

新型コロナウイルス感染症に係る農林水産業への影響と対応について

1 農林水産業における影響

(1) 調査の概要

本年1月から3月までの緊急事態宣言、本県における4月から5月までの飲食店の営業時間短縮、さらに、4月25日からの緊急事態宣言などによる農林水産業への影響について、県内農林漁業者及び関係団体に対し聞き取り調査を実施。

【実施期間】令和3年5月17日から5月31日まで

【調査数】229（農業113・畜産業32・水産業37・林業47）

(2) 総括

- ・ 新型コロナウイルス感染症拡大以降の外出需要の低下に伴う「家庭内需要」の高まりを受け、本県で生産されている家庭消費向けの多くの品目について、販売状況は、「堅調」に推移している。
- ・ 一方で、飲食店やホテルなど外食産業での利用が多い「すだち」、「つまもの」や「アワビ」など高価格帯の品目、イベントで使用される「花き」などについては、依然として需要が低迷している。
- ・ これまでの国、県による需要喚起策や経済状況の変化により、改善の兆しが見える品目も出てきているが、昨年度から影響を受けている品目の傾向に大きな変化はなく、今後出荷を迎える品目について、引き続き、動向を注視していく。

(3) 分野別の主な状況

①農業

ア 売上げの状況（2021年：1～3月期実績、4月期実績、5月期見込みの状況）

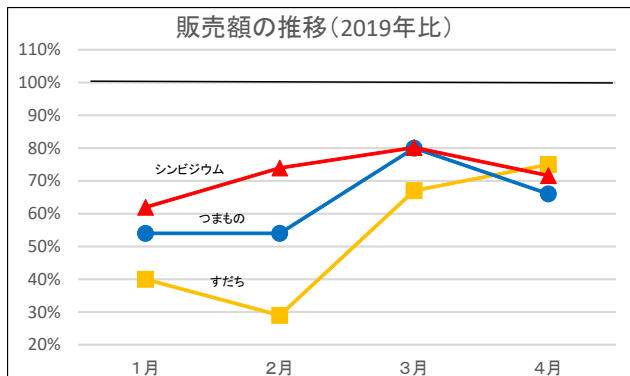
	減少した	変わらない	増加した
2019年比	43%～39%	45%～44%	14%～10%
2020年比	37%～24%	55%～48%	19%～16%

イ 生産者等の声

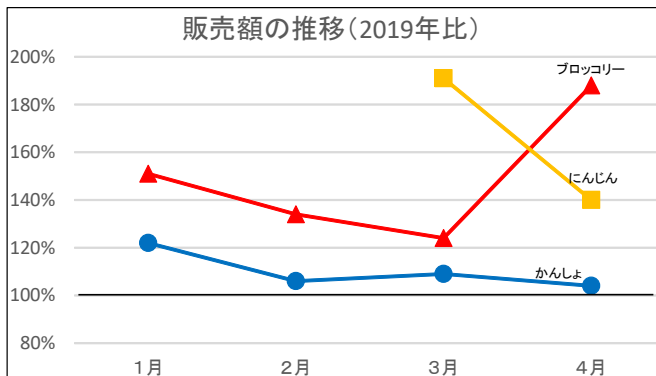
- ・ 飲食店、料亭等の休業、時短要請の影響で需要減少（冷蔵・ハウスすだち）
- ・ 緊急事態宣言の発令に伴い、飲食店の注文が激減（つまもの）
- ・ イベント需要が減少（シンビジウム切り花）
- ・ 家庭での内食需要が堅調（かんしょ）

ウ 市況の状況

- ・ 「すだち」、「つまもの」、「シンビジウム」の販売額は、外食需要やイベントの減少により、1月から4月までコロナ前の水準を下回った
- ・ 「にんじん」、「ブロッコリー」、「かんしょ」など野菜類は、家庭内需要が堅調でコロナ前の販売額を上回った



東京・大阪市場販売状況 県調べ
関西生花市場市況



東京・大阪市場販売状況 県調べ

②畜産業

ア 売上げの状況(2021年:1~3月期実績、4月期実績、5月期見込みの状況)

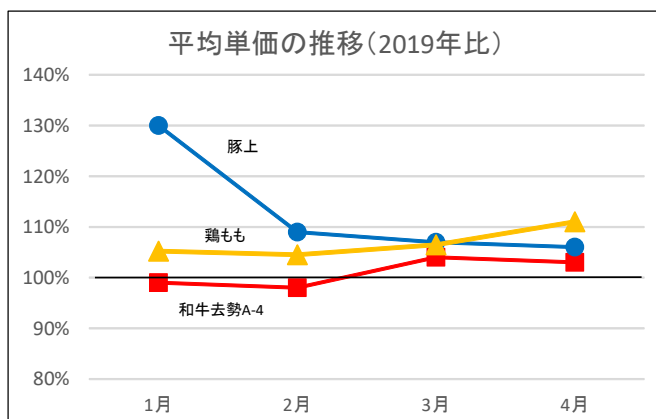
	減少した	変わらない	増加した
2019年比	28%~25%	63%~59%	13%
2020年比	19%~13%	72%~63%	22%~9%

イ 生産者等の声

- ・ 飲食店、ホテルへの卸が減少(肉用牛)
- ・ 銘柄鶏の需要減少による生産量の減少(阿波尾鶏)
- ・ 家庭内消費の増加(肉用鶏、直売所精肉部門)

ウ 市況の状況

- ・ 和牛肉は、家庭内消費の増加等により、コロナ前の水準まで回復
- ・ 豚肉、鶏肉は、堅調な相場が続いており、コロナ前を上回る水準で推移



大阪中央卸売市場 市況情報
農林水産省 食鳥卸売価格の旬別動向(東京都)

③水産業

ア 売上げの状況（2021年：1～3月期実績、4月期実績、5月期見込みの状況）

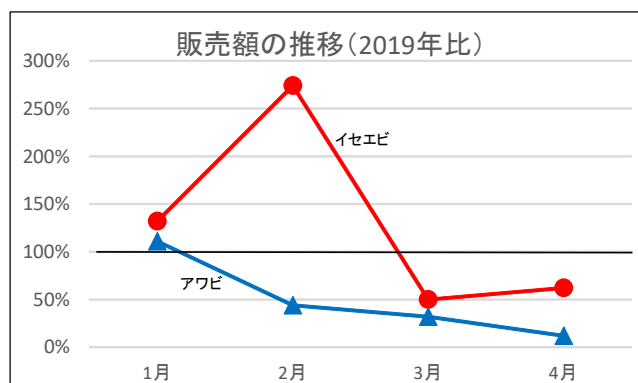
	減少した	変わらない	増加した
2019年比	56%～53%	34%～22%	25%～3%
2020年比	47%～22%	34%～31%	47%～22%

イ 生産者等の声

- ・ 飲食店、料亭等の休業、時短要請の影響で価格が低迷（アワビ）
- ・ 都市部の需要減少で出漁回数が減少（イセエビ）
- ・ 活魚の単価が低下（マダイ等）
- ・ みやげ物、ギフトショップの商品が滞留（糸・塩蔵わかめ）

ウ 市況の状況

- ・ 「アワビ」は、1月はコロナ前と同水準であったが、2月以降は価格低迷に加え、出荷量の減少もあり販売額は低下
- ・ 「イセエビ」は、2月に急進したが、3月以降は需要減少により、販売額はコロナ前の水準を下回った



大阪市中央卸売市場 市況情報

④林業

ア 売上げの状況（2021年：1～3月期実績、4月期実績、5月期見込みの状況）

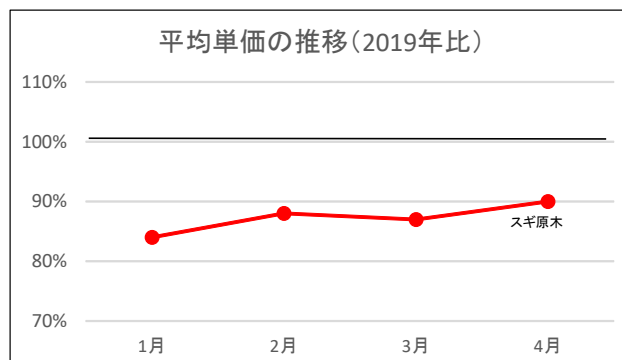
	減少した	変わらない	増加した
2019年比	46%～41%	33%～30%	26%～22%
2020年比	35%～28%	50%～37%	28%～22%

イ 生産者等の声

- ・ 製材品の販売減少により、原木が滞留
- ・ 建築分野の受注減少（木材加工品）

ウ 市況の状況

- ・ 「スギ原木」は、コロナ禍による国内住宅着工数の低下により、販売価格はコロナ前を下回っていたが、現在は回復基調



県内市場状況 県調べ

2 主な対応策

本県農林水産業への影響を的確に捉え、令和3年度15か月予算（1月補正、2月先議、当初予算）を活用し、県産農林水産物の新たな「需要の創出」と「販路開拓」に向けた取組みを展開。

需要の創出

事業名	予算額 (千円)	担当課
徳島県産香酸柑橘等の産地強化支援事業	55,000	もうかるブランド推進課
徳島県産花きの需要喚起応援事業	10,000	もうかるブランド推進課
ニューノーマルに対応した徳島県産花きの新たな需要創出・開拓事業	3,000	もうかるブランド推進課
とくしまエシカル農産物ターゲットセールス推進事業	11,400	もうかるブランド推進課
「新しい生活様式」に適応した徳島県産畜産ブランド販路拡大強化事業	100,000	畜産振興課
使おう県産材！「徳島すぎの家」普及拡大事業	10,000	スマート林業課
木造応急仮設住宅事前復興事業	54,000	スマート林業課
届け「海の幸」需要回復推進事業	140,000	水産振興課

販路開拓

事業名	予算額 (千円)	担当課
徳島県産香酸柑橘等の産地強化支援事業【再掲】	55,000	もうかるブランド推進課
徳島県産花きの需要喚起応援事業【再掲】	10,000	もうかるブランド推進課
ニューノーマルに対応した徳島県産花きの新たな需要創出・開拓事業【再掲】	3,000	もうかるブランド推進課
とくしまエシカル農産物ターゲットセールス推進事業【再掲】	11,400	もうかるブランド推進課
ECサイト活用促進事業	9,300	もうかるブランド推進課
デジタル技術を活用したセールスプロモーション事業	9,500	もうかるブランド推進課
徳島「阿波地美栄」消費回復・販路開拓事業	4,000	鳥獣対策・ふるさと創造課
「新しい生活様式」に適応した徳島県産畜産ブランド販路拡大強化事業【再掲】	100,000	畜産振興課
届け「海の幸」需要回復推進事業【再掲】	140,000	水産振興課