
8 品目別調査結果 あんぽ柿

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

333

調査結果概要 (1/3)

1. 各取引段階の“量”の変化

出荷段階

- 福島県産あんぽ柿は、震災後に2年間、加工・出荷を自粛。平成25年度には加工・出荷を再開。
- 出荷再開以降、徐々に出荷量は回復。令和6年度の出荷量は、平成22年度実績の71.6%となっている。

卸売段階

- 東京都中央卸売市場の福島県産干し柿のシェアは、震災後に大きく低下したが、その後徐々に回復し、令和7年1月～3月は40%を超えるシェアで推移している。
- 取扱量が少ない市場もあるが、データを集計した6市場では名古屋市中央卸売市場を除き、シェア1位となる月がある。

334

2. 各取引段階の“価格”の変化

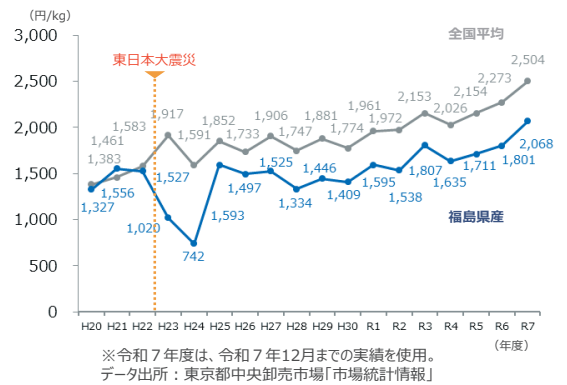
市場における状況

- 東京都中央卸売市場における福島県産干し柿の取引価格は、震災直後に大きく下落したが、平成25年度には震災前と同程度(=約1,600円)まで回復した。
- 震災前は、全国平均とほぼ同程度の価格であったが、近年は全国平均を下回る水準で推移している。

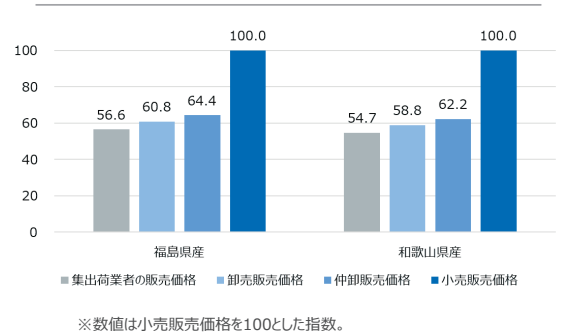
個別事例における状況

- 福島県産と他県産を併売している小売業者から価格を入手した。
- 福島県産と和歌山県産の価格形成を比較すると集出荷業者の販売価格、卸売販売価格、仲卸販売価格における価格形成は、各段階で同等のマーゲインのせられており、両者で違いは見られなかった。
- 小売業者によれば、①福島県産は「蜂屋」という差別化が図れる干し柿専用の品種であること、②福島県産は1パック200~230gに対して、和歌山県産は150gであることから福島県産の方が仕入れ値が多少高くなっていた。

東京都中央卸売市場における平均単価の推移



あんぼ柿の価格形成事例

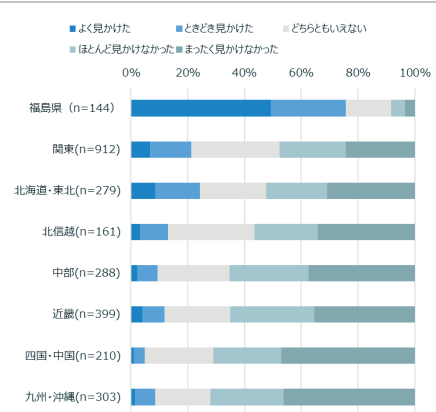


3. 福島県産品に対する認識

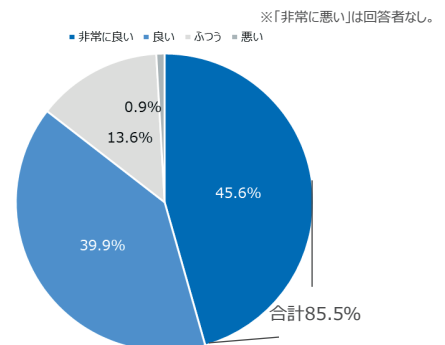
消費者への調査

- 福島県産あんぼ柿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。
 - 福島県産あんぼ柿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5.7%であった。
- 福島県産あんぼ柿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85.5%であった。

福島県産あんぼ柿を店頭で見かけたか



福島県産あんぼ柿購入者の評価 (n=228)



2. 調査実施概要

337

調査の全体像

概要調査として卸売市場データ等を整理し、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、消費者の福島県産あんぼ柿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。 市場での動向については、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"> 卸売市場データ 福島県からの提供データ 	<ul style="list-style-type: none"> 全国の消費者（4,000人） 	<ul style="list-style-type: none"> 贈答用化粧箱またはトレーで包装されたあんぼ柿 福島県産以外に他県産も扱う事例を対象に含める。
調査内容	<ul style="list-style-type: none"> 福島県産あんぼ柿の出荷量 卸売市場における取扱量と、競合県産品と比較したシェアの推移 卸売市場における取引価格の競合県産品との比較 	<ul style="list-style-type: none"> 福島県産あんぼ柿を店頭で見かけた経験 福島県産あんぼ柿の購入経験 あんぼ柿購入時の重視点 福島県産あんぼ柿の評価 	<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	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">各取引段階の“量”の変化</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">各取引段階の“価格”の変化</div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">福島県産品に対する認識</div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">各取引段階の“価格”の変化</div>

338

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

- 首都圏・関西圏・名古屋・札幌の各市場の統計データ
- 福島県からの提供データ

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

- 首都圏の小売業者へ流通するルート：1ルート
 - このルートでは競合県産の価格データも収集。
- 福島県内の小売業者へ流通するルート：1ルート
- 関西の小売業者へ流通するルート：1ルート

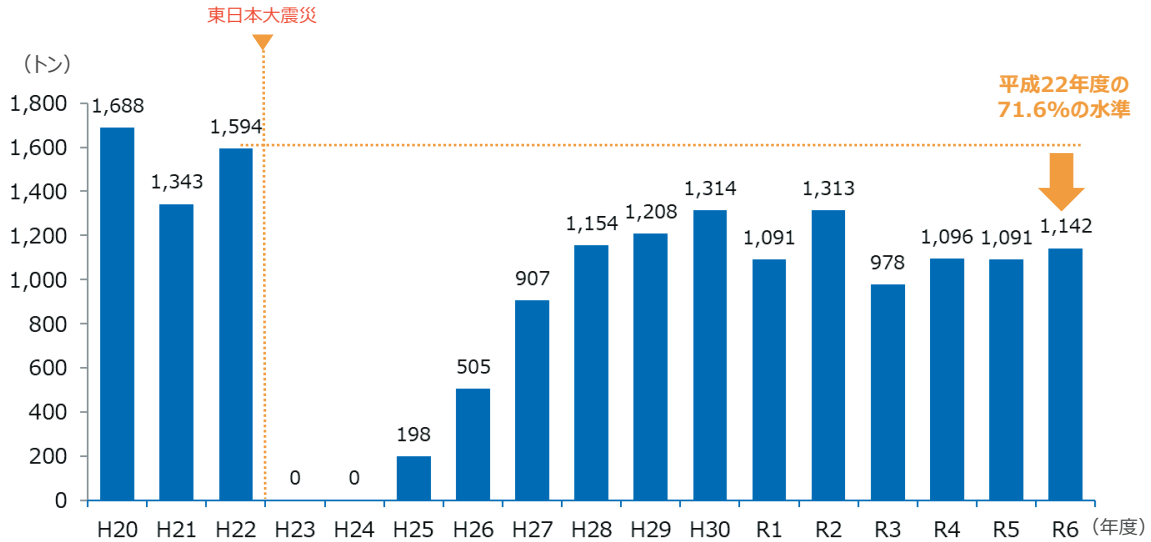
※追跡調査では個社が特定できないようにするとともに、実額を非公表とすることを前提に一部事業者から価格データを受領。 339

3. 各取引段階の“量”の変化

福島県産あんぼ柿の出荷量の推移

福島県産あんぼ柿は、震災直後に出荷を自粛した後、平成25年度に出荷を再開して以降、徐々に出荷量が回復。令和6年度の出荷量は、平成22年度実績の71.6%となっている。

福島県産あんぼ柿の出荷量の推移



データ出所：福島県調べ

※当年10月～翌年4月までを1年度として集計した値。

※令和3年度は、凍霜害の影響で出荷量が減少した。

各市場における干し柿・あんぼ柿の産地リレー(令和6年産・首都圏)

※市場によって商品分類が異なるため、干し柿で集計した市場とあんぼ柿で集計した市場がある。

東京都中央卸売市場では1月～3月に、横浜市中央卸売市場では2月～4月に、福島県産干し柿がシェア1位であった。

各市場における産地リレー(令和6年産)

市場	各月で市場シェア1位～3位の順に												合計
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
東京都中央卸売市場	50%	57%	40%	3%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	9%	19%	358
長野	36%	33%	28%	52%	18%	0%	0%	0%	0%	0%	5%	46%	379
山梨	3%	1%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	57%	44%	12%	119
富山	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	18%	8%	66
和歌山	2%	6%	23%	15%	9%	16%	100%	100%	86%	22%	5%	3%	53
山形	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	7%	31
総量	298	176	42	7	2	1	0	0	0	21	101	425	
横浜市中央卸売市場	42%	52%	70%	100%	-	-	-	-	-	0%	31%	28%	79
長野	56%	43%	20%	0%	-	-	-	-	-	0%	9%	55%	97
山梨	0%	0%	0%	0%	-	-	-	-	-	95%	53%	8%	15
和歌山	1%	5%	10%	0%	-	-	-	-	-	0%	0%	1%	5
山形	0%	0%	0%	0%	-	-	-	-	-	0%	0%	5%	4
富山	0%	0%	0%	0%	-	-	-	-	-	0%	4%	2%	2
総量	62	39	12	0	0	0	0	0	0	3	11	76	

データ出所：各卸売市場の統計データ

※福島県及び年間取扱量上位県を表示。※総量・合計の単位はトン。

各市場における干し柿・あんぼ柿の産地リレー(令和6年産・関西圏)

※市場によって商品分類が異なるため、干し柿で集計した市場とあんぼ柿で集計した市場がある。

大阪市中央卸売市場・京都市中央卸売市場では、12月～2月にかけて福島県産あんぼ柿がシェア1位であった。

各市場における産地リレー(令和6年産)

大阪市中央卸売市場		あんぼ柿のデータ												各月で市場シェア1位～3位の順に		
		■ ■ ■ で色付け														
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計		
福島		78%	65%	24%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	35%	75		
和歌山		16%	27%	46%	90%	89%	92%	89%	84%	60%	46%	28%	32%	57		
山梨		1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	23%	21%	9%	16		
富山		0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	22%	5%	12		
鳥取		0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	11%	10%	6%	9		
島根		0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	12%	11%	5%	9		
総量		40	33	11	1	1	0	0	0	0	10	42	54			

京都市中央卸売市場		あんぼ柿のデータ												各月で市場シェア1位～3位の順に		
		■ ■ ■ で色付け														
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計		
福島		100%	100%	-	-	-	-	-	-	-	0%	0%	40%	14		
山梨		0%	0%	-	-	-	-	-	-	-	55%	42%	31%	7		
鳥取		0%	0%	-	-	-	-	-	-	-	45%	47%	26%	6		
富山		0%	0%	-	-	-	-	-	-	-	0%	7%	2%	1		
岡山		0%	0%	-	-	-	-	-	-	-	0%	4%	1%	0		
和歌山		0%	0%	-	-	-	-	-	-	-	0%	0%	0%	0		
総量		7	4	0	0	0	0	0	0	0	2	9	6			

データ出所：各卸売市場の統計データ

※福島県及び年間取扱量上位県を表示。※総量・合計の単位はトン。

各市場における干し柿・あんぼ柿の産地リレー(令和6年産・その他)

※市場によって商品分類が異なるため、干し柿で集計した市場とあんぼ柿で集計した市場がある。

名古屋市中央卸売市場では、他市場に比べ福島県産あんぼ柿の取扱量は少なかった。札幌市中央卸売市場では、12月から2月にかけて福島県産干し柿がシェア1位であった。

各市場における産地リレー(令和6年産)

名古屋市中央卸売市場		あんぼ柿のデータ												各月で市場シェア1位～3位の順に		
		■ ■ ■ で色付け														
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計		
福島		6%	14%	17%	0%	0%	0%	-	-	-	0%	0%	0%	7		
長野		89%	77%	81%	73%	92%	96%	-	-	-	20%	12%	86%	149		
岐阜		0%	0%	0%	0%	0%	0%	-	-	-	28%	53%	3%	18		
山梨		2%	0%	0%	0%	0%	0%	-	-	-	47%	15%	2%	8		
和歌山		2%	6%	2%	3%	8%	4%	-	-	-	0%	4%	3%	7		
富山		0%	1%	0%	0%	0%	0%	-	-	-	0%	10%	4%	7		
総量		48	18	5	2	0	0	0	0	0	2	26	96			

札幌市中央卸売市場		干し柿のデータ												各月で市場シェア1位～3位の順に		
		■ ■ ■ で色付け														
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計		
福島		77%	65%	21%	0%	0%	0%	-	-	0%	0%	10%	35%	43		
新潟		0%	6%	3%	0%	0%	0%	-	-	0%	19%	56%	15%	14		
長野		17%	7%	0%	0%	0%	0%	-	-	0%	0%	0%	20%	13		
和歌山		2%	15%	59%	4%	0%	0%	-	-	0%	33%	12%	5%	9		
山形		0%	0%	0%	0%	0%	0%	-	-	0%	0%	0%	20%	8		
中国		3%	6%	18%	94%	100%	100%	-	-	100%	28%	5%	2%	5		
総量		23	13	4	0	0	0	0	0	0	1	12	43			

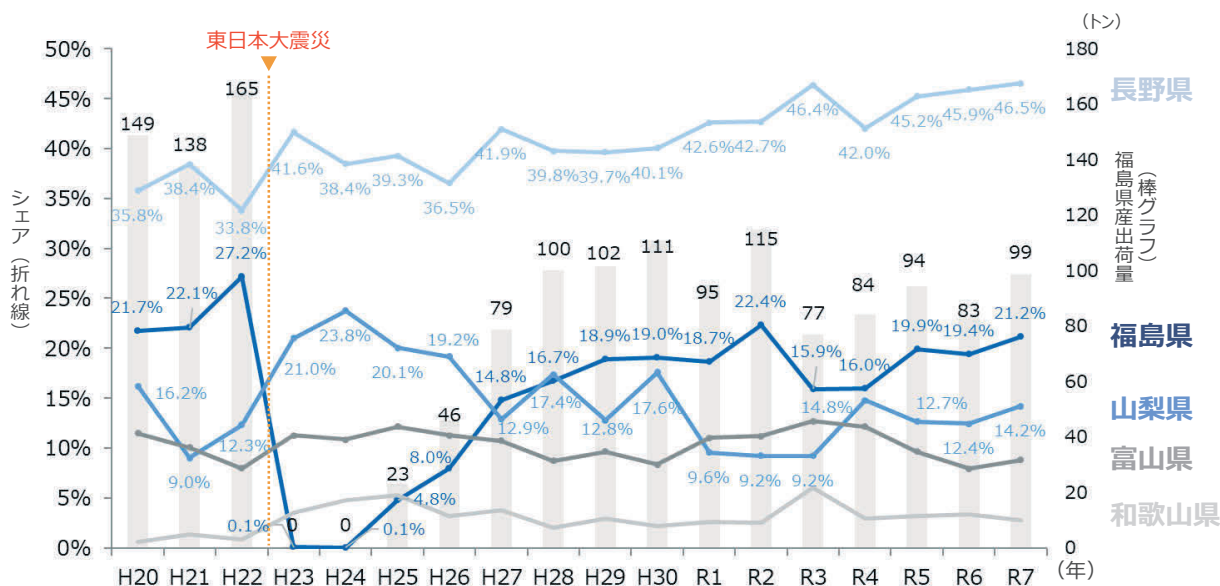
データ出所：各卸売市場の統計データ

※福島県及び年間取扱量上位県を表示。※総量・合計の単位はトン。

東京都中央卸売市場における福島県産干し柿のシェアの推移(12月)

東京都中央卸売市場における12月の福島県産干し柿のシェアは、平成23年～平成24年の出荷自粛期間後徐々に回復し、平成27年以降は山梨県産のシェアを上回っている。震災前後ともに、長野県産がシェア1位であり、シェア率は上昇傾向にある。

東京都中央卸売市場における福島県産及び競合県産のシェアと福島県産の出荷量(12月)

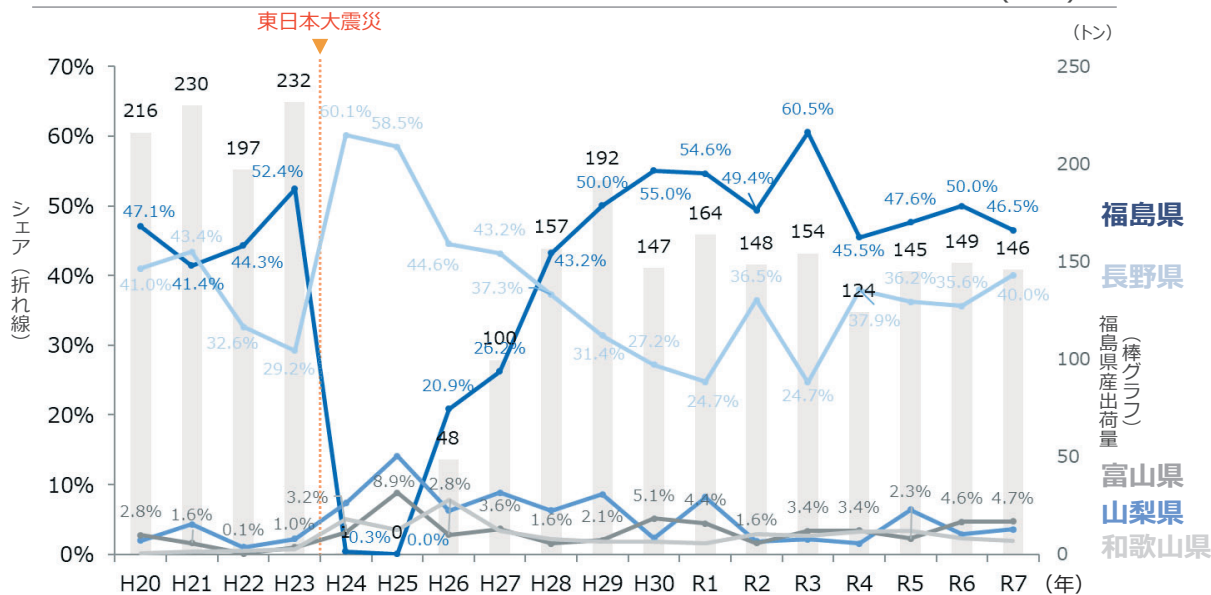


※「干し柿」のデータ。
 ※グラフ上の数値は該当月のシェアトップ3の都道府県のみ記載（富山県、和歌山県数値表示なし。）。 345
 データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

東京都中央卸売市場における福島県産干し柿のシェアの推移(1月)

東京都中央卸売市場における1月の福島県産干し柿のシェアは、平成24年～平成25年の出荷自粛期間後徐々に回復し、平成26年には山梨県産・和歌山県産・富山県産を、平成28年には長野県産を上回り、以降はシェア1位の状態が継続している。

東京都中央卸売市場における福島県産及び競合県産のシェアと福島県産の出荷量(1月)

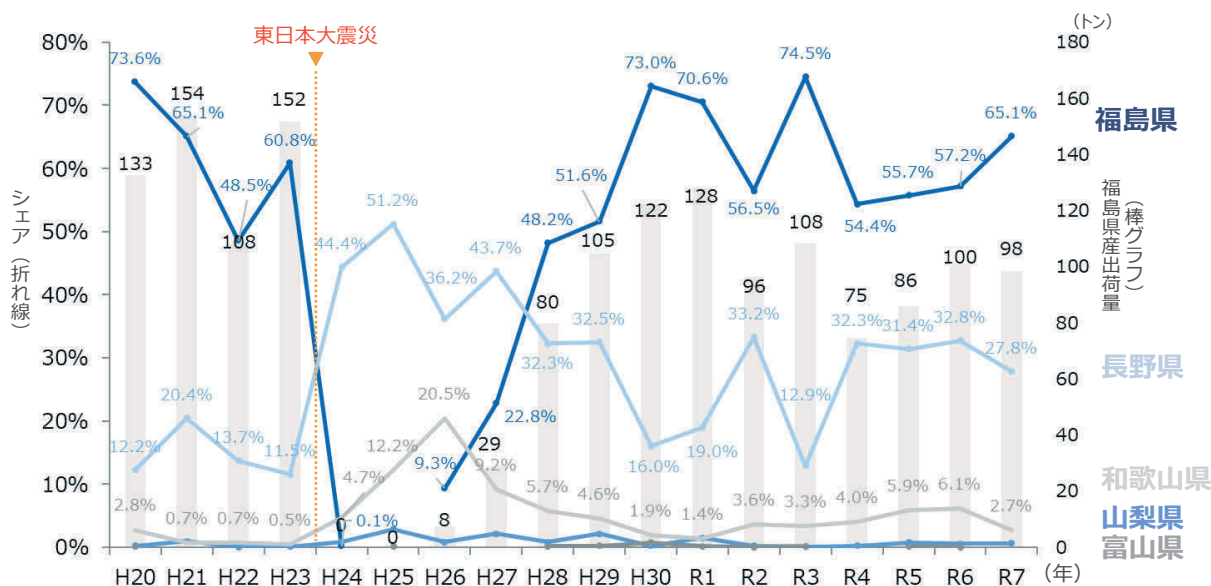


※「干し柿」のデータ。
 ※グラフ上の数値は該当月のシェアトップ3の都道府県のみ記載（山梨県、和歌山県数値表示なし。）。 346
 データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

東京都中央卸売市場における福島県産干し柿のシェアの推移(2月)

東京都中央卸売市場における2月の福島県産干し柿のシェアは、平成24年～平成25年の出荷自粛期間後徐々に回復し、平成28年以降は震災前と同様にシェア1位となり、平成30年には震災前と同程度の水準まで回復した。

東京都中央卸売市場における福島県産及び競合県産のシェアと福島県産の出荷量(2月)

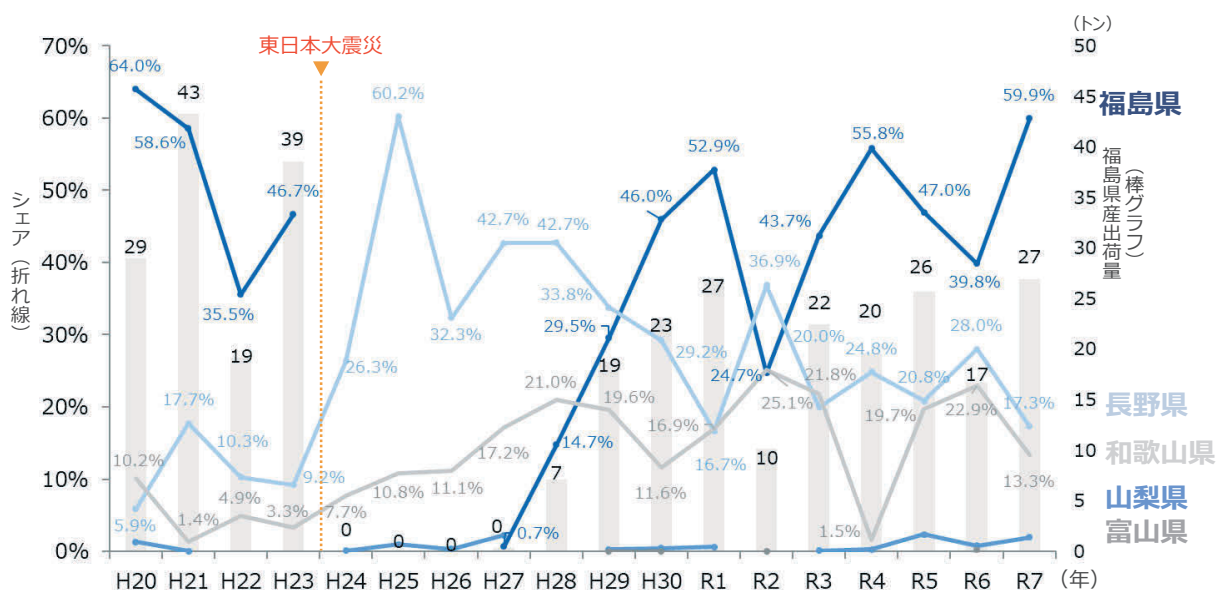


データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」 ※「干し柿」のデータ。 ※グラフ上の数値は該当月のシェアトップ3の都道府県のみ記載（山梨県、富山県数値表示なし。）。

東京都中央卸売市場における福島県産干し柿のシェアの推移(3月)

東京都中央卸売市場における3月の福島県産干し柿のシェアは、平成24年～平成25年の出荷自粛期間後、平成28年から徐々に回復し、平成29年に和歌山県産、平成30年に長野県産のシェアを上回るようになり、震災前と同様にシェア1位となった。

東京都中央卸売市場における福島県産及び競合県産のシェアと福島県産の出荷量(3月)

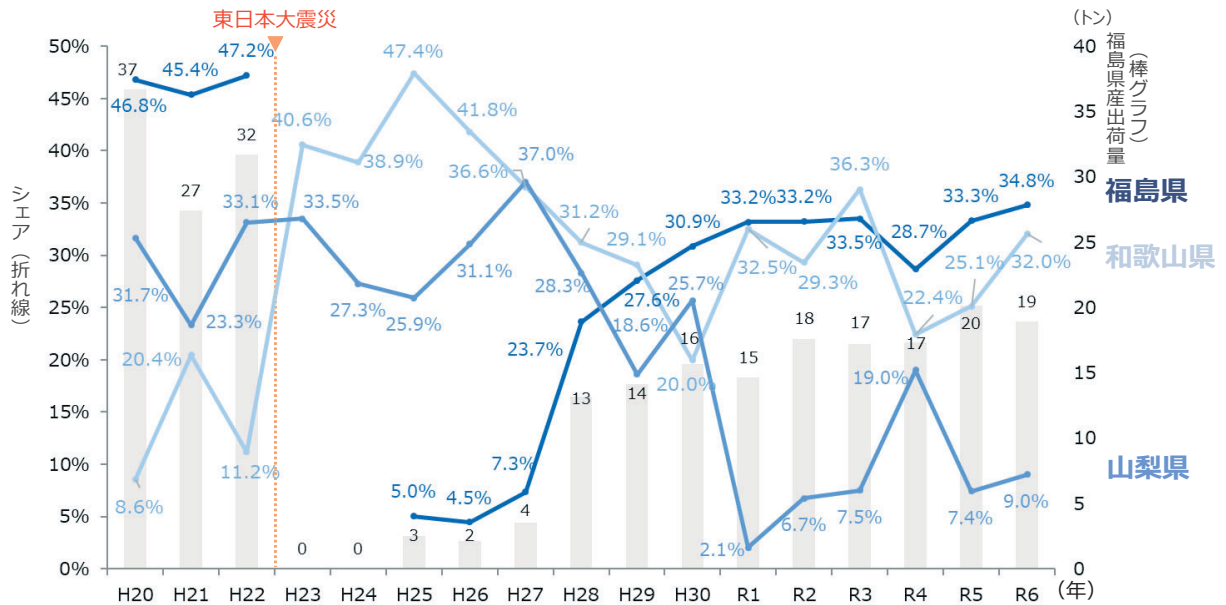


データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」 ※「干し柿」のデータ。 ※グラフ上の数値は該当月のシェアトップ3の都道府県のみ記載（山梨県、富山県数値表示なし。）。

大阪市中央卸売市場における福島県産あんぽ柿のシェアの推移(12月)

大阪市中央卸売市場における12月の福島県産あんぽ柿は、震災後和歌山県産・山梨県産にシェアを逆転された。その後、平成30年に再びシェア1位まで上昇したものの、シェアは30%前後にとどまっており、震災前の水準には回復していない。

大阪市中央卸売市場における福島県産及び競合県産のシェアと福島県産の出荷量(12月)



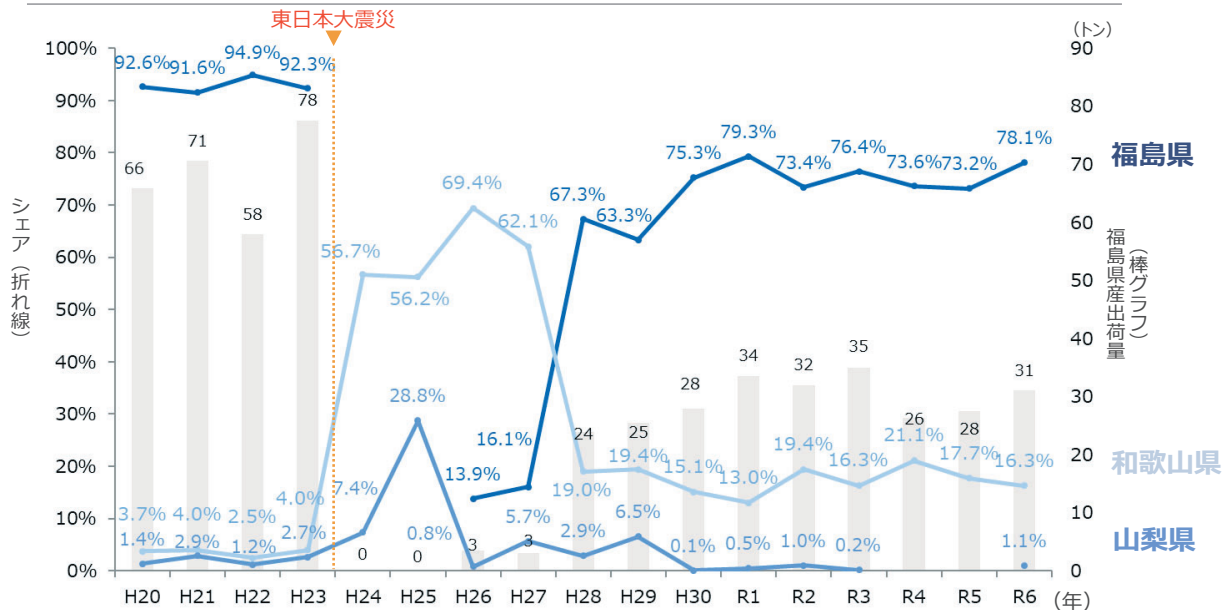
データ出所：大阪市中央卸売市場「市況情報」

349

大阪市中央卸売市場における福島県産あんぽ柿のシェアの推移(1月)

大阪市中央卸売市場における1月の福島県産あんぽ柿は、震災後和歌山県産にシェアを逆転されたが、平成28年にシェアが大きく回復し、以降は再びシェア1位まで上昇したものの、シェアは75%前後にとどまっており、震災前の水準には回復していない。

大阪市中央卸売市場における福島県産及び競合県産のシェアと福島県産の出荷量(1月)



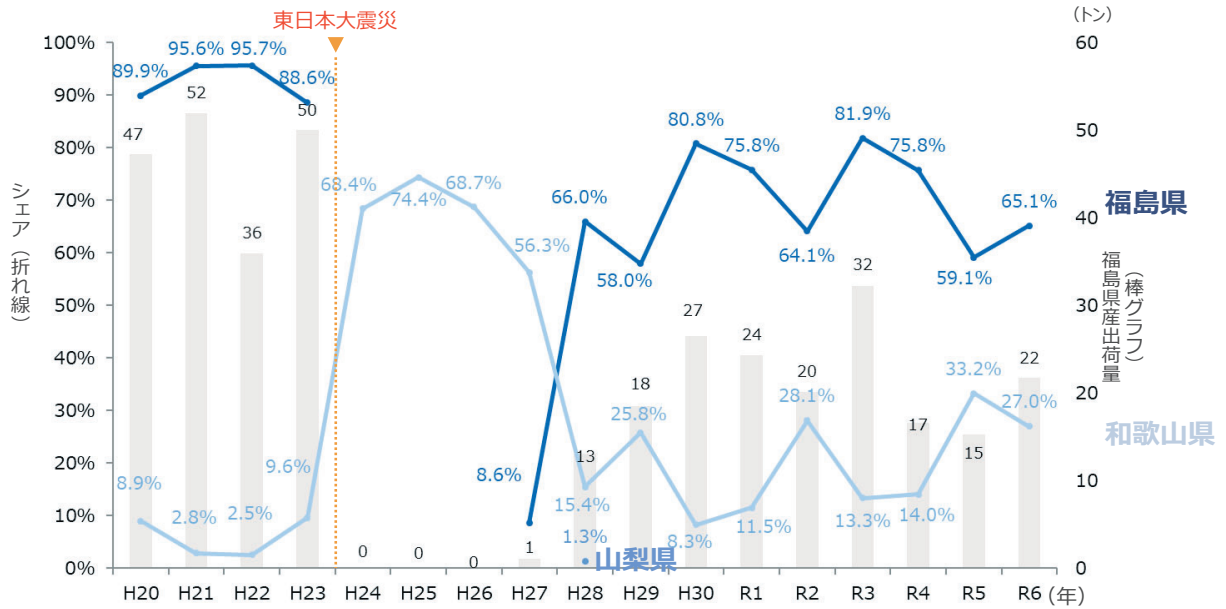
データ出所：大阪市中央卸売市場「市況情報」

350

大阪市中央卸売市場における福島県産あんぽ柿のシェアの推移(2月)

大阪市中央卸売市場における2月の福島県産あんぽ柿は、震災後和歌山県産にシェアを逆転されたが、平成28年にシェアが大きく回復し、以降は再びシェア1位となり、その状態が継続している。

大阪市中央卸売市場における福島県産及び競合県産のシェアと福島県産の出荷量(2月)



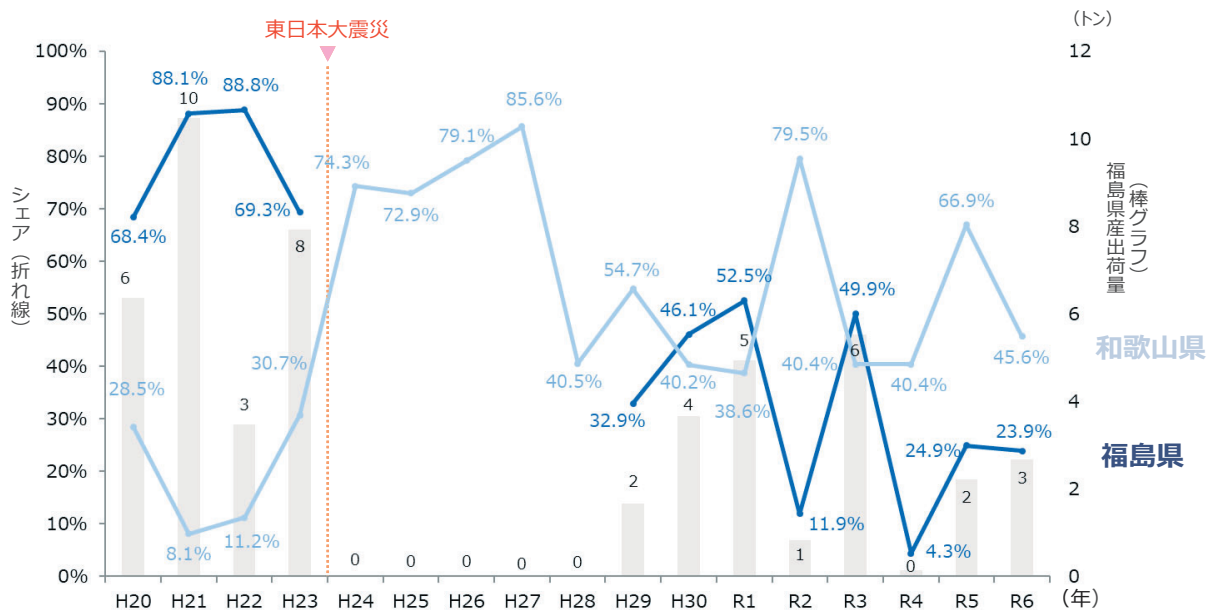
データ出所：大阪市中央卸売市場「市況情報」

351

大阪市中央卸売市場における福島県産あんぽ柿のシェアの推移(3月)

大阪市中央卸売市場における3月の福島県産あんぽ柿は、震災後和歌山県産にシェアを逆転され、その後、和歌山県産のシェアを上回った年はあるが、出荷が非常に少なく和歌山県産を大きく下回る年が多い。

大阪市中央卸売市場における福島県産及び競合県産のシェアと福島県産の出荷量(3月)



データ出所：大阪市中央卸売市場「市況情報」

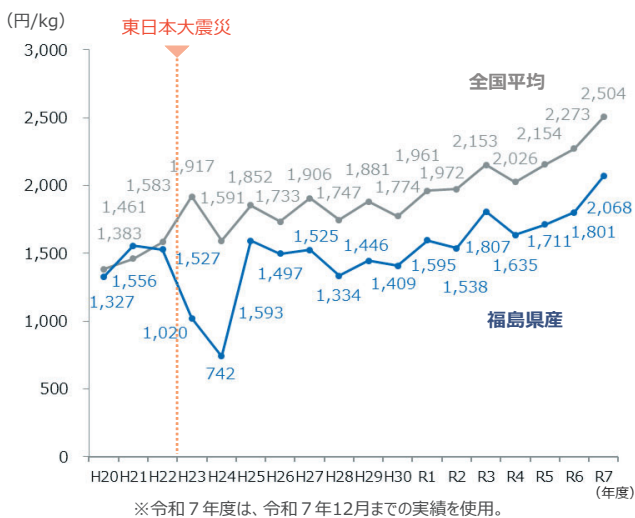
352

4. 各取引段階の“価格”の変化

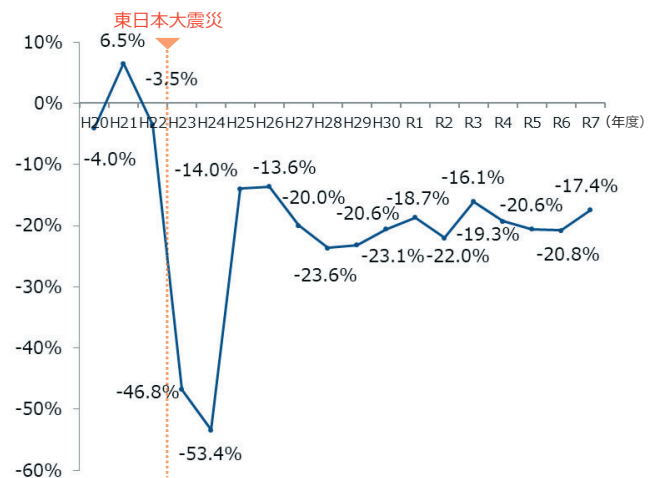
東京都中央卸売市場における福島県産干し柿の価格の概況（全国平均との価格差）

東京都中央卸売市場における干し柿の平均単価について、震災前は、全国平均とほぼ同程度であったが、震災後は全国平均を下回る水準で推移している。令和7年度の福島県産干し柿の平均単価は、全国平均と同様に上昇した。

東京都中央卸売市場における平均単価の推移



全国平均と福島県産の価格差の推移

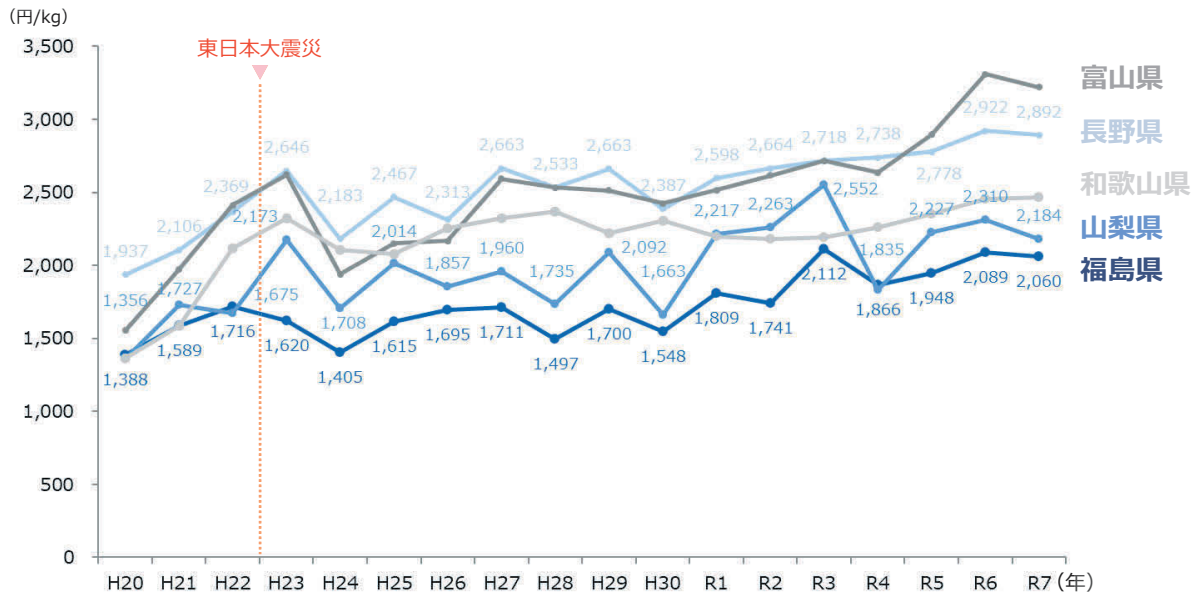


※福島県産と全国平均の価格差を、全国平均の価格で割った値。
例えば、福島県産が全国平均より1割安ければ-10%となる。

東京都中央卸売市場における福島県産干し柿の単価の推移(12月)

東京都中央卸売市場における12月の福島県産干し柿の平均単価は、震災前後で変わらず、総じて競合県産よりも低い水準である。震災前は、福島県産と山梨県産の平均単価に大差はなかったが、震災以降、100円～400円程度の差が生じている。

東京都中央卸売市場における福島県産及び競合県産の平均単価(12月)



データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

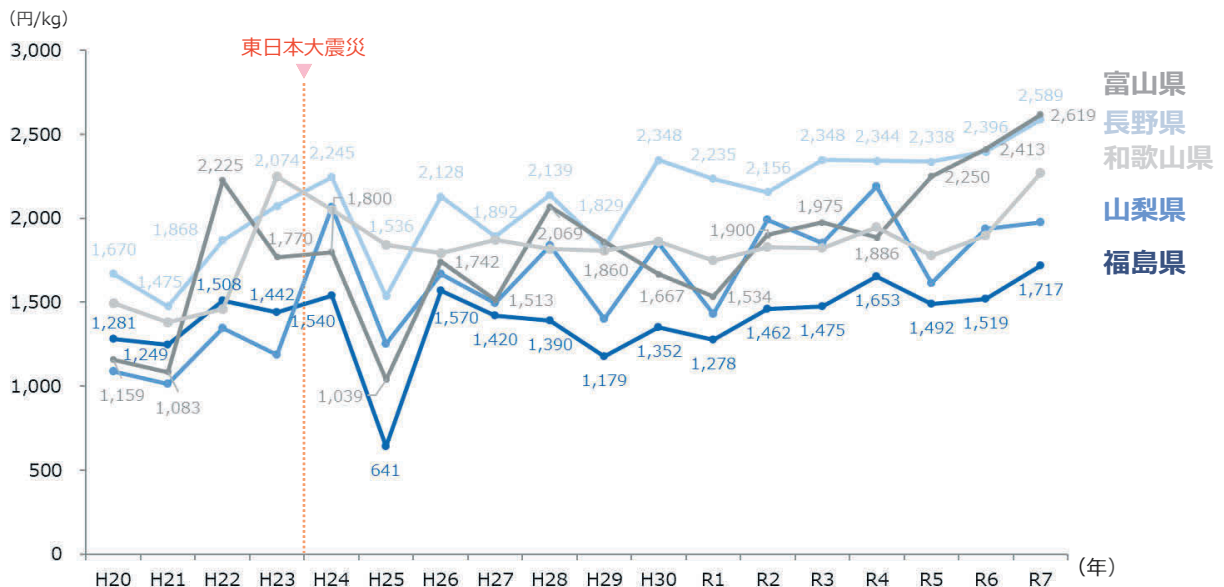
※「干し柿」のデータ。

※グラフ上の数値は該当月のシアトップ3の都道府県のみ記載（富山県、和歌山県数値表示なし。）。 355

東京都中央卸売市場における福島県産干し柿の単価の推移(1月)

東京都中央卸売市場における1月の福島県産干し柿の平均単価は、平成25年に下落したものの、その後回復し、概ね横ばいで推移している。また、福島県産の平均単価は、震災前は山梨県産を上回っていたが、震災以降は下回っている。

東京都中央卸売市場における福島県産及び競合県産の平均単価(1月)



データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

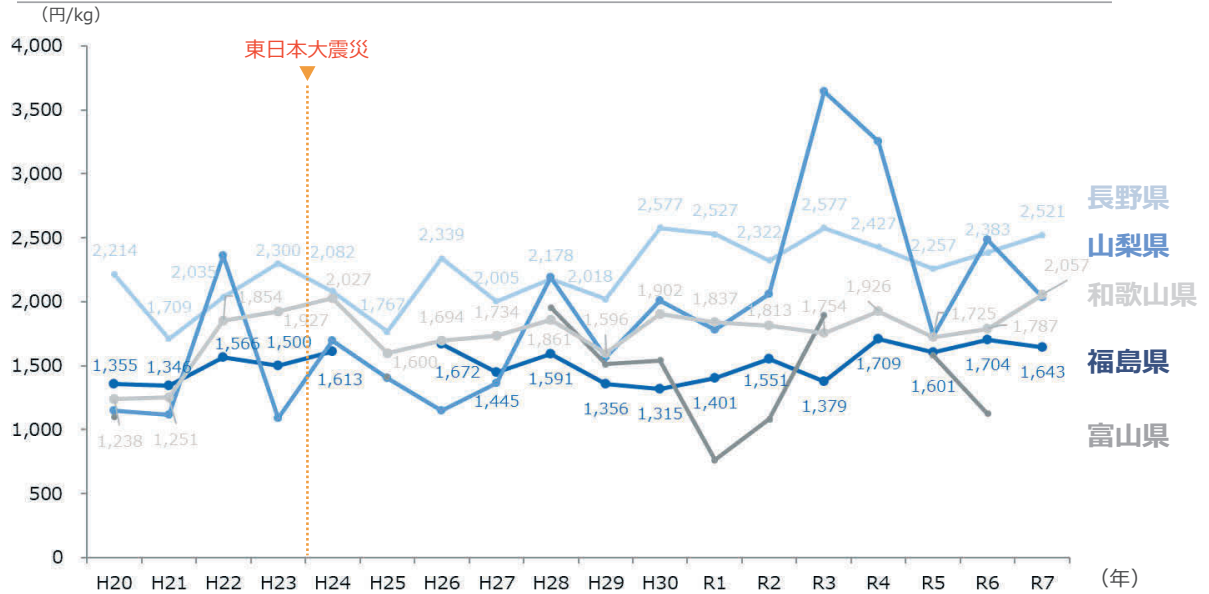
※「干し柿」のデータ。

※グラフ上の数値は該当月のシアトップ3の都道府県のみ記載（山梨県、和歌山県数値表示なし。）。 356

東京都中央卸売市場における福島県産干し柿の単価の推移(2月)

東京都中央卸売市場における2月の福島県産干し柿の平均単価は、震災前から横ばいに推移している。福島県産の平均単価は、震災前後ともに、長野県産・和歌山県産より概ね低い水準である。

東京都中央卸売市場における福島県産及び競合県産の平均単価(2月)

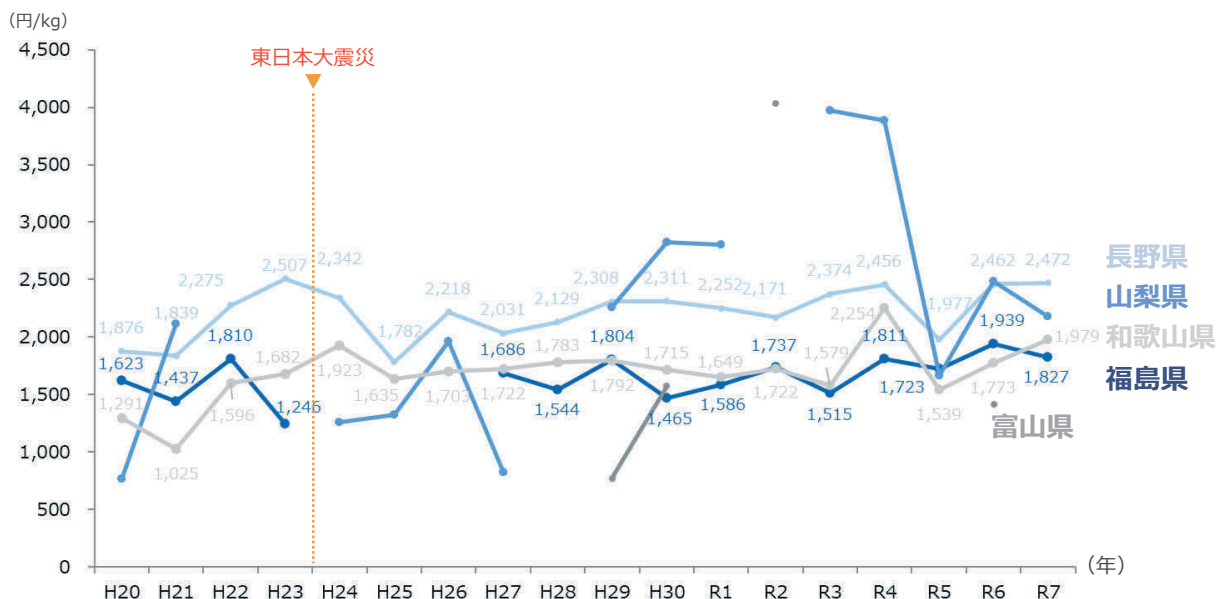


データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」 ※「干し柿」のデータ。 ※グラフ上の数値は該当月のシアトップ3の都道府県のみ記載（山梨県、富山県数値表示なし。）。

東京都中央卸売市場における福島県産干し柿の単価の推移(3月)

東京都中央卸売市場における3月の福島県産干し柿の平均単価は、平成27年以降も震災前と同程度の水準で横ばいに推移している。震災前後で変わらず、福島県産の平均単価は長野県産より低い水準で推移している。

東京都中央卸売市場における福島県産及び競合県産の平均単価(3月)

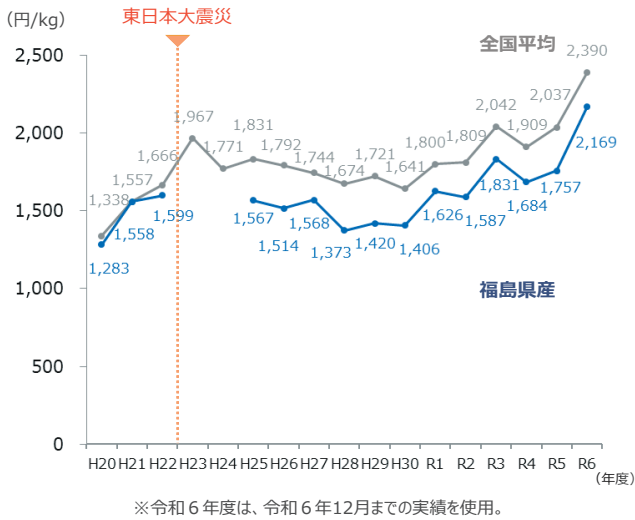


データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」 ※「干し柿」のデータ。 ※グラフ上の数値は該当月のシアトップ3の都道府県のみ記載（山梨県、富山県数値表示なし。）。

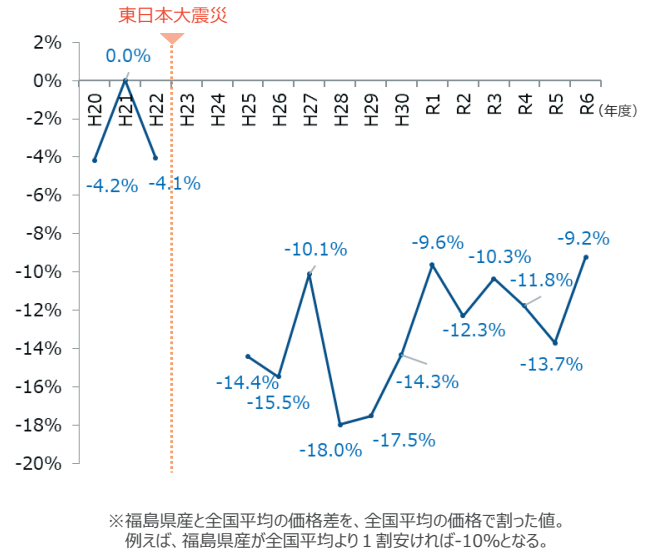
大阪市中央卸売市場における福島県産あんぼ柿の価格の概況（全国平均との価格差）

大阪市中央卸売市場におけるあんぼ柿の平均単価について、震災前は全国平均と同程度であったが、震災後は全国平均を下回る水準で推移している。令和6年度の福島県産あんぼ柿の平均単価は2,169円/kgで全国平均との価格差は-9.2%であった。

大阪市中央卸売市場における平均単価の推移



全国平均と福島県産の価格差の推移



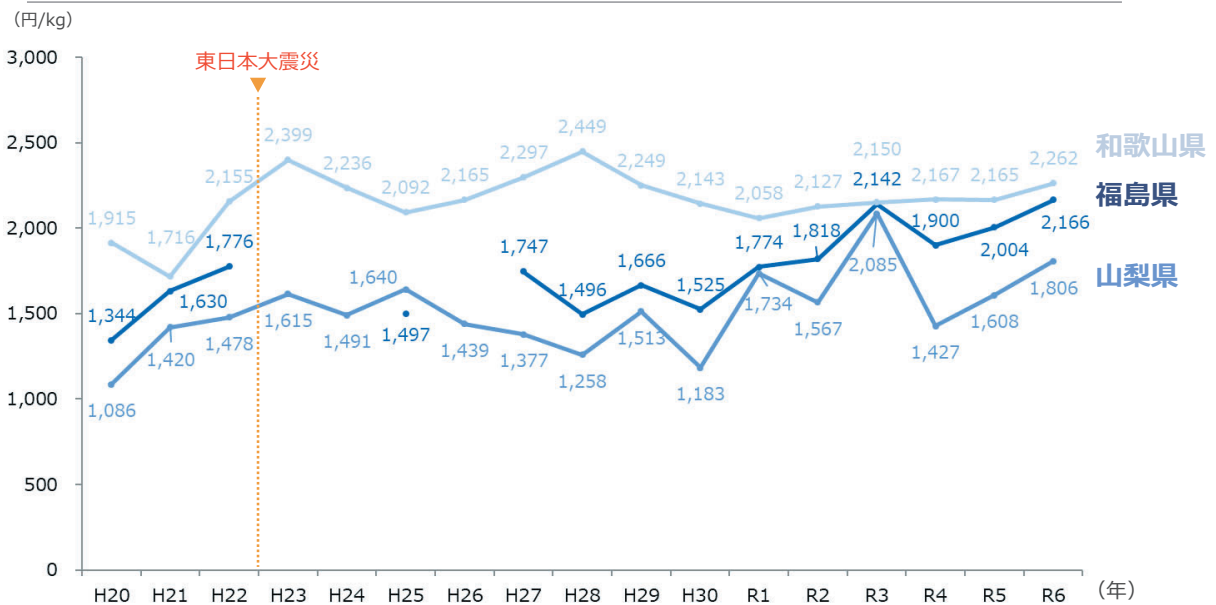
データ出所：大阪市中央卸売市場「市況情報」

359

大阪市中央卸売市場における福島県産あんぼ柿の単価の推移(12月)

大阪市中央卸売市場における12月の福島県産あんぼ柿の平均単価は、平成25年を除き、震災前と同様に山梨県産より高く、和歌山県産より低い水準で推移している。

大阪市中央卸売市場における福島県産及び競合県産の平均単価(12月)

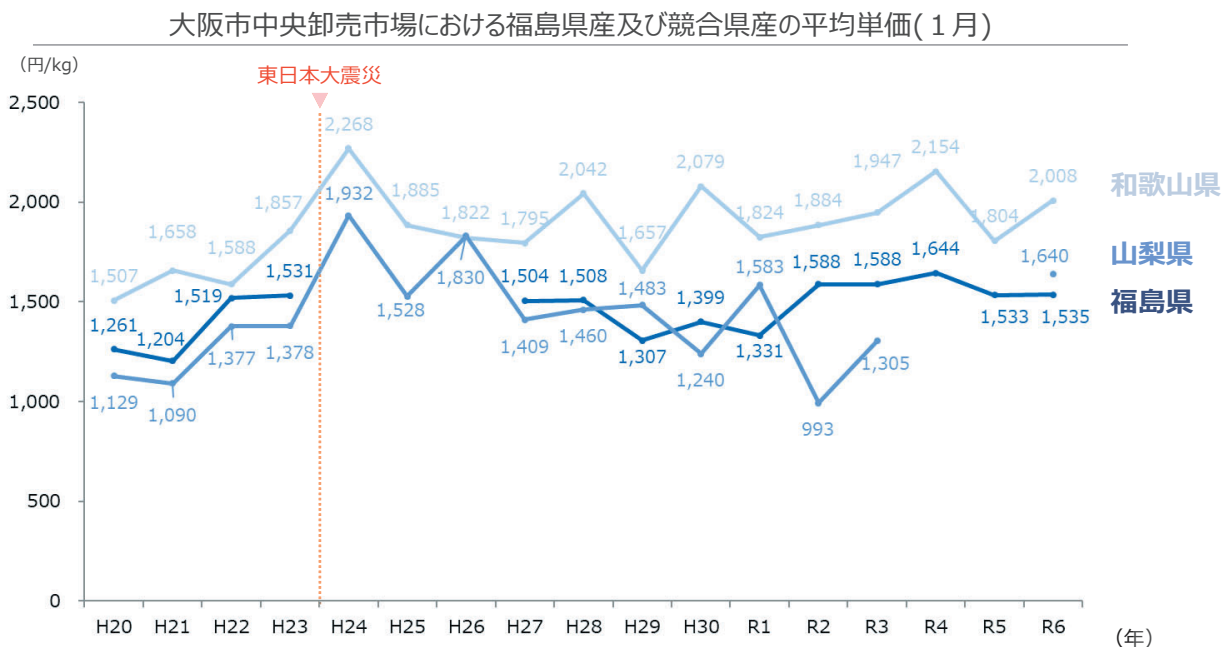


データ出所：大阪市中央卸売市場「市況情報」

360

大阪市中央卸売市場における福島県産あんぽ柿の単価の推移(1月)

大阪市中央卸売市場における1月の福島県産あんぽ柿の平均単価は、出荷が再開された平成26年以降も、震災前と同様に和歌山県産より低い水準で推移している。

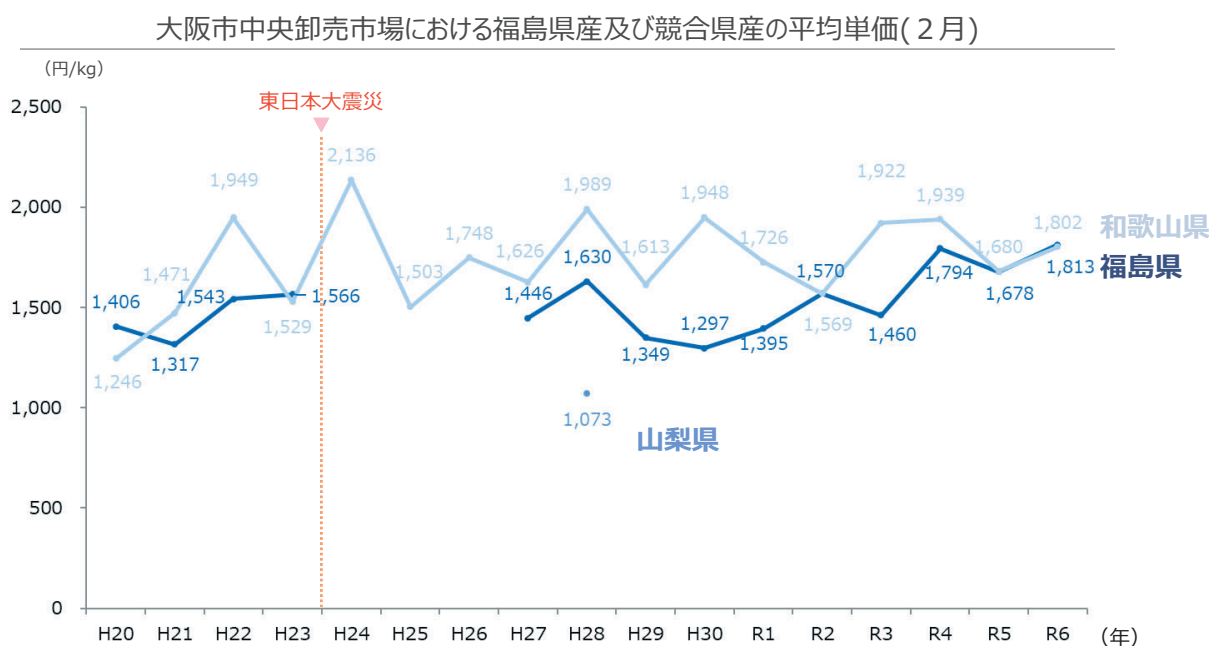


データ出所：大阪市中央卸売市場「市況情報」

361

大阪市中央卸売市場における福島県産あんぽ柿の単価の推移(2月)

大阪市中央卸売市場における2月の福島県産あんぽ柿の平均単価は、平成27年以降も震災前と変わらず和歌山県産より概ね低い水準で推移していたが、令和6年に和歌山県産をわずかに上回った。

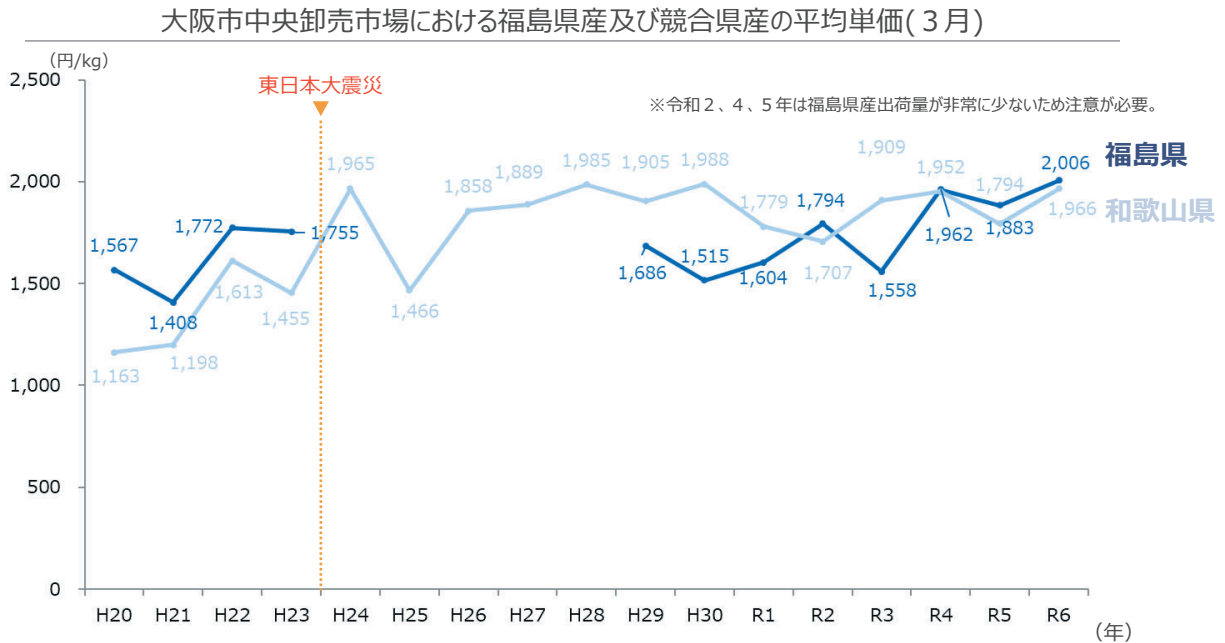


データ出所：大阪市中央卸売市場「市況情報」

362

大阪市中央卸売市場における福島県産あんぽ柿の単価の推移(3月)

大阪市中央卸売市場における3月の福島県産あんぽ柿の平均単価は、震災前は和歌山県産よりも高かったが、震災後に出荷を再開してからは和歌山県産を下回ることが多くなった。令和4年以降は再び和歌山県産をわずかに上回っている。



データ出所：大阪市中央卸売市場「市況情報」

363

福島県産あんぽ柿（干し柿）の出荷量・市場価格の推移

東京都中央卸売市場、大阪市中央卸売市場における福島県産あんぽ柿（干し柿）のシェア及び価格の推移の状況は以下のとおり。

各市場におけるシェア・価格の推移

東京都中央卸売市場	シェアの推移	<ul style="list-style-type: none"> 福島県産干し柿のシェアは、12月は長野県産に次いでシェア2位であるが、1月～3月は総じてシェア1位で推移している。 12月は震災前後で変わらずシェア1位は長野県産であり、そのシェアは上昇傾向にある。1月～3月は震災後に福島県産の取扱いが大きく減少し、長野県産とシェアが逆転したが、1月・2月は平成28年以降、3月は平成30年以降、総じて福島県産がシェア1位となっている。
	価格の推移	<ul style="list-style-type: none"> 12月～3月の福島県産干し柿の平均単価は、震災前後で変わらず総じて競合県産より低い水準である。1月の福島県産干し柿の平均単価は震災後に、山梨県産と価格ポジションが逆転している。
大阪市中央卸売市場	シェアの推移	<ul style="list-style-type: none"> 12月～2月は、福島県産あんぽ柿は競合産地である和歌山県産のシェアを上回りシェア1位であるが、3月は和歌山県産がシェア1位の傾向にある。 シェア1位に戻った12月～2月を含め、福島県産の出荷量は、震災前の水準まで回復していない。
	価格の推移	<ul style="list-style-type: none"> 12月・1月の福島県産あんぽ柿の平均単価は、総じて和歌山県産より低い水準で推移している。震災後、2月・3月は和歌山県産の平均単価を福島県産が下回っていたが、近年わずかに福島県産が上回っている。

364

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

概要

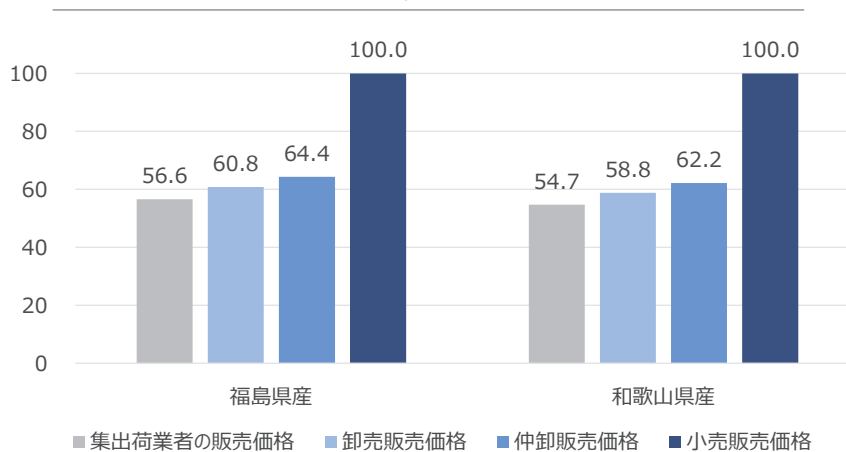
概要・目的	<ul style="list-style-type: none"> 取引段階ごとの取引価格、販売価格に係る情報を収集し、価格形成の実態を把握する。 他県産の同品目についても調査の上、比較分析を行う。
対象商品	<ul style="list-style-type: none"> 化粧箱またはトレーで包装されたあんぼ柿
対象期間	<ul style="list-style-type: none"> 期間：令和7年12月～令和8年1月
調査ルート	<ul style="list-style-type: none"> 首都圏の小売業者へ流通するルート：1ルート <ul style="list-style-type: none"> このルートでは競合県産の価格データも収集。 福島県内の小売業者へ流通するルート：1ルート 関西の小売業者へ流通するルート：1ルート

365

あんぼ柿の価格形成事例 1

- 首都圏の小売業者が扱うあんぼ柿の事例。
 - 福島県産と和歌山県産で価格形成を比べると、集出荷業者の販売価格、卸売販売価格、仲卸販売価格における価格形成は、各段階で同等の-marginがのせられており、両者で違いは見られなかった。
 - 小売業者によれば、福島県産の方が仕入れ値が高い理由は2つあり、①福島県産は「蜂屋」という差別化が図れる干し柿専用の品種であること、②福島県産は1パック200～230gに対して、和歌山県産は150gであることである。

あんぼ柿の価格形成事例 1

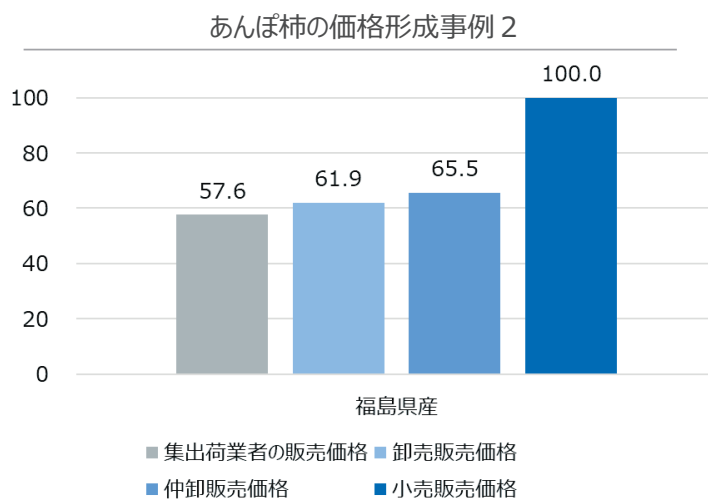


※数値は小売販売価格を100とした指数。

366

あんぽ柿の価格形成事例 2

- 福島県内小売業者が扱う年末贈答用あんぽ柿の事例。
 - この小売業者では、卸売市場経由で贈答用あんぽ柿を仕入れている。
 - 卸売市場流通であるが、セリのように日々の値決めをしているわけではなく、事前に卸売業者・仲卸業者・小売業者で協議して価格を決定している。
 - 卸売業者は生鮮果実と同様の委託手数料率 7% で販売。

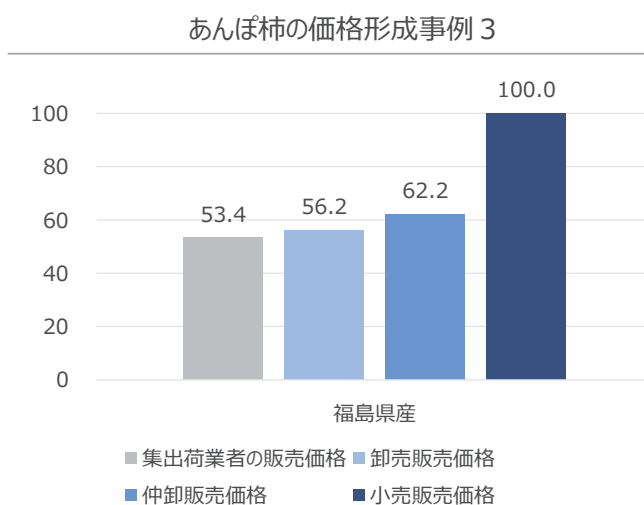


※数値は小売販売価格を100とした指数。
※数値は3商品を調査した結果の平均値。

367

あんぽ柿の価格形成事例 3

- 関西の小売業者が扱うあんぽ柿の事例。
 - 産地から関西の卸売市場を経由して、小売業者に流通する事例。
 - 昨年の9月以降、生育不良等で果物全体的に相場高となった流れで、果物全体の売れ行きが悪くなり、結果1月末のあんぽ柿の相場が下がり、昨年度より集出荷業者の販売価格は低めとなった。
 - また、物価高騰による消費者の買い控えもあり、相場が下がっているとのこと。



※数値は小売販売価格を100とした指数。
※本取引における一般的な取引価格として聴取した値。

368

福島県産と競合県産のあんぽ柿で価格形成を比較した事例では、集出荷業者の販売価格、卸売販売価格、仲卸販売価格における価格形成は、各段階で同等のマーゲンのせられており、両者で違いは見られなかった。

- 産地比較を行った事例の小売業者は、産地によらず同等の販売価格を設定していたが、原料となる柿の品種や1個あたりの量目の違いから、競合県産のあんぽ柿と仕入れ値が異なっていた。
 - 調査した事例では、福島県産は「蜂屋」という差別化が図れる干し柿専用の品種であることや競合県産よりも1パックあたりの量目が多い為、多少小売業者の仕入れ値が高くなっていた。
 - 一方で、産地収入、卸売販売価格、仲卸販売価格における価格形成は、各段階で同等のマーゲンのせられており、両者で違いは見られなかった。
- 贈答用商品では価格を固定している取引事例が見られた。
 - 事例2は年末の贈答用あんぽ柿の事例であり、いずれも流通段階ごとの取引価格や小売販売価格をシーズン中一定としていた。

ヒアリングの実施状況

主に福島県産の取扱状況、価格差の要因、市況等について、福島県内・県外の事業者の計8件にヒアリングを行った。

調査方法	● 訪問によるヒアリング
調査時期	● 令和7年7月～8月
対象品目	● あんぽ柿
ヒアリング対象者	● 生産団体 : 4件 (以下、生産団体A、B、C、D) ● 卸売業者 : 3件 (以下、卸売E、F、G) ● 仲卸業者 : 1件 (以下、仲卸H)
ヒアリング内容	● 福島県産の取扱状況、価格差の要因、市況等

ヒアリング結果（単価向上に向けた課題）

福島県産が単価を上げる上では、需要期に出荷ができていない点や他の干し柿よりも消費期限が短い点が課題という意見があった。ただし、前提としてあんぽ柿と他の干し柿は別物であるため、価格を比べることはできないという指摘があった。

ヒアリング結果

需要期に出荷できていない点	<ul style="list-style-type: none">福島県産は機械乾燥ではなく自然乾燥であるが、温暖化が進んでおり、年内に自然乾燥させるのはだんだんと難しくなっていると思う。年末は大玉化粧箱の需要が強いが、乾燥が間に合わず需要期に出荷できないとなると、価格は上がらない。1月、2月に出荷がずれるほど単価は取りにくくなる。（卸売E）年内は化粧箱といった贈答需要が高く、年内出荷の方が単価が高くなる。年明け以降は、あんぽ柿自体の需要が落ちるため、相場価格は落ちる。長野県産（市田柿）は化粧箱での出荷が多く、単価高に繋がっていると思う。また、全体の7割が年内出荷、残りは1～2月の出荷であり、需要期に販売ができています。（卸売F）<ul style="list-style-type: none">ふくしま未来の「あんぽ工房みらい」の施設乾燥によって出荷時期を早められるのであれば、現在の1月上旬中旬の出荷ピーク時の数量を減らし、年内出荷比率を高めてもらいたい。（卸売F）また、いちごは年内の単価が高いが、年明けは安くなり、あんぽ柿の競合品目になる。そういった状況を考慮すると、年内出荷を増やした方が良いと思う。（卸売F）
消費期限が短い点	<ul style="list-style-type: none">福島県産は山梨県産あんぽ柿に需要を取られているというより、枯露柿系に取られている印象がある。枯露柿とあんぽ柿では、消費期限が異なり、長野県・山梨県産は枯露柿系なので消費期限が長い。消費期限が長い方が小売店でも取り扱いやすく、その消費期限の違いがあんぽ柿の取扱いの難しさにつながっていると思う。（卸売E）



生産団体A

あんぽ工房みらいは生産者が労働力を必要とする乾燥や袋詰め等の作業をサポートしているが、年々利用者が増え、キャパオーバーの状態。

371

ヒアリング結果（販売における取組）

福島県産あんぽ柿の販売における取組として、購買層の中心である高齢者の更なる需要開拓の取組や、ニーズにあわせた販売の工夫が挙げられた。

ヒアリング結果

高齢層の消費者の更なる需要開拓	<ul style="list-style-type: none">あんぽ柿の認知度はそこまでない。ターゲット層を再度検討したり、これまであんぽ柿を購入してきた消費者（主に高齢層）1人あたりの購入量を増やすための取組をしたりした方が、あんぽ柿の消費量が増えるのではないかなと思う。（卸売F）
ニーズにあわせた販売の工夫	<ul style="list-style-type: none">ブルーベリー・いちじくといったドライフルーツは売れ行きが良いが、あんぽ柿が売れないのは、価格の高さもあると思う。パックあたりの容量も適切かどうかを考える必要があるかもしれない。（卸売E）昨年度、福島県の事業の一環で若年層向けの新パッケージで販売をしたが、売れなかった。ただし、パッケージを変えると新たな消費者が手に取る可能性もあるため、パッケージデザインの変更有無を引き続き検討していくことは、意味がある。（卸売G）



生産団体A

「伊達のだんごの日」の記念日（12月、1月、2月の13日）にイベントをし、店頭で食べてもらう等のPRをしている。また、あんぽ柿と干し柿の違いを伝えながら、認知度向上の取組や消費者があんぽ柿に触れる機会を増やしていきたい。

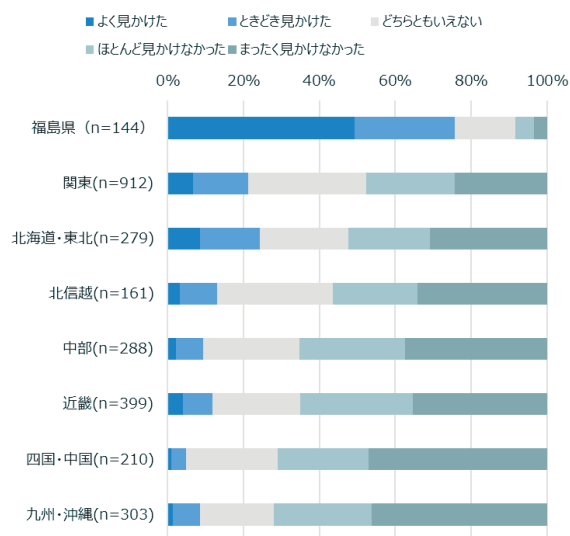
372

5. 福島県産品に対する認識

福島県産あんぼ柿を見た経験と購入経験（消費者アンケート）

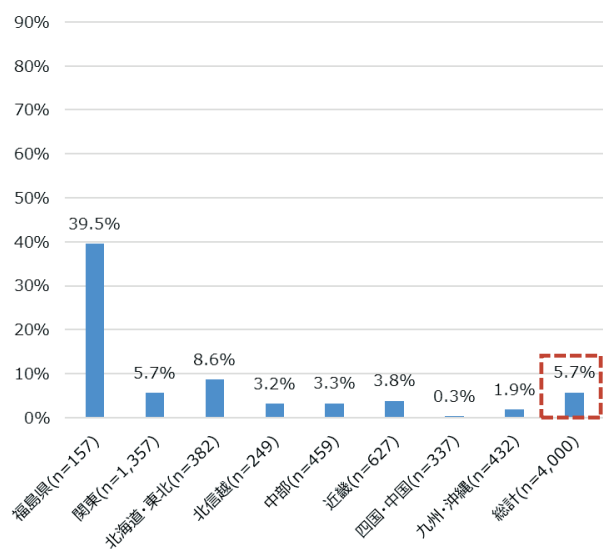
福島県産あんぼ柿を店頭でよく見かけた人の割合は、福島県が最も高く、他の地域では10%に満たない。福島県産あんぼ柿を購入したことがあると認識している人の割合も福島県が最も高く、全国では5.7%であった。

福島県産あんぼ柿を店頭で見かけたか



※過去1～2年に、店頭で福島県産あんぼ柿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。

福島県産あんぼ柿の購入経験率

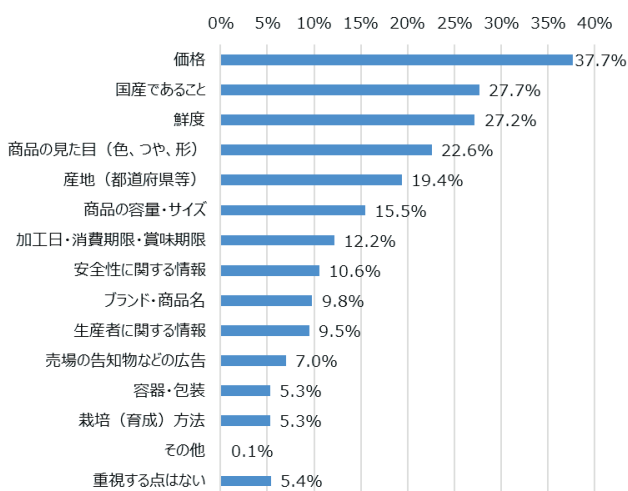


※購入経験率=1度でも購入したことがある人数/回答者数
※記憶に関する質問であるため、産地を認識せず買っていれば購入経験なしとなる。

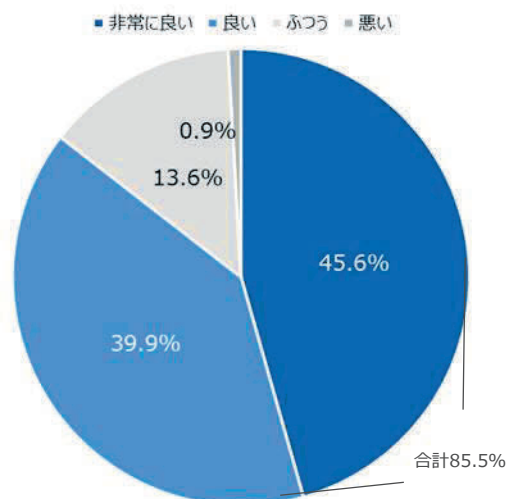
あんぽ柿購入時の重視点と福島県産あんぽ柿の購入者の評価（消費者アンケート）

福島県産に限らずあんぽ柿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。福島県産あんぽ柿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85.5%であった。

あんぽ柿購入時の重視点（n=885、複数回答）



福島県産あんぽ柿の購入者の評価（n=228）



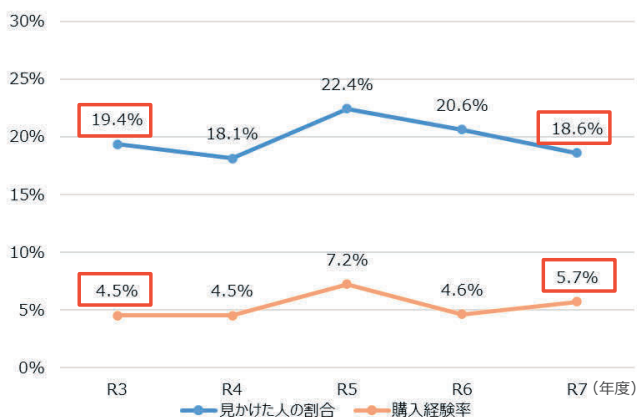
※あんぽ柿購入時の重視点は、福島県産に限らない質問。
※月に1回以上あんぽ柿を購入している回答者のみに尋ねた質問。

※福島県産あんぽ柿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」は回答者なし。

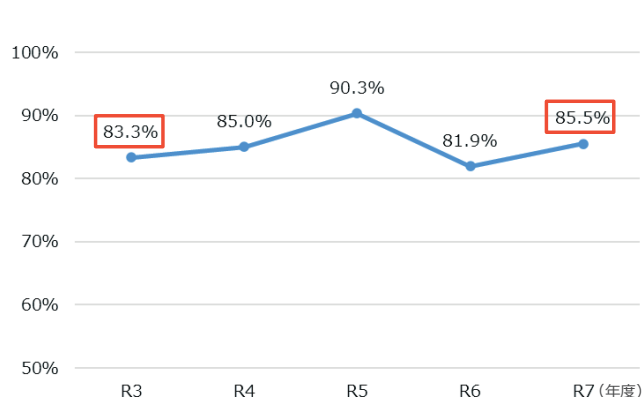
福島県産あんぽ柿を見た経験、購入経験と購入者の評価（消費者アンケート・経年比較）

令和3年度と令和7年度を比較すると、福島県産あんぽ柿を店頭で見かけた人の割合は0.8%下降、購入経験率は1.2%上昇し、福島県産あんぽ柿の評価として「非常に良い」または「良い」と回答した人の割合は2.2%上昇した。

福島県産あんぽ柿を見かけた人の割合、購入経験率



福島県産あんぽ柿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、店頭で福島県産あんぽ柿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R3:7,177、R4:3,093、R5:2,624、R6:2,376、R7:2,696。
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買え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。

※福島県産あんぽ柿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R3:493、R4:247、R5:289、R6:182、R7:228。

6. 調査のまとめ

377

調査のまとめと今後の方向性の案（あんぽ柿）

福島県産あんぽ柿に関する調査により明らかになったこと、それにより考えられる今後の方向性は以下のとおりである。

調査で明らかになったこと

- 東京都中央卸売市場における福島県産干し柿の取引価格は、震災前は全国平均とほぼ同程度の価格であったが、近年は全国平均を下回る水準で推移している。
- 事業者ヒアリングにおいて、福島県産が単価を上げる上では、需要期である年内に出荷ができていない点や他の干し柿よりも消費期限が短い点が課題という意見があった。
- 生産者アンケートにおいて、あんぽ柿生産者は60代以上が7割以上を占めており、高齢化が進んでいる。販売単価についてはあんぽ柿生産者の2割以上、経常利益については4割以上が10%以上減少したと回答した。
- 福島県産あんぽ柿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年間で横ばい傾向である。

残った課題・今後の方向性

- 競合産地は機械乾燥を用いて出荷時期を調整している一方、福島県産は自然乾燥が多く、出荷時期の調節が困難であり、需要のピークが過ぎてから出荷がピークとなる傾向がある。
- 市田柿といった他の干し柿よりもあんぽ柿の賞味期限は短く、販売期間が短い。
- 基幹施設での出荷サポートや機械乾燥の導入により、単価向上が期待できる年内の出荷量を増やす等により、出荷ピークをならすとともに出荷量、品質の安定を検討する必要がある。
- 品質を変えずに賞味期限が延長できる技術の開発や、長期的にあんぽ柿を販売・消費できる方法を検討する必要がある。

378