

新型コロナウイルスからの県内経済の回復について（農林水産業）

令和2年10月16日
農林水産部

資料1-2

1. 影響について

		これまでの動向（下降局面）	直近の動向（懸念される要因）
米		4月以降「はえぬき」の販売が減少。酒造好適米の需要の減少。集荷団体等における在庫の増加。	「はえぬき」の販売契約は7月で完了。2年産米の価格低下や契約・販売の進捗の遅れ。3年産米の作付数量の抑制。
園芸	果樹	3月から5月出荷の加温ハウス栽培のさくらんぼの単価は前年比80～90%に低下。	6月以降のさくらんぼの単価は過去10年間で2番目に高い。単価は堅調（ぶどう:前年比121%、もも:135%、りんご:110%）。
	野菜	促成山菜は、単価下落でシーズン途中に出荷を断念した生産者があり、3・4月の出荷量が例年より減少。	メロン、すいかは全国的に出荷量が減少。単価は堅調（メロン:前年比123%、すいか:124%、えだまめ:121%）。
	花き	3月の卒業式・送別会等の中止・縮小、4月の緊急事態宣言の発動により、出荷金額は低下。	緊急事態宣言の解除により7月以降の単価は回復傾向(7月:前年比102%、8月:105%、9月:106%)。
畜産	牛肉	インパウンドの減少等により需要が減少。4月の枝肉価格は1月の価格の66%まで低下。	各種キャンペーンの実施等により需要が増加。9月の枝肉価格は1月の価格の85%まで回復。回復には時間。
林業	木材	4月から県外の合板工場で20%減産。6月15日から県内の集成材工場で25%減産。 木材の入荷制限による原木の滞留・品質劣化。	県内集成材工場における減産の回復（7月：10%減産、8月～：通常どおり）により、県内からの木材の入荷量も徐々に回復。 建築部門における県産木材の需要の低迷。
水産		3月中旬以降、飲食店等への売上げが激減し、魚価が低下。	7月以降、一般魚の魚価は平年並みに回復。イワガキの単価は堅調。高級魚のうちヒラメは平年並みに、タイ類は8割程度に回復。

2. 緊急的な対応について

	支援・取組内容	補正予算の対応			【令和2年】 支援・取組期間（月）												【令和3年】		
		農水省	山形県	市町村	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3
経営	災害・経営安定対策資金		6月	協調															
	経営継続補助金【政府】	2次																	
米	酒造好適米緊急転換支援		9月																
園芸	果樹	さくらんぼ緊急価格安定対策	6月	協調															
	花き	再生産緊急支援（ばら、ゆり、アルストロメリア、鉢物）	6月	協調															
	共通	高収益作物次期作支援交付金【政府】	1次 2次																
畜産	牛肉	牛マルキンの上乗せ支援	6月 9月	協調															
林業	木材	一時保管原木虫害予防緊急支援	9月																
水産	流通経費緊急支援	6月	協調																
	船凍イカ流通確保緊急支援	9月	協調																
流通販売	通信販売WEBサイト創設支援	4月 9月																	
	プレゼントキャンペーン（おいしい山形）	1次	4月 9月																
	学校給食への農林水産物の無償提供	1次	4月 6月																
	花きの活用拡大支援	1次	4月 6月																

3. 中・長期的な対応について

「新しい生活様式」を踏まえた、販路の回復・開拓、生産・販売方式の確立・転換などの取組みの推進
<ul style="list-style-type: none"> ○収入保険などセーフティネット制度への加入促進 ○経営継続補助金の積極的な活用に向けた支援
<ul style="list-style-type: none"> ○価格安定に向けた需要に応じた米の生産の推進
<ul style="list-style-type: none"> ○需要の変化に対応した生産技術の導入 ○果樹の省力化に資する取組みに対する支援 ○労働力不足に対応した取組みの展開
<ul style="list-style-type: none"> ○選ばれる「山形生まれ山形育ち」の畜産物の生産拡大 ○省力化に資する取組みに対する支援
<ul style="list-style-type: none"> ○県産木材の需要の回復・拡大 ○ライフスタイルの変化を捉えた商品開発等の促進 ○販路拡大に向けた取組みの強化
<ul style="list-style-type: none"> ○消費構造（ライフスタイル等）の変化を捉えた商品開発等の促進
<ul style="list-style-type: none"> ○県産農林水産物の消費・販路拡大に向けた取組みの強化 ○「つや姫」の更なる評価向上と「雪若丸」の認知度向上に向けた取組みの強化 ○物流の確保に向けた取組みの推進 ○eコマースやオンライン等を活用した農林水産物の販売促進 ○消費構造（ライフスタイル等）の変化を捉えた商品開発等の促進

次期元気再生戦略（令和3～6年度）と合わせて一体的に推進

～ 経営体質・生産基盤の強化 ～