



コロナ禍における食品関連産業への影響と 農政の動向

2020年6月



農林中金総合研究所
Norinchukin Research Institute Co., Ltd.

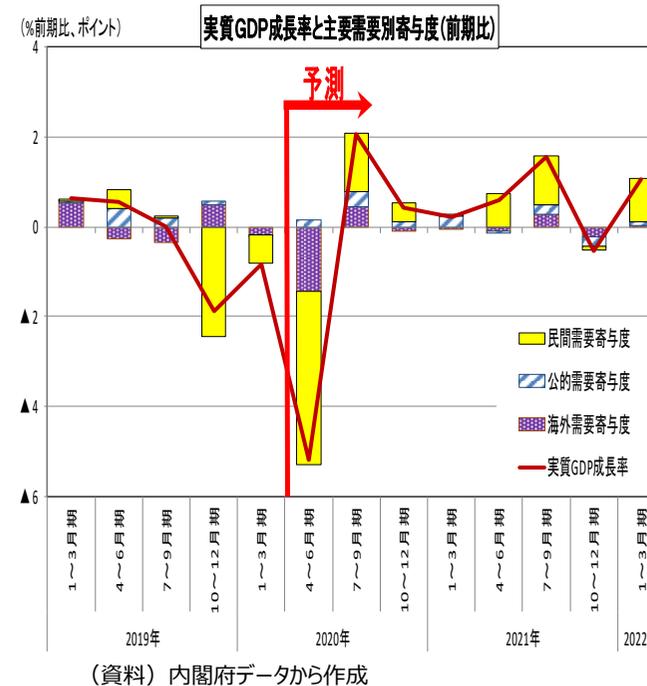
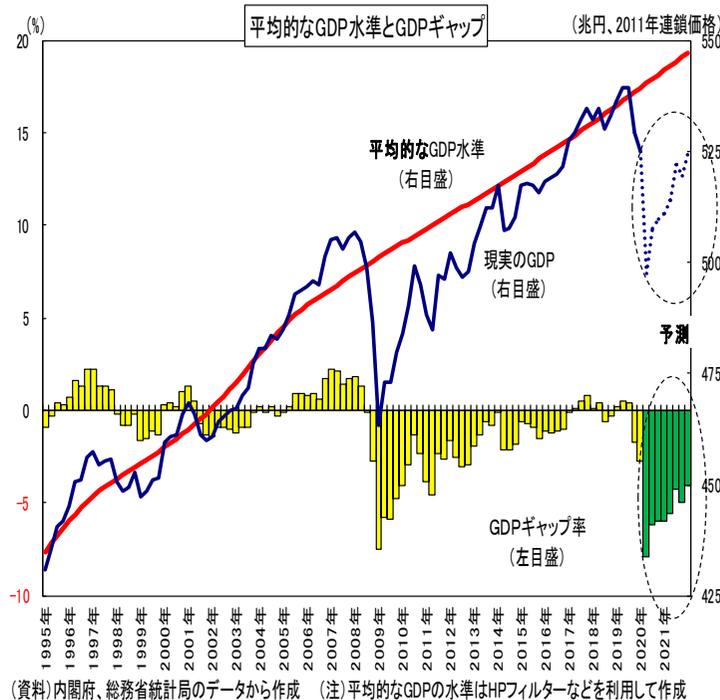
目次

- I 食品関連産業への影響と今後の変化
 - 1 経済見通し、国際情勢等への影響
 - 2 食品関連産業への影響と今後の変化
 - (1)食料消費
 - (2)外食・中食産業
 - (3)流通業界
 - (4)農産物輸入
 - 3 生産現場での労働力確保への影響
 - 4 和牛需給への影響
 - 5 まとめ

- II コロナ対策を巡る農政動向
 - 1 日本農業への影響
 - 2 国の動き
 - 3 地方自治体独自の動き

I 食品関連産業への影響と今後の変化

日本経済の見通し



- GDP成長率見通しは、20年度▲5.0%、21年度+2.7%。4～6月期が年率換算▲19.9%でボトム。新型コロナは今秋には収束に向かうとの前提のもと、政府の景気刺激策の効果もありその後は持ち直し。ただ、行動制限の解除は段階的とみられ、「新しい生活様式」を志向する中、回復ペースは緩慢になることは不可避。実質GDPの過去ピーク（19年7～9月期）への回復は早くても22年度以降。
- 需要減からデフレ傾向強まる。消費者物価上昇率は、20年度▲0.5%（消費税要因を除くと▲1.0%）と4年ぶりの下落、21年度は+0.1%の見込み。
- 4月の全国企業倒産は743件（前年比+15.1%）、負債総額1,449.9億円（同+35.6%）。件数では8カ月連続で前年を上回る。うちコロナ関連は71件（データ：東京商工リサーチ）。
- 米国シンクタンクの提言では、社会隔離緩和と第2波・第3波による再隔離を繰り返す場合の社会的・経済的コストは5,000億～3.5兆ドルに膨らむ一方、大規模な検査（医療関係者等必要不可欠な職種から開始）と陽性者およびその接触者の徹底した隔離を実施したうえで社会隔離を緩和する場合のコストは500～3,000億ドルにとどまり、かつ経済回復も早まるとしている。

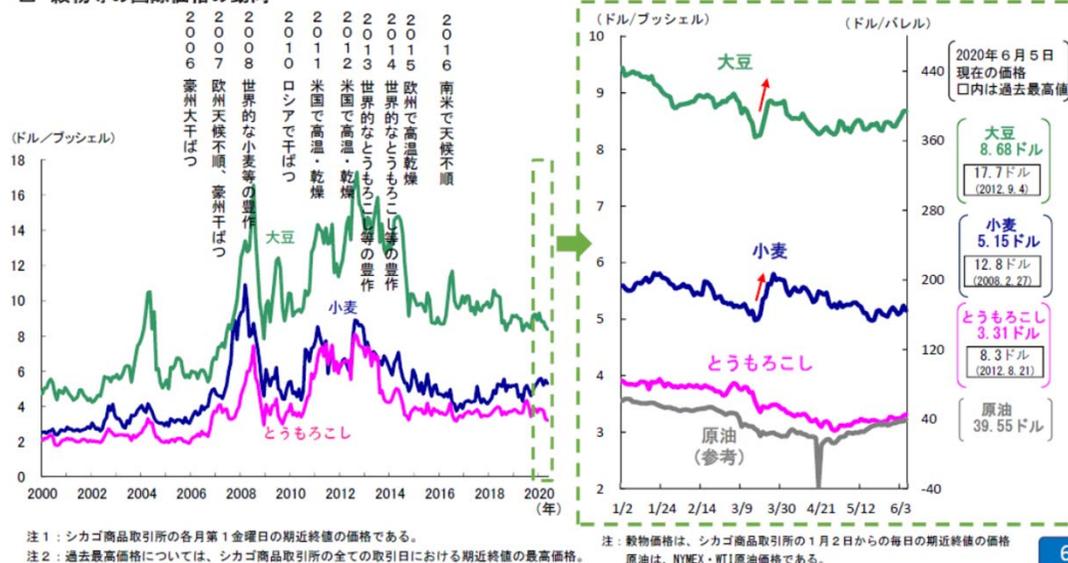
新型コロナウイルスが国際情勢に与えた影響

- 新型コロナを「戦争」と捉える政治家は多いが、世界の政治経済の転換点にならず、むしろ既存の潮流が強まり、固定化するリスクが高く、その潮流が加速するとみる専門家が多い。
- 既存の潮流とは
 - 米国のリーダーシップの弱体化（ユーラシア・ブレマー氏が唱える「Gゼロ」の世界）
 - グローバルな協力体制の衰退（WHO、WTOなどの国際機関が機能不全に陥るリスク）
 - 大国間の不和（新型コロナの感染源をめぐる米中が「新冷戦」に陥るリスク）
- 一方で、新型コロナでデジタル化は急速に進展。デジタルが、個人の生活から国際的な貿易関係など、広範な範囲で大きく影響を与え、従来と全く異なる世界になる可能性も。
- 新型コロナ感染拡大で起きた事象
 - WHO：米中対立の中、対応が政治問題化。感染が拡大する新興国支援に影響する可能性も。
 - 米国：早期の感染封じ込めに失敗しトランプ大統領の支持率が上昇せず。秋の大統領選挙に向け政治問題化。大統領は対中強硬姿勢で国民へのアピール実施。中国への米国テクノロジー製品の輸出制限も強化し、技術面でもデカップリングが加速か。
 - 中国：新型コロナ対策で生じた国内での反発の封じ込めを優先。基本、米中対立回避姿勢だが、香港問題など国益に関する問題には強く反発。また、親中国へのマスク外交も展開し影響力を拡大させる戦略をとるが、一部新興国を除き意図した効果は得られていない。
 - 欧州：感染の蔓延によりEU発足最大の危機に直面したが、南北の対立でEU全体での復興戦略は描き切れていない。依然、火種は残るが、復興策に環境保護・気候変動に焦点を当てるべきとの考え方（グリーン・リカバリー）も生まれつつある。
 - アジア：ベトナム・台湾・韓国等で新型コロナ対策に（一応）成功。脱中国のサプライチェーン見直しの有力候補に。一方、米国の新型コロナ支援なく、アジア連携に禍根も。
 - 中東他：原油価格低迷、コロナ対応で原油生産国を中心に脆弱な経済がさらに深刻化。 4

新型コロナのエネルギー・食料・環境問題に与えた影響

- エネルギー・食料：原油・とうもろこし価格は一時低下。当面、主要穀物も連動した動き継続か。
 - 原油価格は、コロナ禍に石油輸出国機構（OPEC）他の減産交渉が決裂。経済封鎖等の影響から価格が大幅低下。一時、原油貯留施設不足からマイナス価格の異例の事態に。現状、40ドル前後まで改善しているが、原油需要は弱く、価格も年内は弱含みか。
 - 4月以降、ロシア他主要穀物生産国が一時的な輸出制限開始。FAOなどが国際市場などの混乱を懸念したが、2008年金融危機時のような価格の急上昇は起こっていない。
 - むしろ、異常気象の影響や脱炭素化の動きがエネルギー・食料の長期トレンドに影響大か。
- 環境・気候変動対策：SDGsへの対応気運は新型コロナでむしろ高まる可能性あり。
 - 経済復興のため、気候変動を含む持続可能社会実現に向けた動きは後退するとの見方もあるが、むしろ欧州を中心に経済復興の柱とする動きも。欧州委員会は、コロナ禍に農林水産業に関連する主要戦略を発表。持続可能な食料システム構築等で復興を後押しする方針。

□ 穀物等の国際価格の動向



注1：シカゴ商品取引所の各月第1金曜日の期近終値の価格である。
 注2：過去最高価格については、シカゴ商品取引所の全ての取引日における期近終値の最高価格。
 注：穀物価格は、シカゴ商品取引所の1月2日からの毎日の期近終値の価格。原油は、NYMEX・WTI原油価格である。

(資料)農林水産省「我が国における穀物等の輸入の現状(2020年6月)より抜粋

欧州グリーン・ディールの概要

欧州グリーン・ディールとは、気候変動および環境悪化に対応するための欧州としての新たなロードマップ。デジタル化とともに、新欧州委員長の下での2大主要戦略。新型コロナによるパンデミックからの欧州経済復興においも、本ロードマップの重要性を強調

うち農林水産業関連の戦略

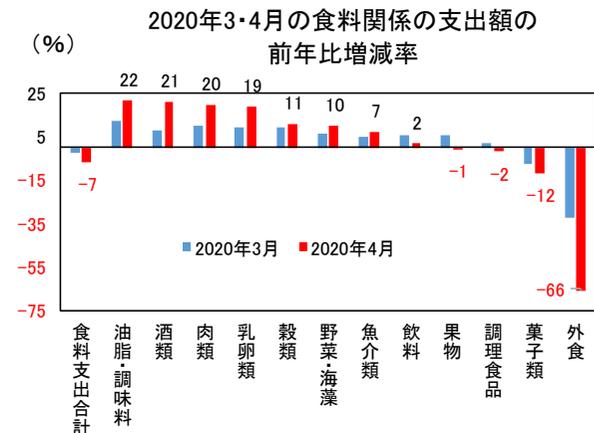
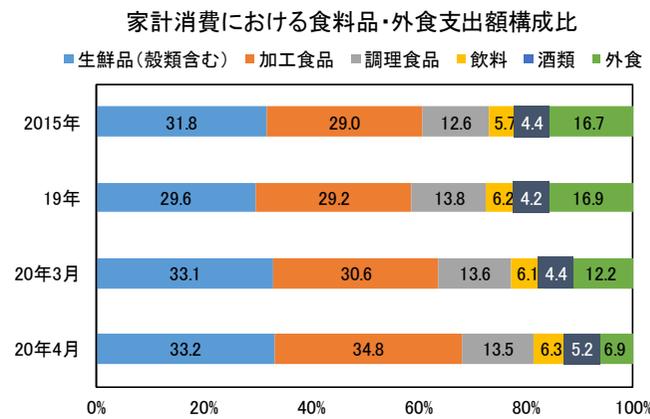
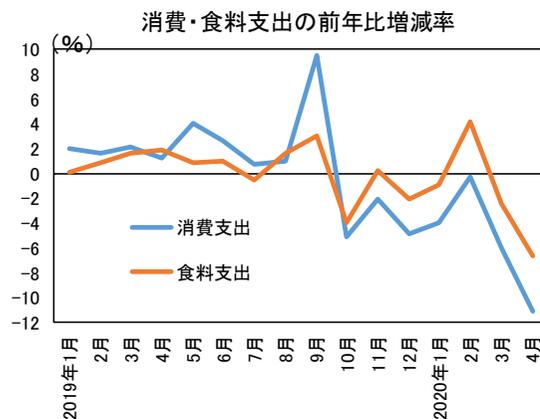
●我々の生活に自然を取り戻すための生物多様性戦略
 土地・海洋の持続不可能な利用等生物多様性の損失を防止するための戦略。将来のビジネス環境の悪化を防止するとともに、自然環境投資により地域の雇用・地域再生を行うことを目指す。欧州グリーン・ディール予算の25%を割り当て

●農場から食卓へ戦略 (Farm to Fork Strategy)
 欧州の食料安全保障を確保し、健康な地球から生産される健康な食物へのアクセスを可能とする持続可能なEU食料システムへの移行を促す戦略（共通農業政策と連携して対応）
 2030年までの殺虫剤の50%削減、肥料の20%削減や、オーガニック農法の拡大（農地の25%）など具体的な数値目標あり

(資料)2020/5/20 欧州委員会プレスリリースを参考に作成
 農林水産総合研究所
<https://www.nochuri.co.jp/>

コロナ禍での食料消費の変化

- コロナ禍直前の、家計の消費支出は、19年10月の消費税引き上げ以降、前年比減少で推移。食料支出も同様の傾向。食料消費額の構成比は、長期的に生鮮品（穀類含む）の割合が緩やかに低下し、惣菜等の調理食品の上昇がみられた。
- コロナ禍で消費、食料支出のマイナス幅が拡大。食料支出のうち、油脂・調味料、酒類、肉類、穀類、乳卵類は前年比で高い伸びとなった。一方、4月の外食は6割超減少した。調理食品の伸びは低く、家庭では、惣菜でなく手作りの食事が増加したことがうかがえる。
- 新聞報道等によると、2月末の小学校等の休業要請直後に、保存性が高い食品（米、パスタ、麺、冷凍食品等）の需要が一時的に高まる。
- 3月中旬の東京都等での外出自粛要請、4月上旬の緊急事態宣言以降、家庭調理の機会が増えたことで、生鮮品、保存性の高い食品、調理が簡便なカット野菜等の需要が高まる。また食材とレシピがセットとなった宅配料理キット（ミールキット）の利用も増加。
- 家庭調理が増えるなかで、まとめ買い、宅配利用が進み、また簡単レシピによる調理簡便性と健康面への意識が向上。



コロナ禍での農産物価格の変化(野菜、果実)

- 20年4月の卸売市場価格（東京都中央卸売市場）を平年（同月の過去5年平均）と比べると、野菜は、主に外食で用いられる品目で価格下落が顕著。一方、家庭での利用頻度が高く、調理が簡便な品目（はくさい、ピーマン、きゃべつ、きのこ類）で価格が上昇。
- 果実は、外食や贈答用の需要が高い品目（メロン、ぶどう）の価格が下落。家庭での利用頻度が高く、保存性が高い柑橘、りんごは価格が上昇。
- コロナ禍で農産物需給の変化を反映し、外食向けが中心の農産物は価格が下落し、家庭消費向けに用いられる農産物は価格が上昇。

過去5年平均と比較し、2020年4月の卸売価格の変動幅が大きい野菜品目

(単位 %)

下落幅が大きい上位20品目

ぼうふう	-81
切みつば	-77
ゆりね	-74
エンダイブ	-60
たらの芽	-54
アーリレット	-51
レッドキャベツ	-51
わさび	-51
もろきゅうり	-50
すだち	-49
たまねぎ	-47
め類	-44
おおば	-40
男爵	-37
ハーブ類	-37
ゆず	-37
わらび	-36
メキャベツ	-35
ふきのとう	-35
とうがん	-35

上昇幅が大きい上位20品目

はくさい	96
えのきだけ	92
しめじ	47
ピーマン	39
グリーンボール	35
オクラ	33
まいたけ	32
やつがしら	31
エリンギだけ	30
にら	30
キャベツ	28
こまつな	25
れんこん	23
えだまめ	22
かいわれ	20
とうがらし	18
なめこ	16
チンゲンサイ	16
しゅんぎく	15
ブロッコリー	15

過去5年平均と比較し、2020年4月の卸売価格の変動幅が大きい果実品目

(単位 %)

下落幅が大きい上位20品目

アールスメロン	-35
アムスメロン	-32
プリンス	-21
ピオーネ	-17
クインシーメロン	-16
すいか	-16
レモン	-13
マンゴー	-12
いよかん	-12
ネーブル	-11
ブルーベリー	-10
ホームラン	-10
こだますいか	-10
河内晩柑	-9
貴味メロン	-8
いちぢく	-6
アボカド	-4
アンデス	-4
キンシヨウ	-3
バレンシア	-3

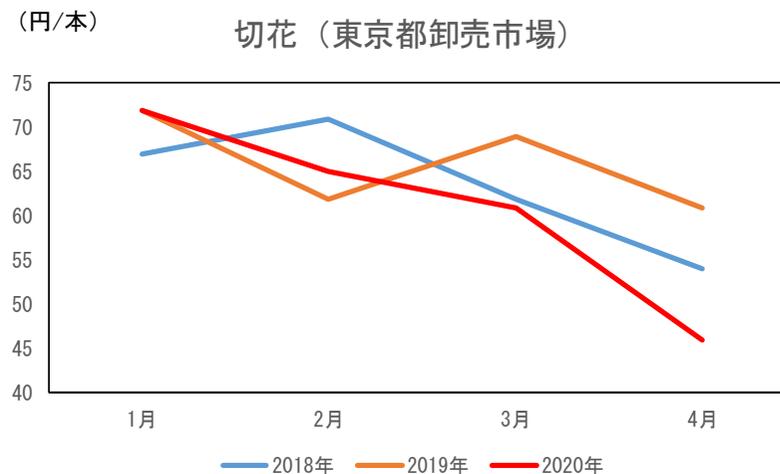
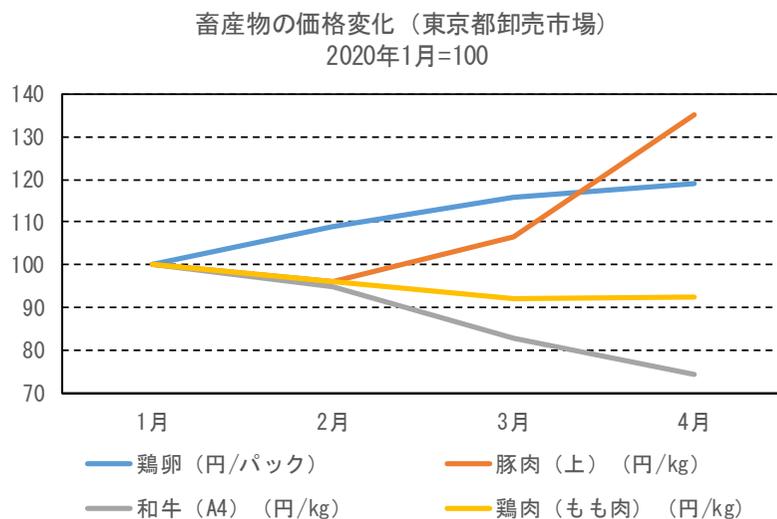
上昇幅が大きい上位20品目

くり	104
紅玉	43
ふじ	37
世界一	30
せとか	28
ジョナゴールド	23
王林	21
あまおう	16
はっさく	15
不知火	14
ハウスみかん	12
紅ほっぺ	10
さがほのか	10
とちおとめ	10
ハネジューメロン	10
普通みかん	9
清見	9
バナナ	7
パイン	5
キウイ	5

資料 東京都卸売市場Webサイトのデータを基に集計

コロナ禍での農産物価格の変化(畜産、花き)

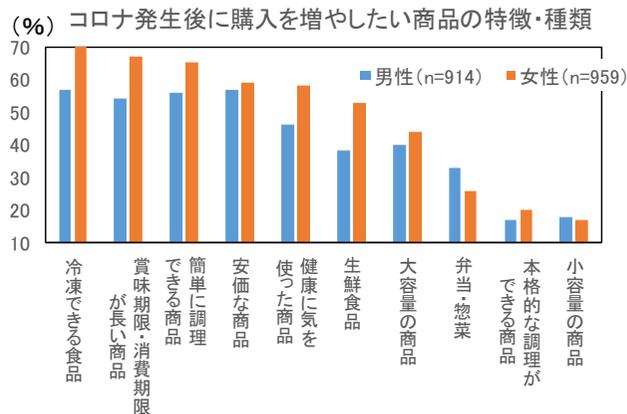
- 20年1月以降の畜産物の価格変化をみると、鶏卵、豚肉は家庭消費の需要が高まり、価格が上昇する一方、鶏肉（もも肉）は外食需要（焼き鳥等）の減退を反映し、低下。畜産物のうち、和牛の落ち込みが大きい。
- 卒業式、結婚式等のイベント自粛で、切花は価格下落が続いている。20年4月の卸売価格は平年（同月の過去5年平均）より25%低下している。品目別にみると、85品目のうち価格上昇は3品目（チューリップ、菜の花、マーガレット）のみで、全面安の状況。取引数量も平年比26%減少し、生産現場で廃棄処理が行われている。



資料 東京都卸売市場Webサイトのデータを基に集計

withコロナ(20/6～)における食料消費の方向性

- 「新しい生活様式」の下で、家庭での食事が中心となるため、当面は家庭調理の頻度が高い状況が継続する。したがって、コロナ禍と同様に、保存性が高く、調理が簡便な商品、農産物の需要は引き続き高い。時短調理の面で、ミールキットの活用は、今後も増加が見込まれる。
- 景況悪化で消費者は節約志向は強まるが、食材選定、調理方法の習得等を通して家庭で食を楽しむという面が認識されるものとする。こうした需要に注目した新サービスも散見される。
 - J A横浜とクックパッドが連携したオンラインでの農畜産物・食材販売。
 - 生鮮宅配のオイシックス・ラ・大地による、有名料理人が監修したミールキットとオンライン動画による料理教室の提供。
 - 焼肉店（格之進）を運営する株式会社門崎は、国産牛をオンラインストアで販売し、オンラインミーティングシステムを使って、リアルタイムで参加者に肉を美味しく焼く秘訣をレクチャーするオンライン焼き肉会を開催。



資料 流通経済研究所「新型コロナウイルス問題の中、消費者が求める商品」(2020年5月1日)
 (注)Webアンケート調査で、有効回答は1,876件、調査実施日は20年4月22日、

格之進によるオンライン肉会

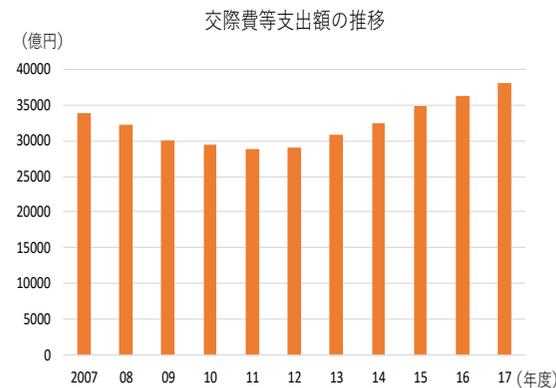
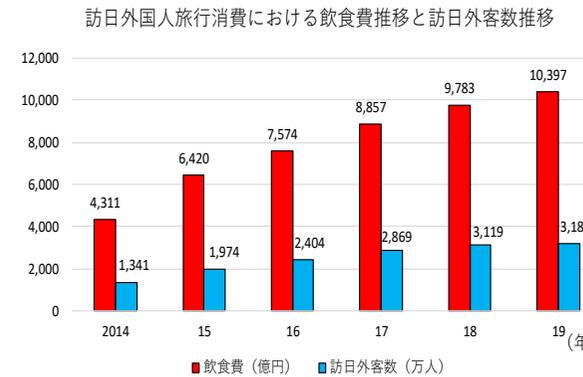
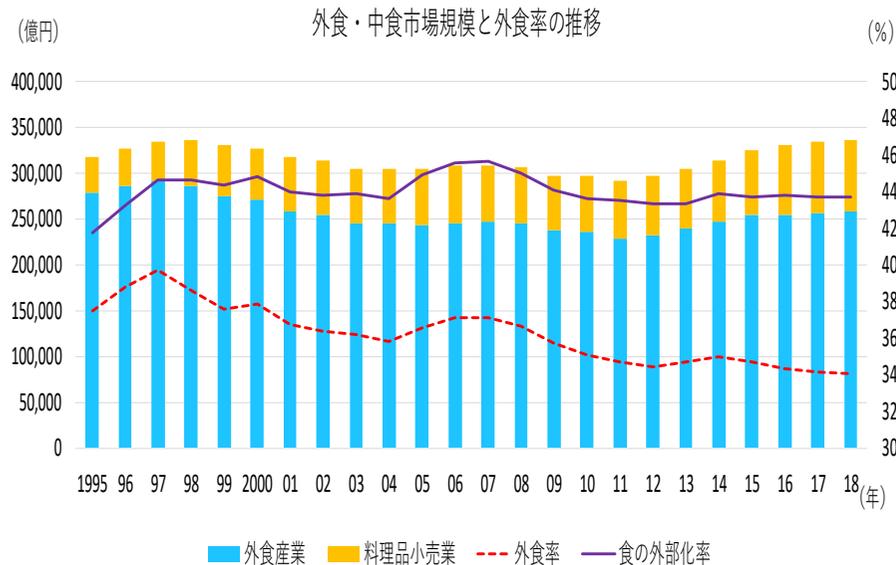


出典 格之進Webサイト

(2) 外食・中食産業

コロナ前からの課題(外食市場の成熟化)

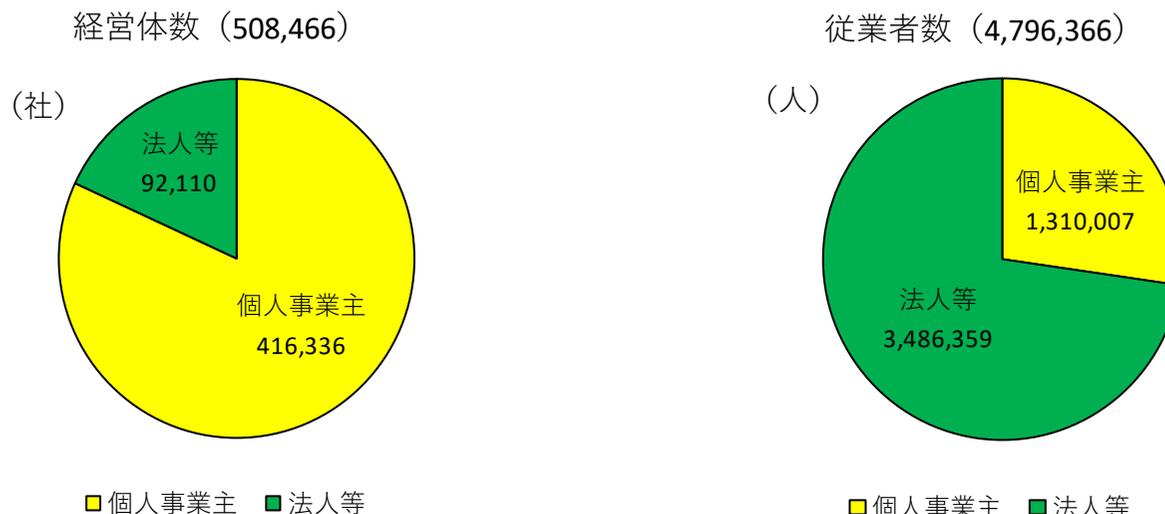
- 2018年の広義の外食市場規模は33兆円（中食＝料理品小売業、いわゆる持ち帰り業態を含む）。前回ピークは97年32兆7千億円であったが、97年金融危機を契機に減少傾向へ。11年東日本大震災28兆6千億円で底打ち、18年までに4兆5千億円増加の復調傾向。
- 中食を除くコアな外食産業は、11年の22兆8千億円から18年の25兆8千億円へ2兆9千億円増加。インバウンド、企業交際費増に支えられており、家計における外食支出の勢いは弱かった。
- 中食の市場規模は、11年6兆3千億円から18年7兆9千億円へ1兆6千億円増加。
- 外食率（家計の食料・飲料支出額における外食支出比率）は、97年39.7%をから18年34.0%へ低下。一方、食の外部化率（家計の食料・飲料支出額における外食・中食支出比率）は、中食拡大に支えられ45～43%で横ばい推移。



コロナ前からの課題(産業構造・顧客対応)

- 外食産業経営体数(飲食店と持ち帰り飲食サービス業)508千社のうち個人事業主が416千社と8割を占め中小規模が多い産業構造。一方、従業者4,796千人の7割は法人等で雇用されている。
- 労働集約型サービス産業のため、人的効率・労務問題(人手不足・サービス水準確保)も長期的課題。自動化機器導入による省力化が進展しつつある。
- 販促・インバウンド対応として、ネット予約へのクーポン付与やホームページ充実、中食対応(持ち帰り)や出前需要取り込みのため仲介サイト加盟が始まる。
- 足元では19年10月の消費増税(外食10%、中食8%)や暖冬の影響を受けていた。また、受動喫煙対策(改正健康増進法20年4月全面施行)に伴う分煙環境整備や、キャッシュレス決済導入により、必要資金が発生。個人事業から法人経営へ成長途上の2~3店舗の経営が厳しいとの見方もあった。

飲食店・持ち帰り・配達飲食サービス業



(注) 従業者数には、管理・補助経済活動を行う事業所での従業者を含んでいる。

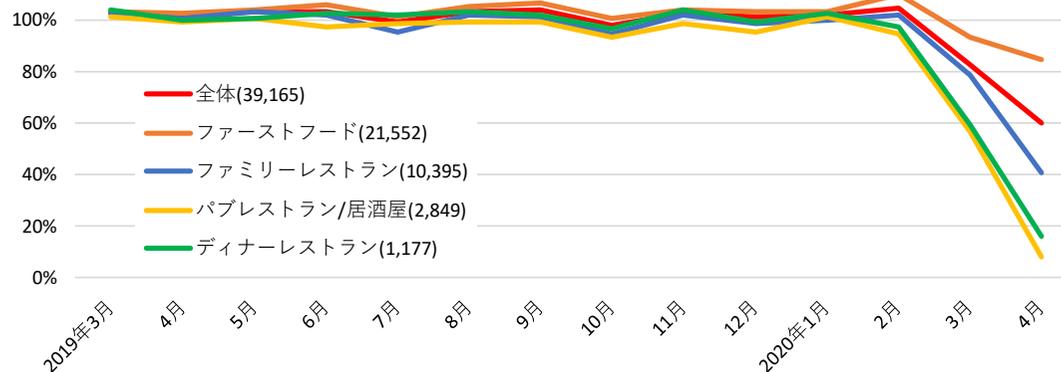
(資料) 総務省「経済センサス」

(2) 外食・中食産業

コロナ禍での影響(3月～5月)

- 3月上旬から予約キャンセルが始まり、インバウンド需要や歓送迎会等の宴会需要も喪失。日本フードサービス協会の調査では、3月売上高前年比83%、4月60%の水準。
- 業態別4月売上高前年比は、ファストフード業態が84%、ドライブスルー完備店やスマホで注文・キャッシュレス決済の大手企業は、感染リスク回避と時間短縮を評価されハンバーガー店などは前年比増加へ。
- 一方、パブレストラン/居酒屋、ディナーレストランは休業店舗が多く前年比1割程度と壊滅的な状況。資金流出を止めるため、都市部では持ち帰り・出前を取組むほか、休業して従業員やパート・アルバイトの自宅待機を実施。デパートなど商業施設立地店やビジネス街立地店は休業が多い。
- 時短営業店舗は、消毒・換気・座席間隔確保や従業員の検温・マスク着用などの対策を実施。

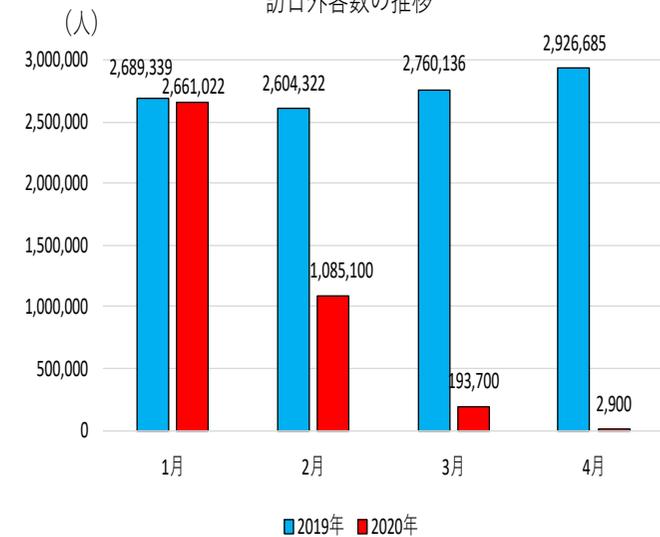
業態別外食産業の売上高前年同月比推移



(注) 凡例の () 内数値は20年3月度の対象店舗数。

(資料) (一社) 日本フードサービス協会

訪日外客数の推移



(資料) 日本政府観光局

withコロナ(20/6~21,22年)における変化

<事業環境>

- 家庭食とオンライン飲み会の定着、外食の前に関係者・家族へ必要性・意義の説明を要するケースが増え、外食頻度の回復は遅れる。企業の交際費支出減少、景気後退による消費者の低価格指向、消費税軽減税率（中食8%、外食10%）により中食代替・外食支出削減へ。在宅勤務の定着で昼食・持ち帰り・出前の一部需要はビジネス街から住宅街へ地域シフト。
- インバウンド回復には、日本のコロナ根絶への信頼感醸成（PCR検査数など）が必要。

<資金・経費面>

- 法人企業統計調査では、飲食サービス業の19年3月末現預金2.7兆円は、平均月商1.6カ月分の水準。4~5月の売上喪失、買掛債務・賃料・従業員給与の支払いにより、資金枯渇が懸念される状況。コロナ第2波や別なストレスが発生した場合、相当なダメージが想定される。
- 経営存続に向けた資金確保として、事業者向け政府支援制度や雇用調整助成金などを活用。ただし、利用可能な金額は最大で3億円程度のため、中堅経営層の資金確保が課題。
- 経費削減のため主要コストの原材料費・人件費・不動産賃料の見直しが始まる。外食市場縮小により従業者の一部は他産業へ流出も。新しい生活様式による座席配置や衛生対応により店舗効率低下。消費者はキャッシュレス支払いに慣れてきたのでレジ端末設置も進展。
- 外食店の特色・独自性が問われるようになる。設備投資が少額ですむ新しい業態の芽が出てくる。また、業歴が長く資本蓄積した企業や、雇用人件費が少なく常連客相手の個人事業主（オーナー店）は耐久力があり存続する。

<業務用食品の流通面>

- 業態不鮮明企業（いわゆる取り込み詐欺業者）の増加が懸念される。リーマンショック、東日本大震災後にも急増しており、新規引き合いや展示会商談では注意が必要。
- 業務用食品卸は、地域配送機能を活かしつつ業態変更や統合の可能性も出てくる。

afterコロナにおける外食・中食産業

- 生活・勤務スタイルの変化と外食頻度の減少によって、外食の利用動機や外食の概念が変わる可能性がある。
- 消費者はコロナ禍の経験から衛生・健康・安全・環境への意識が高く、三密を避ける個人行動が基本となり、低～中位価格業態では孤食化対応、個人客向け業態が伸びる。中途半端な業態や客数の多さで成立する業態は退店が進む。
- 店舗効率低下をカバーする中食（持ち帰り・出前）、ケータリング、ミールキット販売などが事業の両輪となる。スマホ注文・キャッシュレス決済などデジタル化やセルフ化・自動化機器導入も進展。
- 一方、頻度の減少した外食にはイベント性・特別感が求められ、外食の付加価値（食材・産地情報・文化・地域特性・本物志向・エンターテインメント性）が重要になる。日本人向け高価格業態は復活するが、集客規模やインバウンド対応を競うのではなく文化・個性を楽しむローカルな時代へ。
- 縮小した市場の回復は緩やかな中で、市場成熟化や人的効率などコロナ前からの構造問題に直面。店舗投資よりもデジタル化・自動化・外食の付加価値向上によって乗り越えていく。
- Withコロナ期に芽生えた新しい業態が広がる（新たに店舗投資をするのではなく、例えば出張コックがデリバリー・ケータリング拠点へ出向いて調理するなど）外食変容の時代となろう。

<外食産業のデジタル化進展や食材の価値情報ニーズに対する生産・流通の対応方向>

- ①食文化を支える食材の生産確保、生産情報提供、流通コスト削減
- ②産地情報のデジタル化、産地・物流・店舗までをつなぐ流通情報プラットフォーム
- ③物流の拠点整備・物流規格統一・品質担保

コロナ前の構造的課題

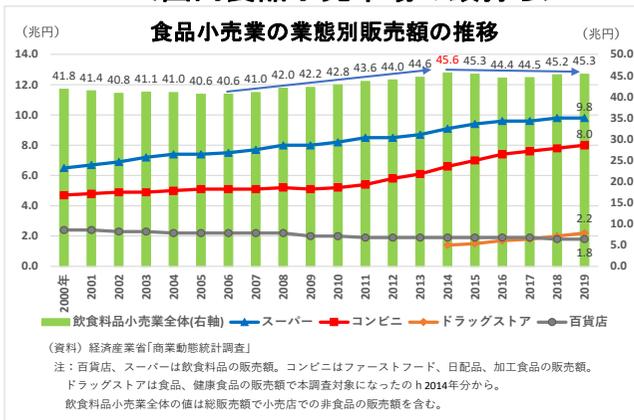
- ・ 人口減少で食品小売業の販売額は頭打ちで、売上を伸ばしてきたスーパー、コンビニとも既存店来客数が減少に
- ・ 人手不足による人件費の高騰は、運営コストの上昇圧力に
- ・ 「こだわり消費」のような商品価値を重視した消費を増やすには、**多様化する消費者を正確に理解することが課題。**
また、モバイルネットワーク(スマホ、SNS等)拡大によりEC(電子商取引)市場が拡大し、**店舗販売とネット利用の融合・相互活用が課題に**
⇒ このため、正確な消費者理解のもと、**サービスの効率化と高度化が不可欠**



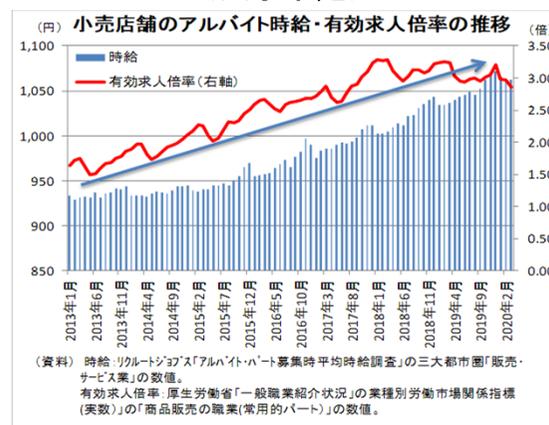
<対応の方向>

- ・ **店舗運営の効率化・高度化**：キャッシュレス化、セルフ精算レジ、セルフレジ、配送・陳列の回数・時間の見直し等
- ・ **物流の効率化・高度化**：集出荷・物流拠点の整備・集約化、一貫パレチゼーションの徹底、品代・物流費の区分表示の慣例化、IT、AI等の活用による物流情報のデジタル化、ロボット化の推進等
*農産物は手荷役作業が多く、小ロット多頻度輸送で品質管理も厳しく、待ち時間が長いことなどから物流業者から敬遠される事例も出ている
- ・ **来客数増のため、節約志向、簡便化志向、健康志向に対応した商品調達・提供力の強化**：食のSPA(製造小売)化、総菜の商品開発、高価格PB商品開発、地域密着商品開発等
- ・ **店舗販売とネット利用の融合、双方活用**：スマホによる個客マーケティング、流通業者とネット通販、宅配事業者の連携等

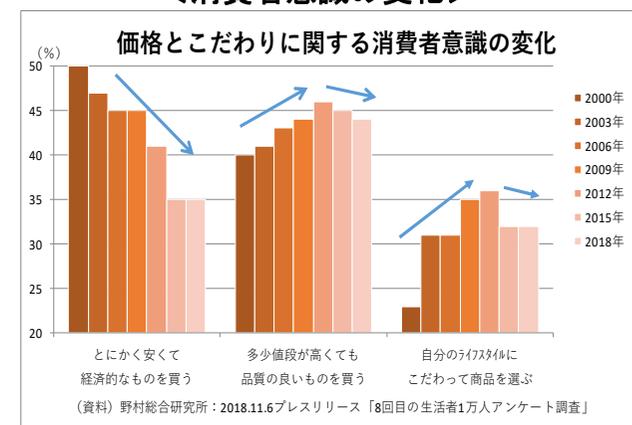
<国内食品小売市場の頭打ち>



<人手不足>



<消費者意識の変化>



今後の流通業界(主に食品)の変化

【コロナ禍における社会および消費者の意識変化】

<社会の意識変化>

- ・ **食品ロス、環境問題に関心高まる**：生産者、卸売業者による外食向け食材、高級食材のEC販売、ドライブスルー販売等
- ・ **地域内循環、サプライチェーン短縮化の重要性認識**：直売所の売上増、地域スーパーによる地元飲食店販売支援等

<消費者の意識変化>

- ・ **衛生意識の高まり**：非接触の行動変容、EC・宅配利用増
- ・ **所得減で強まる節約志向と家庭内調理の増加**：簡便調理のミールキットの購入増、スマホで簡便調理方法の活用増等

【withコロナにおける流通業界の変化の方向】

流通業界はコロナ禍による社会および消費者の意識変化に伴い、

- ①非接触に対応すべくセルフレジ、キャッシュレスの導入促進等の店舗効率化とネット活用による顧客取込み
- ②より強まる節約・簡便化・健康志向および環境問題に対応した商品調達・供給力強化
- ③EC・宅配利用増により労働負荷が増大する物流業者の状況を踏まえた上での物流機能の効率化

という従来からの構造的課題への対応の重要性・緊急度が高まる

⇒ 課題解決のキーとなるのは、IT、AI活用等のデジタル化の壁の解消

<特に農産物流通で求められる変化の方向>

- ①物流の効率化・高度化（個社間の競争からサプライチェーン全体での協調へ）

従来からの一貫パレチゼーションの徹底等に加え、物流拠点の整備・活用には東京(太田市場)集中リスクの分散と地域内循環構築の視点を組込む ⇒ そのため、農産物のサプライチェーン全体で**物流情報のデジタル化**により物量と輸送能力の可視化を図る必要あり
⇒ 生産者、地方で集荷を担う運送業者、地方卸売市場、仲卸、物流拠点からの配荷業者は小規模事業者が多くIT化が遅れており、この隘路をいかに解消するかがカギ・・・(参考)：丸和運輸機関(3LP事業、輸配送パートナー企業の経営支援)、農業総合研究所のビジネスモデル

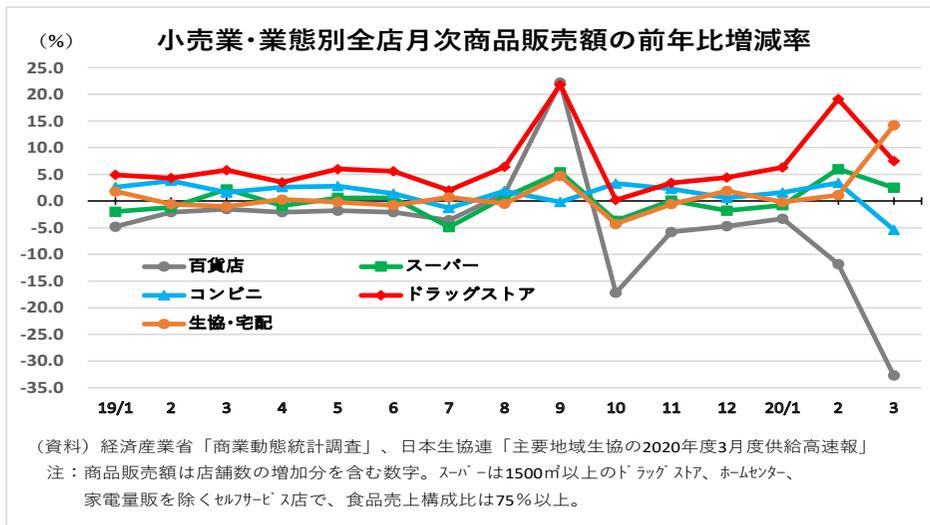
- ②消費者と生産者をつなぎ、共助による食と農の持続可能性を考える

コロナ禍で生産者支援、食品ロス支援の購買行動がトレンドに

⇒ 消費者に生産現場の理解を浸透させる契機に・・・地産地消、CSA、有機農産物等の環境保全型農業、GAP等の推進につなげる

コロナ前からの課題とコロナ禍での影響

業態	コロナ前(~20/1)	コロナ禍(20/2~5)
総合スーパー	<ul style="list-style-type: none"> ・専門事業者に対応し、食品事業の地域分社化、衣料品等専門店の分社化など業態解体的な事業再編に着手。 ・デジタル化対応は中途半端。 	<ul style="list-style-type: none"> ・食品、生活雑貨中心に巣ごもり需要増も、不要不急商品(衣料品等)の大幅減、ショッピングセンターの休業等で全体では前年比マイナス。 ・ネット販売、ネットスーパーは大幅増。
食品スーパー	<ul style="list-style-type: none"> ・消費低迷・人口減の影響で既存店売上は18/11以降前年割れ継続。人口増の首都圏を基盤とするスーパーは前年比増を継続。 ・総合スーパー、地域スーパーの統合、連携の動きが増加。 	<ul style="list-style-type: none"> ・巣ごもり需要に対し、食品のまとめ買い、ワンストップショッピングの利便性などにより前年比プラス。 ・従業員感染対策、バラ売り・試食中止、ソーシャルディスタンス確保、セルフレジ誘導などの感染防止策を実施
コンビニ	<ul style="list-style-type: none"> ・人手不足と既存店の客数減少が常態化し、18年上期に店舗数増加が止まる。 ・24営業時間、食品ロス等の加盟店問題が深刻化。 	<ul style="list-style-type: none"> ・住宅立地は前年比プラスも、駅前、行楽地、事業所立地店舗はマイナスで全体ではマイナス。
ドラッグストア	<ul style="list-style-type: none"> ・ここ数年、食品強化、調剤強化、インバウンド需要により売上が増え続けている。 ・業界再編が進展し上位10社で市場シェアは7割。 	<ul style="list-style-type: none"> ・除菌関連等のコロナ特需で2月は前年比+19.1%の大幅増、3月も巣ごもりの食品需要増で全体では前年比+7.5%と堅調に推移。 ・但し、インバウンド需要が消滅し、外出自粛で化粧品需要が落ち込む。
生協・宅配	<ul style="list-style-type: none"> ・生協の19年度店舗供給高は前年比1.4%減となったが、宅配は共働き世帯の利用が支えとなり0.1%増。 	<ul style="list-style-type: none"> ・新規加入申込みが急増し、3月は生鮮・加工食品・非食品とも伸長し全体で14.2%の大幅増。 ・一部商品に欠品・数量制限が出るなど注文をさばききれず、配送体制もオーバーフローの状況。
EC	<ul style="list-style-type: none"> ・BtoCの18年EC市場規模は18兆円でEC化率は6.2%。但し食品は2.6%に留まる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・セブンネットショッピングの3月売上は、外出自粛により書籍、ゲーム等が好調で前年比30.9%増。 ・特にECモール・通販で高齢者層(60.70代)の利用が加速(三井住友カード・5/7付けプレスリリース)。
卸売市場	<ul style="list-style-type: none"> ・卸売数量が減少しており卸売市場の活性化が課題。働き手の確保、定温卸売場等衛生面の確保、パレット利用等物流・取引効率化も課題。 	<ul style="list-style-type: none"> ・外出自粛要請を受け、外食向け高級食材(タラの芽、銘柄和牛、本鮭、等)や宴席用花きの値崩れ・巣ごもり需要が堅調なため、家庭消費用食材の価格は底堅い(白菜、豚肉、等)
運送業	<ul style="list-style-type: none"> ・過酷な労働条件のため、トラックドライバーが慢性的に不足 ・トラックドライバーが手間のかかる農産物の輸送を忌避する傾向。 	<ul style="list-style-type: none"> ・生活必需品である生鮮食料品の輸送は平時同様に継続する必要。 ・長距離輸送(B2Bなど)が急減する一方で、個配(B2C)が著増。



セブン&アイグループ各社の既存店月次売上前年同月比率

	1月	2月	3月	4月
セブンイレブン(日本)	101.5	100.8	96.8	95.0
イトーヨーカ堂	95.7	105.0	94.6	86.8
ヨークベニマル	98.2	104.0	103.9	108.5
そごう・西武(店頭)	96.0	93.5	66.6	21.8
セブン&アイフードシステム	95.6	98.8	74.1	43.3

セブン&アイグループ各社の通販・配達月次売上前年同月比率

	1月	2月	3月	4月
セブンネットショッピング	121.0	100.7	130.9	-
IYネットスーパー(西日暮里)	81.2	102.0	107.1	-
そごう西武・e.でパート	95.7	100.1	106.9	-
ロフト	93.5	93.3	125.2	-
アカチャンホンポ	90.0	115.0	99.0	-

(資料)セブン&アイHDF「2020/2期決算会説明資料」「月次営業情報」

withコロナ(20/6~21,22年?)における変化

業態	withコロナ(20/6~21,22年?)
総合スーパー	<ul style="list-style-type: none"> ・事業再編の動きが続く中で、節約志向がより強まると予想され、食品や日用品などの生活必需品を中心に値下げの動きが強まるとみられる。 ・ネットスーパーは、イオンが英国オカドと提携した新たなサービス提供を、イトーヨーカ堂がセブン店舗を活用した新たなサービス提供を予定しているが、その早期実施が求められる。 ・地場百貨店・ショッピングセンターが閉鎖した地域では地域の核となる生活インフラとして生き残り。
食品スーパー	<ul style="list-style-type: none"> ・巣ごもり需要が落ち着く中で、強まる節約志向、簡便化志向、健康志向に対応した商品提供(総菜の商品開発、高価格PB商品、地域密着商品、仕入れルート見直し等)が求められる。 ・感染対策を継続する中で、大きな負荷のかかった店舗・物流の効率化(セルフレジ、キャッシュレス、プロセスセンター整備、共同物流等)を急ぐ必要
コンビニ	<ul style="list-style-type: none"> ・事業所立地店舗の需要が戻る中で、外国人労働者に依存した都内店舗は人手確保が難しく、時短営業を強いられる可能性大。 ・加盟店支援強化とネット・宅配事業強化の取組みは継続課題。
ドラッグストア	<ul style="list-style-type: none"> ・除菌関連、食品の特需は徐々に落ち着くと予想される。食品強化の動きも食品の利益率は低く、食品スーパー同様の店舗・物流の効率化が求められる。 ・インバウンド需要の回復は少なくとも1年程度は期待できないが、越境ECで取り込める可能性あり。
生協・宅配	<ul style="list-style-type: none"> ・コロナ特需は減速も、利便性と安全・安心を求める消費者の加入・利用拡大は継続が予想されるが、人手不足の中で配送体制の構築・効率化が課題。 ・コロナで停止した組合員活動の感染対策を講じた上での再開及び新規会員の組合員活動への取り込みが課題。
EC	<ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍で高齢者層の利用も拡大したネット販売、宅配の動きは加速する。 ・食品のEC化率は低かったが、ライフとAmazon、イオンとオカドの提携等で新たなサービスが提供され、EC利用の拡大が予想される。
卸売市場	<ul style="list-style-type: none"> ・コロナ前からの課題である卸売市場の活性化、衛生面での対応、物流・取引効率化にも一層取り組む必要。 ・それに加えて、withコロナ時代に合わせた感染防止の面からも、非接触型の卸売市場へのシフト。
運送業	<ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍でグローバルな長いサプライチェーンの脆弱性が明らかとなったため、一部で農産物も含む財の生産・流通の国内(または地域)回帰(=サプライチェーンの短縮化)の動き。 ・運送費の削減という旗の下に複数産地が連携(商品では競争、物流では協力)

資料 各業態の主要企業等のWebサイトを基に作成

コロナ禍による物流機能・海外産地の影響

～サプライチェーンの長さ・輸送手段、労働集約型産業へ強いストレス～

<海上輸送への影響>

- コロナの影響による一部港湾での荷役遅延によって、食肉・乳製品など冷凍・冷蔵温度帯の食品輸送を行うリーファーコンテナの循環が滞り、欧州と東アジア間の輸送に影響が出た。
- さらに欧州等の海港稼働低下によってドライコンテナも不足気味となり、コンテナ船の遅延・減便と輸送費上昇が生じた。
- 5月以降の外食・食品向け需要回復の動きを受け、保管施設の在庫・輸送状況は改善へ向かう。

<空運への影響>

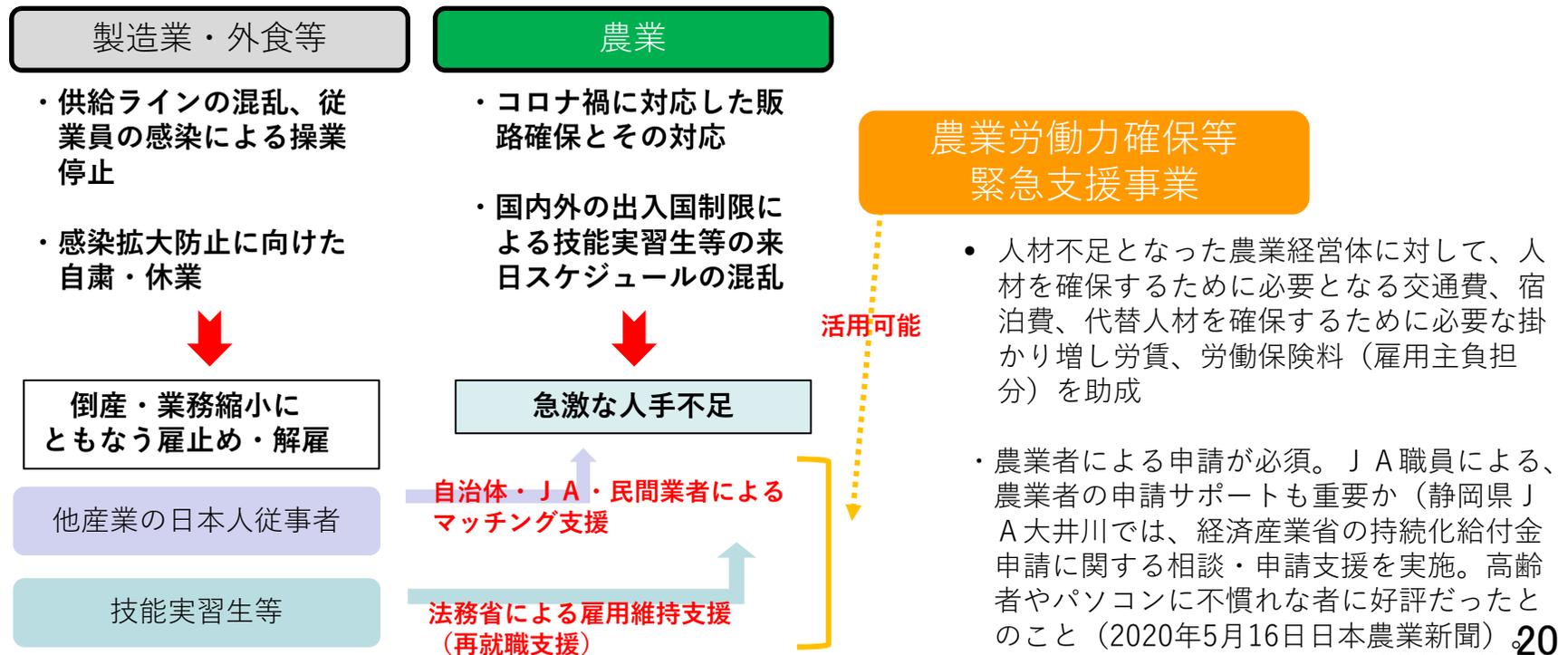
- 3月中旬からの各国での空港閉鎖・旅客便・貨物便の大幅減便が始まり、欧州・南米の水産物対日輸出へ影響。南アフリカでは遠洋マグロ船入港・漁船員入替も延期となった。
- 成田空港の輸入生鮮貨物の取扱いは、4月が5,962ト（前年同月比60.2%）と大幅に減少。

<海外産地のダメージ>

- 欧州は3月中旬～5月中旬に移動制限・事業所閉鎖、東南アジアは4～5月同措置実施。レストラン等へ相当な影響が生じ、欧州の乳製品在庫増加・市況下落が生じている。
- 5月上旬時点で、アメリカの食肉・食品工場200カ所近くに感染拡大。従業員間隔確保のため稼働率は大幅低下。全ての食肉・食品工場が再開しても稼働は生産能力の8割程度になるとの見方もある。産地の畜産物市況は低迷する一方、都市部の食肉価格は供給不足から高騰している。
- 今後、外国人労働力に依存している品目（野菜・果樹）への影響が懸念される。

国内外での出入国制限等により、外国人の来日スケジュールが混乱

- 新型コロナウイルスの影響は、日本国内の雇用・就業面にも大きく影響。
 - 他産業では倒産・業務縮小にともなう雇止め・解雇が懸念。一方、農業分野では人手不足が目下の課題。国内外の出入国制限等による、技能実習生等の来日スケジュールの混乱が要因。
 - 他産業と比べても、農業は各種作業を行うタイミングが重要。人手不足による植付作業や収穫作業の遅れは、農業所得の減少のみならず、JAの取扱量減、収益減に直結するため、対応が急務となっている。
- 現在、農業労働力の確保に向けて、産業をまたぐ労働力の調整が行われている
 - 農業以外の産業で解雇となった技能実習生等の国内での雇用継続を目的として、農業への従事を認める特例措置が創設済（20年4月）。現在、全中、全国農業会議、日本農業法人協会が連携して調整中。
 - 雇用にあたっては、報酬額を日本人と同等以上にすることなど、いくつかの要件がある。他産業従事者を雇用する場合の掛かり増し労賃として「農業労働力確保等緊急支援事業」の活用は可能となっている。



外国人労働力依存のリスクを認識し、他の対策も検討することが必要

- コロナ禍以前から、農業分野では人手不足が課題となっていた。
 - 2020年3月31日に閣議決定された「食料・農業・農村基本計画」でも対応方針を明記。
 - 取組を進めてもなお不足する人材確保は、外国人の受入れを進めることにしていた。
- 今回のような事態が生じた場合、外国人労働力への過度な依存は、大きなリスクとなり得る
 - コロナの影響が落ち着いた後、日本国内での就労を希望する者が直ちに確保可能な見込みが低い。
 - アジア各国との人材獲得競争があるなかで、日本を就労先に希望する者がどの程度いるか先行き不透明。
- よって、省力化技術の導入、日本人の雇用確保をこれまで以上に検討することが必要となる。
 - 労働力が足りない要因を把握し、現状の生産、出荷・調整（商品規格・出荷方法の見直し等）、物流、販売の各段階で、省力化が可能な内容がないか検討が必要することも重要。
- 多様な人材とのマッチングについては、今後、重視される可能性が高い。
 - 在宅勤務の拡大や副業の推進、20年6月施行となった「特定地域づくり事業推進法」のフォローや「全農おおいた方式」に類似する取組みも検討することが引き続き重要と考えられる。
 - JA系統でも、それに向けた。職業紹介事業や派遣または作業請負の仕組みを構築を検討することが欠かせない。

新たな「食料・農業・農村基本計画」（20年3月31日閣議決定）の労働力対応に関する方針

- ① 新規就農者の確保
- ② 農業の「働き方改革」の推進
- ③ 多様な人材とのマッチング
- ④ スマート農業の導入
- ⑤ 「農業支援サービス」の定着（民間企業の農業サービスへの参入）

特定地域づくり事業推進法

【20年6月4日施行】

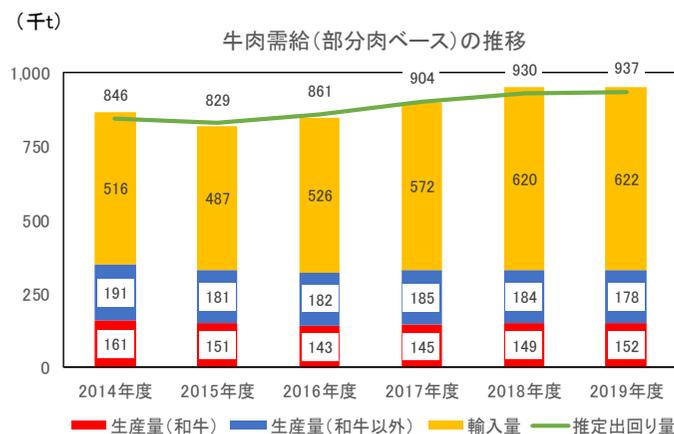
- マルチワーカー（季節毎の労働需要等に応じて複数の事業者の事業に従事）に係る労働者派遣事業等が容易に。
- 農業分野での派遣の仕組みが利用される機会が増える可能性。

そのうえで、「こうした取組を進めてもなお不足する人材を確保するため、技能実習制度による農業現場での外国人材の円滑な受入れに向けた環境整備を推進する」ことが明記

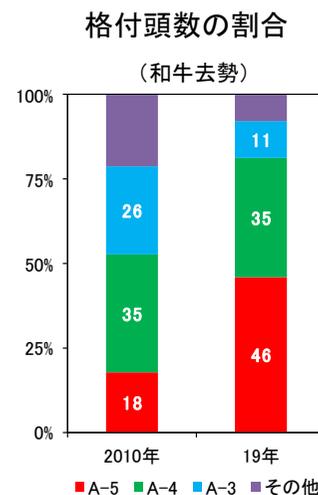
⇒外国人労働力の確保の見通しを踏まえ、方針の再検討が必要ではないか

コロナ前の和牛需給

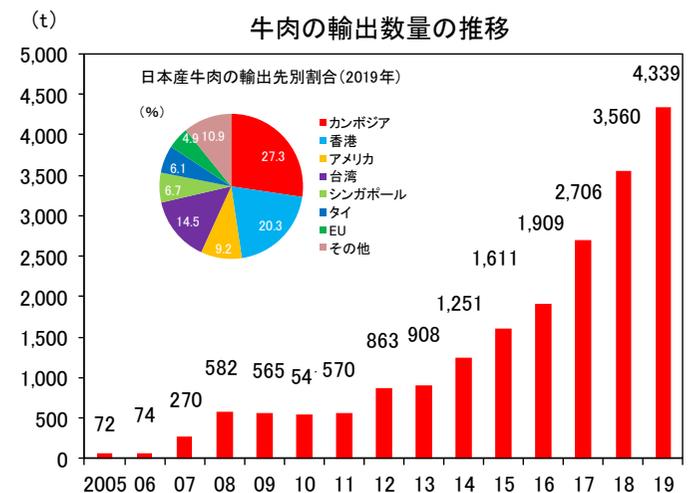
- 牛肉需給全体をみると、輸入量は16年度から大きく増加。国内の消費量も輸入が牽引し、16年度から増加が続いている。外食（焼肉等）での肉ブーム、インバウンドが増勢に寄与。
- 和牛生産量は17年度から回復基調。肥育経営は、中長期的に、高価格での販売が見込める高格付の生産にシフト。和牛の出荷頭数の半数はA5が占める。
- しかし、国内では消費者の低価格志向が根強く、家庭消費で受容できず、特に高級部位（ロイン等）は、インバウンド、輸出が期待されてきた。 輸出量は増加基調で、過半はカンボジア、香港。牛肉の国内生産量全体に占める輸出の割合は1%程度であるが、銘柄牛のなかには輸出割合が1割に上るところもある。
- 19年3月以降、和牛の卸売価格が前年を下回り、国内経済の減速、消費税引き上げ後の節約志向の強まりから、19年10月以降、在庫量が前年を上回る。



資料 AlicのWebサイトのデータを基に集計



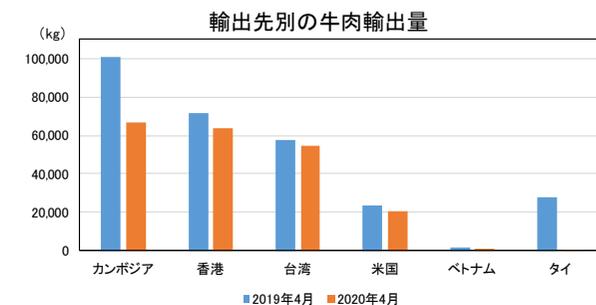
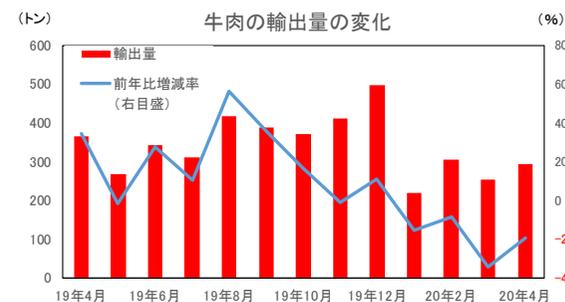
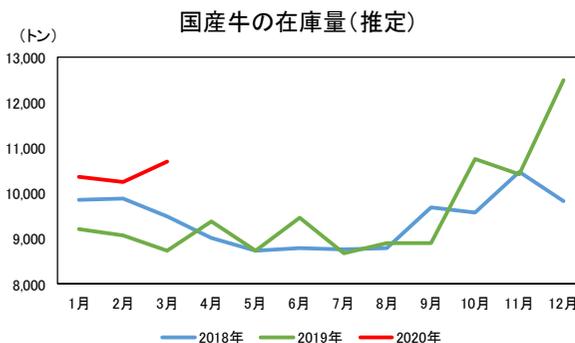
資料 日本食肉格付協会Webサイト



資料 AlicのWebサイトのデータを基に集計

コロナ禍の需要変化

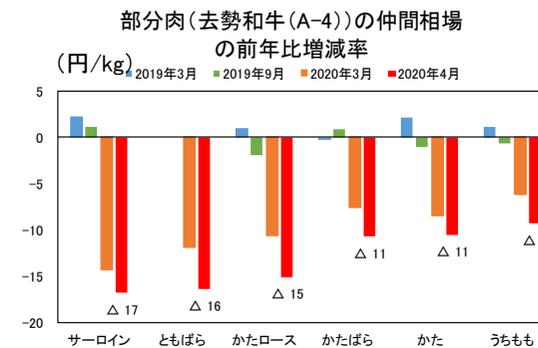
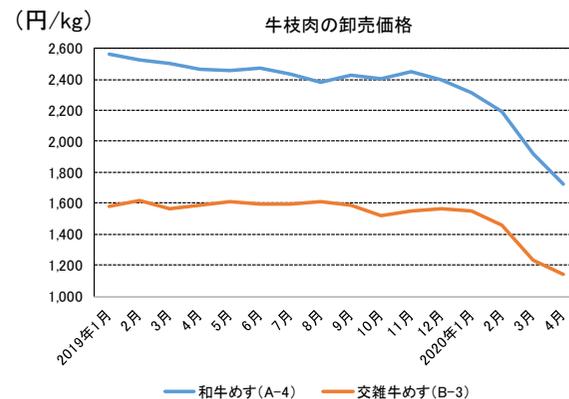
- コロナ前から和牛需要は厳しい状況にあったが、コロナ禍での外食、インバウンド需要の消滅、輸出減少が影響している。
- 輸出は、19年9月から増勢に陰りが見え、20年1月から減少に転じている。輸出の伸び悩みは、カンボジア、香港向けの減少が主因。中国向け輸出解禁を控えて非正規ルートが縮小基調にあり、コロナ禍で現地の外食需要が減退。同様に台湾、アメリカ等でも20年4月は前年同月比で減少。
- 国内需要は部位毎に状況が異なり、低価格帯部位の家庭消費は底堅いとの見方がある。外食（焼肉）で用いられるトモバラ等を量販店で販売する動きもある。大手食肉関連会社によると、輸出に仕向けられてきたロインは、在庫として滞留傾向にあるとのこと。
- 和牛を含む国産牛の20年2・3月の在庫量は前年を上回った。また20年4月の東京都内、横浜市内の冷蔵倉庫の全体の在庫率は4割超（超満庫水準は4割）で、新規受入の余地は小さい。
- 国産牛の副産物も需要が低迷。内臓は外食需要が中心のため、足元で荷動きがほとんどない。また原皮は、世界的なコロナ発生に伴い中国・EU等での革需要が縮小し、在庫が増加しているとのこと。



資料 AlicのWebサイトのデータを基に集計

コロナ禍の和牛価格急落と肥育経営への影響

- 和牛の卸売価格は20年2月から急落。4月は前年同月比で3割減。和牛と交雑牛との価格差は縮小、19年の交雑牛の水準に近づく。和牛価格を部位別にみると、輸出に仕向けられるサーロイン、外食（焼肉）向けのともばらの順に減少幅が大きい。
- 価格急落による肉用牛肥育経営体への影響が懸念される。日本政策金融公庫の「農業経営動向分析結果」によると、18年時点で、肥育経営体のリスク耐久力の指標である現預金月商比率は飼養頭数1千頭以上の大規模層（1.7）で低い。また、同年時点で営業利益がプラスなのは、大規模層のみであるが、枝肉価格が1割低下した場合、大規模層も月商ベースで営業利益がマイナスに転じると推計される。



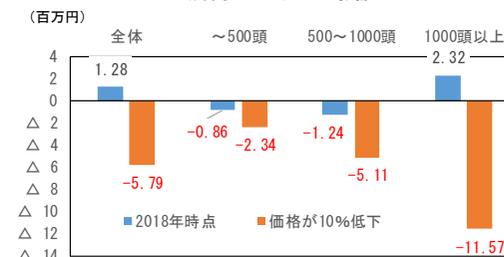
資料 AlicのWebサイトのデータを基に集計

肉用種肥育経営の飼養頭数別の平均月商、現預金

(単位 百万円)

	全体		
	~500頭	500~1,000頭	1,000頭~
平均月商	71	15	39
現預金	186	29	75
純資産	402	66	238
(参考) 現預金/平均月商	2.6	2.0	1.9

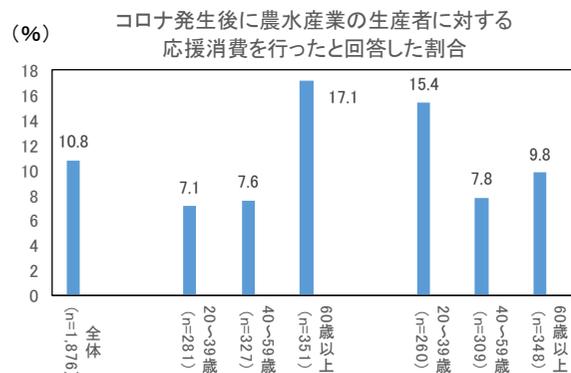
飼養頭数別にみた枝肉価格の下落による営業利益(月商ベース)への影響



資料「2018年 農業経営動向分析結果」(日本政策金融公庫農林水産事業本部)

withコロナにおける和牛需給と課題

- 外食、インバウンド消費の回復は緩慢で、輸出の先行き不透明感があるため、従来のような部位毎の需給調整は当面機能しない。需要喪失分を国内消費に仕向けることが課題。
- 和牛の消費喚起として、行政との連携による地元消費支援、学校給食での提供、ふるさと納税返礼品への採用等が実施されている。また、アンケート調査によると1割程度の消費者は、コロナ禍で経営が悪化した農業生産者等に貢献する意図での購入（応援消費）の実績がある。JAグループ以外にも応援販売の事例があり、消費の下支えとして応援消費・販売が継続できるような工夫が求められる。
- 景況悪化で節約志向は強まるが、和牛価格が19年の交雑牛の水準に接近したことで、家庭消費で受け入れられる可能性はある。ただし、一部の食肉関連会社は、需要喪失分を家庭消費でカバーできることは難しく、輸出回復が必要との見方もある。
- 子牛価格が高い時期に導入した子牛の育成・出荷が続き、肥育経営の悪化は不可避。足元で子牛価格は下落（2割低下）しているが、枝肉の下落幅より小さく、素畜導入の支援が必要。



資料 流通経済研究所「新型コロナウイルス問題下における応援消費の獲得方法の提案」(2020年5月1日)
(注)Webアンケート調査で、有効回答は1,876件、調査実施日は20年4月22日、

JA鹿児島県経済連による
和牛の応援販売の事例



出典 JA鹿児島県経済連Webサイト

ミールキット宅配会社((株)ヨシケイ)による
消費者へのわさびの無償提供の事例



出典 ヨシケイwebサイト

コロナ禍において起きたこと

- 各国経済は、供給・需要両サイドで大きなショックを受け、特に需要サイドの回復の遅れが見込まれ、目先は大きなデフレ圧力がかかることが予想される。（なお、日本は19年10月消費税増税の影響にコロナショックが加わっていることにも留意）
- ショックの規模は08年の金融ショックを上回り第二次世界大戦時に匹敵するとも言われ、経済・雇用の回復には相当の時間がかかるとみられている。各国は債務を増加させ財政政策によるショックの吸収や復興支援に注力しているが、効果の見極めには時間がかかる。（なお多くはないが将来のインフレを懸念している向きも存在する）
- 金融市場は金融緩和政策の下、経済活動再開による企業業績の回復を先取りして、3月下旬の大幅下落から立ち直りを見せつつあるが、現状は一昨年から続く米中摩擦（覇権争いにコロナ責任問題）も相まって不確実性は拭いきれない。
- 産業では、グローバルに分業を展開しているサプライチェーンの長い産業、そして労働集約型、サービス産業が強いストレスを受けた。また、米中摩擦によるデカップリング圧力もあり、経済合理性だけではなく、いわゆる安全保障、BCPの問題意識が高まる。
- このような中、低所得層はコロナ禍で大きく影響を受け、その数も増加している一方、（回復しつつある）金融市場も背景に富裕層はさほどダメージを受けておらず、これまで以上に二極化が進展している。

5 まとめ

食の変化

- 今後、コロナ禍における経験を経て、衛生・健康・安全・環境への強い関心が消費者に根強く残り、（働き方・レジャー・交通・教育・消費など）ライフスタイル全般の転換が進む。例えば、食生活は内食を楽しむスタイルの定着、非接触を実現するECの利用や実店舗におけるキャッシュレスによる支払い、宅配業者利用の普及など、新しいサービス・技術への需要が高まる。
- 加えて景気後退の下、既存ビジネスモデルの見直しによる合理化・効率化への要請が高まり、それを契機とするサプライチェーンの見直し、デジタル化、ICT活用などが進展。（物流に関しては、人手不足などに起因する「ホワイト物流」にかかる強い要請がある）
- 景気後退（デフレ圧力）の影響も加わり、生活のダウンサイジングを強く志向する層が存在する一方、富裕層を中心にこれまで長距離移動を伴う国内外の旅行や外食の頻度が減ることを代替する食やコト消費への需要が高まることも予想され、消費市場においても二極化が生じることに留意しておく必要がある。
- 5～10年後、コロナ前の状態に戻るかどうかも重要であるが、その時、次の世代が社会の中心になることに留意が必要。特に欧米におけるいわゆるミレニアル世代やそれ以降の若い世代は、デジタルが当たり前であることに加え、気候変動についてはSDGsなどについての問題意識が高く、単にスローガンにとどまらず食・生活スタイルを変えていく可能性がある。（日本もこれに影響を受けると見ておく必要）

5 まとめ

食料生産・流通の方向性

■ 物流合理化への取り組み

- 物流施設の集約・再編、一貫パレチゼーション、冷凍・冷蔵温度帯への対応、サプライチェーンの短縮化、域内流通の強化など。また大手小売りにおいてもネット注文を受け店舗で受け渡す（もしくは宅配する）事業モデルに対応する生鮮食品流通を求められる可能性も。

■ 消費者意識の変化への対応

- 衛生・健康・安全・環境への意識の高まりの中で、国産農産物の重要さが改めて認識されていることをどの様に生かすかが重要。広報戦略にとどまらず物流合理化と併せた（デジタル化等による）産地・生産者の遡及戦略も選択肢となる。またJAタウンやふるさと納税におけるECの活用強化も国産農産物普及に有効。

■ 食の多様化への対応

- 需要の高まる内食をサポートするカット野菜や有名シェフの味付けなど付加価値を高めたミールキット等への対応は、これまで以上に重要。
- （参考）生協からの提案「多様化する食への対応・・・生協のような小売事業者や地元食品事業者などとの連携も有効」（20年1月日生協「新たな食料・農業・農村基本計画に関する意見書」より）

5 まとめ

食料生産・流通の方向性

■ 輸出への取組み

- 引き続き国内市場の長期的停滞が見込まれる中、単価の高い農産物の輸出再開に向けた取組みは急務である。インバウンド経験者等の海外需要に対し、日本食文化・産地情報をデジタル化で伝えることも効果的か。（輸出先国における物流合理化もデジタル化含めて進展しつつあることには留意）

■ 生産現場における労働力不足への対応

- アジア諸国との賃金格差縮小に伴い、雇用力が問われる状況にある。また、首都圏におけるサービス産業の雇用力低下などにより地方の見直しが生じている中、労働人口の移動が起きる可能性も。外国人労働力も含め多様な人材確保のため、（ICT活用も含めた）働き方の再設計や地域における他業種も交えたマッチングなどへの参画も有効。（特定地域づくり事業推進法活用など）

■ 地域経済への貢献

- 上記の小売事業者との連携や生産現場における働き方の見直しと並行して、環境に配慮したGAP導入の取組みや、産地間連携の推進なども関連させることにより、全体として地域経済循環につながる可能性も。これらが食料・農業・農村基本計画やSDGsに対して事業をもって具体的に取り組むことになり、ひいては食料安全保障の重要性についても、国民の理解を得ることにつながるのではないか。

Ⅱ コロナ対策を巡る農政動向

新型コロナウイルスによる日本農業への影響

農業への
影響

- 新型コロナウイルスそのものによるもの
輸出不振、外食需要の減少、労働力の不足、資金繰りの困難
- すでにある課題が増幅しているもの

課題の例（『食料・農業・農村基本計画』（2020年3月）

- a. 少子高齢化・人口減少が本格化するなかで農業就業者数や農地面積が減少、経営資源や農業技術が継承されず、生産基盤が一層脆ぜい弱化することへの危惧。
- b. 中山間地域を中心とした農村人口の減少で農業生産のみならず地域コミュニティの維持が困難なる懸念。
- c. 国際化の進展により、生産現場には関税削減等に対する懸念や不安。
- d. 頻発する自然災害やCSF（豚熱）等の家畜疾病の発生、地球温暖化の進行等による影響への懸念。

...等々

⇒現状では前者の課題解決に向けた政策が進められているが、後者の問題も増幅・加速が予測されるため、長期的な視野を持ちながら足下の問題に対応していく必要がある。

2020年度予算と新型コロナウイルスの影響（1）

- 20年度予算は輸出力強化、消費者ニーズにあった作物の生産支援、新規就農者の確保と担い手への農地の集積・集約化に重点。

20年度農業予算に関する重点項目

農林水産物・食品の政府一体となった輸出力強化

- 司令塔組織の創設11.6億円（新規）
- 輸出に取組む事業者への支援強化3.2億円（新規）
- 生産段階での食品安全確保への強化10.4億円（+6.1億円）
- 輸出向けHACCP等対応施設整備14.7億円（新規）
- グローバル産地づくりの強化4.7億円（+2.9億円）

新型コロナウイルスとの関係

輸出不振
観光客の減少やオリンピック延期によるインバウンド需要の減退

消費者ニーズに合った作物の生産支援

- 水田活用の直接支払交付金3,050.0億円（▲165.0億円）
- 持続的生産強化対策事業補助金のうち果樹、野菜・施設園芸支援対策67.6億円（+2.1億円）
- 畑作物の直接支払交付金【所要額】2,163億円（+164.8億円）
- 収入減少影響緩和交付金【所要額】644.6億円（▲95.7億円）
- 収入保険制度の実施211.0億円（+4.9億円）

外食需要の減少
加工・業務用野菜の
需要減退

新規就農の確保と担い手への農地集積・集約化

- 農業人材力強化総合支援事業212.5億円（+2.5億円）
- 潜在的な就農希望者の就農定着支援5.0億円
- 人・農地プランの実質化の推進5.0億円（+2.4億円）

外国人労働力の不足
就農希望者の増加？
担い手経営ゆらぎ？

出所：予算の重点項目は「令和2年度農林水産関係予算について」（『ファイナンス』2020年4月号）を参考に作成。

2 国の動き

20年度補正予算と新型コロナウイルス対応（2）

- 20年度補正予算は新型コロナウイルス対策として、需要の減退、外国人労働力の不足という課題解決に向けた支援（一次補正）、農業経営に対する支援の強化（二次補正）に重点が置かれた。

輸出不振、外食需要の減少、外国人労働力の不足、資金繰りの困難

1次補正予算

- 農林水産物等の販売促進、飲食業の需要喚起
 - 需要が減退している農林水産物等の販売促進 1,400億円
 - “Go To”キャンペーンによる需要喚起（飲食業）
- 農林漁業者・食品関連事業者の事業継続・雇用維持
 - 入国規制による外国人材の不足等に対応した労働力の確保等60億円
 - 経営維持・再建のための資金繰りの確保298億円
 - 需要減退の影響の大きい畜産・酪農事業継続の確保450億円
- 農林水産物・食品の輸出の維持・促進とサプライチェーンの見直し
 - 新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大を踏まえた輸出の維持・促進147億円
 - 国産農産物への切替えに対応した体制の整備143億円

2次補正予算

- 農林漁業の継続のための措置
 - 経営継続補助金200億円（新規）
 - 肉用子牛生産の奨励金108億円（新規）
- 農林漁業者等の資金繰り対策の強化
 - 経営維持・再建のための資金繰り対策の強化349億円（1次補正積増し）
 一次補正等の運用改善等

経営継続に向けた支援の強化、事態の長期化への対応

⇒コロナ禍を踏まえた
農業政策の緊急対応

3 地方自治体独自の動き

新型コロナウイルス対応状況（1）

■ 地域の基幹産業が農業である地域も多いことから独自に損失を補てんする動き

- 持続化給付金の対象の狭さを補完：自治体により対象に差異
- スポット的な補てん：和牛肥育、花き、観光農園（イチゴ）、タラノメ等

損失補てん

主体	都道府県	対象	詳細
別海町	北海道	中小企業、小規模事業者、個人事業主	3月及び4月の売上から仕入を差し引いた金額（粗利）が、前年同月比との2カ月比で30%以上減少している場合、粗利の減少額の1/3を補助（上限50万円）。
深浦町	青森県	飲食業者・宿泊業者・食品加工業者・産直施設小売事業者 産直出品者	3月及び4月にかけて月10万円、上限20万円を給付。 自主休業した産直出品者に3万円給付。
美郷町	秋田県	道の駅に出荷する農家	道の駅に出荷する農家らに緊急事態措置期間内、前年度販額の40%を応援金として支給。
新庄市	山形県	生産の目安に協力し、タラノメ、ウレイ、切り花を系統出荷した農家	3～4月にかけて系統出荷した振興作物（タラノメ、ウレイ、切り花）について前年と比較して8割以下に販売単価が下落した各品目の販売額について、減少した額の2割を上限に支援。
芳賀町	栃木県	農家（除く法人）	町内に住所を有し、町内において引き続き1年以上農業を営む者（法人を除く）で新型コロナウイルス感染症の影響で、2020年の2～7月までのいずれかの月の農業収入が、2019年の平均月収より、20%以上50%未満減少している者（ただし、国の持続化給付金の給付を受けた者又は受ける見込みのある者は、対象外）に給付。
山武市	千葉県	中小企業者	新型コロナウイルス感染症の影響により売上が大きく減少している中小企業者に対し給付金10万円（売上30%以上減）又は15万円（売上50%以上減）を支給。※観光イチゴ農園も想定。
阿智村	長野県	肥育畜産農家	農業の中でも特に肥育農家への打撃が大きいとし、「畜産経営継続支援金」（仮称）を策定。当面の期間、子牛を購入する際に一頭あたり10万円を支給、子牛が阿智村産の場合、さらに8万円を上乗せ。
青木村	長野県	販売農家	村内の販売農家は卒業式や入学式、結婚式などの中止に伴う花需要の落ち込みや、直売所の休業などで大きな影響、自家消費農家を除く農家約150戸に3万円を支給。
御前崎市	静岡県	小規模企業者・農業・畜産業・水産業	3～7月のうち前年同月比で売上が30%以上減少している事業者業に20万円（1回限り）を給付。
近江八幡市	滋賀県	肥育畜産農家	肥育もと牛の導入に対し、1農家50万円を上限に1頭10万円の補助。

出所：各地方新聞、日本農業新聞、自治体Webページより作成。注：調査時点で実施予定のものを含む。

3 地方自治体独自の動き

久御山町	京都府	中小企業、個人事業主、認定農業者	1～7月に売上げが前年比2割以上減った月がある町内の中小企業や個人事業主、町の認定農業者などが対象。法人に20万円、個人に10万円を給付。5割以上減少した場合は、法人に40万円、個人に20万円を給付。減収要件を満たした事業者のうち、地代や家賃の支払いがある法人に10万円、個人に5万円を上乗せ。
養父市	兵庫県	但馬牛の子牛の生産を行う生産者	繁殖農家の経営を支援するため、繁殖母牛1頭当たり7,500円/頭の給付金を支給。
川本町	島根県	事業者	「持続化給付金」制度で、対象から漏れる事業者や農業者に独自支援。町の独自制度では20%以上50%未満の減少を対象。法人などに最大30万円、個人事業主には最大15万円を支給。
		子取り用雌牛を飼育する個人事業者	子取り用雌牛1頭あたり、1カ月の飼育に要した飼料代の1/2に子取り用雌牛の全体数を乗じた額（上限5万円/月）を交付。
西粟倉村	岡山県	農家、個人事業主	新型コロナウイルス感染症の影響を受け、令和2年1月1日から申請時点のうち、事業収入が前年の同月から20%以上減少している村内の農家や個人事業主に20万円、法人に50万円の応援金を支給。
八女市	福岡県	収入の半分以上を農林漁業で得ている農林漁業者	対象となる2,260世帯の農林漁業者に1世帯につき一律10万円を交付。
芦屋町	福岡県	農業・漁業事業者	町内の農業事業者で、農業収入を得ている事業者、遠賀漁業協同組合芦屋地区および柏原地区の組合員資格を有する事業者に10万円を事業継続支援金として給付。
多久市	佐賀県	農家	園芸作物（野菜・果樹・花き）の販売額が2月から来年1月までの1カ月間で20%以上減った市内の農家に対し、減少額の20%を補てん。上限は個人10万円、法人20万円。国の持続化給付金の受給者には15万円を上乗せ。
伊万里市	佐賀県	肥育畜産農家	出荷した肉牛1頭当たり5,000円支給。
東彼杵町	長崎県	全業種	業種を問わず、4～7月で売上げが2割以上減った月がある事業者に一律10万円を給付。
		一定規模の農業・漁業・林業者	農業、漁業、林業による収入が100万円以上の個人か200万円以上の法人に一律10万円を給付。
佐世保市	長崎県	農家	市内に住所を有するもので、「ながさき西海農業協同組合」「佐世保花き園芸農業協同組合」のいずれかに属する農業者（花き類又は和牛肥育）のうち、2～4月の売上高が前年同月比20%以上減少したものに1事業者（個人及び法人）あたり一律20万円給付。
西海市	長崎県	全ての事業者	緊急応援給付金として3～5月の合計売上げ減少率が前年比20%以上の農林水産業を含めた全業種の事業者（個人・法人）に一律30万円を支給。
大村市	長崎県	中小企業者・農業法人・NPO法人、社会福祉法人等	対象を農業法人にも拡大し、前年同月比で売上が20%以上減少した事業者に対し、一律30万円の給付。
氷川町	熊本県	農家（花きやイグサ等）	国の「持続化給付金」か県の「事業継続支援金」を受給する法人に20万円、個人に10万円の上乗せ、事業継続支援金の対象とならない月の販売額が前年同月比で30%以上減少した農林水産事業者に法人20万円、個人10万円の支給。
京都府	京都府	養豚農家	販売額が生産額を下回った豚に対して、1頭当たり9,100円を支援。9,100円は再生産が維持できる最低ラインとして府が試算。対象は、3月から5月までの出荷予定670頭ほどの見込み。
鹿児島県	鹿児島県	中小企業、小規模事業者、個人事業主、医療法人、農業法人、NPO法人	1～5月のうち前年同時期と比べ最も売上が減った1カ月間について90%以上減なら最大20万円、80%以上減は最大10万円を支給。国の持続化給付金を受けても、昨年の売上額を下回る場合に支給。

3 地方自治体独自の動き

新型コロナウイルス対応状況（2）

- 国の肉用牛肥育経営安定交付金（牛マルキン）上乗せ補てん：赤字分9割補てんの残りを独自に補てん。
- 宮崎県では自治体と同様の措置をJAが実施。
牛マルキンの上乗せ補てん

主体	都道府県	対象	詳細
北上市	岩手県	肥育畜産農家	牛マルキンによる損失の9割補てんに加え、市で補てんされない1割分を助成。4月分からが対象。
一関市	岩手県	肥育畜産農家	牛マルキンによる損失の9割補てんに加え、市で補てんされない1割分の1/4（2.5%）を牛1頭あたり5,000円を上限に助成。2月から来年1月までに出荷された黒毛和種（1,900頭分）が対象。
山形市	山形県	肥育畜産農家（肉用牛肥育経営を行っている者（肉用牛肥育を行う個人及び法人、肉用牛肥育を行う者で組織する団体）	牛マルキンによる損失の9割補てんに加え、市で補てんされない1割分の1/2（5%）を助成。
近江八幡市	滋賀県	肥育畜産農家	牛マルキンによる損失の9割補てんに加え、市で補てんされない1割分の1/4（2.5%）を助成。
西都市	宮崎県	和牛肥育農家	牛マルキンによる損失の9割補てんに加え、市で補てんされない1割分の1/2（5%）を助成。4～9月に出荷された肥育牛1頭に対し上限1万円、肥育農家1戸につき同100万円を助成。市内に14戸ある肥育農家の支援は緊急性が高く、事業費1,500万円の専決処分を含めて調整。
滋賀県	滋賀県	肥育畜産農家	牛マルキンによる損失の9割補てんに加え、県で補てんされない1割分（10%）を助成。4月の支払い分から対象。
京都府	京都府	肥育畜産農家	牛マルキンによる損失の9割補てんに加え、府で補てんされない1割分について、府内の標準的な収支差額として1頭当たり3万6,000円を支援。
鳥取県	鳥取県	肥育畜産農家	牛マルキンによる損失の9割補てんに加え、県で補てんされない1割分の1/2（5%）を助成。和牛だけではなく、交雑種、乳用牛も対象。
JA都城 (参考)	宮崎県	肥育畜産農家	牛マルキンによる損失の9割補てんに加え、JA都城で補てんされない1割分の1/2（5%）を牛1頭あたり1万円を上限に助成。

出所：各地方新聞、日本農業新聞、自治体Webページより作成。注：資料作成時点で実施予定のものを含む。

3 地方自治体独自の動き

新型コロナウイルス対応状況（3）

■ 販売支援：地域内消費の喚起、ネット通販への対応、送料負担等による販売促進。

販売支援

主体	都道府県	対象	詳細
大館市	秋田県	農家	売り先の困った農作物、地鶏などを活用した新商品開発に取り組む事業者に宣伝費や開発費を補助。
東根市	山形県	サクランボ農家	ふるさと納税の返礼品に手頃な価格帯の、サクランボの詰め合わせを加えるなどして生産者を支援。
飯豊町	山形県	町内精肉店	黒ベこまつり実行委員会（畜産農家・JA・町）が町内の精肉店と連携し、米沢牛の焼き肉セット7,000円分を町民に2,500円で販売。
阿智村	長野県	花き農家	村が生産者から直接花きを買い取り、村内公共施設や観光施設へ配布。
青木村	長野県	販売農家	リンゴの木オーナー制度で、来村せずにリンゴを受け取る仕組みに対し補助金を支給。
唐津市	佐賀県	J A からつ肥育牛部会	「唐津産佐賀牛を買って自宅で食べよう」キャンペーンを実施。J A からつ肥育牛部会に総事業費4,500万円の1/3として「唐津産佐賀牛販売促進緊急支援補助金」を1,500万円交付、牛肉を値引き販売の原資。
西海市	長崎県	西海市民	市民が西海市産農林水産物・加工品を市外在住の家族や知人へ発送する場合、配達便送料を市が全額負担。
西都市	宮崎県	農家	親元を離れて頑張る県外の大学生等を応援するため、西都産農畜産物（農産物・畜産物・畜産加工品のいずれか）と茶ティーパックのセットを親からの申請後、送付する事業。大学生の情報発信力による西都産農産物の認知度UPに期待。
		農家	農畜産物の通信販売推進事業。
栃木県	栃木県	和牛肥育農家	県内の全小中学校の給食にとちぎ和牛と同等品質の牛肉を提供。ネット販売のサイトを開設、県産農畜産物を手頃な価格で購入できるようにする予定。
		花き農家	自宅や職場に花を飾ることなどを呼び掛ける運動を展開。生産者に対する国の交付金に県としても上乗せ。
滋賀県	滋賀県	滋賀県産農畜産物の販売に取り組む34の農家、農業団体	県産農畜産物とその加工品の宅配事業に取り組む農家や農業団体を対象に、5月20日～7月末（予定）の期間に県内消費者が購入する際の送料の一部を支援。例えば送料1,000円の場合は900円を助成、消費者が負担する送料を一律100円に抑え、県産農畜産物の購入を後押し。
鳥取県	鳥取県	県産農林水産物・加工品の販売・消費者への発送を行う県内に主たる事業所を置く事業者	県内店舗で購入したふるさと産品の送料・発送に必要な資材費、ふるさと産品に係るPR資材の作成費等に対し、1/2（上限100万円/事業者）を助成。
宮崎県	宮崎県	農家	地産地消応援消費対策として県産牛肉を学校給食への提供（国事業活用）、県産農畜水産物の販売促進対策として、ネット販売への送料助成等。
		養鶏農家	消費減退し、滞留するみやざき地頭鶏の流通促進を支援。

出所：各地方新聞、日本農業新聞、自治体Webページより作成。

注：調査時点で実施予定のものを含む。

3 地方自治体独自の動き

新型コロナウイルス対応状況（4）

- 労働力調達・雇用先確保に向けた支援：外国人労働力の不足に対し、地域内の農外労働者の活用に向けた動き。

労働力調達・雇用先確保

主体	都道府県	対象	詳細
弘前市	青森県	市民又は市内に通勤している方を臨時作業員等として新たに雇用した市内の農業者・農業法人	休職を余儀なくされた市民やアルバイトができない大学生らを臨時作業員等として新たに雇用した市内の農業者・農業法人に対し、1日あたりの賃金実支出額の2分の1（上限3,000円）を助成。
稲敷市	茨城県	農家	豚・牛等の畜産、カボチャやレンコンを含む農産物の生産従事者にコロナ感染者が出た場合、代替要員の確保にかかる経費の半額（上限約29万円）と作業場や道具の消毒にかかる経費（上限30万円）を助成。
嬬恋村	群馬県	農家（キャベツ農家）、休業・失業等をした労働者	実習生が来なくなった農家が新たに雇う労働者に給付。農家が実習生の代わりに新たに雇い入れる労働者に最大25万円支給。6月から収穫が本格化するキャベツの繁忙期に備え、村内の旅館の休業や工場の操業停止などで仕事がない労働者を雇い入れ、人手不足を解消。各農家から支払われる賃金とは別に1週間当たり1万円、1カ月当たりになると4万円を支給。6月1日から、収穫がおおむね終わる10月末まで5カ月間就労した場合、20万円支給。さらに5カ月以上の就労者には5万円を上乗せ。
西都市	宮崎県	農家、休業・失業等をした労働者	新型コロナウイルスの影響で失職した労働者を農業分野での就労につなげる雇用推進事業（511万円）。
北海道	北海道	農家、休業・失業等をした労働者	「北海道短期おしごと情報サイト」を立ち上げ、人材を必要としている企業等の求人情報を提供、一時帰休などの状況で期的に働きたい希望を持つ人、アルバイト先が無くなり困っている学生などを繋げ、生産維持・事業継続をサポート。
青森県	青森県	農家、休業・失業等をした労働者	県は、人手不足に悩む農業法人などと新型コロナウイルス感染拡大の影響で自宅待機や休職状態にある労働者のマッチングを図る「農業労働力ワンストップ相談窓口」を青森市の公益社団法人「あおもり農林業支援センター」内に開設。
鳥取県	鳥取県	農林水産業者、農協、森林組合、漁協等、休業・失業等をした労働者	新型コロナウイルス感染拡大により影響を受けている休業中の従業員等に対して、農林水産分野で雇用の受け皿づくりを行い、働く場の環境を整備。臨時的に雇用した人件費・交通費の1/2に助成。対象は600人程度、1人あたり1カ月まで。
JA道北なよろ (参考)	北海道	農家	地元の飲食業などの日本人従業員ら、農家へ紹介。
JA佐久浅間 (参考)	長野県	レタス・キャベツ農家	軽井沢町の旅館組合と協力、ホテル従業員などを農家に紹介する事業を開始。
JA全農等 (参考)	中国四国 ブロック	中国四国ブロック内の農家	ブロック内の課題の共有と解決に向けた先進県・協力機関による相談・サポート、県域単独では困難な年間作業量の平準化や労働力の融通によるパートナー企業と連携した農作業受委託の事業化等

出所：各地方新聞、日本農業新聞、自治体Webページより作成。注：調査時点で実施予定のものを含む。

3 地方自治体独自の動き

地方自治体による独自の支援のまとめと課題(5)

地方自治体による独自支援のまとめ

- 国の政策がカバーできていない部分を補完（損失補てん、牛マルキン補てん、販売支援、資材・飼料の補助、融資、利子補給等）。
- 緊急的に対応が必要な部分のニーズに国に先行して対応。

今後の課題

- あくまでも緊急的な措置、長期的なビジョンの欠如
 - 問題のある個所にその都度対応。
 - 労働力不足のような地域の長年課題になっている問題も、外国人労働力の不足への対応として緊急的に対応。
- 給付額の少なさ
 - 給付額はあくまで一時的な売上等への落ち込みに対するもの、少額。
 - 農地を積極的に集積・集約化（農地の購入も近年は増加）・販売先を直接開拓してきた経営（「担い手」）への支援額が十分ではない可能性も。
- 長期的に継続していくことの難しさ。
 - 財源の確保、自治体間の格差拡大。
 - 対象となる分野とはずれた分野との間との調整等、支援が必要になる農業分野の拡大は可能か。

⇒先行きの見通しは困難だが、国・地方自治体がそれぞれの強みを生かしながら、緊急対応と同時に、中長期的なビジョンを持ちながら対応していく必要。