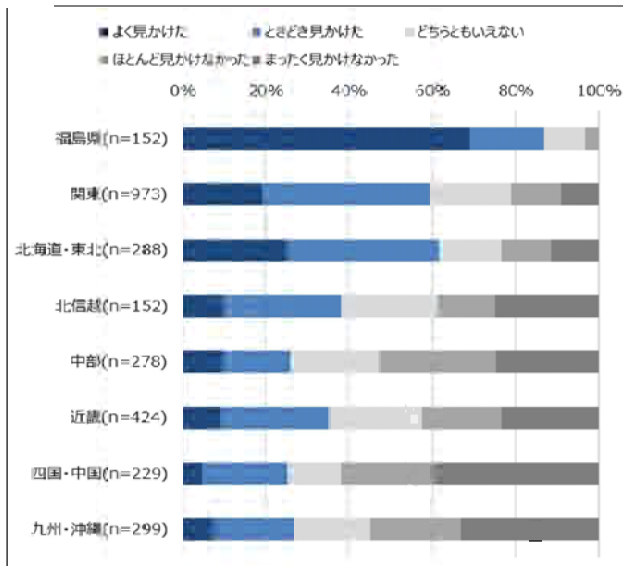


福島県産桃を見た経験と購入経験（消費者アンケート）

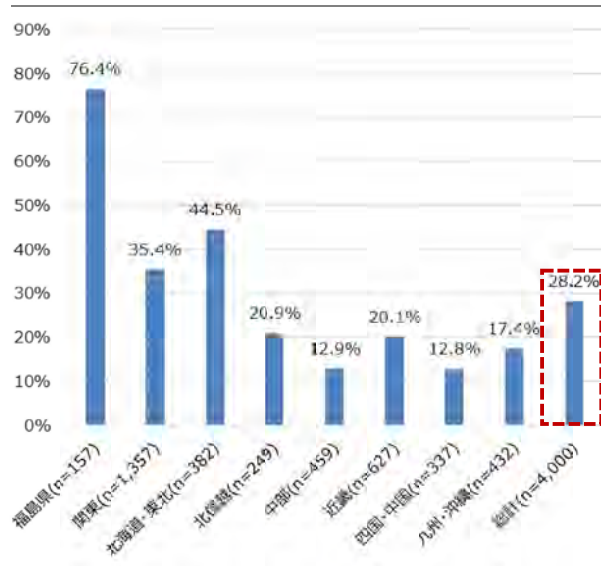
福島県産桃を店頭でよく見かけた人の割合は、福島県が最も高く、北海道・東北を除いた他の地域では20%に満たない。福島県産桃を購入したことがあると認識している人の割合も福島県が最も高く、全国では28.2%であった。

福島県産桃を店頭で見かけたか



※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



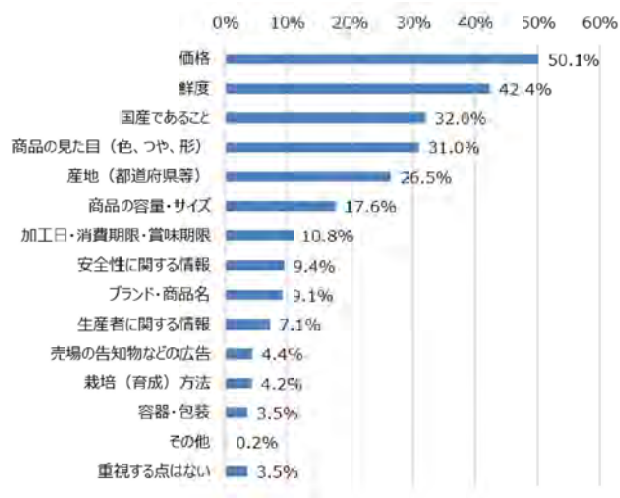
※購入経験率=1度でも購入したことがある人数/回答者数
※記憶に関する質問であるため、産地を認識せず買っていた場合は購入経験なしとなる。

291

桃購入時の重視点と福島県産桃の購入者の評価（消費者アンケート）

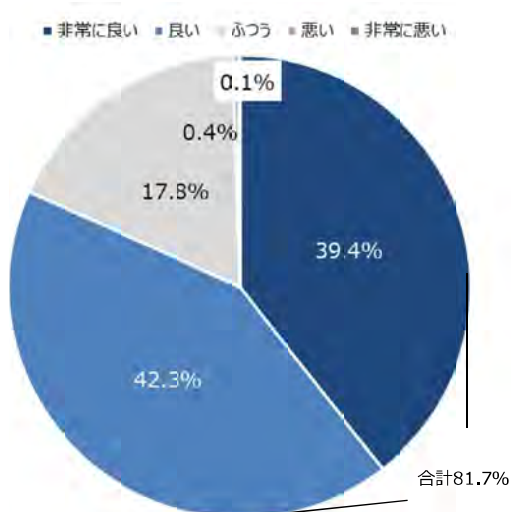
福島県産に限らず桃購入時の重視点を尋ねたところ、「価格」が上位にあがり、次いで「鮮度」があがった。福島県産桃の購入者に評価を尋ねたところ、「非常に良い」または「良い」と回答した人が81.7%であった。

桃購入時の重視点 (n=1,983、複数回答)



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

福島県産桃の購入者の評価 (n=1,126)



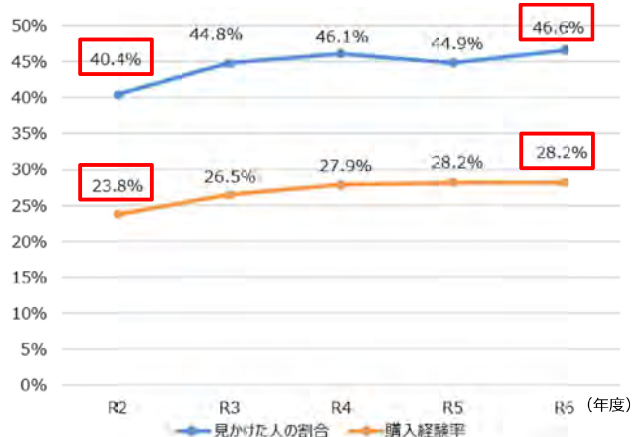
※福島県産桃を購入したことがある回答者のみに尋ねた質問。

292

福島県産桃を見た経験、購入経験と購入者の評価（消費者アンケート・経年比較）

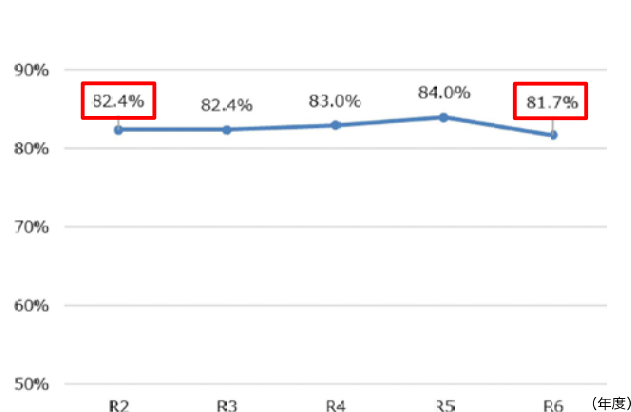
令和2年度と令和6年度を比較すると、福島県産桃を店頭で見かけた人の割合、購入経験率はそれぞれ6.2%ポイント、4.4%ポイント上昇し、福島県産桃の評価として「非常に良い」または「良い」と回答した人の割合は0.7%ポイント下降した。

福島県産桃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、店頭で福島県産桃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R2:7,549、R3:8,125、R4:3,840、R5:2,963、R6:2,795。
 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。

福島県産桃を高く評価している人の割合



※福島県産桃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R2:2,623、R3:2,914、R4:1,536、R5:1,129、R6:1,126。

293

6. 調査のまとめ

294

福島県産桃に関する調査により明らかになったことは以下のとおりである。

調査で明らかになったこと

- ・ 福島県産の出荷量は震災前と同程度を維持している。
- ・ 生産規模が前年の10%以上拡大した生産者の割合が他品目よりも高い。
- ・ 福島県産と山梨県産の価格差が震災後拡大している要因として、輸出による山梨県産の出荷量減少や温暖化により福島県産の出荷ピークがズレていること、山梨県産との規格の違い等が考えられる。
- ・ 震災以降、福島県産と長野県産で価格ポジションが入れ替わる月がある要因について、震災後の長野県産の参入の影響や長野県産の出荷量の減少、等級の違い等が考えられる。
- ・ 事業者アンケートでは福島県産の桃のイメージとして「価格が安い」「価格が安定している」が選択された割合は山梨県産・長野県産よりも高かった。
- ・ 店頭で福島県産桃を見かけ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6.2%ポイントと大きく上昇した。

福島県産桃の価格に関する意見（事業者ヒアリング）



生産団体

出荷のピーク時にはより多くの桃を売り切ることを重視し、価格が多少下がってもスムーズに販売先を決定することを優先する場合もある。現在の価格は生産者の手取りもある程度確保できているので生産者からも評価されていると感じている。



卸売

近年山梨県産の価格が高くなりすぎて、市場は福島県産の出荷を待っているような状況であり、福島県産がこれ以上高くなってしまうと、福島県産桃の値頃感というメリットがなくなってしまうように思う。

295

福島県産桃に関する調査により考えられる残った課題及び今後の方向性は以下のとおりである。

残った課題

- ・ 競合産地である山梨県は、糖度で細かく等級が分かれていたり、贈答用の規格があったり、いろいろな等級や規格がある一方で、福島県は山梨県産程等級が細かくないことや規格等の変更の対応が遅れているという意見が挙げられた。
- ・ 温暖化が進んでいる中出荷が前進傾向にあるため、出荷ピークが需要期にはまらない状態になりつつある。
- ・ 高単価が期待できる輸出向けの出荷拡大。

今後の方向性

- ・ 競合産地である山梨県や長野県では出荷量が減少していることから、福島県は出荷量を維持・拡大し、シェア拡大を目指すことが検討できる。
- ・ 出荷ピークを需要期にあわせるためには、温暖化対策が必要である。
- ・ 選果選別の工夫や、等級の見直しによって高品質の桃を適正価格で販売することや品種構成改善による長期安定出荷体制の確立、販売先のニーズに合わせた出荷形態を設けることが検討できる。
- ・ 国内販売に注力しつつ、輸出拡大も検討する。

296