

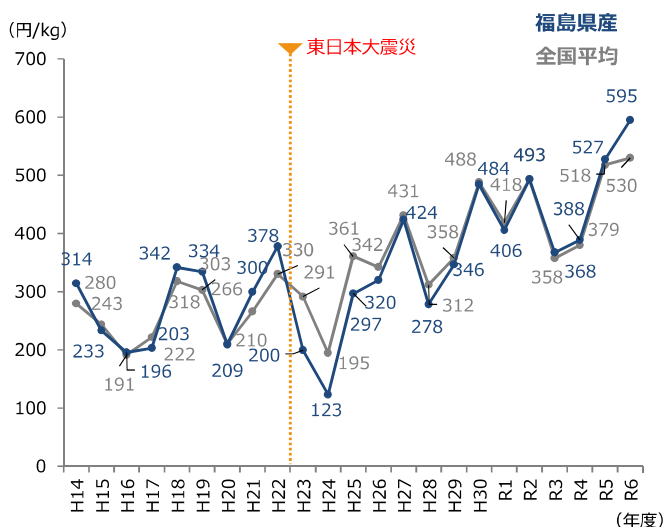
4. 各取引段階の“価格”の変化

369

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。

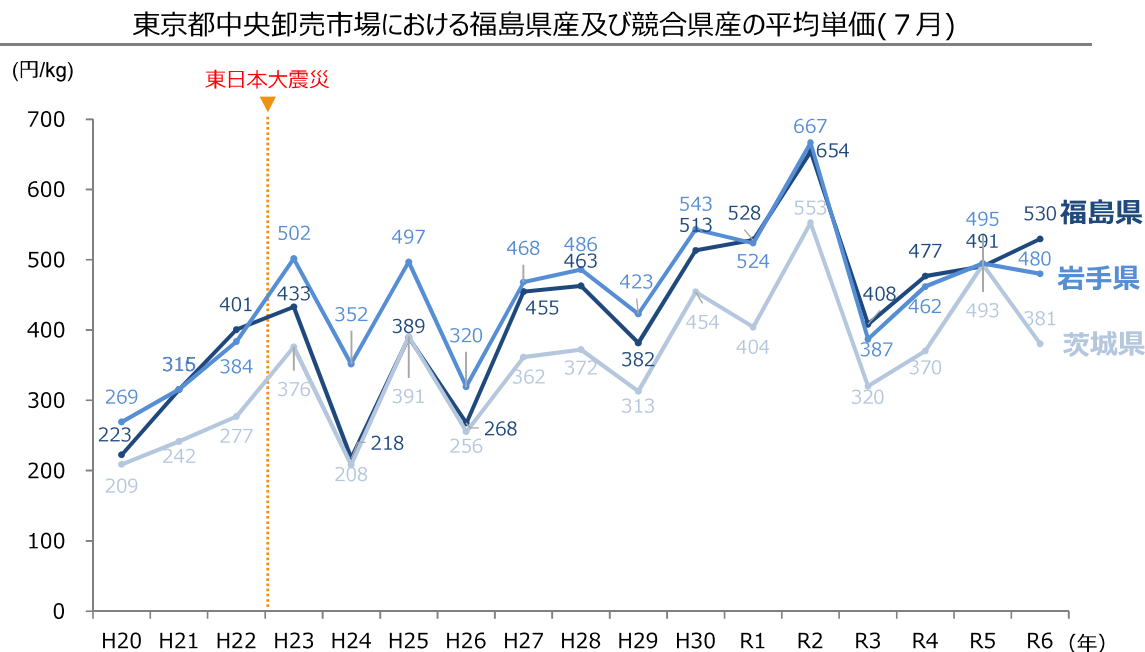
※ピーマンの震災前3年は年度差が大きかったため、他品目で調査している期間よりも更に遡って調査した。

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）

370

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。

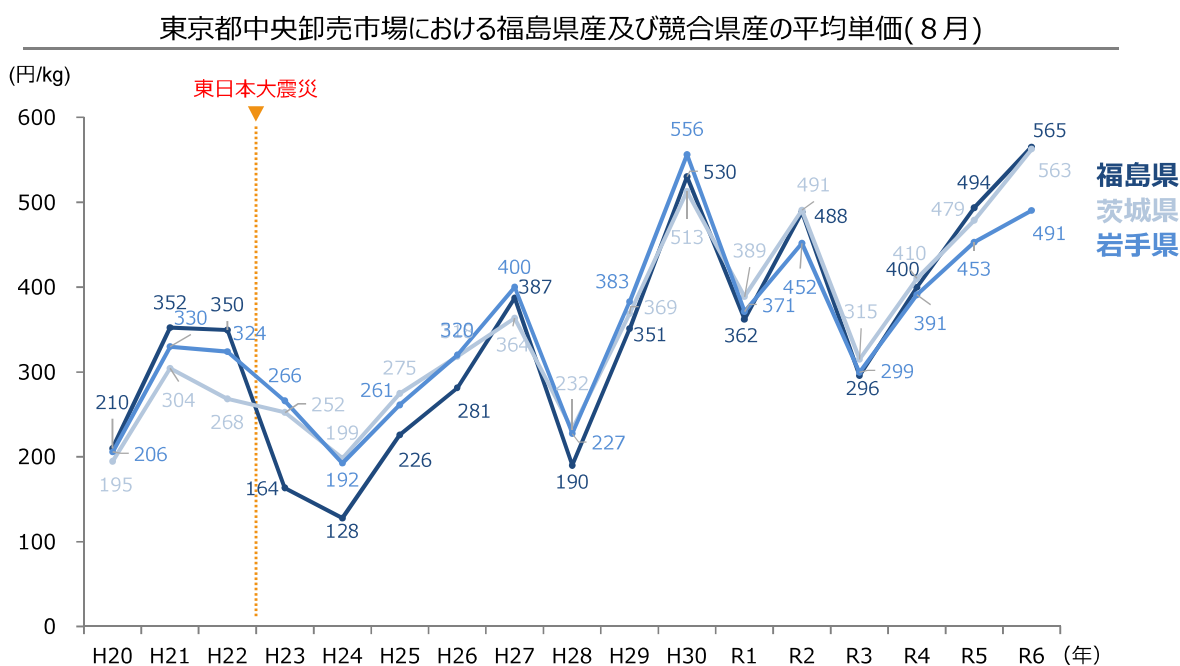


データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

371

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。



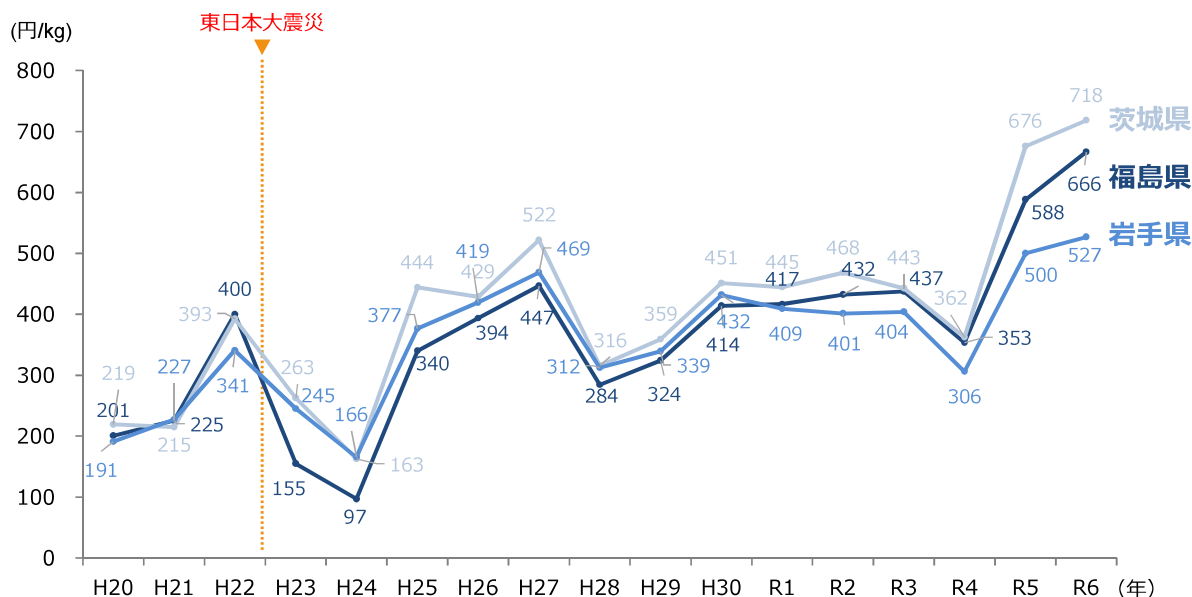
データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

372

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)



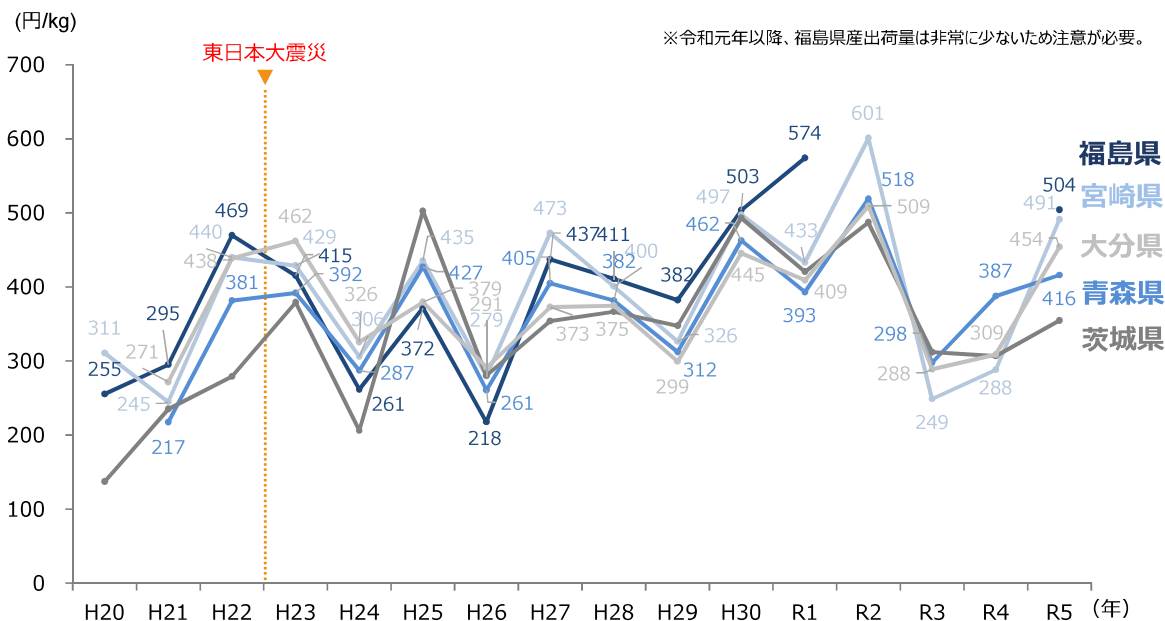
データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

373

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年にかけて、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」

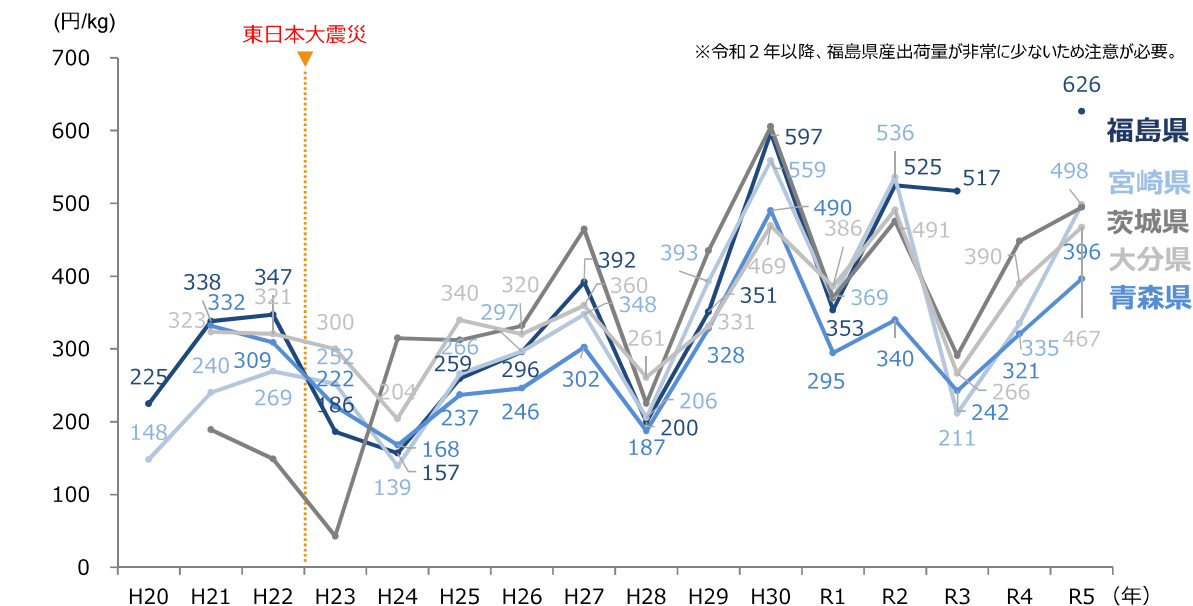
※グラフ上の数値は該当月のシェアトップ3の都道府県と福島県のみ記載（茨城県数値表示なし。）。

374

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)

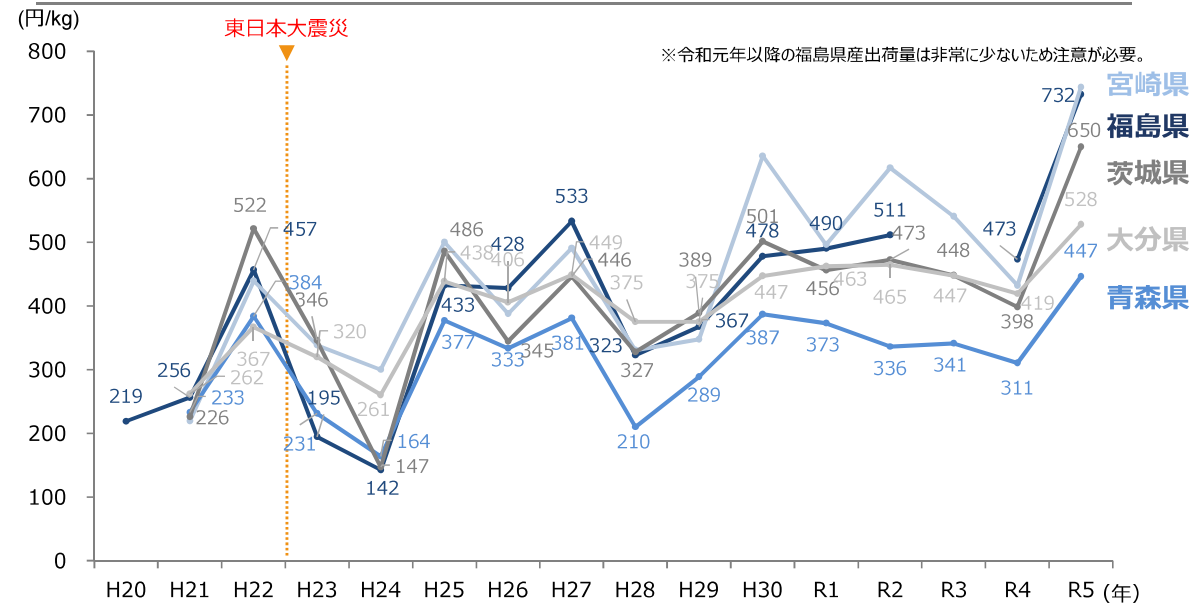


データ出所：大阪市中央卸売市場「市況情報」 ※グラフ上の数値は該当月のシェアトップ3の都道府県と福島県のみ記載（茨城県数値表示なし。）。 375

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(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。）。 376

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。

377

価格形成に関する事例調査(追跡調査)の概要

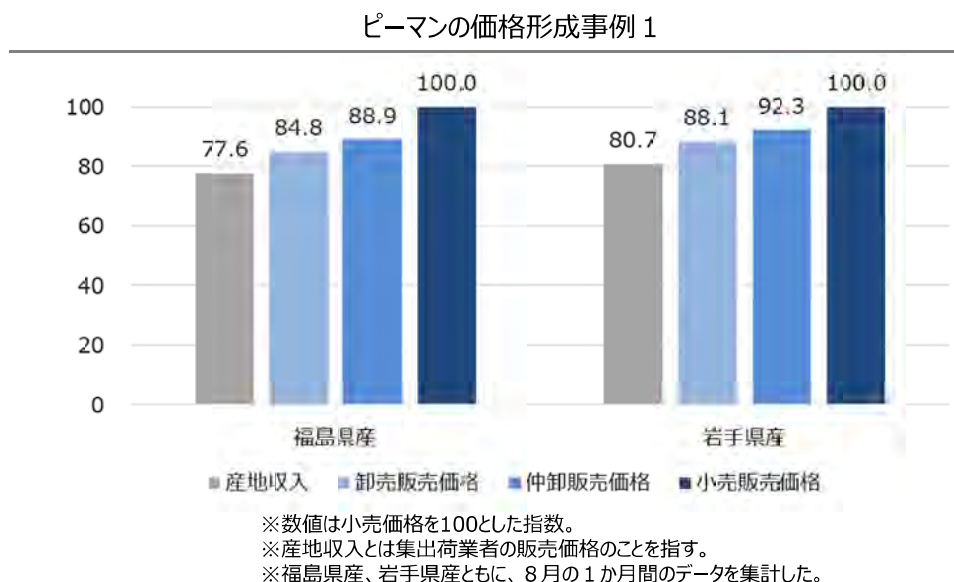
価格形成に関する事例調査(追跡調査)を行い、福島県産ピーマンの価格形成に関する分析を実施した。

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150 g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

378

ピーマンの価格形成事例 1

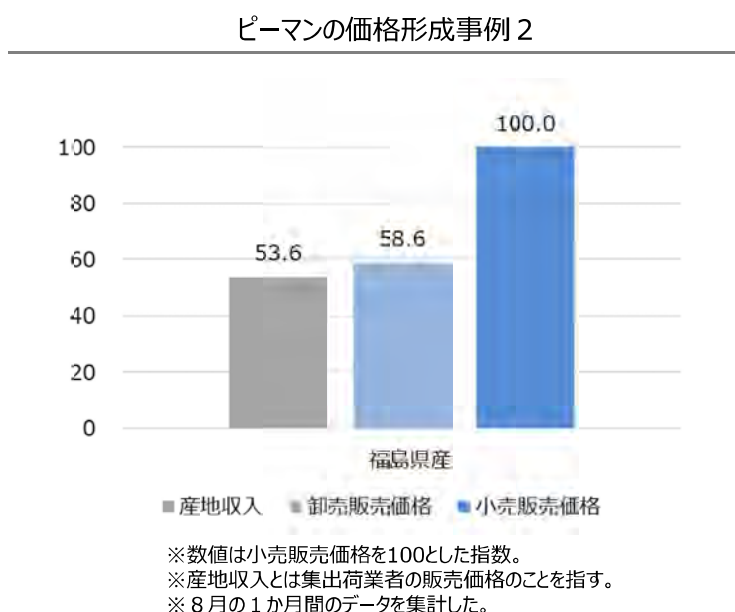
- 首都圏の小売業者が扱うピーマンの事例。
 - 本事例の小売業者は特売時を除き、調査時期にピーマンの販売価格を固定していた。
 - 卸売業者は委託手数料率8.5%で委託販売していた。そのため産地収入は、卸売販売価格に比例している。
 - 福島県産と岩手県産の価格形成を比較すると、取引価格はすべての段階で近い値であった。
 - ・ 産地によって価格を変えると手間が生じるため、小売業者は産地が異なっても同一の価格を設定。
 - ・ 卸売業者と仲卸業者の販売価格も基本的に産地によって変えてはいなかった。



379

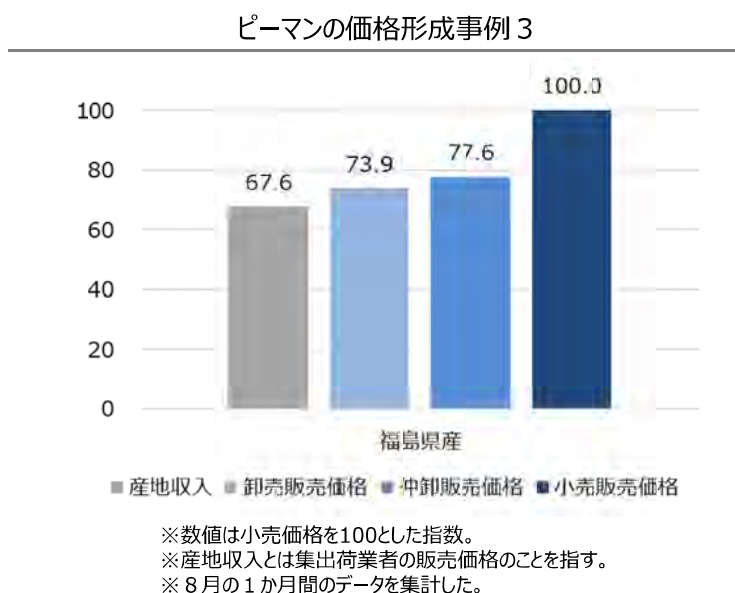
ピーマンの価格形成事例 2

- 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。



380

- 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。



381

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。

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

383

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剰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）

384

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、利益に繋がりがやすいため、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。

385

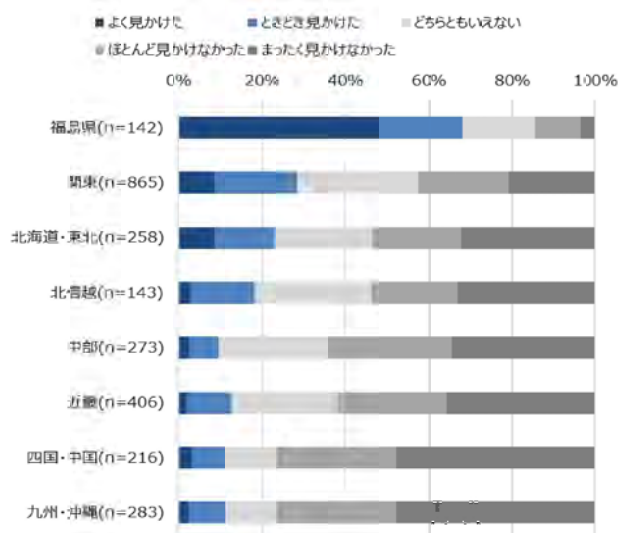
5. 福島県産品に対する認識

386

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）

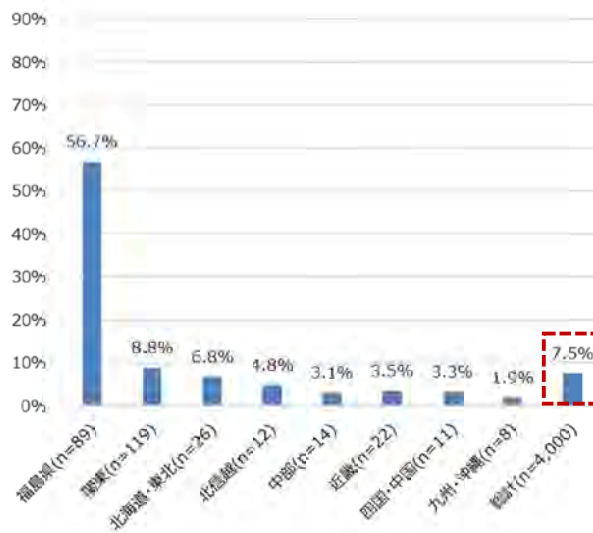
福島県産ピーマンを店頭でよく見かけた人の割合は、福島県が最も高く、他の地域では10%に満たない。福島県産ピーマンを購入したことがあると認識している人の割合も福島県が最も高く、全国では7.5%であった。

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



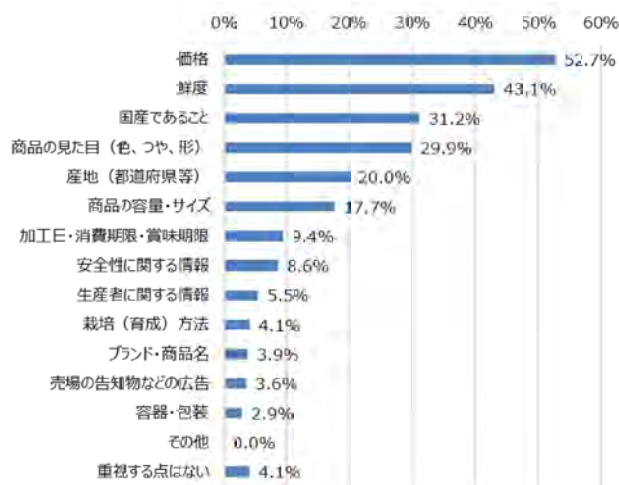
※購入経験率＝1度でも購入したことがある人数／回答者数
※記憶に関する質問であるため、産地を認識せず買っていけば購入経験なしとなる。

387

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）

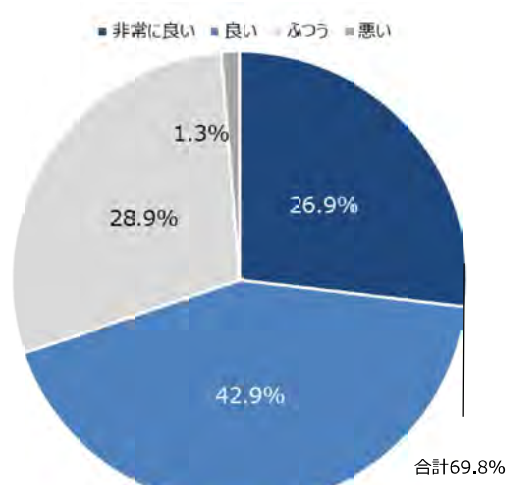
福島県産に限らずピーマン購入時の重視点を尋ねたところ、「価格」が上位にあがり、次いで「鮮度」があがった。福島県産ピーマンの購入者に評価を尋ねたところ、「非常に良い」または「良い」と回答した人が69.8%であった。

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)



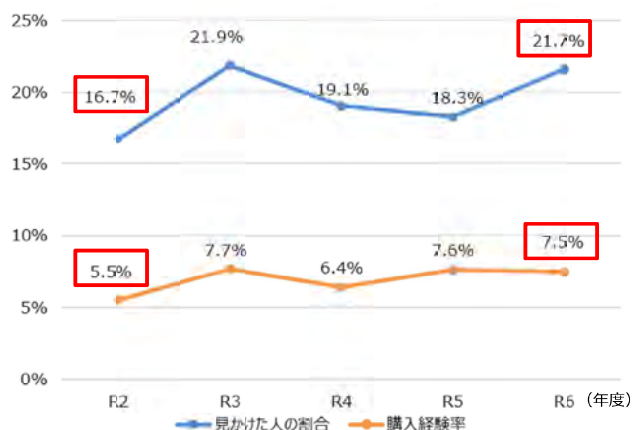
※福島県産ピーマンを購入したことがある回答者のみに尋ねた質問。
※「非常に悪い」という選択肢も設けていたが選択した者はいなかった。

388

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た場合は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。

389

6. 調査のまとめ

390

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、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。