

4. 水産物の漁獲量の変動による価格動向の分析調査 調査の趣旨

- 試験操業終了後の操業拡大によっては、回復しつつある福島県産水産物の価格が再び低落する懸念があることから、過去の漁獲量や価格データ等を用いて福島県産水産物の漁獲量の変動による価格動向を分析・調査した。
- 具体的には、事業者に対して漁獲量の増大に対する意向や価格の現状についてヒアリングするとともに、東京都中央卸売市場のデータを用いて、市場の取扱量と価格の関係を分析した。

ヒアリング調査	漁獲量の変動について	価格について
	<ul style="list-style-type: none">今後の漁獲量の増大を見越して、福島県産品の取扱量を増やすかや、漁獲量に関する要望をヒアリングした。調査対象者として、産地の仲買業者、福島県内の卸売業者・仲卸業者、首都圏の卸売業者・仲卸業者及び加工業者、小売業者、外食業者にヒアリングを行った。	<ul style="list-style-type: none">価格の状況について把握するために、産地価格と消費地市場の価格のそれぞれについて、現状をヒアリングした。
データ分析		
	<ul style="list-style-type: none">消費地市場における福島県産品の取扱いが増えた場合の価格への影響を把握するために、市場の統計データを分析した。具体的には、東京都中央卸売市場の統計データから、福島県の主要な水産物について、市場の取扱量と価格の関係を定式化した。定式化にあたっては、東京都中央卸売市場の卸売会社にヒアリングをして、価格に影響する取扱量以外の要因を把握して分析を行った。	

27

4. 水産物の漁獲量の変動による価格動向の分析調査 漁獲量の変動に関わるヒアリング

- 多くの流通業者等が、産地での漁獲量拡大の要望を述べた。また、販路を拡大するには安定的な出荷が必要となることから、漁獲量を増やすだけでなく、安定的・計画的に漁獲をしてほしいという要望も上げられた。

流通業者等の取扱量増加の意向	ヒアリング結果
	<ul style="list-style-type: none">毎週金曜日に翌週の操業日が決まるので、販売の計画が立てにくい。いつ水揚げがあるか分からないので、顧客がつきにくく売りにくいと感じている。安定的な人数を雇用するためにも安定的な漁獲量がほしい。（産地仲買）現状、福島県産品は供給量が足りていない。価格の問題はあるが、漁獲量が増えたら、既存の取引先は購入量を増やしてくれると思う。（卸売）今後、漁獲量が震災前の程度に戻ったとしても、思いつく課題は特段ない。量が増えれば価格が下がるのは当然であるし、他県並みの価格になると思う。そのバランスがとれるのであれば、増えても問題ない。漁獲量が増えれば、それなりの売り方が可能である。（卸売）以前は福島県産品を扱っていた店に、現在は他県産品を卸している状況である。そこに卸す商品は、福島県産品に戻したいと思っている。取り扱いを増やしたときに売り切れるかという心配は特にしていない。今はむしろ、入荷量が足りない状況である。ただし、増えすぎると売るのは厳しくなるし、価格も落ち着くだろう。漁獲量が増えたら、福島県外にも販売をしていきたい。（卸売）現在の5割増しくらいが良い。昔はいくら量が多くても売れたが、魚の消費量が落ちてきているため、現在の2倍になると卖るのが難しい。（卸売）1ヶ月の出漁回数を産地で調整している。月の前半に出漁が多いと、後半は出漁がなく、後半に福島県産品の入荷がないこともある。福島県産品は品質が良いだけに、安定的な物量が欲しい。入荷があるとき・ないときが激しいと扱いづらい。（卸売）増えたら増えたなりに工夫をして売り切る。今は水揚げが少なく、工夫をする対象にもならない。小さいこどものいる家庭でも魚が健康に良いとわかっているので、需要はあると思う。（仲卸）漁獲量が増えたとしても、福島県産品だからたくさん買うということはないし、買い控えることはない。どの産地も平等に取り扱っている。（小売）

28

4. 水産物の漁獲量の変動による価格動向の分析調査 価格に関するヒアリング

- 福島県内の港における産地価格は、近年の高値が指摘されている。一方で消費地価格については、一部の例外はあるものの安値になっているとの声が多い。ただし、震災に関する理由だけでなく、近年は産地に関わらず安いという指摘も含まれる。

ヒアリング結果

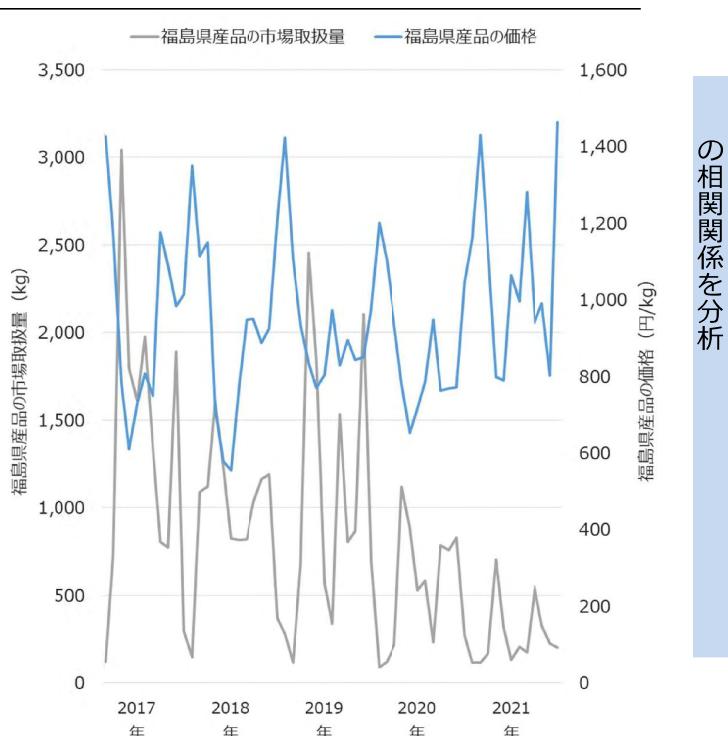
産地価格	<ul style="list-style-type: none">産地価格については、コロナ禍の中で去年より値段が出ているものもある。（漁協）震災前と比べて三陸・常磐近辺では漁獲量がだいぶ減っており、産地価格は震災前より高くなっている。（卸売）
消費地の価格	<p>(安値というコメント)</p> <ul style="list-style-type: none">福島県産品を評価してくれる東京の取引先もあるが、スーパーの取引価格は安い。（産地仲買）福島県産品だから安いのではなく、全体的に価格が下がっている。（産地仲買）福島県産品だから価格を安く設定するというわけではないが、福島県産品は総じて他産地産よりキロ100～200円安く、価格差が固定化している。（卸売）品質が同じであっても、福島県産品は他産地産よりも需要が弱い。福島だから安くという話をするわけではないが、何となく安い相場感がでているかもしれない。（卸売）福島県産ヒラメの価格は、流通量が極めて少なかった震災直後には平均単価3,000円ほどだったが、ここ数年は取扱量が増えたこともあり1,500円ほどで推移している。（卸売） <p>(高値というコメント)</p> <ul style="list-style-type: none">福島県産品の単価は他県よりも安いということではなく、むしろ高いくらいである。（卸売）今は漁獲量が少なく県内市場での価格は高い。（仲卸）

29

4. 水産物の漁獲量の変動による価格動向の分析調査 価格動向に関するデータ分析（マアナゴの場合）

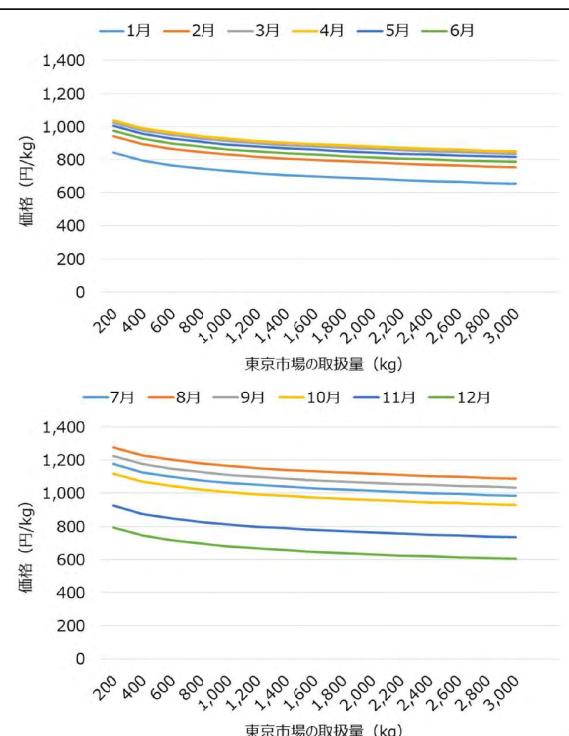
- 東京都中央卸売市場の経年データをもとに、取扱量と価格について分析した。
- 福島県の主要な水産物（マアナゴ、ヒラメ、ヤナギムシガレイ）について分析し、市場の取扱量と価格の関係を表すとともに、いずれの品目でも価格には、取扱量よりも季節性の影響が大きいことを明らかにした。

福島県産マアナゴの取扱量と価格



ため、取扱量と価格の季節性を明らかにする
月ごとに過去の取扱数量と価格
の関係を分析

福島県産マアナゴの取扱量と価格の関係



30

5. 総括 調査結果のまとめ

実施した調査

県産品重点
6品目の状況

事業者と消費者
へのアンケート
調査

調査で明らかになった実態

- 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しきれていない品目が残る。

明らかになった施策の効果や課題

- 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。

- 認識の齟齬の問題は、過年度調査と比べ一部の業種を除き改善傾向。
- 事業者に仕入時の重視点を尋ねたところ、「品質の良さ」「品質の安定性」「安全・安心であること」が上位でありつつ、品目によっては「ブランド力」や「供給量の安定性」、「価格の安定性」等が上位となった。
- 消費者の食品の購入先として、インターネット通販サイトが拡大していた。
- 福島牛やあんぽ柿は、競合と比べて他者への推奨意向が少し弱い点が課題といえる。

- 流通事業者間における認識の齟齬は改善されつつあるが、引き続き認識の齟齬の解消に向けた取組が必要である。
- 品目ごとの仕入時の重視点や受容価格帯はそれぞれ異なり、それに合わせた商品開発や価格設定が必要である。
- 小売業態ごとの利用状況はそれぞれ異なり、変化への対応が必要である。
- プロモーションに関しては消費者の認知や評価の改善を図るだけでなく、消費者間で話題に上がるための施策についても検討が必要といえる。

5. 総括 調査結果のまとめ

実施した調査

福島県产品的
取扱いを拡大
するための
マーケティング
実証調査

調査で明らかになった実態

- 福島牛に関しては、他の銘柄牛と比べて「高級感」や「ブランド力」に課題があった。
 - 小売店頭で「機能系訴求」と「情緒系訴求」を行ったところ、「高級感」については具体的な記載をした機能系訴求が勝り、「ブランド力」に関しては両訴求に目立った差が見られなかった。
- あんぽ柿については、高齢以外の層の認知度に課題があった。
 - 小売店頭での訴求により50代以下の層の認知度がより高まった。
- 商品仕入時の重視点として、青果（定番及びギフト）と牛肉において、おいしさや価格だけでなく、安定供給が求められた。

明らかになった施策の効果や課題

- 訴求内容によって評価を変えられる項目が異なり、消費者のどのような評価を高めたいかを調査・整理し、販売促進に取り組むことが必要である。
- 訴求内容によって、どのような属性の消費者に影響を与えるかが異なり、ターゲットに合わせたマーケティング活動が必要である。
- おいしさや価格だけでなく、安定供給の体制を見直すことが、定番及びギフトの販路拡大に必要である。

水産物の漁獲
量の変動による
価格動向の
分析調査

- ヒアリングを行った事業者の多くから、今後の漁獲量増加を望む声があがった。また、販売のためには漁獲量増加だけでなく、安定した量の漁獲をすることも必要であるとの指摘がなされた。
- 東京都中央卸売市場における福島県産品のデータを分析し、価格には、取扱量よりも季節性の影響が大きいことを明らかにした。

- 流通事業者の要望する漁獲量増加や安定供給に向けて、関係者と連携し、出荷量の増大を計画的に取り組むことが大切。