

令和7年
2025年

5月14日
水曜日

第11710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



▶ 食肉加工メーカートップインタビュー
日本食品 柿本憲治社長 デリック生誕35年、ブランド
の浸透に注力……………P2

▶ ランピースキン病政令指定等について答申
7月下旬の施行目指す一家畜衛生部会……………P3

▶ 特産使い地元高校と初コラボ、ナンク新製品…P3

▶ 「短期肥育で生産コストの低減を図り、多様な消費者
ニーズに対応した肉用牛の生産を」—農水省・和田剛
畜産技術室長にきく……………P4~5

▶ ビオセボン直輸入、有機JAS認証付き冷凍オーガ
ニックビーフ新登場……………P5

▶ 群馬県前橋市で国内99例目の豚熱—農水省…P5

▶ 松本常務「加工事業は海外と国内の販売の融合が
重要」—日本ハム決算会見②……………P6

▶ 福留ハム25年3月期決算、売上高246億円で前期比
2・3%減……………P7

▶ 食品関連企業の海外展開に関するセミナー開催—
GFVC……………P7

▶ プリマハム決算会見③、プライムデリカの低迷響いた
が直近は回復基調に……………P8

▶ [資料]日本食肉流通センター週間市況（輸入牛肉）
……………P9

▶ [東京・大阪枝肉相場、全国と畜頭数]13日……P10

▶ [各地の豚枝肉、豚部分肉、食鳥相場]13日…P11

注目のヘッドライン

日本食品 柿本憲治社長 デリック生誕
35年、ブランドの浸透に注力

…詳細はP2

ランピースキン病政令指定等について答申
7月下旬の施行目指す一家畜衛生部会

農水省は13日、第72回家畜衛生部会を開催した。

…詳細はP3

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/>





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

食肉加工メーカートップインタビュー 日本食品 柿本憲治社長 デリック生誕 35 年、ブランドの浸透に注力

—2024年度の経営環境を振り返って。

売上高は前期比103%、営業利益はほぼ前期並みです。主力の油脂は引き続き好調でほぼ計画通りに推移した他、食肉やハム・ソーセージに関する畜肉も、期中の値上げ効果もあって増収に寄与しました。しかし、原材料費や光熱費、人件費の上昇で収益性は乏しく、特に加工品は製造利益が取れず、製造量は8%減で業界平均を下回り、苦戦しました。

—今期(25年度)の市場環境の見通しは。

国内は少子高齢化や人口減少に加え、足元の物価上昇で個人消費は節約志向を強めています。一方、ホテルや外食などの業務用市場も、頼みの綱の観光需要の取り込み次第で得意先の業績が異なり、先行きは不透明。全体で見ると、市場環境は変わらず厳しさが続くでしょう。

—今期の方針は。

スローガンには「創業理念に回帰し、外部環境の変化に迅速に挑戦していこう」と掲げました。世は群雄割拠の戦国時代ですから、生き残るにはさまざまなことを迅速にやっつけていかないとけません。

期中に大きな設備投資はありませんが、会社としては前期に続き一定の賃金アップを実施します。大手企業のような大幅な賃上げは難しいものの、社員の頑張りに報い、やるべきことはやっていく。あとは管理職や社員が意識を変え、知恵を出し、奮起していただくほかありません。

—食肉加工の事業方針と重点施策について。

主力のハム・ソーセージの課題は、落ち込んだ製造量をいかに値上げ前の一昨年ベースまで回復できるか。生産費の上昇には製造ラインの見直しや機械化による合理化も不可欠ですが、まずは既存商圏や取引先の深耕と新規取引先の開拓に向け、販売量を引き上げる営業施策が重要です。

—具体策は。

今期は当社の加工品ブランド「デリック」が生誕し35周年を迎えます。すでに4月から2カ月間、関連の周年キャンペーンを展開中です。この販促活動に伴い、主力ウインナーの「博多の薫り」や、昨年DLGに初

出品で金賞を受賞した「九州産豚肉100%ポークウインナー」など関連製品の販売を強化します。

一方、手薄な調理加工品は市場が堅調で、伸びしろが

期待できます。当社でも外食や給食、通販といった業務用やOEM製品を中心に利益貢献度の高い製品が増えてきました。当社の強みは機動力と手間暇をかけた価値づくり。今期は前期に続きプラスαで業績を上乗せできるか。5月下旬には工場内にレトルト釜を新設し、常温製品の開発にチャレンジします。

また食品メーカーが作る化粧品として「馬油化粧品＝美肌油ブランド」を販売しています。販売量は徐々に伸び、今期は海外輸出に向けた体制づくりを強化します。

—直販事業は。

消費者向けの直販は引き続き強化し、今期は専任担当者をつけました。課題はブランドの認知度不足です。マーケティングでは近年、若い消費者を意識したテレビCMの放映や、昨年にはJR博多駅構内での音声広告、営業車両を活用したラッピングカーの取り組みなど、初の試みにも挑戦しています。正直、手探りの施策も多いですが、積極的な情報発信で企業や商品認知度を高め、中期的には当社の求人活動にもつながっていけばと期待しています。

—海外市場は。

一部製品の輸出など小規模な取り組みはありますが、特別なノウハウはなく、大きなビジネスには至っていません。しかし、畜肉の生産から加工品、油脂の製造販売まで、当社のような循環型のビジネスモデルを整えた企業はあまり例がありません。将来的にはこれらの強みを生かし、現地に精通した企業と連携を取っていければと考えています。



ランピースキン病政令指定等について答申 7月下旬の施行目指す—家畜衛生部会

農水省は13日、第72回家畜衛生部会を開催し、ランピースキン病の政令指定等に関して、ランピースキン病を家畜伝染病予防法第62条の疾病の種類として指定すること、ランピースキン病を届出伝染病の種類から削るための省令改正を行うことが適当であると答申した。今後、ランピースキン検討会で防疫要領の改正に向けて審議を進めた上で、7月下旬の施行を目指す。

ランピースキン病については3月、殺処分の命令など「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、新たに政令を制定し、同病を法第62条の疾病の種類として指定することについて、江藤拓農水大臣が食料・農業・農村審議会に諮問。その後、牛豚等疾病小委員会(小委)で①ランピースキン病を法第62条に基づき疾病の種類として政令で指定すること②ランピースキン病を届出伝染病の種類から削るための省令改正を行うこと③ランピースキン病以外の疾病について「家畜伝染病」と同程度の措置を行えるようにすべき疾病の有無—を中心に審議を行ってきた。

委員からの「不顕性感染についてどのように対応するのか」「ワクチン接種した場合の副反応とワクチン接種農場における感染牛をどのように見分け、対応するのか」などの意見に対し、事務局から、具体的な防疫対応については、今後、ランピースキン病防疫対策要領を改正する中で、専門家の意見などを踏まえ、整理

する旨回答。これらを踏まえ、小委は、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、農場内の全ての家畜の殺処分を基本とする法第16条ではなく、感染した家畜および疑いのある家畜の殺処分を基本とする法第17条第1項第1号および第2号の規定を準用するとともに、ワクチン接種、移動制限など同条に規定する他の疾病と同程度のまん延防止措置を行えるよう法第62条に基づき、法の一部を準用する政令を制定すること、このほか、届出伝染病の種類から削るための省令改正などについて了承すると報告した。

これまでの意見を踏まえ事務局は「死亡率は低いとされているが、回復する期間が数カ月、あるいは病原の完全な治癒は年単位でかかるといわれている。その間の経済行為が可能かを考えなくてはならない。病気のものの治癒と経済活動が持続的に可能かを考えた上で防疫措置は考えるべきだと思っている。それを踏まえると、早期の殺処分を行うことで封じ込めすることが適切ではないかと考える」「政令指定となると、法的なツールが増える。強制力をもった殺処分や移動制限などを組み合わせた上での防疫対策を進めることで封じ込めを行っていく」「ワクチン接種については、現行の要領の中での考え方は、あくまで発生した場合の周辺での緊急的なまん延防止のワクチン接種。その考え方は踏襲していく考えである」と回答した。

特産使い地元高校と初コラボ、ナンチク新製品

鹿児島県の食肉加工会社、ナンチク(本社=同県曾於市、南喜一社長)は地元特産品を使い同県立曾於高校の生徒らと共同開発した新製品を5月15日から数量限定で発売する。新製品は同社オリジナルブランド豚「ゆずポーク」をベースに曾於市特産の「ゆず胡椒」の風味をつけた「ゆず胡椒ウインナー」(内容量120g、4本入り、写真)と同じく「ゆずポーク」を原料肉に九州産の野菜を入れた炊き込みご飯の素「曾於豚飯(そおとんめし)」の2品。

新製品は、県内のAコープやイオン九州、同社の直売所などで販売される見通し。発売開始に合わせ5月17日にはAコープ末吉店(同市末吉町)で同校生徒らの接客による試食販売も実施する。



「短期肥育で生産コストの低減を図り、多様な消費者ニーズに対応した肉用牛の生産を」—農水省・和田剛畜産技術室長にきく

農水省がこのほど、新たに公表した「酪農及び肉用牛生産の近代化を図るための基本方針(酪肉近)」の中では、短期肥育・出荷月齢の早期化(早期出荷)を飼養管理や肥育形態の選択肢の一つとして推進していくことなどが盛り込まれている。この取り組みについて、農水省・和田剛畜産技術室長にこれまでの政策や課題、また今後の展望など話をきいた。このほか、現在、早期出荷、短期肥育に意欲的に取り組む(株)島農場の事例を紹介する。

—早期出荷と短期肥育について、畜産振興課と食肉鶏卵課がそれぞれ行っている取り組みと現状について。

早期出荷と短期肥育の狙いは二つ。一つは多様化する消費者ニーズへの対応、もう一つは生産コストの低減を図ること。この二つの観点から、早期出荷による適度な脂肪交雑の入った牛肉を生産する取り組みを推進している。

一方で、早期出荷牛肉については、生産流通に携わる関係者の間で、30カ月齢ほどの慣行肥育の牛肉と比べて肉質が劣る恐れがあるなど、さまざまな意見があることから、現場での取り組みは限定的である。そのため、農水省では、令和6年度から早期出荷・短期肥育を推進するための事業を措置し、このうち畜産振興課分については、生産から流通までの関係者が一体となって取り組む肥育期間の短縮、出荷時期の早期化の実証に対して支援を行っている。6年度は、三つのコンソーシアムが参加した。7年度も、引き続き一般(社)全国肉用牛振興基金協会がコンソーシアムの公募採択を行った上で、新たな実証を開始していく。

一方で、食肉鶏卵課の担当分については、出荷時期を早期化した牛肉の認知度向上や理解醸成のために、品質評価の取り組みに対する支援を同様に6年度から措置している。6年度は、主要部位であるサーロインを対象にBMSごとに早期出荷牛肉、慣行肥育牛肉の品質評価(成分検査、物理検査、官能検査)を実施した。早期出荷牛肉は「もも抜けが悪い」といわれているので、7年度においては、ウチモモの評価を進めていく。これらの活動を通じて、早期出荷牛肉の理解醸成に努めて、多様な肥育形態の選択肢の一つとして

適度な脂肪交雑の牛肉の生産が可能な取り組みを推進していきたい。

—早期肥育を推進する上での課題について。

早期出荷牛肉については、流通、小売りを含めた関係者の間で、慣行肥育と比べて肉質が劣る恐れがあるなど、さまざまな意見があるが、これまで科学的な根拠が示されてはいないことが課題である。実証事業を通じながら、サプライチェーン全体で理解を図っていく必要がある。

—銘柄によっては肥育期間の長さをアピールの一つとしているものもありますが、それについての見解をおきかせください。

もちろん、和牛特有の強みである脂肪交雑の能力を生かした慣行肥育も必要な取り組みで、ブランド化や輸出向けにも有効である。ただし、飼料費が増加し生産コストが高くなってしまふなどの課題も生じる。ブランド化を図ることで、生産コストに見合う価格で販売ができるか、また、輸出の場合はあらゆる部位をバランスよく輸出できるかなどの出口の確保がポイントになってくるだろう。

—早期出荷と短期肥育を推進することで、どのような効果があり、課題の解決につながりますか。

こうした取り組みを通して、食料安全保障の観点から、輸入依存度の高い飼料に関して1頭当たりの給餌量を低減して、持続的な肉用牛生産を行うことに寄与できる。また、適正な月齢での肥育開始、肥育期間の短縮を行うことで飼料コストの低減、肥育後期の事故率の低下、生産回転効率の向上による収益性の改善に加え、環境負荷の低減にもつながると考えている。

現在、物価上昇に伴い、消費者の防衛意識が高まり牛肉の消費は低迷している一方で、飼料価格の高止まりによる生産コストの増加など、非常に厳しい状況が続いている。さらに、今後はわが国の総人口は減少傾向で推移して、国内需要の減少が見込まれてい



る。今後も生産者が意欲を持って生産に取り組めるよう、輸出を含めた国内外への需要拡大を図りつつ、牛肉生産については、脂肪交雑を生かした慣行肥育や、生産コスト低減や多様な消費者ニーズへの対応を進める観点からの短期肥育・早期出荷についても進める必要がある。多様な肥育形態の一つの選択肢となるよう、われわれも準備していかなくてはならない。

—農水省として、目指すべき方向性は。

温室効果ガス削減対策、堆肥の高品質化および広域流通による耕畜連携など、さらには、環境負荷の低減を図る取り組み、国際的に関心が高まっているアニ

マルウエルフェアに配慮した生産の普及、定着なども図っていく必要がある。今後も情勢が変化中、新たな課題が出てくると思うが、柔軟に対応できるよう、多様で持続可能な肉用牛生産を実現することが重要と考えている。生産基盤の維持強化、需要拡大に向けた対策を措置するとともに、セーフティーネットとして経営安定対策を措置するなど、適宜適切な支援の実施に努めていく。生産者と一丸となって、昨今の厳しい情勢に柔軟に対応して、この難局を乗り越えていきたい。(敷島ファームの事例は後日掲載)

バイオセボン直輸入、有機 JAS 認証付き冷凍オーガニックビーフ新登場

バイオセボン・ジャポン(株)は、オーストラリアから「The Organic Meat Co. (オーガニック・ミート・カンパニー)」の冷凍オーガニックビーフを新規調達し、22日から一部店舗で販売開始した。

化学合成農薬や化学合成肥料、遺伝子組み換え作物を使用していない牧草を食べて育った、完全放牧のグラスフェッドビーフで、脂肪が少なく、引き締まった肉質が特長で肉本来の味を楽しめる。商品概要および販売店舗は次のとおり。

①オーガニックビーフステーキ(カタロース)赤身がありつつ、程よい脂身があり、きめ細かい肉質に加え、風味がよく程よい食感と濃厚な味が特長(200g、税込み1491円)②オーガニックビーフステーキ(ランプ)腰からもものお尻の希少部位。肉質が軟らかく、かつサシが少なめでうまみが強いのが特長。脂肪が少なくヘルシーな味わいを楽しめる(200g、1923円)③オーガニックビーフステーキ(サーロイン)脂乗りがよく軟らかな食感が特長。赤身との間にある脂肪が適度に入り込むことでジューシーな甘みを感じられる(200g、1923円)④オーガニックビーフステーキ(ヒ



レ)牛肉の部位の中で最も軟らかく、赤身中心できめ細やかな肉質が特長。あっさりした味わいで、肉自体のうまみを感じられる(200g、2787円)⑤オーガニックビーフミンチ 赤身が多く低カロリーで高タンパクな肉本来の味が楽しめる。ハンバーグやキーマカレーなどのさまざまな料理にお勧め(200g、1167円)

販売店舗＝麻布十番店、骨董通り店、日本橋高島屋S.C.店、四谷三丁目店、旗の台店、中目黒店、自由が丘店、武蔵小山店、二子玉川 東急フードショー店、外苑西通り店、富ヶ谷店、恵比寿店、代々木上原店、東武池袋店、武蔵小杉店、横浜元町店、コレットマーレ店、たまプラーザ テラス店、新百合ヶ丘店、小田急藤沢店(計20店舗)

群馬県前橋市で国内 99 例目の豚熱—農水省

農水省は9日、群馬県前橋市の養豚農場で豚熱の患畜(国内99例目)が確認されたことを発表した。こ

れを受け、群馬県は同農場の飼養豚約460頭を殺処分とする。

松本常務「加工事業は海外と国内の販売の融合が重要」 —日本ハム決算会見②

日本ハムが9日に行った2025年3月期決算会見で、松本之博常務執行役員加工事業本部長(写真)による加工事業本部の説明概要は次の通り。

前期の加工事業本部の売上高は前期比2・2%減となった。事業利益については10・5%増で減収増益となった。加工事業では収益率の改善を優先して行ってきたが、事業利益率は2・5%と前期比で0・3ポイント改善している。改善内容としては、商品ミックスの改善、すなわち収益性の高い商品を集中展開していくことと、ライン数を減らすことを中心とした生産コストの削減など、構造改革を進めた結果である。

売り上げについては、特にハム、ベーコンを中心に価格改定を進めた結果、大きく売上高を落としたが、ハム・ソーセージ群としては主力のシャウエッセンに集中が進み、収益が向上した。一方、デリ商品については、同じく重点ブランドとしているチルドピザ群が順調に推移したが、中華名菜、ハンバーグ群、フライドチキン群などが、上期の落ち込みを下期でカバーできなかったことと、CVSチャネルの落ち込みが大きく、全体としての減収につながった。事業利益については、ブランド商品への集中、商品ミックスの改善、1次加工を行う日本ピュアフード、乳製品の日本ルナ、宝幸のチーズ事業などが増益に貢献した。コスト削減については、2工場の閉鎖を含め、重複したラインを削減し、生産の効率化を図ったことで収益を拡大した。前期の海外事業本部の事業実績のうち、加工事業本部と統合する部分である米州事業についてお話しすると、現地での販売は伸長した。しかし、鶏肉相場の高騰、大型販促の前倒しなどがあり、収益は減少した。今期はこれらの回復が課題となる。

今期の計画で、加工事業では国内・海外で合わせて売上高5600億円(前期比3・2%増)、事業利益140億円(39・2%増)を見込む。事業利益は前年と比較して39億円増を計画しているが、このうち19億円分を海外事業で見込んでいる。取組内容として、国内市場ではシャウエッセンや中華名菜といった主要ブランドを引き続き強化していく。前期から外部マーケットとの取り組みを強化し、シャウエッセンのブランド強化を行ってきた。シャウエッセンブランドは前期に前

年比7%増で推移したが、今期も同等の伸長を見込んでいる。課題だったデリ商品は、中華名菜を中心に回復基調となっている。

中華名菜は3月に大幅リニューアルを実施した。当初は売価が上がったこと、パッケージの変更で従来のお客からも分かりづらくなったこと、野菜の高騰などがあり、切り替え当初は苦戦していたが、しっかり売り場でフェースを確保できたところではパッケージも目立ち、5月の見通しでは数量ベースで前年同月と同じ程度まで到達すると予測している。売価が価格改定により上昇した分だけ、売上高は回復しつつある。ライン削減を中心とした生産のコスト対策は今期も進めていく。

海外市場では、三つのテーマで取り組んでいく。一つ目が北米事業の拡大。前期にM&Aを実施した3社の統合効果をしっかり出していく。これまでは1工場体制だったが、統合によって大幅増産が可能となった。既存商品の最適配置をしてから新しい得意先へ向けて商品を広げていこうと考えている。二つ目のテーマは、特にタイを中心としたASEANの強化。タイについては、日本向けの商品を生産しているが、今回の組織変更によって日本の営業部門と現地生産部門の連携を強化し、バリューチェーンの成果を発揮していく。これに伴うタイでの事業回復は、非常に大きいと考えている。タイについては、提携したCP社と共同での現地販売強化も想定している。三つ目のテーマもASEANで、これまでは各国地域でウインナーを生産していたのをシャウエッセンブランドに統一し、グローバル展開をしていきたい。この皮切りに、まずはインドネシアにハラール対応ウインナーのシャウエッセンとしてブランド展開していきたいと考えている。

国内と海外の販売をどのように融合していくかが加工事業では重要なテーマとなっており、専任タスクチームを設置し、輸出入だけでなく現地の日系企業との営業活動や技術支援(開発や生産技術の水平展開)を行い、収益率の向上を図りたい。(連載続く)



福留ハム 25年3月期決算、売上高246億円で前期比2・3%減

福留ハムは13日、2025年3月期連結業績を発表した。これによると、売上高は246億2100万円(前期比2・3%減)、営業損失6億2100万円(前期は4億1900万円の営業損失)、経常損失6億1400万円(前期は4億400万円の経常損失)、親会社株主に帰属する当期純損失6億4千万円(前期は1億5千万円の当期純利益)だった。

セグメント別の概況は次の通り。

[加工食品事業]国内景気の回復ならびに人流・インバウンド消費の回復に伴い、外食・業務筋の需要は増加した。一方、消費者の低価格志向・節約志向が高まる中、前年度からの価格改正・値上げを実施した結果、量販店向け主力商品の販売量が大きく減少したことから、売上高は前年同期を下回った。また、利益についても、原価低減ならびに生産性向上に努めたものの、生産量減少幅が想定以上に大きかったため、前年同期を下回った。その結果、売上高は102億200万円(前年同期比5・6%減)、セグメント利益(営業利益)は2億1200万円(13・3%減)となった。

[食肉事業]食肉事業については、国産牛や国産豚が堅調に推移し、売上高は前年同期を上回った。

また、利益については、円安による輸入商品だけでなく国内商品の仕入れコスト上昇ならびに物流コスト上昇を納品価格に十分に転嫁できなかったため、前年同期を下回った。その結果、売上高は144億1800万円(0・2%増)、セグメント損失(営業損失)は2億3900万円(前年同期はセグメント損失<営業損失>1億1800万円)となった。

なお、2026年3月期の連結業績予想については、新経営体制下において「事業再構築計画」を策定中であることから、現時点では未公表としている。

また、個別業績について前期実績値との差異に関して次のように発表した。

個別売上高は246億2100万円(前期比2・3%減)、営業損失は6億3700万円(前期は4億2200万円の営業損失)、経常損失は6億3400万円(前期は4億500万円の経常損失)、当期純損失は6億5900万円(前期は1億5千万円の当期純利益)だった。

売上高については、加工食品事業において、前年度からの価格改正による量販店向け主力商品の販売量が落ち込んだことなどにより、減収となった。営業利益・経常利益については、売上高の減少に伴う売上

福留ハムの25年3月期決算

単位：百万円、%

	24年3月期	前期比	次期予想	前期比	
連結	売上高	24,621	△2.3	—	
	営業利益	△621	—	—	
	経常利益	△614	—	—	
	親会社株主に帰属する当期純利益	△640	—	—	
個別	売上高	24,621	△2.3	—	
	営業利益	△637	—	—	
	経常利益	△634	—	—	
	当期純利益	△659	—	—	
	事業別セグメント	売上高	前期比	セグメント利益	前期比
連結	加工食品事業	10,202	△5.6	212	△13.3
	食肉事業	14,418	0.2	△239	—

総利益の減少や円安による輸入商品の仕入コスト上昇ならびに物流コスト上昇の価格転嫁が十分に実行できなかったことから、減益となった。また、当期純利益については、前期において投資有価証券売却益5億9100万円の計上があったことにより、前年実績を大きく下回る結果となった。

食品関連企業の海外展開に関するセミナー開催—GFVC

グローバル・フードバリューチェーン(GFVC)推進官民協議会は6月12日、東京国際フォーラムで、食品関連企業を対象として海外現地のビジネス投資環境等の海外展開に関するセミナーを開催する。セミナーでは、専門家を講師に招き、今後のビジネス展開先

として有望と考えられる複数の国の現地情報を紹介するとともに、食品企業の海外展開をとりまく施策の状況を説明する。申込ページURL=<https://forms.office.com/r/YmzM505qDu>

プリマハム決算会見③、プライムデリカの低迷響いたが直近は回復基調に

【田悟生産本部長(写真)】24年度のハム・ソーセージの生産数量については、コンシューマー商品が伸長したことによって前年を上回り、前年比101.6%の数量を確保することができた。

一方、主原料の仕入価格については、為替の影響もあり、高止まり。補助材料についてもコスト上昇が続いており、特に包装材料はかなり厳しいコストアップがあったが、全体としては想定内に収めることができています。エネルギー関係は交渉の余地はほぼないが、単純な値上げや再エネ電力の採用などで収益上マイナスの影響を受けている。別の悪い影響としては為替が挙げられるが、中国やタイからの商品の輸入では大きな負担を強いられており、主原料価格も大きな影響を受けた。

生産性の改善については、実質値上げである量目変更については、当社の生産性の指標である人時生産性に対しては、逆効果になる。そもそも内容量が少ない新規商品やCVS商品などが増えていることも影響している。基本的な構成要素として、24年は特に内容量の多い業務用商品が減少し、コンシューマー商品が相対的に増えているため、人時生産性の指標は悪化。ハム・ソーセージでは前年比99%、加工食品で92%となった。人時生産性の指標は継続していくつもりだが、24年度からは生産効率の指標を重視している。これは何のトラブルもなく、不良品を出さずに生産した時を時間的に100%として、この時間を何%有効に活用できているかを把握していくという考え方の数値。人数×時間をベースにしたもので把握していくことで、現在の生産性を把握するのに最も適していると考えている。この指標では、24年はハム・ソーセージで3.2%、加工食品で2.8%改善しており、実質的な生産性は改善されている。

グループ会社の収益では、プライムデリカの大幅な悪化が顕著だった。プライムデリカでは特にスムージーは好調だったが、その他の主力の調理パン、総菜、デザート等のカテゴリーが得意先であるCVSの売上減少に伴って低迷。さらに中盤から得意先が低価格政策に舵を切ったことも影響し、全体の収益が低迷する結果となった。これが大きく影響したことで、

加工品生産部門の収益は年初の計画を捉えられなかった。ただ、直近ではプライムデリカが回復基調になっており、4月ではそれが明確になり、5月にはしっかりと利益を確保できる見通しとなっている。



25年度は、生産部門の課題としては、今まで通り「生産性のさらなる増加」「生産能力拡大」「自動化推進」が挙げられる。

一つ目としては、生産ラインのリレーアウトや再編による生産能力拡大がある。非効率な生産ラインの再配置や著しく小ロットなものの協力会社への移管などを行い、生産ライン集約や拠点拡大をして、不足気味なロースハムの生産ライン増強や大型商品に取り組めるようなキャパを作っていく。二つ目は自動化と省人化の推進。昨年も今までは断念していた自動箱詰め機が入らないと思っていたラインを対象に、ライン再配置などを工夫して自動箱詰め機を入れたり、独自開発でAIを使用した不良品選別や自動積載搬送などを進めている。三つ目は、さらなるスピードアップと歩留まり改善であり、PI活動も含む。粛々とPIを進めて改善を進めるとともに、日々進化しているラインの生産設備導入を行い、古い設備ラインや稼働率の高いラインを中心に設備投資を進めてスピードアップさせていきたい。

環境対策については、24年は再エネ電力の採用やプリマ食品の太陽光発電設置などもあったが、25年はこれをさらに拡大していきたい。特に再エネ電力比率は本体工場でも60%まで拡大する計画。フロン対策も現在終盤に入ってきているが、今年度も自然冷媒への変更を進める。そしてプラスチック削減やリサイクルも建屋の整備と設備導入をセットで行っていき、単なる廃棄物を有価物にしてリサイクルするという考え方で進めていきたい。(連載続く)

[資料] 日本食肉流通センター週間市況 〈輸入牛肉〉

(令和7年4月16日～4月30日)

(単位：キロ当たり円、税込み、重量 kg)

		首都圏					近畿圏				
		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	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
米国C	チャックアイロール	2,419	2,441	2,700	2,481	9,492	2,408	2,484	2,592	2,501	2,790
	ショートプレート	1,458	1,480	1,550	1,476	53,172	1,393	1,393	1,404	1,393	25,081
	リブアイロールリップオン	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	ショートリブボンレス	-	-	-	-	-	-	-	-	-	64
	チャックリブ	3,726	3,726	3,726	3,726	8,702	-	-	-	-	-
	ストリップロイン	-	-	-	-	73	-	-	-	-	-
米国F	チャックアイロール	2,646	2,646	2,646	2,646	3,253	1,382	1,382	1,382	1,382	20,289
	ショートプレート	1,242	1,296	1,350	1,314	4,324	1,296	1,404	1,404	1,379	16,837
豪州チルド	チャックアイロール	1,998	1,998	1,998	1,998	2,922	-	-	-	-	-
	チャックロール	-	-	-	-	-	1,642	1,642	1,728	1,655	8,583
	チャックテンダー	-	-	-	-	-	-	-	-	-	179
	クロッド	1,404	1,566	1,566	1,496	2,006	1,490	1,501	1,620	1,534	1,603
	ポイント&ブリスケット	1,458	1,476	1,566	1,491	5,551	1,512	1,512	1,512	1,512	6,734
	ナーベル&ブリスケット	1,415	1,436	1,527	1,473	1,649	-	-	-	-	583
	チャックショートリブ	-	-	-	-	234	-	-	-	-	-
	キューブロール	-	-	-	-	30	-	-	-	-	14
	ストリップロイン	2,646	2,646	2,646	2,646	5,670	-	-	-	-	248
	テンダーロイン	5,292	5,724	5,832	5,679	1,569	-	-	-	-	28
	トップサイド	1,581	1,668	1,674	1,639	3,278	1,393	1,696	1,814	1,664	7,373
	シックフランク	-	-	-	-	465	-	-	-	-	218
	D-ランプ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
アウトサイド	-	-	-	-	900	1,404	1,458	1,490	1,447	7,991	
取引重量合計		103,290					98,615				
		中京圏					九州圏				
		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	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
米国C	チャックアイロール	2,646	2,646	2,646	2,646	1,884	2,322	2,592	2,873	2,588	5,781
	ショートリブボンレス	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	チャックリブ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
米国F	チャックアイロール	-	-	-	-	38	2,214	2,592	2,840	2,593	5,923
	ショートプレート	1,296	1,296	1,328	1,307	3,526	1,237	1,237	1,350	1,260	9,588
豪州チルド	チャックロール	-	-	-	-	21	-	-	-	-	34
	チャックテンダー	-	-	-	-	35	-	-	-	-	-
	クロッド	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	ポイント&ブリスケット	-	-	-	-	793	-	-	-	-	-
	ナーベル&ブリスケット	-	-	-	-	102	-	-	-	-	-
	キューブロール	-	-	-	-	-	-	-	-	-	30
	ストリップロイン	-	-	-	-	-	-	-	-	-	365
	テンダーロイン	-	-	-	-	13	-	-	-	-	-
	トップサイド	1,750	1,814	1,868	1,821	5,538	1,793	1,814	2,014	1,894	2,692
	シックフランク	1,776	3,015	3,240	2,878	1,106	-	-	-	-	-
D-ランプ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
アウトサイド	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
取引重量合計		13,056					24,413				

※豪州産の価格はすべてグレインフェッド・ミドル。

東京・大阪枝肉相場、全国と畜頭数

[東京食肉卸売市場] 5月13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	3,372	2,485	2,270	-	-
		安値	2,273	2,222	2,163	-	-
		平均	2,580	2,324	2,209	-	-
	85頭	頭数	50	27	8	-	-
	雌 B	高値	-	2,250	-	-	-
		安値	-	2,121	-	-	-
		平均	-	2,204	2,050	-	-
	4頭	頭数	-	3	1	-	-
	去 A	高値	3,601	2,469	2,279	-	-
		安値	2,214	2,052	2,160	-	-
		平均	2,605	2,318	2,208	1,873	-
	175頭	頭数	112	50	12	1	-
去 B	高値	-	-	-	-	-	
	安値	-	-	-	-	-	
	平均	2,160	-	-	-	-	
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	-	1,725	1,658	1,584	-
		頭数	-	5	8	5	-
	雌 C	平均	-	-	-	-	-
	-頭	頭数	-	-	-	-	-
	去 B	平均	1,967	1,735	1,683	1,555	-
38頭	頭数	1	6	17	14	-	
去 C	平均	-	-	1,579	1,506	-	
5頭	頭数	-	-	1	4	-	

	牛	豚	搬入牛	搬入豚		その他
と畜 売買	406 404	812 932	- 110.5	(競り)	(相対)	- 57

◇牛搬入		5	4	3	2	1
和 雌	A	2,773	1,743	1,459	1,419	-
	B	-	1,542	1,419	1,360	-
和 去	A	2,485	2,283	-	-	-
	B	-	1,861	-	1,143	-
乳 雌	B	-	-	-	887	895
	C	-	-	-	915	891
乳 去	B	-	-	-	-	-
	C	-	-	-	-	-
交 雌	B	-	1,582	1,178	1,206	-
	C	-	-	-	1,131	-
交 去	B	-	-	1,552	-	-
	C	-	-	-	-	-

◇豚		[極上]	[上]	[中]	[並]	[等外]
生体	高値	822	921	758	648	626
	安値	651	594	551	433	394
	平均	710	656	620	571	490
	頭数	(4)	(324)	(339)	(151)	(114)
搬入 競り	高値	-	-	-	-	-
	安値	-	-	-	-	-
	平均	-	-	-	-	-
搬入 相対	高値	-	-	-	-	-
安値	-	-	-	-	-	
平均	-	-	-	-	-	
頭数	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	

[大阪食肉卸売市場] 5月13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	2,537	2,284	-	-	-
(頭数)	(14)	(15)	(-)	(-)	(-)
B	-	-	-	-	-
(頭数)	(-)	(-)	(2)	(4)	(-)
和 去 A	2,532	2,242	2,078	-	-
(頭数)	(39)	(8)	(2)	(-)	(-)
B	-	2,106	-	-	-
(頭数)	(1)	(1)	(-)	(-)	(-)
乳 去 B	-	-	-	1,227	-
交雑雌 B	1,945	1,832	1,836	1,625	-
C	-	1,826	-	-	-
交雑去 B	-	1,833	1,811	-	-
C	-	-	1,808	-	-
豚	-	-	697	617	497

[全国と畜概算頭数]
農水省統計部発表 (頭)

	5月13日	5月12日	(5月累計)
豚	65,100	64,400	461,500
成牛計	4,800	4,750	27,200
和牛雌	1,230	1,250	6,640
和牛去勢	1,410	1,370	7,170
乳牛雌	710	490	4,390
乳牛去勢	470	460	3,360
交雑雌	530	450	2,450
交雑去	450	730	3,190

[去勢牛 B3・2 規格 枝肉取引価格] 5月13日

	東京	大阪
1,609円(前日 1,609円)	1,740円(前日 1,751円)	

[豚・全農建値] 5月13日

上	中	取引頭数	市況
638円	615円	881頭	急伸

と畜 売買	牛 89頭	豚 94頭	牛概況	もちあい
	牛 135頭	豚 29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] 5月13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)	- (-)	6,022	-	もちあい
仙台 [中]	599 (581)	532 (520)	518	55	続伸
栃木 [地]	- (589)	- (563)	-	-	休市
茨城 [地]	632 (613)	606 (595)	1,448	577	続伸
群馬 [地]	652 (596)	580 (548)	2,174	308	急続伸
さいたま [中]	642 (614)	629 (602)	230	228	続伸
東京 [中]	656 (623)	620 (593)	812	932	急伸
横浜 [中]	618 (618)	597 (593)	660	660	もちあい
山梨 [地]	659 (-)	638 (-)	160	77	強もちあい
浜松 [地]	- (-)	- (-)	-	-	競り休止
名古屋 [中]	671 (660)	656 (625)	964	195	上伸
京都 [中]	706 (656)	674 (630)	110	104	もちあい
大阪 [中]	- (758)	697 (673)	94	27	-
神戸 [中]	735 (-)	728 (-)	-	139	-
岡山 [地]	665 (636)	642 (616)	253	299	強気配
広島 [中]	656 (650)	611 (603)	201	111	続伸
福岡 [中]	607 (605)	572 (575)	575	112	もちあい

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6日～5月12日
豚カット肉 [I] (1kg当たり円、税込み、重量kg)

◇首都圏 総重量 1,508,078 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	1,088	1,166	1,242	1,163	71,513
うで	756	789	834	794	128,897
ロース	1,059	1,128	1,240	1,134	140,033
ばら	1,116	1,176	1,242	1,182	155,802
もも	794	824	853	827	193,883
ヒレ	1,142	1,172	1,287	1,173	9,701
セット	964	1,044	1,070	1,034	808,249

◇近畿圏 総重量 668,395 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	1,156	1,274	1,344	1,268	48,723
うで	762	799	828	791	109,587
ロース	1,080	1,166	1,284	1,188	92,420
ばら	1,210	1,268	1,279	1,256	118,099
もも	756	799	842	798	159,193
ヒレ	1,160	1,242	1,325	1,238	9,666
セット	941	1,004	1,122	1,032	130,707

[食鳥正肉日経相場] 5月12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	773	847	1,019	186
ムネ	425	490	628	178

◇大阪 (2社)

	安値	加重平均	高値	販売量 (t)
モモ	777	846	1,030	3
ムネ	435	500	590	2

[農水省統計情報部食鳥市況] 5月12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	1,103	697	550	600	650
安値	798	455	290	360	350
平均	858	493	-	-	-

※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)

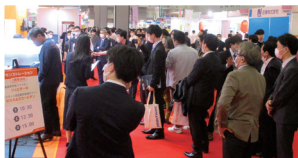
銘柄豚肉 ガイドブック

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、プランケット判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・食肉製品など総菜の製造・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)

昭和51年の初版から平成22年の新改訂版へと続く、定評のエンサイクロペディア。新訂正版は3,000語を採録。

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

※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。

■九州 〒812-0029 福岡市博多区古門戸町3-12

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