

---

## 6 品目別調査結果 牛肉

---

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

## 調査結果概要 (1/3)

### 1. 各取引段階の“量”の変化

#### 生産段階

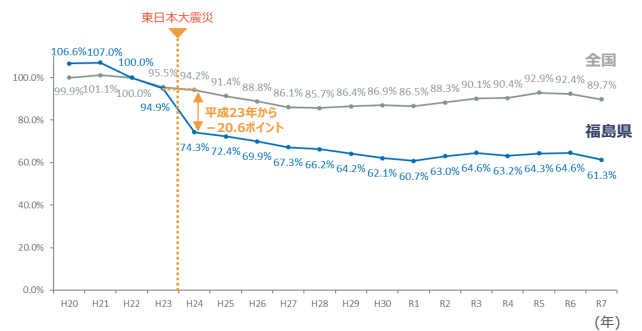
- 福島県産肉用牛の飼養頭数は、平成24年に大幅に減少後、減少傾向が続いたが、令和2年から僅かに増加し、近年は平成22年の60%程度で推移。全国においても、平成23年以降、減少傾向だったが、令和3年以降、平成22年の約90%で推移。

#### 出荷段階

- 東京都中央卸売市場への福島県産和牛（去勢）の出荷頭数は、震災後、減少傾向で推移している。
  - 出荷頭数に占める上位等級（5等級・4等級）の割合は上昇傾向にあり、直近では90%前後の高い比率で推移している。

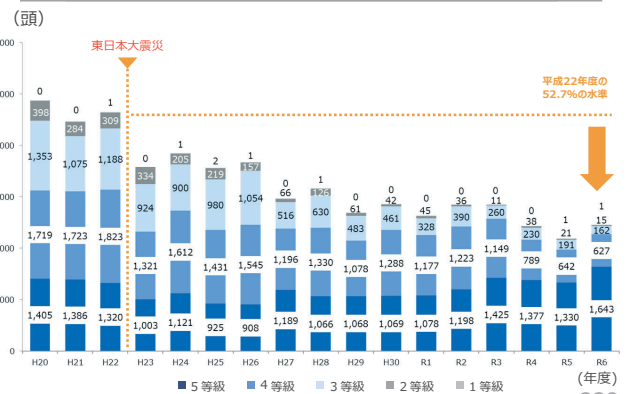
※「牛肉」とは、「和牛」「交雑種」「ホルスタイン種」を合わせた総称のこと。以下、牛肉全体を指す場合には「牛肉」、うち和牛について特別に言及する場合には「和牛」という用語を用いる。

全国・福島県産肉用牛の飼養頭数の推移（平成22年を100%とした値）



データ出所：農林水産省「畜産統計」

東京都中央卸売市場に対する出荷頭数の推移（福島県産和牛・去勢）



データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

## 2. 各取引段階の“価格”の変化

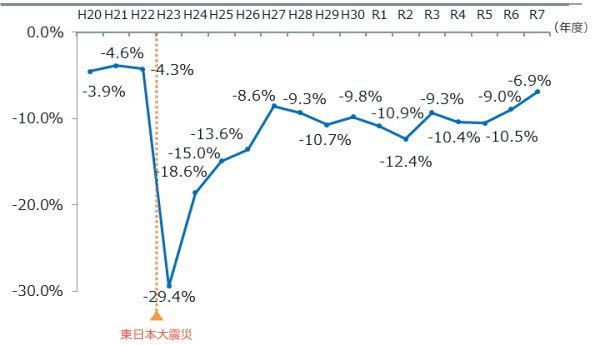
### 市場における状況

- 東京都中央卸売市場における福島県産和牛の枝肉価格は、震災直後に全国平均との差が拡大した。
- その後、平成27年度にかけて価格差は縮小したが、平成28年度以降は-10%程度で推移していた。令和7年度は-6.9%と回復傾向にある。

### 価格事例調査における状況

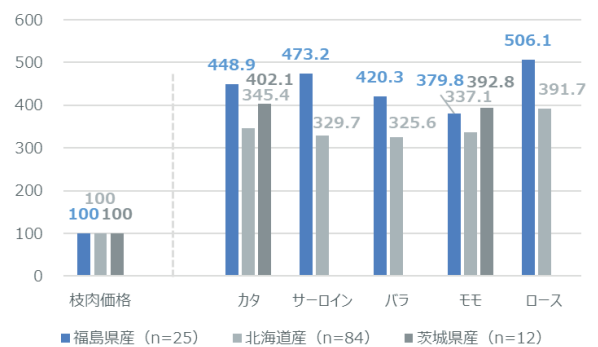
- 県外市場を経由した福島県産和牛の各部位は、概ね北海道産和牛・茨城県産和牛と比較して価格指数が高い傾向が見られた。  
※枝肉価格は、福島県産和牛と北海道産和牛がほぼ同等で、茨城県産和牛はやや高い傾向にある。
- 小売業者ごとの仕入・販売事例では、福島県産は一部の部位を除き、茨城県産よりも低い価格設定となっている。

全国平均との価格差推移 (和牛全体)



※令和7年度は、令和7年12月までの実績を使用。  
データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

牛肉の枝肉価格と小売販売価格の比較 (部位ごとの産地間比較)

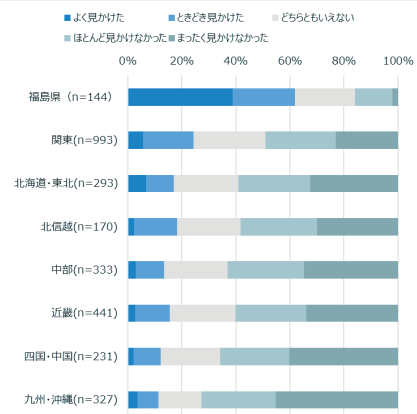


## 3. 福島県産品に対する認識

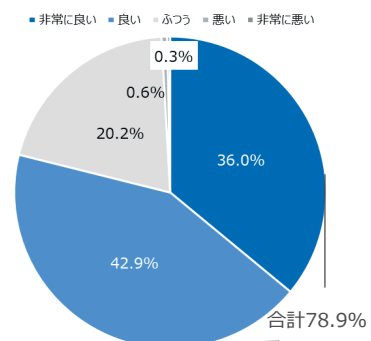
### 消費者への調査

- 福島県産牛肉を店頭でよく見かけた人の割合は、福島県が高く、他の地域では10%に満たなかった。
  - 福島県産牛肉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8.3%であった。
- 福島県産牛肉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78.9%であった。

福島県産牛肉を店頭で見かけたか



福島県産牛肉購入者の評価 (n=331)



## 2. 調査実施概要

241

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、消費者の福島県産牛肉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"> <li>統計情報を整理し、生産・流通の実態を把握。</li> <li>市場での動向については、競合道県産品との比較分析を行う。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者の福島県産品の購入実態や評価を把握する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>競合道県産品についても調査の上、比較分析を行う。</li> </ul>
調査対象	<ul style="list-style-type: none"> <li>政府統計</li> <li>卸売市場データ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>全国の消費者（4,000人）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>黒毛和種（A3、A4、A5等級のいずれか）</li> <li>福島県内食肉流通センター又は県外食肉卸売市場等を経由する流通経路</li> </ul>
調査内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>福島県における肉用牛の飼養頭数</li> <li>卸売市場への出荷頭数</li> <li>卸売市場における取引価格の競合道県産品との比較</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>福島県産牛肉を店頭で見かけた経験</li> <li>福島県産牛肉の購入経験</li> <li>牛肉購入時の重視点</li> <li>福島県産牛肉の評価</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>
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		

242

各データを収集・分析し、最新の傾向を比較した。アンケート調査や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

- 農林水産省「畜産統計」
- 東京都中央卸売市場「市場統計情報」

アンケート  
調査

- 全国の消費者にWebアンケート調査を実施。
  - 4,000件を回収し、分析を実施した。

追跡  
調査

- 各事業者から入手した仕入データや販売データ等

※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販売データ等を受領。 243

---

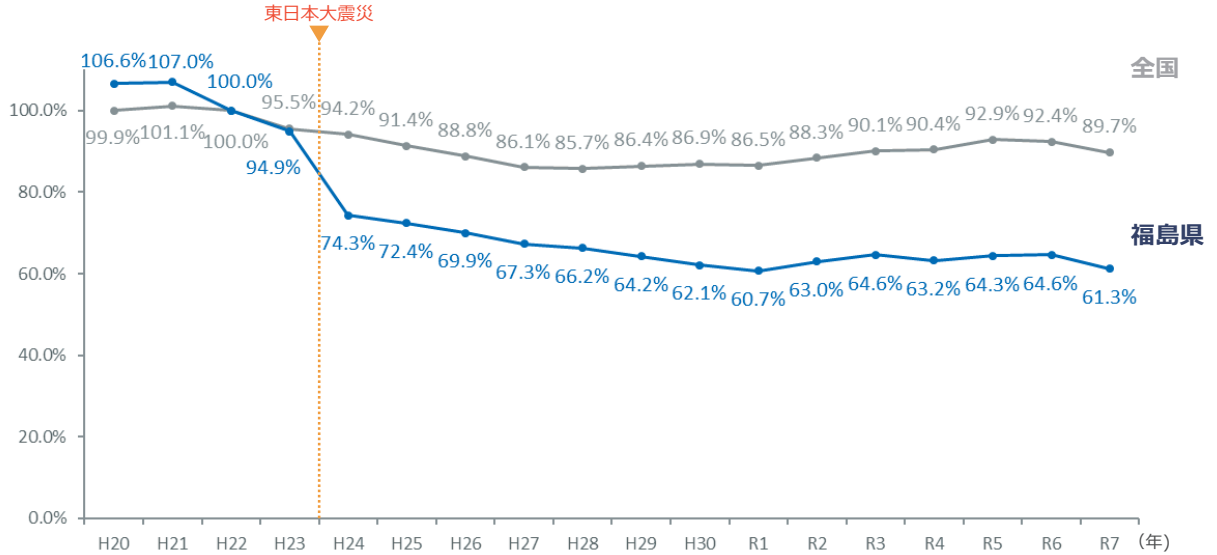
### 3. 各取引段階の“量”の変化

---

福島県産肉用牛の飼養頭数の推移

福島県産肉用牛の飼養頭数は、平成24年に大幅に減少後、減少傾向が続いたが、令和2年から僅かに増加し、近年は平成22年の60%程度で推移。全国においても、平成23年以降、減少傾向だったが、令和3年以降、平成22年の約90%で推移。

全国・福島県産肉用牛の飼養頭数の推移（平成22年を100%とした値）

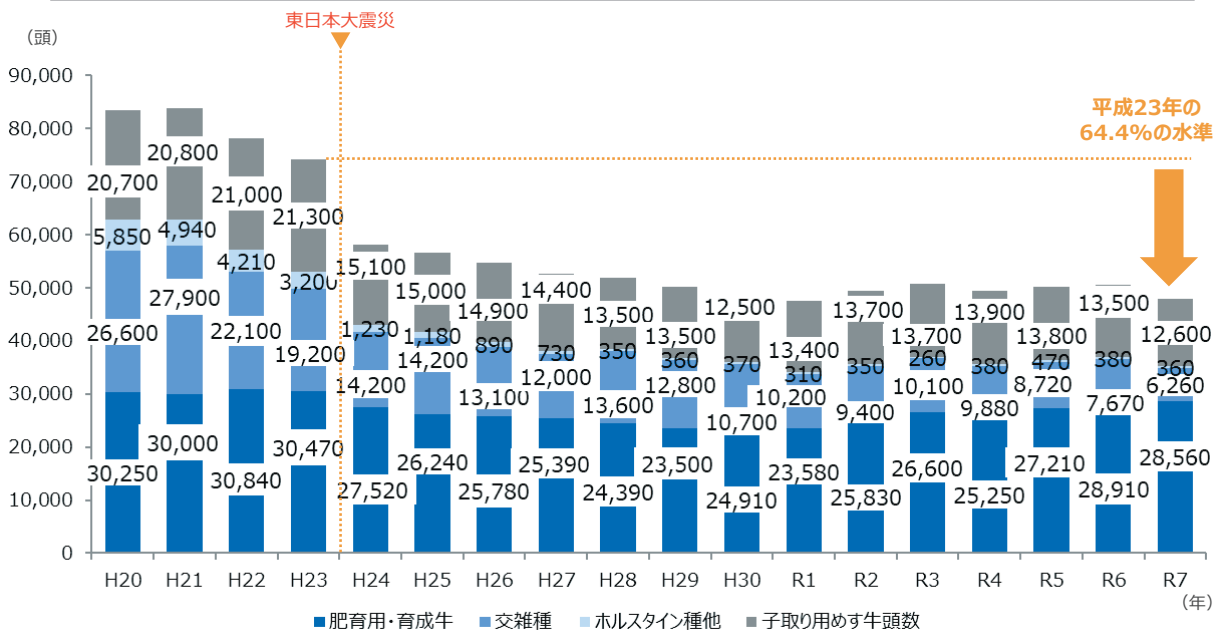


※上記の数値は、福島県内及び全国のそれぞれについて、平成22年の飼養頭数を100とした各年の飼養頭数の割合。  
 ※飼養頭数は、毎年2月1日時点の値である（例：令和7年は、令和7年2月1日時点の飼養頭数）。  
 データ出所：農林水産省「畜産統計」

福島県産肉用牛の飼養頭数の推移（畜種・飼養目的別）

福島県産肉用牛の飼養頭数は、平成23年から24年にかけては交雑種他やホルスタイン種、子取り用めす牛頭数において減少が顕著であった。平成24年以降、飼養頭数は概ね横ばいで、令和7年は平成23年の64.4%の飼養頭数となった。

福島県産肉用牛の飼養頭数の推移（畜種・飼養目的別）

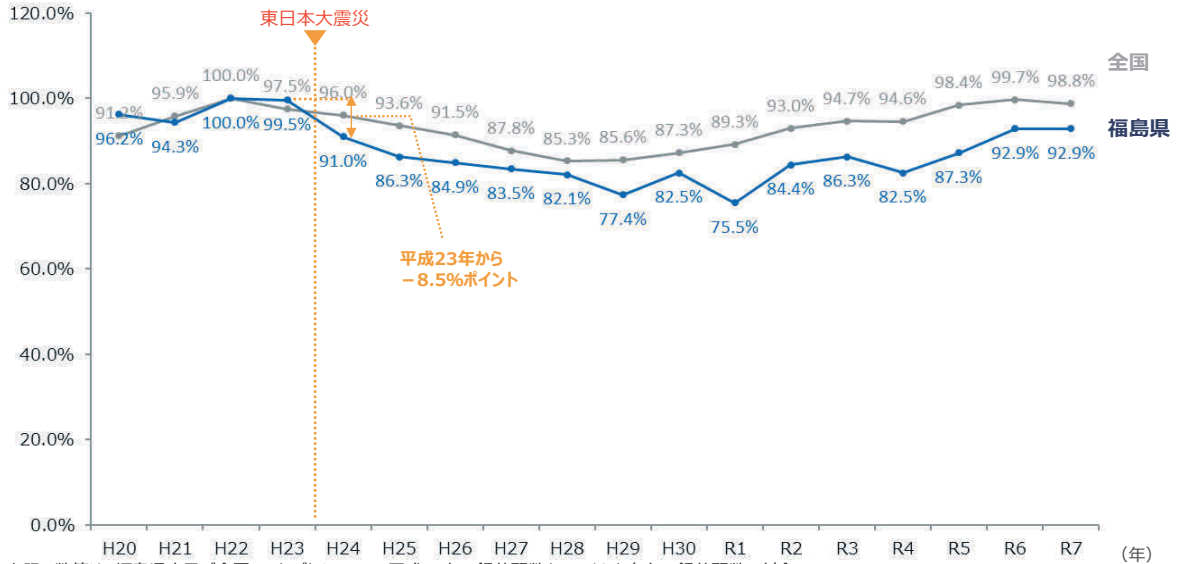


※飼養頭数は、毎年2月1日時点の値である（例：令和7年は、令和7年2月1日時点の飼養頭数）。  
 データ出所：農林水産省「畜産統計」

## 和牛の飼養頭数の推移

和牛の飼養頭数は、全国・福島県ともに、平成22年以降減少傾向が続いていたが、近年は増加傾向にある。令和7年の全国平均は平成22年の98.8%となった。また、令和7年の福島県産は平成22年の92.9%となった。

全国・福島県産和牛の飼養頭数の推移（平成22年を100%とした値）



※上記の数値は、福島県内及び全国のそれぞれについて、平成22年の飼養頭数を100とした各年の飼養頭数の割合。  
 ※飼養頭数は、毎年2月1日時点の値である（例：令和7年は、令和7年2月1日時点の飼養頭数）。  
 ※ここでの和牛とは、肉用種の肥育用牛と育成牛の合計値を指す。

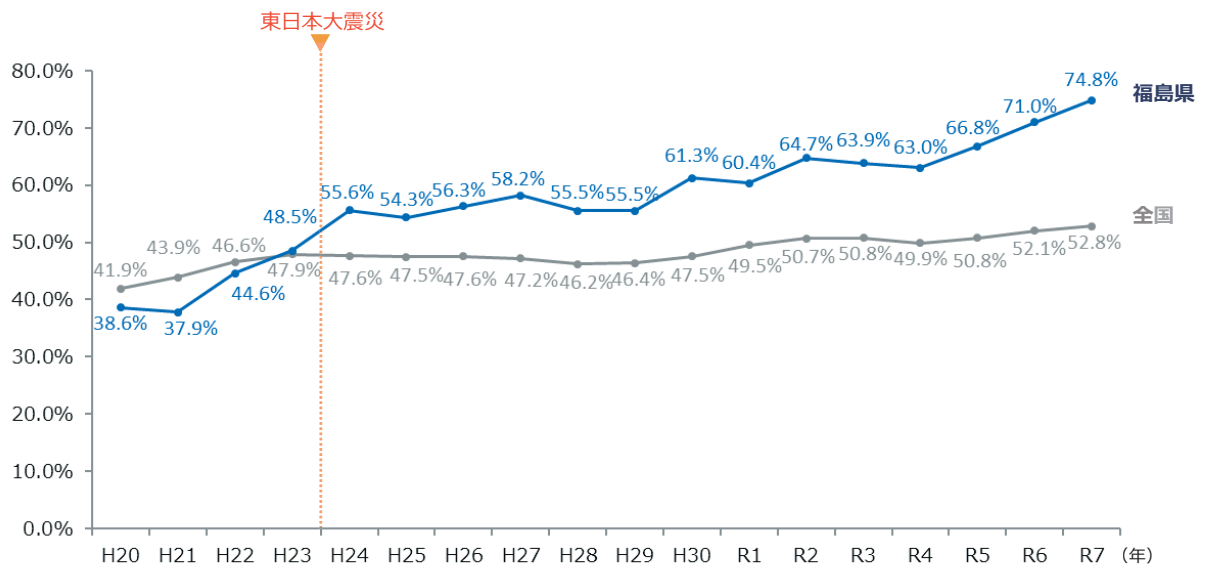
データ出所：農林水産省「畜産統計」

247

## 肉用牛の総飼養頭数に対する和牛の割合

肉用牛の総飼養頭数に占める和牛の割合は、震災後、全国平均が横ばいないし微増傾向で推移するなか、福島県産は平成20年以降、概ね増加傾向にある。特に令和5年以降は顕著に増加し、令和7年は74.8%と全国平均を大きく上回っている。

全国・福島県産肉用牛の総飼養頭数に対する和牛割合の推移



※飼養頭数は、毎年2月1日時点の値である（例：令和7年は、令和7年2月1日時点の飼養頭数）。  
 ※和牛の割合は、「肉用種の肥育用牛の飼養頭数」/（「肉用種の肥育用牛の飼養頭数」+「乳用種（ホルスタイン種他+交雑種）の飼養頭数」）のことを指す。

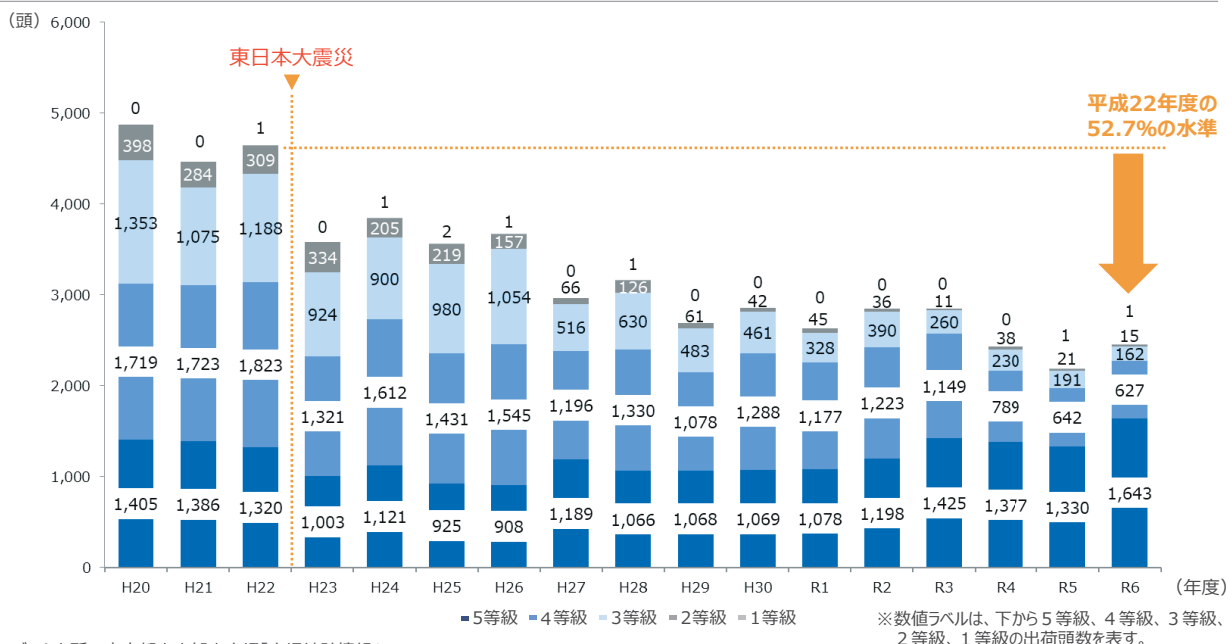
データ出所：農林水産省「畜産統計」

248

東京都中央卸売市場に対する出荷頭数の推移（福島県産和牛・去勢）

東京都中央卸売市場への福島県産和牛（去勢）の出荷頭数は、震災後、減少傾向で推移している。また、出荷頭数に占める上位等級（5等級・4等級）の割合は上昇傾向にあり、直近では90%前後の高い比率で推移。

東京都中央卸売市場に対する出荷頭数の推移（福島県産和牛・去勢）

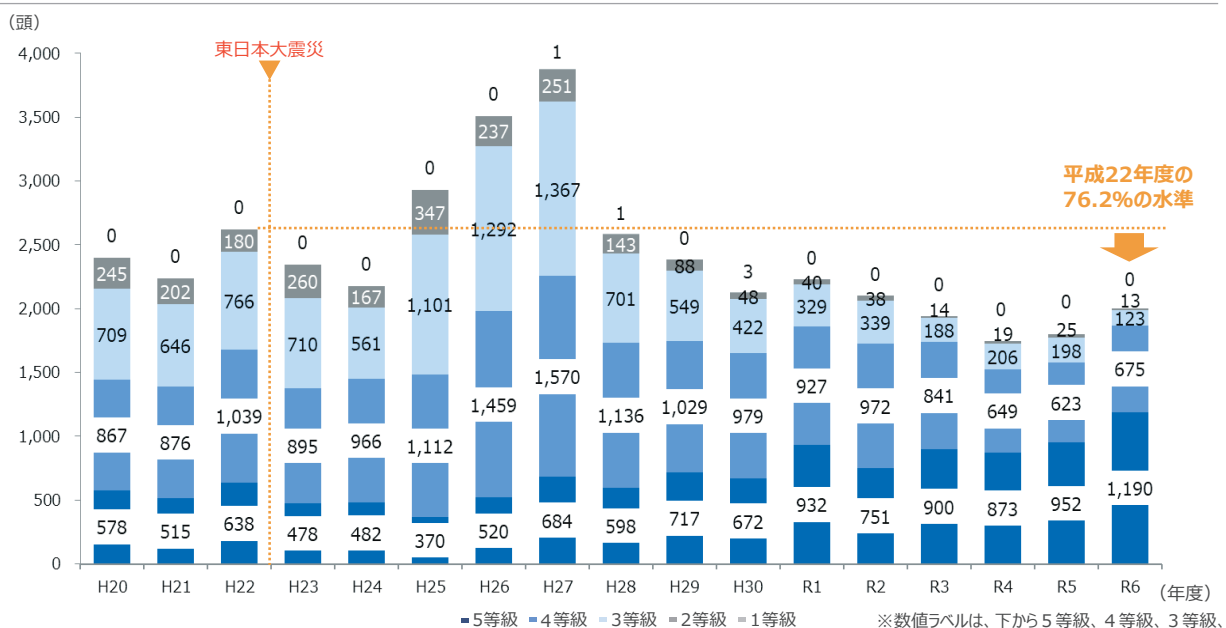


データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

東京都中央卸売市場に対する出荷頭数の推移（福島県産和牛・雌）

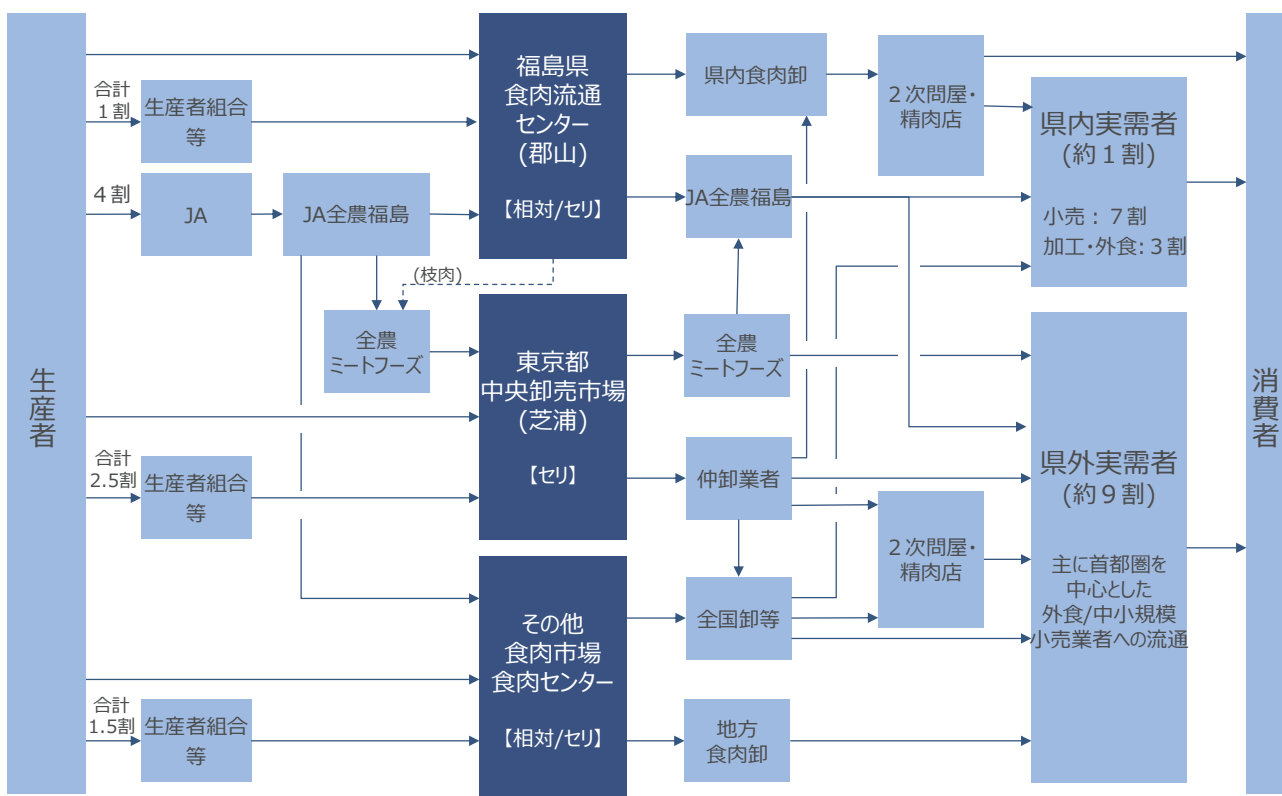
東京都中央卸売市場への福島県産和牛（雌）の出荷頭数は、平成22年度から平成24年度まで減少したが、平成25年度より増加し、平成27年度にピークを迎えた。以降減少傾向にあったが令和6年度はやや回復し、平成22年度の76.2%の水準となった。

東京都中央卸売市場に対する出荷頭数の推移（福島県産和牛・雌）



データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

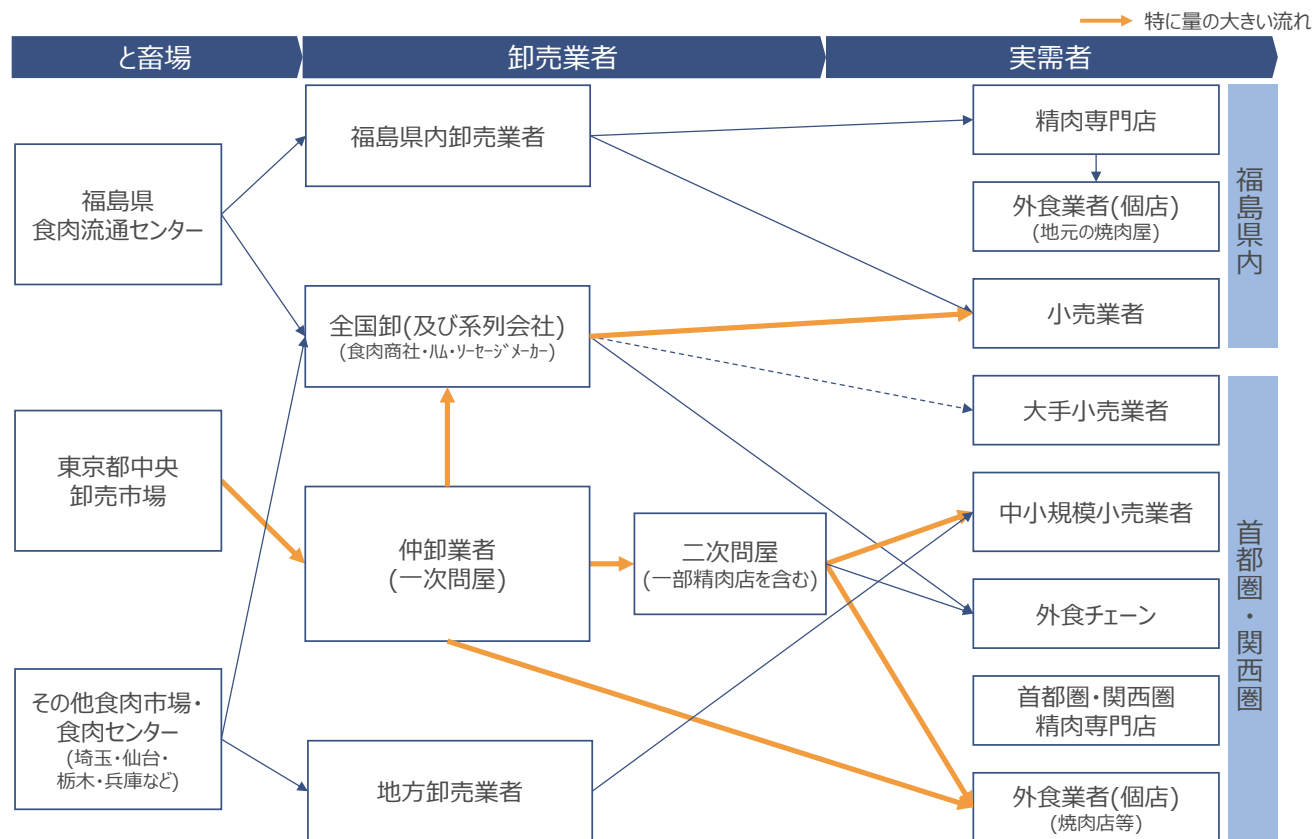
《参考》福島県産牛肉（和牛）の流通経路



データ出所：福島県畜産課「福島畜産2015」及びヒアリング結果

※H29年度調査において作成。

《参考》福島県産牛肉の主要流通経路



出所：ヒアリング結果

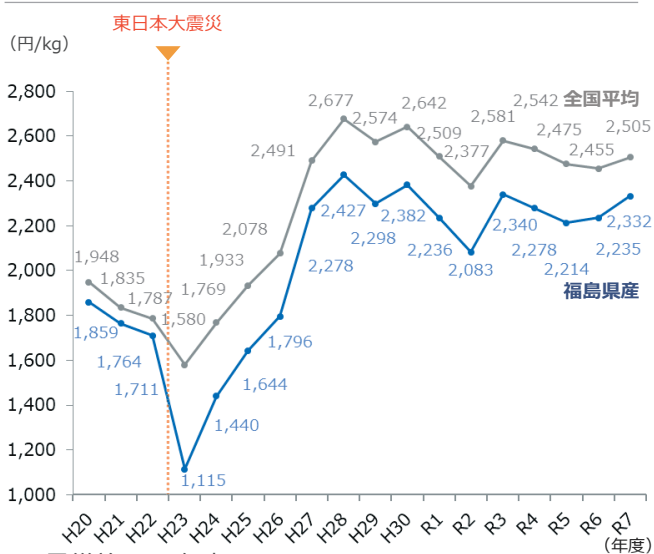
※H29年度調査において作成。

## 4. 各取引段階の“価格”の変化

東京都中央卸売市場における福島県産和牛の価格の概況（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和牛の枝肉価格は、震災直後に全国平均との差が拡大した。その後平成27年度にかけて価格差は縮小したが、平成28年度以降は-10%程度で推移していた。令和7年度は-6.9%と回復傾向にある。**

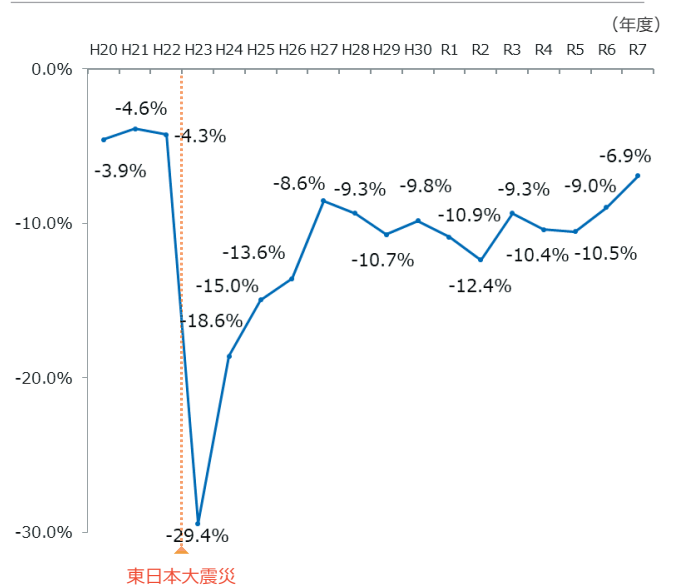
卸売市場平均価格推移（和牛全体）



→ 震災前(H22年度)：1,711円/kg

→ 震災後(R7年度)：2,332円/kg(+621円/kg)

全国平均との価格差推移（和牛全体）



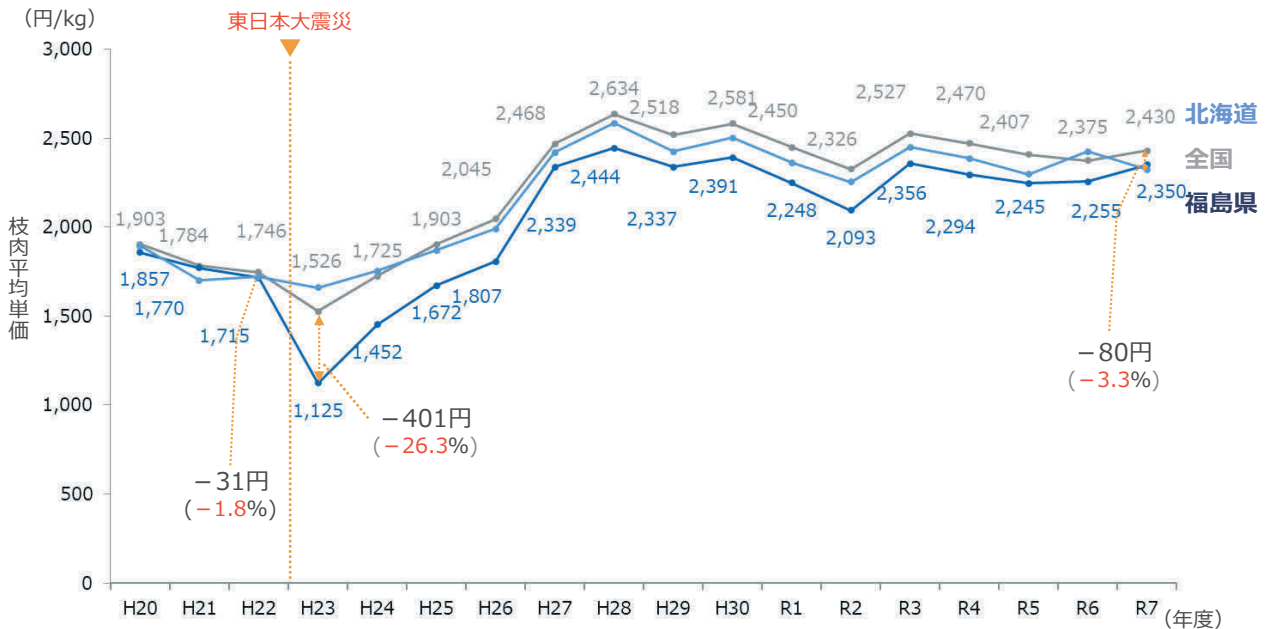
※福島県産及び全国平均ともに、枝肉価格は去勢と牝の平均単価を用いた。

データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」 ※令和7年度は、令和7年12月までの実績を使用。

東京都中央卸売市場における福島県産和牛の枝肉平均単価の推移（和牛・去勢）

**福島県産和牛（去勢）の枝肉平均単価は、震災前は全国平均とほぼ同額で推移していたが、平成23年度に-26.3%まで価格差が拡大した。その後、価格差は縮小傾向にあり、令和7年度は全国平均より3.3%安値となっている。**

東京都中央卸売市場における枝肉平均単価の推移（和牛・去勢）



データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

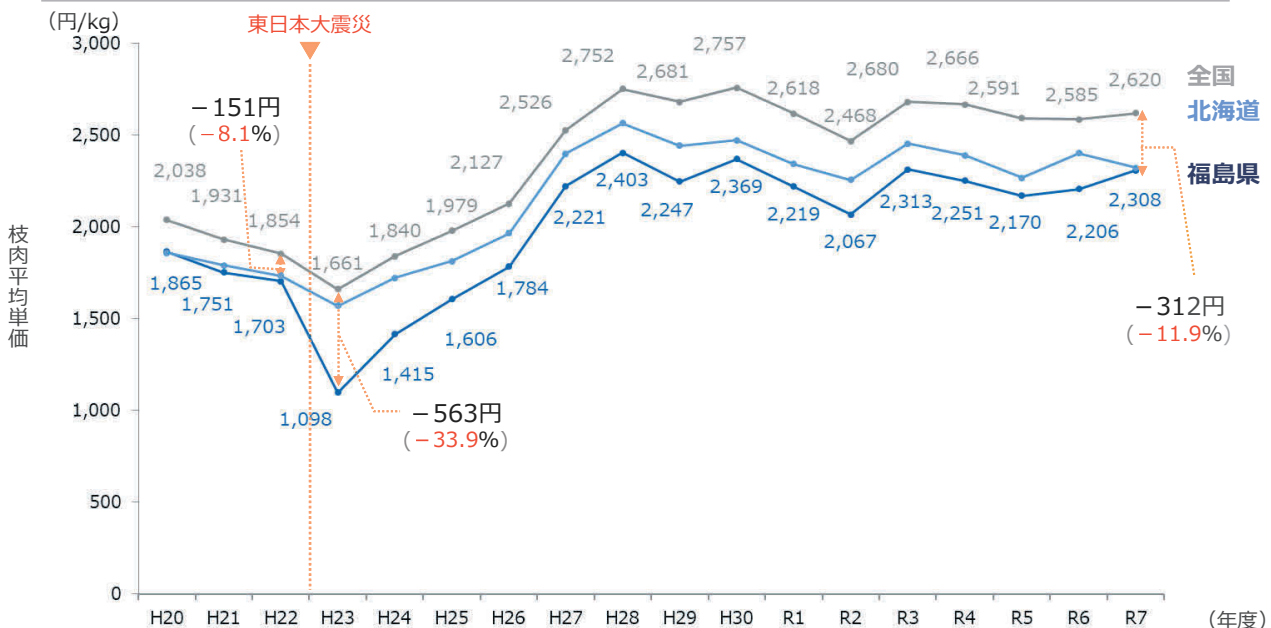
※令和7年度は、令和7年12月までの実績を使用。  
※グラフ上の数値は全国、福島県の数値のみ記載。

255

東京都中央卸売市場における福島県和牛の枝肉平均単価の推移（和牛・雌）

**福島県産和牛（雌）の枝肉平均単価は、震災前は全国平均を8.1%下回っていたが、平成23年度に-33.9%と価格差が拡大した。その後、価格差は縮小傾向にあったが、近年は価格差が固定化し、令和7年度は全国平均より11.9%安値となっている。**

東京都中央卸売市場における枝肉平均単価の推移（和牛・雌）



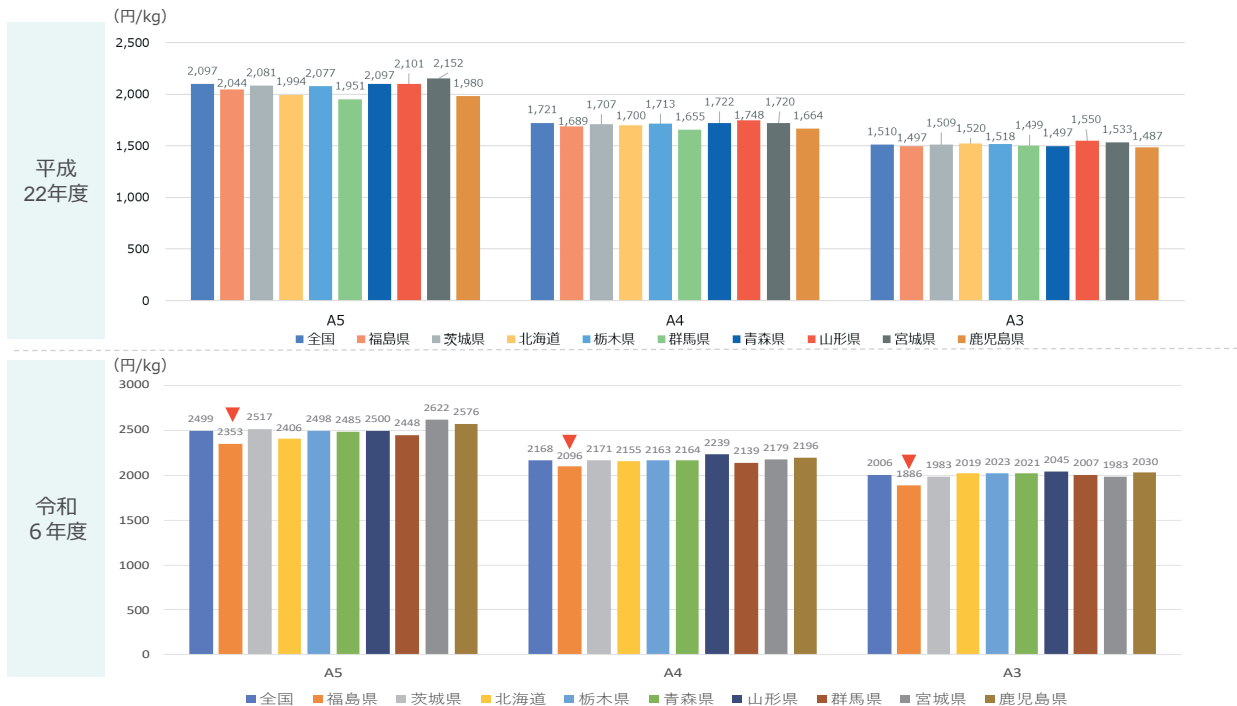
データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

※令和7年度は、令和7年12月までの実績を使用。  
※グラフ上の数値は全国、福島県の数値のみ記載。

256

等級別・産地別の価格（令和6年度）

和牛・去勢の価格について、平成22年度は福島県産と他産地産で大きな価格差はなかったものの、令和6年度は福島県産が相対的に安価であった。特にA3において、他産地産は価格差がほとんどない中で、福島県産は価格が低かった。



データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

福島県産牛肉の販売価格に関する事例調査（追跡調査）（1）調査概要①

福島県産牛肉の販売価格に関する事例調査を行い、分析を実施した。

概要

概要・目的	<ul style="list-style-type: none"> <li>枝肉価格や小売販売価格に係る情報を収集し、販売価格の実態を把握する。</li> <li>他産地産品についても調査の上、比較分析を行う。</li> </ul>
対象商品	<ul style="list-style-type: none"> <li>福島県産和牛（A3、A4、A5等級のいずれか）</li> <li>競合道県産和牛（A3、A4、A5等級のいずれか）</li> </ul> <p>※食肉関係者へのヒアリングによると、A3、A4、A5等級となる牛肉は概ね黒毛和種であるとのことで、本調査では交雑種やホルスタイン種を調査対象から除外し、黒毛和種の販売事例を調査した。</p> <p>※競合道県は、小売店舗において和牛が併売されている事例が限定されていることから、各チェーンにおいて、福島県産和牛と同一ランクで取り扱われている道県とし、事例ごとに設定した。</p>
対象期間	<ul style="list-style-type: none"> <li>期間：令和7年7月～11月</li> </ul>
調査ルート	<ul style="list-style-type: none"> <li>福島県内の食肉市場を経由する福島県産和牛             <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 競合道県産和牛については、生産道県の市場を経由する和牛を調査。</li> </ul> </li> <li>福島県外の市場を経由する福島県産和牛             <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 競合道県産和牛については、生産道県外の市場を経由する和牛を調査。</li> </ul> </li> </ul>

福島県産牛肉の販売価格に関する事例調査（追跡調査）（1）調査概要②

福島県産和牛や競合道県産和牛の小売店頭での取扱実態を調査するため、福島県内外で福島県産和牛の取扱いがある12店舗に対する小売店頭価格調査や、小売業者から提供いただいた仕入・販売価格データを分析する仕入・販売事例調査を実施した。

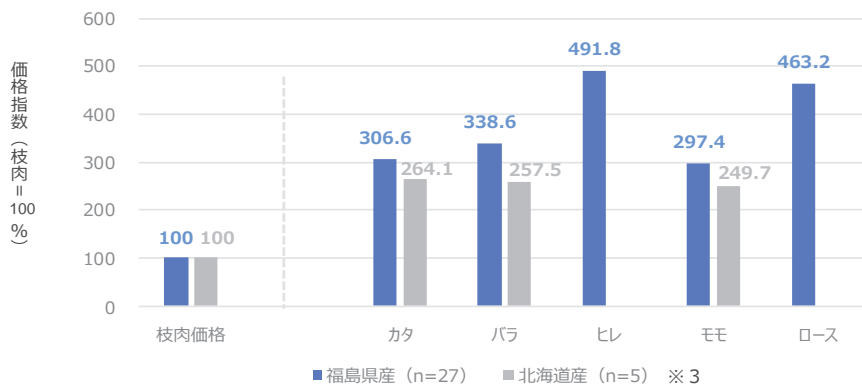
	小売店頭価格調査	仕入・販売事例調査
調査対象企業	<ul style="list-style-type: none"> <li>福島県内の店舗：7店舗</li> <li>首都圏の店舗：5店舗</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>福島県内の事業者：3社</li> </ul>
調査内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>産地</li> <li>商品名（販売部位）</li> <li>小売単価</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>産地（福島県産和牛と同等のランクで取扱いがある他道県産和牛を含む）</li> <li>仕入単価（仕入形態の情報を含む）</li> <li>販売価格（部位別の標準販売単価）</li> </ul>
調査方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>令和7年7月、9月、11月                             <ul style="list-style-type: none"> <li>7月、9月、11月の各月に1回ずつ合計3回、小売店頭価格等の情報を収集した。</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>令和7年7月、9月、11月                             <ul style="list-style-type: none"> <li>7月、9月、11月の各月の仕入・販売データを提供いただいた。</li> </ul> </li> </ul>

259

福島県産牛肉の販売価格に関する事例調査（追跡調査）（2）小売店頭価格調査 ①産地市場ルート

- 生産者→県内食肉流通センター（JA系統を含む。）→県内外仲卸業者等→小売業者等のルート。
  - 北海道産和牛については、生産者→北海道内市場→県内外仲卸業者等→小売業者等のルート。
- 枝肉価格※1を100とすると、福島県産和牛は297.4～491.8、北海道産和牛はカタ・バラ・モモのみだが249.7～264.1と部位ごとに小売販売価格指数※2が異なった。
  - 福島県産和牛の各部位は、北海道産和牛と比較して価格指数が高い傾向が見られた。
  - ※福島県産和牛と北海道産和牛の枝肉価格は、ほぼ同等にある。

県内市場を経由した和牛の小売販売価格指数



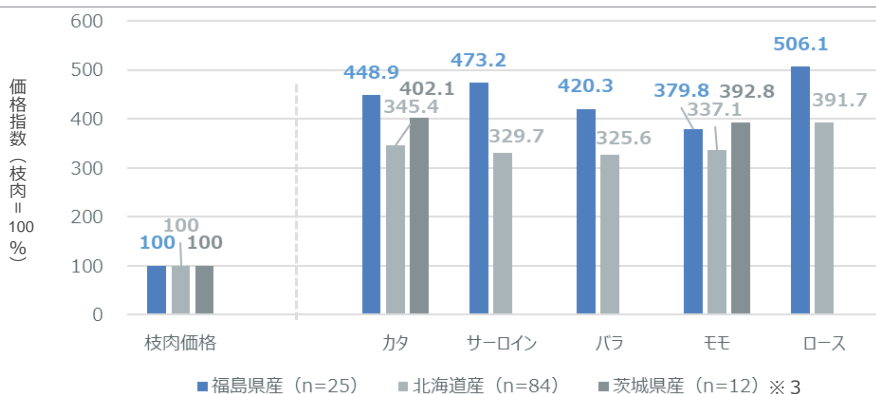
※1 枝肉価格は、東京都中央卸売市場における和牛の生体枝肉のデータを用いた。  
 ※2 枝肉価格を100とした指数。  
 ※3 福島県産、北海道産のそれぞれのn数は、調査で収集できたアイテム数。

260

福島県産牛肉の販売価格に関する事例調査（追跡調査）（2）小売店頭価格調査 ②県外市場ルート

- 生産者→県外食肉卸売市場等→小売業者等のルート。
    - 北海道産和牛や茨城県産和牛については、生産者→北海道又は茨城県外市場等→小売業者等のルート。
  - 枝肉価格を100※1とすると、福島県産和牛は379.8～506.1、北海道産和牛は325.6～391.7、茨城県産和牛はカタとモモのみであるが、392.8～402.1と部位ごとに小売販売価格指数※2に違いがあった。
    - 福島県産和牛の各部位は、北海道産和牛と比較すると価格指数が高い傾向が見られた。茨城県産和牛と比較すると、カタは福島県産和牛が、モモは茨城県産和牛の価格指数が高かった。
- ※枝肉価格は、福島県産和牛と北海道産和牛がほぼ同等で、茨城県産和牛はやや高い傾向にある。

県外市場を經由した和牛の小売販売価格指数

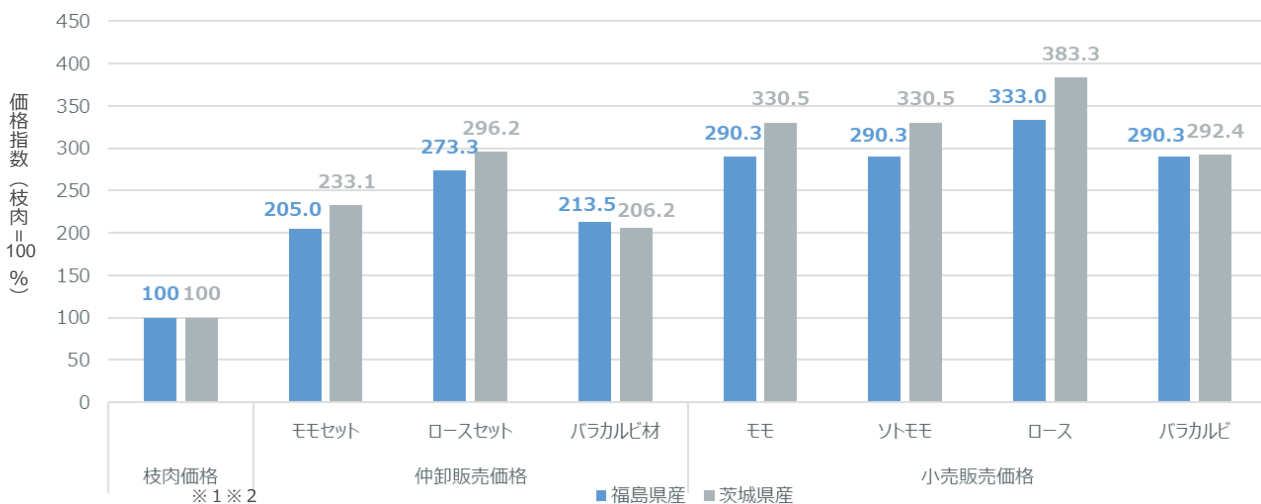


※1 枝肉価格は、東京都中央卸売市場における和牛の生体枝肉のデータを用いた。  
 ※2 枝肉価格を100とした指数。  
 ※3 福島県産、北海道産や茨城県産のそれぞれのn数は、調査で収集できたアイテム数。

福島県産牛肉の販売価格に関する事例調査（追跡調査）（3）仕入・販売事例調査 ①A社

- 同社は福島県を中心に複数県に店舗を有している量販店である。
- 各店舗では、地産地消を重視し、店舗が位置している県産の銘柄和牛を中心に取り扱っている。
- 仲卸業者に対しては、産地、等級や仕入価格の目安を提示し、条件に合う枝肉を複数市場から仕入れている。
- 標準小売販売価格は本部が品質ごとの目安を提示し、各店舗がその価格を目安に値付けを行っている。
  - 標準小売販売価格は産地ごとに部位や等級が同一であれば、基本的には同一価格を設定している。

A社における和牛の価格形成

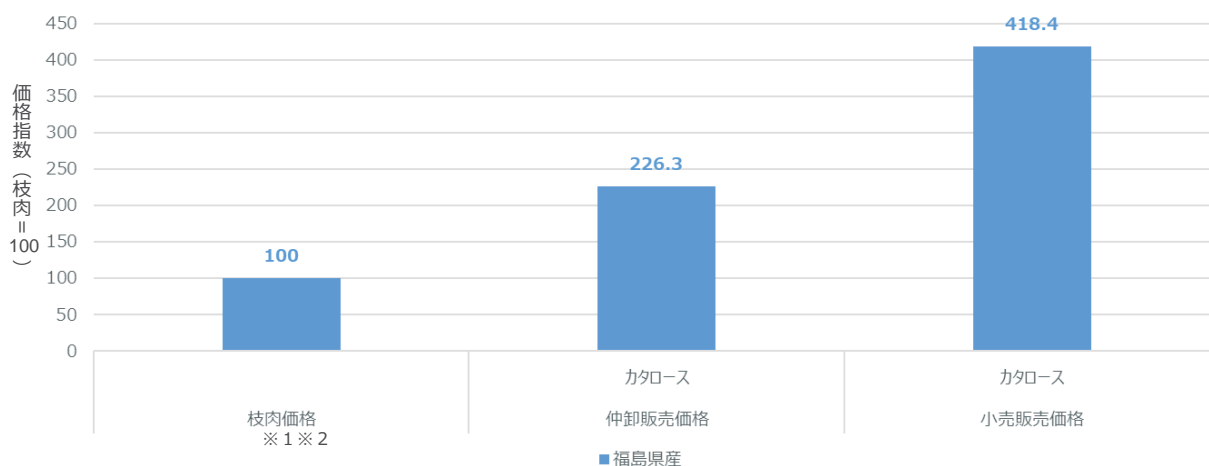


※1 枝肉価格は、東京都中央卸売市場における和牛の生体枝肉のデータを用いた。  
 ※2 枝肉価格を100とした指数。

## 福島県産牛肉の販売価格に関する事例調査（追跡調査）（3）仕入・販売事例調査 ②B社

- 同社は福島県内に店舗を有している量販店である。
- 福島県産和牛は福島県内の一部店舗で取り扱っている。福島県産和牛は店舗独自の仕入れや仲卸業者からの提案による仕入れが中心である。また、等級はA4等級を指定している。
- 同社は、以前は福島県産和牛に加え鹿児島県産和牛を産地指定で仕入れていたが、値段高騰のため令和2年末に鹿児島県産の取扱いを中止した。

### B社における和牛の価格形成



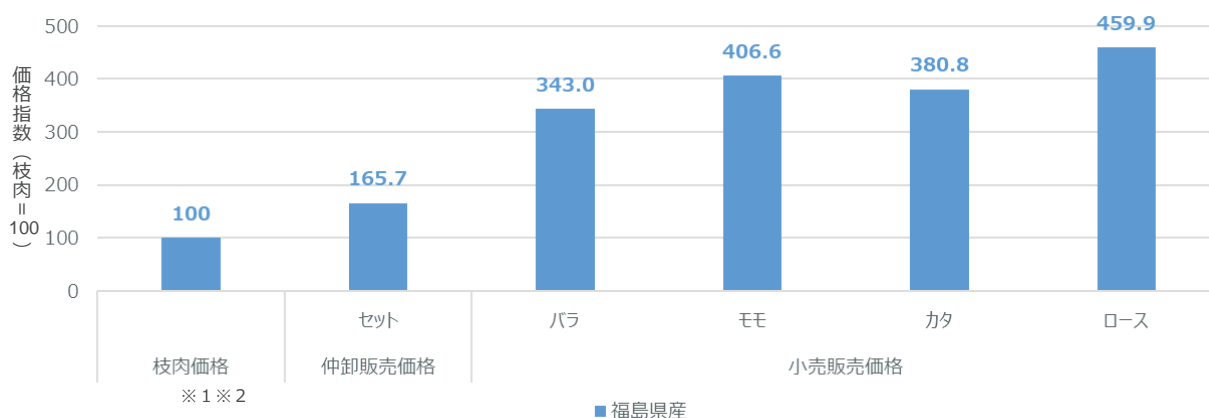
※1 枝肉価格は、東京都中央卸売市場における和牛の生体枝肉のデータを用いた。  
 ※2 枝肉価格を100とした指数。

263

## 福島県産牛肉の販売価格に関する事例調査（追跡調査）（3）仕入・販売事例調査 ③C社

- 同社は福島県を中心に複数県に店舗を有している量販店である。
- 福島県産和牛は福島県内の店舗を中心に取り扱っている。
- 同社は福島県産和牛を最高価格帯の和牛に位置づけており、特定の仲卸業者を通じて会津産含む福島県産和牛の経産牛・高品質な雌牛を仕入れている。
- 令和5年までは山形県産・新潟県産も仕入れていたが、現在は取扱いをしておらず、特に福島県内の店舗向けには、代わりに地元産である福島県産の取扱量を増やしている。

### C社における和牛の価格



※1 枝肉価格は、東京都中央卸売市場における和牛の生体枝肉のデータを用いた。  
 ※2 枝肉価格を100とした指数。

264

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、市場/ニーズの近況について、福島県内・県外の牛肉取扱事業者の計10件にヒアリングを行った。

調査方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>訪問/オンラインによるヒアリング</li> </ul>
調査時期	<ul style="list-style-type: none"> <li>令和7年7月～11月</li> </ul>
対象品目	<ul style="list-style-type: none"> <li>牛肉</li> </ul>
ヒアリング対象者	<ul style="list-style-type: none"> <li>生産団体 : 1件 (以下、生産団体A)</li> <li>卸売市場 : 1件 (以下、市場B)</li> <li>卸売業者 : 1件 (以下、卸売C)</li> <li>小売業者 : 4件 (以下、小売D、E、F、G)</li> <li>外食業者 : 3件 (以下、外食H、I、J)</li> </ul>
ヒアリング内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>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、市場/ニーズの近況等</li> </ul>

265

ヒアリング結果 ～仕入時の重視点（卸・小売・外食）

仕入時は、品質（香り・サシの入り具合）と味（脂身の味の良さ）を最優先した上で、価格を考慮して取り扱い可否を判断するという意見が多かった。一方、安定供給力の観点・地産地消が消費者からニーズがあるという観点で産地を固定するケースもあった。



卸C

仕入時には品質・味を重視しており、その次に価格が重要となる。品質の観点では、適度なサシの入り具合と脂身の味の良さが重要となる。



小売D

仕入時は、品質（香りやサシの入り具合等）と味を最も重視し、価格は最終的な判断要素として位置付けている。



小売E

仕入時は、順番に①福島県産であること（≒安定供給ができること）、②サシが綺麗に入っていること、③価格を重視している。福島県産であることを最重視している理由は、ブランド力等ではなく、自社が福島を拠点としていることから、地元の肉である福島県産は在庫を安定的に確保しやすいからである。



小売F

A県の店舗ではA県産の和牛を、B県の店舗ではB県産の和牛を扱う、つまり地産地消に繋げることを重視している。消費者が地産地消を好む傾向がある。だが、新潟県産は販売量と価格の観点でニーズが合致する商品がないため、新潟県の店舗では福島県産を採用しており、量の確保・価格のバランスが最重要である。



外食H

経験を基にした美味しさ（脂の質や色、粘り等）を仕入基準としており、脂の質、肉の色、牛の体格を総合的に見て判断している。

266

## 市場においてはブランド銘柄にとらわれず、産地・等級などバラエティに富んだ商品を安定的に取り扱えるように尽力しているとの意見があった。



市場B

市場の特性上、様々な産地の和牛を仕入れることや5等級・4等級ばかりではなく、他の等級も扱うなど、総じて種類に富んだ仕入れを意識している。今後は安定した出荷が見込める産地との取引を重視したい。昨今の物価高騰や和牛飼養頭数の減少による供給不足の状況下、消費者にとって嗜好品となる高級な和牛ばかりを扱い続けると購買層の減少や和牛の消費量の低下に繋がるため、リーズナブルで安定供給が可能な商品の仕入れも幅広く設けていきたい。また、買参人同士誰がどの競りに参加するか非常に注目している。評判の高い買参人は、特に周囲の買参人からの注目度が高く、評判の高い買参人が競りに参加すると、その生産者の認知度や引き合いが増えていく。

### 【参考：安定供給に関連する生産側の意見】



生産団体A

福島県産和牛の引き合いがあるにも関わらず、生産体制を整えることが出来ておらず供給量が足りないことが直近の課題である。ただ、離農等の影響もあり、福島県産和牛は1生産者あたりの飼養頭数が増えてきていることにより、作業が効率的になり、生産性は徐々に上がってきている。今後も生産性を向上させ、安定供給力を高めていきたい。

267

## 福島県産は歩留まりが良く、サシの入りが綺麗であり、質が高いという評価があった。一方で、品質に対して価格が比較的抑えめであるという意見もあった。



生産団体A

福粕花に限らず、福島県産は米ぬかや麦ぬか等を飼料原料として使用しているため、トウモロコシを使用した和牛より脂の質が高い点が強みである。一方で福島牛が継続取引につながらない理由は、飼料へのこだわり等の特徴が少ないことが挙げられる。



市場B

福島県産は使用する粗飼料の質が良く、質の高い和牛を作っていると感じる。水と米の質が良い産地が粗飼料の質も高くなり、結果として和牛の質が高くなる。ただ、福島県産和牛は品質に対して、価格が抑えめである。福島県産含め生産者によって和牛の質やこだわりが変わるため、基本的に「XX牛」と産地単位で和牛をくり、評価をつけることが難しい。



卸C

福島県産は歩留まりが良く、サシの入りが綺麗であり、質が高い。ただし、福粕花のような明確な差別化ポイントは少ない。



小売D

福島牛の質の高い赤身が今の時代においては販売しやすい。また、福島県産の品質・味は他産地と比較しても、群を抜いて良いと感じる。理由としては、出荷直前の1～2か月での肥料管理や仕上げ技術が優れているためだと考える。



小売E

福島県産の最大の強みは、県内流通が盛んであり、福島に拠点を置く小売業者にとって在庫を確保しやすく、店頭の商品を切らさない状態をほぼ実現できることである。

268

**サシの入り方に対する割安感という観点から、鹿児島県産や新潟県産を評価する意見があった。また、産地ごとの品質の差はなく、生産者によって品質に違いがあるという意見もあった。**



小売E

スポットで鹿児島県産や青森県産を仕入れているが、売れ行き・評価ともに福島県産と大差はない。鹿児島県産は、**A4・A5等のサシの入り具合（マーブリング）に対して、価格が安いと感じる**。鹿児島県が生産や販促活動等に対する補助を行い、販促しているため価格が安いのではないかと。



小売F

**新潟県産4・5等級はサシの入り方・色味が非常に良く、全体的に品質が高いと感じた**。新潟県産村上牛、仙台牛といったブランド牛がブランド化された背景は分からないが、ブランド名を聞くと良いイメージが浮かぶが、すなわちブランド力が高いのではないかと。生産者の努力に加え、**県外への流通力がブランド化のキーではないか**。仙台牛は県内流通から、県外流通へシフトチェンジを行った。



外食H

**産地よりも生産者ごとに牛の個体差があると感じている**。そのため、仕入時に産地はあまり見ていない。産地ごとの牛の品質の傾向は見られず、生産者によって品質が異なる。

**県内では地産地消のニーズにより、福島県産全体に対する支持が強いが、県外では風評の影響が一部残存して販路拡大の課題となっているという意見も一部あった。**



市場B

福島県産と国内産和牛全体との価格差は埋まってきており、その理由は**風評がなくなってきたためだと思われる**。



卸C

福島県内では、消費者が地元食材を求める思いや、**風評の意識がないこと**から福島県産を購入している側面が伺える。一方、**県外では風評の影響が一部残存しており、福島県産の販路拡大の障壁となっている**。



小売D

福島県産は風評の影響を受け、**競りで売れづらい状況**となり、品質に対して販売価格は低めである。風評の影響で一度価格が下がり、その際の**低い販売価格が消費者に根付いている可能性がある**。



小売F

令和3・4年度は福島県外で風評がまだあり、福島県産の取扱いを避けていた。しかし、近年は風評が落ち着いてきていること、価格と品質のバランスが良いこと、地元食材を求めるニーズがあることから、令和5年度から取扱いを再開した。やはり、消費者は味ではなく、風評などイメージで産地を選んでいるのではないかと。風評が落ち着いたのは年月が経ったことが大きな理由だと思うが、**福栂花がブランドとして確立されたこと**も寄与しているのではないかと。



外食H

販売に躊躇していた当時は、**消費者が福島牛の購入を断るのではないかという固定概念があった**と思うが、実際に販売してみるとそうではなかった。

**高齢化等により、脂身が少なく赤身中心の和牛需要が高まっている。そのような消費者動向を踏まえ、交雑牛の引き合いが増える可能性に言及する意見もあった。また、全国的に消費者は地産地消の観点から、地元食材を求める傾向があるという意見もあった。**



卸C

今後もしばらくの間は、**サシがあまり入りすぎず、脂身が比較的少ない和牛**が消費者へ売れる傾向が続くと考えられる。日本国内の高齢化に伴い、脂身を好む層が減ってきているため、**赤身を求める人が増えている**。今後、赤身の価格が上がることも考えられる。



小売D

夏場、牛肉は主に焼肉用で購入されるが、ここ5年程は猛暑の影響でBBQを行う人が減少し、**消費者の食べ方が焼肉以外へと変化**している。GWとお盆の時期には売上が伸びるものの、売れ筋の商品には変化がみられる。



小売F

後期高齢者が増えている中、**脂が多くない商品を提供していく流れ**が続く見込み。よって、**交雑牛の消費者からの引き合いが伸びていく可能性**がある。また、全国的に、消費者は地産地消の観点から、**地元食材を求める傾向**がある。



小売G

精肉店舗（百貨店）は消費者の年齢層が高いため、ロースやバラといった脂が多い部位は敬遠される。最近では、**モモやヒレ等の赤身が選ばれる傾向**にある。



外食J

A5は脂っぽいこともあり、最近では**赤身の方が人気**である。

**生産者単位でのこだわりを知名度のある買参人へ訴求する必要性や、福島県内の牛肉全体、福島牛、福粕花でプロモーション方法を分ける必要性、部位ごとの販売戦略を立てる必要性が挙げられた。**



生産団体A

**福島牛は他の銘柄牛と勝負するつもりはない**。福粕花は県内全体の生産量のうち数%と生産量は多くないが、**まずは福粕花を中心に、福島県産和牛のストーリー性を福島県内に広げ、長期的な目線で、福粕花だけではなく福島県産和牛全体が地元で愛されるブランドに育てあげ、その後県外への出荷に力を入れていきたい**。



市場B

**福島県内の牛肉全体・福島牛・福粕花とそれぞれでプロモーション方策を分ける必要**があり、生産者と卸が連携して、消費者へ和牛の魅力を伝えるような取り組みを行う必要がある。また、牛肉は鶏肉・豚肉よりも肥育期間が長いことから個体差が出やすく、**生産者のこだわりが和牛の質に反映されやすく、競りで知名度のある買参人にアピールできる差別化ポイント**があるとよい。



卸C

和牛は産地やブランドの種類が豊富で、既に様々な和牛ブランドが消費者に浸透しているレッドオーシャン状態であることから、新たに福島県産のブランドを首都圏で広げていくことは難易度が高い。よって**福粕花をきっかけに、福島県産和牛全体のブランド力を長期的な視点で向上させるのがよい**。卸先のスーパーが福粕花の試食販売イベントを行う中で、独自にイベントの様子をSNSで発信し、SNSをきっかけに来客していただく事が多く、SNS戦略も有効。

## 福粕花は取り扱い店舗を段階的に拡大し、長期的にブランド力を育成する必要があるという意見が挙げられた。



小売D

福粕花が販売され始めて1年だが、もう少し消費者にアピールしても良いと思う。**試食販売やフェアを行い、段階的に福粕花の取り扱い店舗を拡大し、5～10年単位で長期的に販促活動に取り組む必要がある。**  
今後の福粕花のフェアでは**企画内容を工夫・改善**することで店舗スタッフの販売意欲及び消費者の購買意欲を更に高めることが出来る。現在、赤身の供給量は不足する一方で、福粕花でもロース系は販売が滞る傾向にあり、**部位ごとの販売戦略立案が課題**である。



小売F

**多くの県外企業とのコラボレーションを通じて、福粕花の認知を県外に広げていく必要がある。**コラボレーションにあたり、福島県から何か支援があると良い。  
マーケティングを行い、ブランド力を高め消費者へ訴求していく必要があり、**県内外のスーパーにてキャンペーンを実施し、福島県産和牛をプロモーション**すべきである。  
**福島県内の酒蔵の酒粕を飼料にしているというストーリーを伝えつつ、小売等にて試食販売を行うのが良い**のではないかと。現在は、県内消費者においても、福粕花が酒粕を食べているというストーリーを理解している消費者は限られると思われる。



外食H

福島牛の普及のために、**いかに消費者に食べてもらうかが必要**であり、その体験をいかにして生み出し、その機会をいかに増やせるかが大切だと思う。



外食I

福島牛は知名度が足りておらず、知名度向上には**宣伝活動が重要**。宣伝は**積み重ね**であり、30～40年続けて知名度が上がることもある。県をあげての**トップセールス**は効果が高い。

273

---

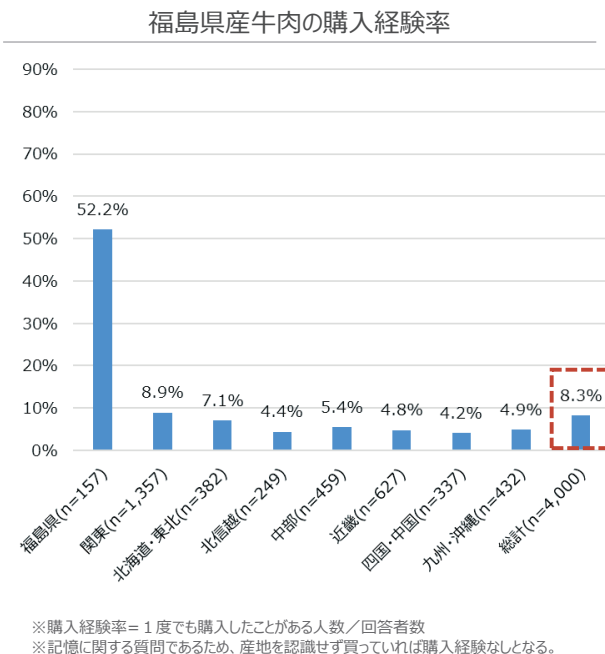
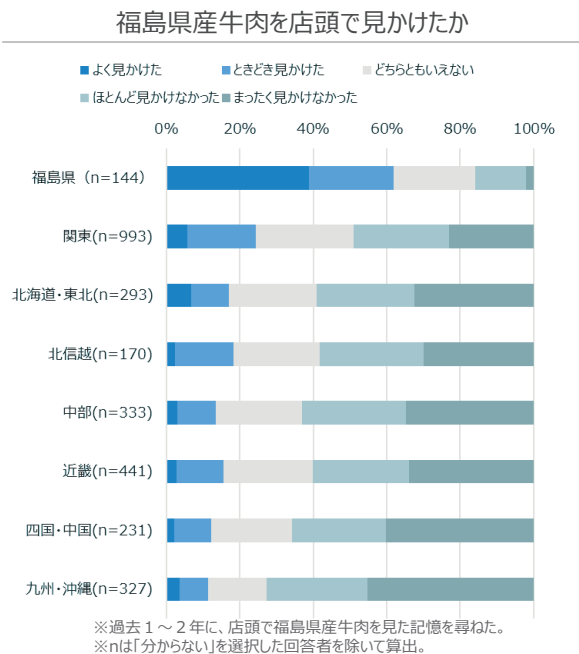
## 5. 福島県産品に対する認識

---

274

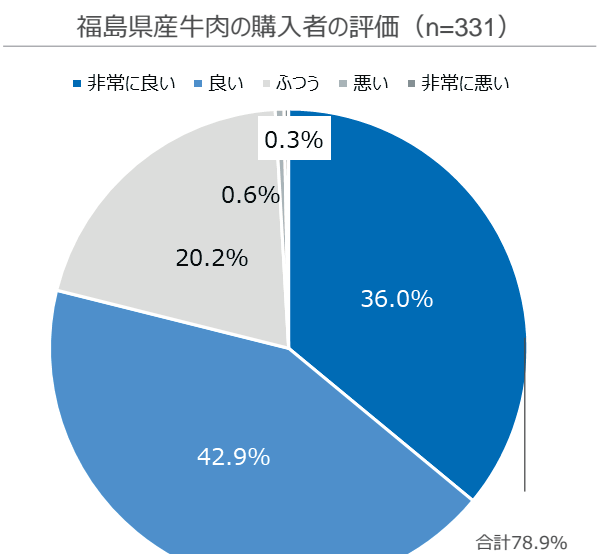
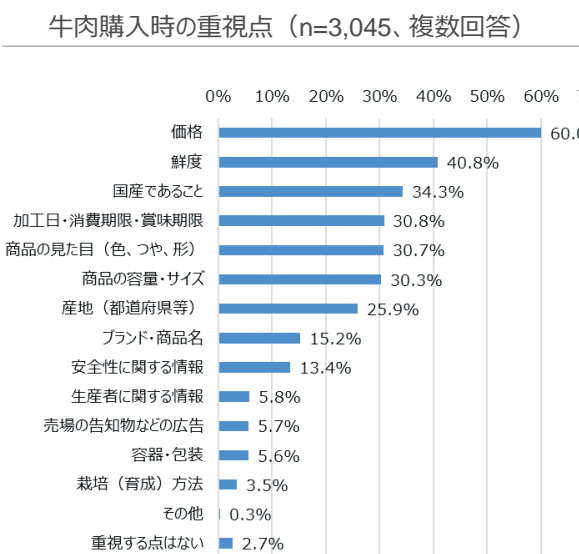
福島県産牛肉を見た経験と購入経験（消費者アンケート）

**福島県産牛肉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。福島県産牛肉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8.3%であった。**



牛肉購入時の重視点と福島県産牛肉の購入者の評価（消費者アンケート）

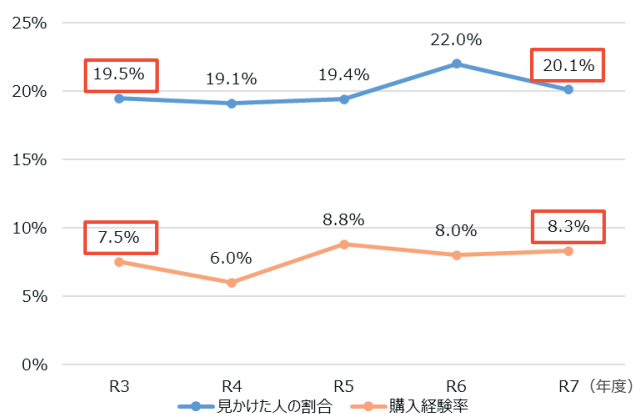
**福島県産に限らず牛肉購入時の重視点を尋ねたところ、「価格」が上位にあがり、次いで「鮮度」があがった。福島県産牛肉の購入者に評価を尋ねたところ、「非常に良い」または「良い」と回答した人が78.9%であった。**



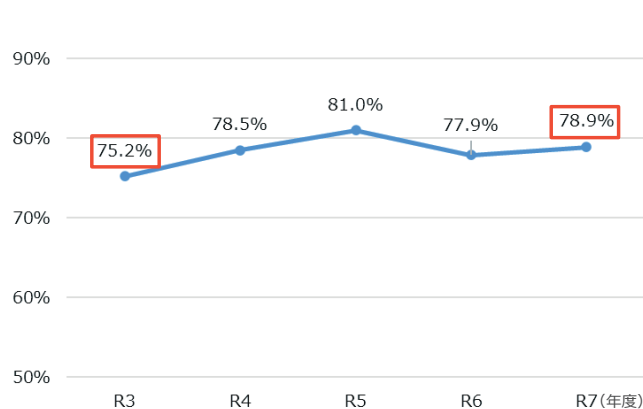
福島県産牛肉を見た経験、購入経験と購入者の評価（消費者アンケート・経年比較）

**令和3年度と令和7年度を比較すると、福島県産牛肉を店頭で見かけた人の割合、購入経験率はそれぞれ0.6%、0.8%上昇し、福島県産牛肉の評価として「非常に良い」または「良い」と回答した人の割合は3.7%上昇した。**

福島県産牛肉を見かけた人の割合、購入経験率



福島県産牛肉を高く評価している人の割合



※見かけた人の割合は過去1～2年に、店頭で福島県産牛肉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R3:7,719、R4:3,643、R5:2,873、R6:2,608、R7:2,932。  
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れ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。

※福島県産牛肉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R3:822、R4:331、R5:353、R6:321、R7:331。

## 6. 調査のまとめ

## 福島県産牛肉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

- 令和6年度の東京都中央卸売市場への福島県産和牛（去勢）の出荷頭数は、平成22年度の約53%、福島県産和牛（雌）の出荷頭数は平成22年度の約76%と出荷頭数は多くない。
- 福島県産は他産地産との価格差は埋まってきているという意見もある一方、低価格で固定化しているという意見があった。
- 生産者アンケートにおいて牛肉生産者は福島県産は他産地産と比べて福島県産の価格は低いと評価している。
- 今後の福島牛のマーケティングについては、生産者単位でのこだわりを知名度のある買参人へ訴求する必要性や、福島県内の牛肉全体、福島牛、福粕花でプロモーション方法を分ける必要性、部位ごとの販売戦略を立てる必要性が挙げられた。
- 事業者アンケートでは福島県産の精肉のイメージとして「見た目が良い」、「価格が安い」が選択された割合は北海道産・栃木県産よりも高かった。
- 福島県産牛肉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0.8%上昇した。

### 福島県産牛肉の価格に関する意見（事業者ヒアリング）



小売

福島県産は風評の影響を受け、競りで売れづらい状況となり、品質に対して販売価格は低めである。風評の影響で一度価格が下がり、その際の低い販売価格が消費者に根付いている可能性がある。

279

## 福島県産牛肉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

- 牛肉は贈答や特別な日に食べられることが多く、選ばれる産地になるための取組が必要である。
- 福島県産の引き合いがあるが、出荷量が少ないほか、風評の影響が残っているため、福島県産牛肉は品質に比べて価格が低く抑えられている。

今後の方向性

- 福島県産の価格ポジションを回復させるため、既に取り組んでいるトップセールス・PRは継続しつつ、品質の良い福島牛の出荷量の確保は不可欠である。
- 福島牛「福粕花」の効果的なプロモーションに加え、福島県産牛肉全体の評価を上げる取組が必要である。

### 福島県産牛肉の品質に関する意見（事業者ヒアリング）



生産団体

福粕花に限らず、福島県産は米ぬかや麦ぬか等を飼料原料として使用しているため、トウモロコシを使用した和牛より脂の質が高い点が強みである。

280