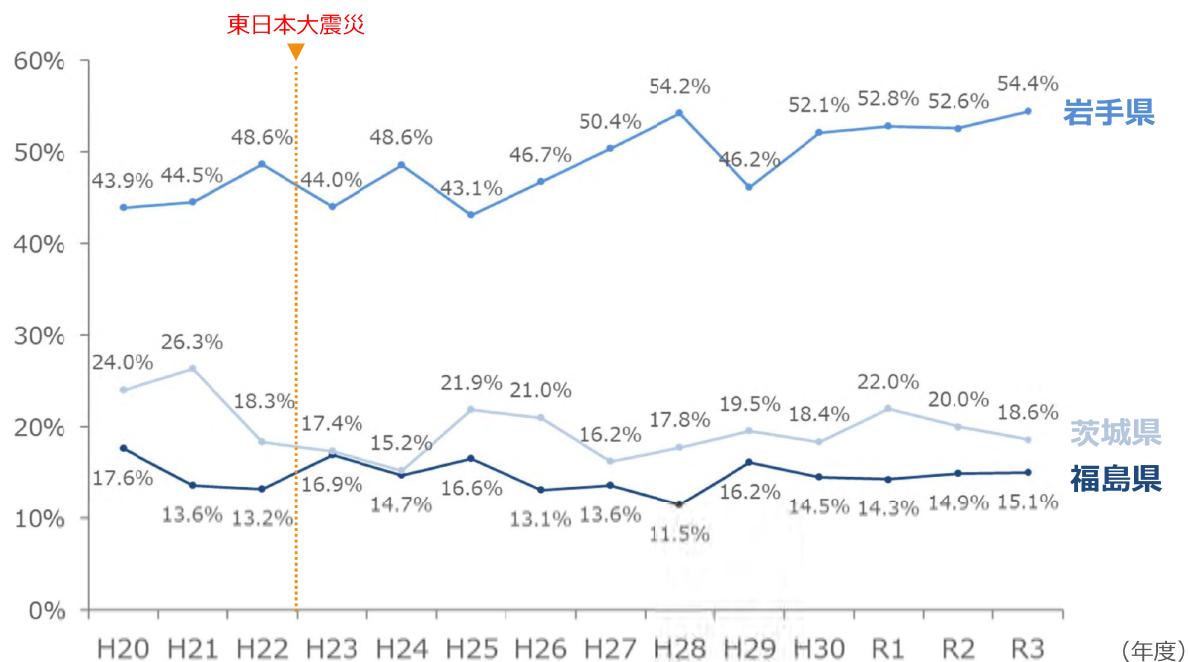


東京都中央卸売市場における福島県産ピーマンのシェアの推移

東京都中央卸売市場の8月の福島県産ピーマンのシェアは、震災前から大きく変動しておらず、15%前後のシェアで推移している。

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)



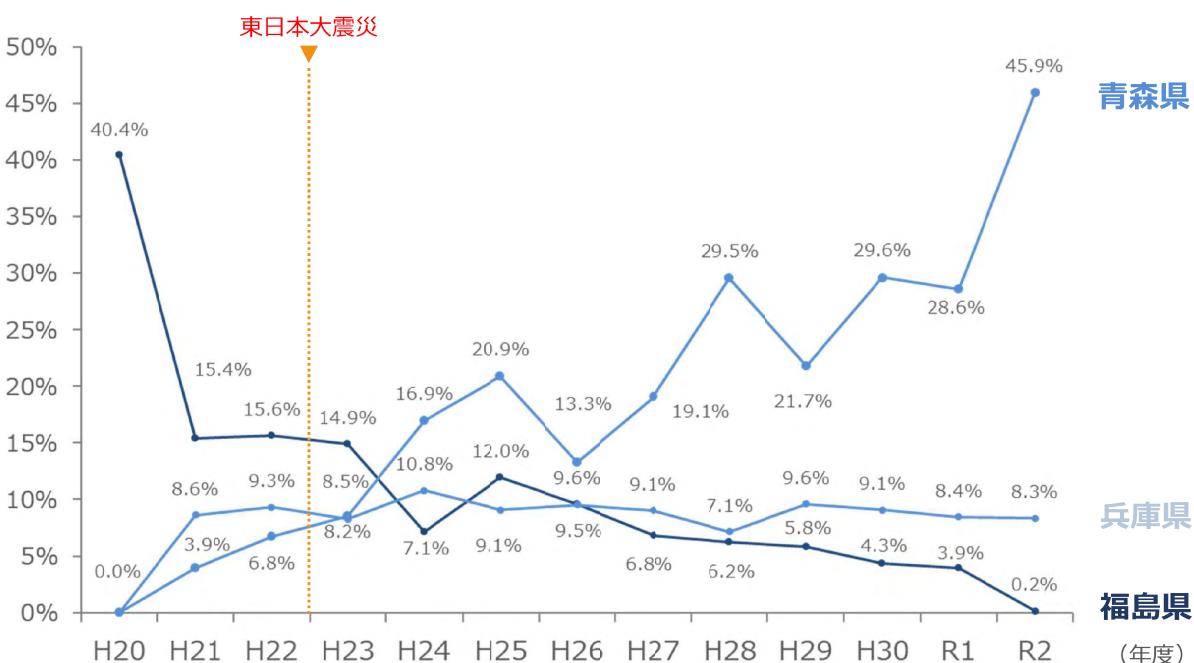
データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

371

大阪市中央卸売市場における福島県産ピーマンのシェアの推移

大阪市中央卸売市場の8月の福島県産ピーマンのシェアは、震災以降、徐々に減少している。一方で、震災前は福島県産よりもシェアが低かった青森県産は、平成24年に福島県産を上回り、令和2年度は約45.9%のシェアとなった。

大阪市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：大阪市中央卸売市場からの提供データ

372

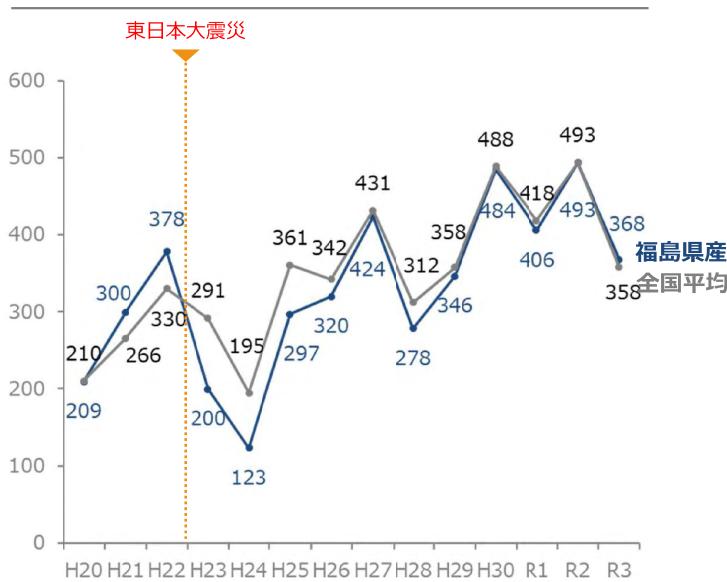
4. 各取引段階の“価格”の変化

373

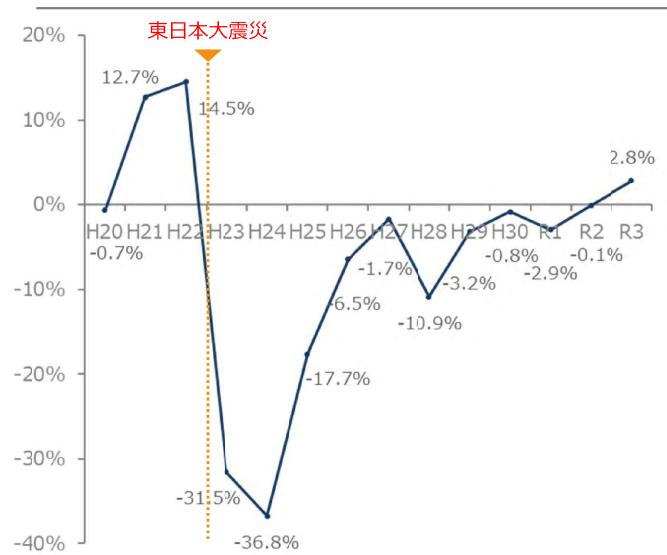
価格の概況（全国平均との価格差）

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年度以降、全国平均に近い水準で推移しており、令和3年度は震災後初めて全国平均単価を上回った。

東京都中央卸売市場における平均単価の推移



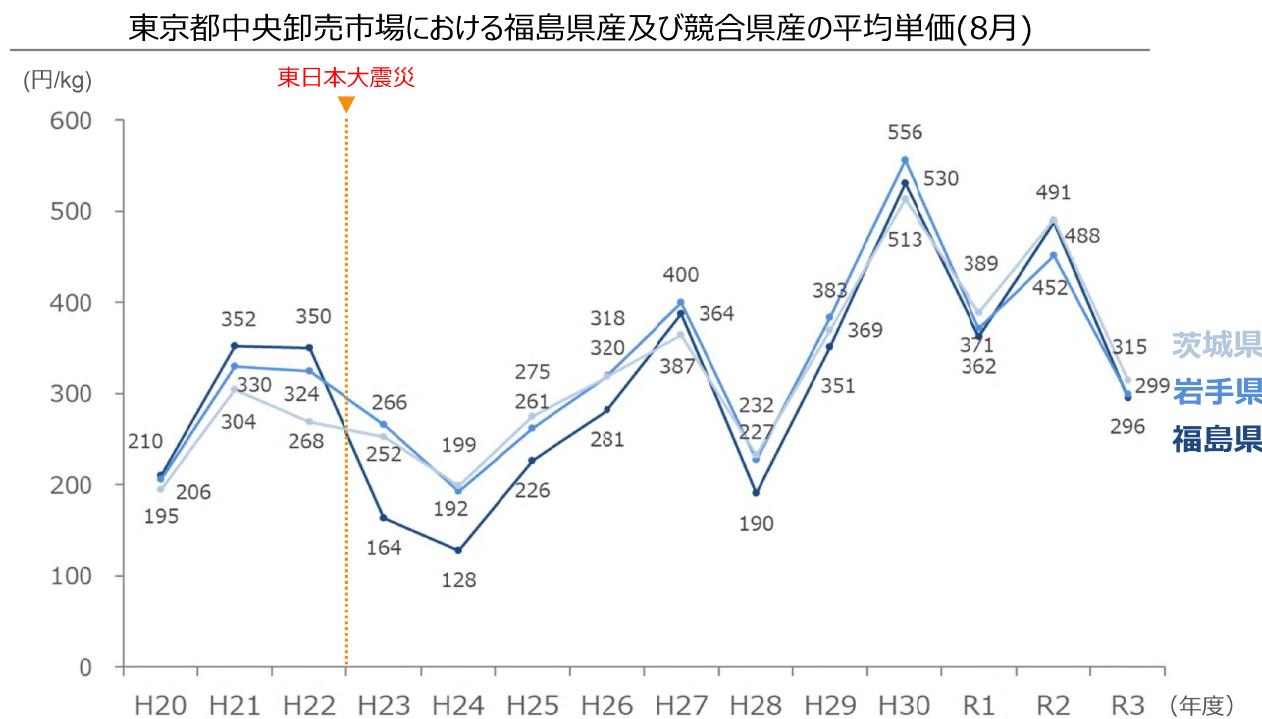
全国平均と福島県産の価格差の推移



※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割安い場合は-10%となる。

東京都中央卸売市場における福島県産ピーマンの単価の推移

東京都中央卸売市場の8月の福島県産ピーマンの平均単価は、震災後、岩手県産・茨城県産よりも低い水準で推移していたが、近年では同程度の水準である。

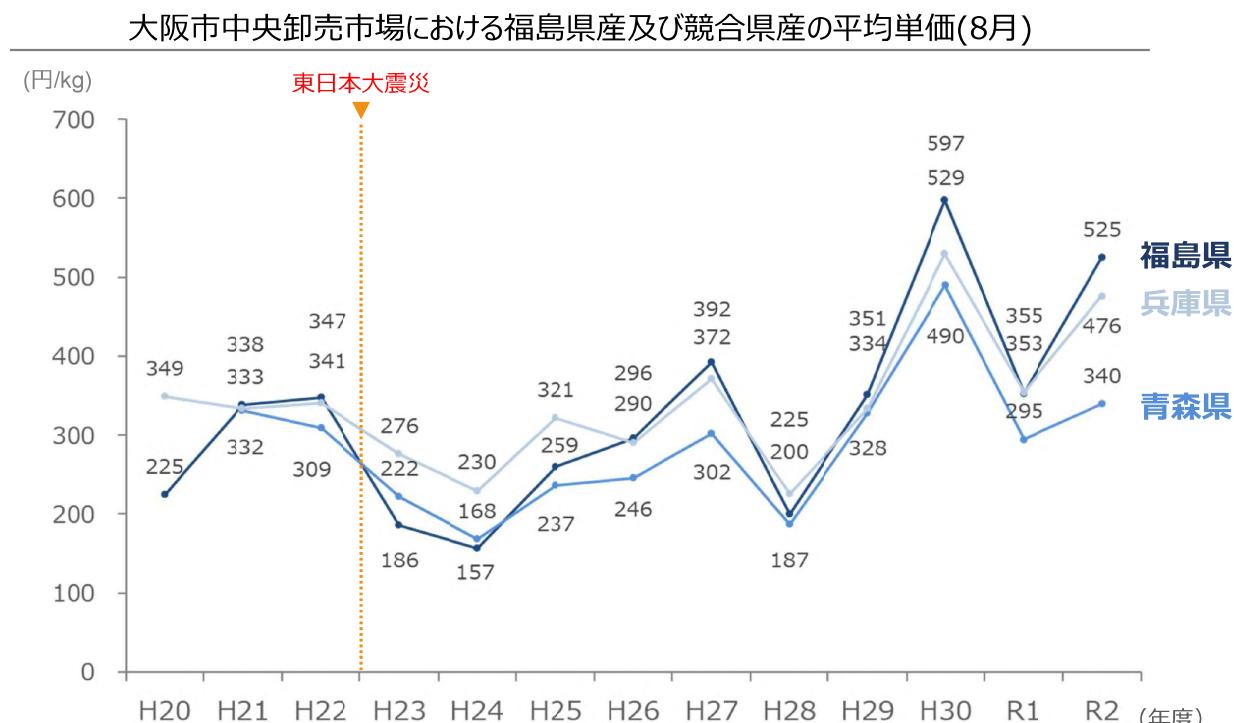


データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

375

大阪市中央卸売市場における福島県産ピーマンの単価の推移

大阪市中央卸売市場の8月の福島県産ピーマンの平均単価は、震災直後に兵庫県産・青森県産を下回る水準となった。その後、価格ポジションは変化し、令和2年度はこれらの産地のピーマンの平均単価を上回っている。



データ出所：大阪市中央卸売市場からの提供データ

※平成20年は青森県のデータがないため、0円となっている。

376

価格形成に関する事例調査(追跡調査)を行い、福島県産ピーマン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

- 袋入り150gのピーマン。

対象期間

- 期間：令和3年8月
(事例2の茨城県産のみ7月)

調査ルート

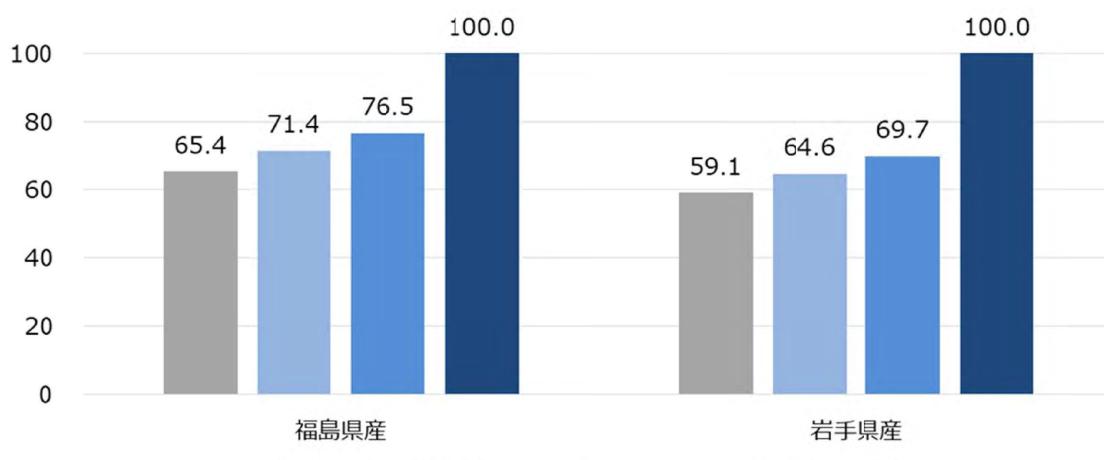
- 首都圏内の小売業へ流通するルート：2ルート。
 - うち1ルートは競合産地産の価格も収集。
- 福島県内の小売業へ流通するルート：1ルート。
 - このルートにおいても、競合産地産の価格を収集。

377

ピーマンの価格形成事例1

- 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。
 - 卸売業者は委託手数料率8.5%で委託販売していた。そのため産地収入は、卸売価格に比例している。
 - 岩手県産の価格形成と比較すると、小売価格に対する産地収入の比率は、福島県産がやや高い値。
 - 本流通ルートは、過年度の調査では福島県産と岩手県産に明確な差は見られなかったが、近年は福島県産品の市場への入荷量の減少から、福島県産の仕入が高値になっているとのことであった。

ピーマンの価格形成事例1



※数値は小売価格を100とした指標。

※産地収入とは集出荷業者の販売価格のことを指す。

※福島県産、岩手県ともに、8月中の同じ3日間の値の平均値。

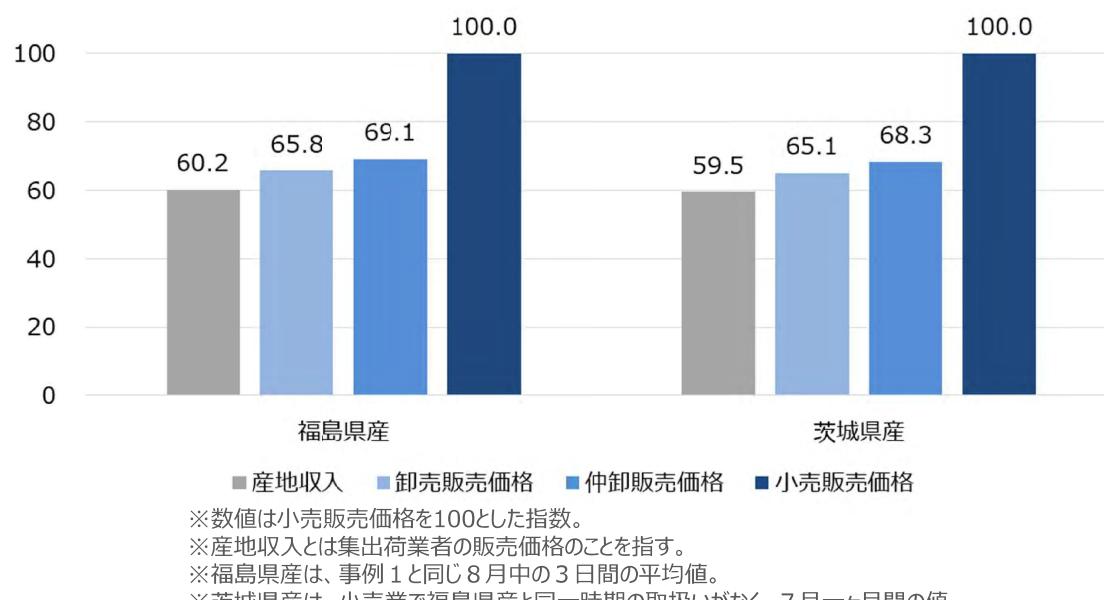
378

ピーマンの価格形成事例 2

- 福島県内の小売業者に至る事例。
 - この事例では、小売業者は価格設定を店舗に任せており、店舗によってマージンは異なる。
 - 仲卸業者は、常に卸売業者からの仕入価格に5%を乗せて小売業者に販売。
 - 卸売業者は委託販売をしており、産地によらず委託手数料率は8.5%で固定。
- 本事例において、福島県産と茨城県産で、価格形成に目立った違いは見られなかった。

※福島県産は8月、茨城県産は7月のデータである

ピーマンの価格形成事例 2

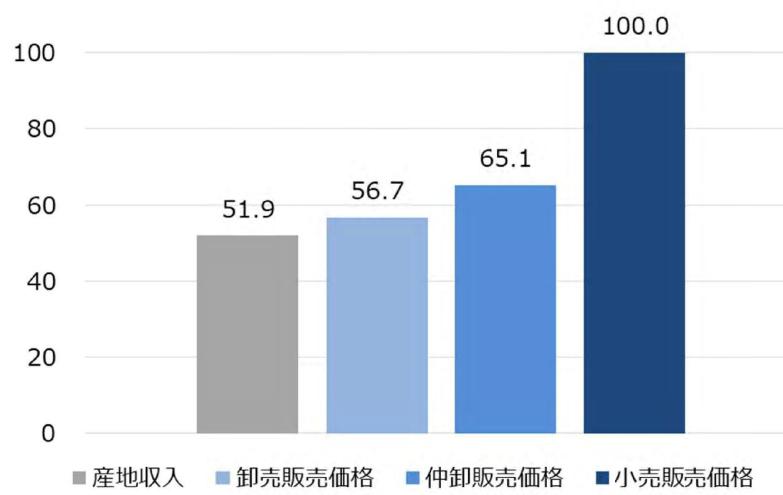


379

ピーマンの価格形成事例 3

- 首都圏の小売業者に至る事例。
 - 小売業者と仲卸業者の販売価格は相場によって変動していたが、卸売業者は委託販売をしており委託手数料率は8.5%で固定。
 - 事例1と同様に、産地収入は卸売販売価格に比例している。

ピーマンの価格形成事例 3



380

いずれの事例でも卸売業者は委託販売をしており、産地収入は卸売業者の販売価格に比例していた。また、競合産地との比較では、価格形成に明確な違いは見られなかった。

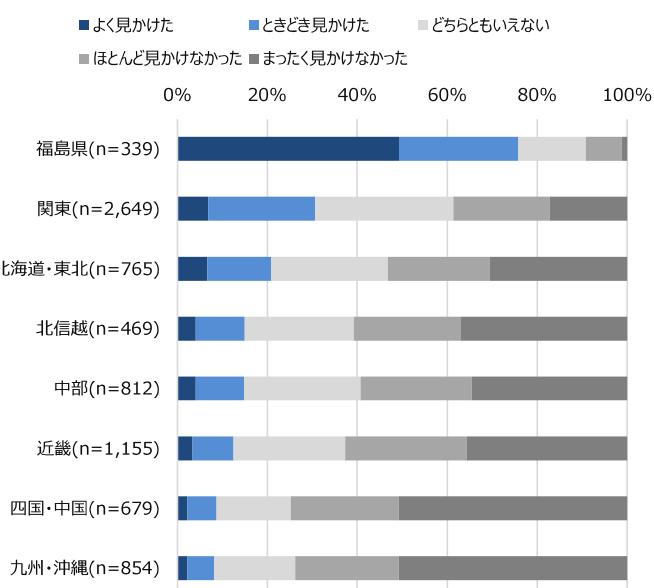
- 各事例の共通点として、産地の収入は卸売販売価格に比例していた。
 - すべての事例で、卸売業者は委託販売をしており、委託手数料率は8.5%で固定されていた。
 - 事例によって小売業者や仲卸業者のマージンは異なるが、それらに関わらず、産地収入は卸売業者の販売価格に比例している。
 - 産地収入を上げるためにには、卸売業者に高く売ってもらうことが重要といえる。
- 今回調査した事例では、競合産地との明確な違いは見られなかった。
 - 産地によって価格を変えると手間が生じるため、小売業者は産地が異なっても同一の価格を設定していた。また、卸売業者や仲卸業者のマージンも、基本的には競合産地と同一であった。

5. 福島県産品に対する認識

福島県産ピーマンを見た経験と購買経験（消費者アンケート）

福島県産ピーマンをよく見かけた人の割合は、福島県で高く、他の地域では10%に満たない。福島県産ピーマン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7.7%であった。

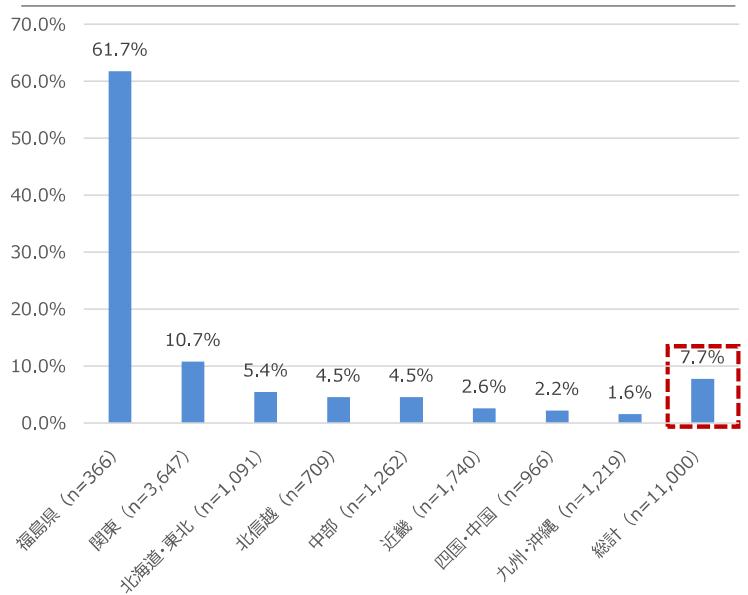
福島県産ピーマンを店頭で見たか



※過去1～2年に、店頭で福島県産ピーマンを見た記憶を尋ねた。

※nは「分からぬ」を選択した回答者を除いて算出。

福島県産ピーマンの購買経験率



※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。

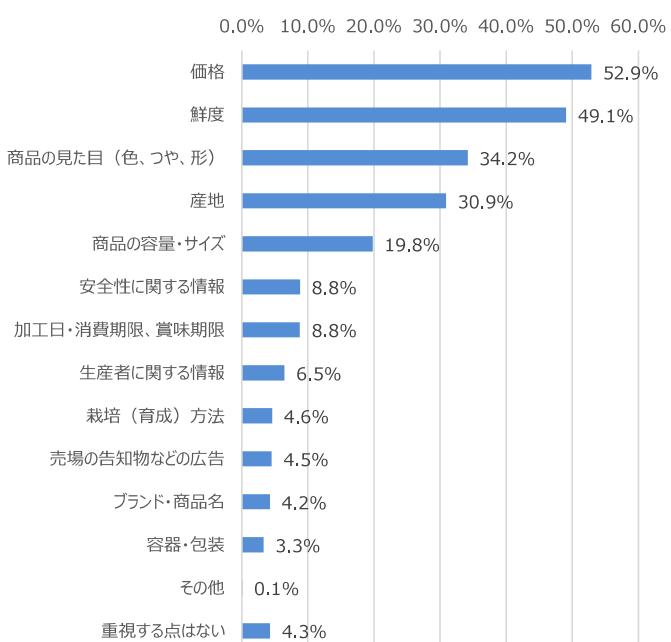
*本頁及び次頁は、令和2年国勢調査における年代別人口比と合わせるため、ウェイトバック集計をしている。

383

ピーマン購買時の重視点と、購買者の評価（消費者アンケート）

福島県産に限らずピーマン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「商品の見た目」と「産地」があがった。福島県産ピーマン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66.9%であった。

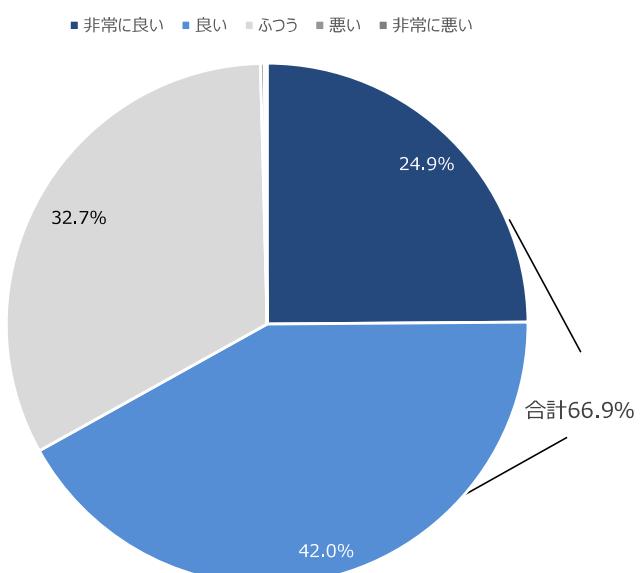
ピーマン購買時の重視点 (n=8,629、複数回答)



※ピーマン購買時の重視点は、福島県産に限らない質問。

※月に1回以上ピーマンを購買している回答者のみに尋ねた質問。

福島県産ピーマン購買者の評価 (n=844)



※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。

※選択肢には「非常に悪い」という選択肢があったが、本設問では「非常に悪い」を選択した回答者はいなかった。

384