

ISSN 1883-2210

食肉四季報

春

2025 No.170

目 次

○巻頭言 零細な肉屋の生き残り方		1
全国食肉事業協同組合連合会 副会長	中 野 直 幸	
○2024 年度下期の食肉販売動向について		4
独立行政法人農畜産業振興機構畜産振興部		
○行政情報		
1 「酪農及び肉用牛生産の近代化を図るための基本方針」の策定について		6
農林水産省 畜産局総務課畜産総合推進室 専門官	山 本 将 平	
2 新たな肉用牛及び豚の改良増殖目標について		1 1
農林水産省 畜産局畜産振興課 畜産技術室長	和 田 剛	
3 和牛肉需要拡大緊急対策事業を活用した和牛肉の販売促進		1 8
農林水産省 畜産局食肉鶏卵課 課長補佐	岡 田 卓 也	
○食肉関係団体情報		
1 食肉に関する意識調査報告書の概要について		3 1
公益財団法人日本食肉消費総合センター 常務理事	杉 崎 知 己	
2 第 49 回食肉産業展 2025 への出展概要等について		3 5
公益社団法人日本食肉協議会 業務部	堀 和 人	
3 かるも発お肉フェスタ 2025（神戸市西部市場食肉まつり）訪問記		4 2
公益社団法人日本食肉協議会 専務理事	菊 地 令	
○食肉輸出関連情報		
1 日本畜産物の輸出促進について		5 2
一般社団法人日本畜産物輸出促進協会 専務理事	川 島 俊 郎	
○行政統計情報		
1 2024 年の農林水産物・食品の輸出		5 9
○食肉関係団体調査情報		
1 令和 5 年度食肉卸売市場内卸売業者の財務分析結果の概要		6 5
公益社団法人日本食肉市場卸売協会		
2 食肉業界の販売動向について（2025 年 2 月報告）		6 9
3 最近の食肉をめぐる状況（2025 年 3 月報告）		7 4
4 食肉番付表（2024 年）		8 0
公益財団法人日本食肉流通センター		
○情報コーナー		
1 食肉関係情報（令和 7 年 2 月～令和 7 年 4 月）		8 2
2 人事情報・その他の情報（令和 7 年 2 月～令和 7 年 4 月）		9 4
3 日食協の動き（令和 7 年 2 月～令和 7 年 4 月）		9 8



QR コード

1 肉屋の役割

生産者は、生きている牛の世話をしながら、おいしい肉になるように日々努力しています。一方で、その牛肉を選んで消費者に直接お渡しする私たち肉屋は、どのような役割があるのでしょうか？

大勢のお客様に対する売り場を持つスーパーなどの精肉部門は、食肉加工センターを作り、できるだけ一つの商品を作るのに手間やコストを省き、安価にたくさん売れるように努力します。肉の専門店の場合、一軒一軒考えの違いがあり、こだわりがあります。セリ場まで毎回足を運び、格付を見ながら肉のきめ、脂の質を手触りで確認、または、誰が育てた牛か一頭一頭、直接自分の目で見て判断する業者もいます。すべては、そのお店を支持しているお客様の好みに合わせた肉選びをし、満足してもらえるよう努力しています。川上から川下への商流が肉屋の主な役割です。そして、消費者の要望を生産者にフィードバックすることも、もう一つの役割だと考えます。

2 「肉はナカノ」の取り組み

「肉はナカノ」（以下「ナカノ」という。）では、生産者と何でも言える信頼関係を築くようにしています。そのために、地元の一軒の牧場で生産された黒毛和牛を限定して仕入れ、四半期ごとにその牧場での飼料の内容や与え方、肥育期間等について検討会を開いて意見交換しています。

その牧場は、牛の主食である「稲わら」を牧場の周りの田んぼからとれるもの 100%、さらに、穀物飼料には福井県産の飼料米を約 20% 混ぜて与えます。できる限り地域の消費者が直接見て確認できる、地元で作られるものを与え、安心して食べていただけるよう努力しています。

また、健康管理についても、人と同じように自然由来の乳酸菌で健康を維持し、科学的な抗生物質などにできるだけ頼らずに育てることで、安心をより強調しています。肉を選ぶ際、霜ふり（脂肪交雑、サシ）のために育てた牛ではなく、より健康に育った牛からとれる牛肉を優先して 1 頭買いをします。



若狭牛肥育牧場 牛舎にて生産者とともに
(左端：中野副会長)

3 一昔前は当たり前だった1頭買い

1頭買いは、昔はどの肉屋も当たり前にやっていた方法で、真空パック機はもちろん、まだ冷蔵庫の温度管理もままならなかった時代に、骨が付いている状態で冷蔵庫にぶら下げ、順番に部位を使っていく方法です。それによって最後に残った部位がよりうまく感じたことで、「肉は、腐る一歩手前がうまい」と言われていました。

しかし、そのやり方には大きなデメリットがあります。すべての部位が1頭分しか取れないのです。消費者の皆さんがよく知る、シャトーブリアン（ヒレ肉の中で中央部の最も太い部分のことで牛1頭から1,500～2,000g程しかとれない）、イチボ（モモ肉でお尻の先にある希少部位）やランプ（牛の腰、モモ、お尻にかけてとれる上質な赤身肉）、ミスジ（牛の肩甲骨から手首までのところにある肉）、そしてハラミ（横隔膜についている筋肉で肋骨側の肉）、牛タンなど、そこにあればいくらかでも売れる人気部位の販売量が限定されてしまいます。ビジネス上、効率的には良いとは言えません。

しかし、生産者が一生懸命育ててくれた牛に対し、私たちも命のリレーで繋いでいきたいのです。人間の経済活動のためだけに、牛が命を提供しているのではありません。私たち人間が生きていくために提供され、それが



が血や身体になっています。そしてなにより、その肉を食べて「おいしい！」と喜んでいただき、それにより人々が幸せにならなければいけないのです。それが私達肉屋の使命だと考えています。

その様な考えになったのも、私自身がこの業界に身を置いた時に、食肉処理の現場にいて、目の前で倒されていく牛たちを見ていました。切り落とされ

た頭をこの手で洗い、そこから1本ずつタンを取り出していました。その経験から1頭の命が基準という考えになりました。

4 時代とともに変わっていく農業

ナカノの前身は、博労（ばくろう 牛や馬の売買や仲介を仕事とする者）です。その時代、農家には、必ず牛か馬がいました。それらが畑を耕す耕運機やトラクターの代わりをし、そこから排せつされる牛糞等を自然な堆肥とし、自然でおいしい野菜などの作物が生産されていたのです。ナカノは、その牛・馬を管理していました。

現代は、変わりました。時代とともに変わっていかなければならないの

でしょう。人間中心に考えられ科学的なもの、機械的なもの、どんどん進化しています。工場で作られる野菜も必要でしょう。出来るだけ短期間に育て、出荷される肉も必要かもしれません。それは経済的、効率的な生産性、食料自給率の向上のために必要なことです。もちろん昔に戻す必要はありません。

しかし、今、この活動の中で健康な牛たちが排せつする牛糞がとても良い堆肥になります。それで米を作ったり、野菜を作ったり、その堆肥で育てて人に喜ばれる農作物を増やし、牛にも還元していく。そのような仲間も増えてきています。これが地域の自然を生かした持続可能な循環型農業となり、この活動目標を「ふくい SDG s パートナー」として福井県で登録していただきました。

5 非効率な活動を継続する努力

自分たちが直接口に入れ、血や身となる肉、体のバランスを整える野菜類、食物について改めて考えるとき、ビジネスや効率主義をひとまず横におき、これからの子供たちのために出来ることのひとつとして、この時代に逆らうように昔からの良さを少しでも残そうと動いていきます。

そのような考えの肉屋を良しとする消費者の方々もおられるかもしれません。零細企業の私たちは、そのほんの小さいニーズに応えていく必要があるのではないかと？そしてそのニーズを少しでも広げていく非効率な努力を継続し、昔ながらの「米どころ福井の若狭牛」を



お召し上がりいただいた方々が幸せを感じていただけるよう、また、全国にも自信をもって発信できるように目指しています。

2024 年度下半期の食肉販売動向について

独立行政法人 農畜産業振興機構 畜産振興部

当機構では、食肉の消費・販売動向を把握するため、年に 2 回、卸売業者（牛肉・豚肉延べ 27 社）および小売業者（量販店・食肉専門店延べ 81 社）の協力を得て、食肉の取り扱いなどに関する調査を実施している。今回、令和 7 年 2 月に実施した「食肉販売動向調査結果（2025 年度上半期）」から、量販店における食肉の販売動向（2024 年度下半期の実績（見込みを含む。以下同じ。)) について報告する（※）。

※ 本調査結果の詳細は、以下よりご覧いただけます。

農畜産業振興機構ホームページ > 畜産 > 食肉販売動向調査結果について

URL : https://www.alic.go.jp/r-nyugyo/raku02_000060.html

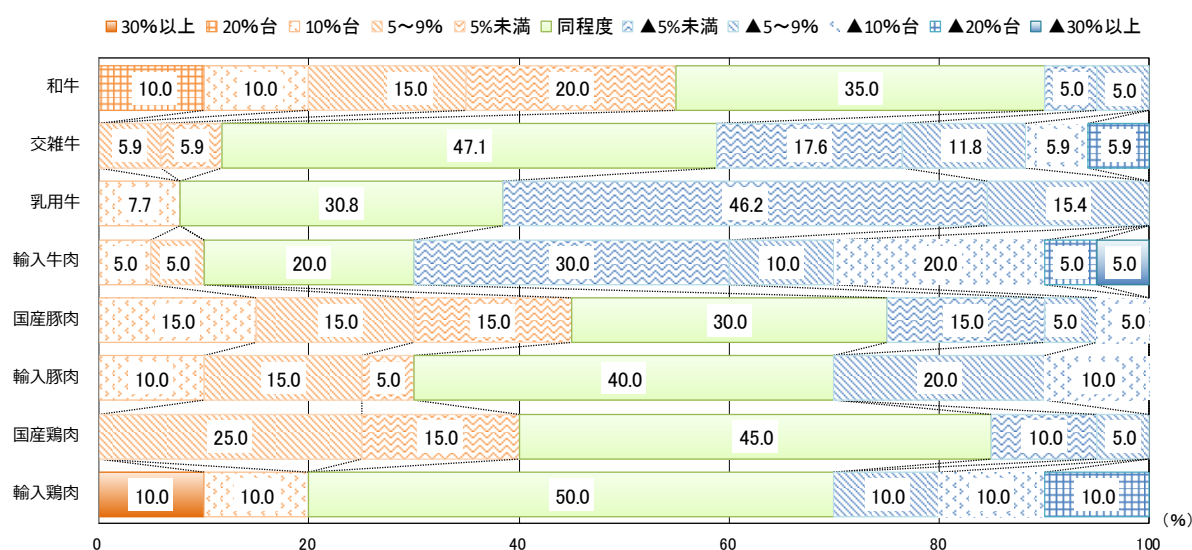
1 量販店における食肉の取扱状況

〔和牛および国産豚肉は「増加」、乳用牛および輸入牛肉は「減少」〕

2024 年度下半期の量販店における食肉販売量の増減割合について、前期（2024 年度上半期）との比較で、和牛および国産豚肉は「増加」が多かった一方、乳用牛および輸入牛肉は「減少」が多かった。なお、それ以外の区分では「同程度」が最も多かった（図 1）。

特に、和牛で 55.0%、国産豚肉で 45.0%が「増加」となっており、その増加割合を見ると、和牛は「5%未満」が最も多く、国産豚肉は「5%未満」、「5～9%」、「10%台」が同率で最も多かった。増加理由については、和牛は「販促強化」が最も多く、

図 2024年度下半期における食肉の取扱状況(量販店)
(2024年度上半期との比較)



資料：農畜産業振興機構「食肉販売動向調査結果（2025年度上半期）」

注 1：データは、各者の重量ベースでの取扱割合の合計値を基に算出した割合であって、各者の取扱重量の加重平均ではない。

注 2：四捨五入の関係で計と内訳が一致しない場合がある。

注 3：データは、回答者の割合である。

次いで「他畜種/品種との需要シフト」となり、国産豚肉は「輸入品との需要シフト」および「販促強化」が最も多かった。

一方、輸入牛肉で70.0%、乳用牛で61.6%が「減少」となっており、その減少割合を見ると、いずれも「5%未満」が最も多かった。減少理由については、輸入牛肉は「値上げによる影響」および「原価高」、乳用牛は「値上げによる影響」および「販促減少」がそれぞれ最も多かった。

2 量販店における食肉の仕入・小売価格

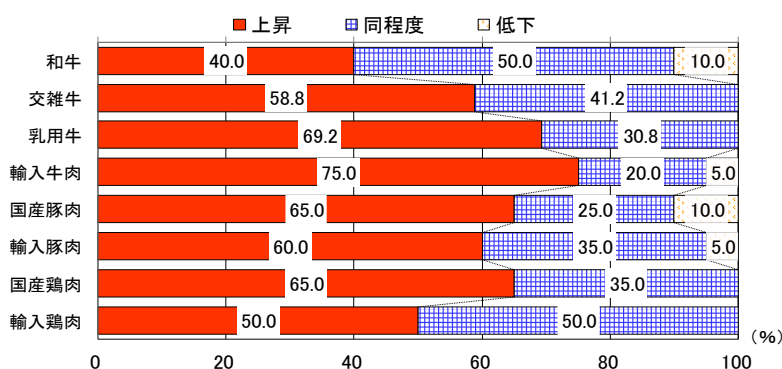
〔輸入牛肉、国産・輸入豚肉は、仕入・小売価格ともに「上昇」〕

2024年度下半期の量販店における仕入価格の実績について、前期（2024年度上半期）との比較で、和牛、輸入鶏肉を除いた区分で「上昇」が最も多く、特に、輸入牛肉は「上昇」が75.0%であった。一方、和牛は「同程度」が最も多く、輸入鶏肉は「上昇」と「同程度」が同率であった（図2）。

小売価格の実績については、前期（2024年度上半期）との比較で、輸入牛肉および国産・輸入豚肉で「値上げした」が最も多かった一方、その他のすべての区分で「同程度」が最も多かった（図3）。

仕入価格と小売価格を比較すると、ほとんどの区分で、小売価格で「値上げした」と回答した者の割合は、仕入価格で「上昇」と回答した者の割合と同等かそれ以下となっており、特に和牛、交雑牛、乳用牛、国産・輸入鶏肉で比較的少ない傾向となった。一方、和牛および国産鶏肉では、小売価格で「値下げした」と回答した者の割合は、仕入価格で「低下」と回答した者の割合より多かった。

図2 2024年度下半期の仕入価格（実績）



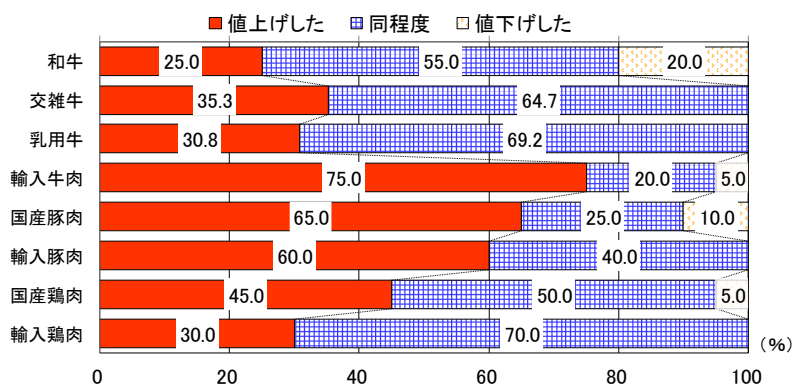
資料：農畜産業振興機構「食肉販売動向調査結果（2025年度上半期）」

注1：重量ベース。

注2：四捨五入の関係で計と内訳が一致しない場合がある。

注3：データは、回答者の割合である。

図3 2024年度下半期の小売価格（実績）



資料：農畜産業振興機構「食肉販売動向調査結果（2025年度上半期）」

注1：重量ベース。

注2：四捨五入の関係で計と内訳が一致しない場合がある。

注3：データは、回答者の割合である。

○ 行政情報

1 「酪農及び肉用牛生産の近代化を図るための基本方針」の策定について

農林水産省畜産局総務課畜産総合推進室
専門官 山本将平

「酪農及び肉用牛生産の近代化を図るための基本方針」（以下「酪肉近」という。）は、「酪農及び肉用牛生産の振興に関する法律」に基づき、酪農や肉用牛生産などに関する今後の取組や施策の方向性を示すものであり、概ね5年毎に策定しています。

昨年9月以降、畜産部会で精力的にご議論いただき、また国民からの意見などを踏まえ、4月11日に第9次となる酪肉近を策定しました。

本稿では、策定の背景やポイントを解説します。

1 新たな「酪肉近」の策定の背景

令和2年3月に策定された第8次酪肉近では、国内外の需要拡大に対応するための増頭・増産を基本的な方向性としていました。しかし、その後の世界的な情勢変化に伴う食料安全保障上のリスクの高まりや、資材やエネルギー価格の高騰、生産年齢人口の減少、地球環境問題への関心の高まりなど、酪農・肉用牛生産を取り巻く状況は大きく変化しました。

まず、新型コロナウイルス感染症の流行により消費が大きく落ち込み、需給ギャップが拡大したことで、脱脂粉乳の在庫の積み上がりや枝肉価格の下落が発生しました。また、ウクライナ情勢や原油価格高騰、円安の進行などにより、飼料を始めとする生産資材の高騰が重なり、酪農・肉用牛経営は大きな影響を受けました。これまで日本の酪農・肉用牛経営は安価な輸入濃厚飼料に依存していましたが、前提が大きく変わり、国産飼料基盤に立脚した経営の重要性が高まっています。さらに、人口の減少に伴い、生産年齢人口の減少も加速しており、2050年には5,275万人に減少すると予測されています。畜産業においても、生産段階だけでなく、飼料生産や流通段階を含めて人手不足が深刻化しており、省力化や飼料生産の外部化が求められています。

需要については、国内では人口減少による減少が避けられない中で、アジアを始めとした諸外国では人口や所得が増加しており、牛肉などの輸出が伸びています。一方、我が国で生産する畜産物は、太宗が国内で消費される状況は変わっておらず、人口減少局面における拡大は容易ではないものの、生産者が所得を向上させながら安心して生産していけるよう需給ギャップを解消しつつ、更なる国内需要を拡大させる取組が重要です。

そのほか、地球環境問題への対応も不可欠であり、畜産においても、資源循環や温室効果ガス削減への貢献が求められています。消費者の関心や国際ルールに対応し、酪農・肉用牛生産者の努力を発信し、理解を得る必要があります。

2 生乳の需給変化と酪農経営の持続可能性に向けた取組

(1) 背景と課題

生乳の需給については、遅くとも令和2年ごろから、ヨーグルト消費の減少や新型コロナウイルス感染症の影響により脱脂粉乳の需要が低迷したことで、脱脂粉乳の在庫の積み上がりが発生しました。国、生産者、乳業者が一体となって在庫削減対策を講じていますが、牛乳や脱脂粉乳の需要不足は当面見込まれており、対策がなければ積み上がる状況にあります。

生産基盤については、高齢化などを理由に飼養戸数が減少し、寒冷地など条件不利地域においては、農村の維持・活性化の観点から産業の持続性が課題です。

また、飼料費等の上昇・高止まりが経営収支を大きく悪化させたものの、その後の乳価引き上げに伴い回復の兆しが見られることを踏まえると、円滑な価格の形成に向けて需給の安定を通じ乳価交渉の環境を整えることが重要です。

さらに、生乳の流通については、2024年問題を背景とする運転手不足等の課題がある中で、集送乳の合理化が重要です。加工にあたっては、需給がひっ迫する中で、生乳需給調整機能の強化が必要となりますが、乳製品加工施設の老朽化・偏在が課題です。

(2) 対応方向と今後の施策

まず、生産量と需要のバランスを整えることが最重要課題です。酪農・乳業等の関係者と国や地方公共団体が目線を合わせながら、生乳・脱脂粉乳の消費者理解醸成や需要喚起対策を拡大してまいります。なお、生産数量目標については、次期基本方針策定までの間、毎年、業界をあげた需要拡大の取組の成果を含む需給状況を踏まえ、その目標達成の可能性やそれ以上の生産拡大の必要性を検証していきます。

生産基盤に関しては、生乳生産量の安定のためには、生産者が自ら種付率などをコントロールすることが重要であることを踏まえ、国は、酪農家が生産基盤を見通すために必要な飼養頭数、生乳の需給状況等の客観的データに関する情報発信を強化します。

経営安定対策については、地域における飼養戸数の動向や、これに伴う生乳生産の実態を把握し、生乳需給と経営の持続可能性を考慮した生産基盤の維持・強化を図るための支援を講じてまいります。

また、流通・加工についても、関係者の理解を得ながら合理化を推進します。

3 牛肉の需給構造と肉用牛経営の持続可能性に向けた取組

(1) 背景と課題

日本の肉用牛の産出額は、平成25年の産出額5,189億円から令和5年には7,696億円と約1.5倍に増加していますが、令和3年度以降はコロナ禍や物価上昇の影響で牛肉の1人当たり消費量は前年を下回って推移しています。一方、輸出は堅調に増加しており、令和6年には過去最高の輸出額・量を記録しまし

た。国内外の人口動態を踏まえると、牛肉の生産基盤の維持には輸出が不可欠な状況です。

また、国内の消費者ニーズは、脂肪交雑の多い霜降りから適度な脂肪交雑や赤身肉など多様化しています。こうした中、現在、多様な消費者ニーズに対し、和牛、交雑種、乳用種の国産牛全体で対応し、全国の和牛産地においては、おいしさに関連した脂肪酸組成等の指標によるブランド化の取組、早期出荷により適度に脂肪交雑の入った牛肉生産の取組も広がりつつあります。

生産基盤については、繁殖経営は高齢化・後継者不足が課題となっており、また、一部の人気種雄牛の精液の集中的利用など遺伝的多様性の喪失への懸念も高まっています。また、飼料価格が高止まりする中で、子牛価格が下落傾向で推移するなど、肉用牛経営における所得確保に向けた経営力の向上が不可欠となっています。

また、肉用牛の流通については、家畜市場の魅力向上に向けた再編・整備が必要となっており、牛肉の流通については、食肉処理施設の老朽化や稼働率の低下、労働力不足が課題となっています。

（２）対応方向と今後の施策

人口減少局面の我が国において、国内外の需要を的確に捉え、１人当たりの国産牛肉消費量を増やしつつ、輸出拡大等も進めながら、需要に応じた牛肉の供給を図る必要があります。

和牛肉の脂肪交雑は外国産牛肉との差別化の強みであり、消費者ニーズへの対応として、脂肪交雑と食味のバランスを重視した改良や品質評価を進めるとともに、適度な脂肪交雑の牛肉を生産する短期肥育を推進します。また、交雑種や乳用種牛肉の需要拡大も図ります。

輸出拡大に向けては、認定農林水産物・食品輸出促進団体によるオールジャパンでの認知度向上や、産地による商流構築などを進めるとともに、輸出向け施設の整備・認定を推進します。

流通の合理化に向け、家畜市場については、地域の実情を踏まえた再編を積極的に推進します。また、食肉処理施設については、再編や輸出型施設の整備、収益力の強化等を推進するとともに、将来の再編に向けた施設同士の連携を強化します。

４ 飼料の安定供給と国産飼料の活用による持続的な畜産経営の構築

（１）背景と課題

近年、家畜改良や飼養管理の高度化による畜産物の生産性の向上に伴い、濃厚飼料の給与割合が増加しています。また、輸入乾牧草は利便性や品質の安定性といった理由から一定の需要があり、粗飼料全体の２割を占めています。

こうした中、クライナ情勢や円安、燃料価格の高騰により、輸入飼料価格が高止まりし、畜産経営を直撃しています。このため、安定的な調達はもとより、資源循環といった観点も含め、国産飼料の利用が求められます。

一方、畜産経営の規模拡大が進む中では、近隣で効率的に生産可能な農地やその労働力の確保が困難であり、これを補う形でコントラクターやTMRセンターによる飼料生産作業の外部化が進展したものの、人材確保等が課題となっています。

また、国産飼料の生産・利用の拡大には、耕畜連携を含めた環境整備が必要であり、飼料の品質安定化や輸送効率化による持続的な流通体制の構築が重要です。

（２）対応方向と今後の施策

国産飼料の生産拡大については、青刈りとうもろこしや子実とうもろこし、飼料用米などの現場実態を調査・検証した上で、田畑における耕畜連携の在り方も含めて検討します。また、耕畜連携に向けて飼料生産について地域計画の中で位置づけることを促していきます。その上で、労働生産性や単収の面で有利であり、栄養価も高く地域の実情に適した青刈りとうもろこし、牧草、ソルゴー等の飼料作物の作付拡大などを図ります。

また、飼料生産組織のオペレーターの確保・育成や作業機械の導入など、運営強化に努めるとともに、放牧について、飼養管理の省力化や条件不利地の活用のために有効な手段であることから、特に肉用牛繁殖経営や中山間地域における更なる活用を推進します。

さらに、配合飼料の価格低減に資するよう、配合飼料工場の再編等の製造合理化を推進することに加えて、配合飼料輸送の作業に係る作業負担の軽減や、長距離輸送の削減などに取り組み、飼料の製造・流通の合理化を図ります。

5 関連事項について

肉用牛、乳用牛の共通事項として、（１）担い手の確保、経営力の向上、（２）労働力不足への対応、（３）家畜衛生対策の充実・強化、（４）安全確保の取組の推進、（５）アニマルウェルフェアの推進、（６）環境と調和のとれた畜産経営、（７）自然災害に強い畜産経営の確立、（８）暑熱対策の推進、（９）経営安定対策及び配合飼料価格安定制度の着実な運用、（１０）消費者理解の醸成について取り組んでいくこととしています。

例えば、担い手の確保、経営力の向上に関して、酪農・畜産における基幹的農業従事者の多くが60歳以上で、今後20年間で酪農は約半分、肉用牛は約4分の1に減少する見込みです。これに対し、就農や省力化、外部支援組織の強化を支援します。新規就農に当たり知識や技術の習得の場となるヘルパー制度の強化も重要と考えています。加えて、スマート農業技術やデータ活用により生産性向上と経営効率化を図ります。

また、家畜衛生対策の充実・強化に関して、まず、水際検疫を徹底し、口蹄疫などの越境性疾病の侵入を防ぐため、AIを活用した検査技術等を導入します。また、国内防疫の徹底が重要であり、飼養衛生管理の向上やワクチン接種を推進します。さらに、産業動物獣医師の確保・育成を図り、地域の獣医療提供体

制を整備します。

環境と調和のとれた畜産経営に関して、持続可能な畜産経営を目指し、堆肥の高品質化や広域流通などを通じて、家畜排せつ物の適正管理と堆肥の循環利用を推進します。また、温室効果ガス（GHG）排出削減に関しては、4月15日に改定した農林水産省地球温暖化対策計画において、畜産分野における排出削減目標を設定したところです。このため、みどりの食料システム法に基づく農業者の認定や J-クレジット制度の活用を通じ、GHG 排出量が少ない家畜排せつ物管理方法への変更や GHG 排出削減に資する飼料添加物等の利用を推進します。併せて、消費者の関心を踏まえ、環境負荷低減の取組みを「見える化」し、国際的な動きに対応します。

6 終わりに

畜産業は国民に対して良質なたんぱく質を供給するだけでなく、流通・加工などの関連産業も含め、我が国の中山間地も含む各地の地域を支える重要な産業です。

このため、今般策定された酪肉近に基づく取組を通じ、我が国の畜産物を国内外に供給していくことで、国産畜産物の価値を高め、酪農・肉用牛生産者や関係者が誇りを持ちつつ将来に向けた展望を描き、また次代を担う若い世代にも魅力のある畜産業にしていく所存です。

2 新たな肉用牛及び豚の改良増殖目標について

農林水産省畜産局畜産振興課
畜産技術室長 和田 剛

1 はじめに

家畜改良増殖目標（以下「目標」という。）は、家畜の改良増殖を計画的に行うことを通じ、畜産の振興を図ることを目的として、家畜改良増殖法に基づき、おおむね5年毎に家畜（牛、豚、馬、めん羊、山羊）の能力、体形、頭数等に関して10年後の目標を定めることとされており、本年4月に新たな目標を公表した。

新たな目標を検討するに当たっては、家畜改良の専門家をはじめ、畜産経営や流通・販売・消費等に関する有識者による畜種毎の研究会を設置し、技術的見地に加え、様々な視点から議論を重ね、さらに食料・農業・農村政策審議会畜産部会での審議を経て、新たな目標を取りまとめた。

今回は、令和17年度を目標年度とする肉用牛と豚の改良増殖目標のうち改良目標を中心に、研究会での議論のポイントを紹介した上で、数値目標等を紹介する。

2 新たな肉用牛の改良増殖目標について

(1) 肉用牛研究会での議論

研究会では、主なものとして、産肉能力のうち脂肪交雑の取扱い、繁殖性及び飼料利用性の向上、短期肥育・早期出荷の位置づけ、遺伝的多様性の確保についての議論が行われた。

脂肪交雑については、前々回及び前回の改良増殖目標とも、向上ではなく維持することとされていたものの、この間、枝肉に占めるA5の割合は上昇し続け、A5・A4の合計割合が9割に達している。このような現状を踏まえ、引き続き脂肪交雑を目標として位置付けるのか、位置付ける場合は具体的にどのような数値目標とするのか、仮に向上を目指さないのであれば数値目標から落とすべきではないか、といった様々な意見が交わされた。また、脂肪交雑とは別に、食味に関係する一価不飽和脂肪酸(MUFA)や生産性に関係する歩留基準値を新たな数値目標として設定してはどうか、といった意見も出された。

肉用牛経営に大きく影響する繁殖性及び飼料利用性については、1年1産に向けて分娩間隔を短くしていくことが重要であるが、初産月齢については生涯生産性との関係から早ければよいというわけではない、昨今の飼料価格の高止まりを踏まえ、より飼料効率のよい肉用牛への改良が重要である、といった意見が出された。

また、収益性の改善や多様な消費者ニーズへの対応に資する取組として期待される短期肥育・早期出荷については、現在の脂肪交雑の改良水準であれば肥育期間を短くしても、脂肪交雑の入った牛肉を生産できるという意見が出る一方で、肥育期間を短くすると牛肉の味が落ちて市場で評価されない、長期肥育の牛肉に対する需要がある中で出荷の早期化が極端に進んでしまうのではないか、といった懸念も示された。

遺伝的多様性については、生産現場で脂肪交雑に優れる特定の種雄牛の利用が集中し、近交係数が上昇しているため、遺伝的多様性の確保に配慮した取組が必要とされた。

これらの議論も踏まえつつ、新たな肉用牛の数値目標等は次のとおり決定した。

(2) 能力に関する改良目標

産肉能力に関する数値目標は表 1 のとおりとした。

まず、日齢枝肉重量については、生産コストの低減や効率的な牛肉生産の観点から、飼料利用性も考慮して向上を図るものとしている。また、同様の観点から、今回、向上を図る改良形質として新たに歩留基準値の数値目標を設定している。なお、議論となった脂肪交雑については、すでに十分な改良水準に達していること、また、この水準を前提に短期肥育・早期出荷の実現が可能となると考えられることから、目標数値を「±0」とし、現状維持を図るものとしている。その上で、脂肪交雑の数値目標を設定しない（目標数値を削除する）場合、改良上考慮され

表 1：種雄牛の能力（育種価向上値）に関する目標数値（全国平均）

	品種	日齢枝肉重量 g	脂肪交雑 B. M. S. No.	歩留基準値
現在	黒毛和種	0 (584)	0 (8.6)	0 (75.3)
	褐毛和種	0 (641)	0 (4.4)	0 (73.9)
	日本短角種	0 (563)	0 (2.2)	0 (72.1)
目標 (令和 17 年度)	黒毛和種	+52	±0	+1.3
	褐毛和種	+17	±0	+0.4
	日本短角種	+24	±0	+0.2

* 脂肪交雑は、需要に応じた肥育形態が増えることで、目標年度においては、消費者ニーズが反映された B. M. S. No. 平均値となることを想定し、育種価については、現在の状況を維持するものとする。

* 歩留基準値は、複数の要素に重み付けをして算出される値（※ 4）であるため、その向上を図る際には、負の重み付けがされている枝肉重量（冷と体重重量）が低下しないようにする等、各要素の変動に留意する必要がある。

※ 1：育種価向上値は親牛がその子に及ぼす遺伝的な改良効果のことであり、基準年を 0 として算出される。令和 17 年度の目標数値は、同年に評価される種雄牛のうち直近年度に生産された種雄牛の数値（育種価）と基準年（平成 28 年度）に生まれた種雄牛の数値（育種価）の差である。

※ 2：現在の欄の（ ）内は、枝肉情報として収集した去勢肥育牛の値の平均値である。

※ 3：B. M. S. No.（Beef Marbling Standard Number）牛肉の脂肪交雑の程度を示すもの。12 段階に分かれ、数字が大きいほど、サシ（筋束や筋線維間に蓄積された斑点状の脂肪組織）が多いとされる。

※ 4：歩留基準値は、次の式により算出される。

$$\begin{aligned} \text{歩留基準値} = & 67.37 + [0.130 \times \text{胸最長筋面積 (cm}^2\text{)}] \\ & + [0.667 \times \text{「ばら」の厚さ (cm)}] \\ & - [0.025 \times \text{冷と体重重量 (半丸枝肉 kg)}] \\ & - [0.896 \times \text{皮下脂肪の厚さ (cm)}] \end{aligned}$$

ただし、肉用種の場合には 2.049 を加算して歩留基準値とするものとする。

ない形質となり、現状が維持されないおそれがあることから、引き続き、目標数値として設定した。MUFA については、枝肉の格付けオプションとして測定が行われており、引き続き、データ収集・蓄積を行っていくことを踏まえ、参考として、全共での測定結果に加えて、新たに枝肉測定結果を示している（表 2）。その他、将来的に改良指

標として取り入れることを念頭に、牛肉の食味や脂肪交雑の形状に関する研究を進めるものとしている。

繁殖性に関する数値目標は、表3のとおりとした。初産月齢は、現状、適正な水準にあると考えられることから、現在の値を目標数値として設定し、分娩間隔は、前回の目標数値を実現できていないことを踏まえ、前回と同じ目標数値を設定した。引き続き、分娩間隔の短縮と性成熟を踏まえた初産月齢の適正化を図るものとしている。

飼料利用性については、引き続き、種雄牛造成の際の直接検定における余剰飼料摂取量や肥育期間中の飼料摂取量のデータ収集を進め、飼料利用性の指標化を検討するとともに、種畜の選抜手法として実用化を進めるものとしている。

(3) 体型に関する改良目標

発育の斉一性を高めるとともに、繁殖雌牛にあっては、適度な体積がある体型とし、肥育素牛になつては、十分な肉量が確保できるよう、体の幅や長さ、深さのある体型としている。

(4) 能力向上に資する取組

飼養管理について、今回、新たに短期肥育・早期出荷の取組を盛り込んでいる。個体の飼料利用性等の能力に応じつつ、適正な月齢での肥育開始、肥育期間の短縮、適度な脂肪交雑での出荷に取り組むことで、飼料コストの低減等の生産面のメリット、適度な脂肪交雑の牛肉を求める消費者ニーズに応えることで消費面でのメリットが期待できる。これらのことから、和牛特有の強みである脂肪交雑を活かした慣行肥育だけではなく、多様な肥育形態の選択肢の1つとして、短期肥育・早期出荷の普及に向けた技術の研究や実証に取り組み、生産現場への定着を推進するものとしている。この短期肥育・早期出荷を推進する前提として、子牛の哺育・育成期の衛生管理・事故防止の徹底、過肥の抑制等、適切な飼養管理に取り組むとともに、早期出荷牛肉に関

表2：(参考) 黒毛和種の一価不飽和脂肪酸（MUFA）等の割合
＜全国和牛能力共進会（肉牛の部）＞

	MUFA
	%
第10回(平成24年)	57.6
第11回(平成29年)	54.4
第12回(令和4年)	56.4

* 24か月齢未満の去勢牛が対象

＜枝肉測定結果＞

	MUFA	オレイン酸
	%	%
令和5年	60.6	54.8

※1：黒毛和種の筋間脂肪のMUFA等の割合を光学測定し集計した値。

※2：枝肉測定結果は、枝肉の生産者・出荷者等から依頼を受けて、(公社)日本食肉格付協会が測定を行った13,150頭(去勢7,098頭、雌6,052頭)についての平均値。

表3：繁殖能力に関する目標数値（全国平均）

	初産月齢	分娩間隔 (日数)
	か月	か月
現在	25.3	13.3 (406日)
目標 (令和17年度)	25.3	12.5 (380日)

するデータ収集・分析を行い、流通及び消費者サイドの認知向上及び理解醸成に取り組むものとしている。

改良手法について、新たな改良形質として、食味に影響する MUFA、飼料利用性を評価するための採食量、繁殖性への影響が考えられる生時体重などのデータ収集に取り組むとともに、それらの評価基準の検討を進めるものとしている。また、ゲノミック評価等を活用し、新たな改良形質にも着目した種雄牛造成や繁殖雌牛群の整備等を推進することとしている。このように、従来の枝肉 6 形質に加え、新たな改良形質に着目した改良を進めることによって、希少系統の維持改良や遺伝的多様性の確保もあわせて図るものとしている。

この他、アニマルウェルフェア、暑熱対策、環境負荷軽減等の取組を推進するとともに、飼養衛生管理基準の徹底、抗菌剤の慎重使用、農場 HACCP や GAP 等の生産工程管理の普及を推進するものとしている。

3 新たな豚の改良増殖目標について

(1) 豚研究会での議論

研究会では、主なものとして、遺伝資源の確保及び純粋種豚の改良体制の維持が重要であり、消費者ニーズに対応する産肉能力の改良、生産コスト低減に資する繁殖能力の改良、能力の発現を最大化させる体型の改良についての議論が行われた。

近年、アジア諸国においてアフリカ豚熱（ASF）が発生し、国内では豚熱（CSF）の発生が継続して確認されるなど、伝染性疾病による遺伝資源喪失のリスクが高まっていることや、海外からの純粋種の改良素材の入手が困難になりつつあることから、遺伝資源の確保及び純粋種豚の改良体制の維持は食料安全保障の観点においても重要であるとされた。

これまでの改良成果として、国産純粋種豚の能力は着実に向上しているものの、海外の改良先進諸国の改良成果には至らない点が見られており、その一因としては、我が国と海外の改良先進国との改良の規模や目的が異なることが挙げられる。このような状況を踏まえ、産肉能力の改良については、国産豚肉としての特色を更に伸ばしていくために、特にデュロック種において、ロース芯への脂肪交雑の高い集団の作出・利用を推進すべきであり、繁殖能力の改良については、コスト低減に資するよう、1 腹当たり育成頭数の向上を図るべきとされた。

能力を最大限に発揮させるためには体型や衛生管理も重要であり、肢蹄については同一の評価手法を活用することで改良効率を高めていくことも重要であり、慢性疾病も含む伝染性疾病の影響を低減させるため、飼養衛生管理基準の遵守やオールイン・オールアウトの導入等を推進することも重要であるとされた。

また、単に海外の種豚と能力を比較するのみでなく、これまで作出されてきた、国産豚肉としての特性を持つ種豚が国内に存在するというを我が国の強みと捉え、国内の種豚を有効に活用しながら、より繁殖能力を上げていくべきではないかという意見も出された。

これらの議論も踏まえつつ、新たな豚の数値目標等は次のとおり決定した。

(2) 能力に関する改良目標

純粋種豚の繁殖能力については、我が国の種豚の1腹当たり育成頭数等の成績は、豚改良の先進諸国の種豚と大きな能力差が見られ、結果として肥育豚生産コストの差の要因の一つとなっていることから、純粋種豚の1腹当たり育成頭数の向上に着目した改良を強化することとしている。

産肉能力については、各品種とも、飼料要求率、出荷日齢及び出荷体重を含めた生産コストの低減を図る観点から、1日平均増体量の向上を図ることとしている。

流通・消費者ニーズ等を踏まえ、ロース芯の太さについては、各品種とも現状と同程度の水準を維持するものとしている。また、交配用の雄として主に利用されるデュロック種については、国産豚肉全体の食味の向上のため、ロース芯への脂肪交雑の向上を図るものとしている。さらに、差別化やブランド化に資するものとしてロース芯への脂肪交雑の高い（遺伝的な能力として筋肉内脂肪含量がおおむね6%）デュロック種の集団の作出・利用を図るものとしている。

背脂肪層の厚さについては、デュロック種においては、現在値よりも薄くする方向性とするが、現在値の根拠となるデータは農場間でばらつきが大きいことに留意が必要である。それ以外の品種については、現状と同程度の水準を維持する

表4 純粋種豚の能力に関する目標値（全国平均）

	品 種	繁殖能力		産肉能力				
		1腹当たり 育成頭数	1腹当たり 子豚総体重	1日平均増体量		ロース芯 の太さ	背脂肪層 の厚さ	飼料要 求率
				0- 105kg	30- 105kg			
現在	パークシャー	7.7	46	542	728	29	1.8	3.2
	ランドレース	10.2	61	652	852	32	2.1	3.1
	大ヨークシャー	10.4	62	674	907	32	2	3
	デュロック	7.8	43	746	1,037	33	2.8	2.9
目標 (令和17年度)	パークシャー	8.2	48	560	745	29	1.8	3.1
	ランドレース	11.2	66	690	910	32	2.1	3
	大ヨークシャー	11.4	68	700	950	32	2	2.9
	デュロック	8.3	45	780	1,100	33	2.5	2.8

- ※1：繁殖能力に係る数値は、分娩後3週齢時の母豚1頭当たりのものである。
- ※2：繁殖能力及び産肉能力に係る数値（飼料要求率を除く。）は、一般社団法人日本養豚協会が行う遺伝的能力評価事業で雌雄の個体のデータを収集したものである。
- ※3：現在値は、繁殖能力は令和3～5年度、産肉能力は令和2～4年度に収集したデータの平均値である。
- ※4：1日平均増体量の数値は、実際の改良の現場で、生時を体重0kgとして算出した105kgまでの間の値と、30kgから105kgまでの間の値の両方が使用されているため、併記。なお、30kgから105kgまでの間の値は、0kgから105kgまでの間の値から推定したものである。
- ※5：飼料要求率の数値は、体重30kgから105kgまでの間の1日平均増体量と飼料要求率の関係をもとに推定した値である。（パークシャーについては実測値。）
- ※6：ロース芯の太さ及び背脂肪層の厚さは、体重105kg到達時における体長2分の1部位のものである。

表5（参考）純粋種豚の能力に関する育種価向上目標数値

	品 種	繁殖能力		産肉能力	
		1腹当たり 育成頭数	1腹当たり 子豚総体重	1日平均増体量	
				0- 105kg	30- 105kg
目標 (令和17年度)	パークシャー	頭/10年	kg/10年	g/10年	g/10年
	ランドレース	+0.5	+2	+18	+17
	大ヨークシャー	+1.0	+5	+38	+58
	デュロック	+1.0	+6	+26	+43
		+0.5	+2	+34	+63

- ※1：繁殖能力に係る数値は、分娩後3週齢時の母豚1頭当たりのものである。
- ※2：育種価
産子数や増体量等の測定値と血縁情報を用い、飼養管理や産次等の環境の影響を除いた、その個体自身が両親から受け継ぎ、産まれながらにして持つ遺伝的な能力を数値化したもの。
- ※3：目標は、令和7年度時点基準とした育種価の向上の度合いを示すものであり、令和17年度までのそれぞれの生産者における10年間の遺伝的改良量である。

ものとしている（表４）。また、より効率的な改良を進めるためにも、各改良機関等での育種価の活用を浸透させることが重要であることから、前回目標と同様に、純粋種の目標値については、育種価も併記している（表５）。

交雑種を前提とした肥育素豚生産用母豚については、純粋種豚の１腹当たり育成頭数の改良を強化することにより、繁殖能力を更に高めることとした（表６）。

同様に交雑種を前提とした肥育豚の産肉能力については、純粋種豚の１日平均増体重の向上を図ることにより、出荷日齢の短縮と出荷体重の増加を図る目標としている。

飼料利用性については、生産コストの低減を一層推進する観点から、肉質への影響も考慮しつつ、きめ細やかな飼養管理による生産性の向上にも努めることにより、引き続き飼料要求率の向上を図るものとしている（表７）。

(3) 体型に関する改良目標

肢蹄に関する評価指標は確立されていることから、改良現場での実践に向け判定の均一化・精度向上を図るものとしている。

(4) 能力向上に資する取組

改良手法については、遺伝率が低い繁殖形質等については、育種母集団を拡大し選抜圧を高めることが効果的である。このため、独立行政法人家畜改良センター、国立研究開発法人農業・食品産業技術総合研究機構、都道府県、大学、民間の種豚生産者等の関係者が構成する国産純粋種豚改良協議会等を活用しながら協業を含め連携することにより、多くのデータを収集・評価し、この評価結果を用いて優良な改良素材を効率的かつ効果的に利用することのできる改良体制の構築を推進するものとしている。

さらに、これまでの各種改良形質に係る成果の検証や今後の改良に必要となるデータを十分に収集し、今後の改良の検討に活用するため、改良関係者と連携して、データを効率的かつ効果的に収集・分析することのできる体制の構築を検討するものとし

表６（参考）肥育素豚生産用母豚の能力に関する数値（全国平均）

	１腹当たり 生産頭数	育成率	年間分娩回数	１腹当たり年間 離乳頭数
	頭	%	回	頭
現 在	11.8	90	2.3	24.2
目 標 (令和17年度)	12.6	95	2.3	27.5

※１：育成率及び１腹当たり年間離乳頭数は、分娩後３週齢時のものである。

※２：肥育素豚生産用母豚の能力は、交雑種のものとする。なお、算出に用いたデータには海外産ハイブリッドも含んでいる。

※３：現在値は、令和２～４年度に収集したデータの平均値である。

表７（参考）肥育豚の能力に関する数値（全国平均）

	出荷日齢	出荷体重	飼料要求率
	日	kg	
現 在	184	114	2.9
目 標 (令和17年度)	180	120	2.8

※１：肥育豚の能力は、交雑種のものとする。なお、算出に用いたデータには海外産ハイブリッドも含んでいる。

※２：出荷日齢、出荷体重の算出に用いたデータと飼料要求率の算出に用いたデータは対象農場等が異なる。また、飼料要求率は生時から出荷までの肥育豚のものとする。

※３：現在値は、令和２～４年度に収集したデータの平均値である。

ている。

純粋種豚については、豚肉の供給能力を確保し特色ある豚肉生産を図るため、凍結精液の作成・保管・利活用体制の構築を含めた、その維持・確保並びに種豚生産者等への安定供給のための体制の整備及び強化に努めるものとしている。

飼養管理については、飼養管理の効率化や労働時間の削減を図るため、母豚群飼システムや豚舎洗浄ロボット等のスマート農業技術の他、ベンチマーキング等のデータの活用を推進するものとしている。また、遺伝的能力などの豚が本来持つ能力を十分発揮させるためには、日々の飼養管理や適切な飼料給与、丁寧な取り扱いなどの豚を快適な環境で飼養するアニマルウェルフェアに配慮した飼養管理が重要である。

衛生管理については、伝染性疾病の発生予防及びまん延防止のため、農場 HACCP や GAP 等の生産工程管理の普及やグループ生産システム等を活用したオールイン・オールアウトの導入等の衛生対策を推進するものとしている。

また、薬剤耐性菌が増加すれば、疾病治療が困難になるとともに生産性低下にもつながることから、ワクチン接種を含む飼養衛生管理による感染症の予防、抗菌剤の使用機会の削減等により、抗菌剤を真に必要な場合に使用する慎重使用に取り組むものとしている。

4 終わりに

新たな目標に掲げた内容を実現していくためには、国及び独立行政法人家畜改良センターをはじめ、都道府県、関係畜産団体等の家畜の改良増殖に携わる産学官の改良関係機関と生産者が協力し、消費者ニーズを踏まえながら改良増殖を推進することが重要である。引き続き、畜産関係者の幅広い協力をお願い申し上げる。

3 和牛肉需要拡大緊急対策事業を活用した和牛肉の販売促進

農林水産省畜産局食肉鶏卵課
課長 補佐 岡田 卓也

1 はじめに

為替相場や世界的な物価高騰による輸入穀物や燃料価格の上昇の影響を受け、生産コストの高止まりがみられるなど、我が国の畜産経営は引き続き厳しい環境下にある。そのような中、肉用子牛価格や牛枝肉相場は軟調に推移し、肉用牛生産者の方々にとっては相当な負担がかかっている。生産サイドにおいては、当省は畜種ごとの事情に応じた対策を講じており、肉用牛生産では肉用子牛補給金や牛マルキンといった経営安定対策の他、肉用子牛補給金の上乗せとして、一定の取組に対して奨励金を交付するいわゆる 61 万円事業や緊急特別対策事業といった肉用子牛対策等を措置している。

一方で、肉用牛・牛肉のサプライチェーンは当然ながら消費につながるものである。牛肉の消費が低迷すると、枝肉相場が下落し、肉用牛肥育経営の収益が低下する。そして、それは肉用子牛の購買意欲の減退等を引き起こし、肉用子牛価格の低下につながる。特に、肉用牛については、子牛の出生から育成・肥育を経て出荷されるまでに 26～30 か月程度を要する。種付け・妊娠期間まで考慮すると、牛肉を生産するためには約 3 年間もの期間が必要となる。つまり、需給動向に柔軟に対応することが非常に難しい畜種と言える。そのため、サプライチェーンの出口部分となる牛肉の流通・消費の段階が滞ると、川上である枝肉価格や肉用子牛価格が大きな影響を受けやすい。

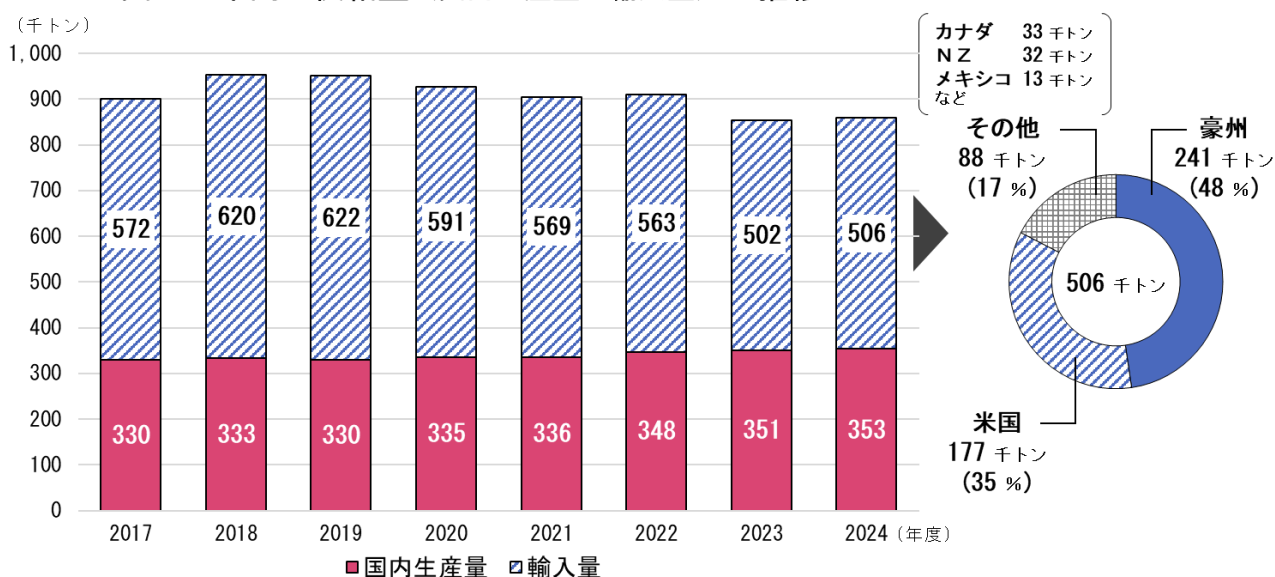
現在、物価高が続く中、消費者の生活防衛意識の高まりなどを背景に、牛肉の中でも特に高価格帯である和牛肉の消費が低迷していることが軟調な肉用子牛価格や枝肉価格の一因となっている。本稿では、近年の牛肉の需給動向に触れつつ、和牛肉の販売促進・消費拡大を目的として令和 6 年度補正予算で措置した「和牛肉需要拡大緊急対策事業」を紹介する。

2 牛肉の需給動向

(1) 供給動向

近年の牛肉供給量はやや減少傾向に推移している(図 1)。これは牛肉輸入量の減少に伴うものである。牛肉輸入量は現地の生産状況、現地価格、為替相場、国内需要など様々な要因から影響を受ける。我が国の主要な牛肉輸入先は豪州及び米国であり、両国で輸入量全体の 80% 以上を占めるが、2019～22 年度には豪州における干ばつ、2023 年度以降には米国における干ばつの影響を受け、輸入量が減少した。また、近年の円安傾向、世界的なインフレを受けた現地価格の高騰も輸入量の減少の一因であると言えるだろう。

図1 牛肉の供給量（国内生産量・輸入量）の推移

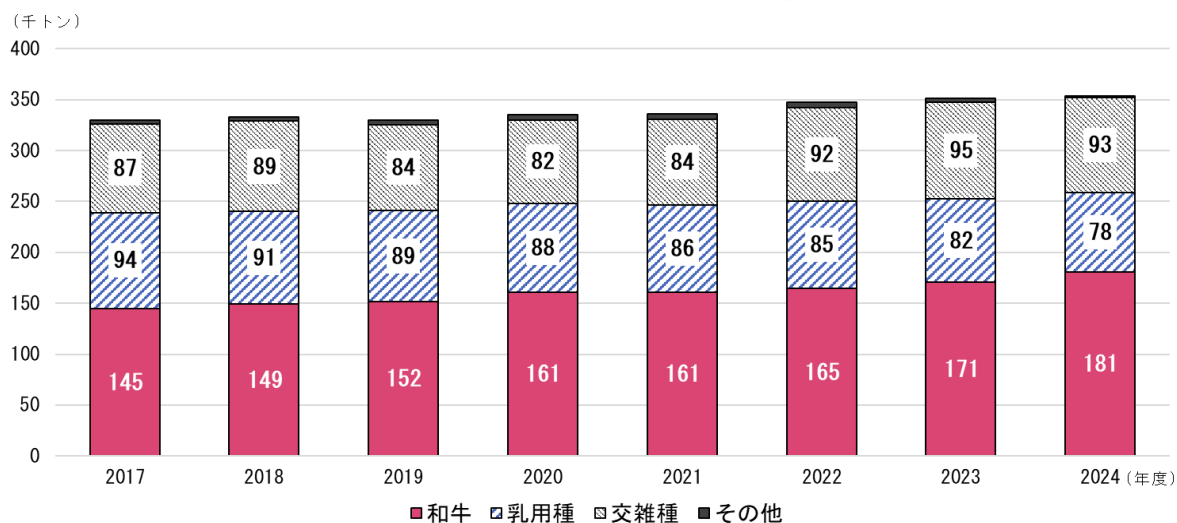


資料：農林水産省「畜産物流通調査」、財務省「貿易統計」

注：部分肉ベース

一方で、牛肉の国内生産量は2017年度以降、やや増加傾向にある。牛肉の品種別内訳では、酪農経営における性選別精液利用による乳用雄牛の減少、黒毛和種精液交配や受精卵移植の増加による和牛及び交雑種の増加がみられる（図2）。また、和牛の枝肉重量の増加も和牛肉の増加の一因となっている。その結果、2017年度以降、和牛肉は増加傾向で推移し、2017年度の14.5万トンから2023年度には17.1万トン、さらに2024年度には18.1万トンと増加した。そして、A5の格付割合も上昇傾向にあり、和牛去勢牛では2017年度の38%から2024年度の68%まで増加した（図3）。家畜改良や飼養技術の向上がみられ、2024年度のA5及びA4の格付割合の合計は92%と脂肪交雑が豊富な和牛肉が生産されている。

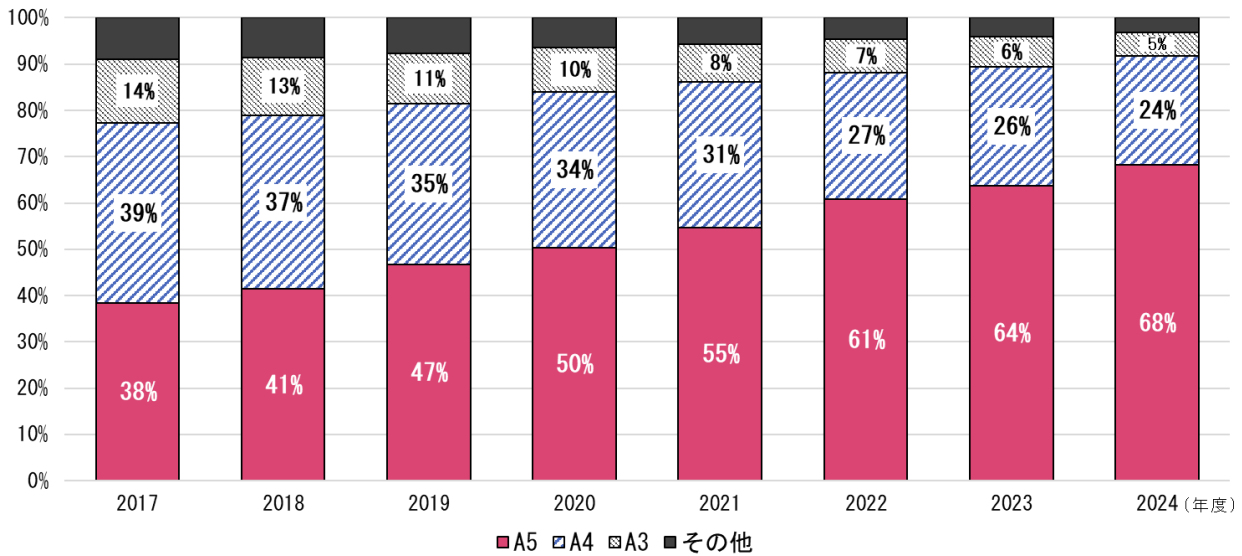
図2 国産牛肉生産量の内訳別推移



資料：農林水産省「畜産物流通調査」

注：部分肉ベース

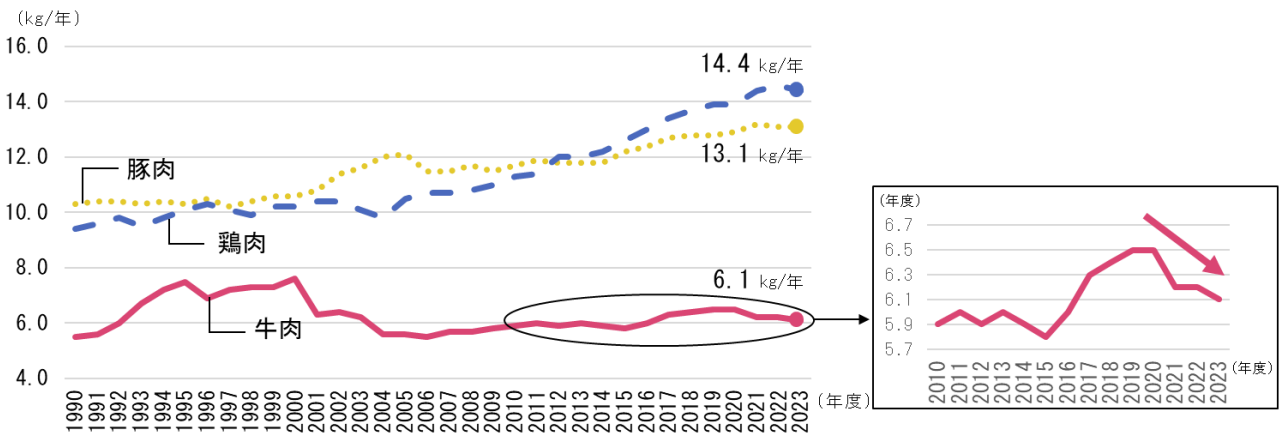
図3 和牛去勢牛の格付割合の推移



(2) 消費動向

食肉全体の一人当たり消費量は、長期的には食生活の欧米化や消費者ニーズの変化等に伴い、増加傾向に推移している。畜種別にみると、近年では鶏肉の一人当たり消費量が増加しており、2023年度には14.4kg/年と最も多く、豚肉が13.1kg/年、牛肉が6.1kg/年となった(図4)。牛肉の一人当たり消費量は近年、緩やかに増加傾向で推移していたが、2021年度以降は減少傾向に転じた(図4)。

図4 牛肉・豚肉・鶏肉の一人当たり消費量の推移

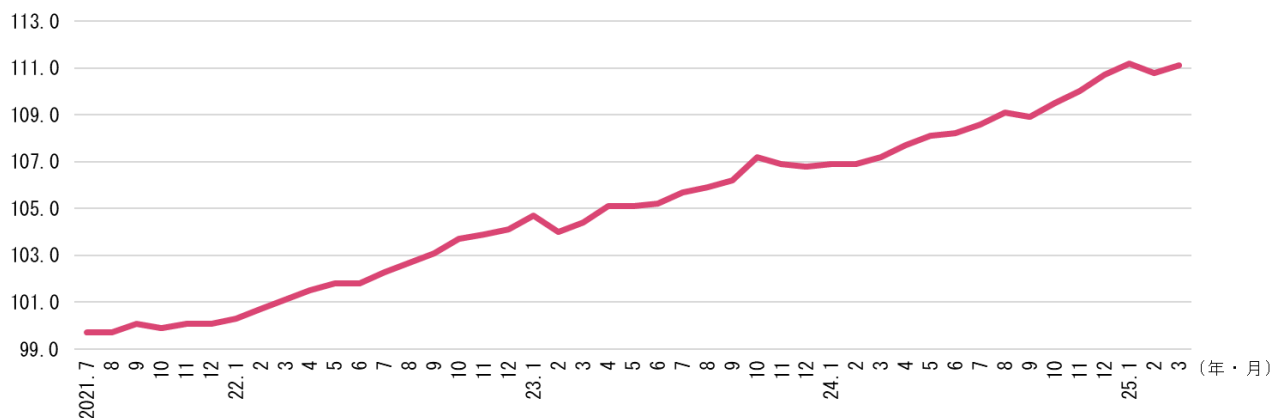


新型コロナウイルス感染症の拡大(パンデミック)は世界的な流通の混乱を招き、パンデミック以来、多くの国がインフレに見舞われている。消費回復や原料・労働力不足でインフレは加速し、今でも物価高が続く。我が国においても物価高は顕著であり、消費者物価指数(CPI)も上昇が続いている(図5)。一般的に、物価高による食料品価格の上昇は家計消費支出に占める

食料費の割合を高め、生活水準の低下につながるものである。そのため、物価高が消費者の生活防衛意識を高めることとなり、食肉の中でも高価格帯である牛肉から比較的低価格帯である豚肉・鶏肉に消費がシフトし、牛肉消費量の減少の要因となっている。

名目賃金から消費者物価指数で表される物価変動の影響を差し引いて算出した「実質賃金指数」と1世帯当たり牛肉購入量を世帯人員で除して算出した「一人当たり牛肉家計購入量」を比較すると、一定の連動性があるのが分かる（図6）。実質賃金指数の低下に伴い、一人当たり牛肉家計購入量も減少傾向を示している。パンデミックの影響で内食需要が高まった2020年には一時的に牛肉家計購入量が増加したが、その後は減少し、2024年には1,920g/年と2,000g/年を下回った。このように物価高が牛肉消費動向に影響を与えていることが分かるが、特に、高価格帯である和牛肉が大きな影響を受けていると言えるだろう。

図5 消費者物価指数（CPI）の推移

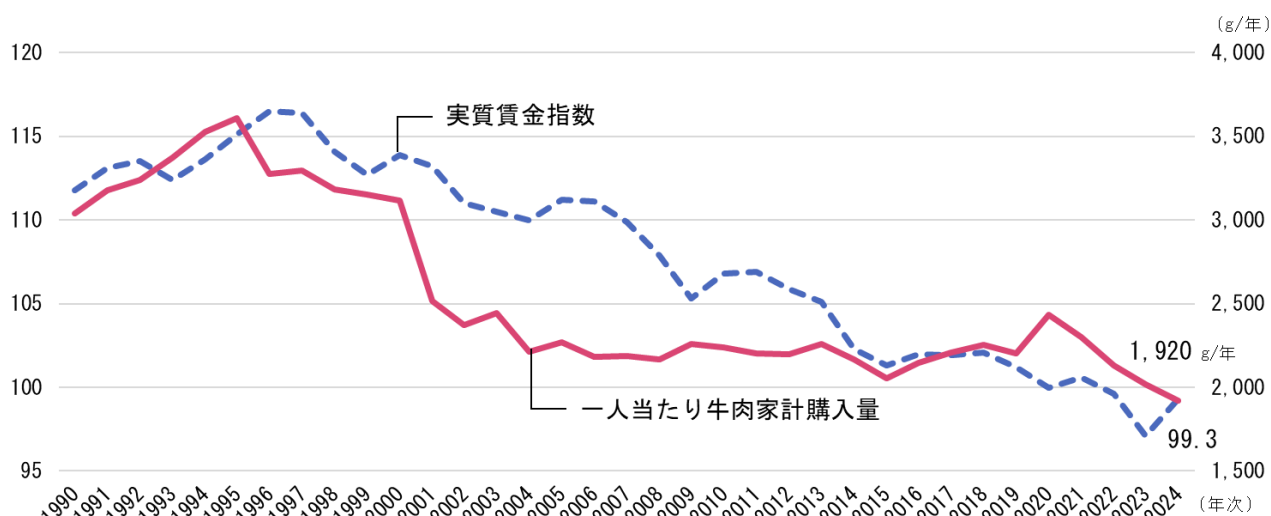


資料：総務省統計局

注1：2020年基準（2020年=100.0）

注2：総合指数

図6 実質賃金指数と一人当たり牛肉家計購入量の推移



資料：厚生労働省「毎月勤労統計調査」、総務省「家計調査報告」

注1：実質賃金指数は2020年基準（2020年=100.0）

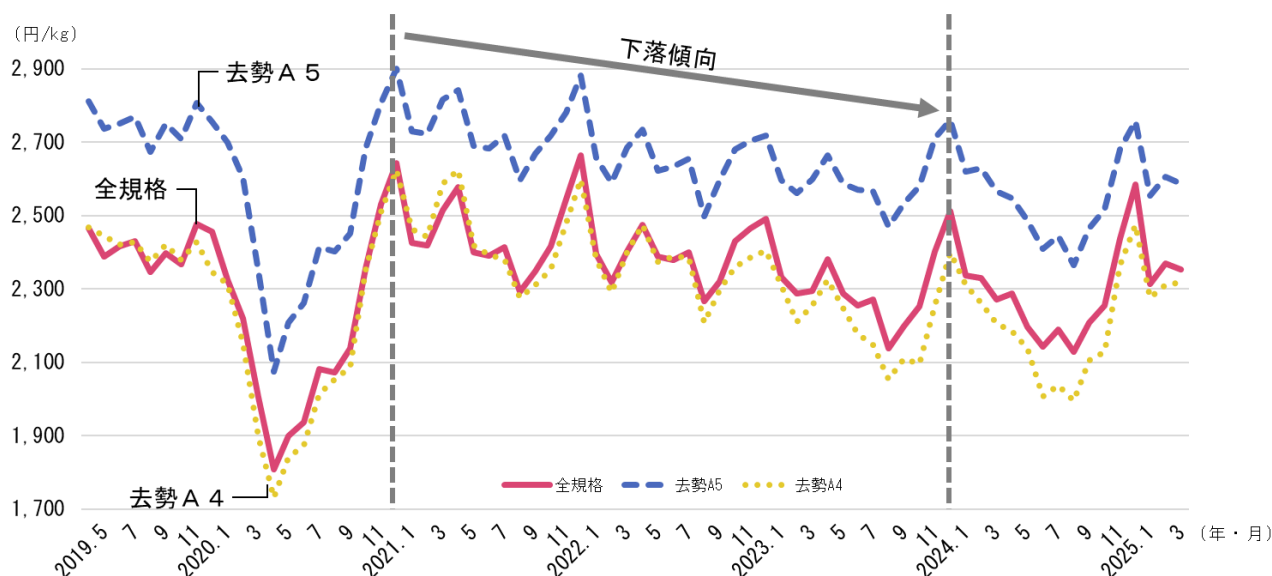
注2：一人当たり牛肉購入量は、1世帯当たり牛肉購入量を世帯人員で除した値。

（３）和牛枝肉・和子牛価格動向

牛枝肉価格には季節変動性がみられる。年末年始、ゴールデンウィーク、夏季などの連休期間に牛肉消費が高まる傾向にあるため、これらの時期に牛枝肉価格が上昇する傾向があり、特に年末の価格が顕著である。一方で、この高需要期を終えた時期には低下する傾向があり、年間でみると夏季需要を終えた８月の価格低下が顕著である。

近年の和牛枝肉価格をみると、2020年にパンデミックの影響を受けて大幅に下落したが、2021年にはパンデミック前の水準に戻った。しかし、それ以降は2024年まで低下傾向に推移しており、和牛肉全規格、去勢A5等級、去勢A4等級のいずれも同様の傾向を示している。高需要期である12月の価格をみると、和牛肉全規格では2020年の2,643円/kgから2023年の2,513円/kgまで約4.9%の下落、去勢A5等級では2020年の2,900円/kgから2023年の2,761円/kgまで約4.8%の下落、去勢A4等級では2020年の2,624円/kgから2023年の2,401円/kgまで約8.5%の下落を示した（図7）。

図7 和牛枝肉価格の推移



資料：農林水産省「畜産物流通統計」

和子牛は、和牛肉の高需要期である12月の出荷・と畜から肥育期間を考慮した2～4月頃に引き合いが強まり、価格が上昇する傾向がある。それ以外の時期も需給の影響を受けて相場を構成する。需要面では、和牛枝肉価格と連動する傾向があると言える。つまり、前述のとおり、和牛枝肉価格が低下すると肥育経営における収益の低下は、和子牛の購買意欲の減退等を引き起こし、肉用子牛価格の低下につながる。逆に、和牛枝肉価格が上昇すると肉用子牛価格の上昇につながる。一方で、供給面では、肉用子牛の取引頭数の増加が肉用子牛価格の低下、ひいては牛枝肉価格の低下につながる。逆に、肉用子牛の取引頭数の減少は肉用子牛価格の上昇、ひいては牛枝肉価格の上

昇につながる。

近年の和子牛価格をみると、2020年のパンデミック時に下落しているが、これは牛肉需要の減少に伴う牛枝肉価格の下落に連動しているとみられる。パンデミック後の2021年にはパンデミック前の水準に戻ったが、それ以降は2024年まで低下傾向に推移した。引き合いの強い4月の価格をみると、2021年の80.6万円/頭から2024年の58.7万円/頭まで約27.2%の下落を示した（図8）。

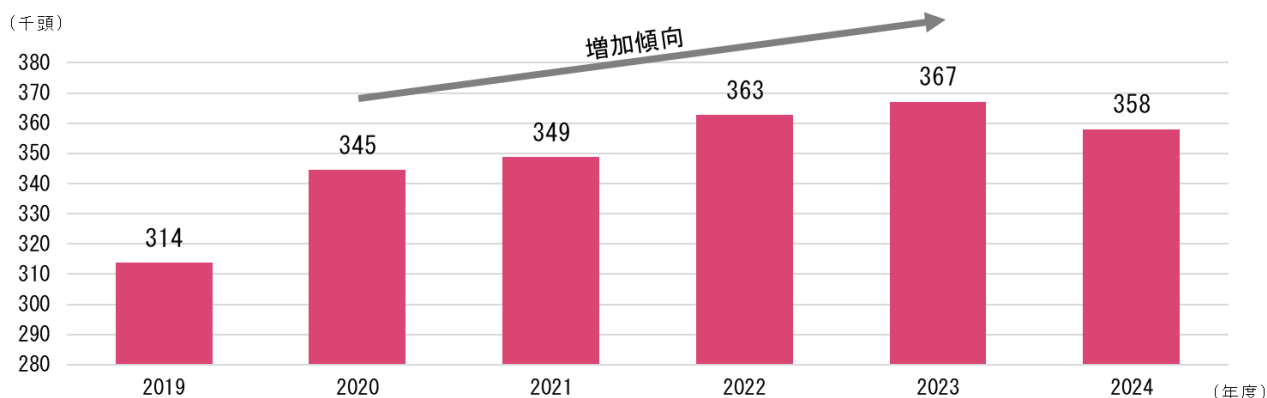
図8 和子牛取引価格（黒毛和種）



資料：ALIC「肉用子牛取引情報」

この和子牛価格の下落は、和子牛取引頭数の増加傾向が一因となっている。和子牛取引頭数は2020年度の34.5万頭から2023年度には36.7万頭まで約6.5%増加した（図9）。これは前述の和牛肉の生産量の増加傾向にもつながっている。さらに、牛肉消費の低迷が和牛枝肉価格の下落につながり、和子牛価格に下落圧力を与えたことも要因である。つまり、生産量の増加とともに、消費量の減少が生じたことで、和牛枝肉・和子牛価格へのより強い価格下落圧力につながったと考えられる。

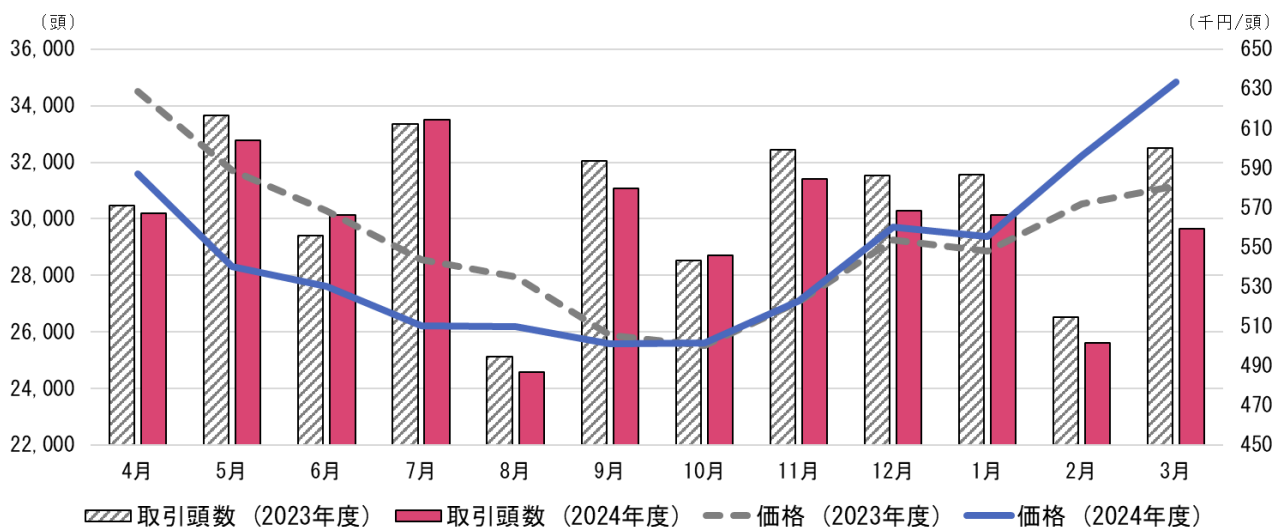
図9 和子牛取引頭数（黒毛和種）



資料：ALIC「肉用子牛取引情報」

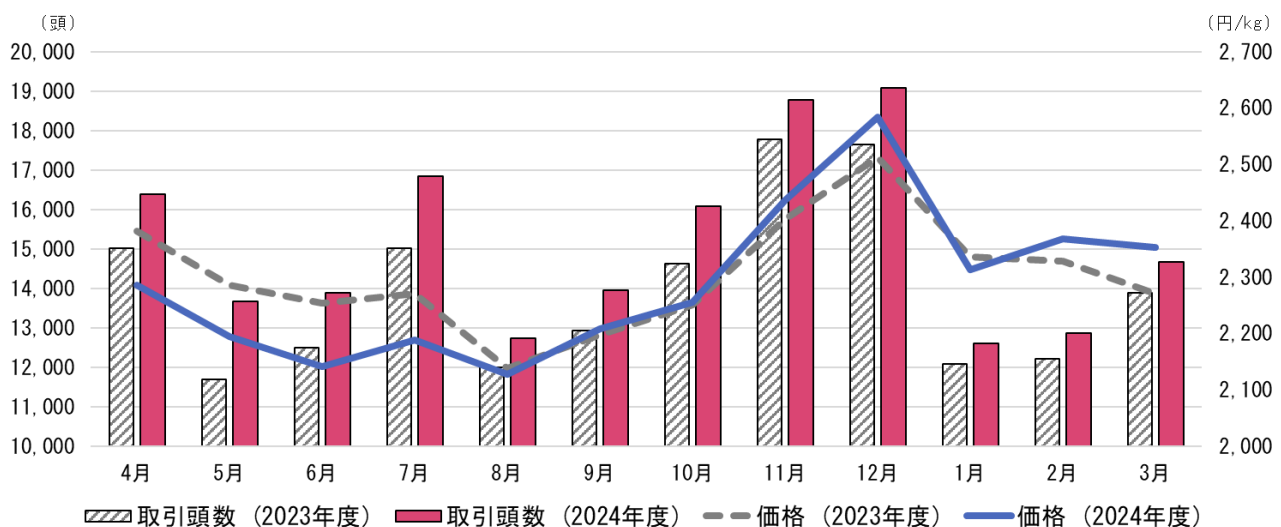
2024 年後半以降の和子牛・和牛枝肉価格の動向にも触れておく。前年度の水準を下回ってきた 2024 年度の和子牛価格は 10 月及び 11 月に前年同月と同水準まで上昇し、12 月以降には前年同月を上回る水準となった（図 10）。この要因を特定するには至らないが、背景として、和子牛の取引頭数が前年度と比較して少なくなっていることが挙げられるだろう。また、和子牛価格と同様に前年度の水準を下回ってきた 2024 年度の和牛枝肉価格は 8 月以降、前年度と同水準まで上昇し、12 月や 2025 年 3 月には前年を上回る水準まで上昇した（図 11）。枝肉取引頭数は前年度を上回る水準であることを踏まえると、単純に枝肉取引頭数の増減に起因するものではなさそうであり、今後の和牛枝肉価格の動向には注視したい。

図10 和子牛の取引頭数と価格の推移（黒毛和種）



資料：ALIC「肉用子牛取引情報」

図11 枝肉取引頭数と枝肉価格（和牛全規格）



資料：農林水産省「畜産物流通統計」

3. 和牛肉需要拡大緊急対策事業

(1) 予算措置

このように、2021～22年以降、和牛肉生産量の増加と消費量の低迷が重なったことで、和牛枝肉価格のみならず和子牛価格が軟調に推移するようになった。その背景には前述のとおり、物価高により消費者の生活防衛意識が高まったことが挙げられる。

和牛肉の消費低迷ひいては流通停滞が続くと、和牛肉が滞留してしまう。その間にも肉用牛は成長し、出荷月齢を迎えるため、と畜に影響が生じることにもなりかねない。そこまでに至ると、肉用牛生産基盤は深刻なダメージを負うことになる。その一步手前とも言えることができる現状は、肥育経営だけでなく繁殖経営にとっても危機的な状況にある。

そこで、当省は令和5年度（2023年度）補正予算によって、総合経済対策の物価高対策の一つとして和牛肉需要拡大緊急対策事業を措置した。しかし、物価高は継続し、消費者の生活防衛意識がさらに高まったことから、より強力に和牛肉の需要を高め、販売を促進すべく令和6年度（2024年度）補正予算により、和牛肉需要拡大緊急対策事業を拡充して措置した。事業内容は後述するが、主な拡充内容は、50億円から170億円への予算額の増額、奨励金交付対象となる和牛肉として非ロイン系部位の追加、ロイン系部位の奨励金単価の1,600円/kgから1,800円/kgへの増額である（図12）。特に、令和5年度補正予算で措置した50億円から3倍以上となる170億円への増額は大きなインパクトとなった。

図12 和牛肉需要拡大緊急対策事業の主な拡充内容

令和5年度補正予算		令和6年度補正予算
■ 予算額 50億円		■ 予算額 170億円
■ 奨励金交付対象 フルセット ロイン系部位		■ 奨励金交付対象 フルセット ロイン系部位 非ロイン系部位 （スネ、ネック、くず肉を除く）
■ 奨励金単価 フルセット A5 : 15万円/頭 A4 : 9万円/頭 ロイン系部位 : 1,600円/kg		■ 奨励金単価 フルセット A5 : 15万円/頭 A4 : 9万円/頭 ロイン系部位 : 1,800円/kg 非ロイン系部位 : 600円/kg

資料：筆者作成

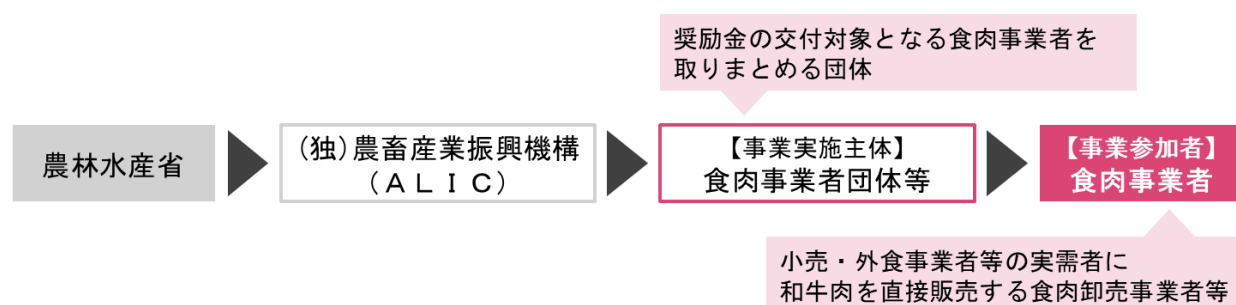
(2) 事業内容

本事業は、①和牛肉（フルセットや部分肉）の販売促進の取組への支援、②和牛肉の試食提供やイベント開催による消費拡大の取組への支援、③インバウンド（訪日外国人観光客等）の和牛肉消費機会の創出といった三つのメ

ニューから構成されるが、その中でも柱となるのは、①和牛肉の販売促進の取組への支援である。

本メニューは、当省が（独）農畜産業振興機構（ALIC）を通じて実施するものであり、ALIC が事業を執行する仕組みをとっている。そして、食肉事業者団体等が事業実施主体として事業に取り組むこととし、その食肉事業者団体等がとりまとめる食肉事業者による和牛肉の販売促進に係る取組に対して、奨励金を交付する（図 13）。

図13 和牛肉需要拡大緊急対策事業のうち和牛肉販売促進支援の流れ



資料：筆者作成

次に、具体的な事業内容について説明する。本メニューにはフルセットメニューと部分肉メニューがあるが、いずれも小売・外食事業者等の実需者に直接和牛肉を販売する食肉卸売事業者等を事業参加者として奨励金の交付対象としている（図 14）。効果的な和牛肉の消費喚起と事業の適正執行の観点から、和牛肉を消費者に直接販売・提供する事業者には販売する必要があり、食肉卸売事業者等への販売は対象とならない。

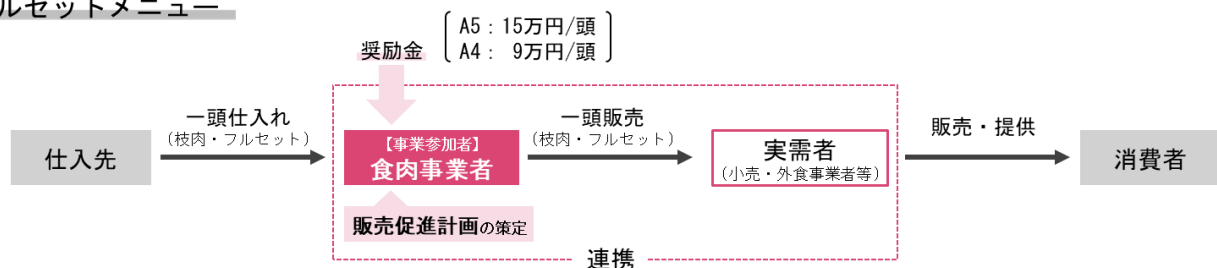
フルセットメニューでは、食肉事業者が枝肉あるいはフルセットで仕入れを行い、実需者に枝肉あるいはフルセットで販売すること、枝肉格付が A5 あるいは A4 であること、経産牛でないことなどを奨励金交付の主な要件としている。これは、荷動きが比較的良い部位とそうでない部位がある中で、荷動きの良くない部位のみ滞留する事態を防ぐこと、ひいては枝肉一頭分の価値を維持することなどを目的として、一頭分まとめて仕入れ・販売を行う取組を奨励するものである。また、事業参加者である食肉事業者が販売促進計画を策定することとしており、販売先となる実需者や販売スケジュールの他、枝肉あるいはフルセットでの仕入れ・販売を促進するための取組内容を記載しなければならない。そして、採択された販売促進計画に基づき、食肉事業者が和牛肉を販売した場合に A5 等級では 15 万円/頭、A4 等級では 9 万円/頭の奨励金が交付される。

部分肉メニューでは、食肉事業者が枝肉あるいはフルセットで仕入れを行い、実需者等にロイン系部位、非ロイン系部位あるいはその両方を販売していること、経産牛でないことなどを奨励金交付の主な要件としている。ただし、非ロイン系部位のうちスネ、ネック及びくず肉は対象から除いている。

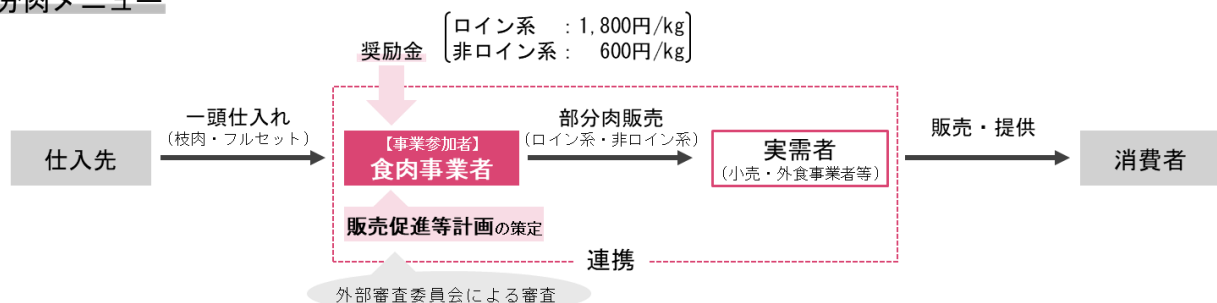
令和5年度補正予算では、和牛肉の中でも特に高価格帯であるロイン系部位のみを対象としていたが、令和6年度補正予算では、非ロイン系部位も物価高の影響を受けて消費が低迷し、荷動きが悪くなっている実態を踏まえて奨励金の交付対象に追加したものである。当該メニューでは、事業参加者である食肉事業者が販売促進等計画を策定することとしており、販売先となる実需者等と連携した販売促進に向けた取組内容を記載しなければならない。販売促進等計画には、小売店（実店舗）との連携、EC（インターネット販売）の活用、ホテル・旅館等のホスピタリティ業界を含む飲食店との連携、学校給食・子ども食堂等との連携等の取組内容の種別に個別計画が含まれる。そして、食肉事業者が策定した個別計画は、ALICの外部に設置された審査委員会において審査される。審査委員会の設置は事業執行の透明性・公平性を確保するための措置であり、学識経験のある者からALIC理事長から委嘱された審査委員が審査要領の評価項目及び審査基準に基づき、それぞれの個別計画を審査するのである。この審査を経て、採択された個別計画に基づき、食肉事業者が和牛肉を販売した場合にロイン系部位では1,800円/kg、非ロイン系部位では600円/kgの奨励金が交付される。

図14 和牛肉需要拡大緊急対策事業のうち和牛肉販売促進支援の仕組み

フルセットメニュー



部分肉メニュー



資料：筆者作成

これらのメニューについては、2025年1月上旬の事業説明会と同時に要望調査を開始した。2月中旬には事業実施主体である食肉事業者団体等によりまとめの上、フルセットメニューでは2月下旬に販売促進計画の採択を経て、3月から販売促進に係る取組が始まった。部分肉メニューでは外部審査委員会による審査、3月下旬に販売促進等計画の採択を経て、4月から販売

促進に係る取組が始まった。

要望調査の結果は予算額を上回る非常に好評なものであったことは強調したい。和牛肉の消費が低迷し、和牛枝肉・和子牛価格が軟調となり生産基盤を揺るがしかねない今、和牛肉の出口対策が重要である。消費を喚起するためには、生産と消費を繋ぐ食肉卸売事業者、消費者に直接販売・提供する実需者が一体的に取り組むことが消費者の手に和牛肉を届けるのに必要不可欠である。そのような中、本事業の活用 of 要望が多かったことは業界にとって前向きな材料であると言えるだろう。

（３）取組内容

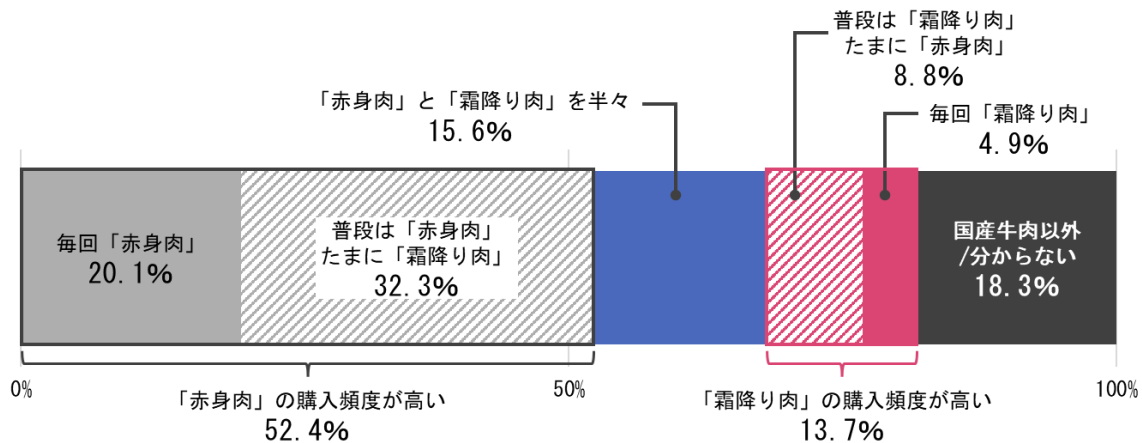
食肉事業者の実際の取組内容について触れると、小売店との連携では、値引き販売、年間を通じた各種シーズン・イベントにおける特売、肉の日フェアの開催等の価格を引き下げての販売促進が多い。ECを活用した値引き販売もみられる。しかし、それだけではなく、売場スペースの設置・拡大、継続的な試食販売や調理レシピ提案等の販売促進活動、和牛肉の知識の発信による消費者教育、低需要期の冷凍保管と高需要期の解凍販売など販売促進に向けて、様々な手法で取組まれる。

飲食店との連携でも、値引き販売の他、食べ放題フェアの開催、新メニューの考案・提供、スポーツや旅行・観光業界とのコラボレーションなど事業者の工夫がみられる。また、学校給食・子ども食堂等との連携もみられる。

本事業の目的は、和牛肉の消費を促すものであるが、そのためには消費者が和牛肉を選択しやすい環境を創り出すことが求められる。そのためには、手に取りやすい価格で販売・提供することは有効であると考えられる。（公財）日本食肉消費総合センターが1,800人の消費者を対象に実施した令和6年度「食肉に関する意識調査」によると、赤身肉から霜降り肉まで多様な消費者ニーズを確認できる。しかし、赤身肉を購入する頻度が高い消費者が52.4%と半数以上を占め、霜降り肉を購入する頻度が高い消費者は13.7%にとどまった（図15）。一方で、価格許容度に差はあるものの、価格次第では霜降り肉を購入する消費者は60.2%に上った（図16）。赤身肉と霜降り肉が同じ価格の場合の購入意向は赤身肉が39.9%、霜降り肉が60.1%と価格次第で霜降り肉を購入する消費者の割合と概ね一致する結果となった（図17）。これらの結果から、和牛肉以外の赤身肉を購入する消費者が多い要因として、健康志向や嗜好性など様々な要因もあるかもしれないが、霜降り肉である和牛肉が高価格帯であることも大きな要因となっていると読み取れる。

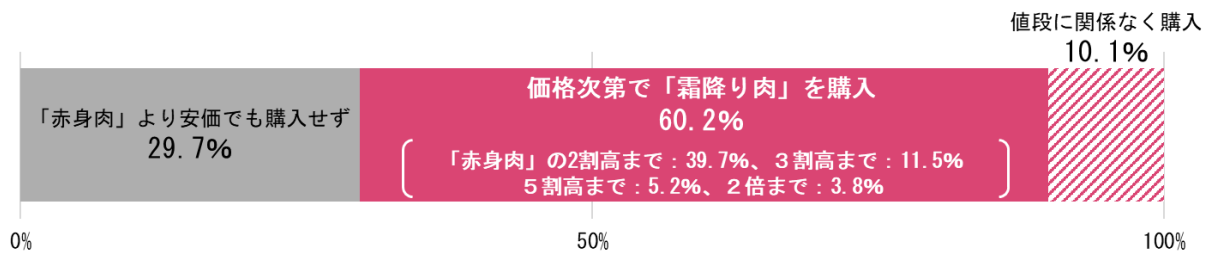
値引き販売、消費者の理解醸成、記憶に残る機会の創出といった食肉事業者と実需者等が連携した取組を奨励することは和牛肉の需要拡大に大きく寄与するものだろう。

図15 赤身肉と霜降り肉の購入頻度（赤身肉と霜降り肉の消費者嗜好）



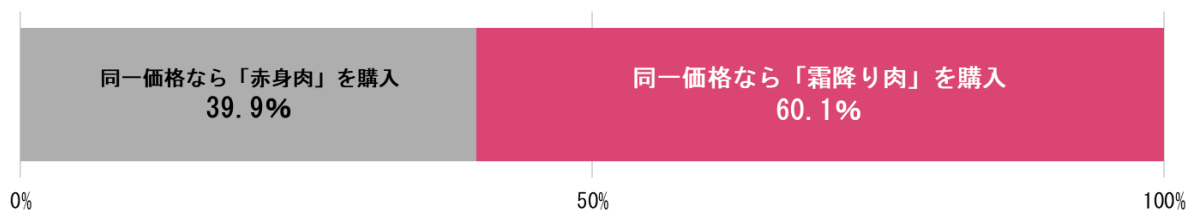
資料：（公財）日本食肉消費総合センター「食肉に関する意識調査（令和6年度）」
注：n=1,800人

図16 霜降り肉の赤身肉に対する価格許容度
（赤身肉に対してどの程度の価格であれば霜降り肉を購入するか）



資料：（公財）日本食肉消費総合センター「食肉に関する意識調査（令和6年度）」
注：n=1,800人

図17 赤身肉と霜降り肉の同一価格の場合の購入意向



資料：（公財）日本食肉消費総合センター「食肉に関する意識調査（令和6年度）」
注：n=1,800人

4. おわりに

繰り返しになるが、和牛肉の生産が増加傾向にある中で、消費が低迷していることで、和牛枝肉価格及び和子牛価格が軟調に推移している。この状況を踏まえて措置した和牛肉需要拡大緊急対策事業の内容を紹介したが、本事業は食肉業界の事業者・関係者の方々の尽力の上に成り立つものである。食肉事業者の方々はその顧客である実需者の方々と連携した取組を検討・調整しなければならない、本事業はこのような取組を実行するための奨励金である。また、事業実施主体となる食肉事業者団体等の方々は、本事業の迅速かつ適

切な執行のために多大な労力を厭わずにとりまとめに貢献されている。

余談になるが、筆者は現職の直前まで（独）日本貿易振興機構ニューヨーク事務所に出向し、米国等の北米における畜産業の調査業務を担当していた。調査業務に当たって、米国やカナダの食肉業界関係者と接する機会が多くあった。その中でも、高級食肉を取り扱う食肉事業者からは、「和牛肉は牛肉の中でもトップ・オブ・トップである」「美しく美味しい和牛肉を生産する日本の肉用牛・牛肉業界に敬意を払う」との声を多く聞いた。赤身肉文化が根付く米国やカナダにおいて、霜降り肉である和牛肉が特別な牛肉として価値を高めているのである。筆者は消費者の一人として、和牛肉を手にとることが可能な恵まれた環境にいられることを幸運に感じている。

このような日本の和牛肉文化は消費を維持・拡大することで守られる。現在、好調な牛肉輸出をさらに促進することで国外消費を拡大することも非常に重要である。一方で、国内消費を維持することも和牛肉文化を有する我が国にとっては大切なことである。食肉業界の事業者・関係者の方々の尽力は国内消費の機運を高めることにつながるものであり、きっと本事業はそのきっかけになるだろう。

最後に、本稿の執筆の機会をいただいた（公社）日本食肉協議会の皆様方、和牛肉需要拡大緊急対策事業に携わる業界関係の皆様方に深く感謝の意を申し上げます。

○ 食肉関係団体情報

1 食肉に関する意識調査報告書の概要について

公益財団法人日本食肉消費総合センター
常務理事 杉崎 知己

公益財団法人日本食肉消費総合センターでは、独立行政法人農畜産業振興機構の補助事業により「食肉に関する意識調査」を実施しています。この調査は、消費者の食肉（牛肉、豚肉、鶏肉）の「購買状況、食肉に関する意識等」を調べ、国産食肉の安全・安心につながる要因を明らかにし、食肉に対する正しい理解の醸成や風評被害防止等に資することを目的に、毎年度実施しています。このほど、令和6年度の報告書を取りまとめたので、その概要を紹介します（なお、報告書は当センターHP上で全文公開しています）。

1 調査方法

調査は、民間の調査会社に委託し、令和6年10月下旬にインターネットのアンケート調査により実施しました。アンケートの対象者は「20歳以上、かつ本調査時点までの間に食肉（牛肉／豚肉／鶏肉）を自身で購入し、食した方」としました。

表1のとおり2エリア、6世代を掛け合わせた12セルについて1セル150人、計1,800人を集計対象としました。なお、首都圏は埼玉県、千葉県、東京都及び神奈川県在住者、京阪神圏は大阪府、京都府、兵庫県、奈良県、和歌山県及び滋賀県在住者からの抽出です。また、男女比はそれぞれ900人ずつとなっています。

表1 アンケート対象者のエリア・世代分布

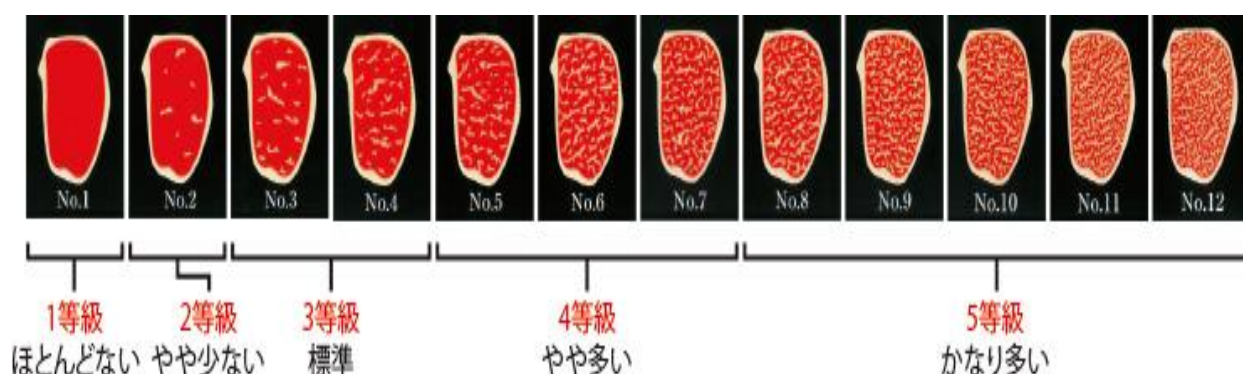
	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	合計
首都圏	150	150	150	150	150	150	900
京阪神圏	150	150	150	150	150	150	900
合計	300	300	300	300	300	300	1,800

2 「赤身肉」と「霜降り肉」の嗜好に関する消費者意識の考察

脂肪交雑基準（B.M.S）No.1～No.10の各画像を提示して、「赤身肉」、「霜降り肉」と判断する国産牛肉を尋ねた結果、「赤身肉」と回答した割合は、「B.M.S No.1」は100%、「No.2まで」が75.7%、「No.3まで」が53.2%、「No.4まで」が34.2%でした。一方、「霜降り肉」と回答した割合は、「No.10」は100%、「No.9まで」が85.7%、「No.8まで」が76.6%、「No.7まで」が67.1%、「No.6まで」が56.3%、「No.5まで」が39.9%、「No.4まで」が30.6%でした。「No.4」については、「赤身肉」「霜降り

肉」と判断する人が約3割ずついて、拮抗していました。

図1 提示画像（出展：農林水産省HP：脂肪交雑について）



「普段買う量や頻度が多い国産牛肉」を聞いたところ、「B.M.S No. 1～No. 4の合計」が44.8%で、脂肪交雑が標準以下のものを購入している人が約4割程度いました。一方、「好きな国産牛肉・好んで食べたい国産牛肉」は、脂肪交雑がかなり多い「B.M.S No. 10」から、脂肪交雑がほとんどない「No. 1」まで、好みが分散していました。

他方、「赤身肉」と「霜降り肉」が同じ価格の場合に購入したい牛肉は、「霜降り肉」が60.1%、「赤身肉」が39.9%で、「霜降り肉」の方が20.2ポイント高い結果となりました。

国産牛肉の「霜降り肉」の「赤身肉」に対する価格許容度は、「赤身肉より2割高程度までなら霜降り肉を購入する」が39.7%で最も多く、その一方、「赤身肉より安価でも霜降り肉を購入しない（値段に関係なく赤身肉を購入する）」が29.7%でした。

国産牛肉を購入する際に、「赤身肉」と「霜降り肉」を選択する頻度は、「普段は赤身肉を購入するが、たまに霜降り肉も購入する」が32.3%と最も高く、「毎回、赤身肉を購入する」が20.1%で続き、「毎回＋普段は赤身肉を購入する」が52.4%と半数以上を占めていました。

3 「国産牛肉の格付」に関する消費者意識の考察

「国産牛肉の格付」の認知度を聞いたところ、「A 5やA 4等という言葉は聞いたことがある・知っている」が45.9%、「ある程度知っている」が28.5%、「詳しく知っている」が3.9%で、認知率は約8割でした。

「A 5の国産牛肉」のイメージを聞いたところ、「美味しい」が51.8%で最も多く、「霜降り（サシが多い）」が37.9%、「高級」が36.7%、「柔らかい」が36.4%の順で、「わからない」が27.7%でした。一方、「A 3の国産牛肉」のイメージは、「わからない」が37.6%で最も多く、「美味しい」が28.7%、「柔らかい」が20.0%、「赤身が多い」が12.5%、「価格が手頃」が11.1%の順でした。また、「B 5の国産牛肉」のイメージを聞いたと

ころ、「わからない」が 43.1%で最も多く、「価格が手頃」が 26.2%、「赤身が多い」が 18.4%、「美味しい」が 17.4%、「若者向き」が 8.9%の順でした。

4 「交雑種」「乳用種」に関する消費者意識の考察

「国産和牛」「交雑種」「乳用種」の違いについて聞いたところ、「言葉は聞いたことがある・知っている」が 42.3%で最も多く、「ある程度知っている」が 22.2%、「詳しく知っている」が 3.1%で、認知率は 67.6%でした。

「国産和牛」「交雑種」「乳用種」別のイメージを複数回答で聞いたところ、「国産和牛」のイメージは、「高級」が 31.2%で最も多く、「おいしい」が 28.2%、「高品質」が 27.5%、「霜降り」が 25.9%、「贅沢感がある」が 25.2%の順で、「わからない・あてはまるイメージはない」は 22.8%でした。一方、「交雑種」のイメージは、「わからない・あてはまるイメージはない」が 39.9%で最も多く、「価格が手頃」が 20.1%、「特売」が 12.7%、「おいしい」が 11.8%、「赤身が多い」が 11.2%の順でした。また、「乳用種の国産牛肉」のイメージは、「わからない・あてはまるイメージはない」が 47.2%で最も多く、「価格が手頃」が 18.3%、「特売」が 12.5%、「赤身が多い」と「おいしい」が 7.8%、「若者向き」が 6.5%の順でした。「国産和牛」に対しては、「高級」「おいしい」「高品質」「霜降り」「贅沢感がある」などの肯定的なイメージがきちんと持たれている一方で、「交雑種」「乳用種」に対しては、「わからない・あてはまるイメージはない」が 4～5 割を占め、イメージが希薄であることがわかりました。

スーパー等で牛肉を購入する際に「交雑種」や「乳用種」の表示を見たことがあるか聞いたところ、「わからない」が 41.4%で最も多く、次に「交雑種、乳用種とも見たことはない」が 30.3%で、合わせて 7 割以上が非認知でした。横浜市金沢区在住の筆者が近隣のスーパー（6 店舗）で牛肉の表示を調べてみたところ、「国産牛肉」として売られていた牛肉のうち、「交雑種」と表示していた店舗は半数で、そもそも「交雑種」の牛肉にその表示が必ずしもなされておらず、「交雑種」の表示自体に触れる機会が少ないことも認知度が低い一因と推察されました。

5 家畜伝染病に対する消費者意識の考察

家畜伝染病（口蹄疫、豚熱、アフリカ豚熱、鳥インフルエンザ）について、説明文を提示して、「家畜伝染病に感染したか感染したおそれのある家畜を直ちに全頭殺処分すること」について知っているかどうか聞いたところ、「詳しく知っている」が 3.8%、「ある程度知っている」が 23.2%、「何となく知っている」が 29.5%で、認知率は約 6 割でした。

家畜伝染病に対する関心度を聞いたところ、「非常に関心がある」と「やや関心がある」の合計は、「鳥インフルエンザ」が 53.8%、「口蹄疫」が 45.3%、「豚熱」と「アフリカ豚熱」が 42.2%の順で、いずれの家畜伝染病について

も、食肉の安全性に不安を感じる層ほど関心が高いことがわかりました。

食肉の安全性の問題についての不安は、「鳥インフルエンザ」が 20.8%で最も高く、「牛の B S E（牛海綿状脳症）」が 20.2%、「食肉中の残留抗生物質」が 17.6%、「食肉中の食中毒菌の汚染」が 17.1%の順でした。なお、「牛・豚の口蹄疫」は 7.6%、「豚熱」は 3.1%、「アフリカ豚熱」は 2.8%と不安度は高くありませんでした。

わが国で発生が続いている豚熱への認知・理解は、「知っているものはない」が 62.8%で最も多く、「豚熱は防疫措置が講じられているので感染豚の肉が市場に出回ることはない」が 15.7%、「豚熱は豚やいのししの病気であり、人に感染することはない」が 15.6%、「仮に豚熱にかかった豚の肉等を食べても人体に影響はない」が 10.8%の順でした。アフリカ豚熱への認知・理解は、「知っているものはない」が 71.4%で最も多く、「アフリカ豚熱は豚やいのししの病気であり、人に感染することはない」が 12.0%、「アフリカ豚熱は日本ではこれまで発生が確認されていない」が 11.7%、「日本ではアフリカ豚熱の侵入防止のため動物検疫が行われており、発生国からの豚及びいのしし並びにその製品の持込みが規制されている」が 8.2%の順でした。鳥インフルエンザへの認知・理解は、「知っているものはない」が 47.1%で最も多く、「日本では昨年（令和 5 年）から今年にかけて約 10 件の養鶏場での発生があった」が 22.5%、「これまで鶏肉や鶏卵を食べた人に感染した例はない」が 20.1%、「市場に出荷される鶏肉、鶏卵には鳥インフルエンザウイルスの付着を防ぐ安全のための措置がとられている」が 19.5%、「鳥インフルエンザウイルスが付着した鶏肉や鶏卵を食べても人に感染することはない」が 19.2%の順でした。

豚熱や鳥インフルエンザは発生が続いており、報道に触れる機会も多少なりともあったにもかかわらず、豚熱では 6 割以上、鳥インフルエンザでは約半数の人が「知っているものはない」との回答であり、一般消費者の関心はさほど高くないものと推察されました。

また、これらの家畜伝染病の発生が、豚肉や鶏肉、鶏卵の安全性への不安を助長し、消費に悪影響を及ぼしているような状況は、本調査では確認されませんでした。

2 第49回 食肉産業展 2025 への出展概要等について

公益社団法人 日本食肉協議会
業 務 部 堀 和 人

I はじめに

公益社団法人日本食肉協議会では食肉の生産・処理・加工・流通に至る専門的な情報を展示・紹介している食肉関係団体に対し、「第49回食肉産業展 2025」に出展するのに必要な一部経費等の助成を行っています。

令和6年度は会場を東京ビッグサイト（東京都江東区有明3-11-1）、会期を2025年3月11日（火）～14日（金）10:00～17:00（最終日16:30まで）とし、「肉のサステナビリティとイノベーション」をテーマに「FOODEX JAPAN 2025」と合同開催されました。

開催期間中の来場者数は72,151名（「FOODEX JAPAN 2025」を含む）となりました。

最終日の3月14日に現地を訪問しましたので、当協議会が助成を行っている5団体の出展概要等について紹介します。



II 出展概要

○ 公益財団法人 日本食肉生産技術開発センター

1 展示内容

(1) DVD 上映

食肉処理の施設・機器における最新技術と題して上映

- ① 人と環境にやさしい食肉処理
- ② と畜・解体処理
- ③ 部分肉・加工処理
- ④ 副生物処理



- ⑤ 環境対策
- (2) 機器の展示
 - ① 電動レスプロケーティングソー
 - ② エアーデハイダー
 - ③ エア式胸割鋸

(3) パネルの展示

出展組合員による研究開発機器についてのパネルの展示

- ① 電動レスプロケーティングソー
- ② エアーデハイダー
- ③ エア式胸割鋸
- ④ 豚もも部位自動除骨ロボット HAMDAS-RX
- ⑤ CELLDAS 豚もも寛骨・尾骨除骨ロボット
- ⑥ 豚うで部位除骨ロボット WANDAS-MINI
- ⑦ と体洗浄機
- ⑧ 豚・牛と畜処理、豚・牛内臓処理機器等
- ⑨ 国産型炭酸ガス麻酔設備
- ⑩ 牛内臓自動冷却殺菌装置
- ⑪ 豚頭肉処理設備



2 担当者へのインタビュー

問：今回、食肉産業展への出展にあたり、工夫した点などを教えてください。

答：ブースが東7ホールの奥だったため、場所が分かりづらく、足を運んで頂きやすいようにゲートの位置を工夫した。来場者に補助事業で作成した成果物を配布し、多くの方に情報を提供することができた。また、当センターで制作した DVD（組合員が開発した装置や食肉センターの様子など）の放映を多くの方に見て頂くために、通路側にモニターを設置した。

問：例年に比べ、出展ブースへの訪問者数はどうですか。また、どのような質問（問い合わせ）がありましたか。

答：訪問者については、ブースが奥まったところにあったことと、天気に影響され、例年に比べ、来場者数が少ないように感じた。放映しているビデオをご覧になった方から、組合員が開発している装置について、質問を受けたので説明を行った。その後、組合員から直接詳細な説明をお願いした。（今後の取引へとつなぐことができたのではないかなと思う。）

問：今回、食肉産業展に出展して、反省点や改善点などはありますか。

答：食肉産業展のブースの位置が奥まったところにあったことと、前面に中国の山東省のブースが大きく設置されていたので、当方の場所が分かりにくいという意見が来場者の方から多く頂いた。事前に周りの方々がどのようなブースを制作するかの情報があれば、当方としても、レイアウトをもう少し工夫することができたのではないかなと思っている。

○ 全国食肉事業協同組合連合会

1 展示内容

(1) HACCP 関連資材の展示

来場者に HACCP 関連資材を展示し、HACCP 事業に関する情報提供及び知識普及を図る。

(2) 「肉の日」の PR ポスター等の展示

ブース内でポスター等により、「肉の日」事業を PR する。

(3) DVD の上映

「食育」DVD を映写し、国産食肉の生産流通、安全性等の理解醸成を図る。

(4) 冊子の配布

来場者に冊子を配布し、食肉に関する情報提供及び知識普及を図る。

2 担当者へのインタビュー

問：今回、食肉産業展の出展にあたり、工夫した点などを教えてください。

答：全肉連ブースでは、現在実施をしている事業に関連した展示及び情報提供を行いました。(1) HACCP 事業については手引書、パネルを展示し、情報提供及び知識普及を図った。(2) 「肉の日」事業については、ポスター、のぼり旗などの広報資材を展示し「肉の日」の PR を行った。(3) 食育事業については、DVD の映写、教材の展示・配付を行い、国産食肉の生産、流通、安全性や健康面の効用、食品ロスなど、「食育」への理解醸成を図った。(4) その他事業についても、ポスター、冊子等の展示、資材の配付などを行い、来場者に対し情報提供を行った。

問：例年に比べ、出展ブースへの訪問者数はどうですか。また、どのような質問（問い合わせ）がありましたか。

答：訪問者数については、例年どおりです。質問、問い合わせ等については、「HACCP に基づく衛生管理の手引書」や「お肉の表示ハンドブック」など組合員や行政、関連団体などに配付する冊子などに対する提供依頼や購入希望などが多くあった。提供先に合わせて作成するため、他には提供出来ないが、全肉連 HP からダウンロードするよう説明をした。

問：今回、食肉産業展に出展して、反省点や改善点などはありますか。

答：外国人の来場者が多く、質問等に対応出来なかった面がある。対応は難しいが、展示物等に英語など外国語の説明文などを掲示出来ればよかったと思った。



○ 公益財団法人 日本食肉消費総合センター

1 展示内容

(1) パネルの展示

- ① 食肉の知識
 - ・ 食肉の文化史、日本の畜産、食肉の生産・流通と安全性、食肉と高齢社会
- ② 食肉の健康
 - ・ 食肉のたんぱく質、食肉の脂質、食肉のコレステロール

(2) 普及啓発冊子等の配布

- ① ヘルシーパートナーNo. 39
- ② ヘルシーパートナーNo. 40
- ③ お肉のあれこれミニ事典
- ④ 知っておきたい牛肉の栄養と機能
- ⑤ 知っておきたい豚肉の栄養と機能
- ⑥ 国産食肉の安全・安心 2024
畜産現場でウイルス感染症と闘う！
- ⑦ 食肉の栄養・機能と健康 2024
低栄養に警鐘！
- ⑧ 牛肉・豚肉の部位と特徴下敷き (A4)



2 担当者へのインタビュー

問：今回、食肉産業展の出展にあたり、工夫した点などを教えてください。

答：特に例年と変わらずですが、ブース正面の表示について「公益社団法人日本食肉協議会助成」の文字を大きくしました。

問：例年に比べ、出展ブースへの訪問者数はどうですか。また、どのような質問（問い合わせ）がありましたか。

答：訪問者数は詳細にはカウントしていませんが、大きな変化はなかったと思います。

問：今回、食肉産業展に出展して、反省点や改善点などがありますか。

答：配布用の冊子類が全て捌けたことは良かったです。ブースがホールの出入口付近にあれば、訪問者数に変化があるのではないかと思います。

○ 公益財団法人 日本食肉流通センター

1 展示内容

(1) パネル・ポスターの展示

- ① センター施設の紹介
- ② 部分肉取引情報の価格公表業務の紹介
- ③ 食肉をめぐる状況報告
- ④ 食肉番付表
- ⑤ コマーシャル規格ポスター

(2) DVD 上映

- ① 牛肉・豚肉コマーシャル規格の説明
- ② センターの業務の紹介
- ③ 「ちくさんフードフェア」の紹介

(3) パンフレット等の配布

- ① センターのご案内
- ② 部分肉取引情報のご案内
- ③ 牛・豚コマーシャル規格の概要

(4) レポート・チラシ

- ① 食肉を巡る状況
- ② 販売動向
- ③ 食肉番付表
- ④ コマーシャル規格書
- ⑤ 食肉実態調査事業報告書Ⅱ
- ⑥ 食肉段階別経費調査報告書
- ⑦ 部分肉規格に関する報告書
- ⑧ 日本食肉流通センター出店者一覧

(5) センター全景のジオラマの展示



2 担当者へのインタビュー

問：今回、食肉産業展の出展にあたり、工夫した点などを教えてください。

答：① 本年度にコマーシャル規格の解説動画を更新し、ブース内のモニターで高画質の動画を流したところ、かなりの通行者が足を止めて視聴していた。

② また、新たに作成したコマーシャル規格のポスターを B0 サイズに拡大しパネル展示を行うことで注目を集め、多くの来場者があり資料配布、解説を行うことができた。

③ 昨年、6年ぶりに開催した「ちくさんフードフェア」のパネルを新たに作成し、開催の宣伝をした。

④ ブース内のパネル等を見やすくするため、照明を増やし明るいブースとした。

問：例年に比べ、出展ブースへの訪問者数はどうですか。また、どのような質問（問い合わせ）がありましたか。

答：令和 6 年度ブース訪問者数は 501 名、令和 5 年度ブース訪問者数の 469 名に比べて微増でした。

- ① 牛豚コマーシャル規格の DVD を貸してもらえのかとの質問に対し、当センターのホームページから YouTube にアクセスして、観ることが出来る旨返答した。
- ② 食肉関係者等から、牛豚コマーシャル規格のポスターが欲しいという人が多かった。
- ③ 食肉番付表は、話のネタになると興味を持ってくれたお客様が多かった。
- ④ 食肉の輸出入に関することの問い合わせがあった。
- ⑤ 食肉関連の出展者が少ない。

近年は、加工機械や食肉団体ばかりで海外ブースに比べて面白みがない。主催者はもちろん関係者が積極的に動いて食肉企業を参加させてほしい。

問：今回、食肉産業展に出展して、反省点や改善点などがありますか。

- 答：① 当センターは製品を販売しているわけではないので、毎年、展示内容の企画を考えるのに、頭を悩ませている。今回は日本食肉協議会の補助事業のコマーシャル規格を新しく更新して画像やポスターを展示することが出来たのが良かった。
- ② 海外の方も多く来られたが、当方で対応できる人がおらず、お互いの意思疎通に問題があった。興味を持っていただきありがたかったが、十分な対応ができなかった。

○ 日本ハム・ソーセージ工業協同組合

1 展示内容

(1) 事業活動に関する PR

食肉・食肉加工品の品質（栄養成分検査、おいしさ評価等）及び安全性に係る試験検査、団体の事業内容を紹介したパネルの展示、パンフレットの配布等を行うとともに、科学的な情報提供・説明を行う。

(2) 副資材等の展示

ハム・ソーセージ製造に係る副資材等を展示するとともに、取扱製品に関する説明を行う。

(3) 冊子の配布

- ① 食肉加工品の知識
- ② はなしのご馳走

2 担当者へのインタビュー

問：今回、食肉産業展の出展にあたり、工夫した点などを教えてください。

- 答：① 3 団体（一般社団法人食肉加工協会、一般社団法人食肉科学技術研究所、日本ハム・ソーセージ工業協同組合）合同出展のため、各団体の事業の概要が分かるように見やすい位置にパネルを配置しました。
- ② 「食肉加工品の知識」など情報、知識の普及につながるようなものを積極的に配布しました。

問：例年に比べ、出展ブースへの訪問者数はどうですか。また、どのような質問（問い合わせ）がありましたか。

答：訪問者数は例年通り。加工協会の講習会、食肉科研が取り扱う検査内容、JAS 改正の内容、表示などについての問い合わせをいただきました。

問：今回、食肉産業展に出展して、反省点や改善点などがありますか。

答：ハム組合として取り扱っている事業内容を 1 枚にまとめたチラシのようなものを準備することを検討しています。（例）加入案内、輸出について、ホームページに掲載しているものの紹介（デジタルブック等）、加工情報の紹介（購入、広告掲載の案内含む）



Ⅲ おわりに

食肉産業展出展事業を通じまして、食肉業界の活性化と食肉消費の拡大、畜産業及び食肉関連産業の発展に、当協議会も貢献していきたいと願っております。

最後になりますが、今回、ご多用のところインタビューにお答えいただきました担当者の皆様方に拝謝申し上げます。

3 かるも発お肉フェスタ2025（神戸市西部市場食肉まつり）訪問記

公益社団法人 日本食肉協議会
専 務 理 事 菊 地 令

1 兵庫県の概況

兵庫県の人口は約 540 万人で全国 7 位、GDP（県内総生産）は国内 6 位です。北は日本海、南は瀬戸内海の 2 つの海に接している県で、本州で 2 つの海に接している県は、青森県と山口県と兵庫県の 3 県のみです。南部の瀬戸内海沿岸は、日本有数の重化学工業の集積地となっており、近畿圏最多の工場立地数となっています。一方、中部から日本海に面する北部にかけては農林水産業が主な産業であり、山間部の過疎地や豪雪地域も抱えています。

主な農林水産物としては、たまねぎ（収穫量全国 3 位 「淡路島たまねぎ」(写真①) は、明治時代からの歴史があるブランド野菜で、他産地と比べ柔らかく、甘みがあって美味しいとの評価）、養殖のり（収穫量全国 2 位 明石海峡を中心に浮き流しと呼ばれる方式で養殖した「兵庫のり」は色が濃く、艶が良いのが特徴）、ずわいがに（漁獲量全国 2 位 兵庫県で成長したオスを「松葉がに」(写真②)と呼ぶ。日本海の水深 200 ～600m の海底に生息し、但馬の中心漁業である沖合底びき網漁業により水揚げする。）、真鯛（漁獲量全国 1 位 速い潮の流れの中で豊富な餌を食べて育つ「明石鯛」などは、特に秋から冬に水揚げされるものは脂が乗っており「紅葉鯛」(写真③)と呼ばび珍重される。)

兵庫県の郷土料理としては、「神戸ビーフステーキ」(写真④)がある。鉄板の上で肉を焼き、塩と胡椒で味付けし、ステーキソースや辛子で食す「神戸ビーフステーキ」は海外でも知名度が高い。「神戸ビーフ」は、厳格な品質基準を満たした最高級の黒毛和種牛肉のブランドです。「神戸ビーフ」の発祥地は兵庫県北部の美方郡にあります。美方郡では、古くから「神戸ビーフ」の素牛である「但馬牛」を地域固有の品種として長年にわたり保護してきました。「但馬牛」はもともと農作業用に使われていた牛で、「神戸ビーフ」として知られるようになったのは、1859 年に横浜が開港したことによる。当初、来日外国人のために牛肉が輸入されていたが、それだけでは足りずに外国船が神戸港で一隻当たり 30～40 頭の牛を仕入れて横浜港に送るようになった。この牛が「但馬牛」で食味が良く、外国人にも大好評で、「神戸ビーフ」として



(① 淡路島たまねぎ)



(② 松葉カニ)

広まったとのこと。その後、神戸も開港し牛肉店や牛鍋屋など食文化が花開いていったようです。



(③ 紅葉鯛)



©一般財団法人神戸観光局

(④ 神戸ビーフステーキ)

2 兵庫県の畜産業

2022 年の兵庫県の農業産出額 1,583 億円のうち畜産の産出額が 622 億円 (39%) で畜産業が兵庫県農業の主要部門となっています。また、近畿の畜産産出額の 62% を占め、京阪神都市圏における畜産供給基地として重要な位置づけにあります。

畜種別では、鶏卵 210 億円、肉用牛 180 億円、乳用牛 110 億円等となっています。主な飼育地は、繁殖雌牛は淡路と但馬、乳用牛は播磨と淡路、豚は阪神、採卵鶏は播磨、肉用鶏は但馬となっています。

兵庫県の畜産産出額 (2022 年)

畜 産	肉 用 牛	豚	ブロイラー	鶏 卵	乳 用 牛
622 億円	180 億円	17 億円	78 億円	210 億円	110 億円
(全国 14 位)	(全国 13 位)	(全国 38 位)	(全国 11 位)	(全国 13 位)	(全国 12 位)

資料：農林水産省「都道府県別農業産出額及び生産農業所得」

兵庫県では、遺伝的多様性を確保するため、但馬牛のゲノム情報を解析して、現状の手法を補完する新たな系統分類を確立しています。また、改良効率の向上を図るため、現在、算出している育種価とともに、ゲノム情報から得られる育種価 (ゲノム育種価) を活用して種雄牛や育種基礎雌牛を選抜しています。さらに、「県立但馬牧場公園」 (新温泉町) の「但馬牛博物館」 (写真⑤) では、但馬牛を学び、触れ、食すことができるプログラムにより、世界農業遺産をはじめとする但馬牛の歴史や魅力を発信しています。また、「神戸ビーフ館」 (写真⑥) (新神戸駅) では、神戸肉流通推進協議会ほか関係団体とともに、神戸ビーフの歴史や定義・美味しさの訳などの魅力を発信しています。

神戸ビーフの輸出量は、2023 年度 69 トンとなり、現在、世界 27 カ国・地域に輸出され、世界 42 カ国・地域、535 店舗の神戸肉流通推進協議会の指定登録店 (レストランや精肉食肉販売店) で販売されています。



兵庫県立但馬牧場公園
http://www.tajimabokujyo.jp/

(⑤ 但馬牛博物館)



©一般財団法人神戸観光局

(⑥ 神戸ビーフ館)

3 神戸市の食肉消費状況

食肉の消費状況については、公益財団法人日本食肉流通センターが公表している「牛肉番付表(2024年)」、「豚肉番付表(2024年)」、「鶏肉番付表(2024年)」によれば、2人以上の1世帯当たりの牛肉、豚肉、鶏肉の支出金額・購入数量と全国52都市(県庁所在地及び政令指定都市)中の順位は以下の通りです。やはり神戸市では、支出金額、購入金額ともに全体で第3位と牛肉の消費が多いようです。

神戸市の食肉の購入状況

区 分	牛 肉	豚 肉	鶏 肉
支出金額(順位)	32,683円 (3)	34,798円 (16)	21,136円 (11)
購入数量(順位)	7,899 g (3)	20,363 g (33)	19,295 g (21)

出典：日本食肉流通センターが、総務省「家計調査2024(令和6年)平均(家計収支編)」を基に作成

4 「かるも発お肉フェスタ 2025」について

2017年以来8年ぶりの開催です。2020年に再開する予定でしたが、新型コロナ禍により再開を中止しました。少なくとも1999年には開催していたようですので、今回で20回目の開催とのことです。

今回、8年ぶりの開催となったのは主催者である神戸中央畜産荷受株式会社の丸橋弘資社長の「地域との繋がりをより強固なものとし、市民に愛される開かれた市場を目指す」という強い意向があったようです。また、今後は可能な限り継続して開催したいとのことでした。他の食肉市場の開催時期に比較して、2月下旬開催というのは一番遅い開催時期になりますが、2020年に再開を検討するにあたり、他の行事等を考慮した結果、消去法で2月開催になったようです。なお、過去に継続開催していた頃は3月に開催していたようです。

来場者は正確にカウントしたわけではありませんが、約5千人ぐらいとのことです。一部神戸市以外の県内、県外からの来場者はいるようですが、大半は神戸市内からの来場者のようです。今回も10時開始でしたが、朝8時には開始を待つお客さんが並んでいたようです。久々の開催ということで楽しみにしていた方々が、数多くおられた

ようです。当日は気温が低く、風も強く、閉会間近の14時頃には粉雪が舞う厳しい気象条件でしたが、多数の来場者がありました。開催にご尽力された方々のご苦労は大変だったと思いますが、十分成果のある催事だったように思います。



(⑦ 立看板)



(⑧ 催事会場の全景)



(⑨ パネル展示)



(⑩ アンケート配付)

神戸市中央市場(写真⑪)、神戸肉流通推進協議会(写真⑫)、神戸大学農学研究所(写真⑬)等が出展するとともに、「販売コーナー」では、国産和牛肉やハム等の食肉加工品の販売、地域の野菜、焼きそば、ドーナツ、フランクフルト、ホルモン焼き等の販売がありました。特に野菜価格高騰のためか、野菜販売のブースには長い行列ができていました。また、キッチンカー(写真⑭)では「ぼっかけカレー」(牛すじカレー)が販売され、人気を博していました。「手作りステージ」では、神戸市消防音楽隊やダイヤモンドベンチャーズ(民間のジャズバンド)の演奏が行われていました。寒い中で手がかじかんで演奏も大変だったと思います。



(⑪ 神戸市中央市場ブース)



(⑫ 神戸肉流通推進協議会ブース)



(⑬ 神戸大学農学研究所ブース)



(⑭ キッチンカー)

「講演会」(写真⑮)では、神戸大学大学院農業研究科の上田修司先生が、神戸大学で実施中の神戸ビーフに関わる研究ということで、①牛肉の熟成と美味しさについて(黒毛和種牛肉に含まれる牛脂は50%以上がオレイン酸で、他の畜種の脂に比べるとオレイン酸割合が突出して高く、近年、黒毛和種牛肉は健康的な動物性食品として関心が高まっている)、②神戸ビーフの地理的認証について(但馬牛と神戸ビーフは既に地理的表示に登録されており、その知的財産が守られ、偽装品への防止策が強化されている)、③牛肉の消費期限の延長効果について(牛肉の鮮度保持が可能なフィルム包装の開発を進めており、本フィルムは牛肉に触れる酵素を遮断することで消費期限を伸ばすことができる)わかりやすく説明されました。また、全国食肉事業協同組合連合会作成のパンフレット「国産お肉で元気！」(写真⑯)も配付され、来場者も熱心に講演を聞き、パンフレットを見ていました。



(⑮ 講演会)



(⑯ 国産お肉で元気!)

「〇×クイズ」(写真⑰)では、講演内容やパンフレットの内容に関連したクイズが出され、正解者多数の場合はじゃんけんに勝ち抜いた来場者が、会場に出展していた企業等から提供された豪華景品(神戸肉流通推進協議会から1万円分のお肉券、有限会社弘一から食肉加工品等)をゲットしていました。



(⑰ 〇×クイズ)

5 神戸中央畜産荷受株式会社水谷浩之取締役管理部長のお話

(1) イベントの概要について

問： このイベントの開催に当たって、当協議会の他に県や市等からの助成や支援がありますか。

答： 貴協議会事業（食肉情報等普及・啓発事業）の助成対象費用（パネル展示、アンケート調査等食肉に関する情報知識の普及・啓発に係るイベント運営費や試食関係）については、貴協議会からの助成金を充てることとして、それ以外の出店等（販売関係）や出し物に係る費用については神戸市から一部助成金をいただいています。

問： 種々の内容が盛り込まれていますが、一番人気のある内容は何ですか。

答： 過去の開催時においては、数量限定で牛肉の廉価販売を行っており、これが最も人気がありました。今回は廉価販売を行わないので、やはり試食が一番人気のようです。

問： 今回、久しぶりの開催にあたり、新しい企画がありますか。

答： 今回、初めて協賛企業1社からキッチンカーによる出店を得ることができました。キッチンカーによる販売が好評であれば、次回はキッチンカーによる出店を増やそうと考えています。

(2) 試食について

問： 試食(写真⑱～㉑)に使っている食肉は神戸市場で処理した食肉ですか。

答： そうです。牛肉・豚肉ともに神戸市場由来のものを納品するよう、発注業者に依頼し、そうしてもらっています。

問： 試食に関して消費者の方から何か質問や要望・意見がありますか。

答： 今のところ、特にそのような声は聞こえてきていません。



(⑱ 試食の行列)



(⑲ 試食の調理)



(⑳ 試食・牛鉄板焼き)



(㉑ 試食・豚汁)

（３）生産者の志向について

- 問： 新しい酪肉近（新たな酪農及び肉用牛生産の近代化を図るための基本方針）では「適度な脂肪交雑の牛肉生産のための和牛の早期出荷の本格化」をうたっていますが、積極的な取組は行われそうですか。
- 答： それを決めるのは買受人であり、生産者であるというのが弊社としての考えです。生産者は差別化を図るために長期肥育に取り組み、買受人もそれを評価して高値で落札しているというのが現状です。
- 問： 期待薄だとすれば、その原因は何でしょうか。
- 答： 様々な要因があると思いますが、我々市場も含めた流通がこれまで数十年にわたりサシ偏重取引を正義としてきたことが大きな原因の一つであると思います。その間に構築された価値観を変えていくのはなかなか難しいと思います。
- 問： やはり、直接的な販売ルートをもたない肥育農家でも、配合飼料等の資材価格が高騰している中においても、５等級の枝肉価格がそれ以外の等級の枝肉価格を上回っている限りは、５等級を目指した生産を続けることになりそうですか。
- 答： 市場での取引価格が商品としての評価となるわけですから、この傾向はまだ続くと思います。
- 問： 牛肉輸入が自由化された平成３年に比べて、現在は枝肉重量も約２割アップして５１０kgを超えていますが、まだまだ大きくなりそうですか。と畜場の施設からいってこれが限界という枝肉重量がありますか。
- 答： 神戸市場の平均枝肉重量は１９９８年度が４０３kgで、２０２３年度が４４９kgと２５年間で約４５kg大型化しています。大型化の傾向は２００６年頃から顕著になりました。今後も大型化の傾向は続くことが想定されますが、緩やかなものになると予測しています。施設の構造上の限界値は、個体差はあるものの、概ね５５０kgぐらいまでなら、通常業務に支障なく対応できるかと思います。なお、神戸市場は他市場と比較して枝肉重量が小さい傾向にありますが、これは特定銘柄の定義に重量制限が設定されていることに加え、扱いの大半が雌牛であることに起因しています。

（４）最近の和牛肉に対する買参人や消費者の志向について

- 問： 同じ兵庫県内に姫路、加古川、近畿圏内には大阪、京都にも食肉市場があり、牛の集荷にご苦労されていますか。
- 答： 当食肉市場は、雌牛の肥育牛の出荷が多く、それを特徴にしていますし、牛肉の輸出においても対米輸出に積極的な食肉市場、イスラム圏への牛肉輸出に積極的な市場があるなど、各食肉市場がそれぞれ特徴を出して、差別化を図っているように思います。
- 問： 最近４等級、５等級の生産割合が増えている中で、消費者は赤身志向が高まっていると言われていますが、普段の業務の中で実感することがありますか。
- 答： 業務の中でとなりますと、私どもが接するのは買参人になりますので、買参人の志向を消費者の志向として置き換えた場合、赤身志向を感じることはほとんどありません。むしろ脂質にこだわる買参人が日を追うごとに多くなっているように感じます。実際にＡ５ＢＭＳ№１２でも生産者によって評価（単価）に大きな差が生

じています。

問： 消費者の赤身志向は高まっていると言いながら、価格差がそれほど大きくなければやはり4等級、5等級の肉を購入したいという声も聞きますが、どのような印象をお持ちでしょうか。

答： 今なお、取引価格は3等級<4等級<5等級という方程式にほぼあてはまります。消費者志向の変化に相反しているということは、その方が商売上のうま味があるのではと推測します。

問： 同じ5等級の肉でも価格差が大きいとも聞きますが、その差の原因は何でしょうか。

答： 同一産地の同一銘柄の同一等級であっても、その傾向が顕著になることは頻繁にあります。それは何といたってもその枝肉の内容です。内容というのは、例えばモモ抜け（モモの部分までサシが十分に入っている状態）であったり、ロースの張りであったり、脂の質であったりです。格付の数字（等級）だけで価格面での評価はされない時代であるといえます。

問： 格付等級にかかわらず、買参人が高く買う枝肉の特徴は何ですか。

答： 先ほど言った枝肉の内容と特定の生産者です。

問： 現在の和牛（去勢牛）生産では、5等級6割、4等級3割、3等級以下1割となっていますが、買参人や消費者のニーズからすると、どのくらいの割合が理想なのでしょうか。

答： 先ほど言ったように、当市場での取引状況から消費者の赤身志向を直接的に感じることはほとんどありませんので、等級別構成比の理想型は正直なところわかりません。現在の格付のあり方を真剣に考えるべき時期にきているように感じます。

問： 和牛だけでいえば5等級6割、4等級3割、3等級以下1割ですが、国内生産の和牛に交雑種、乳用種を加えた牛全体でいえば5等級3割、4等級2割、3等級以下5割となっており、それなりに消費者の志向にあっているのかもしれませんが。買参人等からオレイン酸含量を調べて公表してほしいとか、食味の向上に関する新たな要望の声とかを聞かれることがありますか。

答： 買参人から脂肪酸数値に関する問い合わせはほとんどありませんが、生産者から情報を求められるケースは年々増加傾向にあり、求めのあった生産者には、出荷実績分のみ対応しています。前回、家畜改良事業団から育種改良の観点から情報提供の依頼があり、こちらには対応しています。

問： 食肉市場に長らく勤務した経験からいうと、どのような牛肉が美味しい牛肉でしょうか（例えば、未經産の出荷月齢40カ月以上の雌牛の牛肉等）。

答： これは一概には言えないと思います。食べ方（料理）によって部位も変わるでしょうし、その時のコンディション（体調）によっても変わるでしょう。また、年を追うごとに好みが変化するかもしれません。味覚は主観という観点から、個人的な好みでお答えすると、焼肉で食するとすれば和牛一択です。性別は問いませんが、舌触りが良く、脂の風味が豊かでかつ胃もたれせず、自然と箸が進む肉が美味しい牛肉だと思います。では、それがどんな肉だったのかというと、結局、

長期肥育の雌牛だったということになります。

問： また、そのような牛肉を使ってどのような食し方がおいしく食べるコツでしょうか（しゃぶしゃぶ、すき焼き、ステーキ、生食等）。

答： 「しゃぶしゃぶ」や「すき焼き」において牛肉は圧倒的な主役なのですが、実は野菜など他の食材の風味を格段に向上させる脇役でもあると思っています。本当に美味しい牛肉は、他の食材に対して非常に優秀な調味料であると個人的に思っています。一方、ステーキは牛肉の一人舞台のようなものですから、ごまかしがききません。美味しさの実力が試される食べ方だと思います。

（５）出荷・販売状況について

問： 平均枝肉取引価格をみると、やはり上位等級のものが高いようですが、個別でいうと３等級の枝肉が４等級の枝肉価格を、あるいは４等級の枝肉が５等級の枝肉価格を上回るという例もけっこうありますか。

答： 他市場のことまでは詳しくわかりませんが、神戸市場では特定有名銘柄を除いたとしても、等級と価格の逆転現象は珍しくありません。特にこれと決めた小売店がいた場合に多いようです。

問： 未經産の和牛雌牛の肥育牛がけっこう出荷されますか。

答： 神戸市場に出荷される和牛のうち約８割が未經産和牛です。一方、経産牛は全体の３％弱です。

問： 和牛の廃用雌牛の肥育牛とか、従来、見なかったような肥育牛の出荷等がありますか。

答： 経産牛は全体の３％弱で、そのうちの半数以上は再肥育したものですが、増加傾向にあるように思えます。

（６）買参人の増加対策について

問： 食肉市場としては、買参人を増やして市場取引を活性化したいと考えられていると思いますが、具体的に講じている対策等がありますか。

答： 2020年の卸売市場法の改正に伴い、売買参加者の認定に開設者の関与がなくなり、新たな購買者誘致がし易くなったため、出荷者や既存の購買者の紹介を通じての営業活動を行っています。

問： 今後、人手不足や労働時間の短縮等の影響もあり、直接、食肉市場に足を運ばないでセリに参加したいという方も出てくるように思いますが、そのような取引の可能性もありますか。

答： 日本食肉市場卸売協会でも遠隔セリの実現にあたっての議論を進めているところではありますが、実現には超えるべき様々なハードルがあります。それらの課題が克服できれば、実現は可能であると思っています。

問： 将来的に、ヤフオクやメルカリで肥育牛や牛肉を直接販売する、あるいは直接購入するということもあり得ると思いますか。

答： 精肉の状態であれば可能だと思いますが、現段階では水生生物、昆虫等を除く生物（哺乳類、鳥類、は虫類等）の取引はできないですし、今後もないと思いま

す。

(7) その他

問： 家畜改良事業団に協力して、体外受精卵の生産に間接的に関与されていると思いますが、そのことは、食肉市場にとって直接的・間接的にメリット・効果がありますか。

答： 神戸市場では、家畜改良事業団の卵巣採取以外にも、脂肪酸値等の詳細なデータの提供等も行っていますが、今のところ集荷に繋がるようなメリットを感じたことはありませんし、今後もないと思っています。メリットを期待するというより、畜産業の振興に寄与するという観点から協力しています。

問： 食肉関係情報の普及・啓発のため、現在実施している催事に加えて、より効果が大きいと考えられる対応が何かありますか。

答： 可能であれば、食肉卸売市場が果たしている役割や重要性、必要性を広く啓発したいと考えますが、市場が独自で行えるプロモーションには人的にも予算的にも限界があると考えます。

問： ケンミンショーというテレビ番組があつて、地方の郷土料理等を紹介していますが、兵庫県、神戸市で食肉をベースとした郷土料理や独特の調理方法等がありますか。

答： 神戸市というより神戸市場周辺（神戸市長田区周辺）に牛すじ肉とコンニャクを醤油やみりん、砂糖等で甘辛く煮た「スジコン」(写真②)と呼ばれる料理があります。この「スジコン」用に使用する牛すじ肉が、当市場の前身である神戸屠場に由来しているとのこと。神戸市長田区が発祥といわれている「そばめし」(写真③)という料理にもこの「スジコン」が使われています。また、神戸市長田区周辺には焼肉店、ホルモン焼店が多く営業していますが、これは歴史的に在日系の住民が多いことと神戸市場の存在が大きく関与していると言えます。

当方： これから、「スジコン」と「そばめし」を試食して帰りたいと思います。本日は貴重なお話を聞かせていただき有難うございました。



(② スジコン)



(③ そばめし)

参考資料：農林水産省「兵庫県の農林水産業の概要」（令和5年版）

兵庫県農林水産部畜産課「畜産業の振興について」令和6年10月

神戸大学 上田修司「2023年度研究成果報告 DISCOVER KOBE」

○ 食肉輸出関連情報

1 日本産畜産物の輸出促進について

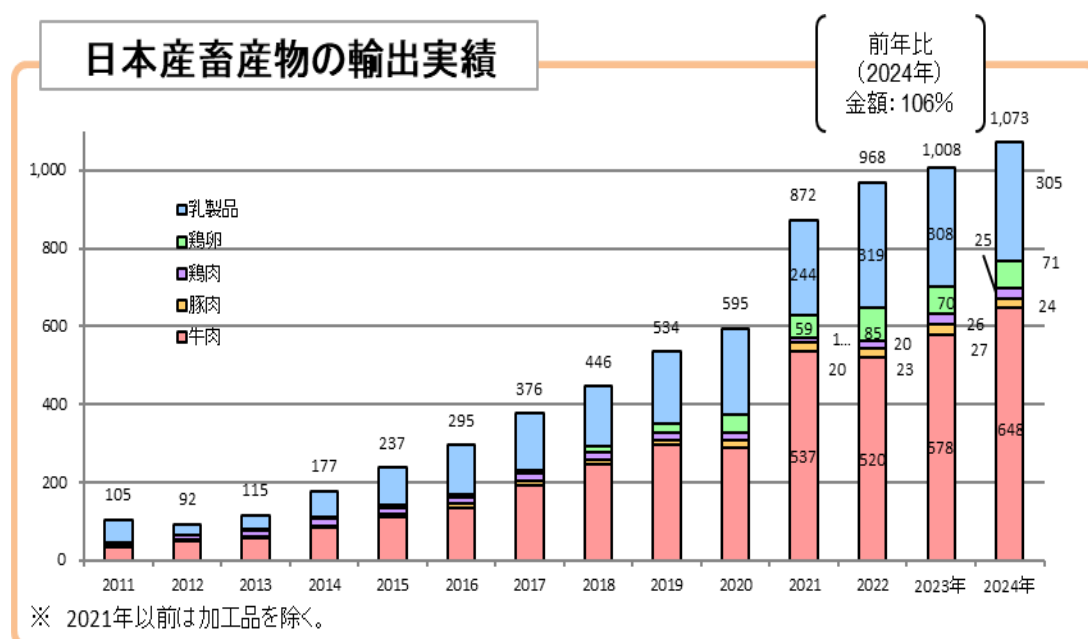
一般社団法人日本畜産物輸出促進協会
専務理事 川島俊郎

令和7年4月に取りまとめられた「食料・農業・農村基本計画」において、令和2年に策定された輸出目標が改定され、畜産物については、2030年目標として牛肉1,132億円、豚肉52億円、鶏肉44億円、鶏卵109億円、牛乳乳製品883億円が新たに示された。

今後は、この目標達成のために、畜産物の輸出活動を展開していくことになる。本稿では牛肉を中心に畜産物輸出の現状、日本畜産物輸出促進協会（以下「協会」）の取組体制と方針、具体的な取組及び今後の取組方向について紹介したい。

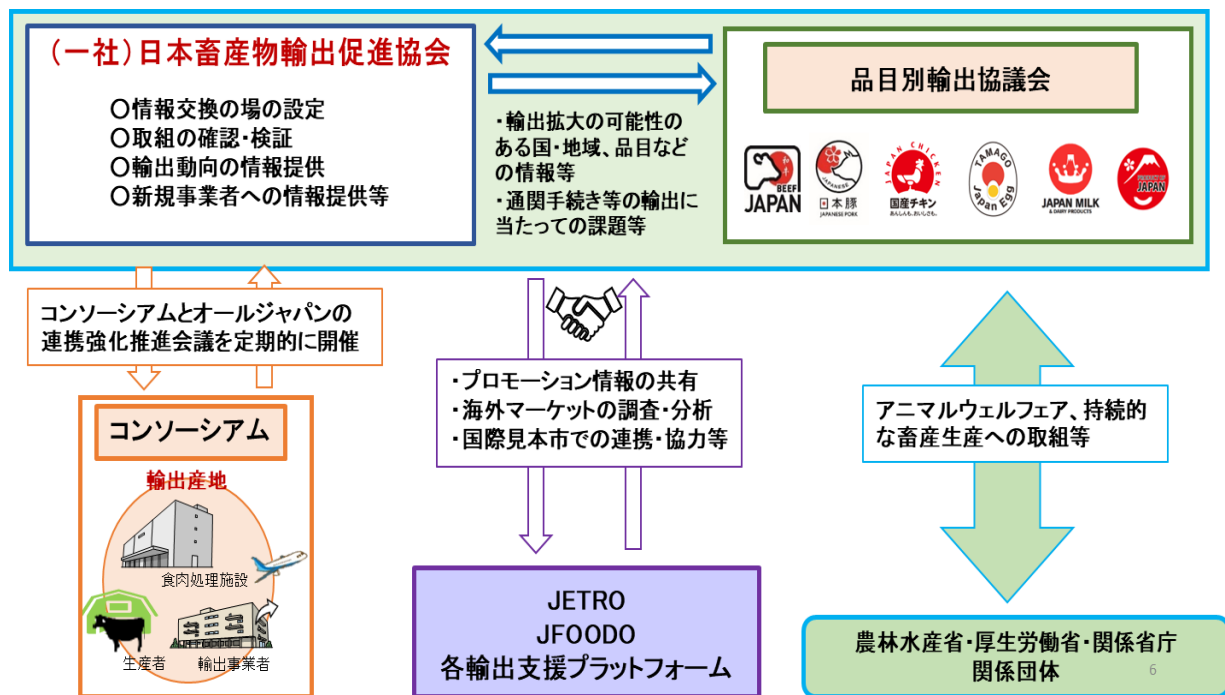
1 畜産物輸出の現状

畜産物の輸出は2012年以降一貫して伸びており、2024年実績は1,073億円（金額ベースで対前年比106%）と過去最高を記録した。食肉では、牛肉が648億円で全体の約60%を占めているほか、豚肉24億円、鶏肉25億円となっている。牛肉を筆頭にいずれの品目も優れた品質、高い安全性が国際的に評価されているが、CSF（豚熱）や鳥インフルエンザ等の発生の影響もあり、豚肉や鶏肉、鶏卵等は金額ベース対前年で減少あるいは横ばいとなっており、比較的好調な牛肉についても、世界的な物価上昇等の影響を受け、数量ベースに比べて金額ベースではやや伸び悩んでいる状況にある。



2 協会の取組体制

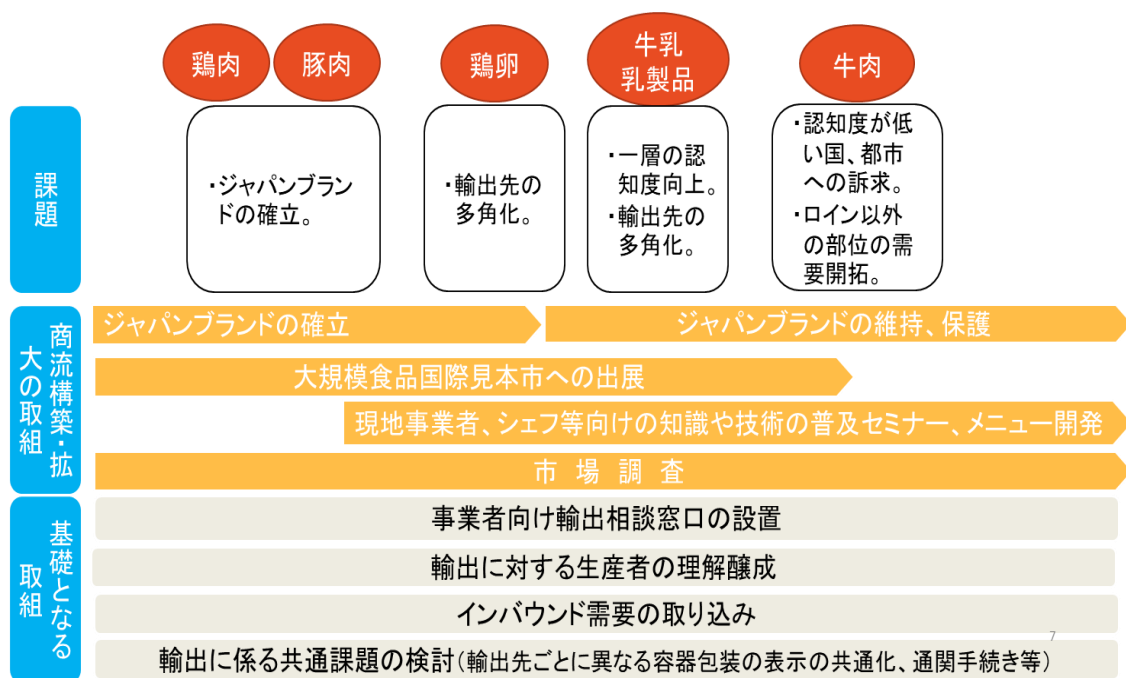
政府目標の達成のためにオールジャパンで輸出拡大を図っていくことが協会のミッションであり、このため、協会としては、品目別輸出協議会をはじめ、農林水産省、厚生労働省等の関係省庁、輸出産地（コンソーシアム）、JETRO（日本貿易振興機構）、JFOODO（日本食品海外プロモーションセンター）等関係機関と連携しつつ、メインプレイヤーである品目別輸出協議会会員等の輸出事業者が輸出に取り組みやすい環境整備や支援を継続的、効果的に行うこととしている。



3 協会の取組方針

海外マーケットにおける品目ごとの認知度も踏まえつつ、ジャパンプランドの確立・保護、大規模な食品国際見本市への出展、現地の食肉事業者やシェフ向けのセミナーやメニュー開発、市場調査を実施するとともに、輸出先ごとに異なる梱包箱の表示事項の共通化、通関に係る手続きの問題等輸出に係る共通課題の解決に向けた検討や増加するインバウンドが帰国後に喫食するための情報提供等に取り組むこととしている。

新たな「食料・農業・農村基本計画」においても、「認定品目団体は、オールジャパンで行う輸出力強化に向け団体間の連携による相乗効果を図りながら、ジャパンプランドの確立、シェフに対する教育等による現地需要の創造、海外の規制や民間認証等に対応したマーケットインでの供給力の拡大、輸出のすそ野を広げる取組等を進める」とされており、こうした方針と軌を一にするものである。



4 具体的な取組

(1) 海外における販路の拡大

① セミナーの開催、食品国際見本市への出展

現地のシェフや食肉事業者等を対象にした独自のセミナーの開催や、ANUGA、SIAL、GULFOOD 等の食品国際見本市への出展等を通じて、広く認知度の向上を図るとともに、現地事業者等と協議会会員との商談、ネットワーク作りの場を提供している。和牛セミナーでは、現地の牛肉とカッティング等の方法が異なることから日本人講師によるカッティングの実演や試食の提供を行うとともに、外国産 Wagyu との違いを含めた和牛の優れた品質や生産方式の特徴を PR し、その魅力をアピールしている。特に最近では、アニマルウェルフェアを含め持続的な生産に対する関心が高まっていることを踏まえ、飼養管理等に関する技術的な指針の策定・普及、たい肥の有効活用、食品副産物の飼料利用、家畜飼養衛生管理基準（バイオセキュリティ）等国際的にみても優れている、あるいは遜色のない取組を行っていることを伝えるよう努めている。

なお、参考までに下表に令和6年度の和牛セミナー等の実績と写真を示す。

時期	実施国・地域	イベント名称	参加事業者数	出席者数
令和6年6月	米国(シカゴ)	独自セミナー	8社	66名
7月	米国(フィラデルフィア)	独自セミナー	7社	81名
8月	香 港	Food Expo PRO 2024	6協議会27社	7,000名(※)
9月	スペイン(マドリッド)	独自セミナー	8社	96名
9月	スペイン(バルセロナ)	独自セミナー	8社	147名
10月	フランス(パリ)	Sial Paris 2024	8社	5,000名(※)
11月	米国(ヒューストン)	独自セミナー	9社	101名
12月	サウジアラビア(リヤド)	独自セミナー	12社	72名
令和7年1月	ベトナム(ホーチミン)	独自セミナー	9社	93名
1月	米国(ラスベガス)	Winter Fancy Food Show 2025	7社	3,000名(※)
2月	UAE(ドバイ)	Gulfood 2025	8社	7,000名(※)

(注)※: 協会ブース来訪者(推計)



Food Expo PRO2024
(令和6年7月香港)



Sial Paris2024
(令和6年9月パリ)



Winter Fancy Food Show2025
(令和7年1月ラスベガス)



シカゴでの和牛セミナー
(令和6年6月)



ホーチミンでの和牛セミナー
(令和7年1月)



バルセロナでの和牛セミナー
(令和6年9月)

② 現地バイヤー等の日本への招へい

和牛に関する知識やカッティングへの理解を深めるため、海外から現地バイヤー等を日本に招へいし、(公社)全国食肉学校の協力を得て、食肉の取扱研修を受講したり、生産地を訪問してもらう取組を行っている。6年度は米国、台湾、香港、カナダ、ベトナム等から200名以上の研修生を受け入れた。

(2) 海外におけるジャパンプランドの確立

① ロゴマークの維持・管理

ジャパンプランドの維持・管理のため、品目ごとにロゴマークを作成し、

各国で商標登録を行っている。登録国数は現在、牛肉 49 か国、豚肉 37 か国等となっている。



② カuttingガイドの提供

和牛の主要な 15 部位のCutting方法、肉質の特徴、主な料理方法に関するガイドブックを 7 か国語で作成し配布するとともに、YouTube 上で配信している。

③ 外国人シェフによるメニュー開発

外国人シェフとタイアップし、非ロイン系も含めた多様な部位を使ったメニューを開発するとともに、タイアップしたシェフのレストラン等で提供するフェアの開催、内容をまとめたパンフレットの作成等を行ってきた。

(3) 輸出相談窓口の設置

食肉の輸出入実務に豊富な知識と経験を有している専門家に協力をいただき、新たに輸出や輸入を行うことを検討している国内外の食肉事業者に対して、輸出に関する手続きや商談に関する情報提供、助言等を行っている。

(4) 輸出に対する生産者の理解醸成

畜産物の輸出拡大を図るためには、輸出に対する生産者の理解と協力が重要である。このため、神戸大学に委託して和牛の輸出が国内の枝肉価格に及ぼす影響を分析していただいた結果、2023 年の牛肉輸出は国内の枝肉価格を 339.9 円下支えしているとの結果が得られた。

国内枝肉卸売価格	基準値	輸出ゼロの場合	変化量
牛肉全体	2,445.8円/kg	2,106.0円/kg	339.9円/kg
サーロインのみ	2,445.8円/kg	2,257.0円/kg	188.9円/kg

※ 国内枝肉卸売価格は、農林水産省「畜産物流通統計」の東京市場の A3～A5 ランクの牛肉めす・去勢について、取引成立頭数(頭)をウェイトに加重平均した価格。

また、輸出実務、輸出規制（アニマルウェルフェア等）に関する研修会の開催、生産者が先駆的に輸出に取り組んだ時の良かった点や苦労したことを自らお話しいただくビデオ等の作成・配布も行っている。

5 今後の取組方向

今後の取組の方向について、牛肉に絞って個人的な見解も含めて以下紹介してみたい。

認定品目団体として冒頭紹介した政府目標の達成に貢献するためには、現在主流と言われる日系やアジア系（欧米市場で該当）に加えて、現地系（特に欧米系）に関し既存の商流を維持・拡大しつつ、有望な新規の都市における新たな商流の開拓を図るとともに、日本の和牛の価値やおいしさを普及することが重要と考えている。

このため、これまでの活動を随時見直し、必要なものは継続しつつ、新たな取組を進めていく。

（１）認知度の更なる向上

食品国際見本市への参加に加えて、例えば、米国の内陸部都市（シカゴ、ダラス等）、スペイン、インドネシア等新規都市での和牛セミナーの開催を行うこととしている。また、日本大使館等の協力をいただき、畜産物以外の日本産食品も対象にした横断的なフードフェア等への参加することもあると考えている。

和牛生産の持続性に関しては、農林水産省の政策の紹介にとどまらず、先駆的な生産者の取組を紹介するためのビデオを作成し SNS 等で発信することに加えて、和牛セミナー等で広く活用することにより、関係者の理解を深めていきたい。

（２）非ロイン系も含めた多様な部位の活用

これまでは和牛セミナーの開催地は毎回変更していたが、可能性の高いと思われる都市については、次年度、例えば現地シェフと連携して、ロイン系に加えて、非ロイン系も含めた多様な部位を活用した調理セミナーとするなど内容を変更して継続してアプローチする予定である。

また、和牛のカッティングや調理技術の普及については、現地の調理学校等と連携して、学生やシェフ等を対象に現地研修を実施したい。

（３）加工流通業者等現地関係者とのチャンネルの拡大

現地情報に詳しい JETRO と連携して、和牛の取り扱い経験のない現地系の大手流通業者を日本の生産地、加工施設等に招へいしたり、現地の食肉加工流通に関する全国団体の主催するイベント等に出展すること等を検討している。

（４）現地消費者へのアプローチ強化

B to C の知見が豊富な JFOOD0 と連携して、現地チェーンレストラン、小売店等による非ロイン系の消費定着につながるメニュー・レシピの開発・普及に取り組むほか、SNS 活用による和牛ファン層（事業者～消費者）の拡大に取り組むと考えている。

（５）変化に対応した市場調査の実施

「持続性」に関する消費者の関心の高まりに対応するため、消費者の動向調査（嗜好、重視する価値、購買部位等）、食肉調達における民間認証の活用状況等について、JETRO や現地専門機関と連携した調査を実施することとしている。

（６）和牛の品質・生産方式に関する科学的・客観的データの蓄積

外国産 Wagyu に代表されるように海外において生産される牛肉の品質も年々向上しており、明確な差別化を図る観点から、和牛の脂肪酸組成等の品質や舎飼いで 1 頭 1 頭大事にケアする生産方式に関する科学的・客観的なデータを調査・収集、提供していく。

なお、政府レベルでの対応が中心となる政策的課題として、例えば、輸出先国の求める衛生基準に適合した食肉処理施設の整備・認定やイスラム圏諸国への輸出のためのハラール認証の促進、中国、韓国をはじめとする新規輸出国の解禁、米国の低関税枠の早期消化や相互関税の発動、EU による包装および包装廃棄物、森林デューデリジェンス等新たな規制の導入等がある。これらについては、関係省庁、関係団体、協議会会員等と連携しながら、情報提供を中心として協会としてできる限り解決、克服に向けた貢献ができるよう努めていく。

1 2024年の農林水産物・食品の輸出

(1) 2024年1-12月 農林水産物・食品の輸出額

農林水産省
輸出・国際局

2024年1-12月の輸出実績は、対前年比+3.7%の1兆5,073億円となりました。
(2023年1-12月実績: 1兆4,541億円)

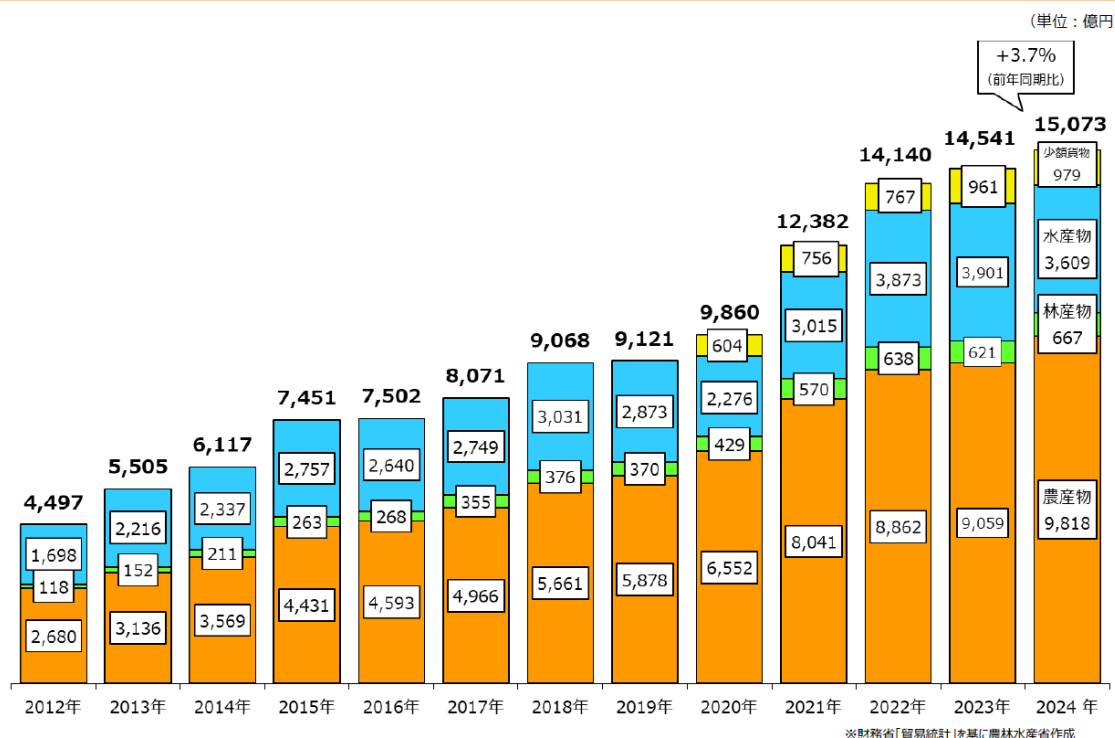
	金額	前年差	前年比
1-12月累計 (1-12月累計の少額貨物輸出額を含む)	15,073億円	+533億円	+3.7%
うち中国	1,681億円	▲ 689億円	▲ 29.1%
うち香港	2,210億円	▲ 155億円	▲ 6.6%
うち中国、香港以外	10,203億円	+1,358億円	+15.4%
うち少額貨物	979億円	+18億円	+1.9%

全体の状況 (1-12月)

- 中国及び香港向けが水産物の輸入規制の影響を受け、大きく減少しましたが、中国及び香港以外の国・地域向けが大きく増加した結果、対前年比+3.7%と昨年を上回りました。
- 国・地域別の輸出額では、米国、台湾、韓国向けなどの輸出上位国が2桁%の伸びを記録するなど、多くの国・地域が対前年比プラスを記録しました。
- 品目別の輸出額では、ソース混合調味料、緑茶、牛肉、米などが2桁%の伸びを記録した一方、水産物の多くが中国・香港による輸入規制の影響で対前年比マイナスとなりました。
- 関係者からの聞き取りでは、日本食レストランの増加、インバウンドによる日本食人気の高まり等を背景とした好調な外食需要のほか、事業者の販路拡大の取組等の進展が輸出増加の主な要因でした。

(2) 農林水産物・食品 輸出額の推移

農林水産省
輸出・国際局



(3) 2024年の農林水産物・食品 輸出額 国・地域別

農林水産省
輸出・国際局

順位	2024年1-12月（累計）							2024年12月（単月）					※財務省「貿易統計」を 基に農林水産省作成
	輸出先	輸出額 （億円）	金額 構成比 （%）	前年 同期比 （%）	輸出額内訳（億円）			輸出額 （億円）	前年 同月比 （%）	輸出額内訳（億円）			
					農産物	林産物	水産物			農産物	林産物	水産物	
1	アメリカ合衆国	2,429	17.2	+17.8	1,614	74	741	263	+34.2	174	7	83	
2	香港	2,210	15.7	▲ 6.6	1,311	16	883	218	+6.2	144	2	72	
3	台湾	1,703	12.1	+11.2	1,309	43	351	227	+17.9	184	4	38	
4	中華人民共和国	1,681	11.9	▲ 29.1	1,293	326	61	181	+13.7	138	37	6	
5	大韓民国	911	6.5	+19.8	592	39	280	111	+27.5	61	4	46	
6	ベトナム	862	6.1	+23.7	516	7	339	95	+30.8	53	1	41	
7	タイ	629	4.5	+23.1	307	10	312	56	+22.5	29	1	27	
8	シンガポール	557	4.0	+1.7	461	6	89	53	▲ 0.5	42	1	10	
9	オーストラリア	328	2.3	+5.6	290	3	35	29	+8.7	25	0.2	4	
10	フィリピン	287	2.0	▲ 6.0	160	95	33	27	+18.1	13	10	3	
-	E U	858	6.1	+18.5	735	21	102	87	+27.8	75	2	10	

※財務省「貿易統計」を
基に農林水産省作成

輸出額の増加が大きい主な国・地域（1-12月）

国・地域	増加額	主な増加品目
米国	+367億円	ホタテ貝（生鮮等）、牛肉、日本酒
台湾	+171億円	りんご、ホタテ貝（生鮮等）、牛肉
ベトナム	+165億円	ホタテ貝（生鮮等）、植木等、牛肉

輸出額の減少が大きい主な国・地域（1-12月）

国・地域	減少額	主な減少品目
中国	▲ 689億円	ホタテ貝（生鮮等）、ウイスキー、なまこ（調製）
香港	▲ 155億円	真珠、ホタテ貝（調製）、さんご
チリ	▲ 21億円	魚油

(4) 2024年の農林水産物・食品 輸出額（1 - 12月）品目別

農林水産省
輸出・国際局

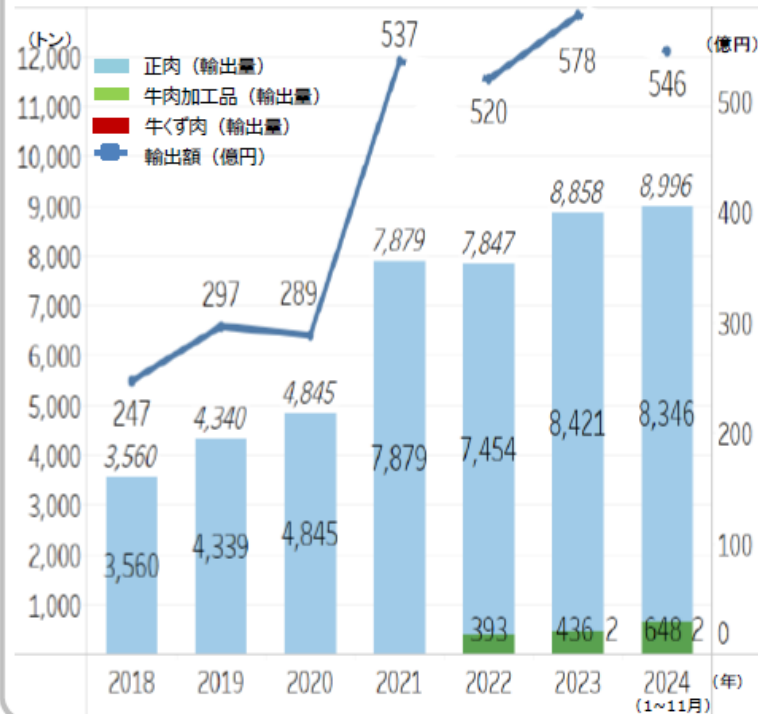
	品 目	金 額 （百万円）	前年同期比 （％）		品 目	金 額 （百万円）	前年同期比 （％）
農 産 物	加工食品	534,182	+4.8	水 産 物	その他農産物	155,893	+19.8
	アルコール飲料	133,739	▲ 0.5		たばこ	19,947	+10.4
	日本酒	43,469	+5.9		緑茶	36,380	+24.6
	ウイスキー	43,651	▲ 12.8		花き	9,816	+20.6
	焼酎（泡盛を含む）	1,721	+4.8		植木等	7,916	+26.9
	ソース混合調味料	62,991	+15.9		切花	1,643	▲ 3.7
	清涼飲料水	57,433	+7.0		農産物計	981,812	+8.4
	菓子（米菓を除く）	34,372	+11.9		林産物	66,728	+7.5
	醤油	12,189	+21.3		丸太	28,227	+22.2
	米菓（あられ・せんべい）	6,571	+7.7		木製家具	8,142	+10.9
	味噌	6,313	+24.6		製材	7,388	+14.1
	畜産品	139,553	+5.6		合板	7,299	▲ 25.7
	畜産物	107,346	+6.5		水産物（調製品除く）	281,872	▲ 6.3
	牛肉	64,828	+12.1		ホタテ貝（生鮮・冷蔵・冷凍等）	69,489	+0.9
	牛乳・乳製品	30,548	▲ 0.8		ぶり	41,427	▲ 0.8
	鶏卵	7,113	+1.8		真珠（天然・養殖）	41,189	▲ 9.7
	鶏肉	2,481	▲ 2.9		かつお・まぐろ類	20,095	▲ 11.3
	豚肉	2,375	▲ 11.1		いわし	10,812	+9.3
	穀物等	74,185	+11.2		さば	9,808	▲ 19.5
	米（援助米除く）	12,029	+27.8		錦鯉	7,232	+8.0
	野菜・果実等	73,209	+9.1		たい	6,904	+4.8
	青果物	48,855	+9.9		さけ・ます	5,651	▲ 16.4
	りんご	20,136	+20.5		すけとうたら	1,148	▲ 36.2
	ぶどう	5,932	+14.7		さんま	435	+87.0
	いちご	5,405	▲ 12.3		水産調製品	79,006	▲ 11.6
	かんしょ	3,602	+24.3		ホタテ貝（調製）	17,717	▲ 15.6
	ながいも	3,377	+0.2		練り製品	11,271	+8.1
	もも	2,953	+13.2		なまこ（調製）	10,501	▲ 38.0
	かんきつ	1,487	+11.9		水産物計	360,878	▲ 7.5
	かき	1,131	+2.3		農林水産物・食品	1,409,418	+3.8
	なし	1,022	▲ 14.2				

※財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成
※農林水産物、食品の合計額及び農産物計には、詳細の不明な農産物3,484百万円など合計4,790百万円を含む。

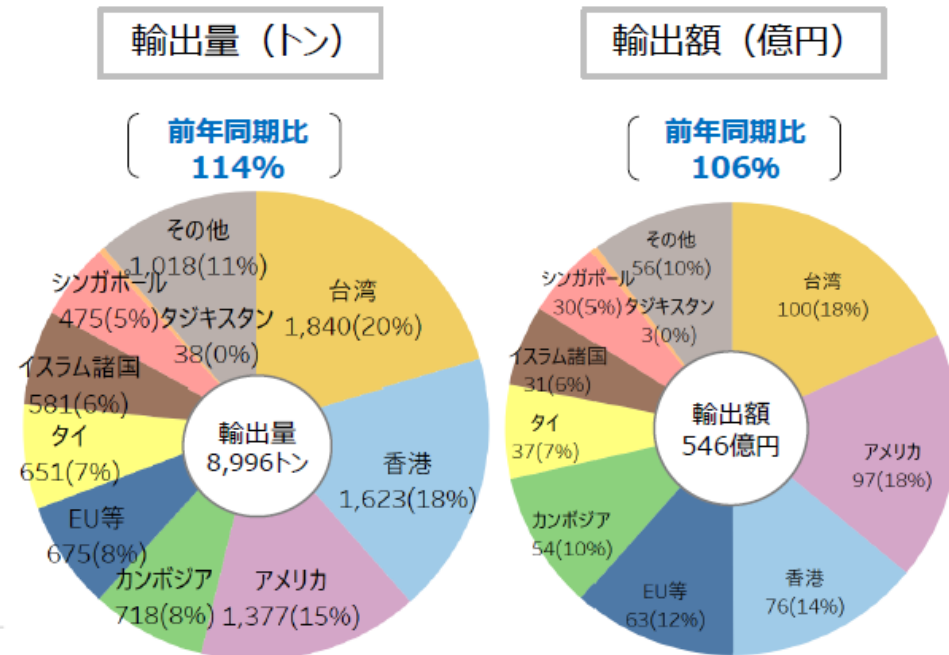
(5) 2024年の牛肉輸出動向

- ・2024年1～11月の輸出実績は、輸出量は**8,996トン（前年同期比114%）**、輸出額は**546億円（同106%）**。
- ・輸出額全体に占める割合は、アジア向け（香港、台湾、シンガポール等）は約 6 割、欧米向けは約 3 割。

牛肉の輸出実績 ※



国・地域別（2024年1～11月）



資料：財務省「貿易統計」より作成

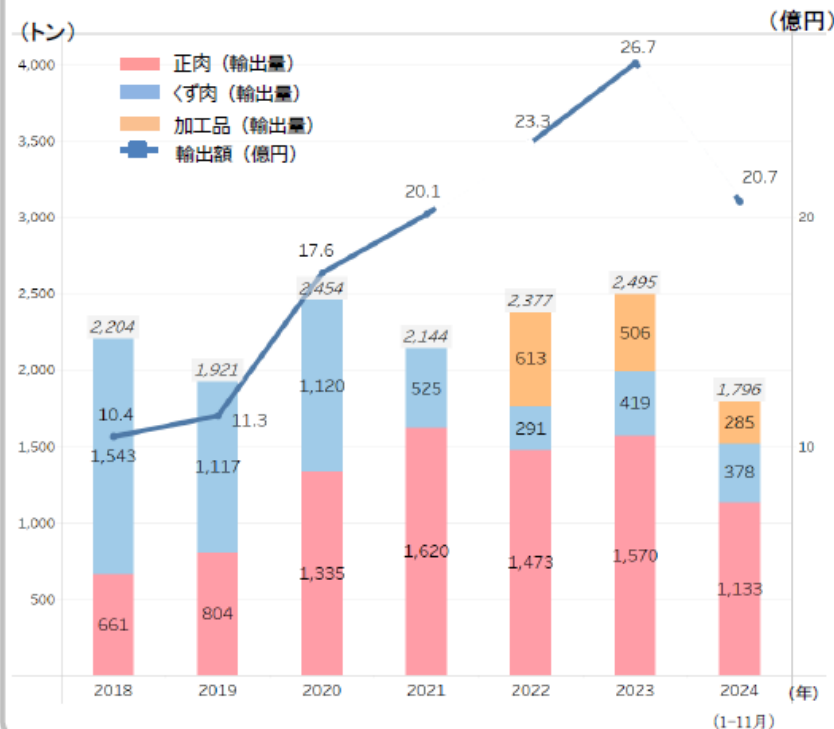
注1：正肉、牛くず肉、加工品の合計。ただし、2021年以前は加工品を含んでいない。

注2：EU等は、EU、英国、スイス、ノルウェー、リヒテンシュタインを含む

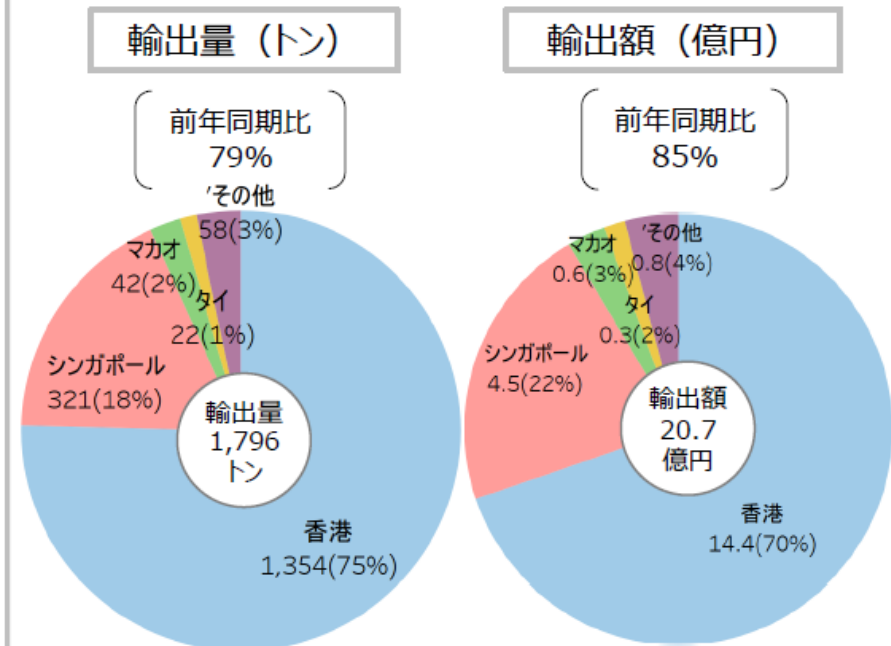
(6) 2024年の豚肉輸出の動向

- ・2024年1-11月の輸出実績は、輸出量は**1,796トン（前年同期比79%）**、輸出額は**20.7億円（同85%）**。
- ・輸出額・量ともに、**香港及びシンガポールの2カ国で約9割以上**を占める。

豚肉の輸出実績 ※



国・地域別（2024年1～11月）



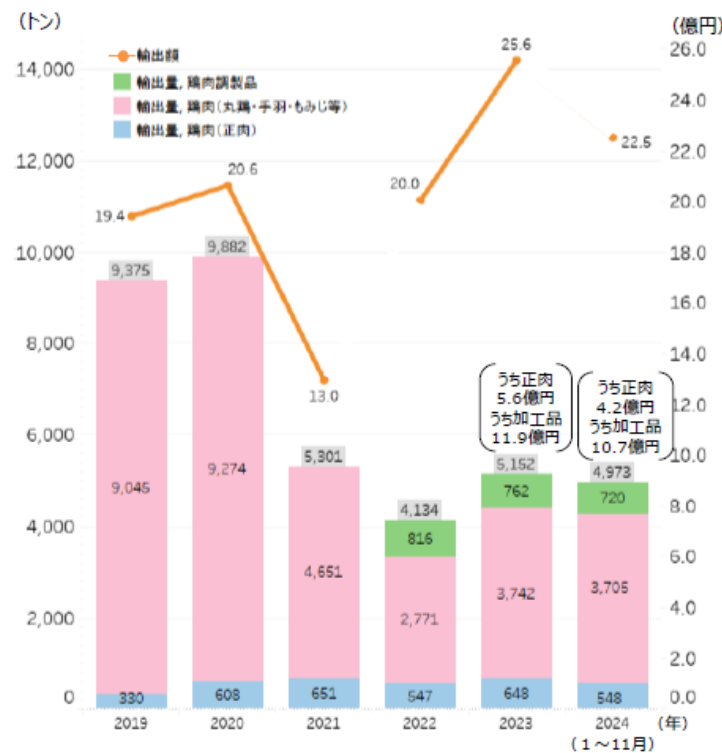
資料：財務省「貿易統計」より作成

注：正肉、豚ぐず肉、加工品の合計。ただし、2021年以前は加工品を含んでいない。

(7) 2024年の鶏肉輸出の動向

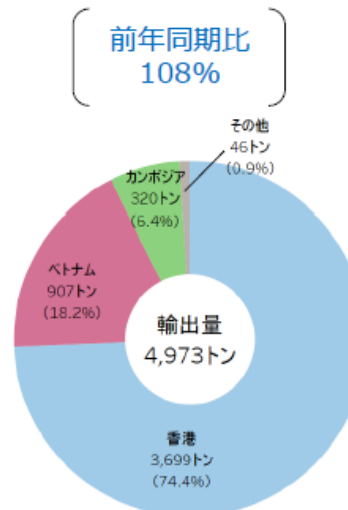
- 2023年は香港での需要の拡大等により、輸入量**5,152トン**(前年比125%)、輸入額**25.6億円**(同128%)。
- 2024年(1~11月)は、輸入量**4,973トン**(前年同期比108%)、輸入額**22.5億円**(同97%)。

鶏肉の輸出実績

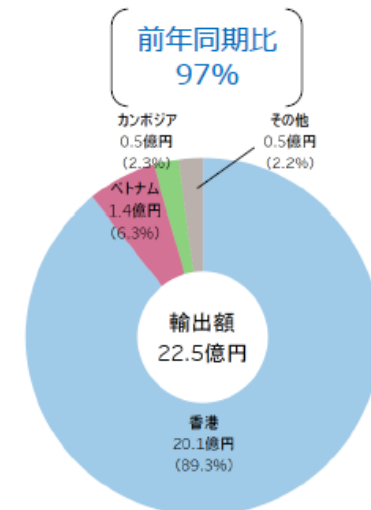


国・地域別 (2024年1~11月)

輸出量 (トン)



輸出額 (億円)



資料：財務省「貿易統計」より作成

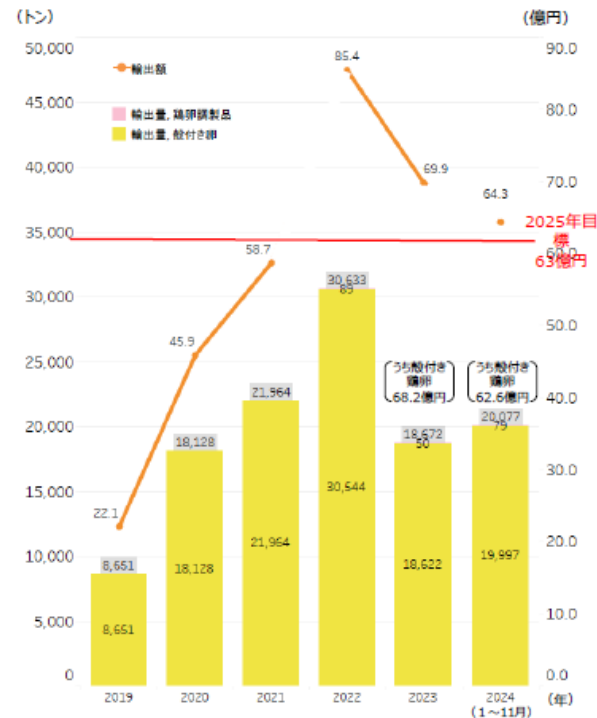
注1：正肉、その他(丸鶏、手羽・もみじ等)、加工品の合計。ただし、2021年以前は加工品を含まない。

注2：国・地域別の輸出量及び輸出額は、四捨五入の関係で、割合の合計が100%とならない場合がある。

(8) 2024年の鶏卵輸出の動向

- 2023年は、令和4年シーズンの鳥インフルエンザ発生による輸出停止や国内における供給減少の影響により、輸出量**18,672トン**(前年比61%)、輸出額**69.9億円**(同82%)と、**輸出量・額ともに前年同期を下回ったものの、2025年の政府の輸出額目標は2年連続で達成。**
- 2024年(1~11月)は、**輸出量20,077トン**(前年同期比118%)、**輸出額64.3億円**(同101%)。

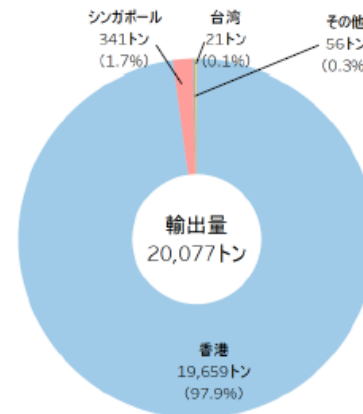
鶏卵の輸出実績



国・地域別 (2024年1~11月)

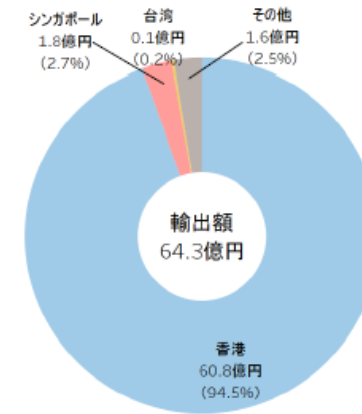
輸出量 (トン)

前年同期比
118%



輸出額 (億円)

前年同期比
101%



資料：財務省「貿易統計」より作成

注1：殻付き鶏卵、加工品の合計。ただし、2021年以前は加工品を含まない。

注2：国・地域別の輸出量及び輸出額は、四捨五入の関係で、割合の合計が100%とならない場合がある。

○ 食肉関係団体調査情報

1 令和5年度食肉卸売市場内卸売業者の財務分析結果の概要

公益社団法人日本食肉市場卸売協会

1 目 的

(公社)日本食肉市場卸売協会会員の決算書をもとに財務分析を実施し、経営状態や問題点を把握することにより、食肉卸売市場の経営安定化及び経営環境の改善に取り組む際の指針とすることを目的とする。

2 財務分析件数

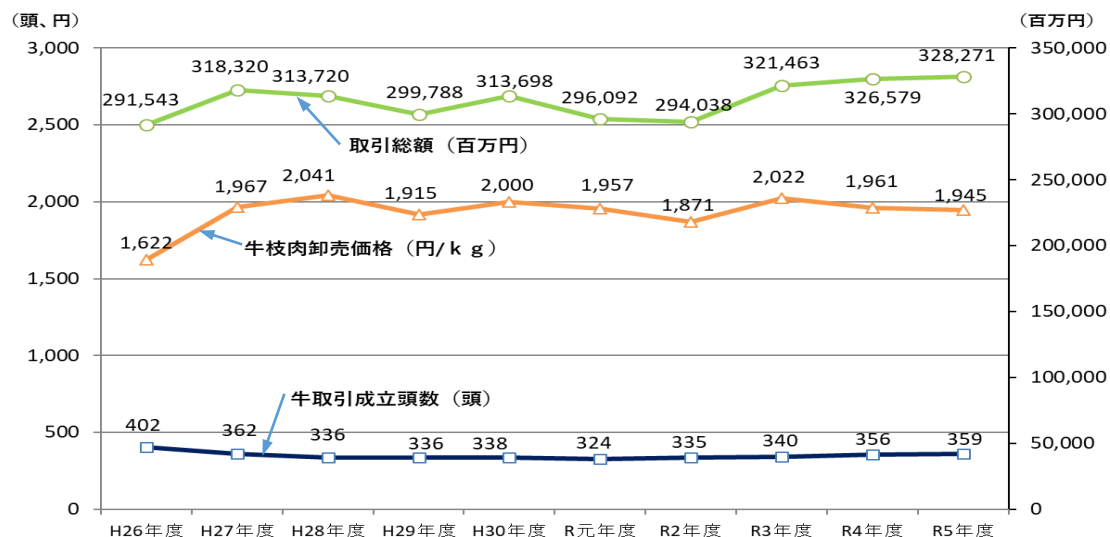
22社(前年同(中央10社、地方12社))

3 分析結果の概要

(1) 牛の市場取引状況

- ① 取引成立頭数は、対前年度比0.8%増の359千頭(前年度356千頭)で、4年連続して増加となった。
- ② 取引総額は、牛枝肉卸売価格が対前年度比0.8%減の1,945円/kg(同1,961円/kg)と僅かに下回ったものの、取引頭数が増加したことから対前年度比0.5%増の3,283億円(同3,266億円)で、3年連続で前年度を上回った。また、過去10年で最多となった。

図1 食肉卸売市場における牛の取引状況

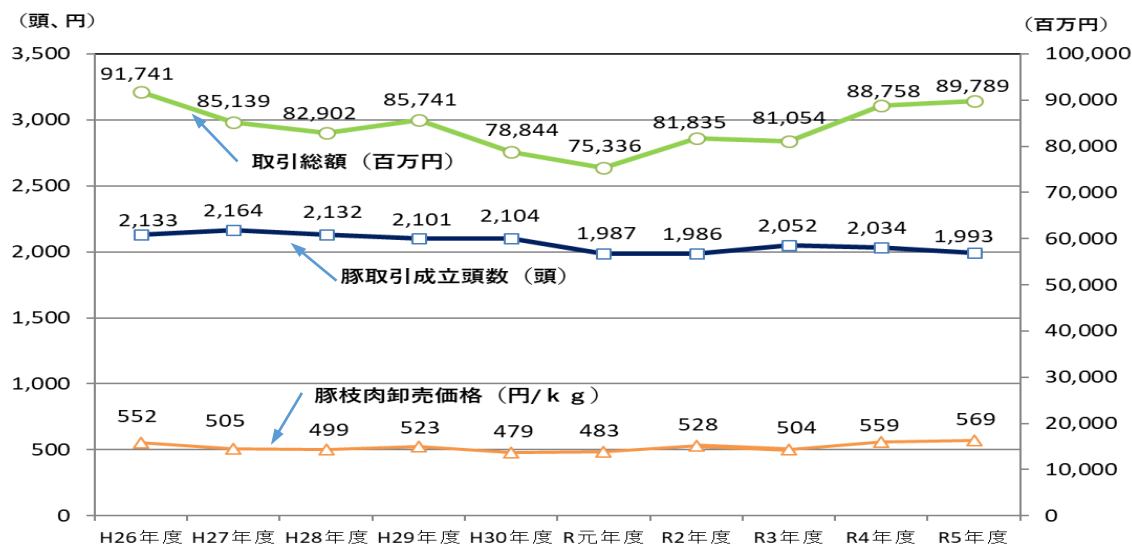


(2) 豚の市場取引状況

- ① 取引成立頭数は、対前年度比2.0%減の1,993千頭(同2,034千頭)で、2年連続して減少となった。
- ② 取引総額は、取引成立頭数が減少したものの、枝肉卸売価格が対前

年度比1.9%増の569円/kg（同559円/kg）となったことから1.2%増の898億円（同888億円）で、2年連続して増加となった。

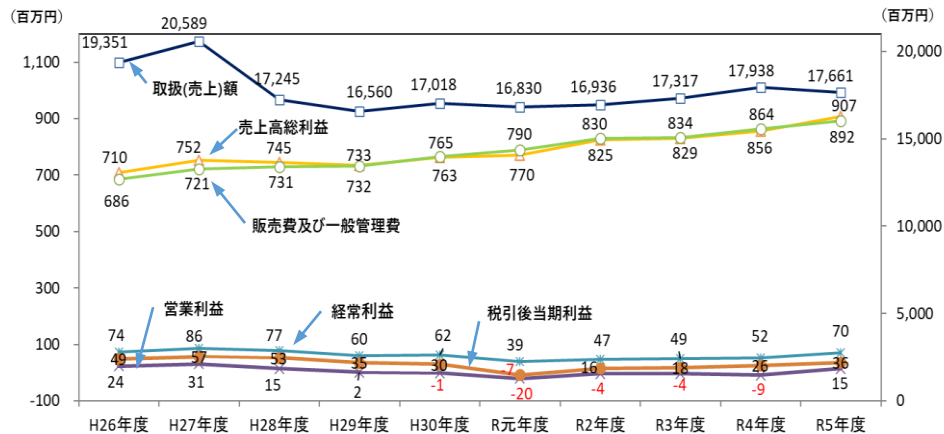
図2 食肉卸売市場における豚の取引状況



(3) 食肉卸売事業者の経営概要（1市場当たり）

- ① 食肉卸売事業者22社の営業利益をみると、営業利益が黒字を計上したのは13社（前年度9社）、赤字を計上したのは9社（同13社）で、黒字の事業者が赤字の事業者を上回った。
- ② 取扱高（売上高）は、対前年度比1.5%減の177億円（同179億円）で、4年ぶりに前年度を僅かに下回った。
- ③ 販売費及び一般管理費は、対前年度比3.2%増の892百万円（同864百万円）で、これまで増加傾向で推移しており、過去10年で最多となった。
- ④ 売上総利益は、売上高及び仕切・仕入額ともに減少したが、対前年度比5.9%増の907百万円（同856百万円）で、過去10年で最多となった。
- ⑤ 営業利益は、委託販売額が減少したものの、その他の販売額が増加したことから14.7百万円（同▲8.7百万円）となり、5年連続のマイナスからプラスに転じた。また、経常利益は、営業利益がプラスに転じたことから対前年度比32.5%増の70百万円（同52百万円）と大幅に上回った。
- ⑥ 法人税などの税金を引いた税引後当期利益は、対前年度比39%増の36百万円（同26百万円）と大幅に上回った。

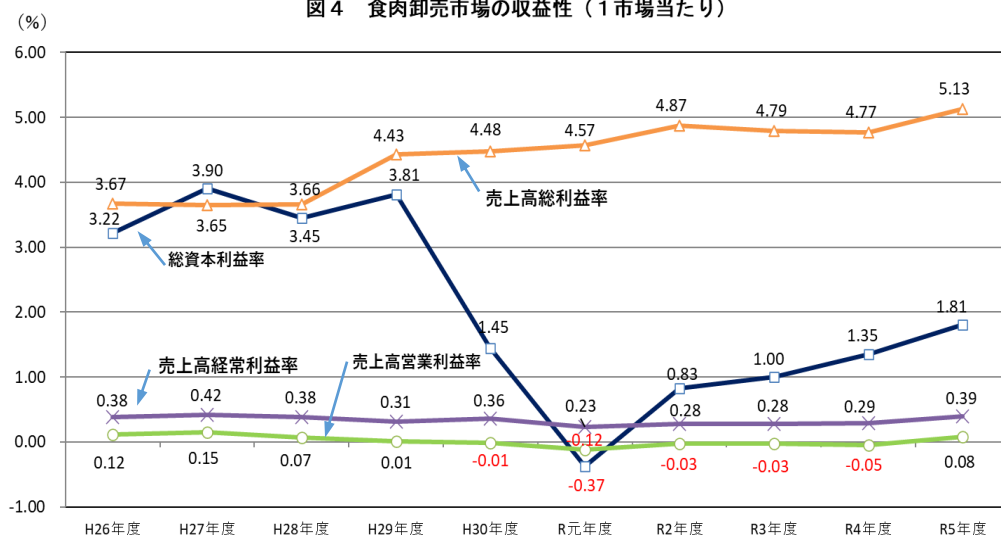
図3 食肉卸売市場の経営概要（1市場当たり）



（４）食肉卸売事業者の収益性（1市場あたり）

- ① 総資本利益率は1.81%（前年度1.35%）、売上高総利益率は5.13%（同4.77%）で、前年度に比べ僅かに改善した。
- ② 売上高営業利益率は、売上高が僅かに減少したものの、売上総利益が改善したことにより、対前年度比0.13%増の0.08%となり、5連続のマイナスからプラスに転じた。
- ③ 売上高経常利益率は、売上営業利益率がプラスに転じ、営業外収益が寄与したことから、対前年度比0.10%増の0.39%となり、僅かに改善した。

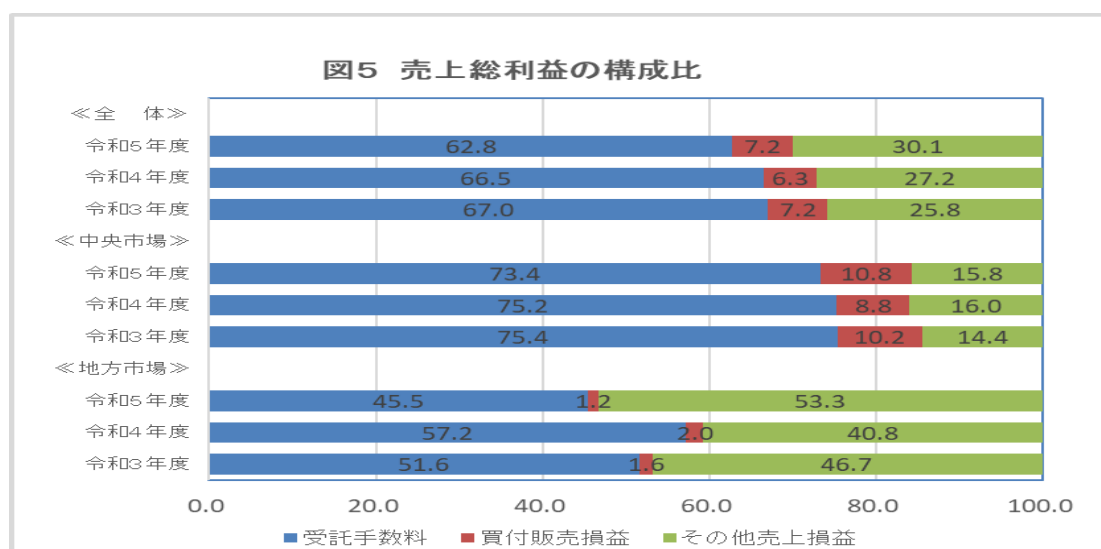
図4 食肉卸売市場の収益性（1市場当たり）



（５）売上総利益の構成

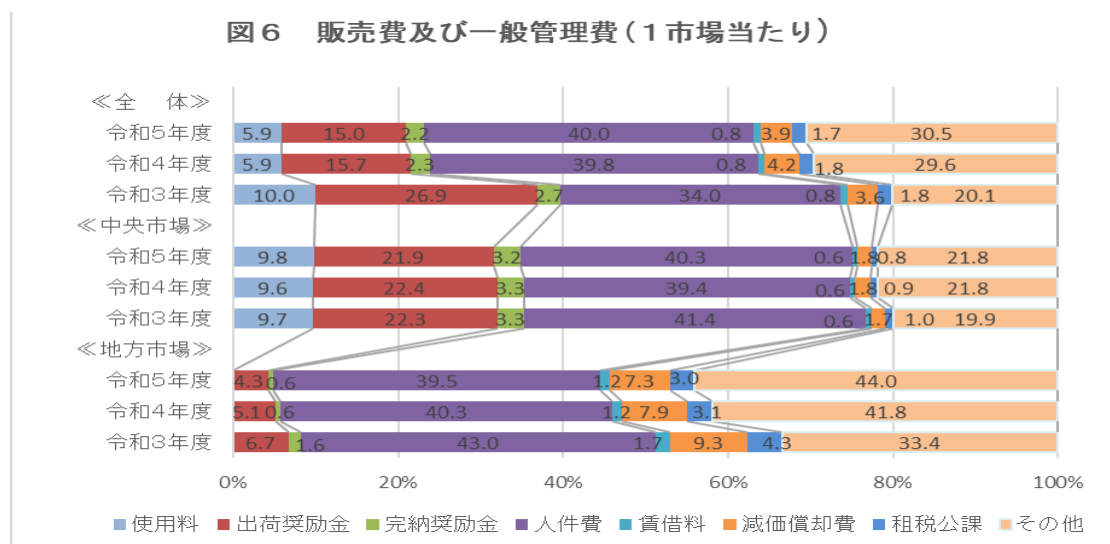
- ① 中央市場においては、「受託手数料」が73.4%、兼業業務である「その他売上損益」が15.8%、「買付販売損益」が10.8%となっており、「受託手数料」は年々低下傾向にあるものの、依存度が高い。

- ② 地方市場においては、「その他売上損益」が53.3%、「受託手数料」が45.5%、「買付販売損益」が1.2%となっており、部分肉加工や冷蔵庫保管などの兼業業務である「その他売上損益」の占める割合が高い。
- ③ 食肉市場全体では、「受託手数料」が62.8%を占め、次いで「その他売上損益」30.1%、「買付販売損益」7.2%となっており、「受託手数料」の割合が減少し、「その他売上損益」の割合が増加傾向にある。



(6) 販売費及び一般管理費

- ① 人件費は、中央市場及び地方市場ともに4割を占め、中央市場では最も割合が高い。
- ② 出荷奨励金及び完納奨励金は、近年、地方市場では減少傾向で推移している一方、中央市場では横ばいで推移しており、地方市場では6%弱の負担割合に対し、中央市場では約25%強を占め、奨励金の割合が高い。
- ③ その他の割合は、近年の物価上昇や水道光熱費の高騰などの影響により上昇傾向にあり、地方市場では44%を占め最も割合が高い。



2 食肉業界の販売動向について（2025年2月報告）

公益財団法人日本食肉流通センター

当センターは、直近の食肉の販売動向について、食肉事業者の生の声を聴き、その概要を年3回定期的に報告しています。

今回の聴取りは、『物流の2024年問題』の対応状況を把握するため、当センターの部分肉流通情報委員である食肉事業者の方々に加えて、食肉の運送業者、大手食肉加工メーカーの物流担当者及び冷蔵倉庫業者の方々にもご協力いただきました。食肉事業者からの聴取りは2025年1月に、物流・倉庫関係者からは2024年11月に行いました。

なお、食肉の販売動向については、前回の報告以降となる2024年の9月から年末までの期間を中心にお聴きしています。

1 牛肉の販売動向

輸入牛肉は販売環境の厳しさが続く一方で、国産牛肉については大きな伸びとはなっていないものの、昨年並みの販売は確保できたとする報告が多くありました。しかし、一部では、期間中は量販店向け・外食向けともに低調な状況が続いたとする報告もありました。また、昨年末は仕入れに慎重な量販店が多く、量販店での年越し在庫が少ないため、前年と異なって1月の荷動きは停滞していないという報告が複数ありました。

和牛の部位ごとの販売については、モモ等が切り落とし材として堅調な動きであった他、カタロースの引き合いが強く凍結の蓄えができなかったため、年末は追加の発注を断る状態になったとの報告が複数ありました。

ロイン等の高級部位の国内需要が引き続き低調であるとする報告が多い一方で、インバウンドやギフト等の需要をつかんだ食肉事業者からは販売を伸ばしたと報告がありました。

交雑牛については、枝肉の相場高で卸としての販売環境が厳しく、今後は取扱いを抑制していく、または和牛に切り替えていくとの報告がありました。

【 食肉事業者の主な声 】

- ・ 和牛では、昨年9月以降、販促をかける量販店が増加し、鍋物向けのスライスとするカタロースの引きが強くなって不足が続いた。12月にはロインの販促も行われるようになる一方で、ヒレはホテル宿泊客が外食に出てしまうようになって前年より動きが悪かった。
- ・ 和牛サーロインの販売がインバウンドで賑わう外食店の牛カツや牛串向けで伸びている。当社では断面をハーフカットして納品している。
- ・ 昨年は年末に向けての量販店での和牛高級商品の『見せる』販売が控えめで展開が遅れた。この結果、高級品ではなく切り落としなどの普段使いの商品がよく動いた。（大手加工メーカー）

- ・ 豪州産牛肉を外食向けに販売しているが、従来中心だった豪州グレイン（穀物肥育）よりもグラス（牧草肥育）を増やし、両者を組み合わせて納品価格を販売先の意向に合わせている。
- ・ 当社の交雑牛の量販店への販売は、和牛と違って長期契約をしているため、去年は枝肉相場高で収益の足かせとなった一方、和牛では昨年後半は利益を確保できた。

2 豚肉の販売動向

国産豚肉は、昨年秋以降に枝肉相場が落ち着いてきたことから販売は好調となったという報告が多くありました。また、去年は秋まで枝肉の高値が続いたことから、量販店と年間契約をしてきた食肉事業者が納入価格を短期で決める契約に見直そうとする動きが出てきています。

輸入豚肉については、高値傾向であることに加え、入船遅れなども起きたことから、リスクを伴う商品として認識されて販売に影を落としています。

量販店で豚肉の中心的商品となる豚小間は、価格の低い部位が材料として使用されますが、その中ではウデより作業性のよいモモが好まれているようです。

【 食肉事業者の主な声 】

- ・ 昨年後半の国産豚肉の販売は悪くなく、前半の高値相場による赤字販売は解消された。チルドの動きが活発になって加工向けの凍結品が貯められずに苦労した。
- ・ 国産豚肉の販売では、去年は枝肉の高値が続いたことから納品価格の年間計画の提案は止めようという方向で販売先に働きかけている。4市場の前週平均価格による値決めに変更できないかと考えている。
- ・ 昨年夏の枝肉の高値相場から、当社では部位の価格構成を変更している。モモとウデの価格を引き上げ、ロース、カタロース、バラの順で価格を引下げている。
- ・ トンカツ店チェーンに黒豚を卸しているが、トンカツ店は日本人比率が高くインバウンドは少ないこともあって昨年後半の納品は落ち込んだ。しかし、年明けには、受験時期を迎えて縁起担ぎの『カツ』のためかロースが動き始めている。

3 食肉流通からみた『物流の2024年問題』

（１）影響と取組の考え方

昨年4月から、働き方改革関連法による時間外労働時間の上限規制がトラックドライバーに適用になり、食肉でも影響が出ないか心配される年でした。政府は、2024年問題に対応するため、流通業務の効率化を図る事業に対する計画の認定や支援措置等を定めた物流改正法を2024年5月に公布して本年4月1日に施行されることとなっています。

また、同法の施行に向けて、食肉関係者に対しても国土交通省の『トラックGメン』による調査や指導活動が始まっています。

食肉を扱う運送業者及び冷蔵倉庫業者、そして食肉事業者に現時点までの影響や取組の考え方についてお聴きしました。その中では、いずれの事業者からも2024年問題が食肉の物流量を減らす影響を与えたとする報告はありませんでした。

その一方で、2024年問題を契機として、①食肉事業者に物流の責任を持つ組織や責任者が作られたり、強化されたりした、②運送料金の引き上げが始まっており、食肉事業者では食肉への価格転嫁が意識され始めた、③食肉の運送業務と付帯業務を区分する意識が業界で明確になり、その対応が検討され始めた、④物流の効率化の方策について強く意識され始めたなどの動きがみられました。

【 運送業者、冷蔵倉庫業者及び食肉事業者の主な声 】

- ・ 本社に物流本部を立ち上げ、営業などの主要部署と同列として位置付けて2024年問題に取り組んでいる。(大手食肉事業者)
- ・ トラックでの食肉の荷積み・荷下ろしは手作業で行っているが、これはドライバーの仕事である。これ以外の業務は付帯業務で別建てとしている。取引先に法令遵守として『しない、させない、頼まない』ことをお願いしている。(大手食肉事業者)
- ・ 運送会社から2024年に続いて本年も運送料金を値上げするとされている。販売先に説明をして価格転嫁をお願いしているが、状況の理解はしてくれるものの、転嫁を受け入れるのは半々といったところ。(食肉事業者)
- ・ 現在、首都圏と関西圏に物流拠点となる施設を整備中である。加工機能を備えて食肉製品の営業と物流をする施設となり、完成すればグループの保管能力は大幅に増強される。今は他社と連携する段階ではなく、自社グループ内の物流内製化を強化していく。(大手食肉事業者)

(2) 具体的な取組

食肉事業者及びその物流を支える運送業者・冷蔵倉庫業者は、2024年問題に対して危機感または大きな問題意識を持っています。

それぞれの業界とも、すでに対応するための具体的な行動を起こしており、その効果は、すでに一定の成果を出しているものもあれば、まだ途中のものもありました。

多く聴かれた具体的な取組としては、倉庫の予約システムを始めとする作業のシステム化、食肉集荷について一時保管場所での集約化、長距離運送での輸送方法の改善、パレタイズ（パレット荷積み）による運送、リードタイムの延長、商習慣の見直しでした。

混載や共同配送の取組の報告もありましたが、本格的な取組にはなっていないようです。また、運送料金や冷蔵庫の保管料金について一定の引き上げが進んでいる中で、食肉事業者による納品価格への転嫁はむずかしい実態にあるようです。

【 運送業者、冷蔵倉庫業者及び食肉事業者の主な声 】

- ・ 月曜日は、九州から到着したトラックが並んで戦場のような状態であったが、トラック受付システムを導入し、さらに従来の伝票とサインを止めて倉番がタブレットでバーコード読み込むシステムに変更して改善できた。これによって庫内作業も見える化されて現状分析ができるようになり、時間外労働が半減した。(冷蔵倉庫業者)
- ・ 以前はトラックで数十か所の営業冷蔵庫を回って食肉を集荷し、そのまま出荷していたが、今は荷を一時保管場所に集約している。そこで出荷先別に荷を整理してトラック積みするようにしてから、効率的な集荷・出荷が可能となっている。(運送業者)
- ・ 長距離運送においては、九州からの便はフェリーの活用、東北からの便は陸送の中継拠点を設置して活用している。(大手食肉加工メーカー)
- ・ 2024年問題の対応としてリードタイムの延長を荷主（食肉事業者）に申し入れて実現できている。以前は出庫当日午前中まで受けていたが、今は前日午前として1日延長している。配車と人繰りが楽になったし、オーダーが減ることもない。(運送業者)
- ・ 配送センターから地域販売拠点までのグループ内物流にパレタイズ運送を実施するようにした。以前はパレット規格がセンターと販売拠点で異なるため、11×12パレットに統一して積替作業をなくした。11標準パレットは使用しない。販売拠点から販売先への配送は、販売先により荷が違いため、パレットは用いずベタ積みとなる。(大手食肉加工メーカー)
- ・ トラックでのパレット積みは、ベタ積みに対して3割ぐらい積載量が落ちる。ベタ積みは、隙間なく積めて荷崩れが防止できる利点もある。(大手食肉事業者の運送子会社、冷蔵倉庫会社)
- ・ 2023年に豚肉の段ボール箱の規格を見直して統一した。枝肉格付が2kg大きくなることも織り込んでいる。これによりパレット利用もしやすくなった。牛肉の段ボール箱規格も検討しているが、品種などで肉の大きさが異なることから難しく実現できていない。輸出対応としても検討しなければならない。(大手食肉事業者)
- ・ 派遣ドライバーを増員してドライバー不足を補っている。フリーでいたいドライバーが多く、彼らは派遣会社に登録している。当社はトラックを用意して運送業務をお願いする。(運送業者)

（３）今後の課題

2024年問題は、各事業者にとってこれからも続く問題です。その中でも今悩んでいる最大の課題としては、ドライバーを始めとする人材の確保が共通しています。この他、食肉事業者にとっては、リードタイムの延長や販売先での付帯業務の解消、運送コストの価格転嫁などが差し迫った課題となっています。

将来の物流の効率化を図るという観点からは、複数事業者による共同配送の実現、効率的な受発注や配送の実現が大きな課題となっています。

【 運送業者、冷蔵倉庫業者及び食肉事業者の主な声 】

- ・ 大きな課題はドライバーの確保である。次いでコスト上昇の販売先への転嫁、リードタイムの延長。（大手食肉事業者の運送子会社）
- ・ 冷蔵倉庫は寒暖差が大きく、作業もきついなどの理由から、若い人が集まらず深刻な状況である。ドライ倉庫と比べられてしまうこともある。フォークリフト免許取得経費の補助、長時間労働の抑制、休息室の確保、1人の職員が複数業務を行えるようにするなどの対応をしていく。（冷蔵倉庫業者）
- ・ リードタイムの延長に取り組んでおり、グループ内、つまり親会社との間では実現できている。しかし、量販店などの販売店とのリードタイムは、それほど変わっておらず、これからの課題である。（大手食肉事業者の運送子会社）
- ・ ドライバーの付帯業務として整理できずに残っているのは、販売先PCでのグループ店舗ごとの仕分け・荷下ろしの作業などがある。また、ドライバーは、着荷主への荷下ろし作業のときに倉庫入れをするが、荷主が『先入れ先出し』ができるように荷の移動をする作業もある。（大手食肉事業者の運送子会社）
- ・ 他社と食肉の共同配送を試行してみたが上手くいかず、共同の難しさを実感した。（大手食肉加工メーカー）
- ・ 食肉事業者は、物流改正法によって、荷主として物流管理統括者を置くことが義務付けられ、中長期計画を定めて定期的な報告をしなければならないなど負担が増えたと感じている。（大手食肉加工メーカー）

（問合せ先）	公益財団法人日本食肉流通センター
	情報部 安藤
	電 話： 044-266-1172

3 最近の食肉をめぐる状況（2025年3月報告）

公益財団法人日本食肉流通センター

当センターでは、センター公表の部分肉価格情報及び食肉関連の情報を分析し、最近の食肉をめぐる状況について報告しています。

今回は、2021年以降の国産牛肉・豚肉を中心とした部分肉価格の動向と食肉の消費・販売の動向について報告します。

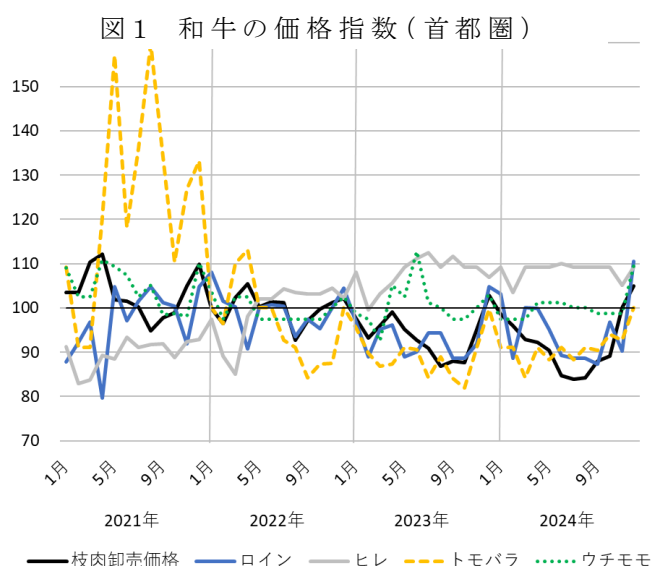
1 牛肉価格の動向

和牛、交雑牛及び乳牛について、部分肉のうちロイン、ヒレ、バラ、ウチモモの4つの主要な部位の取引価格と枝肉の卸売価格に着目し、それらの価格の動きを比較しました。比較には、価格を指数化して相互の比較をしやすいし、用いた部分肉の価格データは、当センターが月ごとに取りまとめている首都圏の部分肉価格のうち重量中央値を用いました。また、枝肉卸売価格は東京食肉市場の価格を用いました。

価格の指数化については、和牛チルド「4」、交雑牛チルド「3」、乳牛チルド「2」ごとに2022年を基準（100）として各月の価格を指数（以下「価格指数」という。）にしました。なお、「」内の数字は肉質等級を表しています。

（1）和牛

和牛の需要動向について、枝肉の価格指数の動きでみると、新型コロナウイルス感染症による経済活動への初期の影響や輸出の停滞からの回復に伴って、2020年後半には以前の水準に回復して好調に推移しましたが、2021年後半から、物価の上昇による消費者の生活防衛意識の高まりにより低下傾向で推移するようになりました。その後、ようやく2024年後半から回復する動きがみられるようになりました。



注 1. 部分肉の価格指数 = 各月の重量中央値 / 2022 年の重量中央値 × 100

2. 枝肉卸売価格の価格指数 = 各月の平均価格 / 2022 年の平均価格 × 100

3. 枝肉卸売価格は、農林水産省「畜産物流通統計」東京市場の和牛去勢 A4 である。

この間の部分肉の需要動向について部位別の価格指数でみると、部位によっては枝肉とは異なる動きがみられました。（図1）

ロインは、輸出の主要部位となっていますが、国内需要では、高級な部位であるため、消費者の節約志向の影響を受けて低迷し、特に、2023年及び2024年には価格指数が90を切る月がみられるようになりました。

ヒレも代表的な高級部位ですが、2022年からホテルやレストラン等の営業が本格化してきたことから需要が急速に回復して、同年後半からは価格指数が100を超えて推移しました。この間、食肉事業者から、ヒレが不足しているとの報告がありましたが、直近では品薄は落ち着いているようです。

トモバラは、焼き材等として家庭内外での需要が根強く、全体としてコロナの影響が残る2021年でも強い需要があり、価格指数も100を大きく超えて推移しました。しかし、その後、需要も一巡し、食肉業界では荷余り感があるとの報告も出はじめて2022年半ばから100を割り込み、低迷して推移しています。

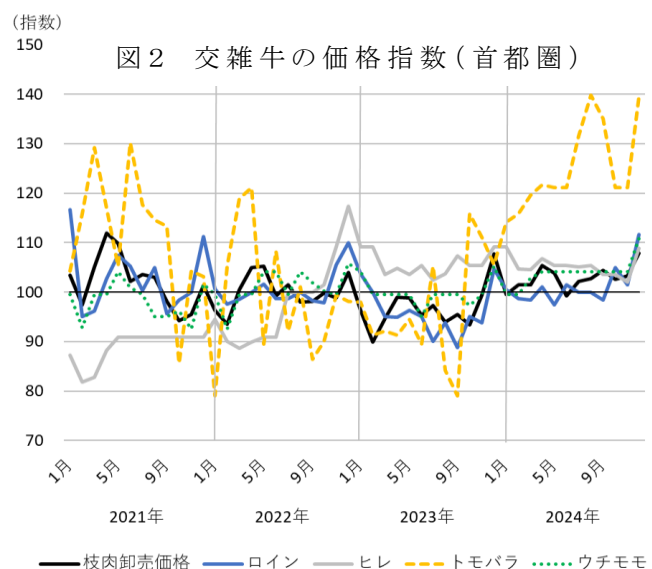
ウチモモは、赤身を特徴とし価格は比較的安く、需要が堅調であったことから、枝肉の低迷が顕在化する2023年以降でも価格指数は安定的な推移となりました。

（2）交雑牛

交雑牛の需要動向について、枝肉の価格指数でみると、消費者の生活防衛意識の高まりの影響から、2023年に入ると指数は100を割って推移しましたが、和牛と異なり同年年末から回復し100を超えて推移しています。

部分肉の価格指数の動向をみると、ロインは、2023年から低下傾向となりましたが、和牛に比べて手頃な価格帯なことから需要は手堅く、2024年には指数が100前後の水準に回復して推移しました。（図2）

ヒレは、和牛と同様に外食需要の回復に伴って価格指数は上昇傾向となり、2023年から100を大きく超えて推移しました。



トモバラは、和牛と同様に需

注1. 部分肉の価格指数＝各月の重量中央値/2022年の重量中央値×100

注2. 枝肉卸売価格の価格指数＝各月の平均価格/2022年の平均価格×100

注3. 枝肉卸売価格は、農林水産省「畜産物流通統計」東京市場の交雑牛去勢B3である。

要が強く2021年前半の価格指数は高値でしたが、需要も一段落して同年後

半から下降傾向となりました。2023年末からは和牛のトモバラの低迷が続く一方で、輸入トモバラの輸入量の減少や価格上昇の影響もあって交雑牛トモバラの引合いが強まり、価格指数は大きく上昇しています。

ウチモモは、安定した需要に支えられて価格指数も安定して推移してきましたが、2024年半ばからは、やや高い水準で推移しています。

(3) 乳牛

乳牛の需要動向について、枝肉の価格指数でみると、2023年に入り低下傾向となり同年後半には大きな落ち込みとなりました。しかし、2024年になると価格指数は回復傾向に転じ、同年年末に価格指数は116.9と高い水準となりました。

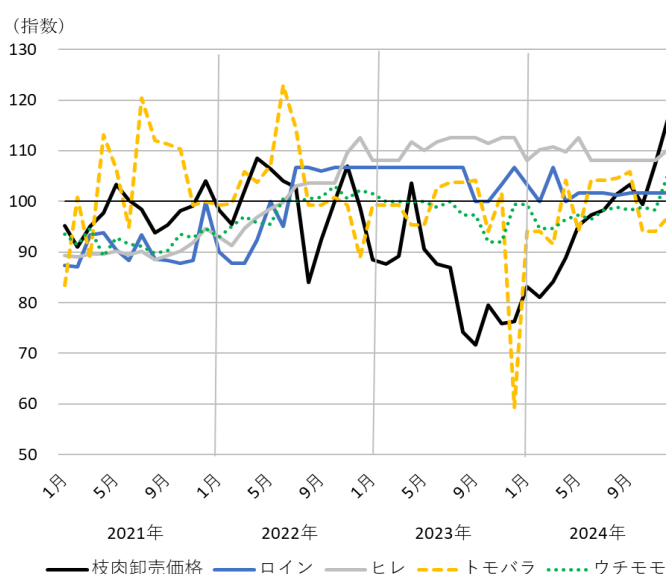
部分肉の価格指数の動向をみると、ロインは、和牛や交雑牛よりも手頃な価格帯であることから輸入品の代替となり、2022年半ばから需要が戻って価格指数は上昇傾向となり、100を超えて安定した水準で推移しています。（図3）

ヒレは、外食需要の回復に伴って2021年の年末から価格指数は上昇傾向となり、2022年7月以降は100を超えて高い水準で推移しています。食肉事業者からは、乳牛のヒレなどは値頃感があってもっと欲しい商品ですが、乳去勢牛の出荷頭数が年々減少して手に入りにくくなっているとの報告が多くありました。

トモバラは、2021年半ばから2022年半ばまで輸入トモバラの価格変動の影響もあって上下しながらも価格指数は高い水準となりましたが、その後やや水準を下げたものの、安定した需要に支えられ、価格指数は100前後の横ばい傾向で推移しています。

ウチモモは、経済活動の再開により2021年から価格指数は上昇となり、2022年6月には100を超えました。その後、価格指数はやや下げましたが安定した需要を反映して横ばいで推移してきました。

図3 乳牛の価格指数(首都圏)



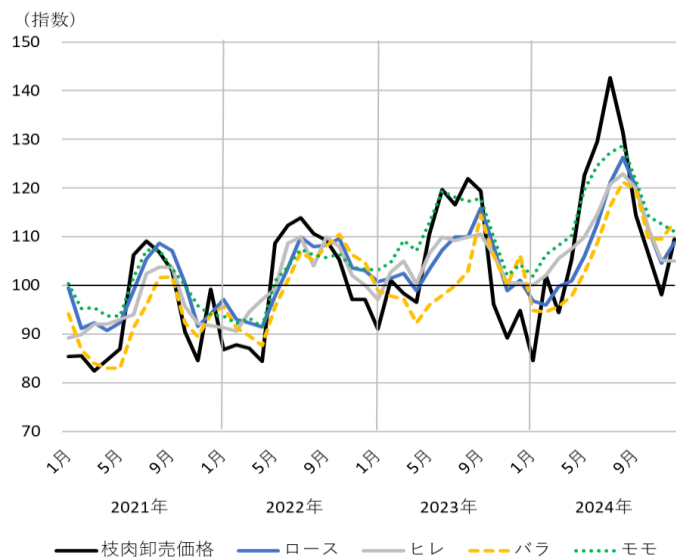
- 注 1. 部分肉の価格指数＝各月の重量中央値 / 2022 年の重量中央値 × 100
2. 枝肉卸売価格の価格指数＝各月の平均価格 / 2022 年の平均価格 × 100
3. 枝肉卸売価格は、農林水産省「畜産物流通統計」東京市場の乳牛去勢 B2 である。

2 豚肉価格の動向

国産豚肉について、部分肉のうちロース、ヒレ、バラ、モモの4つの主要な部位の取引価格と枝肉の卸売価格に着目し、牛肉と同様に指数化して動向を追いました。部分肉の価格データは、当センターの国産豚肉チルド「I」首都圏の重量中央値を用い、枝肉卸売価格は、東京食肉市場の「上」の価格を用いました。なお、「I」は、格付が「極上」及び「上」の枝肉から生産された部分肉であることを表しています。

国産豚肉の場合は、コロナ時は巣ごもり需要により需要が増えるという影響がありましたが、その後は、さらに輸入豚肉の価格上昇や国内の出荷頭数が減少したことにより、枝肉の価格指数は、夏場に高値となるという季節変動を繰り返しながら上昇傾向で推移してきました。2024年7月には価格指数142.7（枝肉価格で831円/kg）まで跳ね上がりました。（図4）

図4 国産豚肉の価格指数（首都圏）



- 注 1. 部分肉の価格指数＝各月の重量中央値/2022年の重量中央値×100
2. 枝肉卸売価格の価格指数＝各月の平均価格/2022年の平均価格×100
3. 枝肉卸売価格は、農林水産省「畜産物流通統計」東京市場の上である。

部分肉の価格指数をみると、いずれの部位も枝肉と同じ動きで推移してきました。しかし、この間、食肉事業者からは、ロースは売りにくく、場合によっては在庫を抱えてしまう一方で、モモは不足して加工用在庫が確保できないとの部位による需要の違いがあることについて報告が多くありました。

このような需給動向の違いを反映して、同じような価格指数の動きをしていたロースとモモは、2023年に入ると、モモの価格指数がロースを上回って推移するようになっていきます。国産豚肉の場合は、短期での食肉市場の卸売価格が卸事業者の販売価格に反映される価格形成が主流ですが、その中にあっても部位ごとの評価が変わってきていることを示す動きとなっています。

2024年7月に枝肉の価格指数（142.7）が大きく跳ね上がったのに対し、同月のロース（価格指数121.0）、ヒレ（120.8）、バラ（116.3）、モモ（127.4）の上昇幅はかなり抑えられた水準となっています。また、逆にその前後の低下した時も同様に下降幅は抑えられています。

3 消費・販売の動向

(1) 食肉関連の消費者物価指数の動向

食肉の小売価格の動向は、その消費に動きに大きく影響するため、総務省が公表している消費者物価指数（2020年を100とした指数）のうち食肉関連の指数について、Ⅰ及びⅡと同じ期間中の動きをまとめました。（図5）

食料の消費者物価指数は、2022年から顕著な上昇傾向となり、さらに2024年後半からは傾向を強めて上昇し、同年12月には122.5となりました。

牛肉（国産品）の指数についても食料と同時期に上昇傾向となりますが、その上昇割合は抑えられて緩やかな上昇となっており、2024年9月までは食料や他の食肉より低い指数で推移しました。しかし、2024年12月には大きく上昇し、119.3となりました。

豚肉（国産品）の指数は、食料と同様の水準で上昇し、2024年12月には122.5と食肉の中で最も高い指数となりました。

鶏肉の指数も上昇傾向で推移しますが、他の食肉と異なり2023年10月頃から緩やかな低下に転じ、2024年12月には111.8と、食肉の中で最も低い指数となりました。

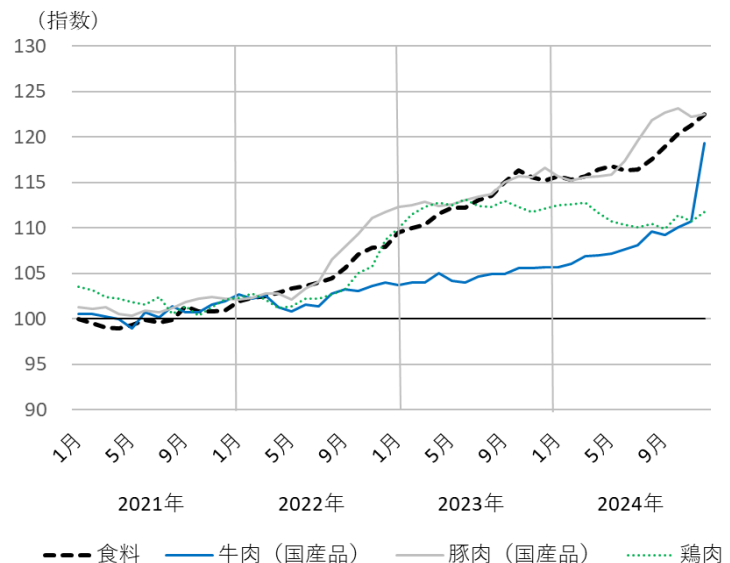
以上のことから、この期間中は、食肉の中では、鶏肉価格の動きが消費者にとって最も身近に感じるものとなり、豚肉価格の動きは食料全般と同じように高くなったと感じさせるものとなったと言えます。

(2) 家計消費の動向

家庭における食肉の購入数量と価格の動きについて、総務省が公表している家計調査から追うことができます。Ⅰ及びⅡと同じ期間中の食肉の種類別購入数量・購入金額をまとめました。（図6、表1）

購入数量では、牛肉、豚肉とも毎年減少し、2024年は2021年に対し、それぞれ82.1%、96.8%となり、特に牛肉の減少割合は大きなものとなりました。一方、鶏肉は2022年、2023年に前年に比べて減少したものの、2024年には増加し、2021年対比で101.9%と増加しました。

図5 食肉の消費者物価指数



資料：総務省「消費者物価指数」（全国）より作成。
注：指数は、2020年平均を基準（100）としている。

購入価格は、1の消費者物価指数の動きとも連動した動きとなりますが、牛肉は元々他の食肉よりも高いことに加えて価格が上昇（2024年／2021年比：112.0％）したことから購入数量の減少につながったことがうかがえます。豚肉についても牛肉よりも低い水準ですが、価格上昇（同比：109.5％）があり、購入数量が減少している状況となっています。鶏肉は、2024年に購入価格は抑えられたこともあり、2024年の購入数量は大きく伸びました。この結果、この期間の家計消費における支出金額の伸びは、鶏肉が最も高く（112.5％）、続いて豚肉（106.0％）となり、牛肉は減少となりました（91.9％）。

図 6 食肉の購入数量・購入価格

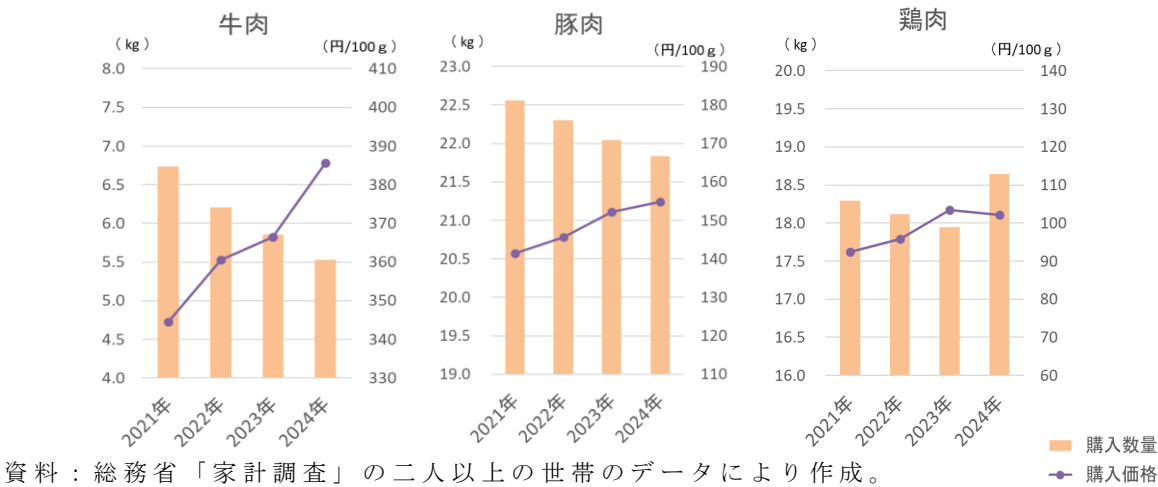


表 1 世帯当たり年間の購入数量，支出金額及び購入価格

	2021年	2022年	2023年	2024年	2021年比 (2024/2021)
食料支出金額 (円)	952,812	982,661	1,038,653	1,079,228	113.3%
生鮮肉					
購入数量 (g)	52,227	51,089	50,193	50,350	96.4%
支出金額 (円)	78,229	78,259	79,811	80,658	103.1%
購入価格 (円/100g)	150	153	159	160	106.9%
牛肉					
購入数量 (g)	6,738	6,202	5,853	5,529	82.1%
支出金額 (円)	23,210	22,356	21,449	21,321	91.9%
購入価格 (円/100g)	344	360	366	386	112.0%
豚肉					
購入数量 (g)	22,554	22,297	22,041	21,835	96.8%
支出金額 (円)	31,892	32,487	33,553	33,818	106.0%
購入価格 (円/100g)	141	146	152	155	109.5%
鶏肉					
購入数量 (g)	18,295	18,117	17,949	18,643	101.9%
支出金額 (円)	16,915	17,372	18,558	19,033	112.5%
購入価格 (円/100g)	92	96	103	102	110.4%

資料：総務省「家計調査」の二人以上の世帯のデータにより作成。

(問合せ先)
公益財団法人日本食肉流通センター
情報部 安藤
電 話： 044-266-1172

4 食肉番付表（2024 年）

公益財団法人日本食肉流通センター

牛 肉

【東（支出金額）】

順位	都 市 名	支出金額（円）
1	堺 市	37,302
2	奈良 市	34,474
3	神 戸 市	32,683
4	京 都 市	32,380
5	和 歌 山 市	31,131
6	大 阪 市	29,682
7	広 島 市	29,403
8	大 津 市	29,280
9	福 岡 市	28,661
10	津 市	27,344
11	佐 賀 市	26,809
12	山 口 市	26,390
13	松 山 市	26,272
14	北 九 州 市	26,131
15	熊 本 市	25,634
16	山 形 市	25,268
17	徳 島 市	25,227
18	長 崎 市	24,981
19	東京都区部	24,458
20	福 井 市	23,892
21	横 浜 市	23,832
22	大 分 市	23,564
23	宮 崎 市	23,235
24	名 古 屋 市	23,231
25	岡 山 市	22,369
26	富 山 市	22,259
27	高 松 市	22,168
28	岐 阜 市	21,563
29	鹿 児 島 市	20,871
30	高 知 市	20,839
31	千 葉 市	20,616
32	鳥 取 市	20,091
33	金 沢 市	19,892
34	川 崎 市	18,017
35	松 江 市	17,749
36	相 模 原 市	17,196
37	さいたま市	16,827
38	静 岡 市	16,378
39	那 覇 市	16,019
40	甲 府 市	15,204
41	青 森 市	14,864
42	宇 都 宮 市	14,661
43	秋 田 市	12,245
44	前 橋 市	11,941
45	仙 台 市	11,884
46	水 戸 市	11,841
47	福 島 市	11,654
48	新 潟 市	11,380
49	札 幌 市	11,348
50	長 野 市	11,015
51	浜 松 市	10,829
52	盛 岡 市	9,474

【西（購入数量）】

順位	都 市 名	購入数量（g）
1	堺 市	8,673
2	北 九 州 市	8,081
3	神 戸 市	7,899
4	大 阪 市	7,722
5	松 山 市	7,590
6	福 岡 市	7,557
7	佐 賀 市	7,468
8	奈 良 市	7,371
9	津 市	7,311
10	広 島 市	7,276
11	京 都 市	7,206
12	山 口 市	7,056
13	山 形 市	6,959
14	岡 山 市	6,939
15	福 井 市	6,726
16	熊 本 市	6,646
17	和 歌 山 市	6,570
18	高 松 市	6,539
19	東京都区部	6,425
20	大 津 市	6,293
21	千 葉 市	6,150
22	鳥 取 市	6,064
23	長 崎 市	6,042
24	大 分 市	5,930
25	宮 崎 市	5,883
26	徳 島 市	5,876
27	富 山 市	5,788
28	金 沢 市	5,772
29	横 浜 市	5,699
30	松 江 市	5,584
31	那 覇 市	5,537
32	名 古 屋 市	5,428
33	さいたま市	5,420
34	高 知 市	5,413
35	岐 阜 市	5,254
36	鹿 児 島 市	4,813
37	静 岡 市	4,785
38	甲 府 市	4,740
39	相 模 原 市	4,570
40	川 崎 市	4,565
41	青 森 市	4,238
42	札 幌 市	3,888
43	新 潟 市	3,766
44	宇 都 宮 市	3,457
45	浜 松 市	3,400
46	福 島 市	3,335
47	水 戸 市	3,330
48	前 橋 市	3,297
49	仙 台 市	3,286
50	秋 田 市	3,276
51	長 野 市	3,178
52	盛 岡 市	2,417

豚 肉

【東（支出金額）】

順位	都 市 名	支出金額（円）
1	新 潟 市	38,809
2	浜 松 市	37,954
3	横 浜 市	37,693
4	川 崎 市	37,450
5	岡 山 市	37,294
6	東京都区部	37,055
7	札 幌 市	36,970
8	福 島 市	36,817
9	静 岡 市	36,218
10	富 山 市	35,991
11	さいたま市	35,734
12	秋 田 市	35,581
13	長 野 市	35,571
14	甲 府 市	35,425
15	山 形 市	35,131
16	神 戸 市	34,798
17	千 葉 市	34,677
18	金 沢 市	34,649
19	仙 台 市	34,373
20	相 模 原 市	34,358
21	名 古 屋 市	33,944
22	岐 阜 市	33,900
23	鹿 児 島 市	33,681
24	堺 市	33,677
25	大 津 市	32,931
26	熊 本 市	32,881
27	松 山 市	32,670
28	長 崎 市	32,584
29	京 都 市	32,509
30	宇 都 宮 市	32,120
31	奈 良 市	32,097
32	徳 島 市	31,904
33	鳥 取 市	31,797
34	松 江 市	31,718
35	広 島 市	31,694
36	佐 賀 市	31,604
37	大 阪 市	31,353
38	青 森 市	31,270
39	高 松 市	31,217
40	宮 崎 市	31,149
41	盛 岡 市	31,058
42	高 知 市	30,927
43	前 橋 市	30,848
44	北 九 州 市	30,736
45	福 岡 市	30,516
46	山 口 市	30,511
47	津 市	30,213
48	大 分 市	30,013
49	和 歌 山 市	29,503
50	那 覇 市	29,275
51	福 井 市	28,473
52	水 戸 市	28,361

【西（購入数量）】

順位	都 市 名	購入数量（g）
1	新 潟 市	27,509
2	札 幌 市	24,971
3	川 崎 市	24,543
4	福 島 市	24,398
5	長 野 市	24,333
6	浜 松 市	23,864
7	静 岡 市	23,765
8	横 浜 市	23,566
9	岐 阜 市	23,319
10	山 形 市	23,259
11	相 模 原 市	23,167
12	千 葉 市	23,163
13	富 山 市	23,000
14	金 沢 市	22,951
15	甲 府 市	22,758
16	秋 田 市	22,593
17	松 江 市	22,426
18	名 古 屋 市	22,386
19	岡 山 市	22,187
20	青 森 市	22,073
21	さいたま市	21,706
22	盛 岡 市	21,500
23	熊 本 市	21,490
24	東京都区部	21,431
25	前 橋 市	21,160
26	仙 台 市	21,085
27	松 山 市	20,802
28	大 阪 市	20,746
29	佐 賀 市	20,716
30	鳥 取 市	20,585
31	鹿 児 島 市	20,535
32	長 崎 市	20,433
33	神 戸 市	20,363
34	津 市	20,236
35	宇 都 宮 市	20,066
36	大 津 市	19,971
37	京 都 市	19,955
38	堺 市	19,924
39	広 島 市	19,916
40	宮 崎 市	19,828
41	那 覇 市	19,797
42	北 九 州 市	19,375
43	大 分 市	19,266
44	高 知 市	18,763
45	徳 島 市	18,732
46	福 岡 市	18,732
47	高 松 市	18,683
48	奈 良 市	18,468
49	山 口 市	18,282
50	福 井 市	18,047
51	水 戸 市	18,002
52	和 歌 山 市	17,545

鶏 肉

生 鮮 肉

【東（支出金額）】

順位	都市名	支出金額（円）
1	熊本市	23,949
2	福岡市	23,703
3	鹿児島市	22,585
4	京都市	22,170
5	山口市	22,169
6	岡山市	21,940
7	大阪市	21,709
8	大津市	21,634
9	松江市	21,604
10	大分市	21,159
11	神戸市	21,136
12	宮崎市	21,051
13	岐阜市	21,028
14	北九州市	20,854
15	鳥取市	20,834
16	徳島市	20,761
17	川崎市	20,505
18	横浜市	20,350
19	高知市	20,152
20	佐賀市	20,151
21	浜松市	19,942
22	堺市	19,922
23	長崎市	19,852
24	札幌市	19,791
25	さいたま市	19,769
26	奈良市	19,755
27	千葉市	19,655
28	東京都区部	19,571
29	広島市	19,304
30	津市	19,008
31	名古屋市	18,904
32	山形市	18,733
33	静岡市	18,619
34	高松市	18,362
35	松山市	18,361
36	相模原市	18,244
37	金沢市	18,183
38	和歌山市	18,167
39	仙台市	17,784
40	秋田市	17,393
41	青森市	17,352
42	甲府市	17,195
43	盛岡市	16,858
44	富山市	16,400
45	福井市	16,268
46	前橋市	15,526
47	新潟市	15,351
48	那覇市	15,228
49	長野市	15,176
50	宇都宮市	15,029
51	福島市	14,696
52	水戸市	13,927

【西（購入数量）】

順位	都市名	購入数量（g）
1	松江市	24,769
2	熊本市	24,383
3	岐阜市	22,579
4	福岡市	22,509
5	鹿児島市	22,384
6	大阪市	22,342
7	大分市	21,661
8	山口市	21,556
9	宮崎市	21,377
10	大津市	21,260
11	北九州市	20,750
12	佐賀市	20,707
13	札幌市	20,610
14	岡山市	20,515
15	堺市	20,497
16	京都市	20,384
17	鳥取市	20,328
18	広島市	19,771
19	横浜市	19,601
20	浜松市	19,439
21	神戸市	19,295
22	徳島市	19,227
23	長崎市	18,975
24	川崎市	18,881
25	さいたま市	18,803
26	相模原市	18,675
27	千葉市	18,667
28	名古屋市	18,641
29	津市	18,549
30	山形市	18,377
31	松山市	18,321
32	高知市	18,302
33	静岡市	18,089
34	甲府市	17,713
35	仙台市	17,684
36	東京都区部	17,412
37	秋田市	17,397
38	奈良市	17,397
39	青森市	17,395
40	金沢市	17,169
41	盛岡市	17,137
42	和歌山市	17,104
43	高松市	17,101
44	新潟市	16,578
45	長野市	15,980
46	富山市	15,952
47	前橋市	15,849
48	那覇市	15,355
49	福井市	15,058
50	福島市	13,901
51	宇都宮市	13,815
52	水戸市	12,994

【東（支出金額）】

順位	都市名	支出金額（円）
1	堺市	100,379
2	神戸市	96,989
3	熊本市	94,505
4	京都市	93,865
5	奈良市	93,139
6	大阪市	91,398
7	大津市	91,325
8	福岡市	90,541
9	岡山市	89,932
10	広島市	88,801
11	横浜市	88,330
12	東京都区部	87,738
13	長崎市	86,267
14	山形市	86,233
15	山口市	86,094
16	佐賀市	86,083
17	北九州市	86,058
18	和歌山市	85,009
19	徳島市	84,898
20	松山市	84,765
21	鹿児島市	84,438
22	岐阜市	83,092
23	宮崎市	83,063
24	大分市	82,815
25	名古屋市	82,419
26	津市	82,307
27	川崎市	81,688
28	富山市	81,545
29	千葉市	80,714
30	鳥取市	80,529
31	高知市	80,286
32	金沢市	79,491
33	高松市	79,068
34	松江市	78,742
35	さいたま市	78,109
36	静岡市	76,863
37	札幌市	74,905
38	福井市	74,589
39	相模原市	74,494
40	甲府市	73,891
41	浜松市	73,350
42	秋田市	69,323
43	新潟市	69,248
44	仙台市	68,937
45	青森市	68,401
46	福島市	67,392
47	長野市	66,546
48	那覇市	66,227
49	宇都宮市	66,107
50	前橋市	62,454
51	盛岡市	62,143
52	水戸市	57,570

【西（購入数量）】

順位	都市名	購入数量（g）
1	松江市	60,514
2	熊本市	59,970
3	大阪市	57,571
4	岐阜市	56,216
5	北九州市	55,921
6	岡山市	54,566
7	神戸市	54,073
8	横浜市	53,837
9	堺市	53,478
10	松山市	53,349
11	佐賀市	53,158
12	鳥取市	53,094
13	広島市	53,043
14	千葉市	52,859
15	山形市	52,776
16	札幌市	52,702
17	宮崎市	52,490
18	長崎市	52,403
19	鹿児島市	52,253
20	福岡市	51,977
21	新潟市	51,961
22	川崎市	51,642
23	山口市	51,487
24	静岡市	51,258
25	京都市	51,079
26	大分市	51,031
27	大津市	50,947
28	金沢市	50,193
29	名古屋市	49,894
30	浜松市	49,879
31	さいたま市	49,639
32	富山市	49,590
33	甲府市	49,483
34	津市	49,123
35	東京都区部	48,836
36	徳島市	48,463
37	相模原市	48,220
38	奈良市	47,370
39	秋田市	47,091
40	高松市	46,955
41	長野市	46,745
42	高知市	46,724
43	青森市	46,598
44	和歌山市	45,671
45	仙台市	44,860
46	福井市	44,853
47	那覇市	44,237
48	福島市	44,079
49	盛岡市	43,889
50	前橋市	42,515
51	宇都宮市	40,674
52	水戸市	37,507

出展：総務省「家計調査 2024年（令和6年）平均（家計収支編）」を基に作成。

- ・ 2人以上の1世帯当たり支出金額・購入量。
- ・ 都道府県庁所在市及び政令指定都市52都市の中での順位。
- ・ 地方別消費動向の特徴を表すため、東日本と西日本に区別した。
（愛知・岐阜・石川県以东を東日本、それより西を西日本とした。）

参考： 東日本
西日本

○情報コーナー

1 食肉関係情報（令和7年2月～4月）

2月 1日（千葉県で鳥インフル発生）

- ・農水省は、千葉県旭市の採卵鶏農場（飼養羽数90千羽）で、高病原性鳥インフルエンザの疑似患畜が確認（今シーズン国内51例目）されたことを発表した。

2月 3日（長崎県松浦市の野生いのししで豚熱陽性を確認）

- ・長崎県は、松浦市で捕獲された野生いのししについて、豚熱陽性が確認されたと発表した。

（家畜改良事業団が種雄牛を選抜）

- ・家畜改良事業団は、黒毛和種の種雄牛「鶴姫重」を新たに選抜したと発表した。牛の能力を遺伝子情報から評価するゲノミック育種価では、枝肉の主要3形質の総合評価で、全47頭の同事業団種雄牛の中で3位だった。父は「福之鶴」、母の父は「福之姫」。

2月 4日（農水産物・食品輸出最高 1. 5兆円）

- ・農水省は、2024年の農林水産物・食品の輸出額が前年比3.7%増の1兆5,073億円だったと発表した。東京電力福島第一原発の処理水放出を受けた日本産水産物の禁輸措置で、中国（29.1%減）と香港（6.6%減）への輸出は落ち込んだが、米国（17.8%増）や台湾（11.2%増）などが好調で、全体では12年連続で過去最高を更新した。品目別では、米（27.8%増）、緑茶（24.6%増）、ソース混合調味料（15.9%増）、牛肉（12.1%増）などが堅調だった。（詳細は別紙参照）

（米国、リトアニアで鳥インフル発生）

- ・農水省動物検疫所は、米国ネブラスカ州カーニー郡及びリトアニア・クライペタ州の家きん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ため、同地域から輸出される生きた家きん、家きん肉等の輸入を一時停止したと発表した。

2月 6日（全国食肉センター協議会がセミナーを開催）

- ・全国食肉センター協議会は、ニューオータニイン東京で「令和6年度経営者セミナー」を開催した。セミナーでは全国農業協同組合連合会畜産総合対策部の佐藤大二郎次長が「和牛消費拡大に向けた施策展開について」、農水省畜産局食肉鶏卵課の香川仁志課長補佐が「わが国の食肉流通をめぐる情勢について」と題して講演を行った。

2月 7日（食品支出 5年連続減）

- ・総務省が発表した2024年の家計調査（2人以上世帯）によると、食品への支出額は107万9,228円で物価変動の影響を除いた実質で前年比0.4%減と5年連続の減少となった。値上がりした野菜や果実の購入が減った。一方、米は実質で同4.4%増と4年ぶりのプラスとなった。生鮮肉は80,658円で名目1.1%増、実質2.2%減、加工品は18,668円で名目0.1%増、実質3.1%減となった。

(牛マルキン 1 2 月 肉専用種は北海道のみ交付)

- ・農畜産業振興機構は、牛マルキンの令和6年度12月分について標準的販売価格及び標準的生産費、交付金単価(確定値)を公表した。肉専用種は北海道のみで交付となり、1頭当たり交付金単価は3,132.9円となった。なお、石川県、福井県、岐阜県、兵庫県は、都道府県標準販売価格が規定の算出額を上回ったため、単独で標準的販売価格の算定を行っている。乳用種も交付となり、1頭当たり交付金単価は40,308.3円となった。

(豚マルキン令和6年度第1～3四半期 交付金はなし)

- ・農畜産業振興機構は、豚マルキンの令和6年度第1～3四半期分については、標準的販売価格(46,734円)が標準的生産費(42,720円)を上回ったため、概算払いはなしとなった。

(全農肉牛枝肉共励会 最優秀決定)

- ・JA全農は、大阪市中心卸売市場南港市場で「第44回全農肉牛枝肉共励会」を開いた。全国14道県から黒毛和種101頭、交雑種27頭の計128頭が出品された。最優秀賞には「和牛の部」で「うしの中山」(鹿屋市)の出品牛(父若百合、母の父安福久、28カ月齢、A5、BMSNo.12、ロース芯面積98cm²、枝肉重量605.6kg キロ単価5,000円)、「交雑種の部」で「緑陽肉用牛牧場」(土幌町)の出品牛(キロ単価2,131円)がそれぞれ輝いた。

(東京食肉市場枝肉共励会を開催)

- ・東京食肉市場協会は、東京都中央卸売市場食肉市場で「第9回東京食肉市場豚枝肉共励会」を開いた。全国から1000頭(雌870頭、去勢130頭)が出品され、最高位の名誉賞には宇野養豚所(那須塩原市)の出品豚(極上、枝肉重量79.5kg)が輝き、その後のセリ販売でウスネフードがキロ単価15,056円で落札した。

2月 9日 (栃木農業高の生徒が和牛の販促実習)

- ・栃木県立栃木農業高等学校の生徒が育て、「第8回和牛甲子園」に出品した和牛の販売が栃木市のとりせん栃木店で行われ、動物科学科の3年生7人が店頭で販促実習を行った。

2月10日 (米国2州で鳥フル発生)

- ・農水省動物検疫所は、米国2州で高病原性鳥インフルエンザの発生が確認されたため、ジョージア州エルバート郡及びノースカロライナ州全域から日本向けに輸出される生きた家きん、家きん肉等の輸入を一時停止したと発表した。

2月12日 (米国と英国で鳥フル発生)

- ・農水省動物検疫所は、米国及び英国2州の家きん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ため、米国のカンザス州ハーベイ郡、英国のマーササイド州及びチェシャー州から日本向けに輸出される生きた家きん、家きん肉等の輸入を一時停止したと発表した。

2月13日 (食肉市場卸売協会が幹部職員業務研修会を開催)

- ・日本食肉市場卸売協会は、東京ガーデンパレスで「第44回幹部職員業務研修会」を開催した。流通経済研究所の吉間めぐみ上席主任研究員が「卸売市場の最新動向」、同研究所農業・環境・地域部門の折笠俊輔部門長が「食肉市場のDX化に向けて」をテーマに講演した。

2月17日（輸出促進協会がUAE・ドバイで日本産和牛肉をPR）

- ・日本畜産物輸出促進協会は、17～21日、UAE・ドバイのDubai World trade Centerで開催される「GulFood2025」に出展し、日本産畜産物をPRした。来場者のレストラン関係者、バイヤーらに日本産和牛の品質の高さや新たな魅力を訴求するとともに、QRコードを用いた和牛品質情報提供システムの普及・啓発や日本産和牛のカッティング、現地シェフによる調理実演、試食などを行った。

（全国牛個体識別記録による頭数を公表）

- ・家畜改良センターがまとめた12月末現在の全国牛個体識別記録による頭数は、379万9,493頭（前年同月比2.5%減）となり、前月比では約65百頭の減少。黒毛和種は173万6,323頭（1.9%減）で前月比では約71百頭の減少。交雑種は54万8,928頭（1.5%減）で前月比約5百頭の減少。ホルスタイン種は145万8,756頭（3.3%減）で前月比では約13百頭の減少となった。褐毛和種は22,220頭（0.8%減）、日本短角種は5,635頭（9.4%減）となった。

（2024年の牛・豚格付結果）

- ・日本食肉格付協会は、2024年（1～12月）の牛・豚の格付結果を取りまとめた。牛全体で5等級に格付された割合は前年から3.2%上昇。4等級も0.3%とわずかに上昇した半面、3～1等級の割合はそれぞれ低下した。特に和牛の5等級の上昇が顕著で、近年、種雄牛の能力や農家の肥育技術の向上等により、肉質向上が進んでいる。豚の極上の割合は前年並みを維持したものの、上の割合は0.7%低下した。

区 分	5 等 級	4 等 級	3 等 級	2 等 級	1 等 級
牛 計	33.0%	20.3%	17.1%	25.2%	4.3%
和牛去勢	67.6%	24.9%	5.8%	1.5%	0.2%
交雑去勢	2.6%	26.8%	45.8%	24.5%	0.3%
乳牛去勢	0.0%	0.0%	3.4%	95.3%	1.2%
	極上	上	中	並	等外
豚 計	1.2%	51.7%	32.3%	11.0%	3.7%

2月18日（アルゼンチンで鳥フル発生）

- ・農水省動物検疫所は、アルゼンチンの家きん飼養施設において高病原性鳥インフルエンザの発生が確認されたため、同国から日本向けに輸出される家きん肉等の輸入を一時停止したと発表した。

2月20日（食肉生産技術開発センターが研究成果発表会を開催）

- ・日本食肉生産技術開発センターは、KDDIホールのお会場でZOOMを併用し、「令和6年度研究開発成果発表会」を開催した。食肉処理現場でのアニマルウェルフェアなどを含めた輸出向け対応や、ロボットやAI等の技術を導入し、自動化や省力化、効率化などを図る最新の研究技術開発成果が紹介された。

（豚枝肉カッティング技術共励会を開催）

- ・全国食肉センター協議会は、全国食肉学校で「令和6年度（第44回）豚枝肉カッティング技術共励会全国大会」を開催した。全国から集まった食肉事業に関わる14人の選手が競技を終えた後、衛生、カッティング、商品管理、時間に基づく審査の結果、(株)JAかごしまの川畑貴司さんが農林水産省畜産局長賞（最優秀賞1席）を受賞した。

2月21日（群馬県で豚熱を確認）

- ・農水省は、群馬県前橋市の養豚農場（飼養頭数約8,700頭）で、豚熱の患畜

が確認されことを発表した。群馬県での発生は1月の同市に続く11例目で、国内96例目となる。発生農場の10km圏内には計122カ所の養豚場があるが、いずれもワクチン接種済みのため、移動や搬出に制限は設けない。

(国内持ち込み違反過去最多)

- ・農水省は、法律で禁止されている国内への肉製品や野菜・果物など植物の持ち込み件数が、2024年にいずれも過去最多となったと発表した。肉製品は15万件で最多だった前年を大きく上回り、初めて20万件を超えた。インバウンド（訪日外国人）が増える中、政府は警戒を強めている。

(培養肉 安全指針案作成へ)

- ・培養肉など動物の細胞を培養して作る食品について、安全性を確保するため、消費者庁がガイドラインを作る方針を示した。同庁の食品衛生基準審議会新開発食品調査部会で決定した。並行して個別に申請、届出、確認などの手続きを設けるかどうかを含め、国としての規制のあり方も検討する。培養肉は、家畜の細胞を組織培養して得られる食用肉で、世界各地で開発が進められ、すでにシンガポールでは商品化されている。日本では大学・企業などで研究が進められているものの、実用化には至っていない。

2月23日 (鳥インフル 人から猫に)

- ・米疾病対策センター（CDC）は、飼い主を介して猫が高病原性鳥インフルエンザに感染したと疑われる事例がミシガン州で2例あったと発表した。いずれも室内で飼われており、飼い主は酪農関係の仕事に従事。CDCは「室内飼いの猫の感染はまれだが、感染した猫は人に感染させる可能性もある」と注意を促している。

2月25日 (ドキュメンタリー映画「World Without Cows」の上映会を開催)

- ・全国肉用牛振興基金協会とオルテック・ジャパン合同会社は、東京都内で畜産ドキュメンタリー映画「World Without Cows～牛なき世界」の特別上映会を開き、畜産関係者らが多数参加した。この映画は、牛と気候変動とのかかわりに関する昨今の議論を背景に、2人のジャーナリストが米国、ケニア、インド、ブラジルなど世界5大陸の国々を訪問、牛と人々の生活を伝えることで、「牛のいない世界の方が、私たちはより良く暮らせるのか」という問いかけへの答えを追い求める内容。牛がその土地の文化や社会、食料供給、環境にもたらす真の影響を様々な角度から見つめている。

2月28日 (全日本大学対抗ミートジャッジング競技会を開催)

- ・全日本大学対抗ミートジャッジング競技会実行委員会が主催する「第17回全日本大学対抗ミートジャッジング競技会」が2月26～28日に東京都内で開催された。競技の結果、大学対抗部門では北海道大学が優勝し4連覇を達成した。個人総合部門では、日本大学3年生の本多遥香さんが第1位に輝いた。

3月 1日 (中央会、畜連がJA宮崎へ業務承継)

- ・JAみやざきは、JA宮崎中央会とJA宮崎経済連、JA宮崎信連、西諸県郡市畜連、児湯郡市畜連、東臼杵郡市畜連の6連合会を統合した。連合会のすべての業務をJAみやざきに包括承継した。

3月 3日 (茨城県からの家きん由来製品 香港向け輸出再開)

- ・農水省は、茨城県からの家きん由来製品の香港向け輸出が再開したと発表した。

3月 4日（米国向け牛肉輸出制限を解除）

- ・農水省は、牛の感染症・ランピースキン病のワクチンを接種した県から米国への牛肉輸出の停止措置が解除されると発表した。これにより、同病による牛肉の輸出制限はなくなる。

3月 5日（全国牛個体識別記録による頭数を公表）

- ・家畜改良センターがまとめた1月末現在の全国牛個体識別記録による頭数は、379万8,206頭(前年同月比2.4%減)となり、前月比では約13百頭の減少。黒毛和種は173万2,757頭(2.1%減)で前月比では約36百頭の減少。交雑種は55万126頭(1.6%減)で前月比約12百頭の増加。ホルスタイン種は146万84頭(2.9%減)で前月比では約13百頭の増加となった。褐毛和種は22,128頭(1.7%減)、日本短角種は5,578頭(9.9%減)となった。

（中畜が施設・機会部会セミナーを開催）

- ・中央畜産会は、TKPガーデンシティPREMIUM秋葉原で「令和6年度施設・機会部会トップセミナー」を開き、業界関係者らが多数出席した。国家公務員共済組合連合会の松元崇理事長が「衰退途上国からの脱却」、農水省畜産局企画課の廣岡亮介課長が「わが国酪農・畜産の方向性」と題してそれぞれ講演した。

3月 6日（食肉流通センターがコマーシャル規格書と動画を刷新）

- ・日本食肉流通センターは、同センター策定のコマーシャル規格書及び動画を刷新、動画をホームページに公開したと発表した。センターが規格書を策定してから20年以上が経過していることから、時代の変化に合わせた内容に2年間をかけてリニューアルした。

3月 7日（ハンガリーで口蹄疫 牛での感染を確認）

- ・ハンガリーの国家フードチェーン安全局は、飼養牛から口蹄疫の感染を確認したと公表した。感染が確認されたのはスロバキアの国境付近に位置するKisbajcsで1400頭の牛を飼養する農家。発生農場がスロバキア国境から約2kmの距離に位置しているため、制限区域はスロバキアにも及ぶことになる。

3月11日（食肉産業展が開幕）

- ・「第49回食肉産業展2025」が開幕した。11～14日までの4日間、東京ビッグサイト東7ホールを会場に63社223小間が出展している。今回も「FOODEX JAPAN」との同時開催で、世界の食品、飲料が集う総合見本市となる。（詳細は別紙参照）

3月12日（牛マルキン1月 肉専用種は16都道県で交付）

- ・農畜産業振興機構は、牛マルキンの令和7年度1月分について標準的販売価格及び標準的生産費、交付金単価(概算払)を公表した。肉専用種は北海道をはじめ16都道県で交付される。なお、石川県、岐阜県、兵庫県は都道府県標準販売価格が規定の算出額を上回ったため、単独で標準的販売価格の算定を行っている。乳用種も交付となり、1頭当たり交付金単価は46,238.6円となった。

3月13日（コロンビアからの家きん肉の輸入停止措置を解除）

- ・農水省は、コロンビアからの家きん肉の一時輸入停止措置を解除したと発表した。

(肉事協が交雑種枝肉共励会を開催)

- ・全国肉牛事業協同組合は、東京食肉市場で「第16回交雑種枝肉共励会」を開催した。全国から80頭（雌44頭、去勢36頭）が出品され、グランドチャンピオンには加藤ファーム（群馬県）が出品した雌牛（父「北美津久」）が輝いた。今回の出品牛のA4、A5の割合は62.5%だった。

(南国興産50周年)

- ・飼・肥料などへの畜産副産物の再生事業や鶏ふん発電ボイラー、移動式レンダリング装置の開発等、業界内で先駆的な試みを相次ぎ手掛ける南国興産（本社：都城市）は、宮崎観光ホテルで創業50周年を祝う記念式典を開き、国や県などの行政や取引業者ら約220人の関係者が参集した。

3月14日（全畜連肉牛枝肉共励会を開催）

- ・「令和6年度全畜連肉牛枝肉共励会」が東京食肉市場で開催された。100頭（去勢85頭、雌15頭）が上場され、最優秀賞に金子ファームの出品牛（去勢、格付A5、BMSNo.12、枝肉重量645kg、ロース芯面積103cm²）が輝き、㈱コシヅカが3,800円/kgで購買した。

(韓国で口蹄疫発生)

- ・韓国政府は、韓国南西部の全羅南道霊岩郡の韓牛飼養農場（飼養頭数約180頭）で、口蹄疫が発生したと発表した。続いて15日にも務安郡の農場（牛69頭）で発生。全羅南道で5件に発生が確認されている。韓国での発生は、2023年5月以来1年10カ月ぶり。

3月17日（ランピースキン病ワクチン接種由来牛肉の対米輸出再開）

- ・農水省は、ランピースキン病ワクチンの接種都道府県（福岡県）由来の牛肉の対米輸出が3月19日から再開されると発表した。すでに3月4日に米国の輸入停止措置の解除について合意していたが、新たな輸出検疫証明書の様式など具体的な手続きが合意したことによる。

(岩手県からの家きん由来製品 香港向け輸出再開)

- ・農水省は、岩手県からの家きん由来製品の香港向け輸出が再開したと発表した。

(米国2州で家きん肉等輸入一時停止)

- ・農水省動物検疫所は、米国の家きん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ため、ネブラスカ州ドーソン郡（輸入停止措置日3月14日）、メイン州カンバーランド郡（2月22日）からの家きん、家きん肉等について一時輸入停止措置を講じたと発表した。

(デンマークの食肉会社が脂肪交雑の格付に応じて上乗せ金)

- ・デンマークの食肉最大手デニッシュ・クラウン社は、2025年第1四半期中に牛肉の脂肪交雑の格付に応じた上乗せ金の支払いを開始すると発表した。脂肪交雑の程度は、「プレミアム」、「高」、「中」、「低」の4段階に格付され、脂肪交雑の判定には画像判定システムが用いられる。南ヨーロッパでは脂肪交雑の多い牛肉への需要が高く、「プレミアム」でkg当たり日本円で32円、「高」で21円の上乗せ金が支払われる。

3月18日（GI新たに「十勝若牛」「会津地鶏」）

- ・農水省は、農林水産物や食品の地域ブランドを守る地理的表示（GI）保護制度の対象に、北海道JA十勝清水町の「十勝若牛」など7産品を新たに登録したと発表した。登録は44都道府県で161産品となった。「十勝若牛」は、

ホルスタイン雄牛を独自の早期肥育技術で飼育し、赤身肉のうま味を引き出す。会津養鶏協会の「会津地鶏」は、しっとりとした肉質でうま味成分を多く含み、福島県ブランド認証産品にも認定されている。

(出荷 1 年前に枝肉成績を予測)

- ・近畿大学発のベンチャー企業「ビーフソムリエ」が、肉牛の枝肉成績を出荷の1年以上前に予測するサービスを始めた。微量の血液を採取し、牛の血液中のタンパク質135種類の情報を人工知能で分析し、枝肉重量、脂肪交雑、オレイン酸割合等7項目について27.5カ月齢時点の成績を予測する。対象は黒毛和種の去勢牛。農家向けサービス価格は、基本プランが1頭5万円。結果を基に農家は飼料設計や出荷計画に活かせる。

3月19日 (乳牛への黒毛和種交配状況を公表)

- ・日本家畜人工授精師協会が公表した令和6年第4四半期(10～12月)の乳用牛への黒毛和種の交配割合は、全国で38.5%(前年同期比1.4ポイント減)、北海道で28.4%(0.8ポイント増)、都府県で51.6%(4.0ポイント減)となった。また、性選別精液の割合は、全国で24.8%(3.7ポイント増)となっている。

3月21日 (農産物価が過去最高)

- ・農水省は、農産物や生産資材の価格動向を表す農産物価指数の令和7年1月の値をまとめた。2020年の価格を100とした時に、農産物全体の指数は137.6となり、月別の統計が残る1963年以降で最高となった。米148.8、野菜169.1、果実170.9、花き144.3、鶏卵143.3だった。生産資材全体の指数は122.3で、飼料は139.3、肥料は138.7となっている。

(英国と米国で鳥インフル発生)

- ・農水省動物検疫所は、英国インバネス州、ネアン州及び米国のモンタナ州ギャラティン郡、カンザス州バトラー郡の家きん飼養施設において高病原性鳥インフルエンザの発生が確認されたため、当該地域から輸出される生きた家きん、家きん肉等について輸入を一時停止した。

(食肉生産技術開発センターがセミナーを開催)

- ・日本食肉生産技術開発センターが、KDDIホールの会場とZOOMを併用し、令和6年度血斑低減に関するセミナーを開催し、食肉処理施設関係者、食肉流通関係者、研究機関、行政、自治体等ZOOM参加を含めて約100人が参加した。

(食肉公取協が「お肉の表示ハンドブック」を製作・公開)

- ・全国食肉公正取引協議会は、「お肉の表示ハンドブック2025」を6年ぶりに製作・配付し、全国食肉事業協同組合連合会のホームページ上で公開した。

(令和7年4～6月期配合飼料供給価格 400円値下げ)

- ・JA全農は、令和7年4～6月期の配合飼料供給価格については、とうもろこしのシカゴ定期が上昇しているものの、為替円高に加え、大豆粕の価格や海上運賃が下落していることなどを踏まえ、前期(令和7年1～3月期)と比べ、全国全畜種総平均で1トン当たり約400円値下げすると発表した。なお、改定額は、地域別・畜種別・銘柄別に異なる。

(スロバキアで口蹄疫発生)

- ・スロバキア国家獣医食品局は、同国南部のハンガリーとの国境に接するコマルノ地区とドゥナイスカー・スレンダ地区の3カ所の乳牛農場で口蹄疫を確認したと発表した。ドイツ、ハンガリーに続き欧州で3カ国目の発生となる。

(平均寿命の地域格差拡大)

- ・1990～2021年の約30年間で、日本の平均寿命は5.8年延びて85.2歳となった一方、47都道府県で最長と最短の差が拡大したとの分析結果を慶応大学などのチームがまとめ、英医学誌に発表した。平均寿命は全都道府県で延びたが、1990年の平均寿命が最長の沖縄(80.6歳)と最短の大阪(78.2歳)の差が2.3年だったのに対し、2021年では最長の滋賀(86.3歳)と最短の青森(83.4歳)の間に2.9歳の差があった。健康寿命と平均寿命との差も1990年に9.9年だったのが、2021年には11.3年に拡大した。

(ブラジル産家きん肉の家畜衛生条件を改正)

- ・農水省は、ブラジルから日本向けに輸出される家きん肉等の家畜衛生条件を改正したと発表した。ブラジルで高病原性鳥インフルエンザが発生した場合、清浄州からの輸入を認める地域主義が適用されるが、今回の改正で市町村単位で適用することが可能になった。

3月25日 (肉事協が「GHG削減実用技術・知見集」を発行)

- ・全国肉牛事業協同組合は、令和6年度版「肉用牛生産におけるGHG(温室効果ガス)削減実用技術・知見集」を発行した。

3月27日 (オーストリア産偶蹄類由来製品等の輸入一時停止)

- ・農水省は、ハンガリーのジェール・モション・ショプロン県のオーストリア国境付近で飼養されていた乳牛において、同国2例目となる口蹄疫の発生が確認されたことで、オーストリア領内にもEUの制限地域が生じたため、オーストリア産偶蹄類由来製品の輸入一時停止措置を講じた。

3月28日 (英国3州で鳥インフル発生)

- ・農水省動物検疫所は、英国のダラム州、タイン・アンド・ウィア州、ノーサンバーランド州の家きん飼養施設で、高病原性鳥インフルエンザの発生が確認されたため、当該3州から輸出される生きた家きん、家きん肉等の輸入を一時停止したと発表した。

3月31日 (2025年度予算が成立)

- ・政府の2025年度予算が成立した。一般会計の歳出総額は過去最大の115兆1,978億円、うち農林水産関係は前年度を20億円上回る2兆2,706億円を計上した。増加は2年連続。2025年度から始まる改正食料・農業・農村基本法の初動5年間で、農業の構造転換を集中的に進める。

(千葉県で豚熱の患畜)

- ・農水省は、千葉県旭市の養豚農場(飼養頭数約5,480頭)で国内97例目となる豚熱の患畜が確認されたことを発表した。疫学関連農場は、発生農場から10日以内に移動があった子豚で3農場(千葉県匝瑳市約150頭、千葉県香取市約50頭、茨城県茨城町約100頭)、10日以内に患畜と接触のあった繁殖豚で1農場(茨城県城里町約70頭)となっている。

(人工授精師協会 全国規模の受胎率調査結果を公表)

- ・日本人工授精師協会は、全国規模で実施している受胎率調査の令和5年次(速報値)と令和4年次(確定値)のデータを公表した。調査結果によると、令和5年度における肉用種の人工授精の受胎率は55.1%、体内受精卵移植は47.0%、体外受精卵移植は39.6%となった。

4月 1日（岩手大が獣医学部開設）

- ・岩手大学は、獣医学部を開設した。国立大学では13年ぶりで4大学目。現状の農学部共同獣医学科を改組し、国際基準のカリキュラムを構築。地域枠入試を設け、産業動物臨床獣医師や自治体で家畜伝染病予防などに携わる獣医師の輩出に注力する。

4月 2日（相互関税の発動を発表）

- ・トランプ米国大統領は、日本を含む貿易相手国が米国産品に課す関税を踏まえ、相互関税を導入すると発表した。日本産品には一律で24%の追加関税を課す。

（2023年市町村別農業産出額都城市5年連続首位）

- ・農水省は、2023年の市町村別の農業産出額ランキングを公表した。宮崎県都城市が5年連続の1位で、上位4市町までは前年と同じだった。

順位	市町村	産出額 (億円)	上位2品目	順位	市町村	産出額 (億円)	上位2品目
1	都城市	981	豚①、肉用牛①	6	浜松市	546	果実④、野菜
2	田原市	891	花き①、野菜	7	弘前市	533	果実①、米
3	銚田市	677	野菜①、芋類	8	新潟市	518	米①、果実
4	別海町	639	乳用牛①、肉用牛	9	熊本市	506	野菜④、果実
5	旭市	559	豚②、野菜	10	那須塩原市	504	乳用牛②、鶏卵

順位	肉用牛		豚		ブロイラー	
	市町村	産出額 (億円)	市町村	産出額 (億円)	市町村	産出額 (億円)
1	都城市	206	都城市	327	日向市	254
2	鹿屋市	175	旭市	226	都城市	196
3	曾於市	130	桐生市	175	大崎町	190
4	指宿市	125	曾於市	174	垂水市	164
5	小林市	122	大崎町	142	一関市	119

4月 3日（スロバキアで口蹄疫発生）

- ・スロバキア政府は、ハンガリーとの国境近くの3農場で飼養されていた牛から口蹄疫の感染を確認したと公表した。感染が確認された3農場では、乳用牛などを約2800頭飼養しており、このうち12頭から感染が確認された。スロバキアでの口蹄疫発生は1973年以来となる。

（食肉流通センターが新たに紹介動画を作成）

- ・日本食肉流通センターは、紹介動画を新たに作成し、ホームページなどで紹介した。同センターの食肉流通における役割や部分肉取引施設について紹介している。

4月 4日（群馬県で豚熱の患畜）

- ・農水省は、群馬県前橋市の養豚農場（飼養頭数約6,800頭）で国内98例目となる豚熱の患畜が確認されたことを発表した。

（全国牛個体識別記録による頭数を公表）

- ・家畜改良センターがまとめた2月末現在の全国牛個体識別記録による頭数は、379万2,415頭（前年同月比2.6%減）となり、前月比では約58百頭の減少。黒毛和種は173万1,122頭（2.5%減）で前月比では約16百頭の減少。交雑種は54万7,126頭（2.2%減）で前月比約3千頭の減少。ホルスタイン種は145万9,02

5頭(2.7%減)で前月比では約1千頭の減少となった。褐毛和種は22,073頭(2.1%減)、日本短角種は5,580頭(9.2%減)となった。

4月 8日 (農水省が米国の相互関税の対応として対策チームを設置)

- ・農水省は、「農林水産物・食品分野に係る米国の関税措置対策チーム」を設置し、今後、輸出品目団体、生産者、食品事業者などから聞き取りを行い、品目ごとに影響を分析していく。輸出・国際局長をチーム長に、大臣官房輸出促進審議官(兼輸出・国際局)、大臣官房審議官(兼輸出・国際局・交渉総括)がチーム長を補佐する。畜産局からは食肉鶏卵課長、牛乳乳製品課長がチーム員として選出されている。

(牛マルキン2月 肉専用種は8都道府県で交付)

- ・農畜産業振興機構は、牛マルキンの令和7年度2月分について標準的販売価格及び標準的生産費、交付金単価(概算払)を公表した。肉専用種については、北海道、福島県、茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、東京都、鳥取県の8都道府県で交付される。なお、岐阜県、兵庫県は都道府県標準販売価格が規定の算出額を上回ったため、単独で標準的販売価格の算定を行っている。乳用種も交付となり、1頭当たり交付金単価は25,234.4円となった。

(豚マルキン令和6年度第1～4四半期 交付金はなし)

- ・農畜産業振興機構は、豚マルキンの令和6年度第1～4四半期分については、標準的販売価格(45,936円)が標準的生産費(42,714円)を上回ったため、交付金はなしとなった。

4月 9日 (関税上乘せ90日停止)

- ・トランプ大統領は、発動した相互関税について、貿易相手国ごとに設定した上乘せ分を中国を除いて90日間停止すると表明した。同日未明に発効したばかりだったが、約半日で軌道修正した。ほぼ全ての貿易相手国からの輸入品に課した一律10%の基本税率部分は継続する。

4月11日 (中国政府 農畜産物を含むすべての米国輸入品に125%の追加関税)

- ・中国政府は、米国による追加関税措置への報復として、畜産物や飼料を含むすべての米国産輸入品に対して4月10日から課していた84%の追加関税を、12日から125%に引き上げると発表した。今回の追加関税は、品目ごとに最恵国税率や2025年3月に米国産の畜産物・飼料などに課された追加関税10～15%に上乘せするものである。

(酪肉近や家畜改良増殖目標などを公表)

- ・農水省は、「酪農及び肉用牛の近代化を図るための基本方針」「家畜改良増殖目標」「鶏の改良増殖目標」「家畜排せつ物の利用を促進を図るための基本方針」「養豚農業の振興に関する基本方針」について公表した。(詳細は別紙参照)

(宮崎県で野生いのししの豚熱陽性を確認)

- ・農水省は、宮崎県都城市の野生いのししで豚熱が発生したと発表した。同県で野生いのししの豚熱感染が確認されるのは初めて。県内の全ての農場は豚熱ワクチンを接種しているため、特定家畜防疫指針に基づく、豚の移動・搬出制限は行わない。

(熊本県で馬インフル)

- ・軽種馬防疫協議会は、熊本県内の重種馬飼養農家3戸で、馬インフルエンザの発生が確認されたと発表した。国内での発生は2008年以来17年ぶりとな

る。同協議会と熊本県は、飼養衛生管理の徹底や予防接種などの対策を呼びかけている。

(注) 馬インフルエンザとは
飛沫感染で広がり、鼻水やせき、発熱などの症状が出る。国内では2007年に36年ぶりに発生し、2008年まで流行。この時は軽種馬が中心で、中央・地方競馬の開催が中止になるなどの影響が出た。

(養豚協会が「養豚農業実態調査」を公表)

- ・日本養豚協会は、2024年「養豚農業実態調査」の報告書を公表した。今回は、2024年8月1日現在確認できている2,197件の養豚生産者を対象に、回答が得られた501件（廃業などを含む、集計使用471経営体）の結果をまとめた。

4月13日 (大阪・関西万博が開幕)

- ・2025年日本国際博覧会が開幕した。10月13日までの半年にわたって、大阪・夢洲で開かれる。160以上の国・地域・国際機関が参加し、「いのち輝く未来社会のデザイン」というテーマのもと、最先端技術や多彩な文化プログラムが展開される。未来の食文化を体験できるパビリオンや持続可能な食材を用いたメニュー、地域の特産品を生かしたメニューなどが多数登場する。

4月14日 (総人口、14年連続減)

- ・総務省は、2024年10月1日現在の外国人を含む総人口が、前年比55万人減の1億2,380万2千人だったと発表した。14年連続の減少。75歳以上は70万人増の2,077万7千人（16.8%）で、人口減少と高齢化が急速に進んでいる。都道府県別では、東京と埼玉が増加した。45道府県で減少率が最も高かったのは秋田の1.87%だった。

(千葉県の香港向け家きん由来製品の輸出を再開)

- ・農水省は、千葉県から香港向け家きん由来製品の輸出を再開したと発表し同県からのシンガポール、米国、ベトナム、マカオ向けの輸出はすでに再開している。

4月18日 (その他肉専用種に補給金交付)

- ・農水省は、肉用子牛生産者補給金制度の令和6年度第4四半期の平均売買価格を告示した。その他肉専用種の平均売買価格が保証基準価格を下回ったことで、1頭当たり49,900円の補給金が交付される。

指定肉用子牛の平均売買価格（令和6年度第4四半期）（単位：円／頭）

区 分	黒毛和種	褐毛和種	その他の肉専用種	乳 用 種	交 雑 種
保証基準価格	564,000	514,000	328,000	164,000	274,000
合理化目標価格	444,000	404,000	258,000	110,000	216,000
平均売買価格	589,700	670,700	278,100	205,200	389,400
補給金単価	—	—	49,900	—	—

注) その他の肉専用種は、2020年度から算定期間を1年（4月から3月）としている。

(牛マルキン2025年度生産者負担金公表)

- ・農畜産業振興機構は、肉用牛肥育経営安定交付金制度（牛マルキン）の2025年度の生産者負担金を公表した。都道府県別に単価を設定する肉専用種は、1頭当たり5,000円～28,000円。全国一律単価となる交雑種は17,000円（前

年度比3割高)、乳用種は18,000円(同8割高)となった。

(JPPA 青年部会が「青年部セミナー」を開催)

- ・日本養豚協会青年部会が主催する「青年部セミナー」が18～19日の2日間、大崎ブライトコアホールで開かれた。今回は「養豚経営の多様性」をテーマに全国の養豚生産者が一堂に会し、有識者や青年部会長石川貴泰氏(石上ファーム)をコーディネーターに、講師らによるパネルディスカッションなどが行われた。また、会場に設置された賛助会員出展コーナーには20社が出展し、各社の製品や取組みなどが紹介された。

4月21日(米国で鳥フル発生)

- ・農水省動物検疫所は、米国カンザス州の家きん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、カンザス州リノ郡から輸出される生きた家きん、家きん肉等の輸入を3月25日から一時停止したと発表した。

4月25日(北海道で馬インフル)

- ・北海道は、帯広市のばんえい競馬場の重種馬3頭で馬インフルエンザが発生したと発表した。道内での感染確認は2008年以来。感染拡大防止のため、26～28日のレースを中止する。

4月28日(家畜遺伝資源法で検討会)

- ・農水省は、家畜遺伝資源に係る不正競争の防止に関する法律について、法施行後の課題や必要な対策などを議論するための検討会を立ち上げた。今後、法施行による家畜遺伝資源生産事業者(家畜人工授精所など)への影響や、遺伝資源の侵害事例などの状況を踏まえ、実態把握や要因分析を行い、必要な対策を検討する。6月に取りまとめを行う。

4月29日(令和7年春の勲章受賞者を発表)

- ・農水省は、令和7年春の勲章受賞者を発表した。小川一夫氏(日本食肉市場卸売協会会長、東京食肉市場(株)社長)が旭日小綬章、蜂谷良一氏(元千葉県家畜商協同組合理事長)、安原健二氏(岡山県養鶏協会会長)が旭日双光章、本川一善氏(元農林水産事務次官、日本食肉協議会会長)が瑞宝重光章、五十嵐太乙氏(元東北農政局長、前日本食肉流通センター専務理事)、竹谷廣之氏(元消費・安全局長)が瑞宝中綬章を受章した。

4月30日(野生のラッコ 鳥インフルに感染)

- ・北海道は、浜中町の藻散布川の河口付近で野生のラッコが死んでいるのが見つかり、遺伝子検査の結果、高病原性鳥インフルエンザウイルスが検出されたと発表した。環境省によると、ラッコで確認されたのは国内で初めてという。

(関西万博に香川県がブースを出展)

- ・大阪・関西万博のEXPOメッセで香川県のブースが出展した。同県のオリーブ畜産品であるオリーブ牛、オリーブ豚、オリーブ地鶏の試食会が開催され、多くの人が列を作り、高品質の香川県の畜産ブランドを味わった。

2 人事情報（令和7年2月～4月）

◆長崎県食肉消費対策協議会（令和7年2月1日付）

△退任（会長）

酒 井 孝 一 氏

△会長（長崎県食肉事業協同組合連合会会長）

渡 部 孝 氏

◆農林水産省（令和7年3月31日付）

△退職（独立行政法人家畜改良センター理事へ）

松 本 隆 志 氏

（九州農政局消費・安全部長）

△退職（独立行政法人家畜改良センター総務部長へ）

永 田 文 明 氏

（大臣官房政策課調査官兼畜産局総務課付）

△退職（独立行政法人家畜改良センター企画調整部技術統括役へ）（畜産局飼料課課長補佐（飼料生産技術指導班担当））

安 松 恵一郎 氏

△退職（独立行政法人家畜改良センター個体識別部長へ）

伊 藤 寿 氏

（畜産局牛乳乳製品課課長補佐（補給金企画班担当））

△退職（独立行政法人農畜産業振興機構畜産振興部長へ）

歌 丸 恵 理 氏

（近畿農政局企画調整室長）

△退職（九州農政局次長）

渡 辺 裕一郎 氏

△退職（消費・安全局食品安全政策課長）

新 川 俊 一 氏

△退職（近畿農政局消費・安全部長）

大 森 正 敏 氏

△退職（宮崎県農林水産部畜産局畜産振興課主任技師へ）

福 田 はるか 氏

（畜産局食肉鶏卵課総務班総括係長）

△退職（独立行政法人家畜改良センター岡崎牧場業務課へ）

江 見 遥 氏

（畜産局食肉鶏卵課）

△退職（独立行政法人家畜改良センター岩手牧場長へ）

外 山 高 士 氏

（国立研究開発法人農業・食品産業技術総合研究機構畜産研究部門研究推進部研究推進室渉外チーム長）

△退職（独立行政法人家畜改良センター奥羽牧場長へ）

菅 谷 公 平 氏

（国立研究開発法人農業・食品産業技術総合研究機構本部事業開発部ビジネスコーディネーター）

△退職（国立研究開発法人農業・食品産業技術総合研究機構本部事業開発部ビジネスコーディネーターへ）

関 川 寛 己 氏

（独立行政法人家畜改良センター岩手牧場長）

△退職（独立行政法人農畜産業振興機構総務部審査役兼調査情報部へ）（畜産局飼料課課長補佐（企画班担当）農産局農産政策部農業環境対策課付）

寺 西 梨 衣 氏

△定年退職（畜産局企画課課長補佐（畜舎建築指導班担当））

川 原 祐 三 氏

△退職（畜産局飼料課）

谷 直 喜 氏

△退職（鹿児島県へ帰任）

福 澤 怜 奈 氏

（畜産局食肉鶏卵課素畜価格流通班素畜流通係長）

△退職（宮崎県へ帰任）

久保田 博 基 氏

（畜産局食肉鶏卵課食肉鶏卵貿易班貿易調整係長）

△退職（独立行政法人家畜改良センター十勝牧場長）

関 将 弘 氏

△退職（独立行政法人家畜改良センター宮崎牧場長）

瀧 本 昌 彦 氏

△退職（独立行政法人家畜改良センター熊本牧場長）	奥 地 弘 明 氏
△退職（独立行政法人家畜改良センター岡崎牧場長）	丹 菊 将 貴 氏

◆独立行政法人家畜改良センター（令和7年3月31日付）

△退職（奥羽牧場業務課業務専門役）（奥羽牧場長）	菊 池 工 氏
△動物医薬品検査所会計課長（茨城牧場長野支場総務専門役）	福 澤 正 俊 氏

◆農林水産省（令和7年4月1日付）

△東北農政局次長（近畿農政局次長）	犬 飼 史 郎 氏
△近畿農政局次長（独立行政法人家畜改良センター理事）	犬 塚 明 伸 氏
△九州農政局次長（北陸農政局次長）	本 田 光 広 氏
△大臣官房検査・監察部調整・監察課会計監査室長 （独立行政法人農林水産消費安全技術センター総務部長）	畑 中 明 氏
△畜産局牛乳乳製品課牛乳乳製品需給対策室長 （畜産局牛乳乳製品課乳製品調整官）	中 坪 康 史 氏
△近畿農政局企画調整室長（関東農政局生産部畜産課長）	川 本 博 康 氏
△九州農政局消費・安全部長 （独立行政法人農畜産業振興機構総括調整役）	俵 積田 守 氏
△大臣官房政策課調査官兼畜産局総務課付 （独立行政法人家畜改良センター総務部人事課長）	西 村 正 隆 氏
△畜産局畜産振興課畜産危機管理官兼畜産局飼料課付 （カジノ管理委員会事務局総務企画部企画課企画官）	谷 村 千栄子 氏
△近畿農政局地方参事官（大阪府担当） （農林水産技術会議事務局研究専門官）	有 江 涉 氏
△畜産局飼料課資料専門官 （畜産局畜産振興課畜産危機管理官兼畜産局飼料課付）	谷 口 康 子 氏
△カジノ管理委員会事務局総務企画部企画課企画官（農村振興 局農村政策部鳥獣対策・農村環境課課長補佐）	天 野 絵 里 氏
△畜産局総務課企画官動物医薬品検査所会計課付 （動物医薬品検査所会計課会計係長）	宮 本 裕香利 氏
△畜産局総務課デジタル実装専門職 （畜産局総務課業務改革推進専門職）	河 田 貴 裕 氏
△畜産局総務課課長補佐（総務班担当） （大臣官房広報評価課課長補佐（デジタル人材管理班担当））	町 田 祐 一 氏
△畜産局企画課企画班企画第1係長 （畜産局企画課企画班企画係長）	柳 田 光 一 氏
△畜産局企画課企画班企画第2係長 （畜産局企画課総務班総括係長）	大 王 千 聖 氏
△畜産局企画課（畜産局食肉鶏卵課）	水 野 つかさ 氏
△畜産局企画課課長補佐（経営支援班担当） （畜産局企画課畜産専門官）	竹 本 賢 一 氏
△畜産局畜産振興課課長補佐（企画班担当） （東北農政局生産部畜産課長）	中 村 輝 実 氏
△畜産局畜産振興課アニマルウェルフェア推進班アニマルウ ェルフェア企画係長（畜産局飼料課総務班総括係長）	柴 田 由希子 氏

△畜産局飼料課資源活用事業班計画係長 (鹿児島県知名町議会事務局主事)	杉 山 裕 紀 氏
△畜産局飼料課課長補佐 (需給対策第2班担当) (消費・安全局動物衛生課課長補佐 (野生動物対策班担当))	瀧 川 和 博 氏
△畜産局飼料課課長補佐 (価格班担当) (畜産局飼料課資料専門官)	上 條 敬 明 氏
△畜産局牛乳乳製品課畜産専門官 (畜産局牛乳乳製品課生乳班生乳生産需給係長)	辻 川 智 美 氏
△畜産局牛乳乳製品課課長補佐 (価格調査班担当) (北海道農政部生産振興局畜産振興課主幹 (畜産企画))	村 瀬 弥 生 氏
△畜産局牛乳乳製品課価格調査班加工原料乳価格係長 (畜産局 牛乳乳製品課価格調査班加工原料乳価格係長畜産局競馬監督 課付)	北 村 泰 寛 氏
△畜産局食肉鶏卵課課長補佐 (総括及び総務班担当) (大臣官房政策課企画官)	大 本 裕 一 氏
△畜産局食肉鶏卵課総務班総括係長 (大臣官房政策課スマート 農業戦略企画班スマート農業戦略調整係長)	久保田 仁 詩 氏
△畜産局食肉鶏卵課 (畜産局総務課)	細 川 菜 々 氏
△畜産局食肉鶏卵課価格調査班価格調査第1係長 (畜産局食肉鶏卵課価格調査班価格第1係長)	坂 美 幸 氏
△畜産局食肉鶏卵課価格調査班価格調査第2係長 (畜産局食肉鶏卵課価格調査班価格第2係長)	池 嶋 理 奈 氏
△畜産局食肉鶏卵課畜産副産物班畜産副産物第1係長 (関東農政局生産部畜産課畜産振興係長)	佐久間 弘 典 氏
△畜産局食肉鶏卵課素畜価格流通班素畜価格安定係長 (大分県農林水産部畜産振興課畜産企画班技師)	秋 山 大 樹 氏
△畜産局食肉鶏卵課素畜価格流通班素畜流通係長 (鹿児島県農業開発総合センター畜産試験場主任研究員)	東 原 大 氏
△畜産局食肉鶏卵課 (畜産局競馬監督課)	前 村 優貴子 氏
△畜産局食肉鶏卵課 (宮崎県)	甲 斐 大 雅 氏
△畜産局食肉鶏卵課 (新規採用)	岩 井 隆太朗 氏
△畜産局食肉鶏卵課 (新規採用)	伊 藤 菜都美 氏
△畜産局競馬監督課競馬活性化企画官 (畜産局企画課課長補佐 (経営支援班担当))	加 藤 稔 氏
△畜産局競馬監督課行政専門員 (畜産局競馬監督課公正・連携班連携係長)	小 野 庄 一 氏
△畜産局競馬監督課 (畜産局食肉鶏卵課)	山 田 響 子 氏
△大臣官房新事業・食品産業部新事業・食品産業政策課課長 補佐 (総括班担当) 大臣官房秘書課付大臣官房政策課付 (畜産局食肉鶏卵課課長補佐 (総括及び総務班担当))	大 西 勇 佑 氏
△消費・安全局植物防疫課生産安全専門職 (畜産局総務課総括班総括係長畜産局食肉鶏卵課付)	山 下 修 平 氏
△消費・安全局動物衛生課 (畜産局食肉鶏卵課)	門 田 千 咲 氏
△消費・安全局動物衛生課 (畜産局総務課)	松 山 悠 飛 氏
△農林水産技術会議事務局研究専門官 (畜産局総務課課長補佐 (調整班担当))	請 川 真 也 氏

△北陸農政局信濃川水系土地改良調査管理事務所庶務課
(畜産局食肉鶏卵課)

堀 江 勝 太 氏

◆独立行政法人家畜改良センター(令和7年4月1日付)

△改良部長(企画調整部技術統括役)

藤 岡 康 恵 氏

△十勝牧場長(鳥取牧場長)

河 村 正 氏

△岡崎牧場長(個体識別部長)

河内野 慎 也 氏

△鳥取牧場長(改良部種畜課長)

藤 原 信 一 氏

△熊本牧場長(東海農政局生産部畜産課長)

山 内 洋 志 氏

△宮崎牧場長(改良部長)

今 崎 裕 一 氏

△新冠牧場次長(十勝牧場業務第一課長)

滑 川 拓 朗 氏

△岩手牧場次長(岩手牧場業務課長)

大 井 真紀子 氏

△茨城牧場業務課長(宮崎牧場衛生課長)

高 瀬 久 男 氏

△茨城牧場長野支場総務専門役(動物検疫所関西空港支所庶務
課長兼動物検疫所総務部会計課付)

檜 原 正 勝 氏

△岡崎牧場総務課長(熊本牧場総務課長)

鈴 木 順 平 氏

△熊本牧場総務課長(コンプライアンス推進室監査専門役)

宿 里 正 明 氏

△宮崎牧場業務第一課長(宮崎牧場業務第二課長)

眞 壁 七 恵 氏

◆独立行政法人農畜産業振興機構(令和7年4月1日付)

△総務部総務広報課長(総務部総務課長)

井 上 裕 之 氏

△畜産経営対策部経営対策課長(畜産経営対策部肉用子牛課長)

宅 間 淳 氏

△畜産経営対策部肉用子牛課長(畜産振興部畜産生産課長)

布 村 顕 幸 氏

△畜産経営対策部養豚経営課長(総務部上席調査役野菜業務部
併任)

伊 東 大 祐 氏

△畜産振興部畜産生産課長(畜産経営対策部養豚経営課長)

坂 西 裕 介 氏

◆農林水産省(令和7年4月21日付)

△大臣官房付兼内閣官房内閣参事官・内閣官房副長官補付・
内閣官房米国の関税措置に関する総合対策本部事務局参事官
(畜産局総務課畜産総合推進室長)

新 井 健 一 氏

2 その他の情報(令和7年2月～4月)

- ・ 日本食鳥協会が事務所を移転しました。移転先の住所等は、〒101-0032 東京都千代田区岩本町2-1-18 フォロ・エム9F 電話番号03-5833-1029、FAX番号03-5833-1033。業務開始は2月25日から。
- ・ 令和7年3月2日に、猪口由美氏(一般社団法人食肉科学技術研究所専務理事)がご逝去されました。享年64才。謹んで御冥福をお祈り申し上げます。
- ・ 令和7年3月26日に、田名部匡省氏(元農林水産大臣)がご逝去されました。享年90才。謹んで御冥福をお祈り申し上げます。

3 日 食 協 の 動 き（令和7年2月～4月）

◆2月 3日：食肉団体幹部会を開催

- ・ 当協議会会議室において食肉団体幹部会を開催した。農水省から上田室長、香川課長補佐にご出席いただき、上田室長から①食肉の輸出入の動向と国内在庫、枝肉等卸売価格の推移、②新たな酪肉近の構成案、③食品等の流通の合理化及び取引の適正化に関する法律及び卸売市場法の一部を改正する法律案の概要について、日本食肉消費総合センターの杉崎常務から①食肉に関する意識調査（令和7年2月報告）について、全国農業協同組合連合会の佐藤次長から①第8回和牛甲子園について、それぞれ情報提供があり、意見交換を行った。

◆2月4～5日：外部監査の実施

- ・ 田中正雄公認会計士事務所の田中正雄公認会計士、檜原麻里子公認会計士、前田昭生税理士の3名により、経理面、業務面についての外部監査を受けた。

◆2月 6日：正副会長会議を開催

- ・ 当協議会会議室において正副会長会議を開催した。農水省から伊藤課長、香川課長補佐にご出席いただき、伊藤課長から①食肉の輸出入の動向と国内在庫、枝肉等卸売価格の推移、②新たな酪肉近の構成案、③食品等の流通の合理化及び取引の適正化に関する法律及び卸売市場法の改正概要について、中央畜産会の姫田副会長から①日本畜産物輸出促進協会活動報告（ベトナム・ホーチミン市で日本産和牛セミナーを開催）について、日本食肉生産技術開発センターの宮坂理事長から①「第49回食肉産業展2025」開催概要について、日本食肉流通センターの川合理事長から①牛・豚コマーシャル規格（小割整形部分肉）、②食肉業界の販売動向（2025年2月報告）について、それぞれ情報提供があり、意見交換を行った。

◆2月 6日：食肉産業展実行委員会に出席

- ・ 菊地専務が、食肉産業展開催実行委員会事務局がKKRホテル東京で開催した「食肉産業展実行委員会」に出席した。

◆2月 7日：令和7年度食肉情報等普及・啓発事業の申込を締切

- ・ 令和7年度食肉情報等普及・啓発事業の事業実施希望申請書の提出を締め切った。

◆2月 7日：東京食肉市場豚枝肉共励会褒章授与式に出席

- ・ 本川会長が、東京食肉市場協会が主催した「令和6年度第9回東京食肉市場豚枝肉共励会褒章授与式」に出席した。

◆2月13日：食肉市場卸売協会の幹部職員業務研修会に参加

- ・ 菊地専務が、日本食肉市場卸売協会が東京ガーデンパレスで開催した「第44回幹部職員業務研修会」に参加した。

◆2月14日：食肉四季報冬号（No.169）を発行

- ・ 農林水産省畜産局食肉鶏卵課の上田泰史室長、全国農業協同組合連合会の佐藤大二期次長、全国食肉事業協同組合連合会の原田勉事務局長にそれぞれ原稿をご執筆いただき、食肉四季報冬号（No.169）を発行し、配布した。

◆2月21日：助成事業の選考等に係る第三者委員会を開催

- ・ 当協議会会議室で、委員4名、オブザーバー1名を参集して、「助成事業の選考等に係る第三者委員会」を開催した。

◆2月22日：「かるも発お肉フェスタ2025」を現地視察

- ・ 菊地専務が、日本食肉市場卸売協会、かるも発お肉フェスタ実行委員会（神戸中央畜産荷受株式会社、神戸市、神戸市食肉衛生検査所）が共催した「かるも発お肉フェスタ2025（神戸市西部市場食肉まつり）」を現地視察した。（詳細は別紙参照）

◆2月25日：映画「World Without Cows ～牛なき世界」特別上映会に参加

- ・ 菊地専務が、オルテック・ジャパン合同会社主催、全国肉用牛振興基金協会協力でTKPガーデンシティPREMIUM京橋で開催された「World Without Cows ～牛なき世界」特別上映会に参加した。

◆3月12日：令和6年度第5回理事会を開催

- ・ 当協議会会議室で、令和6年度第5回理事会を開催し、報告事項2件について報告し、決議事項2件について承認をいただいた。

○報告事項

- ①会長及び業務執行理事の職務の執行状況について
- ②令和6年度事業報告（見込み）及び令和6年度損益計算書（正味財産増減計算書）（見込み）等について

○決議事項

- ①令和7年度事業計画書、収支予算書並びに資金調達及び整備投資の見込みを記載した書類の承認に関する件
- ②個人情報取扱規程の策定に関する件

◆3月12日：食肉卸売市場情報機能強化検討委員会に出席

- ・ 菊地専務が、日本食肉市場卸売協会が開催した「令和6年度第2回食肉卸売市場情報機能強化検討委員会」に出席した。

◆3月14日：「食肉産業展2025」等を視察

- ・ 菊地専務、山本理事（3月11日）、堀係長が、東京ビッグサイト東7ホールで開催された「第49回食肉産業展2025」、「FOODEX JAPAN 2025」（3月11～14日）を視察した。（詳細は別紙参照）

◆3月18日：牛遺伝的不良形質対策事業に係る委員会に出席

- ・ 菊地専務が、家畜改良事業団が開催した「令和6年度遺伝的不良形質対策事業に係る第2回事業推進委員会」に出席した。

◆4月 1日：外部監査を実施

- ・ 田中正雄公認会計士事務所の田中正雄公認会計士により、金庫検査を受けた。

◆4月 7日：食肉団体幹部会を開催

- ・ 当協議会会議室において食肉団体幹部会を開催した。農水省から上田室長、香川課長補佐にご出席いただき、上田室長から①枝肉等卸売価格の推移、食肉の輸出入の動向等、②新たな酪農及び肉用牛生産の近代化を図るための基本方針案（肉用牛）③食料・農業・農村基本計画（案）、④トランプ大統領による相互関税発表の結果概要について、日本畜産物輸出促進協会の川島専務から①活動報告（Winter Fancy Food Show 2025（米国・ラスベガス）、GolFood 2025（UAE・ドバイ）に日本産和牛肉を出展）について、日本食肉生産技術開発センターの木下専務から①第49回食肉産業展2025の出展概要について、日本食肉輸出入協会の鎌川専務から①2025年度輸入見込み数量（牛肉・豚肉）について、②日本食肉輸出入協会の役割と業務について、全国農業協同組合連合会の佐藤次長から①「食肉」とくに日本における「和牛肉」のインバウンド消費動向調査の結果概要について、日本食肉流通センターの小林専務から①食肉業界の販売動向（2025年2月報告）、②最近の食肉をめぐる状況（2025年3月報告）、③食肉番付表（2024年）、④コマーシャル規格書について、それぞれ情報提供があり、意見交換を行った。

◆4月8～9日：外部監査の実施

- ・ 田中正雄公認会計士事務所の田中正雄公認会計士、檜原麻里子公認会計士、前田昭生税理士の3名により、経理面、業務面についての外部監査を受けた。

◆4月10日：正副会長会議を開催

- ・ 当協議会会議室において正副会長会議を開催した。農水省から伊藤課長、香川課長補佐にご出席いただき、伊藤課長から①枝肉等卸売価格の推移、食肉の輸出入の動向等、②新たな酪農及び肉用牛生産の近代化を図るための基本方針案（肉用牛）③食料・農業・農村基本計画（案）、④トランプ大統領による相互関税発表の結果概要について、中央畜産会の姫田副会長から①活動報告（GolFood 2025（UAE・ドバイ）に日本産和牛肉を出展）について、日本食肉生産技術開発センターの宮坂理事長から①第49回食肉産業展2025の出展概要について、日本食肉流通センターの川合理事長から①最近の食肉をめぐる状況（2025年3月報告）、②食肉番付表（2024年）、③新しいセンター紹介動画、④コマーシャル規格書について、それぞれ情報提供があり、意見交換を行った。

◆4月22日：監事監査を実施

- ・ 令和6年度における業務執行状況、決算等について、堀川善弘監事の監査を受けた。

◆4月29日：本川会長、小川副会長が叙勲

- ・ 本川一善会長が、農林水産行政事務功勞により、瑞宝重光章を受章した。また、小川副会長（日本食肉市場卸売協会会長）が、畜産物流通業振興功勞により、旭日小綬章を受章した。

あ と が き

食肉四季報春号（No. 170）をお届けいたします。発行に当たり、原稿の執筆等にご協力いただいた皆様には、ご多忙中にもかかわらず快くお引き受けいただき有難うございました。

トランプ米国大統領は4月9日、発動した相互関税について、貿易相手国毎に設定した上乗せ分を中国を除いて90日間停止すると表明しました。同日未明に発効したばかりでしたが、約半日で軌道修正する結果になりました。ほぼ全ての貿易相手国からの輸入品に課した一律10%の基本税率部分やすでに発動している鉄鋼・アルミニウムや自動車への追加関税に変更はなく、継続するとのことでした。

報道によれば、4月2日の相互関税発表後、米株式相場が急落し、世界同時株安となったことにより、金融市場に配慮して軌道修正したのではないかとのことです。

米政権によると、相互関税政策を打ち出して以降、75カ国以上が協議要請で接触したとのことですが、自動車関税や相互関税を振りかざし、それに多数の国々があたふたとしている状況です。駆け引きかもしれませんが、私たち一般人から見ても口八丁手八丁の印象を受けます。いずれにしても世界各国が米国の1人の高齢大統領に踊らされている状況です。相互関税の積算根拠らしきものをみても、本当に真剣に関係者と広く協議し、悩み苦しんで算出した数字とも思えず、とにかく高いハードルを掲げて、順次調整していけばよいとの考えに思えます。

これまで長年かけて、関係国間で調整・協議し、築き上げてきた自由貿易体制が木っ端みじんに吹き飛ばされていくようで肌寒ささえ感じます。このような米国の1人の高齢大統領の暴挙が、貿易を含め安全保障や国際協力等の様々な分野で続き、世界が良くない方向に向かうような気がします。トランプ大統領の支持者自体が、今後大きな不利益を被ることとなり、「昔は良かった」ということにならないことを大いに祈念する今日この頃です。

日本の交渉団も唐突に何を言われても、あたふたとすることなく、多少の馬耳東風の気構えが必要だと思われます。あまり真面目に対応し過ぎると墓穴を掘るようなことになりかねません。信頼のおけない者に、あまり真面目に付き合う必要はありません。まずは、世界の動向を注視して、それからおもむろに王道の判断をしていただくように願いたいものです。

しかしながら、4月16日にワシントンに初協議に出向いた某大臣が、突如、交渉の場に参加したトランプ大統領に、「格下も格下と直接話をしてくれたことに感謝している」との発言。日本の首相の特使、政府代表として交渉に臨んでいるにもかかわらず、初めから吞まれている状況がありありで、今後の交渉の道筋が少し心配になってしまいました。

「食料・農業・農村基本計画」「酪農及び肉用牛生産の近代化を図るための基本方針」「養豚農業の振興に関する基本方針」「家畜改良増殖目標」等、我が国の今後の農業・畜産の方向を定めたばかりでもあり、そうした基本的考えに則り、王道の方向を進んでいただきたいものです。

公益社団法人 日本食肉協議会

〒101-0054

東京都千代田区神田錦町1-16-1

いちご神田錦町ビル3階

TEL (03) 3293-9201 FAX (03) 3295-2903

食肉四季報春号（No. 170） 令和7年5月