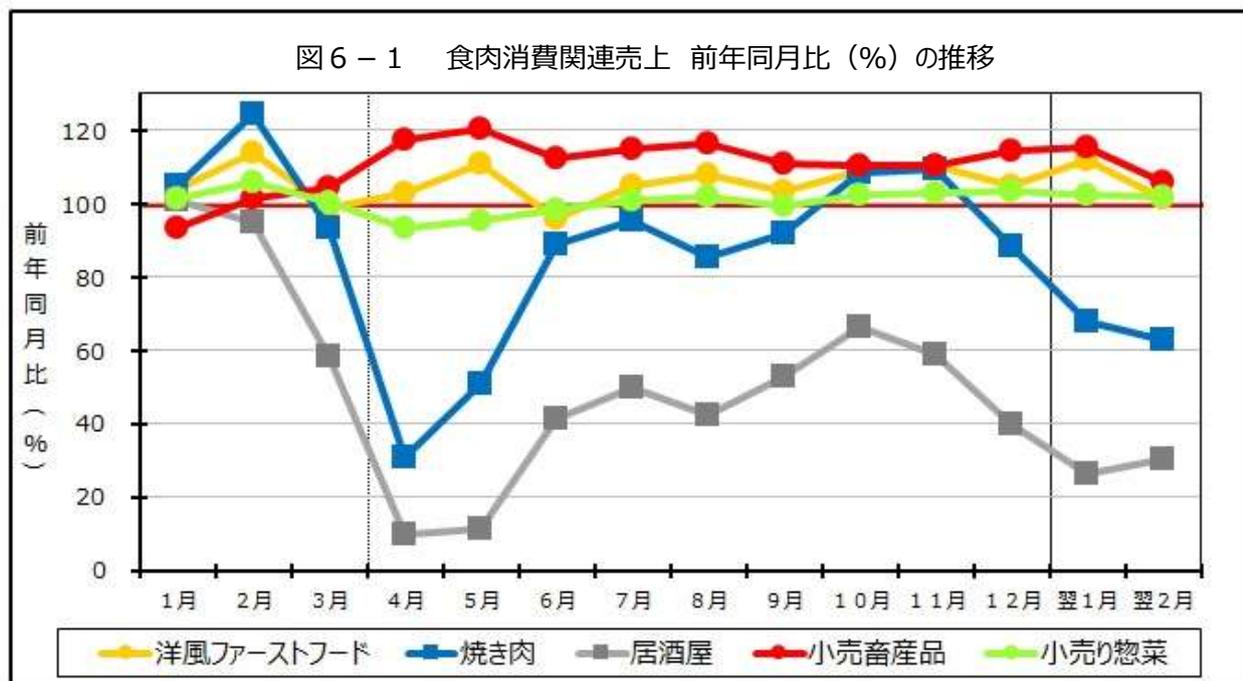


### 3 食肉の消費、外食系が減少、内食系が増加

#### 3-1 食肉卸売業者の主な販売先での売上動向について



食肉卸売業者の主な販売先での2020年1月以降の売上動向を月次ベースで見ると、コロナ禍で外食系では減少しており、内食系では増加しており、外食系から内食系に移行しました。

外食である「焼き肉」と「居酒屋」は、4月を底として、「居酒屋」は10月に前年比の70%程度に回復したものの、その後は再び低下、30~40%程度と低迷を続けており、また、「焼き肉」では、10月・11月に前年を超えるまで回復したものの、その後、再び低迷しています。

単価がファミリーレストラン系より高く、夜の営業時間の構成比が高いディナーレストランの売上減少も深刻です。

外食の売上は、コロナの収束がみえてこないと本当の回復は難しいと、食肉卸売業者はみえています。

テイクアウト可能なハンバーガー等の「洋風ファーストフード」のみが外食で前年より売上が多くなっています。

大手スーパーの食肉を含む「小売畜産品」の売上については、2月に前年同月を上回って以降、継続してその状態を維持しているので、家庭内で調理する機会が増加していることが伺えます。

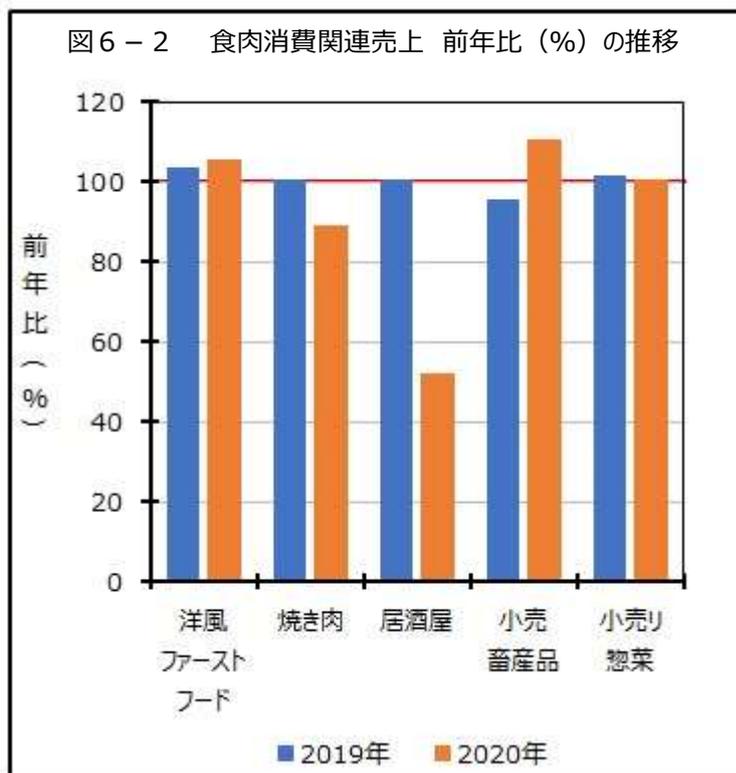
2020年4月に前年比17%増と大きく売り上げを伸ばして以降、2020年1月まで前年比10%超増と好調に推移した反動があつて、スーパー全体としては、今年4月以降は、それほど売り上げが増加しないと食肉卸売業者はみえています。

表2 2020年における各月並びに年平均の食肉消費関連売上（前年同月比：％）の推移

年	年平均		2020年					
	2019年	2020年	1月	2月	3月	4月	5月	6月
一般社団法人 日本フードサービス協会 全店データ 売上高 前年同月比								
全 体	101.9%	84.9%	101.9%	104.8%	82.7%	60.4%	67.8%	78.1%
洋風ファーストフード	103.4%	105.5%	104.1%	114.0%	99.1%	102.8%	110.9%	96.1%
焼き肉	100.3%	89.1%	105.0%	124.4%	93.3%	30.9%	50.9%	88.7%
居酒屋	100.3%	52.3%	101.2%	95.2%	58.6%	9.7%	11.5%	41.5%
ディナーレストラン（計）	101.5%	64.3%	102.3%	97.4%	59.5%	16.0%	28.5%	57.0%
日本チェーンストア協会 販売統計 部門別販売額 前年同月比（店舗調整前）								
小売畜産品	95.5%	110.6%	93.3%	101.5%	104.7%	117.3%	120.6%	112.6%
小売惣菜	101.5%	100.6%	101.3%	106.0%	100.7%	93.6%	95.5%	98.6%

年	2020年						2021年	
	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
一般社団法人 日本フードサービス協会 全店データ 売上高 前年同月比								
全 体	85.0%	84.0%	86.0%	94.3%	92.2%	84.5%	79.0%	77.7%
洋風ファーストフード	105.1%	108.2%	103.3%	109.1%	110.4%	104.8%	112.2%	101.5%
焼き肉	95.3%	85.6%	91.7%	108.7%	109.4%	88.6%	68.0%	62.8%
居酒屋	50.0%	42.3%	52.8%	66.2%	58.8%	39.8%	26.5%	30.5%
ディナーレストラン（計）	65.5%	65.1%	71.3%	79.6%	73.4%	58.1%	45.5%	53.7%
日本チェーンストア協会 販売統計 部門別販売額 前年同月比（店舗調整前）								
小売畜産品	114.9%	116.5%	111.1%	110.6%	110.7%	114.6%	115.6%	106.2%
小売惣菜	100.9%	101.9%	99.4%	102.7%	103.1%	103.7%	102.7%	102.1%

\* ファーストフード、焼き肉、居酒屋の各業態の内訳に関しては、重複する事業社があるため合計の数値は必ずしも地訳の累計とは一致しない。



年次ベースでも、外食全体の売上が前年比15%減となる中で、「居酒屋」の下落率が非常に高く（48%減）、「焼き肉」の下落率は低い（11%減）です。唯一「洋風ファーストフード」が、従来より利用可能であったテイクアウトやドライブスルーの利用率も高いためか、前年を超える売上が継続しています。

大手スーパーでの「小売畜産品」の売上が増加しています。

後述する家計消費の動向と外食産業やスーパーの売上動向は一致しています。

図6-1及び図6-2の出典

洋風ファーストフード、焼き肉、居酒屋（外食系）

：日本フードサービス協会 売上高 全店データ 前年比

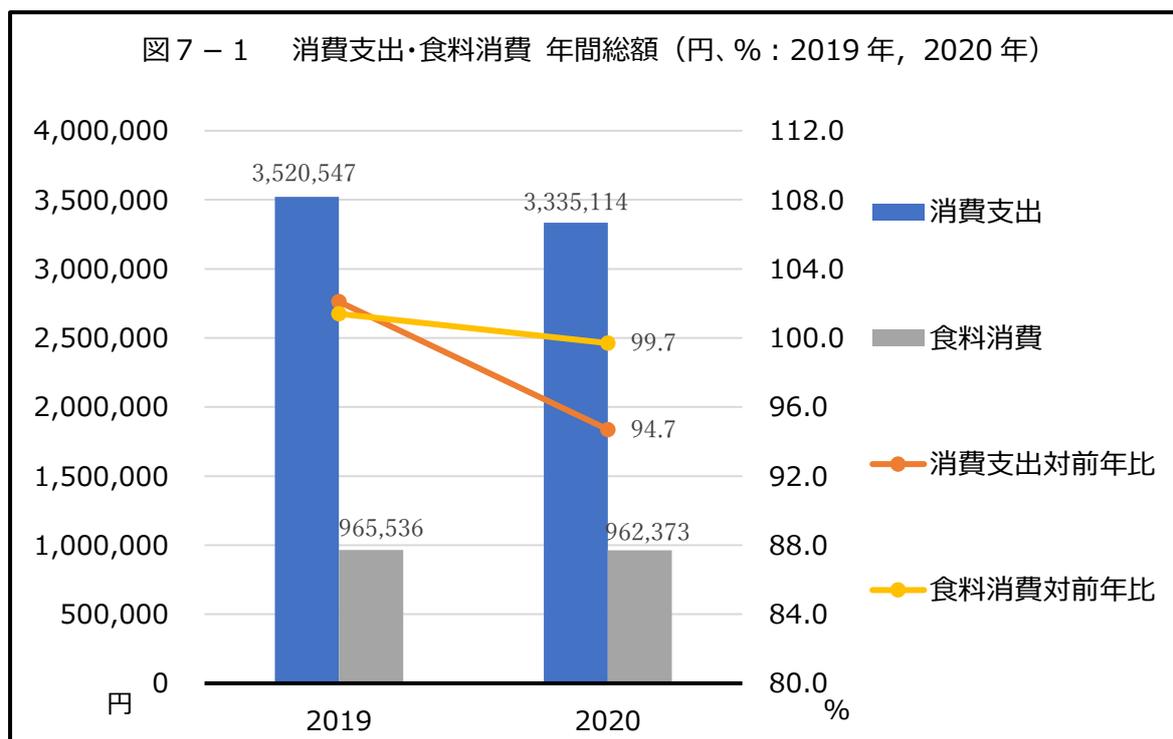
小売り畜産品、小売り惣菜（内食系）

：日本チェーンストア協会 販売統計

部門別販売額 前年比 店舗調整前

### 3-2 「家計調査」からみた食肉の消費動向

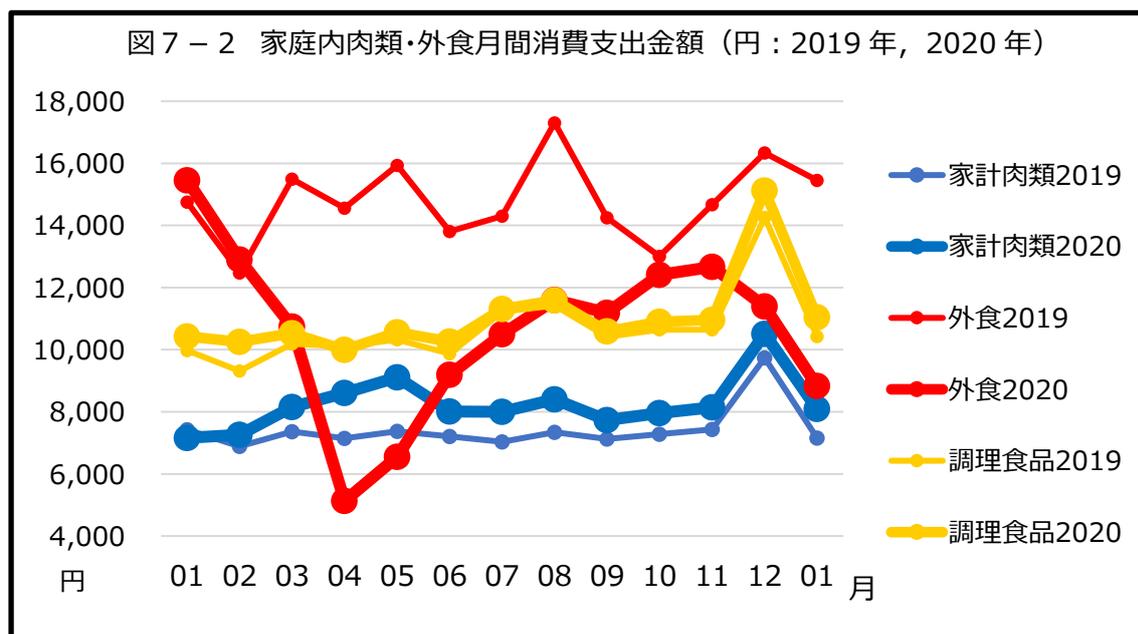
#### (1) 消費支出全体について



出典：総務省統計局「家計調査」

図7-1より、2020年は、家計の「消費支出」全体が前年比5.3%減少し、食料に対する消費支出も、僅かですが、減少しました。その結果、エンゲル係数が上昇しました。

#### (2) 「家計」による家庭内、外食の区別から見た食肉の消費動向について



出典：総務省統計局「家計調査」

2020年の「家計」からみた主な項目の消費支出の動向を示したのが図7-2のグラフです。

図7-2より、肉類への消費支出は2020年2月以降、前年を上回って推移し、1回目緊急事態宣言下の4月及び5月は上昇率が高く、それ以降も上昇率は鈍化したものの、増加傾向が続いています。

外食は、5月以降回復しつつありましたが、年末からのコロナ感染の再拡大、年明けの2回目の緊急事態宣言発出により、例年の年末・年始の需要を取り込めず、苦戦をしいられています。

一方、調理食品は、安定した消費の動向を示しており、年末・年始の動きも例年の動向となっています。

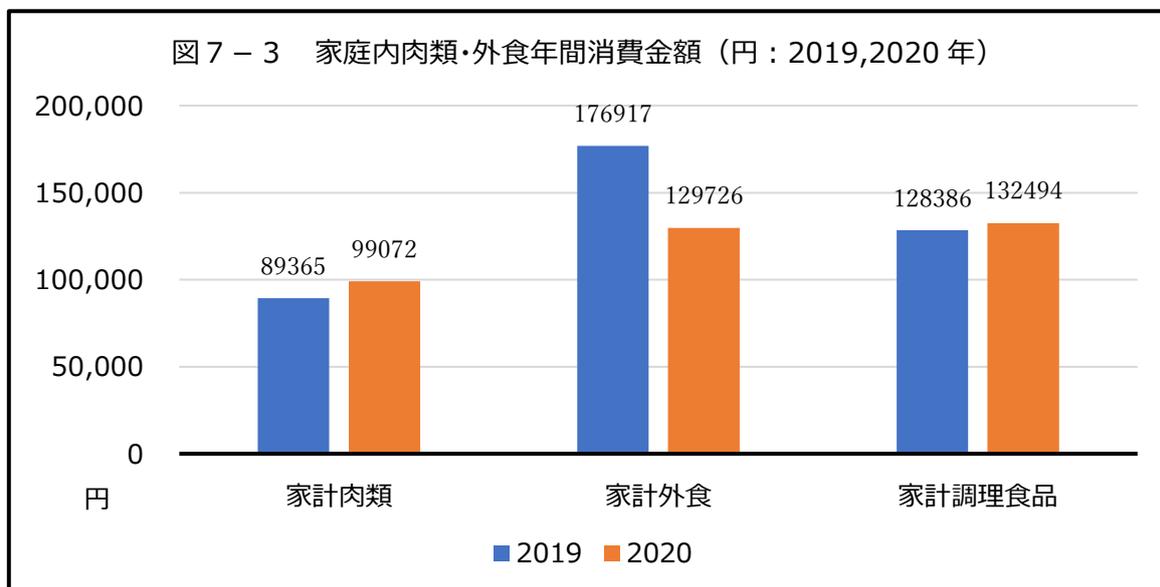


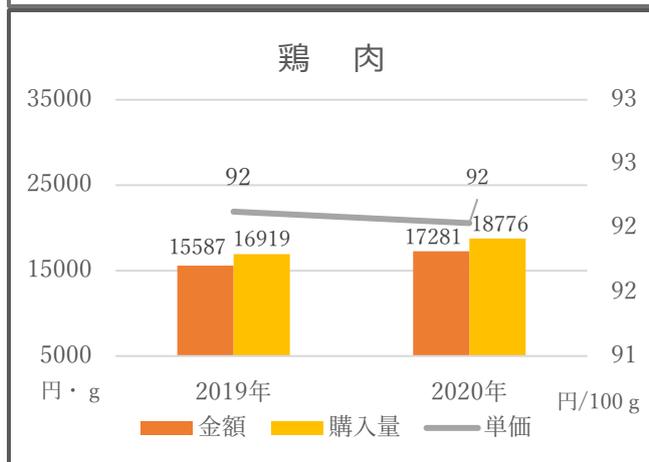
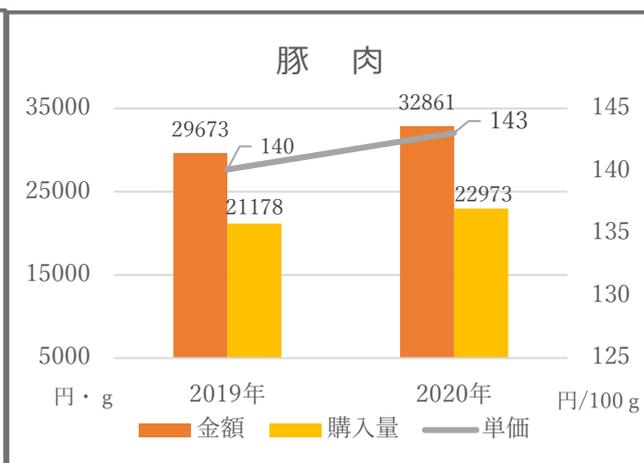
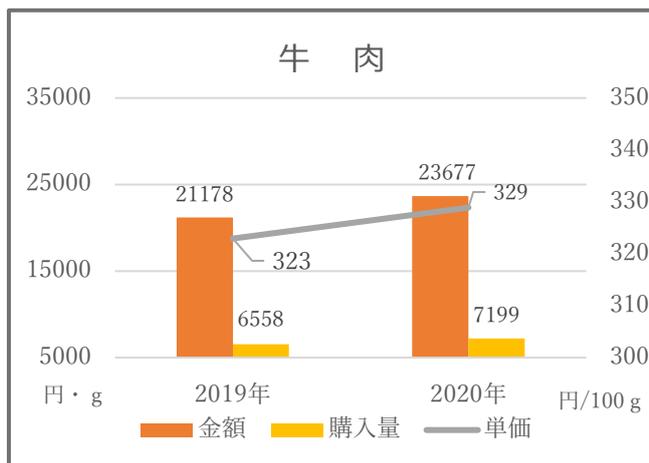
図7-3より、年間合計についてみると、外食に対する消費支出が前年比2.7%も減少しています。緊急事態宣言等に伴う外出自粛、飲食店への時短及び休業要請の影響とみられます。一方、家計での肉類への消費支出は増加し、調理食品もわずかに増加しました。

家計での肉類への消費支出の増加は、自宅で少し贅沢したいというニーズの対象になっているからと考えられています。

### (3) 食肉への消費支出の動向について

家計調査による肉類支出金額及び購入量（全国全世帯品目別、1世帯あたり）（単位：円、円/100g、g）

	牛肉			豚肉			鶏肉		
	金額	単価	購入量	金額	単価	購入量	金額	単価	購入量
2019年	21178	323	6558	29673	140	21178	15587	92	16919
2020年	23677	329	7199	32861	143	22973	17281	92	18776
前年比	112%	102%	110%	111%	102%	108%	111%	100%	111%



畜肉各種の年間の家計消費支出の金額の推移を上記の表・グラフで見ると、どの畜肉も支出金額は前年を上回っています。

「牛肉」及び「豚肉」は100g当たりの購入単価が上昇しましたが、「鶏肉」はわずかながら減少しました。

出典：総務省統計局「家計調査」

コロナ禍において外食が減り、巣ごもり消費が定着してきた中で、牛肉については、政府の販売促進政策により小売業種への国産牛肉の単価引き下げ販売が可能な状況や、輸入牛肉の単価が減少した状況や全体の推定出回り量が減少した状況であったにもかかわらず、家計消費における購入単価や購入量が増加しています。これは肉類の中でもより単価の高い牛肉が、前述したプチ贅沢の対象として選択されたためと言えます。

豚肉の単価上昇は卸売相場の上昇が小売価格に反映されたためとみられます。

(考察4) 家計消費での牛・豚肉の購入単価上昇の分析

表3-1 スーパー・食肉専門店等での牛肉の種類別販売割合(推定) (単位:重量・千トン, 構成比・%)

(2018年度)	小売店(合計)		スーパー		専門小売店		その他小売	
	重量	構成比	重量	構成比	重量	構成比	重量	構成比
牛肉販売総量	439	100%	341	100%	57	100%	41	100%
うち 国産牛肉	228	52%	173	51%	41	72%	14	34%
うち 和牛	99	23%	75	22%	20	35%	4	10%
交雑牛	57	13%	38	11%	12	21%	7	17%
乳牛	72	16%	60	18%	9	16%	3	7%
輸入牛肉	211	48%	168	49%	16	28%	27	66%
うち 冷蔵	153	35%	134	39%	10	18%	9	22%
冷凍	58	13%	34	10%	6	11%	18	44%

資料:当センターの食肉流通実態調査(2020年6月公表)の牛肉・豚肉の需要量推計のデータ

2020年の家計調査で牛肉の購入単価は前年比2%上昇して100g当たり329円です。

上記の表から、2018年度において、国産牛肉を52%、輸入牛肉を48%消費者が小売店より購入しており、家計消費での購入単価はそれを反映しています。この単価からみて、国産「ロイン」のような【高価格部位】は、家計消費でほとんど購入されていません。

2020年のコロナ禍で、国産牛肉の推定出回り量の割合が高まり、輸入牛肉のCIF単価が減少していた中で、家計の購入単価が上昇したのは、単価の高い「国産牛肉」の購入の割合が高まったためです。

国産の中で単価の安い「乳牛肉」は、スーパーで販売される割合が高いですが、近年、生産量が減少しており、販売実量が減少しているとみられ、購入単価の上昇は、「和牛肉」又は「交雑肉」の増加だと推定します。

表3-2 スーパー・食肉専門店等での豚肉の種類別販売割合(推定) (単位:重量・千トン, 構成比・%)

(2018年度)	小売店(合計)		スーパー		専門小売店		その他小売	
	重量	構成比	重量	構成比	重量	構成比	重量	構成比
豚肉販売総量	943	100%	713	100%	140	100%	90	100%
うち 国産豚肉	619	66%	452	63%	112	80%	55	61%
輸入豚肉	324	34%	261	37%	28	20%	35	39%
うち 冷蔵	291	31%	237	33%	26	19%	28	31%
冷凍	33	3%	24	3%	2	1%	7	8%

資料:当センターの食肉流通実態調査(2020年6月公表)の牛肉・豚肉の需要量推計のデータ

2020年の家計調査で豚肉の購入単価は前年比2%上昇の143円です。

表5-2より、輸入豚肉のCIF価格がほとんど変化していないので、家計での購入単価の上昇は、国内卸売価格上昇の反映ですが、卸売価格の上昇より少ないので、食肉卸売業者の豚肉の利益率は低下したとみられます。