⑵　国内消費者のニーズ等を踏まえた生産・供給

牛乳・乳製品については、適切な配乳調整により安定供給に万全を期するとともに、消費者ニーズの変化や多様化に対応する。

牛肉については、適度な脂肪交雑の牛肉の生産や、地域の飼料資源を活用した肉用牛・牛肉の生産を推進する。

消費者ニーズに応じて生産・供給するとの発想の下、生産者と加工・流通業者との連携により、需要と供給を結びつけることが重要である。

畜産農家は、需要の喚起と高付加価値化のため、畜産クラスター等の取組も活用して、６次産業化の取組等への加工・流通業者の積極的な参画を得て、消費者ニーズの把握と消費者への情報提供の充実、販売戦略の構築に取り組む。

①　牛乳・乳製品の安定供給

（背景・課題）

生乳は、毎日生産され、腐敗しやすいことから、廃棄することのないよう、需要に応じた生産・供給の確保が特に重要であるが、生乳や牛乳・乳製品の需給等は、世界的な気候、景気、需給動向の変化等により、より短いサイクルで大幅に変動するようになっている。

国内の生乳生産量が減少する中、生クリームやチーズの需要増等により、牛乳・乳製品の需給調整弁であるバターや脱脂粉乳の需給がひっ迫傾向にあり、これらの安定供給には、これまで以上のきめ細やかな対応が必要である。

（対応・取組）

牛乳・乳製品の安定供給を図るため、関係者一丸となって生乳生産基盤の維持・強化に努める。

また、国、関係団体等は、生乳や牛乳・乳製品の需給・価格動向等の的確な把握・分析及び緊密な情報共有を図るとともに、生産者や乳業者等に対してもこれらの適切な情報の提供に努める。これらの情報を踏まえつつ、乳業者は消費者ニーズに対応して牛乳・乳製品をバランス良く適時・的確に製造し、安定供給を図っていく。

生産者と乳業者は、バターや脱脂粉乳を含め、生産・需給環境を踏まえた適切な配乳調整の在り方を検討することが必要である。また、両者間における用途別取引の中で生乳需給ひっ迫時に対応するための取引についても検討することが必要である。

国は、バターや脱脂粉乳の国家貿易に関する運用改善を図ることで輸入の予見性を高めるなど、乳業者によるバターや脱脂粉乳等の国内への安定供給に寄与する。

②　生乳の取引基準（体細胞基準、乳脂肪基準）の見直し

（背景・課題）

指定生乳生産者団体による乳質向上等を図るための指標として設定されている乳汁中の体細胞数（30万／ml以下）の自主基準は、乳質向上等に効果を上げてきた一方、産次の進んだ乳用牛の利用を困難にする面もあり、乳用牛の供用期間の延長に当たっての課題の一つとなっている。

また、乳脂肪基準についても、乳脂肪分や無脂乳固形分（乳たんぱく質）の供給、自給飼料の一層の利用、放牧酪農等の推進、消費者ニーズの変化等を総合的に勘案し検討を進める必要がある。

（対応・取組）

生乳の取引基準の在り方について、生乳取引関係者において、その役割や生乳の安定供給、牛乳消費の安定等の観点から検討を進める。

この検討の際、潜在的な乳房炎の判断材料の一つである牛群検定における体細胞数の基準は牛ごとの基準であり、酪農家などの単位での基準である生乳取引に係る体細胞数の基準との混同は避ける必要がある。

③　消費者ニーズに的確に対応した生産

＜牛乳・乳製品＞

（背景・課題）

飲用牛乳の消費は減少傾向にある一方、食生活の変化や消費者の健康志向の高まり等を背景に、チーズや機能性をうたった発酵乳等の需要は増加している。チーズについては、日本人の嗜好に合った商品の開発・普及が重要であり、発酵乳については、消費者の健康志向への訴求も有効である。

（対応・取組）

乳業者は、消費者ニーズに応える商品開発に引き続き積極的に取り組む。

生乳の自己処理量の上限拡大や乳業施設の設置規制緩和などを踏まえ、国や関係団体は、指定生乳生産者団体の役割に留意しつつ、酪農家自らによる牛乳・乳製品の製造販売や特色ある生乳の直接販売等の取組の普及を図る。

また、酪農・乳業関係者は一体となって、国産生乳を原料とする乳製品について、付加価値向上や将来を見据えた需要拡大に取り組む。特に、堅調な需要が見込まれるチーズについては、酪農経営の所得確保につながるよう、こうした取組が重要である。

＜牛肉＞

（背景・課題）

健康志向等の高まりを背景に、霜降り牛肉だけでなく、適度な脂肪交雑の牛肉に対する消費者の関心も高まっていることや、手頃な価格の牛肉へのニーズも高いことを踏まえ、肉用牛・牛肉の生産を推進することが重要である。

（対応・取組）

霜降り牛肉に加えて、適度な脂肪交雑の牛肉等の生産を推進するとともに、褐毛和種、日本短角種等の特色ある品種や地域の飼料資源を活用するなど、多様な肉用牛・牛肉の生産を推進する。

また、「おいしさ」に着目した国産牛肉の評価指標の研究を推進する。

④　新商品開発などによる需要の拡大

（背景・課題）

少子高齢化や人口減少により、畜産物に係る国内需要の減少が見込まれる中、畜産物の新規需要を喚起する必要がある。

（対応・取組）

新商品開発等の取組を推進するとともに、牛乳・乳製品を利用した食事（減塩和食である「乳和食」など）や、食べやすさ等に着目した食肉加工品等の普及・推進を図る。

さらに、牛乳・乳製品については、カルシウムや乳脂肪の摂取などに関して、高齢者を始めとする世代ごとのニーズや低カロリー志向といった多様な消費者ニーズに的確に対応していく。

⑤　６次産業化による加工・流通・販売の促進

（背景・課題）

酪農及び肉用牛経営が主体となって行う６次産業化の取組は、消費者ニーズ等を踏まえた事業戦略の確立、自らの努力によるブランド化、高価格での販売などを通じて所得向上を図る有効な取組である。

しかしながら、６次産業化には、初期投資、販路の開拓、消費者の厳しい要求に応える品質の確保、生産と販売を両立する体制整備等を要するなどの課題がある。

（対応・取組）

酪農及び肉用牛経営は、畜産クラスターや農林漁業成長産業化ファンド等の支援施策に加え、酪農家と指定生乳生産者団体との生乳取引の多様化を図る取組も活用しながら、加工・流通業者の積極的な参画を得て、新商品の開発、加工技術の習得、消費者ニーズの把握と消費者への情報提供の充実及び販売戦略の構築に取り組む。