

食肉卸・加工品メーカーの動向

LEAD THE VALUE

2017年9月

株式会社 三井住友銀行

コーポレート・アドバイザー本部 企業調査部

- 本資料は、情報提供を目的に作成されたものであり、何らかの取引を誘引することを目的としたものではありません。
- 本資料は、作成日時点で弊行が一般に信頼できると思われる資料に基づいて作成されたものですが、情報の正確性・完全性を弊行で保証する性格のものではありません。また、本資料の情報の内容は、経済情勢等の変化により変更されることがありますので、ご了承ください。
- ご利用に際しては、お客さまご自身の判断にてお取扱いただきますようお願い致します。本資料の一部または全部を、電子的または機械的な手段を問わず、無断での複製または転送等を禁じております。



三井住友銀行

目次

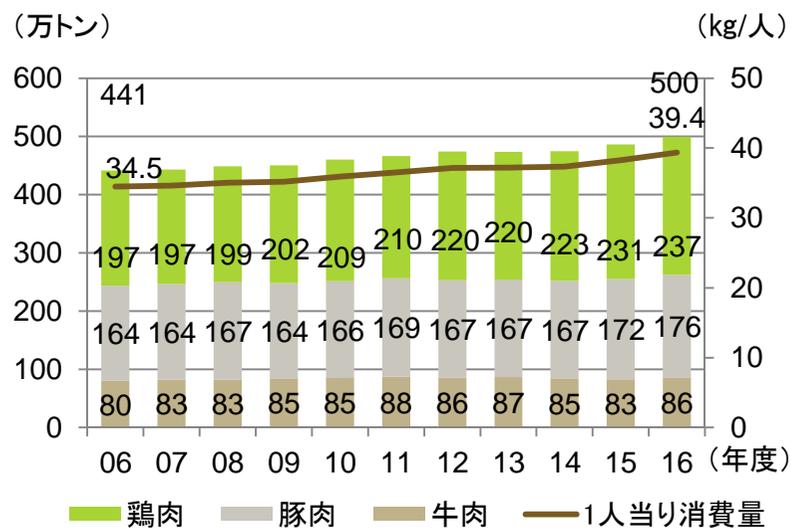
1. 市場動向	2
2. 貿易自由化に伴う影響	8
3. 食肉卸・加工品メーカーの事業戦略の方向性	11
ご参考	15

1. 市場動向

1. 市場動向 (1) 食肉 ① 需要動向

- 食肉需要は、BSEや鳥インフルエンザ問題が一服した06年度以降、肉食の浸透に伴い1人当り消費量が伸びる恰好で増加傾向で推移し、16年度は500万トンに達しました。肉種別では、割安な鶏肉や豚肉の増加が著しい一方、牛肉は微増に止まっています。
- 今後についても、病害等により短期的に需要が急減するリスクはあるものの、中長期的にみれば肉食に慣れ親しんだ層が新たに高齢者に加わる事等から、需要は人口減少の中でも微増乃至は横這いで推移するとみられています。

国内食肉需要量の推移



(注)需要量=生産量+輸入量-輸出量+在庫増減

(出所)農林水産省資料を基に弊社作成

世代別の1人当り肉類摂取量

年代 (歳)	(単位:g/日)	
	05年	15年
20~29	104.2	122.6
30~39	98.1	110.4
40~49	94.4	107.4
50~59	80.5	92.9
60~69	65.1	81.7
70~	47.9	61.6

(出所)厚生労働省資料を基に弊社作成

1. 市場動向 (1)食肉 ②供給動向

- 国産品の供給状況をみれば、高齢化による担い手不足等から零細農家を中心に離農が進んでいます。
- 但し、食肉の国内供給能力の動向は肉種によって異なります。飼育期間が短く出生数の多い鶏や豚は、資金回収が早く事業を見通し易いことから、企業や大規模な農家が受け皿となる貌で大規模化が進展、供給能力は概ね維持されています。一方で、飼育期間が長く出生数の少ない牛は、資金回収に時間を要し事業リスクが高いため受け皿となる先が少なく、供給能力は今後減少傾向を辿ると見込まれています。

肉種別の国内供給状況 (各年2月1日時点)

(注1)

		06	09	16	17
牛	飼育数(千頭、千羽)	2,755	2,923	2,479	2,499
	飼育戸数(千戸)	85.6	77.3	51.9	50.1
	一戸当たり平均飼育数(頭、羽)	32.2	37.8	47.8	49.9
豚	飼育数(千頭、千羽)	9,620	9,899	9,313	9,346
	飼育戸数(千戸)	7.8	6.9	4.8	4.7
	一戸当たり平均飼育数(頭、羽)	1,233	1,437	1,940	1,989
鶏	飼育数(千頭、千羽)	103,687	107,141	134,395	134,923
	飼育戸数(千戸)	2.6	2.4	2.4	2.3
	一戸当たり平均飼育数(頭、羽)	40,034	44,791	56,947	58,156

(注1)飼育数ピーク。 (注2)PED(豚流行性下痢)の発生により減少

(出所) 農林水産省を基に弊社作成

畜産事業における肉種別の特徴

(注2)

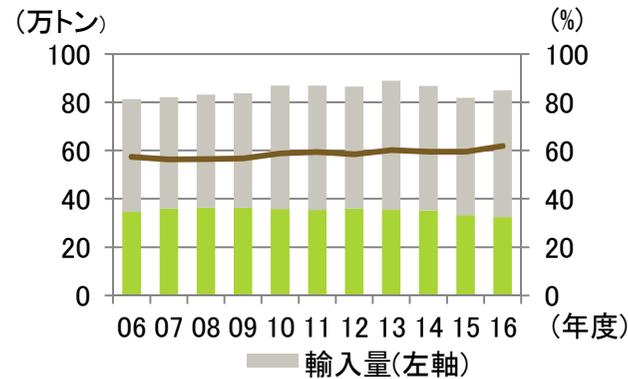
	年間出産・ 排卵数	資金回収期間 (出荷までの月数)	事業規模
鶏	250~300個	短期 (生後2~3ヶ月)	大
豚	20頭	短期 (生後6ヶ月)	中~大
牛	1頭	長期 (生後25~30ヶ月)(注)	小

(注)肉牛は生後10ヶ月まで繁殖農家が育て、その子牛を仕入れた肥育農家が15~20ヶ月育てた後、出荷されている。

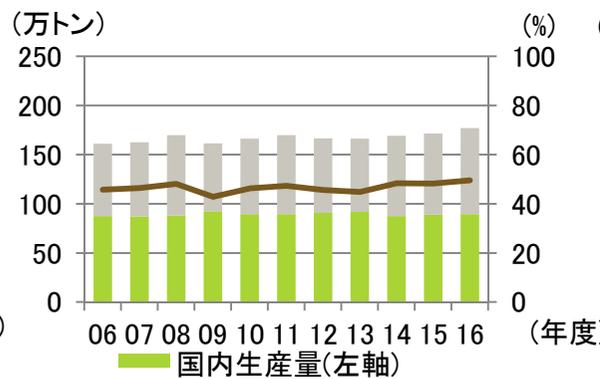
1. 市場動向 (1)食肉 ②供給動向

- 輸入品についてみれば、牛肉は税率38.5%の関税が課され、需要量の62%を輸入品が占めています。国産と輸入品は価格帯が異なるため概ね棲み分けられているものの、等級の低い低価格帯では競合が生じています。
- 豚肉では内外価格差を調整するため、差額関税制度が採用されています。輸入品は、関税が最小となるように部位構成を調節して輸入されていますが、現状は消費者の国産品へのニーズが相応に高く、輸入品とある程度棲み分けられています。
- 鶏肉では8.5~11.9%の関税が課され、需要量の25%が輸入品となっています。輸入品は主に冷凍でチルドの国産品と比べて品質が劣っているため業務用が中心で、国産品とは用途が異なっています。

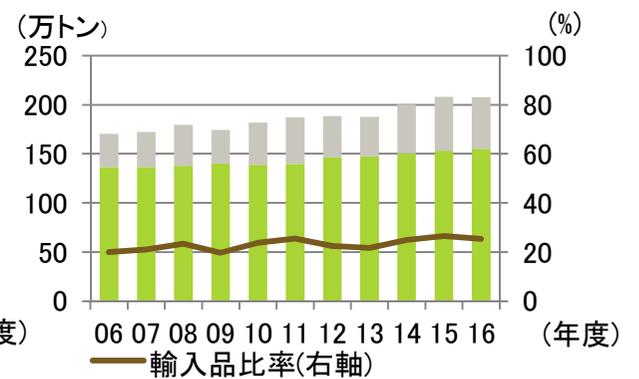
牛肉の輸入・生産状況推移



豚肉の輸入・生産状況推移



鶏肉の輸入・生産状況推移

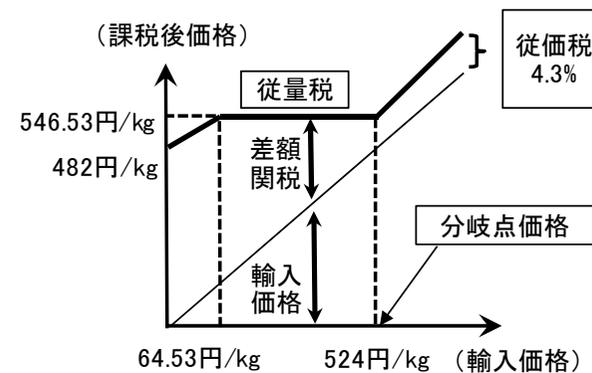


食肉の輸入状況

品目	輸入品比率	現在の関税率	主な輸入元
牛肉	61.8%	38.5%	豪州、米国
豚肉	49.5%	右表参照	米国、カナダ、デンマーク
鶏肉	25.3%	8.5%(骨付きもも)、 11.9%(その他)	ブラジル、タイ

(出所) 農林水産省を基に弊社作成

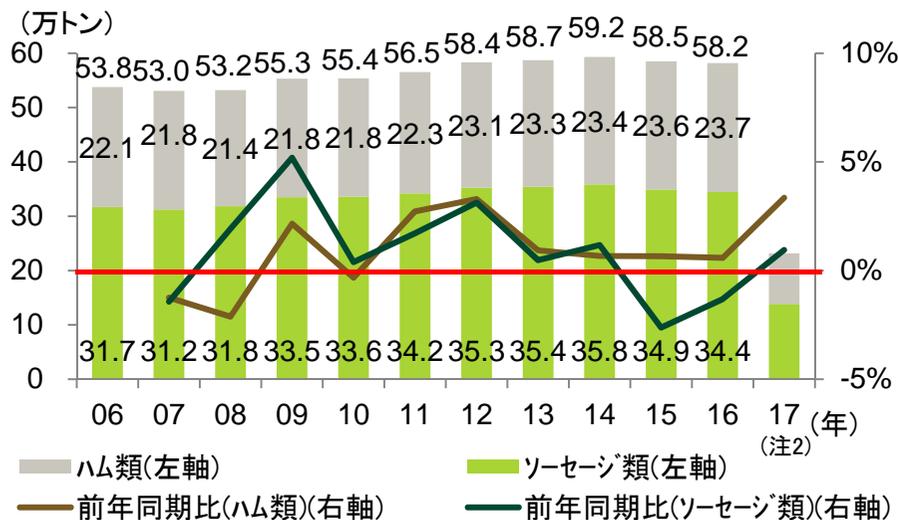
豚肉の差額関税制度



1. 市場動向 (2) 食肉加工品(ハム類・ソーセージ類) ①需要動向

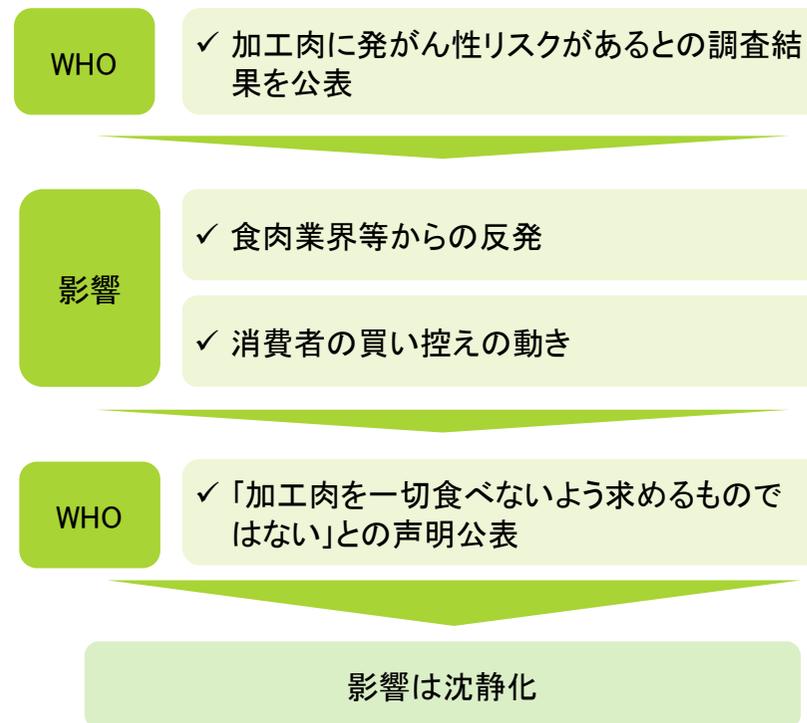
- 食肉加工品の需要は、肉食浸透の流れを受けて拡大傾向で推移し、14年は59.2万トンまで拡大しました。15/10月にWHO(世界保健機関)が食肉加工品の発がん性リスクを指摘する論文を公表したこと等から一時的に需要が落ち込んだものの、足元では需要は拡大に転じ同影響は沈静化しているとみられ、今後は需要回復が見込まれています。

ハム類・ソーセージ類の需要量(注1)推移



(注1)需要量=生産量+輸入量 (注2)17/1~5月

(ご参考) WHOによる発がん性指摘を巡る動き



(出所) 日本ハム・ソーセージ工業協同組合、財務省より弊社作成

(出所) 世界保健機関資料より弊社作成

1. 市場動向 (2) 食肉加工品(ハム類・ソーセージ類) ②供給動向

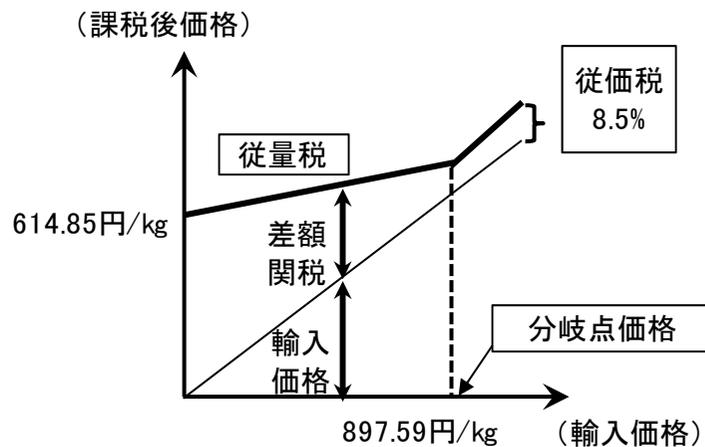
- ハム類は消費期限が短い一方で、冷凍すると解凍時に品質が大幅に劣化することから国内の食肉加工品メーカーが製造した国産品が殆どを占めています。尚、ハム類の輸入に関しては豚肉と同様に差額関税制度が採用されています。
- ソーセージ類は税率10%の関税が課されており、外食店向け等業務用として中国等から主に冷凍で輸入されていますが、品質が劣るため国産品とは棲み分けられています。

食肉加工品の輸入の状況

品目	輸入品比率	現在の関税率	主な輸入元
ハム類	3.8%	下表参照	イタリア
ソーセージ類	9.9%	10.0%	中国、米国、タイ

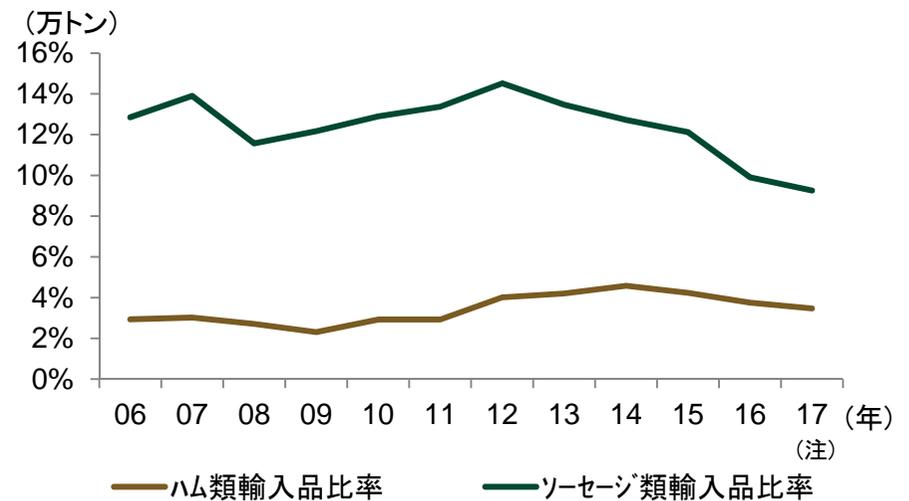
(出所) 農林水産省を基に弊社作成

ハム類の差額関税制度



(出所) 日本ハム・ソーセージ工業協同組合、財務省より弊社作成

ハム類・ソーセージ類の輸入品比率推移



(注)17/1~5月

(出所) 日本ハム・ソーセージ工業協同組合より弊社作成

2. 貿易自由化に伴う影響

2. 貿易自由化に伴う影響 (1) TPPの影響

- TPPが発効した場合の影響^(注)についてみれば、食肉は元々、国産品と輸入品で棲み分けが進んでいる品目が多い上、豚肉では差額関税制度が維持されるため、食肉卸の調達価格に大きな変化は生じず、輸入品が急増する懸念は小さいとみられます。但し、牛肉は関税縮小で輸入が増加し、既に輸入肉と競合している低価格帯の国産牛は更にシェアを奪われる可能性があります。
- 食肉加工品については、ハム類・ソーセージ類共に輸入関税が段階的に撤廃されることとなりました。ハム類は消費期限が短いため輸入増加の懸念は小さい一方、ソーセージ類は、日本の嗜好に合わせる必要があるものの、関税撤廃によりTPP域内からの輸入が増加する可能性があります。

(注)TPP(環太平洋パートナーシップ協定)は17/1月の米国離脱により発効が困難となったものの、現在残る11ヶ国のみでも発効できるよう議論が進められている。

TPPの大筋合意内容

品目	TPPの合意内容	影響度	輸入品との競合	
牛肉	関税38.5%が発効時に27.5%に削減され、その後段階的に16年目迄に9%迄削減される。	一部 有り	関税の低下で低価格帯の国産牛のシェアを奪う形で輸入量が増加。	
豚肉	従価税が撤廃、従量税が最大482円/kg→50円/kgに削減される。	低い	差額関税制度は維持されることから、輸入価格が関税が最小となる分岐点価格以上になるように輸入が行われることに変わりはなく、影響は無い見込み。	
鶏肉	関税(骨付きもも8.5%、その他11.9%)が段階的に削減され、11年目迄に撤廃となる。	低い	冷凍主体で品質が劣る輸入肉は既に業務用として広く使われていること、主な輸入元がTPP域外であること等から影響は無い見込み。	
食肉加工品	ハム類	初年度に従量税と従価税が半減し、11年目迄に撤廃となる。	低い	消費期限が短く空輸での輸入となるため、安価な製品の輸入は困難で影響は無い見込み。
	ソーセージ類	関税10.0%が段階的に削減され、6年目迄に撤廃となる。	一部 有り	関税撤廃により輸入品が増加する可能性有り。但し、日本の嗜好に合わせて製造する必要があるため、輸入が短期的に急増する懸念は小さい。

2. 貿易自由化に伴う影響 (2) 日欧EPAの影響等

- 17/7月に大枠合意された日欧EPA交渉において、食肉の輸入に関してはTPPと同条件で合意されました。当該影響については、影響の少ないとされるTPPと同条件となった上、元々EU域外からの輸入量が僅かな品目もあり、輸入量増加によって競合が激化する可能性は低いとみられています。
- 今後も貿易自由化の流れは不変とみられ、将来的に想定されるTPPを離脱した米国との二国間FTA交渉では、日欧EPAと同様にTPPの大筋合意内容が雛形になるとの見方が強くなっています。仮にTPPと同条件とした場合、関税低下により、牛肉、ソーセージ類の輸入が増加する可能性があると考えられます。

日欧EPAの大枠合意内容

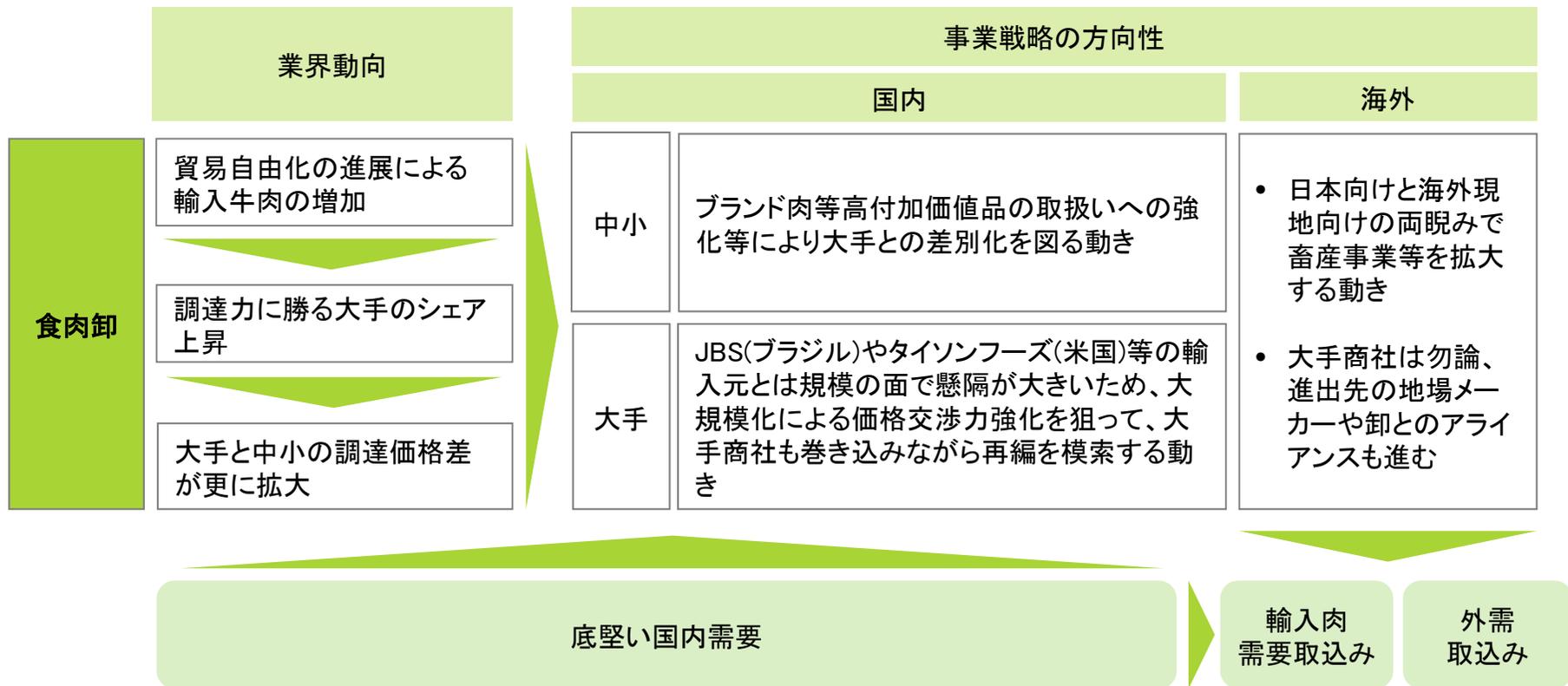
品目	日欧EPAの合意内容	影響度	輸入品との競合
牛肉	【TPPと同条件】 関税38.5%が発効時に27.5%に削減され、その後段階的に16年目迄に9%迄削減される。	低い	EU域内からの輸入量は僅かのため影響は無い見込み。
豚肉	【TPPと同条件】 従価税が撤廃、従量税が最大482円/kg → 50円/kgに削減される。	低い	差額関税制度は維持されることから、輸入価格が関税が最小となる分岐点価格以上になるように輸入が行われることには変わりはなく、影響は無い見込み。
鶏肉	【TPPと同条件】 関税(骨付きも8.5%、その他11.9%)が段階的に削減され、11年目迄に撤廃となる。	低い	冷凍主体で品質が劣る輸入肉は既に業務用として広く使われていること、主な輸入元がEU域外であること等から影響は無い見込み。
食肉加工品	ハム類 【TPPと同条件】 初年度に従量税と従価税が半減し、11年目迄に撤廃となる。	低い	消費期限が短く空輸での輸入となるため、安価な製品の輸入は困難で影響は無い見込み。
	ソーセージ類 【TPPと同条件】 関税10.0%が段階的に削減され、6年目迄に撤廃となる。	低い	EU域内からの輸入量は僅かのため影響は無い見込み。

3.食肉卸・加工品メーカーの事業戦略の方向性

3. 食肉卸・加工品メーカーの事業戦略の方向性 (1) 食肉卸

- 食肉卸においては、底堅い国内需要の下支えはありつつも、①中小卸ではブランド肉等高付加価値品の取扱い強化等により大手との差別化を図る動き、②大手では更なる価格交渉力強化を狙って、大手商社も巻き込みながら再編を模索する動き、等が想定されます。
- また国産品の長期的な需要縮小懸念を受けて、各社は日本向け輸出や海外現地での販売拡大等を狙って海外事業を強化していくとみられ、貿易自由化動向を踏まえ進出に有利な地域を見定めた上で、日本向けと海外現地向けの両睨みで畜産事業等を拡大する動き等が想定され、大手商社は勿論、進出先の地場メーカーや卸とのアライアンスも進んでいくとみられます。

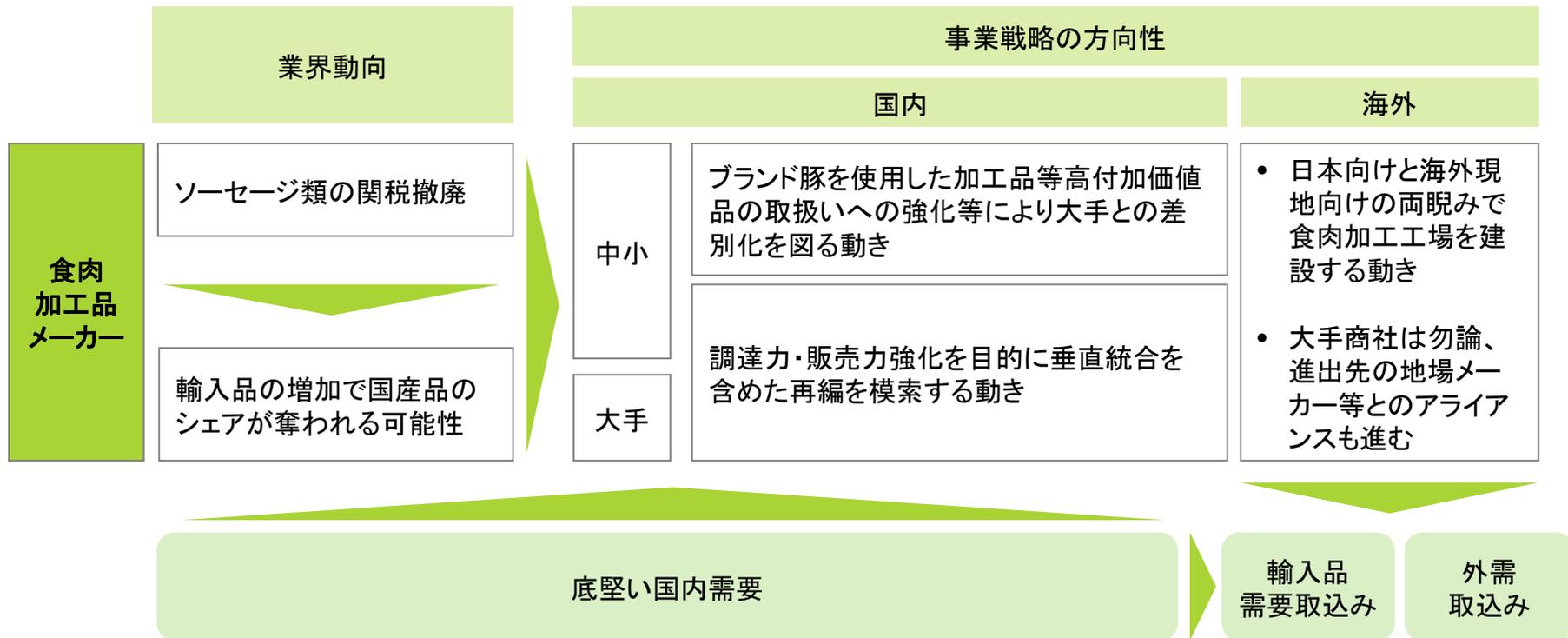
食肉卸の事業戦略の方向性



3. 食肉卸・加工品メーカーの事業戦略の方向性 (2) 食肉加工品メーカー

- 食肉加工品メーカーでも、国内需要は底堅いとみられるものの、ソーセージ類が関税撤廃による輸入品増加で国産品のシェアが奪われる可能性があり、中小メーカーではブランド豚を使用した加工品等高付加価値品の取扱い強化等により大手との差別化を図る動きの他、大手・中小メーカー問わず調達力や販売力の強化を目的に再編を模索する動き等が想定されます。
- また食肉卸と同様、日本向け輸出や海外現地での販売拡大等を狙って海外事業を強化する動きも拡大するとみられ、アライアンスに向けた動きも進んでいくとみられます。

食肉加工品メーカーの事業戦略の方向性



3. 食肉卸・加工品メーカーの事業戦略の方向性 (3) 食肉業界を巡る再編動向等

- 食肉卸・加工品メーカーを巡っては、海外で日本向け及び現地向け販売を目的に畜産事業者、食肉加工品メーカー等を買収する動きが進む一方、国内では事業規模拡大に向けた再編の動きがみられ、今後も同様の動きが続くとみられます。

食肉業界を巡る再編動向等

年/月	
13/1	伊藤忠商事が中国向けに豚肉を生産・販売する加ハイライフ社(養豚)の株式を33.4%取得
14/1	エスフーズがグリコハム(現フードリエ)を買収。エスフーズは食肉加工品事業の強化、グリコハムはエスフーズの持つ調達力や販売網の活用が目的
14/11	インディアナ・パッカーズ(三菱商事80%、伊藤ハム20%)が、米国で地場スーパーに販路を持つ食肉加工品メーカーのクインシー・ストリートを買収
14/12	日本ハムが欧州向けに強いトルコ大手養鶏事業者エゲータブ社を買収
15/3	伊藤ハムがニュージーランドで日本向け牛肉を生産するANZCO社を連結子会社化 プリマハムがタイでPrimaham Foods社の営業を開始、日本向け食肉加工品を製造する他、現地向けも強化
15/9	伊藤ハムと米久が販売網の補完や調達力強化等を目的に16/4月に経営統合を発表
15/10	TPP交渉大筋合意 WHOが加工肉の発がん性を指摘
15/12	エスフーズが米国内での販売や日本や東南アジア向け輸出を目的に、食肉加工業者の米Aurora Packing社を買収
16/5	三井物産がスターゼンの第三者割当増資引受け(持株比率2.52%→16.39%)。三井物産は国内食肉事業の拡充、スターゼンは海外調達力強化が目的
17/1	米国がTPPから離脱
17/5	日本ハムがウルグアイの食肉処理大手ブリーダーズ&パッカーズ・ウルグアイを買収
17/8	米国からの冷凍輸入牛肉に関しセーフガード(関税率38.5%→50%、18/3月迄)発動

(出所) 各社プレスリリースを基に弊社作成

ご参考

〈ご参考〉大手食肉卸・加工品メーカーの海外展開状況・ランキング

大手食肉卸・加工品メーカーの海外展開状況

主要企業	海外売上高比率		海外進出状況			事業内容
	直近値	計画	海外進出地域			
			TPP域内	EU域内	TPP・EU域外	
日本ハム	7.6%	25% (25/3期)	豪州6社、シンガポール1社	英国1社 (EU離脱交渉中)	米国7社、中国7社、タイ4社、香港1社、ベトナム1社、トルコ1社	生産、処理、製造、販売、商社
伊藤ハム 米久HD	11.5%		豪州(独資2社、合弁1社)、ニュージーランド(独資1社、合弁1社)	-	米国(独資1社、合弁2社)、中国(独資1社)、タイ(合弁1社)	生産、処理、製造、販売、商社
プリマハム	10%未満	n.a.	-	-	米国(独資1社、合弁1社)、中国(合弁2社)、タイ(独資1社)	製造、販売、商社
スターゼン	10%未満		豪州(独資1社、合弁1社)	デンマーク(独資1社)	米国(独資1社)	処理、販売
エスフーズ	11.9%		-	-	米国(独資2社)、韓国(合弁1)	処理、製造、販売、商社
丸大食品	10%未満		-	-	中国(独資1社)、タイ(合弁1社)	商社

国内大手食肉卸・大手食肉加工品メーカー売上高ランキング

【食肉卸】			【国内食肉加工品メーカー】		
会社名	決算期	(単位: 億円) 食肉卸 売上高	会社名	決算期	(単位: 億円) 食肉加工品 売上高
日本ハム	17/3期	6,739	伊藤ハム米久HD	17/3期	1,729
伊藤ハム米久HD	17/3期	4,838	日本ハム	17/3期	1,414
スターゼン	17/3期	2,534	丸大食品	17/3期	870
JA全農ミートフーズ	17/3期	2,481	プリマハム	17/3期	779
エスフーズ	17/2期	2,491	フードリエ(注)	15/3期	214

(注)旧グリコハム。14/1月にエスフーズ傘下に入り、同年8月に現社名に変更。

世界の食肉企業売上高ランキング(14年)

(単位: 百万米ドル)		
会社名	本社 所在国	売上高
1 JBS SA	ブラジル	49,164
2 タイソフーズ	米国	37,580
3 カーギル	米国	23,000
4 WHグループ	香港	22,243
5 チャールンホカパン フーズ	タイ	12,590

(出所)食肉通信社、各社有価証券報告書を基に弊社作成

〈ご参考〉TPP・日欧EPA発効による豚肉の差額関税制度変更イメージ

TPP・日欧EPA発効による豚肉の差額関税制度の変更イメージ

