9　品目別調査結果　ピーマン

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
6. 調査のまとめ

1. 概況

調査結果概要（1/3）

1．各取引段階の“量”の変化

出荷段階

- 福島県産夏秋ピーマンの作付面積と出荷量は、震災以降減少傾向にあったが、作付面積は平成28年度、出荷量は平成26年度以降は概ね横ばいとなっている。令和５年度は、それぞれ平成22年度の73.6%、74.8%となっている。

卸売段階

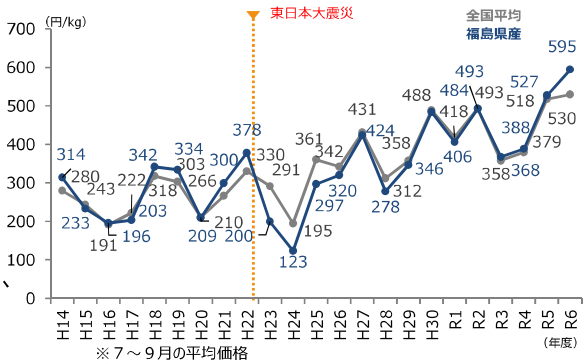
- 福島県産ピーマンは、主に首都圏で取り扱われている。非常に少量であるが関西圏にも流通している。北海道や名古屋といった地域にはほぼ流通していない。
- 東京都中央卸売市場において、福島県産ピーマンは主に７月～10月に出荷されており、市場シェアは３位となっている。特に、８月における市場シェアは年間で最大であり、17%を占めている。

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ピーマンの価格は、震災後に全国平均を下回るようになった。
- 震災後４年間は、明確に全国平均よりも安い価格で推移していた。
- 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年度以降は全国平均を上回っている。

東京都中央卸売市場における平均単価の推移

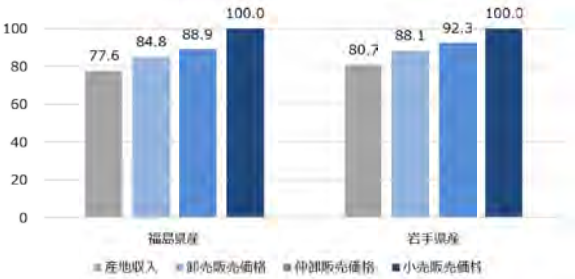


※７～９月の平均価格
データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

個別事例における状況

- 首都圏で福島県産ピーマンと岩手県産ピーマンを併売する小売業者に至る流通経路を対象に、流通段階ごとの取引価格を調査した。
- 福島県産と岩手県産の価格形成を比較すると、取引価格はすべての段階で近い値であった。
- 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。

ピーマンの価格形成事例



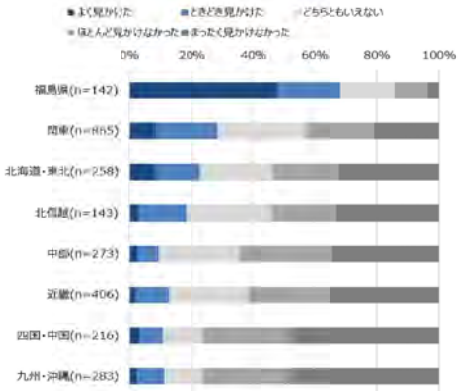
※数値は小売価格を100とした指数。

3. 福島県産品に対する認識

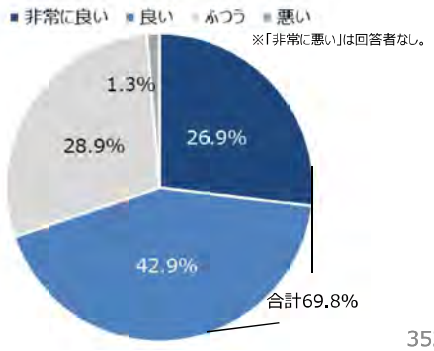
消費者への調査

- 福島県産ピーマンを店頭でよく見かけた人の割合は、福島県が最も高く、他の地域では10%に満たない。
  - ➢ 福島県産ピーマンを購入し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7.5%であった。
- 福島県産ピーマンの購入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69.8%であった。

福島県産ピーマンを店頭で見かけたか



福島県産ピーマン購入者の評価（n= 301）



2. 調査実施概要

調査の全体像

概要調査として政府統計等を整理し、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、消費者の福島県産ピーマンの購入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	• 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。	• 消費者の福島県産品の購入実態や評価を把握する。	• ヒアリング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。 • 競合県産品についても調査の上、比較分析を行う。
調査対象	• 政府統計 • 卸売市場データ • 農畜産業振興機構「野菜情報総合把握システム」	• 全国の消費者（4,000人）	• 袋入りのピーマン • 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	• 福島県産ピーマンの出荷量 • 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	• 福島県産ピーマンを店頭で見かけた経験 • 福島県産ピーマンの購入経験 • ピーマン購入時の重視点 • 福島県産ピーマンの評価	• 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	**各取引段階の“量”の変化** **各取引段階の“価格”の変化**	**福島県産品に対する認識**	**各取引段階の“価格”の変化**

各データを収集・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「野菜生産出荷統計」 • 首都圏・関西圏・名古屋・札幌の各市場の統計データ • 農畜産業振興機構「野菜情報総合把握システム」
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。 ➢ 4,000件を回収し、分析を実施した。
追跡調査	• 首都圏の小売業者へ流通するルート： 2ルート ➢ うち1ルートでは競合県産品の価格データも収集。 • 福島県内の小売業者へ流通するルート： 1ルート

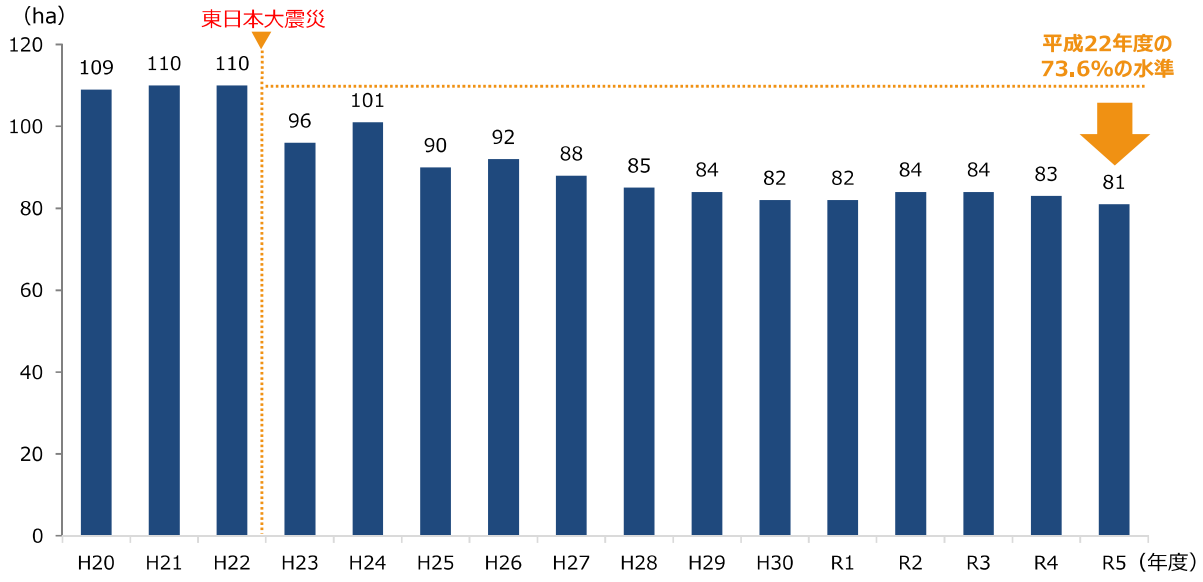
※追跡調査では個社が特定できないようにするとともに、実額を非公表とすることを前提に一部事業者から価格データを受領。

3. 各取引段階の“量”の変化

福島県産夏秋ピーマンの作付面積の推移

福島県産夏秋ピーマンの作付面積は、震災直後に約10%減少した。その後、一時的に増加した年があったものの、全体的に微減した後、平成28年度以降は、概ね横ばいで推移している。令和５年度の出荷量は、平成22年度の73.6%となっている。

福島県産夏秋ピーマンの作付面積の推移



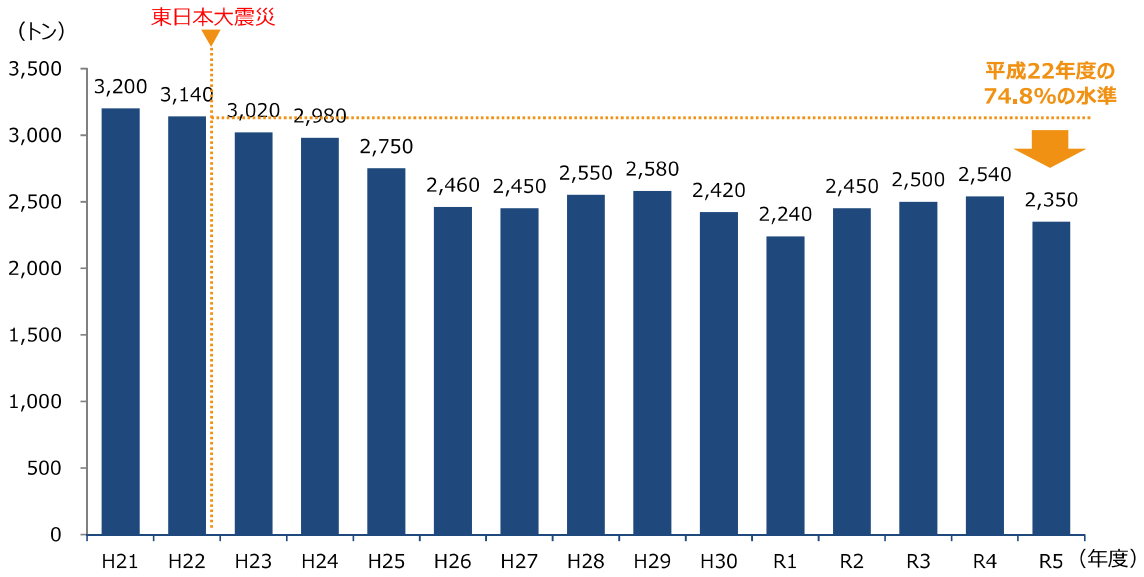
データ出所：農林水産省「野菜生産出荷統計」

※夏秋ピーマン：主たる収穫・出荷期間が６月～10月

福島県産夏秋ピーマンの出荷量の推移

震災後、福島県産夏秋ピーマンの出荷量は減少傾向にあったが、平成26年度以降は、概ね横ばいで推移している。令和５年度の出荷量は、平成22年度の74.8%となっている。

福島県産夏秋ピーマンの出荷量の推移



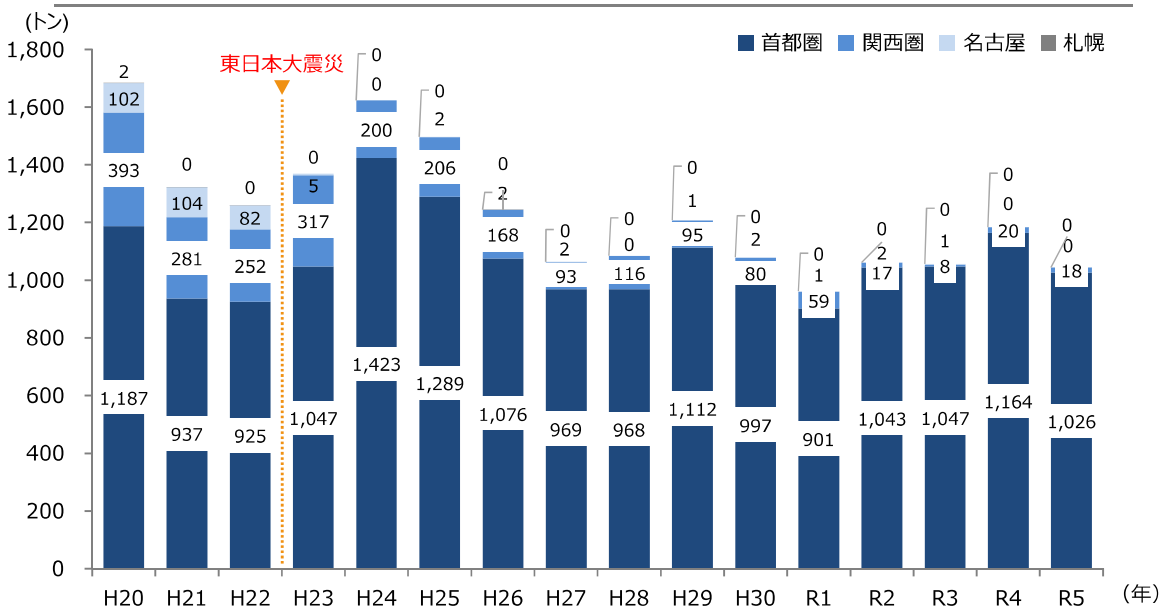
※夏秋ピーマン：主たる収穫・出荷期間が６月～10月

データ出所：農林水産省「野菜生産出荷統計」

各市場における福島県産ピーマンの取扱量の推移

福島県産ピーマンは、主要地域の卸売市場の中では、主に首都圏で取り扱われており、少量ではあるが関西圏にも流通している。

各市場における福島県産ピーマンの取扱量の推移



※数値ラベルは、下から首都圏、関西圏、名古屋、札幌の取扱量を表す。

データ出所：各卸売市場の統計データ及び農畜産業振興機構「野菜情報総合把握システム」

各市場におけるピーマンの産地リレー(令和５年産・首都圏)

東京都中央卸売市場において、７月～10月は福島県産ピーマンのシェアが３位だったが、その他の月での取扱いは僅かであった。横浜市中央卸売市場では、年間を通して福島県産ピーマンの取扱いはほとんど見られなかった。

各市場における産地リレー(令和５年産)

各月で市場シェア１位～３位の順に■■■で色付け

東京都中央卸売市場

	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%	0%	0%	0%	0%	8%	17%	14%	6%	0%	0%	982
茨城	10%	19%	39%	52%	62%	75%	44%	21%	39%	61%	57%	32%	11,534
宮崎	53%	47%	33%	26%	21%	9%	2%	1%	0%	2%	22%	40%	4,929
岩手	0%	0%	0%	0%	0%	4%	37%	49%	37%	20%	3%	0%	3,241
高知	19%	17%	14%	13%	11%	8%	1%	1%	1%	5%	10%	13%	2,274
鹿児島	17%	15%	12%	8%	5%	2%	0%	0%	0%	1%	6%	14%	1,487
総量	**1,479**	**1,410**	**2,069**	**2,399**	**2,996**	**2,506**	**2,076**	**2,205**	**2,157**	**1,934**	**2,339**	**1,749**	

横浜市中央卸売市場

	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%	0%	0%	0%	0%	3%	4%	4%	1%	0%	0%	44
茨城	8%	15%	29%	35%	47%	67%	35%	10%	12%	28%	45%	24%	1,122
岩手	0%	0%	0%	0%	0%	7%	41%	60%	59%	42%	10%	0%	749
高知	40%	34%	30%	25%	23%	18%	1%	0%	1%	11%	30%	33%	676
鹿児島	44%	38%	34%	34%	25%	0%	0%	0%	0%	0%	7%	34%	587
青森	0%	0%	0%	0%	0%	0%	8%	13%	15%	8%	0%	0%	152
総量	**207**	**197**	**301**	**310**	**415**	**324**	**357**	**382**	**356**	**274**	**276**	**255**	

※福島県及び年間取扱量上位県を表示。
※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

各市場におけるピーマンの産地リレー(令和５年産・関西圏)

大阪市中央卸売市場、京都市中央卸売市場のいずれにおいても、福島県産ピーマンの取扱いは、年間を通して僅かであった。

各市場における産地リレー(令和５年産)

各月で市場シェア１位～３位の順に■■■で色付け

大阪市中央卸売市場

	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%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	2
宮崎	61%	57%	52%	49%	48%	35%	9%	4%	3%	15%	52%	63%	2,076
高知	25%	25%	23%	26%	23%	19%	7%	3%	3%	14%	18%	22%	980
青森	0%	0%	0%	0%	0%	0%	29%	44%	34%	21%	3%	0%	776
茨城	0%	0%	7%	9%	15%	20%	9%	4%	10%	15%	10%	1%	551
大分	0%	0%	0%	0%	2%	17%	15%	11%	12%	11%	3%	0%	414
総量	**340**	**273**	**442**	**477**	**631**	**568**	**607**	**679**	**549**	**459**	**584**	**441**	

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%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	8%	2%	0%	0%	0%	17
宮崎	60%	30%	20%	48%	53%	3%	5%	4%	4%	11%	8%	66%	646
大分	0%	0%	0%	0%	9%	64%	69%	10%	10%	33%	20%	0%	625
茨城	0%	7%	53%	16%	32%	26%	2%	11%	47%	28%	29%	1%	477
高知	26%	17%	16%	29%	3%	1%	2%	1%	3%	13%	37%	25%	324
兵庫	0%	0%	0%	0%	0%	0%	9%	20%	15%	6%	0%	0%	103
総量	**187**	**32**	**64**	**272**	**292**	**304**	**364**	**159**	**148**	**253**	**183**	**218**	

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県を表示。
※総量・合計の単位はトン。

各市場におけるピーマンの産地リレー(令和５年産・その他)

名古屋市中央卸売市場では、福島県産ピーマンの取扱いは年間を通してほとんど見られなかった。札幌市中央卸売市場では、年間を通して見られなかった。

各市場における産地リレー(令和５年産)

各月で市場シェア１位～３位の順に■■■で色付け

名古屋市中央卸売市場

	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%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0
鹿児島	57%	57%	53%	45%	40%	8%	0%	0%	0%	7%	38%	58%	1,633
茨城	0%	0%	2%	19%	23%	50%	35%	10%	34%	48%	23%	1%	1,150
宮崎	29%	29%	30%	24%	23%	20%	10%	7%	2%	5%	19%	27%	1,032
高知	14%	12%	14%	12%	14%	19%	11%	2%	2%	11%	18%	13%	653
北海道	0%	0%	0%	0%	0%	2%	27%	30%	26%	15%	0%	0%	402
総量	**408**	**327**	**464**	**533**	**672**	**560**	**426**	**392**	**398**	**372**	**417**	**396**	

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%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0
北海道	0%	0%	0%	0%	1%	68%	99%	100%	100%	95%	24%	0%	1,071
宮崎	90%	94%	92%	80%	54%	17%	1%	0%	0%	4%	64%	94%	816
茨城	0%	0%	1%	11%	36%	13%	0%	0%	0%	1%	2%	0%	106
高知	9%	5%	6%	8%	9%	3%	0%	0%	0%	0%	10%	6%	82
鹿児島	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3
総量	**135**	**99**	**150**	**194**	**160**	**163**	**248**	**274**	**236**	**182**	**132**	**106**	

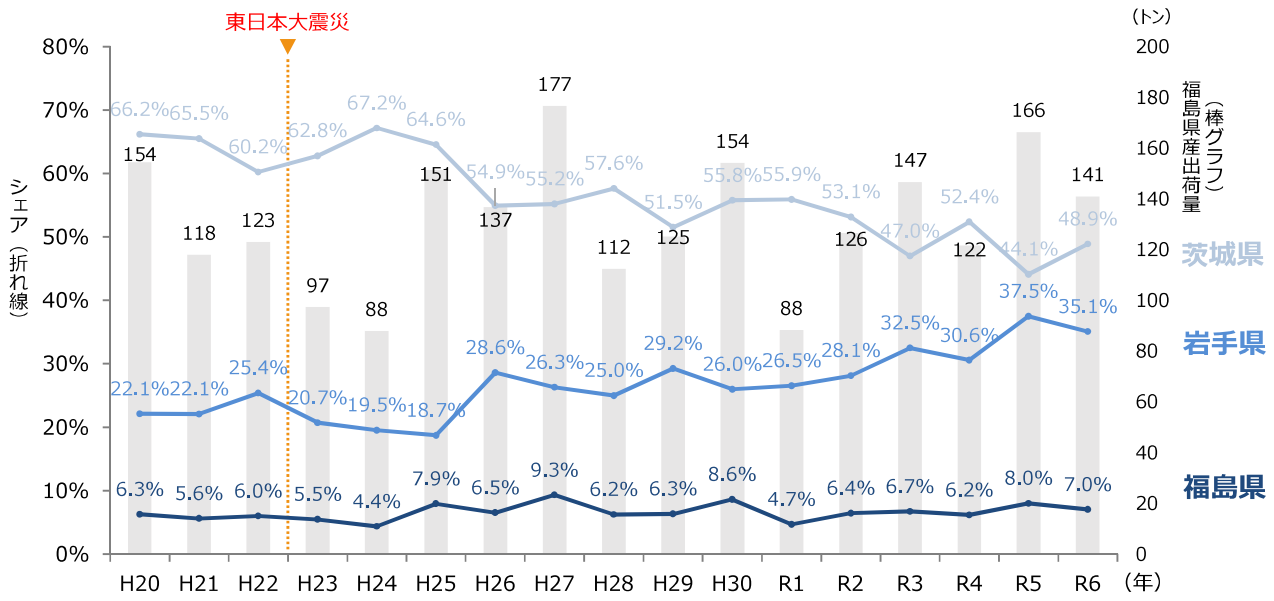
データ出所：各卸売市場の統計データ

※福島県及び年間取扱量上位道県を表示。
※総量・合計の単位はトン。

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(７月)

東京都中央卸売市場における７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、７%前後で推移している。平成22年と比べ他県産については、茨城県産のシェアが48.9%と減少した一方、岩手県産のシェアが35.1%へ拡大した。

東京都中央卸売市場における福島県産及び競合県産のシェアと福島県産の出荷量(７月)

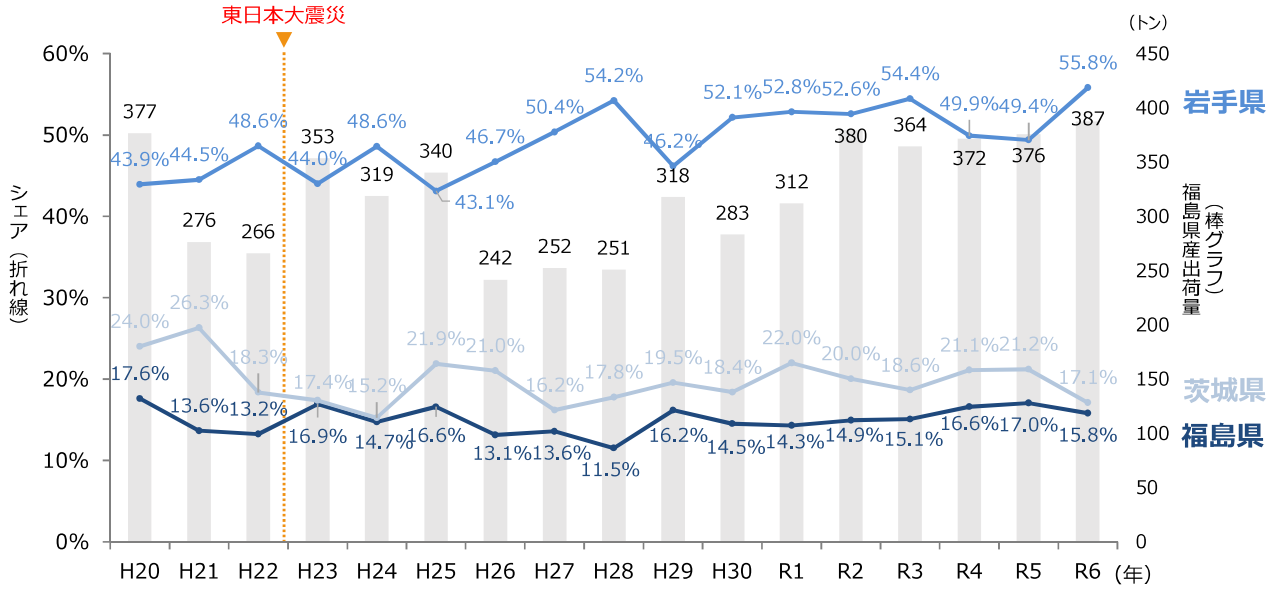


データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

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(８月)

東京都中央卸売市場における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と福島県産の出荷量(８月)

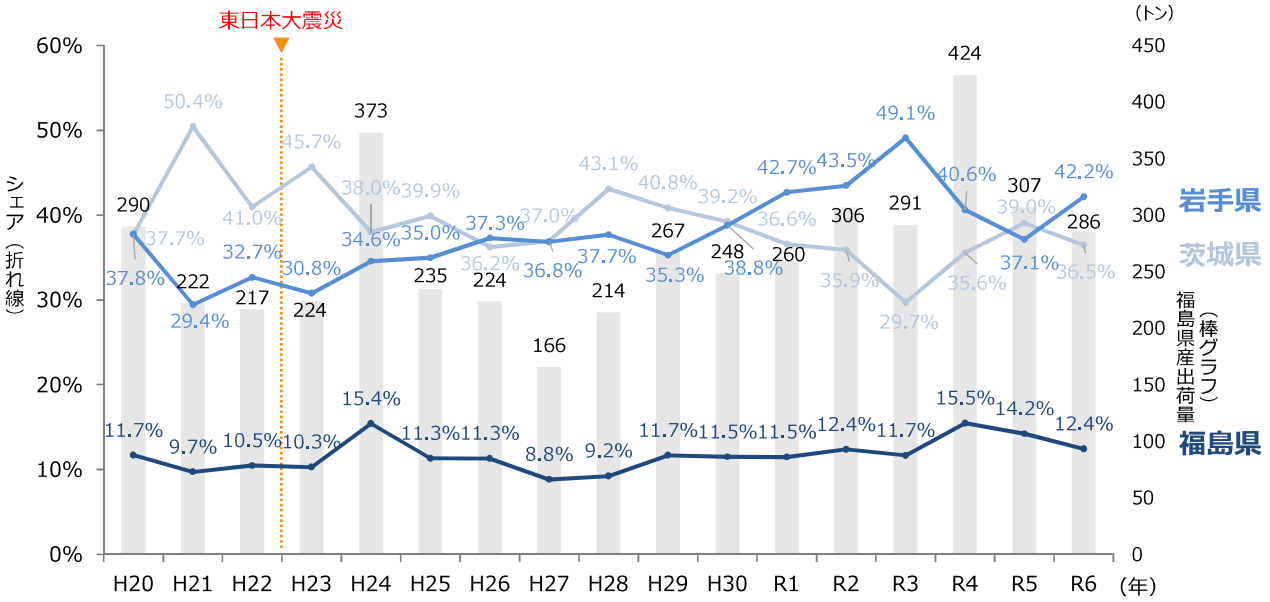


データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

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(９月)

東京都中央卸売市場における９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、12%前後で推移している。また、震災前から岩手県産・茨城県産のシェアが１～２位を占めている。

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と福島県産の出荷量(９月)

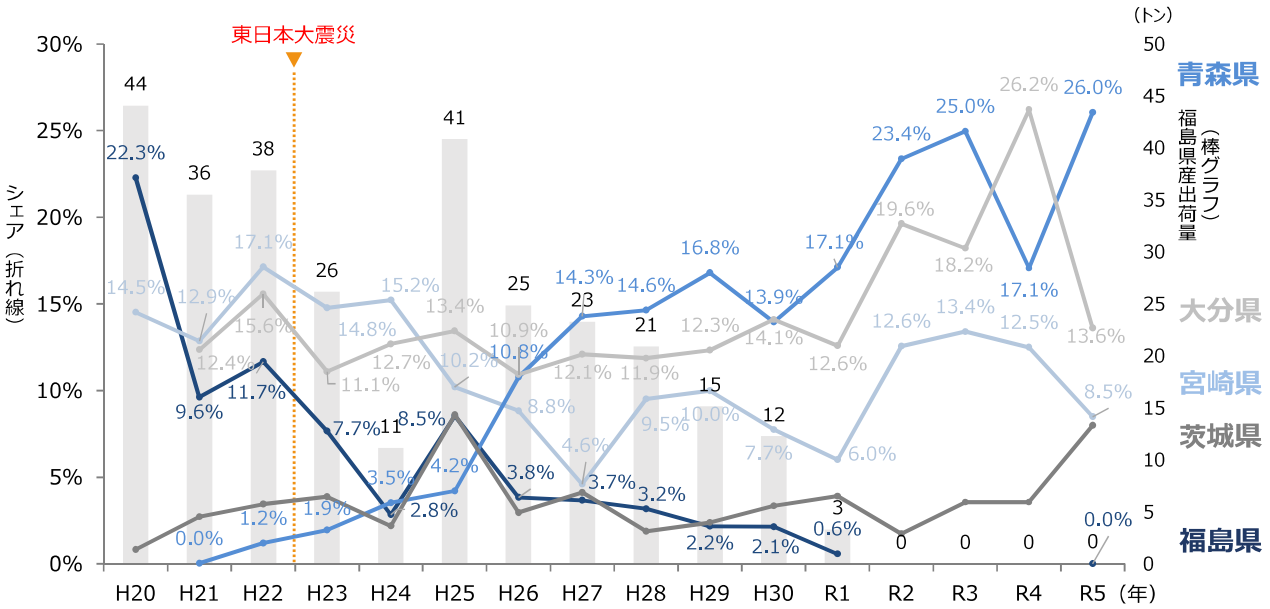


データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

大阪市中央卸売市場における福島県産ピーマンのシェアの推移(７月)

大阪市中央卸売市場における７月の福島県産ピーマンのシェアは、震災以降減少が続き、令和２年以降の取扱いはなくなった。一方で、震災前は僅かしか出荷されていなかった青森県産が、平成26年以降シェア１～２位を占めるようになった。

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と福島県産の出荷量(７月)



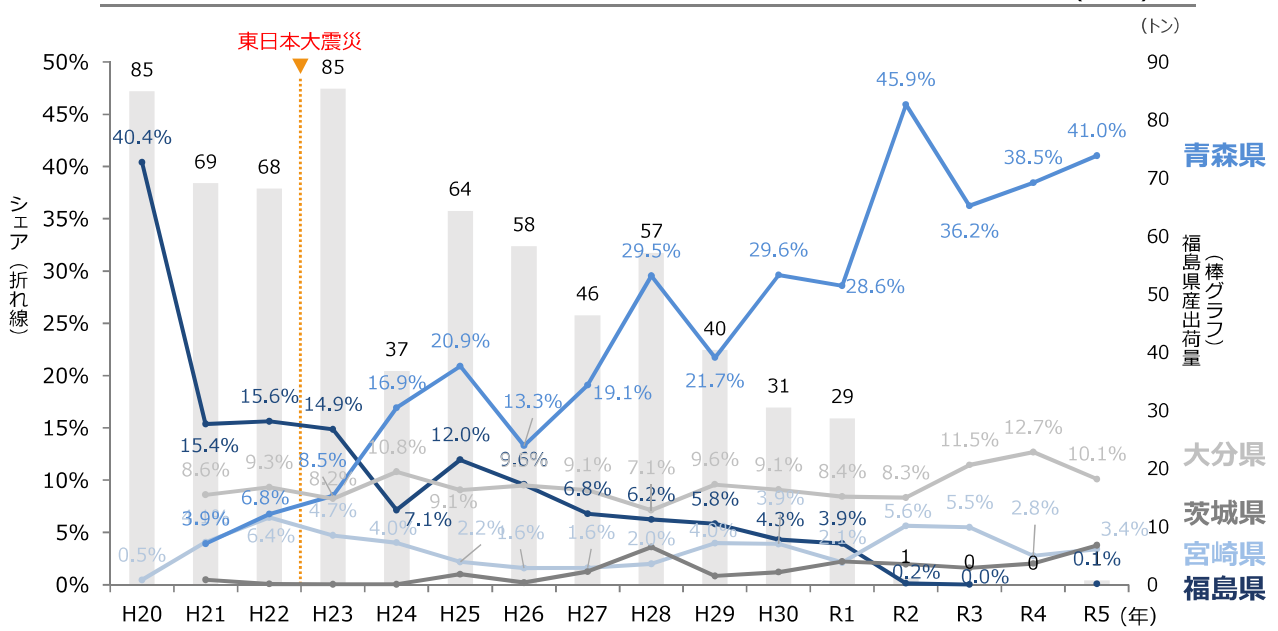
データ出所：大阪市中央卸売市場「市況情報」

※グラフ上の数値は該当月のシェアトップ３の都道府県と福島県のみ記載（茨城県数値表示なし。）。

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(８月)

大阪市中央卸売市場における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、令和２年以降はほぼ取扱いがない。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年以降シェアを大きく伸ばし、近年はシェア１位となっている。

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と福島県産の出荷量(８月)

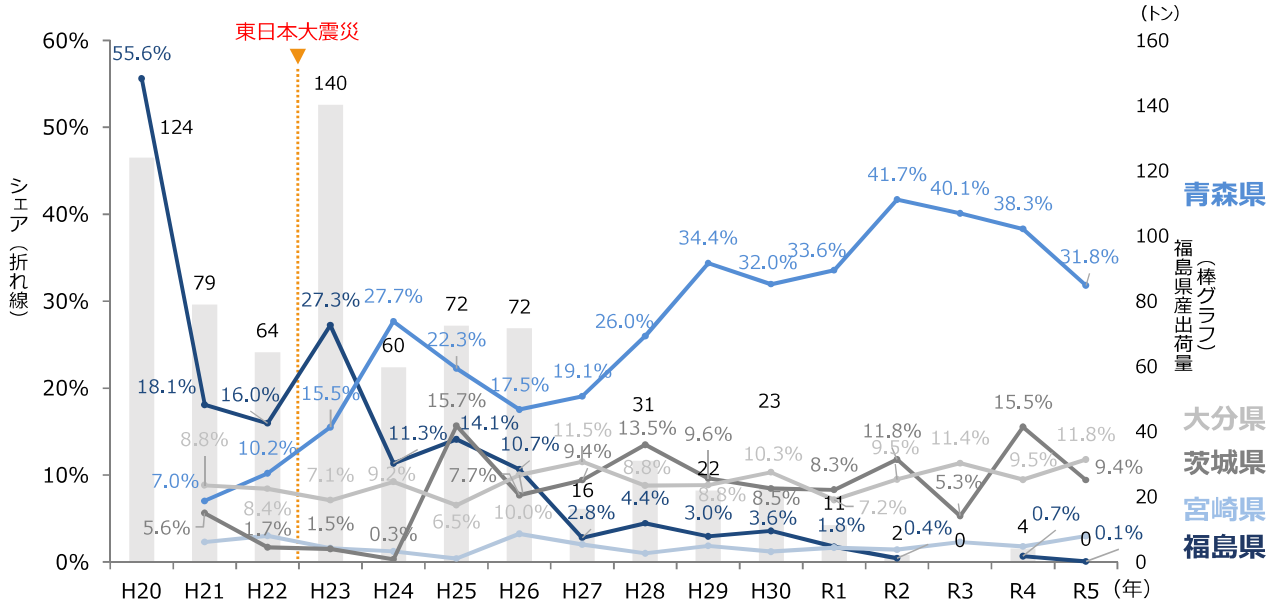


データ出所：大阪市中央卸売市場「市況情報」　※グラフ上の数値は該当月のシェアトップ３の都道府県と福島県のみ記載（茨城県数値表示なし。）。

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(９月)

大阪市中央卸売市場における９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、近年ではほぼ取扱いがない。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年以降シェアを大きく伸ばし、近年はシェア１位となっている。

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と福島県産の出荷量(９月)



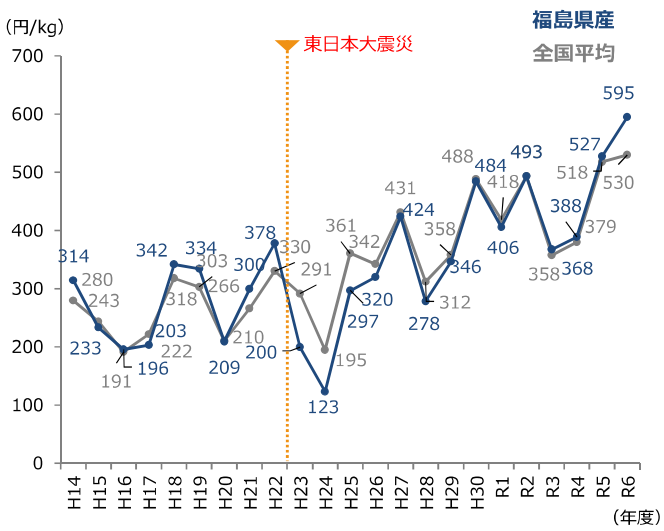
データ出所：大阪市中央卸売市場「市況情報」　※グラフ上の数値は該当月のシェアトップ３の都道府県と福島県のみ記載（宮崎県数値表示なし。）。

4. 各取引段階の“価格”の変化

東京都中央卸売市場における福島県産ピーマンの価格の概況（全国平均との価格差）

東京都中央卸売市場における福島県産ピーマンの平均単価は、震災以前は概ね全国平均を上回っていたが、震災直後は全国平均を大きく下回った。平成29年度以降は、徐々に差が縮小し、令和６年度は12.3%と大幅に全国平均を上回った。

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

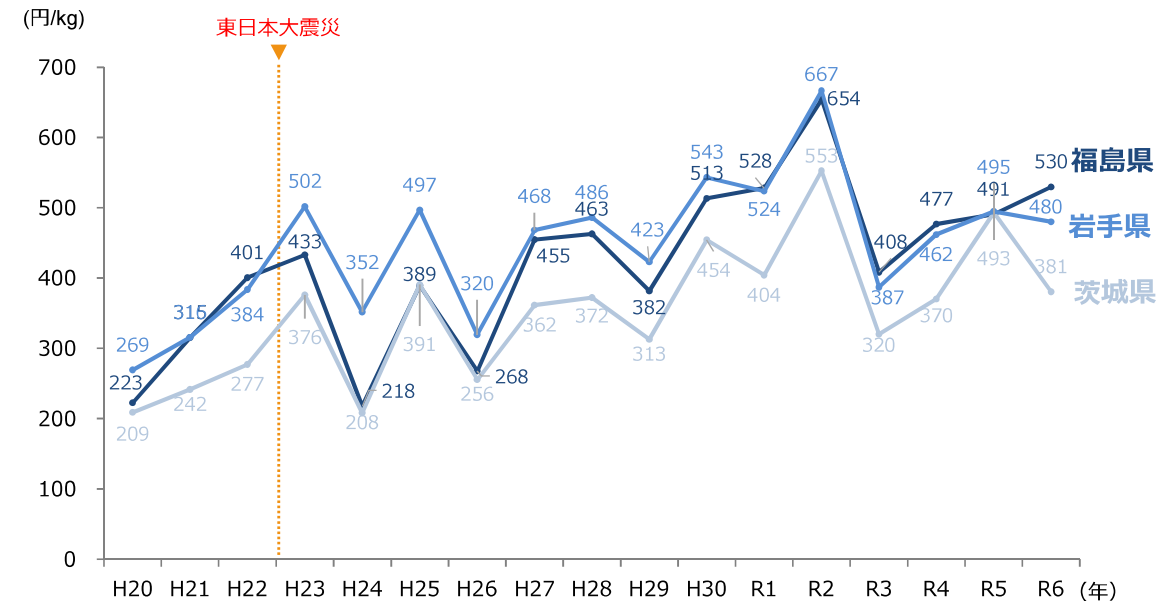
※福島県産と全国平均の価格差を、全国平均の価格で割った値。
例えば、福島県産が全国平均より１割安ければ-10%となる。

※ピーマンの震災前３年は年度差が大きかったため、他品目で調査している期間よりも更に遡って調査した。
データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」（７～９月の平均価格）

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(７月)

東京都中央卸売市場における７月の福島県産ピーマンの平均単価は、震災後しばらくは岩手県産よりも低い水準で推移していたが、平成27年以降ほぼ同程度の水準となり、令和６年においては、福島県産が岩手県産及び茨城県産を上回った。

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(７月)

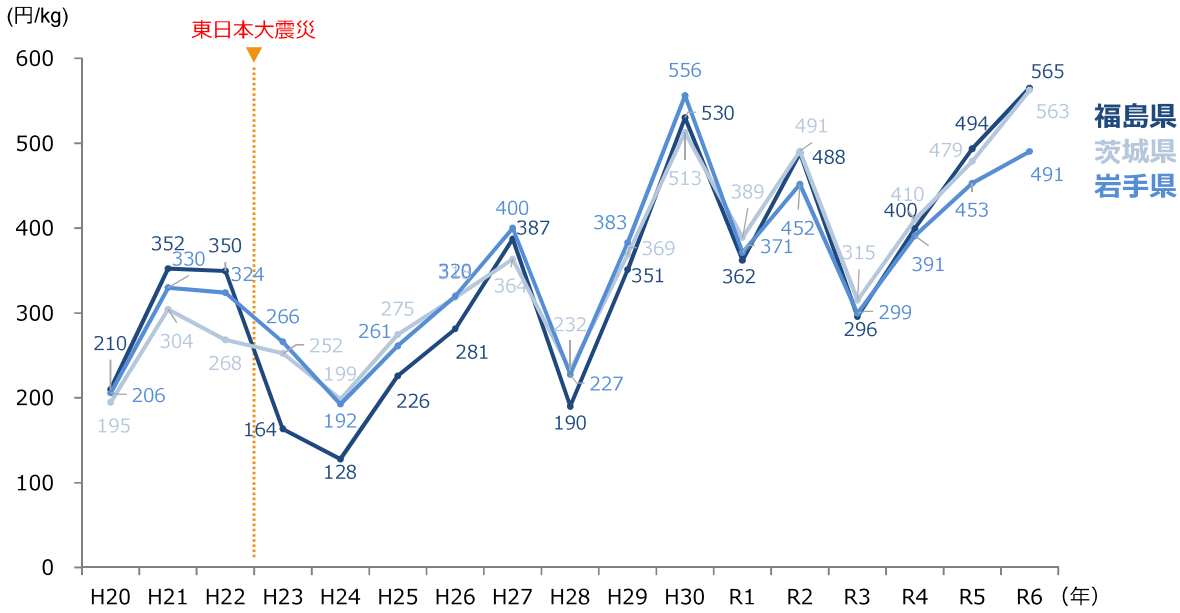


データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

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(８月)

東京都中央卸売市場における８月の福島県産ピーマンの平均単価は、震災後しばらくは岩手県産・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。

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)

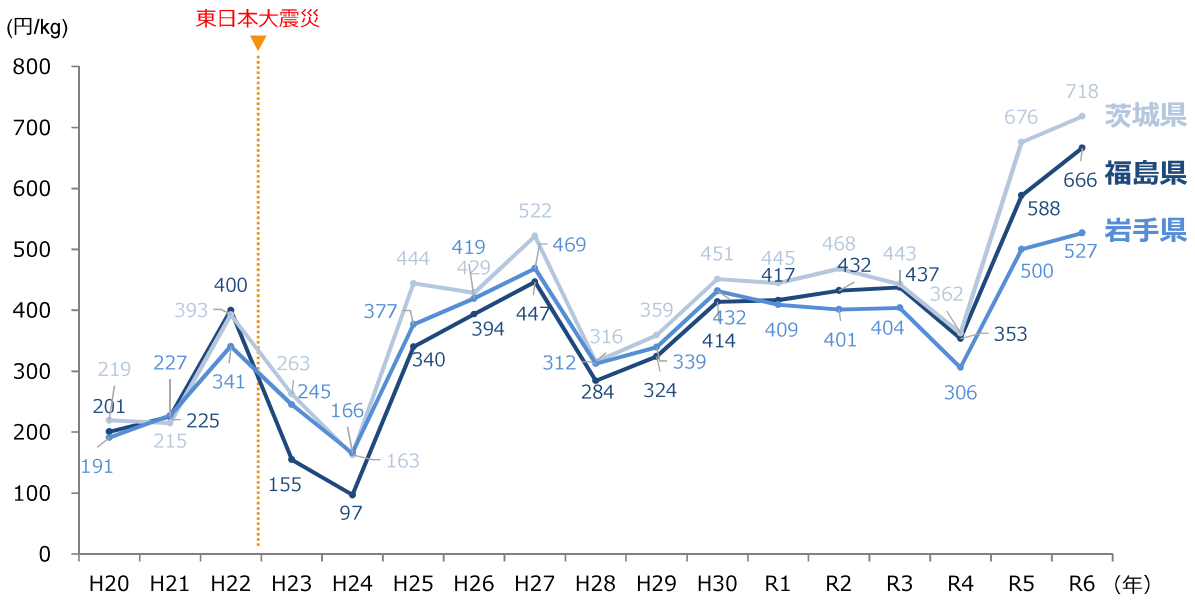


データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

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(９月)

東京都中央卸売市場における９月の福島県産ピーマンの平均単価は、震災後しばらくは岩手県産・茨城県産よりも低い水準で推移していたが、令和元年以降は、岩手県産の平均価格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(９月)

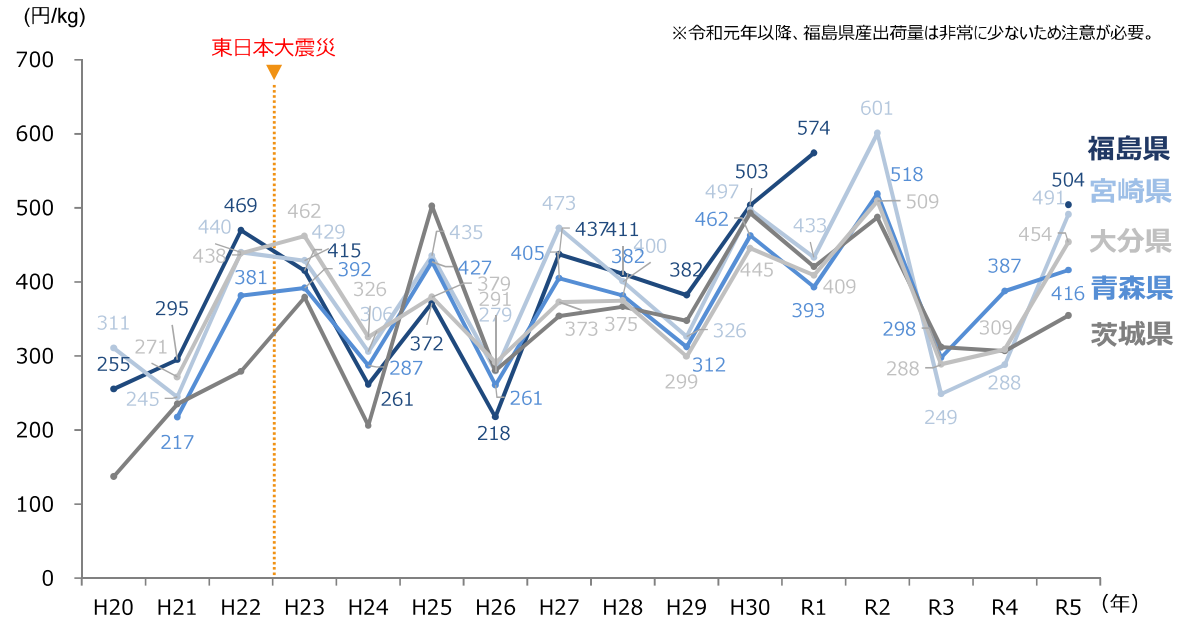


データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

大阪市中央卸売市場における福島県産ピーマンの単価の推移(７月)

大阪市中央卸売市場における７月の福島県産ピーマンの平均単価は、震災後に競合県産を下回ったが、平成28年以降は競合県産の平均単価を上回っている。令和２年から令和４年にかけ、福島県産の取扱いはない。

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(７月)



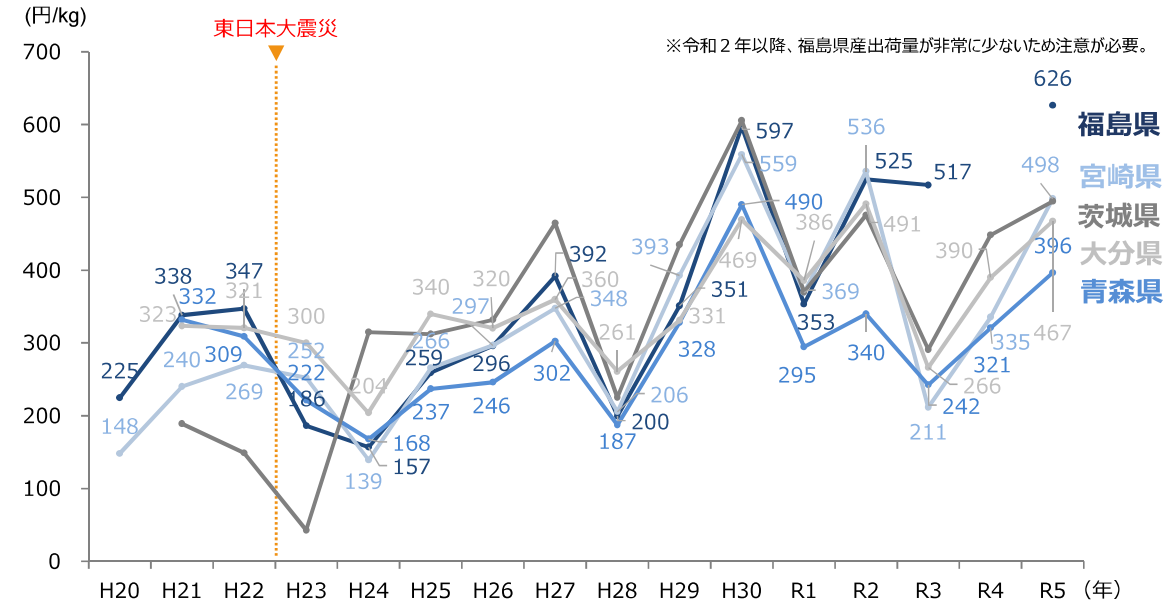
データ出所：大阪市中央卸売市場「市況情報」

※グラフ上の数値は該当月のシェアトップ３の都道府県と福島県のみ記載（茨城県数値表示なし。）。

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(８月)

大阪市中央卸売市場における８月の福島県産ピーマンの平均単価は、震災後、競合県産を下回った。その後価格ポジションが上昇し平成30年には上位となったが、令和２年以降は取扱いがほとんどない。

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)

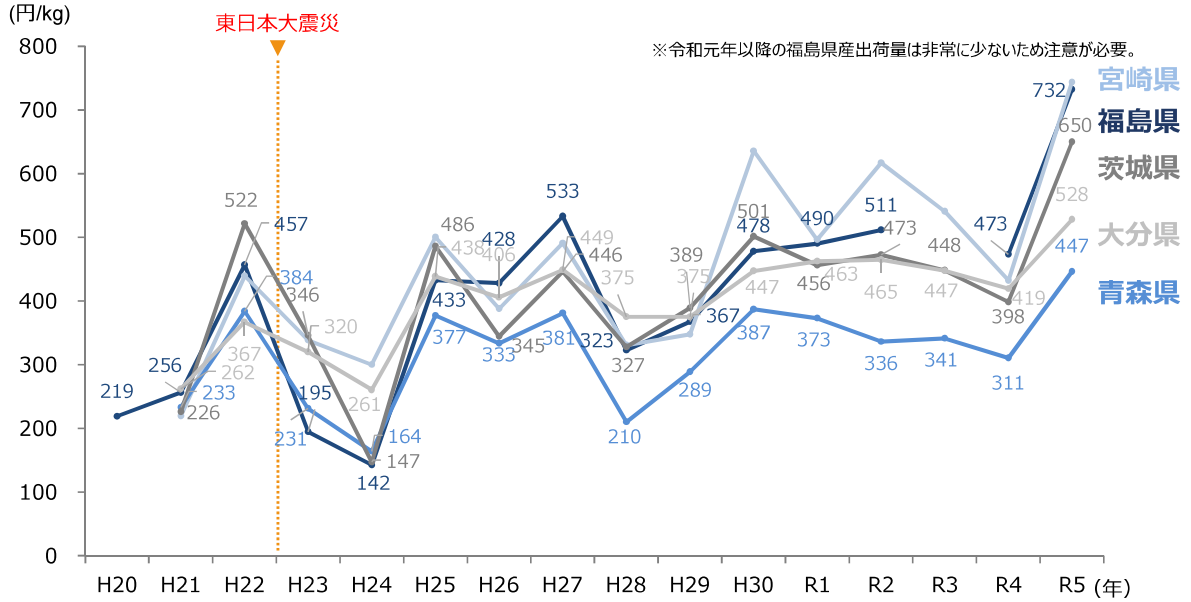


データ出所：大阪市中央卸売市場「市況情報」　※グラフ上の数値は該当月のシェアトップ３の都道府県と福島県のみ記載（茨城県数値表示なし。）。

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(９月)

大阪市中央卸売市場における９月の福島県産ピーマンの平均単価は、震災後、競合県産を下回ったが、価格ポジションは上昇し、平成26年以降、競合県産を上回る水準となったが、令和２年以降は取扱いがほとんどない。

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(９月)



データ出所：大阪市中央卸売市場「市況情報」　※グラフ上の数値は該当月のシェアトップ３の都道府県と福島県のみ記載（宮崎県数値表示なし。）。

福島県産ピーマンの出荷量・市場価格の推移

東京都中央卸売市場、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及び価格の推移の状況は以下のとおり。

		各市場におけるシェア・価格の推移
東京都中央卸売市場	シェアの推移	• 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、７月は7%前後、８月は15%前後、９月は12%前後のシェアで推移している。 • ７月はシェア１位である茨城県のシェアが減少傾向にある一方で、岩手県産のシェアが増加傾向にある。９月のシェアは震災前から岩手県産・茨城県産のシェアが１～２位を占めている。
	価格の推移	• ７月、８月の福島県産ピーマンの平均単価は、震災後は岩手県産よりも低い水準で推移してきたが、近年では同程度の水準である。９月の福島県産ピーマンの平均単価は、震災後は岩手県産・茨城県産よりも低い水準で推移してきたが、令和元年以降は岩手県産を上回っている。
大阪市中央卸売市場	シェアの推移	• ７月、８月の福島県産ピーマンのシェアは、震災以降に減少が続き、近年では取扱いがなくなっている。９月についても、近年は福島県産の取扱いはごくわずかである。 • ７月～９月のシェアは、震災前は福島県産よりも低かった青森県産が大きく拡大した。また、７月は大分県産、９月は茨城県産もシェアを拡大した。
	価格の推移	• ７月～９月の福島県産ピーマンの平均単価は、震災後に競合県産を総じて下回る水準となった。その後再び価格ポジションが上昇し、一部競合県産の平均単価を上回るようになった。

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６年８月
調査ルート	• 首都圏の小売業者へ流通するルート：２ルート 　• うち１ルートでは競合県産の価格データも収集。 • 福島県内の小売業者へ流通するルート：１ルート

ピーマンの価格形成事例１

- 首都圏の小売業者が扱うピーマンの事例。
  - 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、卸売販売価格に比例している。
  - 福島県産と岩手県産の価格形成を比較すると、取引価格はすべての段階で近い値であった。
    - 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。
    - 卸売業者と仲卸業者の販売価格も基本的に産地によって変えてはいなかった。

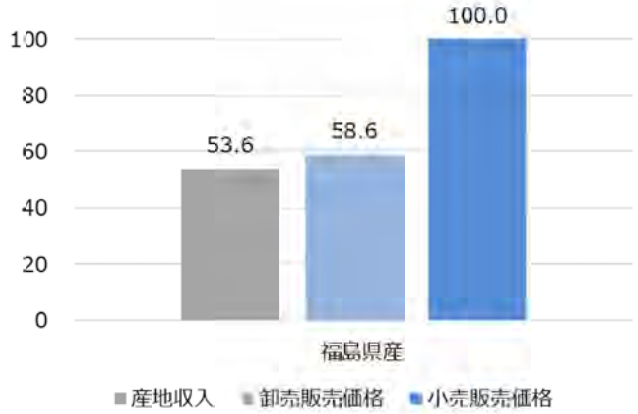
ピーマンの価格形成事例１

※数値は小売価格を100とした指数。
※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、岩手県産ともに、８月の１か月間のデータを集計した。

ピーマンの価格形成事例２

- 首都圏の小売業者が扱うピーマンの事例。
  - 小売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。
  - この事例では卸売業者が仲卸業者を通さず、直接小売業者に販売している。
  - 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２



※数値は小売販売価格を100とした指数。
※産地収入とは集出荷業者の販売価格のことを指す。
※８月の１か月間のデータを集計した。

ピーマンの価格形成事例３

- 福島県内の小売業者が扱うピーマンの事例。
  - 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。
  - 事例１、２と同様に、産地収入は卸売販売価格に比例する。

ピーマンの価格形成事例３

※数値は小売価格を100とした指数。
※産地収入とは集出荷業者の販売価格のことを指す。
※８月の１か月間のデータを集計した。

ピーマンの価格形成事例分析のまとめ

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。

- 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。

ヒアリングの実施状況

主に福島県産の取扱状況、価格ポジションが回復していない要因、市況等について、福島県内・県外の事業者の計7件にヒアリングを行った。

調査方法	• オンラインによるヒアリング
調査時期	• 令和６年７月
対象品目	• ピーマン
ヒアリング対象者	• 生産団体 ：１件（以下、生産団体A） • 卸売業者 ：４件（以下、卸売B、C、D） • 小売業者 ：２件（以下、小売E、F）
ヒアリング内容	• 福島県産の取扱状況、価格ポジションが回復していない要因、市況等

ヒアリング結果

震災前の福島県産の平均単価は、全国平均や茨城県産よりも大きくプラスになっている年度があるがその要因について、茨城県産の出荷量の影響等が挙げられた。

	ヒアリング結果
茨城県産の出荷量・品質低下の影響	• 平成16年度は前年度よりも**茨城県産の出荷量が急激に減少**したことで、**福島県産を含む他産地の引き合いが高くなり福島県産の価格が高かった**と考えられる。（卸売C） • 推測になるが、７月において福島県産の価格が高かった年は、茨城県産の品質の低下により茨城県産を購入したいという量販店が減少したが、茨城県産は出荷量はあるので、需要に対して供給が過多になり茨城県産の価格が下がったことが考えられる。（卸売B）
その他	• 夏の気温の高さがピーマンの品質に影響を与えるため、以前は**茨城県よりも緯度の高い福島県産の需要があったのかもしれない**。以前は７～９月の気温が高い時期は高冷地の産地からピーマンを仕入れていたが、最近は各産地で生産設備が整い、産地の気温の高さを気にしなくなった。（小売E）

ヒアリング結果

全国平均及び競合産地と福島県産の価格差のプラスの幅が震災前よりも小さい要因及び震災前は近年よりも価格差の変動が大きかった要因について、各産地における品質の向上や販売・需要の変化が挙げられた。

	ヒアリング結果
品種改良等による品質の向上	• 近年の全国平均と福島県産の価格差のプラスの幅が震災前よりも小さい理由として、近年はピーマンも含めた野菜全般で病気に強い品種が増えたことで、**安定的な生産ができるようになってきた**ことが理由として考えられる。（卸売C） • **近年は病気に強い品種への変更や、各産地の努力による生産技術の向上が品目全体の品質を高めた**ことで産地間での価格差が縮まってきていると感じる。（小売F）
販売・需要の変化	• 震災前と比べて値付けの方法が変化しており、近年は**事前値決めをするようになった**ことが価格の変動が小さくなった理由として考えられる。（卸売C） • ピーマンはバラ・袋（130ｇ）・大袋（250～300ｇ）など色々な売り方ができ、利益に繋がりやすいため、近年量販店が売りたい商材になってきている。そのため**多くの量販店が常にピーマンを求めるため、価格が安定し、価格差の乱高下が少なくなってきているのではないか**。（卸売B）
その他	• 最近は各産地でピーマンの価格が上がっているため、震災前と比べて産地間で価格差がつかない状況になっているのではないか。（卸売D）

生産団体A

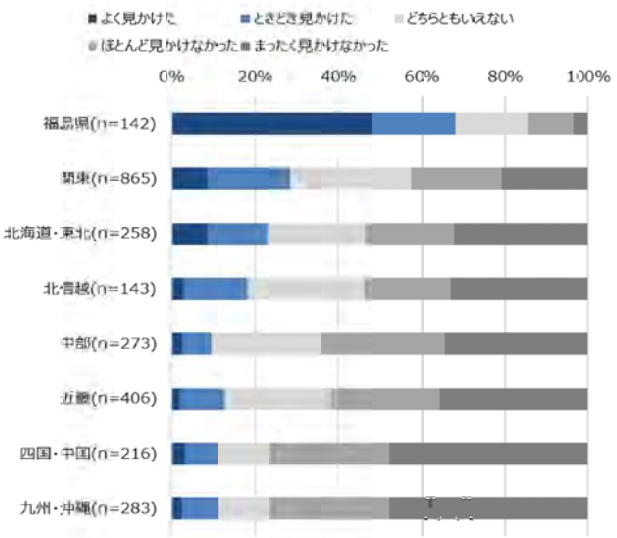
福島県では、生産者は傷みが出にくい栽培方法で栽培し、また生産者が一次選別をしている。更にその後に出荷の前の段階でも検品しているため、出荷されたピーマンに傷みがある割合が低く、傷みがあるピーマンが出荷される頻度も減少している。

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入経験（消費者アンケート）

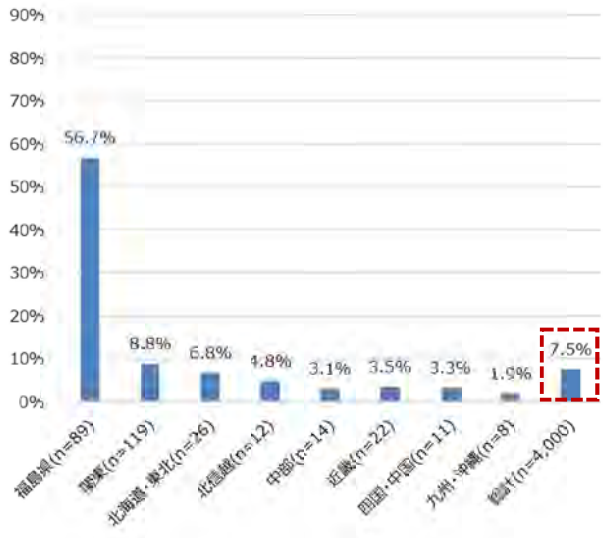
福島県産ピーマンを店頭でよく見かけた人の割合は、福島県が最も高く、他の地域では10%に満たない。福島県産ピーマンを購入したことがあると認識している人の割合も福島県が最も高く、全国では7.5%であった。

福島県産ピーマンを店頭で見かけたか



※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「分からない」を選択した回答者を除いて算出。

福島県産ピーマンの購入経験率

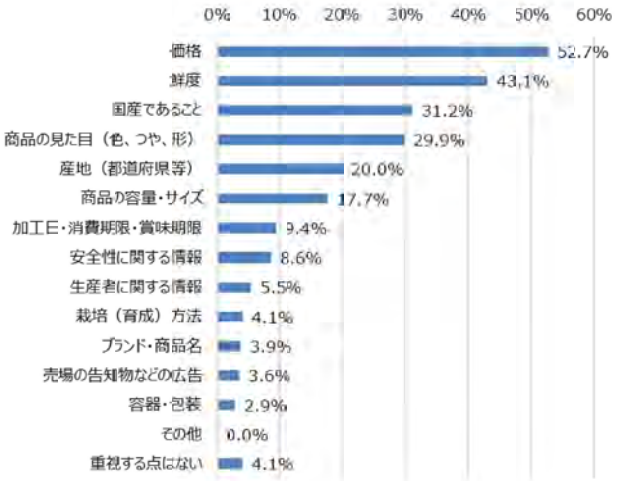


※購入経験率＝１度でも購入したことがある人数／回答者数
※記憶に関する質問であるため、産地を認識せず買っていれば購入経験なしとなる。

ピーマン購入時の重視点と福島県産ピーマンの購入者の評価（消費者アンケート）

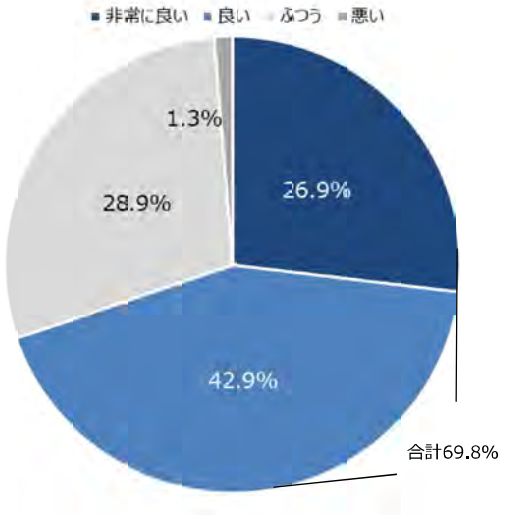
福島県産に限らずピーマン購入時の重視点を尋ねたところ、「価格」が上位にあがり、次いで「鮮度」があがった。福島県産ピーマンの購入者に評価を尋ねたところ、「非常に良い」または「良い」と回答した人が69.8%であった。

ピーマン購入時の重視点（n=3,158、複数回答）



※ピーマン購入時の重視点は、福島県産に限らない質問。
※月に１回以上ピーマンを購入している回答者のみに尋ねた質問。

福島県産ピーマンの購入者の評価（n=301）

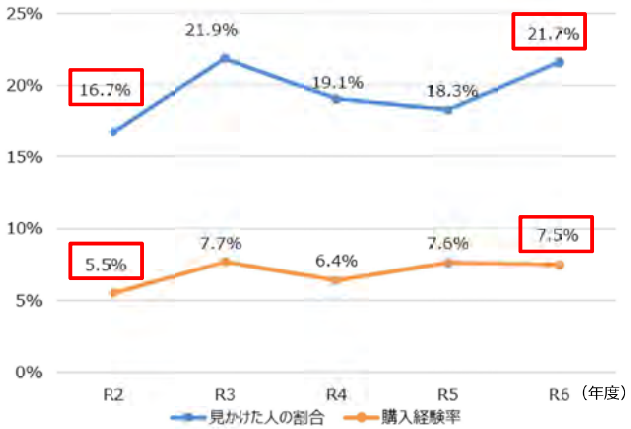


※福島県産ピーマンを購入したことがある回答者のみに尋ねた質問。
※「非常に悪い」という選択肢も設けていたが選択した者はいなかった。

福島県産ピーマンを見た経験、購入経験と購入者の評価（消費者アンケート・経年比較）

令和２年度と令和６年度を比較すると、福島県産ピーマンを店頭で見かけた人の割合、購入経験率はそれぞれ5.0%ポイント、2.0%ポイント上昇し、福島県産ピーマンの評価として「非常に良い」または「良い」と回答した人の割合は2.7%ポイント上昇した。

福島県産ピーマンを見かけた人の割合、購入経験率



※見かけた人の割合は過去１～２年に、店頭で福島県産ピーマンを見た記憶を尋ねたもので、「よく見かけた」、「ときどき見かけた」を選択した者の割合の合計値。
※見かけた人の割合のnはR2:6,994、R3:7,722、R4:3,556、R5:2,804、R6:2586。
nは「分からない」を選択した回答者を除いて算出。
※購入経験率＝１度でも購入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入経験なしとなる。
※購入経験率のnはR2:11,000、R3:11,000、R4:5,500、R5:4,000、R6:4,000。

福島県産ピーマンを高く評価している人の割合

※福島県産ピーマンを購入したことがある回答者のみに尋ねた質問。
※グラフ上の数値は「非常に良い」、「良い」を選択した者の割合の合計値。
※nはR2:600、R3:851、R4:352、R5:305、R6:301。

6. 調査のまとめ

福島県産ピーマンに関する調査により明らかになったこと、それにより考えられる今後の方向性は以下のとおりである。

調査で明らかになったこと

- 福島県産ピーマンは、主要地域の卸売市場の中では、主に首都圏で取り扱われており、関西圏での流通は僅かである。北海道や名古屋といった地域にはほぼ流通していない。
- 事業者アンケートでは福島県産ピーマンのイメージとして「流通量が多い」「供給量が安定している」が選択された割合は茨城県産・岩手県産よりも低かった。
- 震災前の福島県産の平均単価は、全国平均や茨城県産よりも大きくプラスになっている年度がある要因として、茨城県産の出荷量や品質の影響等が考えられる。
- 全国平均及び競合産地と福島県産の価格差のプラスの幅が震災前よりも小さい要因として、各産地における品質の向上等が考えられる。
- 福島県産ピーマンを購入したことがあると認識している消費者の割合は過去５年間で2.0%ポイント上昇した。

残った課題・今後の方向性

- 現状、首都圏以外の市場に出荷できるだけの供給量がないことから、販路拡大に向けては生産量拡大が必要となる。
- また、いずれの産地においても近年は品質の向上が見られ、品質の違いが小さくなっていることからも、選ばれる産地となるためには品質だけでなく、出荷量の増加とともに長期安定出荷を図る必要がある。

卸売

トップ産地になるためには品質を保ったまま、他産地よりも圧倒的な出荷量が確保できるようになる必要がある。