② 産業動物獣医師等の養成・確保

国内でのＢＳＥや高病原性鳥インフルエンザ、口蹄疫の発生等により、安全で良質な畜産物の安定的な供給に関して、産業動物獣医師や都道府県等の公務員獣医師に対する国民の期待が高まっており、こうした獣医師の果たすべき責任が増大している。

一方で、産業動物分野における獣医師の新規参入の減少や高齢化の進展により、今後、産業動物獣医師が減少するとともに、公務員獣医師についても確保が困難になる懸念が示されている。

このため、獣医系大学の学生が産業動物診療や家畜衛生行政に触れる機会を増大させること等により、産業動物分野及び家畜衛生公務員分野への就業誘引を図る取組や、管理獣医師の育成を目的とする研修等を充実して、産業動物獣医師等の養成・確保、診療技術の高位平準化を図る。また、獣医師が口蹄疫等の家畜の伝染性疾病に的確に対応できるようにするため、緊急時の防疫指導に係る知識や技術等の修得を図る機会を増大し、サーベイランスにおけるデータ収集・処理、緊急時の防疫指導を実践する獣医師の養成を推進する。

③ 牛（牛肉）トレーサビリティ

牛（牛肉）トレーサビリティは、牛の個体識別のための情報の管理及び伝達に関する特別措置法（平成15年法律第72号）に基づいて、牛を個体識別番号により一元管理するとともに、牛肉の流通・消費の各段階において個体識別番号を正確に伝達し、牛肉が生産された牛の情報を消費者に提供するものであり、今後とも、関係者への監視指導等の実施により同法の的確な運用を図りつつ、国産牛肉に対する消費者の信頼確保に努める。

④ 飼養衛生管理の向上

農場において、有害微生物等による人の健康に影響を与えるリスクを低減し、我が国の畜産物の安全性を一層確保するとともに、家畜の伝染性疾病の発見・予防により、安全な畜産物を安定的に供給するため、「飼養衛生管理基準」（家畜の所有者が飼養に係る衛生管理の方法に関して遵守すべき基準）の遵守を徹底するとともに、農場段階におけるＨＡＣＣＰ（危害要因分析・重要管理点）の考え方を取り入れた飼養衛生管理（農場ＨＡＣＣＰ）について、農場指導員の養成や取組農場の認証等により、家畜保健衛生所、生産者、畜産関係団体、地元の獣医師等地域が一体となった普及・定着等を推進する。

⑤ 加工食品の原料原産地表示

加工食品に対する消費者の選択に資するなどの観点から、加工食品における原料原産地表示の義務付けの拡大を着実に推進する。

⑵ 多様化する消費者・実需者ニーズを捉えた畜産物の消費拡大

① 健康志向、高齢化等を踏まえた消費者・実需者ニーズの把握

消費者のライフスタイルの変化や健康志向の高まり、環境への配慮等といった多様なニーズに応える一方、加工用・業務用等の新たに拡大する用途・需要にきめ細かく対応するため、消費者・実需者のニーズを把握することが重要である。

このため、食品産業との連携を強化することや、各団体が行っている消費者ニーズに関する調査等について、その内容や方法を検証すること等により、消費者ニーズを的確に捉え、これを消費拡大の取組に反映していくことが必要である。

② 消費者・実需者ニーズに対応した生産への質的転換

生乳取引における乳脂肪基準のあり方については、飲用牛乳だけでなく乳製品製造のための乳脂肪分や無脂乳固形分（乳たんぱく質）を可能な限り国産で供給することの重要性も踏まえ、放牧酪農等多様な酪農の推進、消費者ニーズの変化、安定した品質の粗飼料確保等を総合的に勘案し、取引関係者等と議論を行っていくことが必要である。

一方、我が国の牛肉資源の中で最も肉質の良い品種である黒毛和種については、適度な脂肪交雑による有利性の確保と、肥育期間の短縮等によるコスト削減のバランスをとることがこれまで以上に重要である。

また、早肥性や粗飼料の利用性等、脂肪交雑以外の品種特性を活かした牛肉として、褐毛和種や日本短角種、乳用種、交雑種についても商品カテゴリーを確立していくことが必要である。

さらに、これらの取組を推進する観点から、生産者に対して品種ごとの生産・消費動向について情報提供するとともに、早期肥育技術に優れた生産者を積極的に顕彰する等の取組を推進する。

③ チーズ製造技術者の育成等の人材の育成

輸入チーズに対抗し得る国産ナチュラルチーズの供給を拡大するために、国産ナチュラルチーズの生産体制の整備を推進し、特色ある国産ナチュラルチーズの製造技術を向上させることが必要である。そのため、指導者や技術者の養成研修を行うとともに、関係者の意見を聞きつつ、ニーズに合った人材育成方策を検討する。

④ 多様化する消費者ニーズを踏まえた消費拡大のための取組

国産の牛乳・乳製品については、学校給食等における高付加価値な牛乳の供給拡大、地域からの提案による需要拡大の取組に対する支援や新商品開発の促進、海外市場を含む新規需要開拓等の取組に対する支援を行うほか、日常の家庭料理において活用されるよう牛乳・乳製品を利用した料理を普及するなど、消費者の多様なニーズに対応した消費拡大を推進することが重要である。併せて、消費者に対して、食育等を通じて、牛乳・乳製品の機能性・有用性等に関する正確な情報提供を行うことが重要である。

国産牛肉については、乳用種（赤身で低価格が魅力）、交雑種（中程度の価格でほどほどの霜降りが楽しめる）、黒毛和種（高価ではあるが十分な霜降りが楽しめる）といった品種ごとの商品特性を分かりやすく消費者に情報提供していくことが重要である。また、市場流通のメリットが少ない低価格帯の牛肉については、インターネットや生協を通じて販売する等、生産者団体による直接販売ルートの新規開拓・拡大を推進する。

⑤ 地産地消の推進

生産者、農業団体と実需者である学校給食や社員食堂、外食・中食事業者等との連携を通じた地場畜産物の利用を拡大する。

⑶ 食育等畜産や畜産物に対する国民の理解の確保

① 自給飼料基盤に立脚した国内畜産の意義

世界最大の食料純輸入国である我が国において、国内で酪農及び肉用牛生産を行い、国産飼料の積極的な活用を図ることは、食料安全保障へ貢献するだけではなく、地域経済の活性化や、良好な景観の形成、国土の保全等の多面的機能の発現にも貢献する。これらのことについては、国民全体が享受するものであることから、自給飼料基盤に立脚して国内生産を行うことの意義について幅広な情報発信に努め、国民に理解を求めていくことが必要である。

さらに、飼料等の生産資材価格が高騰する場合、国内の生産基盤を維持していくためには、生産者が努力しても吸収しきれないようなコストの増加分については、畜産物の価格に転嫁せざるを得ないことについて、今後とも飼料価格等の国際情勢の変化に応じて国民に理解を求めていくことが必要である。

② 畜産における食育等の推進

日常の食生活や生産現場における体験等を通じて食のあり方を考えることの重要性を踏まえ、畜産の分野においても、引き続き、食育の取組を推進することが必要である。

このため、ふれあい牧場や酪農教育ファーム等における体験活動をはじめ、消費者と生産者の交流を深める産地交流会等、様々な活動を通じ、子供たちや保護者に対する「食」や「生命」、「心」に関する教育の支援や、農業生産現場及び畜産物についての理解増進を進めていく必要がある。

また、畜産物の安全はもとより、畜産物に対する消費者の信頼を確保するとの観点から、国内で流通する畜産物の安全に関する情報等については、家畜衛生や生産段階で利用される技術等に関する情報を含め、インターネットや各種情報交流会等を通じて正確な情報を迅速に提供することにより、国民のアクセス可能性を向上させる必要がある。