

食肉販売動向調査結果 (2019年度下半期)

2019年10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】 2019年8月時点

1 2019年度下半期における食肉の販売見通し（小売業者）

- 食肉の外食需要の拡大や肉ブームの継続などを背景に、量販店においては、輸入牛肉や国産鶏肉の取扱いが増えるとの見方が多い。
- 小売店における食肉の販売拡大に向けた対応としては、牛肉、豚肉、鶏肉の全ての畜種において、「特定の年齢層・家族形態を対象とした商品の品揃え強化」や「総菜や味付け肉の強化」を図っている状況がうかがえた。

2 月齢制限の撤廃による影響

- 米国、カナダおよびアイルランド産牛肉等について、30カ月齢の月齢制限が撤廃されたことに関しては、いずれの国も「影響はない」との見方が多い。

目次

I 卸売業者

1 仕向け先別販売割合	1頁
2 最近の食肉の取扱割合	2頁
3 食肉の部位別販売見通し	3~4頁
4 輸入食肉の取扱割合	5頁
5 月齢制限の撤廃による影響	6頁

II 小売業者（食肉専門店・量販店）

1 最近の食肉の取扱割合	7頁
2 食肉の販売見通し	8頁
3 食肉の小売価格	9頁
4 食肉の販売拡大に向けた対応	10~11頁
5 特売の実施状況と効果	12~13頁
6 取扱量を減少させる仕入れ価格の水準	14~15頁
7 取扱量を増加させる仕入れ価格の水準	16~17頁
8 輸入食肉の取扱割合	18頁
9 月齢制限の撤廃による影響	19頁

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、2019年度上半期（2019年4月～9月）の実績および2019年度下半期（2019年10月～2020年3月）の見通しについて調査を行った。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：社）

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

2019年7月29日～8月16日

	調査先対象者数①	回収数②	回収率 (%) ③ = ②/①
卸売業者			
牛肉	14	14	100
豚肉	13	13	100
小売業者			
量販店	19	19	100
食肉専門店	63	63	100

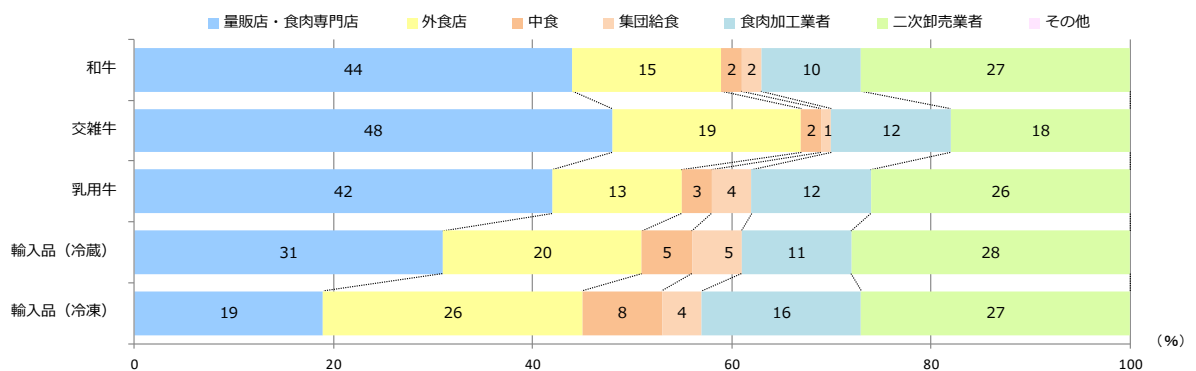
注：調査対象先は、食肉の市況（仲間相場）や小売価格について、当機構が定期的に調査を実施している主要な食肉の卸売業者および小売業者であり、全ての業者ではない。

牛肉

～国産品はテーブルミートとしての需要が高い～

- 2019年度上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、以下同じ。）を見ると、和牛は「量販店・食肉専門店」が最も多い44%、次いで、「二次卸売業者」が27%となった。
- 交雑牛は「量販店・食肉専門店」が最も多い48%、次いで、「外食店」が19%となった。
- 乳用牛は「量販店・食肉専門店」が最も多い42%、次いで、「二次卸売業者」が26%となった。
- 輸入品（冷蔵）は「量販店・食肉専門店」が最も多い31%、次いで、「二次卸売業者」が28%となった。
- 輸入品（冷凍）は「外食店」および「食肉加工業者」が4割以上を占めていることから、業務向けの利用が中心となっていることがうかがえる。
- 和牛、交雑牛、乳用牛は4割以上が「量販店・食肉専門店」向けとなっていることから、テーブルミートとしての需要が高いことがうかがえる。**

2019年度上半期の仕向け先別販売割合（牛肉）



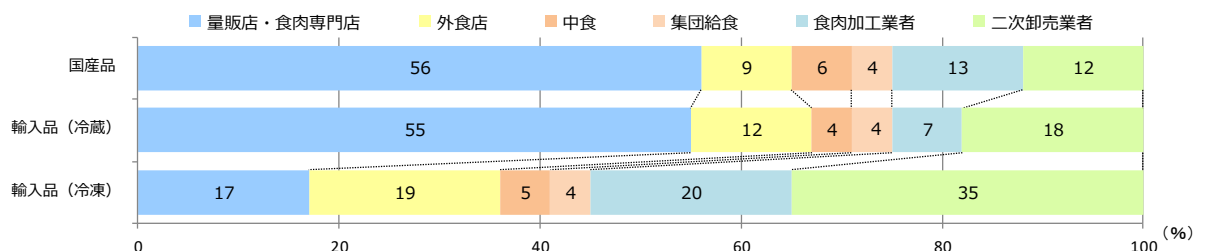
注：データは、各者の仕向け先別販売割合（重量ベース）であり、加重平均ではない。

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～

- 2019年度上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を見ると、国産品は「量販店・食肉専門店」が最も多い56%、次いで、「食肉加工業者」が13%となった。
- 輸入品（冷蔵）は「量販店・食肉専門店」が最も多い55%、次いで、「二次卸売業者」が18%となった。
- 輸入品（冷凍）は「外食店」および「食肉加工業者」が4割弱を占めていることから、業務向けの利用が中心となっていることがうかがえる。
- 国産品、輸入品（冷蔵）ともに、5割以上が「量販店・食肉専門店」向けとなっていることから、テーブルミートとしての需要が高いことがうかがえる。**

2019年度上半期の仕向け先別販売割合（豚肉）



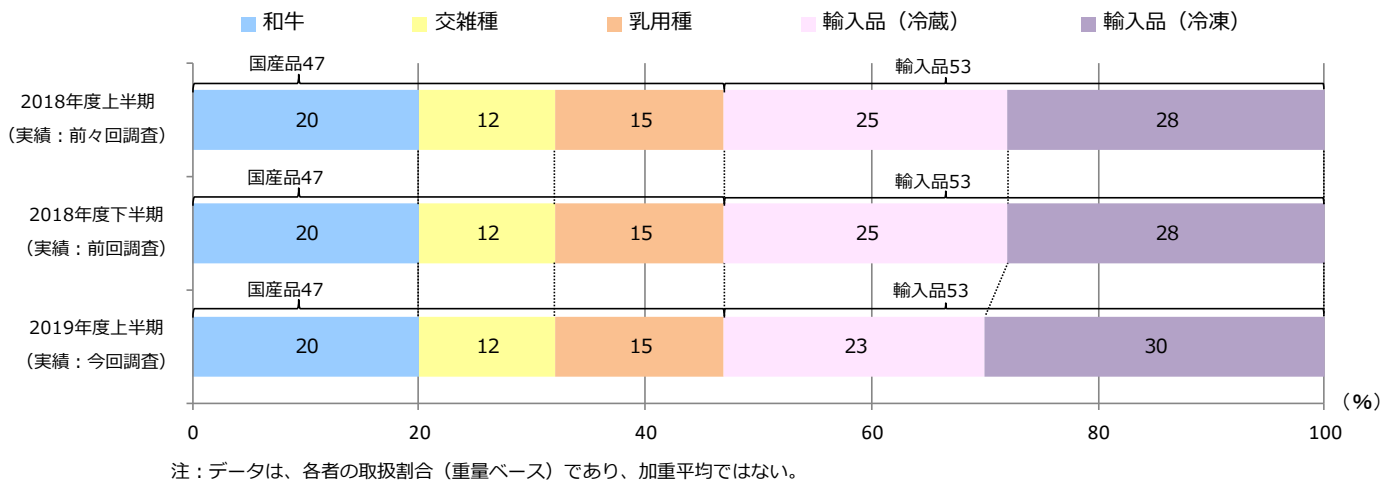
注：データは、各者の仕向け先別販売割合（重量ベース）であり、加重平均ではない。

牛肉

～国産品・輸入品ともに前年同期と同水準～

○2019年度上半期の卸売業者における牛肉の取扱割合の実績（重量ベース、以下同じ。）は、**国産品47%、輸入品53%**となった。
 ○前年同期（2018年度上半期実績）と比較すると、輸入品のうち、冷凍の取扱割合が増加したものの、輸入品計としては、同水準であった。

最近の牛肉の取扱割合

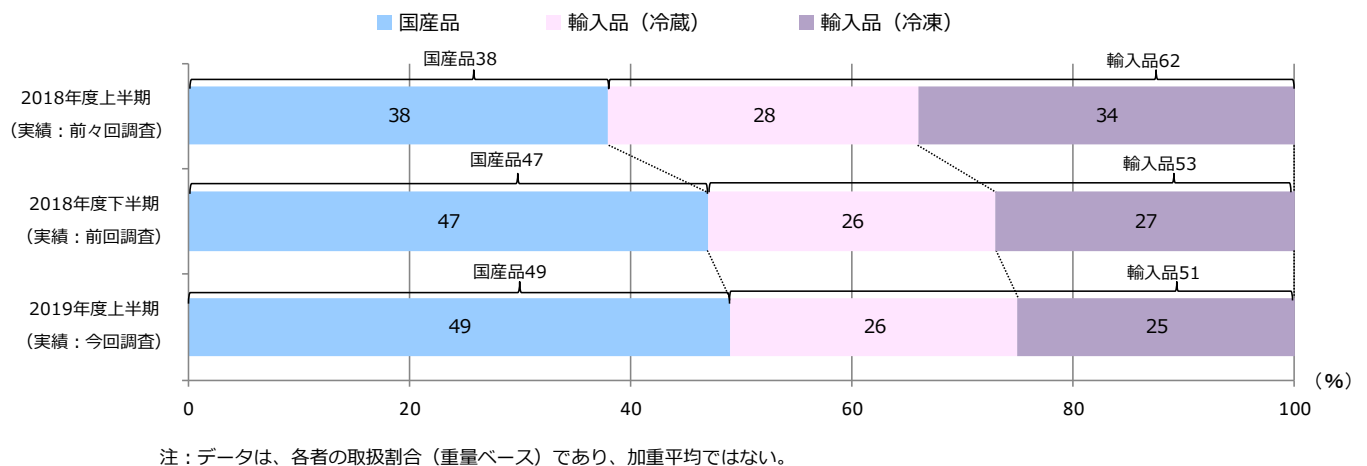


豚肉

～国産品が増加し、輸入品が減少～

○2019年度上半期の卸売業者における豚肉の取扱割合の実績は、**国産品49%、輸入品51%**となった。
 ○前年同期（2018年度上半期実績）と比較すると、国産品が11ポイント増加し、輸入品が11ポイント減少した。

最近の豚肉の取扱割合

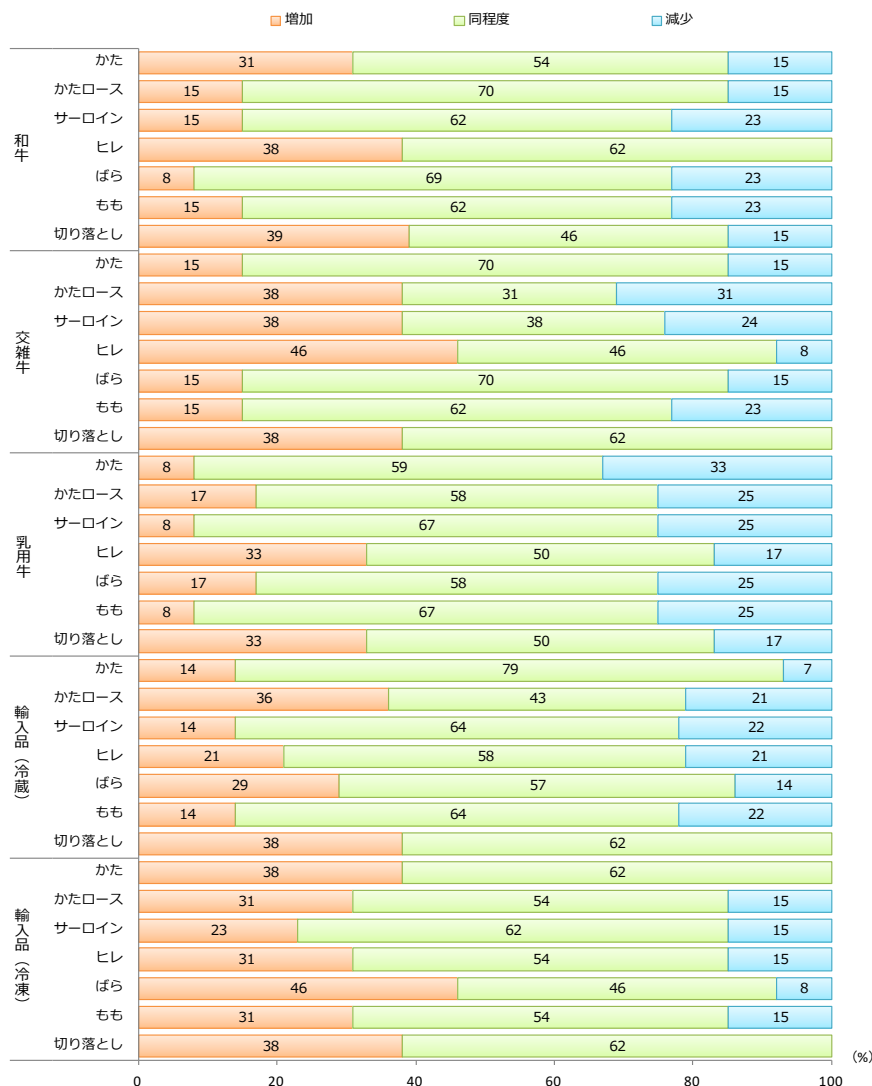


牛肉

～国産品・輸入品ともに「切り落とし」を中心に増加～

- 2019年度下半期の卸売業者における牛肉の部位別販売見通し（前年同期比）については、**和牛では全ての部位において「同程度」が多い中**、「かた」、「ヒレ」、「切り落とし」で「増加」が「減少」を上回った。
- 交雑牛ではロイン系の部位や「ヒレ」、「切り落とし」で「増加」が最も多かった**。増加理由として「和牛相場が高止まりしている影響で交雑牛にシフト」などが挙げられた。
- 乳用牛では「同程度」が多い中**、「ヒレ」や「切り落とし」を除き「減少」が「増加」を上回った。減少理由として「乳用牛の出荷頭数減少により、輸入品のスソ物の引き合いが増加」などが挙げられた。
- 輸入品のうち、冷蔵では「同程度」が多い中**、焼き材として需要が高い「かた」、「かたコース」、「ばら」、「切り落とし」で「増加」が「減少」を上回った。増加理由として「外食を中心とした赤身肉ブームについては堅調な需要に支えられ、安定している」、「価格訴求可能な輸入牛肉中心に需要が生じる」などが挙げられた。
- 冷凍では「同程度」が多い中**、全ての部位において「増加」が「減少」を上回った。増加理由として「外食を中心とした赤身肉ブームに輸入品主体で対応する」、「スソ物への需要を輸入品が取り込む」、「出荷頭数が減少している国産品（乳用牛）より比較的安価な輸入品の方が動きが活発」などが挙げられた。

2019年度下半期の牛肉の部位別販売見通し

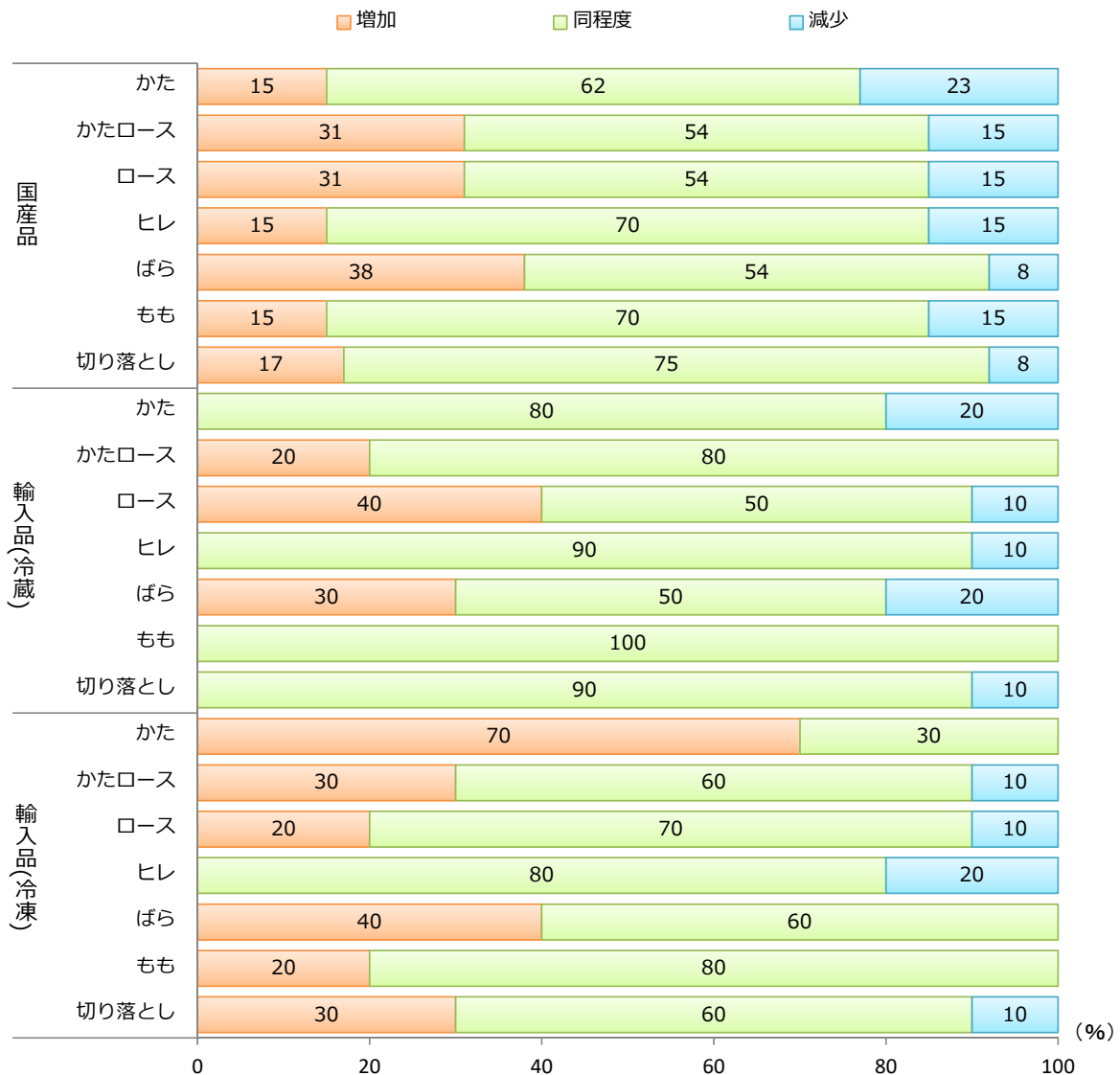


豚肉

～ 国産品はロイン系や「ばら」、輸入品は「かた」（冷凍）を中心に増加～

- 2019年度下半期の卸売業者における豚肉の部位別販売見通し（前年同期比）については、**国産品では全ての部位において「同程度」が多い中、「かたロース」、「ロース」、「ばら」、「切り落とし」で「増加」が「減少」を上回った。**増加理由として「出荷頭数の増加が見込めるため、ロイン系を中心に販売計画を立てている」、「ロースの販売量が昨年度よりも増えたため、同様の見通しを立てた」などが挙げられた。
- 輸入品については、冷蔵、冷凍ともに「同程度」が多い中、冷凍の「かた」は「増加」が7割**となった。増加理由として「安価な輸入品への取引先からの需要が増えているため」、「年々、消費者の低価格志向の強まりを受け、価格面での販売競争は激化している」などが挙げられた。

2019年度下半期の豚肉の部位別販売見通し

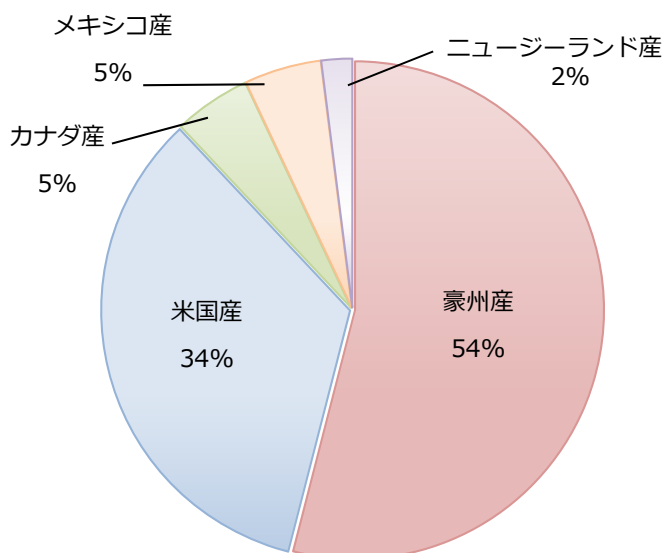


輸入牛肉の取扱割合

～輸入牛肉の取扱いは豪州産が最も多い～

○2019年度上半期の卸売業者における輸入牛肉の取扱割合は「**豪州産**」が**54%**と最も多く、次いで、「**米国産**」が34%、「**カナダ産**」および「**メキシコ産**」が5%、「**ニュージーランド産**」が2%となった。

輸入牛肉の取扱割合（2019年度上半期）（卸売業者）



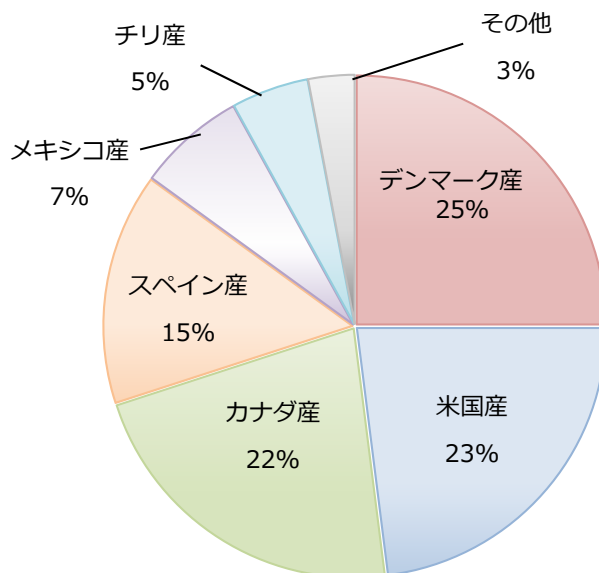
注：データは、各者の取扱割合（重量ベース）であり、加重平均ではない。

輸入豚肉の取扱割合

～輸入豚肉の取扱いはデンマーク産が最も多い～

○2019年度上半期の卸売業者における輸入豚肉の取扱割合は「**デンマーク産**」が**25%**と最も多く、次いで、「**米国産**」が23%、「**カナダ産**」が22%となり、これら上位3カ国の合計で7割を占める結果となった。また、「**スペイン産**」が15%、「**メキシコ産**」が7%、「**チリ産**」が5%であった。

輸入豚肉の取扱割合（2019年度上半期）（卸売業者）



注：データは、各者の取扱割合（重量ベース）であり、加重平均ではない。

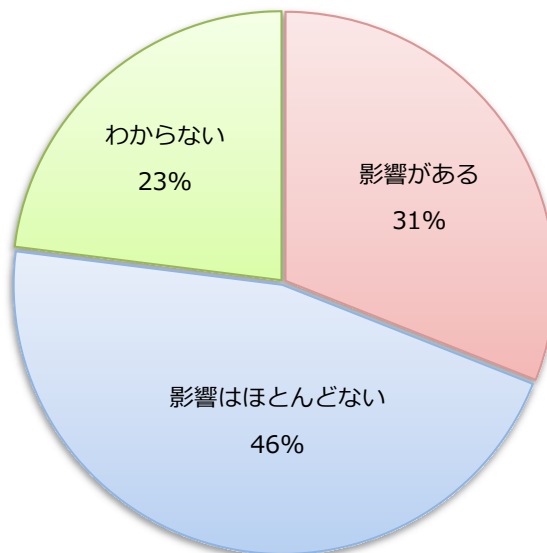
牛肉の取扱いへの影響

～月齢制限の撤廃による影響は「ほとんどない」が最も多い～

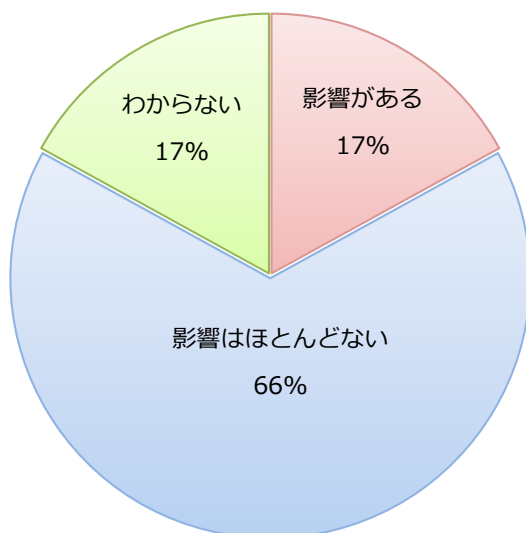
- 米国、カナダおよびアイルランド産牛肉等については、令和元年5月17日付けで輸入条件が見直され、30カ月齢の月齢制限が撤廃されたところである。
- 卸売業者における月齢制限の撤廃による牛肉の取扱いへの影響については、3カ国とも「影響はほとんどない」が最も多かった。
- 国別にみると、**米国産は「影響はほとんどない」が46%と最も多く、次いで、「影響がある」が31%、「わからない」が23%となった。**また、カナダ産は「影響はほとんどない」が66%と最も多く、次いで、「影響がある」および「わからない」がそれぞれ17%となり、アイルランド産は「影響はほとんどない」が64%と最も多く、次いで、「わからない」が36%となり、「影響がある」という回答はなかった。

月齢制限の撤廃による輸入牛肉への影響

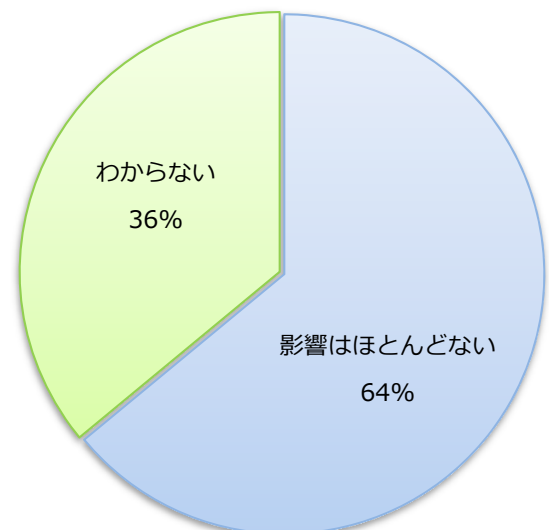
(米国産)



(カナダ産)



(アイルランド産)



Ⅱ-1 最近の食肉の取扱割合（小売業者）

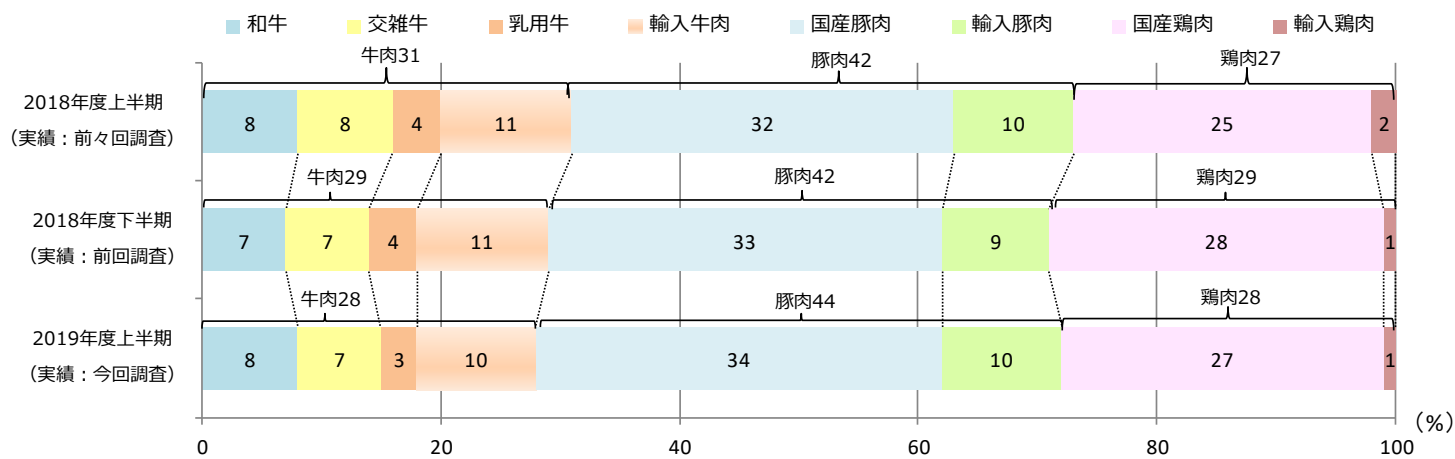
量販店

～牛肉が減少した一方で、豚肉および鶏肉が増加～

○2019年度上半期の量販店における食肉取扱割合の実績（重量ベース。以下同じ。）は、**牛肉が28%、豚肉が44%、鶏肉が28%**となった。

○前年同期（2018年度上半期実績）と比較すると、牛肉が3ポイント減少した一方で、豚肉が2ポイント、鶏肉が1ポイントそれぞれ増加した。

最近の食肉取扱割合（量販店）



注：データは、各者の取扱割合（重量ベース）であり、加重平均ではない。

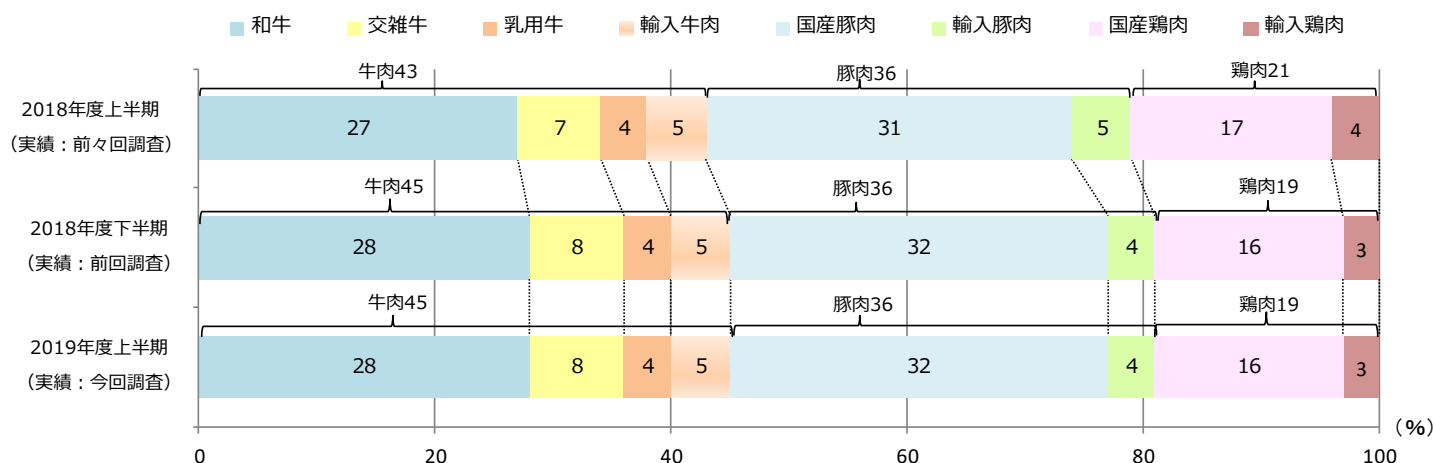
食肉専門店

～鶏肉が減少した一方で、牛肉が増加～

○2019年度上半期の食肉専門店における食肉取扱割合の実績は、**牛肉が45%、豚肉が36%、鶏肉が19%**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（2018年度上半期実績）と比較すると、牛肉が2ポイント増加した一方で、鶏肉は2ポイント減少した。

最近の食肉取扱割合（食肉専門店）



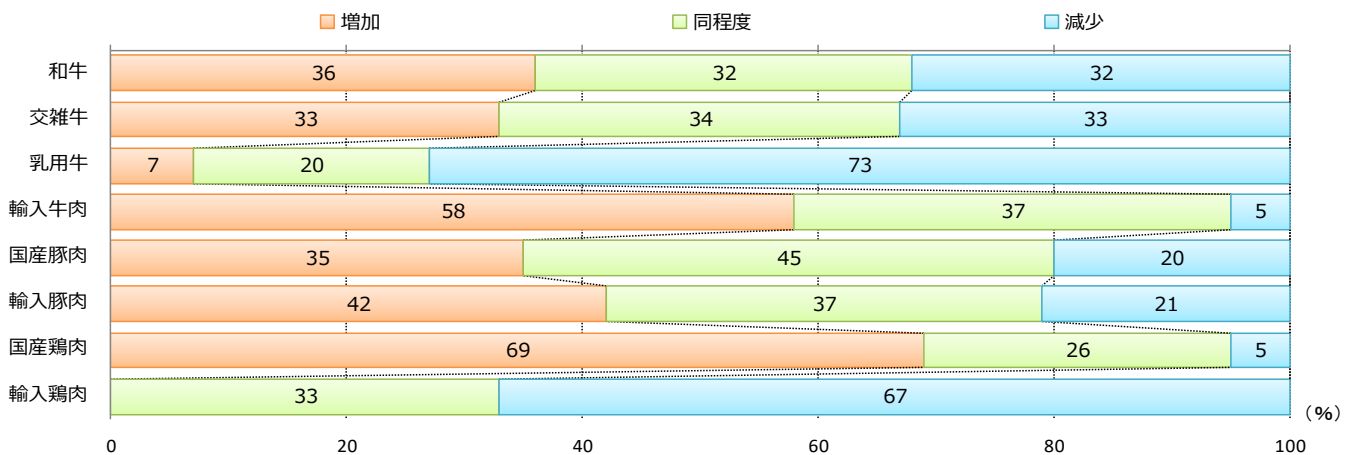
注：データは、各者の取扱割合（重量ベース）であり、加重平均ではない。

量販店

～輸入牛肉および国産鶏肉が増加～

- 2019年度下半期の量販店における食肉販売見通し（前年同期比）については、**交雑牛および国産豚肉は「同程度」が最も多く、和牛、輸入牛肉、輸入豚肉および国産鶏肉は「増加」の回答が多かった。**一方、**乳用牛、輸入鶏肉は「減少」が最も多かった。**
- 輸入牛肉の増加割合が高い理由として「他畜種からの需要シフト」が最も多く、次いで、「消費者の低価格志向」、「特売回数の増加」が挙げられた。
- 国産鶏肉の増加割合が高い理由として「特売回数の増加」が最も多く、次いで、「他畜種からの需要シフト」が多く挙げられた。
- 乳用牛の減少割合が高い理由として「数量減少および仕入れ価格の高騰」、輸入鶏肉は「特売回数の減少」が挙げられた。

2019年度下半期の食肉販売見通し（量販店）

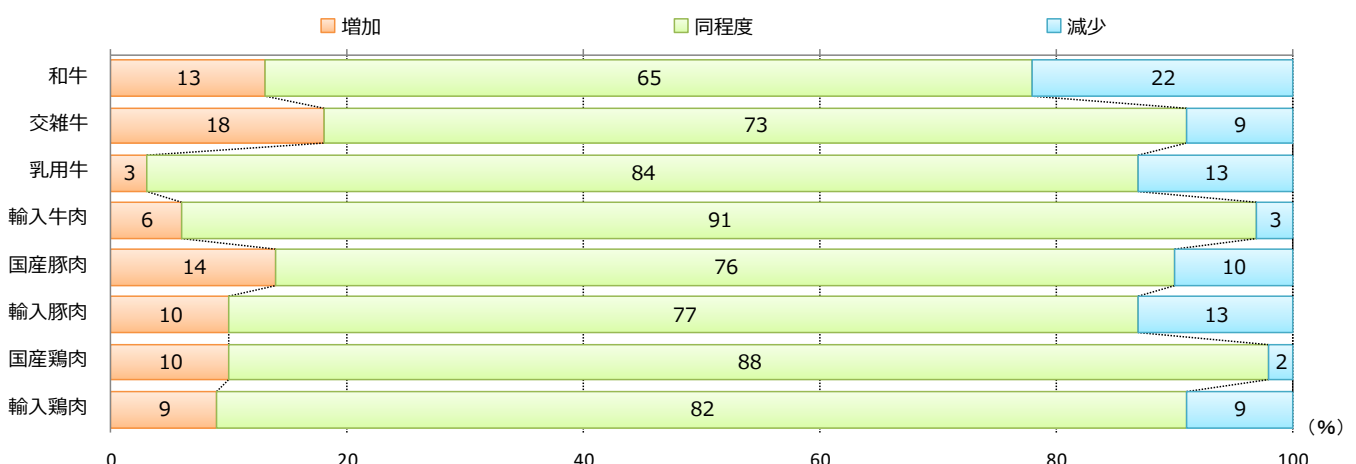


食肉専門店

～全ての食肉で「同程度」が最も多い～

- 2019年度下半期の食肉専門店における食肉販売見通し（前年同期比）については、**全ての食肉で「同程度」が最も多い**中、交雑牛、輸入牛肉、国産豚肉、国産鶏肉では「増加」が「減少」を上回った。
- 交雑牛の増加割合が高い理由として「特売回数の増加」が多く挙げられた。また、国産豚肉は「消費者の低価格志向」が多く挙げられた。
- 和牛の減少割合が高い理由として「消費者の低価格志向」や「仕入価格上昇分の価格転嫁が困難」が多く挙げられた。

2019年度下半期の食肉販売見通し（食肉専門店）



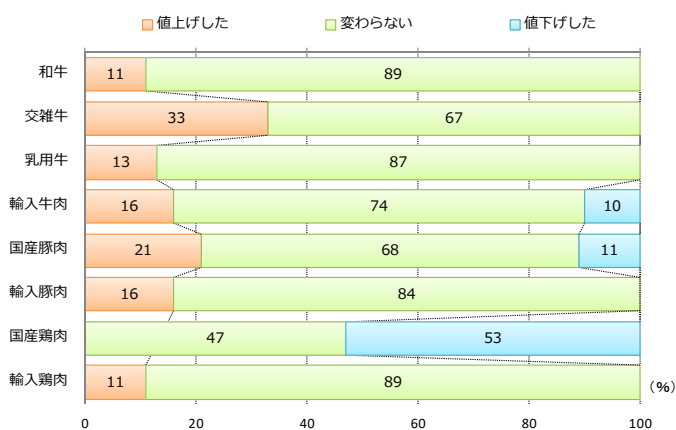
量販店

～おおむね現状維持となるも交雑牛・乳用牛は値上げ傾向に～

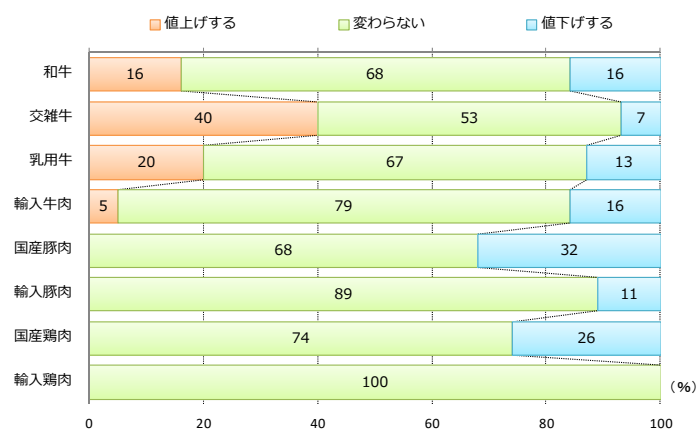
○2019年度上半期の量販店における小売価格の実績（前年同期比）については、**国産鶏肉では、「値下げした」が最も多く、国産鶏肉以外の食肉は「変わらない」が最も多かった。**
 ○2019年度下半期の量販店における小売価格の見通し（前年同期比）については、**全ての食肉で「変わらない」が最も多い中、交雑牛、乳用牛は「値上げする」が「値下げする」を上回った。**一方、輸入牛肉、国産豚肉、輸入豚肉、国産鶏肉は「値下げする」が「値上げする」を上回った。

食肉の小売価格（量販店）

2019年度上半期の小売価格（実績）



2019年度下半期の小売価格（見通し）



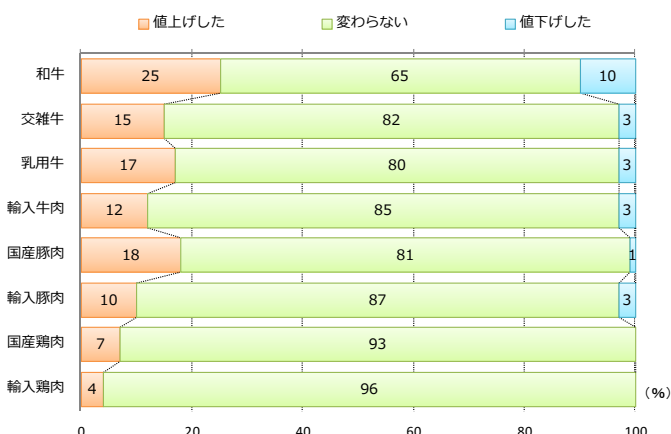
食肉専門店

～おおむね現状維持となるも牛肉・豚肉は値上げ傾向に～

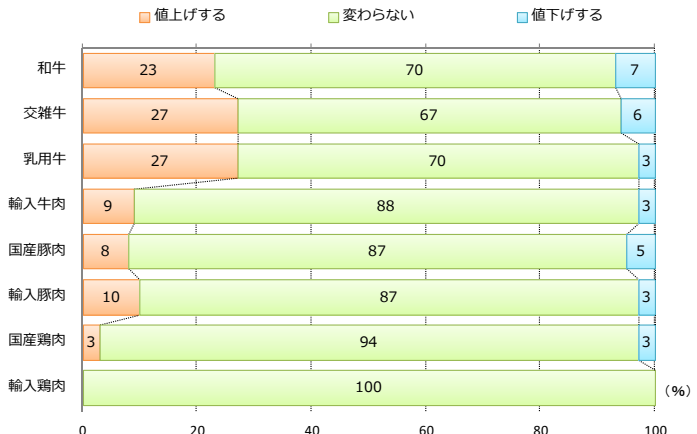
○2019年度上半期の食肉専門店における小売価格の実績（前年同期比）については、**全ての食肉で「変わらない」が最も多い中、「値上げした」が「値下げした」を上回った。**
 ○2019年度下半期の食肉専門店における小売価格の見通し（前年同期比）については、**全ての食肉で「変わらない」が最も多い中、鶏肉では「値上げする」と「値下げする」が拮抗する一方、牛肉、豚肉では「値上げする」が「値下げする」を上回り、上半期の実績と比較すると、交雑牛と乳用牛はで「値上げする」の割合が増加した。**

食肉の小売価格（食肉専門店）

2019年度上半期の小売価格（実績）



2019年度下半期の小売価格（見通し）



量販店

～豚肉・鶏肉で「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「**特定の年齢層・家族形態を対象とした商品の品揃え強化**」、2位が「低級部位や切り落としを増やす」および「総菜や味付け肉の強化」となった。

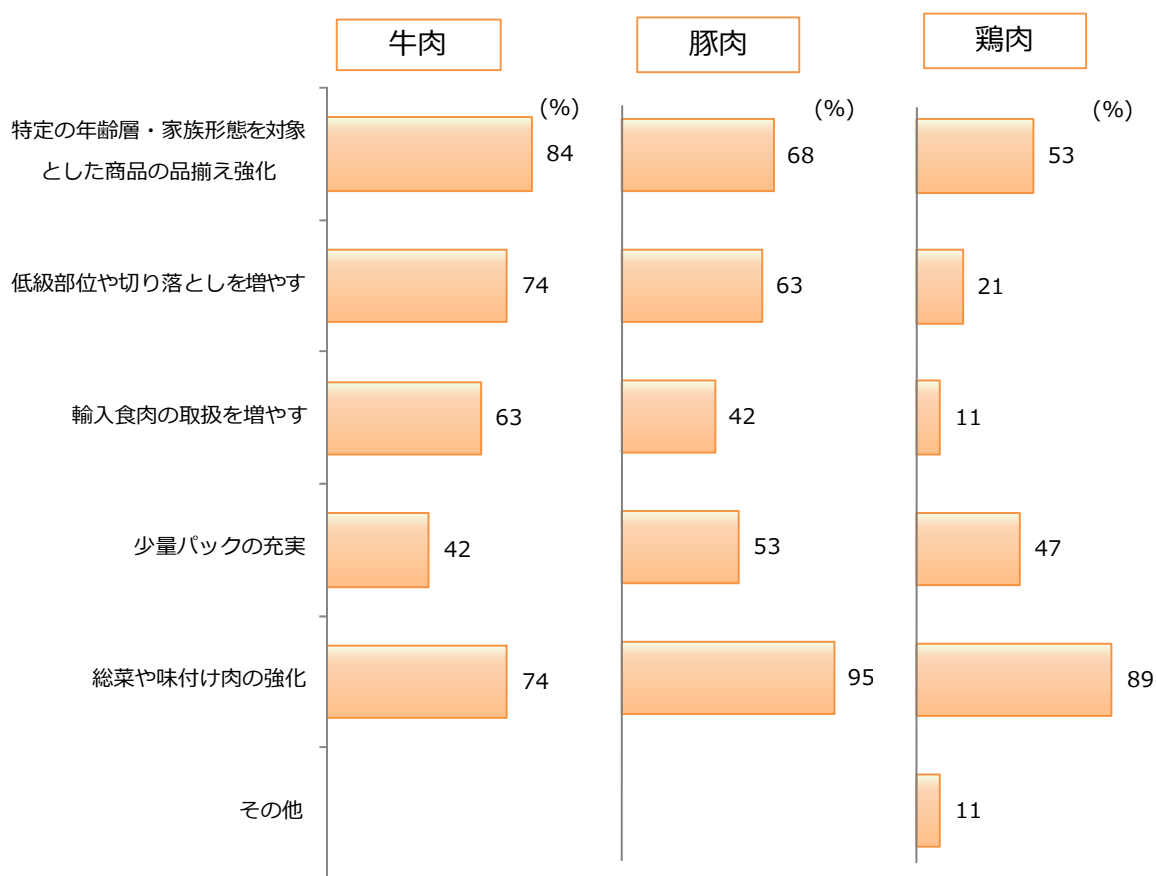
○**豚肉**では**1位**が「**総菜や味付け肉の強化**」、2位が「特定の年齢層・家族形態を対象とした商品の品揃え強化」、3位が「低級部位や切り落としを増やす」となった。

○**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「少量パックの充実」となった。

○豚・鶏肉において、「総菜や味付け肉の強化」という回答が多く、中食総菜市場の拡大を背景に、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「即食商品として、味付・生食・レンジ・簡便性の高い商品等での売場を拡大を実施する」、「少量パックや味付け商品、レンジ対応商品などの単身者向けの商品を取扱う」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

～豚肉・鶏肉で「総菜や味付け肉の強化」が1位～

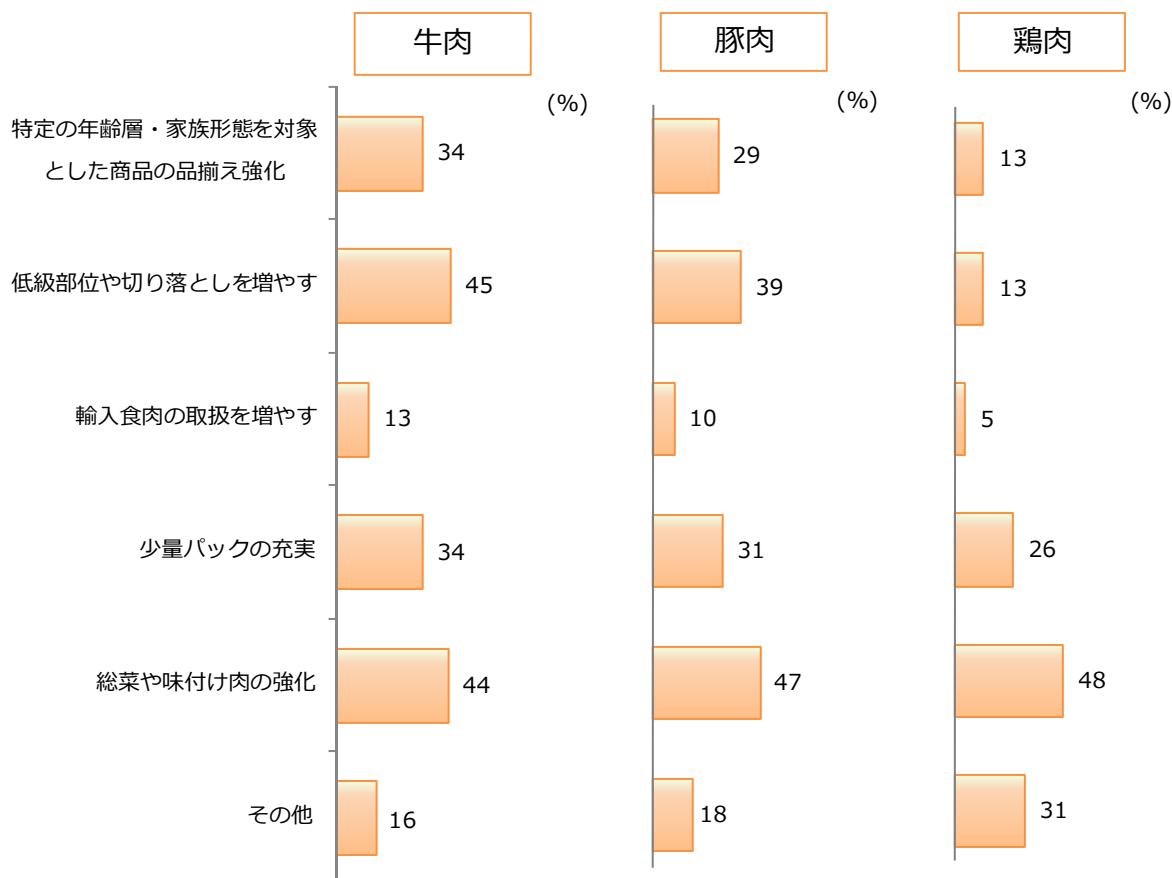
○食肉専門店における販売拡大に向けた対応については、**牛肉**では**1位が「低級部位や切り落としを増やす」**、2位が「総菜や味付け肉の強化」、3位が「特定の年齢層・家族形態を対象とした商品の品揃え強化」および「少量パックの充実」となった。特に、食肉専門店では和牛が主力商品であることから、消費者が求めやすい低価格の部位や切り落としの取扱いを強化していることがうかがえる。

○**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「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「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「主力の牛肉商品（切り落とし、カレー肉）の値下げなど、家計応援のアピールをする」、「少量で購入しやすい牛肉のパックアイテムを増やす」、「手作り総菜や一次加工品の販売を強化する」、「対面販売で顧客とのコミュニケーションを通してスライスやカットなどの細やかな要望に応じていく」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。

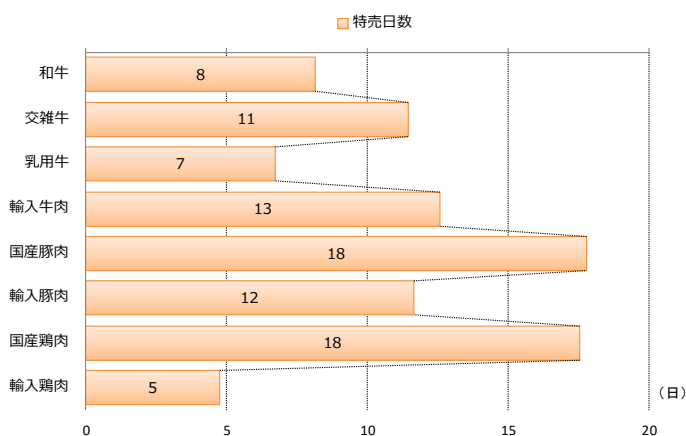
量販店

～輸入牛肉、国産豚肉および国産鶏肉の特売日数が増加～

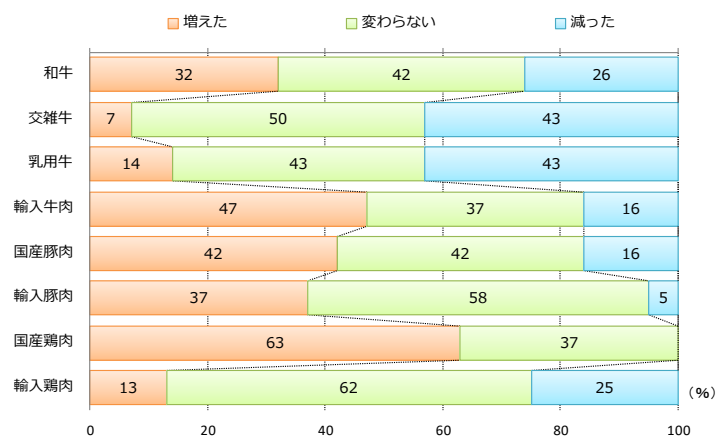
○2019年度上半期の量販店における特売日数（1カ月当たり平均日数）については、5～18日（前回調査（2018年度下半期における特売日数）は4～15日）とばらつきが大きくなった。特に、**国産豚肉および国産鶏肉では、それぞれ18日と他の食肉よりも多く特売の目玉商品として取扱われることが多い状況**がうかがえる。

○特売実施状況を前年同期（2018年上半期）と比較すると、輸入牛肉および国産鶏肉以外の食肉では「変わらない」が最も多かったものの、**交雑牛、乳用牛、輸入鶏肉を除き、「増えた」が「減った」を上回り、概して、特売日が増加**したことがうかがえる。

2019年度上半期の特売日数（1カ月当たり平均）（量販店）



2019年度上半期の特売実施状況（量販店）



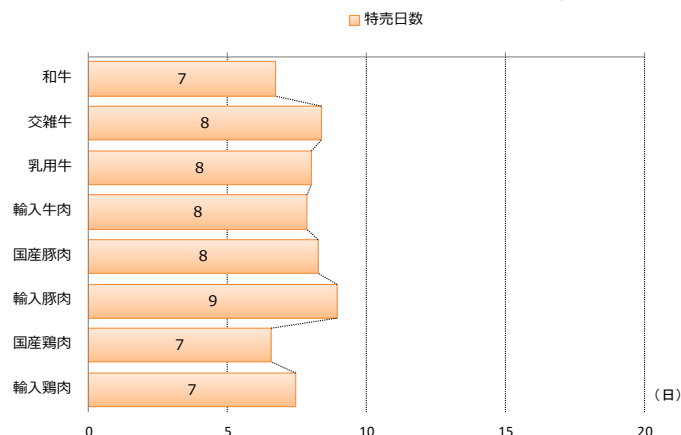
食肉専門店

～概して、特売日数は全ての食肉で横ばい～

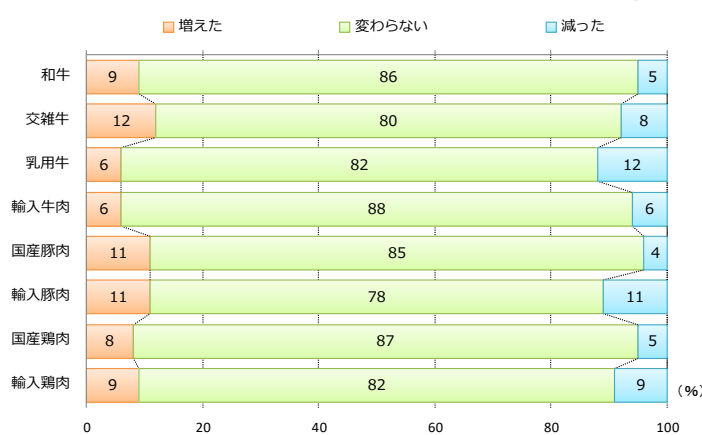
○2019年度上半期の食肉専門店における特売日数（1カ月当たり平均日数）については、おおむね7～9日（前回調査は6～11日）であり、ばらつきが小さくなった。一般的に食肉専門店では国産牛肉の取扱いが中心となっており、特売日数は量販店に比べて少ない結果となった。

○特売実施状況を前年同期（2018年上半期）と比較すると、全ての食肉で「変わらない」が最も多い中、**特に、和牛、交雑牛、国産豚肉、国産鶏肉では「増えた」が「減った」を上回った。**

2019年度上半期の特売日数（1カ月当たり平均）（食肉専門店）



2019年度上半期の特売実施状況（食肉専門店）



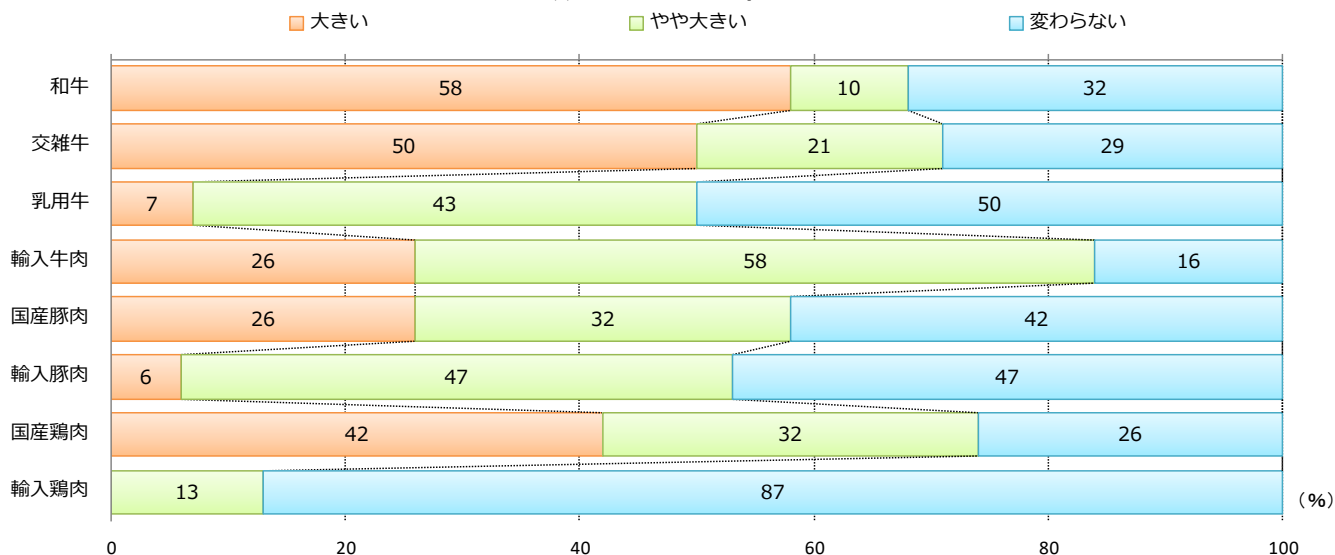
量販店

～牛肉は特売の効果が比較的大きい～

○特売の効果については、**乳用牛および輸入鶏肉以外の食肉で「大きい」と「やや大きい」の計が過半を占める中、輸入牛肉は8割を超える結果となった。**一方、単価の高い和牛についても「大きい」が6割弱と、特売が効果的であることがうかがえる。

○特売品としての取扱頻度が高い国産鶏肉は、特売の効果についても比較的高い結果となった。

特売の効果（量販店）



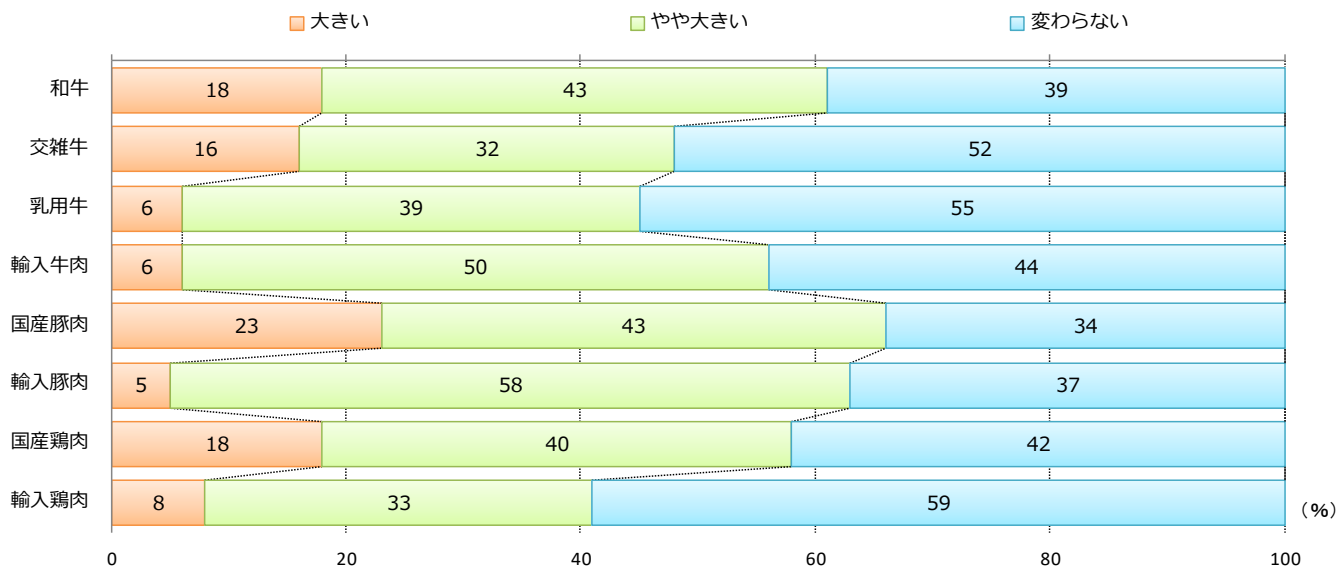
食肉専門店

～和牛、国産豚肉および輸入豚肉は、特売の効果が比較的大きい～

○特売の効果については、乳用牛および輸入鶏肉以外の食肉で「大きい」と「やや大きい」の計が過半を占める中、**和牛、国産豚肉および輸入豚肉は「大きい」と「やや大きい」の計が6割以上**となり、他の食肉と比べて特売の効果が高いことがうかがえる。また、量販店と比較すると、特売の効果については「大きい」が少ない結果となり、量販店よりも特売の効果を感じている者が少ないことがうかがえる。

○輸入鶏肉は「変わらない」が約6割と他の食肉と比べて特売の効果が高い結果となった。

特売の効果（食肉専門店）



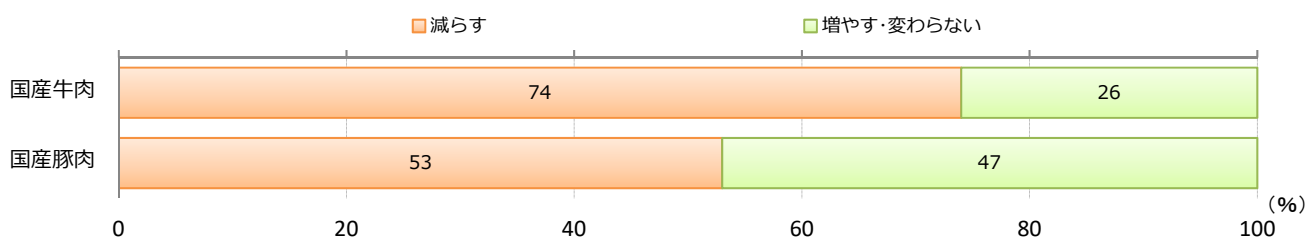
量販店

～国産牛肉は「1～3%」、豚肉は「5～10%」仕入価格が上昇すると、取扱量が減少する回答が最も多い～

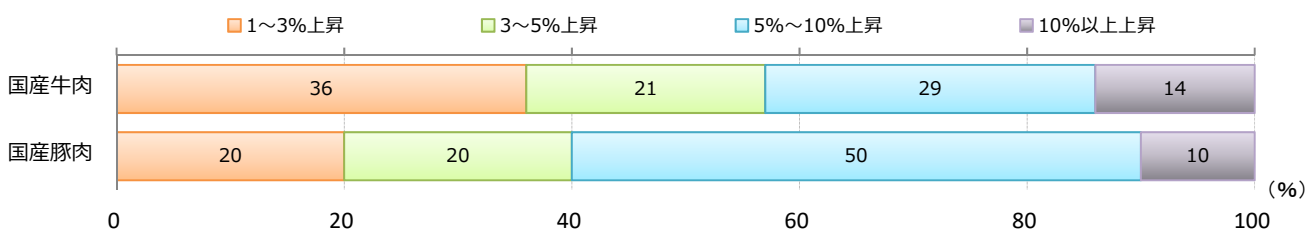
○現在の仕入価格（8月調査時）が上昇した時の取扱意向については、国産牛肉では「減らす」が74%、「増やす・変わらない」が26%となった。また、国産豚肉では「減らす」が53%、「増やす・変わらない」が47%となった。牛肉は豚肉と比べて、仕入価格上昇により取扱いを「減らす」傾向がつかえる。

○仕入価格が現在（8月調査時）と比べて今後どの程度上昇すれば、取扱量を減少させるかについては、**国産牛肉は「1～3%上昇」が最も多く**、次いで、「5～10%上昇」、**国産豚肉は「5～10%上昇」が最も多かつた**。

仕入価格上昇時の取扱意向（量販店）



取扱量が減少する仕入価格の上昇率（量販店）
（仕入価格上昇時に「減らす」と回答した者）



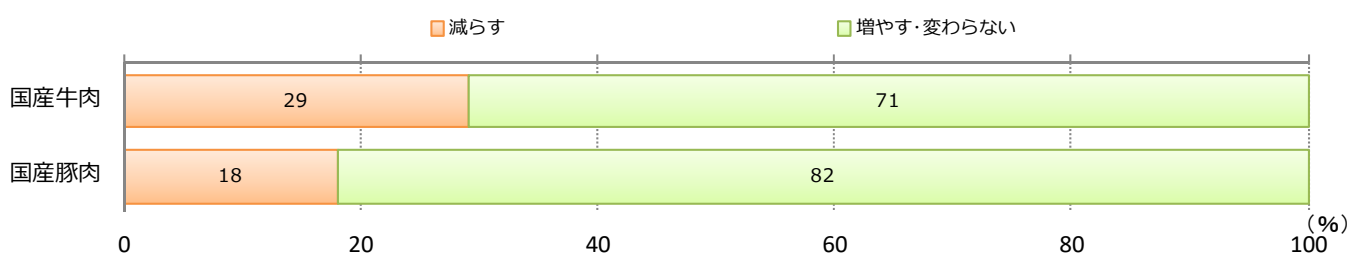
食肉専門店

～国産牛肉・豚肉は仕入価格が「5～10%」上昇すると、
取扱量が減少する回答が最も多い～

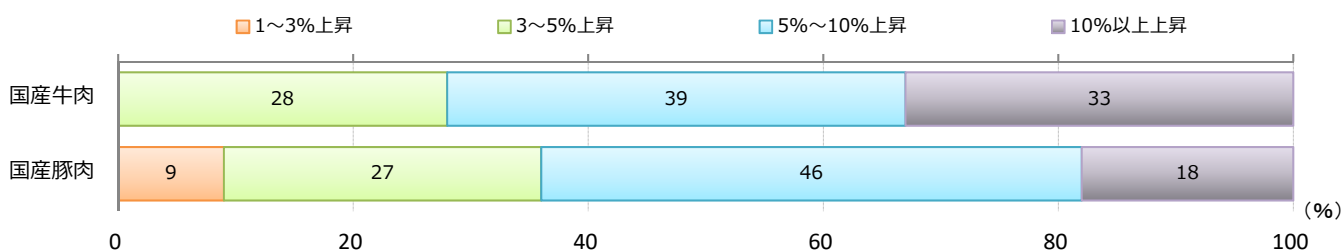
○現在の仕入価格（8月調査時）が上昇した時の取扱意向については、国産牛肉では「減らす」が29%、「増やす・変わらない」が71%となった。また、国産豚肉では「減らす」が18%、「増やす・変わらない」が82%となった。量販店と比較すると、価格上昇時の取扱意向について「減らす」が少ない結果となった。

○仕入価格が現在（8月調査時）と比べて今後どの程度上昇すれば、取扱量を減少させるかについては、**国産牛肉および国産豚肉ともに「5～10%」が最も多かった。**

仕入価格上昇時の取扱意向（食肉専門店）



取扱量が減少する仕入価格の上昇率（食肉専門店）
（仕入価格上昇時に「減らす」と回答した者）

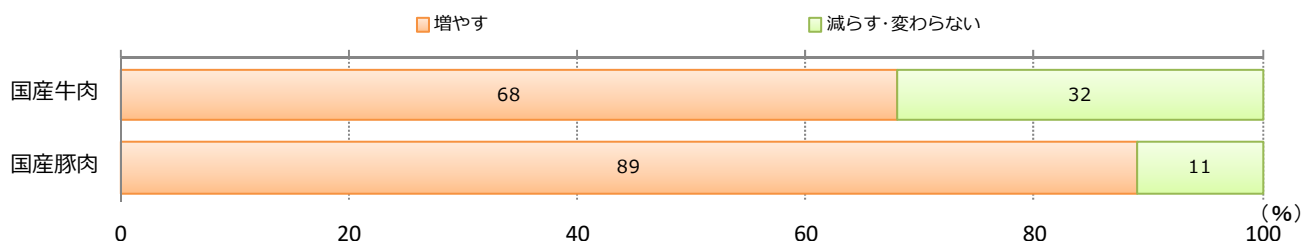


量販店

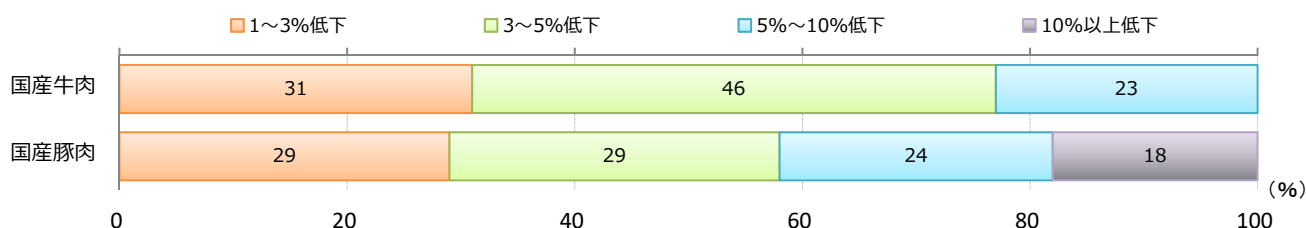
～国産牛肉・豚肉は仕入価格が「3～5%」低下すると、
取扱量が増加する回答が最も多い～

- 現在の仕入価格（8月調査時）が低下した時の取扱意向については、国産牛肉では「増やす」が68%、「減らす・変わらない」が32%となった。また、国産豚肉では「増やす」が89%、「減らす・変わらない」が11%となった。量販店では、国産豚肉は仕入価格上昇時に取扱量を減らす（14ページ）よりも低下時に取扱量を増やす傾向がうかがえる。
- 仕入価格が現在（8月調査時）と比べて、今後どの程度低下すれば、取扱量を増加させるかについては、**国産牛肉は「3～5%低下」、国産豚肉は「1～3%低下」および「3～5%低下」が最も多かった**。この結果、店舗の規模に関わらず、「3～5%低下」の仕入価格の低下が取扱量を増やす水準となっていることがうかがえる。

仕入価格低下時の取扱意向（量販店）



取扱量が増加する仕入価格の低下率（量販店）
（仕入価格低下時に「増やす」と回答した者）



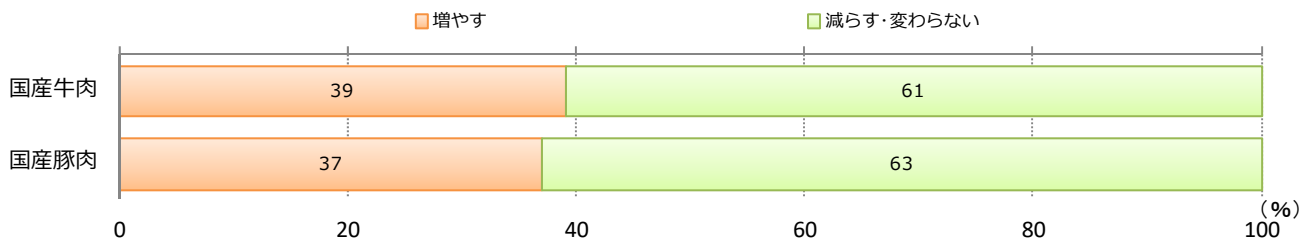
食肉専門店

～ 国産牛肉は仕入価格が「10%以上」、国産豚肉は「5～10%」低下すると、取扱量が増加する回答が最も多い～

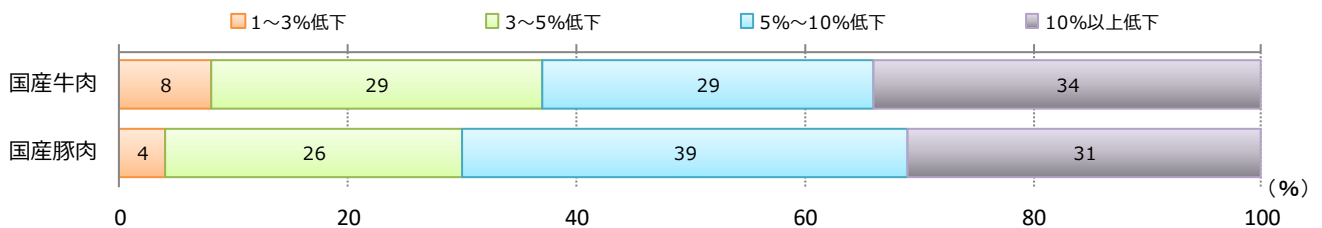
○現在の仕入価格（8月調査時）が低下した時の取扱意向について聞いてみたところ、国産牛肉では「増やす」が39%、「減らす・変わらない」が61%となった。また、国産豚肉では「増やす」が37%、「減らす・変わらない」が63%となった。食肉専門店では、仕入価格上昇時に取扱量を減らす（15ページ）よりも、低下時に取扱量を増やすという回答が多かった。量販店と比較すると、仕入価格の変動による取扱量の増減は小さい傾向があることがうかがえる。

○仕入価格が現在（8月調査時）と比べて今後どの程度低下すれば、取扱量を増加させるかについては、**国産牛肉は「10%以上低下」、国産豚肉は「5～10%低下」が最も多かった。**

仕入価格低下時の取扱意向（食肉専門店）



取扱量が増加する仕入価格の低下率（食肉専門店）
（仕入価格低下時に「増やす」と回答した者）

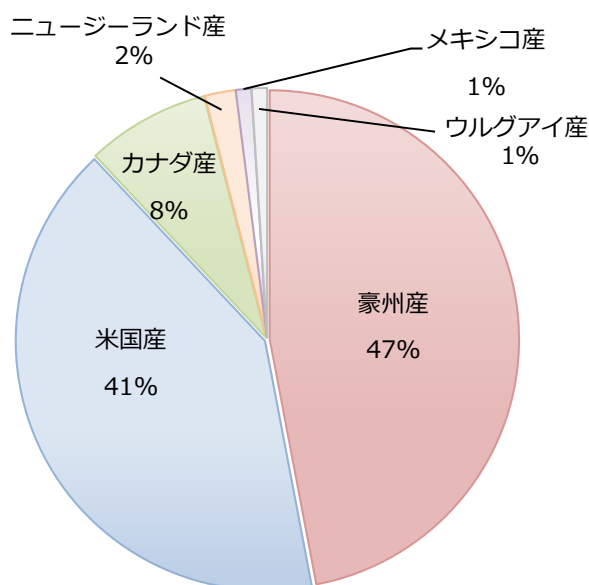


輸入牛肉の取扱割合

～輸入牛肉の取扱いは豪州産が最も多い～

○2019年度上半期の量販店における輸入牛肉の取扱割合は「**豪州産**」が**47%**と最も多く、次いで、「**米国産**」が**41%**、「**カナダ産**」が8%、以下、「**ニュージーランド産**」が2%「**メキシコ産**」が1%、「**ウルグアイ産**」が1%となった。

輸入牛肉の取扱割合（2019年度上半期）（量販店）



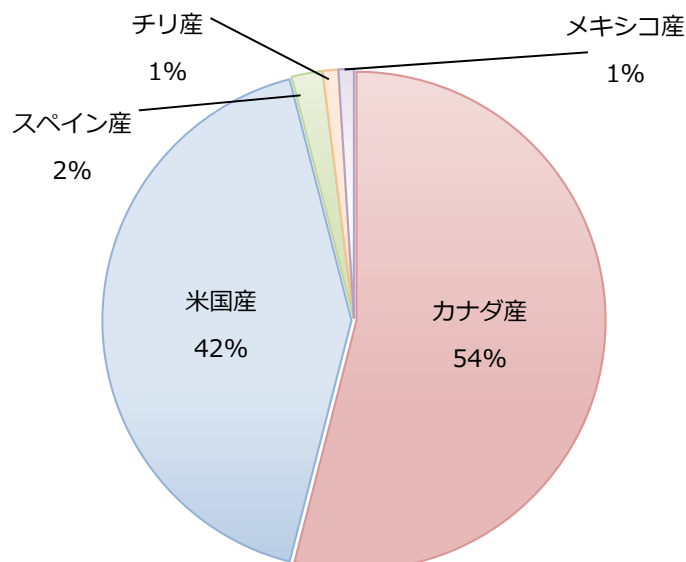
注：データは、各者の取扱割合（重量ベース）であり、加重平均ではない。

輸入豚肉の取扱割合

～輸入豚肉の取扱いはカナダ産が最も多い～

○2019年度上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%**で最も多く、次いで、「**米国産**」が**42%**、以下、「**スペイン産**」が2%、「**チリ産**」が1%、「**メキシコ産**」が1%であった。

輸入豚肉の取扱割合（2019年度上半期）（量販店）



注：データは、各者の取扱割合（重量ベース）であり、加重平均ではない。

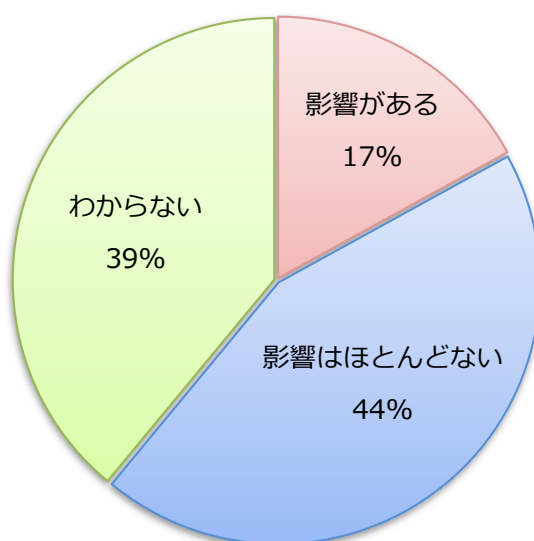
輸入牛肉の取扱いへの影響

～月齢制限の撤廃による影響は「ほとんどない」が最も多い～

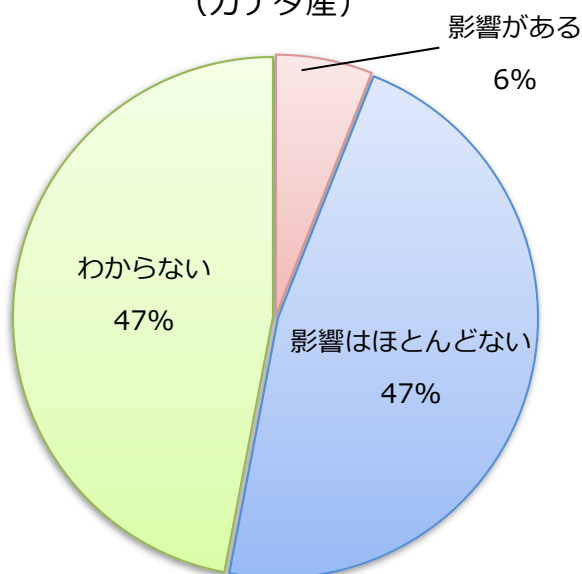
- 量販店における月齢制限の撤廃による輸入牛肉の取扱いへの影響については、**米国産は「影響はほとんどない」が44%と最も多く**、次いで、「わからない」が39%、「**影響がある**」が**17%**となった。また、カナダ産は「影響はほとんどない」および「わからない」がそれぞれ47%、アイルランド産は「わからない」が最も多かった。
- 「影響はほとんどない」の理由については「取扱いが少ない」、「現状は影響ないが、品質や価格次第では検討する」などが挙げられた。

月齢制限の撤廃による輸入牛肉への影響

（米国産）



（カナダ産）



（アイルランド産）

