

食肉の販売意向調査の結果(23 年度上期)について ～食肉専門店の調査結果～

畜産需給部 需給業務課

【要約】

23 年度上期の牛肉及び豚肉の販売意向について、3 月 31 日付けで報告した量販店と卸売業者へのアンケート調査に引き続き、食肉専門店へのアンケート調査を実施した。なお、この調査は 23 年 3 月に実施したものであり、3 月 11 日の東日本大震災の発生前に回答されたものも数件含まれている旨ご留意願いたい。

食肉専門店の 23 年度上期の販売見込みについては、前回調査と同様に牛肉は「減少」、豚肉は「同程度」を挙げている者が多かった。そのうち減少とした理由は、牛肉、豚肉ともに「景気悪化」が最も多かった。

○ 食肉専門店の食肉販売見通し

平成 23 年度上期の食肉の販売動向などについて、食肉専門店での見通しを 3 月に全国の主要専門店 60 社を対象にアンケート調査を行い、55 社から回答を得たものである（回収率 91.7%）。

（1）食肉専門店における最近の取扱割合

調査時点における量販店での食肉の取扱割合（重量ベース）は、牛肉 43%、豚肉 40%、鶏肉 17%であった。この割合は前回調査（22 年 9 月）と比べても、大きな変化は見られなかった（表 1）。

表 1 最近の食肉の取扱割合（食肉専門店、重量ベース）

（単位：％）

区分	牛肉	豚肉	鶏肉	合計
最近の取扱割合	43 (42)	40 (41)	17 (17)	100 (100)

（注）（ ）は、前回の平成 22 年 9 月調査結果

(2) 食肉専門店の23年度上期食肉販売見通し

平成23年度上期(4～9月)の食肉専門店における食肉の販売見通しを見ると、牛肉の販売は、前回調査と同様「減少」を見込む割合が最も高く、豚肉も前回調査と同様「同程度」を見込む割合が最も高かった(表2)。

表2 平成23年度上期の販売見通し(食肉専門店、重量ベース)
(構成比単位：%)

区分	販売の増減			合計
	増加	同程度	減少	
牛肉	13 (12)	34 (43)	53 (45)	100 (100)
豚肉	12 (16.5)	48 (47)	40 (36.5)	100 (100)

(注) () は、前回の平成22年9月調査結果

(3) 減少理由は景気の悪化

上記の回答者から、その増加の理由について聞いてみたところ、牛肉は「単価の安い部位の売れ行き増加」を挙げる者が最も多かった。また、豚肉は「その他」が多く、その内容としては牛肉の代替や単価の安い商品の売り上げ増加などであった。

減少の理由については牛肉、豚肉ともに「景気悪化」が最も多かった(表3、4)。

表3 平成23年度上期の販売見通しの牛肉の増減理由(食肉専門店)

増加理由	割合 %	(前回) %	減少理由	割合 %	(前回) %
特売回数の増加	10	(19)	特売回数の減少	3	(7)
小売価格の減少	0	(0)	小売価格の上昇	3	(3)
卸売価格の低下	0	(0)	卸売価格の上昇	9	(3)
銘柄牛肉の売れ行き好調	0	(12)	景気悪化	73	(77)
品揃えを拡充	30	(19)	その他	12	(10)
単価の安い部位の売れ行き増加	40	(19)	合計	100	(100)
店舗改装	0	(12)			
その他	20	(19)			
合計	100	(100)			

(注) 複数回答。() は、前回の平成22年9月調査結果

表4 平成23年度上期の販売見通しの豚肉の増減理由（食肉専門店）

増加理由	割合 %	(前回) %	減少理由	割合 %	(前回) %
特売回数の増加	11	(25)	特売回数の減少	3	(11)
小売価格の減少	0	(0)	小売価格の上昇	7	(0)
卸売価格の低下	0	(0)	卸売価格の上昇	10	(4)
銘柄豚肉の売れ行き好調	11	(25)	景気悪化	67	(70)
品揃えを拡充	22	(19)	その他	13	(15)
店舗改装	0	(12)	合計	100	(100)
その他	56	(19)			
合計	100	(100)			

(注) 複数回答。()は、前回の平成22年9月調査結果