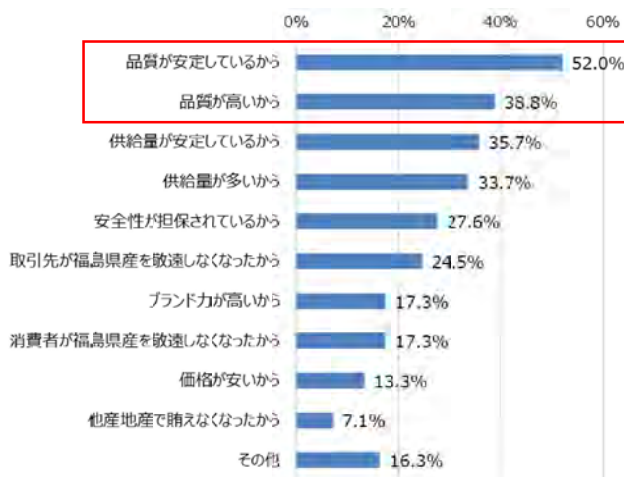


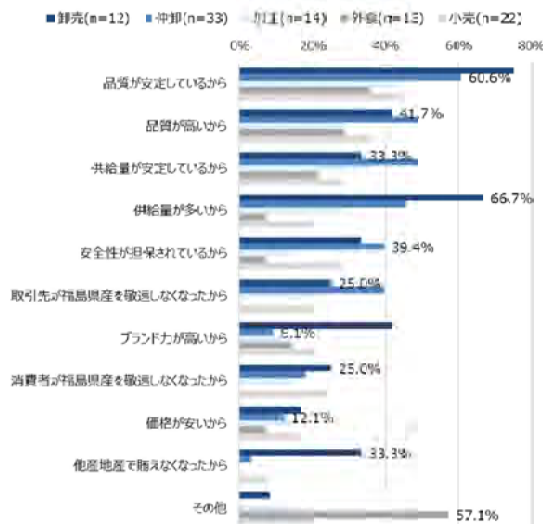
福島県産品の取扱いの変化理由

福島県産品の取扱いを震災後開始した理由、取扱量が震災前より増加した理由を尋ねたところ、「品質が安定しているから」という理由が選択された割合が最も高く、次いで「品質が高いから」という理由が選択された割合が高かった。

福島県産品の取扱いを震災後開始した理由、取扱量が震災前より増加した理由（n=98）



福島県産品の取扱いを震災後開始した理由、取扱量が震災前より増加した理由(事業者別)



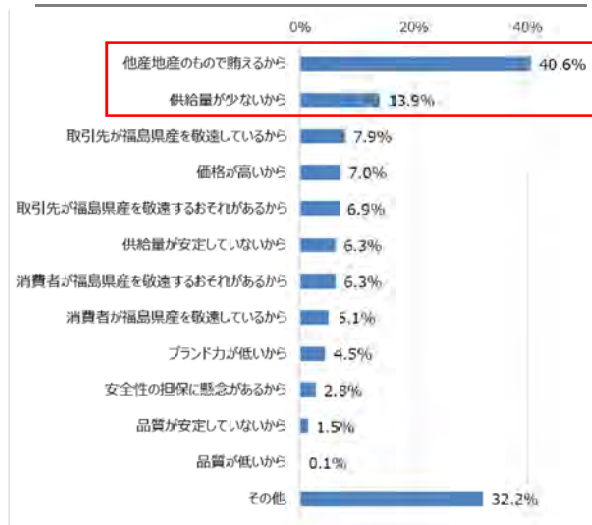
※「震災前から取り扱っており、震災前から増加した」「震災前は取り扱っていなかったが、震災後取扱いを開始した」事業者のみ対象。
※右グラフは各事業者のn数が少ないため、取扱いに注意が必要。各項目ごとに最も値が大きい事業者の割合のみ記載。

133

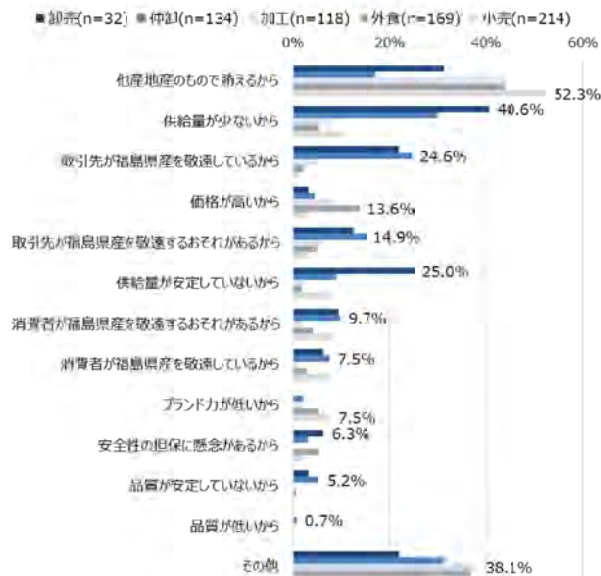
福島県産品の取扱いの変化理由

取扱量が震災前より減少した理由、震災後取扱いがなくなった理由、現在も取扱いがない理由を尋ねたところ、「他産地産のもので賄えるから」という理由が選択された割合が最も高く、次いで「供給量が少ないから」という理由が選択された割合が高かった。

震災前より減少した理由、震災後取扱いがなくなった理由、現在も取扱いがない理由（n=667）



震災前より減少した理由、震災後取扱いがなくなった理由、現在も取扱いがない理由(事業者別)



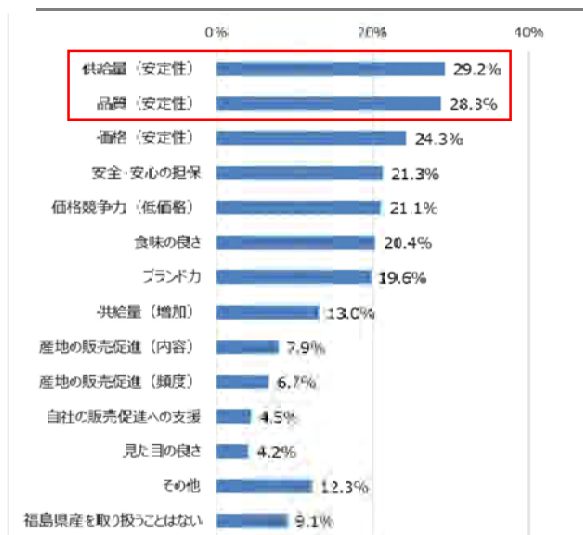
※「震災前から取り扱っており、震災前から減少した」「震災前は取り扱っていたが、震災後取扱いがない」「震災前も現在も福島県産の取扱いはない事業者のみ対象。
※右グラフは各項目ごとに最も値が大きい事業者の割合のみ記載。

134

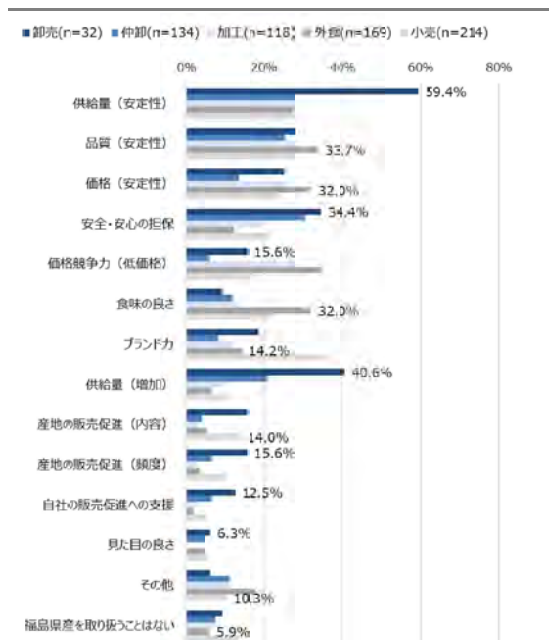
福島県産品を取り扱うための改善点

どのような点が改善されれば福島県産品を取り扱いたいかを尋ねたところ、「供給量（安定性）」という理由が選択された割合が最も高く、次いで「品質（安定性）」という理由が選択された割合が高かった。

どのような点が改善されれば
福島県産を取り扱いたいか（n=667）



どのような点が改善されれば
福島県産を取り扱いたいか（事業者別）



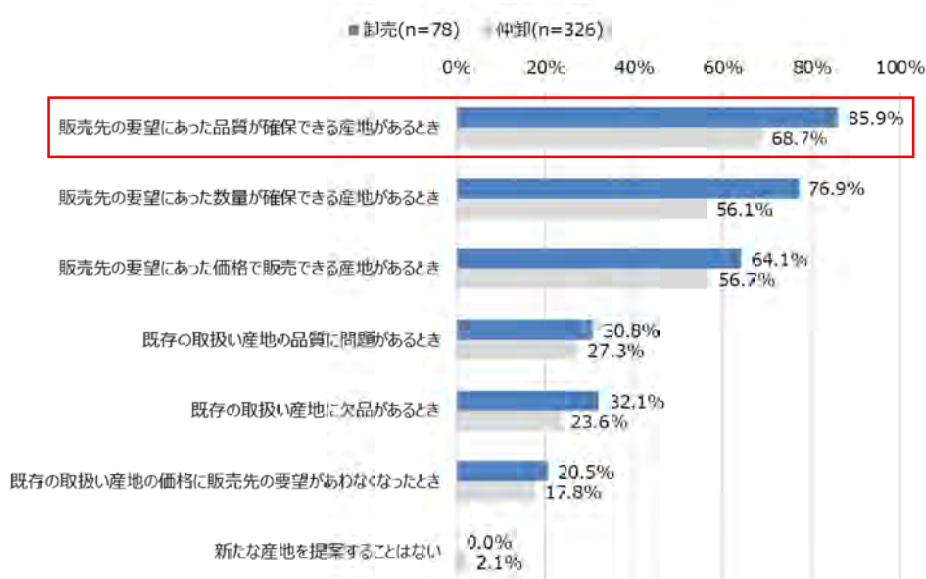
※「震災前から取り扱っており、震災前から減少した」「震災前は取り扱っていたが、震災後取扱いがなくなった」「震災前も現在も福島県産の取扱いはない事業者のみ対象。
※右グラフは各項目ごとに最も値が大きい事業者の割合のみ記載。

135

新たに産地を提案するとき

卸売・仲卸事業者、取引先に対して新たに産地の提案をするのはどのようなときかを尋ねたところ、どちらの業種も「販売先の要望に合った品質が確保できる産地があるとき」と選択された割合が最も高かった。

新たに産地の提案をするのはどのようなときか

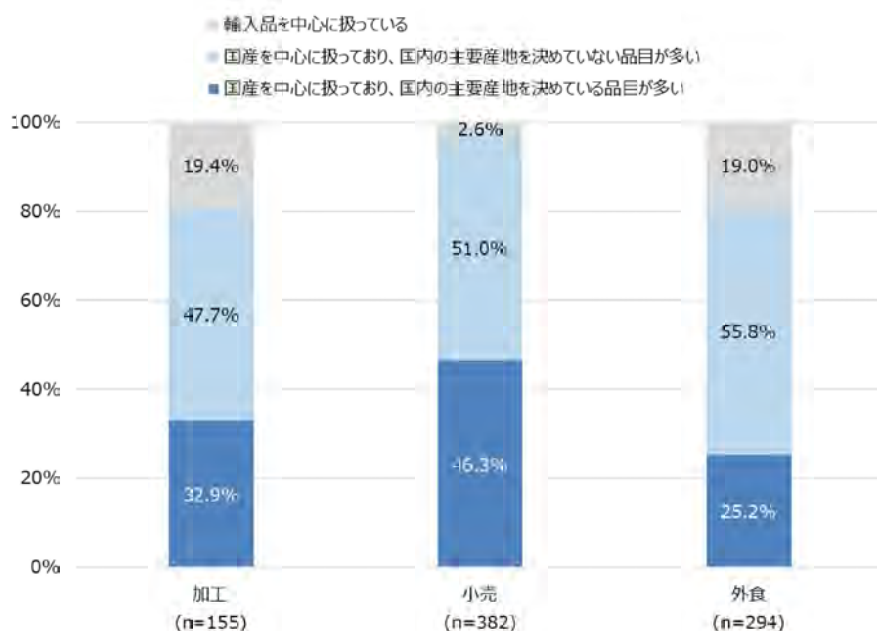


136

仕入方針

加工・小売・外食事業者に仕入方針について尋ねたところ、いずれの業種も「国産を中心に扱っており、国内の主要産地を決めている」と選択された割合が最も高かった。

仕入方針

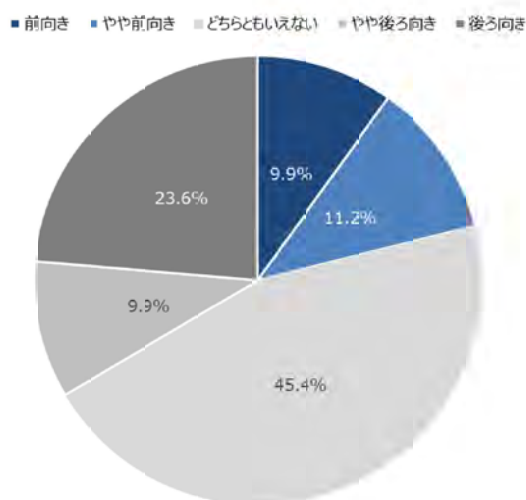


137

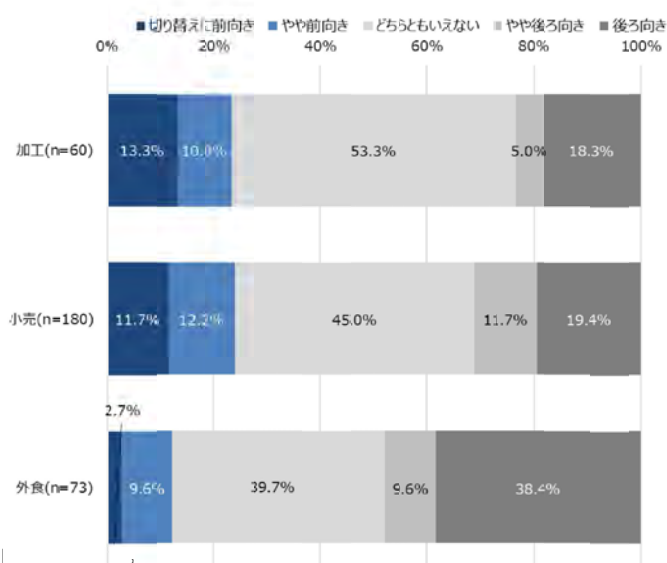
主要産地の切り替え（姿勢）

加工・小売・外食事業者に主要産地の切り替えに関する姿勢を尋ねたところ、「前向き」「やや前向き」が選択された割合は約21%であり、「どちらともいえない」が選択された割合が高かった。

主要産地の切り替えに対する姿勢（n=313）



主要産地の切り替えに対する姿勢(事業者別)



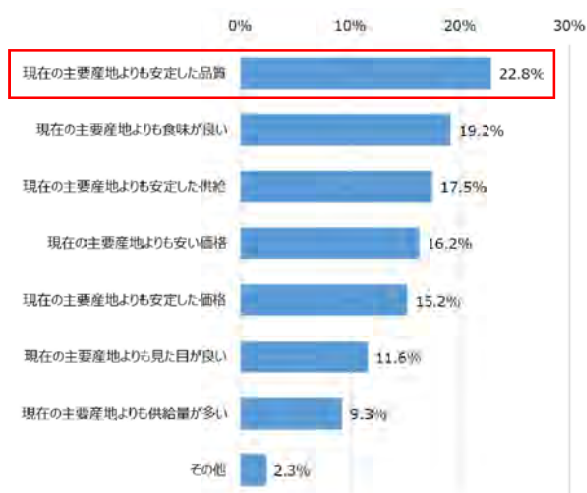
※「国産を中心に扱っており、国内の主要産地（都道府県等）を決めている品目が多い」

138

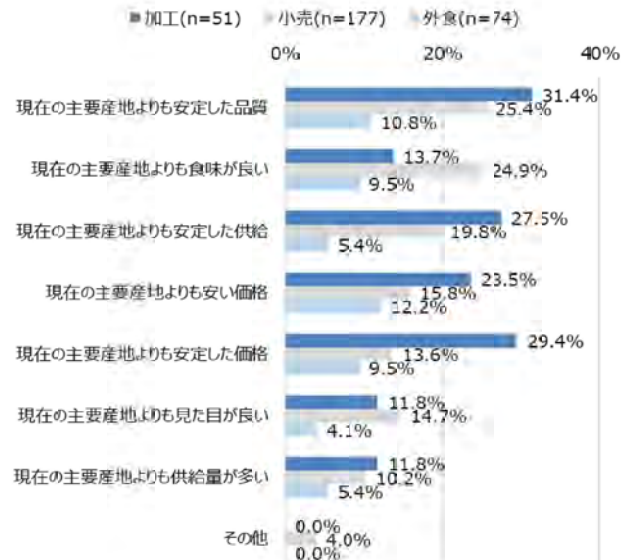
主要産地の切り替え（提案内容）

国内の主要産地を決めている品目が多い事業者に、現在の主要産地の商品と比べて、どのような商品の提案があれば主要産地の切り替えを検討するかを尋ねたところ、「現在の主要産地よりも安定した品質」が選択された割合が最も高かった。

どのような商品の提案があれば主要産地の切り替えを検討するか（n=302）



どのような商品の提案があれば主要産地の切り替えを検討するか（事業者別）



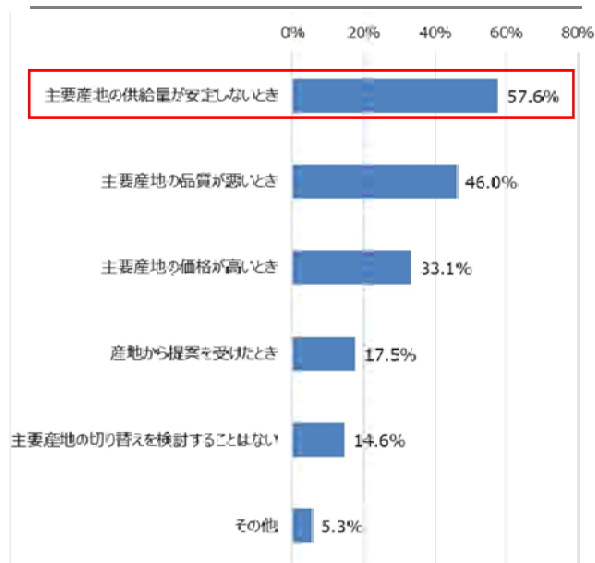
※「国産を中心に扱っており、国内の主要産地（都道府県等）を決めている品目が多い」事業者のみ対象。

139

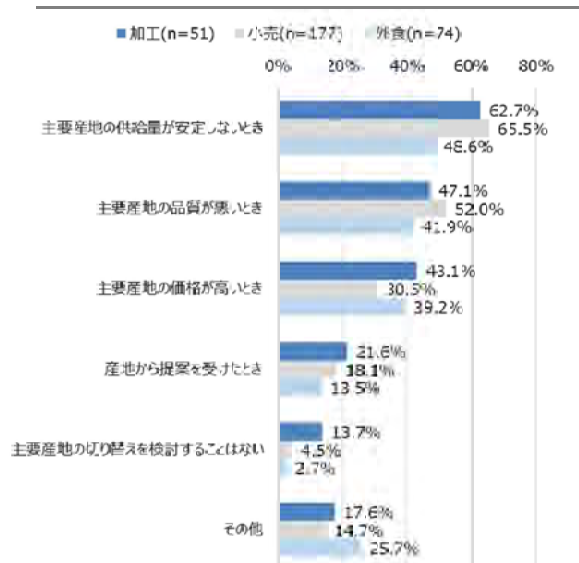
主要産地の切り替え（タイミング）

国内の主要産地を決めている品目が多い事業者に、主要産地の切り替えをするのはどのようなときかを尋ねたところ、「主要産地の供給量が安定しないとき」が選択された割合が最も高かった。

主要産地の切り替えをするのはどのようなときか（n=302）



主要産地の切り替えをするのはどのようなときか（事業者別）



※「国産を中心に扱っており、国内の主要産地（都道府県等）を決めている品目が多い」事業者のみ対象。

140

福島県産の取扱状況（主要産地の切り替えの姿勢別）

主要産地の切り替えの姿勢別に福島県産の取扱状況を集計したところ、産地の切り替えに後ろ向きな事業者は、震災前も現在も福島県産の取扱いはない事業者が多かった。産地の切り替えに前向きな程、震災前から取扱いが増加した割合が大きかった。

主要産地の切り替えに対する姿勢と取扱姿勢

	震災前は取り扱っていたが、震災後取扱いを開始した	震災前から増加した	震災前から変化なし	震災前から減少した	震災後取扱いがなくなった	震災前も現在も福島県産の取扱いはない
主要産地の切り替えに前向き (n=31)	3.2%	16.1%	38.7%	6.5%	16.1%	19.4%
主要産地の切り替えにやや前向き (n=35)	8.8%	8.8%	41.2%	11.8%	0.0%	29.4%
どちらともいえない (n=131)	2.3%	3.1%	31.0%	10.1%	2.3%	51.2%
主要産地の切り替えにやや後ろ向き (n=30)	0.0%	0.0%	26.7%	0.0%	3.3%	70.0%
主要産地の切り替えに後ろ向き (n=72)	2.8%	2.8%	8.3%	1.4%	1.4%	83.3%

※「国産を中心に扱っており、国内の主要産地（都道府県等）を決めている品目が多い」事業者のみ対象。

141

福島県産の取扱いがなくなった・減少した理由（主要産地の切り替えの姿勢別）

主要産地の切り替えの姿勢別に福島県産の取扱いがなくなった・減少した理由を集計したところ、いずれの主要産地の切り替えの姿勢においても、「他産地産のもので賄えるから」が最も選択された。

主要産地の切り替えに対する姿勢と取扱いがなくなった・減少した理由

	品質が低いから	品質が安定していないから	ブランド力が低いから	供給量が少ないから	供給量が安定していないから	価格が高いから	安全性の担保に懸念があるから
主要産地の切り替えに前向き (n=13)	0.0%	7.7%	7.7%	30.8%	15.4%	7.7%	7.7%
主要産地の切り替えにやや前向き (n=14)	0.0%	0.0%	0.0%	7.1%	14.3%	0.0%	0.0%
どちらともいえない (n=82)	0.0%	0.0%	8.5%	3.7%	3.7%	3.7%	0.0%
主要産地の切り替えにやや後ろ向き (n=22)	0.0%	0.0%	4.5%	0.0%	0.0%	9.1%	4.5%
主要産地の切り替えに後ろ向き (n=62)	0.0%	0.0%	3.2%	3.2%	1.6%	1.6%	1.6%
	他産地産のもので賄えるから	取引先が福島県産を敬遠しているから	消費者が福島県産を敬遠しているから	取引先が福島県産を敬遠するおそれがあるから	消費者が福島県産を敬遠するおそれがあるから	その他	
主要産地の切り替えに前向き (n=13)	46.2%	7.7%	7.7%	0.0%	23.1%	30.8%	
主要産地の切り替えにやや前向き (n=14)	71.4%	0.0%	0.0%	0.0%	7.1%	28.6%	
どちらともいえない (n=82)	47.6%	1.2%	8.5%	3.7%	4.9%	35.4%	
主要産地の切り替えにやや後ろ向き (n=22)	72.7%	0.0%	0.0%	0.0%	4.5%	22.7%	
主要産地の切り替えに後ろ向き (n=62)	51.6%	1.6%	1.6%	1.6%	3.2%	45.2%	

※「震災前から取り扱っており、震災前から減少した」「震災前は取り扱っていたが、震災後取扱いがなくなった」「震災前も現在も福島県産の取扱いはないを選択した事業者のうち、「国産を中心に扱っており、国内の主要産地（都道府県等）を決めている品目が多い」事業者のみ対象。

142

取り扱う商品を決める際の重視点（主要産地の切り替えの姿勢別）

主要産地の切り替えの姿勢別に取り扱う商品を決める際の重視点を集計したところ、全体的に「品質の安定性」を選択した割合が高かったが、主要産地の切り替えに前向きな事業者ほど「食味の良さ」や「供給量の安定性」を選択した割合が高かった。

主要産地の切り替えに対する姿勢と取り扱う商品を決める際の重視点

	見た目の良さ	食味の良さ	品質の安定性	供給量の多さ	供給量の安定性	価格の安さ
主要産地の切り替えに前向き（n=31）	58.1%	87.1%	80.6%	35.5%	77.4%	35.5%
主要産地の切り替えにやや前向き（n=35）	37.1%	80.0%	88.6%	34.3%	77.1%	42.9%
どちらともいえない（n=142）	26.8%	66.9%	82.4%	19.0%	56.3%	31.7%
主要産地の切り替えにやや後ろ向き（n=31）	16.1%	64.5%	80.6%	12.9%	58.1%	25.8%
主要産地の切り替えに後ろ向き（n=74）	21.6%	62.2%	75.7%	16.2%	47.3%	27.0%
	価格の安定性	安全性の担保	産地（都道府県等）	国産であること	ブランド力の高さ	その他
主要産地の切り替えに前向き（n=31）	58.1%	54.8%	19.4%	41.9%	29.0%	3.2%
主要産地の切り替えにやや前向き（n=35）	68.6%	57.1%	8.6%	25.7%	20.0%	0.0%
どちらともいえない（n=142）	45.8%	41.5%	21.8%	31.0%	23.9%	4.2%
主要産地の切り替えにやや後ろ向き（n=31）	51.6%	22.6%	29.0%	35.5%	45.2%	6.5%
主要産地の切り替えに後ろ向き（n=74）	33.8%	32.4%	64.9%	32.4%	36.5%	0.0%

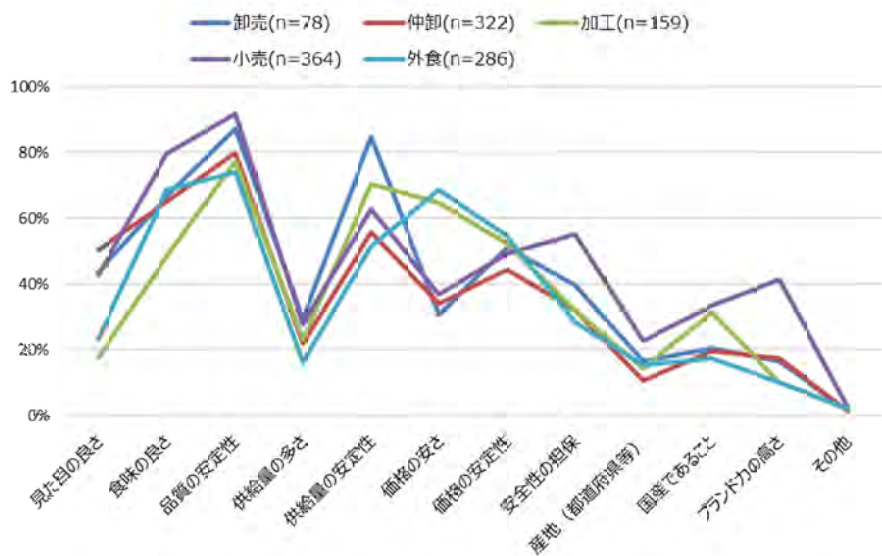
※「国産を中心に扱っており、国内の主要産地（都道府県等）を決めている品目が多い」事業者のみ対象。

農産物等の取扱い全般に関する調査結果

取り扱う商品を決める際の重視点

令和 6 年度調査において、全事業者に対して取り扱う商品を決める際の重視点を尋ねたところ、全ての業種で「食味の良さ」「供給量の安定性」「品質の安定性」が重視されていた。

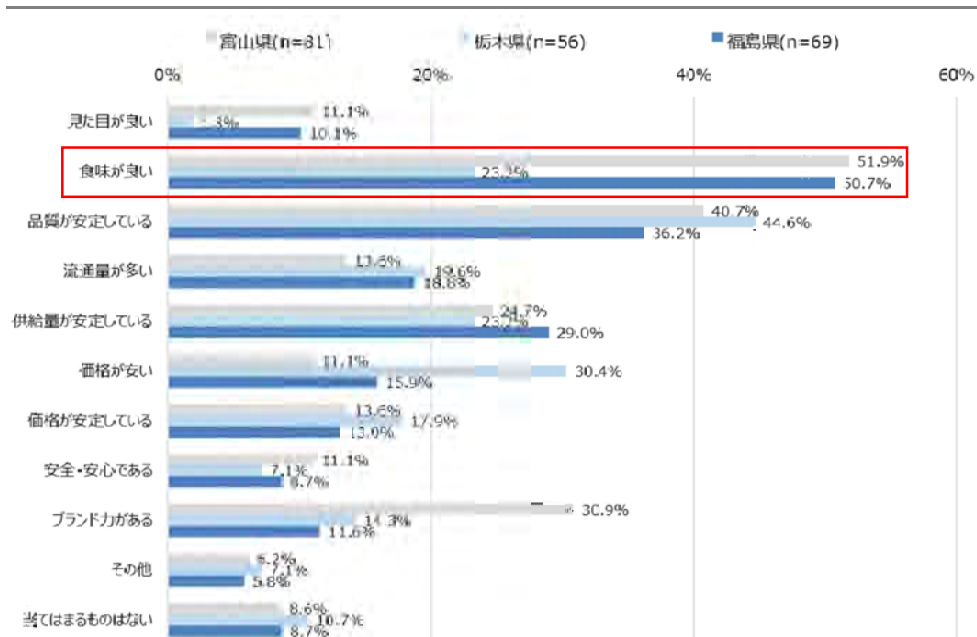
取り扱う商品を決める際の重視点



産地に対するイメージ（米）

米の産地に対するイメージを尋ねたところ、福島県産においては「食味が良い」が選択された割合は50%以上と最も高かった。また、福島県産は他産地産よりも「供給量が安定している」が選択された割合が高かった。

産地に対するイメージ（米）

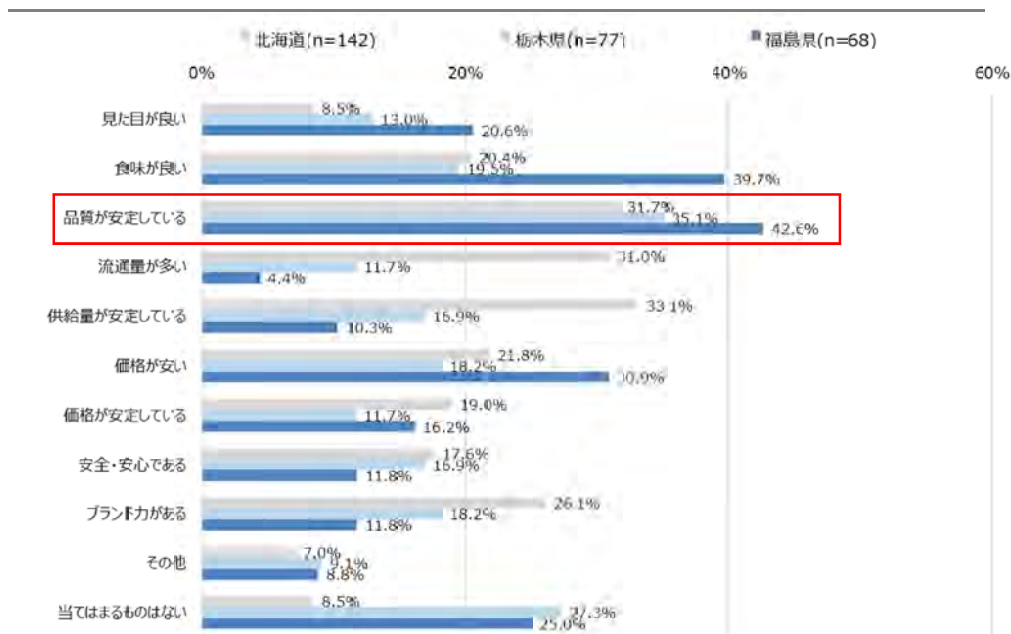


※過去 1 年間に取扱いのあった産地について、あてはまるイメージを複数回答で選択してもらった。

産地に対するイメージ（精肉）

精肉の産地に対するイメージについて、福島県産においては「品質が安定している」と選択された割合が最も高かった。また、福島県産は他産地産よりも「見た目が良い」「食味が良い」「品質が安定している」「価格が安い」が選択された割合が高かった。

産地に対するイメージ（精肉）



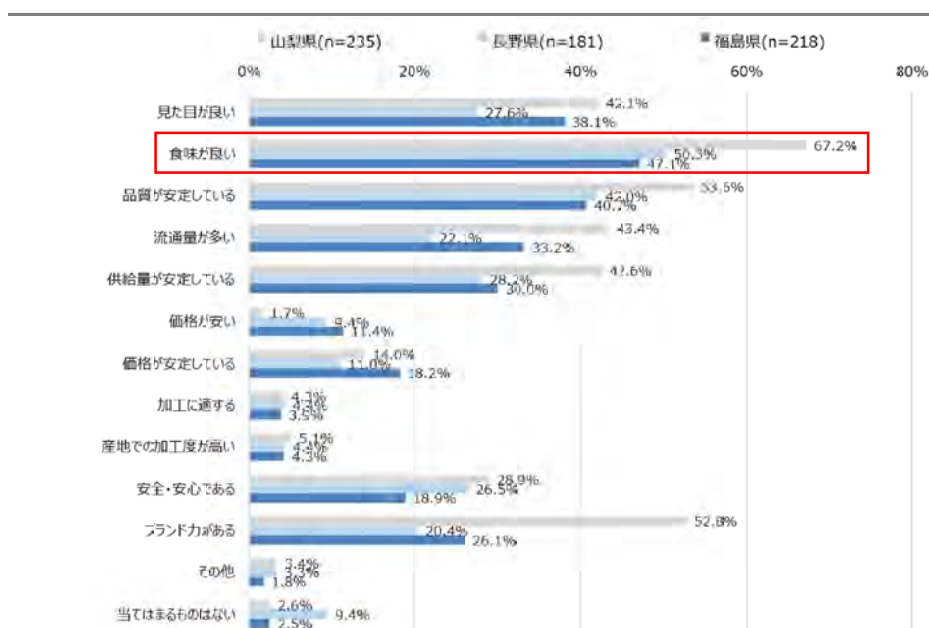
※過去1年間に取扱いのあった産地について、あてはまるイメージを複数回答で選択してもらった。

147

産地に対するイメージ（桃）

桃の産地に対するイメージについて、福島県産においては「食味が良い」が選択された割合が最も高かった。また、福島県産は他産地産よりも「価格が安い」「価格が安定している」が選択された割合が高かった。

産地に対するイメージ（桃）



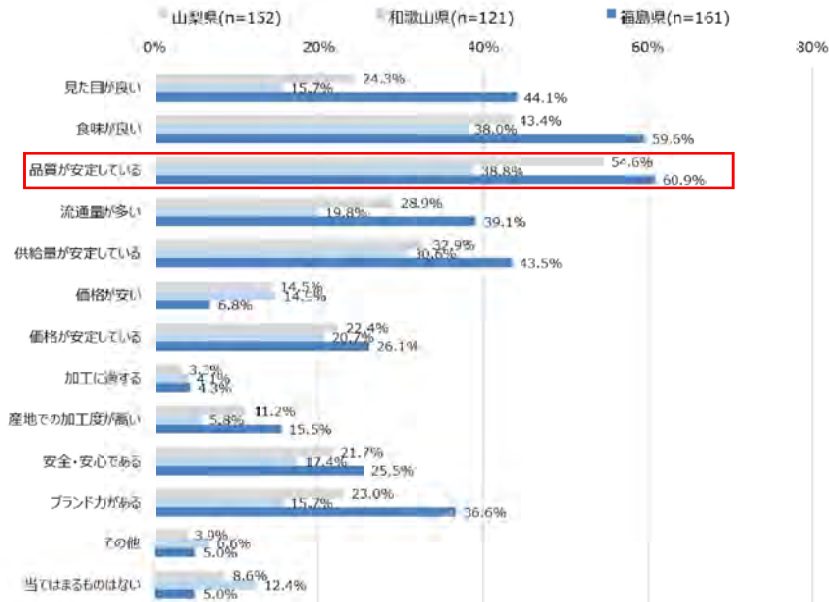
※過去1年間に取扱いのあった産地について、あてはまるイメージを複数回答で選択してもらった。

148

産地に対するイメージ（あんぽ柿）

あんぽ柿の産地に対するイメージについて、福島県産においては「品質が安定している」が選択された割合が最も高かった。また、福島県産は他産地産よりも「見た目が良い」「食味が良い」が選択された割合が特に高かった。

産地に対するイメージ（あんぽ柿）



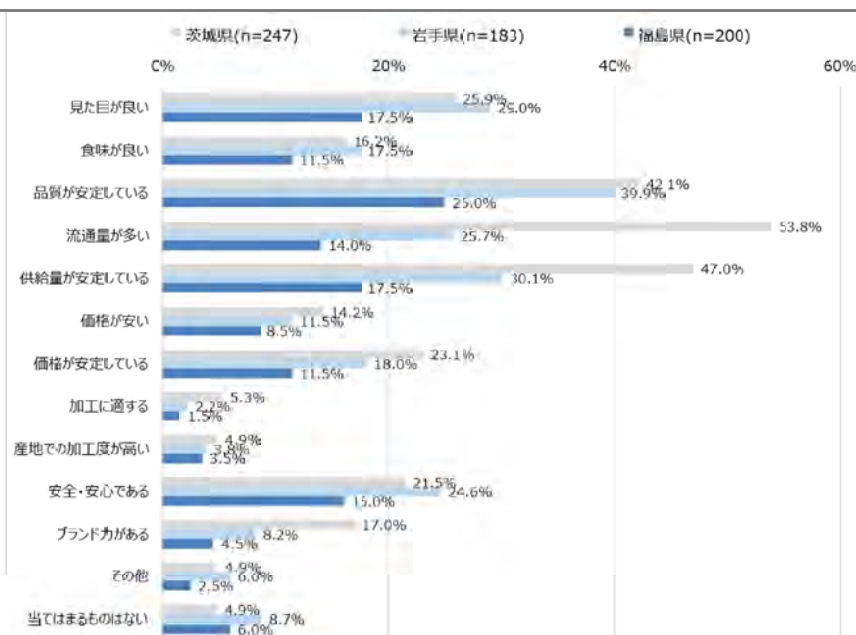
※過去1年間に取扱いのあった産地について、あてはまるイメージを複数回答で選択してもらった。

149

産地に対するイメージ（ピーマン）

ピーマンの産地に対するイメージについて、福島県産はいずれの項目も他産地産よりも選択された割合が低い傾向にある。茨城県産は「流通量が多い」「供給量が安定している」が選択された割合が他産地産よりも特に高かった。

産地に対するイメージ（ピーマン）

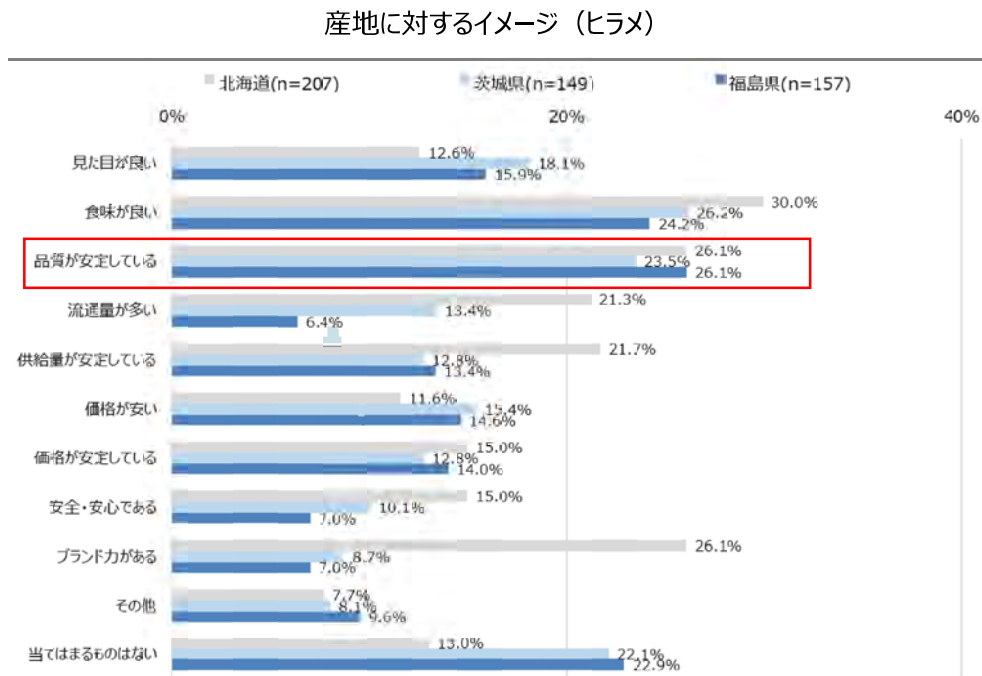


※過去1年間に取扱いのあった産地について、あてはまるイメージを複数回答で選択してもらった。

150

産地に対するイメージ（ヒラメ）

ヒラメの産地に対するイメージについて、福島県産においては「品質が安定している」と選択された割合が最も高かった。次いで「食味が良い」が選択された割合が高かったが、他産地産よりも選択された割合は低かった。



※過去1年間に取扱いのあった産地について、あてはまるイメージを複数回答で選択してもらった。

調査のまとめ

福島県産品の取扱いに関する調査及び農産物等の取扱い全般に関する調査を行い、以下の結論が得られた。

調査で明らかになったこと	- 過年度調査に比べて他業種の評価と小売業者の自己評価は同程度であり、認識の齟齬の改善がみられたが、本年度も、小売業者・外食業者は消費者の購入姿勢を消費者の自己評価ほどは評価していない。 - 震災前から福島県産品を取り扱っていた事業者では取扱量が変化しまたは減少している割合が大きく、震災後に新たに福島県産品の取扱いを始めた事業者はあまり見られない。 - どのような点が改善されれば福島県産を取り扱いたいかについては、「供給量（安定性）」が最も多く選択され、次いで「品質（安定性）」が選択された。 - 取り扱う商品を決める際の重視点については、全ての業種で「食味の良さ」「供給量の安定性」「品質の安定性」が重視されていた。 - 取引先に新たに産地の提案をするのはどのようなときかについては、「販売先の要望に合った品質が確保できる産地があるとき」と選択された割合が最も高かった。 - 現在の主要産地の商品と比べて、どのような商品の提案があれば主要産地の切り替えを検討するかについては、「現在の主要産地よりも安定した品質」が選択された割合が最も高かった。
今後の方向性	- 事業者間の認識の齟齬は改善傾向にあるものの、消費者の前向きな購入姿勢を川上により強く認識してもらうなど引き続き解消に向けた取組の継続は必要である。 - 気候変動や生産者の減少などを背景に、生産量・供給量の減少による需給バランスの悪化と品質が不安定になった影響から、事業者はより「供給量の安定性」「品質の安定性」を重視するように変化していると考えられる。 「供給量の安定性」と「品質の安定性」が改善されれば福島県産品を取り扱いたいという結果もあり、福島県産の取扱いを広げていくためには、これらの点に対応することも必要である。