

令和7年
2025年

2月4日
火曜日

第11646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カ月 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



第19回JAグループ国産農畜産物商談会が開催された……P7

- ▶ 日本食肉流通センターが研修会、牛豚コマーシャル規格ポスター作成……P2
- ▶ プリマハムの第3四半期決算は増収減益に、通期予想も下方修正……P3
- ▶ ジェトロがプレス懇親会を開催……P3
- ▶ 【組織変更・役員人事】プリマハム、マーケティング本部を新設……P4
- ▶ カナダビーフ国際機構がSMTS出展、カナダビーフの優位性訴求、4社の商品展示……P4
- ▶ プリマハム春の新商品②、同社初の機能性表示食品をサラダチキンバーに投入……P5
- ▶ [加工品仕向肉量・12月] 国産、輸入の合計は3万4528tで2.8%増……P6
- ▶ ニチリウのプライベートブランド「くらしモア」が30周年……P6
- ▶ 第19回JAグループ国産農畜産物商談会を開催、各県の一押し商品紹介……P7
- ▶ 千葉県旭市で鳥フル発生、採卵鶏9万羽殺処分—農水省……P7
- ▶ 日本ハムがシャウエッセンのフレーバーシリーズをリニューアル、「パワ辛」「おいちいず」発売……P8
- ▶ 東京食肉組合江東ブロックがセミナー開催、東京食肉市場の板尾部長が講演……P8
- ▶ 【輸入副生物現物相場】実需は低調だが、主要アイテムは早めの確保の動き目立つ……P9
- ▶ 全国食肉学校が3月10日から5日間の食肉業界育成研修を開催……P9
- ▶ [東京・大阪枝肉相場、全国と畜頭数] 3日……P10
- ▶ [各地の豚枝肉、豚部分肉、食鳥相場] 3日……P11

注目のヘッドライン

日本食肉流通センターが研修会、牛豚コマーシャル規格ポスター作成 ……詳細はP2

[東京支社移転のお知らせ]

当社は2月10日から東京事務所および食肉速報編集部を移転します。移転作業に伴い12日付けは休刊とさせていただきます。(10日午前中は電話・FAXが繋がらない時間帯があります)
新所在地:〒101-0021 東京都千代田区外神田2丁目14-10
新電話番号:03-6206-0929、新FAX番号:03-6206-0928
(株)食肉通信社 日刊食肉速報編集部



Nipponham Group
たんぱく質を、もっと自由に。

食肉施設の設計・施工・コンサルタント

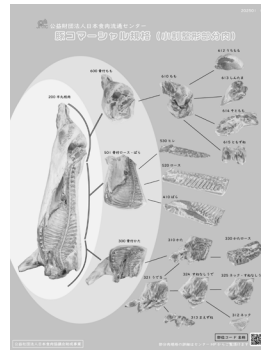
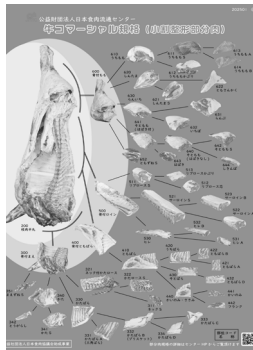
— 食肉業界をリードする —



〒110-0016 東京都台東区台東4-20-5
☎03-3834-1561(代) <https://hanaki-eng.co.jp/>

日本食肉流通センターが研修会、牛豚コマーシャル規格ポスター作成

公益財団法人日本食肉流通センター(川合靖洋理事長)は1月30日、センター内G棟で令和6年度第3回研修会を開催。伊藤ハム米久ホールディングスの田代俊文氏(上写真)が「食肉メーカーから見る『牛肉カット規格』の現状と今後の課題について」、アース環境サービス(株)の住吉駒子氏、東島大士氏が「そ族(ねずみ)の基礎知識と事例紹介」と題し講演を行った。また、センターから新しい部分肉ポスターを作成したことが報告された。



冒頭、川合理事長が講師を紹介。「今年国内で大きなことは3月の食料・農業・農村基本計画の策定。また、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や家畜改良増殖目標の策定に向け詰め段階に入っている。加えて、和牛肉需要拡大対策が措置された。需要拡大につながってほしい。海外では米国でトランプ大統領が就任し、日本にどんな影響をもたらすのか目が離せない状況だ。食肉を取り巻く環境が変化中、本日の講演を業務の糧としてほしい」とあいさつ。講演に移った。

田代講師は、「現在、食肉センターで牛肉カット規格が非常に多くなっている。サブタイトルとして“規格増大要因と今後の課題についてサプライチェーン全体で考える”を挙げた。あらゆるコストが上昇する中、牛肉もコスト上昇、消費減少という中で生産から製造、販売に係る人たちが協力して、標準化やコスト削減に取り組んでみてはどうか」と、このテーマを選んだ背景を説明。

また「食肉センターで製造・加工される部分肉は、推奨規格として日本食肉流通センターから公示された牛コマーシャル規格がある。当社でもノーマル規格、一般規格などと呼び国産牛肉の基本規格として製造・流通している。他の食肉メーカーも同じだろう。部分肉には食肉物流バーコードがついたラベルが貼

られる。ラベルのバーコードには個体識別番号、賞味期限などのほか、コマーシャル規格が3ヶタの標準部位コードとして記載されている。コマーシャル規格には牛肉で約80規格が定義されているが、各社食肉センターでは推奨以外に多くの規格があり、当社では1工場約600の牛肉カット規格が存在している。小売先の要望や食肉メーカーの販売目的で増加するといわれているが、規格が増加する第1の要因にはロスの低減が挙げられる。原料肉を使い切るため、店舗やプロセスセンターの販売

規模に合わせてコマーシャル規格を3分割や6分割と細分化することで、小割り規格が増加している。また、付加価値をつけた商品作りを実現するため精肉パック規格が多様化。人手不足を背景とした現場での簡素化・短縮化に伴い、センターでの部分肉の加工(小割り・磨き度合い)が進んでいることが挙げられる。しかし、過度な磨きはドリップが発生し、かえってコストアップになる可能性がある。また、顧客に個別に対応しているため類似規格も増加している。規格が増加し過ぎると、生産効率が低下し、規格間違いが発生するリスクがある。抑制するためには営業現場での受託型から提案型が求められる。当社では規格書の一元化など整備を進めている。サプライチェーン全体を通して、低コスト化を実現することが重要だ」と述べた。

続いて、日本食肉流通センター情報部の三田洋子調査役が、牛豚コマーシャル規格の規格書と動画のリニューアルについて報告した。センターは2002年に規格書を策定したが、20年以上が経過し、枝肉が大型化し、衛生基準などが変化中、映像と冊子のリニューアルを図っている(分割整形方法や規格数に変更はない)。リニューアル時期は3月を予定しており、決定後HP上で公表する。それに先立ち、牛、豚それぞれのコマーシャル規格のポスターを作成した(下写真)

プリマハムの第3四半期決算は増収減益に、通期予想も下方修正

プリマハムが3日に発表した、2025年3月期第3四半期の連結業績によると、売上高3502億8500万円(前年同期比2・3%増)、営業利益82億7300万円(20・4%減)、経常利益93億9300万円(16・0%減)、親会社株主に帰属する四半期純利益58億7800万円(5・2%減)となった。セグメント別の業績は次のとおり。

【加工食品事業部門】昨年9月に2022年2月以降6回目のハム・ソーセージ商品および加工食品の価格改定を行い、販売先への納品価格の値上げを実施。業界全体では継続して市販用商品市場の販売額が前年同期を下回る厳しい環境が継続しているが、同社市販用のシェアは前年に引き続き上昇した。しかし、製造コスト上昇を補い切れず、損益面では前年同期を下回った。

ハム・ソーセージ部門は、主力ブランドの「香薫あらびきポークウインナー」は、定番の2個束商品に加え、大袋ジッパー付き商品の販売も引き続き好調に推移。販売促進政策では、東京ディズニーリゾート招待キャンペーンや「スマイルUP!」キャンペーン、SNSを活用したキャンペーンなどを継続的に実施し、今期も販売シェア拡大を継続した。市販用商品は売上高および販売数量共に前年同期を上回り、順調に推移した。

加工食品部門では、油調商品の「スパイススティック」を中心にコンシューマー商品は拡販を進めることができた結果、売上高は前年同期を上回った。業務用商品においては、外食向け商品が訪日客消費により市場拡大が図られている一方、CVS向け商品

が原料価格上昇の影響もあり、売り上げは前年を下回った。利益面においては、円安の影響で仕入コストを補い切れなかったことにより、前年同期を下回る結果となった。

CVS向けのベンダー事業では、調理パンや総菜の売上不振によって売上高は前年同期をやや下回った。また、燃料費や人件費などの製造費用の上昇により利益面においては前年同期を下回る結果となった。これらの結果、加工食品事業部門における売上高は2401億9千万円(9500万円増)となり、セグメント利益73億4千万円(23・2%減)となった。

【食肉事業部門】現地相場の高止まりや為替の影響による海外輸入商品の仕入コスト高騰の継続に対処すべく、各畜種の産地見直しなどを実施した結果、売上高は前年同期を上回った。また、養豚事業での出荷頭数増加や枝肉相場の影響もあり、利益も前年から増加。これらの結果、食肉事業部門における売上高は1095億7400万円(7・4%増)となり、セグメント利益は10億4300万円(9・5%増)となった。

なお、最近の業績の動向などを踏まえ、昨年5月7日に公表した2025年3月期通期の業績予想について、売上高4600億円(前回発表予想4700億円)、営業利益95億円(160億円)、経常利益110億円(170億円)、親会社株主に帰属する当期純利益80億円(100億円)に、それぞれ下方修正した。修正理由については、円安や現地原料高による原材料コスト上昇などの影響を値上げで十分にカバーできず、ハム・ソーセージ、加工食品、ベンダー事業の売上高が予想に及ばなかったことを主因として各段階利益が予想を下回る見込みとしている。

ジェトロがプレス懇親会を開催

日本貿易振興機構(ジェトロ)はこのほど、新年プレス懇親会を開催した。

冒頭、ジェトロの石黒憲彦理事長は「昨年、ウクライナにキーウ事務所を開設し、56カ国76拠点となった。国内では50拠点を設けている。中堅、中小企業の輸出促進ということで、新規輸出1万社プログラムを

行い、登録いただいている中小企業が2万社、実際に成約に至った企業も3千を超え、新しく輸出を経験される人が増えている」と説明した上で、メディア関係者への感謝の思いを伝えた。その後、石黒理事長の乾杯のあいさつに続いて、同機構役員らは、メディア関係者と懇親を深めた。

【組織変更・役員人事】プリマハム、マーケティング本部を新設

[組織変更](4月1日付)①食肉事業本部=食肉商品事業部ポーク部を国産ポーク部と輸入ポーク部の2部とする②営業本部=調達部を廃止する▷需給管理部を新設する▷東日本支社量販第一部を関東量販部に改称する▷東日本支社量販第二部を広域量販第一部に改称する▷東日本支社量販第三部を広域量販第二部に改称する▷東日本支社デリカ・EC販売部をデリカ・フローズン販売部に改称する▷フードサービス事業部第一部をCVS第一部に改称する▷フードサービス事業部第三部をCVS第二部に改称する▷フードサービス事業部第二部を廃止する▷フードサービス事業部第四部を外食第一部と外食第二部に分割する③マーケティング本部=マーケティング本部を新設する▷開発本部の管下である商品企画部をマーケティング本部の管下に移管する▷営業本部管下であるマーケティング部をマーケティング本部の管下に移管する④管理本部=環境管理部を廃止する⑤総合企画本部=総合企画室を総合企画部に改称する▷総合企画本部の管下にサステナビリティ推進部を新設する。

[取締役の異動]①新任取締役候補者(6月下旬予定) 取締役(常務執行役員総合企画本部長兼総合企画室長兼PRIMA Next Project Manager)鯛健一②取締役再任予定(6月下旬予定) 代表取締役社長 千葉尚登▷取締役(社外)山下丈、井出雄三、辻田淑乃

[監査役の異動]再任予定(6月下旬) 監査役(社外)須永明美

[執行役員の異動]①執行役員の昇格(4月1日付) 専務執行役員生産本部長(常務執行役員生産本部

長兼四国フーズ(株)社長)田悟敏弘▷専務執行役員食肉事業本部長(常務執行役員食肉事業本部長)網野真②執行役員の異動(4月1日付) 専務執行役員管理本部分掌(専務執行役員管理本部長)内山高弘▷専務執行役員営業本部長(専務執行役員営業本部長兼東日本支社長)新川裕二▷常務執行役員管理本部長(常務執行役員管理本部本部長代理)中島聡▷常務執行役員総合企画本部長兼総合企画部長兼PRIMA Next Project Manager(常務執行役員総合企画本部長兼総合企画室長兼PRIMA Next Project Manager)鯛健一▷執行役員管理本部特命担当/財経(執行役員管理本部財経部長)古賀慎一▷執行役員営業本部フードサービス事業部長(執行役員営業本部西日本支社長)佐々木伸▷執行役員営業本部東日本支社長(執行役員営業本部フードサービス事業部長兼第二部長)寺村博之③新任執行役員(4月1日付) 執行役員マーケティング本部長(営業本部マーケティング部長)片桐修二▷執行役員食肉事業本部食肉営業事業部長(食肉事業本部食肉営業事業部長)伊藤正幸▷執行役員総合企画本部特命担当/サステナビリティ推進(管理本部環境管理部長)松本昭雄▷執行役員生産本部三重工場長(生産本部鹿児島工場長)山口直樹▷執行役員営業本部西日本支社長(営業本部西日本支社九州支店長)日野和昭④退任執行役員(3月31日付)(人事部長兼プリマ・マネジメント・サービス(株)社長)金井隆幸▷(生産本部三重工場長)鉢呂淳士

なお、金井氏はプリマ・マネジメント・サービス(株)社長、鉢呂氏はプリマ食品(株)社長に就任予定。

カナダビーフ国際機構が SMTS 出展 カナダビーフの優位性訴求、4 社の商品展示

カナダビーフ国際機構は2月12~14日、幕張メッセ(千葉県美浜区)で開催される「スーパーマーケット・トレードショー2025」に出展する。ブースでは同機構のマーケティングサポートを来場者に説明するほか、カナダビーフの優位性の一つである格付システムを

訴求。さらに新しくなった「カナダビーフの優位性」パンフレットを配布する。

また、パッカーからはカーギル、JBS、アトランティックビーフ、モンパックの4社の商品を展示。試食提供も行う予定。

プリマハム春の新商品②、同社初の機能性表示食品をサラダチキンバーに投入

プリマハムが1月30日に開催した2025年春の新商品発表会で、岡島周市商品企画部長がハム・ソーセージ、加工食品の主な新商品についてそれぞれ説明した。

【ハム・ソーセージ】今春の新商品は、大きなマスを狙うというより、加工肉の市場が伸び悩む中、よりターゲット層を絞ることによって、しっかりと刺さる商品をお客さまに提案し、市場でのシェア拡大を図っていく。

「香薫」は引き続きイメージキャラクターにバナナマンを起

用。昨年、大袋タイプの増量企画を実施し、かなり伸ばすことができた。次年度も3冠(ITI、DLG、IFFA)マークをパッケージにしっかり記載するほか、桜やハロウィーンの季節パッケージを展開し、さらなる拡大を図る。「スマイル UP!」は、昨年12月にテレビCMの内容を更新。商品コンセプトの“家族の笑顔を増やす”というイメージをさらに訴求している。

新商品では、プリマハムとして初めて、機能性表示食品の分野に対し「サラダチキンバー」から「GABA入りトマト」を2品発売。機能性表示食品の推定市場規模は、サプリから飲料などを含めて合計約6千億円。その中で機能性効果の構成比が高い上位3品のうち、1品目は脂肪・コレステロール減少が約2千億円、2品目が骨・関節サポート、3品目がストレス解消であり、ともに約700億円。今回、脂肪・コレステロール減少に対して、「MCT入りジンジャー」、ストレス解消に対して、「GABA入りトマト」を発売。サラダチキンバーの特徴として、非常に男性の購入率が高い。男性の健



康機能の不安としては、体調や脂肪、そしてストレスが上位にきており、まさに当てはまる商材といえる。また、学校や会社、ジムなどでの間食等、パーソナルに食することが多い。トレーニングジム「チョコザップ」の店舗でもタブレットで商品をジムに来ている人に紹介していただいております。機能性表示食品に対する高い信頼を生かし、販促を実施。さらに3月9日に開催される、女性が参加する大会では世界一の規模の大会である「名古屋ウィメンズマラソン」にプリマハム

として機能性表示食品を訴求した商品を案内するブースを出展。今後もさまざまな媒体で商品をアピールし、消費者とのタッチポイントをしっかり構築していきたい。

男性のみではなく、女性向けに特化した商品も発売する。女性が気になる鉄分やカルシウム不足に対して「鉄分たっぷり 枝豆ひじき」、カルシウムを訴求した「3種のチーズ」を投入。明確に栄養素を全面に打ち出して訴求する。サラダチキンバーは、機能性表示食品が2品、栄養を強調表示したものが2品、ベーシックな3品と、合計7品を展開する。

サラダチキン全体ではそのほか、3連タイプをより食べやすい食感にしてリニューアル。ブロック4品、スライスが3品、3連のお買い得品が2品、さらに大袋もあり、前述のサラダチキンバーも含め、豊富なラインアップでしっかり売り場提案をさせていただき、市場拡大に取り組む。(連載続く)

【訂正】1月31日付3面、プリマハム春の新商品発表会の見出し、文中において、新商品32品、リニューアル品25品、合計で57品発売とありますが、正しくは新

商品32品、リニューアル品30品、合計で62品発売です。おわびして訂正します。

【加工品仕向肉量・12月】 国産、輸入の合計は3万4528 tで2・8%増

日本ハム・ソーセージ工業協同組合がまとめた2024年12月の加工品仕向肉量によると、国産と輸入を合わせた合計数量は3万4528t(前年同月比2・8%増)と前年同月を上回った。このうち国内物が9388t(6・4%増)と増加し、輸入物も2万5140t(1・6%増)と増加している。24年累計は41万9193t(2・9%増)。このうち国内物は11万4172t(4・5%増)、輸入物は30万5021t(2・3%増)で推移している。

畜種別にみると、豚肉は国内物が5754t(7・4%増)、輸入物が2万3233t(4・4%増)、合計2万8987t(5・0%増)で前年を上回った。また、鶏肉は国内物が3432t(4・0%増)と増加し、輸入物は720t(31・0%減)となり、合計では4152t(4・4%減)と前年を下回った。成牛肉は1361t(14・6%減)で、国内物が200t(27・1%増)、輸入物が1161t(19・2%減)。シーズンドポークなどを含む豚肉調製品は9513t(4・9%減)となっている。

2024年12月分の食肉加工品仕向肉量

(単位:t,%)

区分		仕向肉量	対前年同月比	2024年累計	対前年同期比
豚肉	国内物	5,754.1	107.4	68,192.5	104.3
	輸入物	23,232.6	104.4	280,991.0	103.7
	合計	28,986.7	105.0	349,183.5	103.8
成牛肉	国内物	199.6	127.1	1,594.1	108.2
	輸入物	1,161.2	80.8	12,961.8	93.4
	合計	1,360.8	85.4	14,555.9	94.8
子牛肉	国内物	0.0	0.0	0.2	100.0
	輸入物	1.1	91.7	10.0	98.0
	合計	1.1	78.6	10.2	98.1
馬肉	国内物	2.0	30.8	39.9	38.0
	輸入物	4.9	102.1	68.1	65.7
	合計	6.9	61.1	108.0	51.8
綿羊肉	国内物	0.0	0.0	0.0	0.0
	輸入物	20.4	89.9	263.9	109.0
	合計	20.4	89.9	263.9	109.0
山羊肉	国内物	0.0	0.0	0.0	0.0
	輸入物	0.4	80.0	3.6	92.3
	合計	0.4	80.0	3.6	92.3
鶏肉	国内物	3,432.3	104.0	44,345.6	104.8
	輸入物	719.6	69.0	10,722.3	81.6
	合計	4,151.9	95.6	55,067.9	99.3
合計	国内物	9,388.0	106.4	114,172.3	104.5
	輸入物	25,140.2	101.6	305,020.7	102.3
	合計	34,528.2	102.8	419,193.0	102.9
うさぎ肉	国内物	0.0	0.0	0.0	0.0
	輸入物	0.0	0.0	0.0	0.0
	合計	0.0	0.0	0.0	0.0
魚肉	国内物	1.6	84.2	17.8	93.7
	輸入物	16.6	116.1	155.6	99.2
	合計	18.2	112.3	173.4	98.6
【参考】					
豚肉調製品		9,513.2	95.1	112,106.1	95.0
うちシーズンドポーク		9,508.6	95.1	112,012.9	95.0

注) 1. 仕向肉量は食肉加工工場より報告された数量である。

資料：日本ハム・ソーセージ工業協同組合調べ「食肉加工品等流通調査」
(公益社団法人日本食肉協議会委託事業)

ニチリウのプライベートブランド「くらしモア」が30周年

日本流通産業(株)(ニチリウ)は、1月31日、グループのプライベートブランド「くらしモア」が2025年11月で発売から30周年という大きな節目を迎えるに当たり、「くらしのモアちゃん」をデザインした「くらしモア」の30周年記念のロゴを作成するほか、記念イベントの開催を予定していることを発表した。ニチリウでは28

年度までに同ブランドを冠したオリジナル商品のグループ取扱高1千億円を目標に掲げており、一層のブランド力の向上を図っていく。



第19回 JA グループ国産農畜産物商談会を開催、各県の一押し商品紹介

JA全農は、1月30、31日の2日間にわたって、第19回JAグループ国産農畜産物商談会を東京都立貿易産業センター浜松町館で開催した。今回は、「日本全国 美味の旅～JAグループが贈る特別な逸品」をテーマに、全国のJAグループが出展ブースを展開した。また、会場には「イチオシ商品コーナー」として商品全出展者の一押し商品を集めた展示、地域産品発見コーナーとして各県・各JAで販売している商品の売り場提案などのスペースも設置。各ブースでは加工食品のほか、銘柄牛・豚の紹介ならびに試食が行われ、多くの来場者が訪れた。本紙では、各ブースのイチオシ商品の一部を紹介する。

JA全農営業開発部は、「農協ウインナー」を提案。原料肉は国産豚肉のみを使用。でんぷんなどの結着材料を一切使用せず、豚肉本来のおいしさ、ジューシーさを楽しむことができる。まろやかな甘みを使用するため、北海道産てんさい糖を使用し、さらには、山桜のチップでスモークすることで香り豊かに仕上げている。

JA全農ミートフーズ(株)では、国産の豚肉に全国各地のご当地みそやタレに漬け込んだ商品「国産豚ご当地味噌漬け・タレ漬けシリーズ」を一押し商品として展開。国産の豚肉を多くの人に味わってもらうため、日本の食卓になじみ深い調味料であるみそと組み合わせた商品で、販売開始から今年10周年を迎える人気商品だ。家庭で焼くだけの簡便調理品で、産地フェアやよりどりセールに使える多様なラインアップで、商談会には、同シリーズの新商品として「とり野菜みそ使用」「藤沢鎌倉名物バラ丼」も並んだ。

(株)いわちくは「いわて牛ロースとビーフ」を提案。岩



手を代表するブランド牛「いわて牛」の風味と肉汁をいわちく独自の製法で仕上げた。食肉のプロによる手切り・手作業の味付け、研究された温度・時間でローストと真空調理の2段加熱をした、牛肉の味を堪能できる一品だ。

JA全農みえミートでは、「松阪牛ハンバーグデミグラスソース」を紹介。牛肉原料に三重県産松阪肉100%を使用し、湯せんで温めるだけでデミグラスソースの本格的な味を味わえる。

このほか、各県の銘柄牛や銘柄豚などの試食に、来場者は足を止め楽しんだ。

千葉県旭市で鳥フル発生、採卵鶏9万羽殺処分—農水省

農水省は1日、千葉県旭市の家禽農場で、高病原性鳥インフルエンザの疑似患者が確認(今シーズン国内51例目)されたことを発表した。

これを受け、同農場の採卵鶏約9万羽が殺処分となる。

日本ハムがシャウエッセンのフレーバーシリーズをリニューアル 「パワ辛」「おいちいず」発売

日本ハムは、シャウエッセンの発売40周年となる2月1日から「シャウエッセン パワ辛」と「同 おいちいず」の2品を発売した。

「パワ辛」「おいちいず」は、シャウエッセンならではのパリッ!!としたおいしさやスモークの香りはそのままに、フレーバーシリーズで人気の「ホットチリ」と「とろける4種チーズ」を約3年ぶりにリニューアルした商品。新しくなった二つのフレーバーで、朝食や昼食での利用が多かったシャウエッセンに、新たな食シーンと利用者層の広がりを図っていく。

「パワ辛」は、シャウエッセンならではのパリッ!!としたおいしさ・スモークの香り・うまみはそのままに、先に来る“辛さ”と後に来る“うまさ”が味わえる。商品名の「パワ辛」は、商品の特長である「パワフルなうま辛さ」を表現した。辛いシャウエッセンをテーマに発売した前回の商品は、後を引く唐辛子の辛みが楽しめるものだった。「パワ辛」は「酒に合わせたときに、辛さとうまさでクセになる」ことを重視しており、食べた瞬間に唐辛子の辛味を味わえ、後味にうまみを感じられる商品となっている。また、同商品は焼くことで辛味とう



まみがより実感できる特長がある。そのため、「シャウエッセン 夜味」同様、社内では”禁断”とされてきた焼き調理を推奨している。

「おいちいず」は、シャウエッセンならではのパリッ!!としたおいしさや、スモークの香りとともに、濃厚な5種チーズの味わいが楽しめる。商品名の「おいちいず」は、「おいちい」と「チーズ」を合わせた、子供でも発話しやすいネーミングにした。チーズの配合を見直すことで、濃厚かつクリーミーなとろけるチーズの味わいと、シャウエッセンならではの肉のうまみとパリッ!!と感を合わせ持った、大人から子供までみんなで楽しめるシャウエッセンに仕上げた。

東京食肉組合江東ブロックがセミナー開催、東京食肉市場の板尾部長が講演

東京食肉組合江東ブロック(市村恭庸ブロック長)は2日、組合員や後継者らを対象にしたセミナーを東京都中央区の「肉鮮問屋佐々木」で開催した。

市村ブロック長は今回のセミナーについて「昨年7月に総会でブロック長に就任後、毎月の常務会出席で他ブロックの様子を参考に、江東ブロックでは何をしたらいいかということを考えてきた。お肉を通してお客さまや店舗の方に笑顔になってもらいたい。そのためにはおいしい肉料理を食べていただき、お肉についての知識ある方に話を伺い、また同業の仲間が集まることで何か一つでも店舗運営に役立つことがあればと、このような形で開催することになった」と説明。

セミナーでは、東京食肉市場(豚肉営業部)の板尾正洋部長(写真)が講師を務め、豚肉の需給を中心に昭和から令和に至るまでの経緯や相場の推移などを



振り返り、さらに飼料価格の高騰や疾病の発生などを挙げ、ここ数年の豚価高騰の要因や今後の見通しなどについて、統計データを用いて分かりやすく解説。最後に東京食肉市場で取り扱う銘柄豚肉を紹介し、さらに7日に開催される第9回「東京食肉市場豚枝肉共励会」についてPRした。セミナー終了後には、同店自慢のすき焼きを囲み、食事会となった。

【輸入副生物現物相場】 実需は低調だが、主要アイテムは早めの確保の動き目立つ

需要の端境期であるが、入船の遅れなどの影響もあって需給のバランスは均衡しており、相場は高値圏でのもちあいが続く。

また、円安が当面続きそうであることや、現地価格の動きなどを勘案すると、これから需要期に向けて相場が下がる要素が少ないとみる向きが多く、大手各社は、タンやアウトサイドスカートなどの主要アイテムについて、早めの確保に動く企業も目立ち、それが「実需と乖離した」堅調な相場を形成している大きな要素の一つとなっている。

白物は大きな荷余り感はないが、葉物野菜の高騰により、量販店からの引き合いは例年より鈍いという声もあり、もちあい。3月に入れば、春先の需要増に向けて、アウトサイドスカートなどは一段上がる可能性も。

輸入副生物現物相場

単位:円/キロ、税抜き

	商品名	原産地	規格	価格	気配
フ ロ ー ズ ン	牛タン	米国		2300~2500	→
		豪州	グラス	2100~2300	→
		欧州	グラス	2000~2300	→
	ハンギングテンダー (サガリ)	米国	チョイス プライム	1600~ -	→ -
		メキシコ		1500~	→
	アウトサイドスカート(ハラミ)	米国	チョイス プライム	2600~2800 -	→ -
		メキシコ		-	→
	シンスカート、シックスカート	豪州	バルク	~1100	→
	シンスカート(皮なし)	豪州		1500~	→
	レバー	豪州		320~	
		米国		350~	→
	トライプ	-	1.5UP	-	→
		豪州	700gUP 500gUP	- -	→ →
	スモール	米国		500	→
	ラージ	米国		650~700	→
豪州			680~720	→	
アキレス	米国		1200	→	
テール	豪州		1000~1400	→	
メンブレン	豪州		600~	→	
チ ル ド	牛タン	米国	グレイン	2600~2800	↑
		豪州		2500~2700	→
	牛タン(ムキタン)	米国		4200~4600	↑
		豪州		-	→
	ハンギングテンダー (サガリ)	米国	チョイス	1800~2200	→
			プライム	2400~2700	→
	アウトサイドスカート(ハラミ)	米国	チョイス	2800~3000	↑
プライム			3300~3600	-	
	メキシコ		-	→	

全国食肉学校が3月10日から5日間の食肉業界人育成研修を開催

公益(社)全国食肉学校(群馬県佐波郡玉村町、小原和仁学校長)は3月10日から14日まで4泊5日間の食肉業界人育成研修を開催する。参加者を募集している。

食肉業界に入って間もない人、新入社員などを対象に、体系的な研修を行う。同校の学生寮に宿泊し、社会人・業界人としての心構えを身につけ、実際に食肉に触れることで食肉の基本的な知識と取り扱い方を学ぶ。研修内容は講義で①社会人としての行動②食肉産業従事者としての役割と心構え③食肉流通概

論④食肉の基礎知識⑤取引規格⑥品質・衛生管理⑦原価計算⑧食肉関連法規。実技では豚・牛枝肉から精肉までの基本的な処理方法を学び、製造実技や講師によるデモンストレーションを通して、食肉への理解を深める。また、課題を設けてのグループミーティング、成果発表などのグループワークを実施する。

受講料は11万円(税込み。宿泊代と研修期間中の食事代を含む)

問い合わせ=電話0270(65)2571

東京・大阪枝肉相場、全国と畜頭数

[東京食肉卸売市場] 2月3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	高値	4,114	3,123	2,237	-	-
		安値	2,205	2,170	2,073	-	-
		平均	3,020	2,555	2,164	-	-
		205頭 頭数	184	17	4	-	-
	雌 B	高値	-	-	-	-	-
		安値	-	-	-	-	-
		平均	-	2,188	-	-	-
		1頭 頭数	-	1	-	-	-
	去 A	高値	2,917	2,335	-	-	-
		安値	2,226	2,173	-	-	-
		平均	2,459	2,270	-	-	-
		61頭 頭数	50	11	-	-	-
去 B	高値	-	-	-	-	-	
	安値	-	-	-	-	-	
	平均	-	1,944	-	-	-	
	1頭 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	平均	-	1,646	1,492	1,335	-
	28頭 頭数	-	5	13	10	-	
	雌 C	平均	-	-	1,386	1,309	-
	2頭 頭数	-	-	1	1	-	
去 B	平均	-	1,652	1,551	1,404	-	
11頭 頭数	-	8	1	2	-		
去 C	平均	-	-	-	1,327	-	
1頭 頭数	-	-	-	1	-		

	牛	豚	搬入牛	搬入豚		その他
と畜	397	1,017	-	(競り)	(相対)	
売買	384	1,044	138.0	-	10	53

◇牛搬入		5	4	3	2	1
和 雌	A	2,352	1,933	1,547	1,319	-
	B	-	-	1,288	1,188	1,034
和 去	A	2,406	2,074	-	1,688	-
	B	-	-	-	-	-
乳 雌	B	-	-	-	841	821
	C	-	-	-	840	785
乳 去	B	-	-	-	-	-
	C	-	-	-	-	-
交 雌	B	1,626	1,627	1,461	1,362	-
	C	-	-	-	-	-
交 去	B	-	1,629	1,553	1,439	-
	C	-	-	1,359	1,304	-

◇豚		[極上]	[上]	[中]	[並]	[等外]
生体	高値	637	918	907	918	907
	安値	620	583	553	443	292
	平均	626	623	601	567	476
	頭数	(6)	(298)	(354)	(229)	(157)
搬入競り	高値	-	-	-	-	-
	安値	-	-	-	-	-
	頭数	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
搬入相対	高値	-	-	623	591	-
	安値	-	-	612	591	-
	平均	-	644	617	591	-
	頭数	(-)	(1)	(5)	(4)	(-)

[大阪食肉卸売市場] 2月3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	2,544	2,251	2,128	-	-
(頭数)	(9)	(5)	(1)	(-)	(-)
B	-	-	-	-	-
(頭数)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
和 去 A	2,692	2,390	1,944	-	-
(頭数)	(11)	(8)	(1)	(-)	(-)
B	-	2,366	1,890	-	-
(頭数)	(-)	(1)	(1)	(-)	(-)
乳 去 B	-	-	-	-	-
交雑雌 B	1,944	1,771	1,659	-	-
C	-	-	1,588	-	-
交雑去 B	-	1,741	1,664	1,598	-
C	-	1,645	1,655	1,459	-
豚	-	580	557	507	412

[全国と畜概算頭数]
農水省統計部発表 (頭)

	2月3日	1月31日	(2月累計)
豚	67,100	63,700	67,100
成牛計	4,710	3,700	4,710
和牛雌	920	980	920
和牛去勢	1,470	760	1,470
乳牛雌	510	710	510
乳牛去勢	570	290	570
交雑雌	520	500	520
交雑去	720	430	720

[去勢牛 B3・2 規格 枝肉取引価格] 2月3日

東京	1,485円	(前日 1,448円)
大阪	1,680円	(前日 1,661円)

[豚・全農建値] 2月3日

上	中	取引頭数	市況
619円	596円	1,008頭	続伸

と畜	牛 80頭	豚 119頭	牛概況 強もちあい
売買	牛 71頭	豚 160頭	豚概況 強もちあい

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3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)	- (-)	5,509	-	もちあい
仙台 [中]	556 (547)	538 (530)	302	108	続伸
宇都宮 [地]	661 (661)	629 (612)	1,764	64	もちあい
茨城 [地]	614 (608)	596 (590)	1,364	617	小幅高
群馬 [地]	643 (626)	538 (514)	1,942	321	続伸
さいたま [中]	612 (603)	594 (592)	264	265	続伸
東京 [中]	623 (620)	601 (604)	1,017	1,044	しっかり
横浜 [中]	623 (611)	595 (582)	635	654	続伸
山梨 [地]	- (-)	- (-)	117	66	休市
浜松 [地]	581 (575)	542 (531)	325	38	小戻し
名古屋 [中]	545 (572)	526 (516)	798	210	反落
京都 [中]	593 (577)	582 (555)	105	76	もちあい
大阪 [中]	580 (575)	557 (536)	119	160	強もちあい
神戸 [中]	- (563)	- (548)	150	-	-
岡山 [地]	648 (612)	625 (617)	280	366	反発
広島 [中]	578 (581)	544 (548)	285	96	もちあい
福岡 [中]	604 (566)	573 (531)	500	122	急反発

注：北海道はホクレン大卸売価格で、前日の全道と畜頭数。京都の前日は2月1日、その他は1月31日

[日本食肉流通センター] 1月27日~2月2日
豚カット肉 [I] (1kg当たり円、税込み、重量kg)

[食鳥正肉日経相場] 1月31日
荷受売値平均値 (kg当たり円、税抜き)

◇首都圏 総重量 1,769,297 kg

◇東京 (7社)

	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	1,134	1,240	1,292	1,226	92,562
うで	732	789	819	784	134,430
ロース	1,069	1,142	1,188	1,133	142,890
ばら	1,134	1,233	1,272	1,213	175,144
もも	734	779	809	774	204,105
ヒレ	1,058	1,103	1,196	1,128	11,645
セット	900	1,021	1,058	1,000	1,008,521

	安値	加重平均	高値	販売量 (t)
モモ	701	745	862	166
ムネ	368	397	507	137

◇大阪 (3社)

	安値	加重平均	高値	販売量 (t)
モモ	720	773	1,030	7
ムネ	373	430	590	6

◇近畿圏 総重量 750,557 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	1,180	1,252	1,309	1,260	60,593
うで	670	718	745	714	129,623
ロース	1,053	1,142	1,242	1,137	94,940
ばら	1,210	1,231	1,242	1,227	135,940
もも	694	712	756	718	174,774
ヒレ	1,103	1,218	1,296	1,198	11,918
セット	840	962	1,074	960	142,769

[農水省統計情報部食鳥市況] 1月31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	980	630	550	600	650
安値	727	387	290	360	350
平均	766	412	-	-	-

※日本食肉流通センター：①数値はすべて記載日中間中（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)

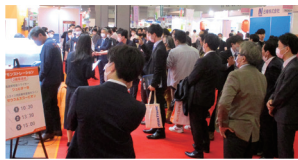
銘柄豚肉 ガイドブック

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

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 〒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