⑵　畜産経営を支援するための金融措置

酪農及び肉用牛経営は、短期の運転資金や畜舎の整備等のための多額の設備投資資金が必要であることに加え、投資資金の回収に時間を要するほか、資材や生産物の価格変動も大きいという特徴がある。このため、意欲ある酪農及び肉用牛経営が自らの創意工夫を活かした経営の発展を目指すことができるよう、資金調達の多様なニーズに応えていく必要がある。また、６次産業化の推進、自給飼料基盤に立脚した酪農及び肉用牛生産への転換等を図っていくためには、経営環境の悪化により借入金の償還が困難となっている経営に対しては、その経営を再建させるため、地域の関係機関による経営改善のための経営及び技術指導を行うとともに、負債の借換え措置を講じていくことが必要である。

⑶　機動的な対応

口蹄疫やＢＳＥ、高病原性鳥インフルエンザ等の発生、飼料価格の高騰や激しい価格変動等に対しては、緊急かつ機動的な対応を行うことが必要である。

３．６次産業化の取組等による持続可能な酪農及び肉用牛生産への転換

⑴　生産から加工・販売までを取り込んだ６次産業化の取組等による酪農及び肉用牛経営の所得向上

酪農及び肉用牛生産の産業としての持続性を確保するためには、６次産業化の取組等により、所得の増大を図る必要がある。

このため、小規模な家族経営を含む様々な意欲ある酪農及び肉用牛経営が、加工や直接販売等に主体的に進出し、経営を多角化・高度化する６次産業化の取組を支援することにより、生産・加工・販売の一体化による付加価値の向上を推進する。

また、生産者が加工・流通と連携する際には、コーディネーターを活用するなど、連携を効果的に行うことが重要である。肉用牛が牛肉になるまでには、と畜、枝肉の処理・加工といった段階があり、専門の施設や技術を要することから、様々な部位や副産物を積極的に利用するためには、生産者団体が外食産業や観光産業等とも連携して、産地単位の商品開発や販路拡大等の取組を行うことも重要である。

また、需要に即した生産や地域ブランド化等により販売価格を高める取組や、これまで輸入品により手当てされていた加工品等への国産畜産物の利用拡大や輸出の促進による販売量の拡大を促進することが重要となっている。

酪農については、指定生乳生産者団体の機能強化や、酪農経営の創意工夫を活かした多様な生産形態にも配慮した乳業メーカーの工場再編・統合等により、生乳取引の公正性・透明性を確保しつつ、適正な価格転嫁を図るための交渉力を向上させることが重要である。また、指定生乳生産者団体における生乳取引等の状況を検証し、生産者自らが加工や販売等の取組が行えるよう、生産者の創意工夫をより活かせる仕組みを検討する。

さらに、所得の増大を図るためには、これらの取組と併せて、自給飼料の利用拡大、飼養管理技術や家畜の能力向上、規模拡大等による生産コストの引下げを推進していくことも必要である。

⑵　需要に即した生産の推進と販売・出口戦略の構築

①　需要の把握

我が国における今後の少子高齢化の進展による人口構成の変化や国民の健康志向の高まり等を踏まえ、消費者ニーズ等の需要をきめ細かく把握し、潜在的な需要を発掘するとともに、これらに即した生産を行っていくことが重要である。

②　販売・出口戦略の構築

国内においては、飲用牛乳や食肉について、消費が減退している状況等を踏まえ、輸入から国産への転換等の観点から、需要が見込まれる品目や海外向けに多様な販売先、出口を確保することが重要である。

③　生乳の需給調整

生乳については、他の農産物とは異なり、毎日生産され、腐敗しやすく貯蔵性がない液体であることから、廃棄することのないよう需要に応じた生産と緻密な需給調整がより重要となっている。

生産者団体は、自主的な取組として、需給見通しに基づく計画生産を実施しているが、近年まで比較的、安定的に推移してきた乳製品の国際価格が、最近において、新興国における需要動向や輸出国における生産状況、さらには景気の動向等により大幅に変動し、国内の需給にも影響を及ぼす状況となってきている。

このため、生産者団体による生乳や牛乳・乳製品の需給・価格動向等の的確な把握・分析や、生産者に対するこれら情報の提供等を通じ、生産者、乳業メーカーが、需要に応じた生乳や牛乳・乳製品の生産の徹底を図っていくことが重要である。

④　チーズ向け生乳供給の拡大等

近年、飲用牛乳や乳製品の消費が減少傾向にある中、生乳の安定した需要を確保しつつ、消費者ニーズを的確に捉えた国産乳製品の供給に努めていくことが重要である。こうした中、今後とも需要の伸びが期待できるチーズについては、国内消費量の約８割を輸入チーズが占め、その約７割が直接消費用ナチュラルチーズとなっていることから、これらを可能な限り国産に置き換えていくために、国産チーズ向け生乳の供給拡大に対する支援を行い、生乳生産の維持・拡大を図っていくことが重要である。

また、輸入品との競合度合いが小さい生クリーム等の液状乳製品については、新鮮さや風味の良さ等国産品の優位性を活かしながら、引き続き需要の拡大を図っていくことが重要である。

⑤　脂肪交雑重視から多様な和牛肉生産への転換

肉用牛については、食肉卸売市場における評価が脂肪交雑に偏りがちであることから、主に黒毛和種の生産においては、その特徴である脂肪交雑の多い霜降り牛肉の生産に重点を置く傾向が強く、結果として、このことが輸入された飼料原料を主体とする濃厚飼料への依存度を高める一因となった。一方で、消費者においては、霜降り牛肉だけでなく、健康志向の高まりを背景に、脂肪交雑は多くない牛肉に対する嗜好も増えていることから、こうした生産者の認識と消費者ニーズの間の距離を縮めていくことが必要である。このため、適度な脂肪交雑の和牛肉等の生産を促すとともに、こうした牛肉の販路の確立を図る必要がある。また、こうした観点から、「おいしさ」に着目した指標研究や改良を進めるとともに、脂肪交雑の多くない日本短角種等黒毛和種以外の和牛については、地域振興という観点からも、地域の飼料資源等を活用し、品種特性に応じた生産を推進する。

⑶　酪農及び肉用牛生産における多様な経営の育成・確保

①　酪農及び肉用牛生産における多様な経営の確保

今後の我が国の酪農及び肉用牛の生産基盤を維持していくためには、小規模な家族経営を含む様々な意欲ある経営を育成・確保していくことが必要である。このため、規模拡大による効率化のみを追求するのではなく、加工・販売といった６次産業化への取組を含め、地域の特性等それぞれの置かれた環境を踏まえた多様な取組を行い、経営体質を強化していくことが重要である。

②　酪農及び肉用牛生産への新規就農者の育成・確保

酪農及び肉用牛生産を営む者が減少傾向で推移する中、経営者の高齢化が進み、近い将来には高齢の経営者の大量リタイアが見込まれている。一方で、将来を担うべき経営者の育成は遅れていることから、生産基盤を維持するため、新規参入者や後継者といった新規就農者の確保のための取組を推進する必要がある。

その際、技術や経営能力の高い新規就農者を育成・確保する体制を整備する必要があり、特に、酪農ヘルパーについては、新規就農者の技術習得の場として活用されることが期待される。

また、新規参入者を対象とした研修施設や離農跡地等の有効活用を一層促進することが効果的であり、離農した生産者の農場や施設等を補修・改修し、新規参入者に一定期間貸し付けた後、譲渡する取組が有効となっている。