

本章では、平成15年10月における食肉販売店の食肉部門の仕入量を調査し、肉種・品種別・仕入形態別の動向を分析した。尚、各仕入量は小売分のみとし、卸売分は除いている。

要 約

- 食肉の仕入構成の全店平均は、牛肉：27.9%、豚肉：48.0%、鶏肉：24.1%であるが、地域別にみると、関東以北では「豚肉」の仕入が多く5割以上を占める。一方、近畿は「牛肉」の仕入が多く、「牛肉」の仕入量が「豚肉」を上回る唯一の地域となっている。
- 1店当りの食肉の仕入量を地域別で比較した結果、関東以北に比べ東海以南での食肉消費量（仕入量）が多いということがわかった。
- 「牛肉」の品種別の仕入構成比をみると、「専門店」では仕入量の75%が「和牛肉」であり、他の業態とは仕入構成が大きく異なっている。仕入形態別の仕入量は、「和牛肉」では仕入量の約46%（全店平均）が「枝肉」であるが、他の品種は「部分肉パーツ」が多い。
- 「豚肉」の仕入構成比は、「国産豚肉（88.7%）」が中心であり、「輸入豚肉（11.3%）」の仕入は少ない。「国産豚肉」は多様な形態で仕入れているが、「輸入豚肉」は仕入量の7割近くが「部分肉パーツ」である。
- 「鶏肉」の仕入構成比は、「国産鶏肉9：輸入鶏肉1」である。

1. 食肉の肉種別の仕入構成と仕入量(10月分)

(1)肉種別の仕入構成と仕入量

いずれの業態も「豚肉」の仕入が最も多いが、「専門店」は「牛肉」、「スーパー」は「鶏肉」の仕入構成比が相対的に高い

平成15年10月1ヶ月間の1店当りの食肉仕入量^(*)は2,687.4kgで、そのうち「豚肉」が48.0%と最も多くを占める(図2-1)。「牛肉」は27.9%、「鶏肉」は24.1%である。

業態別の仕入構成比をみると、「専門店」は「豚肉」が48.5%、「牛肉」が35.0%、「鶏肉」が16.6%となっており、他の業態に比べ「牛肉」の比率が高い。「スーパー」は、「豚肉」が46.3%、「牛肉」が24.5%、「鶏肉」が29.2%で、他の業態より「鶏肉」の比率が高くなっている。「生協・農協」は「豚肉」が52.5%と5割以上を占め、「牛肉」が23.0%、「鶏肉」は24.5%である。

また、1店当りの食肉仕入量は、「専門店」が1,320.1kg、「スーパー」が5,998.0kg、「生協・農協」が5,889.4kgであり、「スーパー」の仕入量は「専門店」の約4.5倍となっている(図2-2)。

(*)牛肉、豚肉、鶏肉のいずれかの食肉を仕入れた店舗473店の平均値

図2-1:肉種別 / 仕入構成比(10月分)

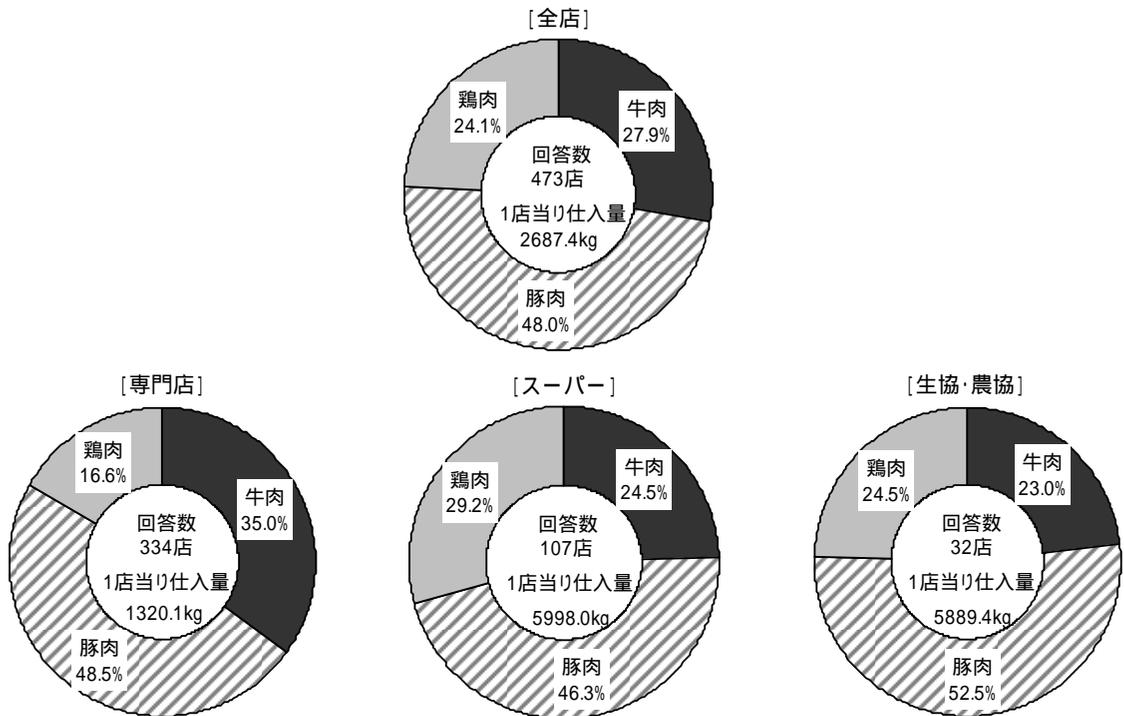
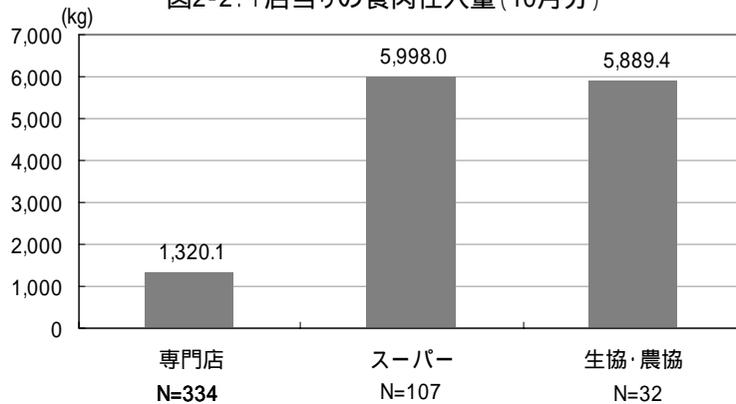


図2-2: 1店当りの食肉仕入量(10月分)



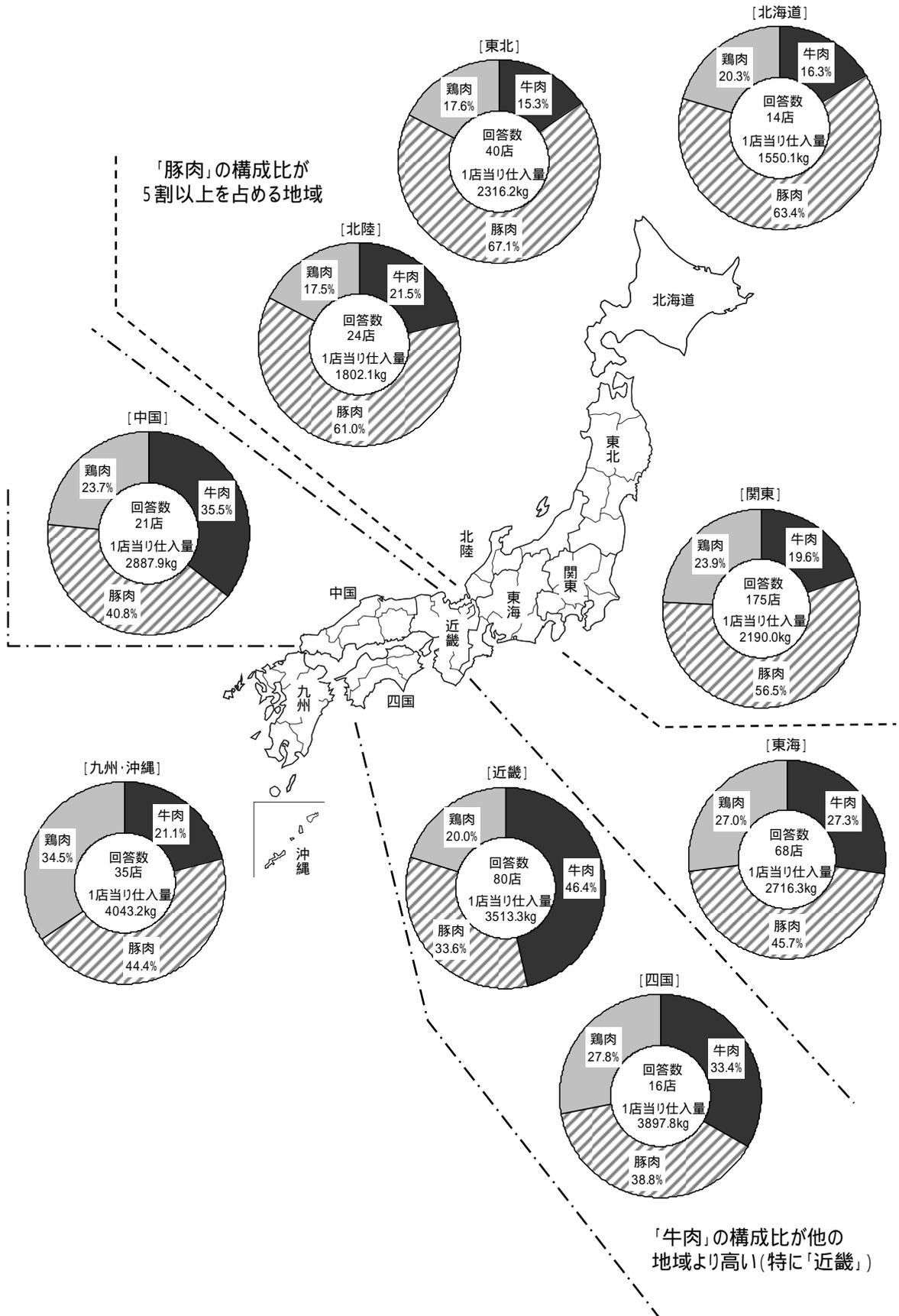
「関東」以北は、「豚肉」の仕入量が5割以上。「近畿」のみで、「牛肉」の仕入量が「豚肉」を上回る地域別の肉種別仕入構成をみると(図2-3)、「北海道」「東北」「北陸」では「豚肉」の構成比が6割以上と高く、「鶏肉」が17~20%程度となっている。

「関東」は、「豚肉」が56.5%、「鶏肉」が23.9%、「牛肉」が19.6%であり、「牛肉」より「鶏肉」の仕入量が多い。「東海」は、「豚肉」が45.7%と5割を下回り、「牛肉」「鶏肉」がそれぞれ27%程度である。

「近畿」は、唯一「牛肉」の比率が「豚肉」を上回っている地域である。「牛肉」が46.4%、「豚肉」が33.6%、「鶏肉」が20.0%という構成となっている。

「中国」と「四国」の構成比は類似しており、「豚肉」が40%前後、「牛肉」33~35%強、「鶏肉」が24~28%程を占める。「九州・沖縄」は、「豚肉」が44.4%、「鶏肉」が34.5%、「牛肉」が21.1%という構成となっている。

図2-3: 地域別・肉種別 / 仕入構成比(10月分)



各地域の円グラフ内の1店当り仕入量は、牛肉、豚肉、鶏肉のいずれかの食肉を仕入れた店舗数での平均値

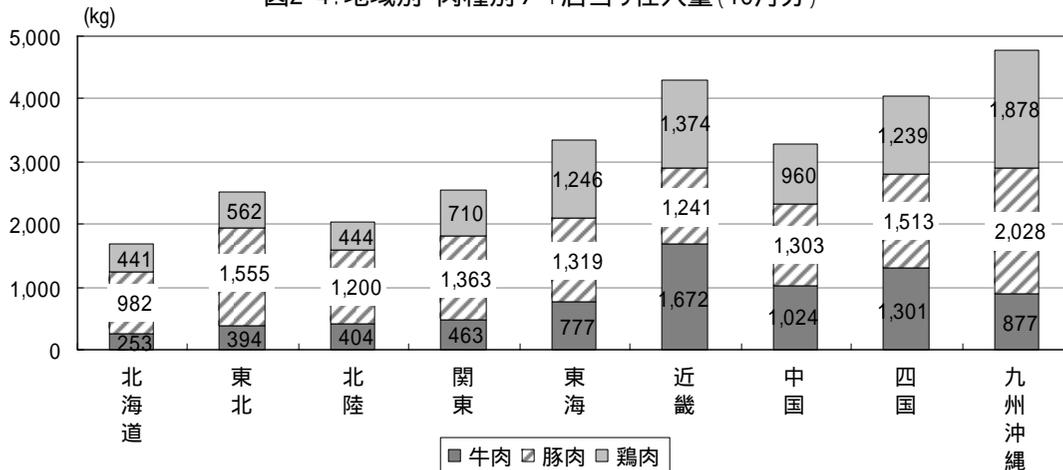
「関東」以北に比べ、「東海」以南で食肉の消費量が多い

地域別・肉種別の1店当り仕入量は(図2-4)、「東海」以南の仕入量が多くなっており、「関東」以北に比べ食肉の消費量が多いことがわかる。

参考までに、『家計調査(総務省)』の「1世帯当り・1ヶ月間の肉類の消費支出」を図2-5に示したが、これも同様に「関東」以北に比べ「東海」～「九州」までの肉類消費支出が高い。

肉種別に1店当り仕入量をみると、「牛肉」の仕入量は、「近畿」が全国の中で最も多く、「豚肉」「鶏肉」は、「九州・沖縄」で多くなっている。

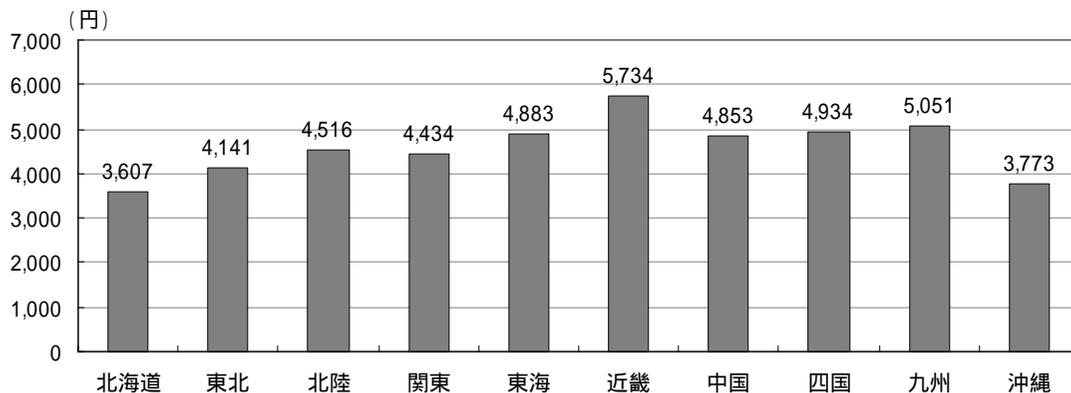
図2-4: 地域別・肉種別 / 1店当り仕入量(10月分)



鶏肉	10店	29店	17店	129店	40店	41店	15店	14店	26店
豚肉	14店	40店	22店	159店	64店	76店	19店	16店	31店
牛肉	14店	36店	23店	162店	65店	78店	21店	16店	34店
(N)	北海道	東北	北陸	関東	東海	近畿	中国	四国	九州・沖縄

上記の「地域別・肉種別 / 1店当り仕入量」は、それぞれの肉種別に当該肉種を仕入れた店舗数での平均であるため、各肉種の仕入量を合計しても「図2-3: 地域別・肉種別 / 仕入構成比」で示した1店当り仕入量とはならない

図2-5: 参考 / 1世帯当り・1ヶ月間の肉類の消費支出[家計調査(総務省・平成14年度)]



2. 牛肉の仕入構成と仕入量(10月分)

(1) 牛肉の品種別仕入構成

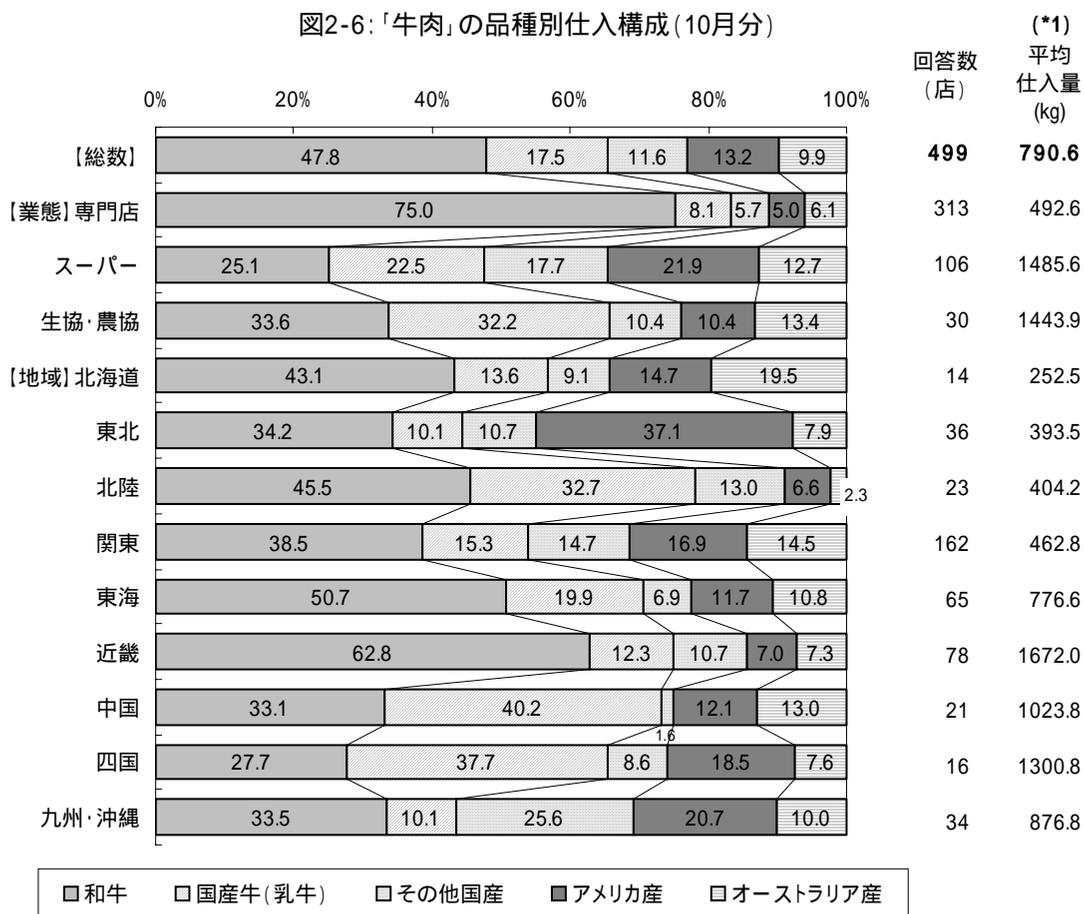
業態によって仕入構成比は大きく異なり、「専門店」では「和牛肉」の仕入構成比が75%を占める

牛肉の品種別仕入構成は、図2-6に示した通りで、「和牛肉」が47.8%、「国産乳牛肉」が17.5%、「その他国産牛肉」が11.6%、「アメリカ産牛肉」が13.2%、「オーストラリア産牛肉」が9.9%となっている。

業態別にみると、「専門店」は「和牛肉」が75.0%と多くを占め、他の品種の仕入は極端に少なくなっており、他の業態とは仕入構成が大きく異なる。「スーパー」は「和牛肉」が25.1%、「国産乳牛肉」が22.5%、「アメリカ産牛肉」が21.9%で、この3品種の仕入が多い。「生協・農協」は、「和牛肉」が33.6%、「国産乳牛肉」が32.2%で、この2品種の仕入が多くなっている。

地域別では、「近畿」で「和牛肉」の構成比が約63%と圧倒的に多くを占める。また、「東北」では、「アメリカ産牛肉」の比率が高く、「和牛肉」を上回っている。

図2-6:「牛肉」の品種別仕入構成(10月分)



Nはそれぞれの合計仕入量(kg)

(*1)平均仕入量は、牛肉品種のいずれか(和牛肉、国産乳牛肉、その他国産牛肉、アメリカ産牛肉、オーストラリア産牛肉)を仕入れた店舗数での平均であるため、以降の ~ に示す品種別の平均仕入量(当該品種を仕入れた店舗数での平均)の合計値とはならない

(2) 品種別にみる牛肉の仕入形態

和牛肉(図2-7、表2-8)

「専門店」は、仕入量の6割近くが「枝肉」での仕入。「近畿」は、「和牛肉」の仕入量が最も多い地域

「和牛肉」の1店当りの平均仕入量は422.4kgで、そのうち「枝肉」の形態での仕入量が46.3%を占める。「部分肉パーツ」が26.5%、「部分肉セット」が23.4%で、「コンシューマーパック」での仕入はきわめて少ない。

業態別にみると、「専門店」は「枝肉」の仕入量が57.5%と多い。「スーパー」は「部分肉セット」と「部分肉パーツ」がそれぞれ32~34%強、「枝肉」が21.5%を占めているほか、「自社製造コンシューマーパック」での仕入も12.0%と他の業態に比べて多く、多様な仕入形態となっている。「生協・農協」は、「部分肉パーツ」が45.1%と多い。

地域別の平均仕入量をみると、「近畿」のみで1,000kgを超えており、他の地域を大きく引き離している。「近畿」は「枝肉」での仕入が中心であり、6割以上を占めている。また、「関東」以北に比べ「東海」以南の仕入量が多く、「和牛肉」は「東海」以南での消費が多いものとみられる。

図2-7:「和牛肉」の形態別仕入量構成比(10月分)

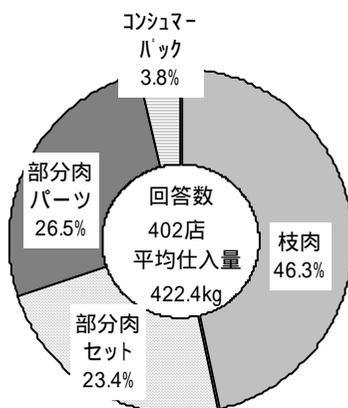


表2-8:業態別・地域別の「和牛肉」の形態別仕入量と構成比(10月分)

	総仕入量 (kg)	平均仕入量 (kg)	回答数 (店)	形態別仕入量構成比					
				枝肉 (%)	部分肉 セット (%)	部分肉 パ-ツ (%)	他社仕入 コンシューマ- パ-ツ (%)	自社製造 コンシューマ- パ-ツ (%)	
総数	169,794	422.4	402	46.3	23.4	26.5	0.4	3.4	
業態別									
専門店	115,702	404.6	286	57.5	19.0	22.2	0.5	0.8	
スーパー	39,557	444.5	89	21.5	34.2	32.3	0.0	12.0	
生協・農協	14,535	538.3	27	24.8	29.1	45.1	0.8	0.3	
地域別									
北海道	1,523	138.4	11	10.8	44.0	45.2	0.0	0.0	
東北	4,846	179.5	27	29.0	25.9	45.1	0.0	0.0	
北陸	4,228	201.4	21	34.5	46.4	19.1	0.0	0.1	
関東	28,899	202.1	143	26.1	36.1	33.4	0.8	3.5	
東海	25,584	412.6	62	49.5	12.2	38.2	0.0	0.1	
近畿	81,844	1,091.3	75	60.6	16.8	19.5	0.0	3.1	
中国	7,113	418.4	17	6.0	55.1	20.6	0.0	18.3	
四国	5,756	411.1	14	51.1	6.9	25.7	2.0	14.2	
九州・沖縄	10,001	312.5	32	24.3	42.5	30.4	2.8	0.0	

平均仕入量は、「和牛肉」を仕入れた店舗の平均値。「枝肉」は部分肉ベース(歩留率70%)で換算

国産乳牛肉(図2-9、表2-10)

「専門店」「生協・農協」は、仕入量の6割前後が「部分肉パーツ」。「スーパー」では、「部分肉セット」の方が多い

「国産乳牛肉」の1店当りの平均仕入量は338.6kgで、そのうち「部分肉パーツ」の形態での仕入量が47.3%、「部分肉セット」が33.4%を占める。「和牛肉」と異なり、「枝肉(11.2%)」での仕入は少ない。「コンシューマーパック」は8.2%である。

業態別にみると、「専門店」「生協・農協」は「部分肉パーツ」の仕入量が多く、それぞれ57.0%、63.9%を占める。「スーパー」は「部分肉セット」が42.3%で最も多く、次いで「部分肉パーツ」が37.3%となっている。また、「自社製造コンシューマーパック」での仕入も12.1%と他の業態に比べて多い。

地域別にみると、全体的に「部分肉セット」または「部分肉パーツ」の比率が高い地域が多くなっている。

図2-9:「国産乳牛肉」の形態別仕入量構成比(10月分)

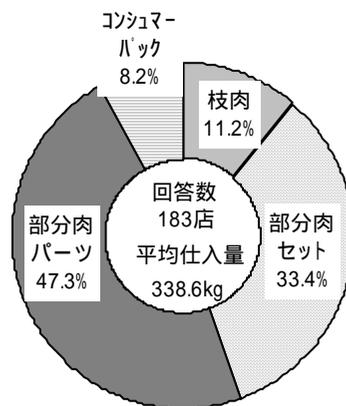


表2-10:業態別・地域別の「国産乳牛肉」の形態別仕入量と構成比(10月分)

	総仕入量 (kg)	平均仕入量 (kg)	回答数 (店)	形態別仕入量構成比				
				枝肉 (%)	部分肉 セット (%)	部分肉 ハーツ (%)	他社仕入 コンシューマー パック (%)	自社製造 コンシューマー パック (%)
総数	61,957	338.6	183	11.2	33.4	47.3	0.8	7.4
業態別								
専門店	12,484	130.0	96	27.7	13.0	57.0	0.7	1.6
スーパー	35,507	530.0	67	8.3	42.3	37.3	0.0	12.1
生協・農協	13,966	698.3	20	3.7	29.0	63.9	2.9	0.6
地域別								
北海道	482	53.6	9	0.0	68.5	27.0	4.6	0.0
東北	1,433	143.3	10	16.1	39.1	44.7	0.0	0.0
北陸	3,042	234.0	13	13.3	46.2	40.5	0.0	0.0
関東	11,491	205.2	56	2.8	54.7	32.9	3.0	6.5
東海	10,036	401.4	25	21.6	3.5	73.7	1.1	0.0
近畿	15,979	551.0	29	7.7	19.9	61.4	0.0	11.0
中国	8,635	507.9	17	25.4	40.9	18.6	0.0	15.1
四国	7,838	712.5	11	0.0	42.4	47.6	0.1	10.0
九州・沖縄	3,020	232.3	13	12.3	56.7	31.0	0.0	0.0

平均仕入量は、「国産乳牛肉」を仕入れた店舗の平均値。「枝肉」は部分肉ベース(歩留率70%)で換算

その他国産牛肉(図2-11、表2-12)

特に「スーパー」で「部分肉パーツ」の仕入量が多い

「その他国産牛肉」の1店当りの平均仕入量は324.9kgで、そのうち「部分肉パーツ」の形態での仕入量が64.6%と多くを占める。「部分肉セット」での仕入量は約2割、「枝肉」が約1割である。

業態別にみると、「専門店」「スーパー」は、「部分肉パーツ」での仕入量が多い。特に「スーパー」では、仕入量の7割以上が「部分肉パーツ」となっている。

地域別にみても、全体的に「部分肉パーツ」の仕入量が多くを占める地域が多い。

図2-11:「その他国産牛肉」の形態別仕入量構成比(10月分)

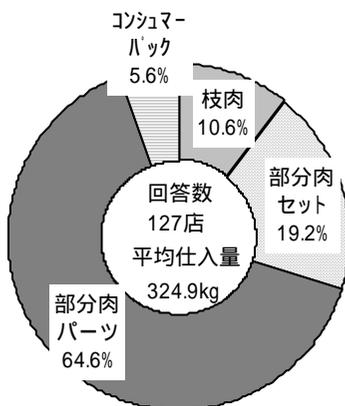


表2-12:業態別・地域別の「その他国産牛肉」の形態別仕入量と構成比(10月分)

	総仕入量 (kg)	平均仕入量 (kg)	回答数 (店)	形態別仕入量構成比				
				枝肉 (%)	部分肉 セット (%)	部分肉 パ-ツ (%)	他社仕入 コンシューマ- パ-ツ (%)	自社製造 コンシューマ- パ-ツ (%)
総数	41,259	324.9	127	10.6	19.2	64.6	4.0	1.6
業態別								
専門店	8,837	130.0	68	9.4	26.3	55.6	7.5	1.1
スーパー	27,918	620.4	45	10.4	14.1	73.7	0.0	1.8
生協・農協	4,504	321.7	14	14.0	36.7	25.5	22.2	1.6
地域別								
北海道	320	64.0	5	0.0	12.5	87.5	0.0	0.0
東北	1,514	168.2	9	24.9	28.9	46.2	0.0	0.0
北陸	1,206	150.8	8	0.0	20.7	21.2	45.6	12.4
関東	11,012	282.4	39	9.5	33.1	44.1	9.1	4.2
東海	3,491	183.7	19	27.7	15.8	55.3	0.1	1.1
近畿	13,943	633.8	22	3.2	10.9	85.2	0.7	0.0
中国	339	113.0	3	20.6	14.7	64.6	0.0	0.0
四国	1,797	179.7	10	18.3	45.6	34.4	0.0	1.7
九州・沖縄	7,637	636.4	12	14.7	8.0	77.2	0.1	0.0

平均仕入量は、「その他国産牛肉」を仕入れた店舗の平均値。「枝肉」は部分肉ベース(歩留率70%)で換算

アメリカ産牛肉(図2-13、表2-14)

「部分肉パーツ」での仕入が中心

「アメリカ産牛肉」の1店当りの平均仕入量は262.5kgで、そのうち「部分肉パーツ」の形態での仕入量が76.0%と多く、他の形態での仕入は少ない。「自社製造コンシューマーパック」と「部分肉セット」の仕入量がそれぞれ約1割を占める。

業態別にみても、すべての業態で仕入量の大半が「部分肉パーツ」となっている。「スーパー」のみで、「自社製造コンシューマーパック」と「部分肉セット」での仕入量が各々1割強を占めているが、他の業態では「部分肉パーツ」以外の仕入は少ない。

地域別にみても、全体的に「部分肉パーツ」での仕入量が多くなっている。

図2-13:「アメリカ産牛肉」の形態別仕入量構成比(10月分)

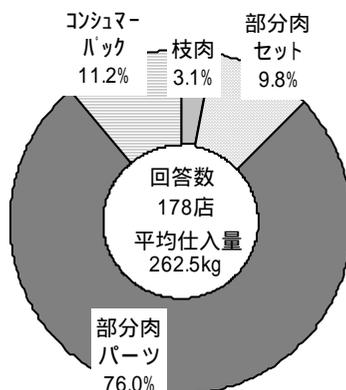


表2-14:業態別・地域別の「アメリカ産牛肉」の形態別仕入量と構成比(10月分)

	総仕入量 (kg)	平均仕入量 (kg)	回答数 (店)	形態別仕入量構成比				
				枝肉 (%)	部分肉 セット (%)	部分肉 パーツ (%)	他社仕入 コンシューマ- パック (%)	自社製造 コンシューマ- パック (%)
総数	46,726	262.5	178	3.1	9.8	76.0	1.1	10.1
業態別								
専門店	7,713	102.8	75	1.7	8.5	86.1	1.7	2.0
スーパー	34,506	426.0	81	3.8	11.4	71.0	0.7	13.1
生協・農協	4,507	204.9	22	0.0	0.0	96.6	3.0	0.4
地域別								
北海道	520	86.7	6	0.0	15.4	84.6	0.0	0.0
東北	5,253	262.7	20	1.7	3.0	93.3	1.9	0.0
北陸	610	87.1	7	0.0	32.8	63.9	0.0	3.3
関東	12,691	215.1	59	2.1	19.2	74.7	3.0	1.0
東海	5,927	247.0	24	1.3	0.3	98.0	0.3	0.1
近畿	9,089	324.6	28	9.7	16.4	56.5	0.1	17.4
中国	2,610	261.0	10	0.0	0.0	34.9	0.0	65.1
四国	3,850	481.3	8	0.0	0.0	71.2	0.0	28.8
九州・沖縄	6,176	386.0	16	2.3	3.2	92.0	0.0	2.5

平均仕入量は、「アメリカ産牛肉」を仕入れた店舗の平均値。「枝肉」は部分肉ベース(歩留率70%)で換算

オーストラリア産牛肉(図2-15、表2-16)

「アメリカ産牛肉」と同様に、「部分肉パーツ」での仕入量が多い

「オーストラリア産牛肉」の1店当りの平均仕入量は220.3kgで、そのうち「部分肉パーツ」の形態での仕入量が約8割を占める。このほか、「自社製造コンシューマパック」での仕入量が約1割となっている。

「アメリカ産牛肉」と同様に、すべての業態で仕入量の大半が「部分肉パーツ」となっている。但し、「スーパー」では、「自社製造コンシューマパック」が17.8%と比較的多い。

地域別にみても、「部分肉パーツ」での仕入が中心である。

図2-15:「オーストラリア産牛肉」の形態別仕入量構成比(10月分)

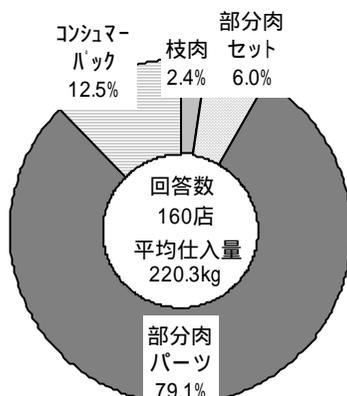


表2-16:業態別・地域別の「オーストラリア産牛肉」の形態別仕入量と構成比(10月分)

	総仕入量 (kg)	平均仕入量 (kg)	回答数 (店)	形態別仕入量構成比				
				枝肉 (%)	部分肉 セット (%)	部分肉 パ-ツ (%)	他社仕入 コンシューマ パ-ツ (%)	自社製造 コンシューマ パ-ツ (%)
総数	35,251	220.3	160	2.4	6.0	79.1	2.3	10.2
業態別								
専門店	9,454	126.1	75	0.0	11.1	81.4	7.5	0.0
スーパー	19,991	298.4	67	4.2	5.3	72.7	0.0	17.8
生協・農協	5,806	322.6	18	0.0	0.0	97.6	1.7	0.7
地域別								
北海道	690	115.0	6	0.0	43.5	56.5	0.0	0.0
東北	1,119	93.3	12	11.3	3.6	85.2	0.0	0.0
北陸	211	42.2	5	0.0	4.7	62.1	0.0	33.2
関東	10,876	181.3	60	1.2	5.2	87.7	2.8	3.1
東海	5,444	259.2	21	0.6	0.2	98.7	0.1	0.4
近畿	9,559	318.6	30	5.2	10.3	64.7	5.2	14.6
中国	2,802	467.0	6	0.0	0.0	62.5	0.0	37.5
四国	1,572	262.0	6	0.0	0.0	54.2	0.0	45.8
九州・沖縄	2,978	212.7	14	1.9	6.7	91.4	0.0	0.0

平均仕入量は、「オーストラリア産牛肉」を仕入れた店舗の平均値。「枝肉」は部分肉ベース(歩留率70%)で換算

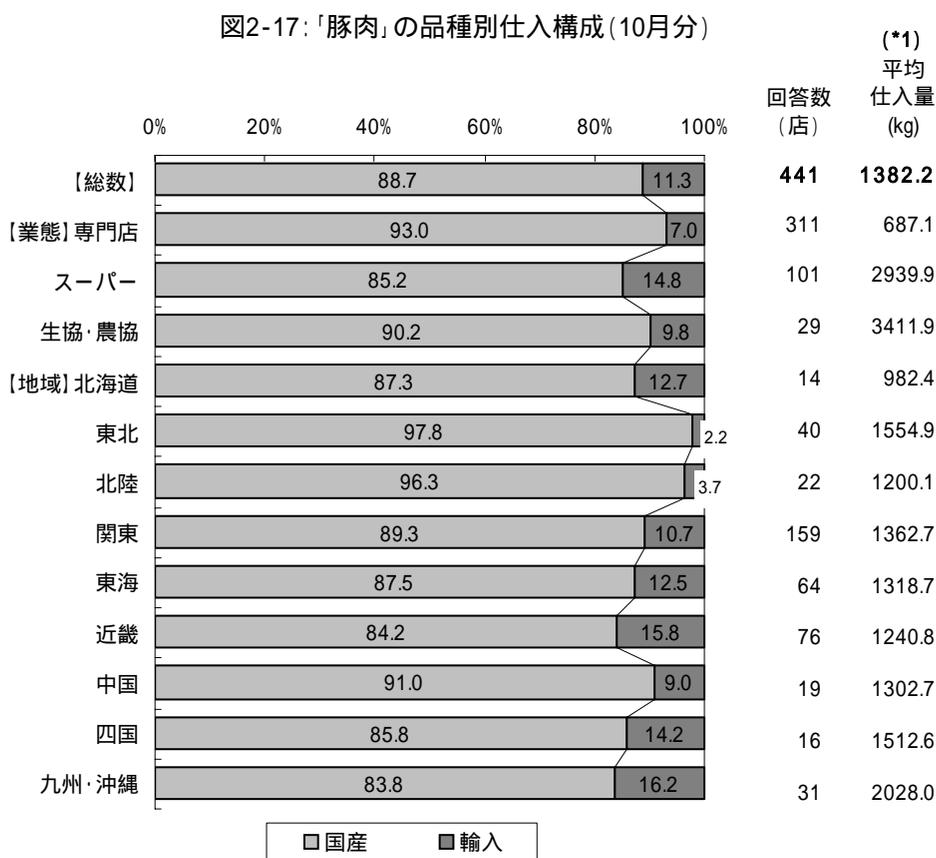
3. 豚肉の仕入構成と仕入量(10月分)

(1) 豚肉の品種別仕入構成

「国産豚肉」が中心であるが、他の業態に比べると「スーパー」で「輸入豚肉」の比率がやや高い

豚肉の品種別仕入構成は、図2-17に示した通りで、「国産豚肉」が88.7%、「輸入豚肉」が11.3%を占める。

業態別・地域別にみても、「国産豚肉」が大半を占めているが、3業態の中では「スーパー」で「輸入豚肉」の比率が14.8%とやや高くなっている。



Nはそれぞれの合計仕入量(kg)

(*1)平均仕入量は、豚肉品種のいずれか(国産豚肉、輸入豚肉)を仕入れた店舗数での平均であるため、以降の ~ に示す品種別の平均仕入量(当該品種を仕入れた店舗数での平均)の合計値とはならない

(2) 品種別にみる豚肉の仕入形態

国産豚肉(図2-18、表2-19)

「専門店」は「枝肉」、「スーパー」では「部分肉セット」、「生協・農協」では「部分肉パーツ」の仕入量が最も多い

「国産豚肉」の1店当りの平均仕入量は1,235.0kgで、そのうち「部分肉パーツ」が35.8%、「部分肉セット」が30.8%が多い。「枝肉」の仕入量は20.7%、「コンシューマーパック」は12.7%である。

業態別にみると、「専門店」は「枝肉」の仕入量が38.3%で最も多く、次いで「部分肉パーツ」が32.8%を占める。「スーパー」は「部分肉セット」での仕入量が約4割、「部分肉パーツ」が約3割である。「生協・農協」は、「部分肉パーツ」が6割以上と多い。

地域別にみると、「部分肉セット」または「部分肉パーツ」の比率が高い地域が多いが、「関東」では「枝肉」が30.9%、「部分肉セット」が31.0%、「部分肉パーツ」が24.9%を占め、多様な仕入形態となっている。「他社仕入コンシューマーパック」についても、「関東」は8.4%と他の地域に比べて多い。

図2-18:「国産豚肉」の形態別仕入量構成比(10月分)

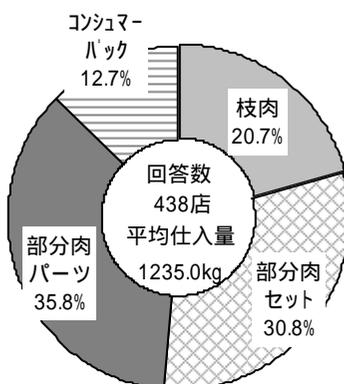


表2-19:業態別・地域別の「国産豚肉」の形態別仕入量と構成比(10月分)

	総仕入量 (kg)	平均仕入量 (kg)	回答数 (店)	形態別仕入量構成比				
				枝肉 (%)	部分肉 セット (%)	部分肉 パーツ (%)	他社仕入 コンシューマ ーパック (%)	自社製造 コンシューマ ーパック (%)
総数	540,930	1,235.0	438	20.7	30.8	35.8	3.7	9.0
業態別								
専門店	198,686	638.9	311	38.3	26.7	32.8	2.2	0.0
スーパー	252,948	2,555.0	99	11.5	39.6	29.6	0.2	19.0
生協・農協	89,296	3,189.1	28	7.5	14.9	60.3	16.9	0.4
地域別								
北海道	12,013	858.1	14	0.0	66.1	33.9	0.0	0.0
東北	60,853	1,521.3	40	25.1	26.5	48.4	0.0	0.0
北陸	25,414	1,155.2	22	12.5	61.8	18.8	2.2	4.7
関東	193,473	1,224.5	158	30.9	31.0	24.9	8.4	4.9
東海	73,813	1,153.3	64	27.9	23.1	48.4	0.2	0.4
近畿	79,397	1,058.6	75	8.4	11.4	48.5	3.1	28.6
中国	22,528	1,185.7	19	3.2	26.8	30.9	0.0	39.1
四国	20,777	1,298.6	16	8.4	2.0	63.1	2.9	23.5
九州・沖縄	52,662	1,755.4	30	7.7	65.3	24.9	0.0	2.1

平均仕入量は、「国産豚肉」を仕入れた店舗の平均値。「枝肉」は部分肉ベース(歩留率70%)で換算

輸入豚肉(図2-20、表2-21)

「輸入牛肉」と同様、「部分肉パーツ」での仕入が中心

「輸入豚肉」の1店当りの平均仕入量は434.3kgで、そのうち「部分肉パーツ」での仕入量が68.3%と最も多くを占める。「コンシューマーパック」は15.1%、「部分肉セット」は12.9%で、「枝肉」は3.6%と少ない。

業態別にみると、すべての業態で「部分肉パーツ」の仕入量が最も多い。その中で「スーパー」は「自社製造コンシューマーパック」が16.0%と比較的多くを占めている。

地域別でも、「部分肉パーツ」の仕入量が大半を占める地域が多い。但し、「国産豚肉」と同様に、「関東」では「枝肉」や「他社仕入コンシューマーパック」が比較的多くなっており、他の地域と比べると多様な形態での仕入となっている。

図2-20:「輸入豚肉」の形態別仕入量構成比(10月分)

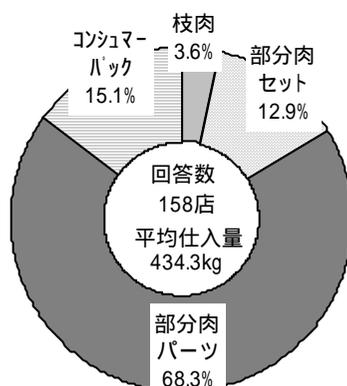


表2-21:業態別・地域別の「輸入豚肉」の形態別仕入量と構成比(10月分)

	総仕入量 (kg)	平均仕入量 (kg)	回答数 (店)	形態別仕入量構成比				
				枝肉 (%)	部分肉 セット (%)	部分肉 パーツ (%)	他社仕入 コンシューマ ーパック (%)	自社製造 コンシューマ ーパック (%)
総数	68,614	434.3	158	3.6	12.9	68.3	4.8	10.3
業態別								
専門店	14,989	227.1	66	6.1	18.5	73.4	2.0	0.0
スーパー	43,977	578.6	76	3.6	13.9	66.5	0.0	16.0
生協・農協	9,648	603.0	16	0.0	0.0	68.8	31.1	0.1
地域別								
北海道	1,740	290.0	6	0.0	23.0	77.0	0.0	0.0
東北	1,342	149.1	9	0.0	8.3	91.7	0.0	0.0
北陸	989	123.6	8	0.0	15.2	64.6	0.0	20.2
関東	23,203	400.1	58	6.3	14.5	66.1	12.9	0.1
東海	10,581	440.9	24	0.7	1.9	97.4	0.0	0.0
近畿	14,905	596.2	25	6.3	3.4	62.7	2.0	25.6
中国	2,223	317.6	7	0.0	2.2	12.3	0.0	85.5
四国	3,425	380.6	9	0.4	0.0	67.3	0.0	32.3
九州・沖縄	10,206	850.5	12	0.0	40.2	59.8	0.0	0.0

平均仕入量は、「輸入豚肉」を仕入れた店舗の平均値。「枝肉」は部分肉ベース(歩留率70%)で換算

4. 鶏肉の仕入構成と仕入量(10月分)

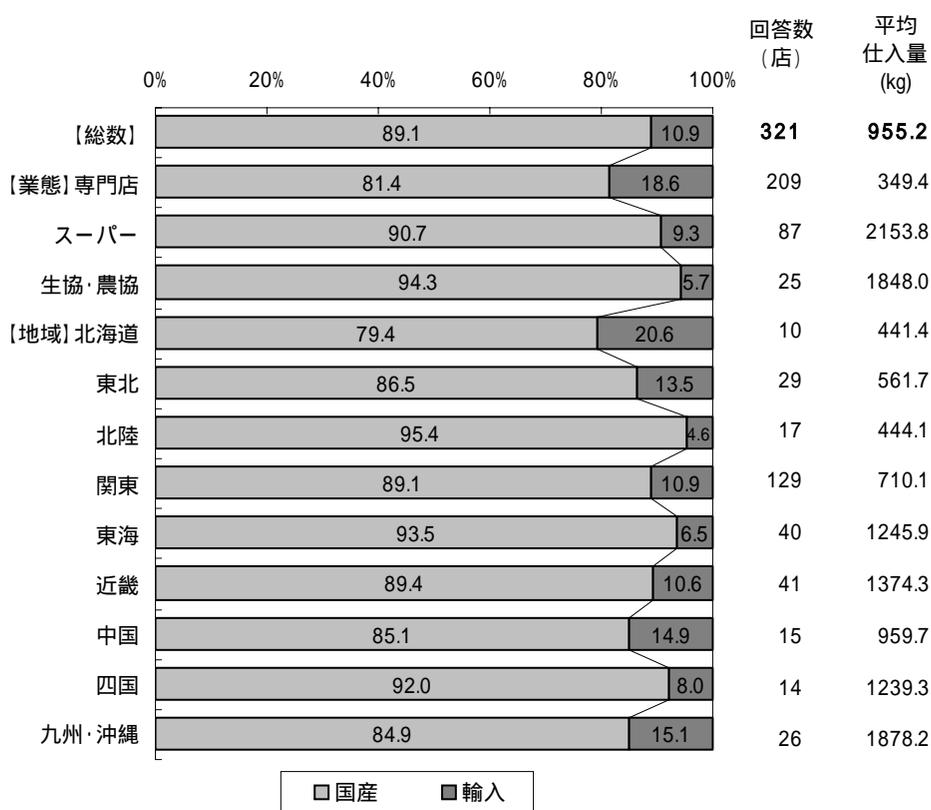
(1) 鶏肉の品種別仕入構成

「輸入鶏肉」は少なく、「国産鶏肉」が9割を占める。3業態の中では、「専門店」で「輸入鶏肉」の比率がやや高い

鶏肉の品種別仕入構成は、**図2-22**に示した通りで、「国産鶏肉」が約9割を占める。

業態別・地域別にみても、「国産鶏肉」が大半を占めているが、「専門店」は他の業態に比べると「輸入鶏肉」の比率が高く、18.6%を占めている。

図2-22:「鶏肉」の品種別仕入構成(10月分)



Nはそれぞれの合計仕入量(kg)