

米に関する流通実態分析

1. 概況
2. 消費者における動向
3. 販売状況の変化
4. 流通状況の変化
5. 生産状況の変化
6. 販路開拓事例及び提案
7. 参考資料

1. 概況

1. 全体概要

- 震災直後に小売店の販売棚から外れた後、多くの小売業者は福島県産米を棚に戻す“動機付け・きっかけ”を見い出せておらず、定番商品としての取扱いが回復していない。
- 福島県産米の業務用途（中食・外食）での取扱いが増加している。

2. 消費段階～消費者の一部では安全性に关心、産地の固定化傾向

- 福島県産米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18.3%、「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13.1%存在した。
 - ✓ 購入する米の産地を意識している消費者が全体の78.9%と高い割合であり、購入する産地が固定化する傾向にある。
- 福島県産米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、震災直後は、福島県産品を敬遠する消費者や産地に対する問合せを行う消費者が多くたが、現在は殆ど見られない。

3. 流通段階～販売棚に戻すことへの慎重姿勢

- 福島県産米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、
 - ✓ 震災後他県産米に切り替えた小売業者は、福島県産米に戻す動機付けを見出しつづく、販売フェア等のイベント用での需要に留まり、定番商品としての取扱いが回復していない。
 - ✓ 全国的な定番である新潟県産コシヒカリに加え、新たな食味を持った他県産の新品種が多数登場する中、既存の福島県産の品種銘柄は差別化しづらく、特徴をPRしにくい販売環境になっている。
- 福島県産米の取扱状況に関して小売店のデータを分析した結果、
 - ✓ 福島県産コシヒカリは、全国の小売店舗において震災前には7%前後の取扱店率だったが、大幅に減少して、現在まで回復していない。
 - ✓ 会津産コシヒカリも、震災前は10%前後の取扱店率だったが、震災後に徐々に減少して、現在では4%前後で推移している。
- 福島県産米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、
 - ✓ 震災後、福島県産米の価格が低下する中、値頃感のある仕入価格が求められる中食・外食等の業務用向けに需要がシフトした。原価を抑えて食味を追求する業務用向けニーズに合致するようになり、一定の実需者が購入している。
 - ✓ 中食・外食需要が高まる中、全国的に業務用途の米が不足している状況であり、業務用途として引き合いが強い福島県産米の需要が高まっている。
- 福島県産米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、
 - ✓ 浜通産・中通産コシヒカリは、震災前には関東産と同程度の相対取引価格であったが、震災後には関東産を下回り、価格差が継続している状況となっている。
 - ✓ 会津産コシヒカリは、北陸産を下回り、価格差が継続している状況となっている。

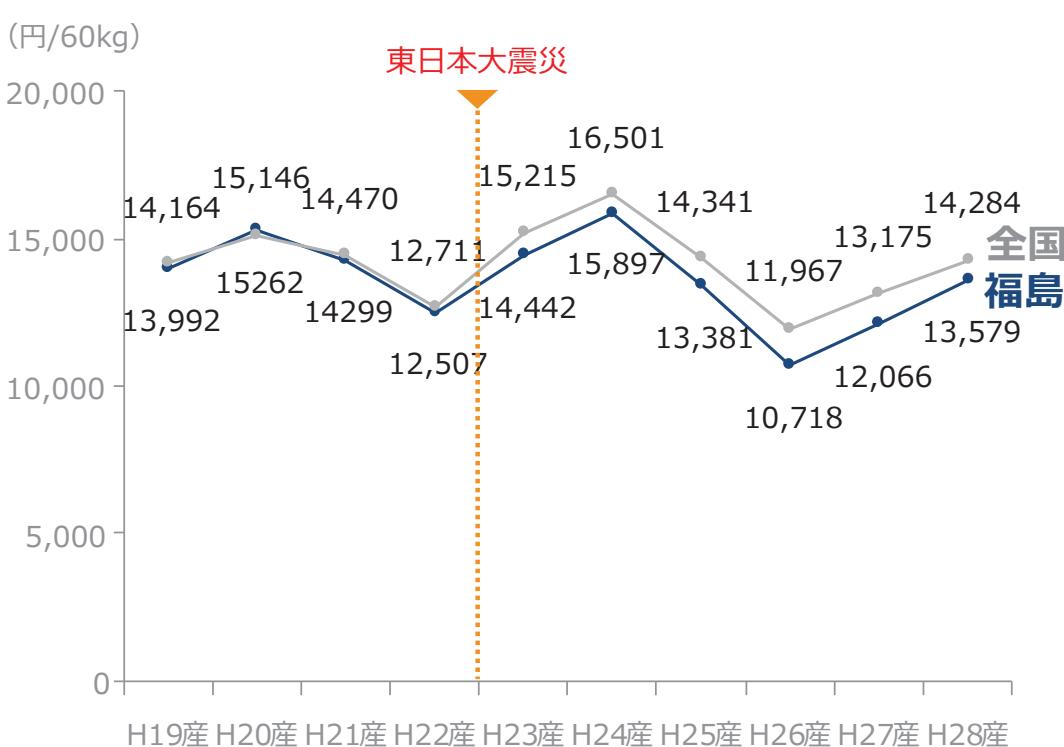
4. 生産段階～緩やかな生産量の減少

- 作物統計等により米の生産量の推移を分析した結果、震災直後の平成23年産では約2割減少し、以後緩やかな減少が継続して平成28年産では平成22年産に比べて3／4程度となっている。

価格回復概況（全国平均との価格差）

福島県産米と全銘柄平均との相対取引の価格差は、全銘柄平均の価格が高騰時には、縮小傾向にあるが、下落時は拡大傾向。直近2年は、価格差が縮小傾向にあり、現在は約5%の価格差がある。

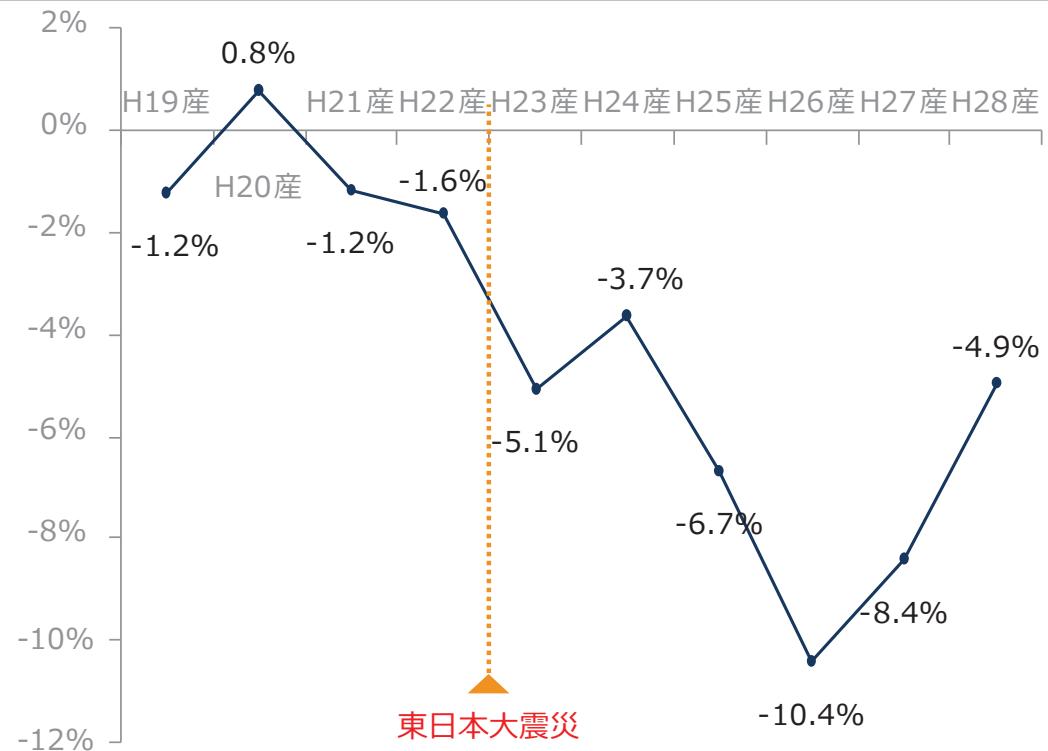
福島県産米の相対取引平均価格推移



→ 震災前(H22年産) : 12,507円/60kg

→ 震災後(H28年産) : 13,579円/60kg(+1,072円/60kg)

福島県産米と全銘柄平均との価格差推移



→ 全銘柄平均との価格差は、平成26年までは拡大、平成27年以降は縮小傾向

2. 消費者における動向

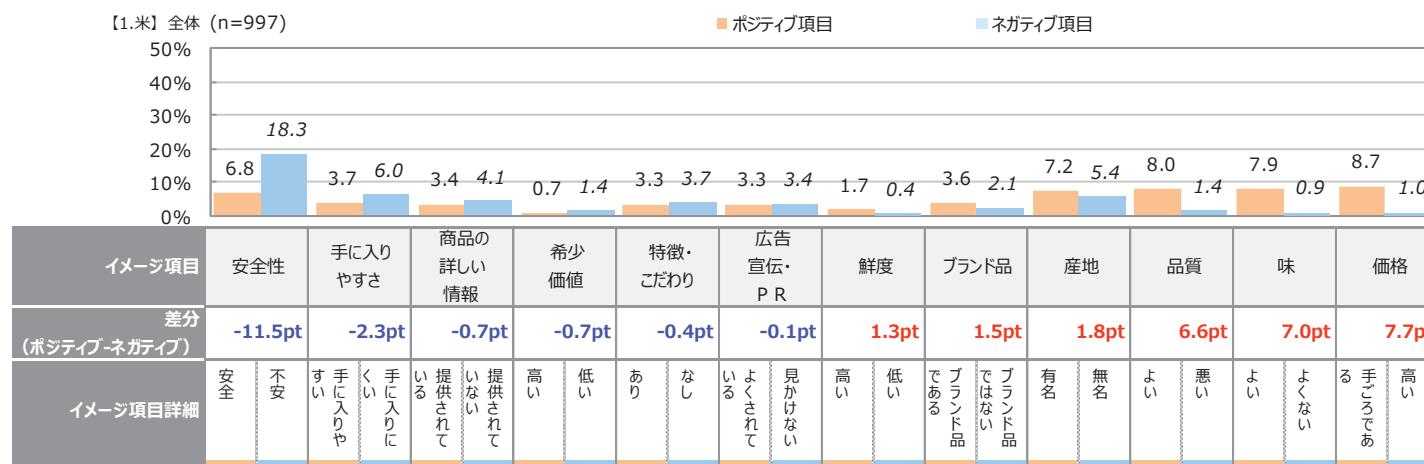
調査概要

- 米の購入意識や普段の購入産地、福島県産の購買意向について、全国の消費者997名に對してアンケート調査を行った。

結果概要

- 米の購入意向につい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18.3%、購入意向について「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13.1%存在した。
- また購入する米の産地を意識している消費者が全体の78.9%と高い割合であり、購入する産地が固定化する傾向にある。

福島県産米に対するイメージ

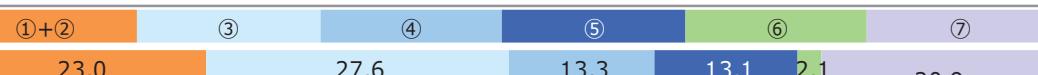
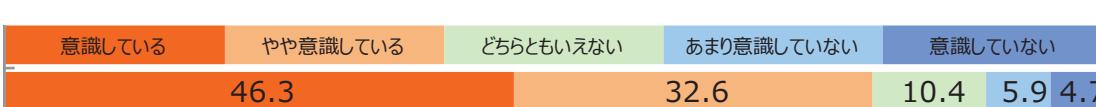


福島県産米の購入意向

- ①他産地品より価格が高くても購入する
③他産地品より価格が安いければ購入する
⑤福島県産のみしか取扱いがなければ購入しない
⑦国内での最頻購入産地が決まっていない

- ②他産地品も価格が同等であれば購入する
④福島県産のみしか取扱いがなければ購入する
⑥最頻購入産地が福島県である

米を購入する際の産地への意識



単位：%

単位：%

購入意識 (重視する基準等)

- 購入時に重視するポイントとしては、「価格(64.7%)」が最も高く、消費者の価格志向は高い一方、「产地(45.9%)」、「ブランド・商品名(37.9%)」のポイントも高く、価格を最優先しつつも「产地/ブランド」を考慮して購入している消費行動が伺える
 - 60代女性では67.8%が「产地」を、50代女性では52.0%が「ブランド」を意識している
 - 逆に、20代、30代の男性は「产地に対する意識」を含め、全体的にポイントが低く、「購入時に特に重視する点はない」が10%代となっており、他の性年代と比較して、関心が薄い様相
- 購入時に「产地を意識している、またはやや気に入っている人」の割合は全体の78.9%を占めており、大半の人は、产地を気にする傾向にある
 - 「产地を意識している人」の中では、特に50代(56.0%)~60代(63.2%)女性のポイントが高く、年配の人ほど产地を意識して購入する傾向がある
 - 福島県、関東圏、近畿圏においては、大きな差は見られない
- 产地を意識している理由としては、「安全性が気になるから(27.4%)」が最も高く、その他「味が产地によって異なるから」、「品質が产地によって異なるから」、「地産地消」が20%を超えており、安全性を気にしつつ、味や品質に意識を向ける傾向が伺える
 - 「安全性が気になるから」を選択した人の内訳として、30代(43.8%)、40代(38.6%)女性、小学生以下居住(31.6%)のポイントが高めであることから、子育て世代の女性における「安全への意識」が高いことが読み取れる
 - 「安全性が気になるから」の項目について、福島県内(17.5%)、関東圏(22.0%)、近畿圏(31.9%)となっており、比較的近畿圏のポイントが高い傾向は見られるものの、全国対比ではあまり大きな差はない
 - 「地産地消」の意識については、福島県は最も高く37.5%で、関東圏(8.7%)と近畿圏(11.1%)と数値は低い傾向にあり、产地と消費地の違いが出ている

普段の 購入産地

- 普段最も購入する産地を47都道府県のいずれかに決めている人は全体の79.1%と高く、大半の人は購入時には産地を決めている傾向にある
 - 中でも「新潟県(14.4%)」のポイントが最も高く、次いで「北海道(11.0%)」、「秋田県(11.0%)」となっている
 - 年代的には、60代男性(90.7%)と60代女性(90.1%)と年配の人の比率が高い傾向がある
 - 福島県内、関東圏、近畿圏の各地域の人気産地を比較すると、福島県内居住者の1位は「福島県(64.8%)」、関東圏は「新潟県(23.7%)」、近畿圏は「秋田県(13.6%)」となっており、福島県が地元意識が強いのに対し、消費地では全体における人気県の1位、2位が上位となっている
- 福島県を「購入する産地」としている人は、全体から見て2.1%で8位、東北居住者では15.6%で2位、福島県内居住者では64.8%で1位となっている
 - 関東圏、近畿圏においてはいずれも1%程度となっている
- 「最も購入する産地が、47都道府県のいずれか」を選択した人の購入産地別では、「他産地より価格が高くても購入」の比率が「山形県産(61.3%)」「新潟県産(48.6%)」で全体よりも高く、福島県居住者の「福島県」購入者では、「他産地より価格が高くても購入」の比率が22.9%と全体よりも低く、上位2県と比較して、「産地指定買い」比率は高くない傾向にあることが伺える
 - 一方、「価格が安ければ購入する」の比率は20.9%と高い

福島県産の 購買意向

- 福島県産に対するイメージは、「特にイメージはない」が34.1%で、提示項目の中で最も高く、他の選択項目と15%以上の差が開いている。福島県内居住者(13.0%)以外は、地域差はない状況
 - ポジティブなイメージで5%を超えるのは、「価格が手頃である(8.7%)」、「品質がよい(8.0%)」、「味がよい(7.9%)」、「有名な産地である(7.2%)」、「安全である(6.8%)」となっている
 - ネガティブなイメージでは、「安全性に不安がある(18.3%)」が最も高く、他に5%を超えるのは、「手に入りにくい(6.0%)」、「産地として無名である(5.4%)」となっている
- 福島県居住者では、「品質がよい」33.3%、「味がよい」29.6%、「安全である」27.8%、「手に入りやすい」25.9%、「価格が手ごろである」22.2%が上位のイメージとなっており、「安全である」の項目について、全体が6.8%に対して27.8%と高い(関東:7.8%、近畿:4.7%)
- 福島県産品の購入意向について、「福島県産のみしか取扱いがなければ購入しない」人は9.4%と、全体の1割程度。
 - 北海道における比率は25.0%と最も高い傾向
 - 福島県においては、1.9%と最も低く、関東圏(12.5%)・近畿圏(8.3%)の大きなポイント差は見られない
- 「最も購入する頻度の高い産地」が福島県以外の人の購入意向について、40代女性(42.9%)及び50代男性(39.0%)を筆頭に「他産地品よりも価格が安ければ購入する」が全体で35.8%となっている。
- 「他産地品と同価格以上で購入する」が20代男性(44.7%)及び20代女性(41.5%)と高いポイント

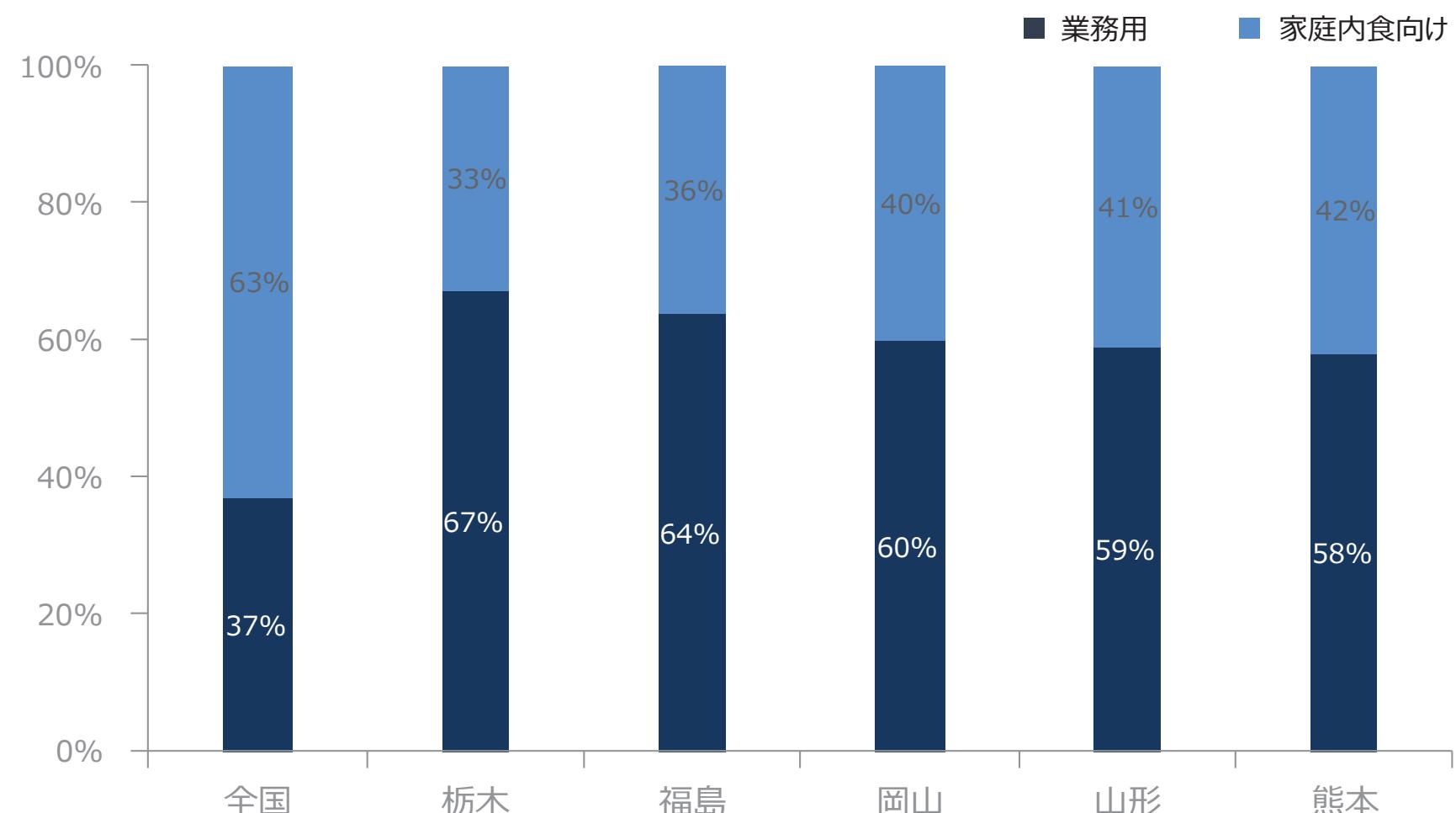
3. 販売状況の変化

米については、一般家庭用としては全体的な販売量が減少する中、業務用途として中食向けが増加しており、大量に使用する企業では物量の確保が課題。

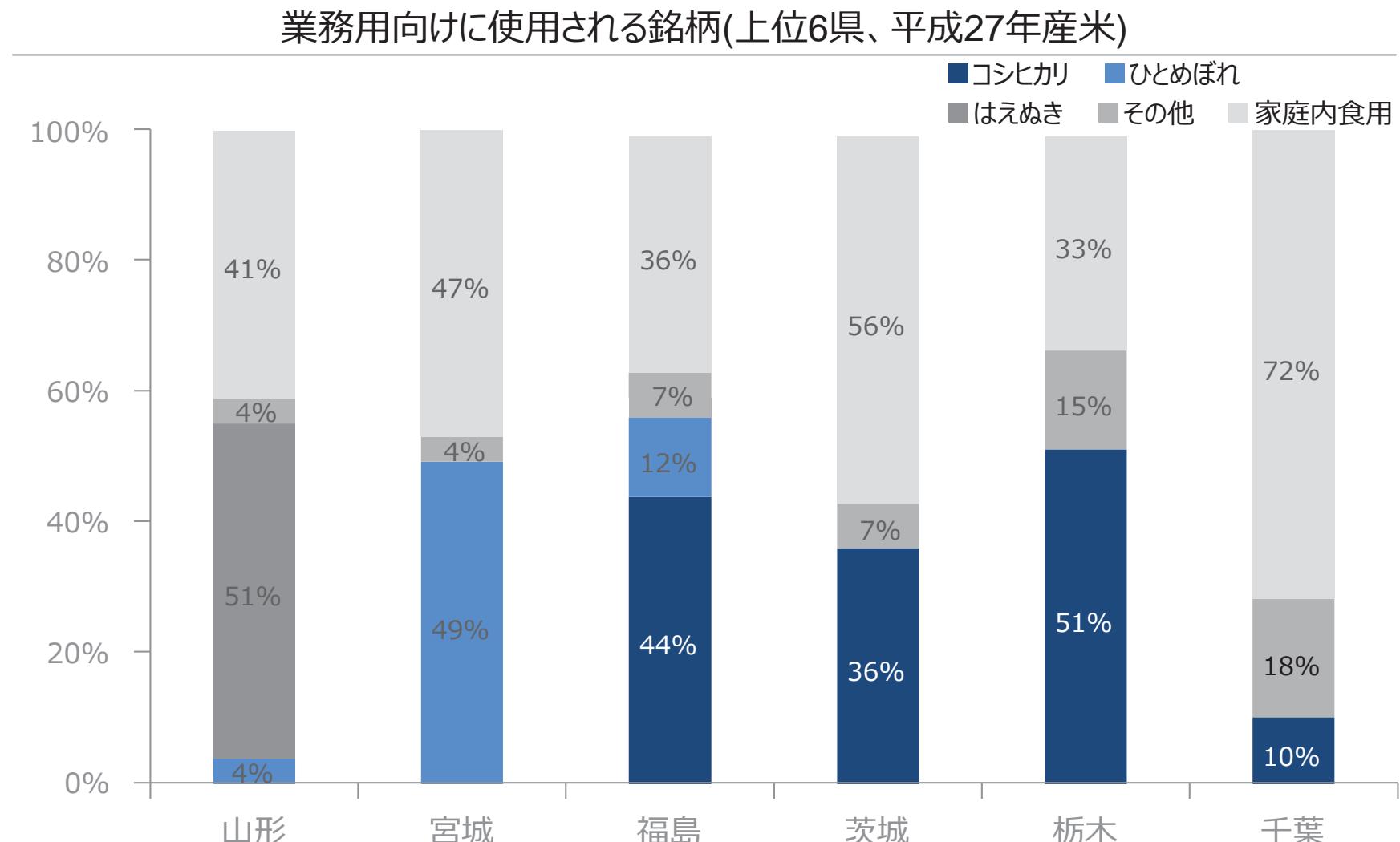
	米の消費量割合	傾向・特徴
量販店		<ul style="list-style-type: none"> ・福島県内では福島県産米中心の扱い ・震災後、山形県産つや姫や北海道産ゆめぴりかなど高価格帯の新品種が棚を占め、固定化する傾向にある ・県外の一部量販店では差別化の一環として福島県産米を取扱っている
小売店 (米穀店)	<ul style="list-style-type: none"> ・家庭内 69.0% 	<ul style="list-style-type: none"> ・米穀店は、全国的に減少傾向にある。 ・県外の米穀店では、食味の良さを評価して継続的に取り扱っているケースが存在 ・店頭での小売用の他、業務用（店内加工商品用）としても利用されている
中食業者 (おにぎり・弁当)	<ul style="list-style-type: none"> ・中食 18.1% * 	<ul style="list-style-type: none"> ・中食市場自体が成長しており、物量の確保が課題となる中、大量に使用する企業は、産地側と連携して継続的に取り扱っている ・福島県産米はブレンド米用として採用されているケースが多い ・福島県産米は食味が良くて値頃感があるため、食味を整えるための米として使用されているケースもある
外食業者	<ul style="list-style-type: none"> ・外食 12.9% 	<ul style="list-style-type: none"> ・低価格帯の事業者は、中食に比べて価格がシビアな傾向にあり、米価が高騰している近年は輸入米に切り替える事業者も多い ・米にこだわる事業者は産地との関係を築いて、会津産を中心として継続的に使用している者もいる ・福島県産米が、低価格帯の需要向けにブレンド米として供給されることもある
加工業者	<ul style="list-style-type: none"> ・- 	<ul style="list-style-type: none"> ・多くの包装米飯メーカーは北陸に工場を持ち、福島県産米をメインで使用している企業は少ない

福島県産米は、業務用途として使用される割合が栃木県に次いで、全国でも2番目に高い。

県産米の業務用使用割合(上位5県、平成27年産米)



業務用途に使用される福島県産米は、コシヒカリ及びひとめぼれが中心。

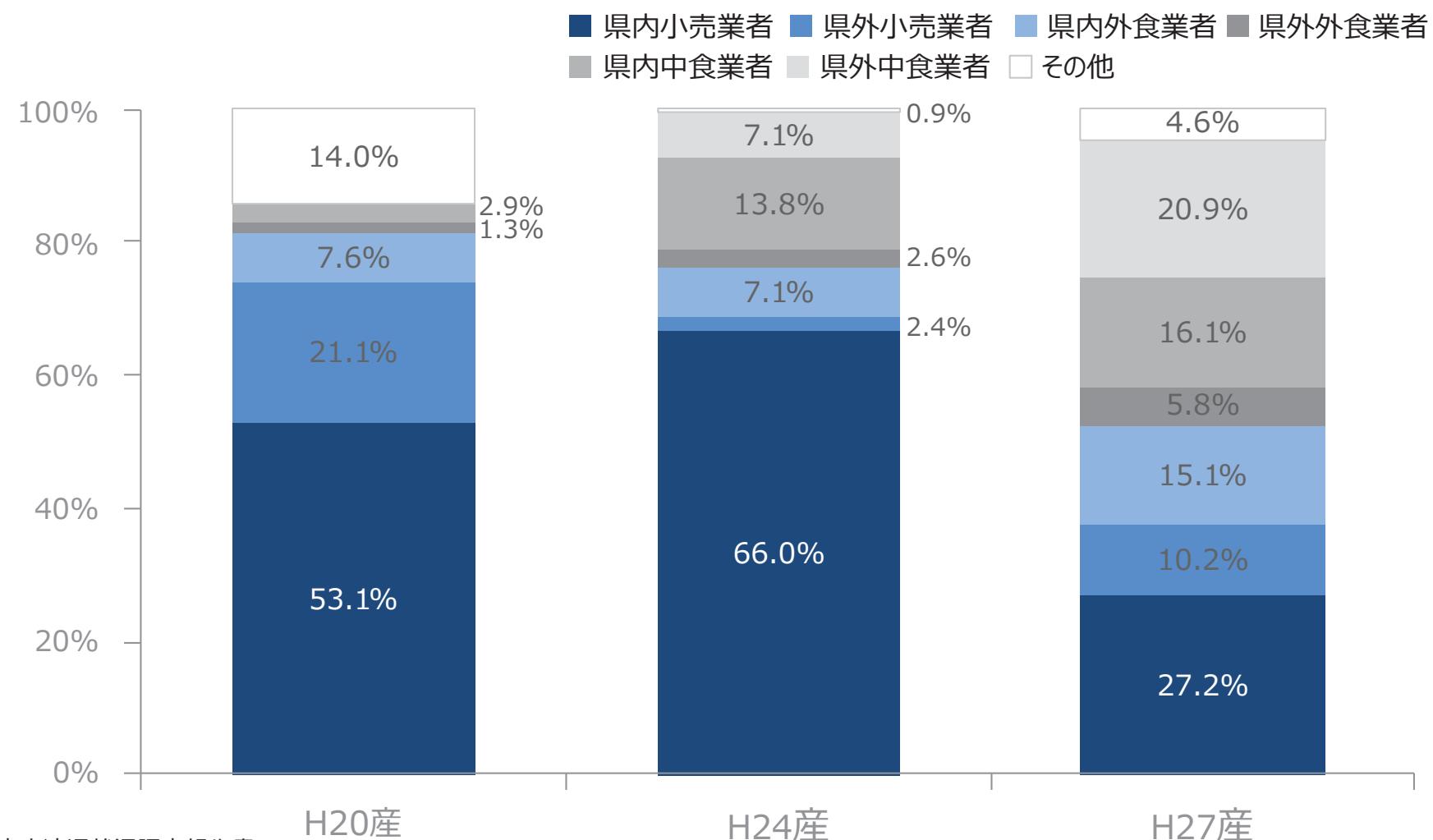


出所：農林水産省「米に関するマンスリーレポート（平成29年2月号）」

©Accenture 2018. All Rights Reserved.

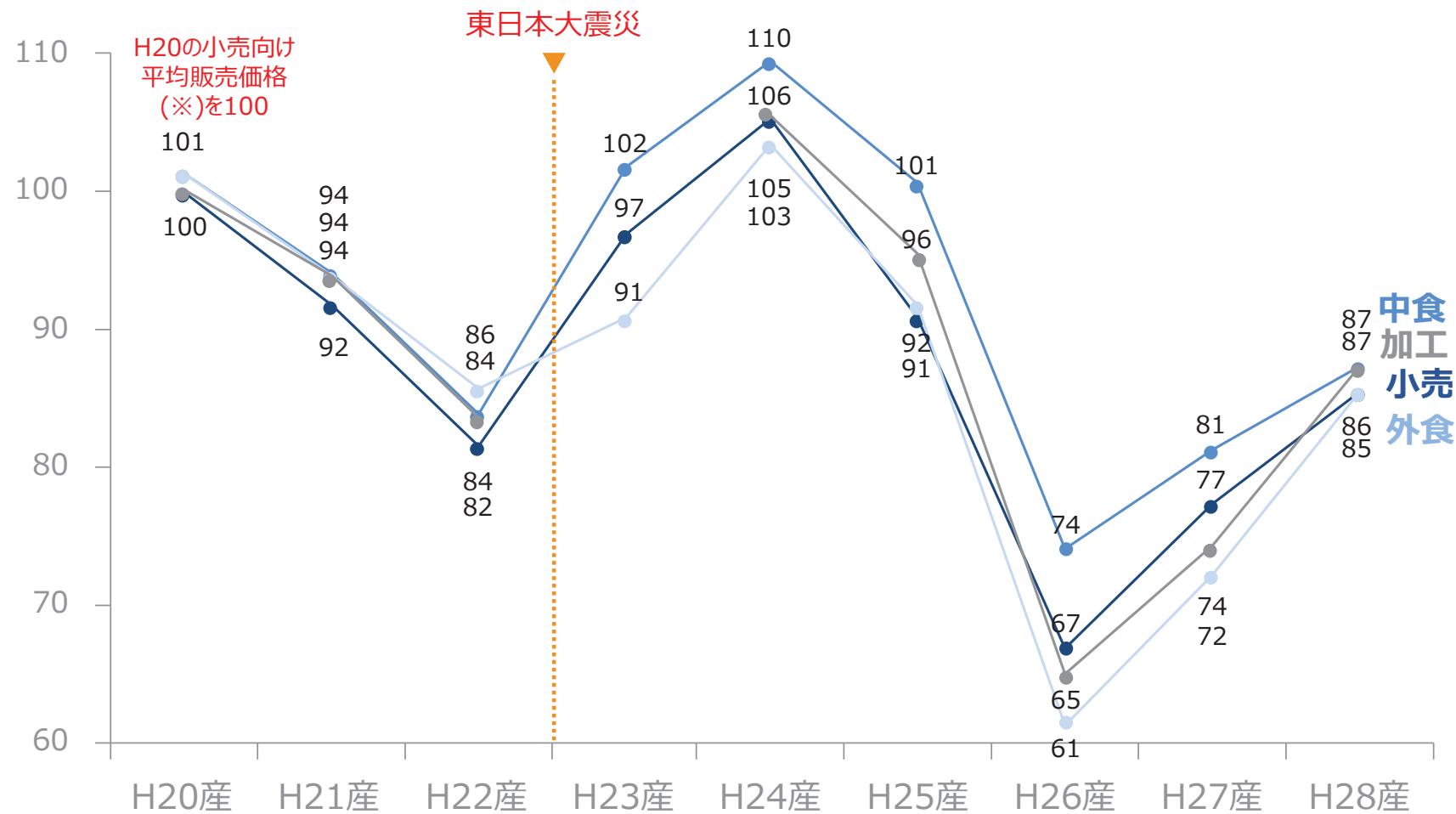
福島県内卸売業者の出荷先では、小売店向けが減少し、震災前には少なかった県内外の中食向けを中心に業務用途が増加し、出荷先が分散した。

福島県内卸売業者の出荷先推移(卸売業者以外への出荷分)



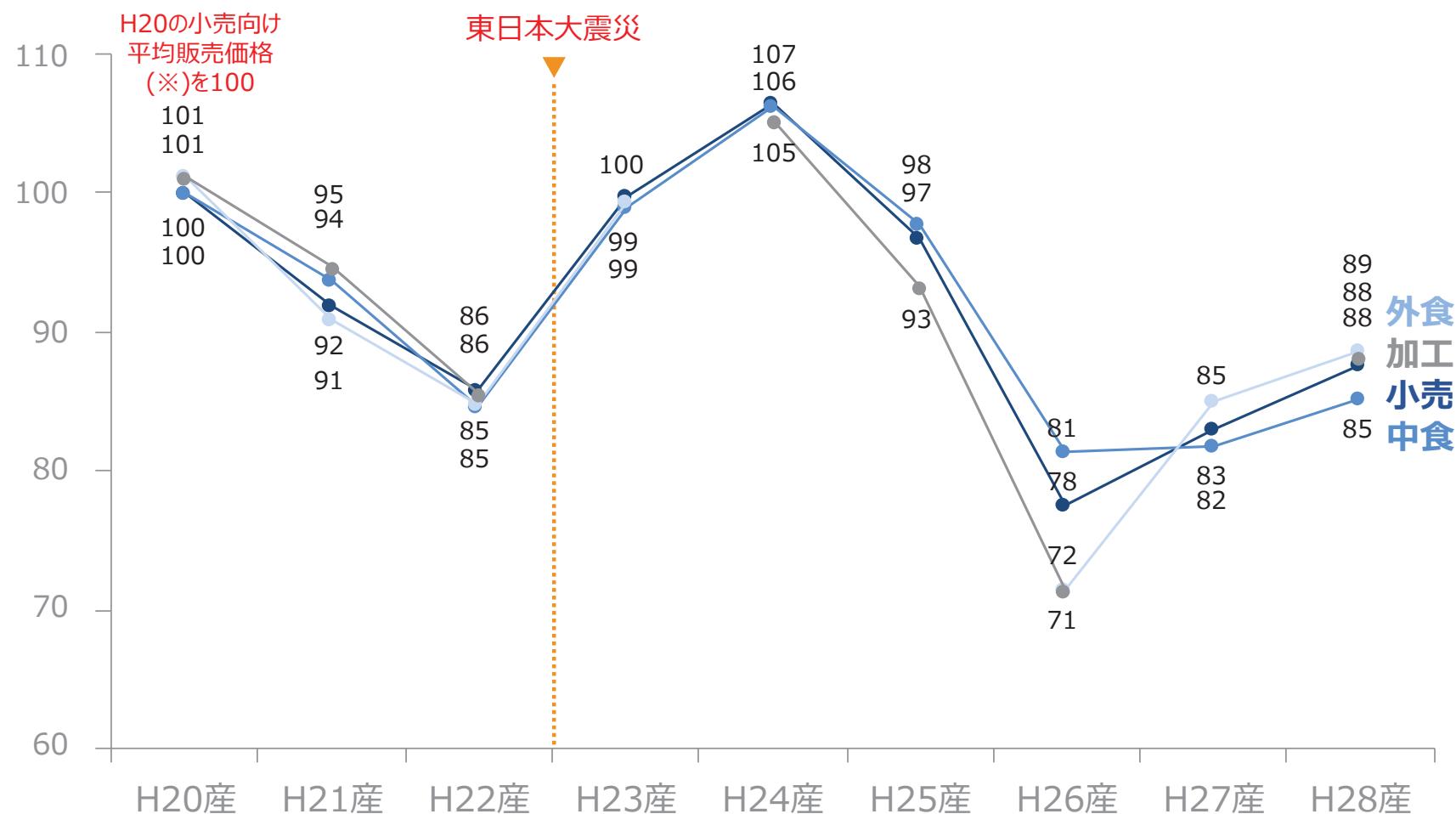
JA全農福島と卸売業者との取引における実需者向けの販売価格について、福島県産米全体では、震災後、業種別の価格差は広がった。特に外食向け販売価格が、震災後には他の業種と比べ低くなる傾向となっているが、平成27年産以降は差が縮小傾向。

実需者向けの業種別販売価格【福島県産米全体】（指標値）



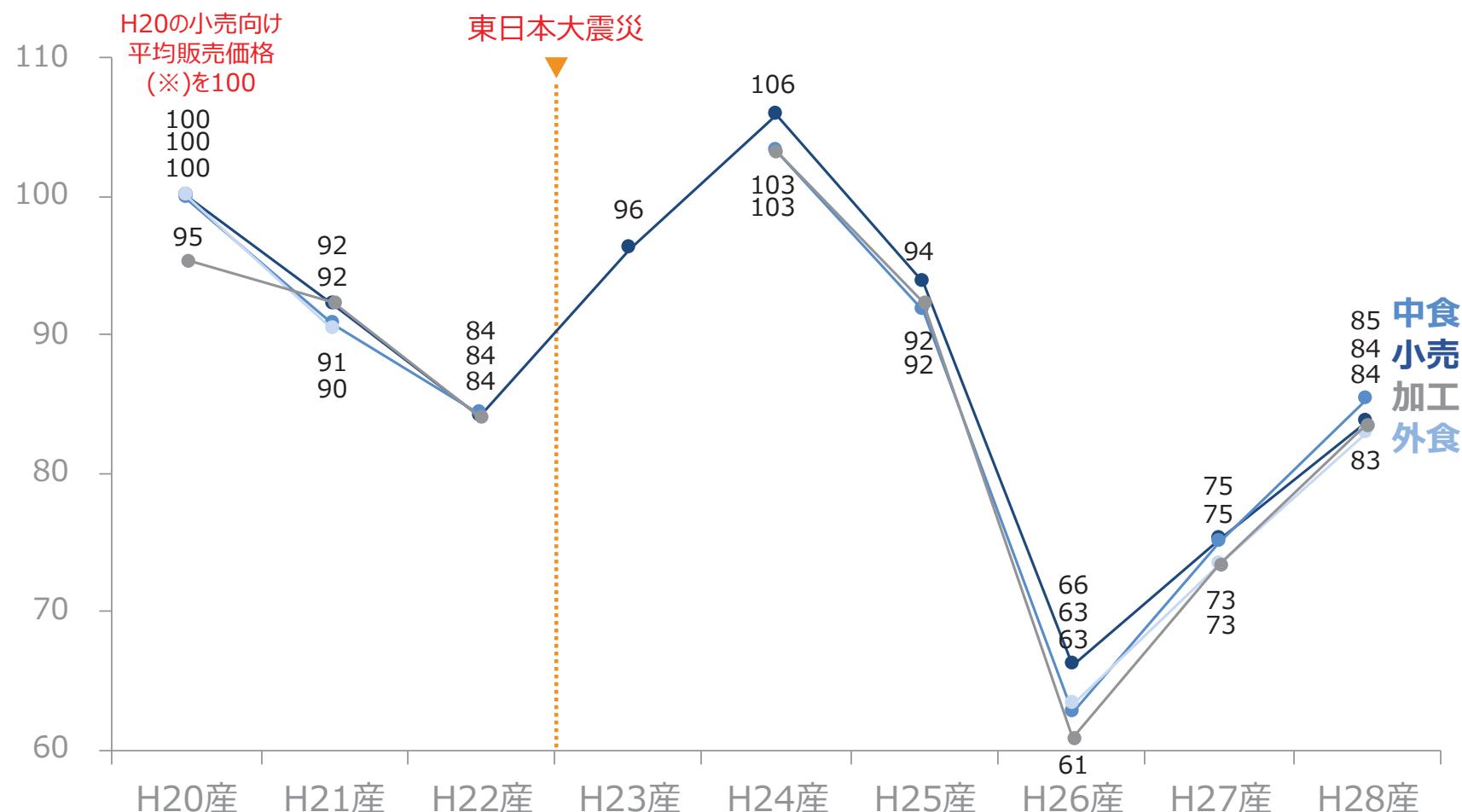
JA全農福島と卸売業者との取引における実需者向けの販売価格について、会津産コシヒカリは、平成24年産以降業種別の価格差は広がった。特に加工・外食向け販売価格が、他の業種と比べ低くなっているが、平成27年産以降は逆転。

実需者向けの業種別販売価格【会津産コシヒカリ】(指標値)



JA全農福島と卸売業者との取引における実需者向けの販売価格について、中通産コシヒカリは、震災前から平成26年産までは小売向けが高い。平成26年産で業種別の価格差が広がったが、その後縮小傾向。

実需者向けの業種別販売価格【中通産コシヒカリ】(指標値)



小売業者の取扱状況 取扱店舗割合の推移(POSデータ分析)

全国の小売業者において、福島県産コシヒカリは、震災前には7%前後の取扱店率があったが、平成24年以降、大幅に減少。会津産コシヒカリは、震災前は10%前後の取扱店率があったが、震災後に徐々に減少し、現在では4%前後で推移。

取扱店率（販売実績店舗数／全店舗数）の推移【全国】

	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28
会津コシヒカリ	9.9%	9.4%	9.2%	10.8%	7.3%	9.9%	5.8%	3.4%	4.0%
福島コシヒカリ	7.1%	8.1%	6.9%	6.8%	1.6%	0.2%	0.4%	0.0%	0.0%
新潟コシヒカリ	50.4%	51.4%	54.9%	56.2%	60.5%	65.7%	62.6%	63.9%	61.7%
北海道ゆめぴりか	0.0%	1.0%	2.9%	13.2%	30.9%	42.0%	48.6%	53.4%	57.9%
北海道ななつぼし	8.4%	8.9%	15.0%	22.7%	24.5%	34.3%	48.6%	51.9%	54.8%
秋田あきたこまち	43.3%	42.0%	47.2%	50.0%	48.9%	44.3%	44.5%	43.5%	43.5%
魚沼コシヒカリ	37.4%	41.0%	42.0%	43.0%	41.9%	44.3%	43.7%	49.5%	43.7%
山形つや姫	0.0%	0.0%	7.4%	14.1%	16.7%	33.0%	40.1%	34.1%	33.3%
富山コシヒカリ	16.3%	19.8%	20.1%	22.4%	21.0%	22.9%	22.7%	21.9%	25.5%
茨城コシヒカリ	8.9%	8.9%	11.1%	15.4%	16.7%	13.9%	13.4%	12.7%	11.3%
千葉コシヒカリ	14.8%	12.0%	14.2%	13.2%	15.9%	16.1%	19.4%	17.1%	15.1%
石川コシヒカリ	2.8%	1.3%	2.6%	5.7%	6.5%	6.2%	5.8%	5.8%	5.2%
実績店舗数	393	383	379	370	372	467	449	416	423

出所：(公財)流通経済研究所 NPI Report POSデータ（全国約400店のスーパー・マーケットのデータ）

※販売年度は1～12月で計算 ※福島県産コシヒカリは、データ対象店舗において平成26年以降取扱い実績無し

小売業者の取扱状況 取扱店舗割合の推移(POSデータ分析)

関東地区の小売業者において、福島県産コシヒカリは、震災前には20%以上の取扱店率があったが、平成24年以降、大幅に減少。会津産コシヒカリは、震災前は15～20%程度の取扱店率があったが、震災後に徐々に減少し、現在では5%程度で推移。

取扱店率の推移【関東地区】

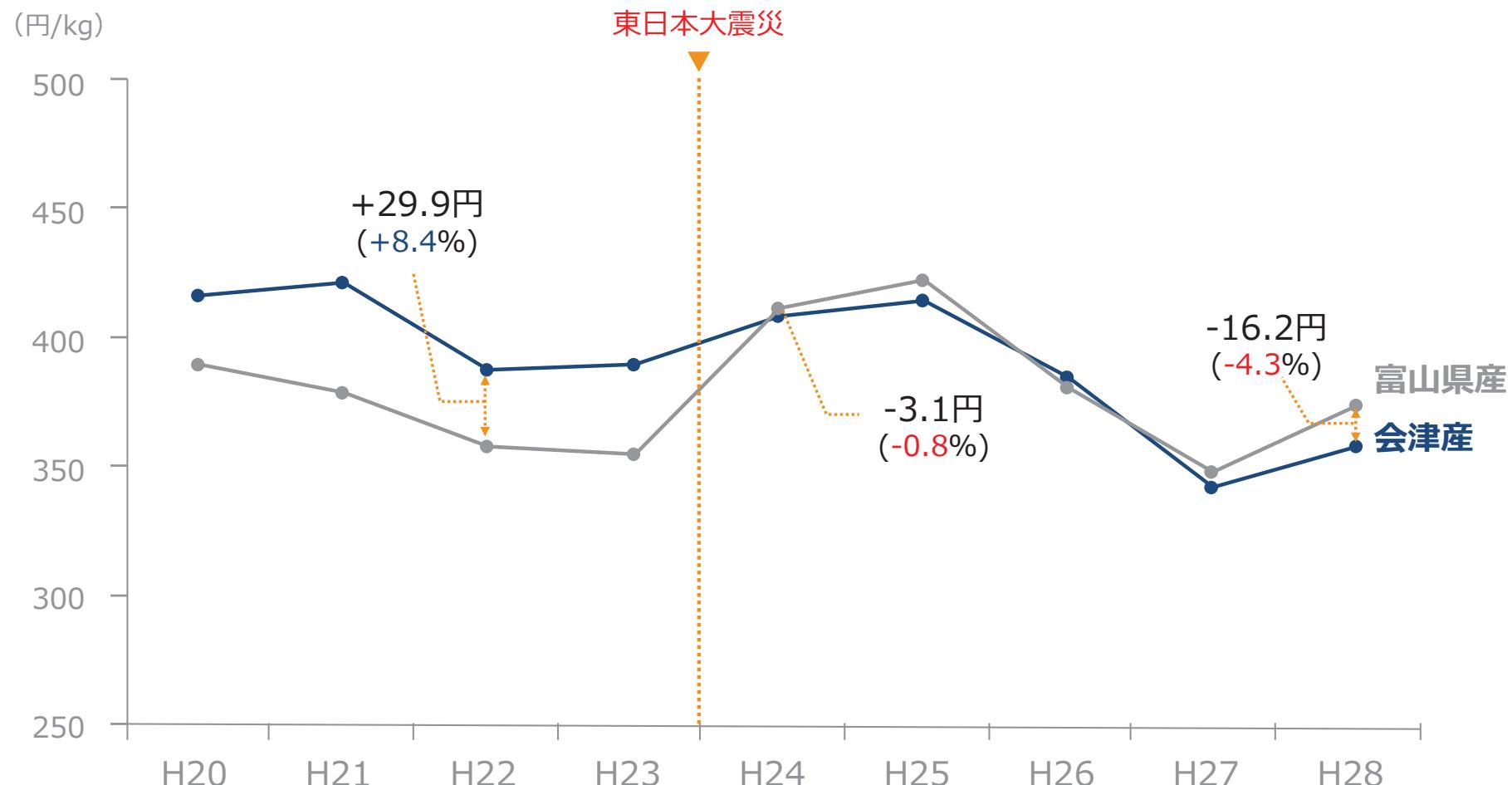
	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28
会津コシヒカリ	17.4%	14.8%	18.4%	21.1%	10.6%	19.7%	11.1%	5.1%	5.7%
福島コシヒカリ	26.1%	35.8%	26.4%	23.2%	3.8%	0.7%	1.6%	0.0%	0.0%
新潟コシヒカリ	85.5%	75.3%	79.3%	80.0%	82.7%	92.3%	91.3%	94.1%	93.4%
北海道ゆめぴりか	0.0%	0.0%	8.0%	42.1%	71.2%	81.7%	89.7%	89.8%	92.6%
北海道ななつぼし	26.1%	25.9%	33.3%	50.5%	45.2%	67.6%	85.7%	89.0%	90.2%
秋田あきたこまち	84.1%	81.5%	85.1%	87.4%	84.6%	79.6%	88.1%	89.8%	89.3%
魚沼コシヒカリ	63.8%	70.4%	81.6%	81.1%	76.0%	78.2%	81.0%	92.4%	69.7%
山形つや姫	0.0%	0.0%	24.1%	43.2%	48.1%	80.3%	84.9%	65.3%	63.9%
富山コシヒカリ	29.0%	43.2%	37.9%	42.1%	39.4%	53.5%	51.6%	51.7%	63.9%
茨城コシヒカリ	37.7%	32.1%	37.9%	47.4%	53.8%	45.8%	46.8%	44.9%	39.3%
千葉コシヒカリ	59.4%	34.6%	58.6%	51.6%	53.8%	52.1%	59.5%	54.2%	45.1%
石川コシヒカリ	1.4%	1.2%	6.9%	17.9%	9.6%	12.7%	12.7%	15.3%	10.7%
実績店舗数	69	81	87	95	104	142	126	118	122

出所：(公財)流通経済研究所 NPI Report POSデータ(全国約400店のスーパー・マーケットのデータ)

※販売年度は1～12月で計算 ※福島県産コシヒカリは、データ対象店舗において平成26年以降取扱い実績無し

会津産コシヒカリは、震災前は富山県産よりも高い店頭価格で販売されていたが、震災後は富山県産と同等もしくはやや低い価格で販売されている。

コシヒカリ主要産地との店頭価格の比較



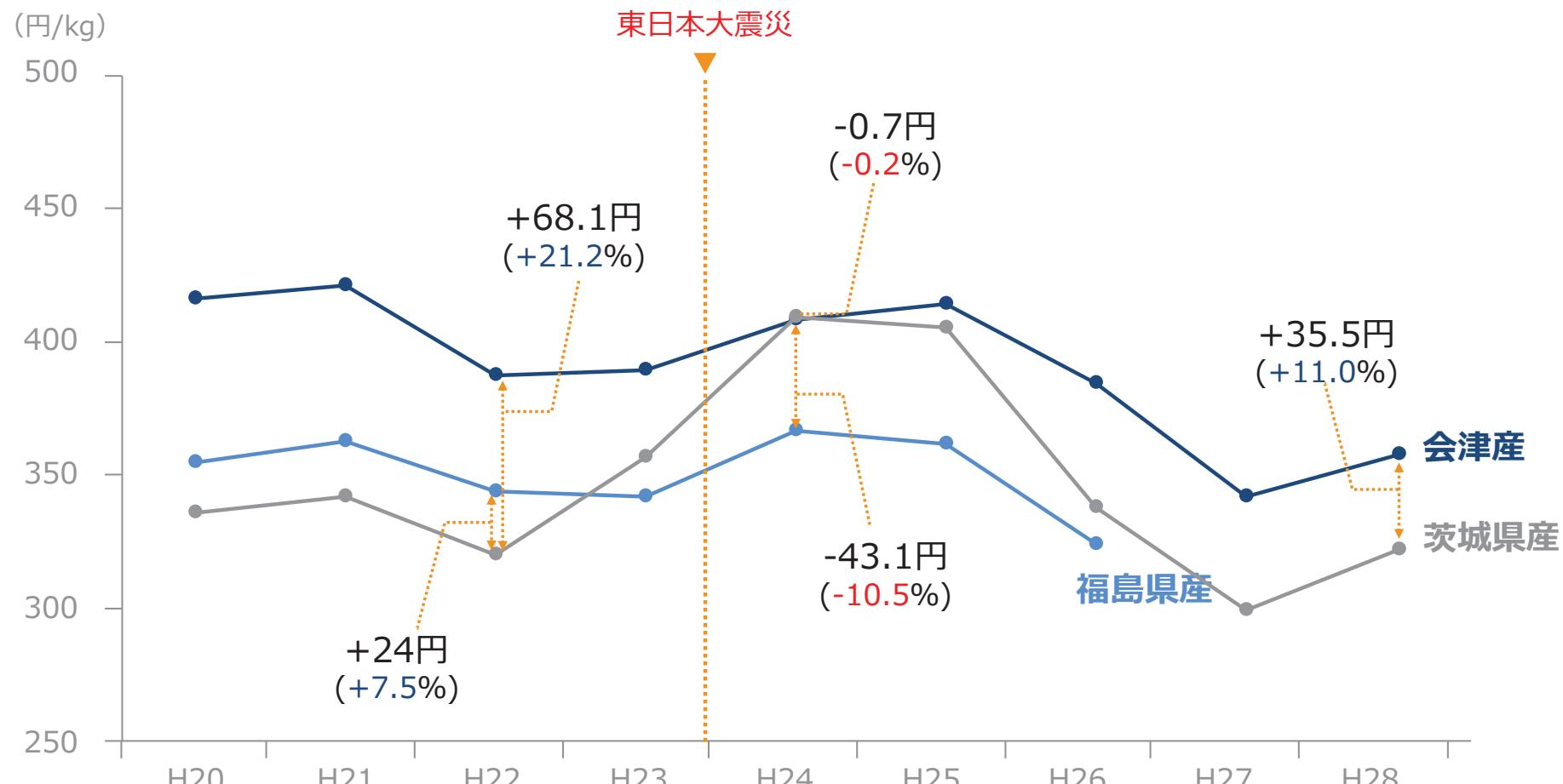
出所：(公財)流通経済研究所 NPI Report POSデータ(全国約400店のスーパー・マーケットのデータ)

※販売年度は1~12月で計算 ※福島県産コシヒカリは、データ対象店舗において2015年以降取扱い実績無し

平成23年については、秋までは平成22年産米(震災前生産分)が流通

福島県産コシヒカリは、震災前は茨城県産より高い店頭価格で販売されていたが、震災後は茨城県産より低い価格で販売されている。会津産コシヒカリは茨城県産よりも継続して高い価格で販売されているが、震災後に価格差は縮小している。

コシヒカリ主要産地との店頭価格の比較



出所：(公財)流通経済研究所 NPI Report POSデータ (全国約400店のスーパー・マーケットのデータ)

※福島県産コシヒカリは、データ対象店舗において2015年以降取扱い実績無し ※販売年度は1～12月で計算

小売業者の取扱状況 小売店における付加価値率の推移(POSデータ分析)

福島県産・会津産コシヒカリの双方とも、震災前後での小売店における付加価値率（店頭価格／相対取引価格）に大きな変化はなく、相対取引価格と連動した店頭価格となっている。また、他県産米の付加価値率と有意な差はない。

主要産地のコシヒカリの小売店における付加価値率の推移

販売年度	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28
(参考：主な生産年)	H19産	H20産	H21産	H22産	H23産	H24産	H25産	H26産	H27産
福島(会津以外) 相対取引価格	13,907	15,240	14,147	12,627	14,018	15,649	12,270	9,917	11,593
福島コシヒカリ 店頭価格	21,319	21,790	20,626	20,510	21,989	21,724	19,420	0	0
福島コシヒカリ付加価値率	153.3%	143.0%	145.8%	162.4%	156.9%	138.8%	158.3%	-	-
福島(会津) 相対取引価格	14,939	16,171	15,005	13,646	15,966	16,526	14,792	12,612	13,424
会津コシヒカリ 店頭価格	24,993	25,316	23,274	23,394	24,535	24,874	23,065	20,514	21,468
会津コシヒカリ付加価値率	167.3%	156.5%	155.1%	171.4%	153.7%	150.5%	155.9%	162.7%	159.9%
茨城 相対取引価格	13,784	15,293	14,388	13,070	15,798	16,693	13,631	11,667	12,648
茨城コシヒカリ 店頭価格	20,127	20,536	19,191	21,395	24,573	24,340	20,248	17,938	19,336
茨城コシヒカリ付加価値率	146.0%	134.3%	133.4%	163.7%	155.5%	145.8%	148.5%	153.8%	152.9%
千葉 相対取引価格	14,147	15,026	14,360	12,907	15,810	16,901	13,480	11,523	12,530
千葉コシヒカリ 店頭価格	20,846	20,842	20,723	20,960	22,924	22,470	19,365	18,302	20,322
千葉コシヒカリ付加価値率	147.4%	138.7%	144.3%	162.4%	145.0%	132.9%	143.7%	158.8%	162.2%
新潟(魚沼以外) 相対取引価格	16,546	17,422	16,566	15,843	18,756	18,593	16,988	15,730	16,471
新潟コシヒカリ 店頭価格	25,298	24,883	23,317	24,216	26,572	25,627	23,258	22,880	25,052
新潟コシヒカリ付加価値率	152.9%	142.8%	140.7%	152.8%	141.7%	137.8%	136.9%	145.5%	152.1%
富山 相対取引価格	14,863	15,937	14,721	13,786	16,181	16,882	14,706	12,995	14,228
富山コシヒカリ 店頭価格	23,413	22,754	21,482	21,316	24,718	25,346	22,832	20,859	22,442
富山コシヒカリ付加価値率	157.5%	142.8%	145.9%	154.6%	152.8%	150.1%	155.3%	160.5%	157.7%
集計対象店舗数	393	383	379	370	372	467	449	416	424
									(円/60kg)

出所：(公財)流通経済研究所 NPI Report POSデータ(全国約400店のスーパー・マーケットのデータ)、農林水産省 相対取引価格データ

※福島(会津以外)及び新潟(魚沼以外)については、該当分類の単純平均

※相対取引価格は各年産における玄米60kgの平均価格、店頭価格は翌年1～12月に販売された同銘柄における精米60kgの平均価格

福島県内の小売業者では、震災前は福島県産米が大半を占めていたが、震災直後に福島県産米を確保できなかつたことや様々な新品種が流通するようになったことから、多くの事業者において、震災前よりも福島県産米の割合が減少している。

ヒアリング結果

- 中小規模
小売業者
(福島県内)
- 福島県内の店舗では、福島県産米を多く扱っており、県産米のシェアは約6割。品目は、「コシヒカリ」「ひとめぼれ」「天のつぶ」。その他は、新潟（コシヒカリ）、秋田（あきたこまち）、北海道（きらら397）、山形など（中小規模小売業者（福島県内）
 - 震災前は、当社で販売している米のほとんどが県産米であった。震災後に、一時期県産米を販売できなくなり、販売量確保の必要上、北海道産米などを仕入れるようになった
 - 震災前の約6割の水準まで回復。ただし、大震災前と同水準にまでは回復していないのが実情。理由は、全国各地の様々な銘柄米が市場に出回るようになり、顧客の「銘柄」に対する嗜好性が多様化したことなどが考えられる
 - 福島県産米は、P Bでの取扱いが中心。元々、P Bで「会津コシヒカリ」を取り扱っており、東日本震災後も他県産米に変更しなかつた。現在は、「会津ひとめぼれ」もP Bで取扱いがある（中小規模小売業者（福島県内））
 - 福島県産米の比率は、米の取扱い全体のうち、半分以上を占めている。震災前は年間約6,200万円の取扱いであったが、現在は5,000万円程度。その他の産地は、宮城、秋田、北海道など
 - 震災後、米の取扱いはピーク時（2009年～2010年頃）の約6～7割の水準まで落ち込み、厳しい状況だった。その後徐々に回復し、2017年上半期（4～8月）は、ピーク時の約75%水準に回復
 - 福島県産米の安全性を心配する消費者が離れたまま、戻ってこないことや最近、北海道産米が伸びており、市場構造（全体）が変わってきていることが福島県産米の販売が完全には回復しない背景だと考えられる
 - 福島県産品が約6割。福島の人たちには福島県産米が一番好まれる（中小規模小売業者（福島県内））
 - 米の取扱いは、現在は震災前と同じ水準に回復している。チラシにも、福島県産であることを明記して掲載している
 - 福島県産米の銘柄は、「ひとめぼれ」（会津ひとめぼれ、福島ひとめぼれ）が、最もよく売れており、次に「コシヒカリ」（会津コシヒカリ（無洗米）、福島コシヒカリ）が売れている。その他最近は、「天のつぶ」が好評。その他、「会津 瑞穂黄金」なども扱っている
 - 「弁当」のご飯にも、会津コシヒカリを使用している
 - 震災直後は、「福島ひとめぼれ」が出回らなくなるなど、福島県産米の流通が大幅に落ち込んだ。その時期は、九州産米、北海道産米など様々な産地から米を仕入れて、何とか販売量を確保した

（前頁の続き）

中小規模
小売業者
(福島県内)

ヒアリング結果

- 取り扱っている米の8割が、福島県産米である。銘柄としては「コシヒカリ」と「ひとめぼれ」がメインで、会津、中通り、浜通りすべての商品を取り扱い(中小規模小売業者(福島県内))
 - 現在は、震災前とほぼ同水準に戻っている
 - 震災直後、「福島県産以外で」というニーズがあり、1年くらいは他県産の米を販売した（新潟県産など）。他県産の方が価格は高いものの、安全安心を重視する観点から、他県産を選ぶ人が多かった
 - 食べ慣れた「地元産の米を食べたい」というニーズが強く、顧客（店舗利用者）には、福島県産米が好まれる
 - 地元の大手小売業の動向が、福島での市場売価にある程度影響する（大手小売業以上の(高い)価格は提示できない等）
- 現在、福島県産米の販売状況について、震災直後から1～2年間、店舗利用者（消費者）の「福島県産米」に対する抵抗感・忌避感が非常に強かったことが、ほぼ震災前と変わらない水準に回復している(中小規模小売業者(福島県内))
 - 寿司・弁当用の加工用米も、「会津産コシヒカリ」など会津産米を主として使用している
- 取り扱っている福島県産米は、震災前～現在まで、会津産米が中心である(中小規模小売業者(福島県内))
 - 会津地域のなかでも、産地による「品質の違い」があるため、喜多方、磐梯を中心に、会津の中で更に産地を絞って取り扱っている
 - 主食である米は、消費者の「食味」へのこだわりが強く、継続的に購入して頂くためにも、品質面で「安心して売れるものでなくては」と考えている

首都圏の小売業者では、震災前に福島県産を取り扱っていた事業者の販売棚からも外れ、一部を除き、多くの事業者では福島県産米を定番では取り扱っていない状況。

大規模
小売業者
/
中小規模
小売業者
(首都圏)

ヒアリング結果

- ・ 県外では定番商品で販売されているところが少ない(大規模小売・生産者団体・大手卸)
 - 震災以前から、県外の小売において福島県産米はそもそも棚には少なかった。首都圏では関東産、関西では新潟産・北陸産米等の流通量も多い(全国卸)
 - 震災前は福島県産コシヒカリ・ひとめぼれ・ミルキークイーン等を扱っていたが、震災後扱いを停止し、顧客からの要望がないため、戻すことは検討していない(中小規模小売業者(首都圏))
 - 現在はほぼ取扱いがない状態。震災前には、グロサリー売り場やテナントで入っている米屋で福島県産米は取り扱っていたと思われる(中小規模小売業者(首都圏))
 - 他県産のブランド米も多く見られる中、顧客ニーズが弱い福島県産米が復活して県外の店頭に並ぶことはハードルが高い。一方、産地の分からない業務用米としての取引は当面続くのではないか(全国卸)
 - 小売での品揃えの入れ替えの頻度は高くなく、一度外した商品を棚に戻すことは難しいケースが多い(全国卸)
 - もともと福島県産米はおいしくて価格も手ごろであったが、福島県産品がないときに同様の安い米が色々と入ってきた。他産地の商品が入ってきたことで、品ぞろえの中で福島県産のポジションがなくなった。福島県産米は一度定番から外れて、県内店舗やスポットでの取扱いとなっており、消費者にとってなじみのうすい米となっている。(大規模小売業者)
 - 震災前より定番での取扱いではなく、スポット的に販売する程度であったが、様々な産地の米が市場に出てきており、競合が激しくなっていることから、販売量は約6分の1に減少(大規模小売業者)
 - 西日本・隣接県の栃木・茨城では、消費者が敬遠しているのではなく、流通業者が消費者からの問い合わせを嫌い、取り扱わないケースがある(県内卸)
 - 現在福島県産品に関してクレームを頂くことはないが、購入時に「産地」を気にかけて「同じ価格で同じ品質なら、他県産の米を選ぶ」という人はまだ存在する(大規模小売業者)

（前頁の続き）

大規模
小売業者
/
中小規模
小売業者
(首都圏)

ヒアリング結果

- ただし、安全性を理解している首都圏の小売業者一部が、積極的に福島県産米を扱う事例も見られる
 - 震災前より福島県産ひとめぼれを等PB商品として取扱っており、現在も取扱いを継続。消費者の反応は良く、現在は福島県産米の取扱有無について問い合わせがあるほどの状況(中小規模小売業者(首都圏))
 - 会津産の米は美味しいと評判が高いため、今回もフェアで積極的に取り扱う(中小規模小売業者(首都圏))
- 宅配事業では収穫の数週間前に価格も含めた販売用のカタログを作る。収穫1カ月前に値頃感などを考慮して、おおよその販売価格を決定する。供給量が多いため、不作の際の市場相場を自ら作ってしまう面もある(中小規模小売業者(首都圏))

関西圏の小売業者においては、震災前から福島県産米の取扱いは多くないが、一部の事業者が産地との強い関係性から現在も福島県産を取り扱う事例が見られる状況。

ヒアリング結果

中小規模
小売業者
(関西圏)

- 震災前の主力商品だった特別栽培米の全店における定番での取扱いを平成29年産より再開
(中小規模小売業者(関西圏)、生産者団体)
 - 当該産地を管轄するJAをはじめ、震災前から産地とは積極的に交流し、関西地方の地元卸売業者を経由して仕入れている
 - 店舗を限定したスポットでの販売による消費者の反応の確認や、フェア・セールの実施による喫食機会の提供を繰り返すことで、販売再開を実現
 - 震災前は高価格帯の主力商品であったため、積極的に販売していく予定。消費者からも好意的な反応がある
- 会津産コシヒカリは全量生産者団体から仕入れている。契約圃場があり、生産者とも強固な関係を築いて、福島県産米を扱う米穀専門店のグループとして、使用する米は安定的に供給してもらっている(米穀専門店)
 - 農協は、実際に産地に行って、他の農産物と共に、仕入先を開拓している(全国卸)
- ある小売業者が震災後に会津米の取扱いを開始(生産者団体)
- ある小売業者では、38年間継続している特別栽培米の取引があり、震災後も変わらず継続(生産者団体)
- 震災前は新潟県産米よりも若干だけ価格が下であり、富山県産同様、小売業者向けには使いにくい価格帯であった。食味は良いため、震災前に福島県産の米袋を作り、小売業者向けの販売の開始を決定していたが、震災の影響で中止した(全国卸)
- 一般消費者向け販売量における福島県産の割合は5割程度(米穀専門店)
- 震災直後は、福島県産に対する反応があつたわけではなく、逆に需要があつた。**しかし、震災後も変わらず、福島県産を中心に品ぞろえをしていたところ、2割ほど固定客が離れた(米穀専門店)
 - そのため、他県産のコシヒカリなどを横に並べるようにしたが、今度は客から「福島県産を信用していないのか」という声が上がり、福島県産米に賭けようと決意した。販売する側が弱気になつてはいけないと痛感している
 - 福島県産の割合は一度減ったが、九州産に切り替えた客に対しても「気にしなかつたらこっちがうまい」と勧めているうちに徐々に回復。福島県産であることを気にする人は、一昨年ぐらいまではいたと思うが、徐々に減少し、最近は見かけない
- 福島県産の継続的な取扱いはない。商品の勢力図がすでにできており、固定化しているため、スポットでの取扱いのみ(中小規模小売業者(関西圏))

その他の地域の小売業者においては、震災後、取扱いが減少したが、現在は回復傾向にある。

ヒアリング結果

中小規模 小売業者 (その他)

- ・北海道内においては、小売店がナーバスになっている印象。道産米で十分ではないか、といった認識(地方卸)
- ・震災後、一旦小売店での販売は無くなつたが、徐々に回復傾向。なお、23年産米は業務用が大半であったが、会津コシヒカリだけは北見の小売業者に販売できた（地方卸）
- ・昨年度から、静岡の大手小売の店舗で取扱い開始(生産者団体)

（前頁の続き）

ヒアリング結果

米穀専門店

- ・米穀店(米屋)には、積極的に取り扱う事業者がいる一方、福島県産米の取扱いを中止した事業者も存在する
 - 福島県産米は、震災前にファンが一定数ついていた印象がある
 - 現在は、子育て世帯を中心に買わない層が存在するが、高齢者は気にしない人が多い。今後も、産地から直接仕入れるルートの開拓を進めるなど、積極的に取り扱っていきたい
 - 老舗の米穀専門店の場合、米=新潟という意識があり、品種も重なることから、福島県産は積極的には扱ってこなかった。しかし、福島県のバイヤーツアーに参加し、特定の農場の米の味、今までの実績を評価して導入した
 - 震災前は、インターネット通販で会津コシヒカリを販売しており、リピーターもついていた。しかし、震災後は、産地からの売り込みもあったが、商品が良くても全く売れなくなってしまったので、取り扱っていない
 - ✓ また、震災後、生産者のモチベーションの影響か、米の品質が下がってしまっていると思う

福島県産米は、品質の安定性など、業務用途の条件に合致しており、特に中食業者からの需要が強い。

中食業者

ヒアリング結果

- 業務用としては、外食及び給食・宿泊施設等での需要はあまりなく、大手小売や弁当業者の中食での利用が多い(全国卸)
 - 特に中食事業者からの需要が高い。一度販売契約を結ぶとその後も継続する傾向(全国卸)
 - 大半が大手小売のおにぎりなどの業務用途で使用されている(生産者団体)
- 中食向けに、特に値頃感のある浜通産コシヒカリ及び「天のつぶ」を大量に仕入れたいが、手に入りにくい(全国卸)
 - 業務用は品質の安定性及び大ロットでの調達が求められており、福島県産米はそうした業務用ニーズに合致している(全国卸、商社など複数社)
- 大手小売には、震災前から中食用（おにぎり・弁当）として福島県産米を卸しており、大きなシェアを占めている。また、震災後も使用していることが業界内で知れ渡り、大手小売が使用しているという理由で仕入を始める事業者も存在(全国卸)
- 福島県産米にこだわりを持つ弁当業者が取り扱っており、運営している外食店を含めて福島県産米を利用している(商社)
- 業務用は他県産のコシヒカリやあきたこまちと競合しており、年ごとの状況に応じて量が変わることもある(農協系卸)
 - 他県産とのブレンド米としての利用が中心
- 九州において、会津産コシヒカリを仕入れるドラッグストアがおにぎりなどで使用している(生産者団体)
- 福島県産の使用量、使用比率は震災前を上回っている。特に会津地域は産地と連携して取り組んできたため、積極的に取り扱っている(大手小売 ※中食利用)
 - ボリュームディスカウントや事前契約により割引は多少あるが、相場価格で取引している。
- 震災以前は福島県産米の取扱いがなかったが、震災後取扱いが増加。ブレンド米として主に弁当用に使用(大手小売 ※中食利用)
 - 以前は価格が高くてほとんど扱いがなかったが、震災後価格が下落し、扱いやすくなった
 - 相場に従って仕入れており、今はむしろ安くないという印象。
- 現時点では福島県産米の取扱いがないが、今後の取扱いを社内で検討中(大手小売 ※中食利用)
- 現在の選定条件は、食味と価格である。おにぎりの売価から米の仕入希望価格を逆算している。その中で、卸売業者からの提案をうけ、平成28年に初めて福島県産コシヒカリをブレンド米の1品種として使用(大手小売 ※中食利用)

福島県産米は、外食向けとしては現在の価格が高いため、取り扱わない事業者も存在。また、加工用途として一部の事業者が使用し、福島県産として販売している事例も存在。

ヒアリング結果

外食業者

- 外食は価格が決め手になるケースが多く、福島県産米は外食向けにはやや高いため、販売に至っていない(商社)
 - 今年の3月まで福島県産のひとめぼれを50%ブレンドして使用していたが、今年度は福島県産の米の価格が上がりつたため、青森県産に変更した(外食業者)
 - ある外食チェーンにとっては、福島県産米は高単価であり、輸入米含めて使用しているため、現在は取引はない(全国卸)
 - 震災後、取引先の米卸に「産地にこだわらない」と伝えた上で、福島県産のコシヒカリを使っていたが、福島県産よりも低価格な米があるため、現在はそこまで多く使っていない(外食業者)
- 外食産業では福島県産米と銘打っている業者も少数ではあるが存在している(生産者団体)
- テナント商業施設のレストラン街で提供されるライスを「天のつぶ」にするイベントを開催した際には、レストラン側も対応は様々で、補助金が出るため無料で配布できるといつても採用したくないという店舗もあった(テナント商業施設)
 - 店舗側は、「なぜ福島県産を使っているのか？」と言わされた時の返し言葉を持っていないため、怖がっている

加工業者

- 自社ブランドの商品(包装米飯)には、震災前から福島県産米は使用していないが、福島県産を謳うPB商品を震災前から製造(加工業者)
 - 震災前から、福島県産を前面に打ち出した商品を希望するのは、当該商品要望企業だけと聞いている。ただし、当社の調達スタッフを始め、米を取り扱う者からすると、福島県産の米は高品質で美味しい、値段も良いという評価である
- 自社商品としても、PB商品としても包装米飯用に福島県産コシヒカリを使用している(加工業者)
 - 自社商品としては、震災前は会津産コシヒカリと福島県産コシヒカリの銘柄を謳った商品が存在したが、ブレンド米の包装米飯が中心となっていることや一部小売業者の取扱いが無くなったり、現在は会津産コシヒカリのみとなっている
 - 現在の取扱量は、その年の販売価格が仕入基準に合致するかどうかで変動している
- 「焼きおにぎり」・「ピラフ」等を製造する冷凍食品メーカーで福島県産米の使用を敬遠しているケースがある(全国卸)
 - 不特定多数の消費者に流通する商品特性があるため、問い合わせ等のリスクを避けている模様

福島県内の学校給食においては、震災後福島県産米の取扱いが減少。各市町村で他産地米が使用される事例が見られたが、徐々に地元産米の利用が再開されてきている。

ヒアリング結果

給食業者

- ・ 学校給食向けの米を供給。取扱量について、震災前は1,600トンであったが、震災後は1,300トン程度に減少した。減少の理由は、児童数の減少である(福島県内業界団体)
- ・ 学校給食向けの米について、震災前は、各市町村とも、その市町村内で生産された米を使用していた。震災後、平成22年産米が流通していた平成23年秋までは県産米を使用していたが、震災後に生産された平成23年産米が流通する時期から、他県産米にしてほしいという指定が入るようになった(福島県内業界団体)
 - そのため、北海道、青森県、新潟県、埼玉県など、調達ルートの存在する産地中から出来る限り原発から離れており、輸送費が高くない産地の米を使用していた
 - 平成24年産米が流通する時期から、各市町村産の米を提供できる体制が順次整った。平成24年から会津で、平成25年から中通りで、平成28年から浜通りで地元産米の利用が再開された
 - 平成29年に南相馬市が2017年に北海道産から福島県産（ただし、南相馬産ではなく会津産）に切り替えたことで、手配を行っている県内の全自治体において県産米の使用が再開された。なお、南相馬市においても、南相馬市産の米の使用が計画されている

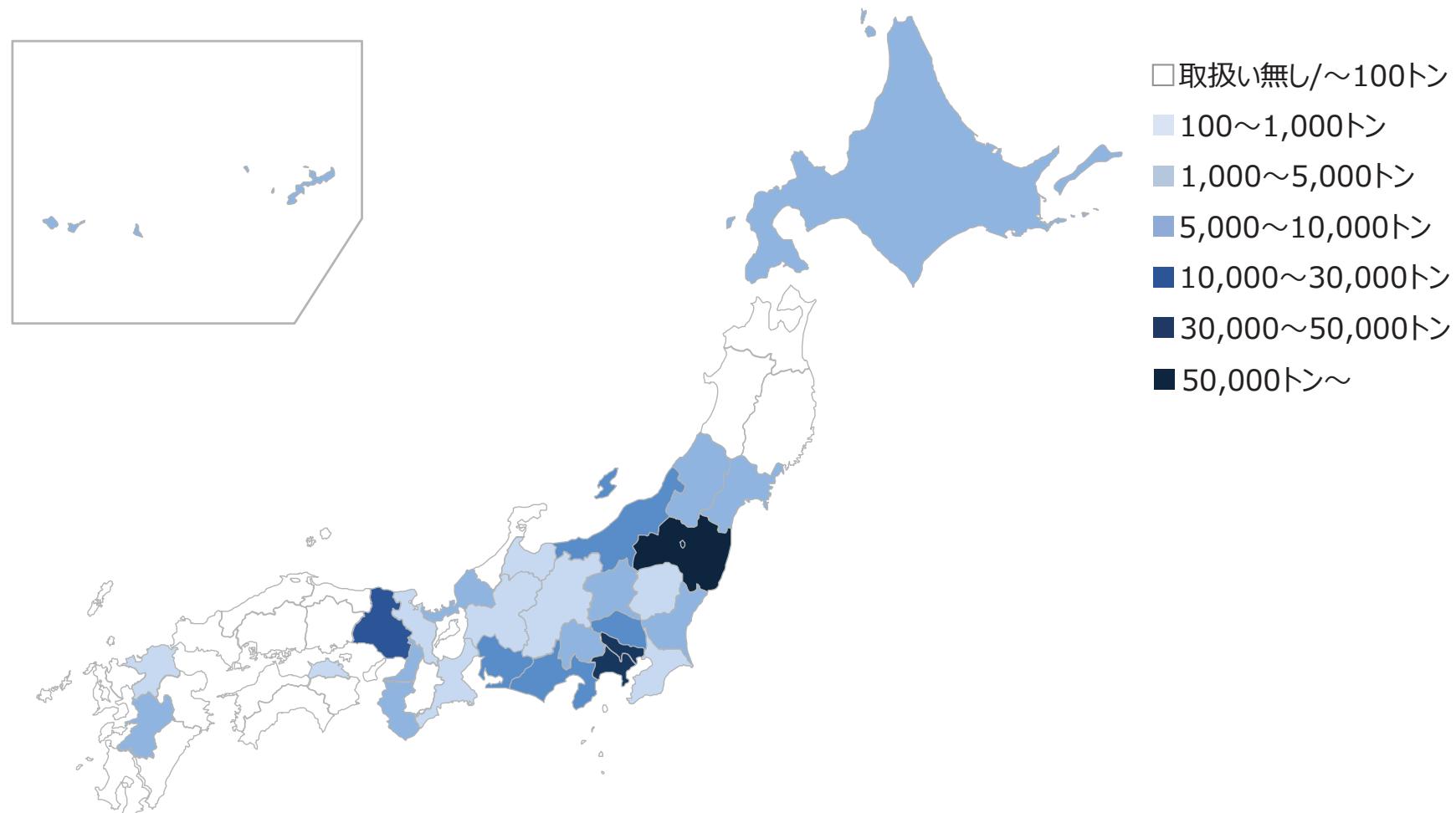
4. 流通状況の変化

福島県産米を取り扱う米穀販売業者の全体像

	米穀取扱規模(全体)	主な仕入先	主な販売先	特徴
大規模	全国卸	<ul style="list-style-type: none"> ・10~50万トン(10社) ・5~10万トン(10社) 	<ul style="list-style-type: none"> ・全農 ・JA ・卸売業者 	<ul style="list-style-type: none"> ・大手小売業者 ・大手中食・外食 ・卸売業者 ・加工業者
	農協系卸	・1~30万トン	<ul style="list-style-type: none"> ・全農が大半 ・JA 	<ul style="list-style-type: none"> ・中堅/地元小売業者 ・生協・給食 ・地元中食・外食
	商社	・5~10万トン	<ul style="list-style-type: none"> ・全農 ・JA ・卸売業者 	<ul style="list-style-type: none"> ・グループ内企業 ・中堅~大手中食・外食
	商社系卸	・5~10万トン	<ul style="list-style-type: none"> ・全農 ・JA 	<ul style="list-style-type: none"> ・大手小売業者 ・中堅~大手中食・外食
中規模	県内卸 (全集連系)	・5000~数万トン	<ul style="list-style-type: none"> ・生産者 ・集荷業者 	<ul style="list-style-type: none"> ・地元小売業者 ・消費地卸売業者
	県内卸 (その他)	・5000~数万トン	<ul style="list-style-type: none"> ・生産者 ・全農 ・集荷業者 ・提携/系列卸売業者 	<ul style="list-style-type: none"> ・消費地実需 ・地元 ・系列卸売業者
	県外地域卸	・1~5万トン	<ul style="list-style-type: none"> ・全農 ・卸売業者 	<ul style="list-style-type: none"> ・地元小売業者 ・米穀小売店
小規模	集荷業者	・~1万トン	・生産者	・卸売業者
	米穀店	・~1万トン	・卸売業者	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者 ・地元の個店・外食

卸売業者における福島県産米の流通は、東日本(特に首都圏・福島県)及び関西圏を中心だが、北海道から九州・沖縄まで、全国的に取り扱われている。

都道府県別米穀卸売業者の福島県産米仕入量(28年産米)



出所：農林水産省「米穀の取引に関する報告」を元にアクセント作成

注：年間4000 t 以上を仕入れる販売業者の数値。生産者からの仕入分を除いた分で集計。

卸売業者における福島県産米の取扱状況

卸売業者における福島県産米の引受地(工場・倉庫所在地)は、震災前は全国に拡散。平成23年産以降、福島県内・大消費地に集中する傾向が強まっていたが、平成28年産では再び全国的に拡散している。

卸売業者の引受先推移(年間50,000トン以上を取り扱う卸売業者仕入分)

H20年産



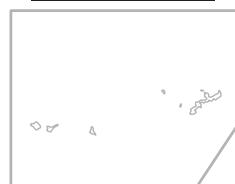
H26年産



H23年産



H28年産



- 取扱い無し
- ～100トン
- ～1,000トン
- ～10,000トン
- ～30,000トン
- 30,000トン～

会津産コシヒカリを取り扱う卸売業者数は、震災後約3割減少。現在、大規模に取り扱う卸売業者は首都圏に多い。

会津産コシヒカリを取り扱う卸売業者数(規模別、地域別)

地域	取扱数量	H20産	H21産	H22産	H23産	H24産	H25産	H26産	H27産	H28産
北海道	~1000トン			1						
	~100トン	21	24	12	1	1				
	~10トン	16	12	5		1				
首都圏	~10000トン	6	9	4	4	3	8	7	2	5
	~1000トン	24	19	22	21	20	20	14	23	18
	~100トン	83	64	58	58	66	78	73	83	85
	~10トン	9	18	27	10	15	12	20	18	17
関東	~100トン	3		2	1			1		
	~10トン	13	7	7	3	2	9	4	7	4
東海	~1000トン	6	10	14	11	17	10	5	3	1
	~100トン	11	12	26	19	23	36	58	46	33
	~10トン		4	9	3	4	5	8	8	12
北陸	~1000トン	4		1	4	1			1	
	~100トン	24	41	37	30	27	28	26	19	16
	~10トン	13	8	30	13	24	11	6	6	7
近畿	~10000トン				1	1				
	~1000トン	14	30	11	15	14	8	3	2	5
	~100トン	43	58	88	63	42	46	47	50	42
	~10トン	35	29	44	36	53	39	28	28	33
中国・四国	~100トン	5	3	1						
	~10トン	4	6	8						
九州	~100トン					12	11	11		
	~10トン					9	5	9		
合計		334	354	407	292	314	311	321	312	298

出所：農林水産省「米穀の取引に関する報告」を元にアクセント作成

注：年間4,000t以上を仕入れる販売業者の数値。

中通産コシヒカリを取り扱う卸売業者数は、震災後約4割減少。現在、首都圏、近畿の消費圏で大規模に取り扱う卸売業者が多い。

中通産コシヒカリを取り扱う卸売業者数(規模別、地域別)

地域	取扱数量	H20産	H21産	H22産	H23産	H24産	H25産	H26産	H27産	H28産
北海道	~10000トン	1								
	~1000トン	1	4	2	2	2			2	
	~100トン	35	42	25	17	11			2	
	~10トン	23	20	25	12	14				
首都圏	~10000トン	1	2	1	2	4	2	4	4	5
	~1000トン	16	11	15	17	28	16	27	19	27
	~100トン	73	73	90	60	59	57	61	73	66
	~10トン	17	14	39	17	16	18	18	6	18
	10000トン~								1	
関東	~1000トン	1			2					
	~100トン	8		1	3	5		4	2	
	~10トン					1				
東海	~10000トン		1							
	~1000トン	5	14	19	10	5	1	1	2	
	~100トン	39	25	34	21	16	17	26	30	13
	~10トン	3	5	15	3		4	1	7	2
北陸	~1000トン	3	7	6	12	17	11	15	6	5
	~100トン	34	34	36	28	41	34	38	27	33
	~10トン	6	7	24	3	12	8	7	17	6
近畿	~10000トン	1	1	2	3	3	2	3	2	
	~1000トン	24	48	26	12	33	23	19	12	11
	~100トン	61	54	90	67	72	60	70	92	57
	~10トン	16	24	40	4	9	9	7	23	26
中国・四国	~1000トン	3								
	~100トン	21	14	1				3	1	
	~10トン	2	3	2					1	
合計		394	403	493	295	348	262	302	327	273

出所：農林水産省「米穀の取引に関する報告」を元にアクセント作成

注：年間4,000t以上を仕入れる販売業者の数値。

浜通産コシヒカリを取り扱う卸売業者数は、震災後大幅に減少し、現在震災前の約1割となつた。

浜通産コシヒカリを取り扱う卸売業者数(規模別、地域別)

地域	取扱数量	H20産	H21産	H22産	H23産	H24産	H25産	H26産	H27産	H28産
北海道	~1000トン	1								
	~100トン	2	4	2						
	~10トン	1	2	3						
首都圏	~10000トン	2	2	1		1		1	1	2
	~1000トン	4	1	2	5	6		2	3	
	~100トン	14	16	16	10	10	1	24	12	5
	~10トン	2	3	4	1			2	1	
東海	~1000トン		4	4						
	~100トン	5	2	12		2	1	8		1
	~10トン		2	3	1	6			1	
北陸	~1000トン	2	3		1					
	~100トン	7	12	16	5	4	9	6		
	~10トン	2	2	7	3	2			1	
近畿	~10000トン	1	2	1		1		1		
	~1000トン	9	6	3	2	3	2	2	1	3
	~100トン	23	39	21	10	6	3	3	5	
	~10トン	7	2	3	2	1	2	1		
中国・四国	~100トン		1	6						
	~10トン			2						
合計		82	103	106	40	42	18	52	23	11

出所：農林水産省「米穀の取引に関する報告」を元にアクセント作成

注：年間4,000t以上を仕入れる販売業者の数値。

福島県産ひとめぼれを取り扱う卸売業者数は、震災後約4割減少。現在、首都圏、近畿の消費圏では大規模に取り扱う卸売業者が多い。

福島県産ひとめぼれを取り扱う卸売業者数(規模別、地域別)

地域	取扱数量	H20産	H21産	H22産	H23産	H24産	H25産	H26産	H27産	H28産
北海道	~1000トン	2		1	1	1				
	~100トン	23	26	22	8	10				3
	~10トン	6	10	8	1	7				
首都圏	~10000トン	2	3	2	2	2	4	4	5	4
	~1000トン	26	21	12	7	15	9	20	17	15
	~100トン	58	58	49	69	48	69	69	62	65
	~10トン	17	15	25	21	23	12	9	8	8
関東	~1000トン					2				
	~100トン	11	6	2	4	18				
	~10トン			1						
東海	~1000トン		7	9	1	1			1	1
	~100トン	20	21	29	19	30	26	17	17	19
	~10トン	2	1	7	1	8	5	12	3	8
北陸	~1000トン	3	7	8	7	4	3	1	1	
	~100トン	35	28	33	34	43	42	39	36	28
	~10トン	11	7	24	8	24	4	20	9	8
近畿	~10000トン	2	5	3		1		1	2	
	~1000トン	10	16	6	19	11	20	11	7	9
	~100トン	46	48	69	61	43	53	55	63	53
	~10トン	17	17	39	10	23	28	16	17	5
中国・四国	~100トン	5	5	3						
	~10トン	4	1	3						
合計		300	302	355	273	314	275	274	248	226

出所：農林水産省「米穀の取引に関する報告」を元にアクセント作成

注：年間4,000t以上を仕入れる販売業者の数値。

福島県産天のつぶを取り扱う卸売業者数は、浜通コシヒカリを除く他の福島県産の銘柄より少なく、取扱数量も小規模にとどまっている。

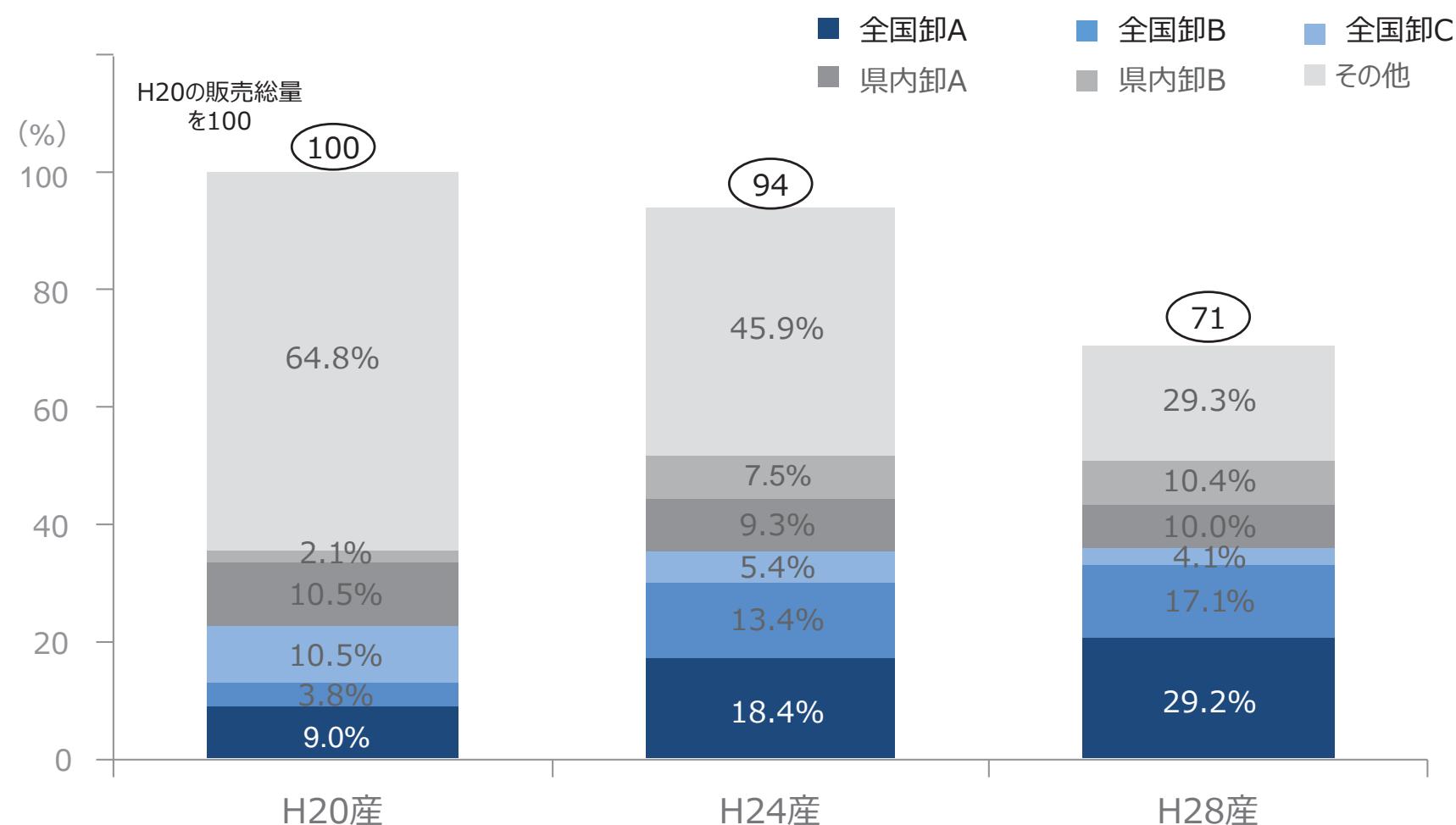
福島県産天のつぶを取り扱う卸売業者数(規模別、地域別)

地域	取扱数量	H20産	H21産	H22産	H23産	H24産	H25産	H26産	H27産	H28産
北海道	~100トン									1
	~10トン									1
首都圏	~1000トン							2	3	
	~100トン							4	4	
	~10トン									2
東海	~100トン							1	3	
	~10トン							3	6	
北陸	~100トン							7	7	
	~10トン							19	18	
近畿	~1000トン							1	1	
	~100トン							9	8	
	~10トン							7	4	
合計							53	58		

出所：農林水産省「米穀の取引に関する報告」を元にアクセント作成
注：年間4,000t以上を仕入れる販売業者の数値。

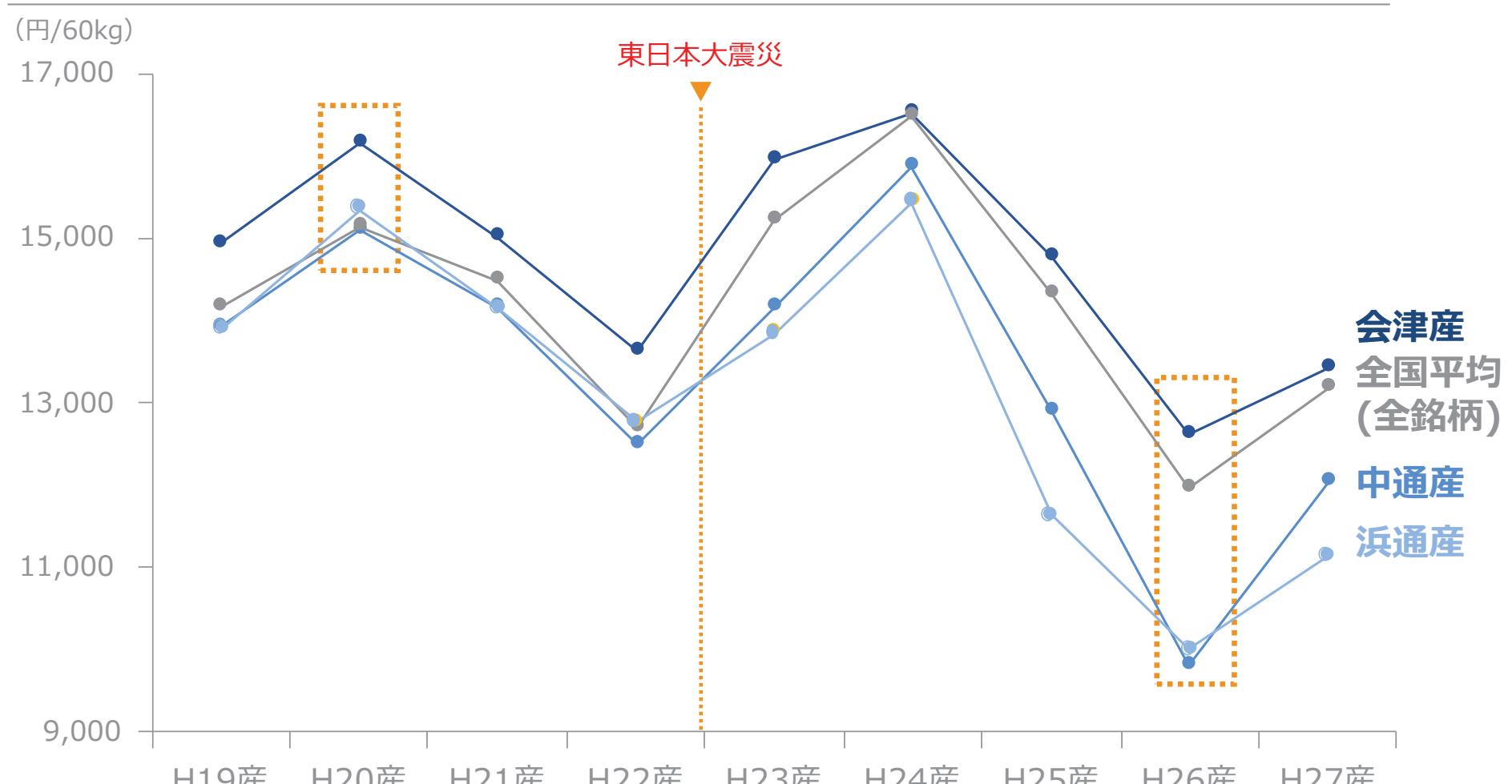
JA全農福島の出荷については、全国卸を中心に取引が集中し、取引量上位企業への出荷割合が大幅に増加している。

主要卸売業者への販売量推移

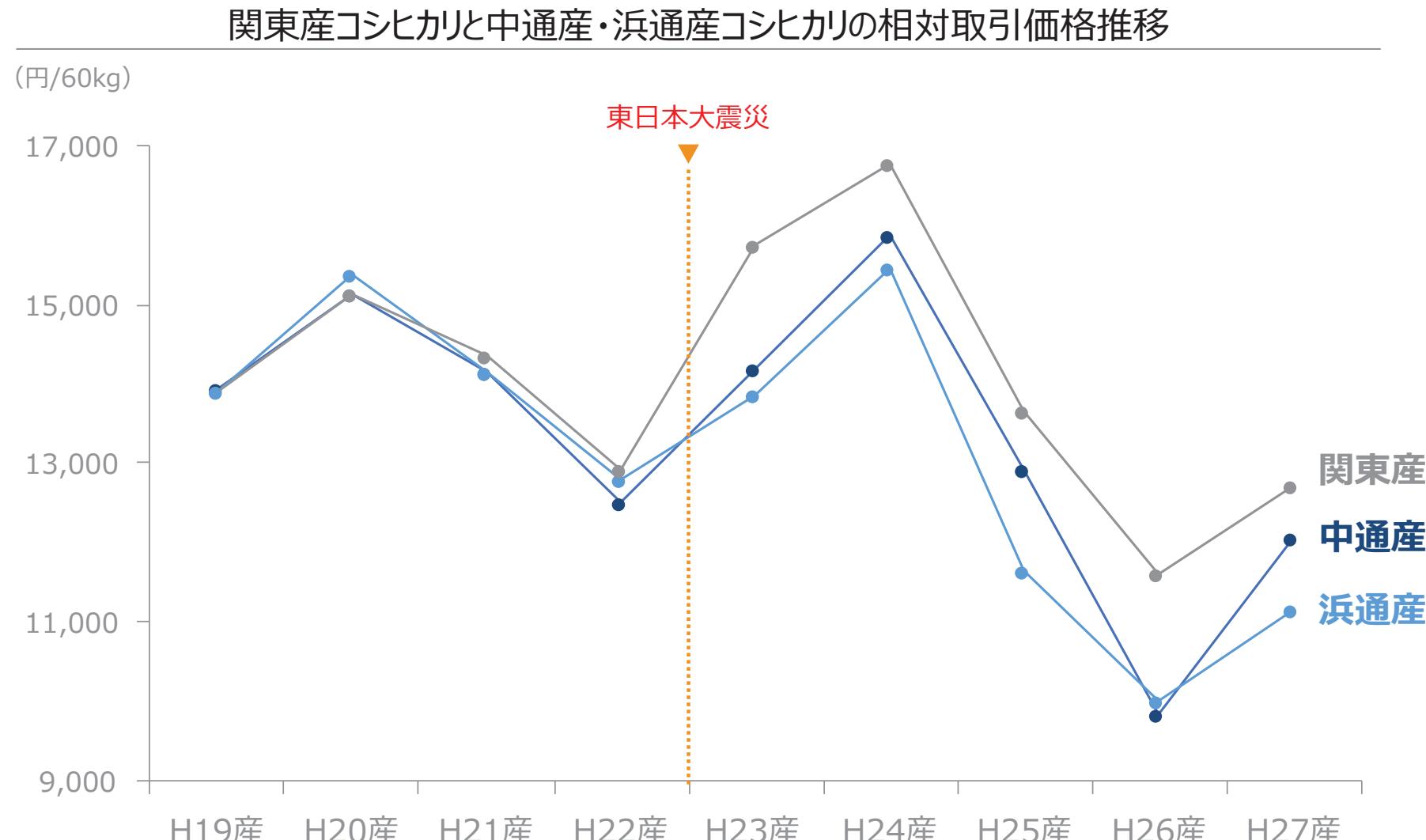


会津・中通・浜通産コシヒカリと全国平均との価格差は、震災前は同程度に推移していたが、震災後は相対取引価格が下落する際に、中通・浜通産と全国平均との差が開きやすい傾向。

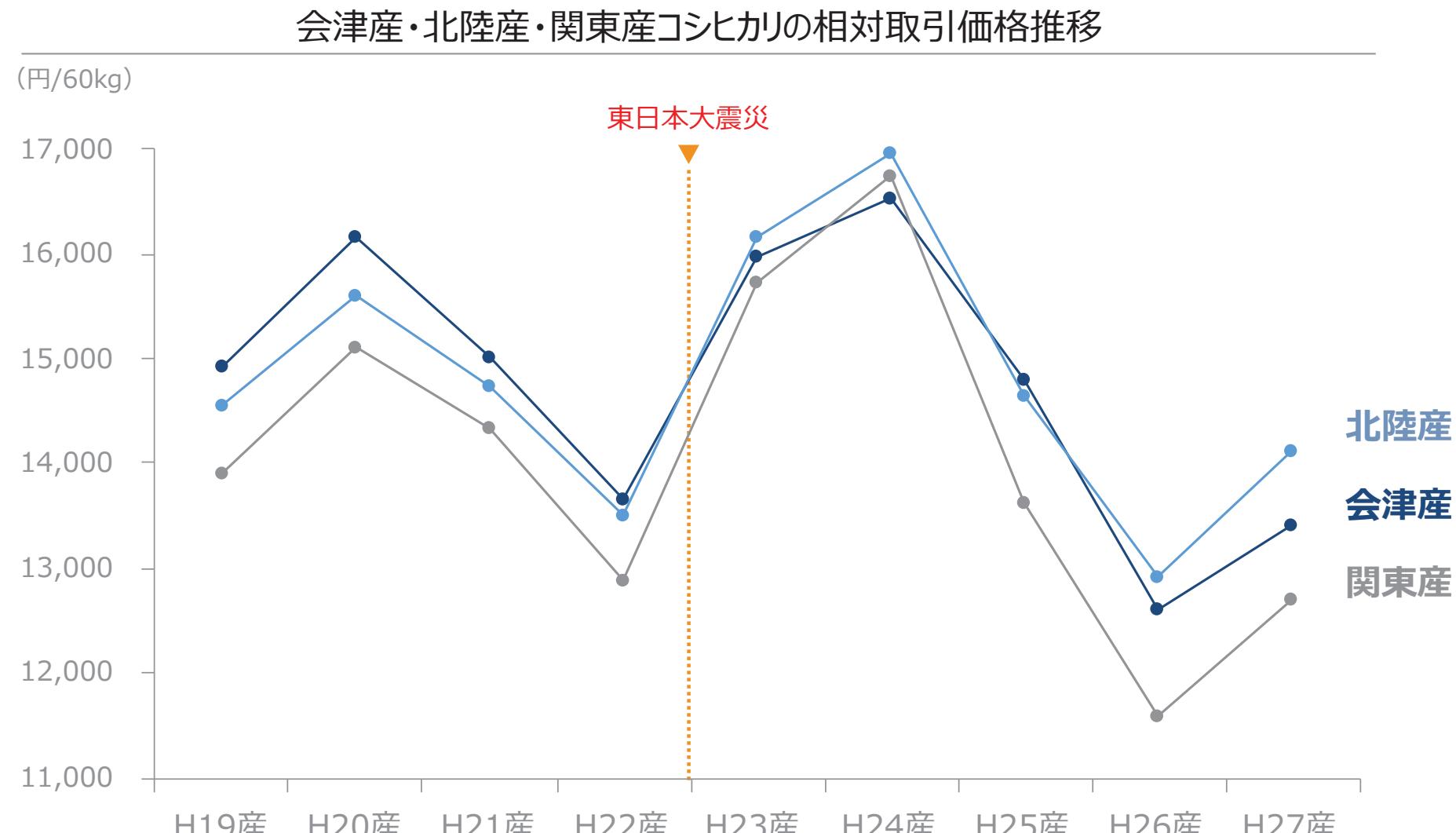
会津・中通・浜通産コシヒカリと全国平均の相対取引価格推移



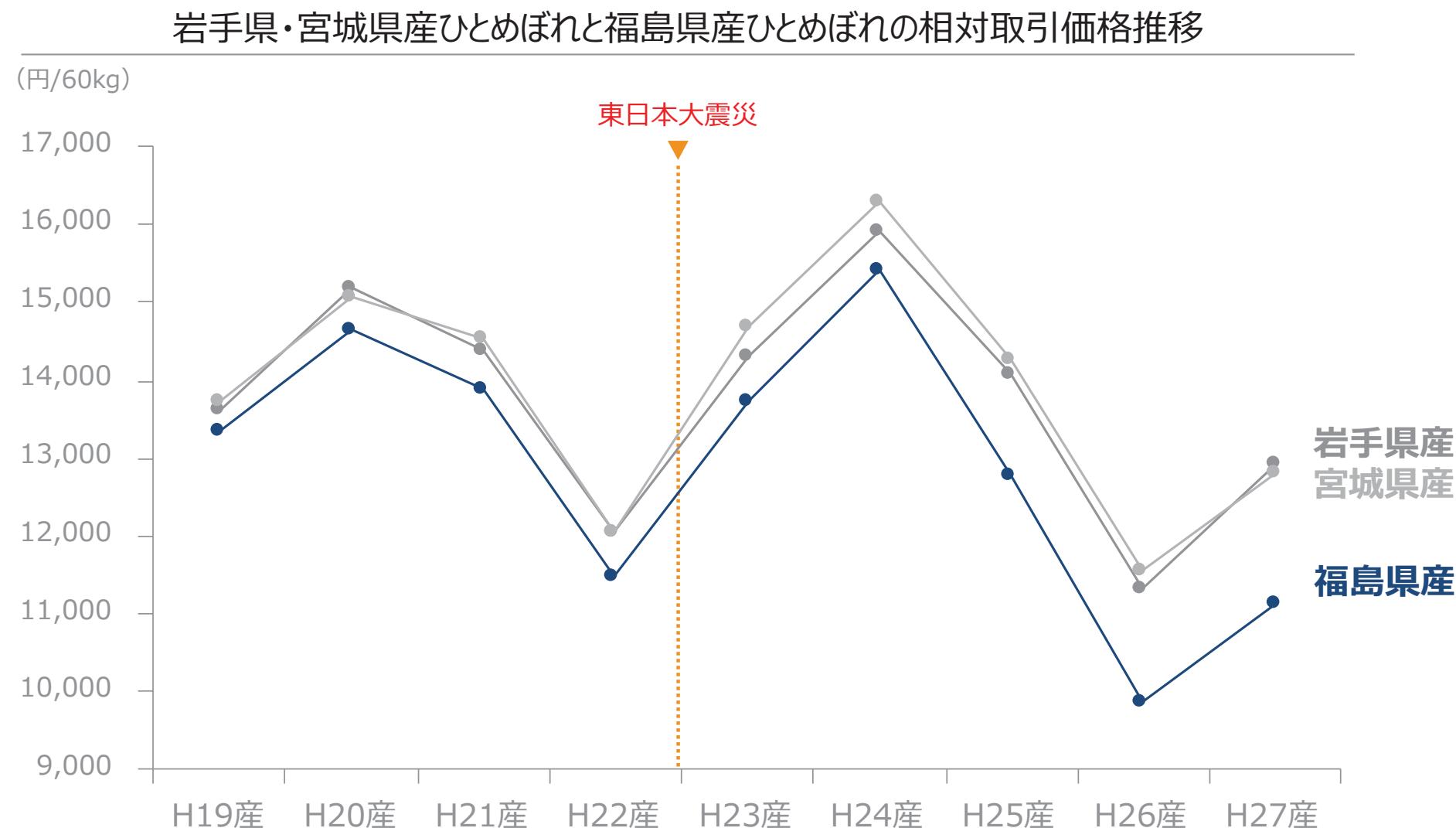
中通産・浜通産コシヒカリは、震災前は関東産コシヒカリの価格と同程度であったが、震災後、価格差が広がり、その状況が継続している。



会津産コシヒカリは、震災後北陸産コシヒカリと価格的地位が逆転し、関東産と北陸産の中間的な位置づけとなつた。



ひとめぼれは、震災前から福島県産は宮城県産・岩手県産と比べると価格が低かったが、震災後に価格差は拡大傾向にある。



取扱量を減らす卸売業者が多い中、福島県産米を多く扱う事業者も存在。銘柄は、会津/中通産コシヒカリ・ひとめぼれが多く、浜通産コシヒカリ・天のつぶは取扱いが少ない。



大手全国/
農協系
卸売業者

- 取扱量・震災後の変化
- 震災前から福島県産米に力を入れる2社は、震災後においても取扱量を増加・維持している
 - 震災前年に複数年契約を結んだことで取扱量が増え、以降、年々増加。背景としては、産地との信頼関係と全量全袋検査による安全性の担保が挙げられる
 - 福島県に思い入れがあるため、福島県産米を積極的に取り扱ってきた
 - 大手米卸の多くは、震災直後に取扱量が減少し、現在は回復基調
 - 平成23年産米では取扱量が半減。その後回復傾向にあるが、震災前の水準には至っていない
 - 震災の影響により震災直後には減少したが、現在は徐々に回復し、量を伸ばしている

- 福島県産は米の取扱総量の10%程度で継続的に推移
 - 震災直後は産地側の出荷量減少もあり、取扱量が減少したが、同程度の量を確保するように努力している
 - 会社として復興支援に対して想いがあり、買い続けている
 - 供給不足により、取扱量はやや減少傾向。そのため、できる限り量を確保できるように仕入先を広げるなどの対策を実施
- 福島県産米の扱いは、全体の1%以下に留まる。調達ルートが確保できず、実需者に提案するための物量を確保できていない
- 震災とは関係なく、米の需給・全国的な生産動向の影響により、年ごとの変動が激しい

取扱銘柄・産地等

- 福島県産米の銘柄としては、コシヒカリを共通で取り扱っており、ひとめぼれを取り扱う事業者も存在
- コシヒカリの産地としては、各社で取扱いが多い産地が異なるが、全体としては中通産・会津産が中心
 - 浜通産が多い事業者も一部存在(商社系卸)
- 値頃感のある天のつぶの業務用需要が強いが、供給が追いついておらず、一部の業者による取扱いに留まっている
- コシヒカリが8割程度、残りはひとめぼれ
 - コシヒカリは、中通産が圧倒的に多く、8割以上
 - 浜通産は未だに実需に敬遠されている
 - 平成28年以降、米不足から浜通産でもよいという実需者も増えたが、以前は拒否反応が強かった
- 取扱銘柄はコシヒカリのみ。価格的な問題から、産地としては浜通・中通産の取扱いが多い
- 商社は各社とも天のつぶは現在はほとんど扱いがない
- 業務用として天のつぶの取扱いもあり、里山のつぶも取り扱う予定

福島県内・関西圏の卸売業者のいずれも、震災後取扱量は減少傾向。銘柄は、会津/中通産コシヒカリ・ひとめぼれが多く、浜通産コシヒカリ・天のつぶは取扱いが少ない。

福島県内 卸売業者

関西 卸売業者

その他 卸売業者

取扱量・震災後の変化

- ・県内卸の多くは、震災後に福島県産米の取扱量が減少し、震災前の水準に回復していない点で共通
 - 福島県産米の比率は減少。23年産で激減した後、24～26年産は徐々に回復、現在は震災前の85%程度
 - 震災前は福島県産米のみの取扱いであったが、震災後に他産地からの仕入も行った。その名残で青森、秋田からの仕入は継続しており、完全には回復していない
 - 仕入量全体は震災前よりも、減少している
- ・高付加価値の契約栽培米を販売する米問屋では、売上としては、平成23年末から大きく下がり始め、平成26年には仕入量が震災前の1/3となったが、近年は回復傾向

- ・全農取扱量の1～2割が関西に流通している(県内卸)
- ・震災前は玄米販売していたが、震災後は玄米販売は行っておらず、精米を地元米穀店向けに集荷業者からのみ仕入れている(全国卸)
- ・震災直後、安全性が担保された後は安値であり、関西に流通(全国卸)
- ・関西地方や名古屋との取引は、震災直後には一時期取引が中断した時期があったが、震災後も取引は続いた(生産者団体)
- ・関西で福島県産米の需要が高いのは和歌山県である(全国卸)

- ・応援需要が減った後、平成25年には取引量が震災前の1/20まで下落したが、現在は4割程度まで取扱量が回復(地方卸)

取扱銘柄・産地等

- ・取り扱う銘柄についてはコシヒカリ・ひとめぼれが中心
 - 小売業者では、ひとめぼれの方が価格が安いため、特売用として需要が高い
- ・天のつぶは多くの米卸において需要があるが、飼料用米、備蓄用米に回されることが多く、仕入ができない
 - 業務用として大ロット出荷ができない
- ・会津地方で特別な肥料を使って栽培した契約栽培米を取り扱っている
- ・取扱銘柄は、会津産コシヒカリが大半で、その他中通産コシヒカリ、天のつぶ、ミルキークイーンなど(全国卸)
- ・かつては玄米販売用に浜通りコシヒカリなども取り扱っていた(全国卸)
- ・取扱銘柄は会津産コシヒカリ、ひとめぼれ、中通りコシヒカリで、いずれも特定の関西の卸売業者経由で仕入(米穀専門店)

- ・取り扱う福島県産米は、コシヒカリとひとめぼれが中心(地方卸)

大手卸売業者は業務用途、特に中食業者への販売が多い。販売先エリアは関東圏を中心であるが、全国チェーンへの販売も存在し、全国に流通している可能性もある。



大手全国
卸売業者

販売先業種・震災後の変化	販売先エリア
<ul style="list-style-type: none">• 首都圏を中心に広範囲に出荷する大手米卸は、震災前から業務用としての出荷が多く、小売用は少ない傾向にあったが、震災を機にその傾向が強まった<ul style="list-style-type: none">➤ 福島県産米のうち、95%が業務用。小売用は関東・関西共震災前から少ない➤ 加工・外食事業者にとっては、震災後の福島県産米は値頃感があり、品質が高く、需要が高い。一度販売契約を結ぶと、その後も継続する傾向がある➤ 食味に比べて価格が安いため、中食・外食等の業務用向けに引合いが強く、特にブレンド用のとしての「食味を向上させる米」としての需要が高まっている。➤ 震災後、福島県産米の価格が下がり、業務用として使用可能な価格帯となった➤ 小売業者ではスポットで特売されることはあるが、なかなか定番には入らない。一方で業務用には福島県産が浸透しており、震災の影響は少ない(商社系卸)➤ 棚に並べる米を変えるのは、物量確保ができなくなったとき等であり、既に埋まっている棚は特徴がある新品種等でない限り変えることは難しい。特に関東にはコシヒカリは、福島県産コシヒカリと同等の関東産コシヒカリがあるため、棚に並べる必要がない• 小売用と業務用の比率が大きく変化していない事業者も存在(農協系卸)• 業務用としては、中食用が多く、外食用は少ない<ul style="list-style-type: none">➤ 全国チェーンの顧客が中心で、大手小売、弁当チェーン等での中食利用が多い➤ 外食は回転寿司、牛丼屋で使用される程度だが、輸入米を使用する牛丼チェーンもあり、取扱いは減っている	<ul style="list-style-type: none">• 業務用かつ全国展開する大手チェーンの加工ベンダー等が中心であり、首都圏が出荷先の中心<ul style="list-style-type: none">➤ ただし、最終的に消費されている地域と必ずしも紐づいていない可能性がある➤ 精米工場が関東にあるので、関東圏への出荷が中心(商社系卸)• 大手米卸の中には福島県内に精米を販売する企業もあり、福島県内への出荷分の半分以上が小売用

福島県内卸売業者には、精米より玄米を多く販売する事例も存在。大手卸売業者に比べて小売への販売の割合が高い。

	販売先業種・震災後の変化	販売先エリア
福島県内 卸売業者	<ul style="list-style-type: none">・県内の米卸は、精米だけでなく、<u>玄米としての販売量も多い</u>点が特徴<ul style="list-style-type: none">➢ 販売額としては、精米よりも玄米での販売が多い➢ 他の米卸向けではなく、店頭精米する小売向けに販売・販売先の業種では、<u>大手米卸と比較すると、小売への販売割合が高い</u><ul style="list-style-type: none">➢ 震災前は業務用と小売用の比率が6:4程度だったが、現在は7:3程度➢ 原発事故だけでなく、ドラッグストア、コンビニ、大手のスーパーなどの進出により、販売先の地元の小売業者の力が弱くなっていることも要因➢ 小売向け玄米販売に関しては、震災後、需要が戻ってきていない。他の産地の米が一回入ってしまうと、回復が難しい➢ 県外小売業者は福島県産米が無くても、棚を埋められるため、置く必要もない。・福島県内の小売業者では、福島県産と新潟県産が棚に並んでいたが、震災後にななつぼし・ゆめぴりか、あきたこまち(秋田県産)、つや姫(山形県産)等が棚に並ぶようになった・業務用としては、<u>外食用は今はあまりなく、中食用が多い</u>・販売先は、米にこだわる事業者を含め<u>外食事業者が7~8割</u>と大半で、多くが首都圏	<ul style="list-style-type: none">・震災前は、東北・北関東の各県の小売業者向けに福島県産米を販売し、棚に並んでいたが、震災後はなくなり、今も全く回復していない・現在は東京、埼玉、神奈川を中心に首都圏が多く、7割程度で、残り3割は地元利用
商社系 卸売業者	<ul style="list-style-type: none">・固定の販売先は、<u>福島県産米にこだわりを持つ特定の中食業者</u>のみ<ul style="list-style-type: none">➢ 運営している外食店含めて福島県産米を使用している・福島県産米は<u>全量業務用</u>として販売。業務用であれば、福島の名前が出ないから使うことができているのが実態	<ul style="list-style-type: none">・全国展開する大手チェーンが多いため、出荷先企業は首都圏が中心だが、全国で使用されていると考えられる
その他 卸売業者	<ul style="list-style-type: none">・販売先は、<u>業務用と小売用の両方</u>。業務用では、一部大手小売向けもあった。震災後、一旦小売での販売は無くなったが、徐々に回復傾向（地方卸）	<ul style="list-style-type: none">・北海道内での販売が中心（地方卸）

需給が締まっている中、大量仕入により仕入価格が下がる事例や値引き交渉できる事例は少ない。また、取引価格に関する情報は出回っており、特定の事業者が安く購入する事例はない。

仕入価格・震災後の変化

大手全国 卸売業者 /商社

- ・供給が不安定なため、大量仕入はスケールデメリットが働き、却って高値で仕入れることになる
- ・系統仕入では、長期的な取引で、保管も含めた共同計算により支払いを行う。また、全農から提示される相対価格では、産地により基準値が設けられている
- ・川上との取引になるほど、「即取」（取引を決めて、すぐに支払い）が多い。保管コストが加算されるため、引き取り時期により、価格が変動する
- ・相場の情報も毎日出回っており、それを見て卸売業者も取引を行っているため、特定の事業者のみ安価で購入することはない
- ・卸問取引では、当方が買いたい場合は、当方側から、業者が売りたいときには業者側が価格の提案を行う
- ・仕入時の価格交渉の際には、産地側から価格を提示されることが多い。供給が多い時には購入する側にも価格交渉の余地があるが、昨年や今年のように供給が少ない場合には、販売側の言い値で取引することが多い

（前頁の続き）

仕入価格・震災後の変化

卸売業者
(県内)

- 全国的に主食用の作付を減らす流れになっているため、供給が少なくなり、全体的に米価が高くなっている。そのため、少しでも安い福島県産米の人気が上がり、価格が上昇している
- 米は年に1度、一定時期にしか収穫されないため、各事業者が保有している米をどのタイミングで出すかの駆け引きにより価格が変化する。1年分の米を仕入れられる事業者はいないため、駆け引きになる
- 取引価格などの情報は事業者間で筒抜けになっており、自然と各業者間で近い価格での取引となる。業界内の情報のやり取りの中で、空気感が決まっていき、価格が決まる。大手実需者が大量に高値で買ったなどという情報が出た場合には相場が大きく影響される
- 指標の一つとして、農産情報がある、高くなっているときはそれがほんの一部であったとしても影響される
- 作況、全農の買取制度、収穫前契約などの情報等から、その年の雰囲気・相場感がわかる
- 仕入価格の決定権については、現状は供給不足であるためJA側が強い。JAは生産者団体でもあるため、組織として博打ができないこともあり、純粋にその年の収穫量や市場価格にあわせて出荷額を決める傾向にある
- 付近には集荷業者も多く、自社集荷分で量を確保しようと思うと、高値の販売金額を提示しないと集荷できない。直近1、2年、特に中通りではその傾向が顕著である
- JAが提示する概算金よりも500～1,000円程度上乗せした額を提示する。販売時には、相対基準価格以下で販売するため、概算金以上、相対基準価格以下の額で集荷している
- JAの買取価格の決定要因は、「他地域(全国)の状況」「前年度産の販売状況・在庫」「ブランド力」である
- JAの概算金の変動幅は、業界関係者は例年の動きなどから感覚として把握しうる。JAの影響は大きいが、JAのみですべてを決めるわけではなく、相場感を軸に決定していく
- 米卸間のつながりは強い。不足分を他の卸売業者から仕入れることもあるため、お互い在庫状況等は把握している。つながりが密接であるため、同等の米であれば、特定の事業者が高く売ることはない

販売価格は単一銘柄が主流の小売業者向けとブレンド米が中心の業務用で決定方法が異なる。実需者からは米価上昇時は価格維持を、下落時には割引を求められる事例も存在。

販売価格・震災後の変化

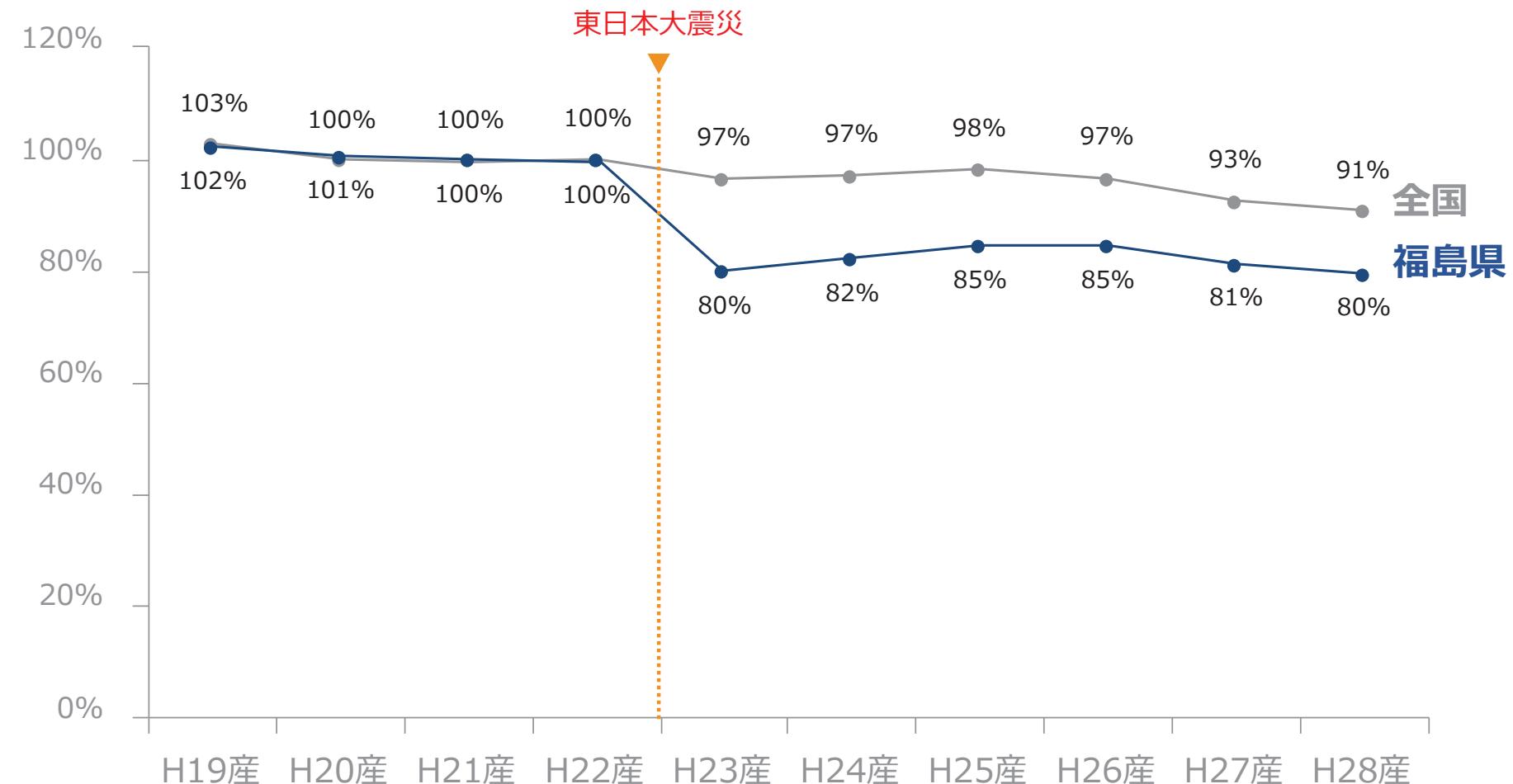
販売価格 (県外)

- ・業務用米は価格の「透明性」を求められるが、なかなか価格決定スキームを構築できないのが実情(全国卸)
- ・小売業者用(単一銘柄が主流)と業務用(ブレンド米が主流)では使う米が違うため、一概に論じることは難しい(商社)
- ・小売業者向けはブランド米が増えており、特売の際にだけ安い米を調達する。なお、特売で安価に販売することを考慮して、通常は少し高めの価格設定で販売することはある(商社)
- ・実需者からは米価上昇時は価格維持を、下落時には割引を求められる(商社)
- ・米価が全体的に安い時には、コンペで競争になるが、米の調達が難しい場合には、量・価格とも確保できる業者が限られているため、実質的には相対取引である(商社)
- ・米穀専門店から取引先に対して提案する場合は、米穀専門店から価格も提案する。しかし、大手の実需者は、コシヒカリはA社から、はえぬきはB社から、というように、必ず複数の卸売業者と取引を行っている(県内卸)
- ・一般的に、業務用に販売する場合は、ロットがまとまるものもあり、グロサリー向けよりも価格は1段下がる(地方卸)
- ・業務用途については、取引先から求められる基本要件は「価格」(の低さ)という面も強い。特に、外食では、商品(メニュー)価格を頻繁に変更できないため、原料米の価格が上昇すると自社の利益が減少することとなるため、価格上昇の商談時における反応もシビアであった(全国卸)

5. 生産状況の変化

福島県における米の作付面積は、全国と同様の緩やかな減少傾向であったが、震災年に約20%減少。震災後は一時的に回復したが、H27年以降は再び微減となっている。

福島県産米の作付面積推移（平成22年を100%とした割合）

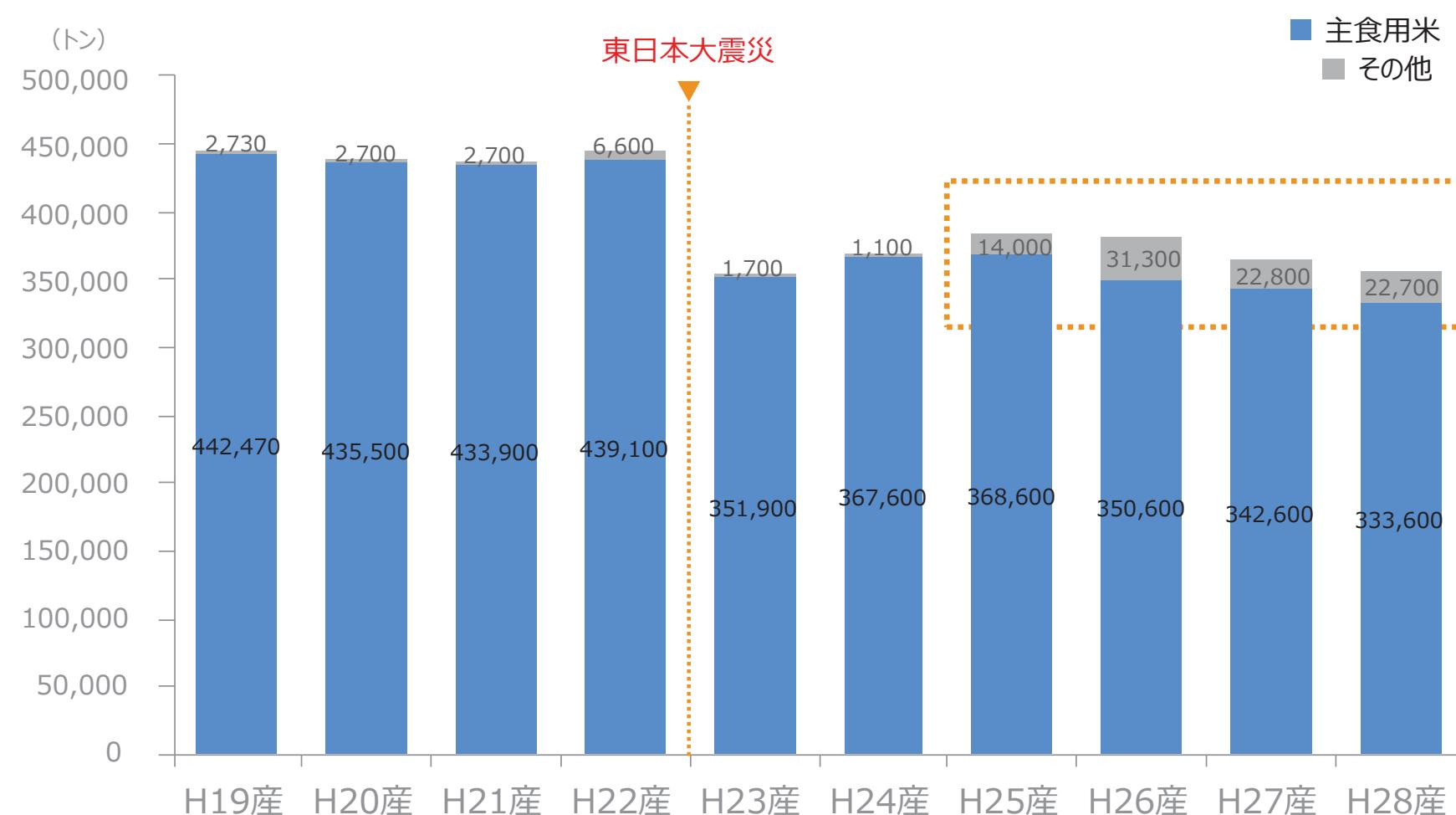


※H22産を100とした場合の水稻の作付面積の数値

出所：農林水産省「作物統計」

福島県産米の生産量は、震災後の平成23年産において対前年比2割減少。その後も同水準で推移している中、平成25年産以降、飼料用米等の主食用以外の割合が増加。

福島県産米の生産量推移



※水稻の収穫量の数値

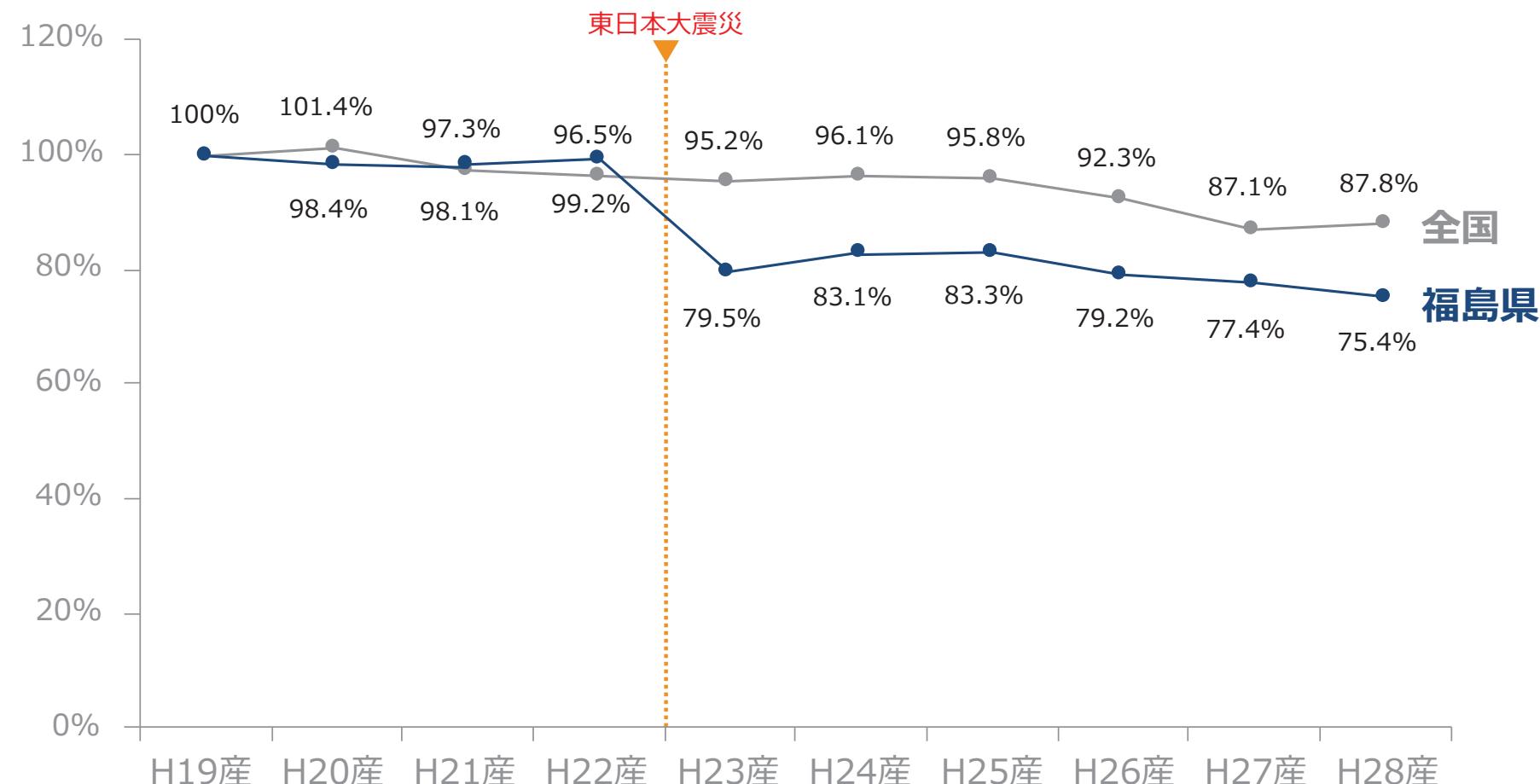
出所：農林水産省「作物統計」

©Accenture 2018. All Rights Reserved.

全国・福島県の主食用米生産量推移

福島県の主食用米の生産量は、震災前は安定的に推移。震災直後の平成23年度に約20%減少した以降、緩やかな減少が継続しているため、平成28年産では平成22年に比べ3／4程度となっている。

全国・福島県の主食用米に関する生産量推移



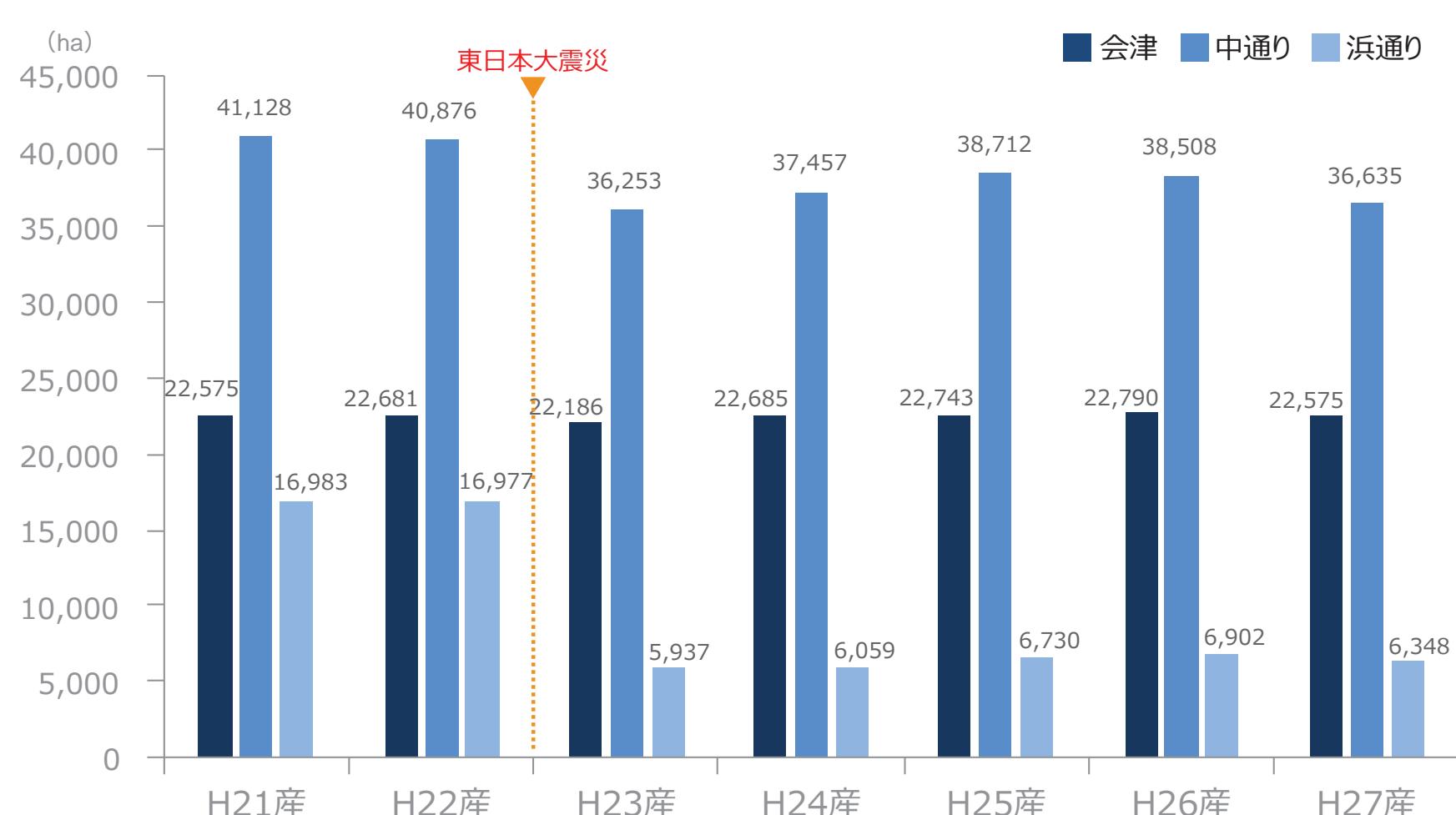
※H19産を100とした場合の水稻の収穫量の数値

出所：農林水産省「作物統計」

米の福島県内地域別作付面積推移

米の福島県内地域別作付面積については、震災直後の23年産は中通りは約10%、浜通りは65%作付面積が減少。その後緩やかな回復傾向にあったが、近年再び減少傾向にある。会津は一貫して大きな変化はない。

米の福島県内地域別作付面積推移



※水稻の作付面積の数値

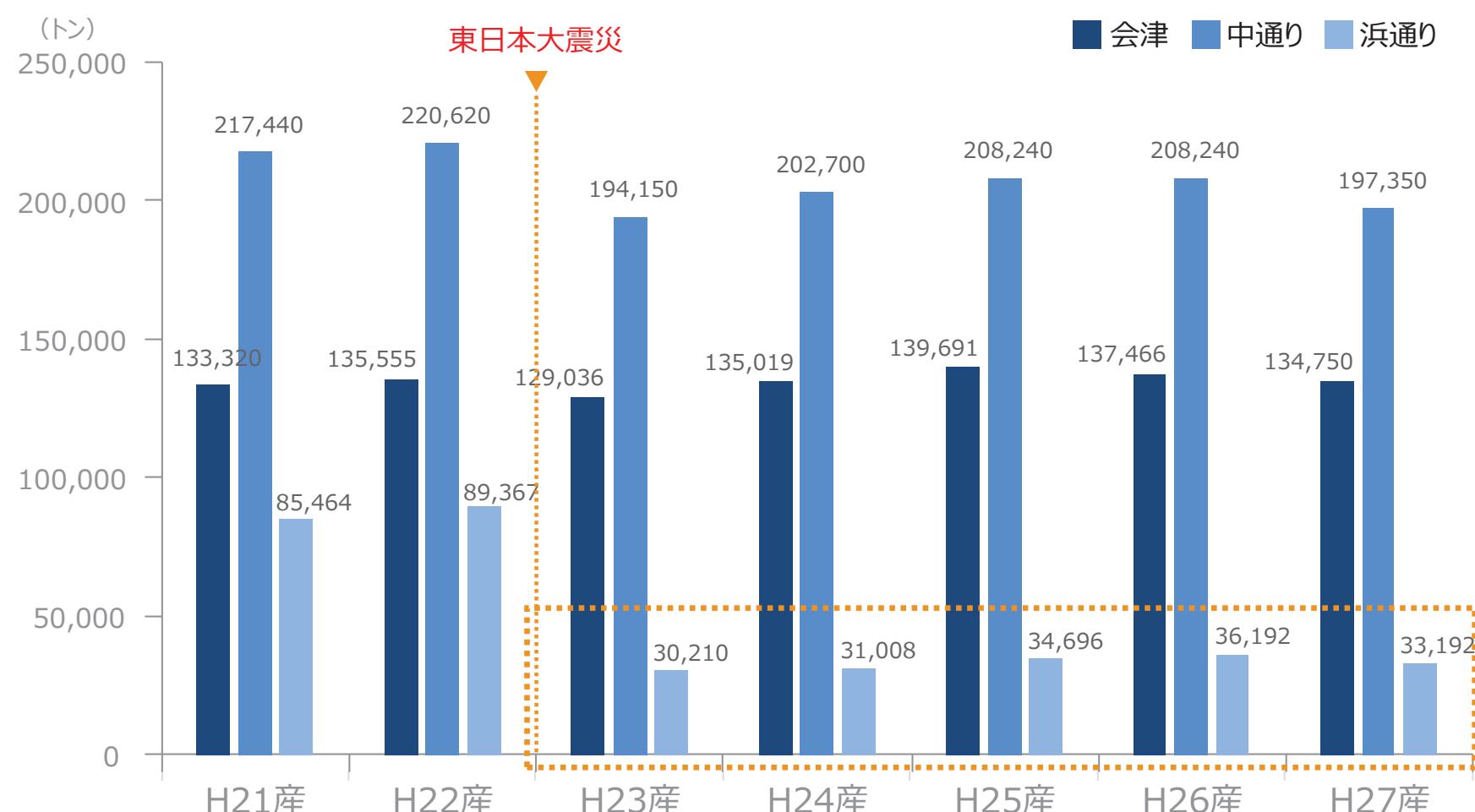
出所：東北農政局「東北農林水産統計年報」

©Accenture 2018. All Rights Reserved.

米の福島県内地域別生産量推移

米の福島県内地域別生産量については、震災後、浜通りの生産量が大幅に減少し、震災前に比べて約7割減で推移している。会津は震災時の減少幅も小さく、生産量は一定。

米の福島県内地域別生産量推移



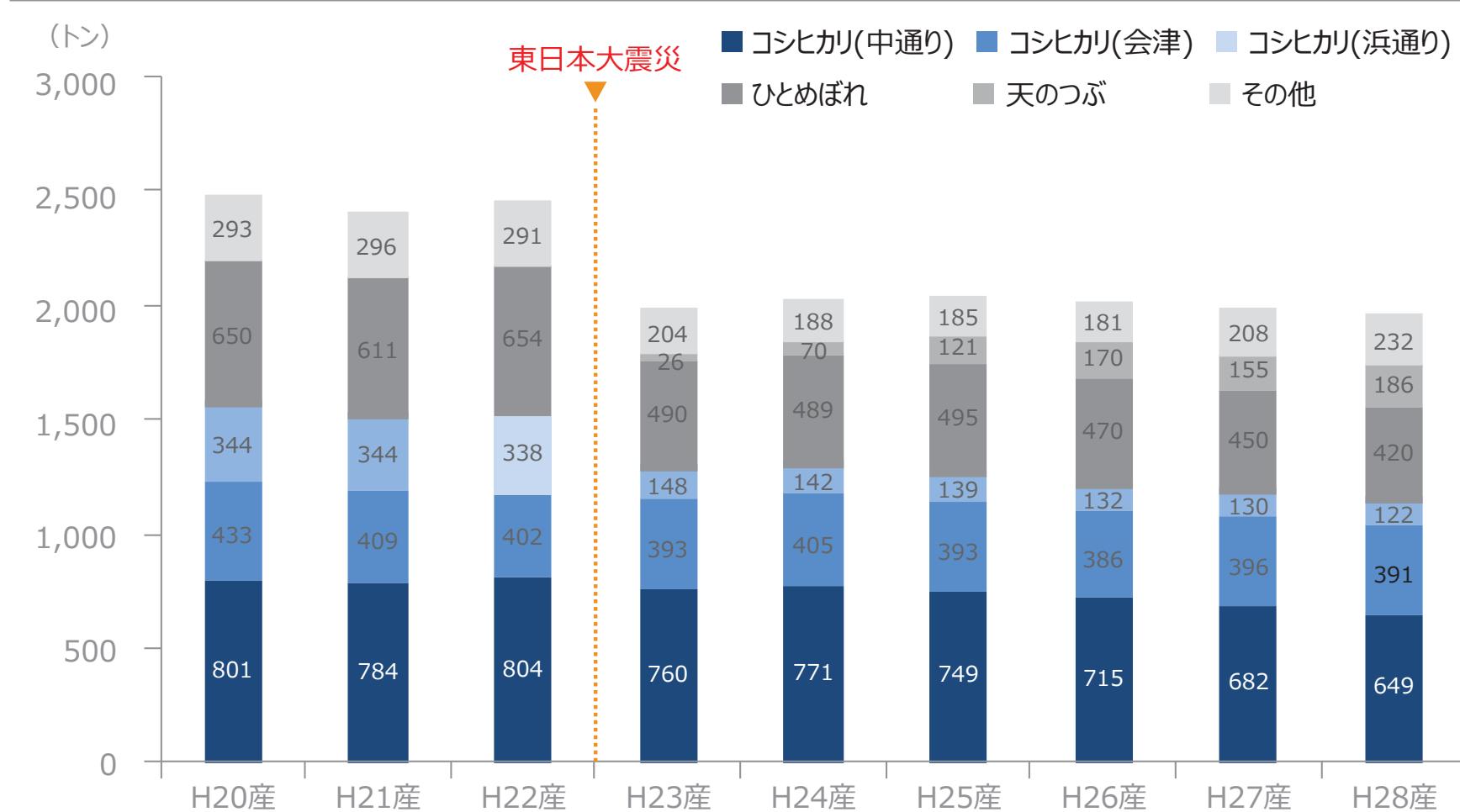
※水稻の収穫量の数値

出所：東北農政局「東北農林水産統計年報」

©Accenture 2018. All Rights Reserved.

福島県における品種銘柄別種子配布量は、震災翌年の浜通産コシヒカリ及びひとめぼれの減少が顕著。震災以降は天のつぶが増加し、中通産コシヒカリとひとめぼれが減少。

水稻種子の产地品種銘柄別配付実績



大規模生産者では、震災後に作付面積を増加させたり、独自に販路を拡大している事例もある。

ヒアリング結果

生産状況・震災後の変化

- ・法人化し、借地で生産したり、地主から受託で生産している（大規模生産者）
- ・生産調整と高齢化の影響で、生産者・生産量は減ってきてている（生産者）
- ・法人の大規模生産が増えている（生産者）
- ・震災後、米価が下がり、稲作を辞める生産者が多くなり、自身に水田が集まっている（大規模生産者）

出荷/販売先

- ・JA出荷が少ない。商系の業者に販売するメリットが少なくなっているため、全集連系の業者に出荷している（大規模生産者）
- ・全てJAに出荷している。震災前、大玉村にはJA以外の集荷業者に出荷していた農家も多かった。JA以外の業者は、米の質に合わせてJAよりも良い値段で買い取ってくれることが多かった（生産者）
- ・直接顧客への販売、JA（余った分を少数出荷）、自家用、借りている農地の土地代（小作代）として納めている（大規模生産者）

販売価格

- ・JA出荷が少なく、好きな時に出せるので、価格が高い時に出荷する。概算で、卸に出すと30kg6,500円程度、老人ホームなどに直売すると8,000円～9,000円、ネットでの直販で15,000円程度（大規模生産者）
- ・価格は震災以後30kgで7,000円以下となっている。原発事故の影響で、価格が一気に下落（生産者）
- ・震災1年後の収穫後、中通、浜通り地域の米価の下落はひどく、安い価格しかつかなかった。「思った以上に価格を叩かれた」という印象が強かった（大規模生産者）

生産者アンケート結果概要

(調査概要)

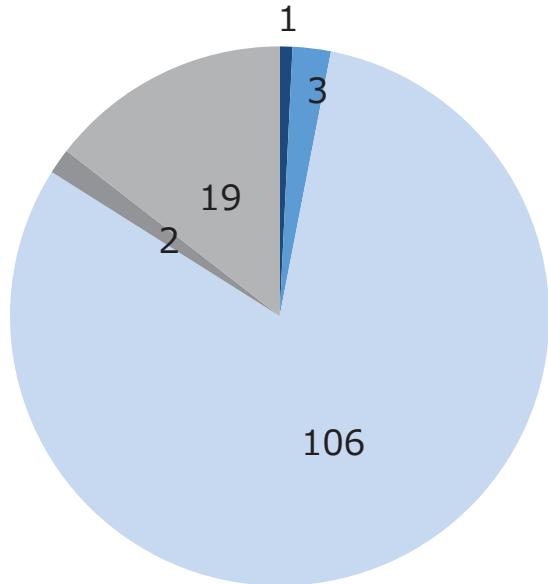
本アンケートは、福島県内のJAを通じて、米を生産する一部の組合員131名に回答してもらい、集計したものである

(結果概要)

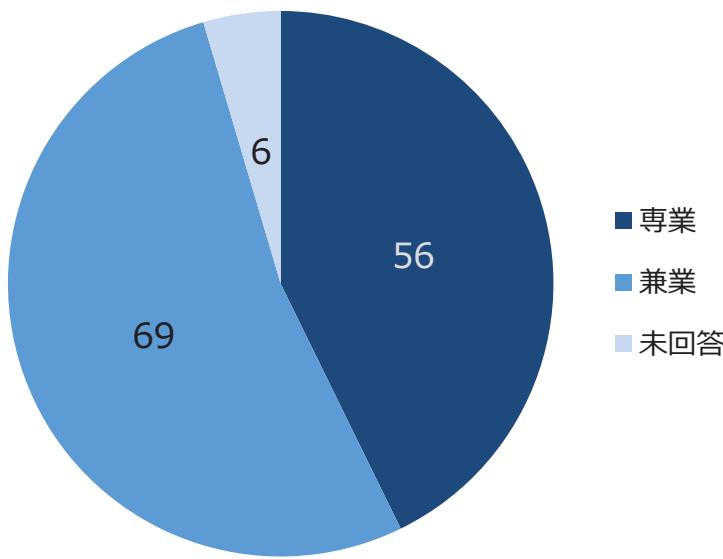
- 震災後の品種の追加や変更については、「変更なし(75.6%)」が最も高かったが、次いで、「入れ替えた(11.5%)」、「増やした(9.9%)」が多く、「減らした(1.5%)」との回答は少なかった
 - 追加内容は、オリジナル品種「天のつぶ」や、飼料用米「ふくひびき」、酒米「五百万石」などの導入が主であった
- 震災前と比較して、生産量は震災直後・現在ともに「変化なし(震災直後:76.3%、現在:67.2%)」が最も高かった。一方で、収入については、震災直後は「減少(45.8%)」が最も高かったが、現在では「変化なし(41.2%)」が最も高かった
 - 震災直後と現在では、生産量・収入ともに「増加」が増えた(生産量:3.8%→19.1%、収入3.1%→17.6%)
- 生産量の変化要因は、増加要因では「借地の増大等で経営面積が増えた(47.5%)」が最も高く、次いで「主食用米の作付けを減らし、飼料用米等の作付けを増やした(22.5%)」が高かった
 - 減少要因の中では、「天候等の自然要因(15%)」が最も高かった
- 震災前、直後、現在の出荷・販売先の割合は、いずれもJAが大半で震災前87.2%、直後・現在88.9%だった
- JA以外への販売価格は、震災直後・現在ともに「変化なし(震災直後:47.1%、現在:41.0%)」が最も高かった
 - 販売価格が「下落」との回答は、震災直後は23.5%だったが、現在は15.4%に減少
- 販売単価の変化要因は、最も高いのが「卸や集荷業者の提示額が下がった(19.1%)」、次いで「福島県産を扱う卸や集荷業者の数が減った(6.1%)」ため価格が下落したとの回答が高かった
- 生産状況の震災後の変化については、「米だけではなく、他の園芸品目等の生産を開始した(11.5%、うち震災の影響6.9%)」が最も高く、次いで、「販売先・出荷先の見直し(7.6%、うち震災の影響5.3%)」だった

n=131

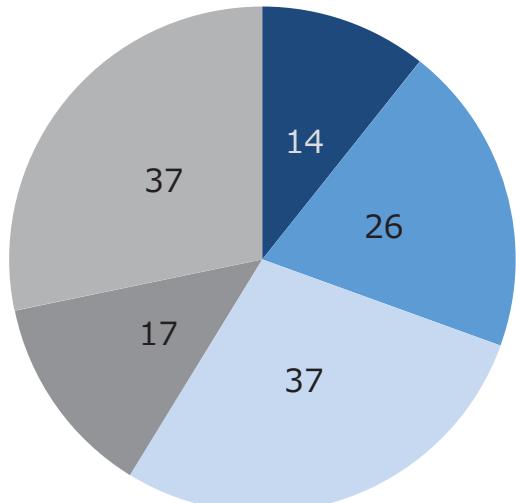
経営形態



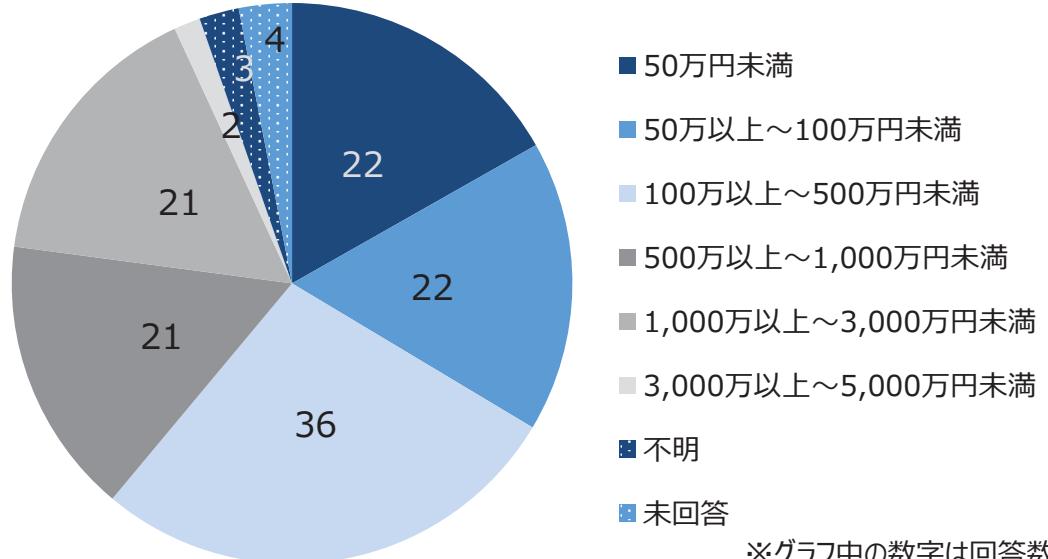
専業/兼業



生産規模



年間販売金額



※グラフ中の数字は回答数

問1：米での震災後の品種の追加や変更については、76%が「変更なし」と回答している。

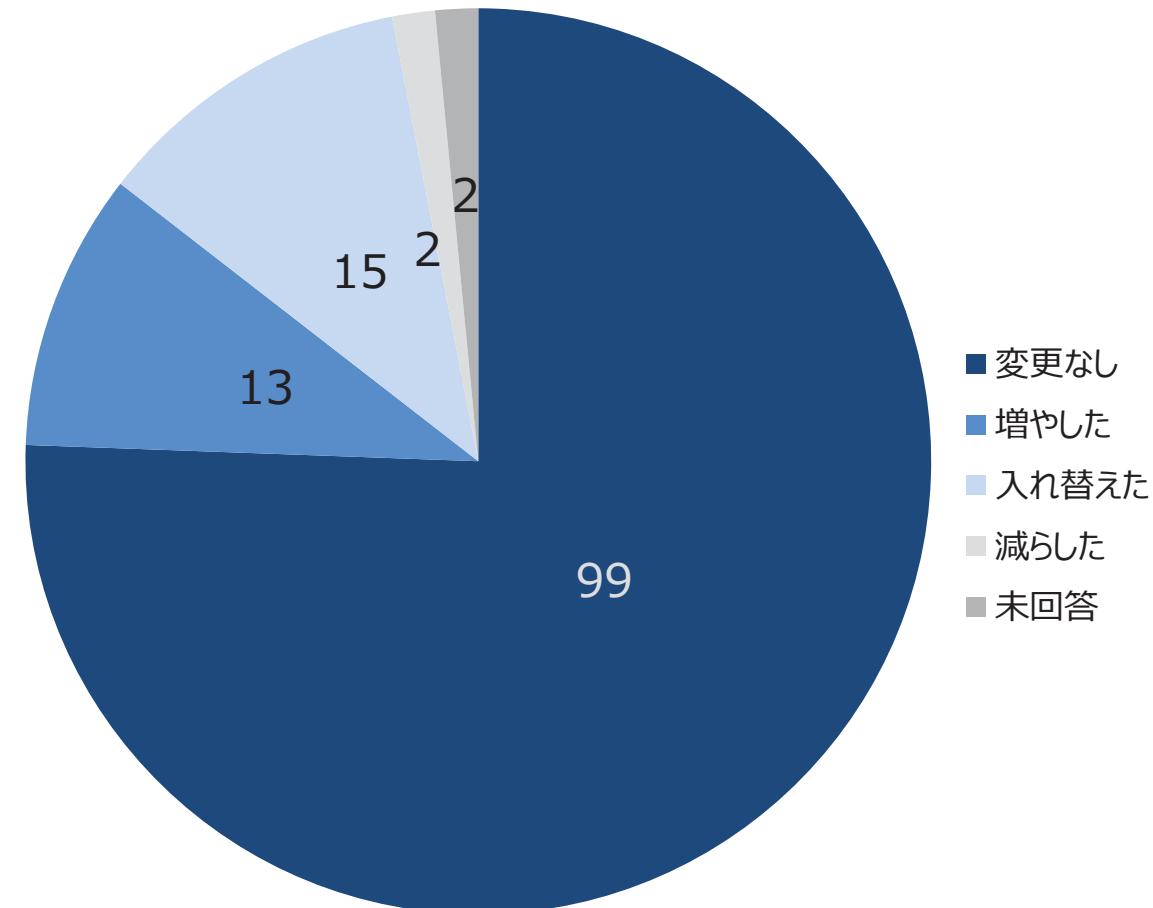
【設問】

- 調査対象品目（米）について、震災後に品種の追加や変更を行いましたか（単一選択）

【回答数等】 (n=131)

単位：人、%

	回答数	割合
変更なし	99	75.6
増やした	13	9.9
入れ替えた	15	11.5
減らした	2	1.5
未回答	2	1.5
総計	131	100



【回答傾向等】

- 「増やした」または「入れ替えた」内容は、「天のつぶ」などの多収性品種や「ふくひびき」などの飼料用米の導入が主

※グラフ中の数字は回答数

問2：震災直後と現在の生産量・収入の変化については、生産量では震災直後に「変化なし」が76%で最も多く、現在は「増加」が19%に上昇。収入では震災直後に「減少」が46%で最も多いが、現在は「増加」が18%に上昇している。

【設問】

- 震災前と比較して、震災直後と現在の生産量・収入は変化しましたか（単一選択）

【回答数等】(n=131)

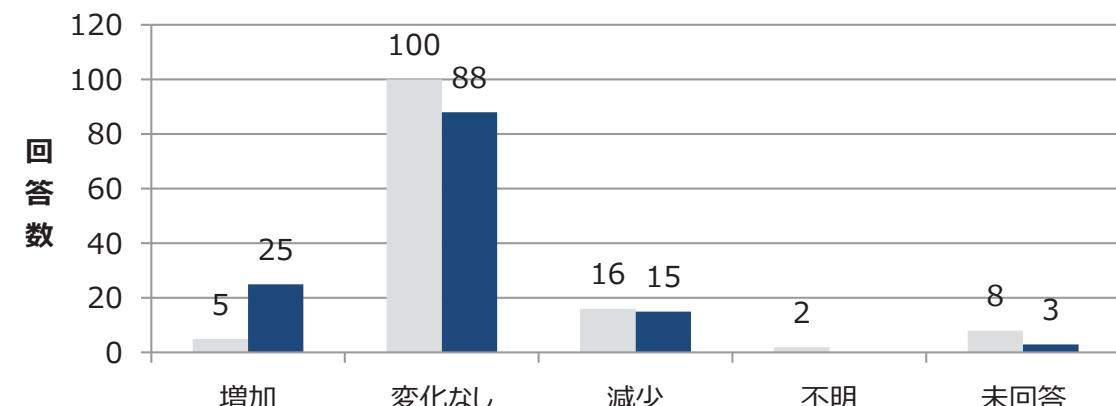
・ 生産量

	回答者数		割合	
	震災直後 1~2年	現在	震災直後 1~2年	現在
増加	5	25	3.8	19.1
変化なし	100	88	76.3	67.2
減少	16	15	12.2	11.5
不明	2	0	1.5	0.0
未回答	8	3	6.1	2.3
総計	131	131	100	100

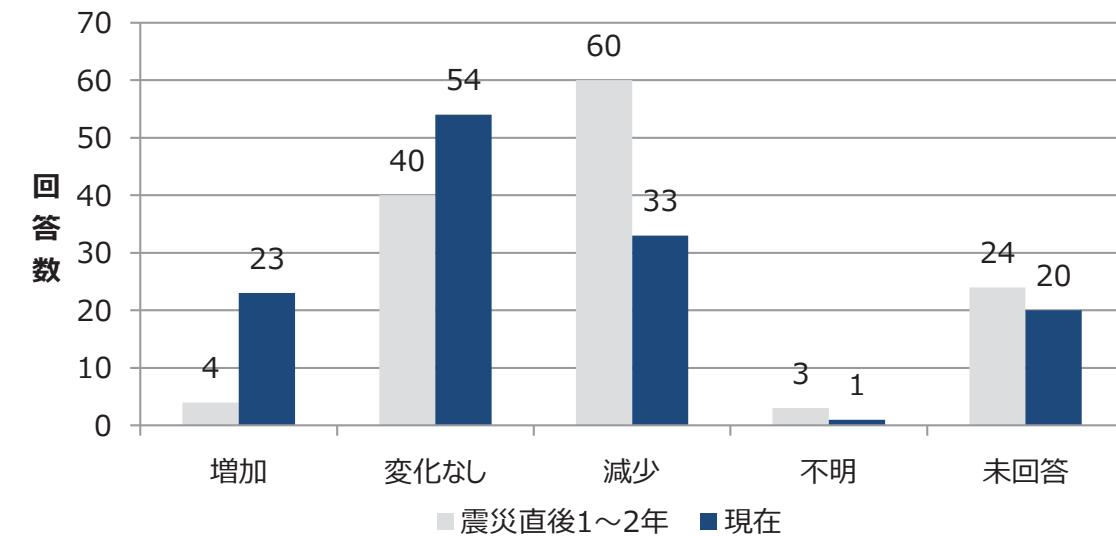
・ 収入

	回答者数		割合	
	震災直後 1~2年	現在	震災直後 1~2年	現在
増加	4	23	3.1	17.6
変化なし	40	54	30.5	41.2
減少	60	33	45.8	25.2
不明	3	1	2.3	0.8
未回答	24	20	18.3	15.3
総計	131	131	100	100

生産量



収入



※グラフ中の数字は回答数

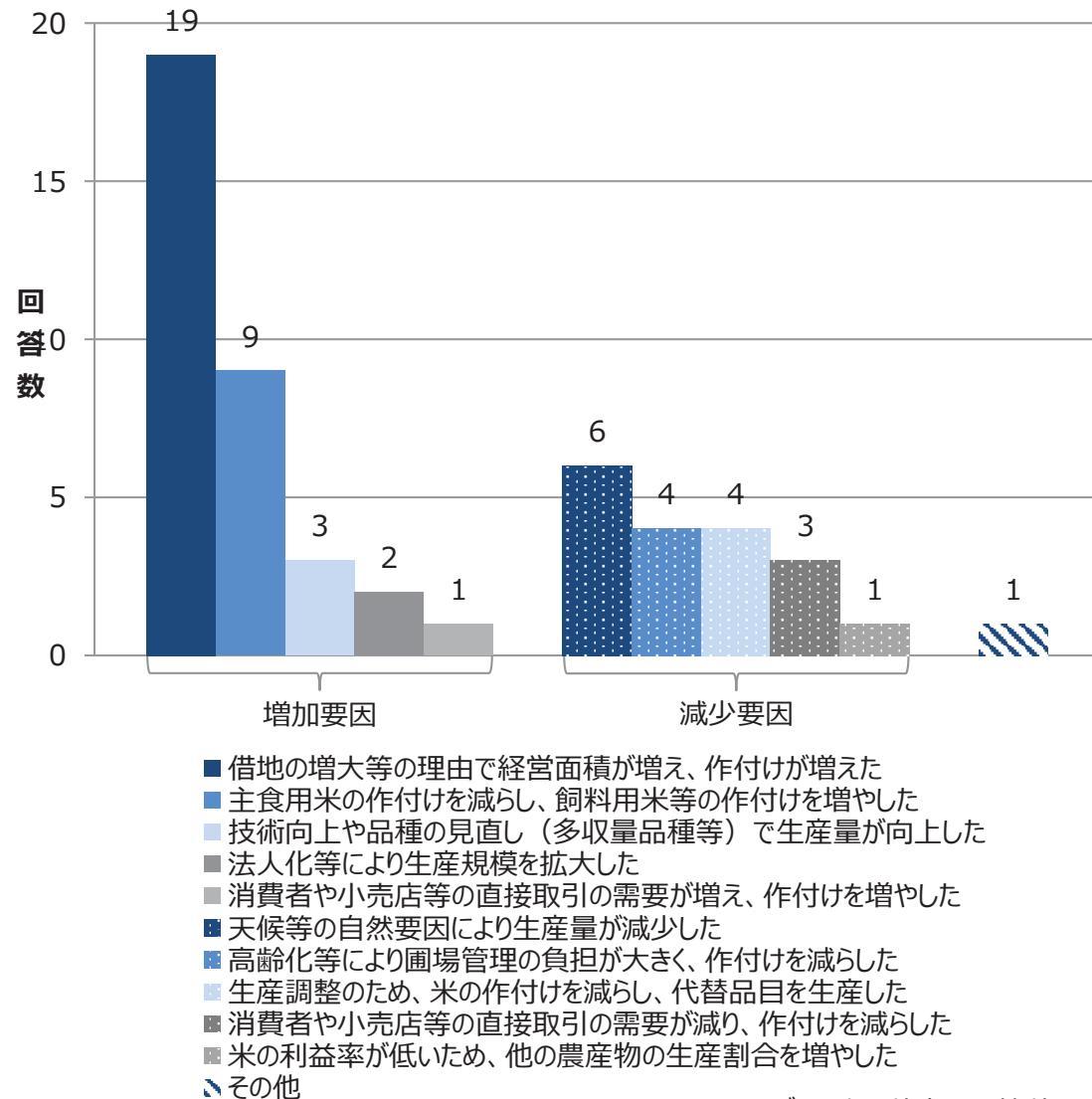
問3：震災前と現在の生産量の変化理由については、増加要因では「経営面積の増大」、「飼料用米等の作付増加」が多い。

【設問】

- 震災前と現在を比較して、生産量に変化があった場合、その理由を教えてください（複数選択）

【回答数等】 (n=40)

増加要因	回答数 割合	
	回答数	割合
借地の増大等の理由で経営面積が増え、作付けが増えた	19	47.5
主食用米の作付けを減らし、飼料用米等の作付けを増やした	9	22.5
技術向上や品種の見直し（多収量品種等）で生産量が向上した	3	7.5
法人化等により生産規模を拡大した	2	5
消費者や小売店等の直接取引の需要が増え、作付けを増やした	1	2.5
米の利益率が低いため、他の農産物の生産割合を増やした	1	2.5
天候等の自然要因により生産量が減少した	6	15
高齢化等により圃場管理の負担が大きく、作付けを減らした	4	10
生産調整のため、米の作付けを減らし、代替品目を生産した	4	10
消費者や小売店等の直接取引の需要が減り、作付けを減らした	3	7.5
その他	1	2.5



問4：出荷・販売先の割合については、現在、JA出荷は震災前より微増し、消費者への直接販売は震災前・直後より微減となっている。

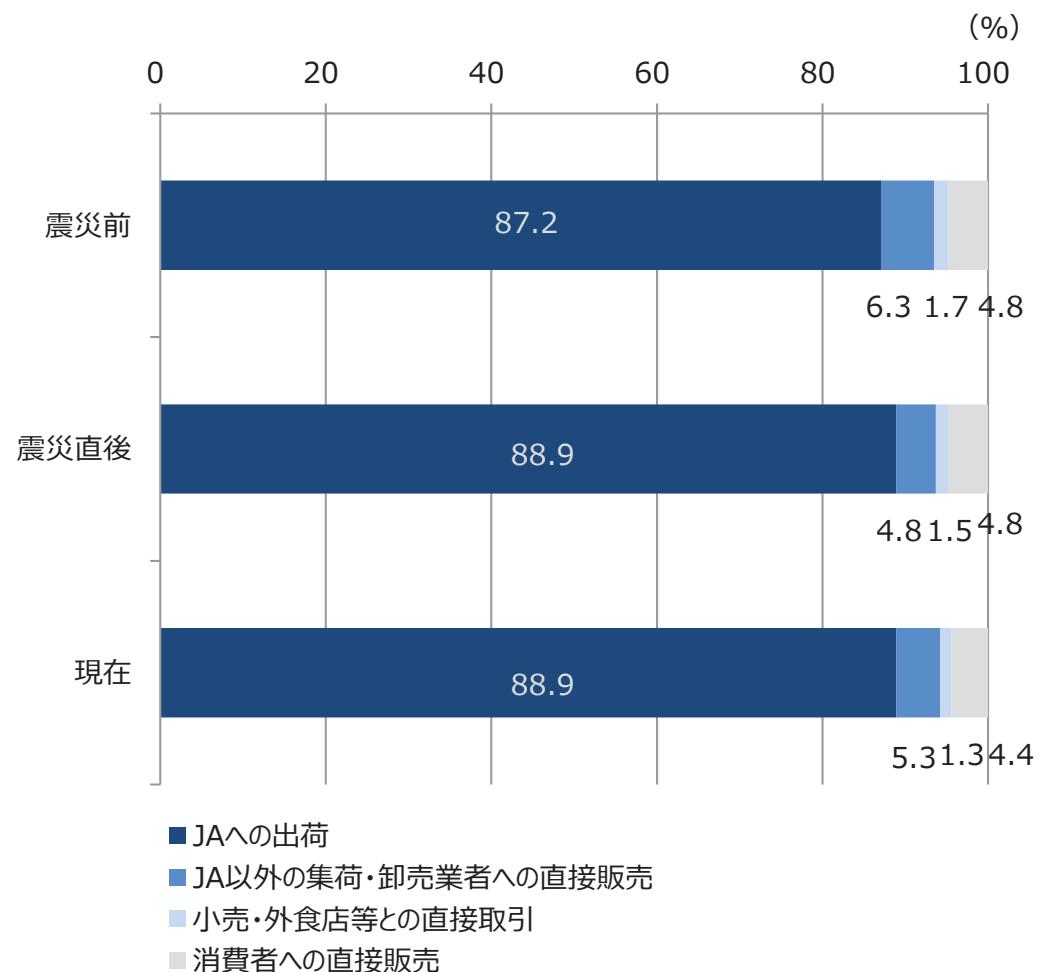
【設問】

- 震災前・震災直後・現在の出荷・販売先の割合
(自由記述)

【回答数等】 (n=131)

	単位：%			
	JAへの出荷	JA以外の集荷・卸売業者への直接販売	小売・外食店等との直接取引	消費者への直接販売
震災前	87.2	6.3	1.7	4.8
震災直後	88.9	4.8	1.5	4.8
現在	<u>88.9</u>	5.3	1.3	<u>4.4</u>

※各割合は、回答者が回答した割合を全体で平均して算出



問5：JA以外に出荷している分の販売価格については、震災直後、「下落」が24%であったが、現在は「下落」が15%に減少し、「上昇」が13%に増加している。

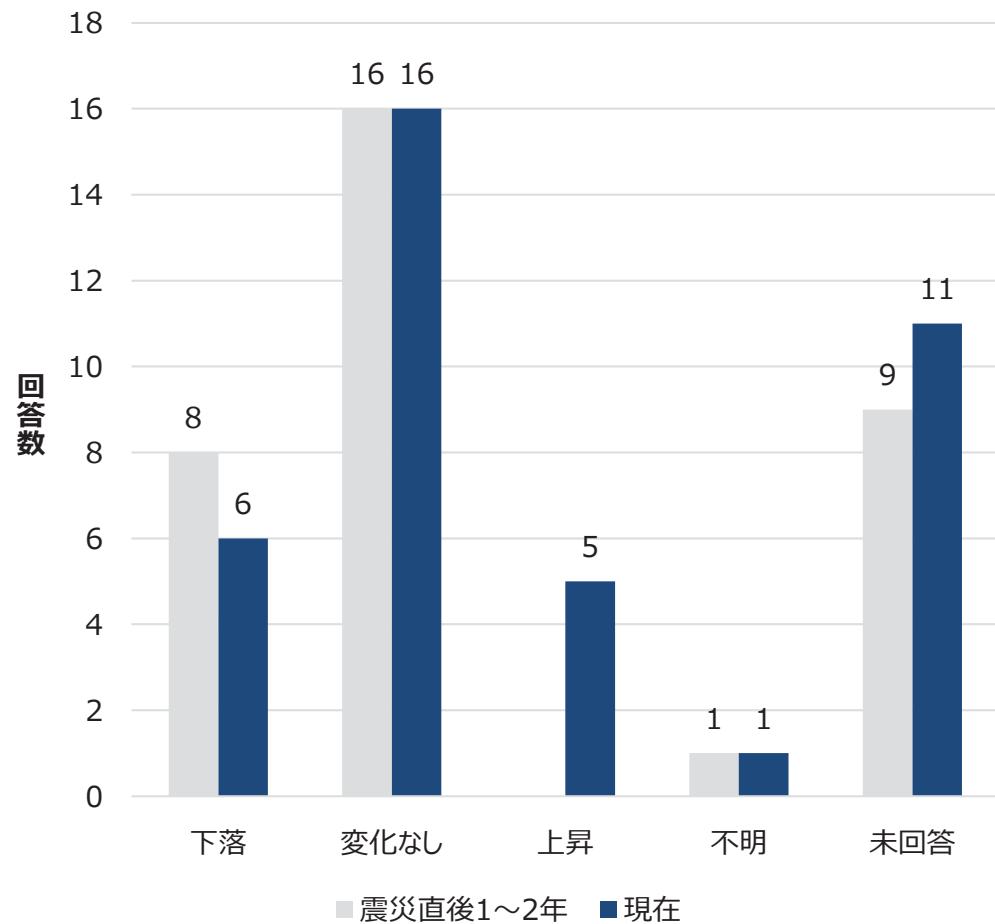
【設問】

- «JA以外にも出荷している方向け»JA以外に出荷している分の販売価格について、震災前と比べ、震災直後、現在はどのように変化していますか

【回答数等】(n=震災直後：34、現在：39)

	回答数		割合	
	震災直後 1~2年	現在	震災直後 1~2年	現在
下落	8	6	23.5	15.4
変化なし	16	16	47.1	41.0
上昇	0	5	0	12.8
不明	1	1	2.9	2.6
未回答	9	11	26.5	28.2
総計	34	39	100	100

※割合は、問4においてJA以外に出荷していると回答した回答者数に占める割合であり、震災直後1~2年：34、現在：39。



※グラフ中の数字は回答数

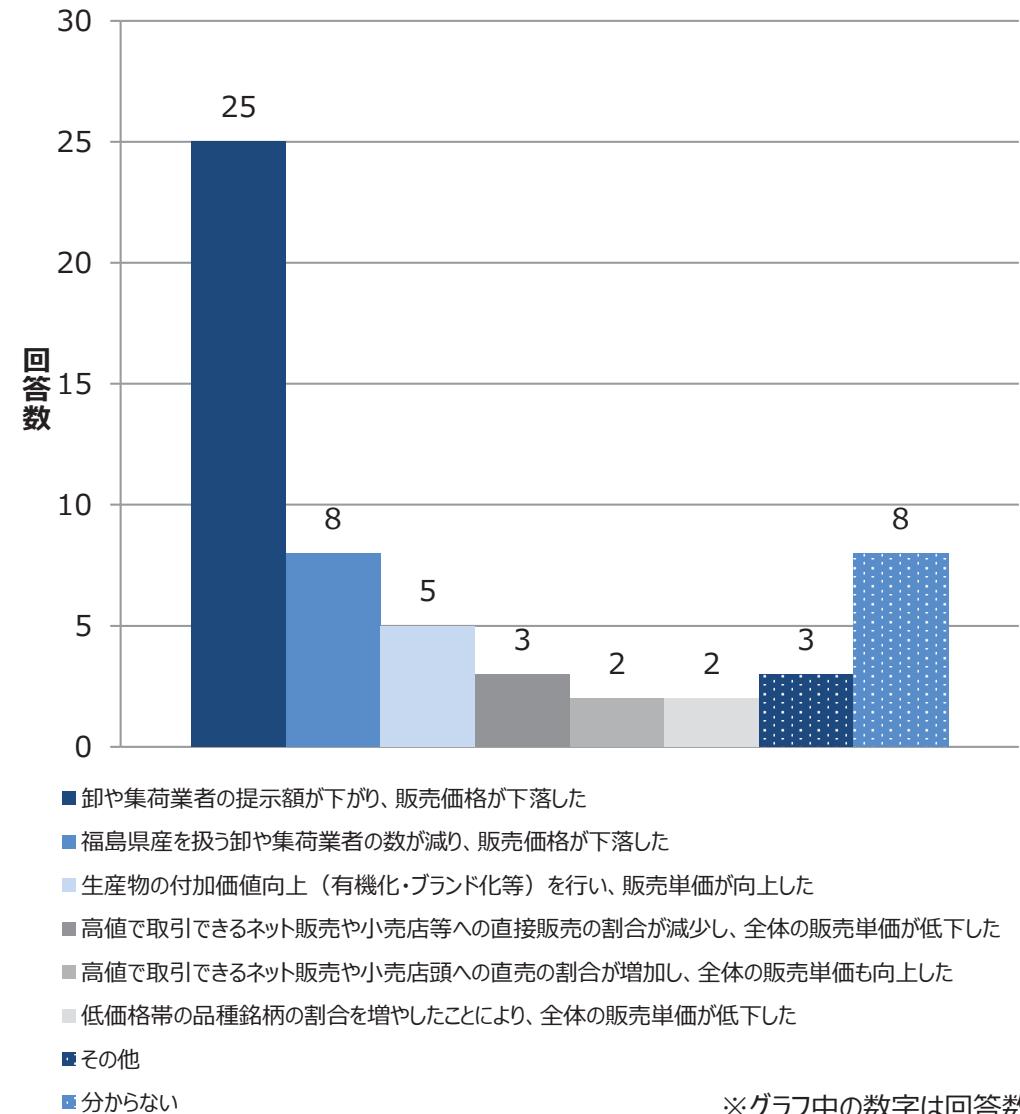
問6：震災前と現在の販売単価の変化理由については、「卸や集荷業者の提示価格が下がったため、販売価格が下落した」との回答が多い。

【設問】

- 震災前と現在の販売単価について変化があった場合、その理由を教えてください（複数選択）

【回答数等】 (n=131)

	回答数	単位：人、%
卸や集荷業者の提示額が下がり、販売価格が下落した	25	19.1
福島県産を扱う卸や集荷業者の数が減り、販売価格が下落した	8	6.1
生産物の付加価値向上（有機化・ブランド化等）を行い、販売単価が向上した	5	3.8
高値で取引できるネット販売や小売店等への直接販売の割合が減少し、全体の販売単価が低下した	3	2.3
高値で取引できるネット販売や小売店頭への直売の割合が増加し、全体の販売単価も向上した	2	1.5
低価格帯の品種銘柄の割合を増やしたことにより、全体の販売単価が低下した	2	1.5
その他	3	2.3
分からぬ	8	6.1



※グラフ中の数字は回答数

問7：生産状況の変化については、震災の影響で「米以外の園芸品目等の生産を開始した」が7%、「販売先・出荷先の見直しを行った」が5%の回答であった。

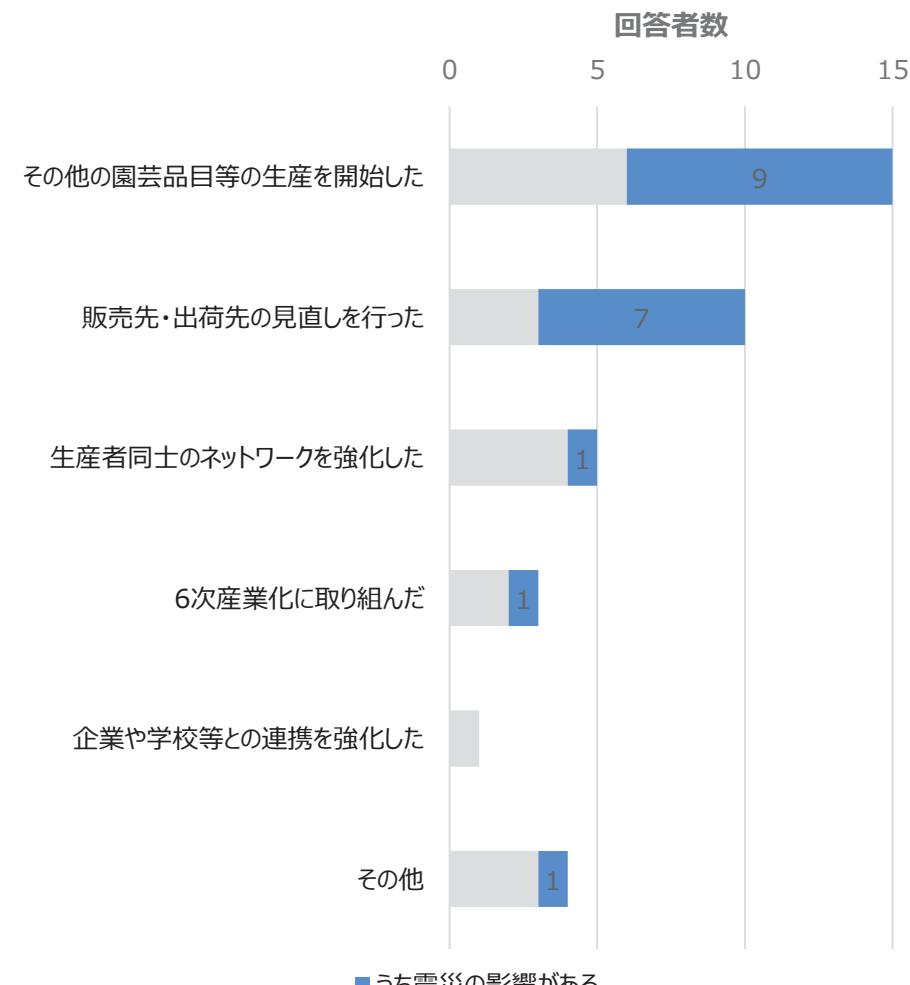
【設問】

- 生産状況における震災後の変化について、当てはまるものをお答えください（複数回答）
- また、その変化のキッカケとして震災があるかどうか、お答えください

【回答数等】(n=131)

	回答数		割合	
	あてはまる	うち震災の影響がある	あてはまる	うち震災の影響がある
米だけではなく、他の園芸品目等の生産を開始した	15	9	11.5	<u>6.9</u>
販売先・出荷先の見直しを行った	10	7	7.6	<u>5.3</u>
生産者同士のネットワークを強化した	5	1	3.8	0.8
消費者への直接販売や加工といった6次産業化に取り組んだ	3	1	2.3	0.8
企業や学校等との連携を強化した	1	0	0.8	0.0
専業から兼業になった	0	0	0.0	0
福島県以外の地域でも生産を開始した	0	0	0.0	0.0
その他	4	1	3.1	0.8

※割合は、回答者全体（131人）に占める割合



※グラフ中の数字は、震災後の変化のキッカケとして、震災の影響と回答した回答者数

農協からの出荷は、全農経由の他直接販売等複数のルートで実施。

ヒアリング結果

出荷/販売先	<ul style="list-style-type: none">全農出荷・買取の他、卸売業者へも出荷（生産者団体）全農経由率・直販割合は、米の需給バランスや商系統の状況などによって変動（生産者団体）支払時期の問題と物流の手配が困難であることなどから、実需への直接販売は行っていない（生産者団体）全体として卸売業者等への直販比率が高い（複数生産者団体）震災後、大手卸売業者がJAからの直接買い付けに参入（生産者団体）
	<ul style="list-style-type: none">価格について販売先によらず販売額は原則一律（生産者団体）震災前には福島県産米は北陸産と同価格帯であったが、現在は関東産コシヒカリよりも下の地位。そのため、関東コシヒカリの価格が把握できないと福島県産米の値決めができない状況が続いている（生産者団体）安定価格での販売のため今年から3年契約での取引を開始（生産者団体）

6. 販路開拓事例及び提案

販路開拓事例

生産者

- ・ 実需に対して直接販売も行っている。販売価格は、概算で、卸に出すと30kg6,500円程度、老人ホームなどに直売すると8,000円～9,000円、ネットでの直販で15,000円程度
- ・ 高付加価値商品として、収穫した米のうち大粒なものを選抜して「卵かけご飯用天のつぶ」をインターネット上で販売。1合、2合などの小容量パックで販売しており、気軽に米を食べてもらえるように工夫している
- ・ 生産委託している生産者の米を、BtoBtoCとして食材通販サイトでの販売や、会津地域内のお土産屋、ネット販売などの小売がある(県内卸)
- ・ 猪苗代町の生産者は、通常より大きい2ミリのふるいに残る大粒の米を色彩選別機に通すなど品質管理を徹底した結果、2016年の「すし米コンテスト国際大会」(米・食味鑑定士協会主催)では最高の特Aを受賞した。(河北新報、2017/8/15付)
 - 生産開始当初から海外戦略も展開した。「冷めても粒がしっかりと」という特長を生かすため、「すし米」として欧州や中東の見本市に出品
 - 「究極のすし米」(ザ・アルティメット・スシ・ライス)をうたって売り込んだ結果、アラブ首長国連邦やカタールへの輸出を実現。ドバイなどの小売業者に「日本産高級米」として並ぶようになった

生産者団体

- ・ JA全農は、須賀川市で生産されたコシヒカリ300kgをシンガポールに対しての輸出を再開し、現地の日系スーパーで販売する予定と発表(日経新聞、2014/8/18付)
 - 放射性物質検査を受けていることを訴えるなど、官民挙げて福島県産米の安全性をPRし、ようやくシンガポールへの輸出が決まった
- ・ 様々な努力を重ね、2016年度から、静岡の小売業者85店舗や大阪の小売業者5店舗程度(今年からは20店舗に拡大予定)での取扱いが行われるようになった

卸売業者

販路開拓事例

- 現在でも、**米の自主検査**を実施。必要に応じて産地への連絡・問合せも行っている(全国卸)
 - 小売用の袋売の米は、パッケージのQRコードから、自社の検査結果の確認が可能
 - この取組を開始後、1日数十件あった放射線に関する消費者からの電話での問い合わせがなくなった
- 農協や東海地方の米卸売業者が**静岡県の小売チェーン**に対し、福島県産米の取扱いを積極的に提案した結果、棚に置いて頂くことに成功(報道情報)
- 米生産者と連携して、特殊肥料の使用・農法等を通じた品種改良により、**米の差別化・ブランディング**を行い、**高級寿司店への販路開拓**を実現(県内卸)
- マネキン（店頭での宣伝販売促進員）を立てて、店頭試食を繰り返したことで、福島県産米の販売量を震災前の半分程度まで戻したとの他県での取り組みを聞き、地元大手小売と連携し、**毎月試食販売を行いながらマネキンを育成し、平成26年の福島県産米の販売量を平成25年比で5倍まで拡大した**(地方卸)
- 震災前より大阪の米屋が連携して福島県産米を支援するグループを結成し、積極販売を実施。**震災後、小売の棚から福島県産米が減少した中、現在も継続して行われており、販路拡大維持に努めてくれている(福島県)
- 新たな販路としてインターネット販売も実施。JA全農福島、福島県、大手インターネット小売と連携して、会津産コシヒカリのインターネット販売を実施(農協系卸)

小売	<h2>販路開拓事例</h2> <ul style="list-style-type: none">震災前から福島県産ひとめぼれを取扱っており、震災後も<u>福島県産ひとめぼれ・コシヒカリ及び特別栽培米をプライベート・ブランド(PB)商品</u>として販売(中小規模小売業者(首都圏))<ul style="list-style-type: none">「福島コシヒカリ」購入者を抽選で産地に招待する取組も実施("田植え体験ツアー")震災前より定番商品として販売していた<u>特定地域産の特別栽培米</u>について、<u>スポットでの取扱いで消費者の反応を見ながら、平成29年産米より定番商品としての取扱い</u>を再開(中小規模小売業者(関西圏))<ul style="list-style-type: none">福島県内の特定地域産の米を高く評価し、産地との交流も積極的に行いながら、高価格帯の米の主力商品として販売していた。震災後、出荷体制を確保できなかつたため、取扱いを中止していた取扱い再開にあたっては、試食会やセールを頻繁に開催などにより喫食機会を確保しながら販売。震災前に購入していた顧客からは好意的な反応をいただいている品種が新潟と重なることもあり、震災前より福島県産米の取扱いがなかつたが、バイヤーツアーに参加し、の取り組みや、お米の味、今までの実績を評価して取扱いを開始した(米穀専門店)<ul style="list-style-type: none">福島県産であることは取扱いへの影響はなく、「どんな人が作っているのか」を重視して取扱い開始を決定した
----	--

中食・加工・外食	<ul style="list-style-type: none">取引先の弁当屋チェーンでは、元々福島県産米を使っており、こだわりを持って現在も使い続いている。<u>複数地域において事業を展開しており、その事業者が経営する外食向けにも販売している</u>(商社)おいしさはもちろん、<u>“とろろご飯”との相性の良さ</u>が他県産のお米に比べて非常に優れており、震災後も会津産コシヒカリの使用を継続(外食業者)南相馬市教委は17日、市内の小、中学校と幼稚園の学校給食で来年度から同市産の米を使用することを決めた。調達ができれば、2018年4月から使用を開始する予定(福島民友、2017/11/18付)
----------	--

販路拡大に向けた提案

卸売業者
からの提案

- ・ 市場・消費者のニーズを意識した生産を行っていくことが重要ではないか(県内卸)
 - 價格競争力のある業務用米のトップブランド作りを行うことが考えられるのではないか
 - 海外・都市生活者の加工品需要が伸びており、パックご飯などの加工品市場を視野に入れるべきではないか(県内卸)
- ・ 新品種に頼らず、地道に既存米のブランディングを行えば、ブランドは立つのではないか(県内卸)
- ・ 販路先と密接な関係を築く必要があるのではないか。実際に生産地に来てもらい、交流を含めた関係づくりすることが重要(県内卸)

実需者
からの提案

- ・ 商談会等でブースでこれを買ってくれと言われてもうまくいかない。一緒に供給の仕組みを作れるかどうかが大事である(外食業者)
- ・ 海外も含めて社会全般的に「オーガニック」「生産上のこだわり」「持続可能（サステイナブル）」といった切り口で産地の付加価値を強化してはどうか(中小規模小売業者(首都圏))
- ・ 商圏においては「地産地消」意識が強く、福島県産品を（今以上に）積極的に扱うには、「福島県産品でなければいけない優位性や強い魅力が必要」(中小規模小売業者(首都圏))
- ・ 新たな高付加価値によるブランド米の確立や「GAPの米」などの生産・販売戦略を構築していかなければ、県産米の復活はない(大規模小売業者)
- ・ 販売する側、使用する側を味方につける必要があり、使用する側が使いたいと思えるような状況を作る必要がある(百貨店)
- ・ 店舗側は、「なぜ福島県産を使っているのか？」と言われた時の返し言葉を持っていないため、怖がっている(百貨店)
 - ポジティブな福島県産を使う理由を提示できず、「検査しているから大丈夫ですよ」になってしまふ。それを言ったとしても、「他の産地ならば（検査しなくとも）安心なのでは」という反応になってしまう

実需者 からの提案

販路拡大に向けた提案

- 販売者がエンドユーザーに訴求しても信じてもらいにくい。どうしても「売るための話」と思われてしまう節があるため、生産者からの発信が重要だと思う(米穀専門店)
- 風評対策は正しい情報を出していくことが重要だと思っている(米穀専門店)
 - 様々な言葉が躍り、消費者に現状が見えにくくなっていると思う。また、多くの情報が出ているあまり、色々と混同・混乱している人が多いのではないか
 - その結果、よく分からぬまま、福島県産 = ○○というレッテルを張っている消費者もいると思う。無知であることも要因の一つであり、難しいかもしれないが消費者への教育も含めて考える必要がある
- 福島は米の産地として環境は非常に良いと思っているが、品種改良で他地域も良くなっている中、品種と産地だけではなく、プラスアルファで差別化する必要がある(米穀専門店)
 - 肥料づくりや農薬 50 % 削減などは、もはや当然であり、差別化のポイントにはならない。例えば天日干しなどの説明しやすい特長があると良い

7. 參考資料

福島県産米に関する震災後の価格動向（1/2）

時期	プロセス	詳細
平成23年	震災に伴う需要の増加	<ul style="list-style-type: none">震災直後、震災時点で倉庫にあった平成22年産米については、通常通り取引が行われた東日本大震災の影響で生産が不足するとの懸念が強まり、米卸などが平成23年の春先から在庫確保に動いたため在庫が減少<ul style="list-style-type: none">全体的な米不足の中、福島県産の需要も高まった
平成24年～26年	平成23年新米の買い控え	<ul style="list-style-type: none">23年産米について、JA全農福島は概算金を北関東産と同水準で設定した23年産は福島県産品の買い控えが発生する中、安全性が確保されていれば購入してもよいという業者のみへの販売となり、販売先が減少した<ul style="list-style-type: none">価格が下がったことに加え、業務用向けでは産地表示義務がないことから、用途としては業務用向けのブレンド米として使用されることが多くなった小売用については、消費者の買い控えが起り、小売店での取扱いが減小した。福島県外では取扱いがほとんどなくなり、福島県内でも福島県産を忌避する消費者へ対応するため、他県産が棚に並ぶようになった23年産新米の相対取引価格は、需要の低迷、検査体制の確立が遅れたことなども影響し、北関東産に比べ400～1,000円程度安値で取引された
	関東産とのポジションの逆転	<ul style="list-style-type: none">平成23年度産の価格が下落したことにより、平成24年度産以降は、JA全農福島が北関東産よりも安い概算金を設定するようになった平成23年産が比較的高値で推移したことから、全国的に概算金額は上昇。福島県産米についても、絶対価格は上昇したが、北関東産よりも安値に設定されたそれに伴い、平成24年産の相対価格も低水準となった

福島県産米に関する震災後の価格動向（2/2）

時期	プロセス	詳細
平成24年～26年（続き）	業務用向けとしてのニーズ増加	<ul style="list-style-type: none">食味に比べて価格が安いため、中食・外食などの業務用向けとしての引き合いが強くなった。原価を抑えつつ、競争が激しいために食味追求型の業務用向けのニーズに合致するようになり、特定の実需が購入するようになった<ul style="list-style-type: none">特にブレンド用の「食味を向上させる米」としての需要が高まった安全性が確認されてからは卸売業者がブレンド用の一銘柄として提案することが増えた大ロットで購入する実需が固定化されたことにより、相対的な価格の変更は売り先の大幅な変更を伴うところになるため、困難になった。そのため、全体として業務用向けとしてのポジションが定着した平成25年産の余剰分の影響により、平成26年産は全国的に大暴落した。引き合いが回復していなかった福島県産は他県産に比べて下落幅が大きかった
平成27年以降	米価上昇に伴う価格差の減少	<ul style="list-style-type: none">平成27年以降、飼料用米の増産の影響等もあり、全国的に米価が上昇基調となった。食の外部化などの影響もあり、業務用途のニーズが強まる中、業務用途に適した価格帯の米が不足福島県産米に対する抵抗が徐々に薄ってきた比較低価格であった福島県産米の需要が高まり、価格が上昇。高価格帯の需要が伸び悩んだ影響もあり、他県産との価格差が縮小した<ul style="list-style-type: none">全国的に高価格帯と低価格帯の米価の差が縮小した

