

## 生産者を含めた事業者等への聞き取り調査(報告)

1. 趣旨 食品と放射能に関するコミュニケーションの強化を進め、風評被害の防止を図るため、今後の取組を推進するに当たり、生産者や流通業者、加工業者、有識者、自治体に聞き取り調査を行い、震災前後の農林水産物等の流通の状況、当庁・政府の取組への御意見や要望などを把握。

2. 対象者 県庁等の協力を得て1月末から3月末まで、全体で35ヶ所から、1ヶ所につき1時間程度の聞き取り。

### 1) 生産者 16社

- ・被災地4県のJA(全農、中央会)、県森連、県漁連等 9社
- ・福島県内3地域(会津、中通り、浜通り)の代表的なJA 3社
- ・観光農園、大規模農家、食肉流通業者、酒造協同組合 4社

### 2) 流通業(卸・小売)・加工業者 12社

- ・小売チェーン(百貨店・総合スーパー・食品スーパー) 4社
- ・レストランチェーン、宅配事業者、卸売業者 3社
- ・食品加工業者 5社

### 3) 自治体、有識者 7ヶ所

- ・地方自治体 5ヶ所
- ・有識者 2名

3. 聞き取り調査結果(ポイント) 震災から丸2年が過ぎ、被災地への応援ムードが薄れつつある中で、震災前と同じ水準に戻りつつあることに手応えを感じている生産者等の声も聴かれた。一方で、消費者が被災地産品を避ける意識は未だに見られており、こうした消費者の不安を背景に、流通現場での取扱いは、震災前と同じ水準とは言いがたいとの声が多く聴かれた。引き続き、食品中の放射性物質の基準値の考え方や生産者の取組を消費者側に伝えていく等の取組が求められている。

## 1) 農林水産品の取扱いの変化

- ・徐々に震災前と同じ取扱いに戻りつつある品目もあるが、ブランド扱いで高値だったものが、今も価格が平均以下に留まるもの、取引が途絶えたままのものがある。
- ・被災地への応援ムードは、地域や主体で異なり、全体的に薄れつつある。
- ・検査結果の取扱いについては、国の定めた基準値のみに基づく事業者と、独自基準を設けて仕入れている事業者とがある。

## 2) 消費者から寄せられる意見・問合せ

- ・問合せは全体として落ち着いてきているが、一部の消費者からの問合せ等が継続的に寄せられている。応援の声がある一方、被災地産品の出荷や販売への抗議などがある。
- ・一部の消費者は、食品に含まれる放射性物質が検出限界未満（N.D.）やゼロであることを求める。
- ・まれに高い検査値が報道されると、消費者の問合せは急増する。報道により、農林水産品や関連品目の取引価格が低下することが多い。

## 3) 流通現場の状況・意見

- ・出荷の際に、検査実施や検査結果の提示を求められる。
- ・学校給食の食材への要求は厳しく、国の基準よりはるかに厳しい数値を定めたり、被災県で地場産が断られたり、なかなか使ってもらえない。
- ・福島県内でも県産品への理解が低く、生産者の取組を伝える努力が必要。
- ・陰膳方式の検査結果は、実際に食する「1食分」の結果が出るため、消費者が安心をイメージしやすい。

## 4) 消費者庁・政府への意見・要望

- ・食品中の放射性物質の基準値、行政の放射性物質の検査の取組などについて消費者の理解が十分と言えず、学校教育も含めて、引続きリスクコミュニケーションを実施して欲しい。DVDやマスメディアの利用なども含め、情報提供の方法についても工夫すべきである。
- ・リスクコミュニケーションなどにしっかりと取組んでいる組織や人を広く紹介し、合理的な消費行動を奨励して欲しい。
- ・市場で評価を得るためには、安全性に加えて高品質化などブランド力を高める必要があり、そのためには支援が必要である。
- ・消費者やシェフ、バイヤーなどに産地に来てもらい、生産者の取組を伝えることは有効である。

## 事業者等から聞き取った内容（概要）

### ～ 福島県産品などの被災地産品の流通状況 ～

#### ○震災前後の被災地産品の取扱いの変化

- ・震災直後は、関西方面へ出荷したものが返品されたり、取引が中止になったりした。
- ・生産者側も流通業も流通量の減少、取引価格の低下から脱していない。市場で豊富に取引される旬の時期は、価格が低くなる。・流通系統のマヒや生産施設の被災により、出荷が止まったのち、震災前よりも低い値段での取引が続いている。
- ・市場でブランド扱いで、平均より高値であった産品が、買い手がつかなくなったり、B級品の市場に流されたりし、さらには、今も地元での消費を中心に行っているものもある。
- ・一部の消費者からのクレーム等への対応に人を割くコスト等の問題で福島県産などの取扱いを取りやめた取引先もある。
- ・応援ムードは全体的に薄れつつある。
- ・流通・加工業者の中には、震災直後の出荷停止以外は、契約農家と取引を継続しているところも、被災後取引を見合わせ、契約が再開していないところもある。
- ・契約の再開や加工品材料への使用再開のためには、商品を選択する消費者・国民の抵抗感が薄れることが必要というところがある。また、放射性物質の含有量の観点から契約を解除したが、被災地の状況が落ち着けば再契約を考えているところもある。
- ・流通・加工業者等では、もともと取扱いの少ないところや、被災地産品を買い支えているところもある。

#### ○検査結果や地域による取扱いの差

- ・検査結果については、流通・加工業者によって、国の基準を満たせば取り扱うとするところも、独自の基準を設けて仕入れているところもある。
- ・所属団体の方針により、社内で独自基準は設けておらず、独自検査も行っていない、メニューを維持し、価格を維持することが大原則で、その方針で材料・産地

を確保するところもある。

- ・福島県内で地域差が生じているとの声は聞かなかった。他県内では、地域で値段が違うものがある。なるべく福島県から遠い地域のものを使いたがる傾向がある。ホットスポットとして報道された地域は厳しい状況。

## ○流通量回復のための対策

- ・多品種・希少種の栽培に着手したり、プライベート・ブランドの缶詰等を製品化する取組があり、販路開拓や、小売大手の協力で、多く出荷できているものがある。
- ・食材だけではなく、資材や土壌など生育環境も含めて安全性を確認している。
- ・支援するためのものというよりも良いものだから買ってもらうことを目指している。
- ・市場関係者に対して、出荷した青果物が検査済みであることを知事の顔写真付きで通知している。

## ○消費者から事業者等に寄せられた意見・問合せ

- ・一時に比べると落ち着いてきているが、特定の人による継続的な問合せなどが一定量残っており、食品に含まれる放射性物質が検出限界未満（ND）やゼロであることを求める声もある。
- ・消費者からは、加工した食品の材料の原産県、工場の詳しい住所、測定結果の公表などが求められる。将来何かあったときに補償できるのかなどと詰問されることもある。
- ・（食品として流通しないものであっても）基準値を大幅に超過するような検査結果のみを報道するなど、不安を煽るような報道がなされると、消費者からの反響は大きい。基準値を超えるような食品は少なくなっているが、そういった安全面からの報道がされていない（少ない）。報道により、関連・類似商品の売上げにまで響いている。
- ・福島県等の産品の出荷や、店で扱うことへの抗議などがある一方、被災地産品を積極的に応援する声も聞かれ、産地直送で購入してくれている。
- ・西よりも関東圏の消費者のほうが気にしており、若干名ではあるが、全て中国・

九州地方から購入されている方がいる。

- ・西日本の消費者の中には、福島県に限らず「東北」というだけでも敬遠する方がいる。

## ○流通業者・加工業者・生産者・行政などその他からの意見・問合せ

- ・学校給食の食材の要求は高く、被災県で地場産が断られたり、基準値を国の基準より厳しくしているところがある。
- ・被災地以外での出荷の際に、測定や測定結果を求められたりすることが多く、設備の洗浄を求められたり、加工の依頼を断られたりしたとの声もあった。
- ・バイヤーからは、ピーク時には消費者が何で被災地産品を扱うのかと小売店の中で大声を出したり、多くの電話により業務に支障がでたりして、取扱いを中止する要因になったとの説明を聞いた。

## ○政府の取組に対する継続・拡充の要望

- ・消費者への啓発活動は地道に続けてほしい。
- ・DVDやマスメディアの利用も含めて工夫して欲しい。
- ・様々な消費者のレベルに合わせた教育・普及が必要。放射性物質がゼロでないダメと考える消費者に対して、正しい知識を理解してもらう必要がある。
- ・原発の廃炉まで時間がかかること、親の中には頑なな人がいることなどをふまえ、学校教育において放射能に関して継続的に取り上げて正確な理解を図るべき。
- ・リスクコミュニケーションなどにしっかりと取り組んでいる組織や人を広く紹介し、合理的な消費行動を奨励して欲しい。
- ・食品の検査結果が自ずと目に入るような、より細かく地域別に分かるような工夫がほしい。
- ・販売促進のための消費地でのイベント、一般消費者向けのイベントは手間の割には、一時的な成果で、人のやりくりにも苦勞。最後は売り切るために安値にせねばならず、儲けも多くない。
- ・シェフやバイヤーなどと知り合えるイベントにより、今後の取引につながるとありがたい。

- ・食品の検査は継続的に国で実施してほしい。
- ・検査機器の貸与（メンテナンスなどのフォローも含む）について引続き支援をお願いしたい。
- ・日常的な摂取量の多寡を踏まえ、基準値を品目ごとに設定していただきたい。
- ・生産者の表示のためのかかり増しについて補助してほしい。
- ・問題がないため、加工業者では特段の要望のないところもあった。

## ○被災地産品の販売促進

- ・首都圏等の消費地での被災地応援イベントやフェアにて販売するのは、多くの生産者、流通業者が行っている。
- ・カタログギフトや店頭などで、復興支援をうたった商品をアピールするのは、多くの流通業者、加工業者が行っている。今後も継続的に実施する予定もある。
- ・大規模なチェーンでは、価格上昇を抑えつつ量を仕入れることが困難で、実施が現実的でない。

## ○事業者等が独自に取り組んでいる対策

- ・ホームページなどで原料原産地や、被災地に対する支援の取組を公表している。
- ・陰膳方式による検査は、実際に食する「1食分」の結果がでるため、消費者が安心をイメージしやすい。
- ・栽培に使う水を水道水にしたり、カリウムが不足しないように施肥したり、飼料の産地などに気を配ったりしている。
- ・お客様センターへの問合せだけでなく、グループインタビューなどで消費者の意見を把握している。