

令和8年  
2026年

5月15日  
金曜日

第11949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



CONTENTS

▶ 食肉加工メーカー トップインタビュー プリマハム 新川裕二専務執行役員営業本部長 …… P2

▶ 加工品・食肉共に大幅増益 一丸大食品の2026年3月期決算 …… P3

▶ スターゼン決算は売上高4482億円で前期比2・8%増 経常利益は3・4%増 売上高ならびに経常利益は過去最高 …… P4~5

▶ 新商品「MIRAI」が順調 福留ハムの26年3月期決算 …… P5

▶ 名古屋食肉三水会がセミナー、食肉専門店・量販店の販売動向をきく …… P5

▶ 脇田常務「加工事業はトップライン拡大に注力」 日本ハム決算会見③ …… P6

▶ プリマハム決算会見③、26年度はプライムデリカのV字回復図る …… P7

▶ [輸入牛現物相場] GW明け以降もバラ、カタに引き合い …… P8

▶ [ブロイラー市中現物相場] 国産生鮮モモGW明けも高値 …… P8

▶ [資料] 2026年3月分の食肉輸入通関実績① …… P9

▶ [東京・大阪枝肉相場、全国と畜頭数] 14日 …… P10

▶ [各地の豚枝肉、豚部分肉、食鳥相場] 14日 …… P11

## 注目のヘッドライン

### 食肉加工メーカー トップインタビュー プリマハム 新川裕二専務執行役員営業 本部長

—「香薫」の飛躍図る、総菜や外食部門を強化 ……詳細はP2

### 加工品・食肉共に大幅増益 一丸大食品の 2026年3月期決算

……詳細はP3

りんご和牛  
**信州牛**  
登録商標 第1394040号

**信州プレミアム牛肉**  
登録商標 第5282895号 第5282894号

信州牛生産販売協議会

国産牛豚内臓肉、チルドビーフ、チルドポーク卸売

健康と食生活を演出する  
**ビセラル株式会社**

〒123-0865 東京都足立区新田 2-8-12  
営業一課 / ☎ (03) 3919-2929 FAX (03) 3919-2930  
総務 / ☎ (03) 3919-2980 FAX (03) 3919-2941

<http://www.visceral.co.jp>

## 食肉加工メーカートップインタビュー プリマハム 新川裕二専務執行役員営業本部長

### 「香薫」の飛躍図る、総菜や外食部門を強化

—2025年度の概況は。

さまざまな情勢を踏まえ、4月に7回目となる価格改定を実施しました。メーカーとして、しっかりした商品を安定的に供給し、顧客の売上アップに貢献するため、値上げと合わせて、新商品のブラッシュアップや販促強化、新たな販促施策などを進めてきました。

結果として、25年度の販売数量は前年を上回る見込みです。お客さまの新たなニーズを一つずつ積み上げていくことが、成果につながったと捉えています。今後も市場と向き合った商品開発、お客さまに受け入れられる販促を継続します。

加工食品セグメントの第3四半期決算は増収減益で、ベンダー事業の収益が厳しいことが影響しました。一方で、ベンダー事業を除くと増収増益を確保しています。

—26年度の方針は。

主力商品の「香薫®あらびきポーク」については、今年3月まで46カ月連続で前年同月を上回って推移。今年度はさらなる飛躍に向けて、数量、金額共に国内市場でナンバー1を目指すため、5月9日「香薫の日」に合わせ、例年以上にブラッシュアップしたキャンペーンを展開します。

—商品開発の方向性については。

切り口としては、顧客ニーズの二極化への対応です。今春から新たに「ジョンソンヴィルウィンナー」を投入。「夜にちょっとぜいたくをする」ことをコンセプトに、たまにはもっとおいしいものを食べたいというニーズに応えます。

また、健康志向や「タイプ」ニーズに応える他、コロナ以降定着した家飲みに対し、つまみ需要にも応えています。

その他、昨今の猛暑で食生活が変化して、冷たいまま食べたいというニーズが増加。そうした需要に対応した商品をラインアップし、顧客からの反応も非常に良いです。

一方、市場において当社のシェアが上がり、普段から商品を購入いただいているお客さまが増え、新商

品を手にとってもらいやすくなっています。シェアが拡大する中、需要と供給のバランスをしっかりと見極めていくことが重要です。

—原料確保やコスト増への対応は。

原料価格は高止まりし、加えて為替の円安や、資材や物流費上昇もあり、非常に厳しい環境にあります。また、昨年11月にスペイン産豚肉がASF発生により輸入停止となり、特にベリーは大きく不足しています。

一方、物価高により消費者の可処分所得は上がらず、食費などの支出が抑えられています。

そうした中、現在販売している商品の一つひとつのサイズが果たして本当に適量なのか。当社が独自に判断し、例えば少し量目を減らして買上単価を抑えることなども含め、全ての商品を改めて精査します。買やすさという点では、パック単価がいくらなのかは非常に重要です。

半面、少量パックにすることで生産効率への影響が懸念されます。技術開発を進め、省人化や機械化を図っていきます。

—新たな市場開拓や注力する分野は。

スーパーにおける総菜部門などは近年、最も伸びているカテゴリーですが、当社はいまだ取り組みの余地を残しています。同じくスーパーで拡大しているのがホームベーカリー部門ですが、ここはハム・ソーセージの使用頻度が非常に高いため、今後大きな市場になると考えています。

カテゴリーの垣根を越えたクロスマーケティングも重要です。今春もサラダチキンにほぐしタイプの「うめチキン」を投入しましたが、冷やし麺のトッピングにぴったりの商品であり、精肉やサラダチキン売り場でなく、麺売り場での展開を進めることで相乗効果と買上点数アップにつながることを期待されます。

また、昨年から外食部門の強化を図るため、担当部署を増やして取り組み、効果が出ています。



## 加工品・食肉共に大幅増益一丸大食品の2026年3月期決算

丸大食品は14日、2026年3月期連結業績を発表した。それによると売上高は2383億9600万円(前期比1・5%増)、営業利益75億400万円(37・2%増)、経常利益79億3200万円(31・0%増)、親会社株主に帰属する当期純利益97億8600万円(78・3%増)で増収増益だった。セグメント別の概況は次の通り。

[加工食品事業]ハム・ソーセージ部門では、発売30周年を迎えた「燻製屋」シリーズにおいて、パッケージデザインの変更や通年商品化した「レモン&パセリ」の拡販に努めた他、販促キャンペーンをはじめとするプロモーション施策により、売り場の活性化と販売拡大に注力した。加えて、「旨辛チョリソー」「ブラックペッパー」「とろける濃厚チーズ」の新フレーバー3種を投入し、消費者ニーズの多様化に対応した商品提案を強化した。また、環境に配慮したパッケージ資材を使用したロースハム・ベーコンなどの「たっぷり使える」シリーズや徳用タイプのウインナーは引き続き好調に推移した。「フィッシュソーセージ」は、販売促進の強化により売り場拡大を図った。外食向け業務用商品は、業態ごとのニーズを捉えた商品提案などから販路拡大に努めた。これらにより、同部門の売上高は1・9%の増収となった。

調理加工食品部門では、レトルトカレー商品において「シェフの匠」シリーズなどが低調に推移したものの、「ビストロ倶楽部濃厚カレー」や業務用カレーの拡販により、売上高は前年を確保した。「スンドゥブ」シリーズは、新商品の「にんにくスンドゥブ」を投入するとともに、認知度拡大に向けたイベントなどの販促施策を実施したが、競争環境の激化等によりスープ類全体の売上高は前年を下回った。一方、チキン総菜は、健康志向の高まりを背景に「サラダチキン」が引き続き堅調に推移した。デザート類は、量販店向け「SWEET CAFE」シリーズの販売促進強化や業務用ホイップ済みクリームの販売拡大に努めた他、コンビニエンス・ストア向け飲料類・ヨーグルト類の新商品投入などにより、売上高は伸長した。これらにより、同部門の売上高は1・7%の増収となった。

以上の結果、加工食品事業の売上高は1・8%増の1605億円となった。セグメント利益は、原材料価格の高騰、人件費および物流費などのコスト上昇の影響を受けたものの、各部門の増収、価格改定の実施および継続的なコスト削減の効果等により、37・3%増の67億8800万円となった。

[食肉事業]牛肉については、国産牛肉において外食産業向けの販売は堅調に推移したものの、量販店向けの販売数量が減少したことから、売上高は前年並みとなった。輸入牛肉は、相場高が続く中、米国産牛肉は前年を下回ったが、量販店を中心に豪州産牛肉の取り扱いを拡大したことにより、売上高および販売数量は前年を上回った。これらにより、牛肉全体の売上高は前年を上回った。豚肉については、スペイン産豚肉のアフリカ豚熱(ASF)による輸入一時停止措置に対して代替品の確保や原料不足への対応を進めた。国産豚肉においてはブランド豚肉の販売を強化し外食産業向け販売は堅調に推移したが、価格競争激化の影響などにより量販店向け販売の売上高は前年を下回った。輸入豚肉においては相場上昇などから量販店向け・外食産業向け販売共に伸び悩んだこと等から、豚肉全体の売上高は前年を下回った。

以上の結果、食肉事業の売上高は0・8%増の777億6300万円となった。セグメント利益は、相場高に対応した適正価格の販売に努めたことなどから、39・2%増の6億8900万円となった。なお、次期(2027年3月期)の連結業績は売上高2450億円(2・8%増)、営業利益80億円(6・6%増)、経常利益84億円(5・9%増)、親会社株主に帰属する当期純利益64億円(34・6%減)を見込んでいる。

丸大食品の26年3月期決算

単位:百万円、%

		26年3月期	前期比	次期予想	前期比
連結	売上高	238,396	1.5	245,000	2.8
	営業利益	7,504	37.2	8,000	6.6
	経常利益	7,932	31.0	8,400	5.9
	親会社株主に帰属する当期純利益	9,786	78.3	6,400	△34.6
個別	売上高	138,401	0.1	-	-
	営業利益	3,161	125.7	-	-
	経常利益	4,738	57.1	-	-
	当期純利益	8,085	92.9	-	-
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	1,605	1.8	6,788	37.3
	食肉事業	77,763	0.8	689	39.2

## スターゼン決算は売上高 4482 億円で前期比 2・8% 増 経常利益は 3・4% 増、売上高ならびに経常利益は過去最高

スターゼンが14日に発表した2026年3月期連結業績は、売上高4482億1300万円(2・8%増)、営業利益87億6200万円(3・1%減)、経常利益110億2700万円(3・4%増)、親会社株主に帰属する当期純利益83億3800万円(31・6%減)となり、売上高ならびに経常利益は過去最高となった。

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最終年度を迎え、計画達成に向けた施策に取り組んできた。

中期経営計画における「海外事業の積極展開」として、昨年4月に豪州Wagyuの肥育企業であるYORKRANGE社の全株式を取得した。また、昨年10月にシンガポールの食肉加工販売会社ADIRECT SINGAPORE社を完全子会社化した。今後は豪州Wagyuの生産に直接関与しつつ、東南アジアを中心とした第三国への販売までトータルに手掛けていく。

また、拡大する海外での和牛マーケットに向けて、同社は九州の阿久根を拠点とした輸出専用ブランド「AKUNE GOLD」を中心に輸出を推進してきたが、より安定した供給体制を構築するため東北エリアを拠点とした新たなブランド「AOMORI GOLD」を立ち上げた。同社の輸出ブランドは、味や見た目の品質だけでなく、同じ価値観を共有する生産者との連携、徹底した衛生管理体制、牛部分肉製造マイスターによる高度な加工技術、そしてこれまで培ってきた営業ノウハウといった、それぞれの“匠の技”によって支えられている。これらが一体となることで、サプライチェーン全体として他に類をみない独自の強みを発揮できるのが同社ブランドの特徴となっている。今後は「AKUNE GOLD」と「AOMORI GOLD」の2ブランド体制で、「刺激的な体験で食を楽しむ

く人生を豊かにする情報をグローバルに発信する和牛」という価値を世界中に届けていく。

また、「国内成長市場へのアプローチ強化」として、1月から関西の基幹拠点として伊

丹営業センターを新築移転。敷地面積は従来の3倍、保管能力は5倍であり、西日本エリアでの販売拡大と物流の効率化を実現する。

サステナブルな事業運営の一環として、昨年6月、アニマルウェルフェアポリシーを策定・公表した。また、昨年12月にスターゼンミートプロセッサー阿久根工場にLNGタンクを設置。加えて、1月には協力農場である北海道はまなか肉牛牧場の一部において、牛由来の温室効果ガス削減を目的とした「AjiPro®-L」の給餌を開始するとともに、環境省主導の「バリューチェーン全体での脱炭素化推進モデル事業」に参画。今後も環境に配慮し、社会に貢献できる取り組みを続ける。同社グループは「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」という経営理念の下、食の持つさまざまなチカラを通じて、感動を届け、世の中を元気に、笑顔にしていこうを目指す。

【食肉】国内事業は、長引く物価高による消費マインドの低下から、比較的安価な食肉へ需要のシフトがみられ、国産牛肉の販売に苦戦した。一方、輸入食肉は現地高や円安により価格が上昇したものの、おおむね適正価格で販売を行い利益確保。また、和牛の輸出や市場ニーズに応じた商品ミックスに取り組んだことに加え、国産豚肉の販売が堅調に推移したことから、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、国産食肉は、国産牛肉の販売に苦戦したが、国産豚肉の販売を強化したことで、売上高・売上総利益は共に前期を上回った。輸入食肉は、現地高や円安により調達価格が高騰したが、在庫の管理を徹底し余剰在庫の発生を抑えるとともに価格転嫁を進めた。その結果、売上高は前期を下回る

スターゼンの26年3月期決算

単位：百万円、%

		26年3月期	前期比	次期予想	前期比
連結	売上高	448,213	2.8	470,000	4.9
	営業利益	8,762	△3.1	9,200	5
	経常利益	11,027	3.4	11,400	3.4
	当期純利益	8,338	△31.6	8,500	1.9
品目別業績		売上高	前期比	営業利益	前期比
連結	食肉	350,018	1.9	-	-
	加工食品事業	84,649	8	-	-
	ハム・ソーセージ	8,365	△8.8	-	-

ものの、売上総利益は前期を上回った。

輸出事業においては、台湾の展示会「Food Taipei」において同社輸出専用ブランド「AKUNE GOLD」「AOMORI GOLD」の展示など、販売促進活動や既存・新規取引先への積極的な営業活動に取り組んだ結果、好調に推移した。

【加工食品】ハンバーグ商品群が堅調に推移したため、売上高・売上総利益は共に前期を上回った。

【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、新商品の開発に努めたが、売上高・売上総利益は前期を下回った。

## 新商品「MIRAI」が順調一福留ハムの26年3月期決算

福留ハムは14日、2026年3月期決算を発表した。それによると、売上高は237億5600万円(前期比3・5%減)、営業損失は7億9400万円(前期は6億2100万円の営業損失)、経常損失は7億9200万円(前期は6億1400万円の経常損失)、親会社株主に帰属する当期純利益は3億1700万円(前期は6億4千万円の純損失)となった。

セグメントごとの経営成績は次の通り。【加工食品事業】加工食品事業については、新商品「MIRAI」が順調に伸びたこともあり、売上高は前期を上回った。一方、利益については、原価低減・生産性向上に努めたが、原材料価格ならびに物流コスト・労働コストなどの上昇分を賄いきれず、前期を下回った。その結果、売上高は103億2600万円(1・2%増)、セグメント損失(営業損失)は1300万円(前期はセグメント利益<営業利益>1億2800万円)となった。

【食肉事業】食肉事業については、物価高による消費者の低価格志向が高ま

る中、輸入肉ならびに国内豚肉相場が高値かつ不安定で推移したこと、また国内牛肉の商品仕入が困難だったことから、売上高は前期を大きく下回った。一方、利益については、食肉仕入コスト上昇を納品価格に適正に転嫁する努力を続けたものの、販売重量および販売額が減少し、前期を下回った。その結果、売上高は134億3千万円(6・9%減)、セグメント損失は1億6千万円(前期はセグメント損失1億5500万円)となった。

次期の業績は売上高256億円(7・8%増)、営業利益1億6千万円、経常利益1億4千万円、親会社株主に帰属する当期純利益1億4千万円(55・9%減)を見込んでいる。

福留ハムの26年3月期決算

単位：百万円、%

		26年3月期	前期比	次期予想	前期比
連結	売上高	23,756	△3.5	256.0	7.8
	営業利益	△794	—	160.0	—
	経常利益	△792	—	140.0	—
	親会社株主に帰属する当期純利益	317	—	140.0	—
個別	売上高	23,756	△3.5	—	—
	営業利益	△797	—	—	—
	経常利益	△793	—	—	—
	当期純利益	317	—	—	—
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	10,326	1.2	△13	—
	食肉事業	13,430	△6.9	160	—

## 名古屋食肉三水会がセミナー、食肉専門店・量販店の販売動向をきく

名古屋食肉三水会協同組合(吉川林宏理事長)は11日、名古屋市中区の杉本食肉産業(株)大会議室で令和8年度第4回例会を開催。(株)食肉通信社編集部

の黒田亮部長を講師に招きセミナーを開催した。冒頭、吉川理事長は「諸物価の高騰などでわれわれの商売は引き続き厳しい環境下にある。本日は競合する量販店や全国、特にあまり目にする機会が少ない

西日本の食肉専門店の取り組みについて話をうかがい、参考にしていただきたい」などとあいさつ。

黒田講師は4月に発行された月刊ミート・ジャーナルに掲載された「全国主要量販店の精肉MD特集」の資料に基づき、量販店の2026年度の商品政策を説明した。

## 脇田常務「加工事業はトップライン拡大に注力」—日本ハム決算会見③

日本ハムが8日に開催した決算会見での、脇田暁夫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総括内容は次の通り。

加工事業全体としては減収減益となった。売上高について、国内では上期の販売数量の苦戦もあって減収、ただし下期は主力ブランドを中心に販売は回復傾向にある。海外は北米買収企業3社の上積みがあり、増収となった。

事業利益については、先述した上期の苦戦が響いた。また IT関連コストもあり、国内事業については減益となった。また、北米買収3社の工場稼働が計画通り進まなかったこと、タイの工場における製造数量の減少などが響いて、海外事業についても減益となった。

国内事業については、前期はさほど大きな外部影響は受けなかった。そうした中、中期経営計画2026のテーマでもある内部改善を継続して推し進めている。構造改革の効果が約12億円発現している他、引き続き商品ミックスの改善に取り組み、重点カテゴリーの伸長、特にシャウエッセン、生地群については、通期で伸長することができた。

こうした内部改善により、前期と比較して13億円の増益要因となっている。また乳製品、水産エキス、1次加工品についても常温商品の販売が伸長するなど、外部影響を打ち返し、利益に寄与した。海外事業については、前々期との比較ではマイナス16億円で、先述した北米の買収企業3社、タイの利益回復というのが課題として残っている。

今期の計画は、売上高については5600億円、事業利益は120億円を計画。事業利益の内訳としては、国内事業で120億円、海外事業については、前期のマイナスから今期はゼロに戻すということに取り組んでいきたい。

中計2026の期間、構造改革を進め、商品ミックスを改善し、不採算商品を整理してきた。加工事業の国内事業は売り上げの質が変わったと認識している。利益創出力が向上した中、今期はその効果を十分に発揮すべく、収益性を伴ったトップライン(売り上げ)の拡大に取り組んでいく。

海外事業については北米では鶏肉の相場安とい

う追い風がある。今一度ゼロに戻していくというのは、売り上げを拡大するだけでなく、構造改革(利益改善)が必要だと認識をしている。北米は、買収した工場の稼働を安定させていくこと、タイはCPとの共創により、特にタイ国内の内販に注力していきたい。



この内販の強化には、CPという大企業の強い販路を生かしていきたいと考えている。タイの工場は、今までは日本向けの商品供給が主力だったが、現在のパーツ高など為替環境等も考え、内販を強化していくことが収益改善には一番の近道と判断した。間接部門の見直しなど構造改革を同時に進めることで、収益改善に努めていきたい。

コンシューマー商品のチャネル別売上計画では、シャウエッセン群、チルドベーカリー群については引き続き通期で伸長させていく。そのため、生産能力も強化している。また中華名菜については、数年にわたって苦戦してきたが、前期第4四半期から前年を上回るような展開に変わってきている。1年を通して販促を強化し、価格帯の異なる新商品の投入、購買者の年齢層が高くなっているのを、改めて30代40代に向けた販促を強化することで、中華名菜の本来の数量回復に努めていきたいと考えている。

合わせて、現在の外部環境の影響も大きく、今後の価格改定実施の可能性は排除していない。しっかりとシミュレーションしながら、環境の変化に対して柔軟な対応をとっていく。現段階では、まずはトップラインを上げていくということに集中して取り組んでいく。海外については、北米とタイの収益改善に向けて取り組むとともにタイ、ASEANでのシャウエッセンの取り組みに注力していきたい。

当社のフラッグシップブランドであるシャウエッセンを世界ブランドに押し上げ、企業価値の向上、われわれの技術力の認知拡大を図り、シャウエッセン以外の商品もASEAN中心に販売を拡大していきたい。(連載続く)

## プリマハム決算会見③、26年度はプライムデリカのV字回復図る

【田悟生産本部長(写真)】25年度の生産数量は、「香薫」を中心としたコンシューマー商品が伸長したことで、前年度を上回ることができた。香薫ウインナー群は前年度比112%と引き続き順調に数量を伸ばしている。一方、スライスベーコンなど、原料価格上昇が商品コストに影響したものについては、前年度を割り込む結果となった。

25年度はベリーの原料価格上昇があったが、営業においてそれに相当する値上げを進めたことで、工場の収益は特別な影響を受けずに済んでいる。しかし、豚脂の仕入価格上昇や人件費単価上昇、さらに資材価格の高止まりなどが、工場収益をかなり圧迫。一方、生産数量増加、生産性向上が収益増につながっている。商品構成比において、高単価商品の構成比が上がったことも結果として収益に貢献。前年度を上回る収益を出すことができた。

「人時生産性」の指標は、ハム・ソーセージが98%、国内加工食品全体で102%となったが、量目変更の影響を加味すると、ハム・ソーセージは101%、加工食品は104%と改善がうかがえる。人時生産性は、量目変更などの影響、さらにコンシューマー、業務用の比率等の影響が数値に反映されるため、これに代わるもう一つの生産性指標としての「生産効率」では、ハム・ソーセージが3ポイント、国内加工食品が4.5ポイント改善されており、改善が順調に進んでいる認識を持っている。

単体の収益が順調だったことに対し、グループの収益がいまひとつとなったが、この中でも国内加工食品の子会社では、鶏肉原料と牛肉原料の仕入価格上昇が大きな重みに。タイミング的に商品の値上げがし切れなかったこともあり、収益を押し下げる結果となった。また、タイの子会社においては、主にタイパーツの為替が大きな負担となったが、これに対する値上げが追いつかず、大きな損失を計上する結果となった。これに加えてプライムデリカの収益悪化もあった。得意先のCVSでの販売の中で、プライムデリカが取り扱う商品群の不振が回復できなかったことが主因だ。プライムデリカについては、26年度は具体的な商品別に得意先のCVSと販売計画を綿密に立てて予算を組んでいる。例えばスムージーでは月別の販売計画、それ

から新たにCVSの店頭  
に設置されているリベイク  
オープンという設備を使  
った商品についてもす  
でに先行してクッキー群  
を生産しているが、これ  
に加えてこれまでにない  
品ぞろえを準備し、店頭  
の活性化を計画。V字回復を図りたい。



生産部門の課題としては「さらなる生産性改善」「さらなる生産能力アップ」「ラインの自動化・連続化」の三つが挙げられる。25年度は、茨城工場、北海道工場において羊腸ウインナーなどの生産ライン増強、三重工場ではスライスライン増強、カラーゲンライン増強を実施。今後のさらなる生産拡大に備え、北海道、茨城、三重の3工場で浄化槽の増強工事を進めた。これまで生産数量全体の上限を抑える一つの要因になっていたが、工事を進めることで、今まで想定していなかった範囲の能力増強が可能となる。26年度は、茨城のスライスライン増強や北海道工場のドライ商品群の能力増強などを進めていきたい。ラインの自動化・連続化では、ウインナーラインの熱処理工程から包装工程までの運搬作業自動化・連続化を拡大。これにより、省人化と生産性アップを実現している。さらに共同ロボットのラインも初めて導入し、作業負担軽減、生産性向上に寄与できている。また、従来通りのPI活動の延長線で進めていくことに加え、ラインの高速化を進めていきたい。品質管理においてはAIによる検査機器をこれまで以上に導入し、人為的なミス削減を目指す。加えて万が一、包装材料について印刷業者による混入ミスなどの誤りが発生した場合にも、包装機上ですべてのパックをチェックできる体制を構築している。

環境対策では、25～26年度で太陽光発電を新たに4工場に追加。三重工場では重油からLNGへの燃料転換も行われており、さらに本体工場の脱フロン対策については、今後2年かけて行う三重工場の工事をもって完了予定であり、自然冷媒へ変更となる。包装材料の使用量を減らすことでCO2削減もさらに進めていく。(連載続く)

## 【輸入牛現物相場】GW明け以降もバラ、カタに引き合い

豪州産チルドは4月末の相場をおおむね維持。バラ系、カタ系などを中心に引き合いがある。GWの売れ

行きが良かったというよりは、昨年同様、通常使いの引き合いが落ちていないという見方が正しいようだ。好調というほどの強さはないが、「危惧したほど需要が落ち込んでいない」という声がきかれる。米国産もバラ系を中心とした荷動き。

豪州産、米国産共に仕入価格は上昇傾向にあり、現状の引き合いが続けば相場は下落せずにさらに上昇することもあり得る。フローズンは豪州産、米国産共に荷動きは弱い。ただし買付量は引き続き抑制傾向にあるため、現状の高値相場は維持するとみられる。

【輸入牛肉現物相場】 円/キロ

		グラス	ショートグレイン
豪州産C	トップサイド	1,650 ~ 1,800	1,820 ~ 1,850
	シックフランク	1,500 ~ 1,700	1,700 ~ 1,750
	アウトサイド	1,610 ~ 1,700	1,640 ~ 1,750
	ポイント	1,380 ~ 1,680	1,450 ~ 1,700
	ナーベル	1,200 ~ 1,250	1,250 ~ 1,400
	ランプ	1,650 ~ 1,720	1,900 ~ 2,100
	クロッド	1,350 ~ 1,400	1,550 ~ 1,800
	チャックロール	1,600 ~ 1,650	1,850 ~ 2,100
	チャックテンダー	1,450 ~ 1,500	1,550 ~ 1,850
	キューブロール	3,400 ~ 3,700	4,000 ~ 4,500
豪州産F	ストリップロイン	2,600 ~ 2,700	3,000 ~ 3,350
	テンダーロイン	4,200 ~ 4,600	5,200 ~ 5,500
	チャック&ブレード	-	-
	ポイント	1,520 ~ 1,560	-
	ナーベル	1,050 ~ 1,280	-
	カウミート	1,150 ~ 1,320	-
	トップサイド	1,400 ~ 1,450	-
	シックフランク	-	-

		チルド	フローズン
米国産	ショルダークロッド	1,700 ~ 1,800	1,550 ~ 1,650
	ショートプレート	1,280 ~ 1,350	1,100 ~ 1,250
	ボンレスショートリブ(チョイス)	5,850 ~ 6,550	-
	チャックリブ(チョイス)	2,700 ~ 3,560	2,250 ~ 2,350
	ストリップロイン(チョイス)	4,300 ~ 4,800	-
	リアアイロール(リップオン)	5,200 ~ 5,500	-
	テンダーロイン	5,700 ~ 6,000	-
	チャックアイロール(チョイス)	2,650 ~ 2,850	2,000 ~ 2,300
	同(プライム)	2,700 ~ 3,110	2,500中心

## 【ブロイラー市中現物相場】国産生鮮モモ GW明けも高値

◇国産物 生鮮モモは、日経荷重の東京相場は840円台とゴールデンウィーク以降もおおむね強もちあいで推移。生鮮ムネも引き合いはやや弱いものの490円前後と高値で推移。冷凍物はモモ、ムネについては、おおむねもちあいだが、より低価格なカタコニクに引き合いが強まった。

◇輸入物 ゴールデンウィークの需要期明けで荷動

きはやや少ないものの、物量的なタイトさは続いており、ブラジル産、タイ産、またモモ正肉、カット物ともおおむねもちあいで推移している。

単位:円/キロ

ブロイラー現物相場 単位:円/キロ

国産冷凍物	
モモ正肉(産地凍結)	740~780
ムネ正肉(〃)	400~480
手羽モト(〃)	300~350
手羽サキ(〃)	玉なし
砂キモ(〃)	玉なし
ササミ(〃)	380~500

輸入物	
米国産モモ正肉(240gUP)	玉なし
米国産ジャンボレッグ(350gUP)	350中心
米国産BIL	530~550
ブラジル産モモ正肉	750~780
ブラジル産モモ角切り	830~850
ブラジル産皮なしモモ正肉	780中心
ブラジル産グリラー(1000gUP)	450~470
ブラジル産手羽サキ(50gUP)	600中心
タイ産モモ正肉	750~780
タイ産モモ角切り(25~30g)	830~850
米国産モモ串	玉なし



# 東京・大阪枝肉相場、全国と畜頭数

[東京食肉卸売市場] 5月14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	3,285	2,656	2,478	-	-	
		安値	2,487	2,505	2,398	-	-	
		平均	2,788	2,592	2,456	2,260	-	
	90頭	頭数	74	12	3	1	-	
		雌 B	高値	-	-	-	-	-
			安値	-	-	-	-	-
	平均		-	-	-	1,622	-	
	1頭	頭数	-	-	-	1	-	
		去 A	高値	3,241	2,648	2,530	1,755	-
			安値	2,489	2,474	2,344	1,729	-
	平均		2,728	2,571	2,457	1,743	-	
	178頭	頭数	144	24	8	2	-	
去 B		高値	-	-	-	1,732	-	
		安値	-	-	-	1,729	-	
	平均	-	2,260	-	1,731	-		
3頭	頭数	-	1	-	2	-		
	乳牛	雌 B -頭	平均	-	-	-	-	
		雌 C -頭	平均	-	-	-	-	
去 B -頭		平均	-	-	-	-		
交雑牛	雌 B	平均	2,042	1,937	1,911	1,850	-	
		頭数	2	5	12	4	-	
		雌 C	平均	-	-	1,862	-	-
	1頭	頭数	-	-	1	-	-	
		去 B	平均	2,058	1,958	1,932	1,879	-
			頭数	3	6	19	3	-
	去 C		平均	-	-	1,865	1,858	-
		頭数	-	-	1	1	-	

	牛	豚	搬入牛	搬入豚		その他
と畜	404	1,085	-	(競り)	(相対)	
売買	408	942	218.0	-	5	60

◇牛搬入		5	4	3	2	1
和 雌	A	2,517	1,953	1,858	1,754	-
	B	-	-	-	1,687	-
和 去	A	2,735	2,583	-	-	-
	B	-	-	-	-	-
乳 雌	B	-	-	-	1,283	1,266
	C	-	-	-	1,258	1,196
乳 去	B	-	-	-	-	-
	C	-	-	-	-	-
交 雌	B	2,022	1,934	1,886	1,818	-
	C	1,901	1,822	1,819	-	1,217
交 去	B	1,974	1,937	1,891	1,834	-
	C	-	-	-	1,838	-

◇豚		[極上]	[上]	[中]	[並]	[等外]
生体	高値	734	972	972	969	880
	安値	683	648	632	400	194
	平均	701	679	662	634	500
	頭数	( 6)	( 398)	( 272)	( 102)	( 164)
搬入競り	高値	-	-	-	-	-
	安値	-	-	-	-	-
	頭数	( -)	( -)	( -)	( -)	( -)
搬入相対	高値	-	-	-	-	513
	安値	-	-	-	-	513
	平均	-	-	-	-	513
	頭数	( -)	( -)	( -)	( -)	( 5)

[大阪食肉卸売市場] 5月14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	2,701	2,499	2,375	-	-
(頭数)	( 16)	( 12)	( 2)	( 2)	( -)
B	-	2,415	-	-	-
(頭数)	( -)	( 2)	( -)	( -)	( -)
和 去 A	2,634	2,490	2,390	-	-
(頭数)	( 7)	( 3)	( 4)	( -)	( -)
B	-	2,376	-	-	-
(頭数)	( -)	( 1)	( -)	( -)	( -)
乳 去 B	-	-	-	-	-
交雑雌 B	-	1,844	1,831	1,763	-
C	-	1,827	-	-	-
交雑去 B	-	1,914	1,844	1,735	-
C	-	-	-	-	-
豚	-	748	737	538	482

[全国と畜概算頭数]  
農水省統計部発表 (頭)

	5月14日	5月13日	(5月累計)
豚	67,600	66,200	513,200
成牛計	4,240	4,620	29,050
和牛雌	1,010	1,140	7,400
和牛去勢	1,080	1,320	8,290
乳牛雌	690	580	4,020
乳牛去勢	570	570	3,280
交雑雌	500	500	3,020
交雑去	390	510	3,040

[去勢牛 B3・2 規格 枝肉取引価格] 5月14日

東京	1,896 円	(前日 1,841 円)
大阪	1,789 円	(前日 1,670 円)

[豚・全農建値] 5月14日

上	中	取引頭数	市況
691 円	668 円	1,253 頭	急落

と畜	牛 91 頭	豚 62 頭	牛概況	もちあい
売買	牛 102 頭	豚 117 頭	豚概況	弱含み

# 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14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]	745 (745)	- (-)	6,061	-	もちあい
仙台 [中]	624 (664)	560 (627)	333	108	軟調
栃木 [地]	730 (731)	555 (635)	1,466	43	もちあい
茨城 [地]	714 (767)	671 (716)	1,211	753	続落
群馬 [地]	680 (697)	588 (586)	2,051	224	続落
さいたま [中]	684 (691)	676 (678)	173	174	続落
東京 [中]	679 (706)	662 (676)	1,085	942	続落
横浜 [中]	710 (771)	667 (717)	673	662	続落
山梨 [地]	756 (770)	702 (716)	157	157	続落
浜松 [地]	- (-)	- (-)	-	-	競り休止
名古屋 [中]	781 (842)	765 (806)	884	330	下押し
京都 [中]	783 (-)	758 (-)	67	91	もちあい
大阪 [中]	748 (755)	737 (729)	62	78	弱含み
神戸 [中]	785 (-)	754 (-)	48	125	-
岡山 [地]	755 (778)	727 (762)	251	320	弱気配
広島 [中]	- (786)	- (762)	332	1	-
福岡 [中]	728 (732)	687 (701)	509	138	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7日～5月13日  
豚カット肉 [I] (1kg当たり円、税込み、重量kg)

◇首都圏 総重量 1,436,278 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	1,256	1,401	1,463	1,383	52,808
うで	864	928	970	920	116,683
ロース	1,188	1,258	1,390	1,259	139,210
ばら	1,372	1,442	1,522	1,447	122,544
もも	865	905	946	902	167,593
ヒレ	1,188	1,261	1,339	1,253	10,220
セット	1,102	1,162	1,236	1,166	827,220

◇近畿圏 総重量 668,498 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	1,328	1,498	1,522	1,474	52,376
うで	810	864	895	866	102,433
ロース	1,268	1,366	1,383	1,348	83,928
ばら	1,381	1,423	1,490	1,422	114,694
もも	825	861	924	868	158,010
ヒレ	1,260	1,380	1,509	1,381	10,933
セット	1,034	1,198	1,272	1,180	146,124

[食鳥正肉日経相場] 5月13日  
荷受売値平均値 (kg当たり円、税抜き)

◇東京 (8社) ※休載

	安値	加重平均	高値	販売量 (t)
モモ	-	-	-	-
ムネ	-	-	-	-

◇大阪 (2社)

	安値	加重平均	高値	販売量 (t)
モモ	778	849	1,050	3
ムネ	442	508	610	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	1,071	680	550	600	650
安値	770	453	290	360	350
平均	849	492	-	-	-

※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  
■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

## ■あなたの常識を強化にする 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