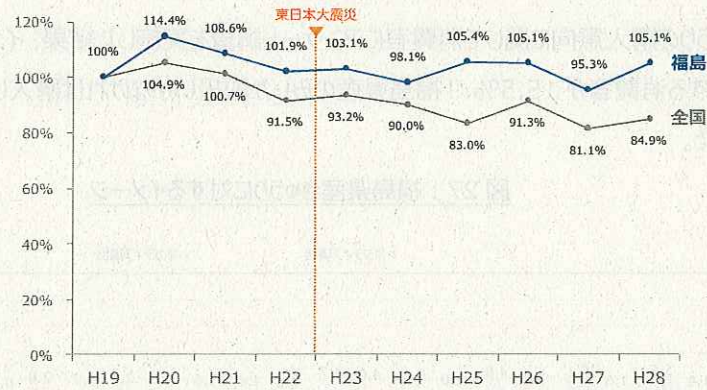


### ③生産段階 ～ 安定的な出荷量の継続

- 果樹生産出荷統計により桃の出荷量の推移を分析した結果、福島県産桃の出荷量は、年ごとの変動はあるものの、震災前と比較して概ね横ばい傾向で推移している。

図 26：全国・福島県の桃の出荷量推移(平成 19 年を 100%とする)



出所：農林水産省「果樹生産出荷統計」

## (4) きゅうり

- きゅうりでは、震災前の取引状況を回復しており、引き続き需要が高い。

### ①消費段階 ～ 消費者の一部では安全性に関心

- 福島県産きゅうりの購入意向に関して消費者にアンケート調査を実施した結果、イメージについて「安全性に不安がある」とする消費者が 15.5%、「福島県産のみしか取扱いがなければ購入しない」とする消費者が 9.4%存在した。

図 27：福島県産きゅうりに対するイメージ

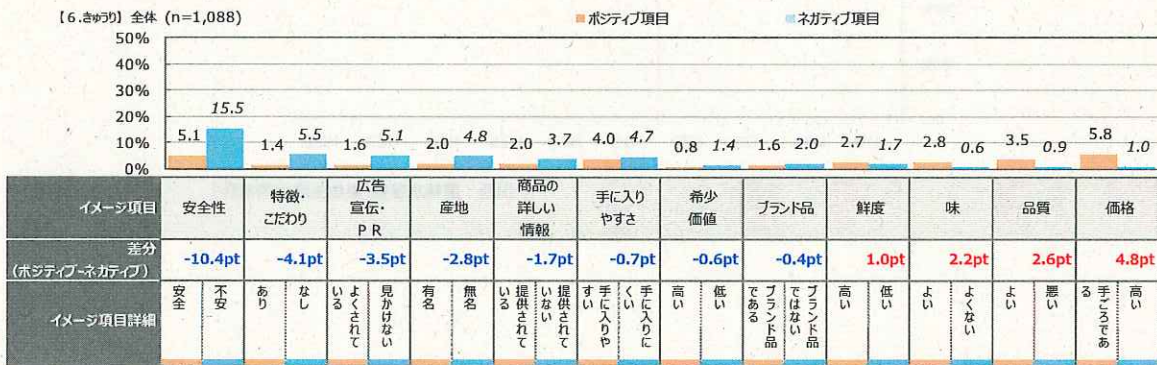
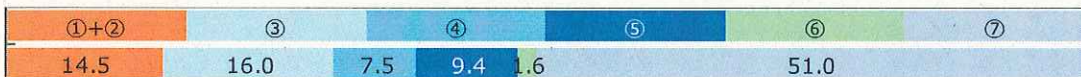


図 28：福島県産きゅうりの購入意向（回答者数：1,088）

- |                        |                       |
|------------------------|-----------------------|
| ①他産地品より価格が高くても購入する     | ②他産地品も価格が同等であれば購入する   |
| ③他産地品より価格が安ければ購入する     | ④福島県産のみしか取扱いがなければ購入する |
| ⑤福島県産のみしか取扱いがなければ購入しない | ⑥最頻購入産地が福島県である        |
| ⑦国内での最頻購入産地が決まっていない    |                       |



※単位:%

- 福島県産きゅうりに対する消費者の反応に関して小売業者にヒアリング調査を実施した結果、福島県産のみを扱っても売上は好調であり、店舗利用者からのクレーム等も存在しない。

#### ◀主なヒアリング結果▶

- ◆ 店頭フェアで福島県産きゅうりのみを販売しても売上は好調であり、店舗利用者からのクレーム等もない。
- ◆ 福島県産きゅうりに関しては、消費者からのクレーム等は殆どなかった。
- ◆ 消費者との座談会を行うことがあるが、福島県産に対する否定的な意見は出ない。

## ②流通段階 ～ 震災前の取引・価格水準を回復

- 福島県産きゅうりの販売に関して小売業者にヒアリング調査を実施した結果、震災直後は福島県産を敬遠して他産地へ切り替えた小売業者も存在したが、福島県産以外で棚を維持することが難しいため、現在は多くの小売業者が福島県産きゅうりの取扱いを回復している。

### 《主なヒアリング結果》

- ◆ 震災直後 1～2 年は他県産も併売したが、現在は震災前と同様に福島県産を並べている。
- ◆ 福島県産が品揃えの中心だったきゅうりは、震災直後に四国等の他県産品を追加して他産地と併売していたが、現在は殆どが福島県産である。
- ◆ きゅうり等では、他県産品との価格差はなく、その時々仕入状況に応じた価格でごく普通に販売している。

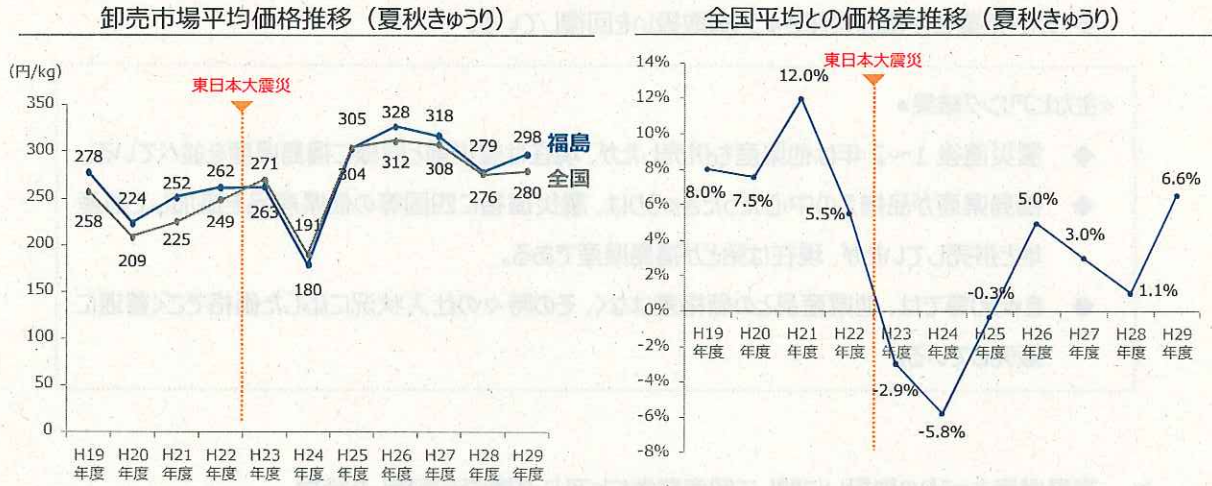
- 福島県産きゅうりの取扱いに関して卸売業者にヒアリング調査を実施した結果、
  - ✓ 福島県産きゅうりは、産地リレーで 7～8 月期に高いシェアを占めるため、福島県産を取り扱わなければ、小売業者は棚を維持することが難しい。
  - ✓ 福島県の生産者は主要産地である須賀川地区をはじめ優れた栽培技術を持っており、品質への評価も高い。

### 《主なヒアリング結果》

- ◆ 震災前から取扱いがあり、震災後も変わらず取り扱っている。福島県産を敬遠することは全くなく、取扱数量は増加している。
- ◆ 欠品しないことを考えると、夏秋きゅうりにおいて福島県産は絶対に必要であり、品質も非常に高いと認識している。特に須賀川、二本松産の品質が高い。
- ◆ 全国的に加工・外食向けの出荷が 3 割程度あり、コンビニ向けのサラダ（カット野菜）・サンドイッチ等の中食需要を中心に、今後の取扱いの増加が見込まれる。

- 福島県産きゅうりの東京都中央卸売市場における 7～9 月の価格水準に関して全国平均との価格差を分析した結果、全国平均を 6.6%上回っており、震災前程度の水準となっている。

図 29：きゅうりの価格回復状況（7～9 月）



### ③生産段階 ～ 緩やかな出荷量の減少

- 野菜生産出荷統計によりきゅうりの出荷量の推移を分析した結果、福島県産きゅうりの出荷量は、震災直後に約 1 割減少した後、引き続き減少傾向で推移している。

図 30：全国・福島県のきゅうりの出荷量推移(平成 19 年を 100%とする)



出所：農林水産省「野菜生産出荷統計」

## (5) その他野菜（トマト・アスパラガス・ピーマン・さやいんげん）

- 産地リレーにおける主力産地となるトマトでは、福島県産がないと販売棚が成り立たない場合も多く、需要が回復している。
- ピーマン・さやいんげんでは、震災後、他県産との価格差が開き、現在も震災前の価格水準に回復していない。

### ①消費段階 ～ 消費者の一部では安全性に関心

- 福島県産野菜の購入意向に関して消費者にアンケート調査を実施した結果、イメージについて「安全性に不安がある」とする消費者が15.1～16.3%、「福島県産のみしか取扱いがなければ購入しない」とする消費者が7.3～9.9%存在した。

図 31：福島県産野菜に対するイメージ

|            | n     | ホンアキノ県日 |      |           |            |       |       |          |          |         |         | ネリアキノ県日        |                  |       |        |       |            |       |           |           |            |         |         |       |                |                   |          |
|------------|-------|---------|------|-----------|------------|-------|-------|----------|----------|---------|---------|----------------|------------------|-------|--------|-------|------------|-------|-----------|-----------|------------|---------|---------|-------|----------------|-------------------|----------|
|            |       | 品質がよい   | 味がよい | 価格が手ごろである | 特徴・こだわりがある | 鮮度が高い | 安全である | ブランド品である | 有名な産地である | 希少価値が高い | 手に入りやすい | よく広告宣伝・PRされている | 商品の詳しい情報が提供されている | 品質が悪い | 味がよくない | 価格が高い | 特徴・こだわりがない | 鮮度が低い | 安全性に不安がある | ブランド品ではない | 産地として無名である | 希少価値が低い | 手に入りにくい | 見かけない | 広告宣伝・PRをされていない | 商品の詳しい情報が提供されていない | その他のイメージ |
| 7. トマト     | 1,086 | 5.2     | 5.2  | 5.9       | 2.2        | 3.5   | 5.2   | 1.6      | 1.9      | 1.2     | 4.2     | 1.6            | 2.9              | 0.7   | 0.7    | 1.3   | 4.3        | 1.2   | 15.1      | 2.8       | 6.6        | 1.1     | 6.4     | 4.6   | 4.8            | 0.2               | 41.1     |
| 8. アスパラガス  | 1,021 | 4.8     | 4.9  | 4.8       | 1.8        | 2.5   | 5.6   | 2.0      | 1.7      | 1.1     | 2.9     | 1.3            | 2.6              | 0.9   | 1.0    | 1.1   | 4.4        | 0.9   | 15.2      | 2.4       | 7.5        | 1.2     | 5.5     | 4.7   | 4.2            | 0.1               | 42.6     |
| 9. ピーマン    | 1,031 | 4.0     | 2.6  | 5.9       | 1.2        | 2.4   | 4.6   | 1.1      | 1.9      | 1.2     | 3.5     | 2.2            | 1.6              | 1.4   | 0.9    | 1.1   | 5.1        | 1.0   | 16.3      | 2.6       | 5.0        | 1.6     | 4.9     | 5.1   | 3.8            | 0.4               | 42.5     |
| 10. さやいんげん | 999   | 5.1     | 3.9  | 4.6       | 2.6        | 2.5   | 5.9   | 1.3      | 1.6      | 1.1     | 3.5     | 1.7            | 2.4              | 1.3   | 1.4    | 1.1   | 5.2        | 0.9   | 15.3      | 2.1       | 6.1        | 1.2     | 6.3     | 5.0   | 4.4            | 0.1               | 41.9     |

※単位：%

図 32：福島県産野菜の購入意向

- |                        |                       |
|------------------------|-----------------------|
| ①他産地品より価格が高くても購入する     | ②他産地品も価格が同等であれば購入する   |
| ③他産地品より価格が安ければ購入する     | ④福島県産のみしか取扱いがなければ購入する |
| ⑤福島県産のみしか取扱いがなければ購入しない | ⑥最頻購入産地が福島県である        |
| ⑦国内での最頻購入産地が決まっていない    |                       |

|            | n     | ①+②  | ③    | ④   | ⑤   | ⑥   | ⑦    |
|------------|-------|------|------|-----|-----|-----|------|
| 7. トマト     | 1,086 | 14.5 | 17.5 | 8.5 | 8.4 | 1.7 | 49.4 |
| 8. アスパラガス  | 1,021 | 13.0 | 16.4 | 7.2 | 8.3 | 0.8 | 54.3 |
| 9. ピーマン    | 1,031 | 13.7 | 17.3 | 7.0 | 9.9 | 1.0 | 51.2 |
| 10. さやいんげん | 999   | 10.8 | 13.4 | 6.4 | 7.3 | 0.9 | 61.2 |

※単位：%

## ②流通段階 ～ ピーマン・さやいんげんでは取扱いに慎重な姿勢

- 福島県産野菜の販売に関して小売業者にヒアリング調査を実施した結果、
  - ✓ 産地リレーにおける主力産地となるトマト等では、福島県産がないと販売棚が成り立たない場合も多く、需要は回復傾向にある。
  - ✓ ピーマンでは、岩手県産が優先されて取り扱われており、福島県産の優先順位が低い。

### 《主なヒアリング結果》

- ◆ 福島県は野菜の主要産地であり、品揃え上欠かすことができない。「品質に間違いのない、信頼できる」商品と位置付けている。
- ◆ 平成 29 年は福島県産を最も多く取り扱っており、今後更なる取扱量の増加を検討している。
- ◆ ピーマンでは、生産量が多く、出荷時期の早い岩手県産の需要が強いため、全体としては販路・価格が回復していない。

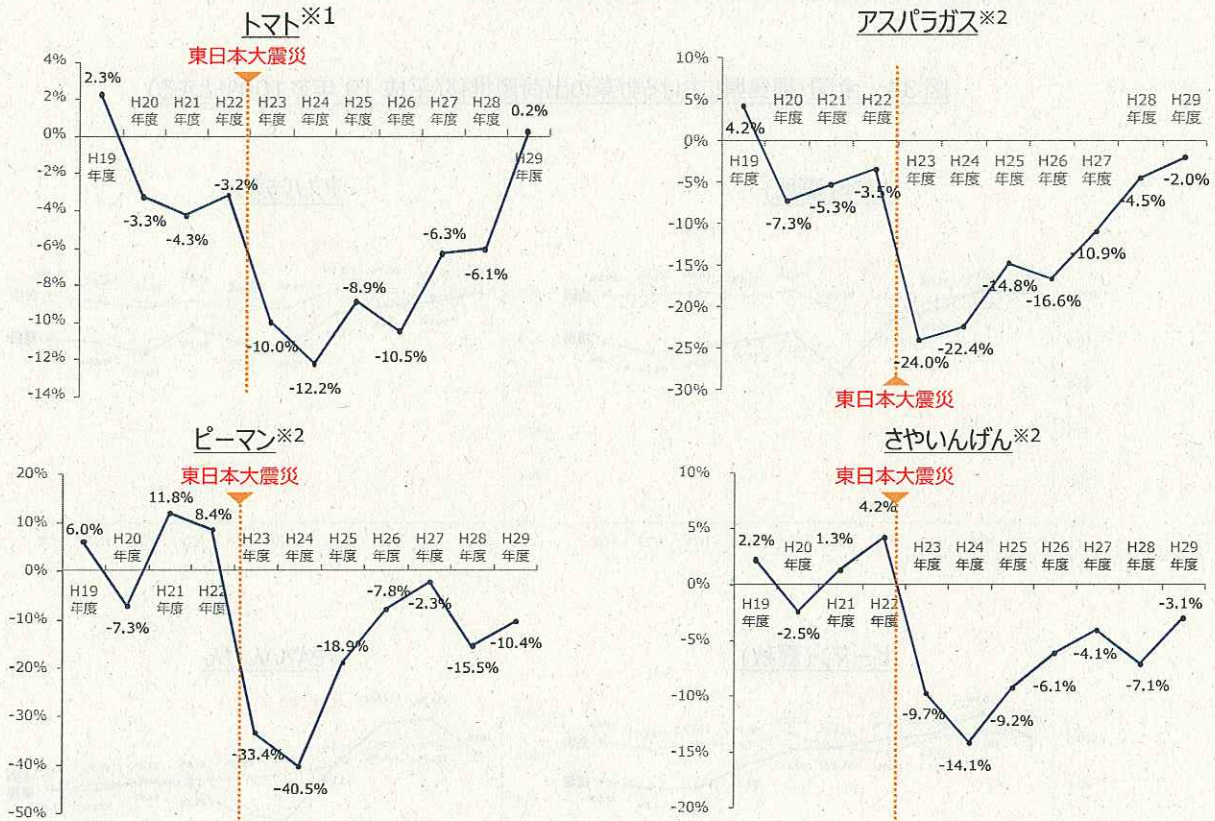
- 福島県産野菜の取扱いに関して卸売業者にヒアリング調査を実施した結果、
  - ✓ 福島県産の取扱いが比較的少ない市場も存在しており、震災の影響が残っているケースもある。
  - ✓ ピーマンは需給が緩んだ際には、福島県産と他産地との価格差が出やすい。岩手県のシェアが大きく、「岩手県産が優先される」傾向がある。

### 《主なヒアリング結果》

- ◆ 福島県産の取扱いが少ない市場では、需給が緩んだ際に、福島県産と他産地との価格差が出やすい。
- ◆ ピーマンでは、岩手県産はシェアが高いことに加え、ハウス栽培されているため、出荷ピークが福島県より先に来る場合が多く、福島県にとって不利な状況である。

- ▶ 福島県産野菜の東京都中央卸売市場における価格水準に関して全国平均との価格差を分析した結果、
  - ✓ トマトでは、震災前より全国平均と比べると安値であったが、震災後は価格差が拡大した。平成 29 年度については、福島県産が全国平均よりも高い状況となった。
  - ✓ アスパラガスでは、平成 29 年度に震災前の全国平均との価格差と同程度となった。
  - ✓ ピーマン・さやいんげんでは、震災前は全国平均を上回っていたが、震災後は下回る状態が続いている。

図 33：その他野菜の福島県産と全国平均の価格差推移



「福島県を含む全国」の平均価格を基準とした「福島県産」と全国平均の価格差の割合  
 ※1：東京都中央卸売市場における7～10月の平均価格  
 ※2：東京都中央卸売市場における5～9月の平均価格

### ③生産段階 ～ 緩やかな出荷量の減少

- 野菜生産出荷統計により野菜の出荷量の推移を分析した結果、
  - ✓ 福島県産夏秋トマトと福島県産アスパラガスの出荷量は、平成 23 年に大幅に下落した後、一定程度盛り返しているものの、平成 28 年には平成 22 年に比べて 9 割程度となっている。
  - ✓ 福島県産ピーマンの出荷量は、震災後微減であったものの、平成 25 年を境に大幅に減少して以降十分な回復が見られない。
  - ✓ 福島県産さやいんげんの出荷量は、平成 22 年と平成 23 年に急落し、以後回復傾向にあるものの、平成 28 年には平成 22 年に比べて 9 割程度である。

図 34：全国・福島県における野菜の出荷量推移(平成 19 年を 100%とする)



出所：農林水産省「野菜生産出荷統計」



## (6) その他果物 (りんご・梨・あんぽ柿)

➤ りんご・あんぽ柿は、贈答用の取扱いを含めて回復している。

### ①消費段階 ～ 消費者の一部では安全性に関心

➤ 福島県産果物の購入意向に関して消費者にアンケート調査を実施した結果、イメージについて「安全性に不安がある」とする消費者が15.4~17.0%、「福島県産のみしか取扱いがなければ購入しない」とする消費者が8.7~12.8%存在した。

図 35：福島県産果物に対するイメージ

|           | n     | ホンアキノ項目 |      |           |            |       |       |          |          |         |         | ネガアキノ項目        |                  |       |        |       |            |       |           |           |            |         |         |       |             |                   |          |
|-----------|-------|---------|------|-----------|------------|-------|-------|----------|----------|---------|---------|----------------|------------------|-------|--------|-------|------------|-------|-----------|-----------|------------|---------|---------|-------|-------------|-------------------|----------|
|           |       | 品質がよい   | 味がよい | 価格が手ごろである | 特徴・こだわりがある | 鮮度が高い | 安全である | ブランド品である | 有名な産地である | 希少価値が高い | 手に入りやすい | よく広告宣伝・PRされている | 商品の詳しい情報が提供されている | 品質が悪い | 味がよくない | 価格が高い | 特徴・こだわりがない | 鮮度が低い | 安全性に不安がある | ブランド品ではない | 産地として無名である | 希少価値が低い | 手に入りにくい | 見かけない | 広告宣伝・PRをしない | 商品の詳しい情報が提供されていない | その他のイメージ |
| 1 2. なし   | 960   | 5.9     | 7.1  | 5.5       | 2.1        | 3.2   | 5.0   | 2.3      | 4.1      | 1.8     | 3.5     | 2.0            | 3.9              | 1.0   | 1.3    | 1.4   | 3.9        | 1.9   | 15.4      | 2.7       | 6.7        | 1.7     | 5.8     | 4.4   | 4.4         | 0.2               | 39.7     |
| 1 3. りんご  | 1,049 | 3.9     | 3.2  | 5.0       | 1.7        | 1.8   | 4.0   | 1.1      | 2.3      | 1.4     | 3.0     | 2.0            | 2.1              | 1.5   | 1.1    | 0.8   | 4.8        | 0.5   | 17.0      | 2.4       | 6.5        | 1.4     | 5.5     | 5.2   | 4.8         | 0.4               | 40.9     |
| 1 4. あんぽ柿 | 401   | 3.2     | 2.2  | 4.2       | 2.2        | 1.7   | 5.2   | 1.7      | 2.7      | 2.2     | 2.7     | 1.5            | 2.2              | 1.7   | 1.0    | 2.0   | 5.2        | 1.7   | 16.2      | 3.0       | 3.7        | 0.2     | 5.5     | 5.2   | 4.5         | -                 | 39.9     |

※単位：%

図 36：福島県産果物の購入意向

- |                        |                       |
|------------------------|-----------------------|
| ①他産地品より価格が高くても購入する     | ②他産地品も価格が同等であれば購入する   |
| ③他産地品より価格が安ければ購入する     | ④福島県産のみしか取扱いがなければ購入する |
| ⑤福島県産のみしか取扱いがなければ購入しない | ⑥最頻購入産地が福島県である        |
| ⑦国内での最頻購入産地が決まっていない    |                       |

|           | n     | ①+②  | ③    | ④   | ⑤    | ⑥   | ⑦    |
|-----------|-------|------|------|-----|------|-----|------|
| 1 2. なし   | 960   | 16.5 | 16.5 | 7.8 | 9.1  | 1.4 | 48.9 |
| 1 3. りんご  | 1,049 | 19.2 | 20.3 | 8.5 | 12.8 | 1.0 | 38.3 |
| 1 4. あんぽ柿 | 401   | 12.2 | 11.7 | 4.5 | 8.7  | 3.7 | 59.1 |

※単位：%

## ②流通段階 ～ 一部の贈答用に関する慎重姿勢（桃と比べて限定的）

- 福島県産果物の取扱いに関して小売業者にヒアリング調査を実施した結果、福島県産のりんご、梨、あんぽ柿に関して取扱いの回復が進んでいる。

### 《主なヒアリング結果》

- ◆ 震災前から、福島県産りんごの扱いがあり、「サンふじ」が出回るまでの期間は福島県産の早生りんごが中心になって流通する。
- ◆ 梨は福島県が産地リレーの重要な産地の一つであるため、福島県産のシェアが最も高い時期も存在する。
- ◆ あんぽ柿は震災の影響で取扱いが減少したが、現在は回復傾向にある。平成 29 年のお歳暮ギフトでは、「福島県産蜂屋あんぽ柿」を販売予定である。

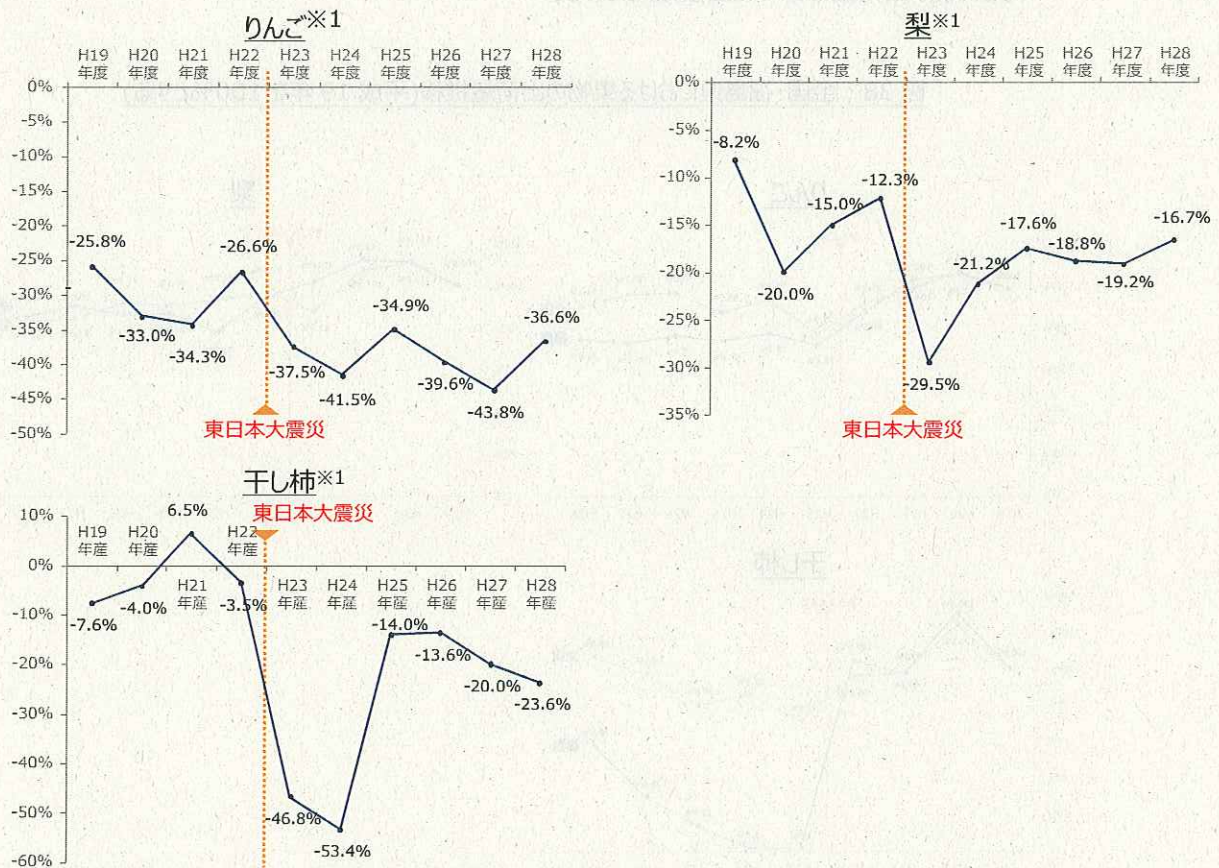
- 福島県産果物の流通に関して卸売業者・生産者にヒアリング調査を実施した結果、
  - ✓ りんごは、農協への出荷割合が他の品目に比べて低く、生産者が個人で贈答用として出荷するケースが多い。現在は直売所を含めて贈答用需要が回復している。
  - ✓ 梨は、贈答用需要が少なく小売業者向けの販売が中心であるが、競合県産との位置付けが変化したまま固定化している。
  - ✓ あんぽ柿は、需要が回復傾向にあるものの、大粒の高価格帯の贈答用商品では高値での取引が回復していない。

### 《主なヒアリング結果》

- ◆ りんごは従来から贈答用が多い。震災直後は贈答用が大きな打撃を受けたが、贈答用需要は少しずつ回復しており、農家の直売も増加している。
- ◆ 梨は、震災以前に茨城県産と同程度の価格で販売されていたが、現在は価格が下回っている。
- ◆ あんぽ柿は、福島県産の評価が高く、需要は回復傾向にある。ただし、大粒・個包装で高価格帯の贈答用商品では震災前の販路を回復していない。

- 福島県産果物の東京都中央卸売市場における価格水準に関して全国平均との価格差を分析した結果、
  - ✓ りんごは、震災後に価格差が拡大し、現在も価格差が存在している。
  - ✓ 梨は、回復傾向にあるものの、依然価格差が残っている。
  - ✓ 干し柿（あんぼ柿）は、回復傾向にあるものの、現在も約 23%の差が存在している。

図 37：その他果物の福島県産と全国平均の価格差推移



「福島県を含む全国」の平均価格を基準とした「福島県産」と全国平均の価格差の割合  
 ※1：東京都中央卸売市場における通年での平均価格  
 ※年産：当年の8月～翌年7月の出荷分を指す

### ③生産段階 ～ 緩やかな出荷量の減少

- 果樹生産出荷統計等により果物の出荷量の推移を分析した結果、
  - ✓ 福島県産りんごの出荷量は、震災後大幅に減少した後、横ばい傾向で推移している。
  - ✓ 福島県産梨の出荷量は、震災後2年連続で大きく減少した後、微増・横ばい傾向で推移している。
  - ✓ 福島県産干し柿（あんぼ柿）の出荷量は、平成23年産、24年産は主産地の福島市、伊達市、桑折町、国見町での加工自粛があったが、樹体除染や検査機器の導入等を経て、平成25年に出荷を再開。出荷量は徐々に回復傾向にある。

図 38：全国・福島県における果物の出荷量推移(平成19年を100%とする)



出所：農林水産省「果樹生産出荷統計」

## (7) その他畜産物（豚肉・鶏肉・牛乳）

- 豚肉では、供給量の減少に伴い、価格が安定している。
- 鶏肉（地鶏・銘柄鶏）では、震災前の販路での取扱いが回復していない。
- 牛乳では、県内消費は回復しているが、県外消費・給食用消費が減少している。

### ①消費段階 ～ 消費者の一部では安全性に関心

- 福島県産畜産物の購入意向に関して消費者にアンケート調査を実施した結果、イメージについて「安全性に不安がある」とする消費者が16.4～18.1%、「福島県産のみしか取扱いがなければ購入しない」とする消費者が7.1～12.2%存在した。

図 39：福島県産畜産物に対するイメージ

|       | ホンアイノ県曰 |      |           |            |       |       |          |          |         |         |                |                  |       |        | イカアイノ県曰 |            |       |           |           |            |         |         |       |                |                   |          |           |  |
|-------|---------|------|-----------|------------|-------|-------|----------|----------|---------|---------|----------------|------------------|-------|--------|---------|------------|-------|-----------|-----------|------------|---------|---------|-------|----------------|-------------------|----------|-----------|--|
|       | 品質がよい   | 味がよい | 価格が手ごろである | 特徴・こだわりがある | 鮮度が高い | 安全である | ブランド品である | 有名な産地である | 希少価値が高い | 手に入りやすい | よく広告宣伝・PRされている | 商品の詳しい情報が提供されている | 品質が悪い | 味がよくない | 価格が高い   | 特徴・こだわりがない | 鮮度が低い | 安全性に不安がある | ブランド品ではない | 産地として無名である | 希少価値が低い | 手に入りにくい | 見かけない | 広告宣伝・PRをされていない | 商品の詳しい情報が提供されていない | その他のイメージ | 特にイメージはない |  |
| 3. 豚肉 | 1,133   | 3.0  | 3.0       | 5.2        | 1.9   | 2.0   | 4.1      | 1.6      | 1.4     | 0.7     | 3.0            | 1.6              | 1.5   | 1.4    | 0.9     | 0.8        | 5.7   | 1.0       | 16.9      | 3.1        | 6.1     | 1.3     | 4.9   | 5.9            | 3.8               | 0.4      | 2.7       |  |
| 4. 鶏肉 | 1,082   | 4.3  | 3.8       | 4.9        | 1.7   | 1.6   | 6.5      | 0.8      | 1.3     | 1.2     | 3.0            | 1.1              | 2.6   | 0.8    | 0.9     | 1.1        | 4.7   | 0.8       | 16.4      | 2.3        | 7.3     | 1.3     | 7.0   | 5.1            | 4.8               | 0.2      | 3.0       |  |
| 5. 牛乳 | 1,037   | 3.8  | 2.6       | 5.3        | 2.5   | 1.2   | 4.1      | 1.8      | 1.1     | 0.9     | 3.8            | 1.4              | 2.5   | 1.4    | 0.9     | 0.9        | 4.3   | 0.9       | 18.1      | 2.7        | 6.5     | 0.9     | 5.7   | 5.6            | 4.0               | 0.4      | 2.3       |  |

※単位：%

図 40：福島県産畜産物の購入意向

|       | n     | 購入意向 |      |     |      |     |      |  |
|-------|-------|------|------|-----|------|-----|------|--|
|       |       | ①+②  | ③    | ④   | ⑤    | ⑥   | ⑦    |  |
| 3. 豚肉 | 1,133 | 12.7 | 15.0 | 7.6 | 10.2 | 0.6 | 53.9 |  |
| 4. 鶏肉 | 1,082 | 12.2 | 12.5 | 6.7 | 7.1  | 0.2 | 61.3 |  |
| 5. 牛乳 | 1,037 | 16.1 | 17.8 | 9.4 | 12.2 | 0.8 | 43.8 |  |

※単位：%

## ②流通段階 ～ 福島県内では取引水準が回復傾向

- 福島県産畜産物の取扱いに関して小売業者にヒアリング調査を実施した結果、
  - ✓ 豚肉では、一般豚で産地指定や除外指示は殆ど行われていない。
  - ✓ 鶏肉では、銘柄鶏の会津地鶏、川俣シャモ、伊達鶏が取り扱われている。
  - ✓ 牛乳では、県内消費が多く、需要は震災前の水準に回復しつつある。

### 《主なヒアリング結果》

- ◆ 豚肉の仕入れでは、震災前から量を確保することを最重視しており、一般豚では産地指定や除外指示は行っていない。
- ◆ ブロイラーは、国産鶏肉として仕入れを行っており、震災前から福島県産指定での取扱いは殆どない。福島県産鶏では、主に地鶏を取り扱っている。
- ◆ 牛乳は、震災直後、他県産の商品で代替したものの、現在は震災前の販売水準に戻っている。

- 福島県産畜産物の流通状況に関して生産者・卸売業者にヒアリング調査を実施した結果、
  - ✓ 豚肉では、福島県内だと畜・取引されている部分も多く、県内での取引価格は京浜市場相場の平均に準じている。生産が大きく減少したため、価格が安定している。
  - ✓ 鶏肉では、地鶏・銘柄鶏で福島県内の小売業者向けと福島県内・首都圏の外食業者向けが多くなっているが、取扱いの回復に至っていない取引先も多い。
  - ✓ 牛乳では、給食向けや県外販売向けの影響が大きく、販路縮小による売上減少が続くメーカーが少なくない。

### 《主なヒアリング結果》

- ◆ 県内だと畜される豚肉は、供給量が減ったため、需給バランスの中で価格が維持されている。
- ◆ 地鶏では震災前の販路の多くが失われた。現在は外食業者を中心に新規顧客向けに販売を行っているが、震災前の販路は回復していない。
- ◆ 震災を契機に県外の宅配牛乳の販売がなくなった。震災前は売上げの15%が県外への出荷であったが、震災直後は10%以下まで下落している。学校給食用の牛乳は、震災後の生徒数の大幅な減少により、売上げが減少している。

- ▶ 福島県産畜産物の価格水準に関して全国平均との価格差を分析した結果、豚肉では、震災後、全国平均との価格差が縮小した後、現在はやや拡大傾向にある。

図 41：豚肉の福島県産と全国平均の価格差推移

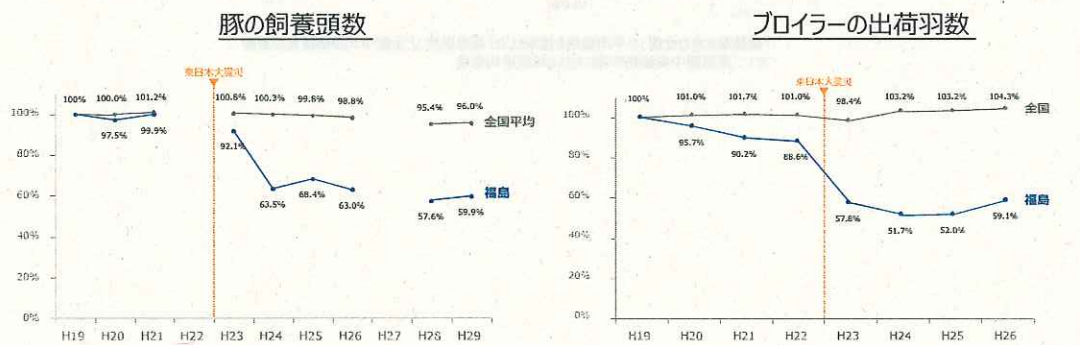


〔福島県を含む全国〕の平均価格を基準とした「福島県産」と全国平均の価格差の割合  
 ※1：東京都中央卸売市場における年間平均価格

### ③生産段階 ～ 飼養頭数、出荷羽数の大幅な減少

- ▶ 畜産統計等により畜産物の飼養頭数・出荷羽数の推移を分析した結果、
  - ✓ 福島県産豚肉の飼養頭数と福島県産ブロイラーの出荷羽数は、震災後大幅に減少した後、横ばいで推移している。
  - ✓ 地鶏を含むその他の肉用鶏の出荷羽数は、震災後2年連続で減少した後、平成25年に一時的に回復するものの、平成26年には再び大きく減少している。
  - ✓ 福島県産乳用牛の飼養頭数は、震災後大幅に減少し、引き続き減少傾向が続いている。

図 42：全国・福島県における畜産物の生産の推移(平成 19 年を 100%とする)



※平成 22 年、27 年は調査未実施



出所： 農林水産省「畜産統計」  
農林水産省「食鳥流通統計調査」



## (8) きのご類 (しいたけ・なめこ)

➤ きのご類では、取扱量が減少した後、市場流通量の減少が続いている。

### ①消費段階 ～ 消費者の一部では安全性に関心

➤ 福島県産きのご類の購入意向に関して消費者にアンケート調査を実施した結果、イメージについて「安全性に不安がある」とする消費者が約 16%、「福島県産のみしか取扱いがなければ購入しない」とする消費者が 7.6~9.5%存在した。

図 43：福島県産きのご類に対するイメージ

| n        | ホンアインロ 褒め |      |           |            |       |       |          |          |         |         | ネガアインロ 褒め       |                  |       |        |       |            |       |           |           |            |         |         |                |                   |          |           |      |
|----------|-----------|------|-----------|------------|-------|-------|----------|----------|---------|---------|-----------------|------------------|-------|--------|-------|------------|-------|-----------|-----------|------------|---------|---------|----------------|-------------------|----------|-----------|------|
|          | 品質がよい     | 味がよい | 価格が手ごろである | 特徴・こだわりがある | 鮮度が高い | 安全である | ブランド品である | 有名な産地である | 希少価値が高い | 手に入りやすい | よく広告宣伝・PR されている | 商品の詳しい情報が提供されている | 品質が悪い | 味がよくない | 価格が高い | 特徴・こだわりがない | 鮮度が低い | 安全性に不安がある | ブランド品ではない | 産地として無名である | 希少価値が低い | 手に入りにくい | 広告宣伝・PR を見かけない | 商品の詳しい情報が提供されていない | その他のイメージ | 特にイメージはない |      |
| 15. しいたけ | 1,064     | 3.6  | 2.7       | 4.8        | 2.2   | 1.4   | 3.8      | 1.4      | 2.2     | 0.8     | 2.7             | 1.1              | 2.0   | 0.9    | 0.5   | 1.1        | 5.0   | 1.0       | 16.4      | 2.6        | 5.1     | 1.2     | 4.6            | 5.3               | 3.9      | 0.2       | 44.1 |
| 16. なめこ  | 1,018     | 3.6  | 2.8       | 5.5        | 1.4   | 1.8   | 3.9      | 1.1      | 1.5     | 1.0     | 2.8             | 1.0              | 1.5   | 0.9    | 0.7   | 1.0        | 4.8   | 1.1       | 16.8      | 2.8        | 5.5     | 1.5     | 4.8            | 5.6               | 4.4      | 0.2       | 42.6 |

※単位：%

図 44：福島県産きのご類の購入意向

| n        | 購入意向  |      |      |     |     |     |      |
|----------|-------|------|------|-----|-----|-----|------|
|          | ①+②   | ③    | ④    | ⑤   | ⑥   | ⑦   |      |
| 15. しいたけ | 1,064 | 12.7 | 15.0 | 7.2 | 9.5 | 0.8 | 54.8 |
| 16. なめこ  | 1,018 | 10.2 | 11.9 | 5.5 | 7.6 | 0.9 | 63.9 |

※単位：%

### ②流通段階 ～ 福島県産取扱いへの慎重姿勢

➤ 福島県産きのご類の取扱いに関して小売業者にヒアリング調査を実施した結果、震災に伴い首都圏の市場での取扱量が減少した後、市場流通量の減少が続く、棚を回復できていない。

「主なヒアリング結果」

- ◆ 福島県産しいたけは、供給量が安定しないため、「定番」としての採用が難しい。
- ◆ 福島県産なめこを指定して購入する消費者は少ない。
- ◆ 通年で同一産地を扱いたいことに加え、産地に対するこだわりが強いわけではないため、福島県産を扱っていない。

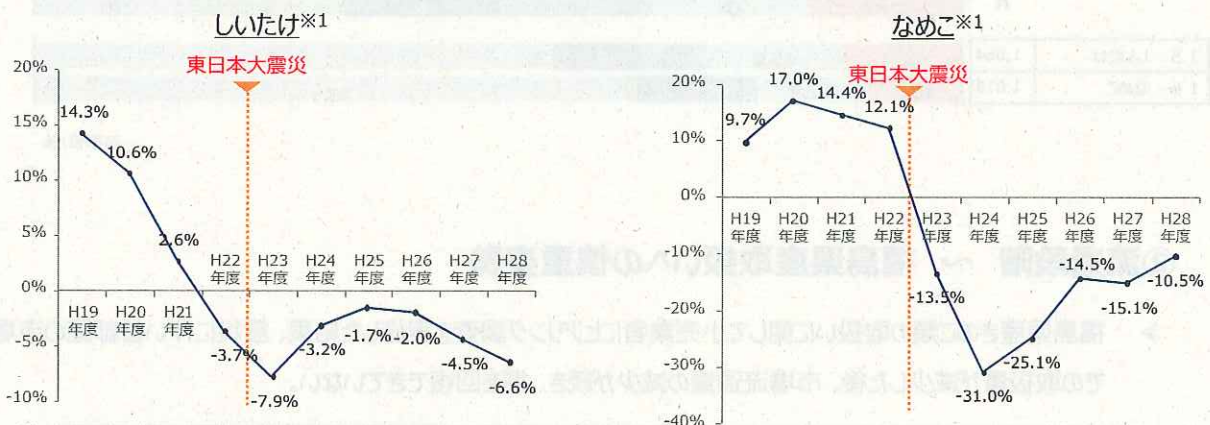
- 福島県産きのご類の流通に関して卸売業者・生産者にヒアリング調査を実施した結果、
  - ✓ しいたけ・なめこも通年品目であるため、年間を通じて産地を固定したい意向の実需者が多い。
  - ✓ しいたけでは、原木しいたけを個人出荷していた事業者を中心に廃業が多い一方、大規模生産者が独自の販路（コンビニエンスストア・量販店・直販等）で販売拡大を行っている事例も見られる。

「主なヒアリング結果」

- ◆ きのごは産地リレーがなく通年で同一産地を扱いたいため、産地リレーのある野菜等に比べると産地を変更する機会が少ない。
- ◆ 震災直後に仕入先が九州産や長野県産にシフトしたことから、震災前と比較して福島県産きのごのシェアが奪われてしまった。
- ◆ 震災以前は原木しいたけの取扱いが多かったが、震災直後に大幅に減少して回復していない。
- ◆ コンビニなどにおける小容量パックの需要が高まる中、様々なサイズの商品を揃えることで販路を広げている。

- 福島県産きのご類の東京都中央卸売市場における価格水準に関して全国平均との価格差を分析した結果、
  - ✓ しいたけでは、全国平均との価格差は縮小傾向にあるが、全国平均より安い状態が継続している。
  - ✓ なめこでは、震災直後、全国平均との価格差が大幅に拡大し、現在は全国平均を10%程度下回っている。

図 45：きのご類の福島県産と全国平均の価格差推移

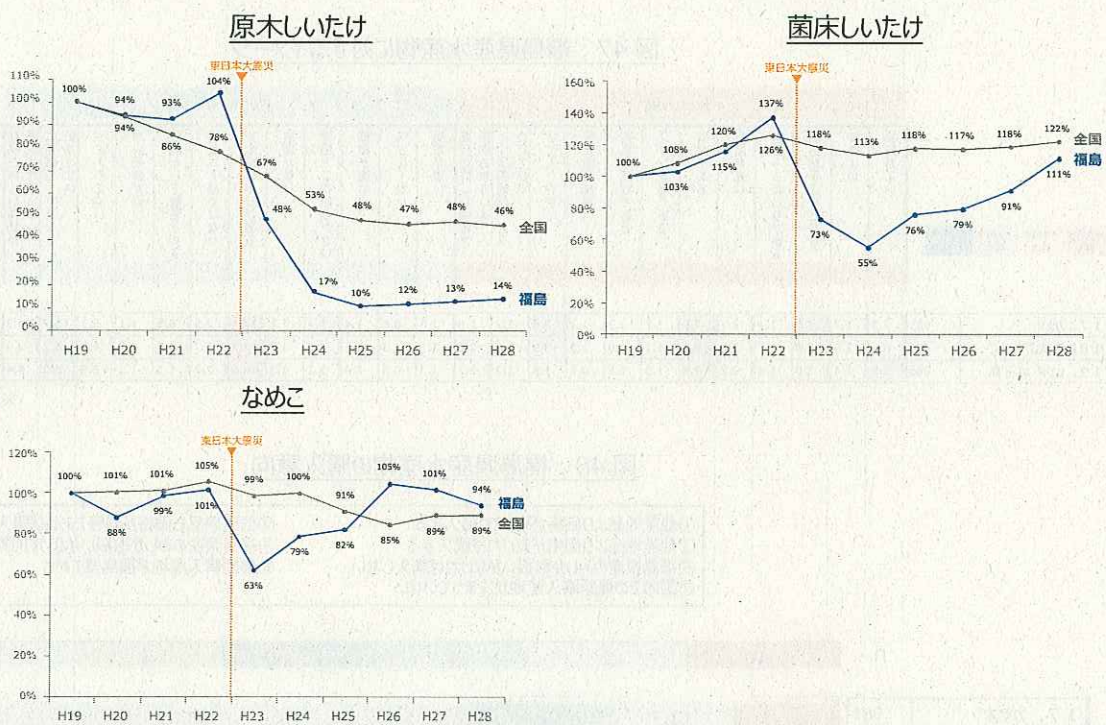


「福島県を含む全国」の平均価格を基準とした「福島県産」と全国平均の価格差の割合  
 ※1：東京都中央卸売市場における通年での平均価格

### ③生産段階 ～ 菌床生しいたけ、なめこの出荷量の回復

- 特用林産物生産統計調査によりきのこの出荷量の推移を分析した結果、
  - ✓ 福島県産原木生しいたけの出荷量は、現在も 17 市町村で出荷停止のため大幅に減少したままである。
  - ✓ 福島県産菌床生しいたけと福島県産なめこの出荷量は、震災後大幅に減少した後、着実に回復している。

図 46：全国・福島県におけるきのこの出荷量推移(平成 19 年を 100%とする)



出所：農林水産省「特用林産物生産統計調査」

## (9) 水産物

➤ 水産物は、試験操業段階で流通量が少ないため、小売業者での取扱いは限定的となっている。

### ①消費段階 ～ 消費者の一部では安全性に関心

➤ 福島県産水産物の購入意向に関して消費者にアンケート調査を実施した結果、イメージについて「安全性に不安がある」とする消費者が15.2～18.0%、「福島県産のみしか取扱いがなければ購入しない」とする消費者が7.7～10.6%存在した。

図 47：福島県産水産物に対するイメージ



図 48：福島県産水産物の購入意向



## ②流通段階 ～ 試験操業段階で限定的な流通

- 福島県産水産物の取扱いに関して小売業者にヒアリング調査を実施した結果、
  - ✓ 多くの魚種について、試験操業段階で流通量が少ないため、取扱いが限定的である。
  - ✓ 沖合漁業で漁獲される福島県産カツオは、一部小売業者が積極的に取り扱っている。

### 《主なヒアリング結果》

- ◆ 福島県産の水産物は、試験操業中で流通量が少なく、取扱量としては回復していない。
- ◆ 大手小売業者が福島県産のカツオの質を評価し、震災後も積極的に取り扱っている。

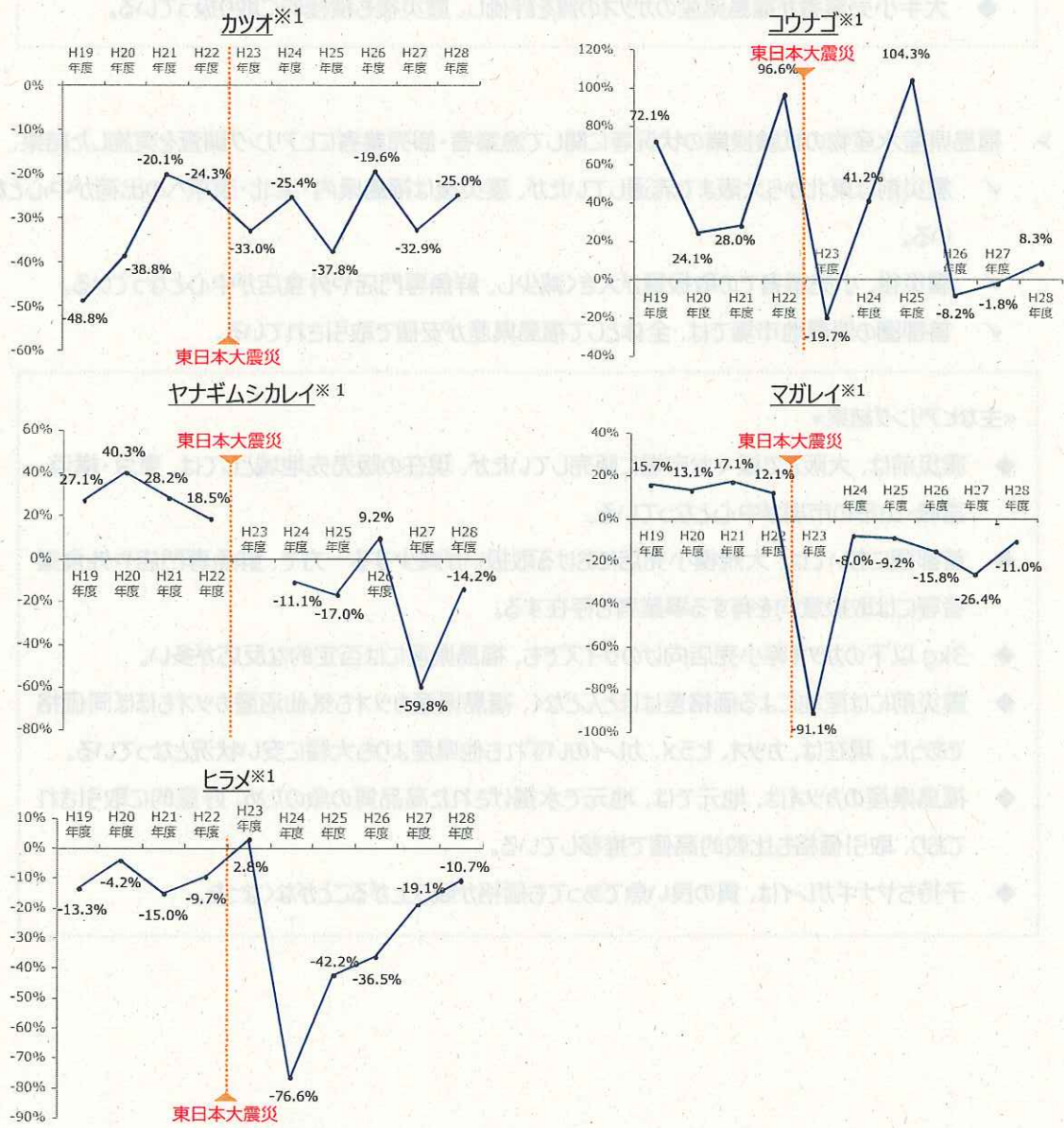
- 福島県産水産物の試験操業の状況等に関して漁業者・卸売業者にヒアリング調査を実施した結果、
  - ✓ 震災前は東北から大阪まで流通していたが、震災後は福島県内・東北・東京への出荷が中心となっている。
  - ✓ 震災後、小売業者での取扱量が大きく減少し、鮮魚専門店や外食店が中心となっている。
  - ✓ 首都圏の消費地市場では、全体として福島県産が安値で取引されている。

### 《主なヒアリング結果》

- ◆ 震災前は、大阪まで様々な市場に販売していたが、現在の販売先地域としては、東京・横浜・宮城・山形の市場が中心となっている。
- ◆ 首都圏においては、大規模小売店における取扱いが減少する一方で、鮮魚専門店や外食業者等には取扱意向を有する事業者も存在する。
- ◆ 3kg 以下のカツオ等小売店向けのサイズでも、福島県産には否定的な反応が多い。
- ◆ 震災前には産地による価格差はほとんどなく、福島県産カツオも気仙沼産カツオもほぼ同価格であった。現在は、カツオ、ヒラメ、カレイのいずれも他県産よりも大幅に安い状況となっている。
- ◆ 福島県産のカツオは、地元では、地元で水揚げされた高品質の魚のため、好意的に取引されており、取引価格も比較的高値で推移している。
- ◆ 子持ちヤナギガレイは、質の良い魚であっても価格が競り上がることがなくなった。

- 福島県産水産物の東京都中央卸売市場における価格水準に関して全国平均との価格差を分析した結果、
  - ✓ 福島県産カツオ・福島県産ヒラメでは、全国平均との価格差を下回るものの、震災前と同程度の水準となっている。
  - ✓ 福島県産コウナゴでは、現在は全国平均を若干上回る水準になっている。
  - ✓ 福島県産マガレイ・福島県産ヤナギムシガレイでは、現在全国平均を下回る状況になっている。

図 49：水産物の福島県産と全国平均の価格差推移



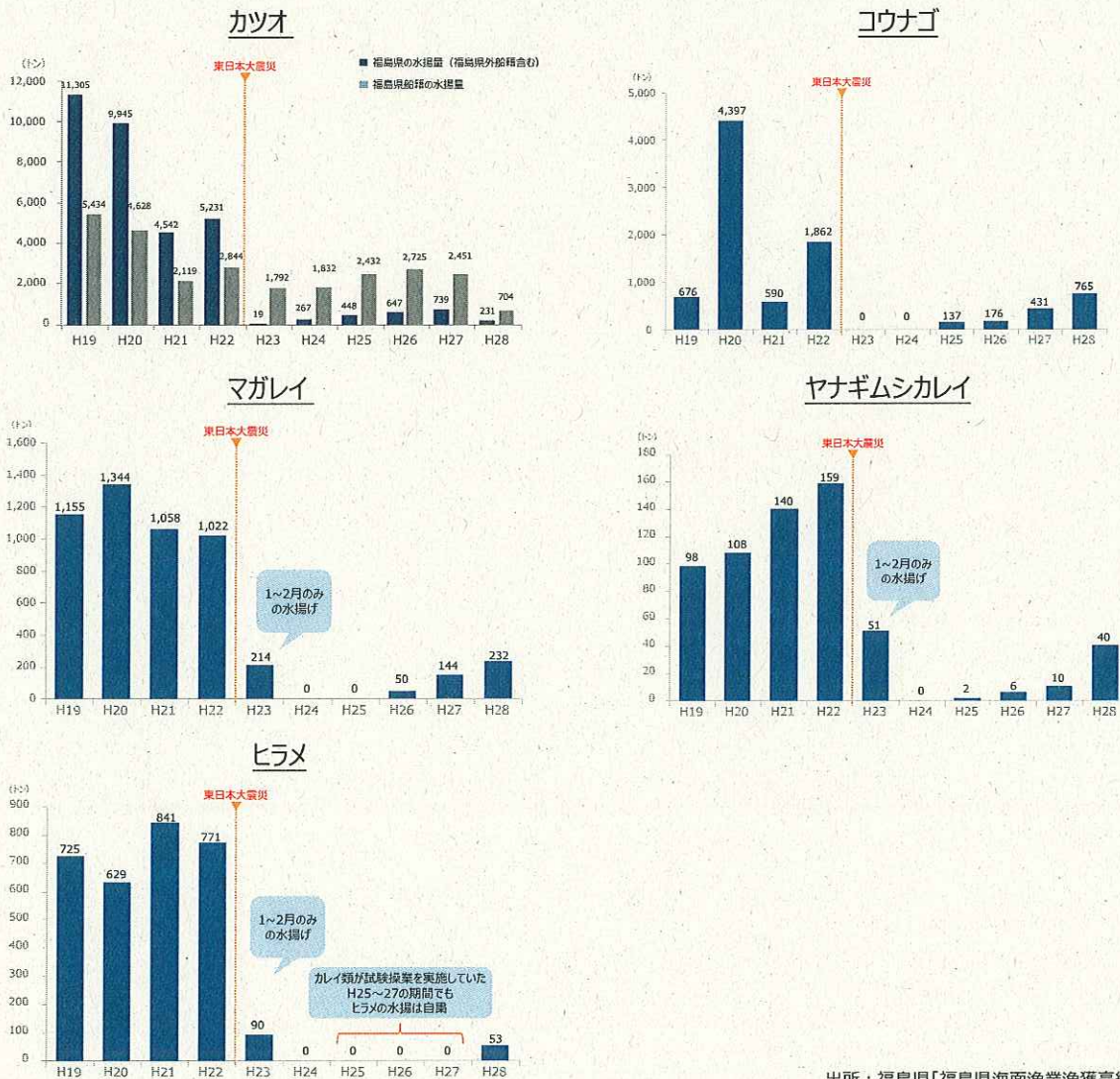
「福島県を含む全国」の平均価格を基準とした「福島県産」と全国平均の価格差の割合  
 「福島」は福島県内の事業者が市場出荷した水産物に関する集計値を表し、他県で水揚げされ、福島県内の事業者が出荷したものを含む  
 ※1：東京都中央卸売市場における通年での平均価格

### ③生産段階 ～ 試験操業の再開

- ▶ 福島県海面漁業漁獲高統計により水産物の漁獲量の推移を分析した結果、
  - ✓ カツオの漁獲量は、震災を機に福島県での水揚量が大幅に減少したが、福島県船籍の水揚量は回復傾向にある。
  - ✓ コウナゴ・カレイ類・ヒラメの漁獲量は、震災後操業を自粛したため漁獲がなかったものの、平成 25 年 3 月にコウナゴ、平成 25 年 4 月にヤナギムシガレイ、平成 26 年 8 月にマガレイ、平成 28 年 8 月にヒラメについて試験操業を開始している。

〔試験操業の水揚げでは、当初仲買人組合による一括での取扱いとなっていたが、平成 29 年から仲買人以外の買参人の入札参加も再開され、震災前の取引形態に戻つつある。〕

図 50：福島県における水産物の漁獲量



出所：福島県「福島県海面漁業漁獲高統計」

