
10 品目別調査結果 ヒラメ

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

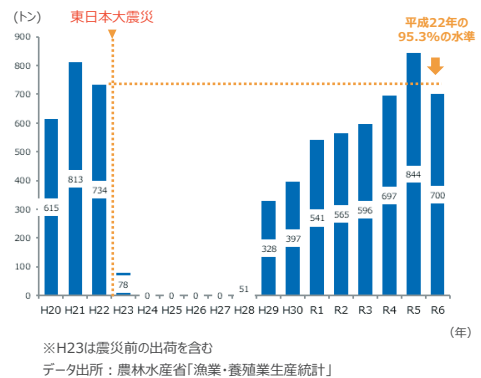
出荷段階

- 福島県におけるヒラメの漁獲量は、震災直後、大幅に減少した後、漁獲がない状態で推移したが、令和6年は震災前の平成22年の95.3%となった。
- 漁獲量のシェアは、震災後に茨城県産や千葉県産、宮城県産を下回るようになったが、平成30年に茨城県産と千葉県産を、令和3年には宮城県産を上回った。令和6年は震災前と同水準の10.8%まで上昇した。

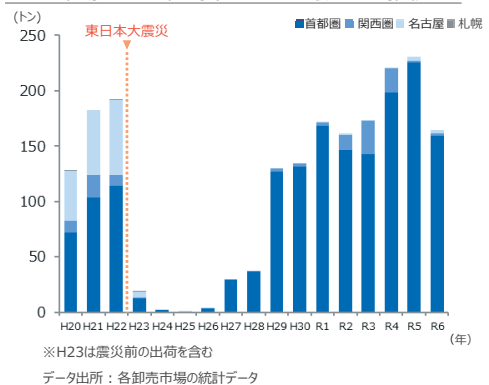
卸先段階

- 首都圏の市場、特に東京都中央卸売市場では、年間を通して福島県産のヒラメが流通している状況であった。
- 東京都中央卸売市場における5月の福島県産ヒラメのシェアは、平成28年6月に出荷制限解除されて以降、順調に漁獲量が増加したことにより拡大し、令和2年には宮城県産、令和4年には青森県産を上回り、近年では震災以前よりも高い水準で移行している。

福島県におけるヒラメの漁獲量の推移



各市場における福島県産ヒラメの取扱量の推移



2. 各取引段階の“価格”の変化

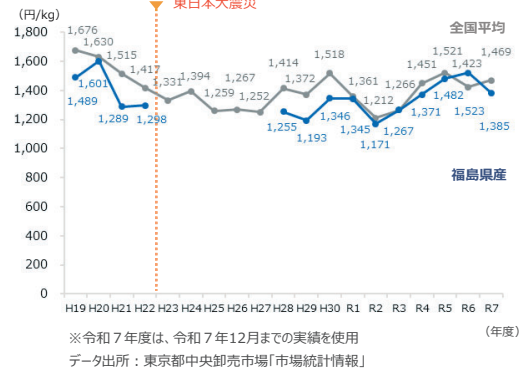
市場における状況

- 東京都中央卸売市場での福島県産ヒラメの取引価格は、試験操業で出荷が再開された平成28年度以降、概ね震災前の平成22年度より高い価格水準で推移している。
- 全国平均に対する福島県産の価格ポジションは令和元年度にほぼ全国平均並となって以降、全国平均並み～僅かに低い水準で推移し、令和6年度に回復したが、令和7年度は全国平均よりも5.7%下回った。

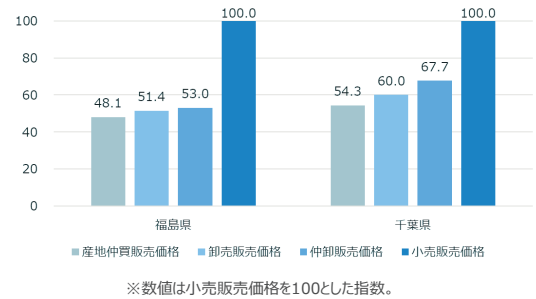
個別事例における状況

- 福島県産を販売している小売業者とその納入先から価格を入手した。
- 福島県産と千葉県産を比較すると、産地仲買販売価格、卸売販売価格、仲卸販売価格は福島県産よりも千葉県産の方が高かった。
- 一方で、小売販売価格は福島県産と千葉県産で同一であった。

東京都中央卸売市場における平均単価の推移



ヒラメの価格形成事例

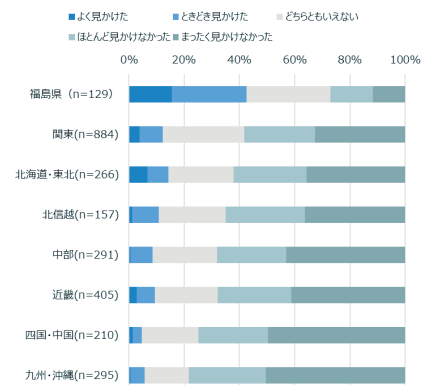


3. 福島県産品に対する認識

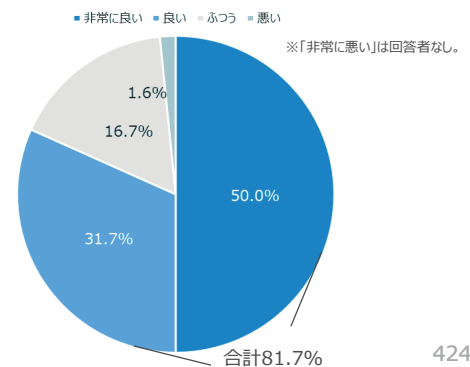
消費者の反応

- 福島県産ヒラメ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%に満たない。
 - 福島県産ヒラメ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3.2%であった。
- 福島県産ヒラメ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81.7%であった。

福島県産ヒラメを店頭で見かけたか



福島県産ヒラメ購入者の評価 (n=126)



2. 調査実施概要

425

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、消費者の福島県産ヒラメ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、事例を分析する。 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 卸売市場データ 	<ul style="list-style-type: none"> 全国の消費者（4,000人） 	<ul style="list-style-type: none"> 小売業者に流通するヒラメ 福島県産以外に他県産も扱う事業者を対象に含める。
調査内容	<ul style="list-style-type: none"> 福島県産ヒラメの出荷量 卸売市場における取扱量と、競合都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都県産品との比較 	<ul style="list-style-type: none"> 福島県産ヒラメを店頭で見かけた経験 福島県産ヒラメの購入経験 ヒラメ購入時の重視点 福島県産ヒラメの評価 	<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>

426

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

- 農林水産省「漁業・養殖業生産統計」
- 首都圏・関西圏・名古屋・札幌の各市場の統計データ

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

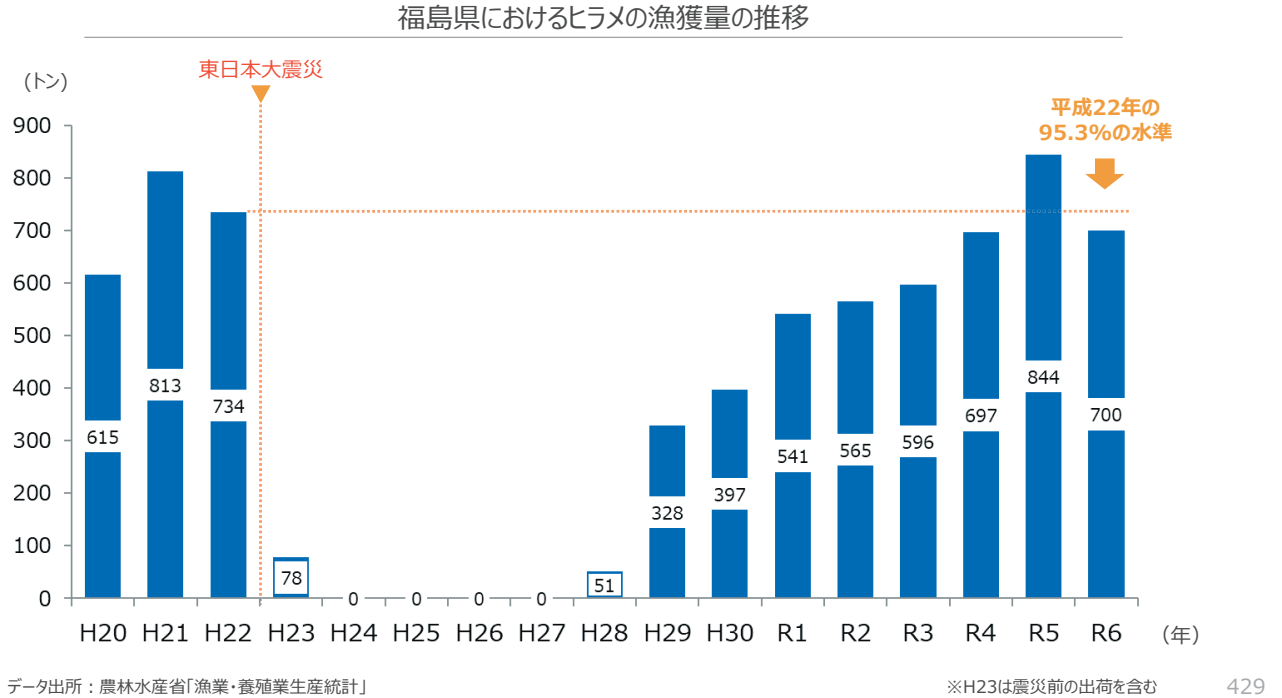
- 首都圏の小売業者へ流通するルート：1ルート
 - このルートでは競合県産の価格データも収集。
- 福島県内の小売業者へ流通するルート：2ルート
 - うち1ルートは競合県産の価格データも収集。

※追跡調査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を受領。 427

3. 各取引段階の“量”の変化

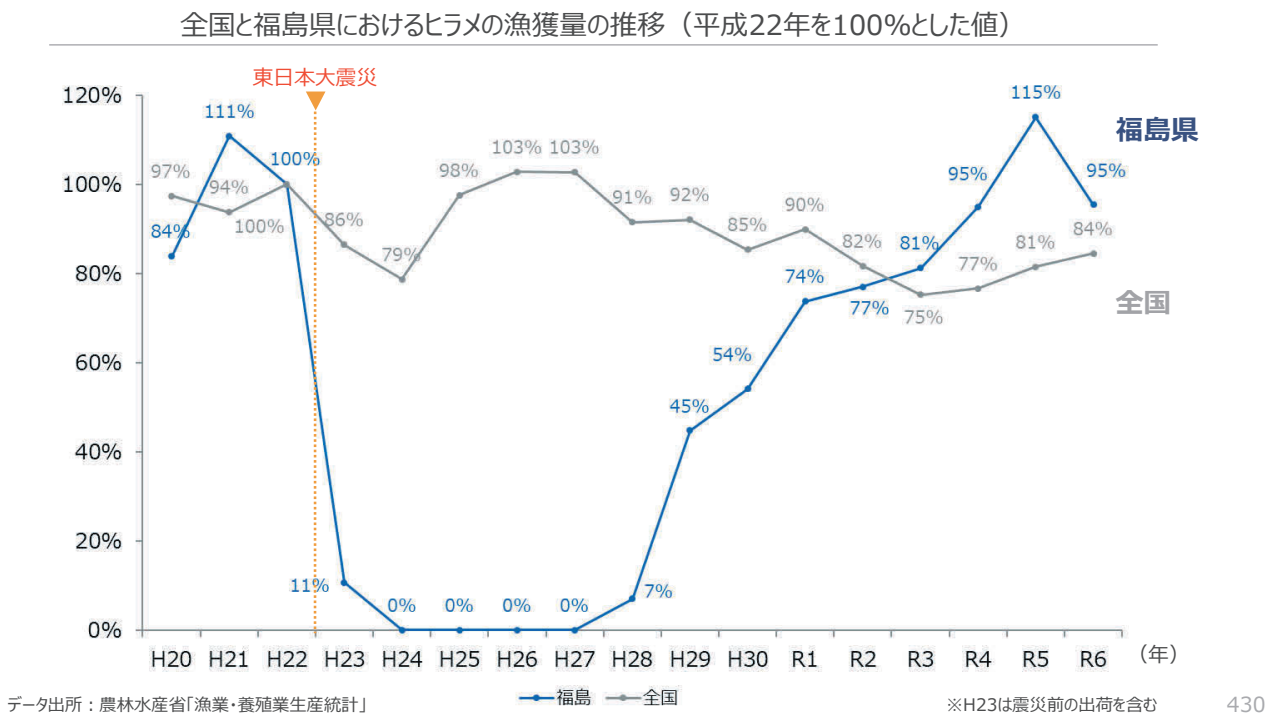
福島県産ヒラメの漁獲量の推移

福島県におけるヒラメの漁獲量は、震災後、平成24年6月から出荷制限により、漁獲がない状態で推移したが、平成28年6月の出荷制限解除後から順調に漁獲量を伸ばし、令和6年は震災前の平成22年の95.3%となった。



福島県産ヒラメの漁獲量の推移

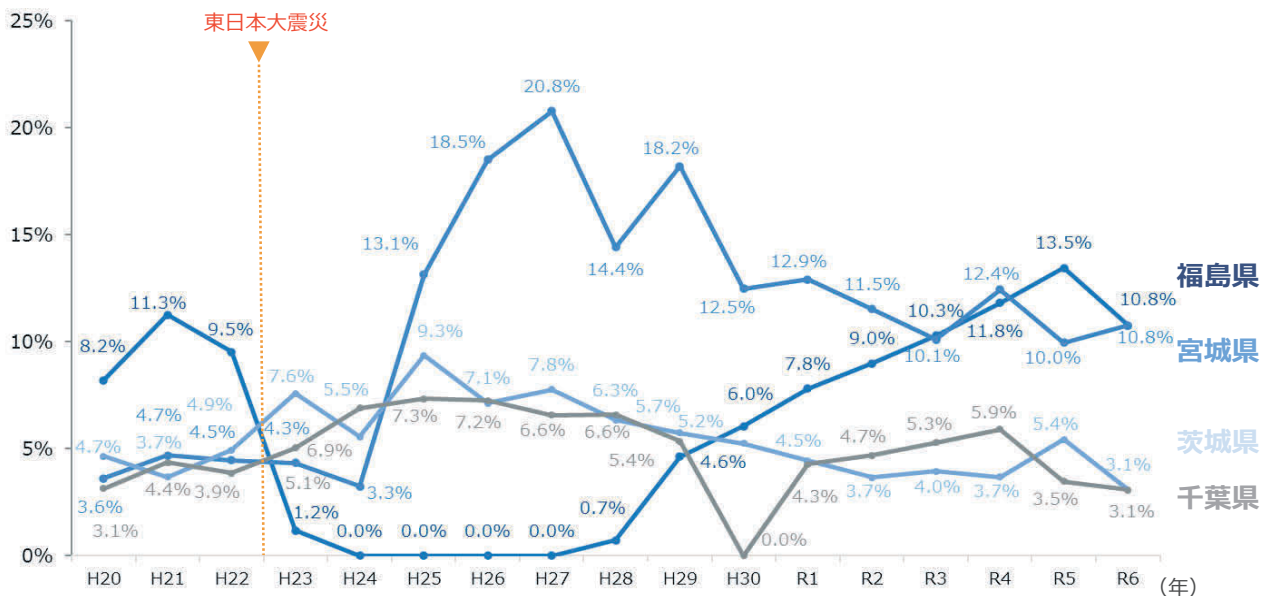
ヒラメの漁獲量について、震災前の平成22年を基準とした場合、令和3年以降、福島県のヒラメの漁獲量は全国を上回る水準を維持している。



福島県・宮城県・茨城県・千葉県におけるヒラメ漁獲量のシェアの推移

ヒラメの漁獲量において震災前に10%前後だった福島県産のシェアは、震災後、茨城県産や千葉県産、宮城県産を下回ったが、平成30年に茨城県産と千葉県産を、令和3年には宮城県産を上回った。令和6年は震災前と同水準の10.8%となった。

福島県・宮城県・茨城県・千葉県におけるヒラメ漁獲量のシェアの推移

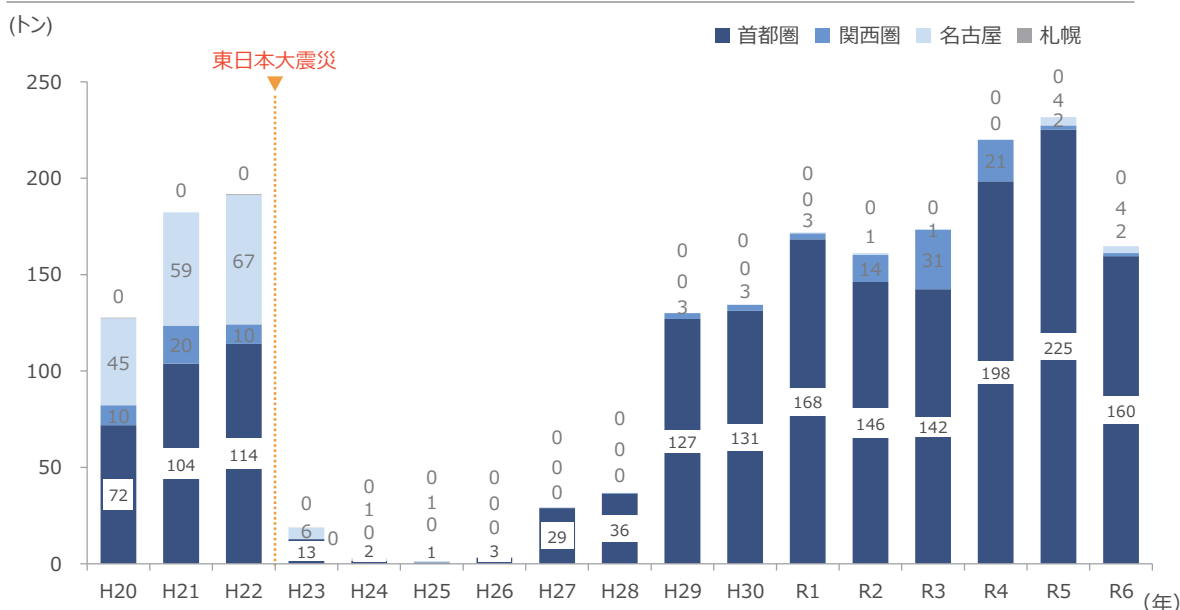


※ ヒラメは、平成28年6月に試験操業の対象魚種となり出荷が再開された。
 ※ H23は震災前のお荷を含む

各市場における福島県産ヒラメの取扱量の推移

震災以前、福島県産は首都圏・名古屋での取扱いが多かったが、平成28年の出荷制限解除後に、名古屋での取扱いがほぼなくなった。平成29年以降、首都圏の取扱量は震災以前の水準を上回っているが、令和6年は漁獲量の減少に伴い取扱量も減少した。

各市場における福島県産ヒラメの取扱量の推移



※ ヒラメは、平成28年6月に試験操業の対象魚種となり出荷が再開された。 ※ 数値ラベルは、下から首都圏、関西圏、名古屋、札幌の取扱量を表す。

各市場におけるヒラメの産地別（令和6年産・首都圏）

東京都中央卸売市場において、6月・7月・10月・11月を除き、福島県産ヒラメのシェアが3位以内であった。また、横浜市中央卸売市場では10月～12月を除き、福島県産ヒラメのシェアが3位以内であった。

各市場における産地別（令和6年産）

東京都中央卸売市場		各月で市場シェア1位～3位の順に ■ ■ ■ で色付け												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		
福島	21%	19%	15%	16%	17%	8%	10%	15%	13%	5%	7%	28%	131	
青森	13%	7%	7%	11%	25%	28%	38%	36%	39%	45%	52%	17%	253	
宮城	10%	12%	3%	15%	19%	31%	18%	13%	6%	7%	7%	17%	143	
東京	15%	12%	13%	10%	12%	10%	10%	9%	12%	15%	5%	13%	107	
北海道	7%	2%	2%	1%	5%	13%	17%	20%	23%	20%	20%	12%	107	
茨城	8%	13%	17%	13%	9%	2%	3%	4%	3%	1%	1%	6%	61	
総量	58	68	73	80	127	140	94	40	54	64	87	67		

横浜市中央卸売市場		各月で市場シェア1位～3位の順に ■ ■ ■ で色付け												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		
福島	32%	24%	23%	32%	38%	19%	13%	14%	12%	2%	5%	14%	29	
青森	6%	2%	1%	1%	8%	28%	24%	21%	39%	33%	41%	22%	25	
北海道	9%	8%	0%	0%	1%	15%	38%	35%	30%	52%	34%	16%	25	
宮城	4%	10%	6%	10%	18%	15%	6%	5%	2%	1%	1%	14%	12	
千葉	12%	14%	9%	10%	5%	15%	8%	6%	1%	0%	0%	4%	11	
茨城	13%	12%	13%	18%	16%	0%	1%	0%	2%	1%	1%	3%	10	
総量	11	12	12	11	18	19	17	6	9	7	11	6		

※福島県及び年間取扱量上位都県を表示。
※総量・合計の単位はトン。

データ出所：各卸売市場の統計データ

各市場におけるヒラメの産地別（令和6年産・関西圏）

大阪市中央卸売市場・京都市中央卸売市場においては、年間を通じて福島県産ヒラメの取扱いは僅かであった。

各市場における産地別（令和6年産）

大阪市中央卸売市場		各月で市場シェア1位～3位の順に ■ ■ ■ で色付け												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		
福島	1%	0%	0%	0%	5%	3%	1%	5%	10%	2%	0%	0%	1	
宮城	16%	8%	0%	19%	44%	39%	43%	7%	0%	0%	0%	0%	14	
青森	10%	0%	0%	2%	3%	21%	3%	1%	42%	81%	86%	33%	11	
鹿児島	20%	48%	50%	43%	16%	11%	1%	0%	0%	0%	7%	57%	10	
北海道	0%	0%	0%	0%	3%	17%	26%	46%	37%	13%	1%	0%	6	
長崎	33%	22%	15%	0%	6%	2%	8%	17%	9%	4%	0%	0%	4	
総量	2	3	3	4	8	14	8	1	2	2	4	3		

京都市中央卸売市場		各月で市場シェア1位～3位の順に ■ ■ ■ で色付け												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		
福島	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%	0%	0%	0	
青森	2%	1%	0%	1%	17%	34%	31%	12%	20%	27%	25%	14%	35	
北海道	18%	6%	5%	2%	10%	26%	21%	6%	19%	25%	21%	7%	31	
宮城	8%	15%	3%	12%	21%	18%	23%	15%	9%	6%	14%	10%	31	
兵庫	14%	10%	12%	20%	10%	6%	7%	25%	18%	13%	9%	12%	26	
香川	15%	8%	8%	9%	7%	5%	8%	33%	24%	18%	12%	13%	25	
総量	18	21	20	21	29	29	20	7	9	13	19	20		

※福島県及び年間取扱量上位都県を表示。
※総量・合計の単位はトン。

データ出所：各卸売市場の統計データ

各市場におけるヒラメの産地別シェア(令和6年産・その他)

**名古屋市中央卸売市場では、年間を通じて福島県産ヒラメの取扱いは僅かであった。
札幌市中央卸売市場では、年間を通じて福島県産ヒラメの取扱いは見られなかった。**

各市場における産地別シェア(令和6年産)

名古屋市中央卸売市場		各月で市場シェア1位～3位の順に ■ ■ ■ で色付け												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		
福島	1%	0%	1%	2%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	4	
宮城	15%	8%	3%	15%	33%	43%	32%	25%	24%	20%	29%	19%	150	
愛知	25%	24%	19%	13%	14%	10%	23%	42%	37%	29%	24%	17%	138	
兵庫	17%	21%	24%	22%	16%	9%	3%	6%	4%	2%	6%	24%	76	
三重	15%	19%	21%	15%	6%	5%	2%	3%	2%	2%	3%	11%	50	
北海道	9%	3%	1%	1%	3%	11%	18%	8%	12%	11%	2%	4%	47	
総量	42	40	46	51	56	84	64	47	46	54	47	46		

札幌市中央卸売市場		各月で市場シェア1位～3位の順に ■ ■ ■ で色付け												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		
福島	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0	
北海道	98%	98%	98%	99%	99%	100%	100%	99%	99%	100%	99%	94%	490	
愛媛	2%	2%	1%	1%	1%	0%	0%	1%	1%	0%	1%	6%	5	
福岡	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0	
青森	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0	
岩手	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0	
総量	32	24	20	20	54	106	63	29	41	52	29	25		

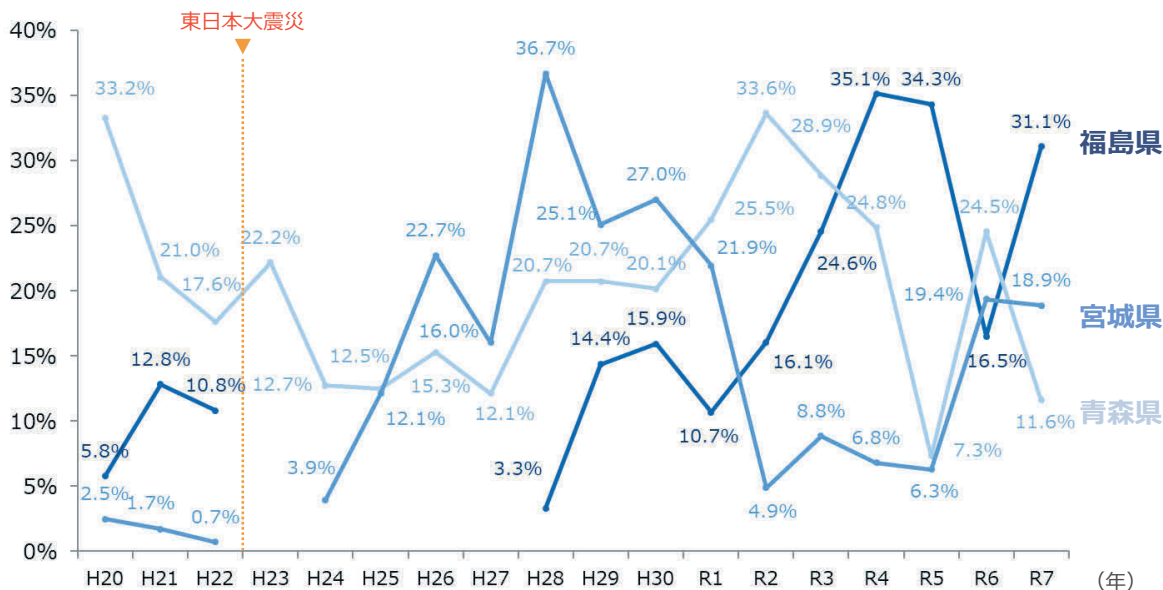
※福島県及び年間取扱量上位都県を表示。
※総量・合計の単位はトン。

データ出所：各卸売市場の統計データ

東京都中央卸売市場における福島県産ヒラメのシェアの推移

東京都中央卸売市場における5月の福島県産ヒラメのシェアは、平成28年6月の出荷制限解除後に試験操業が開始され拡大し、令和2年には宮城県産、令和4年には青森県産を上回った。令和6年には両県を下回ったが、翌年、再び両県を上回った。

東京都中央卸売市場における福島県産及び競合都県産のシェア(5月)



データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

※ヒラメは、平成28年6月に試験操業の対象魚種となり出荷が再開された。

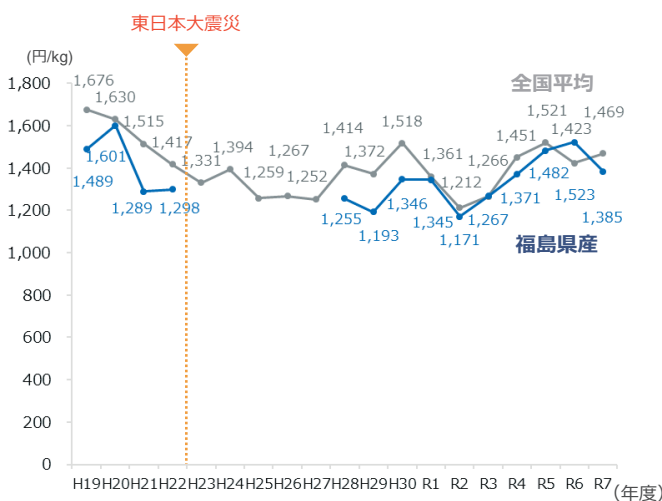
4. 各取引段階の“価格”の変化

437

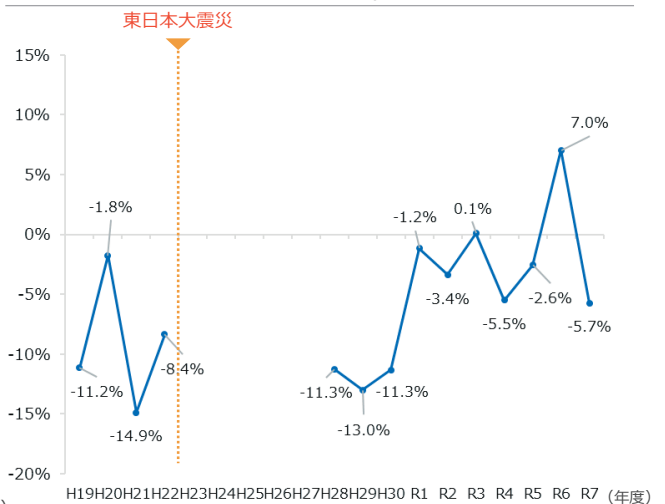
東京都中央卸売市場における福島県産ヒラメの価格の概況（全国平均との価格差）

東京都中央卸売市場における福島県産ヒラメの平均単価は、平成28年度の出荷再開時には全国平均より1割程度低かった。全国平均と福島県産の価格差は、令和7年度においては、福島県産が全国平均を5.7%下回った。

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。

※ 東日本大震災前の平成21年度と22年度にも、全国平均と比べて福島県産品の価格は低かった。平成21年度と22年度は、20年度と比べて東京都中央卸売市場における福島県産品の出荷が多く、シェアも高かった。

※ ヒラメは、平成28年6月に試験操業の対象魚種となり出荷が再開された。

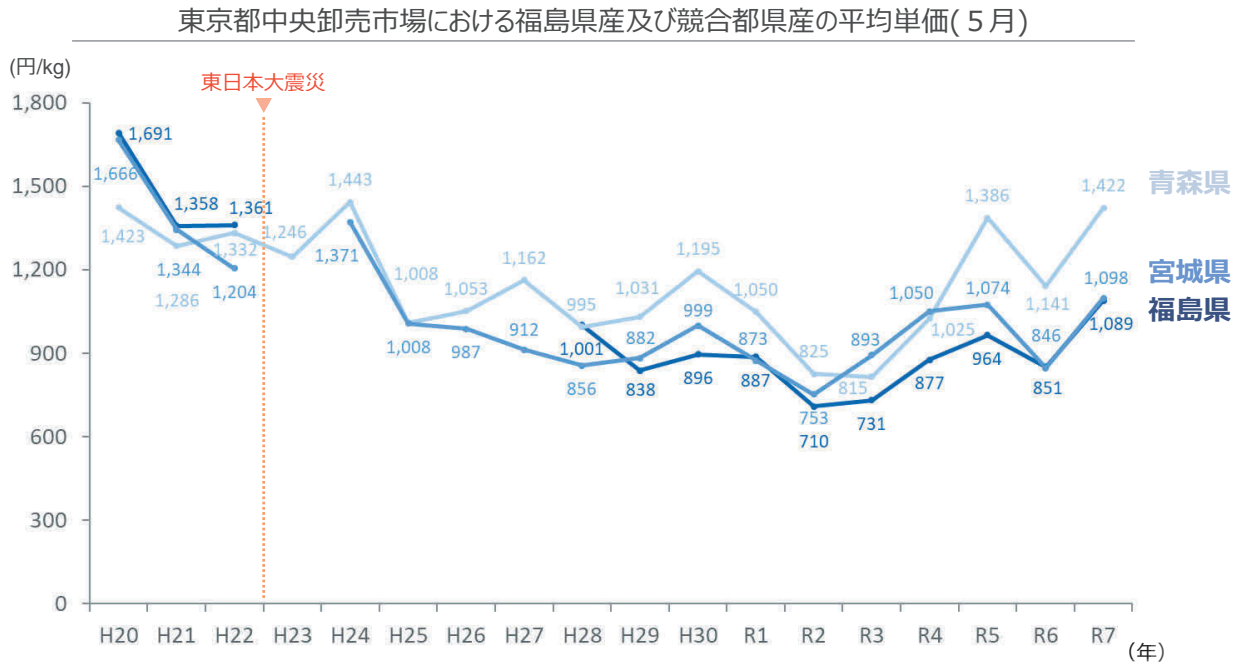
※ 令和7年度は、令和7年12月までの実績を使用。

データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

438

東京都中央卸売市場における福島県産ヒラメの価格の推移

東京都中央卸売市場における5月の福島県産ヒラメの平均単価は、震災以前は青森県産・宮城県産を上回っていたが、試験操業開始後は他産地より概ね平均単価が低い状態が継続している。



データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

※ ヒラメは、平成28年6月に試験操業の対象魚種となり出荷が再開された。

439

価格形成に関する事例調査(追跡調査)の概要

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

概要

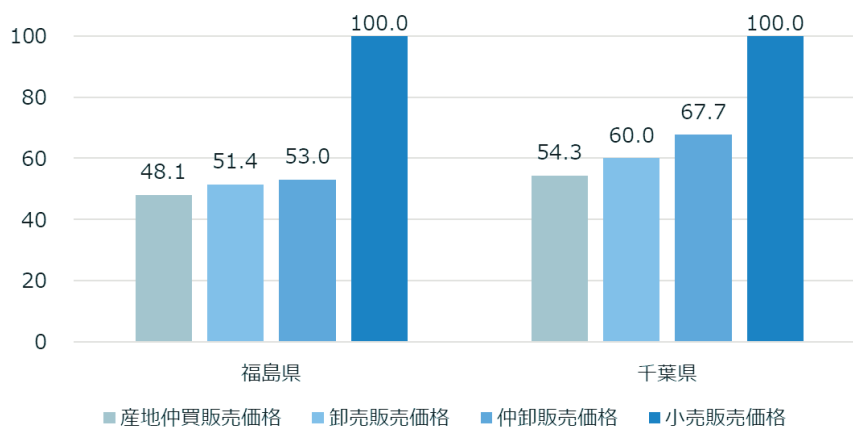
概要・目的	<ul style="list-style-type: none"> 取引段階ごとの取引価格、販売価格に係る情報を収集し、価格形成の実態を把握する。 他県産の同品目についても調査の上、比較分析を行う。
対象商品	<ul style="list-style-type: none"> 小売業者で丸魚、切り身または刺身として販売されたヒラメ
対象期間	<ul style="list-style-type: none"> 期間：令和8年1～2月
調査ルート	<ul style="list-style-type: none"> 首都圏の小売業へ流通するルート：1ルート <ul style="list-style-type: none"> このルートでは競合県産の価格データも収集。 福島県内の小売業へ流通するルート：2ルート <ul style="list-style-type: none"> うち1ルートでは競合県産の価格データも収集。

440

ヒラメの価格形成事例 1

- 福島県内の鮮魚チェーン店の事例。
 - 福島県産と千葉県産を比較すると、産地仲買販売価格、卸売販売価格、仲卸販売価格は福島県産よりも千葉県産の方が高かった。
 - ・ 千葉県産のヒラメは神経締めをしていたことで付加価値があり、福島県産より高値だったとのこと。
 - 一方で、小売販売価格は福島県産と千葉県産で同一の価格が設定されていた。

ヒラメの価格形成事例 1



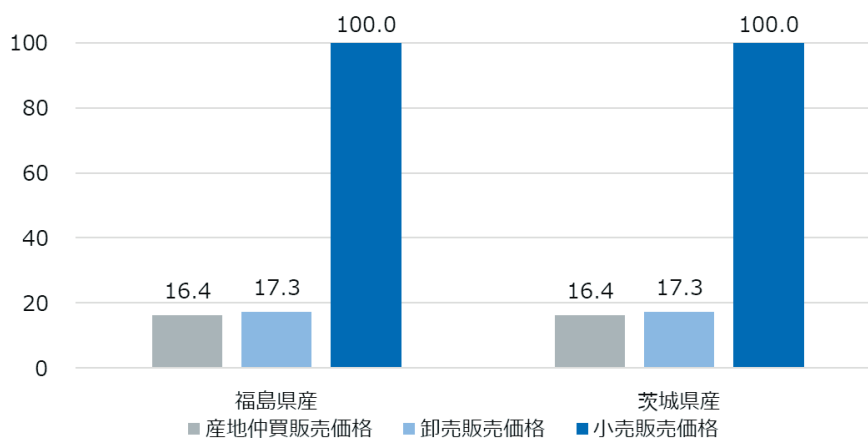
※数値は小売販売価格を100とした指数。

441

ヒラメの価格形成事例 2

- 首都圏を中心に全国展開している鮮魚チェーン店の事例。
 - 福島県産と茨城県産で価格形成を比べると、産地仲買販売価格、卸売販売価格、仲卸販売価格における価格形成は、両方で違いは見られなかった。
 - ・ 産地仲買販売価格は水揚状況等によって福島県産と茨城県産で異なる場合もあるが、調査時は同一の価格であった。
 - 小売業者が刺身用に加工しており、各店舗の賃料が発生するため小売業者のマージンが大きく設定されていた。
 - ・ 産地仲買販売価格は、卸売販売価格から委託手数料5.5%を差し引いた金額であった。

ヒラメの価格形成事例 2



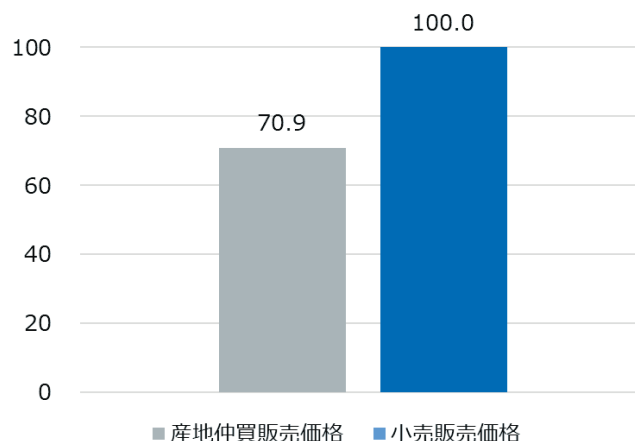
※数値は小売販売価格を100とした指数。

442

ヒラメの価格形成事例3

- 福島県内において、地元の漁港からヒラメを仕入れている鮮魚店の事例。
 - 時化による供給量不足により福島県産の引き合いが高まり、高値となった。そのため、昨年度調査よりも、小売販売価格に対する産地仲買販売価格の比率が高めとなっている。
 - 寒波で他産地の水揚げが無い時にも福島県内では水揚げがあり、特に東京市場からの引き合いが強かったとのこと。

ヒラメの価格形成事例3



※数値は小売販売価格を100とした指数。

443

ヒラメの価格形成事例分析のまとめ

調査をした首都圏の小売業者では、福島県産と競合県産のヒラメで明確な価格形成の違いは確認できなかった。

- 福島県内の小売業者の事例では、時化による供給量不足により福島県産の引き合いが高まり、高値となった。そのため、昨年度調査よりも、小売販売価格に対する産地仲買販売価格の比率が高めとなっていた。
- 首都圏に展開している小売業者の事例では、刺身向け等の加工を施すため、小売業者の-marginが高く設定されていた。
 - ただし、競合県産との間で、小売業者の-marginに目立った差はなかった。

444

福島県産水産物の現状及び水揚量拡大に向けた課題・意見等について、福島県内の水産事業者6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6月
対象品目	• 水産物全般（特にヒラメ、カレイ類、カツオ、シラス、トラフグ）
ヒアリング対象者	• 漁業協同組合 : 3件（以下、漁協A、B、C） • 産地仲買業者 : 1件（以下、産地仲買D） • 消費地卸売業者 : 2件（以下、卸売E、F）
ヒアリング内容	• 福島県産水産物の現状（漁獲状況、価格の状況）及び水揚量拡大に向けた課題・意見等

445

ヒアリング結果：漁獲状況

ヒアリング時の全体的な漁獲状況及び魚種ごとの漁獲状況は以下のとおり。近年は温暖化の関係で水揚げされる魚種や時期が変化しているという意見があった。

全体的な漁獲状況	<ul style="list-style-type: none">• 今年の4月～6月の水揚量、水揚金額は昨年同時期に比べてそれぞれ60トン程度、1億円程度プラスであり、昨年のスタートから比べれば良いスタートを切れていると思う。（漁協A）• 品目により増減は異なるが、令和6年は前年に比べ全体的にマイナスになっている。その理由の一つは、漁業者が少なく、水揚量が少ないことである。（漁協B）• 震災前はいつ、どのような魚種が獲れるのか分かっていたが、近年は温暖化の影響なのかいつ、どのような魚種が獲れるか分からない。また、昨年・一昨年は水揚状況が似通っていたが、今年はまた状況が違うようだ。（漁協A）
魚種ごとの漁獲状況	<ul style="list-style-type: none">• ヒラメは今年の4月後半～5月までは水揚量が多かったが、6月はようやく落ち着いている。去年の5月のヒラメの水揚量は38トンだったが、今年は105トンとかなり多い。（漁協A）• 昨年程ではないが、今年もヒラメの水揚量がそれなりにある。（漁協C）• ヒラメは今年の4～5月頭には豊富に獲れたが、4～5月と比べると6月は水揚量が落ち、市況も良くない。（産地仲買D）• ヒラメはGW明けに需要が落ち着き、価格は下落した。その後は水揚量が少なかったことで、市場価格は上昇した。（卸売E）• 水揚げされるカレイはほとんどがムシガレイで、その水揚量は増加している。（漁協C）• カレイ類全体的に特に今年は水揚量が少ない。（卸売E）• 近年カレイ類は水揚げされる魚種が減っており、現在はムシガレイが主力である。（卸売F）• 今年は沖合でカツオの水揚げがあまりない。（漁協B）• シラスについて、震災前は秋のみの水揚げであったが、震災後は春～秋に獲れるようになった。今年は、6月中旬より少し前の時期は水揚げがあったようだが、海水温の上昇で獲れなくなってしまったようだ。（漁協C）

446

ヒアリング時の魚種ごとの価格状況は以下のとおり。また、現在はALPS処理水放出の影響は特段ないという意見が多かった。

魚種ごとの価格状況	<ul style="list-style-type: none">福島県全体で水揚げがあったことで、5月頃にヒラメの価格が下がった。(漁協C)GW明けに需要が落ち着き、ヒラメの価格は下落した。その後は水揚量が少なかったことで、市場価格は上昇した。(卸売E)カレイ類全体的に水揚量が少ないことで高値になっている。(卸売E)他産地においてもカツオの水揚げが少ないので、カツオの単価は低いわけではないが、かといって高いわけではない。6月に初めてカツオの水揚げがあったが、キロ600~400円であった。(漁協B)トラフグの令和5年の水揚金額は1億3千万円、令和6年は1億2千万円である。令和6年に水揚金額が伸び悩んだ理由は、宮城県や千葉県でも水揚げがあり、思うような単価がつかなかったためである。また、値段がでない9月に乱獲するよりも値段がでる10月に水揚げするため、昨年からの水揚げ時期を9月から10月に変更した。(漁協A)水揚量が少ないため、シラスの価格は高値傾向である。(卸売F)タコは底引き網漁により水揚量が増えている。ポイルして保管できることもありタコは水揚量が多くても、単価は崩れない。(漁協A)ホッキ貝の価格は順調であり、6月時点でキロ600~700円くらいで推移している。(漁協A)
ALPS処理水放出の影響	<ul style="list-style-type: none">ALPS処理水の放出による影響はもう感じない。ALPS処理水の放出の件は、最近では話題にもあがらない。(漁協A)ALPS処理水の話は話題に挙がることもなく、現状特段影響はない。(漁協C)ALPS処理水放出の影響は、現状は特にない。(卸売E)

447

水揚量拡大に向けた意見として、販路拡大のために水揚量拡大を希望する意見もある一方で、価格の下落等、水揚量拡大に伴う懸念点が挙げられた。

水揚量拡大を希望する意見	<ul style="list-style-type: none">漁協としては、水揚量があるに越したことはない。漁協として水揚げがあった分をカバーできる販売先を提供することが第一優先である。(漁協A)がんばる漁業復興支援事業の目標の達成のために、底曳き網漁業での水揚量を年々増やしていきたい。そのためには、出漁日数や回数を増やす必要があると思う。(漁協C)販売先からの意見としては、福島県産を「毎日水揚げをしてもらいたい」という声が多い。(産地仲買D)販路拡大をしようと思っても、現状は十分な水揚量が無い。水揚量が増えれば、販路を増やせる可能性はあると思う。(卸売E)自社は水揚量が増えてもさばくことができる程の販売力を持っているので、水揚量を増やしてほしい。(卸売F)
水揚量拡大に伴う懸念	<ul style="list-style-type: none">沿岸の漁業者が弱体化しており、大型漁船をあてにしている状況である。水揚量を増やすには、大型漁船による水揚量を増やすしかない。しかし、300トンキャパオーバーなどの大漁であれば、漁業者はそれをさばける購買力のある漁港に揚げてしまう懸念がある。(漁協B)震災直後は福島県で営業ができないので、他県で営業する産地仲買がいたり、取引先が福島県から他県に代替する中、産地仲買をはじめとした各事業者は努力が必要だったと思うが、販売先はどんどん増えている。水揚量を拡大した場合、販売先は増えているので、数量はさばけると思うが、単価は維持できなくなると思う。ただ、漁業者の中には水揚量拡大に際して、ある程度単価が下がることに納得している者もいる。(漁協A)水揚量が増えたとき、増加量にもよると思うが、漁業者は価格の下落を心配すると思う。自社としては、増加した水揚量の全てを販売できるかどうかは分からない。取り扱いできる数量に限りが出てくると思う。(産地仲買D)

448

水揚量拡大及び漁業持続に向けた課題として後継者不足や漁業者の高齢化、物流問題、入会協定の交渉状況、魚種の変化等に関する課題が挙げられた。

後継者不足・漁業者の高齢化	<ul style="list-style-type: none"> 刺し網船には若い漁業者はいない。また、沖合底曳き漁をする漁協者は2名しかない。もともと3名いたが、1名は昨年廃業した。後継者がおらず、底曳き船を営む漁業者が少ない。（漁協B） 組合員の高齢化と船の老朽化が課題である。船は補助金が無いと作れない程、造船コストが高騰しており、高齢の漁業者は費用に苦労してまで新しく造船しない。（漁協C）
物流問題	<ul style="list-style-type: none"> 漁獲量を増やしていく中で、受け入れ側（水揚げ以降）の体制も整えなければならない。人手不足や働き方改革による輸送時間の制限があり、体制を整えないまま漁獲量が増えると当日輸送間に合わなくなってしまう。（漁協C）
入会協定の交渉状況	<ul style="list-style-type: none"> 漁業持続に向けた課題として、入会協定調整中のため、現在も日戻りのみで泊り操業は実施できていない点が挙げられる。（漁協A） 入会協定により、他県の漁場に入ることができれば水揚げできる魚種や漁獲量が増えると思う。（漁協C）
魚種の変化	<ul style="list-style-type: none"> 震災前はいつ、どのような魚種が獲れるのか分かっていたが、近年は温暖化の影響なのかいつ、どのような魚種が獲れるか分からない。また、昨年・一昨年は水揚状況が似通っていたが、今年はまだ状況が違うようだ。トラフグのように温暖化で獲れる魚種もあったが、そのような魚種は水揚げが続いていない印象がある。（漁協A） 温暖化もあり獲れる魚種が変わる中、どのように水揚量を増やしていくのかは悩ましく、漁協として方針を模索中である。（漁協B） 特に小型船は、水温の変化により水揚げされる魚種が変わってきている。漁業者は魚種の変化に対応するのが大変だと思う。（漁協C） 近年は海水温の変化から、水揚できる時期がこれまでとはズレている。（卸売F）

449

福島県産の販売における今後必要な取組として販路拡大・人材確保や福島県産のPR等が挙げられた。

販路拡大・人材確保	<ul style="list-style-type: none"> 自社の課題は販路に限りがある点と人材不足だと思う。事業拡大する時に、現状は従業員が残業等の無理をしながら業務をしているため、このままの人数で業務をできるか不安がある。販路拡大をしながら人材確保ができれば良いと考えている。（産地仲買D） 自社として、販路は拡大した方が良く考えており、既存の県内事業者も大事にしつつ、県外（関東圏）への販路拡大も検討したい。ただ、昨今の輸送費の高騰で、県内への出荷であっても採算が合わない状況。（卸売E）
福島県産水産物のPR	<ul style="list-style-type: none"> 例えば、テレビで福島県産水産物を試食して美味しい等と取り上げてもらえれば、消費者の福島県産に対するイメージを変えられるのではないかと思う。消費者の中には、福島県産といえればいわきの水産物をイメージする人もいると思う。ただ、相馬の方が水揚量が多いため、相馬もメディアに取り上げられると良いと思う。（産地仲買D）

450

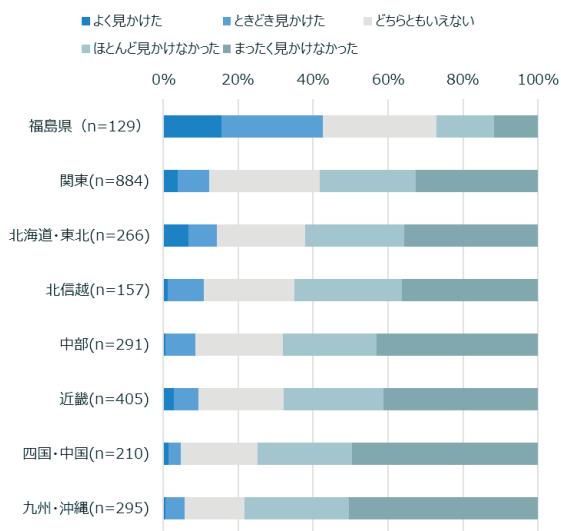
5. 福島県産品に対する認識

451

福島県産ヒラメを見た経験と購入経験（消費者アンケート）

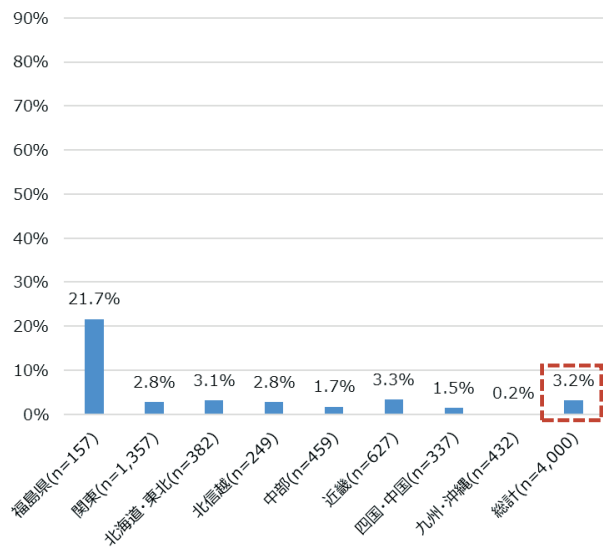
福島県産ヒラメを店頭でよく見かけた人の割合は、福島県が最も高く、他の地域では10%に満たない。福島県産ヒラメを購入したことがあると認識している人の割合も福島県が最も高く、全国では3.2%であった。

福島県産ヒラメを店頭で見かけたか



※過去1～2年に、店頭で福島県産ヒラメ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。

福島県産ヒラメの購入経験率



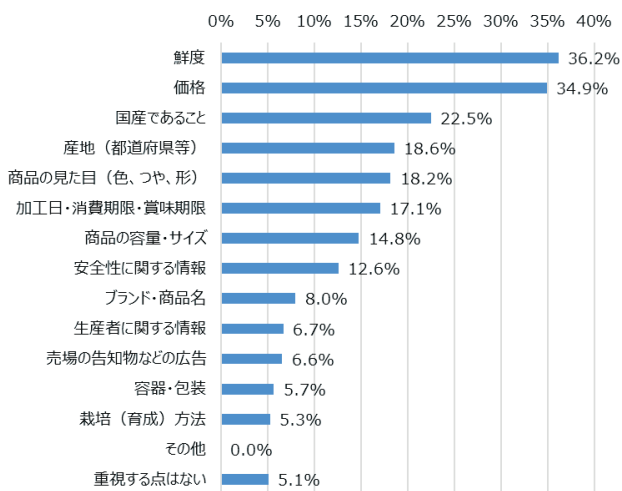
※購入経験率=1度でも購入したことがある人数/回答者数
※記憶に関する質問であるため、産地を認識せず買っていは購入経験なしとなる。

452

ヒラメ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）

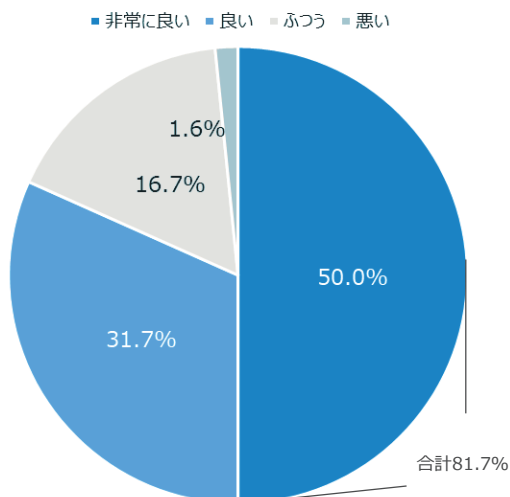
福島県産に限らずヒラメ購入時の重視点を尋ねたところ、「鮮度」が上位にあがり、次いで「価格」があがった。福島県産ヒラメの購入者に評価を尋ねたところ、「非常に良い」または「良い」と回答した人が81.7%であった。

ヒラメ購入時の重視点（n=937、複数回答）



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

福島県産ヒラメの購入者の評価（n=126）

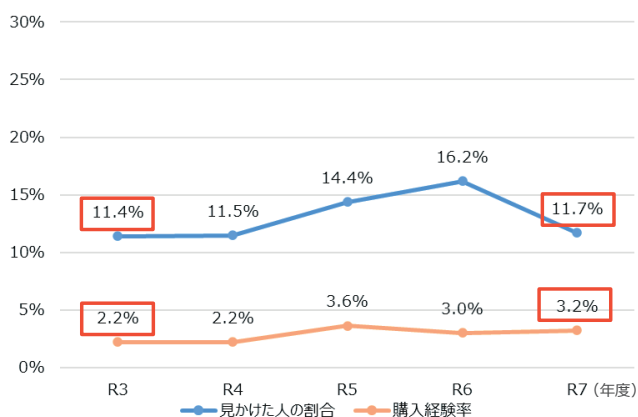


※福島県産ヒラメを購入したことがある回答者のみに尋ねた質問。
※「非常に悪い」という選択肢も設けていたが選択した者はいなかった。

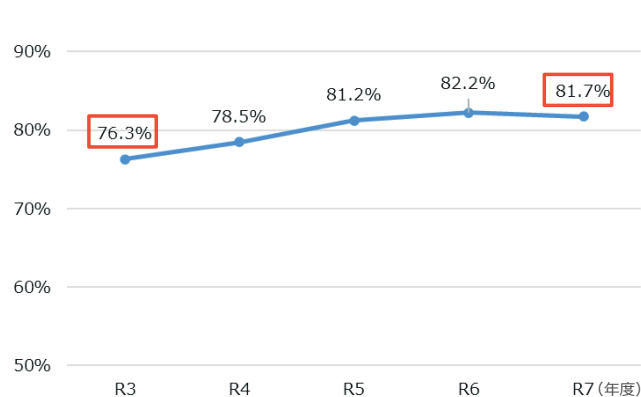
福島県産ヒラメを見た経験、購入経験と購入者の評価（消費者アンケート・経年比較）

令和3年度と令和7年度を比較すると、福島県産ヒラメを店頭で見かけた人の割合、購入経験率はそれぞれ0.3%、1.0%上昇し、福島県産ヒラメの評価として「非常に良い」または「良い」と回答した人の割合は5.4%上昇した。

福島県産ヒラメを見かけた人の割合、購入経験率



福島県産ヒラメ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、店頭で福島県産ヒラメ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R3:6,810、R4:3,108、R5:2,611、R6:2,357、R7:2,637。
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たら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。

※福島県産ヒラメ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R3:237、R4:121、R5:144、R6:118、R7:126。

6. 調査のまとめ

455

調査のまとめと今後の方向性の案

福島県産水産物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

- 全国平均に対する福島県産の価格ポジションは令和元年度にほぼ全国平均並となって以降、全国平均並み～僅かに低い水準で推移し、令和6年度に回復したが、令和7年度は全国平均よりも5.7%下回っている。
- 水産事業者は水揚量拡大に前向きな意見が多いものの、水揚量拡大及び漁業持続に向けた課題として後継者不足・漁業者の高齢化、物流問題、入会協定の交渉状況等の課題や懸念がある。
- 近年は水温の関係で水揚げされる魚種や時期が変化している。
- 福島県産ヒラメを店頭で見かけた人の割合は過去5年間で0.3%の上昇、福島県産ヒラメを買ったことがあると認識している消費者の割合は1.0%の上昇にとどまる。

残った課題・今後の方向性

- 水産事業者は水揚量拡大に前向きな意見が多いものの、水揚の拡大のための漁業者や関係団体等の取組を強化していく必要がある。
- 更なる販路拡大、それに伴う物流の確保等、水産業の継続のために安定した販売を持続していく必要がある。
- 水揚の拡大に当たっては、漁船の取得、漁場の調査と漁業者との共有や栽培漁業による効率的な資源利用、産地と流通業者の連携による販路拡大に継続して取り組む必要がある。
- 環境の変化により水揚げされる魚種や時期が変化しており、新たにとれる様になった魚種の調査等、環境変化への対応を検討する必要がある。

456