

---

---

## 第 1 章 食肉の小売動向

---

---

ここでは食肉の売上高、種類別売上構成、売上動向（前年対比）、部位別の売上動向についてみることにする。なお、小売価格については第 3 章を参照のこと。

### 1 精肉部門の売上高

#### (1) 精肉部門の売上高

平成 14 年 12 月の 1 カ月間における小売店 1 店舗当たりの精肉部門の売上高についてみると、「1,000 ～ 1,999 万円」の割合が 46.9 % と最も高く、次いで「2,000 ～ 2,999 万円」が 25.3 % とこれら 2 つで 72.2 % となっている。以下、「500 ～ 999 万円」が 13.2 %、「500 万円未満」が 9.3 %、「3,000 万円以上」が 5.4 % となっている。

業態別にみると、専門店（小売部門とし、卸売部門は含まない）では「500 万円未満」が 59.3 % を占める。スーパーでは「1,000 ～ 1,999 万円」が 49.5 % で最も高く、次いで「2,000 ～ 2,999 万円」が 31.3 % とこれら 2 つで 80.8 % となっている。生協（生協ストア、以下同じ）では「1,000 ～ 1,999 万円」が 64.5 % と最も高く、2,000 万円以上は 0.2 % に止まっている。このように業態による精肉の売上高規模に格差がみられる。

次に全国を 6 区分した地域別でみると、「中国・四国」では「2,000 ～ 2,999 万円」の割合が比較的高くなっている。

表1 - 1 精肉部門の売上高（1店舗・1カ月当たり）

	回 答 店 舗 数	計	500万円	500～999	1,000～	2,000～	3,000万円	
	企 業 数		未 満	万 円	1,999万円	2,999万円	以 上	
	社 店	%	%	%	%	%	%	
計	626	4,674	100.0	9.3	13.2	46.9	25.3	5.4
業態別								
専門店	488	585	100.0	59.3	15.7	18.5	4.8	1.7
スーパー	123	3,686	100.0	0.9	11.8	49.5	31.3	6.6
生協	15	403	100.0	13.4	21.8	64.5	0.2	0.0
地域別								
北海道・東北	68	567	100.0	9.5	31.9	40.2	18.0	0.4
関東・東山	176	1,831	100.0	9.9	3.3	51.3	22.5	12.9
北陸・東海	107	675	100.0	8.0	13.9	41.6	35.7	0.7
近畿	117	899	100.0	6.2	10.8	53.8	28.8	0.3
中国・四国	91	372	100.0	12.9	18.8	26.3	40.3	1.6
九州	67	330	100.0	12.1	33.9	48.5	5.5	-

## (2) 精肉部門の売上構成

1店舗当たりの精肉部門の売上金額構成は図1 - 1に示したとおりである。牛肉が26.9%（前回20.0%）と最も高く、次いで、豚肉が26.5%（前回31.0%）、食肉加工品が19.2%（前回20.4%）、鶏肉が16.8%（前回17.2%）と続いており、食肉総菜が4.9%（前回5.6%）、その他の肉が4.0%（前回4.1%）、内臓が1.8%（前回1.7%）となっている。

また、図1 - 2は売上構成比の推移を示したものである。調査対象の業態構成等にはばらつきがあるので留意していただきたい。過去からの推移をみると、牛肉はBSE発生直後の前々調査より上昇しており、それ以前の水準には戻りつつある。

図 1 - 1 精肉部門の売上構成

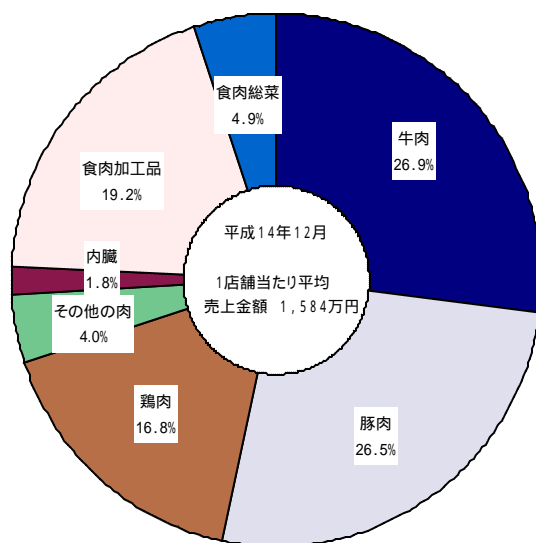
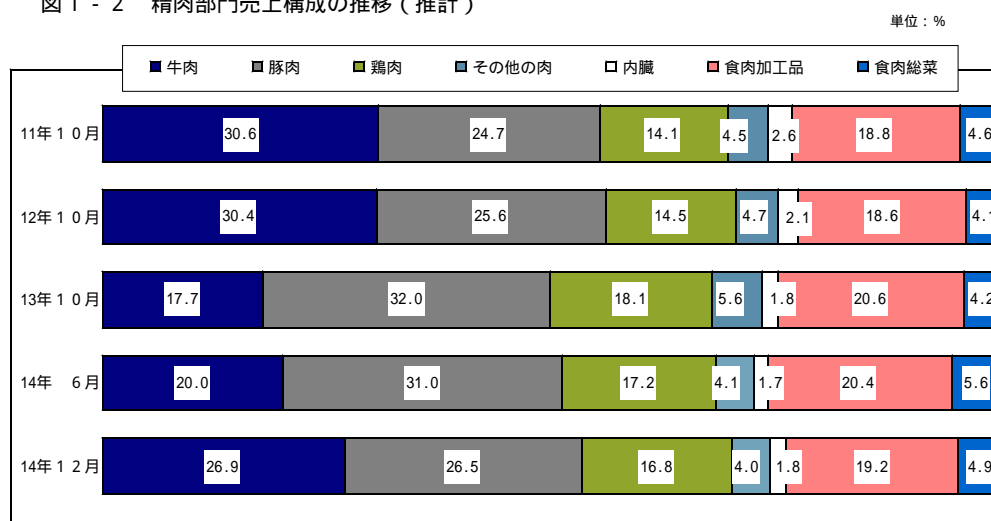


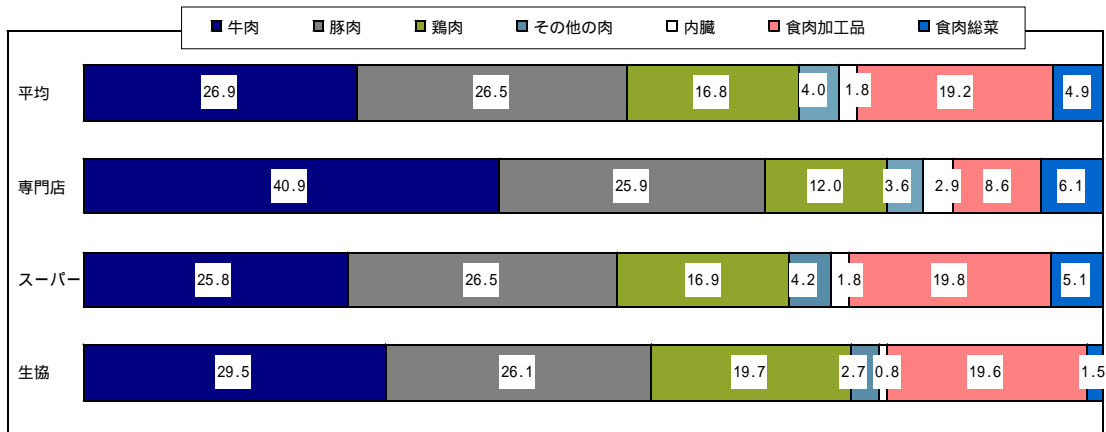
図 1 - 2 精肉部門売上構成の推移 (推計)



業態別でみると、専門店では牛肉、食肉総菜が他業態と比べて高く、鶏肉、食肉加工品が低い。スーパーでは専門店との比較では、食肉加工品の割合が高い。生協ではスーパーと類似した傾向となっているが、食肉総菜は低い(図1-3)。

図1-3 業態別にみた精肉部門の売上構成

単位：%



次に、売上高規模別にみると「500万円未満」の小規模層では牛肉、豚肉の割合が比較的高く、食肉加工品は低くなっている。

地域別では牛肉は西日本で高く、東日本では低い傾向がみられ、豚肉では逆の傾向がみられる（表1-2）。

表1-2 精肉部門の売上構成（1店舗当たり）

	回答 企業数	店舗数 社 店	売上高 万円	計 %	牛肉 %	豚肉 %	鶏肉 %	その他の 肉 %	内臓 %	食肉 加工品 %	食肉総菜 %
計	626	4,674	1,584	100.0	26.9	26.5	16.8	4.0	1.8	19.2	4.9
業態別											
専門店	488	585	699	100.0	40.9	25.9	12.0	3.6	2.9	8.6	6.1
スーパー	123	3,686	1,765	100.0	25.8	26.5	16.9	4.2	1.8	19.8	5.1
生協	15	403	1,221	100.0	29.5	26.1	19.7	2.7	0.8	19.6	1.5
売上高規模別											
500万円未満	342	433	289	100.0	33.0	34.1	14.3	3.6	1.9	6.6	6.5
500～999万円	115	615	750	100.0	25.7	27.4	16.5	6.5	2.4	17.6	3.9
1000～1999万円	122	2,191	1,439	100.0	27.7	26.4	17.8	4.8	1.6	18.2	3.5
2000～2999万円	34	1,182	2,353	100.0	27.7	25.0	16.2	3.6	1.7	19.1	6.8
3000万円以上	13	253	3,500	100.0	21.2	30.0	15.5	1.1	2.2	25.4	4.5
地域別											
北海道・東北	68	567	1,301	100.0	17.8	26.6	15.4	10.0	2.3	23.0	4.8
関東・東山	176	1,831	1,777	100.0	24.5	29.6	18.2	3.7	1.5	17.6	4.9
北陸・東海	107	675	1,507	100.0	25.0	29.3	13.1	3.1	2.1	18.7	8.7
近畿	117	899	1,606	100.0	34.4	21.2	16.5	3.5	1.6	19.5	3.3
中国・四国	91	372	1,528	100.0	37.0	18.9	15.0	2.8	1.2	20.9	4.2
九州	67	330	1,165	100.0	26.2	23.0	21.1	1.7	3.2	21.9	2.8

## 2 食肉の売上動向（対前年比）

食肉小売店における牛肉、豚肉、鶏肉、食肉加工品、食肉総菜の売上は前年と比べてどのような変化があったのだろうか。増減度合いを5段階に分けて調査した。

### (1)牛肉

牛肉については和牛肉、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の5つに分類して調査した（表1 - 3、図1 - 4）。

#### 和牛肉

食肉小売店全体では、和牛肉の売上は前年と比べて「増えた」が69.1%（前回17.7%）、「やや増えた」が16.9%（前回7.5%）で合計86.0%が増加と回答しており、BSE発生の影響が薄らぎつつあることが伺える。

業態別でみると、専門店では「増えた」が他の業態と比べて低い。

#### 乳牛肉

食肉小売店全体では、乳牛肉の売上は前年と比べて「増えた」が64.2%（前回3.7%）、「やや増えた」が25.7%（前回8.1%）で合計89.9%が増加と回答している。

業態別にみると、専門小売店では「増えた」が他の業態と比べて低い。

#### その他国産牛肉

食肉小売店全体では、その他国産牛肉の売上は前年と比べて「増えた」が70.5%（前回22.7%）、「かわらない」が14.6%（前回19.7%）、「やや増えた」が11.8%（前回8.0%）とややばらついているが、ほとんどが増加と回答している。

業態別にみると、専門小売店では「増えた」が他の業態と比べて低い。

#### アメリカ産牛肉

食肉小売店全体では、アメリカ産牛肉の売上は前年と比べて「増えた」が40.2%（前回3.7%）、「かわらない」が23.8%（前回19.3%）、「やや増えた」が21.5%とややばらついているが、半数以上が増加と回答している。

業態別にみると、専門小売店では「増えた」が他の業態と比べて低い。

## オーストラリア産牛肉

食肉小売店全体では、オーストラリア産牛肉の売上は前年と比べて「増えた」が45.3%（前回14.3%）、「やや増えた」が22.6%（前回19.6%）で合計67.9%が増加との回答であった。

業態別にみると、専門小売店では「増えた」が他の業態と比べて低い。

図1 - 4 牛肉の売上動向（前年対比）

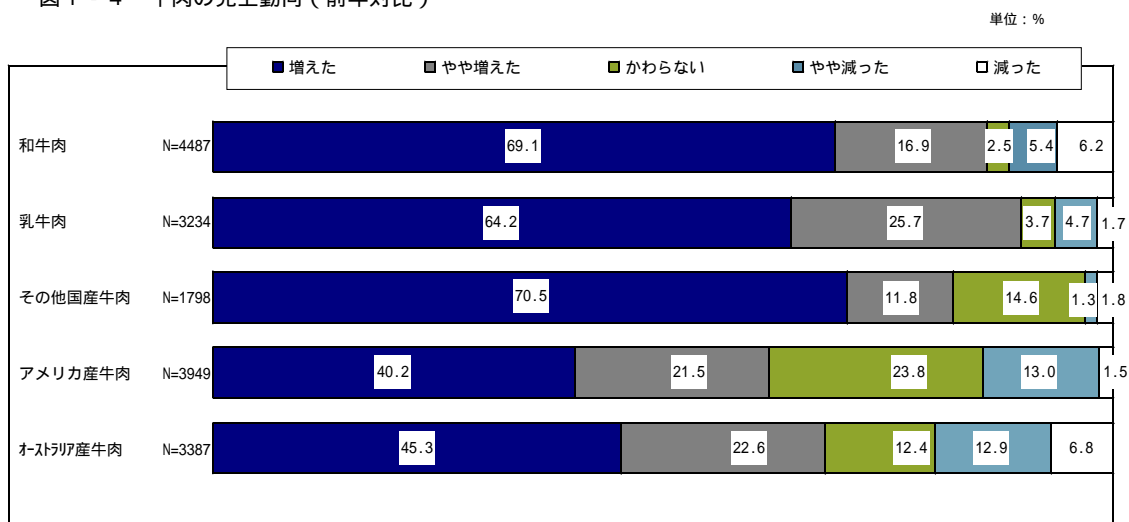


表1 - 3 牛肉の売上動向（前年対比）

	回 答 店 舗 数	計	増えた	やや増	かわら	やや減	減った	
	企 業 数	%	%	えた	ない	った	%	
	社 店			%	%	%		
和牛肉	564	4,558	100.0	69.1	16.9	2.5	5.4	6.2
専門店	430	522	100.0	29.1	27.8	18.0	14.8	10.3
スーパー	119	3,633	100.0	72.3	17.3	0.5	4.2	5.8
生協	15	403	100.0	92.1	-	-	3.7	4.2
乳牛肉	201	3,272	100.0	64.2	25.7	3.7	4.7	1.7
専門店	104	169	100.0	8.9	42.6	27.8	11.2	9.5
スーパー	82	2,700	100.0	67.4	24.6	1.5	5.0	1.4
生協	15	403	100.0	65.8	25.8	8.4	-	-
その他国産牛肉	149	2,324	100.0	70.5	11.8	14.6	1.3	1.8
専門店	85	132	100.0	37.1	18.9	19.7	16.7	7.6
スーパー	57	1,867	100.0	72.3	12.5	13.1	0.5	1.7
生協	7	325	100.0	73.8	5.2	20.9	0.0	0.0
アメリカ産牛肉	227	3,938	100.0	40.2	21.5	23.8	13.0	1.5
専門店	116	187	100.0	8.6	24.6	41.7	17.6	7.5
スーパー	97	3,363	100.0	44.1	18.0	22.9	14.2	0.9
生協	14	388	100.0	21.6	51.0	22.9	-	4.4
オーストラリア産牛肉	208	3,756	100.0	45.3	22.6	12.4	12.9	6.8
専門店	104	178	100.0	6.2	19.1	28.7	34.8	11.2
スーパー	91	3,177	100.0	50.6	22.1	12.6	12.8	2.0
生協	13	401	100.0	20.7	28.4	4.2	3.7	42.9

## (2) 豚肉

豚肉は黒豚肉、SPF豚肉、銘柄豚肉、その他国産豚肉、輸入豚肉の5つに分類して調査した(表1-4、図1-5)。

### 黒豚肉

食肉小売店全体では、黒豚肉の売上は前年と比べて「かわらない」が28.4%(前回18.7%)、「やや減った」25.3%(前回3.9%)で総じて減少傾向となっている。

業態別でみると、専門店・スーパーは減少傾向、生協は現状維持傾向であった。

### SPF豚肉

食肉小売店全体では、SPF豚肉の売上は前年と比べて「かわらない」が40.0%(前回18.0%)、「やや減った」が28.2%(前回3.0%)で総じて微減傾向となっている。

業態別にみると、特に生協では微減傾向が顕著であった。

### 銘柄豚肉

ここでいう銘柄豚肉の定義は回答者に委ねたものである。

食肉小売店全体では、銘柄豚肉の売上は前年と比べて「やや減った」が28.4%(前回1.8%)、「かわらない」が24.6%(前回11.7%)で総じて微減傾向となっている。

業態別にみると、特に生協では微減傾向が顕著であった。

### その他国産豚肉

食肉小売店全体では、その他国産豚肉の売上は前年と比べて「やや減った」が33.8%(前回3.7%)と最も高いものの、「やや増えた」も29.9%(前回42.0%)あり、傾向にばらつきが見受けられる。

業態別にみると専門店は横ばい、スーパーは微増か微減、生協は微減傾向となっている。

### 輸入豚肉

食肉小売店全体では、輸入豚肉の売上は前年と比べて「やや減った」が38.7%(前回3.7%)、「増えた」が19.1%(前回52.6%)とばらつきがみられる。

業態別にみると専門店・生協は減少傾向、スーパーは微減傾向となっている。



図 1 - 5 豚肉の売上動向（前年対比）

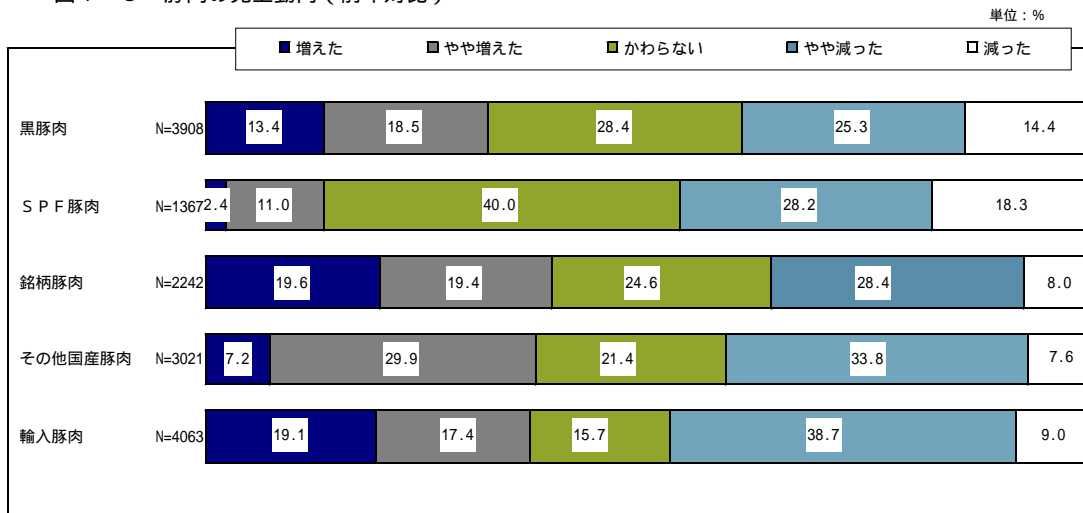


表 1 - 4 豚肉の売上動向（前年対比）

	回答 企業数	店舗数 店	計 %	増えた %	やや増 えた %	かわら ない %	やや減 った %	減った %
黒豚肉	167	3,837	100.0	13.4	18.5	28.4	25.3	14.4
専門店	65	104	100.0	13.5	15.4	26.0	7.7	37.5
スーパー	92	3,374	100.0	14.5	19.0	23.8	28.0	14.6
生協	10	359	100.0	2.5	14.8	72.4	4.5	5.8
S P F 豚肉	152	1,534	100.0	2.4	11.0	40.0	28.2	18.3
専門店	103	152	100.0	5.3	13.8	39.5	15.1	26.3
スーパー	46	1,159	100.0	2.5	12.7	42.0	22.0	20.8
生協	3	223	100.0	-	0.4	30.0	69.5	-
銘柄豚肉	214	2,354	100.0	19.6	19.4	24.6	28.4	8.0
専門店	139	188	100.0	7.4	20.2	41.0	12.2	19.1
スーパー	68	1,879	100.0	23.4	20.5	23.2	24.7	8.1
生協	7	287	100.0	2.4	11.5	23.3	62.7	-
その他国産豚肉	270	3,523	100.0	7.2	29.9	21.4	33.8	7.6
専門店	178	227	100.0	3.1	14.5	45.8	29.5	7.0
スーパー	80	2,930	100.0	8.4	33.1	18.8	32.0	7.7
生協	12	366	100.0	0.5	14.5	27.0	50.5	7.4
輸入豚肉	208	3,995	100.0	19.1	17.4	15.7	38.7	9.0
専門店	99	175	100.0	2.3	12.0	37.1	36.6	12.0
スーパー	99	3,471	100.0	21.9	17.5	13.6	38.1	8.8
生協	10	349	100.0	-	19.2	26.1	45.8	8.9

### (3)鶏肉

食肉小売店全体では、鶏肉の売上は前年と比べて「やや減った」が 41.2 % (前回 2.9 %)、「やや増えた」が 29.6 % (前回 33.8 %) とばらつきがみられる。

業態別にみると専門店では横ばい、スーパーでは微減、生協では微増という回答が多い(表 1 - 5、図 1 - 6)。

### (4)食肉加工品

食肉小売店全体では、食肉加工品の売上は前年と比べて「かわらない」が 37.1 % (前回 27.1 %)、「やや減った」が 26.1 % (前回 14.0 %)、「やや増えた」が 22.6 % とばらついている。

業態別についてみると専門店・生協では微減傾向、スーパーは微増傾向と業態により差異がみられる(表 1 - 5、図 1 - 6)。

### (5)食肉総菜

ここでいう食肉総菜とは、食肉を主原料とした総菜のことで、半調理済み品や下ごしらえした食肉を含むが定義は回答者に委ねたものである。

食肉小売店全体では、食肉総菜の売上は前年と比べて「かわらない」が 39.2 % (前回 29.8 %)、「やや増えた」が 29.1 % (前回 40.4 %) と総じて微増傾向であった。

業態別にみると専門店・スーパーは横ばい傾向、生協では微減傾向となっている(表 1 - 5、図 1 - 6)。

図 1 - 6 鶏肉、食肉加工品、食肉総菜の売上動向（前年対比）

単位：%

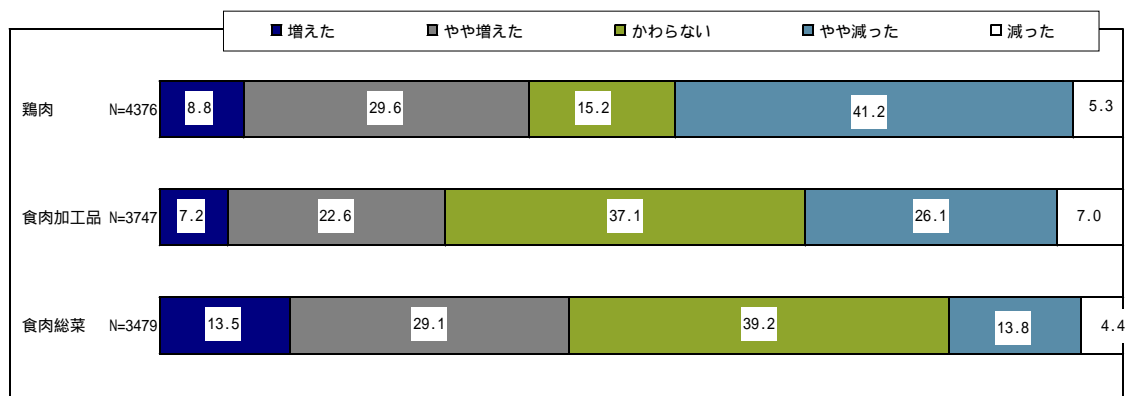


表 1 - 5 鶏肉、食肉加工品、食肉総菜の売上動向（前年対比）

	回答		計	増えた	やや増	かわら	やや減	減った
	企業数	店舗数						
鶏肉	437	4,108	100.0	8.8	29.6	15.2	41.2	5.3
専門店	309	391	100.0	3.6	15.3	45.5	28.1	7.4
スーパー	114	3,469	100.0	9.7	29.3	10.7	45.4	4.8
生協	14	248	100.0	3.2	54.8	31.0	2.4	8.5
食肉加工品	382	3,846	100.0	7.2	22.6	37.1	26.1	7.0
専門店	258	340	100.0	2.4	10.0	33.2	30.3	24.1
スーパー	110	3,258	100.0	8.2	22.4	37.3	27.4	4.7
生協	14	248	100.0	0.4	42.7	40.3	2.8	13.7
食肉総菜	362	3,765	100.0	13.5	29.1	39.2	13.8	4.4
専門店	261	335	100.0	9.3	20.3	49.6	11.9	9.0
スーパー	95	3,129	100.0	15.2	31.2	39.1	10.2	4.3
生協	6	301	100.0	0.0	17.6	29.2	53.2	-

### 3 部位別の売上動向

この項では食肉小売店における食肉の種類別に売れ行きの良い部位を重量ベースで調査したものである。

#### (1)牛肉

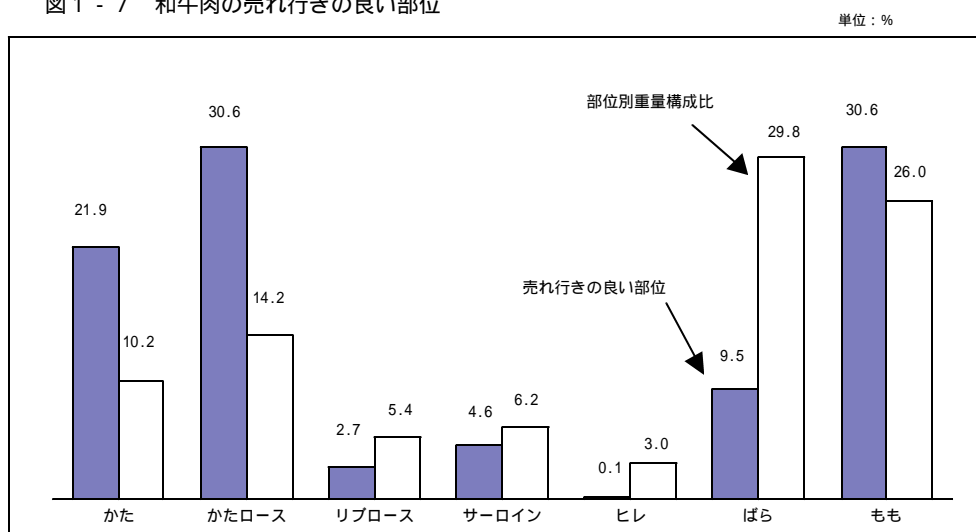
牛肉の部位は、かた、かたロース、リブロース、サーロイン、ヒレ、ばら、ももの7部位に分類して調査した。なお、売れ行きの良い部位(表1-6)は図1-7から図1-9(最も売れ行きの良い部位と次に売れ行きの良い部位を合算して構成比を算出)に示した。

#### 和牛肉

和牛肉では、売れ行きの良い部位は「もも」及び「かたロース」がともに30.6%(前回「もも」は30.0%、「かたロース」は25.0%)と最も高く、次いで「かた」が21.9%(前回15.4%)、「ばら」が9.5%(前回20.9%)となっており、以下「サーロイン」、「リブロース」、「ヒレ」の順であった(図1-7)。夏場には焼肉需要としての「ばら」の割合が高かったが、12月は低下している。

社団法人食品需給研究センター「国産牛肉販売実態調査報告書」による1頭当たり部位別重量構成比と比べて「かた」、「かたロース」、「もも」の割合が高くなっており、用途が広い部位が多いことがわかる。

図1-7 和牛肉の売れ行きの良い部位



注1：グラフの左側の売れ行きの良い部位は最も売れ行きの良い部位と次に売れ行きのよい部位を合算して構成比を算出。  
 注2：グラフの右側は和牛のフルセット部位別重量構成比である ( (社)食品需給研究センター「国産牛肉販売実態調査報告書」)  
 注3：ばらはともばら、かたばらの計、ももはうちもも、しんたま、らんいち、そとももの計とした

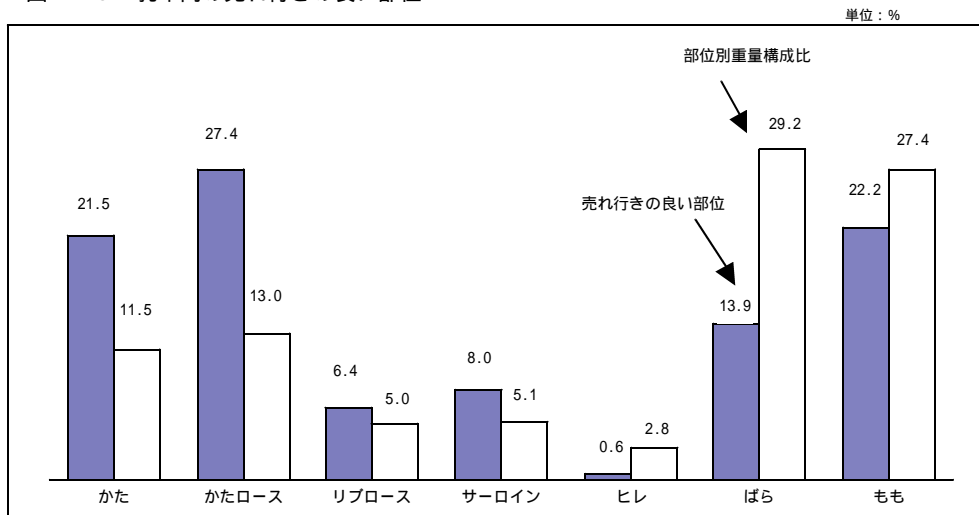
## 乳牛肉

乳牛肉の売れ行きの良い部位については図1 - 8に示した。

乳牛肉では、売れ行きの良い部位は「かたロース」が27.4%（前回16.6%）と最も高く、次いで「もも」が22.2%（前回27.7%）、「かた」が21.5%（前回17.3%）となっている。以下「ばら」、「サーロイン」、「リブロース」、「ヒレ」の順であった（図1 - 8）。和牛肉同様に「かたロース」の割合が比較的高い。

社団法人食品需給研究センター「国産牛肉販売実態調査報告書」による1頭当たり部位別重量構成比と比べて「かた」、「かたロース」、「リブロース」、「サーロイン」の割合が高くなっている。

図1 - 8 乳牛肉の売れ行きの良い部位



- 注1：グラフの左側の売れ行きの良い部位は最も売れ行きの良い部位と次に売れ行きの良い部位を合算して構成比を算出。  
注2：グラフの右側は和牛のフルセット部位別重量構成比である（（社）食品需給研究センター「国産牛肉販売実態調査報告書」）  
注3：ばらはともばら、かたばらの計、ももはうちもも、しんたま、らんいち、そとももの計とした

## 輸入牛肉

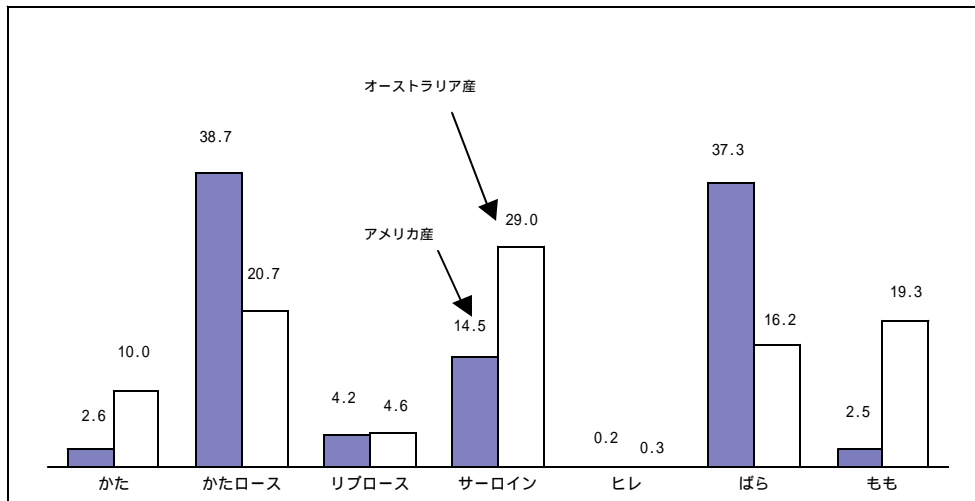
輸入牛肉の売れ行きの良い部位については図1 - 9に示した。

アメリカ産牛肉についてみると、売れ行きの良い部位は「かたロース」が38.7%（前回29.9%）と最も高く、次いで「ばら」が37.3%（前回50.5%）、「サーロイン」が14.5%（前回13.3%）等となっている。アメリカ産牛肉はパーツで輸入されることから売れ行きは需要の高いパーツに集中する傾向にある。業態別にみると、専門店は「ばら」「かたロース」に加えロイン系が比較的高い。スーパーでは「かたロース」と「ばら」、生協では「サーロイン」の割合が高い（表1 - 6）。

オーストラリア産牛肉についてみると、売れ行きの良い部位は「サーロイン」が29.0%（前回31.8%）で最も高く、次いで「かたロース」が20.7%（前回12.5%）、「もも」が19.3%（前回21.0%）、「ばら」が16.2%（前回15.2%）、「かた」が10.0%（前回9.6%）等となっている。オーストラリア産はアメリカ産ほど特定の部位に偏りはみられない。業態別にみると、専門店及び生協では「もも」、スーパーでは「サーロイン」の割合が高い。

図1 - 9 輸入牛肉の売れ行きの良い部位

単位：%



注1：グラフの左側はアメリカ産、右側はオーストラリア産を示す。

注2：売れ行きの良い部位は最も売れ行きの良い部位と次に売れ行きの良い部位を合算して構成比を算出。

表1 - 6 牛肉の売れ行きの良い部位

	回答 企業数	店舗数 社 店	計 店	かた 店	かた コース 店	リブ コース 店	サー ロイン 店	ヒレ 店	ばら 店	もも 店
最も売れ行きの良い部位										
和牛肉	553	4,501	4,501	916	1,751	29	52	3	241	1,509
専門店	420	509	509	77	176	29	26	3	24	174
スーパー	119	3,612	3,612	822	1,312	-	26	-	200	1,252
生協	14	380	380	17	263	-	-	-	17	83
乳牛肉	193	3,238	3,238	613	1,422	241	29	1	339	591
専門店	97	145	145	20	50	6	8	1	16	42
スーパー	81	2,690	2,690	532	1,278	63	21	-	268	528
生協	15	403	403	61	94	172	-	-	55	21
その他国産牛肉	130	2,197	2,197	264	976	69	26	5	313	544
専門店	73	123	123	7	36	8	3	5	42	22
スーパー	50	1,765	1,765	203	873	61	23	-	255	350
生協	7	309	309	54	67	-	-	-	16	172
アメリカ産牛肉	214	3,815	3,815	64	2,035	10	467	10	1,196	33
専門店	107	174	174	25	41	10	17	10	66	5
スーパー	97	3,312	3,312	39	1,987	-	228	-	1,031	27
生協	10	329	329	-	7	-	222	-	99	1
オーストラリア産牛肉	204	3,703	3,703	444	393	109	1,450	11	596	700
専門店	104	178	178	23	28	11	40	11	18	47
スーパー	88	3,139	3,139	398	323	98	1,283	-	556	481
生協	12	386	386	23	42	-	127	-	22	172
次に売れ行きの良い部位										
和牛肉	460	4,140	4,140	978	895	204	344	4	576	1,139
専門店	337	408	408	53	83	52	50	8	50	83
スーパー	109	3,329	3,329	350	888	21	408	-	1,053	773
生協	14	403	403	70	125	-	-	-	25	7
乳牛肉	137	2,868	2,868	702	249	151	457	35	509	765
専門店	52	98	98	8	16	5	7	8	45	9
スーパー	71	2,368	2,368	667	201	146	221	27	406	700
生協	14	402	402	27	32	-	229	-	58	56
その他国産牛肉	92	1,872	1,872	552	300	215	237	3	223	342
専門店	42	88	88	11	7	5	3	3	7	52
スーパー	44	1,476	1,476	541	70	210	150	-	216	289
生協	6	308	308	-	223	-	84	-	-	1
アメリカ産牛肉	133	3,158	3,158	114	665	285	541	7	1,405	140
専門店	53	113	113	1	26	6	38	2	26	13
スーパー	72	2,708	2,708	113	491	124	486	5	1,362	127
生協	8	337	337	-	148	155	17	-	17	-
オーストラリア産牛肉	139	2,881	2,881	212	969	194	457	6	469	572
専門店	59	124	124	7	9	3	9	6	63	25
スーパー	69	2,378	2,378	205	733	177	431	-	389	443
生協	11	379	379	-	227	14	17	-	17	104

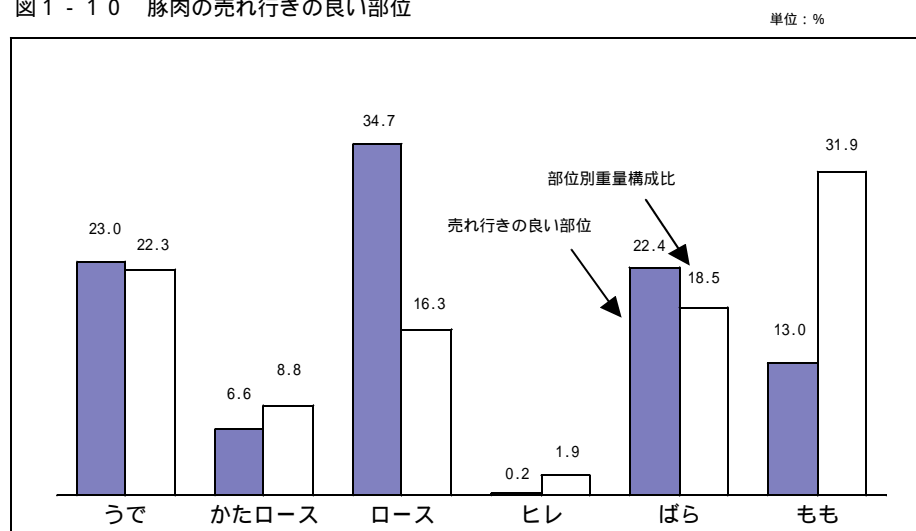
## (2) 豚肉

豚肉の部位はうで、かたロース、ロース、ヒレ、ばら、ももの6部位に分類して調査した。なお、売れ行きの良い部位(表1-7)は図1-10(最も売れ行きの良い部位と次に売れ行きの良い部位を合算して構成比を算出)に示した。

豚肉で売れ行きの良い部位は「ロース」が34.7%(前回30.7%)と最も高く、次いで「うで」が23.0%(前回26.9%)、「ばら」が22.4%(前回15.9%)、「もも」が13.0%(前回15.8%)、以下「かたロース」、「ヒレ」となっている。

社団法人食品需給研究センター「国産食肉販売実態調査報告書」による1頭当たり部位別重量構成比と比べて「ロース」の割合がきわめて高い。

図1-10 豚肉の売れ行きの良い部位



注1：グラフ左側の売れ行きの良い部位である。

注2：グラフ右側は豚肉のフルセット部位別重量構成比である(社)食品需給研究センター「国産食肉販売実態調査報告書」。

表1-7 豚肉の売れ行きの良い部位

	回答 企業数	店舗数 社 店	計 店	うで 店	かた ロース 店	ロース 店	ヒレ 店	ばら 店	もも 店
<b>最も売れ行きの良い部位</b>									
豚肉	554	4,424	4,424	1,131	359	1,898	1	434	601
専門店	423	511	511	62	112	177	1	110	49
スーパー	116	3,510	3,510	1,042	231	1,403	-	299	535
生協	15	403	403	27	16	318	-	25	17
<b>次に売れ行きの良い部位</b>									
豚肉	529	4,238	4,238	862	213	1,109	16	1,510	528
専門店	404	490	490	46	71	132	2	151	88
スーパー	111	3,346	3,346	739	135	921	-	1,178	373
生協	14	402	402	77	7	56	14	181	67

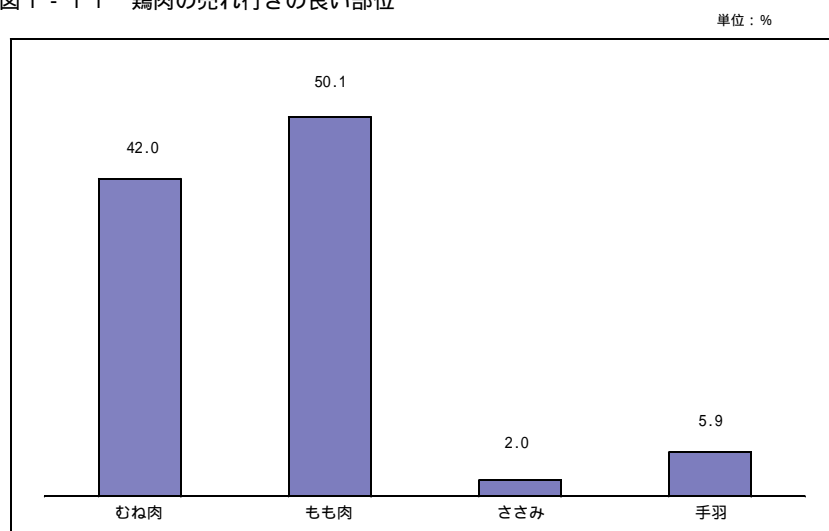


### (3) 鶏肉

鶏肉は、むね肉、もも肉、ささみ、手羽の4つに分類して調査した。売れ行きの良い部位（表1-8）は図1-11（最も売れ行きの良い部位と次に売れ行きの良い部位を合算して構成比を算出）に示した。

鶏肉で売れ行きの良い部位は「もも肉」が50.1%（前回50.8%）と最も高く、次いで「むね肉」が42.0%（前回38.8%）とこれら2つに集中している（図1-11）。

図1-11 鶏肉の売れ行きの良い部位



注：売れ行きの良い部位は最も売れ行きの良い部位と次に売れ行きの良い部位を合算して構成比を算出。

表1-8 鶏肉の売れ行きの良い部位

	回答 企業数	店舗数 社 店	計 店	むね肉 店	もも肉 店	ささみ 店	手羽 店
<b>最も売れ行きの良い部位</b>							
鶏肉	485	4,303	4,303	294	4,009	-	-
専門店	356	441	441	31	410	-	-
スーパー	114	3,459	3,459	232	3,227	-	-
生協	15	403	403	31	372	-	-
<b>次に売れ行きの良い部位</b>							
鶏肉	437	4,144	4,104	3,234	205	168	497
専門店	314	397	397	257	30	60	50
スーパー	109	3,305	3,305	2,622	144	108	431
生協	14	402	402	355	31	-	16