

牛肉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

- 牛肉は購買時に産地や安全性が意識されやすい商品であり、定番商品としての取扱いが回復していない。
- 小売業者における需要が回復していないため、福島県産を取り扱う卸売業者数も減少している。

2. 消費段階 ～ 消費者の一部では安全性に関心

- 福島県産牛肉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18.1%、「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7.9%存在した。
 - ✓ 購入時に産地を「意識している」、「やや意識している」と回答する消費者が77.4%を占めており、その理由は、「安全性が気になるから」が37.9%と最も高い。
- 福島県産牛肉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」と明示した上で福島県産に対する消費者のネガティブな反応は特になく、震災前と同様に販売している。

3. 流通段階 ～ 消費者を意識した慎重姿勢

- 福島県産牛肉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、
 - ✓ 牛肉価格の高騰の中、和牛の取扱い自体が縮小しており、福島県産を購入する小売業者は少ない状況が継続している。
 - ✓ 小売業者における畜産物の仕入担当は、他の農産物と比べて単価が高く消費期限も短いことから、消費者が購入しない場合の廃棄リスクを懸念し、商品構成の変更に慎重である傾向が強い。
 - ✓ 大規模小売業者を中心に、飼料や肥育方法を定めた指定農場制を採用する等、固定かつ安定した生産・流通ルートの確立を図っている。
- 福島県産牛肉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、
 - ✓ 小売店では福島県産を指定した取扱いはほとんどなく、市場における卸売業者の取扱量や売買参加者のセリ参加者数も震災前の水準まで回復していない。
 - ✓ 全国的な和牛需要低迷に伴い、1頭買いやセットでの取引が減少し、パーツでの取引が中心となる中で、低需要部位の売残りが目立つ。福島県産牛の低需要部位の在庫リスクを懸念して、取扱いを控える場合も多い。
- 福島県産和牛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、全国平均との差は1割程度、200～400円/kg程度の安値が続いている。

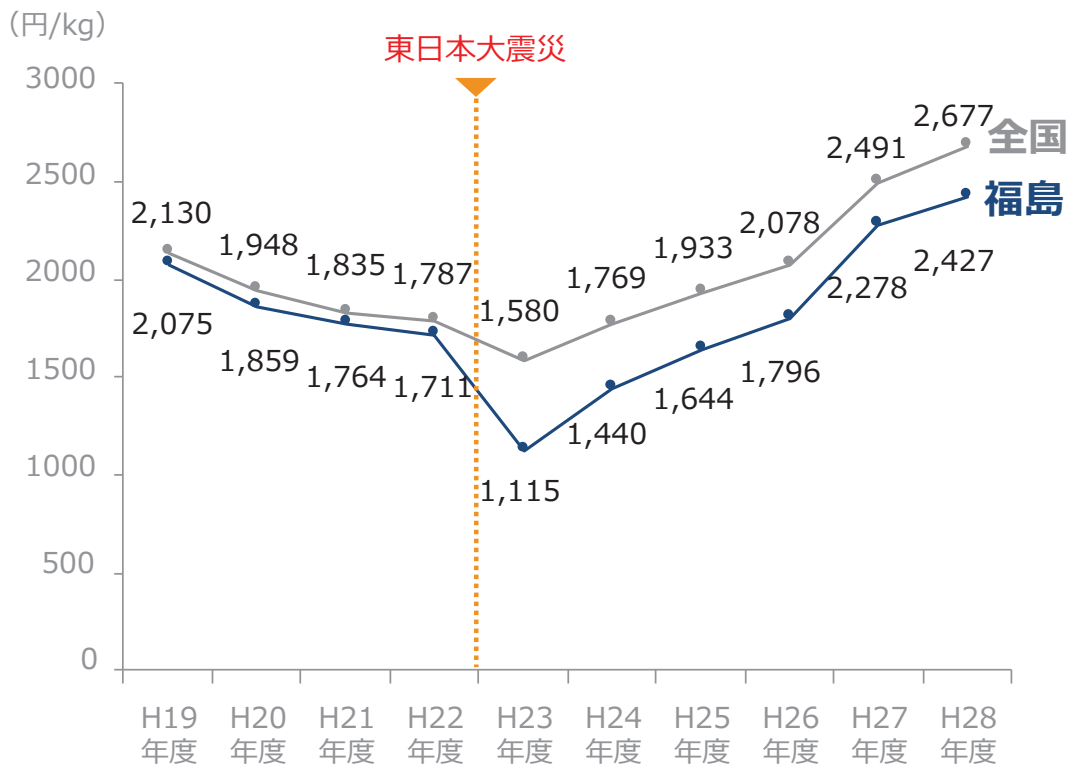
4. 生産段階 ～ 和牛飼養頭数の緩やかな減少

- 畜産統計により肉用種の飼養頭数の推移を分析した結果、
 - ✓ 福島県の肉用種(和牛)の飼養頭数は、震災直後に1割程度減少した後、緩やかに減少している。
 - ✓ 福島県の交雑種の飼養頭数は、震災直後に2割程度減少した後、微減傾向で推移している。

価格回復概況（全国平均との価格差）

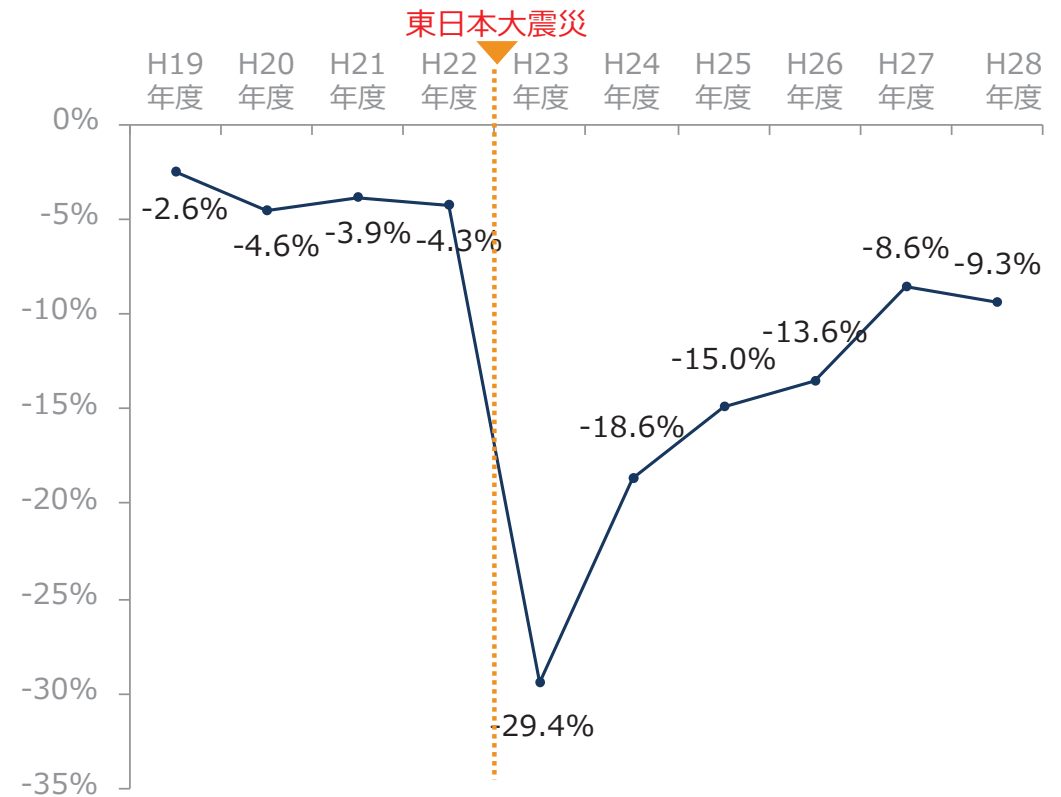
福島県産和牛の東京都中央卸売市場における取引価格は、震災直後に大きく下落し、全国平均との価格差が拡大。現在、全国的な和牛価格の高騰を受け、取引価格は震災前を上回っているが、約9%の価格差となっている。

枝肉価格推移（和牛）



- 震災前(H22年度)：1,711円/kg
- 震災後(H28年度)：2,427円/kg(+716円/kg)

全国平均との価格差推移（和牛）

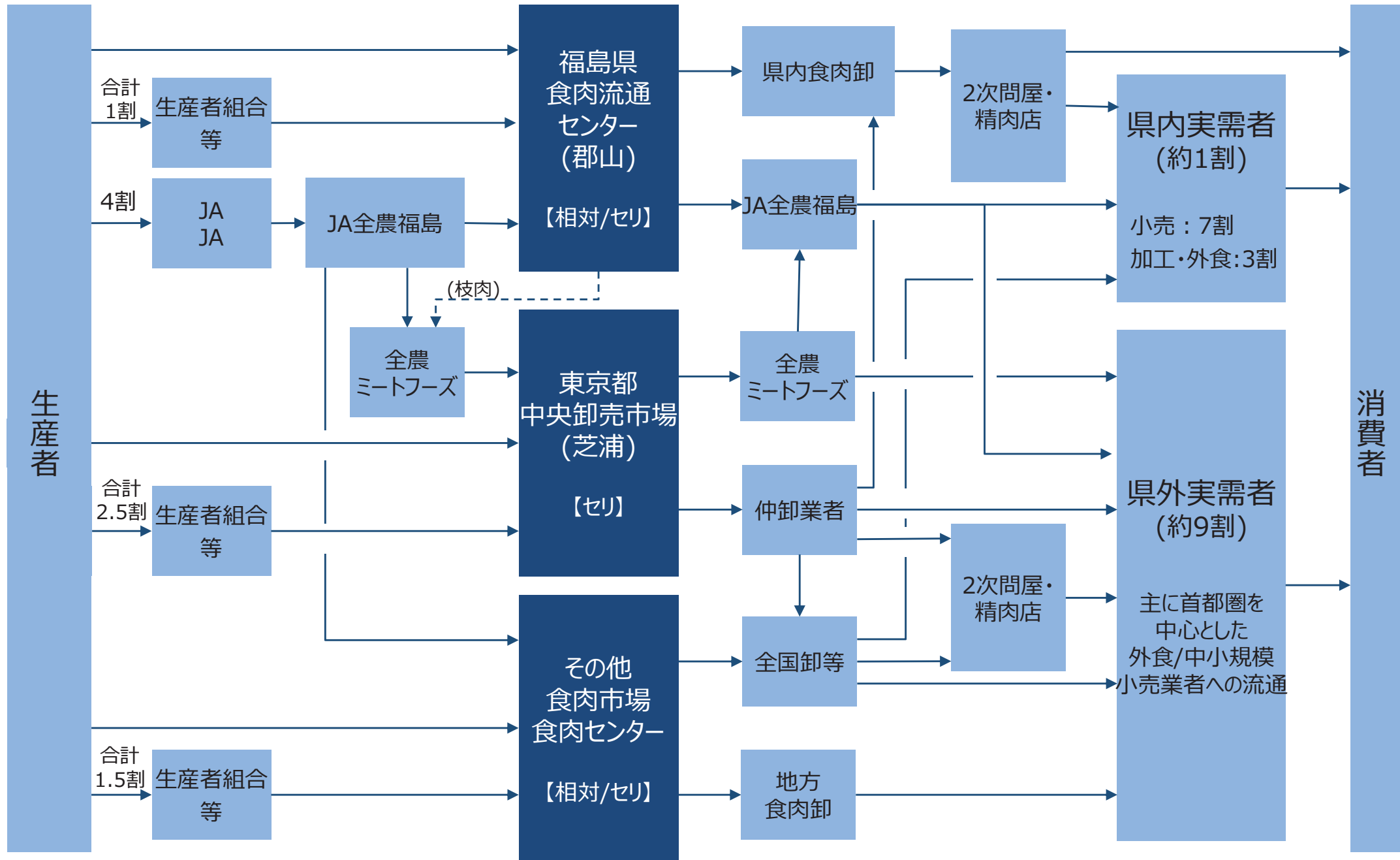


- 全国平均との価格差は、平成23年以降、縮小傾向にある
- 現在も全国平均と9.3%の価格差があり、震災前の水準までは回復していない

出所：東京都中央卸売市場データ

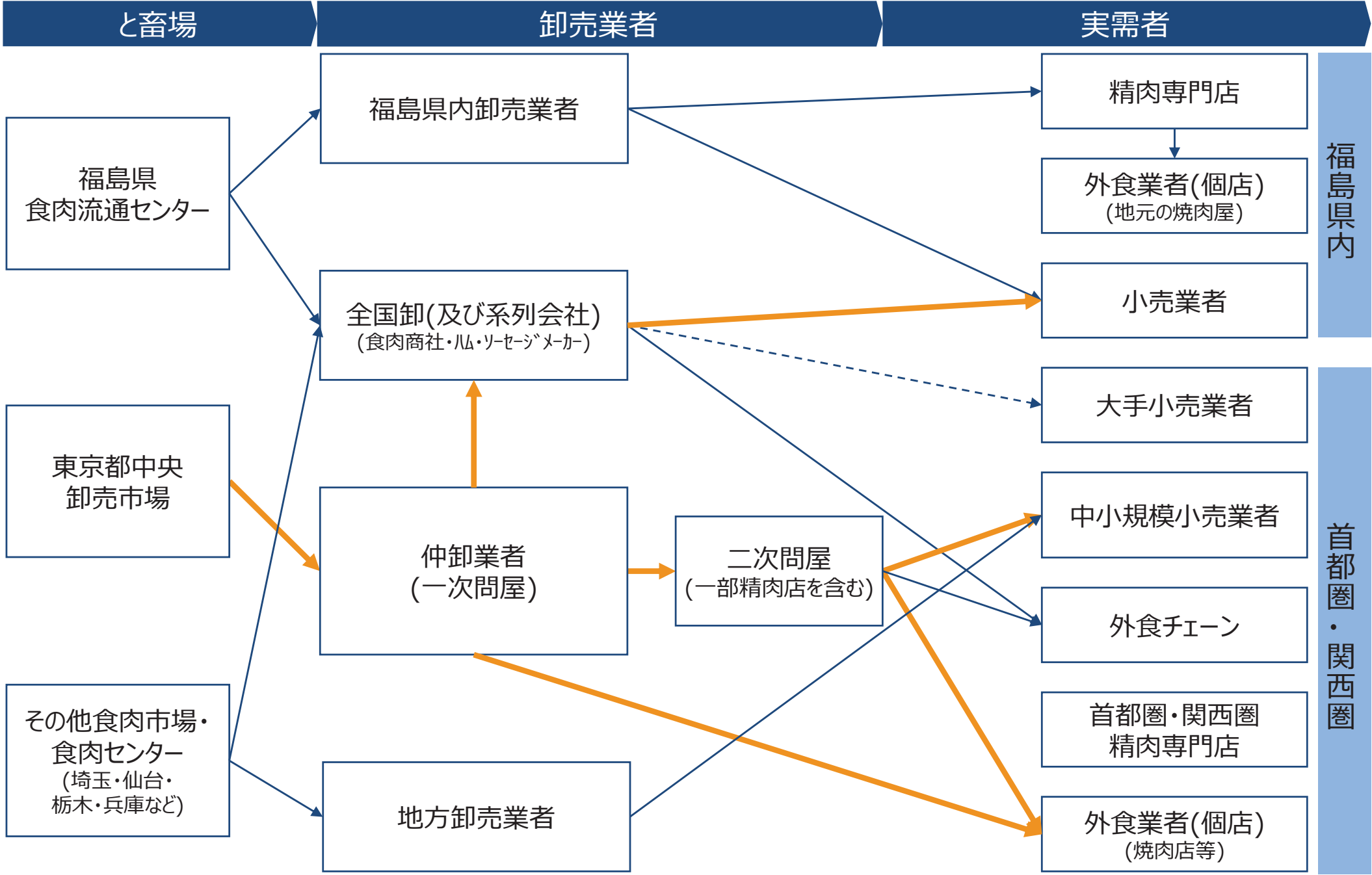
©Accenture 2018. All Rights Reserved.

《参考》福島県産牛肉（和牛）の流通経路



出所：福島県畜産課「福島県の畜産2015」、ヒアリング結果等

©Accenture 2018. All Rights Reserved.



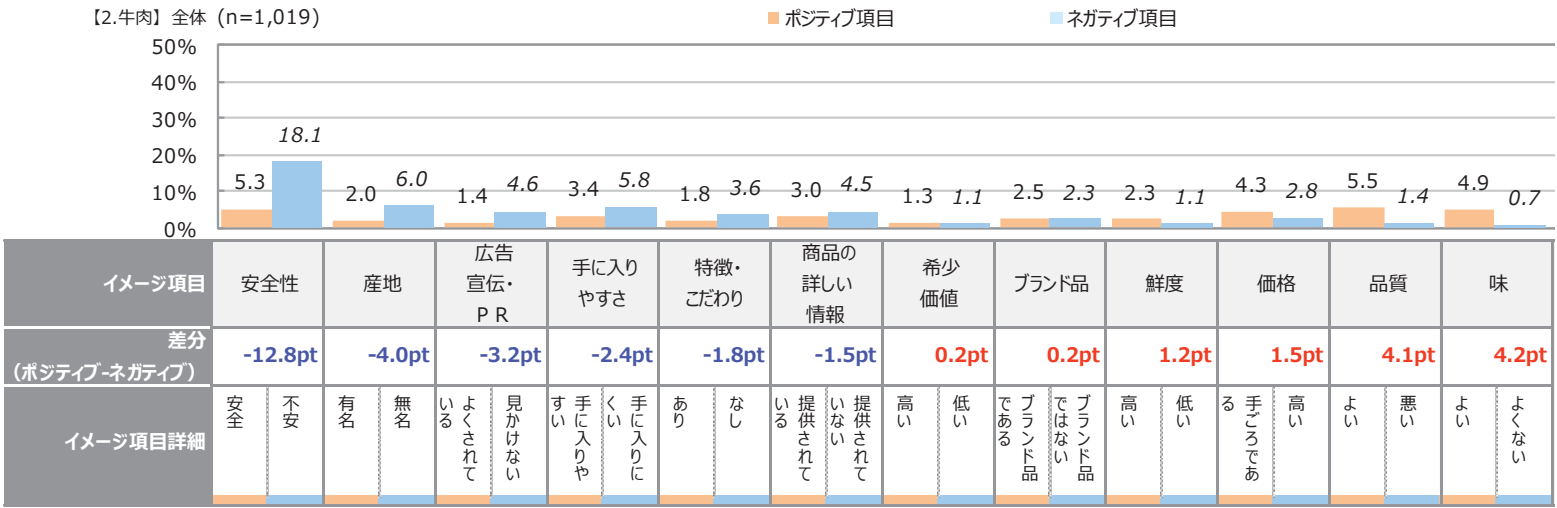
2. 消費者における動向

調査概要

結果概要

- 牛肉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1,019名に対してアンケート調査を行った。
- 福島県産牛肉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18.1%、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7.9%存在した。
- 購入時に産地を「意識している」、「やや意識している」と回答する消費者が77.4%を占めており、その理由は、「安全性が気になるから」が37.9%と最も高い。

福島県産牛肉に対するイメージ



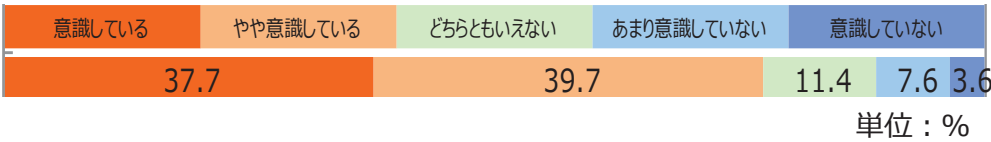
福島県産牛肉の購入意向

- 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



単位：％

牛肉を購入する際の産地への意識



単位：％

購入意識 (重視する基準等)

- 購入時に重視する点として「価格」が最も高く、「鮮度(50.5%)」や「国産か海外産か(49.2%)」のポイントも高い
 - 男性において、20代(33.8%)を筆頭に「鮮度」「商品の見た目」への意識が低い
 - 女性50代の上位項目は「鮮度(64.7%)」「国産か海外産か(60.3%)」「加工日・消費期限、賞味期限(54.3%)」、女性60代は「国産か海外産か(64.7%)」、「商品の見た目(50.6%)」、「日本国内での産地(41.0%)」
 - 福島県居住者は「国産か海外産か(33.9%)」、「日本国内での産地(16.9%)」のポイントが関東・近畿と比べて低い
- 購入時に「産地を意識している、またはやや気にしている」消費者の割合は全体の77.4%を占めている
 - 「産地を意識している人」の中では、50代女性(49.1%)、60代女性(45.5%)の割合が高い
- 「産地を意識している理由」としては、「安全性が気になるから(37.9%)」が他の項目と比較しても高い
 - 「安全性が気になるから」を選択した人の内訳として、30代女性(57.6%)が最も高く、小学生以下居住の比率(45.8%)も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
 - 「安全性が気になるから」の項目について、福島県内(19.5%)のポイントは関東圏・関西圏と比較しても低い傾向にある

普段の 購入産地

- 「普段最も購入する産地を47都道府県に決めている人」は全体の38.3%、「特に決まっていない・わからない人」は全体の61.7%
 - 中でも「北海道(6.3%)」のポイントが最も高く、次いで「鹿児島県(2.9%)」「宮崎県(2.8%)」と続くが、いずれも3%以下
 - 「決めている人」の性年代的には、50代男性(48.7%)と60代男性(53.1%)と年齢が高めの男性の比率が高い
 - 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(15.3%)」、関東圏は「北海道(5.1%)」、近畿圏は「兵庫県(8.1%)」となっている
- 福島県を「最も購入する産地」としている人は、全体から見て0.4%で28位、東北県内では3.3%で6位、福島県内居住者(15.3%)においては1位となっているものの、他品目と比較して福島県に関する牛肉の産地意識は低いことが伺える
 - 関東圏(0.3%)、近畿圏(0.5%)となっており、特筆すべき地域差はない

福島県産の 購買意向

- 福島県産品に対するイメージは、「特にイメージはない(41.2%)」が提示項目の中で最も高く、他の選択項目と15%以上のポイント差がある
 - 福島県居住者においても23.7%となっており、他品目と比較して高い
 - ポジティブなイメージで5%を超えるのは、「品質がよい(5.5%)」、「安全である(5.3%)」、ネガティブなイメージでは、「安全性に不安がある(18.1%)」が最も高く、他に5%を超えるのは、「産地として無名である(6.0%)」、「手に入りにくい(5.8%)」となっている
- 福島県居住者における上位選択項目としては、「品質がよい(20.3%)」、「安全である(20.3%)」、「手に入りやすい(20.3%)」が上位のイメージとなっており、「安全である」の項目については、全体の5.5%に対して高い傾向にある(関東圏:6.0%、近畿:3.8%)
- 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(7.9%)」という福島県産を敬遠する消費者は全体の1割程度に留まっている
 - 北海道(21.1%)は最もポイントが高い傾向
 - 福島県(3.4%)は最も低く、関東圏(5.1%)・近畿圏(7.6%)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」が福島県産以外の消費者の購入意向について、50代男性(51.4%)及び30代男性(39.3%)を筆頭に、「他産地品よりも価格が安ければ購入する(31.1%)」消費者も一定数存在する

3. 販売状況の変化

大規模小売業者は、生産過程を追跡でき、大口での供給が可能な産地の牛を中心として仕入れており、福島県産牛は震災前から福島県内の店舗やフェアでの取扱いが中心。

震災前後での福島県産牛の取扱状況変化

仕入の基本的な考え方

- ・ 多量の牛を仕入れる必要があり、生産性・持続可能性の面から大規模な生産者から仕入を実施している(大規模小売業者)
- ・ 震災後、仕入れる牛肉の産地に関する戦略を策定。現在は条件に合致する大規模な産地を中心に仕入れている
 - 餌を含めた生産・流通過程を可視化出来る、繁殖から肥育までを一貫肥育できる産地のみから仕入っており、福島は上記の条件に該当しない(大規模小売業者)

定番商品としての取扱状況

- ・ 震災前は、大手小売業者の一部の店舗で定番として取り扱われることがあったが、チェーンとして取り扱ったことはなかった(首都圏卸売業者)
 - 品質が良かったため、合併前のルートを通じて一部店舗で取扱いしていたが仕入ルートの一本化により取扱いがなくなった(大規模小売業者)
 - 関東エリアでは震災前からフェア以外での福島県産牛の取扱いはないが、福島県内店舗では継続して取扱っている(大規模小売業者)

福島県産の評価・消費者の反応

福島県産の評価

- ・ 福島県産牛は、東北の牛では安かったが、品質が良い(大規模小売業者)
- ・ 粗飼料質が違いため、東北の牛は九州産の牛よりも食味は上である(大規模小売業者)

消費者の反応

- ・ 子供連れの消費者のなかには、産地を確認した上で九州地方の商品を希望する消費者もいる(大規模小売業者)
- ・ 関東圏の消費者の方が、関西圏より福島県産牛への嫌悪感が少ない(大規模小売業者)
- ・ 震災後、牛の生産・流通過程を知りたいという消費者が増えており、現行のトレーサビリティ制度では把握出来ない情報への問合せが増加している(大規模小売業者)
- ・ 福島県産牛の取扱いがある店舗においては、他県産との併売がない中、福島県産以外を扱ってほしいという声もいまだに存在する(大規模小売業者)

大規模
小売業者
(全国小売)

（前頁の続き）

震災前後での福島県産牛の取扱状況変化

定番商品としての取扱状況(続き)

- ・ 現在、福島県外の店舗においては、定番商品としての福島県産牛の取扱いはない(大規模小売業者)
 - 福島県内の店舗においては、福島県産和牛を「地産地消品」とし、郡山等で年に約30頭取り扱っている

フェアにおける取扱状況

- ・ 大手小売業者の店舗で産地フェアで会津牛を販売、売上は好調であったと聞いている(首都圏卸売業者)
- ・ 震災後に頻繁にフェアを行うようになり、首都圏を中心に福島県産牛の取扱いがあり、よく売れている(大規模小売業者)

仕入先について

- ・ 現在フェアで扱う場合は、生産者団体と商談を行った上で購入している(大規模小売業者)
- ・ 福島県内店舗での取扱分は、系列企業の仕入ルートを使用(大規模小売業者)

仕入価格について

- ・ 震災前の2010年は福島県産牛の売上はなかったが、2016年はフェア等で1,000万円の売上があった。福島県の銘柄牛の仕入価格は、他の銘柄と比べて15%程安い(大規模小売業者)
- ・ 福島県産牛は、他県産同様の価格で仕入を実施している。(大規模小売業者)

大規模
小売業者
(全国小売)

福島県内の小売業者では、震災直後に見られた消費者からの安全性に関する問合せは減少傾向にあり、現在は福島県産牛の取扱量は増加傾向にある。

震災前後での福島県産牛の取扱状況変化

福島県産の評価・消費者の反応

福島県内 小売業者

定番商品としての取扱状況

- 県内小売業者では、福島県産牛を中心に扱う店舗が多い
 - 牛肉は産地表示を行うものは、県産の取扱いが主力であり、交雑牛ではふくしま煌(きらめき)牛、和牛では福島牛を中心に扱っている(中小規模小売業者(福島県内))
 - 「和牛」では、福島県産品として、震災以前より契約農家により生産された独自ブランドを中心に取扱い、販売量は増加している(中小規模小売業者(福島県内))
 - 福島県産牛の取扱量を2010年の年間245頭から、2016年の510頭へ増やした結果、消費者に福島県産牛の美味しさが浸透し、販売量が拡大した(中小規模小売業者(福島県内))
- 福島県産牛を取り扱っているものの、販売に苦戦している事業者も一部で存在する
 - 福島和牛を取扱っているが、ブランド力がなく厳しい状況(中小規模小売業者(福島県内))
 - 震災後、福島県産牛の生産者減少と共に市場の取扱量が減少。元より福島県には有力な銘柄牛がなく、他県産と比べ取扱量は少ない(中小規模小売業者(福島県内))

消費者の反応

- 震災直後は消費者から安全性に関する問合せがあったが、2年程で無くなった(中小規模小売業者(福島県内))
- 国内産の商品の産地について問われることはあるが、福島県産か否かを消費者から尋ねられたり、嫌忌されることはない(中小規模小売業者(福島県内))
- 元々、福島県産牛の取扱量は少なく、消費者からの要望やクレームは殆どない(中小規模小売業者(福島県内))
- 宮城県の店舗では、震災後4年程は安全性に関する問合せがあったため、宮城県内での福島牛の扱いを中止した(中小規模小売業者(福島県内))
- 2011年の12月に福島牛の予約販売を実施したところ、200万円の事前注文があった(中小規模小売業者(福島県内))

（前頁の続き）

震災前後での福島県産牛の取扱状況変化

定番商品としての取扱状況(続き)

- ・ 県内小売業者の中にも、福島県産を取り扱わない事業者も存在する
 - 震災前から畜産物は銘柄肉による差別化を図っており、有力銘柄のない福島県産牛の扱いはなかった (中小規模小売業者(福島県内))
- ・ 交雑牛・ホルスタインについては他県産を使用する事業者が多い(中小規模小売業者(福島県内))
 - ある小売業者では、地域限定で福島県内の生産者から仕入れたホルスタインを販売している(中小規模小売業者(福島県内))

仕入先

- ・ 主に福島県食肉流通センターでJA系統出荷分を相対取引で仕入れており、不足分を福島県食肉流通センター、仙台食肉市場、東京都中央卸売市場のセリで仕入れている(中小規模小売業者(福島県内))
- ・ 主にJA系統出荷分を大手食肉卸経由で仕入れることが多い(中小規模小売業者(福島県内))
- ・ 和牛・交雑牛は特定の生産者から、県内の問屋を経由して仕入を行っている(中小規模小売業者(福島県内))

販売価格

- ・ 和牛の「ユニット売価」（単価）は、震災前に比べてそれほど変わっていない(中小規模小売業者(福島県内))
- ・ 福島県産牛の価格は、他県産品と比べて安い(中小規模小売業者(福島県内))

福島県内
小売業者

首都圏小売業者では、震災前から定番商品として福島県産牛を取り扱う事業者が存在する。なお、消費者のネガティブな反応は特になく、震災前と同様に販売している。

震災前後での福島県産牛の取扱状況変化

定番商品としての取扱状況

- 首都圏の一部の小売業者では、福島県産牛を定番商品として販売している
 - 和牛は震災前から福島県産が多く、仕入れている卸売業者の契約農場で生産された独自ブランドを中心に、シェアは約80%であった(中小規模小売業者(首都圏))
 - 震災後、100%近くまで高まったが、近年、福島県内の生産者が減少し等級や供給量が安定しなくなり、福島県産牛の取扱量が減少した(中小規模小売業者(首都圏))
 - ✓ 産地の事情を把握していたことと、リピーター顧客も多くついていたため、震災後も取扱いを継続した経緯
 - 全ての牛肉を産地表示しており、福島県産牛についても産地を表示して販売している(中小規模小売業者(首都圏))
 - 震災を経て一時取扱いを中止していたが、会津牛の取扱いを再開した(中小規模小売業者(首都圏))

フェアにおける取扱状況

- 福島県産牛フェアは震災発生後から実施しているが、消費者には好評で実施時期について問合せが入ることもある。サシの入りが良い、上質な肉が安価で手に入ることが人気の要因であると考えている(中小規模小売業者(首都圏))

福島県産の評価・消費者の反応

消費者の反応

- リピーター顧客も多く、震災後も、福島県産牛の「買われ方」はそれほど変わらなかった印象。40代以上は、あまり抵抗感なく購入(中小規模小売業者(首都圏))
 - 一方、小さい子供がいる方には購入されない傾向であった
- 震災後の約2年間は、店頭でご意見やご要望を頂くこともあったが、それ以降は、現場でも特に話を聞かない(中小規模小売業者(首都圏))
- 福島県産牛の取扱いについてのクレームはほとんどない(中小規模小売業者(首都圏))
- 震災後、国産表示で牛を販売した際、産地についての問合せがあった。現在は、子供がいる主婦等からアレルギーについての問合せを受けることはあるが、福島県産か否かの問合せはない(中小規模小売業者(首都圏))
- 福島県産品のシンポジウムの開催時、福島県産牛を購入・応援したいが、そもそもの販売量が少ないとの消費者の声が存在(業界団体)

首都圏
小売業者

（前頁の続き）

震災前後での福島県産牛の取扱状況変化

首都圏 小売業者

取扱いがない事業者における状況

- ・ 牛については、国産・雌・4等級を指定し、産地は問わず仲卸業者経由で仕入を実施しているが、**結果的に殆どが九州からの仕入**となっている(中小規模小売業者(首都圏))
- ・ 相場で福島県産品(精肉)が10%ほど安く、取扱いも考えられなくはない。しかし、茨城県などの産直センターに予約した商品をさばく必要があり、精肉の生産地を変えることは難しい(中小規模小売業者(首都圏))

仕入先

- ・ 会津牛の仕入は東京都中央卸売市場(中小規模小売業者(首都圏))
- ・ 交雑牛の仕入は東京都中央卸売市場(中小規模小売業者(首都圏))

仕入価格

- ・ 仕入価格は、卸売業者が主導(中小規模小売業者(首都圏))
- ・ 「福島県産」であることを理由として、他産地と比べて福島県産品の価格が特に高い・安い、といったことはない(中小規模小売業者(首都圏))

販売価格

- ・ 販売価格は震災前から今までずっと維持している(中小規模小売業者(首都圏))

福島県産牛は、東京都中央卸売市場や福島県食肉流通センターにおいてと畜・出荷されることが多く、輸送コストが高いため、関西圏の小売業者が取り扱う事例は少ない。

震災前後での福島県産牛の取扱状況変化

福島県産の評価・消費者の反応

地方 小売業者

定番商品としての取扱状況

- ・ 福島県産牛は、東京都中央卸売市場か福島県食肉流通センターでと畜されることが多いため、関西までの輸送コスト等の観点から、仕入の機会が少ない(中小規模小売業者(関西圏))
- ・ 関西圏では和牛が好んで消費される傾向にあるが、小売業者は神戸牛・京都牛・大和牛等の少頭数生産で高価な銘柄牛と一般の国産和牛を販売しており、**福島県産牛は一般の国産牛としての需要が存在**する(首都圏卸売業者2社)

仕入先

- ・ 仕入においては、産地よりも品質や格付け、等級などを重視する(中小規模小売業者(関西圏))
- ・ 取引先に提示する仕入基準は、品質に関するものであり、**放射能云々は関係ない**(中小規模小売業者(関西圏))
- ・ 当社に入るものは、全て自社の検査センターを通るため、**安全性は自分たちでも担保**できるため(中小規模小売業者(関西圏))
- ・ 牛肉の仕入は、**部位別の仕入**となっている(中小規模小売業者(関西圏))
- ・ 施策として連携しているような特別な産地のみ、枝肉で仕入れることがあるが、量としては、かなり少ない(中小規模小売業者(関西圏))

消費者の反応

- ・ 2011年7月、稲わら問題発生後、組合員からの産地問い合わせが増加。当時は**法令基準の国産表示から、店頭での産地表示に変更**(中小規模小売業者(関西圏))
- ・ 現在でも一部消費者から、**震災地として報道された県産の食材かどうかの問い合わせが存在する**(中小規模小売業者(関西圏))

精肉専門店では、福島県内を中心として福島県産牛を取り扱う店舗が存在し、取扱いへの抵抗はそれほど多くなく、消費者のネガティブな反応も見られない。

震災前後での福島県産牛の取扱状況変化

福島県産の評価・消費者の反応

精肉 専門店

定番商品としての取扱状況

- ・ 店頭販売している牛肉は、原則福島県産牛である(精肉専門店)
- ・ 福島県内の精肉専門店で販売しているが、特筆すべき反応はない(福島県内卸売業者)
- ・ 震災後、全国30の精肉専門店で福島県産牛のブース設置を打診・実施したところ、小売業者に比べ、地域の精肉店の方が福島県産牛の取扱いに抵抗がない(業界団体)
- ・ 農協を通さずに流通する牛は、主に精肉専門店で流通しているものと思われる。精肉専門店では、売残りはメンチにする等、多様な方法で販売可能なため、安定した流通が存在する(業界団体)

ギフトとしての取扱状況

- ・ 震災前と同様、福島県産牛のギフト需要が存在(精肉専門店)

消費者の反応

- ・ 実際に食肉を販売している中で風評被害の影響は感じておらず、福島県産牛の消費者の需要は存在する。品質が良い牛を選んだ結果、福島県産牛を取り扱うこともある(精肉専門店)
- ・ 福島県産牛を販売する際、産地によってネガティブな反応を示す消費者は余り多くない(精肉専門店)
- ・ お歳暮の時期に、福島県外の知り合い等に福島県産の牛のおいしさを伝えたいとプレゼントとして購入する消費者も存在する(精肉専門店)
- ・ 自治体のふるさと納税の返礼品として、福島牛セット食べ比べ商品の取扱いが開始されたが、公示3日後には福島県外の消費者から15件の発注があった(精肉専門店)
- ・ 精肉店で食肉を購入する消費者は、来店前に購入する種類を予め想定しており、スーパーで食肉を購入する消費者と比べ、産地や価格より、特定の食肉・部位等の要素を重要視する傾向にある(精肉専門店)

（前頁の続き）

震災前後での福島県産牛の取扱状況変化

精肉 専門店

取扱いの背景・きっかけ

- ・ 福島県産の食肉を実際に販売している中で風評被害の影響は感じていない(精肉専門店)

仕入先

- ・ 福島県内の精肉専門店では、東京都中央卸売市場・福島県食肉流通センター等から大手卸売業者等の業者経由で仕入を行う業者が大半を占める(精肉専門店)

仕入価格

- ・ 卸値は、パーツごとに決まっているが、年間でも変動がある(精肉専門店)
- ・ 夏場はバーベキュー等でのバラ肉の需要が高く、卸値が 1 キロあたり300円から400円高騰する(精肉専門店)

販売価格

- ・ 店頭販売価格は、仕入価格によって変動するため、近年の枝肉価格高騰により、価格上昇が続いている(精肉専門店)
 - 牛肉の生産者数の減少に伴い生産量が低下していることから、牛肉の仕入値は震災前から高騰し続けており、ここ数年で4割程度上昇している
 - 高価格帯商品は販売価格を据え置いているものもあり、利益率は低下傾向にある

外食業者では、一部の焼肉店等が福島県産牛を取扱っているが、消費者からの産地に関する問い合わせは殆どなく、福島県産に対するネガティブな反応も見られない。

震災前後での福島県産牛の取扱状況変化

福島県産の評価・消費者の反応

外食

取扱状況

- 5年程前のオープンから質を評価して福島県産牛を取扱っている。店舗で取り扱う牛の半分程度が福島県産である(外食業者)
 - 店舗では、敢えて福島の看板を掲げ、牝の福島牛を取り扱っている
- 震災前後を通じて、福島県産の取扱いがない事業者も存在
 - 居酒屋事業・焼肉事業を含め、グループ内で福島県産牛の取扱いはない(外食業者)
 - 現在の牛肉は仲卸経由で鹿児島県産などを中心に仕入れている。福島県産牛を仕入れる場合、どこから買えるかわからない(外食産業)
 - 震災前から現在まで、福島県産の取扱いは無い。福島県産を意識している訳ではなく、取引している卸からの提案も無く、福島県産を意識したことが無かった(外食業者)

消費者の反応

- 産地にこだわったり、産地を尋ねたりする顧客はほとんどいない(外食業者)
 - 消費者が福島第一原発事故のことを忘れてしまっている可能性も高く、どれくらい意識しているかわからない(外食業者)
 - 国産であれば、産地にこだわる消費者は少ない(外食業者)
- 福島県産に対するネガティブな反応は全くなく、店頭でショーケースを並べて、福島県産というラベルを貼って並べているが、福島県産だから利用をやめよう、というような反応は1回も聞いたことはない(外食業者)
- 関西圏の消費者は、福島県産牛に対する抵抗が強いと販売先の外食業者から聞いている(首都圏卸売業者)
 - 大阪・奈良・滋賀の消費者は福島県産牛を好まず、選択肢にある場合は他県産牛を選びたいというニーズが強い

加工業者には、福島牛を使用したカレーを製造する事業者もいるが、牛肉価格高騰の影響が大きいことから、販売価格の値上げが行われる事例なども一部で見られる。

震災前後での福島県産牛の取扱状況変化

福島県産の評価・消費者の反応

加工

取扱状況

- ・「福島牛」を使用したカレーを製造し、福島県内の精肉専門店で販売している(福島県内卸売業者、加工業者)

仕入先

- ・福島牛を東京都中央卸売市場に買付けにまで行くことがある(福島県内卸売業者)

仕入価格

- ・銘柄牛は全体的に高値となっており、原価を圧迫している。現在では100グラム当たり800円以下は全て輸入牛肉ともいわれるほど高騰している(加工業者)

販売価格

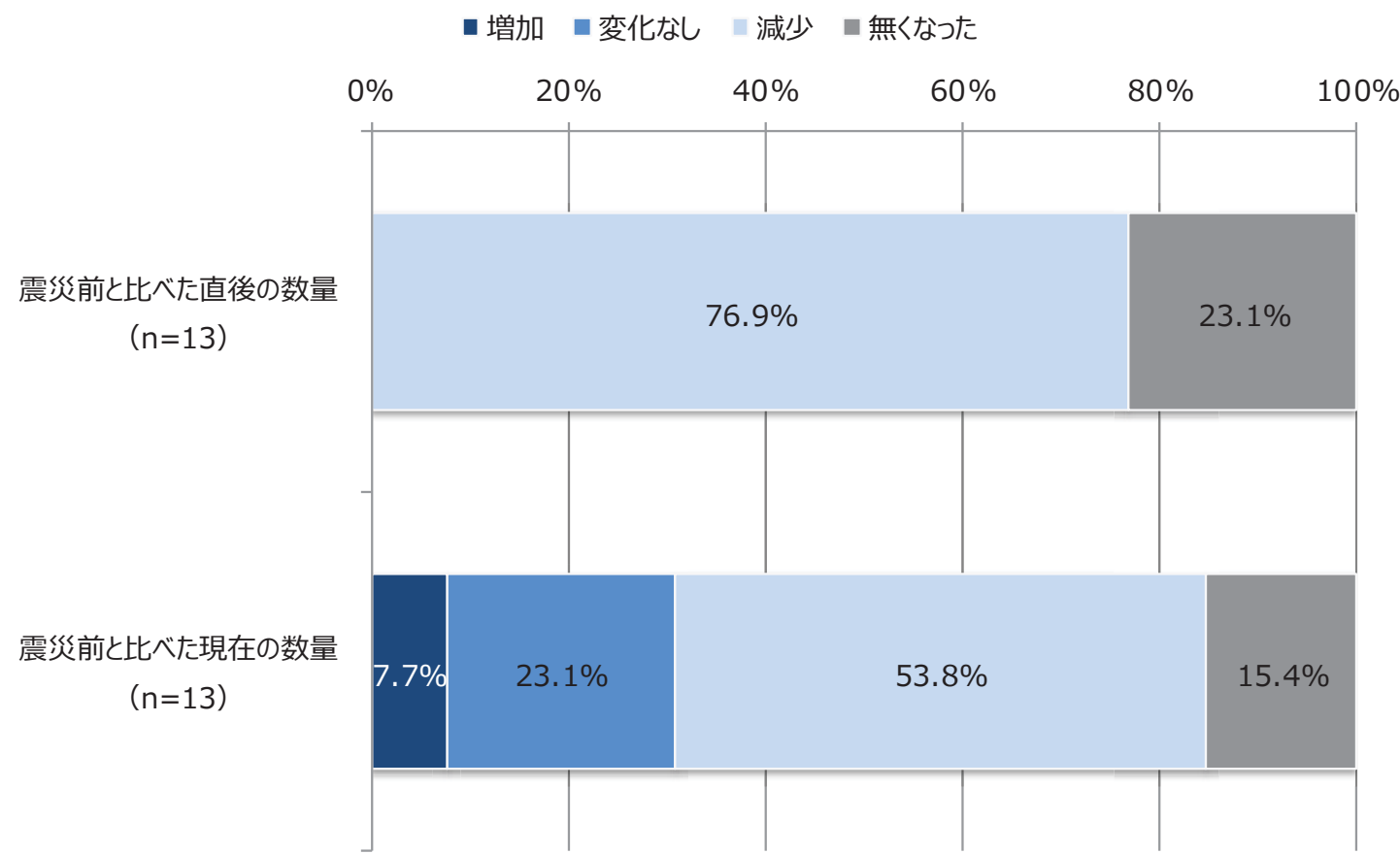
- ・牛肉を使ったカレーでは、原価の大半を肉が占める。そのため、牛肉価格の高騰が原価に大きく反映される(加工業者)
- ・牛肉価格の高騰により、福島牛のカレーも販売価格を上昇(加工業者)

消費者の反応

- ・東京等でイベントを実施して、カレー等を無料で配布・試食してもらっているが、消費者は風評被害などを気にせず受け取る方が多い(業界団体)
- ・福島県産は絶対摂取しないという消費者は未だ存在する(業界団体)

震災直後には回答者の全てが、震災前と比べて福島県産牛肉の取扱いを減らすか無くした。現在では震災直後よりも回復しているものの、依然として7割弱が減らすか無くした状態が続いている。

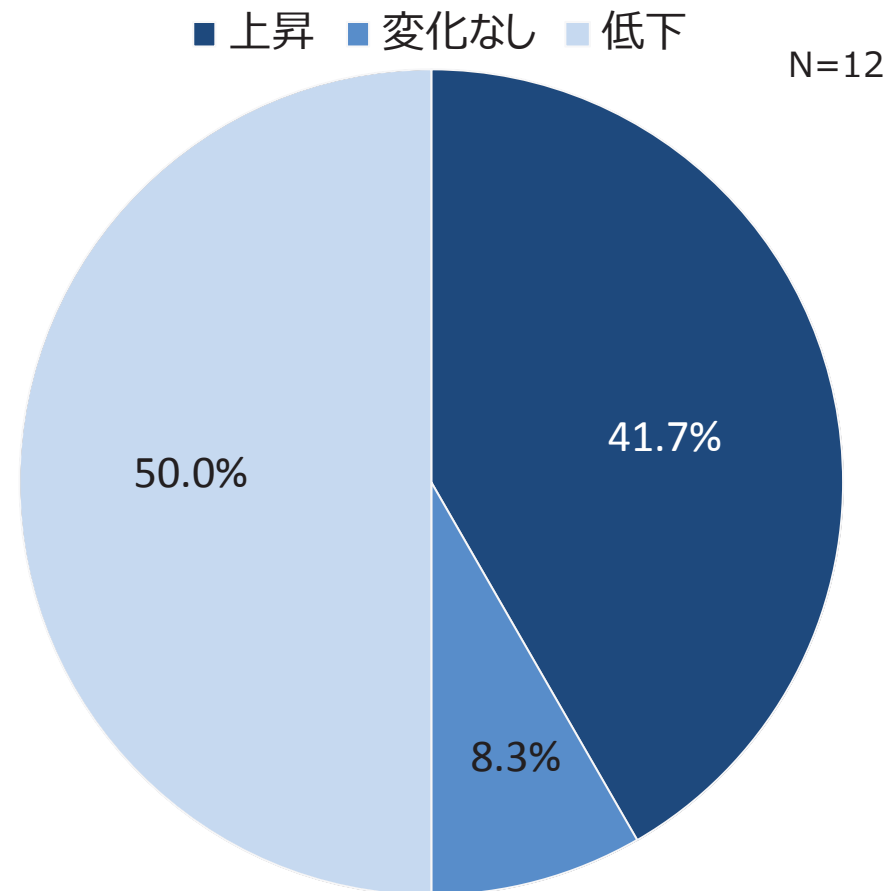
震災前と比べた取扱数量の変化（牛肉）



※和牛と交雑の回答を合計して集計

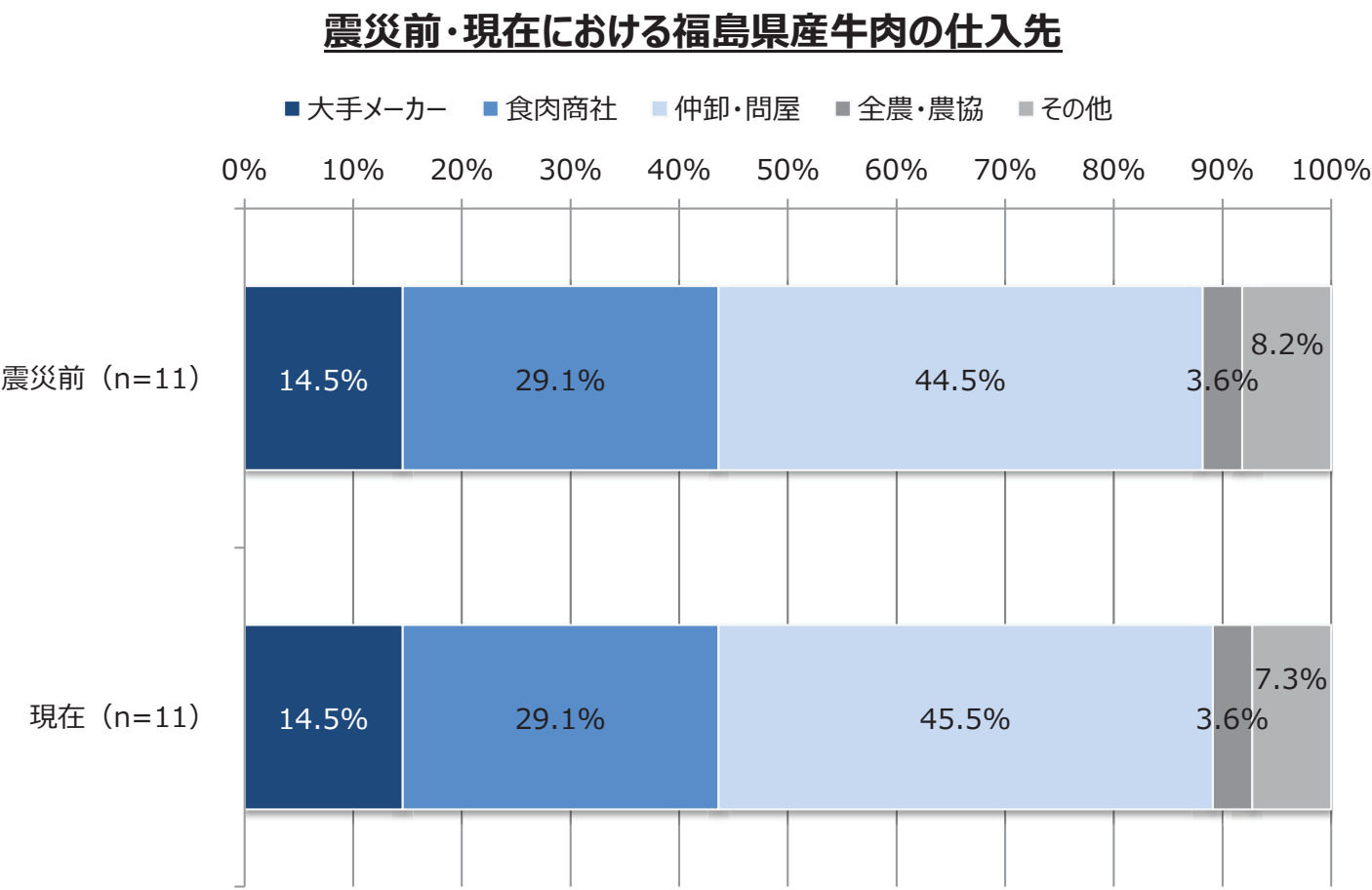
震災前と比べた仕入価格について、約4割が「上昇」と回答した一方で、半数が「低下」と回答した。近年、牛肉相場が上昇していることを考慮すると、仕入価格が停滞していると考えられる。

震災前と比べた価格の変化（牛肉）



※和牛と交雑の回答を合計して集計

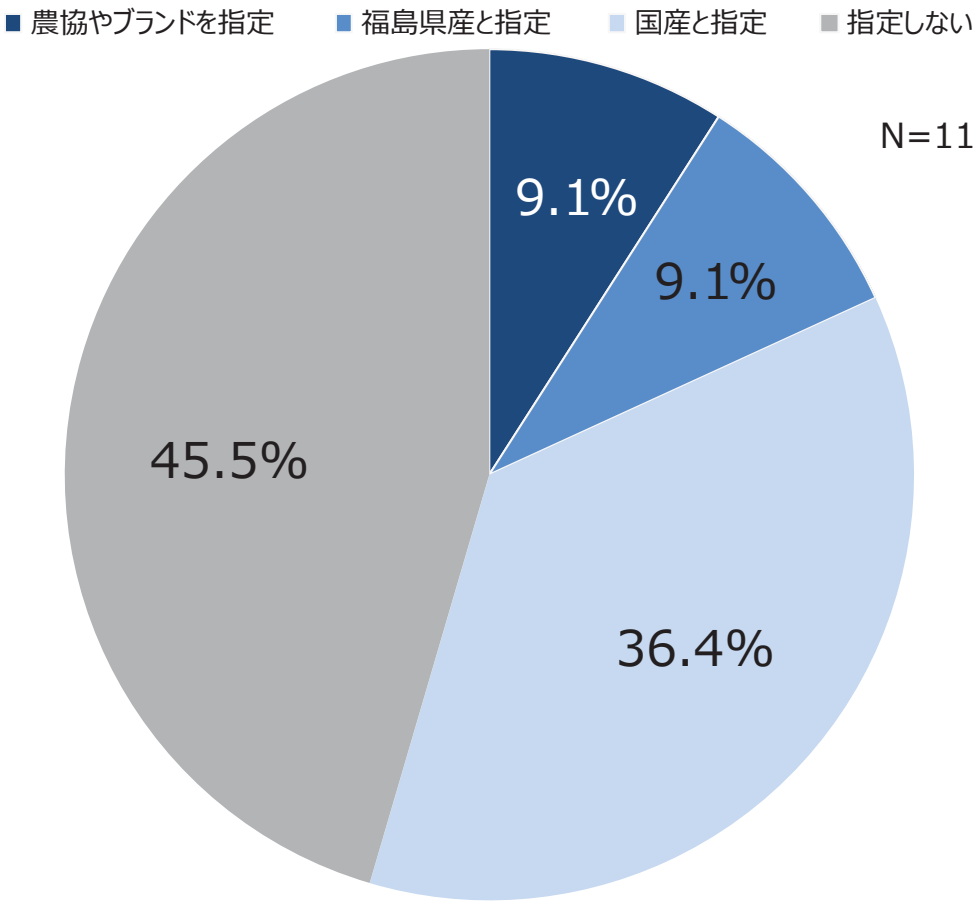
震災前と現在における牛肉の仕入先は、震災前から仲卸・問屋からの仕入が最も多く、次いで食肉商社が多い。震災前と現在で、仕入れ先の構成比はほぼ変わっていない。



※和牛と交雑の回答を合計して集計

福島県産牛肉を仕入れている卸売業者は、農協やブランド、福島県産などと指定して仕入れるのではなく、国産とだけ指定したり、産地指定をしない場合がほとんどとなっている。

福島県産を仕入れる際の産地指定の仕方（牛肉）



※和牛と交雑の回答を合計して集計

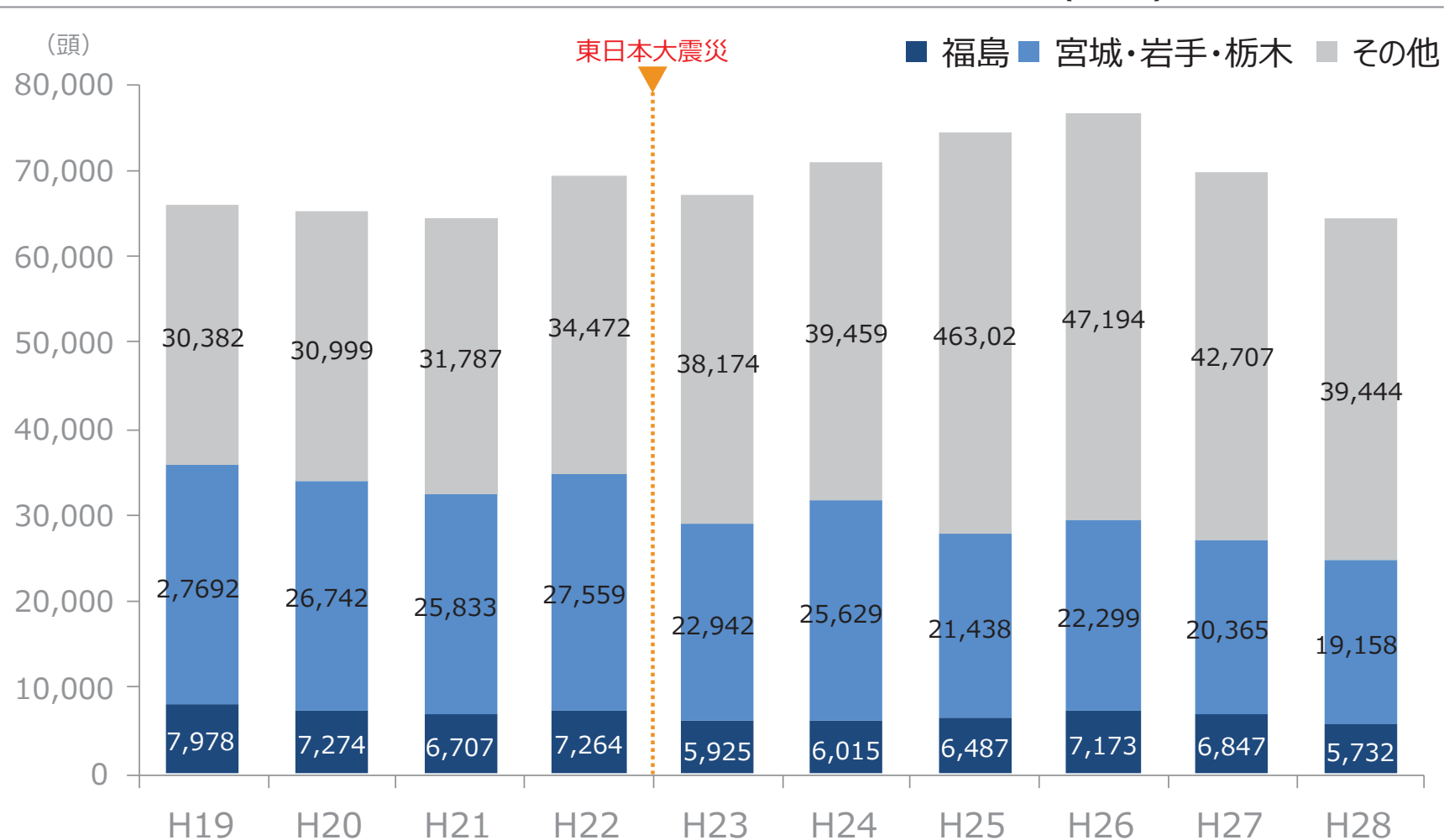
大規模小売業者は特定産地からの一括仕入を行う場合が多く、中小規模小売業者では地元産を中心とした銘柄牛の取扱傾向が強い。外食・加工業者は産地よりも部位を指定して仕入れることが多い。

区分		取り扱う牛肉の特徴	仕入の基準	傾向・変化
小売業者	大規模	<ul style="list-style-type: none"> ・ 自社ブランドとして特定産地の牛肉を扱うケースもある ・ 和牛の取扱いは減少 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 大規模かつ、トレーサビリティが確保されている生産者が生産したもの 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 原則、大量にセットで購入するため、安定出荷できる産地に集約 ・ 安全性の担保には特に注力
	中小規模	<ul style="list-style-type: none"> ・ 銘柄牛(産地では地元産)を使用するケースが多い ・ 和牛の取扱いは減少 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 比較的値ごろ感があり、質が良い銘柄牛を好む ・ 小規模店の場合、併売できないため、問合せ等が少ない産地を好む 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 特定の銘柄牛の扱いを継続する傾向 ・ 価格高騰に伴い、ホルスタインや交雑牛に注力する事業者が増加。和牛の取扱いが週末のみの店舗も多い
精肉専門店		<ul style="list-style-type: none"> ・ 産地に関わらず高品質が特徴の牛肉を取扱い ・ 等級は、和牛＝3・4等級、サーロイン＝5等級 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 産地以上に、品質と価格のバランスを見て仕入 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 固定客が多く、購買する商品も習慣化する傾向が強い ・ 小ロットでの仕入が多い
外食		<ul style="list-style-type: none"> ・ 焼肉店はバラ・カタなど、鉄板焼き店はロース、すき焼き・しゃぶしゃぶはロース、カタ、モモ等特定部位のみを使用 ・ 焼肉店では差別化の一環で希少部位を取り扱う店も存在 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 一部の銘柄牛を掲げている店舗を除き、質と価格のバランスを最重視 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 高級店を除き、産地に対する問合せは少ないこともあり、パーツごとに産地が違う場合も多い ・ 価格面から、和牛を使用する店舗は限られる。交雑牛は価格帯的に中途半端なため、使用しない店舗も多い
加工		<ul style="list-style-type: none"> ・ すね肉など、低需要部位が中心 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 特定産地の産品以外は、産地を問わず安い時期に安い商品を購入 ・ 等級は不問の場合もある 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 牛肉の価格が原価の大半を占めることが多い

4. 流通状況の変化

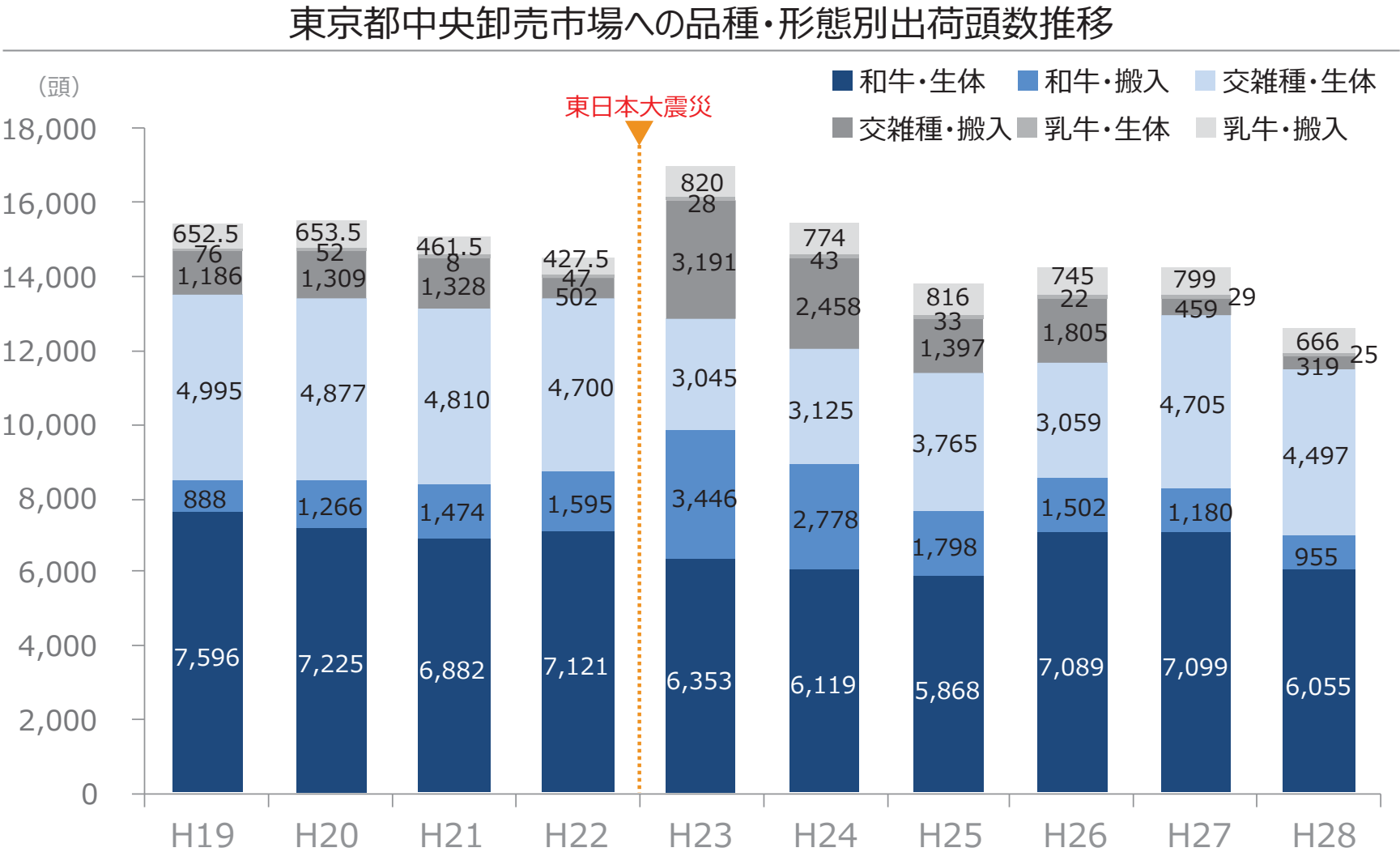
東京都中央卸売市場では、全体で 7 万頭程度が出荷される中、福島県産は 6 千頭程度で約 10 %程度の状況。平成26年以降は、全体、福島県産ともに出荷頭数が減少傾向。

東京都中央卸売市場における出荷頭数シェア推移(和牛)



出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

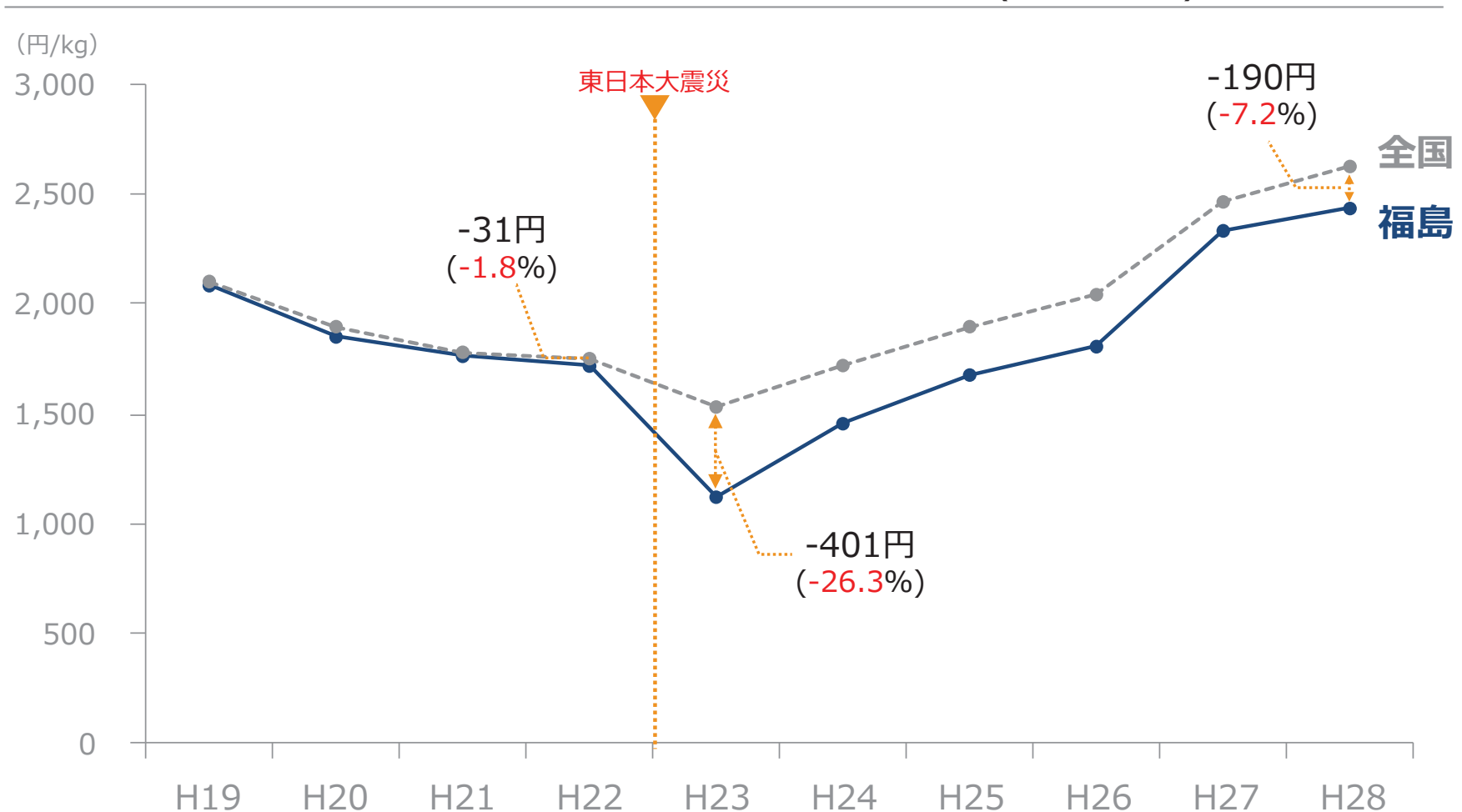
東京都中央卸売市場では、福島県産牛では和牛が交雑種より多く出荷されている。平成23年には和牛の出荷量が増加したが、翌年以降は震災前と同水準で推移。



出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

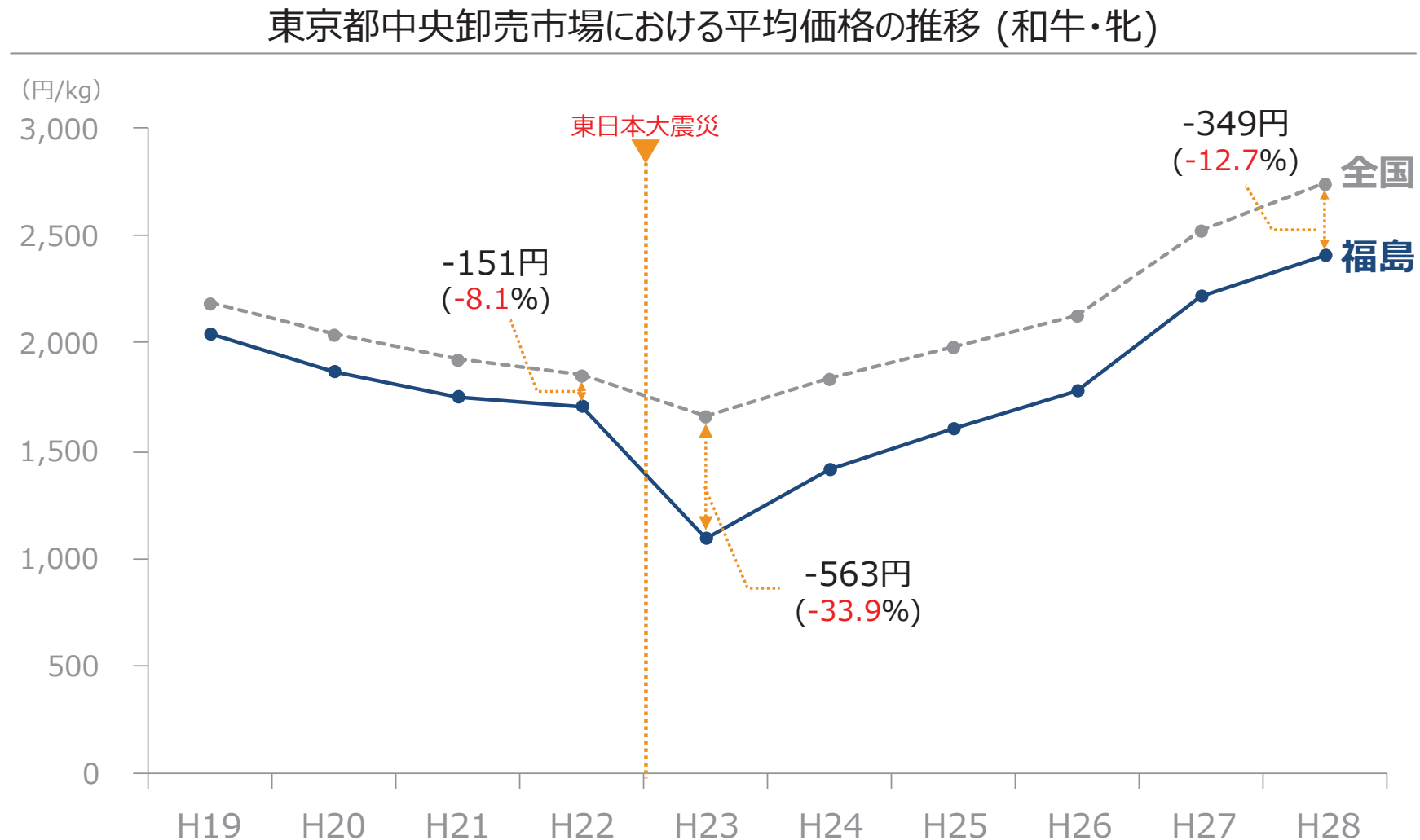
福島県産和牛の去勢の平均価格は、震災前は全国平均とほぼ同額で推移していたが、震災後に大きく下回り、現在は縮小傾向にあるものの約7%安値で推移している。

東京都中央卸売市場における平均価格の推移（和牛・去勢）



出所：東京都中央卸売市場データ

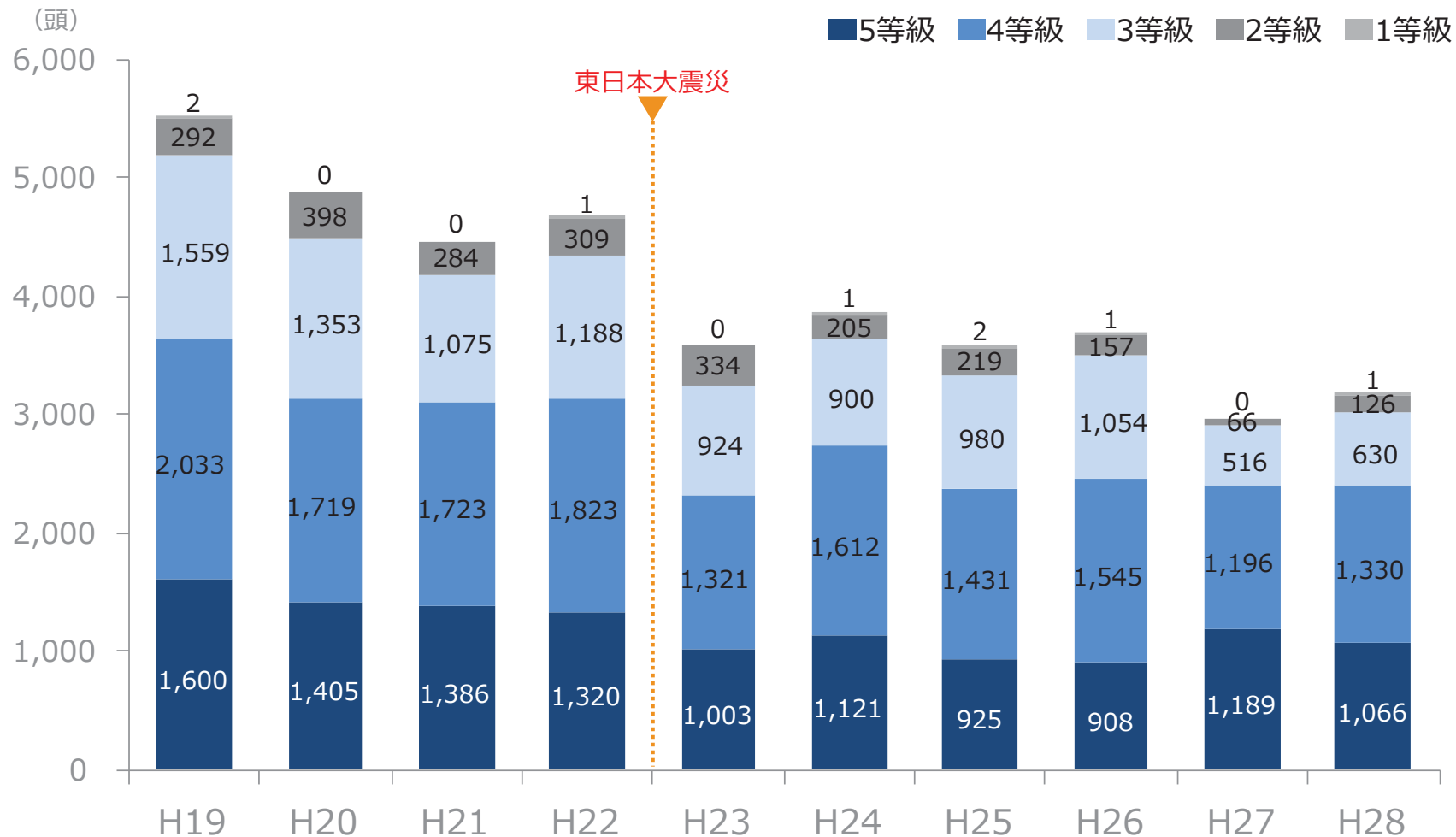
福島県産和牛の牝の平均価格は、震災前は全国平均を約8%下回っていたが、震災後価格差が拡大し、現在は縮小傾向にあるものの約13%安値で推移している。



出所：東京都中央卸売市場データ

東京都中央卸売市場への福島県産和牛の去勢の出荷頭数は、全体的に減少傾向にあるが、4等級・5等級の割合が高まっている。

東京都中央卸売市場へのお荷頭数推移(和牛・去勢・福島)



出所：東京都中央卸売市場 統計データ

©Accenture 2018. All Rights Reserved.

東京都中央卸売市場の福島県産牛の出荷頭数は、品質に特に定評のあった会津産・浜通産を中心に減少したが、中通りを中心に優良な生産者残り、品質は向上している。

出荷先	出荷頭数(等級・畜種)の変化	出荷される牛の品質・評価の変化
東京 (芝浦)	<p>出荷頭数</p> <ul style="list-style-type: none">福島県産の入荷は、<u>震災を機に大きく減少</u>(首都圏卸)<ul style="list-style-type: none">農家数も減少しており、各戸の頭数も減少震災後、500～600頭飼養している中規模生産者の廃業が目立った(首都圏卸売業者) <p>地域ごとの特徴</p> <ul style="list-style-type: none">震災前に評価が高かった<u>会津産、浜通り産の出荷頭数の減少が顕著</u><ul style="list-style-type: none">会津と並んで評価の高かった浜通りは震災後、壊滅状態(首都圏卸)会津産は減少が顕著(首都圏卸 2 社)震災後、<u>中通りの評価が上昇中し、質・量ともに福島県内の肉牛生産者の分布図が変化</u>(首都圏卸)	<p>等級</p> <ul style="list-style-type: none">福島県産牛は<u>等級が高い牛が多い</u>。県全体として、<u>小規模で優良な生産者が多い</u>イメージ(首都圏卸)<u>交雑牛の優良な生産者は震災後減少</u>し、全体的な質は落ちている(首都圏卸)等級割合はあまり変わらないが、生産に時間がかかるメスは減少(首都圏卸売業者)熱心な生産者のみ残り、<u>全体的に品質は向上している</u>(首都圏卸) <p>重量</p> <ul style="list-style-type: none">震災後、廃業する生産者が10月齢程度で出荷したため、<u>上場される牛の小型化が顕著な時期があった</u>(首都圏卸 2 社)現在は福島県に限らず、ここ5年で<u>重量はかなり大きくなっている</u>(首都圏卸) <p>評価</p> <ul style="list-style-type: none">福島県産牛は<u>全身の肉の質が良く、関西でも評価が高かった</u>。米沢牛等、銘柄牛は牝牛が多いが、福島県産牛は去勢・牝牛共に品質が高いと認識されていた(首都圏卸)

震災後、東京都中央卸売市場で福島県産牛を購入する買参人の数は大きく減少し、取引価格が低迷。上位等級の和牛では改善傾向にはあるが、低等級の和牛や交雑牛では依然セリの開始価格も低く、現在も150～400円/kgの価格差。

出荷先

購入者の状況・震災後の変化

価格の状況・震災後の変化

東京
(芝浦)

買参人の数

- 震災前は、セリ場にいる全員がセリに参加していた（首都圏卸）
- 震災後、福島県産牛を購入する買参人が大幅に減少
 - 常に仲買人はセリ場にいるが、実際に買う人は未だに5～10社程に限定され、全員はセリに参加していない（首都圏卸3社）
 - 現在も、福島県産牛のセリが始まると休憩に行く人は未だにいる（首都圏卸）
 - 福島牛を育てる会においても、震災後に出席する仲卸の数が減少（首都圏卸）
- 買参人にとっては放射能関連は初めての被害であり、状況が良く分からない中では買えないという感じだったと思う（首都圏卸）

全体的な傾向

- 震災直後、7月頃までは普通の相場が続いていたが、福島県産牛から放射性物質が検出された“稲わら問題”発生後に価格が大きく下落（首都圏卸）
 - 稲わら問題後、福島、宮城、栃木、茨城の牛肉が出荷停止となり、4県とも牛肉の価格は下落。他県が回復後も、福島県のみ安価のままである（福島県内卸）
- 平成27年11月は卸売業者の在庫がひっ迫したため、やや回復傾向にあったが、需給のバランスが変化すると、元の安い価格帯に戻った（福島県内卸）
- 現在も相場価格は他県産との差が残っている他県産と比べると、10%程度は安値（福島県内卸、首都圏卸）
 - 震災直後は3～4割下がっていた（首都圏卸）
 - 1年前程までは他県産と最大キロ500～600円、平均で300円以上の差が継続していたが、現在は安いという感覚はない（首都圏卸）

（前頁の続き）

出荷先	購入者の状況・震災後の変化	価格の状況・震災後の変化
<p>東京 (芝浦)</p>	<p>福島県産牛を購入する買参人の特徴</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 現在は、福島県産牛を購入する買参人は、市場内の仲卸数社等でいつも固定している(首都圏卸) ・ 福島県産牛を購入する固定の販売先を持っている卸売業者は、その事業者の需要分のみ購入する(首都圏卸2社) 	<p>畜種・等級による特徴</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 品質の高い上位等級の牛は価格差が減少傾向にある <ul style="list-style-type: none"> ➢ かつては、全般的に同程度の価格差があったが、現在は品質が良ければ、牝に関しては他県産よりも高いこともあるぐらいにまで回復。去勢もほとんど変わらないのではないかと(首都圏卸) ➢ 各等級のうち、単価差が一番小さいのはA5ランクであると思う(首都圏卸) ・ 下位等級の牛は依然として価格差が継続 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 低等級の牛肉、特に交雑牛の2等級の牛肉などは、他県産の同品質の牛と比較して、価格差が大きい。交雑のC2などは、ホルスタインよりも安いこともある(福島県内卸) ➢ 3～4番は200～300円安いイメージ(首都圏卸) ➢ 交雑牛も、同様に200～300円の価格差がある(首都圏卸)

福島県食肉流通センターへの出荷頭数は、震災直後、東京都中央卸売市場の検査体制などの影響で一時的に増加。総じて質が高いものは優先的に東京市場に出荷される傾向。

出荷先	出荷頭数(等級・畜種)の変化	出荷される牛の品質・評価の変化
福島 (郡山)	<p>出荷頭数</p> <ul style="list-style-type: none">震災直後、東京都中央卸売市場で検査体制が整うまでは、福島県食肉流通センターのみでと畜を行うことができたので、<u>福島県食肉流通センターに集中</u>した(福島県) <p>東京都中央卸売市場との配分</p> <ul style="list-style-type: none">総じて<u>出来の良いものは東京</u>に、そうでないものは福島県食肉流通センターに出荷される傾向にある(生産者団体)	<p>等級について</p> <ul style="list-style-type: none">福島県の生産者が減少し、<u>牛肉のグレードが安定しなくなってきた</u>(中小規模小売業者(首都圏))

震災直後、福島県食肉流通センターでのセリ参加者数は減少したが、現在は回復傾向。一部で関西の卸売業者が購入するケースも見られる。

出荷先	購入者の状況・震災後の変化	価格の状況・震災後の変化
福島 (郡山)	<p>福島県産牛を購入する事業者の特徴</p> <ul style="list-style-type: none">震災直後は、セリに参加する事業者は減少したが、現在は回復傾向。中には関西の卸売業者も購入するケースも存在(福島県内卸)	<p>畜種・等級による特徴</p> <ul style="list-style-type: none">セリ・相対取引の双方で、<u>他県産牛に比べて安価で取り扱われている</u>。特に他県産のもので供給量が満たされている場合等は傾向が顕著一部の協力的な業者とは東京都中央卸売市場の平均額で取引することもある自社のと畜枠で福島県食肉流通センターでと畜されたもの以外に、生産者が他事業者に出荷したものを、応援目的もあり敢えて高値で購入する分も半分程度存在する(福島県内卸)

全国規模の卸売業者は小売業者向けの販売が多いが、震災後に福島県産牛の小売業者向けの販売先が大幅に減少したため、取扱量が減少した。

分類	取扱頭数の変化	販売先の変化
全国卸 (食肉商社・ ハムソーセージ メーカー等)	頭数の増減 <ul style="list-style-type: none">震災後、福島県産の取扱量は<u>減少した</u><ul style="list-style-type: none">震災前は東京都中央卸売市場上場分の仕入や販売があったが、現在は福島県内にある特定の問屋・加工業者との間で和牛を中心とした取引がある程度(首都圏卸)セリで購入することは少なく、現在は系列企業で生産したものを購入するのみ(首都圏卸)現状はグループで福島県産の取扱いほとんどなく、スポットでの一部の調達(首都圏卸)グループとしては、<u>震災後の取扱いは増加</u>(首都圏卸)	小売業者 <ul style="list-style-type: none"><u>震災前</u>の販売先としては、和牛・交雑共に圧倒的に<u>小売業者向けが多かった</u>(首都圏卸)<ul style="list-style-type: none">福島県産は品質が良かったため、震災前は福島県産牛肉を使っている小売業者が多かった<u>震災前は、産地を問わない事業者、主に小売業者に対して納品</u>していたが、現在は販売していない(首都圏卸)<ul style="list-style-type: none">福島牛を常時販売している小売業者はなかった山形・秋田・埼玉県産と同じ位置づけであった<u>震災後は、福島県含む5県産以外にしてほしい</u>と要望する小売業者が発生、現在も継続している(首都圏卸)<u>現在は、福島県内の小売業者及び首都圏の中堅規模小売業者</u>に販売(首都圏卸)<ul style="list-style-type: none">県内の小売業者向けは取扱量が増加
	減少の理由 <ul style="list-style-type: none">余剰部位が出やすく、<u>採算が取りにくい</u>(首都圏卸)<u>販売先がない</u>ため、購入できない(首都圏卸)	その他の販売先 <ul style="list-style-type: none">震災後は福島県内の精肉専門店との売買のみ(首都圏卸)<u>系列の焼肉店、中食業者</u>へ出荷している(首都圏卸)
	増加の理由 <ul style="list-style-type: none">営業所を中心とした販路があり、<u>価格さえ安ければ販売することが可能</u>(首都圏卸)	

東京都中央卸売市場では、福島県産の固定の販路を持つ仲卸や品質を高く評価する仲卸が福島県産牛を継続的に取扱っており、問屋・外食業者を中心に販売している。

分類	取扱頭数の変化	販売先
仲卸業者 (首都圏)	<p>頭数の増減</p> <ul style="list-style-type: none"> 震災前は福島県産の取扱量は多く、月50頭程度購入していたが、現在はほぼ購入していない(首都圏卸) 震災の直前から東京都中央卸売市場での仕入れをはじめ、現在では30～60頭程度の仕入れを行っている(首都圏卸) 震災前に比べ、福島県産牛の取扱頭数は減少している。現在は全取扱量の1割を切っている(首都圏卸) 震災前から福島県産の取扱量は多い。震災前は全体の20%程度、現在でも40%程度はある(首都圏卸) <ul style="list-style-type: none"> 仕入れる畜種は交雑牛50%、和牛25%、経産牛25%。 震災後、一時的に取り扱えない時期があったが、現在は回復し和牛・交雑牛合計で月間40～50頭程度。和牛と交雑牛の割合は約6：4(首都圏卸) <ul style="list-style-type: none"> 等級は、和牛では5等級か4等級が多い 震災後、福島県産の取扱いは倍増し、現在は仕入頭数の1/3(月100頭程度)は福島県産(首都圏卸) 	<p>問屋・営業拠点</p> <ul style="list-style-type: none"> 震災後は問屋の中でもセットで使ってくれる固定の2次問屋数社だけに販売している(首都圏卸) <ul style="list-style-type: none"> その先の販売は関東圏の外食・精肉専門店 販売先は、系列企業の営業拠点である <ul style="list-style-type: none"> 福島県産牛を販売する範囲としては、大きな営業拠点がある関東が一番多く40%程度 福島県産のみで販売することは厳しく、パーツで他県産などと一緒に販売。問屋向けが多い。需要が低く全体的に余っている時期には、冷凍にして需要が高まるのを待つケースも存在(首都圏卸) パーツで販売すると余剰部分を買いたたかれるため、セットで買ってくれる問屋にだけ販売している 約4割は問屋にパーツで販売(首都圏卸) <ul style="list-style-type: none"> 問屋の先は焼肉店が多いと考えられる(首都圏卸)

福島県内の卸売業者は、震災後に小売業者向けの販売が大幅に減少したが、現在は回復傾向にある。

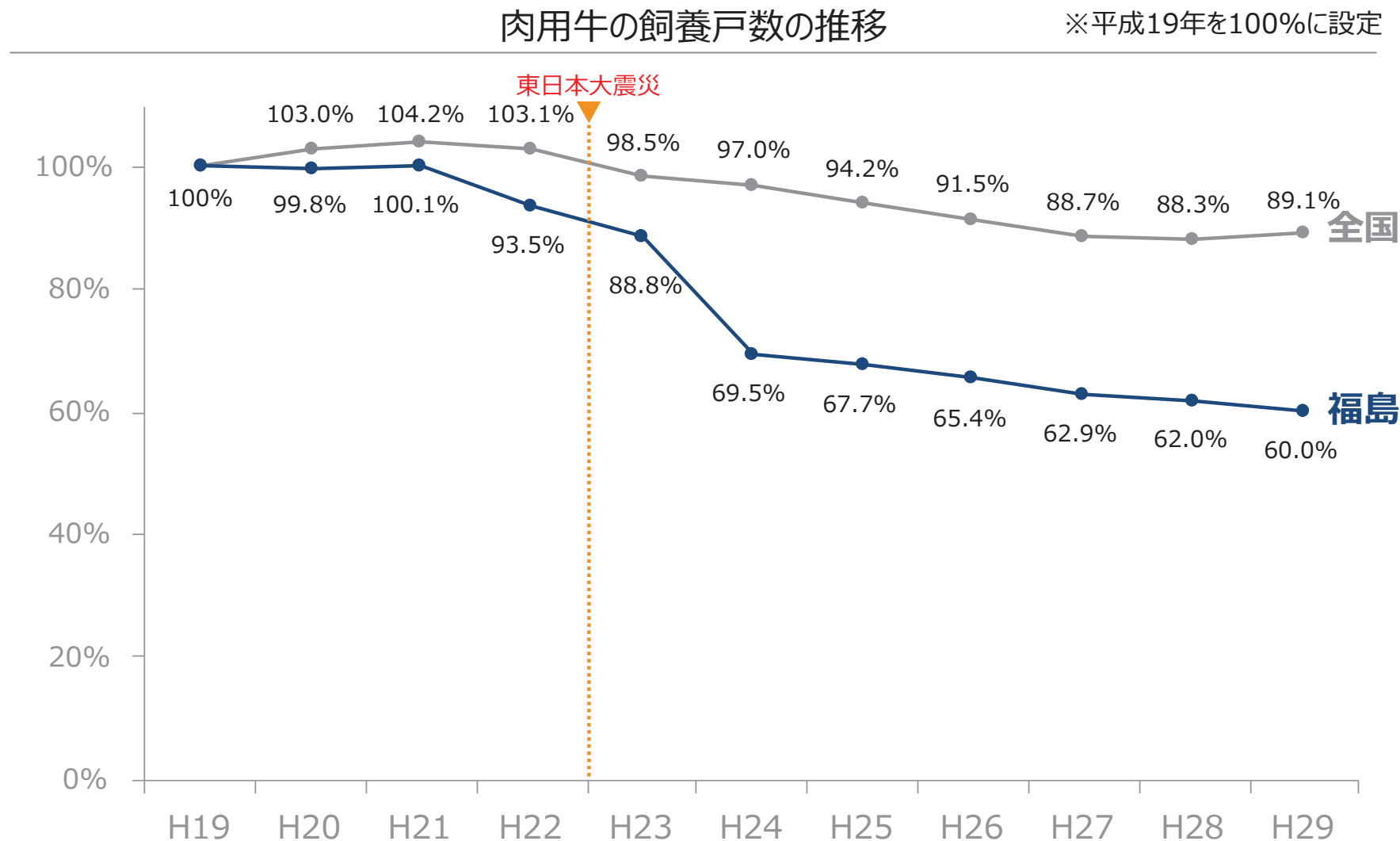
分類	取扱頭数の変化	販売先
仲卸業者 (首都圏)	・ -	<p>小売業者</p> <ul style="list-style-type: none">・ <u>約6割は固定の小売業者向け</u>の販売(首都圏卸)・ 震災以降、九州産を指定する小売業者が非常に多い。牛肉は嗜好品でもあるため、良いもの・ゼロリスクのものを食べたいという消費者が多い・ 福島県産だからという理由ではなく、説明するのが大変だからという理由がネックになっている。安全性の証明はされているが、対面で説明できる販売員がいない場合、説明できるスタッフを呼んで説明するのが大変である <p>外食業者</p> <ul style="list-style-type: none">・ 通信販売での<u>個店の外食</u>向けが中心(首都圏卸)・ 焼肉屋やステーキなどの<u>外食産業が中心</u>(首都圏卸)<ul style="list-style-type: none">➢ セット販売は、<u>西は大阪エリアまで販売</u>
福島県内卸売業者 (郡山)	<ul style="list-style-type: none">・ 震災前、震災後を通じて取扱い(福島県内卸)・ 近年の和牛価格高騰に伴い、食肉流通センターのセリに交雑牛も上場されるようになったため、取扱いを開始した(福島県内卸)	<ul style="list-style-type: none">・ 震災直後は小売業者向けの販売が激減したが、現在は回復傾向(福島県内卸)・ 販売先は県内小売業者の他、精肉専門店や問屋など(福島県内卸)

福島県産の和牛は、従来は小売業者での取扱いが多かったが、現在の販売先としては 外食業者が中心。地元小売業者以外の事業者はパーツでの購入が多い傾向。

区分		全体的な主な販売先	福島県産の主な販売先
畜種	和牛	<ul style="list-style-type: none"> 小売業者以外の和牛の販売先としては、焼肉屋が一番多い(首都圏卸) 小売業者はA3・A4を中心に取扱い、A5は焼肉店など外食が使う傾向がある(首都圏卸 2 社) <ul style="list-style-type: none"> ➢ 近年、外食が高等級の肉を使う傾向 	<ul style="list-style-type: none"> いずれの等級も、問屋経由での販売であるが、外食に流通している可能性が高い(首都圏卸) 高等級の和牛を問屋が購入し、比較的高級な焼肉店に出荷している。 安く仕入れており、お徳用として一部小売業者でも国産として販売されている可能性はある(首都圏卸)
	交雑牛	<ul style="list-style-type: none"> 交雑牛はスーパー・小売業者向けが大半である。外食業者にとって、交雑は中途半端で使用が少ない(首都圏卸) 	<ul style="list-style-type: none"> -
形態	セット	<ul style="list-style-type: none"> セットでの販売は、小売業者向け、もしくは問屋向けが多い(首都圏卸 2 社、大規模小売業者) <ul style="list-style-type: none"> ➢ 1頭買いができる事業者は大幅に減少(首都圏卸) ➢ 1頭買いやセットでの納品は比較的少なく、全体の2～3割程度(首都圏卸) 	<ul style="list-style-type: none"> 一部の問屋や、県内の小売業者はセットで購入している(首都圏卸、中小規模小売業者(福島県内)) 現在は売れ残りの恐れがあるため、外食向けとしてほとんどセットで問屋に売っている(首都圏卸 2 社)
	パーツ	<ul style="list-style-type: none"> 問屋や外食は必要な部位を購入することが多い 需要部位については、パーツとしても小売業者向けに販売(大規模小売業者) 小売業者と外食で使う部位が異なり、肩とモモは小売業者、ロースとバラは外食への販売が多い(首都圏卸) 	<ul style="list-style-type: none"> パーツを細分化して販売しており、主に焼肉店が購入(首都圏卸) 福島県産は、他県産のパーツが足りない際に同時に販売すると販売できている(首都圏卸)

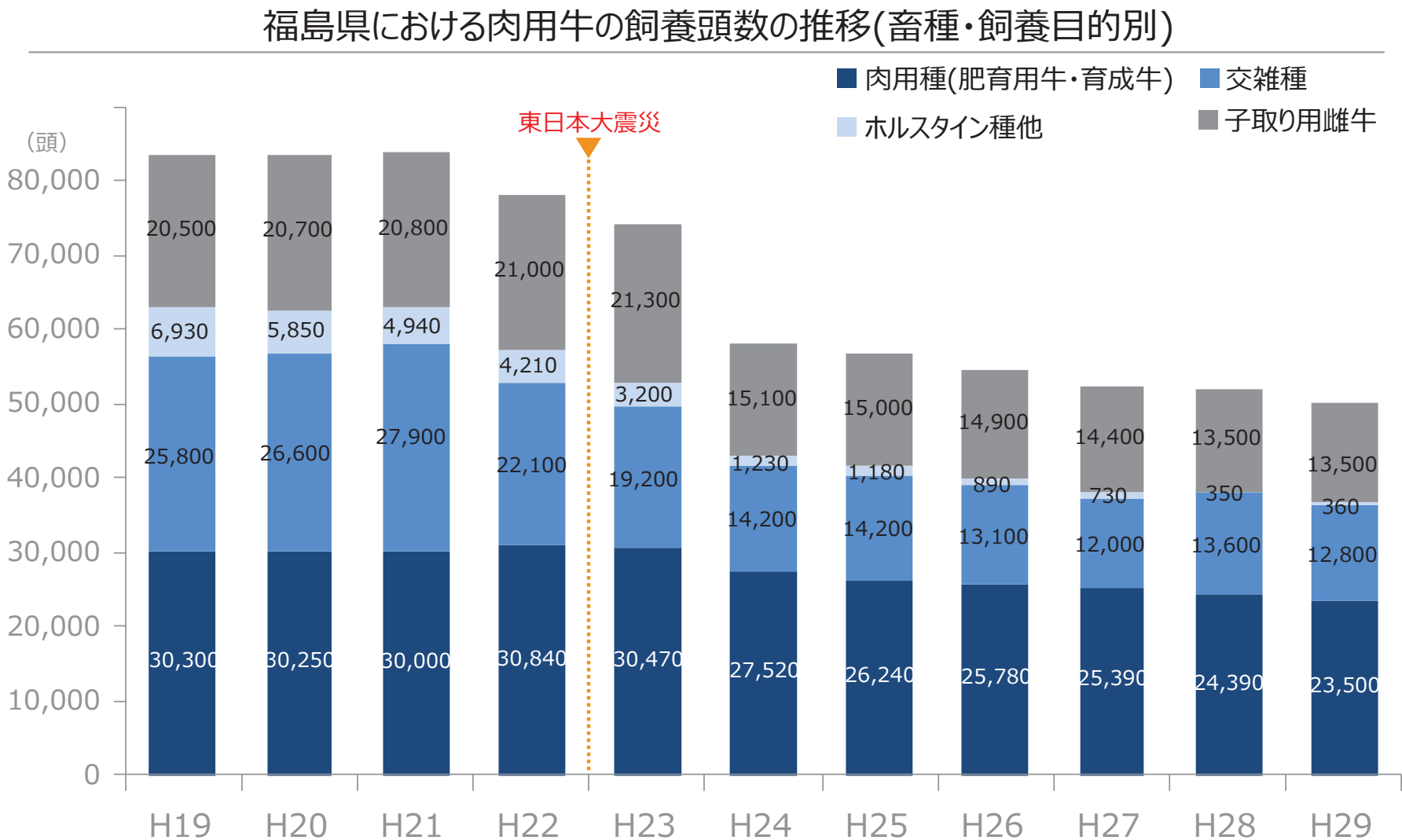
5. 生産状況の変化

福島県産肉用牛の飼養頭数は、平成21年以降全国より速いペースで減少していたが、震災年に大幅に減少。その後、年平均2%程度で全国平均と同様のペースで減少傾向。



出所：農林水産省「畜産統計」

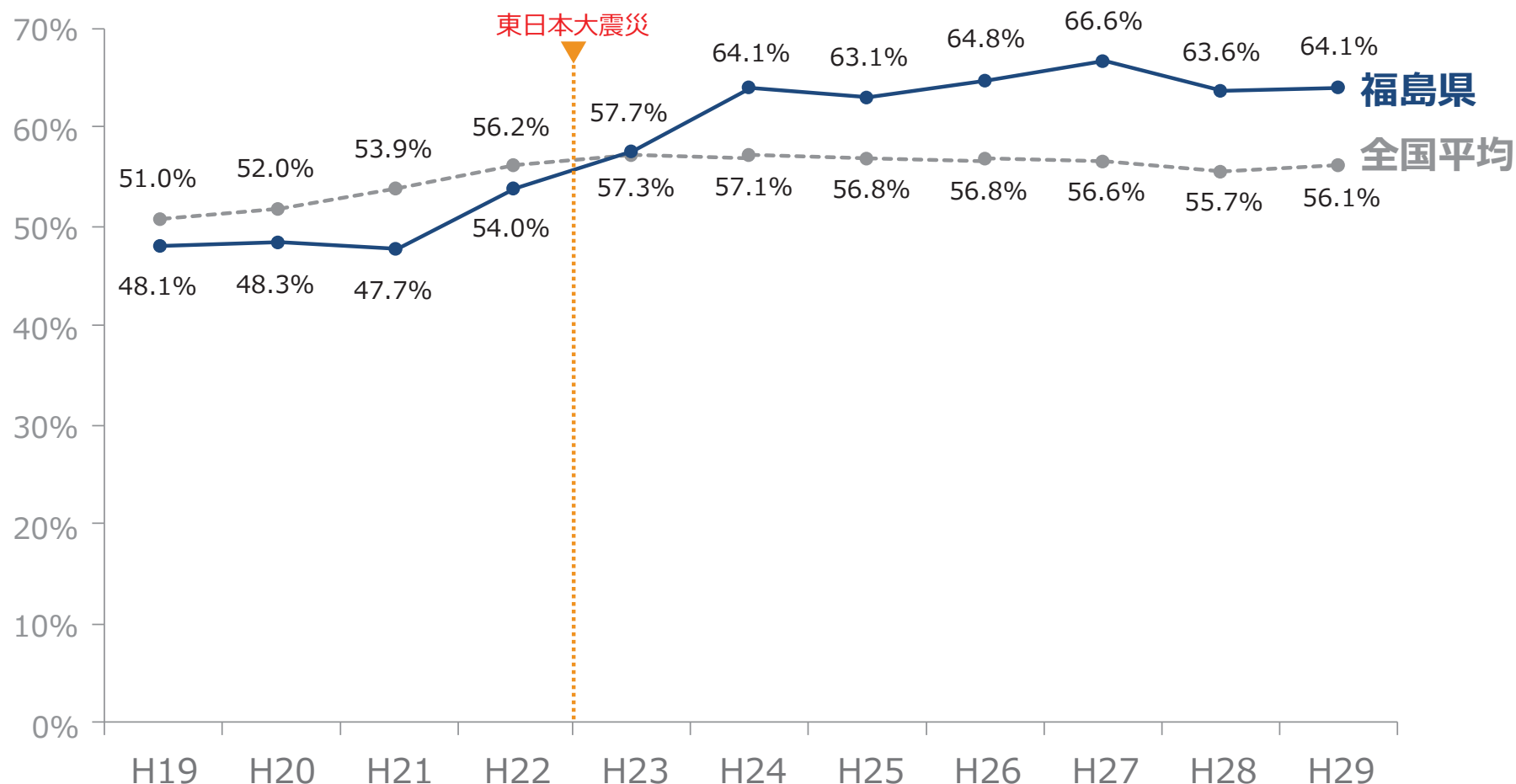
福島県産肉用牛の飼養頭数のうち、震災前後で交雑種・ホルスタイン種・子取り用の雌牛の減少が顕著。同期間の肉用種(和牛)は10%以下の減少に留まっている。



出所：農林水産省「畜産統計」

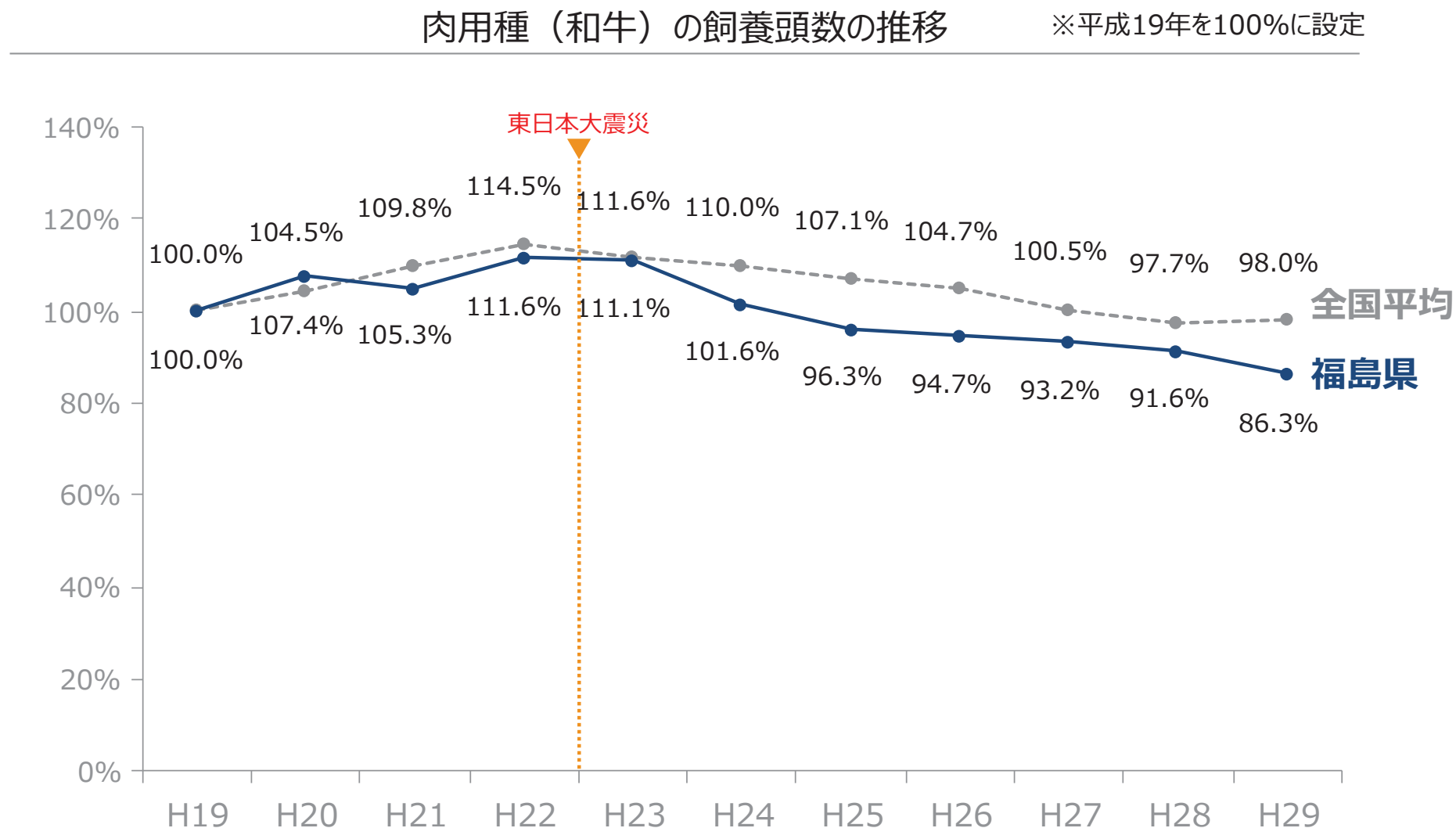
肉用牛の総飼養頭数に占める肉用種(和牛)の割合は、全国平均で大きな変化がない中、福島県では平成21年から24年に上昇し、現在は全国平均を上回る状況にある。

肉用牛の総飼養頭数に対する肉用種（和牛）割合の推移



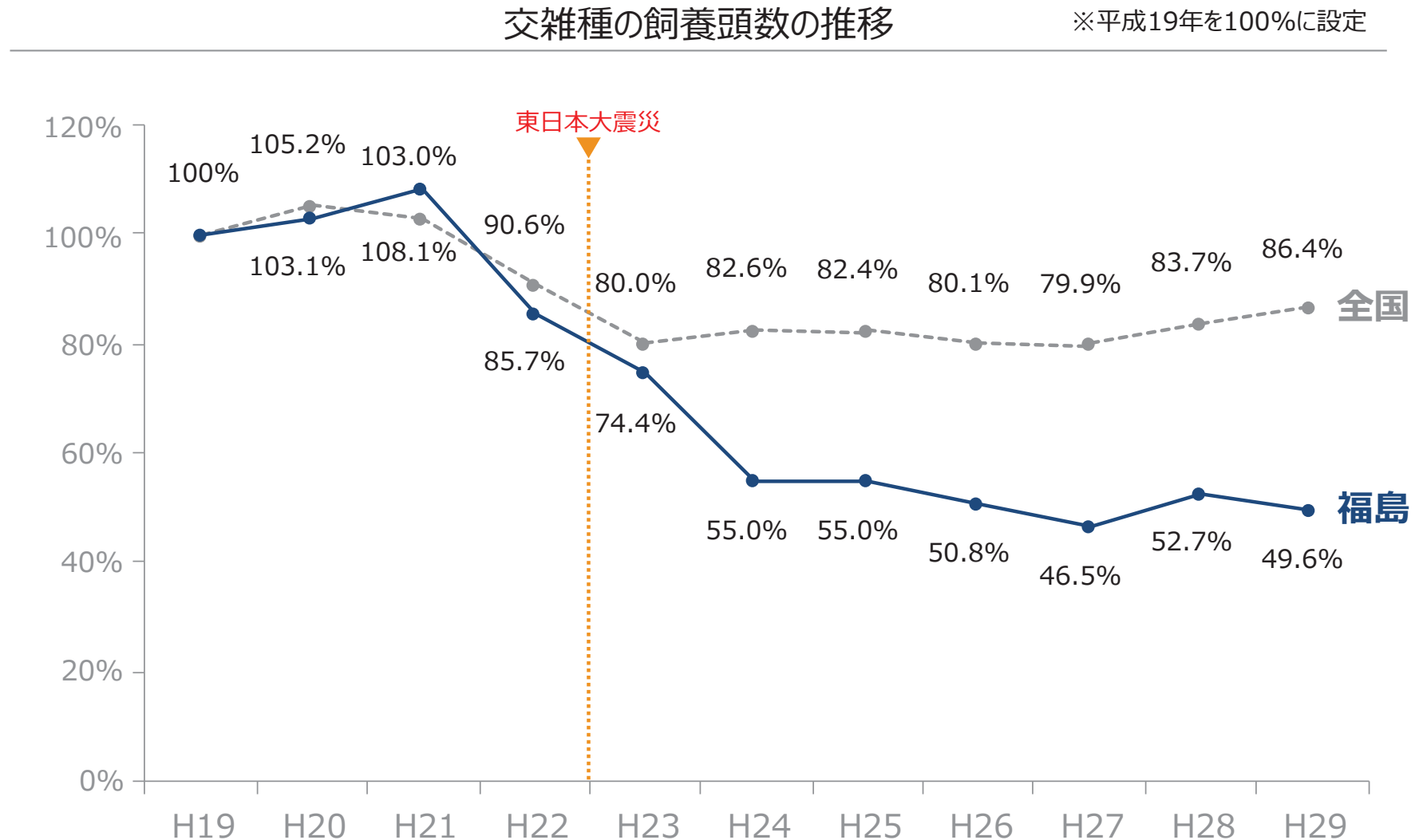
出所：農林水産省「畜産統計」

肉用種(和牛)の飼養頭数は、全国平均では平成22年をピークに緩やかに減少傾向にあるが、福島県では平成24年に約1割減少した後、全国平均と同様の傾向で推移。



出所：農林水産省「畜産統計」

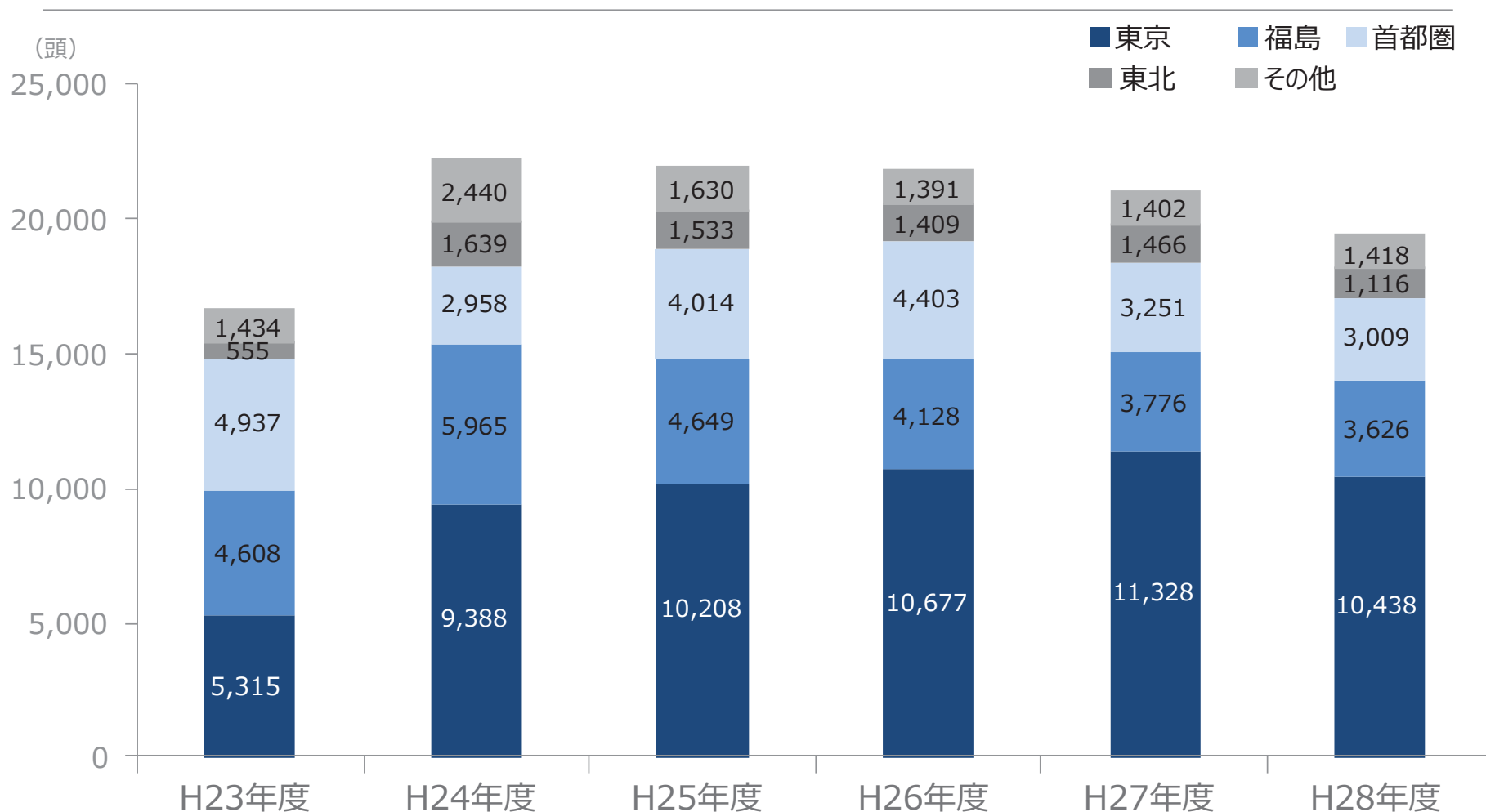
交雑種の飼養頭数は、震災前は全国平均と福島県が同様に減少傾向にあったが、震災後の平成24年に福島県は大幅に減少。その後、全国平均が微増傾向の中、福島県は微減傾向で推移。



出所：農林水産省「畜産統計」

福島県産肉用牛の出荷先は、東京都をはじめとする首都圏が多い。現在、東京都への出荷は1万頭強で約半数を占める。

福島県産肉用牛の都道府県別出荷頭数の推移



出所：福島県による全頭検査実績値

首都圏：神奈川県、埼玉県、千葉県
東北：青森県、宮城県、山形県
※震災前のデータは存在しない

震災の影響による生産不能や高齢化等により生産者数は減少傾向。殆どが東京都中央卸売市場・福島県食肉流通センターに出荷される。

区分	生産状況・震災後の変化	出荷/販売の状況・震災後の変化
JA系統内 生産者 (肥育農家)	生産者の状況 <ul style="list-style-type: none">震災、高齢化・後継者不足の影響、子牛相場の高騰により、生産者の減少が深刻<ul style="list-style-type: none">管内では震災前は約40軒の生産者が存在したが、現在は25軒に減少した。特に小規模な生産者に廃業が見られる(生産者団体)管内では現在20件の農家がいるが、震災で10件程度は減少した(生産者団体)和牛の繁殖・肥育を一貫で行っていた生産者には繁殖にスイッチした人もいる(生産者団体)交雑牛の生産者がいなくなった。震災前は300頭前後使用する生産者が複数軒あったが、震災後に廃業もしくは和牛に転換した(生産者団体)<ul style="list-style-type: none">高齢化の影響で、多くの牛の面倒を見るのが厳しくなったという生産者もいた	出荷先について <ul style="list-style-type: none">東京都中央卸売市場もしくは福島県食肉流通センターに出荷している東京都中央卸売市場に大半が出荷される<ul style="list-style-type: none">7～8割を東京都中央卸売市場に、残りを福島県食肉流通センターに出荷(生産者団体)8割は東京都中央卸売市場に出荷される(生産者団体)出荷先は7割ほどを東京都中央卸売市場に、その他を福島県食肉流通センターに出荷している(生産者団体)<ul style="list-style-type: none">福島県食肉流通センターへの出荷は、基本的にはセリが行われる日のみなので、出荷頭数は少ない県内はマーケットが少なく、購入しても捌ける業者が少ないため、値段も上がりにくい
	取扱頭数の推移 <ul style="list-style-type: none">いずれのJAにおいても、頭数は減少傾向<ul style="list-style-type: none">出荷頭数は、震災前は800頭程度であったが、震災で大きく減少し、去年は530頭であった(生産者団体)	実需者について <ul style="list-style-type: none">東京出荷分の最終販売先としては、高級しゃぶしゃぶ店、高級すき焼き店等、固定の業者と考えられる(生産者団体)<ul style="list-style-type: none">販売先を広げたいが、生産頭数が減っているので、今の固定の需要に応えるのが精いっぱいである

JA系統以外には1千頭以上を飼養する生産者が複数存在している。震災の影響で廃業した牧場の存在も一部で聞かれた。

区分	生産状況・震災後の変化	出荷/販売の状況・震災後の変化
JA系統外 生産者 (肥育農家)	生産者の状況 <ul style="list-style-type: none">JA系統外には<u>1千頭以上飼養する生産者もいる</u><ul style="list-style-type: none">最大の牧場は3～4,000頭程度で、その他2,600～2,700頭、1,700頭程度、1,000頭規模等、1,000頭以上の規模の牧場が存在震災の影響により、<u>廃業した大規模牧場もある</u><ul style="list-style-type: none">廃業した中で最大規模だったのは葛尾で運営していた4,000頭規模の牧場(生産者)	出荷・販売先について <ul style="list-style-type: none">震災前、大半を近隣の食肉センターに出荷、そのエリアの卸売業者に対して販売していたが、<u>販路がなくなったため、別の地域の卸売業者との取引を開始</u>(生産者)<ul style="list-style-type: none">全畜連枠を使用した東京都中央卸売市場向けの出荷と、卸売業者向けの出荷が5：5程度の時期が続いたが、飼養頭数の減少に伴い、現在はほぼ全量卸売業者に販売
	畜種について <ul style="list-style-type: none">大規模生産者には、<u>交雑牛を生産している牧場もある</u><ul style="list-style-type: none">肥育している肉用牛は、一時的なものを除き、原則全頭交雑牛である(生産者)	実需者について <ul style="list-style-type: none">震災前取引していた卸売業者の<u>販売先としては大手スーパーであった</u>ようだ。その大手スーパーは今でも福島県産の仕入を拒否しているようである(生産者)<ul style="list-style-type: none">震災後取引を開始した卸売業者から先の販売先については不明
	飼養頭数の推移 <ul style="list-style-type: none">震災後に所有する牧場数が増加したため、飼養可能頭数は7～8割程度増加したが、<u>堆肥を処理できないため、飼養頭数は3～4割増にとどまる</u>(生産者)	販売価格について <ul style="list-style-type: none">相対取引での販売価格について、東京都中央卸売市場の<u>平均取引価格を基準</u>に、福島県産については一定額減額した単価で取引している(生産者)

繁殖農家は小規模な生産者が多いが、震災の影響や高齢化等により減少傾向。近年は子牛相場の高騰により、福島県産の価格も回復傾向にある。

区分	生産状況・震災後の変化	出荷/販売の状況・震災後の変化
繁殖農家	生産者の状況 <ul style="list-style-type: none">震災前は村内に<u>30数戸あったが、震災後は7戸にまで減少</u>(生産者)<ul style="list-style-type: none">この地域では規模拡大や新規参入・復帰がない。高齢の農家が多く、これ以上の規模拡大は体力的にも厳しいことに加え、現状で拡大の必要がないため全体として<u>小規模な生産者が多く、兼業も多い</u><ul style="list-style-type: none">地区内の繁殖農家は、全戸家族経営で、大半が兼業農家である。専業農家も肉牛繁殖のみではなく、稲作と肉牛繁殖の両方を行っている(生産者)現在、本宮市場に出荷する繁殖農家の大半は70歳以上で、飛躍的な技術的向上も厳しい状況である(生産者) 飼養頭数について <ul style="list-style-type: none">繁殖農家は全体として、肥育農家よりも小規模である<ul style="list-style-type: none">震災後も残っている<u>繁殖農家はいずれも4～8頭程度の母牛を飼養</u>(生産者)兼業農家であれば、数頭規模、<u>専業農家で30～50頭の母牛を飼養</u>していることが多い(生産者)	販売先について <ul style="list-style-type: none">生産した子牛は<u>原則本宮市場(県内唯一の市場)に出荷</u>(生産者2社)市場での購買者は<u>具体的に把握していないことが多い</u><ul style="list-style-type: none">従来、繁殖農家は肥育農家や食肉関連事業者との交流は少ないが、<u>震災を契機に肥育農家や地域の肉屋と連携を組むようになった</u>(生産者)近年、「顔の見える農産物」の需要が高まる中、<u>生産から消費までの経路が明確になる</u>、このような取り組みは付加価値を付けることができると考えている 販売価格について <ul style="list-style-type: none">2014年ごろまでは、本宮市場のセリに出品すると、浜通り産の子牛は他の牛とは別枠で扱われ、入念な検査がされた上、<u>不当に低い価格をつけられた</u>(生産者)2014年以降、子牛の相場が高騰する中で、状況が改善。農家の高齢化などに伴う生産量減少の影響で、全国的に仔牛の供給が逼迫したことにより、<u>価格が高騰</u>(生産者)<ul style="list-style-type: none">1頭当たりの販売価格は、震災前には30万ぐらいであったが、<u>現在は70万以上で取引されている</u>

（前頁の続き）

区分	生産状況・震災後の変化
繁殖農家	<p data-bbox="387 485 680 528">出荷頭数について</p> <ul data-bbox="387 549 1603 691" style="list-style-type: none"><li data-bbox="387 549 1603 632">・ 20頭飼養しており、必ず1頭の母牛当り年1産はさせるため年間の子牛販売頭数は20頭程度(生産者)<li data-bbox="387 647 1223 691">・ 母牛6頭飼養しており、年2～3頭の子牛を出荷(生産者) <p data-bbox="387 770 600 813">血統について</p> <ul data-bbox="387 834 1619 1214" style="list-style-type: none"><li data-bbox="387 834 1619 1214">・ 肉牛は血統が非常に大切である<ul data-bbox="490 895 1619 1075" style="list-style-type: none"><li data-bbox="490 895 1352 938">➢ 母牛の血統にもトレンドがあり、頻繁に購入している(生産者)<li data-bbox="490 954 1619 1075">➢ 行政主導で血統の良い母牛の導入を進めたことも収益向上に貢献した。新しい母牛の導入に30万円の補助金が支給されるようになり、地域の繁殖農家は、血統の良い母牛を導入、血統の良い子牛を生産できるようになった(生産者)<li data-bbox="387 1098 1619 1214">・ 現在は情報がすぐに出回るので、どの市場で誰がどのような血統の牛をどれぐらいの価格で買っているかを農家も全て把握している。そのため、他県と差がつくことも少なく、出荷する側もどのような人がどれぐらいの値段で購入するかの予測ができる

調査概要

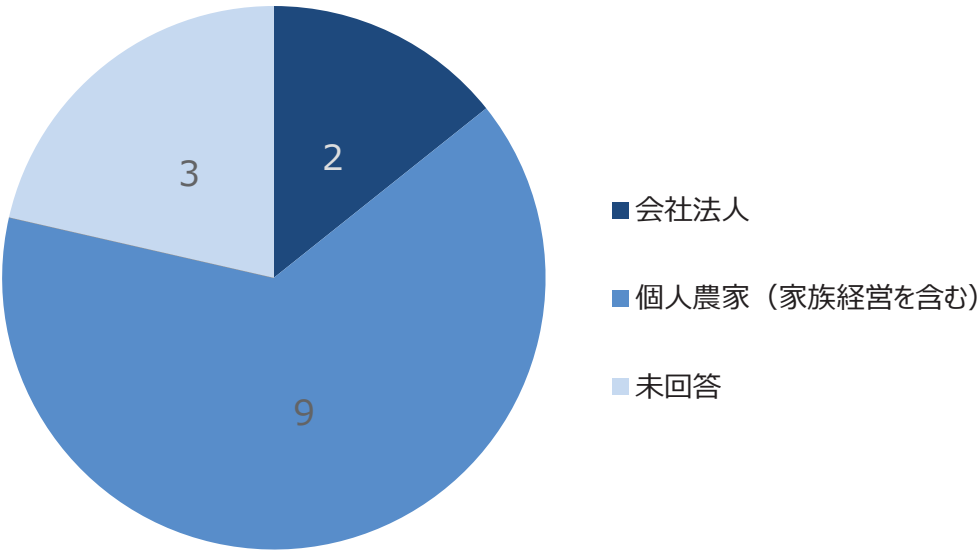
- 本アンケートは、福島県内のJAを通じて、肥育牛を生産する**一部の組合員14名**に回答頂いた結果を集計したものである

結果概要

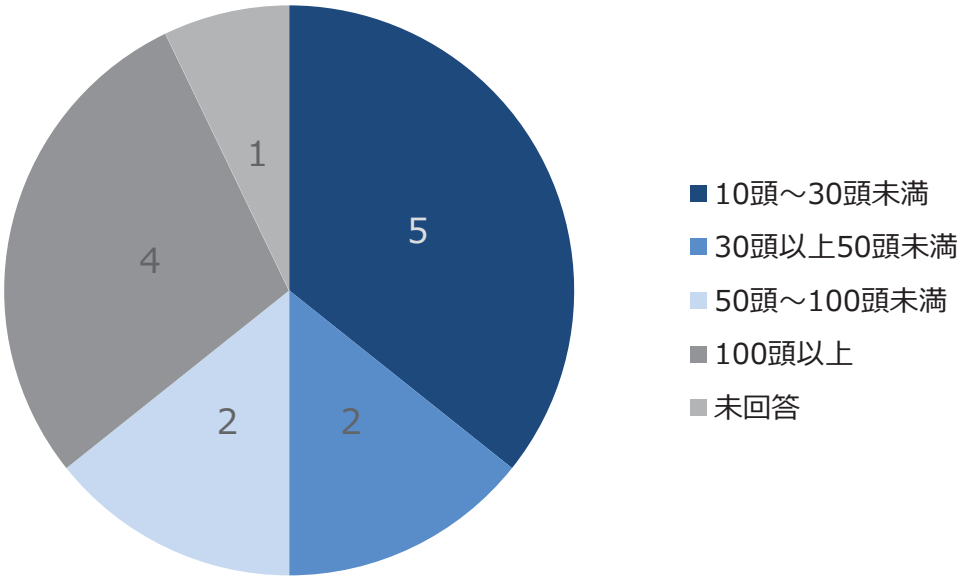
- 震災後の畜種の追加や変更については、「変更なし」が50%と最も高かったが、次いで「減らした」が35.7%との回答が続いた
- 生産量・出荷量の変化については、震災直後は生産量で57.1%、収入で85.7%が「減少」と回答しているが、現在は、生産量42.9%・収入71.4%と「減少」の回答割合が低下傾向
- 震災前と現在の生産量の変化理由は、減少要因では、「子牛価格や飼料代などのコスト増」が85.7%と最も高く、次いで「高齢化により飼養・管理の負担が大きく、飼養頭数を減らした」が28.6%との回答が続いた
 - 増加要因では、「牧場の規模拡大等による経営面積の増加」が14.3%
- 震災前、直後、現在の出荷・販売先の割合は、「JAへの出荷」が大部分を占め、震災前97.7%、直後99.2%、現在96.9%との回答であった
- 震災前と現在の販売単価の変化理由は、「福島県産ということで、卸売市場での販売価格が下落した」が64.3%と最も高く、次いで「福島県産牛の買参人が減った」が42.9%、「直接販売の割合の減少」が14.3%との回答が続いた
- 生産状況における震災後の変化については、「肥育方法や飼料の見直しを図った」が35.7%と最も高く、次いで、「販売先・出荷先の見直し」が7.1%、「生産者同士のネットワークを強化した」が7.1%との回答が続いた

n=14

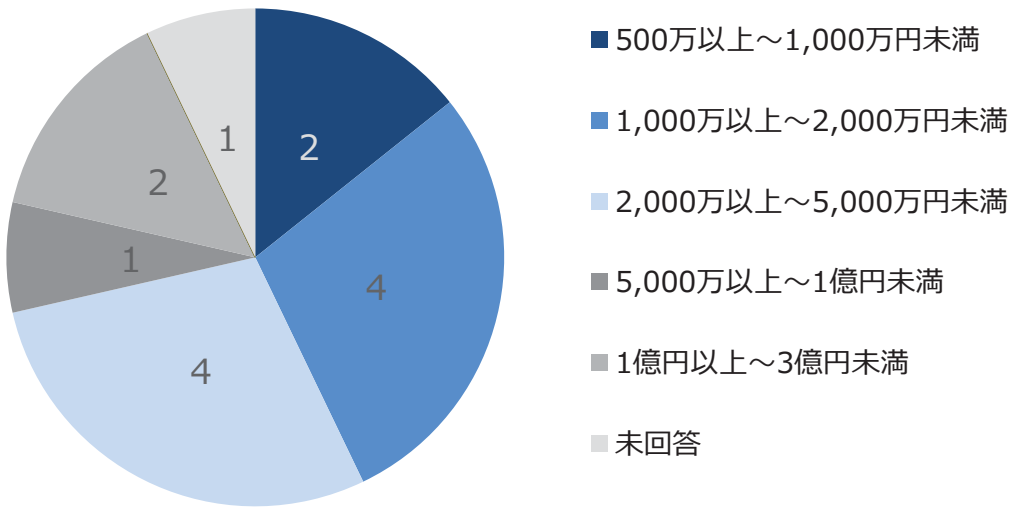
経営形態



生産規模



年間販売金額



※グラフ中の数字は回答数

問1：震災後の品種の追加や変更については、牛肉で50%が「変更なし」、36%が「減らした」と回答している。

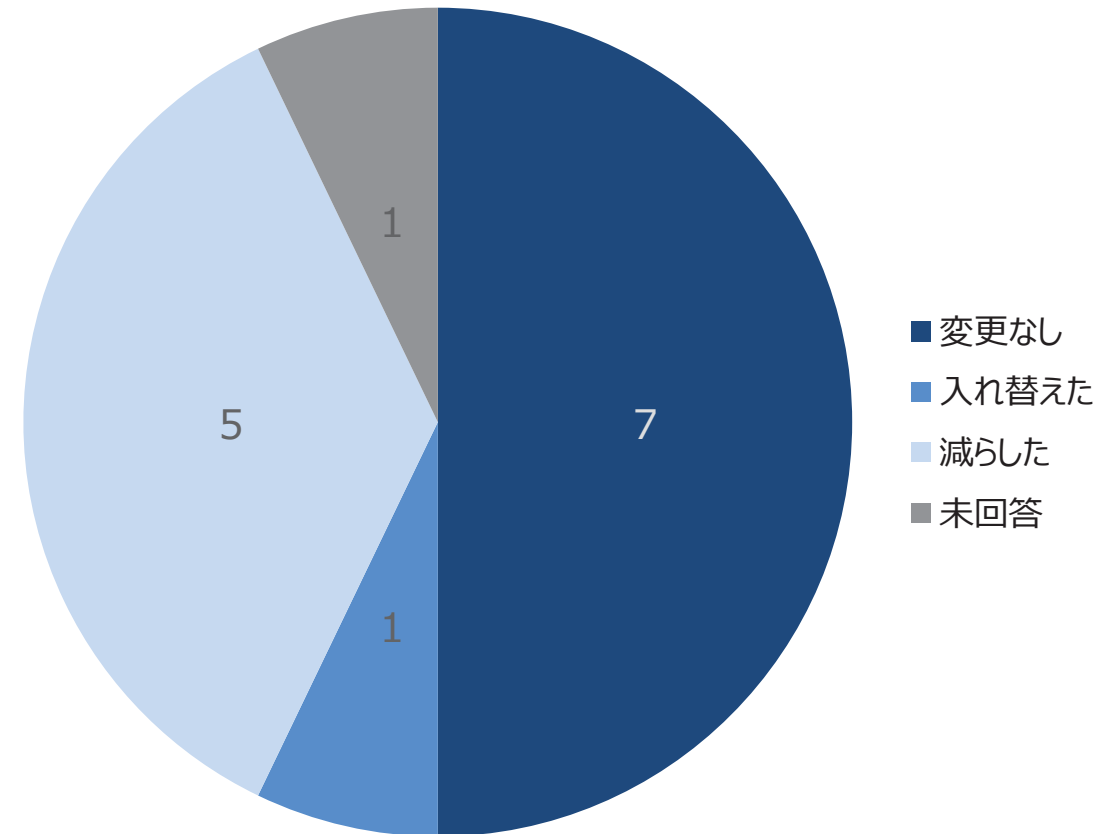
【設問】

- 調査対象品目について、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=14）

	回答数	割合
変更なし	7	<u>50.0</u>
増やした	0	0
入れ替えた	1	7.1
減らした	5	<u>35.7</u>
未回答	1	7.1
総計	14	100

※割合は、回答者全体（14人）に占める割合



※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、生産量が震災直後に「減少」が57%で最も多いが、現在は42%に低下。収入は震災直後に「減少」が86%で最も多いが、現在は71%に低下している。

【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=14）

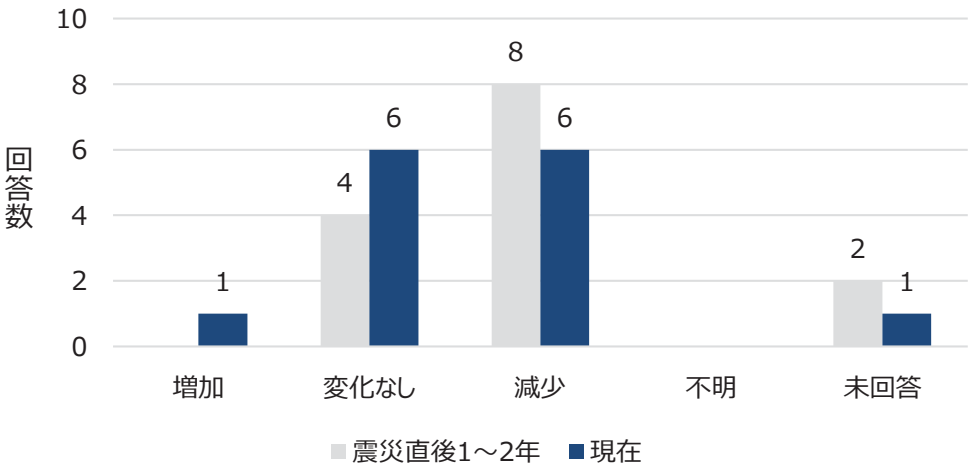
- 生産量

	回答者数		割合	
	震災直後		震災直後	
	1～2年	現在	1～2年	現在
増加	0	1	0	7.1
変化なし	4	6	28.6	42.9
減少	8	6	57.1	42.9
不明	0	0	0	0
未回答	2	1	14.3	7.1
総計	14	14	100	100

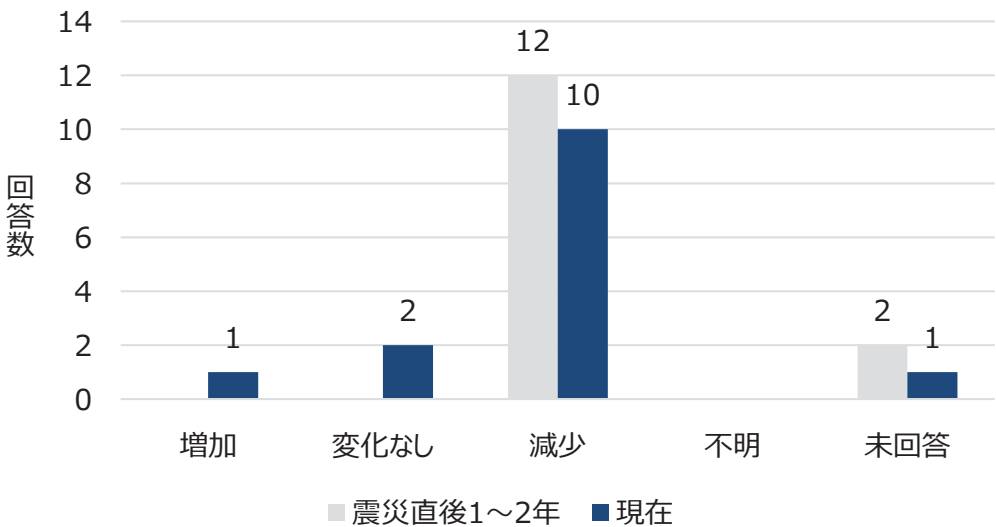
- 収入

	回答者数		割合	
	震災直後		震災直後	
	1～2年	現在	1～2年	現在
増加	0	1	0	7.1
変化なし	0	2	0	14.3
減少	12	10	85.7	71.4
不明	0	0	0	0
未回答	2	1	14.3	7.1
総計	14	14	100	100

生産量



収入



※グラフ中の数字は回答数

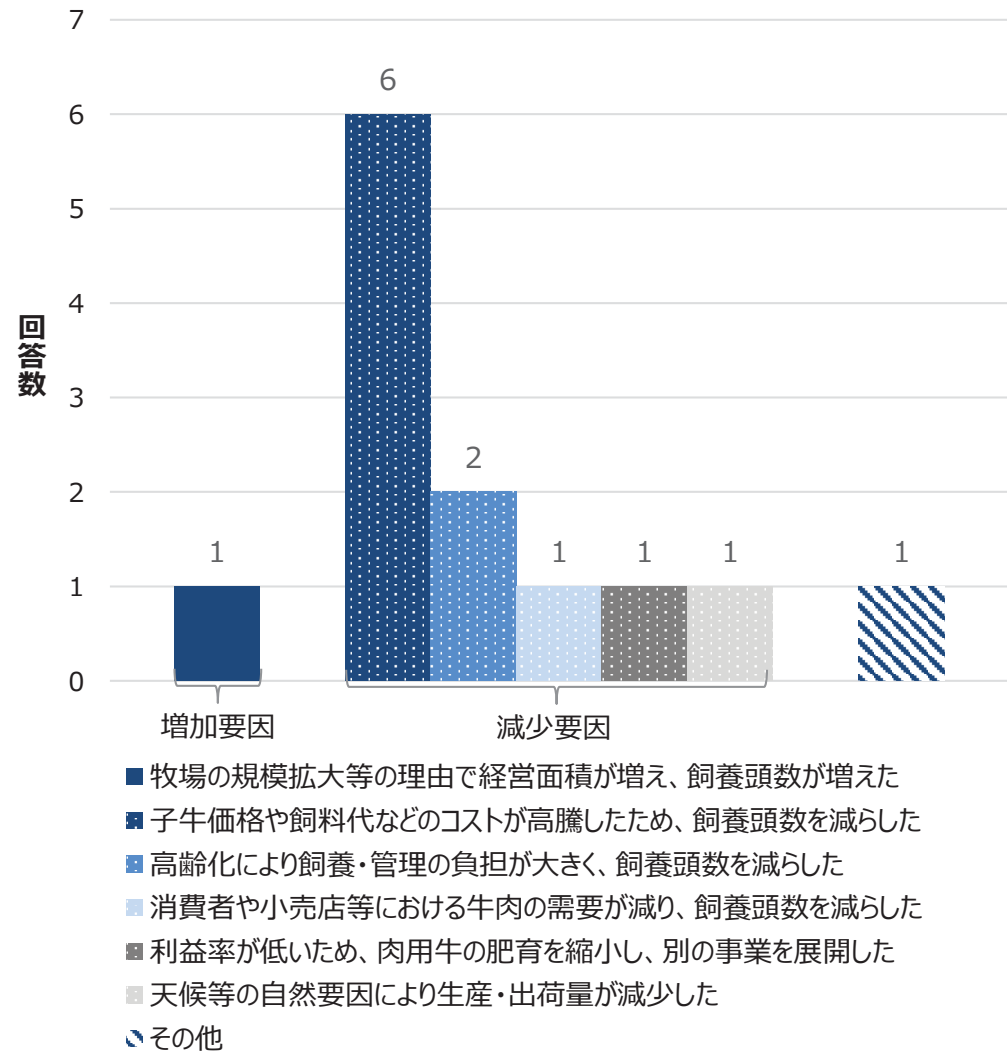
問3：震災前と現在の飼養頭数の変化理由については、減少要因では「子牛価格や飼料代増」が86%、「高齢化等」が29%の回答であった。

【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=7）

単位：人、%		
	回答数	割合
増加要因	牧場の規模拡大等の理由で経営面積が増え、飼養頭数が増えた	1 14.3
	消費者や小売店等の牛肉の需要が増え、飼養頭数を増やした	0 0
	法人化等により飼養規模を拡大した	0 0
	技術向上や品種の見直しで生産量が向上した	0 0
減少要因	子牛価格や飼料代などのコストが高騰したため、飼養頭数を減らした	6 85.7
	高齢化により飼養・管理の負担が大きく、飼養頭数を減らした	2 28.6
	消費者や小売店等における牛肉の需要が減り、飼養頭数を減らした	1 14.3
	利益率が低いため、肉用牛の肥育を縮小し、別の事業を展開した	1 14.3
	天候等の自然要因により生産・出荷量が減少した	1 14.3
	その他	1 14.3



※割合は、問2で現在の生産量に変化がある（増加または減少）と回答した生産者（7人）に占める割合

※グラフ中の数字は回答数

問4：出荷・販売先の割合については、JA出荷が震災前から現在まで 9 割強を占めているが、震災直後にJA以外が微減した。

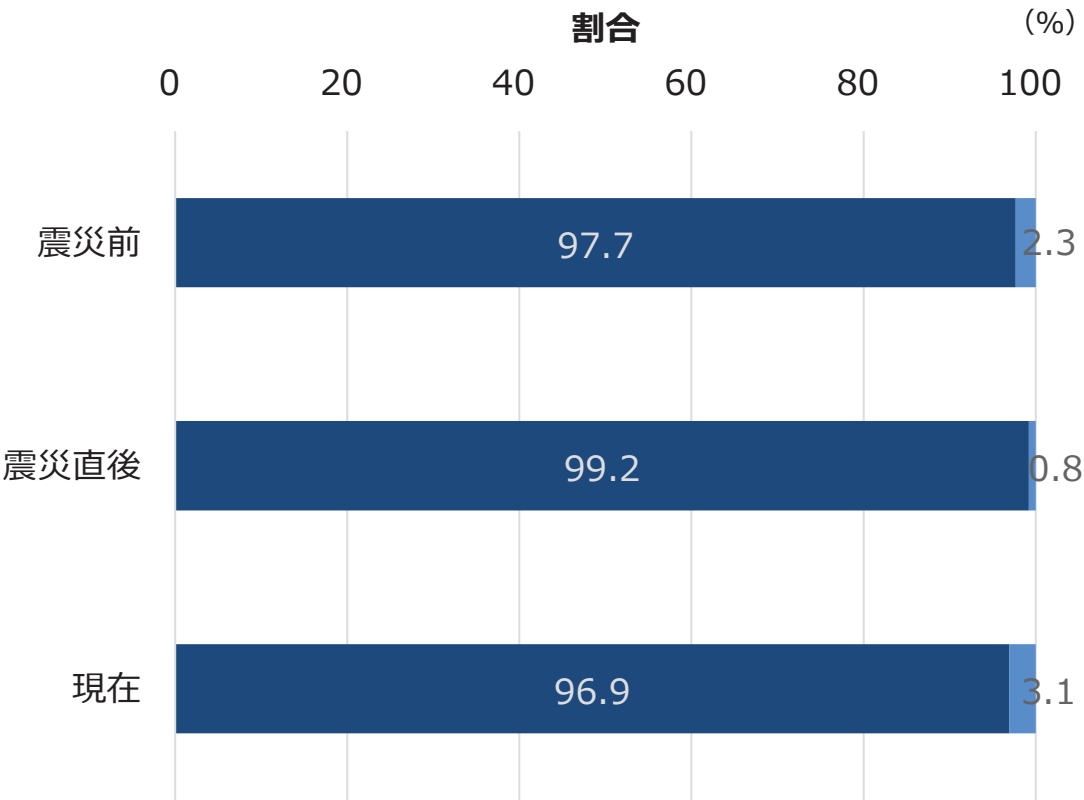
【設問】

- 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=14)

	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	97.7	2.3	0	0
震災直後	99.2	0.8	0	0
現在	96.9	3.1	0	0

※各割合は、回答者が回答した割合を全体で平均して算出



- 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

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・現在ともに変化なしとの回答であった。

【設問】

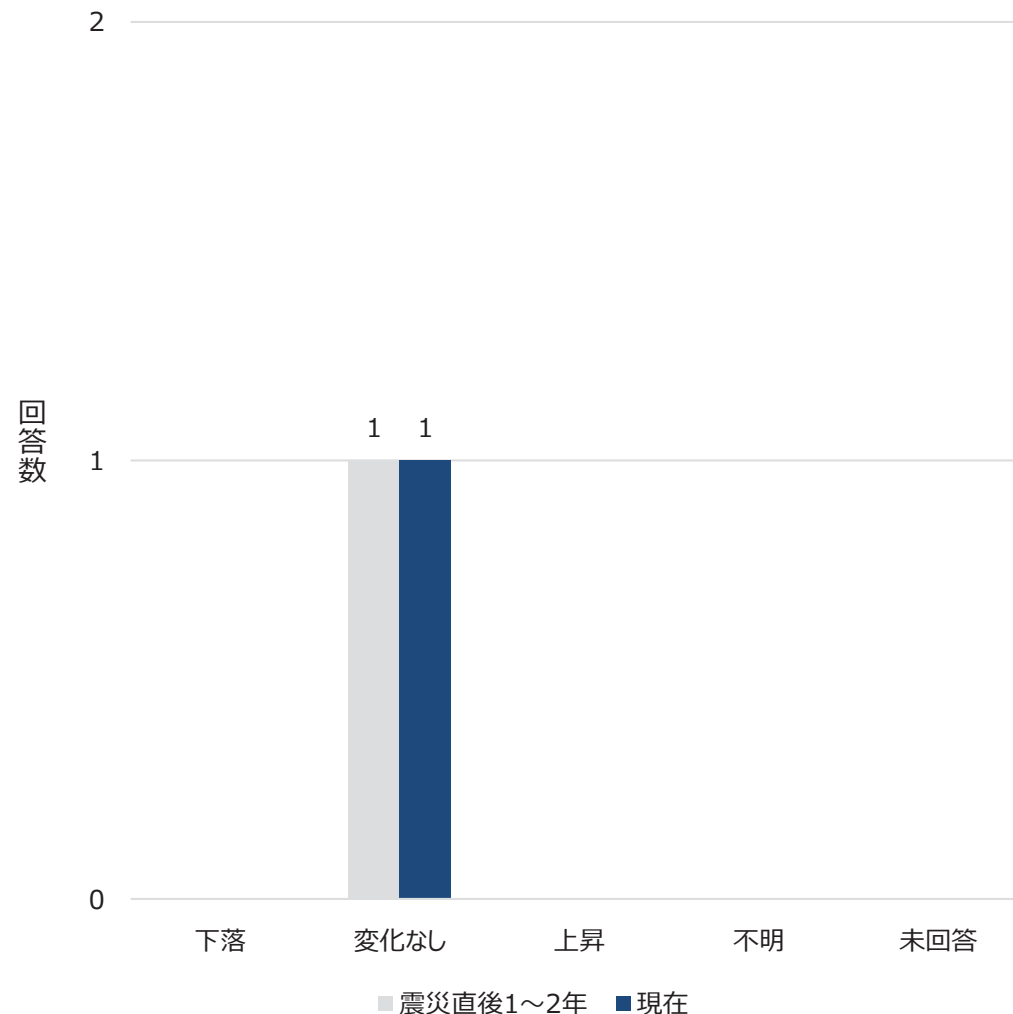
- 「JA以外にも出荷している方向け」JA以外に出荷している分の販売価格について、震災前と比べ、震災直後、現在はどのように変化していますか

【回答数等】（n=震災直後、現在：1）

単位：人、%

	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	0	0	0	0
変化なし	<u>1</u>	<u>1</u>	100	100
上昇	0	0	100	100
不明	0	0	0	0
未回答	0	0	0	0
総計	1	1	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、現在：1。



※グラフ中の数字は回答数

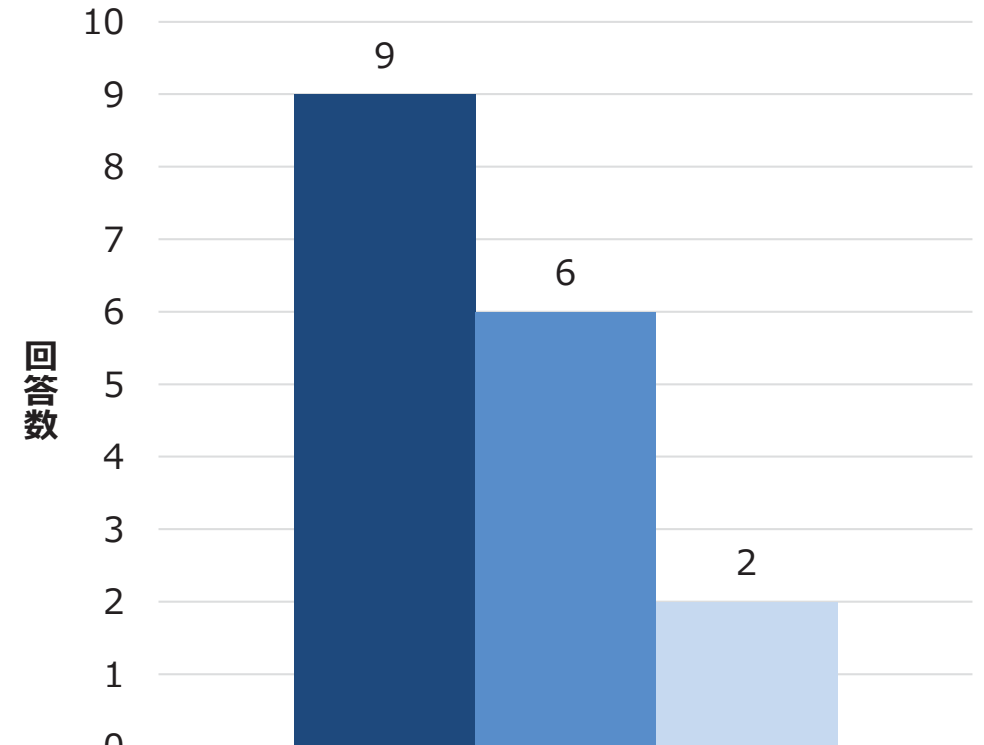
問6：震災前と現在の販売単価の変化理由については、「福島県産のため卸売市場での販売価格が下落」が64%、「福島県産牛の買参人の減少」が43%との回答であった。

【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=14）

単位：人、%		
	回答数	割合
福島県産ということで、卸売市場での販売価格が下落した	9	64.3
福島県産牛の買参人の数が減り、販売価格が低下した	6	42.9
高値で取引できる卸売業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	2	14.3
高値で取引できる卸売業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	0	0
生産物の付加価値向上（飼養方法の変更・ブランド化等）を行い、販売単価が向上した	0	0
低価格帯の品種等の割合を増やしたことで、全体の販売単価が低下した	0	0
その他	0	0
分からない	0	0



- 福島県産ということで、卸売市場での販売価格が下落した
- 福島県産牛の買参人の数が減り、販売価格が低下した
- 高値で取引できる卸売業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

※割合は、回答者全体（14人）に占める割合

※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「肥育方法や飼料の見直した」が29%の回答であった。

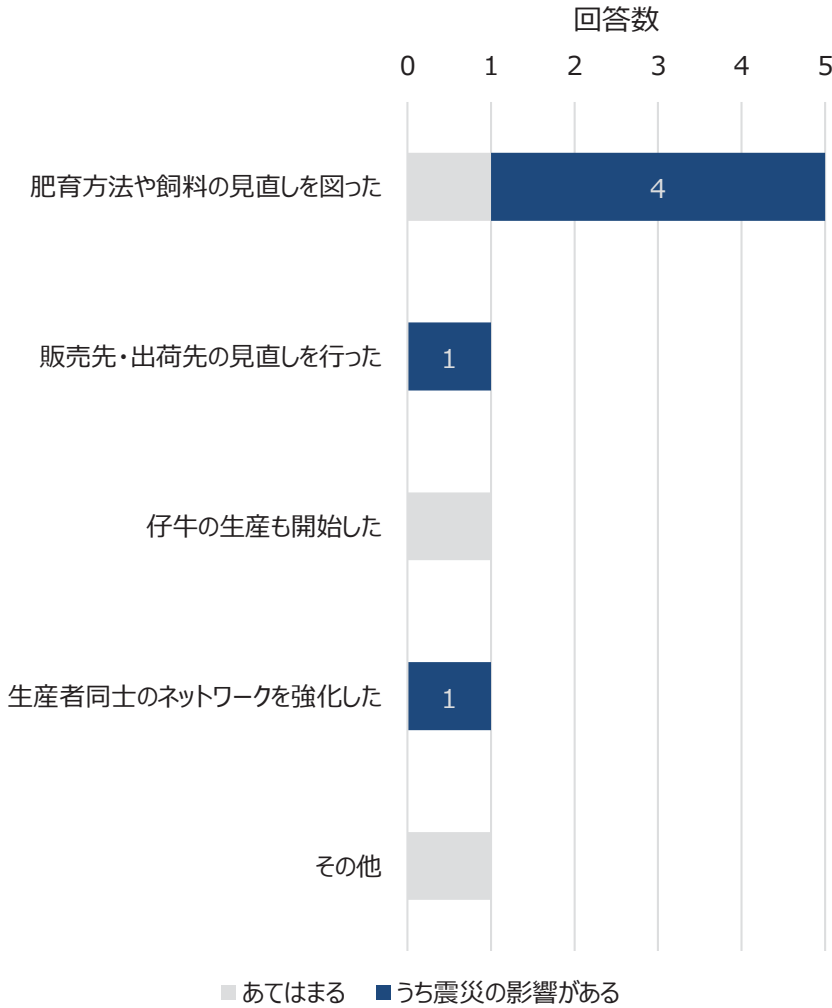
【設問】

- 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=14）

単位：人、%

	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
肥育方法や飼料の見直しを図った	5	4	35.7	28.6
販売先・出荷先の見直しを行った	1	1	7.1	7.1
肥育だけでなく、仔牛の生産も開始した	1	0	7.1	0
生産者同士のネットワークを強化した	1	1	7.1	7.1
肉用牛だけではなく、その他の農畜産物の生産を開始した	0	0	0	0
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	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
企業や学校等との連携を強化した	0	0	0	0
その他	1	0	7.1	0



※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

6. 販路開拓事例及び提案

区分	販路拡大・販売促進事例	今後に向けた提言・意見等
生産者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 自らが<u>生産した子牛を特定の肥育農家に肥育してもらい、提携する県内の肉屋を中心に販売</u>開始。安心かつ高品質が評価され、需要が伸びている(生産者) ・ 震災後、販路を失ったが<u>卸売業者と密接な関係を築くことで、安定的に出荷</u>できている(生産者) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「顔の見える農産物」の需要が高まる中、<u>生産から消費までの経路を明確にすることで、付加価値化が可能</u>(生産者) <ul style="list-style-type: none"> ➢ 付加価値が付いた牛を「福島牛」として売り出していくことで、ブランド価値を高められると感じている。 ・ 今後の見通しが立たないと、<u>規模拡大は難しい</u>(生産者)
卸売業者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 福島県産牛の価格回復に、<u>少しでも貢献したいと思い、震災後積極的に取り扱っている</u>。購入した枝肉は、パーツとして他県産と一緒に売っている(首都圏卸) ・ 福島県産牛は<u>品質が良く、メインで取扱い</u>(首都圏卸) <ul style="list-style-type: none"> ➢ 自社顧客に対しては、説明して、証明書などを提出して対応 ➢ 福島県産牛のアピールにおいては言い方を工夫しており、「リーズナブルで良い牛肉ですが、福島県産です」という言い方は良くないため、「<u>福島県産の5等級で良い肉ですよ</u>」という言い方を<u>するように営業担当の教育</u>を行っている ➢ 福島県産を理由に割引を求める事業者との取引は拒否している 	<p>販路開拓について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 販売回復のためには、ブランド確立・価格回復だけでなく、<u>福島県産だけが特別扱いされない状況を作る</u>ことが重要(首都圏卸) ・ <u>福島県産品の良さを理解する事業者に対して適正価格で販売</u>して、販路を拡大することが重要(首都圏卸) <ul style="list-style-type: none"> ➢ 精肉専門店は理解しているが、それだけではなく、スーパーや学校給食などでの取扱いの回復を狙うべき(首都圏卸) ➢ 大手の小売業者ではなく、銘柄牛を好む<u>中小規模のスーパーが福島県産牛を置くようになると状況は変化する可能性</u>がある(首都圏卸) <p>ブランド確立について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 福島牛は<u>ブランドが確立できていない</u>ことが課題(首都圏卸売業者) <ul style="list-style-type: none"> ➢ <u>安全性の積極的にPR</u>をすべき ➢ トップブランドの店（有名百貨店など）でのキャンペーン・イベント実施を行い、<u>実績をつくる</u>ことが突破口 ➢ 一般の人々(特に主婦)に安全、安心、美味しさを訴求 ・ 周りに強い産地ブランドがあるため、産地ではなく<u>生産者単位</u>で差別化を図りブランディングすることも考慮すべき(首都圏卸) <p>生産者支援について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 品質や出荷体制には問題はない。時間が解決すると考えられ、それまで、<u>生産者が耐えきれだけの産地のフォロー</u>を行うことが大切(首都圏卸)

区分	販路拡大・販売促進事例	今後に向けた提言・意見等
小売	<ul style="list-style-type: none"> 店頭での試食販売で<u>おいしさを理解してもらうこと</u>で販売につなげた(中小規模小売業者(福島県内)) 震災前から何十年も「磐梯和牛」に注力してきた経緯があり、<u>産地の事情を把握していたことと、リピーター顧客も多くついていたため、震災後も積極的に取扱い</u>(中小規模小売業者(首都圏)) <u>他県産と併売し、選択肢を作れば、福島県産の取扱いについてのクレームはほとんどない</u>。むしろ、色々な産地から選べることも重要(中小規模小売業者(首都圏)) <ul style="list-style-type: none"> ➢ 複数産地取扱いの中での福島県産牛の売れ行きは良いと思う 首都圏の精肉専門店でフェアを行ったところ、依頼していた最低仕入量以上を取扱った事業者もいた。外国人以外はほとんど拒否がみられず、普通に販売でき、<u>継続的に取り扱ってもよいという事業者も多かった</u>(業界団体) フェアは<u>震災元年から実施しており、お客様に好評</u>。実施時期について問合せが入るほどである(中小規模小売業者(首都圏)) 	<p>需要の変化</p> <ul style="list-style-type: none"> サシの入った牛肉は年々売れなくなっており、<u>現在はモモなど赤身が売れる</u>(中小規模小売業者(首都圏)、大規模小売業者) <ul style="list-style-type: none"> ➢ モモが美味しい牛を作れるようになると、絶対に売れると思われる(大規模小売業者) <u>マーケットイン視点で生産していく必要</u>がある。等級の高い牛が増えているが、小売業者が必要としているのは4等級、5等級ではなく、3等級である(大規模小売業者) <ul style="list-style-type: none"> ➢ 「脂っこい牛は消費者に敬遠されてます」ということをきちんと伝える必要がある <p>消費者へのPRについて</p> <ul style="list-style-type: none"> 九州に比べ、東北の方が飼料となる<u>草の質が良いため、東北の牛の方が食味は上</u>である。和牛は高付加価値商品なので、<u>おいしいことが一番大切</u>であり、アピールポイントになりうる 今後、「おいしいものがほしい時は福島へ」という認識が社会に広まり、定着するとよい。そうなれば、福島県でさらによりものが生産され、流通業者、消費者にもメリットが還元されることになる(中小規模小売業者(首都圏)) 宅配事業では、「なぜこの商品を扱うのか」というプロモーションを事前に行い、消費者に納得が得られていなければ、購入してもらえない。<u>商品政策上の明確な「位置づけ」が必要</u>(中小規模小売業者(首都圏)) バイヤーは福島県産に問題が無いことを分かっているが、店舗の<u>従業員が理解しないと売れない</u>。現場で説明することが出来ないと難しいと思っている(中小規模小売業者(首都圏))

区分	販路拡大・販売促進事例	今後に向けた提言・意見等
小売	<ul style="list-style-type: none"> 震災前から継続して、和牛、特に福島県産牛の販売に注力。他の商品との間でバランスを取り、和牛を値ごろ感のある価格で提供することで、消費者に和牛の美味しさを認識してもらい、定期的な消費が根付いた(中小規模小売業者(福島県内)) <ul style="list-style-type: none"> 震災後も「全頭検査済」と安全性のPRをした上で値ごろ感のある価格での提供を継続 普段から和牛も含めた畜種・大きさや形状も含めた顧客のニーズに沿った豊富な品揃えを行うことで、消費者が求める牛肉をいつでも提供することが可能となり、消費拡大につなげた 消費拡大に加え、共励会などで入賞した特上の牛も販売するなど、生産者・畜産業を守るような取り組みを実施、地元の生産農家との信頼関係が深まった 	<h3>生産に関する課題について</h3> <ul style="list-style-type: none"> 会津牛の品質とブランド力のバランスは震災前から評価しているが、物量確保が難しくなっている(中小規模小売業者(首都圏)、首都圏卸売業者) 震災後、消費者のニーズが変わってきている。「この肉の産地は?」「安心安全なのか?」「どのような餌で育てられているのか?」など、肉の生産・流通過程を知りたいという消費者が増えている <ul style="list-style-type: none"> 現行のトレーサビリティの制度だけで把握できる以上の質問が多く、そのため、餌の管理・把握ができることは必要である コストの観点からも、繁殖と肥育の一貫生産をする必要がある
外食	<ul style="list-style-type: none"> 5年程前のオープンから質を評価して福島県産牛を扱っている。福島県産牛を取り扱うに当たっては、当初はリスクを感じていたが、特段の消費者からの反応はなかった(首都圏卸売業者) <ul style="list-style-type: none"> 店舗では、敢えて福島看板を掲げている 	<ul style="list-style-type: none"> -

7. 參考資料

概要		詳細
平成23年	出荷再開	<ul style="list-style-type: none">震災前、福島県産牛肉を多く取り扱う小売業者は、産地を強く意識しない事業者が多かった既に知名度を確立していた他産地の銘柄牛は牝牛に限定されている場合も多く、東京都中央卸売市場における相場で福島県産の牝の和牛は全平均よりはやや安値であったものの、去勢の和牛や交雑牛は他県産と同程度の価格帯であった差別化の一環として、銘柄牛を取り扱う風潮が徐々に強まり、福島県産牛を取り扱っていた事業者も存在した<ul style="list-style-type: none">ブランドとしては確立しきれていなかったものの、質の良さを評価されており、小売業者から一定の需要は存在した
	震災直後～汚染稲わら問題発生	<ul style="list-style-type: none">震災後、物流網の関係で出荷量が減少する、産地から近い福島県食肉流通センターでのと畜が増えるなど、量的な変化に加え、100～200円程度価格が安くなったが、価格についても、他県産との差は限定的であった
	汚染稲わら問題発生	<ul style="list-style-type: none">2011年7月、基準値を超える放射性物質を含む牛肉が福島県及び近隣県から検出された。原因は福島第一原発事故により放射性物質に汚染された稲わらを給餌していたことであった<ul style="list-style-type: none">福島県及び近隣県の牛は移動および出荷が規制された汚染された牛肉は流通しており、各小売業者は回収や説明などの対応に追われた<ul style="list-style-type: none">一部の小売業者は実名が公表され、特に深刻な影響を負った問題が収束し、福島県産及び近隣県産の出荷が再開された後も、影響を受けた小売業者を中心に、稲わら問題の影響を受けた産地の牛肉の取扱いを中止した

福島県産牛肉に関する震災後の動向・価格形成の変遷（2/3）

	概要	詳細
平成23年	出荷再開	<ul style="list-style-type: none">出荷制限が一部解除され、全頭検査を行った上での出荷が再開されたが、汚染稲わら問題への忌避感から福島県産や近隣県産に対する需要が大きく減少した消費者の産地に対する意識も高まり、特に産地表示を行う小売業者においては消費者からの産地に対する問い合わせが多数寄せられた<ul style="list-style-type: none">多数の小売業者が稲わら問題の影響を受け、問題の再発や顧客への説明コストなどの観点から、福島県及び近隣地域の牛肉を除外するようになった特に福島県は福島第一原発事故のイメージが強く、顧客からの問い合わせも多かったため、忌避感が強く残存した多くの小売業者が購入しなくなったため、セリに参加する買参人の数も大きく減少し、市場価格が大幅に下落した産地よりも部位や等級ごとの品揃えを重視し、値頃感のある価格で仕入れる外食業者を中心に購入される状態となった<ul style="list-style-type: none">安ければ福島県産や近隣県産を扱ってもよいという事業者のみに販売先が限定された
平成24年～26年	小売業者における特定産地の定番化	<ul style="list-style-type: none">各小売業者共に牛肉の産地に対する意識が高まり、戦略をより強く持つようになった<ul style="list-style-type: none">全国規模の大手小売業者は、物量確保が必要なため、従来から市場での購入は少なく、福島県産の取扱いには少なかったが、稲わら問題の根源が餌にあったこともあり、牛の生産における全行程が確認でき、かつ量を安定的に確保できる産地への集約化を推進している場合が多い中規模の首都圏を含む地方小売業者では、地産地消を含め、差別化の一環として銘柄牛の継続的な取扱いを推進(福島県産牛を含む場合もある)している場合が多い小規模の小売業者では、販売棚が限られているため、顧客からの問い合わせが少ない産地を採用する場合が多い全体として、小売業者の取扱いにおいて、特定産地を定番商品とする場合が多く、福島県産牛を使用する小売業者が大幅に減少。福島県産牛を東京都中央卸売市場で仕入れ、小売業者に販売していた仲卸業者が福島県産牛を購入しない状態が継続、セリにおける価格も低迷

出所：ヒアリング結果

福島県産牛肉に関する震災後の動向・価格形成の変遷（3/3）

	概要	詳細
平成27年 ～	和牛価格の 高騰と需要 低迷	<ul style="list-style-type: none">牛肉価格が高騰し、小売業者における和牛の取扱量が減少した<ul style="list-style-type: none">供給の減少以上に需要が減り、供給過多の状態になった。そのため、九州をはじめとした人気の産地から先に売れ、人気の低い産地の売れ行きが鈍った福島県産に対する忌避感は減少しつつあるものの、他産地から継続的に仕入れている事業者が増え、福島県産を「積極的に扱う理由」が少ないため、優先順位が下がった状態が続いており、小売業者の棚には並ぶことが少ない状況が継続<ul style="list-style-type: none">特に小売業者での需要が多い和牛のA3や交雑牛などは、価格差が維持されている小売業者が扱える量が減少したことに伴い、セットでの購入が減り、パーツ単位で購入する小売業者が増えた<ul style="list-style-type: none">小売業者に販売する卸売業者にとっては、低需要部位の在庫が発生するリスクは依然として高く、新規に積極的に扱う事業者は少ない状況原発問題に関する忌避感が減少し、質の高い牛については、価格差は減少傾向<ul style="list-style-type: none">質が高い牛は産地表示を行わない外食業者が使用することが多く、需要は回復基調

牛肉の分類・種別等

特徴			特徴		
畜種	肉用種	<ul style="list-style-type: none">黒毛和種・褐毛和種・無角和種・日本短角種の4種及びそれらの交雑種を指す「和牛」中心に、農水省の統計では、外国牛の肉専用種等も含めて、「肉用種」として取扱い。肉質は黒毛和種が良いとされ、日本の和牛の約9割を占める	形態	枝肉	<ul style="list-style-type: none">頭部・尾・四肢端などを切取り、皮や内臓を取除いたあとの肉体。生存時の体重に対するこのと肉体の割合を枝肉歩どまりという
	交雑種	<ul style="list-style-type: none">乳用種のめすに和牛等の肉用種のおすを交配して生産された、いわゆるF1牛をいう農水省統計では、F1めす牛に肉用種のおすを交配して生産されたF1クロス牛も含む		部分肉	<ul style="list-style-type: none">枝肉を背骨に沿って縦に切断し(半丸)、更に肩、背、腹、腿などいくつかに分割したもの分割後の肉は1頭・半頭単位を「セット」、各部位を「パーツ」と呼ぶ
	乳用種	<ul style="list-style-type: none">肉用牛としては、ホルスタイン種等の乳用種のうち肉用を目的として飼育しているおす牛及び未経産のめす牛を指す		精肉	<ul style="list-style-type: none">部分肉をすぐ料理に使用できる状態にまで処理したもの
性別	去勢	<ul style="list-style-type: none">家畜として飼養されている雄牛の99%は、脂肪の付着を良くし、肉のきめ、肉色を改善する効果を狙って去勢される	部位	ロイン系	<ul style="list-style-type: none">脂肪が多く霜降りになりやすく見栄えも良い。肉質はきめ細かくて柔らかく、風味もある優れた肉質(適した調理方法)：ステーキ、ローストビーフ、すきやき、しゃぶしゃぶ
	牝	<ul style="list-style-type: none">一般に「牝牛」は未経産牛を指す。松阪牛など、一部の銘柄牛は牝牛のみという条件を付けているキロ単価は去勢牛よりも若干高いが、重量が軽いため、1頭当たりの価格は去勢牛に劣る		カタ系	<ul style="list-style-type: none">脂肪分が少なく硬めだが、肉の味は濃厚。肩ロースは脂肪が程良く霜降り状に分散していて、薄切向き(適した調理方法)：煮込み料理、シチュー、スープ、すきやき、しゃぶしゃぶ
	廃用牛	<ul style="list-style-type: none">繁殖用・乳用など、本来肉用ではない牛が、乳量が下がったり繁殖ができなくなった後、肉用としてと畜されたもの。「経産牛」「乳廃牛」などが含まれ、食用のほか、加工品として使用される		バラ系	<ul style="list-style-type: none">肉質はきめが粗く硬めで、赤身と脂肪が層になっており、濃厚な風味(適した調理方法)：煮込み料理、焼肉、すきやき、牛丼
				モモ系	<ul style="list-style-type: none">きめが粗く堅い肉質。薄切りや角切りにして煮込む料理に適している(適した調理方法)：煮込み料理、シチュー、スープ、ローストビーフ

出所：公知情報等

定義

歩留等級 (A~C)

- ・ 枝肉の重量に対して取り出された部分肉の重量の割合を歩留という
- ・ 枝肉の状態では正確な歩留は不明であるため、枝肉の6番・7番の肋骨の間を切断した切断面を計測した数値を用いて「歩留基準値」が計算される
- ・ 歩留基準値が標準より良い72以上がA、69以上72未満をB、69未満をCとしている

肉質等級 (1~5)

- ・ 「脂肪交雑」、「肉の色沢」、「肉の締りときめ」、「脂肪の色沢と質」の4項目について評価が行われ、「1等級」~「5等級」の間で格付けされる
- ・ 4項目のそれぞれについて、5段階評価し、その項目別等級のうち、最も低い等級に決定して格付する。
- ・ 判定にあたっては、以下の基準が使用され、「肉の締まり、きめ」、光沢・質など機械的に判定できないものは肉眼で判定される

B.M.S

- ・ ビーフ・マーブリング・スタンダードの略で、「脂肪交雑」を評価するための農林水産省畜産試験場が開発した基準で、No.1~No.12の12段階で評価される。12ランク中、No.12が最良
- ・ 赤身の肉にどれだけサシ（霜降り）が入っているかを絵で示したもので判定される
- ・ マーブリングがNo.1のものが等級「1」、マーブリングNo.2が等級「2」、マーブリングNo.3~4が等級「3」、マーブリングNo.5~7が等級「4」、No.8以上が等級「5」となる

B.C.S

- ・ ビーフ・カラー・スタンダードの略で、「牛肉の色」を評価する基準
- ・ カラーチャートで示したもので、7ランク中No.3~5が最良で等級は「5」。No.2~No.6で「5」等級でないものがやや良い「4」、「4、5」に該当しないNo.1~No.6が「3」、「3、4、5」に該当しないNo.1~No.7が「2」、その他が「1」

B.F.S

- ・ ビーフ・ファット・スタンダードの略で、「脂肪の色」を評価する基準
- ・ カラーチャートで示しており、7ランク中、No.1~4が最良で等級「5」。No.1~No.5で「5」等級でないものがやや良い「4」、「4、5」に該当しないNo.1~No.6が「3」、「3、4、5」に該当しないNo.1~No.7が「2」、その他が「1」

銘柄牛について

区分	推進主体	定義
銘柄牛	生産者団体	<ul style="list-style-type: none"> 肉質の優れた素牛(もとうし)に濃厚飼料を多く与え、通常よりも長期間肥育した牛。また、その牛からとれる牛肉をいう。生産者団体が任意に、品種・生産地・飼育法など一定の基準を設け、認定している。松阪牛・神戸ビーフ・近江牛・米沢牛など
福島牛	福島牛販売促進協議会	<ul style="list-style-type: none"> 「福島牛」：福島県産黒毛和種のうち、日本食肉格付協会の定める格付「3等級・2等級」の牛とする 銘柄「福島牛」：福島県産黒毛和種のうち、日本食肉格付協会の定める格付「4等級以上」の牛とする
(参考) 神戸牛 神戸ビーフ	神戸肉流通推進協議会	<ul style="list-style-type: none"> 兵庫県産牛(但馬牛)のうち下記のすべてを満たすものは「神戸ビーフ」、「神戸肉」、「神戸牛」、「KOBE BEEF」と表記することが許される メスでは未経産牛、オスでは去勢牛 脂肪交雑のBMS値No.6以上 歩留等級が「A」または「B」等級 枝肉重量がメスでは230kg以上から470kg以下、オスでは260kg以上から470kg以下 瑕疵の表示がある枝肉は、神戸肉流通推進協議会の委嘱会員の判定に依存 なお、2015年12月に地理的表示(GI)の認証に登録された
(参考) 松阪牛	松阪牛協議会	<ul style="list-style-type: none"> 雲出川と宮川の流域の旧22市町村(H16.11月現在)と旧松阪牛生産者の会会員により生産され、松阪牛個体識別管理システムに登録された黒毛和種未経産の雌牛。 肥育期間生まれてから出荷までにおいて、この区域での肥育期間が最長でかつ最終であり、枝肉格付したもの。 <p>※素牛や等級によらない</p>

市場のセリでは、高品質の割に値ごろ感があるものを購入できる可能性がある一方、価格・量を固定することが難しい。相対取引では、固定価格で安定的な量の確保が可能。

区分	主な出荷先	価格の決定方法・特徴	販売先の特徴
市場取引 (セリ)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 東京 ・ 横浜 ・ 埼玉 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 販売先を決めて応札する場合、要求されている質に合致するものを、要求されている価格帯で販売できる範囲で応札 ・ 販売先を決めずに応札する場合、値ごろ感を持って販売できる範囲を上限に応札 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 買参人が目利きをした質が高い牛を購入したい事業者 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 外食店が多く、ロットとしては少ないことも多い ・ 質の割に価格の安い牛肉を購入したい事業者 <ul style="list-style-type: none"> ➢ “お得用”などとして、値ごろ感を出して販売したい小売業者・専門店が多い
相対取引	<ul style="list-style-type: none"> ・ 福島 ・ 仙台 ・ 茨城 ・ 兵庫 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 東京・横浜・埼玉の3市場における取引価格を参考にしているケースが多い <ul style="list-style-type: none"> ➢ 産地による固定の価格差を全体平均から加減して決めていることもある ・ 特殊な飼養方法で肥育された牛などについては、相場を考慮しつつ比較的安定した価格で取引されている 	<ul style="list-style-type: none"> ・ ある程度定量・定品質で牛肉を必要とする事業者 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 最終実需者としては大手小売業者などが多い ・ 固定のルートでの仕入を行う事業者

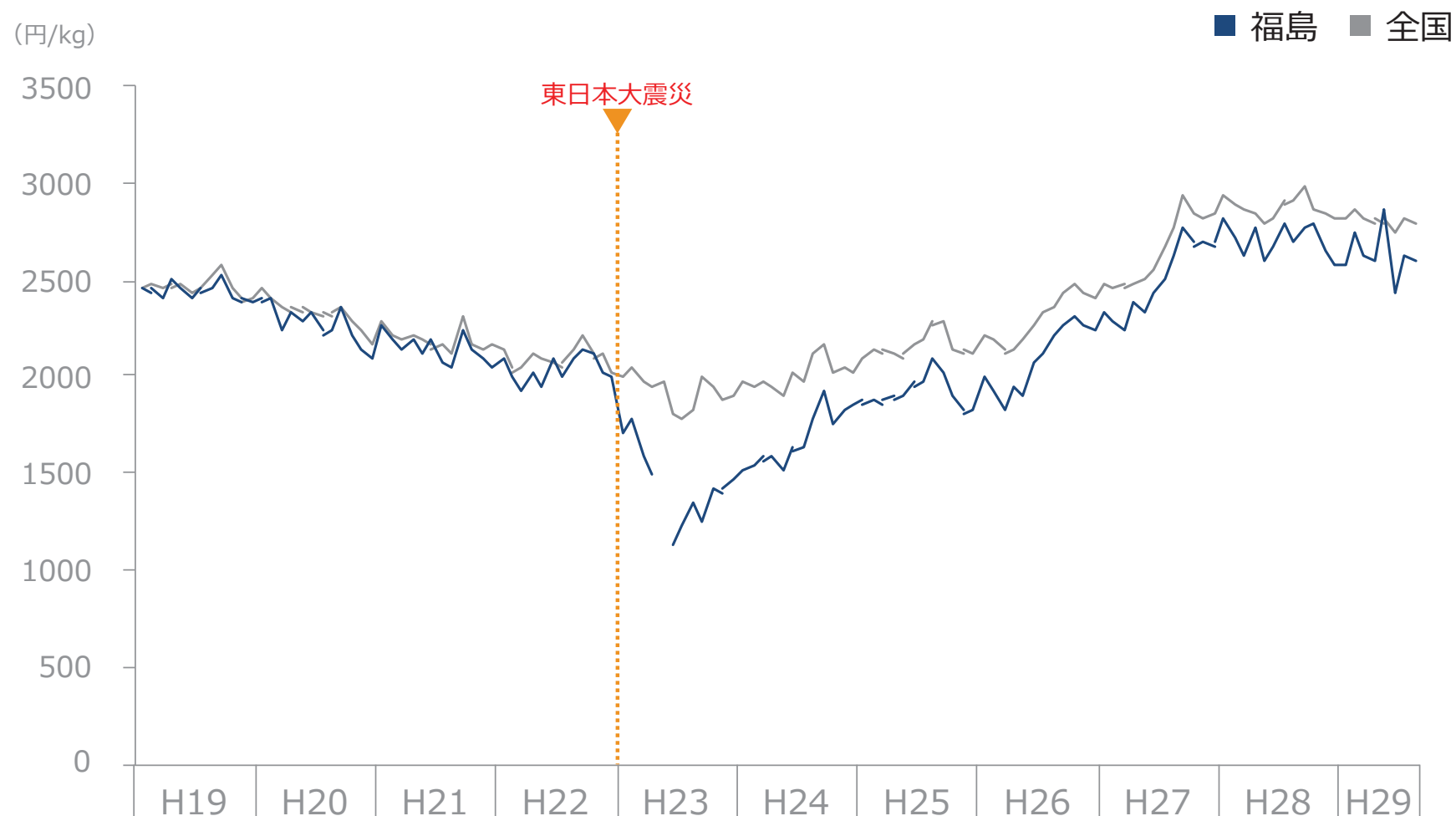
セット購入は比較的安価であるが、低需要部位を売る販売力が必要。一方で、パーツでの購入はリスクは少ないが、割高で季節により仕入価格が変動しやすい傾向がある。

区分	価格の決定方法・特徴	販売の特徴
セット	<ul style="list-style-type: none">・ 枝肉価格が基準となる・ 販売側としても低需要部位の売れ残りリスクがないため、最低限のマージンで販売可能	<ul style="list-style-type: none">・ 購入先は大手小売業者など、全部位を販売するだけの販売力がある事業者が多い<ul style="list-style-type: none">➢ 自社や協力会社等で冷凍設備を保有しているなど、自社で年間の販売を調節できる場合や、低需要部位を捌ける販路を持っている場合も・ 和牛の需要低迷に伴い、「1頭買い」を含め、セットで購入できる事業者は減少している
パーツ	<ul style="list-style-type: none">・ 枝肉価格を基準としながらも、季節により需要部位は異なるため、季節ごとに値決めをしているケースが多い<ul style="list-style-type: none">➢ 需要が高い部位は高めの価格設定・ 冷凍による価値の減少や売れ残りによるロスも含めて、1頭全体を年間で販売することを念頭の価格設定を行っていることも多い<ul style="list-style-type: none">➢ 季節ごとの低需要部位については、比較的需要が高い時期まで冷凍しておくことも多い	<ul style="list-style-type: none">・ 必要な部位を必要な量だけ欲しい事業者が多い<ul style="list-style-type: none">➢ 小～中規模小売業者や外食業者などが多い・ 大手業者の場合も、特に需要が高い部位についてはパーツで購入している

経緯	詳細
食品の出荷制限	<ul style="list-style-type: none"> 福島第一原発事故直後の昨年3月17日、国によって食品中の放射性物質に関する暫定規制値(500ベクレル)が設定され、3月21日から食品の出荷制限が実施された
牛肉の出荷制限	<ul style="list-style-type: none"> 2011/7/8-9：東京都のモニタリング検査において、福島県南相馬市の特定の農家から出荷された牛11頭の肉から、食品衛生法の暫定規制値を超える放射性セシウムが検出された 7/14：汚染している稲わらの給与事例が確認され、県は県内全域に対して、牛の移動・食肉出荷の自粛を要請。汚染された牛肉が流通した各自治体からは、販売した事業者名と共にその事実が公表され、販売した小売業者は公表・回収を実施 7/19：国から福島県に対し、県内の牛の県外への移動(12か月齢未満を除く)及びと畜場への出荷制限が指示された <ul style="list-style-type: none"> 7/28に宮城県、8/1に岩手県、8/2に栃木県の牛も出荷制限が指示された
出荷制限の一部解除	<ul style="list-style-type: none"> 8/19に宮城県、8/28に福島県、岩手県、栃木県において飼養されている牛の県外への移動及びと畜場への出荷制限が一部解除となった <ul style="list-style-type: none"> 出荷制限指示に「貴県の定める出荷・検査方針に基づき管理される牛については、この限りでない。」という文言が付記された。 全頭検査対象農家及び全戸検査対象農家（全戸検査済み農家を除く）が放射性物質についての検査を受け、暫定規制値以下となった場合のみ出荷制限が解除された
食品の出荷制限改定	<ul style="list-style-type: none"> 2012年4月以降、食品中の放射性物質に関する暫定規制値が100ベクレルに改定された
現在	<ul style="list-style-type: none"> 福島県・宮城県・岩手県・栃木県では現在も出荷制限状態は継続、全頭検査を実施した上で放射性物質が検出されていない牛肉だけが出荷されている <ul style="list-style-type: none"> 栃木県では、平成27年3月20日に原子力災害対策本部が定める「検査計画、出荷制限等の品目・区域の設定・解除の考え方」が改正されたことに伴い、「出荷・検査方針」を緩和

東京都中央卸売市場での福島県産和牛の去勢A5の平均価格は、震災前は全国平均とほぼ同額で推移していたが、平成23年9月に大幅に拡大した後、縮小傾向で推移。

東京都中央卸売市場における平均価格の推移（和牛・A5・去勢）

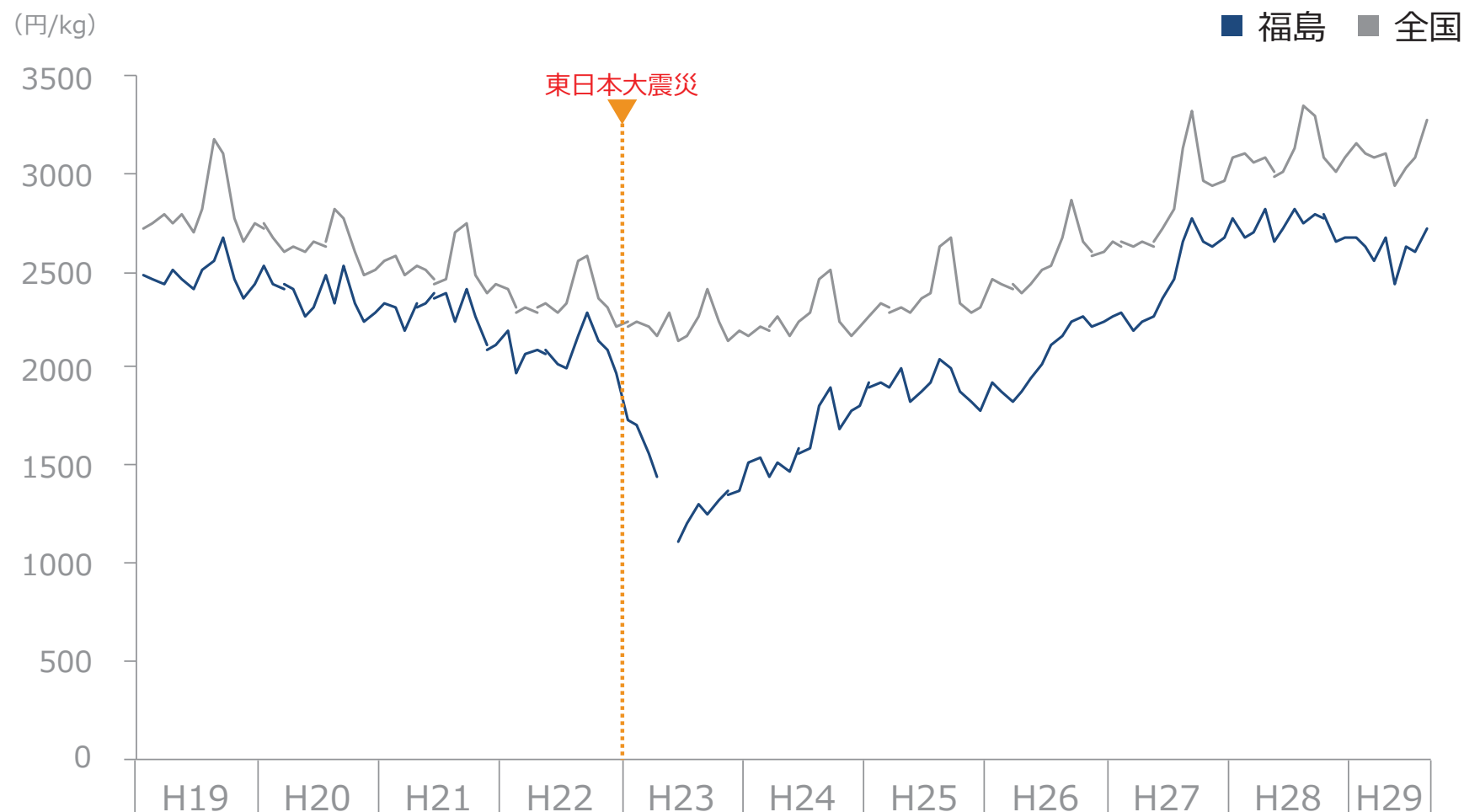


出所：東京都中央卸売市場 統計データ

©Accenture 2018. All Rights Reserved.

東京都中央卸売市場での福島県産和牛の牝A5の平均価格は、震災前より他県産と一定の価格差が存在していたが、震災後に大幅に拡大し、その後縮小傾向で推移。

東京都中央卸売市場における平均価格の推移（和牛・A5・牝）



出所：東京都中央卸売市場 統計データ

©Accenture 2018. All Rights Reserved.