

食肉販売動向調査結果 (2022年度上半期)

2022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】（2022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

- 2021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、長引くCOVID-19の影響下、外食需要の回復の遅れや内食需要の増加の反動から、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、国産牛肉は切り落としが比較的堅調であるものの、輸入牛肉は「現地価格高騰により国産にシフト」といった意見もあり、減少見通しとなっている。和牛の4,5等級については、量販店向けが「コロナ感染者の発生状況や景気の状況」などにより減少傾向であるものの、輸出向けが「販売先の拡大」、ホテル向けが「景気回復」や「コロナ感染症の収束を見込む」により増加傾向を見込んでいる。
- 小売業者における販売状況は、特に量販店においてCOVID-19の影響による海外の物流の乱れや現地の人手不足などで輸入品、特に輸入牛肉で減少傾向が顕著となった。販売見通しでは、輸入品は減少傾向で、国産品はおおむね同程度との見方が多い結果となった。
- 小売業者が今後の国産牛肉に期待することとして、まず生産量については、量販店では「増産」、食肉専門店では「現状維持」が最も多かった。また、卸売の価格帯については、量販店では「低価格化」、食肉専門店では「現状維持」が最も多かった。産地銘柄については、量販店、食肉専門店ともに「現状維持」が最も多い結果となった。

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年度下半期（2021年10月～2022年3月）の実績および2022年度上半期（2022年4月～9月）の見通しについて調査を行った（2022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。

概要は以下のとおりである。

（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

右表のとおり

3. 調査期間

2022年1月26日～2月18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）

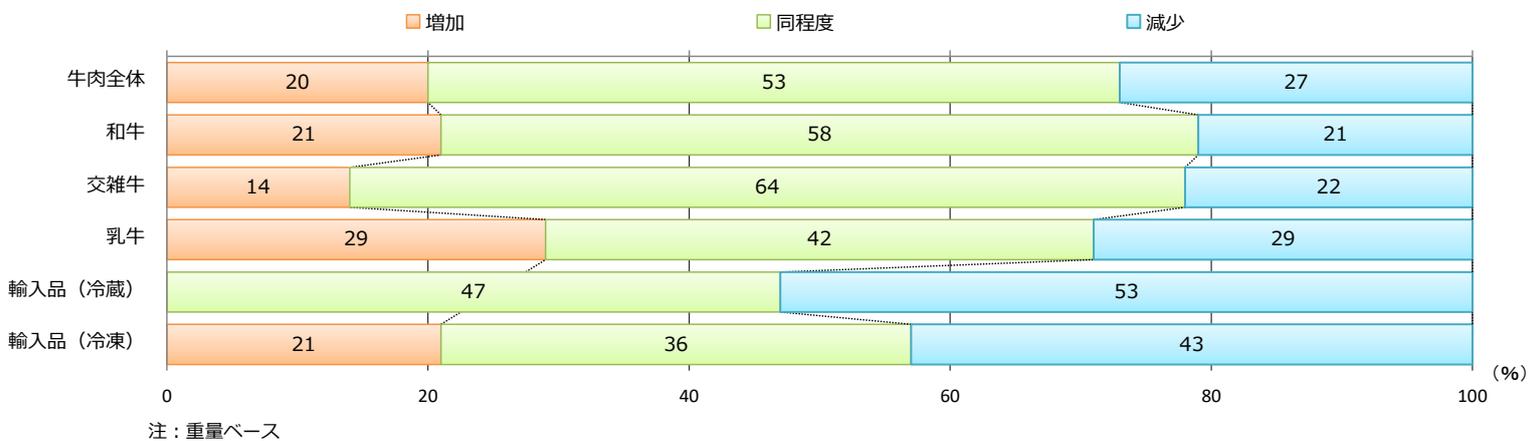
- 1 食肉の取扱割合・販売見通し・・・・・・・・・・・・・・ 12～15頁
- 2 和牛の等級別取扱割合・販売見通し・・・・・・・・・・ 16～17頁
- 3 食肉の小売価格・見通し・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 18頁
- 4 食肉の販売拡大に向けた対応・・・・・・・・・・・・・・ 19～20頁
- 5 輸入食肉の取扱割合・販売見通し（量販店）・・・・ 21～23頁
- 6 今後の国産牛肉に期待すること・・・・・・・・・・・・ 24～26頁

牛肉全体の取扱状況

～輸入品が減少～

- 2021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、**前回調査（2021年度上半期）との比較では「同程度」の回答が約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見ると、**和牛および乳牛は「増加」と「減少」が同水準で、これらを除く牛肉で「減少」が「増加」を上回る結果となった。**
- 減少理由については、国産牛肉で「小売向け需要の減少」、輸入牛肉で「相場高」がそれぞれ最も多かった。一方、増加理由は和牛で「小売向け需要の増加」、乳牛で「消費者の赤身志向」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年度下半期における牛肉の取扱状況（2021年度上半期との比較）

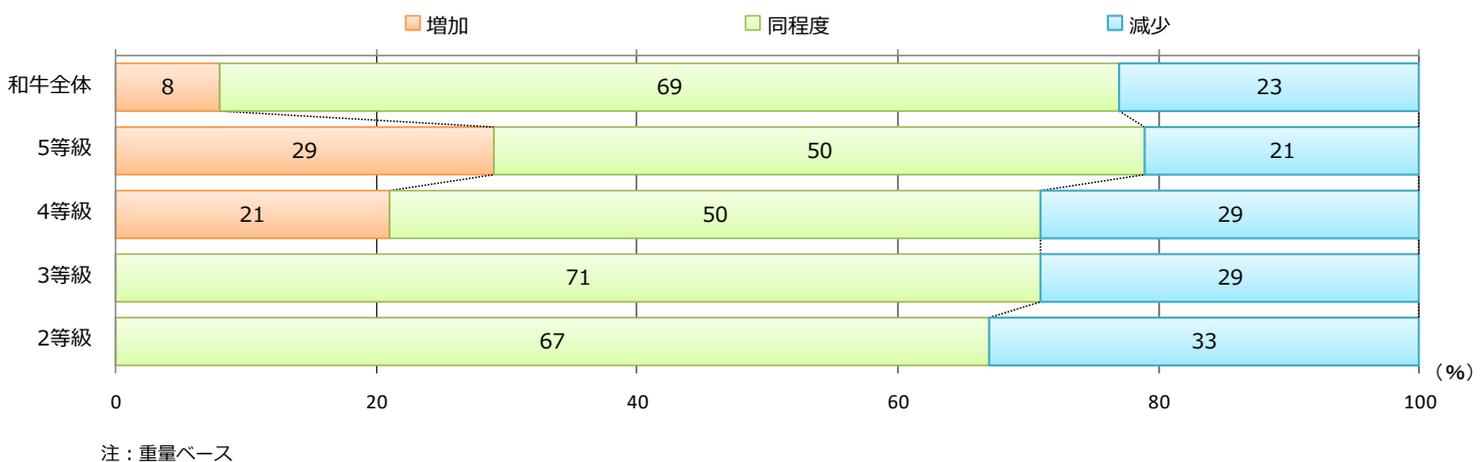


和牛の等級別取扱状況

～「同程度」が最も多い～

- 前年同期（2020年度下半期）と比較した2021年度下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、5等級を除いて「減少」が「増加」を上回った。**
- 減少理由については、5等級および4等級は「コロナ感染者の発生状況等」、3等級および2等級は「等級の格付割合が低下した」が挙げられた。
- 増加理由については、5等級は「5等級の格付割合が上昇した」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）

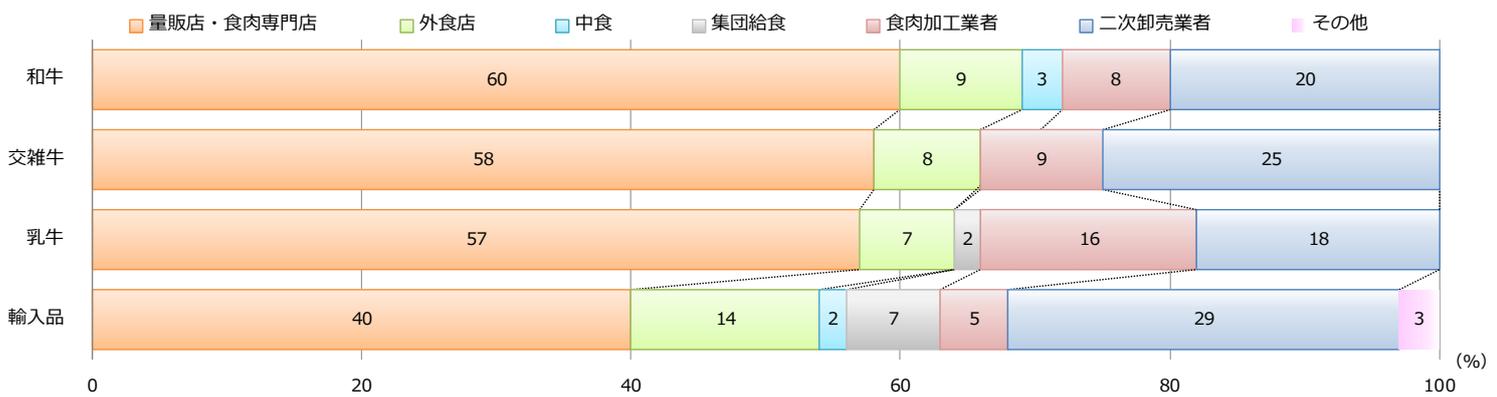


仕向け先別販売割合（冷蔵牛肉）

～「量販店・食肉専門店」向けが最も多い～

- 2021年度下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65%、交雑牛64%、乳牛62%、輸入品48%**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、**「外食店」向けおよび「中食・集団給食・加工向け」の仕向け割合は44%**となり、輸入品は小売向けと業務向けが拮抗している。
- 輸入品の「外食店」向けの内訳は、焼き肉店、ホテルの順で多く、計6割弱を占める。
- なお、冷蔵と冷凍の構成比は、和牛が冷蔵78%に対し冷凍22%、交雑牛が冷蔵85%に対し冷凍15%、乳牛が冷蔵67%に対し冷凍33%と、それぞれ冷蔵が多い。しかしながら、前回調査（2021年度上期）との比較では、冷凍の割合が和牛が10ポイント、交雑牛が9ポイント、乳牛が6ポイントそれぞれ増加した。

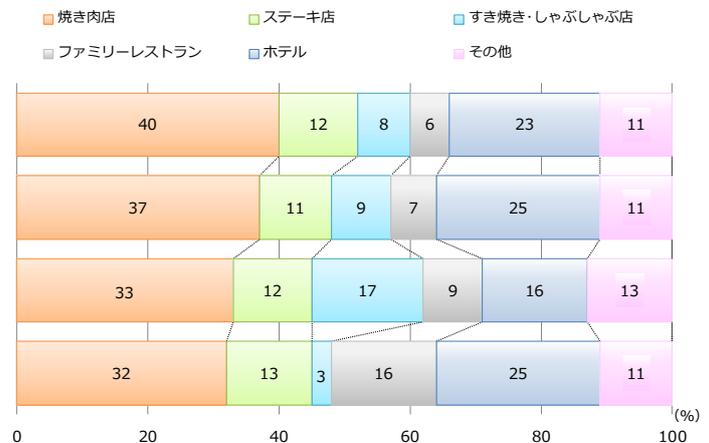
2021年度下半期の仕向け先別販売割合（冷蔵牛肉）



<参考> 二次卸売業者の最終仕向け先



<参考> 外食店の内訳



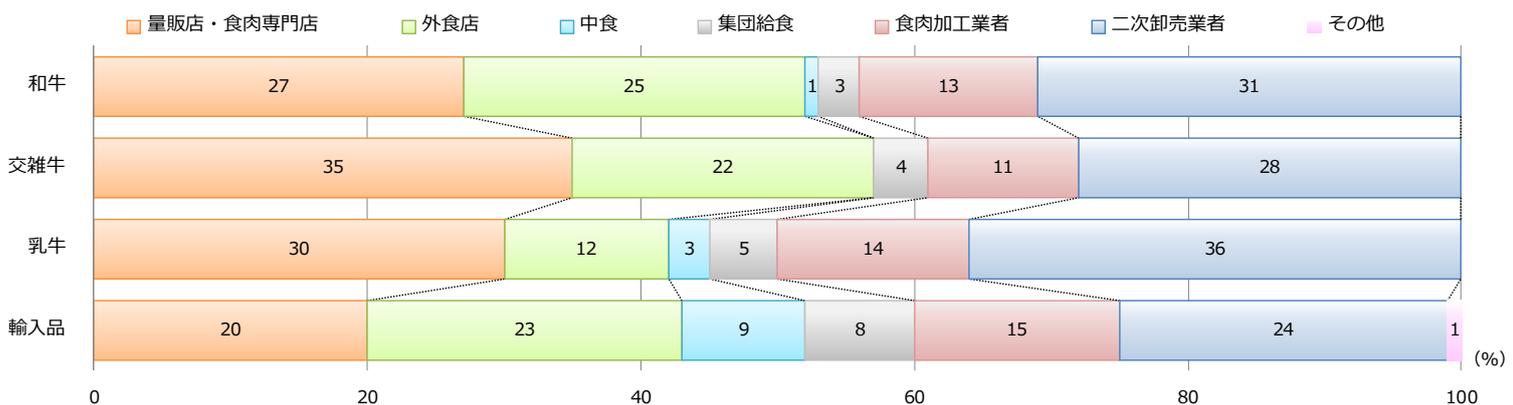
注：データは、各者の仕向け先別販売割合（重量ベース）であり、加重平均ではない。

仕向け先別販売割合（冷凍牛肉）

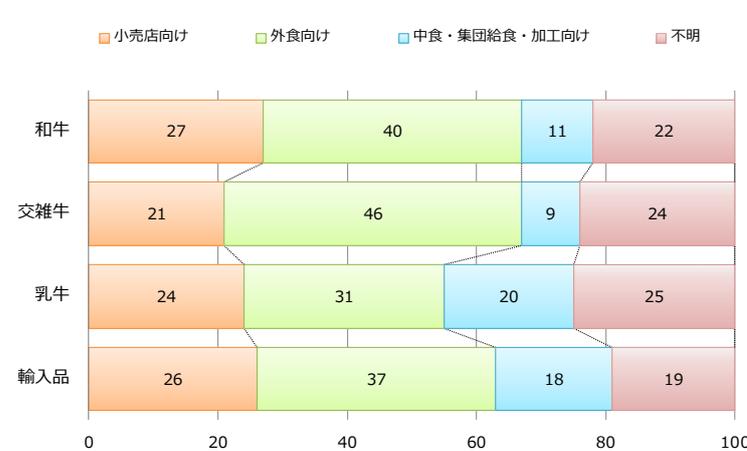
～業務向けが最も多い～

- 2021年度下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、**交雑牛を除いた牛肉で「二次卸売業者」向けの仕向け割合が最も多かった。**
- さらに、「**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35%、交雑牛41%、乳牛39%、輸入品26%**となり、前回調査と比較するとすべての区分で増加した。
- 一方、「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37%、交雑牛35%、乳牛23%、輸入品32%**となった。また、「中食・集団給食・加工向け」の仕向け割合は**和牛20%、交雑牛18%、乳牛29%、輸入品36%**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」の内訳を見ると、和牛および交雑牛は、焼き肉店、ホテルの順、乳牛は、すき焼き・しゃぶしゃぶ店、焼き肉店の順、輸入品は、ファミリーレストラン、ホテルが上位で、それぞれ計5割前後を占める。
- 冷蔵・冷凍の区別をしていない「食肉加工業者」の加工仕向の内訳では、ハンバーグ向けが最も多く、次いでハム・ソーセージ向けおよび缶詰向けであった。また、その他向けは、冷凍食品やギフト関係業者であった。

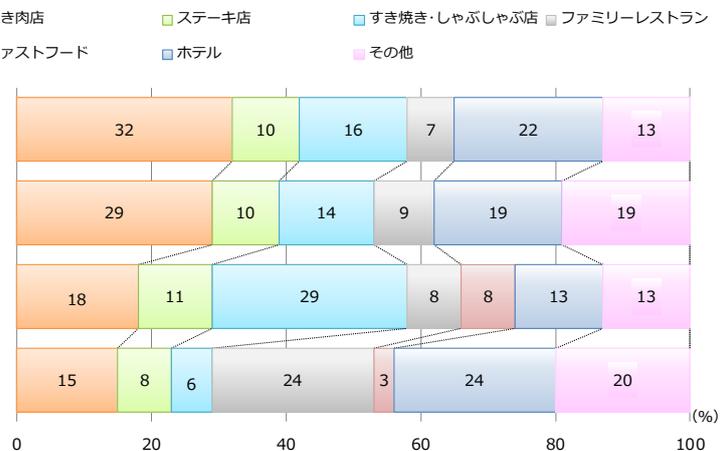
2021年度下半期の仕向け先別販売割合（冷凍牛肉）



<参考> 二次卸売業者の最終仕向け先



<参考> 外食店の内訳

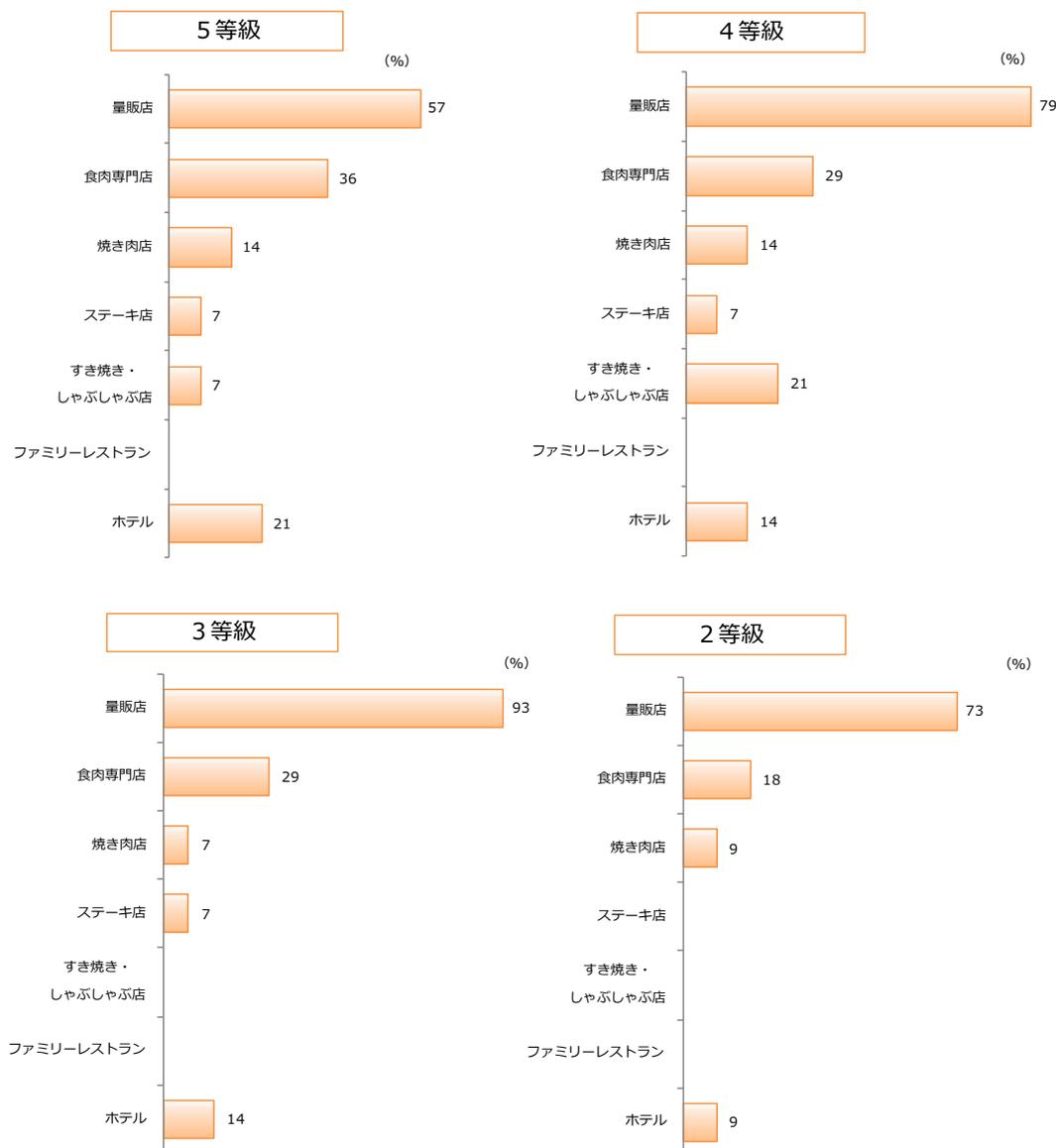


注：データは、各者の仕向け先別販売割合（重量ベース）であり、加重平均ではない。

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年度下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、全ての等級で「**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（2020年度下半期）と比較すると、「量販店」への仕向けは4等級の販売先件数が増加した一方、それ以外の等級では前年同期を下回った。
- 前回調査（2021年度上半期）と比較すると、「量販店」や「ホテル」への仕向けは増加傾向であった。また、「食肉専門店」への仕向けは5等級を除いた等級区分においてほぼ横ばいであった。

和牛の等級別の主な販売先（卸売業者）

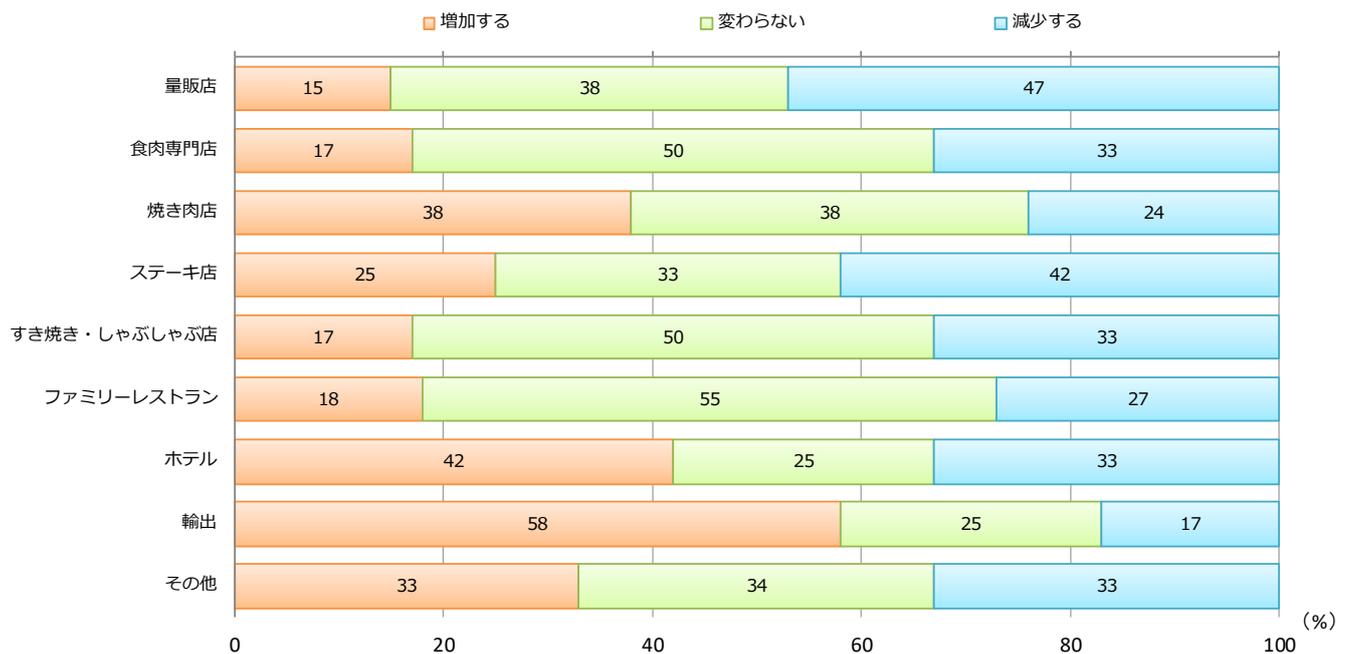


注：各等級の取扱いがある者に占める各販売先へ販売した者の割合（複数回答）

和牛（4,5等級）の販売先別販売見通し ～ 輸出、ホテル仕向けが増加見通し～

- 2022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（2021年度下半期）では、概ね「変わらない」が多かったが、今回は輸出、ホテル向けでは、「増加する」が最も多かった。一方、量販店およびステーキ店向けでは、「減少する」が最も多かった。
- 輸出向けの増加理由としては、「販売先の増加」、「国を挙げての輸出拡大」などが挙げられた。ホテル向けの増加理由としては、「景気回復」、「コロナ感染症の発生の収束を見込む」などが挙げられた。
- 量販店およびステーキ店向けの減少理由としては、「コロナ感染症の発生状況」、「景気の状態」が多く挙げられた。

2022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）



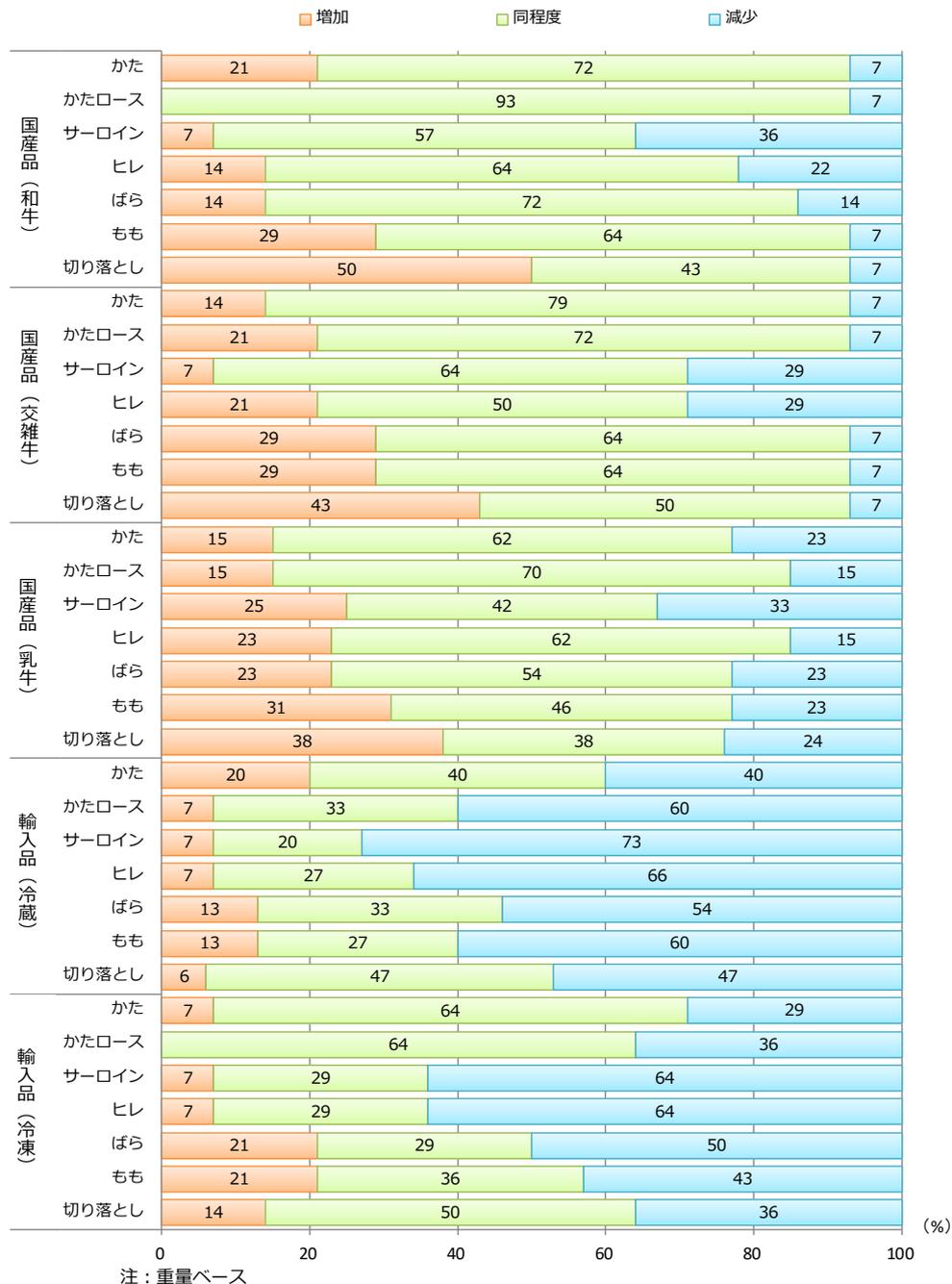
注：重量ベース

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（2021年度上半期）と比較した2022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、**国産品では、和牛と乳牛の「切り落とし」を除いて「同程度」が最も多かった。**「切り落とし」の増加理由としては、「消費者の低価格志向が強まる」、「高価格帯の国産牛肉の売上に苦心している」などが挙げられた。
- 輸入品（冷蔵）では、「かた」および「切り落とし」を除いて「減少」が最も多かった。**また、**輸入品（冷凍）では、「かた」、「かたロース」および「切り落とし」は「同程度」が多かったものの、「サーロイン」、「ヒレ」、「ばら」および「もも」においては「減少」が最も多かった。**減少理由としては、「原料高、円安、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ロイン系などの高級部位の販売は減る」などが挙げられた。

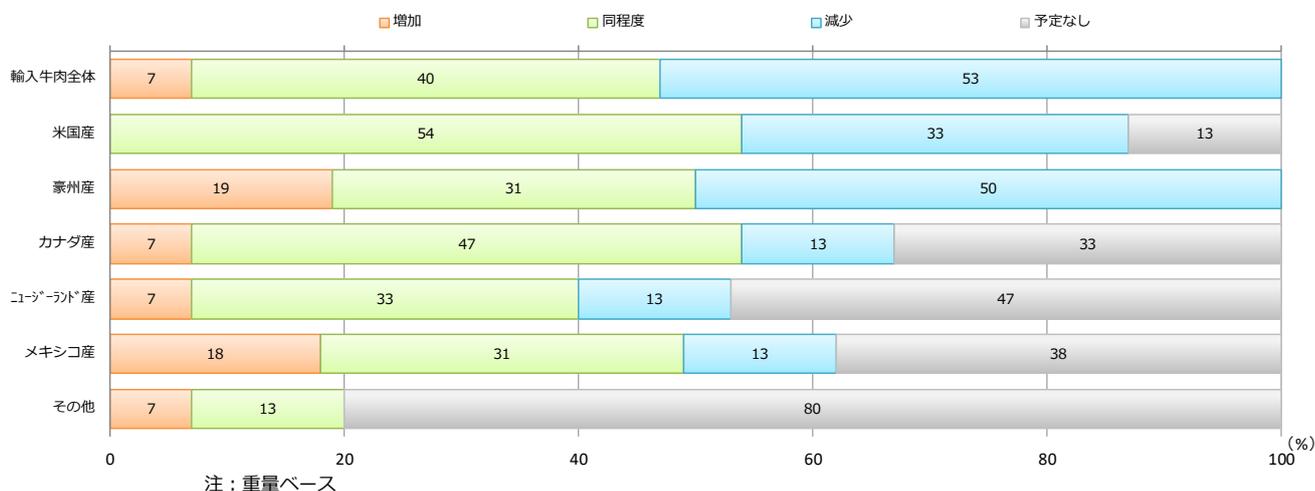
2022年度上半期の牛肉の部位別販売見通し



輸入牛肉の取扱見通し ～減少傾向の見通しが最も多い～

- 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「減少」が最も多かった。**
- 国別に見ると、豪州産は「減少」が最も多かった。また、米国産およびカナダ産は「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年度下半期）と同様に今回調査でも「減少」が「増加」を上回った。**「減少」の理由としては、「現地価格高騰」、「コロナが長期化し、需要減が続く」などが挙げられた。
- 豪州産の減少理由としては、「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」などが挙げられた。
- ニュージーランド産およびメキシコ産については、「予定なし」が最も多かった。

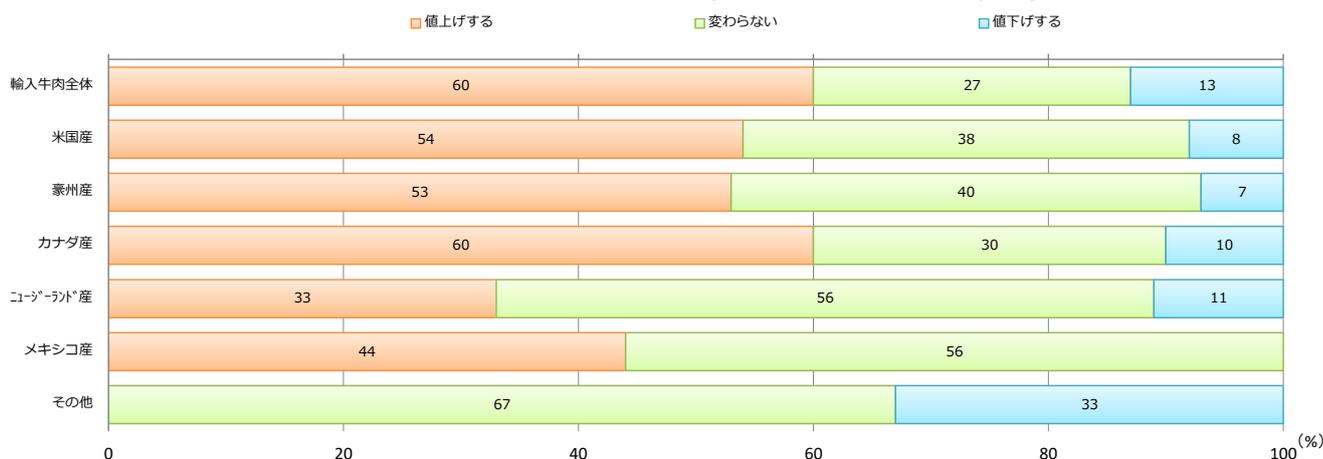
今後1年間の輸入牛肉の取扱見通し（卸売業者）



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「値上げする」が60%と最も多かった。**
- 国別に見ると、ニュージーランド産およびメキシコ産は「変わらない」が最も多かったものの、これを除けば「値上げする」が最も多かった。
- 米国産、豪州産の値上げ要因としては、「世界的な牛肉需要増加や生産減少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）

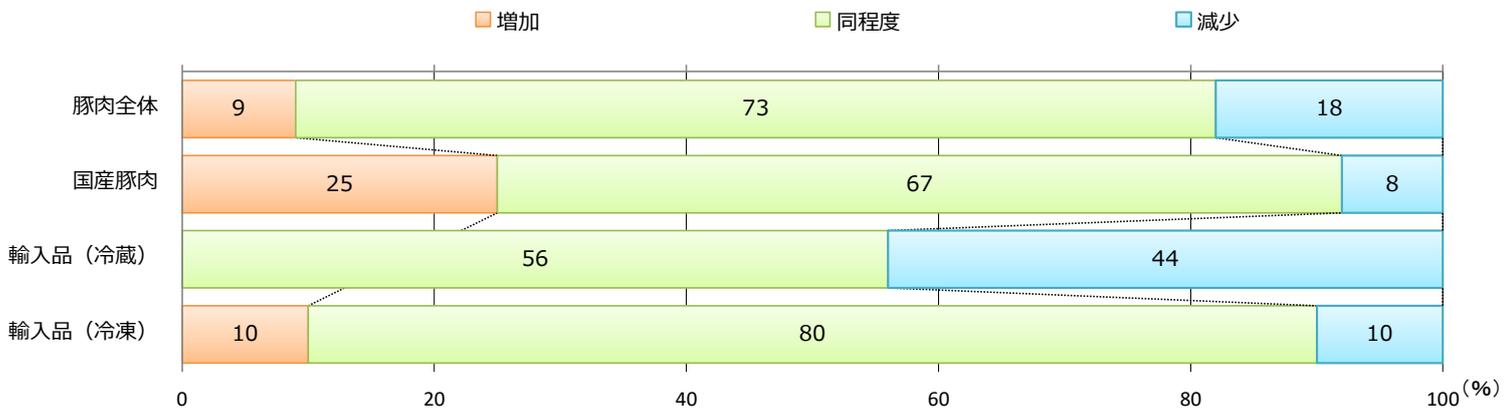


豚肉全体の取扱状況

～国産、輸入品（冷凍）は現状維持～

- 前回調査（2021年度上半期）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。**
- 増加理由としては、国産豚肉で「小売向け需要の増加」や「入船遅れなどの影響による輸入チルドからのシフト」が多かった。
- 減少理由としては、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。また、輸入品（冷蔵）で「カナダのストライキや自然災害などによる通関遅れ」や「円安などにより仕入価格が上昇したので、輸入品の販売が難しかった」などが挙げられた。
- 国産豚肉では、内食需要が堅調であったことなどから、「増加」が「減少」を上回った。

2021年度下半期における豚肉の取扱状況（2021年度上半期との比較）

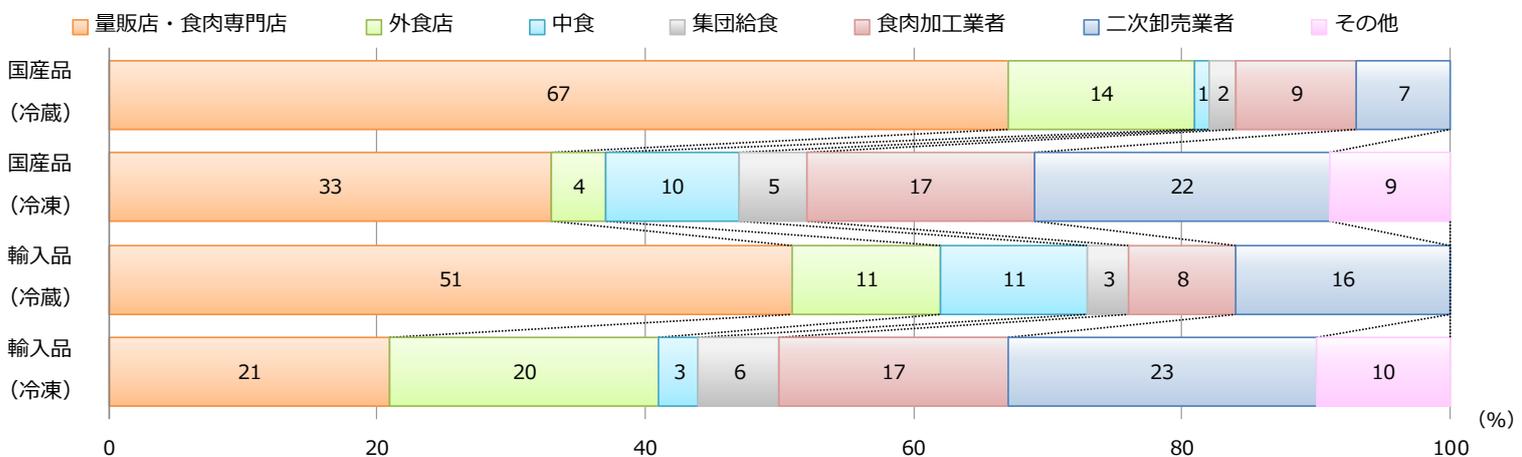


注：重量ベース

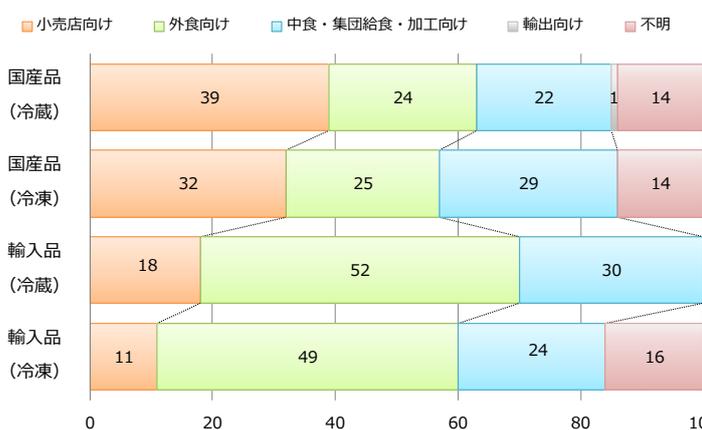
仕向け先別販売割合（豚肉） ～国産品、輸入品（冷蔵）はテーブルミートとしての需要が高い～

- 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、**輸入品（冷蔵）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わかる。**
- また、「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）70%、国産品（冷凍）40%、輸入品（冷蔵）54%となった。**
- 輸入品（冷蔵）は、「二次卸売業者」が23%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・中食・集団給食・加工向け」が全体の約6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（冷蔵）はホテルが最も多かった。
- 「食肉加工業者」の加工仕向の内訳では、ハム・ソーセージ向けが最も多く、次いでハンバーグ向けおよびその他向けであった。また、その他向けは、冷凍食品や給食関係であった。
- なお、国産品における冷蔵と冷凍の構成比は、冷蔵が71%、冷凍が29%となった。

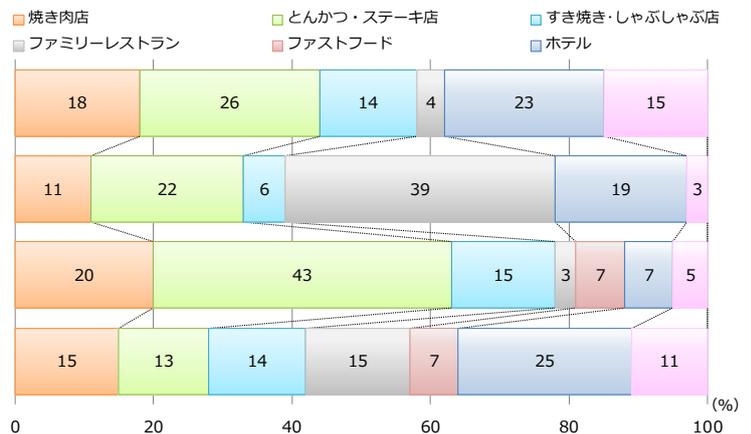
2021年度下半期の仕向け先別販売割合（豚肉）



<参考> 二次卸売業者の最終仕向け先



<参考> 外食店の内訳



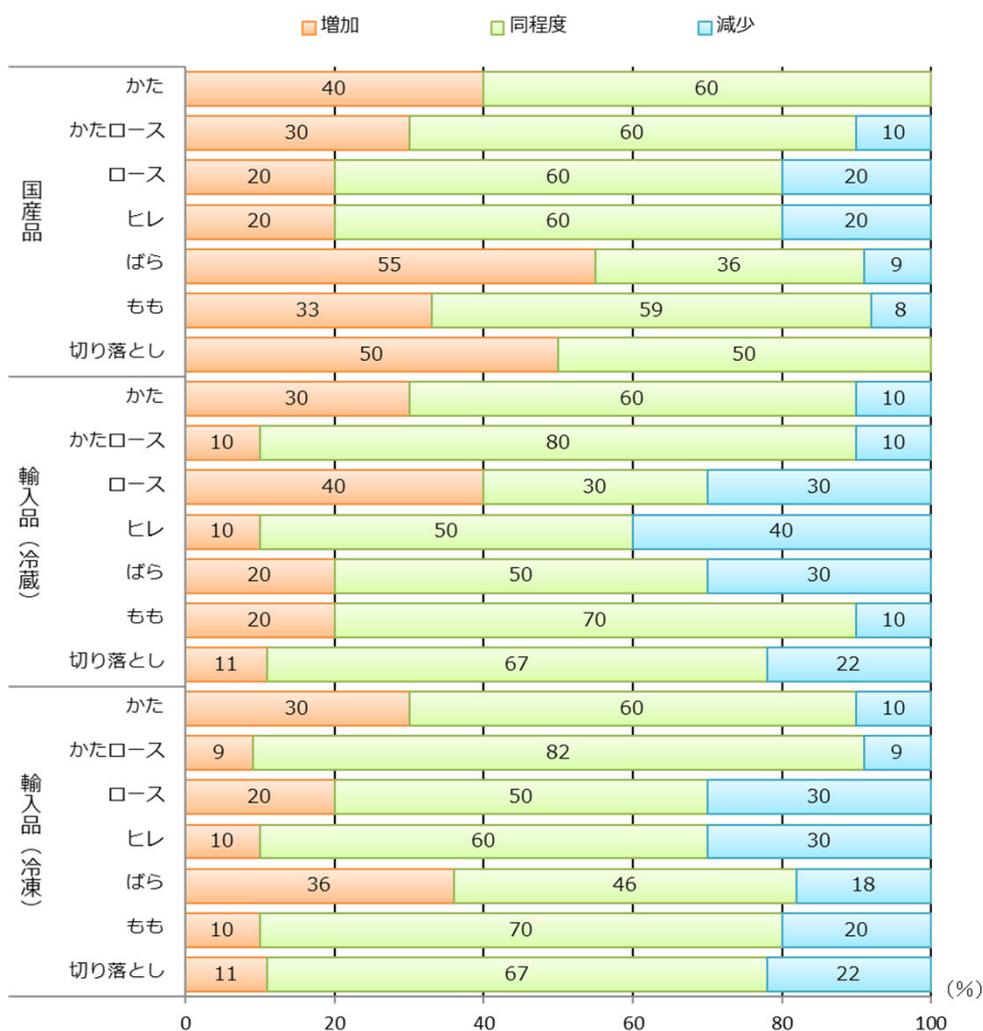
注：データは、各者の仕向け先別販売割合（重量ベース）であり、加重平均ではない。

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（2021年度上半期）と比較した2022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「ばら」および「切り落とし」を除いた全ての部位において「同程度」が多かった。また、「ロース」および「ヒレ」を除いて「増加」が「減少」を上回った。**増加理由としては、「輸入品の通関遅れや仕入価格高騰による国産品へのシフト」などが挙げられた。
- 輸入品は、「ロース（冷蔵）」を除いた全ての部位において「同程度」が最も多かった。**なお、冷蔵品の増加理由としては、「消費者の低価格志向」、「肉食需要が堅調」などが挙げられた。一方、冷凍品は、「減少」が「増加」を上回る部位が多かったが、その減少理由としては、「外食向けが苦戦する見込み」「消費者が低価格志向の中、仕入価格上昇分を転嫁する」などが挙げられた。

2022年度上半期の豚肉の部位別販売見通し

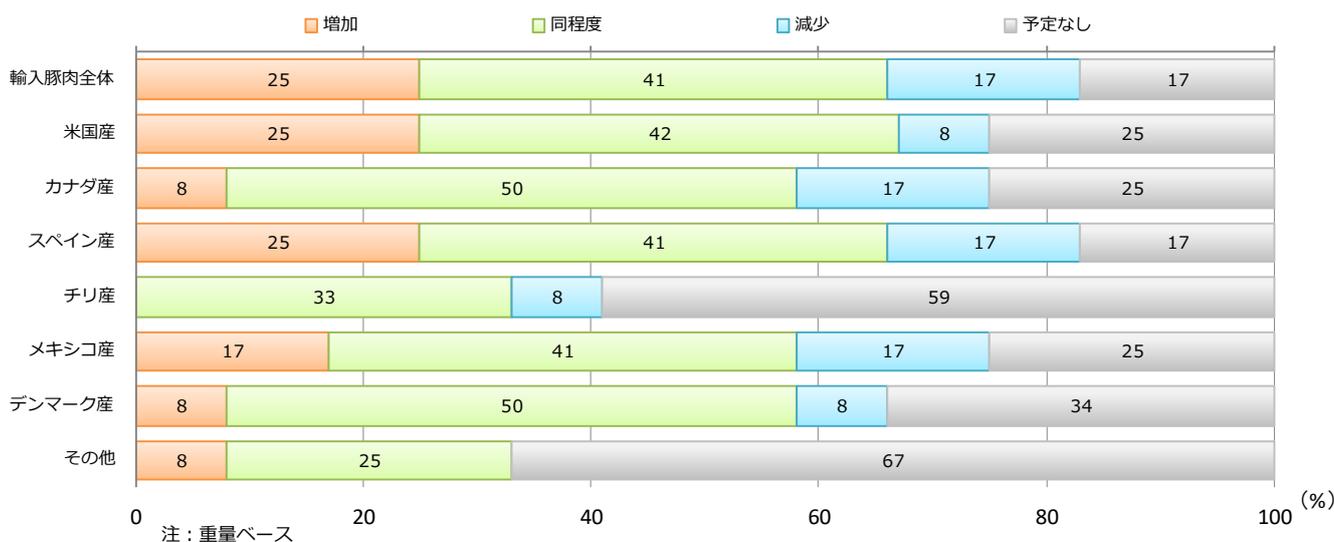


注：重量ベース

輸入豚肉の取扱見通し ～現状維持の見通しが最も多い～

- 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、チリ産およびその他を除いて「同程度」が最も多くなった。米国産、スペイン産では「増加」が「減少」を上回った。
- 増加理由として米国産では、「消費者の低価格志向に対応」などが挙げられた。また、スペイン産では「相場の安いベリー（ばら）を増やす」などが挙げられた。

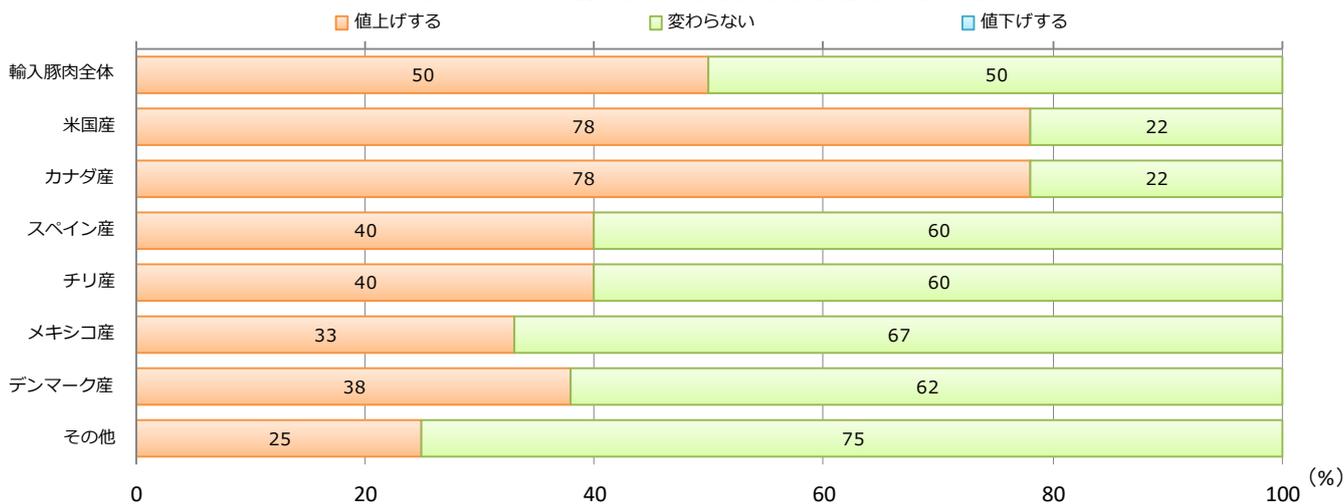
今後1年間の輸入豚肉の取扱見通し（卸売業者）



輸入豚肉の販売価格見通し ～米国産およびカナダ産は「値上げする」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、**米国産およびカナダ産は「値上げする」という回答が最も多かった一方、輸入豚肉全体として「値下げする」という回答は無かった。**
- 「値上げする」理由としては、「COVID-19の影響で供給量が減少した」、「円安・現地ワーカー不足によるコスト上昇のため」などが挙げられた。
- 「変わらない」理由としては、「仕入時の相場次第であるが、値上げしたいが顧客に受け入れられないため難しい」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）

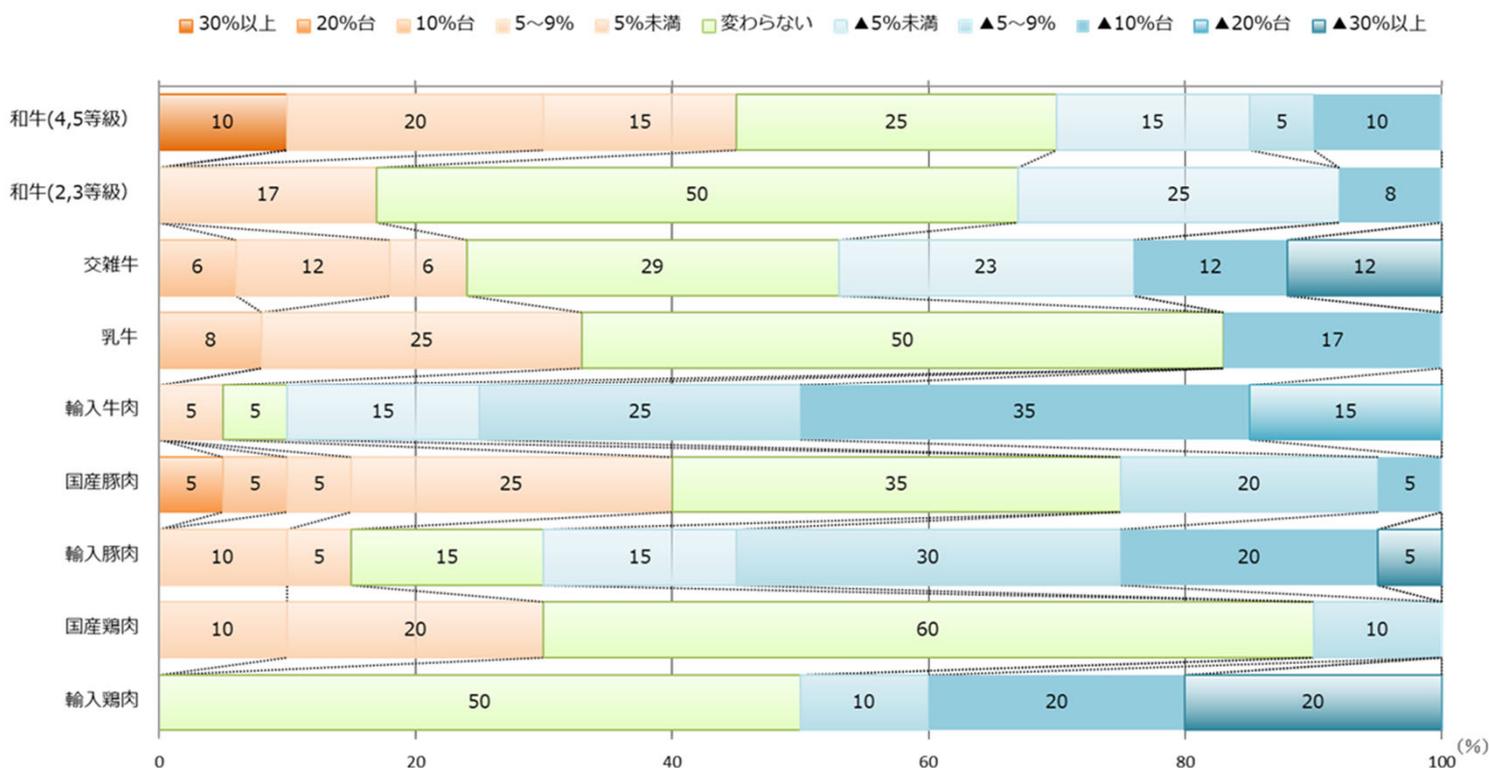


販売量の増減割合（量販店）

～輸入品の販売量は総じて減少～

- 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量の増減割合は、**「変わらない」が多い中、輸入品は「減少」が「増加」を上回る結果となった。**
- 特に、**輸入牛肉は90%、輸入豚肉は70%、輸入鶏肉は50%が「減少した」と回答した。**
- 品種別の減少割合を見ると、輸入牛肉は「▲10%台」、輸入豚肉は「▲5～9%」、輸入鶏肉は「▲10%台」と「▲30%以上」が最も多かった。**
- 輸入品の減少理由については、「COVID-19による内食特需の反動」、「現地価格高騰に伴う仕入価格高騰による販促減少や販売価格への転嫁」、「COVID-19の影響による生産、物流、商流の乱れから物量が減少した」、「輸入牛肉の仕入が不安定なため販売を縮小した」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、仕入れ価格の上昇や物流の乱れにより仕入れが不安定なことから量販店における輸入品の取り扱いを減らしている状況がうかがえる。**
- 一方、国産品では、**和牛（4,5等級）は45%、国産豚肉は40%、乳牛は33%、国産鶏肉は30%が「増加した」と回答した。**
- 品種別の増加割合を見ると、和牛（4,5等級）は「5～9%」、乳牛、国産豚肉、国産鶏肉は「5%未満」が最も多かった。**
- 国産品の増加理由については、「輸入品の仕入価格高騰に伴う国産品の販促増加」などが挙げられた。

食肉販売量の増減割合（量販店）

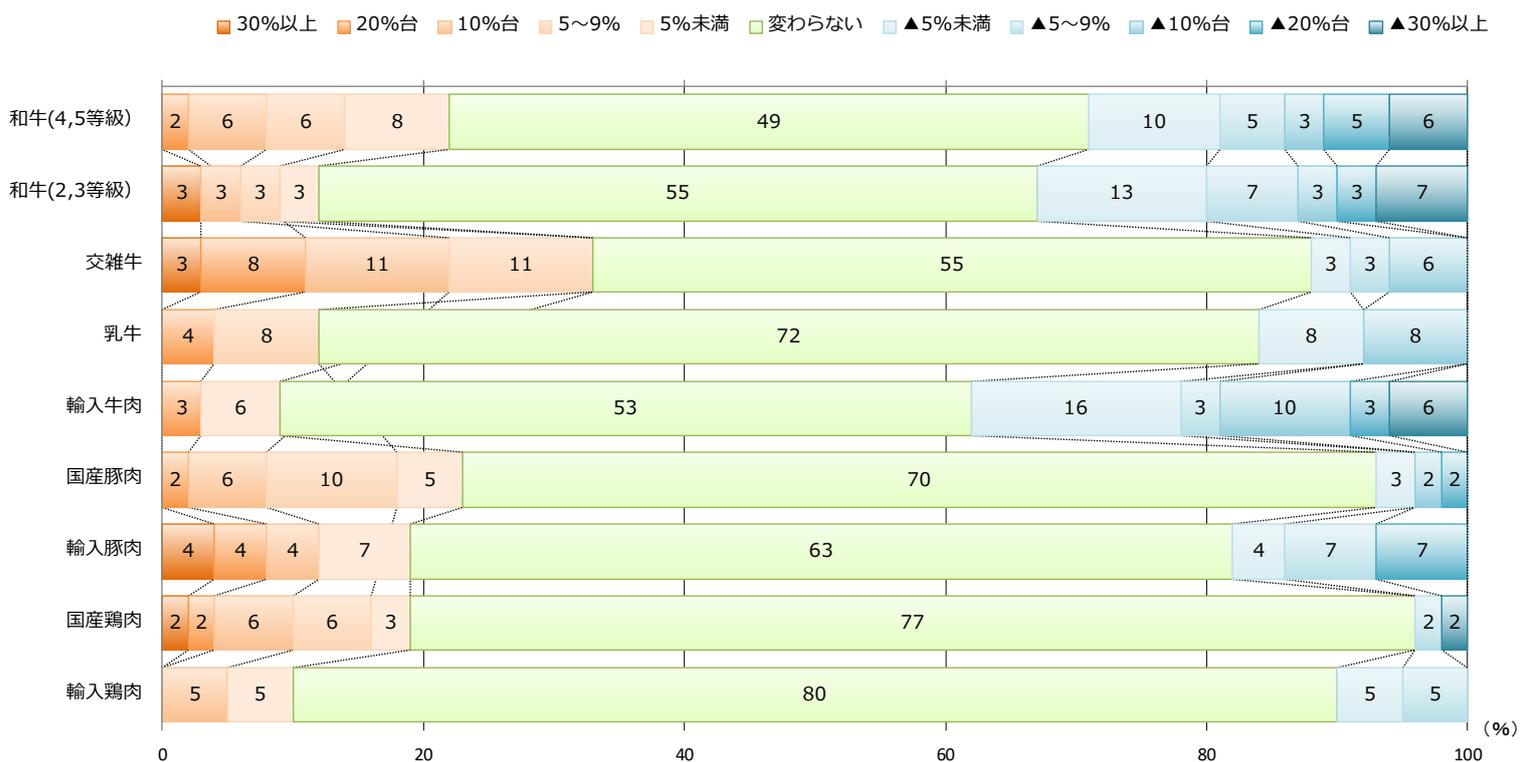


販売量の増減割合（食肉専門店）

～全ての区分で「変わらない」が多い～

- 2020年度下半期と比較した2021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、**全ての区分で「変わらない」が最も多い結果となった**。また、量販店と比較すると「現状維持」の割合が多かった。
- 輸入牛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売価格上昇」などが挙げられた。
- 量販店（12ページ）と比較すると、品種全体的に「減少した」と答えた者の割合が小さかった理由としては、COVID-19の影響による内食需要増加の反動が量販店よりも小さかったと考えられる。中でも輸入品については、そもそも食肉専門店では取り扱う量が少なく、反動減の影響がより小さかったと考えられる。
- 一方、交雑牛の増加理由については、「COVID-19による内食拡大」、「仕入価格が比較的安定していることから手ごろな価格での特売等販促強化」などが挙げられた。

食肉販売量の増減割合（食肉専門店）

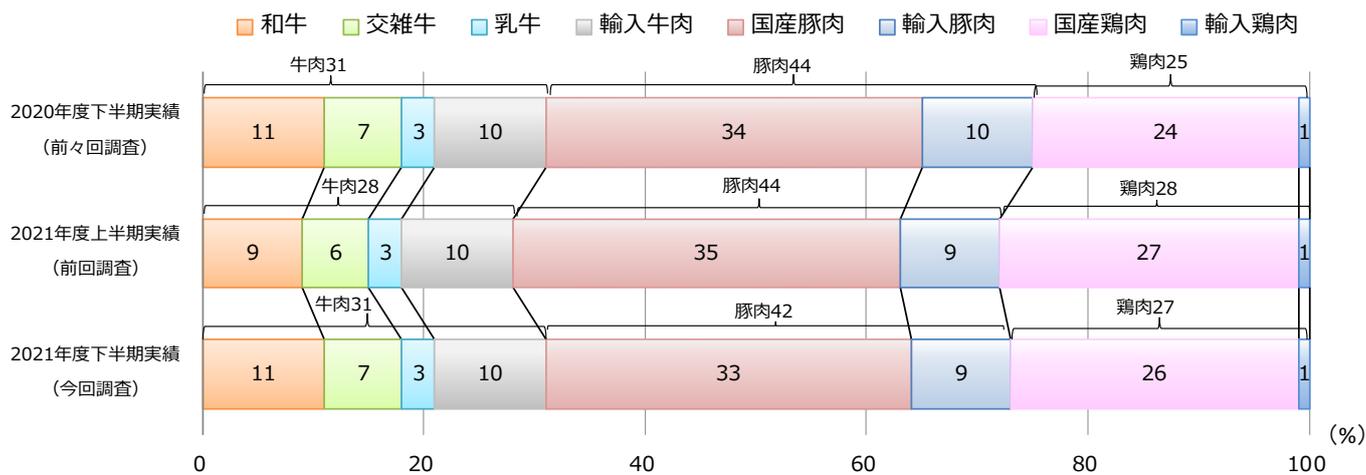


食肉の取扱割合（量販店）

～鶏肉の割合が増加した一方、豚肉が減少した～

- 2021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42%、鶏肉が27%**となった。
- 前年同期（2020年度下半期実績）と比較すると、豚肉が2ポイント減少した一方、鶏肉が2ポイント増加した。

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、鶏肉の割合が増加した一方、豚肉が減少した～

- 2021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47%、豚肉が34%、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（2020年度下半期実績）と比較すると、豚肉が2ポイント減少した一方、牛肉、鶏肉がそれぞれ1ポイント増加した。

最近の食肉の取扱割合（食肉専門店）

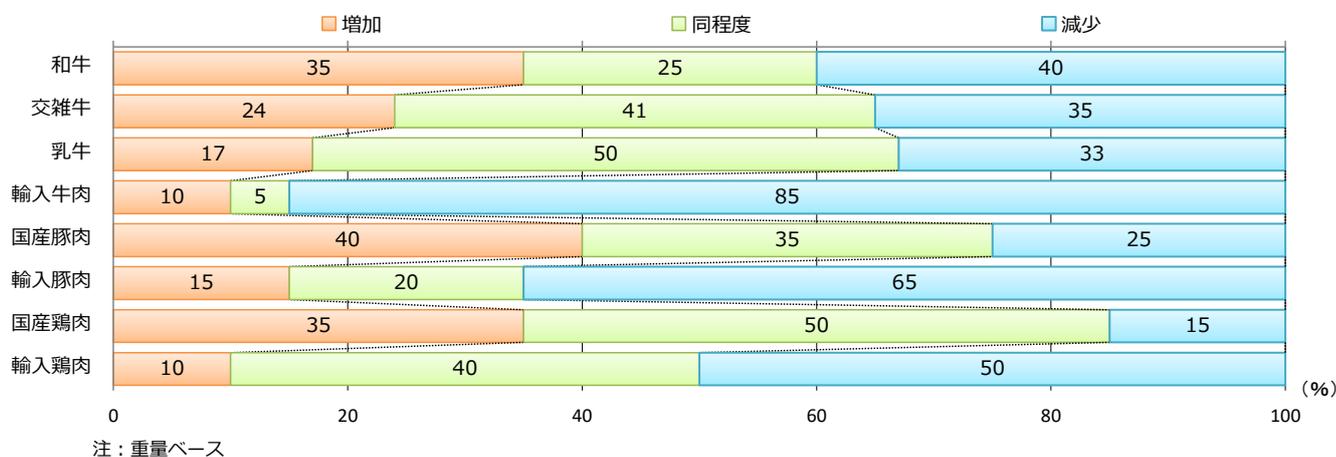


食肉の販売見通し（量販店）

～輸入品は減少傾向～

- 前年同期（2021年度上半期）と比較した2022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、**輸入品および和牛で「減少」が最も多い結果となった。**比較対象である2021年度上半期はCOVID-19の影響による内食需要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は、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、輸入牛肉および輸入鶏肉は「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は、和牛で「仕入価格の低下」、国産豚肉および国産鶏肉で「輸入品からの需要のシフト」が多く挙げられた。

2022年度上半期の食肉販売見通し（量販店）

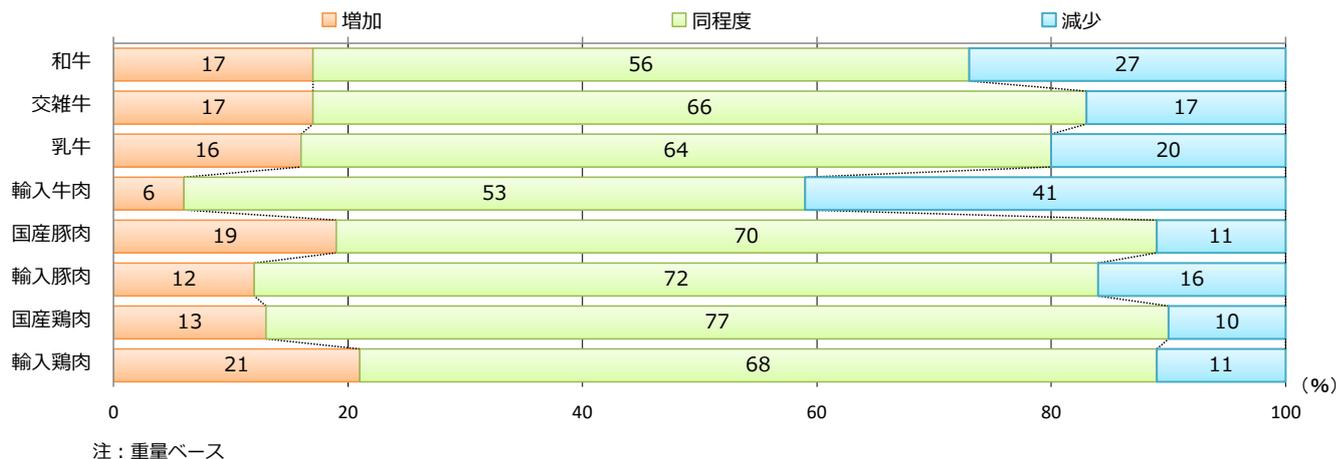


食肉の販売見通し（食肉専門店）

～全ての区分で「同程度」が最も多い見通し～

- 前年同期（2021年度上半期）と比較した2022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。**
- 輸入牛肉の減少割合が高い理由としては、「仕入価格上昇分の価格転嫁」や「仕入価格の高騰による特売回数の減少」などが多く挙げられた。
- 輸入鶏肉は「増加」の割合が比較的多く、その理由としては、「牛肉からの需要シフト」が多く挙げられた。

2022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6割を占める ～

- 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実績（重量ベース）については、**4等級が61%と最も多く、次いで5等級が19%、3等級が18%、2等級が2%**となった。
- 2022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61%と最も多く、次いで3等級が19%、5等級が18%、2等級が2%**となった。前年同期（2021年度上半期実績）と比べて3等級が4ポイント減少する一方、4等級が5ポイント増加する見通しとなった。
- 主な部位としては、4等級は「もも」が最も多く、次いで「リブローズ・サーロイン」であった。なお、前年同期（2021年度上半期見通し）では「もも」が最も多く、次いで「かた」であった。前年同期と同様に「もも」が最も多かったが、高級部位である「リブローズ・サーロイン」の取り扱いも増えていると考えられる。

和牛の等級別取扱割合（量販店）

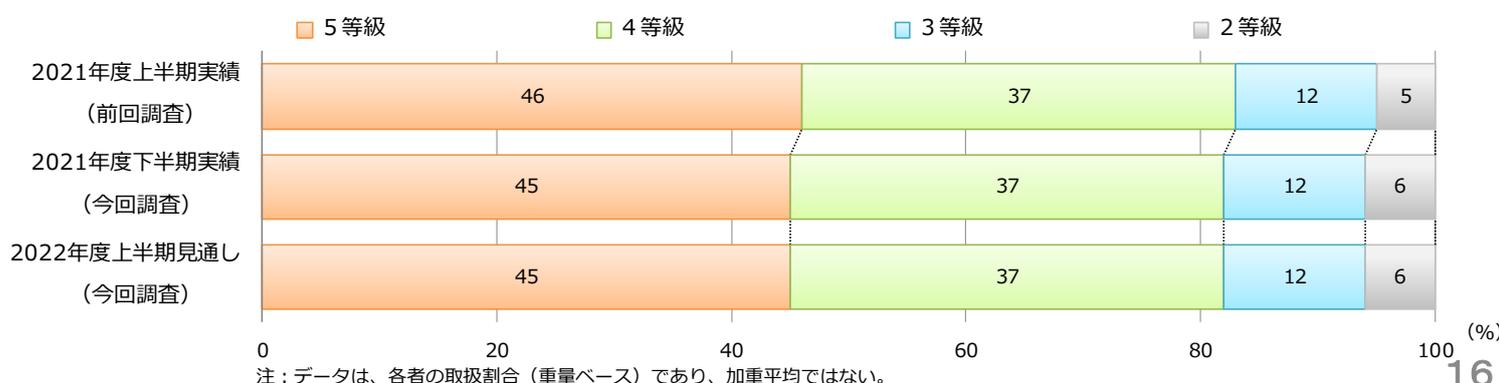


取扱割合（食肉専門店）

～ 食肉専門店では5等級の割合が5割弱を占める ～

- 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実績（重量ベース）については、**5等級が45%と最も多く、次いで4等級が37%、3等級が12%、2等級が6%**となった。
- 2022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45%と最も多く、次いで4等級が37%、3等級が12%、2等級が6%**となり、前年同期（2021年度上半期実績）と比べて5等級は1ポイント減少する一方、2等級は1ポイント増加する見通しとなった。
- 主な部位としては、5等級は「リブローズ・サーロイン」および「もも」、4等級は「もも」、「かた」が最も多かった。例年どおり、ももやロイン系の部位が主体となっている。

和牛の等級別取扱割合（食肉専門店）

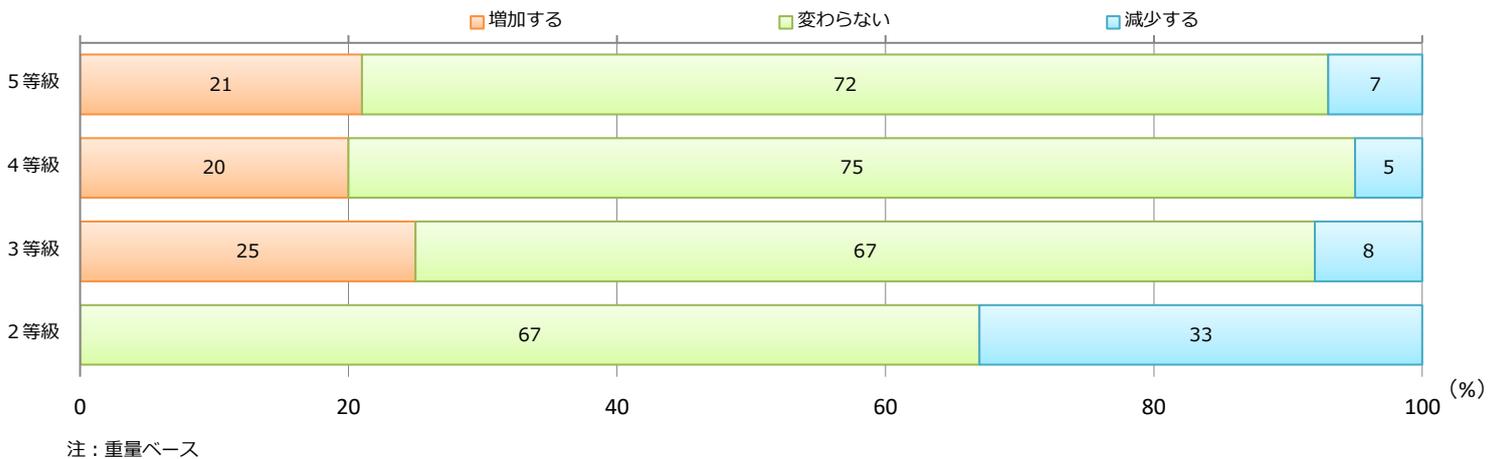


販売見通し（量販店）

～現状維持の見通しが最も多い～

- 2021年度上半期と比較した2022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、**全ての等級で「変わらない」が最も多い中、2等級では「減少する」が33%と多かった一方、3等級、4等級および5等級では「増加する」が「減少する」を上回った。**
- 2等級の減少理由としては、「在庫量の減少」が多く挙げられた。
- 3等級、4等級および5等級の増加理由としては、「小売向け需要の増加」、「外食向け需要の減少」、「相場安」、「景気の状態」、「在庫量の増加」などが挙げられた。

2022年度上半期の和牛の等級別販売見通し（量販店）

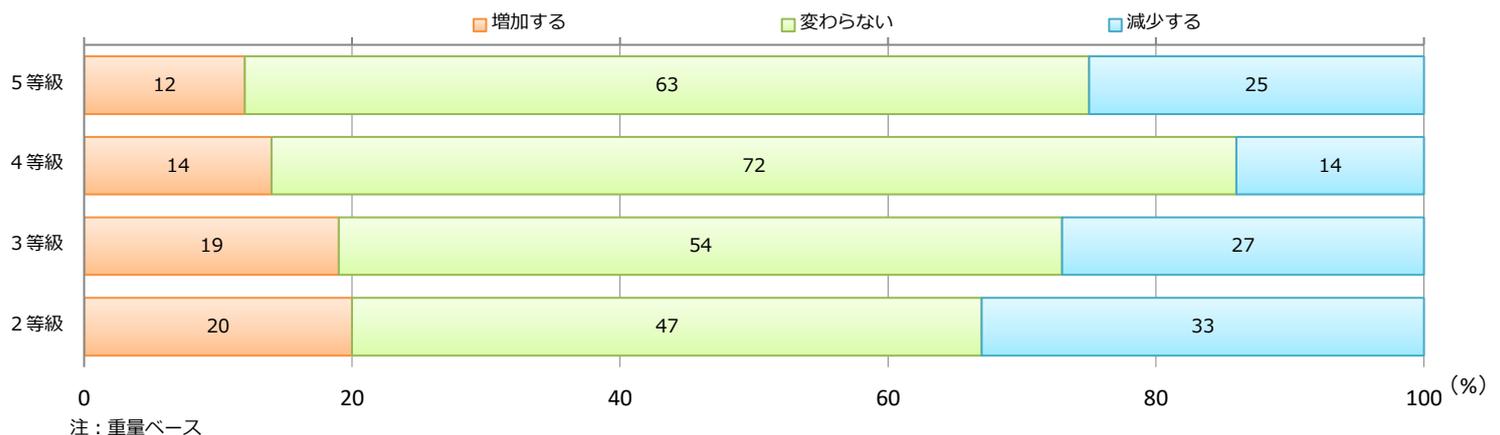


販売見通し（食肉専門店）

～現状維持の見通しが最も多い～

- 2021年度上半期と比較した2022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、4等級を除いて「減少する」が「増加する」を上回った。4等級では「増加する」と「減少する」が同水準であった。**
- 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「小売向け需要の増加」と「消費者の低価格志向」が多く挙げられた。
- 減少理由として5等級は、「小売向け需要の減少」と「相場高」、4等級は「外食向け需要の増加」と「消費者の低価格志向」、3等級は「小売向け需要の減少」が多く挙げられた。

2022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）

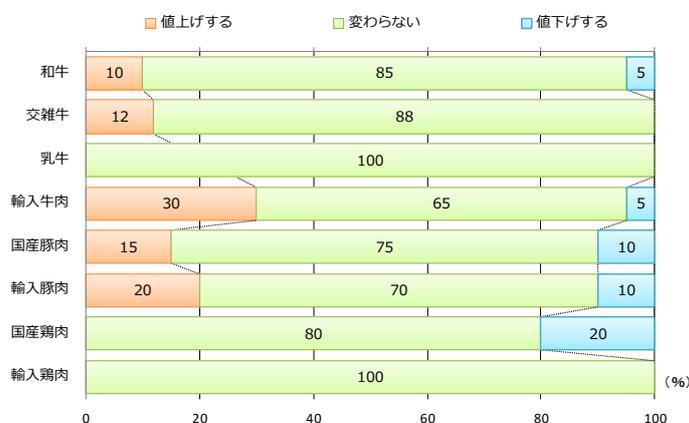
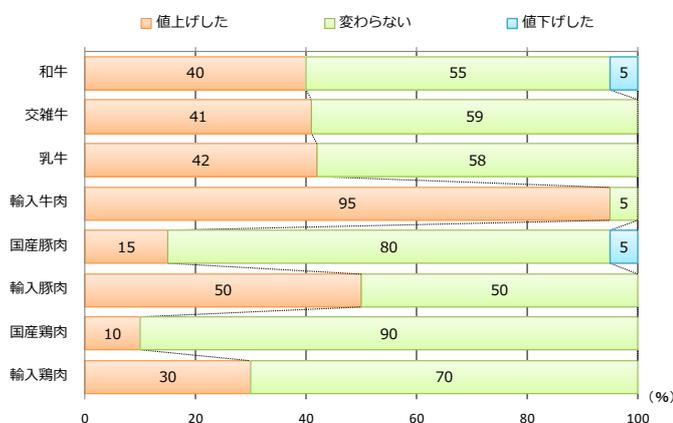
～輸入品を中心に値上げ傾向～

- 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実績については、**輸入牛肉で「値上げした」が95%と最も多かった。また、輸入牛肉および輸入豚肉を除いたすべての区分で「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。**
- 2021年度上半期と比較した2022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、**全ての区分で「変わらない」が最も多い中、和牛、交雑牛、輸入牛肉、国産豚肉および輸入豚肉で「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年度下半期の小売価格（実績）

2022年度上半期の小売価格（見通し）



通常価格（食肉専門店）

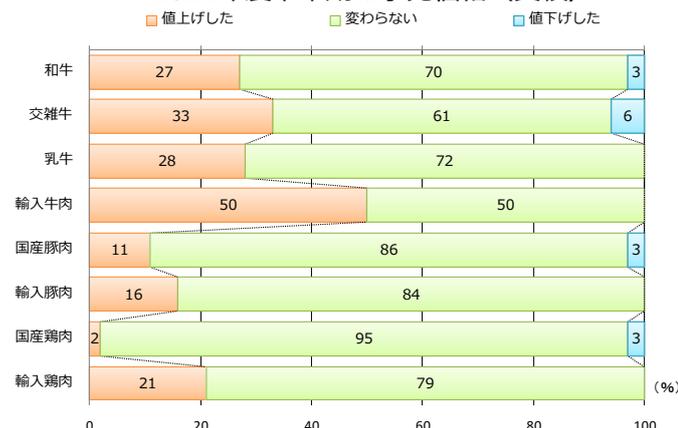
～全ての区分で据え置き傾向だが、輸入牛肉は値上げ傾向～

- 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実績については、**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、国産鶏肉を除いて「値上げした」が「値下げした」を上回った。輸入牛肉は、「値上げした」と「変わらない」が同水準であった。**
- 2021年度上半期と比較した2022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、「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47%であった。**

食肉の小売価格（食肉専門店）

2021年度下半期の小売価格（実績）

2022年度上半期の小売価格（見通し）

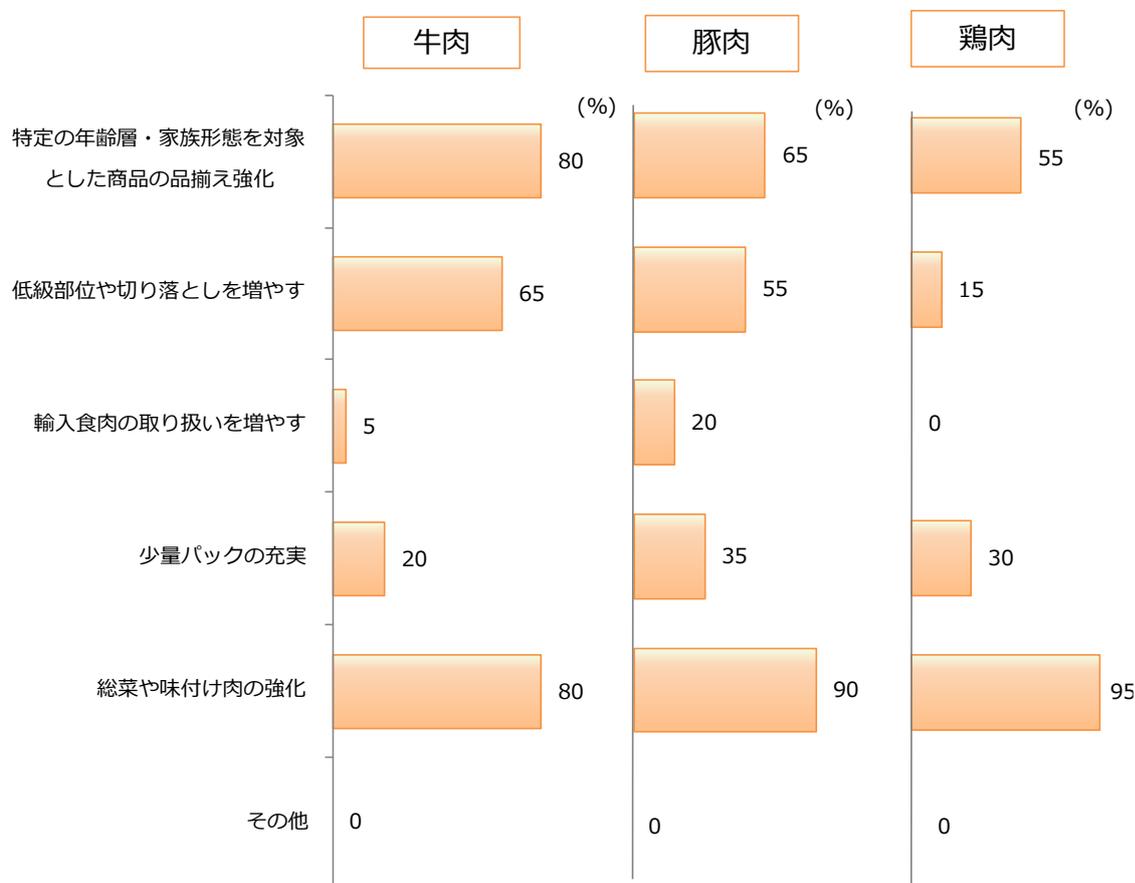


量販店

～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「**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「**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。
- 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、COVID-19の影響による外食の苦戦や家庭での調理疲れなどを背景に時短・簡便商品の取り扱いを増やし、テーブルミート向けのさらなる拡大を目指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は、「品揃えとして簡便、味付け商品の強化。また、売場展開として関連販売、メニュー提案を強化する」、「ミールソリューション(味付け焼肉)を強化し、簡便時短ニーズに対応した新商品を投入する」、「焼肉セットを中心にセット商品を強化する」、「外食・総菜が苦戦している中、味付け肉や簡便商品の品揃えを増やすことで売り上げにつなげる」、「輸入品は仕入れ環境の悪化により供給が不安定なため取り扱いを縮小し、国産品にシフトする」、「定番品を中心に大容量パックを強化する」などが挙げられた。

販売拡大に向けた対応（量販店）



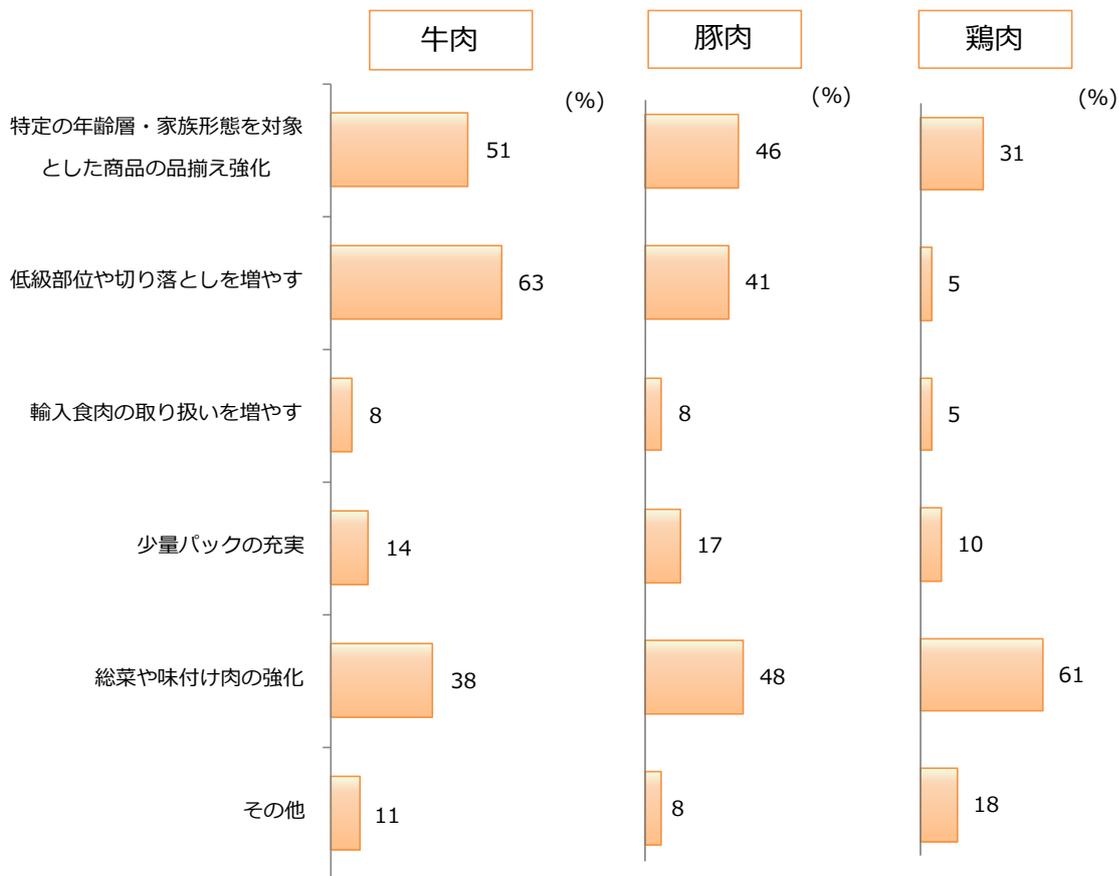
注：複数回答

食肉専門店

～豚肉・鶏肉は「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「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「総菜や味付け肉の強化」となった。食肉専門店では低価格の部位や切り落としの増加を総菜や顧客の嗜好に対応した品揃えの強化よりも重視している状況がうかがえる。
- 豚肉**では**1位が「総菜や味付け肉の強化」**、2位が「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」などとなった。
- 販売拡大に向けた具体的な対応としては、「安い商品を少しだけ買う顧客が多いので、1品単価か1品量を増やす工夫をしたい」、「和牛の内臓セットを扱い、部位ごとに分けて販売する」、「コロナによって消費者の低価格志向が助長されたので、できるだけ仕入方法を工夫し、価格を安定させたい」、「牛・豚・鶏において、地元産品の定番安定販売に取り組む」、「和牛を中心に部位ごとの美味しさを認知してもらうために、部位ごとに特売をする」、「少しでも高く購入してもらうため、お店や商品のブランディングを見直していく」などが挙げられた。

販売拡大に向けた対応（食肉専門店）



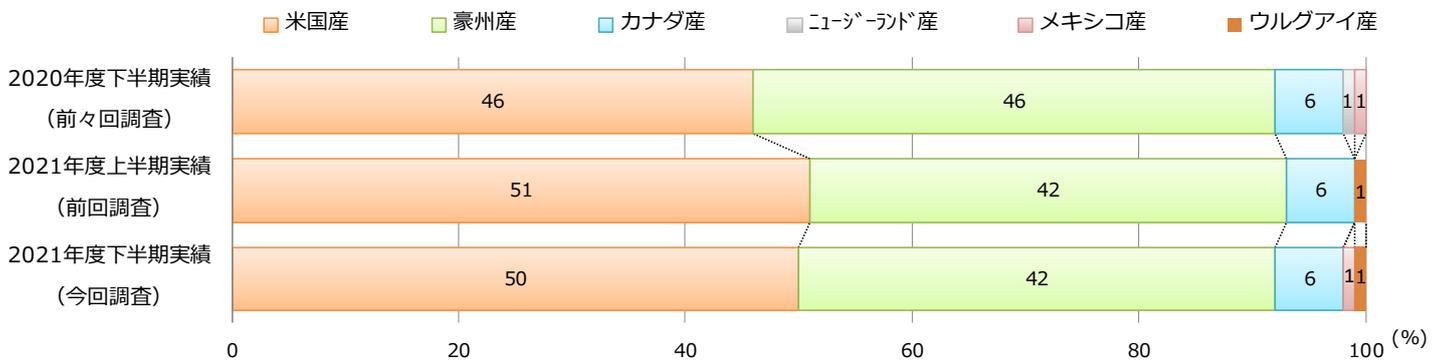
注：複数回答

輸入牛肉の取扱割合実績（量販店）

～米国産が50%、豪州産が42%～

- 2021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」が50%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%、「メキシコ産」および「ウルグアイ産」がそれぞれ1%となった。
- 前年同期（2020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4ポイント増加した。
- 輸入牛肉の状況については、「現地ワーカー不足、飼料価格の高騰、円安など価格が下がる要因が少ないので数量を増やすのは厳しい」、「相場高騰により、国産との価格優位性が低下している。仕入構成を国産牛肉へ変更する」などが挙げられた。

輸入牛肉の取扱割合（量販店）



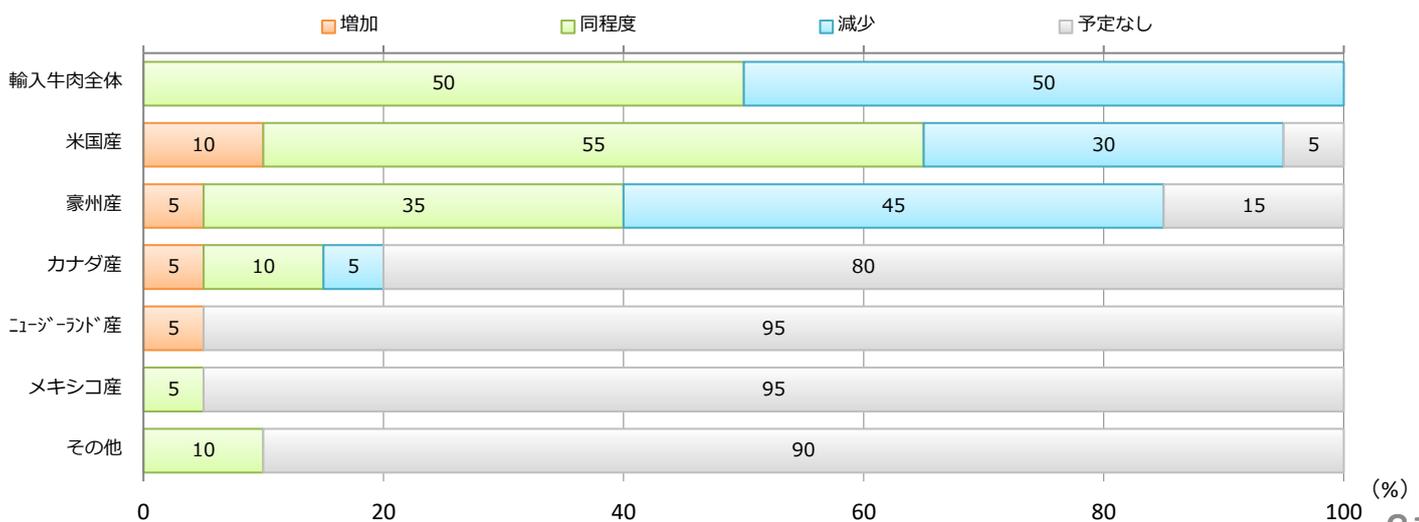
注：データは、各者の取扱割合（重量ベース）であり、加重平均ではない。

輸入牛肉の取扱見通し（量販店）

～米国産、豪州産ともに「同程度」「減少」が多い見通し～

- 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」および「減少」がそれぞれ50%で同水準となった。**
- 国別に見ると、**豪州産では「減少」が最も多かった。また、米国産では「同程度」が55%と最も多く、「減少」が「増加」を上回った。**
- 減少割合が高い理由としては、「コロナ禍での現地相場上昇が課題であり、売価の見直しを検討する」、「通関遅れによる欠品や賞味期限の短さにより販促ができない」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）



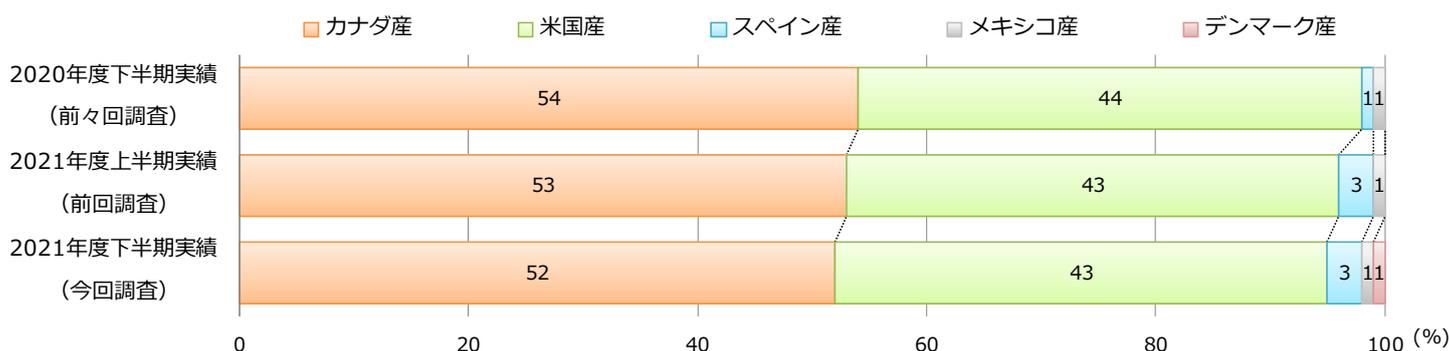
注：重量ベース

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**52%**と最も多く、次いで「**米国産**」が**43%**、「**スペイン産**」が3%、「**メキシコ産**」および「**デンマーク産**」がそれぞれ1%であった。
- 前年同期（2020年度下半期）の取扱割合と比べると、「**スペイン産**」が2ポイント増加した一方、「**カナダ産**」が2ポイント減少した。

輸入豚肉の取扱割合（量販店）



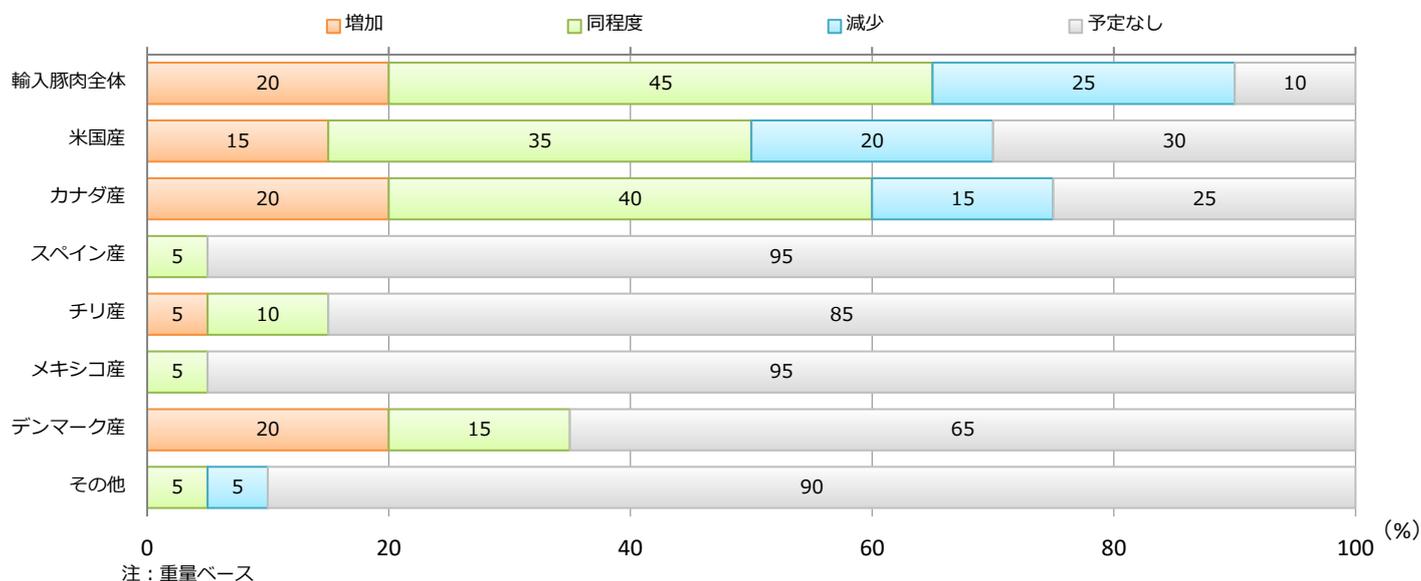
注：データは、各者の取扱割合（重量ベース）であり、加重平均ではない。

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45%**と最も多い中、「**減少**」が「**増加**」を上回った。
- 国別に見ると、**米国産**では、「**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40%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は、「**米国産の入船遅れにより、カナダ産にシフトする**」、「**米国産の高騰により、リスクヘッジとしてカナダ産やメキシコ産の導入を検討する**」、「**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）

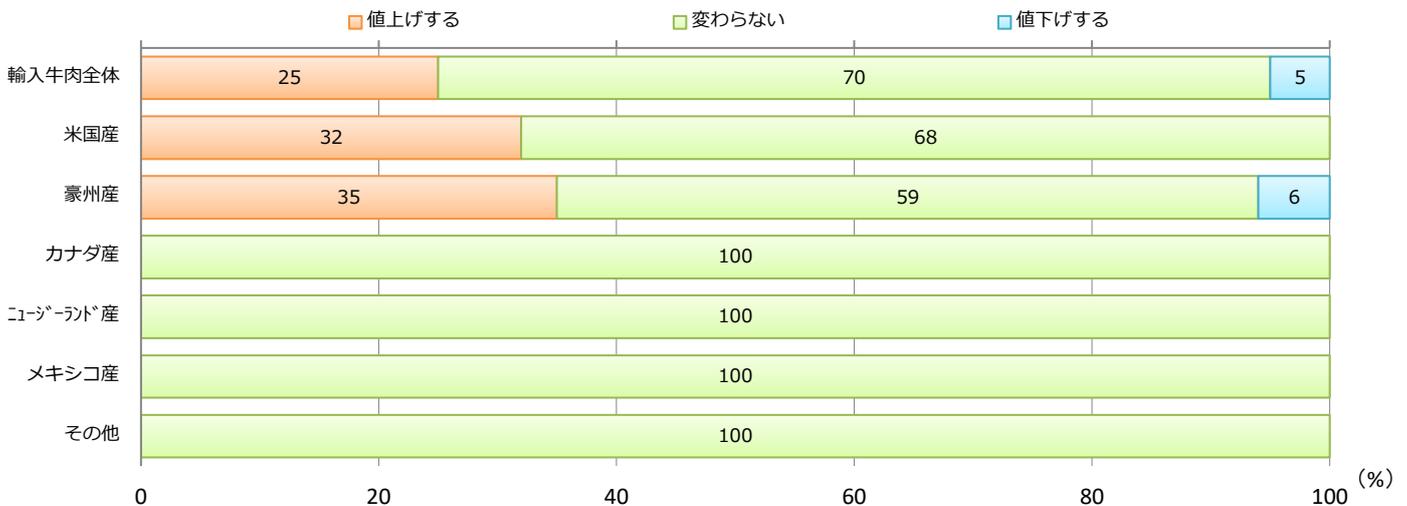


注：重量ベース

輸入牛肉の販売価格見通し（量販店） ～米国産と豪州産以外の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70%と最も多くなった。**
- 国別に見ると、全ての区分において「変わらない」が最も多い中、米国産および豪州産で「値上げする」が「値下げする」を上回った。
- 販売価格の値上げの理由については、「現地ワーカー不足、飼料価格の高騰、円安など価格が下がる要因が少ない」、「牛肉の現地相場が高ただけでなく、小麦や調味料等の商品価格が高くなり消費意欲が低くなっている」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～

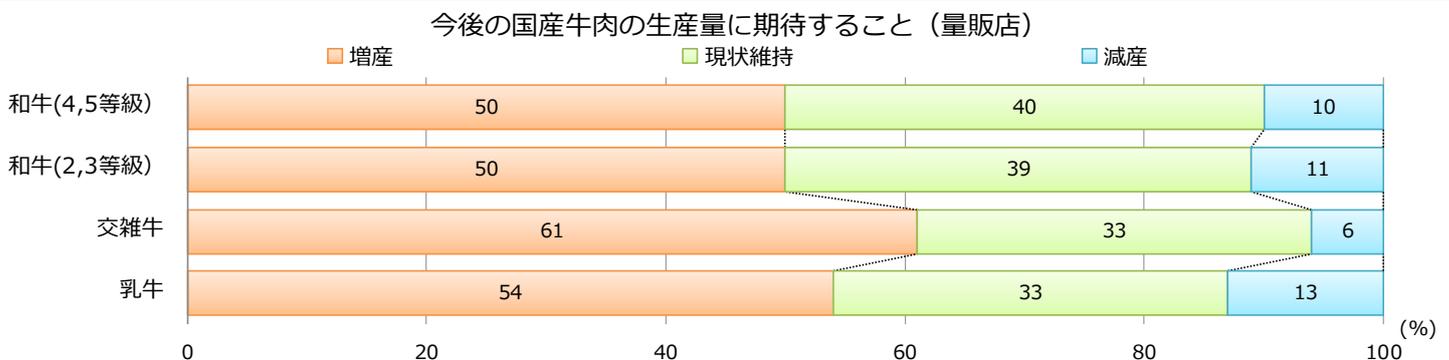
- 今後1年間の量販店における輸入豚肉の販売価格の見通しについては、**輸入豚肉全体では「変わらない」が90%と最も多くなった。**
- 国別に見ても、全ての区分において「変わらない」が最も多い結果となった。
- 販売価格の値上げの理由については、「牛肉と同様に原料価格が高騰している」、「米国産の高騰により、ばらとかたロースは通常価格を値上げする。また、特売頻度を減らす」などが挙げられた。

今後1年間の輸入豚肉の販売価格見通し（量販店）



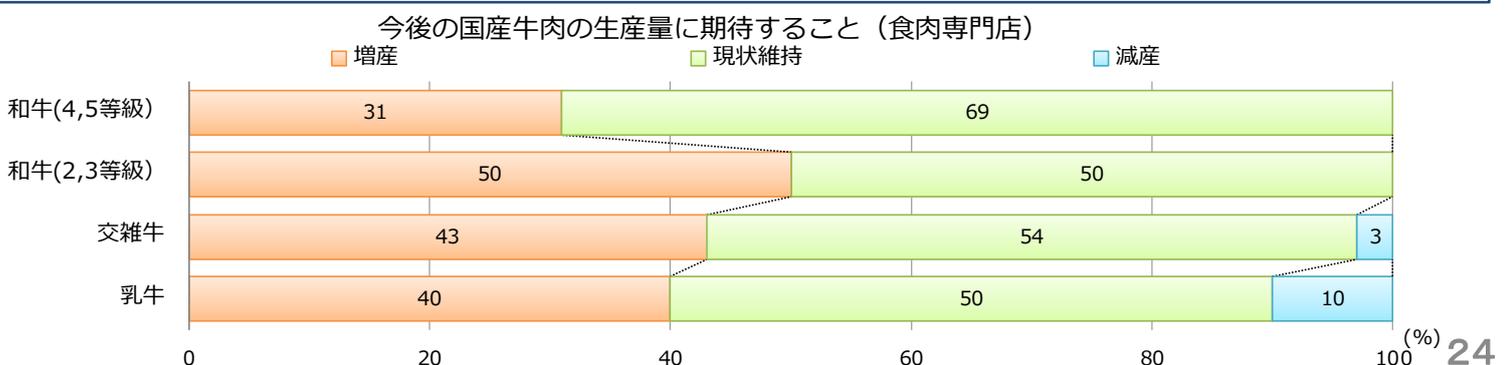
生産量（量販店） ～すべての区分で「増産」を期待が最も多い～

- 量販店において今後の国産牛肉の生産量に期待することは、全ての区分で「増産」が最も多かった。
- 増産の理由については、和牛（4,5等級）で「品質の高い銘柄牛を増産してほしい」、「4等級の増産を希望する」、和牛（2,3等級）で「子供から大人まで食べられる肉なので増産してほしい」、「価格面で売りやすい4等級から3等級にシフトしてほしい」、交雑牛で「品質と価格のバランスが取れた商品を増産してほしい」、「輸入牛の仕入価格上昇に伴い、需要が交雑牛にシフトしている」、乳牛で「低価格の国産牛肉を増やしてほしい」などが挙げられた。
- 一方、減産の理由については、和牛（4,5等級）で「5等級の増加を抑制していくことで、等級ごとに適正価格での販売が実現できる」などであった。



生産量（食肉専門店） ～現状維持が最も多いが「増産」を期待～

- 食肉専門店において今後の国産牛肉の生産量に期待することは、和牛（2,3等級）を除いた全ての区分で「現状維持」が最も多かった。また、和牛（2,3等級）は「増産」と「現状維持」が同水準であった。
- 増産の理由については、和牛（4,5等級）で「うま味、オレイン酸等脂肪の質について数値化してほしい」、「取扱いのある特定の銘柄を増産してほしい」、「輸出が多くなって小売店には良質で安価な牛肉が入荷しにくくなったため」、和牛（2,3等級）で「赤身が多く、柔らかい肉を期待している」、交雑牛では「適度な霜降りの牛を増産してほしい」、「和牛の味に近づけてほしい」、「流通している量が少ない。もっと増やしてほしい」、乳牛で「一般向けの牛肉を増やしてほしい」などが挙げられた。また、区分に関係なく、「枝肉の軽量化、小サイズにしてほしい」、「歩留まりの高い牛肉を期待したい」という意見もあった。
- 一方、減産の理由については、和牛（4,5等級）で「赤身志向により、5等級の増加を抑制してほしい」などであった。

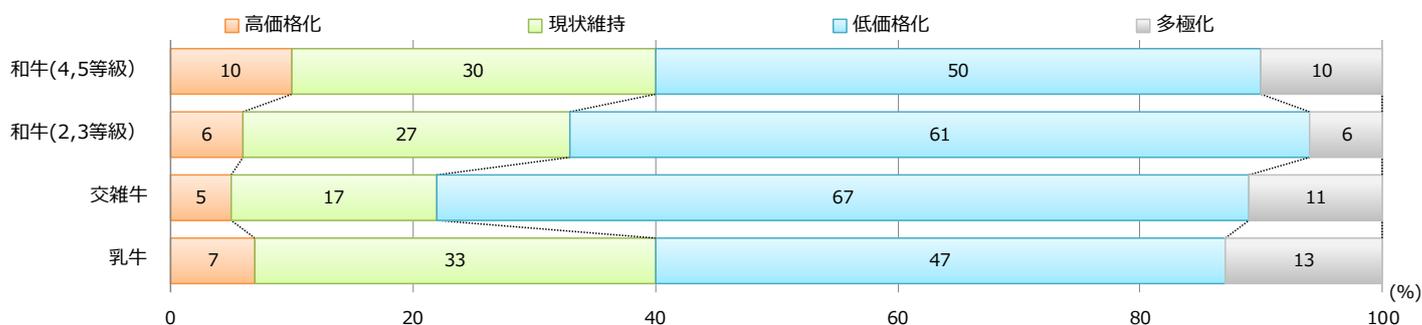


卸売の価格帯（量販店）

～すべての区分で「低価格化」が最も多い～

- 量販店において今後の国産牛肉の卸売の価格帯に期待することは、全ての区分で「低価格化」が最も多く、次いで「現状維持」であった。
- 低価格化の理由については、和牛（4,5等級）で「コストを抑えた生産により販売価格を引き下げ顧客が日常的に食べられるものになれば良い」、「量販店では4等級、5等級の価格帯では売りにくい。3等級並みの価格が理想」、和牛（2,3等級）で「仕入価格を1円でも下げて頂き、多くの顧客に低価格で販売したい」、交雑牛で「輸入牛の仕入価格上昇に伴い、需要が交雑にシフトしている」、乳牛で「低価格の国産牛肉を増やしてほしい」などが挙げられた。

今後の国産牛肉の卸売の価格帯に期待すること（量販店）

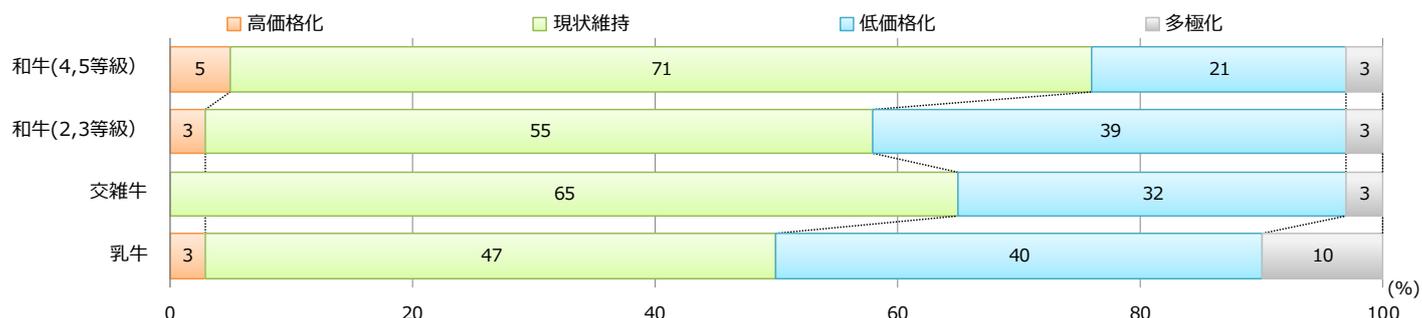


卸売の価格帯（食肉専門店）

～現状維持が最も多いが「低価格化」を期待～

- 食肉専門店において今後の国産牛肉の卸売の価格帯に期待することは、全ての区分で「現状維持」が最も多く、次いで「低価格化」であった。
- 現状維持の理由については、「現状のままで満足」といった回答が多かった。
- 低価格化の理由については、和牛（4,5等級）で「難しいと思うが増産による価格の抑制」、「価格もまだまだ一般消費者にとって高額であり、脂肪が多く高齢者でも食べられる様にしてほしい」、和牛（2,3等級）で「低価格で出荷できるよう、また、赤身の肉で柔らかい肉を期待する」、「価格帯よりも価格の安定を期待する」、交雑牛および乳牛で「低価格の国産牛肉を増やしてほしい」などが挙げられた。

今後の国産牛肉の卸売の価格帯に期待すること（食肉専門店）



産地銘柄（量販店）

～すべての区分で「現状維持」が最も多い～

- 量販店における今後の国産牛肉の産地銘柄に期待することは、全ての区分で「現状維持」が最も多い中、和牛（4,5等級）、交雑牛で「増加」が「減少」を上回り、和牛（2,3等級）、乳牛で「減少」が「増加」を上回った。
- 増加の理由については、和牛（4,5等級）で「品質の高い産地銘柄牛を増産してほしい」、「産地銘柄よりも生産者指定の顔の見える取り組みをさらに強化する」、交雑牛で「産地銘柄の増産を希望する」などが挙げられた。
- 減少の理由については、「複数ある産地銘柄から産地の絞り込みを行う」などが挙げられた。

今後の国産牛肉の産地銘柄に期待すること（量販店）



産地銘柄（食肉専門店）

～現状維持が最も多いが種類の「増加」を期待～

- 食肉専門店における今後の国産牛肉の産地銘柄に期待することは、全ての区分で「現状維持」が最も多く、次いで「増加」であった。
- 現状維持の理由については、「産地銘柄にはこだわらずに売りたい」といった回答が多かった。
- 増加の理由については、「銘柄の特徴を明らかにし、特徴ある銘柄を増やしてほしい」などが挙げられた。

今後の国産牛肉の産地銘柄に期待すること（食肉専門店）

