
調査結果の全体像

3

調査結果の全体像の構成

- 実施した調査（前頁参照）について、以下の5項目に分けて結果を記載する。

主な記載内容

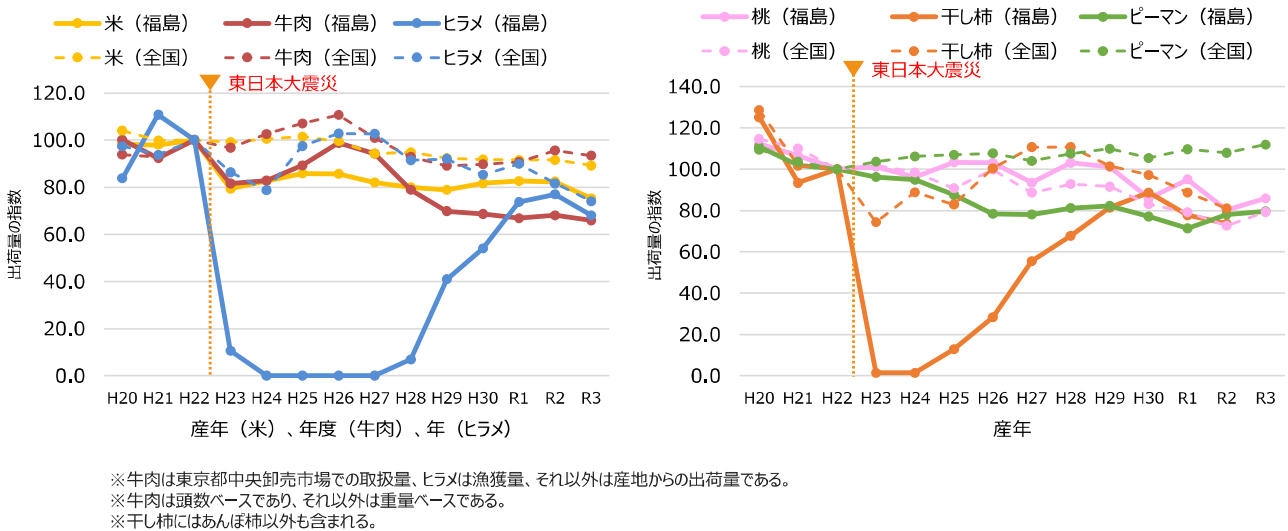
1. 県産品重点6品目の状況	<ul style="list-style-type: none">● 東日本大震災前から現在までの品目別出荷量と価格の推移● 流通段階ごとの価格形成事例
2. 消費者と事業者へのアンケート調査	<ul style="list-style-type: none">● 事業者間の認識の齟齬の状況● 福島県産品と他産地産品のブランド力の調査結果等
3. 福島県産品の取扱いを拡大するためのマーケティング実証調査	<ul style="list-style-type: none">● 桃に関するマーケティング実証調査の企画● 桃に関するマーケティング実証調査の実施結果
4. 水産物の試験操業終了後の漁獲動向に関する調査	<ul style="list-style-type: none">● 漁獲量と価格に関するヒアリング結果● ヒアリングで明らかになった課題
5. 総括	<ul style="list-style-type: none">● 調査で明らかになった実態のまとめ● 明らかになった施策の効果や課題のまとめ

4

1. 県産品重点6品目の状況 出荷量の推移

- 米、牛肉等の重点6品目の出荷量は、全国的な傾向として出荷量が減少する中で、福島県産の出荷量も震災前の水準まで依然回復していない。

福島県産品の出荷量の推移（H22の実績を100とした値）



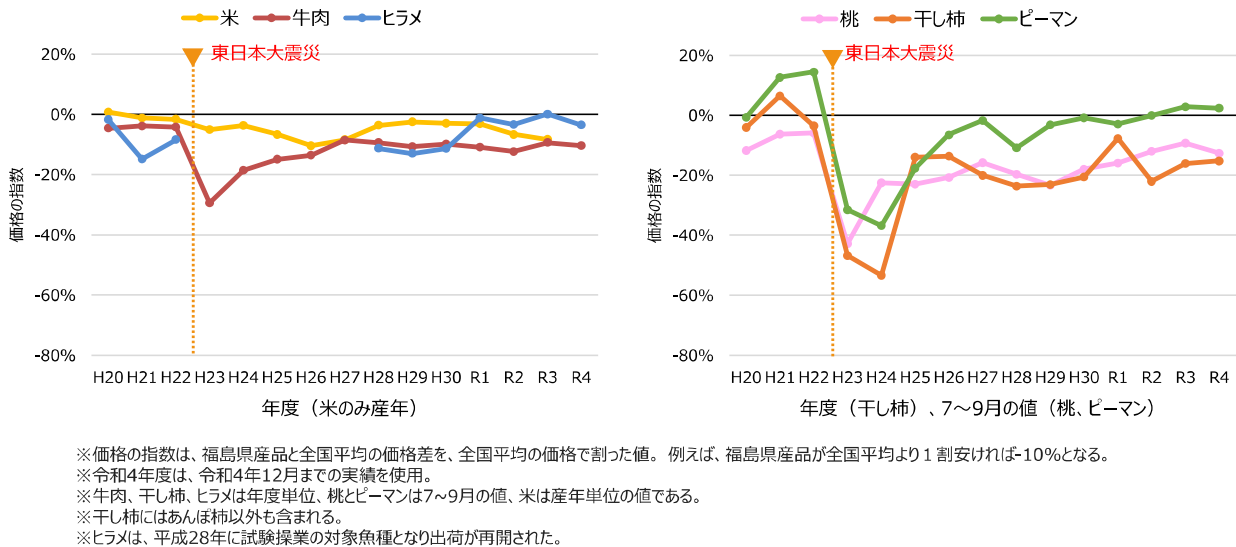
データ出所：農林水産省「作物統計」「果樹生産出荷統計」「特産果樹生産動態等調査」「野菜生産出荷統計」「漁業・養殖業生産統計」、東京都中央卸売市場「市場統計情報」

5

1. 県産品重点6品目の状況 全国平均との価格差の推移

- 福島県産品の価格は、震災直後、全国的に全国平均を下回る状況となった。その後、価格差は徐々に縮小しているものの、ブランド化の遅れ等の影響が出やすい牛肉や桃などの品目は、依然全国平均を下回る価格となっている。

福島県産品と全国平均の価格差の推移



データ出所：米は農林水産省「米の相対取引価格」に基づく福島県による推定値、それ以外は東京都中央卸売市場「市場統計情報」

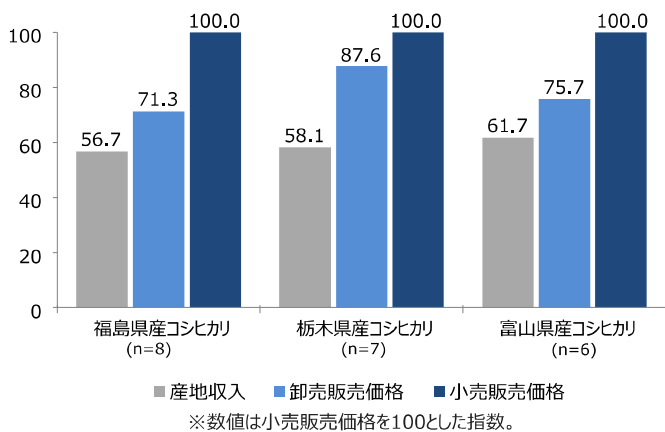
6

1. 県産品重点6品目の状況 流通段階ごとの価格形成（追跡調査）

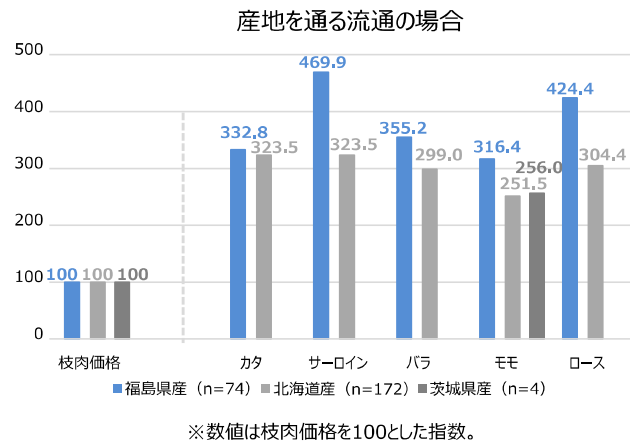
福島県産品と他県産品を取り扱う小売業者を対象に、流通段階ごとの価格の推移を調査した。

- 米の事例では、栃木県産米や富山県産米との比較において、産地・卸売・小売の各流通段階における価格形成の明確な違いは見られなかった。
- 牛肉の事例では、小売店頭価格を部位（カタ、ロースなど）ごとに分けて、北海道産品や茨城県産品と比較し、福島県産和牛の各部位の価格が高い傾向が見られた。

米の価格形成（産地間比較）



牛肉の価格形成（部位ごとの産地間比較）

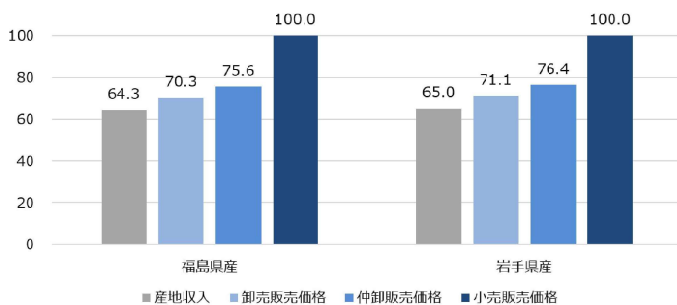


7

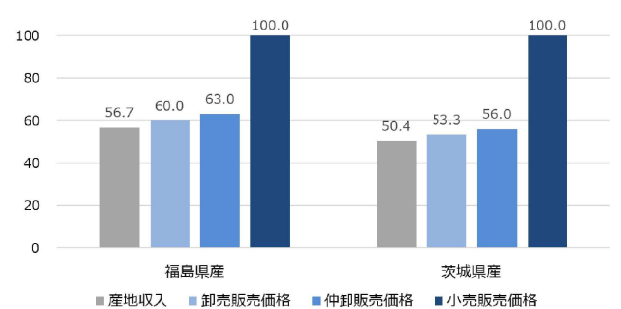
1. 県産品重点6品目の状況 流通段階ごとの価格形成（追跡調査）

- ピーマンの事例では、小売業者は産地に関わらず一定の価格を決め、中間流通業者の販売価格もほぼ同一であったため、産地・卸売・仲卸・小売の各流通段階で、福島県産品と岩手県産品の価格形成はほぼ同じであった。
- ヒラメの事例では、福島県産と茨城県産の価格形成を比較すると、小売販売価格に対する産地収入の比率は茨城県産よりも福島県産の方が高いものの、大きな差異は見られなかった。
- このほか、桃やあんぼ柿でも、産地間で価格形成に明確な違いは見られなかった。（品目別の調査結果参照）

ピーマンの価格形成事例



ヒラメの価格形成事例



※数値はそれぞれ小売販売価格を100とした指数。

8