

令和8年  
2026年

2月12日  
木曜日

第11889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  
〒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



プリマハムの新社長に阿部邦明監査役……P2

- ▶ プリマハムの新社長に4月1日付で阿部邦明監査役が就任…… P2
- ▶ [組織変更・役員人事] ] プリマハム …… P2
- ▶ [人事異動] プリマハム (4月1日付) …… P3
- ▶ ベルギー産牛肉等の輸入停止解除—農水省 P3
- ▶ 丸大食品が2026年春季新商品発表会を開催(1) …… P4
- ▶ 米国3州で鳥フル、家禽肉等輸入一時停止 P4
- ▶ エスフーズ2026年春夏新商品、「こてっちゃん」に2品追加 …… P5

- ▶ 確かなクオリティー誇る豪州・NZ産ラムを提案—テンダープラスジャパン …… P6~7
- ▶ 滝沢ハムが26年3月期第三四半期決算を発表 P7
- ▶ 日本食鳥協会が13~15日、東京浅草でインバウンド向けイベント …… P7
- ▶ スターゼンG春夏新商品提案会①「ローマイヤ」をリブランディング …… P8~9
- ▶ [東京・大阪枝肉相場、全国と畜頭数]10日 …… P10
- ▶ [各地の豚枝肉、豚部分肉、食鳥相場]10日 …… P11

## 注目のヘッドライン

### プリマハムの新社長に4月1日付で阿部邦明監査役

プリマハムは10日、4月1日付で阿部邦明監査役が社長執行役員に就任すると発表した。千葉尚登社長は3月31日付で社長執行役員を退任する。

…詳細はP2

### 丸大食品が2026年春季新商品発表会を開催

…詳細はP4



～おいしさプラス やさしさプラス～

## テンダープラス ジャパン株式会社

■ 弊社取扱いオーストラリア・ニュージーランド産 ラム

TOKYO 03-5401-3431  
SAPPORO 011-788-3704  
NAGOYA 052-269-3431  
OSAKA 06-6535-7545  
FUKUOKA 092-433-5861

✉ info@tenderplus.co.jp

🌐 <https://www.tenderplus.co.jp/>



AU テンダープラス 熟成ラム



AU ホワイトピレネーラム



AU アンバサダーラム



AU スイフトラム



NZ シルバーファーン・ファームスラム

詳しいブランド紹介は記事内でご確認いただけます。

## プリマハムの新社長に4月1日付で阿部邦明監査役が就任

プリマハムは10日、4月1日付で阿部邦明監査役(写真)が社長執行役員に就任すると発表した。千葉尚登社長は3月31日付で社長執行役員を退任する。なお、6月下旬開催予定の第79回株主総会後の取締役会において、阿部氏は代表取締役社長に、千葉氏は取締役会長にそれぞれ選定され、就任する予定。同社では今回の異動について、持続的な成長とさらなる企業価値向上を図っていくためとしている。

阿部新社長は1991年、伊藤忠商事(株)入社。2011年に食品流通部門食品流通戦略室長を経て、16年には食品開発部長に就任。その後、同社リテール開

発部長、食料経営企画部長、執行役員食料経営企画部長、執行役員生鮮食品部門長などを歴任。23年6月にはプリマハムの監査役に就任。24年からは伊藤忠商事の上席執行理事生鮮食品部門長を務めてきた。



### 【組織変更・役員人事】プリマハム

[組織変更] 4月1日付 総合企画本部=事業会社管理部を廃止する▷サステナビリティ推進部を管理本部に移管する▷みらい事業推進部を新設する▷イノベーション推進部を廃止し、PNP推進部を新設する。

[役員等の異動] 3月31日付(辞任予定) (監査役) 阿部邦明▷6月下旬(新任予定) 監査役(伊藤忠商事(株)食料経営企画部長兼CP・CITIC戦略室) 上垣内義博

6月下旬(新任予定) 代表取締役社長(監査役) 阿部邦明▷取締役(社外) 西本強▷6月下旬(再任予定) 取締役会長 千葉尚登▷取締役 鯛健一▷取締役(社外) 井出雄三▷取締役(社外) 辻田淑乃

6月下旬(退任予定) 取締役(社外) 山下丈

4月1日付(昇格) 専務執行役員管理本部長(常務執行役員管理本部長) 中島聡▷専務執行役員総合企画本部長兼PRIMA Next Project Manager(常務執行役員総合企画本部長兼総合企画部長兼IT推進部長兼PRIMA Next Project Manager) 鯛健一▷常務執行役員開発本部長(執行役員開発本部長) 笹嶋恵子

4月1日付(新任) 社長執行役員(監査役) 阿部邦明▷執行役員(品質保証本部品質管理部長) 井元慎介▷執行役員(管理本部人事部長) 佐藤仁▷執

行役員(総合企画本部サステナビリティ推進部長) 岡元純児▷執行役員(管理本部経理部長) 渡部格

4月1日付(異動) 専務執行役員 総合企画本部長兼PRIMA Next Project Manager(常務執行役員総合企画本部長兼総合企画部長兼IT推進部長兼PRIMA Next Project Manager) 鯛健一▷執行役員総合企画本部特命担当/PNP(執行役員管理本部特命担当/経理) 古賀慎一▷執行役員マーケティング本部長(執行役員営業本部東日本支社長) 寺村博之▷執行役員マーケティング本部分掌(執行役員マーケティング本部長) 片桐修二▷執行役員営業本部付外向プリマハムミートファクトリー(株)社長就任予定(執行役員総合企画本部特命担当/サステナビリティ推進) 松本昭雄▷執行役員品質保証本部長(品質保証本部品質管理部長) 井元慎介▷執行役員管理本部人事部長(管理本部人事部長) 佐藤仁▷執行役員管理本部サステナビリティ推進部長(総合企画本部サステナビリティ推進部長) 岡元純児▷執行役員管理本部経理部長(管理本部経理部長) 渡部格

3月31日付(退任) (社長執行役員) 千葉尚登(専務執行役員管理本部分掌) 内山高弘▷(執行役員品質保証本部長) 工藤達哉▷(執行役員食肉事業本部食肉商品事業部長) 泉雅之。

なお、工藤氏はプライムデリカ(株)常勤監査役、泉氏はタッキーフーズ(株)社長に就任予定。

## 【人事異動】 プリマハム (4月1日付)

食肉事業本部食肉商品事業部長(食肉事業本部食肉営業事業部関西販売部長) 奥崎善行▷食肉事業本部食肉営業事業部広域量販部長(食肉事業本部食肉商品事業部ビーフ部ビーフ第二課長) 藤後光宏▷食肉事業本部食肉営業事業部中部販売部長(食肉事業本部食肉営業事業部中部販売部第一課長) 成岡綾▷食肉事業本部食肉営業事業部関西販売部長(食肉事業本部食肉営業事業部中部販売部長) 中田晃一▷営業本部東日本支社長(マーケティング本部本部長代理兼マーケティング部長) 當村剛▷営業本部東日本支社広域量販第一部長(営業本部東日本支社広域量販第一部第一課長) 糸井仁志▷営業本部東日本支社関東支店長(営業本部東日本支社関東支店西東京営業所長兼神奈川営業所長) 早田光宏▷営業本部西日本支社中部支店長(営業本部西日本支社中部支店量販第二課長) 池田肇▷営業本部フードサービス事業部CVS第二部部長代理(営業本部フードサービス事業部外食第二部部長代理) 玉本健治▷生産本部茨城工場製造一部長(生産本部茨城工場製造二部部長代理) 泉田淳▷生産本部茨城工場管理部長兼製造二部部長代理(生産本部茨城工場管理部長) 葛西仁▷生産本部茨城工場品質管理部長(品質保証本部品質管理部品質管理二課長) 下山雅也▷生産本部製造・技術部部長代理(生産本部製造・技術部開発機械二課長・三重工場駐在) 青木健▷マーケティング本部マーケティング部長(営業本部西日本支社中部支店長) 安部健一▷開発本部長付・スペシャリスト職(開発本部基礎研究所長) 丹治宏之▷開発本部長付・スペシャリスト職(開発本部商品開発部長) 西山彰▷開発本部基礎研究所長(開発本部基礎研究所所長代理) 岩元正樹▷開発本部商品開発部長(開発本部商品開発部部長代理) 池本雅司▷品質保証本部品質管理部長

(生産本部茨城工場品質管理部長) 山口健一郎▷総合企画本部みらい事業創造部長(総合企画本部事業会社管理部・スペシャリスト職) 宇田創▷総合企画本部IT推進部長(総合企画本部イノベーション推進部長) 小林秀文▷総合企画本部PNP推進部長(総合企画本部イノベーション推進部SCMチーム長兼PRIMA Next Project) 石原智也▷監査部部長代理(監査部監査課長) 坂本想士▷総合企画本部総合企画部長(食肉事業本部付外向太平洋ブリーディング(株)社長) 葛山元一▷食肉事業本部付外向(有)かみふらの牧場社長就任予定(食肉事業本部付外向ティーエムジーインターナショナル(株)社長) 佐々木智雄▷食肉事業本部付外向関東プリマミート販売(株)社長就任予定(食肉事業本部食肉営業事業部広域量販部長) 番匠俊夫▷営業本部付外向北海道プリマハム(株)常務取締役就任予定(営業本部付外向(株)エッセンハウス社長) 中瀬善一▷営業本部付外向プリマハムミートファクトリー(株)常務取締役就任予定(営業本部東日本支社広域量販第一部長) 土橋昭彦▷営業本部付外向(株)エッセンハウス社長就任予定(営業本部東日本支社長関東支店長) 鈴木健吾▷生産本部付外向プリマ食品(株)社長就任予定(生産本部茨城工場製造一部長) 永井潤一▷生産本部付外向PRIMAHAM・THAILANDCo.,Ltd社長就任予定兼PRIMAHAM FOODS・THAILANDCo.,Ltd社長(生産本部付外向▷PRIMAHAM FOODS・THAILANDCo.,Ltd社長) 岩下稔▷総合企画本部付外向ティーエムジーインターナショナル(株)社長就任予定(総合企画本部事業会社管理部長) 浦濱政人▷人事部付外向プリマハム企業年金基金常務理事就任予定兼プリマハム健康保険組合常務理事就任予定(食肉事業本部食肉商品事業部国産ポーク部国産ポーク第二課長) 中川篤

## ベルギー産牛肉等の輸入停止解除ー農水省

農水省は10日、ベルギー産牛肉等の輸入停止解除についてベルギー政府当局と合意したと発表した。なお、輸入条件は、輸入が認められない部位の

範囲は、全月齢の扁桃及び回腸(盲腸との接続部分から2mの部分に限る。)ならびに30カ月齢超の頭部(舌、頬肉、皮及び扁桃を除く)、脊髄及び脊柱。

## 丸大食品が2026年春季新商品発表会を開催(1)

丸大食品は6日、大阪市の関西営業部で2026年春季新商品発表会を開催した。会見には池田知功取締役ハムソー事業部長(写真)、山本悟司ハムソーマーケティング部長、能勢誠調理加工マーケティング部長らが出席した。

冒頭、池田取締役は次のようにあいさつした。

国内経済は株高や賃金の上昇を背景に緩やかな回復基調にある。一方で物価高の影響がなお続いており、消費マインドの本格的な回復にはまだ時間を要するのではないかと認識している。国際情勢も米国、ロシア、中国をはじめとする大国の動向、家畜疾病や地球温暖化などの影響も相まって、サプライチェーンおよび調達環境への警戒が必要な状況だ。当業界では世界的な食肉需要の増加を背景に、輸入食肉の相場高が続き、昨年末にはスペイン産豚肉での疾病の発生とその代替手配に伴うベリ価格の上昇、その他にはブラジル産鶏モモ肉の相場急騰などが国内市場にも影響している。加工食品のカテゴリーでは、原材料高に加え、為替の変動や物流費、人件費なども上昇しており、収益も圧迫されている。また、消費者の節約志向も高まる中、厳しい事業環境が続いている。このような状況ではあるが、丸大食品グループは「食を通じて人と社会に貢献する企業」として食の新しい価値創造に向けた取り組みを推進していく。

昨年秋から年末までの取り組みを紹介すると、燻製屋ウイナーで映画「おいしい給食」とのコラボレーションを実施し、主演の市原隼人さんにもCMに出演いただき、映画の公開に合わせて売り場展開したが、多くのお客さまから支持をいただいた。また前年に続いて東京都渋谷区でスンドゥブの無料試食イベントを開催。若年層にもスンドゥブを食べていただくため認知拡大を図ったが、終了時間前に予定数を



提供し切るなど、今回も大変好評だった。

本日から開幕するミラノ・コルティナ冬季オリンピックに関連し、当社グループでは公益財団法人アイスホッケー連盟、一般社団法人日本車いすカーリング



協会とオフィシャルパートナー契約を締結した。さらに、日本代表選手団TEAM JAPANのオフィシャルサポーターとしてライセンス商品を活用した売り場づくりなど、応援施策を実施し、日本中に夢と感動を届けられるよう努めていく。そしてこの春からは6月開幕のサッカーワールドカップ日本代表を応援するライセンス商品を展開する。こうしたスポーツイベントを積極的に活用し、売り場を盛り上げて消費者の購買意欲を喚起していきたいと考えている。

当社では1月から全国各地の営業部で春季商品説明会および商談会を実施している。2026年の商品開発テーマを「毎日の食卓に美味しいエールを!」と掲げ、①製法・素材②時短・簡便③健康・SDGsという三つの視点から、それぞれのニーズに合わせた商品開発を進め、ライフスタイルの変化に対応した新しい食生活を提案していく。(連載続く)

## 米国3州で鳥フル、家禽肉等輸入一時停止

農水省動物検疫所は10日、米国の家禽飼養施設で高病原性鳥インフルエンザの発生が確認されたことから、次の地域から輸出される生きた家禽、家禽肉等の輸入を一時停止したと発表した。

カンザス州プラット郡、ハスケル郡(輸入停止措置日=1月14日)▷メイン州ヨーク郡(2月6日)▷ケンタッキー州ローレンス郡、クリントン郡(2025年12月25日)

## エスフーズ 2026年春夏新商品、「こてっちゃん」に2品追加

エスフーズはこのほど、2026年春夏新商品・リニューアル商品を発表した。

定番の「こてっちゃん」シリーズでは、新商品として「東京焼肉 平城苑」が監修した「旨辛牛ホルモン焼用」と「旨塩牛ホルモン焼用」の2商品を展開。前者は肉のおいしさを引き出すよう塩味を抑えて、タレの味わいを強調。後者はうまみ調味料を使用せず、素材のうまみと風味を生かし、ホルモンに合う塩味に仕上げた。高級焼き肉店として人気の平城苑の監修で、より本格的な焼き肉風の味わいを追求した逸品となっている。

その他、10年ぶりの復活商品として「こてっちゃん」の「野菜炒め用」を発売。定番の「コク味噌味」がみそベースであるのに対し、野菜に合うしょうゆ味がベース。「濃厚しょうゆ」を使用しており、うまみが強いことから野菜と炒めても味が薄くなりなく、コクのある野菜炒めに仕上がる。

また、東海地区限定で、みそ煮込みうどん知られる名古屋市の飲食店・山本屋総本家監修の「こてっちゃん八丁味噌味」を販売する。2025年に創業100周年を迎えた山本屋総本家とのコラボレーション商品となっている。

「おうち外食」を提案する「こてっちゃん牛ホルモン炒め」シリーズでは、昨年、物価高の中、手が届きやすいキャベツやもやしとの食べ合わせの良さのアプローチした「牛ホルモンとキャベツのコク味噌炒め」と「牛ホルモンともやしのんにんにく塩炒め」が、値頃感もあって好評を博した。

これを受けて、両商品に加えて「牛ホルモンとたまねぎのプルコギ風コク旨醤油炒め」を新商品として発売。なし果汁の甘みとごま油の風味があり、プルコギ風の甘さがあるしょうゆ焼き肉ダレ味となっている。

ヒットした商品がみそ味、塩味だったことから、今回、しょうゆ味を3種類目のラインアップとして拡充したもの。韓国料理ブームを背景としたプルコギ風の味付けもポイントとなっている。また、それぞれ、麺を加えた食べ方もパッケージで提案し、料理用途の広さをアピールしている。

「おうち外食」では、他にも「めっちゃうま国産牛ホルモン」シリーズを新展開する。小腸を活用した「国



産牛白ホルモン(焼肉・鍋用)」、ミックスホルモンの「国産牛ミックスホルモン(焼肉・鍋用)」と、みそダレで仕込んだ小腸の「国産牛白ホルモン(味噌味)」を発売。すでに展開している輸入牛とはまた異なる国産牛ならではのおいしさが魅力となっている。

同じく「おうち外食」の「味わい工房」では、定番のハラミやカルビ以外に今回「牛肩ロース焼肉用」をラインアップ。「たれ仕込みシリーズ」では、これまで展開していたもみダレ関連商品を集約し、異なっていたシールデザインも統一して展開。さらに「牛ミノ焼肉用」「角切り豚トロ焼肉用」を新たに品ぞろえし、ラインアップの幅を広げた。

野菜も同梱しており、フライパンで炒めるだけの簡便商品として展開している「楽らくつく」シリーズには、「豚バラジャーマンポテト風炒め用」を新商品に加えた。2種類のんにんにくにバター風味を効かせて香ばしく仕上げている。

その他、加熱レバー製品シリーズでは、今回、シールデザインを変更。「おいしく鉄活」をテーマに「鉄分を積極的に取ろう」というシールでのアプローチで、レバーの健康需要を引き出す狙いだ。

また、北海道にある焼きとん専門店「焼きとんひだか」監修の「北海道産味付け豚レバー」を新発売。同社の北海道産ブランド豚肉「ゆめの大地」を活用した商品となっている。

同社の定番商品である「お手軽スタミナ食堂煮込み」シリーズでは、昨年11月に「じっくり仕込んだ牛すじ煮込み」がジャパン・フード・セレクションでグランプリを受賞。パッケージに受賞をあしらったメダルデザインを挿入し、アピールしている。

## 確かなクオリティー誇る豪州・NZ産ラムを提案ーテンドープラスジャパン

テンドープラスジャパン(株)は、豪州の食肉加工会社、トップカット社の日本法人として、1995年から日本で事業を行っている。豪州の自社工場で製造されている自社ブランドのみならず、こだわりの豪州・ニュージーランド(NZ)産のラム肉ブランドを取り扱っている。同社が展開するラム肉のブランドは、徹底した品質管理の下で生産されており、多様化するニーズに応える確かなクオリティーを誇る。主要ブランドの特徴は次の通り。

### [Tender Plus テンドープラス]

～海を超えて産地直送 熟成ラム～



産地:豪州

テンドープラスブランドのラムは、肉用種のドーセット種を主とした掛け合わせで、栄養価の高い牧草を中心とした餌、契約農家による肥育管理、季節に応じた集荷地域の選定など、ブランドに恥じない品質を保っている。

ゴールドコースト工場生産している冷凍ラムは、単なる冷凍商品ではなく、「熟成ラム」というこだわりを持った商品。枝肉のままチラーで約5日間のドライエイジングをすることで、うまみ成分が増え、食感も軟らかく仕上がる。

保管も簡便で、解凍後のドリップも比較的少なく、きちんと解凍して調理すれば、チルドに近い肉質が得られる。また、使いやすいポーションカットや個食パック規格の生産も可能のため、高い人気を誇るブランド。

枝肉重量は20～26kgに選定し、年間を通じ安定して良い品質のラムとなっており、大型食肉処理工場とは違い、自社工場ではエンドユーザーに合う細かい規格も多数用意している。

### [White Pyrenees ホワイトピレネー]

～ビクトリア州が誇る最高品質のラム～

産地:豪州

豪州・ビクトリア州中央西部のピレネーエリア周辺(「ビクトリア州の自然の庭園」と称される場所)で生産されている高品質なラム肉ブランド。自然豊かな

環境で育ち、メリノ種の雌羊とボーダー・レスター種の雄羊をベースにサフォーク種やポールドーセット種などを掛け合わせたセカンドクロスラム



(三元交配)のため、軟らかく、風味豊かな肉質に仕上がっている。最小限の下処理で歩留まり良好・すぐに調理可能な優れた規格の商品を提案している。

100%天然牧草育ち。クローバー、ルーサン、ライグラスを中心とした自然の牧草のみで飼育。補助飼料も自然由来(ナチュラルに育てられたルピナス、大麦、オーツ)を使用している。高品質の血統のポールドーセット種を掛け合わせた「セカンドクロス」のプライムラムは平均枝肉重量26kg。きめ細かなサシと大きなアイマッスルが特徴だ。

成長促進ホルモン不使用(HGP Free)、GMO(遺伝子組み換えの餌)不使用など、安心感と環境保護にも注力している。

### [Ambassador アンバサダー]

～最高品質のラムを伝える大使として～

産地:豪州

アンバサダーラムは、1989年に創業したAustralian Lamb Companyの創業以来の歴史あるメインブランドだ。

年間を通して豊かな生育環境のあるビクトリア州で生産。専任の購買・品質管理チームが厳選した子羊から生産され、世界でも最高級と評価されている。

フリーレンジ(放し飼い)で、人工添加物を一切使用していないため、自然な赤身と軟らかさ、おいしくマイルドな味わい。

一貫した信頼できる品質と肉用種主体の安定した枝重を持ち、世界の高級レストランや高級小売店から品質についての高い評価を得ている。

### [Swift スイフト]

～信頼を繋ぐ、一貫した品質を提供～

産地:豪州



世界最大の食肉加工会社JBS社の「高品質で安定したオーストラリア



産ラム」の代表格で、生産量も多く、供給も安定したメジャーブランドとなっている。

主に豪州南部で生産。この地域は降雨量が多く、栄養豊富な牧草が育つため、質の高い羊が育つ絶好の環境。

「Delicious, Every Time (いつでもおいしい)」を掲げており、個体による味のバラツキが少なく、安定したクオリティーで、クセが少なく、上品な風味が特徴のラム。肉質は非常に軟らかく、脂の乗りも適度にあり、食べやすい仕上がりとなっている。

[Silver Fern Farms シルバーファーン・ファームス]  
～NZの大自然が育む、最高級グラスフェッドラム～  
産地：NZ

農家が丹精込めて育てた牧草畑で完全放牧され、イネ科のライグラスやマメ科のクローバー



を中心に、栄養価の高い牧草を食べて育っている。

放牧による牧草飼育、牧草への遺伝子組み換えなし、給餌への抗生物質不使用、成長ホルモン剤不使用など安全・安心にも考慮しているNZ産ラム肉の代表的なブランド。

ホルモン剤や抗生物質を使わず、完全放牧のストレスフリーな環境で育ったラムは甘味のある軟らかな肉質(治療のため与えた場合は、休薬期間をとる)で、アニマルウエルフェアの実施、ハラール認証も取得している。

さらに、ミネラルたっぷりの牧草地で育ったパステルチャーフェッドラムは、美容と健康に欠かせない栄養素が豊富に含まれている。

## 滝沢ハムが26年3月期第3四半期決算を発表

滝沢ハムは10日、2026年3月期第3四半期決算を発表した。それによると、売上高は206億1600万円(前年同期比5・5%減)となった。営業損失は、1億4600万円(前年同期は営業損失2億300万円)、経常損失は1億1800万円(経常損失1億7200万円)、親会社株主に帰属する四半期純利益は6400万円(親会社株主に帰属する四半期純損失2億5800万円)。販売数量の減少や輸入牛肉等原材料価格の上昇により経費削減に務め、減収増益となった。

セグメント別にみると、食肉加工品部門はハム・ソーセージなどの販売数量が減少し、売上高は80億6400万円(6・5%減)。総菜その他加工品部門はCVS向け総菜品などの売り上げが減少し、売上高は39億4900万円(2・1%減)。食肉部門は国産と輸入の牛肉が増加したが、国産と輸入の豚肉の減少の影響が大きく、売上高は85億2700万円(6・1%減)。その他部門は外食部門などの売上高が7400万円(3・0%増)となった。

## 日本食鳥協会が13～15日、東京浅草でインバウンド向けイベント

一般社団法人日本食鳥協会(佐藤実会長)は2月13～15日、東京都台東区浅草の飲食店「角四」で、地鶏と日本酒・焼酎をセットで味わう、日本の食文化を丸ごと楽しめる「和の体験型コンテンツ」として堪能できるイベントを開催する。

地鶏3ブランド(比内地鶏、名古屋コーチン、青森シャモロック)を使用した「鶏すき」を大鍋で調理し、インバウンド外国人向けに無料提供を行い、「#JIDORI」「#TORISUKI」などのハッシュタグを用いたSNS拡散による海外向け認知獲得を狙う。

## スターゼン G 春夏新商品提案会① 「ローマイヤ」をリブランディング

スターゼングループが開催した2026年春夏新商品提案会において、鈴木雄太営業本部営業統括部販売推進部販売管理グループリーダー(上写真)が春夏新商品のハム・ソーセージ、加工食品の概要について、次の通り説明した。

【25年度の振り返り】25年度は、共働き世帯をターゲットとした「デリバーク」の発売、物価高騰対策としての新しい価値訴求として、ローストポークの食べ方提案、また“モノ”だけでなく“コト”の提案として「酒味時間」などの取り組みを実施。それらに加えて取引先の課題解決のための個別提案や業務用商品の販売を強化し、第3四半期までの加工食品群の実績は昨年を上回る売上推移となっている。

【26年度の取り組み】「新中期経営計画2030」初年度であり、計画達成に向けて、26年度の加工食品の大きなテーマとして①「新たな価値の創造」②「生産・供給・販売体制の再整備」③「社会課題への対応」を推進。①では、近年のキーワードである「時短・簡便」は今後も揺るぎないニーズがあると捉えている。その中に五感や情緒に訴えるといった消費者ニーズに加え、プラスアルファの価値を掛け合わせ、商品開発やマーケティング活動を進めていきたい。②では、原材料高騰、生産コスト、物流費増加など、さまざまな課題がある中、食のニーズが多様化。スピード感を持った対応が求められている。そのような環境下で全国の販売拠点や生産ライン、SKUの見直し、供給・販売拠点の再整備を進めており、加工食品事業の拡大に向けた最適なサプライチェーン構築を目指している。③では、食ニーズが多様化する中、生活者の行動様式やマクロ環境も大きく変化。そうした課題について、自社の取り組みはもちろん、多くの企業とタッグを組んで解決に向けて取り組む。

【ローマイヤ】創業者であるアウグスト・ローマイヤが日本で初めてロースハムを製造してから100年以上が経過。歴史と伝統があり、多くのお客さまに愛され続けてきた「ローマイヤ」だが、生活者のニーズに合った提供価値、商品やサービスを届けているか、改めて振り返った。次の100年に向けて、お客さまに愛され続けるブランドを目指し、2年前からリブランディングプロジェクトを進め、今春からリニューアルした

ローマイヤブランドを展開。“こころが笑顔になるシン洋食体験”というブランドビジョンを掲げる。「笑顔」という言葉は人々の「楽しみ・喜び・豊かさ」を表す。お客様の気持ち(こころ)がローマイヤの“シン洋食体験”を通じて楽しくなる、うれしくなる、豊かになるといった思いが込められている。



これまで多数あった傘下ブランドもフラッグシップラインの「銀座ローマイヤ」、シグネチャーラインの「ローマイヤクラシック」(旧黒ラベル)、トライアルラインの「ローマイヤハウス」(売店・ギフト)の3ブランドに集約し、消費者が分かりやすく認識できるようにロゴやライン戦略も整えた。

各コンセプトについては、「銀座ローマイヤ」は、特別感を気軽にスタイリッシュな洋食で食シーンを彩る。「ローマイヤクラシック」は、日常の食卓を彩り幸せな時間をつくる伝統のハム・ソーセージ。「ローマイヤハウス」は、伝統のおいしさをもっと身近に、いつもの食事を特別に彩る。ロゴについては、「銀座ローマイヤ」は現行の深い赤を踏襲しながら金色で銀座の名称に合う高級感を表す。「ローマイヤクラシック」は、ローマイヤのハム・ソーセージのロゴとして定着している形状、配色を継承しつつ、新たなブランド名の“クラシック”が目立つような配色・配置にし、伝統を表現。「ローマイヤハウス」は、ギフトの取り組みである「J-ローマイヤ」と直営店で販売している「ローマイヤハウス」を統合。食卓に並ぶ大皿をイメージしたデザインと、安心感をイメージさせる緑色を使用した。

今後の販売戦略については、「銀座ローマイヤ」は年末年始に非常に好評をいただいているおせち・オードブルにさらに注力する。特にオードブルについては、通年販売の準備を進めている。「ローマイヤクラシック」は、首都圏の販売が中心となっているが、全国に販売拠点があるのでその機能を生かし、

全国のスーパーへの提案、販促活動を強化。「ローマイヤハウス」は、直営店に加え、EC通販や通年ギフトのラインアップ強化を図る。

「銀座ローマイヤ ローストポークブロック」は、ハレの日はもちろん、毎日の主菜としても提案。低温調理によるしっとりとした食感なので、サラダとの相性もよく、幅広いシーンで楽しめる。既存の「ローストビーフブロック」はパッケージをリニューアル。クリスマスシーズン中心に多くの注文をいただいております、シリーズ展開を図る。

「銀座ローマイヤ」の洋食パックシリーズは、時間のない中でもちょっとしたぜいたくをといたニーズに合わせ、レンジで簡単に本格的な洋食を楽しめる人気シリーズをリニューアルした。「ハンバーグ デミグラスソース」は、箸でも切れる、ほぐれる食感の軟らかいハンバーグ。ソースにもこだわり、深みのある本格的な味わいにした。ご飯に合うよう、隠し味にしょうゆを使用。「ロールキャベツ トマトソース」は、食べ応えのある大きなサイズに変更。またベーコン巻きに変更し、トマトソースとベーコンの相性の良さを楽しめる。秋以降も新フレーバー展開などを進めたい。

「ローマイヤクラシック」では「ジャーマンヴルスト」(上写真)「ヴァイスヴルスト」の2品について、本場ドイツのソーセージを味わえるよう、食べ応えある形状にリニューアル。天然豚腸を使用し、原料肉には国産豚肉を使用している。

ローマイヤブランド全体の取り組みについては、2月18日から開催される「スーパーマーケット・トレードショー2026」で展示・提案を行う。また、直営店やレストランにおいてイベント企画を数多く考えており、ローマイヤブランドを多くの方に知っていただき、“こころが笑顔になるシン洋食体験”実現を目指す。

【スターゼンブランド】食ニーズの多様化に対応した商品が求められている中、それに対する商品提案を行い、計66SKUの新商品を投入。消費者のさまざまなニーズや取引先の課題解決へ向けた対応など、26年度も積極的に取り組む。「ローストビーフ焼肉風」は、暑くて火を使いたくない、後片付けが大変といった家



庭調理の困りごとに対して、スターゼンの強みである特定加熱のローストビーフを焼き肉風にアレンジ。コンセプトは、“ご飯が欲しくなる!そのまま食べる冷製YAKINIKU風”。焼く必要がないため、匂いや煙が出ず、家庭で手軽に焼き肉を楽しめる。

当社で人気の「骨付きソーセージ」について、消費者ニーズや評価されているポイントを分析し、新たに「焼いておいしいハムステーキ」を発売。赤身がおいしい国産豚のロースを使用した「ロースハム」と、脂身にうまみがあるバラを使用した「ベリーハム」の2品を発売。BBQや焼き肉に加え、家庭の主菜としても提案していきたい。

「楽しくおつまみ」は、TOPPAN(株)の環境配慮型容器を使用して開発。レンジで温めると真下の紙部分が皿になり、そのまま即食可能。洗い物の手間などがいらず、紙なのでプラスチック削減にもつながる。

【販促計画】昨年4月に「デリバーク」を発売後、現在多くの企業で販売していただいている。26年度は、1人でも多くの方に手に取っていただくためのきっかけづくりとして、増量キャンペーンを予定する。

【酒味時間】25年度は主に社内のインターナル活動として取り組んできた。商談のきっかけやお客さまと共同で売り場づくりを考えるなど、非常に効果があった。26年度も活動を継続しつつ、グループ全社員参加型企画として、「酒味時間」のコンセプトに合った商品開発を募集。具現化する取り組みを実施する。また、消費者のタッチポイントを増やすため、ブランドサイトの立ち上げやイベント開催も検討していく。(連載終わり)



# 東京・大阪枝肉相場、全国と畜頭数

[東京食肉卸売市場] 2月10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	3,170	2,717	2,176	-	-	
		安値	2,118	1,952	1,726	-	-	
		平均	2,529	2,330	2,029	-	-	
	80頭	頭数	55	21	4	-	-	
		雌 B	高値	-	-	-	-	-
			安値	-	-	-	-	-
	平均		-	-	-	-	-	
	-頭	頭数	-	-	-	-	-	
		去 A	高値	3,241	2,418	2,267	1,947	-
			安値	2,204	2,066	2,000	1,890	-
	平均		2,469	2,323	2,167	1,919	-	
	189頭	頭数	133	40	14	2	-	
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	-	-	-	-		
-頭	去 C -頭	平均	-	-	-	-		
	交雑牛	雌 B	平均	1,633	1,592	1,577	1,488	
		24頭	頭数	1	4	15	4	
雌 C		平均	-	1,492	1,429	1,430		
6頭	頭数	-	2	2	2			
去 B	平均	-	1,813	1,653	1,566	-		
	11頭	頭数	-	2	6	3		
	去 C	平均	-	-	-	-		
-頭	頭数	-	-	-	-			

	牛	豚	搬入牛	搬入豚		その他
と畜	315	866	-	(競り)	(相対)	
売買	393	894	88.0	-	-	69

◇牛搬入		5	4	3	2	1
和 雌	A	2,395	1,976	1,662	1,563	-
	B	-	1,912	1,589	1,482	1,261
和 去	A	2,585	2,281	-	-	-
	B	-	-	-	-	-
乳 雌	B	-	-	-	1,184	1,037
	C	-	-	-	1,042	1,033
乳 去	B	-	-	-	-	-
	C	-	-	-	-	-
交 雌	B	-	-	-	-	-
	C	-	-	-	-	-
交 去	B	-	-	-	-	-
	C	-	-	-	-	-

◇豚		[極上]	[上]	[中]	[並]	[等外]
生体	高値	650	820	847	648	544
	安値	606	562	517	410	378
	平均	622	605	567	524	438
	頭数	( 5)	( 289)	( 324)	( 218)	( 58)
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] 2月10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	2,432	2,204	2,028	-	-
(頭数)	( 13)	( 10)	( 1)	( -)	( -)
B	-	1,999	-	-	-
(頭数)	( -)	( 1)	( -)	( -)	( 1)
和 去 A	2,448	2,222	-	-	-
(頭数)	( 6)	( 2)	( -)	( -)	( -)
B	-	-	-	-	-
(頭数)	( -)	( -)	( -)	( -)	( -)
乳 去 B	-	-	-	-	-
交雑雌 B	1,814	1,800	-	-	-
C	-	-	-	-	-
交雑去 B	-	1,728	1,574	-	-
C	-	-	-	-	-
豚	-	-	-	-	-

[全国と畜概算頭数]  
農水省統計部発表 (頭)

	2月10日	2月9日	(2月累計)
豚	72,200	68,800	474,800
成牛計	4,510	4,220	30,170
和牛雌	1,070	1,040	7,330
和牛去勢	1,180	1,230	7,910
乳牛雌	760	390	4,580
乳牛去勢	450	650	3,110
交雑雌	480	490	3,670
交雑去	570	420	3,570

[去勢牛 B3・2 規格 枝肉取引価格] 2月10日

東京	1,608円	(前日 1,517円)
大阪	1,573円	(前日 1,549円)

[豚・全農建値] 2月10日

上	中	取引頭数	市況
590円	561円	1,270頭	強もちあい

と畜	牛	豚	牛概況	もちあい
売買	100頭	171頭	豚概況	-
	54頭	-頭		

# 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10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]	572 ( 572 )	- ( - )	6,245	-	もちあい
仙台 [中]	539 ( 542 )	488 ( 478 )	472	55	続落
宇都宮 [地]	- ( 591 )	- ( 502 )	1,601	18	-
茨城 [地]	567 ( 586 )	541 ( 563 )	1,449	701	下押し
群馬 [地]	568 ( 575 )	522 ( 484 )	2,619	500	続落
さいたま [中]	577 ( 556 )	547 ( 534 )	362	366	反発
東京 [中]	605 ( 577 )	567 ( 558 )	866	894	急伸
横浜 [中]	589 ( 622 )	569 ( 590 )	592	659	反落
山梨 [地]	704 ( - )	671 ( - )	145	77	上伸
浜松 [地]	- ( - )	- ( - )	-	-	競り休止
名古屋 [中]	623 ( 623 )	600 ( 604 )	954	173	もちあい
京都 [中]	617 ( 611 )	605 ( 584 )	66	97	もちあい
大阪 [中]	- ( 738 )	- ( 647 )	171	-	-
神戸 [中]	631 ( - )	623 ( - )	85	119	-
岡山 [地]	624 ( 599 )	601 ( 591 )	396	335	強気配
広島 [中]	664 ( 603 )	609 ( 584 )	378	76	急騰
福岡 [中]	631 ( 696 )	609 ( 650 )	589	142	急落

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] 2月3日～2月9日  
豚カット肉 [I] (1kg当たり円、税込み、重量kg)

◇首都圏 総重量 1,715,862 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	1,123	1,209	1,243	1,202	61,815
うで	702	735	778	738	125,204
ロース	1,036	1,107	1,162	1,104	136,865
ばら	1,177	1,230	1,273	1,225	165,882
もも	710	762	788	752	227,250
ヒレ	1,027	1,055	1,209	1,089	14,701
セット	878	1,004	1,103	1,004	984,145

◇近畿圏 総重量 841,556 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	1,109	1,296	1,366	1,257	73,574
うで	680	713	765	717	132,456
ロース	1,080	1,151	1,199	1,148	116,270
ばら	1,133	1,251	1,314	1,228	163,526
もも	692	719	786	719	186,162
ヒレ	1,085	1,186	1,210	1,167	13,973
セット	896	983	1,086	998	155,595

[食鳥正肉日経相場] 2月9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	738	843	1,024	190
ムネ	470	526	670	178

◇大阪 (3社)

	安値	加重平均	高値	販売量 (t)
モモ	761	825	1,050	4
ムネ	473	533	610	2

[農水省統計情報部食鳥市況] 2月9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	1,092	736	550	600	650
安値	700	500	290	360	350
平均	848	541	-	-	-

※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 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  
■東京 〒101-0021 東京都千代田区外神田2-14-10  
■九州 〒812-0029 福岡市博多区古門戸町3-12

TEL 06(6538)5505 FAX 06(6538)5510  
TEL 03(6206)0929 FAX 03(6206)0928  
TEL 092(271)7816 FAX 092(291)2995

## 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