

令和7年度第1回研修会

# 物価上昇下の食肉販売と物流2024年 問題への業界の取組を追う

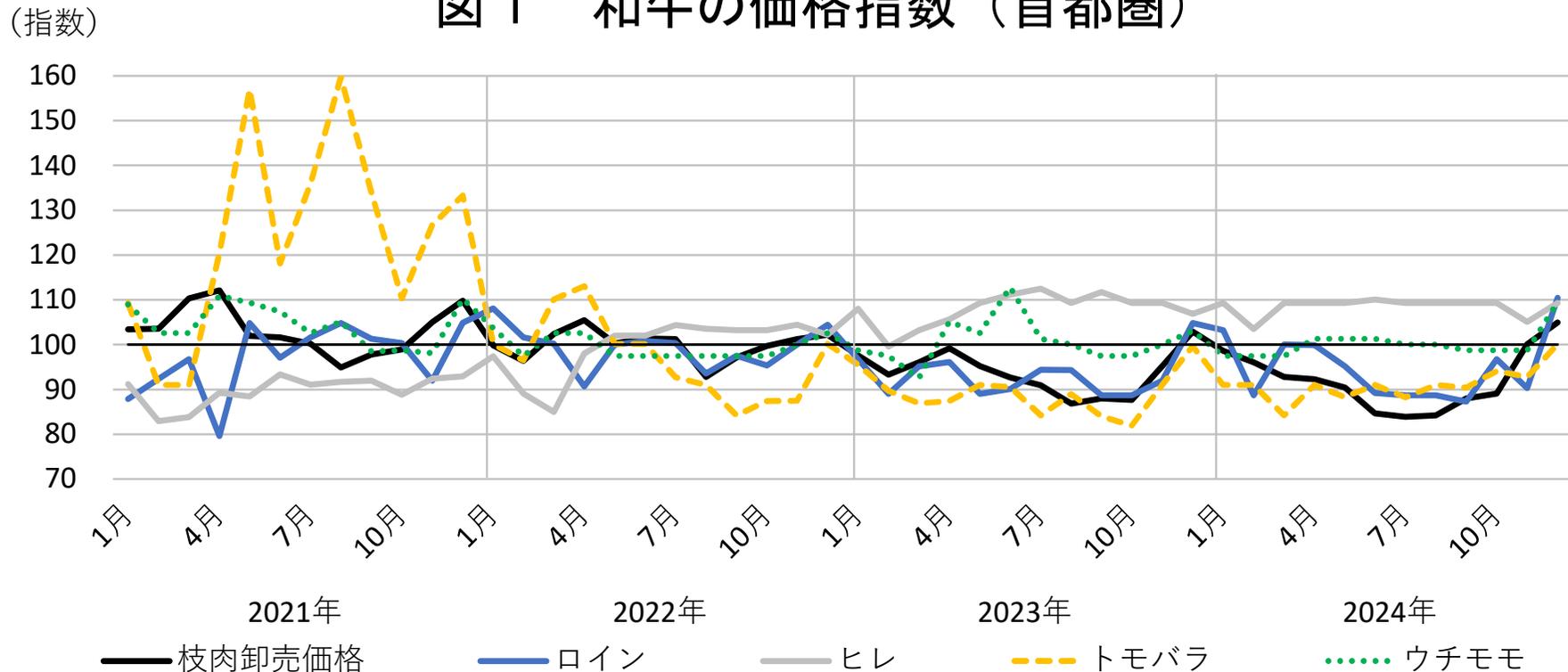
2025年6月5日（木）

公益財団法人 日本食肉流通センター

情報部長 安藤 松太郎

# I 物価上昇下の食肉販売の現状 1 和牛肉価格の動向

## 図1 和牛の価格指数（首都圏）



注1.部分肉の価格指数＝各月の重量中央値/2022年の重量中央値×100

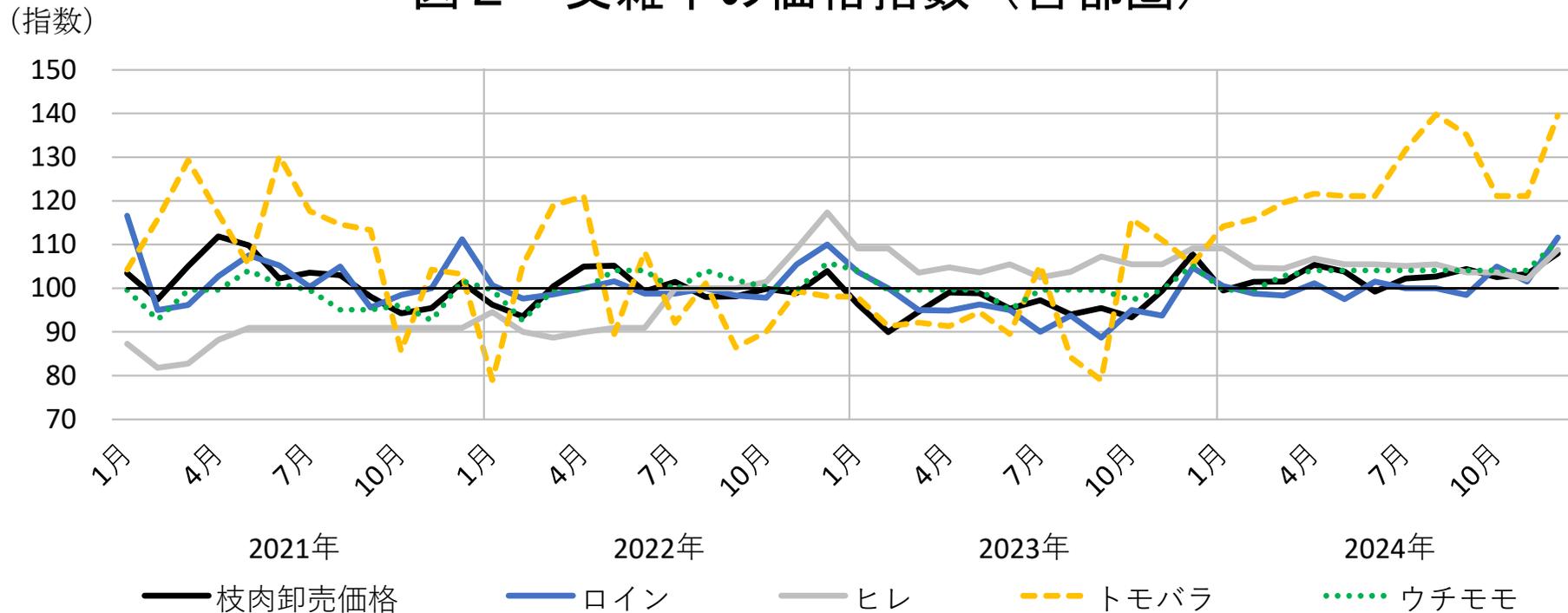
2.枝肉卸売価格の価格指数＝各月の平均価格/2022年の平均価格×100

3.枝肉卸売価格は、農林水産省「畜産物流通統計」東京市場の和牛去勢A4である。

- 枝肉価格指数は、2021年後半から物価の上昇による消費者の生活防衛意識の高まりにより低下傾向で推移。
- ロインは、高級な部位であるため、消費者の節約志向の影響を受けて低迷。
- ヒレは、外食需要の回復により、2022年後半からは価格指数が100を超えて推移。

## 2 交雑牛肉価格の動向

図2 交雑牛の価格指数（首都圏）



注1.部分肉の価格指数=各月の重量中央値/2022年の重量中央値×100

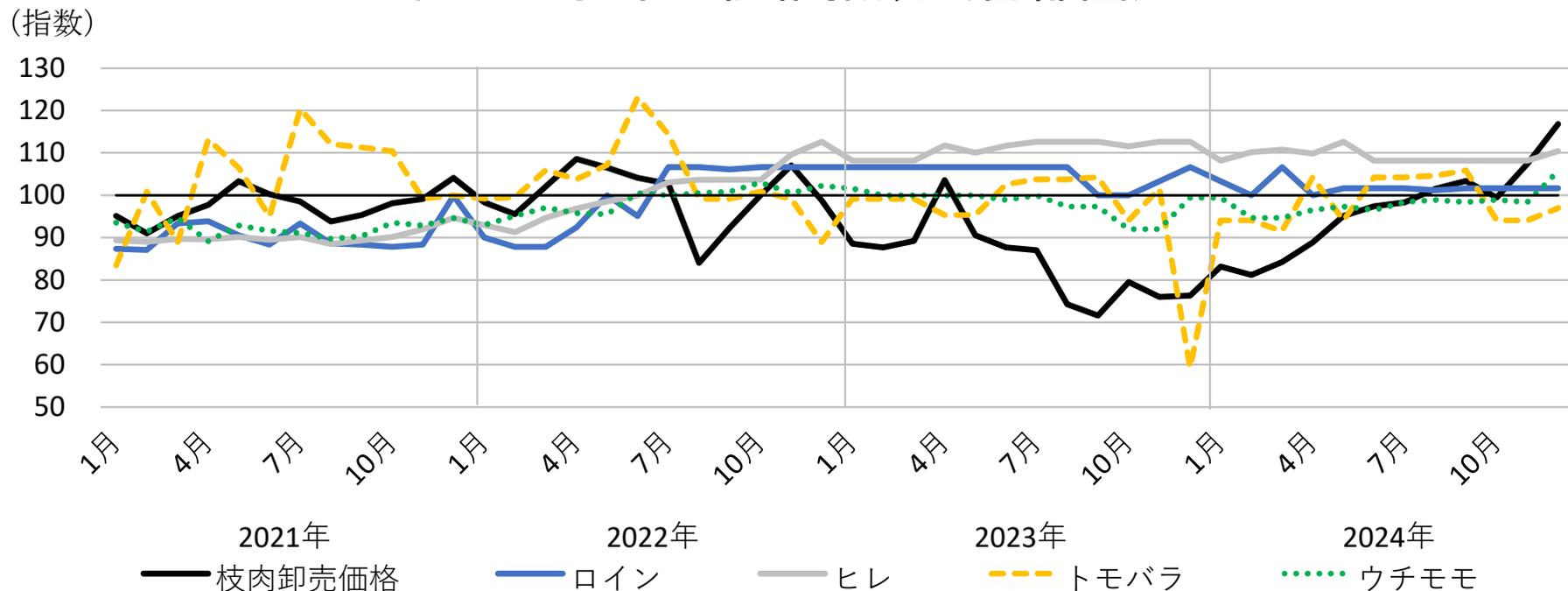
2.枝肉卸売価格の価格指数=各月の平均価格/2022年の平均価格×100

3.枝肉卸売価格は、農林水産省「畜産物流通統計」東京市場の交雑牛去勢B3である。

- 枝肉価格指数は、2023年に入ると100を割って推移したが、和牛と異なり同年年末から回復し100を超えて推移。
- ロインは、和牛に比べて手頃な価格帯なことから需要は手堅く、2024年には指数が100前後の水準に回復して推移。
- トモバラは、輸入トモバラの輸入量の減少や価格上昇の影響もあって引合いが強まり、価格指数は大きく上昇。

### 3 乳牛肉価格の動向

図3 乳牛の価格指数（首都圏）



注1.部分肉の価格指数＝各月の重量中央値/2022年の重量中央値×100

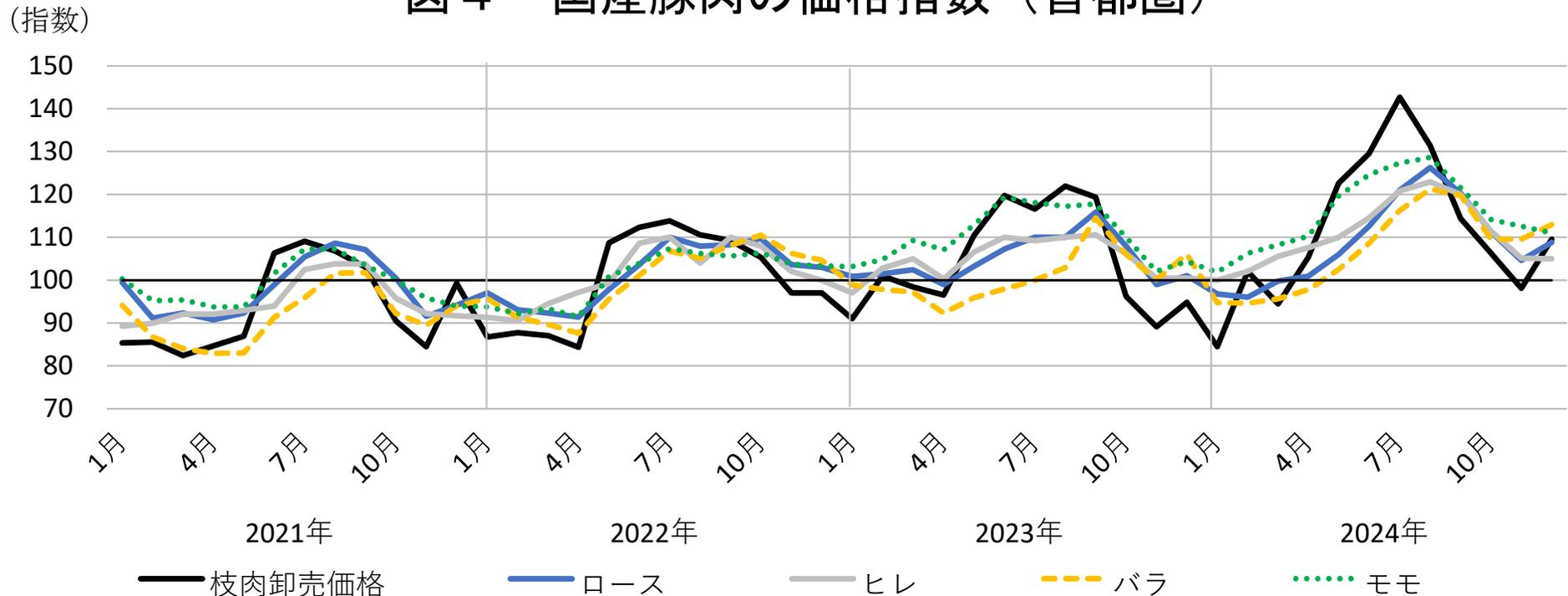
2.枝肉卸売価格の価格指数＝各月の平均価格/2022年の平均価格×100

3.枝肉卸売価格は、農林水産省「畜産物流通統計」東京市場の乳牛去勢B2である。

- 枝肉価格指数は、2023年後半には大きく落ち込んだものの、2024年になると回復。
- ロインは、他の畜種に比べ手頃な価格帯であることから輸入品の代替となり、2022年半ばから需要が戻って上昇。
- ウチモモは、赤身を特徴とし価格は比較的安く、安定した需要を反映して横ばいで推移。

## 4 国産豚肉価格の動向

図4 国産豚肉の価格指数（首都圏）



注1.部分肉の価格指数=各月の重量中央値/2022年の重量中央値×100

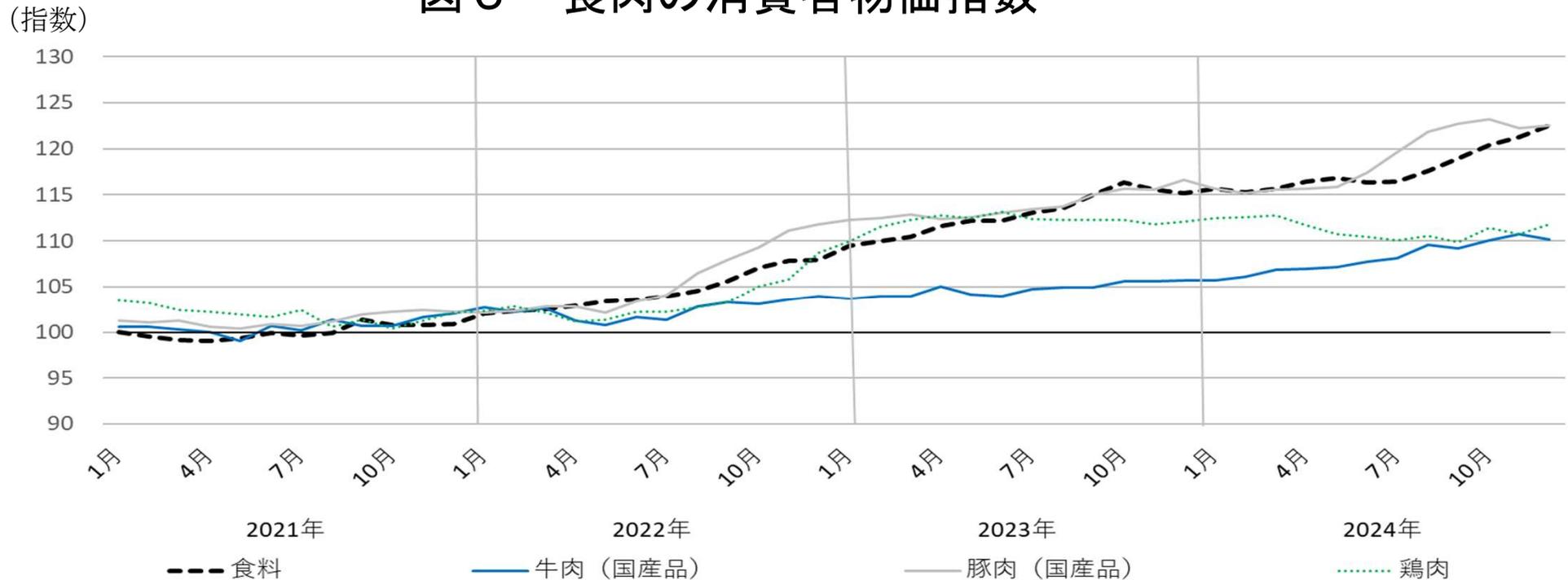
2.枝肉卸売価格の価格指数=各月の平均価格/2022年の平均価格×100

3.枝肉卸売価格は、農林水産省「畜産物流通統計」東京市場の上である。

- 枝肉価格は、輸入豚肉の価格上昇や国内の出荷頭数が減少により上昇傾向で推移し、2024年7月には最高価格を更新（指数142.7、価格831円/kg）。
- 部分肉の価格指数も枝肉と同様に推移。
- 部位による需給動向の違いを反映して、2023年に入るとモモの価格指数がロースを上回って推移。

## 5 食肉関連の消費者物価指数の動向

図5 食肉の消費者物価指数

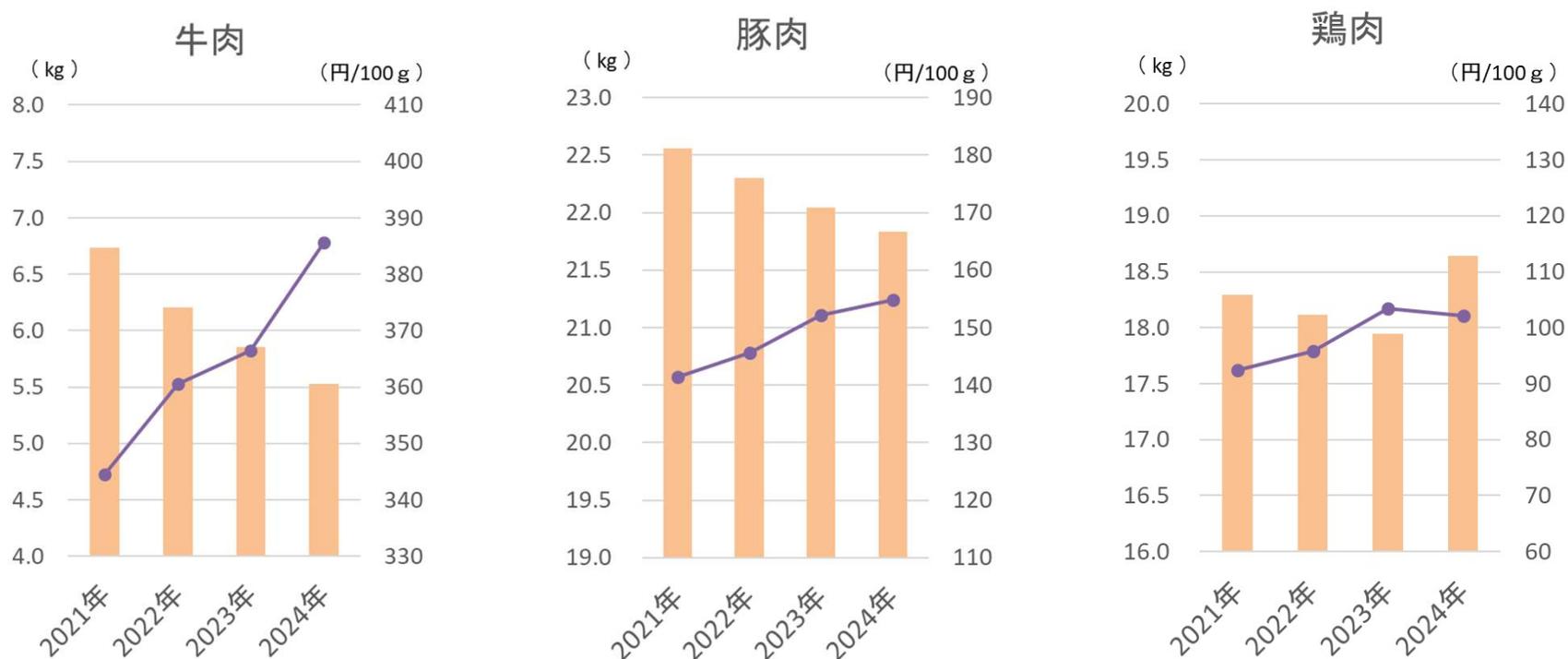


資料：総務省「消費者物価指数」(全国)より作成。  
注：指数は、2020年平均を基準(100)としている。

- 牛肉(国産品)の指数は、食料と同時期に上昇傾向となるが、その割合は抑えられて緩やかな上昇となり、食料や豚肉より低い指数で推移。
- 豚肉(国産品)の指数は、食料と同様の水準で上昇し、2024年12月には122.5と食肉の中で最も高い指数。
- 鶏肉の指数も上昇傾向で推移するが、他の食肉と異なり2023年10月頃から緩やかな低下に転じ、2024年12月には111.8となった。

## 6 家計消費の動向

図6 食肉の購入数量・購入価格



資料：総務省「家計調査」の二人以上の世帯のデータにより作成。

■ 購入数量  
● 購入価格

- 牛肉・豚肉の購入数量は毎年減少しており、特に牛肉の減少割合は大きい。一方、鶏肉は2023年までは減少していたものの、2024年にはかなり増加。
- 購入価格は、牛肉は元々他の食肉よりも高いことに加えて価格が上昇したことから購入数量の減少につながったことがうかがえる。鶏肉は、2024年に購入価格は抑えられたこともあり、購入数量は大きく伸びた。

## 6 家計消費の動向(つづき)

表 世帯当たり年間の購入数量, 支出金額及び購入価格

|               | 2021年   | 2022年   | 2023年     | 2024年     | 2021年比<br>(2024/2021) |
|---------------|---------|---------|-----------|-----------|-----------------------|
| 食料支出金額 (円)    | 952,812 | 982,661 | 1,038,653 | 1,079,228 | 113.3%                |
| <b>生鮮肉</b>    |         |         |           |           |                       |
| 購入数量 (g)      | 52,227  | 51,089  | 50,193    | 50,350    | 96.4%                 |
| 支出金額 (円)      | 78,229  | 78,259  | 79,811    | 80,658    | 103.1%                |
| 購入価格 (円/100g) | 150     | 153     | 159       | 160       | 106.9%                |
| <b>牛肉</b>     |         |         |           |           |                       |
| 購入数量 (g)      | 6,738   | 6,202   | 5,853     | 5,529     | 82.1%                 |
| 支出金額 (円)      | 23,210  | 22,356  | 21,449    | 21,321    | 91.9%                 |
| 購入価格 (円/100g) | 344     | 360     | 366       | 386       | 112.0%                |
| <b>豚肉</b>     |         |         |           |           |                       |
| 購入数量 (g)      | 22,554  | 22,297  | 22,041    | 21,835    | 96.8%                 |
| 支出金額 (円)      | 31,892  | 32,487  | 33,553    | 33,818    | 106.0%                |
| 購入価格 (円/100g) | 141     | 146     | 152       | 155       | 109.5%                |
| <b>鶏肉</b>     |         |         |           |           |                       |
| 購入数量 (g)      | 18,295  | 18,117  | 17,949    | 18,643    | 101.9%                |
| 支出金額 (円)      | 16,915  | 17,372  | 18,558    | 19,033    | 112.5%                |
| 購入価格 (円/100g) | 92      | 96      | 103       | 102       | 110.4%                |

資料：総務省「家計調査」の二人以上の世帯のデータにより作成。

- 物価上昇による消費者の生活防衛意識の高まりにより、比較的高価な牛肉を中心に家庭での購入数量が減少。
- 牛肉や豚肉から、より安価な鶏肉へシフトしていることがうかがえる。

## Ⅱ 物流2024問題への業界の取組

- ✓ 日本食肉流通センターは、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。
  
- ✓ 今回は『物流の2024年問題』の対応状況も含めて以下のとおり聴取り。
  - 聴取り対象者  
食肉事業者、食肉の運送業者、大手食肉加工メーカーの物流担当者、冷蔵倉庫業者
  
  - 聴取り時期  
食肉事業者：2025年1月、物流・倉庫関係者：2024年11月

# 1 影響と取組の考え方

- ✓ いずれの事業者からも、2024年問題が食肉の物流量を減らす影響を与えたとする報告はなし。
- ✓ 一方で、2024年問題を契機として、以下の動きがみられた。
  - ① 食肉事業者に物流の責任を持つ組織や責任者が作られたり、強化されたりした。
  - ② 運送料金の引き上げが始まっており、食肉事業者では食肉への価格転嫁が意識され始めた。
  - ③ 食肉の運送業務と付帯業務を区分する意識が業界で明確になり、その対応が検討され始めた。
  - ④ 物流の効率化の方策について強く意識され始めた。

# 1 影響と取組の考え方(つづき)

## 運送業者、冷蔵倉庫業者及び食肉事業者の主な声

- ✓ 本社に物流本部を立ち上げ、営業などの主要部署と同列として位置付けて2024年問題に取り組んでいる。(大手食肉事業者)
- ✓ トラックでの食肉の荷積み・荷下ろしは手作業で行っているが、これはドライバーの仕事である。これ以外の業務は付帯業務で別建てとしている。取引先に法令遵守として『しない、させない、頼まない』ことをお願いしている。(大手食肉事業者)
- ✓ 運送会社から2024年に続いて本年も運送料金を値上げすると言われている。販売先に説明をして価格転嫁をお願いしているが、状況の理解はしてくれるものの、転嫁を受け入れるのは半々といったところ。(食肉事業者)
- ✓ 現在、首都圏と関西圏に物流拠点となる施設を整備中である。加工機能を備えて食肉製品の営業と物流をする施設となり、完成すればグループの保管能力は大幅に増強される。今は他社と連携する段階ではなく、自社グループ内の物流内製化を強化していく。(大手食肉事業者)

## 2 具体的な取組

- ✓ 食肉事業者及びその物流を支える運送業者・冷蔵倉庫業者は、2024年問題に対して危機感または大きな問題意識を持っている。
- ✓ それぞれの業界とも、すでに対応するための具体的な行動を起こしており、その効果は、すでに一定の成果を出しているものもあれば、まだ途中のものもある。
- ✓ 多く聴かれた具体的な取組としては、倉庫の予約システムを始めとする作業のシステム化、食肉集荷について一時保管場所での集約化、長距離運送での輸送方法の改善、パレタイズ（パレット荷積み）による運送、リードタイムの延長、商習慣の見直しであった。
- ✓ 混載や共同配送の取組の報告もあったが、本格的な取組にはなっていない模様。また、運送料金や冷蔵庫の保管料金について一定の引き上げが進んでいる中で、食肉事業者による納品価格への転嫁はむずかしい実態にある模様。

## 2 具体的な取組(つづき)

### 運送業者、冷蔵倉庫業者及び食肉事業者の主な声

- ✓ 月曜日は、九州から到着したトラックが並んで戦場のようであったが、トラック受付システムを導入し、さらに従来の伝票とサインを止めて倉番がタブレットでバーコード読み込むシステムに変更して改善できた。これによって庫内作業も見える化されて現状分析ができるようになり、時間外労働が半減した。  
(冷蔵倉庫業者)
- ✓ 以前はトラックで数十か所の営業冷蔵庫を回って食肉を集荷し、そのまま出荷していたが、今は荷を一時保管場所に集約している。そこで出荷先別に荷を整理してトラック積みするようにしてから、効率的な集荷・出荷が可能となっている。  
(運送業者)
- ✓ 長距離運送においては、九州からの便はフェリーの活用、東北からの便は陸送の中継拠点を設置して活用している。  
(大手食肉加工メーカー)
- ✓ 2024年問題の対応としてリードタイムの延長を荷主(食肉事業者)に申し入れて実現できている。以前は出庫当日午前中まで受けていたが、今は前日午前として1日延長している。配車と人繰りが楽になったし、オーダーが減ることもない。  
(運送業者)

## 2 具体的な取組(つづき)

### 運送業者、冷蔵倉庫業者及び食肉事業者の主な声

- ✓ 配送センターから地域販売拠点までのグループ内物流にパレタイズ運送を実施するようにした。以前はパレット規格がセンターと販売拠点で異なるため、11×12パレットに統一して積替作業をなくした。11標準パレットは使用しない。販売拠点から販売先への配送は、販売先により荷が違いため、パレットは用いずベタ積みとなる。(大手食肉加工メーカー)
- ✓ トラックでのパレット積みは、ベタ積みに対して3割ぐらい積載量が落ちる。ベタ積みは、隙間なく積めて荷崩れが防止できる利点もある。(大手食肉事業者の運送子会社、冷蔵倉庫会社)
- ✓ 2023年に豚肉の段ボール箱の規格を見直して統一した。枝肉格付が3kg大きくなることも織り込んでいる。これによりパレット利用もしやすくなった。牛肉の段ボール箱規格も検討しているが、品種などで肉の大きさが異なることから難しく実現できていない。輸出対応としても検討しなければならない。(大手食肉事業者)
- ✓ 派遣ドライバーを増員してドライバー不足を補っている。フリーでいたいドライバーが多く、彼らは派遣会社に登録している。当社はトラックを用意して運送業務をお願いする。(運送業者)

### 3 今後の課題

- ✓ 2024年問題は、各事業者にとってこれからも続く問題。  
その中でも今悩んでいる最大の課題としては、ドライバーを始めとする人材の確保が共通。  
この他、食肉事業者にとっては、リードタイムの延長や販売先での付帯業務の解消、運送コストの価格転嫁などが差し迫った課題。
- ✓ 将来の物流の効率化を図るという観点からは、複数事業者による共同配送の実現、効率的な受発注や配送の実現が大きな課題。

#### 運送業者、冷蔵倉庫業者及び食肉事業者の主な声

- ✓ 大きな課題はドライバーの確保である。次いでコスト上昇の販売先への転嫁、リードタイムの延長。（大手食肉事業者の運送子会社）
- ✓ 冷蔵倉庫は寒暖差が大きく、作業もきついなどの理由から、若い人が集まらず深刻な状況である。ドライ倉庫と比べられてしまうこともある。フォークリフト免許取得経費の補助、長時間労働の抑制、休息室の確保、1人の職員が複数業務を行えるようにするなどの対応をしていく。（冷蔵倉庫業者）

### 3 今後の課題(つづき)

#### 運送業者、冷蔵倉庫業者及び食肉事業者の主な声

- ✓ リードタイムの延長に取り組んでおり、グループ内、つまり親会社との間では実現できている。しかし、量販店などの販売店とのリードタイムは、それほど変わっておらず、これからの課題である。(大手食肉事業者の運送子会社)
- ✓ ドライバーの付帯業務として整理できずに残っているのは、販売先PCでのグループ店舗ごとの仕分け・荷下ろしの作業などがある。また、ドライバーは、着荷主への荷下ろし作業のときに倉庫入れをするが、荷主が『先入れ先出し』ができるように荷の移動をする作業もある。(大手食肉事業者の運送子会社)
- ✓ 他社と食肉の共同配送を試行してみたが上手くいかず、共同の難しさを実感した。(大手食肉加工メーカー)
- ✓ 食肉事業者は、物流改正法によって、荷主として物流管理統括者を置くことが義務付けられ、中長期計画を定めて定期的な報告をしなければならないなど負担が増えたと感じている。(大手食肉加工メーカー)

# 日本食肉流通センターホームページのご案内

○当センターのホームページで、定期的に食肉に関するレポートを公表。

- ◇食肉業界の販売動向について（2025年6月報告） 6月4日公表 **NEW!**
- ◇最近の食肉をめぐる状況（2025年3月報告） 3月5日公表
- ◇食肉業界の販売動向について（2025年2月報告） 2月4日公表 等

<https://www.piif.jmtc.or.jp/report/>



○部分肉価格情報専門チャンネル

『市況速報』 各地域をクリックしてご覧ください

※表項目の部分肉について、部位ごとの取引価格と取引重量の情報がご覧になれます

| 項目            | 公表のサイクル/公表日 | 地域  |     |     |    |
|---------------|-------------|-----|-----|-----|----|
| 豚カット肉「1」      | 日報（月～金曜）    | 首都圏 | 近畿圏 |     |    |
| 豚カット肉「1」・（週間） | 週報（火曜）      | 首都圏 | 中京圏 | 近畿圏 | 九州 |
| 和牛チルド「4」      | 週報（火曜）      | 首都圏 | 中京圏 | 近畿圏 | 九州 |
| 乳牛チルド「2」      | 週報（水曜）      | 首都圏 |     | 近畿圏 | 九州 |
| 交雑牛チルド「3」     | 週報（水曜）      | 首都圏 |     | 近畿圏 | 九州 |
| 輸入牛肉          | 半月報（3日/18日） | 首都圏 | 中京圏 | 近畿圏 | 九州 |
| 輸入豚肉          | 半月報（3日/18日） | 首都圏 | 中京圏 | 近畿圏 | 九州 |

<https://www.jmtc.or.jp/>



○牛・豚コマースシャル規格書・動画



動画

【牛肉編】



【豚肉編】



<https://www.youtube.com/channel/UCbGkcoZBnqS2yE5RP9vZjHA>

コマースシャル  
規格書

<https://www.piif.jmtc.or.jp/cmkkaku/>