

チェーンストア業における牛肉の流通・消費について

(11月28日畜産部会意見交換提出資料)

平成26年11月28日
日本チェーンストア協会

1. チェーンストアの販売概況

- チェーンストアにおける販売動向は、食料品は相場の影響を受けつつも堅調に推移しているが、天候要因等もあって衣料品・住関連品が伸び悩み、4月から7ヶ月連続して前年割れを続けている。消費税率引上げ後の個人消費は、一進一退で厳しい状況にある。その中であって畜産品については、最近の相場高、単価アップを受けて概ね好調を維持している。
- 各畜種（牛・豚・鶏）の中で牛肉の売上は好調だが、急激な円安に伴う輸入牛肉の価格高や国産牛の出荷頭数の減少等により買上げ点数が減少したとの声もある。

2. 川上のセクター（仕入れ等）に求めること

- 現状においては、出荷頭数の減少や生産コストの増加により仕入価格が上昇し、消費者に手頃な価格で供給することが難しくなっている。相場に基づき仕入れを行っているため、仕入価格が上昇すると国内産牛肉の訴求は難しい。一層の品質の安定と供給量の拡大、価格の安定への取組みを期待したい。
- 供給量や価格・質の安定に資する意味から、繁殖農家の保護と拡大（子牛の頭数、価格の安定）といった対策も必要になっているとの意見もあった。

3. 消費者から求められること

- 一層の安心・安全の確保、国産牛肉の手頃な価格での販売が中心である。一方、「柔らかい肉」や「赤身肉」等の品揃えの充実、産地の「見える化」、美味しく食べる調理方法の提供等を求める声がある。

4. 消費拡大を図るための川上のセクターと連携した取組み

- 産地指定品の商品の拡大を軸に、可能な範囲において各社各様の取組みを行っている。例えば、自社ブランドとしての商品開発の充実、枝熟成による品質の一定化、生産者との情報交換や産地研修の実施、生産者参加型の店内販売等である。

5. 牛肉の付加価値向上や安価での提供に係る取組み等

- 部分肉仕入を縮小しセット仕入を拡大することによって、品質と価格の安定に努めている。しかしながら、前年より仕入価格が上昇しているため、消費者に対しては国産牛肉を安価に提供することが難しくなっている。価格の安定を図るのであれば、例えば、長期協力（最低半期）により価格取決めを行い、安定した品質・価格での供給を確保するような取組みが必要であるとの意見もあった。
- 付加価値向上や価格安定のために、生産者の生産意欲の拡大について期待する声もあった。例えば、最近の消費行動は値頃商品を求めたり、ハレの日に良いものを購入したりと二極化しているとの声がある一方、高齢化に伴って霜降りより赤身嗜好が増えつつあるとの意見もあり、このようなニーズの変化に機動的に対応し得る生産の変化も重要であるとする。
- 子牛価格が高い限り安価に国産牛肉を消費者に提供することは困難であるため、「繁殖からの一貫生産農家との取組みを強化することも必要ではないか」との意見もあった。また、乳用種牛肉について、「和牛と輸入牛の中間層としての品揃えは重要であり、今後のブランドイメージの構築が必要ではないか」との意見もあった。
- なお、中食・外食化に対しては、食の簡便化が進んでいる一方、節約による内食需要の高まりもあり、「ミールソリューション」といわれる簡便商品の取込みが重要である。畜産物は元来簡便に美味しく調理できるため、このような提案を通じて消費拡大を図っていくことは可能ではないかと考える。

6. 審議会での意見についてのコメント

- 流通合理化による牛肉の消費拡大については、むしろ美味しい牛肉の食べ方（赤身、ローストビーフ等）や牛肉の特徴（鉄分、たんぱく質が豊富、疲労回復等）を提案すること等にしっかり取り組み、需要の安定的な拡大を図るべきであるとする。
- 多様な消費者ニーズに対応するため、実験的に「国内産表示」から「産地表示」に取り組んでいる社もある。
- 「牛肉の消費拡大のための食べ方」については、「5等級よりも4等級が、またサーロインよりヒレ・ももが好まれている傾向があり、シニア層に向けて赤身肉のヘルシーさを訴求したり手作りローストビーフ等の提案を行っている」との事例や、「ステーキをはじめ牛肉は焼き方が一番であり、店内で美味しい焼き方を提案している」との事例が寄せられた。
- 「格付と価格やおいしさとの関係」については、格付はあくまで目安であり、消費者が美味しく調理できるような提案を行うべきであるとする。最近では「おいしさ＝柔らかさ」と感じる消費者も多いとの声もあった。

以上