

復本第765号
5新食第5号
20230417福局第3号
令和5年4月27日

日本小売業協会 会長 殿

復 興 庁 統 括 官

農林水産省大臣官房総括審議官(新事業・食品産業)

経済産業省大臣官房福島復興推進グループ長

福島で生産された商品の販売等の不振の実態を明らかにするための調査の結果に基づく協力要請について（通知）

福島復興再生特別措置法（平成24年法律第25号）第78条の2の規定に基づき、福島で生産された商品の販売等の不振の実態を明らかにするため、令和4年度福島県産農産物等流通実態調査（以下「令和4年度調査」という。）を行い、その調査の結果に基づき協力要請を行うこととしたので、貴団体から傘下の関係者に対して周知するとともに、福島で生産された商品の販売不振の払拭に向けて一層協力をお願いします。

1 出荷量と価格の推移

重点6品目（米、牛肉、桃、あんぼ柿、ピーマン、ヒラメ）について、

- （1）全国的な傾向として出荷量が減少する中で、福島県産の出荷量も震災前の水準まで依然回復していない。
- （2）全国平均との価格差は徐々に縮小しているが、ブランド化の遅れ等の影響が出やすい牛肉、桃など依然全国平均を下回る品目も見られる。

2 調査結果のポイント

- （1）消費者アンケートによれば、米や牛肉で福島県産はブランド力などに課題が見られるものの、安全・安心への評価は高い。ブランド力向上に向けて、品目ごとにマーケティング活動に取り組むことが重要である。
- （2）仲卸業者等の「納入業者」が、納入先の福島県産品の取扱姿勢を実態よりも低く評価している認識の齟齬は総じて改善傾向にある。
- （3）桃の販売促進にあたっては、品種表示に消費者へ商品選択を高める効果が得られることを、マーケティング実証調査により確認した。

(4) 福島県産水産物に係る事業者ヒアリングの結果、漁協ごとの漁獲量拡大意向の濃淡などが明らかとなった。また、県内への供給不足などを指摘する声があげられた。県内への供給不足や漁獲できる魚種の変化などに対応するため、関係者間で意思疎通を図って取り組むことが大切である。

3 令和4年度調査の結果に基づく協力要請

令和4年度調査では、桃について課題を調査・整理し、仮説を立ててマーケティング実証を行ったので、その実証調査結果を今後の販売促進の参考として、貴団体から傘下の関係者に対して周知いただきたい。

4 その他

貴団体から傘下の関係者に対して、次のとおり周知いただきたい。

- (1) 東日本大震災によって福島県産品を取り扱わなくなった納入先に、様々な機会を捉えて取扱意向を確認し、その際、話題になりやすいよう、産地等から提供される福島県産品に関する新しい情報や特徴的な商品を紹介いただきたい。
- (2) 現在、福島県や県内生産者団体等が実施する販売フェア等の取組を通じて、福島県産農産物等の食味が優れている等の魅力を発信し、積極的なマーケティングを行っている。このため、「ふくしまプライド。」のキャッチフレーズの下での販売フェア等において、福島県産農産物等を積極的に販売する機会を設けるとともに、販売フェア等の常設的な取扱いに協力いただきたい。
- (3) 消費者に直接接する立場から、福島県内の生産者等が行うマーケティングに積極的に参画するとともに、対象とする品目、手法、売り先に関して相談に乗るなど、福島県産品のブランド力向上や販売回復に協力いただきたい。
- (4) 引き続き、福島県産品であることのみをもって取り扱わなかったり、買いたたいたりすることのないようにするとともに、福島県産品と他県産品とを公平に選択するようにすること。

5 令和5年度福島県産農産物等流通実態調査の実施

令和5年度においても、福島県産農産物等流通実態調査を実施することとしているので、貴団体及び傘下の関係者においては、引き続き調査へ積極的に協力いただきたい。