

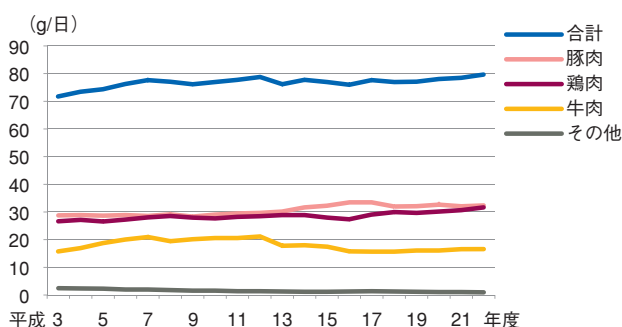
肉類におけるサプライチェーンの分析

—牛肉、豚肉、鶏肉の用途別需要に占める国産・輸入の推移—

食料・環境領域 廣川 治

1. はじめに

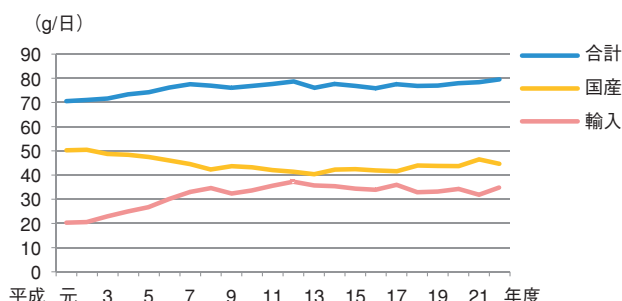
食肉には、大きく牛肉、豚肉、鶏肉の3種類があり、生産、加工、流通は別々の形態で行われています。一方、消費する側はこの3種類を1つのグループとして捉え、価格、品質、時期などを勘案し、購入しているものと考えられます。国民一人当たりの食肉消費量をみると、牛肉、豚肉、鶏肉ごとの消費量に変動はあるものの、合計の消費量は過去15年間はほぼ横ばいとなっています（第1図）。



第1図 国民一人当たり食肉消費量の推移

資料：農林水産省「食料需給表」。

また、食肉消費量を国産、輸入に分けると、一日当たりの消費量40グラムを軸としたほぼ対称な折線となっており、国内生産の変動を輸入で補完しているのとらえることができます（第2図）。



第2図 国産・輸入別食肉消費量の推移

資料：農林水産省「食料需給表」。

このように、飽和したように見える食肉需要の中で、国産食肉の需要を伸ばすためには、輸入が担って

いる需要がどこにあるかを知ることが重要です。このため、以下の分析では、牛肉、豚肉、鶏肉の各々について、家計、加工、その他（中食・外食）の3つの用途に国産、輸入がどの程度振り向けられているかを推定し、近年の傾向をつかむことを試みました。

2. 用途別需要のうち国産・輸入の推定

（1）食肉別用途別需要

まず、食肉別用途別需要をみると、家計消費は、多いもの順に、豚肉、鶏肉、牛肉となっており、また、中食・外食は牛肉、鶏肉、豚肉の順になっています。そのほか、豚肉はハム・ソーセージなどの加工品の需要が大きいのが特徴です（第1表）。

第1表 食肉の消費構成割合（平成24年）

（単位：％）

	家計消費	加工仕向	その他（外食等）
牛肉	33	5	62
豚肉	47	25	28
鶏肉	38	6	56

資料：農林水産省食肉鶏卵課。

（2）用途別国産・輸入使用量算出の考え方

需要全体の国産・輸入使用量は農林水産省の統計資料、家計消費の国産・輸入使用量は食肉販売店を対象とした調査、加工品の国産・輸入使用量は食肉加工メーカーを対象とした調査を基に求めました。したがって、中食・外食の国産・輸入使用量については、全体需要量から、家計消費と加工向けの使用量を減じて求めています（詳細については農林水産政策研究所のホームページに資料を掲載しています。http://www.maff.go.jp/primaff/koho/seika/project/saPurai_2.html）。

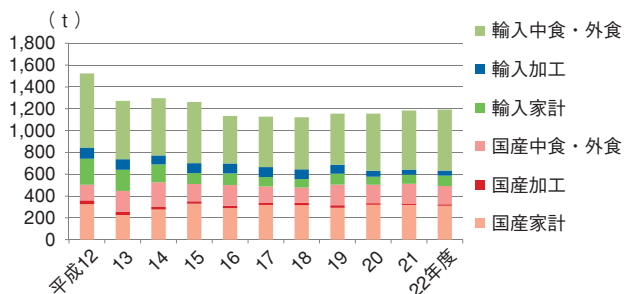
3. 用途別の国産・輸入使用量の動向

（1）牛肉

牛肉については、我が国（平成13年）及び米国（平成15年）でのBSE確認以降、大きく需要が減少した

ことから、平成16年以降の動きをみることにします。

国産牛肉は、家計を中心として堅調に消費されており、中食・外食においても一定の需要を確保しています。しかしながら、近年、輸入物の中食・外食需要が増加傾向にあり、国産牛肉にとって中食・外食への対応が課題となってきたと考えられます（第3図）。



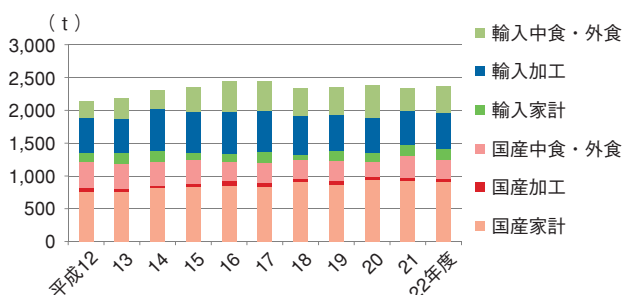
第3図 牛肉用途別需要（国産・輸入別）

資料：2の（2）の方法により著者が推計。

また、国産牛肉には、和牛、交雑種、乳用種の3種があり、肉の特性、価格等に違いがあることから、3種の牛肉それぞれについての詳細な検討が必要であると考えています。

（2）豚肉

豚肉の用途別需要の動向についてみると、家計消費が伸びる一方で、中食・外食が減ってきているといえます。国産豚肉は、伸びている家計消費の太宗を占めていることがわかります（第4図）。

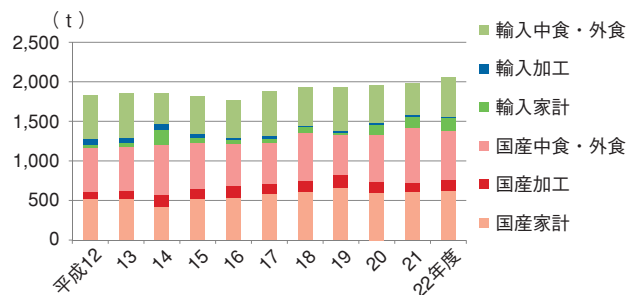


第4図 豚肉用途別需要（国産・輸入別）

資料：2の（2）の方法により著者が推計。

（3）鶏肉

鶏肉の用途別需要の動向について概観すると、中食・外食と加工需要が減少傾向にある一方で、家計消費が伸びているといえます。国産鶏肉は、総需要量の6割近くを占める中食・外食需要の4割、家計消費では8割を占めており、食肉の中では最も国産の割合が



第5図 鶏肉用途別需要（国産・輸入別）

資料：2の（2）の方法により著者が推計。

高くなっています。もともと高い家計消費の割合ですが、近年さらに伸びてきています（第5図）。

（4）3つの食肉を概観して

一般に国産食肉は家計で消費されているとされ、今回の試算でも家計消費の割合は、牛肉77%、豚肉84%、鶏肉80%となっています（平成22年）。

それ以外の需要、特に中食・外食において、国産の鶏肉、豚肉が、相当量振り向けられていることが示されました。国産と輸入には価格差があることから中食・外食部門では、何らかの価格以外のメリットを見出している取組が行われていることがうかがわれます。

ただし、今回の試算は、用いた情報が不十分な面があり、別な角度からの検証が必要なものであることをお断りします。

最後に1つ、国産食肉の需要開拓への試みとして行われてきた銘柄化の現状について、表を掲載しておきます（第2表）。

第2表 国産食肉の銘柄化状況

	牛	豚	鶏
総出荷数	1,012千頭	16,807千頭	641,648千羽
銘柄食肉出荷数	594千頭	6,941千頭	290,566千羽
シェア	58.7%	41.3%	45.3%
銘柄数（2010年）	300	380	180

資料：農林水産省「食肉流通統計」、
食肉通信社「銘柄牛肉ハンドブック2011」、
食肉通信社「銘柄豚肉ハンドブック2012」、
日本食鳥協会「全国地鶏銘柄鶏ガイドブック2011」。

見てのとおり、牛肉、豚肉、鶏肉のいずれについても全国総出荷量の5割前後が銘柄食肉となっています。銘柄食肉のハンドブック等の単純集計なので中身を十分に精査する必要がありますが、輸入物との差別化を図るための銘柄化の努力の一端がうかがえます。