コロナ禍における和牛需給と産地対応

主席研究員　長谷川晃生

〔要　　旨〕

コロナ禍で、国産牛のなかでも量的プレゼンスが高まった和牛肉について、インバウンドを含む外食需要の減退分を、いかにして家計での消費等にシフトさせるかが課題となった。巣ごもり消費、応援消費の高まりに応じたインターネットでの購入増、ふるさと納税における返礼品の需要増、学校給食での利用等、国の機動的な支援が追い風となり、消費の裾野が拡大したことで、減退分をカバーできたのである。一時的に急落した和牛相場は、政策支援による下支えと輸出回復が好感され好転している。しかしながら、国の支援は2021年度から削減されており、和牛需給への影響が懸念される。

和牛産地では、コロナ禍での様々な取組みが、生産のあり方等を見直す契機となり、新たな方向性を模索しようとしている。その際、和牛肉の国内消費が上向いたことは、消費者の和牛肉の再評価につながり、新たな需要を創造できるものと前向きに捉え、中長期的に和牛生産を国内需要とマッチさせていくことが求められている。

目　次

はじめに
1　コロナ禍の和牛需給
（1）　和牛生産は微増傾向
（2）　内食は堅調だが、外食は低迷継続
（3）　外食需要減退で消費量全体は減少
（4）　輸出回復と新たな変化
2　国の支援策と和牛相場の復調
（1）　滞留在庫の解消支援
（2）　需要喚起のための支援
（3）　支援効果
（4）　和牛価格は回復
（5）　家計での輸入代替が進展
3　産地の対応事例
（1）　事例の特徴
（2）　コロナ禍前の需給状況
（3）　コロナ禍での変化と対応
（4）　県単事業による支援
（5）　コロナ禍でみえた新たな課題
4　今後の和牛生産を巡る論点整理
（1）　産地ごとにコロナ禍の影響は様々
（2）　2021年度から国の支援策は削減
（3）　輸出増への期待とリスク対応
（4）　今後の和牛生産の方向性

農林中金総合研究所
https://www.nochuri.co.jp/

はじめに

新型コロナウイルス感染症（COVID-19）による国内での感染拡大を受け、国は緊急事態宣言を2020年４月に発出した。その後、８月の第２波、11月からの第３波、21年３月以降の第４波と感染拡大と行動規制による感染収束が交互に起こるなかで、和牛需給は大きな影響を受けた。コロナ禍においてインバウンドを含む外食需要の縮減が長期化し、和牛需要の変化が常態化したことが、今後の和牛生産にどのように影響するのであろうか。

本稿では、こうした問題意識の下で、コロナ禍での和牛需給の現状を、内食化の進展と輸入牛を含めた牛肉需要全体の動向、国の支援策等を踏まえながら整理する。そして、和牛産地を事例に、コロナ禍の対応と変化を分析したうえで、今後の和牛生産を巡る論点を指摘する。

１　コロナ禍の和牛需給

まず、コロナ禍における和牛需給の特徴を、ここ数年の変化を踏まえながら、長谷川（2020）での分析を基に整理したい。

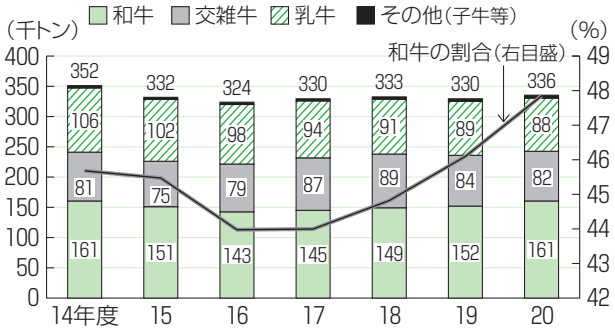
（1）　和牛生産は微増傾向

和牛生産量は、17年度から増加に転じ、20年度は16.1万トンとなった（第１図）。高齢化や後継者不足による繁殖経営体の減少に伴い子牛供給は減少してきたが、国の繁殖基盤強化による繁殖雌牛の飼養頭数の増加、乳用牛への受精卵移植等による和牛子牛の生産拡大で、繁殖基盤は回復傾向にある(注1)。コロナ禍の影響による20年３～４月の卸売価格の急落で、一時的に出荷抑制があったものの、その後、出荷量は回復し、20年度の生産量は前年比で0.9万トン増加した。

和牛以外の乳牛（△0.1万トン）、交雑牛（△0.2万トン）の生産量は前年比で減少したが、和牛伸長で、20年度の肉用牛全体の国内生産量は前年比で0.6万トン増加した。生産量全体に占める和牛の割合は15年度の45.5％から20年度の47.9％へと上昇する一方、乳牛は同期間に30.8％から26.1％へと低下、交雑牛は19年度から低下し、20年度は24.5％となった。

また、和牛生産は高価格販売が見込める高格付へのシフトが続いている。格付は歩留等級（Ａ～Ｃ）と肉質等級（５～１）の組合せである。和牛のうち最も格付が高いＡ５が占める割合は、最近５年間で26.9％から42.9％へと上昇した。したがって、国産牛のなかで、手頃な価格帯(注2)である交雑牛、乳牛のシェアが低下し、高価格帯の和牛の

第１図　国産牛の生産量の推移



資料　農畜産業振興機構のWebサイトのデータを基に作成

農林中金総合研究所
https://www.nochuri.co.jp/

存在感が高まっている。

（注１）20年度の食肉需給の詳細は高城（2021）を参照。

（注２）独立行政法人農畜産業振興機構（alic）の調査によると、21年６月の全国の国産牛（ばら）の小売価格（100g当たり通常価格）は、和牛753円、交雑種616円、その他414円である。

（2） 内食は堅調だが、外食は低迷継続

需要面について、18年度の家計と外食における牛肉の種類別需要量（推計）を示したのが第２図である。総需要量は外食（29.8万トン）よりも家計（43.9万トン）が多く、和牛の需要割合は、外食が12.4％に対し、家計は22.6％と比較的高い状況にあった。

総務省「家計調査」によると、家計での１人当たりの牛肉の購入数量は、20年４～５月に前年比３割ほどの高い伸びとなり、その後も増勢が続き、20年度は前年比で10.4％増加した(注3)。この増加の要因は、コロナ禍の内食化に伴い和牛を含む国産牛の家計消費量が大きく増加したためである。

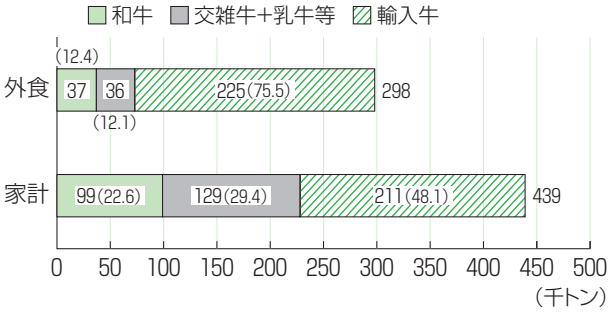
また、内食化の傾向が強まるなかで、購入方法、消費者意識に変化がみられた。インターネットの通信販売（EC）の利用が増加し、コロナ禍の影響を受けた生産者を支援する消費者の応援消費の機運も高まった。

農産物ECの運営会社は、巣ごもり需要に応じて和牛肉の取扱いを積極化した。例えば、JA全農は産地直送ショッピングモール「JAタウン」内に特設サイトを開設し、特別価格等のキャンペーンを展開した。

また、公益財団法人流通経済研究所（20年４月実施）の調査(注4)によると、「コロナ問題で被害を受けた生産者・事業者に貢献する意図での買い物」（応援消費）を行った割合は10.8％であった。コロナ禍の早い時期において、応援消費への意欲の高まりがうかがえる。こうした高まり等が影響し、20年のふるさと納税の寄付額は、74.3％の地方公共団体で増加した(注5)。

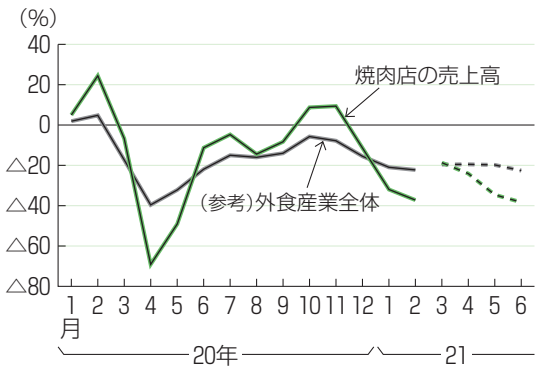
一方、外食は、緊急事態宣言等での外出自粛要請に伴う利用機会の減少で落ち込み、一般社団法人日本フードサービス協会の調査によると、外食企業のうち焼肉店は、20年４月に売上げが大きく減少した（第３図）。その後、Go to Eatキャンペーンの実施、外食異業種から焼肉業態への転換等で、和牛

第2図　2018年度の家計・外食での牛肉需要量（推計）



資料　日本食肉流通センター(2020)
（注）　カッコ内の数値は構成比。

第3図　コロナ禍の焼肉店の売上高の前年比増減率



資料　日本フードサービス協会「外食産業市場動向調査」
（注）　21年3月以降の点線は、前年のコロナ禍の影響を排除するため、19年の同月比の増減率。

農林中金総合研究所
https://www.nochuri.co.jp/

肉の需要回復が期待された。しかし、11月の第３波以降、回復の動きは失速し、20年の焼肉店の売上げは、前年比10.9％減少した。21年１月以降も需要復調は難しく、外食での和牛需要は低迷しているとみられる。

（注３）20年の家計消費の詳細は前田（2021）を参照。

（注４）石橋（2020）によるもので、全国の消費者へのWebアンケート調査で、実施日は20年４月22日、有効回答1,876件。

（注５）トラストバンク（2021）による。同社の21年２月実施の地方公共団体へのアンケート調査結果（集計対象は836）によると、21.1%の地方公共団体が前年比２倍以上の増加と回答している。

（3） 外食需要減退で消費量全体は減少

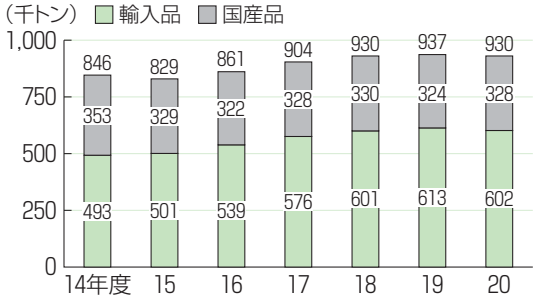
牛肉全体の推定出回り量(注6)は、ここ数年の肉ブーム、インバウンド需要増を受け、16年度から増加してきたが、20年度は、国産品が増加（前年比0.5万トン増）したものの、輸入牛肉の供給減により、前年比で0.7万トン減少した（第４図）。

輸入量の減少（△3.1万トン）の内訳をみると、外食等に仕向けられる冷凍品（△1.1万トン）よりも、家計消費に用いられる割合が高い生鮮・冷蔵品（△2.0万トン）の減少幅が大きかった(注7)。

（注６）推定出回り量は、alicの推定データ。推定期首在庫量に生産量、輸入量を加算し、輸出量、推定期末在庫量を減じたもので、国内消費仕向けで流通した推定数量。

（注７）日本食肉流通センター（2020）によると、18年度の推定出回り量のうちチルドの輸入牛肉は56.6%が、フローズンの輸入牛肉は17.6%が家計で消費されていると推計している。

第4図　牛肉の推定出回り量の推移



資料　第1図に同じ

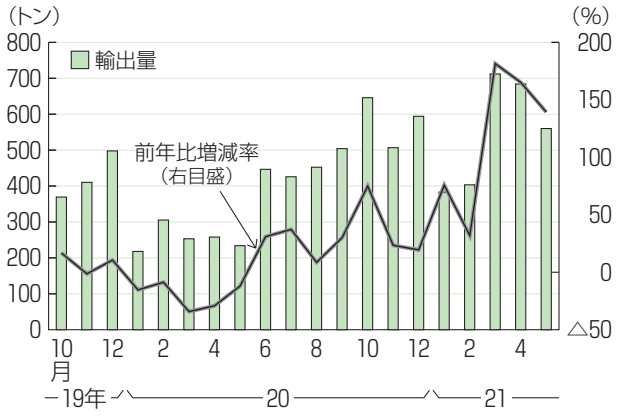
（4） 輸出回復と新たな変化

コロナ禍前から和牛肉の輸出は、国内での需要が限定的なロース等の高価格部位の供給先として注目され、輸出量は15年度の1,583トンから20年度の5,565トンへと大きく増加した(注8)。輸出は、一部に交雑牛等も含まれるが、和牛が中心である。

20年前半は輸出先の感染拡大による影響で輸出量が減少したが、６月以降は増勢が続いている（第５図）。20年度の輸出量は、前年比34.5％増加し、輸出先別の輸出割合は、カンボジア（25.4%）、香港（21.5%）、台湾（16.4%）、米国（11.1%）で、これらで全体の74.5％を占める。

部位別にみると、これまで輸出量全体に占める「ロイン」の割合は６割程度であったが、20年度は53.7％へと低下した（第６

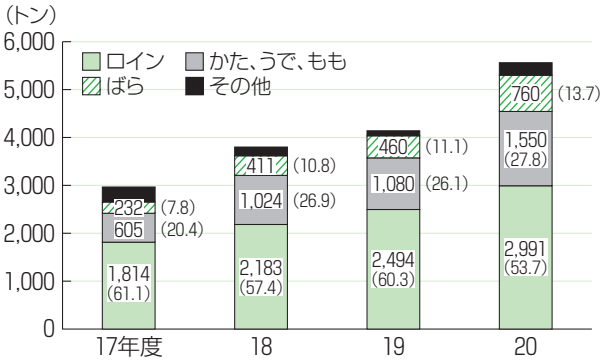
第5図　牛肉の輸出量の変化



資料　財務省「貿易統計」

農林中金総合研究所
https://www.nochuri.co.jp/

第6図　牛肉輸出量(部位別)の推移



資料　第5図に同じ
(注)　カッコ内の数値は構成比。

図)。前年比増加量をみると、「ロイン」は497トンで、「かた、うで、もも」(470トン)、「ばら」(300トン)と両者の合計はロインを上回った。

輸出単価については、国内相場に連動し、いずれの部位も20年５～７月にかけて前年比で大きく下落したが、その後回復した。21年１月から上昇基調へと転じ、足元ではコロナ禍直前の水準まで戻している。

このように高価格帯だけでなく多様な部位の輸出が増加したことは、輸出が高価格帯の国内の低需要部位の需給調整から、多様な部位を含めたフルセット販売へと変化したことが示唆される。ただし、21年３月以降、「ロイン」の輸出量が拡大し、輸出量の６割程度まで復調している。

(注８) 輸出動向は櫻井(2019)、日本食肉流通センター(2020)を参照している。

2　国の支援策と和牛相場の復調

こうした需給環境の変化を受けた国の在庫滞留改善、需要喚起に向けた主要施策についてみることにする。

(1)　滞留在庫の解消支援

まず20年度当初に和牛肉の在庫が積みあがったこと(注9)から、「和牛肉保管在庫支援緊急対策事業」を４月から実施した。本事業は、販売促進に取り組む食肉卸売事業者に対し、在庫の冷凍保管料等を支援し(在庫牛肉保管等経費支援事業)、各事業者が作成する販売促進計画に基づき、冷凍和牛を販売した際に、事業者に対して奨励金を交付する(販売促進支援事業)ものである。

事業対象となる和牛肉(注10)は、１か月以上冷凍保管され、計画に基づき、包装日から１年以内に販売されたものである。販売促進支援事業を活用して販売した場合、１kg当たり1,000円(部分肉ベース)の奨励金を交付するとしている。本事業は21、22年度も継続するが、奨励金は850円に減額される。

(注９) alic調べによると、国産品の期末在庫量は、20年４月が前年比22.3%増、５月が31.7%増となり、在庫滞留が顕在化した。

(注10) 本事業の和牛肉は20年４月６日以前の包装分は部分肉およびスライス肉等、４月７日以降の包装分は部分肉に限るとし、奨励金の対象は４月７日以降の販売分である。

(2)　需要喚起のための支援

また、コロナ禍後の需要回復の際の生産・供給体制の維持を目的として、「国産農林水産物等販売促進緊急対策事業」を20年４月から実施した。実施期間は20年度末までとし、需要変化が大きい和牛、花き、果物等について、品目ごとに複数の事業を展開し

農林中金総合研究所
https://www.nochuri.co.jp/

た。そのうち和牛と関連があるのは「和牛肉等販売促進緊急対策事業」と「品目横断的販売促進緊急対策事業」である。

「和牛肉等販売促進緊急対策事業」は、小・中学校等の学校給食での提供(注11)を支援するものである。補助対象の経費は、各学校で年３回、１回１人当たり100gまで、1,000円／100gが上限である。

「品目横断的販売促進緊急対策事業」は、民間の様々な販路を活用する取組みで、民間のインターネット販売サイトでの購入品の配送料の無料化を支援した。また、同事業において、コロナ禍の影響を受けた生産者から地元の生産者団体、地域協議会が農産物等を仕入れる際の費用の半額を補助するものがある（地域の創意による販売促進事業）。地方公共団体は、ふるさと納税返礼品の提供事業者と連携し、本事業を活用することで、安価に返礼品を調達し、通常の基準以上の返礼品が設定できる(注12)。

さらに、「Go To Eatキャンペーン事業」を20年10月から実施した。感染予防対策に取り組む飲食店を応援することで、生産者を支援するものである。

オンライン飲食予約事業、プレミアム付食事券事業が実施され、前者はオンライン飲食予約サイト経由で、飲食店を予約・来店した消費者に、次回以降に使用できるポイントを付与する仕組みである。プレミアム付食事券事業は、都道府県の公募により選ばれた事業者が食事券を発行し、消費者は当該都道府県等の登録飲食店のみで使用できる。しかし、同事業は感染拡大を受け、11月から一部都道府県で新規販売が一時停止されている。

(注11) 提供対象の牛肉は、和牛以外に交雑牛、乳牛等も含む。

(注12) エヌピー通信社（2020）によると、調達費用は寄付額の３割以下と規定されているが、本事業により調達費用を半分に抑えることで、寄付額の６割に当たる返礼品を設定できるとしている。

(3) 支援効果

農林水産省公表の「令和２年度の事業に係る行政事業レビューシート」において、「国産農林水産物等販売促進緊急対策事業」を通じて消費される和牛肉等の目標数量(注13)を6,100トンとしている。

全量が和牛と仮定すると、第２図で示した外食における和牛需要量（３万7,000トン）の16.5％に相当し、これは20年の外食全体の売上げ減少率（△15.1％）と同程度である。併せて「和牛肉保管在庫支援緊急対策事業」も実施されたことから、外食における和牛消費の減退分の滞留在庫解消、消費刺激策として大いに寄与したといえよう。

(注13) 21年６月末時点で実績が未公表のため、ここでは目標数量を基に分析している。なお同シート内で実績は「21年７月末までに把握予定」としている。

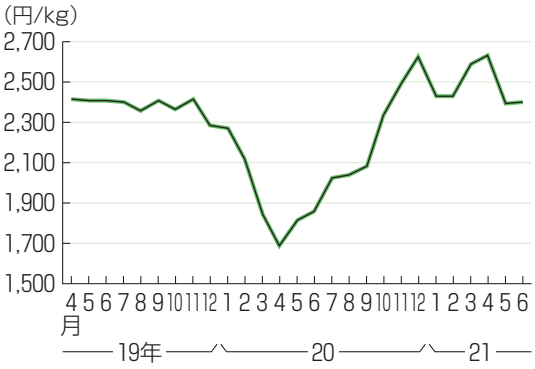
(4) 和牛価格は回復

こうした国の支援策を踏まえながら、和牛相場の動向をみることにする(注14)。

20年３月、４月に東京都中央卸売市場の和牛の枝肉価格は大きく下落した（第７図）。訪日外国人によるインバウンド消費の消滅、外出自粛での外食需要の急減、輸出の落ち込みが下落の主因であった。

農林中金総合研究所
https://www.nochuri.co.jp/

第7図　去勢和牛(A-4)の卸売価格

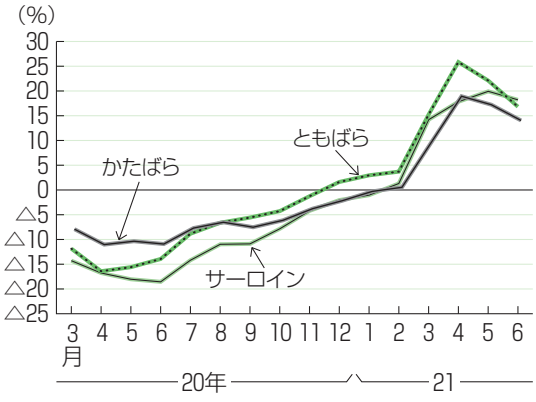


資料　第1図に同じ
(注)　東京都中央卸売市場の価格。

５月に入ると、「和牛肉保管在庫支援緊急対策事業」の効果で底打ちの兆しがみられた。緊急事態宣言の解除、都道府県での支援等による消費回復策も講じられた。内食需要を受けた量販店での取扱いが好調で、６月から輸出も好転した。これらが好感され、枝肉相場の回復につながった。部位別の仲間相場（卸売業者間での取引価格で、消費税抜きの営業倉庫渡し価格）をみても（第８図)、「サーロイン」「ともばら」「かたばら」は４～６月を底に回復している。

国の様々な対策を活用することで、牛枝肉相場が上昇しても、小売段階で安価販売が可能なため、卸売価格は上昇を継続し、11月に前年並みに回復した。年度後半に外食需要は失速したが、コロナ禍前の水準で推移している。

第8図　去勢和牛(A-4)の仲間相場の前年比増減率



資料　第1図に同じ

(注14) 価格動向について、東京食肉市場『月刊しばうら』、日本食肉流通センター情報部（2021)、中央畜産会「畜産物の市況展望」『畜産コンサルタント』を参照。

(5)　家計での輸入代替が進展

コロナ禍における和牛需給を巡る最大の課題は、インバウンドを含む外食の需要喪失分をどのようにしてカバーするのかという点であった。

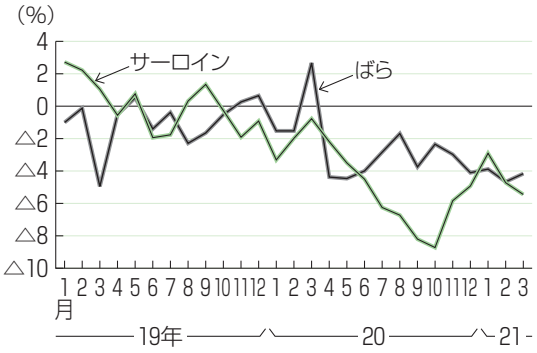
これまでの分析を踏まえると、家計での牛肉消費が増加するなかで、輸入牛はテーブルミートとして利用される生鮮・冷蔵品の供給量が減少したことから、家計での輸入牛の消費は減退した可能性が高い。

一方、量的プレゼンスが高まった和牛は巣ごもり消費、応援消費に応じた農産物ECの利用、ふるさと納税返礼品での需要増、学校給食での利用等、国の機動的な支援が追い風となり、消費の裾野が拡大した。

他の国産牛、輸入牛との価格差はあるものの、国の支援効果もあり、和牛肉の小売価格は低水準で推移し（第９図)、消費者に値頃感があるものとして受け入れられた。さらに、輸出の回復もあり、外食需要の喪失分をカバーできたのである。そして、家計消費における牛肉の需要構成という点では、減退した輸入牛肉から和牛を含めた国産牛での代替が進んだと考えられる。

農林中金総合研究所
https://www.nochuri.co.jp/

第9図　和牛（ばら・サーロイン）の小売価格（通常価格）の前年比増減率



資料　第1図に同じ

3　産地の対応事例

それでは次に、和牛産地のなかでもいち早く相場が復調した岐阜県飛騨地域(注15)を事例に、地域独自の取組みと産地での変化について紹介する(注16)。

(注15) 飛騨牛は県内統一の銘柄であるが、本稿では飛騨地域（高山市、飛騨市、下呂市、白川村）を対象とし、JA飛騨ミートへの聞き取り（20年11月、21年５月）を基に取りまとめている。

(注16) 取りまとめにあたって、安部（2010）、大﨑（2017）、田代（2020）を参照している。

(1)　事例の特徴

当産地の特徴は、地域内で肥育した飛騨牛(注17)について、処理・加工を担うJA飛騨ミート（飛騨ミート農業協同組合連合会）を軸に、県内消費という地域密着を基本とした販売戦略を行ってきた点である。JA飛騨ミートは、食肉処理施設である飛騨食肉センターと産地市場である飛騨ミート地方卸売市場を運営している。

飛騨食肉センターは02年に食肉処理施設を新たに建設し、衛生管理に積極的に取り組んできた。04年に品質の国際規格「ISO9001」、07年に食品安全の国際規格「ISO22000」の認証を取得し、16年に岐阜県HACCP（危害要因分析重要管理点）、17年にGFSI（世界食品安全イニシアチブ）の食品安全システム認証規格「FSSC22000」の認証を取得した。

認証取得を通して、徹底した品質管理による高いレベルでの衛生管理を実践してきた。これにより、高品質な枝肉供給・販売を可能とし、21年６月時点で14の国・地域の輸出施設の認定を取得(注18)している。

また、飛騨牛は、産地市場である飛騨ミート地方卸売市場でのせりによる全頭取引を基本としている。せりの買参人は県内中心に店舗を持つ40程度の業者等である。販売先として、地元の旅館・ホテル、レストラン等の外食が多く、小売業では食肉専門小売店での販売が中心である。

JA飛騨ミートも買参人であるが、小売等の直接販売は行わず、枝肉での購入が難しい小規模な食肉業者が必要とする部位を中心に販売している。また需要が急減した際に、市場で一時的に買い取ること(注19)で、市場の補完機能を担っている。こうした生産者・食肉販売業者が納得する価格の形成機能を有することが、関係者の信頼関係を醸成してきたと考えている。

販売面では、岐阜県・愛知県を中心に販売地域を絞り込み認知度向上を図り、飛騨地域の中核である高山市が国際的な観光都市で、来訪客が飛騨牛を賞味することが宣伝効果となり、観光客誘致と地域振興の両立に成功してきた。こうしたことから、産地

農林中金総合研究所
https://www.nochuri.co.jp/

市場であるにもかかわらず、消費地市場よりも有利な価格で取引されてきた。

(注17) 飛騨牛とは次の４項目を満たしたことを飛騨牛銘柄推進協議会が確認・認定したものを指す。①最長飼養期間の場所が岐阜県で、②推進協議会が認定・登録した生産者によって、③14か月以上肥育された黒毛和種の肉牛で、④格付が歩留等級ＡまたはＢ、肉質等級５等級・４等級・３等級のもの。

(注18) 認定状況は、タイ、マカオ、香港、シンガポール、フィリピン、EU、ニュージーランド、ベトナム、米国、カナダ、ミャンマー、台湾、オーストラリア、アルゼンチン。

(注19) JA飛騨ミートは、01年の国内でのBSE発生に伴う需要急減の際に、自ら市場で買入れ、小売販売を実施したとのこと。

(2)　コロナ禍前の需給状況

JA飛騨ミートによると、コロナ禍前の需要構成は、地元の外食・ホテル等での観光客（インバウンドを含む）の消費量が４割、輸出１割で、残り５割が家計消費としている。家計消費は地域別に違いがあり、飛騨地域内は高単価なため消費量は少なく、県内他地域を中心に、名古屋市・関東地域で消費されてきた。地元食肉小売店は、関東地域での販売は高級スーパーマーケットだけでなく、以前から個人向けECに積極的であった。

輸出は、10年に香港からスタートして輸出先を拡大してきた。輸出先は施設認定の基準が厳しい国・地域を中心とし、輸出先で安全・安心が認知され、輸出量は徐々に増加し、また高価格販売を実現してきた。輸出向けは、高価格帯部位（ロイン系）が中心であるが、これら以外の部位はインバウンド、外食向けに仕向けることで、輸出に過度に依存してこなかったという。

観光客数は極めて堅調に伸び続け、それに合わせて飛騨牛の需要も伸びてきた。需給が反映されやすい取引市場のため、卸売価格は東京都中央卸売市場よりも高い水準で推移してきた。飛騨地域の観光イメージが良く、飛騨牛の知名度は国内外でも高いが、生産量が微増傾向のなかで、国内の消費者向けに高価格帯での継続販売が課題とし、JA系統では20年度からECを開始する方針であった。

(3)　コロナ禍での変化と対応

20年４月の緊急事態宣言下で、外食・ホテル等における国内観光客とインバウンドの消費が消滅したことに伴い、３～４月に卸売価格は急落した。

例年４月開催の高山祭（人出は19年実績で18万人）が中止となり、飛騨地域の食肉販売業者はそれに向けた在庫分が滞留した。コロナ禍当初の課題は、この在庫の解消であった。対策として、JAひだを中核とする「#おうちで飛騨牛プロジェクト実行委員会[(注20)]」がクラウドファンディングを４月29日～５月10日に実施し、支援者１万２人、金額は１億１千万円に到達した。当初の見込み金額を大きく上回り、多くの支援で滞留在庫が解消したとJA飛騨ミートでは考えている。

その後、家計消費向けは、クラウドファンディングが呼び水となり、飛騨地域の食肉販売業者によるECが急増したという。一部業者は相場低迷を受けて通常よりも安価販売を積極化したことも販売増につながっ

農林中金総合研究所
https://www.nochuri.co.jp/

た。こうして、インバウンド消費等の消失を家計消費でカバーできたため、20年10月から相場が前年比増加に転じている。

輸出については、19年度の輸出量が50.8トンで、輸出先別の割合は、香港（37.4％）、EU（25.5％）、台湾（16.1％）の順で、輸出認定の基準が高いEU向けに積極的に取り組んできた。20年度は、EUが現地でのロックダウン等の影響から前年比８割減となり、台湾（６割増）は大きく増加したものの、輸出量全体は前年比減少となった。

地元飲食店における観光客の消費について、JA飛騨ミートでは、20年の宿泊客数（外国人を含む延べ宿泊者数）が高山市で前年比53.0％減と半減し、回復は厳しいとみている。したがって、家計消費向けの販売を継続することが重要としている。現状、地元の食肉販売業者の販売力もあり、家計消費向けの販売は好調を維持している。

（注20） 実行委員会は、①生産・販売：飛騨肉牛生産協議会（生産者60人）、飛騨地域の精肉店、JAひだ、②企画・広報：飛騨信用組合、株式会社ヒダカラ、十六銀行／十六総合研究所、③後援：高山市、飛騨市、下呂市、白川村であり、地域一体となった取組みである。クラウドファンディングについて田代（2020）が詳細にまとめている。

（4） 県単事業による支援

こうした産地独自の取組みと併せて、県は独自施策により産地支援を行った。

まず、飛騨牛の市場活性化に向けた購買者支援（飛騨牛市場活性化緊急対策事業費補助金）である。対象者は、県内の食肉卸売市場（岐阜市食肉地方卸売市場、飛騨ミート地方卸売市場）に買参権を有する事業者（約40事業者）で、対象品目は県内の食肉卸売市場でせりにかけられる飛騨牛とした。そして、20年５月18日～７月末までのせりに対して、１頭当たり最大10万円を補助した。

さらに、コロナ禍での飛騨牛の輸出力強化のため、20年10月～21年３月までの間に、輸出に取り組む食肉販売業者に対して、１頭当たり５万円を補助する事業（飛騨牛輸出促進緊急支援事業費補助金）を実施した。

（5） コロナ禍でみえた新たな課題

本稿で紹介した飛騨地域の事例は、地域内の市場に需給を反映する価格形成機能があるなかで、地域の食肉販売業者と生産者、農協等が一体的にクラウドファンディングに取り組み、それが呼び水となり、また県独自の支援もあり、その後も販売好調が継続している。輸出は、輸出先の感染拡大で回復が遅れているものの、需要消失分を家計消費にシフトさせたことで、相場も好転した優良事例といえる。

しかし、JA飛騨ミートは、コロナ禍の対応を通して新たな課題がみえてきたという。具体的には、輸出・インバウンドだけでなく国内の家計消費とのバランスをとることが重要だとしている。また、相場下落時に、割安感から飛騨牛を購入したいという消費者や、これまでに来訪した観光客がECで飛騨牛を購入するケースもあったという。こうした潜在的需要に対応するためには、国内の景況悪化が懸念されるなかで、高価格帯の和牛として飛騨牛の差別化を図っていくことが改めて重要と考えるようになった。

農林中金総合研究所
https://www.nochuri.co.jp/

そのためには、飛騨牛の特徴である衛生管理の高度化はもちろんのこと、改めて飛騨の観光資源との関連性を強調することや、県内子牛を基本とする繁殖から肥育までの域内生産も方向性の１つではないかと考えている。しかしながら、コロナ禍で生産者相互の面談でのコミュニケーションが制限され、農協との情報交換による問題意識の共有等の機会が減っていることを懸念している。

輸出は、ここ数年、現地での価格競争が激しいと感じており、これまでの高単価販売を維持できるように、系統団体と連携し、主要輸出国でのプロモーションを実施していきたいとしている。

また、輸出国ごとに加工処理を区別して行う必要から、さらなる輸出拡大のためには、処理日確保が必要と考えている。このため、工程作業を、従来の毎週木曜日にせりを実施し、金曜日に加工、翌週月曜日と火曜日の午後を加工予備日とする体制から、月曜日をせりとし、火曜日、水曜日を処理日へと変更する予定である。処理日確保で輸出増加に向けた体制整備を行っている。

4　今後の和牛生産を巡る論点整理

(1)　産地ごとにコロナ禍の影響は様々

和牛の卸売価格が回復していることから、コロナ禍の課題は解消したように見受けられる。しかしながら、筆者が聞き取りを実施した離島の和牛産地では、観光客中心の島内消費であったことからコロナ禍で観光客減少により、和牛需要が激減した。生産者の経営維持のために島内市場において最低取引価格を導入し、島外への販路を開拓しようと苦戦している事例もある。このように産地ごとにコロナ禍の影響に違いがあることに留意すべきである。

(2)　2021年度から国の支援策は削減

また、コロナ禍当初から実施された国の支援により、外食の需要喪失分を内食等でカバーできているため、こうした需要シフトのための施策も引き続き求められる。

しかしながら、国の支援策は「和牛肉保管在庫支援緊急対策事業」が本年度も継続されるが、奨励金が引き下げられた。また、EC、学校給食での食材提供の支援のために「国産農林水産物等販路多様化緊急対策事業」が実施されている。同事業は、20年10月以降の任意の１か月以上の期間において、在庫量、価格等での過去平均比で２割以上の変動が対象である。

したがって、相場が回復した和牛は事業対象となる事例が限定的とみられ、今後の需給にどのように影響するのか注視する必要がある。

(3)　輸出増への期待とリスク対応

輸出については、国は20年４月に輸出促進を担う司令塔として「農林水産物・食品輸出本部」（本部長：農林水産大臣）を農林水産省に設置した。輸出額を25年までに２兆円、30年までに５兆円とする目標を掲げ、

農林中金総合研究所
https://www.nochuri.co.jp/

具体的な戦略を11月に取りまとめた。このなかで、牛肉など日本産に強みがあり輸出拡大の余地が大きい27品目を重点品目として選定した。そして、品目別に具体的な輸出目標を設定し、海外ニーズに対応した輸出産地の育成を明確化しており、今後の和牛肉の輸出伸長が期待される。

しかしながら、輸出は、地政学等のリスク、輸出先での需要変動があり、不安定な面がある。仮に相手先の需要が変動した場合、コロナ禍と同様に需給調整が必要となる。国は、こうした想定の下で、コロナ禍での各種支援の実績からその消費刺激の効果等をより具体的に検証することで、不測の事態に応じた効果的な支援メニューを検討しておくべきと考える。

また、コロナ禍で従来のロイン中心から低価格帯を含めた多様な部位を輸出するような変化がみられた。これは国内需要を喚起する過程で、国内での調整に限界があり、多様な部位が輸出に回った可能性もある。この点については、和牛肉の部位別需給バランス、国内生産のあり方を考えるうえで重要な論点であり、今後の輸出動向に注意する必要がある。

(4) 今後の和牛生産の方向性

本稿の事例でみたように、コロナ禍での様々な取組みが、産地での和牛生産のあり方等を見直す契機となり、新たな方向性の模索が行われている。これまでも牛肉の輸入解禁、BSE等の影響を受け、産地が対応した経験を踏まえると、多くの産地で変化の兆しがあるとみられる。その際、和牛肉の国内消費が上向いたことは和牛の消費者の再評価につながり、新たな需要を創造できるものと前向きに捉え、和牛生産を需要とマッチさせていくことが重要となる。

国が20年３月に策定した「酪農及び肉用牛生産の近代化を図るための基本方針」を受けて、各都道府県において、新たな近代化計画書の作成が進んでいる。21年６月時点で22県が新たな計画書を公表している。例えば、主要産地の鹿児島県は、適度な脂肪交雑で値頃感のある牛肉を求める消費者ニーズにも対応するため、「脂肪交雑のみならず、増体性や歩留まりなどの肉量に関する形質はもとより、脂肪の口溶けなど食味に関するオレイン酸等の一価不飽和脂肪酸の含有量などに着目した改良を、和牛の遺伝的多様性に配慮しつつ推進する」としている。これまで和牛生産は、輸入牛との差別化で、脂肪交雑を増やすことが重視されてきたが、鹿児島県と同様に、し好の多様化への対応を計画書に盛り込んでいるのは全国で14県にのぼる。

こうした動きは、中長期的に和牛肉が国内消費者の購入できるものへと変わる可能性を示しており、国内の人口減少、高齢化等によって生じる消費構造の変容への対応というだけではなく、輸出先の消費減退等の不測の事態が発生した場合でも、国内消費へのシフトが容易になるという面もある。

なお本稿はコロナ禍で生産者への訪問が制限されるなかで、農協、食肉関連業者等への聞き取りを中心に取りまとめたもので、

農林中金総合研究所
https://www.nochuri.co.jp/

生産者の実態を十分にくみ取れていない面もあるとみられる。とりわけ、足元では飼料高騰による生産者の経営悪化が懸念されており、経営改善を図りながら、中長期的にどのような生産を目指していくのかという点については、生産者の動向も含めて引き続き調査・分析する必要がある。

＜参考文献＞

- 安部新一（2010）「飛騨牛のブランド化の取組」『平成21年度 国産食肉需要構造改善対策事業　国産牛肉産地ブランド化に関する優良事例調査報告Ⅱ』日本食肉消費総合センター
- 飯和哉（2021）「令和３年度及び２年度第３次補正農林水産関係予算のポイント──コロナ禍におけるデジタル改革と輸出力の強化──」『立法と調査』第431号
- 石橋敬介（2020）「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」流通経済研究所 https://dei-amr.jp/wp/wp-content/uploads/2020/05/e3e3dbbdfbbf9de1b14c3071c16c291a.pdf
- エヌピー通信社（2020）「今年もあとわずか／急げ！ふるさと納税／コロナ禍で『２倍おトク／例年と違う寄付上限に注意』」『納税通信』12月21日
- 大﨑孝徳（2017）「産地銘柄牛のマーケティング戦略──飛騨牛を中心として──」『名城論叢』第17巻第４号
- 大呂興平（2020）「肉用牛部門の重要性と『危機』──コロナ禍が問う生産と経営──」『農村と都市をむすぶ』第70巻第９号
- 日下祐子（2020）「新型コロナウイルス感染拡大と食料供給・農業──令和２年上半期における影響と対策──」『立法と調査』第428号
- 櫻井研（2019）「牛肉輸出の取り組みの成果と課題」『農業と経済』第85巻第６号
- 高城啓（2021）「令和２年度の食肉の需給動向について」『畜産の情報』第380号
- 田代達生（2020）「１億円集めた！！『#おうちで飛騨牛プロジェクト』で見えたwithコロナの地域産品マーケティング」十六総合研究所 http://www.16souken.co.jp/pdf/juroku_report20201009_01.pdf
- 中央畜産会「畜産物の市況展望」『畜産コンサルタント』各月号
- 東京食肉市場『月刊しばうら』各月号 https://ssl.tmmc.co.jp/shibaura/
- トラストバンク（2021）「ふるさとチョイス、2020年ふるさと納税に関する調査結果を発表【全国836自治体に調査】７割以上が前年比で寄付額増加」３月30日ニュースリリース https://www.trustbank.co.jp/newsroom/newsrelease/press418/
- 日本食肉流通センター（2020）『食肉流通実態調査事業報告書Ⅱ』
- 日本食肉流通センター情報部（2021）「コロナ禍の食肉をめぐる状況」
- 農林水産省（2021）「特集 新型コロナウイルス感染症による影響と対応」『令和２年度 食料・農業・農村白書』
- 農林水産省生産局畜産部畜産企画課（2021）「新型コロナウイルス感染症による畜産への影響と対策」『畜産技術』第792号
- 長谷川晃生（2020）「コロナ禍における和牛需給の変動」『農林金融』９月号
- 前田絵梨（2021）「令和２年（１～12月）の食肉の家計消費動向」『畜産の情報』第379号

（はせがわ　こうせい）