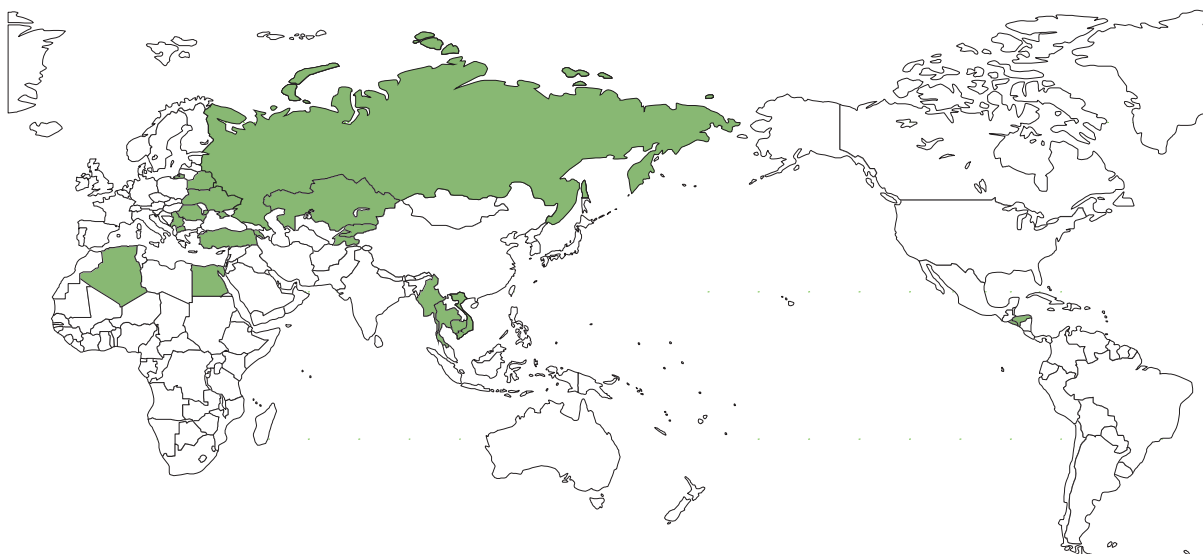


図表 特-19 新型コロナウイルスによる農産物・食品の輸出規制に関する動き



新型コロナウイルス感染拡大等による農産物・食品の輸出規制を実施した国19か国（令和2（2020）年度）

ロシア	小麦、メスリン、ライ麦、大麦、トウモロコシ 輸出枠（4/1～6/30）
ユーラシア経済同盟※	ライ麦、コメ、ソバ、キビ、穀物（コメを除く）のひき割り・ミール・ペレット、ソバ加工品、ヒマワリ種子等：輸出禁止（4/12～6/30）、大豆：輸出禁止（4/12～6/12）、ヒマワリ種子：輸出許可制度（7/1～8/31）
ウクライナ	小麦：輸出枠（3/30～6/30）、ライ麦：輸出枠（8/17～2021年6/30）、ソバの実：輸出禁止（4/2～7/1）
ベトナム	コメ：輸出枠（4/10～4/30）
ミャンマー	コメ：輸出枠（5/1～9/30）

このほか、ルーマニア、北マケドニア、セルビア、トルコ、カザフスタン、タジキスタン、タイ、カンボジア、アルジェリア、エジプト、エルサルバドル、ホンジュラス。

※ユーラシア経済同盟…（ロシア）、ベラルーシ、（カザフスタン）、キルギス、アルメニア

注1：インドでは、4～7月において、政府による輸出規制はなかったが、ロックダウンの影響で一時的に輸出が停滞。

注2：アルゼンチンでは、新型コロナウイルス感染症拡大以前より、大豆、トウモロコシ、小麦、牛肉等に輸出税を賦課。

注3：ロシアは、国内食料価格の高騰等により、令和3（2021）年2月から小麦、トウモロコシ、大麦、ライ麦の輸出枠設定、小麦、大豆の輸出税賦課などの輸出規制を実施。

資料：農林水産省作成



オンラインによるベルリン農業大臣会合
における各国の出席者



オンラインによるWTO非公式閣僚会合
で発言する農林水産大臣

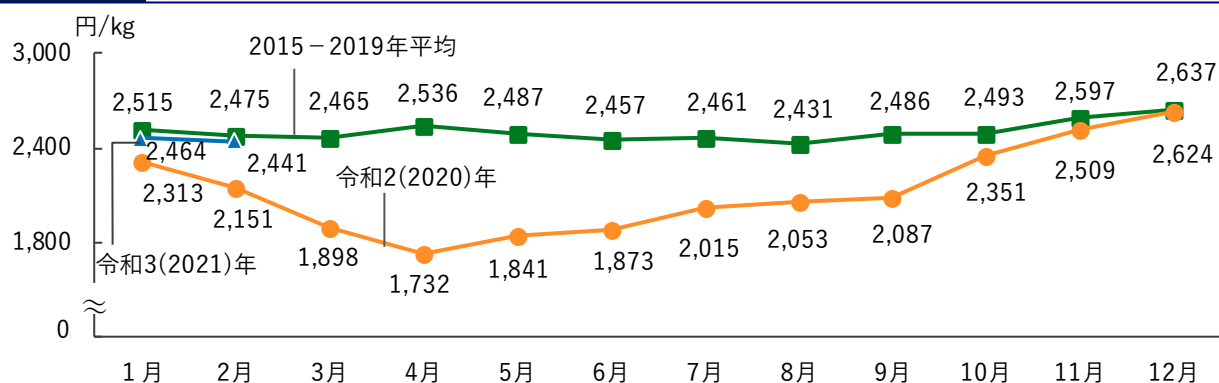
(2) 農業生産・販売面での影響と新たな動き

ア 市場価格や販路への影響

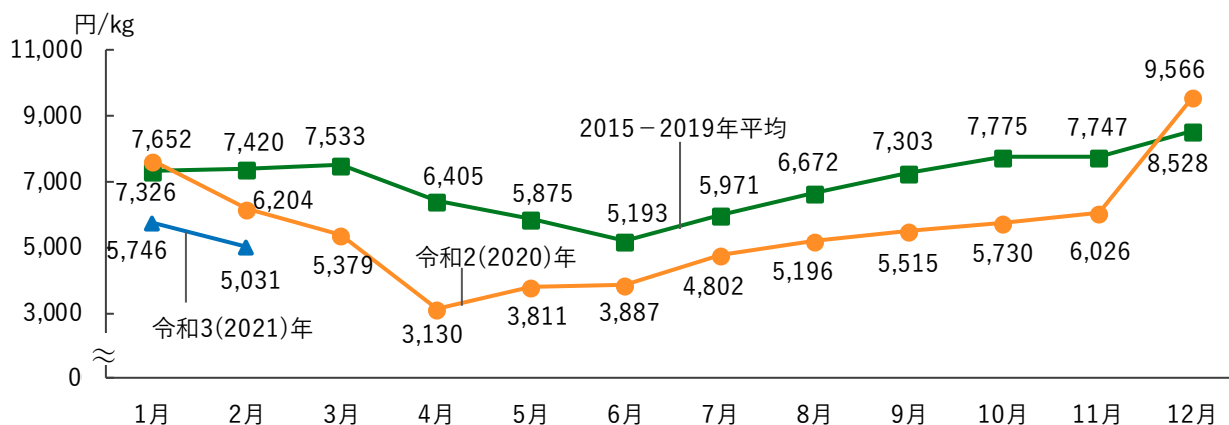
(和牛肉、わさび、マダイの卸売価格は4～5月にかけて大幅に低下)

令和2(2020)年2月以降、外食需要やインバウンド需要の減退により、和牛肉、わさび、マダイ等の卸売価格は4月から5月にかけて大幅に低下しました。6月以降は回復基調で推移しましたが、わさび、マダイ等は新型コロナウイルス感染症の再拡大による外食需要の落込みを受け、価格は再度低下しています（図表 特-20、図表 特-21、図表 特-22）。

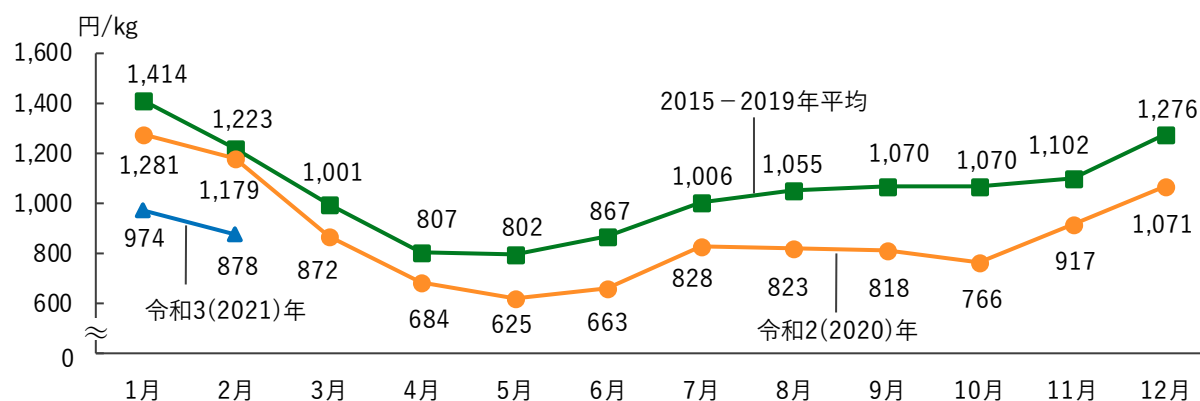
図表 特-20 牛枝肉の卸売価格



図表 特-21 わさびの卸売価格



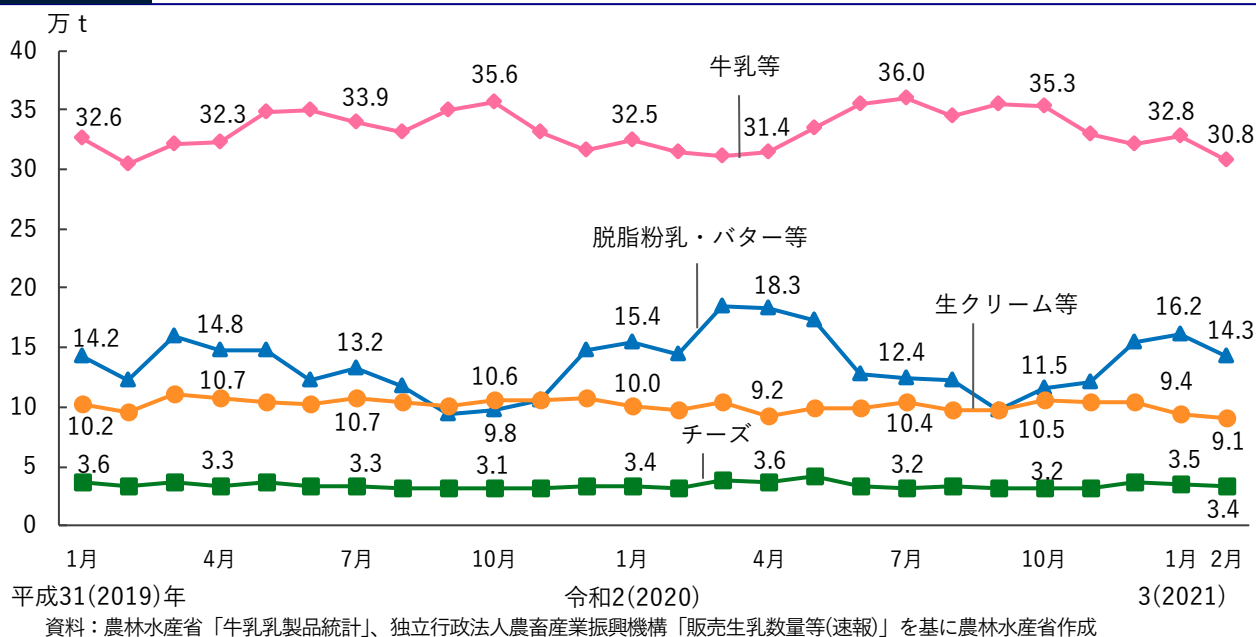
図表 特-22 マダイ(天然)の卸売価格



(給食用・業務用の牛乳乳製品の需要が減少し、バター・脱脂粉乳に加工する量が増加)
 学校の休校や外出自粛等に伴い、令和2(2020)年3～5月の学校給食用牛乳や生クリーム

等の業務用の需要が大幅に減少しました。また、これに伴い、長期保存できるバターや脱脂粉乳に加工する生乳の量が増加しました(図表 特-23)。

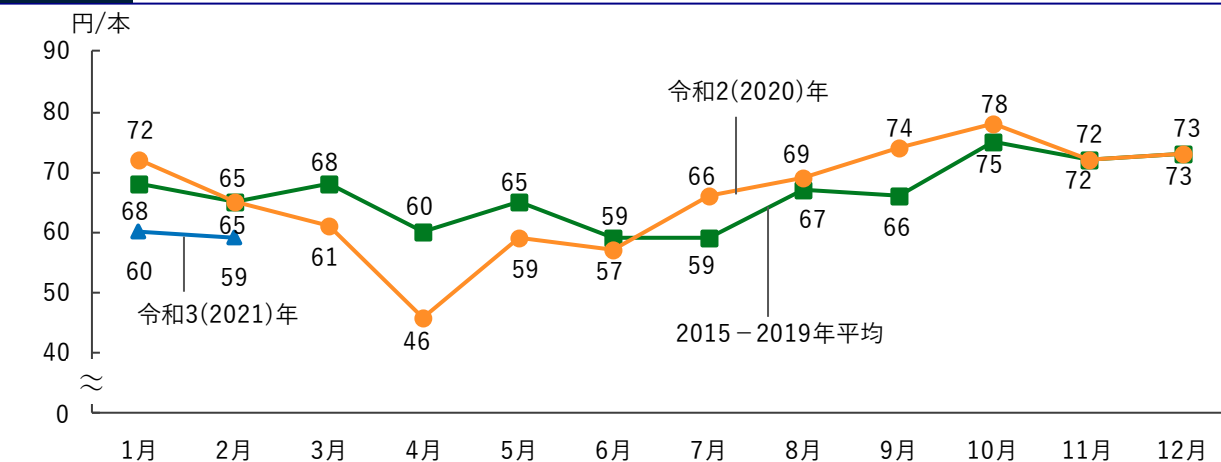
図表 特-23 生乳の用途別仕向量の推移



(切り花の卸売価格は1月以降再び低下)

切り花の卸売価格については、イベントや冠婚葬祭が中止されたこと等により、令和2(2020)年3～5月の卸売価格は低下し、特に同年4月は直近5年間の平均価格よりも23%低下しました。その後、家庭用需要の増加のほか、産地の作付減や輸入の減少による入荷量の減少、イベントの再開等により、同年6月以降は回復基調で推移しましたが、令和3(2021)年1月の緊急事態宣言以降は、イベントの再自粛等により価格は再度低下しています(図表 特-24)。

図表 特-24 切り花の卸売価格



資料：東京都中央卸売市場「市場統計情報(月報)」を基に農林水産省作成

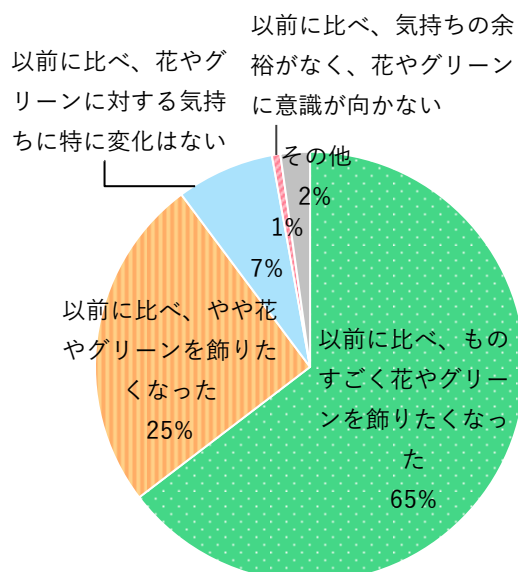
注：2015-2019年平均は、各年該当月の単純平均値

令和2(2020)年5月に一般社団法人花の国日本協議会が行った調査によると、自宅で過ごす時間が長くなったことから、以前に比べ、花や観葉植物を飾りたいと思う回答者の割合が9割と高くなっています(図表 特-25)。

このような消費者のニーズにより、花の定額購入サービスが拡大しています。

株式会社ネクストワールドでは、毎月定額で、花が枯れた花瓶を持って生花店に来店すると、毎日であっても新たな花を受け取ることができる「魔法の花瓶」というサービスを企画開発し、全国の生花店へ提供しています。このサービスに参加している千葉県柏市のフラワーショップ花武^{はなたけ}によると、令和2(2020)年4月の緊急事態宣言を機に利用者が増え、令和3(2021)年3月時点では約130人が利用しています。また、在宅時間が増えたことによる家庭用の需要を取り込み、来店者数は増加しました。

図表 特-25 花やグリーンへの意識の変化



資料：一般社団法人花の国日本協議会「Stay Home with FLOWERS おうちフラワーで私を元気に！応募時アンケート調査結果」(令和2(2020)年5月公表)

- 注：1) 全国10代～80代の男女950人を対象としたインターネット調査
2) 新型コロナウイルス感染予防のため、自宅で過ごす時間が長くなって以降、「花やグリーンを飾りたい」という心境になったかを問う質問に対する回答

(コラム) 花の観賞でストレス緩和

花の観賞による癒やしの効果について、令和2(2020)年、国立研究開発法人農業・食品産業技術総合研究機構(以下「農研機構」という。)は、花の観賞が脳の活動に影響を与え、心理的、生理的に生じたストレス反応を緩和させる効果があることを明らかにしました。

実験では、参加者に不快な画像(事故場面、へび、虫等)を見せて心的なストレスを与えた後に花の画像を見せたところ、不快な画像によって生じた恐怖や嫌悪感等のネガティブな感情が減少し、ポジティブな感情に転じました。

また、上昇していた血圧が3.4%低下し、その低下幅は花以外の画像を見せた時よりも大きくなりました。さらに、ストレスによって上昇するホルモンの値も花の画像によって21%低下することが確認できました。

新型コロナウイルス感染症の拡大を受けた外出自粛等により、ストレスを感じる機会が増える中、花を生活に取り入れることで、日常に起こるストレス反応を上手く軽減できる可能性があります。また、毎日のように変化し、より人の目を惹く「生花」は「花の画像」よりもストレスの低減に一層効果的であると考えられます。今後は、花の特徴によって生じる効果の違いについて、検証が進められる予定です。



花の画像を見る実験参加者

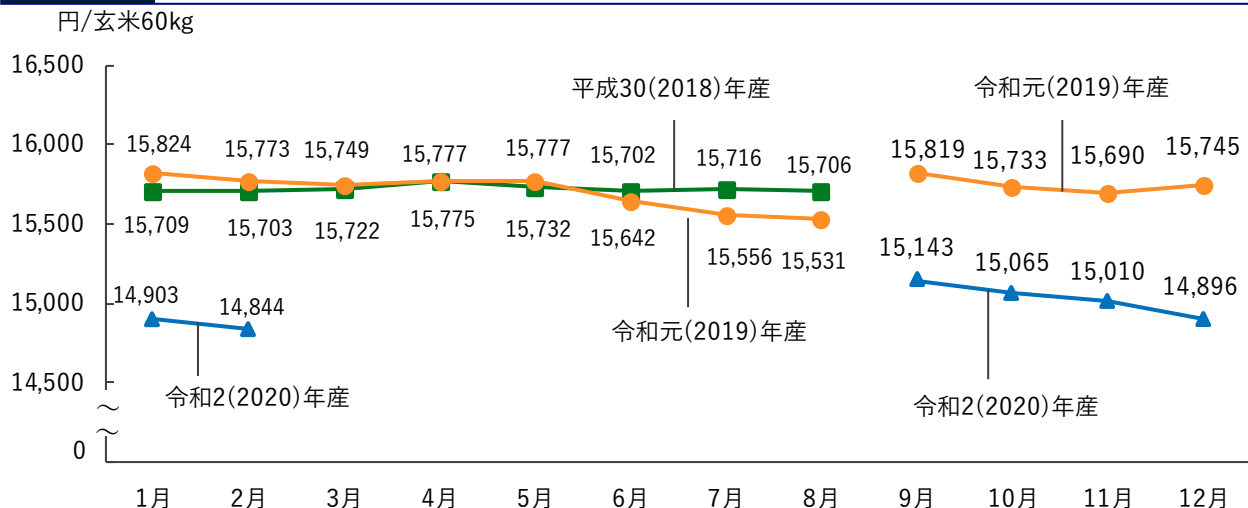
資料：農研機構

(米の相対取引価格は6月以降、前年を下回って推移)

令和元(2019)年産の米の相対取引価格は、1～5月は前年産と同水準の1万5,700～1万5,800円程度でしたが、6月以降は前年を下回っており、令和2(2020)年産においても前年を下回って推移しています(図表 特-26)。

また、米の販売数量は、小売事業者向けが令和2(2020)年2月以降、おおむね前年同月を上回っていますが、中食¹・外食向けを中心とした業務用が令和2(2020)年3月以降減少し、全体として停滞しています(図表 特-27)。

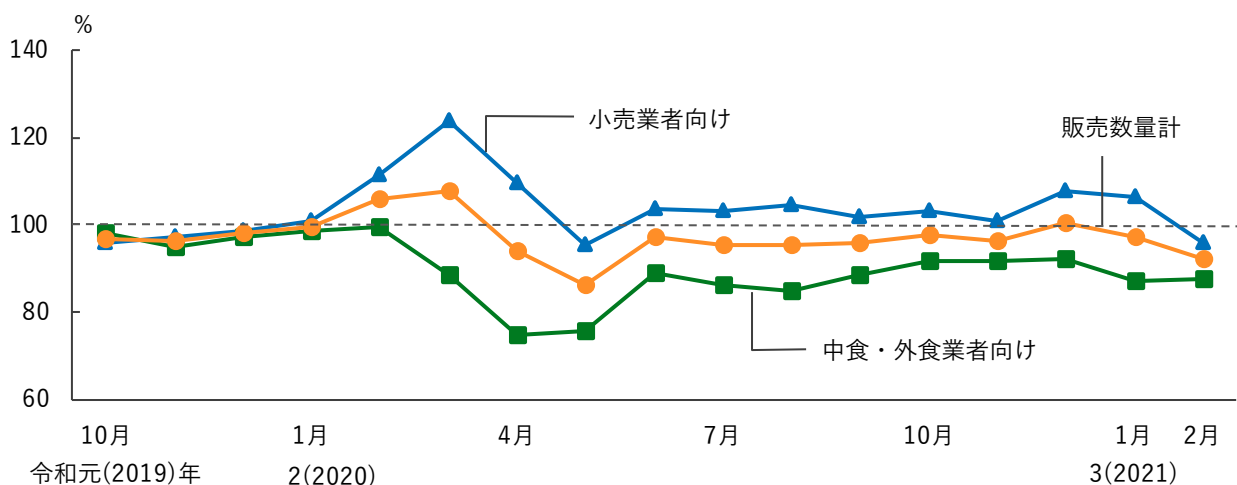
図表 特-26 米の相対取引価格



資料：農林水産省「米の相対取引価格・数量(速報)」を基に作成

注：消費税を含む価格

図表特-27 米穀販売事業者における販売数量の動向(前年同月比)



資料：農林水産省「米穀の取引に関する報告」を基に作成

注：1) 調査対象事業者は、年間玄米仕入量5万t以上の販売事業者である。

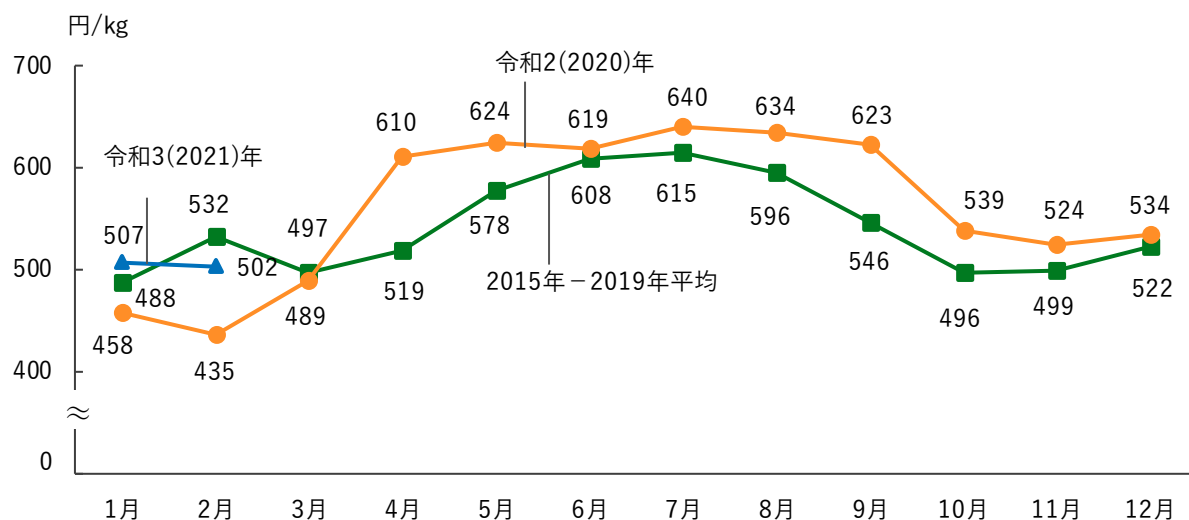
2) 調査対象者が販売している精米の全体の数量の動向を指数化したものであり、個別の取引や産地銘柄ごとの動向を表すものではない。

¹ 用語の解説3(1)を参照

(豚肉、鶏肉の卸売価格は高い水準で推移)

令和2(2020)年5月以降、豚肉、鶏肉の卸売価格は量販店等での販売が好調なため、おおむね近年の同月平均価格よりも高い水準で推移しています(図表 特-28、図表 特-29)。

図表 特-28 豚肉の卸売価格

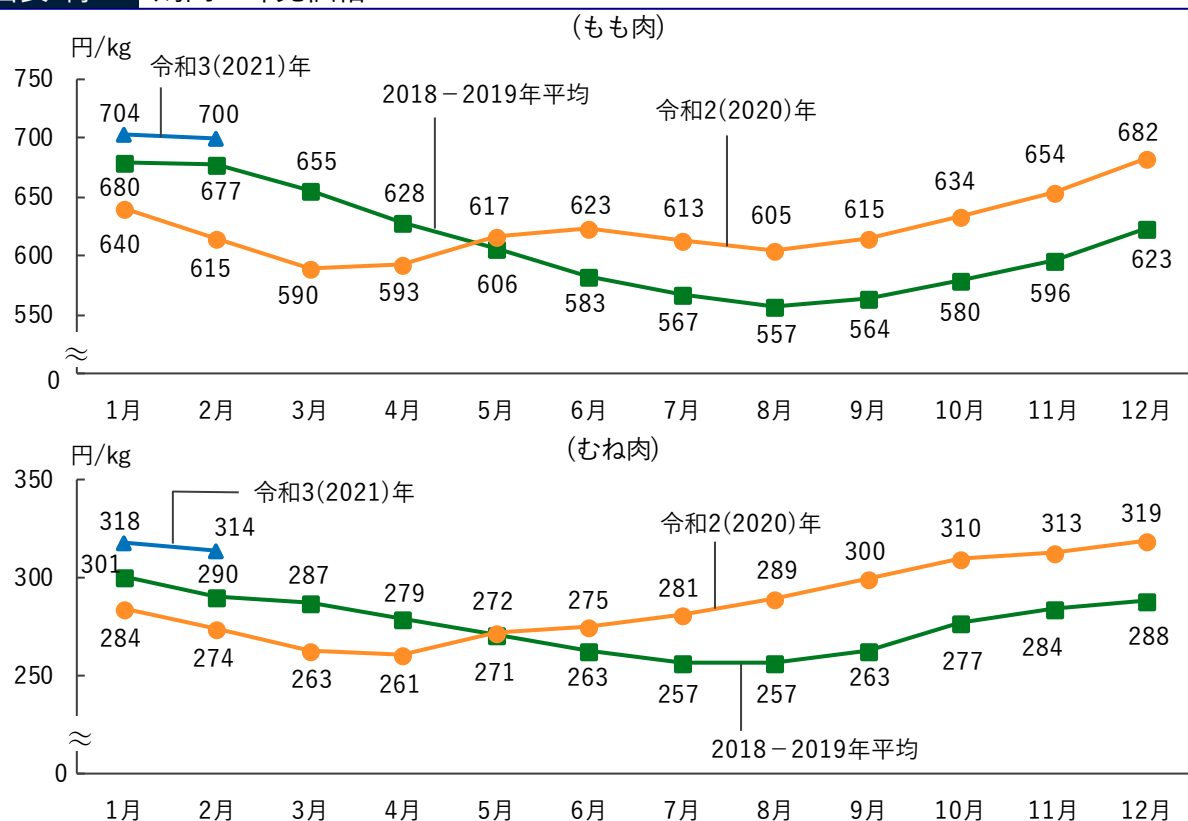


資料：農林水産省「畜産物流通統計」を基に作成

注：1) 東京及び大阪の卸売市場における「極上・上」規格の加重平均値

2) 2015-2019年の平均は、各年該当月の加重平均値

図表 特-29 鶏肉の卸売価格



資料：農林水産省「食鳥市況情報(東京)」を基に作成

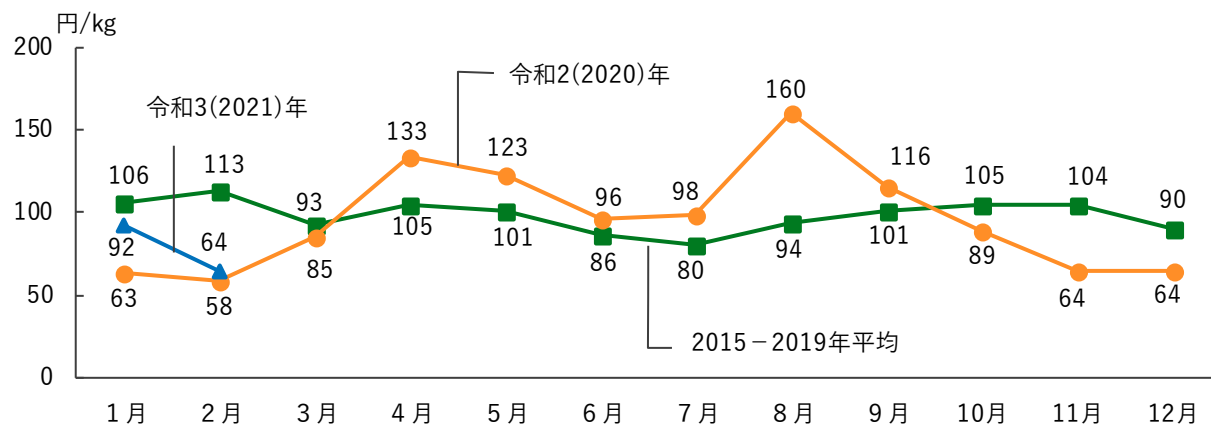
注：1) 各月の卸売価格は、日別調査結果の単純平均値

2) 2018-2019年平均は、各年該当月の単純平均値

(キャベツの卸売価格は高い水準で推移)

野菜の中では、キャベツの卸売価格が令和2(2020)年4～9月にかけて直近5年間の同月平均価格よりも高い水準で推移しました(図表 特-30)。野菜は天候によって作柄が変動しやすく、保存性も乏しいため、供給量の変動に伴い価格が大幅に変動する傾向にあります。このため、卸売価格の変動が新型コロナウイルス感染症の影響によるものとは一概に言えないものの、キャベツについては家庭で利用される数量が多いことが卸売価格の上昇につながったと考えられます。

図表 特-30 キャベツの卸売価格



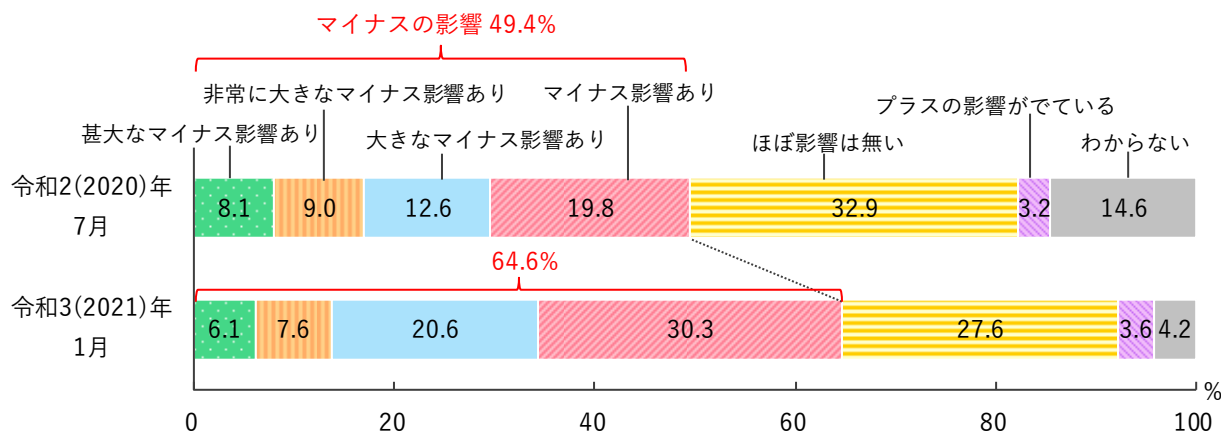
資料：農林水産省「青果物卸売市場調査」を基に作成

注：主要卸売市場の月別調査結果の加重平均値

(農業者の半数が売上高にマイナスの影響があると回答)

令和2(2020)年7月に公庫が実施した調査では、農業者の半数が売上高にマイナスの影響があると回答し、令和3(2021)年1月の同様の調査では、その割合は6割強に上昇しました(図表 特-31)。具体的な理由としては、単価・相場下落が最も多く、次いで既往販路・出荷ルート縮小・停止や直営所等の縮小・休業等となりました(図表 特-32)。

図表 特-31 農業者の売上高への影響

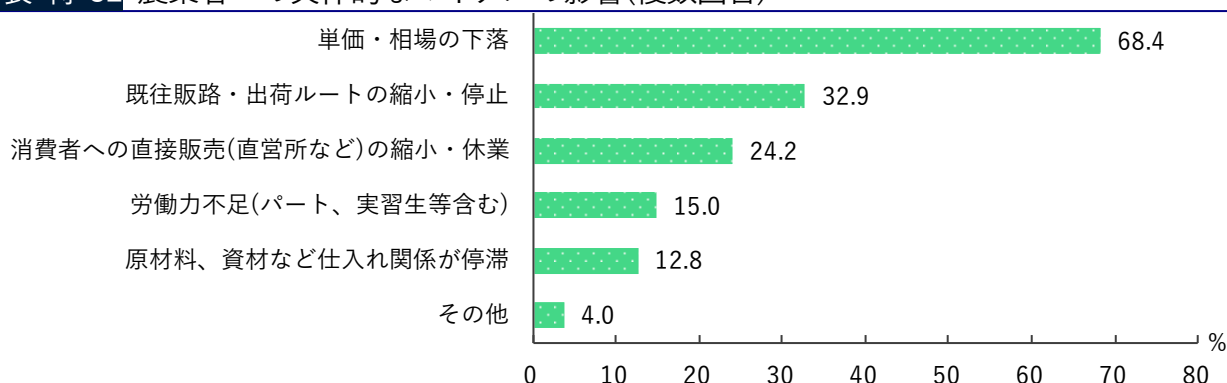


資料：株式会社日本政策金融公庫「農業景況調査」を基に農林水産省作成

注：1) スーパーL 資金又は農業改良資金の融資先である農業者を対象としたアンケート調査で、令和2(2020)年7月調査における有効回答数は5,464、令和3(2021)年1月調査における有効回答数は5,786

2) 各選択肢は、例年の売上高と比較した場合を示しており、「大きなマイナス影響」は例年の5割未満、「非常に大きなマイナス影響」は例年の5～7割未満、「大きなマイナス影響」は例年の7～9割未満、「マイナス影響」は例年の9～10割未満

図表 特-32 農業者への具体的なマイナスの影響(複数回答)



資料：株式会社日本政策金融公庫「農業景況調査」(令和2(2020)年9月公表)を基に農林水産省作成

注：スーパーL 資金又は農業改良資金の融資先である農業者を対象としたアンケート調査で、有効回答数は5,464

イ 販路の維持、拡大に向けた動き

(オンラインでの販売・PRが増加)

新型コロナウイルス感染症の拡大を受け、生産者が、新たにオンラインを通じて消費者に直接販売する動きが見られました。

長野県塩尻市^{しおじりし}で葉物野菜等を生産する五味あやさん^{ごみ}は、地元の小学校と中学校の学校給食用にほうれん草を卸しています。新型コロナウイルス感染症の影響で学校給食が停止し、代替りの出荷先を見つける必要が生じたため、直接販売サービスを運営する Web サイトにほうれん草を約150kg 出品したところ、全て販売することができました。

このように、Web サイトを通じて農産物の直接販売に取り組む生産者は増加しており、農産物等の直接販売サービスを展開する「食べチョク」によると、令和2(2020)年の登録生産者は前年比で約4倍に増加し、若年層以外の生産者による利用も増えています。

来園者が減少した観光農園では、SNS¹等のオンラインを通じて消費者と交流することにより、販路を維持する動きが見られました。

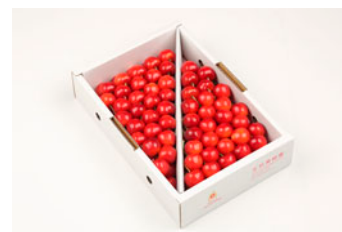
山形県天童市^{てんどうし}の「王将果樹園」^{おうしょうかじゅえん}は、さくらんぼ等を栽培し、毎年約2万人がさくらんぼ狩りに来園する観光農園を運営しています。新型コロナウイルス感染症の拡大の影響を受け、観光農園を休業せざるを得ない状況となったため、ダイレクトメールや SNS を通じて状況を発信したところ、主に若い世代からの購入申込みが大幅に増加し、その結果、令和2(2020)年のオンライン通販による売上は、前年比で2倍以上となりました。

また、茨城県は、令和2(2020)年6月にオンラインを通じてメロンの収穫を疑似体験できる「オンラインメロン狩り」を開催しました。参加者は、画面上でメロンを選び、そのメロンを農家が収穫し、参加者に配送しました。県外からの参加者を含め、20組が参加し、



直接販売サービスのイメージ

資料：株式会社ビビッドガーデン



オンライン通販用のさくらんぼ

資料：王将果樹園

¹ Social Networking Service の略。登録された利用者同士が交流できる Web サイトのサービス