

コロナ禍の食肉需給と食肉加工メーカーへの影響

主任研究員 長谷川晃生

コロナ禍における訪日外国人によるインバウンド消費の消滅、外食利用の減少による農畜産物需給への影響が長期化し、フードチェーン全体での対応が課題となっている。そこで、2020年度上期(4～9月)における食肉需給の変化を整理し、食肉加工メーカーへの影響について紹介する。

1 家計消費は拡大、外食は回復傾向も売上減が継続

20年度上期の家計での生鮮肉の購入数量を19年度同期と比較すると、全体で14.3%増加し、増加率は鶏(17.5%)、牛(15.1%)、豚(11.4%)の順に高い(第1表)。

外食について、日本フードサービス協会公表の月次の売上実績をみると、外食全体では20年4月に前年比4割減と大きく落ち込んだ。その後、回復したが、9月△14.0%、10月△5.7%と減少が続いている。焼肉店では一時的に減少したが、他の飲食業態に比べて売上回復が顕著で、10月は8.7%と増加に転じた。

2 豚肉、鶏肉の推定出回り量は増加

20年度上期の外食等の需要減少による食肉需要全体への影響をみるため、加工仕向けを差し引いた家計、外食等で消費された推定出回

第1表 家計での生鮮肉の購入数量の変化
(19年度上期と20年度上期の比較)

(単位 g, %)

	19年度上期	20年度上期	増減率
生鮮肉	23,558	26,937	14.3
うち牛肉	3,170	3,648	15.1
豚肉	10,240	11,404	11.4
鶏肉	8,105	9,524	17.5

資料 総務省「家計調査」

(注) 二人以上の世帯。生鮮肉のうち「合いびき肉」「他の生鮮肉」は掲載省略。

(注1) 量を19年同期と比較したのが第2表である。

20年度上期の牛肉(△1.5%)の出回り量は減少したが、豚肉(2.2%)、鶏肉(0.2%)は増加した。牛肉については輸入肉の出回り量減少が主因である。新型コロナウイルス感染症の影響による北米等での食肉処理施設の稼働停止や感染防止対策による従業員の作業効率の低下、またオーストラリアでの干ばつ後の牛群の再構築による生産量減少から輸入全体量は19年同期と比べて4.8%減少した。

外食需要が減退したなかで、外食仕向けの割合が国産よりも高い輸入牛肉の供給量が減少したことで、牛肉の需給全体への影響が顕在化しなかったことがうかがえる。

3 食肉加工メーカーへの影響

こうした需給変化に伴う食肉加工メーカーへの影響が注目される。主要8社の20年度上期の売上高合計をみると、うち6社が前年に比べて減少した(第3表)。また、食肉事業(食肉生産、仕入・販売)の売上高も同様に6社が減少し、多くの企業で食肉事業の減少が売上

第2表 牛肉、豚肉、鶏肉の推定出回り量
(加工仕向けを除く)の変化

(単位 t, %)

	19年度上期	20年度上期	増減率
牛肉	465,464	458,646	△ 1.5
国産	158,578	160,642	1.3
輸入	306,886	298,004	△ 2.9
豚肉	698,121	713,241	2.2
国産	398,910	407,029	2.0
輸入	299,211	306,212	2.3
鶏肉	1,061,817	1,063,885	0.2
国産	781,815	800,610	2.4
輸入	280,002	263,275	△ 6.0

資料 農畜産業振興機構Webサイト、日本ハム・ソーセージ工業組合Webサイト

第3表 主要食肉加工メーカーの20年度上期の売上高等の増減状況

<売上高>

(単位 百万円) <19年比増減額>

(単位 百万円)

	売上高			19年比増減額		
	売上高合計	うち食肉事業	(参考) 食肉事業の利益	売上高合計	うち食肉事業	(参考) 食肉事業の利益
日本ハム	573,484	361,691	18,197	△ 42,782	△ 17,528	3,970
伊藤ハム米久HD	414,623	274,882	7,646	△ 17,777	△ 22,156	1,542
プリマハム	212,226	77,888	1,964	5,826	157	1,325
スターゼン	171,146	136,164	-	△ 1,412	△ 1,580	-
エスフーズ	159,280	-	-	△ 14,804	-	-
丸大食品	118,287	36,666	297	△ 6,380	△ 937	△ 304
滝沢ハム	14,864	6,409	-	170	△ 1	-
福留ハム	12,572	6,761	△ 124	△ 167	△ 401	△ 20
合計	1,676,482	900,461	27,980	△ 77,326	△ 42,446	6,513

資料 各社決算報告書

(注) 1 表中の「-」は非開示を示す。食肉の生産、仕入・販売等に関する事業名称は各社で異なり、表中の名称は便宜的なもの。

2 エスフーズは20年3～8月、それ以外は4～9月の実績。売上高合計は食肉事業以外を含む。

3 各社の「合計」のうち食肉事業、同事業利益は開示企業のみ集計。

全体に影響した。

メーカー毎に外食向けの販売割合等に違いがあり一般化は難しいが、各社の開示資料から読み取れることを指摘したい。食肉事業の売上減についてみると、鶏肉、豚肉は内食向け販売が好調で前年を上回ったが、牛肉は外食やインバウンド需要の減退で落ち込み、また国産牛肉は相場低迷による販売単価の低下も影響した。

ただし、食肉事業の利益をみると、把握可能な5社のうち3社が増益となった(第3表)。収益改善は、食肉生産において国産の鶏肉、豚肉の相場が堅調に推移したことがプラスに寄与したこと、販売面では量販店向けが好調で、外食向けは焼肉店を中心に回復傾向にあるなかで、国産牛肉の販売マージンが改善したことを挙げられる。

4 各社とも需給変化への対応を模索

各社ともコロナ禍で外食需要が縮小し、家

庭消費が拡大するという急激な変化への事業対応が重要と考えている。

そして、肉食需要の高まりに応じた新商品の開発・提案を積極化し、伸長する量販店チャンネルに向けた販売体制の見直しや、巣ごもり需要に対応した小売チャンネルへの安定供給に注力している。また外食店でのテイクアウト・宅配の取組みに応じた商品提案を行う事例もある。

コロナ禍の長期化による経済の先行き不透明感が続くなかで、家庭消費は経済性がより重視され、今後とも需要変化にマッチした食肉供給が重要となる。その際、原料調達において主要輸入先のコロナ感染症の拡大だけでなく、海外でのASF(アフリカ豚熱)の拡大による供給体制への影響が懸念される。需給変動が見込まれるなかで、どのように調整が図られるのか、注視していく必要がある。

<参考文献>

- ・岩井椿(2020)「令和2年度上半期の食肉需給について」『畜産の情報』12月号
- ・食肉通信(2020)「大手加工メーカー中間決算」11月17日付
- ・食肉通信(2020)「大手加工メーカー決算会見」11月24日付
- ・食品産業新聞社(2020)「ハムソー9社中間、売上高4.4%減も経常47.7%大幅増益/2021年3月期中間決算」『畜産日報』12月4日付
<https://www.ssnpc.co.jp/news/meat/2020/12/2020-1204-1608-14.html>

(注1) 推定出回り量は、(独)農畜産業振興機構が月次で公表する推定データ。推定期首在庫に生産量、輸入量を加算し、輸出货量、推定期末在庫を除いたもので、当該月に国内消費仕向けで流通した推定数量。本稿は同数量から加工仕向け量を除いた数量を用いている。

(注2) 岩井(2020)を参照。

(はせがわ こうせい)