

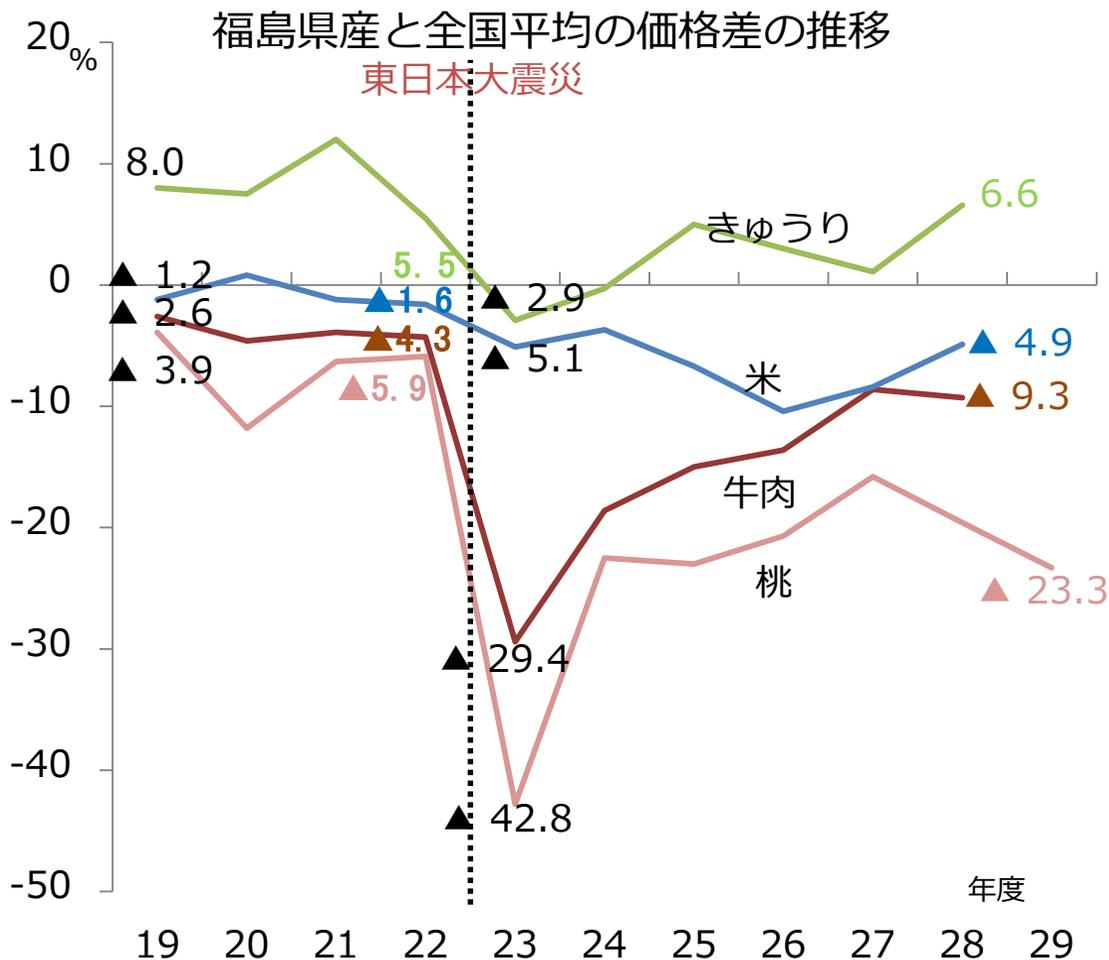
# 平成30年度福島県産農産物等流通実態調査について

	29年度	30年度
対象品目	<ul style="list-style-type: none"> <li>・米</li> <li>・桃、きゅうり、トマト、アスパラガス、ピーマン、さやいんげん、梨、りんご、あんぽ柿</li> <li>・牛肉、豚肉、鶏肉、牛乳</li> <li>・しいたけ、なめこ</li> <li>・カツオ、コウナゴ、ヒラメ、カレイ類</li> </ul> <p>合計<u>20</u>品目</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・米</li> <li>・桃、きゅうり、トマト、アスパラガス、ピーマン、さやいんげん、梨、りんご、あんぽ柿、<u>ねぎ、ブロッコリー、グリーンピース、スナップエンドウ、ぶどう</u></li> <li>・牛肉、豚肉、鶏肉、牛乳</li> <li>・しいたけ、なめこ</li> <li>・カツオ、コウナゴ、ヒラメ、カレイ類、<u>マアナゴ</u></li> </ul> <p>合計<u>26</u>品目</p>
価格の追跡調査	なし	<u>米、牛肉、贈答用桃、贈答用あんぽ柿、ピーマン、ヒラメ</u> を対象に実施
調査地域	福島県、首都圏、関西圏	福島県、首都圏、関西圏、 <u>北海道、東海圏</u>
対象者	生産者団体、生産者、卸、仲卸 加工・小売・外食産業 消費者	同左
調査体制	委託事業（農林水産省の職員が同行）	委託事業（農林水産省及び <u>復興庁、経済産業省</u> の職員が同行）

# 平成29年度福島県産農産物等流通実態調査の結果

## 平成29年福島県産農林水産物の流通実態調査内容

生産者・生産者団体（418件）、事業者（606件）、消費者（3,321件）へのヒアリング・アンケート、統計データの分析等を米や青果物、畜産物等20品目において実施



## 消費者

- ・産地照会が減少し、クレームはほとんどない
- ・福島県産を積極的に購入するという声もある
- ・一部には、依然イメージとして安全性に不安があるという意見がある
- ・海外顧客は、産地を非常に気にしている

## 小売業者

- ・福島県産農林水産物に切り替える理由・きっかけが見いだせない
- ・産地照会を受けた際の説明に苦慮する
- ・売残りリスクを極力回避するため、取扱いを躊躇する
- ・米、牛肉、贈答用の桃の取扱いは回復していない

## 卸売業者・仲卸業者

- ・販売先が別産地を指定している
- ・販売先が別産地を希望していると想定している
- ・米、牛肉では、業務用となっており、価格の上昇が見込みにくい

小売業者等への指導、助言等に関する通知を発出 (平成30年4月27日付け農林水産省、復興庁、経済産業省連名)

## 小売業者・外食業者・中食業者・加工業者への指導・助言

- ・福島県産農産物であることのみをもって取り扱わなかったり、買い叩いたりすることのないようにすること。
- ・他県産農産物等と福島県産農産物等とを対等に比較して取扱商品を選択するようにすること。
- ・経営陣による積極的なイニシアティブを発揮することにより、福島県産農産物等を合理的な理由なく回避することのないようにすること。
- ・消費者、関係事業者等から照会があった場合には、その都度丁寧に説明すること。 等

## 生産者への助言（優良事例）

- ・米について、大粒の米を選別するとともに、品質管理を徹底した結果、「究極のすし米」とうたってアラブ首長国連邦やカタールへの輸出を実現。
- ・桃について、ウェブサイトやSNSを立ち上げ、インターネットを活用した通信販売を充実させることにより、若い年代の新規顧客を開拓。等

## 卸売業者・仲卸業者への指導・助言

- ・取扱商品に関する産地の指定に過剰に配慮することのないようにすること。
- ・小売業者のバイヤー等に対して、現在流通している福島県産農産物等が徹底した放射性物質のモニタリング検査を経て安全を確認しているとともに、風評被害の払拭に向けて関係者が一層協力することが重要である旨を説明すること。
- ・風評被害による損害の賠償を受けることができる等を理由とした不当な安価での仕入れ・販売が行われないようにすること。 等

## その他の措置

- ・販売促進・風評情報に関する相談窓口を設置（農林水産省、復興庁、経済産業省、福島県）。
- ・指導・助言等の考え方を説明する説明会を実施（平成30年5月18日に中央説明会を開催した他、個別団体ごとに説明、意見交換を実施）。 等



中央説明会

## これまでの販売促進対策実績

- ・量販店等における
  - ・販売コーナーの設置（13店舗）
  - ・販売フェアの開催（773店舗）
  - ・福島県知事・副知事によるトップセールス（30回）等の販売促進の取組を実施。
- ・オンラインストアにおける特設ページの開設及びキャンペーンを実施。
- ・タイ、ベトナム等アジア4か国でのプロモーション活動を実施。
- ・テレビCMやウェブを通じた情報発信、県内市町村や民間団体が行うPR事業等を支援。 等



福島県産米の販売コーナー



桃の販売フェア



知事によるトップセールス



ベトナムでのプロモーション活動

## 今後強化する販売促進対策

- ・GAP認証等により生産される県産農産物や、棚の回復が遅れている米、牛肉の販路開拓。
- ・福島県産水産物を首都圏量販店の東京都・埼玉県内にある5店舗に直送し、「福島鮮魚便」として常設コーナーで販売。
- ・パッケージングの改善やロゴの制作によるブランド力の強化。
- ・オンラインストアにおける出店者のスキルアップ支援等、出店しやすい環境づくり。
- ・6次化商品の県内や首都圏でのテストマーケティング及び商品改良への支援拡充。
- ・有望輸出国等での情報発信や展示会出展、輸出にチャレンジする生産者団体等への支援。 等



店内の「福島鮮魚便」コーナー



F-GAP (ロゴ)



パッケージング改善の例

## 先端的技術の実証研究

### 〈研究体制〉

- ① 国立研究開発法人・大学・民間企業、② 被災地の県・公設試験場、③ 生産者が連携

### 〈これまで確立した技術〉

- 同一圃場において、水耕栽培によるトルコギキョウの年間3作の周年生産技術
- 放射性セシウムの作物への移行を抑制する適切な耕起等による自給粗飼料の生産技術



### 〈今後確立する技術〉

- 除染後の農地において、堆肥及び緑肥作物を利用した地力回復技術
- 本格操業に向けて、休漁で上向いた漁業資源を最適に活用するためのICTを活用した操業効率化技術

## 社会実装

### 〈社会実装体制〉

公設試験場が中心となり、普及センター、JA、JF等が連携して、農業者・漁業者等に、実用化された技術を普及

### 〈取組内容〉

- 情報発信、現場指導
- 実証圃における技術研修

## 風評の払拭

- ① 非食用作物への転換
- ② 販売力の向上につながるブランド力の強化