

精肉 2026年 1月の販促

小売・流通業界の「課題解決」を支援する
オンラインコンテンツ



1. 精肉を取り巻く環境
2. 今月の月間販促
3. 重点販売商品 4 選
4. 特集『牛肉を食べる文化の再構築』

1. 精肉を取り巻く環境

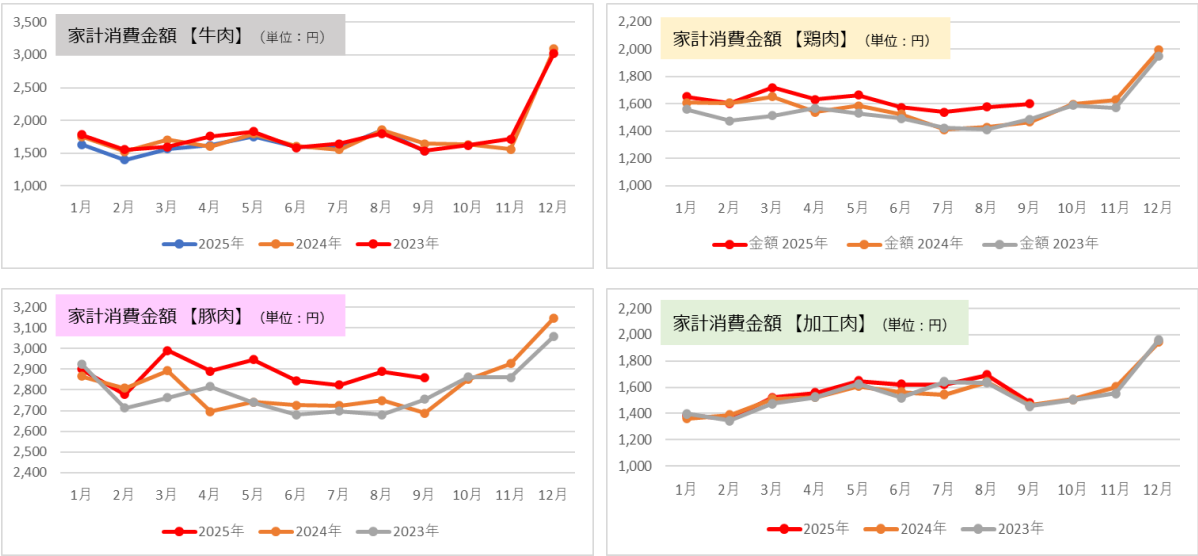
2. 今月の月間販促

3. 重点販売商品 4 選

4. 特集『牛肉を食べる文化の再構築』

比較的安価な豚肉や鶏肉に需要が高まる傾向

家計調査 家計収支編（二人以上の世帯）



出典：総務省 家計調査 家計収支編（二人以上の世帯・全国）よりグラフ化

【9月度家計調査報告】

牛肉購入量は418g（前年比86.9%） 支出金額が1,532円(同93.2%)となり、購入量、支出金額ともに前年同月を下回った

一方で**支出金額は、豚肉106.4%、鶏肉109.0%**で、前年を大きく上回った

【食品関連スーパー3団体の販売統計速報】

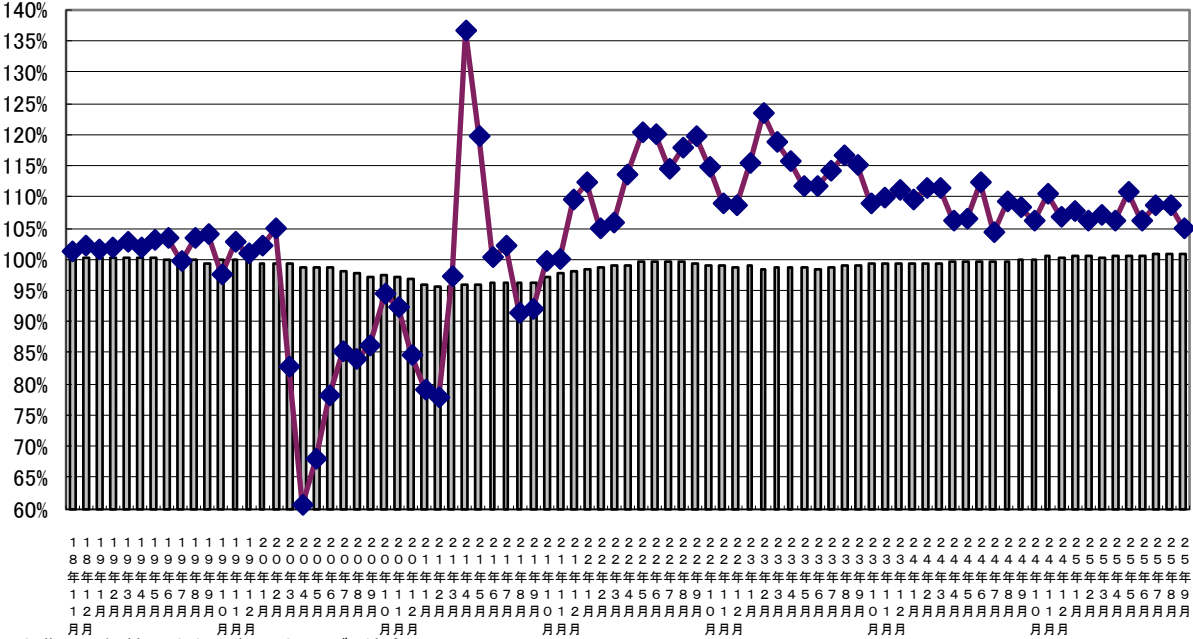
畜産部門売上高 1,203億円（前年比103.0%、既存店101.3%）

相場高騰傾向で、牛肉低調、豚肉・鶏肉など比較的低価格な商品に需要

25年夏は猛暑で焼肉・BBQ商材が堅調に推移。

外食産業市場動向調査

売上高と店舗数の伸び率推移



出典：一般社団法人日本フードサービス協会
https://www.jfnet.or.jp/industry_report/

9月は残暑と物価高騰が続いたこと、外食控え、節約志向で堅調な動き
【ファストフード】 前年比106.1% 一部値下げ、新商品、季節商品が好調
【ファミレス】 前年比102.5% 客数は減少した g、客単価上昇で売上堅調
【FR焼肉】 前年比92.7% 店舗数99.3%、客数86.7%、客単価107.0%
FRの中で唯一売り上げを落としている業態で、相場高が売上、単価に影響した
【ディナーレストラン】 前年比103.9% インバウンドで差が出た。大阪万博による大阪エリアでの需要があり、エリア特性が出た
【居酒屋】 前年比101.4% 安価な価格で集客したが、個人客など伸び悩み4

海外の外部環境からチルド輸入豚肉の需要が高まっている

牛肉輸入量

	冷蔵品	冷凍品	合計
R7.9（見込）	13.5 (87.8%)	24.6 (108.1%)	38.1 (99.8%)
10（予測）	13.2 (84.2%)	25.6 (90.7%)	38.8 (88.3%)
11（予測）	12.7 (93.2%)	21.7 (103.7%)	34.4 (99.5%)
9-11 平均	13.1 (88.2%)	24.0 (100.0%)	37.1 (95.4%)

出典：(独)農畜産業振興機構 需給予測 単位：千トン（前年同月比）
<https://www.alic.go.jp/content/001275114.pdf>

【輸入牛肉冷蔵品】

現地価格の高止まり等により、主要輸入先を含むほとんどの輸入先からの輸入量の減少が見込まれる

【輸入牛肉冷凍品】

11月は輸入量が減少傾向にある中、冷蔵品から冷凍品へのシフト等で前年を上回る予想

【輸入牛肉通関実績】※上記表は見込みのため差異がある
9月全体で38.3千トン（前年比100.4%）
チルド：豪州6.8千トン(82.9%)、米国5.0千トン(86.1%)、ニュージーランド0.6トン(104.8%)

豚肉輸入量

	冷蔵品	冷凍品	合計
R7.9（見込）	33.4 (110.3%)	41.4 (85.6%)	74.8 (95.1%)
10（予測）	33.2 (97.1%)	46.1 (87.7%)	79.3 (91.4%)
11（予測）	32.5 (106.8%)	44.9 (94.0%)	77.4 (99.0%)
9-11 平均	33.0 (104.1%)	44.1 (89.0%)	77.2 (95.0%)

出典：(独)農畜産業振興機構 需給予測 単位：千トン（前年同月比）
<https://www.alic.go.jp/content/001275115.pdf>

【輸入豚肉冷蔵品】

現地相場高の影響等により米国産の減少が見込まれるため、10月は下回る。11月はカナダ産の増加が見込まれるため、前年を大きく上回る

【輸入豚肉冷凍品】

国内の輸入品在庫が多く、10月11月と下回る予測

【輸入豚肉通関実績】※上記表は見込みのため差異がある
9月全体で76.3千トン（前年比96.9%）
チルド：カナダ20.1千トン(130.7%)、米国10.7千トン(98.2%)、メキシコ3.2千トン(80.9%)

鶏肉輸入量

	輸入量
R7.9（見込）	56.6 (115.1%)
10（予測）	47.5 (76.3%)
11（予測）	49.8 (95.7%)
9-11 平均	51.3 (94.1%)

出典：(独)農畜産業振興機構 需給予測 単位：千トン（前年同月比）
<https://www.alic.go.jp/content/001275118.pdf>

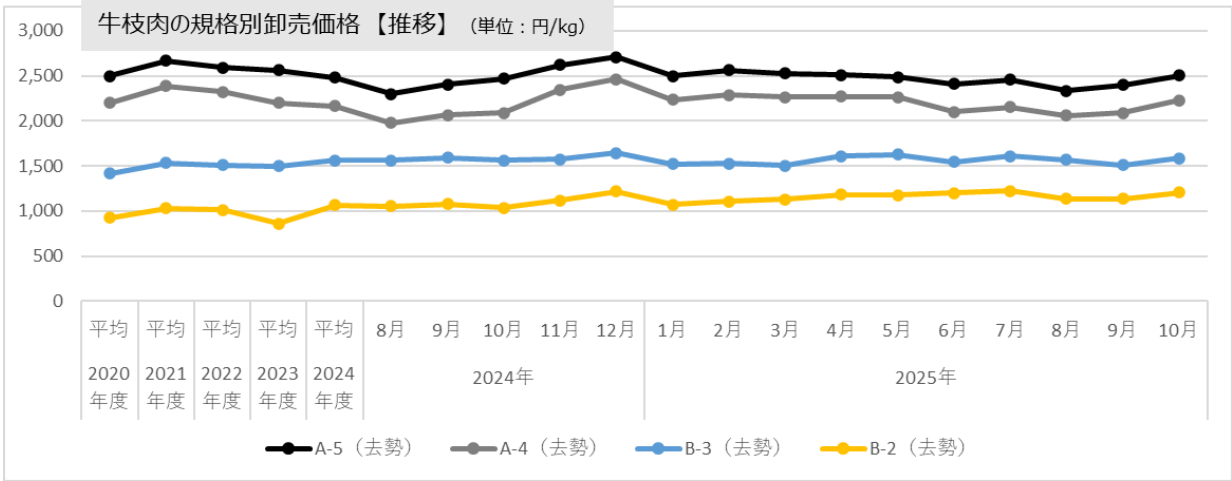
【輸入鶏肉輸入量】

9月は前年同月で6万トン越えと比較的多い状況。ブラジルで発生した高病原性鳥インフルエンザによる生産や商流等への影響により、10月11月と下回る予測が出ている

【通関実績】※上記表は見込みのため差異がある
9月全体で57.8千トン（前年比117.7%）

輸入牛高騰で国産牛の引き合いは強くなり、国産豚肉はより相場が上がる

国産牛肉の生産量と相場



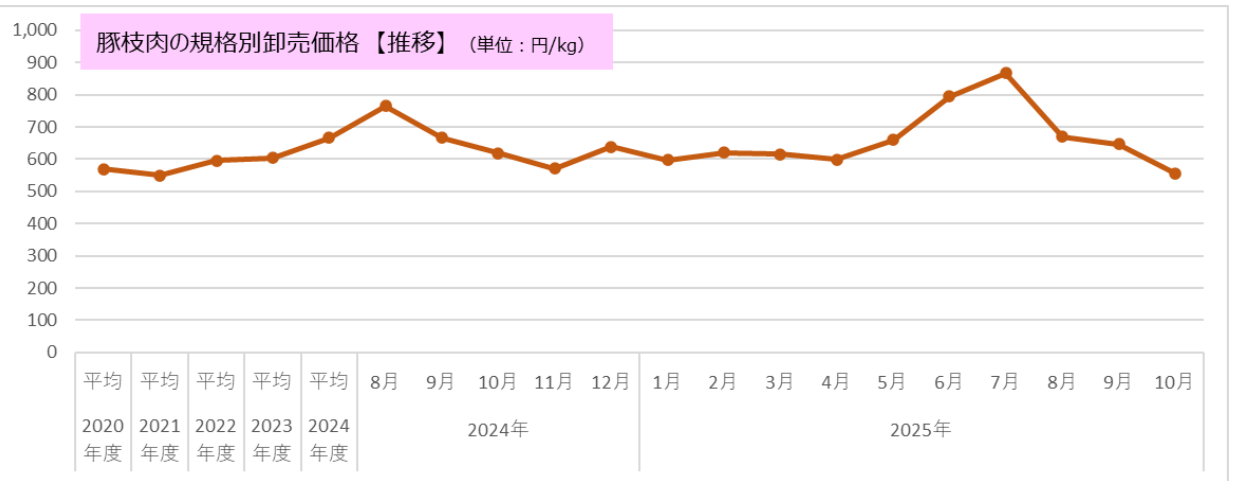
【国産牛供給】

3か月平均（9月～11月）では、出荷頭数95.4千頭(前年比95.2%)、生産量30.5千t(同96.7%)と前年同期を下回る予測

【国産牛相場状況】

和牛は前年より出荷頭数が減少傾向にある中で、年末向け手当が例年より早い時期から行われ、前年より上回った。交雑は和牛代替需要が根強い傾向

国産豚肉の生産量と相場



【国産豚供給】

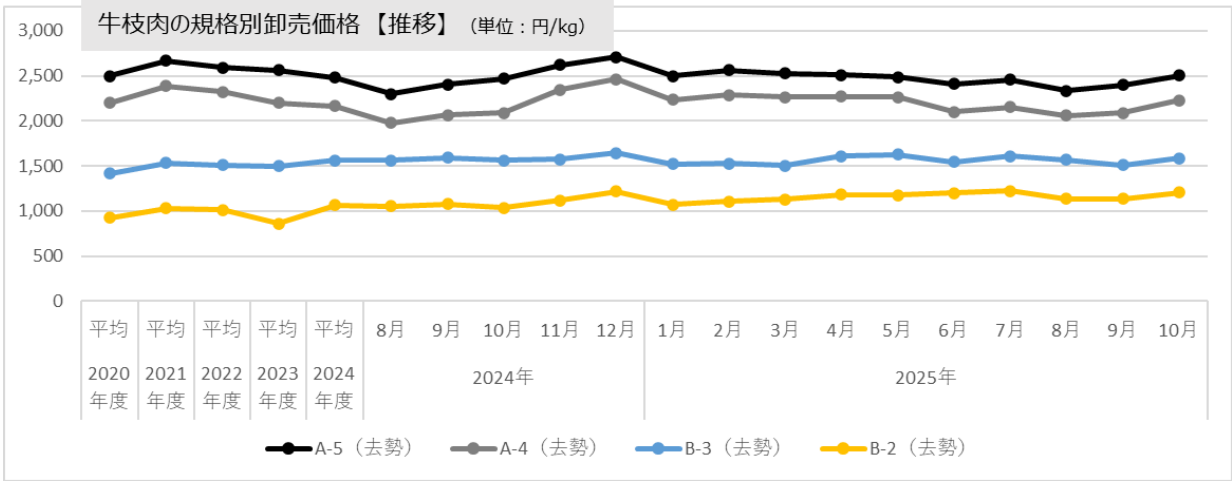
肉豚生産出荷予測（農水省食肉鶏卵課；10月23日付け）によると、11月1,320千頭（前年比94%）、12月1,475千頭（101%）、2026年1月1,346千頭（96%）、2月1,262千頭（98%）、3月1,339千頭（99%）で、今後5か月間の合計頭数は前年比約97%と前年を下回る見込み

【国産豚相場状況】

出荷頭数が前年より減少するコトがあ予想されるため強含みでの推移を見込む 6

輸入牛高騰で国産牛の引き合いは強くなり、国産豚肉はより相場が上がる

国産牛肉の生産量と相場



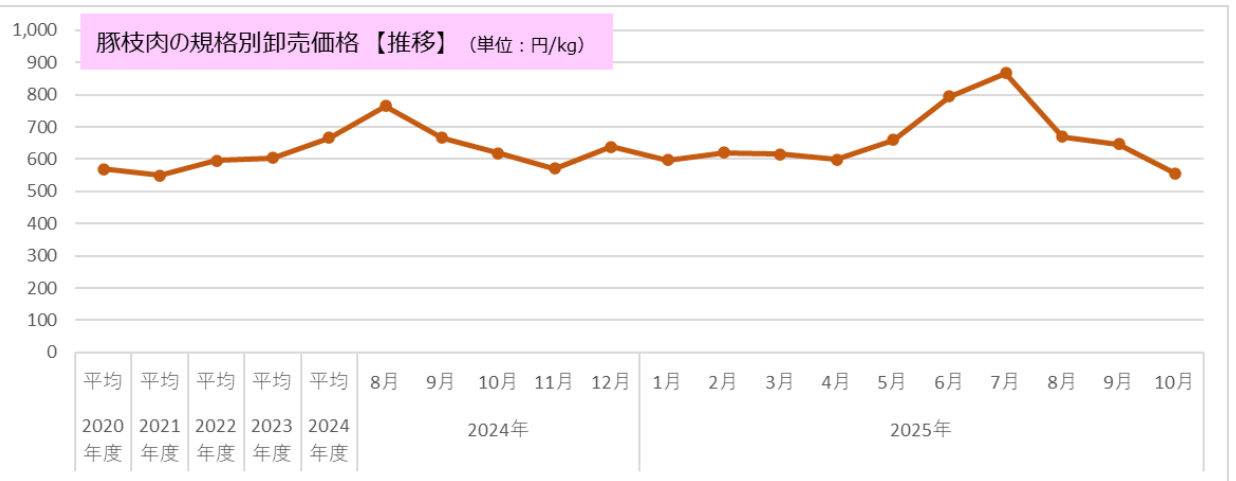
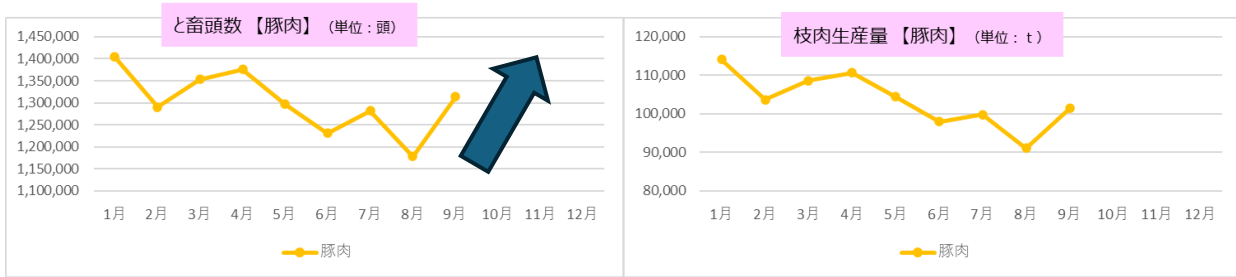
【国産牛供給】

3か月平均（9月～11月）では、出荷頭数95.4千頭(前年比95.2%)、生産量30.5千t(同96.7%)と前年同期を下回る予測

【国産牛相場状況】

和牛は前年より出荷頭数が減少傾向にある中で、年末向け手当が例年より早い時期から行われ、前年より上回った。交雑は和牛代替需要が根強い傾向

国産豚肉の生産量と相場



【国産豚供給】

肉豚生産出荷予測（農水省食肉鶏卵課；10月23日付け）によると、11月1,320千頭（前年比94%）、12月1,475千頭（101%）、2026年1月1,346千頭（96%）、2月1,262千頭（98%）、3月1,339千頭（99%）で、今後5か月間の合計頭数は前年比約97%と前年を下回る見込み

【国産豚相場状況】

出荷頭数が前年より減少するコトがあ予想されるため強含みでの推移を見込む 7

1. 精肉を取り巻く環境
- 2. 今月の月間販促**
3. 重点販売商品 4 選
4. 特集『牛肉を食べる文化の再構築』

“すき焼き”をアップデート ～焼肉用和牛でつくる『すき焼肉』提案～



国産黒毛和牛トモサンカク（もも） すき焼肉用 498円/100g

【Point】

- ・内食が続く1月の「**家の中での非日常**」訴求
- ・すき焼きの進化系で、焼肉用の和牛や希少部位を「**すき焼肉**」で提案
- ・食べ方はすき焼きのように、**生卵にくぐらせる**
- ・ターゲット：若年層、共働き家族で新しい食体験をSNSを通じて共感を得たい生活者

【商品化】

厚切りでも口どけの良い、サシの入った部位を使用
リブローズ、肩ローズ、バラ、トモサンカクなど希少部位を焼肉カットし、厚みのわかる高蓋トレーで展開

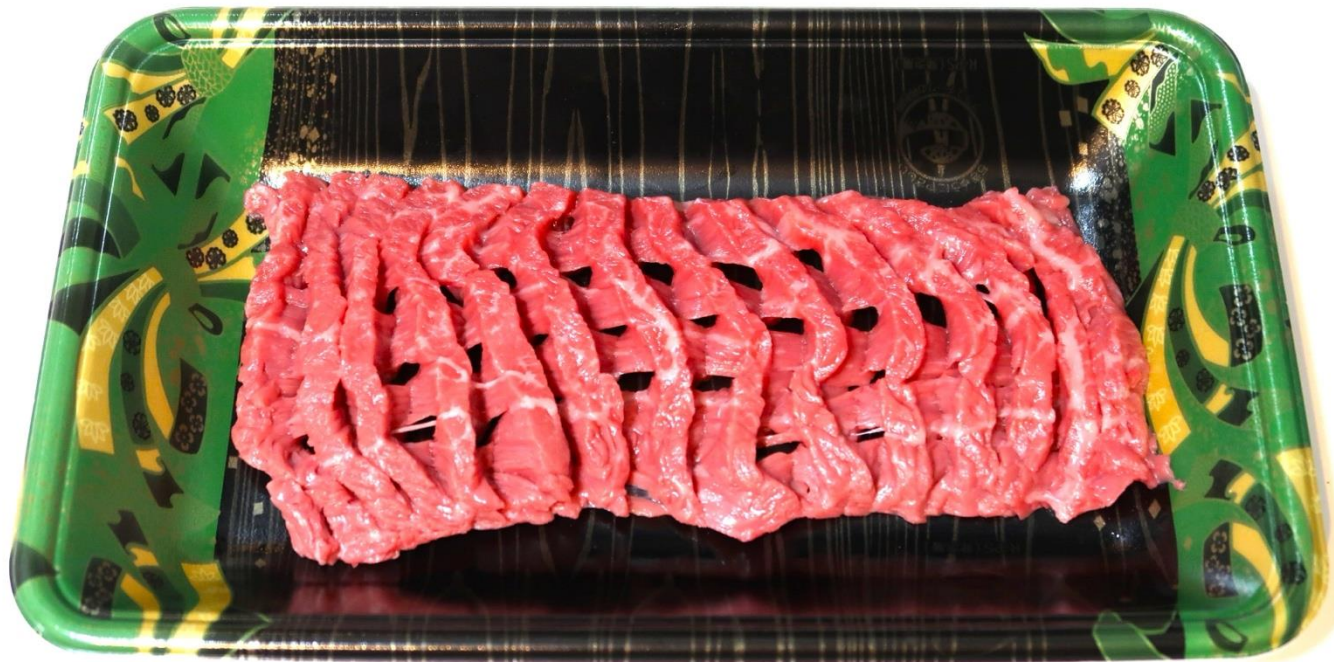
【販売のタイミング】

年始、成人の日を含む連休、週末

王道のスライスすき焼きは定番で売込みながら、進化系すき焼きとして売り場展開をしていくことがポイント。精肉惣菜とも連携し、「焼きすき重」「すき焼肉弁当」なども展開できる。月末は節分に向け、「牛すき巻き」など、月間として“すき焼肉”で展開する。

- 1. 精肉を取り巻く環境
- 2. 今月の月間販促
- 3. 重点販売商品 4 選**
- 4. 特集『牛肉を食べる文化の再構築』

成人式需要に合わせた「黒毛和牛ステーキフェア」



国産黒毛和牛ランプ[®]（もも）ステーキ用網の目カット

698円/100g

Copyright © SMTS ONLINE

【Point】

- ・「**成人の門出を和牛で祝う**」ステーキ提案
- ・食感、歯ごたえの強い部位を**網の目カット**しインパクトを与える
- ・赤身が強い部位でも**ステーキソースが絡みやすい**
- ・部位にあわせたステーキソース提案で関連販売も強化する

【商品化】

黒毛和牛内もも、肩肉をステーキカットし、表裏で互い違いになるように10mm間隔で、肉厚の3分の2程度までスリットを入れて商品化

【販売のタイミング】

成人式、新年のお祝い等ハレの日

定番のステーキコーナーでは、黒毛和牛サーロイン、ロース、ランプステーキをはじめ、交雑牛も品揃えする。見た目のインパクトでは、国産豚骨付きロースやラムラックの品揃えもおもしろい。また、ブロック肉を家族でシェアするブロックステーキ提案も企画したい

平日需要の底上げ「米国産豚ロースの味噌漬けサイコロステーキ」



米国産豚ロースサイコロステーキ用（味噌漬け）

498円/300g

Copyright © SMTS ONLINE

【Point】

- ・「焼くだけ・旨い・手間なし」をキーワードに、正月明けの平日の売上を強化する簡単味付けアイテム
- ・お弁当にも活用出来る豚ロース角切りの「**サイコロステーキ仕様味噌漬け**」
- ・見た目のインパクトだけでなく**粗利確保**にも最適
- ・システムトレイよりも蓋付きトレイの方で単価アップ

【商品化】

豚ロース切り身などの商品化の延長で、端材なども活用し2cm角にカット。豚味噌を揉み込んで商品化する

【販売のタイミング】

正月明けの売上の落ちる平日

米国産豚ロース以外の部位でも、肩ロースやバラでも展開出来、端材をカレー用角切りにするよりも売上に繋がりがやすくなる。味のバリエーションは、味噌以外にも香草焼き、スパイス、山賊焼なども商品化して、水平展開出来る

ハレの月に楽しむ「京鴨スライスの鴨鍋 & 鴨焼提案」



京都産京鴨ロース（ムネ肉）切り身
598円/100g

Copyright © SMTS ONLINE

【Point】

- ・「鍋でも焼いても旨い鴨」で新たな食べ方提案
- ・ハレの日は京鴨ムネ、モモを「京鴨鍋」で訴求
- ・鴨鍋を失敗させない鍋つゆ、味を上品に仕上げる鴨の皮・脂肪をあえて入れ、肉屋のコト販促実施
- ・鴨は焼いても旨いので、岩塩で食べる提案も良い
- ・トレーは和風のトレーを使用するとGOOD

【商品化】

皮と身が分裂しやすいため、皮を上にして動かないようにカットすると良い。皮面を外側にしてロール状にラップで巻いて半凍結すると商品化しやすい。

【販売のタイミング】

正月、週末

鴨の脂肪は、飽和脂肪酸と不飽和脂肪酸のバランスがとれており、特にオメガ3脂肪酸（多価不飽和脂肪酸の一種）であるα-リノレン酸を豊富に含んでいることが特徴である。そのため、脂肪は捨てずに商品に入れて販売すると良い

精肉惣菜の差別化「希少部位ローストビーフ」



豪州産トモサンカク（もも）食べ比べセット
980円/1P

Copyright © SMTS ONLINE

【Point】

- ・ハレの日は高級感のあるミート惣菜に、ケの日は酒の肴のおつまみに、ミート惣菜の万能ローストビーフ
- ・トモサンカクやイチボの**希少部位ローストビーフ**
- ・精肉ならではの提案で、タレだけでなく、塩やぽん酢で食べる訴求で特別感を出す
- ・ハレの日とケの日でトレーを変更してTPO提案

【商品化】

トモサンカクやイチボのローストビーフを仕入れ（もしくは店内製造）、原料でスライス、角切り、ステーキ、焼肉カットなど組み合わせて商品化

【販売のタイミング】

正月、成人の日から週末まで毎日提案

ローストビーフの安価なモモ部位の品揃えをした上で、希少部位やグレードの異なるローストビーフを品揃えすることで特別感が際立つ。おつまみ売場では、ローストポークなども同様に品揃えすることで、選ぶ楽しさが出る。精肉らしい売場作りがポイントとなる

- 1. 精肉を取り巻く環境
- 2. 今月の月間販促
- 3. 重点販売商品 4 選
- 4. 特集『牛肉を食べる文化の再構築』**

アウトサイドスカート角切りを令和の牛鍋に！ 味噌焼きでリメニュー



米国産ハラミ角切り牛鍋用
1480円/300g

Copyright © SMTS ONLINE

明治初期、日本人が初めて「牛肉を食べる文化」に触れたのが、いわゆる“牛鍋”だった。文明開化の象徴として知られるこの料理は、当時の東京・横浜の庶民の間で爆発的な人気を集めた。鍋の中身は、今のすき焼きに近いが、当時の味付けはやや異なる。割下を使うのではなく、まず牛脂で肉を焼き、そこへ味噌・醤油・砂糖・酒を加えて煮立てる、味噌ベースの甘辛い仕立てが主流であった。野菜は春菊や芹など香りの強い葉物が中心で、現在のすき焼き野菜のネギ、焼き豆腐、しらたき、白菜とは異なる。まだ生卵をつけて食べる習慣はなく、鍋の中で味を絡ませ、そのまま箸でつまむのが一般的だった。



すき焼きの発祥とも呼ばれる、ぶつ切り牛肉を使用した味噌仕立ての牛鍋