

食肉流通実態調査
事業報告書
Ⅱ

令和2年6月

公益財団法人日本食肉流通センター

はじめに

平成25年度の食肉の仕入量等を調査対象とし、5年前の平成27年3月に公表した食肉流通実態調査から、本調査は5年経過した平成30年度を調査対象とし、その間、食肉流通がどの様に変化したかを調査したものです。

国内での食肉流通を取り巻く環境は常に変化しています。国内ではこの5年間人口減少と少子高齢化による市場の縮小、単身世帯・高齢者世帯数の増加、ライフスタイルの変化における食の外食化、家庭での調理機会の減少が生じてきた中、動物性たんぱく質資源である魚肉の消費が減少している一方、食肉の消費は増加傾向で推移してきました。

ただ、本年1月、新型コロナウイルス感染症が国内で確認され、2月以降、外国人観光客の訪日規制や国内での外出自粛等が順次、拡大要請されて以降、食肉消費拡大を支えてきたインバウンド需要が減少し、外食の中で順調に増加して来た焼肉店が営業時間の短縮、休業を余儀なくされ、和牛肉の消費が大きく減少し、豚肉、鶏肉の消費が拡大しています。

又、大きく減少した外食に代わって家庭内消費が増加し、量販点での食肉販売動向が急激に変化するなど、食肉の流通が短期間で大きく変化しています。

今回の新型感染症は国内だけでなく、主要な食肉の対日輸出国である北米や欧州並びに食肉の一大輸入国である中国でも大きな問題になっており、今後の世界的な食肉需給がどうなるか予断がつかない状況です。

今後、これまでと同様な傾向が継続するのかが不透明な状況ですが、食肉流通についてその実態、変化を把握するためのデータが不足している中、本調査が参考になれば幸甚です。

なお、今回の仕入量等の調査対象は平成30年度であるので、前述した大きな変化が生じた令和元年度後半以降の動きが反映されていないことに留意してください。調査対象業種は、前回と同様、食肉卸売業から小売業、外食・惣菜であり、卸売業と小売業間の牛・豚肉等の取引の実態を調査しました。また、牛肉の輸出についても、部位別の輸出資料が平成28年から公表されましたので、新たに調査しました。

最後に、本調査を担当して頂いた一般社団法人食品需給研究センター、調査内容や取りまとめの検討に参加して頂いた安部新一宮城学院女子大学名誉教授をはじめとする関係者の皆さん、今回の調査に多大なご協力を頂いた食肉卸売業、小売業、外食、惣菜業等各事業者の皆様に厚く御礼申し上げます。

令和2年6月

公益財団法人日本食肉流通センター
理事長 小林 裕幸

目次

はじめに

参考

利用者のために

要約

I	調査結果の概要	1
1	食肉の生産流通実態	2
(1)	牛肉	2
(2)	豚肉	5
2	食肉流通における価格形成	8
(1)	牛肉	8
(2)	豚肉	12
3	食肉流通における加工実態	16
(1)	国産牛の食肉卸及び需要者における加工実態	16
(2)	国産豚の食肉卸及び需要者における加工実態	21
(3)	牛肉・豚肉の流通における加工の課題	23
4	食肉流通の問題点・課題	26
(1)	食肉の卸売・調達の問題点	26
(2)	国内の食肉需要見通し（今後5年間）	28
II	食肉卸売業	29
1	牛肉	30
(1)	牛肉の仕入実態	30
(2)	牛肉の販売実態	39
2	豚肉	49
(1)	豚肉の仕入実態	49
(2)	豚肉の販売実態	56
3	食肉加工・流通の課題	63
(1)	食肉卸売業の業務内容	63
(2)	受託加工の変化について（直近5年間）	65
(3)	部分肉の販売形態の変化について（直近5年間）	67
(4)	中小食肉卸における業務の外部委託状況と今後の意向	70
(5)	国産食肉で冷蔵から凍結した製品の需要について	74
(6)	輸入冷凍豚肉のテーブルミートとしての需要の可能性について	75
(7)	和牛の輸出状況について	76
4	食肉卸売業の課題	77
(1)	食肉の扱い見通し（今後5年間）	77
(2)	国内需要見通し（今後5年間）	79
(3)	食肉卸売業務の問題点	81
III	食肉小売業	83
1	牛肉の仕入実態	84
(1)	牛肉の仕入先	84
(2)	牛肉の品種別仕入割合	86
(3)	牛肉の仕入形態	87
(4)	牛肉の仕入時の整形状態	89
(5)	牛肉の仕入価格の決め方	90
(6)	牛肉の仕入価格決定の際の参考指標	91
(7)	牛肉の仕入価格の適用期間	93
2	豚肉の仕入実態	94
(1)	豚肉の仕入先	94

(2) 豚肉の国産輸入別仕入割合	9 5
(3) 豚肉の仕入形態	9 6
(4) 豚肉の仕入時の整形状態	9 7
(5) 豚肉の仕入価格の決め方	9 8
(6) 豚肉の仕入価格決定の際の参考指標	1 0 0
(7) 豚肉の仕入価格の適用期間	1 0 1
3 食肉小売業務の課題	1 0 3
(1) 専門小売店の業務内容（小売業務以外）	1 0 3
(2) 専門小売店における国産食肉の仕入形態別仕入量の動向（過去5年間）	1 0 3
(3) スーパーにおける仕入量の動向（過去5年間）	1 0 6
(4) スーパーにおける精肉加工の店外加工（アウトパック）の状況	1 0 8
(5) スーパーにおける一次加工（アウトパック）の実態	1 1 0
(6) 国産食肉で冷蔵から凍結した商品の販売拡大について	1 1 1
(7) 輸入冷凍豚肉のテーブルミートとしての需要拡大の可能性について	1 1 2
(8) 小売業者における自社の食肉需要見通し（今後5年間）	1 1 3
(9) 国内の食肉需要見通し（今後5年間）	1 1 5
(10) 食肉の調達上の問題点	1 1 7
IV 外食・惣菜	1 1 9
1 牛肉の仕入実態	1 2 0
(1) 牛肉の仕入先	1 2 0
(2) 牛肉の仕入割合	1 2 2
(3) 牛肉の仕入形態	1 2 3
(4) 牛肉の仕入時の整形状態	1 2 5
(5) 牛肉の仕入価格の決め方	1 2 7
(6) 牛肉の仕入価格決定の際の参考指標	1 2 8
(7) 牛肉の仕入価格の適用期間	1 2 9
2 豚肉の仕入実態	1 3 0
(1) 豚肉の仕入先	1 3 0
(2) 豚肉の仕入割合	1 3 1
(3) 豚肉の仕入形態	1 3 2
(4) 豚肉の仕入時の整形状態	1 3 3
(5) 豚肉の仕入価格の決め方	1 3 5
(6) 豚肉の仕入価格決定の際の参考指標	1 3 6
(7) 豚肉の仕入価格の適用期間	1 3 7
3 外食・惣菜における食肉の需要見通し等	1 3 8
(1) 外食・給食及び惣菜・弁当における自社の食肉需要見通し（今後5年間）	1 3 8
(2) 国内の食肉需要見通し（今後5年間）	1 4 0
(3) 食肉の調達上の問題点	1 4 2
V 和牛の輸出動向等について	1 4 3
1 和牛の輸出動向	1 4 4
2 和牛の輸出における冷蔵品と冷凍品の価格差について	1 4 6
3 和牛の輸出におけるロイン系の割合	1 4 7
VI 牛肉・豚肉の需要量推計（平成30年度）	1 4 9
1 牛肉の業種別需要量（推計）	1 5 2
(1) 国産牛肉	1 5 2
(2) 輸入牛肉	1 5 5
2 豚肉の業種別需要量（推計）	1 5 7
(1) 国産豚肉	1 5 7
(2) 輸入豚肉	1 5 8

(参考)

牛・豚肉の生産、輸入、
価格動向

- 平成 25 年度から平成 30 年度間-

ここでは、牛肉・豚肉の生産流通動向、特に平成 25 年度から平成 30 年度において、国産品、輸入品の生産量や推定出回り量の変化についてみることにしたい。

□ 牛肉の生産流通動向

平成 30 年度の牛肉の推定出回り量は、93 万トンで平成 25 年度対比 7.3%の増加となった。国産牛肉は、33 万トンで平成 25 年度対比 6.2%の減少となった。うち、和牛は同 8.0%の減少、交雑牛は同 12.2%の増加、乳牛（その他含む。）は同 16.3%の減少となった。乳用飼養頭数の減少が継続してきたなかで、乳牛生産から交雑牛や和牛へ生産の移行がみられ、和牛の繁殖増頭の意向もあって、和牛雌牛の頭数が増頭に転じたため、と畜頭数は交雑牛を除き大幅に減少した。なお、和牛及び交雑牛では 1 頭当たり枝肉重量の増加が継続したため、と畜頭数の減少率より、生産量の減少率が小さい。

平成 25 年度について、振り返ると、まだ、東日本大震災から 2 年目であり、国産牛の生産及び需要の打撃から、ようやく回復に向けて踏み出したばかりであったことに留意する必要がある。一方、国産牛肉全体の供給が減少するなかで、和牛を中心に平成 27 年度から枝肉取引価格は顕著に上昇し、高値を維持してきた。

一方、平成 30 年度の輸入牛肉の推定出回り量は、60 万 1 千トンと平成 25 年度対比 16.6%の大幅な増加となった。特に輸入チルドは、同 32.1%の大幅な増加となり、輸入フローゼンについても、同 6.4%の増加となっている。

この結果、輸入牛肉の割合は、平成 25 年度の 59.5%から平成 30 年度には 64.5%と 2/3 近くまで増加している。食の外部化が一段と高まりつつあるなか、輸入牛肉の存在感が高まっているといえる。

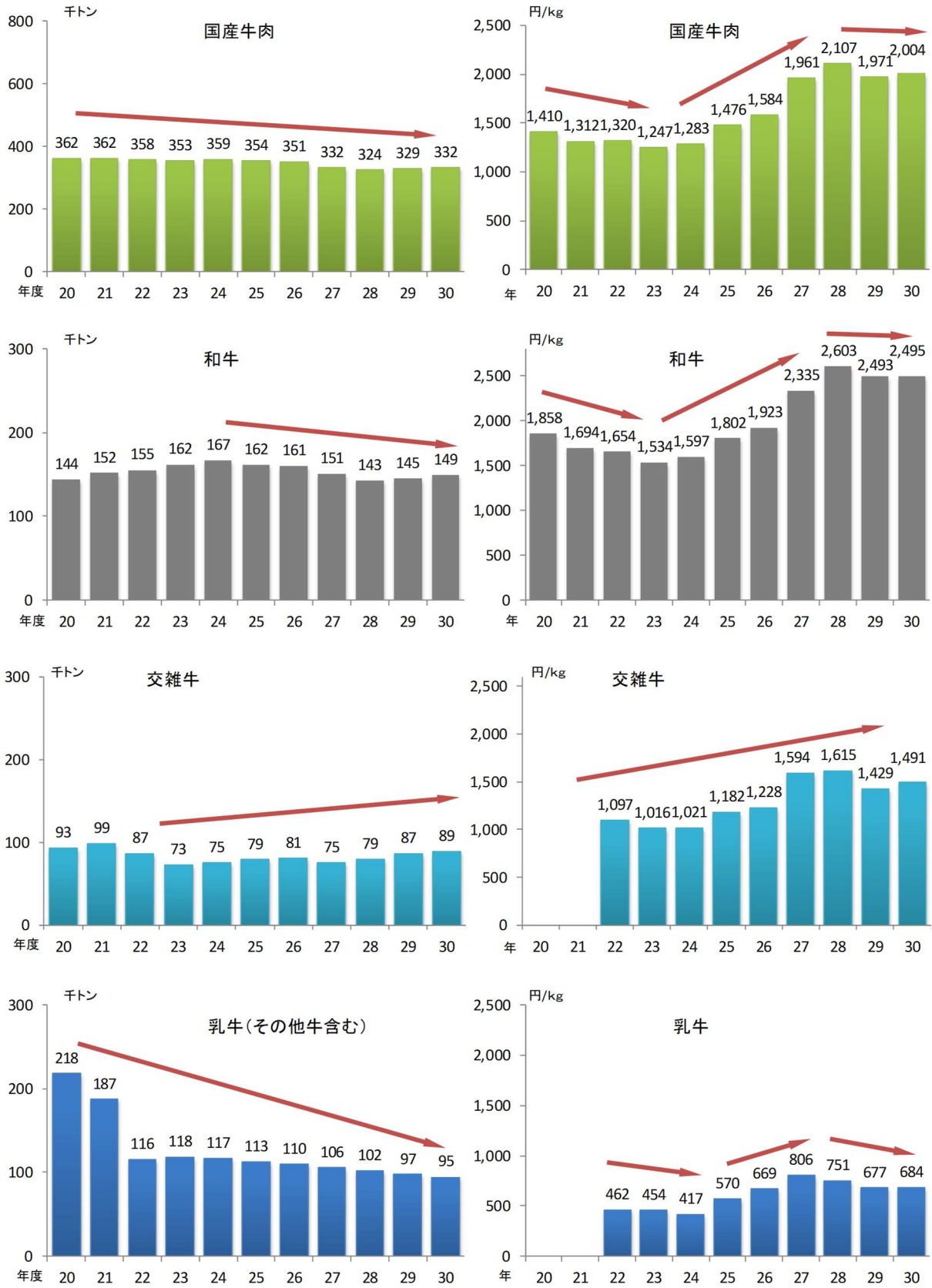
表 1 牛肉の生産流通動向

		と畜頭数 千頭	生産量 (部分肉ベース) 千トン	推定出回り量	
				(部分肉ベース) 千トン	構成比 %
平成 30年度	計	—	951.7	930.4	100.0
	国産計	1,051.5	332.5	329.8	35.5
	和牛	455.3	149.2	148.0	15.9
	交雑	248.1	88.7	88.0	9.5
	乳牛(その他含む。)	348.1	94.6	93.8	10.1
	輸入計	—	619.2	600.6	64.5
	輸入チルド 輸入フローズン	— —	278.7 340.4	270.4 330.2	29.1 35.5
平成 25年度	計	—	888.0	867.0	99.9
	国産計	1,170.5	353.5	351.5	40.5
	和牛	521.6	161.8	160.9	18.6
	交雑	233.9	78.9	78.5	9.1
	乳牛(その他含む。)	415.0	112.8	112.1	12.9
	輸入計	—	534.5	515.0	59.4
	輸入チルド 輸入フローズン	— —	212.3 322.1	204.6 310.4	23.6 35.8
30年度/ 25年度(%)	計	—	107.2	107.3	—
	国産計	89.8	94.0	93.8	—
	和牛	87.3	92.2	92.0	—
	交雑	106.1	112.4	112.2	—
	乳牛(その他含む。)	83.9	83.9	83.7	—
	輸入計	—	115.8	116.6	—
	輸入チルド 輸入フローズン	— —	131.3 105.7	132.1 106.4	— —

資料: 農水省「食肉流通統計」、農畜産業振興機構「牛肉需給表」、財務省「貿易統計」より作成

注: 成牛のうち、「その他」は、乳牛に含めた。子牛は除く。輸入牛肉の生産量は輸入量とした

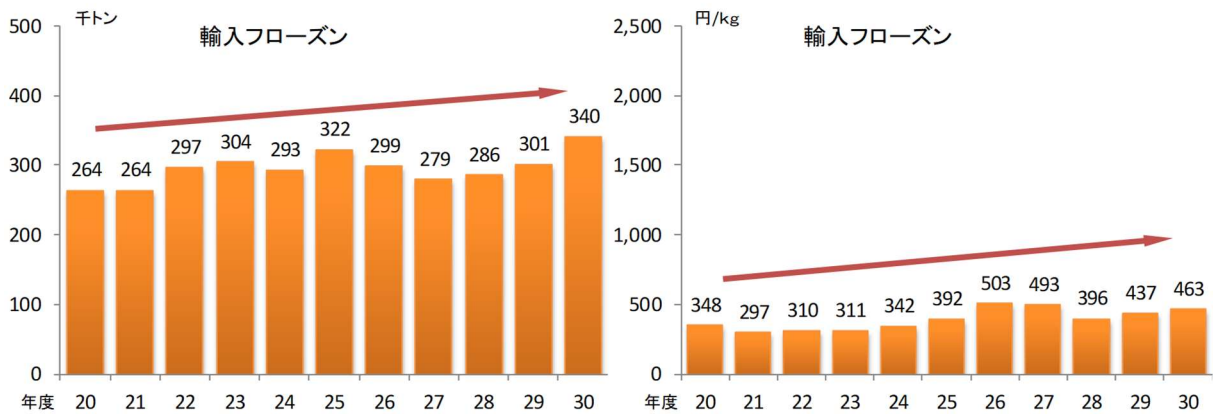
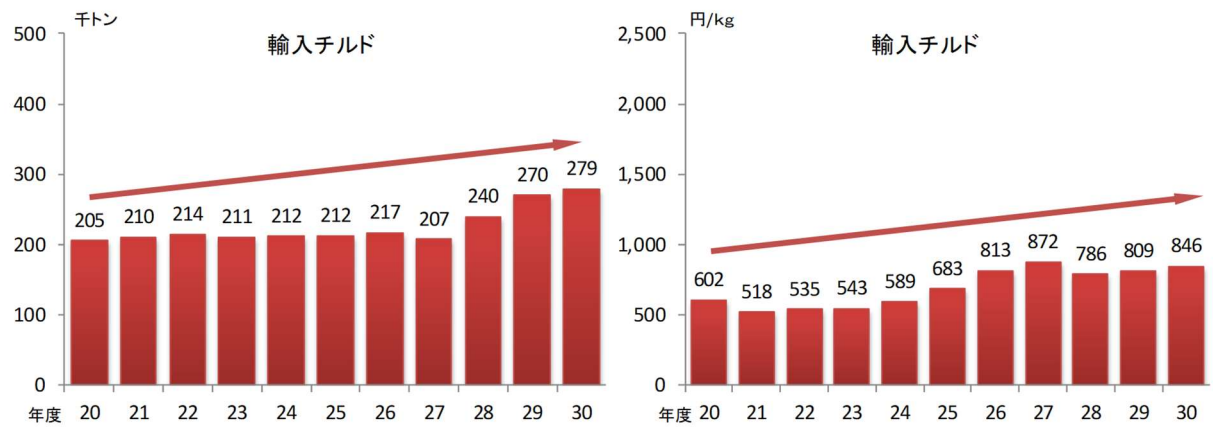
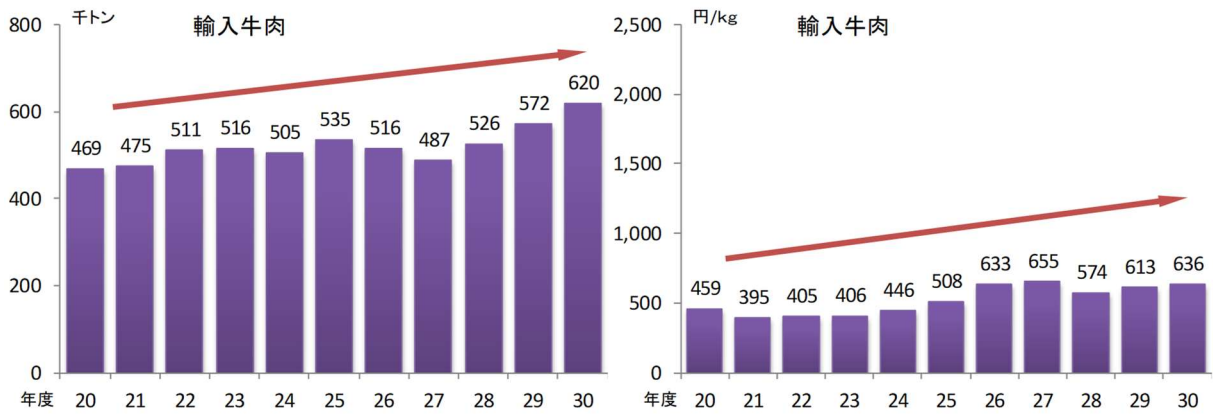
図1 国産牛肉の生産量、卸売価格



資料：農林水産省「食肉流通統計」、部分肉ベース。

注：卸売価格（年平均）は、食肉卸売市場（中央、指定）における畜種別の取引成立頭数の枝肉1kg当たり平均。

図2 輸入牛肉の輸入量、輸入価格



資料：財務省「貿易統計」、部分肉ベース

資料：財務省「貿易統計」、CIF価格

□ 豚肉の生産流通動向

平成 30 年度の豚肉の推定出回り量は、182 万 7 千トンで平成 25 年度対比 9.2%の増加となった。うち、国産豚肉は、89 万 6 千トンで平成 25 年度対比 2.5%の減少となった。

と畜頭数は、平成 25 年度対比で 3.2%の減少であったが、牛ほどではないが、1 頭当たり枝肉重量が増加したので、生産量の減少率が小さくなっている。

豚枝肉価格は、生産量が減少してきた中で高値傾向で推移してきた。

一方、平成 30 年度の輸入豚肉の推定出回り量は、93 万 1 千トンと平成 25 年度対比 23.4%の大幅な増加となった。国産豚肉の生産量が低迷するなか、特に輸入チルドは、同 32.9%の大幅な増加となり、輸入フローズンについても、同 16.8%と大幅に増加した。

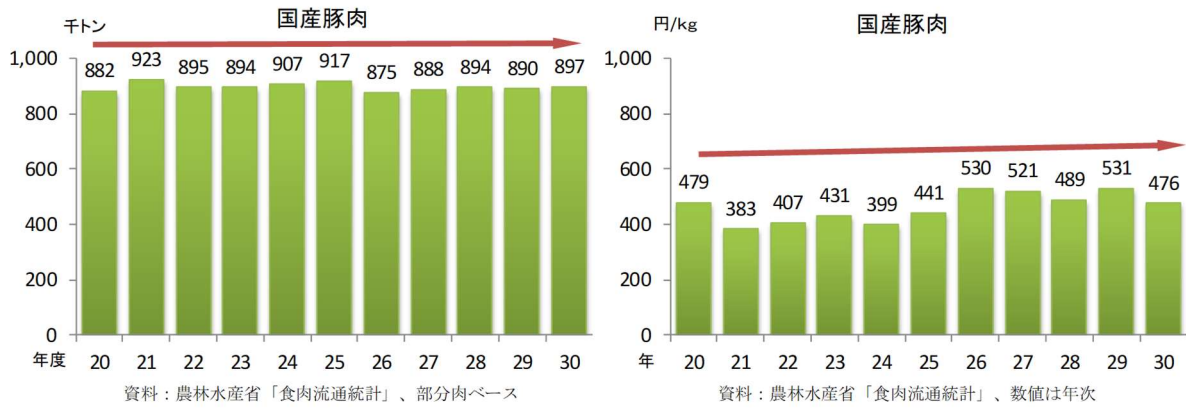
この結果、輸入豚肉の割合は、平成 25 年度の 45.1%から平成 30 年度には 51.0%となり、半数を超えている。

表 2 豚肉の生産流通動向

		と畜頭数 千頭	生産量 (部分肉ベース) 千トン	推定出回り量	
				(部分肉ベース) 千トン	構成比 %
平成 30年度	計	—	1,813.7	1,827.5	100.0
	国産計	16,391.3	897.5	896.1	49.0
	輸入計	—	916.2	931.4	51.0
	輸入チルド	—	405.4	412.1	22.6
	輸入フローズン	—	510.8	519.3	28.4
平成 25年度	計	—	1,661.6	1,673.7	100.0
	国産計	16,934.4	917.3	918.7	54.9
	輸入計	—	744.3	755.0	45.1
	輸入チルド	—	305.8	310.2	18.5
	輸入フローズン	—	438.5	444.8	26.6
30年度/ 25年度(%)	計	—	109.2	109.2	—
	国産計	96.8	97.8	97.5	—
	輸入計	—	123.1	123.4	—
	輸入チルド	—	132.6	132.9	—
	輸入フローズン	—	116.5	116.8	—

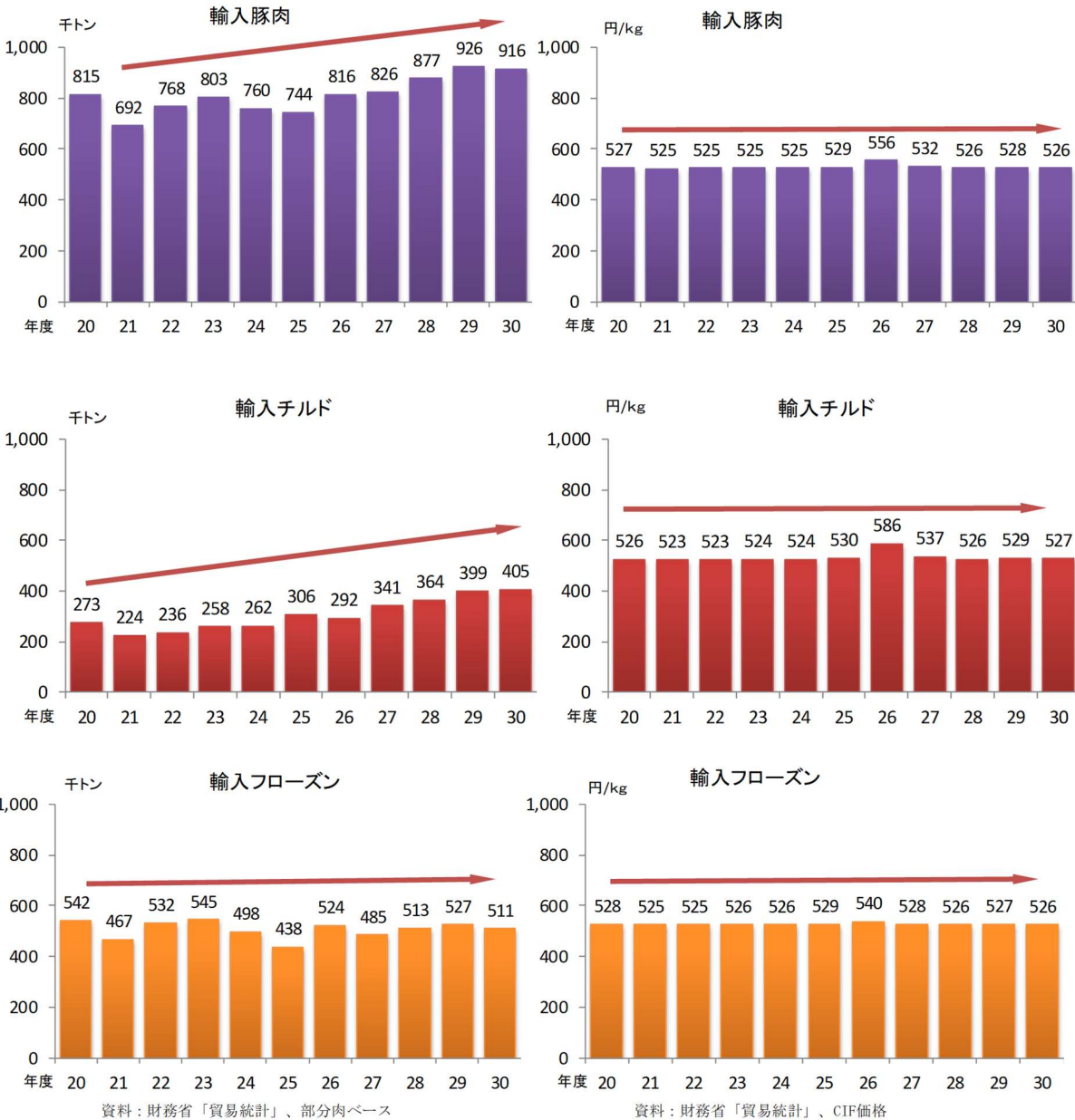
資料:農水省「食肉流通統計」、農畜産業振興機構「豚肉需給表」、財務省「貿易統計」より作成

図3 国産豚肉の生産量・卸売価格



注：卸売価格（年平均）は、食肉卸売市場（中央、指定）における畜種別の取引成立頭数の枝肉 1kg 当たり平均。

図4 輸入豚肉の輸入量、輸入価格



利用者のために

1 調査の内容

- (1) 食肉の仕入・加工・販売実態
 - ① 牛肉・豚肉の卸売実態（仕入先・形態、販売先・形態・整形状態等）
 - ② 牛肉・豚肉の需要実態（仕入先・形態・整形状態等）
- (2) 牛肉・豚肉の取引価格の決め方
 - ① 牛肉・豚肉の仕入価格及び販売価格の決め方
 - ② 牛肉・豚肉の需要者における仕入価格の決め方
- (3) 食肉流通の問題点・課題
 - ① 部分肉等の流通形態の変化
 - ② 加工・保管施設と外部委託の状況
 - ③ 食肉流通の課題と今後の食肉需要見通し

2 調査の対象

- (1) 食肉卸売業者
- (2) 小売業者
 - ① 食肉専門小売店
 - ② スーパーマーケット
- (3) 外食・惣菜事業者
 - ① 外食・給食（全国焼肉協会、日本フードサービス協会、日本給食サービス協会の会員）
 - ② 惣菜・弁当（日本惣菜協会の会員）

□ アンケートの対象数と回収率

業種	対象数 社	有効回収数 社	有効回収率 %
食肉卸売業者	498	143	29
小売業者	653	103	16
食肉専門小売店	180	25	14
スーパーマーケット	473	78	16
外食・惣菜事業者	1,011	133	13
外食・給食	698	111	16
惣菜・弁当	313	22	7
計	2,162	379	18

注：「食肉卸売業者」には、（公財）日本食肉流通センターの川崎センターの出店者 27 社を含む。

3 調査の実施時期

調査の実施時期は、令和元年 7 月～令和 2 年 3 月
調査の対象期間は、平成 30 年度

主な用語の解説

部分肉加工	枝肉を原料として脱骨・分割・整形し、部分肉にすること。また、部分肉を原料として小割整形を行うこと。
ノーマル規格 (部分肉)	(公社) 日本食肉格付協会の部分肉の規格で、「牛部分肉取引規格」と「豚部分肉取引規格」がある。なお、部位数は牛が 13 部位、豚は 6 部位等で脂肪の厚さが 8～10mm 前後となっている。
小割規格 (部分肉)	上記のノーマル規格部分肉をさらに小割整形したもの。 小割規格部分肉は食肉卸売業及び需要者のそれぞれ独自の規格もある。 なお、(公財) 日本食肉流通センターでは「コマーシャル規格」を策定している。
パッカーの規格 (部分肉)	輸入食肉において、原産国のミートパッカーが規格を決めて流通している部分肉のこと。小割整形されたものが多い。
需要者の規格 (部分肉)	牛肉や豚肉において、需要者が規格を決めて仕入れている部分肉のこと。小割整形されたものが多い。
整形	枝肉を原料として脱骨・分割後に行う整形のこと。規格により部位数や脂肪の厚さ等が指定されている。
精肉加工	部分肉等を原料として小売向け及び業務向けの精肉に加工することで、スライス、すき焼き、ステーキ・切り身など用途に応じてカットされている。
アウトパック	部分肉等を原料として小売向けに精肉まで加工・包装し、商品ラベルを貼る一連の商品づくり作業を店舗外で行うこと。この施設はアウトパックセンターまたはプロセスセンターともいう。
セントラルキッチン	集中的に調理加工を行う施設のこと。チェーン展開しているレストラン、焼肉店、飲食店のほか、集団給食、惣菜・弁当などの事業者もこの方式がみられる。
入札	複数の業者により文書が提出され落札者が決められる競争契約のこと。
見積合わせ	見積書の提出により落札者が決められる契約のこと。複数の業者による場合と随意契約の場合がある。
相対交渉	取引を行う者が 1 対 1 で数量、価格、期日等を決めて売買を行う取引を行う交渉のこと。双方の合意により決定される。
適用期間	仕入価格及び販売価格を決めて、それを適用する期間のこと。次に価格が決まるまでこの価格が適用される。
パッカーのオファー	原産国のミートパッカーから、食肉の仕入価格を決める際に、ミートパッカーが価格を提示すること。
食肉仲間相場	農畜産業振興機構等が公表している食肉卸売業者間の食肉の取引価格のこと。
部分肉取引価格 (日本食肉流通センター)	日本食肉流通センター (JMTC) が web 等で公表している部分肉価格のこと。
食肉業界紙調べの相場	食肉の業界紙 (新聞・日報・週報等) が調べて公開している部分肉等の市況

前回と今回のアンケート調査での回答社数等の相違の概要

アンケートの調査結果で、前回（平成25年度調査対象）と今回（平成30年度調査対象）の比較を行っているところが多いが、アンケートの回答社数等が、下記のように、異なっていることに留意してください。

1 食肉の仕入・販売量の対象年度（卸売業者、小売業者）

今回の対象年度	前回の対象年度
平成30年度（2018年度）	平成25年度（2013年度）

2 アンケートの有効回答社数

対象業種	今回 平成30年度	前回 平成25年度	増減
輸入商社	8	12	▲4
食肉卸売業者	143	166	▲23
大手食肉卸	5	4	1
中小食肉卸	138	162	▲24
小売業者	103	105	▲2
食肉専門小売店	25	36	▲11
スーパーマーケット	78	69	9
外食・惣菜事業者	133	128	5
外食・給食	111	107	4
惣菜・弁当	22	21	1
計	387	411	▲24

注：輸入商社は、有効回答社数が減少したうえ、食肉の販売総重量が輸入総数量に比べ極めて少なかったため、調査分析から除外した。

3 調査結果の概要と留意点

（1）食肉卸売業

今回調査の概要	<ul style="list-style-type: none"> ・大手企業が1社増加したため、仕入れで輸入牛肉の割合が増加する等その社の影響がみられる。 ・中小卸の回答社数が減少し、輸入牛・豚肉の仕入量が多い社の影響がみられる。 ・川崎センター出店社の回答数が増加したためか、価格決定の際の参考情報として、JMT C部分肉価格を参考とする割合が高まっている。
牛豚の仕入量 部分肉ベース ()は平成25年度 対比	<p>仕入総量の5年間の増減の動向は、国内全体の牛・豚肉の需給動向と傾向が同じである。</p> <p>和牛肉 約13万トン（約1万トン減少） 交雑牛肉 約4万トン（約1千トン減少） 乳牛肉 約5万トン（約1.2万トン減少）</p>

	<p>輸入牛肉 約42万トン（約13万トン増加）</p> <p>国産豚肉 約52万トン（約9万トン減少）</p> <p>輸入豚肉 約51万トン（約5万トン増加）</p>															
平成30年度国内推定出回り量に占める食肉卸の仕入量の割合	<p>平成30年度の国内推定出回り量に占める食肉卸の仕入量は、下記のとおり。</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>今回（平成30年度）</th> <th>前回（平成25年度）</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>国産牛肉</td> <td>66%</td> <td>68%</td> </tr> <tr> <td>輸入牛肉</td> <td>70%</td> <td>57%</td> </tr> <tr> <td>国産豚肉</td> <td>58%</td> <td>66%</td> </tr> <tr> <td>輸入豚肉</td> <td>55%</td> <td>61%</td> </tr> </tbody> </table> <p>いずれも、需要量の55%以上をカバーしている。</p> <p>以上を考慮して、今回も牛・豚肉の業種別需要量の推計を行った。（149頁以下参照）</p>		今回（平成30年度）	前回（平成25年度）	国産牛肉	66%	68%	輸入牛肉	70%	57%	国産豚肉	58%	66%	輸入豚肉	55%	61%
	今回（平成30年度）	前回（平成25年度）														
国産牛肉	66%	68%														
輸入牛肉	70%	57%														
国産豚肉	58%	66%														
輸入豚肉	55%	61%														

（2）小売業

今回調査の概要	<ul style="list-style-type: none"> 有効回答社数の増減が反映されており、スーパーの回答社数が多くなり、専門小売店の回答社数が少なくなっている。 牛肉の仕入量が、前回に比べ、スーパー1店あたり10トンと5トン少なく、専門店1社あたり9トンと13トンも少ない。（86頁参照） 豚肉の仕入量では、このような大きな相違はない。
---------	---

（3）外食・惣菜

今回調査の概要	<ul style="list-style-type: none"> 前回と比べ、回答社数や1社あたりの仕入量において、大きな相違はない。 ただし、外食・給食の国産豚肉の仕入割合が前回の11%から今回70%に急増しているのは、特定の回答社の影響である。（131頁参照）
---------	--

5 今回、新規に調査した主な項目

<ul style="list-style-type: none"> 食肉卸売業、小売業の仕入れ等で、輸入豚肉をチルドとフローズンに区分（56頁ほか） 部分肉の小割規格、パーツ等の販売、仕入形態の直近5年間での増減（卸、小売）（67頁ほか） 部分肉の加工・配送業務の外部への委託等の変化（70頁ほか） 国産食肉の冷蔵品の凍結した商品の直近5年間での販売拡大の有無（卸、小売）（74頁ほか） 輸入冷凍豚肉のテーブルミートとしての需要拡大の可能性（卸、小売）（75頁ほか） 小売業の店舗外の一次加工品の製造意向（108頁ほか） 自社の食肉の取り扱い量の見通し、国内の食肉需要の見通し（77頁ほか） <table border="1"> <thead> <tr> <th>前回</th> <th>今後10年間</th> <th>今回</th> <th>今後5年間</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> 牛肉の輸出関連（143頁ほか） <p>財務省の貿易月表で、牛肉の輸出において、冷蔵品・冷凍品の双方で、平成28年から4部位に区分して、公表開始 冷蔵品と冷凍品の価格差の有無等のアンケート調査</p> <p>貿易月表の平成28年から平成30年までの3年間の年次統計の分析</p>	前回	今後10年間	今回	今後5年間				
前回	今後10年間	今回	今後5年間					

要 約

1 食肉卸売業

前回と今回の仕入状況等の調査結果で変化等が目立った点と変化の要因の考察を行った。

(1) 大手食肉卸（以下、「大手卸」という。）の牛肉・豚肉の仕入状況

（P. 30, 31、および49, 50）

- ・ 前回と比べ、大手卸全体で、国産牛・豚肉、輸入牛肉の仕入総量は増加し、輸入豚肉のみ仕入総量が減少している。

国産食肉での大手卸の取扱量シェアが増加している。

交雑牛・和牛肉の大手卸のシェアは乳牛肉より低い。

- ・ 国産牛肉の仕入先割合は、産地食肉センターが5割強、食肉卸売市場、自社系列農場の順に多いが、前回と比べ、自社系列農場からの割合が増加し、産地食肉センターの割合が減少している。

国産豚肉の仕入先割合は、自社系列農場が56%と最も多く、次いで、産地食肉センターであるが、前回と比べ、国産牛肉と同様、前者が増加、後者が減少となっている。

- ・ 交雑牛、和牛、乳牛肉の順で、枝肉での仕入割合が多く、前回と比べ、いずれも増加している。和牛、交雑牛、乳牛肉の順で、部分肉パーツの仕入割合が少なく、前回と比べ、いずれも減少している。精肉での仕入割合は、乳牛で3%、交雑牛で1%と、少ない割合ではあるが、前回より増加している。和牛は、今回も、0%である。 （P. 32）

- ・ 輸入牛肉の仕入形態の割合では、部分肉フルセットが減少し、部分肉パーツが増加し、精肉は今回も0%である。 （P. 32, 33）

輸入豚肉の仕入れでは、部分肉フルセットが0%となり、部分肉パーツが100%、精肉は今回も0%である。 （P. 50）

- ・ 国産食肉の仕入れに際し、枝肉取引価格を参考とする割合は、牛肉で今回も100%、豚肉で今回は減少したが80%と、中小食肉卸と比べ、極めて多い。 （P. 36, 37）

- ・ 国産・輸入の牛・豚肉とも、仕入価格の適用期間は、「月」以上の長期の期間の割合が増加している。 （P. 37, 38、および54, 55）

－考察－JMTC

- ・ 今回、回答社数で、大手卸が1社増加、中小卸は24社減少。

国内の中小食肉卸売業社数が減少傾向にあるため、大手卸の国産食肉の取扱量シェアが高まっている。ただし、食肉卸売市場でのと畜割合が依然として多い交雑牛・和牛肉の大手卸の取扱量シェアは、産地食肉センターでのと畜割合の多い乳牛のものより低い。

- ・ 国内の牛・豚肉の生産量が減少してきた中、将来の国産食肉の確保、生産段階から差別化できる食肉の生産や系列のと畜場の稼働率の維持向上のため、大手卸は、離農した畜産農家

の跡地等に投資し系列農場化する等を実施しており、そこからの仕入れが増加しているのではないか。

養牛より養豚の方が、投資資本の回収期間が短いこと等のため、国産豚肉での自社系列農場からの仕入割合が、国産牛肉のものより多いのではないか。

- ・ 枝肉取引がほとんどの食肉卸売市場でのと畜割合が交雑牛・和牛の順で多いことや自社系列農場からの仕入割合が多くなったことから、枝肉での仕入れが多くなる一方、パーツでの仕入れが減少したのではないか。

大手卸でも食肉加工処理人材が不足しているため、単価の安い乳牛では精肉での仕入れがみられる。

大手卸は、卸売市場以外の自社系列農場やその他との国産食肉の仕入取引においても、枝肉をベースとした価格を採用しているのではないか。

食肉卸売市場でのと畜割合が交雑牛・和牛より少なく、自社系列農場からの仕入割合を増加させた国産豚肉でも、枝肉での仕入割合が増加している。豚の枝肉での仕入割合を、牛と比較すると、交雑牛・和牛肉より少なく、乳牛肉より多い。

- ・ フルセットでの購入を要求されることが多い豪州産牛肉の輸入シェアが前回より減少したため、輸入牛肉のフルセット仕入割合が減少したのではないか。

現行の差額関税制度の下では、単価の安い低需要部位が含まれるフルセットで、輸入豚肉を仕入れるメリットがないのではないか。

- ・ 前は上昇傾向にあった枝肉価格が、今回の調査期間ではやや軟調気味であったため、長期の契約に応じやすかったのではないか。主要な販売先であるスーパーマーケットや外食・給食等から、なるべく長期での安定した価格での納入を要求されるため、仕入れの段階から長期の仕入価格の適用期間を志向している結果ではないか。自社系列農場との取引では、長期間の価格契約は、農場の経営安定に貢献しているのではないか。

(2) 中小食肉卸（以下、「中小卸」という。）の牛肉・豚肉の仕入状況

(P. 30, 31、および49, 50)

- ・ 前回と比べ、中小卸全体で、国産牛・豚肉の取扱量が減少している一方、輸入牛・豚肉の取扱量が増加している。
- ・ 国産牛肉の仕入先割合は、食肉卸売市場が最も多いものの、前回と比べ、減少しており、生産者等からの割合が増加し、乳牛肉では大手卸からの割合が増加している。
国産豚肉の仕入先割合では、生産者等や自社系列農場からの割合が増加し、食肉卸売市場からは減少している。
- ・ 輸入牛・豚肉の仕入先割合では、輸入商社から割合が減少し、自社による直接輸入等のその他の割合が増加している。
- ・ 国産牛肉の仕入時の状態では、大手卸とは逆に、枝肉の仕入割合が減少し、部分肉パーツ

での仕入割合が総じて増加している。大手卸においては、仕入部分肉の規格で、ノーマル規格より分割部位数が多い小割規格での仕入れが以前から普及していたが、中小卸でも、小割規格での割合が増加したが、まだ、大手卸ほど多い割合ではない。（P. 32, 33）

- ・ 輸入牛肉の仕入時の状態は、前回と同様、部分肉パーツが90%超、輸入豚肉は前回わずかにあったフルセットがなくなり、パーツが100%となった。（P. 32, 33）
- ・ 国産食肉の仕入れの際、参考指標とする割合で、枝肉取引価格が減少した。（P. 36, 37、および53, 54）
- ・ 仕入価格の適用期間は、前回と比べ、国産牛肉、輸入牛・豚肉では「月」以上の長期のもの割合が増加し、国産豚肉は「日」が減少、「週」が増加する程度にとどまっている。（P. 37, 38、および54, 55）

－考察－JMTC

- ・ 国内での食肉生産量が減少する中で市場卸売価格が高値で推移し、中小卸は購買力を低下させているのではないか。また、国産食肉の仕入減少を補うため、輸入食肉の仕入れを増加させている。
- ・ 食肉卸売市場での取引量が減少し、国産食肉を確保するため、生産者等と提携した取り組みを行う社が増加しているのではないか。
独自の入手が困難な乳牛肉では、大手卸に依存しているのではないか。
- ・ 中小卸でも、枝肉から加工処理できる人材が不足しているため、枝肉の仕入割合を減少させ、部分肉パーツの仕入割合を増加させているのではないか。
- ・ 中小卸は、疾病の発生などで短中期的に豚肉価格が変動するリスクを負うのをなるべく回避しているのではないか。

(3) 大手食肉卸の牛肉・豚肉の販売状況（考察は、小売業の仕入状況等を参照）

大手卸も中小卸も、国産牛肉では、単価の高い和牛、交雑牛、乳牛の順で、食肉卸間の仲間取引の割合が多い傾向が維持されている。

- ・ 大手卸の最大の販売先であるスーパーへの販売割合は、前回と比べ、和牛・乳牛肉で減少し、交雑牛肉は増加しているが、輸入牛肉は減少しているものの、輸入チルドでは50%超ある。和牛・乳牛肉は生産量が減少しているので販売実量がさらに大幅に減少しており、交雑牛肉は生産量が増加しているので販売実量が大きく増加し、牛肉輸入量が大幅に増加しているので、輸入牛肉の販売実量がさらに大幅に増加している。

焼肉店への販売割合が牛肉で増加している。専門小売店への販売割合は、国産牛肉では7～15%あるが、輸入牛肉では2～4%と前回と比べ減少している。（P. 39～41）

- ・ すべての国産牛肉で、部分肉パーツでの販売割合を増加させ、輸入牛肉では精肉での販売

を19%行っている。国産牛肉及び豚肉では精肉での販売はない。(P. 41～43)

- ・ 販売価格の適用期間は、長期化の傾向にある。(P. 47, 48、および61, 62)

(4) 中小食肉卸の牛肉・豚肉の販売状況

- ・ 中小卸では、大手卸と比べ、食肉卸との仲間取引の割合がより多い。(P. 39～41、および56, 57)
- ・ 国産牛肉の販売実量としては減少しているが、和牛・交雑牛肉のスーパーへの販売割合を増加させ、乳牛肉では割合も減少している。輸入チルド牛・豚肉では、販売割合を増加させるとともに、販売実量も増加させている。(P. 39～41、および56, 57)
- ・ 和牛・交雑牛肉は部分肉パーツ割合を増加させ、精肉での販売割合は、乳牛では25%に、輸入牛肉では18%に増加させ、輸入豚肉では7%に減少させている。(P. 43～45、および57, 58)
- ・ 輸入牛肉の販売価格の適用期間は、長期化の傾向にある。(P. 47, 48)

(5) 食肉卸における食肉流通上の課題

- ① 精肉のアウトパックの受託加工等 (P. 65, 66)
 - ・ 食肉卸売業が、販売先であるスーパー等から、精肉のアウトパック、一次化加工品を受託加工する割合が、直近5年間で増加している。大手卸の方が、中小卸よりその割合が多い。
- ② 直近5年間の販売部分肉の形態の変化 (P. 67～69)
 - ・ 販売する部分肉の形態割合では、直近5年間で、フルセットが減少し、パーツ、小割規格が増加しており、上記と同様、大手卸の方がその割合が多い。
- ③ 中小卸の業務の外部委託 (P. 70～73)
 - ・ 部分肉・精肉加工や配送を、外部委託する割合が増加している。
- ④ 国産食肉で冷蔵から凍結した商品の販売拡大 (P. 74)
 - ・ いわゆるチルフロについては、直近5年間で、回答139社の30%が増えたと回答した。
- ⑤ 輸入冷凍豚肉のテーブルミートとしての需要拡大の可能性 (P. 75)
 - ・ 大手4社が全社可能性ありと回答したが、中小卸は回答121社の中で、56%が可能性ありと回答した。

2 食肉小売業

前回と今回の仕入れ状況の調査結果で変化が目立った点と変化の要因の考察を行った。

(1) スーパーマーケット（以下、「スーパー」という。）における牛肉・豚肉の仕入状況

- ・ 国産・輸入の牛・豚肉ともに、最大の仕入先である大手卸からの仕入割合をさらに増加させ、中小卸、食肉卸売市場及び輸入商社からの仕入割合を減少させている。

(P. 84, 85、および94, 95)

- ・ 和牛・乳牛肉の仕入量を減少させ、交雑牛・輸入チルド牛肉を増加させ、国産豚肉を減少させ、輸入チルド豚肉を増加させている。(P. 86、および95)
- ・ 国産食肉では、部分肉パーツでの仕入割合、小割規格での仕入割合を増加させ、前回は少ない割合であったが枝肉での仕入れが今回は0%となった。また、少ない割合であるが、ほとんどの食肉において、精肉での仕入割合を増加させている。(P. 87~90および96~98)
- ・ 国産食肉の仕入れの際、枝肉取引価格を参考とする割合が減少し、JMTC価格やコスト積み上げを参考とする割合が増加している。(P. 91, 92、および100, 101)
- ・ 仕入価格について、短期的な変化を避け、より長期に安定した価格での仕入れを志向している。特に、輸入食肉でその傾向が強い。(P. 93、および101, 102)

－考察－JMTC

- ・ スーパーでは、食肉に関する専門の職員が減少し、仕入れに際し、一定の経験・知識が必要な食肉市場・商社からの仕入れを減少させ、大手卸からの仕入れを増加させているのではないか。
- ・ 乳牛肉の生産量が減少してきた中、和牛肉では全体の生産量が減少し中でも肉質等級の高いA5・4に比べ相対的に価格の安い格付A3の生産量が大きく減少したため、それらの牛肉の卸売価格が上昇、高値を維持し、スーパーでは消費者へ手頃な価格の牛肉を提供するために、和牛肉より安く肉質が乳牛肉より良い交雑牛肉の仕入れを増加させ、価格が国産牛肉より安い輸入チルド牛肉の仕入れを増加させたのではないか。
また、国産豚肉の生産量減少等で卸売価格が上昇したため、販売価格を上げざるを得ない国産を減少させ、差額関税制度の下で価格がほとんど一定していた輸入チルド豚肉の仕入れを増加させたのではないか。
- ・ 1頭の牛・豚から生産される枝肉・部分肉フルセットを仕入れする志向が減少し、販売する部位の選択、手頃な価格で提供しやすい切り落とし精肉用の部位の調達、スーパーの店舗内作業の簡便化・省力化、店舗内加工処理施設の削減及び部分肉処理工程で生じる廃棄物の減量化を図るために、納入される部分肉のパーツ、小割規格や精肉での仕入れを増加させたのではないか。また、枝肉から加工処理できる人材を確保していないのではないか。
- ・ 平成25年度以降、牛・豚の枝肉価格が堅調に推移してきたが、29年度頃から高値のなかでもやや軟調気味になった一方、人手不足の下、輸送や納入業者が請け負う部分肉加工処理に要する経費が増加したため、仕入れに際し、枝肉価格を参考とする割合が減少し、輸送費込みのJMTC価格やコスト積み上げの割合が増加したのではないか。

- ・ 小売販売価格を短期的に変動させることを回避するため、仕入価格について、より長期の適用期間を志向している。長期に安定した価格で仕入れできる輸入食肉は、スーパーの販売志向に適合しており、仕入量を増加させる一因にもなっているのではないかと。

(2) 専門小売店（スーパーとの相違を含む。）における牛肉・豚肉の仕入状況

- ・ 専門小売店も、国産食肉では大手卸からの仕入割合を増加させ、食肉卸売市場からの仕入割合を減少させているが、今回の回答社では、輸入食肉で輸入商社から仕入れている社が増加している。 (P. 84, 85、および94, 95)
- ・ スーパーと異なり、牛肉では、和牛の仕入割合が前回と同様に極めて高く、輸入は少ないが、豚肉では、輸入チルドの仕入割合が高くなった。 (P. 86、および95, 96)
- ・ 国産食肉の枝肉での仕入れが継続しているものの、その割合が減少し、部分肉フルセット・パーツでの仕入割合が増加している。スーパーと比べ、精肉での仕入割合は極めて少なく、パーツでの仕入割合が多い。 (P. 87～90、および96～98)
- ・ 国産食肉の仕入れに際し、枝肉取引価格を参考とする割合が増加している。 (P. 91, 92および100, 101)
- ・ 仕入価格の適用期間については、大きな変化はない。 (P. 93および101, 102)

—考察—JMTC

- ・ 全国ベースで専門小売店が減少している中で、卸売市場からの仕入れは継続しているものの、量的な仕入割合は減少させている。今回の回答社では、小売だけでなく卸売を兼業している社が多く、販売先の要望に応じて、輸入豚肉の仕入・販売量を増加させているのではないかと。
- ・ スーパーとの差別化を図るため、和牛の仕入割合を高めに維持している。
- ・ かつての専門小売店では、枝肉を懸垂する冷蔵庫内で熟成を行うことが通常であったが、牛枝肉の大型化に伴い、それが困難になったことが一因で、枝肉の仕入割合を減少させている。食肉の加工処理技術を有する人材を確保しており、精肉の仕入れが多くない。また、部分肉パーツ仕入れが増加しているのは、惣菜等製造の原料の調達のためかもしれない。
- ・ 仕入価格の上昇を販売先に説明するのに、枝肉取引価格の動向が適していると判断しているのではないかと。スーパーと異なり、仕入価格に輸送費が含まれていない事例がみられるのも一因か。

(3) 小売業における食肉取扱上の課題

- ① スーパーでの店外加工（アウトパック）の割合 (P. 108)
 - ・ 精肉 国産牛肉で前回より増加（14%から21%）
今後も増加する可能性が高い調査結果である。

- ・ 一次加工品 今後も増加する可能性が高い調査結果である。

- ② 今後5年間で、自社での食肉の取扱量及び国内の食肉需要 (P. 113～116)
スーパー及び専門小売店とも、自社での国産食肉の取扱量を増やしたい意向はあるが、価格の高さや価格変動を懸念してか、国内の需要量が国産が減少するとみている社が多い。一方、スーパーは輸入食肉は取扱量を増加させたい意向割合が国産食肉より多く、専門小売店は輸入食肉は現状維持との回答のみである。輸入食肉の需要量は、スーパー及び専門小売店とも増えると見通している割合が多い。
- ③ 国産食肉で冷蔵から凍結した商品(チルフロ)の販売拡大について(P. 111, 112)
スーパーでは、チルフロの取り扱い量が5年間で3割強増加しているが、専門小売店では4%程度の増加である。
- ④ 輸入冷凍豚肉のテーブルミートとしての需要拡大の可能性 (P. 112)
スーパーでは、需要が拡大する可能性ありとの回答が55%で、専門小売店の28%より多い。

3 外食・惣菜

今回は新規の調査項目はない。

前回と今回で回答内容に大きな相違が一部にみられるものがあるが、回答社の違いと考えられるので、変化の要因の考察は一部省略した。

(1) 外食・惣菜における牛肉・豚肉の仕入状況

- ① 仕入先 (P. 120～122、および130, 131)
・ 外食・惣菜の仕入先は、中小卸からの割合が最も多く、次いで大手卸となっている。
惣菜では、輸入商社からの仕入割合が3位である。
前回に比べ、全体では、中小卸や輸入商社からの仕入割合を少し減少させ、大手卸からの仕入割合を増加させているが、惣菜では、商社からの仕入割合を増加させているものがある。
- ② 仕入価格の適用期間 (P. 129、および137)
・ 仕入価格の適用期間は、国産・輸入品の牛・豚肉とも「月」が最も多く、次いで「年間」、「半年」となっている。食肉卸売業や小売業と比べると最も長い。前回に比べ、最も短い「日」が減少し、「年」等の長期間の割合が顕著に多くなっている。

—考察—JMTC

- ・ 全国ベースで食肉卸売業社数(食品衛生法上では、食肉処理業)が減少している中で、食肉の販売量に占める大手卸の割合が増加しており、小売業と同様に、大手卸からの仕入れを増加させているのではないか。
ただし、外食・惣菜は、仕入形態で精肉での仕入割合が多いことから、大手卸では対応が困難なため、今後とも、中小卸に仕入れを依存する傾向が継続するのではないか。
惣菜では、外食に比べ、輸入商社からの仕入割合が多いが、国内の中小卸に依存していた

部分肉の整形・精肉への加工等について、商社を通じ、海外に依存できる先を確保しているのではないかと。スライスした肉、精肉状の冷凍肉の惣菜材料としての活用が一部進展している可能性もある。

- ・ 給食や弁当では、販売価格を短期間で変更するのが困難なので、材料となる食肉については、なるべく長期の安定した価格での納入を要求している。中小卸では、契約期間内の価格上昇のリスクを負うのを回避したいため、大手卸が中小卸を代替している面があるかもしれない。

(2) 調査結果の特記

- ① 仕入食肉の割合 (P. 122、および131)
 - ・ 外食・惣菜での、仕入食肉の割合は、牛肉では、輸入品が8割超であり、外食はチルドが60%、惣菜はフローズンが76%と最も多くなっている。豚肉では、外食で国産が70%、輸入フローズンが21%、惣菜で輸入フローズンが71%、国産が15%となっている。(外食の国産豚肉の割合が多いのは、今回の回答社の中に国産豚肉の取扱量が多い社が含まれていたことによると考えている。)
- ② 食肉の仕入形態 (P. 123、および132、133)
 - ・ 外食・惣菜での、食肉の仕入形態は、国産・輸入の双方で、小売業に比べ精肉の割合が多く、外食より惣菜の方が、牛・豚肉とも、精肉での仕入割合が多い。
- ③ 仕入れの際の参考指標 (P. 128、および136)
 - ・ 外食・惣菜での、仕入割合の多い輸入食肉について、仕入れの際の参考指標の割合は、JMT C部分肉価格が最も多く、次いでコスト積み上げが多い。
- ④ 今後5年間の、自社での食肉の取扱量及び国内の食肉需要量 (P. 138～140)
 - ・ 自社での取扱量について、変わらないが最も多いが、外食では、国産・輸入の牛・豚肉とも増やす割合が減らすを上回っているが、惣菜では、国産牛・豚肉を減らす割合の方が多い。
 - ・ 国内の食肉需要量については、全体としては、外食・惣菜では増えると見通しており、外食の方が惣菜より増えると見通す割合が多い。
特に、輸入牛肉、食肉加工品、食肉惣菜の需要が増えると見通す割合が多く、国産牛・豚肉の需要は減ると見通す割合が多い。