

2024年6月6日

食肉業界の販売動向について（2024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、その概要を年3回定期的に報告しています。

聴き取りは、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、2024年5月8日から5月31日に実施しました。前回の報告以降となる2024年1月からゴールデンウィーク(GW)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

国産牛肉のうち乳牛去勢牛、交雑牛及び経産牛は、輸入牛肉が高値となっていることから、引き合いが強い状況にあるという報告が多くありましたが、これに対し、食肉事業者は、枝肉相場が上昇していることや入手できる頭数が少ないことから、十分注文に応えられていない状況のようです。

和牛のうち黒毛和種については、サシが敬遠されたり、販売価格が高いことから消費者の『和牛離れ』を感じるとする食肉事業者の報告が複数ある一方、逆に販売が好調に向かっているとする報告もありました。

和牛の部位別の販売状況では、かなりの量を輸出に回しているもののロインの国内販売が難しく、投げ売りも見られるとの報告が多く聞かれる一方、カタロースとバラについては、販売に苦慮しているとする報告と販売が好調で現物が不足しているとする報告に分かれ、食肉事業者によって得意先の業態や販売戦略で大きな差が出ているようです。

【 食肉事業者等の主な声 】

- ・ サシが入り過ぎる黒毛に対する『和牛離れ』が進んでいると感じる。当社では、このような得意先に対しては、産地を特定しないで褐毛を提案している。仕入れはパーツでしているが、産地を特定するとセットでの仕入れとなってしまう、扱いにくくなる。

- ・ 輸入牛肉の見積りを得意先に提示すると、『高過ぎるので要らない』との回答が返ってくる。量販店の輸入牛肉の売り場は小さくなっている。
- ・ 米国、豪州の現地価格高は続くとみられている。一部商社ではブラジルやアルゼンチンなどの調達可能性を探る動きが見られるようになった。
- ・ ホル去勢牛は、しゃぶしゃぶなどの外食店で、和牛の次のランクのメニュー用としてよく動くようになっている。得意先でメニューの変更が簡単に行えないため、納品価格は、枝肉相場が動いても変えることができない。
- ・ 業者間の取引で原価割れの安いロインを提案してくるところが多く見られ、そこから仕入れることもある。抱えていたロイン在庫の賞味期限が近づいて投げ売りする業者も多い。
- ・ 飲食店を中心にイチボ、トウガラシ、ザブトンなどの希少部位が消費者受けするため、活発に動くようになった。パーツの中の一部になるので取扱は難しい。

2 豚肉の販売動向

輸入豚肉は、現地価格高や航路変更、円安などによる仕入れ環境の悪化から、従来のような安定調達は難しくなっています。このことは国産豚肉や鶏肉等へのシフトなどとなって食肉事業者の販売に影響が現れています。

国産豚肉についてみると、この期間、販売は総じて好調のようでしたが、パーツ別にみると、多くの事業者がロースで苦慮しているという報告があり、ウデ、モモは不足するぐらい好調であるとの報告が多くありました。バラとヒレは、事業者によって販売状況が異なりました。

なお、生産者系の食肉事業者はセット販売を指向していますが、納品先からのパーツの要望が強いことから、セットでの納品は難しい状況のようです。

また、量販店での輸入豚肉の販売面積が縮小している一方で、国産豚肉の動きは良好とする報告が多くありました。量販店で販売されている国産豚肉の商品は、圧倒的に豚小間材であるとの報告でした。

【 食肉事業者等の主な声 】

- ・ 国産豚は、GW中の販売はよかったが、売れ筋は圧倒的に小間材。バラ、ロースは余っている。

- ・ 国産豚肉の販売をパーツ別にみると、ロースは販売が難しく販売価格が下がっているが、ウデ、モモは好調で価格が上昇し、トータルで儲かっている。
- ・ 黒豚は、飲食店が差別化するために問合せが多くなっており、4月からは注文に応じきれず、価格もかなり上昇している。コロナ期間中に母豚だけではなく、生産農家も大きく減少したため、生産回復には3年はかかるのではないかと。
- ・ 直近の枝肉相場が高騰(5月下旬・東京市場:800円台/kg)し、食肉卸としてはたいへん厳しい局面となっている。
- ・ 輸入豚肉の仕入れでは価格の長期契約を求められるが、為替相場が不安定なため、単月契約での仕入れとしている。

3 物流、価格転嫁、コスト低減の取組

食肉業界でも物流問題や価格転嫁に対する取組が活発になっているようです。事業者間でも今までどおりではいけないとの共通の認識が生まれているようです。

食肉事業者からは、これらの関係で得意先に協力を依頼するだけではなく、場合によっては得意先を選別していくとの報告もありました。業界を挙げての取組が、これからも続くようです。

【 食肉事業者等の主な声 】

- ・ 売上を増やすことと職員の負担軽減を両立するためには、それらが可能となる大口の販売先を開拓するとともに、お付き合いのある小さな得意先への訪問回数を減らすなどの対応を進めている。
- ・ 物流問題への対応は、子会社の物流会社で料金を上げることからはじめた。今は、料金値上げについて言える環境となっている。その他、トレーラー輸送では、中継点で運転手とともにトレーラーヘッド(牽引車両)を取り替える輸送にして、運転手の長時間運転や宿泊等の負担を軽くしている。
- ・ 国産豚肉を学校給食に納めているが、納品価格について値上げを打診したところ、すんなり受け入れられた。このようなことは、今までなかった。

4 食肉事業者等の今後の見通しと対応

食肉事業者の皆さまに今後の食肉販売の見通しを尋ねると、概ね共通しているのは、販売量を増やすことができるかは不透明とし、たとえ販売量が増えたとしても利益はどんどん薄くなっていくだろうという不安でした。

お聴きできた今後の見通しと考え方、その中での取組について紹介いたします。

【 食肉事業者等の主な声 】

- ・ しばらくは食肉卸にとっては、仕入価格が高くなって利益が薄くなり、厳しい環境が続くだろう。夏に向けて得意先に再度の値上げを相談しなければならず、不安でいっぱい。今持っている在庫を売って営業をつないでいく覚悟だ。
- ・ 食肉事業者は、肉を動かすだけでは利益はとれなくなっている。当社では、スライスやひき肉などの1次加工に力を入れている。得意先への見積りにしっかり加工経費を入れて利益につなげている。さらに2次、3次加工へと進めるためには、人手不足に加えて、増加する品目の在庫管理、賞味期限の管理など難しい問題を解決する必要がある。
- ・ もう一段階の値上げの波が来るだろう。生活者は、購入する食品を選択しはじめている。肉をどう選んでいただくかが問題であるが、生活防衛面では鶏肉へのシフトが予想され、一方、インバウンドの恩恵を受ける得意先へ販売では和牛が伸びるなど2極化していく。
- ・ インバウンドの恩恵があるような焼肉店との取引に力を入れて牛肉販売を伸ばしていきたい。信用の問題があるので知り合いの小売業者の紹介を受けて慎重に開拓していく。
- ・ 和牛について、量販店向けの切り落とし部位を使って、飲食店向け焼肉商材を開発している。消費者向け価格は、100g298円を780円まで上げることができる。
- ・ 量販店への販売では、和牛だけでは利益が取れなくなっていることから、和牛とホルスタインの経産牛飼育直しの販売を強化していく。(繁殖・肥育から食肉販売までの一貫業者)
- ・ 当社は、卸と小売の両方をしているが、どちらかが悪いときはもう一方がカバーすることで経営が安定している。今後、小売直営店をもっと増やして利益率を上げていきたい。

- 和牛の生産から食肉販売まで一貫した事業が当社の強み。量販店向けには、その店の小さなブランド名を付けてもらい、こだわり商品として扱ってもらい営業を展開している。

(問合せ先)

公益財団法人日本食肉流通センター

情報部 部長 安藤

TEL : 044-266-1172