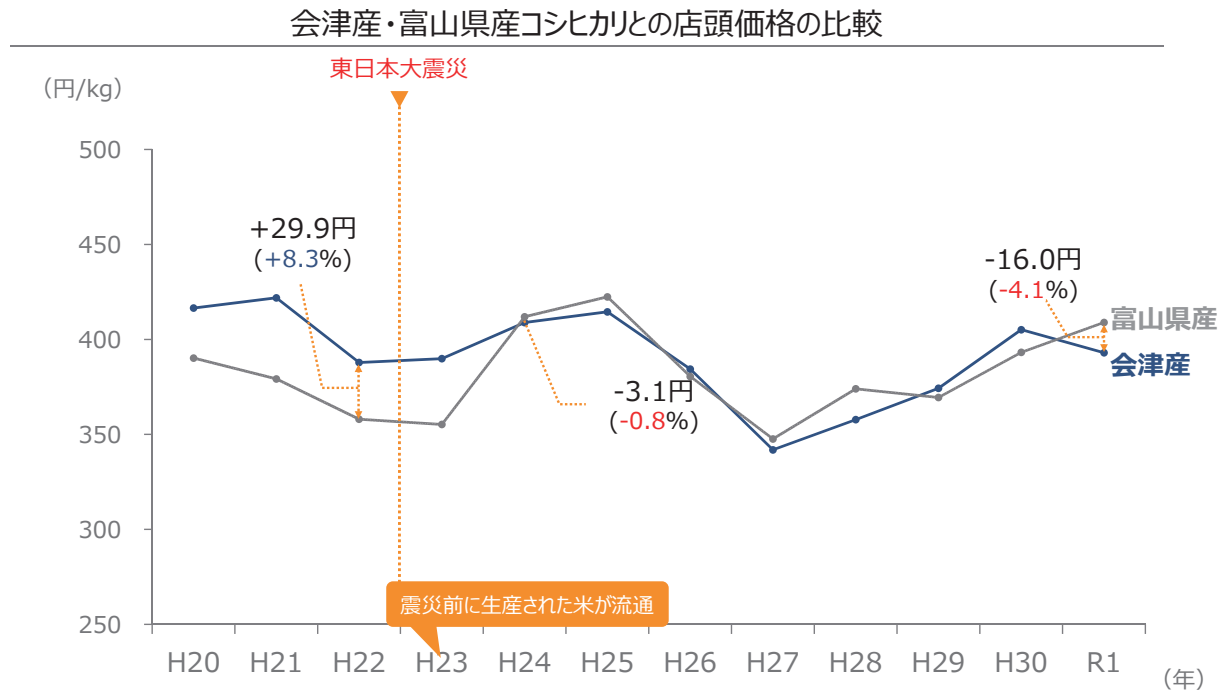


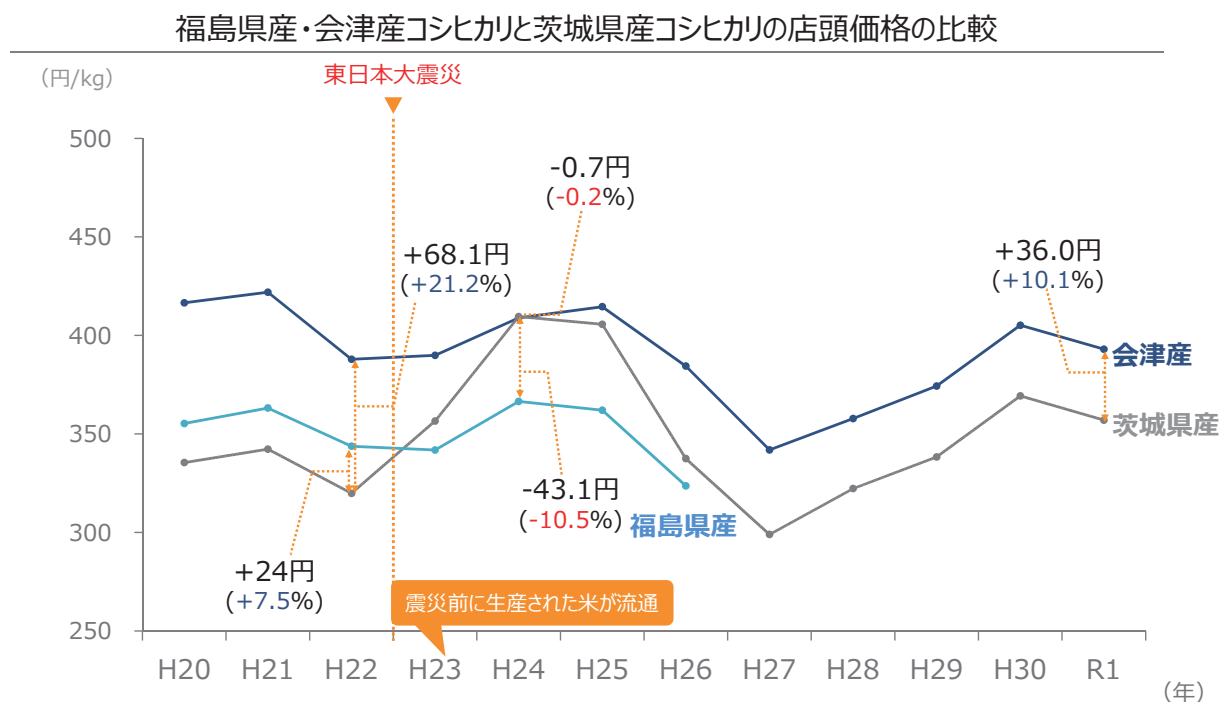
会津産コシヒカリは、富山県産コシヒカリより高い店頭価格で販売されていたが、平成24年以降は差が縮小したまま同じような値動きとなっている。令和元年は富山県産コシヒカリより16円下回っている。



データ出所：(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)

261

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(+24円)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、震災直後2年を除き、茨城県産よりも10%程度高い価格で継続して販売されている。



データ出所：(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)

262

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相対価格比率(相対取引価格／店頭価格)に大きな変化はなく、他県産同様、相対取引価格と連動した店頭価格となっている。

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	H29	H30	R1
(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	H28産	H29産	H30産
福島(中通り産) 相対取引価格	258	282	262	234	260	290	227	184	223	257	285	286
福島 コシヒカリ 店頭価格	355	363	344	342	366	362	324	0	0	0	0	0
相対価格比率	72.5%	77.7%	76.2%	68.4%	70.8%	80.0%	70.2%	-	-	-	-	-
福島(会津) 相対取引価格	277	299	278	253	296	306	274	234	249	263	284	293
会津 コシヒカリ 店頭価格	417	422	388	390	409	415	384	342	358	374	405	393
相対価格比率	66.4%	71.0%	71.6%	64.8%	72.3%	73.8%	71.3%	68.3%	69.5%	70.4%	70.1%	74.5%
茨城 相対取引価格	255	283	266	242	293	309	252	216	234	255	283	288
茨城 コシヒカリ 店頭価格	335	342	320	357	410	406	337	299	322	338	369	357
相対価格比率	76.1%	82.7%	83.3%	67.9%	71.4%	76.2%	74.8%	72.3%	72.7%	75.5%	76.7%	80.6%
千葉 相対取引価格	262	278	266	239	293	313	250	213	232	254	278	286
千葉 コシヒカリ 店頭価格	347	347	345	349	382	374	323	305	339	358	365	382
相対価格比率	75.4%	80.1%	77.0%	68.4%	76.6%	83.6%	77.3%	70.0%	68.5%	71.0%	76.3%	74.8%
新潟(魚沼以外) 相対取引価格	306	323	307	293	347	344	315	291	305	309	319	322
新潟 コシヒカリ 店頭価格	422	415	389	404	443	427	388	381	418	426	438	461
相対価格比率	72.7%	77.8%	78.9%	72.7%	78.4%	80.6%	81.2%	76.4%	73.1%	72.4%	72.8%	69.8%
富山 相対取引価格	275	295	273	255	300	313	272	241	263	280	294	295
富山 コシヒカリ 店頭価格	390	379	358	355	412	422	381	348	374	369	393	409
相対価格比率	70.5%	77.8%	76.1%	71.9%	72.7%	74.0%	71.6%	69.2%	70.4%	75.8%	74.8%	72.1%
平均相対価格比率	72.3%	77.9%	77.2%	69.0%	73.7%	78.0%	74.4%	71.2%	70.8%	73.0%	74.1%	74.4%

データ出所：(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
※「福島県産」表示は主要原料の中通り産コシヒカリ。
※「新潟(魚沼以外)」については、新潟県産コシヒカリ(一般)の数値を使用。
※店頭価格の会津コシヒカリは商品名で会津産となっているものであり、会津産でも福島県産と表記されているものは福島県コシヒカリに含まれている。
※相対取引価格は各年産における玄米60kgの平均価格を54で除して精米1kgの価格に換算。
店頭価格は翌年1月～12月に販売された同銘柄における精米1kgの平均価格。

(円/kg, 精米換算)

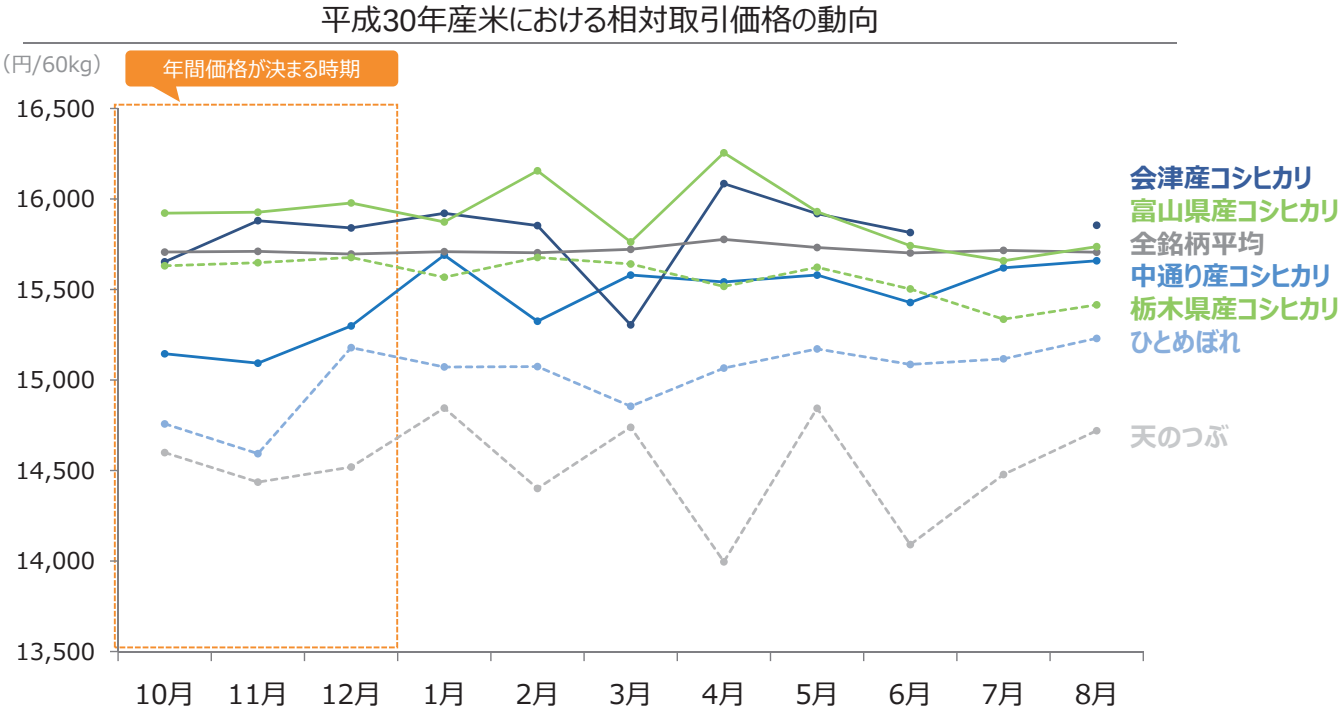
価格形成に関する事例調査(追跡調査)の概要

価格形成に関する事例調査(追跡調査)を行い、福島県産米の価格形成に関する分析を実施した。

概要

概要・目的	・ヒアリング等により取引段階ごとの取引価格、販売価格に係る調査を実施し、推移の実態を分析する。 ・他県産の同品目についても調査の上、比較分析を行う。
対象商品	・福島県産米(平成30年産)：福島県産コシヒカリ(中通り産・浜通り産コシヒカリ)・会津産コシヒカリ ※補足的に天のつぶのデータを取得 ・他県産米：栃木県産コシヒカリ・富山県産コシヒカリ
対象期間	・データ取得回数：3回 (平成30年10月～令和元年9月までの平成30年産取扱時期の3時点)
調査ルート	・下記の流通類型それぞれを調査(それぞれ栃木県産米・富山県産米も調査) 類型①：生産者→県内JA全農→県内外卸売業者等→小売業者等 類型②：生産者→JA単協・集出荷業者等→県内外卸売業者等→小売業者等

平成30年産米の価格形成について事例調査を実施。平成30年産米の取引価格は、年間購入契約を決める年末にかけて上昇傾向。



データ出所：農林水産省「米穀の取引に関する報告」
※会津産コシヒカリの7月実績が0である理由は、当該月の相対取引契約がなかったもの又は当該月の相対取引数量が100トン未満であり、価格の公表を行わなかったため。265

価格形成に関する事例調査(追跡調査) の対象事例数

流通類型別・エリア別の調査実施件数は下記のとおり。

調査対象流通ルート									
県産	流通類型	産地品種銘柄	ルート数	合計	エリア別※				
			完了数 (アプローチ数)		県内	大手	首都圏	関西圏	その他
福島県	①(全農経由)	福島県産コシヒカリ	4 (9)	6	1	0	2	-	3
		会津産コシヒカリ	5 (6)	5	2	3	0	-	0
		ひとめぼれ	- (2)	2	0	0	2	-	0
		天のつづ	1 (3)	2	1	0	0	-	1
	②(単協・集荷業者直販経由)	福島県産コシヒカリ	2 (4)	4	1	0	3	-	0
		会津産コシヒカリ	8 (8)	8	4	4	0	-	0
		ひとめぼれ	- (2)	2	0	2	0	-	0
		天のつづ	2 (5)	5	0	1	2	-	2
栃木県	①(全農経由)	栃木県産コシヒカリ	2 (5)	5	0	0	4	-	1
	②(単協・集荷業者直販経由)	栃木県産コシヒカリ	3 (9)	9	0	4	4	-	1
富山県	①(全農経由)	富山県産コシヒカリ	3 (6)	6	0	2	0	-	4
	②(単協・集荷業者直販経由)	富山県産コシヒカリ	2 (2)	2	0	0	0	-	2

※エリア別の項目の定義は、それぞれ以下のとおり。
県内：福島県内で展開している量販店 大手：首都圏と関西圏双方に展開している量販店
首都圏：首都圏内のみ展開している量販店 関西圏：関西圏のみ展開している量販店 その他：北海道・東海圏で展開している量販店

本調査は下記の方法で実施した。

ルート収集	• いずれの類型においても卸間売買(転送)は想定せず、産地からの出荷を行う段階を「集出荷業者」、精米にして実需に販売する段階を「卸売業者」とした。 • 類型②において、集出荷業者と卸売業者に相当する事業者が同一の場合、集荷した米を玄米のまま実需に販売する事業者は「集出荷業者」、精米して販売する事業者は「卸売業者」として集計した。
データ収集	• 玄米で取り扱う流通事業者においては、玄米60kgの取引価格を取得した。 ➢ 一部、集出荷業者に直接自社便で取りに行くため運賃が含まれていない取引も存在する。 • 同時期・同一ロットの最終商品に同一類型の複数仕入先から仕入れた米を使用している場合、当該月・当該類型における仕入価格の平均値を取得した。 • 小売業者においては、原則 5 kg袋の価格データを取得した。 ➢ 一部、2 kg袋、10kg袋の取扱いのみのルートについては、取扱商品のデータを取得し、5 kg換算した。 • いずれも特売ではない通常価格のデータを取得した。
データ処理	• いずれの段階のデータも精米 1 kg単価に換算して分析を行った。 ➢ 玄米60kgの価格は精米54kgの価格とした。 • 各流通ルートにおいて、小売業者の販売価格を100とした際の集出荷業者及び卸売業者の販売価格を計算し、類型ごと・実需種ごとに平均を算出した。 • 収集したデータのうち、以下の定義に該当するデータは外れ値として除外した上で分析を行った。 ➢ 卸の販売額-卸の仕入額、実需の販売額-実需の仕入額の値がマイナス(=赤字)or 0 になるものは除く ➢ サンプルごとに上記数式にて値を算出し、Excelの箱ひげ図グラフを作成。その上で、特異ポイントとなった値を除外 特異ポイント：四分位範囲の1.5倍を超えた値

267

価格形成に関する事例調査(追跡調査) ～結果① 全体の傾向

対象事例の平均小売価格(量販店)は、会津産コシヒカリが最も高く、次いで富山県産コシヒカリが高い結果となった。

調査対象ルートにおける販売価格平均(平成30年産)

産地品種銘柄	流通類型	平均販売価格
会津産コシヒカリ	①(全農経由)	470.0
	②(単協/集荷業者直販)	491.4
	全類型平均	483.2
富山県産コシヒカリ	①(全農経由)	433.3
	②(単協/集荷業者直販)	432.0
	全類型平均	432.8
栃木県産コシヒカリ	①(全農経由)	425.0
	②(単協/集荷業者直販)	404.3
	全類型平均	412.6
福島県産コシヒカリ	①(全農経由)	362.3
	②(単協/集荷業者直販)	402.0
	全類型平均	375.5
福島県産天のつづ	①(全農経由)	348.0
	②(単協/集荷業者直販)	307.0
	全類型平均	320.7

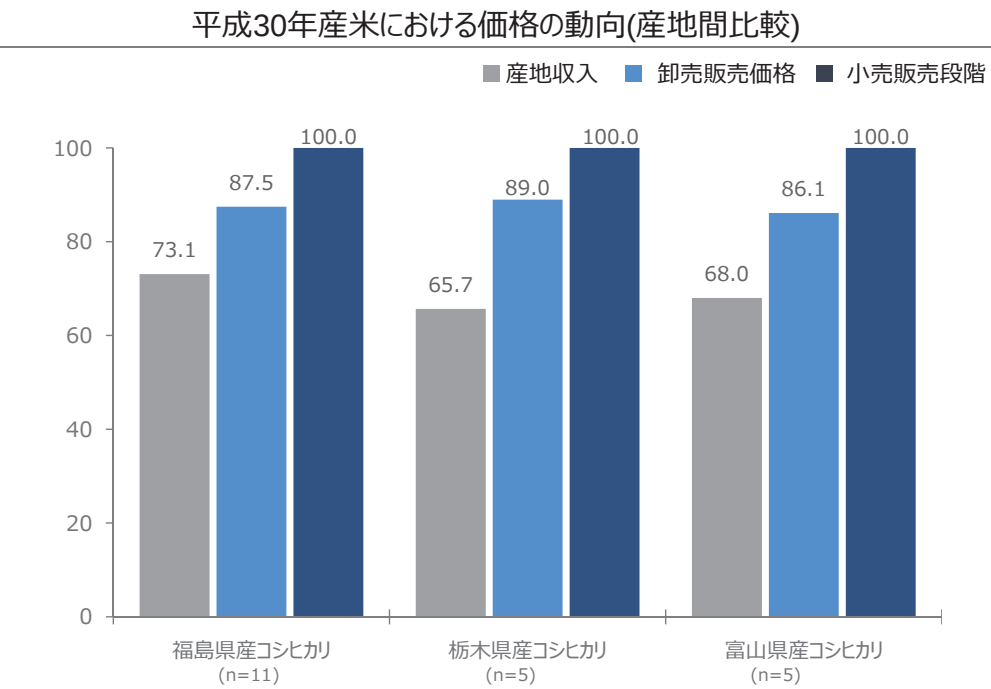
※数値は該当する種別で取得したサンプルの算術平均値。

(単位：円/kg)

※「福島県産コシヒカリ」として標記されて販売されるものは「中通り産」「浜通り産」が中心。

268

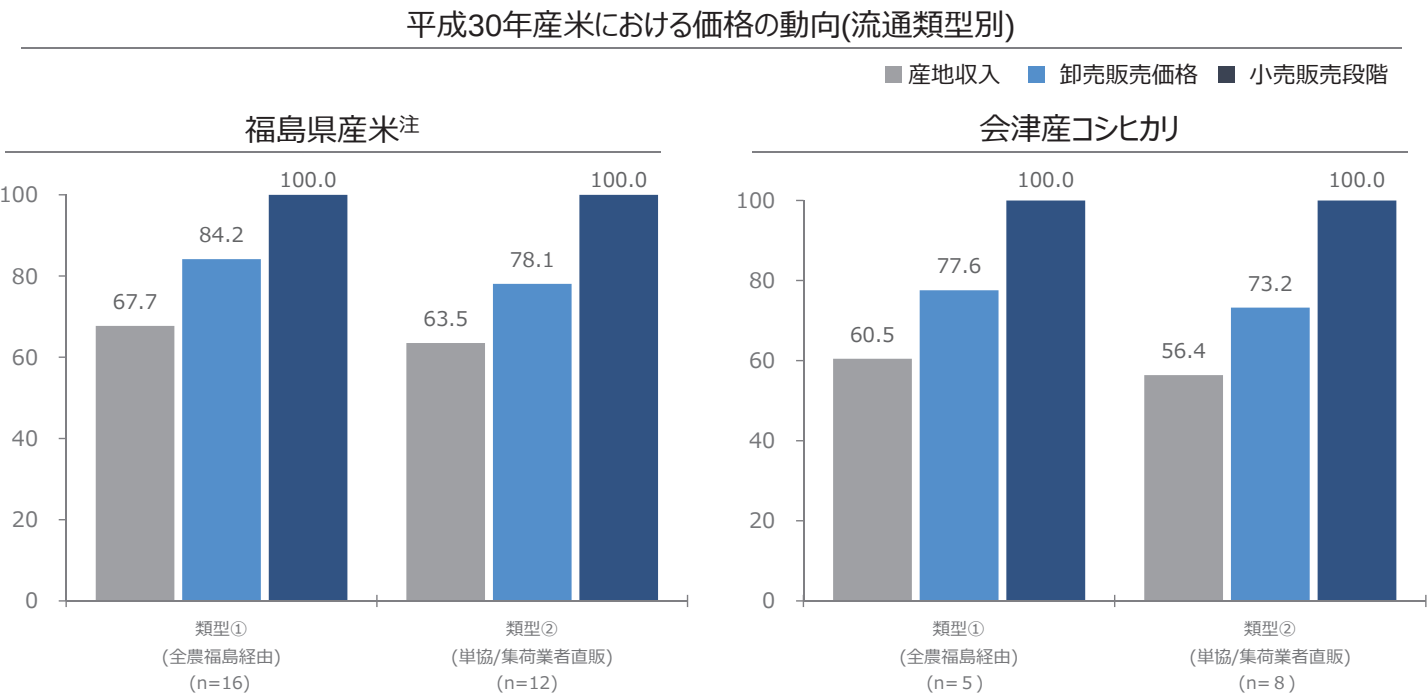
栃木県産米や富山県産米との比較において、産地・卸・小売の各流通段階における価格形成に明確な違いは見られなかった。



※数値は小売販売価格を100とした場合の各段階における販売価格。(指数値)

価格形成に関する事例調査(追跡調査) ～結果③ 流通類型別の傾向

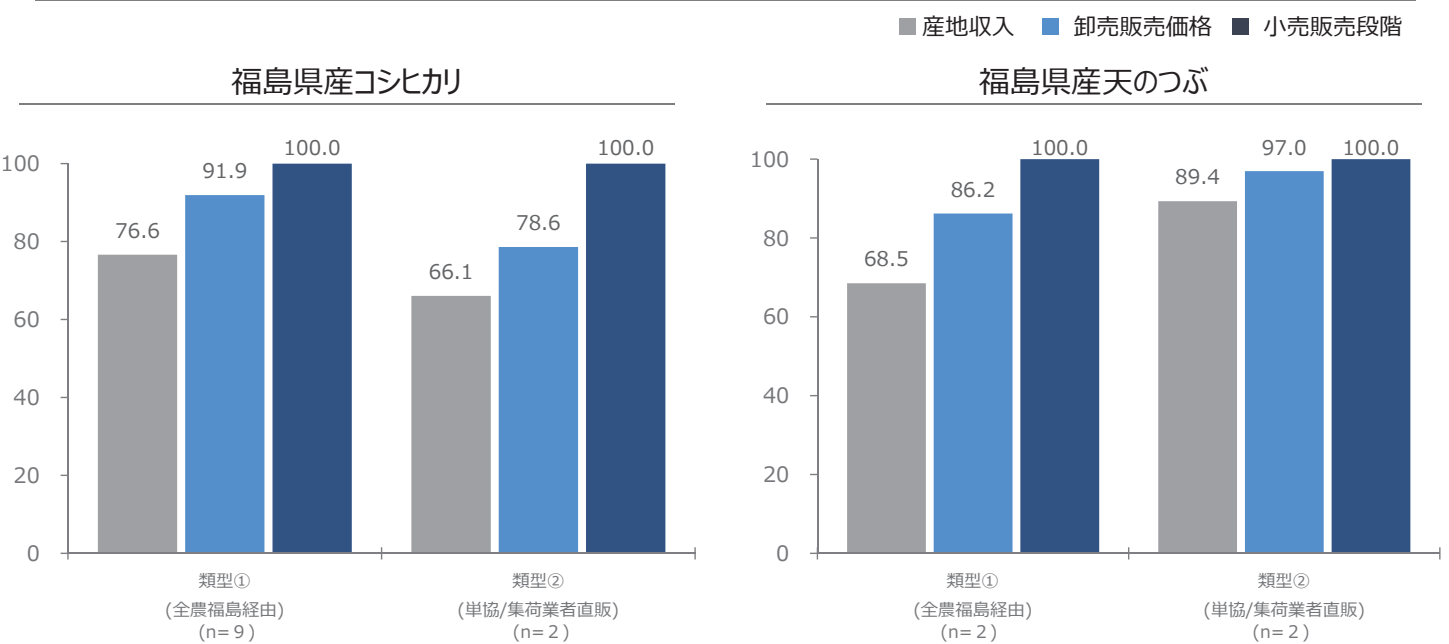
流通類型別で見ると、天のつぶを除いて、**類型②**のルートは自社集荷して販売し、全体的な単価が低い事例も含まれていることから、相対的に産地収入や卸販売価格の割合がやや低い状況。



注：会津産・中通り産・浜通り産コシヒカリや福島県産天のつぶのデータで作成。
※数値は小売価格を100とした場合の各段階における販売価格。(指数値)

流通類型別比較の続き。

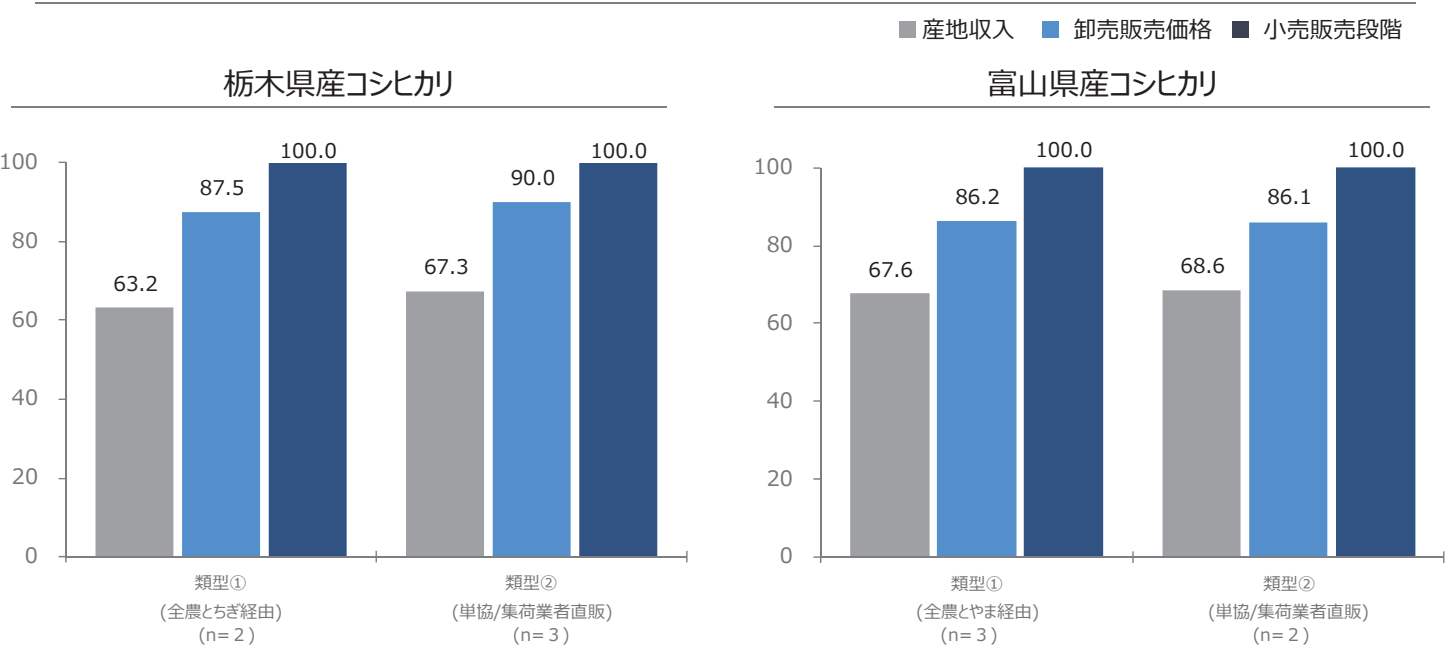
平成30年産米における価格の動向(流通類型別)



※数値は小売価格を100とした場合の各段階における販売価格。(指数値)

栃木県産コシヒカリや富山県産コシヒカリにおいて、産地・卸・小売の各流通段階における価格形成に明確な違いは見られなかった。

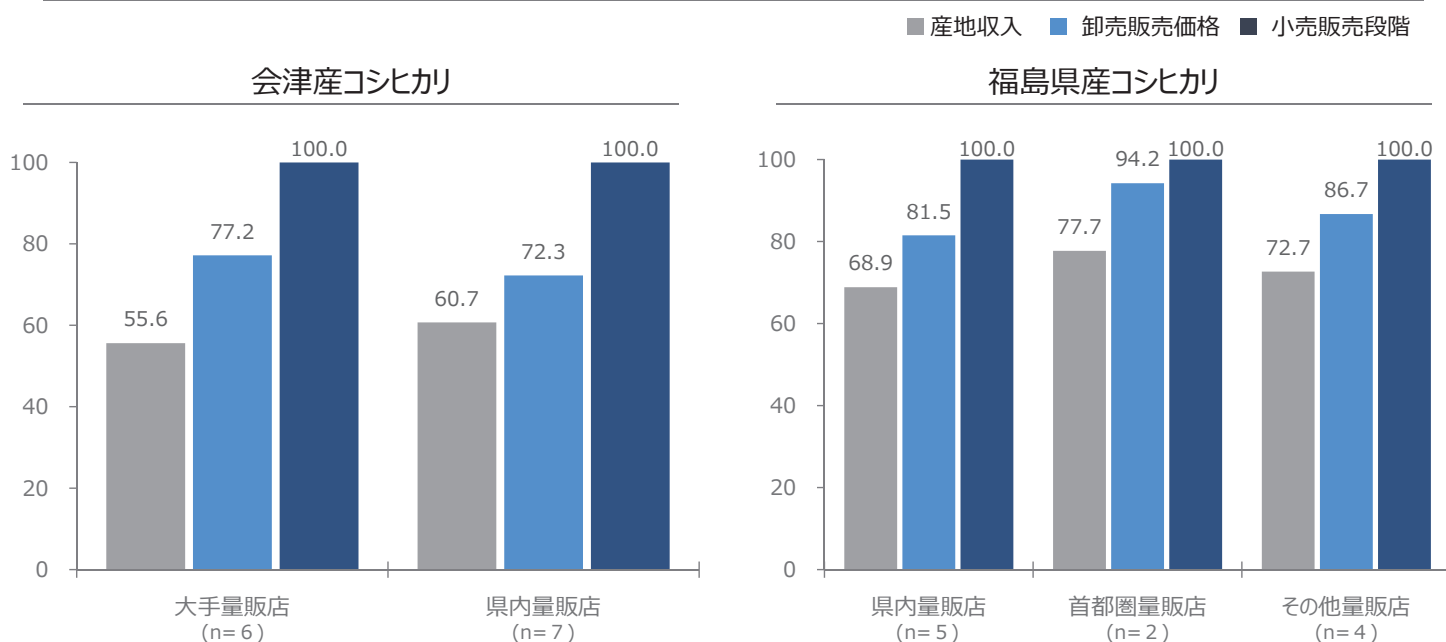
平成30年産米における価格の動向(流通類型別)



※数値は小売販売価格を100とした場合の各段階における販売価格。(指数値)

会津産コシヒカリは、量販店や産地間で複数年契約を結んでいるケースがあり、他の品種銘柄より産地収入の割合が小さい。福島県産コシヒカリは、運送料や倉庫保管料等の高騰が原因で県内量販店より首都圏やその他量販店の卸売販売価格の割合が高い。

平成30年産米における価格の動向(エリア別)

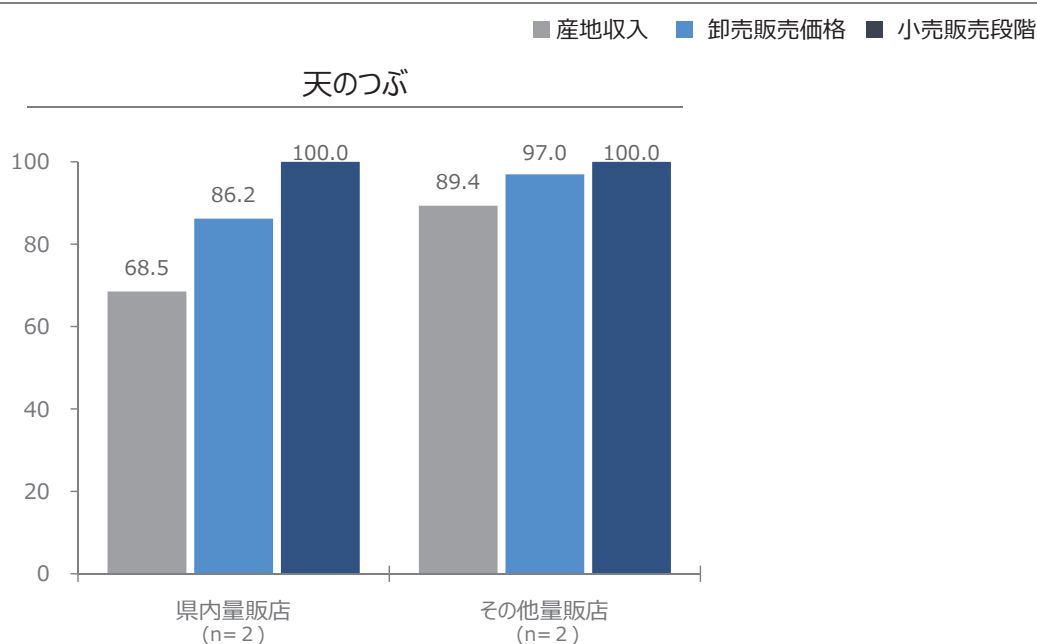


※数値は小売販売価格を100とした場合の各段階における販売価格。(指数値)

価格形成に関する事例調査(追跡調査) ～結果④ エリア別の傾向

天のつばは、運送料等が高騰していることに加え、調査対象の店舗において、その他量販店（北海道や東海圏）が県内量販店に比べて小売販売価格が低い店舗が多かったことにより、その他量販店の方が産地収入や卸売販売価格の割合が高い。

平成30年産米における価格の動向(エリア別)



※数値は小売販売価格を100とした場合の各段階における販売価格。(指数値)

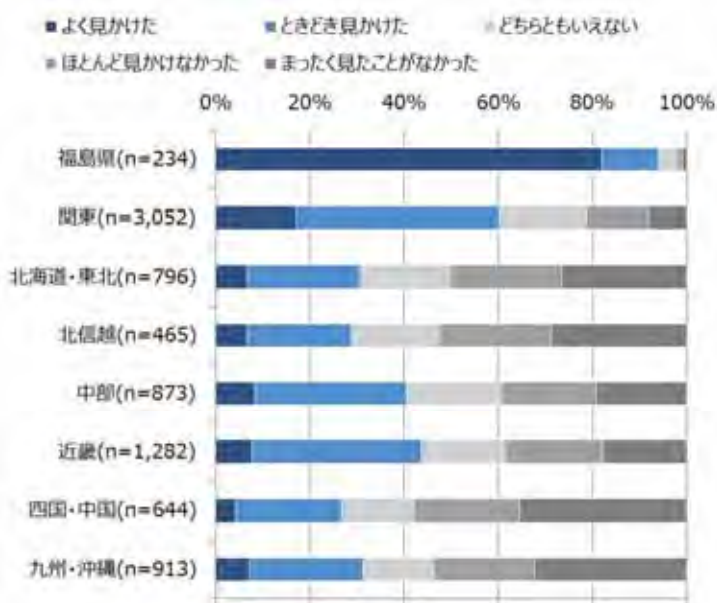
5. 福島県産品に対する認識

275

福島県産米を見た経験と購買経験（消費者アンケート）

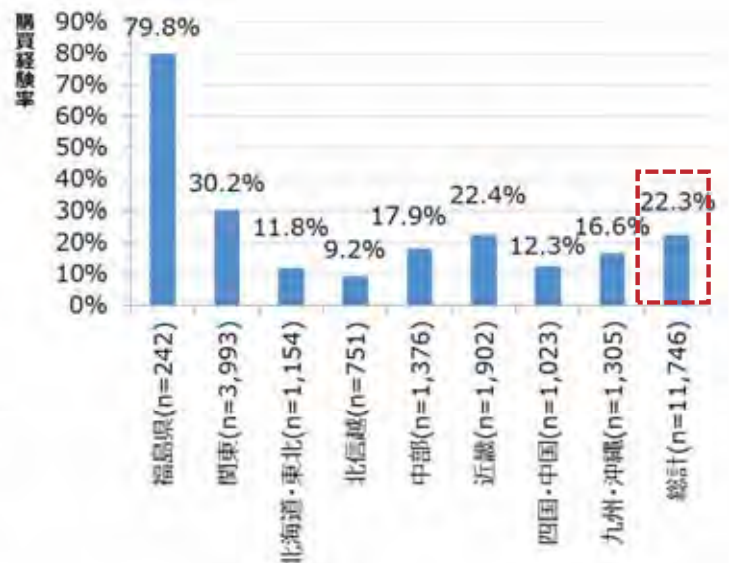
福島県産米をよく見かけた人の割合は、福島県で高く、他の地域では20%に満たない。福島県産米を買ったことがあると認識している人の割合も福島県が最も高く、全国では22.3%であった。

福島県産米を店頭で見たか



※過去1～2年に、店頭で福島県産米を見た記憶を尋ねた。
※nは「分からない」を選択した回答者を除いて算出。

福島県産米の購買経験率

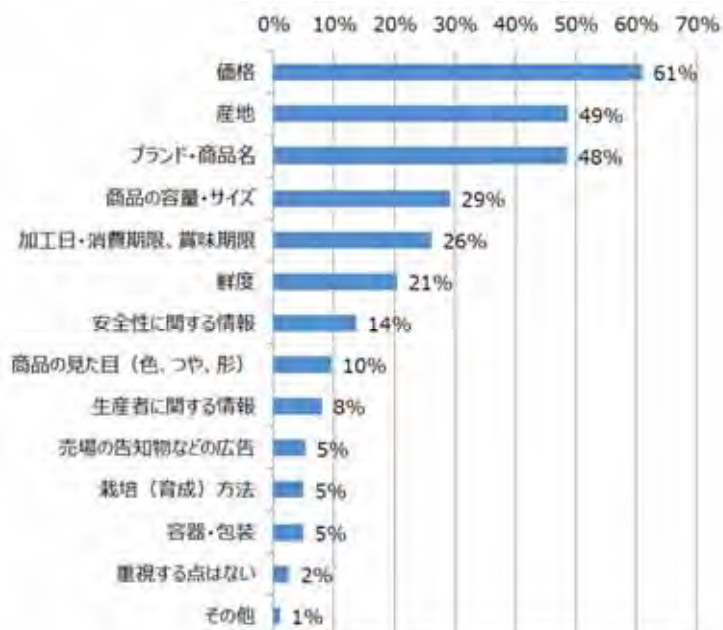


※購買経験率=1度でも購買したことがある人数／回答者数
※記憶に関する質問であるため、産地を認識せず買っていれば購買経験なしとなる。

276

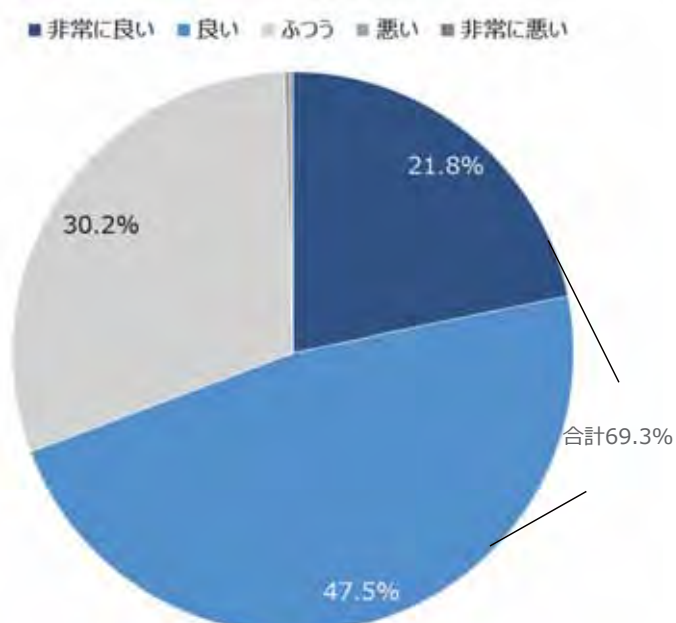
福島県産に限らず、米購買時の重視点を尋ねたところ、「価格」が上位にあがり、次いで「産地」と「ブランド・商品名」があがった。福島県産米の購買者に評価を尋ねたところ、「非常に良い」または「良い」と回答した人が69.3%であった。

米購買時の重視点（n=5,380、複数回答）



※米購買時の重視点は、福島県産に限らない質問。
※月に1回以上米を購買している回答者のみに尋ねた質問。

福島県産米購買者の評価（n=2,619）



※福島県産米を買ったことがある回答者のみに尋ねた質問。

8 品目別調査結果 牛肉

1. 概況
2. 調査実施概要
3. 各取引段階の“量”の変化
4. 各取引段階の“価格”の変化
5. 福島県産品に対する認識

1. 概況

281

調査結果概要（1/3）

1. 各取引段階の“量”の変化

生産段階

- 福島県における肉用牛の飼養頭数は、震災後も継続して減少傾向。また、近年では、全国よりも減少の程度が大きい。

全国・福島県産肉用牛の飼養頭数の推移（平成19年を100%とした値）



出荷段階

- 福島県産和牛（去勢）の出荷頭数は、震災後減少傾向で推移していたが、平成29年度から平成30年度にかけては特に4等級の出荷頭数が増加した。
 - 他方で、和牛（牝）の出荷頭数は平成28年度以降減少傾向にあり、平成29年度から平成30年度にかけては全等級で減少した。

東京都中央卸売市場に対する出荷頭数の推移（福島県産和牛・去勢）



※「牛肉」とは、「和牛」「交雑種」「ホルスタイン種」を合わせた総称のこと。以下、牛肉全体をさす場合には「牛肉」、うち和牛について特別に言及する場合には「和牛」という用語を用いる。

282

2. 各取引段階の“価格”の変化

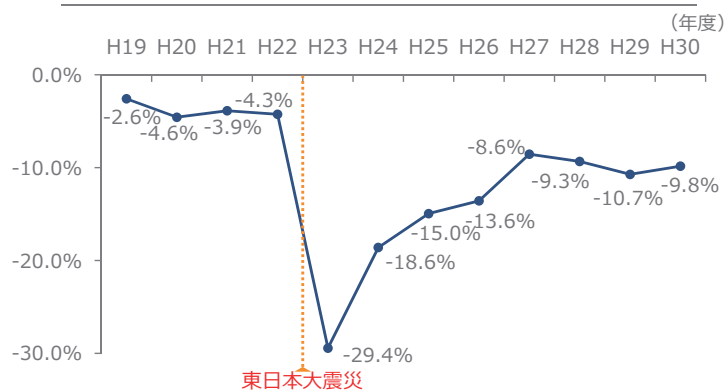
市場における状況

- 東京都中央卸売市場における福島県産和牛の枝肉価格は、震災直後に全国平均との差が拡大した。
- その後、全国平均との価格差が縮まる動きが見られたものの、近年、価格差は定着しており震災前の水準には回復していない。

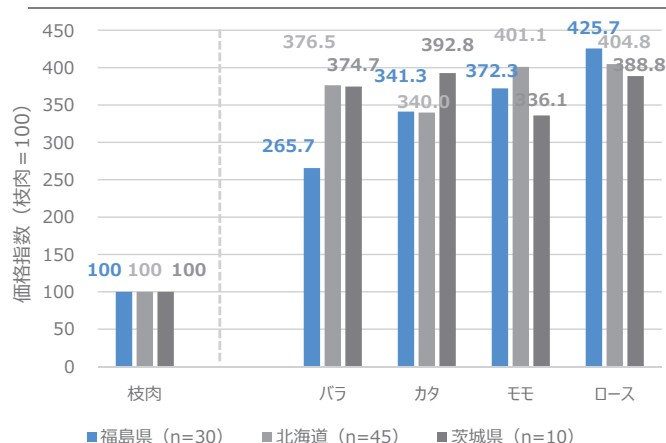
追跡調査における状況

- 福島県産和牛、北海道産和牛と茨城県産和牛について、流通段階ごとの価格形成に一貫した傾向は確認できなかった。
※枝肉単価については、福島県産和牛よりも北海道産和牛や茨城県産和牛の方が高い傾向にある。
- 小売企業ごとの仕入・販売事例では、同一部位かつ同一等級では同一の小売価格としている事例が多かった。

全国平均との価格差推移（和牛全体）



牛肉の価格形成（部位ごとの産地間比較）



283

3. 福島県産品に対する認識

消費者への調査

- 福島県産牛肉をよく見かけた人の割合は、福島県の回答者では40%以上である一方、他の地域では10%に満たなかった。
➢ 福島県産牛肉を買ったことがあると認識している人も福島県内が最も多く42.6%であり、全国平均では5.5%であった。
- 福島県産牛肉の購買者に福島県産牛肉の評価を尋ねたところ、「非常に良い」または「良い」と回答した人が72.3%と多数を占め、高評価であった。

福島県産牛肉を店頭で見たか



福島県産牛肉購買者の評価 (n=647)



284

2. 調査実施概要

285

調査の全体像

概要調査として政府統計等を整理し、全体像を把握した。また、消費者へのアンケート調査により、消費者の福島県産品の購買実態や評価を把握した。さらに、取引段階ごとの取引価格、販売価格に係る調査を実施し、推移の実態を分析した。

	概要調査	アンケート調査	追跡調査
概要・目的	- 統計情報を整理し、生産・流通の実態を把握。 - 市場での動向については、競合県産品との比較分析を行う。	消費者の福島県産品の購買実態や評価を把握する。	- 訪問面接により取引段階ごとの取引価格、販売価格に係る調査を実施し、推移の実態を分析する。 - 他県産の同品目についても調査の上、比較分析を行う。
調査対象	- 行政機関の政府統計。 - 卸売市場データ。	全国の消費者。 (12,000人)	- 黒毛和種。 (A3、A4、A5等級のいずれか) - 福島県内食肉流通センター又は県外食肉卸売市場等を経由する流通経路。
調査内容	- 福島県における肉用牛の飼養頭数。 - 卸売市場への出荷頭数。 - 卸売市場における取引価格の競合県産品との比較。	- 福島県産牛肉の視認経験。 - 福島県産牛肉の購買経験。 - 牛肉購買時の重視点。 - 福島県産牛肉の評価。	流通ルートを抽出し、取引価格の追跡調査(各取引段階における関係者からの個別データ収集)を行う。
各節との対応	各取引段階の“量”の変化	福島県産品に対する認識	各取引段階の“価格”の変化
	各取引段階の“価格”の変化		

286

各データを入手・分析し、最新の傾向を比較した。アンケート調査や追跡調査については、独自に情報を収集した。

概要調査
使用データ

- ・ 農林水産省「畜産統計」。
- ・ 東京都中央卸売市場「市場統計情報」。

アンケート
調査

- ・ 全国の消費者にWebアンケート調査を実施。
 - 12,000件を回収し、矛盾回答等を除外して11,746件を分析に使用した。

追跡
調査

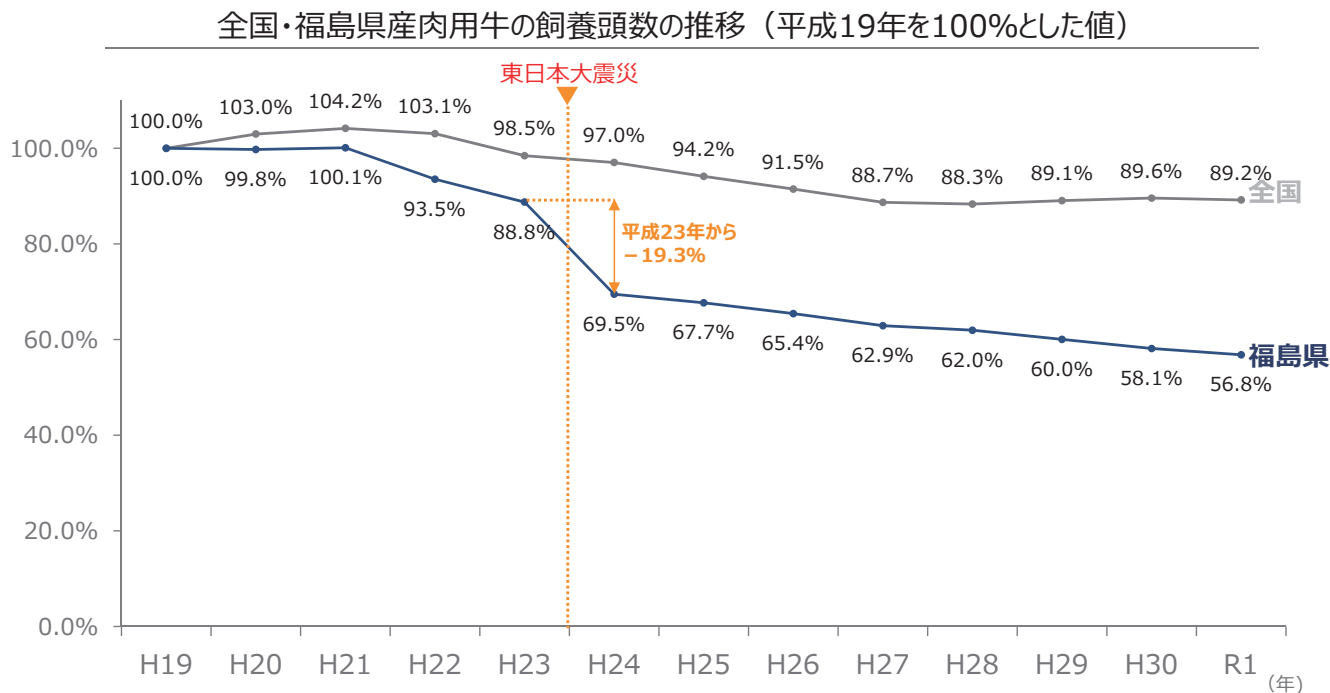
- ・ 各事業者から入手した仕入データや販売データ※ 等。

※個社が特定できないようにするとともに、実額を非公表とすることを前提に一部事業者から受領 287

3. 各取引段階の“量”の変化

福島県産肉用牛の飼養頭数の推移

福島県産肉用牛の飼養頭数は、平成23年から平成24年の間に19.3%減少した。その後も減少傾向にあり、令和元年は平成19年の56.8%となっている。一方、全国においても平成22年以降減少傾向であったが、近年は微増ないし横ばい傾向。

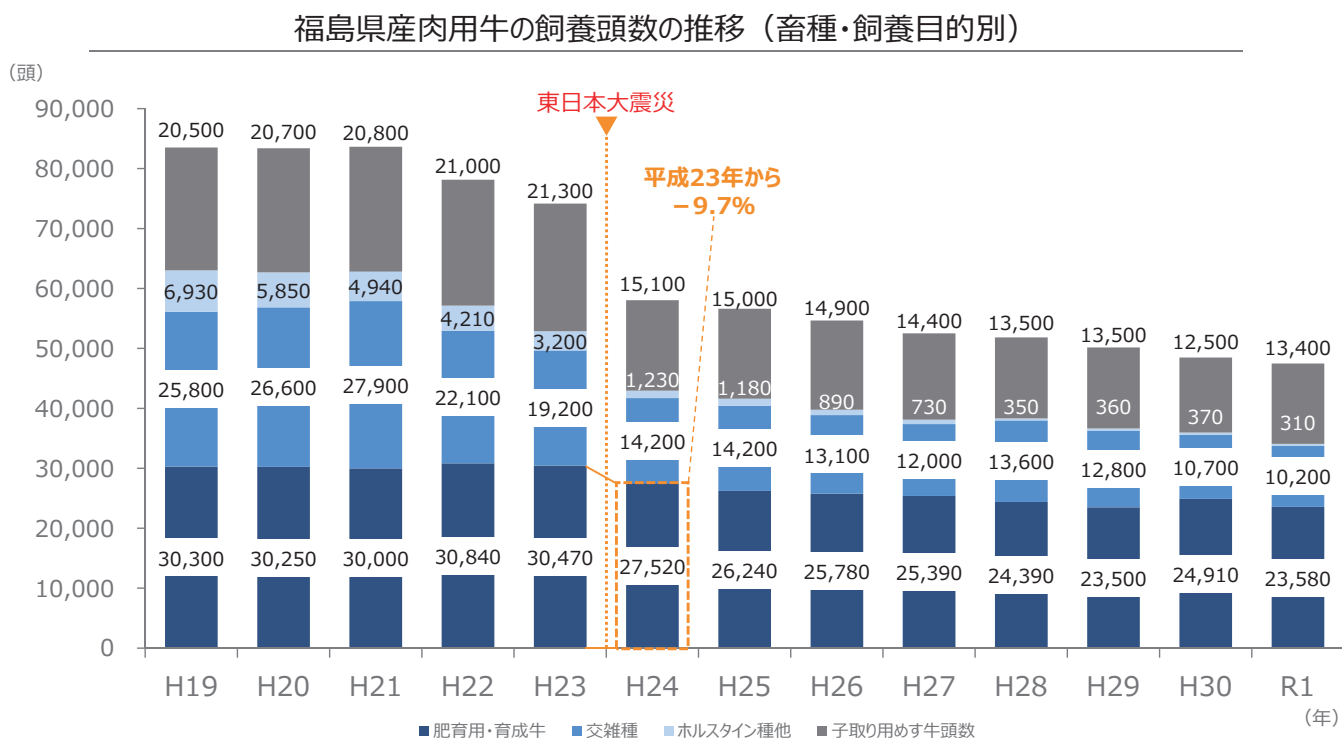


※上記の数値は、福島県内及び全国のそれぞれについて、平成19年の飼養頭数を100とした各年度の飼養頭数の割合。
 ※飼養頭数は、毎年2月1日現在の値である（例：令和元年は、平成31年2月1日時点の飼養頭数。）。
 データ出所：農林水産省「畜産統計」

289

福島県における肉用牛の飼養頭数の推移

福島県産肉用牛の飼養頭数のうち、肥育用・育成牛は平成23年から平成24年にかけて9.7%減少。その後も肥育用・育成牛は横ばいないし微減傾向で推移している。また、平成23年から平成24年にかけては交雑種やホルスタイン種他の減少が顕著。



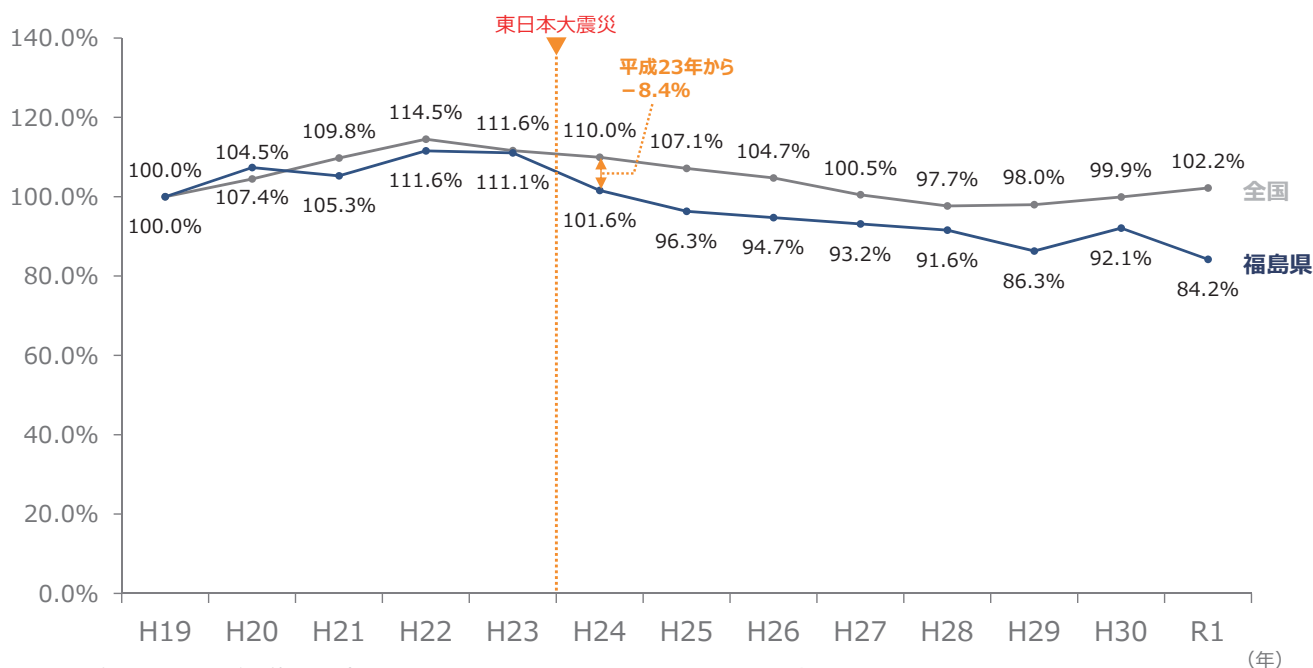
※飼養頭数は、毎年2月1日現在の値である（例：令和元年は、平成31年2月1日時点の飼養頭数。）。
 データ出所：農林水産省「畜産統計」

290

和牛の飼養頭数の推移

和牛の飼養頭数は、全国平均では平成22年をピークに減少傾向となったが平成29年以降は微増傾向。一方、福島県では平成23年から平成24年にかけて8.4%減少した後も減少傾向で推移。平成30年は前年よりも増加したが、令和元年は再び減少した。

全国・福島県産和牛の飼養頭数の推移（平成19年を100%とした値）



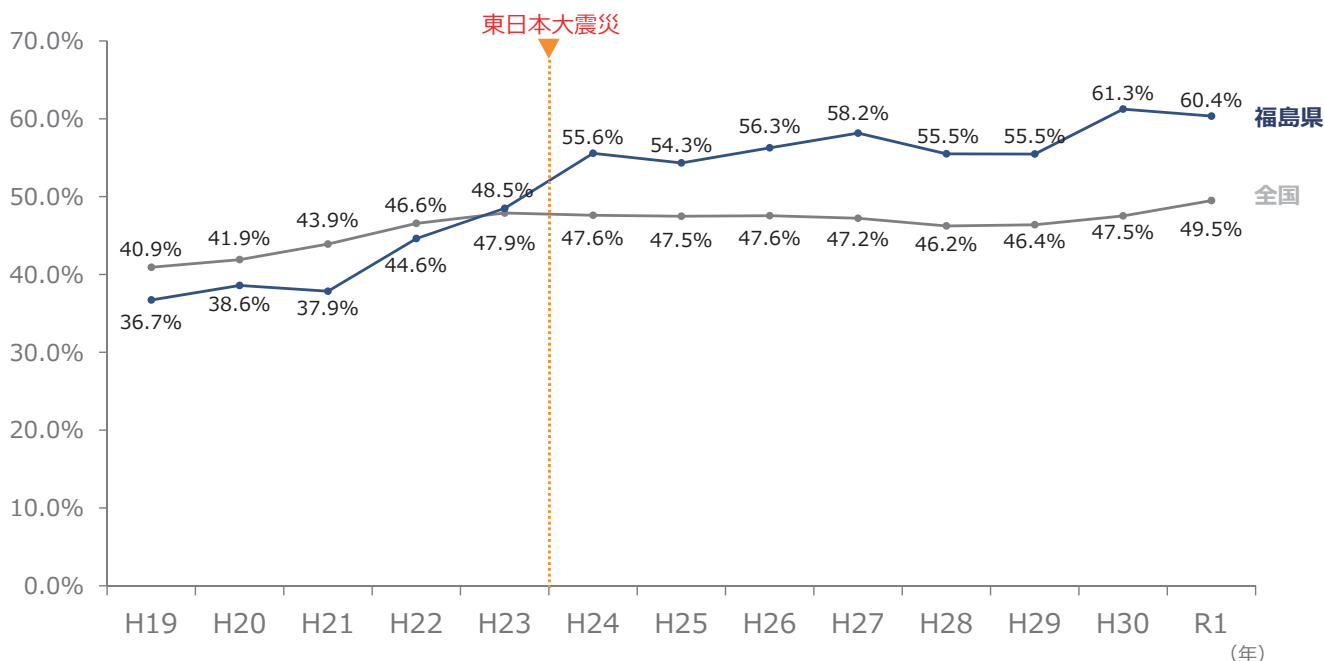
データ出所：農林水産省「畜産統計」

291

肉用牛の総飼養頭数に対する和牛の割合

肉用牛の総飼養頭数に占める和牛の割合は、震災後全国平均で横ばいないし微増傾向で推移する中、福島県では平成21年から平成24年にかけて17.7ポイント上昇し、令和元年も60.4%と全国平均の49.5%を上回る状況。

全国・福島県産肉用牛の総飼養頭数に対する和牛割合の推移



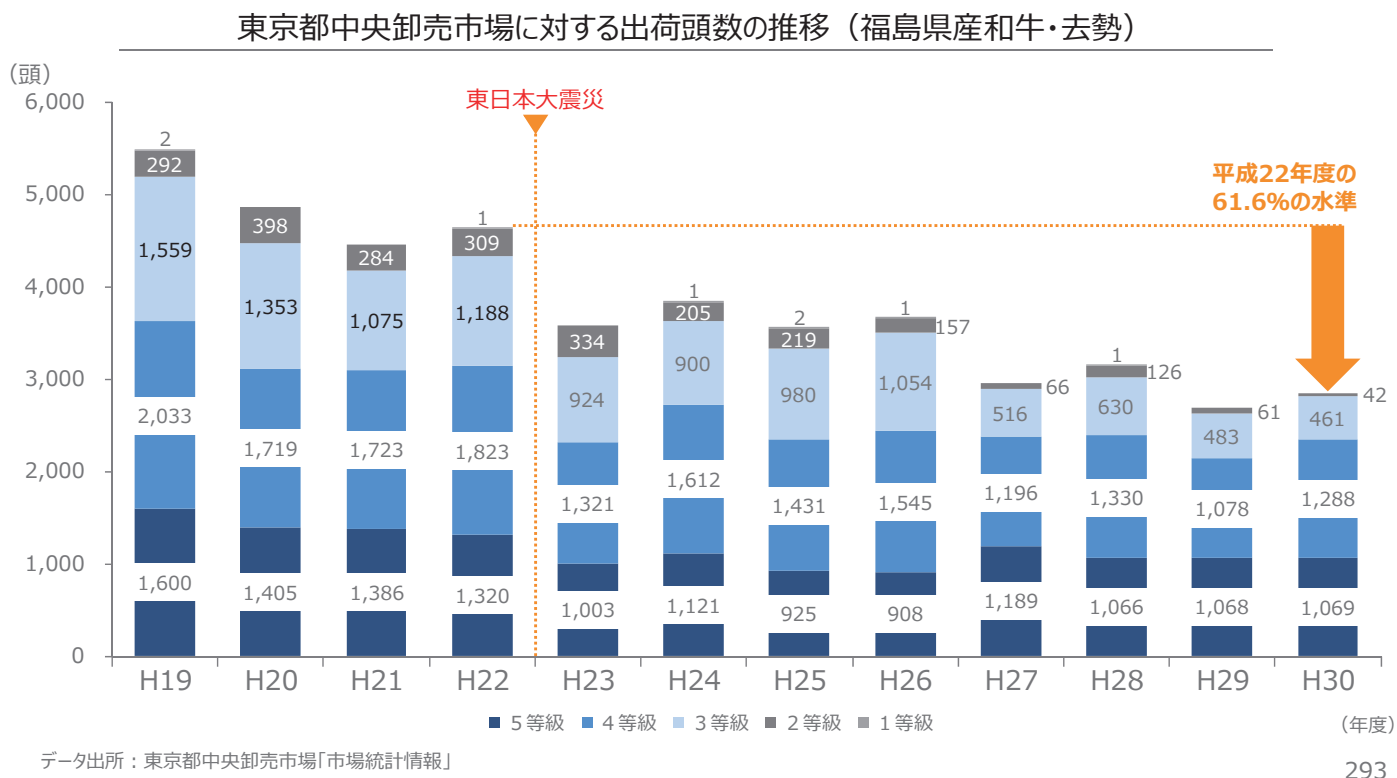
※飼養頭数は、毎年2月1日現在の値である（例：令和元年は、平成31年2月1日時点の飼養頭数。）。
※和牛の割合は、「肉用種の肥育用牛の飼養頭数」/（「肉用種の肥育用牛の飼養頭数」+「乳用種（ホルスタイン種他+交雑種）の飼養頭数」）のことを指す。

データ出所：農林水産省「畜産統計」

292

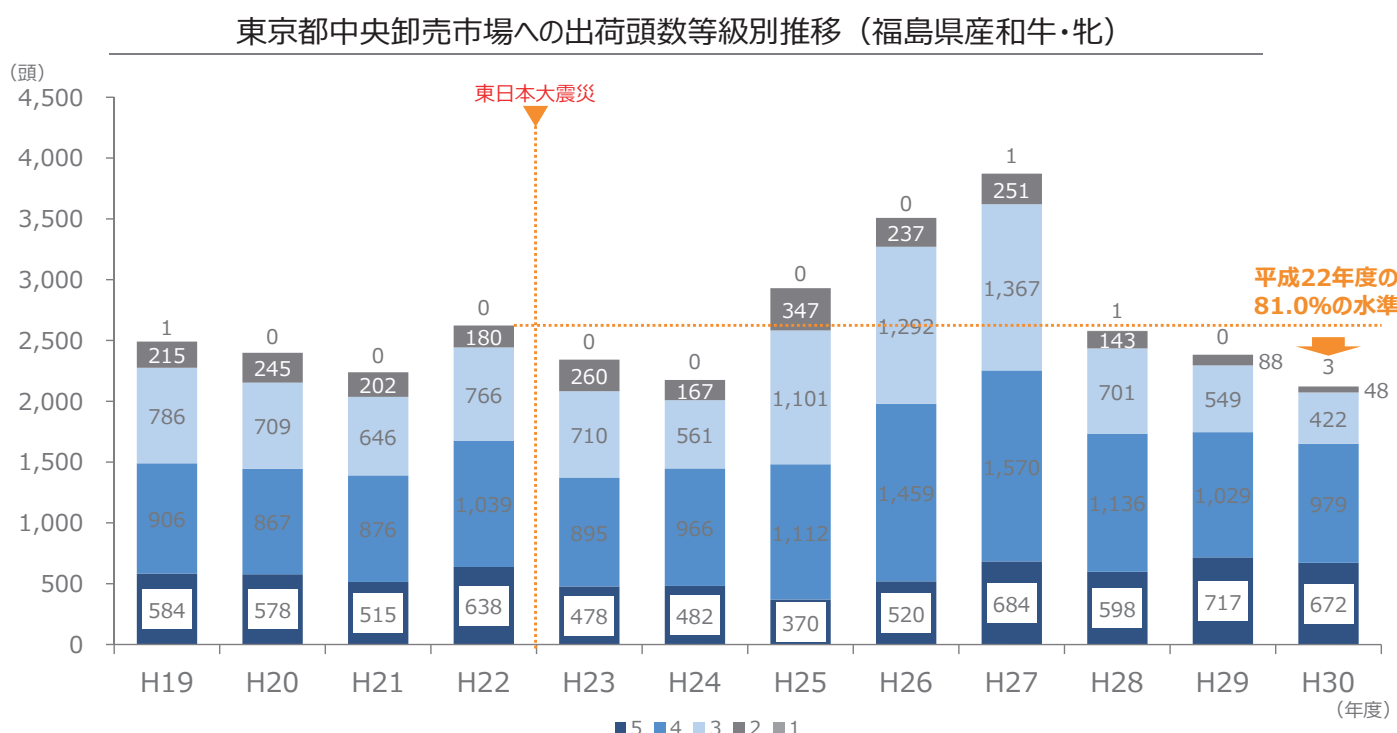
東京都中央卸売市場に対する出荷頭数の推移（福島県産和牛・去勢）

東京都中央卸売市場への福島県産和牛（去勢）の出荷頭数は、震災後減少傾向で推移している。また、平成29年度から平成30年度にかけては、特に4等級の出荷頭数が増加し、出荷頭数全体では平成22年度の61.6%となっている。

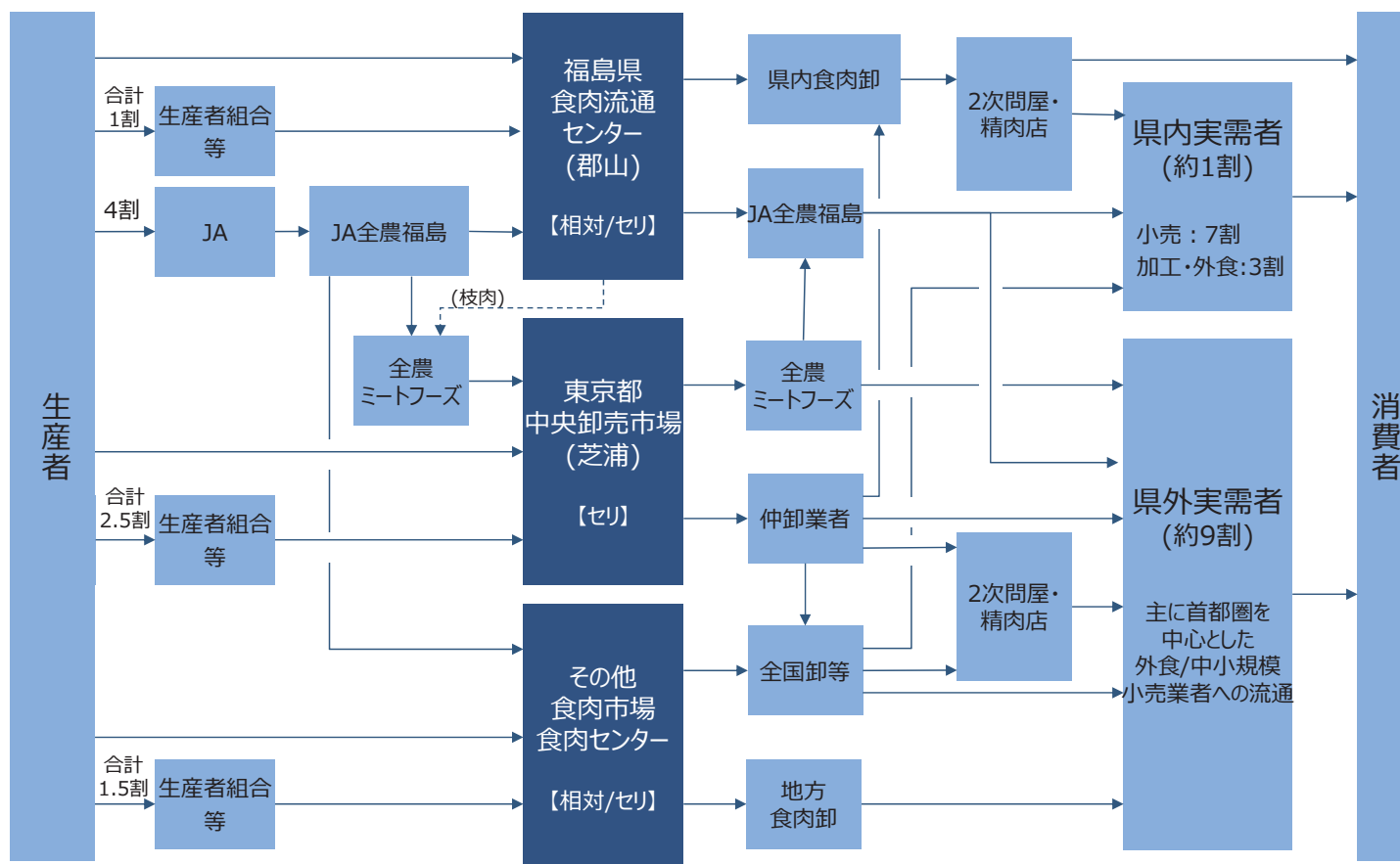


東京都中央卸売市場に対する出荷頭数の推移（福島県産和牛・牝）

東京都中央卸売市場への福島県産和牛（牝）の出荷頭数は、平成22年度から平成24年度まで減少したが、その後増加傾向となり平成27年度にピークを迎えた。一方、直近では3年連続で減少し、平成30年度は平成22年度の81.0%の水準となっている。



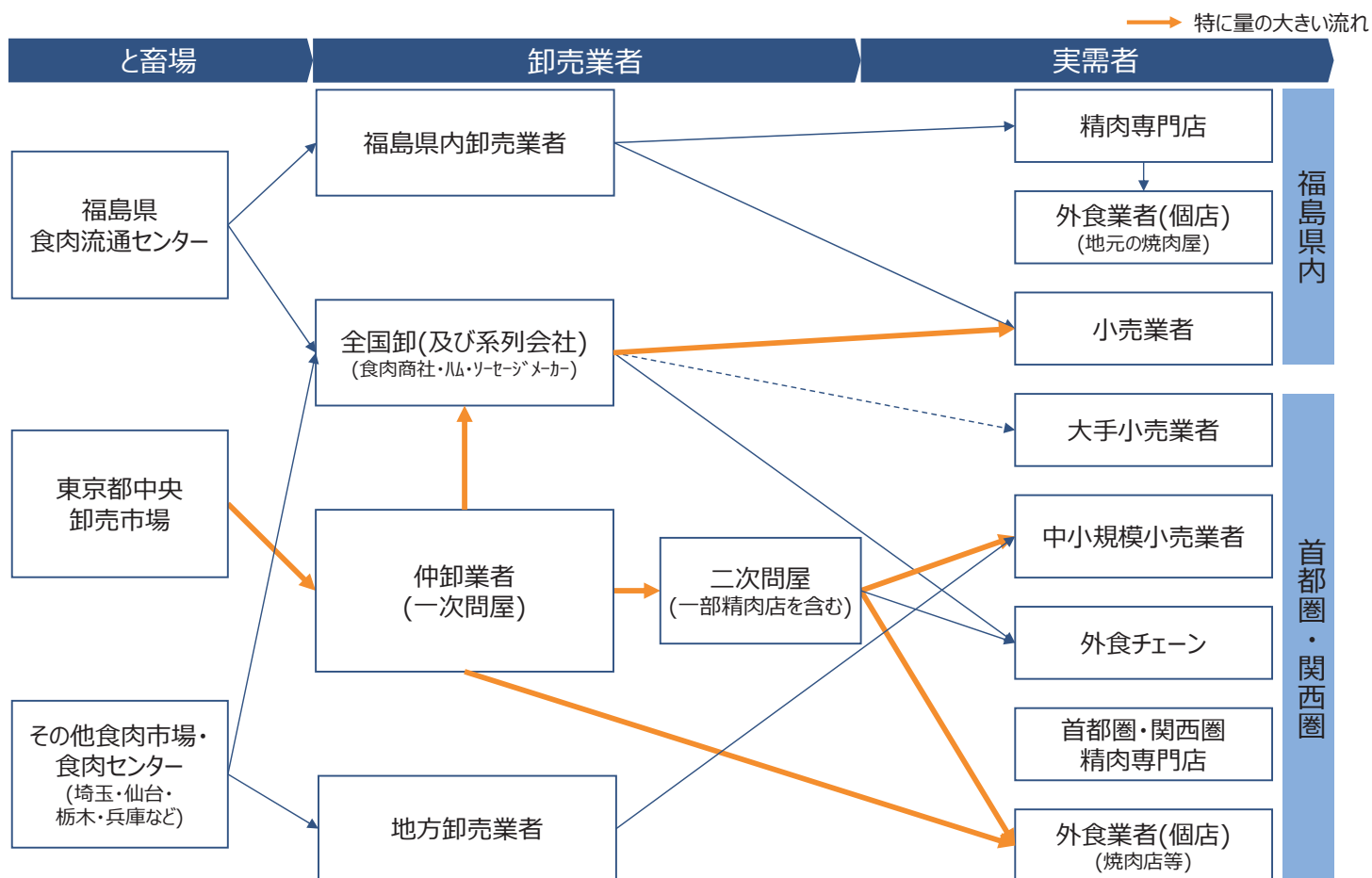
《参考》福島県産牛肉（和牛）の流通経路



データ出所：福島県畜産課「福島県の畜産2015」及びヒアリング結果

※H29年度調査において作成。 295

《参考》福島県産牛肉の主要流通経路



出所：ヒアリング結果

※H29年度調査において作成。 296

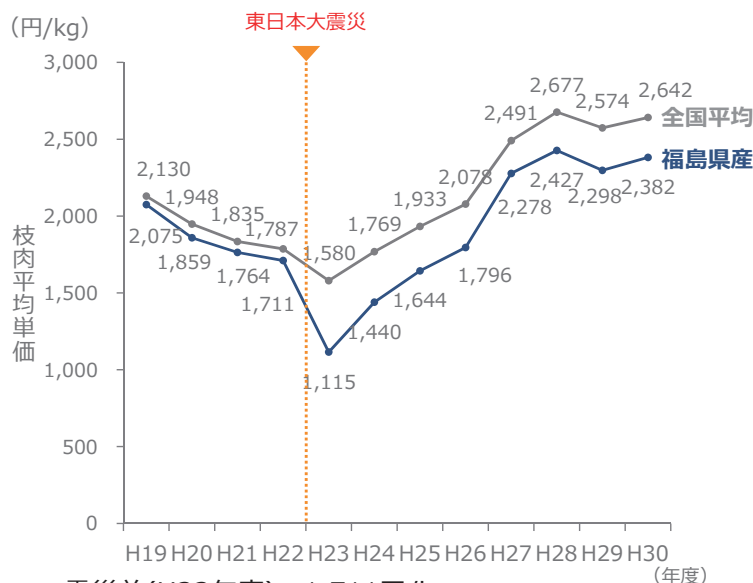
4. 各取引段階の“価格”の変化

297

福島県産和牛の価格回復概況（全国平均との価格差）

福島県産和牛の枝肉平均単価は、全国平均と同じく上昇傾向で推移している。一方で、全国平均との価格差は平成23年度に拡大した後、平成27年度にかけて縮小したが、平成28年度以降は再度価格差が拡大し、平成30年度は－9.8%となった。

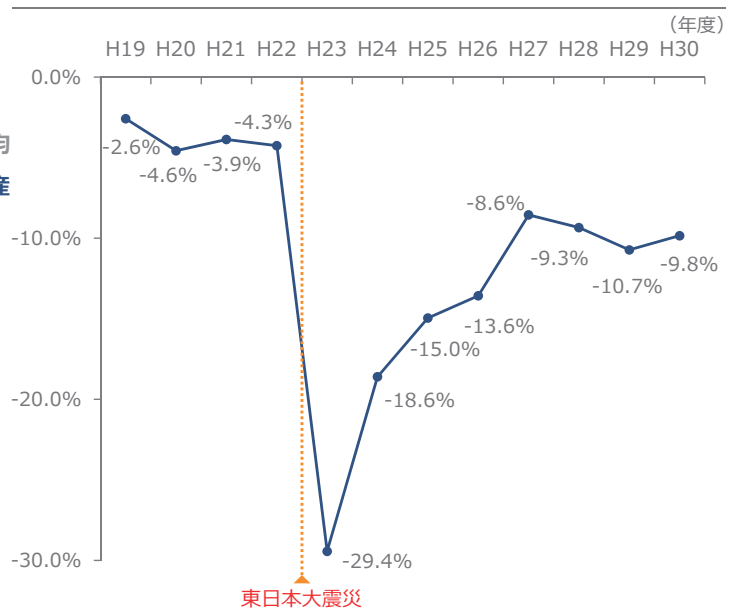
卸売市場枝肉平均単価推移（和牛全体）



→ 震災前(H22年度)：1,711円/kg

→ 震災後(H30年度)：2,382円/kg(H22年度から+671円/kg)

全国平均との価格差推移（和牛全体）

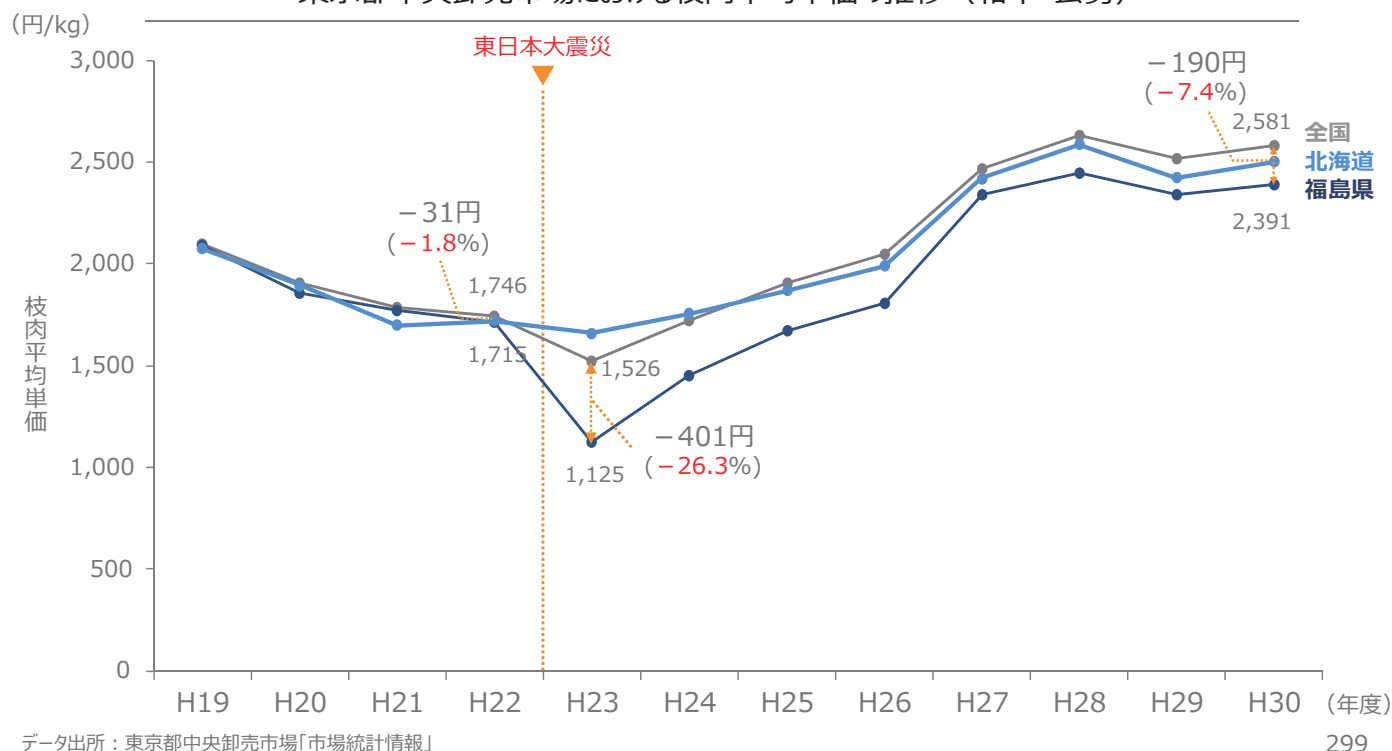


東日本大震災

※福島県及び全国平均ともに、枝肉価格は去勢と牝の平均単価を用いた。

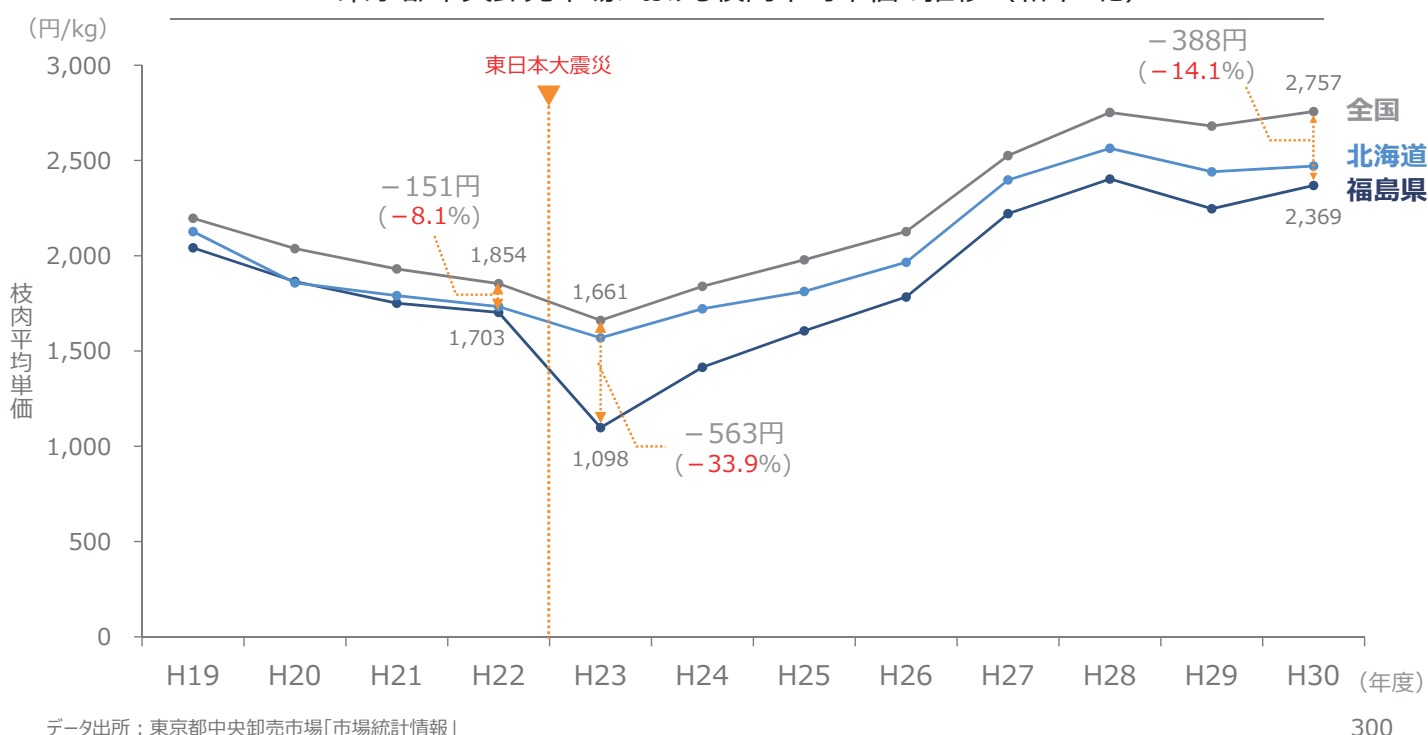
福島県産和牛（去勢）の枝肉平均単価は、震災前は全国平均とほぼ同額で推移していたが、平成23年度に－26.3%まで価格差が拡大した。その後価格差は縮小傾向だが、平成30年度は全国平均より7.4%安値となっている。

東京都中央卸売市場における枝肉平均単価の推移（和牛・去勢）



福島県産和牛（牝）の枝肉平均単価は、震災前は全国平均を8.1%下回っていたが、平成23年度に－33.9%と価格差が拡大した。その後価格差は縮小傾向だが、平成30年度は全国平均より約14.1%安値となっている。

東京都中央卸売市場における枝肉平均単価の推移（和牛・牝）



価格形成に関する事例調査(追跡調査)を行い、福島県産牛肉の価格形成に関する分析を実施した。

概要	
概要・目的	- 枝肉価格や小売販売価格に係る情報を収集し、価格形成の実態を把握する。 - 他県産の同品目についても調査の上、比較分析を行う。
対象商品	- 福島県産和牛（A3、A4、A5等級のいずれか） - 競合道県産和牛（A3、A4、A5等級のいずれか） ※食肉関係者へのヒアリングにより、A3、A4、A5等級となる牛肉は概ね黒毛和種であるとのことであり、追跡調査では交雑種やホルスタイン種を調査対象から除外し、黒毛和種の販売事例を調査した。 ※競合道県は、小売店舗において和牛が併売されている事例が限定されていることから、各チェーンにおいて、福島県産和牛と同一ランクで取り扱われている道県とし、事例ごとに設定した。
対象期間	期間：令和元年8月～12月
調査ルート	- 福島県内の食肉市場を経由する福島県産和牛。 - 競合道県産和牛については、生産道県の市場を経由する和牛を調査。 - 福島県外の市場を経由する福島県産和牛。 - 競合道県産和牛については、生産道県外の市場を経由する和牛を調査。

301

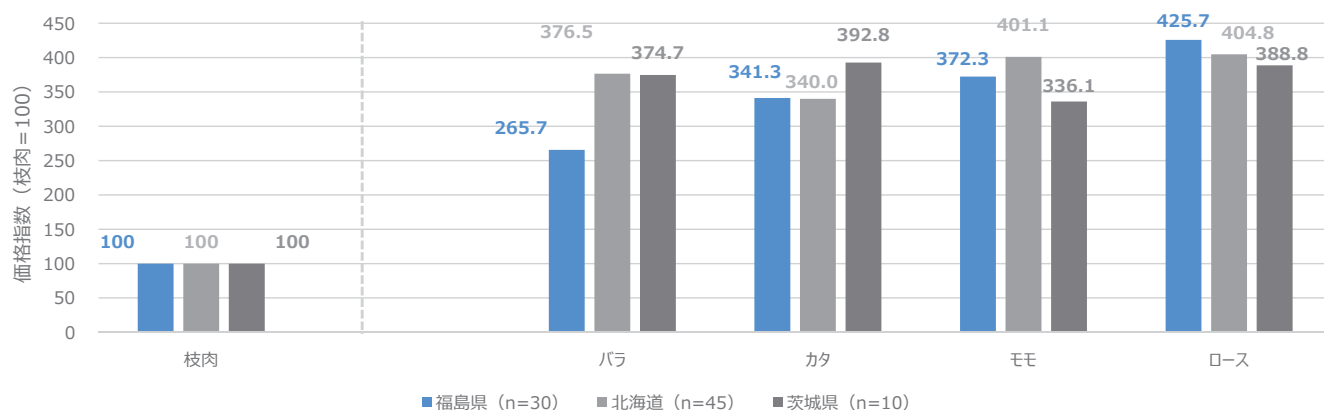
福島県産和牛や競合道県産和牛の小売店頭での取扱実態を調査するため、福島県内外で福島県産和牛の取扱がある13店舗に対する小売店頭価格調査や、小売企業から仕入や販売価格データを提供いただき分析する仕入・販売事例調査を実施した。

	小売店頭価格調査	仕入・販売事例調査
調査対象企業	- 福島県内の店舗：6店舗 - 首都圏内の店舗：7店舗	- 福島県内の企業：3社 - 首都圏の企業：3社
調査内容	- 産地 - 商品名（販売部位） - 小売単価	- 産地（福島県産和牛と同等のランクで取扱がある他道県産和牛を含む） - 仕入単価（仕入形態の情報を含む） - 販売価格（部位別の標準販売単価）
調査方法	- 令和元年8月、10月、12月 8月、10月、12月の各月に1回ずつ合計3回、小売店頭価格等の情報を収集した。	- 令和元年8月、10月、12月 8月、10月、12月の各月の仕入・販売データを提供いただいた。

302

- 生産者→県内食肉流通センター（JA系統を含む。）→県内外仲卸売業者等→小売業者等のルート。
 - 北海道産和牛や茨城県産和牛については、生産者→北海道又は茨城県内市場→県内外仲卸売業者等→小売業者等のルート。
 - 枝肉単価を100とすると、福島県産和牛は265.7～425.7、北海道産は340.0～404.8、茨城県産は336.1～392.8と部位ごとに小売販売価格に違いがあった。
 - ただし、福島県産和牛について、北海道産や茨城県産と比較して、流通段階ごとの価格形成に一貫した傾向は確認できなかった。
- ※枝肉単価は、福島県産和牛よりも北海道産や茨城県産の方が高い傾向にある。

県内市場を経由した和牛の小売価格

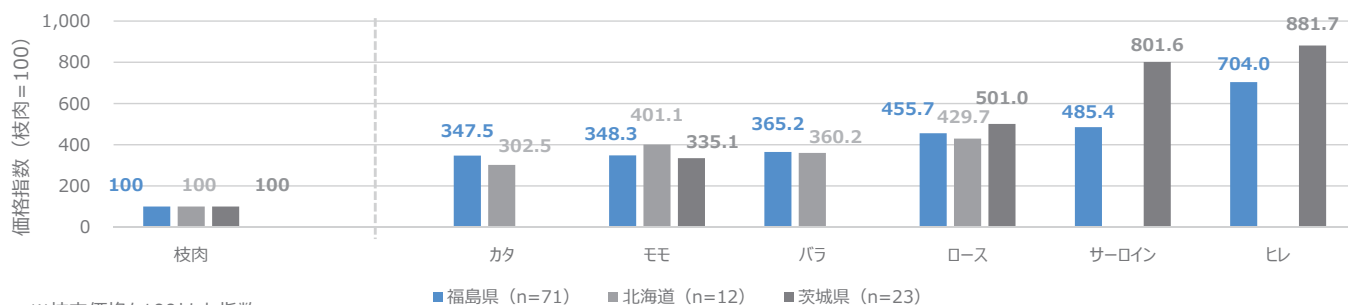


※枝肉価格を100とした指数。
 ※枝肉価格は、東京都中央卸売市場における和牛の生体枝肉のデータを用いた。
 ※福島県産、北海道産や茨城県産それぞれのn数は、調査で収集できたアイテム数。

303

- 生産者→県外食肉卸売市場等→小売業者等のルート。
 - 北海道産和牛や茨城県産和牛については、生産者→北海道又は茨城県外市場等→小売業者等のルート。
 - 枝肉単価を100とすると、福島県産和牛は347.5～704.0、北海道産は302.5～429.7、茨城県産は335.1～881.7と部位ごとに小売販売価格に違いがあった。
 - ただし、福島県産和牛について、北海道産や茨城県産と比較して、流通段階ごとの価格形成に一貫した傾向は確認できなかった。
 - 茨城県産のサーロインやヒレにおいて、福島県産よりも一貫して高価格となっているが、これは茨城県産の取扱が食肉専門店のみであった一方、福島県産は食肉専門店と食品スーパーにおける販売価格の平均価格であり、店舗属性の違いが影響している。
- ※枝肉単価は、福島県産和牛よりも北海道産や茨城県産の方が高い傾向にある。

県外市場を経由した和牛の小売価格

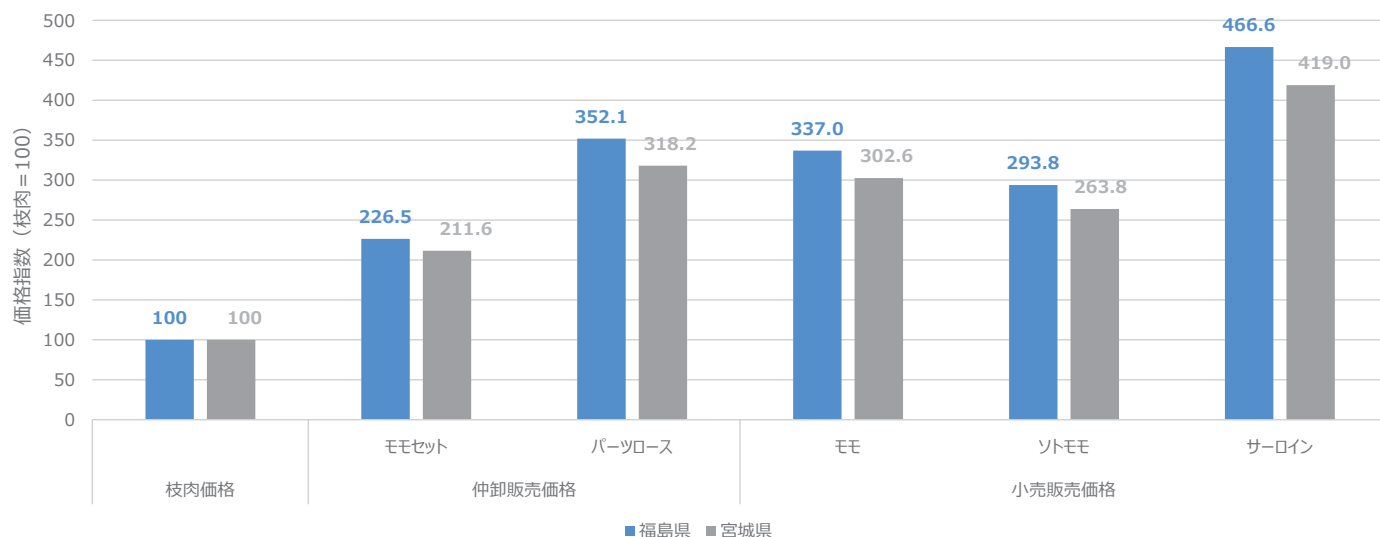


※枝肉価格を100とした指数。
 ※枝肉価格は、東京都中央卸売市場における和牛の生体枝肉のデータを用いた。
 ※福島県産、北海道産や茨城県産それぞれのn数は、調査で収集できたアイテム数。

304

- 同社は福島県を中心に複数県に店舗を有している量販店である。
- 各店舗では、店舗が位置している県産の銘柄和牛を中心に取り扱いしている。
- 仲卸業者に対しては、産地、等級や仕入価格の目安を提示し、条件に合う枝肉を複数市場から仕入れている。
- 標準小売価格は本部が品質ごとの目安を提示し、各店舗がその価格を目安に値付けを行っている。
- 福島県産や宮城県産において、標準小売販売価格は同一部位や同一等級であれば基本的には同一価格が設定されている。

A社における和牛の価格形成



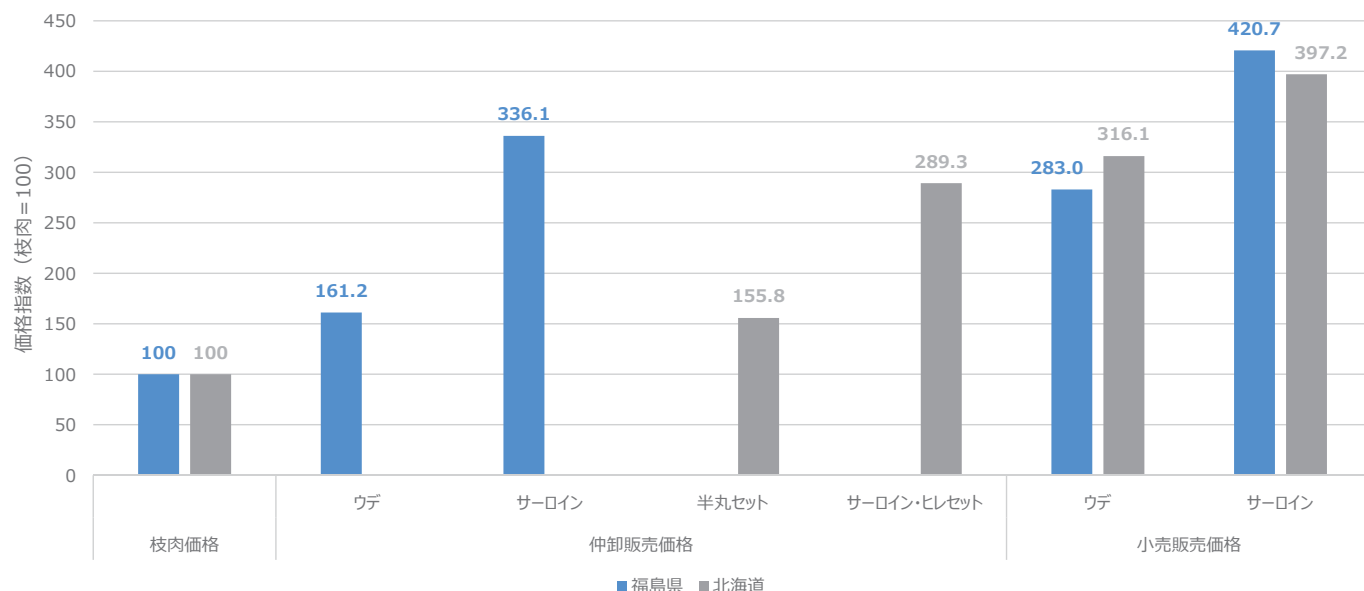
※枝肉価格を100とした指数。

※枝肉価格は、東京都中央卸売市場における和牛の生体枝肉のデータを用いた。

305

- 同社は全国に店舗を有している量販店である。
- 福島県産和牛は福島県内の店舗のみで取り扱いしている。
- 仲卸業者からはパーツでの仕入れを基本としており、特定の仲卸業者を通じて全国の市場から仕入れている。
- 産地ごとに、同一等級や同一部位であれば、標準小売販売価格は基本的に同一価格で設定されている。

B社における和牛の価格形成



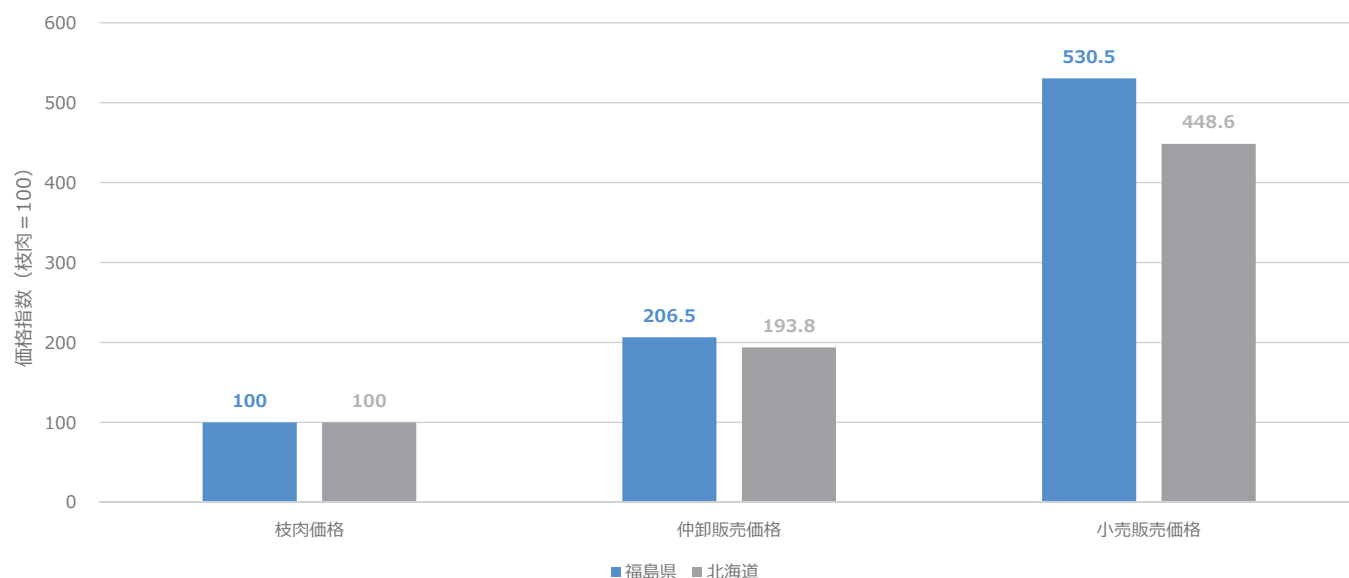
※枝肉価格を100とした指数。

※枝肉価格は、東京都中央卸売市場における和牛の生体枝肉のデータを用いた。

306

- 同社は全国に店舗を有している量販店である。
- 福島県産和牛は福島県内及び首都圏の一部店舗で取り扱っている。
- 仲卸業者からはセットでの仕入れを基本としており、特定の仲卸業者を通じて等級を指定して仕入れている。
- 小売販売価格は複数部位を含んだ1アイテムごとの平均価格である。

C社における和牛の価格形成



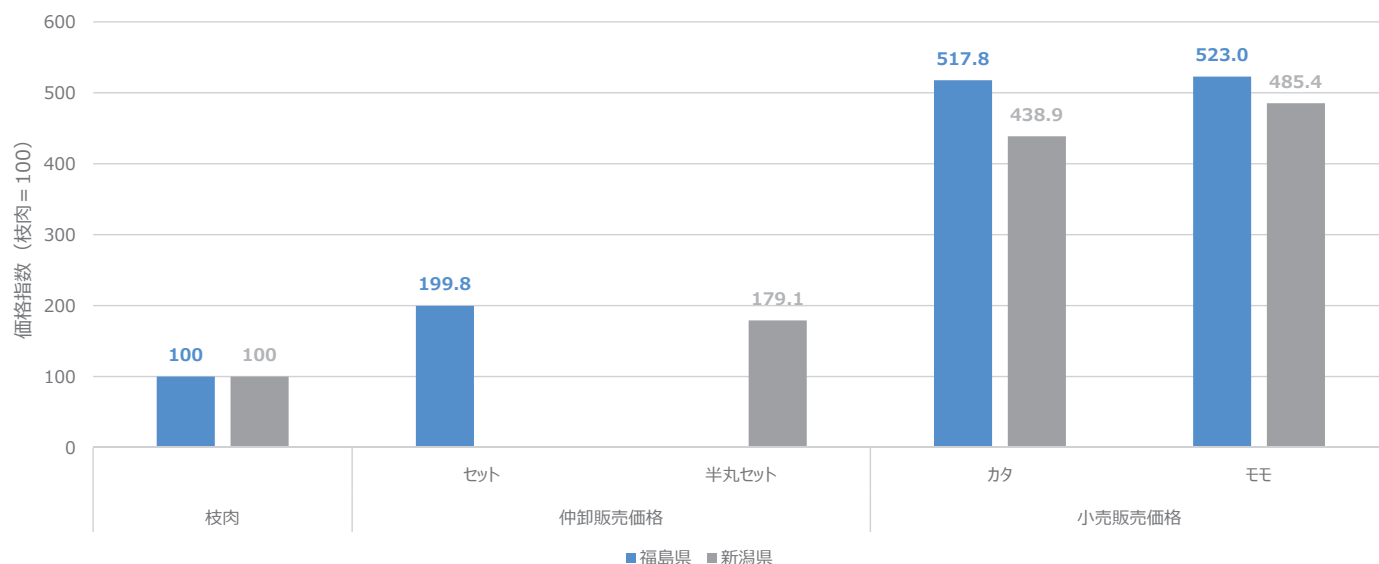
※枝肉価格を100とした指数。

※枝肉価格は、東京都中央卸売市場における和牛の生体枝肉のデータを用いた。

307

- 同社は福島県を中心に複数県に店舗を有している量販店である。
- 福島県産和牛は福島県内の店舗を中心に取り扱っている。
- 同社は福島県産和牛を最高価格帯の和牛に位置づけており、特定の仲卸業者を通じて生産地域を指定した和牛を仕入れている。
- 福島県産や新潟県産において、標準小売販売価格は同一部位や同一等級であれば基本的には同一価格が設定されている。

D社における和牛の価格形成



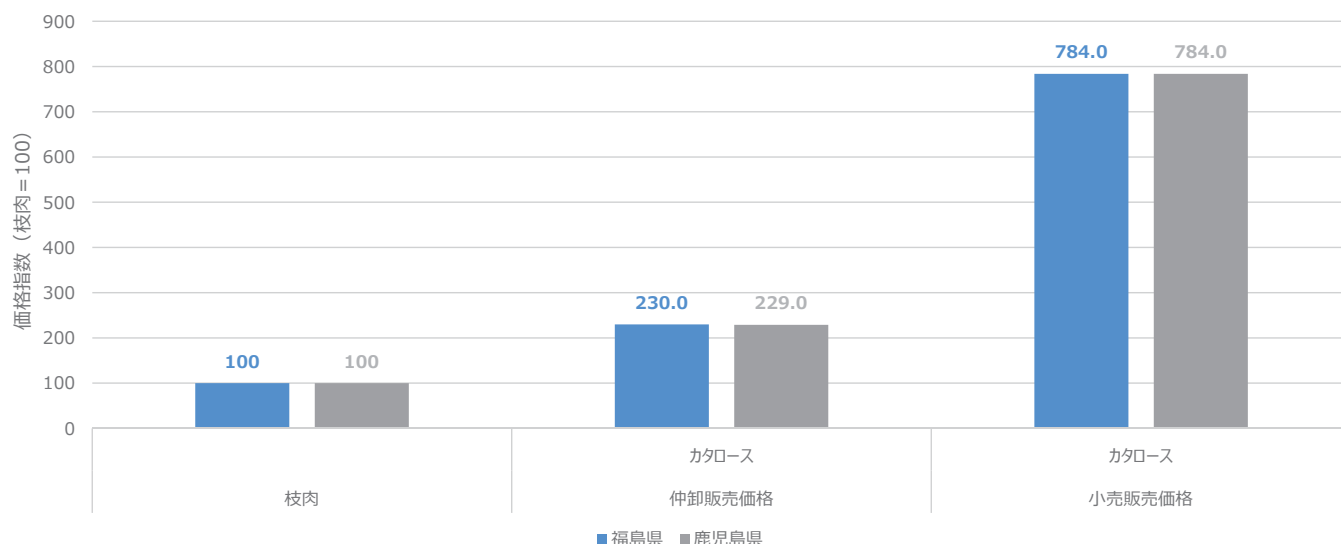
※枝肉価格を100とした指数。

※枝肉価格は、東京都中央卸売市場における和牛の生体枝肉のデータを用いた。

308

- 同社は福島県内に店舗を有している量販店である。
- 福島県産和牛は福島県内の一部店舗で取り扱っている。
- 同社は、鹿児島県産和牛のみ産地を指定して仕入れており、福島県産は店舗独自の仕入れや仲卸業者からの提案による仕入れが中心である。また、等級は福島県産の場合はA4等級、鹿児島県産の場合はA3等級とそれぞれ指定している。
- 小売販売価格は、部位ごとに福島県産と鹿児島県産で同一である。

E社における和牛の価格形成



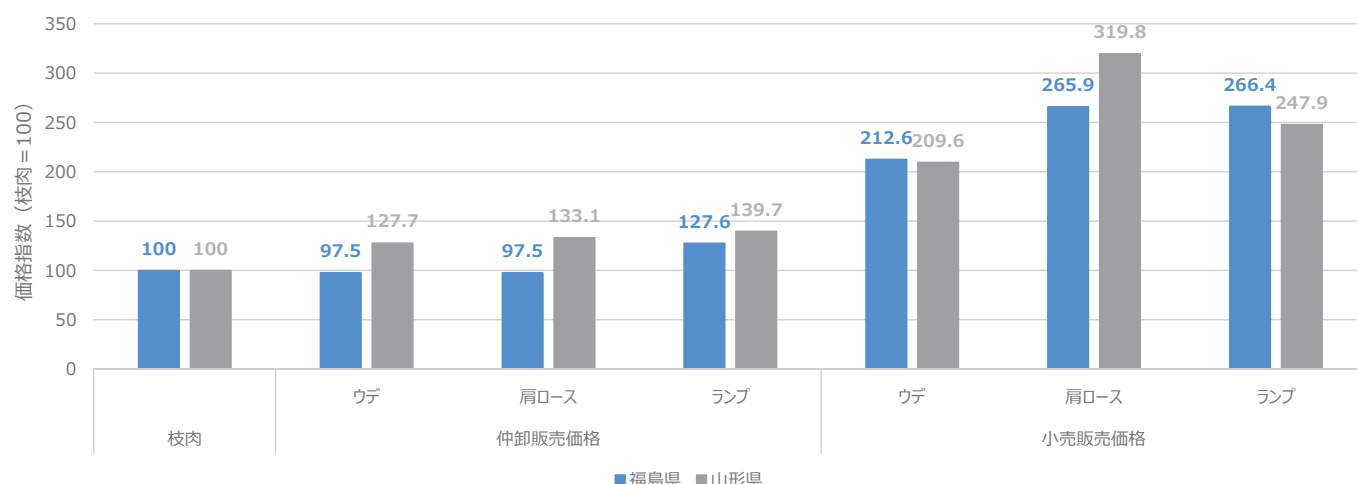
※枝肉価格を100とした指数。

※枝肉価格は、東京都中央卸売市場における和牛の生体枝肉のデータを用いた。

309

- 同社は首都圏を中心に店舗を有している量販店である。
- 福島県産和牛の取扱は縮小傾向で、現在では一部店舗で週末限定で取り扱うことがある程度となっている。
- 仕入れは特定の仲卸業者を通じてパーツごとの仕入が中心である。また、福島県産和牛はA3等級が中心の低価格帯の部位を中心に仕入れており、統計上の枝肉平均単価より仲卸販売単価の方がやや低い価格となっている。
 - ここでの枝肉単価は統計データの平均値であり、実際に仲卸業者が購入した枝肉単価とは異なる。
- 小売販売価格は、部位ごとに福島県産よりも山形県産の方が概ね高価格で販売されているが、枝肉価格に対する比率をみると、福島県産や山形県産で一貫した傾向は確認できない。

F社における和牛の価格形成



※枝肉価格を100とした指数。

※枝肉価格は、東京都中央卸売市場における和牛の生体枝肉のデータを用いた。

310

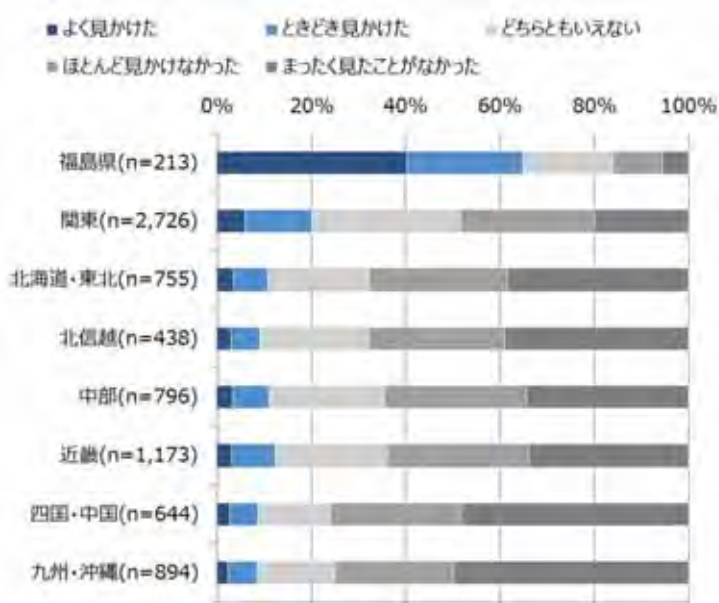
5. 福島県産品に対する認識

311

福島県産牛肉を見た経験と購買経験（消費者アンケート）

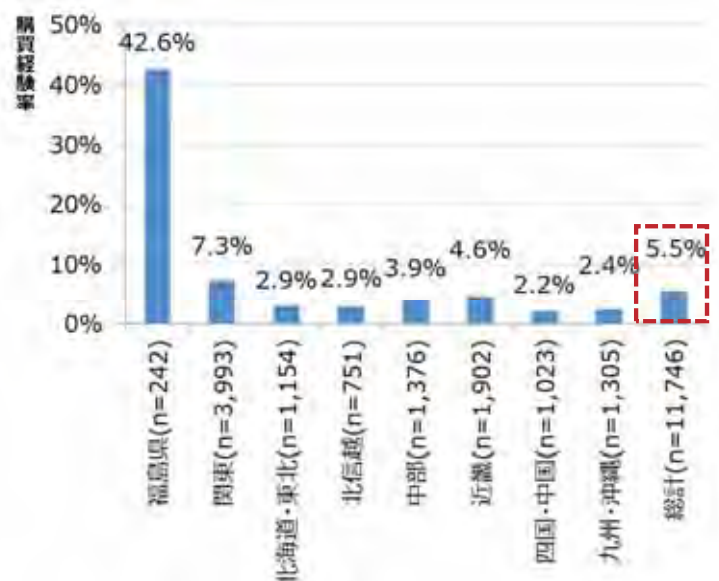
福島県産牛肉をよく見かけた人の割合は、福島県が高く、他の地域では10%に満たない。福島県産牛肉を買ったことがあると認識している人の割合も福島県が最も高く、全国では5.5%であった。

福島県産牛肉を店頭で見たか



※過去1～2年に、店頭で福島県産牛肉を見た記憶を尋ねた。
※nは「分からない」を選択した回答者を除いて算出。

福島県産牛肉の購買経験率



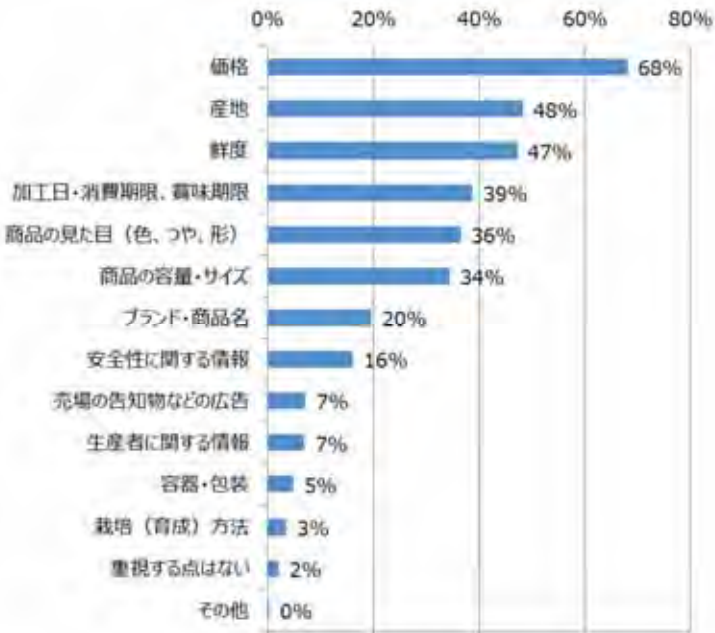
※購買経験率=1度でも購買したことがある人数/回答者数
※記憶に関する質問であるため、産地を認識せず買っていたら購買経験なしとなる。

312

牛肉購買時の重視点と、購買者の評価（消費者アンケート）

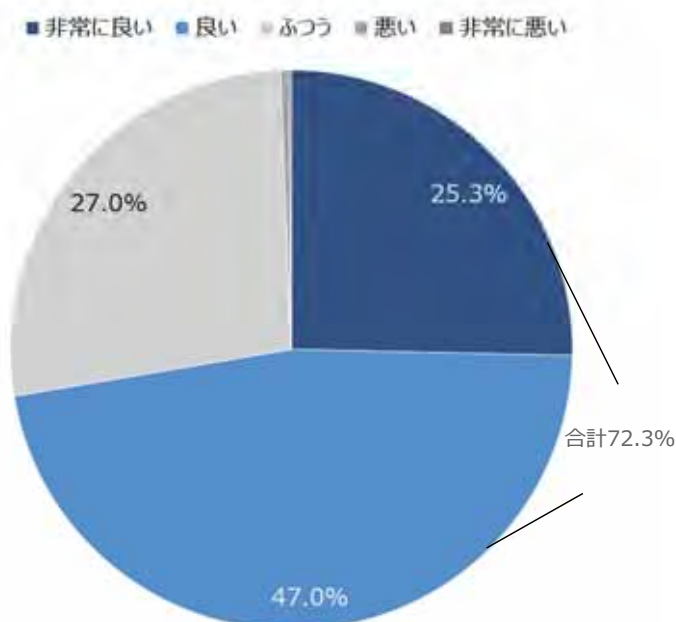
福島県産に限らず牛肉購買時の重視点を尋ねたところ、「価格」が上位にあがり、次いで「産地」と「鮮度」があがった。福島県産牛肉の購買者に評価を尋ねたところ、「非常に良い」または「良い」と回答した人が72.3%であった。

牛肉購買時の重視点（n=9,432、複数回答）



※牛肉購買時の重視点は、福島県産に限らない質問。
※月に1回以上牛肉を購入している回答者のみに尋ねた質問。

福島県産牛肉購買者の評価（n=647）



※福島県産牛肉を買ったことがある回答者のみに尋ねた質問。

9 品目別調査結果 桃

1. 概況
2. 調査実施概要
3. 各取引段階の“量”の変化
4. 各取引段階の“価格”の変化
5. 福島県産品に対する認識

1. 概況

317

調査結果概要（1/3）

1. 各取引段階の“量”の変化

出荷段階

- 全国的に桃の出荷量が減少傾向にある中で、福島県の減少幅は全国に比べて小さくなっている。

卸売段階

- 卸売市場における福島県産桃は、主に首都圏で取引されており、関西圏や札幌でも流通している。
 - 上記3地域の市場における取扱量の総計は、近年では震災前よりもやや多い水準で推移している。
- 名古屋市中心卸売市場と京都市中央卸売市場以外の市場において、福島県産桃は8月に市場シェア1位である。
 - 名古屋市中心卸売市場と京都市中央卸売市場において、福島県産桃が市場シェア1位になる月は存在せず、年間を通して流通量は多くない。

318

2. 各取引段階の“価格”の変化

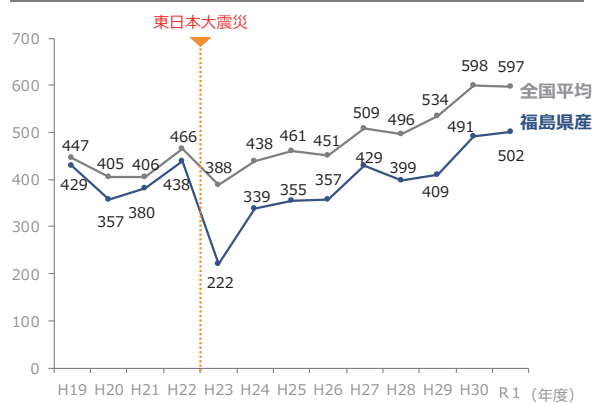
市場における 状況

- 東京都中央卸売市場における福島県産桃の価格は、震災後に下落したものの、その後上昇を続けている。
- 令和元年度においても、全国平均と比べて価格差が残っているが、震災前の3か年を上回る価格水準となった。

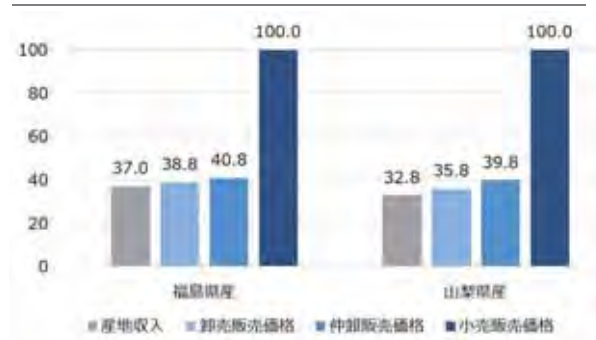
個別事例 における状況

- 首都圏で福島県産桃と山梨県産桃を併売する小売業者に至る流通経路を対象に、流通段階ごとの取引価格を調査した。
- この事例では、福島県産桃と山梨県産桃で、価格形成に明確な違いはなかった。

東京都中央卸売市場における平均単価の推移



桃の価格形成事例



※数値は小売価格を100とした指数

319

3. 福島県産品に対する認識

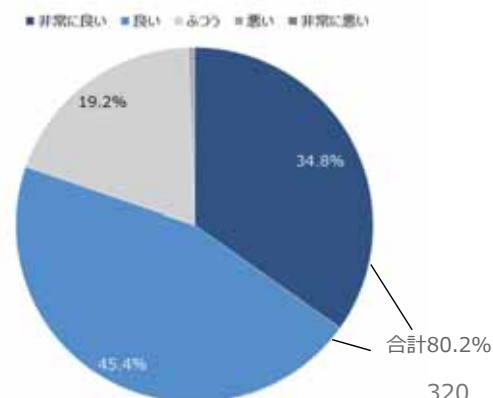
消費者への 調査

- 福島県産桃をよく見かけたという人の割合は、福島県外では北海道・東北が高く、約24%であった。
 - 福島県産桃を買ったことがあると認識している人の割合も福島県が77.7%と最も高いが、北海道・東北における購買率も46.8%と他地域と比べ高い割合であった。
- 福島県産桃の購買者に評価を尋ねたところ、「非常に良い」または「良い」と回答した人が80.2%であった。

福島県産桃を店頭で見えたか



福島県産桃購買者の評価 (n=3,043)



320

2. 調査実施概要

321

調査の全体像

概要調査として政府統計等を整理し、全体像を把握した。また、消費者へのアンケート調査により、消費者の福島県産品の購買実態や評価を把握した。さらに、取引段階ごとの取引価格、販売価格に係る調査を実施し、推移の実態を分析した。

	概要調査	アンケート調査	追跡調査
概要・目的	- 統計情報を整理し、生産・流通の実態を把握。 - 市場での動向については、競合県産品との比較分析を行う。	消費者の福島県産品の購買実態や評価を把握する。	- 訪問面接により取引段階ごとの取引価格、販売価格に係る調査を実施し、推移の実態を分析する。 - 他県産の同品目についても調査の上、比較分析を行う。
調査対象	- 行政機関の政府統計。 - 卸売市場データ。	全国の消費者。 (12,000人)	- 百貨店又は高級果物専門店またはスーパーで扱われた桃。 - 福島県産以外に他県産も扱う事業者を対象に含める。
調査内容	- 福島県産桃の出荷量。 - 卸売市場における取扱量と、競合県産品と比較したシェアの推移。 - 卸売市場における取引価格の競合県産品との比較。	- 福島県産桃の視認経験。 - 福島県産桃の購買経験。 - 桃購買時の重視点。 - 福島県産桃の評価。	流通ルートを抽出し、取引価格の追跡調査(各取引段階における関係者からの個別データ収集)を行う。
各節との対応	各取引段階の“量”の変化 各取引段階の“価格”の変化	福島県産品に対する認識	各取引段階の“価格”の変化

322

各データを入手・分析し、最新の傾向を比較した。アンケート調査と追跡調査については、独自に情報を収集した。

概要調査
使用データ

- ・ 農林水産省「果樹生産出荷統計」。
- ・ 首都圏・関西圏・名古屋・札幌の各市場の統計データ。

アンケート
調査

- ・ 全国の消費者にWebアンケート調査を実施。
 - 12,000件を回収し、矛盾回答等を除外して11,746件を分析に使用した。

追跡
調査

- ・ 首都圏の小売業に至る3ルート、福島県内の小売業に至る1ルート、及び関西の1ルートを対象とし、事業者を訪問して価格データを収集。
 - 首都圏の1ルートでは競合県産品の価格データも収集。

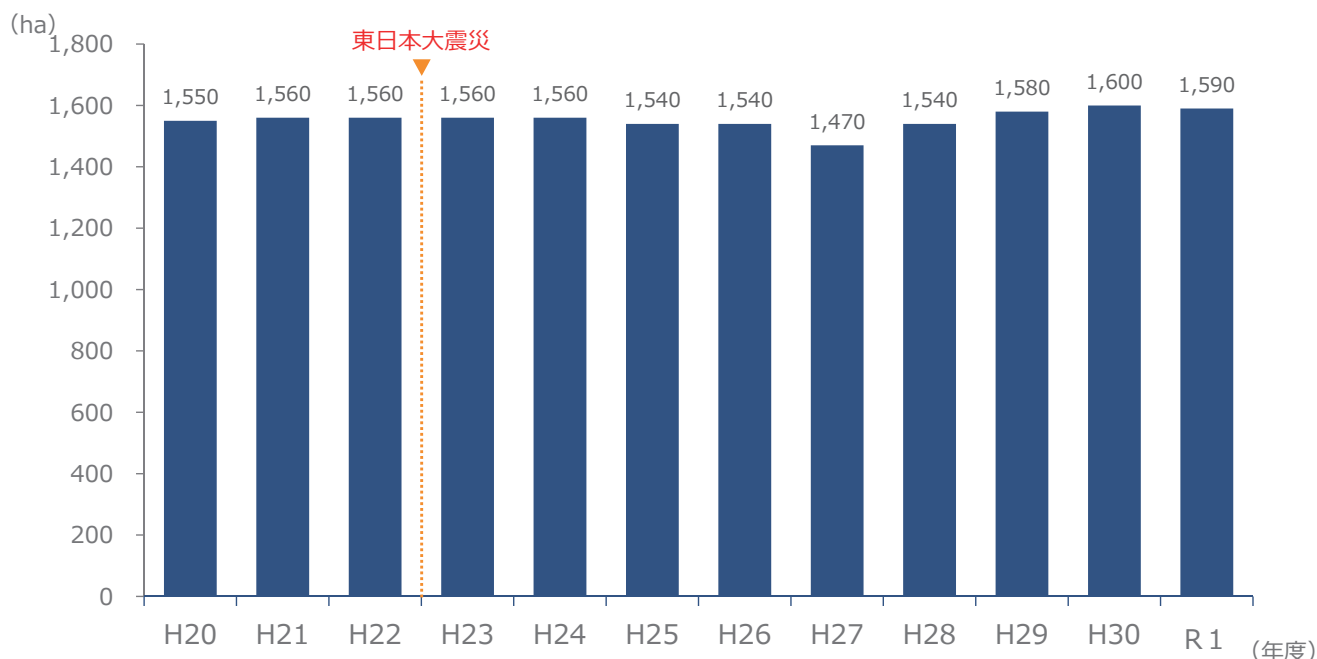
323

3. 各取引段階の“量”の変化

324

震災以降、全国的に桃の結果樹面積が減少していく中、福島県産桃は平成27年度に減少しているものの、近年では震災前と同程度の水準を維持している。

福島県産桃の結果樹面積の推移



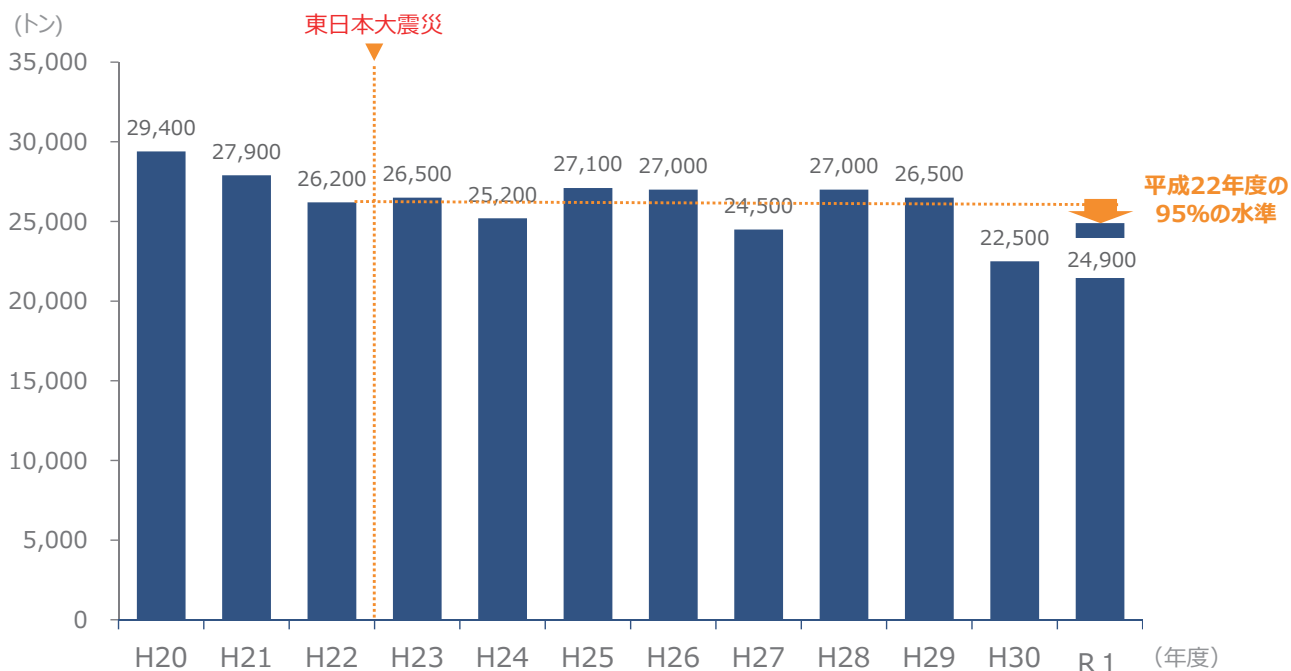
データ出所：農林水産省「果樹生産出荷統計」

325

福島県産桃の出荷量の推移

令和元年度の福島県産桃の出荷量は、平成22年度の95%であった。

福島県産桃の出荷量の推移

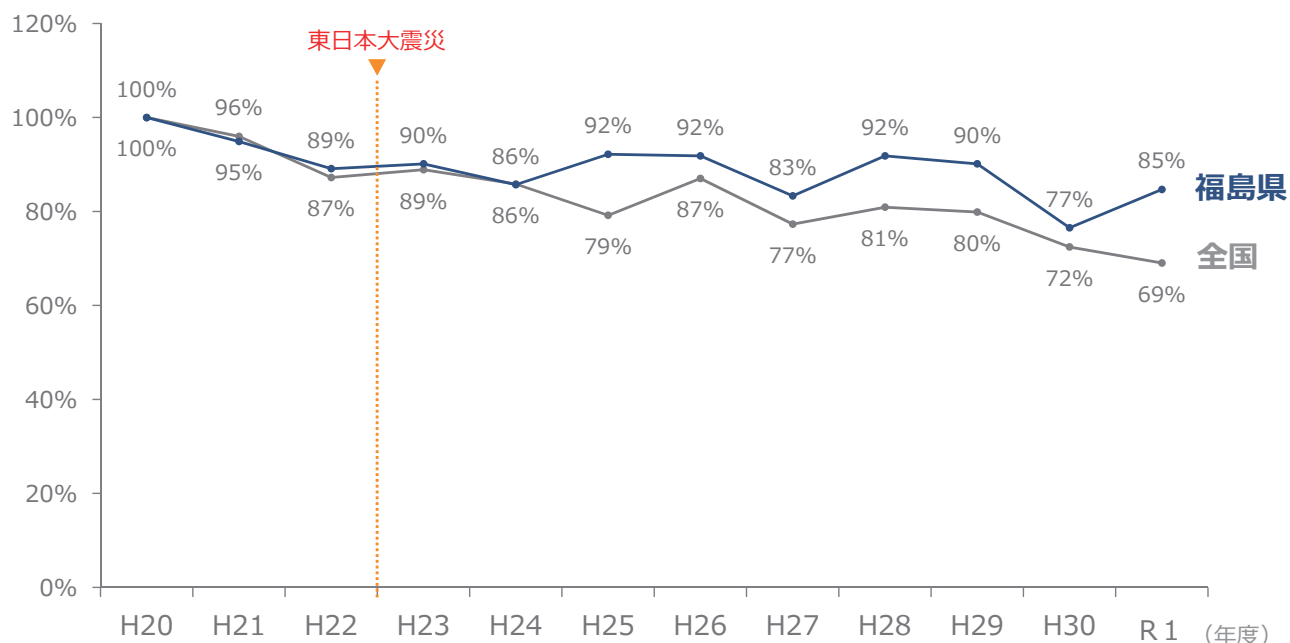


データ出所：農林水産省「果樹生産出荷統計」

326

全国的に桃の出荷量が減少傾向にある中で、福島県の減少幅は全国に比べ小さくなっている。

全国・福島県産桃の出荷量の推移（平成20年度を100%とした値）



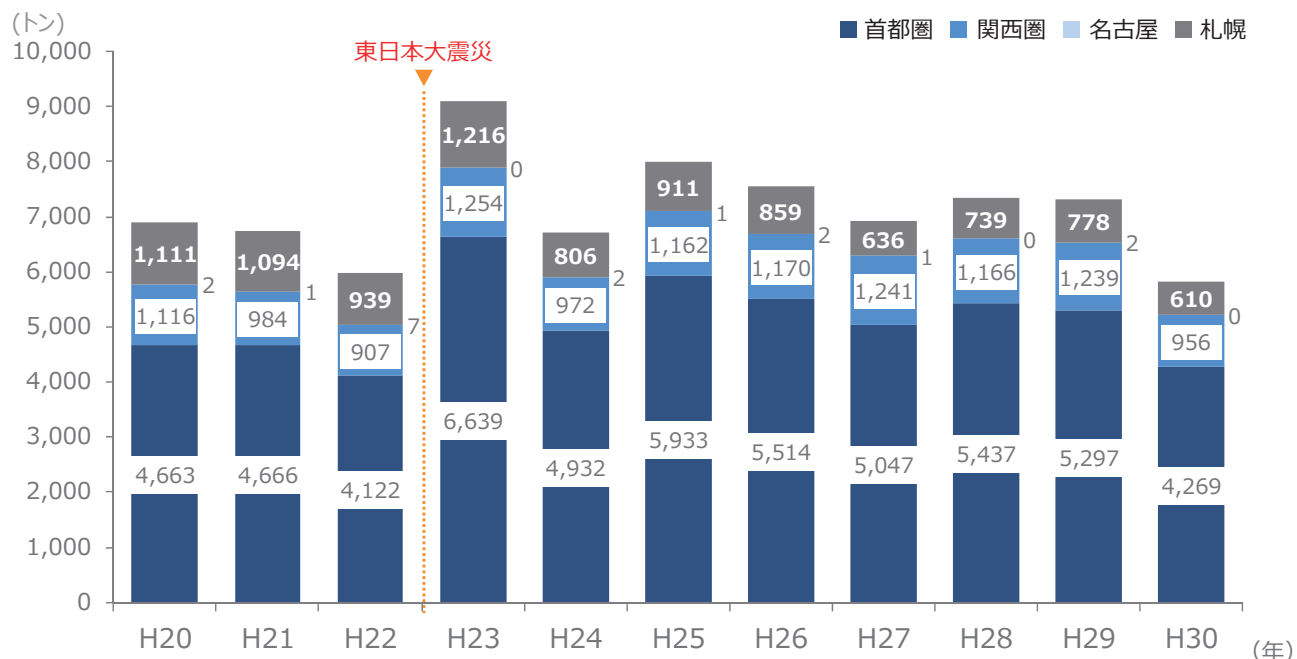
データ出所：農林水産省「果樹生産出荷統計」

327

各市場における福島県産桃の取扱量の推移

卸売市場における福島県産桃は、主に首都圏で取引されており、関西圏や札幌でも流通している。名古屋での取扱量は、震災前を含めても最大約7トンとわずかである。

各市場における福島県産桃の取扱量の推移



データ出所：各卸売市場の統計データより作成

328

各市場における桃の産地リレー(平成30年産・首都圏)

東京都中央卸売市場、横浜市中心卸売市場のいずれにおいても、福島県産桃は8月にシェア1位であった。東京都中央卸売市場では、9月・10月もシェア1位であったが、8月と比べると総量自体は少なかった。

各市場における産地リレー(平成30年産)

東京都中央卸売市場														各月で市場シェア1位～3位の順に ■ ■ ■ で色付け	
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計		
福島	-	-	-	0%	0%	0%	18%	51%	40%	64%	0%	0%	3,951		
山梨	-	-	-	99%	55%	89%	76%	24%	9%	1%	7%	30%	7,420		
長野	-	-	-	1%	3%	0%	3%	12%	11%	2%	0%	0%	893		
山形	-	-	-	0%	0%	0%	0%	10%	31%	28%	0%	0%	853		
和歌山	-	-	-	0%	0%	6%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	189		
総量	0	0	0	2	65	1,824	6,040	4,494	1,284	38	0	1			

横浜市中心卸売市場														各月で市場シェア1位～3位の順に ■ ■ ■ で色付け	
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計		
福島	-	-	0%	0%	0%	1%	19%	51%	28%	87%	-	-	318		
山梨	-	-	100%	100%	19%	90%	79%	26%	6%	0%	-	-	605		
山形	-	-	0%	0%	0%	0%	1%	22%	60%	13%	-	-	156		
秋田	-	-	0%	0%	0%	0%	0%	0%	6%	0%	-	-	7		
和歌山	-	-	0%	0%	0%	5%	0%	0%	0%	0%	-	-	7		
総量	0	0	0	0	1	123	489	377	114	0	0	0			

データ出所：各卸売市場の統計データ

※福島県及び年間取扱量上位県を表示。
※総量・合計の単位はトン。

各市場における桃の産地リレー(平成30年産・関西圏)

大阪市中央卸売市場では、8月～10月に福島県産桃がシェア1位であった。京都市中央卸売市場では、福島県産桃の出荷時期である7月～9月であっても、3位以下のシェアにとどまった。

各市場における産地リレー(平成30年産)

大阪市中央卸売市場														各月で市場シェア1位～3位の順に ■ ■ ■ で色付け	
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計		
福島	-	-	-	0%	0%	0%	8%	39%	35%	53%	0%	0%	903		
山梨	-	-	-	100%	52%	56%	61%	28%	14%	1%	0%	0%	2,348		
和歌山	-	-	-	0%	3%	37%	26%	7%	0%	0%	0%	0%	994		
長野	-	-	-	0%	1%	0%	3%	20%	11%	3%	0%	0%	419		
山形	-	-	-	0%	0%	0%	0%	3%	30%	40%	0%	0%	162		
総量	0	0	0	1	46	808	2,276	1,537	371	4	0	0			

京都市中央卸売市場														各月で市場シェア1位～3位の順に ■ ■ ■ で色付け	
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計		
福島	-	-	-	-	-	0%	4%	19%	3%	0%	-	-	53		
山梨	-	-	-	-	-	83%	81%	57%	69%	0%	-	-	517		
長野	-	-	-	-	-	0%	6%	20%	6%	100%	-	-	65		
和歌山	-	-	-	-	-	17%	9%	2%	0%	0%	-	-	53		
山形	-	-	-	-	-	0%	0%	2%	18%	0%	-	-	11		
総量	0	0	0	0	0	100	357	209	38	1	0	0			

データ出所：各卸売市場の統計データ

※福島県及び年間取扱量上位県を表示。
※総量・合計の単位はトン。

各市場における桃の産地リレー(平成30年産・その他)

名古屋市中央卸売市場では、福島県産桃は、10月にシェア2位となっているが、他の市場と比べてあまり流通していなかった。札幌市中央卸売市場では、7月から9月に福島県産桃のシェアが1位になり、8月にシェアが最大となる。

各市場における産地リレー(平成30年産)

名古屋市中央卸売市場

各月で市場シェア1位～3位の順に
■ ■ ■ で色付け

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
福島	-	-	-	0%	0%	0%	2%	2%	6%	26%	-	-	28
長野	-	-	-	0%	1%	0%	34%	74%	58%	61%	-	-	554
山梨	-	-	-	100%	16%	19%	48%	13%	4%	10%	-	-	221
愛知	-	-	-	0%	25%	53%	14%	7%	17%	3%	-	-	137
青森	-	-	-	0%	0%	0%	0%	0%	11%	1%	-	-	20
総量	0	0	0	0	5	55	293	478	170	4	0	0	

札幌市中央卸売市場

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
福島	-	-	-	-	0%	0%	58%	84%	42%	0%	-	0%	610
山梨	-	-	-	-	20%	78%	41%	5%	0%	0%	-	0%	146
青森	-	-	-	-	0%	0%	0%	9%	36%	0%	-	0%	82
秋田	-	-	-	-	0%	0%	0%	0%	13%	0%	-	0%	13
山形	-	-	-	-	0%	0%	0%	0%	6%	83%	-	0%	8
総量	0	0	0	0	1	23	253	504	93	1	0	0	

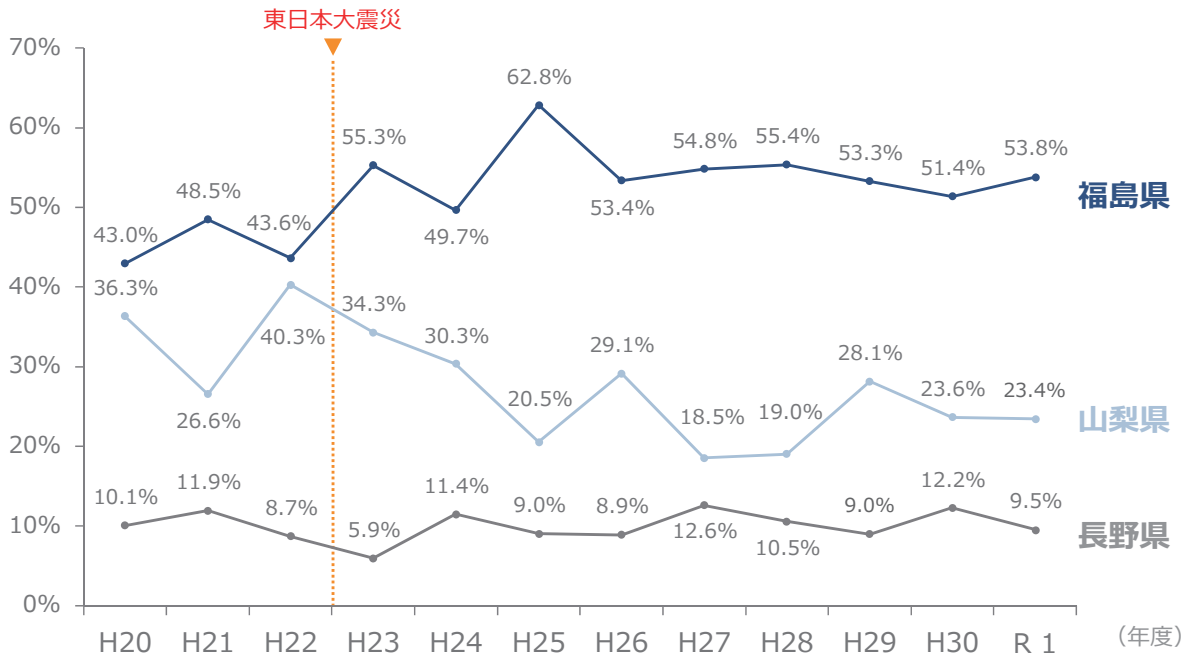
データ出所：各卸売市場の統計データ

※福島県及び年間取扱量上位県を表示。
※総量・合計の単位はトン。

東京都中央卸売市場における福島県産桃のシェアの推移

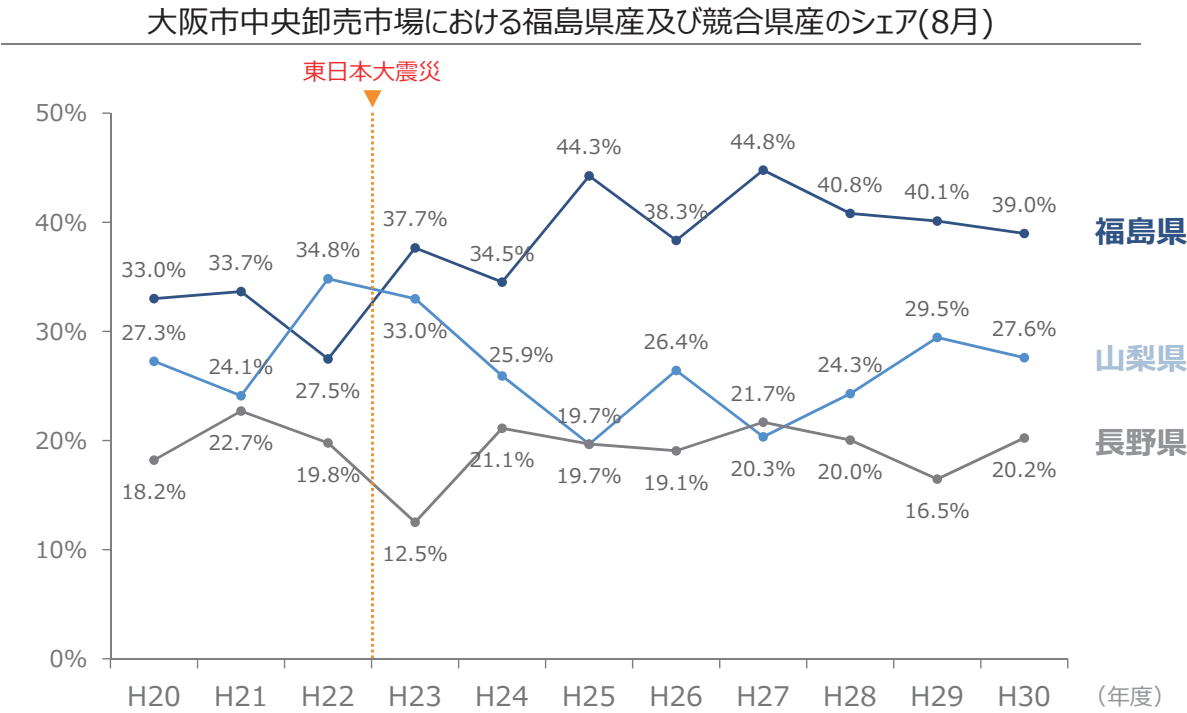
東京都中央卸売市場の8月の福島県産桃は、震災後にシェアが増大した。近年ではシェアが50%を超えており、取引上の主要な産地になっているといえる。

東京都中央卸売市場における福島県産及び競合県産のシェア(8月)



データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

大阪市中心卸売市場の8月の福島県産桃は、震災後にシェアが増大した。近年ではシェアが40%前後であり、大きなシェアを占める産地となっている。



データ出所：大阪市中心卸売市場「市況情報」

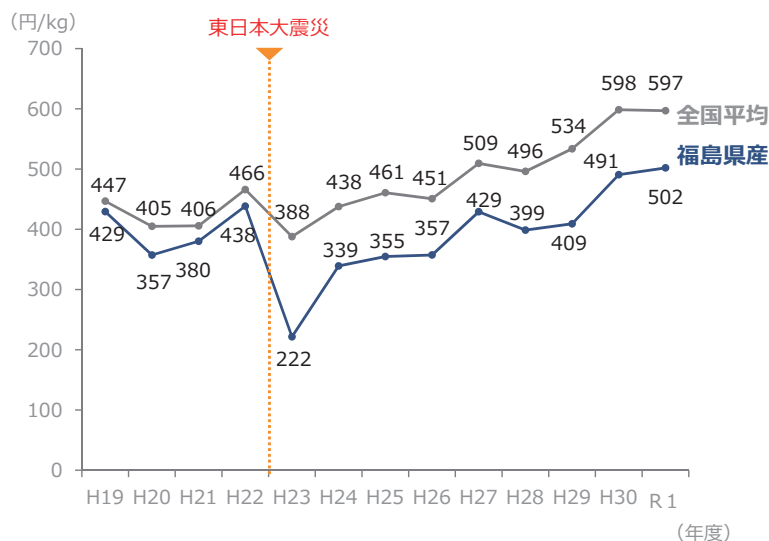
333

4. 各取引段階の“価格”の変化

価格の概況（全国平均との価格差（7月～9月））

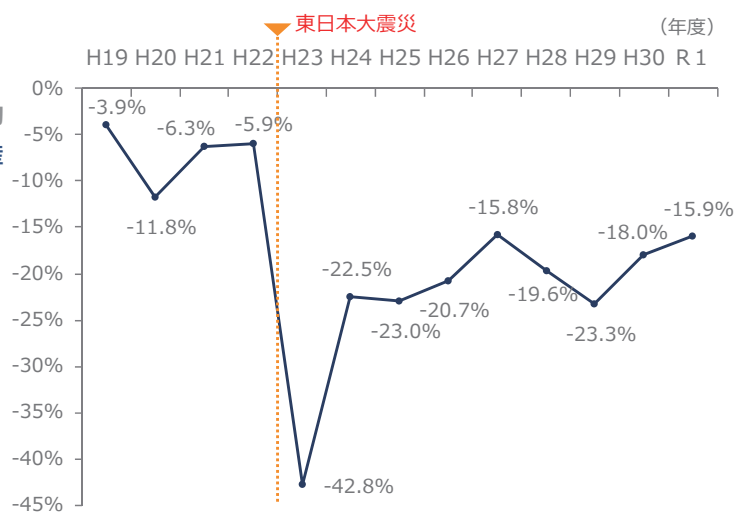
東京都中央卸売市場における福島県産桃の平均単価は、震災直後に大きく下落し、その後は継続して回復傾向にある。全国平均と比べると、震災後に価格差が大きくなった後、その差は15.9%まで縮まったものの、相対的に価格が低い状況が続いている。

東京都中央卸売市場における平均単価の推移



※令和元年度は、令和元年12月までの実績を使用

全国平均と福島県産の価格差の推移



※福島県産と全国平均の価格差を、全国平均の価格で割った値。
例えば、福島県産が全国平均より1割安ければ-10%となる

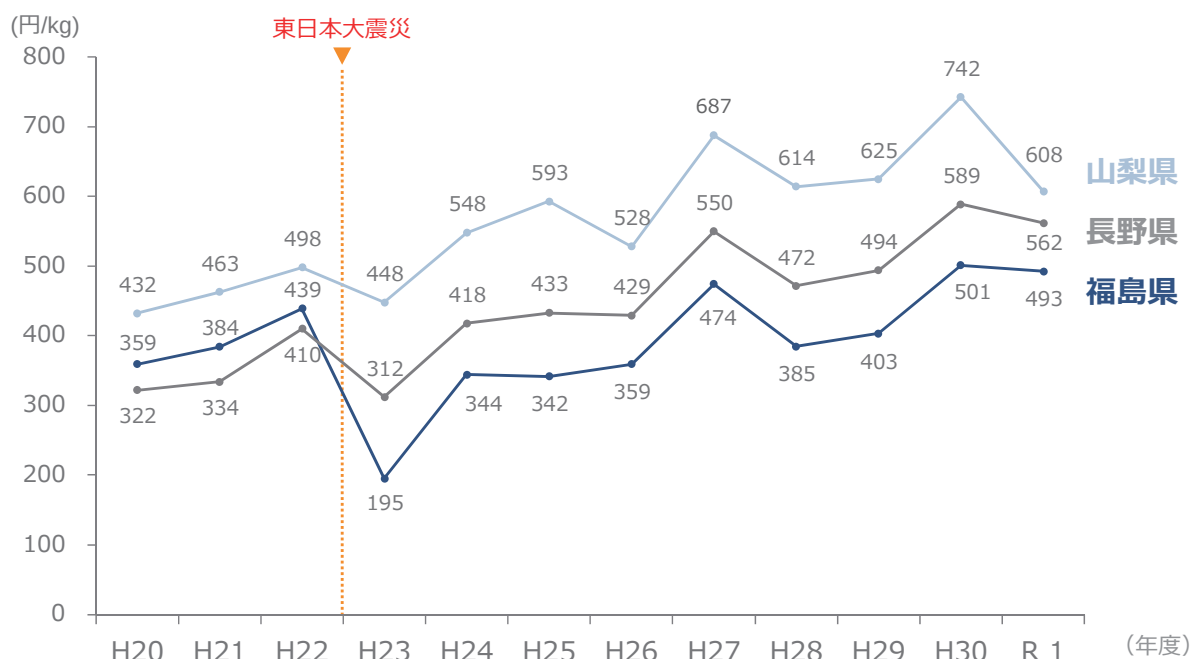
データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」（7月～9月の平均価格）

335

東京都中央卸売市場における福島県産桃の単価の推移

東京都中央卸売市場の8月の福島県産桃の平均単価は、震災直後大きく下落した後、徐々に回復。震災後に長野県産の平均単価が福島県産を上回るようになった。

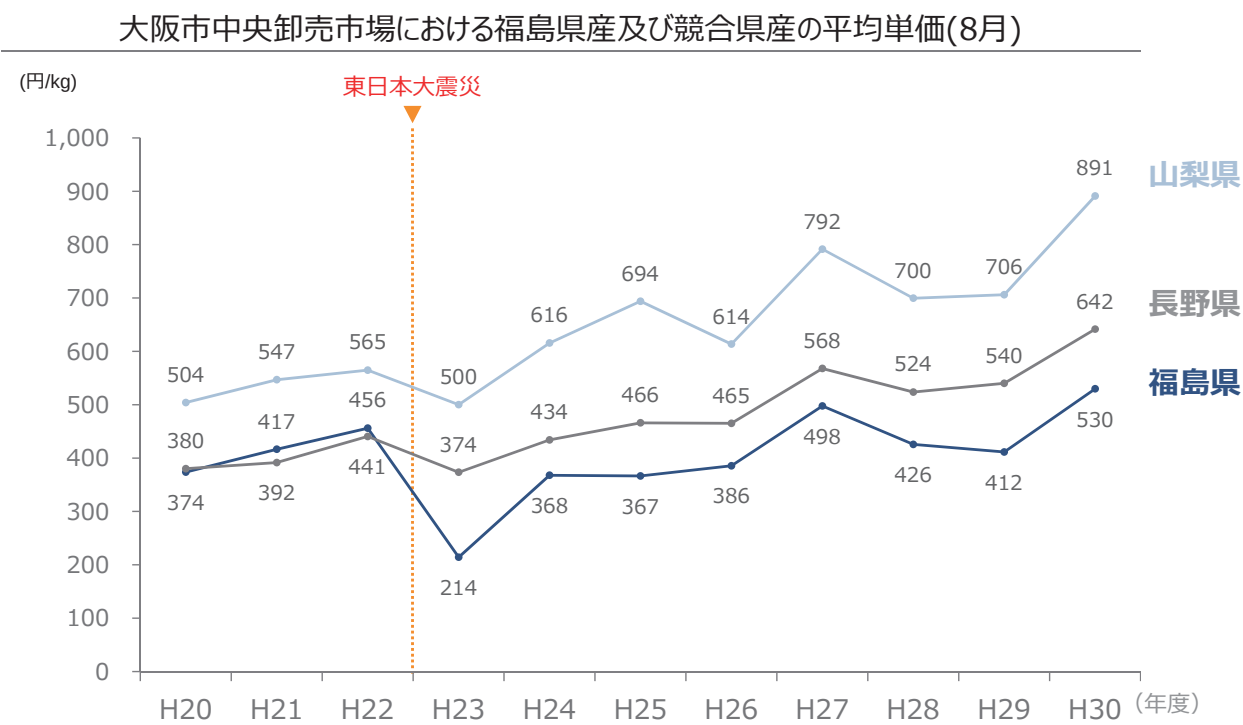
東京都中央卸売市場における福島県産及び競合県産の平均単価(8月)



データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

336

大阪市中心卸売市場の8月の福島県産桃の平均単価は、震災後に長野県産と価格ポジションが逆転している。また、近年では、山梨県産、長野県産との価格差が大きくなっている。



データ出所：大阪市中心卸売市場「市況情報」 337

価格形成に関する事例調査(追跡調査) の概要

価格形成に関する事例調査(追跡調査)を行い、福島県産桃の価格形成に関する分析を実施した。

概要	
概要・目的	- 取引段階ごとの取引価格、販売価格に係る情報を収集し、価格形成の実態を把握する。 - 他県産の同品目についても調査の上、比較分析を行う。
対象商品	百貨店、高級果物専門店またはスーパーで扱われた桃。
対象期間	期間：令和元年8月
調査ルート	- 東京都内の小売業へ流通するルート：3ルート。 - うち1ルートは山梨県産の価格も収集。 - 福島県内の小売業へ流通するルート：1ルート。 - このルートにおいても、山梨県産の価格を収集。 - 関西の小売業へ流通するルート：1ルート。

- 首都圏の卸売市場から高級果物専門店に至る事例。
 - この小売業では、いずれの産地の桃も安定した取扱いはなく、日々の状況を見て仕入れをしていた。また、流通段階ごとの価格も日々相場により変動しているとのこと。
 - 小売業者では段ボールからトレーへの詰め替え等の作業をしており、マージンを高く設定。
 - 山梨県産と福島県産で価格形成を比較すると、小売販売価格に対する産地収入の比率は福島県産がわずかに高かったが、目立った差はなかった。

桃の価格形成事例 1



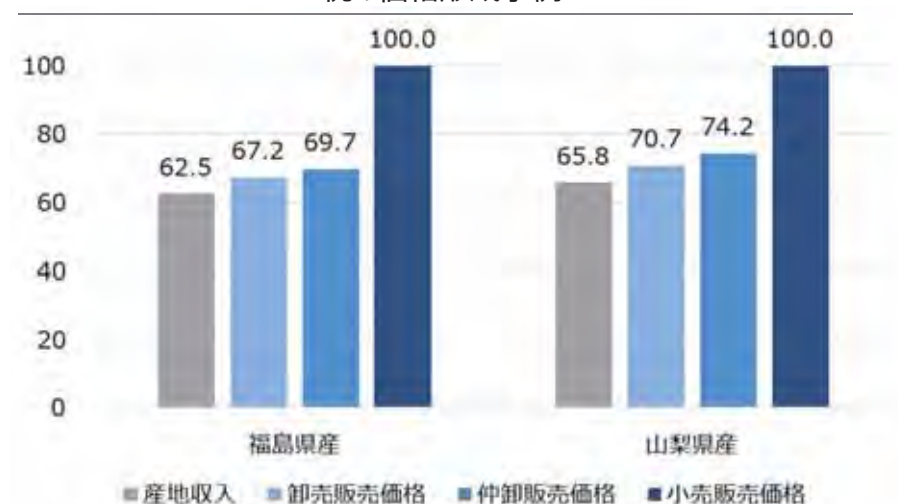
※数値は小売価格を100とした指数。
 ※福島県産は8回調査をした平均、山梨県産は3回調査をした平均。
 ※流通過程において段ボールからトレー等に移されるため、1玉当たりの価格で指数を算出。

339

桃の価格形成事例 2

- 福島県内量販店が扱う贈答用桃の事例。
 - この小売業者では、卸売市場経由で贈答用桃を仕入れている。
 - 卸売市場流通であるが、セリのように日々の値決めをしているわけではなく、事前に卸売業者・仲卸業者・小売業者で協議して価格を決定している。
 - 卸売業者は生鮮果実と同様の委託手数料率7%で販売。
 - 山梨県産と福島県産で価格形成を比較すると、小売販売価格に対する産地収入の比率は山梨県産がやや高かったが、目立った差はなかった。

桃の価格形成事例 2



※数値は小売価格を100とした指数。
 ※福島県産は14商品の平均、山梨県産は7商品の平均。

340

桃の価格形成事例 3

- 首都圏において、百貨店のカタログギフトとなった桃の事例。
 - カatalogギフトであるため、出荷期間中で小売販売価格は一定である。
 - ・ 流通段階ごとの販売価格も、事前に決めており変動していない。
 - 仲卸業者が得る取引差額は、小売価格の約50%と大きい。
 - ・ ただし、この事例では出荷業務や配送料等の負担を仲卸業者が行っており、物流費等を除くと、仲卸業者に残る差額は小売販売価格の20%程度になるとのこと。
 - 卸売業者が得る取引差額は、委託販売の手数料 7 %である。

桃の価格形成事例 3

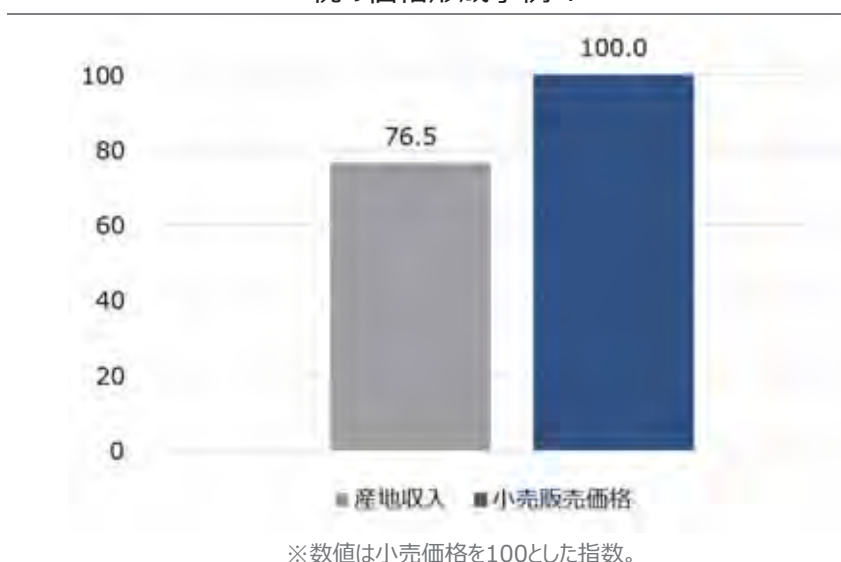


341

桃の価格形成事例 4

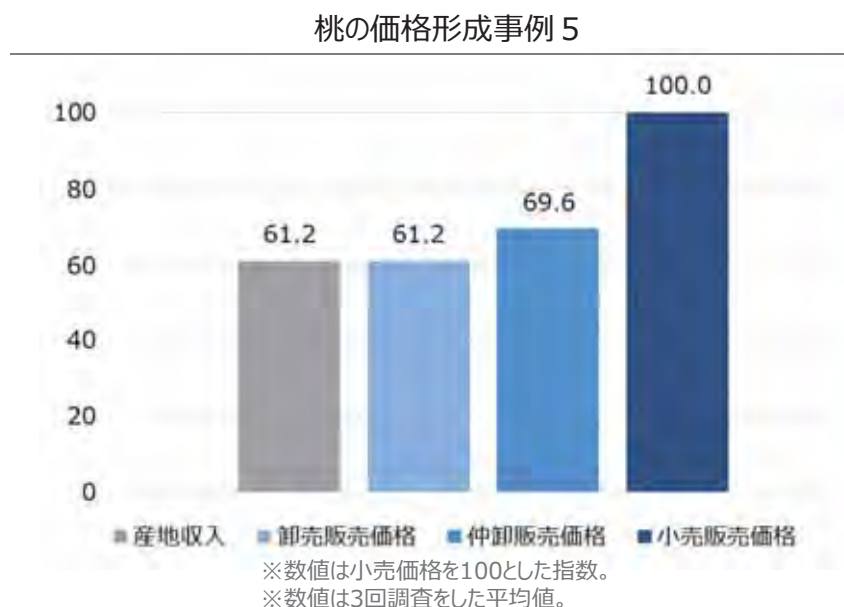
- 首都圏の百貨店のカタログギフト商品を、生産者と百貨店が直接取引した事例。
 - 事例 3 と同じく、カタログギフトであるため、出荷期間中で価格は一定であった。
 - 小売価格を100とした産地収入は76.5と、他の事例と比べて高い。
 - ・ ただし、消費者への出荷を生産者が行っており、産地収入には小売業者から生産者に支払われる配送料が含まれている。

桃の価格形成事例 4



342

- 関西の卸売市場から、関西の百貨店に至る事例。
 - この事例の小売業では、調査期間中に桃の販売価格を一定にしていた。
 - 卸売販売価格と産地収入が同一であり、調査時に卸売業者は利益を取れていなかった。
 - ・ 卸売業者は買付集荷をしており、買付集荷時に利益を取れないことは、産地や品目に関わらずしばしばあるとのこと。
 - 小売販売価格に対する産地収入の比率は61.2であったが、ここに関西までの物流費は含まれていない。



343

桃の価格形成事例分析のまとめ

5 事例において福島県産桃と他県産桃の価格形成を比較したが、明確な違いは見られなかった。

- 流通段階ごとの価格形成に、山梨県産桃との明確な違いは見られなかった。
 - 小売販売価格に対する産地収入の比率を見ると、事例 1 では福島県がやや高く、事例 2 では山梨県がやや高かったが、目立った差は見られなかった。
- 調査をした 5 つの事例において、小売価格を100としたときの産地収入の水準は、33.5から76.5と幅広い値となった（福島県産桃の事例に限る）。
 - 低い値は、詰め替えのコストや、贈答用商品の配送料を流通事業者が負担していることが一因である。
 - 生産者と小売業で取引をして、生産者から消費者に商品を発送していた事例では、産地収入の水準が高かった。
 - 産地収入の水準を高めるならば、流通事業者の負担を軽減すること等が対策として考えられる。
- 中間流通業者は、相場等の状況により大きな利益を取ることもあるが、利益なしで販売することもある。
 - 長期的に見て利益がとれるように、状況に合わせた調整をしており、一時的な状況だけで利幅の大小を判断できない。

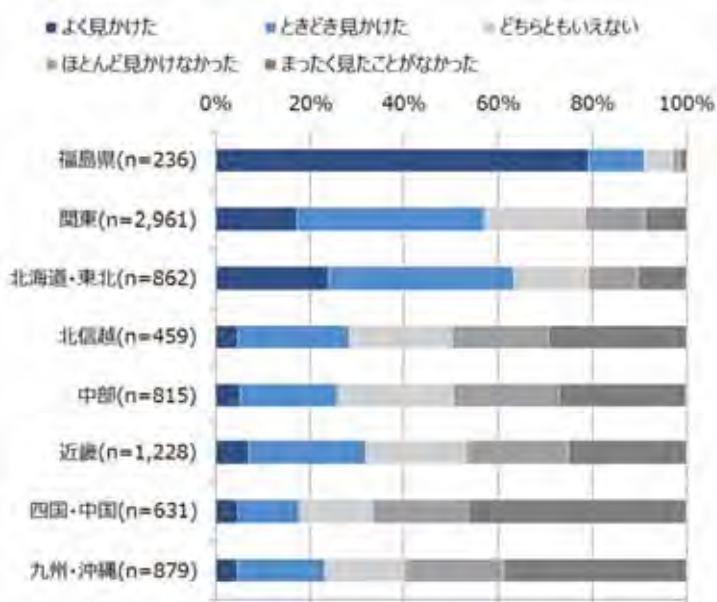
5. 福島県産品に対する認識

345

福島県産桃を見た経験と購買経験（消費者アンケート）

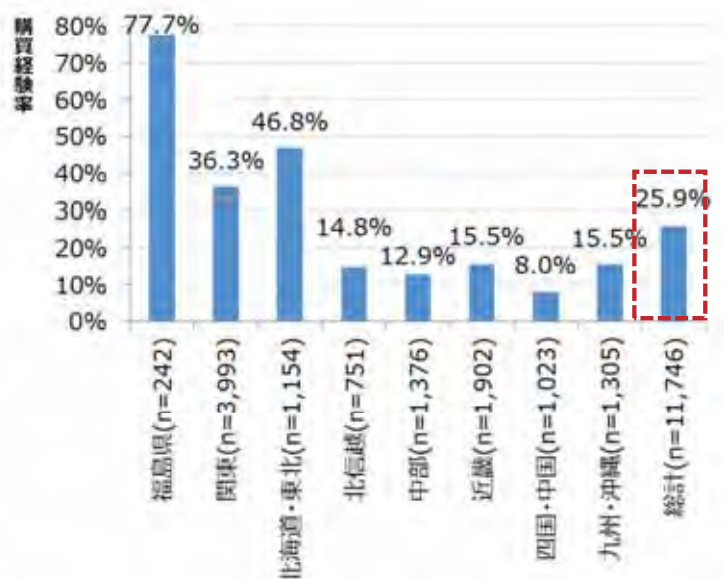
福島県産桃をよく見かけた人の割合は、福島県が高く、北海道・東北以外の地域では20%に満たない。福島県産桃を買ったことがあると認識している人の割合も福島県が最も高く、全国では25.9%であった。

福島県産桃を店頭で見たか



※過去1～2年に、店頭で福島県産桃を見た記憶を尋ねた。
※nは「分からない」を選択した回答者を除いて算出。

福島県産桃の購買経験率



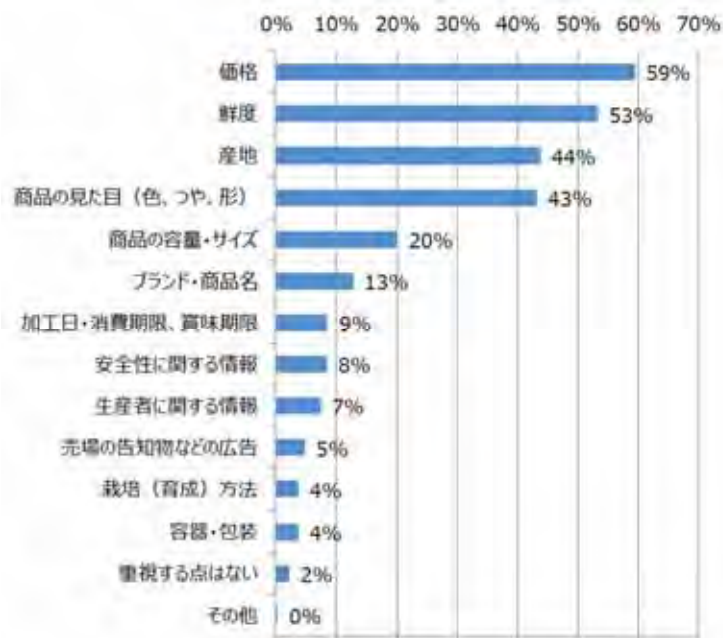
※購買経験率=1度でも購買したことがある人数／回答者数
※記憶に関する質問であるため、産地を認識せず買っていたら購買経験なしとなる。

346

桃購買時の重視点と、購買者の評価（消費者アンケート）

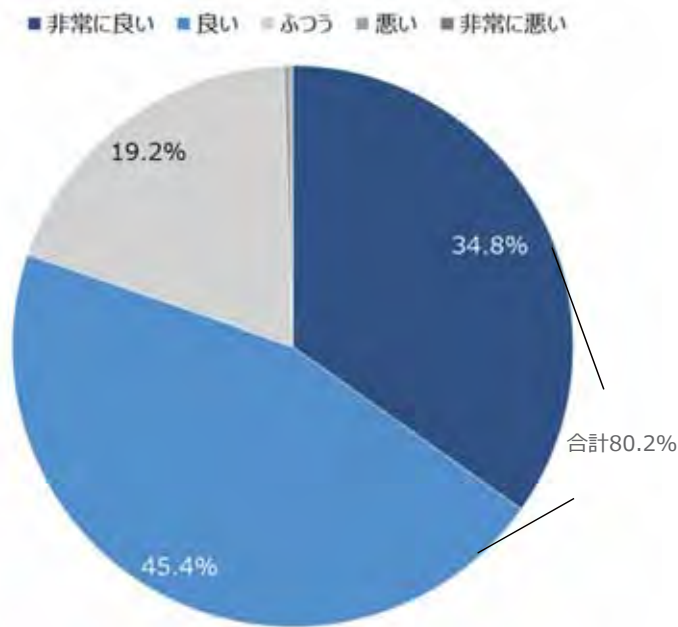
福島県産に限らず桃購買時の重視点を尋ねたところ、「価格」と「鮮度」が上位にあがり、次いで「産地」と「商品の見た目」があがった。福島県産桃の購買者に評価を尋ねたところ、「非常に良い」または「良い」と回答した人が80.2%であった。

桃購買時の重視点（n=5,630、複数回答）



※桃購買時の重視点は、福島県産に限らない質問。
※月に1回以上桃を購入している回答者のみに尋ねた質問。

福島県産桃購買者の評価（n=3,043）



※福島県産桃を買ったことがある回答者のみに尋ねた質問。