

令和7年  
2025年

5月12日  
月曜日

第11708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



- ▶ 滝沢ハム 瀧澤太郎社長 価格競争力高める、地元企業とコラボ推進 ……P2
- ▶ [食肉家計調査・3月] 支出肉類計は8356円で前年超え… P3
- ▶ ボールパーク事業の重要性増、日本ハムの2025年3月期決算 ……P4
- ▶ 3月末全国牛飼養頭数計378万頭で減少一団体識別記録 …… P4～5
- ▶ 湖池屋から神戸ビーフ使用のポテトチップスを新発売、すき焼き風の味わいに …… P5
- ▶ スターゼン決算は売上高4361億円で前期比6%増、当期純利益は62%増 ……P6～7
- ▶ スターゼンが株主優待制度拡充、昨年刷新した経営理念への共感図る ……P7
- ▶ 「販売数量の拡大が大きな課題」—伊藤ハム米久HD決算会見② …… P8
- ▶ 24年度のカレーライス物価、過去10年で最高値に—帝国データバンク ……P8～9
- ▶ 【東京食肉卸売市場】牛は弱もちあい、豚は強含み …… P9
- ▶ 【大阪市食肉卸売市場】和牛5等級軟調に、豚は高値安定が続くか …… P9
- ▶ [東京・大阪枝肉相場、全国と畜頭数] 9日 ……P10
- ▶ [各地の豚枝肉、豚部分肉、食鳥相場] 9日 ……P11

## 注目のヘッドライン

滝沢ハム 瀧澤太郎社長 価格競争力高める、地元企業とコラボ推進

…詳細はP2

[食肉家計調査・3月] 支出肉類計は8356円で前年超え

…詳細はP3



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

新刊 B5判/216頁

定価 5,500円 (税込) (送料別)

食肉通信社

## 滝沢ハム 瀧澤太郎社長 価格競争力高める、地元企業とコラボ推進

——2024年度の概況をおきかせください。

この数年は原料高騰が続いていますが、昨年度は為替の円安が進み、さらにコストが上昇する非常に厳しい事業環境でした。昨年5月、そして10月には価格改定を実施。ただ、コロナ禍以降、6回目の価格改定であり、お客さまの反応は回を重ねるごとに厳しくなっており、理解を得るのに大変苦労しました。

消費者の節約志向が根強い中、顧客であるスーパーマーケットなども収益を上げることが難しくなっています。販売傾向としては、定番商品の価格競争が最も激しく、特にソーセージはNB、PBともに苦戦しました。

一方、ここ数年は業界全体で新商品の提案が少なくなっています。また、店頭試食販売などが少なくなり、新商品を体験する機会が減少。物価が高騰し、可処分所得が減少しています。

他方、外食など業務用については、既存の顧客の売り上げが回復傾向にあり、販売物量自体は堅調です。ただ、業務用の価格改定は、メニューを刷新するタイミングやほかの食材と合わせての値上げなど、実際に価格を上げる時期にズレが生じるケースもあります。

——25年度の方針や注力する取り組みは。

主力商品を着実に販売するため、販促提案などをしっかりと実施します。また、当社がこれまであまりやってこなかったような商品開発にも積極的に取り組みます。

例えば、今年から新たに同じ栃木の企業で、「岩下の新生姜<sup>しょうが</sup>」の岩下食品(株)と連携し、「つまんで食べるソーセージ」を開発。さらに第2弾として宇都宮餃子協会と共同開発した「餃子ウイナー」も発売します。

消費者に1回食べてみようという関心を持ってもらえるような商品企画やパッケージングに注力し、コモディティー向け商品を販売。今後も第3弾、第4弾と進めます。

また、商品の特徴は基本的に五つだと思っています。一つ目は「おいしさ」、二つ目は「安全性」、三つ目が「価格」、四つ目が「機能性」、これには健康軸

や簡便性なども含まれます。そして五つ目が有名シェフ監修やコラボ商品、コンテスト受賞実績などの「情緒的価値」です。付加価値を高め、少しでも売り場が楽しくなる提案を行います。



さらに今後は改めて、栃木県産の豚肉などを使った加工品の提案にも注力。知名度を上げるため、例えば県内の有名ホテルやレストランで使っていただき、プレミアムギフトとして地元企業にも採用してもらうように提案。新たな販路も意識しながら、全体的に商品価値を高めていきます。

また、当社の販売商品は比較的コンシューマー向けが多いのですが、総菜やコンビニエンス・ストアなどの中食、冷凍食品、さらに外食向けの需要が増えており、これにしっかりと対応していきます。

——商品開発の方向性については。

消費者志向は2極化していますが、その割合をどうみることが重要です。その中で競争力を高めるため、より独自性の強い商品を提案していきます。品質面の競争もそうですが、価格競争力を高め、ボリュームゾーンで、より買い求めやすい商品を開発します。

当社は、競合他社に比べ、さまざまな工程で、まだまだ生産効率が低いのが現状です。1時間当たりの生産量を増やすため、新たな機械の導入や工程の改善を進めます。

——海外展開などはいかがですか。

どれほど可能性があるか、これからしっかりと探っていく必要があります。日本にも世界でもトップクラスのおいしさを誇る商品もあり、今後チャンスは十分あると考えます。国内では、業界全体で幅広く食肉の楽しみ方などを訴求することも必要です。まだまだ日本の食肉文化の成熟度は低く、だからこそ今後さらに成長する余地もあります。

## 【食肉家計調査・3月】支出肉類計は8356円で前年超え

総務省統計局が公表した3月家計調査報告(2人以上世帯=1世帯当たり・品目別)によると、肉類支出金額は8356円(前年同月比0.4%増)で前年超えとなった。

生鮮肉への支出金額は6835円(0.4%増)と増加した。内訳をみると、牛肉への支出金額は1568円(8.0%減)と減り、購入量も425g(9.0%減)と減少。豚肉は支出金額が2991円(3.4%増)、購入

量は1910g(0.6%減)。鶏肉は支出金額が1719円(4.2%増)、購入量は1650g(2.2%増)で前年を上回っている。そのほか、合いびき肉は支出金額が290円(2.0%減)、購入量は207g(4.6%減)といずれも前年を割り、他の生鮮肉は支出金額が267円(1.1%増)、購入量は156g(2.0%増)。また、加工肉計の支出金額は1521円(0.5%増)となった。

家計調査による肉類支出金額および購入量(全国・二人以上の世帯1世帯あたり・品目別)

単位:円、グラム、%

	肉類計		生鮮肉計		牛肉				豚肉			
	金額	前年比	金額	前年比	金額	前年比	量	前年比	金額	前年比	量	前年比
5年計	98,457	101.9	79,811	102.0	21,449	95.9	5,853	94.4	33,553	103.3	22,041	98.9
6年3月	8,320	106.4	6,807	107.3	1,704	106.8	467	100.2	2,893	104.7	1,921	103.4
4月	7,883	96.4	6,358	95.6	1,602	91.1	450	92.8	2,695	95.7	1,791	95.3
5月	8,297	100.0	6,688	100.3	1,795	97.9	477	92.1	2,742	100.1	1,835	99.1
6月	7,928	102.2	6,366	102.1	1,610	101.4	429	89.6	2,727	101.7	1,804	101.7
6年上半期計	48,370	101.2	39,409	101.3	9,985	98.8	2,688	93.3	16,731	100.6	11,057	100.3
7月	7,728	97.8	6,183	98.8	1,554	94.6	411	86.5	2,724	101.0	1,702	96.4
8月	8,241	102.0	6,601	102.5	1,855	103.1	484	93.8	2,749	102.5	1,707	98.3
9月	7,772	100.5	6,309	100.5	1,644	107.0	481	103.4	2,688	97.6	1,740	97.7
10月	8,119	100.2	6,611	100.2	1,631	100.6	422	97.9	2,850	99.6	1,774	95.9
11月	8,254	100.5	6,650	99.8	1,560	91.0	457	102.7	2,927	102.3	1,856	100.4
12月	10,842	101.8	8,895	102.4	3,090	102.1	620	94.8	3,148	102.9	1,993	98.6
6年計	99,326	100.9	80,658	101.1	21,321	99.4	5,529	94.5	33,818	100.8	21,835	99.1
7年1月	8,115	100.2	6,730	99.9	1,633	93.2	435	96.2	2,901	101.2	1,789	98.1
2月	7,654	97.6	6,290	97.4	1,398	91.9	387	93.7	2,777	98.9	1,722	91.4
3月	8,356	100.4	6,835	100.4	1,568	92.0	425	91.0	2,991	103.4	1,910	99.4

	鶏肉				合いびき肉				他の生鮮肉			
	金額	前年比	量	前年比	金額	前年比	量	前年比	金額	前年比	量	前年比
5年計	18,558	106.8	17,949	99.1	3,055	103.0	2,207	100.1	3,195	103.8	1,568	97.6
6年3月	1,650	109.2	1,614	107.8	296	117.9	217	124.7	264	117.3	153	137.8
4月	1,539	98.3	1,509	96.0	287	112.5	199	105.9	234	92.5	123	101.7
5月	1,585	103.6	1,569	105.7	311	113.9	225	112.5	256	87.4	118	93.7
6月	1,524	102.1	1,568	107.8	283	110.1	204	110.3	221	101.8	108	100.9
6年上半期計	9,511	104.1	9,345	105.0	1,688	110.8	1,218	110.8	1,492	100.3	780	105.1
7月	1,411	99.2	1,385	101.8	297	113.4	212	115.8	198	83.9	106	97.2
8月	1,427	101.1	1,399	102.6	293	113.6	201	104.7	276	94.2	103	71.0
9月	1,467	98.7	1,526	107.2	282	107.6	200	103.1	228	97.0	135	102.3
10月	1,595	100.5	1,584	105.5	279	106.1	198	107.0	257	96.6	119	93.0
11月	1,629	103.8	1,586	105.2	251	104.1	168	97.1	282	102.9	142	106.8
12月	1,993	102.2	1,801	95.5	250	101.6	183	101.1	414	102.7	184	99.5
6年計	19,033	102.6	18,643	103.9	3,339	109.3	2,380	107.8	3,147	98.5	1,559	99.4
7年1月	1,650	102.6	1,563	104.1	251	96.9	174	91.6	295	118.0	142	100.7
2月	1,601	99.8	1,499	94.6	255	101.2	174	95.1	260	97.4	140	102.2
3月	1,719	104.2	1,650	102.2	290	98.0	207	95.4	267	101.1	156	102.0

	ハム				ソーセージ				ベーコン			
	金額	前年比	量	前年比	金額	前年比	量	前年比	金額	前年比	量	前年比
5年計	4,750	99.8	2,375	96.7	7,876	102.0	5,304	97.5	2,590	99.1	1,455	93.7
6年3月	330	100.0	172	97.2	684	105.6	440	97.8	222	98.2	115	88.5
4月	329	99.4	159	96.4	683	101.5	448	91.4	223	94.1	127	89.4
5月	378	102.7	191	102.1	685	99.3	460	96.2	218	95.6	120	92.3
6月	416	99.5	209	102.0	653	105.0	421	102.7	215	104.9	118	100.9
6年上半期計	2,061	100.7	1,036	99.0	3,947	102.0	2,581	97.1	1,279	97.2	703	92.4
7月	434	92.3	217	90.0	626	97.1	409	96.9	200	102.0	109	100.9
8月	422	94.2	206	93.2	669	101.7	450	104.4	202	101.5	104	90.4
9月	343	100.3	170	98.8	634	100.8	433	104.8	204	100.0	108	100.0
10月	339	99.7	155	93.4	680	99.0	428	93.7	199	92.6	103	93.6
11月	443	109.1	215	113.2	682	102.2	449	102.5	208	96.7	108	93.9
12月	648	92.7	271	81.1	764	106.1	480	99.6	232	93.9	119	86.9
6年計	4,690	98.7	2,274	95.7	8,003	101.6	5,228	98.6	2,524	97.5	1,353	93.0
7年1月	311	98.1	149	93.1	625	102.3	393	98.0	187	94.9	93	86.1
2月	287	98.6	134	92.4	635	100.6	407	99.0	196	96.1	95	82.6
3月	311	94.2	141	82.0	718	105.0	467	106.1	222	100.0	107	93.0

## ボールパーク事業の重要性増す 日本ハムの2025年3月期決算

日本ハムは9日、2025年3月期決算を発表した。それによると、売上高は1兆3705億5300万円(前期比5・1%増)、事業利益は425億4千万円(5・3%減)、税引前当期利益371億9800万円(8・4%減)、当期利益278億300万円(5・6%減)、親会社の所有者に帰属する当期利益265億8500万円(5・3%減)となった。

セグメント別の概況は次の通り。なお、当連結会計年度から、従来「その他」の区分に含めていたボールパーク事業について、重要性の高まりを勘案し、独立して記載している。そのため、前連結会計年度のセグメント情報は、変更後の報告セグメント区分に組み替えて、比較分析を行っている。

【加工事業本部】売上高は「シャウエッセン」やチルドベーカリー群の販売が好調に推移したものの、低収益商品の見直しなどの戦略的な商品統廃合や、デリ商品を中心に業務用商品等の販売数量が減少したことが影響し、2・2%減の4217億5200万円となった。事業利益は、価格改定効果に加え、ハム・ソーセージの商品ミックス改善や生産の最適化が進み収益性が向上したこと、さらに1次加工品、エキス、乳製品が伸長したことなどから10・5%増の107億4800万円となった。

【食肉事業本部】売上高は、輸入食肉の価格高騰に伴う国産食肉の需要増加により、主に量販店向けの販売が好調に推移したことなどから、5・0%増の8193億4600万円となった。事業利益は、上期における国産鶏

肉の相場安や生産部門での飼料価格などのコスト上昇に加え、輸入食肉の仕入コスト高騰に対する価格転嫁の遅れが影響し、15・2%減の288億6800万円となった。

【海外事業本部】売上高は、豪州の牛肉事業における販売数量の拡大および販売単価の上昇に加えて、北米において鶏肉加工品販売が順調に推移したことなどから、9・5%増の3175億5600万円となった。事業利益は、豪州の牛肉事業における販売数量拡大やフィードロット拡充による出荷頭数の増加により利益確保が進んだこと、トルコの鶏肉事業において飼料高に対する価格転嫁が進んだことなどから、82・0%増の44億7700万円となった。

【ボールパーク事業】チーム成績が好調であったことから、主催するレギュラーシーズン公式戦において過去最高の動員記録を達成した。また、プロ野球オフシーズンにおいてもさまざまなイベントを実施したことにより「北海道ボールパークFビレッジ」の来場者数が堅調に推移し、チケット・飲食収入が増加したことで、売上高は13・5%増の269億7600万円、事業利益は41・6%増の33億4700万円となった。

日本ハムの25年3月期決算

単位：百万円、%

		25年3月期	前期比	次期予想	前期比
連結	売上高	1,370,553	5.1	1,400,000	2.1
	事業利益	42,540	△5.3	54,000	26.9
	税引前当期利益	37,198	△8.4	45,000	21.0
	当期純利益	27,803	△5.6	-	-
	親会社の所有者に帰属する当期利益	26,585	△5.3	30,000	12.8
個別	売上高	848,916	1.6	850,000	0.1
	営業利益	△6,155	-	-	-
	経常利益	13,303	△39.4	18,600	39.8
	当期純利益	16,467	△24.4	18,500	12.3
セグメント		売上高	前期比	事業利益	前期比
連結	加工事業本部	421,752	△2.2	10,748	10.5
	食肉事業本部	819,346	5.0	28,868	△15.2
	海外事業本部	317,556	9.5	4,477	82.0
	その他	26,976	13.5	3,347	41.6

## 3月末全国牛飼養頭数計378万頭で減少—個体識別記録

家畜改良センターが発表した2025年3月末の全国牛個体識別記録によると、全国の飼養頭数は378

万1429頭(前年同月比2・7%減)と減り、前月比でも1万986頭減少した。

品種別にみると、黒毛和種は計172万22727頭(3・1%減)と前年を下回り、前月比でも8395頭の減少。雄(去勢)は62万2966頭(2・1%減)、雌は109万9761頭(3・7%減)となった。また、交雑種は計54万5007頭(2・2%減)と前年を下回り、前月に比べると2119頭減。雄は27万9764頭(2・1%減)、雌は26万5243頭(2・4%減)となった。ホルス

タイン種は計145万8430頭(2・4%減)となり、前月から595頭減。雄は17万3750頭(19・7%減)と減少が続く、雌も128万4680頭(1・3%減)で前年割れとなった。また、褐毛和種は計2万2215頭(1・0%減)、肉専用種は計5064頭(33・7%減)で減少となった。

全国の牛の種別・性別の飼養頭数(各月末時点)

年月	ホルスタイン種			交雑種(肉専用種×乳用種)			黒毛和種			褐毛和種			日本短角種			肉専用種			その他	総計
	雄	雌	計	雄	雌	計	雄	雌	計	雄	雌	計	雄	雌	計	雄	雌	計		
令和6年5月	183,446	1,290,553	1,473,999	282,916	267,544	550,460	638,491	1,140,558	1,779,049	6,827	15,679	22,506	2,052	4,406	6,458	3,256	3,034	6,290	18	3,861,305
6月	179,256	1,289,891	1,469,147	280,725	265,438	546,163	638,079	1,137,564	1,775,643	6,766	15,597	22,363	2,086	4,437	6,523	2,662	3,027	5,689	18	3,848,112
7月	177,655	1,290,083	1,467,738	279,505	264,077	543,582	635,105	1,132,958	1,768,063	6,782	15,594	22,376	2,061	4,383	6,444	2,235	3,047	5,282	18	3,836,177
8月	179,918	1,291,518	1,471,436	282,189	267,110	549,299	639,438	1,134,499	1,773,937	6,733	15,504	22,237	2,025	4,332	6,357	2,136	3,062	5,198	18	3,851,252
9月	179,024	1,289,204	1,468,228	282,900	267,320	550,220	637,244	1,129,161	1,766,405	6,774	15,491	22,265	1,938	4,240	6,178	2,127	3,063	5,190	18	3,841,182
10月	178,607	1,283,888	1,462,495	284,194	268,844	553,038	637,917	1,126,092	1,764,009	6,726	15,482	22,208	1,720	3,948	5,668	2,119	3,050	5,169	16	3,835,195
11月	176,563	1,280,902	1,457,465	282,572	266,869	549,441	628,397	1,115,031	1,743,428	6,719	15,502	22,221	1,786	3,925	5,711	2,105	3,051	5,156	16	3,806,021
12月	176,629	1,282,127	1,458,756	281,922	267,006	548,928	626,096	1,110,227	1,736,323	6,684	15,536	22,220	1,751	3,884	5,635	2,092	3,024	5,113	17	3,799,493
令和7年1月	176,822	1,283,262	1,460,084	282,794	267,332	550,126	625,838	1,106,919	1,732,757	6,623	15,505	22,128	1,703	3,875	5,578	2,047	3,021	5,071	16	3,798,206
2月	174,782	1,284,243	1,459,025	281,166	265,960	547,126	626,139	1,104,983	1,731,122	6,634	15,439	22,073	1,692	3,888	5,580	2,063	3,040	5,103	16	3,792,415
3月	173,750	1,284,680	1,458,430	279,764	265,243	545,007	622,966	1,099,761	1,722,727	6,681	15,444	22,125	1,691	3,889	5,580	2,033	3,031	5,064	16	3,781,429
前年比	90.3%	98.7%	97.6%	97.9%	97.6%	97.8%	97.9%	96.3%	96.9%	99.6%	98.8%	99.0%	93.4%	91.9%	92.3%	44.3%	99.6%	66.3%	88.9%	97.3%

※総計には、ジャージー、乳用種、無角種、黒毛和種×褐毛和種、種間交雑種を含む

## 湖池屋から神戸ビーフ使用のポテトチップスを新発売、すき焼き風の味わいに

(株)湖池屋は12日、「神戸ビーフ」を使用したポテトチップス「湖池屋プライドポテト日本の神業 神戸ビーフ」(1袋52g)を新発売。同社の「湖池屋プライドポテト日本の神業」シリーズは、2018年にスタートした、日本の「誇り(プライド)」である風土・文化や、それらが生み出す素材を込めて発信するプロジェクトの一環として、世界から注目される“日本産食材の魅力”を支える匠の技と情熱を商品化したもの。

2025年度第1弾商品として同製品と「同小豆島オリブソルト」を発売開始。同製品は、神戸ビーフの粉末を使用し、しょうゆを加えることですき焼きのような味わいに仕上げている。売り上げの一部を神戸市に寄付し、高齢化や後継者不足といった課題を持つ神戸ビーフの生産者支援に用いられる。

会見に出席した神戸肉流通推進協議会の谷元哲則事務局長は「兵庫県が世界に誇る神戸ビーフ。兵庫県の宝として考えている。今回は、神戸ビーフの味わいを食していただいて、神戸ビーフの魅力発信をしていただける良い機会。全国の皆さまに湖池屋プライドポテト日本の神業 神戸ビーフを味わっていただきたい」と強調した。



## スターゼン決算は売上高 4361 億円で前期比 6%増、当期純利益は 62%増

スターゼンが9日に発表した2025年3月期連結業績は、売上高4361億1200万円(6・2%増)、営業利益90億4600万円(0・8%増)、経常利益106億6100万円(1・1%減)、親会社株主に帰属する当期純利益121億9700万円(62・4%増)となった。

同社グループは「収益構造の再構築とサステナブルな事業運営」をテーマに据えた中期経営計画の2年目を迎え、計画達成に向けた施策に取り組んできた。

海外販売強化策として、同社の輸出向けブランドである「AKUNE GOLD」を“日本の食品”輸出EXPOをはじめ多くの国内外の展示会に出展し拡販を進めた。また、豪州産Wagyu協会が開催したコンテストでは同社ブランドの「八桜牛」が金賞、「御櫻牛」が銀賞・銅賞をそれぞれ受賞。今後の販売拡大につなげていく。加えて、供給基盤の強化策として、豪州Wagyuの肥育企業であるYORKRANGE社の株式取得に関する決議を行った。さらに国内では「AKUNE GOLD」を生産する(株)水迫ファームとの業務提携契約を発展させ、「資本業務提携契約」を締結し、和牛の輸出基盤を強化。今後は日本産和牛・豪州Wagyuの供給基盤を活かし、欧米や中国、東南アジアをはじめとした海外市場において販売拡大を目指していく。

国内においては、「2024スターゼングループ秋冬商品提案会」を初めて開催し、同社の商品技術や強みを活かした新商品を提案。プロセスセンターおよびスキパックの機能を活かした人手不足対策や海外進出サポートに関する取り組みなどを紹介した。加えて、物流の2024年問題への対応として、新たな中継拠点の設置や物流網の再整備、新規物流システムの導入などに取り組み、物流効率化に注力している。また、同社連結子会社であるスターゼンロジスティクス(株)の固定資産を売却し、その代替資産として東西に物流・営業拠点を担う2拠点を新設。引き続き同社グ

ループの資産効率向上を図る。

サステナブルな事業運営においては、同社グループの掲げる2030年度に向けた温室効果ガスの削減目標がパリ協定で定められた「1.5℃目標」と整合しているとして、国際認定であるSBT認定を受けた。強固かつ持続可能な経営基盤の構築に向けてサプライチェーン全体の温室効果ガス削減の取り組みを進めていく。

また、資本コストや株価を意識した経営を実現する施策として、①配当方針の明確化(DOE導入)②株式の売出し③自己株式取得④株式分割⑤従業員向け譲渡制限付株式付与制度導入を決定し、取り組んできた。今後も中長期的な企業価値向上と持続的な成長を実現していく。

【食肉】国内事業は、物価高による実質的な可処分所得の減少により消費マインドが低下し、国産鶏肉などの比較的安価な食肉への需要シフトの動きがみられた。一方で、和牛の海外輸出が堅調に推移したことから国産牛肉の収益が改善。以上の結果、売上高、売上総利益ともに前期を上回った。

カテゴリー別にみると、国産食肉においては、節約志向の高まりや国産豚肉の相場高などの要因により、取扱量は前期を下回り、売上高については前期を上回った。売上総利益も国産牛肉・国産鶏肉の相場が安定していたことから前期を上回った。

輸入食肉においては、現地相場高や円安により輸入食肉価格が高止まりしたことから、取扱量は前期を下回った。一方、輸入食肉価格全般が高騰する中、幅広い品ぞろえで販売に取り組んだ結果、売上高・売上総利益ともに前期を上回った。

スターゼンの25年3月期決算

単位：百万円、%

	25年3月期	前期比	次期予想	前期比	
連結	売上高	436,112	6.2	450,000	3.2
	営業利益	9,046	0.8	9,400	3.9
	経常利益	10,661	△1.1	11,000	3.2
	当期純利益	12,197	62.4	8,000	△34.4
	品目別業績	売上高	前期比	営業利益	前期比
連結	食肉	343,369	6.1	-	-
	加工食品事業	78,385	9.3	-	-
	ハム・ソーセージ	9,173	△4.5	-	-

輸出事業は、国内外の展示会に積極的に出展し、同社の輸出専用ブランド“AKUNE GOLD”の販売拡大を図ったことで、台湾、欧州向け輸出が特に好調に推移した。

【加工食品】ハンバーグ商品群やローストビーフ関連商品が堅調に推移したため、取扱量・売上高・

売上総利益は前期を上回った。

【ハム・ソーセージ】原材料価格のコスト上昇を踏まえ、価格改定や商品の統廃合、工場オペレーションの改善に努めたものの、取扱量・売上高・売上総利益は前期を下回った。

## スターゼンが株主優待制度拡充、昨年刷新した経営理念への共感図る

スターゼンは株主への日頃の感謝を込めるとともに、同社グループの事業に対する理解を一層深めてもらうことを目的として、株主優待制度を変更(拡充)する。

同社は昨年4月に経営理念を刷新し、その実現に向け種々の施策に取り組んでいる。この経営理念をより多くの株主に共感してもらうため、同社のことをまず「知ってもらい」、同社が製造する商品を「好きになってもらい」、同社の商品(食)で「感動してもらう」ことをコンセプトに、株主優待制度を拡充した。

【知ってもらいたい! = マックカード1千円分(200株以上)】スターゼングループは、日本マクドナルド社の銀座一号店から同社向けにビーフパティを供給している。スターゼンの商品やビジネスを身近に感じて、知ってもらうためにマックカードを株主優待品に追加した。

【好きになってもらいたい! = 同社商品3千円相当(600株以上) 同社商品6千円相当(1千株以上)】スターゼングループは、昨年4月に新たな経営理念を掲げるとともに、本理念を実現するためのブランド・ビジョンを策定した。株主にスターゼンならではのミートギフトや加工品ギフトを食べてもらう、好きになってもらいたいという想いを込め、複数の商品を選定した。

【感動してもらいたい! 同社商品1万2千円相当(6千株以上)】スターゼングループは、飼料や飼育環境にこだわり、おいしさを追求した安全・安心かつ最高品質の食肉を製造販売している。肉のプロが自信を持って選定する商品で株主に感動を届けられることを願っている。

新たな株主優待制度(25年4月1日付分割後の株式数)については、従来同様に「葉書」での申し込み



も可能だが、マックカード(200株以上)に関しては、WEBでの申込に限定する。また、「葉書」での申込の場合、600株以上、1千株以上、6千株以上の商品もWEB申込に比べ選択肢が少なくなる。また、スターゼンでは、社会貢献活動団体・組織等への寄付制度を導入している。2026年度に寄付を希望する株主については、優待品の発送に替え、公益財団法人ドナルド・マクドナルド・ハウス・チャリティーズ・ジャパンへ優待相当額を寄付する予定。

なお、適用時期については、26年3月末日を基準日とした株主名簿に記載された株主に対する株主優待から変更後の制度を適用する。

## 「販売数量の拡大が大きな課題」—伊藤ハム米久HD 決算会見②

伊藤ハム米久ホールディングスが2日に行ったオンライン決算会見での質疑応答は次の通り。

### —前期決算についての評価。

(宮下社長) 数字的には、減益となり厳しい結果だった。内容では、外部要因が大きいものではあるが、加工食品においては近年では6回目となる価格改定を実施。販売数量を若干落としたが、収益改善を着実に進め、原料高、物流費、光熱費など各種コスト高騰に対応している。これは評価して良いものだと考えている。ただ一方で課題として、米を中心に食料品の値上げが続いており、消費者の消費マインドの低下がみられ、販売数量を落としてしまった。これは前期に続いて今期の一番大きな課題になると認識している。

食肉については、仕入れと販売のタイミングで相場が大きく乱高下し、これが大きく影響した。前年度下期から商慣習・条件を見直しており、数字としては今期の結果に現れてくるが、前期の成果として考えられるだろう。数字と厳しい結果だったが、中身としてやるべきことにしっかり取り組めたと思っている。

—今期は初めて売上高1兆円超を計画しているが、その計画への意気込み。

まだ見込みの段階だが、現在の状況からすると、初めて1兆円を上回ると考えられる。社内でもよく話しているが、売り上げは目的ではなく、利益を上げるための手段に過ぎない。とはいえ、売り上げがなければ利益は生み出せないのだから、しっかりと売り上げを伸ばしながら利益を積み上げていきたい。

—今回、ホールディングス発足以来初の社長交代となるが、10年目となる今期で交代となる理由や狙いについて。また宮下社長自身の社長時代の総括。

9年に渡って社長を務めてきたが、後任についても

常に考えてきた。浦田新社長とは共に仕事をし、紹介の中にもあったが伊藤ハムに3年、米久に2年在籍して当社のこともよく知っている。また、食肉事業にも精通しており、経営センス、リスクマネジメントといった視点からもベストな後継者だった。

これまでの総括については、ホールディングスになって9年という長いようで短い期間、社長を務めてきたが、当初は全く異なる組織、風土の会社を束ねていくので、試行錯誤を繰り返し、全力で取り組んできた。数字的には外部要因の影響もあり、思ったほどの成果を出せていないと思っている。一方で、前期の決算総括にもあったが、中身は随分と筋肉質な会社になってきたという実感がある。まだまだやるべきこと、できることはあるが、浦田新社長の下、私もサポートしながらさらなる会社の成長を目指していきたい。

数字面では2社(伊藤ハム、米久)が統合する前の単純合算(経常利益)が183億円であり、アップダウンがありつつ、現在では200億円以上を安定的に出せる会社となった。前期は若干苦戦して208億円だったが、250億円規模の収益体質の会社へと成長している。

—トランプ関税の影響をどの程度想定しているか。

飼料原料、食肉原料、ユーティリティークストに加え、為替にも影響してくるほか、和牛の輸出も影響を受けることになるだろう。プラスの影響、マイナスの影響のいずれも考えられるため、今期計画の予想にもこれを反映していない。交渉の状況を注視していかなければならないが、現時点では為替も含めてどのような動きになるかの見通しを立てられない。どのような結果になろうとも臨機応変に対応していく必要があると考えている。

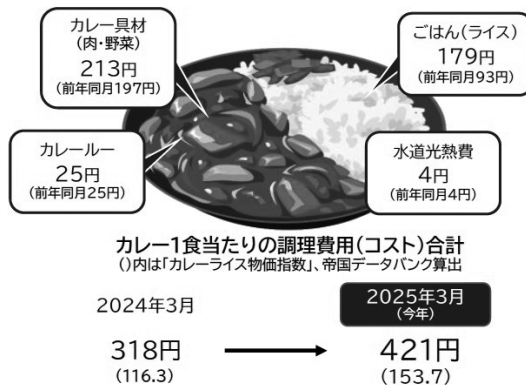
## 24年度のカレーライス物価、過去10年で最高値に—帝国データバンク

(株)帝国データバンクはこのほど、独自に試算した、食卓への影響度を示す「カレーライス物価指数」を発表。カレーライスを家庭で調理する際に必要な原

材料や光熱費などの価格(全国平均)を基に算出し、食卓に与える物価高の影響を可視化した「カレーライス物価」は、今年3月時点で1食あたり421円とな

り、12カ月連続で最高値を更新した。最新の物価動向に基づく4月の予想では、1食425円へ上昇する見込みとなっている。

また、2024年度平均のカレー物価は1食365円と、前年度から56円上昇し、比較可能な2015年度以降で最高値を更新した。同価格を基に算出した24年度平均のカレー物価指数(2020年度=100)は133.6で前年度比18.4%上昇した。



## 【東京食肉卸売市場】牛は弱もちあい、豚は強含み

[牛] 前週は4日間の連休明け、また月初の手当でも入り、和牛、交雑牛ともに強もちあい。高値で推移していた交雑牛2等級は50円ほど下げた。4月は「GW前らしいに荷動きがない」との声が多く聞かれたが、GW直前になり値をあげた。期間中は天候にもめぐまれたことから人の動きは良かったようで外食は好調。BBQ需要の高まりもあり、小売では焼き材の売れ行きが良かったよう。企業によっては追加発注も聞かれた。

11日の母の日では、ローストビーフ等の需要もありモモ部位が動いた。ただ、例年GW後は、消費者の財布の紐は一層固くなりやすく、しばらくは切り落とし等安価なものの引き合いが強くなると思われる。今週の東京市場の上場は平均400頭ほどが計画されている。和牛の動きは鈍くなるだろうが大きな下げはなく去勢A5は2400~2500円、A4は2200~2300円、A3は2100~2200円の弱もちあい、交雑牛

去勢はB4が1550~1650円、B3が1500~1600円のもちあいが予想される。

[豚] 比較的天候に恵まれた今年のGWだが、飛び石連休だったこともあり、バーベキュー需要などに向けた焼き材等の荷動きはそれほど盛り上がりなかった印象も。休み明けで出荷頭数が増えたこともあり、前週後半の関東近郊の枝肉相場はそれほど上昇する気配をみせず、600円前後の展開となった。補充手当なども限定的なようだ。GWも終わり不要期に入中、諸物価の高騰が続いており、消費者の節約志向はさらに強まっている。

とはいえ、これから夏にかけては年間で最も出荷頭数が減少する時期。今後気温もさらに高まることが予想され、肉豚の生育や出荷スケジュールへの影響も懸念される。また、豚熱などの疾病のリスクもいまだ続いており、末端の荷動きに関わらず、相場は上昇傾向となりそうだ。今週も強含みか。

## 【大阪市食肉卸売市場】和牛5等級軟調に、豚は高値安定が続くか

[牛] 大型連休が明け、母の日需要も終わると、消費者の財布のひもも固くなる。連休後の在庫補充も今週中に一段落し、その後、和牛5等級の相場については軟調に転じそうだ。

和牛4等級も、5等級につられて基調としては弱まりそうだが、年初から続いている和牛4等級需要の高まりの中で、底堅い相場を形成するだろう。

輸入牛や乳牛の代替で需要が高まっている交雑

牛も1600~1700円を維持しそうだ。

[豚] 国産・輸入共に豚肉不足が深刻となる中、相場は高い水準を維持している。普段遣いに欠かせない豚・鶏肉は、たとえ相場が高くても、底堅い需要に支えられている。この先も当面、需給状況に変化はないとみられることから、今週も高値安定の引き合いが続くものとみられる。

# 東京・大阪枝肉相場、全国と畜頭数

[東京食肉卸売市場] 5月9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	3,245	2,414	2,268	-	-	
		安値	2,347	2,307	2,036	-	-	
		平均	2,692	2,368	2,182	-	-	
	70頭	頭数	51	15	4	-	-	
	雌 B	高値	-	-	-	-	-	
		安値	-	-	-	-	-	
		平均	-	-	-	-	-	
	-頭	頭数	-	-	-	-	-	
	去 A	高値	3,293	2,510	2,270	1,945	-	
		安値	2,286	2,223	2,107	1,945	-	
		平均	2,577	2,341	2,204	1,945	-	
	200頭	頭数	156	37	6	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 -頭	平均	-	-	-	-		
	去 C -頭	平均	-	-	-	-		
交雑牛	雌 B	14頭	平均	-	1,707	1,662	1,526	-
		頭数	-	3	9	2	-	
	雌 C	-頭	平均	-	-	-	-	-
		頭数	-	-	-	-	-	
	去 B	24頭	平均	-	1,849	1,683	1,561	-
		頭数	-	10	12	2	-	
去 C	2頭	平均	-	-	1,582	-	-	
頭数	-	-	-	2	-	-		

	牛	豚	搬入牛	搬入豚		その他
と畜 売買	400 396	938 1,011	- 214.5	(競り)	(相対)	65

◇牛搬入		5	4	3	2	1
和 雌	A	2,469	1,687	1,486	1,527	-
	B	-	1,459	1,313	1,308	1,226
和 去	A	2,107	1,797	-	-	-
	B	-	-	-	-	-
乳 雌	B	-	-	-	-	896
	C	-	-	-	-	842
	去 B	-	-	-	1,162	-
	C	-	-	-	-	963
交 雌	B	1,944	1,666	1,630	1,522	-
	C	-	-	1,557	1,500	-
交 去	B	1,893	1,707	1,630	1,554	-
	C	-	1,595	1,602	1,496	-

◇豚		[極上]	[上]	[中]	[並]	[等外]
生体	高値	647	820	770	734	561
	安値	626	572	529	410	302
	平均	640	625	589	557	480
	頭数	( 6)	( 295)	( 396)	( 208)	( 106)
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] 5月9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	2,480	2,219	2,054	-	-
(頭数)	( 18)	( 11)	( 2)	( -)	( -)
B	-	-	1,955	-	-
(頭数)	( -)	( -)	( 1)	( -)	( -)
和 去 A	2,517	2,166	-	-	-
(頭数)	( 12)	( 3)	( -)	( -)	( -)
B	-	1,949	-	-	-
(頭数)	( -)	( 1)	( -)	( -)	( -)
乳 去 B	-	-	-	-	-
交雑雌 B	-	1,834	1,696	1,614	-
C	-	-	1,685	1,480	-
交雑去 B	1,939	1,863	1,769	-	-
C	-	1,766	1,746	1,599	-
豚	-	751	678	762	537

[全国と畜概算頭数]  
農水省統計部発表 (頭)

	5月9日	5月8日	(5月累計)
豚	66,600	69,300	332,000
成牛計	4,480	4,140	17,650
和牛雌	1,290	980	4,160
和牛去勢	960	1,110	4,390
乳牛雌	770	720	3,190
乳牛去勢	330	540	2,430
交雑雌	540	350	1,470
交雑去	590	440	2,010

[去勢牛B3・2規格 枝肉取引価格] 5月9日

	1,625円	(前日 1,595円)
東京		
大阪	1,761円	(前日 1,721円)

[豚・全農建値] 5月9日

上	中	取引頭数	市況
610円	583円	1,200頭	続伸

と畜 売買	牛 63頭	豚 110頭	牛概況	急落
	牛 112頭	豚 114頭	豚概況	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] 5月9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)	- (-)	6,166	-	もちあい
仙台 [中]	541 (568)	491 (493)	522	78	続落
栃木 [地]	595 (-)	562 (556)	1,579	77	上伸
茨城 [地]	601 (595)	578 (574)	1,223	531	続伸
群馬 [地]	571 (574)	509 (509)	1,946	420	小幅安
さいたま [中]	595 (597)	583 (583)	214	211	もちあい
東京 [中]	625 (605)	589 (568)	938	1,011	上伸
横浜 [中]	611 (598)	578 (570)	683	683	反発
山梨 [地]	651 (582)	551 (590)	116	37	まちまち
浜松 [地]	※2026年度の市場再編に伴い上場頭数等が減少、4月1日から当面の間豚競り市場は休止				
名古屋 [中]	651 (629)	619 (614)	906	247	反発
京都 [中]	650 (-)	650 (-)	110	88	もちあい
大阪 [中]	751 (778)	678 (759)	110	114	急落
神戸 [中]	610 (656)	602 (646)	-	48	-
岡山 [地]	662 (651)	653 (645)	333	307	強気配
広島 [中]	- (615)	- (579)	222	62	-
福岡 [中]	610 (654)	581 (607)	512	110	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] 5月2日～5月8日  
豚カット肉 [I] (1kg当たり円、税込み、重量kg)

◇首都圏 総重量 1,472,817 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	1,059	1,210	1,268	1,192	62,020
うで	756	810	864	811	118,514
ロース	1,076	1,134	1,274	1,156	139,630
ばら	1,134	1,236	1,274	1,214	143,360
もも	778	848	875	838	150,896
ヒレ	1,066	1,287	1,426	1,244	11,604
セット	958	1,051	1,095	1,043	846,793

◇近畿圏 総重量 661,515 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	1,188	1,283	1,362	1,286	55,496
うで	755	799	828	792	104,464
ロース	1,080	1,179	1,309	1,191	82,191
ばら	1,217	1,260	1,306	1,254	120,371
もも	751	775	842	788	157,691
ヒレ	1,153	1,218	1,325	1,238	9,776
セット	941	1,004	1,128	1,026	131,526

[食鳥正肉日経相場] 5月8日  
荷受売値平均値 (kg当たり円、税抜き)

◇東京 (8社)

	安値	加重平均	高値	販売量 (t)
モモ	786	843	1,003	193
ムネ	433	486	619	173

◇大阪 (2社)

	安値	加重平均	高値	販売量 (t)
モモ	762	825	1,030	3
ムネ	424	479	590	3

[農水省統計情報部食鳥市況] 5月8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	1,112	704	550	600	650
安値	798	432	290	360	350
平均	845	484	-	-	-

※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 258頁 定価2,500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  
鏡見 著

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)

## ■~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)

## ■職人の技を次世代へ繋ぐ、保存版 牛枝肉・部分肉の 分割と商品化

カラー写真も豊富で、各種規格、枝肉の分割から商品化までの全てが分かる一冊。

B5判 216頁 定価5,500円(送料別)

## ■知識を豊かにする 食肉用語事典

平成22年に新改訂した、定評のエンサイクロペディア。新訂正版は3,000語採録。

日本食肉研究会編 A5判 506頁 定価7,000円(送料別)

### ◆ステーショナリー

## 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