

## Ⅱ 食肉卸売業

- 1 牛肉
  - (1) 牛肉の仕入実態
  - (2) 牛肉の販売実態
- 2 豚肉
  - (1) 豚肉の仕入実態
  - (2) 豚肉の販売実態
- 3 食肉加工・流通の課題
  - (1) 食肉卸売業の業務内容
  - (2) 受託加工の変化について（直近5年間）
  - (3) 部分肉の販売形態の変化について（直近5年間）
  - (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
  - (5) 国産食肉で冷蔵から凍結した商品の販売拡大について
  - (6) 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
  - (7) 和牛の輸出状況について
- 4 食肉卸売業の問題
  - (1) 食肉の扱い見通し（今後5年間）について
  - (2) 国内需要見通し（今後5年間）について
  - (3) 食肉卸売業務の問題点等

## 1 牛肉

### (1) 牛肉の仕入実態

前回（5年前）と比べて、大手食肉卸は、①和牛では「自社系列農場」や「食肉卸売市場」の仕入れ割合を増加させ、「産地食肉センター」の割合を減少させている。②交雑牛では「生産者、農業法人等」や「食肉卸売市場」の割合を増加させ、「産地食肉センター」の割合を減少させている。③乳牛では「自社系列農場」や「食肉卸売市場」の割合を減少させている。

一方、中小食肉卸は、①和牛では「生産者・農業法人等」の仕入割合を増加させ、「生産者団体」の割合を減少させている。②交雑牛では、和牛と同様の傾向を示している。③乳牛では「食肉卸売市場」の割合を減少させ、「大手食肉卸」からの仕入割合を増加させている。

### ① 牛肉の仕入先

#### □ 和牛

和牛の仕入先は、「産地食肉センター（44.4%）」が最も多く、次いで「食肉卸売市場（20.0%）」、「生産者、農業生産法人等（15.1%）」、「自社系列農場（9.4%）」の順となっている。前回（5年前）と同様な傾向となっている。大手食肉卸は「産地食肉センター（58.2%）」が最も多く、中小食肉卸は「食肉卸売市場（33.3%）」が最も多く、主要な仕入先が異なっている。

#### □ 交雑牛

交雑牛は、「食肉卸売市場（28.7%）」が最も多く、次いで「産地食肉センター（22.2%）」、「生産者、農業法人等（15.7%）」、「中小食肉卸（13.3%）」、「自社系列農場（10.0%）」の順となっている。大手食肉卸は「産地食肉センター（28.8%）」が最も多く、中小食肉卸は「食肉卸売市場（36.7%）」が最も多くなっている。

#### □ 乳牛

乳牛は、卸売市場を経由しない取引が多いことから、「産地食肉センター（47.7%）」が最も多く、次いで「生産者団体（13.8%）」、「自社系列農場（11.6%）」、「大手食肉卸（10.1%）」の順となっている。大手食肉卸は「産地食肉センター（55.8%）」が最も多く、中小食肉卸は「大手食肉卸（37.2%）」が最も多くなっている。

#### □ 輸入牛肉

輸入牛肉は、「輸入商社（70.8%）」が最も多く、次いで「大手食肉卸（11.1%）」の順となっている。大手食肉卸は「輸入商社（77.5%）」が最も多く、中小食肉卸は「その他（37.4%）」が最も多くなっている。

図 1-1 牛肉の仕入先

単位：％

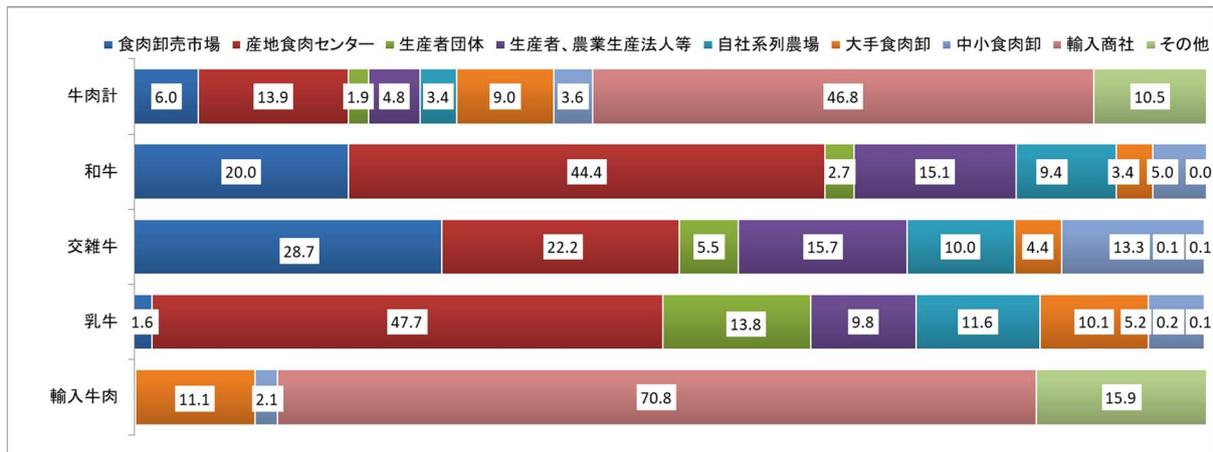


表 1-1 牛肉の仕入先

	仕入量	計	食肉卸売市場	産地食肉センター	生産者団体	生産者、農業生産法人等	自社系列農場	大手食肉卸	中小食肉卸	輸入商社	その他
	千t	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
牛肉計	639.2	100.0	6.0	13.9	1.9	4.8	3.4	9.0	3.6	46.8	10.5
大手	514.0	100.0	4.0	16.3	1.9	2.6	3.9	6.6	2.9	53.5	8.2
中小	125.2	100.0	14.1	4.3	2.0	13.8	1.2	18.9	6.6	18.9	20.1
うち、JMTC	25.7	100.0	15.6	11.9	1.9	1.5	2.6	18.9	10.4	24.8	12.4
和牛	129.3	100.0	20.0	44.4	2.7	15.1	9.4	3.4	5.0	0.0	0.0
大手	92.7	100.0	14.7	58.2	2.0	8.2	12.1	1.6	3.2	0.0	0.0
中小	36.6	100.0	33.3	9.7	4.4	32.4	2.5	8.0	9.8	0.0	0.0
うち、JMTC	8.2	100.0	32.9	25.7	4.3	1.8	7.7	9.1	18.4	0.0	0.0
交雑牛	40.6	100.0	28.7	22.2	5.5	15.7	10.0	4.4	13.3	0.1	0.1
大手	27.0	100.0	24.6	28.8	7.1	10.8	13.4	2.2	13.1	0.0	0.0
中小	13.7	100.0	36.7	9.0	2.4	25.4	3.4	8.7	13.7	0.4	0.4
うち、JMTC	3.2	100.0	39.8	22.0	3.2	3.8	0.0	5.8	25.5	0.0	0.0
乳牛	47.2	100.0	1.6	47.7	13.8	9.8	11.6	10.1	5.2	0.2	0.1
大手	39.4	100.0	1.1	55.8	15.2	6.9	13.8	4.7	2.4	0.0	0.0
中小	7.8	100.0	4.5	6.4	6.4	24.3	0.4	37.2	19.2	0.9	0.5
うち、JMTC	1.4	100.0	2.4	18.8	2.4	8.1	2.4	46.6	14.4	2.4	2.6
輸入牛肉	422.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1	2.1	70.8	15.9
大手	355.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.5	2.1	77.5	11.8
中小	67.0	100.0	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	24.8	2.0	35.1	37.4
うち、JMTC	12.9	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.4	1.2	49.0	24.4

注:仕入量は部分肉ベース

## ② 牛肉の仕入時の整形形態

牛肉の仕入形態は、品種等により大きく異なっている。牛肉全体では前回（5年前）に比べて枝肉が減少し、部分肉パーツが増加していることが特徴である。また、まだ少ない割合であるが「精肉」での仕入割合がすべての牛肉で増加している。

和牛は「部分肉フルセット（44.0%）」が最も多く、次いで「枝肉（35.9%）」、「部分肉パーツ（18.0%）」の順となっている。交雑牛は「枝肉（46.9%）」が最も多く、「部分肉フルセット（28.8%）」の順となっている。乳牛は「部分肉フルセット（49.9%）」が最も多く、「部分肉パーツ（34.0%）」、「枝肉（13.3%）」の順となっている。輸入牛肉は「部分肉パーツ（86.8%）」となっている。

□ 和牛

和牛の仕入形態は、「部分肉フルセット（44.0%）」が最も多く、次いで「枝肉（35.9%）」、「部分肉パーツ（18.0%）」の順となっている。前回（5年前）に比べて、部分肉が増加している。大手食肉卸は産地食肉センターから仕入れが多いことから「部分肉フルセット（59.0%）」が多くなっている一方で、中小食肉卸は「枝肉（43.7%）」、「部分肉パーツ（43.1%）」が多くなっている。

□ 交雑牛

交雑牛は、産地食肉センターや卸売市場から仕入れが多いことから、「枝肉（46.9%）」、「部分肉フルセット（28.8%）」の順で多くなっている。大手食肉卸は「枝肉（59.8%）」が多くなっている一方で、中小食肉卸は「枝肉（40.4%）」、「部分肉フルセット（36.3%）」が多くなっている。

□ 乳牛

乳牛は、産地食肉センターから仕入れが多いことから、「部分肉フルセット（49.9%）」、「部分肉パーツ（34.0%）」の順で多くなっている。大手食肉卸は「部分肉フルセット（55.2%）」が多いのに対し、中小食肉卸は「部分肉パーツ（65.1%）」が多くなっている。

□ 輸入牛肉

輸入牛肉は、原産国からの流通形態が部分肉であり、「部分肉パーツ（86.8%）」が「部分肉フルセット（13.1%）」を上回っている。

図 1-2 牛肉の仕入時の整形形態

単位：%

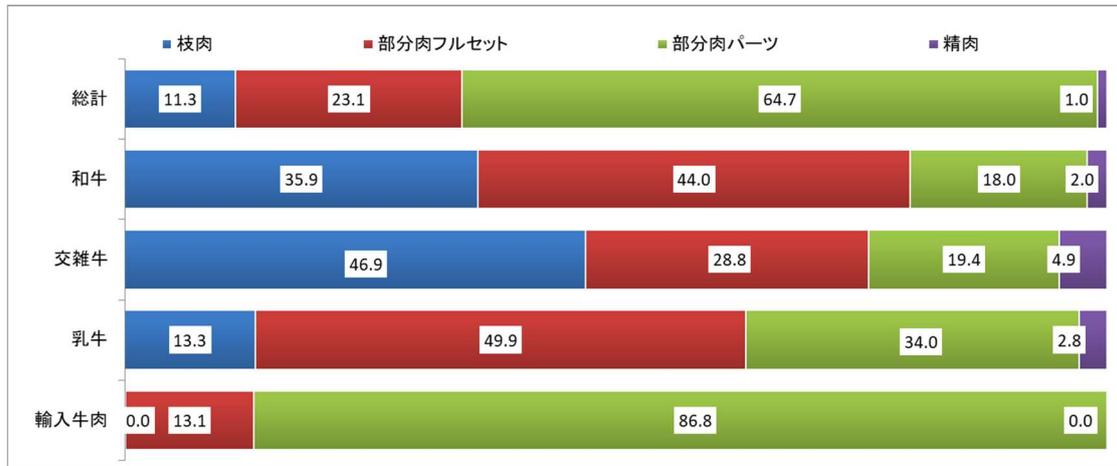


表 1-2 牛肉の仕入時の整形形態

	仕入量	計	枝肉	部分肉 フルセット	部分肉 パーツ	精肉
	千t	%	%	%	%	%
牛肉計	639.2	100.0	11.3	23.1	64.7	1.0
大手	514.0	100.0	9.1	26.6	63.7	0.6
中小	125.2	100.0	20.1	8.4	69.1	2.4
うち、JMTC	25.7	100.0	25.6	10.0	64.1	0.3
和牛	129.3	100.0	35.9	44.0	18.0	2.0
大手	92.7	100.0	32.9	59.0	8.1	0.0
中小	36.6	100.0	43.7	6.1	43.1	7.1
うち、JMTC	8.2	100.0	57.0	12.3	30.7	0.0
交雑牛	40.6	100.0	46.9	28.8	19.4	4.9
大手	13.7	100.0	59.8	14.1	25.3	0.8
中小	27.0	100.0	40.4	36.3	16.4	7.0
うち、JMTC	3.2	100.0	57.4	15.1	27.4	0.0
乳牛	47.2	100.0	13.3	49.9	34.0	2.8
大手	39.4	100.0	13.8	55.2	27.8	3.2
中小	7.8	100.0	10.4	23.3	65.1	1.1
うち、JMTC	1.4	100.0	5.4	5.4	83.8	5.4
輸入牛肉	422.0	100.0	0.0	13.1	86.8	0.0
大手	355.0	100.0	0.0	14.3	85.7	0.0
中小	67.0	100.0	0.3	6.7	92.7	0.3
うち、JMTC	1.4	100.0	5.4	5.4	83.8	5.4

注1:仕入量は部分肉ベース

### ③ 牛部分肉の仕入時の整形状態

国産牛肉の整形状態は、一般的に「ノーマル規格」と「小割規格」があり、「小割規格」は需要者の規格も多いことから部位数や整形の仕様が多様となっている。

輸入牛肉は原産国パッカーの「小割規格」で流通しているものが多い。

すべての牛肉の種類で、大手食肉卸、中小食肉卸でも前回に比べて「小割規格」の割合が増加している。また、大手の方が中小より、「小割規格」の割合が「ノーマル規格」の割合より高い。

#### □ 和牛

和牛の整形状態は、「ノーマル規格 (68.7%)」が「小割規格 (30.3%)」を大幅に上回っている。前回 (5年前) に比べてノーマル規格が減少し、小割規格が増加している。大手食肉卸は販売先としてスーパー向けが多いことから、販売先の意向を反映させた「小割規格 (75.0%)」が多い一

方で、中小食肉卸は「ノーマル規格（71.6%）」が多く、対照的となっている。

□ 交雑牛

交雑牛は、「ノーマル規格（63.5%）」が「小割規格（35.3%）」を大幅に上回っている。大手食肉卸は「小割規格（75.0%）」が多い一方で、中小食肉卸は「ノーマル規格（66.7%）」が多く、和牛と同様である。

□ 乳牛

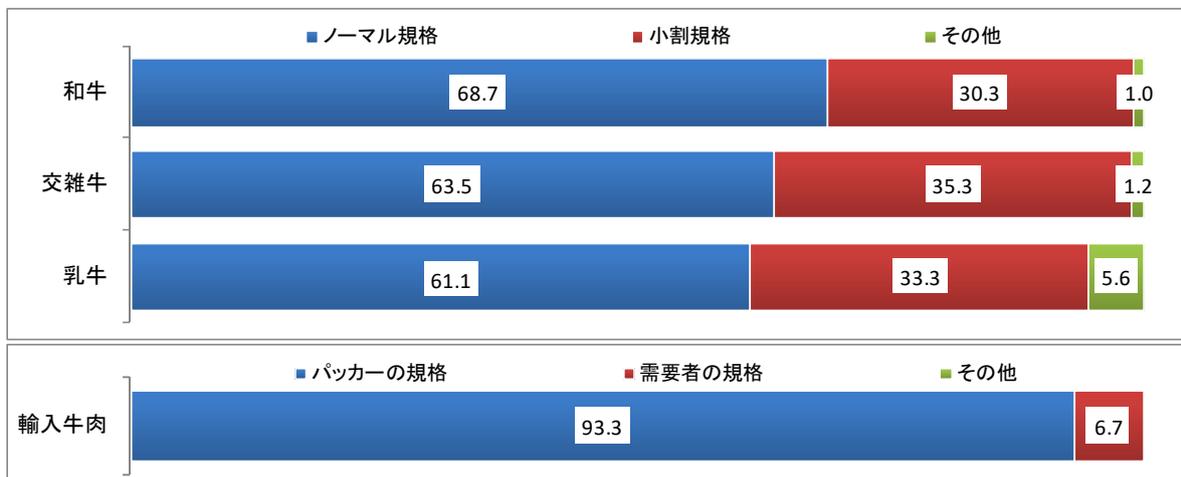
乳牛は、「ノーマル規格（61.1%）」が「小割規格（33.3%）」を大幅に上回っている。大手食肉卸は「小割規格（75%）」と多い一方で、中小食肉卸は「ノーマル規格（64.7%）」が多い。

□ 輸入牛肉

輸入牛肉は、「パッカー規格（小割規格）」が93.3%を占めている。大手食肉卸、中小食肉卸ともに「パッカー規格」が主体となっている。

図 1-3 牛部分肉の仕入時の整形状態

単位：%



注：数値は回答企業数割合であり、取扱規模などによるウエイトづけは行っていない。

表 1-3 牛部分肉の仕入時の整形状態

	回答数	計	ノーマル規格	小割規格	その他
	社	%	%	%	%
和牛	99	100.0	68.7	30.3	1.0
大手	4	100.0	0.0	75.0	25.0
中小	95	100.0	71.6	28.4	0.0
うち、JMTC	19	100.0	52.6	47.4	0.0
交雑牛	85	100.0	63.5	35.3	1.2
大手	4	100.0	0.0	75.0	25.0
中小	81	100.0	66.7	33.3	0.0
うち、JMTC	15	100.0	53.3	46.7	0.0
乳牛	72	100.0	61.1	33.3	5.6
大手	4	100.0	0.0	75.0	25.0
中小	68	100.0	64.7	30.9	4.4
うち、JMTC	14	100.0	42.9	57.1	0.0
	回答数	計	パッカー規格	需要者規格	その他
	社	%	%	%	%
輸入牛肉	89	100.0	93.3	6.7	0.0
大手	5	100.0	80.0	20.0	0.0
中小	84	100.0	94.0	6.0	0.0
うち、JMTC	16	100.0	100.0	0.0	0.0

注：数値は回答企業数割合であり、取扱規模などによるウェイトづけは行っていない。

#### ④ 牛肉の仕入価格の決め方

##### □ 国産牛肉

国産牛肉の仕入価格の決定方法は、「相対交渉（72.4%）」が最も多く、次いで「見積合わせ（23.6%）」の順となっている。前回（5年前）と同様な結果となっている。枝肉の場合は枝肉取引価格をベースに決められるが、部分肉は歩留まり率をベースとして、枝肉相場や部位別需給などを考慮して「相対交渉」で決められることが多い。大手食肉卸ではすべて「相対交渉」となっている。

##### □ 輸入牛肉

輸入牛肉は、「見積合わせ（55.1%）」と「相対交渉（43.0%）」が多くなっている。前回（5年前）と同様な結果となっている。大手食肉卸は輸入商社から仕入れの際に原産国パッカーのオファーをベースとして、「相対交渉（80.0%）」を行っている。中小食肉卸では主に輸入商社や大手食肉卸を相手方として「見積合わせ（56.9%）」が多くなっている。

図 1-4 牛肉の仕入価格の決め方

単位：％



注：数値は回答企業数割合であり、取扱規模などによるウエイトづけは行っていない。

表 1-4 牛肉の仕入価格の決め方

	回答数	計	入札	見積合わせ	相対交渉
			社	%	%
国産牛肉	123	100.0	4.1	23.6	72.4
大手	5	100.0	0.0	0.0	100.0
中小	118	100.0	4.2	24.6	71.2
うち、JMTC	22	100.0	9.1	9.1	81.8
輸入牛肉	107	100.0	1.9	55.1	43.0
大手	5	100.0	0.0	20.0	80.0
中小	102	100.0	2.0	56.9	41.2
うち、JMTC	19	100.0	5.3	57.9	36.8

注：数値は回答企業数割合であり、取扱規模などによるウエイトづけは行っていない。

### ⑤ 牛肉の仕入価格決定の際の参考指標

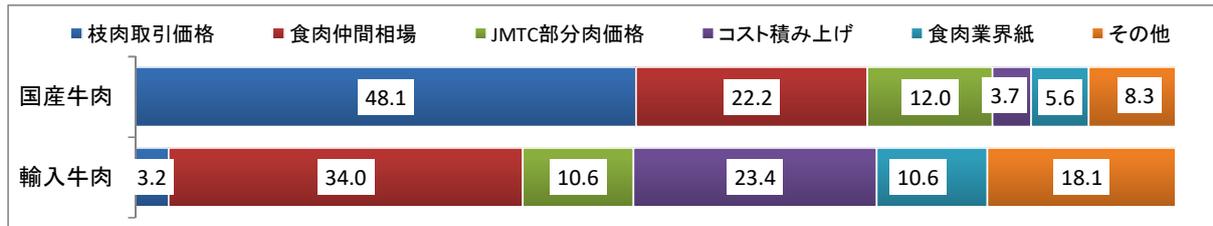
国産牛肉の仕入価格決定の際の参考指標は、「枝肉取引価格（48.1%）」が最も多くなっている。仕入価格は枝肉価格をベースにカット整形、歩留まりを考慮している。大手食肉卸は「枝肉取引価格（100%）」が最も多く、中小食肉卸においても「枝肉取引価格（45.6%）」が多く、次いで「食肉仲間相場（23.3%）」となっている。

輸入牛肉は、「食肉仲間相場（34.0%）」、「コスト積み上げ（23.4%）」の順となっている。大手食肉卸は「コスト積み上げ（60.0%）」が多いのに対し、中小食肉卸では「食肉仲間相場（36.0%）」となっている。

前回（5年前）と比べて、「中小食肉卸」では「JMTC 部分肉価格」を参考指標とする割合が増加している。

図 1-5 牛肉の仕入価格決定の際の参考指標

単位：％



注：数値は回答企業数割合であり、取扱規模などによるウェイトづけは行っていない。

表 1-5 牛肉の仕入価格決定の際の参考指標

	回答数	計	枝肉取引	食肉仲間	JMTC	コスト積み	食肉	その他
			価格	相場	部分肉	上げ	業界紙	
	社	%	%	%	%	%	%	%
国産牛肉	108	100.0	48.1	22.2	12.0	3.7	5.6	8.3
大手	5	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
中小	103	100.0	45.6	23.3	12.6	3.9	5.8	8.7
うち、JMTC	21	100.0	42.9	33.3	4.8	4.8	9.5	4.8
輸入牛肉	94	100.0	3.2	34.0	10.6	23.4	10.6	18.1
大手	5	100.0	0.0	0.0	0.0	60.0	0.0	40.0
中小	89	100.0	3.4	36.0	11.2	21.3	11.2	16.9
うち、JMTC	18	100.0	5.6	44.4	0.0	27.8	11.1	11.1

注：数値は回答企業数割合であり、取扱規模などによるウェイトづけは行っていない。

## ⑥ 牛肉の仕入価格の適用期間

### □ 国産牛肉

国産牛肉の仕入価格の適用期間は、「月（33.6%）」及び「日（都度を含む、以下同様）（32.8%）」が多く、次いで「週（18.9%）」の順となっている。大手食肉卸は「月（80.0%）」が多いのに対し、中小食肉卸は「日（33.3%）」、「月（31.6%）」が多い。

大手食肉卸の方が中小食肉卸より仕入価格の適用期間が長くなる傾向がある。日単位はセリ取引で購入する場合のほか、産地食肉センターや食肉卸から仕入れるときにその都度決めている場合もみられる。

前回（5年前）と比べて、大きな変化ではないものの、「日」及び「週」の割合が減少し、「月」の割合が増加していることから、適用期間が少し長期化している。

### □ 輸入牛肉

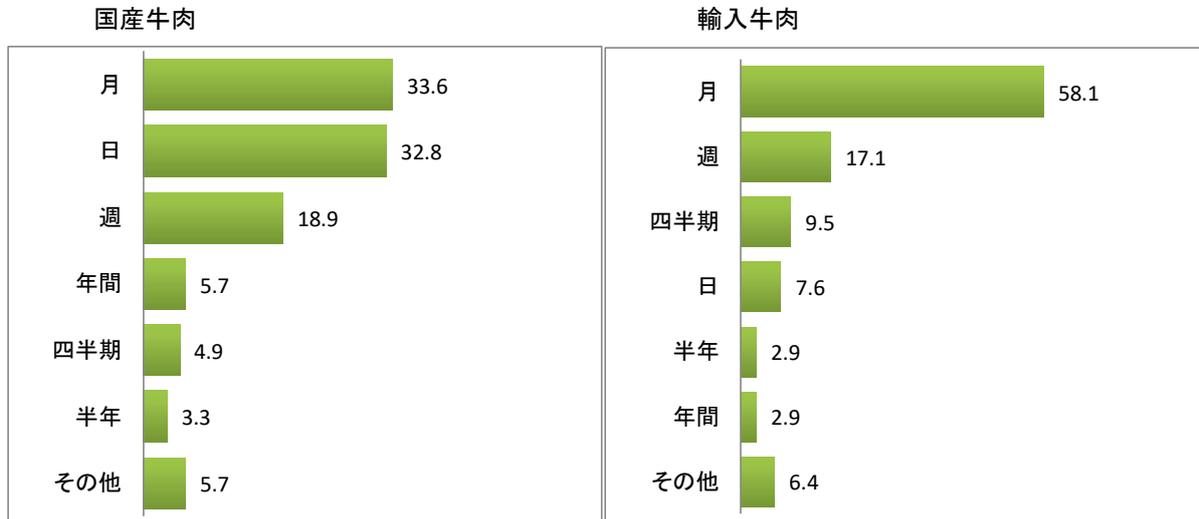
輸入牛肉は、「月（58.1%）」が最も多く、次いで「週（17.1%）」、「四半期（9.5%）」となっている。大手食肉卸は「月（40.0%）」、「四半期（40.0%）」が多い一方、中小食肉卸では「月（59.0%）」、「週（18.0%）」の順となっている。国産牛肉と同様、大手食肉卸の方が中小食肉卸より仕入価格

の適用期間が長くなる傾向がある。

前回（5年前）と比べて、国産牛肉と同様に、「月」以上の長期の適用期間の割合が増加している。

図 1-6 牛肉の仕入価格の適用期間—最も数量の多い仕入先の事例—

単位：%



注：複数回答。数値は回答企業数割合であり、取扱規模などによるウエイトづけは行っていない。

表 1-6 牛肉の仕入価格の適用期間—最も数量の多い仕入先の事例—

	回答数 社	日	週	月	四半期	半年	年間	その他
		%	%	%	%	%	%	%
国産牛肉 計	122	32.8	18.9	33.6	4.9	3.3	5.7	5.7
大手	5	20.0	20.0	80.0	0.0	0.0	0.0	0.0
中小	117	33.3	18.8	31.6	5.1	3.4	6.0	6.0
うち、JMTC	22	18.2	22.7	36.4	4.5	4.5	4.5	9.1
輸入牛肉 計	105	7.6	17.1	58.1	9.5	2.9	2.9	6.4
大手	5	0.0	0.0	40.0	40.0	20.0	0.0	20.0
中小	100	8.0	18.0	59.0	8.0	2.0	3.0	6.0
うち、JMTC	19	5.0	20.0	50.0	10.0	0.0	5.0	10.0

注：複数回答。数値は回答企業数割合であり、取扱規模などによるウエイトづけは行っていない。

## (2) 牛肉の販売実態

### ① 牛肉の業種別販売先

牛肉の業種別販売先は、全体では「小売業向け（スーパー（SM）、専門小売店、その他小売店）」が44%、「業務向け（惣菜・弁当、食品製造業、焼肉店・その他外食）」が33%、食肉卸が16%となっている。前回（5年前）に比べて、小売業向けが減少している。

国産牛肉は「小売業向け」が、輸入牛肉フローズンは「業務向け」が多いことが特徴である。前回（5年前）に比べて、「専門小売店」は輸入牛肉の販売先としての割合が減少している。一方、「焼肉店」への販売割合はすべての牛肉の種類で増加している。

#### □ 和牛

和牛の販売先は、「小売業向け」が57%を占め、「業務向け」は17%となっている。内訳は「SM（45.0%）」で最も多く、次いで「食肉卸（26.0%）」、「専門小売店（10.3%）」、「焼肉店（9.1%）」の順となっている。大手食肉卸は「SM（52.4%）」が、中小食肉卸は「食肉卸（32.7%）」が最も多くなっている。前回（5年前）に比べて、概ね同様な割合となっている。

#### □ 交雑牛

交雑牛は、「小売業向け」が62%を占め、「業務向け」は17%となっている。内訳は「SM（45.3%）」が最も多く、次いで「食肉卸（17.1%）」、「専門小売店（13.2%）」、「焼肉店（7.0%）」の順となっている。大手食肉卸及び中小食肉卸は、ともに「SM」が47.1%、41.9%と最も多くなっている。

#### □ 乳牛

乳牛は、「小売業向け」が76%と最も多く、「業務向け」は15%となっている。内訳は「SM」が65.0%で最も多く、次いで「専門小売店（8.6%）」、「食肉卸（7.0%）」の順となっている。大手食肉卸は「SM（70.2%）」が最も多い一方で、中小食肉卸は「SM（38.9%）」、「食肉卸（13.3%）」となっている。

#### □ 輸入チルド

輸入チルドは、「小売業向け」が56%で最も多く、「業務向け」は29%となっている。内訳は「SM（50.0%）」が最も多く、次いで「焼肉店（11.5%）」、「食肉卸（11.1%）」、「その他外食（10.0%）」の順となっている。前回（5年前）に比べて、焼肉やその他外食の需要が増加していることがうかがえる。大手食肉卸、中小食肉卸ともに「SM」がそれぞれ、50.5%、47.3%で最も多い。

#### □ 輸入フローズン

輸入フローズンは、「小売業向け」が17%、「業務向け」が53%となっている。内訳は「その他外食（22.0%）」、「食肉卸（17.4%）」、「食品製造業（12.8%）」、「自社加工向け（11.5%）」、「SM（10.3%）」、「惣菜・弁当（10.2%）」の順で多くなっている。大手食肉卸、中小食肉卸ともに「その他外食」がそれぞれ20.9%、28.2%と最も多い。そのほか両者ともに自社の食肉加工品向け用途もみられ、食肉調理加工品の需要が増加していることがうかがえる。

図 1-7 牛肉の販売先

単位：%

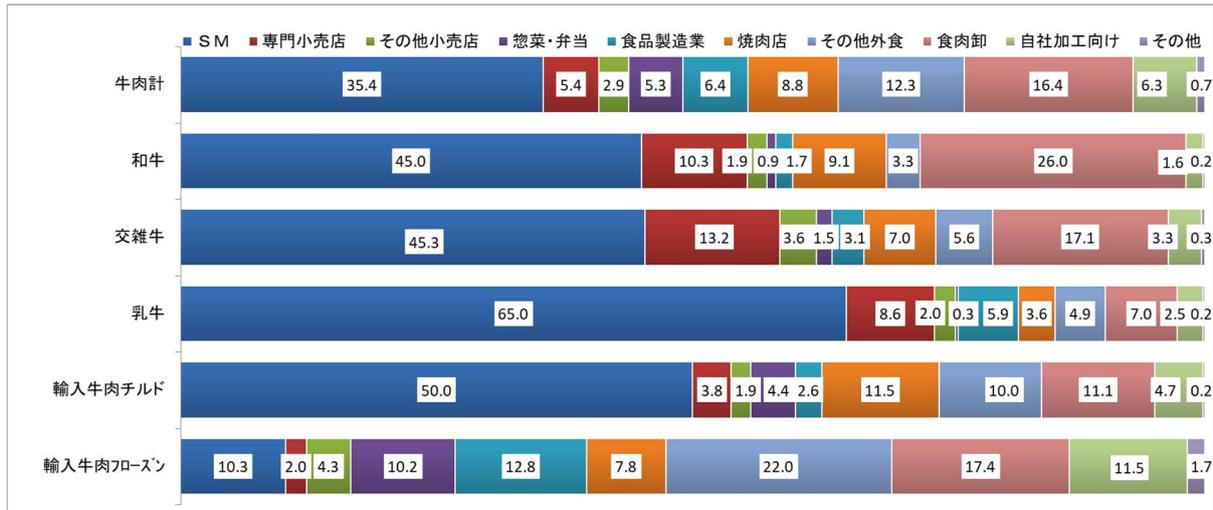


表 1-7 牛肉の販売先

	販売量	計	SM	専門小売店	その他小売店	惣菜・弁当	食品製造業	焼肉店	その他外食	食肉卸	自社加工向け	その他
	千t	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
牛肉計	639.2	100.0	35.4	5.4	2.9	5.3	6.4	8.8	12.3	16.4	6.3	0.7
大手	514.0	100.0	37.1	4.7	2.9	5.3	7.5	9.1	12.1	14.5	6.2	0.6
中小	125.2	100.0	28.7	8.4	2.6	5.1	1.9	7.5	13.2	24.6	6.7	1.2
うち、JMTC	25.7	100.0	30.6	4.9	1.0	9.9	0.7	5.4	7.9	35.0	3.8	0.9
和牛	129.3	100.0	45.0	10.3	1.9	0.9	1.7	9.1	3.3	26.0	1.6	0.2
大手	92.7	100.0	52.4	7.3	1.4	1.1	2.1	9.2	2.7	23.3	0.4	0.0
中小	36.6	100.0	26.2	18.1	3.2	0.3	0.6	9.0	4.8	32.7	4.7	0.7
うち、JMTC	6.3	100.0	63.9	12.5	2.7	0.0	0.7	11.6	4.0	0.1	4.5	0.0
交雑牛	40.6	100.0	45.3	13.2	3.6	1.5	3.1	7.0	5.6	17.1	3.3	0.3
大手	27.0	100.0	47.1	14.6	3.7	2.0	4.0	7.4	5.1	12.9	3.1	0.0
中小	13.7	100.0	41.9	10.3	3.4	0.5	1.4	6.2	6.4	25.4	3.6	0.9
うち、JMTC	3.2	100.0	42.4	5.1	1.3	0.1	1.5	11.1	6.2	28.9	3.4	0.1
乳牛	47.2	100.0	65.0	8.6	2.0	0.3	5.9	3.6	4.9	7.0	2.5	0.2
大手	39.4	100.0	70.2	8.2	0.1	0.0	6.7	3.9	4.4	5.8	0.6	0.0
中小	7.8	100.0	38.9	10.3	11.7	1.5	1.7	2.1	7.5	13.3	11.8	1.2
うち、JMTC	1.4	100.0	36.1	3.3	2.9	2.5	2.5	5.3	12.7	26.5	5.8	2.5
輸入牛肉チルド	190.9	100.0	50.0	3.8	1.9	4.4	2.6	11.5	10.0	11.1	4.7	0.2
大手	159.1	100.0	50.5	4.0	2.2	5.1	3.0	12.7	9.8	7.7	5.1	0.0
中小	31.7	100.0	47.3	3.0	0.3	0.9	0.5	5.5	10.6	28.1	2.7	1.0
うち、JMTC	7.1	100.0	25.1	2.3	0.1	0.1	0.2	2.6	8.4	59.0	2.3	0.0
輸入牛肉フローゼン	231.2	100.0	10.3	2.0	4.3	10.2	12.8	7.8	22.0	17.4	11.5	1.7
大手	195.9	100.0	10.8	2.1	4.8	9.1	14.3	7.4	20.9	17.7	11.3	1.6
中小	35.3	100.0	7.1	2.0	1.8	16.4	4.9	9.5	28.2	15.3	12.6	2.2
うち、JMTC	5.8	100.0	3.4	1.4	0.1	42.9	0.6	0.7	13.7	27.9	5.8	3.4

注:販売量は部分肉ベース

## ② 牛肉の販売形態—部分肉のセット・パーツ区分—

牛肉の販売形態は、牛肉全体では「部分肉パーツ (70.5%)」が最も多くなっており、「部分肉フルセット」は 14.9%にすぎない。和牛、交雑牛、乳牛ともに、「部分肉パーツ」が「部分肉フルセット」を上回っているが部分肉フルセットの割合は和牛、交雑牛、乳牛の順となっている。輸入牛肉は、「部分肉パーツ (78.3%)」のほか、「精肉 (19.1%)」となっており、前回 (5年前) と比べて、精肉の割合が大手で大幅に増加 (0%→19.4%) したのが目立っている。国産牛肉では、乳牛、交雑牛、和牛の順で精肉の販売割合が高い。

□ 和牛

和牛の販売形態は、「部分肉パーツ (50.6%)」が「部分肉フルセット (43.8%)」を上回っている。前回 (5 年前) に比べて部分肉パーツが増加している。大手食肉卸は「部分肉フルセット (46.7%)」、「部分肉パーツ (51.0%)」と拮抗している。中小食肉卸は「部分肉パーツ (49.5%)」、「部分肉フルセット (36.3%)」となっている。

□ 交雑牛

交雑牛は、「部分肉パーツ (60.6%)」が「部分肉フルセット (36.2%)」を大きく上回っている。大手食肉卸及び中小食肉卸も「部分肉パーツ」が「部分肉フルセット」を上回っている。中小食肉卸では「精肉」が 7.7%あり、小売向けや中食・外食向けに供給していることがうかがえる。

□ 乳牛

乳牛は、「部分肉パーツ (63.2%)」が「部分肉フルセット (30.4%)」を大きく上回っている。大手食肉卸及び中小食肉卸も「部分肉パーツ」が「部分肉フルセット」を上回っている。中小食肉卸では「精肉」が 24.8%あり、小売向けや中食・外食向けに供給していることがうかがえる。

□ 輸入牛肉

輸入牛肉は、「部分肉パーツ (78.3%)」が主体となっている。前回 (5 年前) に比べて部分肉パーツが減少し、精肉が 19.1%と増加しており、小売向けや中食・外食向けに供給していることがうかがえる。大手食肉卸及び中小食肉卸ともに「部分肉パーツ」が主体となっている。

図 1-8 牛肉の販売形態—部分肉セット・パーツ区分—

単位：%

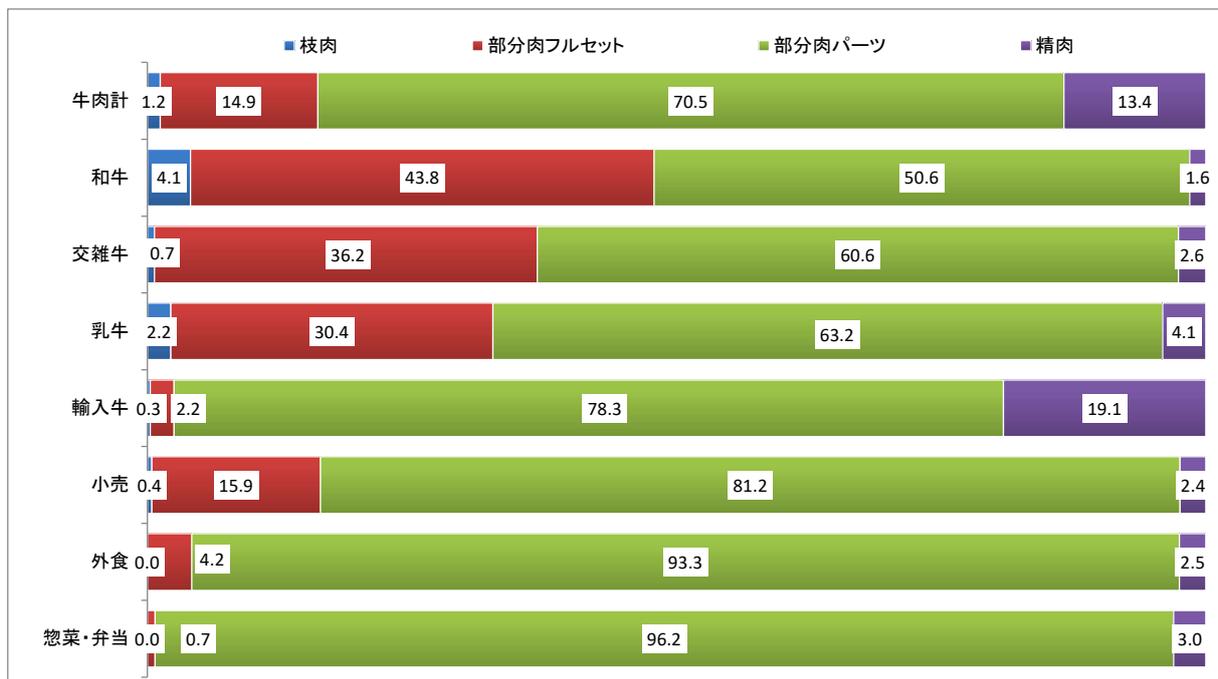


表 1-8 牛肉の販売形態—部分肉セット・パーツ区分—

	販売量	計	枝肉	部分肉 フルセット	部分肉 パーツ	精肉
	千t	%	%	%	%	%
牛肉計	639.2	100.0	1.2	14.9	70.5	13.4
大手	514.0	100.0	0.4	14.5	71.7	13.4
中小	125.2	100.0	4.6	16.6	65.4	13.4
うち、JMTC	25.7	100.0	1.7	14.9	70.6	12.8
和牛	129.3	100.0	4.1	43.8	50.6	1.6
大手	92.7	100.0	2.3	46.7	51.0	0.0
中小	36.6	100.0	8.8	36.3	49.5	5.5
うち、JMTC	8.2	100.0	3.0	33.0	60.5	3.6
交雑牛	40.6	100.0	0.7	36.2	60.6	2.6
大手	27.0	100.0	0.0	35.6	64.4	0.0
中小	13.7	100.0	2.0	37.2	53.1	7.7
うち、JMTC	3.2	100.0	1.3	17.9	77.0	3.9
乳牛	47.2	100.0	2.2	30.4	63.2	4.1
大手	39.4	100.0	0.0	35.3	64.7	0.0
中小	7.8	100.0	13.4	5.8	56.0	24.8
うち、JMTC	1.4	100.0	6.1	6.1	81.5	6.2
輸入牛肉	422.0	100.0	0.3	2.2	78.3	19.1
大手	355.0	100.0	0.0	2.1	78.5	19.4
中小	67.0	100.0	1.9	2.9	77.7	17.6
うち、JMTC	12.9	100.0	0.5	3.6	74.4	21.6

注：販売量は部分肉ベース

### ③ 牛部分肉の販売時の整形状態

国産牛肉の整形状態は、一般的に「ノーマル規格」と「小割規格」があり、「小割規格」は需要者の規格も多いことから部位数や整形の仕様が多様となっている。近年、小売り向けは特にスーパー向けの割合が高いこと、スーパーでは精肉加工の簡便化志向が顕著となっていることから、小割規格が増加している。前回（5年前）と比べて、「ノーマル規格」が減少し、「小割規格」が増加する傾向がうかがえる。

輸入牛肉は原産国パッカーの「小割規格」で流通しているものが多い。

#### □ 和牛

和牛の整形状態は、「ノーマル規格（54.8%）」が「小割規格（41.3%）」を上回っている。大手食肉卸はスーパー向けが多いことから、「ノーマル規格（0%）」がない。中小食肉卸は「ノーマル規格（57.0%）」が「小割規格（40.0%）」を上回っている。

□ 交雑牛

交雑牛は、「ノーマル規格（54.9%）」が「小割規格（38.5%）」を上回っている。大手食肉卸はスーパー向けが多いことから、「ノーマル規格（0%）」がない。中小食肉卸は「ノーマル規格（57.5%）」が「小割規格（36.8%）」を上回っている。

□ 乳牛

乳牛は、「ノーマル規格（52.7%）」が「小割規格（35.1%）」を上回っている。大手食肉卸は「小割規格（75.0%）」で最も多く、中小食肉卸は「ノーマル規格（55.7%）」が「小割規格（32.9%）」を上回っている。

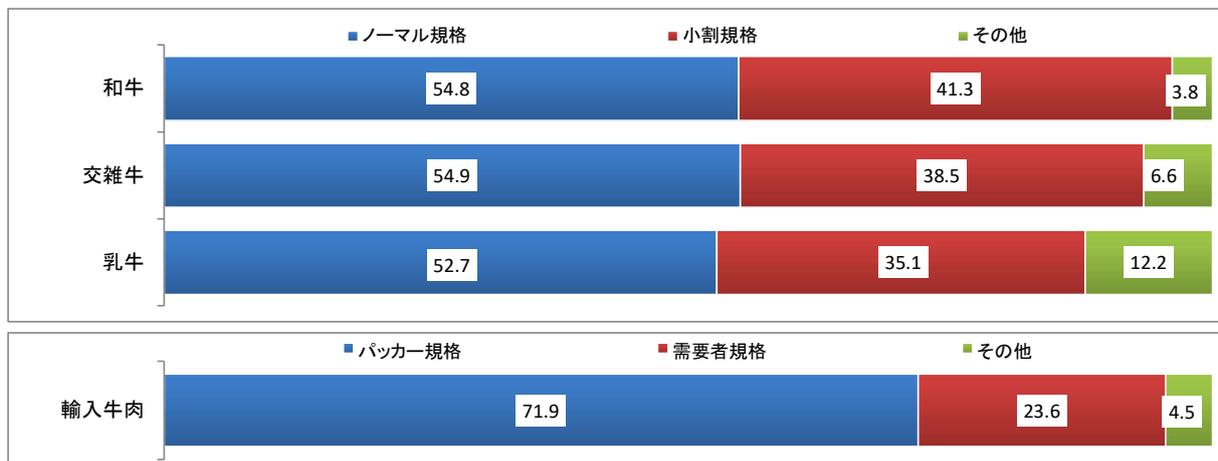
□ 輸入牛肉

輸入牛肉は「パッカー規格（71.9%）」が最も多く、「需要者規格（23.6%）」となっている。

大手食肉卸、中小食肉卸ともに「パッカー規格」が多く、それぞれ80.0%、71.4%となっている。

図 1-9 部分牛肉の販売時の整形状態

単位：%



注：数値は回答企業数割合であり、取扱規模などによるウェイトづけは行っていない。

表 1-9 牛部分肉の販売時の整形状態

	回答数	計	ノーマル規格	小割規格	その他
	社	%	%	%	%
和牛	104	100.0	54.8	41.3	3.8
大手	4	100.0	0.0	75.0	25.0
中小	100	100.0	57.0	40.0	3.0
うち、JMTC	21	100.0	47.6	52.4	0.0
交雑牛	91	100.0	54.9	38.5	6.6
大手	4	100.0	0.0	75.0	25.0
中小	87	100.0	57.5	36.8	5.7
うち、JMTC	16	100.0	56.3	43.8	0.0
乳牛	74	100.0	52.7	35.1	12.2
大手	4	100.0	0.0	75.0	25.0
中小	70	100.0	55.7	32.9	11.4
うち、JMTC	15	100.0	46.7	53.3	0.0
	回答数	計	パッカー規格	需要者規格	その他
	社	%	%	%	%
輸入牛肉	89	100.0	71.9	23.6	4.5
大手	5	100.0	80.0	20.0	0.0
中小	84	100.0	71.4	23.8	4.8
うち、JMTC	18	100.0	55.6	44.4	0.0

注：数値は回答企業数割合であり、取扱規模などによるウエイトづけは行っていない。

#### ④ 牛肉の販売価格の決め方

##### □ 国産牛肉

国産牛肉の販売価格の決定方法は、「相対交渉（59.0%）」が「見積合わせ（38.5%）」を上回っている。大手食肉卸は「見積合わせ（60.0%）」と多く、中小食肉卸では「相対交渉（59.8%）」が多い。部分肉取引においては、小割化が進展するなか、歩留まり率をベースとして、相場や部分肉パーツの需給を考慮し、「相対交渉」で決められることが多い。

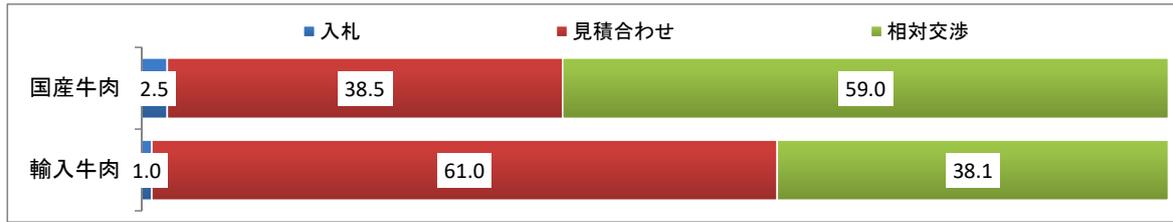
##### □ 輸入牛肉

輸入牛肉は、「見積合わせ（61.0%）」が「相対交渉（38.1%）」を上回っている。大手食肉卸は「相対取引」と「見積合わせ」が半々となっているが、中小食肉卸では「見積合わせ（61.4%）」が多い。

大手食肉卸は輸入商社から部分肉の仕入れの際に原産国パッカーのオファーをベースとして、需要者と「相対交渉」を行っている。中小食肉卸は輸入商社や大手食肉卸からのオファーをベースとして、需要者と「見積合わせ」又は「相対交渉」を行っている。

図 1-10 牛肉の販売価格の決め方

単位：%



注：数値は回答企業数割合であり、取扱規模などによるウエイトづけは行っていない。

図 1-10 牛肉の販売価格の決め方

	回答数 社	計 %	入札	見積合わせ	相対交渉
			%	%	%
国産牛肉	122	100.0	2.5	38.5	59.0
大手	5	100.0	0.0	60.0	40.0
中小	117	100.0	2.6	37.6	59.8
うち、JMTC	22	100.0	0.0	22.7	77.3
輸入牛肉	105	100.0	1.0	61.0	38.1
大手	4	100.0	0.0	50.0	50.0
中小	101	100.0	1.0	61.4	37.6
うち、JMTC	20	100.0	0.0	50.0	50.0

注：数値は回答企業数割合であり、取扱規模などによるウエイトづけは行っていない。

### ⑤ 牛肉の販売価格決定の際の参考指標

#### □ 国産牛肉

国産牛肉の需要者への販売価格決定の際の参考指標は、「枝肉取引価格（33.3%）」が最も多く、「食肉仲間相場（26.9%）」、「JMTC 部分肉価格（10.2%）」の順となっている。大手食肉卸は「枝肉取引価格（80.0%）」が最も多い。前回（5年前）と比べて、「枝肉取引価格」の割合が減少し、「食肉仲間相場」の割合が増加している。「枝肉取引価格」が減少していることは、和牛・交雑牛の枝肉価格が高止まりしているなかで、仕入価格を販売価格に転嫁できていないことをうかがわせる。

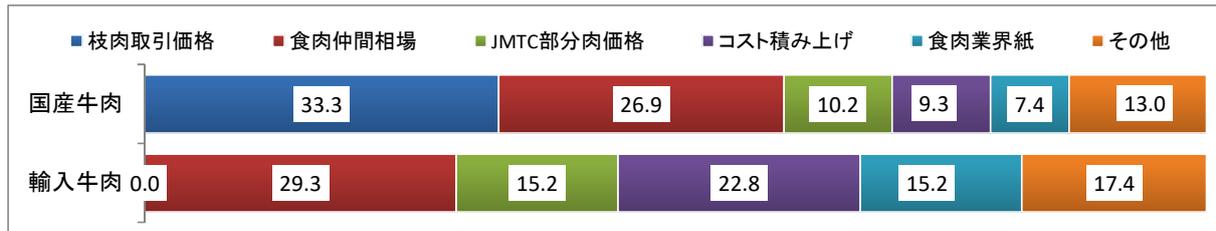
#### □ 輸入牛肉

輸入牛肉は、「食肉仲間相場（29.3%）」が最も多く、次いで「コスト積み上げ（22.8%）」、「その他（17.4%）」、「JMTC 部分肉価格（15.2%）」、「食肉業界紙（15.2%）」の順となっている。

なお、大手食肉卸は「コスト積み上げ（50.0%）」が最も多い。

図 1-11 牛肉の販売価格決定の際の参考指標

単位：%



注：数値は回答企業数割合であり、取扱規模などによるウェイトづけは行っていない。

表 1-11 牛肉の販売価格決定の際の参考指標

	回答数	計	枝肉取引価格	食肉仲間相場	JMTC部分肉価格	コスト積み上げ	食肉業界紙	その他
国産牛肉	108	100.0	33.3	26.9	10.2	9.3	7.4	13.0
大手	5	100.0	80.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0
中小	103	100.0	31.1	28.2	10.7	8.7	7.8	13.6
うち、JMTC	21	100.0	38.1	28.6	14.3	4.8	4.8	9.5
輸入牛肉	92	100.0	0.0	29.3	15.2	22.8	15.2	17.4
大手	4	100.0	0.0	25.0	0.0	50.0	0.0	25.0
中小	88	100.0	0.0	29.5	15.9	21.6	15.9	17.0
うち、JMTC	19	100.0	0.0	31.6	5.3	36.8	15.8	10.5

注：数値は回答企業数割合であり、取扱規模などによるウェイトづけは行っていない。

### ⑥ 牛肉の販売価格の適用期間

前回（5年前）と比べて、国産牛肉、輸入牛肉とも、適用期間の短い「日」や「週」などの割合が減少し、「月」などの割合が増加しているため、適用期間が長期化しているとみられる。

#### □ 国産牛肉

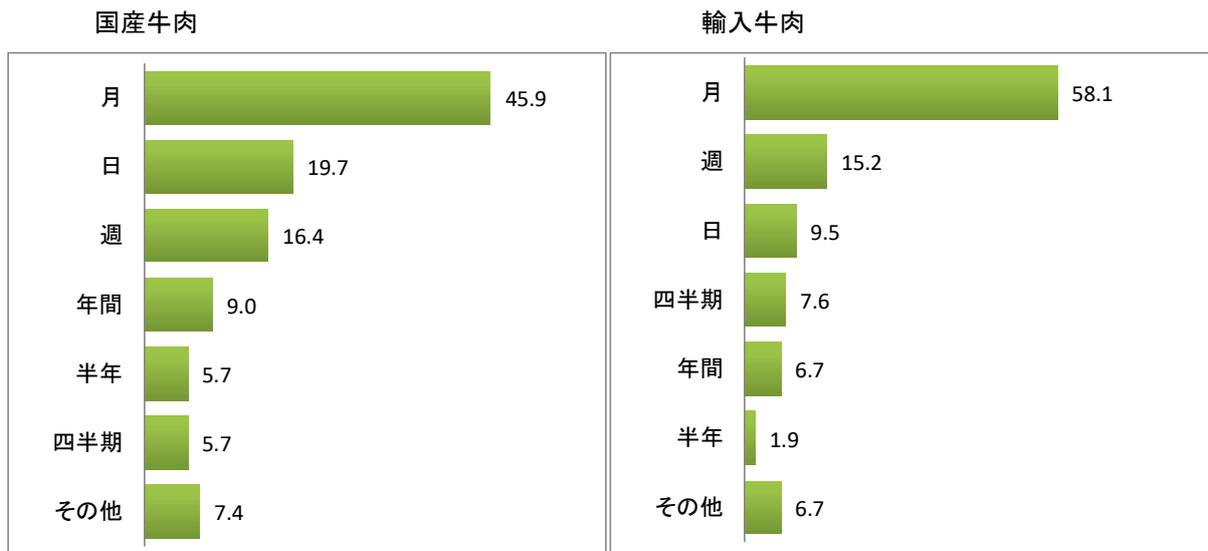
国産牛肉の販売価格の適用期間は、「月（45.9%）」が最も多く、次いで「日（19.7%）」、「週（16.4%）」、「年間（9.0%）」の順となっており、国産牛肉の仕入価格の適用期間より長くなる傾向がある。大手食肉卸、中小食肉卸ともに「月」がそれぞれ100.0%、43.6%と最も多い。

#### □ 輸入牛肉

輸入牛肉は、「月（58.1%）」が最も多く、「週（15.2%）」、「日（9.5%）」、「四半期（7.6%）」の順となっている。大手食肉卸、中小食肉卸ともに「月」がそれぞれ100.0%、56.0%と最も多い。

図 1-12 牛肉の販売価格の適用期間—最も数量の多い販売先の事例—

単位：％



注：複数回答。数値は回答企業数割合であり、取扱規模などによるウエイトづけは行っていない。

表 1-12 牛肉の販売価格の適用期間—最も数量の多い販売先の事例—

	回答数 社	日	週	月	四半期	半年	年間	その他
		%	%	%	%	%	%	%
国産牛肉 計	122	19.7	16.4	45.9	5.7	5.7	9.0	7.4
大手	5	0.0	0.0	100.0	20.0	20.0	0.0	0.0
中小	117	20.5	17.1	43.6	5.1	5.1	9.4	7.7
うち、JMTC	23	8.7	17.4	47.8	4.3	13.0	4.3	17.4
輸入牛肉 計	105	9.5	15.2	58.1	7.6	1.9	6.7	6.7
大手	5	0.0	0.0	100.0	20.0	0.0	0.0	0.0
中小	100	10.0	16.0	56.0	7.0	2.0	7.0	7.0
うち、JMTC	20	5.0	20.0	55.0	5.0	5.0	5.0	15.0

注：複数回答。数値は回答企業数割合であり、取扱規模などによるウエイトづけは行っていない。

## 2 豚肉

### (1) 豚肉の仕入実態

前回（5年前）と比べて、国産豚肉の仕入先は、大手食肉卸は、「自社系列農場」の仕入割合を増加させ、「産地食肉センター」の割合を減少させている。一方、中小食肉卸は、「生産者・農業法人等」や「自社系列農場」の仕入割合を増加させ、「生産者団体」や「食肉卸売市場」の割合を減少させている。国産豚肉の仕入先は、「自社系列農場」が多くなる一方で、「食肉卸売市場」が減少しており、生産流通の垂直統合化が一層、進んでいることがうかがえる。

#### ① 豚肉の仕入先

##### □ 国産豚肉

国産豚肉の仕入先は、「自社系列農場（44.6%）」が最も多く、次いで「産地食肉センター（22.8%）」、「生産者・農業生産法人等」（12.6%）」、「中小食肉卸（7.9%）」、「食肉卸売市場（4.9%）」の順となっている。大手食肉卸は、「自社系列農場（56.1%）」が最も多く、次いで「産地食肉センター（28.2%）」の順で多い。中小食肉卸は、「生産者・農業生産法人等（37.2%）」で最も多く、次いで「自社系列農場（19.9%）」、「大手食肉卸（11.4%）」、「産地食肉センター（11.1%）」となっている。

##### □ 輸入豚肉

輸入豚肉の仕入先は「輸入商社（65.5%）」が最も多く、次いで、「その他（21.6%）」の順となっている。大手食肉卸は「輸入商社（75.7%）」が多く、中小食肉卸は「輸入商社（40.4%）」、「大手食肉卸（18.1%）」の順となっている。なお、「その他」は自社による現地の系列農場や原産国パッカーからの直接輸入などである。

図 1-13 豚肉の仕入先

単位：%



注：仕入量は部分肉ベース

表 1-13 豚肉の仕入先

	仕入量	計	食肉卸売市場	産地食肉センター	生産者団体	生産者、農業生産法人等	自社系列農場	大手食肉卸	中小食肉卸	輸入商社	その他
	千t	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
豚肉 計	1026.5	100.0	2.4	11.4	1.0	6.3	22.4	7.6	5.4	32.6	10.7
大手	714.5	100.0	1.1	13.9	0.0	0.5	27.6	4.5	6.7	38.5	7.2
中小	312.0	100.0	5.5	5.8	3.4	19.5	10.4	14.6	2.5	19.3	19.0
うち、JMTC	14.1	100.0	0.3	13.0	13.5	22.4	0.7	25.5	8.0	16.5	0.0
国産豚肉	515.2	100.0	4.9	22.8	2.1	12.6	44.6	5.2	7.9	0.1	0.0
大手	351.5	100.0	2.3	28.2	0.0	1.1	56.1	2.3	10.0	0.0	0.0
中小	163.7	100.0	10.4	11.1	6.5	37.2	19.9	11.4	3.3	0.2	0.0
うち、JMTC	8.0	100.0	0.0	22.9	23.7	39.5	1.2	4.0	8.7	0.0	0.0
輸入豚肉	511.3	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0	2.9	65.5	21.6
大手	363.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.7	3.4	75.7	14.1
中小	148.3	100.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	18.1	1.5	40.4	39.9
うち、JMTC	6.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	54.3	7.1	38.5	0.0	0.0

注:仕入量は部分肉ベース

## ② 豚肉の仕入時の整形形態

豚肉の仕入形態は仕入先により異なっており、「枝肉」、「部分肉フルセット」、「部分肉パーツ」など違いがみられる。これらの仕入形態はと畜場及び併設した食肉加工（部分肉）の施設・設備により異なっている。国産豚肉は「部分肉フルセット」が多く、前回（5年前）に比べて、大きな変化はみられないが、大手食肉卸が「自社系列農場」仕入割合を増加させているのは、豚肉生産に取り組み、豚の増頭を図る会社が増加していることをうかがわせる。輸入豚肉はすべて「部分肉パーツ」となっている。

### □ 国産豚肉

国産豚肉の仕入形態は、仕入先が産地食肉センターや自社系列農場が多いことから、「部分肉フルセット（56.6%）」、「枝肉（29.9%）」、「部分肉パーツ（13.5%）」の順となっている。

大手食肉卸は「自社系列農場」仕入れが最も多いことから「部分肉フルセット（69.1%）」が最も多く、次いで「枝肉（21.1%）」が多い一方、中小食肉卸は卸売市場仕入れが多いこともあって「枝肉（48.7%）」次いで「部分肉フルセット（29.7%）」が多い。

### □ 輸入豚肉

輸入豚肉は、原産国からの流通形態が部分肉であり、「部分肉パーツ（100.0%）」で、「部分肉フルセット」が前回（5年前）と比べて、なくなったことが特徴である。大手食肉卸、中小食肉卸もすべて「部分肉パーツ」となっている。

図 1-14 豚肉の仕入時の整形形態—部分肉セット・パーツ区分—

単位：％

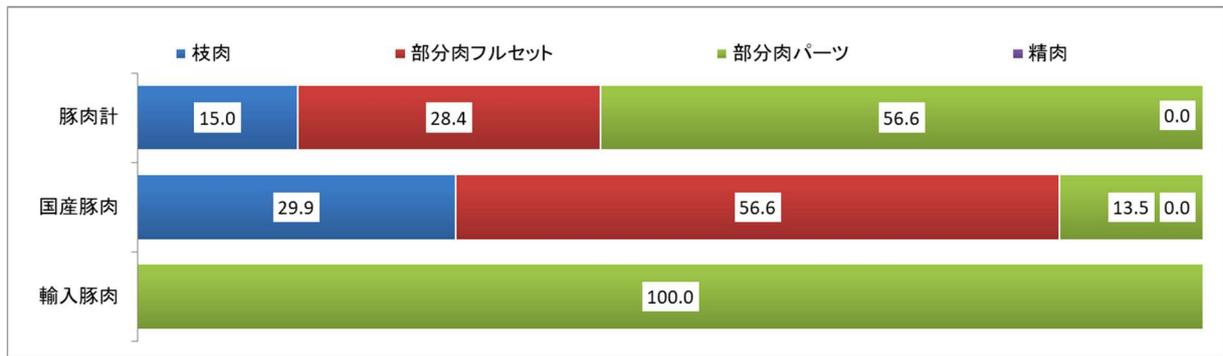


表 1-14 豚肉の仕入時の整形形態—部分肉セット・パーツ区分—

	仕入量 千t	計 %	枝肉	部分肉 フルセット	部分肉 パーツ	精肉
			%	%	%	%
豚肉 計	1,026.5	100.0	15.0	28.4	56.6	0.0
大手	714.5	100.0	10.4	34.0	55.6	0.0
中小	312.0	100.0	25.5	15.6	58.8	0.0
うち、JMTC	14.1	100.0	27.1	14.8	58.2	0.0
国産豚肉	515.2	100.0	29.9	56.6	13.5	0.0
大手	351.5	100.0	21.1	69.1	9.7	0.0
中小	163.7	100.0	48.7	29.7	21.6	0.0
うち、JMTC	8.1	100.0	47.3	25.8	26.9	0.0
輸入豚肉	511.3	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0
大手	363.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0
中小	148.3	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0
うち、JMTC	6.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0

注1: 仕入量は部分肉ベース

### ③ 豚部分肉の仕入時の整形状態

国産豚肉の仕入時の整形状態は、一般的に「ノーマル規格」と「小割規格」に区分されるが、「小割規格」は需要者の規格も多いことから部位数や整形の仕様が多様となっている。

輸入豚肉は「需要者の規格（53.3%）」が最も多くなっている。

#### □ 国産豚肉

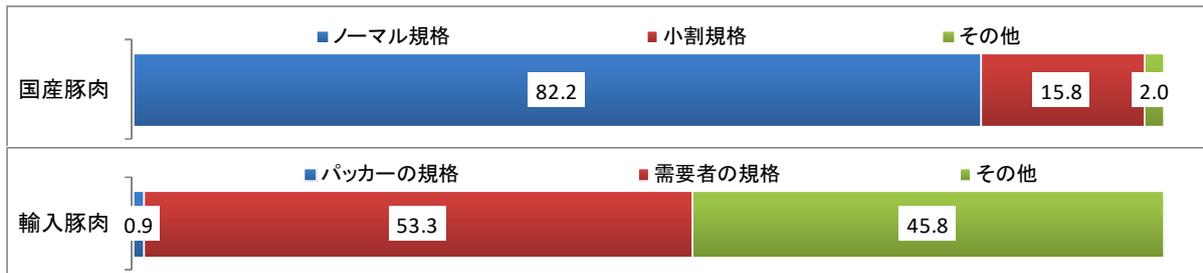
国産豚肉の整形状態は、「ノーマル規格（82.2%）」が「小割規格（15.8%）」を大幅に上回っている。大手食肉卸は「小割規格（75.0%）」が多い一方で、中小食肉卸は、「ノーマル規格（84.5%）」が多い。

#### □ 輸入豚肉

輸入豚肉の整形状態は、「需要者の規格（53.3%）」が最も多く、次が「その他（45.8%）」、「パッカー規格（0.9%）」の順となっている。

図 1-15 豚部分肉の仕入時の整形状態

単位：％



注：数値は回答企業数割合であり、取扱規模などによるウェイトづけは行っていない。

表 1-15 豚部分肉の仕入時の整形状態

	回答数	計	ノーマル規格	小割規格	その他
	社	%	%	%	%
国産豚肉	101	100.0	82.2	15.8	2.0
大手	4	100.0	25.0	75.0	0.0
中小	97	100.0	84.5	13.4	2.1
うち、JMTC	19	100.0	89.5	10.5	0.0
	回答数	計	パッカー規格	需要者規格	その他
	社	%	%	%	%
輸入豚肉	107	100.0	0.9	53.3	45.8
大手	4	100.0	0.0	25.0	75.0
中小	103	100.0	1.0	54.4	44.7
うち、JMTC	19	100.0	0.0	47.4	52.6

注：数値は回答企業数割合であり、取扱規模などによるウェイトづけは行っていない。

#### ④ 豚肉の仕入価格の決め方

##### □ 国産豚肉

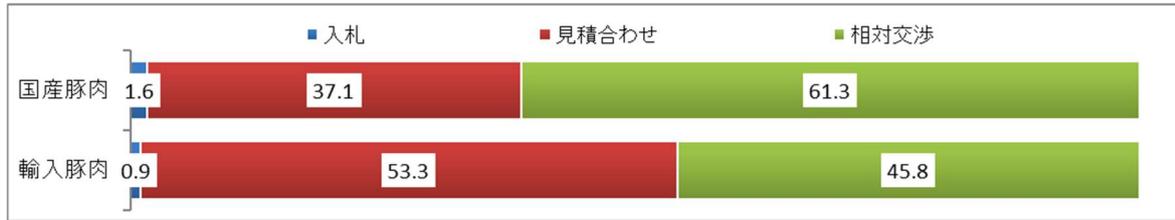
国産豚肉の仕入価格の決定方法は、「相対交渉（61.3%）」が最も多く、「見積合わせ（37.1%）」を大きく上回っている。大手食肉卸、中小食肉卸ともに「相対交渉」がそれぞれ、80.0%、60.5%と多い。なお、部分肉の仕入価格は、小割化が進展するなか、歩留まり率をベースとして、相場や需給を考慮する「相対交渉」で決められることが多い。前回（5年前）と比べて大きな変化はみられない。

##### □ 輸入豚肉

輸入豚肉は、「見積合わせ（53.3%）」が「相対交渉（45.8%）」をわずかに上回っている。大手食肉卸では「相対交渉（75.0%）」と多い一方で、中小食肉卸では「見積合わせ（54.4%）」が「相対交渉（44.6%）」をわずかに上回っている。

図 1-16 豚肉の仕入価格の決め方

単位：％



注：数値は回答企業数割合であり、取扱規模などによるウェイトづけは行っていない。

表 1-16 豚肉の仕入価格の決め方

	回答数 社	計 %	入札	見積合わせ	相対交渉
			%	%	%
国産豚肉	124	100.0	1.6	37.1	61.3
大手	5	100.0	0.0	20.0	80.0
中小	119	100.0	1.7	37.8	60.5
うち、JMTC	21	100.0	9.5	28.6	61.9
輸入豚肉	107	100.0	0.9	53.3	45.8
大手	4	100.0	0.0	25.0	75.0
中小	103	100.0	1.0	54.4	44.7
うち、JMTC	19	100.0	0.0	47.4	52.6

注：数値は回答企業数割合であり、取扱規模などによるウェイトづけは行っていない。

### ⑤ 豚肉の仕入価格決定の際の参考指標

#### □ 国産豚肉

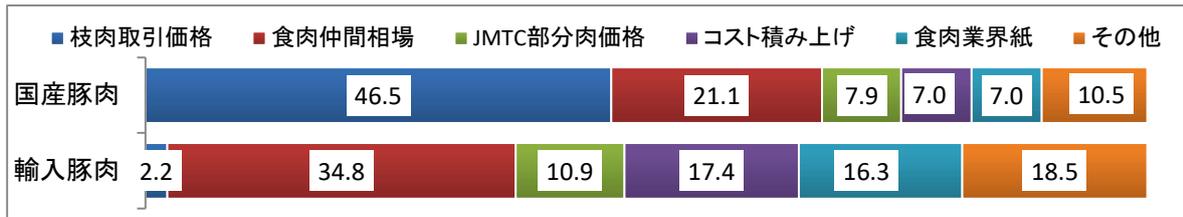
国産豚肉の仕入価格決定の際の参考指標は、「枝肉取引価格（46.5%）」が最も多く、次いで「食肉仲間相場（21.1%）」、「その他（10.5%）」、「JMTC 部分肉価格（7.9%）」の順となっている。前回（5年前）に比べて、「枝肉取引価格」の割合が減少している。大手食肉卸では「枝肉取引価格（80.0%）」が多い一方で、中小食肉卸では「枝肉取引価格（45.0%）」、「食肉仲間相場（21.1%）」の順が多い。

#### □ 輸入豚肉

輸入豚肉は、「食肉仲間相場（34.8%）」が最も多く、次いで「その他（18.5%）」、「コスト積み上げ（17.4%）」、「食肉業界紙（16.3%）」の順となっている。大手食肉卸では「食肉仲間相場」、「コスト積み上げ」、「その他」に分散しているが、中小食肉卸では「食肉仲間相場」が多く、次いで「その他」、「コスト積み上げ」、「食肉業界紙」となっている。

図 1-17 豚肉の仕入価格決定の際の参考指標

単位：%



注：数値は回答企業数割合であり、取扱規模などによるウエイトづけは行っていない。

表 1-17 豚肉の仕入価格決定の際の参考指標

	回答数	計	枝肉取引	食肉仲間	JMTC	コスト積み	食肉	その他
			価格	相場	部分肉	上げ	業界紙	
	社	%	%	%	%	%	%	%
国産豚肉	114	100.0	46.5	21.1	7.9	7.0	7.0	10.5
大手	5	100.0	80.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0
中小	109	100.0	45.0	21.1	8.3	7.3	7.3	11.0
うち、JMTC	20	100.0	45.0	30.0	0.0	10.0	5.0	10.0
輸入豚肉	92	100.0	2.2	34.8	10.9	17.4	16.3	18.5
大手	3	100.0	0.0	33.3	0.0	33.3	0.0	33.3
中小	89	100.0	2.2	34.8	11.2	16.9	16.9	18.0
うち、JMTC	18	100.0	0.0	55.6	0.0	16.7	16.7	11.1

注：数値は回答企業数割合であり、取扱規模などによるウエイトづけは行っていない。

## ⑥ 豚肉の仕入価格の適用期間

### □ 国産豚肉

国産豚肉の仕入価格の適用期間は、「週（40.2%）」が最も多く、次いで「日（都度を含む、以下同様 27.9%）」、「月（19.7%）」の順となっている。大手食肉卸は「週（80.0%）」、「年間（60.0%）」、「月（40.0%）」に対し、中小食肉卸は「週（38.5%）」、「日（28.2%）」となっている。中小食肉卸は大手食肉卸と比べてその適用期間は短くなっている。また、国産牛肉に比べて、適用期間は短くなっている。

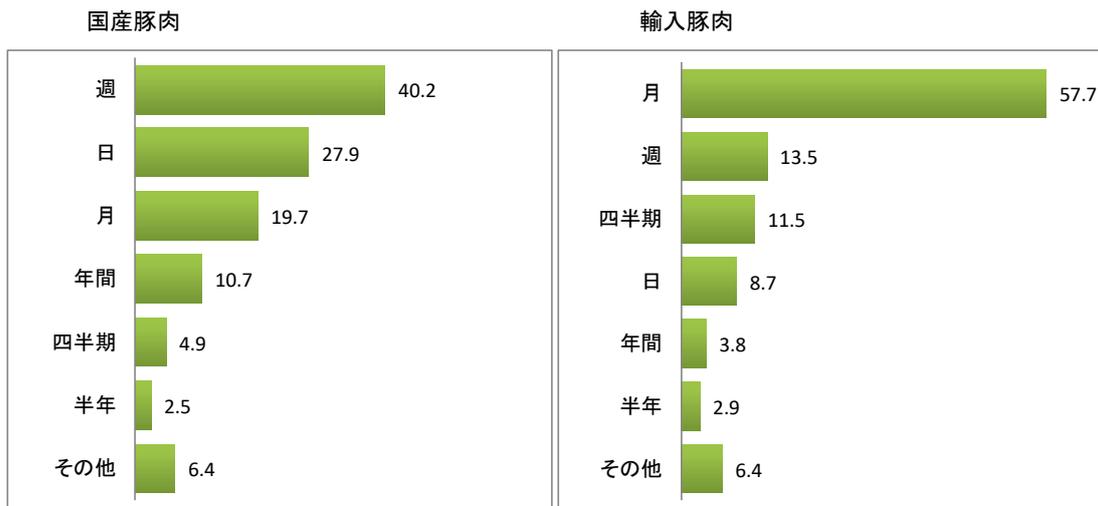
前回（5年前）に比べて、仕入価格の適用期間は、「週」が「日」を上回り、長くなっていることがわかる。日単位はセリ取引で購入する場合のほか、産地食肉センターや食肉卸から仕入れるときにその都度決めている場合も日単位となっている。

### □ 輸入豚肉

輸入豚肉は、「月（57.7%）」が最も多く、「週（13.5%）」、「四半期（11.5%）」の順となっている。輸入豚肉は商社からの仕入方法が月単位の設定が多いこともあり、国産豚肉に比べてその適用期間はやや長くなる傾向にある。大手食肉卸では「月（75.0%）」が多く、中小食肉卸も「月（57.0%）」が最も多く、次いで「週（14.0%）」となっている。中小食肉卸は大手食肉卸と比べてその適用期間は短い傾向にある。

図 1-18 豚肉の仕入価格の適用期間—最も数量の多い仕入先の事例—

単位：％



注：複数回答。数値は回答企業数割合であり、取扱規模などによるウエイトづけは行っていない。

表 1-18 豚肉の仕入価格の適用期間—最も数量の多い仕入先の事例—

	回答数	日	週	月	四半期	半年	年間	その他
	社	%	%	%	%	%	%	%
国産豚肉 計	122	27.9	40.2	19.7	4.9	2.5	10.7	6.4
大手	5	20.0	80.0	40.0	0.0	0.0	60.0	0.0
中小	117	28.2	38.5	18.8	5.1	2.6	8.5	3.4
うち、JMTC	20	25.0	15.0	40.0	0.0	5.0	10.0	10.0
輸入豚肉 計	104	8.7	13.5	57.7	11.5	2.9	3.8	6.4
大手	4	0.0	0.0	75.0	0.0	0.0	0.0	25.0
中小	100	9.0	14.0	57.0	12.0	3.0	4.0	4.0
うち、JMTC	19	5.3	15.8	57.9	10.5	5.3	0.0	10.5

注：複数回答。数値は回答企業数割合であり、取扱規模などによるウエイトづけは行っていない。

## (2) 豚肉の販売実態

### ① 豚肉の業種別販売先

豚肉の業種別販売先は、全体では「小売向け（スーパー（SM）、専門小売店、その他小売店）」が50.6%、「業務向け（惣菜・弁当、食品製造業、焼肉店・その他外食）」が20.6%、自社加工向けが16.5%、食肉卸が11%となっている。国産豚肉、輸入豚肉チルドは小売向けが2／3以上を占めているが、輸入豚肉フローズンは自社加工向け、業務向けが多い。

#### □ 国産豚肉

国産豚肉の販売先は、「小売向け（67.7%）」、「業務向け（14.6%）」となっている。業種別内訳は「スーパー（51.5%）」が最も多く、「専門小売店（12.4%）」、「食肉卸（11.0%）」、「食品製造業（8.5%）」等の順となっている。前回（5年前）と比べて、小売向けの割合が増加している。大手食肉卸は「スーパー（61.2%）」が最も多く、次いで「専門小売店（11.6%）」となっている。中小食肉卸は「スーパー（30.7%）」が最も多く、「食肉卸（23.8%）」、「専門小売店（14.2%）」となっている。

#### □ 輸入豚肉チルド

今回の調査では、輸入豚肉についてチルドとフローズンに区分しており、前回（5年前）との比較は直接にはできない。

輸入豚肉チルドの販売先は、「小売向け（71.7%）」、「業務向け（13.2%）」となっている。業種別内訳は「スーパー（60.0%）」が最も多く、次いで「食肉卸（9.6%）」、「専門小売店（7.2%）」、「その他外食（6.1%）」の順となっている。大手食肉卸、中小食肉卸ともに「スーパー」が多い。

#### □ 輸入豚肉フローズン

輸入豚肉フローズンの販売先は、「小売向け（8.7%）」、「業務向け（35.4%）」、「自社加工向け（40.1%）」、「食肉卸（15.6%）」となっている。業種別内訳は「自社加工向け（40.1%）」が最も多く、次いで「食肉卸（15.6%）」、「食品製造業（15.1%）」、「その他外食（11.5%）」の順となっている。大手食肉卸、中小食肉卸ともに「自社加工向け」が多い。

図 1-19 豚肉の販売先

単位：%

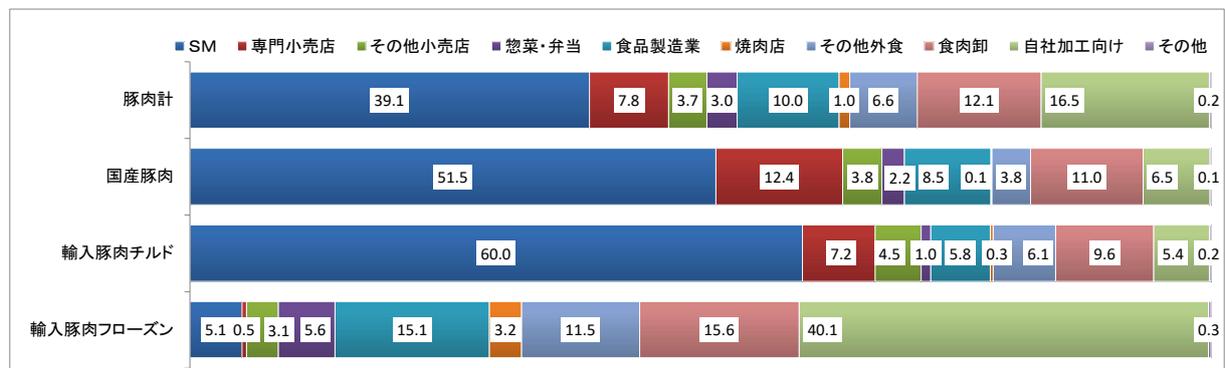


表 1-19 豚肉の販売先

	販売量	計	SM	専門小 売店	その他 小売店	惣菜・ 弁当	食品製 造業	焼肉店	その他 外食	食肉卸	自社加 工向け	その他
	千t	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
豚肉 計	1,026.5	100.0	39.1	7.8	3.7	3.0	10.0	1.0	6.6	12.1	16.5	0.2
大手	714.5	100.0	44.8	7.7	4.2	2.6	10.2	1.2	6.8	9.3	13.3	0.0
中小	312.0	100.0	26.2	8.0	2.7	3.9	9.4	0.8	6.2	18.7	23.6	0.5
うち、JMTC	14.1	100.0	53.9	6.4	0.5	12.5	3.2	0.6	5.9	6.6	7.9	2.6
国産豚肉	515.2	100.0	51.5	12.4	3.8	2.2	8.5	0.1	3.8	11.0	6.5	0.1
大手	351.5	100.0	61.2	11.6	3.7	2.6	6.7	0.0	3.9	5.1	5.1	0.0
中小	163.7	100.0	30.7	14.2	4.0	1.4	12.3	0.2	3.6	23.8	9.5	0.4
うち、JMTC	8.1	100.0	70.6	8.6	0.9	0.0	1.1	0.9	1.8	7.2	9.0	0.0
輸入豚肉チルド	200.6	100.0	60.0	7.2	4.5	1.0	5.8	0.3	6.1	9.6	5.4	0.2
大手	156.9	100.0	59.9	8.4	5.7	0.8	6.8	0.0	4.6	9.2	4.7	0.0
中小	43.7	100.0	60.3	2.7	0.1	1.6	2.3	1.3	11.7	11.0	8.2	0.7
うち、JMTC	2.2	100.0	59.9	9.8	0.0	7.7	6.2	0.3	11.8	2.7	0.0	1.6
輸入豚肉フローズン	310.7	100.0	5.1	0.5	3.1	5.6	15.1	3.2	11.5	15.6	40.1	0.3
大手	206.2	100.0	5.2	0.4	3.8	4.0	18.8	4.0	13.3	16.6	33.9	0.0
中小	104.5	100.0	4.9	0.6	1.7	8.6	7.8	1.4	8.2	13.8	52.2	0.8
うち、JMTC	3.8	100.0	15.4	0.0	0.0	41.6	5.8	0.1	11.1	7.5	10.0	8.4

注：販売量は部分肉ベース

## ② 豚肉の販売時の整形形態

豚肉の販売形態は、「部分肉パーツ（70.3%）」が「部分肉フルセット（26.5%）」を大きく上回っている。国産豚肉は「部分肉フルセット（52.8%）」と「部分肉パーツ（43.0%）」はほぼ拮抗している。輸入豚肉はほとんどが「部分肉パーツ（97.9%）」となっている。また、「精肉」での割合が少なく、前回（5年前）と比べると、牛肉と異なり、その割合は減少している。

### □ 国産豚肉

国産豚肉の販売形態は、「部分肉フルセット（52.8%）」と「部分肉パーツ（43.0%）」はほぼ拮抗している。大手食肉卸では「部分肉フルセット（54.8%）」が「部分肉パーツ（45.0%）」を上回っている。中小食肉卸も「部分肉フルセット（48.4%）」が最も多く、「部分肉パーツ（38.7%）」のほか、「精肉（8.1%）」があることが特徴である。

### □ 輸入豚肉

輸入豚肉は、「部分肉パーツ」が 97.9%となっている。大手食肉卸、中小食肉卸ともに「部分肉パーツ」がそれぞれ、100.0%、92.7%と多い。そのほか、中小食肉卸では国産豚肉と同様に「精肉（7.1%）」があり、需要者の作業効率化等に対応していることがうかがえる。

図 1-20 豚肉の販売時の整形形態—部分肉セット・パーツ区分—

単位：％



表 1-20 豚肉の販売時の整形形態—部分肉セット・パーツ区分—

	販売量 千t	計 %	枝肉	部分肉 フルセット	部分肉 パーツ	精肉
			%	%	%	%
豚肉 計	1,026.5	100.0	0.8	26.5	70.3	2.3
大手	714.5	100.0	0.1	27.0	73.0	0.0
中小	312.0	100.0	2.5	25.5	64.3	7.6
うち、JMTC	14.1	100.0	0.0	39.7	41.6	18.7
国産豚肉	515.2	100.0	1.6	52.8	43.0	2.6
大手	351.5	100.0	0.1	54.8	45.0	0.0
中小	163.7	100.0	4.8	48.4	38.7	8.1
うち、JMTC	8.1	100.0	0.0	69.4	29.1	1.5
輸入豚肉	511.3	100.0	0.0	0.1	97.9	2.1
大手	363.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0
中小	148.3	100.0	0.0	0.2	92.7	7.1
うち、JMTC	6.0	100.0	0.0	0.0	58.2	41.8

注：販売量は部分肉ベース

### ③ 豚部分肉の販売時の整形状態

国産豚肉の販売時の整形状態は、一般的に「ノーマル規格」と「小割規格」に区分されるが、「小割規格」は需要者の規格も多いことから部位数や整形の仕様が多様となっている。近年、小売向けは特にスーパーでは精肉加工作業の簡便化志向から、小割規格が増加しているものの、国産牛肉ほど浸透していない。輸入豚肉は原産国のパッカーから「パッカーの規格（77.4%）」で流通している。

#### □ 国産豚肉

国産豚肉の販売時の整形状態は、「ノーマル規格（68.0%）」が「小割規格（22.0%）」を大きく上回っている。前回（5年前）と比べて、「ノーマル規格」の割合が減少し、「小割規格」の割合が増加している。大手食肉卸は、「小割規格（60.0%）」が多い一方、中小食肉卸は、「ノーマル規格（69.5%）」が多い。

□ 輸入豚肉

輸入豚肉の販売時の整形状態は、「パッカーの規格（77.4%）」が「需要者の規格（16.7%）」を大きく上回っている。大手食肉卸、中小食肉卸ともに「パッカーの規格」がそれぞれ 100.0%、76.5%と多い。

図 1-21 豚部分肉の販売時の整形状態

単位：%



注：数値は回答企業数割合であり、取扱規模などによるウェイトづけは行っていない。

表 1-21 豚部分肉の販売時の整形状態

	回答数	計	ノーマル規格	小割規格	その他
	社	%	%	%	%
国産豚肉	100	100.0	68.0	22.0	10.0
大手	5	100.0	40.0	60.0	0.0
中小	95	100.0	69.5	20.0	10.5
うち、JMTC	20	100.0	65.0	15.0	20.0
	回答数	計	パッカー規格	需要者規格	その他
	社	%	%	%	%
輸入豚肉	84	100.0	77.4	16.7	6.0
大手	3	100.0	100.0	0.0	0.0
中小	81	100.0	76.5	17.3	6.2
うち、JMTC	18	100.0	55.6	44.4	0.0

注：数値は回答企業数割合であり、取扱規模などによるウェイトづけは行っていない。

④ 豚肉の販売価格の決め方

部分肉の販売価格は、「相対交渉」や「見積合わせ」が多く、「入札」は少ない。

□ 国産豚肉

国産豚肉の販売価格の決定方法は、「見積合わせ（49.2%）」と「相対交渉（48.4%）」とがほぼ拮抗している。大手食肉卸は、「見積合わせ（60.0%）」が多い一方、中小食肉卸は「見積合わせ」と「相対交渉」が半々となっている。

□ 輸入豚肉

輸入豚肉の販売価格の決定方法は、「見積合わせ（59.6%）」が「相対交渉（39.4%）」を上回っている。輸入豚肉を需要者に販売する価格は、原産国パッカーのオファーをベースとして、「相対交渉」や「見積合わせ」により決められるのが一般的である。大手食肉卸では「見積合わせ（50.0%）」と「相対交渉（50.0%）」に分かれている。中小食肉卸では「見積合わせ（60.0%）」が「相対交渉（39.0%）」を上回っている。

図 1-22 豚部分肉の販売価格の決め方

単位：%



注：数値は回答企業数割合であり、取扱規模などによるウエイトづけは行っていない。

表 1-22 豚肉の販売価格の決め方

	回答数 社	計 %	入札	見積合わせ	相対交渉
			%	%	%
国産豚肉	122	100.0	2.5	49.2	48.4
大手	5	100.0	0.0	60.0	40.0
中小	117	100.0	2.6	48.7	48.7
うち、JMTC	22	100.0	4.5	40.9	54.5
輸入豚肉	104	100.0	1.0	59.6	39.4
大手	4	100.0	0.0	50.0	50.0
中小	100	100.0	1.0	60.0	39.0
うち、JMTC	20	100.0	0.0	55.0	45.0

注：数値は回答企業数割合であり、取扱規模などによるウエイトづけは行っていない。

⑤ 豚肉の販売価格決定の際の参考指標

□ 国産豚肉

国産豚肉の需要者への販売はほとんどが部分肉となっているが、その価格交渉の際の参考指標は、「枝肉取引価格（35.5%）」が最も多く、次いで「食肉仲間相場（23.6%）」、「コスト積み上げ（12.7%）」、「その他（10.0%）」、「JMTC 部分肉価格（9.1%）」、「食肉業界紙（9.1%）」の順となっている。前回（5年前）に比べて、牛肉と同様に「枝肉取引価格」の割合が減少している。大手食肉卸は「枝肉取引価格（60.0%）」が多い一方、中小食肉卸は「枝肉取引価格（34.3%）」、

「食肉仲間相場（24.8%）」が多い。

□ 輸入豚肉

輸入豚肉の販売価格決定の際の参考指標は、「食肉仲間相場（29.3%）」が最も多く、次いで「コスト積み上げ（21.7%）」、「食肉業界紙（18.5%）」、「その他（18.5%）」の順となっている。大手食肉卸では「食肉仲間相場」、「コスト積み上げ」、「食肉業界紙」、「その他」が25.0%と分かれている。中小食肉卸は「食肉仲間相場（29.5%）」が多く、次いで「コスト積み上げ（21.6%）」、「食肉業界紙（18.2%）」、「その他（18.2%）」の順となっている。

図 1-23 豚肉の販売価格決定の際の参考指標

単位：%



注：数値は回答企業数割合であり、取扱規模などによるウェイトづけは行っていない。

表 1-23 豚肉の販売価格決定の際の参考指標

	回答数	計	枝肉取引価格	食肉仲間相場	JMTC部分肉価格	コスト積み上げ	食肉業界紙	その他
			社	%	%	%	%	%
国産豚肉	110	100.0	35.5	23.6	9.1	12.7	9.1	10.0
大手	5	100.0	60.0	0.0	0.0	20.0	20.0	0.0
中小	105	100.0	34.3	24.8	9.5	12.4	8.6	10.5
うち、JMTC	21	100.0	28.6	28.6	9.5	9.5	9.5	14.3
輸入豚肉	92	100.0	1.1	29.3	10.9	21.7	18.5	18.5
大手	4	100.0	0.0	25.0	0.0	25.0	25.0	25.0
中小	88	100.0	1.1	29.5	11.4	21.6	18.2	18.2
うち、JMTC	19	100.0	0.0	31.6	0.0	36.8	21.1	10.5

注：数値は回答企業数割合であり、取扱規模などによるウェイトづけは行っていない。

⑥ 販売価格の適用期間

□ 国産豚肉

国産豚肉の需要者への販売価格の適用期間は、「週（32.5%）」で最も多く、次いで「月（27.4%）」、「日（27.4%）」の順となっている。前回（5年前）と比べて、大きな変化はみられない。また、販売価格は仕入価格の適用期間と比べてやや長くなる傾向があり、販売先が価格変動リスクを回避していることがうかがえる。大手食肉卸は「週（80.0%）」が最も多く、「月（40.0%）」、「半年（40.0%）」となっている一方で、中小食肉卸は「週（30.4%）」、「日（27.7%）」、「月（26.8%）」

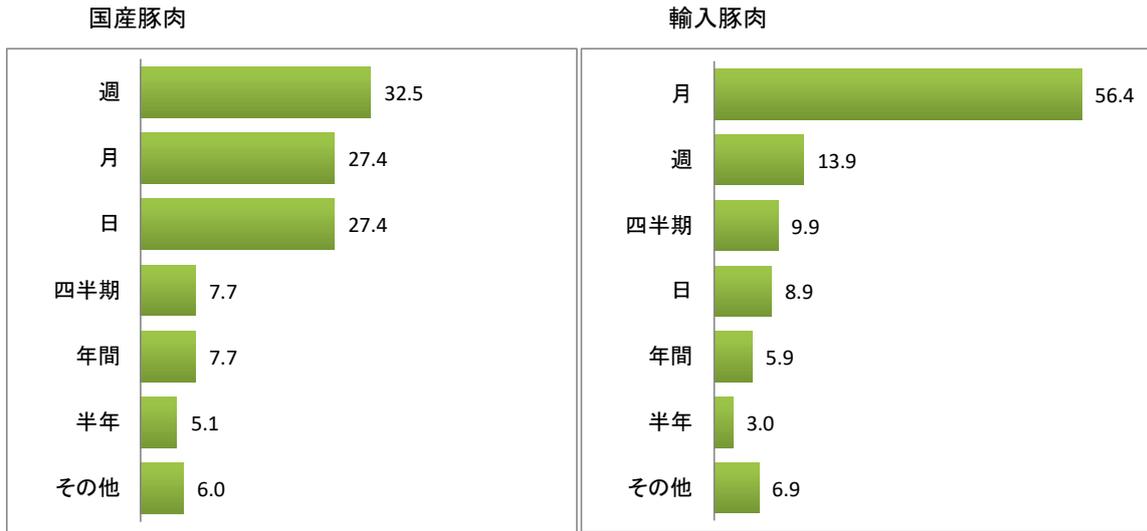
の順となっており、大手食肉卸の適用期間が長いことがわかる。

□ 輸入豚肉

輸入豚肉は、「月（56.4%）」が最も多く、「週（13.9%）」、「四半期（9.9%）」の順となっている。大手食肉卸は、すべて「月（100.0%）」であり、一方、中小食肉卸は、「月（54.6%）」が最も多くなっている。輸入豚肉の販売価格の適用期間は国産豚肉と比べて長くなる傾向にある。

図 1-24 豚肉の販売価格の適用期間—最も数量の多い販売先の事例—

単位：%



注：複数回答。数値は回答企業数割合であり、取扱規模などによるウエイトづけは行っていない。

表 1-24 豚肉の販売価格の適用期間—最も数量の多い販売先の事例—

	回答数 社	日	週	月	四半期	半年	年間	その他
		%	%	%	%	%	%	%
国産豚肉 計	117	27.4	32.5	27.4	7.7	5.1	7.7	6.0
大手	5	20.0	80.0	40.0	20.0	40.0	0.0	0.0
中小	112	27.7	30.4	26.8	7.1	3.6	8.0	6.3
うち、JMTC	21	28.6	14.3	33.3	4.8	9.5	4.8	14.3
輸入豚肉 計	101	8.9	13.9	56.4	9.9	3.0	5.9	6.9
大手	4	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
中小	97	9.3	14.4	54.6	10.3	3.1	6.2	7.2
うち、JMTC	20	10.0	20.0	50.0	10.0	5.0	0.0	15.0

注：複数回答。数値は回答企業数割合であり、取扱規模などによるウエイトづけは行っていない。

### 3 食肉加工・流通の課題

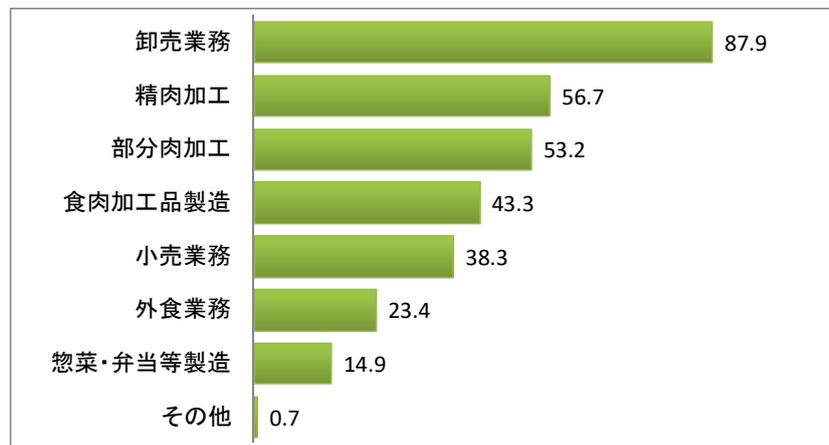
#### (1) 食肉卸売業の業務内容

食肉卸売業の業務内容について、回答企業数割合は「卸売業務(87.9%)」、「精肉加工(56.7%)」、「部分肉加工(53.2%)」、「食肉加工品製造(43.3%)」、「小売業務(38.3%)」、「外食業務(23.4%)」、「惣菜・弁当等製造(14.9%)」の順で、業務内容がきわめて多様であることがわかる。前回(5年前)に比べて、「精肉加工」、「部分肉加工」、「外食業務」、「惣菜・弁当等製造」の割合が増加している。

「卸売業務」以外で多いのは、「精肉加工」であり、大手食肉卸や中小食肉卸では、小売向けのコンシューマーパックや業務向けのスライス加工などが増加していることがうかがえる。輸入牛肉及び輸入豚肉は、原産国で部分肉が小割化されてボックスミートで流通しているため、国産牛肉と比べて「部分肉加工」が少ない。

図 1-25 食肉卸の業務内容

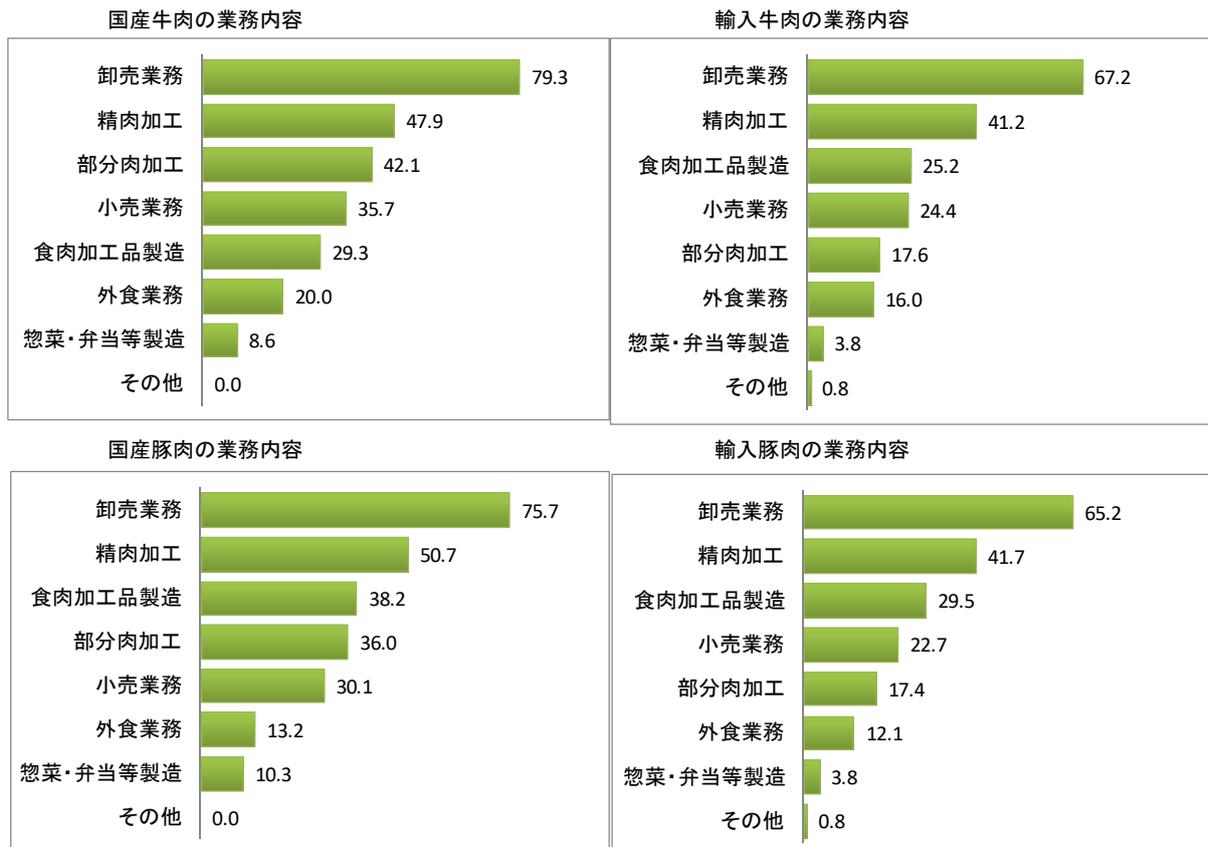
単位：%



注：数値は当該業務内容の企業数割合であり、取扱規模などによるウェイトづけは行っていない。

図 1-26 食肉卸の業務内容 つづき

単位：%



注：数値は当該業務内容の企業数割合であり、取扱規模などによるウェイトづけは行っていない。

(2) 受託加工の変化について(直近5年間)

① 牛肉の受託加工の変化

□ 牛肉の精肉アウトパック受託加工

牛肉の精肉アウトパック受託加工については、直近5年間で「増加した(33.3%)」が「減少した(6.8%)」を上回っており、総じて、増加している。大手食肉卸では「増加した(80.0%)」が多い一方で、中小食肉卸では「変わらない(61.6%)」、「増加した(31.3%)」となっている。大手食肉卸を中心に小売業の精肉アウトパック需要に対応していることがわかる。

□ 牛肉の一次加工品の受託加工

牛肉の一次加工品の受託加工については、直近5年間で「増加した(37.3%)」が「減少した(5.1%)」を上回っており、総じて、増加している。大手食肉卸では「増加した(50.0%)」が多い一方で、中小食肉卸では「変わらない(57.9%)」、「増加した(36.8%)」となっている。大手食肉卸を中心に小売業等の一次加工品の需要に対応していることがわかる。

図 1-27 牛肉の受託加工の変化について(直近5年間)

単位：%

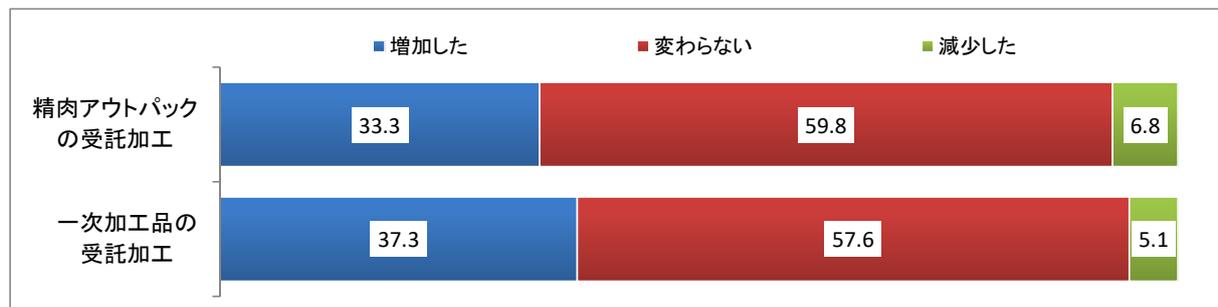


表 1-25 牛肉の受託加工の変化について(直近5年間)

	回答数	計	増加した	変わらない	減少した
	社	%	%	%	%
精肉アウトパックの受託加工	117	100.0	33.3	59.8	6.8
大手	5	100.0	80.0	20.0	0.0
中小	112	100.0	31.3	61.6	7.1
うち、JMTC	19	100.0	21.1	73.7	5.3
一次加工品の受託加工	118	100.0	37.3	57.6	5.1
大手	4	100.0	50.0	50.0	0.0
中小	114	100.0	36.8	57.9	5.3
うち、JMTC	20	100.0	35.0	65.0	0.0

② 豚肉の受託加工の変化

□ 豚肉の精肉アウトパック受託加工

豚肉の精肉アウトパック受託加工については、直近5年間で「増加した(29.7%)」が「減少した(4.5%)」を上回っており、総じて、増加している。大手食肉卸では「増加した(80.0%)」が多い一方で、中小食肉卸では「変わらない(67.9%)」、「増加した(27.4%)」となっている。牛肉と同様に大手食肉卸を中心に小売業の精肉アウトパック需要に対応していることがわかる。

□ 豚肉の一次加工品の受託加工

豚肉の一次加工品の受託加工については、直近5年間で「増加した(35.7%)」が「減少した(4.3%)」を上回っており、総じて、増加している。大手食肉卸では「増加した(60.0%)」が多い一方で、中小食肉卸では「変わらない(60.9%)」、「増加した(34.5%)」となっている。大手食肉卸を中心に小売業等の一次加工品の需要に対応していることがわかる。

図 1-28 豚肉の受託加工の変化について(直近5年間)

単位：%

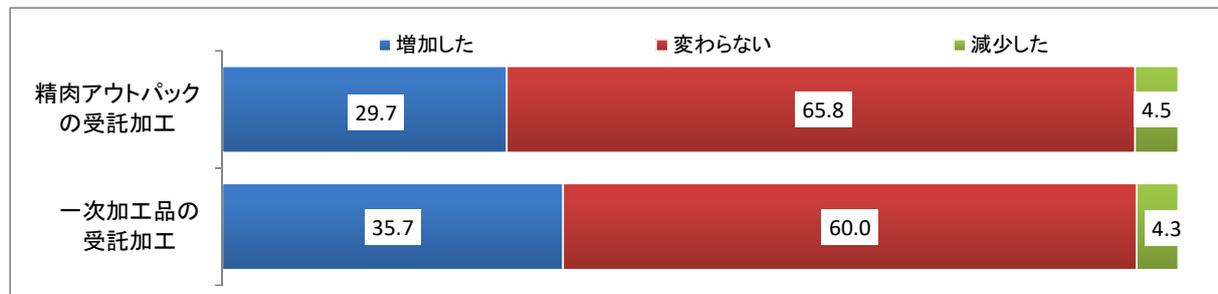


表 1-26 豚肉の受託加工の変化について(直近5年間)

	回答数	計	増加した	変わらない	減少した
	社	%	%	%	%
精肉アウトパックの受託加工	111	100.0	29.7	65.8	4.5
大手	5	100.0	80.0	20.0	0.0
中小	106	100.0	27.4	67.9	4.7
うち、JMTC	18	100.0	16.7	77.8	5.6
一次加工品の受託加工	115	100.0	35.7	60.0	4.3
大手	5	100.0	60.0	40.0	0.0
中小	110	100.0	34.5	60.9	4.5
うち、JMTC	18	100.0	38.9	61.1	0.0

### (3) 部分肉の販売形態の変化について（直近5年間）

食肉卸売業における部分肉の販売形態の変化についてみることにしたい。

#### ① 牛部分肉の販売形態の変化

牛部分肉の販売形態は、ノーマル規格に対し、小割規格が一層、増加している状況がうかがえる。また、部分肉フルセットが減少し、部分肉パーツが増加しており、需要者のパーツ需要に対応していることがうかがえる。

##### □ 部分肉小割規格

部分肉小割規格の販売形態は、「増加した（60.3%）」が最も多く、「変わらない（32.2%）」、「減少した（7.4%）」となっている。小割規格が一層、増加していることがわかる。その傾向は中小食肉卸より、大手食肉卸で顕著となっている。

##### □ 部分肉パーツ

部分肉パーツの販売形態は、「増加した（49.6%）」が最も多く、「変わらない（37.8%）」、「減少した（12.6%）」となっている。総じて、部分肉パーツ取引が増加している。特に中小食肉卸より、大手食肉卸で顕著となっている。

##### □ 部分肉フルセット

部分肉フルセットの販売形態は、「増加した（9.8%）」、「変わらない（40.2%）」、「減少した（50.0%）」となっており、総じて部分肉フルセット取引が減少傾向となっている。特に中小食肉卸より、大手食肉卸で顕著となっている。

図 1-29 牛部分肉の販売形態の直近5年間の変化

単位：%

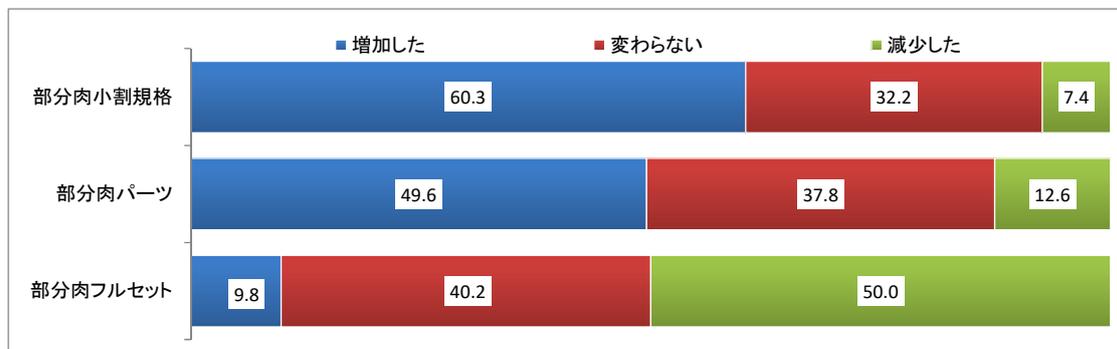


図 1-27 牛部分肉の販売形態の変化

	回答数 社	計 %	増加した %	変わらない %	減少した %
部分肉小割規格	121	100.0	60.3	32.2	7.4
大手	4	100.0	75.0	25.0	0.0
中小	117	100.0	59.8	32.5	7.7
うち、JMTC	21	100.0	57.1	38.1	4.8
部分肉パーツ	119	100.0	49.6	37.8	12.6
大手	4	100.0	75.0	25.0	0.0
中小	115	100.0	48.7	38.3	13.0
うち、JMTC	21	100.0	52.4	42.9	4.8
部分肉フルセット	112	100.0	9.8	40.2	50.0
大手	4	100.0	0.0	25.0	75.0
中小	108	100.0	10.2	40.7	49.1
うち、JMTC	19	100.0	10.5	36.8	52.6

## ② 豚部分肉の販売形態の変化（直近 5 年間）

豚部分肉の販売形態は、牛部分肉と同様にノーマル規格に対し、小割規格が一層、増加している状況がうかがえる。また、部分肉フルセットが減少し、部分肉パーツが増加しており、需要者のパーツ需要に対応していることがうかがえる。

### □ 部分肉小割規格

部分肉小割規格の販売形態は、「増加した（44.9%）」が最も多く、「変わらない（50.8%）」、「減少した（4.2%）」となっている。小割規格が一層、増加していることがわかる。その傾向は中小食肉卸より、大手食肉卸で顕著となっている。

### □ 部分肉パーツ

部分肉パーツの販売形態は、「増加した（34.2%）」が最も多く、「変わらない（56.1%）」、「減少した（9.6%）」となっている。総じて、部分肉パーツ取引が増加している。特に中小食肉卸より、大手食肉卸で顕著となっている。

### □ 部分肉フルセット

部分肉フルセットの販売形態は、「増加した（10.2%）」、「変わらない（49.1%）」、「減少した（40.7%）」となっており、総じて、部分肉フルセット取引が減少傾向となっている。特に中小食肉卸より、大手食肉卸で顕著となっている。

図 1-30 豚部分肉の販売形態の直近 5 年間の変化

単位：%

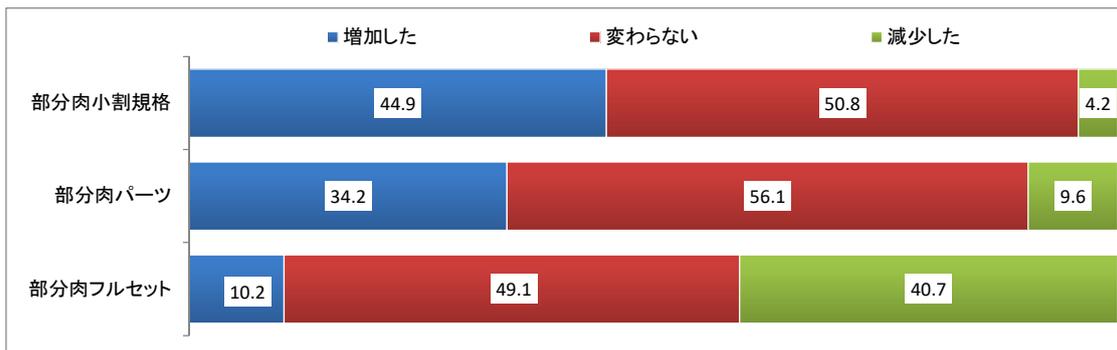


表 1-28 豚部分肉の販売形態の直近 5 年間の変化

	回答数 社	計 %	増加した	変わらない	減少した
			%	%	%
部分肉小割規格	118	100.0	44.9	50.8	4.2
大手	4	100.0	100.0	0.0	0.0
中小	114	100.0	43.0	52.6	4.4
うち、JMTC	19	100.0	42.1	52.6	5.3
部分肉パーツ	114	100.0	34.2	56.1	9.6
大手	4	100.0	75.0	25.0	0.0
中小	110	100.0	32.7	57.3	10.0
うち、JMTC	18	100.0	22.2	66.7	11.1
部分肉フルセット	108	100.0	10.2	49.1	40.7
大手	4	100.0	0.0	25.0	75.0
中小	104	100.0	10.6	50.0	39.4
うち、JMTC	17	100.0	17.6	41.2	41.2

(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

中小の食肉卸売業の業務の外部委託の現状と今後の意向について明らかにしたい。なお、配送業務についてのみ、大手食肉卸にも調査を行った。

① 業務の外部委託の状況

□ 部分肉・精肉加工

前回（5年前）と比べて、「部分肉・精肉加工」及び「配送」を外部化している割合が増加した一方、「在庫管理」及び「仕分け」は減少している。

部分肉・精肉加工の外部委託は、44.0%が「委託している」となっており、比較的多い。なお、部分肉の加工については自社所有施設であっても、加工作業者（職人）を抱える他社に委託するケースも多くみられる。

□ 在庫管理

在庫管理は、「委託していない」が84.3%で多く、「委託している」は15.7%となっている。

□ 仕分け

仕分けは、「委託していない」が91.7%で多く、「委託している」は8.3%と少ない。

□ 配送

配送は、58.8%が「委託している」となっている。基本的には自社ルート配送便による納品が多いが、一部のスポット的な納品は委託する場合もみられる。

図 1-31 中小食肉卸における業務の外部委託の状況

単位：%

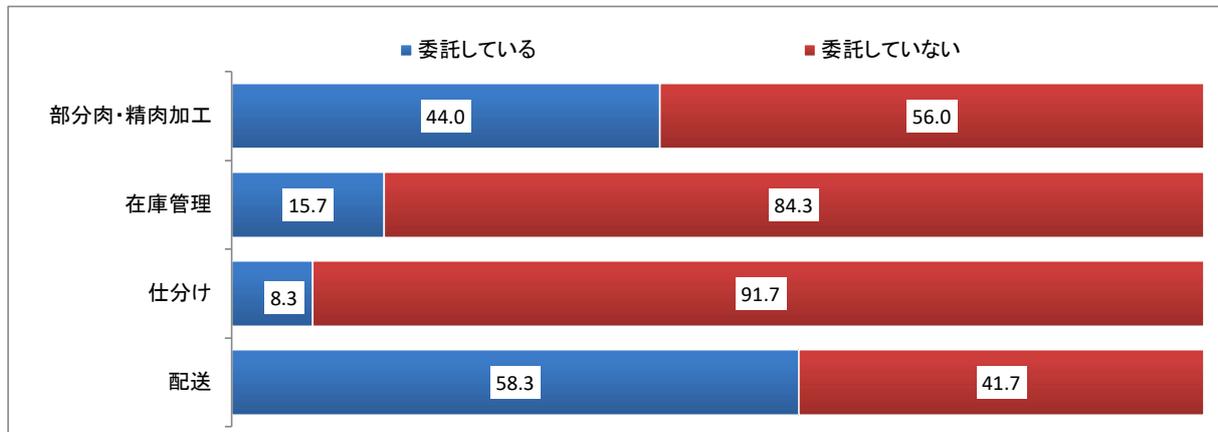


表 1-29 中小食肉卸における業務の外部委託の状況

	回答数 社	計 %	委託 している %	委託 していない %
部分肉・精肉加工				
中小	134	100.0	44.0	56.0
うち、JMTC	24	100.0	45.8	54.2
在庫管理				
中小	134	100.0	15.7	84.3
うち、JMTC	24	100.0	12.5	87.5
仕分け				
中小	132	100.0	8.3	91.7
うち、JMTC	24	100.0	12.5	87.5
配送				
大手	4	100.0	75.0	25.0
中小	132	100.0	58.3	41.7
うち、JMTC	24	100.0	87.5	12.5

② 食肉卸の販売価格における配送費の負担

食肉卸の販売価格における配送費については、販売価格に「含む」が 67.5%で、「含まない」が 32.5%となっている。大手食肉卸ではすべて「含む」で、中小食肉卸では、「含む」が 66.4%となっている。

図 1-32 食肉卸の販売価格における配送費の負担

単位：%



表 1-30 食肉卸の販売価格における配送費の負担

	回答数 社	計 %	含む %	含まない %
回答計	126	100.0	67.5	32.5
大手	4	100.0	100.0	0.0
中小	122	100.0	66.4	33.6
うち、JMTC	23	100.0	78.3	21.7

### ③ 業務の外部委託の今後の意向

現在、外部に委託していない業務に関し、今後の意向について調査した結果である。この5年間で増加してきた「部分肉・施肉加工」及び「配送」業務について、今後、「委託したい」及び「検討中」の割合が他の2業務より多い。

#### □ 部分肉・精肉加工

部分肉・精肉加工の外部委託の意向は、「委託の予定なし（82.7%）」が8割強を占め、「委託を検討中（12.0%）」、「委託したい（5.3%）」となっている。

#### □ 在庫管理

在庫管理は、「委託の予定なし（88.9%）」が9割以上を占め、「委託を検討中（10.2%）」、「委託したい（0.9%）」となっている。

#### □ 仕分け

仕分けは、「委託の予定なし（86.8%）」が9割近くを占め、「委託を検討中（11.4%）」、「委託したい（1.8%）」となっている。

#### □ 配送

配送は、「委託の予定なし（58.3%）」が6割近くを占め、「委託を検討中（30.0%）」、「委託したい（11.7%）」となっている。配送については、比較的委託の意向があるものの、トラックドライバーの人材不足もあり、中小食肉卸で大きな課題となっていると推察される。

図 1-33 中小食肉卸における業務の外部委託の今後の意向

単位：%



表 1-31 中小食肉卸における業務の外部委託の今後の意向

	回答数	計	委託 したい	検討中	委託の 予定なし
	社	%	%	%	%
部分肉・精肉加工					
中小	75	100.0	5.3	12.0	82.7
うち、JMTC	13	100.0	0.0	30.8	69.2
在庫管理					
中小	108	100.0	0.9	10.2	88.9
うち、JMTC	0	100.0	0.0	9.5	90.5
仕分け					
中小	114	100.0	1.8	11.4	86.8
うち、JMTC	21	100.0	0.0	9.5	90.5
配送					
大手	1	100.0	0.0	100.0	0.0
中小	60	100.0	11.7	30.0	58.3
うち、JMTC	5	100.0	20.0	20.0	60.0

(5) 国産食肉で冷蔵から凍結した商品の販売拡大について

一部の国産部分肉の短期的な需給調整が行われていることや冷凍・解凍技術の向上も相まって、冷蔵から凍結・解凍した国産食肉の販売事例が増加している。今回、新規に卸売業で直近5年間で増えたかどうかを調査した。小売業でも行っている(111頁参照)。全体では「増えた」が29.5%で、「増えていない」が70.5%となっている。大手食肉卸、中小食肉卸ともに同様な結果となっている。

図 1-34 国産食肉で冷蔵から凍結した商品の販売拡大について(直近5年間) 単位：%



表 1-32 国産食肉で冷蔵から凍結した商品の販売拡大について(直近5年間)

	回答数 社	計 %	増えた %	増えてい ない %
回答計	139	100.0	29.5	70.5
大手	4	100.0	25.0	75.0
中小	135	100.0	29.6	70.4
うち、JMTC	24	100.0	41.7	58.3

(6) 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

今回、小売業とともに新規に調査した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、全体では「ある」が 57.6%で、「ない」の 42.4%を上回っている。特に大手食肉卸では需要の可能性が大きいとみている。

図 1-35 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 単位：%



表 1-33 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

	回答数	計	ある	ない
	社	%	%	%
回答計	125	100.0	57.6	42.4
大手	4	100.0	100.0	0.0
中小	121	100.0	56.2	43.8
うち、JMTC	19	100.0	52.6	47.4

(7) 和牛の輸出状況について

わが国の牛肉の輸出量は、財務省の貿易統計によれば、令和元年（2019年）が4,340トンで対前年比21.9%増加し、前年に引き続き、大幅な増加となっている。回答数は少ないが、和牛の輸出に関して、以下の回答を得ている。

① 和牛の輸出に関連して、冷蔵品と冷凍品の価格差はあるか

和牛の輸出に関連して、冷蔵品と冷凍品の価格差はあるかについては、明らかに価格差が「ある（100.0%）」となっている（回答社数4社）。

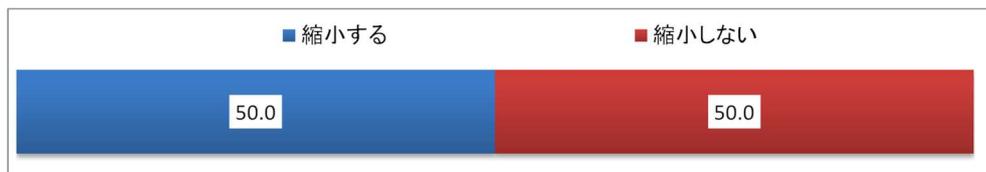
図 1-36 和牛の輸出に関連して、冷蔵品と冷凍品の価格差はあるか 単位：%



② 和牛で、急速冷凍・解凍技術を輸出時に活用すれば冷蔵品と冷凍品の価格差は縮小するか

脂肪の多い和牛で、急速冷凍・解凍技術を輸出時に活用すれば冷蔵品と冷凍品の価格差は縮小するかについては、「縮小する（50.0%）」、「縮小しない（50.0%）」に分かれおり、技術の進歩により、価格差が縮小する可能性があることを示唆している（回答社数4社）。

図 1-37 急速冷・解凍技術により価格差は縮小するか 単位：%



③ 和牛の輸出量に占めるロイン系の割合

和牛の輸出量に占めるロイン系の割合については、「5割以上」が75.0%を占めており、輸出の部位に偏りが大きいことがわかる（回答社数4社）。

図 1-38 和牛の輸出量に占めるロイン系の割合 単位：%



④ 和牛の輸出時、今後ロイン系以外の部位を販売したい意向があるか

今後、和牛のロイン系以外の部位を販売する意向については、「ある（100.0%）」となっている（回答社数4社）。

図 1-39 和牛の輸出時、今後ロイン系以外の部位を販売したい意向があるか 単位：%



#### 4 食肉卸売業の課題

##### (1) 食肉の扱い見通し（今後5年間）

食肉卸からみた食肉の扱い見通しについてみると、国産牛肉、国産豚肉は、生産が低迷しているにもかかわらず、堅調な需要予想から、総じて今後5年間は取扱を増やす意向が多い。輸入牛肉、輸入豚肉においても、近年、輸入量が拡大し、テーブルミートとして定着してきたことから、今後5年間は取扱を増やす意向が強くなっている。

##### □ 国産牛肉

国産牛肉の今後5年間の取扱見通しは、「増やす（53.9%）」が「減らす（3.9%）」を大きく上回っており、全体として増やす見通しとなっている。

##### □ 輸入牛肉

輸入牛肉は、「変えない（48.3%）」が最も多いが「増やす（46.6%）」が「減らす（5.1%）」を上回っており、全体として増やす見通しとなっている。

##### □ 国産豚肉

国産豚肉は、「増やす（52.4%）」が「減らす（4.0%）」を大きく上回っており、全体として増やす見通しとなっている。

##### □ 輸入豚肉

輸入豚肉は、「増やす（50.0%）」が「減らす（5.3%）」を大きく上回っており、全体として増やす見通しとなっている。

図 1-40 今後5年間の食肉取扱予定

単位：%

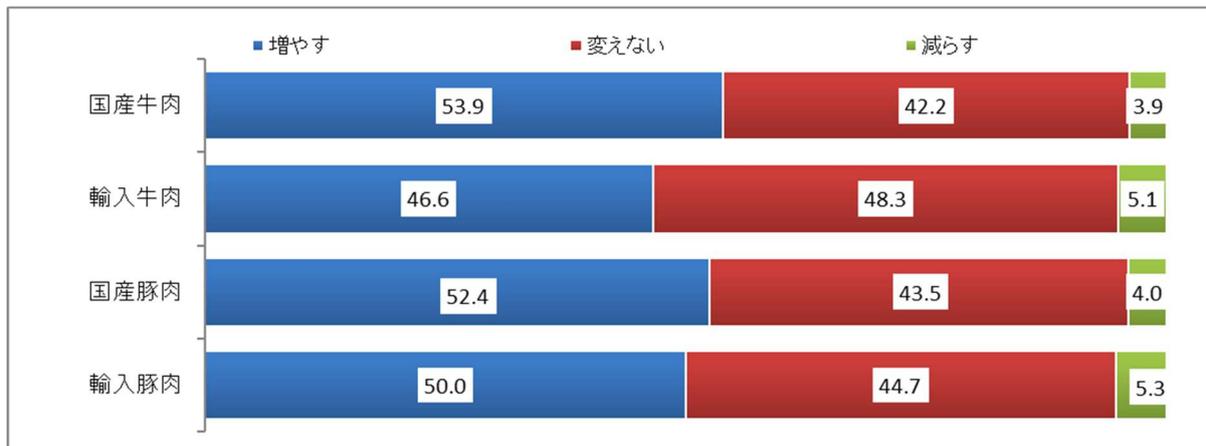


表 1-34 今後5年間の食肉取扱予定

	回答数 社	計 %	増やす %	変えない %	減らす %
国産牛肉	128	100.0	53.9	42.2	3.9
大手	5	100.0	100.0	0.0	0.0
中小	123	100.0	52.0	43.9	4.1
うち、JMTC	22	100.0	68.2	31.8	0.0
輸入牛肉	118	100.0	46.6	48.3	5.1
大手	5	100.0	80.0	20.0	0.0
中小	113	100.0	45.1	49.6	5.3
うち、JMTC	20	100.0	50.0	50.0	0.0
国産豚肉	124	100.0	52.4	43.5	4.0
大手	5	100.0	100.0	0.0	0.0
中小	119	100.0	50.4	45.4	4.2
うち、JMTC	103	100.0	53.4	42.7	3.9
輸入豚肉	114	100.0	50.0	44.7	5.3
大手	4	100.0	75.0	25.0	0.0
中小	110	100.0	49.1	45.5	5.5
うち、JMTC	19	100.0	47.4	52.6	0.0

(2) 国内需給見通し（今後5年間）

食肉卸からみた食肉の需要見通しについてみると、国産牛肉、国産豚肉は、近年の飼養頭数の低迷から、総じて減少見通しとなっている。一方、輸入牛肉、輸入豚肉は、国内の近年の牛豚飼養頭数の低迷などから、増加の見通しとなっている。食肉加工品、食肉惣菜の需要見通しについてみると、両者ともに家庭における調理機会の減少及び中食・外食の需要拡大予想などから、増加の見通しとなっている。

□ 国産牛肉

国産牛肉の需要見通しは「減少する」が4割を超えており、「変わらない」は3割を超え、全体として減少見通しとなっている。

□ 輸入牛肉

輸入牛肉の需要見通しは「増える」が7割以上を占め、「変わらない」は2割を超え、全体として増加見通しとなっている。

□ 国産豚肉

国産豚肉の需要見通しは「減少する」が3割を超え、「変わらない」も5割弱で、全体として減少見通しとなっている。

□ 輸入豚肉

輸入豚肉の需要見通しは「増える」が2/3を超え、「変わらない」は2割以上で、全体として増加見通しとなっている。

□ 食肉加工品、食肉惣菜

食肉加工品、食肉惣菜の需要見通しは「増加する」が7割を超え、全体として増加見通しとなっている。

図 1-41 今後5年間の国内需給見通し

単位：%

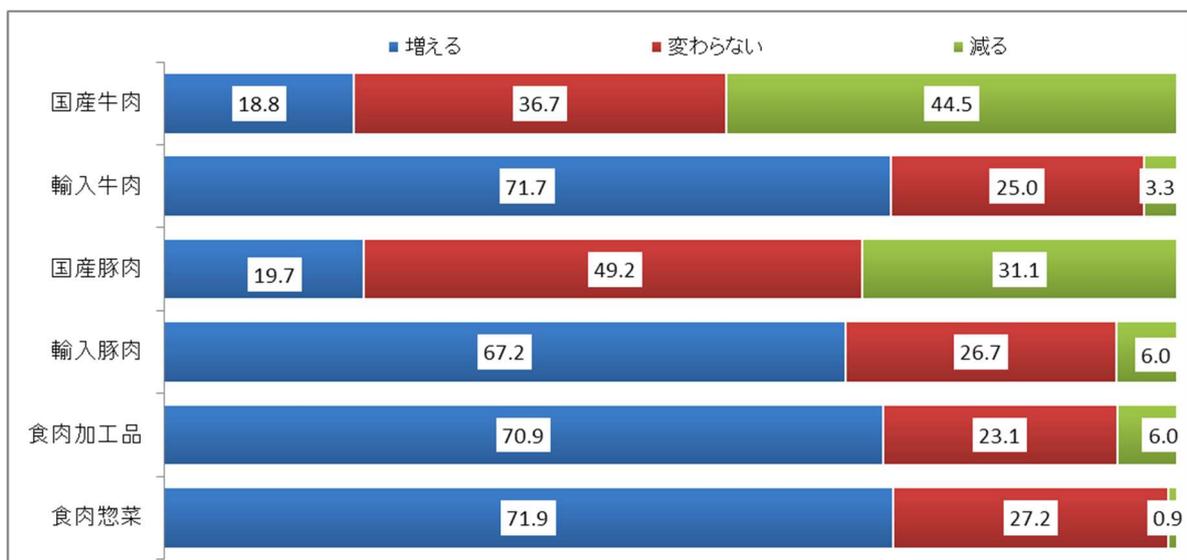


表 1-35 今後5年間の国内需給見通し

	回答数	計	増える	変わらない	減る
	社	%	%	%	%
国産牛肉	128	100.0	18.8	36.7	44.5
大手	5	100.0	0.0	40.0	60.0
中小	123	100.0	19.5	36.6	43.9
うち、JMTC	22	100.0	31.8	31.8	36.4
輸入牛肉	118	100.0	71.7	25.0	3.3
大手	5	100.0	60.0	40.0	0.0
中小	115	100.0	72.2	24.3	3.5
うち、JMTC	20	100.0	75.0	25.0	0.0
国産豚肉	124	100.0	19.7	49.2	31.1
大手	5	100.0	0.0	40.0	60.0
中小	117	100.0	20.5	49.6	29.9
うち、JMTC	21	100.0	9.5	52.4	38.1
輸入豚肉	114	100.0	67.2	26.7	6.0
大手	5	100.0	40.0	60.0	0.0
中小	111	100.0	68.5	25.2	6.3
うち、JMTC	19	100.0	57.9	42.1	0.0
食肉加工品	124	100.0	70.9	23.1	6.0
大手	4	100.0	50.0	50.0	0.0
中小	113	100.0	71.7	22.1	6.2
うち、JMTC	20	100.0	75.0	25.0	0.0
食肉惣菜	114	100.0	71.9	27.2	0.9
大手	4	100.0	75.0	25.0	0.0
中小	110	100.0	71.8	27.3	0.9
うち、JMTC	20	100.0	75.0	25.0	0.0

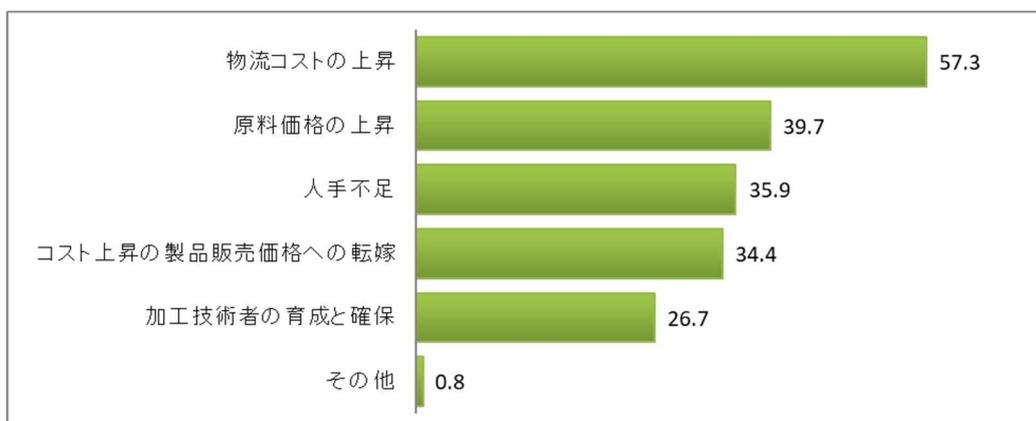
### (3) 食肉卸売業務の問題点

食肉の卸売業務の問題点は、「物流コストの上昇（57.3%）」が最も多く、「原料価格の上昇（39.7%）」、「人手不足（35.9%）」、「コスト上昇の製品販売価格への転嫁（34.4%）」の順となっている。

近年、国産牛肉は飼養頭数の減少から枝肉価格が高騰し、国産豚肉はPED（豚流行性下痢）やCSF（豚熱）並びに猛暑などによる短中期的な価格変動が大きくなっている。一方、輸入牛肉、輸入豚肉は、特にチルドが大幅に増加し、テーブルミートとして定着している。このような状況下において、需要者の調達価格の引き下げ圧力が大きいなか、食肉卸では物流コストや原料価格の上昇に加え、価格転嫁の難しさが大きな課題となっている。また、「加工技術者の育成と確保」については、人手不足のなか、加工技術者の育成確保が業界全体として課題となっている。

図 1-43 食肉卸売業務の問題点

単位：%



注：複数回答

表 1-36 食肉卸売業務の問題点

	回答数	原料価格の上昇	物流コストの上昇	加工技術者の育成と確保	コスト上昇の製品販売価格への転嫁	人手不足	その他
		社 %	%	%	%	%	%
計	131	39.7	57.3	26.7	34.4	35.9	0.8
大手	4	50.0	100.0	0.0	25.0	50.0	0.0
中小	127	39.4	55.9	27.6	34.6	35.4	0.8
うち、JMTC	24	37.5	62.5	8.3	45.8	41.7	0.0

注：複数回答

