ウ　輸出

「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」における輸出重点品目に位置付けており、輸出実績は着実に増加している。更なる輸出の拡大に向けては、輸出規制の撤廃、輸出先国・地域における販売網の拡大、輸出に対応した供給能力の拡大、輸出部位の多様化が必要である。

このため、牛肉輸出の拡大に向けて、輸出先国・地域との解禁等の協議、既存商流の拡大と新たな商流構築、輸出対応型施設の整備・機能強化による輸出先国・地域ニーズへの対応、カット技術の普及等を通じたカタ、モモ等の部位のプロモーションの促進による輸出部位の多様化等を進める。

エ　加工・流通

食肉処理施設については、国内外の商流が拡大するにつれ、増加するスペックカットの要望等に対応するための労働力不足や施設の老朽化等により、稼働率が低下している。また、家畜市場については、条件不利地域に設置され２～３月に１回開催される市場も多数存在しており、このような家畜市場のセリの活性化が必要である。

このため、食肉処理施設については、今後の集荷や販売の展望を踏まえた再編や中核的な基幹施設の整備、施設間で連携する場合の浄化槽等の改修・整備、省力化機械の導入等による合理化を推進する。

また、家畜市場については、一定規模の取引数や毎月開催等を確保するためにも、再編等を進める。

②　豚肉

ア　消費

豚肉の国内消費量のうち、国産品が約５割を占めている。物価高の影響による消費者の生活防衛意識の高まりにより、近年、牛肉からより安価な豚肉、鶏肉へ需要がシフトしていることから、一人当たり消費量は近年増加傾向にあるものの、人口の減少により国内消費量はやや減少傾向で推移すると見込まれ、国内消費における国産豚肉の消費拡大が必要である。

このため、国産豚肉の差別化やブランド化、特色を活かした多様な販売方法の推進により、多様な消費者ニーズを開拓する。

イ　生産

国内生産量は近年 90 万トン以上で推移している一方で、養豚業は、価格変動要因の大きい輸入飼料に大きく依存した経営形態となっており、その結果、現状においては生産コストが高止まりしており、生産性の向上が求められる。また、出荷前の体重測定や豚舎の洗浄消毒等に要する労働負担の軽減や、さらに、SDGs などの国際的動向を踏まえたアニマルウェルフェアへの対応も求められる状況にある。

このような状況を踏まえると、輸入品に対する競争力と豚肉の安定生産に資する生産コストの低減・生産性の向上、労働負担の軽減、アニマルウェルフェアに配慮した飼養管理が必要である。

このため、生産コストの削減や生産性の向上については、繁殖や肥育成績等生産データの収集・比較・分析による経営改善手法の実践（ベンチマーキング）、オールイン・オールアウトの導入等による衛生管理の改善や新技術開発等による飼養管理技術の向上、家畜改良の推進、労働負担の軽減については施設整備・機械導入等による経営の省力化を図る。

また、家畜排せつ物については、国内肥料資源としての利用拡大を図るため、強制好気性発酵等による堆肥の高品質化やペレット化等を推進する。くわえて、アニマルウェルフェアに関する飼養管理指針の現場での更なる普及・定着を推進する。

ウ　輸出

「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」における輸出重点品目の一つであり、輸出実績は増加している中、輸出先国・地域の開拓及びニーズに合った豚肉の生産・輸出体制の構築が必要である。他方で、豚熱の影響により、現状、豚肉を輸出可能な地域は北海道のみとなっている。

このため、更なる輸出拡大に向け、豚熱の清浄化に向けて取り組むとともに、既存商流の拡大と新たな商流構築、輸出対応型施設の整備・機能強化による輸出先国・地域のニーズへの対応を図る。

エ　加工・流通

食肉処理施設については、労働力不足や施設の老朽化等により、稼働率が低下している。

このため、食肉処理施設について、今後の集荷や販売の展望を踏まえた再編や中核的な基幹施設の整備、施設間で連携する場合の浄化槽等の改修・整備、省力化機械の導入等による合理化を推進する。

③　鶏肉

ア　消費

鶏肉の国内消費量のうち国産品が約 2/3、輸入品が約 1/3 を占めている。近年は、物価高の影響による消費者の低価格志向の高まりにより、牛肉からより安価な豚肉、鶏肉へ需要がシフトしており、特に鶏肉は健康志向の高まりもあいまって消費量は上昇傾向にある。

一方で、輸入鶏肉については、主要な輸入相手国であるブラジル・タイの生産コストの上昇に伴い、現地価格が上昇するなど、直近の輸入価格は高値で推移している。また、輸入相手国で高病原性鳥インフルエンザが発生した場合、輸入鶏肉の供給に一定の影響がある。

このため、今後、輸入鶏肉が比較的多く利用されている、業務・加工用における国産鶏肉の利用拡大に向け、国産鶏肉の機能性を訴求しつつ、多様な消費形態に対応することにより、地鶏を含む国産鶏肉の需要開拓を推進する。