

# 食肉販売動向調査結果 (2021年度上半期)

2021年4月

独立行政法人農畜産業振興機構

※ 本調査結果は当機構の見解ではなく、当機構が定期的に調査を実施している主要な食肉の卸売業者および小売業者（全ての業者ではない）を対象としたアンケート調査の回答をとりまとめたものである。

## 【ポイント】（2021年2月現在）

新型コロナウイルス感染症（以下「COVID-19」という）の影響下における食肉販売状況

○2020年下半期（実績）は、前回調査に続きCOVID-19が食肉の販売に与えた影響が調査回答に反映された。

○卸売業者における販売状況は、外出自粛により、牛肉では和牛および輸入品（冷蔵、冷凍）で、豚肉では全ての区分で外食向けが減少した。一方、内食需要の高まりから豚肉で量販店・食肉専門店向けが増加した。

販売見通しでは、「量販店向けを強化していく」といった意見の一方で、「内食需要の反動減を懸念する」との声も挙げられた。和牛の4,5等級については、「COVID-19の終息を期待しつつ、根強い和牛人気を背景に輸出向けを増加させる」といった声が挙げられたものの、「外出制限・自粛の影響」などにより外食店向けのみならず、「消費者の低価格志向」などにより量販店向けについてもやや減少を見込む声も挙げられた。一方、輸入牛肉については、外食需要の減少などにより同程度もしくは減少傾向との結果となった。

○小売業者における販売状況は、特に量販店においてCOVID-19の影響による内食需要を取り込み、牛肉・豚肉・鶏肉の全てで販売量がおおむね増加した。

販売見通しでは、「さらなる内食需要の高まりを期待する」といった意見の一方で、「COVID-19の特需からの反動減を警戒する」という声もあり、おおむね現状維持との見方が多い結果となった。

## 調査概要

当機構では、食肉の消費・販売動向を把握するため、年に2回、卸売業者や小売業者（量販店および食肉専門店）の協力を得て、食肉の取り扱いや販売見通しに関するアンケート調査を実施している。

今回は、2020年度下半期（2020年10月～2021年3月）の実績および2021年度上半期（2021年4月～9月）の見通しについて調査を行った（2021年2月時点）。

調査対象期間および調査期間は、COVID-19の影響下にあり、通常の傾向と異なる傾向となっている。

概要は以下の通りである。

### （参考）調査対象者と回収数

### 調査対象者と回収率

（単位：者）

#### 1. 調査方法

アンケート調査

#### 2. 調査対象者と回収率

右表の通り

#### 3. 調査期間

2021年2月26日～3月19日

	調査対象者数①	回収数②	回収率 (%) ③ = ②/①
卸売業者			
牛肉	15	15	100
豚肉	13	13	100
小売業者			
量販店	20	20	100
食肉専門店	63	63	100

注：調査対象者は、食肉の市況（仲間相場）や小売価格について、当機構が定期的に調査を実施している主要な食肉の卸売業者および小売業者であり、全ての業者ではない。

## I 卸売業者

### 牛肉

- 1 食肉の取扱状況・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1頁
- 2 仕向け先別販売割合・取扱状況・・・・・・・・・・・・ 2～3頁
- 3 和牛の等級別取扱割合・販売見通し・・・・・・・・・・・・ 4～5頁
- 4 食肉の部位別販売見通し・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 6頁
- 5 輸入食肉の販売見通し・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 7頁

### 豚肉

- 6 食肉の取扱状況・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 8頁
- 7 仕向け先別販売割合・取扱状況・・・・・・・・・・・・ 9～10頁
- 8 食肉の部位別販売見通し・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 11頁
- 9 輸入食肉の取扱割合・販売見通し・・・・・・・・・・・・ 12頁

## II 小売業者（食肉専門店・量販店）

- 1 食肉の取扱割合・販売見通し・・・・・・・・・・・・ 13～16頁
- 2 和牛の等級別取扱割合・販売見通し・・・・・・・・・・・・ 17～18頁
- 3 食肉の小売価格・見通し・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 19頁
- 4 食肉の販売拡大に向けた対応・・・・・・・・・・・・ 20～21頁
- 5 輸入食肉の取扱割合・販売見通し（量販店）・・・・・・・・ 22～24頁

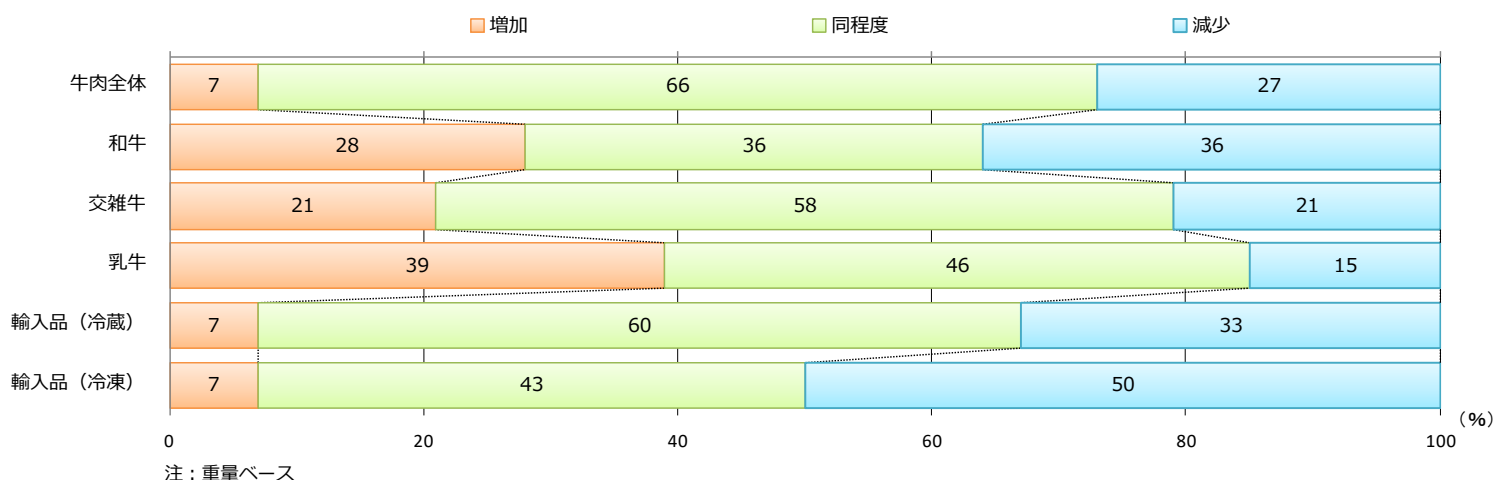
## 牛肉全体の取扱状況

～輸入品（冷凍）を除いておおむね同程度～

○2020年度下半期の卸売業者における牛肉全体の取扱状況（重量ベース）は、新型コロナウイルス感染症（以下、COVID-19）の影響を受けた**前回調査（2020年度上半期）との比較では「同程度」の回答が7割弱と多い中、「減少」が「増加」を上回った。**

○品種別に増減結果をみると、**交雑牛および乳牛を除く食肉で「減少」が「増加」を上回る結果となった。**減少理由は国産牛肉で「**外食向け需要の減少**」、輸入牛肉で「**外食向け需要の減少**」および「**相場高**」が多かった。一方、和牛および乳牛の増加理由は「**小売向け需要の増加**」が多く、前回調査に続き、COVID-19の影響に伴う販売先の変化が増減に影響したことがうかがえる。

2020年度下半期における牛肉の取扱状況（2020年度上半期との比較）



## 和牛の等級別取扱状況

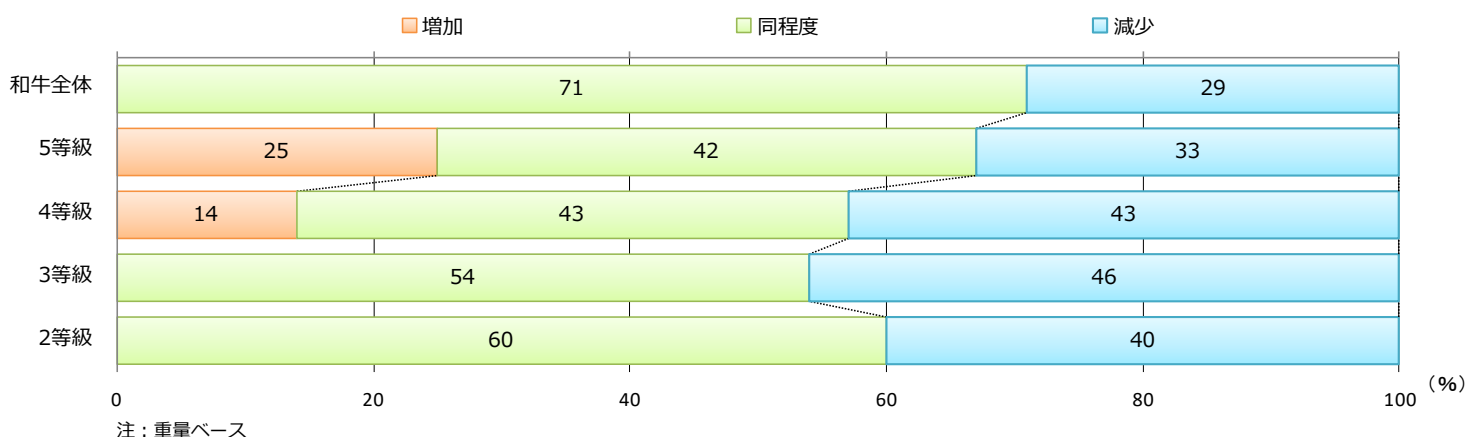
～おおむね同程度から減少傾向～

○前年同期（2019年度下半期）と比較した2020年下半期の和牛等級別の取扱状況（重量ベース）については、**5等級、3等級、2等級は「同程度」が最も多く、4等級は「同程度」および「減少」が同水準であった。**

○減少理由については、5等級、4等級は「**外出の制限・自粛**」が最も多く、次いで、「**インバウンド需要の減少**」、3等級は「**外出の制限・自粛**」および「**格付等級の割合が低い**」が挙げられた。

○増加理由については、5等級では「**格付等級の割合が増加した**」が挙げられた。

等級別にみた和牛の取扱状況（卸売業者）

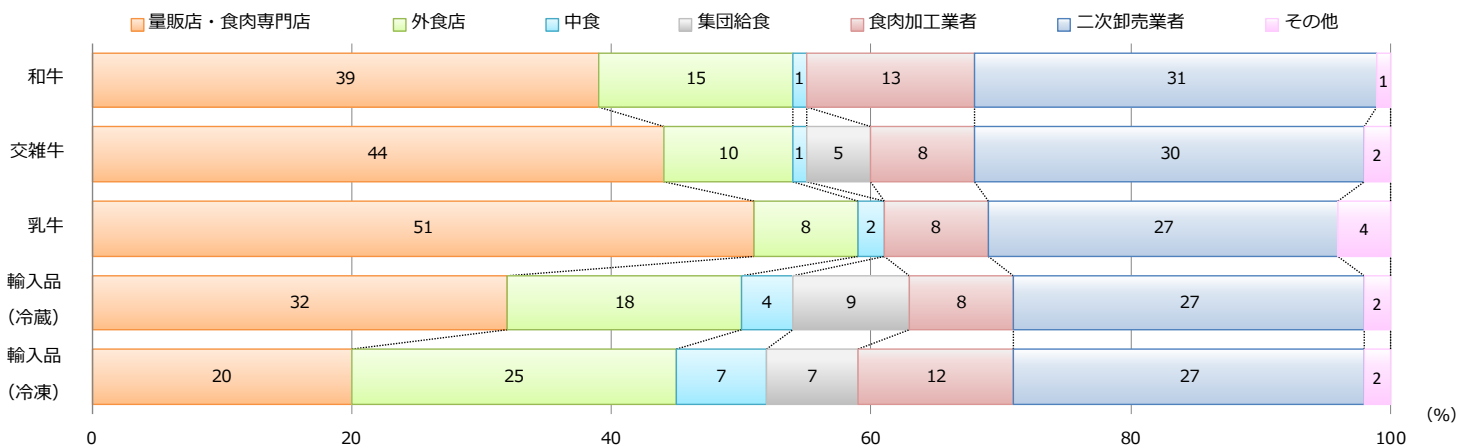


仕向け先別販売割合（牛肉）

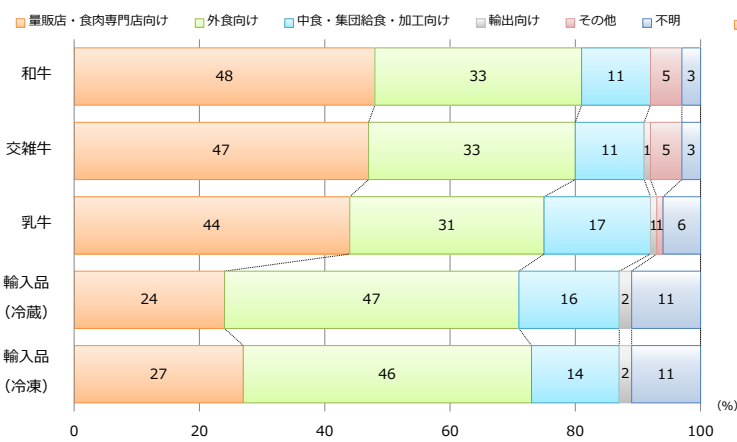
～国産品は「量販店・食肉専門店」向けが過半を超える～

- 2020年度下半期の卸売業者における牛肉の仕向け先別販売割合の実績（重量ベース）を見ると、**輸入品（冷凍）を除いた牛肉で「量販店・食肉専門店」向けの仕向け割合が最も多かった。**
- さらに、「二次卸売業者」の最終仕向け先を加味すると**「量販店・食肉専門店」向けの仕向け割合は和牛54%、交雑牛58%、乳牛63%、輸入品（冷蔵）38%、輸入品（冷凍）27%**となった。全体的に量販店仕向けが多い中、2020年度上半期と比較すると量販店仕向け割合が若干低下していることから、下半期に入り家計消費以外への仕向けも回復してきていることがうかがえる。
- 輸入品（冷凍）は「二次卸売業者」が27%で最も多く、次いで、「外食店」が25%となった。**「二次卸売業者」の最終仕向け先を加味すると**「外食店」向けの仕向け割合は約4割**となり、輸入品（冷凍）は業務向けの利用が中心となっているとみられる。
- 輸入品（冷凍）の「外食店」の内訳はファミリーレストラン、焼き肉店およびステーキ店の計が約7割を占める。

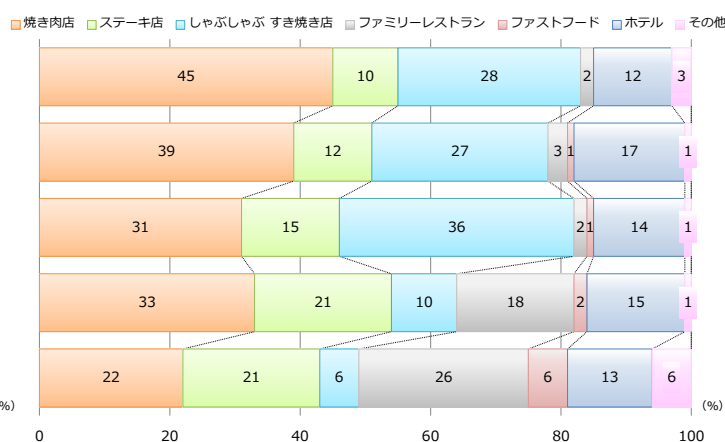
2020年度下半期の仕向け先別販売割合（牛肉）



<参考> 二次卸売業者の最終仕向け先



<参考> 外食店の内訳



注：データは、各者の仕向け先別販売割合（重量ベース）であり、加重平均ではない。

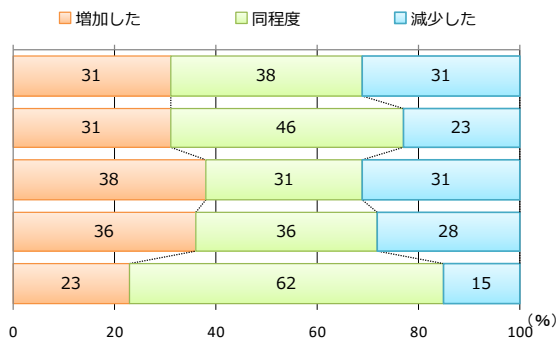
仕向け先別取扱状況（牛肉）

～量販店・食肉専門店は乳牛で「増加」～

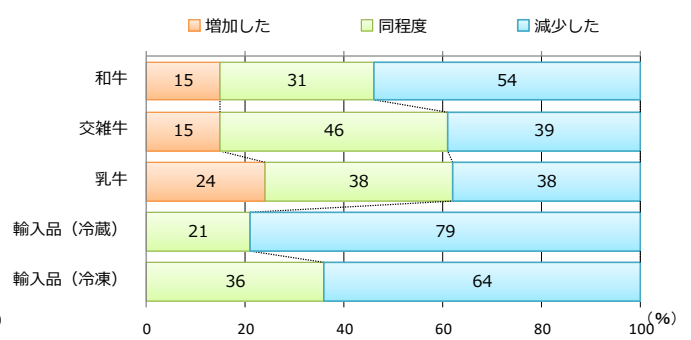
- 2020年度下半期の牛肉の仕向け先別の取扱状況（重量ベース）について前年同期（2019年度下半期）と比較すると、**量販店・食肉専門店では和牛、交雑牛、輸入品（冷蔵）で「同程度」、乳牛で「増加した」が最も多かった。**増加理由として「低価格商品の需要が高まりつつある」などが挙げられた。
- 前回調査（2020年度上半期）と比較すると、量販店・食肉専門店では「増加した」の割合が減少し、「同程度」が増加した。**一方、**外食店及び集団給食では、前回「増加した」の回答はなかったが、今回は、国産品で「増加した」の回答があり、また「同程度」も増加した。****中食では、前回、国産品で「増加した」の回答はなかったが、今回は回答があり、また「同程度」も増加したことから、需要の回復がうかがえる。**
- 外食店では和牛、輸入品（冷蔵）、輸入品（冷凍）で「減少した」が最も多かった。**減少理由として「COVID-19の影響により外食店向けの販売が減少した。」などが挙げられた。
- 中食では、和牛、交雑牛、乳牛で「同程度」、輸入品で「減少した」がそれぞれ最も多かった。**
- 集団給食、食肉加工業者では全ての区分で「同程度」が最も多くなっている。**

仕向け先別取扱状況（牛肉）

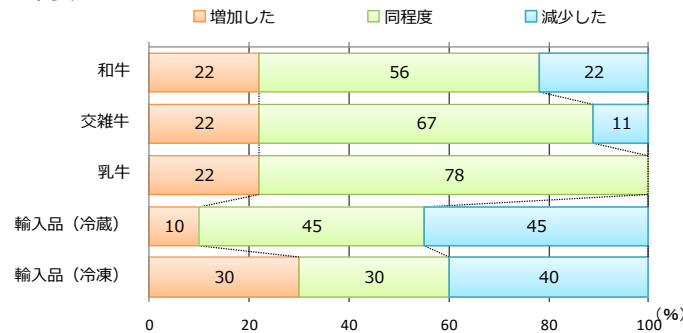
<量販店・食肉専門店>



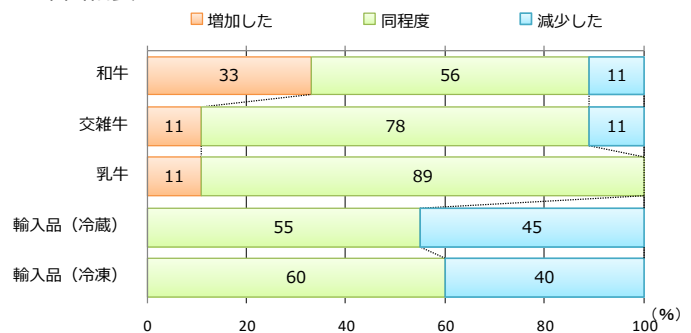
<外食店>



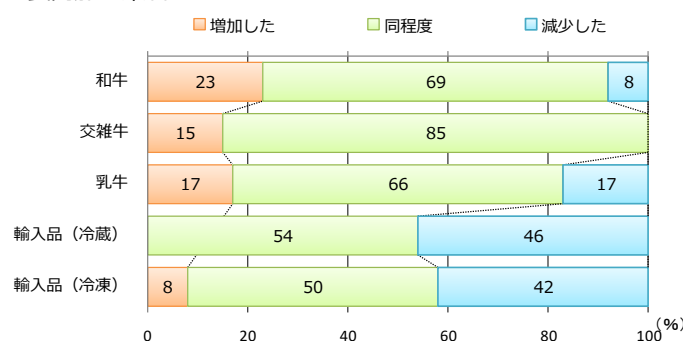
<中食>



<集団給食>



<食肉加工業者>

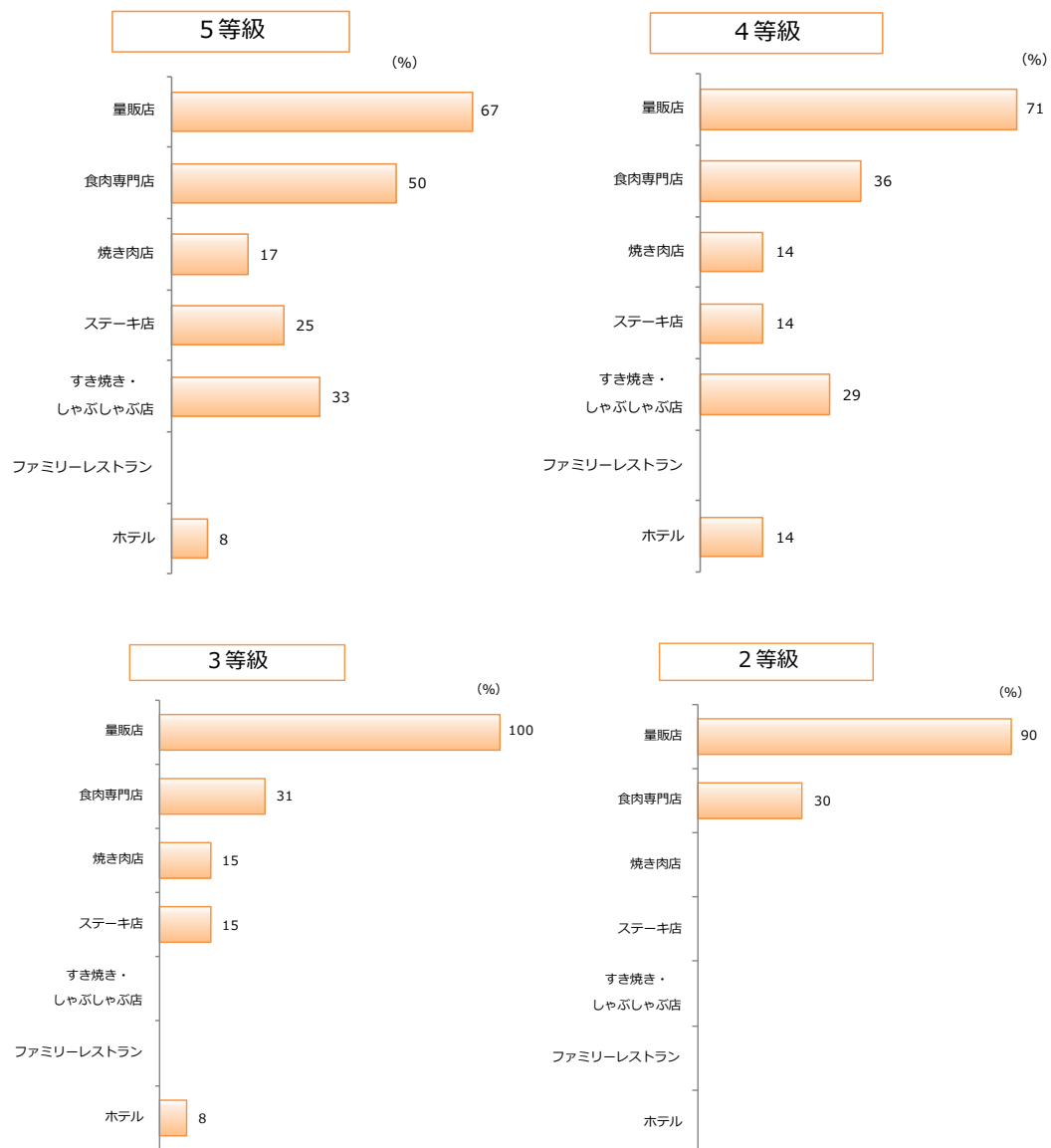


注：重量ベース

### 和牛の等級別の主な販売先 ～ 全ての等級で「量販店」および「食肉専門店」が多い～

- 卸売業者における和牛の等級別の主な販売先（件数ベース）については、**「量販店」へ仕向けるとの回答が最も多く、次いで、「食肉専門店」となった。**
- 前年同期（2019年度下半期）と比較すると、2020年度下半期はすべての等級で「量販店」へ仕向けると回答した者が大きく増加していることから、内食需要の高まりを背景に小売店に多く出回ったとみられる。また、2020年度上半期と比較すると、「ステーキ店」や「すき焼き・しゃぶしゃぶ店」向けは需要に回復がみられる一方、特に「ホテル」向けが大きく減少しており、需要が回復していない状況がうかがえる。
- また、4等級以外では2019年度下半期と比較して、「量販店」に加え「食肉専門店」へ仕向けると回答した者が増加した。

和牛の等級別の主な販売先（卸売業者）



注：各等級の取扱いがある者に占める各販売先へ販売した者の割合（複数回答）

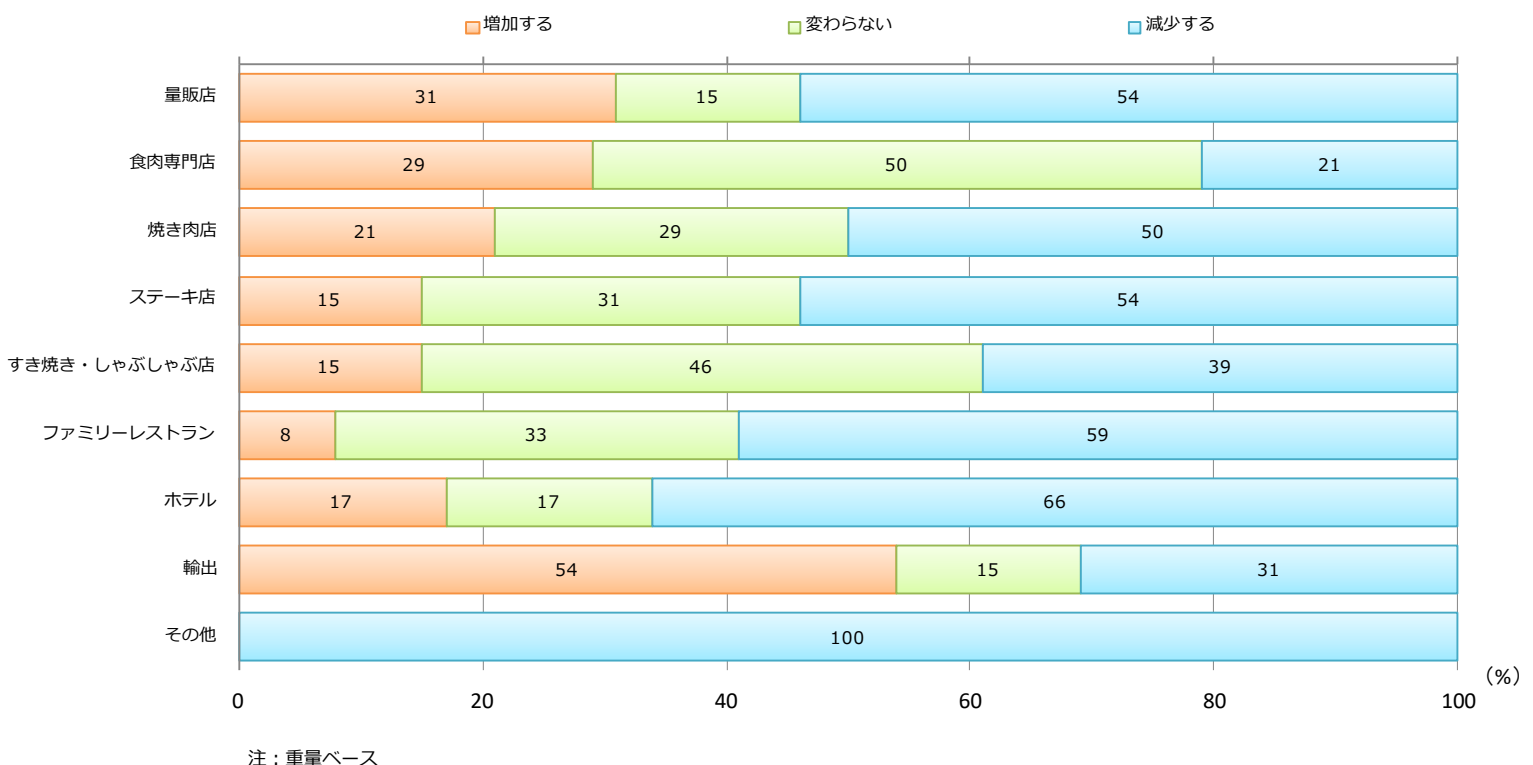
### 和牛（4,5等級）の販売先別販売見通し ～輸出向けの仕向けが増加見通し～

○2021年度上半期の卸売業者における和牛（4,5等級）の販売先別販売見通し（重量ベース）については、**前回調査（2020年度下半期）と比較すると、今回は、量販店及び食肉専門店以外で「増加する」の回答はなかったが、今回は「その他」を除く全ての区分において「増加する」の回答があった。特に、輸出は約5割まで増加し、COVID-19の影響下においても輸出向け需要に回復が見られる結果となった。**

○輸出の増加理由として、「海外での根強い和牛人気」、「COVID-19の終息による環境・需要の変化を期待」、「アジアマーケットでの需要向上を見込む」などが挙げられた。

○量販店の減少理由として「消費者の低価格志向」が多く挙げられた。また、焼き肉店、ステーキ店、すき焼き・しゃぶしゃぶ店、ファミリーレストラン、ホテルの減少理由として「外出の制限・自粛」が多く挙げられた。

2021年度上半期の和牛（4,5等級）の販売先別販売見通し（卸売業者）



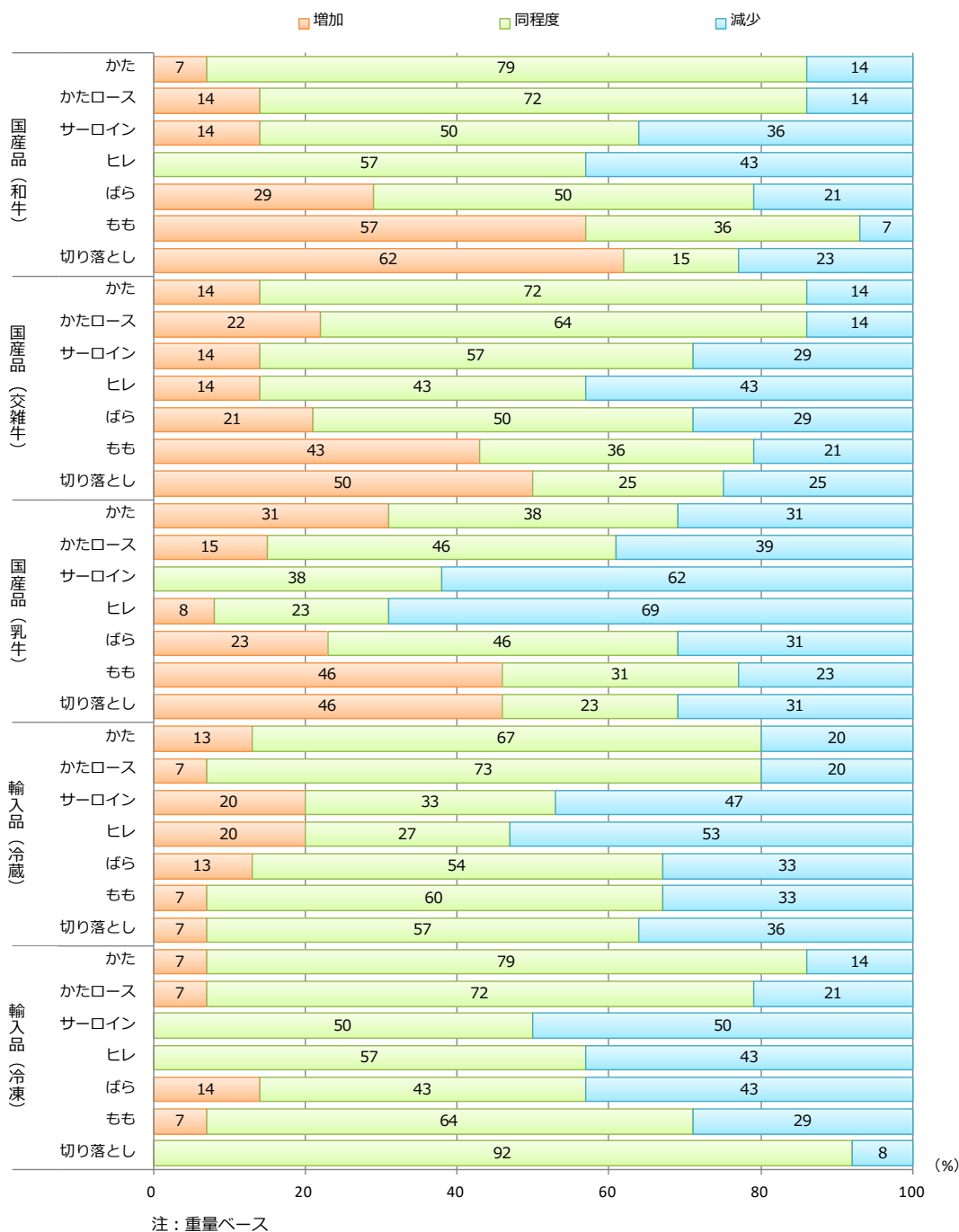


部位別販売見通し（牛肉）

～国産品・輸入品ともに「サーロイン」「ヒレ」を中心に減少～

- 前年同期（2020年度上半期）と比較した2021年度上半期の卸売業者における牛肉の部位別販売見通し（重量ベース）については、国産品の和牛、交雑牛、乳牛いずれも「もも」および「切り落とし」において「増加」が最も多かった。理由として「COVID-19による景気の低迷が回復せず消費者の低価格志向が強まる」などが挙げられた。
- 輸入品（冷蔵）では「サーロイン」および「ヒレ」において「減少」が最も多かった。また、輸入品（冷凍）はおおむね「同程度」が多かったものの、「サーロイン」、「ばら」は「同程度」および「減少」が同水準となった。減少理由として「COVID-19の影響により外食需要の回復が見通せないため」などが挙げられた。

2021年度上半期の牛肉の部位別販売見通し

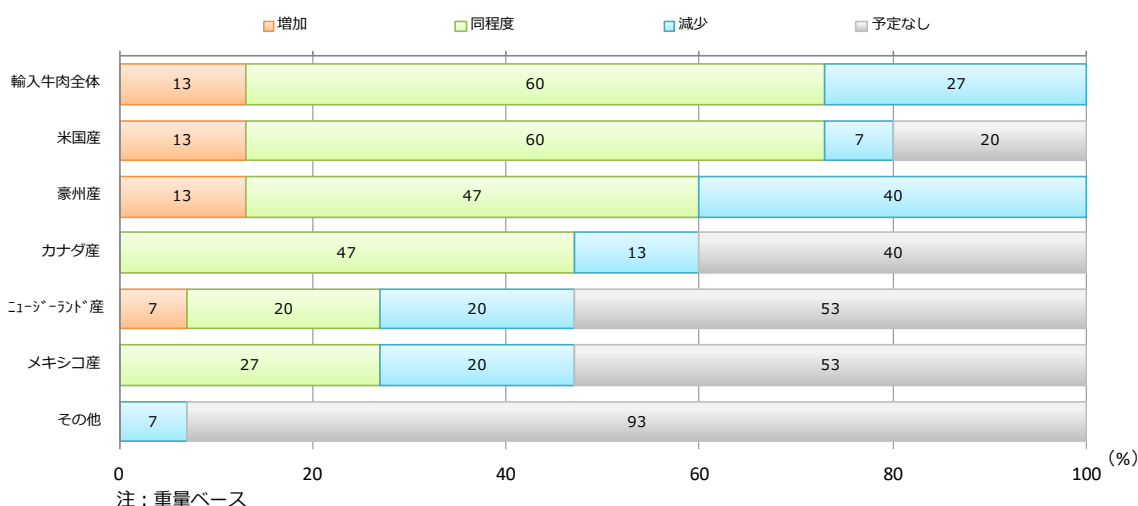


輸入牛肉の取扱見通し

～おおむね現状維持の見通し～

- 今後1年間の卸売業者における輸入牛肉の取扱見通し（重量ベース）については、**輸入牛肉全体では「同程度」が最も多い中、「減少」が「増加」を上回った。**
- 国別に見ると、米国産、豪州産、カナダ産は「同程度」が最も多く、また、豪州産は「減少」が「増加」を上回った。
- 米国産については、前回調査（2020年度下半期）では「増加」の割合が約4割と最も多かったものの、今回調査ではCOVID-19の影響による物流の遅れなどから「同程度」が60%と最も多くなった。**
- ニュージーランド産、メキシコ産については「予定なし」が最も多かった。
- 豪州産の減少理由として「生産量の減少により、入荷量が減るため」、「外貨高により仕入価格が上昇しているため調達を見直す」などが挙げられた。

今後1年間の輸入牛肉の取扱見通し（卸売業者）

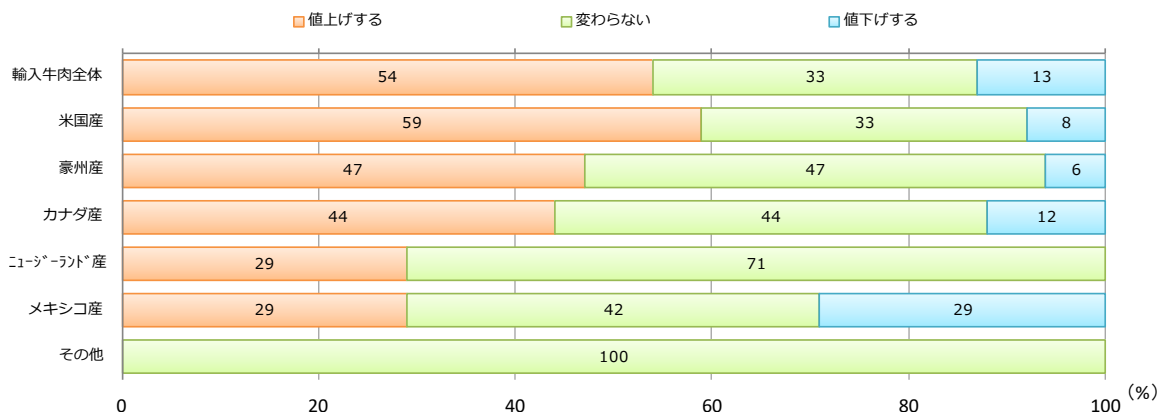


輸入牛肉の販売価格見通し

～「値上げ」が多い見通し～

- 今後1年間の卸売業者における輸入牛肉の販売価格見通しについては、**輸入牛肉全体では「値上げする」が54%とそれぞれ最も多かった。**
- 国別に見ると、米国産で「値上げする」が最も多かった。また、豪州産、カナダ産では「値上げする」と「変わらない」がそれぞれ47%、44%となっている。
- 米国産、豪州産の値上げ要因として「現地価格の高騰」、「外貨高により仕入価格が上昇しているため」などが挙げられた。

今後1年間の輸入牛肉の販売価格見通し（卸売業者）

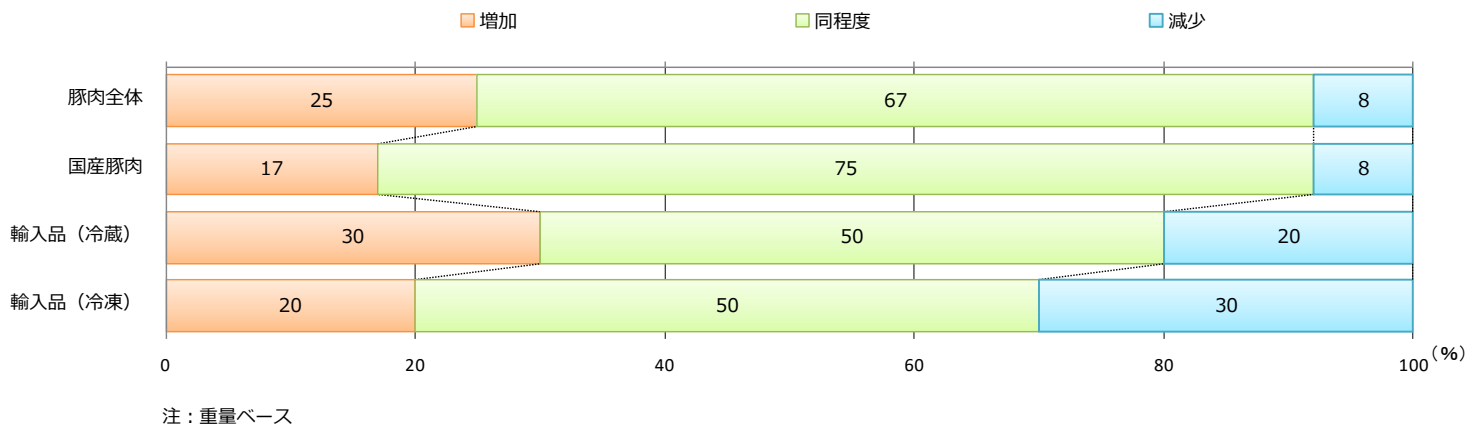


## 豚肉全体の取扱状況

～おおむね現状維持～

- 前回調査（2020年度上半期）と比較した2020年度下半期の卸売業者における豚肉の取扱状況（重量ベース）は、**全ての区分で「同程度」が最も多かった。**
- 増加理由は全ての区分で「小売向け需要の増加」が最も多かった。また、「例年より気温が低い月もあったので、鍋物需要が堅調に推移したことも豚肉消費が拡大した要因」とのコメントも挙げられた。
- 減少理由は全ての区分で「外食向け需要の減少」が多かった。
- 外出自粛による量販店向けが好調であったことから、国産豚肉、輸入品（冷蔵）は「増加」が「減少」を上回った。一方、外食向けが多い輸入品（冷凍）は、外食需要の減退などから「減少」が「増加」を上回った。

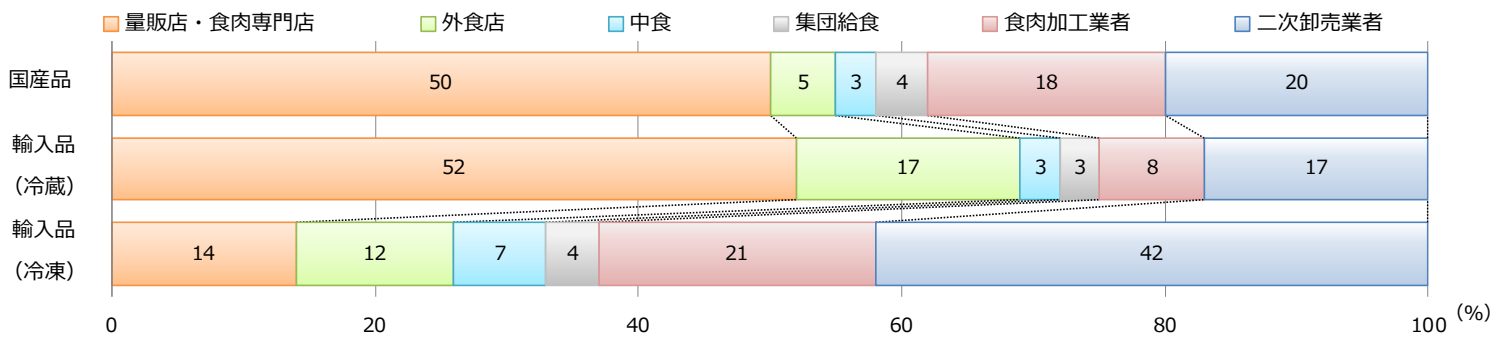
2020年度下半期における豚肉の取扱状況（2020年度上半期との比較）



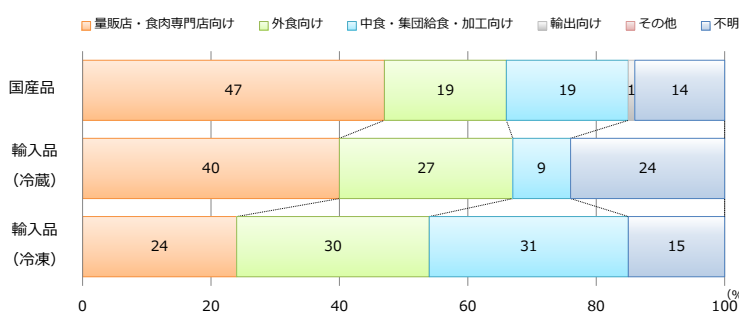
**仕向け先別販売割合（豚肉）** ～国産品、輸入品（冷蔵）はテーブルミートとしての需要が高い～

- 2020年度下半期の卸売業者における豚肉の仕向け先別販売割合の実績（重量ベース）を見ると、**国産品および輸入品（冷蔵）は「量販店・食肉専門店」が最も多く、約半数を占めていることから、テーブルミートとしての需要が高いことがうかがえる。**
- さらに、「二次卸売業者」の最終仕向け先を加味すると「量販店・食肉専門店」向けの仕向け割合は約6割となり、2020年度上半期と比較すると増加しており、引き続き内食需要が好調なことがうかがえる。
- 輸入品（冷凍）は「二次卸売業者」が約4割と最も多いが「二次卸売業者」の最終仕向け先を加味すると、中食・集団給食・加工向けが全体の約5割、外食店が約3割を占めることがわかる。
- 「二次卸売業者」に販売された豚肉の最終仕向け先は、**輸入品（冷凍）の約6割、国産・輸入品（冷蔵）の約4割が外食店および中食・集団給食・加工の業務向け**となっている。
- 「外食店」の内訳を見ると、国産品はとんかつ・ステーキ店およびホテル、輸入品（冷蔵）はとんかつ・ステーキ店、輸入品（冷凍）はファミリーレストランが最も多かった。

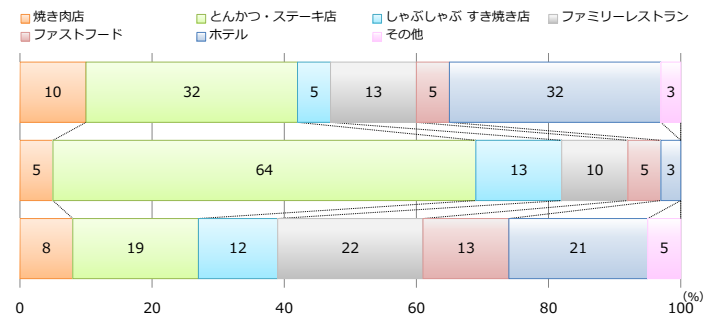
2020年度下半期の仕向け先別販売割合（豚肉）



<参考> 二次卸売業者の最終仕向け先



<参考> 外食店の内訳



注：データは、各者の仕向け先別販売割合（重量ベース）であり、加重平均ではない。

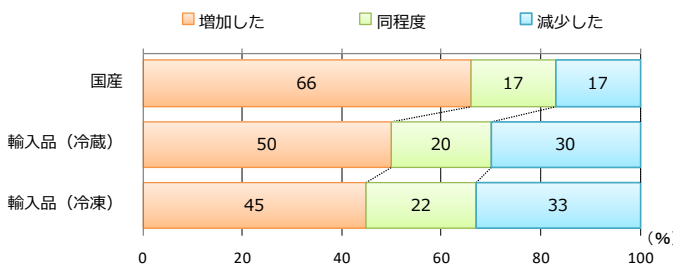
仕向け先別取扱状況（豚肉）

～量販店・食肉専門店は「増加」～

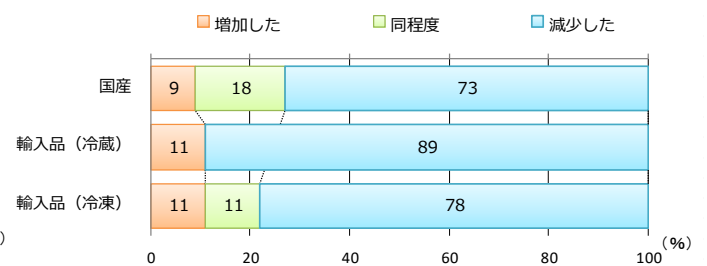
- 2020年度下半期の豚肉の仕向け先別の取扱状況（重量ベース）について前年同期（2019年度下半期）と比較すると、**量販店・食肉専門店では全ての区分で「増加した」が最も多かった。**増加理由として「COVID-19の影響から国民の生活様式が変化しており、精肉および加工食品（冷食、半調理品）への需要は拡大している。」が挙げられた。
- 外食店では全ての区分で「減少した」が最も多かった。**減少理由として「COVID-19の影響により外食店向けの販売が減少した」などが挙げられた。
- 中食では、国産および輸入品（冷凍）は「増加した」が最も多かった。輸入品（冷蔵）は「増加した」と「同程度」が同水準になった。**増加理由として「COVID-19の影響によりフードデリバリーの需要が増加した」が挙げられた。
- 集団給食では全ての区分で「同程度」が最も多く、食肉加工業者では輸入品（冷蔵）を除いて「同程度」が最も多かった。輸入品（冷蔵）は「減少した」と「同程度」が同水準となった。**

仕向け先別の取扱状況（豚肉）

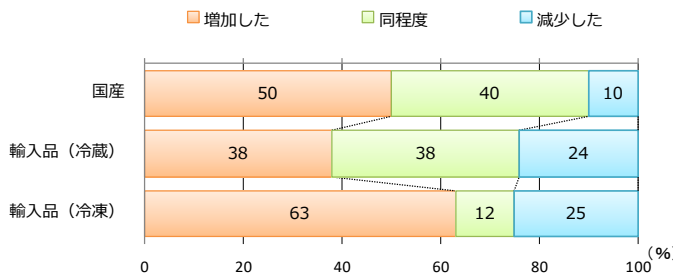
<量販店・食肉専門店>



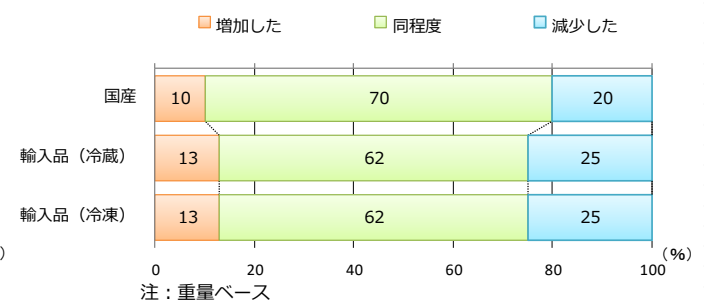
<外食店>



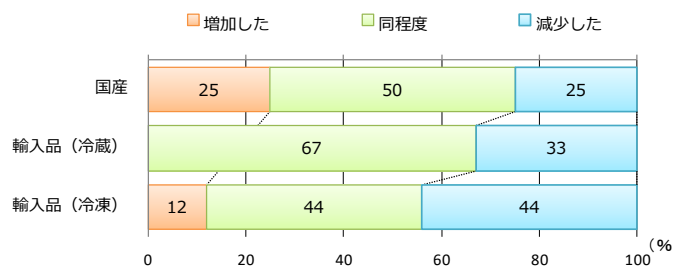
<中食>



<集団給食>



<食肉加工業者>

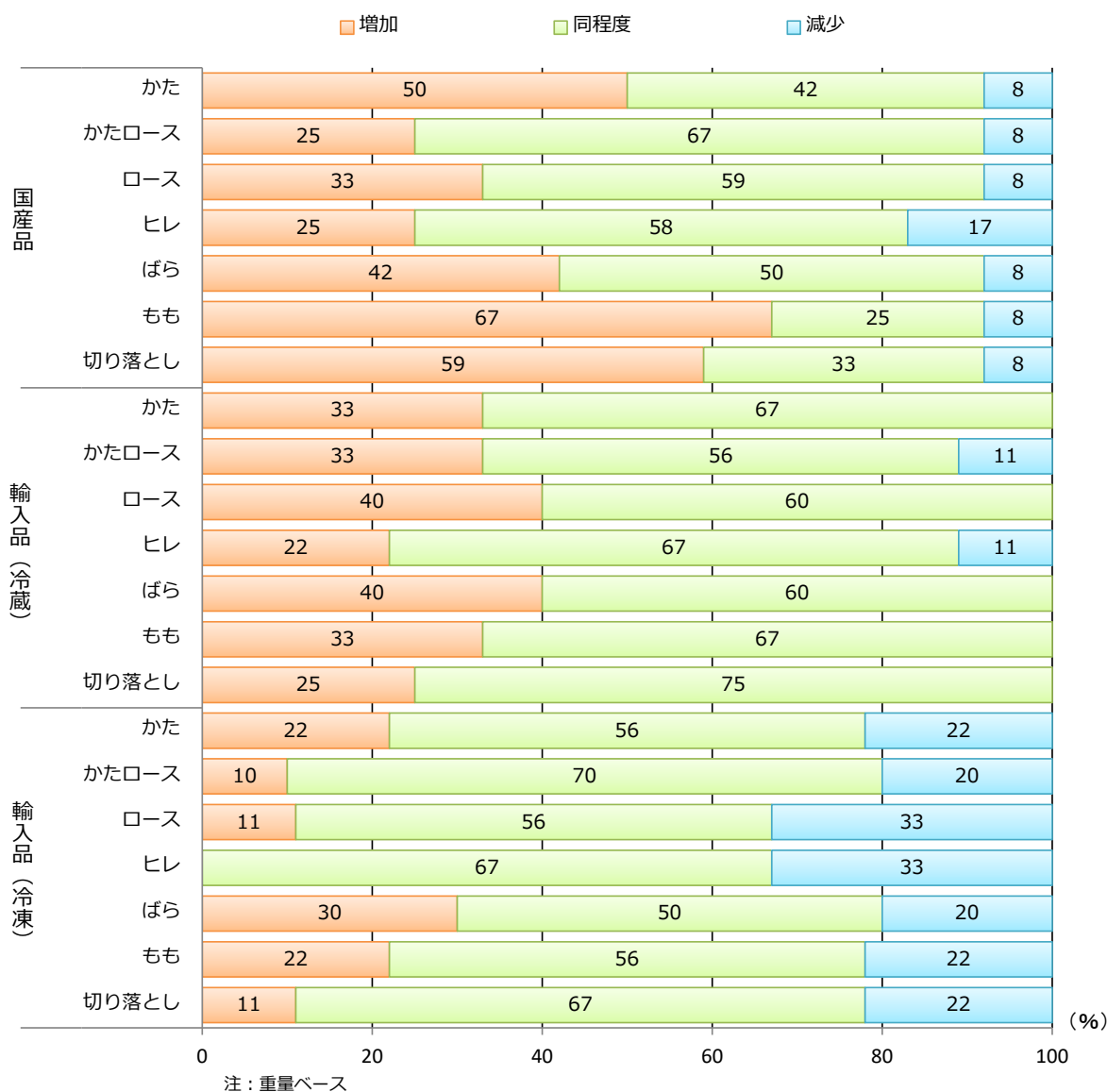


部位別販売見通し（豚肉）

～ 国産品はロイン系以外の部位で増加が多い～

- 前年同期（2020年度上半期）と比較した2021年度上半期の卸売業者における豚肉の部位別販売見通し（重量ベース）については、**国産品では全ての部位において「増加」が「減少」を上回り、「かた」、「もも」、「切り落とし」において「増加」が最も多かった。**増加理由として「国産はスソ物を中心に販売増加を見込む」などが挙げられた。
- 輸入品は、全ての部位においては冷蔵、冷凍ともに「同程度」が最も多かった。**「増加」が「減少」を上回った冷蔵の増加理由は「外食産業の需要回復を受け、冷蔵品は増加を見込む」が挙げられた。一方、「減少」が「増加」を上回るものが多かった冷凍品の減少理由は「冷凍品は外食需要の見込みが厳しいため、苦戦する」と外食産業の回復の見込みにより、冷蔵品と冷凍品で回答に差異が見られた。

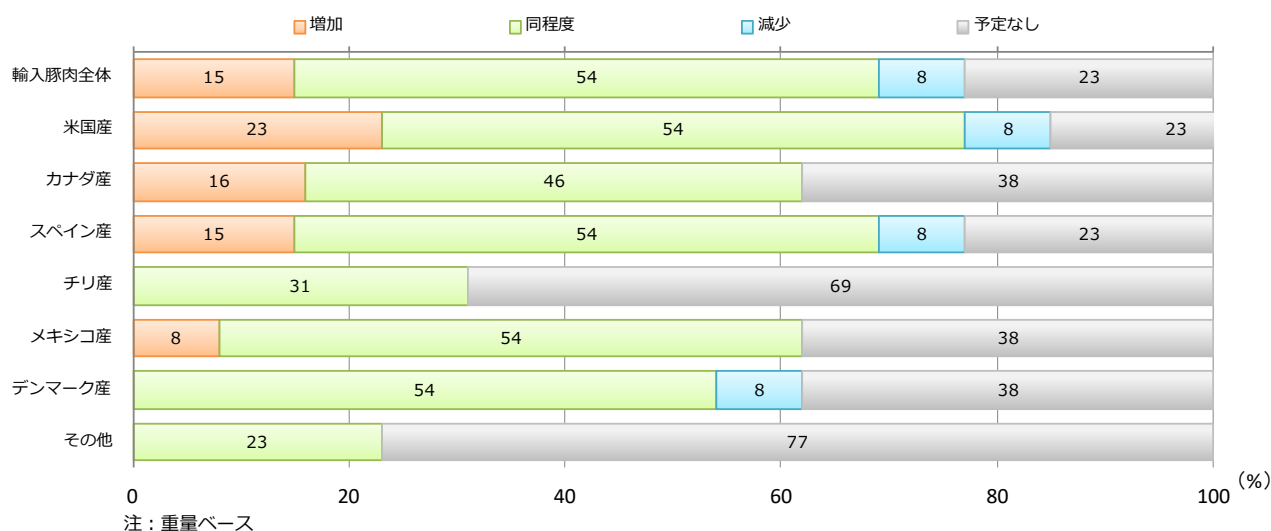
2021年度上半期の豚肉の部位別販売見通し



**輸入豚肉の取扱見通し** ～おおむね現状維持の見通し～

- 今後1年間の卸売業者における輸入豚肉の取扱見通し（重量ベース）については、**輸入豚肉全体では「同程度」が最も多くなった。**
- 国別に見ると、チリ産とその他を除いた豚肉で「同程度」が多い中、米国産、カナダ産、スペイン産では「増加」が比較的多くなっている。
- 増加理由として米国産、カナダ産では「消費者の低価格志向に対応」、「現地生産量の回復を見込む」などが挙げられた。また、スペイン産では「イベリコ豚の取扱増加」などが挙げられた。

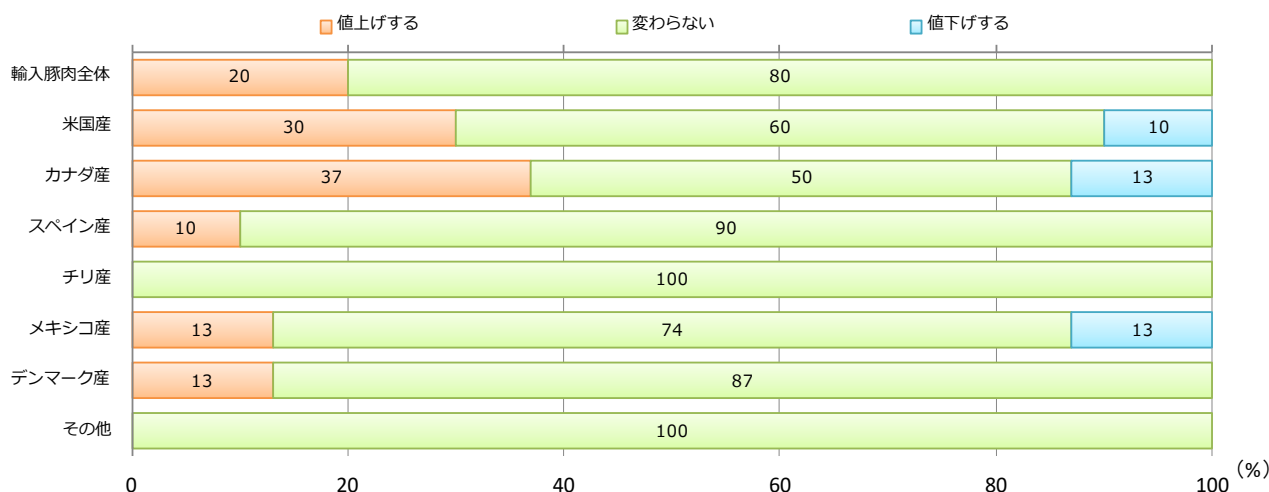
今後1年間の輸入豚肉の取扱見通し（卸売業者）



**輸入豚肉の販売価格見通し** ～おおむね「変わらない」が最も多い見通し～

- 今後1年間の卸売業者における輸入豚肉の販売価格見通しについては、**概して「変わらない」という回答であった。**
- 変わらない理由として、「景気低迷により値上げができない」や「輸入先国における現地価格に大きな変化要因がない」などの声が挙げられた。
- 「値上げする」理由として、カナダ産では「現地相場高に対応するため」という声が挙げられた一方、「値下げする」の理由としては「TPP11 (CPTPP) や日EU・EPA貿易協定による関税引き下げの影響」などが挙げられた。

今後1年間の輸入豚肉の販売価格見通し（卸売業者）

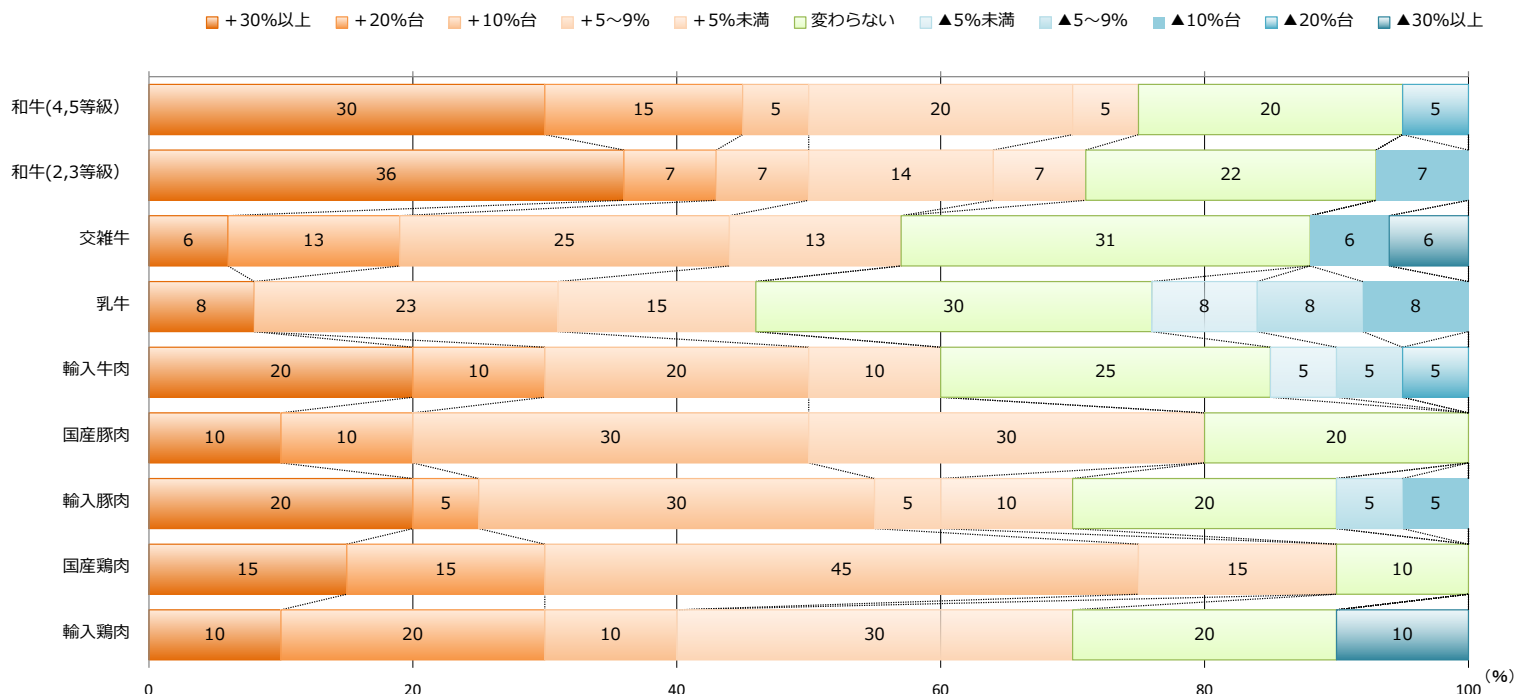


## 販売量の増減割合（量販店）

～販売量は総じて増加～

- 2019年度下半期と比較した2020年度下半期の量販店における食肉販売量の増減割合は、**全ての区分で「増加」が「減少」を上回る結果となった。**
- 特に、**国産鶏肉は90%、国産豚肉は80%、和牛（4,5等級）では75%、和牛（2,3等級）では71%、輸入豚肉および輸入鶏肉はそれぞれ70%が「増加した」と回答した。**
- 品種別の増加割合をみると、和牛（4,5等級）および和牛（2,3等級）で「+30%以上」、輸入鶏肉で「+5%未満」、それ以外の食肉では概ね「+10%台」が最も多かった。**
- 和牛の増加理由については「内食需要の増加」、「仕入れ価格低下による販促を実施した」、「産地応援セール実施」などが挙げられた。これらのことから、**COVID-19の影響による内食需要の増加に加え、仕入れ価格の低下が、量販店における和牛の取扱いを押し上げている状況がうかがえる。**
- 国産豚肉、国産鶏肉の増加理由については、「内食需要の増加」、「低価格商材の需要増」、「鍋需要の拡大」、「消費者の根強い国産志向」に加えて、国産豚肉では「輸入豚肉の物量不足」などが挙げられた。
- 輸入豚肉、輸入鶏肉の増加理由については、「内食需要の増加」、「低価格商材の需要増」、「鍋物需要の拡大」などが挙げられた。

販売量の増減割合（量販店）



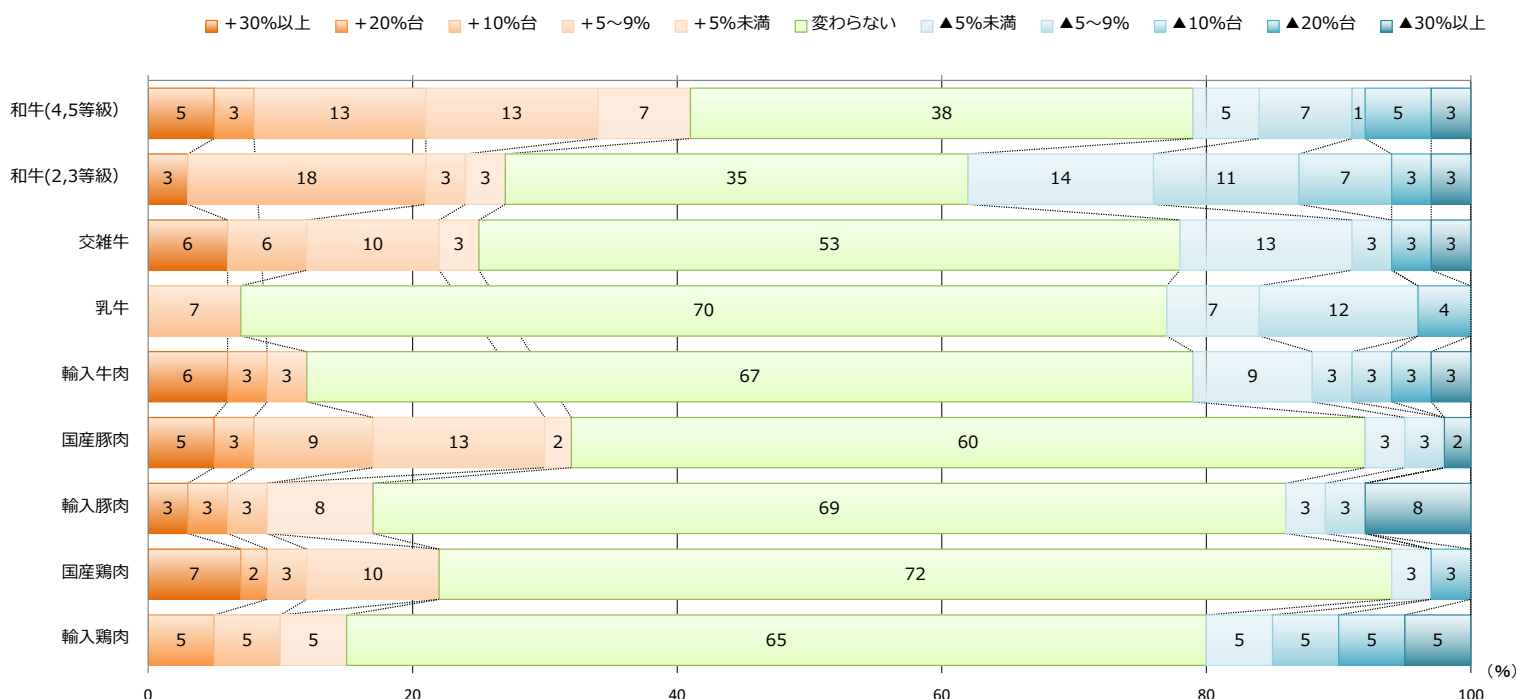


## 販売量の増減割合（食肉専門店）

～和牛（4,5等級）で「増加した」が多い～

- 2019年度下半期と比較した2020年下半期の食肉専門店における食肉販売量の増減割合は、**和牛（4,5等級）で「増加した」が最も多かった**。和牛（4,5等級）以外の食肉では和牛（2,3等級）を除いて「変わらない」が最も多く、量販店と比較して「増加」が少なかった。
- 品目別の増減割合をみると、増加も減少も5%～10%が多く、20%以上の増減は少なかった。量販店と比較して各食肉の販売量の大幅な変更は行っていない結果となった。
- 和牛（4,5等級）の増加理由については、「内食需要が増加した」、「仕入価格低下による販促を実施した」、「家庭内でのバーベキュー、焼肉が増えた」、「新規の客数が増えた」などが挙げられた。
- 和牛（2,3等級）の減少理由については、「近隣の外食需要が停滞している」、「和牛の4,5等級に比べて物量を確保するのが難しい」などが挙げられた。
- 一方、**量販店と比較して増加したと答えた割合が小さかった理由として、「消費者の低価格志向から、比較的安価な商品を取り扱う量販店へ客足が流れた」との声も挙がった。**

食肉販売量の増減割合（食肉専門店）



## 食肉の取扱割合（量販店）

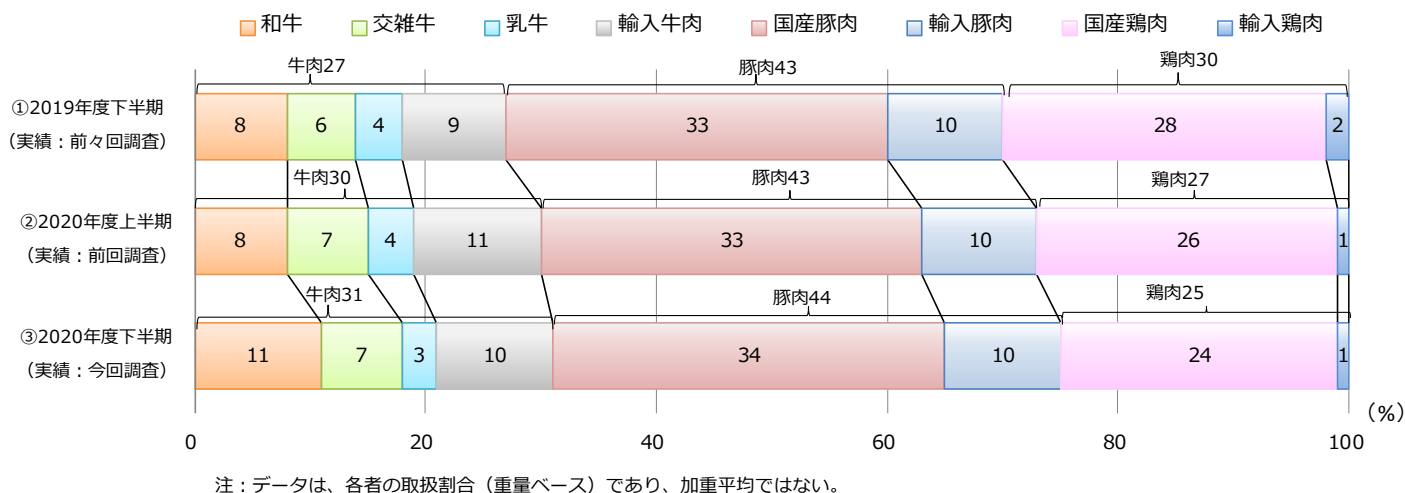
～牛肉および豚肉の割合が増加した結果、鶏肉が減少した～

○2020年度下半期の量販店における食肉取扱割合の実績（重量ベース）は、**牛肉が31%、豚肉が44%、鶏肉が25%**となった。

○前年同期（2019年度下半期実績）と比較すると、鶏肉が5ポイント減少した一方、牛肉が4ポイント、豚肉が1ポイントそれぞれ増加した。

○なお、総務省の家計調査によると、2020年2月以降、牛肉・豚肉・鶏肉の全てにおいて購入数量・金額ともに前年を上回って推移しており、量販店においては、鶏肉の取扱量が増加する以上に、牛肉および豚肉の取扱量が増加したとみられる。

最近の食肉の取扱割合（量販店）



## 食肉の取扱割合（食肉専門店）

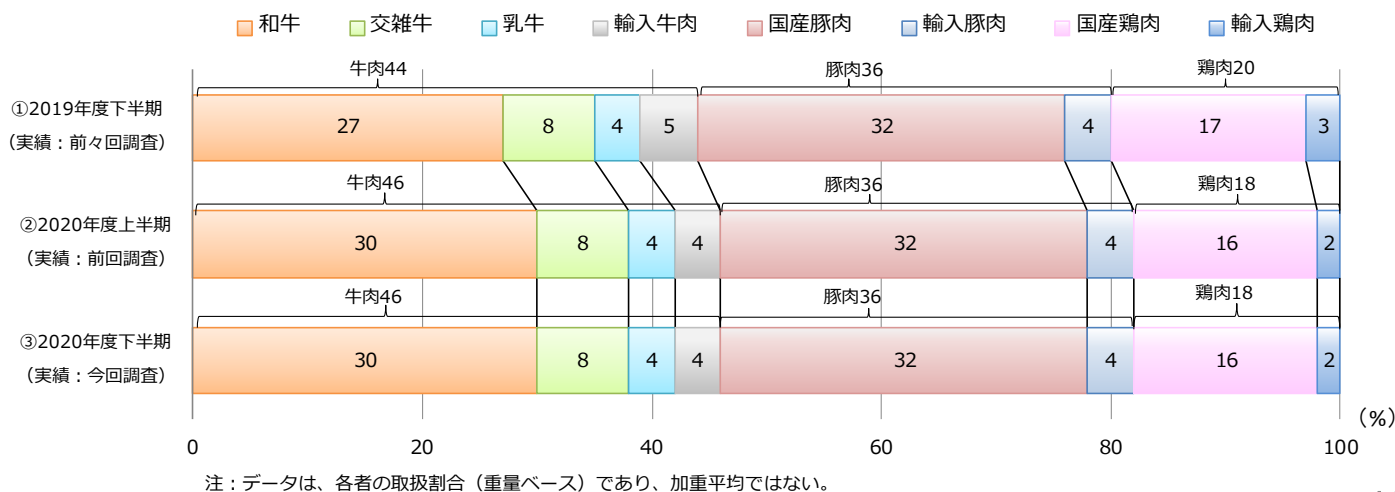
～牛肉の割合が増加した結果、鶏肉が減少した～

○2020年度下半期の食肉専門店における食肉取扱割合の実績（重量ベース）は、**牛肉が46%、豚肉が36%、鶏肉が18%**となった。食肉専門店は、量販店と比べて和牛の取扱割合が高く、輸入食肉の取扱割合が低いことが特徴である。

○前年同期（2019年度下半期実績）と比較すると、鶏肉が2ポイント減少した一方、牛肉が2ポイント増加した。

○専門店でも量販店と同様に、全ての区分で取扱量は増加しているとみられる。

最近の食肉の取扱割合（食肉専門店）

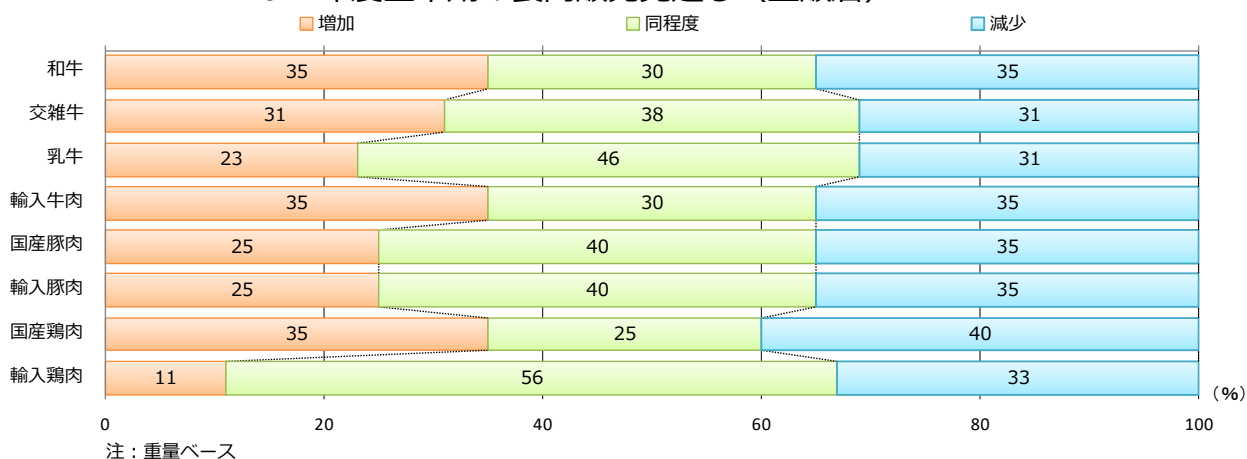


### 食肉の販売見通し（量販店）

～おおむね同程度だが、前回調査に比べ減少傾向～

- 前年同期（2020年度上半期）と比較した2021年度上半期の量販店における食肉販売見通し（重量ベース）については、**和牛、輸入牛肉、国産鶏肉を除いて「同程度」が最も多くなっている**。また、和牛、輸入牛肉は「増加」と「減少」が同水準となっている。比較対象である2020年度上半期はCOVID-19の影響により増加が顕著であった。今回調査では全ての食肉で「同程度」と「増加」の計が6～7割を占めており、概して堅調と見られる。
- また、**前回調査（2020年度下半期）と比較すると、全ての区分で「増加」の割合が減少し、「減少」の割合が増加した**。
- 増加割合が高い理由として和牛は「特売回数の増加」、輸入牛肉は「消費者の低価格志向」、「特売回数の増加」、国産鶏肉は「消費者の低価格志向」がそれぞれ多く挙げられた。
- 一方、減少割合が高い理由として「COVID-19による特需の反動」が全ての区分において多く挙げられた。

2021年度上半期の食肉販売見通し（量販店）



### 食肉の販売見通し（食肉専門店）

～全ての区分で「同程度」が最も多い見通し～

- 前年同期（2020年度上半期）と比較した2021年度上半期の食肉専門店における食肉販売見通し（重量ベース）については、**全ての区分で「同程度」が最も多い結果となった**。
- 中でも「増加」が比較的多い国産豚肉の増加割合が高い理由として「消費者の低価格志向」が多く挙げられた。
- 牛肉は「減少」の割合が他の畜種より多く、その理由としては「消費者の低価格志向」が多く挙げられた。

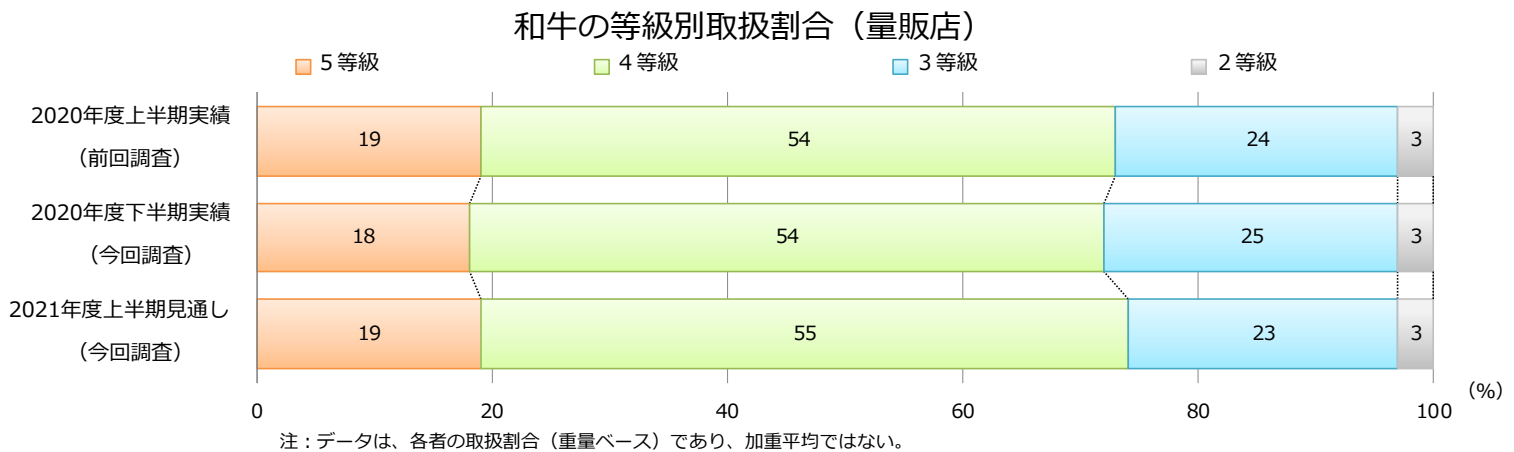
2021年度上半期の食肉販売見通し（食肉専門店）



### 取扱割合（量販店）

～ 量販店では4等級の割合が過半を占める ～

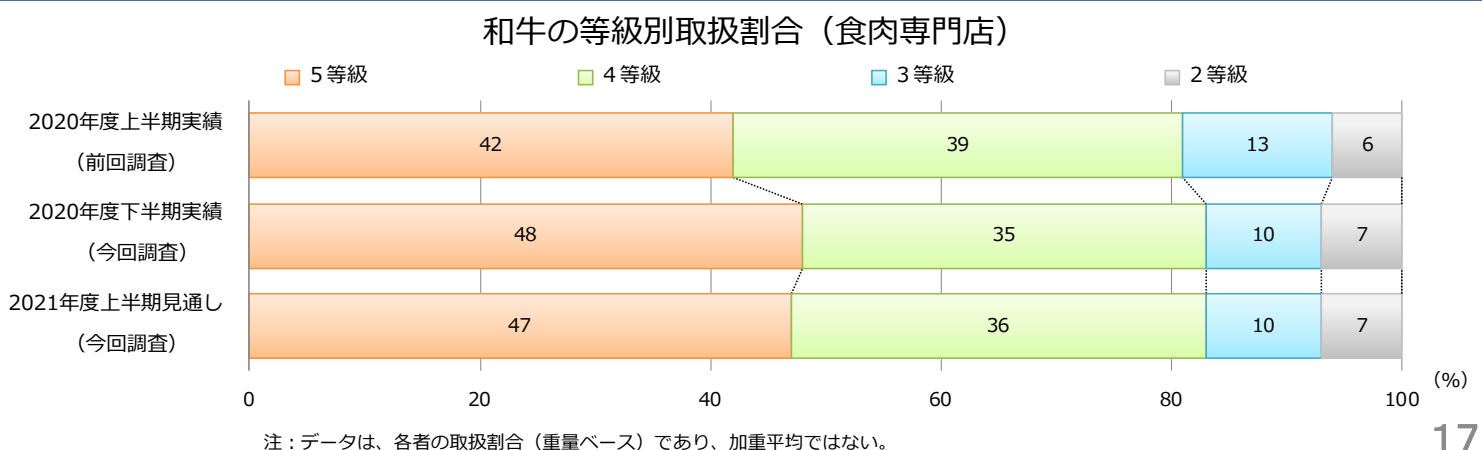
- 2020年度下半期の量販店における和牛の等級別取扱割合の実績（重量ベース）については、**4等級が54%と最も多く、次いで、3等級が25%、5等級が18%、2等級が3%**となった。
- 2021年度上半期の量販店における和牛の等級別取扱割合の見通し（重量ベース）については、**4等級が55%と最も多く、次いで、3等級が23%、5等級が19%、2等級が3%**となり、前年同期（2020年度上半期）と比べて3等級が1ポイント減少する一方、4等級が1ポイント増加する見通しとなった。
- 主な部位として4等級は「もも」が最も多く、次いで「かた」であった。なお、前年同期（2020年度上半期見通し）（上半期）では「かたロース」が最も多く、次いで「リブロース・サーロイン」であった。低級部位の取扱いが増えており、比較的安価な部位の需要が増えていると考えられる。



### 取扱割合（食肉専門店）

～ 食肉専門店では5等級の割合が約5割を占める ～

- 2020年度下半期の食肉専門店における和牛の等級別取扱割合の実績（重量ベース）については、**5等級が48%と最も多く、次いで、4等級が35%、3等級が10%、2等級が7%**となった。
- 2021年度上半期の食肉専門店における和牛の等級別取扱割合の見通し（重量ベース）については、**5等級が47%と最も多く、次いで、4等級が36%、3等級が10%、2等級が7%**となり、前年同期（2020年度上半期）と比べて5等級が5ポイント増加する一方、3等級および4等級が3ポイントずつ減少する見通しとなった。
- 主な部位として5等級は「カタロース」、4等級は「カタロース」および「もも」、3等級は「もも」が最も多かった。量販店と比べて取扱い部位の変更などは見られなかった。



**販売見通し（量販店）**

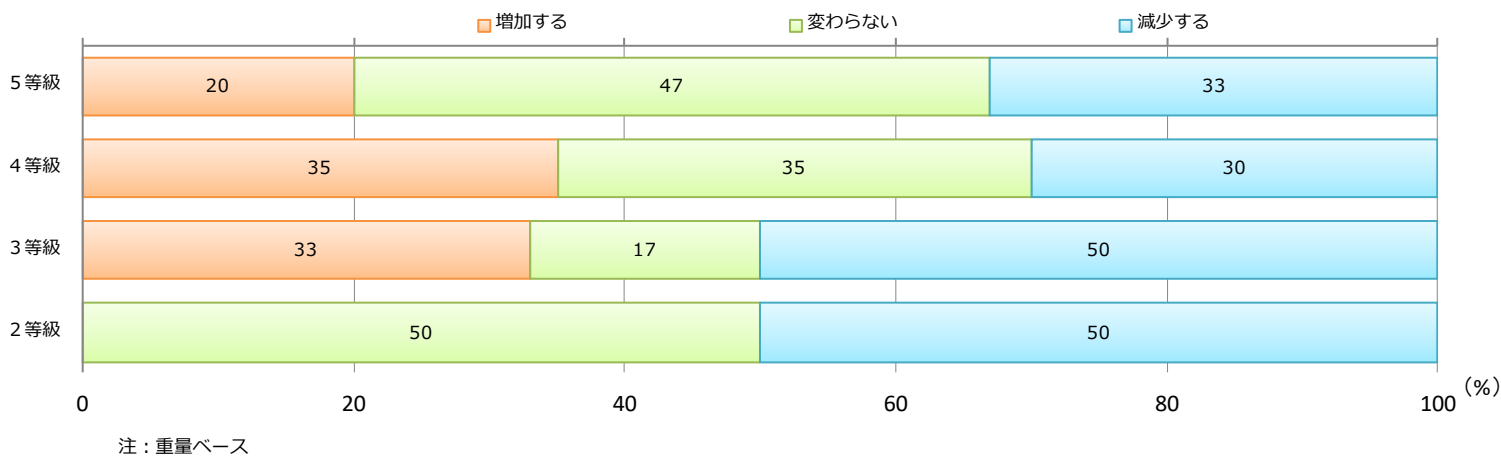
～4等級は「増加」と「変わらない」が同水準の見通し～

○2020年度上半期と比較した2021年度上半期の量販店における和牛の等級別販売見通しについては、**5等級は「変わらない」が最も多く、また「減少する」が「増加する」を上回った。4等級は「増加」と「変わらない」が同水準となり、7割を占めた。3等級は「減少する」が50%と最も多く、次いで、「増加する」が33%、「変わらない」が17%となった。2等級は「減少」と「変わらない」が同水準となった。**

○全ての等級の減少理由としては「COVID-19による特需の反動」が多く挙げられた。

○4等級の増加理由としては「内食需要の増加」が多く挙げられた。

2021年度上半期の和牛の等級別販売見通し（量販店）



**販売見通し（食肉専門店）**

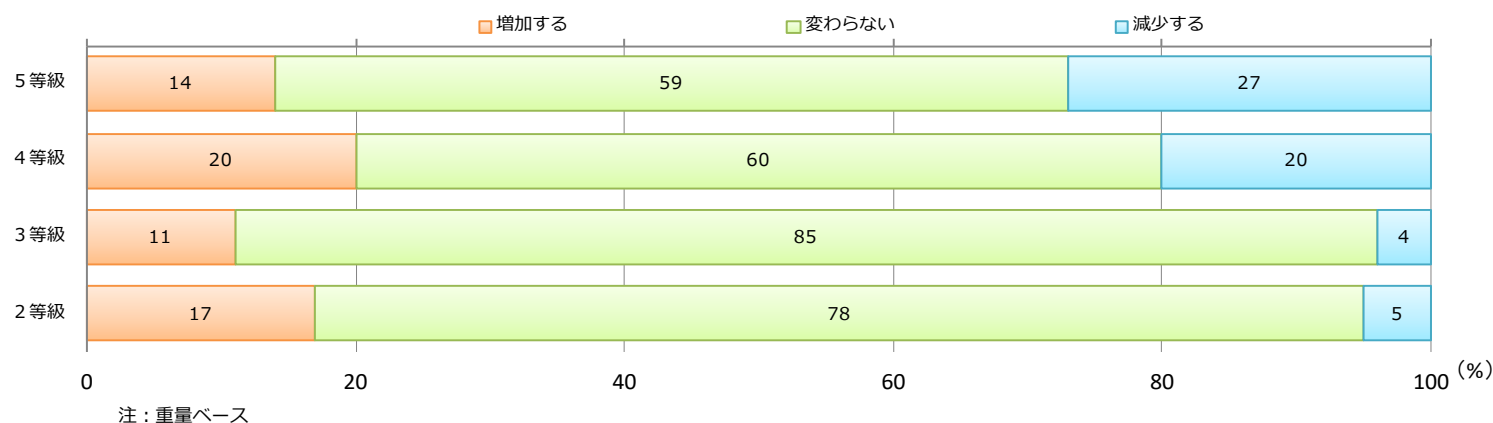
～ おおむね現状維持の見通し～

○2020年度上半期と比較した2021年度上半期の食肉専門店における和牛の等級別販売見通しについては、**全ての等級で「変わらない」が最も多い中、5等級は「減少する」が「増加する」を上回った一方、2等級および3等級では「増加する」が「減少する」を上回った。**

○増加理由として4等級および5等級は「内食需要の増加」、2等級および3等級は「消費者の低価格志向」や「消費者の赤身志向による5等級からのシフト」が多く挙げられた。

○減少理由として5等級で「消費者の低価格志向」などが多く挙げられた。

2021年度上半期の和牛の等級別販売見通し（食肉専門店）



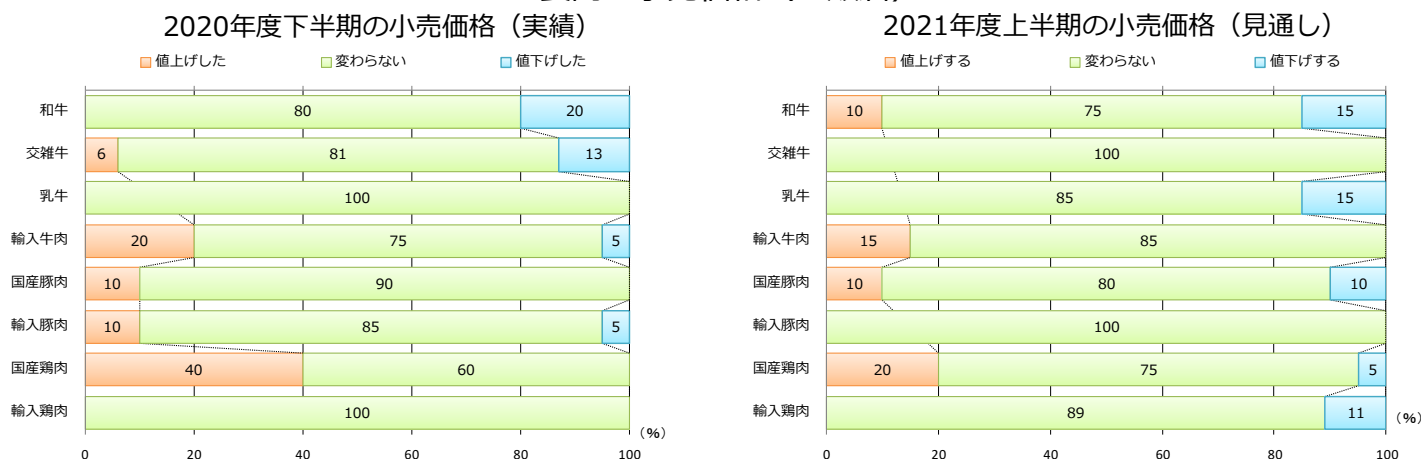
## 通常価格（量販店）

～全ての区分で据え置き傾向～

○2019年度下半期と比較した2020年度下半期の量販店における小売価格の実績については、**全ての区分で「変わらない」が最も多かった**。また、輸入牛肉、国産豚肉、輸入豚肉、国産鶏肉では「**値上げした**」が「**値下げした**」を上回った。

○2020年度上半期と比較した2021年度上半期の量販店における小売価格の見通しについては、**「変わらない」が最も多い中、和牛、乳牛および輸入鶏肉で「値下げする」が「値上げする」を上回った**。一方、輸入牛肉、国産鶏肉では、「**値上げする**」が「**値下げする**」を上回った。

### 食肉の小売価格（量販店）



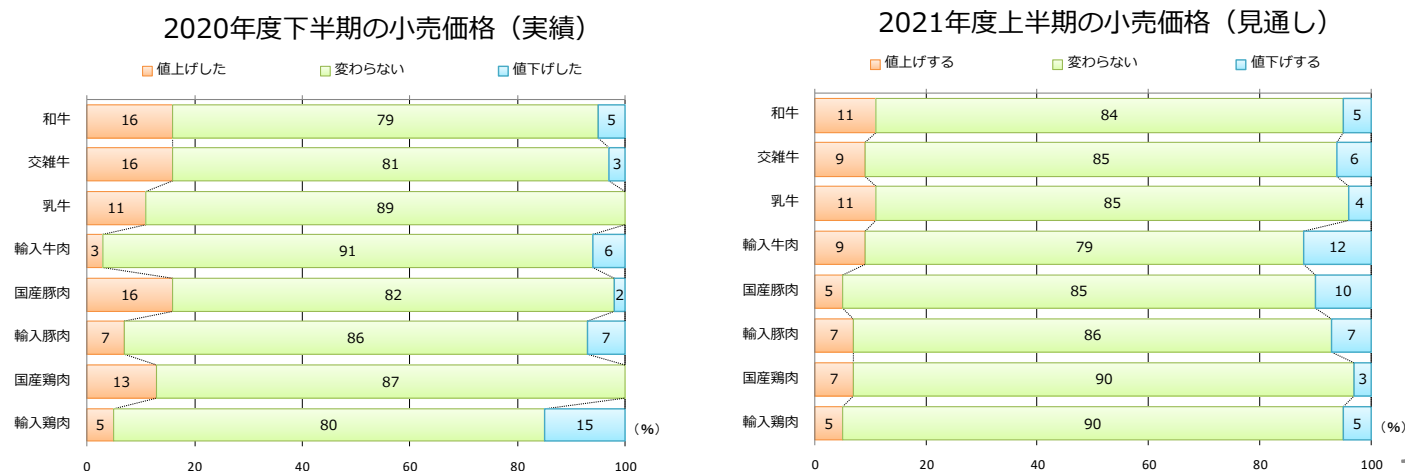
## 通常価格（食肉専門店）

～全ての区分で据え置き傾向～

○2019年度下半期と比較した2020年度下半期の食肉専門店における小売価格の実績については、**全ての区分で「変わらない」が最も多い中、和牛、交雑牛、乳牛、国産豚肉および国産鶏肉は「値上げした」が「値下げした」を上回った**。

○2020年度上半期と比較した2021年度上半期の食肉専門店における小売価格の見通しについては、**全ての区分で「変わらない」が最も多い中、和牛、交雑牛、乳牛および国産鶏肉ではわずかであるが「値上げする」が「値下げする」を上回った**。下半期の実績と比較すると、和牛、交雑牛、国産豚肉および国産鶏肉は「値上げする」の割合が減少している。

### 食肉の小売価格（食肉専門店）

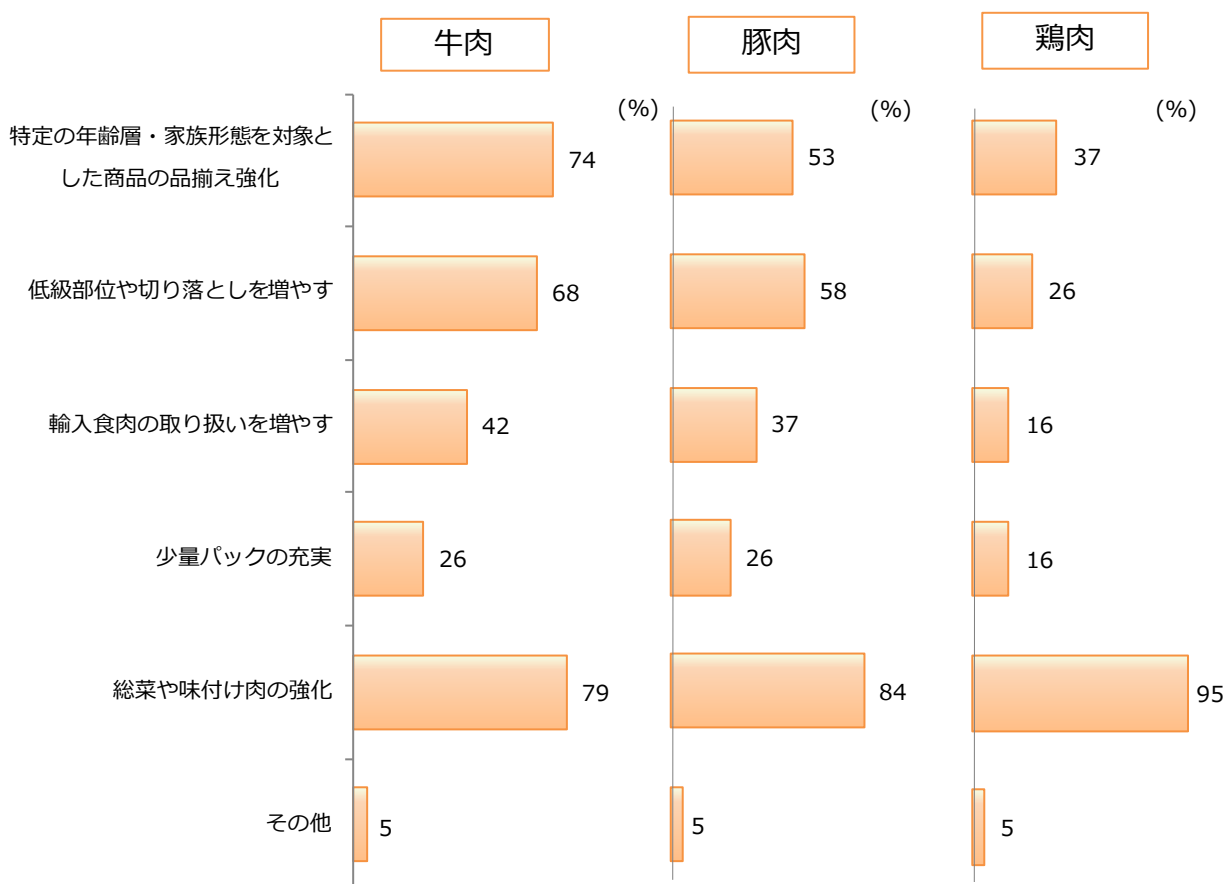


### 量販店

～牛肉・豚肉・鶏肉の全てにおいて「総菜や味付け肉の強化」が1位～

- 量販店における販売拡大に向けた対応については、**牛肉**では**1位**が「**総菜や味付け肉の強化**」、2位が「特定の年齢層・家族形態を対象とした商品の品揃え強化」、3位が「低級部位や切り落としを増やす」となった。**前回調査（2020年度下半期）と比較すると、「総菜や味付け肉の強化」及び「低級部位や切り落としを増やす」の割合が大きく増加した。**特に、「低級部位や切り落としを増やす」の増加については、消費者の国産志向に対応し、国産品の仕入れ価格の低下などに伴い、輸入牛肉の取り扱いを増やすよりも安価な部位の取り扱いを増やしていることがうかがえる。
- 豚肉**では**1位**が「**総菜や味付け肉の強化**」、2位が「低級部位や切り落としを増やす」、3位が「特定の年齢層・家族形態を対象とした商品の品揃え強化」となった。
- 鶏肉**では**1位**が「**総菜や味付け肉の強化**」、2位が「特定の年齢層・家族形態を対象とした商品の品揃え強化」、3位が「低級部位や切り落としを増やす」となった。
- 牛肉・豚肉・鶏肉の全てにおいて、「総菜や味付け肉の強化」という回答が多く、テーブルミート向けのさらなる拡大に向けて、時短・簡便商品の取り扱いを増やしていることがうかがえる。
- 販売拡大に向けた具体的な対応として「包装技術の活用による冷凍商品等ロングライフ商品を強化する」、「頻度品は買い置き需要に対応した大型パックを強化する」、「前年度からの反動減を回避するため、国産牛肉では薄利での価格訴求を実施する」、「顧客の低価格志向に対応するため、輸入豚の構成比を上げる」、「味付け商材の品揃えを拡充させる」、「外食メニューを内食で味わえるように家庭メニュー提案を強化する」などが挙げられた。

販売拡大に向けた対応（量販店）



注：複数回答

### 食肉専門店

～牛肉・豚肉は「低級部位や切り落としを増やす」が1位～

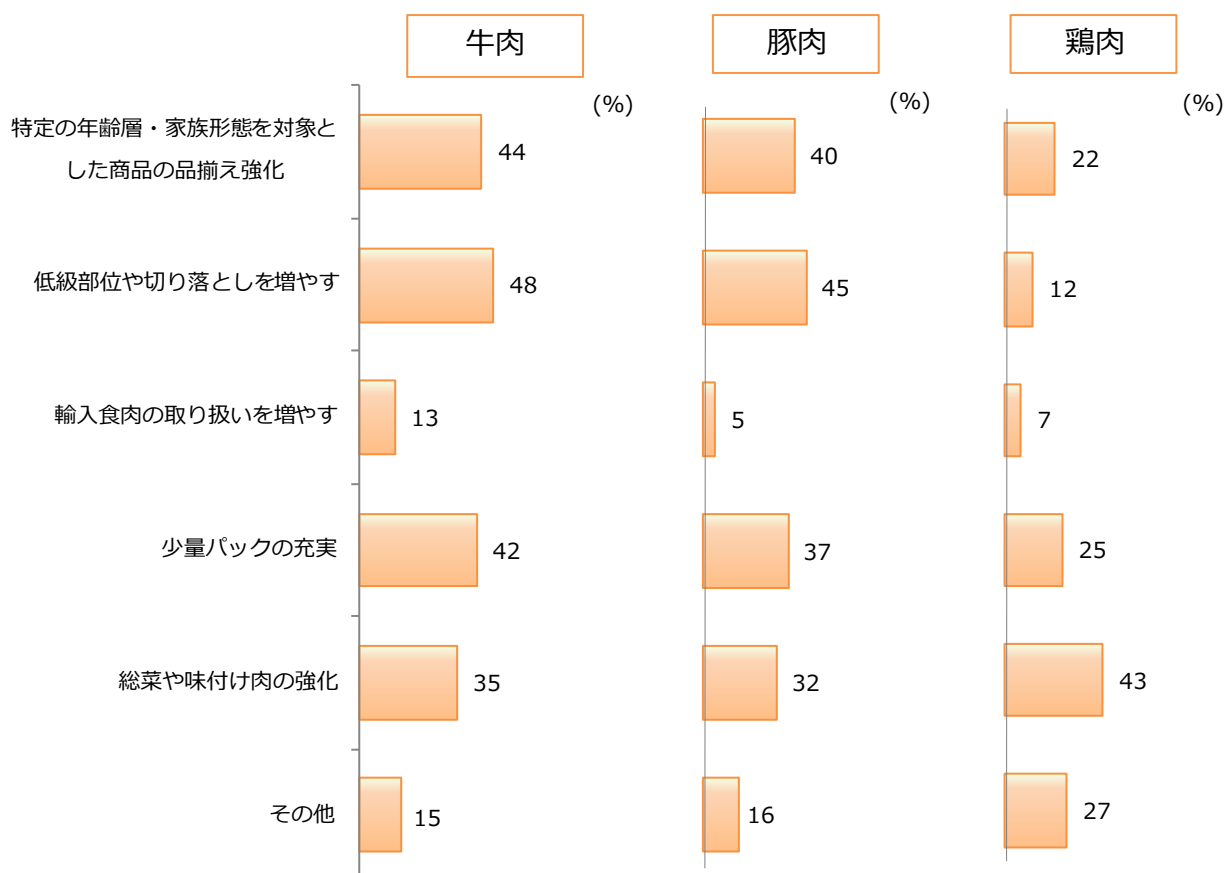
○食肉専門店における販売拡大に向けた対応については、**牛肉**では**1位が「低級部位や切り落としを増やす」**、2位が「特定の年齢層・家族形態を対象とした商品の品揃え強化」、3位が「少量パックの充実」となった。特に、食肉専門店では和牛が主力商品であることから、消費者が求めやすい低価格の部位や切り落としの取り扱いを引き続き強化していることがうかがえる。

○**豚肉**では**1位が「低級部位や切り落としを増やす」**、2位が「特定の年齢層・家族形態を対象とした商品の品揃え強化」、3位が「少量パックの充実」となった。

○**鶏肉**では**1位が「総菜や味付け肉の強化」**、2位が「その他」となり、「食べ方の提案」、「小割カット対応」などが挙げられた。3位は「少量パックの充実」となった。

○販売拡大に向けた具体的な対応として「SNSを利用したタイムサービス等情報発信を積極的に行う」、「100gからのオーダーカット販売を実施中」、「少人数用のBBQセットを販売していく」、「ケーキ屋のようにラッピングを工夫して若い女性の来店頻度を増やす」などが挙げられた。

販売拡大に向けた対応（食肉専門店）



注：複数回答

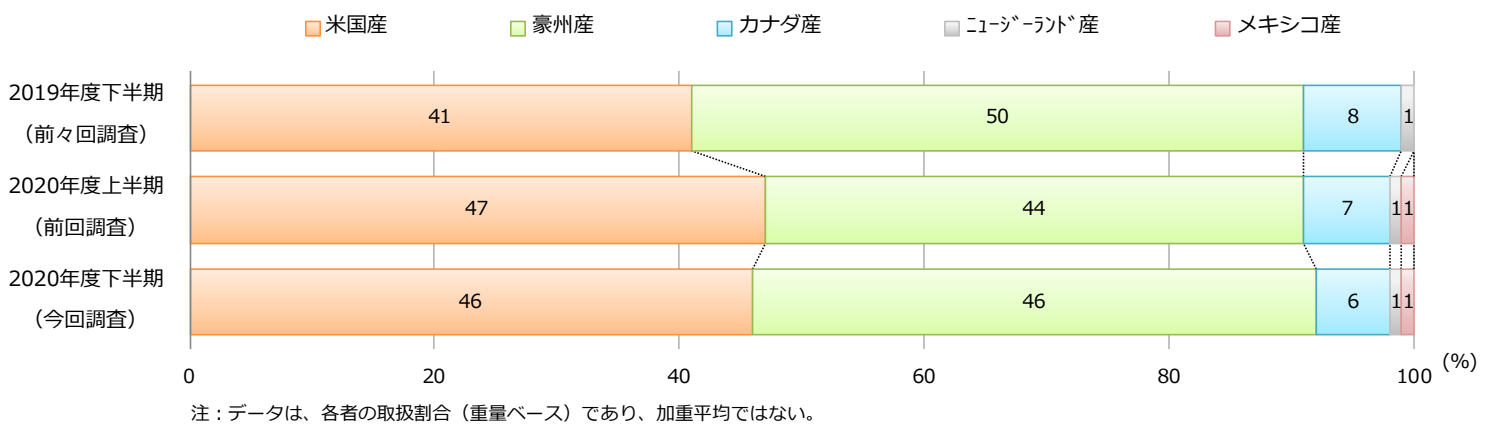


輸入牛肉の取扱割合（量販店）

～米国産、豪州産が同水準～

- 2020年度下半期の量販店における輸入牛肉の取扱割合は「**米国産**」および「**豪州産**」が**それぞれ46%と同水準となった**。以下「カナダ産」が6%、「ニュージーランド産」および「メキシコ産」がそれぞれ1%となった。
- 前年同期（2019年度下半期）の取扱割合と比べると「豪州産」が4ポイント減少した一方、「米国産」が5ポイント増加した。
- 豪州産の減少の背景には「豪州における生産量の減少による価格の高騰」が挙げられた。

輸入牛肉の取扱割合（量販店）

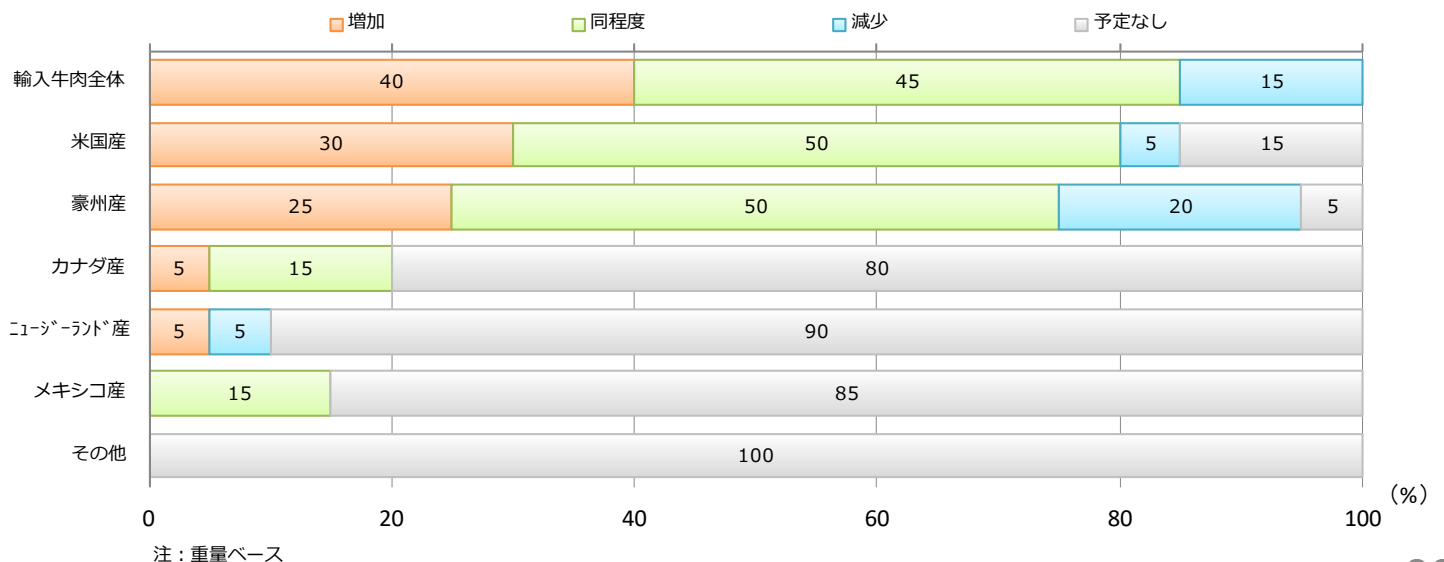


輸入牛肉の取扱見通し（量販店）

～米国産、豪州産は同程度または増加の見通し～

- 今後1年間の量販店における輸入牛肉の取扱見通しについては、**輸入牛肉全体では「同程度」が45%で最も多く**、次いで、「増加」が40%と多かった。
- 国別に見ると、**米国産および豪州産で「同程度」がそれぞれ50%と最も多く**、次いで、「増加」がそれぞれ30%、25%と「減少」を上回った。
- 米国産および豪州産の増加割合が高い理由として「内食需要が高止まりする中、消費者の低価格志向を背景とした輸入牛肉が増加する」などが挙げられた。一方、「COVID-19のさらなる感染拡大による物流・通関・物量などへの影響」などが今後を見通す上でのリスク要因として挙げられた。

今後1年間の輸入牛肉の取扱見通し（量販店）

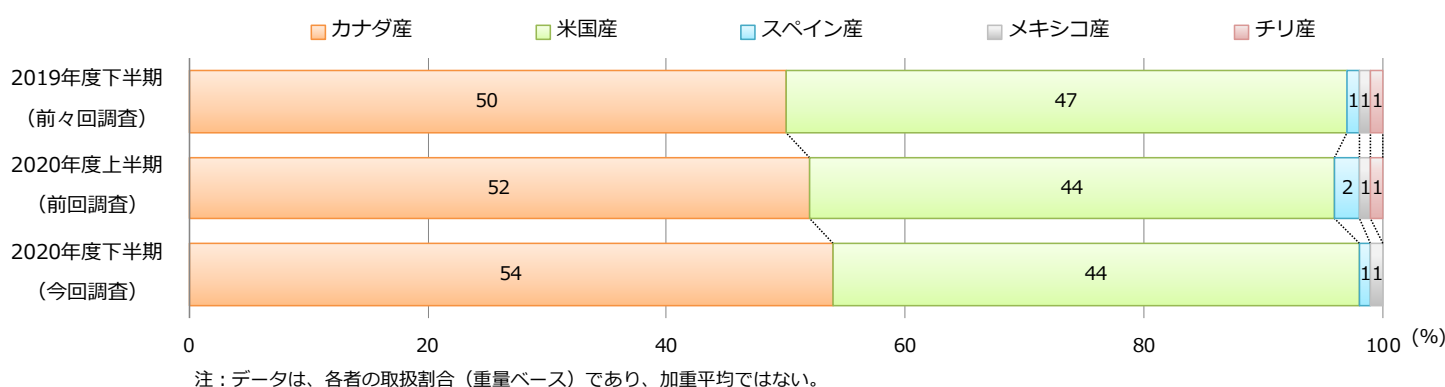


輸入豚肉の取扱割合実績（量販店）

～カナダ産が最も多い～

- 2020年度下半期の量販店における輸入豚肉の取扱割合は「**カナダ産**」が**54%**と最も多く、次いで「**米国産**」が**44%**、以下「**スペイン産**」が1%、「**メキシコ産**」が1%であった。
- 前年同期（2019年度下半期）の取扱割合と比べると「**カナダ産**」が4ポイント増加した一方、「**米国産**」が3ポイント減少した。

輸入豚肉の取扱割合（量販店）

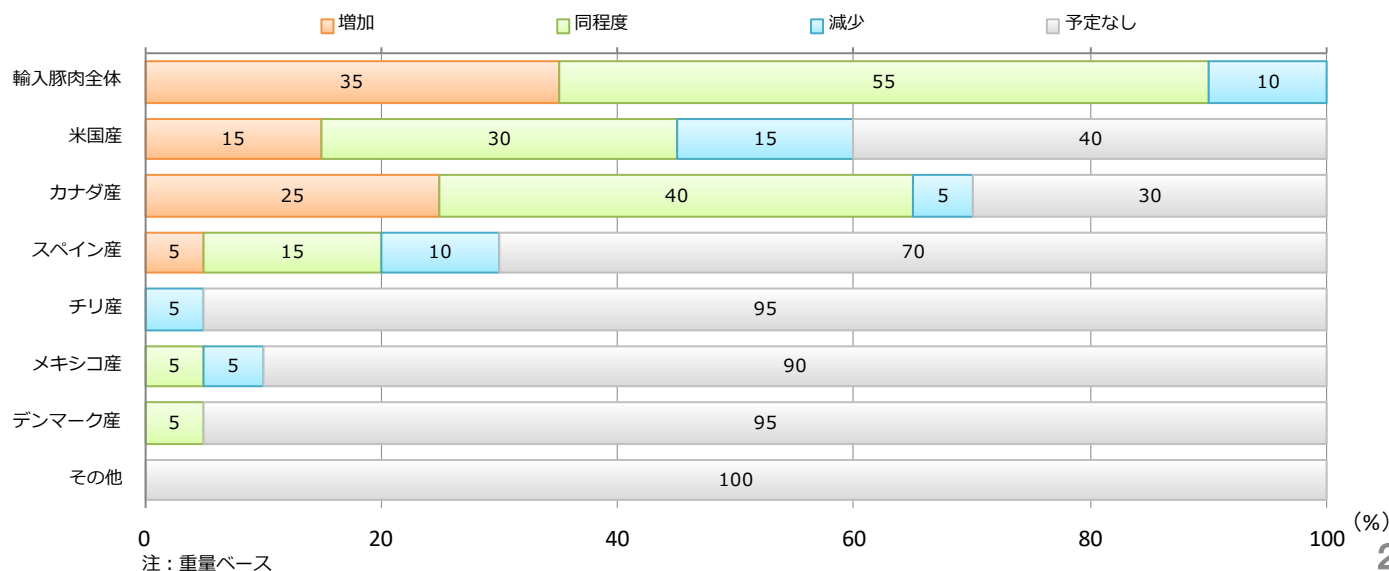


輸入豚肉の取扱見通し（量販店）

～輸入豚肉は同程度の見通し～

- 今後1年間の量販店における**輸入豚肉の取扱見通し**については、**輸入豚肉全体では「同程度」が55%**と最も多く、次いで「**増加**」が**35%**となった。
- 国別に見ると、米国産では、「**予定なし**」を除くと、「**同程度**」が最も多く、次いで「**増加**」および「**減少**」がそれぞれ15%と同水準になっている。カナダ産は「**同程度**」が最も多く、次いで「**増加**」が25%と多くなっている。
- カナダ産の増加割合が高い理由として「**低価格志向に対応するためカナダ産の仕入を強化する**」などが挙げられた。

今後1年間の輸入豚肉の取扱見通し（量販店）



### 輸入牛肉の販売価格見通し（量販店）

～販売価格は変わらない見通し～

- 今後1年間の量販店における輸入牛肉の販売価格の見通しについては、**輸入牛肉全体では「変わらない」が90%と最も多かった。**
- 国別に見ても、全ての国で「変わらない」が最も多かった。また、米国産は「値上げする」が「値下げする」を上回った。

今後1年間の輸入牛肉の販売価格見通し（量販店）



### 輸入豚肉の販売価格見通し（量販店）

～販売価格は変わらない見通し～

- 今後1年間の量販店における輸入豚肉の販売価格の見通しについては、**輸入豚肉全体では「変わらない」が90%と最も多くなった。**
- 国別に見ても、全ての国において「変わらない」が最も多い結果となった。

今後1年間の輸入豚肉の販売価格見通し（量販店）

