

## 4 食肉小売店の課題と今後の売上予測

(平成11年10月調査)

### 1 食肉小売の収益性

表4-1 食肉小売の粗利益率(推計、業態別)

	平均	専門店	スーパー	生協
	%	%	%	%
牛肉	23.2	25.8	22.9	24.3
国産牛肉	21.6	25.0	21.1	23.2
和牛	19.0	24.9	17.7	19.9
乳牛	23.5	25.6	23.3	24.4
その他国産	24.6	25.4	24.4	25.7
輸入牛肉	25.9	27.5	25.7	26.2
アメリカ産	25.7	25.9	25.6	28.6
オーストラリア産	26.1	28.4	25.9	25.1
豚肉	29.7	27.6	30.1	27.8
国産豚肉	29.6	27.6	30.0	27.8
輸入豚肉	30.1	27.4	30.3	28.2
鶏肉	29.7	24.6	30.2	27.0
国産鶏肉	29.7	24.8	30.2	27.1
輸入鶏肉	28.0	26.3	28.2	26.8

注：小売粗利益率は、5%間隔の中心値を平均したもの。

## 4 食肉小売店の課題と今後の売上予測

(平成11年10月調査)

### 1 食肉小売の収益性

表4-2 食肉小売の粗利益率（推計、売上高別）

	平均	500万円 未満	500～ 999万円	1000～ 1999万円	2000～ 2999万円	3000万円 以上
	%	%	%	%	%	%
牛肉	23.2	24.1	25.6	22.7	22.5	23.7
国産牛肉	21.6	23.6	23.3	21.2	21.1	21.7
和牛	19.0	22.9	19.8	18.8	16.7	21.2
乳牛	23.5	25.1	25.3	22.9	24.3	22.3
その他国産	24.6	27.2	26.4	22.5	27.1	20.9
輸入牛肉	25.9	25.1	29.2	25.6	24.5	26.0
アメリカ産	25.7	28.1	27.6	25.6	25.2	25.7
オーストラリア産	26.1	23.7	30.6	25.4	23.0	26.8
豚肉	29.7	27.9	29.7	30.0	29.6	28.8
国産豚肉	29.6	27.9	29.9	30.0	29.7	27.9
輸入豚肉	30.1	28.4	28.0	30.4	29.3	31.7
鶏肉	29.7	28.0	29.2	29.8	28.5	31.8
国産鶏肉	29.7	28.2	29.1	29.8	28.3	31.9
輸入鶏肉	28.0	26.8	28.6	28.0	27.1	28.5

注：小売粗利益率は、5%間隔の中心値を平均したものの。

## 4 食肉小売店の課題と今後の売上予測

## 1 食肉小売の収益性

表4-3 和牛肉の小売粗利益率

	回答企業数 社	店舗数 店	計 %	10% 未満 %	10~ 14% %	15~ 19% %	20~ 24% %	25~ 29% %	30~ 34% %	35% 以上 %
計	649	4,746	100.0	18.3	13.5	25.5	27.5	11.5	2.9	0.9
企業別										
専門店	498	621	100.0	7.7	8.1	11.1	25.8	24.3	17.7	5.3
スーパー	130	3,561	100.0	22.7	11.6	27.8	27.0	10.6	0.0	0.2
生協	21	564	100.0	1.6	31.2	26.8	31.9	2.5	5.3	0.7
売上高規模別（1店舗当たり）										
500万円未満	368	455	100.0	9.2	7.5	21.8	21.8	20.0	15.8	4.0
500~999万円	127	1,136	100.0	12.0	18.4	15.4	33.1	18.8	2.1	0.3
1000~1999万円	118	1,931	100.0	20.2	18.7	24.8	22.6	11.3	2.0	0.5
2000~2999万円	24	743	100.0	30.6	4.6	55.0	5.4	2.0	0.7	1.7
3000万円以上	12	481	100.0	15.0	0.2	10.2	73.2	1.2	0.2	0.0

## 4 食肉小売店の課題と今後の売上予測

## 1 食肉小売の収益性

表 4-4 乳牛肉の小売粗利益率

	回答企業数	店舗数	計	10% 未満	10～ 14%	15～ 19%	20～ 24%	25～ 29%	30～ 34%	35% 以上
	社	店	%	%	%	%	%	%	%	%
計	236	3,867	100.0	2.9	9.1	11.7	37.2	24.7	10.2	4.1
企業別										
専門店	119	147	100.0	2.7	6.1	7.5	27.9	32.7	15.6	7.5
スーパー	98	3,225	100.0	3.4	10.5	8.6	39.5	22.1	11.4	4.4
生協	19	495	100.0	0.0	0.6	33.5	24.8	39.2	1.0	0.8
売上高規模別（1店舗当たり）										
500万円未満	88	156	100.0	8.3	5.1	7.1	22.4	44.2	7.7	5.1
500～999万円	61	936	100.0	1.2	4.9	25.3	25.0	12.6	15.4	15.6
1000～1999万円	68	1,687	100.0	5.3	9.2	12.2	27.9	37.8	7.4	0.2
2000～2999万円	13	705	100.0	0.0	20.0	0.0	45.7	18.0	16.3	0.0
3000万円以上	6	383	100.0	0.0	0.3	0.0	98.7	1.0	0.0	0.0

## 4 食肉小売店の課題と今後の売上予測

## 1 食肉小売の収益性

表4-5 その他国産牛肉の小売粗利益率

	回答企業数	店舗数	計	10% 未満	10～ 14%	15～ 19%	20～ 24%	25～ 29%	30～ 34%	35% 以上
	社	店	%	%	%	%	%	%	%	%
計	106	1,283	100.0	0.2	5.8	0.1	43.4	46.1	3.8	0.6
企業別										
専門店	70	98	100.0	3.1	5.1	1.0	24.5	37.8	25.5	3.1
スーパー	28	940	100.0	0.0	7.0	0.0	39.9	50.5	2.6	0.0
生協	8	245	100.0	0.0	1.2	0.0	64.5	32.2	0.0	2.0
売上高規模別（1店舗当たり）										
500万円未満	45	48	100.0	4.2	4.2	2.1	31.3	31.3	22.9	4.2
500～999万円	27	345	100.0	0.0	0.9	0.0	33.3	60.6	4.9	0.3
1000～1999万円	22	484	100.0	0.0	14.3	0.0	76.7	5.8	3.3	0.0
2000～2999万円	8	356	100.0	0.0	0.0	0.0	2.0	95.2	1.4	1.4
3000万円以上	4	50	100.0	2.0	0.0	0.0	98.0	0.0	0.0	0.0

## 4 食肉小売店の課題と今後の売上予測

## 1 食肉小売の収益性

表4-6 アメリカ産牛肉の小売粗利益率

	回答企業数	店舗数	計	10% 未満	10~ 14%	15~ 19%	20~ 24%	25~ 29%	30~ 34%	35% 以上
	社	店	%	%	%	%	%	%	%	%
計	309	4,153	100.0	2.7	4.7	11.9	19.7	29.4	27.6	3.9
企業別										
専門店	177	229	100.0	3.5	2.2	8.7	18.8	34.1	23.6	9.2
スーパー	114	3,429	100.0	3.0	5.5	13.8	18.6	25.7	29.8	3.5
生協	18	495	100.0	0.0	0.6	0.0	28.3	52.7	14.1	4.2
売上高規模別（1店舗当たり）										
500万円未満	124	181	100.0	2.2	1.7	6.6	34.3	28.7	15.5	11.0
500~999万円	74	1,013	100.0	0.0	1.4	7.2	13.1	28.8	41.0	8.5
1000~1999万円	84	1,762	100.0	6.0	2.2	12.6	15.4	35.6	25.3	3.0
2000~2999万円	19	727	100.0	0.1	19.4	1.0	38.8	27.9	12.1	0.7
3000万円以上	8	470	100.0	0.2	0.0	38.3	15.3	9.8	36.4	0.0

## 4 食肉小売店の課題と今後の売上予測

## 1 食肉小売の収益性

表4-7 オーストラリア産牛肉の小売粗利益率

	回答企業数	店舗数	計	10% 未満	10~ 14%	15~ 19%	20~ 24%	25~ 29%	30~ 34%	35% 以上
	社	店	%	%	%	%	%	%	%	%
計	281	3,546	100.0	0.2	1.8	12.6	18.2	33.7	25.4	8.0
企業別										
専門店	176	263	100.0	15.0	3.4	5.7	15.6	27.0	31.9	14.8
スーパー	85	2,725	100.0	0.0	2.0	15.8	16.1	29.8	29.2	7.0
生協	20	558	100.0	0.5	0.0	0.0	29.9	55.9	3.8	9.9
売上高規模別（1店舗当たり）										
500万円未満	114	183	100.0	2.2	3.3	6.6	27.3	37.2	15.8	7.7
500~999万円	65	869	100.0	0.3	1.3	0.3	25.1	35.2	15.2	22.6
1000~1999万円	81	1,578	100.0	0.0	2.9	11.3	20.6	30.8	30.0	4.4
2000~2999万円	13	511	100.0	0.0	0.0	49.3	0.4	30.1	19.2	1.0
3000万円以上	8	405	100.0	0.0	0.2	0.0	12.6	44.9	42.0	0.2

## 4 食肉小売店の課題と今後の売上予測

## 1 食肉小売の収益性

表 4-8 国産豚肉の小売粗利益率

	回答企業数 社	店舗数 店	計 %	10% 未満 %	10~ 14% %	15~ 19% %	20~ 24% %	25~ 29% %	30~ 34% %	35% 以上 %
計	663	4,758	100.0	0.2	0.6	1.6	10.3	40.7	28.0	18.6
企業別										
専門店	512	644	100.0	1.6	3.6	6.4	19.9	25.0	32.9	10.7
スーパー	129	3,548	100.0	0.0	0.2	1.0	7.2	42.7	29.0	19.9
生協	22	566	100.0	0.0	0.0	0.0	18.7	45.9	16.1	19.3
売上高規模別（1店舗当たり）										
500万円未満	386	480	100.0	1.9	4.0	6.3	18.1	27.1	31.3	11.5
500~999万円	125	1,145	100.0	0.0	0.0	0.2	9.5	27.4	34.0	28.9
1000~1999万円	117	1,910	100.0	0.1	0.5	2.3	14.9	33.2	33.5	15.6
2000~2999万円	23	742	100.0	0.0	0.1	0.3	0.8	67.7	13.5	17.7
3000万円以上	12	481	100.0	0.0	0.2	0.0	0.2	74.0	11.0	14.6



## 4 食肉小売店の課題と今後の売上予測

## 1 食肉小売の収益性

表4-9 輸入豚肉の小売粗利益率

	回答企業数 社	店舗数 店	計 %	10% 未満 %	10~ 14% %	15~ 19% %	20~ 24% %	25~ 29% %	30~ 34% %	35% 以上 %
計	259	4,002	100.0	0.2	1.0	0.5	8.6	31.6	42.6	15.5
企業別										
専門店	142	213	100.0	3.3	2.3	8.9	11.7	30.5	32.4	10.8
スーパー	104	3,329	100.0	0.0	1.1	0.0	6.5	35.3	41.6	15.5
生協	13	460	100.0	0.0	0.0	0.0	22.0	5.4	54.3	18.3
売上高規模別（1店舗当たり）										
500万円未満	89	135	100.0	3.7	2.2	5.9	9.6	40.7	28.9	8.9
500~999万円	67	1,009	100.0	0.0	0.0	0.5	10.0	17.4	51.8	20.2
1000~1999万円	78	1,679	100.0	0.1	0.5	0.1	13.6	34.1	35.6	16.1
2000~2999万円	15	704	100.0	0.0	4.1	0.6	0.1	65.2	17.0	12.9
3000万円以上	10	475	100.0	0.0	0.2	0.0	0.0	0.6	89.7	9.5

## 4 食肉小売店の課題と今後の売上予測

## 1 食肉小売の収益性

表4-10 鶏肉の小売粗利益率

	回答企業数	店舗数	計	10% 未満	10～ 14%	15～ 19%	20～ 24%	25～ 29%	30～ 34%	35% 以上
	社	店	%	%	%	%	%	%	%	%
計	602	4,633	100.0	0.5	1.9	1.2	14.1	21.2	44.4	16.7
企業別										
専門店	451	545	100.0	3.9	4.4	8.4	16.0	31.4	22.2	13.8
スーパー	129	3,522	100.0	0.0	1.9	0.3	13.1	19.7	47.2	17.7
生協	22	566	100.0	0.0	0.0	0.0	18.2	20.8	47.9	13.1
売上高規模別（1店舗当たり）										
500万円未満	340	426	100.0	3.5	4.7	8.2	11.7	24.9	32.9	14.1
500～999万円	119	1,120	100.0	0.0	0.1	0.4	10.3	25.4	54.6	9.2
1000～1999万円	113	1,922	100.0	0.2	2.0	0.8	10.9	29.5	30.9	25.7
2000～2999万円	19	728	100.0	0.3	4.0	0.3	37.9	3.2	39.1	15.2
3000万円以上	11	437	100.0	0.0	0.2	0.0	0.7	0.9	97.3	0.9

## 4 食肉小売店の課題と今後の売上予測

(平成11年10月調査)

### 2 食肉小売店からみた消費者の購買行動

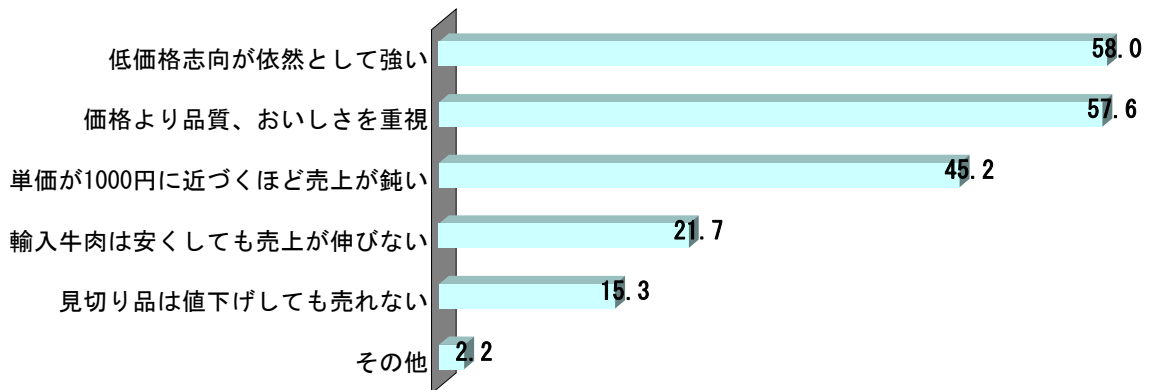
図4-1 食肉小売店からみた消費者の価格志向

回答企業数	店舗数	低価格志向が依然として強い	価格より品質、おいしさを重視	単価が1000円に近づくほど売上が鈍い	輸入牛肉は安くしても売上が伸びない	見切り品は値下げしても売れない	その他
社	店	%	%	%	%	%	%
681	4,799	58.0	57.6	45.2	21.7	15.3	2.2

注：複数回答

図4-1 食肉小売店からみた消費者の価格志向

単位：%



注：複数回答

## 4 食肉小売店の課題と今後の売上予測

## 2 食肉小売店からみた消費者の購買行動

表4-11 食肉小売店からみた消費者の価格志向

	回答企業数	店舗数	価格より品質、おいしさを重視	低価格志向が依然として強い	単価が1000円に近づくほど売上が鈍い	見切り品は値下げしても売れない	輸入牛肉は安くしても売上が伸びない	その他
	社	店	%	%	%	%	%	%
計	681	4,799	57.6	58.0	45.2	15.3	21.7	2.2
企業別								
専門店	527	659	62.2	54.5	44.4	18.2	18.6	1.8
スーパー	132	3,574	42.4	69.7	50.0	4.5	30.3	3.0
生協	22	566	36.4	72.7	36.4	9.1	45.5	0.0
売上高規模別								
500万円未満	396	491	61.6	52.8	46.2	18.2	19.4	1.8
500～999万円	130	1,150	53.8	66.9	42.3	11.5	23.1	2.3
1000～1999万円	119	1,934	46.2	63.9	47.1	11.8	28.6	2.5
2000～2999万円	24	743	66.7	54.2	33.3	8.3	29.2	8.3
3000万円以上	12	481	58.3	83.3	50.0	8.3	0.0	0.0
地域別								
北海道・東北	89	577	64.0	51.7	37.1	13.5	32.6	1.1
関東・東山	192	1,759	59.4	58.3	43.8	15.6	21.4	1.6
北陸・東海	112	475	54.5	57.1	45.5	12.5	28.6	1.8
近畿	75	1,056	54.7	62.7	48.0	16.0	16.0	2.7
中国・四国	138	514	54.3	63.0	46.4	18.1	15.2	2.9
九州	75	418	58.7	52.0	53.3	14.7	17.3	4.0

注：複数回答

#### 4 食肉小売店の課題と今後の売上予測

(平成11年10月調査)

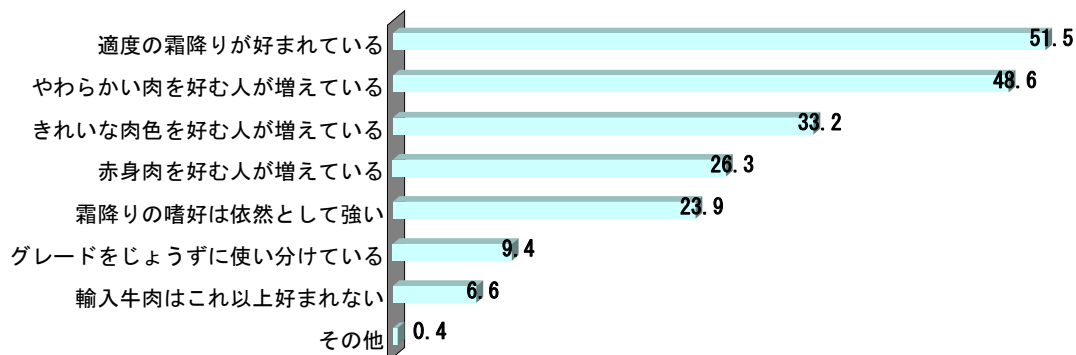
##### 2 食肉小売店からみた消費者の購買行動

図4-2 食肉小売店からみた消費者の牛肉に対する嗜好

回答企業数	店舗数	適度の霜降り りが好まれて いる	やわらかい 肉を好む人 が増えている	きれいな肉 色を好む人 が増えている	赤身肉を好 む人が増え ている	霜降りの嗜 好は依然と して強い	グレードを じょうずに 使い分けて いる	輸入牛肉は これ以上好 まれない	その他
社	店	%	%	%	%	%	%	%	%
681	4,799	51.5	48.6	33.2	26.3	23.9	9.4	6.6	0.4

図4-2 食肉小売店からみた消費者の牛肉に対する嗜好

単位：%



## 4 食肉小売店の課題と今後の売上予測

## 2 食肉小売店からみた消費者の購買行動

表4-12 食肉小売店からみた消費者の牛肉嗜好

	回答企業数	店舗数	霜降りの嗜好は依然として強い	適度の霜降りが好まれている	赤身肉を好む人が増えている	きれいな肉色を好む人が増えている	輸入牛肉はこれ以上好まれない	グレードを上手に使い分けている	やわらかい肉を好む人が増えている	その他
	社	店	%	%	%	%	%	%	%	%
計	681	4,799	23.9	51.5	26.3	33.2	6.6	9.4	48.6	0.4
企業別										
専門店	527	659	25.8	53.3	29.0	29.8	6.1	7.4	48.2	0.4
スーパー	132	3,574	18.9	46.2	17.4	40.9	6.8	16.7	52.3	0.8
生協	22	566	9.1	40.9	13.6	68.2	18.2	13.6	36.4	0.0
売上高規模別										
500万円未満	396	491	24.7	52.3	29.8	29.0	6.3	8.1	49.2	0.5
500～999万円	130	1,150	26.2	46.9	23.8	43.1	9.2	7.7	43.1	0.0
1000～1999万円	119	1,934	20.2	49.6	16.8	40.3	5.9	17.6	48.7	0.8
2000～2999万円	24	743	25.0	58.3	41.7	12.5	4.2	0.0	58.3	0.0
3000万円以上	12	481	8.3	83.3	0.0	33.3	0.0	8.3	66.7	0.0
地域別										
北海道・東北	89	577	24.7	50.6	14.6	28.1	13.5	10.1	57.3	1.1
関東・東山	192	1,759	18.8	55.7	29.7	36.5	4.2	9.4	45.3	0.5
北陸・東海	112	475	26.8	51.8	21.4	21.4	10.7	9.8	58.0	0.0
近畿	75	1,056	20.0	44.0	42.7	41.3	4.0	9.0	38.7	0.0
中国・四国	138	514	27.5	49.3	26.8	34.8	3.6	10.1	47.1	0.7
九州	75	418	29.3	53.3	21.3	37.3	6.7	6.7	45.3	0.0

注：複数回答

## 4 食肉小売店の課題と今後の売上予測

(平成11年10月調査)

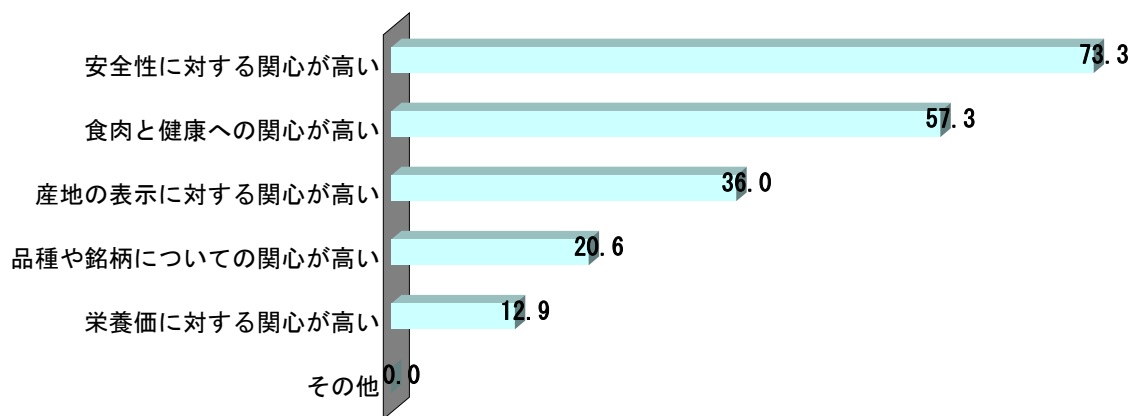
### 2 食肉小売店からみた消費者の購買行動

図4-3 食肉小売店からみた消費者の健康・安全性志向

回答企業数	店舗数	安全性に対する関心が高い	食肉と健康への関心が高い	産地の表示に対する関心が高い	品種や銘柄についての関心が高い	栄養価に対する関心が高い	その他
社	店	%	%	%	%	%	%
681	4,799	73.3	57.3	36.0	20.6	12.9	0.0

図4-3 食肉小売店からみた消費者の健康・安全性志向

単位：%



## 4 食肉小売店の課題と今後の売上予測

## 2 食肉小売店からみた消費者の購買行動

表4-13 食肉小売店からみた消費者の健康・安全性志向

	回答企業数	店舗数	安全性に対する関心が高い	食肉と健康への関心が高い	栄養価に対する関心が高い	産地の表示に対する関心が高い	品種や銘柄についての関心が高い	その他
	社	店	%	%	%	%	%	%
計	681	4,799	73.3	57.3	12.9	36.0	20.6	0.0
企業別								
専門店	527	659	69.8	63.8	15.7	27.5	23.1	0.0
スーパー	132	3,574	84.8	35.6	3.8	63.6	12.1	0.0
生協	22	566	86.4	31.8	0.0	72.7	9.1	0.0
売上高規模別								
500万円未満	396	491	72.0	62.1	17.2	26.3	22.5	0.0
500～999万円	130	1,150	72.3	53.8	6.9	43.8	23.1	0.0
1000～1999万円	119	1,934	73.9	46.2	9.2	57.1	13.4	0.0
2000～2999万円	24	743	87.5	54.2	0.0	41.7	16.7	0.0
3000万円以上	12	481	91.7	50.0	0.0	50.0	8.3	0.0
地域別								
北海道・東北	89	577	70.8	52.8	11.2	42.7	22.5	0.0
関東・東山	192	1,759	78.6	59.4	13.0	30.2	18.8	0.0
北陸・東海	112	475	75.0	57.1	11.6	36.6	19.6	0.0
近畿	75	1,056	72.0	57.3	16.0	32.0	22.7	0.0
中国・四国	138	514	66.7	61.3	13.8	38.4	19.6	0.0
九州	75	418	73.3	49.3	12.0	41.3	24.0	0.0

注：複数回答



## 4 食肉小売店の課題と今後の売上予測

(平成11年10月調査)

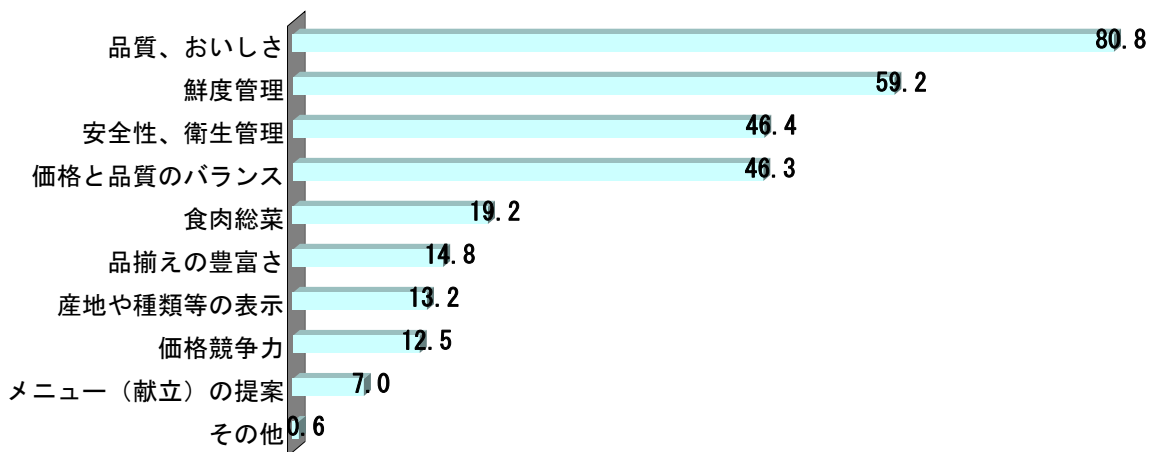
### 3 食肉小売店における販売戦略の課題

図4-4 食肉小売店における販売戦略の課題

回答企業数	店舗数	品質、おいしさ	鮮度管理	安全性、衛生管理	価格と品質のバランス	食肉総菜	品揃えの豊富さ	産地や種類等の表示	価格競争力	メニュー（献立）の提案	その他
社	店	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
681	4,799	80.8	59.2	46.4	46.3	19.2	14.8	13.2	12.5	7.0	0.6

図4-4 食肉小売店における販売戦略の課題

単位：%



## 4 食肉小売店の課題と今後の売上予測

## 3 食肉小売店における販売戦略の課題

表4-1-4 食肉小売店の販売戦略課題

	回答企業数 店舗数		価格競争力	品質、おいしさ	価格と品質のバランス	鮮度管理	安全性、衛生管理	品揃えの豊富さ	産地や種類等の表示	メニュー（献立）の提案	食肉総菜	その他
	社	店										
計	681	4,799	12.5	80.8	46.3	59.2	46.4	14.8	13.2	7.0	19.2	0.6
企業別												
専門店	527	659	11.6	83.3	45.5	60.7	43.8	14.8	11.0	4.6	23.9	0.8
スーパー	132	3,574	16.7	73.5	48.5	55.3	53.8	15.9	16.7	15.9	3.8	0.0
生協	22	566	9.1	63.6	50.0	45.5	63.6	9.1	45.5	13.6	0.0	0.0
売上高規模別												
500万円未満	396	491	10.1	83.8	45.2	60.9	46.5	11.4	10.4	5.3	25.8	0.8
500～999万円	130	1,150	15.4	81.5	42.3	63.1	43.1	19.2	19.2	4.6	10.8	0.8
1000～1999万円	119	1,934	15.1	70.6	48.7	54.6	46.2	21.0	18.5	15.1	10.1	0.0
2000～2999万円	24	743	12.5	79.2	70.8	41.7	54.2	16.7	8.3	8.3	8.3	0.0
3000万円以上	12	481	33.3	75.0	50.0	41.7	66.7	16.7	0.0	8.3	8.3	0.0
地域別												
北海道・東北	89	577	13.5	85.4	38.2	58.4	48.3	16.9	11.2	6.7	21.3	0.0
関東・東山	192	1,759	10.9	81.3	45.3	53.6	47.9	12.0	13.5	6.3	28.6	0.5
北陸・東海	112	475	16.1	80.4	41.1	58.0	45.5	16.1	15.2	8.0	19.6	0.0
近畿	75	1,056	9.3	81.3	58.7	58.7	41.3	13.3	13.3	9.3	14.7	0.0
中国・四国	138	514	14.5	79.7	50.7	60.1	42.8	21.0	10.1	7.2	12.3	1.4
九州	75	418	9.3	76.0	45.3	74.7	53.3	8.0	17.3	5.3	9.3	1.3

注：複数回答

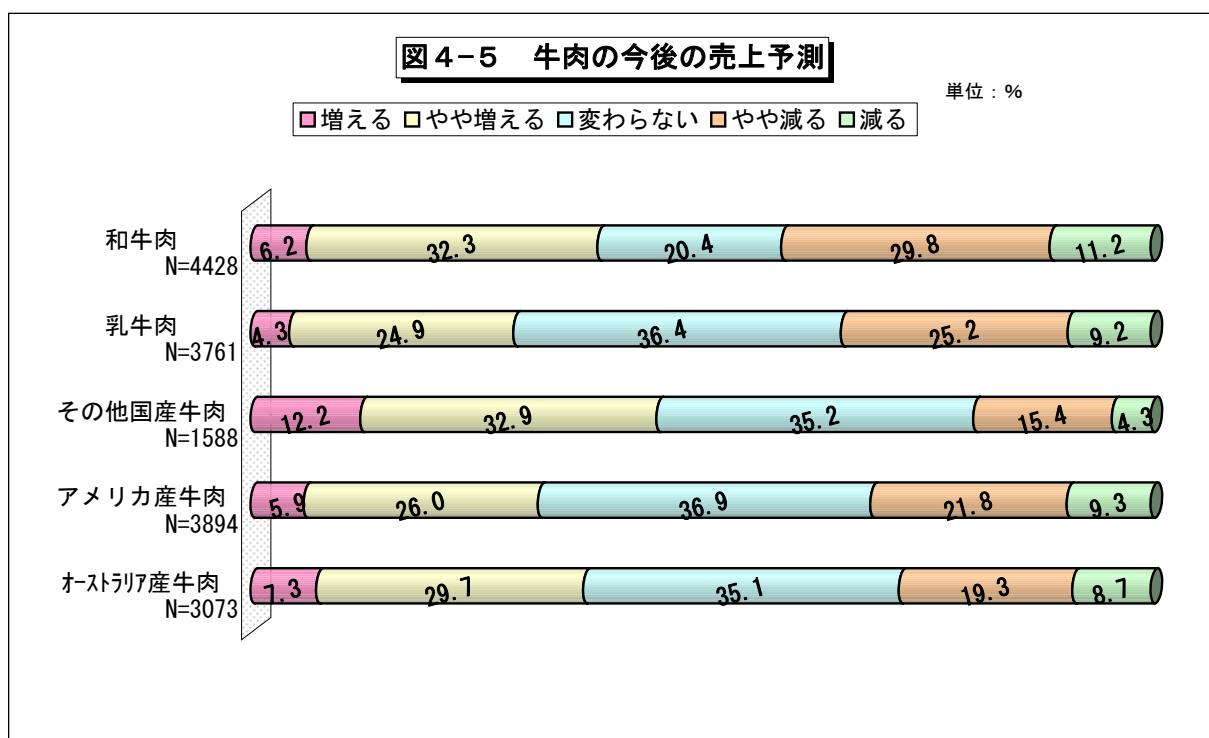
## 4 食肉小売店の課題と今後の売上予測

(平成11年10月調査)

### 4 今後の食肉の売上予測

図4-5 牛肉の今後の売上予測

	回答企業数 社	計 %	増える %	やや増える %	変わらない %	やや減る %	減る %
和牛肉 N=4428	539	100.0	6.2	32.3	20.4	29.8	11.2
乳牛肉 N=3761	236	100.0	4.3	24.9	36.4	25.2	9.2
その他国産牛肉 N=1588	123	100.0	12.2	32.9	35.2	15.4	4.3
アメリカ産牛肉 N=3894	251	100.0	5.9	26.0	36.9	21.8	9.3
オーストラリア産牛肉 N=3073	215	100.0	7.3	29.7	35.1	19.3	8.7



## 4 食肉小売店の課題と今後の売上予測

## 4 今後の食肉の売上予測

表4-15 牛肉の今後の売上予測

	回答企業数	店舗数	計	増える	やや増える	変わらない	やや減る	減る
	社	店	%	%	%	%	%	%
和牛肉	539	4,428	100.0	6.2	32.3	20.4	29.8	11.2
専門店	403	511	100.0	2.2	16.8	30.7	29.9	20.4
スーパー	117	3,424	100.0	7.2	33.4	15.7	32.4	11.3
生協	19	493	100.0	3.9	41.2	42.2	11.8	1.0
乳牛肉	236	3,761	100.0	4.3	24.9	36.4	25.2	9.2
専門店	129	172	100.0	1.2	4.1	43.0	23.8	27.9
スーパー	90	3,165	100.0	4.6	28.9	35.4	22.7	8.4
生協	17	424	100.0	3.8	3.3	41.0	44.6	7.3
その他国産牛肉	123	1,588	100.0	12.2	32.9	35.2	15.4	4.3
専門店	76	132	100.0	0.8	18.9	27.3	18.2	34.8
スーパー	39	1,263	100.0	15.2	34.5	38.3	10.2	1.7
生協	8	193	100.0	0.0	32.1	20.2	47.7	0.0
アメリカ産牛肉	251	3,894	100.0	5.9	26.0	36.9	21.8	9.3
専門店	131	180	100.0	4.4	21.1	36.1	19.4	18.9
スーパー	104	3,262	100.0	6.3	29.4	34.7	21.4	8.2
生協	16	452	100.0	3.5	3.8	53.1	25.9	13.7
オーストラリア産牛肉	215	3,073	100.0	7.3	29.7	35.1	19.3	8.7
専門店	123	196	100.0	2.0	24.0	29.6	20.9	23.5
スーパー	74	2,390	100.0	8.5	24.4	37.0	22.3	7.7
生協	18	487	100.0	3.3	57.7	27.7	3.7	7.6

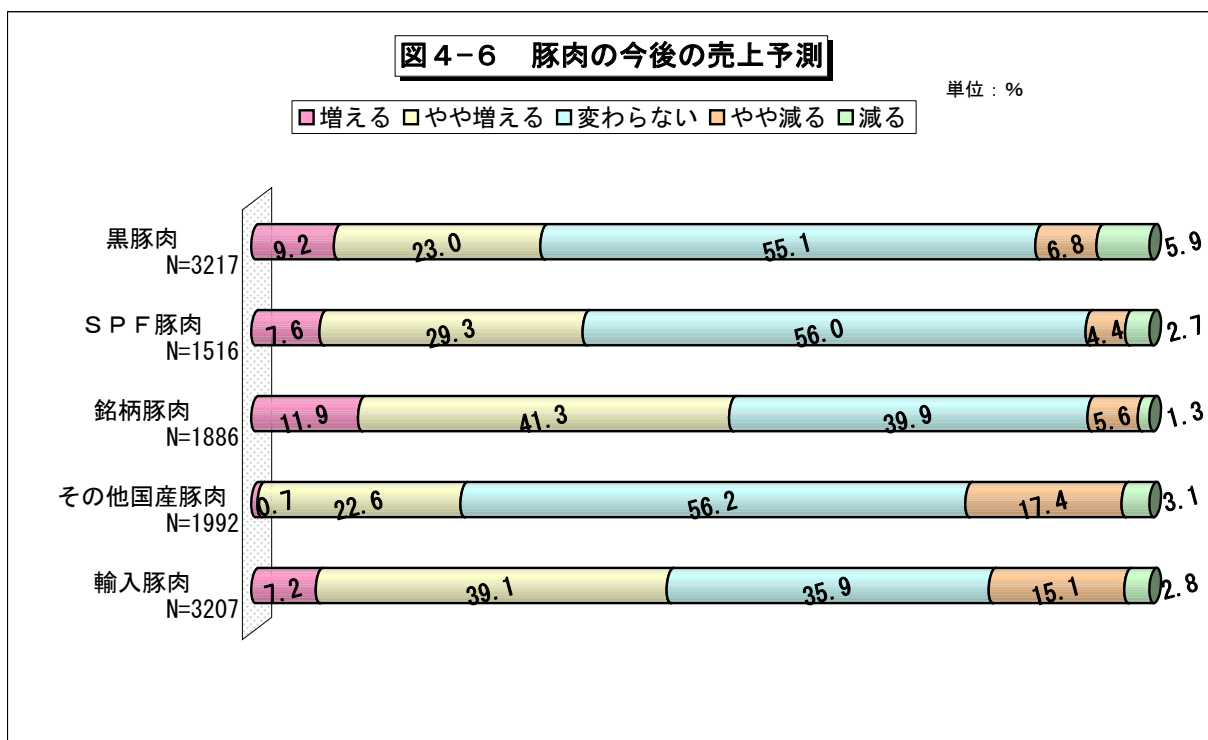
## 4 食肉小売店の課題と今後の売上予測

(平成11年10月調査)

### 4 今後の食肉の売上予測

図4-6 豚肉の今後の売上予測

	回答企業数 社	計 %	増える %	やや増える %	変わらない %	やや減る %	減る %
黒豚肉 N=3217	182	100.0	9.2	23.0	55.1	6.8	5.9
S P F 豚肉 N=1516	153	100.0	7.6	29.3	56.0	4.4	2.7
銘柄豚肉 N=1886	195	100.0	11.9	41.3	39.9	5.6	1.3
その他国産豚肉 N=1992	220	100.0	0.7	22.6	56.2	17.4	3.1
輸入豚肉 N=3207	205	100.0	7.2	39.1	35.9	15.1	2.8



## 4 食肉小売店の課題と今後の売上予測

## 4 今後の食肉の売上予測

表4-16 豚肉の今後の売上予測

	回答企業数	店舗数	計	増える	やや増える	変わらない	やや減る	減る
	社	店	%	%	%	%	%	%
黒豚肉	182	3,217	100.0	9.2	23.0	55.1	6.8	5.9
専門店	75	120	100.0	15.8	28.3	32.5	10.0	13.3
スーパー	93	2,720	100.0	8.7	25.7	51.6	7.6	6.4
生協	14	377	100.0	10.3	1.9	87.8	0.0	0.0
S P F 豚肉	153	1,516	100.0	7.6	29.3	56.0	4.4	2.7
専門店	94	140	100.0	2.9	17.9	45.7	17.1	16.4
スーパー	57	1,283	100.0	8.7	27.7	58.8	3.4	1.4
生協	2	93	100.0	0.0	67.7	32.3	0.0	0.0
銘柄豚肉	195	1,886	100.0	11.9	41.3	39.9	5.6	1.3
専門店	127	189	100.0	14.3	25.9	36.0	14.8	9.0
スーパー	58	1,547	100.0	11.4	40.0	43.1	5.0	0.5
生協	10	150	100.0	14.7	74.0	11.3	0.0	0.0
その他国産豚肉	220	1,992	100.0	0.7	22.6	56.2	17.4	3.1
専門店	172	237	100.0	1.7	11.4	38.8	32.1	16.0
スーパー	40	1,618	100.0	0.6	21.1	60.5	16.7	1.1
生協	8	137	100.0	0.0	59.9	35.8	0.0	4.4
輸入豚肉	205	3,207	100.0	7.2	39.1	35.9	15.1	2.8
専門店	104	173	100.0	4.0	32.4	37.0	11.0	15.6
スーパー	91	2,741	100.0	7.3	43.5	30.8	16.3	2.1
生協	10	293	100.0	7.5	1.7	82.9	5.8	2.0

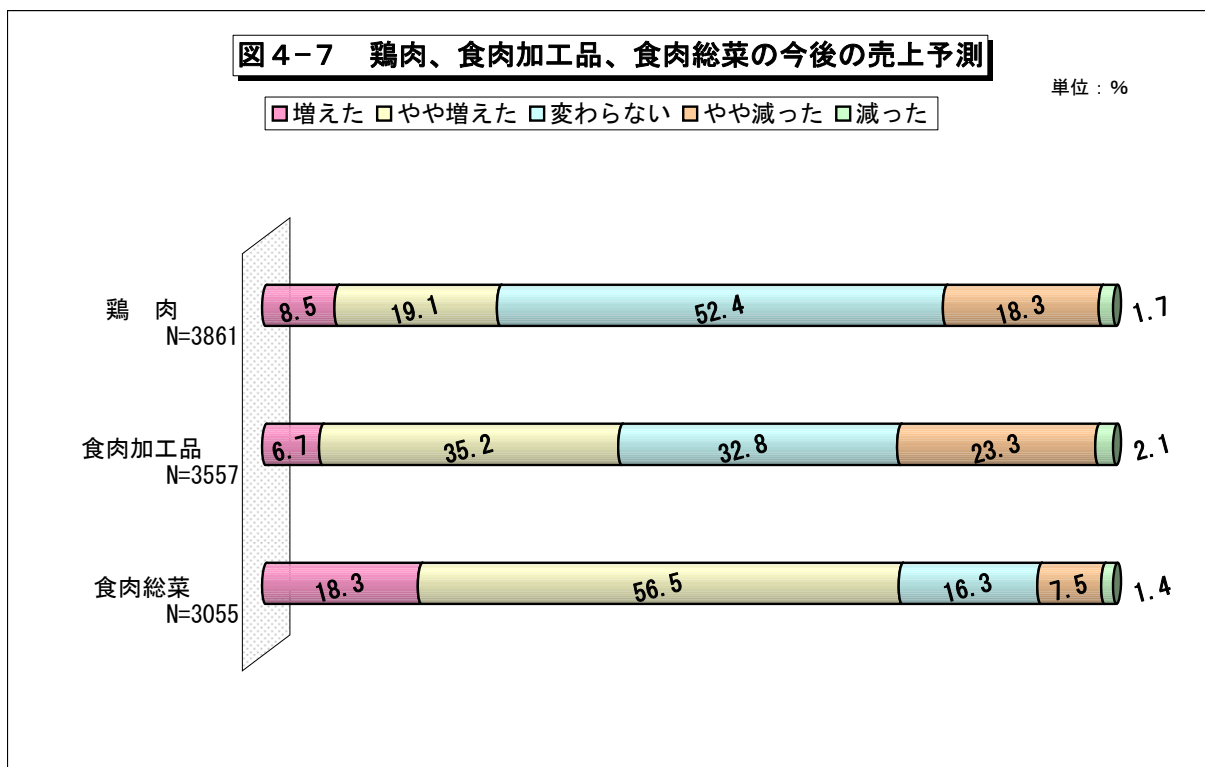
## 4 食肉小売店の課題と今後の売上予測

(平成11年10月調査)

### 4 今後の食肉の売上予測

図4-7 鶏肉、食肉加工品、食肉総菜の今後の売上予測

	回答企業数 社	計 %	増えた %	やや増えた %	変わらない %	やや減った %	減った %
鶏肉 N=3861	444	100.0	8.5	19.1	52.4	18.3	1.7
食肉加工品 N=3557	403	100.0	6.7	35.2	32.8	23.3	2.1
食肉総菜 N=3055	340	100.0	18.3	56.5	16.3	7.5	1.4



## 4 食肉小売店の課題と今後の売上予測

## 4 今後の食肉の売上予測

表4-17 鶏肉、食肉加工品、食肉総菜の今後の売上予測

	回答企業数	店舗数	計	増える	やや増える	変わらない	やや減る	減る
	社	店	%	%	%	%	%	%
鶏肉	444	3,861	100.0	8.5	19.1	52.4	18.3	1.7
専門店	313	392	100.0	0.8	11.7	48.0	25.0	14.5
スーパー	114	3,098	100.0	10.0	19.5	56.5	13.7	0.3
生協	17	371	100.0	4.3	23.2	23.2	49.3	0.0
食肉加工品	403	3,557	100.0	6.7	35.2	32.8	23.3	2.1
専門店	277	365	100.0	3.8	10.1	41.6	27.1	17.3
スーパー	109	2,821	100.0	7.2	39.3	33.3	20.0	0.4
生協	17	371	100.0	5.7	28.8	20.8	44.7	0.0
食肉総菜	340	3,055	100.0	18.3	56.5	16.3	7.5	1.4
専門店	237	307	100.0	16.0	21.8	34.9	16.6	10.7
スーパー	90	2,352	100.0	19.3	56.8	15.8	7.6	0.5
生協	13	396	100.0	13.9	81.3	4.8	0.0	0.0