生協会前事務局長の小原亘氏が「安全で安心な食肉等の提供をめざして」、さらに働き方改革推進支援センターの澤田裕一センター長(社会保険労務士)が「令和7年 絶対活用したい助成金・補助金」と題し、それぞれ講演を行った。

講習会終了後には祝賀会となった。事業協同組合の森秀悦理事長(右写真)は昨年を振り返り、「円安による食品の値上がりにより、食肉業界にも多大な影響が出ている。そういった状況ではあるが、事業協同組合としてさまざまな活動を行ってきた。例えば、利府町の熊谷町長のご好意によりリフノス(利府町文化交流センター)の最新鋭の厨房をお借りしての料理教室は募集するたびにすぐ満席となり、消費者の関心も非常に高い。さらに大型観光バスを貸し切っ



での産地交流会の応募者も増えている。今年もさまざまな課題に対して組合員一丸となって頑張りたい」と強調。続いて生衛組合の佐藤俊昭理事長(左写真)は「昨年は当組合の事業もつつがなく行うことができた。組合員の皆さま、そして関係企業や団体の支援に対して改めて感謝申し上げたい。残念ながら全国的に組合員数は減少しているが、だからこそ今後とも皆さまの協力を得て組合を活性化させ、「入ってよかった」と思える組合になるよう、努力していく」と決意を述べた。

東京・大阪枝肉相場、全国と畜頭数

[東京食肉卸売市場] 2月18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 82頭	高値	3,620	3,046	2,393	-	-
		安値	2,322	2,160	1,673	-	-
		平均	2,659	2,407	2,133	1,731	-
		頭数	49	24	8	1	-
	雌 B 1頭	高値	-	-	-	-	-
		安値	-	-	-	-	-
		平均	3,115	-	-	-	-
		頭数	1	-	-	-	-
	去 A 164頭	高値	3,253	2,488	2,240	-	-
		安値	2,205	2,216	2,061	-	-
		平均	2,582	2,323	2,166	-	-
		頭数	98	52	14	-	-
去 B 1頭	高値	-	-	-	-	-	
	安値	-	-	-	-	-	
	平均	-	2,174	-	-	-	
	頭数	-	1	-	-	-	
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 15頭	平均	-	1,611	1,522	1,406	-
		頭数	-	1	6	8	-
	雌 C 3頭	平均	-	-	1,452	1,324	-
		頭数	-	-	2	1	-
	去 B 37頭	平均	-	1,730	1,578	1,382	-
		頭数	-	4	19	14	-
	去 C 4頭	平均	-	-	1,423	1,309	-
		頭数	-	-	1	3	-

	牛	豚	搬入牛	搬入豚		その他
と畜 売買	394 395	922 985	- 113.5	(競り)	(相対)	- 65

◇牛搬入		5	4	3	2	1
和 雌	A	3,027	1,512	1,393	1,326	-
	B	-	1,522	1,345	1,217	972
和 去	A	2,421	2,310	2,141	1,463	-
	B	-	-	-	-	-
乳 雌	B	-	-	-	892	851
	C	-	-	-	846	819
乳 去	B	-	-	-	-	-
	C	-	-	-	-	-
交 雌	B	-	-	1,474	1,278	-
	C	-	-	-	-	-
交 去	B	-	-	1,518	1,372	-
	C	-	-	-	1,309	-

◇豚		[極上]	[上]	[中]	[並]	[等外]
生体	高値	842	837	659	589	558
	安値	637	595	564	410	367
	平均	676	634	599	554	471
	頭数	(7)	(316)	(328)	(219)	(119)
搬入 競り	高値	-	-	-	-	-
	安値	-	-	-	-	-
	頭数	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
搬入 相対	高値	-	-	-	-	-
	安値	-	-	-	-	-
	頭数	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)

[大阪食肉卸売市場] 2月18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	2,589	2,209	2,166	-	-
(頭数)	(18)	(5)	(1)	(-)	(-)
B	-	2,061	1,887	-	-
(頭数)	(-)	(1)	(1)	(1)	(1)
和 去 A	2,484	2,211	1,944	-	-
(頭数)	(33)	(9)	(1)	(-)	(-)
B	-	2,075	-	-	-
(頭数)	(-)	(1)	(-)	(-)	(-)
乳 去 B	-	-	-	1,134	-
交雑雌 B	-	1,669	1,586	1,484	-
C	-	1,556	1,580	-	-
交雑去 B	-	1,679	1,580	1,435	-
C	-	-	-	1,383	-
豚	-	648	616	544	397

[全国と畜概算頭数]
農水省統計部発表 (頭)

	2月18日	2月17日	(2月累計)
豚	69,800	68,400	752,400
成牛計	4,580	4,930	49,810
和牛雌	1,090	1,120	11,510
和牛去勢	1,000	1,400	12,890
乳牛雌	910	520	7,730
乳牛去勢	610	540	5,980
交雑雌	510	520	5,340
交雑去	460	820	6,330

[去勢牛 B3・2 規格 枝肉取引価格] 2月18日

東京	1,474円	(前日 1,459円)
大阪	1,488円	(前日 1,557円)

[豚・全農建値] 2月18日

上	622円	中	597円	取引頭数	1,037頭	市況	続伸
---	------	---	------	------	--------	----	----

と畜 売買	牛 78頭 牛 121頭	豚 259頭 豚 103頭	牛概況 豚概況	もちあい 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] 2月18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]	616 (616)	- (-)	5,984	-	もちあい
仙台 [中]	592 (585)	563 (548)	495	64	続伸
宇都宮 [地]	- (635)	- (583)	-	-	休市
茨城 [地]	620 (-)	598 (-)	1,509	655	反発
群馬 [地]	611 (608)	522 (531)	2,141	326	小幅高
さいたま [中]	615 (606)	601 (582)	209	207	上伸
東京 [中]	634 (613)	599 (579)	922	985	急伸
横浜 [中]	619 (626)	591 (601)	649	648	反落
山梨 [地]	646 (-)	625 (-)	185	107	反発
浜松 [地]	590 (596)	535 (554)	280	36	弱もちあい
名古屋 [中]	582 (601)	568 (566)	985	256	続落
京都 [中]	652 (642)	626 (634)	123	92	もちあい
大阪 [中]	648 (614)	616 (588)	259	79	続伸
神戸 [中]	657 (-)	683 (-)	-	156	-
岡山 [地]	664 (677)	684 (638)	271	296	弱気配
広島 [中]	607 (599)	569 (573)	260	31	反発
福岡 [中]	617 (595)	583 (561)	606	100	続伸

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] 2月11日~2月17日
豚カット肉 [I] (1kg当たり円、税込み、重量kg)

◇首都圏 総重量 1,750,997 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	1,112	1,231	1,302	1,230	70,166
うで	734	793	841	788	139,634
ロース	1,090	1,215	1,283	1,212	138,322
ばら	1,188	1,273	1,306	1,267	169,220
もも	751	781	819	781	247,758
ヒレ	1,080	1,218	1,377	1,217	10,095
セット	939	1,038	1,080	1,028	975,802

◇近畿圏 総重量 774,582 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	1,080	1,240	1,337	1,229	68,757
うで	702	737	778	737	122,044
ロース	1,069	1,177	1,214	1,162	115,945
ばら	1,080	1,209	1,263	1,197	156,535
もも	713	734	778	742	163,479
ヒレ	1,115	1,225	1,247	1,196	12,855
セット	932	998	1,111	1,007	134,967

[食鳥正肉日経相場] 2月17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	705	742	863	153
ムネ	362	396	499	143

◇大阪 (3社)

	安値	加重平均	高値	販売量 (t)
モモ	694	756	1,030	8
ムネ	355	404	590	8

[農水省統計情報部食鳥市況] 2月17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	1,012	614	550	600	650
安値	716	384	290	360	350
平均	776	411			

※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 500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)

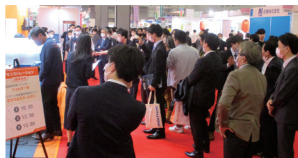
銘柄豚肉 ガイドブック

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、A4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〉

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 〒101-0021 東京都千代田区外神田2-14-10

TEL 03(6206)0929 FAX 03(6206)0928

◆九州 〒812-0029 福岡市博多区古門戸町3-12

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

※東京事務所は2025年2月10日より上記の新住所に移転しました。電話・FAX番号も変更となりましたので、宜しくお願致します。