
9 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

1. 概況

297

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3年度の出荷量は、平成22年度実績の約61.4%となっている。

卸売段階

- 東京都中央卸売市場の1月の福島県産干し柿のシェアは、平成24年～25年に大きく低下したが、その後に徐々に回復し、平成28年に長野県産・富山県産のシェアを上回るようになった。
- 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心卸売市場を除き、シェア1位となる月がある。

298

2. 各取引段階の“価格”の変化

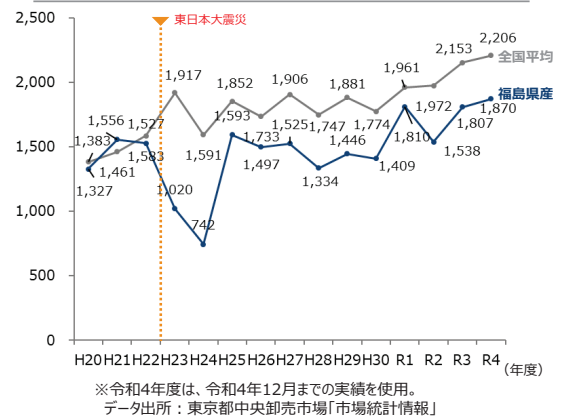
市場における 状況

- 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。

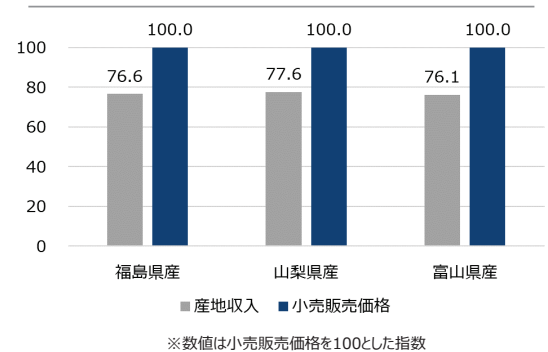
個別事例 における状況

- 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。
- この事例において、福島県産・山梨県産・富山県産ともに、小売販売価格に対する産地収入の比率は同程度であった。

東京都中央卸売市場における平均単価の推移



あんぽ柿の価格形成事例



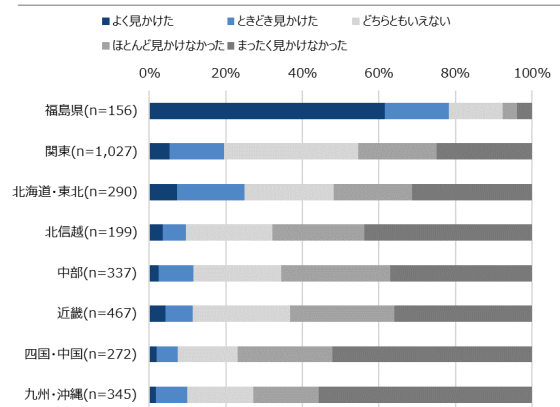
299

3. 福島県産品に対する認識

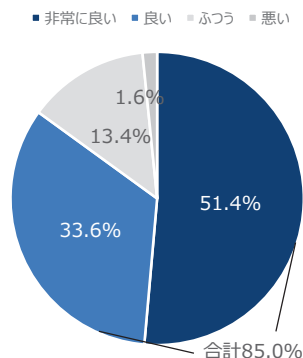
消費者の 反応

- 福島県産あんぽ柿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。
 - 福島県産あんぽ柿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4.5%であった。
- 福島県産あんぽ柿の購買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%であった。

福島県産あんぽ柿を店頭で見えたか



福島県産あんぽ柿購買者の評価 (n=247)



300

2. 調査実施概要

301

調査の全体像

概要調査として行政機関の統計データ等を整理し、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、消費者の福島県産品の購買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	- 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。	消費者の福島県産品の購買実態や評価を把握する。	- 訪問面接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。 - 競合県産の同品目についても調査の上、比較分析を行う。
調査対象	- 行政機関の統計データ。 - 卸売市場データ。	全国の消費者。(5,500人)	- 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	- 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。	- 福島県産あんぼ柿の視認経験。 - 福島県産あんぼ柿の購買経験。 - あんぼ柿購買時の重視点。 - 福島県産あんぼ柿の評価。	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	各取引段階の“量”の変化 各取引段階の“価格”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

302

各データを入手・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

- ・ 福島県からの提供データ。
- ・ 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。
 - 5,500件を回収し、分析を実施した。

追跡調査

- ・ 通信販売をする小売業者へ流通するルート：1 ルート。
 - このルートでは、競合産地産の価格も収集。
- ・ 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。

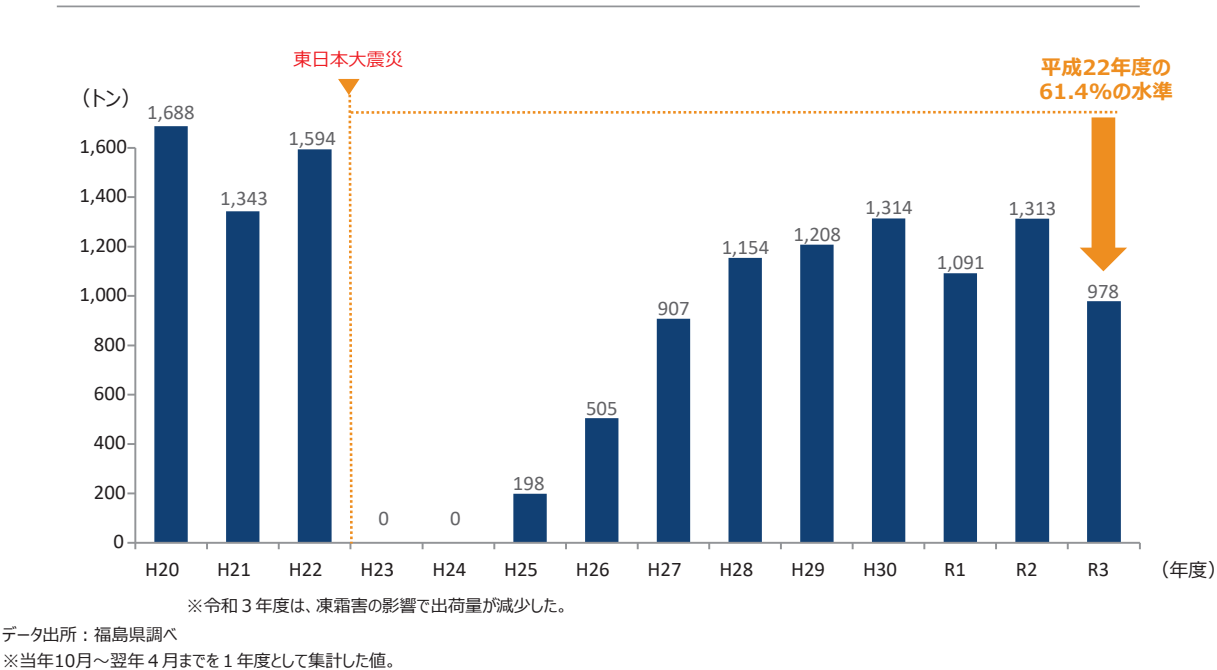
※追跡調査では個社が特定できないようにするとともに、実額を非公表とすることを前提に一部事業者から価格データを受領。 303

3. 各取引段階の“量”の変化

福島県産あんぽ柿の出荷量の推移

福島県産あんぽ柿は、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3年度の出荷量は、平成22年度実績の61.4%となっている。

福島県産あんぽ柿の出荷量の推移



各市場における干し柿・あんぽ柿の産地リレー(令和3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ぽ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、横浜市中心卸売市場では1月～4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3年産)

東京都中央卸売市場		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		61%	75%	44%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	6%	16%	369	
長野		25%	13%	20%	9%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	7%	46%	325	
山梨		2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	59%	36%	9%	112	
富山		3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	10%	13%	82	
和歌山		3%	3%	22%	36%	39%	35%	0%	0%	9%	8%	5%	6%	65	
総量		255	145	51	9	2	1	0	0	0	31	119	483		

横浜市中心卸売市場		干し柿のデータ													
		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		63%	66%	68%	64%	0%	-	-	-	-	0%	13%	19%	69	
長野		28%	26%	18%	11%	46%	-	-	-	-	0%	11%	59%	66	
山梨		1%	0%	0%	0%	0%	-	-	-	-	87%	57%	10%	18	
和歌山		5%	4%	10%	0%	0%	-	-	-	-	0%	0%	3%	7	
中国		2%	4%	4%	22%	54%	-	-	-	-	7%	8%	2%	6	
総量		39	28	15	1	0	0	0	0	0	4	12	73		

各市場における干し柿・あんぽ柿の産地リレー(令和3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ぽ柿で集計した市場がある。

大阪市中央卸売市場では1月から3月、京都市中央卸売市場では12月から3月にかけて、福島県産あんぽ柿がシェア1位であった。

各市場における産地リレー(令和3年産)

大阪市中央卸売市場		あんぽ柿のデータ												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	76%	82%	50%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	34%	90		
和歌山	16%	13%	40%	90%	96%	75%	65%	71%	94%	27%	22%	36%	53		
山梨	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	25%	26%	8%	18		
鳥取	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	29%	9%	7%	12		
総量	46	39	11	1	1	0	1	1	0	14	43	51			

京都市中央卸売市場		あんぽ柿のデータ													
	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	99%	100%	100%	-	-	-	-	-	-	0%	0%	45%	23		
鳥取	0%	0%	0%	-	-	-	-	-	-	57%	52%	33%	8		
山梨	0%	0%	0%	-	-	-	-	-	-	43%	40%	10%	5		
富山	0%	0%	0%	-	-	-	-	-	-	0%	8%	5%	1		
和歌山	1%	0%	0%	-	-	-	-	-	-	0%	0%	6%	1		
総量	9	8	1	0	0	0	0	0	0	2	8	8			

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・あんぽ柿の産地リレー(令和3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ぽ柿で集計した市場がある。

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

各市場における産地リレー(令和3年産)

名古屋市中央卸売市場		あんぽ柿のデータ												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	9%	28%	25%	0%	0%	0%	-	-	0%	0%	0%	1%	9		
長野	77%	63%	58%	36%	0%	0%	-	-	0%	0%	17%	87%	129		
山梨	0%	0%	0%	0%	0%	0%	-	-	0%	67%	36%	3%	11		
和歌山	8%	7%	14%	18%	26%	100%	-	-	0%	0%	2%	3%	8		
富山	1%	0%	0%	0%	0%	0%	-	-	0%	0%	12%	3%	5		
総量	35	15	5	0	0	0	0	0	0	3	17	100			

札幌市中央卸売市場		干し柿のデータ													
	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	80%	86%	29%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	14%	28%	42		
長野	14%	8%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	30%	16		
和歌山	0%	1%	52%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	42%	10%	14%	10		
新潟	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	31%	51%	8%	10		
山形	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	13%	5		
総量	24	10	4	1	0	0	0	0	0	3	12	40			

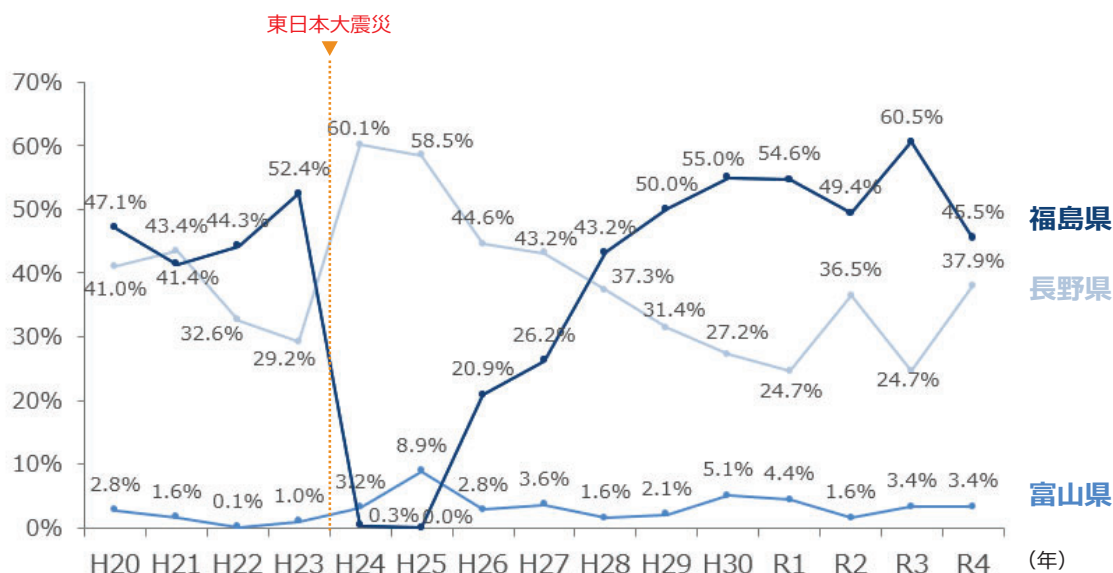
データ出所：各卸売市場の統計データ

※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

東京都中央卸売市場の1月の福島県産干し柿のシェアは、平成24年～平成25年に大きく低下したが、その後に徐々に回復し、平成28年に長野県産・富山県産のシェアを上回るようになった。

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(1月)



データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

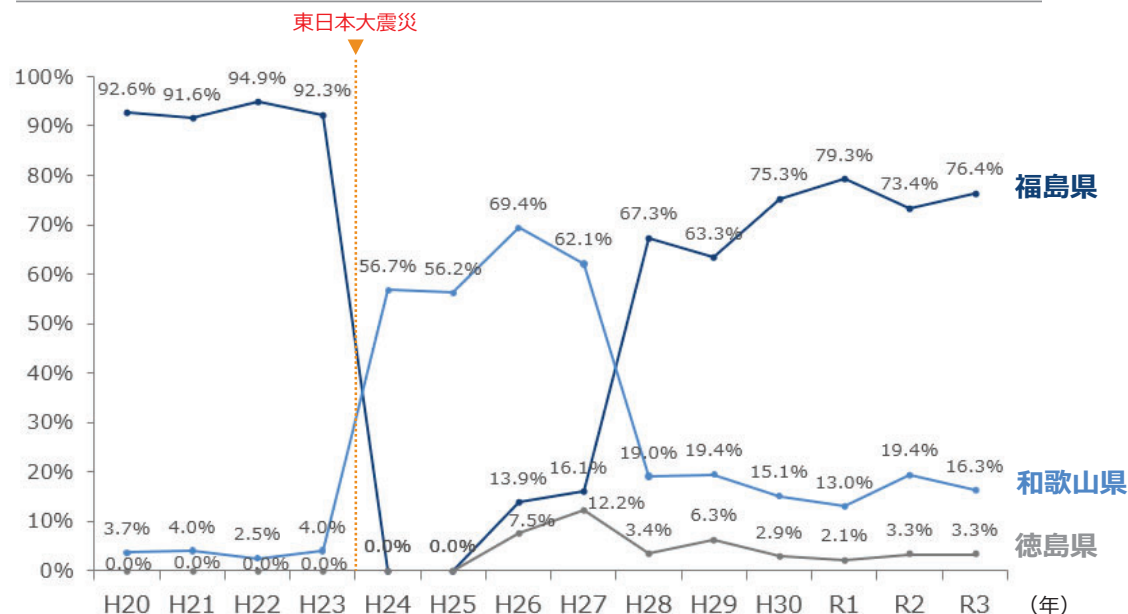
※「干し柿」のデータ。

309

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

大阪市中央卸売市場の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、和歌山県産のシェアを大きく上回った。

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(1月)



データ出所：大阪市中央卸売市場からの提供データ

310

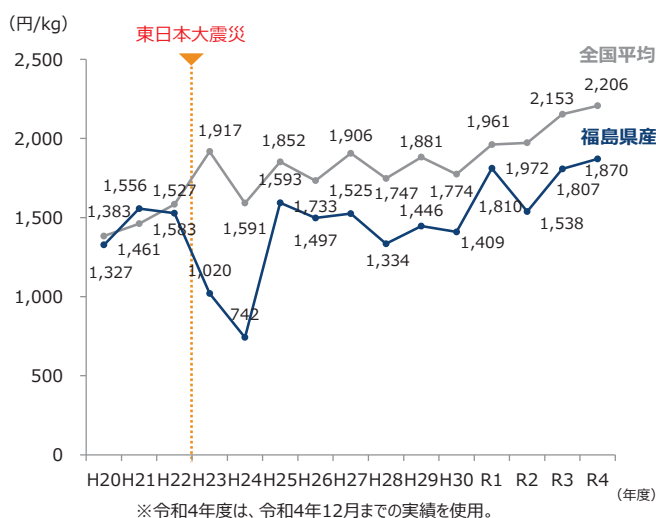
4. 各取引段階の“価格”の変化

311

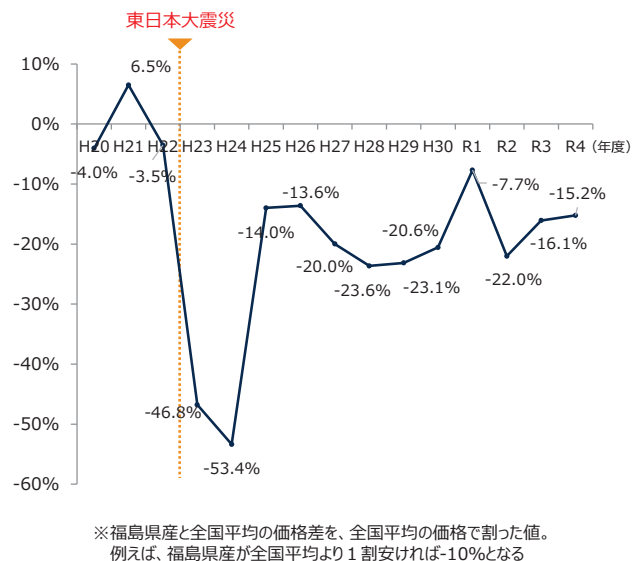
福島県産干し柿の価格回復概況（全国平均との価格差）

東京都中央卸売市場での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4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



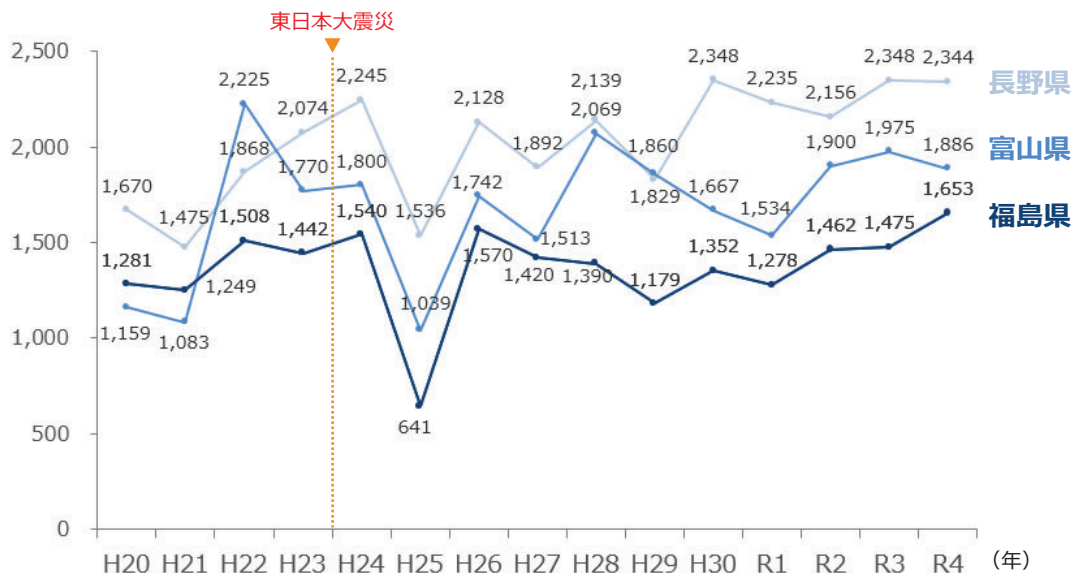
全国平均と福島県産品の価格差の推移



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

東京都中央卸売市場の1月の福島県産干し柿の平均単価は、下落と上昇を繰り返しているが、令和元年から令和4年にかけて上昇している。他県との比較では、平成22年以降、長野県産と富山県産の平均単価が福島県産より高くなっている。

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」

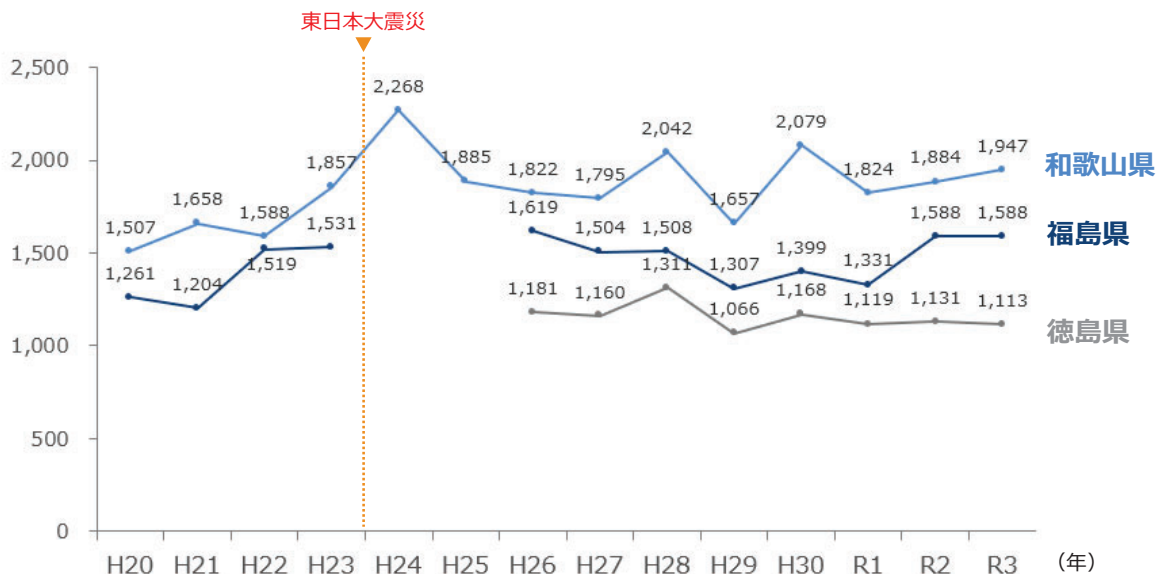
※「干し柿」のデータ。

313

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

大阪市中央卸売市場の1月の福島県産あんぽ柿の平均単価については、震災前後ともに和歌山県産の価格が福島県産より高くなっている。

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(1月)



※平均単価の数値がない箇所は、市場への出荷がなかった。

データ出所：大阪市中央卸売市場からの提供データ

314

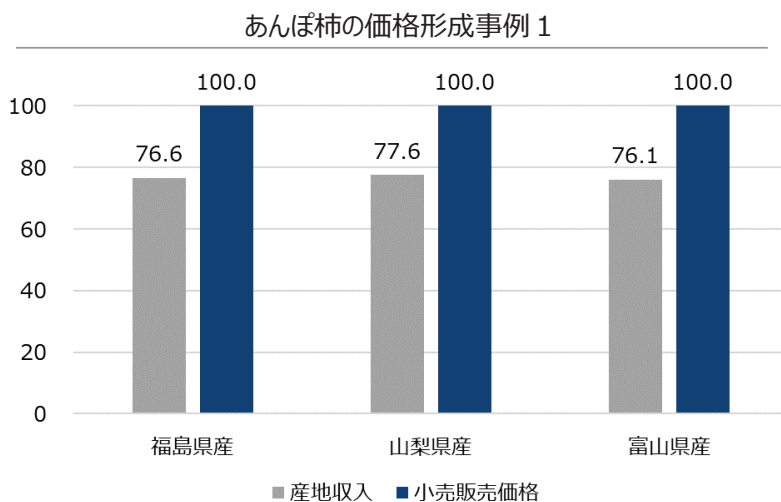
価格形成に関する事例調査(追跡調査)を行い、福島県産あんぽ柿の価格形成に関する分析を実施した。

概要	
概要・目的	- 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	化粧箱またはトレーで包装されたあんぽ柿
対象期間	期間：令和4年12月～令和5年1月
調査ルート	- 通信販売をする小売業者へ流通するルート：1ルート。 - このルートでは、競合産地産の価格も収集。 - 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。

315

あんぽ柿の価格形成事例 1

- 通信販売をする小売業者が扱うあんぽ柿の事例。
 - この小売業者では、卸売業者を通さず産地と取引をしている。
 - 福島県産・山梨県産・富山県産ともに、小売販売価格に対する産地収入の比率は同程度であった。

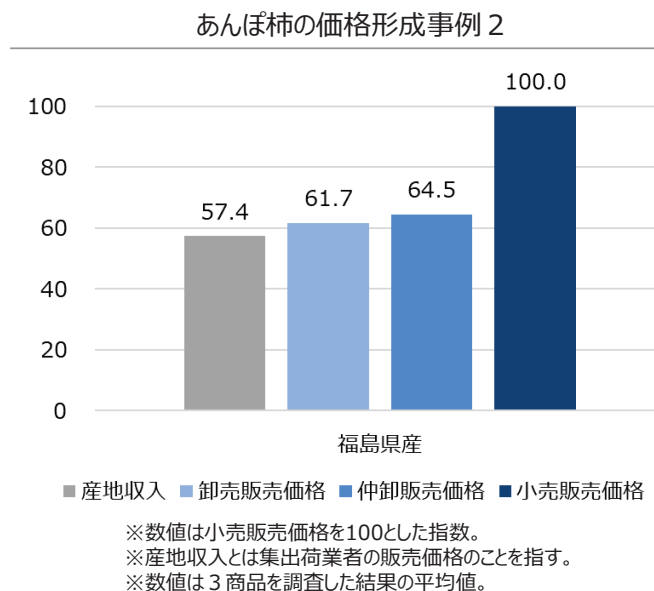


※数値は小売販売価格を100とした指数。
※数値には送料は含んでいない。

316

あんぽ柿の価格形成事例 2

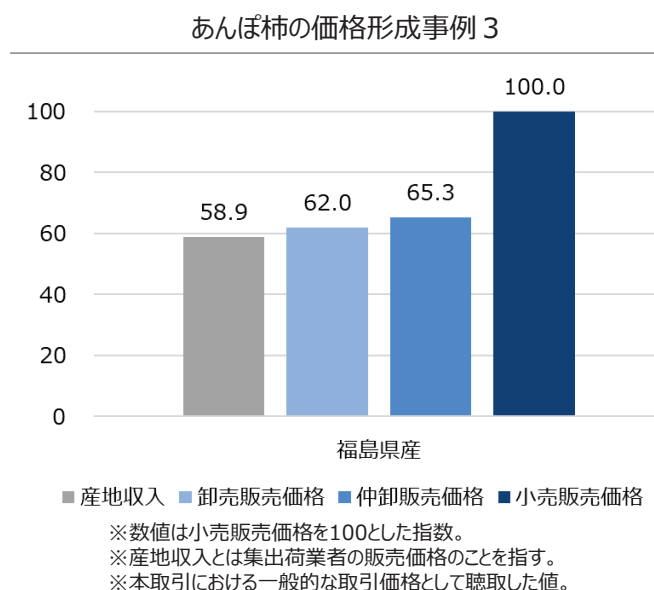
- 福島県内小売業者の年末贈答用あんぽ柿の事例。
 - この小売業者では、卸売市場経由で贈答用あんぽ柿を仕入れている。
 - 卸売市場流通であるが、セリのように日々の値決めをしているわけではなく、事前に卸売業者・仲卸業者・小売業者で協議して価格を決定している。
 - 卸売業者は生鮮果実と同様の委託手数料率 7 % で販売。



317

あんぽ柿の価格形成事例 3

- 関西の小売業者に至る事例。
 - 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。
 - 前年度よりも相場は低くなったが、価格形成に大きな変化はなかった。



318

本調査では、福島県産と競合他産地産との価格形成に明確な違いは見られなかった。

- 競合産地と比較して、価格形成に明確な違いは見られなかった。
 - 小売業者が複数産地のあんぽ柿を取り扱う事例 1 では、小売販売価格に対する産地収入の比率は、福島県産と他県産ではほぼ同一であった。
- 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。

319

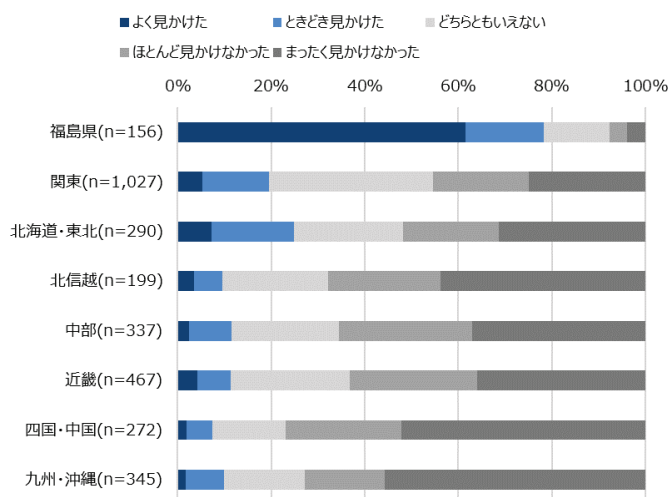
5. 福島県産品に対する認識

320

福島県産あんぽ柿を見た経験と購買経験（消費者アンケート）

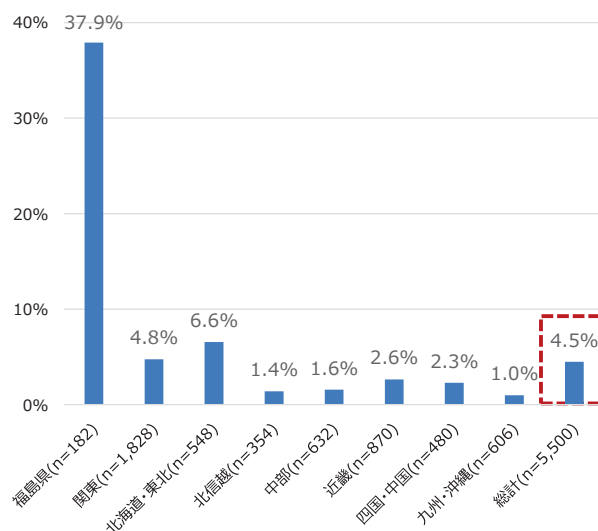
福島県産あんぽ柿を店頭でよく見かけた人の割合は、福島県が高く、他の地域では10%に満たない。福島県産あんぽ柿を買ったことがあると認識している人の割合も福島県が最も高く、全国では4.5%であった。

福島県産あんぽ柿を店頭で見えたか



※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。
※nは「分からない」を選択した回答者を除いて算出。

福島県産あんぽ柿の購買経験率



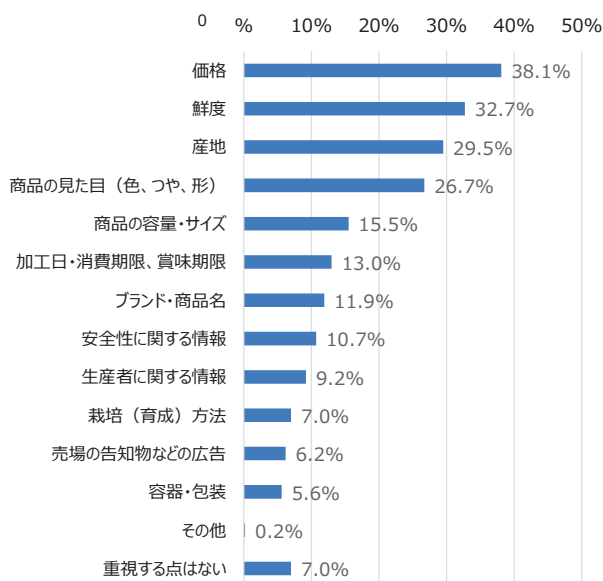
※購買経験率=1度でも購買したことがある人数/回答者数
※記憶に関する質問であるため、産地を認識せず買っていたら購買経験なしとなる。

321

あんぽ柿購買時の重視点と購買者の評価（消費者アンケート）

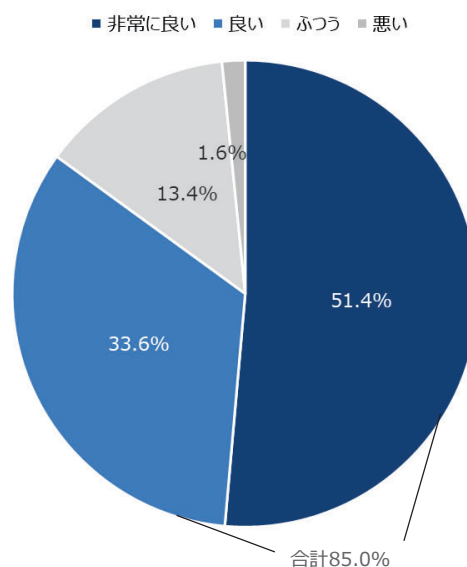
福島県産に限らずあんぽ柿購買時の重視点を尋ねたところ、「価格」が上位にあがり、次いで「鮮度」と「産地」と「商品の見た目」があがった。福島県産あんぽ柿の購買者に評価を尋ねたところ、「非常に良い」または「良い」と回答した人が85.0%であった。

あんぽ柿購買時の重視点（n=1,071、複数回答）



※あんぽ柿購買時の重視点は、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。

福島県産あんぽ柿購買者の評価（n=247）



※福島県産あんぽ柿を買ったことがある回答者のみに尋ねた質問。

322