

○ 畜産品は1.2%増の795億円、牛肉、豚肉、鶏肉ともに好調ー7月スーパー販売

日本チェーンストア協会が22日に発表した7月の販売概況によると、会員企業57社・9,421店舗の総販売額は店舗調整前で前年同月比0.9%減の1兆1,051億円と下回り、店舗調整後では0.2%増とほぼ横ばいだった。畜産品の売上は、店舗調整前0.2%増、店舗調整後1.2%増の795億円と全体の伸びを上回っている。7月は、食料品は全体でまずまずの動きで、衣料品、住関連品は、上旬は高気温の影響もあり堅調に推移し、中旬以降は低気温や梅雨明

けが遅かったこともあり苦戦した。畜産品では、牛肉、豚肉、鶏肉ともに好調の一方で、鶏卵、ハム・ソーセージの動きは鈍かった。

食料品の販売金額は前年同月比1.4%増(店舗調整後、以下同じ)の7,159万円と増加、うち農産品は1.9%増の983億円、水産品は0.8%減の657億円、惣菜は2.9%増の857億円、その他食品は1.3%増の3,867億円となった。惣菜では、温惣菜では揚げ物、焼き物、中華が好調でスナック類は不調。

△チェーンストアの畜産品の販売動向

	販売額 (億円)	前年比(%)		前月比 (%)	好調品目	不調品目	
		(調整前)	(調整後)				
15年	8月	821	102.8	102.0	103.5	牛肉、豚肉、鶏肉、鶏卵	ハム・ソーセージ
	9月	788	103.4	104.3	96.0	牛肉、豚肉、鶏肉、鶏卵	ハム・ソーセージ
	10月	817	101.3	102.3	103.6	牛肉、豚肉、鶏肉、鶏卵	ハム・ソーセージ
	11月	836	99.4	100.4	102.4	牛肉、豚肉、鶏肉、鶏卵	ハム・ソーセージ
	12月	983	100.0	101.0	117.6	牛肉、豚肉、鶏肉、鶏卵	ハム・ソーセージ
16年	1月	877	103.9	104.8	89.2	牛肉、豚肉、鶏肉、鶏卵	ハム・ソーセージ
	2月	790	103.5	104.7	90.1	牛肉、豚肉、鶏肉、鶏卵	ハム・ソーセージ
	3月	791	97.8	100.3	100.1	牛肉、豚肉、鶏肉、鶏卵	ハム・ソーセージ
	4月	784	98.1	100.3	99.1	牛肉、豚肉、鶏肉	鶏卵、ハム・ソーセージ
	5月	826	100.9	101.5	105.4	牛肉、豚肉、鶏肉、鶏卵	ハム・ソーセージ
	6月	786	99.6	100.4	95.2	牛肉、豚肉、鶏肉、鶏卵	ハム・ソーセージ
	7月	795	100.2	101.2	101.1	牛肉、豚肉、鶏肉	鶏卵、ハム・ソーセージ

○ 香港で畜産5品目をプロモーション、「日本産=高級品」を訴求

アジア最大級の食品見本市である「香港フードエキスポ2016」が11～13日に香港コンベンションセンターで開かれ、日本畜産物輸出促進協議会の牛肉部会、豚肉部会、鶏肉部会、鶏卵部会、牛乳乳製品部会の5部会が揃って出展し、日本産畜産物の品質の高さ、高級感をアピールしながら世界から集まったバイヤーに売り込んだ。

ジェトロが主催するジャパンパビリオンのなかで出展したもので、畜産のほか水産品、青果物、菓子、花き、日本酒、日本茶など日本だけでも251事業者が出展するなど過去最大規模の出展となったほか、オープニングでは山本有二農水相が日本産食材の素晴らしさと安全性に触れながらあいさつした。特に香港は、日本産和牛の輸出の約3割(15年:532t・30億円)を占める市場で、今回、和牛のさらなる需要拡大に向けて主要部位以外のカタ、モモの利用拡大に向けたアピールを行うとともに、和牛が培ってき



出展者を激励した山本農相(写真中央)と伊地知専務理事(同左)、植村氏(同右)

た価値と認知度、そして現地の信頼を元「日本産畜産物=高品質・高級」というメッセージを前面に掲げ、豚肉、鶏肉、鶏卵、牛乳乳製品の需要拡大へ繋げる機会として位置付けて展示した。

会場では日本産畜産物全体の講演として、中央畜産会の伊地知俊

一専務理事が説明。その後、ミートコンパニオンの植村光一郎常務取締役が「日本畜産物とおもてなし日本料理」と題して畜産5品目を説明した。その後の各畜種のPRセミナーでは、牛肉部会が植村氏、豚肉部会が高源精麦高橋誠社長、鶏肉部会が東京しゃも生産組合の浅野良仁組合長と(株)マルセの渡辺英次社長、鶏卵部会が神奈川中央養鶏農協の辰巳紀幸統括部長と霧島エッグの二階堂徳光常務取締役らが講演した。