

事務連絡  
令和8年5月22日

出店企業の皆様へ

(公財) 日本食肉流通センター

福島で生産された商品の販売不振の払拭について【協力要請】

日頃から当センターの業務運営につきまして、格別のご高配を賜り厚く御礼申し上げます。

復興庁、農林水産省及び経済産業省から、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がありましたのでお知らせします。

復本第1018号  
8 新食第18号  
20260407福局第1号  
令和8年5月19日

公益財団法人日本食肉流通センター 理事長 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7年度福島県産農産物等流通実態調査（以下「令和7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

重点6品目（米、牛肉、桃、あんぼ柿、ピーマン、ヒラメ）の出荷量と価格の動向は以下のとおりである。

### （1）出荷量

桃、ヒラメの令和6年の出荷量は、概ね震災前の水準となった。

米、干し柿は、全国的に出荷量が減少する中で、福島県産も減少している。

牛肉、ピーマンは、減少傾向で推移している。

### （2）価格

ピーマンの令和7年度の価格水準は、全国平均を上回っている。

米（令和6年産）は、全国平均を上回っている。

牛肉、桃、干し柿、ヒラメは、全国平均を下回り、牛肉、桃、干し柿は震災前の水準に戻っていない。

## 2 調査結果のポイント

（1）事業者・消費者アンケートの結果、消費者の福島県産品に対する購入姿勢について

て、消費者自身は比較的「前向き」に評価している一方、小売・外食業者は概ね「中立的」と評価していることが判明した。

- (2) 福島県産品の取扱拡大に向けた方策の調査として、小売・外食業者における消費者の福島県産品の購入姿勢に対する「認識の齟齬の解消のための方策調査」を行った。福島県以外に居住する小売・外食業者にアンケート調査を実施し、どのような情報があれば消費者の福島県産品の購入姿勢に対する評価が向上するか確認したところ、「福島県産品の購入に前向きな消費者が増えています。」と訴求したチラシが消費者の購入姿勢の評価及び自身の福島県産品の取扱い姿勢のスコアが最も高かった。

### 3 令和7年度調査の結果に基づく協力要請

令和7年度調査では、福島県産品の取扱拡大に向けた方策の調査として、認識の齟齬の解消のための方策調査を行ったので、その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する。
- (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する。
- (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する。
- (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。

### 5 令和8年度福島県産農産物等流通実態調査の実施

令和8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。