

### ○ 鶏肉は依然2けたの伸び、牛肉・豚肉は数量・金額ともマイナス—4月家計消費

総務省が発表した4月の家計調査によると、鶏肉は購入量が前月に引続き2けた台の大幅な伸びを記録、支出額の伸び率も2けたの大台に乗っている。牛肉は購入量、支出額ともにマイナスに転じたほか、豚肉も購入量、支出額とも引き続き前年の数字を下回った。

鶏肉は、購入量が23%増と記録的な数字で伸長、支出額も10%増と2けた台で伸長して

いる。牛肉は購入量が前年同月比3%減、支出額が7%減とともに前年の数字を下回ったほか、豚肉も購入量が1%減、支出額が5%減とマイナス基調で推移している。

加工品を見ると、ハムは購入量が5%増、支出額が3%増と堅調な伸びを示したものの、ソーセージは購入量が1%増に対して、支出額が2%減と前年の数字を下回った。

△全国1世帯当たり食肉購入量の推移

(単位:g、カッコ内前年比%)

	牛肉	豚肉	鶏肉	ハム	ソーセージ	鶏卵
11年 5月	566 (98)	1,528 (102)	1,086 (97)	220 (105)	496 (106)	2,644 (95)
6月	572 (110)	1,482 (103)	1,026 (94)	246 (96)	429 (94)	2,565 (99)
7月	509 (94)	1,513 (105)	1,056 (104)	332 (107)	444 (101)	2,494 (101)
8月	510 (87)	1,542 (103)	1,042 (106)	256 (93)	447 (98)	2,488 (106)
9月	550 (98)	1,548 (101)	1,149 (104)	211 (104)	466 (102)	2,482 (100)
10月	510 (103)	1,682 (103)	1,267 (104)	198 (103)	480 (98)	2,666 (100)
11月	557 (98)	1,679 (105)	1,248 (109)	310 (106)	467 (105)	2,583 (100)
12月	760 (95)	1,723 (103)	1,563 (113)	524 (94)	459 (101)	2,637 (95)
12年 1月	552 (100)	1,615 (100)	1,255 (111)	183 (103)	422 (105)	2,384 (94)
2月	517 (103)	1,552 (102)	1,248 (122)	175 (105)	437 (109)	2,617 (106)
3月	591 (101)	1,611 (97)	1,274 (111)	201 (102)	460 (101)	2,643 (101)
4月	543 (97)	1,513 (99)	1,214 (123)	206 (105)	460 (101)	2,659 (105)
支出金額(円)	1,411 (93)	1,921 (95)	1,086 (110)	364 (103)	598 (98)	678 (89)

△4月の鮮魚、やきとり等の購入量・支出金額

(単位:g、円)

	鮮魚計	まぐろ	いか	えび	塩干魚介計	やきとり	カツレツ
購入量	2,181 (98)	189 (95)	161 (103)	151 (100)	713 (100)	- (-)	- (-)
支出金額	3,205 (100)	426 (98)	207 (113)	247 (100)	1,093 (96)	168 (106)	127 (101)

### ○ タイフェックスに和牛を出展、タイ市場での確実な需要を確信—ミートコンパニオン

ミートコンパニオンは23日から28日までタイ・バンコク市内で開催された国際食品見本市「タイフェックス」の日本パビリオンに出展、同社の海外輸出向け和牛ブランド「WAGYU SAMURAI」をタイの食品業界に紹介した。

同展示会は今年で9回目を迎え、食品から菓子、食品機械、小売・フランチャイズなど海外25カ国から1,071社が出展、120カ国からバイヤーら9万人が来場するアジア市場でも最大規模の見本市で、今回、初めて出展される日本パビリオン(代表:日本貿易振興機構、15社が出展)に参加した。

展示会に向けて用意した牛肉は、埼玉・上里町で肥育され、埼玉・和光市のアグリス・ワンと畜された約26カ月齢の雌で、農場管理獣医師協会で生産工程を厳密に管理されたF M V A 認証牛。会場では試食が行われたほか、25日にはミートコンパニオンの植村光一郎常務が、ジャパンカットセミナーも開催。肩ロ



ースからすき焼き用、しゃぶしゃぶ用、網焼き用、ステーキ用に、またロースから、サーロインステーキ用、すき焼き用、しゃぶしゃぶ用を、内モモから、網焼き用、ダイスステーキ用、ローストビーフ用などを商品化し、日本文化も交えながら、商品作りの基

本と調理方法を分かりやすく説明した=写真。植村常務によると、タイの小売市場では真空パック売りの形態が多いため、日本のようなトレーパックは珍しく、肉の発色の鮮やかさに驚いていたという。また高級部位を求める中国市場と比べてタイでは実質的なものが求められており、肩ロースやモモの問い合わせも多く、牛肉を輸出するにも各マーケットに準じた対応が輸出事業者に求められることになるだろうとコメントしている。そのほか、展示会初日にはインラック・シナワト首相が同社のブースに立ち寄り試食をし、「とても美味しい牛肉」と舌鼓を打っていた。