

令和3年12月22日

食肉業界の販売動向について（2021年12月報告）

（公財）日本食肉流通センター

当センターにおいて、直近の販売動向について、食肉事業者の生の声を聴いてその概要をとりまとめ、定期的に報告を行ってきています。

今回の報告は、2021年11月22日から12月3日に聞き取りを行ったものです。相手方は当センターの価格公表委員会を中心とする食肉事業者にご協力頂き、主に本年の夏以降の食肉販売動向と年末年始の見通しについて聴いています。

なお、聞き取りの期間は、9月30日に緊急事態宣言が終了し、地方自治体から関連業界へのコロナ関連の要請・協力が段階的に緩和され、コロナ新規感染者数も急速に減少する環境となっています。

I 食肉業界の全般の動向

本年夏以降の食肉事業者を取り巻く環境としては、輸入食肉の調達が滞る、販売先の需要の動きがまちまちである、安い商品を求める需要者の意向が強くなっているなどの変化が起きているようです。

以下、食肉事業者の主な声です。

- ・今年(2021年)下期は、何を持っているかで各社の営業成績が分かれました。例えば、ブラジルの鶏肉、国産牛とその内臓を持っていると、収益を上げることができました。
- ・輸入牛肉・豚肉は、元々北米ではコロナの影響で労働者不足となって遅延が出ていたところにカナダの洪水被害が重なり、供給が厳しい状況。賞味期限の関係で現地売りやキャンセルも発生しています。
- ・鶏は一番売り上げが良く、安心感があり、安いものが買われています。ブラジルのももが値上がりしていて輸入の代替で国産ムネ肉消費が増えています。

・ラム肉の引き合いが好調であり、ニュージーランドや豪州のチルドラムが中心。このブームはしばらく続くと思われます。

Ⅱ 牛肉の販売動向

牛肉の販売については、本年夏頃までは各社とも高級部位のロイン、ヒレが国内の引き合いが悪いとの報告が多数でしたが、今回は回復の兆候が見られます。しかし、販売先によりまちまちのようです。

一方で、手頃な価格の商品を求める需要者の意向が強く、これが交雑牛や低価格部位などの引き合いを強めたり、年末のロインなどの仕入れ見込みに不透明な状況を招いたりしています。

また、夏頃まで引き合いが好調であった和牛ももについて、現在、需要が停滞しているとの声が聴かれます。

以下、食肉事業者の主な声です。

- ・和牛ロインは、昨年から今年前半は売れず、本社がロインなしセットとして子会社に供給していましたが、今はロインが売れて足りないぐらいです。
- ・弊社も周りの業者も、和牛のももが余剰です。ロイン、ヒレより、焼き材のももとシンタマの動きが厳しい状況です。
- ・国産牛肉について、卸売業者は、在庫を避けるため、かたセットやももセットなどのセット売りが中心となっていて、細かいパーツでの販売はしなくなっています。
- ・弊社では、交雑牛が11月に前年の販売と同等に回復しましたが、和牛とホルスは苦戦しています。
- ・和牛では、地方での動きがよくなっていますが、これは観光が活発化しているためではないかとみています。

- ・冷凍の輸入牛肉の値上げについて、卸先への販売価格に反映できずにいましたが、大手牛丼チェーンの値上げ(9月下旬、10月下旬に実施)のタイミングで値上げすることができました。

Ⅲ 豚肉の販売動向

昨年は、コロナの影響により量販店などでの豚肉販売量が増えましたが、現在は平年ベースに戻ってきているという声が多数聴かれています。

しかし、量販店からの引き合いは堅調であり、その中で輸入豚肉の調達が行われない状況が続いていることから、食肉事業者はむずかしい対応を迫られているようです。

以下、食肉事業者の主な声です。

- ・国産豚肉の販売状況は、昨年までのコロナ特需の状態から緊急事態宣言(9月30日終了)後には平年ベースに落ち着いてきました。
- ・輸入豚肉の価格が上がり、特にバラ価格が値上がっています。また、調達がむずかしく、需要者へのデリバリーが大幅変更となるので困っています。
- ・国産豚肉の内臓肉の豚頭肉をコマ材や切り落とし材としての販売が増えています。また、現在、季節需要で国産豚とボイル大腸・小腸が非常によく売れています。

Ⅳ 量販店向けの販売動向

昨年に良かった和牛などの量販店向け販売は落ち着いてきているようです。パーツで量販店向け販売をしている食肉事業者では、かたろースが不足しているなどの声も聴かれます。

和牛について、安い商品を求められるようになってきていることを指摘する声も聴かれます。

豚肉では輸入豚肉の調達がむずかしい中、国産シフトを見込む食肉事業者もいます。また、現在、ロース、ヒレなどの高級部位の需要は弱いとの声が聴かれます。

以下、食肉事業者の主な声です。

- ・量販店向けの牛肉の需要は、去年比較的良かった和牛・交雑牛が特に低調な状況です。一方、乳牛は、輸入牛の高騰や調達の不安の影響を受け、量販店の切り落とし材として引きが強くなっています。
- ・国産豚肉で代替をお願いしたり、大手食肉卸から買い集めたりしています。

V 外食等向けの販売動向

焼肉店や飲食店では、コロナによる営業の休止や縮小から、営業の再開または本格化するには、アルバイトが不足するという声が多数聴かれます。これに加えて客側が夜遅くまで飲食に行かないようになってきていることから、従来の状況まで回復するには時間がかかるとの認識が強くなっているようです。

また、外食向け牛肉調達については、輸入牛肉の調達がむずかしいことや価格が上がっていることが食肉事業者の肩に重くのしかかっています。

ホテル等でのブライダルやパーティ関係の牛肉需要が戻ってきているという声もありますが、一方で動きが良くないという声もあり、回復の兆候が見えるものの、状況はまちまちのようです。

以下、食肉事業者の主な声です。

- ・外食では、コロナ禍の休業中にアルバイトが他業界へ流れてしまい、人手不足に陥っている店も多いようです。現時点で外食店からの受注も昨年ほどではなく、今後の回復に疑心暗鬼な店が多く、それほど仕入れを増やしていません。
- ・輸入牛肉のショートプレートは焼き肉店のメインメニューのカルビとなる材料。弊社では、これまでは販売が少なかったことから在庫があり、まかなうことができましたが、これからの仕入れは大変です。

- 卸先の焼き肉店では、輸入牛肉が高いからといって豚鶏が増えているわけではなく、従来どおり牛肉が中心。
- 和牛ではホテル向け、特にブライダル関係が好調になっています。緊急事態宣言(9月30日終了)明けで動き出している模様。その影響からか、和牛、交雑牛ともにヒレ、ロインの動きが活発化しています。
- ホテル、すき焼き屋向け販売をしていますが、この間(9~11月)、和牛はまだ戻っていません。一方で、交雑牛は引きが強く、ホテル向け卸屋からの需要も増えていますが、和牛は高くて需要に結びついていません。

VI 牛肉輸出の動向

和牛を中心として牛肉の輸出は、関係する食肉事業者にとっては業務の柱になりつつあり、国内の和牛肉の需給にも大きく影響しているようです。

以下、食肉事業者の主な声です。

- 弊社では、高価格の牛肉について米国やEUへの輸出向け販売を強化し、輸出量はかなり増えています。(大手食肉卸の声)
- 大手食肉卸が和牛を高値で買っていますが、これは輸出があるからできることです。和牛の調達は、輸出に左右されるようになっていきます。(中小食肉事業者の声)
- 牛肉の米国輸出はスペックが細かく手間がかかる反面、利益は上がります。一方、アジア向けは価格が下がってきていて、オーダーに対応するのがむずかしくなっています。
- 当社の牛肉の輸出は、昨年より増えています。和牛の輸出はセットで販売をしたいのですが、実際はそうはいきません。

VII 国のコロナ対策事業やふるさと納税の活用や期待について

国のコロナ対策等についての活用の現状や期待についても多数の声がありました。

以下、食肉事業者の主な声です。

- 弊社は、和牛のバラ、ロイン対象に農林水産省の冷凍事業を実施してきましたが、補助金分は需要者に還元しています。これにより新たに焼肉チェーンを開拓できました。
- 和牛の高価格部位が年末販売のメインを念頭に、農林水産省の補助事業を活用しています。この冷凍牛肉は1週間冷蔵庫内で解凍するのですが、そのための冷蔵庫が不足して困っています。
- これから展開される Go To 事業には期待しています
- 臨時特別給付金(子育て世代支援10万円給付)があるので、年末の和牛売れ行きはよくなるのではないかと期待しています。
- ふるさと納税の返礼品として和牛肉が11月から急に増加しています。他社を見ると、1kgを1.2kgへと返礼品の増量をアピールして売上げを大きく伸ばしている例もあります。

Ⅷ 食肉事業者の今後の対応について

各食肉事業者から、今後の経営強化のための方針についての話もありました。国内での供給力の強化や輸出、EC活用の強化など事業者ごとに多様な対応を検討しています。

以下、食肉事業者の主な声です。

- 販売先の量販店の加工センターが加工処理をまかないきれいでいません。今後は、弊社が卸元としてコンシューマーパック加工に取り組んでいくべきと考えています。
- ネットショップ支援サイトや自社HPのサイトで牛肉販売を検討しています。既存のネットショップは手数料が高いため、できれば自社のサイトでできるネットショップの運営をしたいと思っています。
- 牛肉輸出について、今の食肉センターだけでは認可されている国に限界があるため、協力会社に依頼してアジア圏、アメリカ等への輸出を推進していきます。

- Go To 事業がはじまれば、旅行が活発化して地産地消が増加します。これに対応するため、産地での現地カットで供給していこうと考えています。
- 弊社の戦略としては、売上げよりは利益を出すことと考えています。そのため、今後は、ターゲットを絞った牛肉の販売を増やしていく、交雑牛の再肥育を外食に卸す、流行しているラム肉をブローカーとともに取り組むことなどを考えています。
- 大豆肉の引き合いが増えてきています。社内でも開発に取り組んでいますが、牛・豚・鶏タイプやひき肉タイプを量販店向けに販売強化していきます。

(以上)

(問合せ先)

公益財団法人日本食肉流通センター

情報部 課長代理 小野

TEL : 044-266-1172