

福島県農林水産物販売促進基本方針（第3次）

～ふくしまの恵み販売促進プラン～

平成27年3月

福島県農林水産部

目 次

I 策定趣旨

- 1 策定趣旨 1
- 2 性格 1
- 3 推進期間 1

II 生産・流通・消費を取り巻く環境変化

- 1 震災及び原子力災害の発生と風評 2
- 2 流通販売環境の変化 3
- 3 消費環境の変化 4
- 4 地域産業6次化の高まり 5

III 流通・販売等を巡る現状と課題

- 1 大消費地での流通・販売の現状と課題 6
- 2 地産地消の現状と課題 9
- 3 輸出の現状と課題 12

IV 基本的な展開方向

- 1 風評払拭と認知度向上に向けた戦略的情報発信 14
- 2 選ばれる商品としての農林水産物の提供 15
- 3 県内外・海外の多様なニーズに対応した販路の拡大 15
- 4 地域産業6次化の推進 19
- 5 品目に応じた販売の促進 20

V 推進体制

- 1 組織 25
- 2 進行管理・目標指標 25

- 【参考資料】 26

I 策定趣旨

1 策定趣旨

福島県では、平成22年3月に、消費者・農林漁業者・食品関係事業者等関係者の絆を深め、共に支え合うよりよい関係を築くとともに、消費者に支持され、農林漁業者の所得向上に繋がる販売対策を展開するため、「福島県農林水産物販売促進基本方針～新食彩ふくしま販売促進プラン～」(以下「本方針」という。)を策定し、マーケティング^{*1}重視の生産や、本県の優位性を活かした販売促進対策の展開、「安全・安心でおいしい、ふくしまの食」をトータルイメージとしたふくしまブランドの推進等の施策を実施してきました。

しかし、平成23年3月に発生した東日本大震災(以下、「震災」という)とそれに伴う原子力災害により、農地・農業用施設、漁港、漁船等の生産基盤に被害が発生するだけでなく、多くの農林水産物に対する出荷制限や、沿岸漁業の操業自粛が続くとともに、十分に安全性が確保された農林水産物であっても、買い控えや価格の低迷、輸入規制措置の継続など風評の影響が依然として見られており、県産農林水産物^{*2}(県産農林水産物を使用した加工食品を含む。)の流通販売環境は、かつて経験したことのない厳しい状況に置かれています。

本方針の推進期間の多くは、これまで原子力災害への対応に終始しましたが、震災から5年目を迎える節目に当たり、これまでの成果を踏まえ、農林水産物の流通販売環境を単に震災前に戻すだけでなく、新たなステージへの転換を図る契機と捉え、早期の風評払拭とトータルイメージとしてのふくしまブランドの再生・認知向上の視点を重視した流通販売対策を展開するとともに、生産者や消費者の期待にしっかり応え得る農林水産業の復興・再生を加速する観点から、新たに「福島県農林水産物販売促進基本方針(第3次)～ふくしまの恵み販売促進プラン～」を策定するものです。

2 性格

「ふくしま農林水産業新生プラン」に掲げた、県産農林水産物の流通・販売・消費に関する施策の展開方向を明らかにするとともに、生産、流通、行政等の関係者が一体となって、流通・販売・消費の各段階における今後の取組を推進するための指針となるものです。

3 推進期間

本方針は、県政運営の基本方針である福島県総合計画「ふくしま新生プラン」、部門別計画である「ふくしま農林水産業新生プラン」と連動し、平成27年度から平成32年度までの6年間を期間としますが、流通販売環境や消費環境の変化に応じて適宜見直ししていくこととします。

*1 マーケティング：製品の販路拡大・開拓のため、市場調査や流通経路、需給関係などを調査・分析すること。

*2 農林水産物：本方針では「食料品」と「花き」を対象とします(木材は含みません)。

Ⅱ 生産・流通・消費を取り巻く環境変化

1 震災及び原子力災害の発生と風評

(1) 農林水産業への影響

震災によって、農地（津波被災農地5,462ha等）、農業用施設、漁港、漁船・漁具等の水産関連施設等の重要な生産基盤に被害が発生し、県における被害額は約2,753億円（平成23年4月27日現在）（全国：約2兆4千億円（平成24年7月5日））に及んでいます。

さらには、原発事故により放射性物質が大気中や海に放出されたことに伴い、農林水産物に係る出荷制限や作付制限等の措置が講じられるとともに、沿岸漁業の操業自粛を強いられてきました。

これら生産基盤等への直接的な被害と、原子力災害に伴う風評等が相まって、農業産出額が大きく減少し、平成22年の2,330億円に対して、平成23年は1,851億円（対前年比79%）となっています。その後、生産基盤の復旧や、出荷制限等の措置の解除拡大、安全確保対策の実施による生産再開、販売促進プロモーションなど、復興に向けた様々な対策等の展開を通じ、農業産出額は平成24年2,021億円、平成25年2,049億円と微増ながら回復傾向を示しています。

一方、林業産出額は平成22年の124.8億円に対して平成23年87.2億円、平成24年73.9億円と減少傾向が続いており、魚種別水揚げ金額（属地、県水産課）も平成22年の109.5億円に対して平成23年3.7億円、平成24年4.9億円と大きく減少しています。

(2) 風評による影響

ア 市場価格の低下

米や青果物、畜産物、林産物、水産物のあらゆる品目において、市場取引価格が下落しており、市場における県産農林水産物の位置づけが低下しています。市場占有率の高い一部の品目については、近年、震災前の水準に戻りつつありますが、多くの品目は未だ回復していません。

イ 小売店での取扱量減少

震災直後、首都圏や主要都市等を中心として、小売店（百貨店、量販店等）における県産農林水産物の取扱停止や販売量の減少が見られ、本県産の売場面積や占有率が低下しました。徐々に取扱の再開・拡大の動きも見られますが、未だ震災前の水準には戻っていません。

ウ 消費行動等と観光・交流への影響

国（消費者庁）が実施している「風評被害に関する消費者意識の実態調査」（第5回調査 平成27年2月調査、同年3月10日公表）において、約2割の人が福島県産品の購入をためらうと回答しており、依然として、放射性物質による健康への不安感が払拭されていません。

また、主に児童や生徒を対象とした本県への教育旅行者数や、グリーン・ツ

ーリズム^{*1}等による都市と農山漁村との交流人口は、震災前の状況までには回復していません。

エ 諸外国の輸入規制措置

原子力災害以前は、香港、台湾を中心に県産農林水産物の輸出量は増加傾向にありましたが、原子力災害以降は、これらの主要な輸出国・地域をはじめとする多くの諸外国において輸入規制等の措置がとられており、平成23年度産農産物は輸出されませんでした。

その後、輸出再開に向け、輸入規制を継続している国等への県産農産物の高い品質や放射性物質に係る安全確保の取組などのPR活動、輸出拡大に向けた関係団体や生産団体等との連携した販売促進活動を展開し、平成27年1月1日現在で、もも、なし、りんご、かき、米、牛肉、野菜類等の品目を、タイ、マレーシア、シンガポール、インドネシア等の国に対して、輸出が再開もしくは開始されました。しかしながら、全体としては震災前の輸出水準に遠く及ばないのが現状です。

2 流通販売環境の変化

(1) 流通チャネルの多様化

国内では、卸売市場を核とした流通が依然として主流であるものの、その経由率は減少傾向にあります。

農産物直売所や観光農園等による直接販売、宅配便等を利用したインターネット販売やカタログ等を利用した通信販売、産地と量販店等実需者とが提携した直接契約取引や、中食^{*2}・外食の増加による産地との加工・業務用契約栽培等の増加等、卸売市場を経由しない流通チャネルが多様化しています。

(2) 新たな海外需要の開拓

国内マーケットが縮小傾向の中、一方で世界の食市場は、平成21年の340兆円から平成32年の680兆円まで倍増するとの推計を国が示しています。特に、中国やASEAN地域における富裕層の増加、和食のユネスコ無形文化遺産への登録など、日本食・和食ブームの進展なども背景に、アジア全体の市場規模は、82兆円から229兆円まで3倍に増加すると国は推計しており、この成長を取り込み、新たな海外市場を開拓する動きや、「和食」をキーワードとした外国人観光客の誘客の拡大など、海外需要獲得の動きが強まっています。

*1 グリーンツーリズム：農山漁村において、その土地の自然、文化、人々の交流を楽しむ滞在型の余暇活動。

*2 中食：弁当などの調理済みの食材を買って持ち帰り、職場や家庭などで食べることを指す。

(3) TPP協定^{*1}交渉等の食料を巡る情勢

世界人口の増加や新興国の経済成長に伴う需要増大などにより、食料供給は安定性の確保が危惧されています。また、我が国は、関税を原則廃止するTPP協定交渉に平成25年度から参加し、妥結内容によっては農林水産業をはじめとする地域経済への深刻な影響が懸念されています。

3 消費環境の変化

(1) より質の高いものへの希求など価値観の多様化

ライフスタイルの変化等に伴うニーズの多様化、食の機能性に着目した健康志向の高まりなど、食料品に対する価値観が多様化しています。人口減少に伴う農林水産物の需要量の減少と相まって、商品そのものの「質の向上」や「付加価値」の創出が一層求められます。

(2) 安全・安心・健康に対する意識の変容

食品の産地偽装や賞味期限の改ざん、食品への異物の混入等、食の安全を脅かす事件・事故が相次いで発生し、消費者の食の安全に対する意識が一層高まっており、生産履歴、生産者の顔が見える農林水産物等の希求など、安全・安心な農林水産物を求める消費者が増えています。

とりわけ、原子力災害発生以降は、放射性物質による健康への影響に対する不安から、本県産食品の購入を控える傾向が続いています。こうした状況を受けて、より一層の安全・安心を確保するため、食品中の放射性物質について、世界の中でも極めて厳しいレベルの新たな基準値が設定されたものの、より低い値を示す、あるいは検出されない食品を求めるなど、安全性に対する世代間も含めた認識の程度に格差が見られます。

(3) 消費形態の変化

女性の社会進出や単独世帯の増加、家庭内で調理する機会の減少等を背景として、食を外部に依存する外食や中食への需要増加の傾向は、今後も強くなると見込まれます。このように食生活が大きく変化する中、健全な食生活の推進や県産農林水産物の利用促進を図るための「食育」の推進や、学校給食や病院・福祉施設、社員食堂などの集団給食施設における地元食材の利用拡大に取り組むことが求められています。

*1 TPP協定：環太平洋パートナーシップ協定。平成22年に8カ国で交渉が開始され、その後日本も交渉に参加。現在は12カ国でアジア太平洋地域における高い自由化を目標とし、非関税分や新しい貿易課題を含む包括的な協定について交渉が行われている。

4 地域産業6次化の高まり

国は、農商工等連携促進法^{*1}や6次産業化法^{*2}の施行及び農林漁業成長産業化ファンドの運用を開始するなど、「日本再興戦略」（改訂平成26年6月）等で6次産業の市場規模を平成32年までに10兆円に増加させる目標を掲げ、制度的環境の充実・強化が図られています。

本県においても、「ふくしま・地域産業6次化戦略」（平成22年3月策定）、「新ふくしま地域産業6次化戦略」（平成27年1月策定）に基づき、本県の豊かな農林水産資源を基盤として、農林水産業の6次産業化や農商工連携などの動きを発展させ、農林水産業と食品加工業や観光産業との連携を推進するなど、これまでの枠組みを超えた多様な主体が連携・融合した新たな地域産業を創出する幅広い取組を「地域産業6次化」と定義し、産学民官の関係機関・団体が一体となって積極的に推進しており、県内各地域で様々な取組が展開されています。

*1 農商工等連携促進法：農林漁業者と商工業者等が通常の商取引を超えて協力し、栽培技術やビジネスノウハウなどお互いの強みを持ち寄って、売れる新商品の開発や販路開拓を行うことにより、双方の売り上げや利益の増加を目指そうとする取組を農商工連携といい、この動きを促進する措置を講ずるために定めた法律。

*2 6次産業化法：1次産業の農林漁業者が、加工(2次)や販売その他の多様なサービス提供(3次)に関わることで、生産物に新たな付加価値を加えて、収入の増加を目指す取組を6次産業化といい、この取組を促進するための措置を講じた法律。

Ⅲ 流通・販売等を巡る現状と課題

1 大消費地での流通・販売の現状と課題

(1) 主な市場における動向

【現状】

○ 東京都中央卸売市場

県産野菜の取扱量、和牛出荷頭数、魚介類等の数量は、震災前よりも減少していますが、果実は微増しています。市場占有率も同様の傾向で、平成25年では震災前5か年平均より野菜0.6%減、果実0.3%増、水産物0.7%減、和牛3.0%減となっています。販売単価は果実、和牛が震災前より下回っています。

○ 大阪市中央卸売市場

県産野菜の取扱量は、震災前と比較して減少傾向ですが、果実はほぼ同じ取扱量があります。市場占有率は、震災前5か年平均より野菜0.5%減、果実0.0%となっており、野菜は震災前より低下しています。販売単価は果実が震災前より下回っています。

○ 札幌市中央卸売市場

県産野菜の取扱量は、近年減少傾向が続いており、震災前の約5割となっています。市場占有率は、震災前5か年平均より野菜0.3%減、果実0.0%となっており、野菜の数量は減少率が大きくなっています。

【課題】

- 野菜類は、数量や販売金額、市場占有率が震災前よりも減少しており、これらの早期回復が必要です。
- 果実類は市場占有率は震災前よりも微増しているものの、平均価格は減少しており、いち早い回復が必要です。
- 和牛枝肉の取引価格は、震災以降は全国平均を下回る水準で推移しており、早期の回復が必要です。

(2) 主要農産物の地方別出荷状況

【現状】

- 米の流通先は、現在は関東と県内主体の流通となっています。震災以降、北海道、関西、沖縄方面は風評の影響で流通量が減少しており、県内出荷割合が高まっています。
- 野菜類は関東主体の流通となっており、震災前とあまり変化はありません。北海道市場では、にら、しゅんぎくなど、秋冬野菜の出荷量は回復傾向にありますが、以前シェアの大きかった「だいこん」は、原子力災害の影響で激減し、北海道への野菜の総出荷量は減少しています。
- 果実類は、ももとなしは関東中心の流通となっており、りんごは県内と関東がほぼ同規模となっています。震災以降、ももとなしは関東への出荷量が増加しています。
- きのこと類はしいたけ及びなめこの両品目ともに、関東と県内出荷がほ

とんどですが、なめこは震災後、関東への出荷割合が高まっています。

【課題】

- 震災以降、米や青果物を中心に、北海道、東海、関西、沖縄方面での流通量が減少しており、首都圏よりも遠隔方部における主要消費地の取扱量の回復が課題です。
- 契約が絶たれた取引先の回復は厳しい状況となっており、新規の販路開拓が必要となっています。
- 震災以降、燃料価格はしばらく上昇を続け、運賃の値上がりなど、生産資材高騰に加え、流通コストが増加傾向にあります。遠隔市場においては、再生産に見合う販売価格の確保が求められています。

(3) 主要農林水産物の販売価格等の状況

ア 米

【現状】

- 我が国の主食である米は、長期にわたる消費量の減少と平成23年産米からの豊作などにより在庫量が増加し、とりわけ、本県産米は原子力災害に対する風評から、「コシヒカリ」（会津）を除き、他産地と比較して大幅に価格が下落しています。
- 相対取引価格（農林水産省）における27年産米1月速報値においても、全国平均で12,078円/玄米60kgとなり、過去最安値を更新しました。

【課題】

- 県産米の流通販売環境を早急に回復するため、徹底した安全対策や優れた品質等をPRし、販売促進を一層強化することが求められています。

イ 野菜

【現状】

- 風評の影響により、多くの品目の単価水準は、震災前の水準には回復していません。
- 県外における一部の量販店においては、震災後の取扱停止や販売量の減少が継続しています。

【課題】

- 震災前の単価水準への回復や、新規の販路開拓・取扱拡大が課題となっています。
- 本県は、全国一の出荷量を誇る夏秋きゅうりや、トマト、アスパラガス等の全国有数の品目がありますが、より全国的な地位を高めるため、ふくしまの「顔」となる品目を重点化し、ブランド力向上に向けた販売促進対策を行う必要があります。

ウ 果実

【現状】

- 風評の影響により、多くの品目の単価水準は、震災前の水準には回復していません。

- 贈答需要が減少し、観光果樹園の入客数も減少しています。

【課題】

- 全国第2位のもも、全国第4位の日本なしなど、主要な品目の全国的な地位や知名度をさらに高めるとともに、単価の早急な回復を図る必要があります。
- 震災前の単価水準への回復や、新規の販路開拓・取扱拡大が課題となっています。

エ 肉用牛

【現状】

- 枝肉価格の相場は堅調ですが、風評の影響により本県産については、全国平均を下回る水準で推移しています。
- 風評の影響が少ない県産子牛の取引価格は、全国平均を上回るまで回復しています。
- 肉用牛出荷頭数は平成25年度に肉用牛約22,000頭のうち、和牛は約59%を占めており、その出荷先は県内が26%、県外が74%（うち東京が51%）となっています。
- 平成25年度における東京都中央卸売市場の取扱頭数において、福島県産は9.1%を占めていますが、震災前の11.7%よりも2.6ポイント減少しています。

【課題】

- 福島県産牛の枝肉価格は、市場平均価格の約86%で推移しているため、風評を払拭し、枝肉格付けに対応した評価で取引されるまで回復させる必要があります。

オ 水産物

【現状】

- 試験操業^{*1}の段階にある沿岸漁業は、水揚げ量が絶対的に少ないものの、出荷先である15都府県においては他地域産と同等の価格で取引されています。
- カツオ、サンマなどを対象とする沖合漁業は再開されており、小名浜港、中之作港への水揚げ量は震災前に比べ減少しているものの、価格は全国平均と同程度です。
- 水産物流通・加工業者は、施設、設備等に被害を受けるとともに、沿岸漁業の操業自粛に伴う加工原料の調達費用の増加によって厳しい経営環境となっています。

【課題】

- 試験操業の拡大に伴う流通量の増加を見据え、消費者等への安全性の

*1 試験操業：安全性が確認されている魚種を対象に、海域を限定した操業と販売を試験的に行い、出荷先での評価を調査し、操業再開に向けた基礎データを得る取組。

- 周知や県内消費の拡大、今後の販売対策を検討していく必要があります。
- カツオ、サンマなど回遊魚の水揚げ量は、受入体制の整備に伴い増加しているものの、原子力災害の影響などにより回復が遅れているため、風評対策の徹底が必要です。
 - いわき地区は、包装かまぼこが全国有数の生産地であるなど水産加工業が盛んですが、産地の特色を生かした加工品づくりの推進が必要となっています。
 - 世界的な水産物需要の高まりによる加工原料価格の高騰など、安定的な原料確保が難しくなっているため、水揚げから流通まで地域一体となった産地流通機能の強化を図る必要があります。

カ きのご類

【現状】

- きのご類のほとんどが、震災前の販売単価の水準には回復していません。
- その後、きめ細かな検査の実施や販売PRが進み、菌床しいたけの販売単価は回復の兆しが見えています。
- 平成26年には、震災後中断していたきのご品評会が再開されたり、きのごを使った料理教室が開催されたりするなど、県産きのごの復興PRや消費拡大に向けた取り組みが積極的に展開されています。

【課題】

- 施設栽培の原木しいたけの出荷制限が一部解除となったものの、露地での栽培きのごについては出荷制限が継続し、野生きのごは拡大していることから、安全を確保しながら出荷制限の解除を図っていくことが中長期的な産地振興として必要となっています。
- 単価水準の回復を図るため、きのご類の安全対策やおいしさのPRをさらに強化し、安全性の浸透を図る必要があります。

2 地産地消の現状と課題

(1) 地産地消への関心度

【現状】

- 県民相互の連携と協力、いわゆる「結」の精神を基調として、「地産地消」の考え方をあらゆる分野に展開することにより、地域の活性化を促進することを目的とした「福島県地産地消推進プログラム」を、平成14年度に策定しました。
- 地産地消強化月間（10月、11月）及び毎月8日を「ごはんの日」と定め、PR活動を展開してきました。
- 原子力災害の影響で、地元農林水産物の出荷停止や買い控えが起こり、地産地消の推進については、一時期停滞する状態が続きました。

- 原子力災害以降、「がんばろう ふくしま！」応援店^{*1}、プレゼントキャンペーンやホームページによる情報発信、「おいしい ふくしま いただきます！」キャンペーン、「おいしい ふくしま いただきます！」フェスティバルの開催等により、安全対策への理解深化と、県民参加による地産地消の意識醸成を図ってきました。

【課題】

- 食と放射能に関する正しい情報や知識を得ることはもとより、「安全・安心でおいしい食」を提供する農林漁業者と消費者の顔の見える関係の一層の構築が重要です。
- 県内のホテル・旅館・飲食店、食品加工業者などの食関係事業者に対する正確な情報提供を行うとともに、それぞれの業種段階で、県産農林水産物の積極的な利用促進が必要です。

(2) 農産物直売所の販売額

【現状】

- 地産地消の牽引役である農産物直売所では、震災後は出荷制限や地元農産物に不安を持つ県民の買い控え等が見られました。
- 農産物直売所においては、自主検査施設の設置や検査結果の公表など、安全・安心の取組が進み、販売金額は回復の兆しが見えています。
- 新鮮な地元農産物を、旬のおいしい時期にPRしたり、料理教室の開催やレシピ提案等、購買意欲を喚起するイベントやブログ等による積極的な情報発信など、それぞれの農産物直売所でアイデアに工夫を凝らした取組が積極的に展開されています。

【課題】

- 消費者と農林漁業者のつながりを一層進め、農林漁業者にとって再生産への自信と自らの経営への誇りを回復することが重要です。
- 消費者にとって近隣の農産物直売所は、地元生産者の「顔」が見られる身近な存在であり、正しい理解の促進を図る場としての更なる機能発揮が求められています。

(3) 県内卸売市場の状況

【現状】

- 県内地方卸売市場取扱高の推移では、平成22年におよそ500億円あった取扱高は、平成23年には前年対比89.5%の447億円に減少しました。
- その後、花き部門は回復しましたが、青果部門は出荷量の減少等により回復していません。
- 一方、県内の中央卸売市場（福島市及びいわき市）取扱高の推移では、

*1 「がんばろう ふくしま！」応援店：県産農林水産物の継続的な販売（または食材として活用）や、消費者への正確な情報提供に取り組む店舗を募り、登録された店舗のこと。震災後の平成23年度から始まった取組で県が事務局となっている。

平成22年に120億円あった県内産の取扱高が、平成25年には89億9千万円に減少しました。一方、県外産の取扱高については、平成22年が413億円、平成25年が410億円であり、震災前とほぼ同じ取扱高となっています。

- 生産・消費量の減少や生産者と小売業者・消費者の直接取引等により、卸売市場経由率の低下や取扱数量の減少等の状況にあり、卸売市場及び仲卸業者の経営は非常に厳しいものとなってきています。
- 首都圏等の量販店との売場需要と連動し、マーケットイン^{*1}の機能を最大限に生かした商品づくり、生産組織の育成や活動支援などが行われており、地域農業振興や後継者育成等に貢献している市場があります。
- 県内の家畜市場においては、震災後、子牛出荷頭数が減少したことなどにより、子牛が取引される石川家畜市場が閉鎖、双葉家畜市場が休止しています。福島県家畜市場、福島県中央家畜市場の2市場により取引されており、平成25年の取扱頭数は10,500頭/年に減少しています。

【課題】

- 卸売市場及び仲卸業者の経営改善に加え、流通ルートが多様化する中、地方市場の役割である出荷者・実需者ニーズへの、よりきめ細かな対応が求められています。
- 地場産物の取扱量を増やすために、大都市圏の市場よりも近隣の市場を利用する方が有利であることを示しながら、地元産地との結びつきを強めていく必要があります。
- 消費者が、小売店で調理済みの加工品や半加工品（カット野菜、具材のセット等）を購入する機会が増えていることから、卸売市場内における加工業務への対応を強化する必要があります。

(4) 学校給食の利用状況

【現状】

- 学校給食における地場産物活用割合は、全国平均は25%前後を横ばいで推移する中、本県では地場産物活用割合が19.1%と、原子力災害の影響で震災前の活用割合まで回復していません。
- 米飯給食における県産米使用市町村数は、平成23年度は49市町村と減少しましたが、平成24年産米より全量全袋検査が開始され、保護者等への理解拡大を進め、使用市町村数は54市町村にまで回復しました。
- 県では、学校給食における安全・安心な地場産物の利用促進、児童生徒の望ましい食生活の形成や、郷土への理解深化を図るため、市町村の取組について支援しています。

【課題】

- 徹底した検査実施を前提とした学校給食用食材の使用など、安全性確

*1 マーケットイン：生産者や市場や顧客ニーズを汲み取った上で事業活動に取り組む考え方。これに対して、生産者の有する技術や優位性を基本に事業活動に取り組む考え方を「プロダクトアウト」という。

保の取組に対する保護者等の一層の理解を得るとともに、生徒・保護者と生産者や流通・加工事業者との絆を深めながら、地元食材の活用を進める必要があります。

(5) 食育の推進状況

【現状】

- 現代の食生活は、朝食の欠食や栄養バランスの偏りが生活習慣病の増加を招くなど多くの問題点が指摘されており、県においても、県民の健康の維持・増進のためには、ごはんを中心とした日本型食生活などの望ましい食生活への理解を深める食育を推進してきました。
- 放射性物質による健康への影響に対する不安から、一部の消費者は本県産を始め影響があると推測される地域で生産された食品の購入を控える傾向にあります。
- 中食や外食の増加など食生活が大きく変化する中、健全な食生活や県産農林水産物の利用を推進するため、「食育」を推進するとともに、学校給食や病院・福祉施設、社員食堂などの集団給食施設における地元食材の利用拡大に取り組んできました。

【課題】

- 食品における放射性セシウムの基準値や放射性物質検査の仕組み等が信頼できないと考える消費者に対して、基準値の設定根拠や、流通している県産農林水産物の安全性を丁寧かつ分かりやすく説明することにより、消費者等の正しい理解を促進する必要があります。

3 輸出の現状と課題

(1) 原子力災害に伴う輸入規制の状況

【現状】

- 現在、本県産農産物等の輸出については、原子力災害の影響により、全ての輸入を禁止している国のほか、放射性物質の検査証明書や現地でのサンプル検査などの輸入規制があり、輸出ができない国・地域があります。
- 輸入規制措置が完全解除された国は、平成27年1月9日現在で13か国にとどまっております。

【課題】

- 原子力災害に起因して輸入規制を講じている国々に対して、解除に向けた取組を国に強く求めるとともに、これらの国々への正確な情報発信や要請活動などを、国と連携の下、積極的に働きかけをする必要があります。

(2) 震災前後の農林水産物の輸出状況

【現状】

- 輸入規制措置や正確な情報の不足等の影響により、過去に輸出実績があっても未だに輸出が再開できない国・地域があり、震災から4年が経

過しても輸出量は大幅な減少が続いています。

【課題】

- 震災前において主要な輸出先であった香港、台湾については、規制解除に向けた取組を国と連携して行うとともに、規制されていない品目から、主体的に輸出に取り組む事業者等を支援し、輸出の回復に取り組む必要があります。
- これまで海外のバイヤーや関係団体、規制庁の担当者に本県の安全に対する取組を現地で紹介することで、理解と安心を得られてきたことから、今後も国と連携して、正しく理解してもらうための情報発信を強化していく必要があります。

IV 基本的な展開方向

原子力災害による風評の影響、流通販売の現状と課題、これまでの指針に基づく成果等を踏まえ、今後の県産農林水産物の流通販売の促進にあたっては、次に掲げる4つの施策を戦略的に展開します。

1 風評払拭と認知度向上に向けた戦略的情報発信

(1) 迅速な検査データの公表

放射性物質の除去・低減を始め、食の安全・安心を確保するための農林漁業者や出荷・販売事業者等の取組や、県が実施する放射性物質検査結果等の情報をホームページ「ふくしま 新発売。」等を活用して発信し、県産農林水産物の信頼回復に向けた活動を展開します。

(2) 安全確保対策の認知度向上

米の全量全袋検査や牛の全頭検査を始めとした、県産農林水産物の放射性物質の検査や、産地が取り組む放射性物質の吸収抑制対策、海産物の試験操業など、徹底した安全確保の取組について、消費者やジャーナリスト等に対して、産地ツアーやセミナー、対話イベントなどを通じた理解の促進を図るとともに、テレビCM、新聞等の多様なメディアを通じた、重層的な情報発信の継続的な展開により、安全確保の取組の認知向上とさらなる理解の深化を図ります。

また、放射性物質を始め、食の安全・安心に関わる事柄について、消費者、農林漁業者及び食品関係事業者相互の意思疎通を図る機会を設けることで、相互理解の促進を図ります。

(3) 「ふくしまの恵みイレブン^{*1}」の知名度向上

「ふくしまの恵みイレブン」に位置付けた主要な農林水産物のブランド再生に向けて、首都圏や京阪神地区など大消費地において、消費者にダイレクトに認知してもらえる戦略的なプロモーション活動を展開します。

(4) 「人・おいしさ」の情報発信

産地を支える「人」や「品質」、「おいしいさ」に焦点を当てて、消費者の共感・安心感の醸成につながる情報発信を展開します。

(5) 消費者と生産者との絆づくり

首都圏等の消費者と県内農林漁業者による対話交流イベントや産地ツアー等の充実を図り、相互理解に基づく絆づくりを進めます。

*1 ふくしまの恵みイレブン：福島県の多彩な農林水産物を代表する生産量が全国上位の11品目（米、きゅうり、トマト、アスパラガス、もも、日本なし、福島牛、地鶏（川俣シャモ、会津地鶏）、りんどう、なめこ、ヒラメ）

2 選ばれる商品としての農林水産物の提供

(1) マーケットインに基づく商品づくりと販売促進支援

量販店、市場、中食・外食業者等の顧客ニーズ、消費者ニーズを重視するマーケットインの視点による、「売れるもの」「選ばれる商品」づくりを支援します。

また、商談会の開催などにより、実需者が求める品目、商品、産地等、マッチングの機会を積極的に提供し、販路開拓、拡大等を支援します。

(2) 情報収集分析・提供体制の強化

県が行うマーケット調査や風評に伴う消費動向調査、県東京事務所などの県外事務所等が収集した、消費者ニーズや流通販売に関する各種情報を、広く農林漁業者や関係団体等に提供します。

(3) 特色ある農林水産物の提供

マーケットインの視点を重視した、本県のオリジナル品種や伝統野菜^{*1}、健康への機能性食材等、特色のある農林水産物の販路開拓や販売促進活動を支援します。また、県内各地の固有資源を生かした産地の育成、地域ブランドへの商標登録などの取組を支援します。

3 県内外・海外の多様なニーズに対応した販路の拡大

(1) 地産地消の推進

ア 地域内流通の促進

(ア) 県内卸売市場での取扱拡大と機能強化

県内卸売業者は、農協や出荷団体等の協力を得ながら、消費者ニーズに対応した売れる品目の提案や作付・出荷を誘導するなど、産地市場の集荷・供給機能の強化を図り、県産農林水産物の県内流通量の増大を促進します。

また、卸売市場に対する検査・指導や市場関係者を対象としたセミナーの開催等により、安定した県産農林水産物の供給体制の確保に努めます。さらに、コールドチェーン^{*2}システムによる品質管理の向上や、加工処理機能の強化を促進します。

(イ) 県内量販店等における取扱拡大推進

量販店等における地元農林水産物の取扱拡大を図るため、県内卸売市場の集荷機能を活用するほか、バイヤー等販売担当者と連携し、消費者ニーズにきめ細かに対応した「売れる商品づくり」を進め、量販店等における棚の確

*1 伝統野菜：その土地で古くから作られてきたもので、採種を繰り返していく中で、その土地の気候風土に合った野菜として確立されたきたものをいう。

*2 コールドチェーン：青果物を生産者から消費者の手に届くまで、冷蔵庫に入ったような状態で低温がとぎれないようにし、鮮度を保つ仕組みの総称をいう。コールドチェーンを構成するものは、生産地における予冷施設、消費地の荷受けの保冷施設、小売店の冷蔵ショーケース、そしてこれらをつなぐ低温輸送施設である。

保、地元での消費拡大を促進します。

(ウ) インショップ^{*1}の拡大推進

量販店等における地元農林水産物コーナー等のインショップ設置は、消費者及び農林漁業者相互にメリットがあるため、これらの手法を用いた販売促進活動及び取引拡大を促進します。

(エ) 「がんばろう ふくしま！」応援店の拡大と取組強化

県産農林水産物等の販売や、安全性のPRなどを行う「がんばろう ふくしま！」応援店の参加事業者の拡大を図ります。

イ 地元産食材の利用促進

(ア) 学校給食・社員食堂での利用拡大

学校給食関係者、社員食堂のある企業や給食事業者、福祉施設・病院、流通・加工業者等との連携強化を図りながら、集団給食施設等における地域食材の利用促進に努めます。特に学校給食にあつては、県産農林水産物の安全確保の取組について、保護者等の一層の理解を得ながら、地元食材の活用を進めます。

(イ) 消費拡大キャンペーンの展開強化

本県の食の魅力と安全性について県内外の消費者に広く発信し、販売促進の機会とすることを目的としたイベントや、県内量販店において、料理実演、試食PRなど、旬の県産農林水産物の消費拡大を進めるキャンペーンを、季節ごとに切れ目なく展開します。

(ウ) 企業マルシェ等の取組支援と連携強化

本県の復興や県産品の風評払拭を応援する企業との連携を強化し、マルシェや社内販売等の取組を支援するとともに、企業における県産品活用を積極的に働き掛けます。

(エ) 旅館、ホテルでの利用促進

県内の旅館・ホテル、食品加工業者と農林漁業者等が連携し、県産米や果物等、本県の主要品目を活用した食材の提供や、伝統食や食文化等を含めた地域の農林水産物の活用を促進します。

ウ 農産物直売所を核とした地域ネットワーク化の促進

地産地消の推進拠点である農産物直売所において、農業体験や食育推進活動など、生産者と消費者との交流活動を促進します。

また、各地域ごとの直売所ネットワーク活動を支援し、品揃えの充実や品質

*1 インショップ：直売形態の一つで、量販店等における当該地域産（地場産）農林水産物販売コーナーのこと。

向上など組織運営能力の向上を図ります。

エ 食育の推進

(ア) 放射性物質に関する理解促進

食品中の放射性物質に関する基準値について、設定根拠や安全性を丁寧かつ分かりやすく説明することにより、消費者等の正しい理解を促進します。

(イ) 望ましい食生活への理解推進

県民一人ひとりが自らの食生活について考え、健康で安心な食生活が実践できるよう、学校・地域・市町村などの関係機関が連携しながら、「食育」を推進し、ごはんを中心とした日本型食生活や魚食の普及、栄養バランスに配慮した望ましい食生活等の啓発を行います。

(ウ) 飲食店、企業等との連携

うつくしま健康応援店^{*1}の取組拡大や食品の適正な栄養表示の推進、食育推進活動に取り組む企業等の増加を図るなど、健全な食生活を育むことのできる食環境整備を推進します

(エ) 食文化の伝承と日本型食生活の普及・啓発

地域の食文化や伝統料理等に関する情報発信などを行うことにより、ごはんを中心とした日本型食生活の普及・啓発に取り組み、県産農林水産物や食文化・食習慣への理解促進と、県内における県産農林水産物の消費拡大につなげます。

(2) 県外等における販売促進対策

ア トップセールスの強化

関係団体と連携したトップセールスを首都圏、大阪、北海道などにおいて積極的に展開し、取扱拡大に努めます。

イ 商談機会の充実強化

首都圏等において商談交流会を開催し、県産農林水産物及び関連加工品等の販路開拓、取扱拡大、販売促進等を進めます。

ウ 量販店等店頭イベントの充実

県産農林水産物を取り扱う量販店等において、消費者に直接アピールする店頭イベントを重点的に展開します。

*1 うつくしま健康応援店：県民の外食機会の増大に伴い、安心して外食を楽しみながら健康な食生活を育むことのできる環境をつくるため、①提供するメニューの栄養成分表示（必須）、②栄養・健康情報の提供（選択）、③ヘルシーメニューの提供（選択）、④禁煙・分煙の実施（選択）を実施する飲食店。

- エ 「食」「農」「観」一体となった需要を拡大するプロモーションの強化
「食」「農」「観」の業種・分野が一体となったプロモーション、観光キャンペーンや、広報部局と連携した重層的展開により、復興に向けた県民の一体感と“オールふくしま”の魅力を積極的にアピールします。
- オ 首都圏情報発信拠点の活用
首都圏情報発信拠点「日本橋ふくしま館 MIDETTE」等を活用した、6次化商品等の販売PRやテストマーケティング等により、県産農林水産物等の知名度向上や販路拡大を図ります。また、飲食コーナを活用したイベント、他県アンテナショップと連携したキャンペーンなどのプロモーションを展開します。
- カ 産地自らが行う販路・消費拡大活動への支援
産地自らが県内外で行うPR活動や、ネット販売、メディアを活用した特色ある販路開拓などの取組を支援します。また、催事、物産イベントへの出展等の販売機会や販路開拓の機会を創出します。
- キ 中食・外食産業実需者との連携強化
国内の中食・外食産業の中軸を担う業界関係者と、取引の主体となる関係団体や生産者の連携強化を図り、県産農林水産物の多様な需要を開拓します。
- (3) 輸出の再開・拡大の推進
- ア 輸入規制解除に向けた取組の強化
本県の生産現場や検査体制等の情報提供を行うとともに、国と連携して視察招致活動を展開します。さらには、万国博覧会や海外の展示会等において、相手国政府関係者や報道機関に対して、食の安全確保の取組等の情報を積極的に発信します。
- イ 輸出対象地域の重点化による販路拡大
食品の輸入規制が比較的緩やかな地域へのアプローチを重点化し、現地でのインスタプロモーションや商談会の開催等により効果的な販路開拓を図ります。
- ウ 輸出サポート体制の充実
ジェトロなどの関係機関と連携し、^{ハサップ}HACCP^{*1}や^{ギャップ}GAP^{*2}、ハラール食^{*3}など輸出相手国が必要とするニーズに関する情報の提供を行うとともに、貿易手続のサポートなどの支援をきめ細やかに行います。

*1 HACCP：食品の製造・加工工程で発生する危害の可能性を分析し、その結果に基づき製造工程上に重要管理点を定め、これを連続的に監視する衛生管理の手法。

*2 GAP：農業生産活動の各工程の正確な実施、記録、点検及び評価を行うことによる持続的な改善活動のこと。

*3 ハラル食：イスラム教の戒律に対応した食べ物。

エ 輸出障壁の軽減・除去に向けた技術的支援体制の充実
農林水産物の長期保存技術や品質を維持しつつ長距離を輸送する技術の開発など、輸出障壁の軽減・除去に向けた技術的支援体制を充実・強化します。

オ 輸出に取り組む生産者団体等への支援
輸出に意欲のある事業者の商品開発や販路開拓の取組を促進するため、海外における個別商談や市場調査、情報収集等の必要な取組を支援します。

4 地域産業6次化の推進

(1) 農林水産資源を活用した魅力ある商品づくり

ア 加工等による農林水産物の高付加価値化の推進

農林漁業者自らが、加工や販売に取り組む6次産業化や、農林漁業者と商工業者がお互いの強みを生かしながら連携する農商工連携などにより、農林水産物を県内で加工し、付加価値を付ける取組を支援します。

イ 魅力ある商品開発に向けた原材料供給体制の強化

本県のオリジナル品種や伝統野菜、健康への機能性が確認されている食材等、本県の顔となる訴求力の高い特色ある農林水産物の生産を振興するとともに、1次加工などにより年間を通して農林水産資源を加工品等の原料として使用できる体制を強化します。

ウ 食品加工技術の高度化への支援

消費者の健康志向や簡単に早く食べられる食品を好む傾向など、市場ニーズに技術面で対応するため、試験研究機関における研究開発や研修・技術相談機能を強化します。

エ マーケットインの視点による商品開発の推進

市場や顧客ニーズを重視するマーケットインの視点を大切にしながら、商品自体の品質はもとより、ストーリー性やネーミング、パッケージデザインを含め、購買層の志向を意識した売れる商品づくりを支援します。

オ 新たな事業展開に必要な支援の強化

各種融資・補助制度などの情報提供・相談機能を強化するとともに、制度活用に当たり専門家による助言等を組み合わせるなど、事業効果の向上に向けきめ細やかな支援を行います。

(2) 観光等、関連分野との連携強化

ア 「食」をテーマとした着地型観光の推進

地域の特産物や食文化等、農山漁村の「食」の魅力を重点的に掘り起こすなど、地元ならではの観光素材を発掘・発信する着地型観光を推進し、新たな観光需要の創出を図ります。

イ 観光資源を活用した特産品の販売促進

地域産業6次化により生み出される本県ならではの特産品を地域の観光資源と組み合わせることでPRすることにより、特産品の販売促進や観光地としての魅力の向上を図ります。

ウ 農山漁村を活用したグリーン・ツーリズム等の展開

農山漁村を活用した多彩で独自性のある体験プログラムの充実や、多様な客層の受け入れに必要な人材育成など、受入体制の強化を支援するとともに、受入地域の空間放射線量に関する正確な情報を発信するなど風評の払拭を進め、交流人口の拡大を図ります。

エ 農山漁村と関連分野との連携による新たな価値の創出促進

農林漁業体験や食文化の継承などを通じた教育分野との連携や、健康食品の開発等の福祉・医療分野との連携など、農山漁村と他分野との結びつきにより新たな価値を創出する取組を促進します。

5 品目に応じた販売の促進

(1) 米・大豆等

ア 米

関係機関・団体と連携して、トップセールス、メディアを活用した積極的なPR、卸売事業者や外食事業者との商談会や産地懇談会、各種ツアー等の実施により、県産米の優れた食味や品質、特別・有機栽培米等のこだわりのある米づくり等売り込み、販路の拡大を図ります。

また、県内量販店等でのイベント開催を始め、「がんばろう ふくしま！」応援店や県内学校給食、社内給食での県産米利用促進、県内の旅館、ホテルなどの宿泊施設での福島米利用推進など、県内での消費拡大を図ります。

県オリジナル品種「天のつぶ」については、外食・中食等の需要が増加していることから、炊飯特性や調理法などの情報を提供しながら、業務用米を含めた販売を進めるとともに、旅館、ホテルなどの宿泊施設や飲食店、県庁食堂におけるフェア等の開催により認知度向上を図り一層の利用を促進します。また、テレビCM等メディアを効果的に使用したPRを戦略的に展開します。

さらに、米粉等を活用した魅力ある商品開発や販売促進活動の支援により、米の消費や需要拡大を図ります。

イ 大豆

生産・加工・流通・販売等の各段階における相互連携を強化し、農商工連携などにより県産大豆の特徴を生かし、魅力ある商品群の開発や消費拡大を図るとともに、大手販売業者や農産物直売所との連携により、県内大豆商品の販売促進に努めます。

ウ 麦

福島県民間流通麦地方連絡協議会を通じた、生産者と実需者による播種前契約による県内流通の取組を促進するほか、地産地消を基本とした特色ある商品開発と需要の掘り起こしを進めます。

特に、小麦「ゆきちから」を使用したラーメンなど、食品関係業者と連携した特長ある地産地消型商品の開発等を支援し、消費者ニーズに合った商品開発や需要拡大に努めます。

エ そば

県オリジナルそば品種「会津のかおり」を活用した県産そばのブランド力強化を図るため、「うつくしま蕎麦王国協議会」等と連携し、高品質そばの安定生産・安定供給及び需要の拡大を推進します。また、各地域に根ざした優良な在来種の活用を含め、県内そば店やそば加工業者、県内観光業と連携した需要の拡大を促進するため、PR等を強化していきます。

(2) 青果物等

ア 野菜

関係機関・団体と連携して、卸売市場や量販店等においてトップセールス、メディアを活用した積極的なPRを実施し、販売価格の回復と取扱拡大を図ります。県内においては、量販店や直売所等における試食や料理教室、プレゼン等を通じて旬の野菜の魅力やおいしさをPRする消費拡大キャンペーンを、四季を通じて県内各地きめ細かに展開します。

また、商談会の開催、産地ツアー等を通して、安全確保の取組と優れた品質や魅力をアピールするとともに、ふくしまの「顔」となるきゅうり、トマト、アスパラガス等を量販店で重点的に扱っていただくことにより、「ふくしまの野菜」の知名度向上と需要拡大を図ります。

イ 加工・業務用野菜

国等が主催する加工・業務用野菜の商談会へ、農業者・農業団体等の参加を誘導します。また、国内の外食・中食産業の中軸を担う、業界関係者との連携強化を図り、関係実需者、食品関係事業者や学校給食関係者が求める加工・業務用野菜と産地とのニーズマッチングを実施することにより、契約数量の確保拡大を図ります。

ウ 果実

関係機関・団体と連携し、首都圏等の大消費地や主要地方都市を対象に、量販店や市場等におけるトップセールスによる販売促進活動を展開し、取扱の拡大と販売価格の回復を目指します。震災前から流通ルートのあった地方都市においては、対象市場や量販店等との連絡調整を行い、売場の回復を図っていきます。県内の量販店や直売所等においては、季節性を生かした魅力やおいしさをPRする消費拡大キャンペーンを、旬の時期を捉えて県内各地においてきめ細かに展開します。

また、「果樹王国ふくしま」のブランド力向上や取扱拡大に向けて、メディアを活用した積極的なPRや産地ツアー等を通して、安全確保の取組と優れた品質や魅力をアピールするとともに、ふくしまの「顔」となるももや日本なしの重点的な販売促進活動や、首都圏等の飲食店舗において、トップセールスや試食宣伝と連動した期間限定のメニュー提供などにより、親しみやおいしさの多様な演出を展開し、ふくしまの果物ファン獲得を図ります。

さらに、長期保存技術や品質を維持しつつ長距離を輸送する技術の開発など、輸出障壁の軽減・除去に向けた技術的支援体制を充実・強化します。

エ 花き

市場ルート及び近年拡大する多様な販売ルートでの流通状況を踏まえ、ふくしまの「顔」となるりんどうを始め、農業者・農業者団体・市場・小売店等がPRキャンペーン、産地見学会等を協力して実施するなど消費拡大に取り組むとともに、消費者が花と親しみ、花を身近に感じられる花育等を教育・福祉関連機関と連携を図りながら推進し、需要拡大を図ります。

オ きのご類

きのご類は、特に原木露地栽培で生産回復の困難な状況が続き、生産量が大幅に減少していることに加え、震災以降の風評の影響も大きいことから、各種イベントの開催やメディア等の活用を通じて、県産きのごのおいしさや県オリジナル品種を活用した地域特産品としての知名度の向上を図るとともに、放射性物質検査体制や安全なきのご栽培の取組をアピールし、消費拡大と取扱量の回復を図ります。

また、野生きのごや山菜等に関するきめ細やかな検査の実施とわかりやすく正確な検査結果の公表に取り組みます。

(3) 畜産物

県産畜産物の信頼確保に向けて、メディア等を活用して、牛の全頭検査の認知度向上、飼料給与体制も含め県で実施する総合的な安全性確保の取組をPRし、今後とも、「安全・安心でおいしい」畜産物が「定時・定量・定質（高品質）」で提供できる体制を構築できるよう、生産段階も含めた総合的な施策を展開します。

ア 牛肉

「福島牛」のブランド力を一層強化するため、東京食肉市場や福島県食肉流通センターを拠点とした情報発信を行うとともに、産地懇談会や商談会を通じて全頭検査を始めとする安全対策はもとより、品質の高さや機能性等について、実需者等の理解拡大を求め、県内及び首都圏における常時取扱店舗の拡大、旅館・ホテル・料理店等での利用拡大など、総合的な販路拡大を目指します。

また、県内では牛肉消費量が全国に比較して低い水準にあることから、関係団体と連携して消費拡大のための取組みを進めます。

イ 豚肉

「麓山高原豚」、「うつくしまエゴマ豚」を始めとした銘柄豚等について、生産拡大による安定した供給体制の構築を進めるとともに、関係団体と連携し、特色や品質の高さを前面に打ち出したPRを強化するなど、販路拡大を進めます。

ウ 鶏肉・鶏卵

消費者ニーズに対応した特色ある鶏肉や鶏卵の安定的供給を図るとともに、特に本県独自の特色ある「川俣シャモ」や「会津地鶏」等については、その品質を活かした様々な加工品等の開発を支援し、地域活性化を図るための特産品に発展させるなど、一層の販路拡大を推進します。

エ 牛乳・乳製品

安全・安心な生乳の生産・供給のため、^{ハサップ}HACCP手法を用いた管理基準の普及を図るとともに、学校給食での利用促進や関係団体と連携した各種イベント等を通じて、牛乳・乳製品は栄養バランスの取れた食品であることをPRし、県産牛乳・乳製品の一層の消費拡大を推進します。

(4) 水産物

本県の水産物については、いわゆる「潮目の海」を控え多彩で新鮮な魚種の水揚げがあり、豊穡な海で育まれた海産物は「常磐もの」として高い市場評価を得ていました。

しかしながら、原子力災害に伴う出荷制限等により、沿岸漁業は操業自粛を余儀なくされていますが、操業に向けた試験操業の拡大を図っています。

ア 試験操業

県が行う放射性物質検査の結果、安全が確認された魚種については、小規模な操業と販売を試験的に行い、出荷先での評価を調査しています。試験操業の対象魚種を拡大しながら実績を積み重ね、自主検査体制の構築や販売ルートの回復、福島の水産物の安全性をPRし、本格操業を目指していきます。

イ 新たな流通ルートの開拓

漁獲物は、ほぼ全量が産地卸売業者（漁業協同組合）から産地仲卸業者への単一の流通ルートであることから、漁業協同組合等が行うインターネット販売や宅配などによる新たな流通ルートの開拓を支援することにより、消費者ニーズに対応した水産物の販売促進に努めます。

ウ 魅力ある商品づくり

未利用・低利用魚等については、漁業者による簡易加工や漁業者と加工業者の連携による魅力ある商品づくりなどの付加価値形成を支援することにより、県産水産物の利用と消費拡大に努めます。

エ 消費者への理解拡大

県が実施する安全対策はもとより、「常磐もの」の本来持っている品質の高さやおいしさをPRするため、県内主要市場においてPRイベントを開催するほか、新聞・雑誌・各種パブリシティ^{*1}等によるメディア活用、首都圏における交流イベントの展開強化など、今後の流通量拡大も見据えつつ、消費者の理解拡大を得ながら販売促進につなげます。

(5) 加工品等

本県の農林漁業者が取り組む農林水産加工品には、あんぼ柿のように市場から高い評価を得ているものもありますが、全国的に知名度の高い商品は少ない状況となっています。

このため、新 ふくしま地域産業6次化戦略に基づき、地域の農林水産資源を使用し、市場ニーズを重視したマーケットインの視点による新商品開発を推進するとともに、6次産業化に取り組もうとする農林漁業者の人材育成や加工品等の販路開拓を支援します。

ア 新商品の開発支援

県産農林水産物の特徴や機能性を活かした加工技術の開発を進め、商品の高付加価値化を図るとともに、イノベーターバンク制度による商品開発、製造、販売支援や、県産品加工支援センターにおける加工品の特性分析等市場ニーズに対応した特色のある新商品の開発を支援し、売れる加工品づくりを進めます。

また、加工に携わる農林漁業者の人材育成、組織育成に努めるとともに、農業総合センター農業短期大学校における研修などにより、農林漁業者のスキルアップを支援します。

イ 農林水産加工品のPR等

各種広報媒体等を活用し、農林水産加工品の販売店となる農産物直売所や農家レストランの情報を発信するとともに、「日本橋ふくしま館 MIDETTE」等を活用したテストマーケティングや商談会の開催、県内外で開催されるイベントや農林水産加工品コンクール等への参加誘導を図るなど、農林水産加工品のPRや販路拡大を支援します。

*1 パブリシティ：新聞やテレビ、ラジオなどのマスコミの取材活動に協力したり、積極的に情報を提供することで、報道記事として取りあげられるよう広報する手法。

V 推進体制

1 組織

(1) 県

県は、本方針を策定するとともに、庁内各部局・市町村・農林水産関係団体・「食」関係団体等と連携し、各種施策の着実な推進と農林漁業者等への適切な支援を行います。

(2) ふくしまの恵み販売促進戦略会議

庁内関係各課等で構成する本会議は、本方針の立案をはじめ各種施策の進行管理を行い、本方針に掲げた目標実現を目指します。

(3) ふくしまの恵み販売促進協議会

生産・流通・販売など各段階における代表組織で構成されている本協議会は、本方針実現のための重要なパートナーであり、各構成員の主体的な取り組みはもとより、各構成員の連携・協力体制をより強固なものとするため、意見や情報交換の場を設定します。

2 進行管理・目標指標

| 指標名 | 現状値 | 目標値 |
|---|------------------|--------------------|
| 農産物直売所の販売額 【参考】H22年度 160億円 | H24年度 167億円 | H32年度 234億円以上 |
| 学校給食における地場産物活用割合 【参考】H22年度 36.1% | H25年度 19.1% | H32年度 40% |
| 学校給食において県産米を利用している市町村の割合 【参考】H22年度 100% | H25年度 91.4% | H32年度 100% |
| 「がんばろう ふくしま！」応援店の登録数 | H25年度 2,242店 | H32年度 3,000店以上 |
| 大消費地へのふくしまの「顔」となる青果物の供給量 【参考】H22年度35,598 t | H25年度 37,544t | H32年度 45,000t以上 |
| 福島県産農産物の海外輸出量 【参考】H22年度 153 t | H25年度 5.5t | H32年度 500t以上 |
| 福島県産農産物の海外向け出荷額 【参考】H22年度 64百万円 | H25年度 3百万円 | H32年度 200百万円以上 |
| 農産物の加工や直売等の年間販売金額 【参考】H22年度 329億円 | H24年度 289億円 | H32年度 482億円以上 |
| 6次化商品数 【参考】H23年度 200品 | H25年度 402商品 | H32年度 470商品以上 |

参考資料

◎ 主要農林水産物への影響

| 品目名 | 項目 | 全国順位(平成22年) | 全国順位(データ年) |
|--------|------|-------------|------------|
| 水稲 | 収穫量 | 4位 | 7位(平成26年) |
| きゅうり | 収穫量 | 3位 | 4位(平成25年) |
| トマト | 収穫量 | 7位 | 9位(平成25年) |
| アスパラガス | 収穫量 | 5位 | 7位(平成25年) |
| もも | 収穫量 | 2位 | 2位(平成25年) |
| 日本なし | 収穫量 | 3位 | 4位(平成25年) |
| りんどう | 出荷量 | (品目データなし) | 4位(平成25年) |
| 肉用牛 | 飼養頭数 | 10位 | 13位(平成26年) |
| ナメコ | 生産量 | 4位 | 4位(平成24年) |
| ヒラメ | 漁獲量 | 3位 | — |

(農林水産省「作況調査」「畜産統計」「特用林産基礎資料」「漁業・養殖業生産統計」)

◎主要卸売市場における福島県産農林水産物取扱実績

| 市場 | 種類 | 分類 | 単位 | 平成25年 | | | 平成24年 | | | 平成23年 | | | 震災前5か年平均 | |
|-----------|------------|------------|---------------|-------------|------------|---------------|------------|---------------|------------|---------------|------------|---------------|------------|-------|
| | | | | 市場総取扱実績 | 左のうち福島県分 | シェア | 福島県実績 | シェア | 福島県実績 | シェア | 福島県実績 | シェア | 福島県実績 | 基準 |
| | | | | | | 震災前5か年平均との対比 | | 震災前5か年平均との対比 | | 震災前5か年平均との対比 | | 100 | | |
| 東京都中央卸売市場 | 青果 | 野菜 | 数量(t) | 1,571,007 | 31,440 | 2.0% | 33,616 | 2.1% | 33,517 | 2.2% | 38,394 | 2.5% | 41,252 | 2.6% |
| | | | 金額(千円) | 361,499,440 | 9,126,454 | 77 | 7,631,214 | 64 | 9,293,729 | 79 | 11,693,010 | | 11,837,342 | 100 |
| | | | 平均価格(kg/円) | 230 | 290 | 101 | 227 | 79 | 277 | 96 | 305 | | 287 | 100 |
| | | 果実 | 数量(t) | 459,911 | 11,177 | 2.4% | 9,246 | 2.0% | 13,002 | 2.8% | 9,599 | 2.0% | 10,851 | 2.1% |
| | | | 金額(千円) | 156,900,257 | 3,297,932 | 83 | 2,667,471 | 67 | 3,290,086 | 83 | 3,866,944 | | 3,986,559 | 100 |
| | | | 平均価格(kg/円) | 341 | 295 | 80 | 288 | 78 | 253 | 68 | 403 | | 371 | 100 |
| | | 合計 | 数量(t) | 2,030,919 | 42,617 | 2.1% | 42,862 | 2.1% | 46,519 | 2.3% | 47,992 | 2.4% | 52,103 | 2.5% |
| | | | 金額(千円) | 518,399,697 | 12,424,387 | 79 | 10,298,685 | 65 | 12,583,815 | 80 | 15,559,954 | | 15,823,901 | 100 |
| | | | 平均価格(kg/円) | 255 | 292 | 96 | 240 | 79 | 271 | 89 | 324 | | 304 | 100 |
| | 水産 | 魚介類 | 数量(t) | 347,935 | 1,203 | 0.3% | 1,194 | 0.3% | 1,003 | 0.3% | 2,996 | 0.8% | 3,770 | 1.0% |
| | | | 金額(千円) | 319,599,662 | 1,239,423 | 45 | 1,209,107 | 44 | 1,019,080 | 37 | 2,470,597 | | 2,758,725 | 100 |
| | | | 平均価格(kg/円) | 919 | 1,030 | 138 | 1,013 | 136 | 1,016 | 136 | 825 | | 746 | 100 |
| | | 海草類 | 数量(t) | 166,895 | 3,390 | 2.0% | 3,329 | 1.9% | 3,864 | 2.1% | 5,797 | 2.9% | 6,614 | 3.1% |
| | | | 金額(千円) | 129,346,482 | 2,531,654 | 56 | 2,461,179 | 55 | 2,747,287 | 61 | 4,010,275 | | 4,491,603 | 100 |
| | | | 平均価格(kg/円) | 775 | 747 | 110 | 739 | 109 | 711 | 105 | 692 | | 680 | 100 |
| | | 加工品 | 数量(t) | 514,829 | 4,592 | 0.9% | 4,523 | 0.9% | 4,867 | 0.9% | 8,793 | 1.5% | 10,384 | 1.7% |
| | | | 金額(千円) | 448,946,144 | 3,771,077 | 52 | 3,670,287 | 51 | 3,766,366 | 52 | 6,480,872 | | 7,250,329 | 100 |
| | | | 平均価格(kg/円) | 872 | 821 | 117 | 811 | 115 | 774 | 110 | 737 | | 703 | 100 |
| | 合計 | 数量(t) | 1,039,659 | 15,088 | 1.4% | 14,986 | 1.4% | 14,744 | 1.4% | 27,586 | 2.2% | 31,561 | 2.3% | |
| | | 金額(千円) | 1,000,888,968 | 10,000,000 | 100 | 1,000,000,000 | 100 | 1,000,000,000 | 100 | 1,000,000,000 | | 1,000,000,000 | 100 | |
| | | 平均価格(kg/円) | 963 | 663 | 69 | 667 | 93 | 705 | 73 | 777 | | 703 | 100 | |
| 畜産 | 和牛生体 | 頭数 | 73,225 | 5,868 | | 6,119 | | 6,353 | | 7,121 | | 7,099 | | |
| | | 重量(t) | 34,490 | 2,723 | 7.9% | 2,905 | 8.8% | 2,904 | 9.3% | 3,313 | 10.4% | 3,272 | 10.9% | |
| | | 金額(千円) | 66,172,567 | 4,507,425 | 72 | 3,946,893 | 63 | 3,677,115 | 59 | 5,658,068 | | 6,284,208 | 100 | |
| 枝肉 | 数量(t) | 1,919 | 1,655 | 86 | 1,359 | 71 | 1,266 | 66 | 1,708 | | 1,921 | 100 | | |
| | 金額(千円) | 473,271 | 3,690 | 0.8% | 3,837 | 0.8% | 4,475 | 1.0% | 6,457 | 1.4% | 6,024 | 1.3% | | |
| | 平均価格(kg/円) | 246 | 223 | 91 | 276 | 93 | 312 | 90 | 377 | | 302 | 100 | | |
| 大阪市中央卸売市場 | 青果 | 野菜 | 数量(t) | 473,271 | 3,690 | 0.8% | 3,837 | 0.8% | 4,475 | 1.0% | 6,457 | 1.4% | 6,024 | 1.3% |
| | | | 金額(千円) | 101,724,292 | 995,645 | 66 | 746,699 | 49 | 1,128,210 | 75 | 1,640,978 | | 1,508,809 | 100 |
| | | | 平均価格(kg/円) | 215 | 270 | 108 | 195 | 78 | 252 | 101 | 254 | | 251 | 100 |
| | 果実 | 数量(t) | 210,298 | 2,347 | 1.1% | 2,002 | 0.9% | 3,519 | 1.7% | 2,968 | 1.4% | 2,591 | 1.1% | |
| | | 金額(千円) | 67,701,949 | 707,175 | 72 | 559,480 | 57 | 961,988 | 98 | 1,193,578 | | 985,669 | 100 | |
| | | 平均価格(kg/円) | 322 | 301 | 79 | 280 | 73 | 273 | 72 | 402 | | 382 | 100 | |
| | 合計 | 数量(t) | 683,569 | 6,037 | 0.9% | 5,839 | 0.9% | 7,994 | 1.2% | 9,425 | 1.4% | 8,615 | 1.3% | |
| | | 金額(千円) | 169,426,241 | 1,702,821 | 68 | 1,306,180 | 52 | 2,090,198 | 84 | 2,834,555 | | 2,494,478 | 100 | |
| | | 平均価格(kg/円) | 248 | 282 | 97 | 224 | 77 | 261 | 90 | 301 | | 290 | 100 | |
| 札幌市中央卸売市場 | 青果 | 野菜 | 数量(t) | 250,126 | 350 | 0.1% | 271 | 0.1% | 439 | 0.2% | 757 | 0.3% | 1,047 | 0.4% |
| | | | 金額(千円) | 41,712,435 | 177,258 | 45 | 133,782 | 34 | 196,703 | 50 | 342,075 | | 396,550 | 100 |
| | | | 平均価格(kg/円) | 167 | 506 | 132 | 494 | 129 | 448 | 117 | 452 | | 384 | 100 |
| | 果実 | 数量(t) | 62,267 | 1,881 | 3.0% | 1,599 | 2.5% | 1,964 | 3.2% | 1,669 | 2.6% | 1,967 | 3.0% | |
| | | 金額(千円) | 18,477,529 | 878,659 | 88 | 755,682 | 76 | 738,950 | 74 | 921,911 | | 998,576 | 100 | |
| | | 平均価格(kg/円) | 297 | 467 | 91 | 473 | 93 | 376 | 74 | 553 | | 511 | 100 | |
| | 合計 | 数量(t) | 312,393 | 2,231 | 0.7% | 1,869 | 0.6% | 2,404 | 0.8% | 2,425 | 0.8% | 3,013 | 1.0% | |
| | | 金額(千円) | 60,189,964 | 1,055,916 | 76 | 889,463 | 64 | 935,653 | 67 | 1,263,986 | | 1,395,125 | 100 | |
| | | 平均価格(kg/円) | 193 | 473 | 102 | 476 | 102 | 389 | 84 | 521 | | 466 | 100 | |
| 福島市中央卸売市場 | 青果 | 野菜 | 数量(t) | 42,953 | 6,713 | 15.6% | 6,432 | 15.7% | 6,777 | 15.8% | 8,375 | 19.8% | 9,561 | 19.9% |
| | | | 金額(千円) | 7,575,475 | 1,713,656 | 74 | 1,378,238 | 59 | 1,645,206 | 71 | 2,235,861 | | 2,330,951 | 100 |
| | | | 平均価格(kg/円) | 176 | 255 | 104 | 214 | 88 | 243 | 99 | 267 | | 244 | 100 |
| | 果実 | 数量(t) | 16,004 | 4,233 | 26.4% | 3,663 | 24.4% | 4,176 | 28.5% | 4,906 | 28.6% | 5,493 | 26.8% | |
| | | 金額(千円) | 4,446,777 | 1,507,870 | 83 | 1,335,556 | 74 | 1,278,662 | 71 | 1,807,246 | | 1,808,255 | 100 | |
| | | 平均価格(kg/円) | 278 | 356 | 108 | 365 | 110 | 306 | 93 | 368 | | 331 | 100 | |
| | 合計 | 数量(t) | 58,957 | 10,946 | 18.6% | 10,095 | 18.0% | 10,953 | 19.1% | 13,281 | 22.3% | 15,055 | 22.0% | |
| | | 金額(千円) | 12,022,252 | 3,221,525 | 78 | 2,713,795 | 66 | 2,923,868 | 71 | 4,043,107 | | 4,139,207 | 100 | |
| | | 平均価格(kg/円) | 204 | 294 | 107 | 269 | 97 | 267 | 97 | 304 | | 276 | 100 | |

※ 果実にはいちご、メロン、スイカ（果実的な野菜）を含む。

◎ 地方別・品目別県産農産物出荷数量実績

(単位：%)

| 出荷地方 | 米 | | トマト | | きゅうり | | アスパラガス | | いちご | | しゅんぎく | | にら | |
|-----------|-----|-----|-----|-----|------|-----|--------|-----|-----|-----|-------|-----|-----|-----|
| | H22 | H24 | H22 | H25 | H22 | H25 | H22 | H25 | H22 | H25 | H22 | H25 | H22 | H25 |
| 北海道 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 14 | 30 | 37 | 32 | 24 | 17 |
| 東北(福島を除く) | 3 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 4 | 8 | 29 | 31 |
| 関東 | 36 | 39 | 76 | 78 | 70 | 72 | 86 | 86 | 20 | 5 | 36 | 35 | 19 | 21 |
| 北陸 | 3 | 1 | 3 | 3 | 5 | 5 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| 東海 | 2 | 2 | 0 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 近畿 | 17 | 13 | 1 | 2 | 17 | 13 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 中国・四国 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 九州 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 沖縄 | 4 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 福島県内 | 31 | 40 | 19 | 17 | 5 | 6 | 14 | 14 | 66 | 66 | 22 | 25 | 26 | 31 |

| 出荷地方 | ブロッコリー | | もも | | なし | | りんご | | あんぽ柿 | | なめこ | | しいたけ | |
|------------|--------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|------|-----|
| | H22 | H25 | H22 | H25 | H22 | H25 | H22 | H25 | H22 | H25 | H22 | H25 | H22 | H25 |
| 北海道 | 6 | 3 | 9 | 7 | 0 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 東北(福島をのぞく) | 0 | 1 | 9 | 9 | 7 | 7 | 0 | 0 | 6 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| 関東 | 81 | 84 | 44 | 51 | 51 | 60 | 34 | 36 | 62 | 71 | 67 | 76 | 82 | 81 |
| 北陸 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 東海 | 2 | 1 | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 近畿 | 0 | 0 | 11 | 10 | 20 | 12 | 18 | 19 | 18 | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 中国・四国 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 九州 | 0 | 0 | 6 | 5 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 沖縄 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 福島県内 | 11 | 11 | 20 | 17 | 19 | 20 | 42 | 38 | 10 | 21 | 32 | 24 | 17 | 19 |

※1 網掛：「ふくしまの恵みイレブン」品目

強調数字：出荷量が最も多い地方

※2 「米穀の生産と流通に関する資料」(平成26年3月 福島県農林水産部農産物流通課) 主食用うるち米出荷実績

※3 野菜・果実・きのこ類はJA全農福島取扱市場別取扱実績より算出。

◎ 相対取引価格の年次推移 (単位：円/玄米60kg、農林水産省)

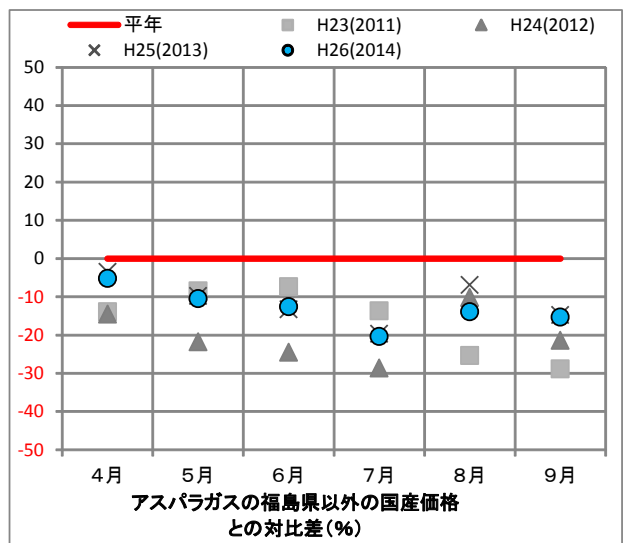
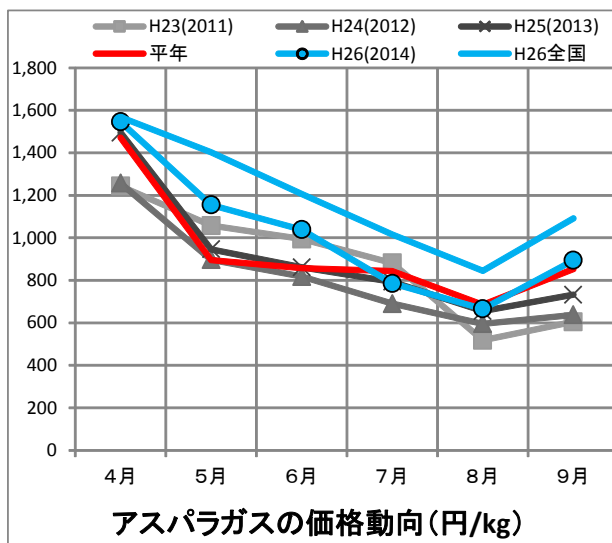
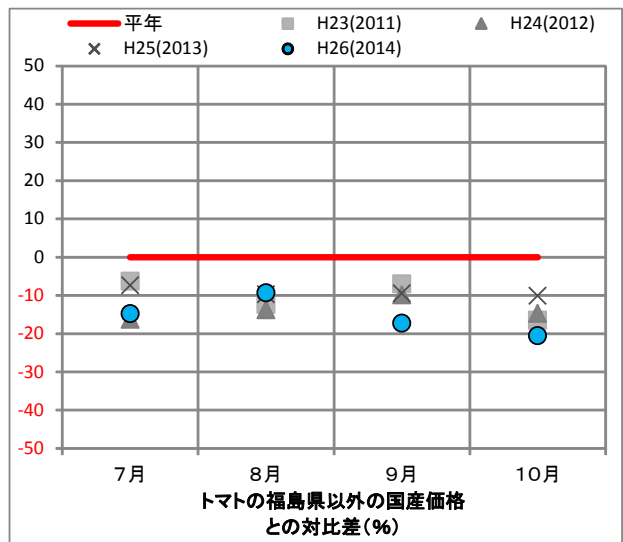
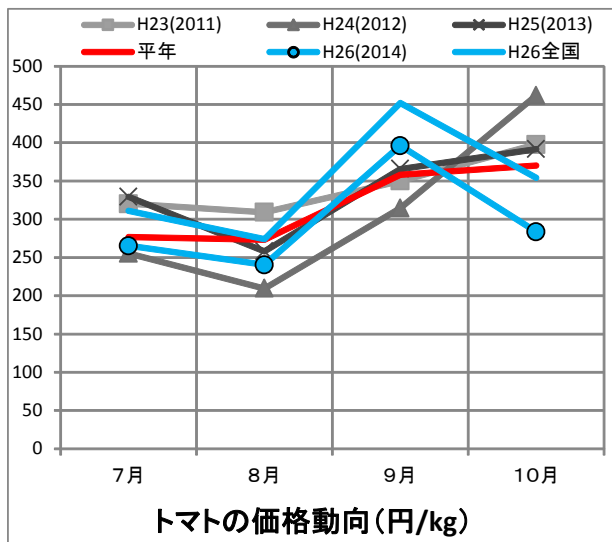
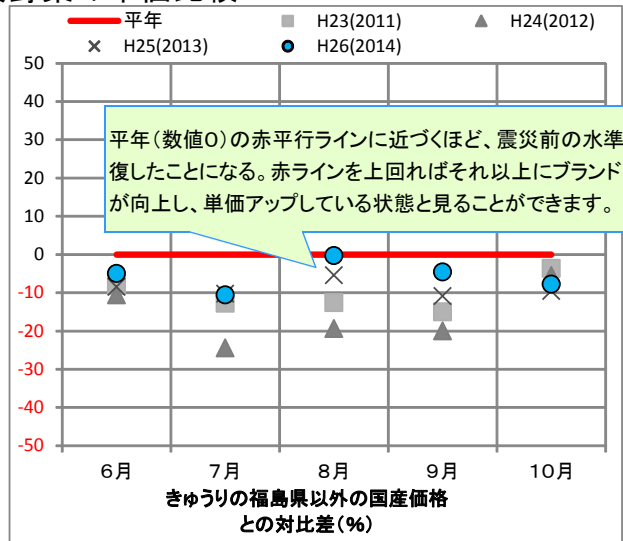
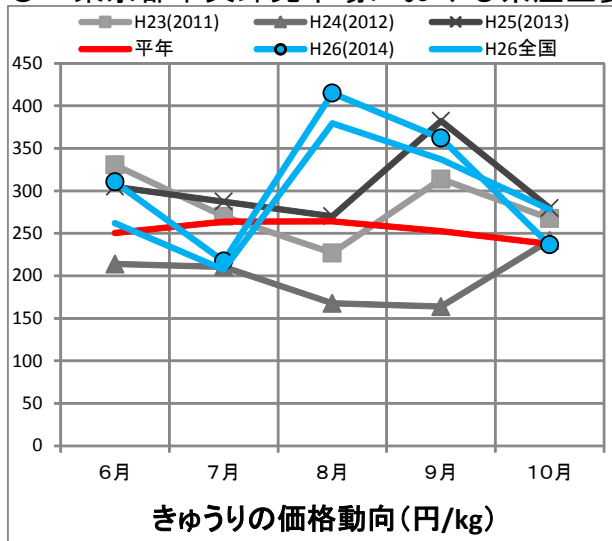
| 産地銘柄 | 22年 | 23年 | 24年 | 25年 | 27年1月(22年対比) |
|------------|--------|--------|--------|--------|--------------|
| コシヒカリ(中通り) | 12,486 | 14,181 | 15,854 | 13,064 | 9,899 (79%) |
| コシヒカリ(会津) | 13,646 | 15,966 | 16,526 | 14,942 | 13,439 (98%) |
| コシヒカリ(浜通り) | 12,768 | 13,855 | 15,443 | 13,245 | 10,367 (81%) |
| ひとめぼれ | 11,246 | 13,746 | 15,414 | 12,821 | 9,931 (88%) |
| 宮城ひとめぼれ | 12,044 | 14,689 | 16,278 | 14,322 | 11,858 (98%) |
| 茨城コシヒカリ | 13,070 | 15,798 | 16,693 | 13,845 | 11,607 (88%) |
| 栃木コシヒカリ | 12,680 | 15,558 | 16,659 | 14,229 | 11,068 (87%) |
| 秋田あきたこまち | 12,451 | 15,315 | 16,874 | 14,254 | 11,712 (94%) |
| 全国平均 | 12,711 | 15,215 | 16,501 | 14,459 | 12,078 (95%) |

※22～24年は年平均。25年はH25.9～H26.8の単純平均。

◎ 東京都中央卸売市場食肉市場における枝肉価格 (和牛去勢A3、単位：円/kg)

| 年月 | H25.4- H25.6 | H25.7- H25.9 | H25.10- H25.12 | H26.1- H26.3 | H26.4- H26.6 | H26.7- H26.9 |
|------|-----------------|-----------------|-------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| 福島県産 | 1,551 | 1,488 | 1,583 | 1,381 | 1,469 | 1,499 |
| 市場平均 | 1,730 | 1,708 | 1,823 | 1,649 | 1,681 | 1,745 |
| 対比% | 89.6 | 87.1 | 86.8 | 83.7 | 87.3 | 85.9 |

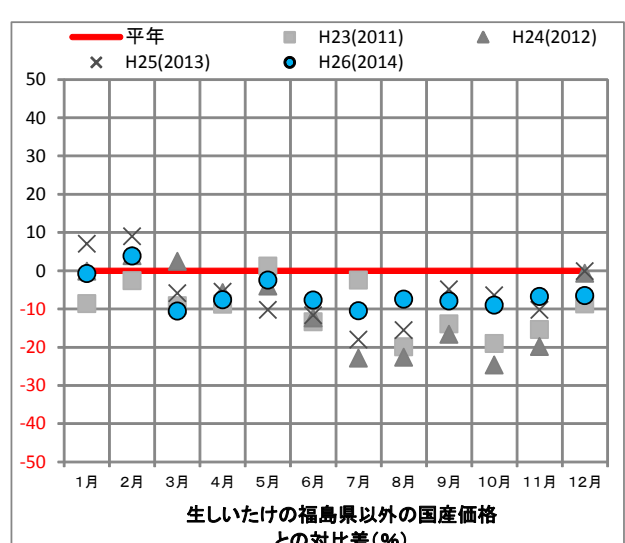
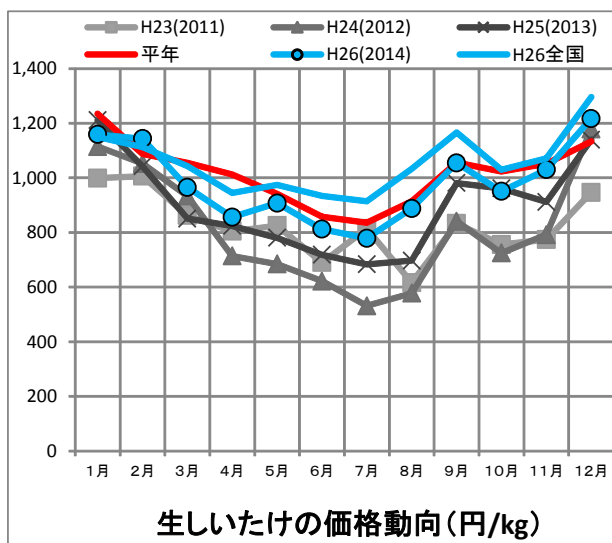
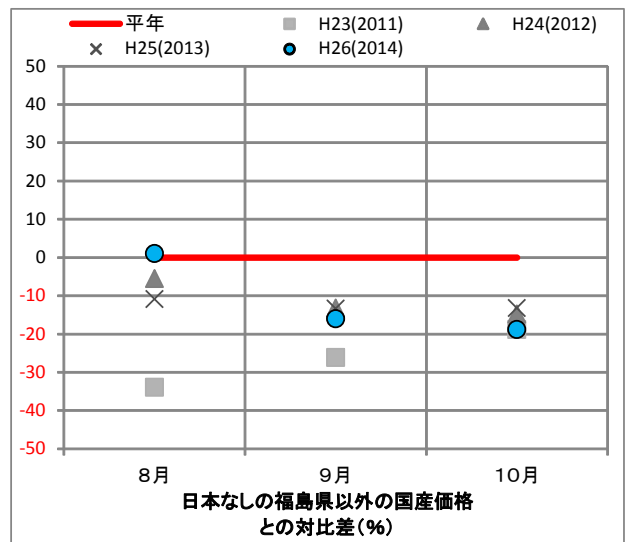
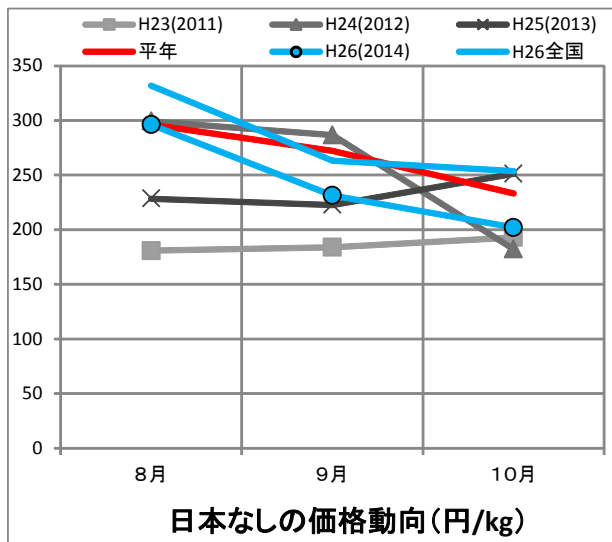
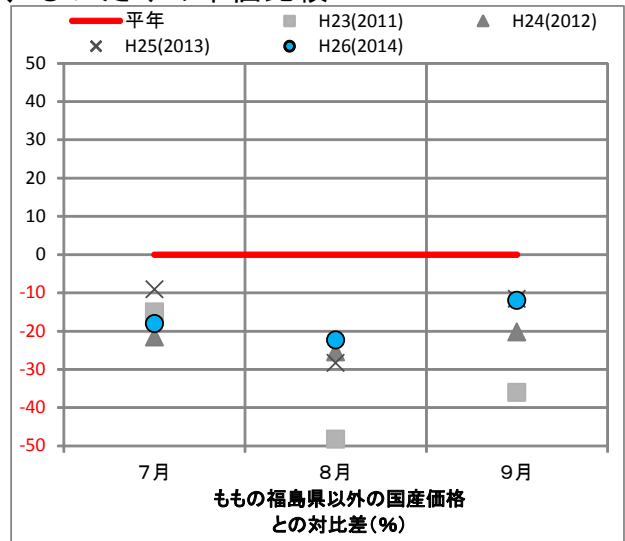
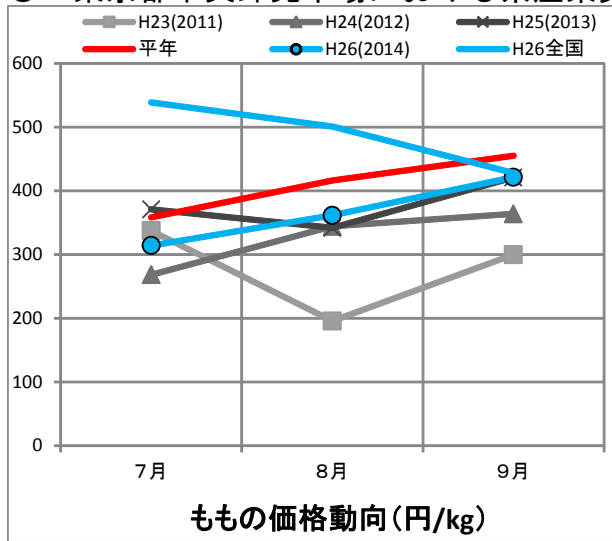
◎ 東京都中央卸売市場における県産主要野菜の単価比較



※ 福島県以外の国産価格との対比差グラフ(%) (前頁右)プロット値は、以下の式で算出。

$$\frac{\text{当月福島県産価格}}{\text{当月福島県産以外の国産価格}} \times 100 - \frac{\text{震災前5年間福島県産価格}}{\text{震災前5年間福島県以外の国産価格}} \times 100$$

◎ 東京都中央卸売市場における県産果実、しいたけの単価比較



◎ 福島県家畜市場和牛子牛価格の推移（単位：円/頭）

| 年 | H23 | H24 | H25 | H26 |
|------|---------|---------|---------|---------|
| 福島県産 | 383,336 | 431,322 | 496,021 | 577,290 |
| 全 国 | 398,950 | 411,885 | 482,879 | 551,427 |
| 対比% | 96.0 | 104.7 | 102.7 | 104.7 |

◎ 肉用牛出荷頭数（単位：頭）

| 年 度 | | H21 | H25 |
|---------|--|--------|--------|
| 肉用牛出荷頭数 | | 33,062 | 22,009 |
| うち和牛頭数 | | 14,019 | 12,896 |
| 県内出荷頭数 | | 1,768 | 3,360 |
| 県外出荷頭数 | | 12,251 | 9,536 |
| 東京出荷頭数 | | 6,882 | 6,572 |

◎ 県内農産物直売所組織数及び販売金額（農産物流通課調べ）

| 年 度 | 平成20 | 平成21 | 平成22 | 平成23 | 平成24 |
|-----|------|------|------|------|------|
| 組織数 | 268 | 277 | 221 | 222 | 208 |
| 販売額 | 86.5 | 95.6 | 84.0 | 76.8 | 84.4 |

単位：億円

◎ J A ファーマーズマーケット販売金額対比の年度推移（JA全農福島調べ）

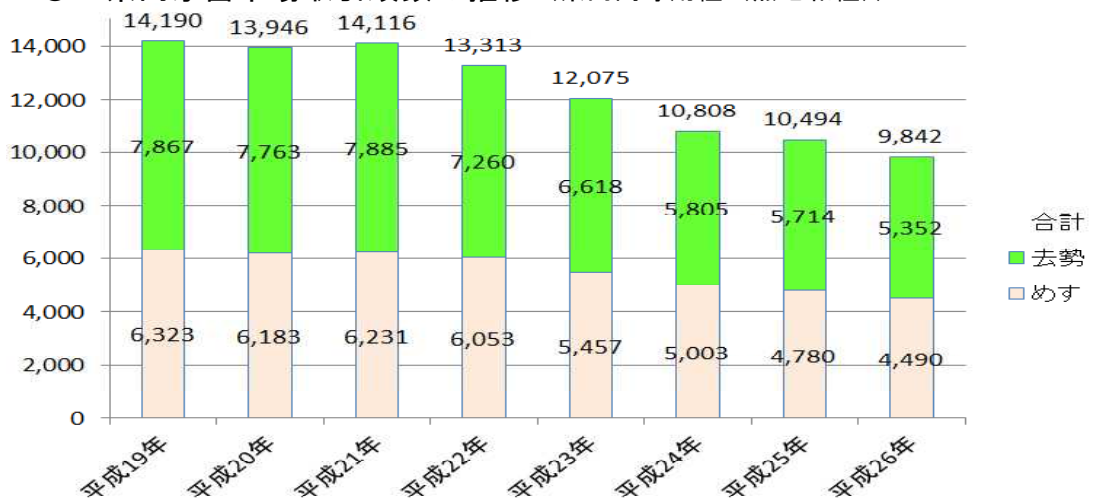
| 年 度 | 平成22 | 平成23 | 平成24 | 平成25 |
|-----|------|------|------|-------|
| 販売額 | 100 | 80.5 | 88.2 | 103.2 |

震災前を100とした場合の対比（単位%）

◎ 県内地方卸売市場取扱高の推移

| 部門 | 平成22 | 平成23 | 平成24 | 平成25 |
|-----|--------|--------|--------|--------|
| 青果 | 20,725 | 16,887 | 16,331 | 17,008 |
| 水産 | 27,477 | 27,405 | 23,699 | 26,982 |
| 花き | 1,558 | 488 | 1,605 | 1,632 |
| 合 計 | 50,031 | 44,782 | 41,635 | 45,622 |

◎ 県内家畜市場取引頭数の推移（県内肉専用種（黒毛和種））



◎ 県内中央卸売市場（県内・県外産地別）取扱金額の推移（単位：千円）

| 福島市中央卸売市場 取扱金額 | 部門 | 取扱産地 | H22 | H23 | H24 | H25 |
|-------------------|------|------------|------------|------------|------------|-----------|
| | 青果金額 | 県内 | 4,161,043 | 3,020,176 | 2,796,633 | 3,296,573 |
| 青果金額 | 県外 | 9,275,255 | 8,501,391 | 8,697,268 | 8,930,008 | |
| 青果合計 | | 13,436,298 | 11,521,567 | 11,493,901 | 12,226,581 | |
| 水産金額 | 県内 | 916,323 | 809,160 | 731,073 | 565,748 | |
| 水産金額 | 県外 | 5,981,549 | 6,133,678 | 6,147,308 | 5,747,960 | |
| 水産合計 | | 6,897,872 | 6,942,838 | 6,878,381 | 6,313,708 | |
| 花き金額 | 県内 | 363,698 | 287,495 | 267,738 | 272,815 | |
| 花き金額 | 県外 | 1,639,395 | 1,434,069 | 1,548,592 | 1,458,689 | |
| 花き合計 | | 2,003,093 | 1,721,564 | 1,816,330 | 1,731,504 | |
| 合計 | 県内 | 5,441,064 | 4,116,831 | 3,795,444 | 4,135,136 | |
| 合計 | 県外 | 16,896,199 | 16,069,138 | 16,393,168 | 16,136,657 | |
| 総計 | | 22,337,263 | 20,185,969 | 20,188,612 | 20,271,793 | |

| いわき市中央卸売市場 取扱金額 | 部門 | 取扱産地 | H22 | H23 | H24 | H25 |
|--------------------|------|------------|------------|------------|------------|-----------|
| | 青果金額 | 県内 | 3,922,404 | 2,865,623 | 2,772,020 | 2,979,100 |
| 青果金額 | 県外 | 12,180,246 | 12,001,528 | 12,105,596 | 12,471,389 | |
| 青果合計 | | 16,102,650 | 14,867,151 | 14,877,616 | 15,450,489 | |
| 水産金額 | 県内 | 2,552,464 | 1,523,819 | 1,631,164 | 1,790,277 | |
| 水産金額 | 県外 | 11,517,549 | 10,119,904 | 11,326,660 | 11,711,869 | |
| 水産合計 | | 14,070,013 | 11,643,723 | 12,957,824 | 13,502,146 | |
| 花き金額 | 県内 | 143,044 | 103,574 | 98,882 | 86,172 | |
| 花き金額 | 県外 | 708,564 | 679,253 | 691,250 | 687,048 | |
| 花き合計 | | 851,608 | 782,827 | 790,132 | 773,220 | |
| 合計 | 県内 | 6,617,912 | 4,493,016 | 4,502,066 | 4,855,549 | |
| 合計 | 県外 | 24,406,359 | 22,800,685 | 24,123,506 | 24,870,306 | |
| 総計 | | 31,024,271 | 27,293,701 | 28,625,572 | 29,725,855 | |

| 県内中央卸売市場 取扱金額 合計 | 部門 | 取扱産地 | H22 | H23 | H24 | H25 |
|------------------------|------|------------|------------|------------|------------|-----------|
| | 青果金額 | 県内 | 8,083,447 | 5,885,799 | 5,568,653 | 6,275,673 |
| 青果金額 | 県外 | 21,455,501 | 20,502,919 | 20,802,864 | 21,401,397 | |
| 青果合計 | | 29,538,948 | 26,388,718 | 26,371,517 | 27,677,070 | |
| 水産金額 | 県内 | 3,468,787 | 2,332,979 | 2,362,237 | 2,356,025 | |
| 水産金額 | 県外 | 17,499,098 | 16,253,582 | 17,473,968 | 17,459,829 | |
| 水産合計 | | 20,967,885 | 18,586,561 | 19,836,205 | 19,815,854 | |
| 花き金額 | 県内 | 506,742 | 391,069 | 366,620 | 358,987 | |
| 花き金額 | 県外 | 2,347,959 | 2,113,322 | 2,239,842 | 2,145,737 | |
| 花き合計 | | 2,854,701 | 2,504,391 | 2,606,462 | 2,504,724 | |
| 合計 | 県内 | 12,058,976 | 8,609,847 | 8,297,510 | 8,990,685 | |
| 合計 | 県外 | 41,302,558 | 38,869,823 | 40,516,674 | 41,006,963 | |
| 総計 | | 53,361,534 | 47,479,670 | 48,814,184 | 49,997,648 | |

※福島市中央卸売市場は、平成26年4月1日より公設地方卸売市場へ転換。

◎ 県内中央卸売市場（県内・県外産地別）取扱数量の推移（単位：トン）

（花き単位：千鉢、千本）

| 福島市中央卸売市場 取扱数量 | 部門 | 取扱産地 | H22 | H23 | H24 | H25 |
|-------------------|------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | 青果数量 | 県内 | 13,464 | 11,085 | 10,201 | 11,035 |
| | 青果数量 | 県外 | 46,710 | 47,069 | 46,383 | 48,509 |
| | 青果合計 | | 60,174 | 58,154 | 56,584 | 59,544 |
| | 水産数量 | 県内 | 1,305 | 984 | 742 | 545 |
| | 水産数量 | 県外 | 7,941 | 8,097 | 7,849 | 7,044 |
| | 水産合計 | | 9,246 | 9,081 | 8,591 | 7,589 |
| | 花き数量 | 県内 | 6,133 | 5,073 | 4,726 | 4,583 |
| | 花き数量 | 県外 | 24,336 | 21,256 | 22,122 | 21,018 |
| | 花き合計 | | 30,469 | 26,329 | 26,848 | 25,601 |
| 合計 | 県内 | 20,902 | 17,142 | 15,669 | 16,163 | |
| 合計 | 県外 | 78,987 | 76,422 | 76,354 | 76,571 | |
| 総計 | | 99,889 | 93,564 | 92,023 | 92,734 | |

| いわき市中央卸売市場 取扱数量 | 部門 | 取扱産地 | H22 | H23 | H24 | H25 |
|--------------------|------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | 青果数量 | 県内 | 11,253 | 10,057 | 9,327 | 9,399 |
| | 青果数量 | 県外 | 52,659 | 54,943 | 57,013 | 55,100 |
| | 青果合計 | | 63,912 | 65,000 | 66,340 | 64,499 |
| | 水産数量 | 県内 | 3,502 | 1,751 | 1,847 | 1,988 |
| | 水産数量 | 県外 | 14,518 | 12,443 | 13,394 | 12,832 |
| | 水産合計 | | 18,020 | 14,194 | 15,241 | 14,820 |
| | 花き数量 | 県内 | 2,176 | 1,730 | 1,664 | 1,456 |
| | 花き数量 | 県外 | 10,953 | 10,755 | 11,360 | 10,434 |
| | 花き合計 | | 13,129 | 12,485 | 13,024 | 11,890 |
| 合計 | 県内 | 16,931 | 13,538 | 12,838 | 12,843 | |
| 合計 | 県外 | 78,130 | 78,141 | 81,767 | 78,366 | |
| 総計 | | 95,061 | 91,679 | 94,605 | 91,209 | |

| 県内中央卸売市場 取扱数量 合計 | 部門 | 取扱産地 | H22 | H23 | H24 | H25 |
|------------------------|------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | 青果数量 | 県内 | 24,717 | 21,142 | 19,528 | 20,434 |
| | 青果数量 | 県外 | 99,369 | 102,012 | 103,396 | 103,609 |
| | 青果合計 | | 124,086 | 123,154 | 122,924 | 124,043 |
| | 水産数量 | 県内 | 4,807 | 2,735 | 2,589 | 2,533 |
| | 水産数量 | 県外 | 22,459 | 20,540 | 21,243 | 19,876 |
| | 水産合計 | | 27,266 | 23,275 | 23,832 | 22,409 |
| | 花き数量 | 県内 | 8,309 | 6,803 | 6,390 | 6,039 |
| | 花き数量 | 県外 | 35,289 | 32,011 | 33,482 | 31,452 |
| | 花き合計 | | 43,598 | 38,814 | 39,872 | 37,491 |
| 合計 | 県内 | 37,833 | 30,680 | 28,507 | 29,006 | |
| 合計 | 県外 | 157,117 | 154,563 | 158,121 | 154,937 | |
| 総計 | | 194,950 | 185,243 | 186,628 | 183,943 | |

※福島市中央卸売市場は、平成26年4月1日より公設地方卸売市場へ転換。

◎ 学校給食における地場産物活用割合（県教育庁、文部科学省調べ）単位：%

| 年 度 | 平成20 | 平成21 | 平成22 | 平成23 | 平成24 | 平成25 |
|-----|------|------|------|-------|------|------|
| 福島県 | 34.7 | 37.1 | 36.1 | 未調査 | 18.3 | 19.1 |
| 全 国 | 23.4 | 26.1 | 25.0 | 25.7* | 25.1 | 25.8 |

※全国平成23は岩手・宮城・福島各県を除いて算出。

◎ 米飯給食の実施状況（県教育庁、文部科学省調べ）

単位：児童一人当たり週当たり米飯回数

| 年 度 | 平成20 | 平成21 | 平成22 | 平成23 | 平成24 | 平成25 |
|-----|------|------|------|------|------|------|
| 福島県 | 3.15 | 3.24 | 3.28 | 未調査 | 3.39 | 3.35 |
| 全 国 | 3.1 | 3.2 | 3.2 | 3.3 | 3.3 | 未発表 |

◎ 米飯給食における県産米使用市町村数（健康教育課調べ）

| 年 度 | 平成22 | 平成23 | 平成24 | 平成25 | 平成26 |
|------------|------|------|------|------|------|
| 県産米使用市町村数 | 58 | 49 | 52 | 53 | 54 |
| 県産米未使用市町村数 | 0 | 9 | 6 | 5 | 4 |

◎ 本県産農林水産物の輸出量推移（県農産物流通課、県貿易促進協議会調べ）

| 年 度 | 平成22 | 平成23 | 平成24 | 平成25 | 平成26 (1月現在) |
|--------|-------|------|------|------|----------------|
| 数 量(t) | 152.9 | 17.0 | 2.4 | 5.1 | 10.1 |
| 輸出国数 | 6 | 1 | 1 | 2 | 5 |



福島県農林水産物販売促進基本方針（第3次）
～ふくしまの恵み販売促進プラン～

発行：平成27年3月31日

編集：ふくしまの恵み販売促進戦略会議 事務局
福島県農林水産部農産物流通課

住所：福島市杉妻町2-16

電話：024-521-7371



ふくしまから
はじめよう。