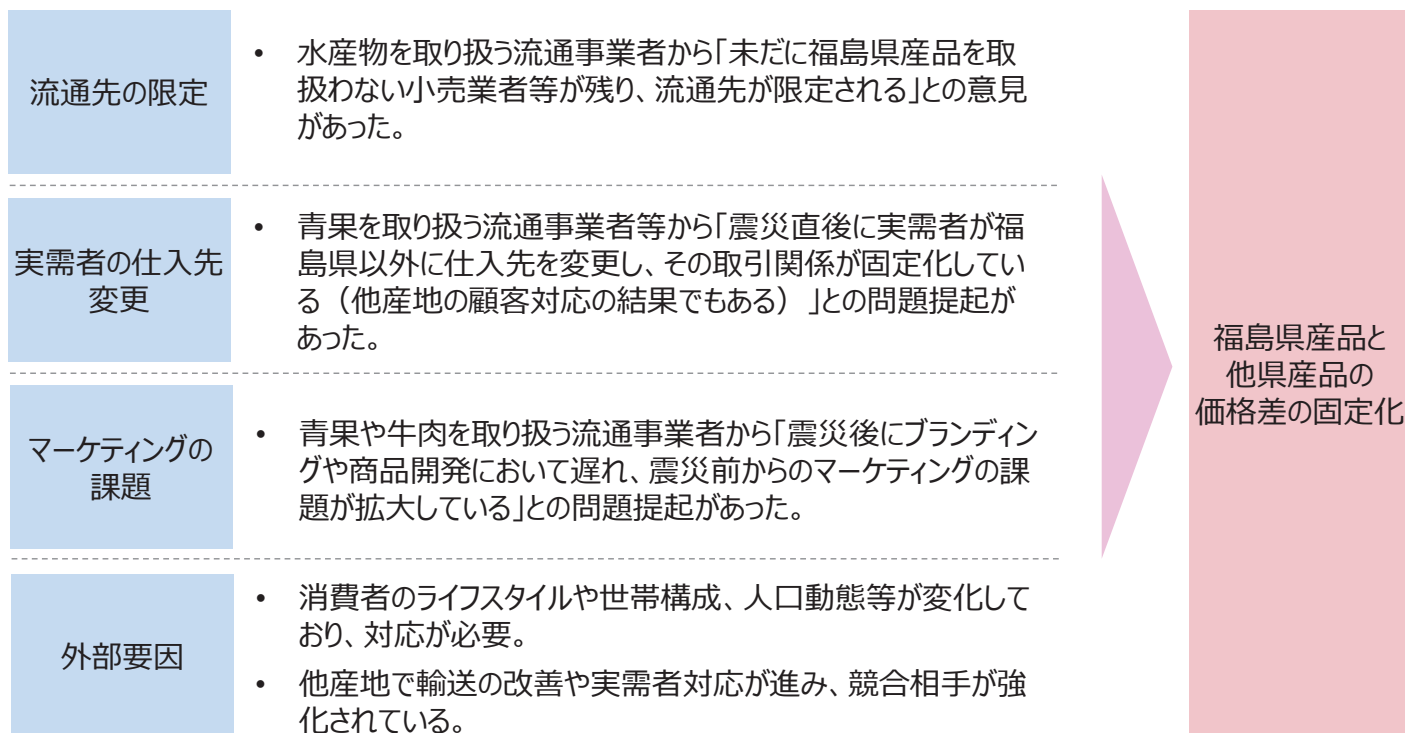


4. 事業者へのヒアリング調査：調査結果のまとめと考察

- 福島県産品と他県産品の価格差の固定化の要因として、小売業者等が福島県産品の取扱いを避けることや、マーケティングの課題が指摘された。



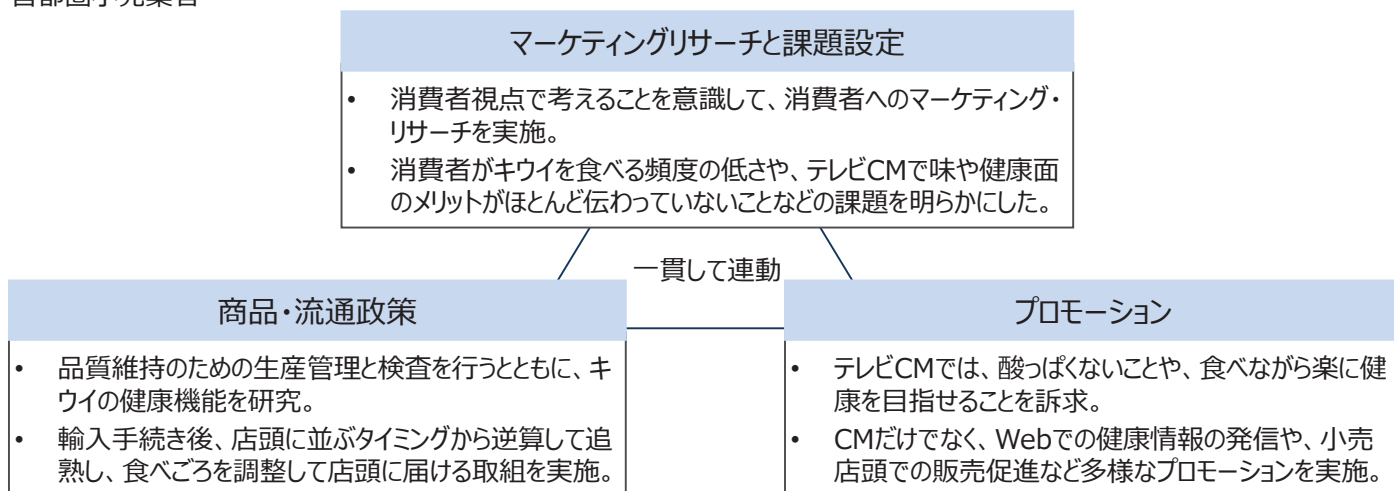
4. 事業者へのヒアリング調査：（参考）ゼスプリキウイのマーケティング事例

- ヒアリングにおいてマーケティングの優良事例を尋ねたところ、首都圏小売業の青果担当者から、ゼスプリキウイの例が挙げられた。
- マーケティングリサーチに基づく課題設定や、一貫性のある商品・流通政策とプロモーションなどにより、2015年から2020年の間にゼスプリキウイの日本への輸入量は約1.5倍になる見込み。



首都圏小売業者

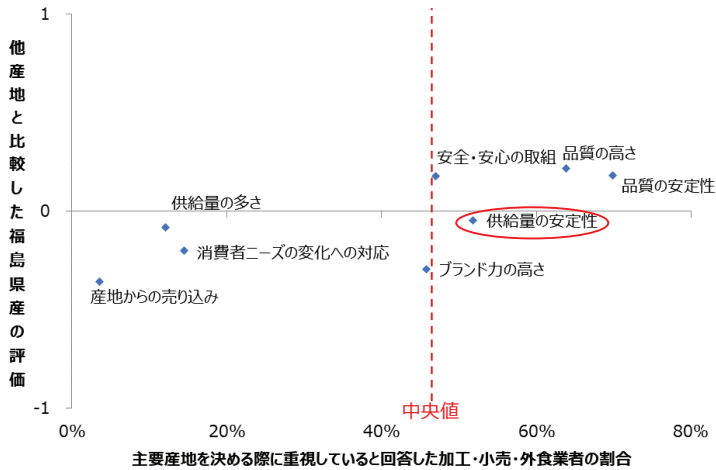
- 果物のマーケティングでいえばゼスプリキウイが一番成功している。取組の一つとして朝の食習慣への刷り込みがある。簡単に食べることができて栄養もあり、日常に溶け込んでいる。
- また、ゼスプリは流通業者に追熟レベルの管理をさせて、当たり外れがないようにしている。桃も品種が多く食べごろがわからない品目だ。桃をおいしく提供するためにどうしたらよいのか考えた方が良い。



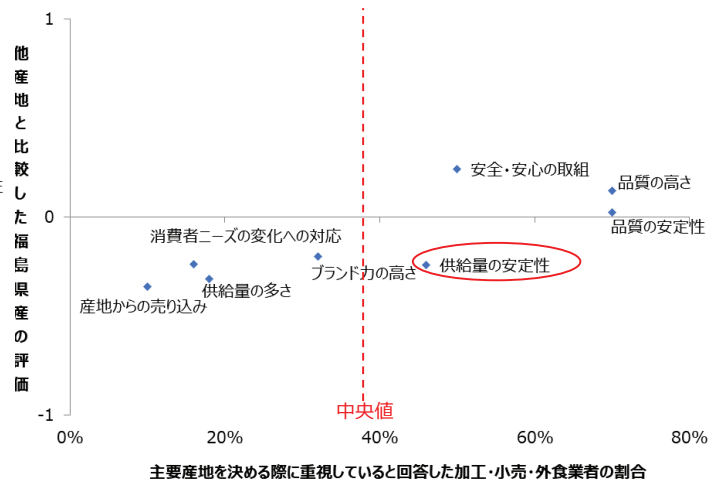
5. その他の調査結果：他産地と比較した福島県産品の評価（精肉・魚類の場合、事業者アンケートより）

- 加工、小売、外食業者に福島県産と他産地と比較した評価と主要産地を決める際の重視点を調査した。
- 精肉・魚類ともに「品質の高さ」、「品質の安定性」が重視されているが、福島県産は他産地以上若しくは同等に評価されている。
- 一方で、「供給量の安定性」も重視されているが、この点については他産地と比較して評価が高くなかった。

福島県産精肉を他産地と比較した評価と
主要産地を決める際の重視点



福島県産魚類を他産地と比較した評価と
主要産地を決める際の重視点



※加工業者、小売業者、外食業者を対象にした設問。

※主要産地を決める際に重視している項目についての設問は「国産を中心に扱っており、国内の主要産地を決めている」と回答した事業者対象に複数回答。

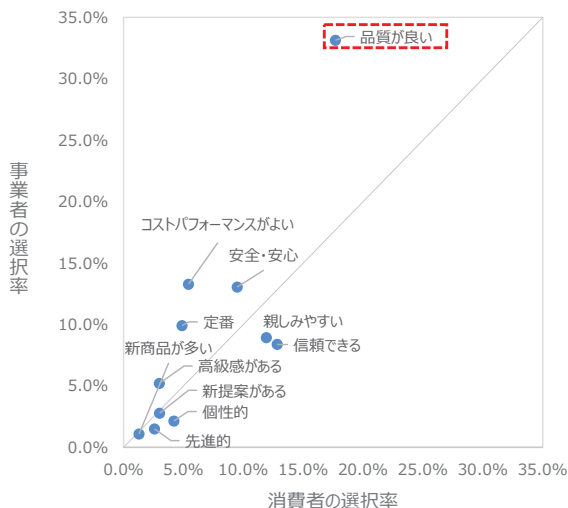
nは、精肉：加工業者はn=11、小売業者はn=45、外食業者はn=27、魚類：加工業者はn=14、小売業者はn=21、外食業者はn=15。

※他産地と比較した評価は「2：他産地より優れている」「1：他産地よりやや優れている」「0：どちらともいえない」「-1：他産地よりやや劣っている」「-2：他産地より劣っている」の5段階評価の平均値。

5. その他の調査結果：福島県産品のイメージ（消費者アンケート・昨年度事業者アンケートより）

- 福島県産品に対するイメージを消費者と事業者で比較した。
- 福島県産米・福島県産牛肉については、消費者より事業者の方が品質面を評価している。
- 福島県産牛肉のコストパフォーマンスに関する評価が、消費者と事業者で大きく異なる。

福島県産米のイメージ



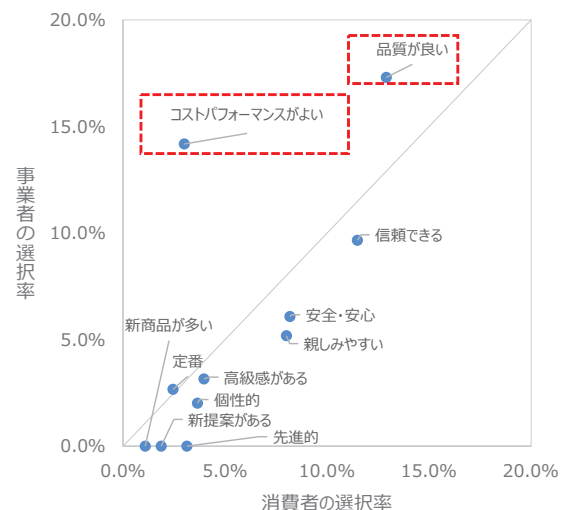
※事業者の回答は、令和元年度調査のもの。

※事業者は卸売、仲卸、加工、小売、外食が対象。

※事業所がn=206、消費者がn=11,000。

※平成27年国勢調査における年代別人口比と合わせるため、ウェイトバック集計をしている。

福島県産牛肉のイメージ



※事業者の回答は、令和元年度調査のもの。

※事業者は卸売、仲卸、加工、小売、外食が対象。

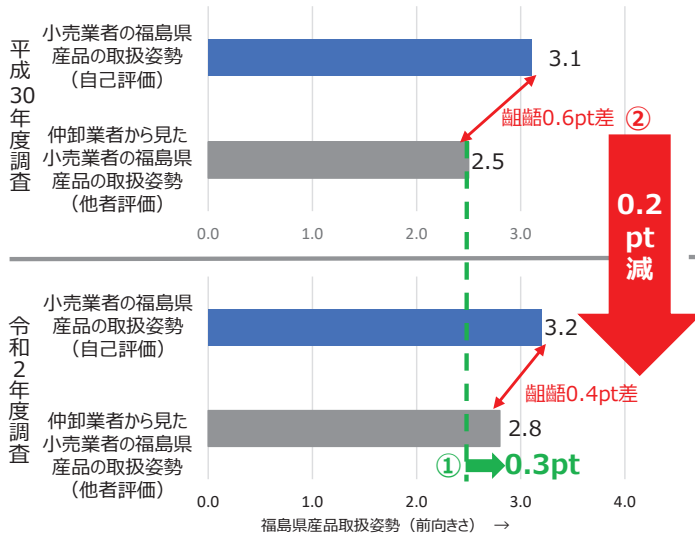
※事業所がn=172、消費者がn=11,000。

※平成27年国勢調査における年代別人口比と合わせるため、ウェイトバック集計をしている。

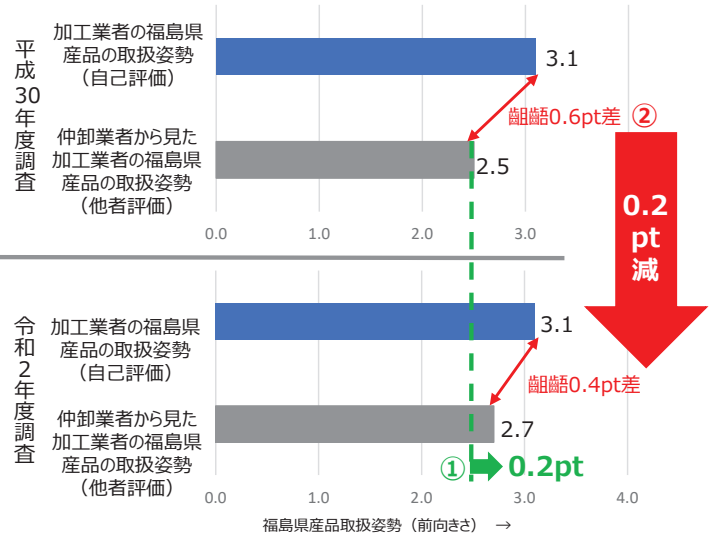
5. その他の調査結果：認識の齟齬の改善状況（事業者アンケートより）

- 平成30年度調査では、納入業者（仲卸業者など）は、納入先の福島県産品の取扱意向を実態よりネガティブに認識していることが分かった。このことについて、国から流通業者等に対して認識の齟齬の是正に関する指導・助言通知を発出し周知を行っている。
- 本年度調査では、平成30年度と比べ仲卸業者において、その納入先の福島県産品の取扱意向についての評価がやや前向きとなった（図中①）。その結果、認識の齟齬の程度はやや緩和された（図中②）。

仲卸業者と小売業者の認識の齟齬



仲卸業者と加工業者の認識の齟齬



※数値は「5：前向き」「4：やや前向き」「3：どちらともいえない」「2：やや後向き」「1：後向き」の5段階評価の平均値。

6. 総括：調査結果のまとめ

実施した調査

調査で明らかになった実態

明らかになった施策の効果や課題

県産品重点6品目の状況

- 出荷量は震災後に低下し、近年も震災前の水準まで回復していない。全国と比べても福島県の下落幅が大きい品目が多い。
- 価格は回復傾向にあるが、本年度も依然として回復できていない品目が残る。
- 価格形成については、福島県以外の他産地とで大きな差異はなく、本年度も福島県産品に対する不当な買いたたきは確認されなかった。

- 価格が回復していない品目が残っており、引き続き販売不振の解消に向けた取組が必要。

流通段階での取扱いを拡大するための方策検討調査

- 事業者間の認識の齟齬の問題を解消するために、ナッジを用いて青果仲卸業者に働きかけを行った。
- ナッジを用いた働きかけをした場合は、ナッジを用いない場合と比べて、「今後、販売先への福島県産品の提案を増やそう」と感じた仲卸業者が多かった。
- ただし、認識の齟齬解消のために、納入先の福島県産品取扱姿勢を確認してくれた事業者は、ナッジの場合でも多くはなかった。

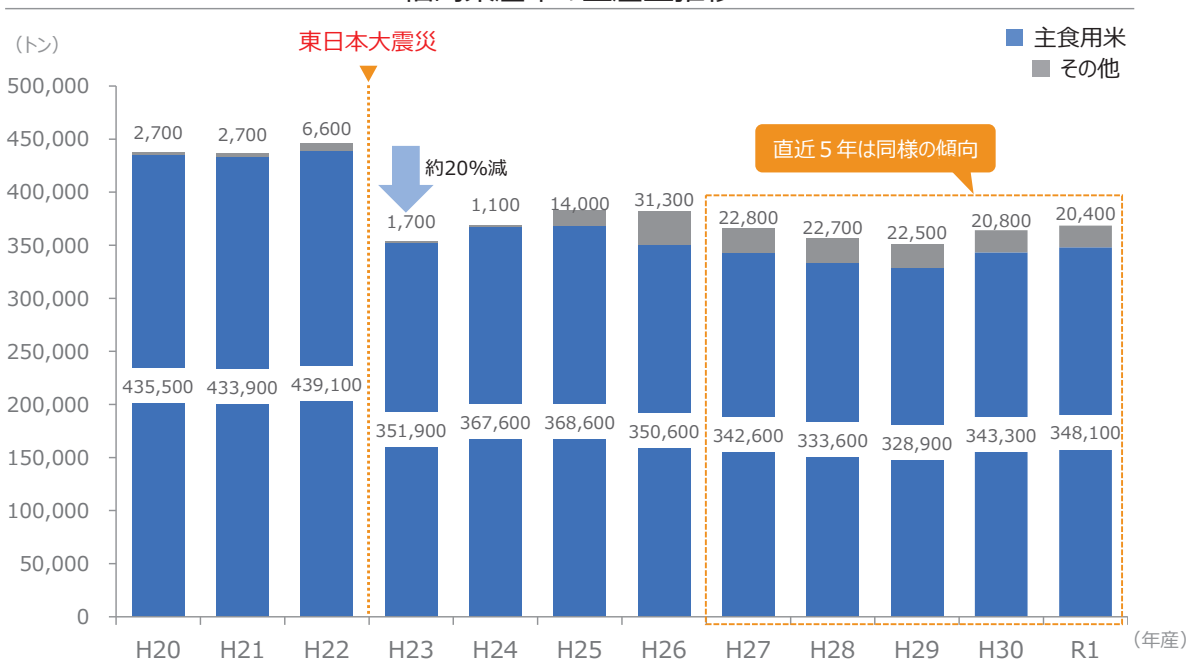
- ナッジの知見を用いることにより、認識の齟齬に対する事業者の意識の変化が図れると考えられる。
- ただし、評価項目によってはナッジの効果が見られず、より効果を大きくするための工夫が必要。

実施した調査	調査で明らかになった実態	明らかになった施策の効果や課題
指導・助言通知の認知度向上の検証調査	<ul style="list-style-type: none"> 国から事業者に対して発出する指導・助言の通知の認知度を高めるために、指導・助言の通知を簡略化し、さらにナッジの知見を用いてチラシ形式の通知を作成した。 ナッジの知見を用いて作成したチラシ形式の通知は、発出後に行ったアンケートの結果では、ナッジを用いない通知よりも高い割合で認知（記憶）されていた。 	<ul style="list-style-type: none"> 指導・助言の通知を発出する際に、ナッジの知見を用いたり、チラシ形式としたりすることで事業者の記憶に残るものとすることができる。
事業者へのヒアリング調査	<ul style="list-style-type: none"> 東日本大震災後に生じた他産地産品との価格差が固定化している品目がある。 水産物では、福島県産品を取扱わない事業者が存在するという指摘が複数挙げられた。 牛肉や青果では、ブランド力や商品開発力に課題があるとの声が挙げられた。 	<ul style="list-style-type: none"> 福島県産品と他県産品の価格差が生じている品目があり、その一因として、牛肉や青果ではブランド力等のマーケティングの課題が把握できた。 水産物に関しては、福島県産品を取扱わない事業者が存在することから、その背景を調査することが必要。
その他の調査結果	<ul style="list-style-type: none"> 実需者が精肉や魚類で主要産地を決定する際に「品質の高さ」「品質の安定性」「供給量の安定性」を重視していた。このうち、「供給量の安定性」は他産地と比べて福島県産の評価が低かった。 福島県産品に対する評価では、事業者と消費者で異なる意見が挙げられた。 認識の齟齬の問題は依然として残るが、平成30年度調査と比べるとやや緩和。 	<ul style="list-style-type: none"> 実需者が重視していながら福島県産品の評価が低い「供給量の安定性」の改善に取り組む必要がある。 事業者と消費者では福島県産品に対する評価が異なり、事業者に対して消費者の評価を伝えるといった訴求に利用できる。 認識の齟齬の程度は緩和しているが、引き続き解消に向けた取組の継続が必要。

品目別調査結果

- 福島県産米の生産量は、震災後平成23年産が対前年比約20%減少した後、平成26年産まで徐々に回復し、平成27年産以降ほぼ横ばいである。
- 平成25年産以降、飼料用米などの主食用以外の割合が一定程度見られる。

福島県産米の生産量推移



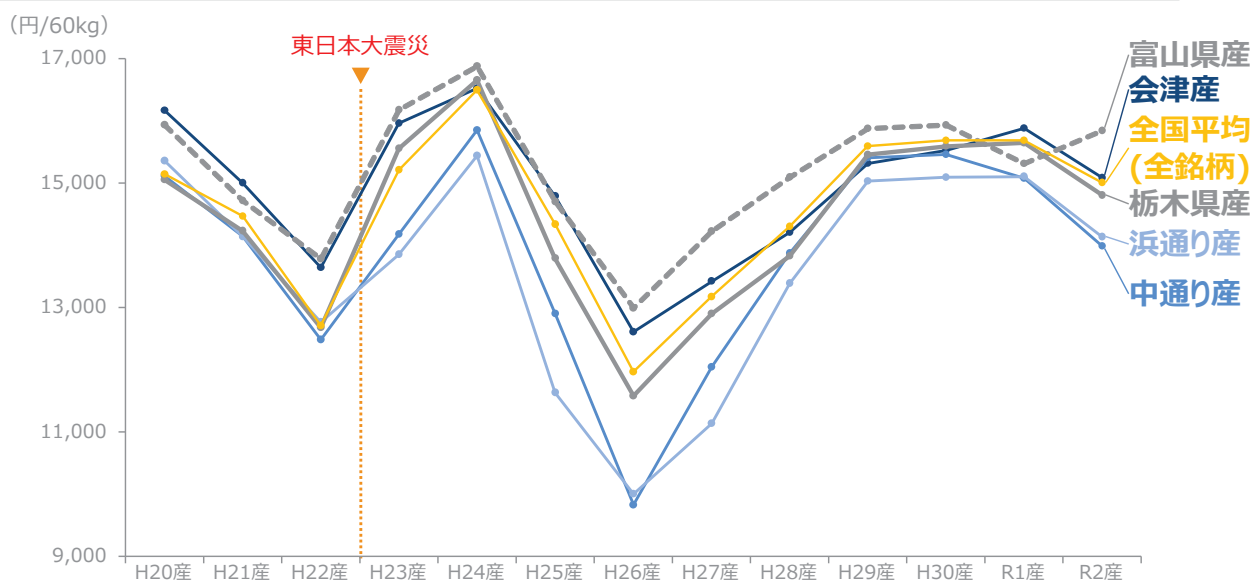
データ出所：農林水産省「作物統計」

※水稻の収穫量の数値

福島県産米の相対取引価格の推移（概要調査）

- 会津産コシヒカリは、震災後北陸産コシヒカリと価格ポジションが逆転して以降、北陸産と同程度の価格で推移していたが、令和元年産以降で価格差が広がっている。また、関東産よりは概ね上位に位置している。
- 中通り産・浜通り産コシヒカリは、震災以前は栃木県産コシヒカリの価格ポジションとおおむね同じであったが、震災直後に大きく差が広がった。平成28年産以降、価格差はやや縮小してきているものの、現在でも栃木県産コシヒカリを下回っている。

会津・中通り・浜通り産コシヒカリと栃木県産・富山県産コシヒカリと全国平均の相対取引価格推移

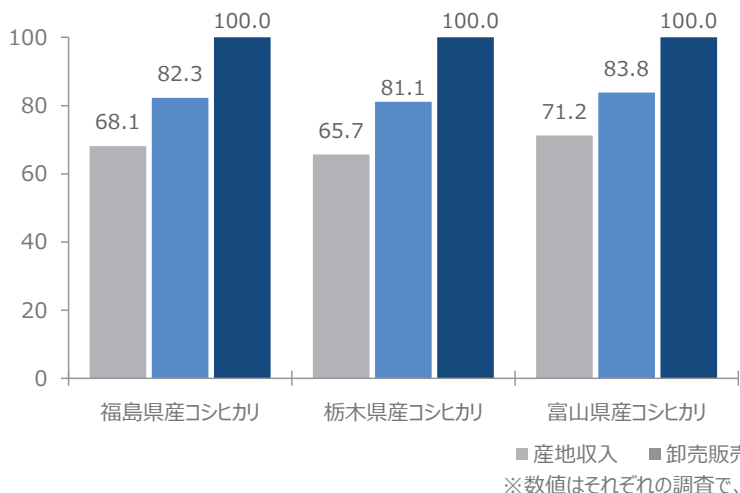


データ出所：農林水産省 米穀の取引に関する報告
 ※令和元年、2年産は11月の価格

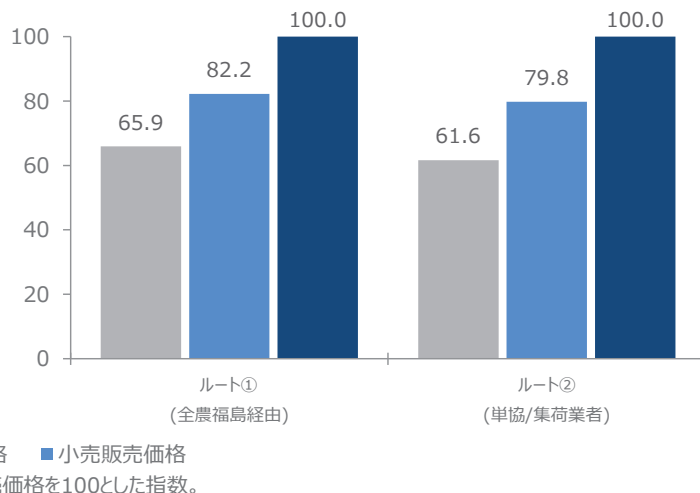
※出荷業者（年間玄米販売量5,000トン以上）と卸売業者などとの間で数量と価格が決定された主食用の相対取引契約の価格を加重平均したもの。運賃（最寄りの大消費地への運賃。全農福島出荷分は平成27年産から運賃を含まない）、包装代、消費税を含む価格。
 ※相対取引価格が低い平成22年産や26年産の時期には、民間在庫の増加や、出荷業者の販売数量の増加が生じていた。

- 栃木県産米や富山県産米との比較において、産地・卸・小売の各流通段階の価格形成の構造の差異は僅かであった。
- 福島県産米の産地からの出荷ルート別の比較では、「全農福島経由」、「単協/集出荷業者経由」で流通段階ごとの価格形成においても、産地・卸・小売の各流通段階の価格形成の構造の差異は僅かであった。
 - 近年、倉庫での保管費用や運搬費などの経費が高騰していることから、卸売業者も卸売価格を上げざるを得ない状況になっている。
 - 福島県産米に限らず、消費者の米需要が減少傾向にあり、小売価格引上げの対応が出来ないため、産地収入と卸売販売価格の比率が全体的に高くなっている。

米の価格形成 1（産地間比較）



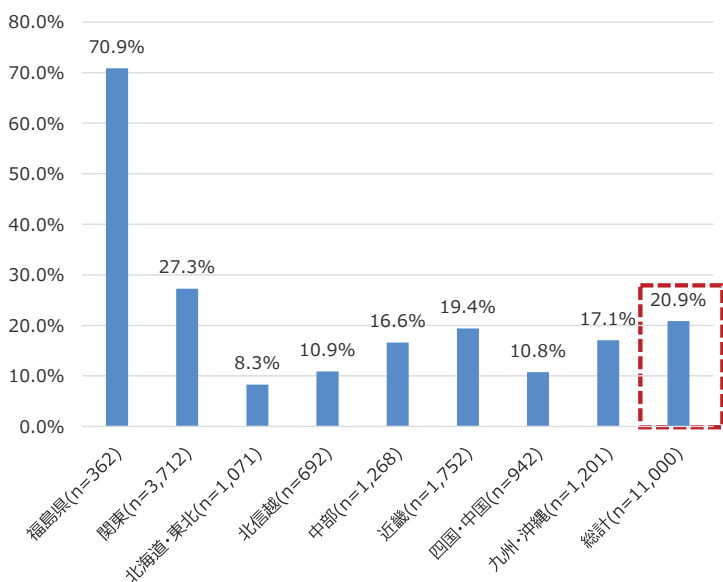
米の価格形成 2（流通経路間比較）



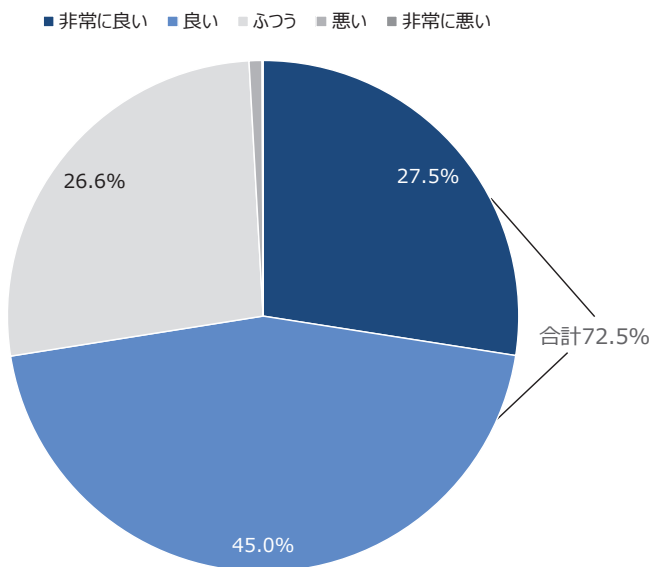
福島県産米の消費者の購買経験と評価（アンケート調査）

- 全国の消費者のうち、福島県産米を購入した経験がある消費者は20.9%であった。
 - 福島県内居住者では70.9%、関東居住者では27.3%であった。
- 購買経験者に福島県産米の評価を尋ねたところ、「非常に良い」「良い」が7割以上を占めた。

福島県産米の購買経験率



福島県産米購買者の評価 (n=2,313)

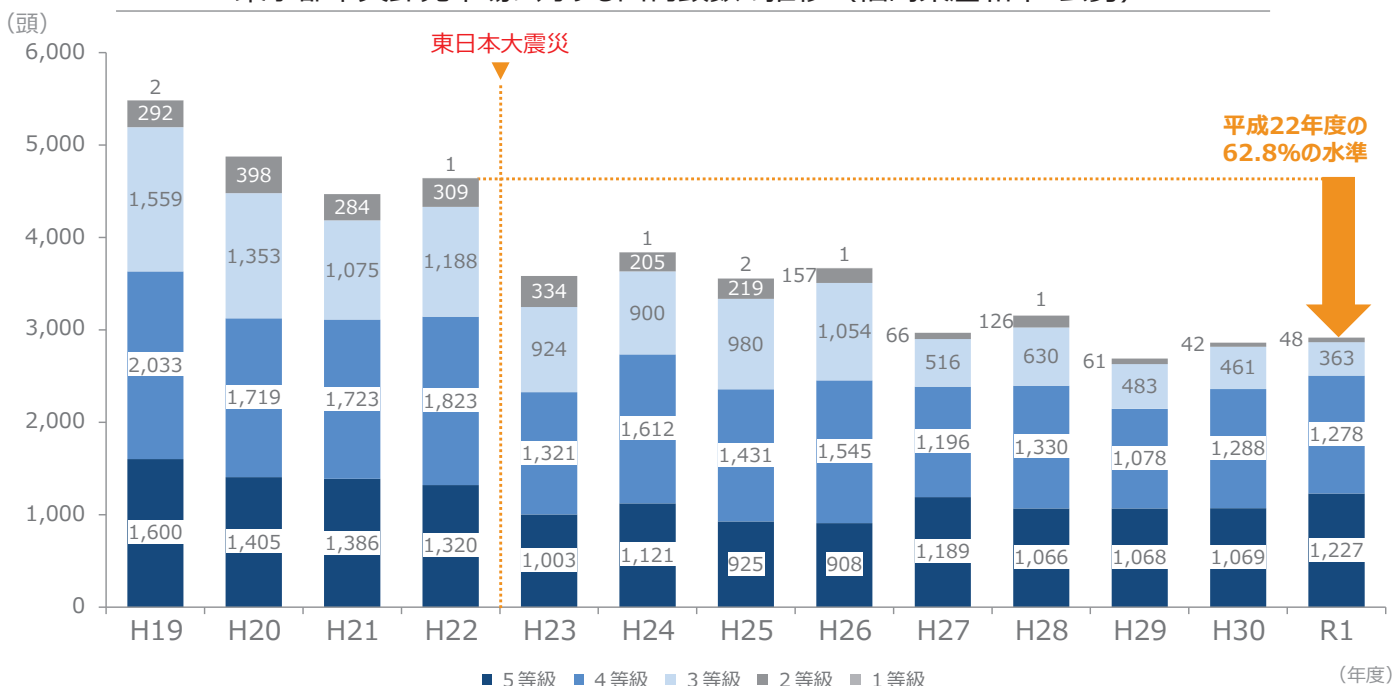


※購買経験率=1度でも購買したことがある人数/回答者数
 ※記憶に関する質問であるため、産地を認識せず買っていれば購買経験なしとなる。
 ※平成27年国勢調査における年代別人口比と合わせるため、ウェイトバック集計をしている。

※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。

- 福島県産和牛（去勢）の東京都中央卸売市場への出荷頭数は、震災後、横ばいからやや減少傾向で推移している。（令和元年度は平成22年度の約62.8%）
- 出荷頭数に占める上位等級（5等級・4等級）の割合は前年度と比較して増加しており、令和元年度は約86%となった。

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）

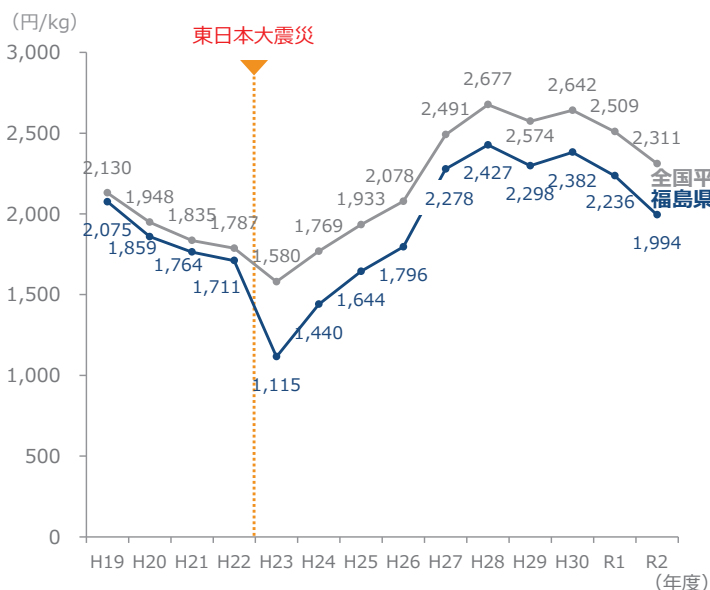


データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

福島県産牛の枝肉価格の推移（概要調査）

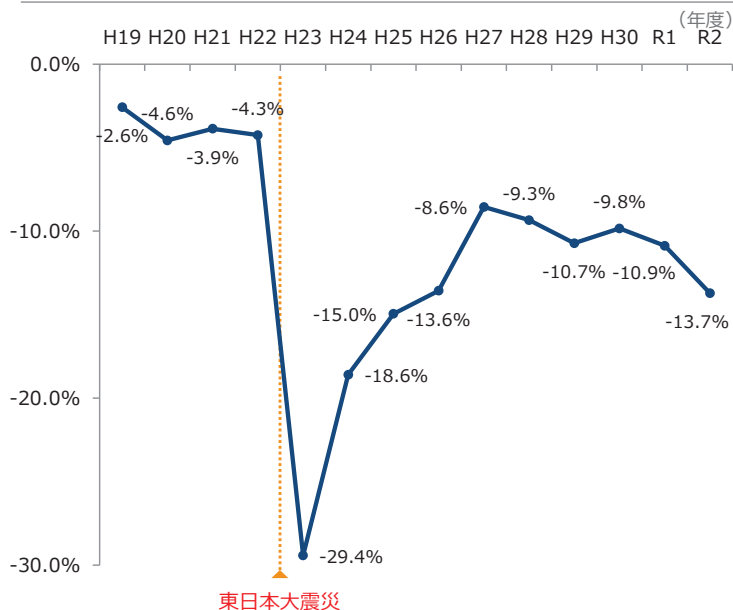
- 福島県産和牛の枝肉平均単価は、全国平均と同様の傾向で推移している。
- 全国平均との価格差は平成23年度に拡大した後、平成27年度にかけて縮小したが、平成28年度以降は再度価格差が拡大し、令和2年度は-13.7%となった。

卸売市場平均価格推移（和牛全体）



※令和2年度は、令和2年12月までの実績を使用。

全国平均との価格差推移（和牛全体）

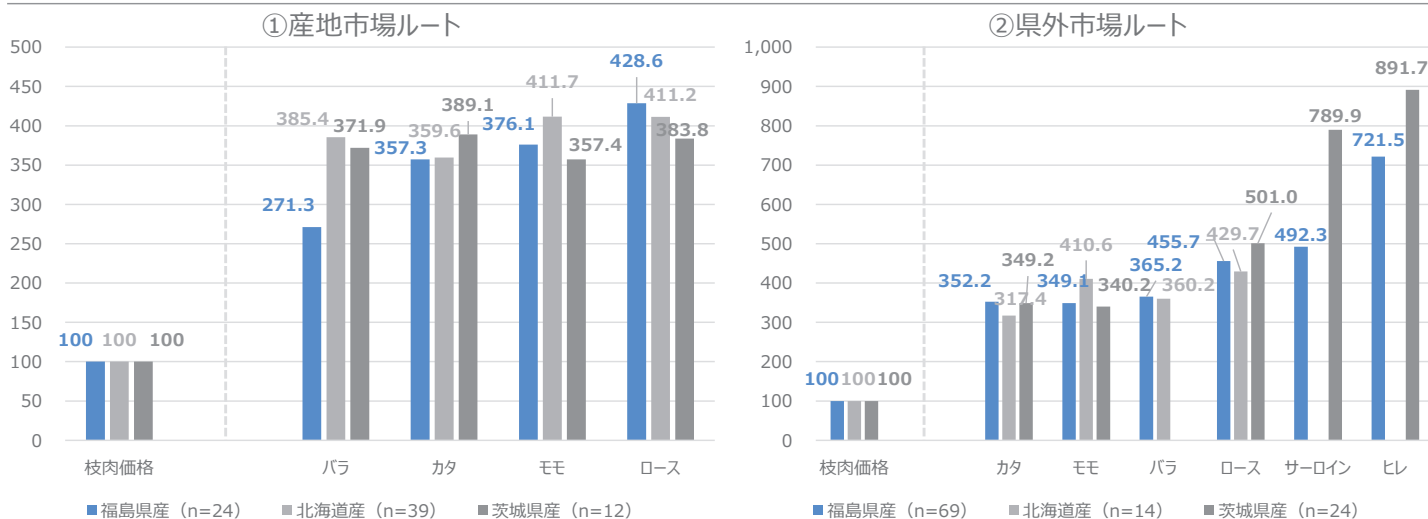


※福島県産及び全国平均ともに、枝肉価格は去勢と牝の平均単価を用いた。

データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

- 牛肉について、枝肉価格と小売価格を収集し、枝肉価格を100としたときの小売価格を部位ごとに産地間で比較した。
- 北海道産和牛や茨城県産和牛との比較では、福島県産の流通マージンが高い部位もあれば、北海道産や茨城県産が高い部位もあり、産地間で一貫した傾向はみられなかった。
- 県外市場経由の流通（県外市場ルート）における高価格部位（サーロイン・ヒレ）では福島県産と茨城県産の間に差がみられる。これは本調査における茨城県産の販売店舗が食肉専門店のみである一方、福島県産は食肉専門店に加えて食品スーパーが含まれることから、店舗属性の違いが影響したと考えられる。

福島県産和牛、北海道産和牛及び茨城県産和牛の枝肉価格と小売価格の比較

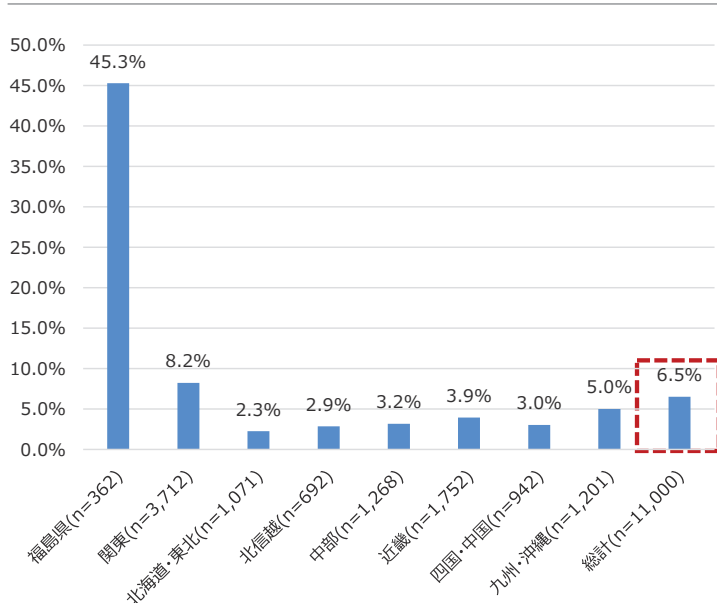


※数値はそれぞれの調査で、枝肉価格を100とした指数。
 ※枝肉価格は、東京食肉市場における8月、10月、12月の平均値とした。小売価格は、8月、10月、12月に実施した小売店などの価格の平均値を部位ごとに集計した。
 ※福島県産、北海道産及び茨城県産のそれぞれのn数は、調査で収集できたアイテム数。

福島県産牛肉の消費者の購買経験と評価（アンケート調査）

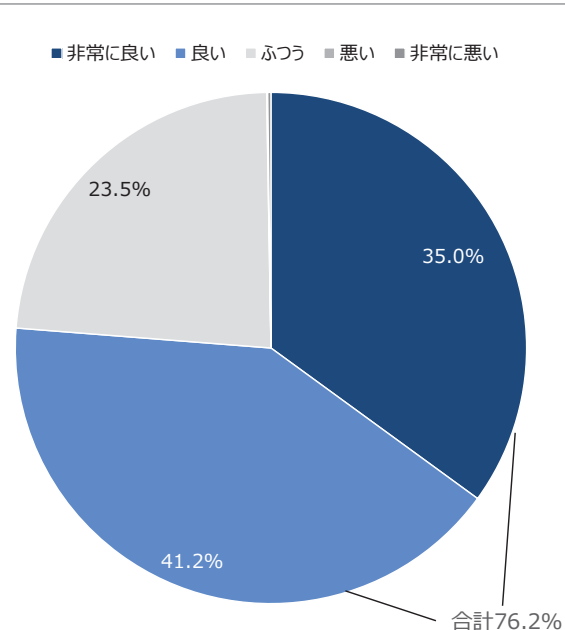
- 全国の消費者のうち、福島県産牛肉を購入した経験がある消費者は6.5%であった。
 - 福島県内居住者では45.3%である。なお、県外では「国産牛」として販売されている可能性がある。
- 購買経験者に福島県産牛肉の評価を尋ねたところ、「非常に良い」「良い」が8割近くを占めた。

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。
 ※平成27年国勢調査における年代別人口比と合わせるため、ウェイトバック集計をしている。

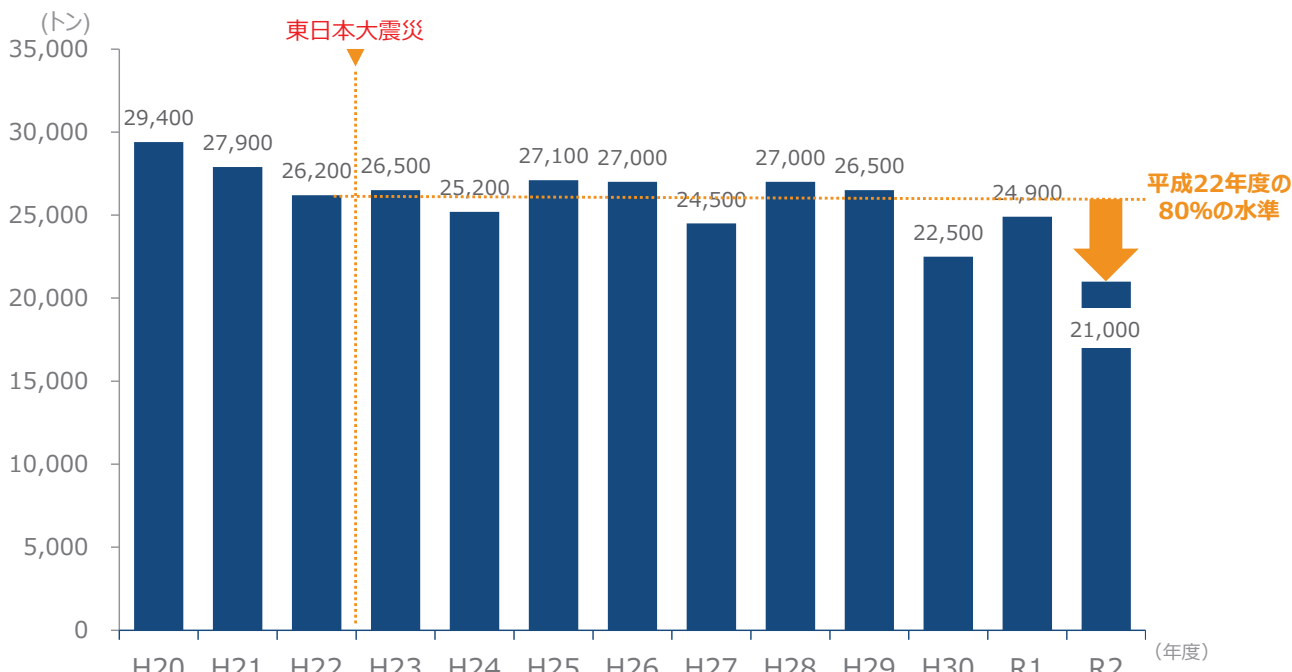
福島県産牛肉の購買者の評価 (n=653)



※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。

- 令和2年度の福島県産桃の出荷量は、4月中旬からの低温により着果数が少なかったこと、7月の長雨、日照不足により果実の軟化が発生したこと、更に前年の台風による大雨の影響もあってモモせん孔細菌病※が発生したこと等に伴い、平成22年度の80%となった。

福島県産桃の出荷量推移



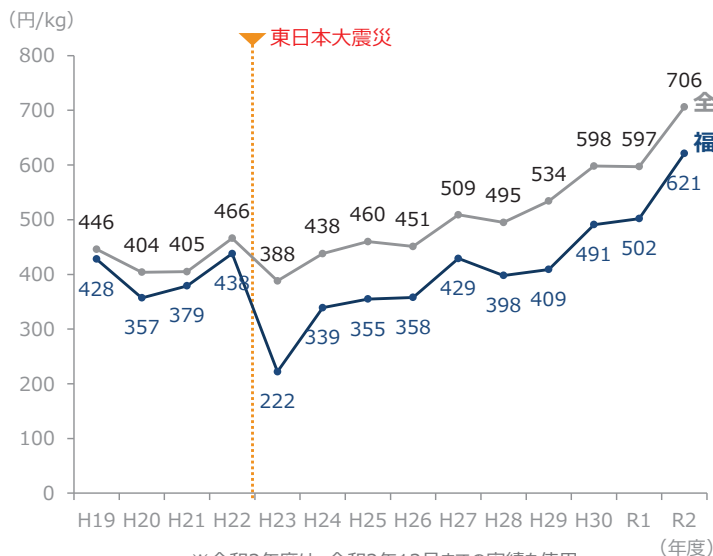
※せん孔細菌病は、結果枝、葉、果実に被害が生じる病気であり、発生すると減収につながる。風を伴う雨があると、せん孔細菌病の菌は雨滴に混じって分散し、感染が拡大する（福島県「モモせん孔細菌病対策マニュアル」より）。

データ出所：農林水産省「果樹生産出荷統計」

福島県産桃の市場価格の推移（概要調査）

- 東京都中央卸売市場での福島県産桃の平均単価は、震災直後に下落した後、徐々に回復。
- 令和2年度は福島県のほか、山梨県や長野県でもモモせん孔細菌病が発生し、出荷減により高値となった。
- 全国平均との価格差が平成23年度に拡大した後、令和2年度においても震災前よりも価格差が残っている。

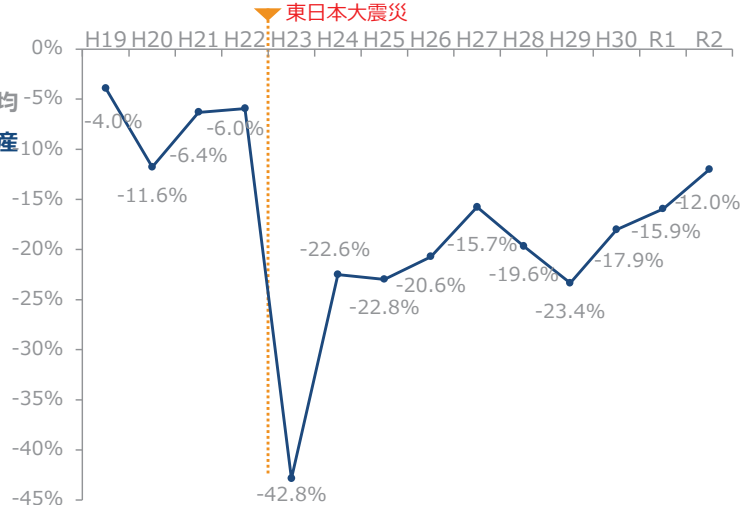
東京都中央卸売市場における平均単価の推移



※令和2年度は、令和2年12月までの実績を使用。

データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」（7～9月の平均価格）

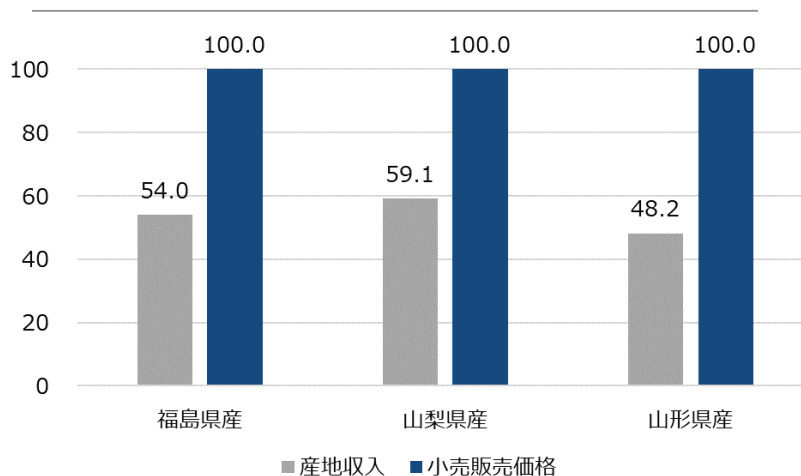
全国平均と福島県産の価格差の推移



※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

- 量販店の贈答用桃の事例。
 - この小売業者では、産地の集出荷業者から直接、贈答用桃を仕入れている。
 - 福島県産・他県産ともに、小売業者の値入率に明確な差は見られなかった。

桃の価格形成事例

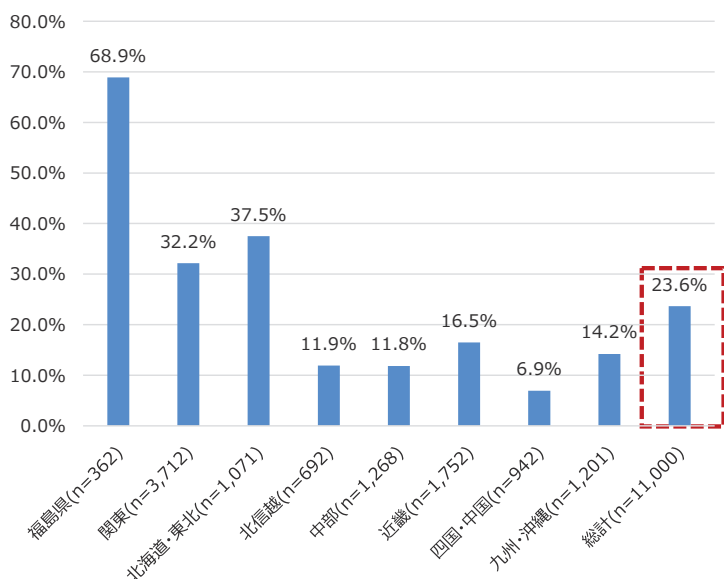


※数値は小売販売価格を100とした指数。
 ※福島県産は3商品の平均、山梨県産は7商品の平均、山形県産は1商品の値。

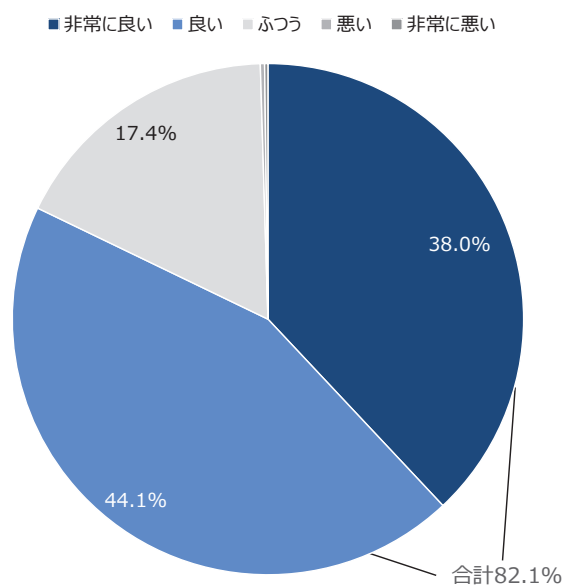
福島県産桃の消費者の購買経験と評価（アンケート調査）

- 全国の消費者のうち、福島県産桃を購買した経験がある消費者は23.6%であった。
 - 福島県内居住者では68.9%、北海道・東北居住者では37.5%、関東居住者では32.2%であった。
- 購買経験者に福島県産桃の評価を尋ねたところ、「非常に良い」「良い」が8割以上を占めた。

福島県産桃の購買経験率



福島県産桃購買者の評価（n=2,623）

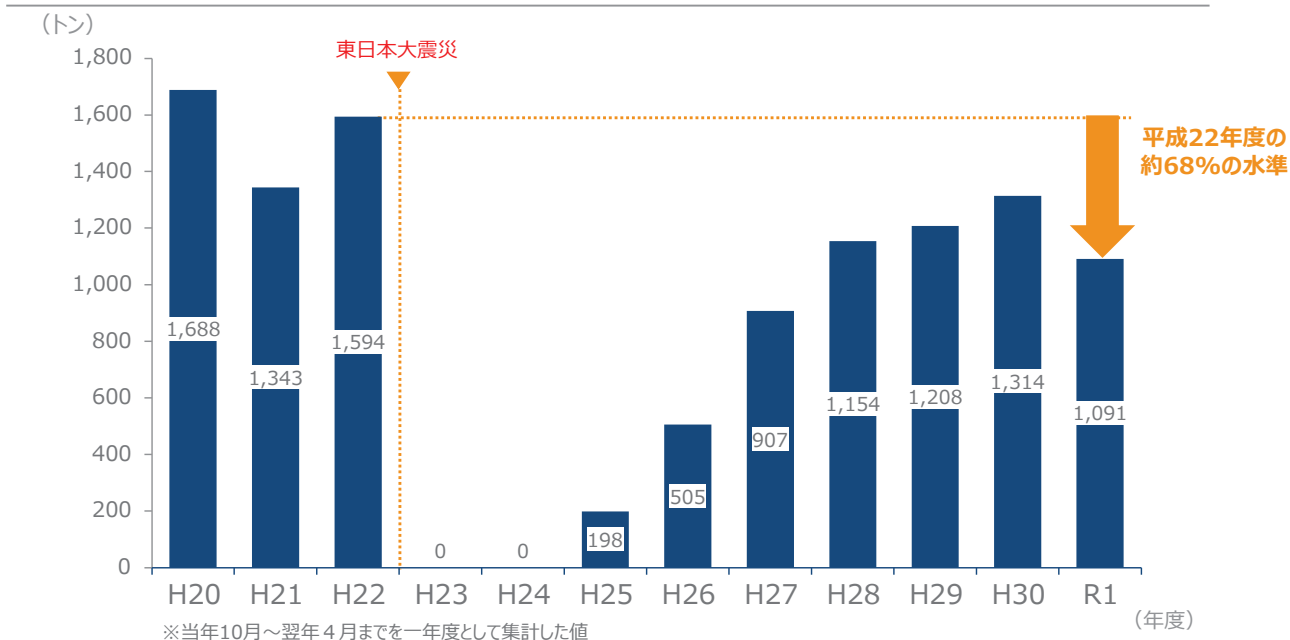


※購買経験率=1度でも購買したことがある人数/回答者数
 ※記憶に関する質問であるため、産地を認識せず買っていれば購買経験なしとなる。
 ※平成27年国勢調査における年代別人口比と合わせるため、ウェイトバック集計をしている。

※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。

- 福島県産あんぽ柿は、震災直後に出荷を自粛した後、平成25年度に出荷を再開して以降、徐々に出荷量が回復していたが、令和元年度で出荷量が減少した。
- 令和元年度の出荷量は、平成22年度実績の約68%となっている。

福島県産あんぽ柿の出荷量の推移



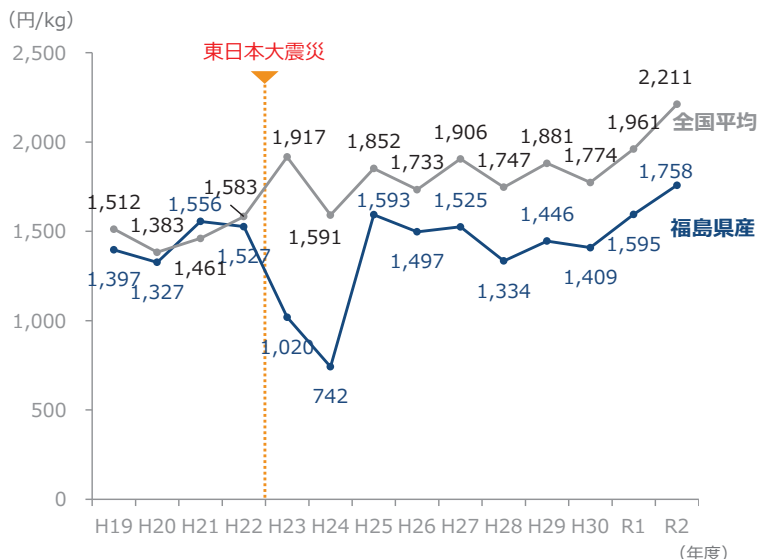
データ出所：福島県調べ

福島県産あんぽ柿の市場価格の推移（概要調査）

干し柿のデータ

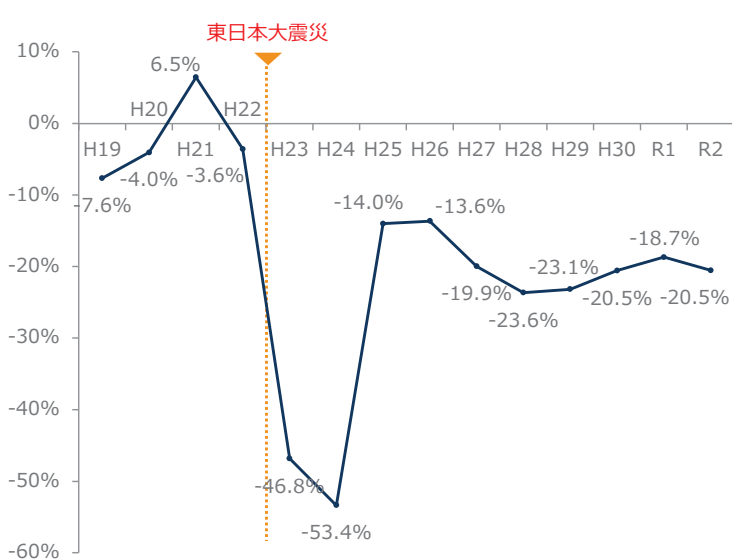
- 令和2年度の東京都中央卸売市場での干し柿の平均単価について、全国平均・福島県産ともに上昇しているが、全国平均との価格差は縮まっていない。
- 震災前は全国平均とほぼ同程度の価格であったが、近年は全国平均を下回る水準で推移している。

東京都中央卸売市場における平均単価の推移



※令和2年度は、令和2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

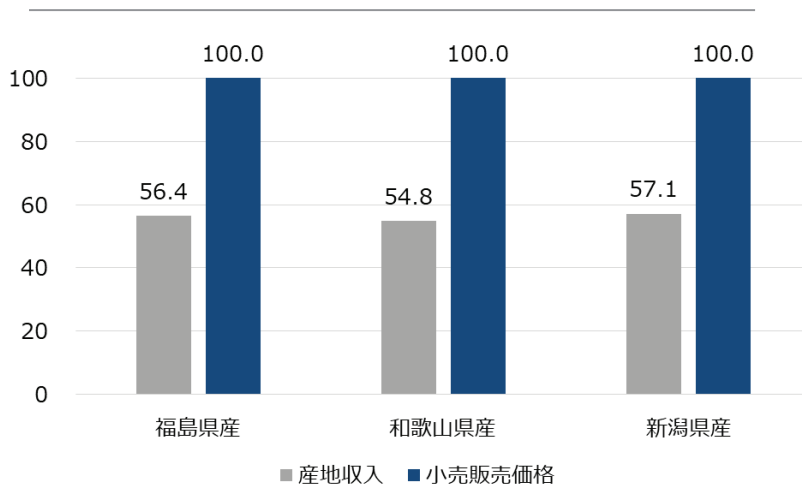


※福島県産と全国平均の価格差を、全国平均の価格で割った値。
例えば、福島県産が全国平均より1割安ければ-10%となる

データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

- 量販店の年末贈答用あんぼ柿の事例。
 - この小売業者では、産地の集出荷業者から直接、贈答用あんぼ柿を仕入れている。
 - 福島県産・他県産ともに、小売業者の値入率は全商品でほぼ同程度であった。

あんぼ柿の価格形成事例

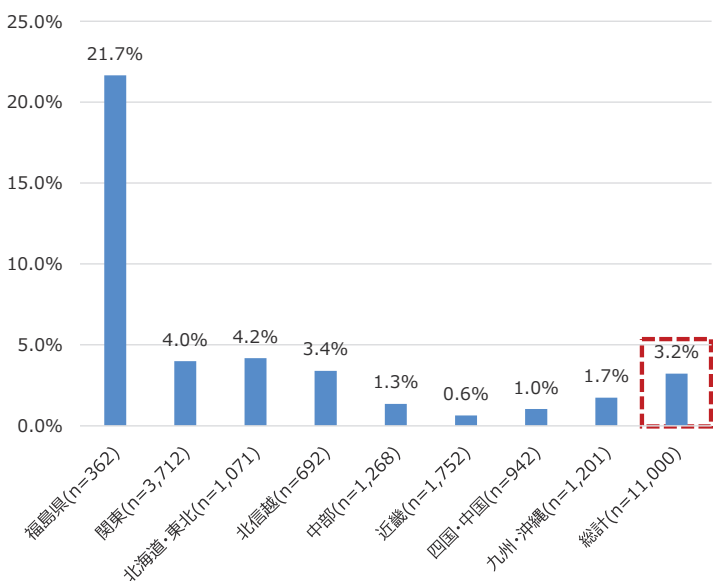


※数値は小売販売価格を100とした指数。
 ※福島県産と和歌山県産は5商品の平均、新潟県産は1商品の値。

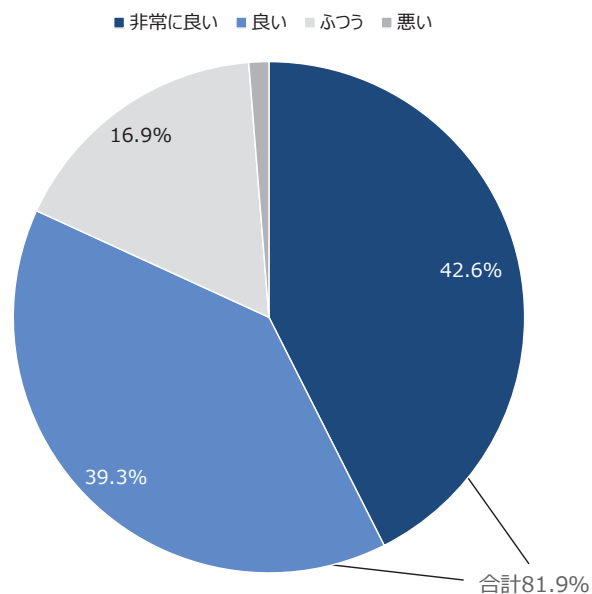
福島県産あんぼ柿の消費者の購買経験と評価（アンケート調査）

- 全国の消費者のうち、福島県産あんぼ柿を購買した経験がある消費者は3.2%であった。
 - 福島県内居住者では21.7%である。なお、北信越・中部以西への出荷は限定的と考えられる。
- 購買経験者に福島県産あんぼ柿の評価を尋ねたところ、「非常に良い」「良い」が8割以上を占めた。

福島県産あんぼ柿の購買経験率



福島県産あんぼ柿購買者の評価 (n=322)

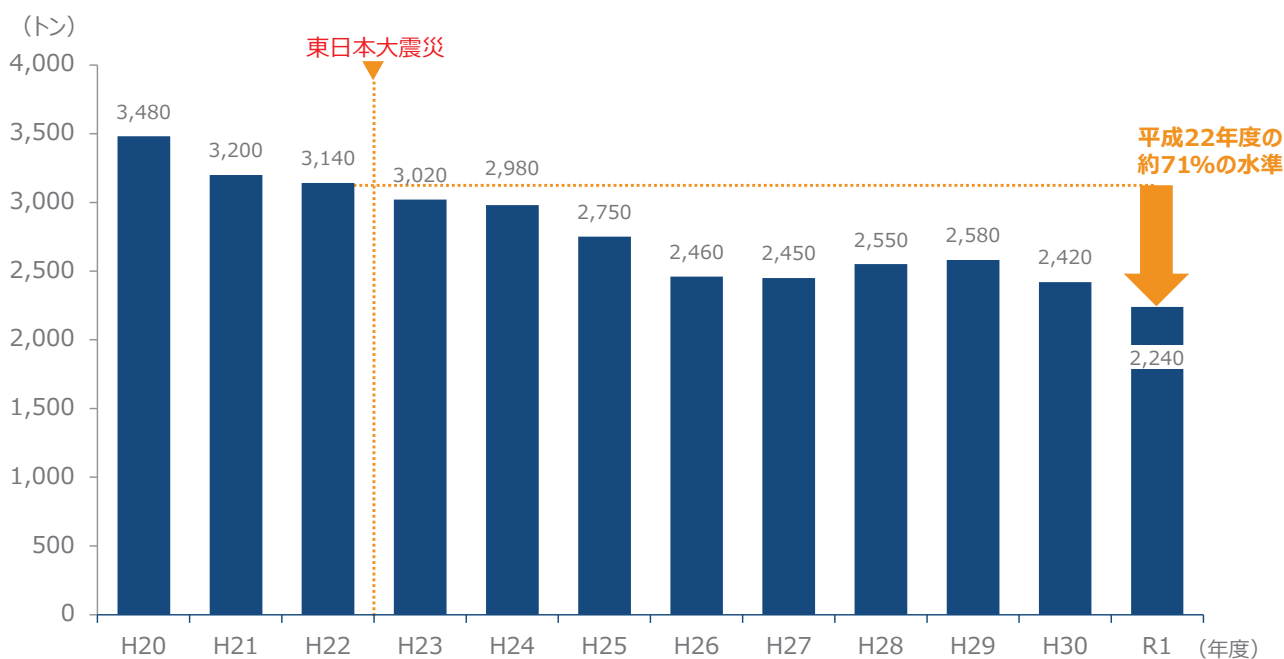


※購買経験率=1度でも購買したことがある人数/回答者数
 ※記憶に関する質問であるため、産地を認識せず買っていれば購買経験なしとなる。
 ※平成27年国勢調査における年代別人口比と合わせるため、ウェイトバック集計をしている。

※福島県産あんぼ柿を買ったことがある回答者のみに尋ねた質問。

- 福島県産夏秋ピーマンの出荷量は減少傾向にあったが、平成26年度以降はおおむね横ばいで推移している。
- 令和元年度の出荷量は、平成22年度の約71%であった。

福島県産夏秋ピーマンの出荷量の推移



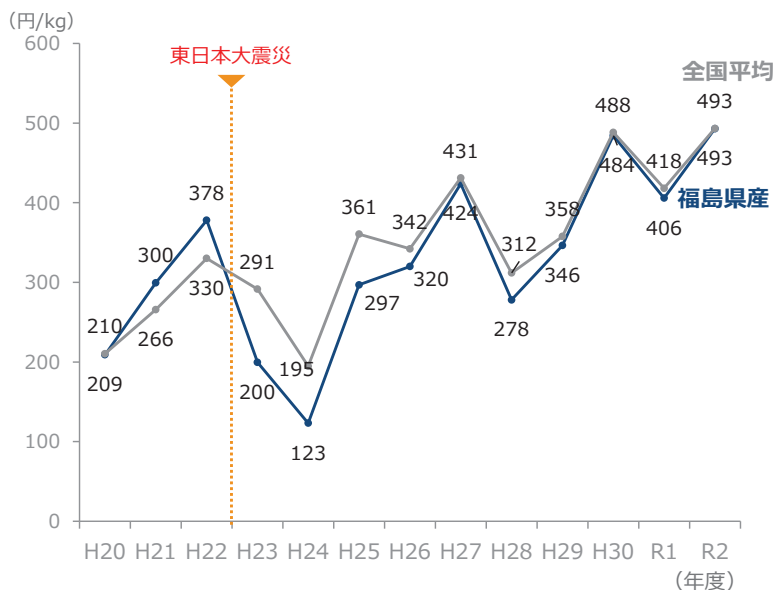
※夏秋ピーマン：主たる収穫・出荷期間が6月～10月。

データ出所：農林水産省「野菜生産出荷統計」

福島県産ピーマンの市場価格の推移（概要調査）

- 東京都中央卸売市場での福島県産ピーマンの平均単価は、平成29年度から令和2年度にかけて、全国平均に近い水準で推移。
- 震災前の2年間は全国平均より高単価であったが、震災前の水準までは回復していない。

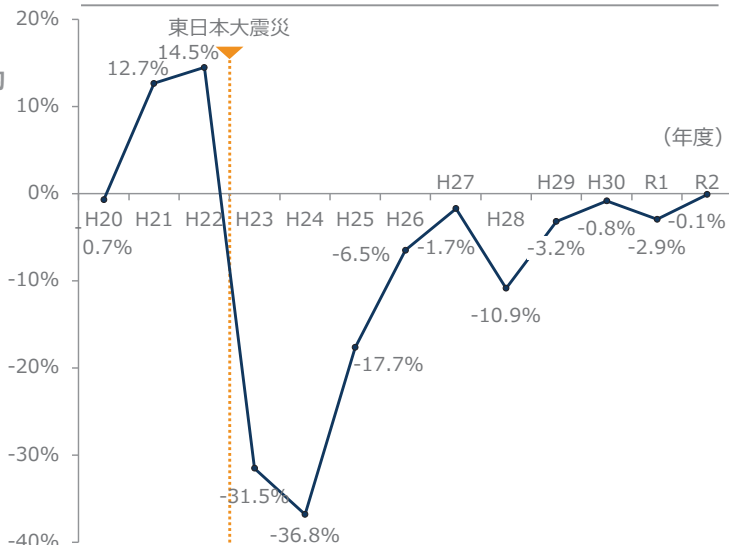
東京都中央卸売市場における平均単価の推移



※令和2年度は、令和2年12月までの実績を使用。

データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

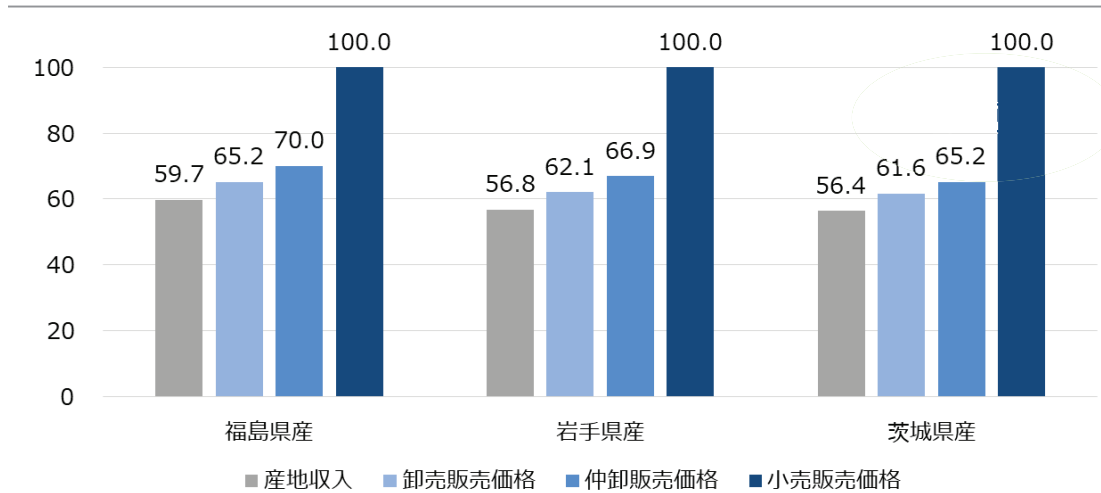
全国平均と福島県産の価格差の推移



※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。

- 首都圏の小売業者に至る事例。
 - 本事例の小売業者は特売時を除き、調査時期にピーマンの販売価格を固定していた。
 - 岩手県産・茨城県産の価格形成と比較すると、すべての段階で取引価格は、福島県産と近い値であった。
 - 産地によって価格を変えると手間が生じるため、小売業者は産地が異なっても同一の価格を設定。
 - 卸売業者と仲卸業者の販売価格も基本的に産地によって変えてはならず、一部で集荷のために福島県産品の価格が高くなることがあった。

ピーマンの価格形成事例

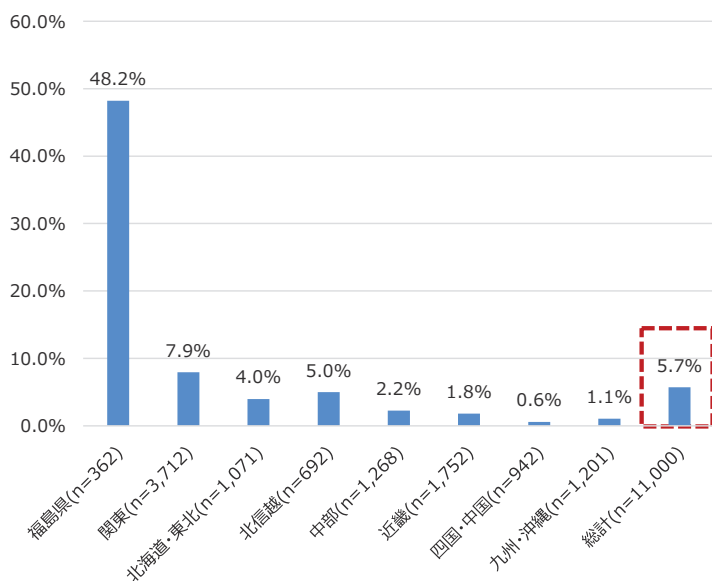


※数値は小売販売価格を100とした指数。

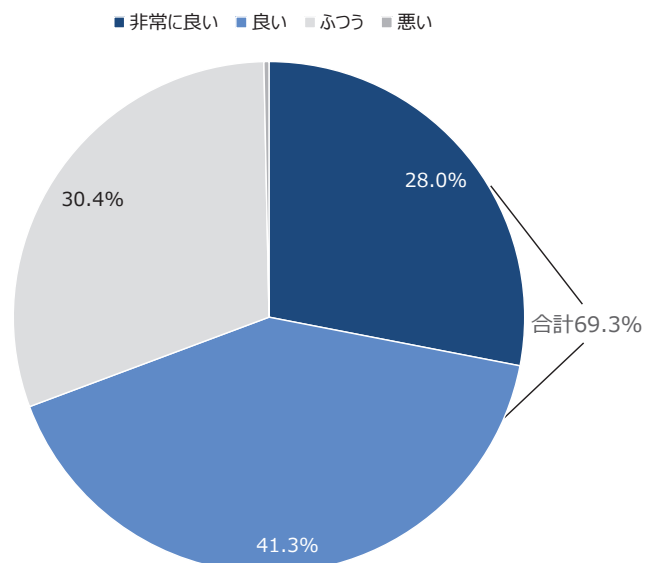
福島県産ピーマンの消費者の購買経験と評価（アンケート調査）

- 全国の消費者のうち、福島県産ピーマンを購入した経験がある消費者は5.7%であった。
 - 福島県内居住者では48.2%であった。
- 購買経験者に福島県産ピーマンの評価を尋ねたところ、「非常に良い」「良い」が7割近くを占めた。

福島県産ピーマンの購買経験率



福島県産ピーマン購買者の評価（n=600）

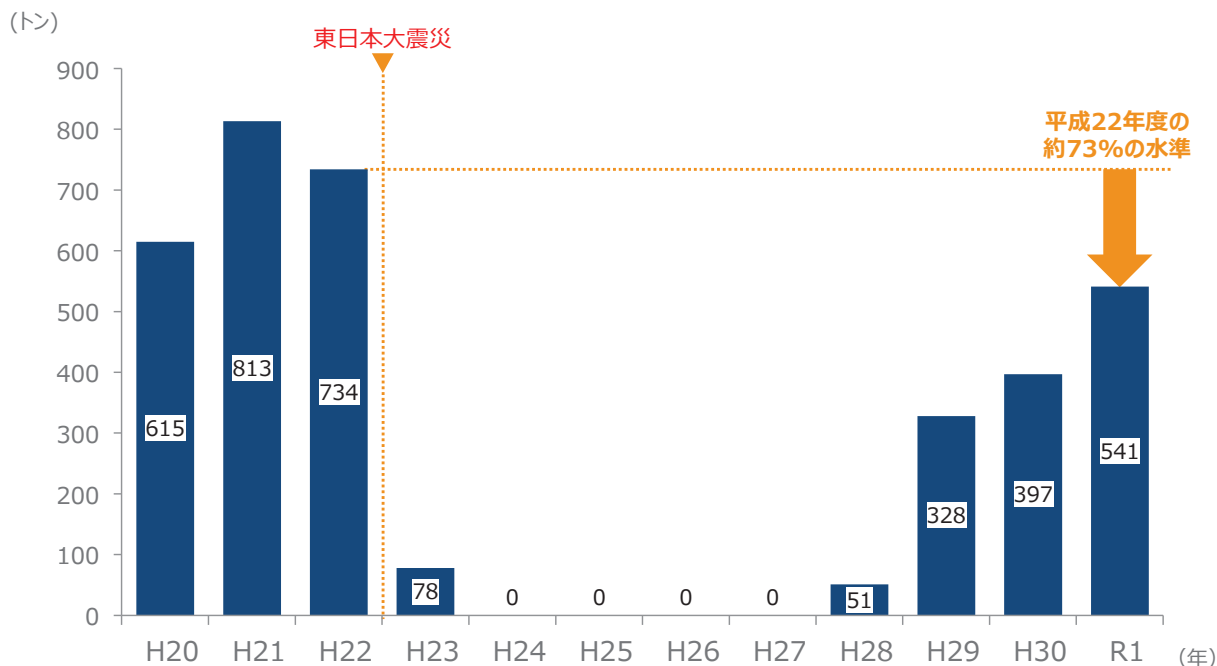


※購買経験率=1度でも購買したことがある人数/回答者数
 ※記憶に関する質問であるため、産地を認識せず買っていれば購買経験なしとなる。
 ※平成27年国勢調査における年代別人口比と合わせるため、ウェイトバック集計をしている。

※福島県産ピーマンを買ったことがある回答者のみに尋ねた質問。

- 福島県におけるヒラメの漁獲量は、震災直後大幅に減少した後、漁獲がほぼない状態で推移したが、令和元年には、平成30年より144トン(約36%)漁獲量が増え、平成22年の約73%まで回復している。

福島県におけるヒラメの漁獲量の推移

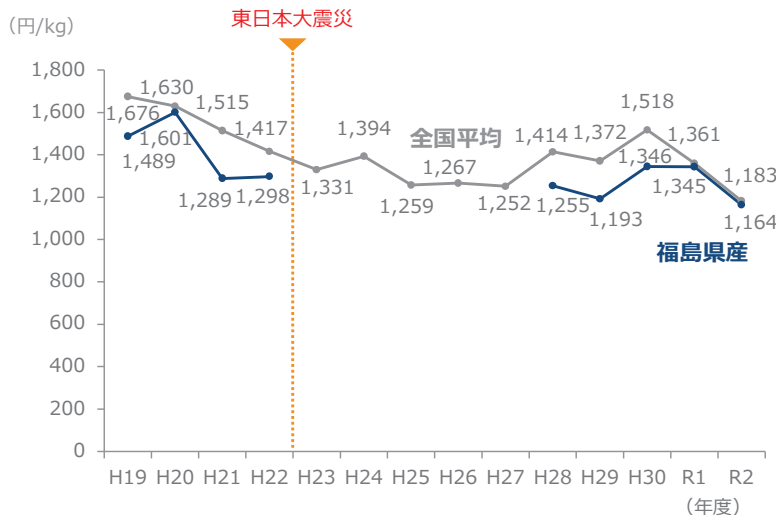


データ出所：農林水産省「漁業・養殖業生産統計」

福島県産ヒラメの市場価格の推移（概要調査）

- 東京都中央卸売市場での福島県産ヒラメの平均単価は、震災直後に大きく下落した後徐々に回復。令和元年度は全国平均が低下したこともあり、全国平均と同程度の平均単価となった。
- 全国平均価格との価格差は縮小傾向にある。

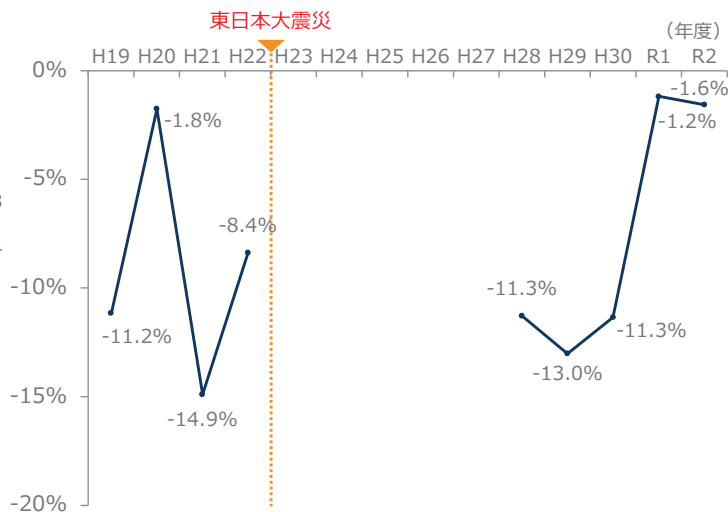
東京都中央卸売市場における平均単価の推移



※令和2年度は、令和2年12月までの実績を使用。

データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

全国平均と福島県産の価格差の推移

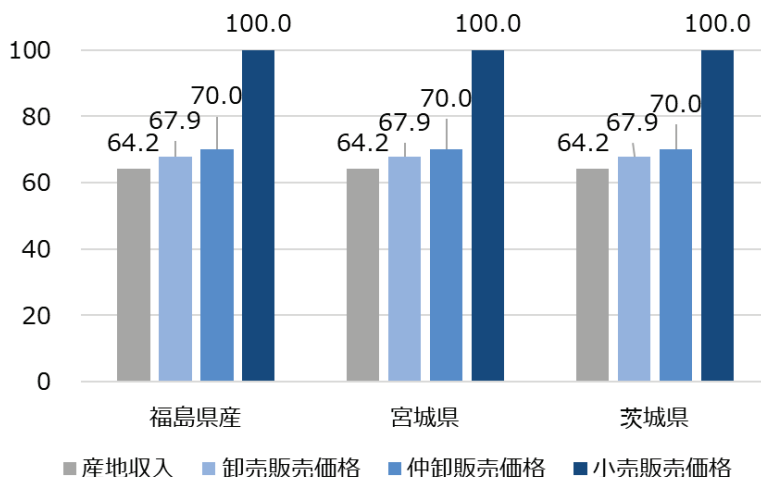


※福島県産と全国平均の価格差を、全国平均の価格で割った値。
例えば、福島県産が全国平均より1割安ければ-10%となる

※ 東日本大震災前の平成21年度と22年度にも、全国平均と比べて福島県産品の価格は低かった。平成21年度と22年度は、20年度と比べて東京都中央卸売市場における福島県産品の出荷が多く、シェアも高かった。
※ ヒラメは、平成28年に試験操業の対象魚種となり出荷が再開された。

- 調査をした福島県内の鮮魚チェーン店では、福島県産と他県産の価格形成に違いはなかった。
 - 卸売業者と仲卸業者の手数料率・値入率は固定されており、どの産地の産品でも同様であった。
 - 小売販売価格は、概ね小売利益率が30～35%となるよう設定されており、今回取得したデータでは産地間で同一であった。
 - 値付けの方法は産地を問わず共通しており、福島県産と他県産の価格形成に、明確な差異は見られなかった。

ヒラメの価格形成事例



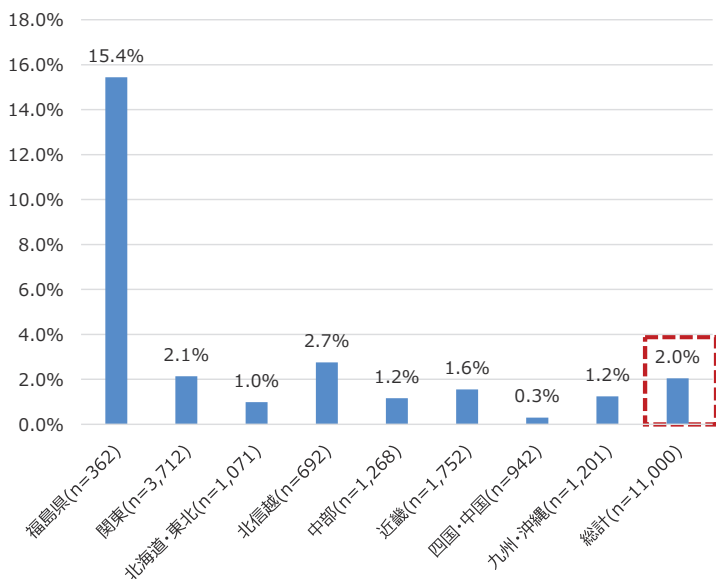
※本事例における「産地収入」は、卸売会社の仕入価格であり、産地仲卸業者の販売価格を指す。

※数値は小売販売価格を100とした指数。
※数値は3回調査をした平均値。

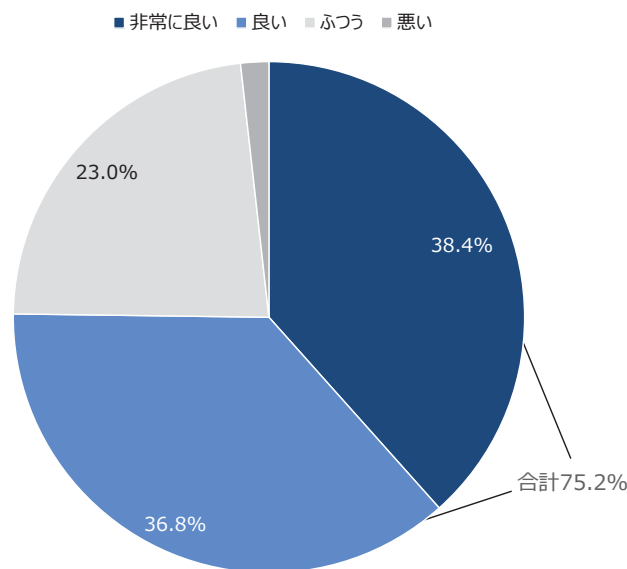
福島県産ヒラメの消費者の購買経験と評価（アンケート調査）

- 全国の消費者のうち福島県産ヒラメを購入した経験がある消費者は2.0%であった。
 - 福島県内居住者では15.4%であった。
- 購買経験者に福島県産ヒラメの評価を尋ねたところ、「非常に良い」「良い」が8割近くを占めた。

福島県産ヒラメの購買経験率



福島県産ヒラメ購買者の評価（n=209）



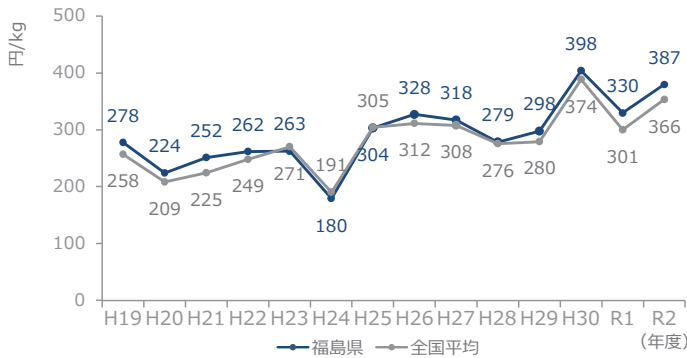
※購買経験率=1度でも購買したことがある人数/回答者数
※記憶に関する質問であるため、産地を認識せず買っていたら購買経験なしとなる。
※平成27年国勢調査における年代別人口比と合わせるため、ウェイトバック集計をしている。

※福島県産ヒラメを買ったことがある回答者のみに尋ねた質問。

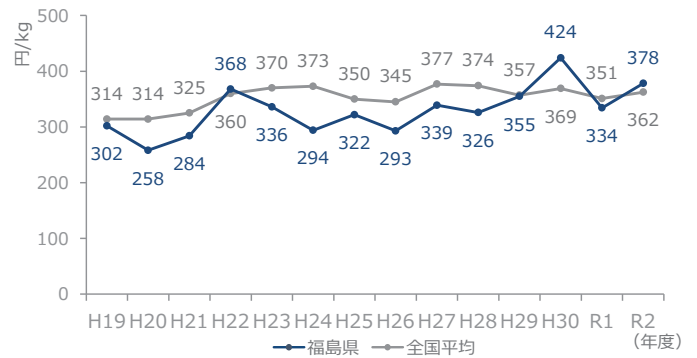
品目別価格推移 その他の品目（野菜）

- 夏秋きゅうりの価格は、おおむね全国平均と同水準で推移している。
- トマト、アスパラガスやさやいんげんの価格は、近年、全国平均価格の前後で推移。

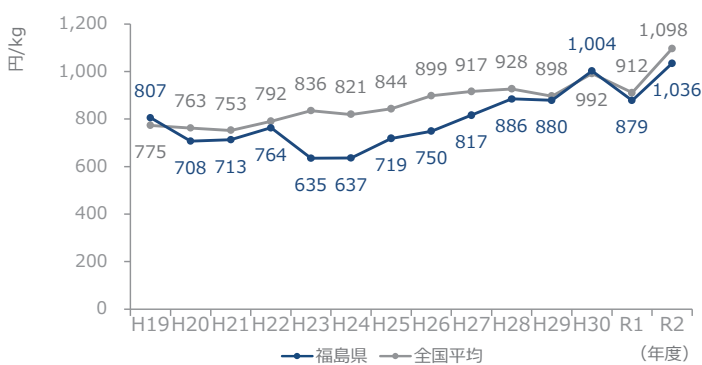
夏秋きゅうりの東京都中央卸売市場における価格の推移



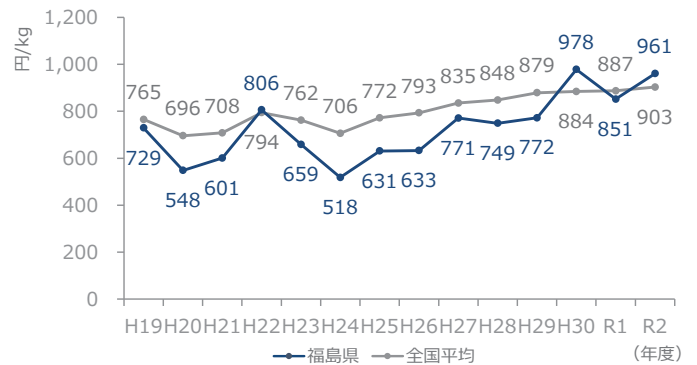
トマトの東京都中央卸売市場における価格の推移



アスパラガスの東京都中央卸売市場における価格の推移



さやいんげんの東京都中央卸売市場における価格の推移



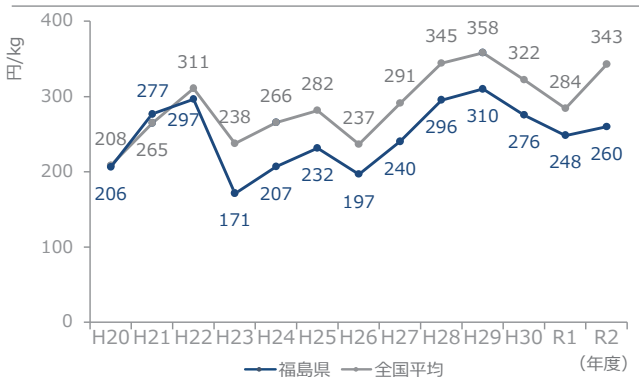
データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

※それぞれ年度単位の数値であり、令和2年度は令和2年12月までのデータを使用。

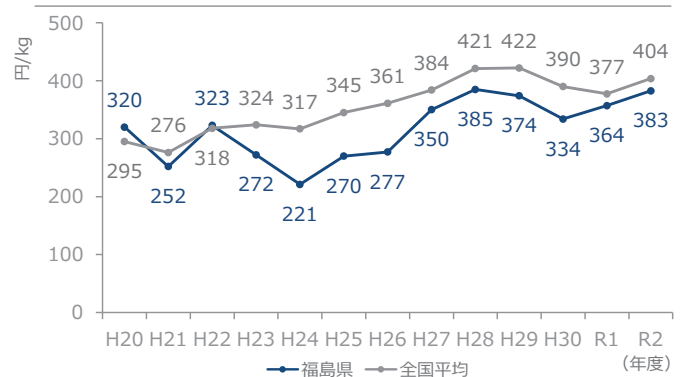
品目別価格推移 その他の品目（野菜）

- ねぎとブロッコリー、グリーンピースの価格は、震災後平成30年度のグリーンピースを除いて全国平均より低い水準で推移している。

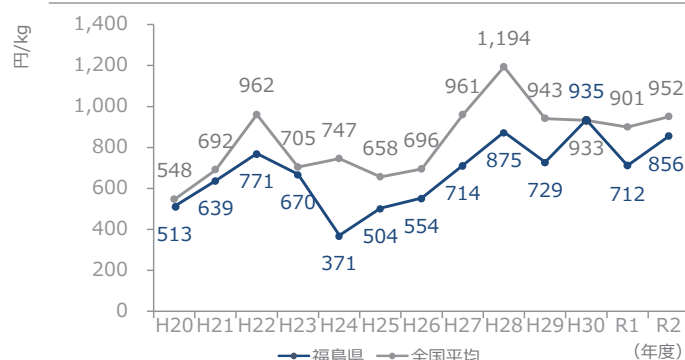
ねぎの東京都中央卸売市場における価格の推移



ブロッコリーの東京都中央卸売市場における価格の推移



グリーンピースの東京都中央卸売市場における価格の推移

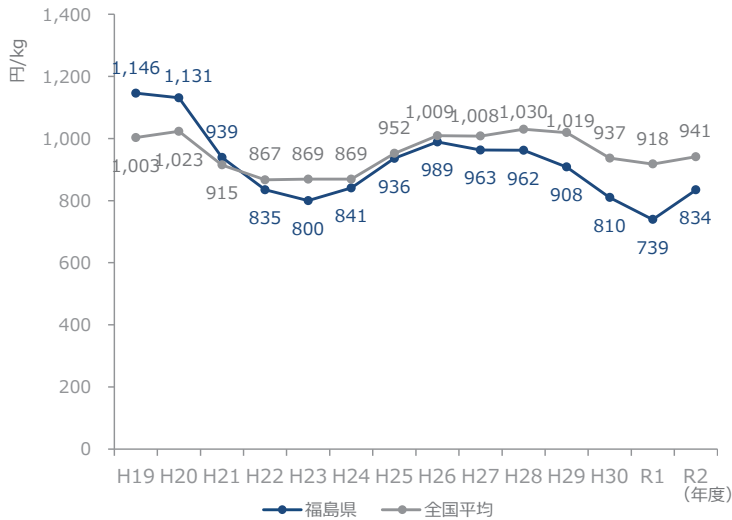


データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

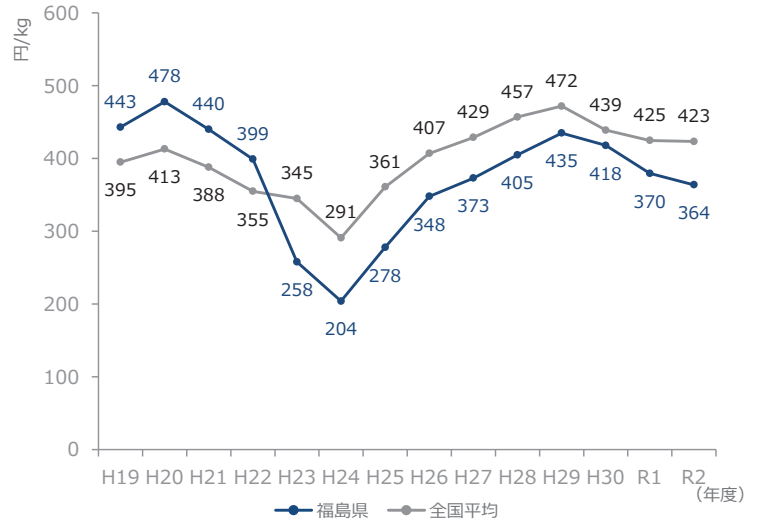
※それぞれ年度単位の数値であり、令和2年度は令和2年12月までのデータを使用。

- 生しいたけの価格は、平成22年度以降、全国平均を下回って推移している。
- なめこの価格は、震災前には全国平均を上回っていたが、震災後は全国平均を下回って推移している。

生しいたけの東京都中央卸売市場における価格の推移



なめこの東京都中央卸売市場における価格の推移



※ 農林水産省「特用林産物生産統計調査」によると、生しいたけのうち比較的価格の高い原木栽培の割合は、平成22年には全国16.2% に対して福島県21.1%であったが、令和元年には全国8.3%に対して福島県3.4%となっており、原木栽培と菌床栽培との構成が異なっていることに留意する必要がある。なお、原木しいたけは東日本大震災後に福島県の一部地域で出荷制限されているが、他の地域で毎年生産が続いている。

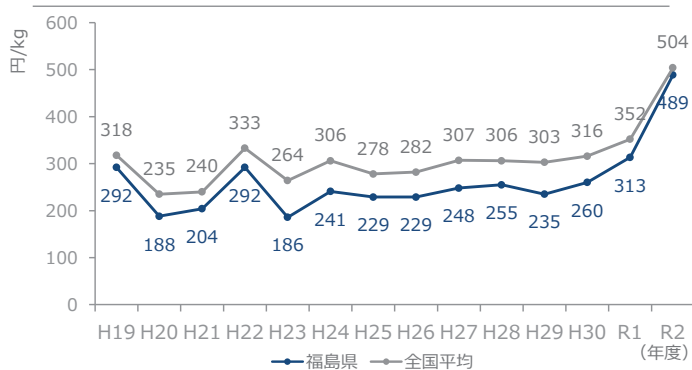
データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

※それぞれ年度単位の数値であり、令和2年度は令和2年12月までのデータを使用。

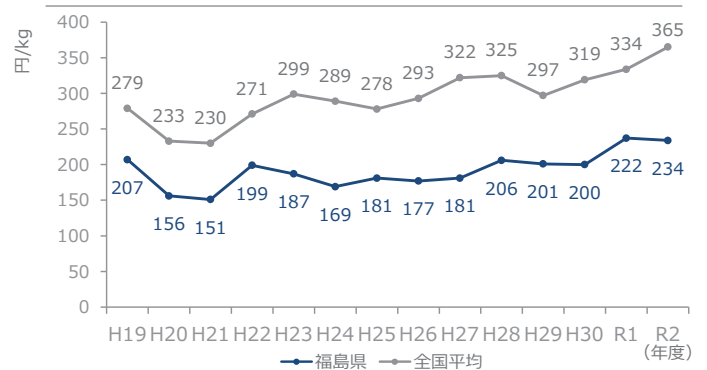
品目別価格推移 その他の品目（果物）

- 梨やりんごの価格は、全国平均を下回って推移しており、特にりんごでは価格差が大きい。
- ぶどうの価格は、震災前には全国平均を上回っていたが、震災後は全国平均を下回って推移している。

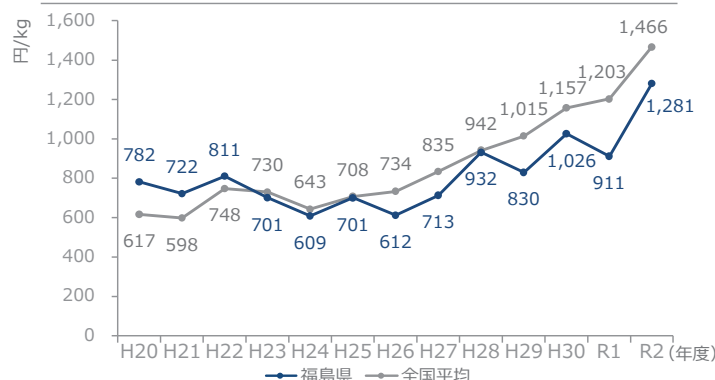
梨の東京都中央卸売市場における価格の推移



りんごの東京都中央卸売市場における価格の推移



ぶどうの東京都中央卸売市場における価格の推移

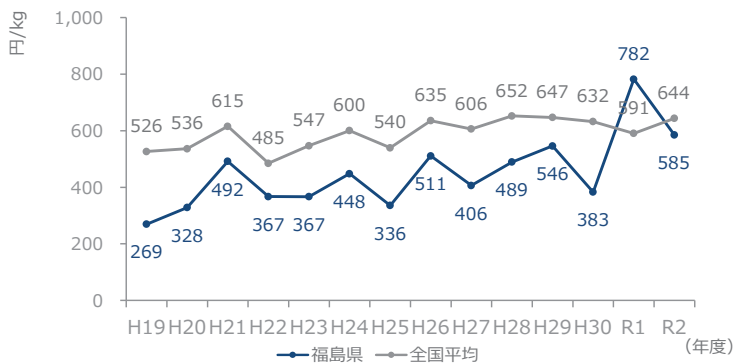


データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

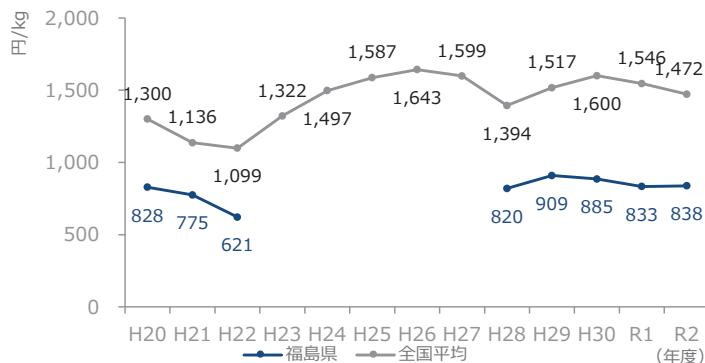
※それぞれ年度単位の数値であり、令和2年度は令和2年12月までのデータを使用。

- カツオの価格は、令和元年度を除いて全国平均より低い水準で推移している。
- マアナゴの価格は、全国平均を大幅に下回って推移している。

カツオの東京都中央卸売市場における価格の推移



マアナゴの東京都中央卸売市場における価格の推移

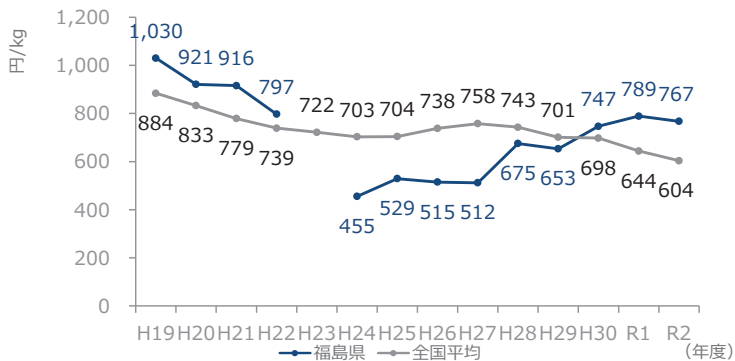


データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

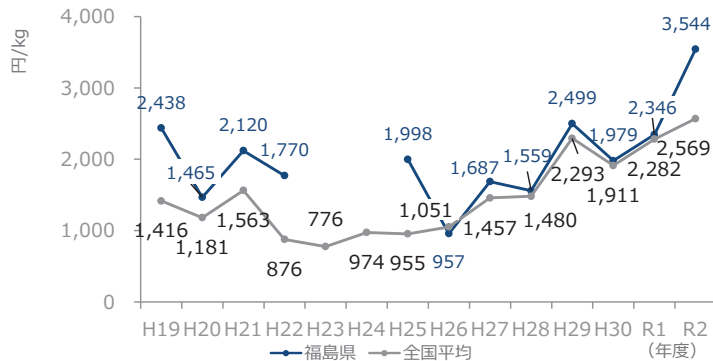
※マアナゴは、平成28年に試験操業の対象魚種となり出荷が再開された。
※それぞれ年度単位の数値であり、令和2年度は令和2年12月までのデータを使用。

- カレイ類の価格は、震災前は全国平均を上回っていたが、震災後に全国平均を下回り、平成26年以降は全国平均価格の前後で推移している。
- コウナゴの価格は、平成26年度以降おおむね全国平均と同水準で推移していたが、令和2年度は福島県産の価格が急上昇し、全国平均を上回っている。

カレイ類の東京都中央卸売市場における価格の推移



コウナゴの東京都中央卸売市場における価格の推移

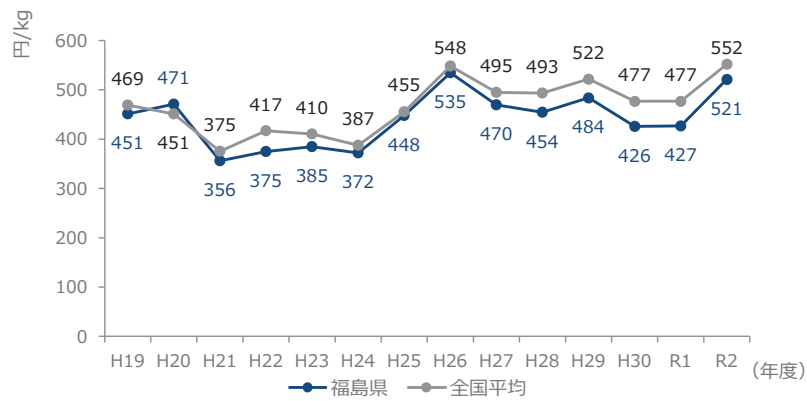


データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

※カレイ類は、平成24年以降魚種ごとに順次試験操業の対象魚種となり出荷が再開された。
コウナゴは、平成25年に試験操業の対象魚種となり出荷が再開された。
※コウナゴは近年の全国的不漁のため参考値。
※それぞれ年度単位の数値であり、令和2年度は令和2年12月までのデータを使用。

- 豚肉の価格は、全国平均を下回って推移している。

豚肉の東京都中央卸売市場における価格の推移



データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

※それぞれ年度単位の数値であり、令和2年度は令和2年12月までのデータを使用。

(参考) 県産品重点6品目 出荷量について

米 牛肉 桃 あんぽ柿 ピーマン ヒラメ 他の品目

福島県産

データ出所	品目	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1
農林水産省「作物統計(主食用米)」100トン	米	4,382	4,366	4,457	3,536	3,687	3,826	3,819	3,654	3,563	3,514	3,641	3,685
東京都中央卸売市場「市場統計情報」頭	牛肉	7,274	6,707	7,264	5,925	6,015	6,487	7,173	6,840	5,732	5,073	4,984	4,857
農林水産省「果樹生産出荷統計」100トン	桃	294	279	262	265	252	271	270	245	270	265	225	249
農林水産省「特産果樹生産動態等調査」トン	干し柿	1,780	1,329	1,423	20	20	183	403	790	965	1,159	1,314	-
農林水産省「野菜生産出荷統計」100トン	ピーマン	35	32	31	30	30	28	25	25	26	26	24	22
農林水産省「漁業・養殖業生産統計」トン	ヒラメ	615	813	734	78	0	0	0	0	51	300	397	541

全国平均

データ出所	品目	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1
農林水産省「作物統計(主食用米)」100トン	米	88,150	84,660	84,780	83,970	85,190	86,030	84,350	79,860	80,420	78,220	77,800	77,620
東京都中央卸売市場「市場統計情報」頭	牛肉	65,015	64,327	69,295	67,041	71,103	74,227	76,666	69,919	64,334	61,728	62,178	62,836
農林水産省「果樹生産出荷統計」100トン	桃	1,441	1,383	1,257	1,281	1,237	1,141	1,254	1,114	1,166	1,151	1,044	995
農林水産省「特産果樹生産動態等調査」トン	干し柿	6,879	5,440	5,348	3,977	4,750	4,433	5,371	5,917	5,922	5,426	5,197	-
農林水産省「野菜生産出荷統計」100トン	ピーマン	1,292	1,223	1,181	1,224	1,254	1,263	1,272	1,228	1,270	1,298	1,245	1,295
農林水産省「漁業・養殖業生産統計」トン	ヒラメ	7,500	7,218	7,701	6,653	6,057	7,509	7,911	7,906	7,043	7,084	6,568	6,920

(参考) 県産品重点6品目 価格について

米 データ出所：農林水産省「米の相対取引価格」に基づく県推定値

産年単位		H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1
福島県産品	単価 (円/60kg)	13,992	15,262	14,299	12,507	14,442	15,897	13,381	10,718	12,066	13,792	15,203	15,223	15,223
全国平均		14,164	15,146	14,470	12,711	15,215	16,501	14,341	11,967	13,175	14,307	15,595	15,688	15,716
価格の指数		-1.2%	0.8%	-1.2%	-1.6%	-5.1%	-3.7%	-6.7%	-10.4%	-8.4%	-3.6%	-2.5%	-3.0%	-3.1%

牛肉 データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」 単位：円

年度単位	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2
福島県産品	2,075	1,859	1,764	1,711	1,115	1,440	1,644	1,796	2,278	2,427	2,298	2,382	2,236	1,994
全国平均	2,130	1,948	1,835	1,787	1,580	1,769	1,933	2,078	2,491	2,677	2,574	2,642	2,509	2,311
価格の指数	-2.6%	-4.6%	-3.9%	-4.3%	-29.4%	-18.6%	-15.0%	-13.6%	-8.6%	-9.3%	-10.7%	-9.8%	-10.9%	-13.7%

桃 データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」 単位：円

7~9月	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2
福島県産品	428	357	379	438	222	339	355	358	429	398	409	491	502	621
全国平均	446	404	405	466	388	438	460	451	509	495	534	598	597	706
価格の指数	-4.0%	-11.5%	-6.4%	-5.9%	-42.8%	-22.5%	-22.8%	-20.6%	-15.8%	-19.6%	-23.3%	-18.0%	-15.9%	-12.0%

あんぽ柿 データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」(干し柿の価格を掲載) 単位：円

年度単位	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2
福島県産品	1,397	1,327	1,556	1,527	1,020	742	1,593	1,497	1,525	1,334	1,446	1,409	1,595	1,758
全国平均	1,512	1,383	1,461	1,583	1,917	1,591	1,852	1,733	1,906	1,747	1,881	1,774	1,961	2,211
価格の指数	-7.6%	-4.0%	6.5%	-3.5%	-46.8%	-53.4%	-14.0%	-13.6%	-20.0%	-23.6%	-23.1%	-20.6%	-18.7%	-20.5%

ピーマン データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」 単位：円

7~9月	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2
福島県産品	334	209	300	378	200	123	297	320	424	278	346	484	406	493
全国平均	303	210	266	330	291	195	361	342	431	312	358	488	418	493
価格の指数	-0.7%	-0.7%	12.7%	14.5%	-31.5%	-36.8%	-17.7%	-6.5%	-1.7%	-10.9%	-3.2%	-0.8%	-2.9%	-0.1%

ヒラメ データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」 単位：円

年度単位	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2
福島県産品	1,489	1,601	1,289	1,298	-	-	-	-	-	1,255	1,193	1,346	1,345	1,164
全国平均	1,676	1,630	1,515	1,417	1,331	1,394	1,259	1,267	1,252	1,414	1,372	1,518	1,361	1,183
価格の指数	-11.2%	-1.8%	-14.9%	-8.4%	-	-	-	-	-	-11.3%	-13.0%	-11.3%	-1.2%	-1.6%