
5 品目別調査結果 米

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

181

調査結果概要 (1/4)

1. 各取引段階の“量”の変化

出荷段階

- 福島県産米の生産量は、平成23年産は対前年比約20%減少し、平成27年産以降は横ばいの傾向。飼料用米等への転換により一時約10%減少したが、令和6年産より回復傾向にあり、令和7年産は震災以降過去最高の生産量を記録。平成25年産以降、加工用米等の主食用米以外の割合が増加傾向にあったが、令和7年産では平成25年と同程度の割合まで減少した。
- 令和6年産の会津産・中通り産・浜通り産コシヒカ리의出荷量は、それぞれ震災前の約71%、90%、18%程度となっている。また、震災後ひとめぼれは減少、天のつぶは増加していたが、直近は天のつぶの伸びも落ち着き、横ばい傾向にある。
- 福島県産米の出荷先については、平成23年産以降、福島県内・大消費地に集中する傾向にあったが、近年は引受地が全国に広がりつつある。

卸売段階

- 令和6年産の米穀販売業者の福島県産米の仕入れは、東日本(特に首都圏・福島県)、中部や関西圏が中心となっている。
 - 小売向け、業務用向けとも、卸売業者が産地側～実需側との密接な連携を促進し、震災前や震災直後からの継続的な取扱いがある事例も存在する。

実需段階

- 小売業者においては、震災直後に取扱いを中止する事業者も存在したが、ヒアリングでは震災後に取扱いを開始・再開した事例も存在し、小売業者における販売も回復傾向にある。
- 全国及び福島県産米において、業務用途で使用される米の割合は、それぞれ39%、64%であり、全国は例年同程度である一方、福島産は家庭内食向けが前年より5%増加した。

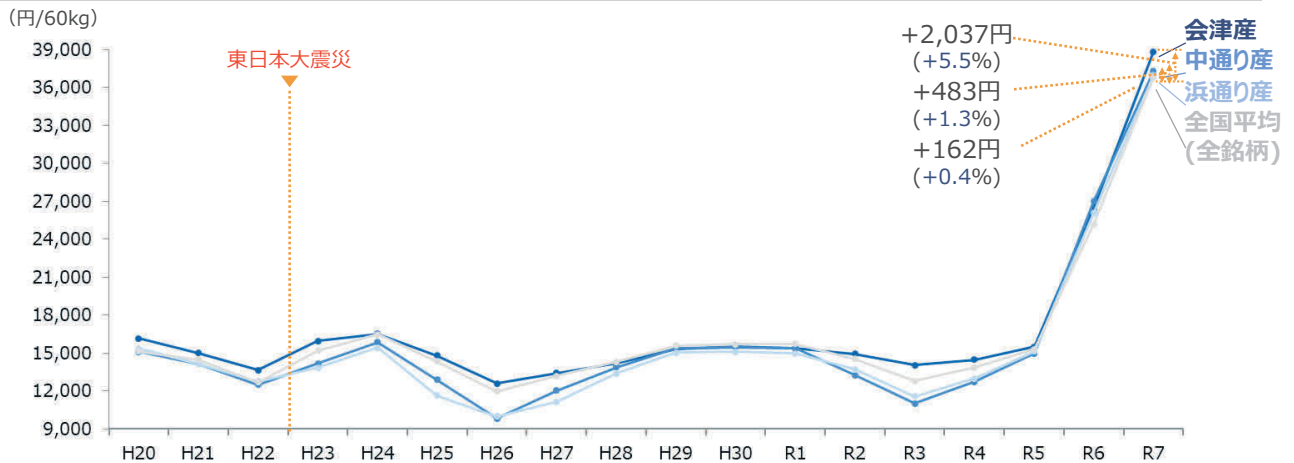
182

2. 各取引段階の“価格”の変化

相場価格
の変化

- 米は保存性が高く、年間を通じて他産地産と競合しやすい特性があるため、震災後、全国平均と価格差が生じるようになっていた。
- 中通り産コシヒカリは、平成23年産以降、全国平均（全銘柄）を下回る傾向だったが、令和7年産では、会津産・中通り産・浜通り産の全てにおいて全国平均を上回り、順に、2,037円、483円、162円上回っている。

会津産・中通り産・浜通り産コシヒカリと全国平均の相対取引価格推移

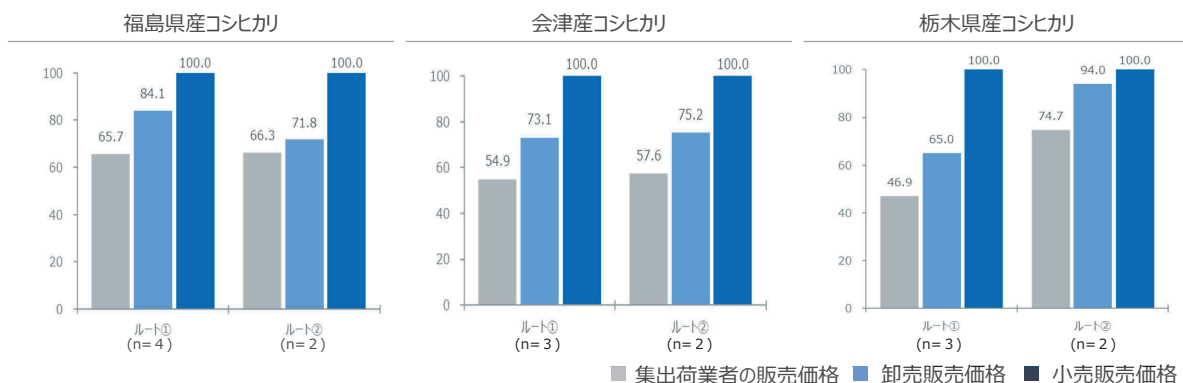


※令和7年産は出荷日から令和7年11月までの平均価格。
データ出所：農林水産省「米穀の取引に関する報告」

2. 各取引段階の“価格”の変化

個別事例
における状況

- 各流通段階ごとの価格形成状況の追跡調査を行った。流通ルート(産地側の出荷ルートが、「ルート①：全農福島を經由」、「ルート②：各単協が直販または民間の集出荷業者が販売」のいずれか)別では、小売販売価格を100とした場合、ルート②は相対的に集出荷業者の販売価格がやや高い状況となった。
- 年間を通して集出荷業者の販売価格に大きな変動はなく、収穫時期に通年での価格を決めるケースが多い。
 - 卸売販売価格は年間での米価変動や保管料も踏まえて価格設定がされており、採算が取れないほどの大幅な米価変動時を除くと、販売価格に変動はないとのこと。
 - 特に量販店ではある程度の量を確保する必要があり、収穫時期より前の段階で全量の8割の仕入量で複数年契約を締結する動きが主流である。



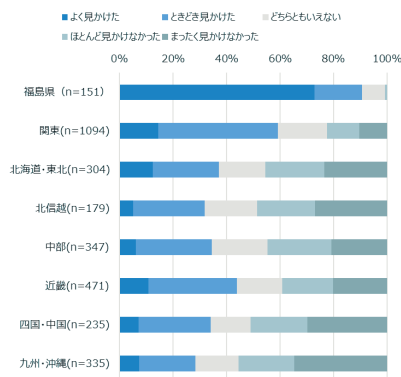
※数値は小売販売価格を100とした場合の各段階における販売価格(指数値)。
※福島県産コシヒカリは「中通り産」「浜通り産」を主とする。

3. 福島県産品に対する認識

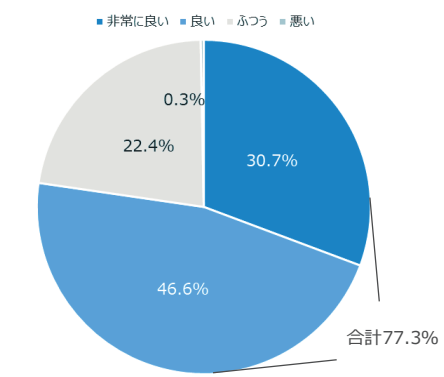
消費者の反応

- 福島県産米を店頭でよく見かけた人の割合は、福島県で高く、他の地域では20%に満たなかった。
- 福島県産米を買っ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26.8%であった。
 - ▶ 福島県産米は、福島県内と首都圏への流通が多い傾向にあるためである。
- 福島県産に限らず、米購入時の重視点を尋ねたところ、「価格」が上位に上がり、次いで「国産であること」があがった。
- 福島県産米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77.3%であった。

福島県産米を店頭で見かけたか



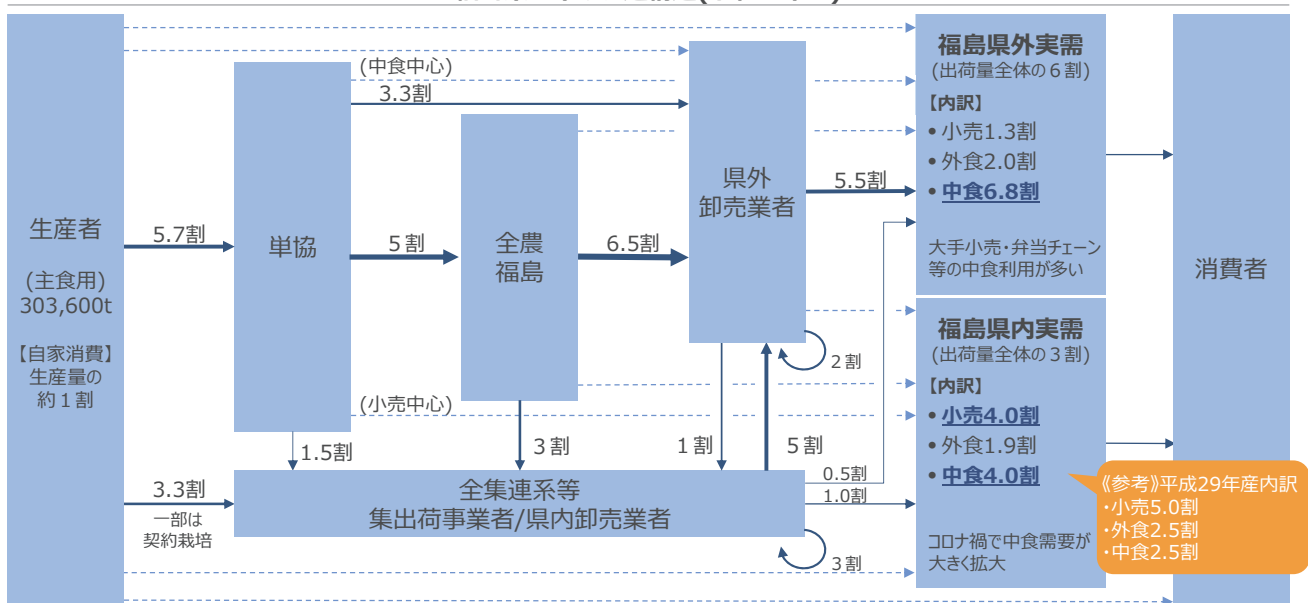
福島県産米購入者の評価 (n=979)



※「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。

《参考》福島県産米の流通構造

福島県産米の流通構造(令和3年産)



データ出所：福島県「県産米流通状況調査報告書」、全農福島データ、農林水産省統計、ヒアリング結果等を元に推計

2. 調査実施概要

187

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、消費者の福島県産米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	<ul style="list-style-type: none"> 統計情報を整理し、生産・流通の実態を把握。 生産量、出荷量等については、競合県産品との比較分析を行う。 	<ul style="list-style-type: none"> 消費者の福島県産品の購入実態や評価を把握する。 	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 政府統計 小売業者のPOSデータ 	<ul style="list-style-type: none"> 全国の消費者（4,000人） 	<ul style="list-style-type: none"> 令和6年産米 福島県産米の他、競合産地として栃木県産米についてもデータを収集。
調査内容	<ul style="list-style-type: none"> 福島県産米の生産量 福島県産米及び競合県産米の相対取引価格 小売業者における産地品種銘柄別の販売価格等の変化 	<ul style="list-style-type: none"> 福島県産米を店頭で見かけた経験 福島県産米の購入経験 米購入時の重視点 福島県産米の評価 	<ul style="list-style-type: none"> 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	福島県産品に対する認識	各取引段階の“価格”の変化
	各取引段階の“価格”の変化		

188

福島県産米は生産段階～卸売段階と卸売段階～実需段階で銘柄呼称が変わるため、下記のとおり事業者の取扱実態に即して記載する。

品種	生産～卸売段階の呼称	卸売～実需段階の呼称
コシヒカリ	• 会津産コシヒカリ	• 会津産コシヒカリ
	• 中通り産コシヒカリ	• 福島県産コシヒカリ ※両銘柄がブレンドされているケース、片方のみのケースの両方が存在。 ※一部「あさか舞」や「いわきライキ」等の地域オリジナルブランドを含む。
	• 浜通り産コシヒカリ	
ひとめぼれ	• 福島県産ひとめぼれ	• 福島県産ひとめぼれ
天のつづ	• 福島県産天のつづ	• 福島県産天のつづ

収集・分析したデータ

各データを収集・分析し、最新の傾向を比較した。また、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	<ul style="list-style-type: none"> 公的機関による公表データ <ul style="list-style-type: none"> 作物統計(農林水産省) 農産物検査データ(農林水産省) 県産米流通状況調査報告書(福島県) 米に関するマンスリーレポート(農林水産省) 相対取引価格データ(農林水産省) 等 事業者データ <ul style="list-style-type: none"> 米穀契約実績データ(JA全農福島) スーパーマーケットのPOSデータ 各事業者から入手した仕入・販売データ※ 等
アンケート 調査	<ul style="list-style-type: none"> 全国の消費者にWebアンケート調査を実施。 <ul style="list-style-type: none"> 4,000件を回収し、分析に使用した。
追跡調査	<ul style="list-style-type: none"> 県内JA全農を経由して流通するルート：13ルート <ul style="list-style-type: none"> 3ルートは他県産の価格も収集。 県内JA単協・集出荷業者等を経由して流通するルート：6ルート <ul style="list-style-type: none"> 2ルートは他県産の価格も収集。

※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。

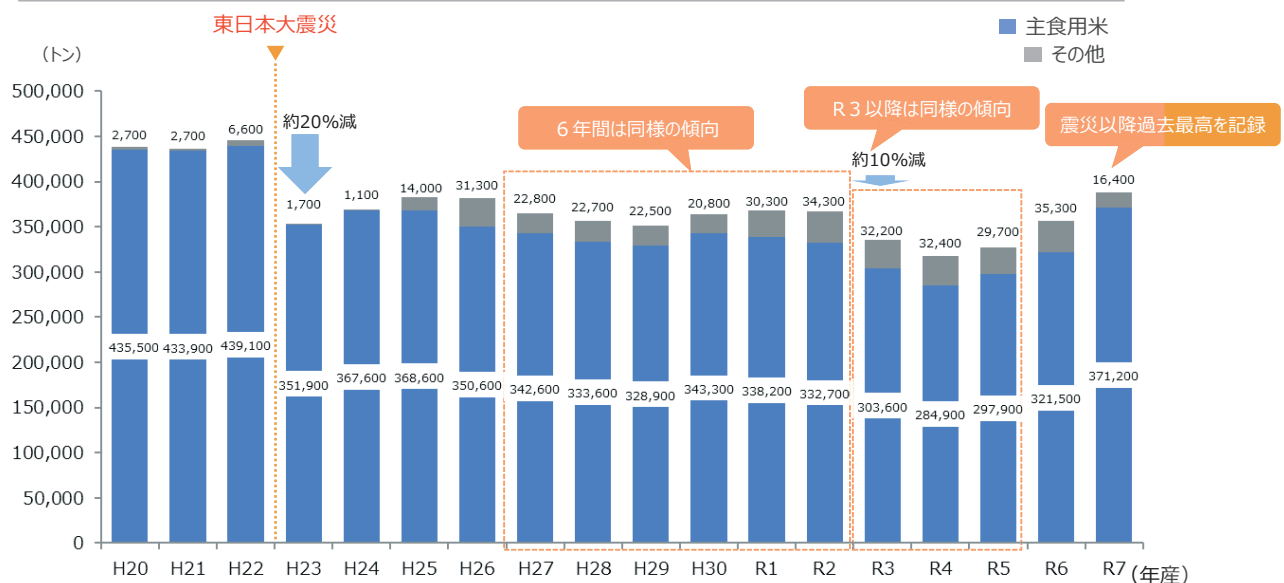
3. 各取引段階の“量”の変化

福島県産米の生産量の推移

出荷段階 → 卸売段階 → 実需段階 → 消費者段階

福島県産米の生産量は、平成23年産は対前年比約20%減少し、平成27年産から令和2年産は横ばい傾向。令和3年産は飼料用米等への転換で約10%減少したが、令和6年産より回復傾向にあり、令和7年産は震災以降過去最高の生産量を記録。平成25年産以降、加工用米等の主食用米以外の割合が増加傾向にあったが、令和7年産では平成25年と同程度の割合まで減少した。

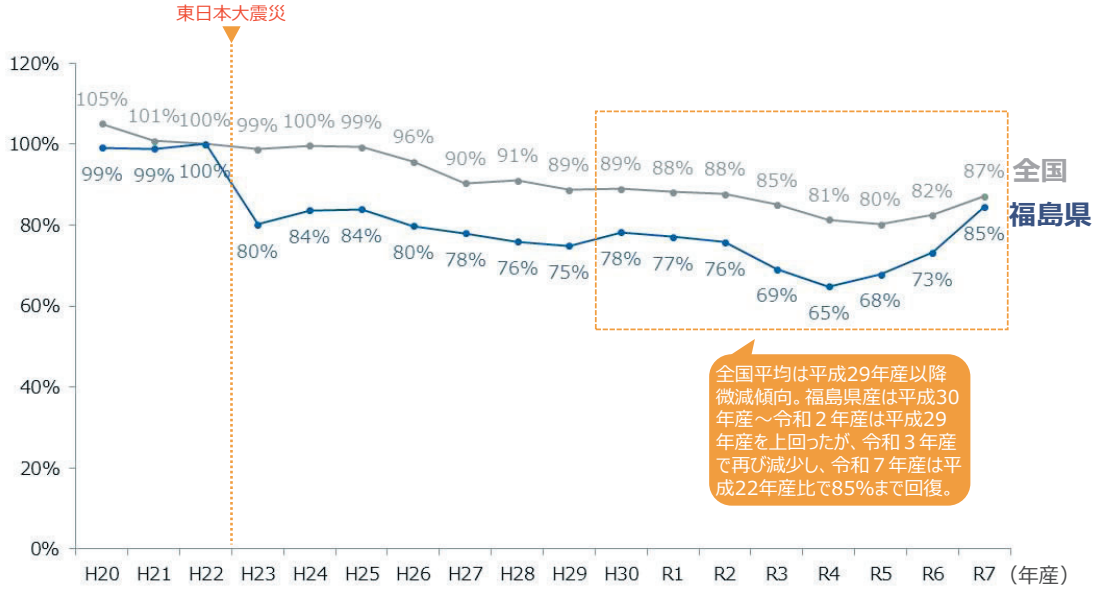
福島県産米の生産量推移



※水稲の収穫量の数値。生産量には「飼料用米」は含まない。
データ出所：農林水産省「作物統計」

福島県の主食用米の生産量は、震災前は安定的に推移。震災直後の平成23年産は平成22年産に比べ約20%減少した。飼料用米等への転換により減少傾向であったが、令和7年産は平成22年産比85%となった。

全国・福島県における主食用米の生産量の推移（平成22年産を100%とした値）

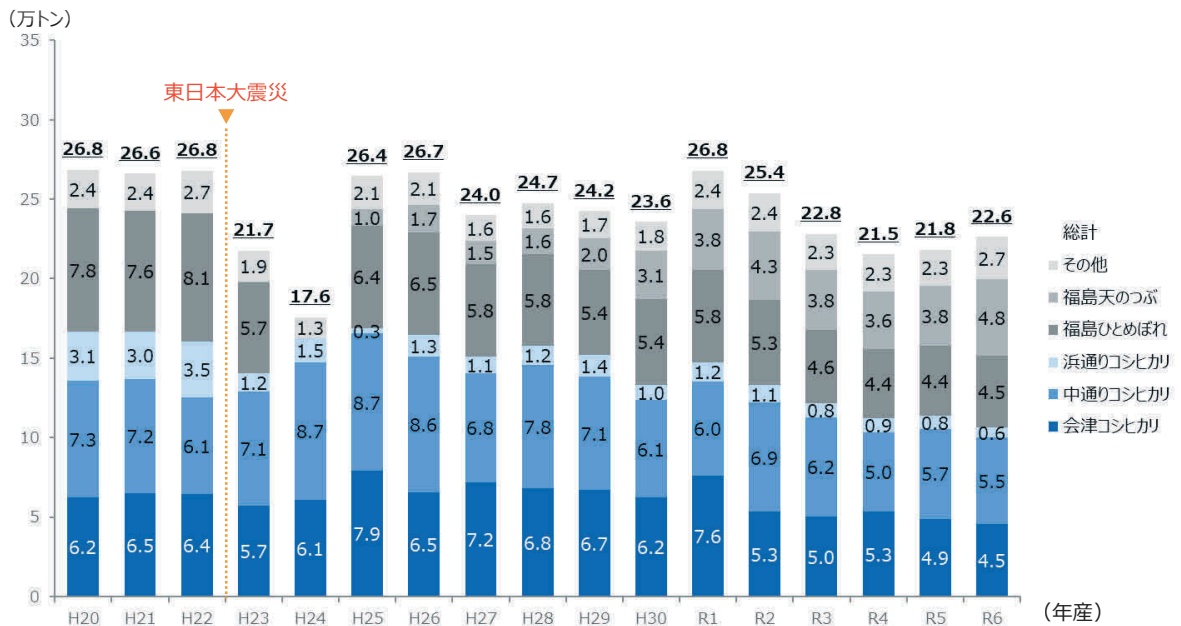


※H22年産を100とした場合の水稲の収穫量の数値。
データ出所：農林水産省「作物統計」

産地品種銘柄別出荷状況

令和6年産の会津産・中通り産・浜通り産コシヒカリの出荷量は、それぞれ震災前の約71%、90%、18%程度となっている。また、震災後の出荷量は、ひとめぼれは減少、天のつぶは増加していたが、近年天のつぶは横ばい傾向にある。

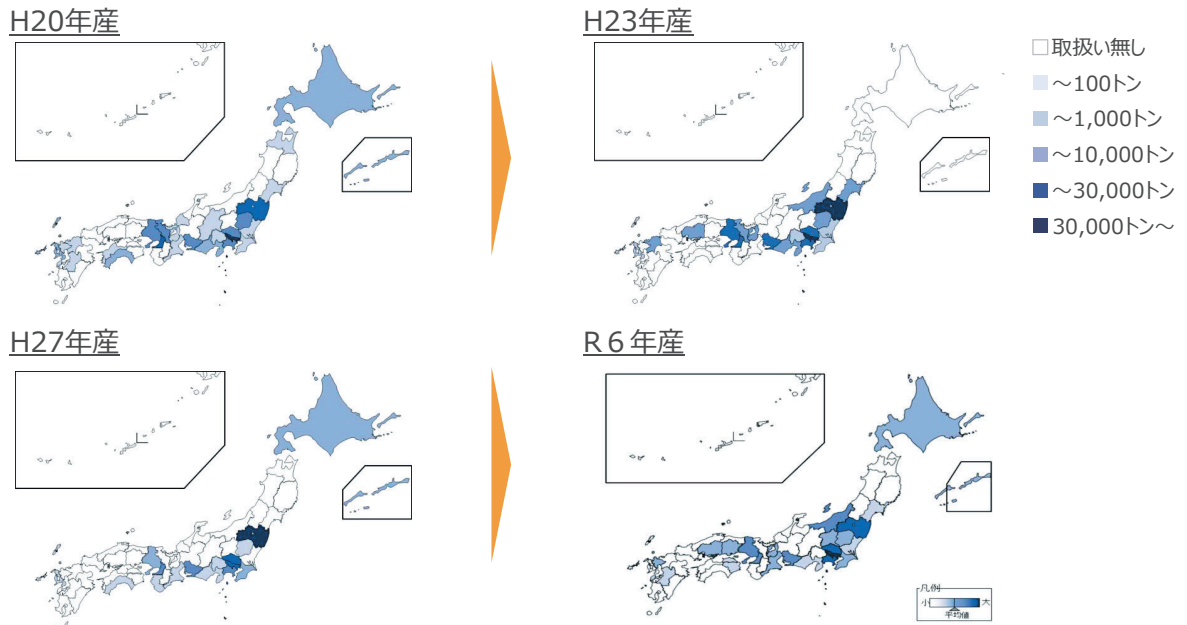
産地品種銘柄別検査数量



データ出所：農林水産省「農産物検査データ」及び「米に関するマンスリーレポート」

卸売業者における福島県産米の引受地(工場・倉庫所在地)は、震災前は全国に存在。平成23年産は、福島県内・大消費地に集中する傾向となったが、令和6年産にかけ、引受地が全国に広がりつつある。

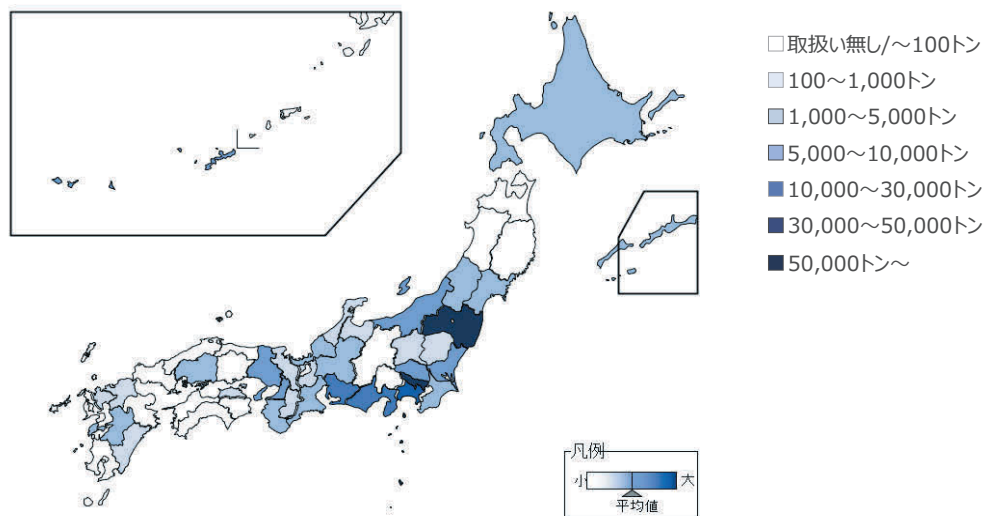
卸売業者の引受先推移(年間50,000トン以上を取り扱う卸売業者仕入分)



データ出所：農林水産省「米穀の取引に関する報告」

令和6年産の米穀販売業者の福島県産米の仕入れは、東日本(特に首都圏・福島県)、中部、関西圏が中心となっている。

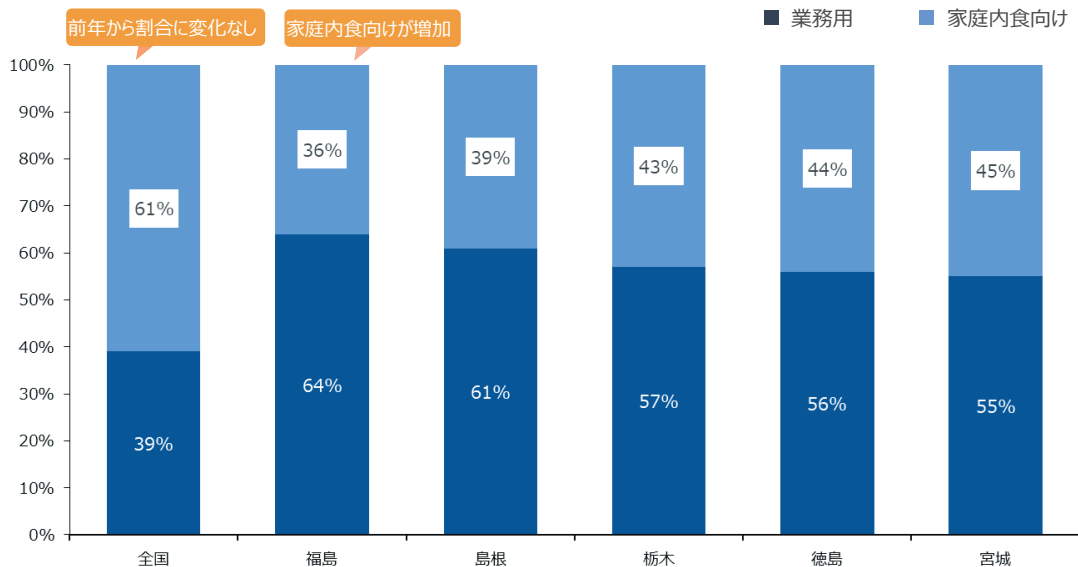
都道府県別米穀販売業者の福島県産米仕入量(令和6年産米)



データ出所：農林水産省「米穀の取引に関する報告」
 ※年間4,000t以上を仕入れる販売業者における令和7年6月までの数値。
 ※生産者からの仕入分を除いた分を集計。

業務用途で使用される米の割合は全国39%、福島県産は64%であった。全国は例年通りである一方、福島産は家庭内食向けが前年より5%増加した。

産地別の業務用米使用割合(上位5県)



データ出所：農林水産省「米に関するマンスリーレポート（令和7年5月号）」

※期間は令和5年7月から令和6年6月までの1年間。

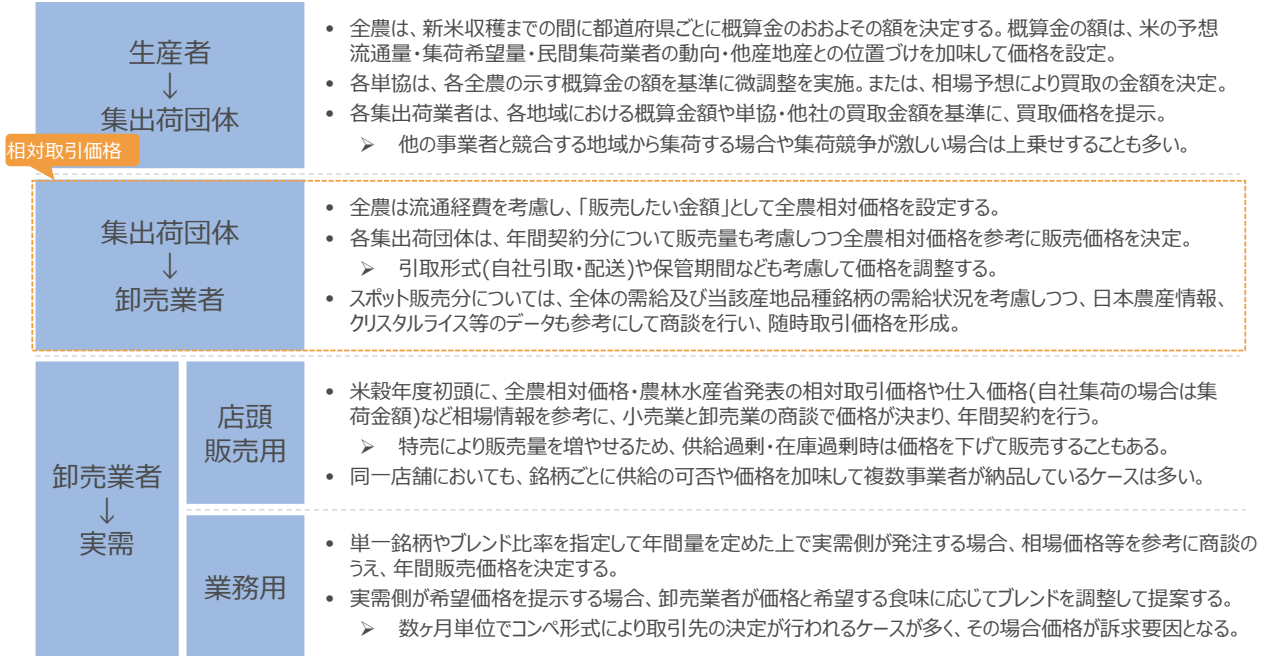
※年間玄米取扱量4,000トン以上の販売事業者が精米販売を行った数量のうち、中食・外食向けに販売した数量を業務用米とする

4. 各取引段階の“価格”の変化

米の価格形成メカニズム

各取引段階における米の価格は各事業者間の交渉による相対取引が基本。米全体の価格変動や各産地品種銘柄の“ポジション”により相場が形成される。そのポジションの指標となるのが農林水産省発表の「相対取引価格」である。

概要



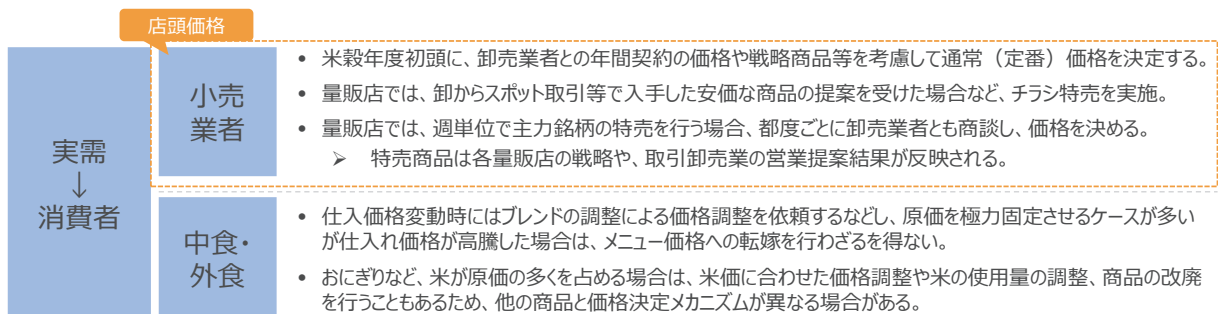
データ出所：ヒアリング結果

199

米の価格形成メカニズム

特に量販店においては、集客目的で戦略的に米の特売を行うケースが多く、消費者が目にする店頭価格は、卸売業者からの仕入価格や通常価格とは必ずしも連動しない。

概要



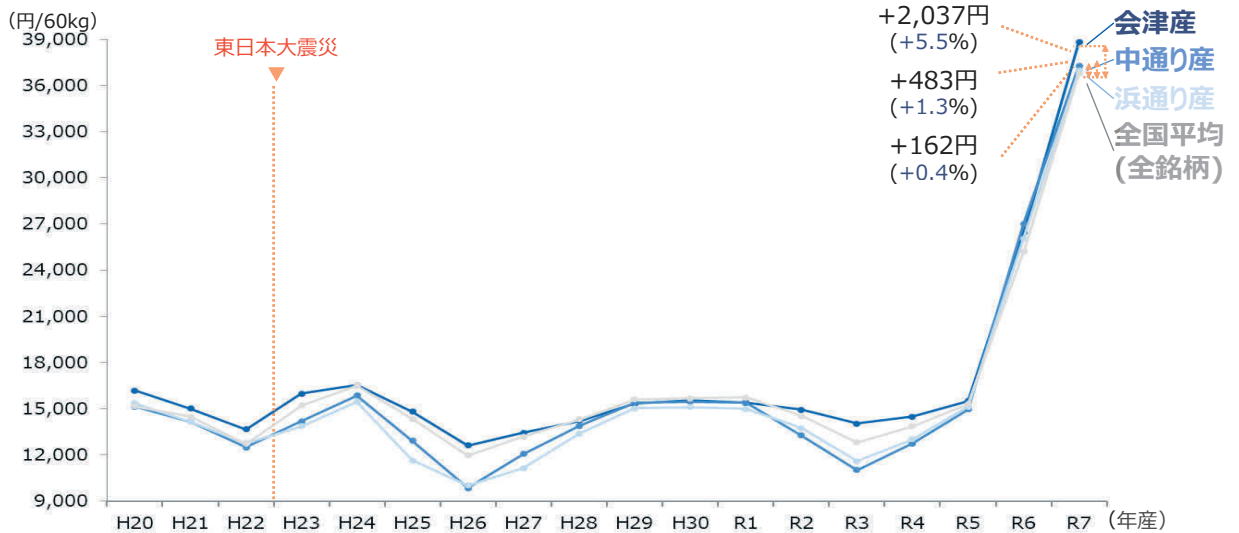
データ出所：ヒアリング結果

200

福島県産米の相対取引価格動向 ①全国平均との比較

中通り産・浜通り産コシヒカリは、平成23年産以降、全国平均（全銘柄）を下回る傾向だったが、令和7年産では、会津産・中通り産・浜通り産全てが全国平均を上回っており、順に全国平均より2,037円、483円、162円上回っている。

会津産・中通り産・浜通り産コシヒカリと全国平均の相対取引価格推移



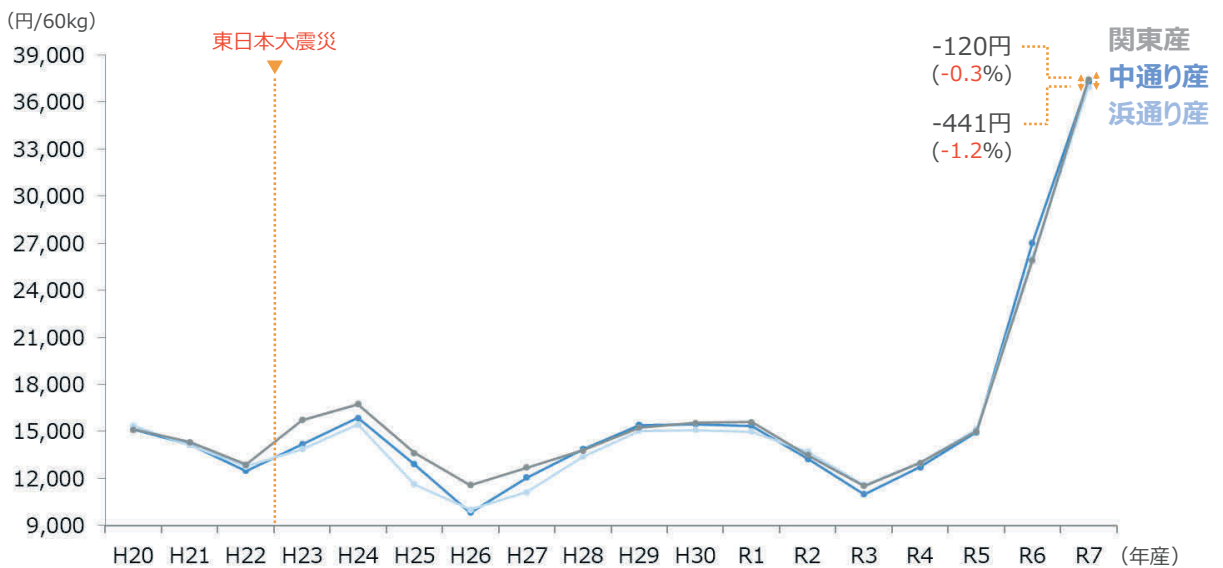
※令和7年産は出回りから令和7年11月までの平均価格。
 ※相対取引価格：出荷業者(年間玄米販売量5,000トン以上)と卸売業者等との間で数量と価格が決定された主食用の相対取引契約の価格を加重平均したものを、運賃(最寄りの大消費地への運賃。全農福島出荷分は平成27年産から運賃を含まない)、包装代、消費税を含む1等米の価格。
 ※相対取引価格が低い平成22年産や26年産の時期には、民間在庫の増加や、出荷業者の販売数量の増加が生じていた。

データ出所：農林水産省「米穀の取引に関する報告」

福島県産米の相対取引価格動向 ②関東産コシヒカリとの比較

中通り産・浜通り産コシヒカリと関東産コシヒカリとの価格差は、平成27年産～平成29年産にかけて縮小した後、同程度からやや下で推移。令和7年産は、中通り産・浜通り産どちらも関東産を下回っており、順に関東産よりも120円、441円下回っている。

中通り産・浜通り産コシヒカリと関東産コシヒカリの相対取引価格推移



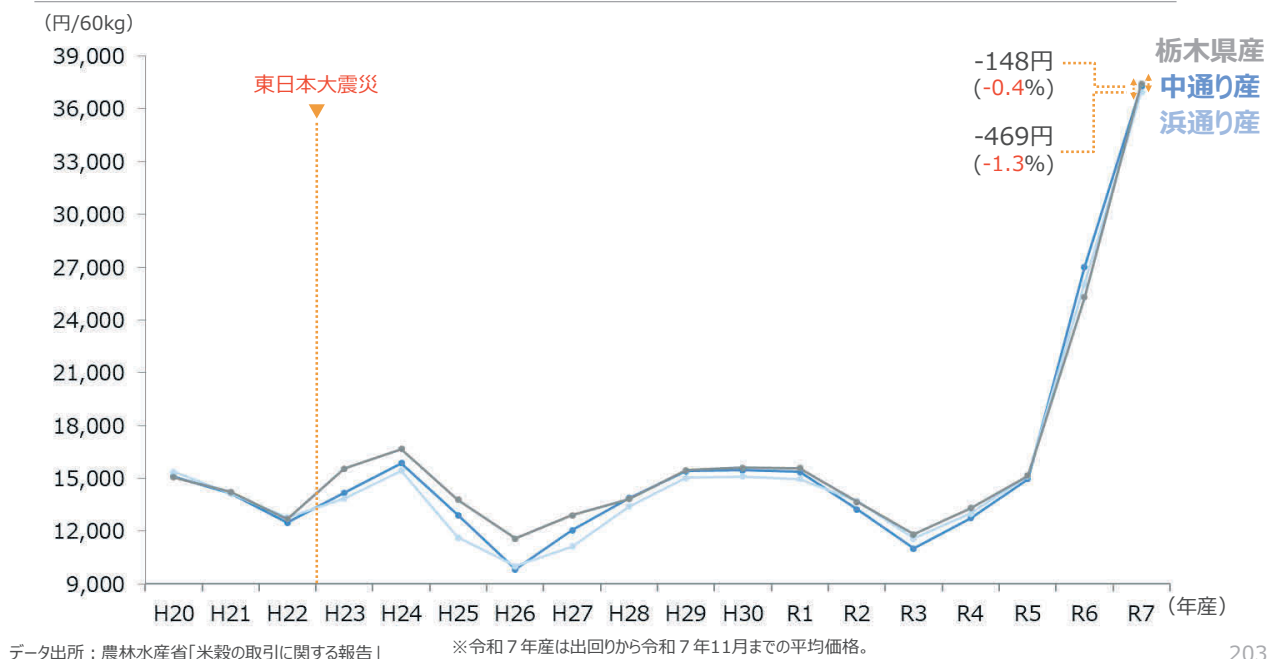
※令和7年産は出回りから令和7年11月までの平均価格。
 ※関東産コシヒカリの価格は茨城県・栃木県・千葉県産コシヒカリの価格を単純平均した値。

データ出所：農林水産省「米穀の取引に関する報告」

福島県産米の相対取引価格動向 ③栃木県産コシヒカリとの比較

中通り産・浜通り産コシヒカリは、震災以前は栃木県産コシヒカリと同様の価格水準だったが、震災直後に差が拡大。平成26年産をピークに差は縮小傾向にあり、令和7年産では栃木県産よりも中通り産は148円、浜通り産は469円下回っている。

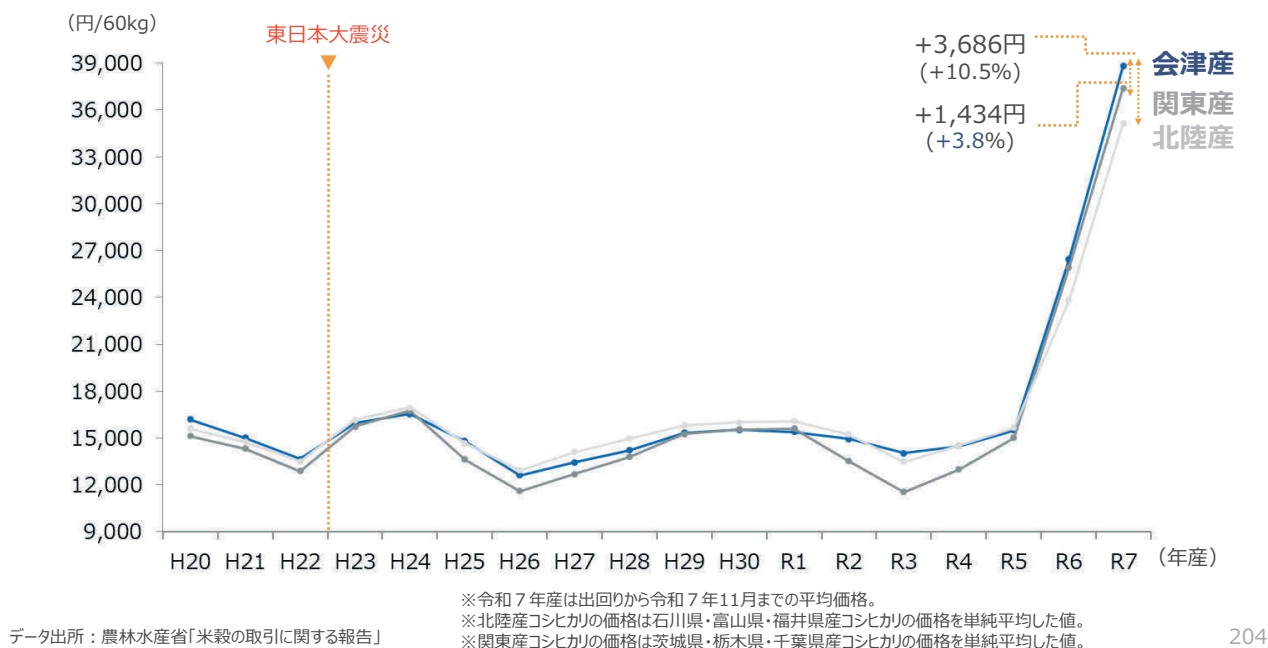
中通り産・浜通り産コシヒカリと栃木県産コシヒカリの相対取引価格推移



福島県産米の相対取引価格動向 ④北陸産・関東産コシヒカリとの比較

会津産コシヒカリは、震災後に北陸産コシヒカリと価格ポジションが逆転。令和3年産は北陸産より上位、令和4・5年産は再び北陸産より下位と近年変動が続いていたが、令和7年産は3,686円上回っている。また、関東産よりは概ね上位に位置。

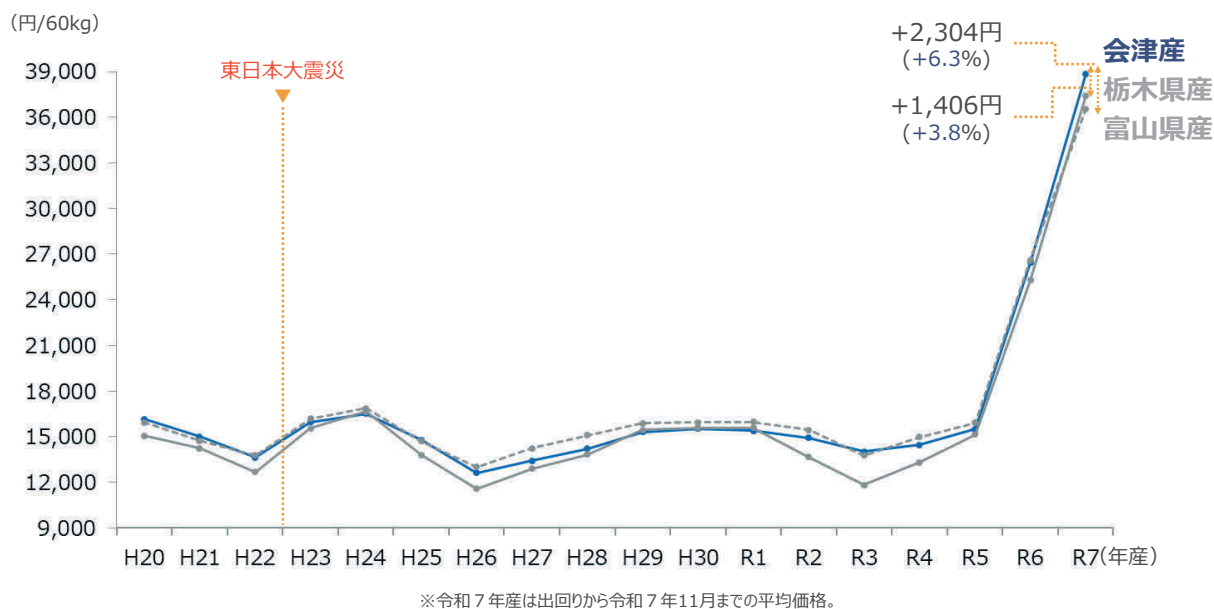
会津産コシヒカリと北陸産・関東産コシヒカリの相対取引価格推移



福島県産米の相対取引価格動向 ⑤富山県産・栃木県産コシヒカリとの比較

会津産コシヒカリは、震災後に富山県産コシヒカリと価格ポジションが逆転。令和3年産は富山県産より上位、令和4・5年産は再び下位と変動が続いていたが、令和6年産に上回り令和7年産は2,304円差で上位に位置。また、栃木県産より概ね上位に位置。

会津産コシヒカリと富山県産・栃木県産コシヒカリの相対取引価格推移

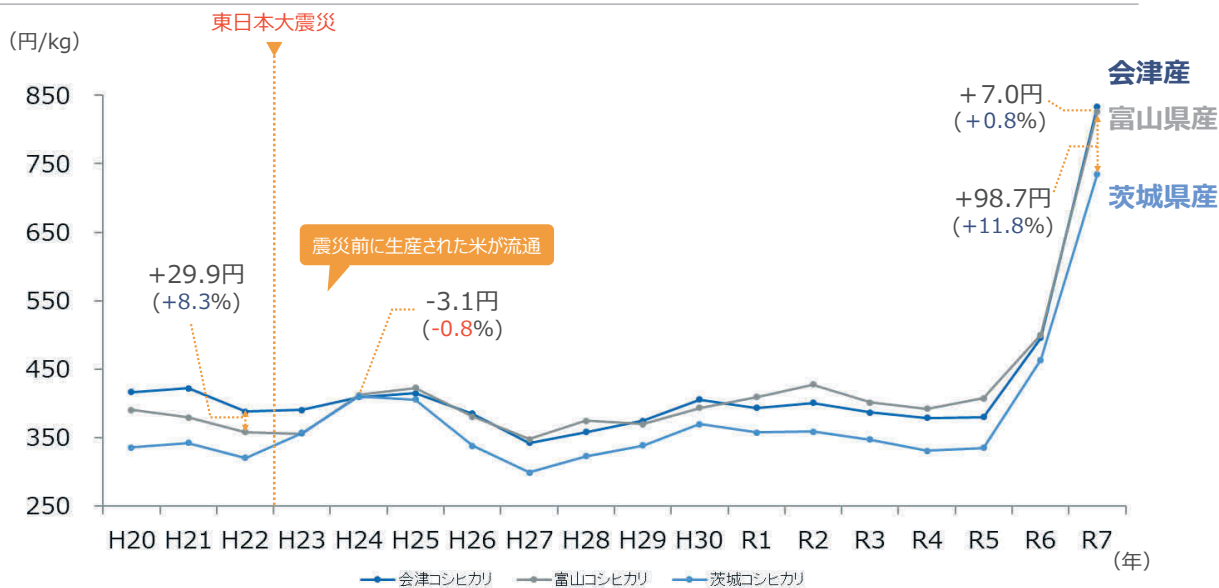


データ出所：農林水産省「米穀の取引に関する報告」

小売業者の取扱状況 店頭価格の推移(POSデータ分析)

会津産コシヒカリの店頭価格は、令和元年以降富山県産を下回っていたが、令和7年は上回った。震災前後ともに、茨城県産より高い価格で推移している。

会津産・富山県産・茨城県産コシヒカリの店頭価格の推移



データ出所：(公財)流通経済研究所「NPI Report POSデータ」(全国約670店のスーパーマーケットのデータ)

小売業者の取扱状況 小売店における付加価値率の推移(POSデータ分析)

会津産コシヒカリは、震災前後で、小売店における相対価格比率(相対取引価格/店頭価格)に大きな変化はなく、他県産同様、相対取引価格と連動した店頭価格となった。令和6年産会津産は相対取引価格の大幅な上昇に対し、相対価格比率は微増だった。

小売店における主要産地のコシヒカリの付加価値率の推移

販売年度	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	
(参考: 主な生産年)	H19産	H20産	H21産	H22産	H23産	H24産	H25産	H26産	H27産	H28産	H29産	H30産	R1産	R2産	R3産	R4産	R5産	R6産	R7産
福島(中通り産) 相対取引価格	258	280	262	231	263	294	239	182	223	257	285	286	285	245	204	236	277	500	
福島 コシヒカリ 店頭価格	355	363	344	342	366	362	324	0	0	0	0	0	0	444	0	470	362	-	
相対価格比率	72.6%	77.1%	76.2%	67.6%	71.7%	81.1%	73.8%	-	-	-	-	-	-	55.2%	-	71.5%	76.6%	-	
福島(会津産) 相対取引価格	277	299	278	253	296	306	274	234	249	263	284	288	285	276	260	268	287	490	
会津 コシヒカリ 店頭価格	417	422	388	390	409	415	384	342	358	374	405	393	401	387	379	380	496	834	
相対価格比率	66.4%	71.0%	71.6%	64.8%	72.3%	73.8%	71.3%	68.3%	69.5%	70.4%	70.1%	73.2%	71.1%	71.5%	68.6%	70.5%	57.9%	58.7%	
茨城 相対取引価格	255	283	266	242	293	309	252	216	234	255	283	288	287	247	212	243	282	523	
茨城 コシヒカリ 店頭価格	335	342	320	357	410	406	337	299	322	338	369	357	358	347	330	335	463	735	
相対価格比率	76.1%	82.7%	83.3%	67.9%	71.4%	76.2%	74.8%	72.3%	72.7%	75.5%	76.7%	80.6%	80.1%	71.1%	64.0%	72.5%	60.9%	71.1%	
千葉 相対取引価格	262	278	266	239	293	313	250	213	232	254	278	287	291	250	211	232	271	448	
千葉 コシヒカリ 店頭価格	347	347	345	349	382	374	323	305	339	358	365	382	378	351	344	352	538	772	
相対価格比率	75.4%	80.1%	77.0%	68.4%	76.6%	83.6%	77.3%	70.0%	68.5%	71.0%	76.3%	75.2%	77.0%	71.3%	61.4%	65.9%	50.3%	58.0%	
新潟(魚沼以外) 相対取引価格	304	318	302	290	341	339	309	286	300	300	313	316	322	305	289	307	313	475	
新潟 コシヒカリ 店頭価格	422	415	389	404	443	427	388	381	418	426	438	461	460	430	428	440	536	932	
相対価格比率	72.0%	76.7%	77.6%	71.8%	76.9%	79.4%	79.8%	75.0%	71.8%	70.3%	71.6%	68.5%	70.0%	71.1%	67.4%	69.6%	58.4%	50.9%	
富山 相対取引価格	275	295	273	255	300	313	272	241	263	280	294	295	296	286	255	277	295	493	
富山 コシヒカリ 店頭価格	390	379	358	355	412	422	381	348	374	369	393	409	427	401	392	407	500	827	
相対価格比率	70.5%	77.8%	76.1%	71.9%	72.7%	74.0%	71.6%	69.2%	70.4%	75.8%	74.8%	72.2%	69.3%	71.3%	65.1%	68.1%	58.9%	59.7%	
平均相対価格比率	72.2%	77.6%	77.0%	68.7%	73.6%	78.0%	74.8%	71.0%	70.6%	72.6%	73.9%	73.9%	73.5%	68.6%	65.3%	69.7%	60.5%	59.7%	

データ出所: (公財) 流通経済研究所「NPI Report POSデータ」(全国約670店のスーパーマーケットのデータ)、農林水産省「相対取引価格データ」
 ※付加価値率は相対価格比率(相対取引価格/店頭価格)と定義。
 ※「新潟(魚沼以外)」については、新潟県産コシヒカリ(一般)の数値を使用。
 ※店頭価格の会津産コシヒカリは商品名で会津産となっているものであり、会津産でも福島県産と表記されているものは福島県産コシヒカリに含まれている。
 ※相対取引価格は各年産における玄米60kgの平均価格を54で除して精米1kgの価格に換算。
 店頭価格は翌年1～12月に販売された同銘柄における精米1kgの平均価格。
 ※福島県産コシヒカリはデータ対象店舗において平成27年から平成30年まで取扱い実績無し。
 ※令和元年～令和6年の福島県産コシヒカリは取扱いが少ないため除外した。
 ※令和7年の福島県産コシヒカリはデータがないため、記載なし。

小売業者の取扱状況 取扱店舗割合の推移(POSデータ分析)

関東地区の小売業者において、福島県産コシヒカリは、震災前には20%以上の取扱店率があったが、震災後は大幅に減少し、近年も改善していない。会津産コシヒカリは、震災前は15～20%程度であったが、震災後は徐々に減少し、令和7年は7%程度である。

取扱店率の推移【関東地区】

	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7
会津コシヒカリ	17.4%	14.8%	18.4%	21.1%	10.6%	19.7%	11.1%	5.1%	5.7%	6.1%	5.5%	12.9%	8.1%	9.1%	9.6%	10.2%	10.2%	6.5%
福島県産コシヒカリ	26.1%	35.8%	26.4%	23.2%	3.8%	0.7%	1.6%	0.0%	0.0%	4.5%	2.8%	2.6%	5.2%	2.4%	1.2%	0.6%	0.6%	3.9%
福島県天のつぶ	-	-	-	-	-	-	-	2.5%	-	-	-	3.1%	9.8%	1.2%	0.6%	0.6%	3.2%	9.0%
新潟コシヒカリ	85.5%	75.3%	79.3%	80.0%	82.7%	92.3%	91.3%	94.1%	93.4%	93.9%	96.6%	95.4%	93.6%	89.0%	98.2%	92.2%	98.7%	95.5%
北海道ゆめぴりか	0.0%	0.0%	8.0%	42.1%	71.2%	81.7%	89.7%	89.8%	92.6%	69.7%	90.3%	90.7%	85.0%	75.0%	88.6%	93.4%	96.8%	83.2%
北海道ななつほし	26.1%	25.9%	33.3%	50.5%	45.2%	67.6%	85.7%	89.0%	90.2%	89.4%	84.8%	86.6%	76.9%	79.3%	90.4%	90.4%	92.4%	89.0%
秋田あきたこまち	84.1%	81.5%	85.1%	87.4%	84.6%	79.6%	88.1%	89.8%	89.3%	86.4%	87.6%	90.2%	86.1%	87.2%	86.2%	86.8%	89.8%	87.1%
魚沼コシヒカリ	63.8%	70.4%	81.6%	81.1%	76.0%	78.2%	81.0%	92.4%	69.7%	74.2%	72.4%	87.1%	75.1%	79.9%	80.2%	81.4%	82.2%	76.1%
山形つや姫	0.0%	0.0%	24.1%	43.2%	48.1%	80.3%	84.9%	65.3%	63.9%	65.9%	72.4%	70.6%	76.3%	77.4%	90.4%	89.8%	93.0%	70.3%
富山コシヒカリ	29.0%	43.2%	37.9%	42.1%	39.4%	53.5%	51.6%	51.7%	63.9%	61.4%	41.4%	46.4%	42.2%	36.0%	38.9%	33.5%	35.7%	27.1%
茨城コシヒカリ	37.7%	32.1%	37.9%	47.4%	53.8%	45.8%	46.8%	44.9%	39.3%	30.3%	45.5%	37.1%	38.7%	31.7%	35.3%	29.9%	43.9%	39.4%
千葉コシヒカリ	59.4%	34.6%	58.6%	51.6%	53.8%	52.1%	59.5%	54.2%	45.1%	31.8%	53.1%	44.3%	44.5%	40.2%	29.9%	29.3%	44.6%	27.1%
石川コシヒカリ	1.4%	1.2%	6.9%	17.9%	9.6%	12.7%	12.7%	15.3%	10.7%	9.1%	16.6%	12.4%	12.1%	12.2%	10.2%	9.6%	12.7%	12.3%
実績店舗数	69	81	87	95	104	142	126	118	122	132	145	194	173	164	167	167	157	155

出所: (公財) 流通経済研究所 NPI Report POSデータ (全国約670店のスーパーマーケットのデータのうち関東地区の店舗に限定)
 ※販売年度は1～12月で計算 ※H28以降は商品名に産地、品種が明記されている商品のみ集計の対象としている。

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

概要

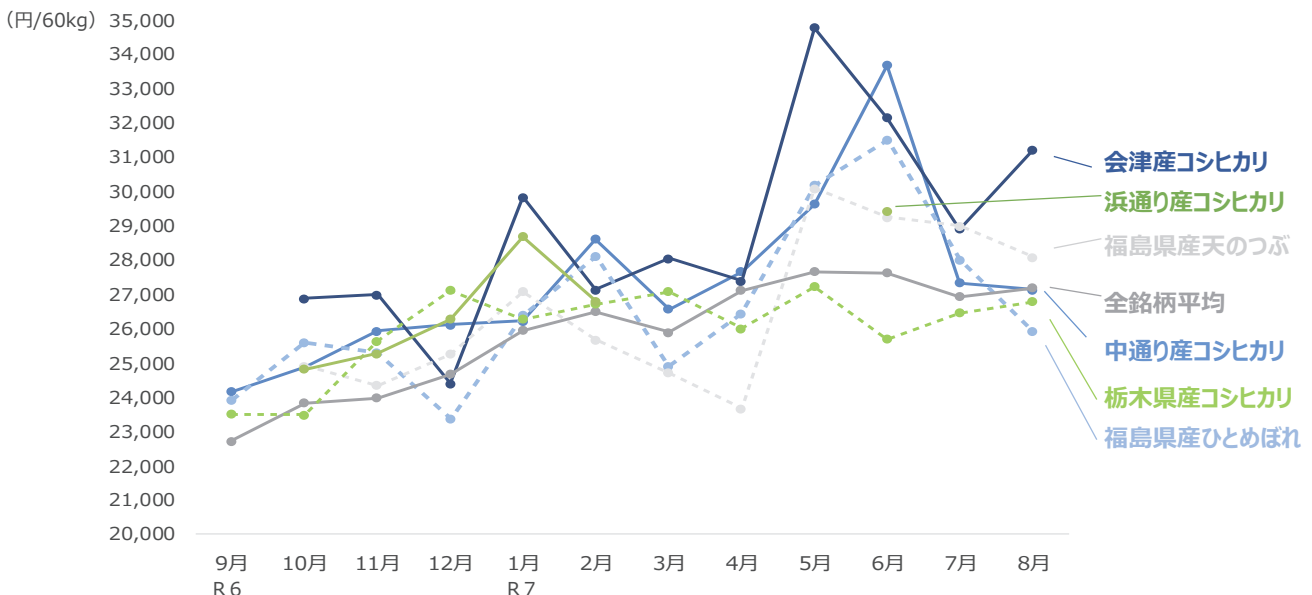
概要・目的	<ul style="list-style-type: none"> ヒアリング等により取引段階ごとの取引価格、販売価格に係る調査を実施し、推移の実態を分析する。 他県産の同品目についても調査の上、比較分析を行う。
対象商品	<ul style="list-style-type: none"> 福島県産米(令和6年産)：福島県産コシヒカリ(中通り産・浜通り産コシヒカリ)・会津産コシヒカリ ※福島県産米は補足的に天のつぶとひとめぼれのデータを取得 他県産米：栃木県産コシヒカリ
対象期間	<ul style="list-style-type: none"> データ取得回数：3回 (令和6年10月～令和7年9月までの令和6年産米取扱時期のうち3時点)
調査ルート	<ul style="list-style-type: none"> 下記の流通ルートそれぞれを調査。(栃木県産米も調査) ルート①：生産者→県内JA全農→県内外卸売業者等→小売業者等 ルート②：生産者→JA単協・集出荷業者等→県内外卸売業者等→小売業者等

209

価格形成に関する事例調査(追跡調査) ～前提となる令和6年産米における相対取引価格の動向

例年に比べ全体的に価格変動が激しいものの、令和6年産米について、福島県産コシヒカリの取引価格は、全銘柄平均・栃木県産コシヒカリをほぼ上回っている。

令和6年産米における相対取引価格の動向



データ出所：農林水産省「米穀の取引に関する報告」

※データがない箇所については、当該月の相対取引契約がなかったもの、又は当該月の相対取引数量が100トン未満であり、価格の公表を行わなかったもの。

210

価格形成に関する事例調査(追跡調査) の対象事例数

流通ルート別・エリア別の調査実施件数は下記のとおり。

調査対象流通ルート

県産	流通類型	産地品種銘柄	ルート数		合計	エリア別※		
			完了数	(アプローチ数)		県内	首都圏	その他
福島県	①(全農経由)	福島県産コシヒカリ	4	(8)	4	1	0	3
		会津産コシヒカリ	3	(7)	3	3	0	0
		ひとめぼれ	5	(5)	5	1	4	0
		天のつば	1	(3)	1	0	0	1
	②(単協・集荷業者直販)	福島県産コシヒカリ	2	(9)	2	2	0	0
		会津産コシヒカリ	2	(6)	2	2	0	0
ひとめぼれ		2	(8)	2	2	0	0	
栃木県	①(全農経由)	栃木県産コシヒカリ	3	(3)	3	0	3	0
	②(単協・集荷業者直販)	栃木県産コシヒカリ	2	(2)	2	0	2	0

※エリア別の項目の定義は、それぞれ以下の通り。

県内：福島県内で展開している量販店 首都圏：首都圏のみ展開している量販店 その他：北海道・東海圏で展開している量販店

211

価格形成に関する事例調査(追跡調査) ～結果① 全体の傾向

平均小売販売価格については、福島県産ひとめぼれが最も高く、次いで会津産コシヒカリ、福島県産コシヒカリが高い結果となった。

調査対象ルートにおける平均小売販売価格(令和6年産)

産地品種銘柄	流通類型	平均販売価格
会津産コシヒカリ	①(全農経由)	846.7
	②(単協/集荷業者直販)	872.0
	全類型平均	856.8
栃木県産コシヒカリ	①(全農経由)	917.3
	②(単協/集荷業者直販)	585.0
	全類型平均	784.4
福島県産コシヒカリ	①(全農経由)	756.9
	②(単協/集荷業者直販)	856.0
	全類型平均	816.4
福島県産ひとめぼれ	①(全農経由)	873.6
	②(単協/集荷業者直販)	856.0
	全類型平均	868.6
福島県産天のつば	①(全農経由)	770.0
	全類型平均	770.0

※数値は該当する種別で取得したサンプルの平均値。サンプル数が限定的であるためデータの扱いには留意が必要。

※「福島県産コシヒカリ」として表記されて販売されるものは「中通り産」「浜通り産」が中心。

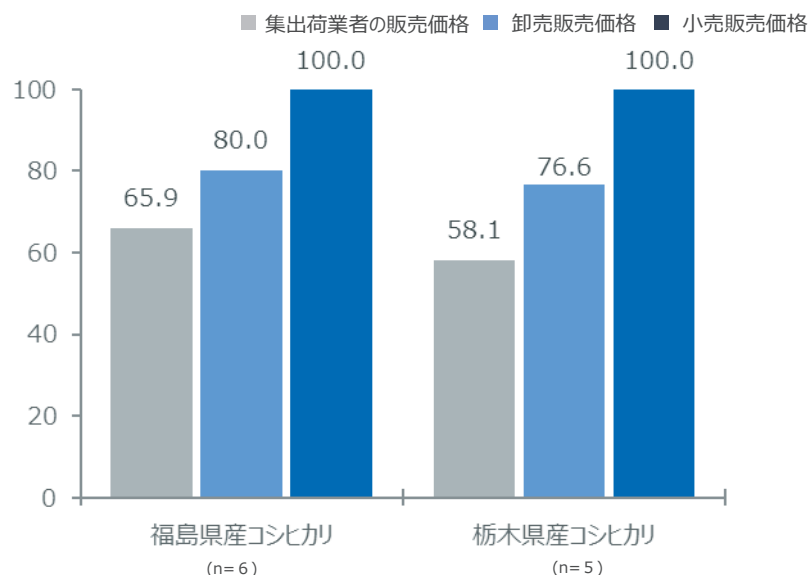
(単位：円/kg)

212

価格形成に関する事例調査(追跡調査) ～結果② 産地間比較

福島県産コシヒカリと、栃木県産コシヒカリの比較において、福島県産コシヒカリは小売販売価格に対して、集出荷業者の販売価格と卸売販売価格の割合が大きい結果となった。

令和6年産米における価格形成(産地間比較)

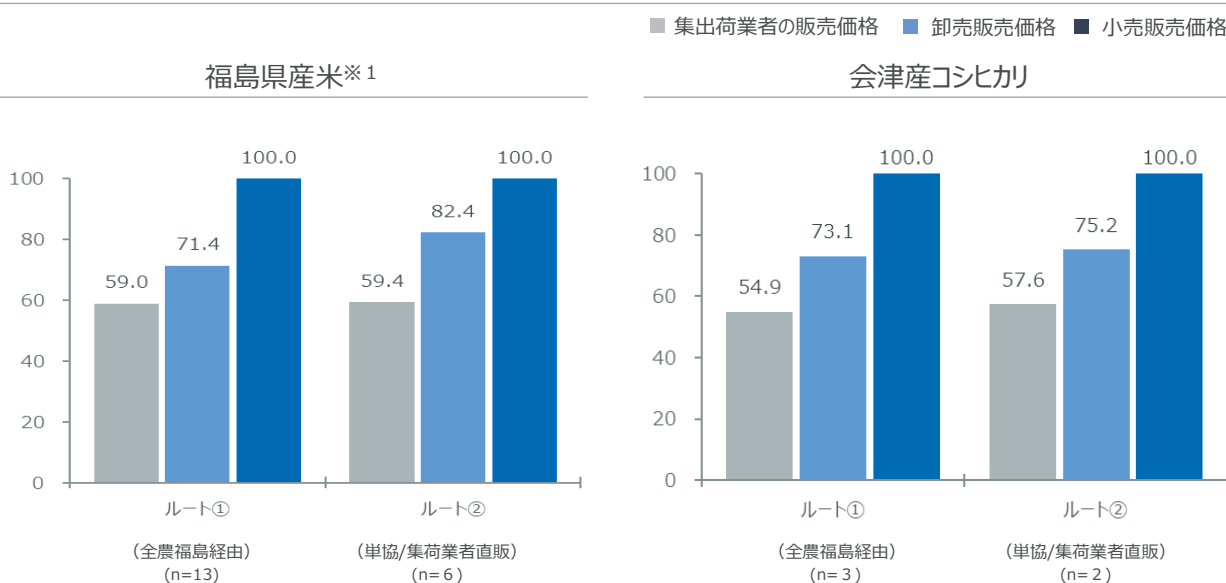


※数値は小売販売価格を100とした場合の各段階における販売価格。(指数値)

価格形成に関する事例調査(追跡調査) ～結果③ 流通ルート別の傾向

流通ルート別で見ると、ルート②は米不足の影響を受け、高値で集荷した民間の集荷業者の事例が含まれることから、相対的に集出荷業者の販売価格がやや高い状況。

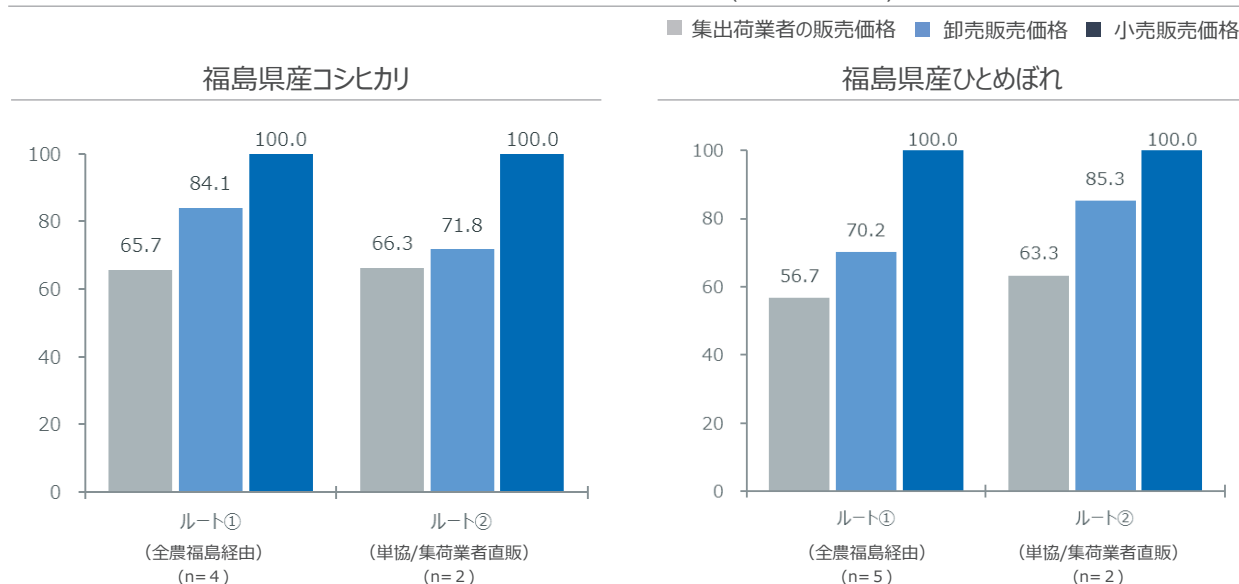
令和6年産米における価格形成(流通ルート別)



※1：会津産・中通り産・浜通り産コシヒカリ、福島県産天のつづ、福島県産ひとめぼれのデータで作成。
 ※数値は小売販売価格を100とした場合の各段階における販売価格。(指数値)

(前ページからの) 流通ルート別比較の続き。

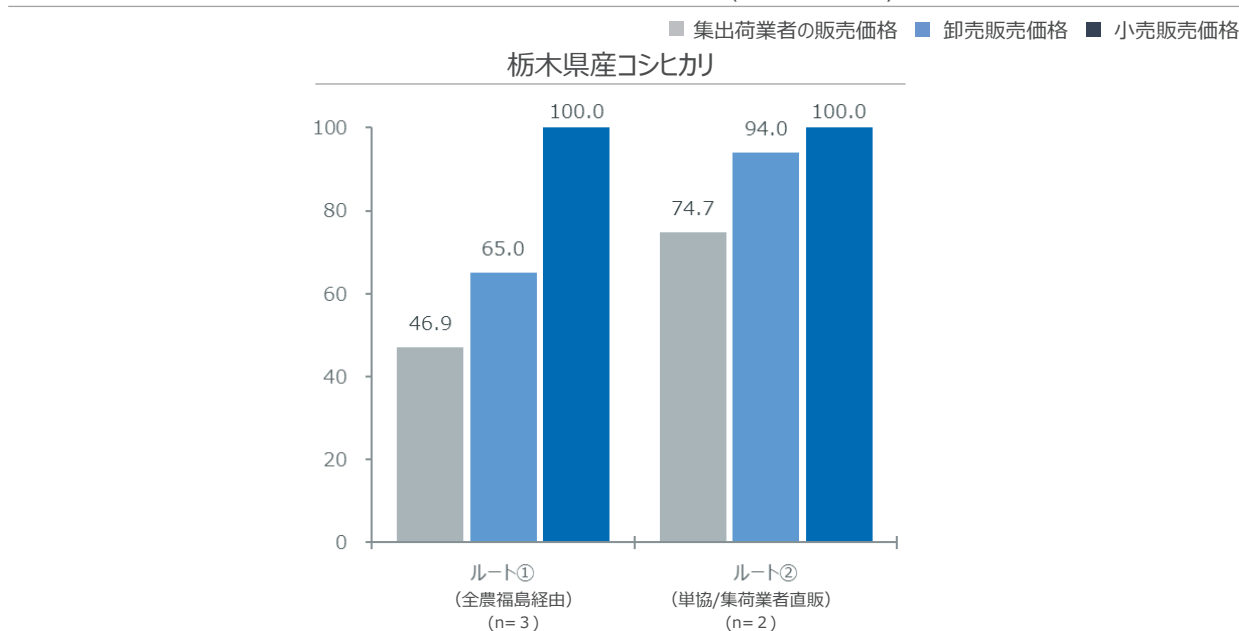
令和6年産米における価格形成(流通ルート別)



※数値は小売販売価格を100とした場合の各段階における販売価格。(指数値)

(前ページからの) 流通ルート別比較の続き。

令和6年産米における価格形成(流通ルート別)



※数値は小売販売価格を100とした場合の各段階における販売価格。(指数値)

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・県外の米事業者の計7件にヒアリングを行った。

調査方法	<ul style="list-style-type: none"> オンラインによるヒアリング
調査時期	<ul style="list-style-type: none"> 令和7年4月、8月～9月
対象品目	<ul style="list-style-type: none"> 米
ヒアリング対象者	<ul style="list-style-type: none"> 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、E) 小売業者 : 2件 (以下、小売F、G)
ヒアリング内容	<ul style="list-style-type: none"> 仕入・取扱状況、仕入れ時の重視点、福島県産及び他産地産に対する評価、福島県産の拡販に向けた方策等

217

ヒアリング結果：仕入・取扱状況について（全国）

令和6年産は天候不順による全国的な米不足と価格高騰という大きな市場環境の変化が生じた。令和7年度も米不足の影響は続くと考えられるため、供給の安定性を確保することが最優先事項という意見が挙げられた。

生産	<ul style="list-style-type: none"> 令和6年産は民間業者が生産者に条件の良い価格を提示したこともあり、品種銘柄に関係なく、系統系としては集荷に苦労した。産地・品種銘柄による価格差はほとんどない状況である。米であればなんでも良いといった感じで、根こそぎ持って行かれ、米がない状況である。（生産団体A）
卸売	<ul style="list-style-type: none"> 令和6年度は、米不足の影響で全国的に仕入量が減った。昨今の売れ行きを考慮した場合、通常の卸価格での販売を続けると早めに売り切れてしまうことが予測できたため、令和6年度は価格を上げることによって販売を抑制し、通年販売を実現した。令和7年度も天候が悪く、新米の収量が減少する見通しである。（卸売B） 全国的に米不足の影響があるため、仕入先を増やすことが難しい。仕入実績を守るためにも、付き合いのある産地からの仕入量を守っていく予定である。今後は現行の仕入量を最低限の目標として、さらに供給量を増やしていきたい。一方で、令和7年度も引き続き米不足の影響は続き、道外産の仕入価格は高騰する見込みである。（卸売C） 令和6年度は前年度と比べ1.2～1.5倍の仕入単価となった。令和7年度米も昨年度と同じく、猛暑・水不足の影響から、米の単価は高くなるのではないか。（卸売E）
小売	<ul style="list-style-type: none"> そもそもの米の流通量が少ないため、各産地（福島県産含む）の米も今年度の納品量が下がっている。当社としては、例年と同じ量を納品したいと考えている。（小売F） 米不足の影響から、各品種銘柄の仕入量・取扱いアイテムともに縮小した。令和7年以降は、道内の産地とのつながりを強化していく予定である。（小売G）

218

ヒアリング結果：生産・仕入状況について（福島県産）

ヒアリング時は夏の高温や米不足を受けて、令和7年産における生産者の品種銘柄の方針は定かでなかった。調達では、民間業者からの調達、卸売業者間での調達が増えているが、米不足の影響は強く、民間業者から仕入量を確保するのも厳しくなっている。

生産	<ul style="list-style-type: none">令和6年産の作況指数は102であった。令和5年産は高温障害で品質が悪かったが、令和6年産は令和5年産ほどの品質の悪さは見られなかった。（生産団体A）コシヒカリの作付面積は少しずつ減少している。昨年、コシヒカリは高温により倒伏したことで稲刈りに苦労したので、コシヒカリから倒伏耐性のある「天のつぶ」等に変えようかという生産者の意見があるようだ。一方で、米不足の状況から、主食用米として高値が期待できるコシヒカリを生産するという生産者の声もあるようで、令和7年産の見通しが不透明である。（生産団体A）新規の引き合いとして、以前福島県産を扱っていた事業者からの問い合わせが数件あった。それらの事業者は、現在は福島県産を取り扱っていないが米不足だから問い合わせをしたのだろうと思う。（生産団体A）
卸売	<ul style="list-style-type: none">福島県産米の仕入先は、もともと全農や農協のシェアが高いが、昨今は全農や農協の集荷量が落ちているため民間業者からの調達、卸売業者間での調達が増えてきている。ただし、米不足の影響は強く、民間業者からの仕入量を確保するのも厳しくなっている。（卸売D）

219

ヒアリング結果：現在の仕入時の重視点について

卸売業者は安定収量が見込める品種銘柄に加え、地元産/人気・知名度の高い品種銘柄を優先的に仕入れる傾向にある。小売事業者は、品種銘柄の重複を避けつつ、米不足時に優先的に供給できる卸売業者との関係を重視しているという意見があった。

卸売	<ul style="list-style-type: none">安定して収量を確保でき、手取りも増やせる高温耐性・倒伏耐性のある天のつぶ・里山のつぶのような品種銘柄を卸先に提案し、生産者が米作りに励むことのできる環境を整えていきたい。また、新しく小売に提案する品種銘柄は、①人気や知名度があり、安定した売上が見込めること、②安定供給が可能であること、の2つの条件を満たす必要がある。（卸売B）毎年決まった仕入量の達成に向けて、米不足下でも安定的に仕入れることができるかどうかが重要となる。食味が安定している産地から仕入れたい。通常時は長年の関係性もあるため価格が高いからと言ってすぐに取引を見送ることはないが、スポットやフェアで採用する商品は価格によって仕入れを行うかどうか判断することもある。（卸売C）ここ数年は品種銘柄問わず、買うことができる品種銘柄は全て買ったというのが実情である。米価の変動が激しいため、高値の際は仕入を控え、安値の際に多く仕入をし、年間を通して仕入れ価格のバランスを取るようにした。（卸売D）福島県産であるかを重視しており、その上で価格転嫁できる商品であるかを見極めて仕入れている。一方で、民間集荷業者との関係性から、価格の高い商品を仕入れざるを得ない場合もあるため、一概に仕入時の重視点を伝えることは難しい。例えば、青森県産まっしぐらや千葉県産・茨城県産コシヒカリについては、福島県産ではないが、価格転嫁ができる商品であること、あるいは消費者のニッチなニーズを満たせることから取り扱っている。（卸売E）
小売	<ul style="list-style-type: none">秋田県産あきたこまち、新潟県産コシヒカリ以外の銘柄米において、東北産米の方が消費者から人気である。消費者に支持される品種銘柄を今後も販売していきたい。また、現在取り扱っている米との品種重複は避けている。昨今の米不足の中、各米卸が優先的に米を卸す販売先がそれぞれ存在する。米不足時に優先的に米を卸してくれる卸からの仕入れを重要視している。（小売F）仕入時には北海道産米であることと、価格の安さを重要視している。当社の顧客は品種よりも産地を重視する傾向があり、北海道産米は多少価格が高くても売れる状況である。（小売G）

220

ヒアリング結果：仕入時の重視点の変化について

外国産米に対する業務用からの需要等より、より幅広い品種銘柄を取り扱う傾向が予想される。また、生産者が栽培・販売したい品種銘柄の取り扱いを優先するようになったとの声もあった。

卸売	<ul style="list-style-type: none">米業界全体で、業務用を中心に外国産米の需要が増えてきていると感じる。今まではあきたこまち・コシヒカリ等知名度が高く、消費者需要が高い品種銘柄を仕入れていたが、品質の低下・収量の減少が起きているため、国産・外国産問わず、新しい品種銘柄も実需側に提案していく必要がある。これまでは小売のニーズを聞きマッチする米を卸すという、小売のニーズを起点とする取引が主流であったが、昨今の米不足から、小売以上に、生産者のニーズを満たすことを重要視するようになった。具体的には、栽培のしやすさや収益増の観点から、生産者が優先して栽培したい品種銘柄をまずは確認し、小売の潜在ニーズを引き出せるように該当の品種銘柄を小売に提案するようになった。（卸売B）
小売	<ul style="list-style-type: none">今回の米不足になるまで、米の仕入れをそこまで重要視する機会はなかった。秋田県産あきたこまち・新潟県産コシヒカリを常に決まった量を仕入れるだけで十分売り上げが上がり、かつ賞味期限も一定期間あることから、頻繁に仕入れる商材でもなかったためである。米不足の影響もあり、リスクヘッジのためにも幅広い品種銘柄を取り扱う必要がある。ベトナム産・台湾産・米国産の米を取り扱っている企業も多くなっていると感じるが、当社は消費者の国産米に対するニーズが強いため、引き続き国内産の米を取り扱う姿勢は変わらない。（小売F）すべての米を北海道産米にする予定はなく、顧客の選択肢の一つとして他産地産の取扱いも続けたい。現在取扱いを続けている米は、安定した購買が実現できている商品である。本州の米は本州での引き合いが非常に高く、仮に北海道で仕入れるとすると高値になると考えられるため、無理に仕入れる必要はないと考えている。（小売G）

221

ヒアリング結果：福島県産及び他産地産に対する評価について

福島県産米は品質・価格の安定性から業務用を中心に評価が高いという意見があった。他産地については、新潟県産コシヒカリ・秋田県産あきたこまち等はブランド力が高い品種銘柄として評価されている。

卸売	<ul style="list-style-type: none">福島県産は量も確保でき、品質が安定しており、価格帯も高すぎず、米を販売するにあたり主力の産地であると評価している。道内での小売では、福島県産の取扱いを定期的に行っているため、新潟県産コシヒカリや秋田県産あきたこまちのように定番商品になりつつあり、消費者の認知も拡大している。（卸売C）福島県産は業務用として長年卸してきたため、全体的に安定して業務側からの評価が高い。会津産コシヒカリはブランド化され、スーパーの惣菜や外食店の指定銘柄になっており、基本的には同じ販売先に卸している。ブランド銘柄であるため、極力小売用にも流すようにしている。（卸売D）福島県産の業務用ニーズは高い。現状、業務用で卸す際に、そこまで会津・浜通り・中通りにこだわりがある事業者は少なく、福島県内で産地ごとに差別化を行うことは難しいのではないが。（卸売E）
小売	<ul style="list-style-type: none">福島県産の主な用途はミドル層の一般家庭向けの販売である。定番商品として、引き続き福島県産米を取り扱いたい。新潟県産コシヒカリや秋田県産あきたこまちのように、品種銘柄が生まれた産地で実際に作られる米はブランド力が高く、人気になる傾向。（小売F）福島県産コシヒカリは、福島フェアにて継続して扱うことで消費者への露出が増え固定顧客が付き、年々売れ行きが伸びていた。酒・菓子・ご当地グルメ等他部門の商品とセットでの県産品の取扱いも検討する必要がある。（小売G）

222

ヒアリング結果：「福、笑い」の取扱い状況・評価について

**「福、笑い」に関しては認知度向上に向けた継続的なプロモーションが必要という意見が挙げられた。フェアにおいては、2 kgより5 kgパッケージの方が、より幅広く購買力のあ
る層にリーチできるとの意見があった。**

卸売	<ul style="list-style-type: none">「福、笑い」について、令和5年度時点の販売価格はあまりに高い印象があったが、昨今は他銘柄の価格も全体的に高くなっているため、割高感はほぼなくなった。また、食味の評価も良い。（卸売B）「福、笑い」に関しては、2 kg商品をフェアで2回ほど取り扱っているが、高価格であり認知度も低いため、販売が定着するまでには時間がかかると感じた。（卸売C）「福、笑い」は昨年度と比べ、他品種との価格差が縮み、売れ行きも安定し始めている。天のつぶや「福、笑い」のような新品種は消費者への露出を増やす必要がある。米不足により、一度取り扱いを決めた品種銘柄でも販売が続かず、商品の入れ替わりが激しくなっているため、今まで売っていなかった品種銘柄の取り扱いチャンスに繋がっている。（卸売D）福島県産米の「福、笑い」は定期的な取り扱いはない。まれに、「福、笑い」の引き合いがあるが、そのような時はもともと「福、笑い」を扱っている卸と連携し、販売することがある。一方で、価格が高すぎる・県でのPRがうまくいっていないことにより、「福、笑い」は需給のミスマッチが起きている印象がある。（卸売E）
小売	<ul style="list-style-type: none">令和7年1月は「福、笑い」を中心にフェアを行い、コシヒカリを意図的に露出させない（チラシ掲載しない）戦略をとったものの、売れ行きは芳しくなかった。2 kgでの取扱いであったが、顧客層を広げるためには多少高くてもよいから5 kgパッケージで売るべきであったと感じている。2 kgパッケージは一人暮らし層など購買者層が限られ、5 kgパッケージのほうがファミリー層等幅広くかつ購買力の高い層にリーチできる。（小売G）

223

ヒアリング結果：福島県産に対する風評について

福島県産米に対する、風評の影響は薄れているという意見が多かった。

生産	<ul style="list-style-type: none">米不足の現状においては、福島県産としての課題は特にないと言えるのではないかと。（生産団体A）
卸売	<ul style="list-style-type: none">現在の福島県産は、風評もほぼなく、米不足をきっかけに他産地米と同様の価格水準となっている。（卸売B）福島県産の風評はほぼないといってよい。特に、コシヒカリにおいては米不足の影響から米の全体として価格が上がり、他産地産と福島県産の価格差はなくなってきた。寧ろ、福島県産コシヒカリのほうが他産地産と比較して、価格が高い場合もある。よって、価格を見る限り風評はほぼなく、他産地産と同水準となっている。（卸売E）
小売	<ul style="list-style-type: none">フェア時に、いまだ「福島と聞くと風評を思い出す」とマネキンに伝える消費者も一定数存在する。（小売G）

224

ヒアリング結果：福島県産及び競合産地のポジションについて（価格面）

福島県産は他産地産と比べて価格が手頃であり、それを評価する意見もあった。また、全国的な米不足の影響から福島県産と他産地産との価格差は縮小しているという意見もあった。

卸売	<ul style="list-style-type: none">北海道産ゆめぴりか・山形県産つや姫は福島県産と比較し価格ポジションが高く、新潟県産コシヒカリと同価格もしくは少し高い価格で販売されている。（卸売B）福島県産は品質が安定しており、価格帯が高すぎず卸としては扱いやすい商材である。今後は、価格ポジションを上げることよりも、現在の再生産可能な米価を維持した状態で新規就農者を増やし、安定供給の体制を整えることが重要となる。（卸売C）会津産の食味は新潟県産コシヒカリと同様でありながらも、新潟県産コシヒカリよりも若干安価であるため魅力的な商品であり、卸先への訴求もしやすい。価格の安定に向けても、生産量を維持・増やしていくのが喫緊の課題。（卸売D）コシヒカリに関しては米不足の影響から米全体として価格が上がり、他産地産と福島県産の価格差はなくなってきた。仮に今後、福島県産のブランド力・価格が上がると、現在の業務用向けの引き合いが落ち込む可能性があるため、現在の価格ポジションがちょうど良いのではないかと。（卸売E）
小売	<ul style="list-style-type: none">福島県産ひとめぼれ・コシヒカリ・天のつぶは中価格帯から低価格帯の品種である。サキホコシ・つや姫等が高価格帯の品種にあたり、福島県産を高価格帯の米として販売するにはもう少し時間がかかると思われる。福島県産米の価格と品質は釣り合っていない印象があるため、もう少し高価格帯でも通用すると思われるが、すぐに価格を上げることは難しい。そのため、いきなり高単価を狙うよりも、3,000~3,500円と中価格帯の米として販売し、福島県産米全体のシェア拡大を図ることが現実的である。（小売F）現在、福島県産は品質に対してやや価格が低めの設定であるとの印象を受ける。高すぎる価格設定ではもちろん売れ行きは悪いが、ブランドとして売るのであれば一定の価格は保つべき。福島県産以外の産地のコシヒカリを、安価で販売したことがあったが、売れ行きは良くなかった。販売戦略として安易に銘柄米の価格を下げるのは得策ではない。（小売G）

225

ヒアリング結果：福島県産及び競合産地のポジションについて（品質面）

福島県産米は品質・食味・収量の安定性に優れ、関東産より高品質と評価されている傾向にあった。

卸売	<ul style="list-style-type: none">ブランドイメージや品質を踏まえた産地別のポジションは関東産<会津産<新潟県産の感覚である。新潟県産米と会津産米は立地が近く、米の品質も似ており、関東産を引き離している。北海道産ゆめぴりか・山形県産つや姫の生産量は一定数確保されているため、希少性ゆえではなく、認知度の高さと、食味が良く高品質である点から現在のブランド力につながったと思われる。新しい品種であるにじのきらめきは高温耐性もあり、収量が安定していることから、茨城・新潟・栃木県の生産者から人気があり、作付面積が伸びている。にじのきらめきは主に業務用として卸しているが、小売へも一部卸している。もう少し収量が増えれば、小売でも更に販促活動を進めていきたい。（卸売B）栃木県産は中通り産と同程度のポジションだと考えているが、品質は中通り産の方が高いと思う。栃木県産は生産エリアが広く、品質にばらつきがある印象。茨城県産・千葉県産<栃木県産<福島県産の順で品質が良い。福島県産は収量・品種のバラエティ・食味から安定感があると評価できる。米価が落ち着いた後、会津産コシヒカリは新潟県産コシヒカリ以上の人気・評判を狙える可能性がある。（卸売D）福島県産は他産地産と比較して、乳白粒が少なく、品質が安定していると卸間では認識されている。（卸売E）
----	--

226

ヒアリング結果：福島県産の販路拡大と「選ばれる産地」づくりに向けた方策について

高温に強い品種の導入と安定供給体制の構築に加え、継続的な取引先の拡大を求める意見が挙げられた。また、福島県産米の認知を拡大するために継続的なプロモーションを行うべきという意見も挙げられた。

生産	<ul style="list-style-type: none">米不足の中、これまで食べてきた品種銘柄にこだわらず、他の品種銘柄も購入する消費者もいることから、福島県産のおいしさを改めて伝えるような取組を行いたいと考えているが、米不足のため、そのような活動をする余裕が現状ない。現在は生産量の推移を見守っているような状況である。（生産団体A）
卸売	<ul style="list-style-type: none">全国的に高温への対策が進み、令和7年度以降、米の収量の安定化が進む可能性があるため、福島県産米の収量が安定した暁には、販促に向けて福島県や生産者と連携し、福島県産米のプロモーションを行うことを検討したい。（卸売B）新潟県・秋田県産と比較すると、福島県産は知名度・露出が不足している。認知度向上には、小売店で店頭にも並べる・チラシやCM等の広告に載せる・TVに取り上げてもらうといった露出拡大が必要となる。（卸売C）消費者へ福島県産米の認知を拡大できるよう、「福、笑い」をはじめとするプロモーションを考えたり、試食の機会を設けたり、県としてのブランド戦略を検討できるとよい。（卸売D）
小売	<ul style="list-style-type: none">福島県産に限らず、高温耐性があり安定供給が実現できる品種を開発もしくは、栽培して欲しい。価値に見合った価格の米であれば、多少高値でもその産地の米は購入につながる。米の生産は加工品とは異なり、急に増産するようなことはできず、天候にも左右されやすいため安定供給の難易度は高いが、どれだけ安定供給できるかがバイヤーにとっては重要になる。そのため、福島県産の米も増産できる体制を整えてほしい。（小売F）福島県に限らず、全国的に都道府県に紐づいたフェアを行っている。福島県についても、今後継続的にフェアを実施すべきである。（小売G）

227

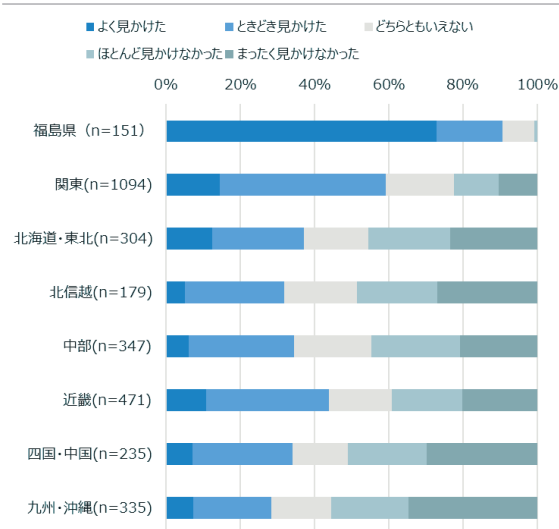
5. 福島県産品に対する認識

228

福島県産米を見た経験と購入経験（消費者アンケート）

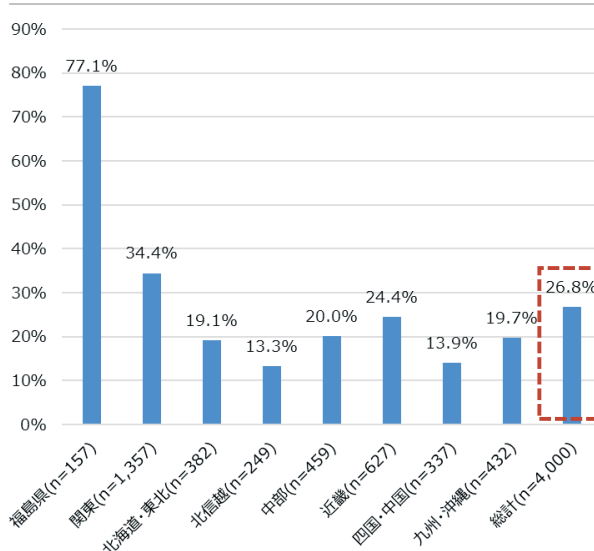
福島県産米を店頭でよく見かけた人の割合は、福島県が最も高く、他の地域では20%に満たない。福島県産米を購入したことがあると認識している人の割合も福島県が最も高く、全国では26.8%であった。

福島県産米を店頭で見かけたか



※過去1～2年に、店頭で福島県産米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。

福島県産米の購入経験率

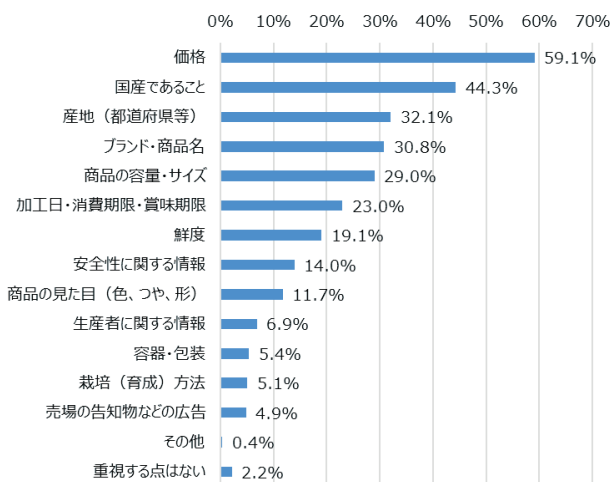


※購入経験率=1度でも購入したことがある人数/回答者数
※記憶に関する質問であるため、産地を認識せず買っていれば購入経験なしとなる。

米購入時の重視点と福島県産米の購入者の評価（消費者アンケート）

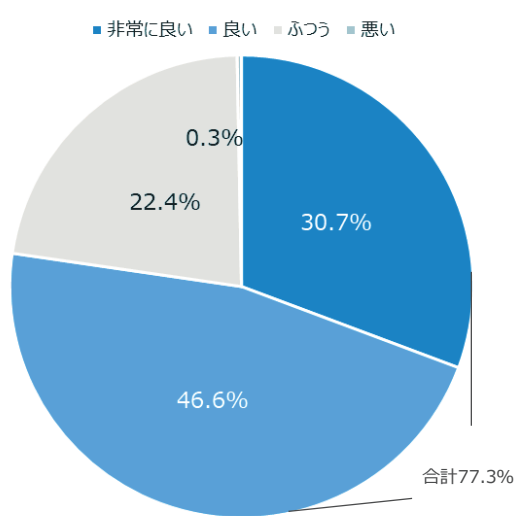
福島県産に限らず米購入時の重視点を尋ねたところ、「価格」が上位にあがり、次いで「国産であること」があがった。福島県産米の購入者に評価を尋ねたところ、「非常に良い」または「良い」と回答した人が77.3%であった。

米購入時の重視点 (n=1,971、複数回答)



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

福島県産米の購入者の評価 (n=1,071)

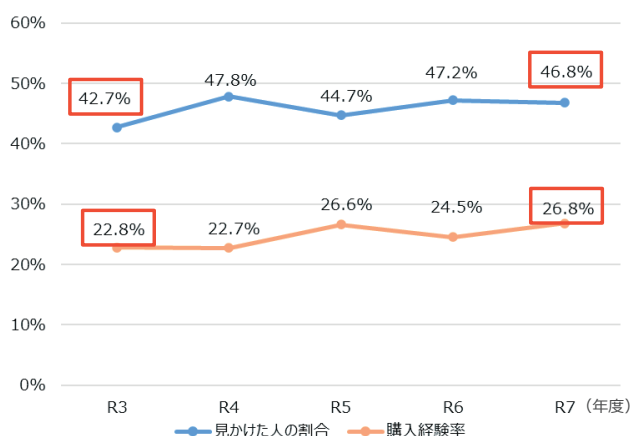


※福島県産米を購入したことがある回答者のみに尋ねた質問。
※「非常に悪い」という選択肢も設けていたが選択した者はいなかった。

福島県産米を見た経験、購入経験と購入者の評価（消費者アンケート・経年比較）

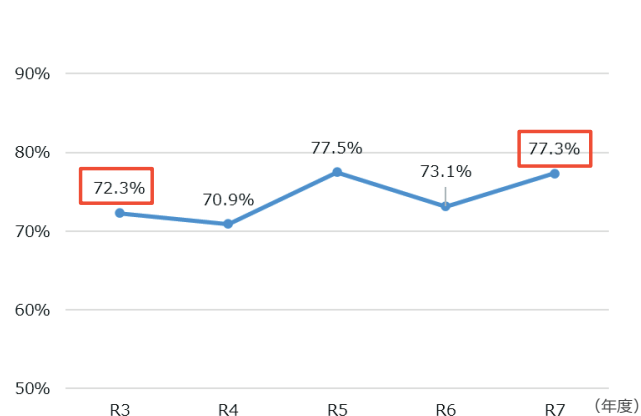
令和3年度と令和7年度を比較すると、福島県産米を店頭で見かけた人の割合、購入経験率はそれぞれ4.1%、4.0%上昇し、福島県産米の評価として「非常に良い」または「良い」と回答した人の割合は過去5年間で5.0%上昇した。

福島県産米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、店頭で福島県産米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R3:8,143、R4:3,885、R5:3,012、R6:2,825、R7:3,116。
 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けば購入経験なしとなる。
 ※購入経験率のnはR3:11,000、R4:5,500、R5:4,000、R6:4,000、R7:4,000。

福島県産米を高く評価している人の割合



※福島県産米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R3:2,508、R4:1,246、R5:1,065、R6:979、R7:1,071。

6. 調査のまとめ

福島県産米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

- 生産者アンケートでは、令和5年から令和6年にかけて生産規模が10%以上拡大した生産者が2割以上であった。また、面積当たりの生産コストについては10%以上拡大した生産者が7割以上であった。
- 事業者ヒアリングでは、福島県産は品質に対して価格が低いという意見もあったが、福島県産に対する風評の影響は薄れているという意見が多かった。また、全国的な米不足の影響から福島県産と他産地産との価格差は縮小しているという意見もあった。
- 事業者アンケートでは、福島県産の米のイメージとして「見た目が良い」「食味が良い」「品質が安定している」が選択された割合が富山県産・栃木県産よりも高かった。
- 震災前と比べて小売店での福島県産の取扱率は低い状態が継続しており、小売よりも業務用の流通がメインとなっている。
- 福島県産米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4.0%上昇した。

※価格ポジションで指標としている相対取引価格は、一定規模以上の米穀取扱い業者における調査結果であることに留意が必要。現在は小規模事業者の直接仕入れや系統外出荷も増えている。

233

福島県産米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

- 業務用利用メインになっている状況下においては、外食等の機会に消費者から「福島県産」であることを認知してもらい、おいしさや品質の高さを理解してもらうことが重要である。
- 震災により大幅に減少した量販店等での県産米の取扱の回復が必要である。
- 高温障害等が続く中、福島県でメインに生産されている高温耐性が比較的低いとされるコシヒカリの生産比率の見直しが必要である。
- 面積当たりのコストが上昇していることから、生産性の向上が求められる。量と品質の両立に向けた技術体系の構築が必要である。
- 会津産以外の福島県産米は、ブランド力や価格ポジションが低い傾向にあり、中通り・浜通り産のブランド力向上が必要である。

今後の方向性

- 福島県産米の価格ポジションを高めるためには、流通関係者や消費者から選ばれる産地になる必要がある。
- 品質の安定性を強みとしながら、県オリジナル品種や他産地と差別化できる高品質な米など、福島県産米の強みを生かした生産・販売の取組が必要である。

福島県産米に関する意見（事業者ヒアリング）



卸売

福島県産は量も確保でき、品質が安定しており、価格帯も高すぎず、米を販売するにあたり主力の産地であると評価している。

234