

2023年9月6日

食肉業界の販売動向について（2023年9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。

今回の聴き取りは、当センターの部分肉流通情報委員を中心とする食肉事業者の方々にご協力いただき、2023年8月21日から8月31日に実施しました。前回に続いて本年5月の大型連休(以下「GW」と呼びます。)以降から8月のお盆後までの食肉販売動向を中心にお聴きしています。

1 牛肉の販売動向

和牛の需要は、前回報告から一転してGWが明けてから減速し、8月のお盆後になっても厳しい状況が続いているという声が多くありました。その中にもあっても、販売量を継続的に増やすことができているとの報告が一部からありました。

量販店では、食品全体の価格が上がっている中で消費者が高い牛肉の購入を控える傾向が見られ、購入しても切り落としなど値頃感のある商品へ、さらには安い豚肉、鶏肉へと購入が移っているとしています。

このため、和牛の販売を部位ごとにみると、モモやバラなどは手頃な焼き材向けや切り落とし向けとして動きがよい一方で、リブローズ、サーロインなど高級部位では多くの食肉事業者で苦戦が続いています。ただし、比較的供給量の少ない牛ヒレは、ホテル等の業務用需要の回復を背景に引き続き好調な販売が続いているようです。

【 食肉事業者の主な声 】

- ・ 和牛販売は、GW前までは外食向けも動いて売上は伸びていたが、GW明けからは滞るようになり、前年を下回る売上となった。7月にはさらに落ち込んだ。その一方で鶏肉の販売は増えている。

- ・ 和牛はロインが余るのに対し、交雑牛では、バランスよく売れ、一時のサーロイン在庫はすでに解消した。ホルスタインの経産牛も値頃感があるため、焼肉卸やレストラン向けによく売れる。
- ・ 輸入牛肉のグレインもの(穀物肥育)を扱っているが、現地相場が高いため薄利な商品となってしまう、赤字覚悟で取り扱っている。輸入の豚肉と鶏肉の利益によって輸入全体で黒字を確保している。
- ・ 現在のインバウンド需要は、京都などは別として、SNS等で情報を交換し合っ、たこ焼きやお好み焼きなどの粉もの、ラーメンなどB級グルメが人気となっている。和牛の需要につながっていない。

2 豚肉の販売動向

国産豚肉相場が出荷頭数の減少などにより高止まっている一方で、輸入豚肉の現地高も続き、食肉事業者にとって、豚肉の販売は厳しい環境となっています。

量販店に対する積極的な特売の提案が難しい一方で、モモなどの切り落とし向けの部位の販売は好調なようです。また、和牛と同じように、ロースの販売が厳しくなっているという声が多く聞かれました。

また、国産豚の内臓は、需要が旺盛で供給が不足している状況にありますが、産地工場の作業能力に限界が来ているため、供給を増やせないとの報告がありました。

【 食肉事業者の主な声 】

- ・ 国産豚肉は、相場が高いため量販店に新たな商品を提案するようなことはしていない。現在は、利益率の確保を優先し、特売向け価格是对応せず、通常価格で販売している。
- ・ 国産豚のロース販売は厳しい状況であるが、カタロースは会食向けに人気がある。ウデ、モモは小間材として売れている。
- ・ 当営業所は、セットでの仕入れなので、売りにくい国産豚ロースについては、現在、投げ売りでの消化する状態となっている。とにかく冷凍在庫にせず売り切る。

- ・ 国産豚肉の枝相場が7月までは高すぎて、学校給食用の冷凍モモを貯めることができなかった。9月からは他のパーツの販売価格を上げることができる環境となったため、その分、給食用のモモの販売価格を下げる見通しとなり、給食用の貯め込みができるようになった。
- ・ 国産豚の内臓については、引きが強く不足している需給状況の一方、昨今の人手不足の影響で、産地工場でも加工処理の人手不足により、一部加工しきれない分を破棄する状況になっている。

3 苦戦が続く和牛ロインの販売努力

和牛のリブローズとサーロインは、高級部位として食肉事業者にとって全体の収益確保のためには外せない部位です。しかし、和牛ロインは、国内での販売不振が言われて3年以上が経ちます。

また、最近では、和牛ロインの需給安定に寄与してきた輸出のうちアジア向けルートの一部が動きにくくなり、需給改善の不安要素となっているという声も聞かれます。

国内では消費者の財布の紐が堅くなっているなどの販売環境の中で、食肉事業者が和牛ロイン販売での苦戦をどのように乗り切ろうとしているのか聴きました。

【 食肉事業者の主な声 】

- ・ 当社では和牛の在庫を持たない、増やさないことが販売の原則。一時的に納入価格を下げるなど販売促進でロインを売り切るしかない。
- ・ 売るためには納入価格を下げて購入しやすい価格とすることが一番。それに加えて丁寧なスジ引きなど得意先のリクエストに応えたり、今のように相場が下がったときに作り置きして冷凍保管したりしていく。
- ・ ロインの納入価格は下げて得意先が売りやすいようにするが、その分、バラやモモなどの売れる焼き材の納入価格を上げて収益を確保する努力をしている。
- ・ ロインを小売販売しやすいようにするため、柵取りに加工し、これを小売用のセットに入れた商品として販売することを提案している。新商品の企画力が必要となっている。
- ・ 小売・業務向けのローストビーフが好調であるが、原料であるモモの代わりにロインを

活用することにチャレンジしている。

- ・ 国産ロインは、焼きしゃぶ用スライス、ステーキカットなど工夫して販売価格を下げない努力をしている。それでも売れない場合は、当社はパーツで仕入しているので、ロインの仕入れを止める。
- ・ ふるさと納税返礼品としてのロインを含めた牛肉の販売を検討している。他の地域で生産された牛肉であっても熟成工程を地元工場で行うということで返礼品の対象とするよう地元自治体と協議しているところ。

4 食肉事業者の今後の見方と対応

ご協力いただいた食肉事業者の多くは、消費者の消費行動や物価の上昇などに不安を抱きながらも、今後の食肉の国内消費が改善していくことが期待できるとしています。今後の見方と前向きな取り組みについて聴きました。

【 食肉事業者の主な声 】

- ・ 中国の団体旅行客の解禁が和牛等の高級焼肉需要につながるものと期待。温泉地などでのサーロイン需要にもつながる。
- ・ お歳暮の商談がスタートしている。牛肉では、すき焼きやしゃぶしゃぶとならざるを得ないが、安価な部位も使うことで、お歳暮メーカーの求めに応じて安価な部位も使うことで価格を抑えつつボリューム感を出す商品を提案している。
- ・ 価格努力に加えて、量販店の人手不足に応じて店舗のバイトが切って揃えれば、そのまま小売商品となるような形態の卸商品を提案していく。
- ・ 牛肉輸出を強化する。現在、和牛輸出を進めているが、現地駐在までは置いていない。末端販売の拡大につなげるため、香港やアメリカで合弁会社を作った。アメリカでは、日本式焼肉店を開くなど出口戦略に力を入れている。
- ・ 牛肉輸出の強化、商品の利便性、販路拡大を図るため、賞味期限を大幅に伸ばす検討をしている。工場の衛生環境の改善の他、バリア性の高いフィルムへの変更、除湿機の導入等を組み合わせる。

- 家畜の飼い方のストーリーや産地をうたった銘柄、輸入では豪州産ホルモンフリー牛肉などを理解してくれる得意先と協議して商品を作り上げていく。今後は、商品の中身を理解してくれる取引先に絞っていく必要がある。

(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