

全油販連NEWS

令和7年第2号(R7-No.2)

2025年11月



(写真提供 油脂特報社)

目 次

全油販連第72回定時総会 講演会・講話、懇親パーティー	1
日本マーガリン工業会より	3
記者のつぶやき	6
油脂メーカーからの情報	
昭和産業株式会社	9
丸和油脂株式会社	11
全油販連会員会社の紹介	
株式会社マルキチ	13
関東大震災と油市場	15
各地区の活動状況	17

全国油脂販売業者連合会

全油販連第72回定時総会 講演会・講話、懇親パーティー開催

令和7年10月23日(木) 14:30~18:30
ロイヤルパークホテル 東雲の間・有明の間

全国油脂販売業者連合会は、11月23日、東京のロイヤルパークホテルで第72回定時総会を開催した。総会では、令和6年度事業報告及び決算報告、令和7年度事業計画案及び予算案が原案のとおり承認されたほか、欠員となっていた専務理事に梶島達也が選任された。

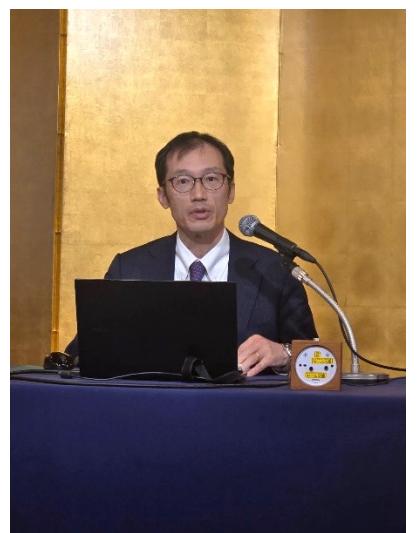
総会後は講演会を開催。料理研究家・栄養士・フードコーディネーターの荻野恭子様が、「世界の食文化と油脂」と題して、半世紀以上にわたる海外での料理研究を通じた世界の油脂事情について御講演くださいました。

続いて、農林水産省大臣官房・新事業食品産業部食品製造課 野添剛司課長による講話が行われ、「食品産業行政をめぐる最近の情勢」と題して、食料システム法及び食料供給困難事態対策法の施行に係る対応状況や次期総合物流政策大綱の策定に向けた取組状況などをお話し頂きました。

その後の懇親パーティーでは、初めに館野洋一郎会長が、「講演していただいた荻野先生は世界70か国以上を歩いた経験から各国ごとにいろいろな食文化があるとのお話であり、油脂の卸問屋としてインバウンドへの対応や輸出への対応をしていくためにも、世界の食文化を学ぶというのは大変貴重な機会だった。講話では、野添課長から最近の食料供給システムや事態法などの様々な政策の話を賜ったが、その中でも油脂の位置付けにおいて安定供給が重要とのお話を頂いた。農林水産省、野添課長をはじめ皆様方から今後も様々な御指導を賜りながら、皆様と一緒にしっかりと安定供給の務めを果たしていきたい。」と挨拶した。また、館野会長は、油脂業界をめぐる状況について、「需要・供給の両面においてこの先5年、10年は非常に大きな転換点である。新しい需要であるインバウンドや輸出などの状況に対応できるよう、油脂の価値をきちんとユーザーや消費者の方々にお伝えできる業界になっていくための油脂未来セミナーは本年をもって一旦総取りまとめを行うが、その先については油脂メーカー、植物油業界、



荻野先生の講演



野添農水課長の講話

関係団体の皆様と一緒に進めていくことを考えている。有事の際の安定供給についても、業界全体としてのBCPを作っていくといった議論をしている」と述べた。

続いての来賓挨拶では、野添課長より「食品の中で非常に重要な位置付けである油脂について、油脂メーカーと実需者をつなぐ役割を果たしていただき、安定供給に協力いただいていることに敬意を表したい。高市総理の下で新たに鈴木大臣が就任されたが、職員訓示の中で、『まず現場をしっかりと見ながら政策を進めていかなければならない』と話された。安定供給していくための取組を関係者全体で進めていかなければならない、平時も含めて協力を頂き、連携しながら進めなければならない」と改めて感じた」と述べた。

次に、日本植物油協会 佐藤達也会長（株J-オイルミルズ会長）が、「2024年から食料価格指数はほぼ横ばいが続いているが、植物油に関しては明らかに上昇傾向が見て取れる。これは米国等の主要生産国におけるバイオ燃料政策による植物油の需要増が背景にあると考えられ、その結果として大豆ミールが増加するが、飼料需要がそれに応じて増加するわけではないので、国外に輸出され我が国の植物油業界にも大きな影響を与えつつある。米国の通商施策や物価上昇が個人消費に及ぼす影響など、需要環境はこの先予断を許さない状況にあるが、植物油業界は国民の食生活に不可欠な植物油を安定的に適切な価格で供給していく責務があり、全油販連の皆様とメーカー各社が切磋琢磨し、油の価値を高めながら使命を果たしていく必要がある」と述べられた後、乾杯の音頭が取られた。

懇親パーティーの中〆は、木村顕治副会長が、「大阪では、今年は『何回行きましたか？』という挨拶が多くなるほど万博に行くのは当然で、私も7回行った。楽しいことをやれば人が集まるということを今回の万博で学んだ。全油販連も皆さんが来てよかったです」と述べられた後、乾杯の音頭が取られた。

油脂製販関係者約80名が参加する盛会となった。



館野会長の挨拶



佐藤日油協会長の挨拶



木村副会長の中〆挨拶

(写真提供 油脂特報社)

日本マーガリン工業会より

日本マーガリン工業会について

皆さんご存じかも知れませんが、日本マーガリン工業会の最近事情について、ご紹介します。私は、当会に来て4年目になる専務理事の岩濱と申します。

1. 日本マーガリン工業会について

当会は、社団や法人格を有する組織ではなく、任意団体として活動をしています。マーガリンやファットスプレッド、ショートニング、ラード、食用精製加工油脂を製造、販売する企業が集まり、活動している団体で、現在の会員数は22社になっています。

(歴史と事業運営の基本)

設立は古く、昭和22年に人造バター工業会として発足し、昭和27年に日本マーガリン工業会に改称しています。2027年には、80周年を迎えます。

会則は、昭和36年に制定されており、当会の設立目的には、会員相互の親睦及び啓発を図り、食用加工油脂工業の健全な発展と国民食生活の安定向上に寄与することとなっています。当会の主な事業の中で、特徴的なのは、第1の事業として、会員相互の親睦が位置づけられているということです。当会の歴史や当会の現在の事業運営方法等をみても、この考え方方が基本になっているよう感じます。

兎に角、当会は、大企業から中小企業まで22社の集まりですが、会員間の仲が良くまとまりのある団体として、事業運営が行われています。

(活発な事業活動)

当工業会の主な活動は、食用加工油脂の生産技術の向上及び衛生安全性の確保のための調査研究、流通改善と消費促進、広報・宣伝、原料油脂及び資材の安定確保等となっています。

当会では、このような事業を円滑に運営し、設立目的を達成するため、多くの組織（委員会等）が活動しています。

年間では、通常総会（年1回、5月）、賀詞交歓会（1月）、理事会（8月（夏季）を除き毎月、10月は、関西地区で開催）、各委員会は、技術委員会（隔月、年6回）、業務用PR委員会（総会年2回、幹事会 概ね毎月）、家庭用PR委員会（総会年2回、幹事会年6回程度）、資材委員会（隔月、年6回）、財務委員会（概ね年2回）等の5つの委員会が、隨時開催され、課題やその時期に適した問題を検討しています。

この5つの委員会への検討事項の付託や検討結果は、毎月開催される理事会において、報告、決定が行なわれており、スムーズな意思決定が可能となっています。これも当会のひとつの特徴であり、長年の間培われてきた枠組みとなっています。それでは、具体的な取り組みについてご紹介いたします。

2. 食品安全の取組と安定供給の取組み

会員企業は、原材料の調達から製造、流通に至るまで衛生管理、品質管理には万全を期しています。そのうえで、当会が果たすべき最も重要な役割の一つが、食の安全に係る取組です。

当会では、食の安全にかかる情報や課題について、技術委員会を中心に、業務用 PR 委員会や家庭用 PR 委員会にも情報共有しながら、検討を進めています。

当会の会員企業が生産するマーガリン類、ショートニング、精製ラード等は、国が定める品質表示基準や4つのJAS規格の下で生産されており、技術委員会では、随時、この規格（品質）の見直し等を行うほか、長年にわたり、トランス脂肪酸や3M-PCDEの低減に関する調査研究を進め、食用加工油脂の安全性の確保に努力しています。

また、最近では、消費者庁等の行政機関が行う施策への対応も重要な課題となっており、社会的課題となっている食品ロスの削減を進める観点から、当会で定めている「賞味期限に関する手引き」を改正し、安全係数の見直しや消費者への適切な情報提供に努めています。

当会では、最新の科学的知見と政府による施策の推進に適切に対応できるよう、技術委員会を中心に食の安全に関する取り組みを最優先に進めています。

また、食用加工油脂の原材料は、そのほとんどを輸入に依存しています。このため、常日頃より、資材委員会等を中心に原材料価格、為替動向、そして、原料油脂の需給状況等に注視し、セミナー等を開催し、製品の安定供給の基礎となる原材料の動向の把握に努めています。

また、最近では、政府が進めた2024年物流改革の施策の下で、「食用加工油脂製造事業者の物流の適正化・生産性向上に向けた自主行動計画」を資材委員会の下でまとめたほか、[パームサステイナビリティ] や「環境配慮プラスティック」に関するセミナーを開催するなど、原材料に係る社会的課題への取り組みも進めています。

3. 食用加工油脂の需要喚起とPR活動の充実

当会の食用加工油脂の需要喚起の活動は、業務用 PR 委員会と家庭用 PR 委員会の2つの委員会が担っています。

食用加工油脂生産の9割は、業務用ですが、業務用 PR 委員会では、パン、洋菓子その他関連業界の行う記念事業等に協賛するほか、「パン食普及協議会の活動」や「ビスケットまつり」に協力、支援を行っています。そのほかの活動として、今年からは、パン業界やビスケット業界からの後援もいただきながら、食用加工油脂業界の若手育成のためのセミナーを開始しています。

家庭用では、一昨年から若者のマーガリン離れを防止し、マーガリンの良さを伝える活動を始めています。10月24日のマーガリンの日に向けたキャンペーン活動やマーガリンレシピの開発については、マーガリン工業会公式XアカウントやYouTubeを活用した「リール動画」等によるマーガリンレシピを展開しており、若い世代への働きかけに重点を置いて取り組んでいます。

このような取り組みをきっかけに、当会の理事会活動やマーガリン類のPR活動については、HPだけではなく、Xアカウント（月3回、年36回を目標）等のSNSによる取り組みを積極的に進め、厳しい需要情勢への対応に努めています。

また、食用加工油脂の将来的な需要喚起のために、現在、農林水産省基準認証室の支援を受けて、国際的な規制の動きにも対応できる新しい品質規格の検討を行い、将来的な需要喚起の取組みも現在進めています。

4. その他の活動について

当工業会には、もう一つの顔があります。会員数も22社で、まったく同じ構成メンバーとなっている「マーガリン公正取引協議会」というものです。公正取引等の観点から、マーガリン類の公正競争規約を独自に定め、製品への適正な表示が行われるよう努めています。

家庭用マーガリン類での違反報告は、会員の意識も高く、ここ数年「ゼロ」が継続しています。現在は、この公正競争規約の改正に取り組んでおり、新たに設置した「マーガリン公正取引協議会」のHPにおいて、その内容をお示ししています。引き続き、消費者の方に分かりやすい表示に努めていきたいと考えています。

また、冒頭に記述しましたが、2027年には、当会は設立80周年を迎えます。2027年5月12日（水）東京会館にて、記念式典を実施します。80周年を無事迎えられるのも、油脂業界及び関係業界の皆様のお力添えのたまものであります。改めて、感謝申し上げます。

現在は、第3巻目になりますが、「マーガリン工業史」の作成のための実行委員会を運営中です。OBを含めたメンバーで、議論を尽くしながら、3巻目の内容（直近30年の歴史等）を取り纏めています。

5. おわりに

当工業会は、平成17年より油脂工業会館の2階に事務所を構えております。昨年夏に財務委員会の指導を受けながら室内改装を終え、事務所は引っ越し時より少し小さくなりましたが、私を含め3人のメンバー（佐藤、都築）で活動しております。

お近くにお越しの際は、是非、当会事務室にもお立ち寄りください。

日本マーガリン工業会専務理事

岩濱 洋海

記者のつぶやき

株式会社幸書房
田中直樹

わが国におけるコロナ禍以前と現在の植物油の状況を見比べてみることに今更感はあるかもしれません。それぞれの油種についてであるとか断片的な記事は書いてきたものの、ある程度まとまった全体感の見えるものを提供してこなかった怠惰に懺悔と反省の意を込めて、折角の機会を頂いた本稿のスペースでざっくりと振り返っていきたいと思います。

ここでは、食用に供される主な油種を中心に取り上げることにしてみます。この間、2022年をピークとする油脂・油糧原料価格の高騰による影響も大きく、ユーザー視点では使用する油脂の見直しや節減、消費量はどちらかといえば減少する方向に働いたことに触れておかなければいけません。2023年のコロナの5類移行後、人流回復やコロナ禍以前に増してのインバウンド需要の増加もあり、回復が図られてきているというのが昨年までの状況でした。

表-1にある通りコロナ以前の2019年と2024年を比べてみると、トップ2のナタネ油、パーム油はともに10万トン以上も減少しています。ナタネ油については原料が低油分であったこと、それにともなって生産量が増えたナタネミールの販売に苦労したこともある、昨年のナタネ油生産量は前年と比べて5%程度減少していることは加味する必要があるかもしれません。コロナ前の2019年よりも10万トン以上少なくなったことには衝撃を受けます。パーム油については、オレオケミカル製品の供給構造が変化したこと也有り、特にパームステアリンの輸入が大きく減少し、パーム油全体の供給減につながりました。大豆油も減少した油種ではありますが、4%弱の減少にとどまっており、トップ2と比べれば踏ん張った方と言えるでしょうか。大豆白絞油は業務用食用油の代表的な汎用油として欠かせず、また、大豆ミールの供給においても国産は半分強を占め、大切な製品と捉えられていることを象徴しているかのようです。

こうした中でコメ油の健闘は光ります。パーム核油とヤシ油は特徴的な脂肪酸組成ゆえに供給量を落とすことなく維持したのを除けば、ここに挙げる中で唯一コロナ禍以前から明確に増加した油種と言えます。コメ油は認知向上とともに家庭用を中心に需要を拡大させてきており、右肩上がりで成長をつづけています。2019年度（4～3月ベース）に1万2,000トンほどに過ぎなかった家庭用コメ油需要は、24年度には3万トンを上回るまでになっていると推定されます。2019～24年の間に増えた約2万トンのコメ油の供給量の多くは家庭用需要の増加への対応だったことがうかがえます。

コーン油については、飲料向けの異性化糖需要に原料となるコーンジャームの発生量が左右される面はあります。過去3年はおおむね7万5,000トン前後の供給量で、コロナ禍以前に比べると8%ほど減少した格好となっています。ゴマ油は価格が上昇した中でも堅調だった油種とみて良いでしょう。輸入製品の減少はありました。国内生産はしっかりとした推移を示しました。一方で、オリーブ油は、主産地スペインの2年連続の不作によって油脂全般の価格高騰とは異なる次元のコスト増に見舞われ、2023、24年の輸入量は特に大きく落ち込みました。エクストラバージンのモノがない、あるいは価格が非常に高い中で、やむなくではありながらも工夫してピュアオリーブ油を使用したり、ナタネ油やヒマワリ油などのブレンド油、はたまた他の油種へと移行する動きもみられました。オリーブ油価格はピーク時から軟化してきていますが、すぐに元の鞘に収まるには今もって至っていません。

ヒマワリ油、アマニ油、綿実油、サフラワー油もそれぞれ 2019 年に比べて 24 年の供給量は減少しています。ヒマワリ油に関してはギャップが大きく、輸入通関統計の非公表化処理されているのかもしれません。アマニ油は工業用が半分程度を占めていると推測しますが、搾油や原料油輸入のタイミングによって増減がブレることもありますので、参考程度の減少といったところでしょうか。綿実油に関しては、搾油もいくらか減少しましたが、輸入油がほとんど見られなくなったことが減少要因になっています。サフラワー油については、ギフト用途が減少していると思われます。

表－1 2019年と2024年の主な植物油の供給量

(単位:トン)

	生産量		輸入量		供給量計		増減
	2019	2024	2019	2024	2019	2024	
ナタネ油	1,013,991	911,176	37,799	8,900	1,051,790	920,076	△131,714
パーム油	-	-	778,648	654,851	778,648	654,851	△123,797
大豆油	488,923	478,940	10,842	1,939	499,765	480,879	△18,886
コメ油	66,531	78,585	33,138	41,948	99,669	120,533	20,864
パーム核油	-	-	73,891	76,092	73,891	76,092	2,201
コーン油	80,731	73,767	0	336	80,731	74,103	△6,628
ゴマ油	53,257	55,802	2,679	826	58,936	56,628	△2,308
オリーブ油	-	-	70,908	44,401	70,908	44,401	△26,507
ヤシ油	-	-	39,010	39,755	39,010	39,755	745
ヒマワリ油	-	-	27,651	12,838	27,651	12,838	△14,813
アマニ油	1,584	1,038	9,124	8,407	10,708	9,445	△1,263
綿実油	4,577	4,106	2,944	147	7,521	4,253	△3,268
サフラワー油	-	-	7,109	2,419	7,109	2,419	△4,690

資料：農水省「油糧生産実績」、財務省「日本貿易統計」より作成。

合計△310,064

※簡略化するため、期首・期末在庫は供給量計に考慮していません。

2019 年からこれらの油種の供給量が合わせて 30 万トン以上も減少したというのは、非常にショッキングと言わざるを得ません。脂質は 1g 当たり約 9 kcal ですから、2 兆 7,000 億 kcal の供給が失われたことになります。性別・年齢層・身体活動レベルごとに必要なエネルギーは異なりますが、例えば 30~49 歳の普通レベルの男性であれば 2,750kcal、女性であれば 2,050kcal 程度が必要です。成人の 1 日の脂質摂取量は総エネルギー（カロリー）の 20~30% とすることが目標とされていますから、ざっくりと同男性は 60~90g 程度、女性は 40~60g 程度の脂質摂取が必要になります。計算しやすいように同男性の下限、女性の上限の 60g で考えてみれば、1,300 万人分以上の年間脂質摂取目標を満たせる量の油脂供給がなくなったことになります。

ややこしい割にいい加減な計算をして申し訳ありませんでしたが、単純に考えてみれば、これら以外の植物油や動物油を含めておおよそ年間 300 万トン程度の油脂が供給されてきた中で、1 割減少したのですから、人口の 1/10 程度あるいは 1 人が 1 割節油したとった状態になっていることになります。ちなみに、もうひとつ余計な計算をしますと、体重 60kg の人が普通の速度で 1 時間歩くのに約 190kcal を消費すると言われ

ていますから、140億時間分以上歩いて消費するカロリーに相当する活力が5年で消失したわけですが、当然、歩かなくて良くなったわけではありませんのでご注意ください。途方もない数字なので桁が間違つておりはしないか心配ですが、蛇足のネタに過ぎませんので気にしないで頂きたいと思います。

表－2 JAS植物油格付実績

	7,999g 以下のもの (家庭用)	8,000～16,500g までのもの (業務用)	16,501g 以上のもの (加工用)	合計
2000年	416,340	501,240	494,866	1,412,446
2005年	316,395	432,162	528,624	1,277,181
2010年	304,599	396,179	556,603	1,257,381
2015年	288,260	399,444	613,360	1,301,064
2019年	283,056	411,523	626,464	1,321,043
2020年	298,705	341,935	608,112	1,248,752
2021年	287,625	356,968	616,449	1,261,042
2022年	237,663	349,982	605,523	1,193,168
2023年	228,618	339,897	605,405	1,173,920
2024年	232,638	361,676	614,133	1,208,447

(資料：日本油脂検査協会)

主要な植物油の供給量はコロナ禍以前に比べて1割減少しましたが、JASの植物油格付数量についてはそこまで大きく減少していません。表－2はJAS規格の植物油の格付実績（生産量）であって、非JAS品は含まれていなかったり、オリーブ油のようにJAS規格が事実上ほぼ運用されてこなかった製品もあることに留意する必要があります。2019年からさらに20年ほど遡った2000年と比べると随分と構図が変わったことが見て取れます。

家庭用と業務用に関しては中長期的に減少してきており、2020年以降はコロナ禍だけでなく特に22、23年にかけて価格高騰による影響も大きかったことがうかがえます。しかし24年はそこからいくらか回復したといった状況にありました。加工用については、さまざまな加工食品市場の成長とともに中長期的に拡大してきており、また、業務用の一斗缶をはじめとしたパッケージ品からミニローリー（ミニタンク）への切り替えなども部分的な伸長要因としてありました。さすがに2020年以降も伸び続けることは叶いませんでしたが、相対的な底堅さはしっかりと示した格好になっています。

個々のさまざまなニーズを積み上げた全体感として、コロナ禍のような特殊な生活環境ではなくなり、海外からの渡航者も過去最高を更新し、油脂価格は高止まりしながらもピークは超えた状況にあって、2019年とははっきりと異なる環境にあるのだなという認識は持っておかなければいけないでしょう。したがって、これまでの需要を取り戻す、回復させるという考え方だけでなく、新しい魅力を以て新規に振り向いてもらえるような取り組みがより重要になってきます。油を大切に使う習慣が定着しているのであれば、油を大切に供給・販売し、以前よりも少ない量でも高い価値を評価してもらえる提案が産業全体の成長に欠かせないことをこうした数字が示してくれていると考えています。

油脂メーカーからの情報 I

～穀物ソリューション・カンパニーの強みを生かした経営～

昭和産業株式会社
ソリューション営業部

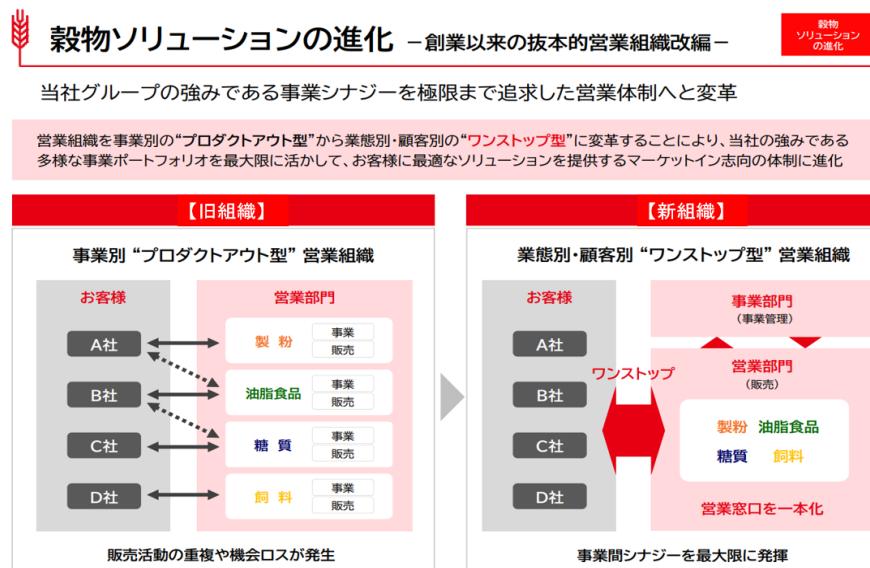
昭和産業グループでは、2023年度より「多種多量な穀物の総合力」を最大の強みとして、顧客ニーズに応えるソリューション型ビジネスへの進化を進めています。小麦・大豆・菜種・トウモロコシをはじめとする穀物を幅広く取り扱い、その取扱量は食品メーカーとして日本一（当社調べ）を誇ります。穀物の調達から製造、研究開発、販売に至るまで、あらゆる工程でシナジーを発揮できることが、当社の大きな強みとなっています。

これまで当社の営業組織は、製粉・製油・糖質といった事業ごとに分かれたプロダクトアウト型の体制でした。しかし、顧客の多様化・高度化する課題に応えていくためには、素材を横断的に組み合わせた提案力が求められます。こうした背景のもと、業態別・顧客別にワンストップで提案できる営業体制への転換を進めてまいりました。

当社の製品を活用いただく食品メーカーや外食産業、家庭用市場では、単一の素材だけでなく、複数の原料を組み合わせた開発・調理が一般的となっています。そのため、当社グループでは、製粉・製油・糖質の知見を結集し、穀物全体の視点から最適な製品・メニュー・オペレーションを提案する体制を整備しています。こうした「ソリューション営業」は、昭和産業グループならではの取り組みとして、顧客企業から高い評価をいただいています。

この2年間で、営業が当社グループ製品の総合窓口として対応する仕組みが定着し、事業部門を横断した連携も一層強化されました。また、オペレーションやメニュー開発まで踏み込んだ提案活動も着実に広がっており、顧客の事業課題に寄り添う「ソリューション営業」の基盤が整いつつあります。

昭和産業グループは今後も、穀物を起点とした多様な事業の総合力を生かし、食を通じて社会に貢献する企業として、新たな価値の創出に取り組んでまいります。



～新製品「フライオイル CK-UP」～

厨房やキッチン周りが「すぐベタベタになる」「油汚れて壁が黄ばむ」「掃除が大変」といった困りごとはありませんか？飛び散った油を放置しておくと、油がどんどん劣化してベタベタになり、なかなかすぐには拭き取れなくなってしまいます。そんな悩み事を解決してくれるのが、油周りを掃除しやすくする油【フライオイル CK-UP】になります。

ベース油は酸価上昇に強いキャノーラ油と小麦製品との相性が良く香ばしさや甘さがあり美味しさを付与するコーン油を配合しております。

掃除しやすいとは、厨房・キッチンのベタベタの原因となる重合物が【フライオイル CK-UP】に含まれる成分によって「拭き取り難さ」の指標となる重合物量を抑制することができ、拭き取りやすさを実感することができます。是非一度お試しください！

	当社汎用油	[新商品] フライオイルCK-UP
フライヤーへの付着	 	
加熱方法： フライヤーに入れた油を180°C、8時間×8日間加熱、冷凍コロッケを40個/日フライした時のフライヤーへの付着を目視確認した。		 20012 NET 8kg

フライオイル CK-UP は、**フライヤーへの重合付着抑制効果**もあります。【フライオイル CK-UP 8kgBIB】



油脂メーカーからの情報Ⅱ

=丸和油脂株式会社 会社紹介=

私たち丸和油脂株式会社は、1923年（大正12年）にマーガリンメーカーとして創業し、東京都品川区に本社を構える加工油脂食品メーカーです。創業以来、油脂製品の製造技術を基盤に、独創的なアイデアと開発力を活かして、マーガリン、マヨネーズ、ドレッシング、スプレッド、フィリングなど多彩な製品を展開してまいりました。



当社の製品は、学校給食、製菓・製パン、外食産業、家庭用など幅広い分野で活用されており、安心・安全で健康的な食品づくりを通じて、豊かな食生活の実現に貢献しています。特に学校給食用スプレッドや業務用ドレッシングは、長年にわたり全国の教育現場や外食チェーンで高い評価をいただいております。

品質管理にも力を入れており、原材料の受け入れから製品の出荷まで HACCP をはじめとした認証に基づく厳格な品質管理体制を構築し、日々品質の向上と安定化に努めています。また、原材料や包装資材の選定においても厳しい基準を設け、付加価値の高い製品開発を心がけています。

2023年に創業100年を迎えることを機に羽生工場を新設。生産基盤を春日部工場から羽生工場へと移転いたしました。

最新の設備を備える羽生工場では、マーガリン、ショートニング、マヨネーズ、半固体状ドレッシングの品質を向上させ、効率的な生産も可能となりました。

乳化においてOW型とWO型の2つのエマルジョンパターンを製造できる工場は、国内でも少なく稀有な工場でもあり、小袋製品から家庭用製品、業務用製品とお客様のニーズに合わせ約200アイテムを超える製品を製造しています。



近年では家庭用の製品にも力を入れており、業務用品と共に市場でも大きな話題と支持を獲得する商品が増えてきています。以下に弊社製品の一部をご紹介させて頂きます。

- ・ **珈琲所コメダ珈琲店監修ピーナッツクリーム/ココアクリーム**

コメダ珈琲店との共同開発の商品。ピーナツの香ばしさやココアのコクを存分に楽しめるよう、ピーナツやココアをふんだんに配合しました。ふわっとしたホイップ仕上げのクリームは口どけの良さも特徴です。



- ・ **No.651 ラッキーマヨネーズ**

焼きこみに使用すれば焼き色が付くほど耐熱性に優れたマヨネーズです。

マヨネーズとしては非常に硬く仕上げてあり、型崩れを起こしにくい事から包餡などの機械にも高い適性を発揮します。



また、丸和油脂はグループ企業との連携にも力を入れており、パッケージ開発を担う「丸和パッケージ株式会社」や、情報戦略やデザイン制作を事業内容とする「株式会社エクサブレイン」などと協力し、製品の品質・デザイン・情報管理の面でも総合的な強みを発揮しています。

「人の和」を大切にしながら、常にお客様に信頼され、愛される企業を目指して、丸和油脂はこれからも革新と挑戦を続けてまいります。

全油販連会員の会社紹介

株式会社マルキチ

11代目の書いた回顧録の中に「大福帳を調べたところ元禄2年（1689年）のものが一番古いので創業を元禄2年とする」と記されているのを根拠として創業年としている。件の大福帳や商売に関する歴史的な資料や財産の多くは1945年3月のアメリカ軍による大阪への爆撃により全て焼け落ちてしまっている。

創業当時の元禄年間には燈明用の油類、頭髪用の鬢付油の原料油（梅花油）および晒木蠅等が主な取扱商品だったと推測される。

梅花油は主に菜種白絞油（精製菜種油）、胡麻太白油（精製胡麻油）に薬種類（草根木皮）の香を炊き込んだ香油のことと、鬢付け油、ぎんだし油の原料である。

昭和20年（1945）3月13日深夜より14日未明にかけて大阪市内南部は米軍B29の焼夷弾攻撃を受け、自宅、店舗、倉庫、貸家が一瞬にして灰燼に化した。さらに同年5月に築港周辺に米軍の爆弾、焼夷弾攻撃があり木村製油所が焼失した。

昭和21年（1946）10月に丸吉商事株式会社（資本金19万5千円）を設立し復興に立ち上がる。塩町3丁目40番地で事務所兼倉庫兼社員宿舎を立て、電話1本から復興を始めた。

昭和25年ころより戦前の仕入先である味の素株式会社、花王石鹼株式会社の取引が復活し更に日清製油株式会社、丸本油脂株式会社、キユーピー株式会社、星産業株式会社等の取引を加えて順次復興発展することとなった。

昭和31年（1956）11月、仕入先各社及び販売得意先の温かい支援のお陰で戦災11年目にしてコンクリート建の不燃の新社屋が落成した。



明治 30 年



明治 40 年



昭和 36 年

<以上「油一生の回顧」昭和53年(1979)1月 八十歳 木村治朗 より抜粋>

1965年頃以降は小売市場にスーパーマーケットが台頭し、家庭用油の販売形態が斗缶の量り売りから元詰めの一升瓶、さらに小缶、小瓶が発売されるようになった。家庭用小容量の発売は油を食品ルートへも流通させることになり食品問屋との競合が始まった。

昭和50年(1975)頃、マルキチは家庭用からほぼ完全撤退し業務用に特化し、業態変化に対応した物流機能を充実させるために昭和56年(1981)5月12日、営業の本拠を現在の東大阪市本庄西3丁目へ移転した。同時に社名を株式会社マルキチに変更した。

油商としての商売は食品卸業と競合する時代となり、顧客の要求により油脂から加工食品、冷凍食品、洗剤へと取り扱い品目を増やしてきた。また、1995年頃には得意先の廃業が相次ぎ、その商売を引き継ぐ機会も多く食品流通業としての仕事が増えていき東大阪の配送センターでは油のみならず食品・洗剤の在庫を持ち顧客に配送することができた。

2013年に油屋としての商売の新しい展開としてオリーブオイルの輸入販売を始めた。イタリアでオリーブオイルを学び様々な研究をして輸入を開始した。イタリアから輸入する希少なオリーブオイルを新たな市場に新たな方法で販売すること始めた。

マルキチは事業の他に環境負荷低減の取り組み、地域への協力と地域づくりの取り組み、インターンシップ・職場体験の受け入れなどにも力を入れている。

2025年の大阪・関西万博へは地域の経営者や大学とともに「誰もが安心して暮らせる社会」を実現するための取り組みを紹介する出展を行った。



2025年9月29日大阪・関西万博

関東大震災と油市場

1923年(大正12年)9月1日に発生した関東大震災では、死者・行方不明者が10万5千人に上ったが、うち焼死者が9万1千人、亡くなった方の80%以上が東京での火災による焼死だった。次いで倒壊による死亡が、鉄筋の入っていないレンガ造りが多かった横浜など神奈川で1万3千人であった。意外に知られていないことだが、熱海で12メートル、鎌倉で7メートルの津波があり、600人程度の方が亡くなっているそうだ。ちなみに、東日本大震災では溺死が90%、阪神淡路大震災では圧死が83%であり、これら3つの地震では亡くなった方の原因が全く異なっている。

関東大震災で多かった火災についてだが、当時は東京消防庁がなく警視庁消防部が7署あった。それによると、ちょうどお昼時だったこともあり、出火点が134ヶ所あり、そのうち約半数は初期消火に成功したが、残り70ヶ所程度から延焼したこと。当時の東京には15区あり79.4平方キロメートルだった。そのうちの中心6区と呼ばれた、日本橋区、浅草区、本所区、神田区、京橋区、深川区の34.7平方キロメートルがほぼ全焼した。

この隅田川を挟んだ両側6区、34.7平方キロメートルの中で、焼死者の半分以上にあたる5万8千人が亡くなっている。ちょうどこの時、能登半島から新潟にかけて台風が来ていたので、風速12mから16mの強烈な南風が吹いており、当時の本所被服廠跡地、現在は震災記念堂、東京都復興記念館となっている場所だけで3万人が亡くなっている。この火災被害は夕方の発生だったが、その理由は、昼時に発生した地震から家財道具などを持って避難してきた方々が、ほっと一息ついていたところに火災旋風が巻き起こり、その時の風速は80m、大手町気象台の翌日未明の観測気温が46.4度であり、熱風による死亡や熱さから川に飛び込みその上にまた人が折り重なり大勢の方がなくなった。この火災旋風の仕組みはいまだ解明されておらず、今後のためにも解明が必要ではないかと考えている。

さて、本題の当時の油問屋についてであるが、江戸時代から続く江戸十組問屋の流れを汲む油問屋のほとんどが日本橋を中心とする6区、東京の中心にあった。

「東京油問屋史」によると、春に収穫された菜種は夏に搾油され、9月はナタネ油が出回る旬の時期であり、油問屋は大量のナタネ油を仕入れるのを常としていた。大豆油はまだ認知を受けていたという状況ではなかったため、菜種油に匹敵する食用油がなく、菜種油が暴落する危険がほとんどなかった。逆に年末から端境期にかけて値上がりすることが常だったので、仕入れれば仕入れるほど儲けが大きくなるので、資金力の大きな問屋、在庫能力のある問屋は腹いっぱい仕入れていたという。

このタイミングで9月1日に関東大震災が発生した。江戸十組問屋の流れを汲む油問屋の最大手が大孫商店で2万箱(4万缶)、駿河屋藤田金之助商店も倉庫満杯ですべて焼失、伊勢屋鈴木嘉助商店(カネカ)は火災は免れたものの、2千箱の在庫が倒れて油の海になったとのこと。伊豆安商店も6つの土蔵と船、馬車、トラックが一瞬にして灰燼に帰した。島商も店主はじめ8人が亡くなった。

被害を受けた多くの問屋は震災後、仮店舗の形で営業を再開したが、被害が大きかった問屋は閉店を余儀なくされたり営業権を支配人に譲ったりして、多くの大手の油問屋の影響力が著しく低下した。小売りや仲買、中小で被害の少なかったところ、例えば穴水さんは、震災を機に甲府から東京に進出、宇田川商店も伊豆安商店の番頭だった宇田川喜三郎が震災後独立して今のスカイツリーのあたりで商売を始めた。

ところで大豆油についてだが、精製の技術が改善したことから、震災の前年に大豆油が「大豆白絞油」との名称を付けて、単体で販売されるようになっていた。当時の大豆油は生臭さが残りかなり評判が悪かったため、菜種油と調合しなければ売れなかつたそうである。関東一円の菜種油の在庫が尽きたときに、館野栄吉さんが清水から帆船で大豆油200トン、1万2千缶を急送したと書かれている。当時の市場では白眼視されていた大豆油であったが、背に腹は代えられない中で大豆油が一般に浸透していった。つまり、関東大震災が契機になって大豆油が普及したといえる。

その年の秋に、ドイツから最新式の精製機械を12万7千円で導入し「日清サラダ油 600g 白瓶」が85銭で発売された。当時の帝大卒の公務員の月給が75円だったので、かなり高価なものだった。ちなみに当時は、綿実サラダ油がサラダ油市場の90%以上を占めていたそうである。

日本は大きな災害、特に地震被害は多く、またコロナ禍も一つの災害だと思うが、こうした災害などを契機にして、油脂業界も含めた日本経済は大きく進化、変化を遂げてきたと思う。

株式会社宇田川商店

代表取締役社長 宇田川公喜

※令和7年3月25日開催の東京油問屋市場起業祭式典での"東京油問屋史"の概要を掲載しました

各地区の活動状況 <令和7年5月～10月>

5月14日(水) 日本マーガリン工業会の2025年度定時総会が大手町・LEVEL XXIで開催され、総会後の懇親パーティーに館野洋一郎全油販連会長が出席した。

5月15日(木) 関西油脂連合会は第22回定時総会をホテル日航大阪にて開催した。総会後は懇親会を開催し、賛助会員・会員など40名が参加した。



木村会長の挨拶



J-オイルミルズ
児玉大阪支社長の乾杯挨拶



中川副会長の油バ

5月20日(火) 一般社団法人日本植物油協会の令和7年度通常総会が経団連会館で開催され、総会披露パーティーに館野洋一郎会長・宇田川公喜副会長等が出席した。

5月26日(月) 愛知県油脂卸協同組合は令和7年度通常総会をサイプレイスホテル名古屋駅前にて開催した。総会後は懇親会を開催し、賛助会員・組合員など27名が参加した。



長谷川理事長挨拶



J-オイルミルズ
田村名古屋支社長の挨拶



伊藤専務理事の油バ

5月27日(火) 東京油問屋市場は、情報委員会主催懇親ゴルフ会をカレドニアンゴルフクラブにて開催。製販の有志21名が参加した。

6月24日(火) 東京油問屋市場は第125回定時総会をロイヤルパークホテルにて開催した。総会後は営業人で食事会を開催した。

(写真提供 油脂特報社)

7月9日(水) 東京油問屋市場の情報委員会は委員9名で丸和油脂㈱羽生工場を見学した。



8月20日(水) 東京油問屋市場は情報委員会による夏季製販懇談・懇親会を開催し製販営業役職者等多数が参加した。

10月18日(土) 関西油脂連合会は恒例のゴルフ懇親会を六甲カントリークラブで開催。製販の有志20名が参加した。

10月23日(木) 全油販連は第72回定期総会をロイヤルパークホテルにて開催した。総会後は講演会・講話、懇親パーティーを行った。(詳細別掲)

10月30日(木) 東京油問屋市場は全油販連との共催で、第40回油脂製販懇親ゴルフ会(YSG会)を霞ヶ関カントリー倶楽部にて開催。製販の有志24名が参加した。

7月3日(木)・8月22日(金)・9月16日(火)・10月10(金)
全油販連会員多数がBCPセミナーを受講した。

編集後記

焼津

皆さん NHK の朝ドラ「ばけばけ」観てますか？

島根県松江が舞台の小泉八雲(ラフカディオ・ハーン)と妻のセツの物語です。実際、松江に住んだのは 1 年と少しでそれから熊本、神戸、東京と移り住んでいます。晩年の東京・西大久保時代の避暑に毎年のように焼津を訪れていた様で焼津市に小泉八雲記念館が有り、先日行って来ました。

<https://www.city.yaizu.lg.jp/museum/yakumo>



小泉八雲滞在の地
(漁師山口乙吉宅跡)

焼津の地名の由来は古事記・日本書紀にも登場します。

日本武尊（ヤマトタケルノミコト）が東征の折、この地に降り立った際、敵に野火攻めに遭って草を焼かれたものの、すぐに火打ち石で火を起こして、迎え火で焼いて【天叢雲剣】(アマノムラクモノツルギ)で草を薙ぎ払い逃れます。

この故事で三種の神器の【草薙剣】(クサナギノツルギ)と名前を変えこの地を「焼く津=焼津」と名付けられたと伝えられています。

ちなみに焼津から北東に 30 キロくらい行った所にある野球場で有名な静岡市清水区草薙という地名も日本武尊の故事に由来しています。

小泉八雲も古事記を読んでいたそうなので焼津に心を寄せていたのではと想像します。



焼津神社

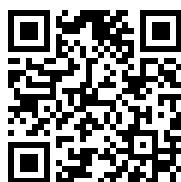
他にも日本平、走水、富津、袖ヶ浦、妻恋坂等、関東にも日本武尊由来の地が有ります、朝ドラでも焼津が出てくるかもしれないで宜しければ訪れてはいかがでしょうか…。 完

最後になりますが、全油販連の関係者の皆様には健やかな新年をお迎えられる事を祈念いたしまして編集後記と致します。

良いお年を！！

企画広報委員会 宇田川 公喜

全油販連ニュース (R 7 -No. 2) (非売品)



▲
全油販連ニュースは
こちらからも

全国油脂販売業者連合会

発行人 会長 館野 洋一郎

編集人 企画広報委員会 宇田川 公喜

(編集係: 梶島・松山)

〒103-0014

東京都中央区日本橋蛎殻町 1-38-12

油商会館ビル 8F

TEL 03 (3666) 4356

FAX 03 (3666) 4399