

令和7年
2025年

3月27日
木曜日

第11679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



伊藤ハム大阪・神戸青年経営研が合同店舗見学で京都を訪問……P7

- ▶ 家畜衛生部会開催、ランピースキン病防疫対策強化に向け議論—農水省……P2
- ▶ 全肉連が食育教材作成委員会を実施、生産・流通などへの理解醸成に向け……P3
- ▶ JPPA、アニマルウエルフェアのポスターや活動報告書を作成……P3
- ▶ MLAがFOODEXの豪州大使館ブースでラムしゃぶを試食提供、セミナーでは北野氏がサステナビリティをテーマに講演……P4～5
- ▶ [JCA・2月]豚肉、鶏肉まずまずも牛肉、加工品鈍く0.4%増……P5
- ▶ 日本食肉消費総合センター「消費者意識調査」「食肉家計消費等動向分析」の結果を公表④……P6～7

- ▶ 伊藤ハム大阪・神戸青年経営研が合同店舗見学で京都を訪問……P7
- ▶ 全国肉牛事業協同組合「肉用牛生産におけるGHG削減実用技術・知見集」を発行……P7
- ▶ 日本食肉生産技術開発センターが血斑低減に関するマニュアル普及セミナー開催⑤……P8
- ▶ 【人事異動】前川製作所(3月24日付)……P8
- ▶ 【関東の輸入豚肉現物相場】F引き続き欧州産タイト、Cは全体的に引き合い……P9
- ▶ 【関東の国産豚肉現物相場】Cは中部位動く、Fは全体的に締まる……P9
- ▶ ロッテリア「ロッテリア 肉(29)の日」開催……P9
- ▶ [東京・大阪枝肉相場、全国と畜頭数]26日……P10
- ▶ [各地の豚枝肉、豚部分肉、食鳥相場]26日……P11

注目のヘッドライン

家畜衛生部会開催、ランピースキン病防疫対策強化に向け議論—農水省

農水省は第71回家畜衛生部会を開催し、ランピースキン病の発生と対応および令和2年度の家畜伝染病予防法の一部を改正する法律の施行状況について議論した。

…詳細はP2

全肉連が食育教材作成委員会を実施、生産・流通などへの理解醸成に向け

…詳細はP3

職人の技を次世代へ

新刊

改訂新版

牛枝肉・部分肉の 分割と商品化

職人の技

カラー写真

丁寧な解説

B5判/216頁

定価 5,500円 (税込送料別)

食肉通信社

家畜衛生部会開催、ランピースキン病防疫対策強化に向け議論—農水省

農水省は26日、第71回家畜衛生部会を開催し、ランピースキン病の発生と対応および令和2年度の家畜伝染病予防法の一部を改正する法律の施行状況について議論した。

冒頭、消費・安全局動物衛生課の沖田賢治課長は「今年に入ってからの鳥インフルエンザは1月に集中的に発生し、特定の地域において続発するという状況だ。現時点で51事例932万羽が殺処分され、2月1日の発生が最後となっているが、5月まで警戒する必要がある。豚熱についても、散発的な発生がみられ、今年も群馬県で発生が確認された。引き続き、家畜豚では飼養衛生管理の徹底とワクチンの適直接種が必要だ。また、野生猪対策として、経口ワクチンの散布、捕獲の強化をしていくことが重要である。こうした中、昨年11月には、わが国で初めて、ランピースキン病が発生した。現状は発生頭数ゼロになっているが、今後、気温が上がっていくことを見据えて農場での対策が必要である。会議では、忌憚のない活発な意見を願いたい」と述べた。

ランピースキン病においては、今後もわが国で当該疾病が発生・まん延するリスクは十分に想定される中、吸血昆虫の活動が活発になる夏にかけて再度わが国に侵入・発生した場合、十分な防疫対策を実施できなければ、福岡県、熊本県に限らず、日本全国に感染が拡大し、肉用牛・乳用牛の生産または健康の維持に大きな影響を与える危険性がある。これらを踏まえ、ランピースキン病の防疫対策を強化するため所要の見直しを行うこととしている。

ランピースキン病については現在「届出伝染病」に指定されているが、具体的な見直しの方針(案)では、これよりも厳しい「家畜伝染病」に対するまん延防止措置と同程度の措置を行えるよう、家畜伝染病予防

法に基づき、新たに政令を指定し、ランピースキン病を法第62条の疾病の種類として指定することを示している。今後、見直しの方針(案)について、牛豚疾病小委員会で専門的な議論を進めていく。

会議では、ランピースキン病の発生状況および対応などについて次のとおり説明が行われた。

韓国での同病発生については、23年10月に初発事例を確認。同年11月10日に全頭ワクチン接種を完了し、以後1年ごとに全頭接種を継続している。23年(10月19日～11月20日)は107件の発生があったが、翌年(8月12日～12月23日)は24件と大幅に減少した。そのほか、アフリカ、欧州、アジアなどの発生病国でワクチン接種が実施され、清浄化または、発生数の減少に寄与している。

国内では、24年11月6日に福岡県で発生を確認。その後、同年12月26日に熊本県での発生以降、現時点で新たな発生はみられていない。一方、まん延防止措置が支援や指導にとどまり、法的強制力をもって措置を講じることができなかつたため、十分な防疫対策を実施できなかったことが感染拡大の一因と考えられる。なお、19日に実施された第4回ランピースキン病対策検討会でも「今回のウイルスは従来想定していた吸血昆虫だけでなく、牛間の接触などでも感染が拡大した可能性が考えられ、感染力が高く短期間のうちに地域で拡大していることから、感染拡大を防ぐためには、発生初期から強制力のある措置を行うことが必要である」と提言している。

家伝法上の 類型	対象疾病	発生予防 発生を予防するための 届出、検査等	まん延防止 まん延を防止するための 届出、殺処分、移動制限等	輸出入検疫 国内外への伝播防止のための 輸出入検疫検査等
家畜伝染病 (28種類)	口蹄疫、豚熱、アフリカ豚熱、 高病原性鳥インフルエンザ等 【法第16条】	○	○	○
	ヨーネ病、伝達性海綿状脳症 等 【法第17条】			
届出伝染病 (71種類)	牛伝染性リンパ腫(EBL)、 ランピースキン病、牛ウイルス性 下痢(BVD)等	○	×	○
監視伝染病 以外の 伝染性疾病	乳房炎、コクシジウム症、新疾病 等	×	×	×

全肉連が食育教材作成委員会を実施、生産・流通などへの理解醸成に向け

全国食肉事業協同組合連合会は25日、東京都港区のアジミックビルで第2回食育教材作成委員会を開催した。同連合会は今年度から、安全・安心な国産食肉の正しい知識の普及・啓発、さらには生産・流通事情などへの理解を促進することを通じ、国産食肉の需要拡大、日本畜産の健全かつ持続的な発展に資することを目的として、令和6年度国産食肉理解促進食育実践事業(日本中央競馬会畜産振興事業)に取り組んでいる。

冒頭、全肉連の木村元治専務は「食育の事業は平成29年に始まり、今年で8年目だ。今は3カ年事業の1年目で、全部で10年間には行えることになる。食育といえば、米や野菜、酪農では20年ほどの歴史がある一方、以前は食肉の適正な教材がほとんどなかった。生産・流通の過程は、一般的にはブラックボックスのようなものだった」「生産や流通の過程の中で、多くの人が携わって安全・安心な肉が提供されていることと、生きた家畜が肉になるという過程を経るゆえの『命をいただくことの大切さ』をテーマに掲げ、肉ならではの食育を行いたい。今年度からは新事業として、海外に食料を依存するリスクを踏まえ、食肉の自



給率を高めていくことの重要性を知らせていくことが大事になる。また、国産食肉を食べて応援する取り組みを推し進めたい」と述べた。

委員会では、初めに事業内容の確認、今年度作成した教材とその趣旨の振り返りが行われた。続いて、来年度に作成する教材について、その方針を委員同士で議論。国産食肉の安全性などが消費者に浸透してきたということを前提に、これまでに作成してきた中で評判の良いものをリニューアルする案が出たほか、作った教材の活用方法、ターゲットとする年齢層やそれに対応した掲載内容などについても検討し、話し合われた。

JPPA、アニマルウェルフェアのポスターや活動報告書を作成

一般社団法人日本養豚協会(JPPA、香川雅彦会長)はこのほど、農水省のアニマルウェルフェア(AW)指針に基づく飼養管理を記載したアニマルウェルフェアポスター、活動報告書、ロゴマークのマグネットを作成した。これらは、令和6年度持続可能性配慮型畜産推進事業のうち、アニマルウェルフェア配慮型飼養管理推進事業の一環で、アニマルウェルフェア推進委員会が作成したもの。

ポスターは、AWに沿った管理がイラストで分かるもので、農場内での活用が推奨される。また、「知っておきたいアニマルウェルフェア」と題した活動報告書では、同委員会および令和6年度事業の取り組み

の内容が記されている。さらに、今回作成されたロゴマークは、AWに取り組む人も豚も笑顔になるというイメージで作られており、ロゴをプリントしたマグネットが普及促進を図る。

なお、これらのポスター、ロゴマークは、後日ダウンロードできるように手配される予定となっている。



MLA が FOODEX の豪州大使館ブースでラムしゃぶを試食提供 セミナーでは北野氏がサステナビリティをテーマに講演

オーストラリア大使館商務部、オーストラリア各州政府は11～14日に東京都江東区の東京ビッグサイトで開催された「FOODEX JAPAN 2025」に出展。130社を超える企業の豪州産食品・飲料を展示・試食・プロモーションを実施した。

そのうちMLA豪州食肉家畜生産者事業団は、同パビリオン内において、オーギー・ラムのラムしゃぶを試食提供し、多くの来場者を集めた。

MLAのトラヴィス・ブラウン駐日代表は羊肉について「FOODEXのような展示会において、羊肉は家庭でも簡単に調理でき、身近な食材であることを伝える機会として、ラムしゃぶを提供した。最近は羊肉への関心度が非常に高まっており、とりわけ若い世代、ファミリー層などからの関心の高まりが顕著だ。これに対して継続的に消費者に向けたアプローチを強化していきたい。羊肉の喫食経験を持つ人は一定数いるが、大半の人にはまだまだその魅力が伝わっていない部分がある。体験機会の創出という意味において、BtoCのイベントを増やしたり、消費者向けの教育的プログラムを強化していきたい」と述べ、「一方、消費者が羊肉を食べる機会の多くは飲食店だが、まずは飲食店の方々向けに羊肉の魅力や強みについてしっかり啓発していくことが重要。例えばラムバサダーと一緒に教育活動やメニュー提案などのプログラムを強化していき、最初はシーズンフェアやキャンペーンを実施していただき、ゆくゆくは定番メニューとなるようにアプローチしていきたい」と説明。さらに「直近では、今年で3回目となる味付けジンギスカングランプリの参加者を募集している。最終的には味付けジンギスカンの商品がよりスーパーなどで幅広く販売されるようにバックアップしていきたい」と述べた。

ビーフについては「現在、オーギー・ビーフの供給環境は良く、日本の輸入ビーフのシェアの約半分を占めているが、重要なポイントとしてはビーフカテゴリー全体をいかに伸ばさせられるかが私たちの課題となる。そのためには消費者がビーフを食べる機会を増やし、取り扱っていただいている方々がしっかりと利益を確保できるよう、牛肉全体の消費拡大につながる取り組みを行う必要がある」と強調。



「現在、MLAとして新たに取り組んでいるのが、オーギー・ビーフに限らず、国産や他産のビーフを含め、“父の日にステーキを食べる”文化を作っていくこと。例えば、バレンタインにはチョコレート、母の日にはカーネーション、クリスマスにはフライドチキンの消費量が大きく増えるが、父の日にステーキを食べることを1年だけの取り組みではなく、毎年継続的に訴求することで食文化として定着させ、ビーフの消費量拡大を図っていく。すでに大手スーパーマーケットチェーンなどを含め、父の日のステーキキャンペーンについて、その価値を理解していただき、賛同していただけるパートナーも増えてきている。外食業態も含め、さまざまな店で父の日のステーキキャンペーンができるように注力していきたい」と意欲を述べた。さらに「私たちが行っている消費者リサーチの結果によると、一番好きなお肉ではやはりビーフが第1位になる。ハレの日に皆でステーキを食べるという文化を作ることができれば、生産、加工、販売、そして消費者まで関係する全ての人がウインになる取り組みだと確信している。MLAとしては、キャンペーンなどに協力していただいている方々に向けて消費を促すような販促物なども含め、サポートしていきたいと考えているので、“父の日のステーキ”に関心のある方はぜひご連絡いただきたい」とPRした。

また、会期初日には会場内でオーストラリア大使館商務部主催の「農業・食品業界における持続可能性とイノベーション」をテーマにした海外出展者セミナーが行われ、豪州の食肉およびワインに関連する取り組みなどが紹介された。その中で、食肉に関連する団体を代表してMLAの北野秀一シニアマネージャー

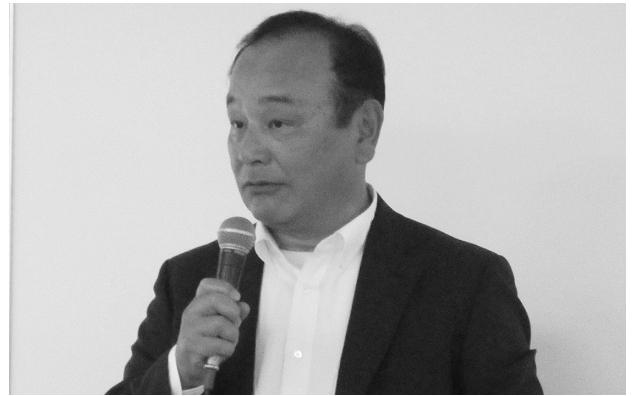
(写真)が登壇し、同国の牛肉生産環境やサステナビリティについて、おおむね次のように説明した。

豪州は牛肉生産の70%を輸出しており、ラム・マトンは80%にも上る。そうした環境下、豪州家畜(牛、羊、山羊)の生産者の利益性、継続性、国際競争力の向上に貢献しているMLAは、国外各地に拠点を置き、マーケティング活動に取り組んでいる。現在、日本でもオーギービーフの認知度は非常に高い。

豪州の牛肉生産は、グラスフェッド(牧草肥育)が約60%、グレインフェッド(穀物肥育)が約40%となっている。国土の広い同国では南北で生産環境が異なり、肥育される品種も異なる。

ここ数年の肉牛の年間飼養頭数はおよそ3千万頭。豪州では降雨量や干ばつなどの気候が生産環境を変動させるが、2024年は降雨状況も良く、肉牛については現在ポジティブな状況にあるといえる。同年は豪州の食肉業界にとっては重要な年の一つとなり、10年前に比べると畜頭数こそは少ないが、生産量は非常に多く、近年でトップクラスだった。枝肉重量も増加傾向にあり、最近では300kgを超えている。

日本は現在24カ国から牛肉を輸入しており、65%を輸入品が占める牛肉シェアのうち、半分が豪州産だ。他方、去年は米国の牛肉生産が減ったことにより、豪州から米国への輸出も増えている。豪州では牛肉生産が増え、増えた分は輸出に回している状況だ。



豪州の牛肉業界では、サステナビリティのフレームワークが正式に発表されている。ポイントは①アニマルウェルフェア(AW)および抗菌薬の適正使用②バリューチェーンを通じた収益性③樹木の牧草のバランスおよび気候変動リスクの管理④肉業界従事者の健康と安全一の四つ。これらに適応するべく、諮問委員会とサステナビリティ畜産グループによって、重点的に取り組むべきテーマがさらに詳しく定められている。

それに関連して、豪州では欧州にも劣らないレベルでAWを実現していると、北野氏は強調。さらに、温室効果ガスや二酸化炭素の排出量も大幅に低減しており、サステナブルな製品のさらなる需要拡大が見込まれる中、今後もより良い生産に向けてアップデートを続けるとしている。

【JCA・2月】豚肉、鶏肉ますますも牛肉、加工品鈍く0・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、2月の食料品合計販売金額は7136億4647万円(既存店ベースの前年同月比3・2%増)だった。畜産品の売り上げは832億5123万円(0・4%増)だった。豚肉、鶏肉はますますの動きだったが、牛肉の動きは鈍かった。鶏卵の動きは良かったが、ハム・ソーセージの動きは鈍かった。

総菜は961億640万円(1・9%増)で、温総菜は、フライ、オードブル、から揚げ、焼き鳥、焼き魚、ピザなどは好調だったが、スナックの動きは鈍かった。要冷蔵総菜は、和・洋総菜ともにますますの動きだった。米飯、すしの動きも良かった。

その他の食品(4・0%増)は、米、玄米、ヨーグルト、飲料、冷凍食品、冷凍野菜、レトルト、パスタ、

スープ・カレー類、おでん関連商材、漬物、のり、デザート、インスタントコーヒー、チョコレート、ビスケット、米菓、和・洋菓子などは好調だったが、乳製品、牛乳、乳酸菌飲料、加工乳、食パン、インスタント麺、麺類、粉類、佃煮、食油、みそ、豆腐、洋風調味料、料理の素、焼酎、ビールなどの動きは鈍かった。

農産品(6・7%増)は、大根、白菜、長ねぎ、ほうれん草、豆苗、スプラウト、きのこ類、カット野菜、カットサラダなどは好調だったが、レタス、きゅうり、ブロッコリー、玉ねぎ、トマトなどの動きは鈍かった。果物では、いちご、りんご、バナナ、オレンジ、キウイフルーツなどの動きは良かったものの、かんきつ類などの動きは鈍かった。

日本食肉消費総合センター 「消費者意識調査」「食肉家計消費等動向分析」の結果を公表④

「消費者意識調査」は全国の20歳以上の男女で、食肉の購入頻度が1週間に1回以上の者を対象に2024年9月に行われ、有効回答数6千サンプルを得た(委託先=日本食研ホールディングス(株)食未来研究室)

食料・食肉価格の上昇と購入行動の変化を尋ねた設問では、1年前と比べ最も値上がりを感じている食品は「米」(58%)で、以下「野菜」(42%)、「パン」(24%)と続くが、購入を減らした食品は「特になし」が45%と最多だった。食肉の中では、牛肉の購入を控える動きが前年以上に顕著だった。

食肉の中で最も購入量が多いのは豚肉で、次いで鶏肉、牛肉、ひき肉の順。また、牛肉と豚肉の選択率は前年より減少した一方、鶏肉は増加している。豚肉は60代を筆頭に全ての年代で最も選択率が高いが、鶏肉は若年層ほど選択率が高く、牛肉は40～50代の子育て世代の選択率が低い。

牛肉の中で最も購入量が多いのは「和牛以外の国産牛肉」(29%)で、次いで「輸入牛肉」(27%) (前年は「輸入牛肉」〈34%〉が最多)。「和牛」の購入量は高齢層が多く、若年層では少ない傾向。

「牛肉を購入しない」との回答は12%だった。牛肉を購入しない理由としては「価格が高いから(コストパフォーマンスが悪いから)」が69%と最も多く、以下「豚肉や鶏肉の方が好きだから」(37%)、「牛肉が好きでないから(おいしいと思わないから)」(17%)と続き、「環境に悪影響を与えるから(牛のゲップなど)」は2%と少なかった。

食肉の購入行動と理由を尋ねた設問では、食肉購入の際に、約7割の消費者が「価格」を最も重視しており、高齢層では「鮮度」「産地・ブランド」も考慮する傾向だった。また「霜降りの度合い・脂身の割合」は牛肉で20%と特長的に高い選択率となった。さらに値上がりが進んだ場合には、価格の優先度は上がる一方、それ以外の要素は優先度が低下した。

国産食肉か輸入食肉かの選択要因としては、約7割が「価格」と回答しており、前年よりも「価格」や「国産か輸入か」を意識する傾向が強まった。また、消費者の約半数が、いずれの食肉についても価格

差が10%までならば国産食肉を選択すると回答したが、その選択率は前年よりやや減少している。

食肉価格の値上がりを許容できない人は前年よりやや増加していたが、許容できる人にとっては値上がりの許容度が前年よりも上昇した。また「値上げは許容できない」は国産食肉が約10ポイント低く「10%まで許容できる」は約5ポイント高いなど、国産食肉の方が輸入食肉よりも許容度が高い。また、高齢層ほど許容度が高く、国産食肉と輸入食肉との差も大きくなる傾向がみられた。

供給リスクへの消費者意識を尋ねた設問では、畜産業の現状についての認知には年代間の格差がみられ、高齢層ほど認知度が高く、現状を心配する傾向が強いものの、過半数が畜産業の現状を知らない状況であった。また、消費者の約7～8割が畜産業の現状を心配するものの、畜産業の生産構造(「家畜を育てる以上、飼料にコストがかかるのは当然」「農家全体が減少」など)や経営環境(「国産より輸入飼料の方が安価」「円安」など)等を理由に、約2～3割の消費者は畜産業の現状を容認している。

生産コストの上昇分を食肉価格に転嫁することについて、消費者の50%が生産コストに応じた価格上昇を容認しているが、その割合は前年(52%)よりやや減少した。また、消費者の約半数(55%)はすでに価格転嫁は行われていると認識しており、食品スーパーなどの転嫁状況に関する回答とはギャップがみられた。畜産業の現状について理解がある高齢層でも、同様の認識は前年よりも増加した。

今後の食料や食肉の供給については8割以上の消費者が不安を感じていた。その理由としては「価格上昇」が57%と最多だが、前年(62%)より減少し、「安全性」(49%)や「食料自給率」(45%)などの選択率が前年より上昇。

食肉価格の値上がりの許容度について、畜産業の現状や食料供給リスクについての情報を提供した後再度尋ねたところ、2回目は「値上げは許容できない」は9ポイント減少し、「10%まで(15%まで、20%まで、20%を超えても)許容できる」の選択率が増加するなど、価格許容度は情報提供前の1回目より上

昇。「値上げは許容できない」は全ての年代で減少し、特に30～60代の女性で大きく減少した。

食肉の安定供給のために日本の畜産業にとって必要なこととしては、「飼料の自給率の向上」(64%)、「飼料の多様化」(45%)、「飼料の安定的輸入」

(34%)と飼料関係が上位を占めた。また、消費者が取り組むべきこととしては、「食品ロスの削減」(75%)、「地産地消」(55%)が多く、高齢層ほど選択率が高かった。(連載続く)

伊藤ハム大阪・神戸青年経営研が合同店舗見学で京都を訪問

伊藤ハム大阪青年経営研究会(門口邦之会長)、同神戸青年経営研究会(池尾昌明会長)は24日、3月例会として合同店舗見学勉強会を開催。京都食肉市場(株)、(株)銀閣寺大西、大橋商事(株)、(株)ミートショップヒロを見学した。

早朝、京都駅に集合した一行はまず京都食肉市場を訪問。見学通路を渡り、担当者から説明を受けながら肉牛のと畜作業の一連の工程や競り開始前の枝肉を見学した。2018年に新設された最新設備を誇る同市場はアジア諸国やEU、米国などへの輸出が年々増加しており、関係者の視察も多い市場。訪れた青年経営研究会のメンバーも高い関心を示した。

続いて銀閣寺大西イオンモール五条店を視察。京都市の中心部に位置する同店では和牛や国産豚肉、総菜類などを販売しており、店頭には取り扱うブランドのPOPなども掲げられている。店舗では同社の大西英毅常務が説明を行った。

焼肉弘商店京都駅西店で昼食後、大橋商事南加工センターに移動。同社の沿革や21年に新設したセンターの説明を大橋亮太郎専務、大橋進一朗取締役

役、疋田拓二センター長が行った後、工場内を見学し、同社が注力しているギフト商品の製造工程などを見学した。



次に京のお肉処 弘 千本三条総本店に移動。21年にリニューアルした同店では、和牛や国産豚肉、総菜類などを販売しており、飴田猛一店長が商品の説明などを行った。スタイリッシュに生まれ変わった外観には改装前と同様に「史上最強の一頭買い」の文言を記載している。

一行は嵐山に移動し小憩した後、見学会に参加していた(株)大翔の大平崇代表が営む大翔苑で夕食。門口会長が「このような場を設けられ、非常に勉強になった。今後も両会での勉強会を通じ意見交換を積極的に行っていきたい」などとあいさつし、懇親に移った。

全国肉牛事業協同組合 「肉用牛生産における GHG 削減実用技術・知見集」を発行

全国肉牛事業協同組合(佐々木信弘理事長)は25日、令和6年度版「肉用牛生産におけるGHG削減実用技術・知見集」(GHG=温室効果ガス)を発行した。

気候変動問題への取り組みはあらゆる産業における喫緊の課題であり、肉用牛生産も例外ではない。そうした状況下、同組合は令和4～6年度に日本中央競馬会(JRA)の支援を得て、「肉用牛生産におけるGHG削減可視化システム構築事業」に取り組んでい

る。

その中で、GHG削減実用技術および関連する知見を整理して伝えることを通じ、肉用牛生産分野におけるGHGの着実な削減に資することを目的にこの知見集を編集。肉用牛生産に関わる各分野の専門家らが、それぞれの視点でGHG削減方法を提案する内容となっている。また、この知見集を活用してGHG削減に取り組むよう、関係企業・団体などに呼び掛けている。

日本食肉生産技術開発センターが 血斑低減に関するマニュアル普及セミナー開催①

【血斑発生に影響すると畜要因】 と畜場では、出荷後の輸送に続いて家畜の積み下ろし、係留所への移動、係留、と畜ペンへの移動、スタンング、スティッキングという工程を経る。従来の横臥方式の場合には、スタンング後、その場で即スティッキングを実施し、シャックリング(後肢つり上げ)して放血を行い、次の工程に移行する。対米式(懸垂式)では、スタンング後、放血場所へ移動させ、シャックリング後に、スティッキングして放血させ、次の工程に移行する。その次の工程では、皮・内臓摘出、背割り、整形などを経て枝肉となる。と畜前の各工程で、牛へ強いストレスが加わる可能性があり、その時に生じる高血圧が血斑発生を増加させる原因となる。

積み下ろしや係留所への移動、と畜ペンへの移動などでは電気ムチや電気棒の利用は避ける。これらの利用は家畜にとって強いストレスであり、その結果、血圧を高め、血斑を増加させるからである。血斑低減のため、移動と係留時の動物の取り扱いはとて大切である。血斑発生の防止だけでなく、アニマルウェルフェアの観点からも重要である。

【スタンングの役割】 スタンングの役割は、瞬時に無意識・無感覚にして、と畜時の苦痛を避けることにある。スタンング法には、打額法や電気法、ガス法などがある。打額法のスタンナーには金属ボルトが頭蓋骨を通過して脳に傷害を与える貫通式と、衝撃のみを与える非貫通式がある。適切な気絶のためには貫通式がよく、わが国でも貫通式打額法が一般的である。打額の場合が適切でなかったり、衝撃力が不足したりしている場合には、途中で意識が回復しアニマルウェルフェア上の問題が生じ、暴れる場合には、その後のと畜処理も危険となる。さらに、牛が痛みを感じているようだと言われ、血圧が上がり、また、もがいて血斑やムレ肉発生の原因となる。適切な打額位置は、両

眼とそれぞれの反対側の角の基部を結んだ想像上の交点から半径2cm以内である。また、スタンング自体が意識やストレスとは無関係に血圧を上昇させるため、衝撃を与える再スタンング(2度打ち)はむしろ血斑を増加させる。

【スティッキングの役割】 スタンングは基本的に気絶させる処理であり、時間が経てば回復すると考えた方がよい。貫通式であっても大脳皮質の損傷だけではなかなか死に至らない。ただし脳幹部を損傷している場合には、通常、時間が経てば死に至る。しかし即死のケースを除いてそれでは時間がかかりすぎるため、放血を行う。したがってスティッキングの第1の目的は、心臓から脳へ酸素を含んだ新鮮な血液を移送する血管などを切断することで短時間に脳死させることにある。第2の目的は、スティッキングにより十分に放血させ、食肉の外観と安全性(残血による微生物増殖)を確保することにある。したがってスティッキングは高血圧状態から解放する工程にもなる。ただし、生体要因などでも述べたように、スティッキング処理だけで血斑抑制ができるわけではない。スティッキングは、スタンング自体が血圧を上昇させるため、迅速なスティッキングが血斑の抑制のためには必要である。つまりスティッキングの遅れや失敗は血斑を増加させる可能性がある。

わが国では、対米輸出のため横臥方式から米国式の懸垂方式にしたほとんどのと畜場で、血斑が顕著に増加した。両法には、生体要因やと畜場での移動、係留、スタンング法、スティッキング法などには特に変化がないので、スタンング後つり上げてからスティッキングするという短い処理工程間に血斑多発の原因がある。なお、改訂版全文は日本食肉生産技術開発センターHPからダウンロードできる。URL=<https://www.jamti.jp/topics/view/280>(連載終わり)

【人事異動】前川製作所(3月24日付)

(株)前川製作所は24日に開催した取締役会で、役員人事を次のとおりに決定した。

退任(執行役員) 小島照光▷退任(執行役員) 町田明登▷退任(執行役員) 西尾仁志

【関東の輸入豚肉現物相場】 F 引き続き欧州産タイト、C は全体的に引き合い

【フローズン】関東では今週に入り、夏日を記録するなど、気温は急上昇。また、桜もまもなく満開になるとみられ、外食やバーベキュー需要なども高まるか。引き続き欧州産ベリーはタイトな需給が続いている一方、南米産については在庫水準が高いが、全体的に余剰感などはなく、投げ物もみられない。

【チルド】米国の関税措置の影響により、北米の豚肉需給や輸出戦略にも不透明感が増している。一時期のような逼迫感^{ひっばく}は薄れているものの、気温の上昇や行楽需要の高まりにより、全体的に引き合いがみられる。

【輸入豚肉現物相場】 (関東中間冷蔵庫渡し)

		キロ/円、税抜き		
	輸入元	部位	相場	気配
フローズン	米国産	クッションミート	730中心	→
		テンダーロイン	850中心	→
	カナダ産	ショート・ボックス	780中心	→
		ウデ	750中心	→
	デンマーク産	モモ	750中心	→
		ベリー	920中心	→
		カラ	900中心	→
	フランス産	ロインMM	870中心	→
		テンダーロイン	870中心	→
	チルド	米国産	シートベリー	910中心
カタロース			890中心	→
ロイン(FLON)			780中心	→
CCロイン			780中心	→
ヒレ(船便)			1,050中心	→
カナダ産		山付ベリー	1,200中心	→
		ボックス	840中心	→
		テンダーロイン	1,050中心	→
		ベリー	1,150中心	→

【関東の国産豚肉現物相場】 C は中部位動く、F は全体的に締まる

日によって多少のバラツキがみられるものの、全国と畜頭数はおおむね6万頭台半ばから後半で推移しており、枝肉相場も上物価格600円台前半の展開となっている。歓送迎会や花見などの需要増加にも期待がかかるが、年度末で荷動き自体はまだそれほど強くない。春休みでスソ物の引き合いが若干鈍化している一方、中部位に荷動きがみられる。

フローズンは引き続きウデやモモ、さらに大貫物などを含め、全体的に引き合いがみられる。依然として在庫水準は低く、比較的高豚価が続いている

ため、例年に比べて凍結回しにするケースが少ない状況に変わりはない。行楽需要増加により、スペアリブなどにも引き合いがみられる。

関東の国産豚カット肉相場

生鮮物		冷凍物	
部位	相場	部位	相場
カタロース	1,000~1,050	カタロース	880~930
ウデ	700~750	ウデ	630~680
ロース	1,000~1,030	ロース	880~930
バラ	1,030~1,080	バラ	950~1,000
モモ	720~770	モモ	660~700
ヒレ	1,000~1,050	ヒレ	880~930

ロッテリア、「ロッテリア肉(29)の日」開催

(株)ロッテリア(東京都港区、長久保文康社長)が展開するハンバーガーショップ「ロッテリア」は27~31日の5日間限定で、食べ応え抜群なキングサイズのバーガーをお得な価格で楽しめる「ロッテリア肉(29)の日」を開催する。

3月の「ロッテリア肉(29)の日」では、春の定番商品「たまてりバーガー」の牛肉100%パティを3枚に増量し、牛カルビ肉を合わせた「キング牛カルビたまてり絶品チーズバーガー」(税込み1390円)を用意。

同商品は、牛肉100%パティ3枚に、牛カルビ肉、店内で焼いたぷるぷる食感のたまごを合わせ、チーズソースや特製てりやきソース、シャキシャキ食感のレタス、チェダーチーズなどとともにふんわりもっちり食感のバンズで挟んだ食べ応え抜群な一品。

また、牛肉100%パティとレッドチェダーチーズをぜいたくに4枚ずつ重ね、チーズソースをトッピングした「キング絶品チーズバーガー」(1390円)もラインアップしており、お手頃な価格で存分に肉を味わえるキャンペーンとなっている。

東京・大阪枝肉相場、全国と畜頭数

[東京食肉卸売市場] 3月26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	3,862	2,482	2,162	-	-	
		安値	2,186	2,106	2,052	-	-	
		平均	2,687	2,227	2,087	-	-	
	109頭	頭数	75	27	7	-	-	
	雌 B	高値	-	-	-	-	-	
		安値	-	-	-	-	-	
		平均	2,980	2,301	1,946	-	-	
	3頭	頭数	1	1	1	-	-	
	去 A	高値	3,240	2,441	2,163	-	-	
		安値	2,163	2,075	1,893	-	-	
		平均	2,482	2,230	2,090	1,979	-	
	130頭	頭数	83	39	7	1	-	
去 B	高値	-	-	-	-	-		
	安値	-	-	-	-	-		
	平均	-	-	-	-	-		
-頭	頭数	-	-	-	-	-		
乳牛	雌 B -頭	平均	-	-	-	-		
	雌 C -頭	平均	-	-	-	-		
	去 B 5頭	平均	-	-	-	1,157		
	去 C 5頭	平均	-	-	-	1,157		
交雑牛	雌 B	14頭	平均	-	1,563	1,514	1,377	-
		頭数	-	4	5	5	-	
	雌 C	-頭	平均	-	-	-	-	
	頭数	-	-	-	-	-		
	去 B	8頭	平均	-	-	1,502	1,439	-
頭数	-	-	-	4	4	-		
去 C	-頭	平均	-	-	-	-		
頭数	-	-	-	-	-			

	牛	豚	搬入牛	搬入豚		その他
と畜 売買	285 331	1,012 902	- 296.5	(競り)	(相対)	
				-	-	48

◇牛搬入		5	4	3	2	1
和 雌	A	2,426	2,054	1,455	1,262	-
	B	-	1,295	1,255	1,159	1,139
和 去	A	2,443	2,230	2,035	1,625	-
	B	-	-	-	-	-
乳 雌	B	-	-	-	891	-
	C	-	-	-	880	854
乳 去	B	-	-	-	-	-
	C	-	-	-	-	-
交 雌	B	1,783	1,572	1,484	1,308	-
	C	-	-	1,432	-	-
交 去	B	-	1,546	1,548	1,426	-
	C	-	1,497	1,349	1,297	-

◇豚		[極上]	[上]	[中]	[並]	[等外]
生体	高値	649	659	624	619	569
	安値	618	572	551	443	162
	平均	631	598	585	558	455
	頭数	(4)	(193)	(367)	(246)	(92)
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] 3月26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	2,539	2,344	-	-	-
(頭数)	(4)	(5)	(-)	(-)	(-)
B	-	2,056	-	-	-
(頭数)	(-)	(1)	(-)	(-)	(-)
和 去 A	2,371	2,303	-	-	-
(頭数)	(3)	(3)	(-)	(-)	(-)
B	-	-	-	-	-
(頭数)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
乳 去 B	-	-	-	-	-
交雑雌 B	-	1,630	1,519	1,458	-
C	-	-	-	-	-
交雑去 B	-	1,676	1,630	-	-
C	-	1,553	1,539	-	-
豚	-	629	609	523	478

[全国と畜概算頭数]
農水省統計部発表 (頭)

	3月26日	3月25日	(3月累計)
豚	67,400	69,000	1,145,800
成牛計	3,970	4,030	74,660
和牛雌	1,030	1,150	18,300
和牛去勢	950	840	19,350
乳牛雌	720	890	11,670
乳牛去勢	410	490	8,440
交雑雌	360	240	7,570
交雑去	480	420	9,180

[去勢牛B3・2規格 枝肉取引価格] 3月26日

	1,428円	(前日 1,442円)
東京		
大阪	1,596円	(前日 1,543円)

[豚・全農建値] 3月26日

上	中	取引頭数	市況
601円	582円	1,430頭	急落

と畜 売買	牛 45頭	豚 52頭	牛概況	もちあい
	牛 37頭	豚 91頭	豚概況	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] 3月26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)	- (-)	5,884	-	もちあい
仙台 [中]	566 (550)	544 (503)	545	66	反発
宇都宮 [地]	622 (-)	570 (540)	1,712	54	急反発
茨城 [地]	611 (609)	587 (585)	1,187	668	続伸
群馬 [地]	595 (611)	470 (504)	2,145	330	反落
さいたま [中]	582 (609)	573 (591)	347	348	反落
東京 [中]	598 (616)	585 (592)	1,012	902	反落
横浜 [中]	623 (611)	589 (585)	628	626	反発
山梨 [地]	609 (670)	563 (645)	112	83	反落
浜松 [地]	564 (582)	511 (540)	256	30	下押し
名古屋 [中]	560 (553)	517 (527)	912	231	上伸
京都 [中]	- (653)	- (629)	-	-	休市
大阪 [中]	629 (819)	609 (635)	52	76	まちまち
神戸 [中]	- (786)	- (785)	105	-	上場なし
岡山 [地]	674 (657)	651 (624)	255	269	強気配
広島 [中]	669 (632)	592 (589)	144	68	急騰
福岡 [中]	600 (594)	564 (562)	478	140	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。

[日本食肉流通センター] 3月19日～3月25日
豚カット肉 [I] (1kg当たり円、税込み、重量kg)

◇首都圏 総重量 771,754 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	1,058	1,220	1,404	1,214	26,691
うで	745	778	900	795	50,653
ロース	1,079	1,210	1,458	1,214	45,326
ばら	1,126	1,265	1,435	1,280	52,689
もも	775	842	896	832	89,488
ヒレ	1,112	1,220	1,436	1,256	5,018
セット	889	980	1,032	968	501,889

◇近畿圏 総重量 346,658 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	1,017	1,218	1,298	1,205	25,014
うで	733	745	809	755	61,471
ロース	1,058	1,166	1,277	1,174	36,988
ばら	1,093	1,242	1,311	1,231	46,502
もも	733	768	907	780	76,106
ヒレ	1,026	1,218	1,390	1,204	3,848
セット	908	933	1,004	945	96,729

[食鳥正肉日経相場] 3月25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	699	734	848	128
ムネ	358	389	493	131

◇大阪 (3社)

	安値	加重平均	高値	販売量 (t)
モモ	698	748	1,010	8
ムネ	355	398	570	6

[農水省統計情報部食鳥市況] 3月25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	25日分は28日掲載				
安値					
平均					

※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)

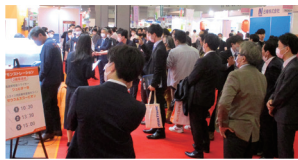
銘柄豚肉 ガイドブック

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/>

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。

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