
8 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

265

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、福島県産桃の出荷量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。
- 名古屋市中央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。
 - 名古屋市中央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少ない。

266

2. 各取引段階の“価格”の変化

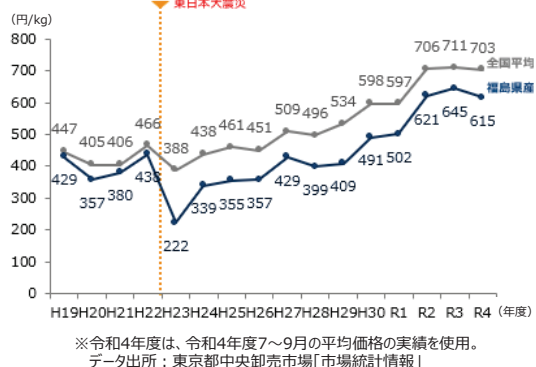
市場における状況

- 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、その後は概ね上昇を続けている。
- 全国平均との価格差が平成23年度に拡大した後、徐々に縮小傾向にあるが、依然震災前よりも大きい価格差が残っている。

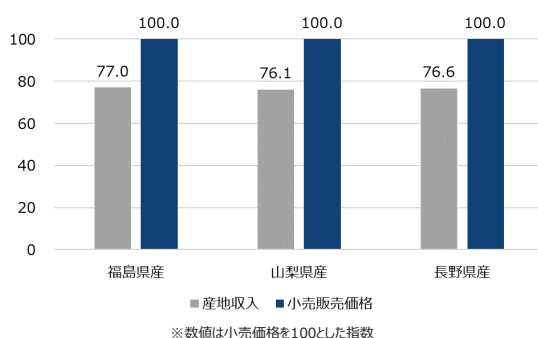
個別事例における状況

- 福島県産と他県産を併売している小売業者から価格を入手した。
- この事例において、福島県産・山梨県産・長野県産ともに、小売販売価格に対する産地収入の比率は同程度であった。

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

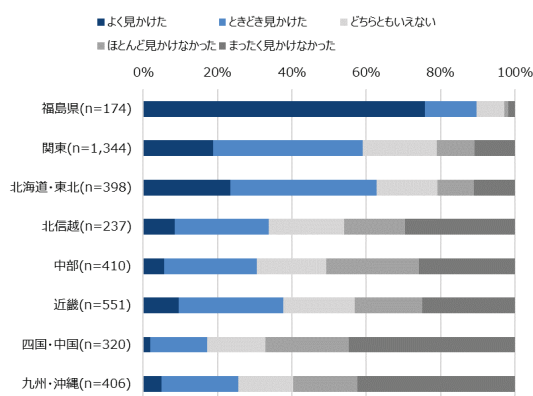


3. 福島県産品に対する認識

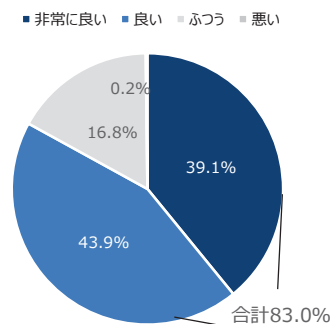
消費者への調査

- 福島県産桃を店頭で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27.9%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83.0%であった。

福島県産桃を店頭で見たか



福島県産桃購買者の評価 (n= 1,536)



2. 調査実施概要

269

調査の全体像

概要調査として行政機関の統計データ等を整理し、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	<ul style="list-style-type: none"> 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。 	<ul style="list-style-type: none"> 消費者の福島県産品の購買実態や評価を把握する。 	<ul style="list-style-type: none"> 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。 競合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	<ul style="list-style-type: none"> 行政機関の統計データ。 卸売市場データ。 	<ul style="list-style-type: none"> 全国の消費者。(5,500人) 	<ul style="list-style-type: none"> 百貨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	<ul style="list-style-type: none"> 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。 	<ul style="list-style-type: none"> 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。 	<ul style="list-style-type: none"> 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	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">各取引段階の“量”の変化</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">各取引段階の“価格”の変化</div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">福島県産品に対する認識</div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">各取引段階の“価格”の変化</div>

270

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。
 - 5,500件を回収し、分析を実施した。

追跡
調査

- 首都圏内の小売業者へ流通するルート：2ルート。
 - うち1ルートは競合産地産の価格も収集。
- 福島県内の小売業者へ流通するルート：1ルート。

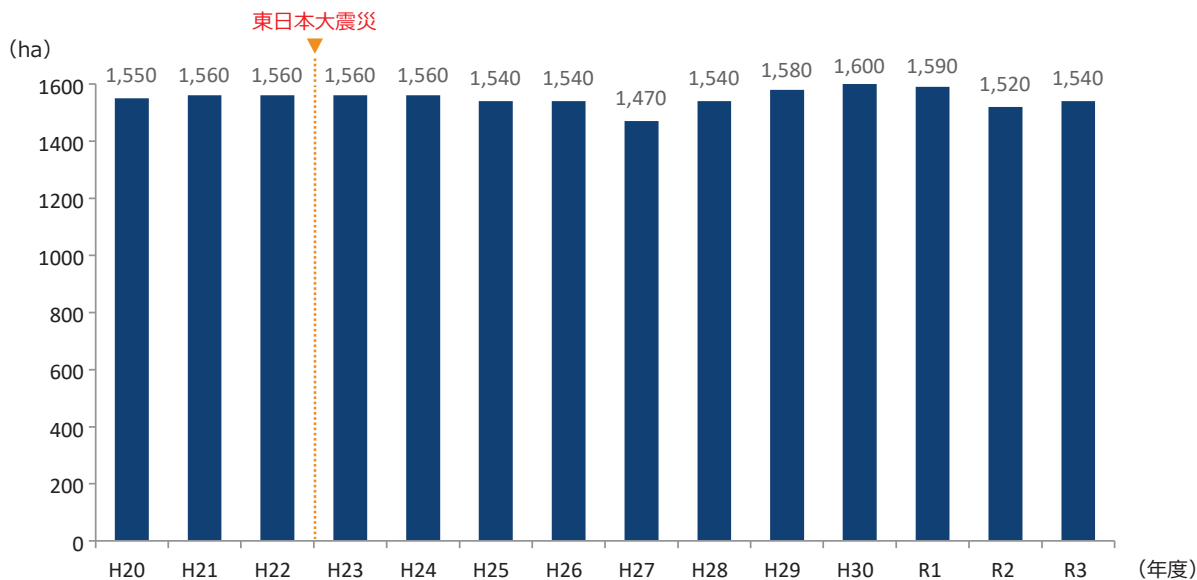
※追跡調査は個社が特定できないようにするとともに、実額を非公表とすることを前提に一部事業者から販売データを受領。 271

3. 各取引段階の“量”の変化

福島県産桃の結果樹面積の推移

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



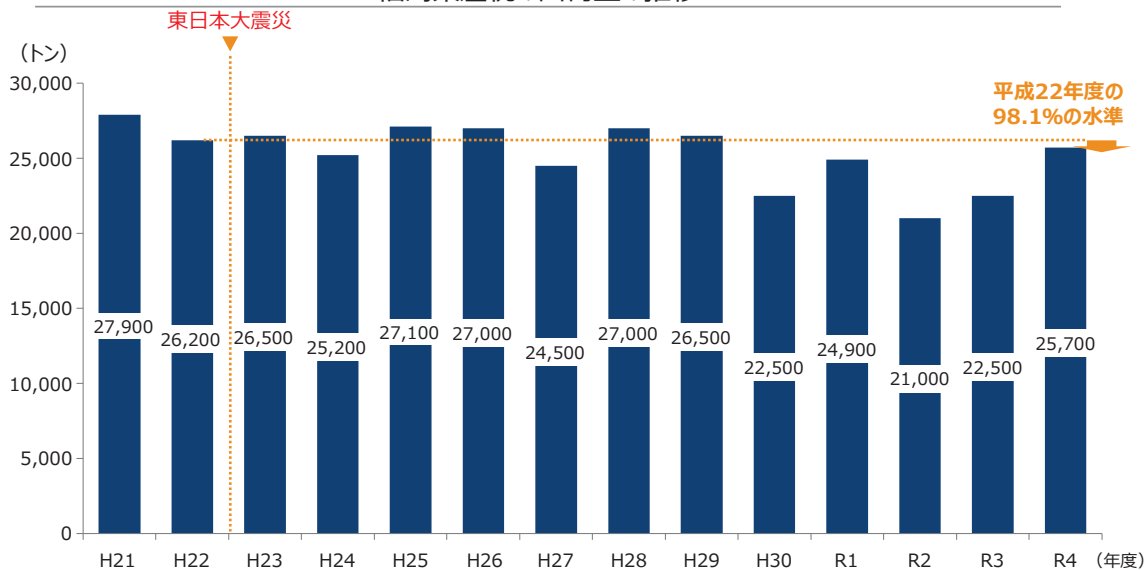
データ出所：農林水産省「果樹生産出荷統計」

273

福島県産桃の出荷量の推移

令和4年度の福島県産桃の出荷量は、平成22年度の98.1%となった。

福島県産桃の出荷量の推移



※令和2年度については、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より、出荷量が減少した。

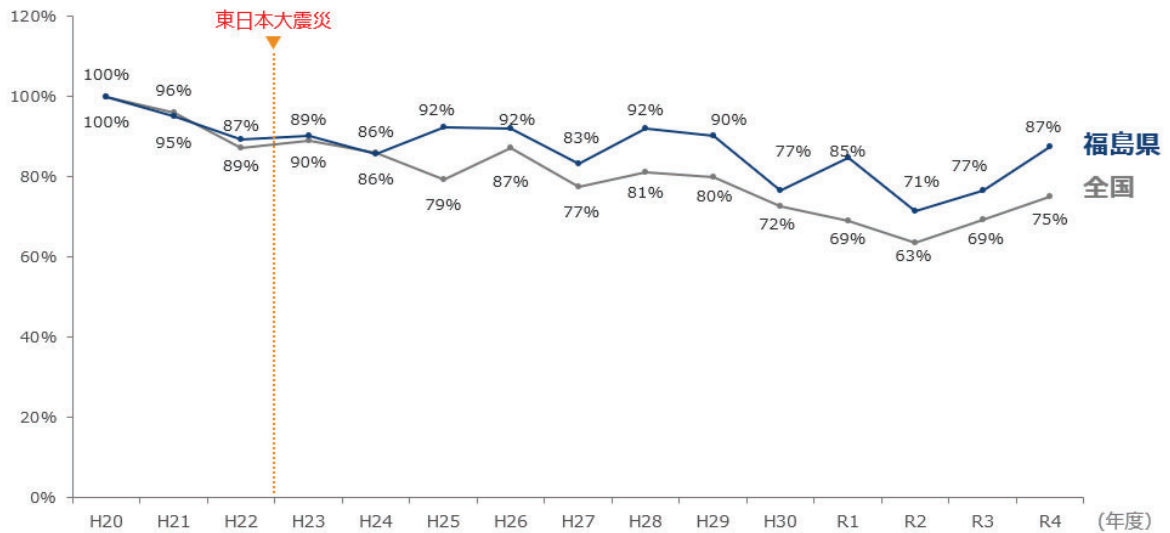
データ出所：農林水産省「果樹生産出荷統計」

274

福島県産桃の出荷量の推移

全国的に桃の出荷量が減少傾向にある中で、福島県産桃の出荷量の減少幅は全国に比べ小さくなっている。令和2年度以降、福島県・全国ともに再び増加している。

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）



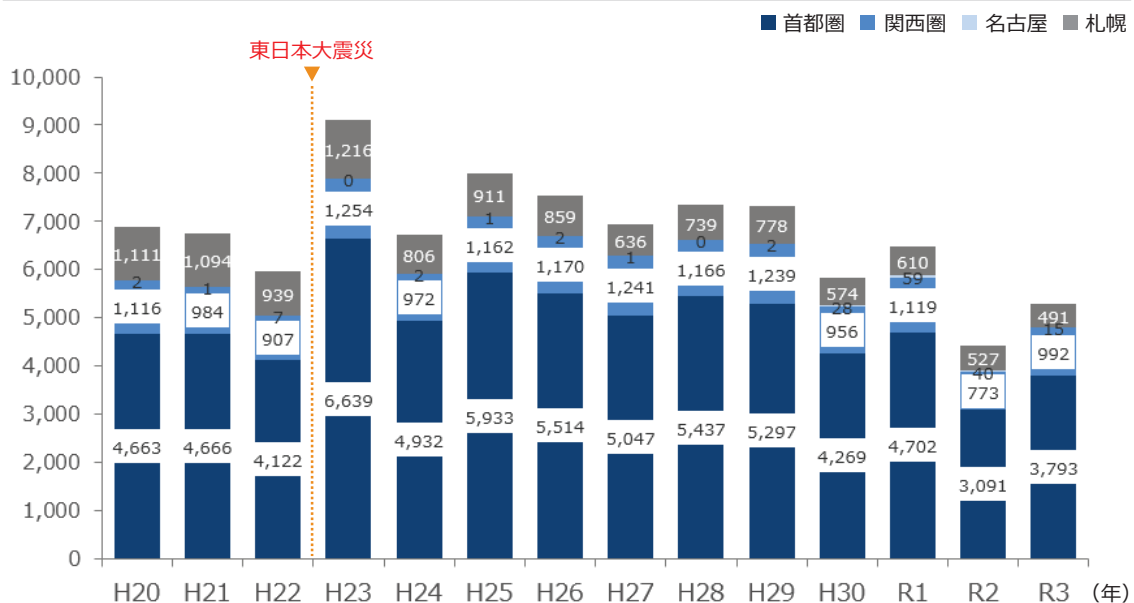
データ出所：農林水産省「果樹生産出荷統計」

275

各市場における福島県産桃の取扱量の推移

福島県産桃は、主要地域卸売市場の中で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59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

276

各市場における桃の産地リレー(令和2年産・首都圏)

東京都中央卸売市場・横浜市中心卸売市場ともに、福島県産桃は8月にシェア1位であった。

各市場における産地リレー(令和3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%	0%	1%	26%	44%	23%	33%	0%	0%	3,538
山梨	-	0%	0%	76%	49%	92%	68%	23%	7%	8%	25%	8%	6,465
山形	-	0%	0%	0%	0%	0%	0%	19%	36%	49%	3%	0%	1,111
長野	-	0%	0%	0%	5%	0%	2%	10%	11%	6%	0%	0%	617
秋田	-	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	14%	5%	0%	0%	172
総量	0	0	0	2	56	1,440	6,064	3,889	1,012	15	2	2	

横浜市中心卸売市場

	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	-	-	-	-	7%	0%	25%	45%	18%	0%	-	-	255
山梨	-	-	-	-	28%	77%	73%	18%	1%	0%	-	-	420
山形	-	-	-	-	0%	0%	1%	34%	65%	13%	-	-	167
秋田	-	-	-	-	0%	0%	0%	3%	13%	0%	-	-	20
岡山	-	-	-	-	0%	0%	1%	0%	0%	0%	-	-	4
総量	0	0	0	0	1	86	406	310	89	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を表示。
※総量・合計の単位はトン。

277

各市場における桃の産地リレー(令和2年産・関西圏)

大阪市中央卸売市場では、8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、7月と8月にシェア3位であるが、流通量は他市場と比べて僅かである。

各市場における産地リレー(令和3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%	11%	37%	24%	0%	0%	0%	942
山梨	-	-	-	100%	47%	59%	55%	23%	7%	0%	0%	0%	2,292
和歌山	-	-	-	0%	3%	36%	29%	5%	0%	0%	0%	0%	1,104
長野	-	-	-	0%	2%	0%	3%	24%	6%	0%	0%	0%	480
山形	-	-	-	0%	0%	0%	0%	6%	37%	100%	0%	0%	208
総量	0	0	0	1	58	815	2,512	1,622	287	3	1	1	

京都市中央卸売市場

	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%	5%	21%	6%	-	-	-	50
山梨	-	-	-	-	-	90%	86%	51%	36%	-	-	-	408
長野	-	-	-	-	-	0%	3%	27%	18%	-	-	-	57
和歌山	-	-	-	-	-	9%	7%	0%	0%	-	-	-	28
山形	-	-	-	-	-	0%	0%	0%	38%	-	-	-	5
総量	0	0	0	0	0	74	292	172	12	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を表示。
※総量・合計の単位はトン。

278

各市場における桃の産地リレー(令和2年産・その他)

名古屋市中央卸売市場では、福島県産桃の流通は僅かであった。札幌市中央卸売市場では、7月と8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っている。

各市場における産地リレー(令和3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%	3%	1%	3%	0%	0%	0%	15
長野	-	-	-	-	1%	0%	21%	66%	63%	100%	0%	0%	464
山梨	-	-	-	-	20%	41%	54%	20%	5%	0%	0%	0%	315
愛知	-	-	-	-	21%	45%	21%	8%	15%	0%	0%	0%	155
青森	-	-	-	-	0%	0%	0%	1%	12%	0%	0%	0%	20
総量	0	0	0	0	4	44	365	462	124	2	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%	69%	73%	30%	0%	-	-	491
山梨	-	-	-	-	25%	91%	29%	5%	2%	0%	-	-	159
青森	-	-	-	-	0%	0%	2%	19%	59%	28%	-	-	90
福岡	-	-	-	-	70%	4%	0%	0%	0%	0%	-	-	2
山形	-	-	-	-	0%	0%	0%	0%	5%	39%	-	-	3
総量	0	0	0	0	1	34	383	291	49	0	0	0	

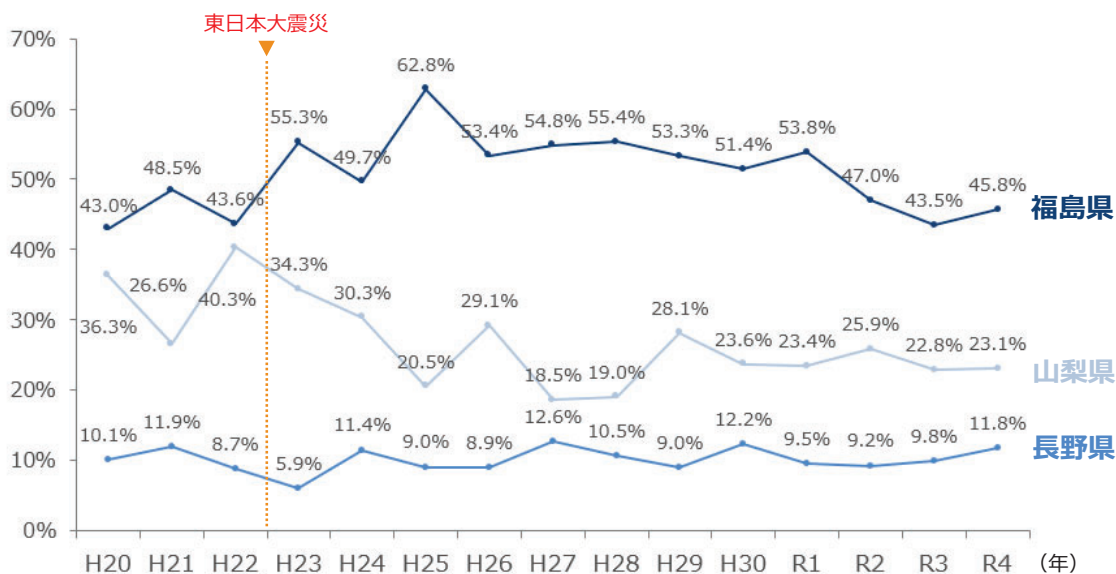
※福島県及び年間取扱量上位を表示。
※総量・合計の単位はトン。

データ出所：各卸売市場の統計データ

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、震災後にシェアが拡大した。令和2年以降のシェアは、平成23年から令和元年より低いものの40%以上となっている。

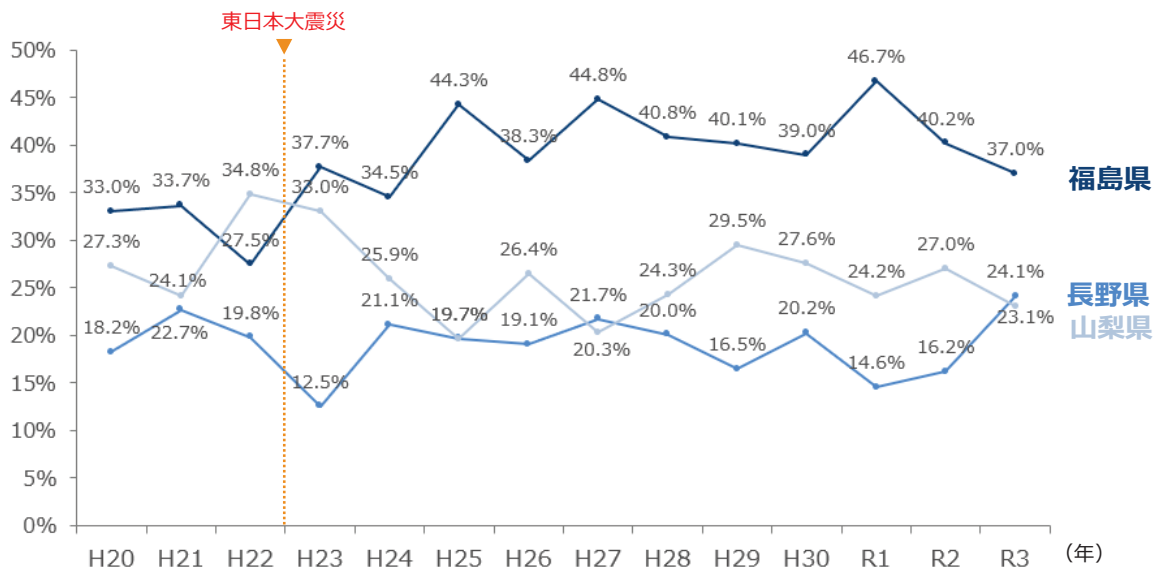
東京都中央卸売市場における福島県産及び競合県産のシェア(8月)



データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

大阪市中央卸売市場の8月の福島県産桃は、震災後にシェアが拡大した。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。

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)



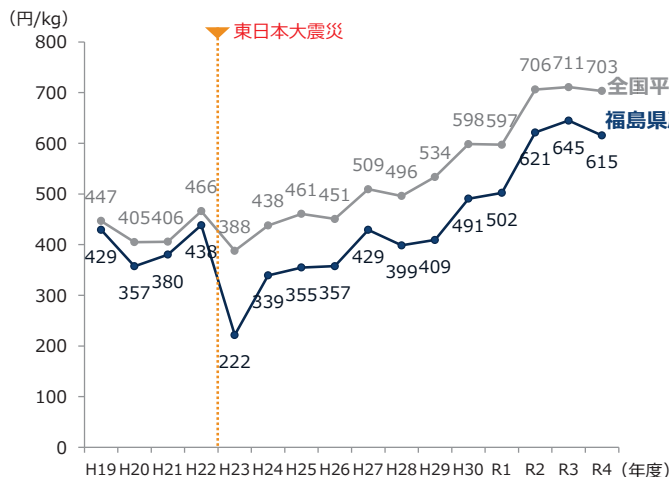
データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

4. 各取引段階の“価格”の変化

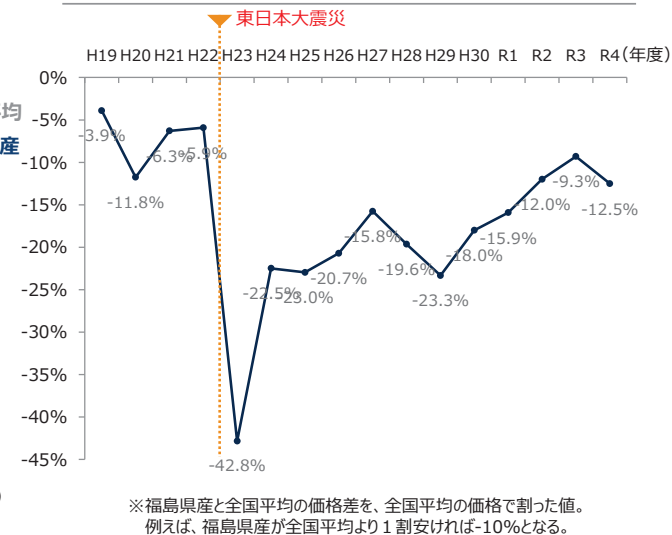
価格の概況（全国平均との価格差（7月～9月））

東京都中央卸売市場での福島県産桃の平均単価は、震災直後に下落したものの、その後は概ね上昇を続けている。震災後に大きくなった全国平均との価格差は、令和4年度は12.5%まで縮まっている。

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

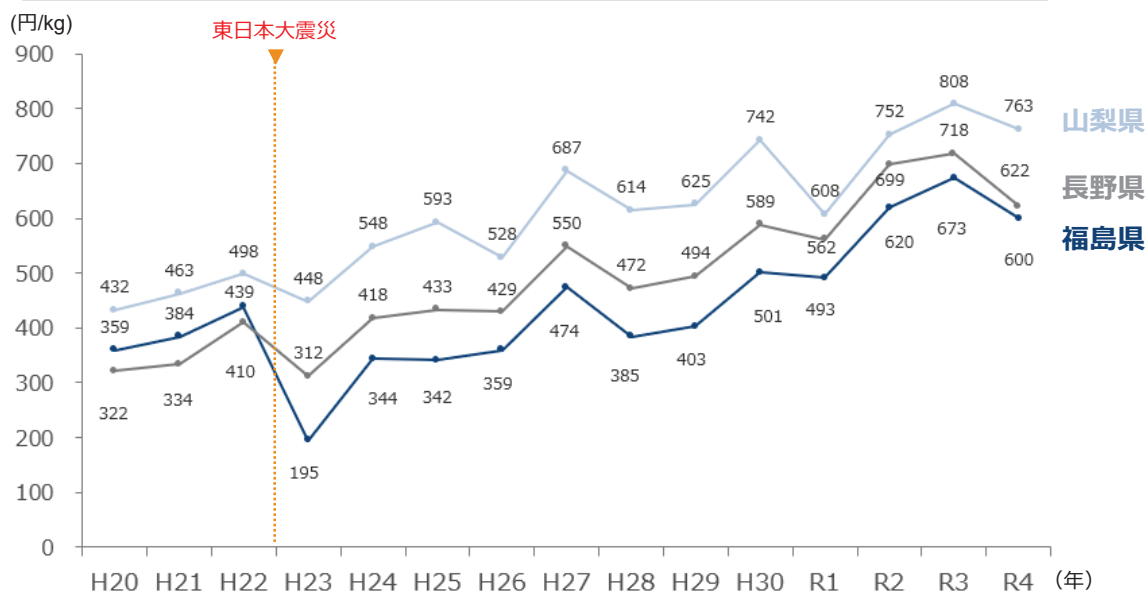


データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」（7月～9月の平均価格）

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ものの、その後は概ね上昇を続けている。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。

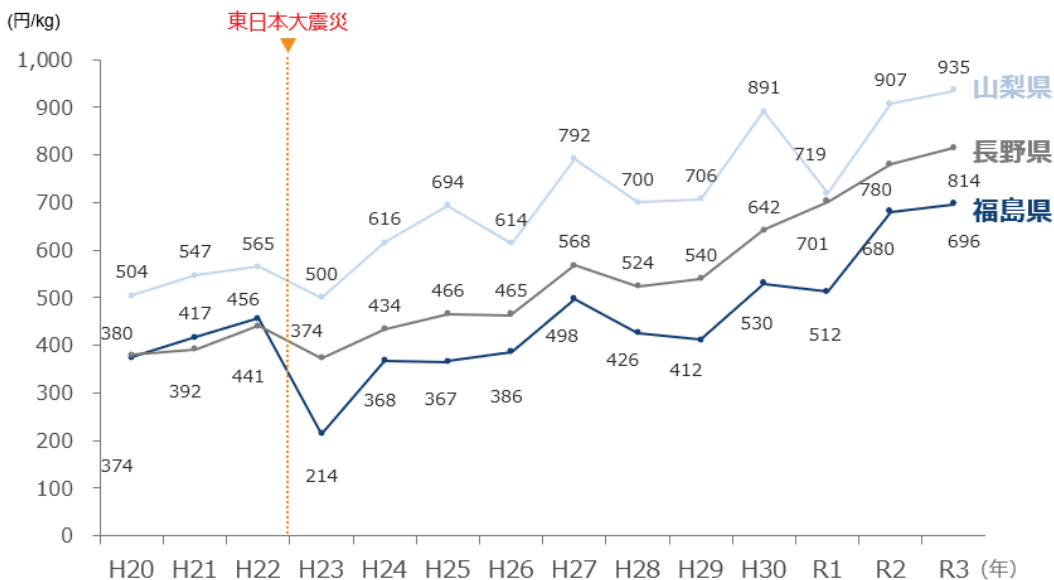
東京都中央卸売市場における福島県産及び競合県産の平均単価(8月)



データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

大阪市中央卸売市場の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。

大阪市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：大阪市中央卸売市場「市況情報」

価格形成に関する事例調査(追跡調査) の概要

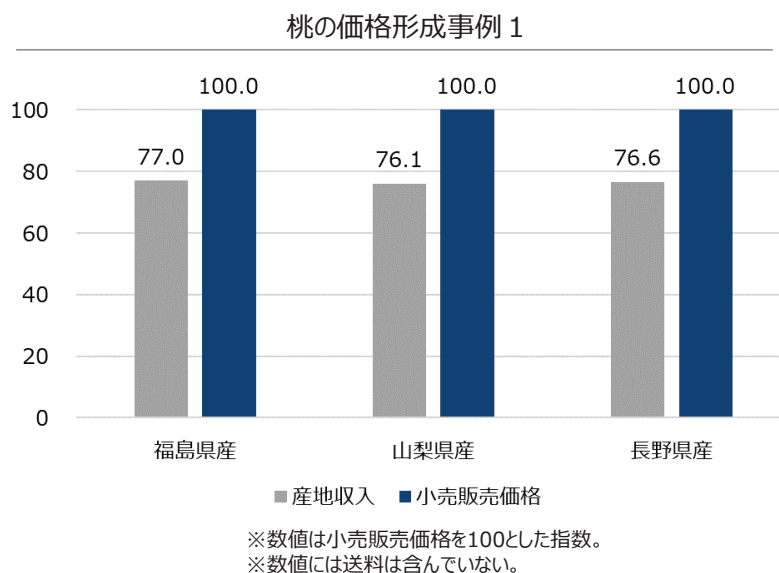
価格形成に関する事例調査(追跡調査)を行い、福島県産桃の価格形成に関する分析を実施した。

概要

概要・目的	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 百貨店またはスーパーで扱われた桃。
対象期間	<ul style="list-style-type: none"> 期間：令和4年8月
調査ルート	<ul style="list-style-type: none"> 首都圏内の小売業者へ流通するルート：2ルート。 <ul style="list-style-type: none"> うち1ルートは競合産地産の価格も収集。 福島県内の小売業者へ流通するルート：1ルート。

桃の価格形成事例 1

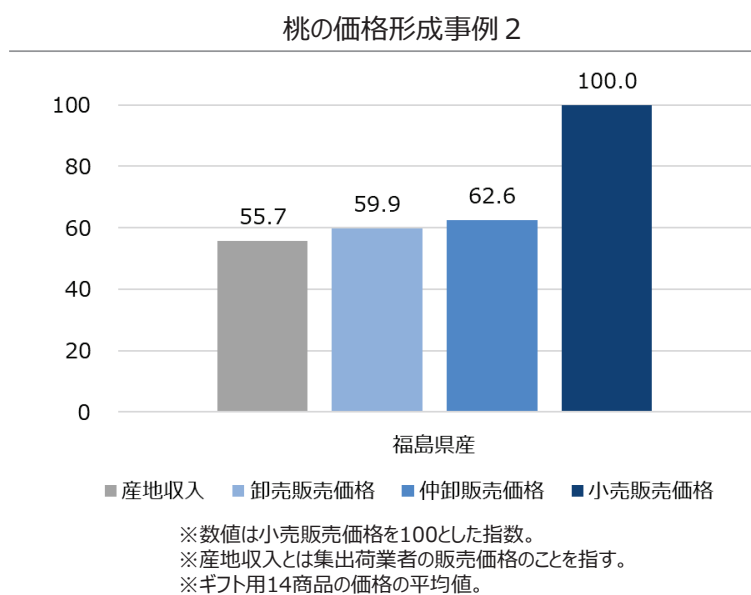
- 通信販売をする小売業者が扱う桃の事例。
 - この小売業者では、卸売業者を通さず産地と取引をしている。
 - 福島県産・山梨県産・長野県産ともに、小売販売価格に対する産地収入の比率は同程度であった。



287

桃の価格形成事例 2

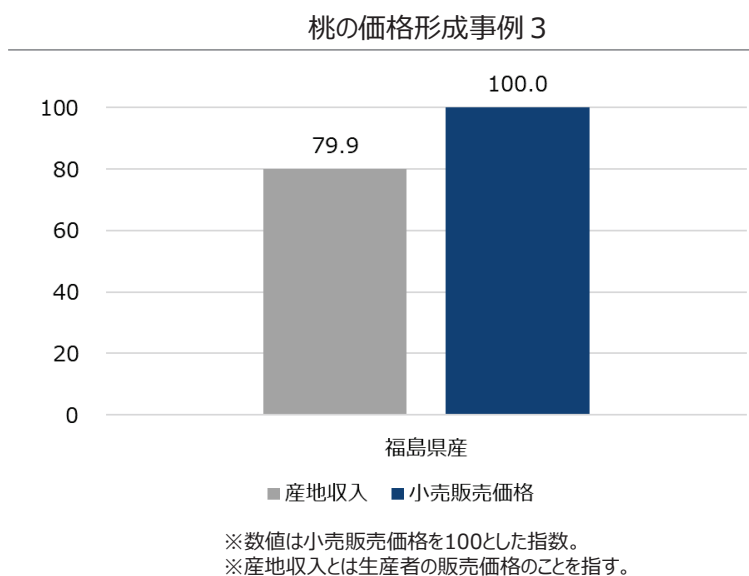
- 福島県内の小売業者が扱う桃の事例。
 - 卸売市場流通であるが、セリや相対取引で日々値決めをしているわけではなく、事前に卸売販売価格と仲卸販売価格を決めて、シーズンを通して固定している事例である。
 - 小売業者が小箱への詰め替えを行っている商品が含まれるため、小売業者のマージンが高めになっている。



288

桃の価格形成事例 3

- 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。
 - カatalog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79.9と、他の事例と比べて高い。
 - ・ ただし、消費者への発送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。



289

桃の価格形成事例分析のまとめ

3事例において福島県産桃の価格形成を調査した。福島県産桃と他県産桃で価格形成を比較した事例では、産地間で価格形成に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、競合産地産の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では福島県産は山梨県産・長野県産と同程度であり、産地間で目立った差は見られなかった。
- 調査をした3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、55.7から79.9と幅広い値となった。
 - 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。

290

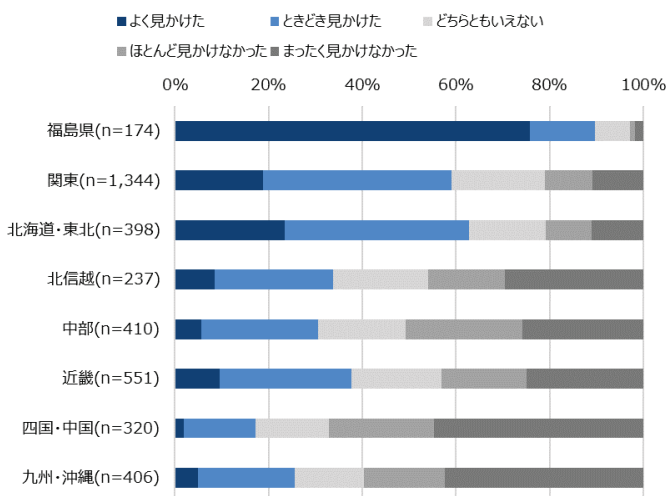
5. 福島県産品に対する認識

291

福島県産桃を見た経験と購買経験（消費者アンケート）

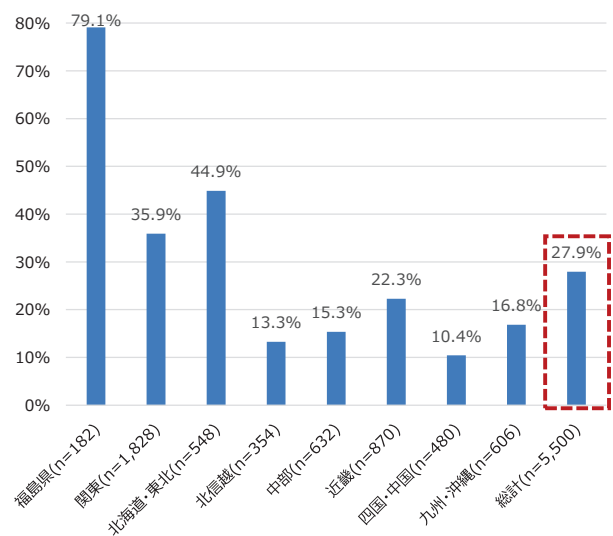
福島県産桃を店頭でよく見かけた人の割合は、福島県が高く、福島県と北海道・東北以外の地域では20%に満たない。福島県産桃を買ったことがあると認識している人の割合も福島県が最も高く、全国では27.9%であった。

福島県産桃を店頭で見えたか



※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



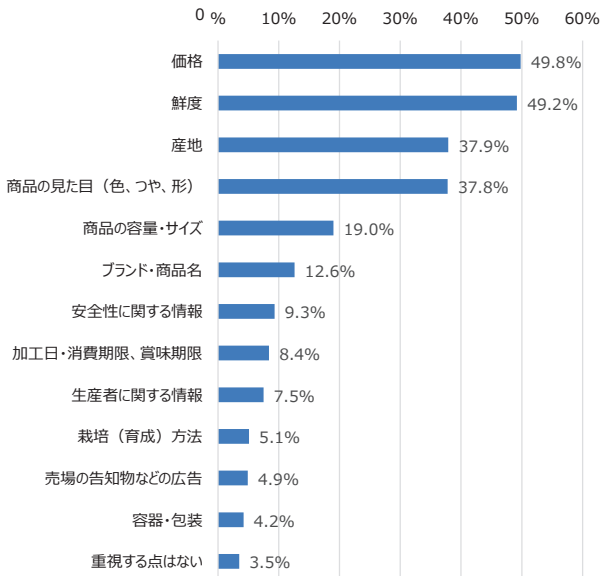
※購買経験率=1度でも購買したことがある人数/回答者数
 ※記憶に関する質問であるため、産地を認識せず買っていれば購買経験なしとなる。

292

桃購買時の重視点と購買者の評価（消費者アンケート）

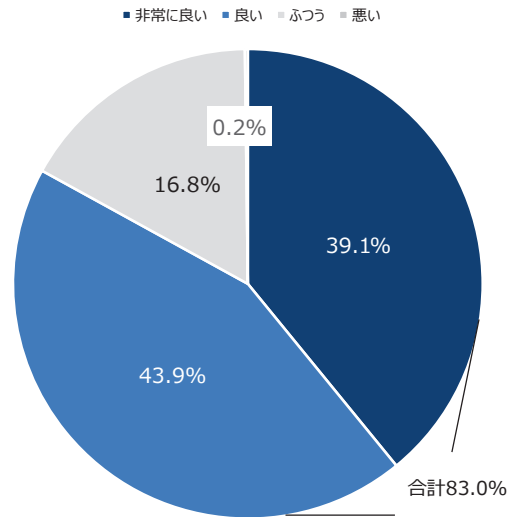
福島県産に限らず桃購買時の重視点を尋ねたところ、「価格」と「鮮度」が上位にあがり、次いで「産地」と「商品の見た目」があがった。福島県産桃の購買者に評価を尋ねたところ、「非常に良い」または「良い」と回答した人が83.0%であった。

桃購買時の重視点（n=2,530、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回以上桃を購買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=1,536）



※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。