

# 食肉販売動向調査結果 (2021年度下半期)

2021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】（2021年8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

- 2021年上半期（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、外出自粛による、外食需要の回復の遅れや前年の内食需要の増加の反動から前年同期には及ばなかったものの、量販店・食肉専門店向けが堅調であったことから、おおむね同程度もしくは減少傾向との結果となった。  
販売見通しでは、「外出の制限・自粛の継続による外食向けの減少」といった意見の一方で、「制限・自粛の緩和による景気回復」との声も挙げられた。和牛の4,5等級については、「COVID-19の収束を期待して、輸出向けを増加させる」といった声が挙げられたものの、おおむね同程度との見方が多い結果となった。
- 小売業者における販売状況は、特に量販店においてCOVID-19の影響による前年の内食特需の反動により、牛肉・豚肉・鶏肉の全てでおおむね減少傾向との結果となった。販売見通しでは、「COVID-19による内食特需の反動」や「仕入価格上昇分の価格転嫁」という声もあり、おおむね減少傾向との見方が多い結果となった。
- 小売業者における和牛肉仕入時に優先した選定基準は、1位が「肉質」、2位が「価格」との結果であったが、3位が量販店では「生産者・牧場」、食肉専門店では「産地銘柄」と異なる結果となった。  
また、優先した肉質の選定基準は、量販店では「脂肪交雑（BMS）」に対し、食肉専門店では「きめ・しまり」と「肉の色」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、2021年度上半期（2021年4月～9月）の実績および2021年度下半期（2021年10月～2022年3月）の見通しについて調査を行った（2021年8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7月26日～8月17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	64	64	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頁
- 8 食肉の部位別販売見通し・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 10頁
- 9 輸入食肉の販売見通し・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 11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・・・・・・・・・・・・・・ 12～17頁
- 2 和牛の等級別取扱割合・販売見通し・・・・・・・・・・ 18～19頁
- 3 食肉の小売価格・見通し・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 20頁
- 4 食肉の販売拡大に向けた対応・・・・・・・・・・・・・・ 21～22頁
- 5 輸入食肉の取扱割合・販売見通し（量販店）・・・・ 23～25頁
- 6 和牛肉仕入時に優先した選定基準・・・・・・・・・・・・ 26～29頁

## 牛肉全体の取扱状況

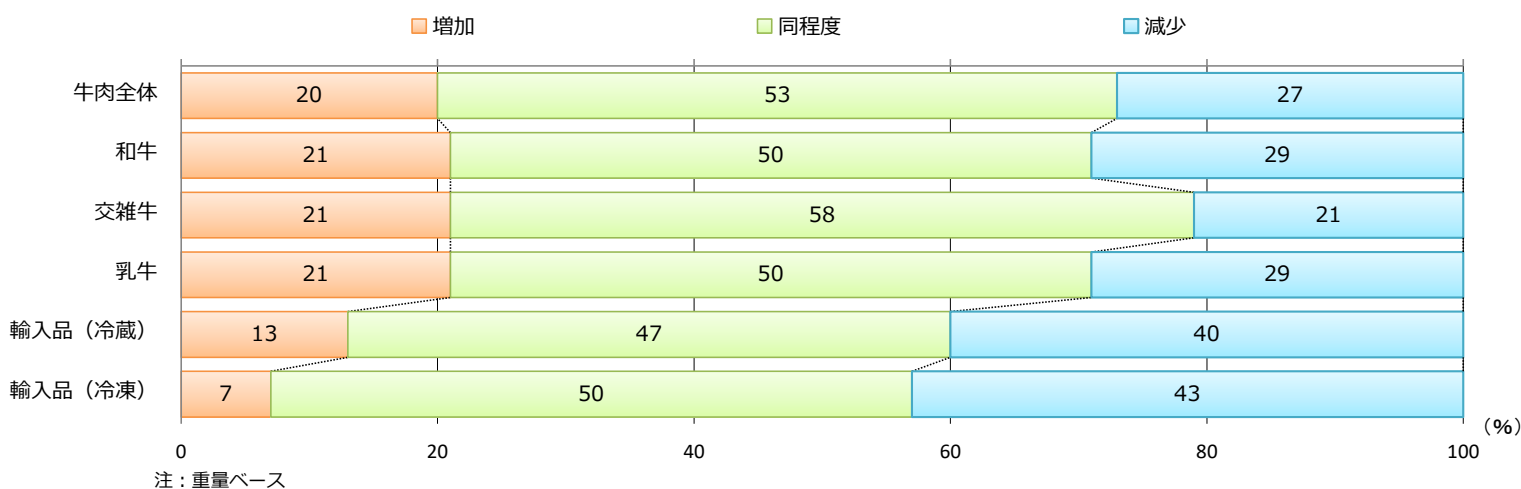
～おおむね同程度～

○2021年度上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年度下半期）との比較では「同程度」の回答が5割と多い中、「減少」が「増加」を上回った。**

○品種別に増減結果をみると、**交雑牛を除く牛肉で「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「**相場高**」がそれぞれ最も多かった。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。

2021年度上半期における牛肉の取扱状況（2020年度下半期との比較）



## 和牛の等級別取扱状況

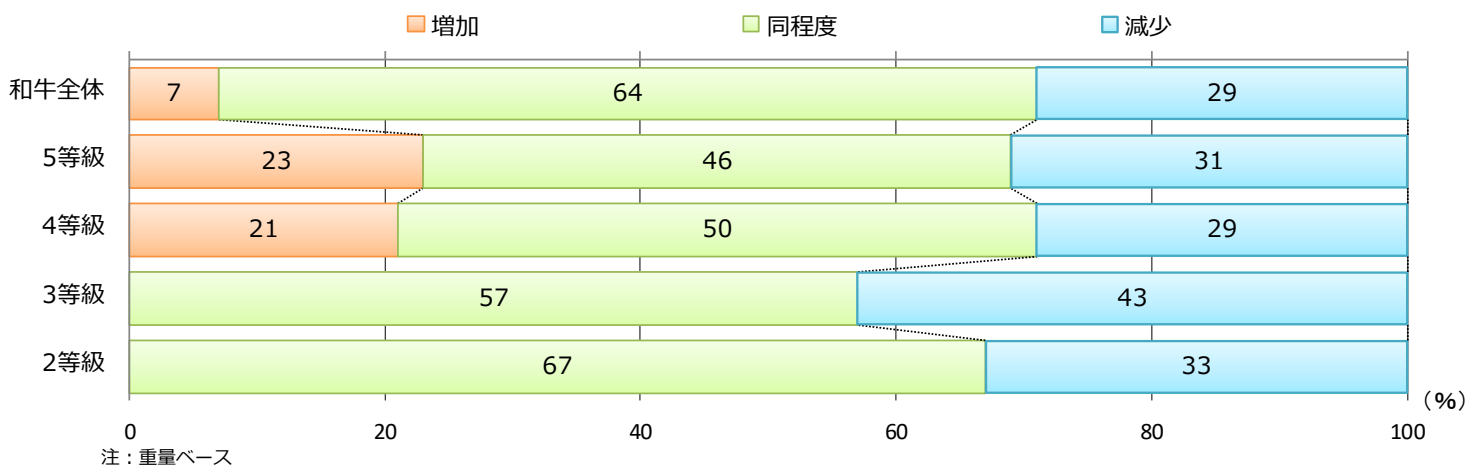
～おおむね同程度から減少傾向～

○前年同期（2020年度上半期）と比較した2021年上半期の和牛等級別の取扱状況（重量ベース）については、**全ての等級区分で「同程度」が最も多く、それぞれ「減少」が「増加」を上回った。**

○減少理由については、5等級、4等級は「**外出の制限・自粛**」および「**相場高**」、3等級は「**格付等級の割合が低下した**」および「**相場高**」が挙げられた。

○増加理由については、5等級、4等級は「**格付等級の割合が上昇した**」が最も多く挙げられた。

等級別にみた和牛の取扱状況（卸売業者）

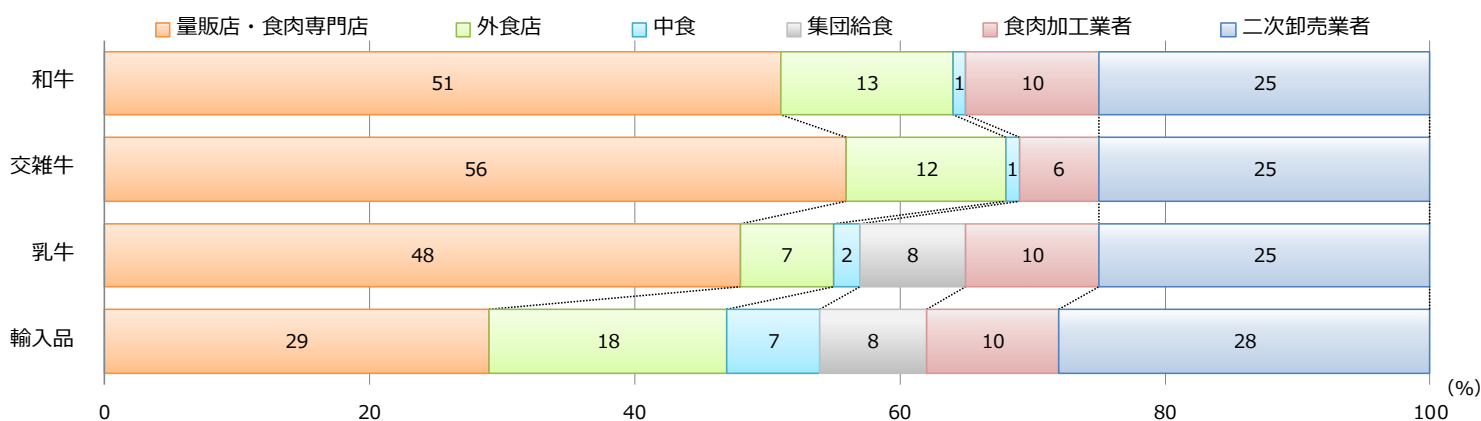


仕向け先別販売割合（冷蔵牛肉）

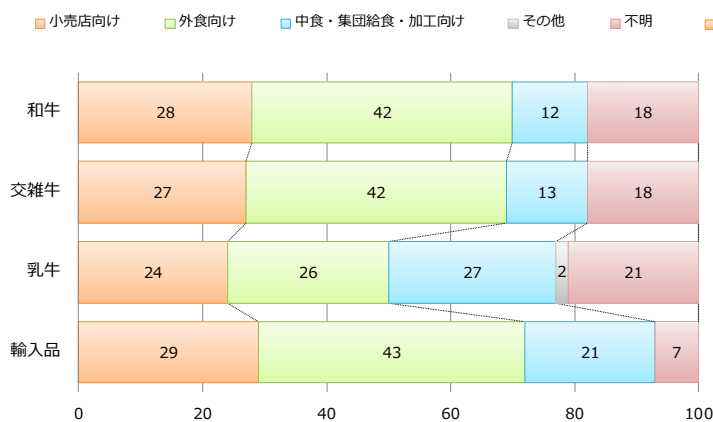
～国産品は「量販店・食肉専門店」向けが過半を超える～

- 2021年度上半期の卸売業者における冷蔵牛肉の仕向け先別販売割合の実績（重量ベース）を見ると、**全ての区分で「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58%、交雑牛63%、乳牛54%、輸入品37%**となった。
- 輸入品は「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」に次いで、「**中食・集団給食・加工向け**」、「**外食店**」向けの仕向け割合はそれぞれ**31%、30%**となり、輸入品は業務向けの利用が中心とみられる。
- 輸入品の「外食店」の内訳は焼き肉店、ホテル、ステーキ店の順で、計7割を占める。
- なお、冷蔵と冷凍の構成比は、和牛が冷蔵88%に対し、冷凍12%、交雑牛が冷蔵94%に対し、冷凍6%、乳牛が冷蔵73%に対し、冷凍27%とそれぞれ冷蔵が多い。

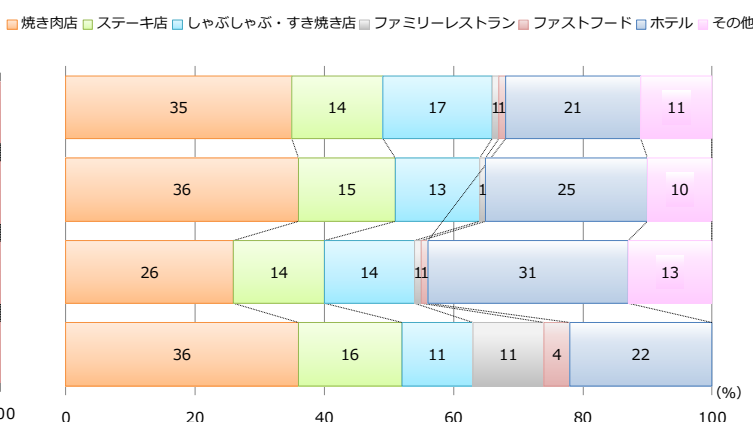
2021年度上半期の仕向け先別販売割合（冷蔵牛肉）



<参考> 二次卸売業者の最終仕向け先



<参考> 外食店の内訳



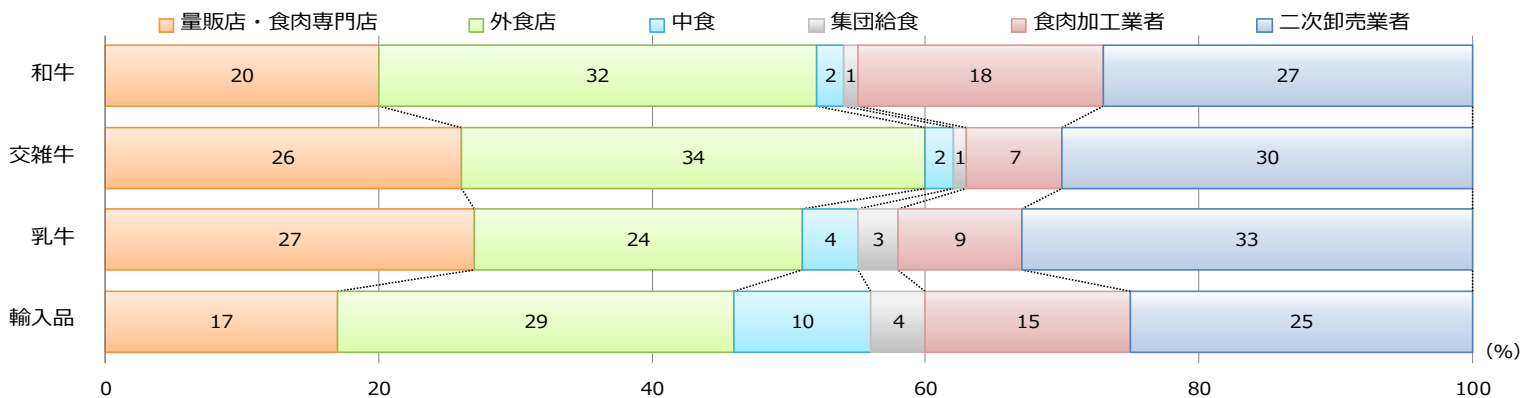
注：データは、各者の仕向け先別販売割合（重量ベース）であり、加重平均ではない。

仕向け先別販売割合（冷凍牛肉）

～冷凍品は乳牛を除いて「外食店」向けが最も多い～

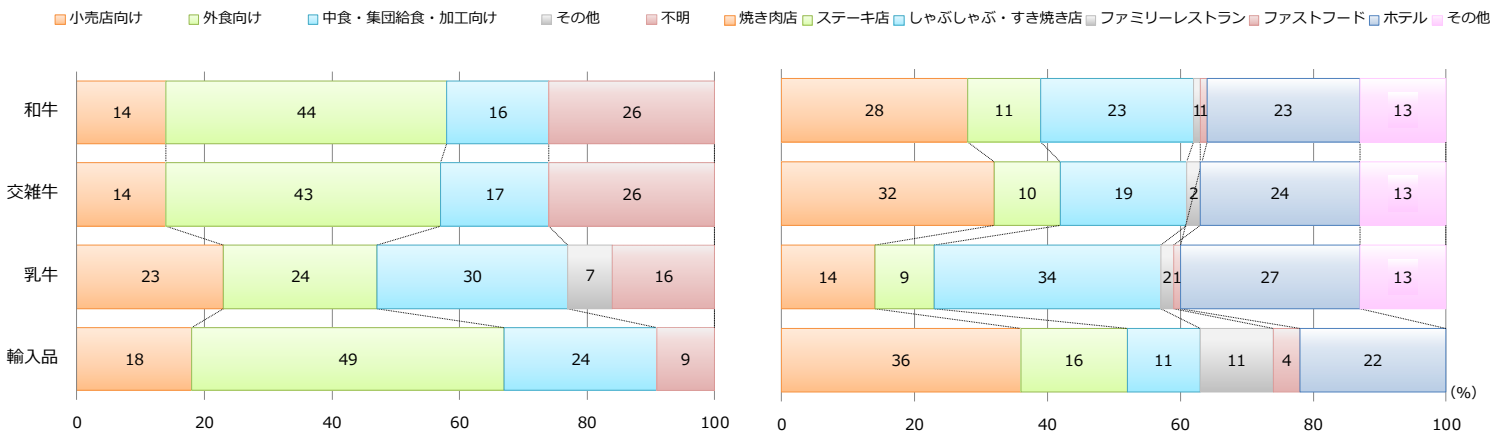
- 2021年度上半期の卸売業者における冷凍牛肉の仕向け先別販売割合の実績（重量ベース）を見ると、**乳牛を除いた牛肉で「外食店」向けの仕向け割合が最も多かった。**
- さらに、「二次卸売業者」の最終仕向け先を加味すると**「外食店」向けの仕向け割合は和牛44%、交雑牛47%、乳牛32%、輸入品41%**となった。
- 一方、「量販店・食肉専門店」向けの仕向け割合は**「二次卸売業者」の最終仕向け先を加味すると和牛24%、交雑牛30%、乳牛35%、輸入品22%**となり、冷凍品は全ての区分において業務向けの利用が中心とみられる。
- 「外食店」の内訳は和牛は、焼き肉店、しゃぶしゃぶ・すき焼き店およびホテルの順、交雑牛は、焼き肉店、ホテル、しゃぶしゃぶ・すき焼きの順、乳牛は、しゃぶしゃぶ・すき焼き店、ホテル、焼き肉店の順、輸入品は、焼き肉店、ホテル、ステーキ店の順で、それぞれ計7割を占める。
- なお、冷蔵と冷凍の構成比は、和牛が冷蔵88%に対し、冷凍12%、交雑牛が冷蔵94%に対し、冷凍6%、乳牛が冷蔵73%に対し、冷凍27%とそれぞれ冷凍は少ない。

2021年度上半期の仕向け先別販売割合（冷凍牛肉）



<参考> 二次卸売業者の最終仕向け先

<参考> 外食店の内訳

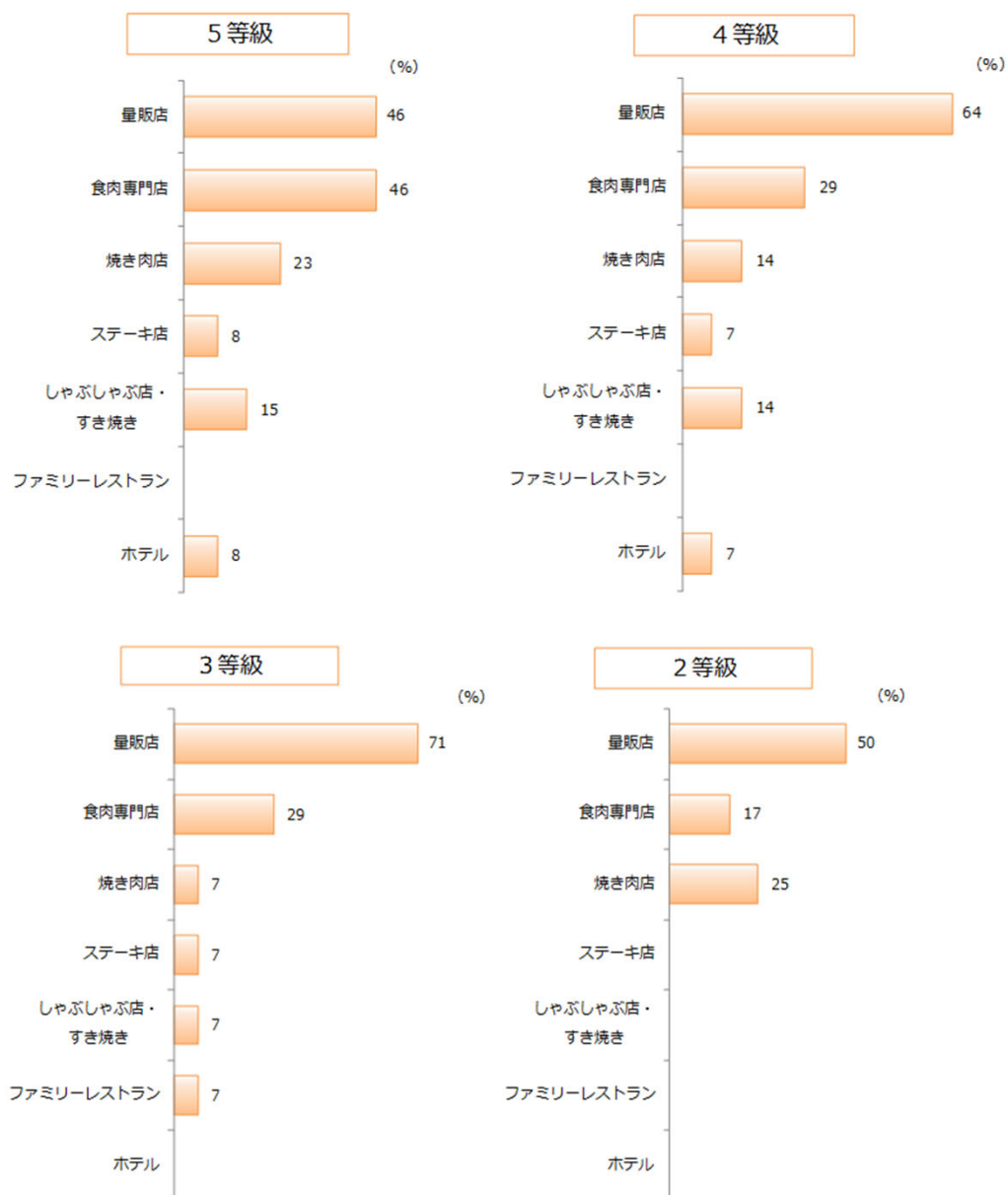


注：データは、各者の仕向け先別販売割合（重量ベース）であり、加重平均ではない。

### 和牛の等級別の主な販売先 ～ 全ての等級で「量販店」が多い～

- 2021年度上半期の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、5等級は「**量販店**」および「**食肉専門店**」、2～4等級は「**量販店**」へ仕向けるとの**回答が最も多い結果となった**。
- 前年同期（2020年度上半期）と比較すると、「量販店」への仕向けは5等級および2等級で減少したものの、4等級で同水準、3等級でわずかに増加していることから、前年同期ほどではなかったものの、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年度下半期と比較すると、小売および外食向けともに減少傾向であった。
- また、2020年度上半期と比較して、全ての等級区分において「食肉専門店」へ仕向けると回答した者が減少した。

和牛の等級別の主な販売先（卸売業者）



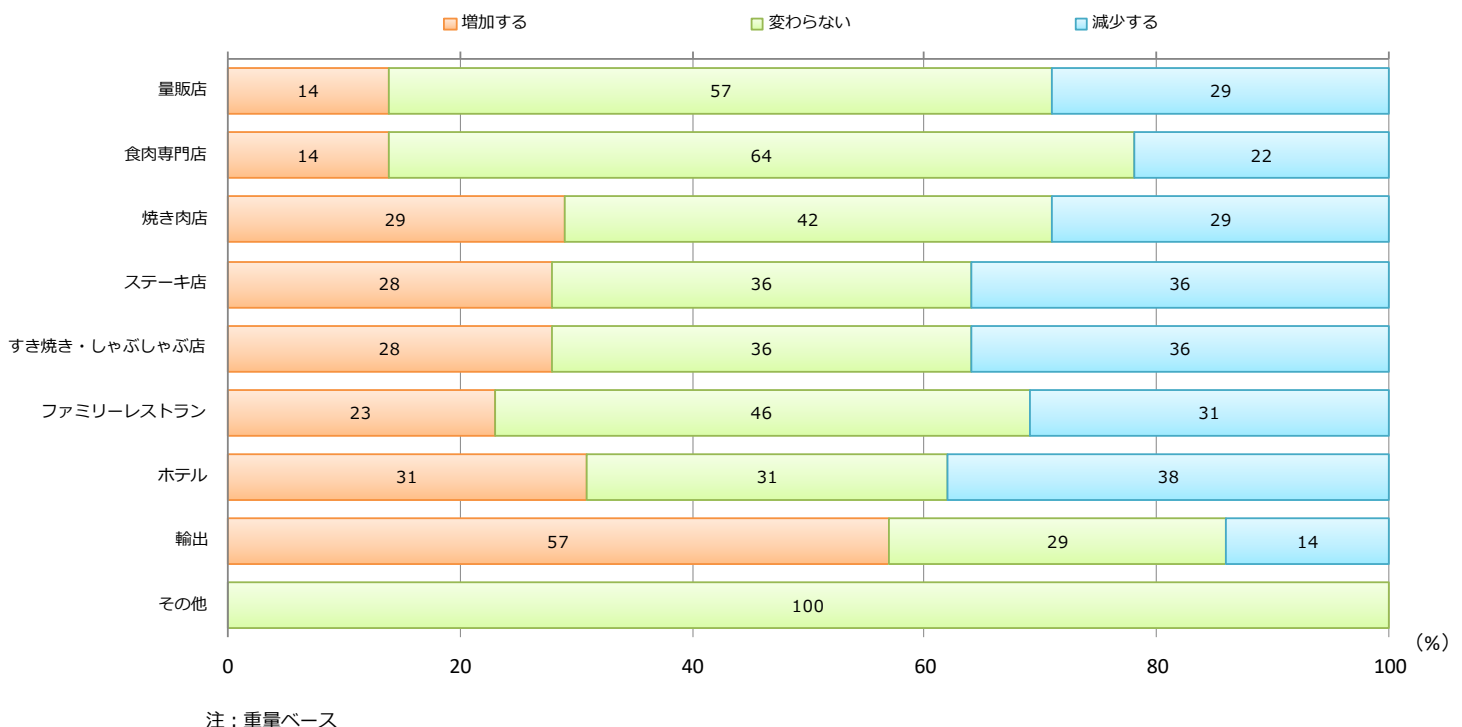
注：各等級の取扱いがある者に占める各販売先へ販売した者の割合（複数回答）

### 和牛（4,5等級）の販売先別販売見通し ～輸出仕向けが増加見通し～

○2021年度下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（2021年度上半期）と比較すると、前回は、量販店及び食肉専門店以外で「増加する」の回答は少なかったが、今回は「その他」を除く外食向けの区分において「増加する」の回答が増加した。特に、輸出は「増加する」の回答が、6割近くまで増加し、COVID-19の影響下においても輸出向け需要への期待が高まる結果となった。**

○輸出の増加理由として、「景気の回復」、「制限・自粛の緩和」などが挙げられた。  
 ○量販店の減少理由として「外出の制限・自粛」、「相場高」、「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年度下半期の和牛（4,5等級）の販売先別販売見通し（卸売業者）



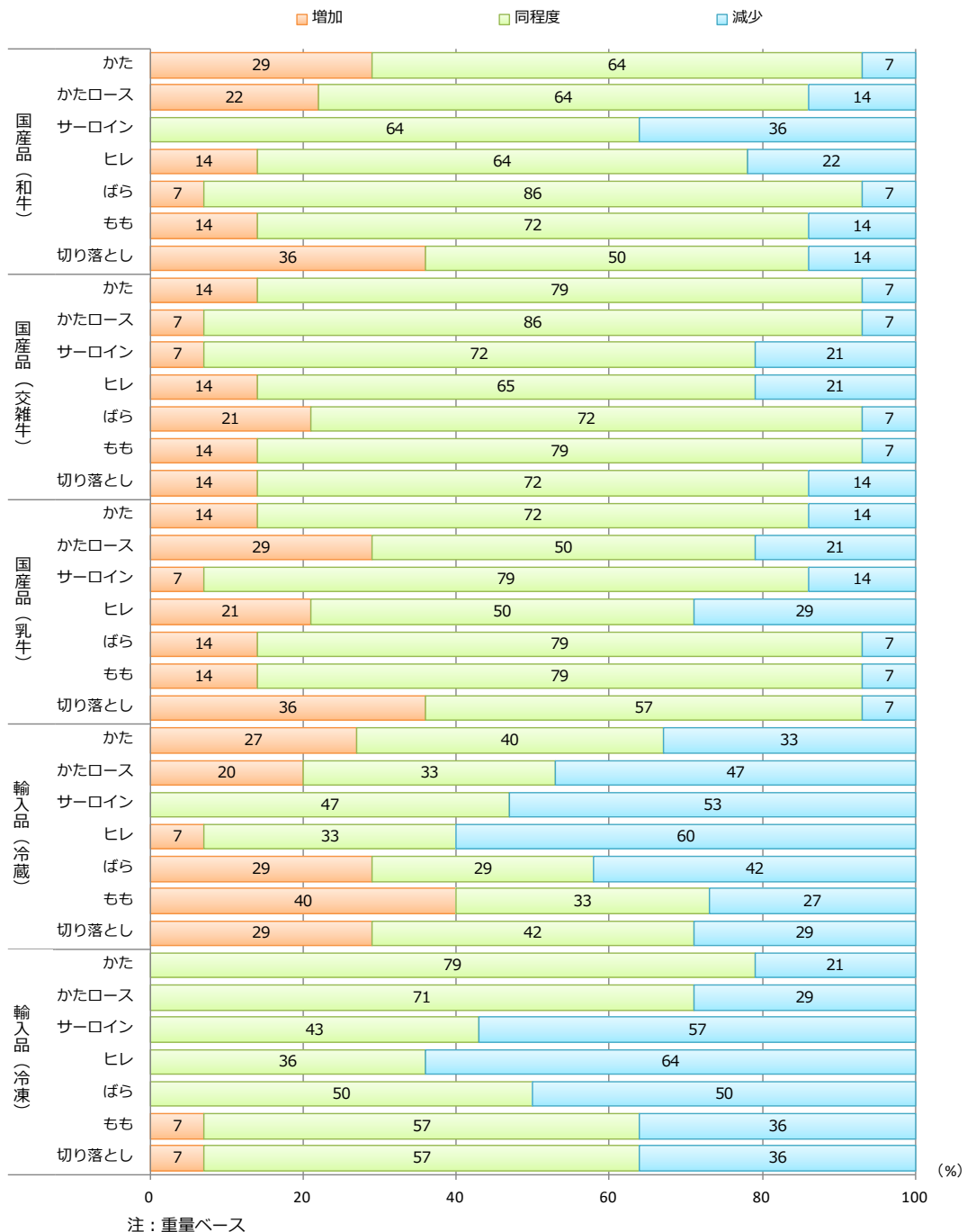


部位別販売見通し（牛肉）

～輸入品は「サーロイン」「ヒレ」を中心に減少～

- 前年同期（2020年度下半期）と比較した2021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（重量ベース）については、**国産品は全ての部位において「同程度」が最も多かった**。また、和牛及び乳牛の「切り落とし」の「増加」が比較的多かった。増加理由として「景気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「かたロース」、「サーロイン」、「ヒレ」および「ばら」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」、「ヒレ」においては「減少」が最も多かった。減少理由として「現地価格の高騰分を販売価格に転嫁するため」、「消費者の低価格志向によりスソ物の需要が増え、ロイン系などの高級部位は減る」などが挙げられた。

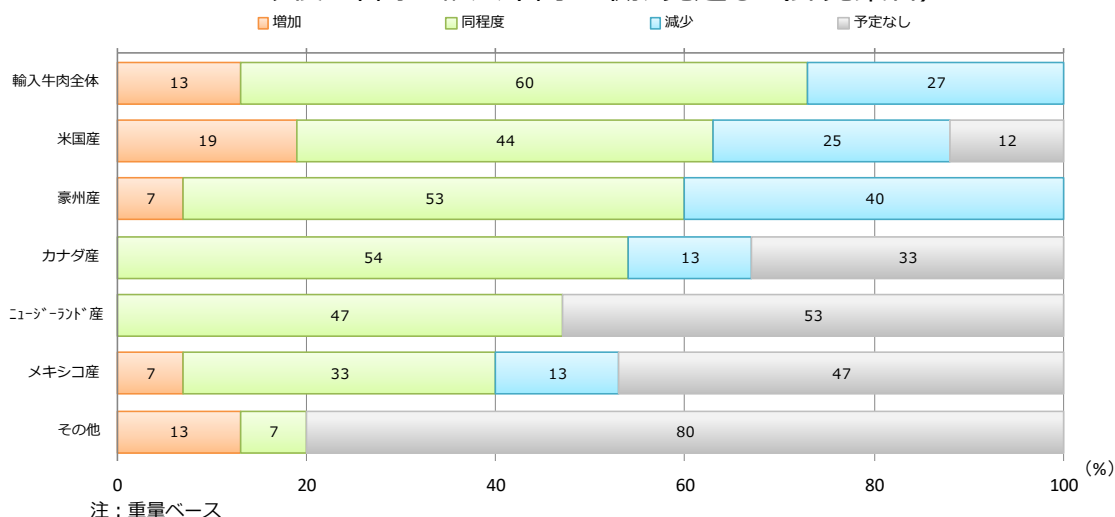
2021年度下半期の牛肉の部位別販売見通し



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、それぞれ「減少」が「増加」を上回った。
- 米国産については、前回調査（2021年度上半期）では「同程度」が約6割と最も多く、「減少」の割合が7%と少なかったものの、今回調査では「減少」が「増加」を上回った。**  
「減少」の理由としては「現地相場高騰」などが挙げられた。
- 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」、「現地価格の高騰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。
- 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。

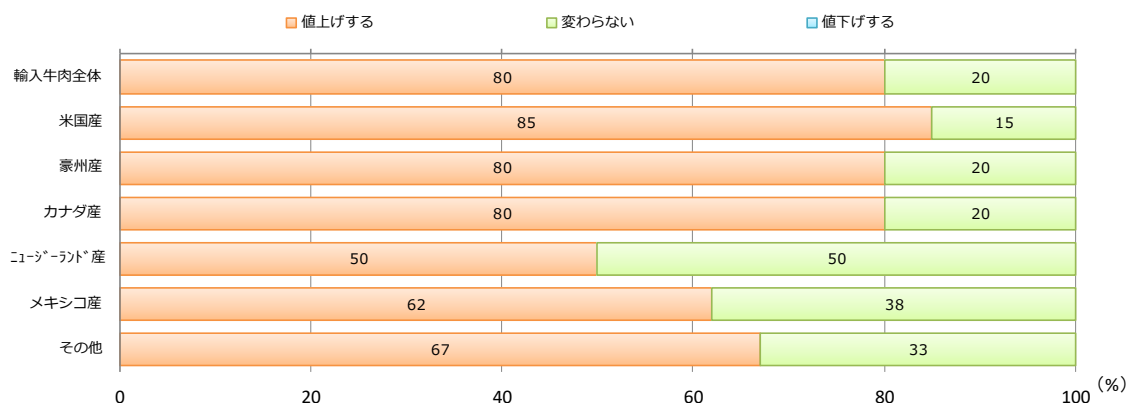
今後1年間の輸入牛肉の取扱見通し（卸売業者）



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80%と最も多く、「値下げする」の回答は無かった。**
- 国別に見ると、ニュージーランド産を除く産地で「値上げする」が最も多かった。  
また、ニュージーランド産では「値上げする」と「変わらない」が同水準となっている。
- 米国産、豪州産の値上げ要因として「世界的な牛肉需要増加に伴う現地価格の高騰」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）

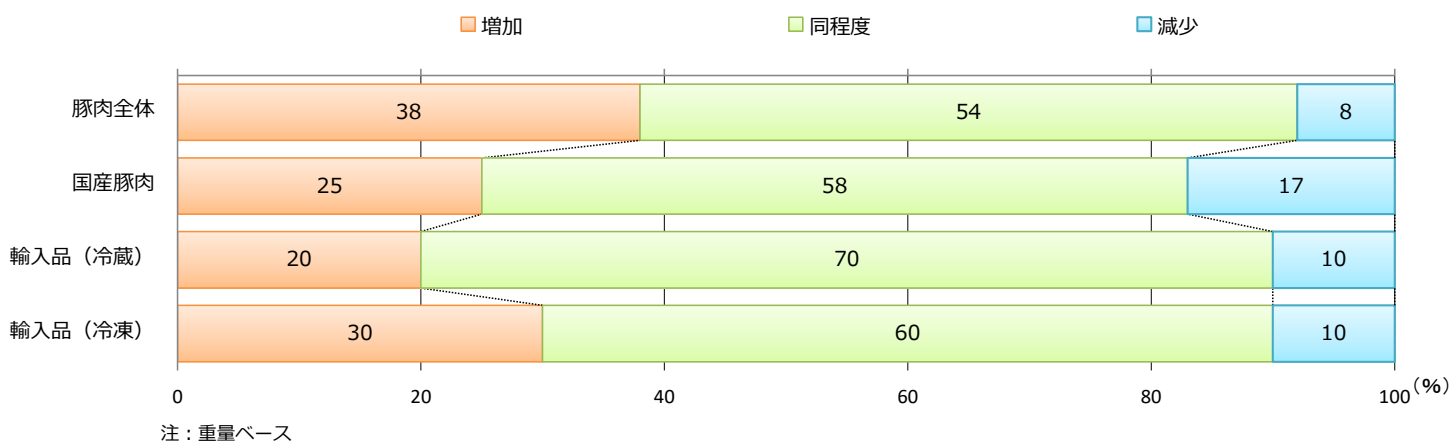


## 豚肉全体の取扱状況

～おおむね現状維持～

- 前回調査（2020年度下半期）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。**
- 増加理由は国産豚肉で「在庫量の減少」が最も多かった。また、輸入品で「小売向け需要の増加」、「外食向け需要の増加」、「消費者の低価格志向」などが挙げられた。
- 減少理由は全ての区分で「相場高」や「外食向け需要の減少」が挙げられた。
- 内食需要が堅調であったことから、全ての区分において「増加」が「減少」を上回った。

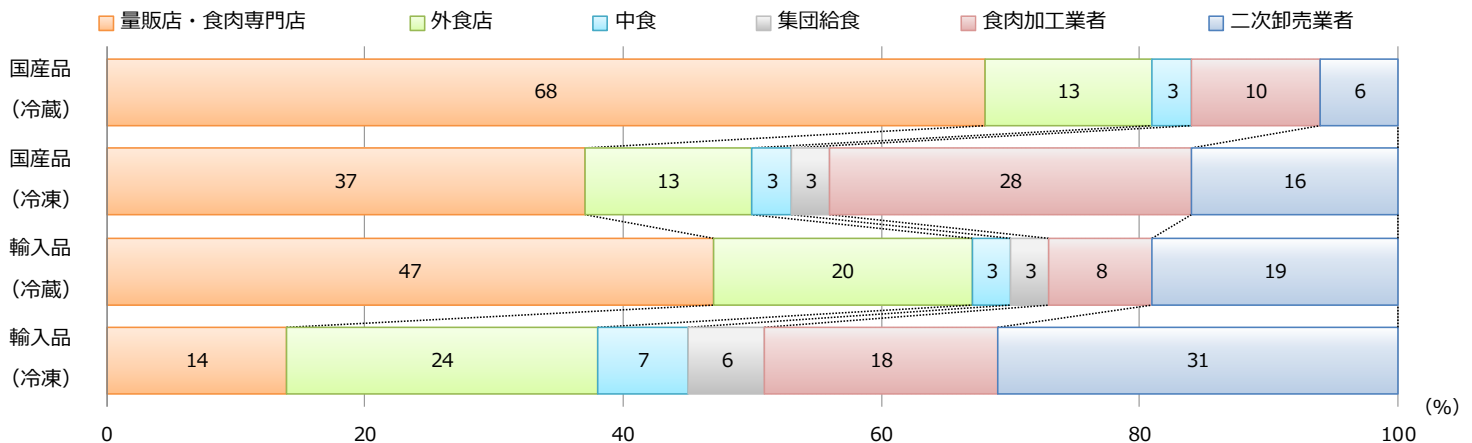
2021年度上半期における豚肉の取扱状況（2020年度下半期との比較）



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～

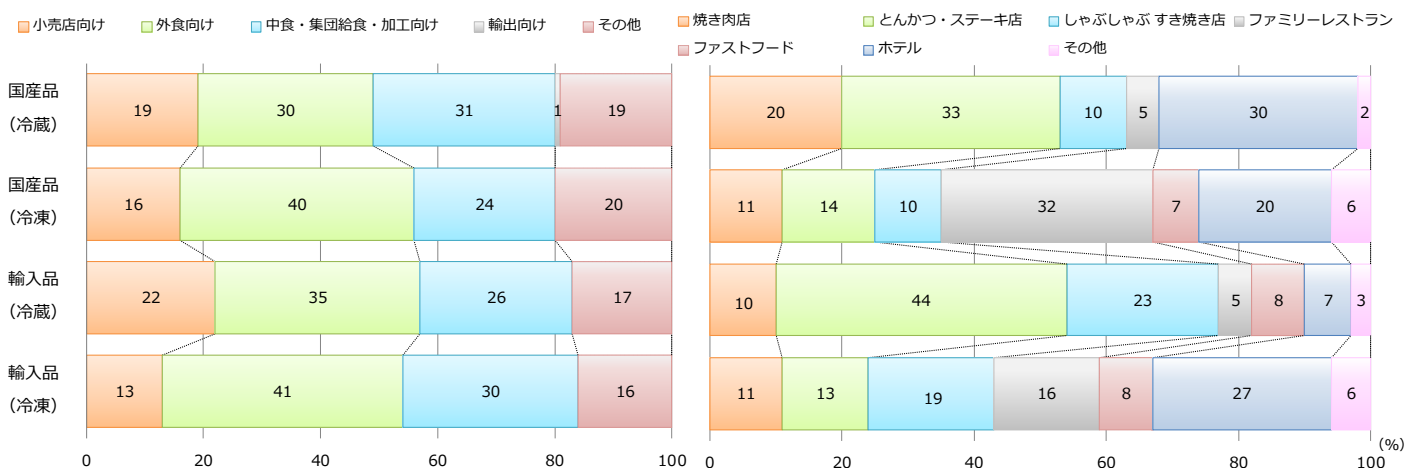
- 2021年度上半期の卸売業者における豚肉の仕向け先別販売割合の実績（重量ベース）を見ると、**輸入品（冷凍）を除いた全ての区分で「量販店・食肉専門店」が最も多く、テーブルミートとしての需要が高いことがうかがえる。**
- さらに、「二次卸売業者」の最終仕向け先を加味すると「量販店・食肉専門店」向けの仕向け割合は国産品（冷蔵）69%、国産品（冷凍）40%、輸入品（冷蔵）51%となった。
- 輸入品（冷凍）は「二次卸売業者」が31%と最も多いが「二次卸売業者」の最終仕向け先を加味すると、外食店及び中食・集団給食・加工向けが全体のそれぞれ約4割を占めることがわかる。
- 「外食店」の内訳を見ると、国産品（冷蔵）はとんかつ・ステーキ店、国産品（冷凍）はファミリーレストラン、輸入品（冷蔵）はとんかつ・ステーキ店、輸入品（冷凍）はホテルが最も多かった。
- なお、国産品における構成比は、冷蔵が70%、冷凍が30%となった。

2021年度上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



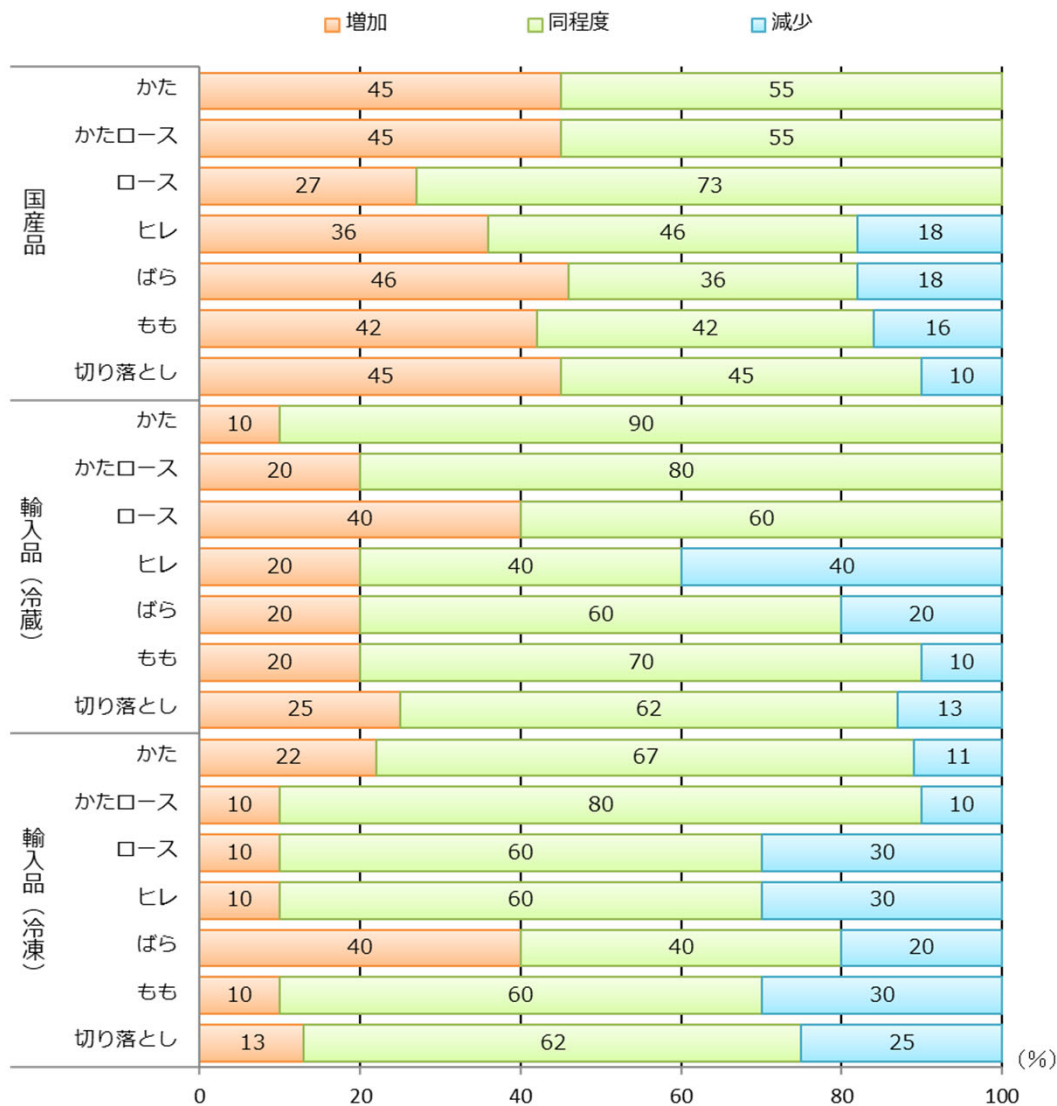
注：データは、各者の仕向け先別販売割合（重量ベース）であり、加重平均ではない。

部位別販売見通し（豚肉）

～ 国産品はばらで増加が多い～

- 前年同期（2020年度下半期）と比較した2021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（重量ベース）については、**国産品では「ばら」を除いた全ての部位において「同程度」が多い中、「増加」が「減少」を上回った。また、「ばら」は「増加」が最も多かった。**増加理由として「輸入品の仕入価格高騰による国産品へのシフト」、「消費者の低価格志向」などが挙げられた。
- 輸入品は、「ヒレ（冷蔵）」および「ばら（冷凍）」を除いた全ての部位において「同程度」が最も多かった。また、冷蔵品の増加理由は「消費者の低価格志向」、「肉食需要が堅調なため増加を見込む」などが挙げられた。一方、「減少」が「増加」を上回るものがあった冷凍品の減少理由としては「外食の動向次第であるが苦戦する見込み」などが挙げられた。

2021年度下半期の豚肉の部位別販売見通し

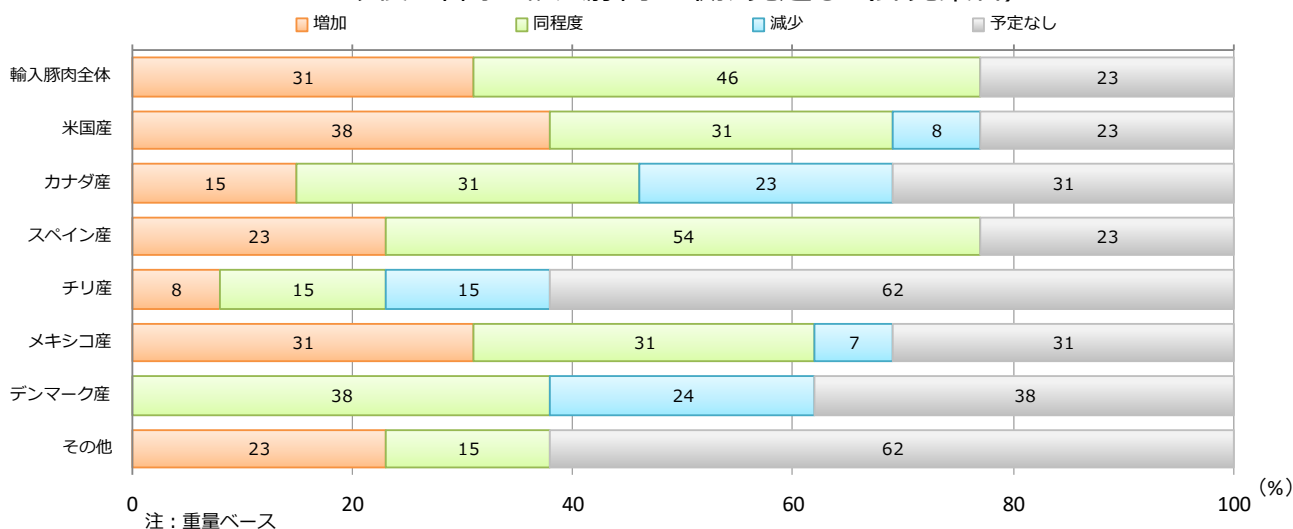


注：重量ベース

## 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、米国産では「増加」が最も多くなっている。メキシコ産では「増加」、「同程度」、「予定なし」がそれぞれ31%と同水準になった。
- 増加理由として米国産では「COVID-19の影響による消費者の低価格志向に対応」などが挙げられた。また、メキシコ産では「消費者の低価格志向に対応」、「米国産が相場高騰のため一時的に増やす」などが挙げられた。

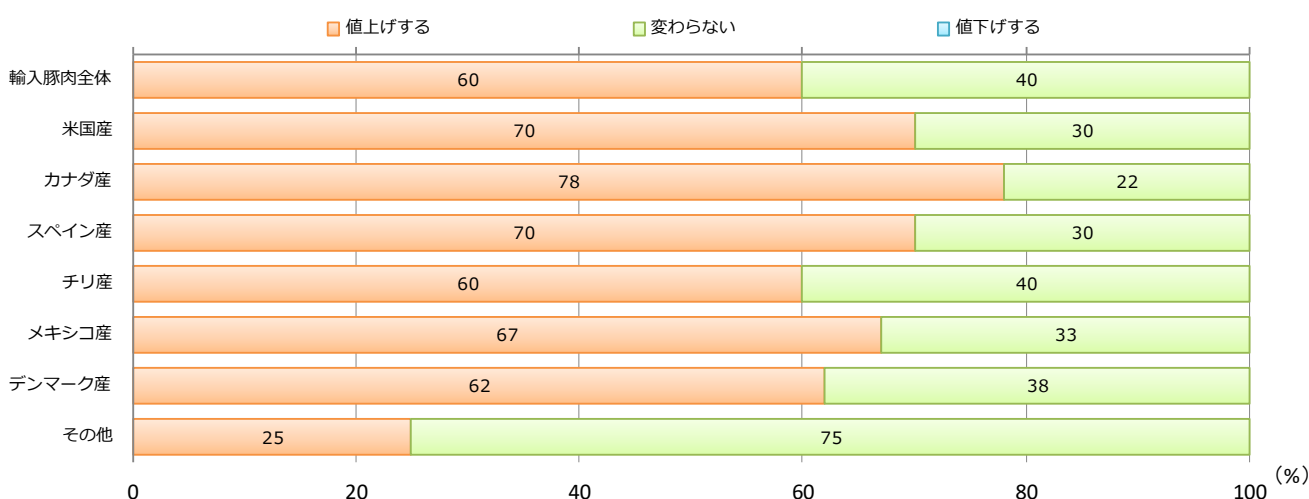
今後1年間の輸入豚肉の取扱見通し（卸売業者）



## 輸入豚肉の販売価格見通し ～おおむね「値上げする」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「値上げする」という回答であり、「値下げする」という回答は無かった。**
- 「値上げする」理由として、「COVID-19の影響で供給量が減少した」、「飼料相場高騰、現地需要増加・現地労働者不足によるコスト上昇のため」などの声が挙げられた。
- 「変わらない」理由として、「仕入コストは上昇しており、値上げしたいが顧客に受け入れられないため難しい」という声が挙げられた。

今後1年間の輸入豚肉の販売価格見通し（卸売業者）

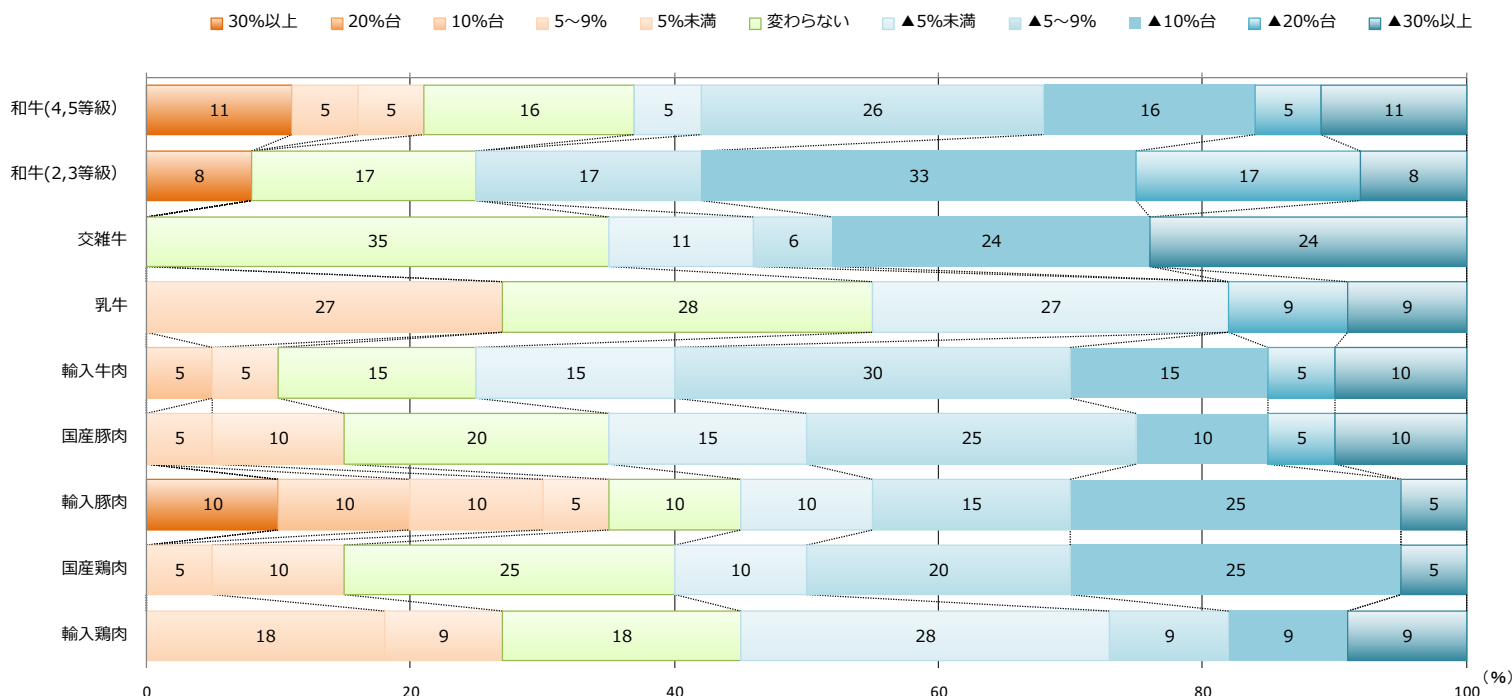


## 販売量の増減割合（量販店）

～販売量は総じて減少～

- 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量の増減割合は、**全ての区分で「減少」が「増加」を上回る結果となった。**
- 特に、**和牛（2,3等級）および輸入牛肉は75%、交雑牛および国産豚肉は65%、和牛（4,5等級）では63%、国産鶏肉は60%が「減少した」と回答した。**
- 品種別の減少割合をみると、和牛（4,5等級）、輸入牛肉および国産豚肉で「▲5～9%」、和牛（2,3等級）、輸入豚肉および国産鶏肉で「▲10%台」、交雑牛で「▲10%台」と「▲30%以上」、輸入鶏肉で「▲5%未満」が最も多かった。**
- 和牛の減少理由については「COVID-19による内食特需の反動」、「仕入価格高騰による販促減少や販売価格への転嫁」などが挙げられた。これらのことから、**COVID-19の影響による前年の内食需要の増加の反動に加え、仕入れ価格の上昇が、量販店における和牛の取扱いを減らしている状況がうかがえる。**
- 国産豚肉、国産鶏肉の減少理由については、「COVID-19による内食特需の反動」、「仕入価格高騰による販促減少」に加え、国産鶏肉は「売価の見直し」などが挙げられた。
- 輸入豚肉、輸入鶏肉の減少理由については、「COVID-19による内食特需の反動」に加え、輸入豚肉は「原料価格高騰による特売の減少」などが挙げられた。

食肉販売量の増減割合（量販店）

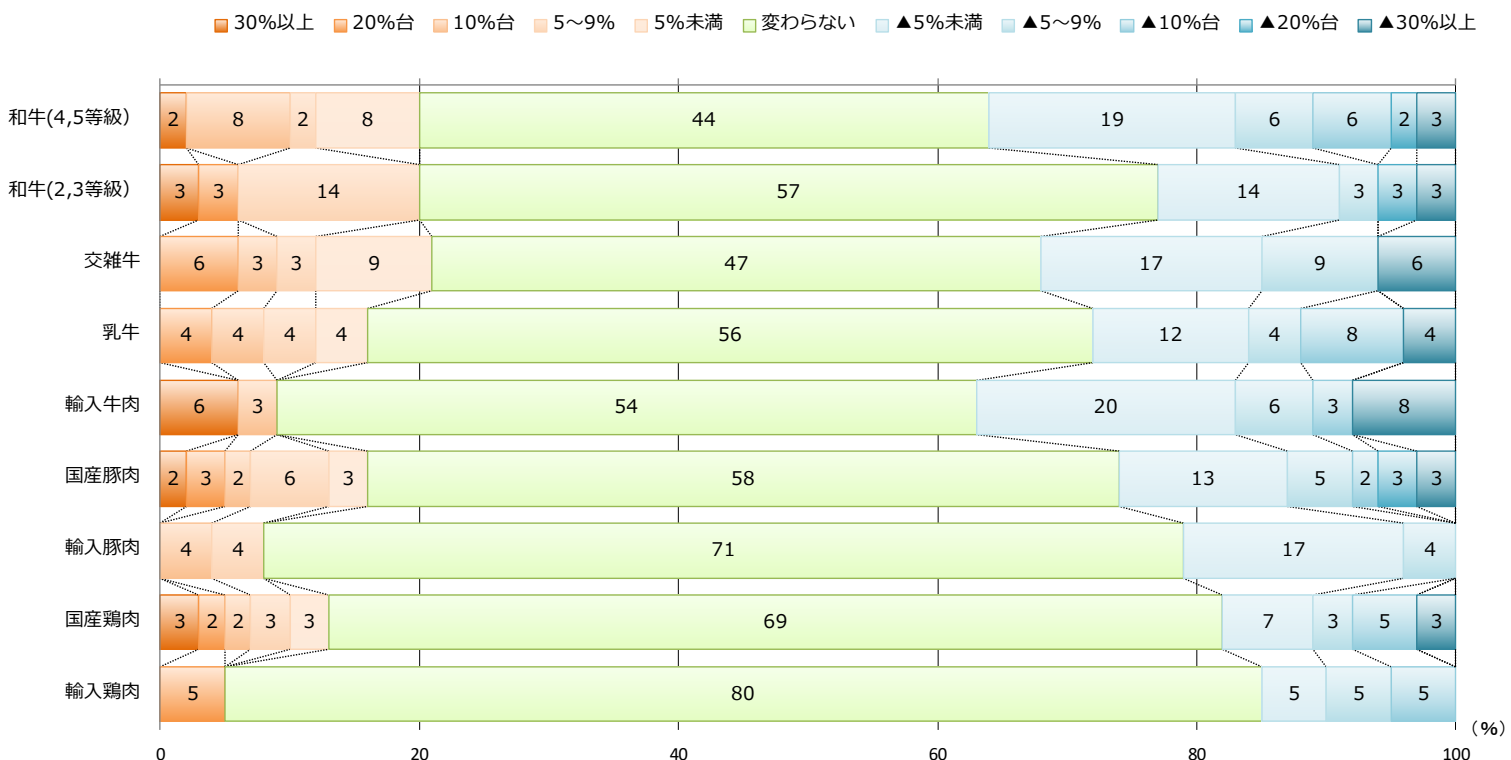


### 販売量の増減割合（食肉専門店）

～全ての区分で「変わらない」が多い～

- 2020年度上半期と比較した2021年上半期の食肉専門店における食肉販売量の増減割合は、**全ての区分で「変わらない」が最も多い結果となった**。また、「減少」が「増加」を上回ったものの、量販店と比較すると「減少」の割合は少なかった。
- 品目別の増減割合をみると、「▲5%未満」が多かった。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）の減少理由については、「COVID-19による内食特需の反動」、「仕入価格高騰による販売価格上昇」、「赤身肉志向」などが挙げられた。
- 和牛（4,5等級）以外の食肉の減少理由については、おおむね「COVID-19による内食特需の反動」、「仕入価格高騰による販売価格上昇」などが挙げられた。
- 量販店と比較して「減少した」と答えた割合が小さかった理由として、前年度の増加割合が低かったことから、COVID-19の影響による前年の内食需要の増加の反動が量販店よりも小さかったと考えられる。**

食肉販売量の増減割合（食肉専門店）



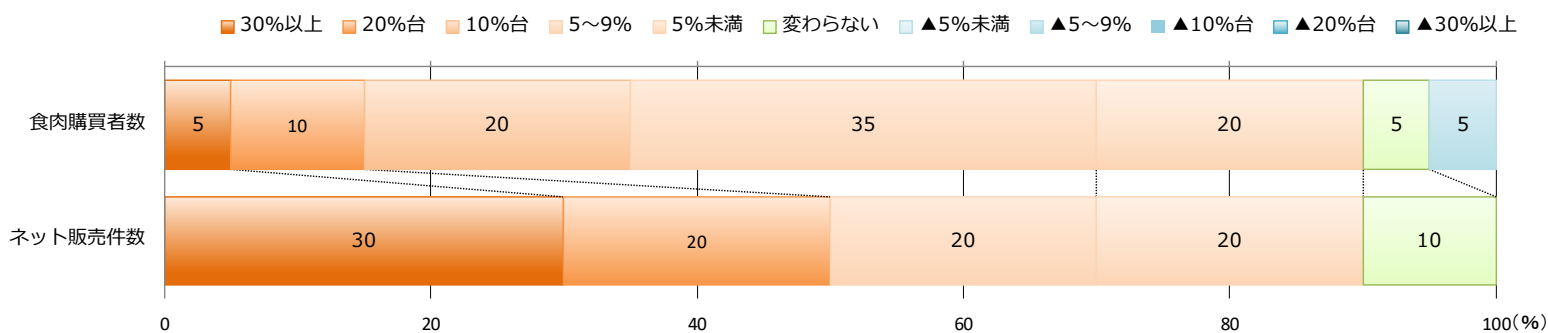


### 食肉購買者数の増減割合（量販店）

～食肉購買者数は「増加」～

- 2019年度上半期（COVID-19流行前）と比較した2021年度上半期の量販店における食肉購買者数の増減割合は、**「増加」が9割を占める結果となった。**
- 増加割合をみると、**「5～9%」、「5%未満」および「10%台」で全体の75%を占め、「5～9%」が最も多かった。**
- 一方、ネット販売件数は20社中11社が活用しており、活用している11社の増減割合は、**「増加」が9割を占める結果となった。**
- ネット販売件数の増加割合をみると、**「30%以上」が最も多く、「20%台」を加えると、半数を占める。**食肉購買者数の増加割合と比較して、ネット販売件数の増加傾向が高かったことがうかがえる。

食肉購買者数の増減割合（量販店、2019年度上半期比）

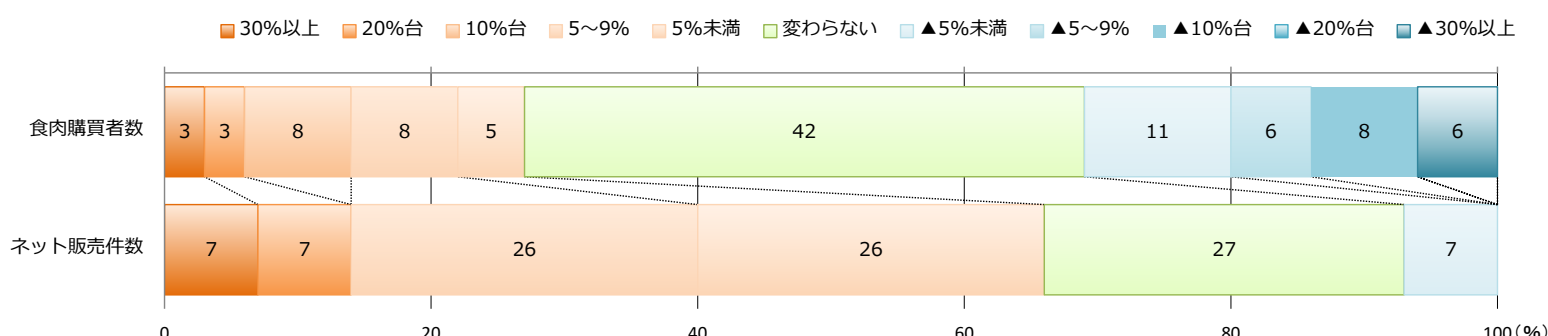


### 食肉購買者数の増減割合（食肉専門店）

～食肉購買者数は「変わらない」が最も多い～

- 2019年度上半期（COVID-19流行前）と比較した2021年度上半期の食肉専門店における食肉購買者数の増減割合は、**「変わらない」が42%で最も多い結果となった。**量販店は食肉購買者数の割合が増加している一方で食肉専門店は「変わらない」が多い結果となった。
- 増減割合をみると、「減少」が「増加」を上回り、「▲5%未満」が最も多かった。
- 一方、ネット販売件数は64社中15社が活用しており、活用している15社の増減割合は、**「増加」が「減少」を上回った。**
- ネット販売件数の増加割合をみると、**「5%未満」および「5～9%」が最も多く、これら2つで全体の過半を占める。**食肉専門店においても、食肉購買者数の増加割合と比較して、ネット販売件数の増加傾向が高かったことがうかがえる。

食肉購買者数の増減割合（食肉専門店、2019年度上半期比）

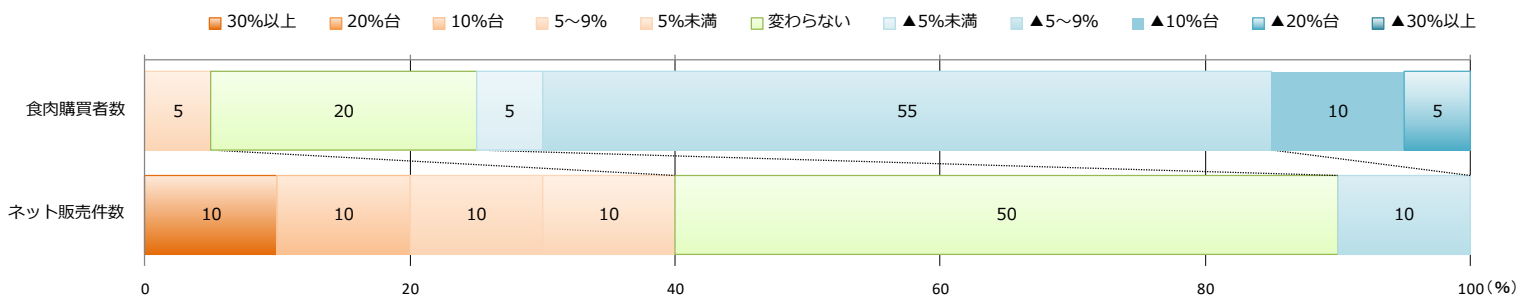


### 食肉購買者数の増減割合（量販店）

～食肉購買者数は「減少」～

- 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購買者数の増減割合は、**「減少」が75%を占める結果となった**。販売量の減少（12ページ）は客数の減少が一因になっていることがうかがえる。
- 減少割合をみると、**「▲5～9%」が55%と最も多かった**。
- 一方、ネット販売件数は20社中11社が活用しており、活用している11社の増減割合は、**「変わらない」が50%で最も多い中、「増加」で40%を占める結果となった**。
- ネット販売件数の増加割合をみると、**「5%未満」、「5～9%」、「10%台」、「30%以上」がそれぞれ10%となった**。食肉購買者数は販売量の減少（12ページ）と同様に前年の反動により減少したものの、ネット販売件数は増加傾向であったことがうかがえる。

食肉購買者数の増減割合（量販店、2020年度上半期比）

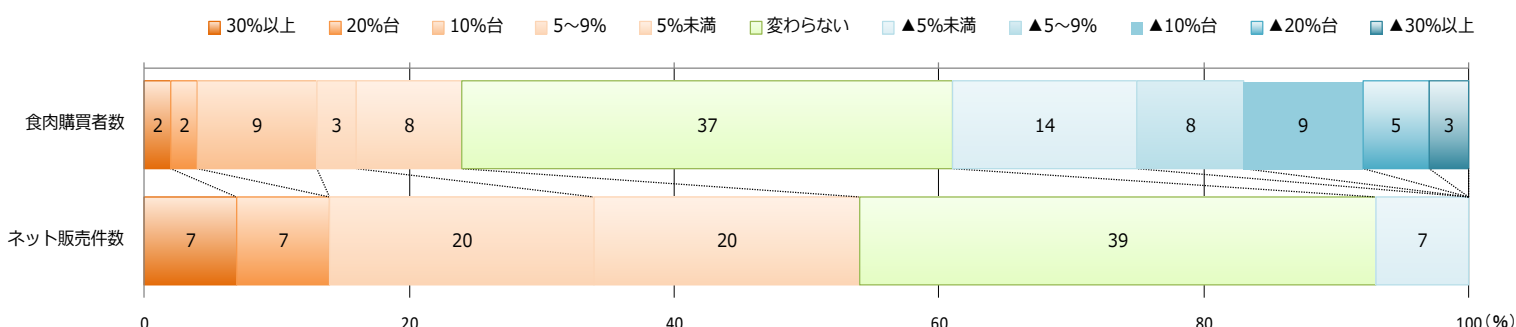


### 食肉購買者数の増減割合（食肉専門店）

～食肉購買者数は「減少」が最も多い～

- 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購買者数の増減割合は、**「減少」が39%を占める結果となった**。
- 減少割合をみると、**「▲5%未満」が最も多く、次いで、「▲10%台」、「▲5～9%」の順となった**。
- 一方、ネット販売件数は64社中15社が活用しており、活用している15社の増減割合は、**「増加」が「減少」を上回った**。
- ネット販売件数の増加割合をみると、**「5%未満」および「5～9%」が最も多く、これら2つで40%となっている**。食肉専門店においても、ネット販売件数が増加傾向であることがうかがえる。

食肉購買者数の増減割合（食肉専門店、2020年度上半期比）

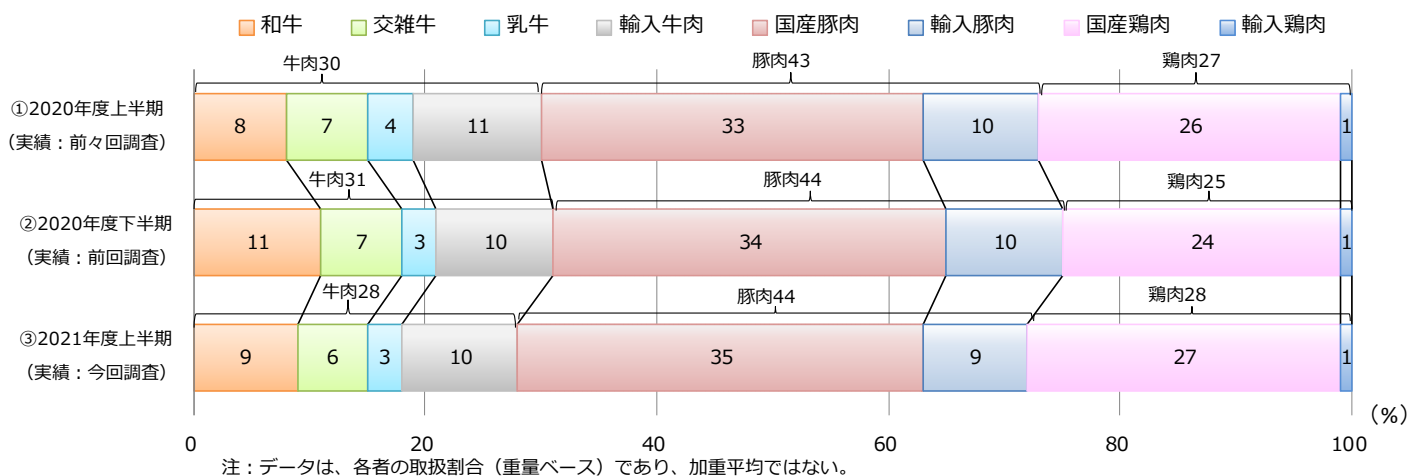


## 食肉の取扱割合（量販店）

～豚肉および鶏肉の割合が増加した結果、牛肉が減少した～

- 2021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）は、**牛肉が28%、豚肉が44%、鶏肉が28%**となった。
- 前年同期（2020年度上半期実績）と比較すると、牛肉が2ポイント減少した一方、豚肉および鶏肉が1ポイントそれぞれ増加した。
- 販売量の増減割合（12ページ）の結果からも、量販店においては、豚肉や鶏肉以上に牛肉の取扱量が減少したとみられる。

最近の食肉の取扱割合（量販店）

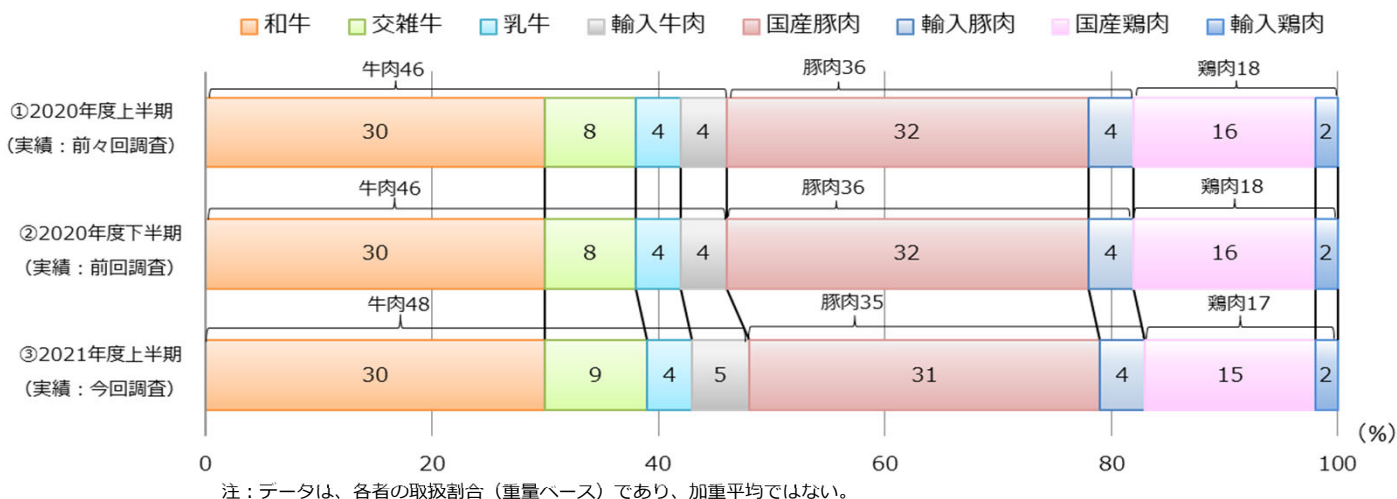


## 食肉の取扱割合（食肉専門店）

～牛肉の割合が増加した結果、鶏肉、豚肉が減少した～

- 2021年度上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48%、豚肉が35%、鶏肉が17%**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（2020年度上半期実績）と比較すると、豚肉が1ポイント、鶏肉が1ポイントそれぞれ減少した一方、牛肉が2ポイント増加した。
- 販売量の増減割合（13ページ）の結果から、専門店においては、牛肉の構成比が上昇したものの、取扱量は同程度もしくは減少しているものとみられる。

最近の食肉の取扱割合（食肉専門店）

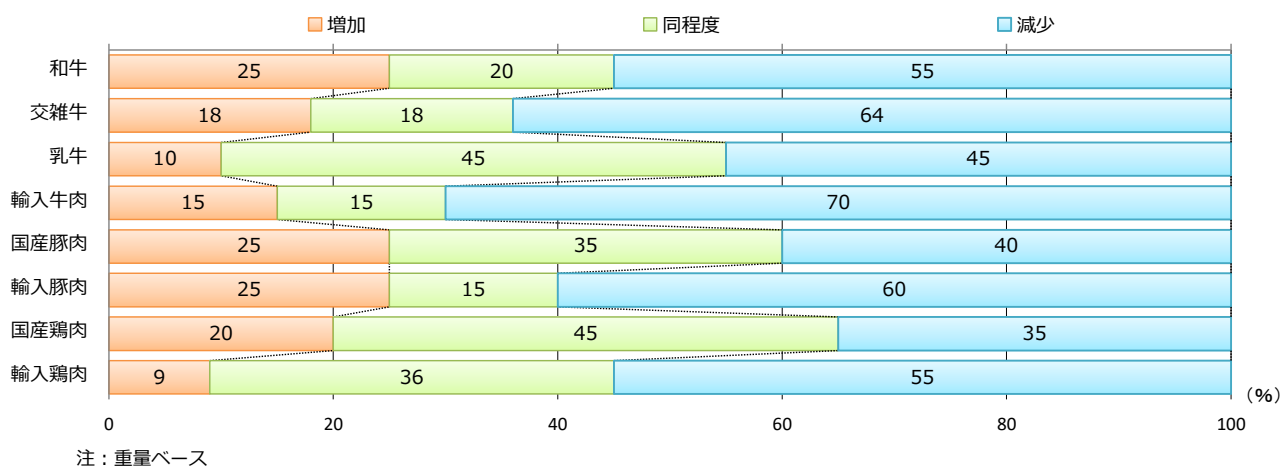


### 食肉の販売見通し（量販店）

～おおむね減少傾向～

- 前年同期（2020年度下半期）と比較した2021年度下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、**乳牛、国産鶏肉を除いて「減少」が最も多い結果となった。**また、乳牛は「減少」と「同程度」が同水準となっている。比較対象である2020年度下半期はCOVID-19の影響により増加傾向であったことから、前年の増加に伴う反動と見られる。
- 減少割合が高い理由として、全ての区分で、「COVID-19による内食特需の反動」が多く挙げられる中で、和牛および乳牛は「仕入価格上昇分の価格転嫁」が最も多く挙げられた。
- 一方、増加割合が高い理由として和牛、国産豚肉および輸入豚肉では、「特売回数の増加」が多く挙げられた。

2021年度下半期の食肉販売見通し（量販店）

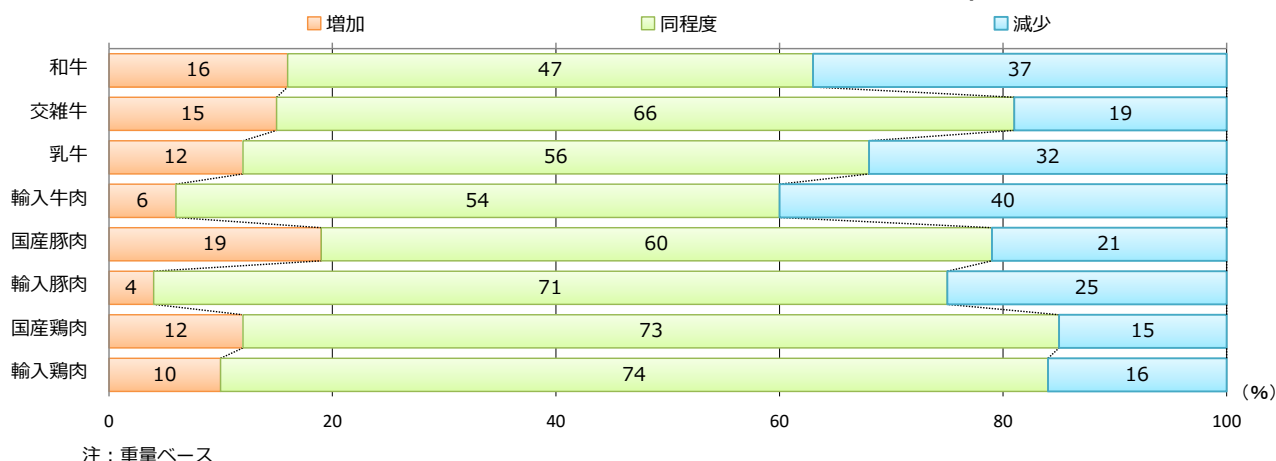


### 食肉の販売見通し（食肉専門店）

～全ての区分で「同程度」が最も多い見通し～

- 前年同期（2020年度下半期）と比較した2021年度下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、輸入牛肉および和牛の減少割合が高い理由として「仕入価格上昇分の価格転嫁」が最も多く挙げられた。
- 国産豚肉は「増加」の割合が他の畜種より比較的多く、その理由としては「牛肉からの需要シフト」、「消費者の低価格志向」が多く挙げられた。

2021年度下半期の食肉販売見通し（食肉専門店）

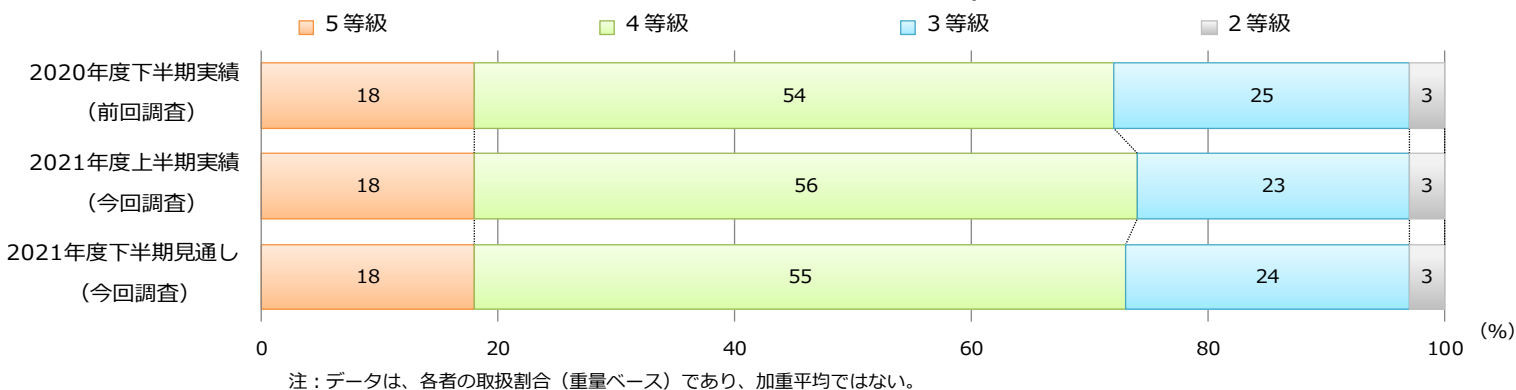


**取扱割合（量販店）**

～ 量販店では4等級の割合が過半を占める ～

- 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実績（重量ベース）については、**4等級が56%と最も多く、次いで、3等級が23%、5等級が18%、2等級が3%**となった。
- 2021年度下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24%、5等級が18%、2等級が3%**となり、前年同期（2020年度下半期）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「ばら」であった。なお、前年同期（2020年度下半期見通し）では「かたろース」が最も多く、次いで「リブロース・サーロイン」および「ばら」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。

和牛の等級別取扱割合（量販店）

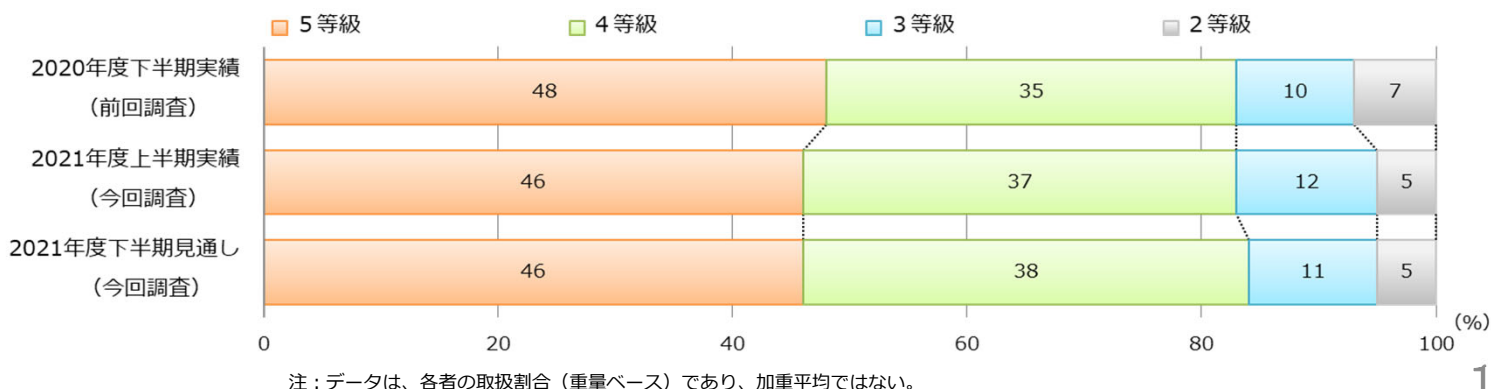


**取扱割合（食肉専門店）**

～ 食肉専門店では5等級の割合が約5割を占める ～

- 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実績（重量ベース）については、**5等級が46%と最も多く、次いで、4等級が37%、3等級が12%、2等級が5%**となった。
- 2021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見通し（重量ベース）については、**5等級が46%と最も多く、次いで、4等級が38%、3等級が11%、2等級が5%**となり、前年同期（2020年度下半期）と比べて5等級および2等級はそれぞれ2ポイントずつ減少する一方、4等級が3ポイント、3等級が1ポイントそれぞれ増加する見通しとなった。
- 主な部位として5等級は「リブロース・サーロイン」、4等級は「リブロース・サーロイン」および「もも」が最も多かった。取扱部位の変更などは見られなかった。

和牛の等級別取扱割合（食肉専門店）



### 販売見通し（量販店）

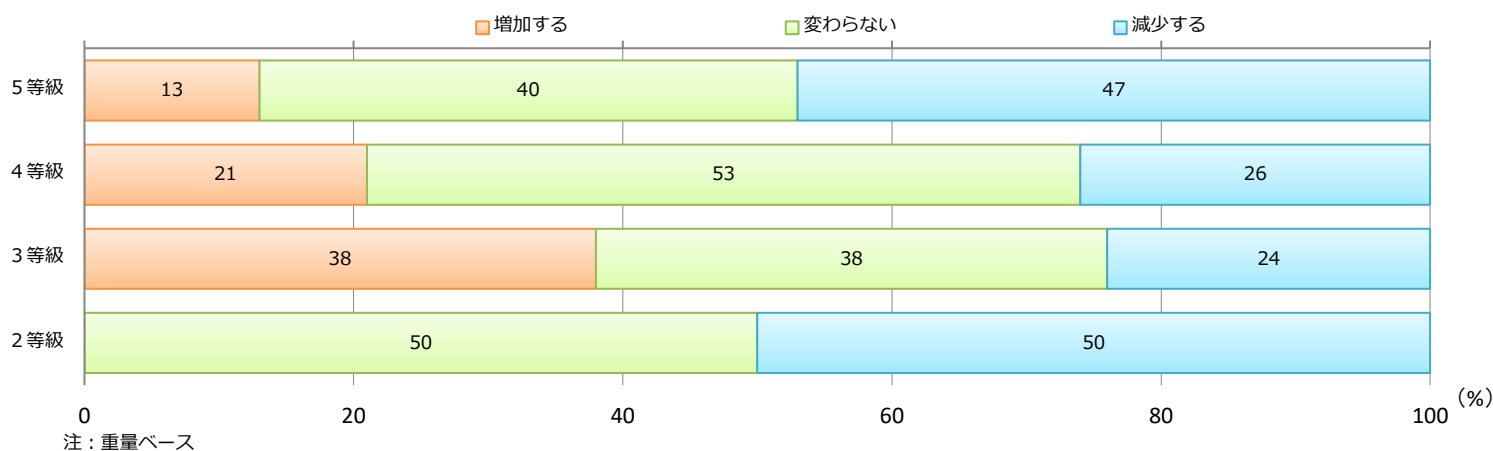
～ 4 等級はおおむね現状維持の見通し～

○2020年度下半期と比較した2021年度下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「減少する」が47%と約半数を占めた。4等級は「変わらない」が53%と最も多く、次いで、「減少する」が26%、「増加する」が21%となった。3等級は「増加する」と「変わらない」が同水準になり、これら2つで76%を占めた。2等級は「減少」と「変わらない」が同水準となった。**

○4等級および5等級の減少理由としては「相場高」が多く挙げられた。

○3等級の増加理由としては「消費者の低価格志向」が多く挙げられた。

2021年度下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）

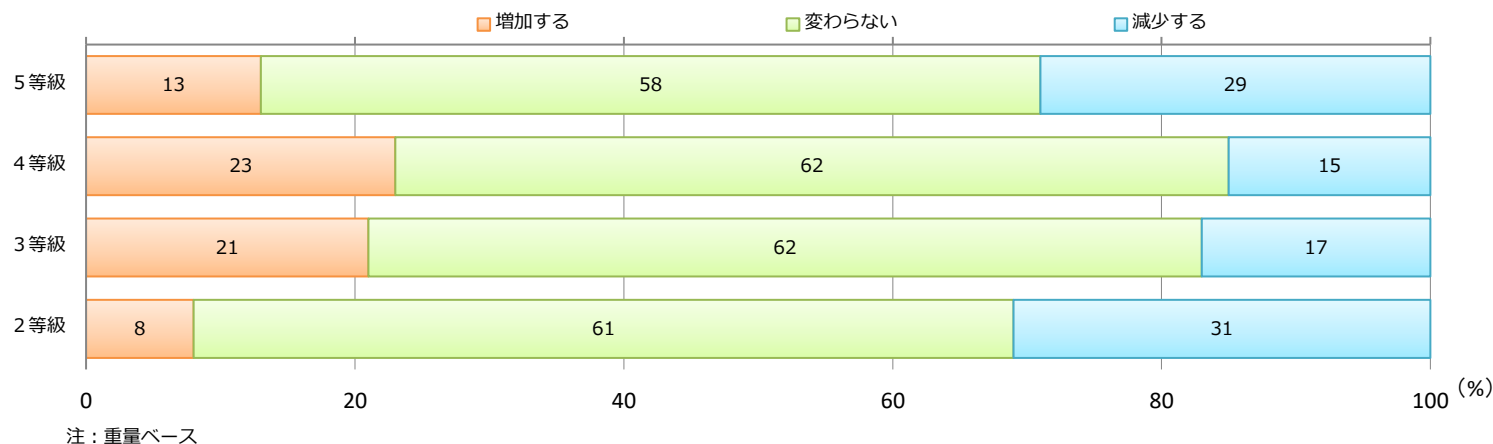
～ おおむね現状維持の見通し～

○2020年度下半期と比較した2021年度下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、2等級および5等級は「減少する」が「増加する」を上回った一方、3等級および4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「小売向け需要の増加」、3等級は「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。

○5等級の減少理由としては「消費者の低価格志向」と「景気の悪化」が多く挙げられた。

2021年度下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）

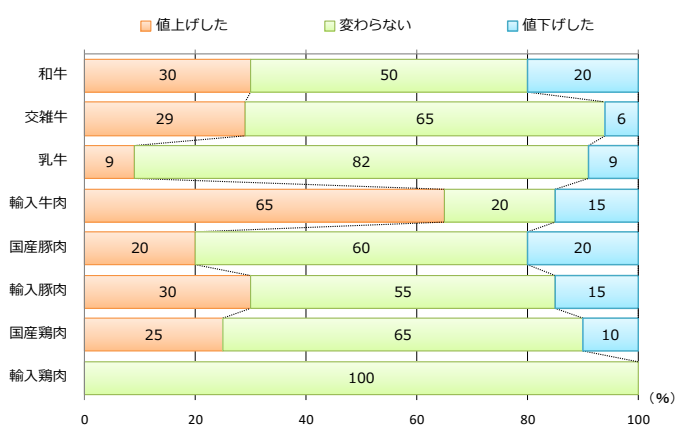
～輸入牛肉は値上げ傾向～

○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実績については、**輸入牛肉で「値上げした」が65%と最も多かった。また、輸入牛肉を除いた全ての区分で「変わらない」が最も多い中、和牛、交雑牛、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。**

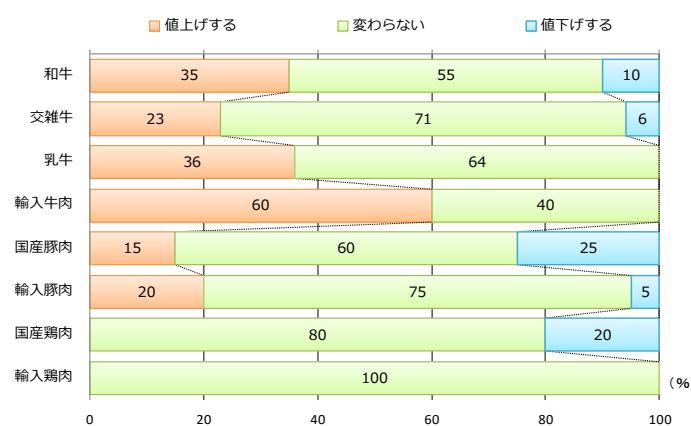
○2020年度下半期と比較した2021年度下半期の量販店における小売価格の見通しについては、**輸入牛肉は「値上げする」が60%と最も多かった。また、輸入牛肉を除いた全ての区分で「変わらない」が最も多い中、和牛、交雑牛、乳牛、輸入豚肉で「値上げする」が「値下げする」を上回った。一方、国産豚肉、国産鶏肉では、「値下げする」が「値上げする」を上回った。**

### 食肉の小売価格（量販店）

2021年度上半期の小売価格（実績）



2021年度下半期の小売価格（見通し）



## 通常価格（食肉専門店）

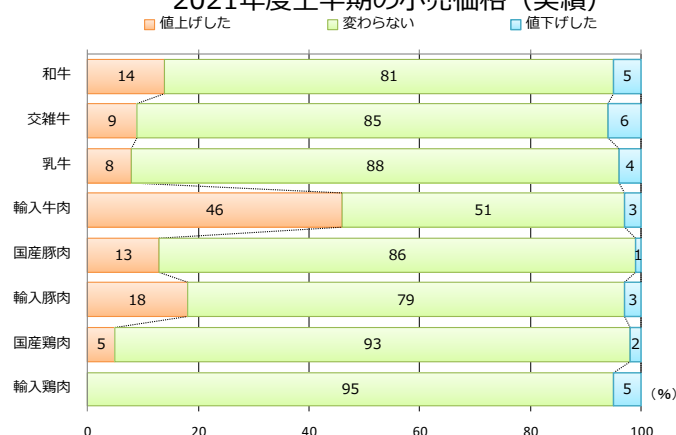
～全ての区分で据え置き傾向だが、輸入牛肉は値上げ傾向～

○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実績については、**全ての区分で「変わらない」が最も多い中、輸入鶏肉を除いて「値上げした」が「値下げした」を上回った。中でも、輸入牛肉は「値上げした」が46%であった。**

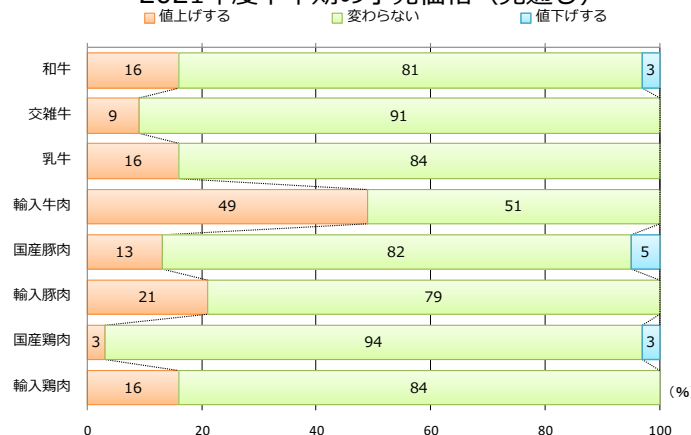
○2020年度下半期と比較した2021年度下半期の食肉専門店における小売価格の見通しについては、**全ての区分で「変わらない」が最も多い中、国産鶏肉を除いて「値上げする」が「値下げする」を上回った。中でも、輸入牛肉は「値上げする」が49%であった。**

### 食肉の小売価格（食肉専門店）

2021年度上半期の小売価格（実績）



2021年度下半期の小売価格（見通し）

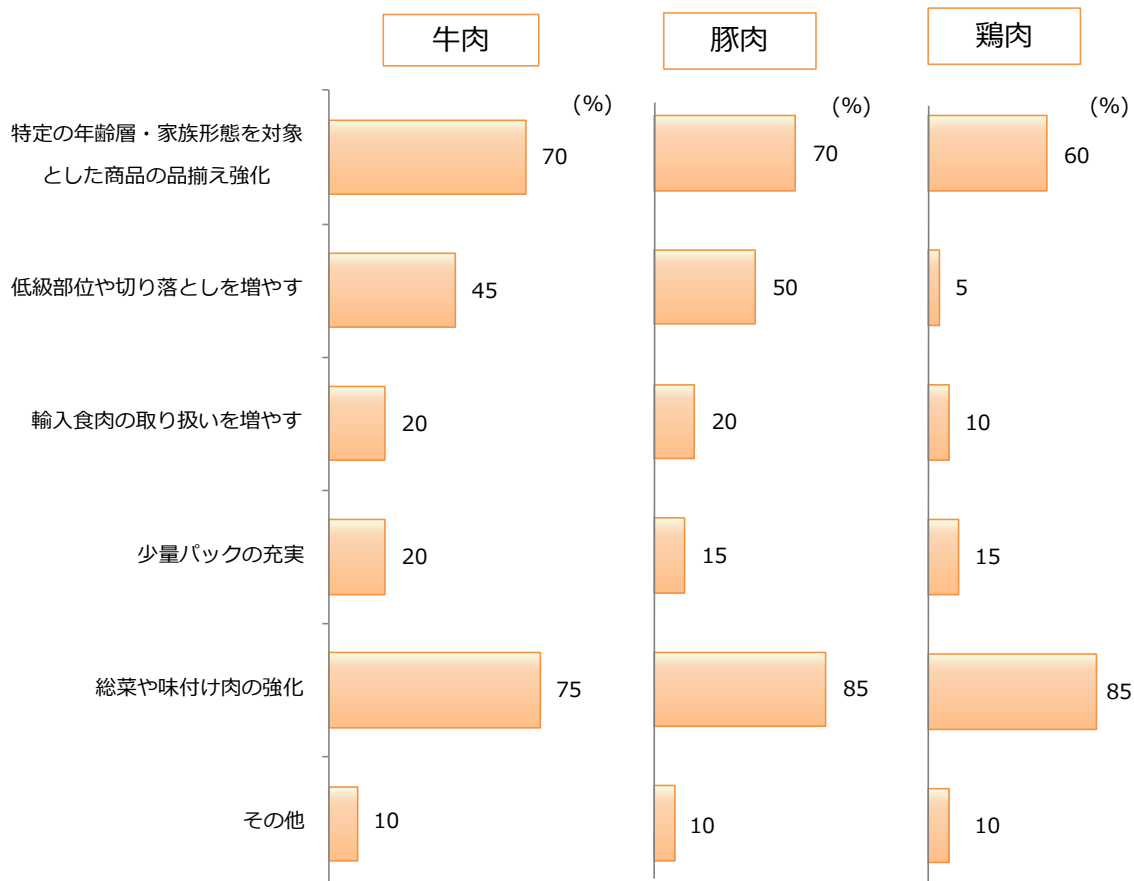


### 量販店

～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。
- 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。
- 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「顧客の来店頻度が減少する想定で、頻度品を中心に大容量パックを強化する」、「生産者指定での銘柄を増やして安心・安全・おいしさの訴求を行い販売を強化する」、「COVID-19の収束が見えない中、保存がきく冷凍肉商材と大型パック商材の品揃えを充実させる」、「味付け肉を中心に時間短縮、簡便商材も強化する」、「オーガニック食肉など健康関連商品の拡大を模索している」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

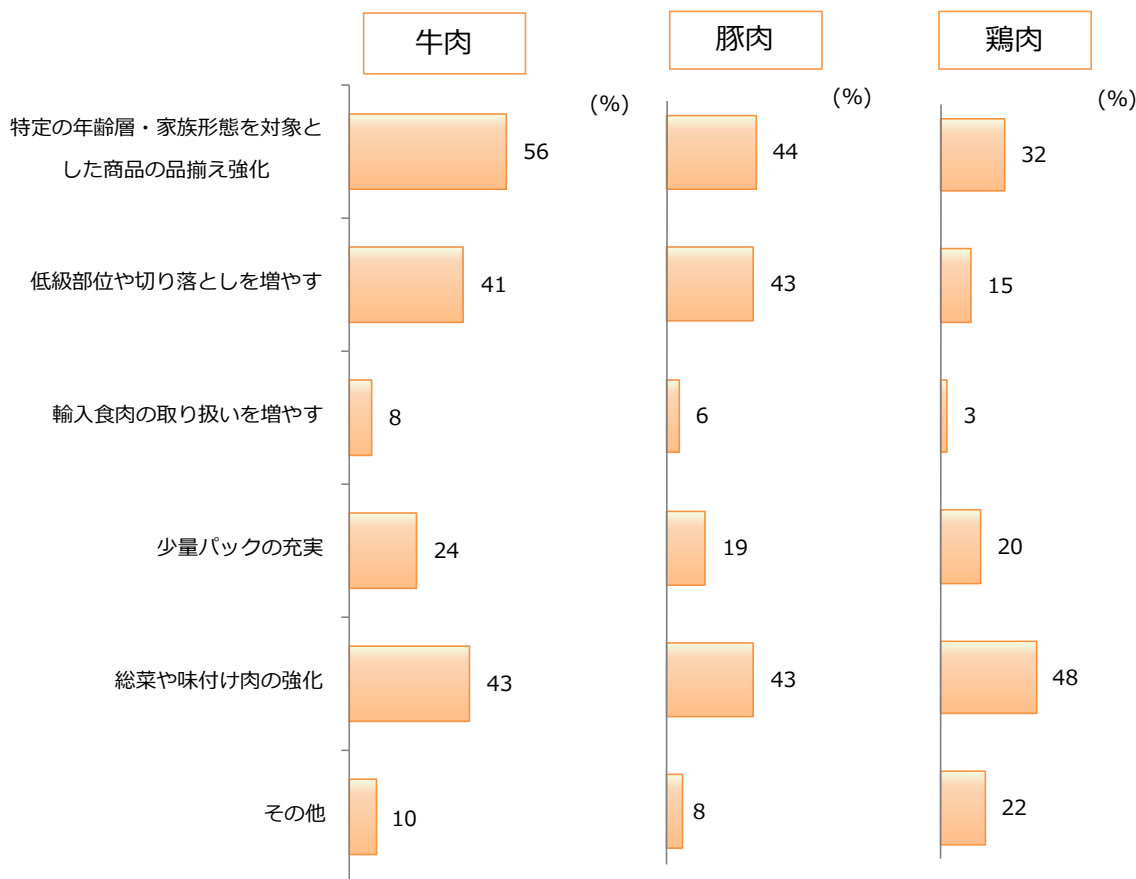


### 食肉専門店

～牛肉・豚肉は「特定の年齢層・家族形態を対象とした商品の品揃え強化」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「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「総菜や味付け肉の強化」、3位が「低級部位や切り落としを増やす」となった。食肉専門店では総菜や低価格の部位や切り落としの強化よりも、顧客の嗜好に対応した品揃えを強化している状況がうかがえる。
- 豚肉**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。
- 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」などとなった。
- 販売拡大に向けた具体的な対応として、「時短営業や入場制限などにより客数が減っているため、値下げ、特売の強化など、まずは来店を増やす取り組みを強化する」、「お持ち帰り弁当やおかずパックに力を入れる」、「コロナ禍で宅配が増えているので、メニューを充実させて顧客の要望に臨機応変に対応する」、「バーベキューなど焼肉をする人が増加しているため、牛の内臓を強化する」、「カップルでの来店が多いので、来店しやすいお店のレイアウトや雰囲気づくり、包装の工夫や2人用パックを強化する」などが挙げられた。

販売拡大に向けた対応（食肉専門店）



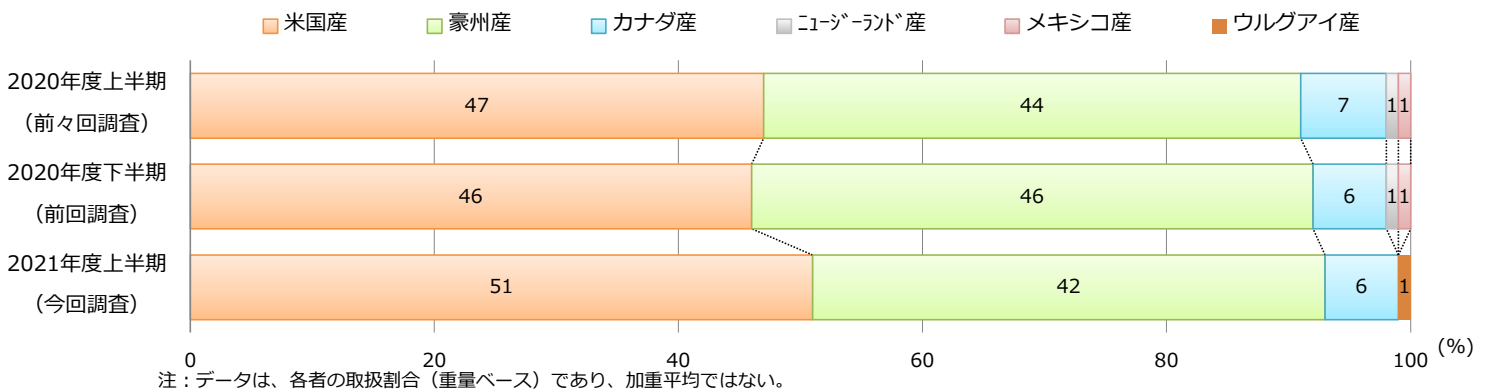
注：複数回答

**輸入牛肉の取扱割合（量販店）**

～米国産が51%、豪州産が42%～

- 2021年度上半期の量販店における輸入牛肉の取扱割合は「**米国産**」が**51%**で最も多く、**次いで、「豪州産」が42%**となった。以下「カナダ産」が6%、「ウルグアイ産」が1%となった。
- 前年同期（2020年度上半期）の取扱割合と比べると「豪州産」が2ポイント減少した一方、「米国産」が4ポイント増加した。
- 輸入牛肉の状況については、「すべての輸入牛肉の現地価格が高騰しているが、高くても確実に物量を確保することが最優先である」、「輸入価格の高騰により、国産との価格優位性が低下している。輸入食肉の取り扱いは見直さざるを得ない」などが挙げられた。

輸入牛肉の取扱割合（量販店）

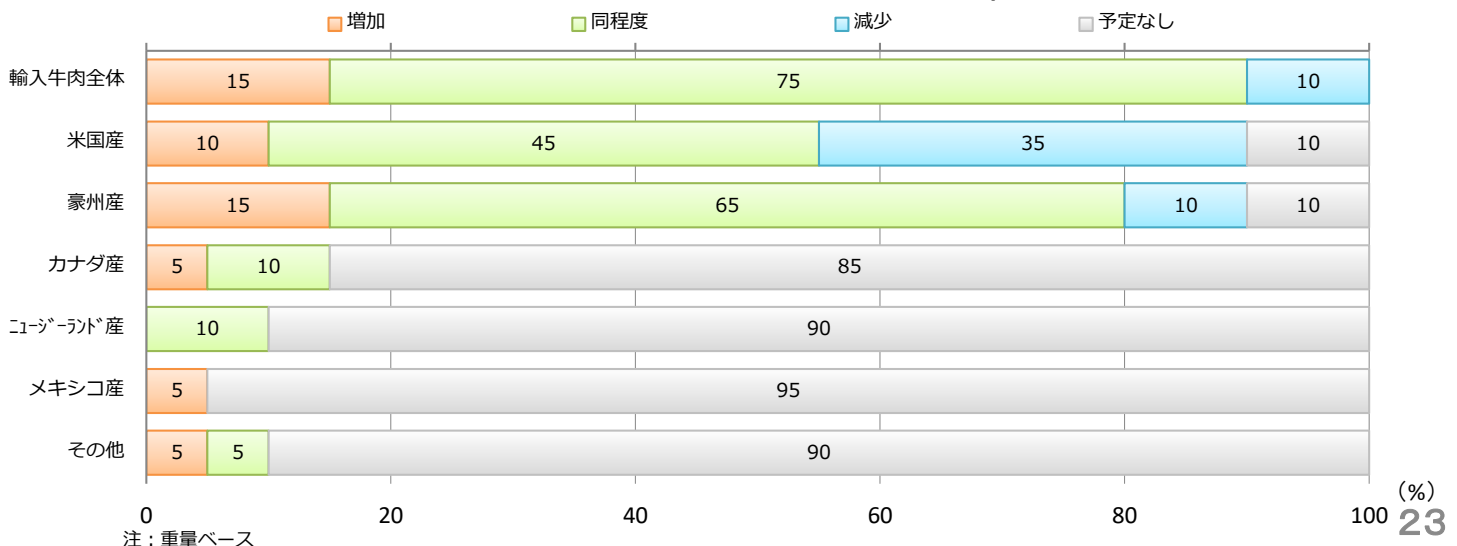


**輸入牛肉の取扱見通し（量販店）**

～米国産、豪州産はおおむね同程度の見通し～

- 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75%**で最も多く、次いで、「増加」が15%、「減少」が10%であった。
- 国別に見ると、**米国産および豪州産で「同程度」がそれぞれ45%、65%**と最も多かった。**また、米国産では「減少」が「増加」を上回ったものの、豪州産では「増加」が「減少」を上回った。**
- 米国産の減少割合が高い理由として「通関遅れとコロナ禍での現地相場上昇が課題であり、売価の見直しや新たな調達先を検討する」、「米国産牛肉の高騰に対しては、一部産地のシフトで対応しているが、米国産同様に価格が上昇している」などが挙げられた。

今後1年間の輸入牛肉の取扱見通し（量販店）

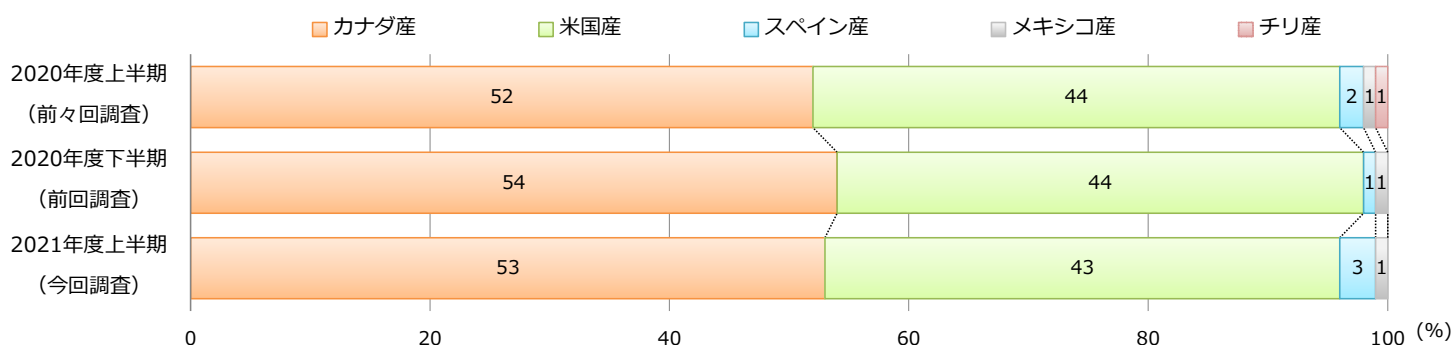


輸入豚肉の取扱割合実績（量販店）

～カナダ産が最も多い～

- 2021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**53%**と最も多く、次いで「**米国産**」が**43%**、以下「**スペイン産**」が3%、「**メキシコ産**」が1%であった。
- 前年同期（2020年度上半期）の取扱割合と比べると「**カナダ産**」が1ポイント増加した一方、「**米国産**」が1ポイント減少した。

輸入豚肉の取扱割合（量販店）



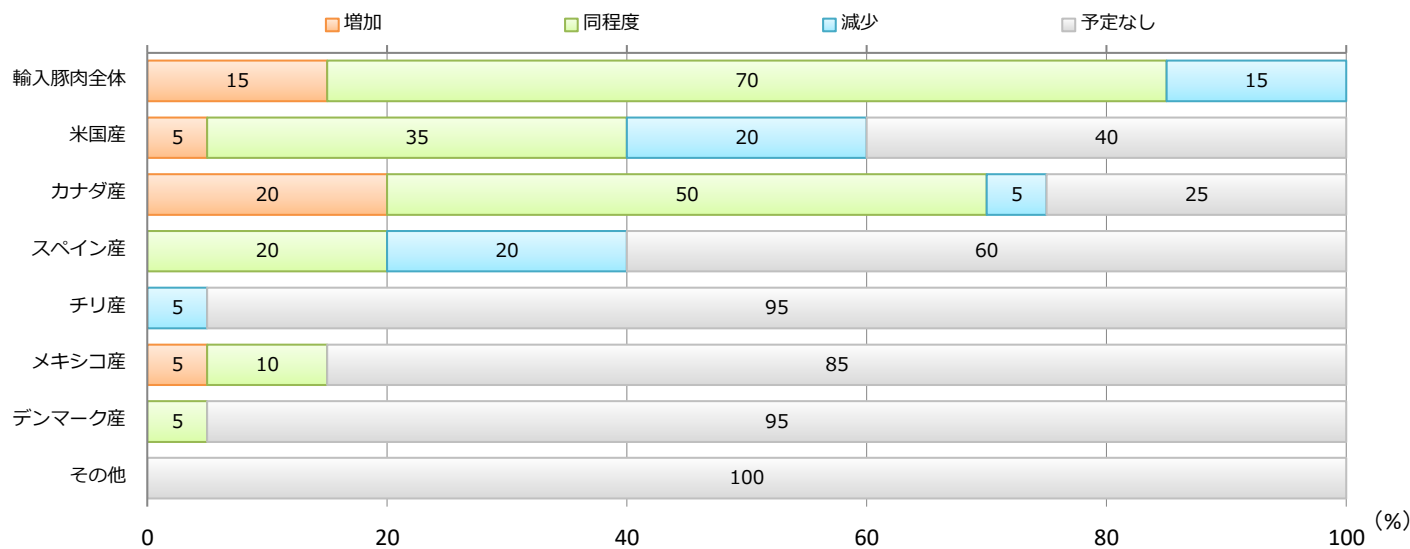
注：データは、各者の取扱割合（重量ベース）であり、加重平均ではない。

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70%**と最も多く、「**増加**」および「**減少**」はそれぞれ**15%**と同水準になった。
- 国別に見ると、米国産では、「**予定なし**」を除くと「**同程度**」が最も多い中、「**減少**」が「**増加**」を上回っている。カナダ産は「**同程度**」が50%と最も多く、次いで、「**増加**」が20%となっている。
- カナダ産の増加割合が高い理由として「**米国産の高騰により、カナダ産にシフトする**」、「**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）

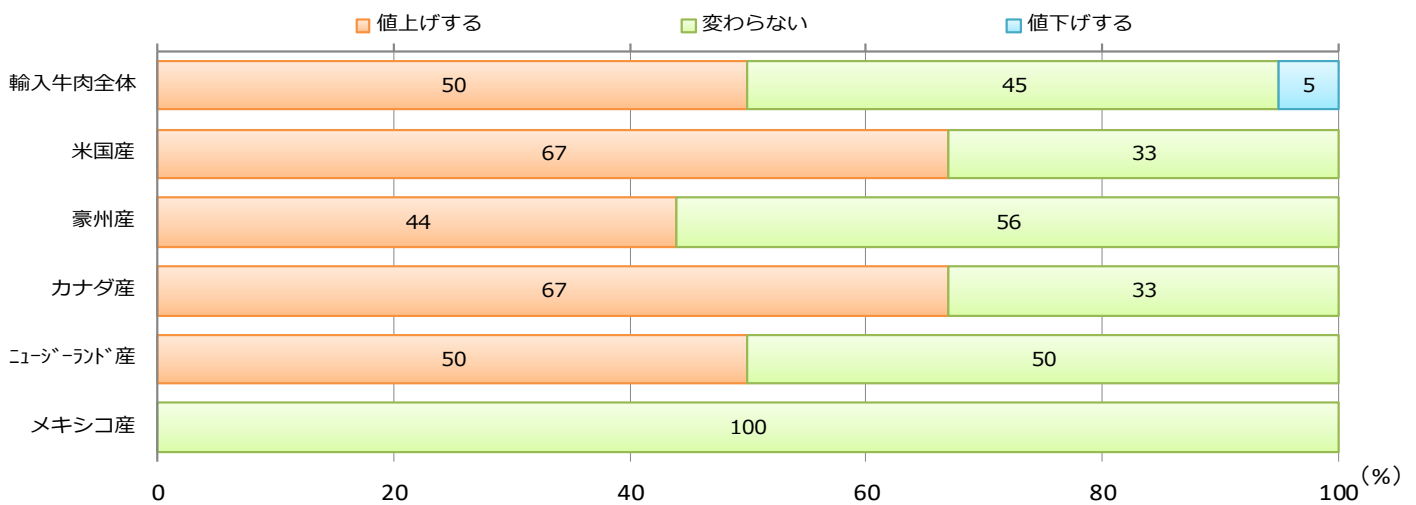


注：重量ベース

### 輸入牛肉の販売価格見通し（量販店） ～販売価格はおおむね値上げする見通し～

- 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「値上げする」が50%で最も多く、次いで、「変わらない」が45%であった。**
- 国別に見ると、米国産およびカナダ産で「値上げする」が67%と最も多かった。また、「値上げする」はニュージーランド産で50%、豪州産で44%であった。
- 販売価格の値上げの理由について「すべての輸入牛肉は現地価格が高騰している。今後においても高値推移が見込まれるため、販売価格の見直しを実施する」などが挙げられた。

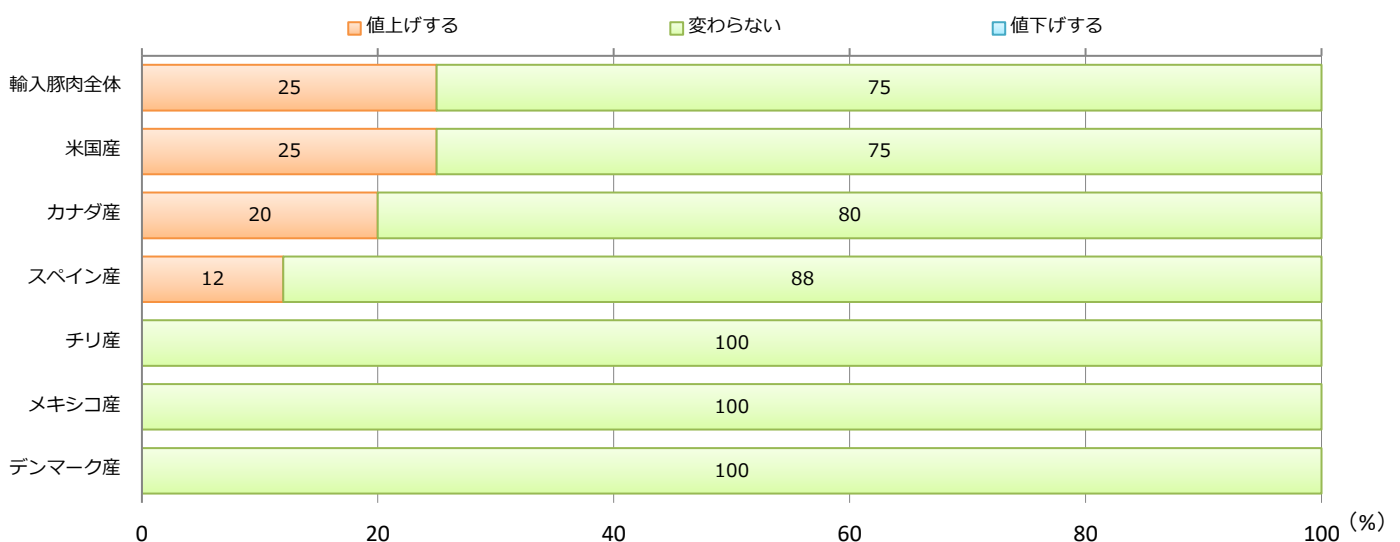
今後1年間の輸入牛肉の販売価格見通し（量販店）



### 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75%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）

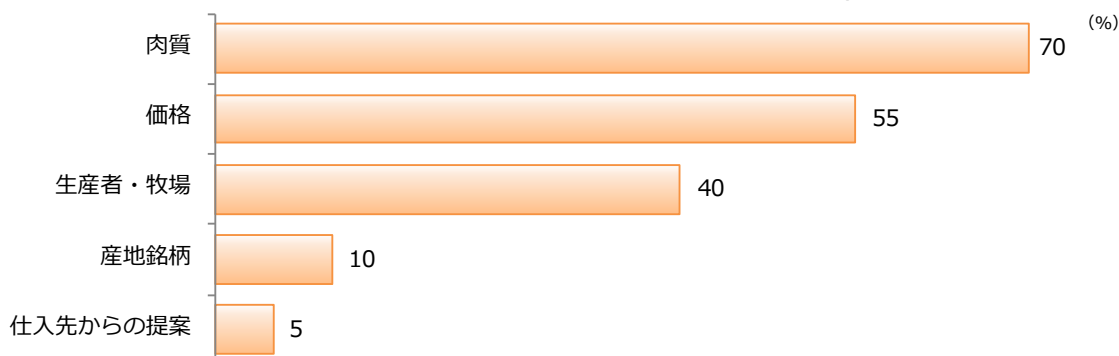


### 和牛肉仕入れ時の選定基準（量販店）

～上位3つは肉質、価格、生産者・牧場の順～

- 2021年度上半期の量販店における和牛肉仕入時に優先した選定基準は、「**肉質**」が**70%**と**最も多く、次いで「価格」が55%、「生産者・牧場」が40%**、以下、「産地銘柄」、「仕入先からの提案」の順となった。
- 肉質について具体的な回答として、「品質面で優位な雌牛を取り扱う」、「発生率の少ない3等級の中で、脂肪交雑が多く、赤身の色が淡いものを選定している」、「しまり、脂肪交雑の状態を総合して選定している」、「相場を見て、肉質の良い牛を仕入れる」などが挙げられた。
- 価格について具体的な回答として、「かた、そもそもなど価格の安い部位を選択し販売する」などが挙げられた。
- 生産者・牧場について具体的な回答として、「自社牧場で生産している牛肉のみ販売」、「当社ブランド牛肉は生産者・牧場指定」、「地産地消で販売強化」などが挙げられた。

和牛肉仕入時に優先した選定基準（量販店）



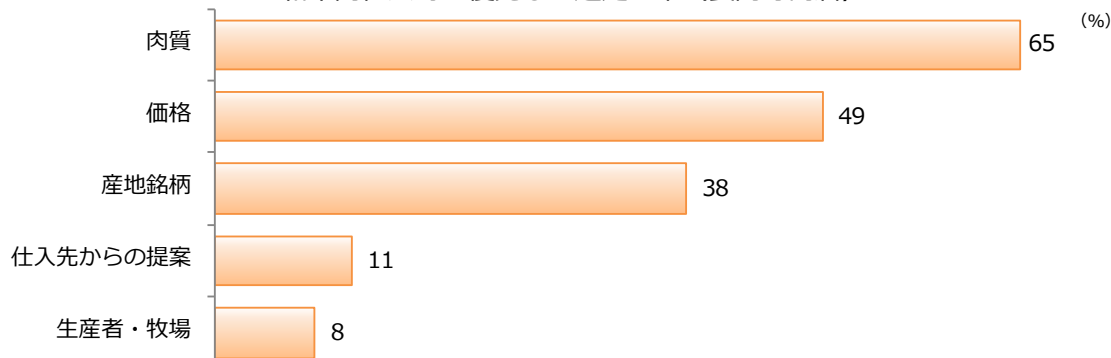
注：複数回答

### 和牛肉仕入れ時の選定基準（食肉専門店）

～上位3つは肉質、価格、産地銘柄の順～

- 2021年度上半期の食肉専門店における和牛肉仕入時に優先した選定基準は、「**肉質**」が**65%**と**最も多く、次いで「価格」が49%、「産地銘柄」が38%**、以下、「仕入先からの提案」、「生産者・牧場」の順となった。量販店との比較では、1位と2位は同じであったが、3位は異なった。量販店では、自社牧場で生産している場合もあるので、生産者・牧場が選択基準として上位にある一方で、専門店では銘柄産地が重視されることがうかがえる。
- 肉質について具体的な回答として、「雌牛を中心にしまり、脂肪、肉色などが優れた食肉を仕入れる」、「安定した品質の食肉を揃えることが重要」などが挙げられた。
- 価格について具体的な回答として、「相場高なので、良品を安く仕入れる」、「低価格品の仕入を狙っている」などが挙げられた。

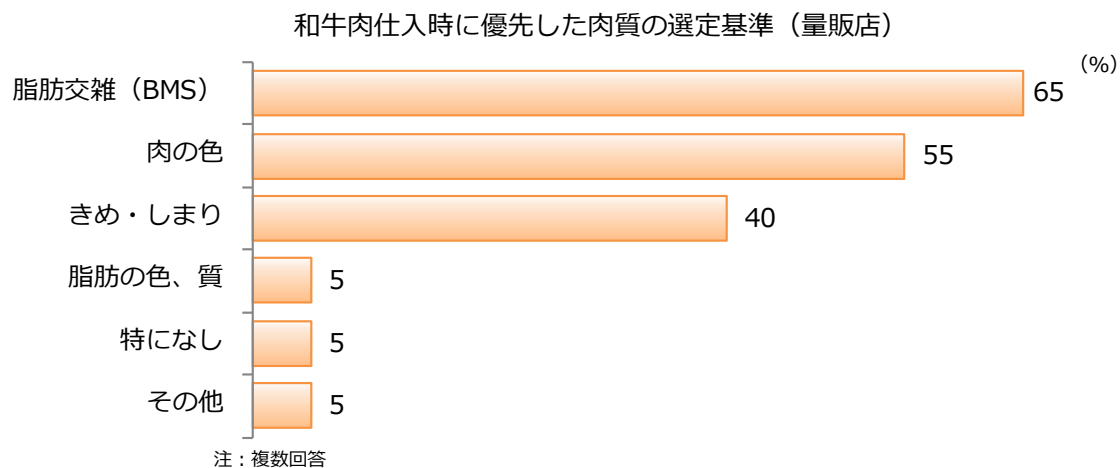
和牛肉仕入時に優先した選定基準（食肉専門店）



注：複数回答

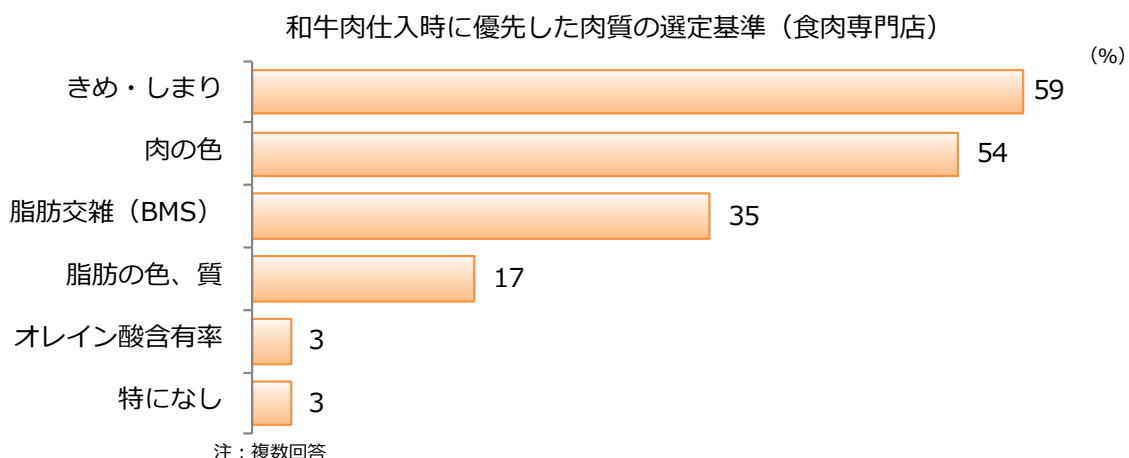
### 肉質の選定基準（量販店） ～上位3つは脂肪交雑、肉の色、きめ・しまりの順～

- 2021年度上半期の量販店における和牛肉仕入時に優先した肉質の選定基準は、**「脂肪交雑（BMS）」が65%と最も多く、次いで「肉の色」が55%、「きめ・しまり」が40%**、以下、「脂肪の色、質」、「特になし」、「その他」がそれぞれ5%となった。
- 脂肪交雑（BMS）について具体的な回答として、「NO.6以上、月齢30か月以上を仕入の基準にしている」、「NO.7以上に限定している」などが挙げられた。
- 肉の色について具体的な回答として、「淡い肉の色」、「もも、かた系の赤身が鮮やかでないものは仕入れない」などが挙げられた。



### 肉質の選定基準（食肉専門店） ～上位3つはきめ・しまり、肉の色、脂肪交雑の順～

- 2021年度上半期の食肉専門店における和牛肉仕入時に優先した肉質の選定基準は、**「きめ・しまり」が59%と最も多く、次いで「肉の色」が54%、「脂肪交雑（BMS）」が35%**、以下、「脂肪の色、質」が17%、「オレイン酸含有率」および「特になし」がそれぞれ3%となった。5等級の取り扱いが約半数を占める食肉専門店では、「脂肪交雑」よりも「きめ・しまり」や「肉の色」などを重視していることがうかがえる。
- きめ・しまりについて具体的な回答として、「見た目がよい肉を選定」、「きめの細かい肉を選ぶ」などが挙げられた。
- 肉の色について具体的な回答として、「赤身がきれいで色が濃いものを選ぶ」、「変色が少なそうな肉を選ぶ」などが挙げられた。

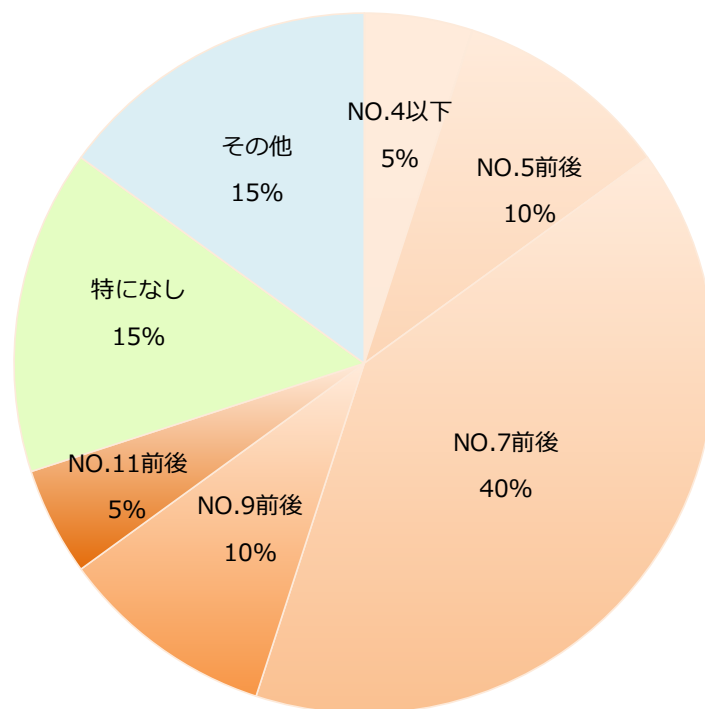


### 脂肪交雑の選定基準（量販店）

～ 脂肪交雑はNO.7前後が多い～

- 2021年度上半期の量販店における和牛肉仕入時に優先した脂肪交雑（BMS）の選定基準は「**NO.7前後**」が**40%**で最も多かった。また、「**特になし**」および「**その他**」がそれぞれ**15%**であった。量販店においては、4等級の取り扱いが多く（18ページ）、4等級の中でも脂肪交雑が多いものを優先して仕入れている状況がうかがえる。
- 「NO.7前後」の理由として、「顧客が見た目で良い肉と感じる水準のため」、「4等級の中で上位を選定している」、「3等級の生産が少なくなり、ほぼ4等級以上になっているため」、「担当者の経験と主観により選定している。平均水準としてはNO.7前後である」などが挙げられた。
- 「特になし」の理由として、「脂肪交雑にこだわってはいは、物量の確保が難しい」などが挙げられた。
- 「その他」の理由として、「自社ブランド牛は3~5等級と仕入れの幅を設けている」、「安定した品揃えを確保するため、NO.7以上を仕入基準にしている」、「生産者指定での買い付けのため、脂肪交雑の基準を設けていない」などが挙げられた。

和牛肉仕入時に優先した脂肪交雑の選定基準（量販店）



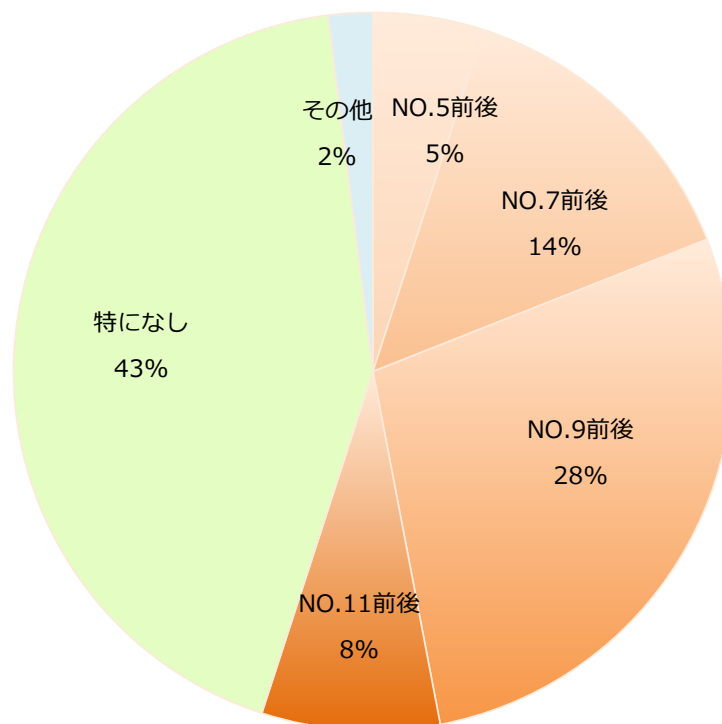
参考：上記は1. NO.4以下、2. NO.5前後、3. NO.7前後、4. NO.9前後、5. NO.11前後、6. 特になし、7. その他、の7つの選択肢から回答を集計したものである。  
 なお、肉質等級とBMSの関係は1等級はNO.1-2、2等級はNO.2-3、3等級はNO.3-4、4等級はNO.5-7、5等級はNO.8-12である。

### 脂肪交雑の選定基準（食肉専門店）

～ 脂肪交雑は特になしが最も多く、次いでNO.9前後が多い～

- 2021年度上半期の食肉専門店における和牛肉仕入時に優先した脂肪交雑（BMS）の選定基準は「**特になし**」が**43%**で最も多かった。次いで、「**NO.9前後**」が**28%**と多かった。
- 「特になし」の理由として、「希望する品質が揃わない」、「選定は問屋に任せている」、「価格を優先して仕入れるため」、「脂肪交雑はBMSではなく、全体のバランスで決める」、「銘柄牛肉は、品質が保証されているので脂肪交雑にはこだわらない」などが挙げられた。
- 「NO.9前後」の理由として、「5等級の中でも、脂肪が少ない食肉を選んでいる」、「NO.9前後が販売しやすい脂肪交雑の水準」、「NO.10を超える脂肪交雑は肉が白くて販売しにくい」、「おいしい肉はNO.9前後」、「NO.11以上の肉は好まれない」などが挙げられた。
- 食肉専門店では、脂肪交雑よりも、きめ・しまりや肉の色などについて重視している（27ページ）ので、「特になし」が多かったものと考えられる。

和牛肉仕入時に優先した脂肪交雑の選定基準（食肉専門店）



参考：上記は1. NO.4以下、2. NO.5前後、3. NO.7前後、4. NO.9前後、5. NO.11前後、6. 特になし、7. その他、の7つの選択肢から回答を集計したものである。

なお、肉質等級とBMSの関係は1等級はNO.1-2、2等級はNO.2-3、3等級はNO.3-4、4等級はNO.5-7、5等級はNO.8-12である。