

部分肉規格に関する報告書

（ 部分肉規格実態調査
コマーシャル規格の評価・検証 ）

2023年4月

公益財団法人 日本食肉流通センター

【 目 次 】

	ページ
まえがき	1
I 部分肉規格実態調査	2
II 現地ヒアリング及びコマーシャル規格の評価・検証	20
III まとめ	31
 (参考資料)	
部分肉規格実態調査票	33
部分肉規格実態調査結果の集計表	38

まえがき

現在、都市部では顕著な人手不足への対応や加工処理残渣の負担回避等から、量販店等需要者は国産食肉の仕入れ形態について、すぐに使えるものへ、簡単に加工できるものへ、またはゴミの出ないものへと変化してきている。

この流れは、食肉加工処理の外部化に拍車をかけるようになり、外部化される作業の多くが部分肉製造側にも求められるようになってきている。しかし、部分肉製造を担う産地食肉センターや食肉加工メーカー、食肉卸業者においても人手不足等の問題は深刻化してきている。

日本食肉流通センターにおいては、食肉の小分割による部分肉規格を共通化すれば、部分肉を製造する側において効率化や品質向上を図ることができると同時に、量販店等需要者側の利便性も高めることができると考え、牛・豚部分肉コマーシャル規格(現行の規格)を2002年3月に公表し、普及を図ってきた。

コマーシャル規格については、公表10年の節目(2012年度)で関連の調査・検証をしたが、現在は20年目の節目を経過したところである。このことから、部分肉製造を取り巻く環境がどのようなになっているか実態を把握した上で、コマーシャル規格が現在の商業流通からみて実態から乖離しているような状況にないか、また、今後、どのような役割を果たすことができるのかを有識者から評価をいただき、当該規格の内容と役割について検証することとした。

I 部分肉規格実態調査

コマーシャル規格を検証するに当たり、部分肉規格を取り巻く状況がどのようになっているかを部分肉製造側の視点から把握するため、枝肉から部分肉を加工・製造する工場（部分肉製造事業所）に対して調査を行い、その結果について取りまとめた。

1 調査の方法等

(1) 調査の時期、対象、項目

(調査時期) 2022年9月下旬に調査票を郵送し、同年11月1日を回答期限とした。

(対象・方法) 調査対象は、枝肉から部分肉を加工・製造する部分肉製造事業所とした。

調査方法は、当センターで把握している部分肉製造事業所と思われる者に調査票を郵送し、回答を求めた。また、調査に際し、食肉大手本社及び食肉団体に協力を求めた。

(調査項目) 調査項目は、部分肉製造事業所の概況、部分肉製造量(2021年度または2021年)、部分肉規格についての規格の変化、規格数、分割数、自社規格の保有、コマーシャル規格の認知、規格別の製造割合、部分肉歩留率、課題等とした。郵送した部分肉実態調査票は、巻末の「参考資料」に掲載した。

(2) 回答の状況

調査票は、409事業所に郵送したが、配達不能として返送されたものもあり、これを除いた365事業所へ郵送することができた。これらの事業所のうち、121事業所から回答を得た。

得られた回答のうち有効な回答数は109であり、郵送できた事業所数(365)に対する有効回答率は29.9%となった(表1)。

表1 回答の状況

(単位：事業所)

調査票郵送先 (郵送到達数)	有効回答数	有効回答率
365	109	29.9%

なお、回答の一部が無効とした理由は、当該事業所が枝肉から部分肉の加工・製造をしていないことが確認されたことによる。

2 調査対象事業所の概況

(1) 事業所の分類構成

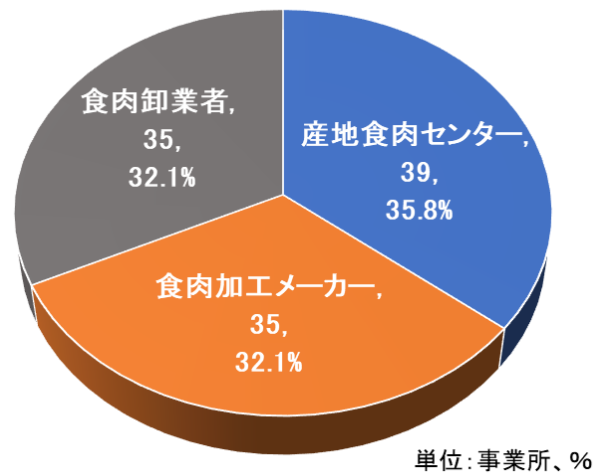
有効回答のあった部分肉製造事業所(以下「部分肉製造事業所」または「事業所」という。)について、産地食肉センター、食肉加工メーカー及び食肉卸業者の3つの分類に分けて情報を整理した。

部分肉製造事業所(109 事業所)の分類構成は、産地食肉センターが 39 事業所(全体の 35.8%)、食肉加工メーカーと食肉卸業者が同じ 35 事業所(32.1%)となった(図 1)。

牛・豚事業所別にみると、全体の分類構成と比べて、牛事業所(81)では食肉卸業者の占める割合が 35.8%と他の分類よりやや高く、豚事業所(80)では産地食肉センターの割合が 43.8%と他の分類より高かった。

【参考資料の集計表1参照】

図1 回答事業所の分類構成 (全体)



(2) 部分肉製造の形態

部分肉製造事業所が、自社製品として製造しているのか、製品製造の受託で行っているのかの製造の形態について把握するため、回答を求め、回答した事業所数を集計した。

事業所全体(109 事業所)では、「自社製品の製造」と回答した事業所が 42.2%と最も多く、次いで「自社製品・受託併用」が 34.9%、「受託製造」が 22.9%となった(表2)。

表2 部分肉製造の形態（全体）

（単位：事業所）

製造形態	合計		産地食肉センター		食肉加工メーカー		食肉卸業者	
	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合
合計	109	100.0%	39	100.0%	35	100.0%	35	100.0%
自社製品の製造	46	42.2%	9	23.1%	24	68.6%	13	37.1%
受託製造	25	22.9%	14	35.9%	4	11.4%	7	20.0%
自社製品・受託併用	38	34.9%	16	41.0%	7	20.0%	15	42.9%

事業所分類別にみると、産地食肉センターと食肉卸業者では「自社製品・受託併用」がそれぞれ41.0%、42.9%で最も多く、食肉加工メーカーでは「自社製品の製造」が68.6%とかなり多かった。

牛・豚事業所別にみると、牛事業所では「自社製品・受託併用」が39.5%で最も多いのに対して、豚事業所では「自社製品の製造」が45.0%で最も多かった。【参考資料の集計表2参照】

(3) 部分肉製造量

部分肉製造事業所の2021年度または2021年の1事業所当たり部分肉製造量は、牛部分肉1,972t(80事業所)、豚部分肉6,617t(80事業所)となった。

牛事業所の製造量の分布を5つの階層で見ると、「2,000～5,000t」が32.5%と最も多くの事業所が分布したが、これよりも小さな3つの階層にもそれぞれ2割程度分布していた。最も大きな階層の「5,000t超」は5.0%となった(表3)。

表3 牛部分肉製造量と事業所分布（牛部分肉製造事業所）

（単位：t、事業所）

製造割合・分布	合計		産地食肉センター		食肉加工メーカー		食肉卸業者	
年間製造量 (t)	157,756		53,760		61,683		42,313	
(1事業所当たり)	1,972		1,991		2,570		1,459	
事業所の分布	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合
合計	80	100.0%	27	100.0%	24	100.0%	29	100.0%
500 t 以下	14	17.5%	3	11.1%	4	16.7%	7	24.1%
500～1,000 t	17	21.3%	8	29.6%	1	4.2%	8	27.6%
1,000～2,000 t	19	23.8%	7	25.9%	7	29.2%	5	17.2%
2,000～5,000 t	26	32.5%	8	29.6%	9	37.5%	9	31.0%
5,000 t 超	4	5.0%	1	3.7%	3	12.5%	0	0.0%

注. 分布の階層表記「○～○t」は、「○t超かつ○t以下」を意味する。

豚事業所は、「2,000～5,000t」が30.0%と最も多く、次いで「5,000～10,000t」が27.5%となり、両者で6割弱を占めた。続いて、最も大きな階層「10,000t超」が17.5%、最も小さな階層「500t以下」が15.0%、「500～2,000t」が10.0%となった(表4)。

表4 豚部分肉製造量と事業所分布 (豚部分肉製造事業所)

(単位：t、事業所)

製造割合・分布	合計		産地食肉センター		食肉加工メーカー		食肉卸業者	
年間製造量 (t)	529,389		227,785		232,917		68,688	
(1事業所当たり)	6,617		6,508		8,958		3,615	
事業所の分布	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合
合計	80	100.0%	35	100.0%	26	100.0%	19	100.0%
500 t 以下	12	15.0%	2	5.7%	3	11.5%	7	36.8%
500～2,000 t	8	10.0%	4	11.4%	1	3.8%	3	15.8%
2,000～5,000 t	24	30.0%	12	34.3%	7	26.9%	5	26.3%
5,000～10,000 t	22	27.5%	12	34.3%	7	26.9%	3	15.8%
10,000 t 超	14	17.5%	5	14.3%	8	30.8%	1	5.3%

注. 分布の階層表記「○～○t」は、「○t超かつ○t以下」を意味する。

(4) 主な販売先

部分肉製造事業所の部分肉の主な販売先を把握するため、5つの販売先を選択肢として用意し、上位1、2位について回答を求め、販売先ごとに回答数を集計した。主な販売先は、販売先回答数を全回答数で除した割合で判定した。

事業所全体の主な販売先としては、量販店が33.0%と最も多く、次いで食肉卸業者28.6%、食肉専門小売店15.1%、外食産業9.2%、生協4.3%となった(表5)。

表5 主な販売先 (全体)

(単位：件)

主な販売先	合計		産地食肉センター		食肉加工メーカー		食肉卸業者	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
合計	185	100.0%	65	100.0%	55	100.0%	65	100.0%
量販店	61	33.0%	23	35.4%	16	29.1%	22	33.8%
食肉専門小売店	28	15.1%	11	16.9%	7	12.7%	10	15.4%
外食産業	17	9.2%	3	4.6%	6	10.9%	8	12.3%
生協	8	4.3%	5	7.7%	2	3.6%	1	1.5%
食肉卸業者	53	28.6%	20	30.8%	13	23.6%	20	30.8%
その他	18	9.7%	3	4.6%	11	20.0%	4	6.2%

注1. 回答数とは、販売先上位1、2位として回答した件数の合計である。

2. 回答事業所数は、合計103、産地食肉センター34、食肉加工メーカー34、食肉卸業者35。

その他 9.7%の回答内容は、「委託加工であるため販売がない」、「親会社への販売」、「自社店舗販売」などであった。

(5) 主な販売地域

部分肉製造事業所の部分肉の主な販売地域を把握するため、6つの販売地域を選択肢として用意し、上位1位について回答を求め、販売地域ごとに回答事業所数を集計した。

事業所全体の主な販売地域は、首都圏が 39.2%と最も多く、次いで近畿圏 18.6%、地域の中核都市 9.8%、中京圏 7.8%となった(表6)。

表6 主な販売地域 (全体)

(単位：事業所)

主な販売地域	合計		産地食肉センター		食肉加工メーカー		食肉卸業者	
	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合
合計	102	100.0%	34	100.0%	34	100.0%	34	100.0%
首都圏	40	39.2%	18	52.9%	11	32.4%	11	32.4%
中京圏	8	7.8%	2	5.9%	0	0.0%	6	17.6%
近畿圏	19	18.6%	5	14.7%	9	26.5%	5	14.7%
他の大都市圏	2	2.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	5.9%
地域の中核都市	10	9.8%	3	8.8%	4	11.8%	3	8.8%
その他	23	22.5%	6	17.6%	10	29.4%	7	20.6%

その他 22.5%の回答内容は、九州圏内、特定の県内、全国、全国のグループ会社などであった。

3 部分肉規格実態調査の結果

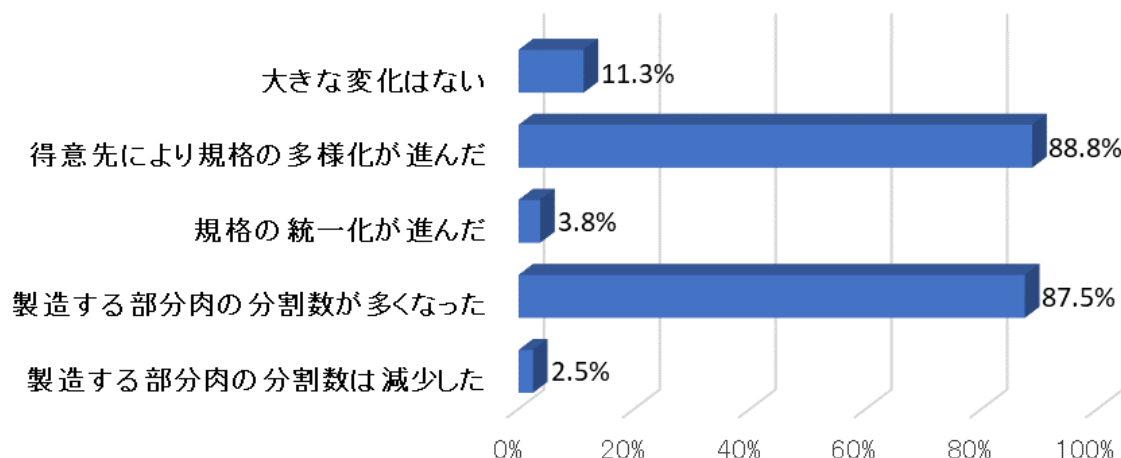
(1) 部分肉規格の変化

部分肉規格(カットの方法)の10年前と比べた変化について、多様化・統一化と分割数の動きの観点から5つの選択肢を用意して主な変化として2つの回答を求め、回答件数を集計した。主な変化は、回答件数の回答事業所数に対する割合により判定した。

牛部分肉の規格(80事業所から155件の回答)では、「得意先により規格の多様化が進んだ」とした事業所の割合が88.8%、次いで「製造する部分肉の分割数が多くなった」が87.5%と

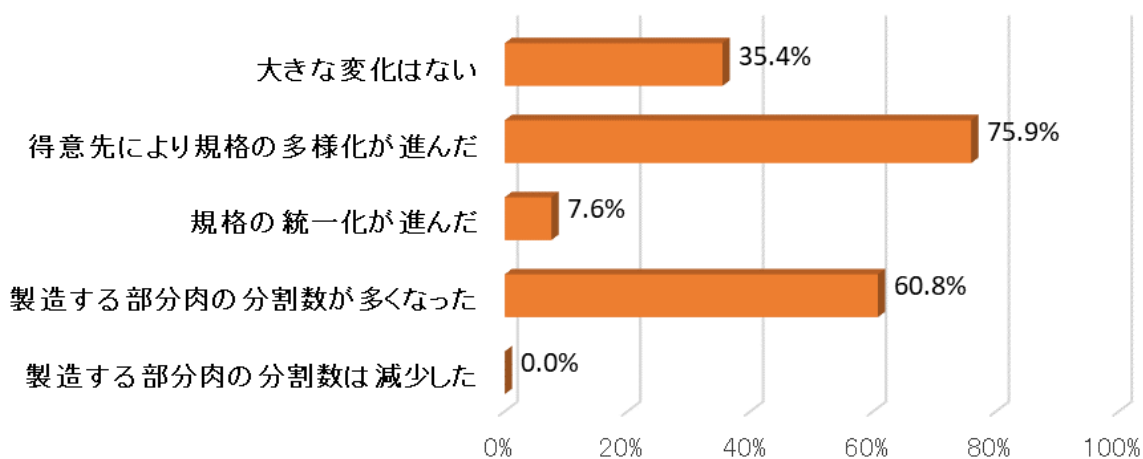
両者とも9割に迫る事業所からの回答となり、大部分の事業所で規格の多様化・小分割化が進できたことが示された(図2)。

図2 牛部分肉規格の10年前と比べた変化(牛部分肉製造事業所)



注 事業所が5つの選択肢から主な変化として2つ回答した件数から以下の式により割合(%)を求めた(80事業所から155件の回答)。
割合 = 回答件数 ÷ 回答事業所数 × 100。

図3 豚部分肉規格の10年前と比べた変化(豚部分肉製造事業所)



注 事業所が5つの選択肢から主な変化として2つ回答した件数から以下の式により割合(%)を求めた(79事業所から142件の回答)。
割合 = 回答件数 ÷ 回答事業所数 × 100。

豚部分肉の規格(79事業所から142件の回答)でも、「規格の多様化」が75.9%、「分割数が多くなった」が60.8%と多かった(図3)。しかし、牛と比べると、回答した事業所の割合は少

なく、かつ、豚では「大きな変化はない」が 35.4% (牛:11.3%)と多かったことから、豚部分肉規格は、牛と比べて多様化・小分割化の進行は緩慢であったことがうかがえる。

事業所分類別で、食肉卸業者において豚部分肉規格は「大きな変化はない」とした事業所が 68.4%と他よりもかなり多いことが特徴的であった。【参考資料の集計表8参照】

また、事業所全体、牛・豚部分肉別、事業所分類別のいずれでも「統一化が進んだ」、「分割数は減少した」とした事業所は少なかった(0.0～15.8%)。

(2) 部分肉の規格数

部分肉製造事業所で取り扱う部分肉規格(カットの方法)が何種類あるかについて、5つの階層を選択肢に用意して回答を求め、牛・豚事業所別に牛・豚部分肉規格の各階層について回答事業所数を集計した。

牛部分肉規格(牛事業所 80)では、「51種類以上」が 36.3%、「21～50種類」が 35.0%と多く、両者を合わせた 21種類以上の規格を取り扱う事業所割合は7割強を占めた。次いで「11～20種類」が 16.3%、「6～10種類」が 10.0%、「5種類以下」が 2.5%となった(表7)。

表7 牛部分肉製造において取り扱っている規格数 (牛部分肉製造事業所)

(単位：事業所)

規格数	合計		産地食肉センター		食肉加工メーカー		食肉卸業者	
	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合
合計	80	100.0%	28	100.0%	24	100.0%	28	100.0%
5種類以下	2	2.5%	1	3.6%	0	0.0%	1	3.6%
6～10種類	8	10.0%	1	3.6%	2	8.3%	5	17.9%
11～20種類	13	16.3%	5	17.9%	5	20.8%	3	10.7%
21～50種類	28	35.0%	12	42.9%	4	16.7%	12	42.9%
51種類以上	29	36.3%	9	32.1%	13	54.2%	7	25.0%

分類別に牛部分肉規格数の最頻階層をみると、産地食肉センターと食肉卸業者では「21～50種類」であり、両者とも 42.9%であった。一方、食肉加工メーカーでは「51種類以上」が 54.2%と 5割強を占め、他の分類より多くの規格数を取り扱っている状況がうかがえる。

豚部分肉規格(豚事業所 77)では、「11～20種類」が 32.5%と最も多く、次いで「6～10種類」が 28.6%であり、両者を合わせた6～20種類の規格を取り扱う事業所割合は6割強となった。

次いで、「51種類以上」が15.6%、「5種類以下」が14.3%、「21～50種類」が9.1%となった（表8）。

表8 豚部分肉製造において取り扱っている規格数（豚部分肉製造事業所）

（単位：事業所）

規格数	合計		産地食肉センター		食肉加工メーカー		食肉卸業者	
	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合
合計	77	100.0%	34	100.0%	26	100.0%	17	100.0%
5種類以下	11	14.3%	3	8.8%	3	11.5%	5	29.4%
6～10種類	22	28.6%	10	29.4%	7	26.9%	5	29.4%
11～20種類	25	32.5%	16	47.1%	4	15.4%	5	29.4%
21～50種類	7	9.1%	2	5.9%	3	11.5%	2	11.8%
51種類以上	12	15.6%	3	8.8%	9	34.6%	0	0.0%

分類別に豚部分肉規格数の最頻階層をみると、産地食肉センターは「11～20種類」が47.1%と半数に近い事業所割合を占め、食肉加工メーカーは「51種類以上」が34.6%となった。一方、食肉卸業者では、豚部分肉規格数の「5種類以下」、「6～10種類」、「11～20種類」の事業所割合がすべて同じく29.4%となり、これらの3つの階層を合わせた20種類以下で9割弱を占め、他の分類より規格数の少ない階層に多く事業所が分布していた。

このことから食肉加工メーカーが、牛と同様に他の分類より多くの規格を取り扱っている状況がうかがえる。

また、牛部分肉と豚部分肉を比較（事業所全体）すると、牛は最頻階層が「51種類以上」であり、豚の最頻階層「11～20種類」よりも2階層高い。最も規格数が多い「51種類以上」の割合も牛は36.3%（豚15.6%）と高く、豚よりもかなり多くの規格数が取り扱われている状況となった。

(3) 代表的な規格の部分肉分割数

事業所で扱う代表的な部分肉規格がどの程度の分割数（枝肉半丸から製造される部分肉個数）となっているかについて、5つの階層を選択肢に用意して回答を求め、牛・豚事業所別に牛・豚部分肉規格ごとの階層について回答事業所数を集計した。

代表的な牛部分肉規格（牛事業所80）では、「16～30分割」が41.3%と最も多く、次に「31～50分割」が25.0%となり、両者を合わせた16～50分割で7割弱の事業所割合を占めた。

これに次いで「51～100 分割」が 17.5%、「15 分割以下」が 13.8%となり、最も分割数が多い「101 分割以上」は 2.5%であった(表9)。

表9 代表的な牛部分肉規格の分割数 (牛部分肉製造事業所)

(単位：事業所)

分割数	合計		産地食肉センター		食肉加工メーカー		食肉卸業者	
	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合
合計	80	100.0%	28	100.0%	24	100.0%	28	100.0%
15分割以下	11	13.8%	1	3.6%	5	20.8%	5	17.9%
16～30分割	33	41.3%	8	28.6%	9	37.5%	16	57.1%
31～50分割	20	25.0%	11	39.3%	4	16.7%	5	17.9%
51～100分割	14	17.5%	7	25.0%	5	20.8%	2	7.1%
101分割以上	2	2.5%	1	3.6%	1	4.2%	0	0.0%

注.分割数とは、事業所それぞれの代表的な規格において枝肉半丸から製造される部分肉個数である。

分類別に牛部分肉規格の分割数の最頻階層をみると、産地食肉センターは「31～50 分割」が 39.3%、食肉加工メーカーと食肉卸業者は同じ「16～30 分割」となり、それぞれ 37.5%、57.1%であった。産地食肉センターの最頻階層は、食肉加工メーカーや食肉卸業者よりも1階層高い、つまり分割数が多い階層に多くの事業所が分布する状況であった。

代表的な豚部分肉規格(豚事業所 78)では、「6～10 分割」が 65.4%と最も多く、次に「11～20 分割」が 24.4%となり、両者を合わせた6～20 分割で約9割の事業所割合を占めた。

これに次いで「5分割以下」が 9.0%、最も分割数が多い「41 分割以上」が 1.3%、「21～40 分割」が 0%となった(表 10)。

分類別に豚部分肉規格の分割数の最頻階層をみると、産地食肉センターは「6～10 分割」に 82.9%が集中し、食肉加工メーカーは「11～20 分割」が 42.3%、食肉卸業者は「6～10 分割」が 70.6%となった。食肉加工メーカーの最頻階層は、産地食肉センターや食肉卸業者よりも分割数が1階層高い、つまり分割数が多い階層に多くの事業所が分布する状況であった。

また、牛部分肉と豚部分肉の代表的な規格の分割数を比較(事業所全体)すると、牛の最頻階層は「16～30 分割」であり、豚の「6～10 分割」よりも2～3倍多い分割数となった。

表 10 代表的な豚部分肉規格の分割数（豚部分肉製造事業所）

（単位：事業所）

分割数	合計		産地食肉センター		食肉加工メーカー		食肉卸業者	
	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合
合計	78	100.0%	35	100.0%	26	100.0%	17	100.0%
5分割以下	7	9.0%	0	0.0%	4	15.4%	3	17.6%
6～10分割	51	65.4%	29	82.9%	10	38.5%	12	70.6%
11～20分割	19	24.4%	6	17.1%	11	42.3%	2	11.8%
21～40分割	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
41分割以上	1	1.3%	0	0.0%	1	3.8%	0	0.0%

注.分割数とは、事業所それぞれの代表的な規格において枝肉半丸から製造される部分肉個数である。

コマーシャル規格は、牛部分肉で 40 部位、豚部分肉で 19 部位の小分割部分肉から構成（一部重複あり。）され、調査で設定した階層では、牛は「31～50 分割」（代表的な規格の事業所割合 25.0%）、豚は「11～20 分割」（24.4%）に該当する。今回の調査から、コマーシャル規格は、牛豚とも代表的な規格の最頻階層より 1 階層高い、つまり小分割化された階層に位置することがわかった。

また、コマーシャル規格を超える階層の事業所割合の合計は、牛が 20.0%、豚が 1.3%となっており、牛部分肉において2割の事業所が、コマーシャル規格より小分割化された規格を代表的な規格として取り扱っていることが明らかになった。

(4) 代表的な規格の部分肉歩留率

代表的な規格の部分肉歩留率（部分肉製品の重量／枝肉重量×100）について回答を求め、得られた回答から牛・豚部分肉別と事業所分類別に事業所平均と事業所の階層分布を取りまとめた。

代表的な規格の部分肉歩留率の平均（事業所全体の単純平均）は、牛部分肉 67.2%（牛事業所 78 事業所）、豚部分肉 72.4%（豚事業所 76 事業所）となった。

この部分肉歩留率は、小分割されていない、いわゆる「ノーマルカット」の歩留率を牛部分肉で 75%程度、豚部分肉で 72%程度として比べると、牛の方が小分割により歩留率が8ポイント弱小さい（磨かれている）、豚はおおむねノーマルカット水準となった。

牛部分肉歩留率では、「65～70%」が 33.3%と最も事業所数が多く、「60～65%」が 23.1%、「70～75%」が 20.5%となった。最も小さな階層「60%以下」が 16.7%、「75%超」が 6.4%となった。60%以下のかなり磨かれた規格を代表的な規格として取り扱っている事業所が2割近くあることがわかった(表 11)。

分類別にみると、産地食肉センターと食肉加工メーカーの最頻階層は「65～70%」となったが、食肉卸業者は全体の最頻階層を挟む前後の階層である「70～75%」(33.3%)と「60～65%」(25.9%)にピークが現れた。

表 11 代表的な牛部分肉規格の部分肉歩留率と事業所分布（牛部分肉製造事業所）

(単位：事業所)

部分肉歩留率・分布	合計		産地食肉センター		食肉加工メーカー		食肉卸業者	
事業所平均	67.2%		66.1%		67.2%		68.1%	
事業所の分布	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合
合計	78	100.0%	27	100.0%	24	100.0%	27	100.0%
60%以下	13	16.7%	5	18.5%	4	16.7%	4	14.8%
60～65%	18	23.1%	6	22.2%	5	20.8%	7	25.9%
65～70%	26	33.3%	11	40.7%	10	41.7%	5	18.5%
70～75%	16	20.5%	4	14.8%	3	12.5%	9	33.3%
75%超	5	6.4%	1	3.7%	2	8.3%	2	7.4%

注1.分布の階層表記「○～○%」は、「○%超かつ○%以下」を意味する。

2.牛事業所における代表的な牛部分肉規格の部分肉歩留率の最大値は80%、最小値は53%であった。

豚部分肉歩留率では、ノーマルカットが該当する「70～75%」が 57.9%と最も事業所が多く、次いで「65～70%」が 25.0%、「75%超」が 14.5%。「60～65%」が 2.6%となった(表 12)。

表 12 代表的な豚部分肉規格の部分肉歩留率と事業所分布（豚部分肉製造事業所）

(単位：事業所)

部分肉歩留率・分布	合計		産地食肉センター		食肉加工メーカー		食肉卸業者	
事業所平均	72.4%		72.4%		72.6%		72.2%	
事業所の分布	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合
合計	76	100.0%	34	100.0%	26	100.0%	16	100.0%
60%以下	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
60～65%	2	2.6%	1	2.9%	1	3.8%	0	0.0%
65～70%	19	25.0%	5	14.7%	7	26.9%	7	43.8%
70～75%	44	57.9%	24	70.6%	14	53.8%	6	37.5%
75%超	11	14.5%	4	11.8%	4	15.4%	3	18.8%

注1.分布の階層表記「○～○%」は、「○%超かつ○%以下」を意味する。

2.豚事業所における代表的な豚部分肉規格の部分肉歩留率の最大値は80%、最小値は62%であった。

分類別にみると、豚の最頻階層「70～75%」においては産地食肉センター、食肉加工メーカー、食肉卸業者の順に事業所割合が小さくなっており(それぞれ 70.6%、53.8%、37.5%)、その分、同じ順で1段階小さい「65～70%」の事業所割合が大きくなる(それぞれ 14.7%、26.9%、43.8%)、つまり磨かれた部分肉を取り扱う事業所が増えるという特徴があった。

(5) 自社規格の保有

部分肉製造事業所では、製造する部分肉について自社の規格を保有し、得意先への推奨規格として、または標準的規格として販売活動を展開するところもみられる。

本調査では、部分肉製造事業所がどの程度自社規格を保有しているかについて把握するため、回答を求め、事業所全体と牛・豚事業所別に回答事業所数を集計した。なお、調査では、自主規格の保有について牛・豚の部分肉規格別に問う質問とはなっていない。

事業所全体(107)においては、自社規格を保有しているとの回答した事業所の割合(以下「保有割合」という。)は 57.9%であった(図4)。

分類別にみると、3分類の事業所とも保有割合が半数以上となっているが、その中でも食肉卸業者が 66.7%と高く、次いで食肉加工メーカーが 57.1%、産地食肉センターが 51.3%の順となった。

牛・豚事業所別にみると、牛事業所(80)の保有割合は 61.2%となり、豚事業所(78)の保有割合 51.3%より高かった(図5)。

図4 自社規格の保有(分類別)

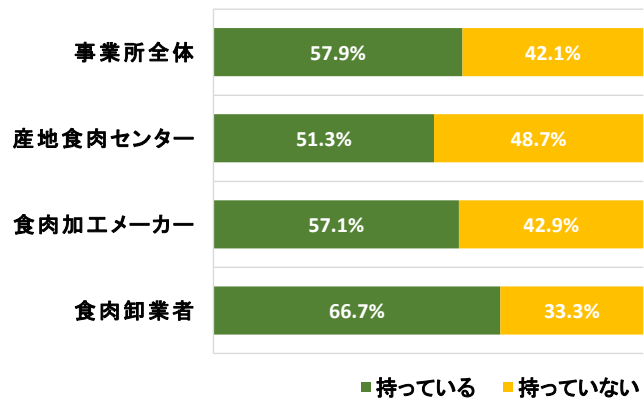
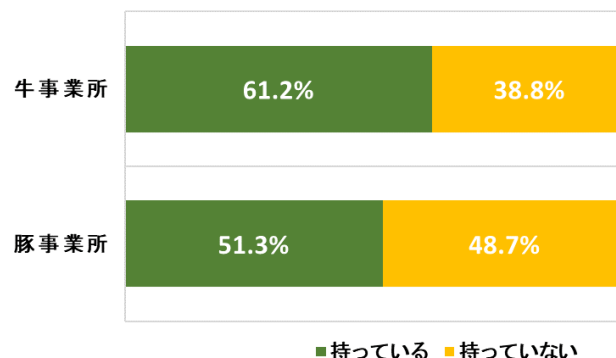


図5 自社規格の保有(牛・豚別)



また、豚事業所のうち産地食肉センターの保有割合は45.7%と半数を下回り、牛・豚事業所及び事業所分類をとおして、いずれよりも低い状況にあった。

【参考資料の集計表 15 参照】

(6) コマーシャル規格の認知

コマーシャル規格は、牛・豚部分肉について小分割規格の統一を目的に日本食肉流通センターが作成した規格であり、食肉 EDI(電子取引)標準メッセージの部位コードの基礎となっている。

本調査においては、部分肉製造事業所がコマーシャル規格を認知しているか(知っているか)について回答を求め、事業所全体と牛・豚事業所別に回答事業所数を集計した。

事業所全体(107)においては、コマーシャル規格を認知しているとの回答は69.2%であった(図6)。

事業所分類別では、食肉加工メーカーが71.4%と認知度が最も高く、次いで食肉卸業者が69.7%、産地食肉センターが66.7%の順となった。

牛・豚事業所別にみると、牛事業所(80)の認知度は68.7%であり、豚事業所(78)の61.5%と比べるとコマーシャル規格の認知度が高い状況にあった(図7)。

また、牛事業所のうち食肉加工メーカーでは、認知度が79.2%と牛・豚事業所及び事業所分類をとおして、いずれよりも高い状況であった。【参考資料の集計表 16 参照】

図6 コマーシャル規格の認知(分類別)

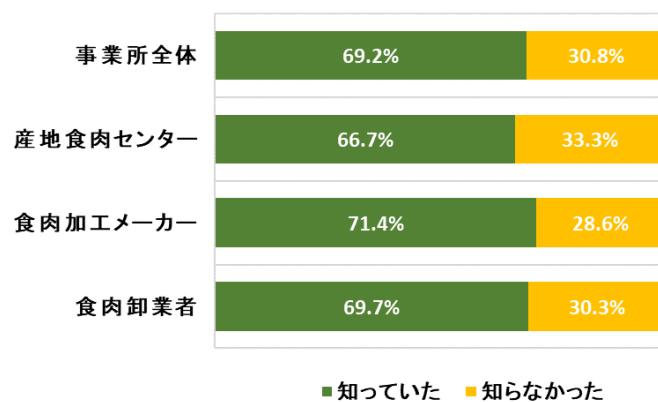
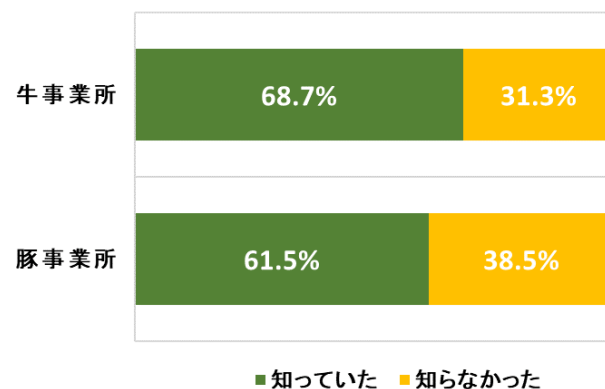


図7 コマーシャル規格の認知(牛・豚別)



(7) 部分肉規格種類別の製造割合

部分肉製造事業所における得意先規格、自社規格等の規格種類別の部分肉製造量割合（以下「製造割合」という。）について牛・豚部分肉別に回答を求めた。回答は、事業所分類別に集計し製造割合の事業所平均及び4階層での事業所の分布を求めた。

牛部分肉（牛事業所 80）における製造割合の事業所平均は、得意先規格が 72.7%と最も多く製造されており、次に自社規格が 18.7%となっており、両者で製造量の9割を超える状況であった。これらに次いで、コマーシャル規格が 7.2%で3位となっている（表 13）。

表 13 牛部分肉規格種類別製造量の割合と事業所分布

（単位：事業所）

製造割合・分布	合計	得意先規格		自社規格		日格協規格		コマーシャル規格		その他	
事業所平均	100.0%	72.7%		18.7%		0.8%		7.2%		0.7%	
事業所の分布	事業所数	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合
合計	80	80	100.0%	80	100.0%	80	100.0%	80	100.0%	80	100.0%
25%以下		8	10.0%	57	71.3%	80	100.0%	70	87.5%	80	100.0%
25～50%		7	8.8%	18	22.5%	0	0.0%	7	8.8%	0	0.0%
50～75%		24	30.0%	1	1.3%	0	0.0%	2	2.5%	0	0.0%
75%超		41	51.3%	4	5.0%	0	0.0%	1	1.3%	0	0.0%

注1.事業所平均は、各事業所における部分肉製造量の割合を単純平均したものである。事業所数の分布を示したものではない。

2. 分布の階層表記「○～○%」は、「○%超かつ○%以下」を意味する。

分類別にみると、3分類の事業所とも事業所全体と同様の傾向となっている中で、産地食肉センター（74.9%）と食肉加工メーカー（74.2%）は得意先規格の製造割合が食肉卸業者（69.1%）より高い、食肉卸業者（19.4%）と食肉加工メーカー（19.1%）は自社規格の割合が産地食肉センター（17.6%）より高いという特徴がみられた。【参考資料の集計表 17 参照】

豚部分肉（豚事業所 78）における製造割合の事業所平均は、得意先規格が 62.2%と最も多く製造され、次に自社規格が 24.0%となっており、両者で9割近くを占める状況であった（表 14）。

豚部分肉は、牛と比べると、傾向は似ているものの、得意先規格の製造割合が低く、日格協規格（日本食肉格付協会部分肉取引規格）がやや高かった（得意先規格 豚 62.2% 牛 72.7%、日格協規格 豚 5.4% 牛 0.8%）。

また、豚部分肉におけるコマーシャル規格の製造割合は、7.5%であり、牛(7.2%)と同様に3位となっている。

表 14 豚部分肉規格種類別製造量の割合と事業所分布

(単位：事業所)

製造割合・分布	合計	得意先規格		自社規格		日格協規格		コマーシャル規格		その他	
事業所平均	100.0%	62.2%		24.0%		5.4%		7.5%		0.9%	
事業所の分布	事業所数	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合
合計	78	78	100.0%	78	100.0%	78	100.0%	78	100.0%	78	100.0%
25%以下		15	19.2%	46	59.0%	72	92.3%	70	89.7%	78	100.0%
25～50%		14	17.9%	17	21.8%	2	2.6%	3	3.8%	0	0.0%
50～75%		20	25.6%	8	10.3%	2	2.6%	1	1.3%	0	0.0%
75%超		29	37.2%	7	9.0%	2	2.6%	4	5.1%	0	0.0%

注1.事業所平均は、各事業所における部分肉製造量の割合を単純平均したものである。事業所数の分布を示したものではない。

2. 分布の階層表記「〇～〇%」は、「〇%超かつ〇%以下」を意味する。

分類別にみると、3分類の事業所とも全体と同様の傾向となっている中で、産地食肉センターは得意先規格の製造割合が他の分類より高い(69.2%)、食肉加工メーカーは自社規格が他の分類より高い(34.6%)、食肉卸業者は日格協規格が他の分類よりかなり高い(18.5%)という特徴があった。【参考資料の集計表 18 参照】

また、コマーシャル規格の製造割合については、食肉加工メーカーの豚部分肉が 11.9%と牛・豚事業所別や事業所分類をとおして最も高かった。

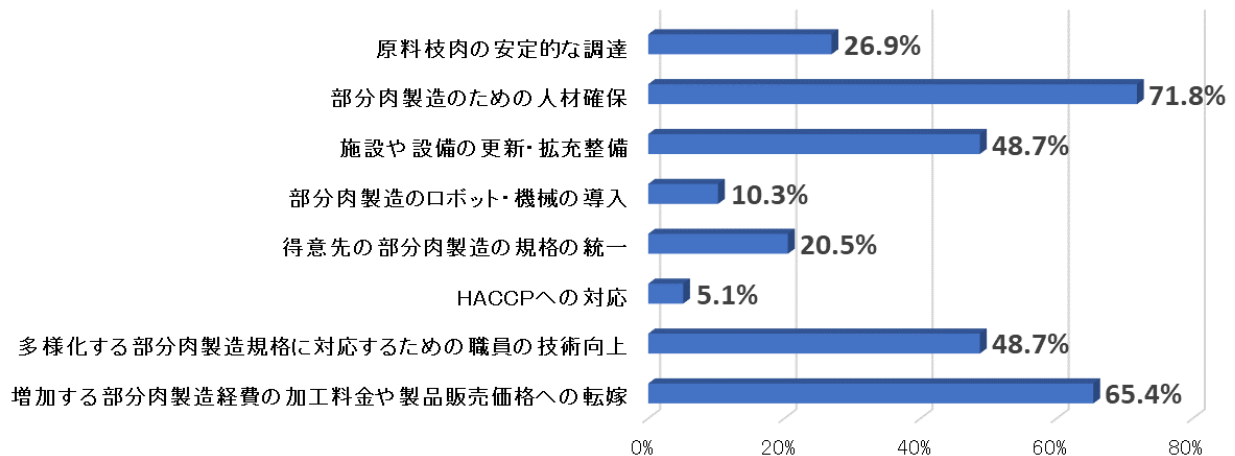
(8) 部分肉製造の課題

部分肉製造事業所が部分肉製造の課題と考えている事項を把握するため、原料調達や人材確保、施設関係、技術、経費の観点から9つの選択肢を用意し、牛・豚部分肉規格別に主な課題として3つの回答を求め、回答件数を集計した。主な課題は、回答件数の回答事業所数に対する割合により判定した。

牛部分肉製造の課題(78 事業所から 232 件の回答)としては、「部分肉製造のための人材確保」が回答事業所の 71.8%と最も多く、次に「増加する部分肉製造経費の加工料金や販売製品価格への転嫁」が 65.4%となり、人手不足と価格転嫁が課題とする事業所が格段に多かった。

次いで「施設や設備の更新・拡充整備」と「多様化する部分肉製造規格に対するための職員の技術向上」が同じ48.7%、「原料枝肉の安定的な調達」が26.9%、「得意先の部分肉製造の規格の統一」が20.5%、「部分肉製造のロボット・機械の導入」が10.3%、「HACCPへの対応」が5.1%となった(図8)。「その他」への回答はなかった(図8では表記を省略)。

図8 牛部分肉製造における主な課題（牛部分肉製造事業所）



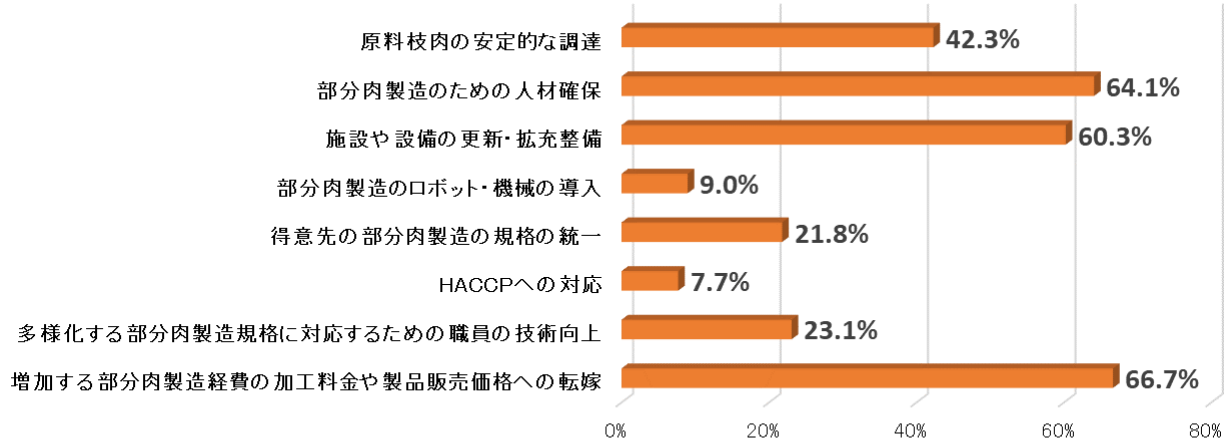
注. 事業所が9つの選択肢から主な課題として3つ回答した件数から以下の式により割合(%)を求めた(78事業所から232件の回答)。
割合 = 回答件数 ÷ 回答事業所数 × 100。

分類別にみると、3分類の事業所とも上位の1位と2位は同様の傾向であったが、産地食肉センターにおいて「得意先の部分肉製造の規格の統一」と回答した事業所が33.3%と他の分類より多いという特徴があった。【参考資料の集計表19参照】

豚部分肉製造の課題(78事業所から230件の回答)としては、「価格転嫁」が回答事業所の66.7%と最も多く、次に「人材確保」が64.1%、「施設設備の整備」が60.3%となった。このように牛の課題上位2つの順位が逆となり、豚部分肉製造では価格転嫁の課題意識が強い事業所が多いことがうかがえる。また、3位となった「施設設備の整備」も牛よりも多くの事業所で課題と認識されていた(図9)。

次いで、「枝肉の安定調達」が42.3%、「職員の技術向上」が23.1%、「規格の統一」が21.8%、「ロボット・機械の導入」が9.0%、「HACCP」が7.7%となった。「その他」への回答はなかった。

図9 豚部分肉製造における主な課題（豚部分肉製造事業所）



注. 事業所が9つの選択肢から主な課題として3つ回答した件数から以下の式により割合(%)を求めた(78事業所から230件の回答)。
割合 = 回答件数 ÷ 回答事業所数 × 100。

分類別にみると、事業所全体と同じく3分類とも「価格転嫁」、「人材確保」が上位となったが、その中で、食肉加工メーカーにおいては「施設設備の整備」が「価格転嫁」に次いで回答数が多く2位となり、「人材確保」よりも課題認識が強い事業所が多かった。

また、産地食肉センターにおいて「規格の統一」が32.4%と、牛と同様に他の分類より多いという特徴があった。【参考資料の集計 20 参照】

(9) 得意先からの部分肉製造に対する要望についての今後の予測

部分肉製造事業所の部分肉担当者に、得意先からの部分肉製造に対する要望は、今後どのように変わっていくかを質問し、文章により回答を求めたところ、55 事業所から回答があった。

多かった回答としては、「規格数・分割数が増えていく」、「それに伴い部分肉歩留率が低下していく」、「量販店の人手不足から整形なしでそのまま商品加工できるものが求められる」、「得意先の手間がかからないようにカットするが加工賃の上乗せがしにくい」などで、現在起きている変化や課題として認識している状況がさらに進行していくという内容となった。

これら以外に、「真空包装技術の向上」、「賞味期限の延長」、「ニトリルゴムや軟骨などの異物混入の対策」、「シート巻きから真空パックへ」などとする回答が複数あった。

また、それぞれ1事業所であるが、「牛豚ともに部分肉規格が全国で統一され標準化されていく」、「更なる小割が進み、それが規格として統一されていく」、「豚部分肉は骨膜除去の要求は出てくるが小分割は進まない一方、牛部分肉は時代の状況で変化する」との回答があった。また、回答の中で「納品先への商業規格の周知不足があるのでは」との指摘もいただいた。

Ⅱ 現地ヒアリング及びコマーシャル規格の評価・検証

I の部分肉規格実態調査(調査票郵送による調査)と併せて、有識者から、部分肉規格の実態について現地ヒアリングを行うとともに、牛豚コマーシャル規格についての評価を受けた。

1 現地ヒアリング及びコマーシャル規格評価の方法等

(1) 時期、方法、項目

(時期) 2022年12月及び2023年2月

(方法) 有識者の中から評価者を選定し、評価者から事業所等においてヒアリングを行うとともに、コマーシャル規格についての評価を受けた。

(現地ヒアリング・評価の項目)

現地ヒアリング：事業所等における部分肉取引規格の現状、課題、部分肉規格の決定方法

評価：統一的小割部分肉規格の意義と普及の可能性、コマーシャル規格内容についての評価(優れているところ、改善すべきところ)、取り扱っている代表的規格とコマーシャル規格の差違

(2) 評価者の選定

評価者は、実際に部分肉製造事業所だと畜解体処理、部分肉製造、部分肉の販売営業等を行う者及び部分肉製造の指導をする立場にある者から選定し、3つの事業所等から10名の方に評価者としてご協力いただいた。

なお、中立な立場で公正なヒアリング・評価を行うため、評価者の所属・氏名は非公表とした。

(3) その他

ヒアリング等の実施とともに、事業所における牛・豚部分肉の製造現場及び作業工程を見せていただき、説明を受けた。

2 部分肉製造事業所における部分肉規格の現状と課題(現地ヒアリングの結果)

評価者からヒアリングした内容について整理し、その概要を以下のとおり取りまとめた。

(1)量販店等の需要者側では、店舗内で食肉加工をしない、または加工作業を減らす傾向が進んでおり、その分、産地や食肉卸等の部分肉製造事業所側の負担が増えてきている。特に牛肉はこの傾向が強い。

(2)製造に用いられている仕様書(部分肉規格書)は、文章、写真やイラストなどによりカット方法を指示した内容となっている。ある評価者の事業所では、得意先ごとの仕様書が厚さ10cmのファイルに綴じられ、そのファイルが10冊と膨大な量になっていた。

仕様書の内容をみると、基本的な分割または大括りな分割の方法は共通しているものの、得意先により小分割の程度、カットする位置、脂肪厚、スジ・リンパ・血合い・骨肌の除去程度などが異なることにより規格が多様化している。

(3)得意先による規格の多様化・部分肉の小分割化は、作業体制や施設設備の面で問題となるだけでなく、部分肉製造工程で作業の間違いが生じやすくなるとともに、作業効率が落ちる原因となっている。

また、規格の多様化・小分割化は、部分肉製造事業所内で担当部署が縦割りになっている場合、得意先から積極的に注文を受けたい営業部門と、受けた仕様書のとおり処理しなければならない製造部門の間で軋轢を招き、大きな弊害を招いていることも報告された。

(4)仕様書は、得意先と事業所との両者により製造現場で現物確認をするなどの段階を踏んで決めていく場合もあれば、納品前日に新たな仕様書での製造を依頼され、現場が混乱することもあると報告された。

(5)また、仕様書に用いられる部位等を示す言葉が得意先と事業所とで必ずしも共通のものとなっておらず、仕様書の解釈が異なったり、指図の意図が間違ったりする場合もある。

(6)部分肉製造工程では、壁や機器など複数箇所に当日の仕様書(紙)を張り出し、従業員はそれを確認しながらカット作業を進める。また、注意すべき事項は朝礼で従業員内で共有をする、異なる規格を識別するためベルトコンベアーに仕切り版を置いて牛を区分する、輸出向け

には3色テープを貼り付けて区分するなど工夫をし、規格の取り違えなどの作業の間違いを防いでいた。

(7) 事業所は、それぞれの状況を踏まえて作業工程ラインの増設や組替え、関連設備の増強など作業効率の向上を図ろうとする考えを持っている。また、事業所の稼働を安定させるためには、生体の安定確保が重要となる。複数事業所を有している場合は、事業所間で頭数の調整を行うなどの工夫もされている。

【 評価員による部分肉規格の現状についての具体的な説明コメント 】

- ・量販店では簡単に切って並べるだけになってきており、例えば、牛肉の切落し用原料は、そのままスライサーにかけられるよう四角の形状にまとめるようになっている。
- ・牛肉は、枝肉が大きくなってきたことも切る数が増える要因。量販店の並べるトレイの大きさは変わらないのだから、切る数が増えるのは当然である。カタロースなどはスライサーの固定枠33cmに入らない場合もある。
- ・1日の売上げが20万円程度の中小規模の小売店では、大きな部分肉の仕入れでは余らせてしまう。
- ・量販店が朝9時に開店する場合、畜産グループの職員は1時間前の8時に出勤。開店までの1時間で陳列に間に合うだけの作業で済む規格を求めてくる。
- ・小売側は人材不足であるため、アウトパックになる。店では「切る」から「並べる」作業が中心となっている。「切る」作業も変化し、アルバイトが切ることができる規格やそのままスライサーにかけることのできる規格が求められている。
- ・部分肉の名称の統一も問題である。「こもも」、「なかもも」などと仕様書に書かれるが、これが何を指すのかわからない。地域の差だけではなく、A社とB社でも部位の呼び方が違う。
- ・部分肉を小分割化するという要望は、量販店だけではなく、量販店向け卸業者からも要望が強くなっている。
- ・新たな部分肉規格での注文があれば、受けるかどうかは発注量なども踏まえて検討する。
- ・部分肉製造の人材は不足し、常に募集をかけている。現在は担当課以外からの応援などで補っている。

- ・以前は、注文を受ける営業担当部と製造担当部とが分かれていて、注文される規格をめぐる部間の対立が弊害として表面化してしまった。このため、営業の課を製造と同じ部に入れて、部内の協議で判断できるよう円滑化を図っている。
- ・10年前ぐらいに牛肉輸出向けカットが多くなり始め、それに合わせるように国内の規格数も多様化・小分割化が進んだ。10年前は、最大でも1頭60分割であったが、現在は最大200分割を超えている。
- ・最近では豚部分肉規格の分割の度合い(小分割化の進行)は落ち着いてきている。
- ・部分肉の新人育成は、まずは1か月ぐらい座学で製品名、形を教え、工場内では検品・真空パックに配置して学ばせる。次の2～3か月はナイフを使う仕事を学ばせるが、順番として脂を切ってナイフの確認をし、次にノーマルカートで特定部位製造(カタ・ウデ前工程、ロース・バラ・モモ後工程)に配置する。
- ・一部の得意先は1日ごとに指図書(仕様書)を変更してくる。これは仕向先が毎日変わるため。

3 コマーシャル規格の評価

コマーシャル規格は、部分肉製造事業所において牛・豚部分肉の製造工程を効率化するとともに、需要者側における利用しやすさを実現するための小分割部分肉規格として、統一的に普及させることを目的に日本食肉流通センターが2002年3月に公表したものである。

しかし、今回の実態調査や現地ヒアリングにより、コマーシャル規格公表から経過した21年の間に、現場で取り扱う部分肉規格は、統一の方向ではなく多様化やさらなる小分割化の方向に向かっていることが明らかとなった。

このような現状の中で、評価者からコマーシャル規格についての評価を受け、その概要を以下のとおり取りまとめた。

(1) 統一的な規格を作ることの意義、普及の可能性についての評価

いずれの評価者も、現状の流れに逆行して、商業ベースの取引の中で統一的な部分肉規格を普及していくことは難しいとの共通の認識をもっていた。

評価者によれば、コマーシャル規格について、実用の面では、

- ・取引のための部分肉仕様書としては使っていないが、わかりやすいため営業所での勉強用として使っている。
 - ・基本を理解するという意義はあるが、実際の統一スペックとなることはできないだろう。
 - ・さらに小分割が進んでいる得意先もあり、しかも得意先ごとに分割数や分割位置が異なる規格となっている。こちら(製造事業所)からコマーシャル規格でやってくれとは言えない。
- として取引規格の主役となっていないとの評価を受けた。

このような厳しい評価であったものの、評価者からは、部分肉製造に携わる立場から、

- ・仮にコマーシャル規格に統一できれば、作業現場はかなり楽になる。
 - ・コマーシャル規格が活用する場がないのが残念。みんなが知ってくればよいのだが。
- などと理想論ではあるが普及に期待したい旨の感想が聞かれた。

また、一部評価者からは、コマーシャル規格に対し、

- ・小分割部分肉規格についての「基本の型」は統一する必要がある、コマーシャル規格がその統一規格として普及されれば理想的である。
- ・統一規格についての理解がない状態で製造者や需要者側の担当が替われば、同じ仕様書であっても商品は違うものになってしまう。このような問題を防ぐためにも必要である。

とし、本来の意義は失われておらず、むしろ、業界においてコマーシャル規格を「基本の型」として普及または広く認識していくことが重要であると評価を受けた。

この評価者からは、

- ・コマーシャル規格については、現場が統一規格として勉強し、次にそこから派生(小分割)する商品を理解していくということで商業ベースに貢献できればよい。これにより食肉事業者は、実需者のニーズを拾い上げることもできる。
- ・現状では単にお客様から御用聞きをしているが、食肉事業者からお客様に対し、コマーシャル規格とその派生商品へ積極的に誘導していくことが大事である。

とコマーシャル規格の商業ベースでの活用方向について提案があった。

(2)規格内容についての評価

評価者から、コマーシャル規格の規格内容について、優れている点と改善すべき点について評価を求め、受けた評価について以下のように整理した。

(優れている点)

- ・コマーシャル規格は、日本食肉格付協会の部分肉取引規格を基本として小分割されており、小割部分肉規格の「基本の型」として納得できるものである。
- ・部位コードの表記について、骨付き部位-部分肉名-小割部位名の順で整理してあることも評価できる。

(改善すべき点)

- ・現状では、「みすじ」、「かたさんかく」のように、さらに小割となった派生商品の中に定着しているものもあり、このような派生商品を規格書で紹介すれば、商業ベースで利用しやすくなる。(なお、新たに部位コードを付けた規格として追加設定すべきかどうかについては評価者によって評価が分かれた。)
- ・規格書のページ構成は、部位単位で整理するなど改善すべき余地がある。

(その他の評価)

- ・コマーシャル規格では、部分肉の脂肪厚について牛豚ごとの基準(規格書の表2「脂肪基準」)を3区分で定めている。部位を規定した上での脂肪厚を基準とすべきか評価を迷ったが、商業ベースの脂肪厚は多様であることから、現在のコマーシャル規格のような自由度があってもよいのではないか。現状からすれば、脂肪厚を部位ごとに規定したり、コードを付けたりして整理することは現実的ではない。
- ・コマーシャル規格の牛ともばらの規格(カットの方法)はこれでよいと思うが、商業ベースでは、多様なものや小分割のものが多数ある。しかし、コマーシャル規格以上に小分割された部分肉は、統一的な規格としてフォローできない。

- ・豚肉の「かたばら」が商業規格にないが、部位コードを付けた規格としてあってもよいかもしれない。(商業規格では、「からばら部分」として説明はあるが、規格として取り扱っていない。)

- ・豚部分肉の部位の説明に「らんぷ」という言葉を使っていることに違和感がある。

4 各事業所で取り扱われている代表的な部分肉規格と商業規格の差違

部分肉製造事業所で取り扱われている代表的な部分肉規格と商業規格との差違について、評価者から報告・説明を受けた。

いずれの評価者も、代表的な規格と商業規格のカットの方法との差違については、豚部分肉ではそれほど大きなものはないとする一方、牛部分肉での差違については報告があった。特に、牛の「ともばら」については得意先によってバラバラであるとし、異なる点は多数となった。牛部分肉についての報告(差違の内容)と評価者のコメントについて以下のとおり整理した。

なお、ここでは、実際に取り扱われている部分肉規格が多数ある中で、代表的な規格との差違のみの報告である。

(1) 評価者 A

○牛商業規格 No.341「かた S」関連の差違

- ・No.341 をさらに小分割した「かた A」(みすじ)と「かた B」(かたさんかく)の商品規格。(図 10)
- ・それぞれ部位コードをNo.343、No.344 として規格に追加をしてもよいのではないか。

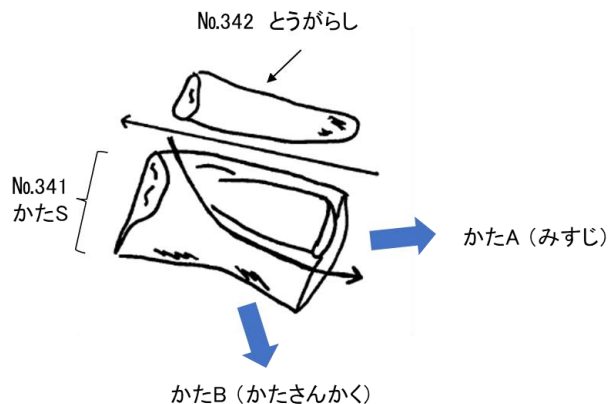


図 10 No.341 かた S 関連

○牛コマーシャル規格 No.410「ともばら」関連の差違

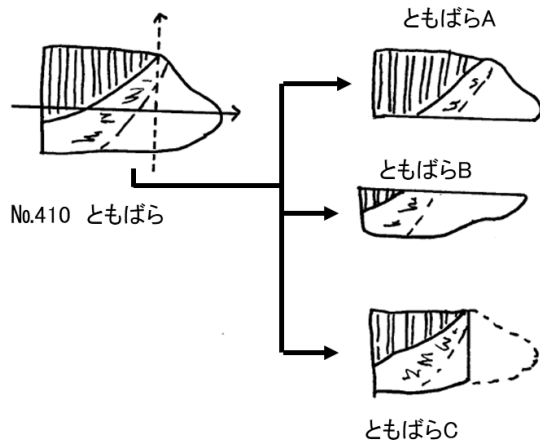


図 11 No.410 ともばら関連

・No.410 について、コマーシャル規格での派生部分肉 (No.421、No.422、No.420、No.430、No.440、No.442) とは別のカット方法 (縦切り・胴切り) の商品規格。

・それぞれNo.411「ともばら A」、No.412「ともばら B」、No.413「ともばら C」として規格に追加してもよいのではないかと。(図11)

ただし、No.413「ともばら C」は問屋向け商品であるため、規格として取り上げるのは妥当でないかもしれない。

- ・現在のコマーシャル規格での派生部分肉の規格は、これはこれで必要である。
- ・コマーシャル規格でのNo.410「ともばら」の胴切りは、肋間筋の下を切っており、肉のわかる人が作ったという印象を受けた。これにより上カルビとなるショートトリブがきれいに取ることができる。現在では2分の1のところ単純に(直線的に)胴切りすることが多い。

(2) 評価者 B

○牛コマーシャル規格 No.331「かたばら A」関連の差違

・No.331 の切り方について、真っすぐ切って頭部分も付けた商品規格。(図 12)

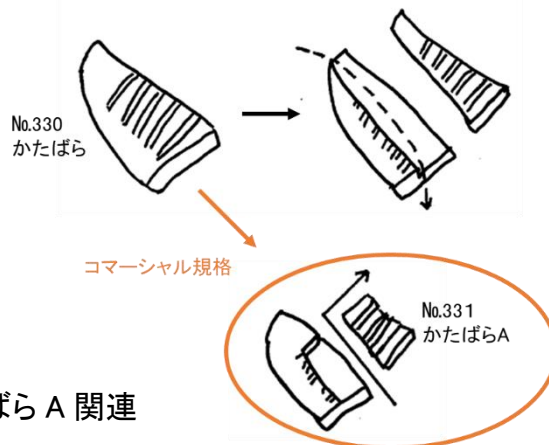


図 12 No.331 かたばら A 関連

○「まえずね」/「かた」のカット方法の差違

- ・直線で切り、「にのうで」を2分割している。
- 牛商業規格では、「にのうで」を「まえずね」側に残すカット方法としている。(図 13)

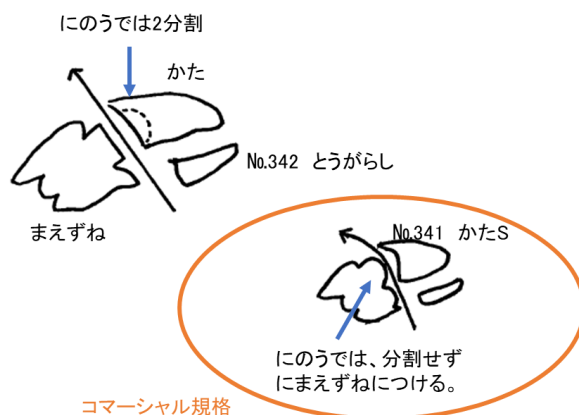


図 13 まえずね/かたのカット方法

○牛商業規格 No.410「ともばら」関連の差違

- ・規格 A : ほぼ商業規格と同等のカットをするが、「そとばら」(商業規格の No.432「ともばら D」)を縦切りで2分割した商品規格(7分割)。(図 14)
- なお、「なかばら A」、「なかばら B」は、それぞれに商業規格の No.421「ともばら A」、No.422「ともばら B」に相当する。

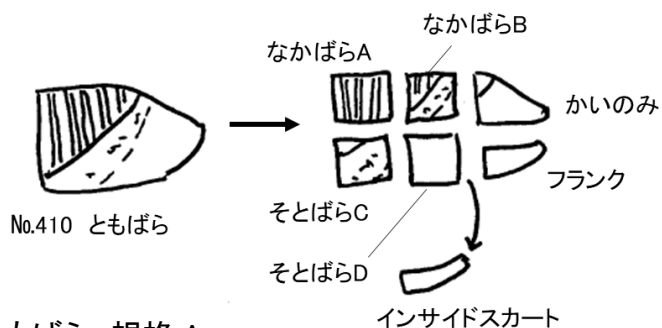


図 14 ともばら 規格 A

- ・規格 B : 規格 A の「なかばら②」からヘッドバラを分離した商品規格(8分割)。(図 15)

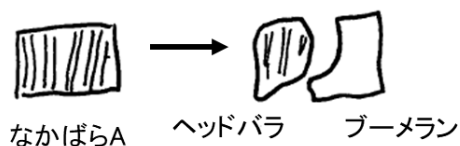


図 15 ともばら 規格B (なかばら)

- ・規格 C : 規格 B から「カッパ」(皮筋)、「バラヤマ」(肋間筋)、「カブリ」を分割した商品規格 (12 分割)。(図 16)

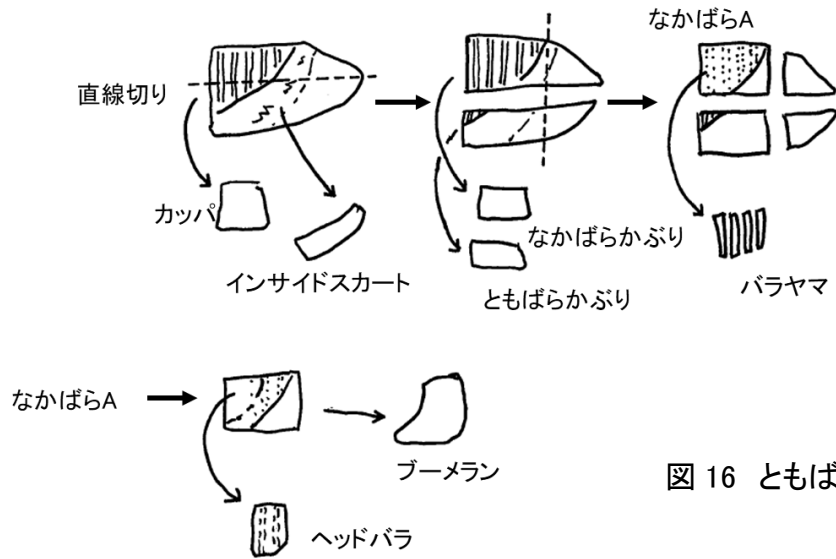


図 16 ともばら 規格C

(3) 評価者 C

○牛コマーシャル規格 No.410「ともばら」関連の差違

- ・事業所の規格ノーマルカットは、直線的に胴切りし、「かいのみ」、「ささみ」を外さない商品規格。(評価者Aの「ともばらA」,「ともばらB」に相当する。) (図 17)

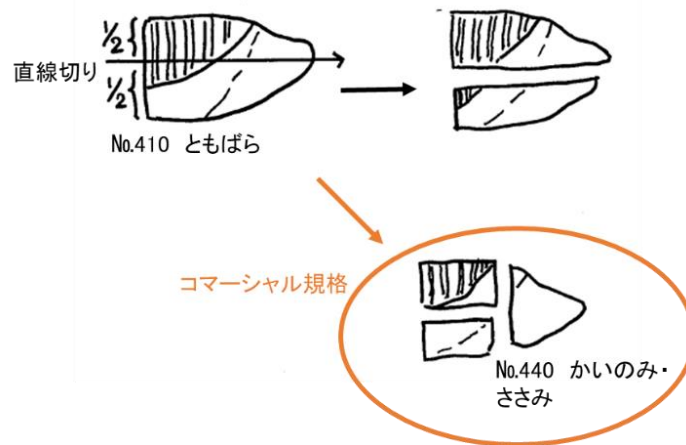


図 17 ともばら ノーマルカット

・「うちばら」から「バラヤマ」を外し、さらに十文字切りで小分割した商品規格。(図 18)

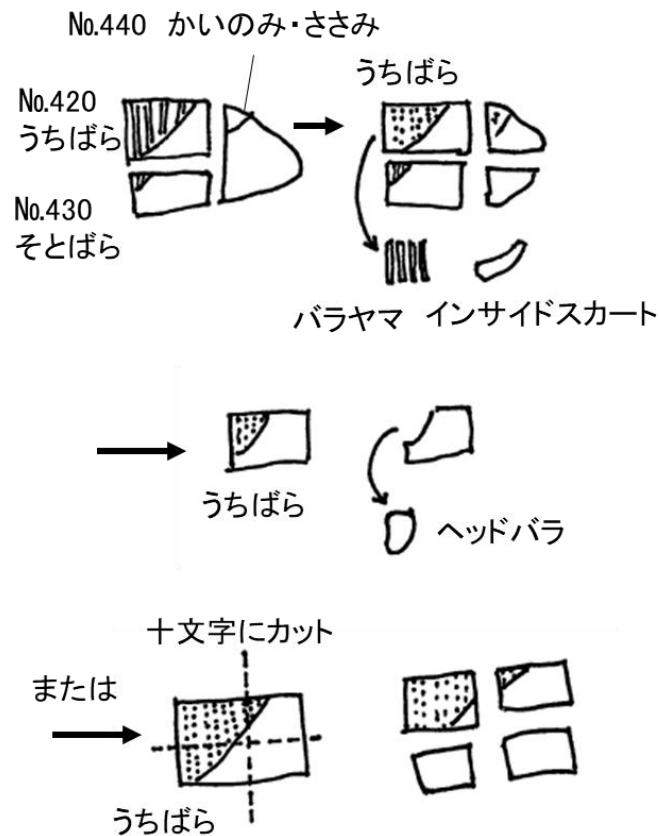


図 18 ともばら小分割規格

○「まえずね」/「かた」のカット方法の差違

・評価者 B のカット方法の差違の内容と同じ。

○牛コマmercial規格No.323「かたロース A」関連のコメント

・関西スタイルでは、No.323「かたロース A」について、No.324 のような縦切りではなく、横切り（胴切り）する。

・No.323 から派生するNo.324「かたロース B」は九州スタイルと同じで九州での需要が多い。

・いずれのスタイルも、第3～4頸椎間でカットするところはコマmercial規格と同じである。

Ⅲ まとめ

日本食肉流通センターが小分割部分肉の統一的な規格として現行のコマーシャル規格を公表してから21年が経過したが、今回の調査では商業ベースで普及している状況とはなっていないことが改めて示された。

また、調査により、部分肉製造事業所においては、牛部分肉では7割強、豚部分肉では6割強が得意先の規格により製造している実態であることがわかった。10年前との部分肉規格の変化については、牛・豚部分肉ともに、多様化が進んだ、分割数が多くなったとの回答が圧倒的に多かった。

このような状況の中で事業所における部分肉製造の課題としては、「人材の確保」、「製造経費の価格への転嫁」、「施設・設備の更新・拡充整備」などとしている。

また、事業所の担当者は、今後、得意先からの部分肉規格に対する要望は、現在起きている変化がさらに進行していくものと予測している。

一方、コマーシャル規格の評価については、同規格が商業ベースで十分普及していない状況ではあるが、小分割規格の「基本の型」としては、違和感はなく納得できるものと評価された。さらに業界全体で「基本の型」として認識が広まれば、得意先の仕様書について正確な理解が進んで、得意先との意思疎通ができ、また、現場での作業間違いが防止できる、小分割する派生商品に対する理解と積極的提案につながることを期待されるとの評価もあった。

部分製造事業所が抱えている部分肉製造上の課題は、現実的には規格の統一という手法だけで解決を図ろうとすることは難しく、それぞれの事業所が課題とした事項に向き合っていくことが必要であろう。そのような中で、コマーシャル規格にとっては、小分割部分肉の「基本の型」として製造者・需要者双方から広く認識されていくことが大きな課題と言える。

また、今回、評価者からの評価により、コマーシャル規格と代表的な規格との差違も確認でき、さらにいくつかの改善方向の提案もいただいた。

今後、当センターとしては、コマーシャル規格及びその普及の在り方についての改善すべき点などを検討し、食肉業界での同規格の認識が深まるよう努力を重ねていくことが重要であると考えます。それにより、業界において、同規格から派生する商品への理解を深め、さらにはコマーシャル規格自身の普及につながって、本来の目的である食肉流通の合理化に寄与できれば幸いです。

最後に、実態調査や評価に協力していただいた全国の部分肉製造事業所の皆様、評価者の皆様及び調査にご支援、アドバイスをいただいた食肉流通標準化システム協議会幹事企業と全国食肉センター協議会の皆様に深く感謝を申し上げます。

(以上)

(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 能城

電話 044-266-1172

調査項目

1 貴社(工場)は以下のどの分類に属しますか。最も当てはまる番号1つを回答欄に記入してください。なお、④その他の場合は、その他記入欄に具体的に記入してください。

- ①産地食肉センター ②食肉加工メーカー ③食肉卸業者
④その他

回答欄	
-----	--

その他記入欄	
--------	--

2 貴社(工場)の部分肉製造の形態について、最も当てはまる番号1つを回答欄に記入してください。

- ①自社製品の製造 ②受託製造 ③自社製品・受託併用

回答欄	
-----	--

3 昨年度(又は昨年)の貴社(工場)における部分肉の製造量を、以下の回答欄に記入してください。

【国産牛部分肉】

--

トン

【国産豚部分肉】

--

トン

4 貴社(工場)が販売をしている場合、最も当てはまる番号を回答欄に記入してください。

(1) 主な販売先 (販売金額又は販売数量上位2つまでの番号を回答欄に記入してください。)

自社又は系列の食肉卸売業者を経由した販売の場合は、その先の主な販売先として記入欄に番号を記入してください。なお、⑥その他の場合は、その他記入欄に具体的に記入してください。

- ①量販店 ②食肉専門小売店 ③外食産業
④生協 ⑤食肉卸売業者 ⑥その他

回答欄(上位1つ目)	
------------	--

回答欄(上位2つ目)	
------------	--

その他記入欄	
--------	--

- (2) 主な販売地域について、最も当てはまる番号1つを回答欄に記入してください。
なお、⑥その他の場合は、その他記入欄に具体的に記入してください。

- ①首都圏 ②中京圏 ③近畿圏 ④他の大都市圏
⑤地域の中核都市 ⑥その他

回答欄	
-----	--

その他記入欄	
--------	--

(注)首都圏とは、東京都、埼玉県、千葉県及び神奈川県をいいます。
中京圏とは、愛知県、岐阜県及び三重県をいいます。
近畿圏とは、大阪府、京都府、兵庫県、滋賀県、奈良県及び和歌山県をいいます。
他の大都市とは、札幌市、仙台市等政令指定都市をいいます。

- 5 貴社(工場)の部分肉製造の規格(カットの方法)は、10年前と比べて、どのように変化しましたか。主なものを2つまでの番号を回答欄に記入してください。

- (1) 国産牛肉部分肉の規格(カットの方法)

- ①大きな変化はない。 ③規格の統一化が進んだ。
②得意先により規格の多様化が進んだ。 ⑤製造する部分肉の分割数は減少した。
④製造する部分肉の分割数が多くなった。

回答欄(上位1つ目)	
------------	--

回答欄(上位2つ目)	
------------	--

- (2) 国産豚肉部分肉の規格(カットの方法)

- ①大きな変化はない。 ③規格の統一化が進んだ。
②得意先により規格の多様化が進んだ。 ⑤製造する部分肉の分割数は減少した。
④製造する部分肉の分割数が多くなった。

回答欄(上位1つ目)	
------------	--

回答欄(上位2つ目)	
------------	--

6 現在、貴社(工場)で取り扱う部分肉製造の規格(カットの方法)は何種類ぐらいありますか。
主な番号1つを回答欄に記入してください。

なお、同じ得意先向けの規格でも、カットの方法が異なる場合は別ものとして、それぞれをカウントしてください。

(1) 国産牛肉の部分肉製造の規格

- ①5種類以内 ②6～10種類 ③11～20種類
④21～50種類 ⑤51種類以上

回答欄	
-----	--

(2) 国産豚肉の部分肉製造の規格

- ①5種類以内 ②6～10種類 ③11～20種類
④21～50種類 ⑤51種類以上

回答欄	
-----	--

7 貴社(工場)において、最も多く取り扱っている部分肉製造の代表的な規格(カットの方法)は、枝肉半丸からの部分肉の分割数ほどの程度ですか。

また、その平均的な歩留(部分肉製品の重量/枝肉重量)は何%ですか。

(1) 国産牛肉の『代表的な規格(カットの方法)』の部分肉分割数(半丸当たり)
(番号1つを回答欄に記入してください)

- ①15分割以内 ②16～30分割 ③31～50分割
④51～100分割 ⑤101分割以上

回答欄	
-----	--

その平均的な歩留(部分肉製品の重量/枝肉重量)を以下の回答欄に記入してください。

	%
--	---

(2) 国産豚肉の『代表的な規格(カットの方法)』の部分肉分割数(半丸当たり)
(番号1つを回答欄に記入してください)

- ①5分割以内 ②6～10分割 ③11～20分割
④21～40分割 ⑤41分割以上

回答欄	
-----	--

その平均的な歩留(部分肉製品の重量/枝肉重量)を以下の回答欄に記入してください。

	%
--	---

8 貴社(工場)において、部分肉製造又は取引についての自社規格を持っていますか。
以下の回答欄に記入してください。

- ①持っている。 ②持っていない。

回答欄	
-----	--

9 2001年に日本食肉流通センターでは、小割整形部分肉規格の統一を目的に『コマーシャル規格』を作成しました。食肉EDI(電子取引)標準メッセージの部位コードは、この規格に基づいて設定されています。

『コマーシャル規格』についてご存じでしたか。以下の回答欄に記入してください。

- ①知っていた。 ②知らなかった。

回答欄	
-----	--

10 貴社(工場)では、部分肉規格ごとにみると、おおよその部分肉製造の割合(重量割合)は、どのようになっていますか。縦の合計が100%となるように、それぞれの回答欄に記入してください。

【 部分肉規格 】	【 国産牛肉 】	【 国産豚肉 】
得意先規格	□ %	□ %
自社規格	□ %	□ %
日格協規格	□ %	□ %
コマーシャル規格	□ %	□ %
その他	□ %	□ %
合計	100 %	100 %

11 貴社(工場)の部分肉製造における現在の課題は何ですか。
最も当てはまる番号を回答欄に記入してください。

(1) 国産牛肉の部分肉製造の課題 (主なもの3つまでの番号を回答欄に記入してください。
なお、⑨その他の場合は、その他記入欄に具体的に記入してください。)

- | | |
|------------------------------|-------------------|
| ①原料枝肉の安定的な調達 | ②部分肉製造のための人材確保 |
| ③施設や設備の更新・拡充整備 | ④部分肉製造のロボット・機械の導入 |
| ⑤得意先の部分肉製造の規格の統一 | ⑥HACCPへの対応 |
| ⑦多様化する部分製造規格に対応するための職員の技術向上 | |
| ⑧増加する部分肉製造経費の加工料金や製品販売価格への転嫁 | |
| ⑨その他 | |

回答欄(1つ目) 回答欄(2つ目) 回答欄(3つ目)

その他記入欄

(2) 国産豚肉の部分肉製造の課題（主なもの3つまでの番号を回答欄に記入してください。
なお、⑨その他の場合は、その他記入欄に具体的に記入してください。）

- ①原料枝肉の安定的な調達
- ②部分肉製造のための人材確保
- ③施設や設備の更新・拡充整備
- ④部分肉製造のロボット・機械の導入
- ⑤得意先の部分肉製造の規格の統一
- ⑥HACCPへの対応
- ⑦多様化する部分製造規格に対応するための職員の技術向上
- ⑧増加する部分肉製造経費の加工料金や製品販売価格への転嫁
- ⑨その他

回答欄(1つ目) 回答欄(2つ目) 回答欄(3つ目)

その他記入欄

12 得意先からの部分肉製造(取引規格)に対する要望は、今後どのようになっていくと思いますか。
感じていることを簡潔に以下の回答欄に記入してください。

以上です。ご協力ありがとうございました。

部分肉規格実態調査結果の集計表

1 回答事業所の分類構成

単位：事業所

分類	合計		産地食肉センター		食肉加工メーカー		食肉卸業者	
	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合
合計	109	100.0%	39	35.8%	35	32.1%	35	32.1%
うち牛部分肉製造事業所	81	100.0%	28	34.6%	24	29.6%	29	35.8%
うち豚部分肉製造事業所	80	100.0%	35	43.8%	26	32.5%	19	23.8%

2 部分肉製造の形態

単位：事業所

製造形態	合計		産地食肉センター		食肉加工メーカー		食肉卸業者	
	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合
合計	109	100.0%	39	100.0%	35	100.0%	35	100.0%
自社製品の製造	46	42.2%	9	23.1%	24	68.6%	13	37.1%
受託製造	25	22.9%	14	35.9%	4	11.4%	7	20.0%
自社製品・受託併用	38	34.9%	16	41.0%	7	20.0%	15	42.9%
うち牛部分肉製造事業所	81	100.0%	28	100.0%	24	100.0%	29	100.0%
自社製品の製造	30	37.0%	5	17.9%	14	58.3%	11	37.9%
受託製造	19	23.5%	9	32.1%	4	16.7%	6	20.7%
自社製品・受託併用	32	39.5%	14	50.0%	6	25.0%	12	41.4%
うち豚部分肉製造事業所	80	100.0%	35	100.0%	26	100.0%	19	100.0%
自社製品の製造	36	45.0%	8	22.9%	21	80.8%	7	36.8%
受託製造	20	25.0%	14	40.0%	0	0.0%	6	31.6%
自社製品・受託併用	24	30.0%	13	37.1%	5	19.2%	6	31.6%

3 牛部分肉製造量と事業所分布（牛部分肉製造事業所）

単位：t、事業所

製造割合・分布	合計		産地食肉センター		食肉加工メーカー		食肉卸業者	
年間製造量	157,756		53,760		61,683		42,313	
（1事業所当たり）	1,972		1,991		2,570		1,459	
年間製造量規模	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合
合計	80	100.0%	27	100.0%	24	100.0%	29	100.0%
500 t 以下	14	17.5%	3	11.1%	4	16.7%	7	24.1%
500～1,000 t	17	21.3%	8	29.6%	1	4.2%	8	27.6%
1,000～2,000 t	19	23.8%	7	25.9%	7	29.2%	5	17.2%
2,000～5,000 t	26	32.5%	8	29.6%	9	37.5%	9	31.0%
5,000 t 超	4	5.0%	1	3.7%	3	12.5%	0	0.0%

注：分布の階層表記「〇～〇 t」は、「〇 t 超かつ〇 t 以下」を意味する。

4 豚部分肉製造量と事業所分布（豚部分肉製造事業所）

単位：t、事業所

製造割合・分布	合計		産地食肉センター		食肉加工メーカー		食肉卸業者	
年間製造量	529,389		227,785		232,917		68,688	
（1事業所当たり）	6,617		6,508		8,958		3,615	
年間製造量規模	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合
合計	80	100.0%	35	100.0%	26	100.0%	19	100.0%
500 t 以下	12	15.0%	2	5.7%	3	11.5%	7	36.8%
500～2,000 t	8	10.0%	4	11.4%	1	3.8%	3	15.8%
2,000～5,000 t	24	30.0%	12	34.3%	7	26.9%	5	26.3%
5,000～10,000 t	22	27.5%	12	34.3%	7	26.9%	3	15.8%
10,000 t 超	14	17.5%	5	14.3%	8	30.8%	1	5.3%

注：分布の階層表記「〇～〇t」は、「〇t超かつ〇t以下」を意味する。

5 主な販売先

単位：件

主な販売先	合計		産地食肉センター		食肉加工メーカー		食肉卸業者	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
合計	185	100.0%	65	100.0%	55	100.0%	65	100.0%
量販店	61	33.0%	23	35.4%	16	29.1%	22	33.8%
食肉専門小売店	28	15.1%	11	16.9%	7	12.7%	10	15.4%
外食産業	17	9.2%	3	4.6%	6	10.9%	8	12.3%
生協	8	4.3%	5	7.7%	2	3.6%	1	1.5%
食肉卸業者	53	28.6%	20	30.8%	13	23.6%	20	30.8%
その他	18	9.7%	3	4.6%	11	20.0%	4	6.2%
うち牛部分肉製造事業所	141	100.0%	49	100.0%	38	100.0%	54	100.0%
量販店	47	33.3%	17	34.7%	12	31.6%	18	33.3%
食肉専門小売店	23	16.3%	9	18.4%	6	15.8%	8	14.8%
外食産業	15	10.6%	2	4.1%	6	15.8%	7	13.0%
生協	5	3.5%	3	6.1%	1	2.6%	1	1.9%
食肉卸業者	39	27.7%	16	32.7%	7	18.4%	16	29.6%
その他	12	8.5%	2	4.1%	6	15.8%	4	7.4%
うち豚部分肉製造事業所	133	100.0%	57	100.0%	41	100.0%	35	100.0%
量販店	43	32.3%	20	35.1%	12	29.3%	11	31.4%
食肉専門小売店	20	15.0%	10	17.5%	5	12.2%	5	14.3%
外食産業	10	7.5%	2	3.5%	3	7.3%	5	14.3%
生協	8	6.0%	5	8.8%	2	4.9%	1	2.9%
食肉卸業者	37	27.8%	18	31.6%	9	22.0%	10	28.6%
その他	15	11.3%	2	3.5%	10	24.4%	3	8.6%

注1：回答数とは、販売先上位1、2位として回答した件数の合計である。

2：回答事業所数は、合計103、産地食肉センター34、食肉加工メーカー34、食肉卸業者35。

6 主な販売地域

単位：事業所

主な販売地域	合計		産地食肉センター		食肉加工メーカー		食肉卸業者	
	事業所	割合	事業所	割合	事業所	割合	事業所	割合
合計	102	100.0%	34	100.0%	34	100.0%	34	100.0%
首都圏	40	39.2%	18	52.9%	11	32.4%	11	32.4%
中京圏	8	7.8%	2	5.9%	0	0.0%	6	17.6%
近畿圏	19	18.6%	5	14.7%	9	26.5%	5	14.7%
他の大都市圏	2	2.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	5.9%
地域の中核都市	10	9.8%	3	8.8%	4	11.8%	3	8.8%
その他	23	22.5%	6	17.6%	10	29.4%	7	20.6%
うち牛部分肉製造事業所	76	100.0%	25	100.0%	23	100.0%	28	100.0%
首都圏	25	32.9%	10	40.0%	7	30.4%	8	28.6%
中京圏	7	9.2%	2	8.0%	0	0.0%	5	17.9%
近畿圏	17	22.4%	4	16.0%	8	34.8%	5	17.9%
他の大都市圏	2	2.6%	0	0.0%	0	0.0%	2	7.1%
地域の中核都市	9	11.8%	3	12.0%	3	13.0%	3	10.7%
その他	16	21.1%	6	24.0%	5	21.7%	5	17.9%
うち豚部分肉製造事業所	74	100.0%	30	100.0%	26	100.0%	18	100.0%
首都圏	30	40.5%	16	53.3%	8	30.8%	6	33.3%
中京圏	6	8.1%	2	6.7%	0	0.0%	4	22.2%
近畿圏	13	17.6%	5	16.7%	7	26.9%	1	5.6%
他の大都市圏	2	2.7%	0	0.0%	0	0.0%	2	11.1%
地域の中核都市	4	5.4%	1	3.3%	1	3.8%	2	11.1%
その他	19	25.7%	6	20.0%	10	38.5%	3	16.7%

7 牛部分肉規格の10年前と比べた変化（牛部分肉製造事業所）

単位：事業所、件

主な変化	合計		産地食肉センター		食肉加工メーカー		食肉卸業者	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
回答事業所数	80		27		24		29	
大きな変化ない	9	11.3%	2	7.4%	2	8.3%	5	17.2%
得意先により多様化が進んだ	71	88.8%	24	88.9%	23	95.8%	24	82.8%
規格の統一化が進んだ	3	3.8%	1	3.7%	0	0.0%	2	6.9%
製造する部分肉の分割数が多くなった	70	87.5%	25	92.6%	22	91.7%	23	79.3%
製造する部分肉の分割数は減少した	2	2.5%	1	3.7%	0	0.0%	1	3.4%

注：事業所が5つの選択肢から主な変化として2つ回答した件数から以下の式により割合(%)を求めた

(80事業所から155件の回答)。

$$\text{割合} = \text{回答件数} \div \text{回答事業所数} \times 100$$

8 豚部分肉規格の10年前と比べた変化（豚部分肉製造事業所）

単位：事業所、件

主な変化	合計		産地食肉センター		食肉加工メーカー		食肉卸業者	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
回答事業所数	79		34		26		19	
大きな変化ない	28	35.4%	9	26.5%	6	23.1%	13	68.4%
得意先により多様化が進んだ	60	75.9%	29	85.3%	21	80.8%	10	52.6%
規格の統一化が進んだ	6	7.6%	0	0.0%	3	11.5%	3	15.8%
製造する部分肉の分割数が多くなった	48	60.8%	25	73.5%	19	73.1%	4	21.1%
製造する部分肉の分割数は減少した	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

注：事業所が5つの選択肢から主な変化として2つ回答した件数から以下の式により割合(%)を求めた（79事業所から142件の回答）。

$$\text{割合} = \text{回答件数} \div \text{回答事業所数} \times 100$$

9 牛部分肉製造において取り扱っている規格数（牛部分肉製造事業所）

単位：事業所

規格数	合計		産地食肉センター		食肉加工メーカー		食肉卸業者	
	事業所	割合	事業所	割合	事業所	割合	事業所	割合
合計	80	100.0%	28	100.0%	24	100.0%	28	100.0%
5種類以下	2	2.5%	1	3.6%	0	0.0%	1	3.6%
6～10種類	8	10.0%	1	3.6%	2	8.3%	5	17.9%
11～20種類	13	16.3%	5	17.9%	5	20.8%	3	10.7%
21～50種類	28	35.0%	12	42.9%	4	16.7%	12	42.9%
51種類以上	29	36.3%	9	32.1%	13	54.2%	7	25.0%

10 豚部分肉製造において取り扱っている規格数（豚部分肉製造事業所）

単位：事業所

規格数	合計		産地食肉センター		食肉加工メーカー		食肉卸業者	
	事業所	割合	事業所	割合	事業所	割合	事業所	割合
合計	77	100.0%	34	100.0%	26	100.0%	17	100.0%
5種類以下	11	14.3%	3	8.8%	3	11.5%	5	29.4%
6～10種類	22	28.6%	10	29.4%	7	26.9%	5	29.4%
11～20種類	25	32.5%	16	47.1%	4	15.4%	5	29.4%
21～50種類	7	9.1%	2	5.9%	3	11.5%	2	11.8%
51種類以上	12	15.6%	3	8.8%	9	34.6%	0	0.0%

11 代表的な牛部分肉規格の分割数（牛部分肉製造事業所）

単位：事業所

分割数	合計		産地食肉センター		食肉加工メーカー		食肉卸業者	
	事業所	割合	事業所	割合	事業所	割合	事業所	割合
合計	80	100.0%	28	100.0%	24	100.0%	28	100.0%
15分割以下	11	13.8%	1	3.6%	5	20.8%	5	17.9%
16～30分割	33	41.3%	8	28.6%	9	37.5%	16	57.1%
31～50分割	20	25.0%	11	39.3%	4	16.7%	5	17.9%
51～100分割	14	17.5%	7	25.0%	5	20.8%	2	7.1%
101分割以上	2	2.5%	1	3.6%	1	4.2%	0	0.0%

注：分割数とは、事業所それぞれの代表的な規格において枝肉半丸から製造された部分肉個数である。

12 代表的な豚部分肉規格の分割数（豚部分肉製造事業所）

単位：事業所

分割数	合計		産地食肉センター		食肉加工メーカー		食肉卸業者	
	事業所	割合	事業所	割合	事業所	割合	事業所	割合
合計	78	100.0%	35	100.0%	26	100.0%	17	100.0%
5分割以下	7	9.0%	0	0.0%	4	15.4%	3	17.6%
6～10分割	51	65.4%	29	82.9%	10	38.5%	12	70.6%
11～20分割	19	24.4%	6	17.1%	11	42.3%	2	11.8%
21～40分割	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
41分割以上	1	1.3%	0	0.0%	1	3.8%	0	0.0%

注：分割数とは、事業所それぞれの代表的な規格において枝肉半丸から製造された部分肉個数である。

13 代表的な牛部分肉規格の部分肉歩留率と事業所分布(牛部分肉製造事業所)

単位：事業所

部分肉歩留率・分布	合計		産地食肉センター		食肉加工メーカー		食肉卸業者	
事業所平均	67.2%		66.1%		67.2%		68.1%	
事業所の分布	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合
合計	78	100.0%	27	100.0%	24	100.0%	27	100.0%
60%以下	13	16.7%	5	18.5%	4	16.7%	4	14.8%
60～65%	18	23.1%	6	22.2%	5	20.8%	7	25.9%
65～70%	26	33.3%	11	40.7%	10	41.7%	5	18.5%
70～75%	16	20.5%	4	14.8%	3	12.5%	9	33.3%
75%超	5	6.4%	1	3.7%	2	8.3%	2	7.4%

注1：分布の階層表記「○～○%」は、「○%超かつ○%以下」を意味する。

2：牛事業所における代表的な牛部分肉の部分肉歩留率の最大値は80%、最小値は53%であった。

14 代表的な豚部分肉規格の部分肉歩留率と事業所分布(豚部分肉製造事業所)

単位：事業所

部分肉歩留率・分布	合計		産地食肉センター		食肉加工メーカー		食肉卸業者	
事業所平均	72.4%		72.4%		72.6%		72.2%	
事業所の分布	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合
合計	76	100.0%	34	100.0%	26	100.0%	16	100.0%
60%以下	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
60～65%	2	2.6%	1	2.9%	1	3.8%	0	0.0%
65～70%	19	25.0%	5	14.7%	7	26.9%	7	43.8%
70～75%	44	57.9%	24	70.6%	14	53.8%	6	37.5%
75%超	11	14.5%	4	11.8%	4	15.4%	3	18.8%

注1：分布の階層表記「○～○%」は、「○%超かつ○%以下」を意味する。

2：豚事業所における代表的な豚部分肉の部分肉歩留率の最大値は80%、最小値は62%であった。

15 自社規格の保有

単位：事業所

保有	合計		産地食肉センター		食肉加工メーカー		食肉卸業者	
	事業所	割合	事業所	割合	事業所	割合	事業所	割合
合計	107	100.0%	39	100.0%	35	100.0%	33	100.0%
持っている	62	57.9%	20	51.3%	20	57.1%	22	66.7%
持っていない	45	42.1%	19	48.7%	15	42.9%	11	33.3%
うち牛部分肉製造事業所	80	100.0%	28	100.0%	24	100.0%	28	100.0%
持っている	49	61.2%	16	57.1%	14	58.3%	19	67.9%
持っていない	31	38.8%	12	42.9%	10	41.7%	9	32.1%
うち豚部分肉製造事業所	78	100.0%	35	100.0%	26	100.0%	17	100.0%
持っている	40	51.3%	16	45.7%	15	57.7%	9	52.9%
持っていない	38	48.7%	19	54.3%	11	42.3%	8	47.1%

16 コマーシャル規格の認知

単位：事業所

認知	合計		産地食肉センター		食肉加工メーカー		食肉卸業者	
	事業所	割合	事業所	割合	事業所	割合	事業所	割合
合計	107	100.0%	39	100.0%	35	100.0%	33	100.0%
知っていた	74	69.2%	26	66.7%	25	71.4%	23	69.7%
知らなかった	33	30.8%	13	33.3%	10	28.6%	10	30.3%
うち牛部分肉製造事業所	80	100.0%	28	100.0%	24	100.0%	28	100.0%
知っていた	55	68.7%	17	60.7%	19	79.2%	19	67.9%
知らなかった	25	31.3%	11	39.3%	5	20.8%	9	32.1%
うち豚部分肉製造事業所	78	100.0%	35	100.0%	26	100.0%	17	100.0%
知っていた	48	61.5%	22	62.9%	16	61.5%	10	58.8%
知らなかった	30	38.5%	13	37.1%	10	38.5%	7	41.2%

17 牛部分肉規格種類別製造量の割合と事業所分布

(1) 全体（牛部分肉製造事業所）

単位：事業所

製造割合・分布	合計	得意先規格		自社規格		日格協規格		コマーシャル規格		その他	
事業所平均	100.0%	72.7%		18.7%		0.8%		7.2%		0.7%	
事業所の分布	事業所数	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合
合計	80	80	100.0%	80	100.0%	80	100.0%	80	100.0%	80	100.0%
25%以下		8	10.0%	57	71.3%	80	100.0%	70	87.5%	80	100.0%
25～50%		7	8.8%	18	22.5%	0	0.0%	7	8.8%	0	0.0%
50～75%		24	30.0%	1	1.3%	0	0.0%	2	2.5%	0	0.0%
75%超		41	51.3%	4	5.0%	0	0.0%	1	1.3%	0	0.0%

注1：事業所平均は、各事業所における部分肉製造量の割合を単純平均したものである。事業所数の分布を示したものではない。

2：分布の階層表記「〇～〇%」は、「〇%超かつ〇%以下」を意味する。（以下、注1及び2について同じ。）

(2) 産地食肉センター（牛部分肉製造事業所）

単位：事業所

製造割合・分布	合計	得意先規格		自社規格		日格協規格		コマーシャル規格		その他	
事業所平均	100.0%	74.9%		17.6%		0.0%		7.5%		0.0%	
事業所の分布	事業所数	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合
合計	28	28	100.0%	28	100.0%	28	100.0%	28	100.0%	28	100.0%
25%以下		2	7.1%	19	67.9%	28	100.0%	24	85.7%	28	100.0%
25～50%		1	3.6%	8	28.6%	0	0.0%	3	10.7%	0	0.0%
50～75%		11	39.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
75%超		14	50.0%	1	3.6%	0	0.0%	1	3.6%	0	0.0%

(3) 食肉加工メーカー（牛部分肉製造事業所）

単位：事業所

製造割合・分布	合計	得意先規格		自社規格		日格協規格		コマーシャル規格		その他	
事業所平均	100.0%	74.2%		19.1%		0.0%		6.7%		0.0%	
事業所の分布	事業所数	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合
合計	24	24	100.0%	24	100.0%	24	100.0%	24	100.0%	24	100.0%
25%以下		1	4.2%	17	70.8%	24	100.0%	21	87.5%	24	100.0%
25～50%		3	12.5%	5	20.8%	0	0.0%	2	8.3%	0	0.0%
50～75%		7	29.2%	1	4.2%	0	0.0%	1	4.2%	0	0.0%
75%超		13	54.2%	1	4.2%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

(4) 食肉卸業者（牛部分肉製造事業所）

単位：事業所

製造割合・分布	合計	得意先規格		自社規格		日格協規格		コマーシャル規格		その他	
事業所平均	100.0%	69.1%		19.4%		2.3%		7.3%		1.9%	
事業所の分布	事業所数	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合
合計	28	28	100.0%	28	100.0%	28	100.0%	28	100.0%	28	100.0%
25%以下		5	17.9%	21	75.0%	28	100.0%	25	89.3%	28	100.0%
25～50%		3	10.7%	5	17.9%	0	0.0%	2	7.1%	0	0.0%
50～75%		6	21.4%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.6%	0	0.0%
75%超		14	50.0%	2	7.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

18 豚部分肉規格種類別製造量の割合と事業所分布

(1) 全体 (豚部分肉製造事業所)

単位：事業所

製造割合・分布	合計	得意先規格		自社規格		日格協規格		コマーシャル規格		その他	
事業所平均	100.0%	62.2%		24.0%		5.4%		7.5%		0.9%	
事業所の分布	事業所数	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合
合計	78	78	100.0%	78	100.0%	78	100.0%	78	100.0%	78	100.0%
25%以下		15	19.2%	46	59.0%	72	92.3%	70	89.7%	78	100.0%
25~50%		14	17.9%	17	21.8%	2	2.6%	3	3.8%	0	0.0%
50~75%		20	25.6%	8	10.3%	2	2.6%	1	1.3%	0	0.0%
75%超		29	37.2%	7	9.0%	2	2.6%	4	5.1%	0	0.0%

注1：事業所平均は、各事業所における部分肉製造量の割合を単純平均したものである。事業所数の分布を示したものではない。

2：分布の階層表記「〇～〇%」は、「〇%超かつ〇%以下」を意味する。(以下、注1及び2について同じ。)

(2) 産地食肉センター (豚部分肉製造事業所)

単位：事業所

製造割合・分布	合計	得意先規格		自社規格		日格協規格		コマーシャル規格		その他	
事業所平均	100.0%	69.2%		21.0%		3.1%		5.6%		1.2%	
事業所の分布	事業所数	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合
合計	35	35	100.0%	35	100.0%	35	100.0%	35	100.0%	35	100.0%
25%以下		3	8.6%	25	71.4%	33	94.3%	32	91.4%	35	100.0%
25~50%		8	22.9%	2	5.7%	1	2.9%	2	5.7%	0	0.0%
50~75%		7	20.0%	6	17.1%	1	2.9%	0	0.0%	0	0.0%
75%超		17	48.6%	2	5.7%	0	0.0%	1	2.9%	0	0.0%

(3) 食肉加工メーカー (豚部分肉製造事業所)

単位：事業所

製造割合・分布	合計	得意先規格		自社規格		日格協規格		コマーシャル規格		その他	
事業所平均	100.0%	53.5%		34.6%		0.0%		11.9%		0.0%	
事業所の分布	事業所数	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合
合計	26	26	100.0%	26	100.0%	26	100.0%	26	100.0%	26	100.0%
25%以下		7	26.9%	8	30.8%	26	100.0%	22	84.6%	26	100.0%
25~50%		4	15.4%	12	46.2%	0	0.0%	1	3.8%	0	0.0%
50~75%		11	42.3%	2	7.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
75%超		4	15.4%	4	15.4%	0	0.0%	3	11.5%	0	0.0%

(4) 食肉卸業者 (豚部分肉製造事業所)

単位：事業所

製造割合・分布	合計	得意先規格		自社規格		日格協規格		コマーシャル規格		その他	
事業所平均	100.0%	61.0%		14.1%		18.5%		4.6%		1.8%	
事業所の分布	事業所数	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合	事業所数	割合
合計	17	17	100.0%	17	100.0%	17	100.0%	17	100.0%	17	100.0%
25%以下		5	29.4%	13	76.5%	13	76.5%	16	94.1%	17	100.0%
25~50%		2	11.8%	3	17.6%	1	5.9%	0	0.0%	0	0.0%
50~75%		2	11.8%	0	0.0%	1	5.9%	1	5.9%	0	0.0%
75%超		8	47.1%	1	5.9%	2	11.8%	0	0.0%	0	0.0%

19 牛部分肉製造における主な課題（牛部分肉製造事業所）

単位：事業所、件

主な課題	合計		産地食肉センター		食肉加工メーカー		食肉卸業者	
	事業所	割合	事業所	割合	事業所	割合	事業所	割合
回答事業所数	78		27		24		27	
原料枝肉の安定的な調達	21	26.9%	4	14.8%	9	37.5%	8	29.6%
部分肉製造のための人材確保	56	71.8%	19	70.4%	18	75.0%	19	70.4%
施設や設備の更新・拡充整備	38	48.7%	14	51.9%	11	45.8%	13	48.1%
部分肉製造のロボット・機械の導入	8	10.3%	4	14.8%	2	8.3%	2	7.4%
得意先の部分肉製造の規格の統一	16	20.5%	9	33.3%	2	8.3%	5	18.5%
HACCPへの対応	4	5.1%	1	3.7%	1	4.2%	2	7.4%
多様化する部分製造規格に対応するための職員の技術向上	38	48.7%	15	55.6%	11	45.8%	12	44.4%
増加する部分肉経費の加工料金や製品販売価格への転嫁	51	65.4%	15	55.6%	18	75.0%	18	66.7%
その他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

注：事業所が9つの選択肢から主な課題として3つ回答した件数から以下の式により割合(%)を求めた（78事業所から合計232件、産地食肉センター81件、食肉加工メーカー72件、食肉卸業者79件回答）。

$$\text{割合} = \text{回答件数} \div \text{回答事業所数} \times 100$$

20 豚部分肉製造における主な課題（豚部分肉製造事業所）

単位：事業所、件

主な課題	合計		産地食肉センター		食肉加工メーカー		食肉卸業者	
	事業所	割合	事業所	割合	事業所	割合	事業所	割合
回答事業所数	78		34		26		18	
原料枝肉の安定的な調達	33	42.3%	8	23.5%	16	61.5%	9	50.0%
部分肉製造のための人材確保	50	64.1%	24	70.6%	15	57.7%	11	61.1%
施設や設備の更新・拡充整備	47	60.3%	21	61.8%	18	69.2%	8	44.4%
部分肉製造のロボット・機械の導入	7	9.0%	2	5.9%	3	11.5%	2	11.1%
得意先の部分肉製造の規格の統一	17	21.8%	11	32.4%	3	11.5%	3	16.7%
HACCPへの対応	6	7.7%	1	2.9%	1	3.8%	4	22.2%
多様化する部分製造規格に対応するための職員の技術向上	18	23.1%	13	38.2%	2	7.7%	3	16.7%
増加する部分肉経費の加工料金や製品販売価格への転嫁	52	66.7%	22	64.7%	20	76.9%	10	55.6%
その他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

注：事業所が9つの選択肢から主な課題として3つ回答した件数から以下の式により割合(%)を求めた（78事業所から合計230件、産地食肉センター102件、食肉加工メーカー78件、食肉卸業者50件回答）。

$$\text{割合} = \text{回答件数} \div \text{回答事業所数} \times 100$$