

## 第 章 食肉販売店の売上動向と粗利益率

## - 要 約 -

## 【食肉部門の売上高】

- 平成21年10月1ヶ月間の食肉部門の平均売上高は1,466万円である。
- 業態別では、「百貨店」が2,246万円、「総合スーパー」が1,678万円、「食品スーパー」が1,983万円、「農協・生協ストア」が1,802万円、「食肉専門店」が599万円である。
- 平成21年10月1ヶ月間の従業員1人当たり平均売上高は277万円、また販売面積(1㎡)当たりの売上高は26万円である。

## 【食肉部門の売上動向】

- 平成21年10月における前年同月と比較した売上の変化は、「牛肉」「豚肉」「鶏肉」のいずれでも「売上が増えた」よりも「売上が減った」と感じている回答者が多かった。売上の変化をポイント化して算出した平均ポイントを見ると、特に「和牛肉」(-0.68)と「国産牛肉(乳用種)」(-0.60)の売上が落ちている。
- 業態別に見ても、すべてにおいて「売上が減った」と感じている割合が「売上が増えた」割合よりも高い。売上が減少しているとの回答が特に高かったのは「農協・生協ストア」(87.0%)、「食肉専門店」(75.6%)である。今後の売上に関しても、「農協・生協ストア」「食肉専門店」では特に悲観的な見通しを持っている。
- 地域別では、「四国」「近畿」で売上が大きく減少している。

## 【食肉部門の粗利益率】

- 粗利益率(推定)が最も高いのは「食肉惣菜」30.7%で、以下「SPF豚肉」28.8%、「輸入鶏肉」28.5%、「その他国産豚肉」28.3%と続く。粗利益率が最も低いのは「和牛肉」の19.7%。全体的に「牛肉」の粗利益率が低く、「豚肉」「鶏肉」の粗利益率が高い。

## 補足事項: 回答店舗の分布状況

平成21年10月調査と前年調査を比べると回答店舗の規模に違いがある。以下、参考データとして掲載する。

商業統計、生協・農協団体からの提供リストをもとにした事業所数の構成比は以下の通りである。

(参考図表-1) 商業統計、生協・農協団体による事業所数と構成比:業態別

	事業所数(店)	構成比(%)
百貨店	271	0.8
総合スーパー	1,585	4.5
食品スーパー	17,865	50.7
農協ストア	807	2.3
生協ストア	1,040	3.0
食肉小売業	13,682	38.8
合計	35,250	100.0

平成21年10月調査と前年調査の回答店舗数の構成比を比較すると、「食品スーパー」の割合が増え「食肉専門店」の割合が減り、参考図表-1の構成比に近づいている。

(参考図表-2) 回答店舗数と構成比:業態別

	H20			H21		
	回答店舗数	構成比(%)	事業所構成比の差(ポイント)	回答店舗数	構成比(%)	事業所構成比の差(ポイント)
百貨店	22	3.4	2.6	21	3.2	2.4
総合スーパー	15	2.3	-2.2	25	3.8	-0.7
食品スーパー	220	34.3	-16.4	284	43.7	-7.0
農協・生協ストア	28	4.4	-0.9	44	6.8	1.5
食肉専門店	343	53.4	14.6	261	40.2	1.4
その他	13	2.0	-	15	2.3	-

## 補足事項:回収店舗の分布状況

回答した店舗の業態別売上高の分布を見ると、前年調査と比べて売上高の小さい「食肉専門店」の割合が減り、売上高の高い「食品スーパー」の割合が高くなっている。

(参考図表-3) 売上高分布:業態別 (単位:%)

	H20				H21			
	300万円未満	300～499万円	500～999万円	1000万円以上	300万円未満	300～499万円	500～999万円	1000万円以上
百貨店	0.6	0.0	0.4	2.9	0.0	0.2	1.4	2.7
総合スーパー	0.0	0.2	1.5	0.8	0.5	0.2	0.0	3.0
食品スーパー	7.3	2.9	9.2	16.9	5.9	3.6	13.2	25.5
農協・生協ストア	2.1	0.2	1.2	1.0	1.6	1.6	1.4	3.4
食肉専門店	36.0	7.7	3.8	4.0	15.9	5.7	5.9	5.9
その他	0.8	0.2	0.2	0.2	1.8	0.2	0.0	0.5
合計	46.7	11.2	16.3	25.8	25.7	11.6	21.8	40.9

前年調査とのポイント差が「±5以上」は二重線で囲んでいる

さらに、変化の大きい「食品スーパー」「食肉専門店」について見ると、今回の調査では「食品スーパー」では300万円未満の規模の小さい店舗が減り、規模の大きい店舗の割合が増えている。「食肉専門店」でも同様のことが言える。同じように「食品スーパー」「食肉専門店」を食肉販売面積規模別に見た場合、「食品スーパー」は「30㎡未満」の店舗の割合が低くなり、「100㎡以上」の店舗が増えている。「食肉専門店」は前年調査では「10～29㎡」が約4割を占めていたのが、今回の調査では「30～59㎡」が4割を占めている。

次に述べる全店舗における食肉部門の売上高（「図表 -1、2」参照）は、前年調査に比べて722万円の差があるが、これは業態別の構成比が変わったことや回答した店舗の規模の違いが大きく影響している。

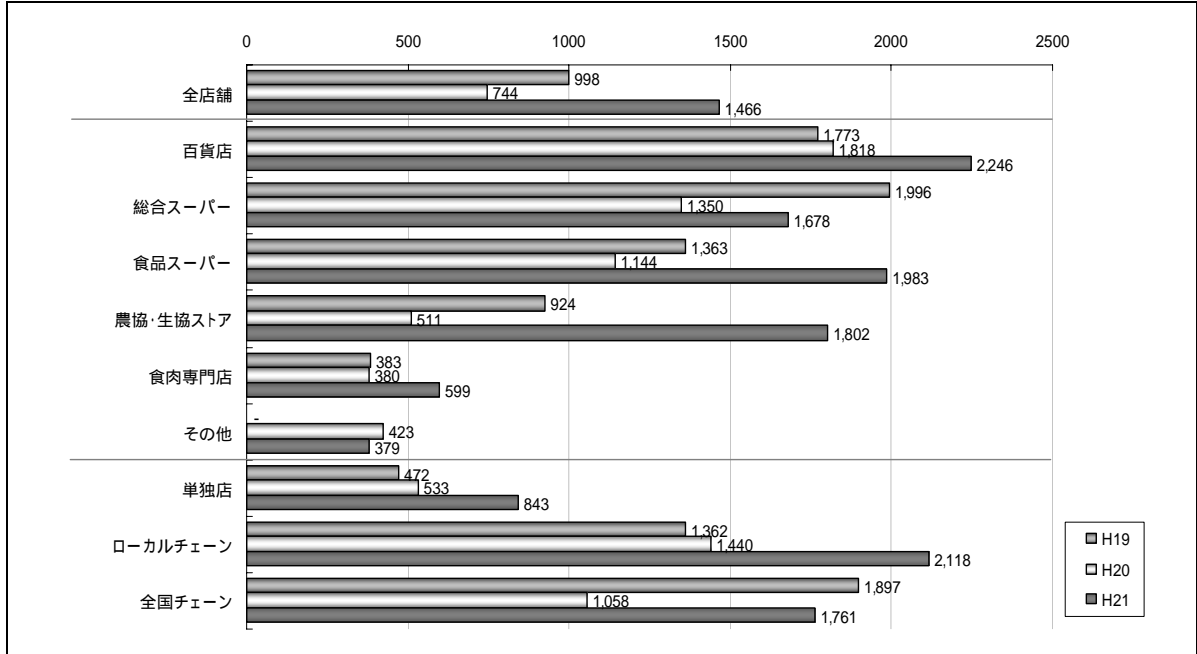
一方で、平成21年10月の前年同月と比較した売上の変化を聞いた質問では、全店舗でみて前年よりも「売上が減った」と感じている回答者が、「売上が増えた」と感じている回答者よりも多い。業種別に見ても、すべての業種で「売上が減った」と感じている割合が高かった。（27、28頁「図表 -17、18」参照）

1 食肉部門の売上高(平成21年10月分)

1. 食肉部門の売上高:業態別・店舗形態別

図表 - 1 1店当たり食肉部門売上高:業態別・店舗形態別

(単位:万円)



図表 - 2 1店当たり食肉部門売上高:業態別・店舗形態別

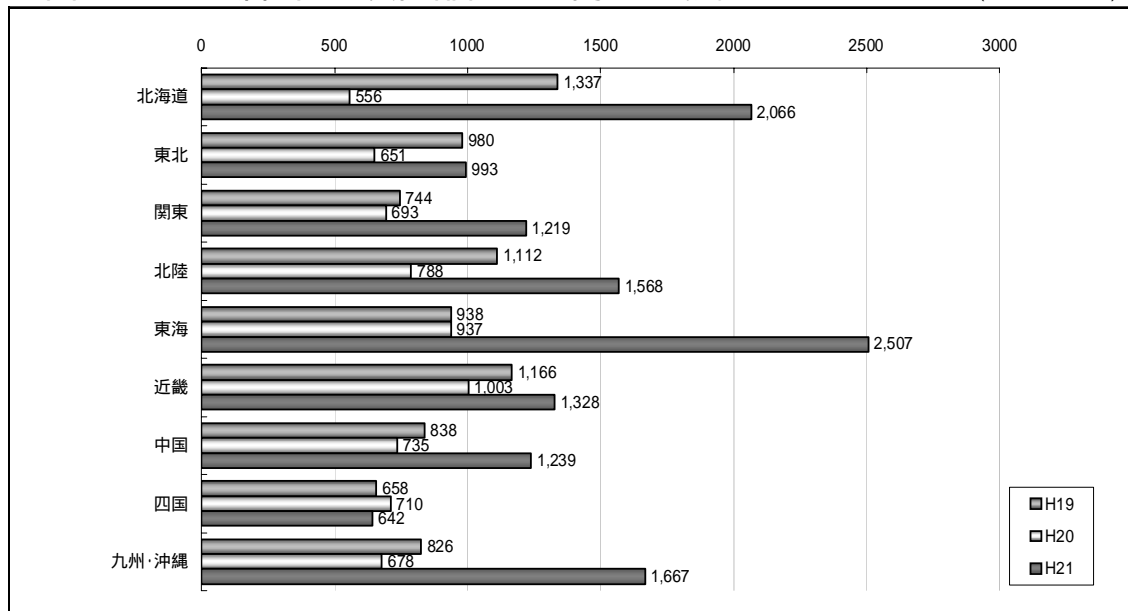
		売上高(万円)			回答店舗数		
		H19	H20	H21	H19	H20	H21
	全店舗	998	744	1,466	800	520	440
業態別	百貨店	1,773	1,818	2,246	59	20	19
	総合スーパー	1,996	1,350	1,678	82	13	16
	食品スーパー	1,363	1,144	1,983	242	189	212
	農協・生協ストア	924	511	1,802	75	23	35
	食肉専門店	383	380	599	342	268	147
	その他	-	423	379	-	7	11
店舗形態別	単独店	472	533	843	390	369	216
	ローカルチェーン	1,362	1,440	2,118	269	106	192
	全国チェーン	1,897	1,058	1,761	114	26	32

食肉部門売上高の全店舗平均は1,466万円、「百貨店」2,246万円、「食肉専門店」599万円

1 食肉部門の売上高(平成21年10月分)

2. 食肉部門の売上高:地域別

図表 - 3 1店当たり食肉部門売上高:地域別 (単位:万円)



図表 - 4 1店当たり食肉部門売上高:地域別 (単位:万円、店)

地域別	売上高			回答店舗数		
	H19	H20	H21	H19	H20	H21
北海道	1,337	556	2,066	35	21	31
東北	980	651	993	71	46	54
関東	744	693	1,219	47	138	114
北陸	1,112	788	1,568	246	60	22
東海	938	937	2,507	123	66	43
近畿	1,166	1,003	1,328	92	58	61
中国	838	735	1,239	54	35	33
四国	658	710	642	27	8	12
九州・沖縄	826	678	1,667	104	50	70

1店当たり食肉部門売上高が最も高いのは「東海」の2,507万円、次いで「北海道」の2,066万円

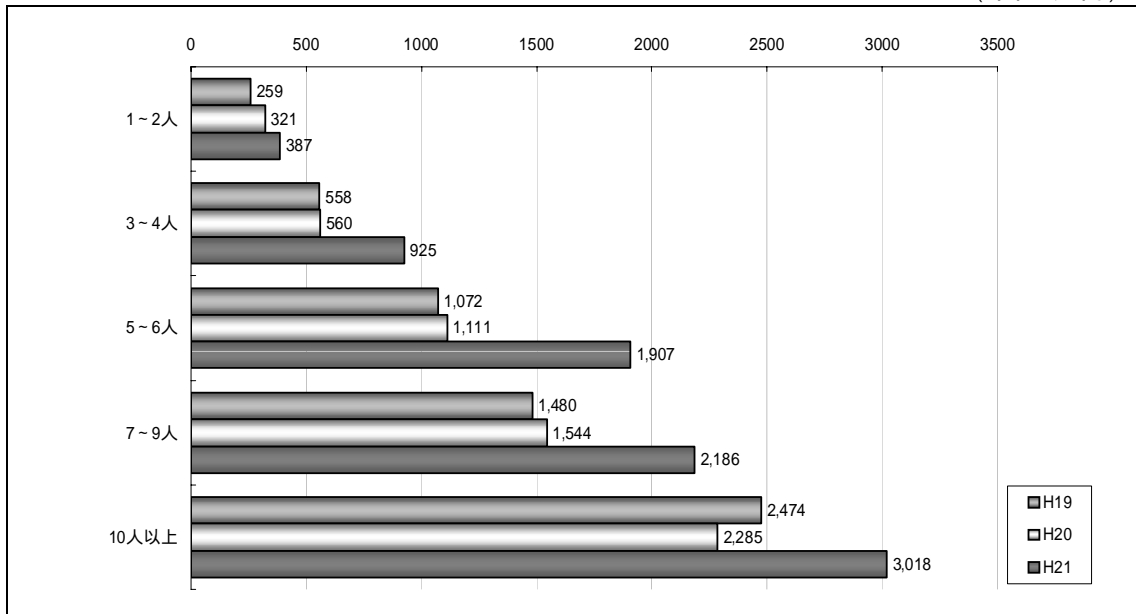
「東海」の食肉部門売上高が前年と比較して大きく増えたのは、売上高10,000万円以上の店舗を3社回収したことによると考えられる。この3社を除くと、食肉部門売上高は1,301万円となる。「北海道」も増加しているが、「食品スーパー」の回答割合が増え(48.0% 69.8%)、「食肉専門店」の回答が減り(44.0% 9.3%)規模の大きい店舗の回答が増えたためと考えられる。

1 食肉部門の売上高(平成21年10月分)

3. 食肉部門の売上高:従業員規模別

図表 - 5 1店当たり食肉部門売上高:従業員規模別

(単位:万円)



図表 - 6 1店当たり食肉部門売上高:従業員規模別

(単位:万円、店)

従業員規模別	売上高			回答店舗数		
	H19	H20	H21	H19	H20	H21
1~2人	259	321	387	227	190	145
3~4人	558	560	925	196	141	150
5~6人	1,072	1,111	1,907	121	71	82
7~9人	1,480	1,544	2,186	108	24	73
10人以上	2,474	2,285	3,018	123	42	64

**従業員「1~2人」387万円、「5~6人」1,907万円、「10人以上」3,018万円**

従業員規模別に1店当たり食肉部門売上高を見ると、従業員規模が大きくなるほど売上規模が大きくなっているのが顕著である。従業員規模が「1~2人」では387万円なのに対して、「5~6人」では1,907万円、「10人以上」では3,018万円となっている。

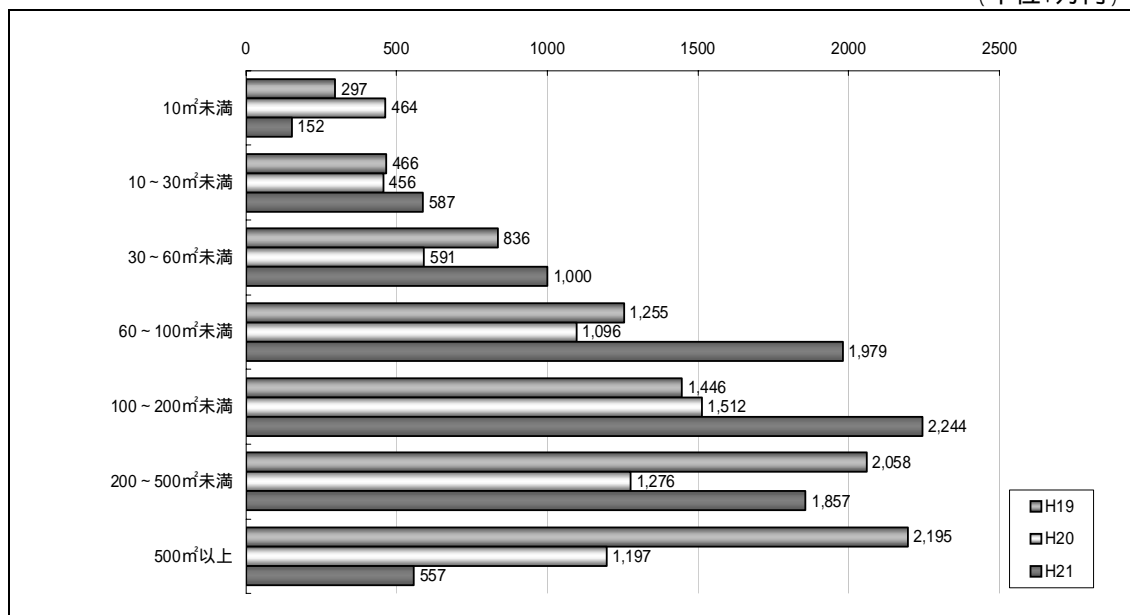
各区分における売上高を、その区分の中央値となる従業員数(「1~2人」であれば1.5人)で除して、従業員1人当たり売上高を算出すると、260~270万円/人程度となる(「5~6人」だけは約350万円と他の区分に比べ高い)。

1 食肉部門の売上高(平成21年10月分)

4. 食肉部門の売上高: 食肉販売面積規模別

図表 - 7 1店当たり食肉部門売上高: 面積規模別

(単位: 万円)



図表 - 8 1店当たり食肉部門売上高: 面積規模別

(単位: 万円、店)

面積規模別	売上高			回答店舗数		
	H19	H20	H21	H19	H20	H21
10㎡未満	297	464	152	34	34	33
10~30㎡未満	466	456	587	156	156	70
30~60㎡未満	836	591	1,000	234	111	123
60~100㎡未満	1,255	1,096	1,979	132	68	78
100~200㎡未満	1,446	1,512	2,244	79	26	78
200~500㎡未満	2,058	1,276	1,857	41	20	18
500㎡以上	2,195	1,197	557	11	9	9

**販売面積が大きくなるほど売上高は大きくなる**

食肉販売面積別に売上高を見ると、当然のことながら面積が大きくなるほど売上高は大きくなっている。

ただし、面積200㎡以上の区分においては面積が大きくなるにつれて売上高が急減しているが、これは回答者数が少ないために特定の回答の影響を強く受けているものと考えられる。また、質問に対しての回答数は全体の約6割で、食肉部門の面積を把握していない店舗も多く、回答しづらい設問と考えられる。



## 1 食肉部門の売上高(平成21年10月分)

## 5. 従業員1人当たり・食肉部門の売上高

図表 - 9 従業員1人当たり食肉部門売上高:業態別・店舗形態別・地域別  
(単位:万円、店)

		売上高			回答店舗数		
		H19	H20	H21	H19	H20	H21
全店舗		171	192	277	775	468	371
業態別	百貨店	172	143	179	54	18	18
	総合スーパー	198	158	170	75	13	14
	食品スーパー	228	276	360	236	180	191
	農協・生協ストア	215	347	304	72	22	32
	食肉専門店	116	119	158	338	231	110
	その他	-	149	169	-	4	6
店舗形態別	単独店	121	155	195	385	325	171
	ローカルチェーン	219	324	361	261	98	169
	全国チェーン	232	187	267	106	26	31
地域別	北海道	163	244	320	34	19	27
	東北	160	134	189	71	42	49
	関東	158	161	248	45	123	98
	北陸	162	324	295	237	56	21
	東海	190	264	430	117	56	33
	近畿	198	168	255	91	53	50
	中国	164	219	247	51	31	27
	四国	160	129	170	27	8	11
九州・沖縄	167	145	341	101	47	55	

**従業員1人当たりの平均売上高は277 万円で増加傾向にある**

全店舗での従業員1人当たりの平均売上高は277万円で、前年調査と比較して85万円の大幅増となっている。業態別に見ると、「農協・生協ストア」以外では前回より増加しており、前回低下していた「百貨店」と「総合スーパー」でも増加している。「農協・生協ストア」は前回100万円以上と大きく増加していたが、今回は43万円の減少、「食品スーパー」では84万円の大幅増となっている。店舗形態別でもすべての形態で前回より売上高が上昇した。中でも「全国チェーン」では80万円の伸びとなっている。地域別に見ると、「北陸」以外では前回より売上高が増加し、特に「東海」では166万円、「九州・沖縄」では196万円の大幅増となっている。

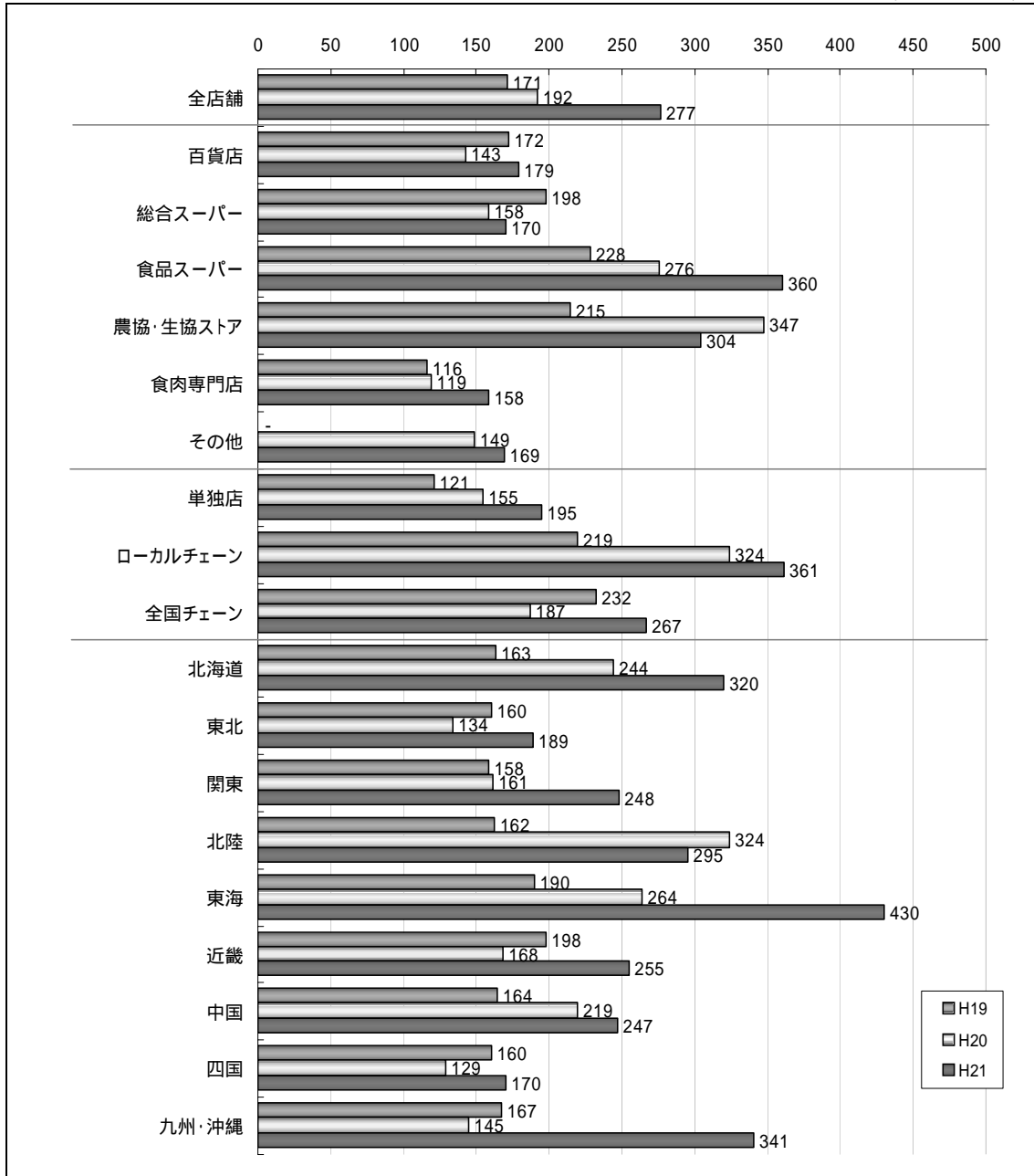
今回の調査結果では、業態別、店舗形態別、地域別のいずれでも前回より増加傾向が見られる。全般に1店当たり売上高が増加しているが、一部の属性では前回との変動が非常に大きく、特定データの影響が大きく表れていることが考えられる。また、今回の回答者構成では「食品スーパー」の比率が高く、そのため売上高を全般に押し上げている可能性がある。

1 食肉部門の売上高(平成21年10月分)

5. 従業員1人当たり・食肉部門の売上高

図表 -10 従業員1人当たり食肉部門売上高:業態別・店舗形態別・地域別

(単位:万円)



## 1 食肉部門の売上高(平成21年10月分)

## 6. 販売面積1㎡当たり・食肉部門の売上高

図表 -11 1㎡当たり食肉部門売上高:業態別・店舗形態別・地域別  
(単位:万円、店)

		売上高			回答店舗数		
		H19	H20	H21	H19	H20	H21
全店舗		22	19	26	687	468	302
業態別	百貨店	33	34	16	46	18	14
	総合スーパー	33	15	23	61	13	10
	食品スーパー	30	27	36	201	180	141
	農協・生協ストア	31	41	35	61	22	28
	食肉専門店	12	10	13	318	231	101
	その他	-	45	9	-	4	8
店舗形態別	単独店	14	15	17	357	325	154
	ローカルチェーン	31	28	35	223	98	126
	全国チェーン	35	32	34	90	26	22
地域別	北海道	38	12	15	29	19	23
	東北	20	14	16	64	42	40
	関東	12	17	28	40	123	72
	北陸	24	24	26	213	56	16
	東海	21	25	41	109	56	28
	近畿	25	18	23	74	53	42
	中国	17	19	19	46	31	23
	四国	16	21	22	24	8	10
	九州・沖縄	22	21	33	88	47	48

## 1㎡面積当たりの平均売上高は26万円

食肉販売面積1㎡当たりの食肉部門売上高は、全店舗平均で26万円だった。

業態別では、「食品スーパー」「農協・生協ストア」で高く、それぞれ36万円、35万円となっている。次いで「総合スーパー」が23万円と比較的高い。「百貨店」は前年の34万円から16万円へと半分以下に減少した。

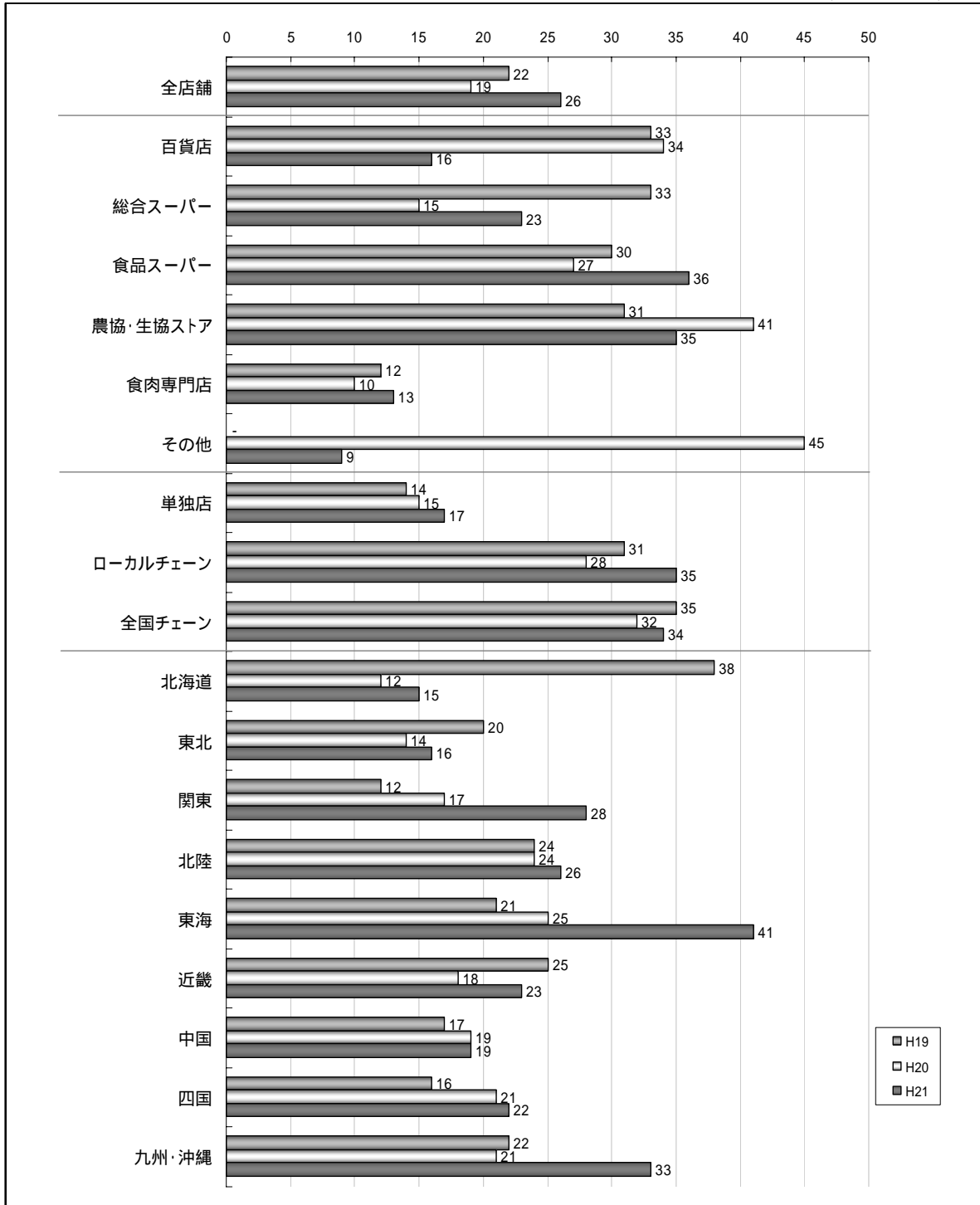
店舗形態別では、「ローカルチェーン」が35万円、「全国チェーン」が34万円、「単独店」が17万円となっている。地域別では、「東海」が41万円、「九州・沖縄」が33万円と高い。

1 食肉部門の売上高(平成21年10月分)

6. 販売面積1㎡当たり・食肉部門の売上高

図表 -12 1㎡当たり食肉部門売上高:業態別・店舗形態別・地域別

(単位:万円)



1 食肉部門の売上高(平成21年10月分)

7. 売上規模別・食肉部門の売上高

図表 -13 食肉部門売上高:業態別・店舗形態別・地域別

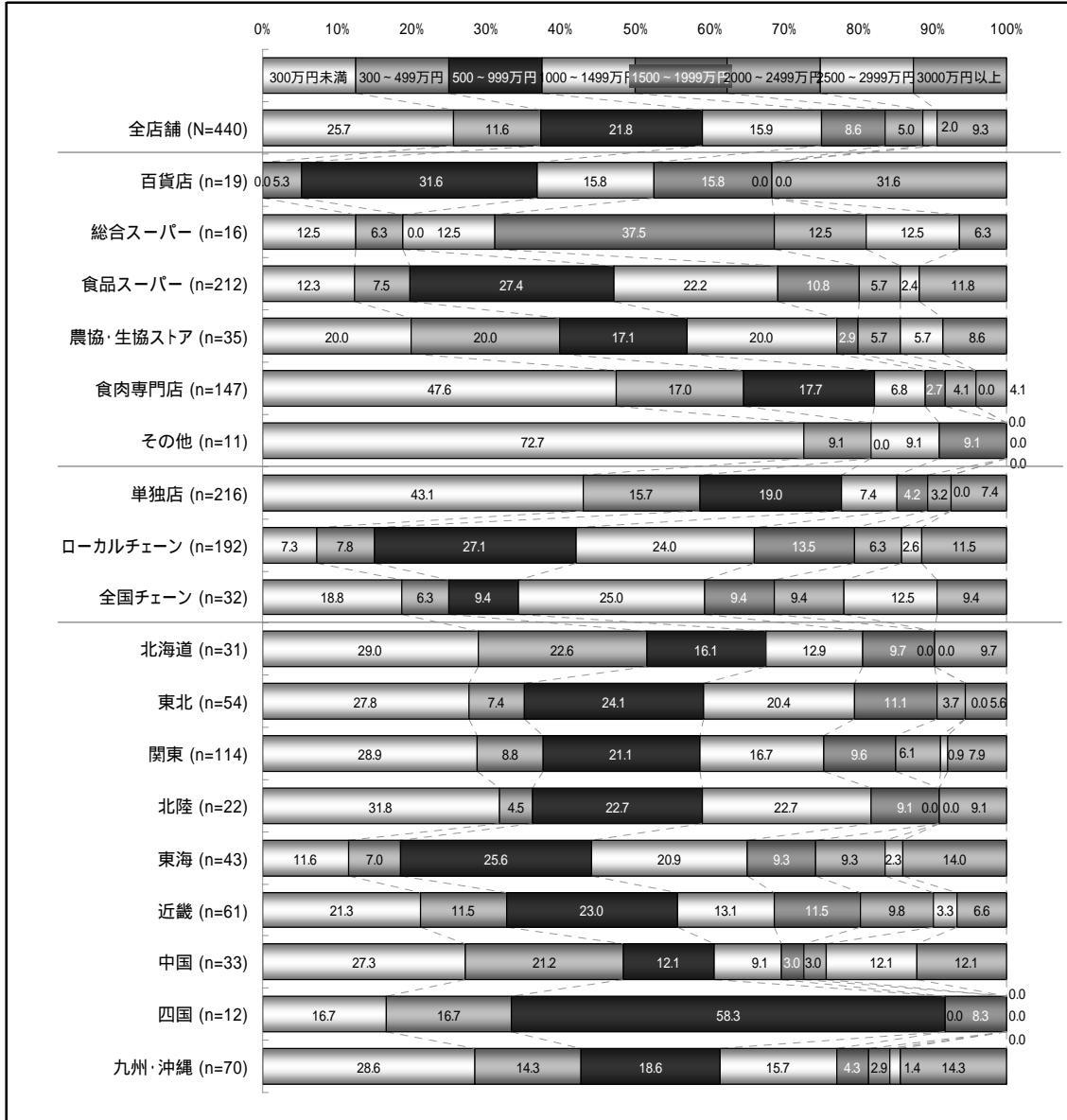
(単位:店)

		回答 店舗数	300 万円 未満	300 ~ 499 万円	500 ~ 999 万円	1000 ~ 1499 万円	1500 ~ 1999 万円	2000 ~ 2499 万円	2500 ~ 2999 万円	3000 万円 以上	無回答
全店舗		650	113	51	96	70	38	22	9	41	210
<構成比>		100.0%	25.7%	11.6%	21.8%	15.9%	8.6%	5.0%	2.0%	9.3%	
<前回構成比>		100.0%	46.7%	11.2%	16.3%	11.3%	6.5%	2.5%	1.7%	3.7%	
業態別	百貨店	21	0	1	6	3	3	0	0	6	2
	<構成比>	100.0%	0.0%	5.3%	31.6%	15.8%	15.8%	0.0%	0.0%	31.6%	
	<前回構成比>	100.0%	15.0%	0.0%	10.0%	35.0%	10.0%	5.0%	5.0%	20.0%	
	総合スーパー	25	2	1	0	2	6	2	2	1	9
	<構成比>	100.0%	12.5%	6.3%	0.0%	12.5%	37.5%	12.5%	12.5%	6.3%	
	<前回構成比>	100.0%	0.0%	7.7%	61.5%	0.0%	15.4%	0.0%	0.0%	15.4%	
	食品スーパー	284	26	16	58	47	23	12	5	25	72
	<構成比>	100.0%	12.3%	7.5%	27.4%	22.2%	10.8%	5.7%	2.4%	11.8%	
	<前回構成比>	100.0%	20.1%	7.9%	25.4%	22.2%	12.7%	4.8%	3.2%	3.7%	
農協・生協ストア	44	7	7	6	7	1	2	2	3	9	
<構成比>	100.0%	20.0%	20.0%	17.1%	20.0%	2.9%	5.7%	5.7%	8.6%		
<前回構成比>	100.0%	47.8%	4.3%	26.1%	17.4%	4.3%	0.0%	0.0%	0.0%		
食肉専門店	261	70	25	26	10	4	6	0	6	114	
<構成比>	100.0%	47.6%	17.0%	17.7%	6.8%	2.7%	4.1%	0.0%	4.1%		
<前回構成比>	100.0%	69.8%	14.9%	7.5%	2.2%	1.5%	1.1%	0.7%	2.2%		
その他	15	8	1	0	1	1	0	0	0	4	
<構成比>	100.0%	72.7%	9.1%	0.0%	9.1%	9.1%	0.0%	0.0%	0.0%		
<前回構成比>	100.0%	57.1%	14.3%	14.3%	0.0%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%		
店舗形態別	単独店	365	93	34	41	16	9	7	0	16	149
	<構成比>	100.0%	43.1%	15.7%	19.0%	7.4%	4.2%	3.2%	0.0%	7.4%	
	<前回構成比>	100.0%	58.0%	14.4%	13.6%	5.1%	3.3%	1.6%	1.4%	2.7%	
	ローカルチェーン	245	14	15	52	46	26	12	5	22	53
	<構成比>	100.0%	7.3%	7.8%	27.1%	24.0%	13.5%	6.3%	2.6%	11.5%	
<前回構成比>	100.0%	8.5%	2.8%	25.5%	32.1%	16.0%	5.7%	2.8%	6.6%		
全国チェーン	40	6	2	3	8	3	3	4	3	8	
<構成比>	100.0%	18.8%	6.3%	9.4%	25.0%	9.4%	9.4%	12.5%	9.4%		
<前回構成比>	100.0%	34.6%	0.0%	23.1%	11.5%	19.2%	0.0%	3.8%	7.7%		
地域別	北海道	43	9	7	5	4	3	0	0	3	12
	<構成比>	100.0%	29.0%	22.6%	16.1%	12.9%	9.7%	0.0%	0.0%	9.7%	
	<前回構成比>	100.0%	47.6%	19.0%	9.5%	14.3%	4.8%	4.8%	0.0%	0.0%	
	東北	76	15	4	13	11	6	2	0	3	22
	<構成比>	100.0%	27.8%	7.4%	24.1%	20.4%	11.1%	3.7%	0.0%	5.6%	
	<前回構成比>	100.0%	56.5%	10.9%	15.2%	10.9%	6.5%	0.0%	0.0%	0.0%	
	関東	169	33	10	24	19	11	7	1	9	55
	<構成比>	100.0%	28.9%	8.8%	21.1%	16.7%	9.6%	6.1%	0.9%	7.9%	
	<前回構成比>	100.0%	50.0%	8.7%	15.2%	9.4%	8.0%	2.9%	2.9%	2.9%	
	北陸	33	7	1	5	5	2	0	0	2	11
	<構成比>	100.0%	31.8%	4.5%	22.7%	22.7%	9.1%	0.0%	0.0%	9.1%	
	<前回構成比>	100.0%	45.0%	11.7%	26.7%	8.3%	1.7%	0.0%	0.0%	6.7%	
	東海	71	5	3	11	9	4	4	1	6	28
	<構成比>	100.0%	11.6%	7.0%	25.6%	20.9%	9.3%	9.3%	2.3%	14.0%	
	<前回構成比>	100.0%	30.3%	13.6%	16.7%	21.2%	6.1%	3.0%	3.0%	6.1%	
	近畿	95	13	7	14	8	7	6	2	4	34
<構成比>	100.0%	21.3%	11.5%	23.0%	13.1%	11.5%	9.8%	3.3%	6.6%		
<前回構成比>	100.0%	37.9%	17.2%	17.2%	5.2%	6.9%	5.2%	1.7%	8.6%		
中国	48	9	7	4	3	1	1	4	4	15	
<構成比>	100.0%	27.3%	21.2%	12.1%	9.1%	3.0%	3.0%	12.1%	12.1%		
<前回構成比>	100.0%	51.4%	5.7%	14.3%	14.3%	8.6%	0.0%	0.0%	5.7%		
四国	19	2	2	7	0	1	0	0	0	7	
<構成比>	100.0%	16.7%	16.7%	58.3%	0.0%	8.3%	0.0%	0.0%	0.0%		
<前回構成比>	100.0%	25.0%	12.5%	25.0%	37.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%		
九州・沖縄	96	20	10	13	11	3	2	1	10	26	
<構成比>	100.0%	28.6%	14.3%	18.6%	15.7%	4.3%	2.9%	1.4%	14.3%		
<前回構成比>	100.0%	46.0%	14.0%	12.0%	10.0%	10.0%	6.0%	2.0%	0.0%		

1 食肉部門の売上高(平成21年10月分)

7. 売上規模別・食肉部門の売上高

図表 -14 食肉部門売上高:業態別・店舗形態別・地域別 (単位:%)



全店舗では「300万円未満」が25.7%を占める

売上規模別に食肉部門の売上高を見ると、「300万円未満」が25.7%、「500～999万円」が21.8%、「1000～1499万円」が15.9%となっている。1000万円未満の合計が59.1%、1500万円未満の合計が75.0%を占める。

業種別では、「食肉専門店」において「300万円未満」の小規模店舗の比率が47.6%と高い。「百貨店」は売上規模が大きく、「総合スーパー」「食品スーパー」「農協・生協ストア」はその中間に位置づけられる。

## 2 食肉部門の売上動向

## 1. 肉種別・売上構成比

図表 -15 売上構成比：業態別・店舗形態別・地域別

(単位：%)

		回答 店舗数	牛肉	豚肉	鶏肉	その他 食肉	内臓	食肉 加工品	食肉 惣菜
全店舗		571	26.1	32.8	16.2	3.6	3.0	12.8	5.5
業 態 別	百貨店	21	47.0	20.2	10.1	1.1	1.0	14.2	6.4
	総合スーパー	21	25.1	32.0	22.7	3.7	2.0	11.4	3.1
	食品スーパー	247	19.7	34.3	16.8	5.0	2.4	18.6	3.2
	農協・生協ストア	38	20.9	33.5	19.1	4.9	1.3	18.6	1.7
	食肉専門店	230	31.9	32.0	14.9	2.1	4.2	5.9	8.9
	その他	14	27.1	38.0	18.8	1.6	3.1	9.0	2.4
形 態 別	単独店	324	29.6	33.5	15.6	2.2	3.5	8.1	7.4
	ローカルチェーン	214	20.9	32.0	16.5	5.6	2.5	19.9	2.6
	全国チェーン	33	24.8	31.0	20.6	3.7	1.3	12.9	5.6
地 域 別	北海道	39	7.6	37.9	17.2	8.2	2.2	23.0	4.0
	東北	66	17.4	37.3	16.3	4.7	3.6	14.9	5.8
	関東	151	18.1	37.8	16.0	3.1	2.9	13.0	9.1
	北陸	25	20.7	40.0	12.7	4.7	3.3	14.8	3.9
	東海	63	27.8	34.2	15.4	2.1	2.5	13.0	5.0
	近畿	83	44.1	23.7	10.6	2.1	4.7	10.1	4.7
	中国	44	37.4	27.9	17.1	3.3	2.5	8.9	2.9
	四国	16	38.1	24.6	23.6	2.2	1.4	7.3	3.0
	九州・沖縄	84	30.1	28.0	21.4	4.0	2.3	11.1	3.1

全店舗での売上構成比は「牛肉」が26.1%、「豚肉」が32.8%、「鶏肉」が16.2%

肉種別での売上構成比が最も大きいのは「豚肉」で32.8%、次いで「牛肉」の26.1%となっている。

業態別では、「百貨店」において「牛肉」の売上構成比が高く、47.0%と約半分を占めている。「食品スーパー」「農協・生協ストア」では「食肉加工品」の売上構成比がともに18.6%と比較的高くなっている。「食肉専門店」では「牛肉」の売上構成比が31.9%で、「豚肉」(32.0%)とほぼ等しい。

店舗形態別に見ると、「ローカルチェーン」では他の店舗形態に比べて「牛肉」が20.9%と低く、「食肉加工品」が19.9%と高くなっている。

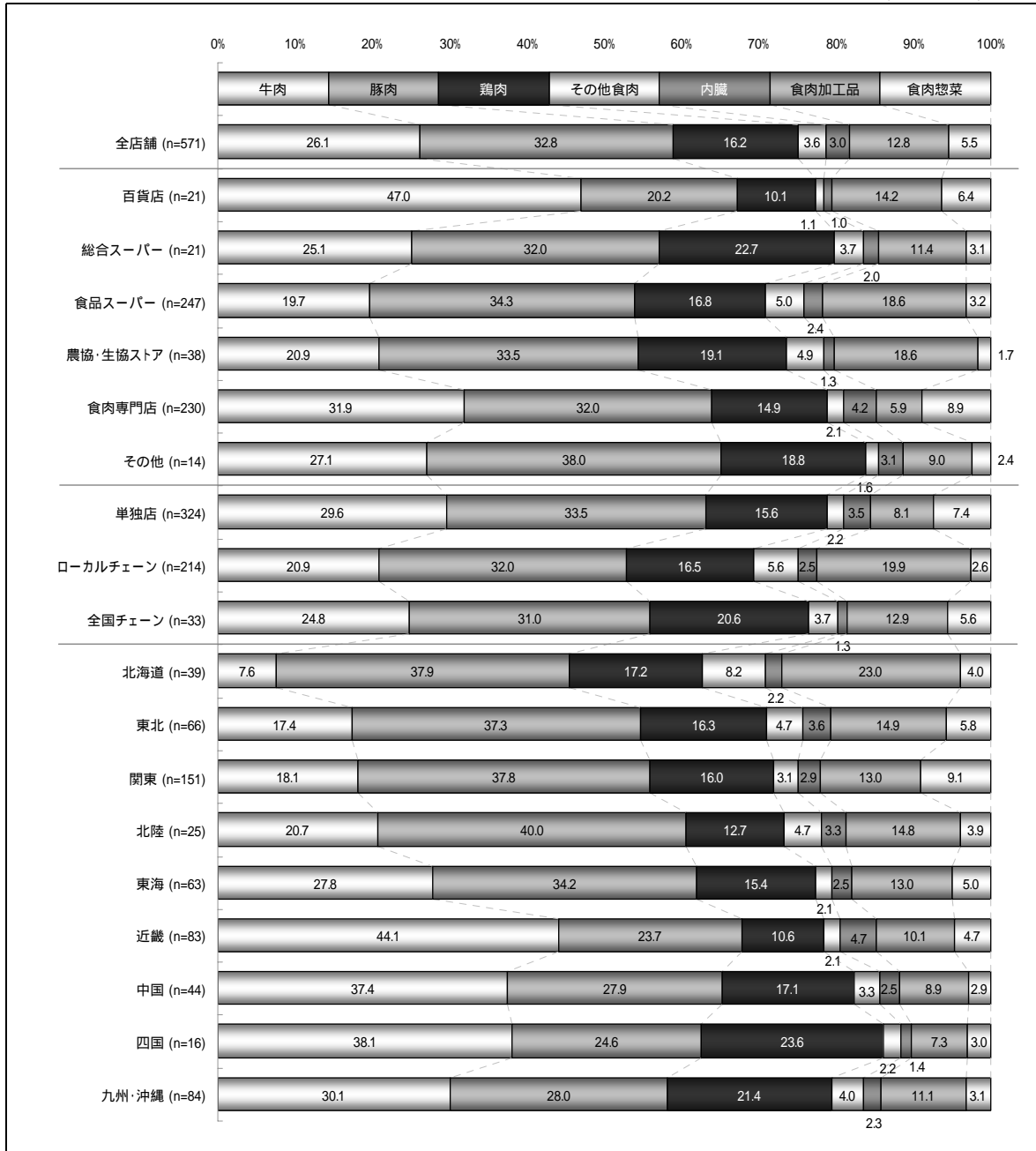
地域別では、「近畿」「中国」「四国」「九州・沖縄」といった西日本で牛肉の売上構成比が高く、特に「近畿」では44.1%にのぼる。一方、東日本では「豚肉」の売上構成比が高く、地域差が顕著に表れている。「四国」「九州・沖縄」では「鶏肉」の売上構成比が他の地域に比べて高い。「食肉加工品」の売上構成比が高いのは「北海道」で23.0%となっている。

2 食肉部門の売上動向

1. 肉種別・売上構成比

図表 -16 売上構成比:業態別・店舗形態別・地域別

(単位:%)





## 3 食肉部門の売上動向(対前年比)

## 1. 食肉部門全体の売上動向

図表 -17 売上動向(対前年比):業態別・店舗形態別・地域別

(単位: %、ポイント)

	回答店舗数	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	平均ポイント			
							H19	H20	H21	
全店舗	365	4.7	10.1	11.2	43.0	31.0	-0.29	-0.22	-0.85	
業態別	百貨店	16	12.5	25.0	0.0	31.3	31.3	0.11	0.63	-0.44
	総合スーパー	14	7.1	7.1	14.3	50.0	21.4	0.12	0.20	-0.71
	食品スーパー	183	6.0	12.0	9.8	43.7	28.4	-0.02	0.39	-0.77
	農協・生協ストア	23	0.0	8.7	4.3	52.2	34.8	-0.17	0.41	-1.13
	食肉専門店	123	2.4	6.5	15.4	39.0	36.6	-0.68	-0.76	-1.01
	その他	6	0.0	0.0	16.7	83.3	0.0	-	-0.44	-0.83
店舗形態別	単独店	173	3.5	6.4	12.7	42.2	35.3	-0.63	-0.56	-0.99
	ローカルチェーン	167	6.0	14.4	10.8	40.7	28.1	0.07	0.77	-0.71
	全国チェーン	25	4.0	8.0	4.0	64.0	20.0	0.01	0.23	-0.88
地域別	北海道	24	4.2	8.3	12.5	54.2	20.8	-0.04	0.30	-0.79
	東北	48	8.3	10.4	4.2	41.7	35.4	-0.28	-0.05	-0.85
	関東	91	1.1	9.9	23.1	38.5	27.5	-0.41	-0.22	-0.81
	北陸	19	5.3	15.8	10.5	42.1	26.3	-0.49	-0.10	-0.68
	東海	37	8.1	10.8	10.8	45.9	24.3	-0.09	0.04	-0.68
	近畿	57	3.5	8.8	5.3	31.6	50.9	-0.10	-0.55	-1.18
	中国	22	4.5	18.2	9.1	50.0	18.2	-0.39	-0.24	-0.59
	四国	11	0.0	9.1	9.1	27.3	54.5	-0.13	0.00	-1.27
	九州・沖縄	56	7.1	7.1	5.4	57.1	23.2	-0.41	-0.24	-0.82

平均ポイント:前年と比較した売上の変化について、「増えた」を+2、「やや増えた」を+1、「変わらない」を0、「やや減った」を-1、「減った」を-2とポイント化し、算出している。

**全店舗の平均ポイントは-0.85、「農協・生協ストア」では-1.13、「食肉専門店」では-1.01**

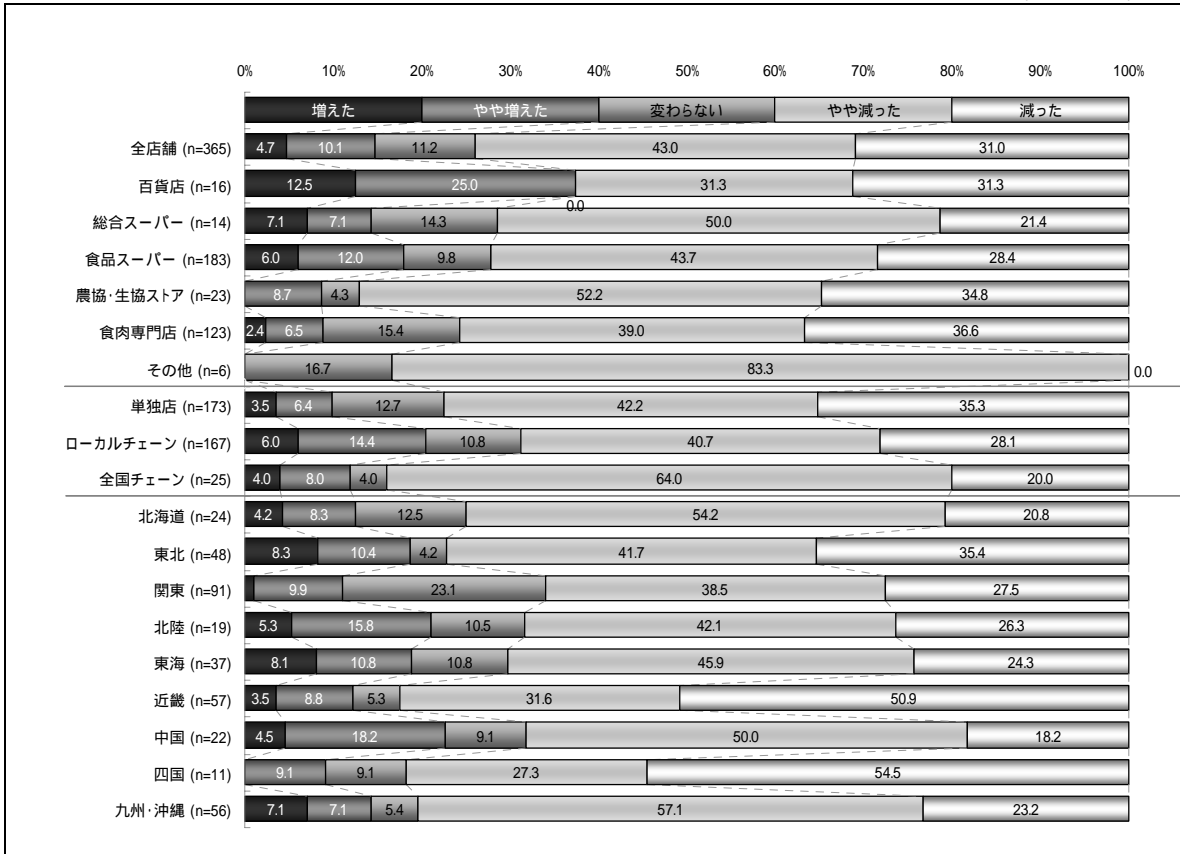
全店舗の平均ポイントを見ると、今回の調査では-0.85となっており、「前年よりも売上が減った」と感じている回答者が、「売上が増えた」と感じている回答者よりも多いことを示す。過去2回の調査においても平均ポイントはマイナスとなっているが、今回はさらに大きく低下しており、全体として売上が急減している様子がうかがえる。業態別に見ると、「農協・生協ストア」では「減った」が34.8%、「やや減った」が52.2%で、これらを合わせると87.0%におよび、大半の店舗が売上の減少を感じている。このため、平均ポイントも-1.13と業態別の中では最も低い。同様に「食肉専門店」でも「減った」と「やや減った」を合わせると75.6%にのぼり、平均ポイントが-1.01と低い。すべての業態で平均ポイントがマイナスとなる厳しい結果となった。店舗形態別で見ても、いずれも平均ポイントがマイナスになっており、過去2回の調査ではプラス値であった「ローカルチェーン」「全国チェーン」でも売上の落ち込みが感じられている。

3 食肉部門の売上動向(対前年比)

1. 食肉部門全体の売上動向

図表 -18 売上動向(対前年比):業態別・店舗形態別・地域別

(単位:%)



地域別では「四国」の売上が減少

地域別で見ると、「四国」が他の地域に比べて売上の減少が悪化しており、「減った」が54.5%、「やや減った」が27.3%で、これらを合わせると81.8%におよんでいる。一方で、「増えた」という回答は見られなかった。

## 3 食肉部門の売上動向(対前年比)

## 2. 食肉部門の売上動向:肉種別・商品別

## 1) 全体

図表 -19 売上動向(対前年比):肉種別・商品別

(単位: %、ポイント)

	回答 店舗数	増えた	やや 増えた	変わら ない	やや 減った	減った	平均ポイント			
							H19	H20	H21	
食肉部門全体	365	4.7	10.1	11.2	43.0	31.0	-0.29	-0.22	-0.85	
牛 肉	和牛肉	487	7.0	11.7	19.3	30.4	31.6	-0.33	-0.62	-0.68
	国産牛肉(乳用種)	254	3.5	9.8	29.5	37.4	19.7	-0.19	-0.27	-0.60
	国産牛肉(交雑種)	395	5.8	15.9	33.2	27.8	17.2	-0.04	-0.17	-0.35
	その他国産牛肉	78	3.8	15.4	34.6	21.8	24.4	-0.28	-0.52	-0.47
	米国産牛肉	167	4.8	18.6	39.5	23.4	13.8	0.28	-0.25	-0.23
	豪州産牛肉	343	7.3	15.2	39.9	24.8	12.8	-0.26	-0.42	-0.21
	その他輸入牛肉	56	5.4	8.9	37.5	26.8	21.4	-0.17	-0.42	-0.50
豚 肉	黒豚肉	205	3.4	17.1	33.7	30.2	15.6	0.13	-0.13	-0.38
	SPF豚肉	159	4.4	15.7	34.6	30.8	14.5	-0.02	-0.11	-0.35
	銘柄豚肉	301	5.6	15.3	38.9	25.9	14.3	0.29	0.22	-0.28
	その他国産豚肉	399	4.0	17.5	39.6	26.8	12.0	0.03	-0.03	-0.25
	輸入豚肉	311	3.9	18.6	34.7	24.4	18.3	0.01	0.25	-0.35
鶏 肉	銘柄鶏肉	335	3.0	9.9	41.2	31.0	14.9	0.02	0.06	-0.45
	その他国産鶏肉	477	2.9	16.1	44.4	25.4	11.1	-	0.08	-0.26
	輸入鶏肉	248	5.6	16.1	44.4	25.0	8.9	-0.28	-0.01	-0.15
そ の 他	その他食肉	159	0.6	8.8	50.9	28.3	11.3	-0.22	-0.17	-0.41
	内臓	431	3.2	11.4	50.8	22.3	12.3	-0.12	-0.11	-0.29
	食肉加工品	460	4.3	12.8	45.2	25.7	12.0	-0.12	-0.30	-0.28
	食肉惣菜	326	2.8	16.0	48.8	21.2	11.3	-0.11	-0.03	-0.22

**すべての商品で売上が減少、特に「和牛肉」「国産牛肉(乳用種)」で減少**

平均ポイントは肉種を問わず、すべての商品でマイナスになっている。

牛肉の中では「和牛肉」で「減った」が31.6%、「やや減った」が30.4%でこれらの合計が62.0%となっており、平均ポイントも-0.68と低い。同様に「国産牛肉(乳用種)」でも「減った」と「やや減った」の合計が57.1%を占め、平均ポイントが-0.60と低い。「米国産牛肉」や「豪州産牛肉」ではマイナスとなっているものの前年よりもわずかだが改善している。

豚肉では、「黒豚肉」「SPF豚肉」「輸入豚肉」の平均ポイントが-3.38~-0.35と特に低くなっている。

鶏肉では、「銘柄鶏肉」の平均ポイントが-0.45で最も低く、高級な商品で売上の減少がより大きくなっている傾向が見られる。

平均ポイントでは業態別での差異が大きく、特定の業界の影響を強く受けている場合がある。

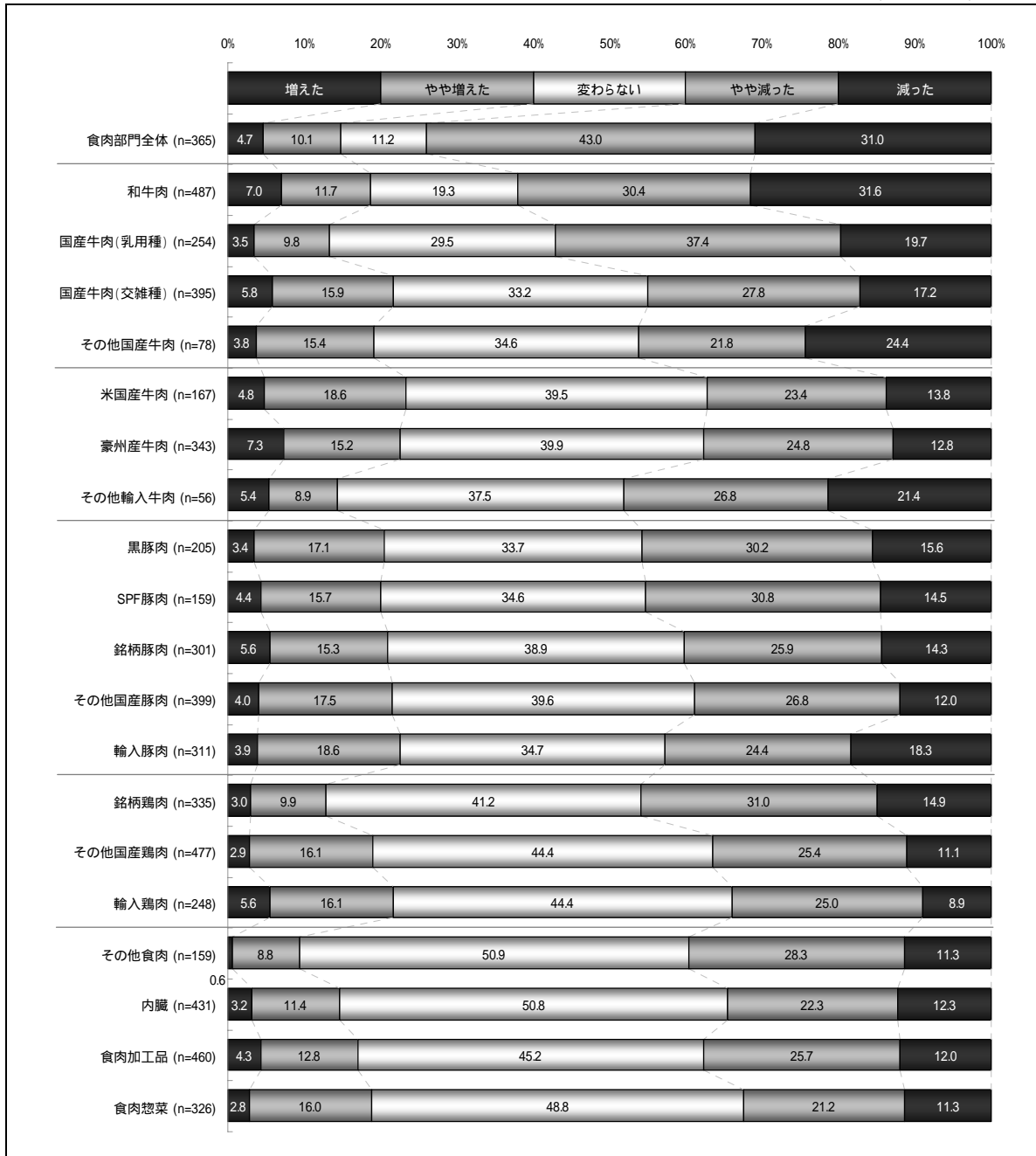
3 食肉部門の売上動向(対前年比)

2. 食肉部門の売上動向:肉種別・商品別

1) 全体

図表 -20 売上動向(対前年比):肉種別・商品別

(単位:%)



3 食肉部門の売上動向(対前年比)

3. 食肉部門の売上動向:商品別・業態別

1) 牛肉

図表 -21 牛肉の売上動向(対前年比):業態別 (単位: %、ポイント)

	回答店舗数	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	平均ポイント			
							H19	H20	H21	
和牛肉	和牛肉全体	487	7.0	11.7	19.3	30.4	31.6	-0.33	-0.62	-0.68
	百貨店	20	10.0	20.0	5.0	35.0	30.0	0.29	0.25	-0.55
	総合スーパー	20	20.0	20.0	0.0	35.0	25.0	-0.11	-0.54	-0.25
	食品スーパー	215	8.4	14.0	14.9	28.8	34.0	-0.25	-0.57	-0.66
	農協・生協ストア	27	0.0	7.4	14.8	48.1	29.6	-0.44	-0.14	-1.00
	食肉専門店	196	5.1	8.2	26.5	29.1	31.1	-0.56	-0.75	-0.73
	その他	9	0.0	11.1	55.6	22.2	11.1	-	-1.17	-0.33
国産牛肉(乳用種)	国産牛肉(乳用種)全体	254	3.5	9.8	29.5	37.4	19.7	-0.19	-0.27	-0.60
	百貨店	6	0.0	16.7	16.7	16.7	50.0	0.17	0.14	-1.00
	総合スーパー	12	8.3	8.3	25.0	41.7	16.7	0.06	0.22	-0.50
	食品スーパー	146	4.8	11.0	29.5	35.6	19.2	-0.04	-0.19	-0.53
	農協・生協ストア	35	2.9	14.3	20.0	51.4	11.4	-0.31	0.13	-0.54
	食肉専門店	52	0.0	3.8	38.5	32.7	25.0	-0.66	-0.50	-0.79
	その他	3	0.0	0.0	33.3	66.7	0.0	-	-2.00	-0.67
国産牛肉(交雑種)	国産牛肉(交雑種)全体	395	5.8	15.9	33.2	27.8	17.2	-0.04	-0.17	-0.35
	百貨店	14	14.3	14.3	21.4	7.1	42.9	0.43	0.69	-0.50
	総合スーパー	9	11.1	11.1	11.1	44.4	22.2	0.19	0.00	-0.56
	食品スーパー	195	8.7	21.0	30.8	26.7	12.8	0.15	0.07	-0.14
	農協・生協ストア	23	0.0	17.4	52.2	17.4	13.0	0.03	0.31	-0.26
	食肉専門店	145	2.1	10.3	33.8	31.7	22.1	-0.41	-0.47	-0.61
	その他	9	0.0	0.0	66.7	33.3	0.0	-	-1.00	-0.33
国産牛肉(その他)	その他国産牛肉全体	78	3.8	15.4	34.6	21.8	24.4	-	-	-0.47
	百貨店	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	-	-	0.00
	総合スーパー	4	0.0	0.0	25.0	75.0	0.0	-	-	-0.75
	食品スーパー	52	5.8	23.1	34.6	17.3	19.2	-	-	-0.21
	農協・生協ストア	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	-	-	-2.00
	食肉専門店	19	0.0	0.0	36.8	21.1	42.1	-	-	-1.05
	その他	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	-	-	-1.00
米国産牛肉	米国産牛肉全体	167	4.8	18.6	39.5	23.4	13.8	0.28	-0.25	-0.23
	百貨店	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.20	0.00	0.00
	総合スーパー	6	0.0	0.0	66.7	33.3	0.0	0.81	-0.33	-0.33
	食品スーパー	110	5.5	21.8	34.5	24.5	13.6	0.84	-0.10	-0.19
	農協・生協ストア	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.00	-	2.00
	食肉専門店	44	2.3	13.6	45.5	20.5	18.2	-0.60	-0.43	-0.39
	その他	6	0.0	16.7	66.7	16.7	0.0	-	-1.00	0.00
豪州産牛肉	豪州産牛肉全体	343	7.3	15.2	39.9	24.8	12.8	-0.26	-0.42	-0.21
	百貨店	7	28.6	0.0	14.3	28.6	28.6	-0.67	0.33	-0.29
	総合スーパー	20	15.0	15.0	30.0	30.0	10.0	-0.05	-0.64	-0.05
	食品スーパー	217	7.8	19.4	36.9	23.0	12.9	-0.14	-0.22	-0.14
	農協・生協ストア	15	6.7	13.3	13.3	46.7	20.0	-0.21	-0.56	-0.60
	食肉専門店	79	2.5	5.1	57.0	24.1	11.4	-0.56	-0.71	-0.37
	その他	5	0.0	20.0	60.0	20.0	0.0	-	-1.00	0.00
輸入牛肉(その他)	その他輸入牛肉全体	56	5.4	8.9	37.5	26.8	21.4	-	-	-0.50
	百貨店	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	-	-	-1.00
	総合スーパー	3	0.0	0.0	33.3	33.3	33.3	-	-	-1.00
	食品スーパー	34	5.9	5.9	41.2	29.4	17.6	-	-	-0.47
	農協・生協ストア	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	-	-	-2.00
	食肉専門店	15	6.7	13.3	40.0	13.3	26.7	-	-	-0.40
	その他	2	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	-	-	0.00

商品・業態を問わず売上が減少

「和牛肉」は牛肉の中で最も平均ポイントが低い、特に「農協・生協ストア」では-1.00となっている。比較的平均ポイントが高いのは「総合スーパー」で-0.25。

「国産牛肉(乳用種)」は「和牛肉」に次いで平均ポイントが低い、特に「百貨店」では-1.00となっている。このほかの業態でも-0.50以下と低水準になっている。「国産牛肉(交雑種)」では「食品スーパー」の平均ポイントが-0.14と比較的高い。「その他国産牛肉」では「食肉専門店」の平均ポイントが-1.05と低くなっている。

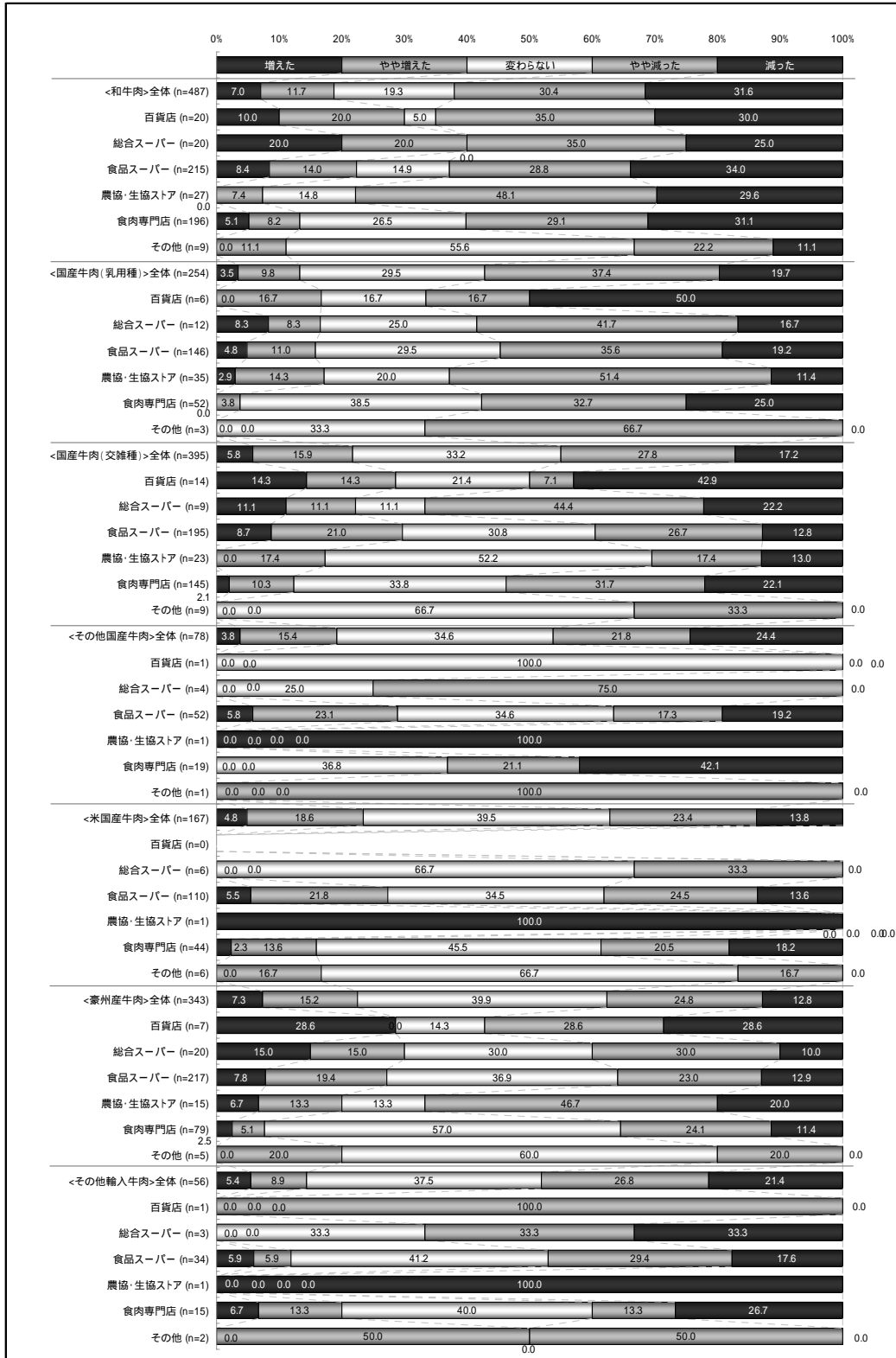
商品や業態に関わらずほとんどの属性で平均ポイントがマイナスになっており、牛肉の非常に厳しい状況がうかがえる。

3 食肉部門の売上動向(対前年比)

3. 食肉部門の売上動向:商品別・業態別

1) 牛肉

図表 -22 牛肉の売上動向(対前年比):業態別 (単位:%)



3 食肉部門の売上動向(対前年比)

3. 食肉部門の売上動向:商品別・業態別

2) 豚肉

図表 -23 豚肉の売上動向(対前年比):業態別

(単位: %、ポイント)

	回答店舗数	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	平均ポイント			
							H19	H20	H21	
黒豚肉	黒豚肉全体	205	3.4	17.1	33.7	30.2	15.6	0.13	-0.13	-0.38
	百貨店	13	15.4	15.4	7.7	38.5	23.1	0.35	0.06	-0.38
	総合スーパー	12	0.0	8.3	25.0	33.3	33.3	0.10	0.57	-0.92
	食品スーパー	119	1.7	17.6	35.3	31.1	14.3	0.17	-0.24	-0.39
	農協・生協ストア	10	0.0	20.0	40.0	40.0	0.0	0.13	0.00	-0.20
	食肉専門店	47	6.4	12.8	40.4	25.5	14.9	-0.16	-0.19	-0.30
その他	4	0.0	75.0	0.0	0.0	25.0	-	-	0.25	
S P F 豚肉	S P F 豚肉全体	159	4.4	15.7	34.6	30.8	14.5	-0.02	-0.11	-0.35
	百貨店	4	25.0	25.0	0.0	25.0	25.0	0.00	0.67	0.00
	総合スーパー	3	0.0	0.0	66.7	33.3	0.0	0.33	0.50	-0.33
	食品スーパー	81	3.7	18.5	30.9	30.9	16.0	0.13	0.28	-0.37
	農協・生協ストア	7	0.0	14.3	28.6	28.6	28.6	0.27	1.00	-0.71
	食肉専門店	60	5.0	10.0	40.0	33.3	11.7	-0.34	-0.47	-0.37
その他	4	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	-	-2.00	0.50	
銘柄豚肉	銘柄豚肉全体	301	5.6	15.3	38.9	25.9	14.3	0.29	0.22	-0.28
	百貨店	16	18.8	12.5	31.3	18.8	18.8	0.71	0.69	-0.06
	総合スーパー	16	18.8	18.8	18.8	43.8	0.0	0.44	0.60	0.13
	食品スーパー	142	4.2	17.6	35.2	30.3	12.7	0.46	0.35	-0.30
	農協・生協ストア	34	0.0	5.9	44.1	26.5	23.5	0.26	0.53	-0.68
	食肉専門店	86	4.7	15.1	47.7	16.3	16.3	-0.16	-0.09	-0.24
その他	7	14.3	14.3	42.9	28.6	0.0	-	-1.00	0.14	
その他 国産豚肉	その他国産豚肉全体	399	4.0	17.5	39.6	26.8	12.0	0.03	-0.03	-0.25
	百貨店	12	0.0	16.7	41.7	33.3	8.3	0.40	0.73	-0.33
	総合スーパー	11	0.0	27.3	36.4	36.4	0.0	0.31	0.25	-0.09
	食品スーパー	181	7.7	26.0	29.8	26.0	10.5	0.41	0.41	-0.06
	農協・生協ストア	22	4.5	9.1	31.8	31.8	22.7	-0.06	0.53	-0.59
	食肉専門店	163	0.6	9.2	51.5	24.5	14.1	-0.37	-0.44	-0.42
その他	10	0.0	10.0	40.0	50.0	0.0	-	-0.57	-0.40	
輸入豚肉	輸入豚肉全体	311	3.9	18.6	34.7	24.4	18.3	0.01	0.25	-0.35
	百貨店	5	0.0	20.0	60.0	20.0	0.0	0.08	1.00	0.00
	総合スーパー	19	0.0	31.6	42.1	21.1	5.3	0.07	0.20	0.00
	食品スーパー	205	5.4	19.5	30.2	24.9	20.0	0.13	0.51	-0.35
	農協・生協ストア	15	0.0	6.7	26.7	40.0	26.7	-0.15	0.33	-0.87
	食肉専門店	61	1.6	14.8	45.9	21.3	16.4	-0.25	-0.21	-0.36
その他	6	0.0	16.7	50.0	16.7	16.7	-	-0.50	-0.33	

「銘柄豚肉」の売上は「総合スーパー」ではプラス、豚肉全体的に「農協・生協ストア」で大きく減少

牛肉ほど落ち込んではいないが、豚肉もほとんどの属性で平均ポイントがマイナス値となる厳しい結果となった。

「黒豚肉」では特に「総合スーパー」で平均ポイントが-0.92と低い。「銘柄豚肉」では「総合スーパー」で平均ポイントが0.13とプラスになっている。また「百貨店」でもほぼ横ばいになっている。「その他国産豚肉」では「総合スーパー」「食品スーパー」の平均ポイントがマイナスではあるがほぼ横ばいである。

「黒豚肉」以外の商品では「農協・生協ストア」の平均ポイントが特に低く、「輸入豚肉」で-0.87、「S P F 豚肉」で-0.71、「銘柄豚肉」で-0.68、「その他国産豚肉」で-0.59 となっている。

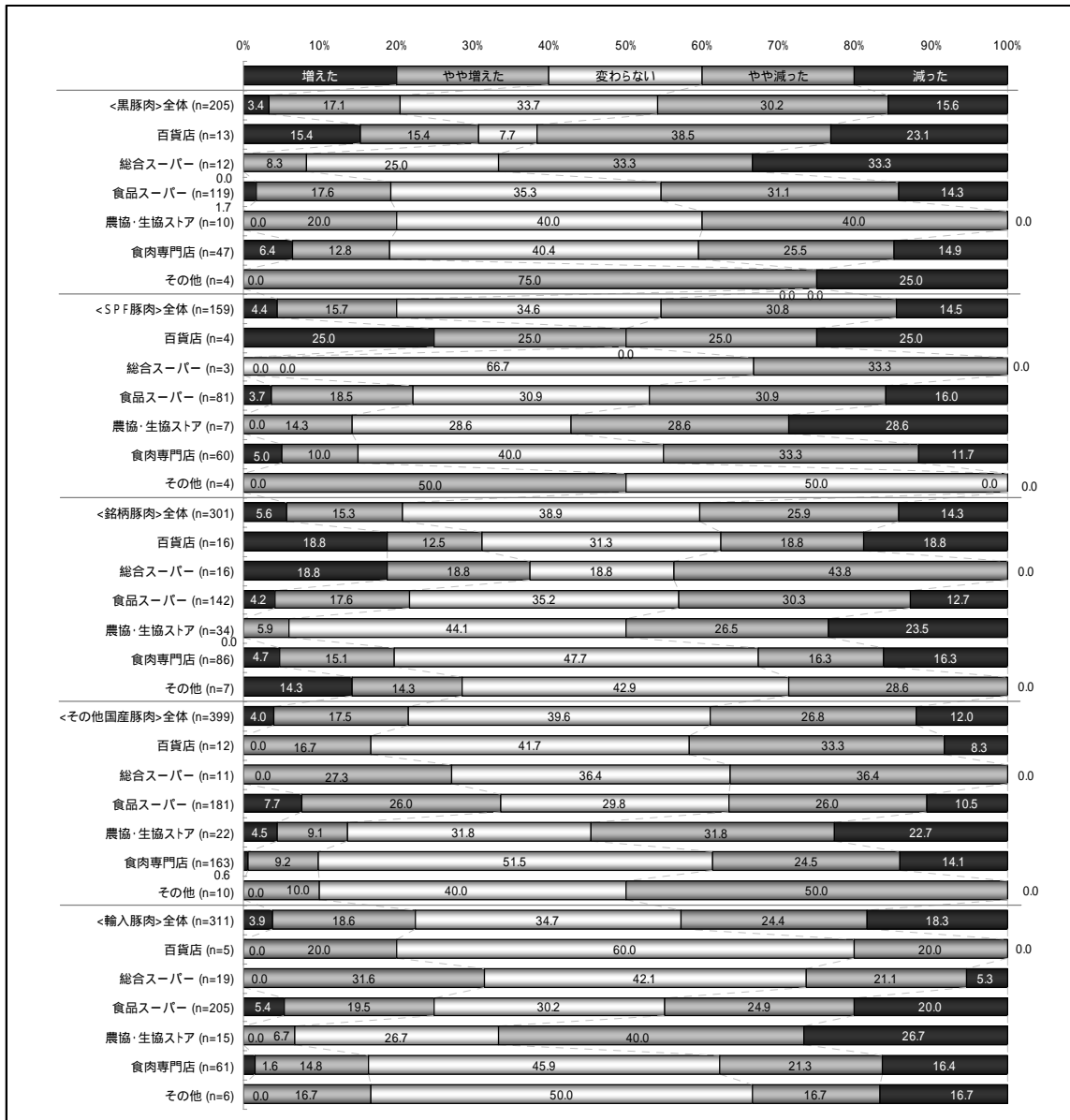
3 食肉部門の売上動向(対前年比)

3. 食肉部門の売上動向:商品別・業態別

2) 豚肉

図表 -24 豚肉の売上動向(対前年比):業態別

(単位:%)





## 3 食肉部門の売上動向(対前年比)

## 3. 食肉部門の売上動向:商品別・業態別

## 3) 鶏肉

図表 -25 鶏肉の売上動向(対前年比):業態別

(単位: %、ポイント)

	回答店舗数	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	平均ポイント			
							H19	H20	H21	
銘柄鶏肉	銘柄鶏肉全体	335	3.0	9.9	41.2	31.0	14.9	0.01	0.06	-0.45
	百貨店	17	5.9	5.9	41.2	41.2	5.9	0.35	0.25	-0.35
	総合スーパー	17	5.9	11.8	29.4	47.1	5.9	0.16	0.58	-0.35
	食品スーパー	170	2.9	8.8	44.1	27.6	16.5	0.34	0.18	-0.46
	農協・生協ストア	32	0.0	3.1	25.0	53.1	18.8	-0.03	0.09	-0.88
	食肉専門店	94	3.2	12.8	44.7	24.5	14.9	-0.36	-0.16	-0.35
その他	5	0.0	40.0	20.0	40.0	0.0	-	-1.50	0.00	
その他国産鶏肉	その他国産鶏肉全体	477	2.9	16.1	44.4	25.4	11.1	-	0.08	-0.26
	百貨店	17	5.9	17.6	29.4	35.3	11.8	-	0.81	-0.29
	総合スーパー	13	7.7	15.4	30.8	46.2	0.0	-	0.73	-0.15
	食品スーパー	227	4.8	19.4	39.6	26.0	10.1	-	0.48	-0.17
	農協・生協ストア	31	3.2	12.9	25.8	35.5	22.6	-	0.24	-0.61
	食肉専門店	176	0.0	12.5	55.1	20.5	11.9	-	-0.35	-0.32
その他	13	0.0	15.4	61.5	23.1	0.0	-	-0.17	-0.08	
輸入鶏肉	輸入鶏肉全体	248	5.6	16.1	44.4	25.0	8.9	-0.28	-0.01	-0.15
	百貨店	2	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	-0.22	1.00	0.50
	総合スーパー	13	0.0	15.4	53.8	30.8	0.0	-0.42	0.67	-0.15
	食品スーパー	167	7.2	16.2	41.3	26.9	8.4	-0.13	0.02	-0.13
	農協・生協ストア	4	0.0	25.0	50.0	0.0	25.0	-0.47	-0.33	-0.25
	食肉専門店	54	1.9	18.5	50.0	18.5	11.1	-0.36	-0.11	-0.19
その他	8	0.0	0.0	62.5	25.0	12.5	-	-1.00	-0.50	

## 「銘柄鶏肉」と「その他国産鶏肉」は「農協・生協ストア」で特に売上が減少

「銘柄鶏肉」「その他国産鶏肉」では「農協・生協ストア」の平均ポイントが特に低く、それぞれ-0.88、-0.61となっている。このほかの業態でも平均ポイントはマイナスになっているが、「その他国産鶏肉」は「総合スーパー」と「食品スーパー」では平均ポイントが他に比べて比較的良い。

「輸入鶏肉」は「銘柄鶏肉」「その他国産鶏肉」に比べると売上の落ち込みが小さいが、「農協・生協ストア」は「総合スーパー」「食品スーパー」「食肉専門店」に比べて平均ポイントが低い。

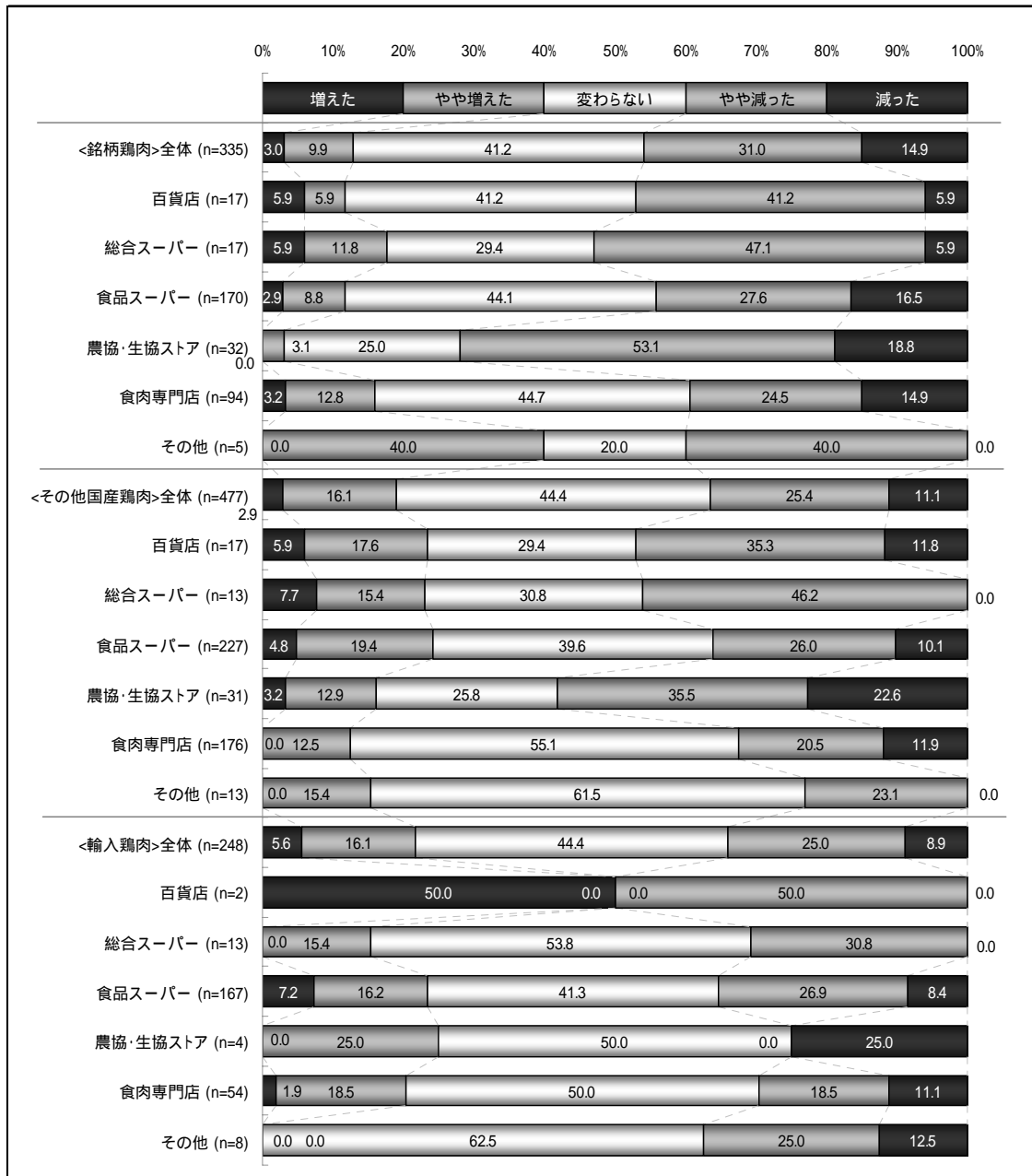
3 食肉部門の売上動向(対前年比)

3. 食肉部門の売上動向:商品別・業態別

3) 鶏肉

図表 -26 鶏肉の売上動向(対前年比):業態別

(単位:%)



### 3 食肉部門の売上動向(対前年比)

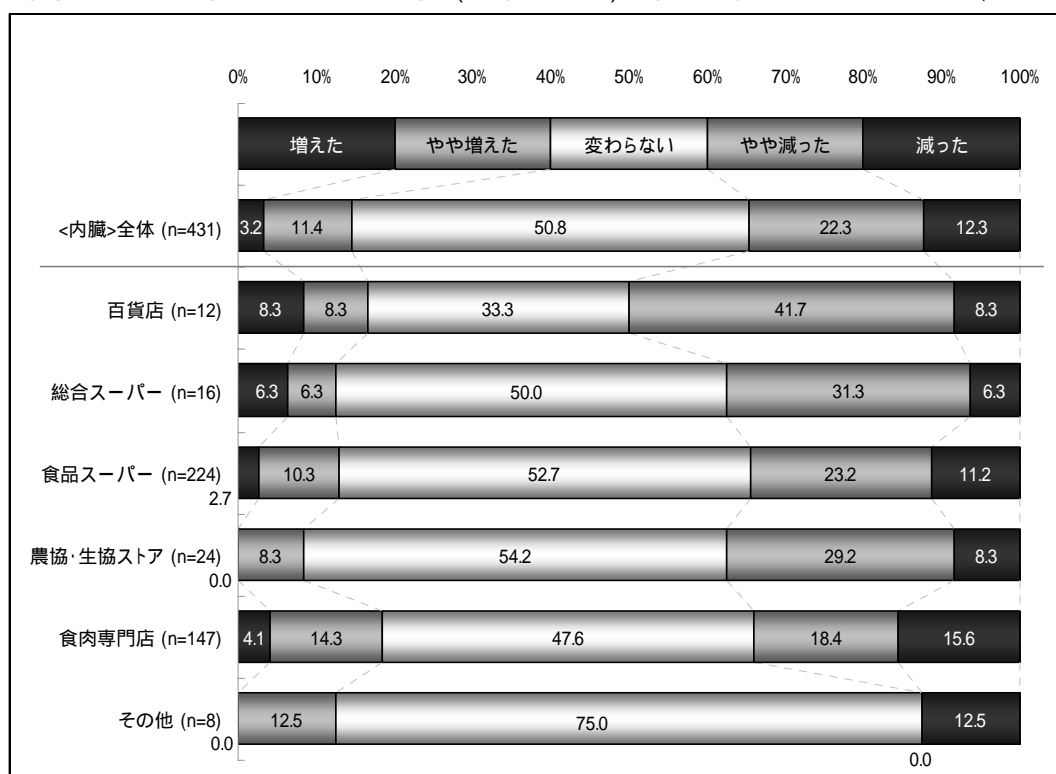
#### 3. 食肉部門の売上動向:商品別・業態別

##### 4) 内臓

図表 -27 内臓の売上動向(対前年比):業態別 (単位:%、ポイント)

	回答 店舗数	増えた	やや 増えた	変わら ない	やや 減った	減った	平均ポイント			
							H19	H20	H21	
内 臓	内臓全体	431	3.2	11.4	50.8	22.3	12.3	-0.12	-0.11	-0.29
	百貨店	12	8.3	8.3	33.3	41.7	8.3	0.00	0.14	-0.33
	総合スーパー	16	6.3	6.3	50.0	31.3	6.3	-0.06	0.00	-0.25
	食品スーパー	224	2.7	10.3	52.7	23.2	11.2	-0.02	-0.01	-0.30
	農協・生協ストア	24	0.0	8.3	54.2	29.2	8.3	-0.17	0.20	-0.38
	食肉専門店	147	4.1	14.3	47.6	18.4	15.6	-0.26	-0.27	-0.27
	その他	8	0.0	12.5	75.0	0.0	12.5	-	-0.50	-0.13

図表 -28 内臓の売上動向(対前年比):業態別 (単位:%)



#### すべての業態で売上が減少

「内臓」においても業態を問わず平均ポイントがマイナスになった。「農協・生協ストア」「百貨店」「食品スーパー」の順で平均ポイントが低く、それぞれ -0.38、-0.33、-0.30となっている。

### 3 食肉部門の売上動向(対前年比)

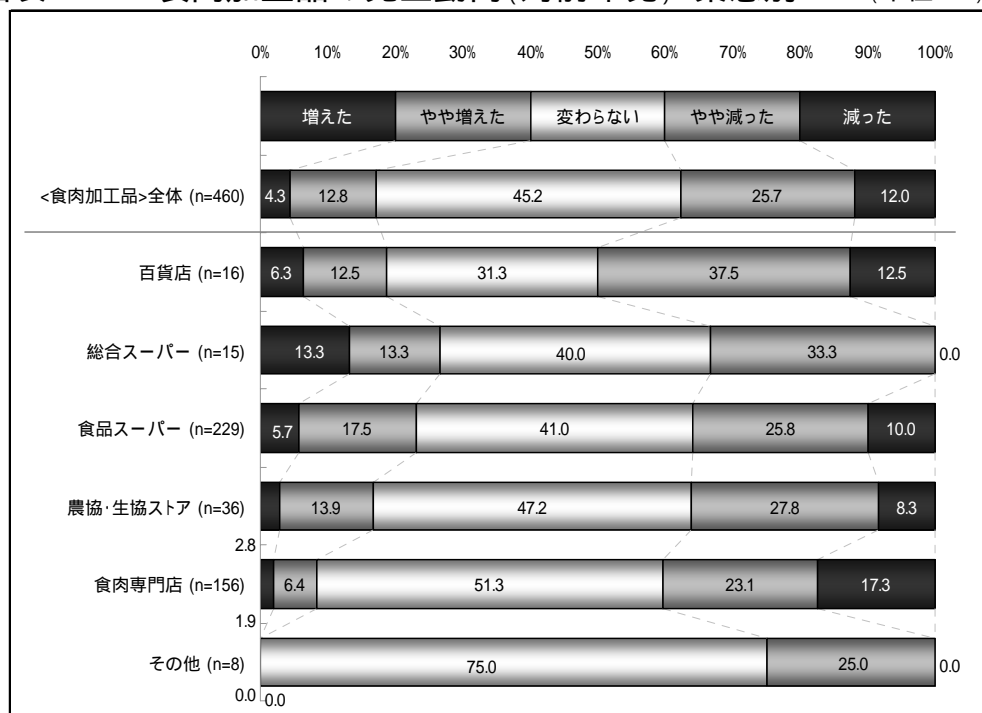
#### 3. 食肉部門の売上動向:商品別・業態別

##### 5) 食肉加工品

図表 -29 食肉加工品の売上動向(対前年比):業態別 (単位:%、ポイント)

	回答 店舗数	増えた	やや 増えた	変わら ない	やや 減った	減った	平均ポイント			
							H19	H20	H21	
							食肉加工品全体	460	4.3	12.8
食 肉 加 工 品	百貨店	16	6.3	12.5	31.3	37.5	12.5	-0.08	0.07	-0.38
	総合スーパー	15	13.3	13.3	40.0	33.3	0.0	-0.06	0.42	0.07
	食品スーパー	229	5.7	17.5	41.0	25.8	10.0	0.11	-0.20	-0.17
	農協・生協ストア	36	2.8	13.9	47.2	27.8	8.3	-0.02	0.25	-0.25
	食肉専門店	156	1.9	6.4	51.3	23.1	17.3	-0.43	-0.54	-0.47
	その他	8	0.0	0.0	75.0	25.0	0.0	-	-0.33	-0.25

図表 -30 食肉加工品の売上動向(対前年比):業態別 (単位:%)



#### 「総合スーパー」でのみ売上が増加

「食肉加工品」は「総合スーパー」でのみ平均ポイントが0.07とプラスになっており、売上が微増している。一方、「食肉専門店」「百貨店」ではそれぞれ-0.47、-0.38と平均ポイントが低くなっている。「食肉専門店」では過去3回の調査でもマイナスとなっており、4年連続で「食肉加工品」の売上は年々減少している。

### 3 食肉部門の売上動向(対前年比)

#### 3. 食肉部門の売上動向:商品別・業態別

##### 6) 食肉惣菜

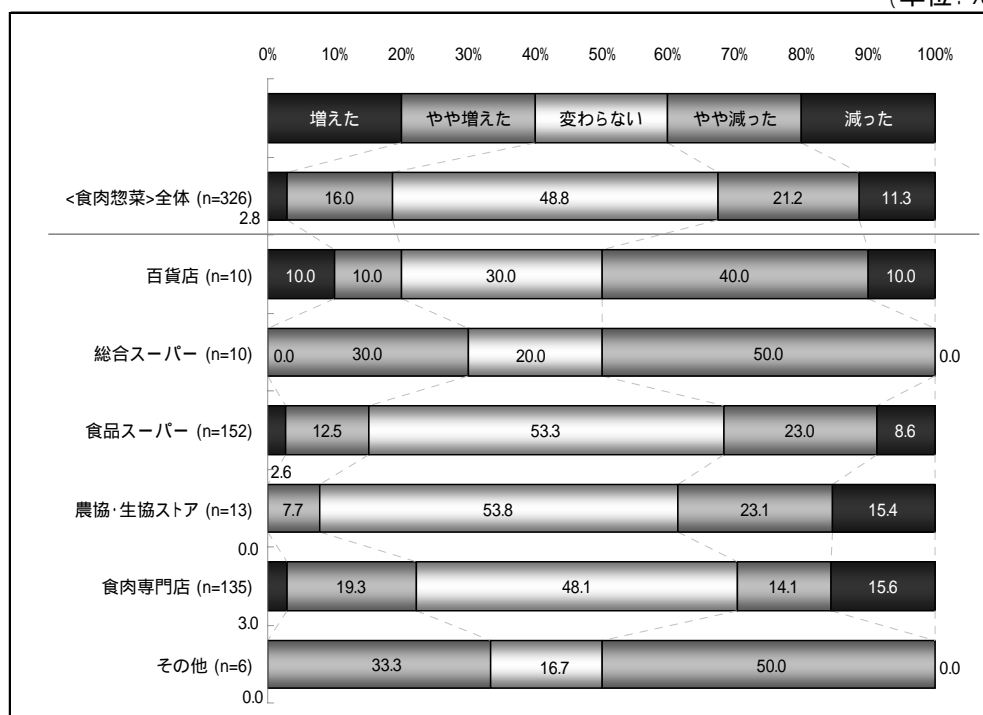
図表 -31 食肉惣菜の売上動向(対前年比):業態別

(単位: %、ポイント)

	回答 店舗数	増えた	やや 増えた	変わら ない	やや 減った	減った	平均ポイント			
							H19	H20	H21	
							食肉惣菜全体	326	2.8	16.0
食 肉 惣 菜	百貨店	10	10.0	10.0	30.0	40.0	10.0	0.21	0.29	-0.30
	総合スーパー	10	0.0	30.0	20.0	50.0	0.0	-0.06	0.09	-0.20
	食品スーパー	152	2.6	12.5	53.3	23.0	8.6	0.03	-0.01	-0.22
	農協・生協ストア	13	0.0	7.7	53.8	23.1	15.4	-0.12	0.25	-0.46
	食肉専門店	135	3.0	19.3	48.1	14.1	15.6	-0.25	-0.08	-0.20
	その他	6	0.0	33.3	16.7	50.0	0.0	-	0.20	-0.17

図表 -32 食肉惣菜の売上動向(対前年比):業態別

(単位: %)



#### すべての業態で売上が減少

「食肉惣菜」でも業態を問わず平均ポイントがマイナスになり、「農協・生協ストア」が-0.46で最も低く、次いで「百貨店」が-0.30と低い。このほかの業態の平均ポイントは同水準になっている。

## 4 食肉部門の売上見通し

## 1. 食肉部門全体の売上見通し

図表 -33 食肉売上の今後の見通し:業態別・店舗形態別・地域別

(単位: %、ポイント)

	回答 店舗数	増える	やや 増える	変わ らない	やや 減る	減る	平均ポイント			
							H19	H20	H21	
全店舗	354	2.0	12.1	24.0	41.5	20.3	-0.29	-45.0	-0.66	
業 態 別	百貨店	16	6.3	31.3	18.8	31.3	12.5	0.14	0.00	-0.13
	総合スーパー	15	6.7	6.7	26.7	53.3	6.7	-0.18	0.11	-0.47
	食品スーパー	176	0.6	15.9	23.3	44.9	15.3	-0.12	0.08	-0.59
	農協・生協ストア	22	0.0	0.0	27.3	45.5	27.3	-0.33	0.00	-1.00
	食肉専門店	120	3.3	7.5	25.0	35.0	29.2	-0.67	-0.89	-0.79
	その他	5	0.0	0.0	20.0	60.0	20.0	-	-0.75	-1.00
形 態 別	単独店	169	3.6	8.9	24.3	36.1	27.2	-0.69	-0.69	-0.75
	ローカルチェーン	160	0.6	15.0	25.0	45.0	14.4	-0.02	0.30	-0.57
	全国チェーン	25	0.0	16.0	16.0	56.0	12.0	-	0.00	-0.64
地 域 別	北海道	21	0.0	4.8	9.5	71.4	14.3	-0.32	-0.28	-0.95
	東北	48	0.0	20.8	20.8	37.5	20.8	-0.40	-0.53	-0.58
	関東	84	1.2	11.9	33.3	35.7	17.9	-0.40	-0.39	-0.57
	北陸	19	5.3	5.3	31.6	31.6	26.3	-0.35	-0.29	-0.68
	東海	39	5.1	10.3	23.1	48.7	12.8	-0.28	-0.36	-0.54
	近畿	59	3.4	8.5	15.3	44.1	28.8	-0.13	-0.78	-0.86
	中国	19	0.0	21.1	31.6	36.8	10.5	-0.27	-0.16	-0.37
	四国	10	0.0	10.0	20.0	30.0	40.0	-0.36	-0.11	-1.00
九州・沖縄	55	1.8	12.7	23.6	41.8	20.0	-0.55	-0.61	-0.65	

平均ポイント: 売上の今後の見通しについて、「増える」を+2、「やや増える」を+1、「変わらない」を0、「やや減る」を-1、「減る」を-2とポイント化し、算出している。

全店舗の平均ポイントは-0.66、「農協・生協ストア」では-1.00、「四国」では-1.00、「北海道」では-0.95

今後の売上見通しを業態別に見ると、「農協・生協ストア」の見通しが最も悲観的で-1.00となっている。この他の業態でも平均ポイントはマイナスになっており、「食肉専門店」でも-0.79と厳しい見通しを持っているが、「百貨店」は平均ポイントが-0.13となっており、他の業態に比べれば楽観的である。全店舗平均は-0.66と3年連続でマイナスになっている。

店舗形態別に見ても、いずれも平均ポイントは-0.50以下と低い。

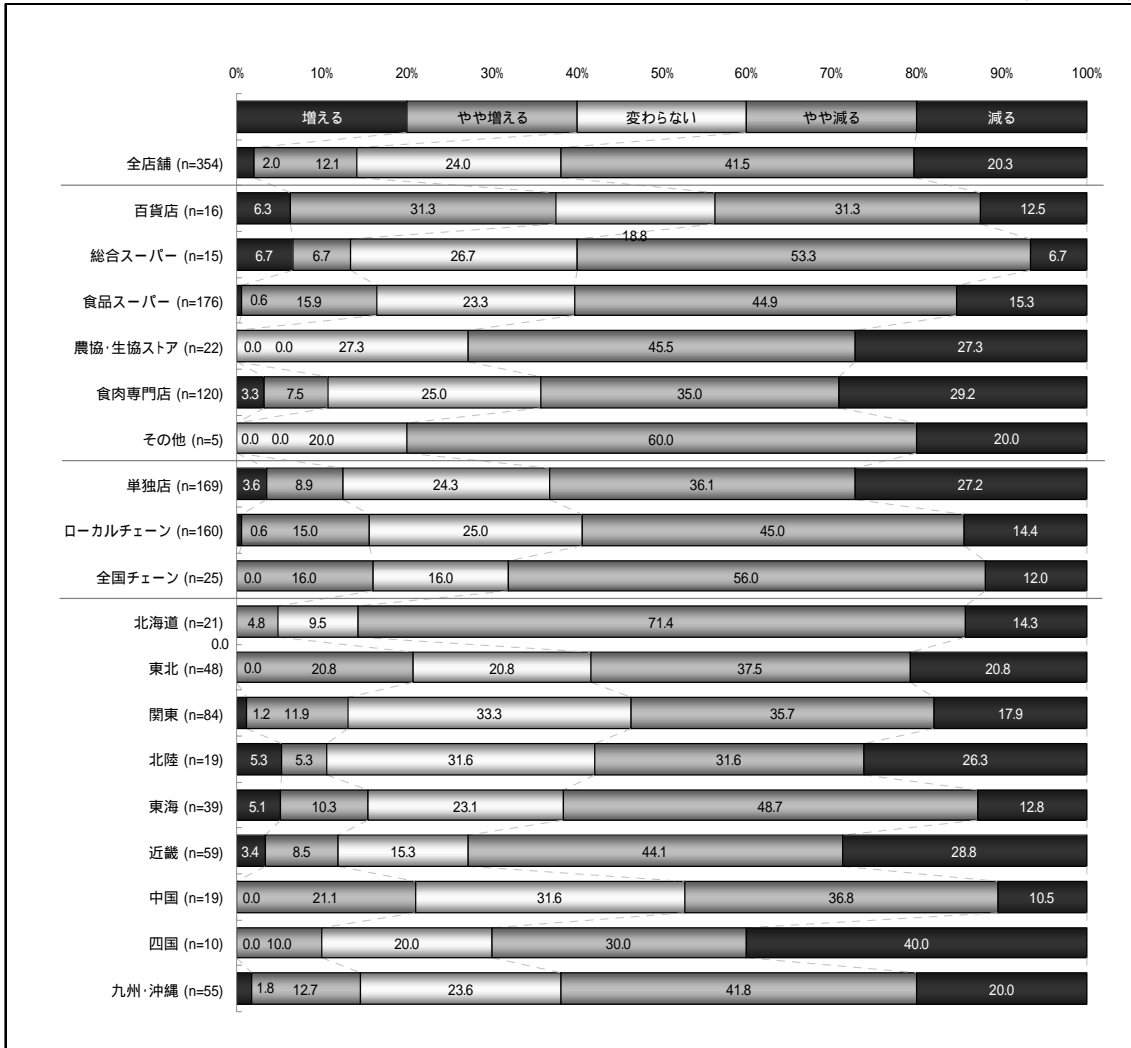
地域別でも、すべての地域で平均ポイントがマイナスとなっており、特に「四国」で-1.00、「北海道」で-0.95と低い。「四国」は昨年と比較すると0.89ポイント悪化し、地域別では最も悪化した幅が大きい。

4 食肉部門の売上見通し

1. 食肉部門全体の売上見通し

図表 -34 食肉売上の今後の見通し:業態別・店舗形態別・地域別

(単位: %)



業態別では「農協・生協ストア」の売上見通しが低い

今後の売上見通しを業態別に見ると、「農協・生協ストア」の見通しが最も悲観的になっている。今後の売上については「減る」が27.3%、「やや減る」が45.5%で、これらを合わせると72.8%が今後の見通しについて悲観的に考えている。これに対して、「増える」「やや増える」という回答は見られなかった。

## 4 食肉部門の売上見通し

## 2. 食肉部門の売上見通し:肉種別・商品別

## 1) 全体

図表 -35 食肉部門の売上見通し:肉種別・商品別

(単位: %、ポイント)

	回答 店舗数	増える	やや 増える	変わら ない	やや 減る	減る	平均ポイント			
							H19	H20	H21	
食肉部門全体	354	2.0	12.1	24.0	41.5	20.3	-0.36	-0.45	-0.66	
牛 肉	和牛肉	446	4.5	11.9	28.3	33.6	21.7	-0.25	-0.72	-0.56
	国産牛肉(乳用種)	239	1.7	10.9	41.8	30.5	15.1	-0.20	-0.36	-0.46
	国産牛肉(交雑種)	358	4.7	17.9	35.8	30.2	11.5	0.01	-0.19	-0.26
	その他国産牛肉	77	1.3	5.2	40.3	35.1	18.2	-0.43	-0.39	-0.64
	米国産牛肉	164	3.7	22.0	43.3	20.1	11.0	0.31	-0.16	-0.13
	豪州産牛肉	325	4.9	14.8	47.7	24.3	8.3	-0.33	-0.39	-0.16
	その他輸入牛肉	55	1.8	9.1	40.0	29.1	20.0	-0.22	-0.45	-0.56
豚 肉	黒豚肉	196	1.5	16.3	43.9	27.6	10.7	0.05	-0.14	-0.30
	SPF豚肉	147	4.1	21.1	40.1	26.5	8.2	-0.04	0.01	-0.14
	銘柄豚肉	297	4.7	20.5	42.8	23.2	8.8	0.31	0.28	-0.11
	その他国産豚肉	373	4.6	18.2	42.4	26.5	8.3	-0.04	-0.01	-0.16
	輸入豚肉	297	4.4	20.5	46.5	20.9	7.7	-0.05	0.19	-0.07
鶏 肉	銘柄鶏肉	319	1.9	11.3	52.7	23.8	10.3	0.01	0.06	-0.29
	その他国産鶏肉	449	3.1	18.9	47.2	22.9	7.8	-	0.03	-0.13
	輸入鶏肉	240	3.3	19.2	47.5	23.8	6.3	-0.33	0.02	-0.10
そ の 他	その他食肉	152	0.7	5.9	59.9	28.3	5.3	-0.21	-0.31	-0.32
	内臓	414	3.6	8.7	60.4	20.5	6.8	-0.14	-0.18	-0.18
	食肉加工品	442	2.9	17.4	50.9	21.3	7.5	-0.10	-0.32	-0.13
	食肉惣菜	314	3.8	19.4	50.6	19.1	7.0	-0.03	0.05	-0.06

## すべての商品で減少の見通し、特に「牛肉」で悲観的

牛肉は、前回に引き続きすべての商品で平均ポイントがマイナスとなっており、今後の売上見通しに対して悲観的な回答が多い。平均ポイントは「その他国産牛肉」(-0.64)、「和牛肉」「その他輸入牛肉」(ともに-0.56)の順で低い。一方で、「米国産牛肉」「豪州産牛肉」では-0.16、-0.13と牛肉の中では比較的マイナス幅が小さい。

豚肉でもすべての商品で平均ポイントがマイナスになっており、悲観的な意見が多いが、牛肉ほど深刻ではない。「黒豚肉」では-0.30と低いが、「SPF豚肉」「銘柄豚肉」「その他国産豚肉」は-0.10台となっており、「輸入豚肉」では-0.07とほぼ横ばいの見通しである。

鶏肉は、前年では平均ポイントがすべての商品でプラスだったが、一転してすべてマイナスになっている。



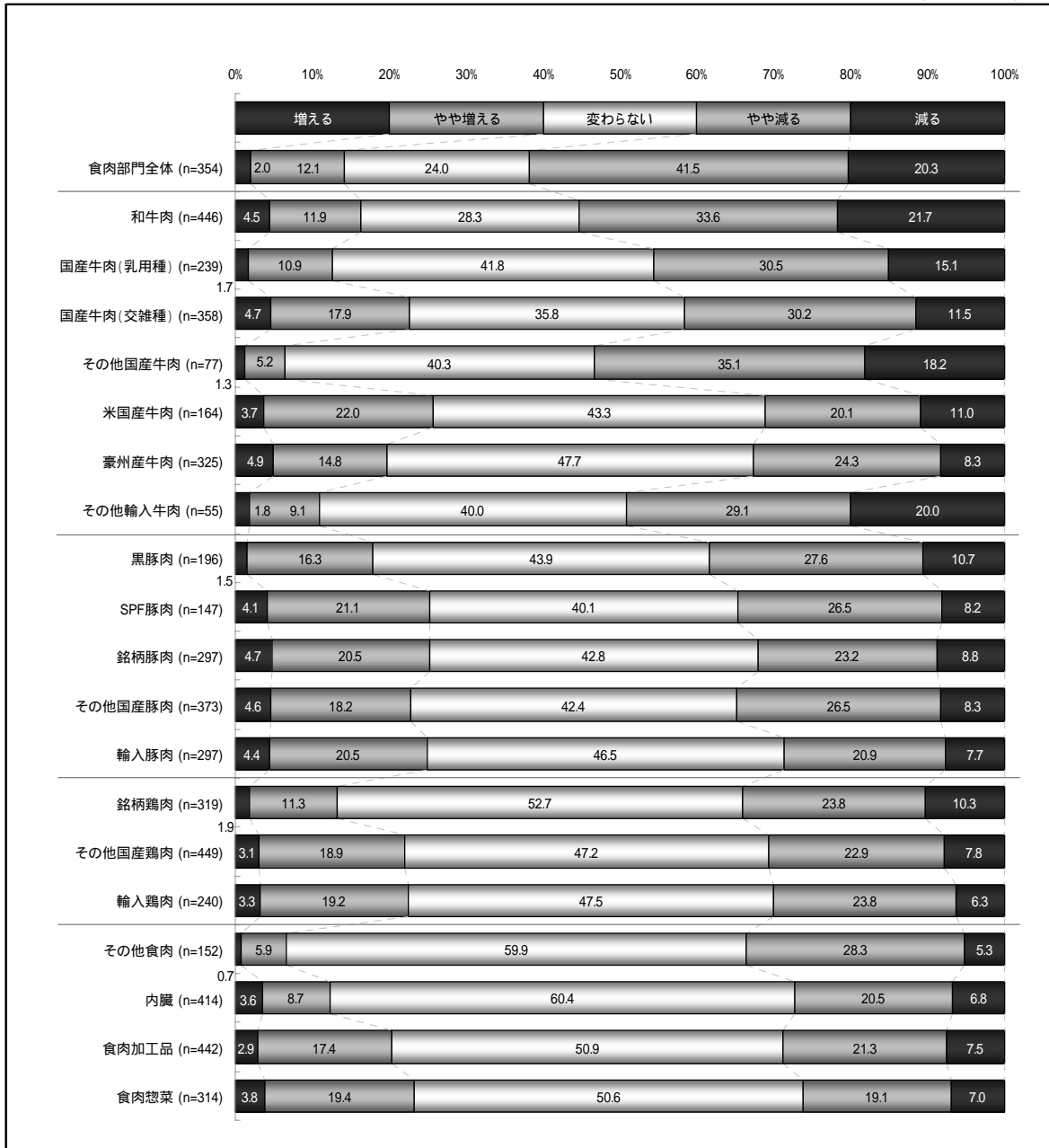
4 食肉部門の売上見通し

2. 食肉部門の売上見通し: 肉種別・商品別

1) 全体

図表 -36 食肉部門の売上見通し: 肉種別・商品別

(単位: %)



4 食肉部門の売上見通し

3. 食肉部門の売上見通し: 商品別・業態別

1) 牛肉

図表 -37 牛肉の売上見通し: 業態別 (単位: %, ポイント)

	回答店舗数	増える	やや増える	変わらない	やや減る	減る	平均ポイント			
							H19	H20	H21	
和牛肉	和牛肉全体	446	4.5	11.9	28.3	33.6	21.7	-0.25	-0.72	-0.56
	百貨店	19	5.3	15.8	36.8	31.6	10.5	0.34	-0.13	-0.26
	総合スーパー	21	9.5	19.0	19.0	42.9	9.5	-0.09	-0.83	-0.24
	食品スーパー	198	4.0	13.1	24.2	34.3	24.2	-0.08	-0.65	-0.62
	農協・生協ストア	25	0.0	4.0	16.0	64.0	16.0	-0.55	-0.46	-0.92
	食肉専門店	175	5.1	9.7	34.9	27.4	22.9	-0.47	-0.83	-0.53
	その他	8	0.0	25.0	25.0	37.5	12.5	-	-1.50	-0.38
(乳用種) 国産牛肉	国産牛肉(乳用種)全体	239	1.7	10.9	41.8	30.5	15.1	-0.20	-0.36	-0.46
	百貨店	6	0.0	16.7	33.3	0.0	50.0	0.09	0.17	-0.83
	総合スーパー	12	8.3	0.0	58.3	33.3	0.0	0.11	0.33	-0.17
	食品スーパー	141	1.4	13.5	44.0	28.4	12.8	0.06	-0.25	-0.38
	農協・生協ストア	32	0.0	12.5	21.9	53.1	12.5	-0.36	-0.17	-0.66
	食肉専門店	46	2.2	4.3	45.7	23.9	23.9	-0.81	-0.67	-0.63
	その他	2	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	-	-1.50	-0.50
(交雑種) 国産牛肉	国産牛肉(交雑種)全体	358	4.7	17.9	35.8	30.2	11.5	0.01	-0.19	-0.26
	百貨店	13	15.4	38.5	15.4	23.1	7.7	0.43	0.31	0.31
	総合スーパー	10	0.0	30.0	20.0	30.0	20.0	0.07	-0.11	-0.40
	食品スーパー	177	6.2	20.3	37.3	26.0	10.2	0.24	0.13	-0.14
	農協・生協ストア	21	4.8	9.5	42.9	38.1	4.8	0.16	0.14	-0.29
	食肉専門店	129	2.3	13.2	35.7	34.1	14.7	-0.37	-0.50	-0.46
	その他	8	0.0	12.5	37.5	50.0	0.0	-	-0.75	-0.38
国産牛肉 その他	その他国産牛肉全体	77	1.3	5.2	40.3	35.1	18.2	-	-	-0.64
	百貨店	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	-	-	0.00
	総合スーパー	5	0.0	20.0	40.0	40.0	0.0	-	-	-0.20
	食品スーパー	50	2.0	4.0	42.0	34.0	18.0	-	-	-0.62
	農協・生協ストア	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	-	-	-1.00
	食肉専門店	19	0.0	5.3	36.8	31.6	26.3	-	-	-0.79
	その他	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	-	-	-1.00
米国産牛肉	米国産牛肉全体	164	3.7	22.0	43.3	20.1	11.0	0.31	-0.16	-0.13
	百貨店	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.30	0.00	0.00
	総合スーパー	6	0.0	0.0	83.3	16.7	0.0	0.77	-0.14	-0.17
	食品スーパー	111	3.6	26.1	38.7	21.6	9.9	0.66	-0.04	-0.08
	農協・生協ストア	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	-	-	2.00
	食肉専門店	40	2.5	12.5	50.0	17.5	17.5	-0.44	-0.28	-0.35
	その他	6	0.0	33.3	50.0	16.7	0.0	-	-1.00	0.17
豪州産牛肉	豪州産牛肉全体	325	4.9	14.8	47.7	24.3	8.3	-0.33	-0.39	-0.16
	百貨店	7	28.6	0.0	14.3	42.9	14.3	-0.53	0.00	-0.14
	総合スーパー	20	10.0	30.0	40.0	20.0	0.0	-0.31	-0.20	0.30
	食品スーパー	207	5.3	18.8	48.8	19.8	7.2	-0.30	-0.22	-0.05
	農協・生協ストア	14	0.0	7.1	28.6	50.0	14.3	-0.18	-0.57	-0.71
	食肉専門店	72	0.0	1.4	55.6	30.6	12.5	-0.41	-0.68	-0.54
	その他	5	20.0	20.0	20.0	40.0	0.0	-	-0.50	0.20
輸入牛肉 その他	その他輸入牛肉全体	55	1.8	9.1	40.0	29.1	20.0	-	-	-0.56
	百貨店	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	-	-	-1.00
	総合スーパー	3	0.0	0.0	33.3	66.7	0.0	-	-	-0.67
	食品スーパー	33	3.0	9.1	45.5	24.2	18.2	-	-	-0.45
	農協・生協ストア	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	-	-	-2.00
	食肉専門店	15	0.0	13.3	33.3	26.7	26.7	-	-	-0.67
	その他	2	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	-	-	-0.50

「和牛肉」「国産牛肉(乳用種)」はすべての業態で売上が減少する見込み

「和牛肉」は、すべての業態において悲観的な売上見通しとなっており、特に「農協・生協ストア」の平均ポイントが-0.92と低い。ほかに「食品スーパー」と「食肉専門店」でも-0.6~-0.5程度と低い。

「国産牛肉(乳用種)」でもすべての業態で平均ポイントがマイナスとなっている。特に「百貨店」で-0.83と低いが、「総合スーパー」では-0.17と他の業態よりはマイナス幅が小さい。

「国産牛肉(交雑種)」では「百貨店」の平均ポイントが0.31と唯一プラスになっている。

## 4 食肉部門の売上見通し

## 3. 食肉部門の売上見通し: 商品別・業態別

## 2) 豚肉

図表 -38 豚肉の売上見通し: 業態別

(単位: %、ポイント)

	回答店舗数	増える	やや増える	変わらない	やや減る	減る	平均ポイント			
							H19	H20	H21	
黒豚肉	黒豚肉全体	196	1.5	16.3	43.9	27.6	10.7	0.05	-0.14	-0.30
	百貨店	13	0.0	23.1	46.2	30.8	0.0	0.41	0.08	-0.08
	総合スーパー	12	0.0	8.3	50.0	25.0	16.7	0.06	0.43	-0.50
	食品スーパー	114	0.9	18.4	44.7	27.2	8.8	0.05	-0.25	-0.25
	農協・生協ストア	9	0.0	0.0	44.4	44.4	11.1	-	0.17	-0.67
	食肉専門店	44	4.5	9.1	43.2	25.0	18.2	-0.26	-0.19	-0.43
その他	4	0.0	75.0	0.0	25.0	0.0	-	-	0.50	
SPF豚肉	SPF豚肉全体	147	4.1	21.1	40.1	26.5	8.2	-0.04	0.01	-0.14
	百貨店	5	20.0	40.0	40.0	0.0	0.0	0.43	0.67	0.80
	総合スーパー	4	0.0	25.0	50.0	25.0	0.0	0.28	1.00	0.00
	食品スーパー	74	2.7	21.6	43.2	24.3	8.1	0.02	0.35	-0.14
	農協・生協ストア	6	0.0	16.7	33.3	33.3	16.7	0.29	0.80	-0.50
	食肉専門店	54	5.6	16.7	35.2	33.3	9.3	-0.39	-0.35	-0.24
その他	4	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	-	-	0.50	
銘柄豚肉	銘柄豚肉全体	297	4.7	20.5	42.8	23.2	8.8	0.31	0.28	-0.11
	百貨店	16	12.5	31.3	25.0	31.3	0.0	0.60	0.50	0.25
	総合スーパー	16	6.3	18.8	43.8	31.3	0.0	0.43	1.00	0.00
	食品スーパー	143	4.2	21.0	45.5	21.7	7.7	0.53	0.35	-0.08
	農協・生協ストア	32	0.0	18.8	31.3	34.4	15.6	0.16	0.50	-0.47
	食肉専門店	84	6.0	17.9	45.2	20.2	10.7	-0.10	0.05	-0.12
その他	6	0.0	33.3	50.0	0.0	16.7	-	-1.00	0.00	
その他 国産豚肉	その他国産豚肉全体	373	4.6	18.2	42.4	26.5	8.3	-0.04	-0.01	-0.16
	百貨店	12	0.0	8.3	66.7	25.0	0.0	0.28	0.64	-0.17
	総合スーパー	9	0.0	33.3	55.6	11.1	0.0	0.14	0.29	0.22
	食品スーパー	170	8.2	21.8	40.6	25.3	4.1	0.30	0.48	0.05
	農協・生協ストア	21	0.0	23.8	33.3	28.6	14.3	-0.02	0.44	-0.33
	食肉専門店	152	2.0	13.8	42.1	29.6	12.5	-0.41	-0.47	-0.37
その他	9	0.0	11.1	55.6	11.1	22.2	-	-0.67	-0.44	
輸入豚肉	輸入豚肉全体	297	4.4	20.5	46.5	20.9	7.7	-0.05	0.19	-0.07
	百貨店	5	20.0	0.0	40.0	40.0	0.0	-0.15	0.50	0.00
	総合スーパー	20	5.0	25.0	55.0	15.0	0.0	0.00	0.60	0.20
	食品スーパー	198	5.1	22.7	43.4	23.2	5.6	0.09	0.39	-0.02
	農協・生協ストア	13	0.0	7.7	53.8	30.8	7.7	-0.10	0.17	-0.38
	食肉専門店	54	1.9	13.0	55.6	13.0	16.7	-0.36	-0.24	-0.30
その他	7	0.0	42.9	28.6	0.0	28.6	-	0.00	-0.14	

SPF豚肉」「銘柄豚肉」は「百貨店」で、「その他国産豚肉」「輸入豚肉」は「総合スーパー」で売上増が見込まれる

「黒豚肉」は「その他」以外のすべての業態で悲観的な見通しとなっているが、「百貨店」では平均ポイントが-0.08で横ばいに近い。

「SPF豚肉」と「銘柄豚肉」では、「百貨店」で平均ポイントがプラスになっており、今後の売上増が見込まれる。ただし、両商品とも「農協・生協ストア」では平均ポイントが-0.5程度と低く、全体ではマイナスとなった

「その他国産豚肉」と「輸入豚肉」では、「総合スーパー」で平均ポイントがプラスになっている。両商品とも「食品スーパー」ではほぼ横ばいの見通しとなっている。

## 4 食肉部門の売上見通し

## 3. 食肉部門の売上見通し: 商品別・業態別

## 3) 鶏肉

図表 -39 鶏肉の売上見通し: 業態別

(単位: %、ポイント)

		回答店舗数	増える	やや増える	変わらない	やや減る	減る	平均ポイント		
								H19	H20	H21
銘柄鶏肉	銘柄鶏肉全体	319	1.9	11.3	52.7	23.8	10.3	0.01	0.06	-0.29
	百貨店	17	5.9	11.8	58.8	23.5	0.0	0.35	0.36	0.00
	総合スーパー	18	0.0	27.8	38.9	27.8	5.6	0.16	0.60	-0.11
	食品スーパー	161	1.2	11.8	55.9	21.1	9.9	0.34	0.11	-0.27
	農協・生協ストア	30	0.0	0.0	40.0	40.0	20.0	-0.03	0.56	-0.80
	食肉専門店	87	3.4	10.3	54.0	21.8	10.3	-0.36	-0.14	-0.25
	その他	6	0.0	16.7	33.3	33.3	16.7	-	-1.00	-0.50
その他国産鶏肉	その他国産鶏肉全体	449	3.1	18.9	47.2	22.9	7.8	-	0.03	-0.13
	百貨店	17	5.9	17.6	58.8	17.6	0.0	-	0.71	0.12
	総合スーパー	15	0.0	26.7	46.7	26.7	0.0	-	0.50	0.00
	食品スーパー	214	5.1	25.2	43.0	22.4	4.2	-	0.46	0.05
	農協・生協ストア	29	3.4	6.9	31.0	37.9	20.7	-	0.41	-0.66
	食肉専門店	162	0.6	12.3	54.3	21.6	11.1	-	-0.43	-0.30
	その他	12	0.0	16.7	50.0	16.7	16.7	-	-0.33	-0.33
輸入鶏肉	輸入鶏肉全体	240	3.3	19.2	47.5	23.8	6.3	-0.33	0.02	-0.10
	百貨店	2	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	-0.14	1.00	1.00
	総合スーパー	13	0.0	15.4	69.2	15.4	0.0	-0.50	0.13	0.00
	食品スーパー	164	4.3	20.1	43.3	26.8	5.5	-0.17	0.13	-0.09
	農協・生協ストア	4	0.0	25.0	50.0	25.0	0.0	-0.17	0.33	0.00
	食肉専門店	51	0.0	17.6	52.9	17.6	11.8	-0.49	-0.17	-0.24
	その他	6	0.0	16.7	66.7	16.7	0.0	-	0.00	0.00

「その他国産鶏肉」は平成20年調査より実施

**百貨店」では「銘柄鶏肉」は横ばい、「その他国産鶏肉」は売上増加の見込み**

「銘柄鶏肉」では「百貨店」の見通しは横ばいとなっているが、このほかの業態では平均ポイントがマイナスになっており悲観的な見通しとなった。特に「農協・生協ストア」で-0.80と低い。

「その他国産鶏肉」では、「百貨店」で平均ポイントがプラス、「総合スーパー」と「食品スーパー」でほぼ横ばいが見込まれている。「銘柄鶏肉」と同様に「農協・生協ストア」の平均ポイントが-0.66と低い。

「輸入鶏肉」は「食肉専門店」で平均ポイントが-0.24と低いが、この他の業態ではほぼ横ばいとなっている。「百貨店」では平均ポイントが1.00でプラスとなっている。

## 4 食肉部門の売上見通し

## 3. 食肉部門の売上見通し: 商品別・業態別

## 4) 内臓

図表 -40 内臓の売上見通し: 業態別

(単位: %, ポイント)

	回答店舗数	増える	やや増える	変わらない	やや減る	減る	平均ポイント		
							H19	H20	H21
							内臓全体	414	3.6
百貨店	12	16.7	0.0	58.3	25.0	0.0	0.08	0.17	0.08
総合スーパー	17	5.9	0.0	70.6	17.6	5.9	-0.16	0.23	-0.18
食品スーパー	212	2.8	6.6	64.6	21.7	4.2	-0.07	-0.06	-0.18
農協・生協ストア	21	0.0	14.3	57.1	19.0	9.5	-0.12	0.08	-0.24
食肉専門店	144	4.2	11.8	54.2	19.4	10.4	-0.25	-0.37	-0.20
その他	8	0.0	25.0	50.0	12.5	12.5	-	-0.25	-0.13

**百貨店」ではほぼ横ばい、それ以外では売上が減少する見込み**

「百貨店」では平均ポイントが0.08でほぼ横ばいの見通し。このほかの業態においては平均ポイントがマイナスとなり、売上が減少する見通しとなった。

## 5) 食肉加工品

図表 -41 食肉加工品の売上見通し: 業態別

(単位: %, ポイント)

	回答店舗数	増える	やや増える	変わらない	やや減る	減る	平均ポイント		
							H19	H20	H21
							食肉加工品全体	442	2.9
百貨店	17	5.9	35.3	35.3	23.5	0.0	0.12	0.08	0.24
総合スーパー	16	6.3	25.0	37.5	31.3	0.0	-0.05	0.09	0.06
食品スーパー	222	2.7	20.3	52.7	19.8	4.5	0.05	-0.14	-0.03
農協・生協ストア	33	0.0	21.2	45.5	18.2	15.2	-0.05	0.05	-0.27
食肉専門店	145	3.4	9.7	51.0	23.4	12.4	-0.34	-0.63	-0.32
その他	9	0.0	11.1	77.8	11.1	0.0	-	-0.20	0.00

**百貨店」では売上増の明るい見通し**

「百貨店」では平均ポイントが0.24で、売上増加が見込まれている。「総合スーパー」「食品スーパー」ではほぼ横ばい、「食肉専門店」「農協・生協ストア」では平均ポイントが-0.3前後で、悲観的な見通しである。

## 6) 食肉惣菜

図表 -42 食肉惣菜の売上見通し: 業態別

(単位: %, ポイント)

	回答店舗数	増える	やや増える	変わらない	やや減る	減る	平均ポイント		
							H19	H20	H21
							食肉惣菜全体	314	3.8
百貨店	11	9.1	18.2	54.5	18.2	0.0	0.64	0.17	0.18
総合スーパー	11	0.0	27.3	36.4	36.4	0.0	-0.07	0.56	-0.09
食品スーパー	148	2.7	16.2	55.4	21.6	4.1	0.18	0.08	-0.08
農協・生協ストア	13	0.0	15.4	53.8	23.1	7.7	0.00	0.00	-0.23
食肉専門店	125	5.6	22.4	47.2	12.8	12.0	-0.25	-0.01	-0.03
その他	6	0.0	33.3	16.7	50.0	0.0	-	0.67	-0.17

**百貨店」では売上増、「農協・生協ストア」では売上減の見込み**

「百貨店」では平均ポイントが0.18で、売上増加が見込まれる。一方、「農協・生協ストア」では平均ポイントが-0.23と低く、売上の減少が見込まれている。「総合スーパー」「食品スーパー」「食肉専門店」では横ばいからやや減少の見通し。

## 5 販売店の売上見通しと消費者の購買意欲のギャップ

図表 -43 販売店の売上見通しと消費者の購買意欲のギャップ

(単位:ポイント)

販売店 平均ポイント		消費者 平均ポイント	
食肉全体	-0.66	食肉全体	-0.13
和牛肉	-0.56	国産和牛	-0.21
国産牛肉乳用種	-0.46	和牛以外の国産牛	-0.21
国産牛肉交雑種	-0.26	輸入牛肉	-0.32
その他国産牛肉	-0.64	国産豚肉	0.04
米国産牛肉	-0.13	輸入豚肉	-0.28
豪州産牛肉	-0.16	国産鶏肉	0.06
その他輸入牛肉	-0.56	輸入鶏肉	-0.24
黒豚肉	-0.30		
SPF豚肉	-0.14		
銘柄豚肉	-0.11		
その他国産豚肉	-0.16		
輸入豚肉	-0.07		
銘柄鶏肉	-0.29		
その他国産鶏肉	-0.13		
輸入鶏肉	-0.10		

販売店:食肉部門の売上見通しについて、「増える」を+2、「やや増える」を+1、「変わらない」を0、「やや減る」を-1、「減る」を-2とポイント化し算出している。

消費者:今後の食肉の購入量について、「増やす」を+2、「やや増やす」を+1、「変わらない」を0、「やや減らす」を-1、「減らす」を-2とポイント化し算出している。

### 販売店の売上見通しは輸入肉の平均ポイントが高いが、消費者は輸入肉の購買意欲が低い

販売店の“今後の売上見通し”と12月に実施した消費者の“今後の食肉の購入量”を平均ポイントで見ると、食肉全体ではどちらもマイナスだったが、販売店の方が0.53ポイント低く、悲観的に考えていることがわかる。

品種別では区別が異なるため単純に比較はできないが、販売店と消費者ではギャップが生じていることがわかった。消費者では、牛肉、豚肉、鶏肉のうちそれぞれ国産品と輸入品を比較すると、どれも輸入品の平均ポイントが低い。一方で、販売店ではそれぞれの肉種のうちポイントが高いのが「米国産牛肉」(-0.13ポイント)、「輸入豚肉」(-0.07ポイント)、「輸入鶏肉」(-0.10ポイント)で、輸入品の方が見通しは良いと考えている。その他の肉を除き最も平均ポイントが低いのは「和牛肉」(-0.56ポイント)だった。販売店は消費者の低価格志向の強まりから国産品が落ち込むと考えているが、消費者は国産品に対して安全性を求めているようだ。

## 6 食肉部門の粗利益率

## 1. 粗利益率構成：肉種別・商品別

図表 -44 粗利益率構成：肉種別・商品別

(単位：%)

		回答 店舗数	10% 未満	10～ 14%	15～ 19%	20～ 24%	25～ 29%	30～ 34%	35～ 39%	40% 以上
食肉部門全体		382	2.9	3.9	6.5	17.8	37.7	23.0	6.0	2.1
牛肉	和牛肉	459	15.5	14.2	20.3	17.0	15.9	12.9	3.3	1.1
	国産牛肉(乳用種)	243	10.7	11.1	18.1	19.3	19.8	13.6	6.6	0.8
	国産牛肉(交雑種)	362	10.5	11.6	14.6	17.7	20.4	19.1	4.7	1.4
	その他国産牛肉	66	15.2	15.2	7.6	21.2	15.2	15.2	9.1	1.5
	米国産牛肉	162	6.8	9.9	10.5	20.4	23.5	19.1	8.0	1.9
	豪州産牛肉	322	4.3	9.9	11.8	16.8	27.0	21.1	6.8	2.2
	その他輸入牛肉	55	9.1	12.7	16.4	23.6	16.4	12.7	5.5	3.6
豚肉	黒豚肉	202	9.9	3.5	16.3	20.8	28.2	14.9	4.5	2.0
	SPF豚肉	149	2.7	1.3	7.4	15.4	24.2	22.8	18.8	7.4
	銘柄豚肉	296	3.0	3.4	8.1	16.6	23.0	27.4	11.1	7.4
	その他国産豚肉	385	3.9	2.9	6.8	13.5	21.8	29.6	15.1	6.5
	輸入豚肉	303	2.6	2.6	7.9	15.8	21.8	33.7	9.2	6.3
鶏肉	銘柄鶏肉	321	4.7	3.1	8.4	15.0	24.9	28.3	12.5	3.1
	その他国産鶏肉	450	3.3	3.8	8.4	12.9	26.0	28.4	12.4	4.7
	輸入鶏肉	255	3.9	2.0	6.7	14.9	23.9	23.1	19.2	6.3
その他	その他食肉	168	5.4	0.6	10.7	20.8	23.8	24.4	11.9	2.4
	内臓	415	4.6	3.4	9.4	16.4	22.9	28.2	9.6	5.5
	食肉加工品	452	3.3	1.8	5.3	16.2	30.5	30.1	9.3	3.5
	食肉惣菜	311	4.2	1.3	3.2	10.0	20.6	28.0	13.8	19.0

**「豚肉」「鶏肉」の粗利益率は相対的に高く、「牛肉」は低い**

全体的な傾向として、「豚肉」と「鶏肉」の粗利益率が高く、「牛肉」は低くなっている。粗利益率25%未満の比率は、「牛肉」では「米国産牛肉」「豪州産牛肉」を除くと60%前後で、特に「和牛肉」では67.0%を占めている。

「豚肉」や「鶏肉」では、「黒豚肉」を除くと粗利益率25%未満の比率が30%前後で、明らかに「牛肉」に比べ粗利益率が高い。「黒豚肉」の粗利益率25%未満の比率も50.5%と「和牛肉」や「国産牛肉」に比べれば低い。

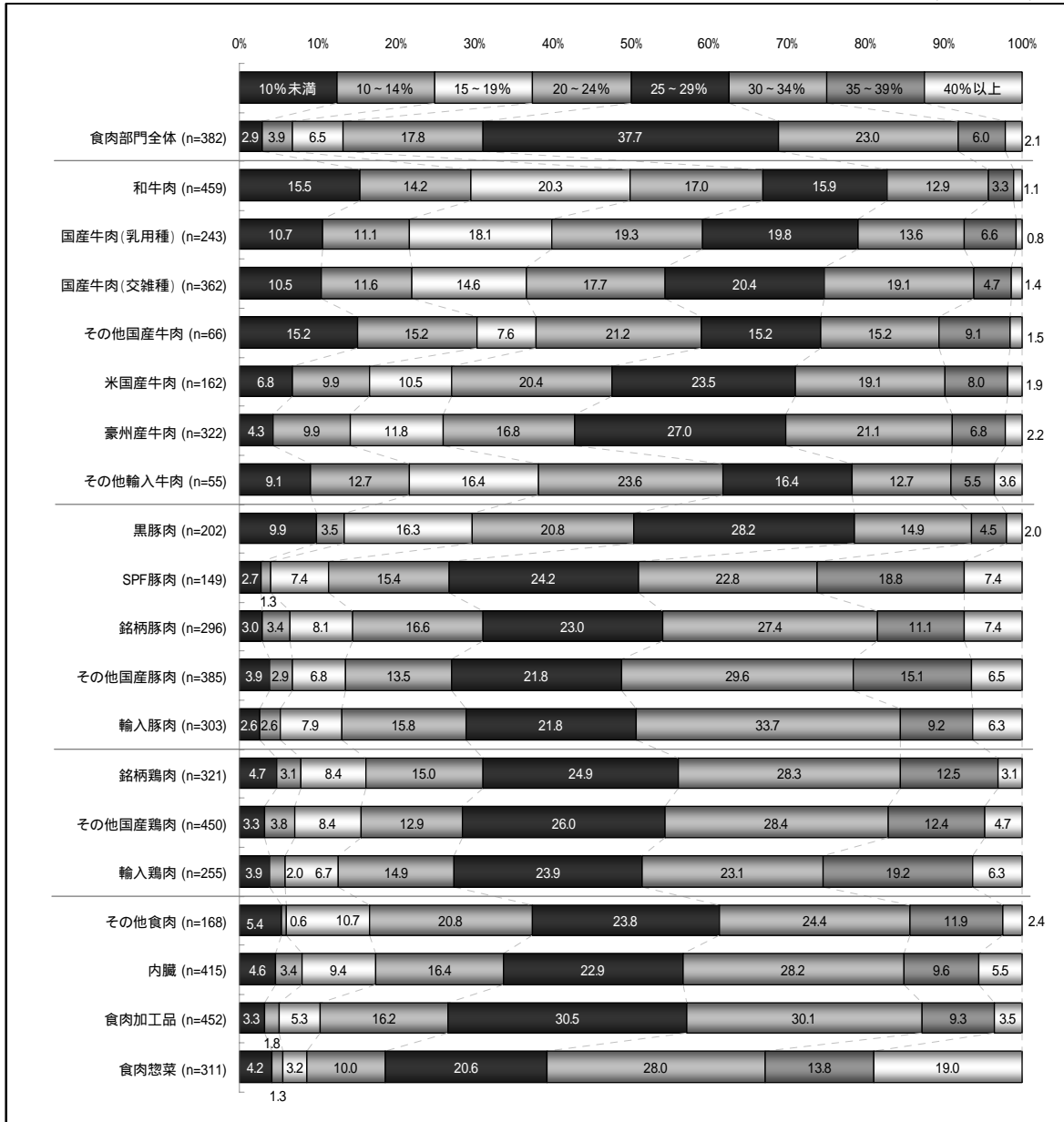
すべての商品の中で最も粗利益率が高いのは「食肉惣菜」で、粗利益「40%以上」が19.0%を占めている。

6 食肉部門の粗利益率

1. 粗利益率構成：肉種別・商品別

図表 -45 粗利益率構成：肉種別・商品別

(単位：%)



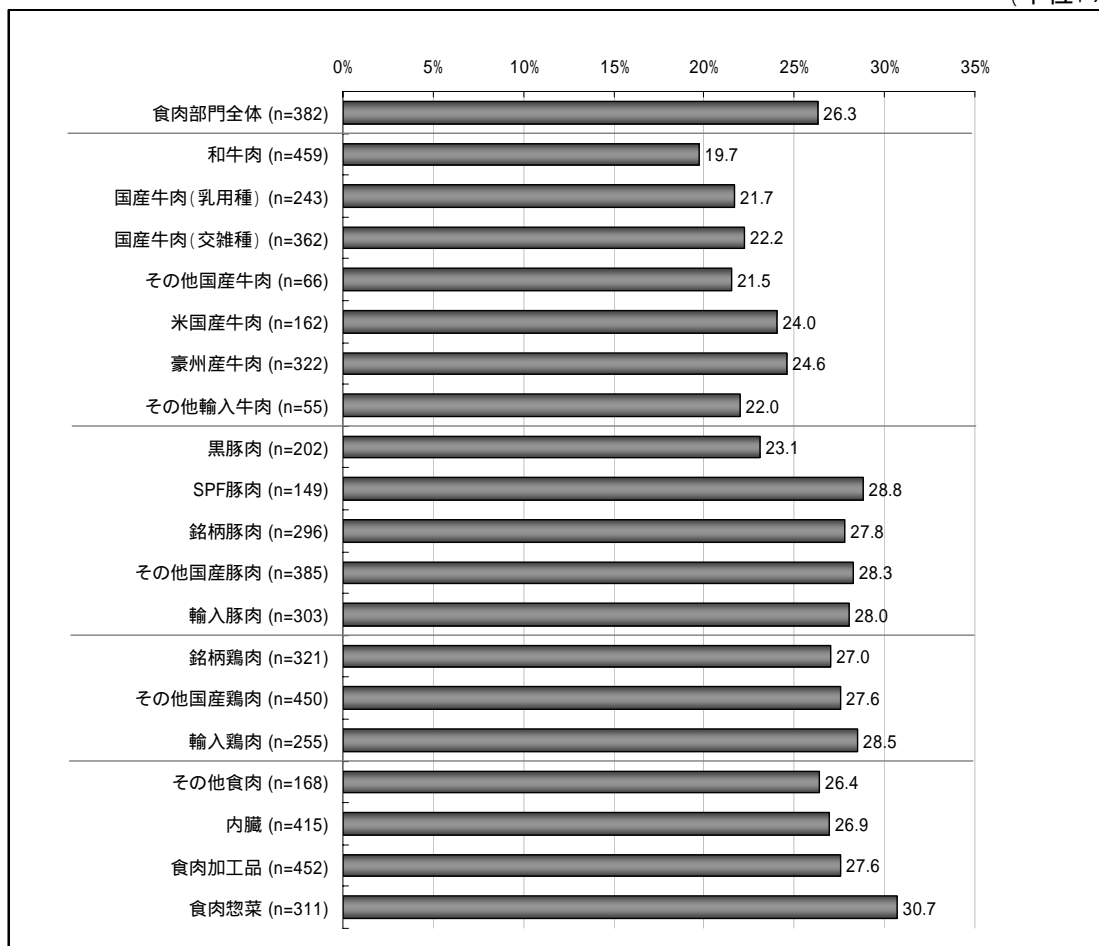


## 6 食肉部門の粗利益率

## 2. 平均粗利益率(推計):肉種別・商品別

図表 -46 平均粗利益率推計:肉種別・商品別

(単位:%)



平均粗利益率:粗利益範囲の中央値を用いて算出している。

### 食肉部門全体の粗利益率は26.3%(推計)

「牛肉」の粗利益率が低く、「豚肉」「鶏肉」の粗利益率が高いことは「図表-46」からも見て取れる。

最も粗利益率が高いのは「食肉惣菜」の30.7%で、以下「SPF豚肉」28.8%、「輸入鶏肉」28.5%、「その他国産豚肉」28.3%と続く。一方で粗利益率が最も低いのは「和牛肉」の19.7%である。

## 6 食肉部門の粗利益率

## 2. 平均粗利益率(推計):肉種別・商品別

図表 -47 平均粗利益率推移:肉種別・商品別

(単位:%)

		H19	H20	H21
牛肉	和牛肉	19.6	20.2	19.7
	国産牛肉(乳用種)	22.1	22.3	21.7
	国産牛肉(交雑種)	21.9	22.9	22.2
	その国産牛肉	21.0	21.3	21.5
	米国産牛肉	22.1	22.5	24.0
	豪州産牛肉	23.1	23.3	24.6
	その他輸入牛肉	20.8	23.5	22.0
豚肉	黒豚肉	24.0	23.7	23.1
	SPF豚肉	26.9	26.0	28.8
	銘柄豚肉	28.1	27.7	27.8
	その国産豚肉	28.4	28.4	28.3
	輸入豚肉	27.2	27.1	28.0
鶏肉	銘柄鶏肉	28.8	27.0	27.0
	その国産鶏肉	-	28.0	27.6
	輸入鶏肉	26.4	25.8	28.5
その他	その他食肉	26.2	26.9	26.4
	内臓	26.0	26.8	26.9
	食肉加工品	27.5	27.1	27.6
	食肉惣菜	30.3	30.5	30.7

6 食肉部門の粗利益率

2. 平均粗利益率(推計):肉種別・商品別

図表 -48 平均粗利益率推移:肉種別・商品別

(単位:%)

