グ技術共

さん が実施

第41回豚枝肉カット回するように地区カット技術者たちンド製造部加工課

。

最優秀賞2席・農畜産振興機構理事長賞 ミチク高崎工場製造2課 蒲生慶太▽同3席・全国農業協同組合連合会経営管理委員会会長賞 ミヤチク都農工場製造2課・河野陸人。

優秀賞1席・日本格付協会会長賞 いわちく製造部製造2課・米田一真▽同2席・全国食肉学校学校長賞 JA食肉かごしま鹿屋工場製造1課1係・和田聖▽同3席・日本食肉流通センター理事長賞 JA食肉かごしま鹿屋工場製造1課1係・加覧佑樹▽同4席・日本食肉協議会会長賞 大分県畜産公社食肉製造部製造1課・大塚真人。

アウトパックに注力

新商品 全農チキンフーズ

全農チキンフーズ㈱では、省人をはじめ、多様なニーにこたえるアウトパッ商品の提案に注力。一年、アサヒブロイラーグループ会社化したこと、外食向け商品など加工品ではグループ工場製造の商品を提案する

に強みをもつ同社のノウハウを生かし、量販店の総菜など中食に向けた商品提案も強化している。

コロナ禍の中、まとめ買い需要が高まっており、量販店などでもそのまま販売できる大容量パックの売り上げが伸長。1キロパックからメガパックまで顧客に合わせて商品設計を行う。

加工品では、国産鶏肉を使用したグループ工場製造のさまざまな商品を提案。

九州産若鶏ムネ肉をしっとり揚げ、あと引く味わいの「ヤンニョムチキン」、手羽ナカを食べやすいよう半割りにカットした、にんにく香るしょうゆベースのから揚げで、つまみから弁当まで多くのシーンで活用できる「から揚げチキンバー」、鹿児島県産若鶏ムネ肉をしっとりとゆずこしょうが香る鶏天に仕上げた「とり天（柚子胡椒風味）」などを発売している。

グループ会社であるアサヒブロイラーの「未加熱味付け深絞りパック」は、国産若鶏のカタコニクを使用した便利な味付け済み冷凍商品。「西京漬け」「生塩糀漬け」「ガーリックチキン」「タンドリーチキン」「ジャークチキン」など、幅広い世代を意識した種類を展開。

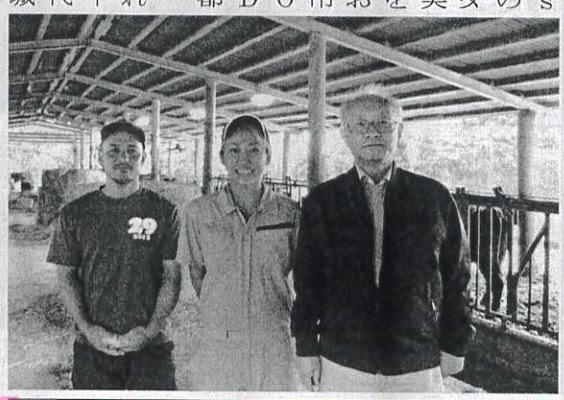
さらに内食・中食での焼き鳥需要の増加に対応し、国産鶏肉をたっぷりと使用した、ジューシーでコクのある「つくね串」をラインアップ。レンジ加熱調理の簡便商品だ。内臓を使用した加工品では、岩手県産「みちのく清流鶏」のレバーを使用し、希少部位の国産キンカンも入った「レバーワイン煮」などを販売する。

石垣市で交流会行う

八重山牛ガール 石垣牛流通協議会

石垣牛流通協議会（植村光一郎会長）は2月12日、沖縄県石垣市で「八重山牛ガール」らと交流会を行った。八重山牛ガールは石垣牛の繁殖経営を行っている子育て世代の女子会で、約30人の女性たちがさまざまな活動を行っている集まり。

SDGs5番目の「ジェンダー平等の実現」目標を実践しており、石垣市も2020年に「SDGs未来都市選定証」が授与されている。牛ガールの代表は眞榮城美保子さん。眞榮城さんは石垣市で肉用牛繁殖経営を行っており石垣牛の母牛60頭を夫婦で飼養している。



植山会長（右端）と眞榮城代表（中央）ら

八重山牛ガールからは「子牛市場へ出荷してしまうと、高額購買された子牛が市場で求められていることは理解できるが、それが肥育され、牛肉になったときの評価や消費者がどのように感じているのかを知りたい」との声があがった。

「1万頭近くが子牛市場に出荷され、その1割弱しか島内に残らず、自分たちの子牛がどのように消費者に届くのかを見極めてみたい」「もっと島内で肥育され、自分たちでその評価を確認できるのが理想」だという声もあった。

これまで石垣牛の需要は島内、島内の観光客と海外からのインバウンドなどに限られていたが、石垣牛流通協議会の活動によって島内以外での需要を創出することが期待されている。なるべく多くの子牛が島内で肥育され、その結果が生産者にフィードバックされ、求められている結果を知り得ることで、より良い子牛づくりに生かせるようになる。

交流会の翌日から八重山家畜市場でせりがあり、652頭の子牛が上場され、本土の肥育農家へ出荷されていった。石垣牛流通協議会は石垣牛のアグリフードチェーンの構築を目標にしており、消費者はもとより地域環境から子牛生産農家や肥育農家と連携し、再生産可能なモデルを目ざしている。

植村会長は「素晴らしい環境で育った子牛が本土の肥育農家に好まれるように、さらにこの場所で肥育されれば、本土に出荷されたどの牛肉より評価が高くなるのは必然だ」と述べ、石垣牛の肥育事業のさらなる発展を願った。

最新技術などを紹介

植物蛋白協がセミナー

篠崎一彦専務理事の司会で進められたセミナーの冒頭、技術部会の岡崎敏樹部会長は参加者の日ごろの協力に謝意を示し「今回のセミナーは、これからの食品のあり方を考えるにあたって、非常に参考になるテーマと考えている」とあいさつした。

日本植物蛋白食品協会は2月21日、東京都内で21年度技術セミナーを開き、今後、業界に関係してくるR&D（研究開発）や最新テクノロジーによって食品を開発するフードテックについて最新情報を提供した。

講演で㈱NTTデータの三竹瑞穂氏、三井英毅氏、小林弘明氏は「食に押し寄せるデジタル化の波」を演題におおむね次のとおり講演。

フードテックが食品業界にも浸透し始め、ITに強みをもった企業も参加し、流れが加速している。食品業界全体にDX（デジタル・トランスフォーメーション）の波がきている。

その中で、世界的大手企業が先行してDXに取り組んでおり、近年、個別化やD2C（消費者とダイレクトに取引する販売方法）への注力がみられ、さらに新型コロナにより、SCM（サプライチェーン・マネジメント）や営業領域のDXが加速している。

現在の日本食品メーカーはDXの取組段階で、ステップの初歩である特定テーマでのデータ活用にとどまっており、今後、取り組みに習熟してくれば、データ活用の高度化、研究組織横断、データ駆動型などに発展してくる。

NTTデータの手掛けたライオン社の例では、DX推進における業務提携により、ライオン社が目ざすより良い習慣づくりを実現するデジタル基盤の構築と、同基盤を最大限活用した事業変革に向けて、DX推進プロセスの確立・展開と人材開発の強化を図っている——。

続いてオイシックス・ラ・大地㈱／Future Food Fund㈱の村田靖雄氏は「アメリカのフードテック市場との比較からみた日本のフードテック市場の課題と戦略」をテーマに次のとおり解説。

米国のプラントベース（植物由来の原材料を使用した）食品市場は7千億円ともいわれ、1・4%の食肉市場シェアしか獲得していないが、1兆4千億円の潜在的なマーケットがある。プラントベース食品は日本ではパティの代替、アーモンドミルクなどに使われている程度だが、米国ではさらに発展しブロック肉、卵や魚などにも展開されている。

今後は培養肉や、培養技術による乳の製造も行われるだろう。培養肉については日本での培養方法、法律の解釈にもよるが、販売は禁止されておらず、近い将来販売できるようになる——。

最後に同協会の荒木聡運営委員長が閉会あいさつを述べ散会した。

セミナーの冒頭であいさつする岡崎部会長

食肉業界関係企業の第3四半期決算

林兼産業

林兼産業が2月14日に発表した2022年3月期第3四半期連結業績は売上高320億6900万円、営業利益10億4300万円（前年同期比0・1%増）、経常利益12億100万円（3・6%減）、親会社株主に帰属する四半期純利益7億6100万円（41・4%減）だった。

第1四半期連結会計期間の期首から「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号）などを適用しているため、当該会計基準などを適用する前の前第3四半期連結累計期間の売上高に対する増減率は発表していない。

セグメント別の業績は次のとおり。

【機能・食品事業】 機能性食品素材および高齢者向けソフト食の販売数量増加があったものの、輸出の落ち込みにより魚肉練り製品の販売数となった。

【飼料事業】 畜産用飼料は価格改定により販売単価が上昇したが、養魚用飼料は養殖魚の在池量減少により販売数量が減少した。なお、収益認識に関する会計基準などを適用したことによる売上高の減少額は、5億9千万円だった。

これらにより、売上高は138億4600万円（前年同期は146億3100万円）となり、前期を下回る結果となった。セグメント利益は水産物の利益率改善により11億4800万円（9・4%増）となった。

マルハニチロ

マルハニチロが2月7日に発表した第3四半期決算短信によると、売上高は6612億2200万円（前年同期比6・2%増）、営業利益が223億7300万円（29・6%増）、経常利益が247億6700万円（31・5%増）、親会社株主に帰属する当期純利益が161億7100万円（114・5%増）となり増収増益となった。

加工事業のうち畜産ユニットは、欧州ポーク、輸入鶏肉、輸入牛肉の取り扱いが増加した一方で、北米ポークの利益率が低下したものの、欧州ポーク、国産牛肉、輸入鶏肉の利益率増により増収増益となった。

家庭用冷凍食品ユニットは、内食需要継続により主食の麺、米飯、食卓総菜などが伸長し増収となったが、原材料や海上運賃などの上昇が影響し減益で着地。

利益面については、価格高騰に伴う仕入価格の上昇による収益の悪化と、第1四半期に発生した営業上での一過性の費用により、営業利益は3億6600万円（23・5%減）となった。

このほか、水産事業は売上高1067億8500万円（5・7%増）、営業利益8億7200万円（9・6%減）。一般食品事業は売上高213億9千万円（3・7%減）、利益面は、信田缶詰の減収に伴う収益悪化と、商品価格の値上げと低価格競争の激化による収益力の低下により、営業損失1億3300万円となった。

マルハニチロ

ビーフ

=上=

ア氏にきく

00万人とかなり少な一方で、2500万分の食品を生産しておち、国土の約85%を牧草地が占めている。これは家畜を育てる最適な環境といえる。

もう一つの大きな特長は、肉牛農場の99%が家族経営であることだ。一つひとつの牧場は決してる場合でも牧草が90%を占めるよう定めた、グラスフェッド認証がある。ボードビアは2021年にこの基準を発表した。アイルランドの肉牛がどのくらい牧草を食べているか証明するためのフォーカスしている。そのほかではフィリピン向けなども増えている。

日本事務所設立の時期に日欧EPAも締結された。ただ、アイルランドのパッカーは、それよりもずっと前から多くの市ラスフェッドビーフ」の価値は向上しており、日本向けの輸出が成長し続けていることの証明ともいえる。

日本市場では、まず安定的な供給への関心が強い。その上で消費者はコ

食肉のマーケット展望―量販店

コロナ戦略継続
柱は頻度品価格訴求

日本チェーンストア協会発表の2022年1月度販売統計（速報）によると、畜産品の売上高前期比は98・2％（店舗調整後）と、前年を若干下回る結果となった。年明け、部門担当者に行ったきき取り調査でも「三が日以降は普段使いの頻度品中心の荷動き」という声が目立ったように、消費者の購買行動には節約志向の強さがうかがえる。内食需要の急激な高まりを受けて伸長した20年の反動もあって21年は年間を通じて前年実績を下回り、22年もその傾向は続くものとみられる。コロナ禍によって消費の形態が多様化していることもその一因で、「外食需要が落ち込んだからといって、そのまま量販店の数字が伸びるという構図はない」との指摘もある。

消費者の購買行動には節約志向の強さがうかがえる

弊社では現在、月刊ミート・ジャーナル4月号「全国主要量販店の精肉部門のMD」の取材を進めており、新年度の商品政策について部門担当者に話をきいているが、この2年間に取り組んできたことを継続、あるいはさらに推進するという動きが中心になりそうだ。

大きな柱は頻度品の価格訴求と外食需要の取り込み。大容量商品や冷凍商品は一定の支持を得ているとみて売り場を拡張し、豚肉や鶏肉、ミンチなどについては競合店を意識しながらの価格訴求を継続する企業が多く、新聞購読者が減少していることからチラシによる特売ではなく、EDLPを強化する動きが目立つ。

原料事情を勘案すると過度な価格訴求がむずかしい場面もみられるが、どの企業も集客が厳しくなっている現状、多少利益率を下げてでも拡販するという考え方は増している。また、店舗の人員確保も困難になっており、頻度品についてはセンター供給比率が全体的に高まっている。

外食需要の取り込みについては昨秋、緊急事態宣言が解除されてからは苦戦気味。牛肉では、焼き肉カテゴリーは引き続き好調に推移しているものの、ステーキについては伸び悩んでいる企業も散見され、すき焼きやしゃぶしゃぶに関してはハレの日の需要はあるが、普段の動きは鈍い。

とくに和牛についてはお繁忙期の売れ行きはさほど悪くないものの、コンスタントに動いているわけではないため、「シェアアップを図りたいが、今春に関しては入学式などのイベントでどこまで伸ばせるかがカギ」と、ピンポイントでの拡販に注力することになりそうな気配。

輸入ビーフも価格が高止まりしているため、価格訴求に苦慮している。とくに売り場で定着した米国産カタロースステーキに一服感がみられるほか、タン、ハラミの大型パックについては取り扱いをやめている企業も少なくない。

内食需要いまだ堅調
21年の家計調査まとめ

総務省が公表している2021年1～12月の家計調査報告（2人以上世帯―1世帯あたり・品目別）によると、肉類支出金額の年計は前年比2・3％減の9万6776円となった。

そのうち生鮮肉は2・1％減の7万8229円で、加工肉は3・0％減の1万8547円といずれも減少しているが、これは前年が大きく増加したことの反動であり、コロナウイルスの影響による消費傾向の変動が、前年に引き続き結果に反映されている。

前年のピーク時ほどではないが、内食需要はいまだ堅調に推移している。

肉類計の月別では1～2月が前年超えとなったものの、3月以降はほとんどの月で前年を下回る数字で推移した。最初の緊急事態宣言中だった20年4～5月に比べておよそ10％減に転じるなど、減少幅が大きい月もある。その一方で、前々年の19年に対してはすべての月で支出金額が高くなっており、コロナ対策が最近においても消費行動に響いていることがうかがえる。

生鮮肉を畜種別にみると、牛肉の支出金額は2・0％減の2万3210円となった。肉類計と同様に3月以降は減少した月が多く、12月だけはコロナ流行前の19年と比較しても金額が落ちている。ロイン系をはじめとした高級部位を売りにくい状況が21年も継続した。

豚肉は2・9％減の3万1892円、鶏肉は2・1％減の1万6915円。前年は1回目の緊急事態宣言下にあった4～5月に比べて、秋ごろは伸び方がやや緩やかだったため、コロナの影響が依然続いている21年9～11月ごろは、支出金額・消費量ともにむしろ少々増加に転じる場合が多かった。

ただし、年間を通じて肉類計と似たような推移を続けており、消費の傾向が劇的に変化した前年のように極端ではないものの、例年の水準よりは高い。

コロナの影響が根強いことには変わりないといえるだろう。なお、合いびき肉も豚・鶏肉と同じような傾向にあったが、他の生鮮肉は前年の伸びが最も顕著だった3～5月ごろを除き、多くの月で前年を上回った。

加工肉をみると、ハムは2・3％減の5037円、ソーセージは3・7％減の7612円、ベーコンは5・0％減の2,445円。ハムは時世による内食需要などの影響が比較的小さく、下半期すべての月で前年のみならず前々年を下回り、ソーセージもそれに近い傾向がみられた。

そのほか、調理食品は年計で13万9876円（5・6％増）と前年を超え、そのうち主食的調理食品が5万9326円（7・0％増）、他の調理食品が8万549円（4・5％増）と、ともに前年を上回った。

また、4～5月の急激な落ち込みがなく堅調だった一方で、12月は全体で微増だったとはいえ、減少に転じる食品も少なくなかった。品目別に前年比をみると、コロッケやカツレツ、焼き鳥、ハンバーグといった大半の食品で増加したが、シューマイとギョーザは減少となった。

AW認証での説明会
AW畜産協会が開催へ

一般社団法人アニマルウェルフェア（AW）畜産協会は3月19、20日に肉牛アニマルウェルフェア認証制度説明会を開催する。同協会は2016年に生産者や研究者、獣医師、加工・流通関係者、消費者らが集まり、アニマルウェルフェアの推進・普及を目的に設立、16年度には乳牛のAW畜産認証の運用を開始した。

説明会は、3月19日はオンライン方式、20日は対面方式で開催。時間はいずれも14～16時で、対面についてはとかちプラザ視聴覚室（JR帯広駅南口前）で行われる。

説明会の問い合わせはjim@animalwelfare.jpまで。

ロシアがウクライナ侵攻。プーチンの暴挙に世界中が驚愕する。

×

プーチンは「ロシアは核保有国」と核使用をほのめかして威嚇。

×

米政権は弱腰対応。アンケートでは53％が「戦争を望まず」と。

×

吉野ジーピー大賞
日本農業賞表彰式

JA全中、NHK、都道府県農業協同組合中央会は2月27日、農業経営に意欲的に取り組み、優れた功績をあげた農家や団体を表彰する「第51回日本農業賞表彰式」をオンライン併用で実施。個別経営の部では、㈲吉野ジーピーファーム（岐阜県高山市）が大賞を受賞した。

食肉通信
発行所
株式会社食肉通信社
大阪市西区西本町3-1-48
西本町ビル　〒550-0005
TEL(06)6538-5505　FAX(06)6538-5510
振替口座 00900-1-59742
東京支社　東京都中央区日本橋小伝馬町
18-1 八二一小伝馬町ビル　〒103-0001
TEL(03)3663-2011　FAX(03)3663-2015
九州支局　福岡市博多区古門戸町
3-12 やま利ビル　〒812-0029
TEL(092)271-7816　FAX(092)291-2995
㈱食肉通信社　2022

おいしさ、ふれあい。
プリマハム

本号22ページ

◆ベトナムの現地情報をきく　自民党　【2面】
◆豚枝肉カッティング技術共　センター協　【3面】
◆食物アレルギーの情報提供　日本ハム　【6面】
◆食肉協会が全国会議を開催　【8面】
◆プリマハムが新商品発表会〈下〉　【8面】
◆〈特集〉3月に食肉産業展開催　【別冊1～14面】
◆経営面　【5面】
◆相場のページ　【7面】

食肉通信のホームページ
https://www.shokuniku.co.jp

ハム・ソーセージ加工用器具設計・施工
リテイナー工業株式会社
TEL 0489(53)4101㈹　FAX 0489(53)4103

niroflex
世界のブランド・ニロフレックス
マグネットタイプ
煮ても焼いても
ステンレス100%
の手袋にマグネットタイプが誕生。
新素材のステンレスはリング1つでも金属探知機に掛かり、異物混入のリスクを回避することができるようになりました。
大切な手を守りましょう
石井産業株式会社
〒587-0031　大阪府堺市美原区さつき野西2-15-11
電話 (072) 363-5177
FAX (072) 363-5171