

油糧・大豆および加工製品の専門紙

# 大豆油糧日報

DAILY SOYBEAN & OIL SEEDS

●発行所 株式会社 **食品産業新聞社**

本社 〒110-0015 東京都台東区東上野2-1-11(サンフィールドビル) TEL:03(6231)6092 FAX:03(5830)1570  
大阪支局 〒530-0044 大阪市北区東天満1-11-15(若杉グランドビル別館) TEL:06(6881)6851 FAX:06(6881)6859  
ホームページ <https://www.ssnpc.co.jp> E-mail: daizu@ssnpc.co.jp

●購読料(前納・税込) 6ヵ月 59,044円・1年 115,592円 (電子版) 6ヵ月 57,404円・1年 112,382円

食で未来によるこびを

おいしさ×健康×低負荷で  
人々と社会と環境へのよろこびを創出

# JOYL

Joy for Life

株式会社 J-オイルミルズ

〒104-0044 東京都中央区明石町 8-1 聖路加タワー  
[www.j-oil.com](http://www.j-oil.com)

2024年(令和6年)

10月23日

水曜日

第17287号

## CONTENTS

**禁無断転載**

- ◎ USSECとコラボ、SSAPマーク付き豆腐バーと納豆の試食イベントーセブン&アイHD 2  
オリジナル商品で持続可能性担保された材料100%使用目標、他的大豆商品も付与検討 2
- ◎ 植物性の風味素材「ミラダシ」について講演、トリックアートのような食品ー不二製油 3
- ◎ 食育事業で黒豆収穫体験、黒枝豆は昨年に続き不作、猛暑や雨量も少なくーフジッコ 3
- ◎ 10月20日現在の米国大豆収穫率81%と前年・平年上回るー米農務省 4
- ◎ 24年8月配・混飼料生産量2.5%減の188.4万t、大豆かす配合率12.7%ー農水省 4
- ◎ ご当地大豆を大豆ミートに委託加工する取組開始、1.5tの少量からー旭松食品 4
- ◎ 西京味噌、「西京白みそだし入り」刷新、コストダウンでお手頃価格を実現ーみそ特集 7  
まるや八丁味噌、八丁味噌の伝統を守る、コロナ前水準を目指す 5  
八丁味噌、伝統製法の魅力をアピール、パウダーで用途拡大へ 6  
新庄みそ、「あまくち麦と米生あわせ」を全国へ拡大、9月から価格改定、着実に浸透へ 6  
ますやみそ、「芳醇合わせみそ」を重点販売、「かきの土手鍋の素」にも注力 7
- ◎ 24年9月マーガリンPOS、「コーンソフト バター入り 300g」が10位に 7
- ◎ [相場] 大連大豆市況 7  
輸入大豆・国内仲間相場、食用油・油粕市況 8  
シカゴ大豆・ウイニペグ=カノーラ 8
- ◎ [資料] 24年8月配合・混合飼料の原料使用状況ー農水省 9  
24年9月マーガリンPOS売れ筋ランキング(ベスト50) 10
- ◎ [広告] 大豆油糧日報(電子版)前日夕刻に配信中 11

NISSHIN **oillio**  
"植物のチカラ"

日清キャーラ油  
**ハーフユース**

揚げもの、揚げ焼きに!

炒めものに!

いつもの1/2の量で調理ができる!

使う油の量が少ないので、片付けも楽ちん!

コレステロール  
ゼロ

いつもの1/2の量で揚げ焼き!

日清キャーラ油 ハーフユース

日清キャーラ油 ハーフユース 炒め専用

日清オイリオグループ株式会社 <https://www.nissin-oillio.com/>

## ◎ USSECとコラボ、SSAP マーク付き豆腐バーと納豆の試食イベントーセブン&アイHD

セブン&アイ・ホールディングスは16～18日にかけて、横浜市泉区の「イトーヨーカドー立場店」で、アメリカ大豆輸出協会（USSEC）とコラボし、環境や認証マークについて情報発信するイベントを行った。USSECが展開するサステナブルな認証を証明するSSAP（アメリカ大豆サステナビリティ認証）マークを付けている「セブンプレミアム」の「豆腐バー」2品（「おからと枝豆の豆腐バー」、「枝豆とひじきの豆腐バー」）と納豆「うま味極小粒」の試食やメニュー提案を行い、大豆アニメ「SOY STORY～ソイとだいな仲間たち～」のダイジェスト版を放映した。SSAP 認証について説明した冊子やノベルティも配布し、好評だった。

同社は10月をグループの「秋の環境月間」として、「セブンプレミアム」の環境に配慮した商品や取り組みについて、特設ページで訴求している。10月に環境や認証マークを発信する店頭イベントは昨年からは開始した。その狙いについてサステナビリティ推進部の小山遊子統括マネジャー（写真上・中央）は、「実りの秋ということで、食品を中心に実施し始めた。持続可能な調達について商品面での訴求として、認証マークのついた商品を消費者に知ってもらうため」と述べる。

小山統括マネジャーは、「消費生活アドバイザーに来店客の声を拾ってもらおうと、こういった認証マークを知らなかったという声を毎回もらう。まだまだ消費者に届いていない。今回、USSECから声をかけてもらい、消費者に伝えるイベントとして、試食や動画を流すアイデアをもらった」とコラボ経緯について説明する。

## ○ オリジナル商品で持続可能性担保された材料100%使用目標、他の大豆商品も付与検討

同社グループ一丸となって取り組む「GREEN CHALLENGE 2050」のテーマの1つとして、オリジナル商品で使用する食品原材料については、2050年までに持続可能性が担保された材料を100%使用することを目標に掲げている。小山統括マネジャーは認証マークの付与について、「オリジナル商品と中食が増えており、GAP認証の野菜を使った総菜も販売している。認証マークの付いたオリジナル商品を増やすとともに、それを使った総菜を増やしている」とする。



イベントは初日から好評だったようで、「米国農家が一緒に懸命に作ったと説明でき、『豆腐バー』や納豆を買ってもらった人も多かったと聞く」と手ごたえを得ている。昨年は単品の試食だったが、今回は食べ比べできるようにしたため、説明できる時間も長く取れたとしている。通常の納豆や豆腐売場でも、SSAP マークについて紹介するPOPを掲示した（写真下）。



立場店で行った理由は、調理実演できるコーナー「クッキングサポート」の強みが生かせ、より商品を知ってもらうためだという。オリジナルレシピを紹介し、納豆を使った「もずく和え」や「めかぶ和え」、「納豆キムチチャーハン」といったレシピも提案していた。

「最初は水産からスタートし、野菜は農家の顔が見えるGAP認証を取得した。加工食品も品ぞろえしたいと思っていた時にSSAPを知った」と振り返る。「大豆や卵は原料として幅広く使っている」と、他の大豆商品に付与することも検討しているとする。

イトーヨーカ堂とヨークは地域に店舗を構え、地域密着で営業している。「地域自体がサステナブルになるように、未来世代への環境教育や環境活動を推進していく」と述べる。

### ◎ 植物性の風味素材「ミラダシ」について講演、トリックアートのような食品不二製油

不二製油は17日、「日本の菜食を、世界唯一のプレミアムへ。」を掲げた任意団体のShojinveganイニシアティブが開催したセミナーで、植物性の風味素材「ミラダシ」について講演した。日本には精進料理に代表される菜食が根付いていることから同団体では、特に訪日外国人（インバウンド）の需要が高いヴィーガン料理をうまくブランディングをすることで、インバウンドのみならず国内でも幅広くその魅力を伝える活動を行っている。

今回のセミナーの1つ、不二製油の齋藤努風味基材事業部部長（写真左）による「植物性の油脂とたん白を組み合わせる『満足感』をつくる技術ミラコア」についてのプログラムでは、食べた時に動物性の味わいが感じられるミラコアを使用した「ミラダシ」について試食を交えて説明があった。齋藤部長は「西洋的な考えでは成分を分析、分解してこの要素を抜き出せばこんな味になるという考え方をすることもできない。ミラダシはそのような作り方ではなく、食べた時にどう感じるかに重点を置いて開発している」と話した。

例えば、プリンにしょうゆをかけたらウニの風味を感じる、その感じ方の感覚を油脂とたん



白質の組み合わせで再現したものだという。実際の成分は異なるが「人間の捉え方」で動物っぽさを感じるよう仕上げている、いわばトリックアートのような食品と捉える。

吉川正晃 Shojinvegan イニシアティブ代表（Human Hub Japan 代表、写真右）は、「ヴィーガンの専門店も頑張っているが、インバウンドは普通の和食が食べたいはず。今後この活動を通じて普通の飲食店で、世界で一番おいしいヴィーガン料理が提供されるようにしていきたい。今度さらにインバウンドが増加した際に、大阪の街がヴィーガンハラルフレンドリータウンと言えるようになれば」と展望を語った。



このほか、Fasbase（品川区）の金田雅人社長による「店舗登録と送客方法」、普門寺の吉村昇洋住職による「精進料理の魅力と根底に流れる精神」、龍旗信（堺市西区）の松原龍司社長による「グルテンフリーヌードルの開発と植物性素材を用いたラーメン出汁ベース」、角濱総本舗（和歌山県伊都郡）の角濱功治社長による「高野山ヌードル」といった内容のセミナーが行われた。

### ◎ 食育事業で黒豆収穫体験、黒枝豆は昨年に続き不作、猛暑や雨量も少なくーフジッコ

フジッコは19日、黒豆の生産地である丹波篠山で「黒豆収穫体験」を開催した（写真）。6月には作付、8月に圃場の手入れ、10月に収穫、12月に調理を行う「黒豆食育体験」4回分がワンセットになった年間イベントとなっている。



参加者は小学生の子どもをもつ保護者とのペア15組30人が招待されたほか、昨年の体験者2組4人を先輩として招待、スタッフとともに今年の参加者をサポートする。

今回はあいにくの雨だったため圃場での収穫

作業は中止となった。小田垣商店の田村隆弘さんをはじめ圃場のスタッフが事前に収穫した枝から枝豆のさやをもぎる作業を、いずみ営農組合（兵庫県丹波篠山市）の作業場で行った。参加者は夢中になって作業に徹した。

田村さんは「猛暑の影響で朝晩の寒暖差がなく夜も暑い日が続いたことや、雨量が少なかったことから、昨年の不作に続き、今年も例年に比べて不作だ。枝からさやを外すのに用いた枝数は例年通り約200株を用意した。不作とはいえ、黒枝豆の一番味のいい季節だ。圃場での収穫作業がなかったため、みなさんは十分な量の枝豆を持って帰ってもらえたと思う」と話した。

収穫後に参加者は小田垣商店に移動して昼食を取った後、みそづくり体験や「お月見だんごを食べる会」を楽しんだ。

◎ 10月20日現在の米国大豆収穫率81%と前年・平年上回る一農務省

米農務省が公表した、10月20日現在の米国大豆収穫率は、主要18州平均で81%（前週67%、前年72%、平年67%）と、前年を9ポイント上回り、平年を14ポイント上回っている。

イント下回り、平年を14ポイント上回っている。

△米大豆収穫率(%)

	10/20	10/13	2023	平年		10/20	10/13	2023	平年
アーカンソー	82	72	78	66	ミズーリ	61	41	57	43
イリノイ	76	62	75	67	ネブラスカ	85	70	79	80
インディアナ	75	57	61	62	ノースカロライナ	31	20	24	27
アイオワ	91	81	83	76	ノースダコタ	89	76	80	73
カンザス	70	53	67	54	オハイオ	78	62	60	61
ケンタッキー	54	42	47	49	サウスダコタ	91	77	85	77
ルイジアナ	94	82	97	93	テネシー	69	62	56	51
ミシガン	80	66	40	49	ウィスコンシン	93	83	65	61
ミネソタ	95	88	85	81	18州平均	81	67	72	67
ミシシッピ	90	84	93	82					

◎ 24年8月配・混飼料生産量2.5%減の188.4万t、大豆かす配合率12.7%一農水省

農水省飼料課がまとめた24年8月の配合・混合飼料生産量は、前年同月比2.5%減の188万4,422tとなった。うち配合飼料は2.6%減の184万4,922t、混合飼料は0.2%減の3万9,500tとなった。

油かす8万4,009t（同4.5%）、米ぬか油かす2万269t（同1.1%）、DDGS（トウモロコシ蒸留粕）3万909t（同1.6%）などとなっている。

原料使用量（後掲資料参照）は、大豆かすは23万8,793tで、配合率は12.7%と前月から2ポイント上昇している。このほか、トウモロコシは88万7,330t（配合率47.4%）、菜種

用途別の配合飼料生産量は、養鶏用が0.7%減の77万8,588t、養豚用は4.0%減の42万7,435t、乳牛用は4.4%減の24万8,310t、肉牛用が3.4%減の38万6,385tと、いずれも減少している。

(単位:t、%)

	配合混合飼料		大豆かす			
	生産量	使用量	配合率	生産量	輸入力	
24年1月	1,965,290 (101.9)	248,019 (99.1)	12.6	143,453 (84.7)	124,395 (69.9)	
2月	1,953,722 (105.2)	245,019 (101.6)	12.5	128,107 (101.3)	132,566 (107.4)	
3月	2,009,558 (95.4)	252,626 (94.4)	12.6	152,879 (84.1)	205,673 (256.4)	
4月	2,055,760 (105.5)	257,281 (103.9)	12.6	171,049 (95.9)	132,558 (108.5)	
5月	2,054,720 (100.6)	259,040 (99.5)	12.6	151,051 (100.1)	151,172 (108.2)	
6月	1,870,649 (95.2)	236,371 (95.5)	12.5	145,600 (96.7)	118,504 (70.2)	
7月	1,951,937 (104.0)	243,346 (98.4)	12.5	158,787 (100.8)	159,243 (123.2)	
8月	1,884,422 (97.5)	238,793 (96.9)	12.7	118,691 (84.1)	146,502 (115.5)	
累計	15,746,058 (100.6)	1,980,495 (99.0)	12.6	1,169,618 (93.1)	1,170,613 (109.6)	

◎ ご当地大豆を大豆ミートに委託加工する取組開始、1.5tの少量から一旭松食品

旭松食品は北海道、兵庫県、長野県のご当地大豆を大豆ミートに委託加工する取り組みを開始する。通常、大豆ミートは搾油してから加工するため大量に大豆が必要だという。同社の大豆ミートは原料大豆の油を搾らずそのまま加工するため、1.5tの少量から大豆の特性に合わせて大豆ミートに加工できることをアピールする。「原料大豆の成分がまるごと製品に含まれる」（同社）。

産ゆきほまれ＝帯広市川西農業協同組合と業務提携し、フードバレーとかちの応援企業として登録した。帯広市学校給食などに使われ始めている。△兵庫県佐用町産もち大豆＝兵庫県佐用町と大豆ミートを共同開発し、もち大豆のブランド力強化に取り組む。元気工房さよらの食堂などに採用予定だ。△長野県南信州産つぼほまれ＝阿智村との提携により大豆ミートを使用した農産加工品の開発、飲食店でのメニュー利用と地元での学校給食に採用される予定だ。

各地域との取り組み次の通り。△北海道十勝

## ◎ 西京味噌、「西京白みそだし入り」刷新、コストダウンでお手頃価格を実現—みそ特集7

西京味噌(京都市上京区)は、「西京白みそ」ブランドで知られる老舗である。前期(24年6月期)の売上高は増収で着地した。「業務用の回復が寄与した」(同社)。

原材料など諸コストアップが続く中、同社は昨年6月からカップ、袋、スパウトパウチ詰め商品を対象に価格改定を実施した。「デラックス」については、375gから300gへ量目変更した。この影響で家庭用は金額ベースで伸長も、数量ベースで微減となった。

今期も業務用が好調に推移。家庭用は金額、数量ともに前年並みで推移している。

秋冬の重点施策として、「西京白みそだし入り」をリニューアルした。既存品の「西京白みそ上撰だし入りSP」(250g)を終売し、リニューアル品「西京白みそデラックスだし入り」

(250g、写真)を10月1日に発売した。ペー



スのみそは国産米仕込みの「デラックス」にグレードアップ。昆布と鰹のあわせだしは、だし感をほどよいバランスに調整した。パッケージは「すぐとける」、「昆布と鰹のだし入り」の簡便性を訴求するデザインに変更した。外箱強度を向上させて中仕切りを除去し、入数を増加。包材の見直し、輸送効率の向上などによりコストダウンを図った。「従来よりも求めやすい価格帯を実現した。配荷を広げたい」(同社)。

このほか、主力商品の「京の彩」、「デラックス」などを重点販売する。「ボリュームゾーンを拡販し、市場占有率を上げたい」(同社)。

業務用では、西京漬け用途が好調に推移しており、今後も販売を強化する。

事業環境については、原料米、燃料、資材など諸コストアップが続く、厳しい状況にある。その中で、生産現場での将来的な人手不足対策を講じている。既に導入しているパレタイザーに加えて、自動封函機の導入など、省人化・自動化への投資を進めている。また、人材育成にも注力している。

## ○ まるや八丁味噌、八丁味噌の伝統を守る、コロナ前水準を目指す

まるや八丁味噌(愛知県岡崎市)は「まるや」ブランドで知られる八丁味噌の老舗である。大豆と塩だけを原料に、大きな杉桶に仕込み、職人の手で重石を円錐状に積み上げ、2年以上天然醸造で熟成させる江戸時代から続く伝統製法を守り続けている。

注力商品は、「三河産大豆の八丁味噌」(300g、写真)、「八丁味噌」

(300g)、「有機八丁味噌」(400g)だ。ブランドの価値を守りながら、大切に販売している。

今期(25年2月期)の進捗は、家庭用の出荷量は前年並みで推移している。前期に大河ドラマ「どうする家康」効果があった反動で、みそだれなどの加工品(土産物)が若干減少しているという。



「今期はコロナ前の19年水準を目標にしている。業務用は回復傾向にあるが、料亭含め高級路線の顧客が多く、コロナを契機に企業の接待が減った中、戻りにくい状況にある。一方、個店からの引き合いが徐々に増えている」(同社)。

利益については、原料高、資材、燃料など諸コストアップにより圧迫されている。

トピックスでは、限定醸造の「三河産大豆と神水仕込みの八丁味噌」を、今年も10月1日から発売した。三河産大豆と岡崎の山間部「神水」地区の天然井戸水で仕込んだ商品だ。

また、今年も地元岡崎市が「ラリージャパン」(世界ラリー選手権の日本ラウンド)の観戦エリアの一つとなる。「昨年は八丁味噌協同組合の「まるや」、「カクキュー」(八丁味噌)2つの蔵の桶をコース上に置き、注目を集めた。今年も継続されるかもしれない」(同社)。(次面に続く)

## ○ 八丁味噌、伝統製法の魅力をアピール、パウダーで用途拡大へ

八丁味噌（愛知県岡崎市）は、「カクキュー」ブランドで知られる八丁味噌の老舗である。伝統製法でつくる八丁味噌と、八丁味噌をフリーズドライ製法により粉末状にした簡便商品「三河産大豆 八丁味噌のパウダー」（写真）の販売に力を入れている。



前期（24年6月期）の売上高は、前年微増で着地した。コロナ禍からの業務用の回復に加えて、大河ドラマ「どうする家康」効果で岡崎市への注目が高まり、同社への工場見学や、土産物の販売などに好影響があった。一方利益については、原料高をはじめ諸コストアップにより圧迫された。「今期も主原料である大豆の価格の高止まりや資材高など、引き続き収益環境は厳しい」（同社）。

引き続き、「三河産大豆 八丁味噌」「有機 八丁味噌」「国産大豆使用 八丁味噌 銀袋」などの八丁味噌と、簡便商品の「三河産大豆 八丁味噌のパウダー」が順調に推移している。

「当社商品は高価格帯だが、食を豊かにする商品として扱っていただけている。少し価格が高くても食を楽しみたい方が増えていると感じる」（同社）。

パウダーは、みそ汁はもちろん、料理へのコク・うま味足し、シーズニングに加えて、菓子などに用途が拡大している。

「伝統製法の八丁味噌の魅力をPRし続ける。また、八丁味噌を使った加工品を開発していく」（同社）。

「赤出し味噌」に関しては、伸び悩んでいるという。「赤だしは一般的にみそ汁用途が多く、人口減もあってみそ汁を飲む人が減少していることが課題。八丁味噌と同様に、赤だしもみそ汁だけでなく料理に使えることもアピールできれば。豆みそに米みそを合わせた赤だしの良さを生かしたい」（同社）。

トピックでは、「カクキュー」と「まるや」（まるや八丁味噌）から成る八丁味噌協同組合が主催する秋の恒例イベント「きらりまつり」を19日に開催する。

## ○ 新庄みそ、「あまくち麦と米生あわせ」を全国へ拡大、9月から価格改定、着実に浸透へ

新庄みそ（広島市西区）は9月1日から、商品の価格改定を実施している。重点施策として、新価格の浸透を図る。商品面では、主力商品の「あまくち麦と米生あわせ」の拡大に注力する。新商品では、若年層をターゲットにした新商品「スパウト万能甘口みそ 150g」を9月から発売し、新たな層に向けた提案を強化する。

価格改定は、原材料の想定を大きく上回る高騰、調達難に伴う高単価な原料米の導入、燃料費や物流費の上昇などによるもの。22年に続いて2回目の価格改定に踏み切った。改定率は5～25%。主力商品の「あまくち麦と米生あわせ」（写真）については、750gから650gに容量変更した。



「今期も『あまくち麦と米生あわせ』の関西、関東への拡大に力を注いでおり、全国商品に育てたい。実質値上げの影響を注視する」（同社）。

新商品の「スパウト万能甘口みそ」は、和食や洋食などのさまざまなメニューを簡単に作れる甘口タイプの万能みそ。裏面にレシピが掲載されている。若年層に向けてポップなデザインを採用、「ミソミソミソ」という文字を大きくあしらった黄色のパッケージでインパクトを出した。

「みそ売り場で『これ何?』と、手に取ってもらえれば」（同社）。

同商品は、中国・九州などの西日本を中心に、関西でも採用されている。「こだわり食材を扱う店や、雑貨店にも提案したい。通販でも展開する予定」（同社）。

同社強みの塩麴関連製品では、「塩麴鍋つゆ 180ml」を9月に発売し、順調な滑り出しを見せている。塩麴を使ったヘルシー感に加えて、6倍希釈で使用するため、人数に合わせて楽しめる点が好評という。西日本、関西を中心に、関東でも採用されている。（次面に続く）

○ ますやみそ、「芳醇合わせみそ」を重点販売、「かきの土手鍋の素」にも注力

ますやみそ（広島県呉市）の今期（25年4月期）の販売状況は、昨秋実施した価格改定の影響で数量ベースでは若干落ち込んだが、金額ベースでは伸長している。また、長く続いた猛暑の影響で、「鯛とごま入り 冷や汁の素3食入り」、「ゆず香る冷や汁の素 500ml」の販売が好調だった。

諸コストアップへの対応では、今秋にも家庭用製品と業務用製品で価格改定を行う。秋冬の重点商品は、主力商品である米みそと麦みそのあわせみそ「芳醇合わせみそ 500g」（写真）だ。また、白みその最需要期である年末商戦に向けては、国産米と北海道産大豆を使った「黄金扇 500g」の販売に力を注ぐ。

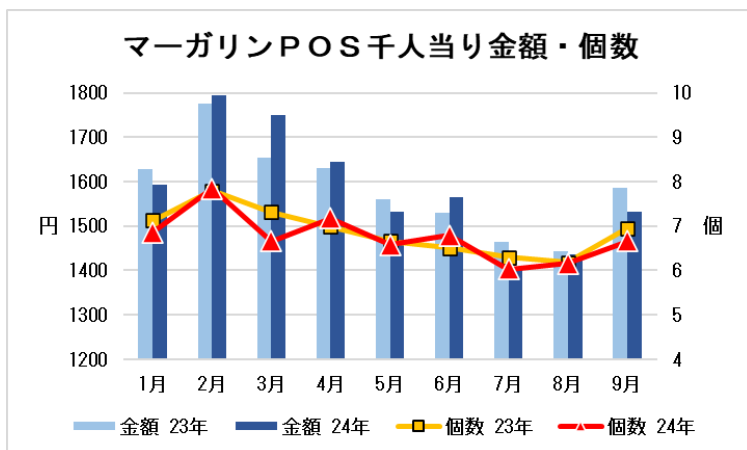
このほか、「かきの土手鍋の素」を中心とした「鍋の素」シリーズに注力する。濃縮ならではの経済性や使い勝手の良さ、ラインアップの豊富さを訴求する。

「3月に広島の郷土料理『かきの土手鍋』が『100年フード』（文化庁）に認定された。発売42年目となる『かきの土手鍋の素』をしっかりとアピールしていく」（同社）。

秋冬新商品では、「広島味噌らーめん」を8月から発売した。濃厚みそスープ仕立てで、瀬戸内海産いりこと広島県瀬戸田町産レモンも使用している。麺は、手軽に使えて長持ちするよう乾麺を採用した。土産ルートも狙う。

◎ 24年9月マーガリンPOS、「コーンソフト バター入り 300g」が10位に

24年9月マーガリンPOSデータ（日経POS情報を元に本紙作成、全国のスーパー・生協約900店対象）によると、後掲資料の50位以下を含む合計の千人当り金額は1,532.6円（前月1,436.7円、前年同月1,585.6円）、千人当り個数は6.66個（同6.16個、6.95個）、平均価格は230.3円（同233.1円、同228.2円）だった。平均価格は前月から下回ったが、前年同月を超えた。対象とした分類は、マーガリン・ファットスプレッド。



前月46位だった明治「コーンソフト バター入り 300g」が10位まで上昇し、千人当り

金額も前月比で大きく伸長した。同商品は、従来品の20g増量版で、期間限定の販売となる。

◎大連大豆市況（10月22日）

(人民币元/t)

	11月限	1月限	3月限	5月限	7月限	9月限	出来高		
[No n]	3,933	3,969	3,963	3,989	4,003	4,019	87,506枚		
前日比	- 1	- 4	- 1	- 1	- 3	- 3			
	11月限	12月限	1月限	3月限	5月限	7月限	8月限	9月限	出来高
[大豆ミール]	2,922	2,982	2,976	2,904	2,787	2,785	2,873	2,870	1,211,359枚
前日比	- 14	- 20	- 7	- 13	- 1	+ 2	+ 4	+ 3	
[大豆油]	8,096	8,236	8,262	8,074	7,878	7,700	7,694	7,672	509,499枚
前日比	+ 52	+ 58	+ 56	+ 42	+ 46	+ 34	+ 44	+ 36	

## ◎ 輸入大豆・国内仲間相場 (10月22日)

## △中国産大豆 (京浜・t/円)

選別 173,000 ~ 178,000

## △NON-GM大豆(お付) (t/円)

選別 143,000 ~ 150,000

## △京浜仲間相場 (30kg/円)

中国大豆 中粒 5,600	米・加大粒白目 5,400 ~ 5,500	米・黒目 4,700 ~ 5,000
	米・加白目 5,100 ~ 5,300	

## △京浜末端相場 (30kg/円)

米国高たん白白目 7,600	国産 9,200~	カナダ中粒 5,800
		米・黒目 5,600
カナダ高たん白白目 7,600	国産九州 9,800~	

## ◎ シカゴ大豆三品定期中心値 (10月21日)

大豆		大豆ミール		大豆油	
(bus / ¢)	前日比	(ST/\$)	(lbs/ ¢)	(t/カナダ\$)	
11月 981.00	(+) 11.00	-	-	11月	620.10
12月 -	-	318.30	42.39	1月	630.90
1月 989.75	(+) 7.00	315.00	42.23	3月	641.90
3月 1002.00	(+) 5.75	314.70	42.35	5月	649.80
5月 1016.00	(+) 5.00	316.60	42.54	7月	653.10
7月 1028.25	(+) 5.25	319.50	42.67	11月	637.00
8月 1029.50	(+) 5.50	319.90	42.47		
9月 1022.25	(+) 5.50	319.60	42.20		
10月 -	-	318.80	41.85		
11月 1025.50	(+) 5.50	-	-		
12月 -	-	321.30	41.76		

## ◎ ウイニペグ菜種 (10月21日)

## ◎ 食用油・油粕市況 (10月22日)

## △食用油 (16.5kg/円)

大豆白絞油 上銘 5,800	並銘 5,000
菜種白絞油 上銘 5,800	菜種油 上銘 6,800
こめ白絞油 6,800	

## (先物大口kg/円)

大豆白絞油 345~350	菜種白絞油 345~350	こめ白絞油 365~370	綿実油 350~360	コーン油 210~220
---------------	---------------	---------------	-------------	--------------

## △油かす(10~12月渡t/円)

脱脂大豆配飼用 79,000	単飼用 82,000	NON脱脂大豆醸造用 102,000	菜種かす配飼用 56,000	肥料用 58,000
----------------	------------	--------------------	----------------	------------



## —資料— 24年9月マーガリンPOS売れ筋ランキング (ベスト50)

順位 (前月)	名 称	千人当たり金額			千人当たり個数			平均価格		カバー率	
		前月比	前年比	金額% <sup>7</sup>	前月比	前年比	前月比	前年比			
1位 (1位)	雪印メグミルク ネオソフト ファットスプレッド 300G	353.0 円	116.1%	129.9%	23.00 %	1.58 個	23.70 %	223 円	▲ 7 円	▲ 15 円	95.8 %
2位 (2位)	雪印メグミルク ネオソフト コクのあるバター風味 ファットスプレッド 280G	210.6	127.4%	171.5%	13.70	0.96	14.50	219	▲ 11	▲ 27	75.4
3位 (4位)	小岩井乳業 マーガリン 脱脂バター入り 180G	131.5	107.6%	107.8%	8.80	0.43	6.50	304	▲ 1	0	75.3
4位 (3位)	明治 コクと香りのバター風味ソフト ファットスプレッド 280G	100.8	76.0%	-	6.80	0.50	7.80	200	1	-	45.0
5位 (6位)	雪印メグミルク ネオソフト ハーフ 箱 160G	69.7	102.7%	94.3%	4.50	0.33	4.90	214	0	▲ 1	90.7
6位 (7位)	帝国ホテルキッチン 帝国ホテルマーガリン 185G	57.9	99.1%	98.1%	3.80	0.15	2.20	393	1	1	61.4
7位 (9位)	小岩井乳業 マーガリン ヘルシー芳醇仕立て 180G	46.0	107.0%	99.1%	3.00	0.15	2.30	305	▲ 2	▲ 3	49.9
7位 (8位)	雪印メグミルク ネオソフト ファットスプレッド 160G	46.0	100.4%	87.5%	3.00	0.26	4.00	174	▲ 1	2	64.6
9位 (5位)	明治 コーンソフト バター入り ファットスプレッド 280G	45.1	54.2%	45.5%	2.90	0.20	3.00	229	▲ 3	0	50.9
10位 (46位)	明治 コーンソフト バター入り 300G	43.2	21600.0%	-	2.80	0.19	2.90	223	▲ 23	-	39.2
11位 (10位)	雪印メグミルク バター仕立てのマーガリン 140G	41.3	101.7%	89.2%	2.70	0.18	2.70	234	1	▲ 0	58.6
12位 (11位)	雪印メグミルク ネオソフト ベに花 ファットスプレッド 160G	38.7	104.6%	93.9%	2.40	0.13	2.00	280	▲ 3	▲ 3	58.1
13位 (12位)	明治 コーンソフト ファットスプレッド 300G	24.4	71.1%	99.6%	1.60	0.11	1.60	223	▲ 6	▲ 10	41.8
14位 (15位)	雪印メグミルク ケーキ用マーガリン 食塩不使用 2本 200G	18.1	123.1%	100.6%	1.20	0.08	1.20	221	▲ 0	1	43.6
15位 (13位)	明治 オフスタイル ベに花 機能性表示食品 140G	16.1	101.9%	92.0%	1.10	0.08	1.20	201	1	▲ 1	23.0
16位 (16位)	明治 チューブでチーズブレンド 150G	15.1	104.9%	86.8%	1.00	0.06	0.80	269	▲ 6	▲ 22	40.9
17位 (14位)	雪印メグミルク ネオソフト コクのあるバター風味 140G	14.8	96.7%	-	1.00	0.09	1.30	173	▲ 1	▲ 5	22.0
18位 (59位)	明治 コーンソフト ファットスプレッド 300G	14.2	-	-	0.90	0.07	1.00	214	▲ 51	-	26.6
19位 (17位)	マリンフード ガーリックマーガリン 160G	10.5	101.9%	97.2%	0.70	0.03	0.50	305	▲ 0	0	22.9
20位 (18位)	創健社 ベに花ハイプラスマーガリン 180G	8.2	101.2%	89.1%	0.50	0.02	0.30	401	▲ 2	90	11.5
21位 (19位)	明治 ケーキマーガリン 200G	6.0	96.8%	89.6%	0.40	0.03	0.40	233	3	▲ 1	27.9
22位 (20位)	明治 あじわいソフト バター風味 330G	5.9	103.5%	95.2%	0.40	0.03	0.40	215	0	2	1.5
23位 (21位)	明治 オフスタイル 機能性表示食品 140G	5.6	100.0%	73.7%	0.40	0.03	0.40	206	▲ 1	▲ 1	13.4
24位 (22位)	雪印メグミルク バターのようなマーガリン 2本 200G	5.5	112.2%	100.0%	0.40	0.02	0.30	239	▲ 0	4	18.1
25位 (23位)	ホテルオークラエンタープライズ マーガリン 150G	5.0	102.0%	102.0%	0.30	0.02	0.30	258	▲ 1	▲ 1	5.0
26位 (25位)	ロイヤルホテル バター入りマーガリン 150G	3.4	103.0%	91.9%	0.20	0.01	0.20	333	3	▲ 0	5.0
27位 (26位)	明治 コーンソフト かるーいタイプ バター風味 140G	3.1	106.9%	72.1%	0.20	0.02	0.30	182	▲ 4	▲ 3	10.1
28位 (27位)	雪印メグミルク テイステイソフト バターの風味 濃厚 ファットスプレッド 300G	1.9	100.0%	158.3%	0.10	0.01	0.10	249	▲ 2	▲ 27	3.3
29位 (28位)	雪印メグミルク 北海道練乳ソフト パンスプレッド 140G	1.8	105.9%	60.0%	0.10	0.01	0.10	217	▲ 1	8	7.6
30位 (24位)	Jオイルミルズ 生活良好 クリーミー&なめらかソフト 減塩タイプ 320G	1.7	45.9%	8.1%	0.10	0.01	0.10	176	10	▲ 27	2.3
31位 (29位)	マリンフード 私のおいしいヴィーガンソフト 160G	1.5	115.4%	83.3%	0.10	0.00	0.10	355	▲ 2	10	3.7
32位 (34位)	創健社 植物素材でつくった発酵豆乳入りマーガリン 160G	1.4	140.0%	175.0%	0.10	0.00	0.10	372	▲ 5	▲ 0	2.5
32位 (32位)	アクト中食 レストランマーガリン 900G	1.4	127.3%	107.7%	0.10	0.00	0.00	602	▲ 2	▲ 3	0.4
34位 (36位)	ホテルオークラエンタープライズ ピスタチオスプレッド 140G	1.1	137.5%	122.2%	0.10	0.00	0.00	428	▲ 1	22	2.8
35位 (30位)	明治 かるやかソフト ファットスプレッド 300G	1.0	83.3%	90.9%	0.10	0.00	0.10	228	0	0	0.5
36位 (35位)	マリンフード クリーミーマーガリン 150G	0.9	112.5%	112.5%	0.10	0.01	0.10	129	0	1	0.8
36位 (31位)	丸和油脂 ホテルソフト ファットスプレッド 380G	0.9	75.0%	900.0%	0.10	0.00	0.10	249	▲ 9	24	2.3
36位 (39位)	マリンフード ガーリックバターブレンド 80G	0.9	150.0%	-	0.10	0.00	0.10	227	2	-	3.5
39位 (37位)	アクト中食 バター入りレストランマーガリン 800G	0.6	85.7%	85.7%	0.00	0.00	0.00	692	▲ 2	0	0.2
39位 (40位)	マリンフード うにバターブレンド 95G	0.6	100.0%	-	0.00	0.00	0.00	328	▲ 13	-	2.6
39位 (38位)	丸和油脂 ホテルソフトバター風味 150G	0.6	100.0%	150.0%	0.00	0.00	0.10	164	▲ 2	26	2.1
42位 (42位)	キュービー はちみつ&マーガリン パッケージ 11GX20	0.4	133.3%	200.0%	0.00	0.00	0.00	496	2	47	0.8
42位 (41位)	マリンフード 植物バター 160G	0.4	133.3%	80.0%	0.00	0.00	0.00	332	10	▲ 6	1.2
44位 (33位)	Jオイルミルズ ラーマ バターの風味 マーガリン 300G	0.2	20.0%	0.1%	0.00	0.00	0.00	180	▲ 7	▲ 10	0.2
44位 (44位)	キュービー いちご&マーガリン パッケージ 11GX20	0.2	66.7%	100.0%	0.00	0.00	0.00	503	1	25	0.7
44位 (47位)	雪印メグミルク ハイスノーマーガリン 無塩 450G	0.2	100.0%	100.0%	0.00	0.00	0.00	282	▲ 117	▲ 117	0.1
44位 (51位)	ホテルオークラエンタープライズ ムーブスプレッド 150G	0.2	200.0%	200.0%	0.00	0.00	0.00	357	50	15	0.4
44位 (55位)	志津屋 カルネマーガリン 160G	0.2	200.0%	-	0.00	0.00	0.00	452	4	-	0.1
44位 (48位)	マリンフード たらこスプレッド 150G	0.2	100.0%	50.0%	0.00	0.00	0.00	360	▲ 47	▲ 1	1.3
44位 (45位)	ドウシヤ 俺のベーカリィ バンに塗るだけ絶品塩トリュフバターブレンド 140G	0.2	66.7%	66.7%	0.00	0.00	0.00	596	226	85	0.3

※日経POS情報をもとに本紙作成(集計)。対象店舗数は約900、アイテム数は74。PB商品は各社合計値。

▽千人当たり金額=収録対象店舗での販売金額合計÷収録対象店舗の来店客数合計×1,000

▽千人当たり個数=収録対象店舗での販売個数合計÷収録対象店舗の来店客数合計×1,000

▽カバー率=販売実績のある店舗数(カバー店舗数)÷対象店舗数×100



—広告— 大豆油糧日報〈電子版〉前日夕刻に配信中

## これからの新たなスタンダードへ

大豆油糧日報・米麦日報・畜産日報・酒類飲料日報・冷食日報

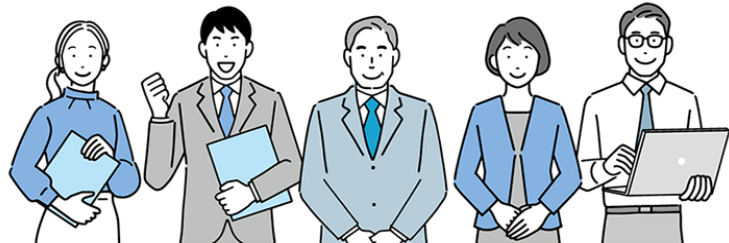
# 「日報5紙〈電子版〉」が 前日夕方に先行配信。

アフターコロナの働き方改革により、多様化したビジネススタイルに合わせ早くニュースをお届けします。

「日報〈電子版〉」の夕刊配信<sup>※</sup>を開始致しました。 ※報道解禁日が定められている記事が掲載される発行号は除きます。

現在、紙面でご購読頂いている皆様も夕刊配信をスタートしたこの機会にぜひ、日報電子版のご検討を宜しくお願い致します。

※「日報〈電子版〉」のご購読料金につきましては、弊社ホームページにてご確認ください。



## 「日報5紙〈電子版〉」お申し込み方法

《アクセス手順》 ※スマホ・PC・タブレットからでもご利用頂けます。

- 1 『食品産業新聞社ホームページ』にアクセスします。  
(<https://www.ssnp.co.jp>)
- 2 『食品産業新聞社ホームページ』のトップページ右側にある「日報5紙〈電子版〉ダウンロードサイト」専用バナーから、会員サイトにアクセスします。  
※右記、QRコードからでもアクセスできます。



日報5紙(電子版)ダウンロードサイトQRコード



## 《操作手順》

- 3 食品産業新聞社 会員サイト内の「試読・購読をご希望の方」部分にある利用規約をご確認いただき、「利用規約に同意する」にチェックを入れたあと、「定期購読・試読のお申し込み」をクリックします。
- 4 「購読・試読・書籍購入のお申し込み」ページ内の中央にあるバナー「日報5紙〈電子版〉お申し込みはこちら」をクリックします。
- 5 「日報5紙〈電子版〉お申し込み」ページの記入例に従って、「申し込みメールを送る」バナーよりメールをお送り下さい。



### 電子版 特徴

#### Device/デバイス

お使いのスマホ・PC・タブレットで、ご自宅・外出先や移動中などいつでもどこでも気軽に日報記事をお読み頂けます。

#### Address/アドレス

電子版をご契約様(会社)本人の在籍する同一部署であれば、「5アドレス」までご登録することができます。

#### Archive/アーカイブ

電子版でご購読して頂くことで、当日号だけでなくバックナンバー(過去の号)もお気軽にお読み頂けます。ダウンロードも可能です。

※電子版購読ご利用の際はインターネットの接続環境が必要になります。また、インターネット通信料はご利用様負担となります。