

「令和2年度福島県産農産物等流通実態調査」

報告書

令和3年3月

農林水産省



## (目次)

序 事業概要と本資料の構成	1
1 調査結果の全体像	7
2 流通段階での取扱いを拡大するための方策検討調査	37
3 指導・助言通知の認知度向上の検証調査	71
4 事業者へのヒアリング調査	91
5 生産者と事業者へのアンケート調査	113
6 消費者へのアンケート調査	159
7 品目別調査結果 米	185
8 品目別調査結果 牛肉	231
9 品目別調査結果 桃	265
10 品目別調査結果 あんぽ柿	299
11 品目別調査結果 ピーマン	327
12 品目別調査結果 ヒラメ	357
13 品目別調査結果 その他の品目	387
(参考) 県産品重点6品目の出荷量と価格について	571



---

## 序 事業概要と本資料の構成

---

## 事業概要

---

- 事業名
  - 令和2年度福島県産農産物等流通実態調査委託事業
    - 平成29年度から実施している事業である。
  
- 事業目的
  - 本事業では、福島県の農林水産業の再生に向けて福島県産農産物等の販売不振等の実態と要因を明らかにし、農産物等の主要品目別に生産から流通・販売に至るサプライチェーンの各段階における流通実態の調査及び分析を継続的に実施するとともに、流通段階毎の認識の齟齬※を解消するための方策の調査等を実施し、その結果を今後の施策の検討に活用する。

※認識の齟齬：本事業では、納入業者（卸売業者や仲卸業者）が、納入先（加工業者、小売業者や外食業者）の福島県産品取扱姿勢を、納入先の自己評価に比べてネガティブに評価することを「認識の齟齬」と定義。

3

## 事業概要

---

- 事業内容
  - 調査及び分析の実施
    - 事業者に対するヒアリングとアンケート、消費者に対するアンケート、事業者が保有するデータの収集、政府統計等の公的データの収集を行った。
    - また、「ナッジ※」と呼ばれる行動経済学の知見を活用して、認識の齟齬を解消し福島県産品の取扱いを拡大するための方策や、国から発出する福島県産品の取扱いに関する指導・助言の通知の改善策について調査・分析を行った。
    - これらの調査により、福島県産品の流通量・取引価格・流通経路といった流通実態等を把握するとともに、問題の解決に向けた分析を行った。
  
  - 検討会の開催
    - 客観的で信頼性の高い調査を実施するとともに、効果的・効率的な取りまとめを行うために、検討会を開催した。
    - 検討委員は、学識経験者、農林水産省、復興庁、経済産業省、福島県が参加。

※ナッジ(nudge:軽く突く)：行動科学の知見に基づく工夫や仕組みによって、人々がより望ましい行動を自発的に選択するよう誘導する手法。

4

## 本資料の構成

- 本資料は、以下の構成により作成されている。

章No.	章タイトル	概要
1	調査結果の全体像	本事業の要点として、主に第1章から第6章の内容について、ポイントをまとめた。
2	流通段階での取扱いを拡大するための方策検討調査	平成30年度調査で明らかになった認識の齟齬の問題について、ナッジの知見を用いて問題解消に向けた施策を立案し、モデル的な実証を行った。
3	指導・助言通知の認知度向上の検証調査	福島県産品の取扱いに関する事業者への指導・助言通知について認知度を向上させるために、ナッジの知見を用いて通知を改良し、その効果を測定した。
4	事業者へのヒアリング調査	主に東日本大震災後に生じた福島県産品と他産地産品との価格差の縮小が止まっている品目について、ヒアリングでその原因を調査した。

5

## 本資料の構成

章No.	章タイトル	概要
5	生産者と事業者へのアンケート調査	生産者、事業者に対して、福島県産品の取扱いや、農産物の取引全般についてアンケート調査を行い、結果を分析した。
6	消費者へのアンケート調査	消費者に対して、福島県産農産物等の購買や品質評価等に関するアンケート調査を行い、結果を分析した。
7～12	品目別調査結果(重点6品目)	重点6品目(米、牛肉、桃、あんぼ柿、ピーマン、ヒラメ)について、公的データを整理するとともに、追跡調査による価格形成の分析等を記載した。
13	品目別調査結果(重点6品目以外の19品目)	福島県産農産物等19品目について、公的データを整理するとともに、消費者アンケートの結果を記載した。

6