

2025年9月9日

食肉業界の販売動向について(2025年9月報告)

(公財)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、当センターの部分肉流通情報委員になっていただいている食肉事業者の方々にご協力いただき、2025年8月21日から9月4日に実施しました。前回の報告以降となる本年5月の大型連休後から8月のお盆後までの食肉販売動向を中心に聴きしています。

1 牛肉の販売動向

食肉事業者からは、期間中、輸入牛肉、国産牛肉とも総じて販売は伸び悩み、我慢の期間であったとの報告が多く聴かれました。

和牛肉の国内販売では、ブリスケット、スネなどスソものの引き合いはあるものの、ロイン系の動きは鈍く、特に、ホテル需要の中心となるヒレの動きがよくないという報告が多くありました。また、夏場に焼き材に仕向けられるバラについても動きがよくないとの報告が多くありました。

一方、和牛肉の報告の中で、一部の食肉事業者からは、国の和牛肉需要拡大緊急対策事業の活用によって販売量を伸ばすことができたという報告や、輸出がロインを中心に好調で国内販売と調和して各部位がバランスよく販売拡大できたという報告があり、販売の状況は各社一様ではないようです。

交雑牛では、量販店における国産牛肉の標準品として問合せは多いものの、枝肉の相場高から納品価格で折り合わずに取引に至らないことが多いと報告がありました。乳去勢牛も手頃な商品として量販店等からの引き合いが強いようですが、枝肉の相場高に加え

て出荷頭数の減少から、食肉事業者からの報告は、ほとんどが取扱量を減らしているというものでした。

輸入牛肉では、ショートプレートの国内相場の低下がみられましたが、国際相場はいずれの部位も高止まりしていて、食肉卸売業者にとって販売の拡大を展開する環境とはなっていないようです。

【食肉事業者の主な声】

- ・ 国産牛肉は、仕入れではセット高であるのに対して販売ではパーツ安となっている構図が続き、食肉卸として利益の確保が厳しい。利益の取れない得意先への販売は整理していかなければならない。
- ・ 和牛ヒレをホテルと量販店に販売しているが、動きが悪くなっている。ホテルでは、メニューの見直しによりヒレの使用が減っているようだ。売れないヒレの一部は年末に備えて冷凍に回すが、それ以外はディスカウントして売り切るしかない。
- ・ 米国での和牛の販売体制が整ったため、期間中は好調な対米輸出が続いて社内の和牛ロインはショートしている。このため、和牛ロインの国内向け販売は在庫を抱える他社から手当てしてこなしている。（輸出に力を入れる食肉事業者）
- ・ 和牛の焼き材をバラから作っているが、スジ引きなどを考えると原価が高い。最近、量販店で増えているカットステーキは、我々にとって手間をかけずにモモやカタロースを柵取りして納入できてコストが抑えられ、双方にとって原価の面から扱いやすい。
- ・ 交雑牛の引き合いは強いが、上物の4等級は売りにくく余剰を出してしまう。このため、当社の生産部門では、交雑牛を3等級に仕上げるため、短縮した肥育期間に切り替えている。（肥育部門を有する食肉事業者）

2 豚肉の販売動向

国産豚肉の期間中の枝肉相場の動きは、6月から昨年以上の高値となった後、お盆が過ぎると落ち着くようになりました。このような相場高は、食肉事業者にとって豚肉販売で利益が取れない状況を招いているとの報告が多くありました。しかし、一部の食肉事業者からは、得意先の量販店では昨年に続く納品価格の上昇に免疫がついたため、国産豚肉の高い納品価格でも定時定量の販売ができて好調であったとする報告もありました。

また、昨年から続いた高い枝肉相場は、量販店と外食において、輸入チルドポークへのシフトを招いており、量販店の特売で輸入豚肉が多く取り扱われるようになっているとの報告がありました。

国産豚肉の販売では、ロースとヒレは売りにくい状況が続いているとの報告が多くありましたが、一部の食肉事業者からはロースの需要が戻ってきたとする報告や、ウデとモモの動きが鈍いとする報告がありました。

【食肉事業者の主な声】

- ・ 6月、7月に豚枝肉相場が高騰する中での国産豚肉の販売はきつかった。得意先への販売量が減ったわけではないが、相場に合わせた見積書を提出しても、そのとおりの納品価格にはならなかった。
- ・ 国産豚肉の高い相場が続いたことから需要が輸入豚肉にシフトしている。入船の混乱も落ち着いて供給も安定してきたことから、量販店では輸入豚肉の特売が打たれるようになっている。
- ・ 国産豚肉の相場高により納品価格が大きく上昇したが、得意先では昨年の高騰で高い納品価格に免疫がついたようで定時定量の安定した販売ができた。このため、昨年のように赤字を出すこともなかった。
- ・ 国産豚肉では、カタロース、バラの引き合いは強いが、ロースとヒレは売りにくい状況が続いている。ロースの販売評価を下げると全体の価格が崩れるので見直しは慎重にしている。
- ・ 黒豚を扱っているが、計画どおりに頭数が集まらず、注文を断っている。黒豚では、ロースとヒレが人気である。

3 暑い夏の食肉販売への影響

本年は6月から各地で気温が高くなり、気象庁の記録で最も平均気温が高い夏となりました。7月と8月には気温が40度を超えるなど「危険な暑さ」として警戒を促す報道が度々出されました。

食肉事業者からは、この夏の暑さは、牛肉等の販売や外食の営業に対し大きなマイナスの影響となったとの報告が多くありました。

【食肉事業者の主な声】

- ・ この夏は猛暑でスーパーに出かける人が減ったが、特にアーケードのない商店街は極端であった。食肉の納品でみると、猛暑日が多くなってから焼肉向けとなる牛バラの需要が減る影響があった。一方、週末に、車を使って家族連れで訪れるショッピングモールは人出があり、売れていたようだ。
- ・ 6月から準備していたBBQなどのアウトドア向け商品は、暑すぎてまったく売れなかった。秋口を迎えて再度計画するが、暑さが落ち着いて売れてくれるか心配である。
- ・ 暑い期間中は外食に元気がなく、その中でも焼肉業態のところは苦戦していたようだ。一方、得意先では、しゃぶしゃぶ店が好調であり、違いが出ていた。
- ・ 猛暑の影響は牛肉に出やすく売れなくなってしまうが、その中であってコールド商品のローストビーフは売れた。豚肉は、猛暑に関係なく売れるようで、ロースなど売りにくい部位を使った冷しゃぶなどが売れた。
- ・ 猛暑が続いたが、これからは秋冬向けにスライス材へのシフトがある。しかし、暑さが続く傾向で切り替わるタイミングが読めないため、例えばカタロースでは、焼き材と鍋物用スライスどちらにもできる商品を提案していく。
- ・ この夏は、系列の首都圏の焼肉店舗で冷房のフル回転が続き、いくつかの店舗で空調機が故障してしまい、お客様が暑さで帰ってしまう事態が起きた。
- ・ 食肉の営業担当は、冷蔵庫と外を行き来するが、その温度差は50度となる。当社では、小休止をとるよう指導し、ドリンクの支給をした。

4 食肉事業者の今後の見通しと対応

お盆までの期間は、食肉の動きが停滞気味で食肉事業者にとって我慢の期間という報告が多くありました。聴取りでは、そのような中での今後の食肉販売の見通しと対応についても尋ねています。特徴のある報告について紹介いたします。

【食肉事業者の主な声】

- ・ 産地にこだわらない付加価値を生む企業ブランドによって食肉販売を展開したい。得意先の量販店に対して、従来ブランドを続けていくのではなく、新しいブランドに刷新して販売を伸ばしていくことを提案したい。

- ・ 勢いのある販売先をつかんで大手加工メーカーが扱わないような商品を提案していく。提案先が大きな企業の場合は、営業部門が複数あってそれぞれ食肉のニーズが異なる。相手が必要とする商品について、部門ごとに提案し営業をかけていく。(中堅食肉事業者)
- ・ 系列の焼肉店において、スタンダード、シンプル、スペシャルの3Sを備えた営業展開を検討している。まずは、お客様の声を元に、使用する木炭を火力の強いものにする、複数のお客様が同時に焼くことができる幅広の七輪に切り替えるなどの改善を考えている。
- ・ 食肉加工工場の新設を進めている。この施設で学校給食向け加工やローストビーフの他オリジナル加工品の製造を展開する予定である。加工のための人材としては海外実習生を確保していく。
- ・ 販売が低調であった和牛ロインでは、国の和牛肉需要拡大緊急対策事業を活用して新たな販売先を取り込むことができ順調な販売となっている。このような思い切った販売先への働きかけは一企業では難しく、今後も必要な時期に対策を実施することを期待する。

(問合せ先)

公益財団法人日本食肉流通センター

情報部 加藤

TEL : 044-266-1172