

2023年6月12日

食肉業界の販売動向について(2023年6月報告)

(公財)日本食肉流通センター

当センターにおいては、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、その概要を定期的に報告しています。

今回の報告は、2023年5月16日から6月2日までに聴き取りを行ったものです。相手方としては、当センターの価格公表委員である食肉事業者にご協力いただき、本年1月から5月の大型連休(以下「GW」といいます。)にかけての食肉販売動向について聴いています。

なお、5月8日に新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類に移行されるのに向けて、移行前から外食や旅行が活気を取り戻しはじめ、インバウンドも増加してきました。

1 牛肉の販売動向

2月ごろから、国産牛肉の需要は回復傾向となっているという声が大勢を占めました。得意先の業態や地域などにより、回復の程度はバラツキが大きく、中には回復した状況とは言えないという報告もありました。

量販店の動きとしては、商品では切り落とし、種類では和牛よりも交雑牛、乳牛が求められるようになっており、いずれも消費者の値頃感を狙ったものとなっています。

部位ごとの販売では、切り落としの原料となるモモ、カタや、焼肉屋向けのトモバラが順調との声が多く聞かれました。昨年の夏以降のヒレ不足の状態が続いているという声が続き多い一方、ロインについて販売に苦戦している状況も多く報告されました。

【食肉事業者の主な声】

- ・ 和牛の販売は、1月から盛り返してきたが、ロインとカタロースは不調のまま。量販店向けでは、豚肉が高いこともあって牛肉のブリスケット、バラの端材、モモなどが販売で好調であり、2～4月も同じように売れた。
- ・ 和牛ロインは買い手側の言い値、つまり投げ売りをしている。今後は、ロインのカブリを外し、真ん中で1/2に切り、焼肉向けカットをして自社小売店舗で売ることが計画している。

- ・ 交雑牛は、和牛より安いいため、部位がバランス良く売れている。量販店からはカタとモモを同じ納入価格にするよう求められ、単価の高いカタを低いモモに合わせたが、その代わり、カタ・モモもセットで引き受けてくれるようになった。
- ・ 得意先の焼肉店は、2月にはコロナ以前の水準を超えて創業以来の最高売上げとなり、現在も好調である。この間、得意先ではメニュー価格の値上げをしたにもかかわらず、客数が減らなかった。大阪では、インバウンドの影響で落ち込みが大きかった分、回復も大きい。
- ・ 町中の焼肉屋は苦戦しているところが多いようだ。これからは、高級肉を売り物にした専門焼肉店と、安売をする焼肉店と二極化していこう。

2 豚肉の販売動向

国産豚肉は、昨年バラが不足し高値となる状況がありましたが、昨年末から量販店等のバラ需要は急速に鈍くなり、現在までその状況は続いているという声が多くありました。

量販店の動きとしては、牛肉と同様に、切り落としなどの値頃感のある商品に力を入れるようになり、ウデ、モモなどの引きが強くなっているようです。また、ロースは動きがよくないという声が大勢を占めました。

【食肉事業者の主な声】

- ・ 当社では、国産豚肉は量販店向けが中心であるが、この間、ウデ、モモが好調であったが、ロース、バラは売れなかった。昨年価格が高騰したバラは、年末から年明けには止まりはじめた。カタロースはコンスタントに売れている。
- ・ 輸入豚肉は、フローズンのカタロース、バラが売れたが、現地でも需要が強いので、安定入荷を維持するために買い続けている。一方、輸入チルドは高すぎたので3月まで取り扱いを止めていたが、今は少しずつ再開している。(中堅卸)
- ・ 小売店において、販売価格を抑えるため、以前から取り扱っていた銘柄豚を一般豚に切り替えるなどの例が見られようになった。
- ・ コロナ期間中は、エサ高と外食需要の減少のため、当社も生産効率の悪い黒豚の生産を減らさざるを得なかったが、コンビニに黒豚の新商品を提案するなどして一定

の供給量の確保に努めてきた。現在、黒豚需要は戻ってきており、東南アジア向け輸出などの展開も検討している。

3 物流の 2024 年問題関連の動き

2024 年 4 月から自動車運転業務の時間外労働時間に上限規制が設けられることに伴う物流能力の低下や、それに関連した動きがマスコミに取り上げられるようになっています。

食肉事業者の経営も、大型トラックでの仕入れにはじまり、小型中型トラックでの配達業務、地方や個人向けの宅配便に至るまで、もれなくこの問題に無関係ではられません。

配達は自社職員がルートセールスで行っているから直接の影響がないとの声もありましたが、運送業者から条件の変更、料金の引き上げを求められている、宅配便の値上げがコスト増となっているなど目に見える影響も出はじめています。

【食肉事業者の主な声】

- ・ 当社はルートごとに運送業者と自社職員による配送とを分けているが、運送業者に頼るところが多い。運送業者からは、ドライバー確保が難しくなっているという理由で値上げの申し入れがあり、今年の2月と5月の2回にわたって 17% 程度の値上げとなった。
- ・ 当社は、デリバリーのうち地方便発送は宅配便にお願いすることが多いが、燃料高などを理由に何回かに分けて値上げがあり、以前より料金は1割上がった。月額が大きいので経費への影響もばかにならない。(中堅卸)
- ・ 本社からの仕入れは牛・豚・鶏を別車で配送であったが、昨年からは食肉同士の混載に踏み切った。我々営業所から見ると、混載によって配達先が増えたことから、到着時刻が遅れることが多くなり、納品先への消費期限に影響するなどデメリットが大きい。
- ・ 価格転嫁は、大手宅配業者の料金が上がっているため、食肉以外のコストの値上げも受け入れる得意先も増えている。
- ・ 得意先へは自社配送をしているが、毎日配達を週 3 回配達に切り替えてもらったりして合理化を図っている。原料肉の仕入れは、運送業者にお願いし、現在のところ変化はないが、仮に先方からいろいろと条件を出されたら、卸の立場なので納入先に背負っていただくことになる。

- ・ 得意先へ自社配送をしているが、ドライバーは配達だけではなく商談のできる人でなければならない。現在の問題は、ドライバーが高齢化しているため、病気で休むことが多くなった
りしている一方、次の世代の確保が難しい状況。
- ・ 来年から、遠隔地配送は1日プラスの配送となるのではないかと見込んでいる。当社では
物流会社を持っているが、加工品を他社と共配にするなどの効率化を検討している。食肉
は、加工品と温度帯が異なる一方、食肉の共配というのも難しい。(加工メーカー)
- ・ 宅配便業者が翌日配送を減らすと言っている。内臓業者は、首都圏と関西間で内臓の過
不足を調整してきたが、鮮度の関係で大きな痛手となる。

4 食肉事業者の今後の見方と対応

ご協力いただいた事業者のほとんどは、今後の食肉需要の見通しは明るいと見えています。その環境を捉えて、前向きな結果に結びつけようとする取組が検討され、またはすでにスタートしているようです。

【食肉事業者の主な声】

- ・ 今後、トレンドとなっている自販機販売を、他分野の企業と連携して行っていく。企業には
置き場となる駐車場の提供と自販機の管理をお願いする。当社は、クラウドで自販機内の在
庫状況を把握し、宅配便で商品を送る。販売商品は小売店では入手できないものを工夫す
る。(中堅卸)
- ・ 今後は、部位の余剰問題を解決するため、本社加工場で余剰部位と他の部位を組み合わ
せた商品の開発をしている。
- ・ 生協やネット販売向けの商品として、つなぎにこんにゃく粉を用いるなどして開発したアレ
ルギー物質を使用しない、豚肉・キャベツミルフィーユやロールキャベツなどの販売を開始し
ている。
- ・ 今後は、凍結技術、湯煎を駆使した牛肉の生食用加工場の整備を検討していくとともに、
機能が重複、分散している各加工場について機能と役割の分担を整理して計画的な製造を
進める。

- 国産豚肉の戦略の一つとして、産地を問わない品質にこだわった銘柄を量販店と計画している。目利き職人が雌豚で品質の高いものを選定し、ブランドとする予定。産地を限定しないことにより値頃感のある価格での調達が可能となる。

以上

(問合せ先)

公益財団法人日本食肉流通センター

情報部 審査役 景山

TEL:044-266-1172