

令和7年
2025年

5月13日
火曜日

第11709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



- ▶ 信州ハム 堀川善弘社長 新たな価値共創へ、幅広い客層にアピール……………P2
- ▶ [鶏肉需給動向・3月] 推定出回り量は前年同月比3・8%増……………P3
- ▶ 農林水産物・食品の輸出額、1～3月の累計は3661億円で前年同期比17・1%増—農水省……………P3
- ▶ 井川社長「お客さま視点での対応が重要と感じた」—日本ハム決算会見①……………P4
- ▶ [調理食品支出金額・3月] 合計1万3235円で3・3%増……………P5
- ▶ 日本植物蛋白食品協会が総会開催、新会長に昭和産業・山口氏……………P5
- ▶ プリマハム決算会見②、食肉加工品のコンシューマシェアトップに……………P6
- ▶ トンカツ専門店「かつや」幕張西店がオープン、「前払いセルフ式導入でお客さまの利便性向上を目指す」大内勇一社長……………P6～7
- ▶ 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……………P7
- ▶ ニュージーランド、高病原性鳥インフルエンザ終息、ウイルス株の変異を確認……………P8
- ▶ 【輸入副生物現物相場】GW明けで実需低調も、相場は高値圏維持……………P9
- ▶ 柿安、お肉が主役のぜいたくな味わい“柿安 瓶詰めシリーズ”誕生……………P9
- ▶ [東京・大阪枝肉相場、全国と畜頭数] 12日……P10
- ▶ [各地の豚枝肉、豚部分肉、食鳥相場] 12日…P11

注目のヘッドライン

信州ハム 堀川善弘社長 新たな価値共創へ、幅広い客層にアピール

…詳細はP2

[鶏肉需給動向・3月] 推定出回り量は前年同月比3・8%増

…詳細はP3



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/>

信州ハム 堀川善弘社長 新たな価値共創へ、幅広い客層にアピール

——今期(2024年7月~25年6月期)の現時点での経営状況をおきかせください。

数年前からの円安、原材料価格の高止まりが影響して、経営環境に難があることには変わりはありません。輸入原料の価格やエネルギーコストに加え、物流費も上昇。消費者の節約志向がみられる中で価格改定も行う必要があり、生産量は少し減少しています。

ただ、今期はまだ終わっていません。少しでも状況が良くなるよう、努力を続けております。

——「グリーンマーク」の販売状況はいかがでしたか。

調子はおおむね右肩上がりです。今のところ、売り上げは前期比で微増となっています。

昨今、健康意識や環境配慮といった付加価値がキーワードになっており、それらを求めるお客から声がかかることは多くなってきました。その要である「グリーンマーク」シリーズは、これまで大きく展開していなかった関西でも新規の取り扱いが増えています。

——来期に向けての経営方針や取り組みをおきかせください。

スローガンは「熱意と努力で共創する新しい価値」。具体的には、「量から質への構造改革」「持続可能な成長戦略」「働きがいのある会社へ」の三つをテーマに掲げ、唯一無二の会社となることを目指します。

さらに、今年で「グリーンマーク」が50周年を迎えるため、それを記念した企画も実施していきます。当社商品が当たる毎年5~6月の「グリーンマークキャンペーン」では例年よりも当選者数を増やし、LINEやQRコードを使用してより多くの人数が参加できるように努めます。

——環境配慮に関わる取り組みについて。

「グリーンマーク」の製造で生じる派生物を廃棄しないよう、ほかの商品製造に利用しています。酒粕を使った「信州の酒粕^{かす}仕立て野菜味噌^{みそ}スープ」がその一例です。こうしたアップサイクル製品を使った商品化がSDGsの達成につながると考えます。

——設備投資についてはいかがですか。

省コスト・省力化のため、最近ではウイナーの包装機を買い替え、深絞り包装機、スモークハウスも新しいものを導入する予定です。工場には30年以上の歴史がありますが、その中でも省人化や効率化を図ります。



——商品展開の方針について。

人口が減っている以上、国内全体の需要の量は減少していきます。その中で新たな市場を開拓し、需要をつかまなければなりません。インバウンド向けや総菜品の材料としての展開などで、食べていただけるシーンを増やしたいと考えます。

また、小さな子どもにも食べさせやすい安全・安心な商品、あるいは高齢者でも食べやすい軟らかな商品など、ライフステージに応じた需要をキャッチしたいと思います。例えば、4月頭に発売した「グリーンマーク」は、以前からご要望の多かったフランクフルトを、子どもから高齢者まで幅広い世代に味わってもらえるよう開発しております。

販売を開始したばかりであり、今後も販売状況を注視する必要があります。ただ、受注状況を見ると、新たなカテゴリーの商品として評価をいただいております。「グリーンマーク」のラインアップ拡張に向け、積極的に取り組んでくださる店も少なくありません。配荷先は着実に増えています。

同商品のような、リーズナブルで買い求めやすい価格の「無えんせき商品」をきっかけに、支持層がさらに広がっていくことを期待します。

また、長野県の観光地では外国人観光客が非常に多く見受けられ、インバウンド需要があります。当社の商品を受け入れてもらえるように、そして信州の食をもっと味わってもらえるように、より良い販売方法を模索しているところです。

[鶏肉需給動向・3月] 推定出回り量は前年同月比3・8%増

農畜産業振興機構が発表した3月分の鶏肉需給動向によると、推定出回り量は19万6730t(前年同月比3・8%増)と、前年同月から増加した。このうち国産品は14万6455t(3・3%増)、輸入品は5万275t(5・4%増)となった。

また、国内生産量は14万6506t(1・9%増)、輸入量は4万2303t(19・7%減)となった。これにより、推定期末在庫は国産品が2万5771t(30・1%減)、輸入品が13万1242t(1・7%増)で合計15万7013t(5・4%減)となった。

[鶏肉需給]

単位:トン、%

年月	生産量	輸入量	推定期末在庫		推定出回り量	
			輸入物	国産物	輸入物	国産物
4年 12	153,097(97.4)	44,279(73.0)	124,180(108.5)	24,644(69.5)	50,038(82.1)	151,826(97.8)
5年 1	137,012(99.8)	44,361(82.5)	125,588(101.9)	24,433(69.6)	42,953(95.5)	137,223(99.7)
2	133,529(98.5)	47,115(95.0)	128,113(99.1)	24,979(73.7)	44,590(102.5)	132,983(97.3)
3	142,908(99.4)	47,545(105.3)	126,853(101.4)	27,049(83.2)	48,805(99.1)	140,838(97.0)
4	139,306(98.7)	47,412(108.8)	119,503(102.8)	27,547(87.9)	54,762(104.5)	138,808(97.5)
5	142,849(102.8)	51,717(121.7)	127,502(110.2)	29,343(94.2)	43,718(101.5)	141,053(101.4)
6	141,735(100.9)	57,706(110.6)	133,613(112.2)	28,598(93.7)	51,595(105.7)	142,480(101.0)
7	133,663(100.5)	46,686(102.3)	129,613(107.0)	30,604(106.0)	50,686(116.4)	131,657(97.8)
8	133,703(100.4)	55,955(118.1)	133,334(110.0)	31,998(112.3)	52,234(110.5)	132,309(99.1)
9	135,797(100.3)	48,372(103.4)	132,497(109.3)	30,049(116.3)	49,209(105.2)	137,746(99.8)
10	145,552(100.5)	47,805(88.6)	130,926(102.7)	29,754(118.0)	49,376(103.6)	145,847(100.3)
11	146,801(101.8)	39,181(78.7)	119,960(92.3)	30,873(132.1)	50,147(105.9)	145,682(99.7)
12	155,398(101.5)	50,981(115.1)	115,660(93.1)	33,551(136.1)	55,281(110.5)	152,720(100.6)
6年 1	140,093(102.0)	54,687(123.3)	125,877(100.2)	31,152(127.5)	44,470(103.5)	142,492(103.5)
2	144,552(108.0)	55,395(117.6)	124,137(96.9)	34,868(139.6)	57,135(128.1)	140,836(105.6)
3	143,802(100.4)	52,670(110.8)	129,110(101.8)	36,868(136.3)	47,697(97.7)	141,802(100.5)
4	146,411(104.8)	52,006(109.7)	127,057(106.3)	35,506(128.9)	54,059(98.7)	147,773(106.2)
5	147,168(103.0)	53,259(103.0)	131,041(102.8)	36,263(123.6)	49,275(112.7)	146,411(103.8)
6	143,169(101.0)	49,373(85.6)	133,066(99.6)	36,708(128.4)	47,348(91.8)	142,724(100.2)
7	139,722(104.5)	51,778(110.9)	133,594(103.1)	35,468(115.9)	51,250(101.1)	140,962(107.1)
8	130,029(97.3)	56,697(101.3)	137,941(103.5)	35,094(109.7)	52,350(100.2)	130,403(98.6)
9	135,916(100.1)	49,125(101.6)	136,518(103.0)	33,154(110.3)	50,548(102.7)	137,856(100.1)
10	147,681(101.5)	62,323(130.4)	141,112(107.8)	32,202(108.2)	57,729(116.9)	148,633(101.9)
11	144,235(98.3)	51,967(132.6)	139,323(116.1)	30,780(99.7)	53,756(107.2)	145,657(100.0)
12	154,393(99.4)	49,932(97.9)	134,940(116.7)	29,565(88.1)	54,315(98.3)	155,608(101.9)
7年 1	139,100(99.3)	52,300(95.6)	139,154(110.5)	26,258(84.3)	48,086(108.1)	142,407(99.9)
2	136,695(94.6)	47,691(86.1)	139,214(112.1)	25,720(73.8)	47,631(83.4)	137,233(97.4)
3	146,506(101.9)	42,303(80.3)	131,242(101.7)	25,771(69.9)	50,275(105.4)	146,455(103.3)

農林水産物・食品の輸出額

1～3月の累計は3661億円で前年同期比17・1%増—農水省

農水省はこのほど2025年1～3月の農林水産物・食品の輸出額を発表した。2025年1～3月の累計の輸出額は3661億円(前年同期比17・1%増)となった。

品目別にみると、牛肉が153億5800万円(8・1%増)、豚肉が6億8500万円(35・2%増)、鶏肉が

3億5300万円(32・2%減)となった。3月単月では、牛肉が63億1500万円(前年同月比22・1%増)、豚肉が2億7600万円(33・8%増)、鶏肉が1億3700万円(34・2%減)となった。牛肉については、ベトナム、タイ、米国向けの輸出額が伸長した。

[訂正] 本紙5月12日付、表紙の画像キャプション、一部ページ数の記載に誤りがありました。また、5面掲載の湖池屋の記事について、文章が一部切れてお

りました。おわび申し上げますとともに、本日付7面に再掲載いたします。

井川社長「お客さま視点での対応が重要と感じた」—日本ハム決算会見①

日本ハムは9日、大阪市北区の本社で2025年3月期決算会見を行った。会見には井川伸久代表取締役社長、松本之博常務執行役員加工事業本部長、細谷信博常務執行役員食肉事業本部長、秋山光平取締役常務執行役員広報部担当、泉聡経理財務部長らが出席した。

会見冒頭、井川社長(写真)があいさつとともに前期決算について次のように振り返った。

前期の市場環境は、特に下期において変動が大きかった。野菜、米が高騰したことが、食肉の売れ行きに影響した。外部環境では、海外からの原料調達で苦慮。下期から、外食では牛肉メニューが豚肉や鶏肉に置き換わるなど、輸入牛肉の販売に苦戦した。内臓肉は鍋需要の低下などで売れ行きが良くなかった。当社は「たんぱく質の価値をお届けする」ということを一つの大きなテーマとして取り組んでいるが、「お客さま視点で対応していくことも重要である」と改めて感じた1年だった。

業績としては、増収減益で着地し、特に下期に計画を下回った。冒頭でお話したように、食肉を中心に生産調達コストが想定以上に高まった。また、さまざまな食品の価格上昇に伴い、消費マインドが悪化したことも要因だろうと考えている。一方で好要因も見い出している。加工事業の構造改革による収益改善の他、ボールパーク事業については来場者の増加によって計画を上回る好業績だった。これら好要因は一過性ではなく、今後につながる内容でもあると考えている。

2026年3月期は、前期からスタートした中期経営計画2026の2年目。「たんぱく質の価値を共に創る企業」の実現として、構造改革、成長戦略、風土改革という三つの戦略で計画通りに前進していく。先ほどもお話ししたように、構造改革は予定通りに進捗しているが、成長戦略もわれわれが仕込んだ内容に対しては、着実に芽吹いている状況だ。一つひとつお話しすると、構造改革に関しては、組織の再編を実施する。海外事業本部を加工事業と食肉事業それぞれの中に再編し、バリューチェーンの最大化に向けて取り組んでいく。バリューチェーンといってもなかなかピンときづらいかと思うが、海外での展開を考えるに

当たり、これまで国内の技術や人財が事業本部を超えてスムーズに横断できな



かった。同じ事業本部にすることによってノウハウや人財が自由に行き来できる組織となった。食肉では、前年非常に苦戦した輸入食肉も、海外の調達部門から国内の販売部門まで一本化していくことにより、日本国内の需要を十分理解した上で調達を進めていくことができるようになる。バリューチェーンを途切れなく最大化していくことが今回の構造改革の大きな取り組みとなる。

成長戦略に関しては、昨年発表したJA全農との共創、東南アジアでの販売強化を目的としたCP社との包括連携協定などを中心に、今期は成果を出していきたい。これ以外には、昨年1月に北米の加工企業3社を買収し、北米の売上拡大の強化を進めている。今後も継続して収益性の高い事業を強化していくことで、中計の目標数値を達成したいと考えている。

最後に風土改革だが、前年は社内スローガンで「変えてもええで」と掲げ、従来を踏襲して改善レベルでの展開をしてきたが、改革するために仕組みを変えていかなければならない、こうした考えを広げるために「変えてもええで」というスローガンを立て、私自ら全国の各拠点を回り、現地の役員や従業員と話す機会をたくさん設けた。一部ではこうした取り組みが奏功したが、まだまだ全社に浸透していないと考えられるため、今年は「もっと変わらなあかん」という新スローガンを掲げ、変革が必須だという内容としている。風土改革は1年、2年で達成できるものではないと考えられるが、やはり最初が肝心なので、こうした内容をどんどん発信していきながら、激しく揺れ動く時勢の中でも、変化に対応できる組織にしていく。

今期も引き続き変動要因が多いが、不透明な時期だからこそ、お客さま視点で物事を考えるという企業運営を行い、ダイナミックな変革やたゆまぬ挑戦を続けていきたい。(連載続く)

【調理食品支出金額・3月】 合計 1万3235円で3・3%増

総務省家計調査(既報)によると、3月の調理食品支出金額は1万3235円(前年同月比3・3%増)と増加した。

弁当や調理パンなどの主食的調理食品の支出金額は5950円(4・2%増)となった。他の調理食品は7284円(2・6%増)と増え、このうち焼き鳥は249円(14・7%増)、カツレツは207円(9・5%増)、ハンバーグは148円(8・8%増)、コロッケは199円(1・5%増)と前年を上回ったが、天ぷら・フライは1169円(0・8%減)、ギョーザは167円(1・8%減)、シューマイは101円(3・8%減)で前年割れだった。

調理食品支出金額

	1月		2月		3月	
	金額	指数	金額	指数	金額	指数
調理食品	12,726	103.3	12,106	100.5	13,235	103.3
主食的調理食品	5,630	103.7	5,582	100.2	5,950	104.2
弁当	1,438	102.6	1,335	102.5	1,668	106.9
すし(弁当)	1,420	103.6	1,615	94.1	1,278	101.1
おにぎり・その他	484	111.0	450	101.8	554	104.1
調理パン	533	102.1	533	99.8	603	101.2
他の主食的調理食品	1,755	103.4	1,649	104.7	1,846	104.9
他の調理食品	7,096	102.9	6,524	100.7	7,284	102.6
うなぎのかば焼き	90	88.2	104	109.5	140	108.5
サラダ	552	117.4	498	110.7	583	113.0
コロッケ	186	101.6	193	109.7	199	101.5
カツレツ	179	99.4	179	109.1	207	109.5
天ぷら・フライ	1,067	98.4	1,039	100.6	1,169	99.2
シューマイ	96	97.0	89	90.8	101	96.2
ギョーザ	165	98.8	174	103.0	167	98.2
焼き鳥	209	109.4	193	114.9	249	114.7
ハンバーグ	129	102.4	136	105.4	148	108.8
冷凍調理食品	903	108.9	895	103.0	981	104.5
総菜材料セット	332	105.1	303	92.4	298	105.7
他の調理食品のその他	3,187	101.2	2,720	97.1	3,044	100.2

資料:総務省「家計調査報告(全国・全世帯1世帯あたり品目別)」

日本植物蛋白食品協会が総会開催、新会長に昭和産業・山口氏

一般社団法人日本植物蛋白食品協会は9日、東京都千代田区のKKRホテル東京で2025年度理事会、通常総会を開催した。前会長の岡雅彦氏(上写真左=日清オイリオグループ専務執行役員)の任期満了に伴い、新会長に山口龍也氏(上写真右=昭和産業取締役常務執行役員)が就いた。総会後の会見では、植物たん白JASの植物タンパク質含有率の試験方法が改正され、5月21日に施行されることが報告され8月に節目となる協会創立50周年を迎えるにあたり作成された記念ロゴマーク(下写真)が発表された。

会見後に開かれた懇親会冒頭で山口新会長は「2度目の会長職就任となるが、前回19年に就任したときと世界情勢は大きく異なる。地球温暖化の加速に加え、ウクライナ情勢や世界各地の紛争などで大豆、小麦といった原材料の安定的な確保が一層困難になっている。一方で、新興国などでは人口が急増しており、日本の植物タンパクなど食品生産業界に課された使命は非常に重いと考えている」とあいさつ

来賓からは農水省の新事業・食品産業部食品製造課の野添剛司課長が祝辞で「訪日外国人観光客

の大きな目的が和食をはじめとした日本の食文化であり、植物タンパクは食料安全保障の上からも、大きな役割を担っている。情勢が厳しい中での新会長就任であり、農水省はじめ関係省庁挙げて協力していく」と述べた。



新役員体制(5月9日付)は以下の通り。会長 山口龍也(昭和産業)▷副会長 岡雅彦(日清オイリオグループ)、鈴木清仁(不二製油)、田中万里(長田産業)▷専務理事 松本隆平▷理事 曾我時久(ニッポン)、中野正明(理研ビタミン)▷幹事 有海正浩(日清オイリオグループ)、高木亨(不二製油)

プリマハム決算会見②、食肉加工品のコンシューマーシェアトップに

【新川営業本部長(写真)】24年度は継続している大幅なコストアップに加え、現地での相場高、疾病問題が大きいのみならず、自社努力でコストダウンに励んでいるものの、吸収には限界があり、3年連続で4月と9月に値上げを実施した。売り上げについては、香薫を中心としたコンシューマー商品の増販と値上げ効果があり、前年実績をクリアすることができた。しかし、利益面では、コストアップ分を吸収することが難しく、マイナスとなった。

カテゴリー別にみると、ハム・ソーセージについては24年1～12月の業界の生産数量が、諸々の値上げに伴う消費者の生活防衛意識が非常に高まった結果、買い控えが進み、前年比96%と大幅な減産となった。当社はコンシューマー商品では「スマイルUP!」が前年比105%と拡販した効果もあり、SCIデータによると、昨年はハム・ソーセージの年間を通したコンシューマーシェアが18.3%と前年比1.4ポイント増となり、メーカー順位としては首位になった。ただし、業務用については主力のCVS業態へ新しい提案を行うことが非常に難しかったことから苦戦し、ハム・ソーセージ合計の数量では101%となっている。とはいえ、業界の平均値が96%なので、平均より5ポイント上回っている。

一方、加工食品については、コンシューマー商品は2年連続で「サラダチキンバー」の納入店舗数が非常に増え、2ケタ増となった。さらに「スパイシーチキンスティック」の期間限定商品の発売が大きな効果を生み、これも2ケタ増と全体のけん引役になった。コンシューマー商品全体では102%と増販できて

いる。しかし、ハム・ソーセージと同様にCVS業態のカウンターFF商品の提案が不足したこと、さらに原料価格が非常に高騰する中、弁当などを生



産するベンダー企業の食肉原料の使用量が減ったことに加え、当社が請け負って納品してきた味付けなどの1次加工について、取引先企業が自社で内製化する方向に転換しており、売り上げは大きく低下。業務用は89%と苦戦し、全体でも92%となった。

25年度については、コンシューマーシェアがナンバー1になったことで、消費者に最も認知されている、または信頼されているメーカーであるという期待に応えられるよう、新商品を含め、食の楽しさを伝えていきたい。さらに環境への取り組み、持続可能な物流のための取り組みも強化していく。

販促面では、当社の強みであるお客さま参加型のキャンペーンをさらに強化して、今年は東京と大阪で吉本興業のお笑いライブ貸し切り公演を実施する。合わせて好評を博している宝塚公演の貸し切りも実施して、幅広い世代をカバーしていく。もちろん、東京ディズニーランドの貸し切りイベントについても今年は10月17日に実施する。

不確実性の時代に突入しているが、変化への対応を恐れずに実行していきたい。(連載続く)

トンカツ専門店「かつや」幕張西店がオープン 「前払いセルフ式導入でお客さまの利便性向上を目指す」大内勇一社長

トンカツ専門店「かつや」は1988年8月、神奈川県相模原市に1号店を開店。現在は日本国内に約500店舗、さらにタイ、台湾など、海外にも60店舗以上展開している。このほど「かつや」は、ユーザーの利便性向上を目指し、店舗初となる前払いセルフ式を導入した「かつや幕張西店」をオープンした。

既存店舗では、外装に切妻屋根(三角屋根)を取り入れてきたが、新店舗では、“新型”かつやとして新たなデザインである片流れ屋根を採用。内装は、軟らかい暖色系の色合いに仕上げるほか、建物自体の高さも既存店舗より約1.8m高くし、開放感のある作りになっている。さらに、カウンター席だけでなく、2人掛

けや4人掛けのボックス席も完備することで、これまでのコアユーザーであった30~40代の男性客だけでなく、若い世代や女性、ニューファミリー層が利用しやすいつくりへと一新した。

グランドメニューの変更はなく、創業からのこだわりとして「とんかつ」に使用する豚肉は北米産。加工工場から店舗に到着するまで約4週間熟成されたチルド状態で納品される。

既存店舗では、食事後のレジカウンターが渋滞してしまうなどの課題があったが、前払いセルフ式では、有人レジ1台、券売機(無人)2台を導入し、入店後、レジカウンターで注文と会計を行った後に食事をするので、待ち時間を大幅に削減した。一方で、新たにラウンダーというホール専門のポジションを設置。お客さまの介添えや店内の清掃、補充など、セルフ型では無造作になりがちな点にも考慮している。

(株)かつやの大内勇一社長は「次世代型の店舗は、お客さまの利便性を追求することが狙いである。新店舗については、大変好評の声をいただいております、これまでかつやを利用いただいていたお客さまだけでなく、新たなターゲット層であるニューファミリー層の方

もキオスク型のセルフに対して抵抗がないのでスムーズに受け入れられている。これまでのかつやとの違いも感じてもらっているようだ」と期待を膨らませた。また、今後について「幕張西店の近隣には既存型の直営店があるので、そことの比較でどのように客層が変わっていくか、反応を検証していきたい。その上で、年内にセルフ型のパターン別の店舗を展開していきたいと考えている。既存店舗を改装したもの、幕張西店よりダウンサイジングしたものなどにも挑戦していく」と語った。



【店舗概要】店舗名 かつや幕張西店▷所在地 千葉市美浜区幕張西3丁目1-2▷営業時間 10~23時(ラストオーダー22時半)▷席数 50席(カウンター18席、2人掛けテーブル6卓、4人掛けテーブル4卓)

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「同小豆島オリーブソルト」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。



ニュージーランド、高病原性鳥インフルエンザ終息 ウイルス株の変異を確認

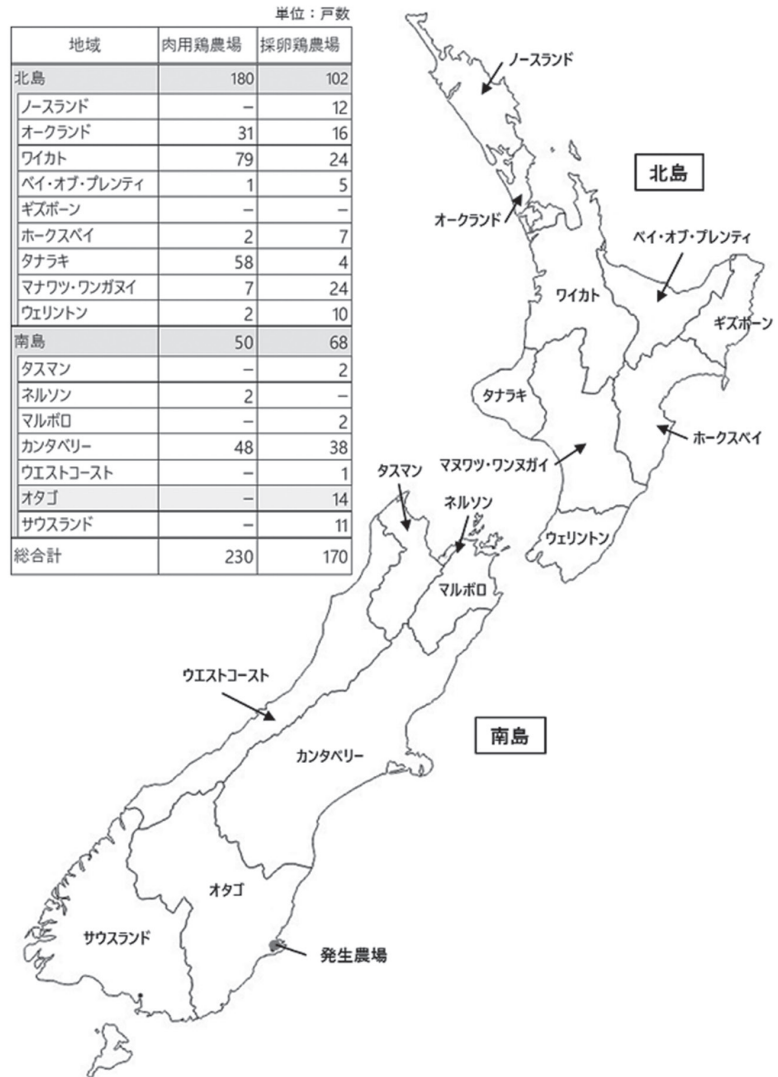
ニュージーランド第一次産業省(MPI)はこのほど、24年12月にNZ南島南東部のオタゴ地方の採卵鶏農場で発生したH7N6型高病原性鳥インフルエンザ(HPAI)の終息に成功したことを発表した。NZ国内でHPAIが発生した事例はこれが初となり、約20万羽が殺処分されたが、発生は1農場にとどまった。

MPIの発表によると、発生した採卵鶏農場と人や物品の行き来があった施設として、10の採卵鶏農場および一つの種鶏農場が特定されている。それらの施設および発生農場から5600以上のサンプル採取・ウイルス検査を行った結果、HPAIは発生農場以外では検出されなかったことから、ウイルスの封じ込めおよび根絶に成功したとしている。

また、ウイルスの感染経路に関する見解として、発生農場は野外へのアクセスが可能なケージフリー飼養システムであり、採卵鶏が屋外で低病原性鳥インフルエンザ(LPAI)ウイルスに感染した野鳥と接触し、その後、鶏舎内でHPAIに変異した可能性が高いと報告している。その根拠として、以下を挙げている。①LPAIはNZに生息する野性の水鳥類間での循環が知られていること、また、発生農場が野鳥と接触する可能性が高い飼養システムであること②今回発生が確認された鶏群より前に、同施設内で飼養されていた鶏群の保存サンプルで抗体検査を行った結果、陽性反応が確認されたが、当時は疑わしい症状が確認されていなかった③NZ動物衛生研究所(New Zealand Animal Health Laboratory)によるゲノム解析の結果、今回検出されたHPAIウイルスに遺伝子再集合の痕跡が確認されたこと。異なる2種類のインフルエンザウイルス(親株)

が同一の細胞に感染した際、親株とは異なる組み合わせのゲノムを持つ子孫ウイルスが作られること。MPIの首席獣医官であるメアリー博士は、「この対応から得た教訓は、世界で猛威を振るうH5N1型HPAIがNZに侵入・拡大した場合の備えになるだろう。発生農場はいまだに経営再開には至っていないが、引き続き伴走支援を行っていく」とコメントしている。(農畜産業振興機構)

発生農場の所在地と養鶏場の分布



資料：MPI「H7N6 Response Epidemiology Report」を基に筆者作成
注：農場数は商業養鶏場の数を示している。

【輸入副生物現物相場】 GW明けで実需低調も、相場は高値圏維持

GW明けで荷動きは落ち着いているが、現地価格は高止まりしており、相場も高値圏でのもちあいが続いている。GW商戦自体は、おおむね例年程度で推移。高単価の商材も量販店・外食向け共に売れ行きはそこそこ。

一方、ハンギングテンダーは、アウトの代替需要として引き合いが強まっており、相場は強もちあい。白物は変わらず。各主要アイテムの在庫状況も現段階では各社共それほど荷余り感は少なく、投げ物も少ない。6月までは現状価格から弱もちあいで推移しながら、徐々に夏場に向けて下値が切り上がる展開が見込まれる。

【輸入副生物現物相場】				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	グラス	2500~2600	↑
		豪州		2100~2200	→
		欧州		1950~2050	→
	ハンギングテンダー (サガリ)	米国	チョイスプライム	2000~2100	↑
		メキシコ		1800~	→
	アウトサイドスカート(ハラミ)	米国	チョイスプライム	3100~3300	↑
		メキシコ		-	→
	シンスカート、シックスカート	豪州	バルク	1200~	↑
		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	2750~3000	↑
		豪州		2500~2800	↑
	牛タン(ムキタン)	米国		4500~4900	↑
		豪州		-	→
	ハンギングテンダー (サガリ)	米国	チョイス	2100~2300	↑
			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	3100~3700	↑
プライム			3500~	-	
	メキシコ		-	→	

柿安、お肉が主役のぜいたくな味わい“柿安 瓶詰めシリーズ”誕生

明治4年(1871年)牛鍋店として創業以来、150余年の歴史を誇る肉の老舗、(株)柿安本店(三重県桑名市、赤塚保正社長)は、百貨店を中心に展開しているブランド「柿安 料亭しぐれ煮」で先行販売している、お肉が主役のぜいたくな味わい“柿安 瓶詰めシリーズ”を、12日から同社オンラインストアでも販売開始した。ご飯のお供はもちろん、アレンジ自在な全8種類を用意している。

同シリーズは、同社が厳選した牛肉や豚肉を使用し、職人が手仕込みで仕上げたぜいたくな瓶詰商品。肉のおいしさを多彩な味わいで楽しめるよう、和風から洋風まで全8種類の味をラインアップ。同社のこだわりが詰まったぜいたくな「瓶詰めシリーズ」として、父の日や夏のギフトなど、大切な人への贈り物に利用できる。ラインアップは以下のとおり。

「牛肉貝柱」(税込み1512円/1個<80g>)、「減



塩 牛肉しぐれ」(1404円/1個<100g>)、「コンビーフマヨ」(1404円/1個<110g>)、「すき焼」(1188円/1個<110g>)、「大人の牛めしふりかけ」(1080円/1個<90g>)、「牛肉きのこづくし」(1080円/1個<120g>)、「キーマカレー」(1080円/1個<120g>)。「豚生姜焼」(972円/1個<120g>)

東京・大阪枝肉相場、全国と畜頭数

[東京食肉卸売市場] 5月12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	5,004	3,164	2,218	-	-
		安値	2,278	2,266	2,129	-	-
		平均	3,005	2,479	2,170	-	-
	222頭	頭数	190	30	2	-	-
	雌 B	高値	-	-	-	-	-
		安値	-	-	-	-	-
		平均	-	-	-	-	-
	-頭	頭数	-	-	-	-	-
	去 A	高値	3,026	2,362	2,223	-	-
		安値	2,293	2,175	2,218	-	-
		平均	2,519	2,309	2,221	-	-
	71頭	頭数	52	17	2	-	-
去 B	高値	-	-	-	-	-	
	安値	-	-	-	-	-	
	平均	-	-	-	1,351	-	
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	-	1,694	1,677	1,614	
		頭数	-	7	8	3	
	雌 C	平均	-	-	-	-	
		頭数	-	-	-	-	
去 B	平均	-	1,669	1,681	1,601		
	頭数	-	1	2	2		
去 C	平均	-	-	1,571	-		
	頭数	-	-	1	-		

	牛	豚	搬入牛	搬入豚		その他
と畜 売買	405 399	933 937	- 162.0	(競り)	(相対)	
				-	8	66

◇牛搬入		5	4	3	2	1
和 雌	A	2,504	2,139	1,924	1,496	-
	B	-	1,366	1,350	1,313	-
和 去	A	2,459	2,326	-	-	-
	B	-	-	-	-	-
乳 雌	B	-	-	-	987	914
	C	-	-	-	991	886
乳 去	B	-	-	-	-	-
	C	-	-	-	-	-
交 雌	B	-	1,654	1,664	1,373	-
	C	-	-	1,574	-	-
交 去	B	-	1,716	1,678	1,633	-
	C	-	-	1,556	-	-

◇豚		[極上]	[上]	[中]	[並]	[等外]
生体	高値	-	805	918	853	912
	安値	-	583	551	454	194
	平均	635	623	593	556	493
	頭数	(1)	(213)	(365)	(232)	(126)
搬入 競り	高値	-	-	-	-	-
	安値	-	-	-	-	-
	平均	-	-	-	-	-
搬入 相対	高値	-	-	-	602	-
	安値	-	-	-	591	-
	平均	-	-	612	594	549
	頭数	(-)	(-)	(1)	(6)	(1)

[大阪食肉卸売市場] 5月12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	2,528	2,356	2,084	-	-
(頭数)	(7)	(6)	(2)	(-)	(-)
B	-	-	1,998	-	-
(頭数)	(-)	(-)	(1)	(-)	(-)
和 去 A	2,617	2,244	2,053	-	-
(頭数)	(18)	(3)	(1)	(-)	(-)
B	-	-	-	-	-
(頭数)	(-)	(1)	(-)	(-)	(-)
乳 去 B	-	-	-	-	-
交雑雌 B	-	-	-	-	-
C	-	-	-	-	-
交雑去 B	-	1,861	1,772	-	-
C	-	-	1,729	-	-
豚	-	758	673	620	498

[全国と畜概算頭数]
農水省統計部発表 (頭)

	5月12日	5月9日	(5月累計)
豚	64,400	66,600	396,400
成牛計	4,750	4,480	22,400
和牛雌	1,250	1,290	5,410
和牛去勢	1,370	960	5,760
乳牛雌	490	770	3,680
乳牛去勢	460	330	2,890
交雑雌	450	540	1,920
交雑去	730	590	2,740

[去勢牛B3・2規格 枝肉取引価格] 5月12日

	1,609円	(前日 1,625円)
東京		
大阪	1,751円	(前日 1,761円)

[豚・全農建値] 5月12日

上	中	取引頭数	市況
618円	596円	1,056頭	続伸

と畜 売買	牛 136頭	豚 30頭	牛概況	もちあい
	牛 62頭	豚 110頭	豚概況	強含み

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12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)	- (-)	5,958	-	もちあい
仙台 [中]	581 (541)	520 (491)	297	112	反発
栃木 [地]	589 (595)	563 (562)	1,443	67	小反落
茨城 [地]	613 (601)	595 (578)	1,149	453	続伸
群馬 [地]	596 (571)	548 (509)	2,025	371	反発
さいたま [中]	614 (595)	602 (583)	231	231	上伸
東京 [中]	623 (625)	593 (589)	933	937	もちあい
横浜 [中]	618 (611)	593 (578)	660	683	続伸
山梨 [地]	- (651)	- (551)	128	46	休市
浜松 [地]	- (-)	- (-)	-	-	競り休止
名古屋 [中]	660 (651)	625 (619)	911	224	強もちあい
京都 [中]	656 (650)	630 (650)	104	87	もちあい
大阪 [中]	758 (751)	673 (678)	30	97	強含み
神戸 [中]	- (610)	- (602)	139	-	上場なし
岡山 [地]	636 (662)	616 (653)	299	333	弱気配
広島 [中]	650 (-)	603 (-)	224	48	急騰
福岡 [中]	605 (610)	575 (581)	588	128	続落

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5日～5月11日
豚カット肉 [I] (1kg当たり円、税込み、重量kg)

◇首都圏 総重量 1,355,947 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	1,110	1,188	1,242	1,186	60,011
うで	756	799	834	798	117,288
ロース	1,068	1,128	1,255	1,135	129,661
ばら	1,161	1,198	1,274	1,204	133,004
もも	799	824	853	827	169,719
ヒレ	1,142	1,156	1,350	1,188	8,601
セット	966	1,044	1,068	1,030	737,663

◇近畿圏 総重量 554,480 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	1,160	1,274	1,344	1,264	45,063
うで	767	792	835	792	81,197
ロース	1,069	1,149	1,284	1,172	78,715
ばら	1,199	1,260	1,271	1,251	98,585
もも	764	799	853	805	128,498
ヒレ	1,134	1,194	1,296	1,211	8,759
セット	941	1,004	1,106	1,017	113,663

[食鳥正肉日経相場] 5月9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	768	841	1,008	252
ムネ	431	487	616	232

◇大阪 (2社)

	安値	加重平均	高値	販売量 (t)
モモ	786	832	1,030	5
ムネ	433	492	590	3

[農水省統計情報部食鳥市況] 5月9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	700	455	290	360	350
平均	852	489	-	-	-

※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 晃 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)

◆ステーションリー

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