

食肉販売業の実態と 経営改善の方策

平成17年10月

はじめに

本書は、厚生労働省から財団法人全国生活衛生営業指導センターへの委託により実施した平成16年度生活衛生関係営業経営実態調査（食肉販売業）の調査結果を中心に、食肉販売業の実態と経営改善の方策について、高津政幸中小企業診断士が執筆を担当しました。

本方策が食肉販売業をめぐる諸問題の解決を図り、経営の近代化・合理化を推進するための一助となれば幸いです。

問い合わせ先

厚生労働省健康局生活衛生課調査係

電話(03)5253-1111 (内線:2438)

I	食肉販売業の業界動向	
1	食肉の消費者動向	
	(1) 年間消費の推移	1
	(2) 食肉の購入単価・購入量の変化	2
	(3) 食肉の購入頻度	2
	(4) 買物場所の変化	3
2	食肉販売業の動向	
	(1) 国産・輸入の取扱量の変化	3
	(2) 営業施設数の年次推移	4
	(3) 商店数・従業者数・年間販売額の推移	4
II	経営実態調査に見る「食肉販売業」の現状	
1	事調査対象となった食肉販売業の特性	
	(1) 経営主体別の割合	6
	(2) 従業者数別の割合	6
	(3) 業種別の割合	7
	(4) 従業員規模別経営主体の割合	7
	(5) 立地条件別店舗数の割合	8
	(6) 経営主体別店舗形態の割合	8
	(7) 出店形態別経営形態の割合	9
	(8) 創業年別経営主体の割合	9
	(9) 経営者の年齢及び後継者の有無	10
2	食肉販売業の営業	
	(1) 専業・兼業構成割合	11
	(2) 営業形態別定休日の割合	11
	(3) 営業時間	12
	(4) 開店時間と閉店時間	13
	(5) 食材の購入方法	14
	(6) 本業当期利益動向の主な要因	14
	(7) 品目別の売上高規模	15
3	従業者と労働条件	
	(1) 平均従業員数	16
	(2) 常用雇用者の平均在勤年数	17
	(3) 常用雇用者の平均年齢	17
	(4) 常用雇用者の平均労働時間	18
	(5) 常用雇用者の休日取得状況	18
	(6) 労働時間短縮努力	19
	(7) 就業規則、国民年金基金・厚生年金基金の整備状況	20
	(8) 健康診断の実施状況	20

4	施設・設備の整備状況	
	(1) 土地・建物の所有状況	21
	(2) 土地の面積及び建物の延床面積	22
	(3) 新築又は改装後の建物の年数の割合	22
	(4) 資金調達方法	24
	(5) 設備投資予定と資金調達方法	25
5	福祉・サービスへの取り組み	
	(1) 配達サービスの実施状況	27
	(2) 商品の表示状況	28
	(3) リサイクルの状況	29
	(4) 情報化の状況	29
6	食肉販売業の経営改善方策	
	(1) 経営上の問題点	31
	(2) 今後の経営方針	32
III	経営指標調査結果の概要	
1	食肉販売業の「振興指針」の概要	33
2	食肉販売業経営改善のポイント(中小企業診断士 高津政幸)	44
	(1) 食肉販売業の動向	44
	(2) 経営上の問題点と課題	45
	(3) 経営改善の方法	47

I 食肉販売業の動向

1 食肉の消費者動向

(1) 年間消費の推移

食肉に対する需要は、健康志向の高まりや、中食化・外食化の進展、近年の消費不況等の影響を受けて、頭打ちとなっており、業界間の競争は一段と激しさを増すものとみられる。

平成 16 年の消費動向を平成元年を 100 とした場合の比率でみると、落ち込みが目立つのは牛肉と鳥肉であり、それぞれ金額 61.3、84.5、数量 66.3、80.6 となっている。

これらは BSE 問題や鳥インフルエンザ等の問題も影響していると思われる。

一方、豚肉は堅調に推移しており、金額 97.4、数量 98.2 と牛肉に対して金額 36.1、数量で 13.7 ポイントも高くなっている。牛肉や鳥肉への需要が豚肉へシフトしたことがわかる。

また、合いびき肉の金額は 16 年が 87.1 と減少幅も比較的小さく、数量は 1.5 ポイント上昇している。(表-1) (表-2)

表-1 世帯当たり年間肉類消費動向 (単位：円)

		生鮮肉	牛肉	豚肉	鳥肉	合いびき肉	他の生鮮肉	加工肉
平成元年	金額	75,481	34,404	24,048	12,052	2,016	2,920	18,673
	数量	45,345	10,728	17,644	13,576	1,644	1,753	
8年	金額	67,127	29,425	21,980	11,322	1,789	2,610	18,154
	数量	42,296	10,938	15,889	12,151	1,675	1,644	
12年	金額	62,892	26,140	21,546	10,605	1,873	2,728	17,883
	数量	41,367	10,099	16,040	11,591	1,846	1,792	
16年	金額	58,673	21,102	23,431	10,181	1,755	2,203	15,860
	数量	38,776	7,113	17,335	10,944	1,668	1,618	

表-2 平成元年を 100 とした場合の比率

平成元年	金額	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	数量	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	-
8年	金額	88.9	85.5	91.4	93.9	88.7	89.4	97.2
	数量	93.3	102.0	90.1	89.5	101.9	93.8	-
12年	金額	83.3	76.0	89.6	88.0	92.9	93.4	95.8
	数量	91.2	94.1	90.9	85.4	112.3	102.2	-
16年	金額	77.7	61.3	97.4	84.5	87.1	75.4	84.9
	数量	85.5	66.3	98.2	80.6	101.5	92.3	-

資料：総務省 家計消費調査年報

(2) 食肉の購入単価・購入量の変化

平成15年6月から平成16年12月までの食肉の1世帯当たりの購入量と100g当たりの購入単価の変化をみると、精肉では購入量、単価とも横ばい傾向である。牛肉は購入量が減少しているが単価は上がっており、その他の国産牛肉は購入量、単価とも上昇している。豚肉は購入量が上昇したが、単価は下落している。

これらより、牛肉は国産を主としてより品質の良い食肉を求め、豚肉は単価を抑えつつ購入量を求めている傾向が読み取れる。(表-3)(表-4)

表-3 食肉の購入世帯当たり購入量 (単位: g)

	精肉	牛肉			豚肉	挽肉	
		計	ブランド和牛肉	その他の国産牛肉			輸入牛肉
H15・6	1363.9	569.8	463	463.4	528.5	559.2	416.1
H15・12	1314.2	558.5	451	485.4	481.1	590.4	415.7
H16・6	1269.5	528.4	452	454.1	472.5	540.7	410.6
H16・12	1292.9	546.8	428	479.0	482.6	572.9	400.4

表-4 食肉の平均購入単価(100g当たり) (単位: 円)

	精肉	牛肉			豚肉	挽肉	
		計	ブランド和牛肉	その他の国産牛肉			輸入牛肉
H15・6	154.8	240.9	521.4	256.3	162.9	142.7	107.3
H15・12	159.8	277.2	560.3	274.2	164.0	136.9	107
H16・6	154.0	269.3	615.0	288.6	172.6	138.4	108.2
H16・12	155.6	282.7	630.8	296.6	174.1	134.8	107.5

資料: 季節別食肉消費動向調査報告 (財) 日本食肉消費総合センター

(3) 食肉の購入頻度

食肉の購入頻度の推移をみると、週4回以上が減少し、週3回以下の割合が高くなっている。平成15年12月までは週7回が高かったが、平成16年6月以降はその割合が減少し、週3回以下の割合が高くなり、食肉は毎日購入する割合は低くなっている。(表-5)

表-5 週回数別・購入世帯数 (単位: %)

	週1回	週2回	週3回	週4回	週5回	週6回	週7回
H15・6	4.1	8.4	11.1	15.0	14.1	15.4	30.8
H15・12	6.2	11.0	14.3	14.3	13.7	13.9	25.2
H16・6	8.7	12.4	15.9	16.8	16.1	13	15.8
H16・12	9.8	14.9	17.5	15.7	13.8	11.6	13.5

資料: 季節別食肉消費動向調査報告 (財) 日本食肉消費総合センター

(4) 買物場所の変化

食肉の買物場所（業態）をみると、スーパーが最も高く、9割程度を占めている。生協や専門店も堅調に推移しており、最近ではディスカウントが低い割合であるが伸びてきており、買物場所の多様化が進んでいる。

(表-6)

表-6 購入先別・購入世帯率

(単位：%)

	専門店	スーパー	デパート	生協	ディスカウント	その他	NA
H15・6	16.6	91.3	10.4	21.4	3.1	5.9	1.1
H15・12	27.8	84.2	21.8	33.5	3.2	4.5	2.6
H16・6	10.6	89.9	6.6	15.1	5.6	4.0	1.3
H16・12	12.4	87.5	8.3	18.2	5.1	3.5	3.2

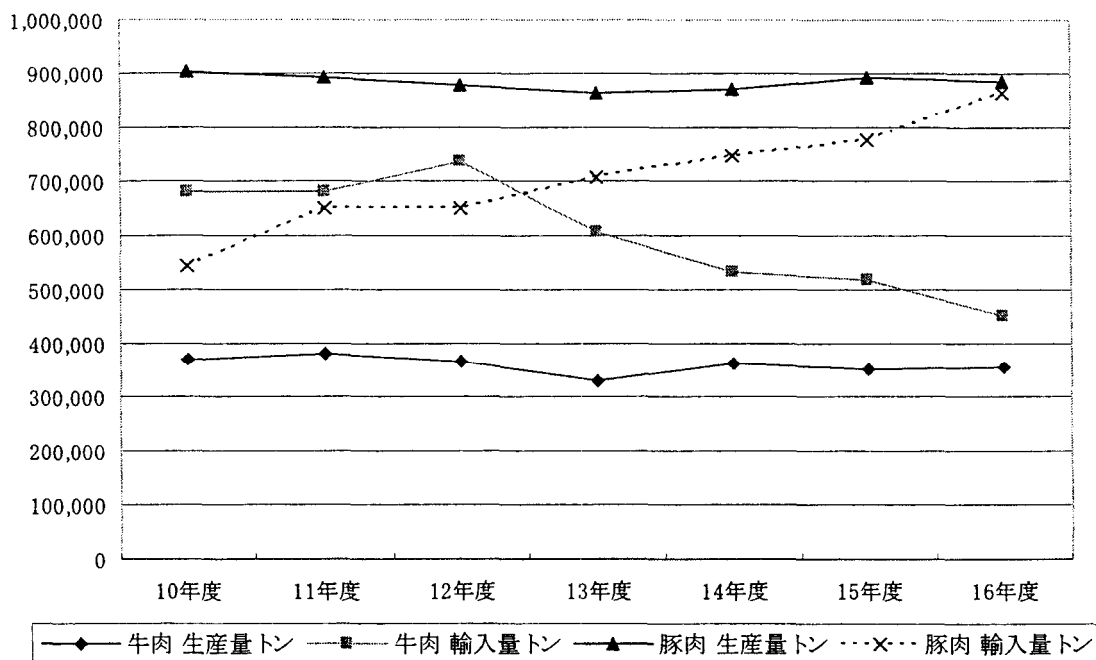
資料：季節別食肉消費動向調査報告 (財) 日本食肉消費総合センター

2 食肉販売業の動向

(1) 国産・輸入の取扱量の変化

近年の食肉の供給量をみると、牛肉生産量は平成10年以降についてBSE(牛海綿状脳症)や0-157や偽装表示の影響を受け、横ばい又は減少をしてきているが、平成14年に回復に兆しが見えてきた。輸入量は、平成13年以降減少傾向が続いている。豚肉の生産量は、総じてほぼ横ばい又は若干減少傾向で推移している。輸入量は、国内産の減少等により増加傾向にある。(図-1)

図-1 牛肉・豚肉 生産量及び輸入量の推移 (単位：t)



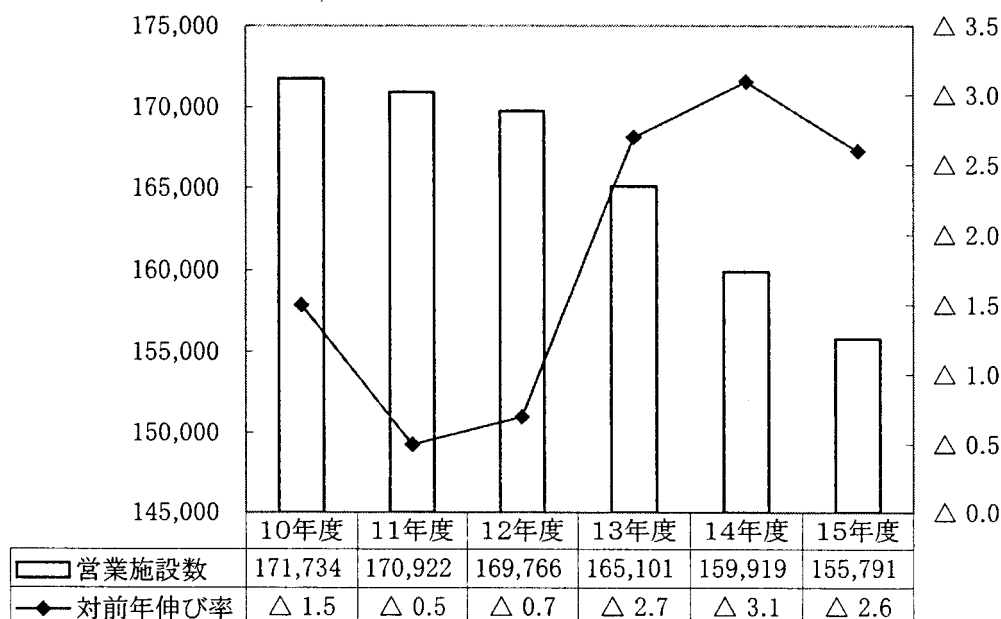
資料：農水省「食肉流通統計」、財務省「貿易統計」

(2) 営業施設数の年次推移

営業施設数の推移を見ると減少傾向にある。特に平成12年以降14年まではそれぞれ、2.7%、3.1%と減少している。

平成15年に減少幅は縮まったものの依然、施設数の減少に歯止めはかかっていないことがわかる。(図-2)

図-2 営業施設数の年次推移 (単位：件 %)



(3) 商店数・従業者数・年間販売額の推移

① 食肉卸売業

食肉卸売業の商店数および従業員数を見るとほぼ横ばいで推移している。一方で年間販売額をみると減少傾向にあり、平成16年は平成3年と比較して18.4%も減少した。1店(1人)当たりの年間販売額が減少しており、市場規模が縮小する中で競争が激化している。

② 食肉小売業

食肉の需要は、健康志向の高まりや、外食化の進展、近年の消費不況等の影響を受け、頭うちとなっており、業界間の競争は一段と激しさを増している。食肉小売業の商店数、年間販売額とも年々大幅に減少しており、平成3年と16年を比較すると、商店数で48.5%、年間販売額で49.2%の減少と市場規模が約半分に縮小してしまっている。

これらは、食肉店の規模は零細店が多く、後継者問題もあり、廃業した店が多い反面、スーパー、ディスカウントなど小売業態の多様化が進み、新規出店も少ないといえる。小売店へは食肉に対する価格志向が強い一方、消費者の食肉に対する需要は、健康志向の高まりや、中食化・外食化の進展、近年の消費不況等の影響を受けて、停滞気味となってい

ることも原因の一つと考えられる。

また、外国産牛肉の農薬残留問題、BSE感染牛等、消費者の安全に対する目は厳しいものがあり、経営環境は厳しくなっている。(表-7、8)

表-7 食肉卸売業の商店数・従業者数・年間販売額の推移

	商店数(件)		従業者数(人)		年間販売額(百万円)	
	数	指数	数	指数	数	指数
平成3年	8,006	100.0	72,953	100.0	7,626,607	100.0
6	8,104	101.2	79,146	108.5	6,907,555	90.6
9	7,921	98.9	74,988	102.8	7,369,246	96.6
14	7,447	93.0	73,238	100.4	5,713,005	74.9
16	8,129	101.5	74,813	102.5	6,224,378	81.6

表-8 食肉小売業の商店数・従業者数・年間販売額の推移

	商店数(件)		従業者数(人)		年間販売額(百万円)	
	数	指数	数	指数	数	指数
平成3年	28,808	100.0	95,387	100.0	1,361,189	100.0
6	24,723	85.8	86,545	90.7	1,188,556	87.3
9	21,046	73.1	72,560	76.1	974,803	71.6
14	17,215	59.8	67,269	70.5	774,414	56.9
16	14,829	51.5	59,047	61.9	690,930	50.8

資料：商業統計表（経済産業省）