

国内の畜産物の需給動向

牛 肉

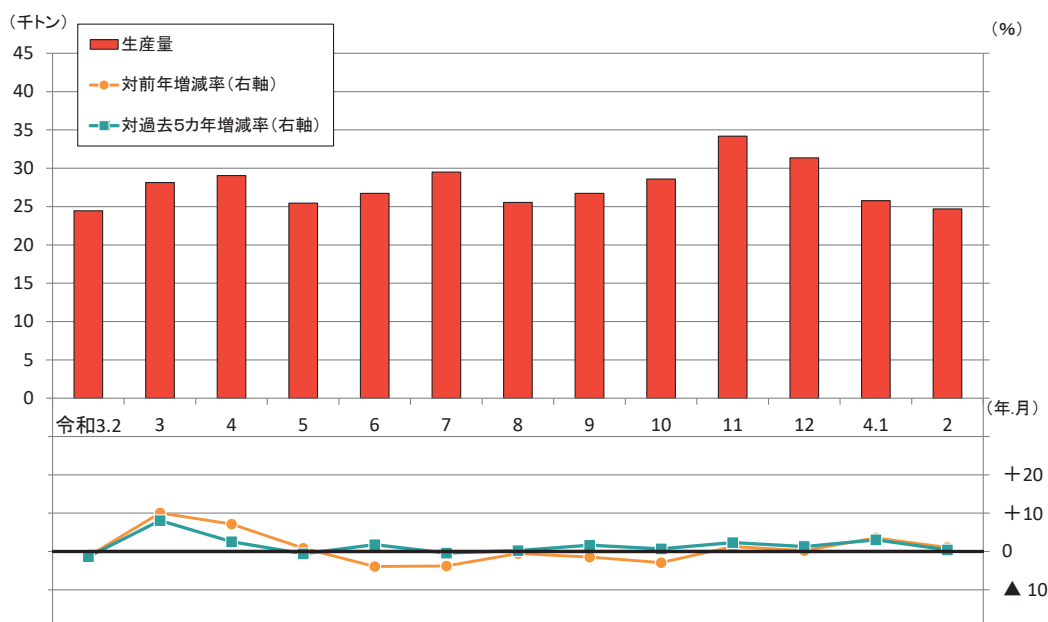
4年2月の牛肉生産量、前年同月比1.0%増

1 令和4年2月の牛肉生産量は、2万4696トン（前年同月比1.0%増）と前年同月をわずかに上回った（図1）。品種別では、和牛は1万1177トン（同0.7%増）とわずかに、交雑種は6435トン（同4.3%増）とやや、いずれも前年同月を

上回った一方、乳用種は6675トン（同1.6%減）と前年同月をわずかに下回った。

なお、過去5カ年の2月の平均生産量との比較では、0.4%増とわずかに上回る結果となった。

図1 牛肉生産量の推移



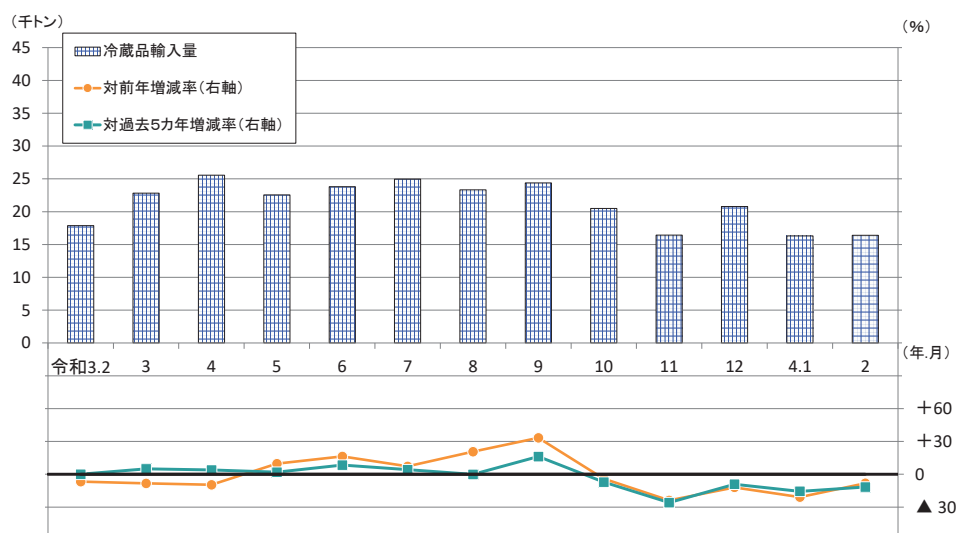
資料：農林水産省「食肉流通統計」
注：部分肉ベース。

2 2月の輸入量は、冷蔵品は、米国産および豪州産の輸入量が現地価格の高止まりなどにより減少したことから、1万6404トン（同8.3%減）と前年同月をかなりの程度下回った（図2）。冷凍品は、冷蔵品と同様に米国産の輸入量が減少したものの、

他国産の輸入量が増加したことから、2万1343トン（同10.0%増）と前年同月をかなりの程度上回った（図3）。この結果、全体では3万7770トン（同1.3%増）と前年同月をわずかに上回った。

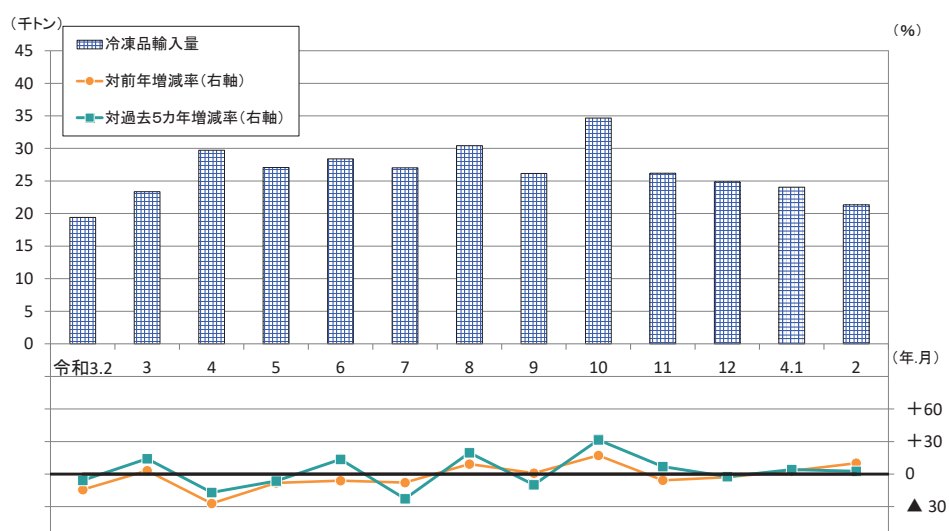
なお、過去5カ年の2月の平均輸入量と

図2 冷蔵牛肉輸入量の推移



資料：財務省「貿易統計」
注：部分肉ベース。

図3 冷凍牛肉輸入量の推移



資料：財務省「貿易統計」
注：部分肉ベース。

の比較では、冷蔵品は11.7%減とかなり大きく下回る一方、冷凍品は2.6%増とわずかに上回る結果となった。

3 2月の牛肉の家計消費量（全国1人当たり）は157グラム（同12.0%減）と前年同月をかなり大きく下回った（総務省「家計調査」）。

なお、過去5カ年の2月の平均消費量との比較では、6.6%減とかなりの程度下回

る結果となった。

また、外食産業全体の売上高（同4.8%増）は、大都市圏に緊急事態宣言が発令されていた前年同月をやや上回った（一般社団法人日本フードサービス協会「外食産業市場動向調査」）。このうち、食肉の取り扱いが多いとされる業態では、ハンバーガー店を含むファーストフード洋風は、持ち帰り全般が好調であったことから、同

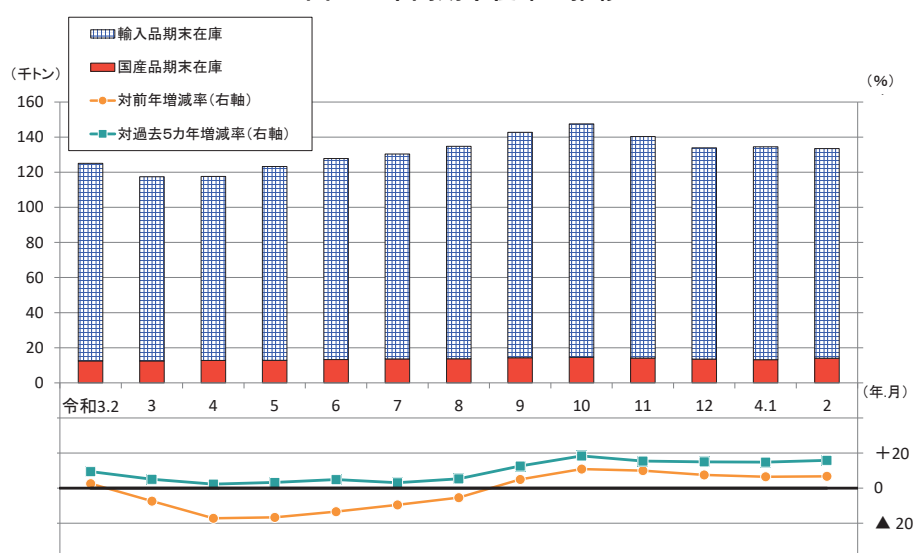
13.0%増と前年同月をかなり大きく上回った。また、牛丼店を含むファーストフード和風は、持ち帰りや月替わり商品などが好調であったことから、同5.6%増と前年同月をやや上回った。焼き肉は、店舗の増加などにより、同0.8%増と前年同月をわずかに上回った。

4 2月の推定期末在庫は、13万3485トン（同6.7%増）と前年同月をかなりの程

度上回った（図4）。このうち、輸入品は11万9414トン（同6.1%増）と前年同月をかなりの程度上回った。

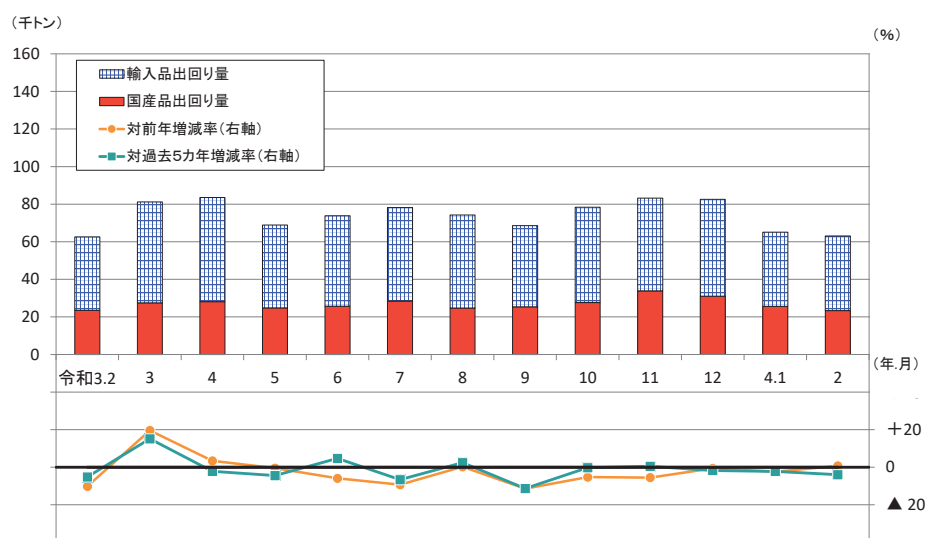
推定出回り量は、6万3035トン（同0.7%増）と前年同月をわずかに上回った（図5）。このうち、国産品は2万3374トン（同0.6%減）と前年同月をわずかに下回った一方、輸入品は3万9661トン（同1.5%増）と前年同月をわずかに上回った。

図4 牛肉期末在庫の推移



資料：農畜産業振興機構調べ

図5 牛肉出回り量の推移



資料：農畜産業振興機構調べ

（畜産振興部 前田 絵梨）

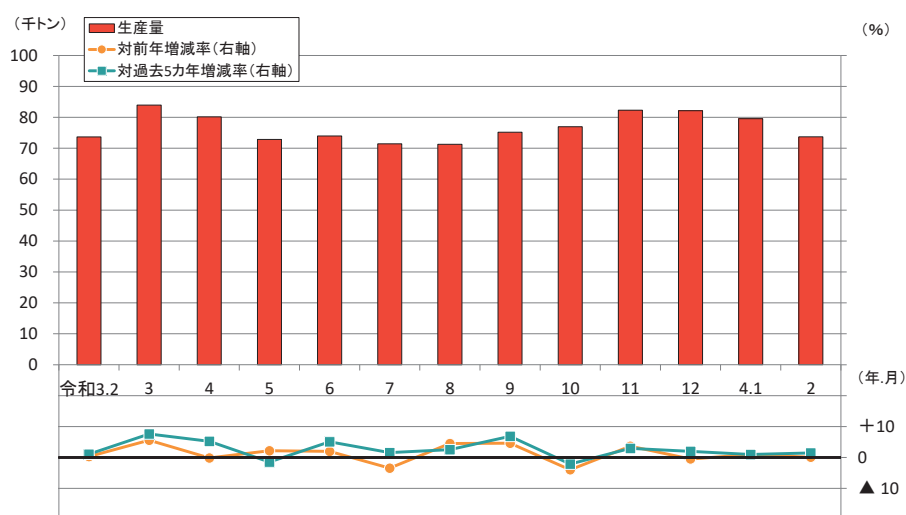
豚 肉

4 年 2 月の豚肉生産量、前年同月比0.1%増

1 令和 4 年 2 月の豚肉生産量は、7 万 3703 トン（前年同月比0.1%増）と前年同月並みとなった（図 1）。

なお、過去 5 カ年の 2 月の平均生産量との比較では、1.5%増とわずかに上回る結果となった。

図 1 豚肉生産量の推移



資料：農林水産省「食肉流通統計」
注：部分肉ベース。

2 2月の輸入量は、冷蔵品は、前年の輸入量が新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の影響による北米からの入船遅れにより少なかったことなどから、3万5133トン（同11.1%増）と前年同月をかなり大きく上回った（図 2）。冷凍品は、中国の買い付けが弱まったことにより相場が下がった欧州産の輸入量が増加したことなどから、3万6680トン（同12.6%増）と前

年同月をかなり大きく上回った（図 3）。この結果、全体でも 7 万 1813 トン（同 11.8%増）と前年同月をかなり大きく上回った。

なお、過去 5 カ年の 2 月の平均輸入量との比較では、冷蔵品は 12.4%増とかなり大きく上回った一方、冷凍品は 4.9%減とやや下回る結果となった。

図2 冷蔵豚肉輸入量の推移

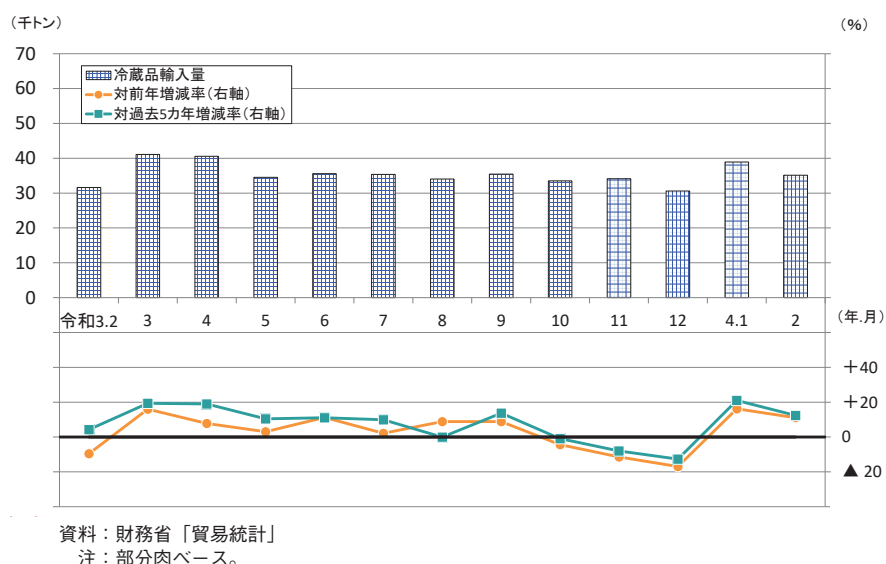
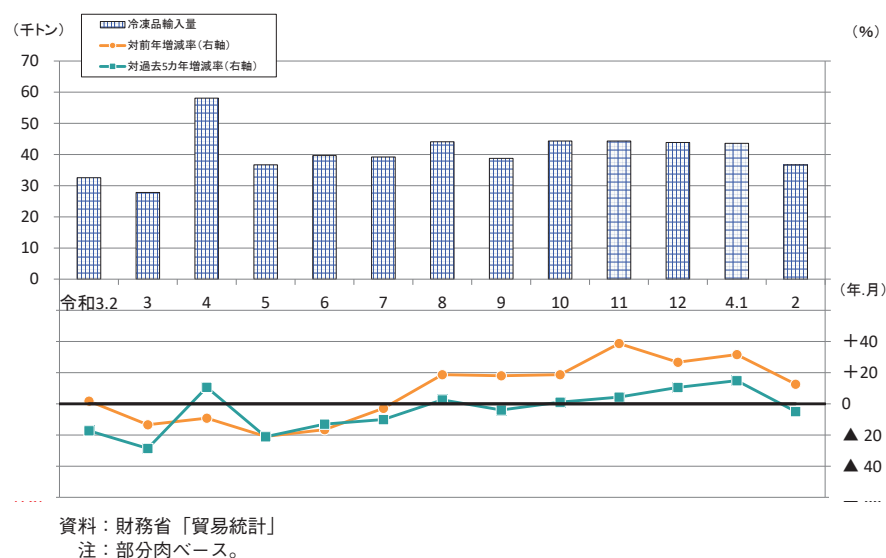


図3 冷凍豚肉輸入量の推移



3 2月の豚肉の家計消費量（全国1人当たり）は、633グラム（同3.4%増）と前年同月をやや上回った（総務省「家計調査」）。

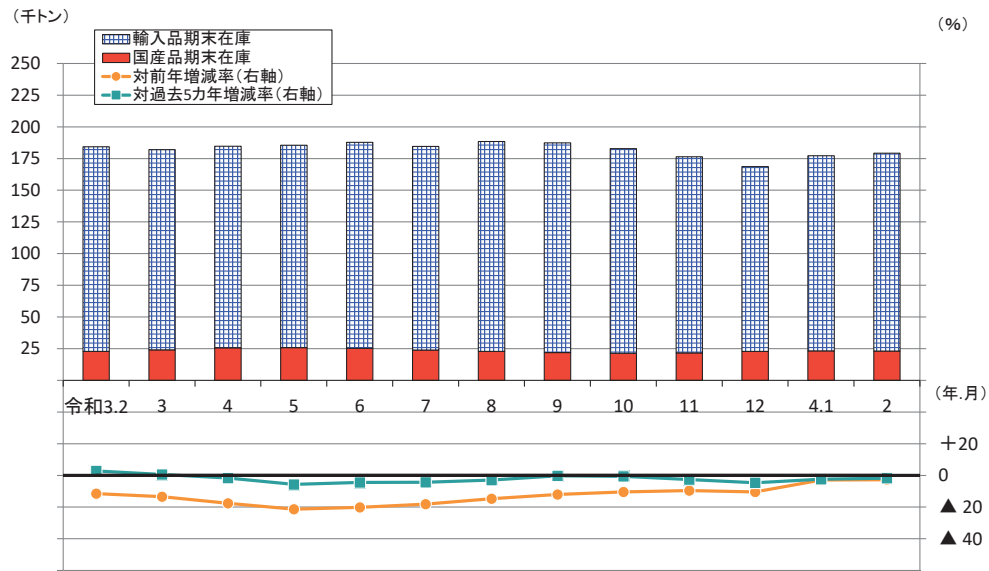
なお、過去5カ年の2月の平均消費量との比較では、8.1%増とかなりの程度上回る結果となった。

4 2月の推定期末在庫は、17万9196トン（同2.8%減）と前年同月をわずかに下回った。このうち、輸入品は、15万

6035トン（同3.3%減）と前年同月をやや下回った（図4）。

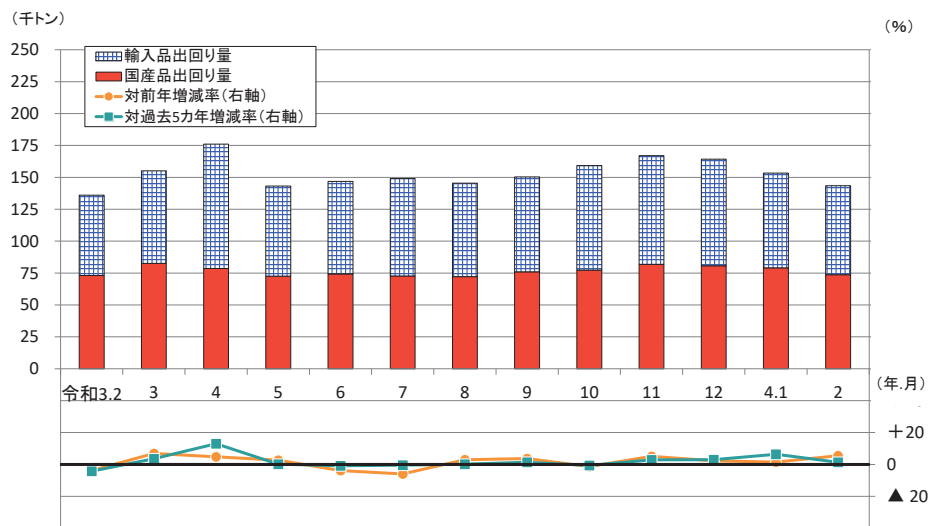
推定出回り量は14万3488トン（同5.5%増）と前年同月をやや上回った（図5）。このうち、国産品は7万3664トン（同0.8%増）とわずかに、輸入品は6万9824トン（同10.9%増）とかなりの程度、いずれも前年同月を上回った。

図4 豚肉期末在庫の推移



資料：農畜産業振興機構調べ

図5 豚肉出回り量の推移



資料：農畜産業振興機構調べ

(畜産振興部 田中 美宇)

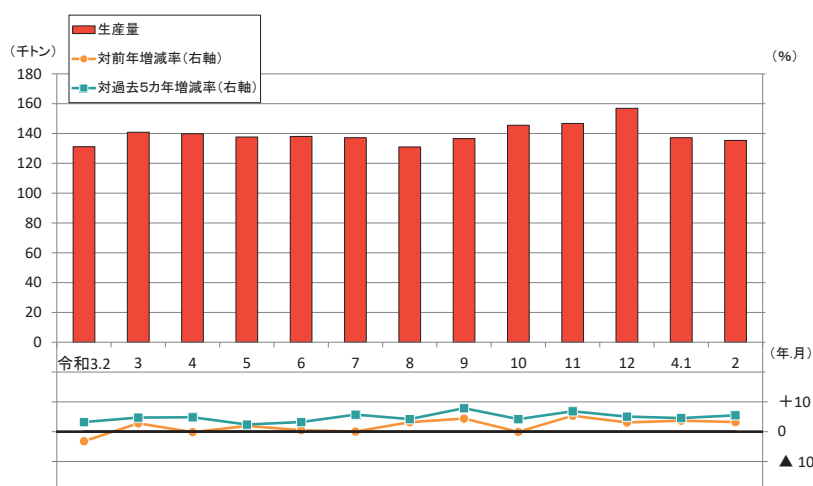
鶏 肉

4 年 2 月の鶏肉生産量、前年同月比3.2%増

1 令和4年2月の鶏肉生産量は、好調な需要を背景に、13万5353トン（前年同月比3.2%増）と前年同月をやや上回った（図1）。

なお、過去5カ年の2月の平均生産量との比較でも、5.5%増とやや上回る結果となった。

図1 鶏肉生産量の推移



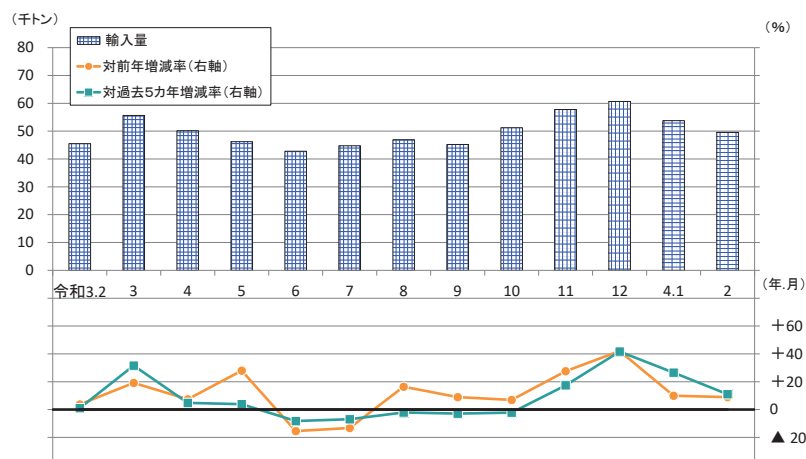
資料：農畜産業振興機構調べ
注1：骨付き肉ベース。
注2：成鶏肉を含む。

2 2月の輸入量は、国内の輸入品在庫の減少などによりブラジル産の輸入量が増加したことから、全体では4万9572トン（同8.9%増）と前年同月をかなりの程度上回

った（図2）。

なお、過去5カ年の2月の平均輸入量との比較でも、11.0%増とかなり大きく上回る結果となった。

図2 鶏肉輸入量の推移



資料：財務省「貿易統計」
注：鶏肉以外の家きん肉を含まない。

3 2月の鶏肉の家計消費量（全国1人当たり）は、508グラム（同4.6%増）と前年同月をやや上回った（総務省「家計調査」）。

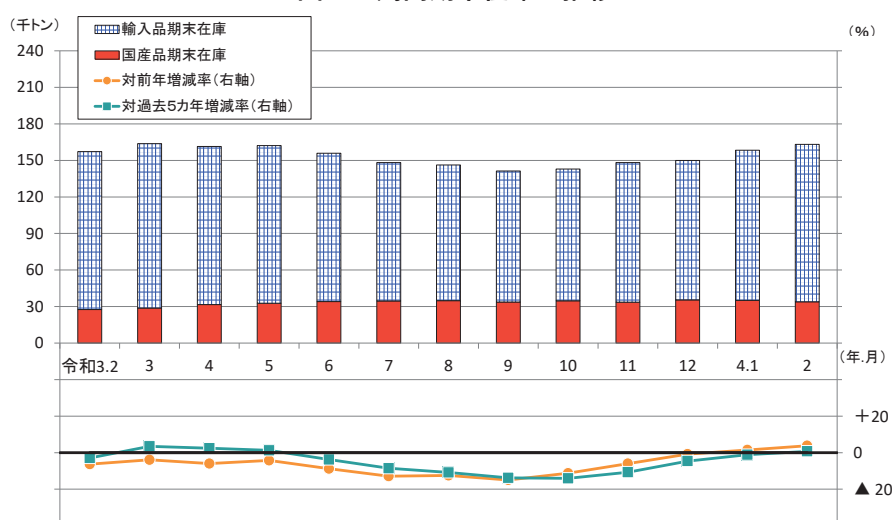
なお、過去5カ年の2月の平均消費量との比較でも、8.7%増とかなりの程度上回る結果となった。

4 2月の推定期末在庫は、16万3173トン（同3.8%増）と前年同月をやや上回った（図3）。このうち、輸入品は12万

9272トン（同0.3%減）と前年同月並みとなった。

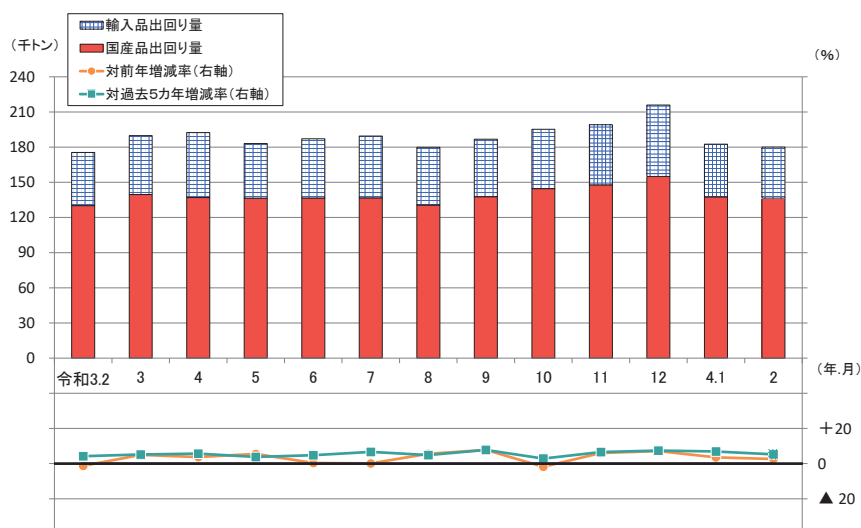
推定出回り量は、18万55トン（同2.6%増）と前年同月をわずかに上回った（図4）。このうち、国産品は13万6544トン（同4.9%増）と前年同月をやや上回った一方、輸入品は4万3511トン（同4.0%減）と前年同月をやや下回った。

図3 鶏肉期末在庫の推移



資料：農畜産業振興機構調べ

図4 鶏肉出回り量の推移



資料：農畜産業振興機構調べ

（畜産振興部 郡司 紗千代）

令和3年(1～12月)の食肉の家計消費動向

2年に引き続き、外食需要が低迷、 内食需要は好調に推移

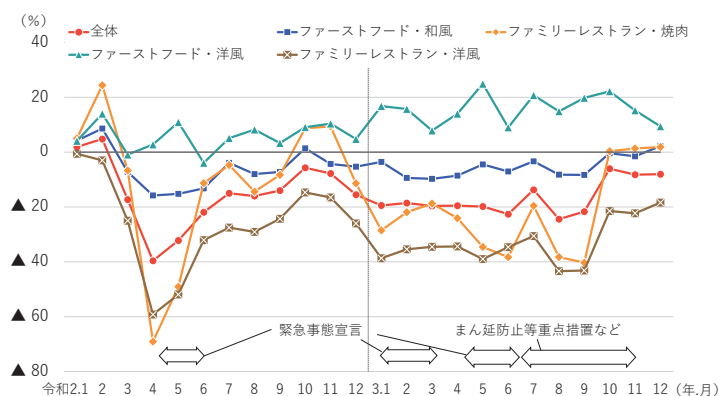
令和3年は、COVID-19が国内で初めて確認されてから2年目を迎えた。前年から延期されていた東京オリンピック・パラリンピックの開催による特需やGo To Eatキャンペーンの再開による外食需要の回復が期待されていたものの、断続的な緊急事態宣言などの発令に伴い、外出制限などの感染防止対策が優先された。このため、COVID-19拡大前である前々年(元年)の状況と比較すると、前年(2年)同様、3年も外食需要が低迷する一方で、巣ごもり需要が継続し、内食^(注1)需要が好調に推移した。また、長期化する外出機会の減少や在宅勤務が浸透する中、中食^(注2)需要が好調に推移するなどの変化もうかがえた。

一般社団法人日本フードサービス協会の「外食産業動向調査(令和3年(2021年)年間結果報告)」によると、3年の業界全体

の売上高は、全店ベースで前年比1.4%減、前々年比16.8%減となり、平成6年の調査開始以来最大の下げ幅となった前年を、さらに下回った。同調査によると、店内飲食を主とするファミリーレストランなどは苦戦が続いており、特に、パブや居酒屋などの飲酒業態は深刻な状況とされている。その一方で、ファーストフードは業態の強みであるテイクアウト・デリバリーの下支えにより、好調を維持したと報告されている。

外食産業の業態別売上高の推移を見ると、ファーストフード洋風が年間を通じて前々年を上回って推移し、さらに、前年よりも伸び幅が大きいことから、巣ごもり需要の取り込みが進んでいることがうかがえる(図1)。また、その他の業態のうち、ファーストフード和風の減少幅が最も小さかった。この理由としては、中食需要を意識した店内メニューの冷凍商品などの販売強化や、デリバリーサービス対応の店舗を増やす動きがあったことなどが挙げられる。

図1 外食産業の業態別売上高の推移(令和元年同月比)



資料：一般社団法人日本フードサービス協会「外食産業市場動向調査」

注1：消費税を含まない。

注2：全店ベース。

一般社団法人全国スーパーマーケット協会の「スーパーマーケット白書（2022年版）」（以下「白書」という）によると、3年のスーパーマーケットの年間総売上高は、既存店^{（注3）}ベースで前年比1.3%減、前々年比で3.6%増（以下、既存店ベース）となった。平成24年に当該調査を開始して以来、COVID-19拡大の影響により最高値となった前年は下回ったものの、外食自粛や巣ごもり需要の継続による家庭内食品需要の長期化を背景に、COVID-19拡大前の前々年を上回る結果となった。

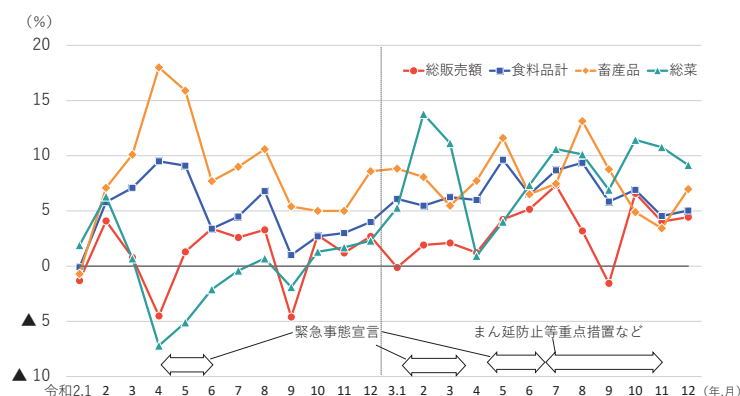
日本チェーンストア協会の「チェーンストア販売統計」によると、3年の部門別年間売上高は、食料品計は前年比1.9%増、前々年比^{（注4）} 6.7%増となった。このうち、畜産品が前年比0.7%減、前々年比7.6%増となっ

た一方で、総菜は前年比8.8%増、前々年比8.6%増となった（図2）。

白書によると、3年の特徴としては、前年に好調となった畜産、水産、青果などのカテゴリーが軒並みマイナスとなったものの、前年に不振となった総菜カテゴリーの売り上げが回復し、好調に推移したと報告されている。また、畜産品については、年前半は保存に優れた畜産品や加工肉において前年の高需要からの反動減が大きく、年後半は国産品、輸入品ともに相場が高止まりしていたことや外出制限の緩和に伴って内食需要が減少した影響により、販売が伸び悩んだとのことである。

- （注1） 家庭内で素材から調理して食事をする。また、その食品のこと。
（注2） 店舗で購入して家に持ち帰り、食事をする。また、その食品のこと。
（注3） 前年同月、当月ともに営業の店舗。
（注4） 前々年比は、公表値を基に機構で推計。

図2 チェーンストアの部門別売上高の推移（令和元年同月比）



資料：日本チェーンストア協会「チェーンストア販売統計」
注1：店舗調整後。
注2：前々年比は、公表値をもとに機構で推計。

家庭内での調理疲れなどにより、中食需要が増加

総務省の「家計調査」によると、3年の家計消費（全国1人当たり）は、生鮮肉が2万6686円（前年比1.4%減、前々年比10.7%増）、加工肉が6327円（順に、同2.3%減、

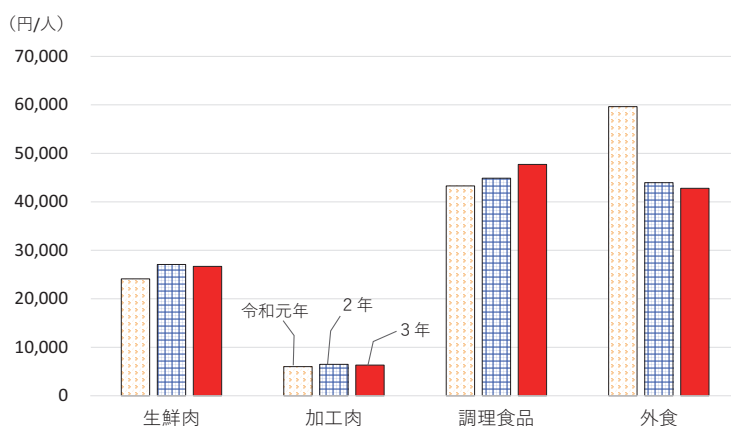
同5.3%増）と、いずれも前年を下回ったものの、前々年を上回った。また、調理食品が4万7719円（順に、同6.3%増、同10.2%増）と、前年と前々年をいずれも上回り、外食が4万2789円（順に、同2.6%減、同28.3%減）と、前年と前々年をいずれも下回った（図3）。生鮮肉と加工肉が前年を下回った一方で、調

理食品が前年を上回った理由として、長期にわたる家庭内での調理疲れや調理メニューのマンネリ化に加えて、COVID-19拡大下における巣ごもり需要を意識した外食業態のデリバリーサービスの普及などが挙げられる。

COVID-19拡大前に近年の共働きや単身世帯の増加などを背景に、中食に含まれる総菜の市場は拡大傾向で推移していたものの、国内で初めて新型コロナウイルスの感染者が

確認された2年は、11年ぶりに前年（元年）を下回った。この状況を受けて、3年は外出自粛が続く消費者を意識したご当地商品の販売などの新たな取り組みが量販店において行われたことなどから、総菜の市場が回復に転じた。これらの傾向から、内食需要および外食需要が中食へシフトする動きがあったという声も聞かれた。

図3 品目別の家計消費（購入金額）の推移



資料：総務省「家計調査」

注1：1世帯当たりの数値を当該月の世帯人数で除して算出。

注2：消費税を含む。

注3：贈答用など自家消費以外のものを含む。

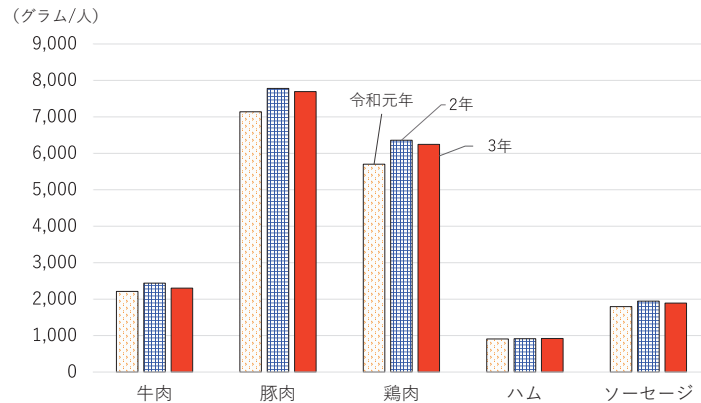
食肉の購入数量は前年を下回るも、内食需要を反映して好調に推移

3年の食肉の購入数量を畜種ごとに見ると、牛肉が2302グラム（前年比5.6%減、前々年比4.1%増）、豚肉が7695グラム（順に、同1.1%減、同7.8%増）、鶏肉が6245グラム（順に、同1.8%減、同9.5%増）と、いずれも前年を下回ったものの、前々年を上回

る結果となった（図4）。食肉の加工品については、ハムが922グラム（順に、同0.9%増、同1.3%増）と、前年と前々年をいずれも上回り、ソーセージが1890グラム（順に、同2.8%減、同5.4%増）と、前年を下回ったものの、前々年を上回った。

以下、3年の食肉の家計消費（購入状況）をCOVID-19拡大前の前々年と比較して紹介する。

図4 食肉の種類別の家計消費（購入数量）の推移



資料：総務省「家計調査」

注1：1世帯当たりの数値を当該月の世帯人数で除して算出。

注2：贈答用など自家消費以外のものを含む。

牛肉

国内で消費される牛肉のうち、約3割がテーブルミート、約1割弱が加工仕向け、約6割がその他（外食など）となっている。

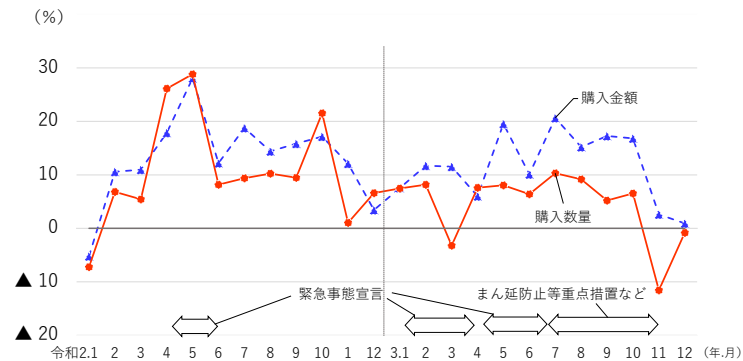
牛肉の3年の家計消費（全国1人当たり）を見ると、購入金額がすべての月で前々年を上回って推移した（図5）。一方で、購入数量は緊急事態宣言やまん延防止等重点措置などが解除された3月、11月、12月に前々年を下回った。各月の購入数量および購入金額の推移を見ると、7月の購入数量が前々年比10.3%増、購入金額は同20.7%増と、いずれも最も伸びが大きかった。

量販店などにおける牛肉の販売状況は、白書によると、5月と8月はステーキ用や焼肉用が、7月と9月は焼肉用が好調に推移したと報告されている。5月から12月までの購入金額の伸びが購入数量の伸びを上回って推

移した。この背景としては、6月以降、牛肉の輸入品相場の高騰が小売価格に反映されたことや外出制限中のイエナカごちそう需要により、消費者が国産品などの比較的単価の高い商品を買求める動きがあったことが考えられる。牛肉の最需要期に当たる12月は、和牛相場が上昇していたことなどから、目立った伸びが見られなかったものの、その他の月と比べると、例年通り、購入数量、購入金額ともに増加した。なお、年間の購入金額については、前々年からの伸び幅が豚肉、鶏肉と比較すると最も大きくなった。

また、緊急事態宣言などが解除された3月と11月の牛肉の購入数量が前々年を下回った一方で、この時期の外食産業のファミリーレストラン・焼き肉の売上高が大きく上昇するなど、行動制限の緩和に伴い、内食から外食へ需要のシフトが見られた。

図5 牛肉の家計消費の推移（全国1人当たり、令和元年同月比）



資料：総務省「家計調査」

注1：購入数量および購入金額は1世帯当たりの数値を当該月の世帯人数で除して算出。

注2：消費税を含む。

注3：贈答用など自家消費以外のものも含む。

豚肉

国内で消費される豚肉のうち、約5割がテーブルミート、約2割がハムやソーセージなどの加工仕向け、約3割がその他（外食など）となっている。

豚肉の3年の家計消費を見ると、購入数量と購入金額がともにすべての月で前々年を上回って推移した（図6）。特に、8月の購入数量が前々年比17.0%増、購入金額は同17.5%増と、最も伸びが大きく、次いで、5月の購入数量が前々年比14.4%増、購入金額は同14.4%増となった。

量販店などにおける豚肉の販売状況は、白書によると、3月から初夏にかけては国産品の相場が上昇していたことから輸入品を拡販する動きが見られた。8月はしゃぶしゃぶ用が好調となり、9月はひき肉やスライスが好調となったとのことである。10月下旬以降、緊急事態宣言などの解除による内食需要の落ち着きが見られたことや、国産品および輸入品の相場の高止まりにより販促の実施が困難になったことから、販売が伸び悩んだとされている。

8月以降、豚肉の輸入品相場の高騰が続いていたものの、豚肉は牛肉と比較すると国産

品と輸入品の価格差が小さいことや、テーブルミートとして消費される半数以上を国産品が占めることなどから、緊急事態宣言などの発令に伴って好調な内食需要が購入数量および購入金額に反映された。同宣言などが解除された11月、12月の購入数量および購入金額の伸びは小さいものの、牛肉と比較すると前々年を上回って推移していることから、比較的手頃な食肉として根強い人気があることがうかがえる。

ハムやソーセージの3年の家計消費を見ると、ハムは8月、9月、11月、12月に前々年を下回り、ソーセージが10月を除くすべての月で前々年を上回って推移した（図7）。3年もハムの購入数量は、例年通り、12月にピークを迎えたものの、前々年との比較では12月は減少となった。これは、近年のギフト需要の減少によるものとみられる。

量販店などにおけるハムやソーセージなどの加工肉の販売状況は、白書によると、一般商材としては、2月以降、好調だった前年の反動により不振となった店舗が多かった。ギフト商材としては、7月に回復が見られた一方で、12月は不振となった店舗が多いとのことである。

図6 豚肉の家計消費の推移（全国1人当たり、令和元年同月比）

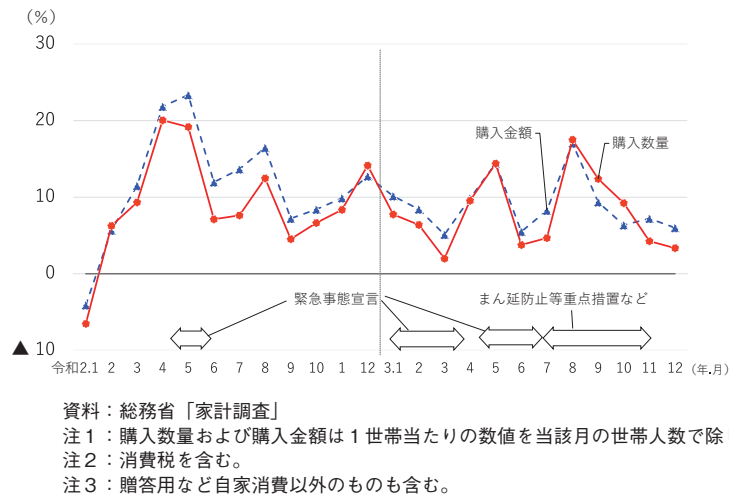
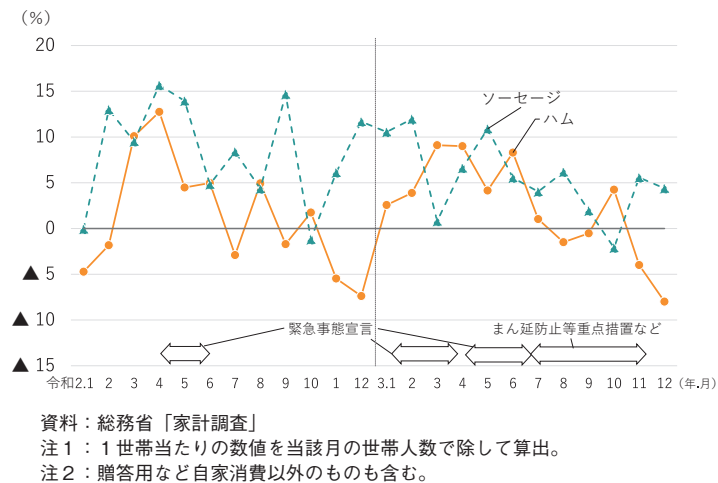


図7 ハムおよびソーセージの購入数量の推移（全国1人当たり、令和元年同月比）



鶏肉

国内で消費される鶏肉のうち、約4割がテーブルミート、約1割弱が加工仕向け、約5割がその他（外食など）となっている。

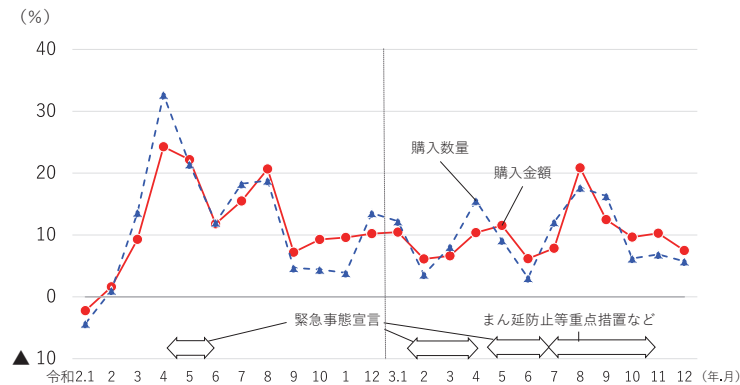
鶏肉の3年の家計消費を見ると、豚肉と同様に、購入数量、購入金額、ともにすべての月で前々年を上回って推移した(図8)。特に、8月の購入数量が前々年比17.7%増、購入金額は同20.9%増と、いずれも大幅に増加した。

量販店などにおける鶏肉の販売状況は、白書によると、2月から5月にかけて、巣ごもり需要の継続により国産品のむね肉の相場が

上昇していたことから、輸入品を拡販する動きが見られた。6月は、輸入品相場が上昇傾向となった影響を受けて伸び悩んだ。その後、8月の国産もも肉の相場が低下傾向にあったことから、前年並みに回復し、おおむね好調に推移したとのことである。

3年の購入数量を牛肉や豚肉と比較すると、鶏肉の前々年からの伸び幅が最も大きくなった。鶏肉は、牛肉や豚肉に比べて価格優位性が高く、また、消費者の健康志向を反映し、家計消費が増加傾向で推移しており、COVID-19拡大に伴い、さらに鶏肉の消費が増加したことがわかる。

図8 鶏肉の家計消費の推移（全国1人当たり、令和元年同月比）



資料：総務省「家計調査」

注1：購入数量および購入金額は1世帯当たりの数値を当該月の世帯人数で除して算出。

注2：消費税を含む。

注3：贈答用など自家消費以外のものも含む。

（畜産振興部 郡司 紗千代）

牛乳・乳製品

4年2月の学校給食用牛乳生産量、前年を下回る

オミクロン株の感染拡大の影響により、学校給食用牛乳生産量、前年を下回る

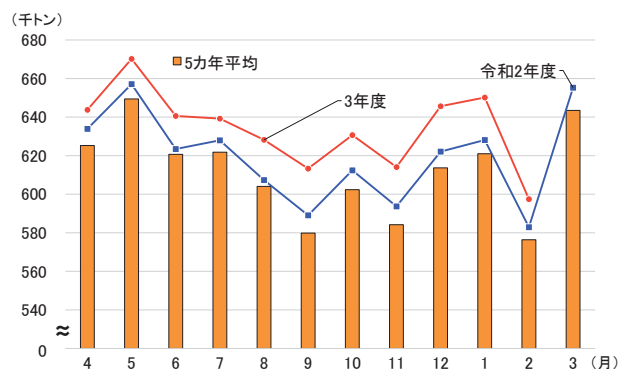
令和4年2月の地域別生乳生産量は、北海道が33万5807トン（前年同月比3.9%増）、都府県が26万1647トン（同0.7%増）となり、いずれも前年同月を上回った。その結果、全国の生乳生産量は59万7454トン（同2.5%増）と前年同月をわずかに上回った（農林水産省「牛乳乳製品統計」、図）。

4年2月の生乳処理量を用途別に見ると、牛乳等向けは30万6594トン（同0.4%減）と9カ月連続で前年同月を下回った。また、飲用牛乳等の生産量を見ると、1割を占める学校給食用については、3万867トン（同6.9%減）とかなりの程度下回っている。新

型コロナウイルスの変異株であるオミクロン株が全国で猛威を振るい、若年層の感染率が増加したことで学級閉鎖などが相次いだことが要因とみられる。

乳製品向けは、チーズ向けが3万5475トン（同2.0%減）と9カ月ぶりに前年同月を

図 生乳生産量の推移



資料：農林水産省「牛乳乳製品統計」

下回ったものの、脱脂粉乳・バター等向けが15万7522トン（同10.3%増）、クリーム向けが5万3376トン（同1.2%増）とそれぞれ前年同月を上回ったことで、乳製品全体でも28万6846トン（同5.6%増）と前年同月を上回った（農林水産省「牛乳乳製品統計」、農畜産業振興機構「交付対象事業者別の販売生乳数量等」）。

令和3年度のバターの陳列状況、欠品なく販売重量も増加

当機構が実施しているバターの陳列状況調査によると、3月第4週までの調査において、令和3年度は全国100店舗の小売店店頭に

においてバター（主に1個当たり450グラム以下、非高価格帯の20品目のいずれか）の欠品はなく、需要期や緊急事態宣言下においても不足感なく陳列されていた。

併せて実施しているバターのPOS調査では、全国約850店舗の小売店を対象にバターの平均販売重量と平均販売価格を調査している。3年度の4月第1週から翌3月第4週までの調査において、平均販売重量は2年連続で前年同期をおおむね上回って推移し、7.44キログラム（前年同期比2.1%増）、平均販売価格は前年度をおおむね下回って推移し、388.8円（同2.5%安）であった。

（酪農乳業部 古角 太進）

鶏 卵

4年3月の鶏卵卸売価格、2カ月連続で前年同月を下回る

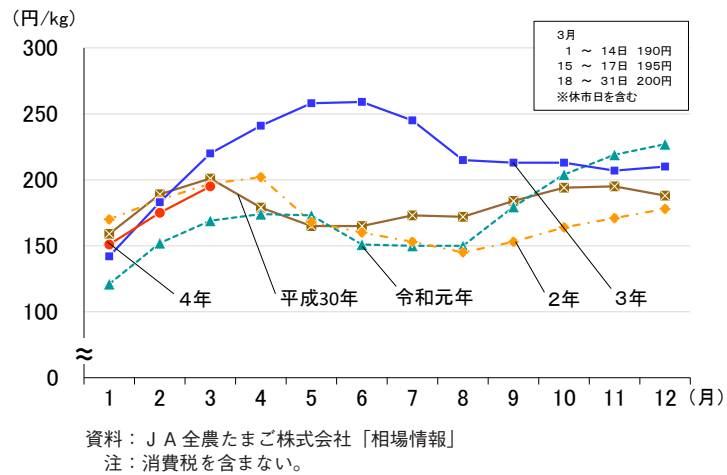
令和4年3月の鶏卵卸売価格（東京、M玉基準値）は、1キログラム当たり195円（前年同月比25円安）と、2カ月連続で前年同月を下回った（図1）。卸売価格は、例年、年初に下落し、春先に向けて上昇する傾向がある。本年3月の同価格は、月初に同190円となっていたが、中下旬の3連休に向けて上昇し、18日には同200円台となったもの、月平均としては200円を下回る結果となった。

4月について、供給面は、寒さの和らぎに伴い、産卵率および卵重が安定する時期とな

るものの、養鶏場での高病原性鳥インフルエンザの発生が続いていることから、今後の生産動向について注視が必要と思われる。

需要面は、学校給食が再開したこと、行楽需要が期待される時期となること、まん延防止等重点措置などの終了に伴う人出の増加が見込まれていることから、業務・外食用需要の回復が期待されている。しかしながら、感染拡大防止の取り組みは継続されることから、COVID-19拡大前の水準に戻るまではしばらく時間を要すると思われる。

図1 鶏卵卸売価格（東京、M玉）の推移



令和3年の鶏卵生産量、前年比2.2%減

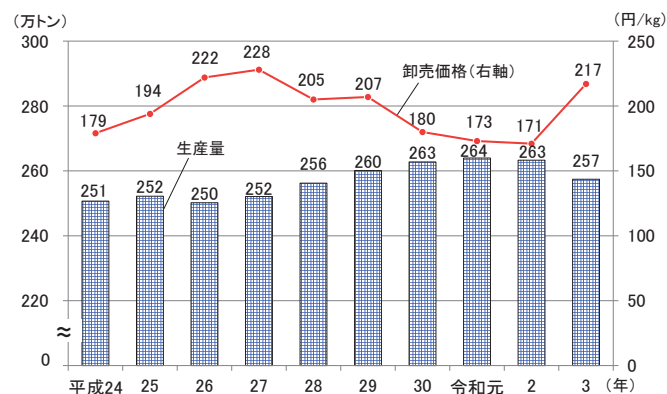
鶏卵生産量は、平成25年夏以降、需要の拡大を受け、鶏卵卸売価格が比較的堅調に推移したことで生産者の増産意欲が高まり、増加傾向で推移してきたものの、令和3年はCOVID-19の拡大や高病原性鳥インフルエンザ（以下「HPAI」という）の発生の影響を大きく受けた1年となった。

農林水産省が4年3月30日に公表した「鶏

卵流通統計調査」によると、3年（1～12月）の鶏卵生産量は257万4255トン（前年比2.2%減）と2年連続で前年を下回った（図2）。

卸売価格（東京、M玉基準値）を見ると、3年は1キログラム当たり217円（前年比46円高）と前年を大幅に上回った。前年はCOVID-19拡大の影響による業務用需要の大幅な減少などから、同価格が低水準で推移していたものの、3年は2年11月から3年3月までのHPAI発生に伴う大幅な供給の減少などから、同価格が大幅に上昇した。

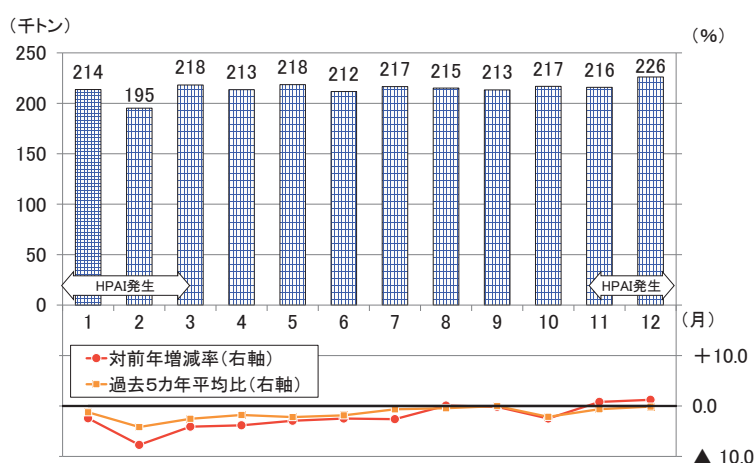
図2 鶏卵生産量および卸売価格の推移



3年の鶏卵の月別生産量の推移を見ると、8月、11月、12月を除く月で前年同月を下回った（図3）。特に、2月の生産量の減少が大きく、3月には再び200万トン台まで回復したものの、例年、生産量が増加する春先も3年は限定的な上昇となった。

3年の生産量がおおむね前年同月を下回って推移した要因としては、全国的なHPAI発生が挙げられ、農林水産省によると、これに伴う採卵鶏の殺処分羽数は、全国飼養羽数の約5%に当たる約900万羽と報告されている。

図3 令和3年の鶏卵の月別生産量の推移



資料：農林水産省「鶏卵流通統計調査」

都道府県別の上位の鶏卵生産量を見ると、最大の生産地は茨城県で21万6195トン（前年比7.1%減）次いで、鹿児島県が18万3220トン（同3.6%減）、岡山県が13万7575トン（前年比7.6%増）、広島県が13万4739トン（前年比4.0%減）、栃木県が11万16トン（前年比4.4%増）となった（表）。例年、上位に位置していた千葉県は、HPAIの影響により10万6605トン（同32.1%減）と前年を大幅に下回り、3年は8位となった。一方で、静岡県においては、1戸当たりの飼養羽数が、全国の中でも特に増加傾向にあることなどから、10万7316トン（同46.3%増）と前年を大幅に上回った。

表 令和3年上位10県の鶏卵生産量

（単位：トン、%）

位	都道府県	生産量	前年比 (増減率)	(参考) 前年の順位
1	茨城県	216,195	▲ 7.1	1
2	鹿児島県	183,220	▲ 3.6	2
3	岡山県	137,575	7.6	5
4	広島県	134,739	▲ 4.0	4
5	栃木県	110,016	4.4	6
6	群馬県	108,882	21.2	13
7	静岡県	107,316	46.3	18
8	千葉県	106,605	▲ 32.1	3
9	愛知県	103,490	▲ 0.7	8
10	青森県	103,192	▲ 1.2	7

資料：農林水産省「鶏卵流通統計調査」

（畜産振興部 郡司 紗千代）