
2. 事業者へのアンケート調査

111

概要

112

調査項目

福島県産品の取扱いに関する調査及び農産物等の取扱全般に関する調査を行い、その結果を取りまとめた。

福島県産品の取扱いに関する調査	取扱量の変化	卸売、仲卸、加工、小売、外食の各業種に対して、震災前後での福島県産品の取扱量の変化について尋ねた。また、取扱量の変化に対する理由を尋ねた。
	流通段階間の認識の齟齬	卸売、仲卸、加工、小売、外食の各業種に対して、福島県産品の取扱姿勢について、自己評価・自社以外の流通段階の業種の評価を尋ねた。
農産物等の取扱全般に関する調査	取り扱う商品の重視点	卸売、仲卸、加工、小売、外食の各業種に対して、取り扱う商品を決める際の重視点を尋ねた。
	産地提案	卸売、仲卸の各業種に対して取引先に新たに産地の提案をする場合の状況について尋ねた。
	産地切替	加工、小売、外食の各業種に対して、産地の切り替えを検討する場合の状況や、仕入先からの提案について尋ねた。
	産地のイメージ	卸売、仲卸、加工、小売、外食の各業種に対して、各品目の産地のイメージを尋ねた（過去1年間に取扱いがある事業者のみ対象）。

回答者の概要

回答者の売上規模・主要な事業展開地域は以下のとおりである。四国以西の事業者が少ないことは留意するべきである。また、売上規模は業種、取扱品目によって大きく異なる。

主な事業展開地域	米卸	水産卸	青果卸	精肉仲卸	水産仲卸	青果仲卸	米加工	精肉加工	水産加工	青果加工	米小売	精肉小売	水産小売	青果小売	米外食	精肉外食	水産外食	青果外食
北海道・東北	1	7	10	0	21	19	5	5	6	9	13	15	14	10	9	11	4	8
福島県	0	1	1	1	0	9	3	2	1	3	4	4	0	3	1	2	1	1
関東	2	7	15	9	59	108	12	17	20	23	22	25	21	25	41	40	39	41
甲信・北陸	0	5	9	0	25	2	5	3	7	7	21	20	20	15	9	14	8	9
近畿	0	8	6	0	30	27	10	9	8	12	24	27	24	25	16	18	13	13
中国・四国	0	1	1	0	0	2	0	0	0	0	5	5	7	5	0	0	0	0
九州	2	0	0	1	0	0	0	0	1	0	2	4	1	2	0	0	0	0
沖縄	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
その他	0	1	0	1	5	7	2	2	3	2	8	7	7	11	2	1	2	2
計	5	30	42	12	140	174	37	38	46	56	95	107	95	99	78	86	67	74

年間売上規模	米卸	水産卸	青果卸	精肉仲卸	水産仲卸	青果仲卸	米加工	精肉加工	水産加工	青果加工	米小売	精肉小売	水産小売	青果小売	米外食	精肉外食	水産外食	青果外食
10億円未満	0	0	0	2	101	82	14	17	17	24	13	16	14	21	21	33	12	19
10～50億円未満	1	6	9	4	32	70	10	8	13	13	21	17	13	12	37	31	32	32
50～100億円未満	3	4	10	3	6	10	6	6	8	10	6	9	8	7	10	9	9	10
100～300億円未満	0	10	15	2	3	10	2	1	2	3	13	24	18	21	6	7	8	8
300～500億円未満	0	5	1	0	0	0	1	2	2	1	5	8	6	4	1	1	2	1
500億円以上	1	5	8	0	0	0	3	2	3	2	31	31	32	32	3	4	3	4
計	5	30	43	11	142	172	36	36	45	53	95	105	91	97	78	85	66	74

※無回答の事業者がいるため、各ページの回答数の合計とは一致しない。
※数値は品目ごとの回答数を合計したものであり、複数品目の取扱いがある事業者は重複して計上している。
※仲卸の場合は年間売上金額「100億円以上」を上限に尋ねているため、300億円以上も「100億円以上～300億円未満の項目」に含まれる可能性がある。

福島県産品の取扱いに関する調査結果

115

流通段階間の認識の齟齬

平成30年度調査

平成30年度調査では、納入業者は納入先の自己評価に比べて納入先の取扱姿勢をネガティブに評価していることが分かった。

- 米・精肉・青果・水産物の品目ごとに、流通関係業者と消費者に対し、自己評価・他者評価を調査した。
 - 卸売業者・仲卸業者は、原材料を納入する加工業者・小売業者・外食業者の自己評価に比べ、その取扱姿勢を低く評価している。
 - 加工業者は、商品を納入する小売業者・外食業者の自己評価に比べ、その取扱姿勢を低く評価している。
 - 小売業者・外食業者は、消費者の自己評価に比べ、その購入姿勢を低く評価している。

	取扱姿勢・購入姿勢					
	卸売	仲卸	加工	小売	外食	消費者
卸売による評価	4.0 (104)	3.2 (77)	2.8 (78)	2.8 (91)	2.8 (79)	
仲卸による評価		3.5 (203)	2.5 (82)	2.5 (146)	2.5 (98)	
加工による評価			3.1 (176)	2.9 (60)	2.8 (47)	
小売による評価				3.1 (209)		2.6 (166)
外食による評価					3.1 (352)	2.6 (183)
消費者による評価						3.2 (-)

※「5：前向き」「4：やや前向き」「3：どちらともいえない」「2：やや後向き」「1：後向き」の5段階評価の平均値。

※カッコ内の数値は、評価する側とされる側の組み合わせごとの回答数。

※消費者自身の姿勢については、全国の消費者への調査での9,496人の回答。

116

令和元年度調査でも、納入業者は納入先の自己評価に比べて納入先の取扱姿勢をネガティブに評価している結果となった。

- 平成30年度調査と同様、卸売業者・仲卸業者は、原材料を納入する加工業者・小売業者・外食業者の自己評価に比べ、その取扱姿勢を低く評価している。
 - 仲卸業者から見た納入先事業者の福島県産品取扱姿勢についての評価がやや前向きとなった結果、齟齬の程度はやや緩和している傾向となった。

	取扱姿勢・購入姿勢					
	卸売	仲卸	加工	小売	外食	消費者
卸売による評価	3.9 (88)	3.1 (58)	2.9 (56)	2.7 (79)	2.8 (63)	
仲卸による評価		3.4 (227)	2.8 (100)	2.6 (163)	2.7 (128)	
加工による評価			3.1 (186)	2.7 (80)	2.9 (56)	
小売による評価				3.2 (221)		2.6 (120)
外食による評価					3.2 (286)	2.7 (157)
消費者による評価						3.3 (-)

※「5：前向き」「4：やや前向き」「3：どちらともいえない」「2：やや後向き」「1：後向き」の5段階評価の平均値。
※カッコ内の数値は、評価する側とされる側の組み合わせごとの回答数。
※消費者自身の姿勢については、全国の消費者への調査での11,746人の回答。

令和2年度調査でも、依然として関係業者は納入先の自己評価に比べて、納入先の取扱姿勢をネガティブに評価していることが分かった。

- 平成30年度、令和元年度調査と同様、卸売業者・仲卸業者は、原材料を納入する加工業者・小売業者・外食業者の自己評価に比べ、その取扱姿勢を低く評価している。
 - 令和2年度調査では、卸売業者・仲卸業者から見た小売業者の福島県産品取扱姿勢についての評価がやや前向きとなった。
 - 一方で、加工業者・小売業者・外食業者から見た卸売業者・仲卸業者の福島県産品取扱姿勢についての評価はやや後ろ向きとなった。

	取扱姿勢・購入姿勢					
	卸売	仲卸	加工	小売	外食	消費者
卸売による評価	3.9 (89)	3.1 (64)	2.9 (69)	2.9 (78)	2.9 (74)	
仲卸による評価		3.6 (295)	2.7 (128)	2.8 (195)	2.7 (175)	
加工による評価			3.1 (212)	3.0 (102)	2.9 (86)	
小売による評価				3.2 (232)		2.7 (150)
外食による評価					3.0 (370)	2.6 (212)
消費者による評価						3.1 (-)

※「5：前向き」「4：やや前向き」「3：どちらともいえない」「2：やや後向き」「1：後向き」の5段階評価の平均値。
※カッコ内の数値は、評価する側とされる側の組み合わせごとの回答数。
※消費者自身の姿勢については、全国の消費者への調査での11,000人の回答。

令和3年度調査では、関係業者は納入先の自己評価に比べて、納入先の取扱姿勢が総じてやや前向きになっていることが分かった。

- 平成30年度、令和元年度、令和2年度調査と比べて、卸売業者は、原材料を納入する加工業者・小売業者・外食業者の自己評価に比べ、その取扱姿勢をやや高く評価するようになった。
 - 本年度調査では、福島県産品取扱姿勢についての評価が総じてやや前向きとなったが、加工業者からみた小売業者・外食業者の取扱姿勢のみ令和2年度調査よりも後ろ向きになった。
 - 小売業者・外食業者からみた消費者の購入姿勢は自己評価に比べ、依然として低く評価している。

	取扱姿勢・購入姿勢					
	卸売	仲卸	加工	小売	外食	消費者
卸売による評価	3.9 (81)	3.7 (65)	3.3 (40)	3.3 (64)	3.4 (55)	
仲卸による評価		3.8 (306)	3.2 (104)	3.0 (189)	3.1 (148)	
加工による評価			3.2 (180)	2.7 (43)	2.4 (33)	
小売による評価				3.3 (278)		3.0 (147)
外食による評価					3.1 (256)	2.9 (93)
消費者による評価						3.4 (-)

※「5：前向き」「4：やや前向き」「3：どちらともいえない」「2：やや後ろ向き」「1：後ろ向き」の5段階評価の平均値。

※カッコ内の数値は、評価する側とされる側の組み合わせごとの回答数。

※消費者自身の姿勢については、全国の消費者への調査での11,000人の回答。

119

令和4年度調査では、令和3年度調査と同じような傾向であったが、加工業者や外食業者に対する卸売業者や仲卸業者の評価はやや後ろ向きになった。

- 加工業者は他業種の取扱姿勢を全体的に令和3年度調査よりも前向きに評価している。
- 小売業者・外食業者が消費者の購入姿勢を消費者の自己評価に比べて依然として低く評価している点は、令和3年度調査と同様である。

	取扱姿勢・購入姿勢					
	卸売	仲卸	加工	小売	外食	消費者
卸売による評価	4.0 (87)	3.6 (59)	3.0 (57)	3.3 (75)	3.1 (59)	
仲卸による評価		3.8 (277)	3.1 (127)	2.9 (195)	2.5 (161)	
加工による評価			3.0 (203)	2.9 (64)	3.2 (47)	
小売による評価				3.2 (283)		2.8 (199)
外食による評価					3.0 (259)	2.9 (109)
消費者による評価						3.4 (-)

※「5：前向き」「4：やや前向き」「3：どちらともいえない」「2：やや後ろ向き」「1：後ろ向き」の5段階評価の平均値。

※カッコ内の数値は、評価する側とされる側の組み合わせごとの回答数。

※消費者自身の姿勢については、全国の消費者への調査での5,500人の回答。

120

令和 5 年度調査では、令和 4 年度調査と同じような傾向であったが、小売業者に対する加工業者や、外食業者に対する仲卸業者の評価がやや前向きになった。

- 令和 4 年度調査に比べて小売業者に対する加工業者や、外食業者に対する仲卸業者の評価がやや前向きになった。
- 令和 3 年度、令和 4 年度調査と同様に、消費者が自身の購入姿勢を比較的前向きに評価している一方で、その川上の小売業者・外食業者は消費者の購入姿勢を概ね中立的と評価している。

	取扱姿勢・購入姿勢					
	卸売	仲卸	加工	小売	外食	消費者
卸売による評価	4.1 (95)	3.6 (70)	3.2 (64)	3.2 (84)	3.2 (69)	
仲卸による評価		3.7 (292)	3.0 (132)	3.0 (207)	2.9 (175)	
加工による評価			3.2 (186)	3.1 (56)	3.1 (37)	
小売による評価				3.4 (413)		2.9 (288)
外食による評価					3.1 (305)	3.0 (134)
消費者による評価						3.6 (-)

※「5：前向き」「4：やや前向き」「3：どちらともいえない」「2：やや後向き」「1：後向き」の5段階評価の平均値。
※カッコ内の数値は、評価する側とされる側の組み合わせごとの回答数。
※消費者自身の姿勢については、全国の消費者への調査での4,000人の回答。

令和 6 年度調査では、小売・外食業者の自己評価は、他業種による小売・外食業者への評価と同程度であり、認識の齟齬の改善がみられた。

- 小売・外食業者の自己評価は、他業種による小売・外食業者への評価と同程度であり、大きな認識の齟齬はなかった（青囲み部分）。
- 他方、過年度調査と同様、消費者が自身の購入姿勢を比較的前向きに評価している一方で、その川上の小売・外食業者は、消費者の購入姿勢を概ね中立的と評価しており、認識に齟齬が見られた（赤囲み部分）。

	取扱姿勢・購入姿勢					
	卸売	仲卸	加工	小売	外食	消費者
卸売による評価	4.2 (75)	3.7 (60)	2.9 (72)	3.5 (64)	3.6 (62)	
仲卸による評価		3.8 (322)	3.0 (131)	3.4 (202)	3.1 (169)	
加工による評価			3.4 (167)	3.3 (58)	3.2 (35)	
小売による評価				3.5 (380)		3.0 (255)
外食による評価					3.1 (297)	3.0 (140)
消費者による評価						3.6 (-)

※「5：前向き」「4：やや前向き」「3：どちらともいえない」「2：やや後向き」「1：後向き」の5段階評価の平均値。
※カッコ内の数値は、評価する側とされる側の組み合わせごとの回答数。
※消費者自身の姿勢については、全国の消費者への調査での4,000人の回答。