
4 生産者・事業者へのアンケート調査

1. 生産者へのアンケート調査

概要

調査結果

2. 事業者へのアンケート調査

概要

福島県産品の取扱いに関する調査結果

農産物等の取扱い全般に関する調査結果

89

1. 生産者へのアンケート調査

90

概要

91

調査概要

福島県内の生産者の実態や意向などを調査するために、生産者に対してアンケートを配布し、288件の回答を得た。

概要・目的	- 生産者への調査により、福島県産農産物等の生産実態について把握する。 - 特に、政府統計などの公的データでは把握しにくい、将来に向けた意向などの意識面を調査する。
対象品目	米、牛肉、ピーマン、きゅうり、トマト、桃、あんぼ柿。 - 各品目で共通の調査票を配布し、生産者は自らの生産品目について回答する。
調査手法 実施期間	- 郵送アンケート調査。 ➤ 集出荷団体による協力のもと、配布・回収を行った。 - 令和6年10月～令和7年1月。
対象者と 回収数	- 福島県内において対象品目を生産する生産者。 - 回収数288件（設問ごとに回答者の数は異なる）。
調査内容	前年と比べた経営状況、今後の生産量に関する意向、販売促進活動への参加状況など。

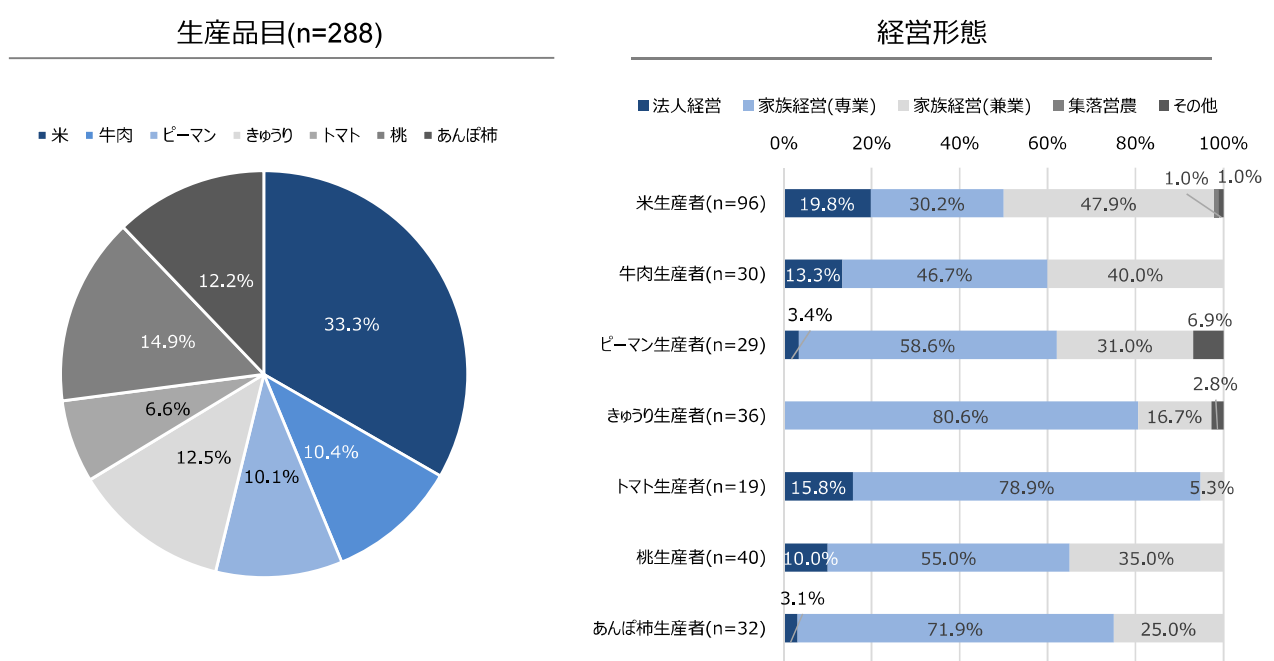
92

福島県内の生産者の経営状況の変化や生産量に関する意向、販売促進活動への参加状況等を調査し、その結果を取りまとめた。

回答者の属性	生産品目	米、牛肉、ピーマン、きゅうり、トマト、桃、あんぼ柿のいずれを中心に生産しているかを尋ねた。
	経営形態	法人経営、個人農家、集落営農等いずれに該当するのかを尋ねた。
	経営者の年代	経営者の年代を尋ねた。
	年間販売金額	年間販売金額を尋ねた。
生産実態・販売促進活動の状況	経営状況の変化	経営状況の変化（令和4年を基準年として令和5年の状況）を尋ねた。
	生産量維持のために必要な事柄	生産量縮小の意向がある生産者に、現状と同程度の生産量を維持するために必要な事柄を尋ねた。
	PRしたい情報	福島県産を販売する上で、消費者にPRしたい情報を尋ねた。
	販売促進活動への参加状況	消費者向け・事業者向けの販売促進活動への参加状況及び参加していない者にはその理由を尋ねた。

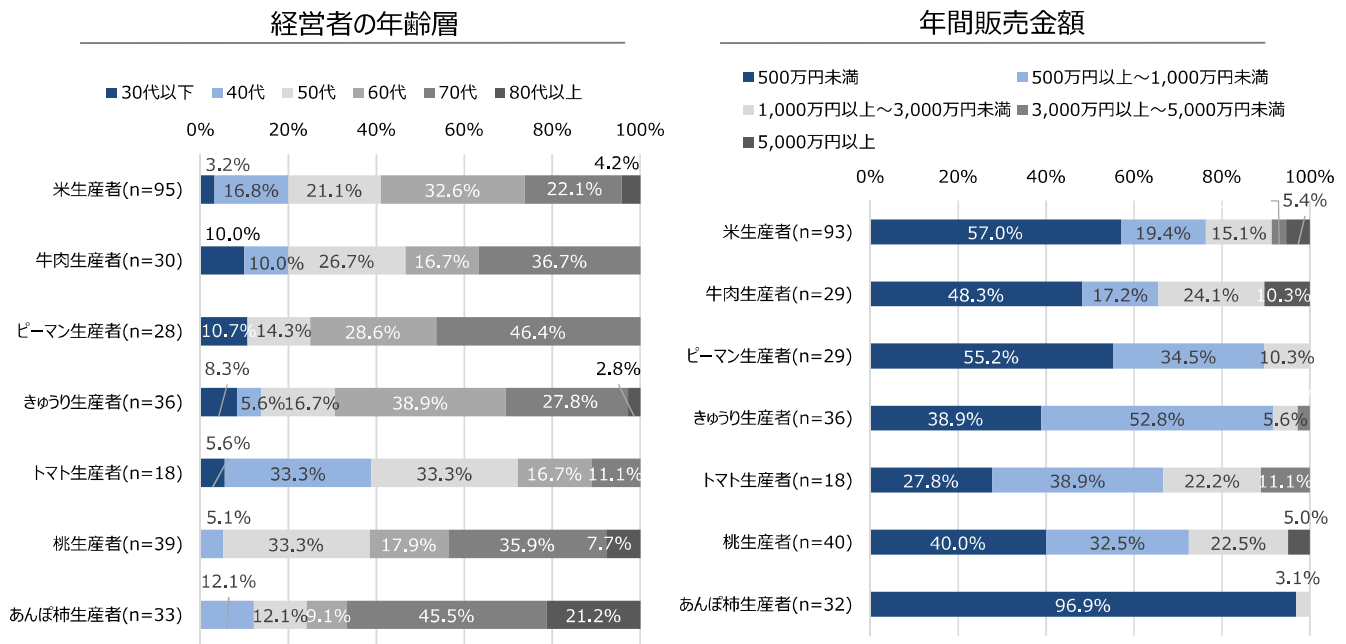
回答者の概要

本調査のサンプルは7品目の生産者で構成されており、米生産者が30%以上を占めている。また、米・牛肉・トマト・桃の生産者は法人経営が10%以上を占めている。



回答者の概要

トマト以外の品目では、経営者が60代以上の生産者が半数以上を占めており、特にピーマン及びあんぽ柿は60代以上が7割以上に上る。また、年間販売金額について、あんぽ柿生産者の約9割は500万円に満たない。



95

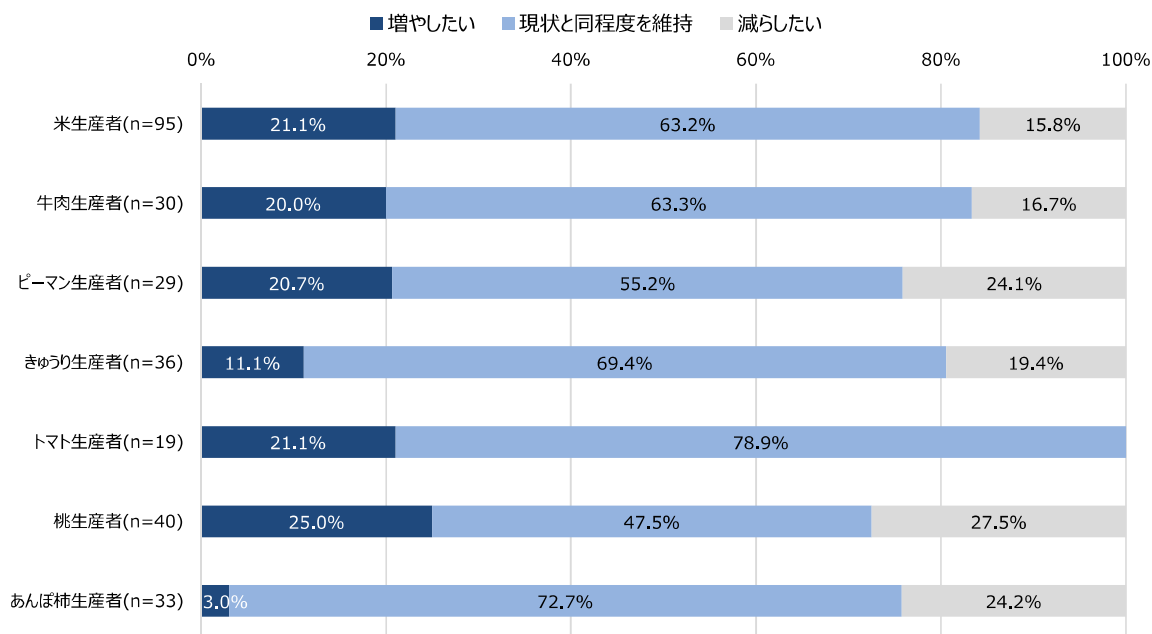
調査結果

96

今後の生産量に関する意向

今後の生産量に関する意向を尋ねたところ、全体的に「現状と同程度を維持」の意向と回答された割合が多く、全体のうち48～79%を占めている。また、きゅうり・あんぽ柿以外の品目は「増やしたい」と回答された割合が2割以上を占める。

今後の生産量に関する意向

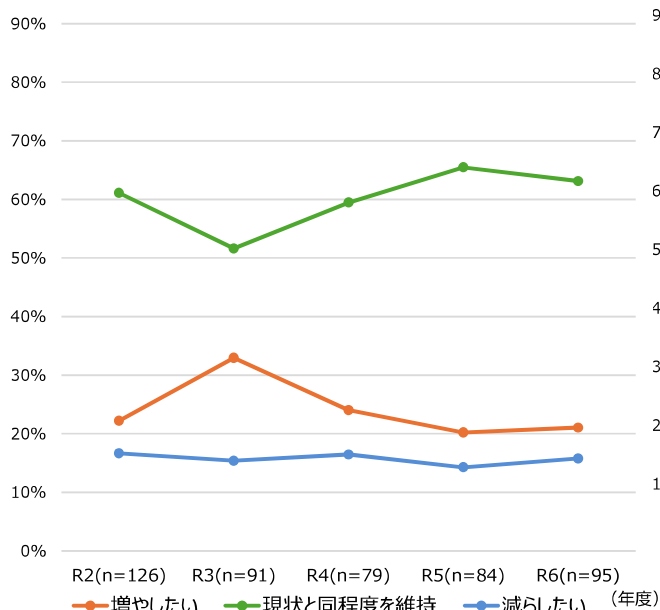


97

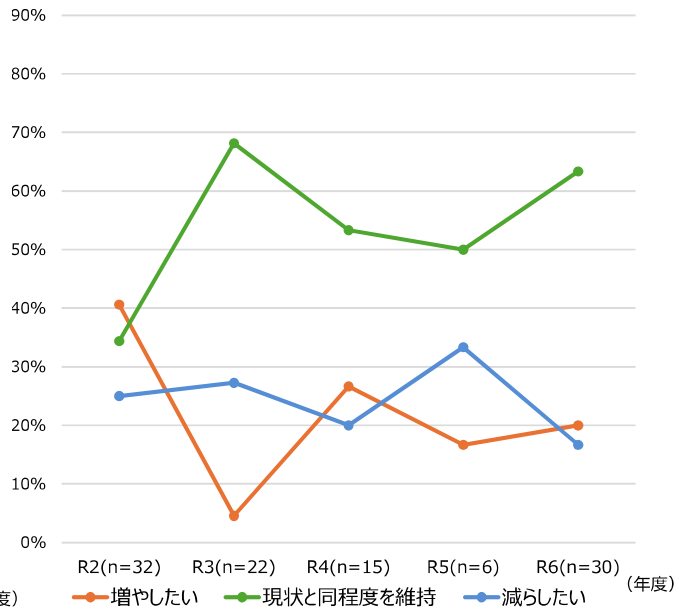
今後の生産量に関する意向（品目別、経年比較）

米生産者における今後の生産量に関する意向は、令和6年度は令和2年度と比べて「増やしたい」「減らしたい」という生産者の割合が同程度である。牛肉生産者においては令和6年度は令和2年度よりも「現状と同程度を維持」という生産者の割合が増加した。

今後の生産量に関する意向（米）



今後の生産量に関する意向（牛肉）



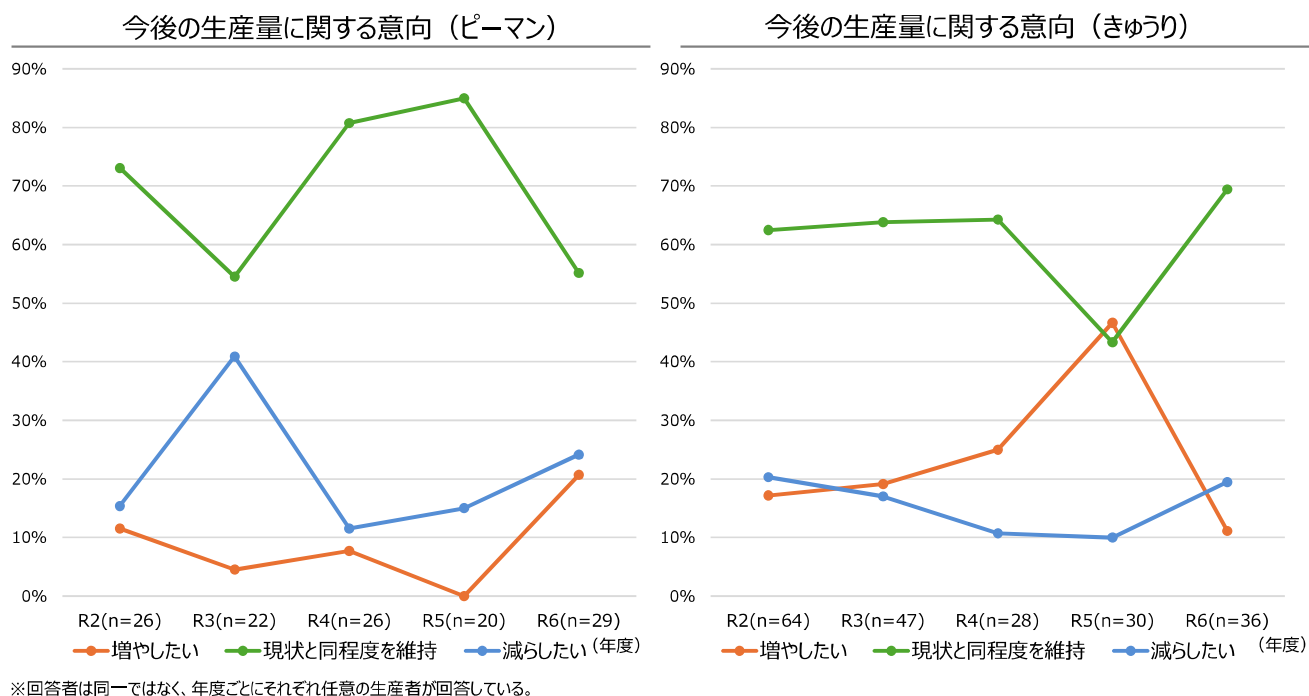
※回答者は同一ではなく、年度ごとにそれぞれ任意の生産者が回答している。

※R5の牛肉はn数が少ないため、取扱いに注意が必要。

98

今後の生産量に関する意向（品目別、経年比較）

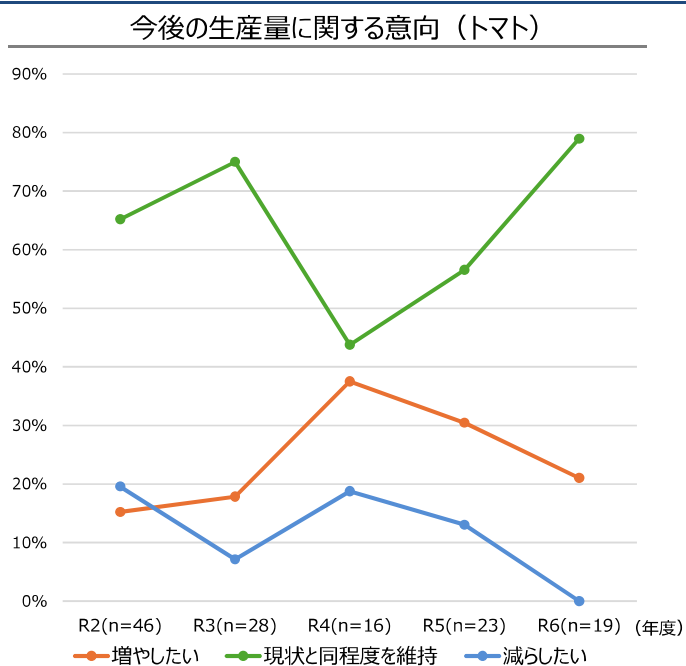
ピーマン生産者における今後の生産量に関する意向は、令和6年度は令和2年度よりも「増やしたい」「減らしたい」という生産者の割合が増加した。きゅうり生産者においては令和6年度は令和2年度と比べて「増やしたい」という生産者の割合が減少した。



99

今後の生産量に関する意向（品目別、経年比較）

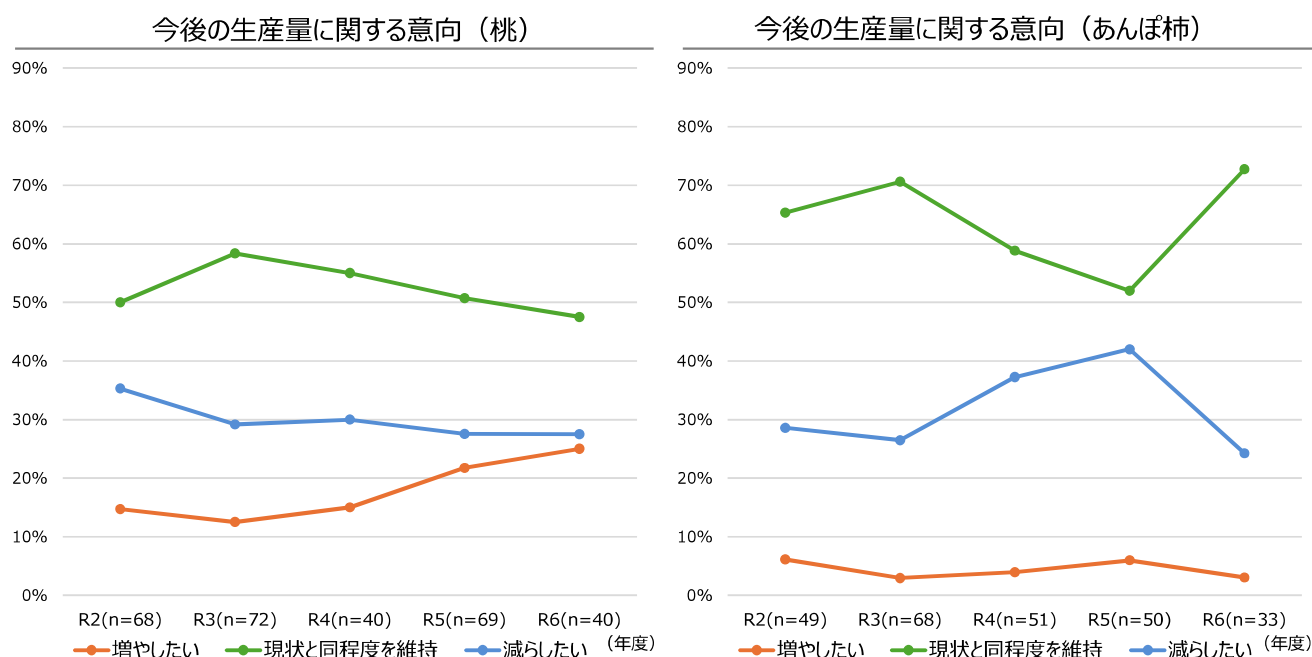
トマト生産者における今後の生産量に関する意向は、「増やしたい」「減らしたい」という生産者の割合が減少傾向であり、「現状と同程度を維持」という生産者の割合が増加傾向である。



100

今後の生産量に関する意向（品目別、経年比較）

桃生産者における今後の生産量に関する意向は、令和6年度は令和2年度よりも「増やしたい」という生産者の割合が増加傾向である。あんぼ柿生産者においては令和2年度から令和6年度にかけて「増やしたい」という生産者の割合は10%以下で横ばいとなっている。

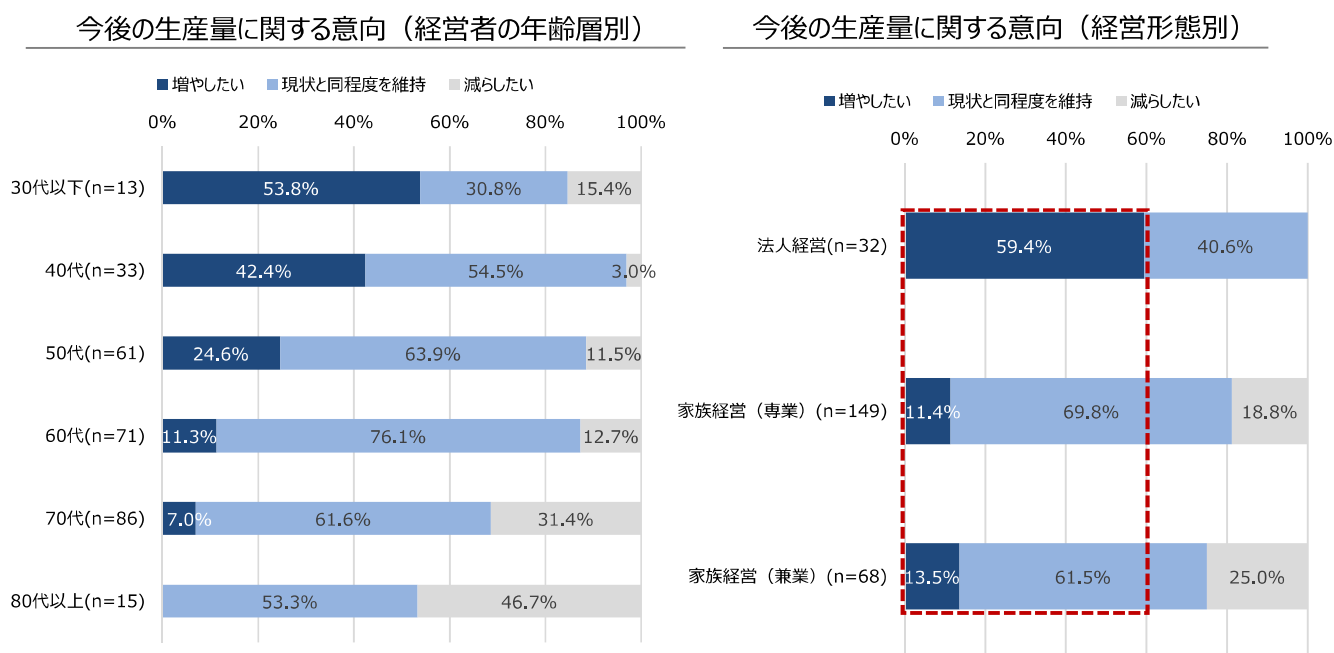


※回答者は同一ではなく、年度ごとにそれぞれ任意の生産者が回答している。

101

今後の生産量に関する意向（経営者の年齢層別・経営形態別）

今後の生産量について、経営者の年齢層が低いほど拡大意向が強く、年齢層が高い80代以上が最も縮小意向が強かった。また、経営形態別に見ると法人経営は拡大意向が強い一方で、県内生産者の大半を占める家族経営は専業・兼業共に縮小意向が強かった。



102

現状と同程度の生産量を維持するために必要な事柄

生産量縮小の意向がある生産者に現状と同程度の生産量を維持するために必要な事柄を尋ねると、他品目に比べ米・牛肉・桃生産者は「後継者の確保」、きゅうり生産者は「労働力の確保」、あんぽ柿生産者は「作業の軽労化」を選択した割合が高かった。

現状と同程度の生産量を維持するために必要な事柄（複数回答）

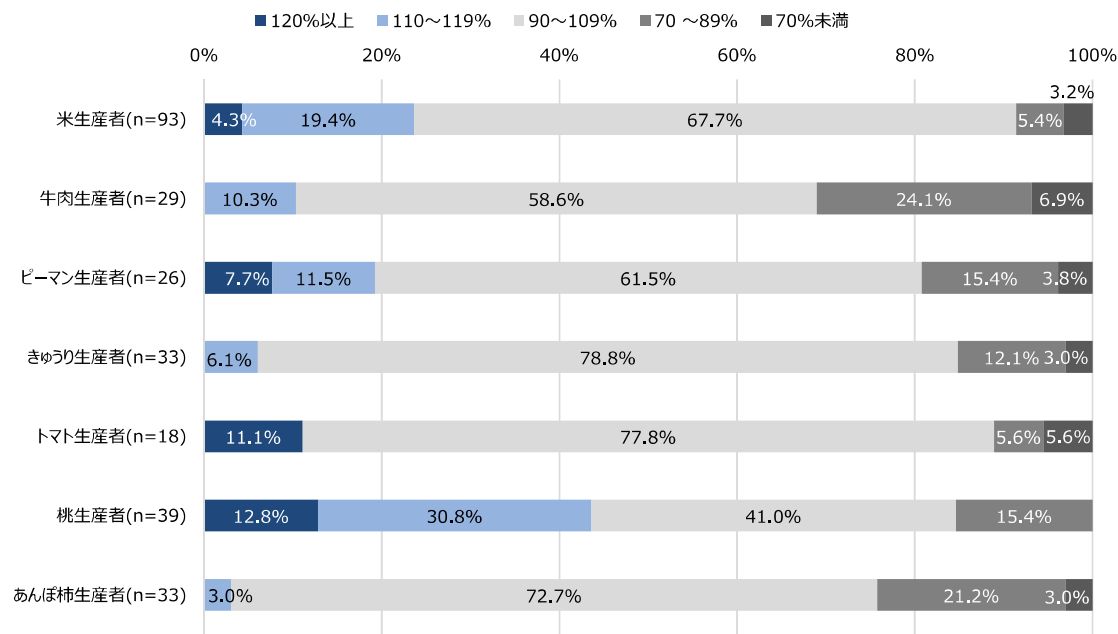
	耕地の確保	労働力の確保	後継者の確保	作業の軽労化	販売先の確保	販売価格の向上	その他	当てはまるものはない
米生産者(n=15)	6.7%	66.7%	86.7%	53.3%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%
牛肉生産者(n=5)	0.0%	40.0%	80.0%	20.0%	0.0%	40.0%	0.0%	0.0%
ピーマン生産者(n=7)	14.3%	57.1%	42.9%	42.9%	28.6%	42.9%	28.6%	0.0%
きゅうり生産者(n=7)	0.0%	85.7%	57.1%	42.9%	0.0%	28.6%	0.0%	0.0%
桃生産者(n=11)	27.3%	63.6%	90.9%	36.4%	0.0%	0.0%	0.0%	9.1%
あんぽ柿生産者(n=8)	0.0%	25.0%	25.0%	75.0%	0.0%	12.5%	0.0%	0.0%

※いずれの品目もn数が少ないため、取扱いに注意が必要。

令和4年から令和5年の経営状況の変化

生産規模の変化について尋ねたところ、全品目で前年の「90～109%」という回答が最も多かった。きゅうりとあんぽ柿以外では10%以上拡大した生産者が1～2割程度であり、特に桃では10%以上拡大した割合が他品目よりも高かった。

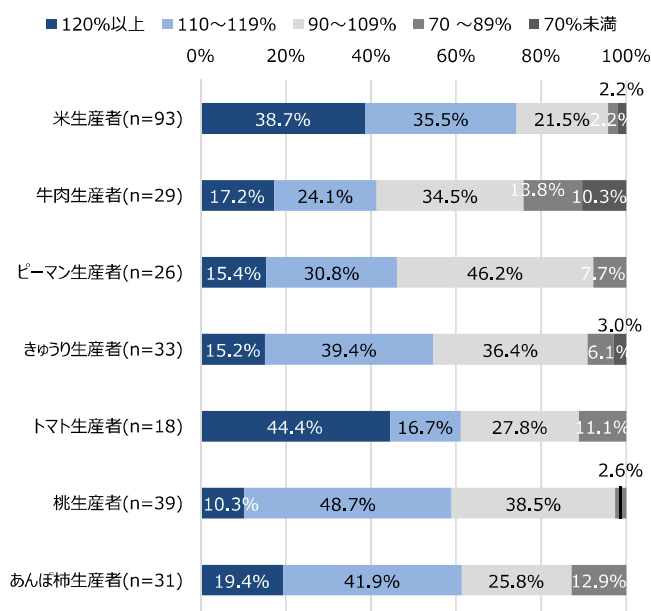
生産規模※の変化



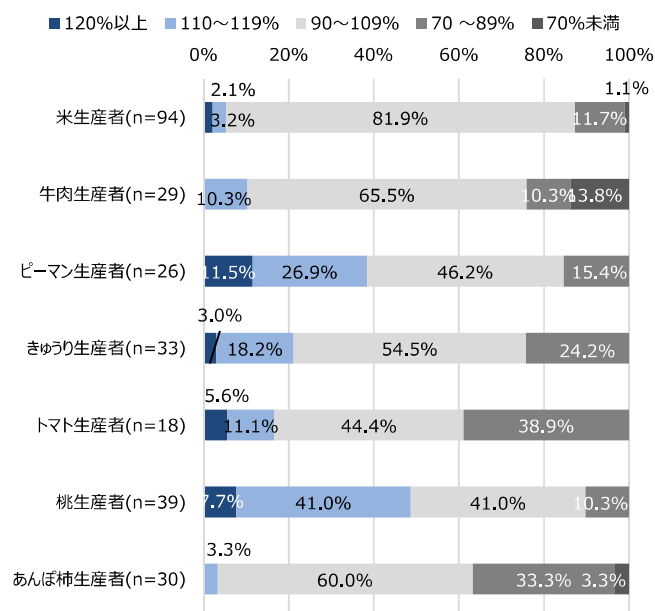
令和4年から令和5年の経営状況の変化

面積当たりの生産コストについて、全品目で、10%以上増加した割合が40%以上に上った。面積当たりの生産量について、ピーマン・桃では10%以上増加した割合、トマト・あんぽ柿では10%以上減少した割合が他品目と比べて高かった。

面積当たりの生産コストの変化※1



面積当たりの生産量の変化※2



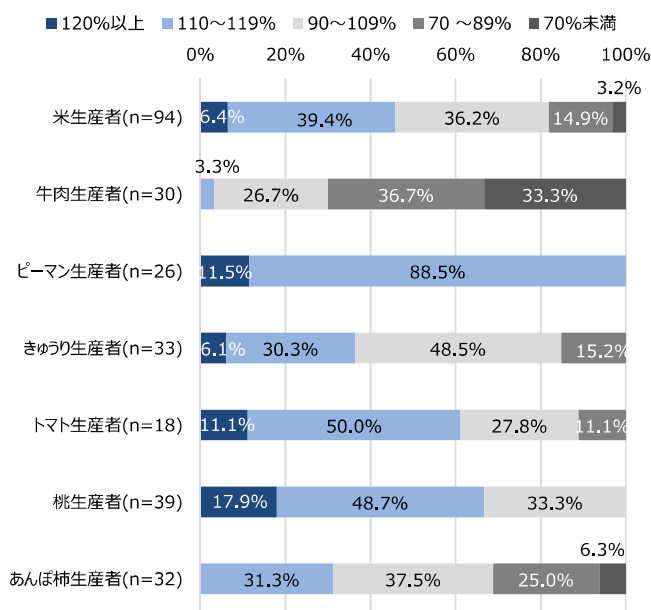
※1 牛肉は1頭当たりの生産コスト。 ※2 牛肉は1頭あたりの重量。 ※3 牛肉はn数が少ないため、取扱いに注意が必要。

105

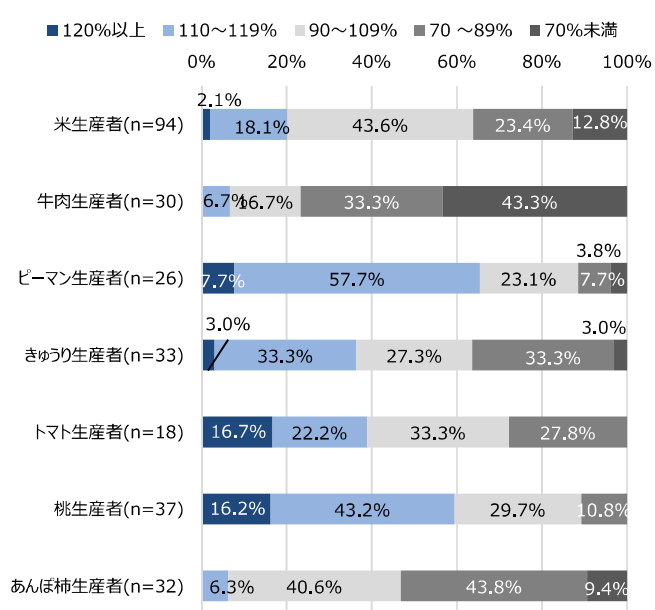
令和4年から令和5年の経営状況の変化

販売単価については牛肉以外の品目では3割以上が10%以上上昇したと回答しているが、牛肉生産者の7割が10%以上減少したと回答した。経常利益について、牛肉・あんぽ柿生産者の5割以上が10%以上減少したと回答した。

販売単価の変化



経常利益の変化



※牛肉はn数が少ないため、取扱いに注意が必要。

106

消費者にアピールしたい情報

福島県産を販売する上で消費者にアピールしたい情報について、全品目で概ね「食味」「安全・安心の取組」が選択された割合が高く、他品目よりピーマン生産者は「生産管理の実施」、あんぽ柿生産者は「福島県の伝統・歴史」を選択した割合が高かった。

福島県産を販売する上で消費者にアピールしたい情報（複数回答）

	福島県の自然	食味	生産者 (自分自身)	福島県の 伝統・歴史	生産管理の 実施	安全・安心の 取組	その他
米生産者(n=93)	21.5%	72.0%	11.8%	14.0%	23.7%	60.2%	2.2%
牛肉生産者(n=30)	23.3%	66.7%	23.3%	10.0%	23.3%	76.7%	0.0%
ピーマン生産者(n=29)	10.3%	82.8%	24.1%	10.3%	41.4%	55.2%	0.0%
きゅうり生産者(n=34)	14.7%	50.0%	14.7%	11.8%	26.5%	79.4%	2.9%
トマト生産者(n=17)	23.5%	88.2%	35.3%	11.8%	35.3%	64.7%	0.0%
桃生産者(n=36)	16.7%	66.7%	30.6%	11.1%	22.2%	44.4%	0.0%
あんぽ柿生産者(n=35)	25.7%	80.0%	11.4%	25.7%	11.4%	62.9%	0.0%

107

販売促進活動への参加状況

販売促進活動への参加状況について、全品目で「いずれの販促活動にも参加していない」を選択した割合が高かった。他品目より牛肉・トマト生産者は県内消費者、桃生産者は県内事業者、トマト・桃生産者は県外消費者向けに参加していた割合が高かった。

販売促進活動への参加状況（複数回答）

	県内の消費者向け	県内の事業者向け	県外の消費者向け	県外の事業者向け	いずれの販促活動 にも参加していない
米生産者(n=94)	6.4%	6.4%	7.4%	3.2%	84.0%
牛肉生産者(n=30)	23.3%	6.7%	6.7%	6.7%	66.7%
ピーマン生産者(n=27)	14.8%	14.8%	14.8%	11.1%	74.1%
きゅうり生産者(n=36)	5.6%	8.3%	8.3%	11.1%	75.0%
トマト生産者(n=18)	22.2%	11.1%	27.8%	11.1%	55.6%
桃生産者(n=39)	12.8%	25.6%	28.2%	17.9%	59.0%
あんぽ柿生産者(n=31)	3.2%	6.5%	9.7%	6.5%	77.4%

108

販売促進活動に参加していない理由

販売促進活動に参加していない生産者にその理由を尋ねたところ、きゅうり・トマト・桃生産者の70%以上が「参加する時間がないから」を選択した。また、きゅうり・桃以外の生産者の30%以上が「開催されていることを知らなかった」を選択した。

販売促進活動に参加していない理由（複数回答）

	参加する時間がないから	参加する費用がかかるから	近隣で開催されていないから	開催されていることを知らなかったから	販促活動に参加する必要性がないから	その他
米生産者(n=79)	43.0%	6.3%	21.5%	40.5%	19.0%	5.1%
牛肉生産者(n=20)	55.0%	10.0%	35.0%	35.0%	15.0%	10.0%
ピーマン生産者(n=19)	31.6%	5.3%	26.3%	47.4%	26.3%	26.3%
きゅうり生産者(n=27)	74.1%	0.0%	22.2%	18.5%	14.8%	0.0%
トマト生産者(n=10)	70.0%	10.0%	0.0%	30.0%	0.0%	20.0%
桃生産者(n=23)	82.6%	0.0%	4.3%	4.3%	13.0%	0.0%
あんぼ柿生産者(n=22)	45.5%	0.0%	13.6%	36.4%	13.6%	4.5%

109

調査のまとめ

福島県内の生産者に福島県産農畜産物の生産実態、生産量に関する意向及び販売促進活動への参加状況に関する調査を行い、以下の結果が得られた。

調査で明らかになったこと

- 今後の生産量に関する意向は、「現状と同程度を維持」が大勢を占めていた。経営者の年齢層が低い場合や法人経営である場合を中心に、多くの品目で生産量拡大の意向のある生産者が一定数いる一方で年齢層が高い場合は生産量縮小の意向が強い。
- 生産規模について、全品目で前年の「90～109%」という回答が最も多かった。きゅうりとあんぼ柿以外では10%以上拡大した生産者が1～2割程度であり、特に桃では10%以上拡大した割合が他品目よりも高かった。
- 面積当たりの生産コストは全品目で前年より10%以上増加した割合が40%以上に上った。
- 面積当たりの生産量はピーマン・桃では10%以上増加した割合、トマト・あんぼ柿では10%以上減少した割合が他品目と比べて高かった。
- 販売単価について、牛肉以外の品目では3割以上が10%以上上昇したと回答した。経常利益については、牛肉・あんぼ柿生産者の5割以上が10%以上減少したと回答している。牛肉の経常利益減少については、販売単価が向上していないことが影響していると推測される。
- 全品目において何かしらの販売促進活動に参加した生産者は多くなかった。
- 販売促進活動に参加していない理由としてきゅうり・トマト・桃生産者の70%以上が「参加する時間がないから」、きゅうり・桃以外の生産者の30%以上が「開催されていることを知らなかった」を選択した。

今後の方向性

- 全品目において面積当たりの生産コストが増加していることから、引き続き生産性の向上及び販売単価の向上が求められる。
- 販売促進活動に参加している生産者は現状多くないが、開催されていること自体を把握していない生産者がいるため、販売促進活動においては生産者への周知徹底も重要だと考えられる。

110