

平成29年度 事業計画及び収支予算書



一般社団法人 Jミルク

平成28年度第1回臨時総会

平成29年3月2日

目 次

I 平成29年度事業計画の基本的な考え方	
1. 第2期3か年計画の（平成27～29年度）の重点事項	・・・ 2
2. 平成28年度の成果・課題と29年度の重点事項	・・・ 2
II 平成29年度事業計画の具体的な内容	
1. 生産流通関連事業	・・・ 6
（1）事業の枠組み	・・・ 6
（2）生産流通安定対策事業の具体的な内容	・・・ 7
（3）酪農乳業産業基盤強化特別対策事業の具体的な内容	・・・ 9
（4）災害等危機管理対策事業	・・・ 10
（5）学校給食牛乳定着化事業の具体的な内容	・・・ 10
2. マーケティング関連事業	・・・ 11
（1）事業の枠組み	・・・ 11
（2）知見集積・情報開発事業の具体的な内容	・・・ 11
（3）コミュニケーション事業の具体的な内容	・・・ 13
（4）マーケティング管理事業の具体的な内容	・・・ 14
（5）需要創出特別事業の具体的な内容	・・・ 15
（6）広報事業の具体的な内容	・・・ 17
3. 総務管理関連事業	・・・ 19
III 平成29年度事業の収支予算	・・・ 20
平成29年度収支予算	・・・ 21

I 平成 29 年度事業計画の基本的な考え方

1. 第 2 期 3 か年計画（平成 27～29 年度）の重点事項

J ミルクの職務、第 1 期 3 か年計画の総括を踏まえ、第 2 期 3 か年計画（平成 27～29 年度）にあたって、次の 3 つの重点事項（概要）を設定。

（1）ミルクサプライチェーンの安定

国内生乳の安定供給体制を構築するとともに、牛乳乳製品の機動的な需給調整を通して、ミルクサプライチェーンの安定を図る。このために、持続可能性の高い酪農経営への構造転換などの取り組みを、酪農乳業が一体的に推進する。

また、消費者などの信頼に応えるための適切な需給情報の提供に努めるとともに、牛乳乳製品の安全・安心を確保するための取り組みを支援する。

（2）牛乳乳製品の価値向上と酪農乳業への共感性の確保

「牛乳乳製品の総合的価値及び酪農乳業への共感と信頼の気持ち」を高めることを通して、国民が牛乳乳製品を積極的に取り入れるよう促進する。

特に、牛乳乳製品の栄養健康エビデンス、日本における乳文化の定着、食育における牛乳乳製品の有効活用などに関する知見の集積及び情報開発を行うとともに、メディア対策、医療関係者・栄養士・教職員などとの関係性強化を通して、牛乳乳製品の価値情報が効率的に浸透していくようなコミュニケーション活動を推進する。

（3）事業運営における相乗効果と効率化の追求

関係団体と機能を分担しながら事業の相乗効果と効率化を図るとともに、財源を効果的に活用して事業成果の最大化を目指す。このため、会員間での確かな情報の共有化を行う組織広報活動の強化を図るとともに、酪農乳業緊急対応基金の活用を図りつつ、収入に見合った事業の選択と集中を進める。

2. 平成 28 年度の成果・課題と 29 年度の重点事項

平成 28 年度は、国内酪農生産基盤の弱体化、進展する国際化などに対処して、産業基盤の強化を酪農乳業が連携して実現していくための事業を、29 年度から緊急的に実施することを決定し、ミルクサプライチェーンの安定を図る業界の共同の取り組みが大きく前進した。また、長期間にわたって減少基調にあった牛乳類消費が下げ止まり、はっ酵乳などの消費も好調を維持するなど、24 年度以降、戦略的に進めてきた牛乳乳製品の価値向上の取り組みについても成果が表れてきた。

第 2 期 3 か年計画の最終年度である平成 29 年度の事業は、3 か年計画の進捗状

況、課題等を踏まえるとともに、こうした成果をより確実なものにする観点から、次の内容を重点として推進する。

（１）ミルクサプライチェーンの安定

① 産業基盤強化のための取り組み

国内の生乳生産は暫くの間は回復するのが困難な見通しで、乳製品の輸入量はさらに増加していく可能性が高い。一方で、乳製品の国際価格は再び上昇傾向に転じ、国際市場はますます不安定となっており、国内生産がこれ以上縮小すれば、牛乳乳製品に対する国民のニーズや期待に応えられなくなる恐れがある。

こうした産業基盤の厳しい実態及び課題への認識の共有化を図りつつ、乳業者による財源拠出により、酪農生産者の生産基盤強化の取り組み等を支援する「酪農乳業産業基盤強化特別対策事業」を適切かつ効果的に推進する。

② 生乳及び牛乳乳製品の需給管理

バター不足が大きな社会問題となるなど、牛乳乳製品の需給について世論の注目を集めている中で、「生乳及び牛乳乳製品の需給見通し」は、生乳及び牛乳乳製品の需給調整に係る取り組みとしてさらに重要性が増している。

こうした中で、適切な需給管理を推進するための酪農乳業関係者の認識の共有化を確かなものにするため、中長期の需給見通しに関する情報を提供するとともに、国際乳製品市場や主要酪農生産国の動向など、需給を総合的に判断するための情報提供をこれまで以上に充実させていく。

③ ポジティブリスト制度等への対応

酪農乳業が一体となって進めている生乳生産現場での動物医薬品等の使用に係る記録記帳及び生乳中の有害物質残留に関する定期的検査は、国産生乳の安全・安心を担保するために不可欠な取り組みとなっている。

今後、指定団体制度改革によって生乳取引チャネルの多様化が進む恐れがある中で、国産生乳及び牛乳乳製品の安全・安心とその信頼を損なう状況にならないよう、ポジティブリスト制度等への対応については、さらに質の高い組織的な取り組みを推進しつつ、全ての国産生乳の安全・安心を確保するための対策や必要な検討を進める。

（２）牛乳乳製品の価値を総合的に高める取り組み

① 乳の学術連合による知見集積・情報開発

学術連合の設立から５年目を経て、健康科学、社会文化、食育の各分野における研究のすそ野が広がるとともに、牛乳乳製品の健康・疾病に関するエビデンスの収

集・分析、領域横断的な研究、国際的研究ネットワークの構築、牛乳乳製品の総合的価値の理解醸成のための食育プログラム開発など、活動の充実が図られてきた。

こうした成果をより確実なものにする観点から、さらなる研究体制の充実とすそ野の拡大、国際的な研究交流、若手研究者の育成の取り組みを強化する。

また、学術連合の活動で集積された研究成果や新しいエビデンスに係る情報コンテンツの開発、スピーディな情報提供に注力する。

② ターゲットを絞った効率的なコミュニケーション活動

牛乳の栄養健康機能に関する最新研究を分かり易く要約した医療関係者向資料の普及、栄養指導実践セミナーを通じた最新エビデンスの訴求、幼児向モデル絵本教材、学校教職員向デジタル教材を制作・提供したほか、業界関係者の研修会等への研究者の講師派遣、大学生の研究活動を支援する事業を開始した。

こうした事業の一層の強化を図るとともに、特に、最新のエビデンスに係る総説及び要約資料などを作成し、学会や各種セミナー等で積極的に訴求する。また、日本栄養士会が新たに取り組む「栄養の日」への参画、牛乳食育研修会を活用した全国学校栄養士協議会や都道府県教育委員会との連携を強化する。

(3) 国産生乳の需要創出を図るための特別活動

① 「牛乳の日・牛乳月間」の取り組み

「牛乳の日・牛乳月間」の業界活動は、Jミルクが提供するコンテンツの利用も毎年増加し、「牛乳ヒーロー&ヒロインコンクール」の応募数も飛躍的に拡大するなどの成果も生まれているが、「牛乳の日」の認知率は15%と依然低い状況にある。

平成29年度は、これまでの成果を活かしつつ、一般消費者の認知を高めるため、FAOの「World Milk Day」を前面に、新たなロゴマークの展開、牛乳パッケージでの告知、SNSでの訴求を強化するなど、新たな戦略に基づく取り組みを開始する。なお、情報コンテンツについては、栄養健康面では「乳和食」「運動直後の牛乳飲用の効果」、業界への共感を強める点からは「ミルクサプライチェーンの特性」「酪農のいのち観」に絞り込んで訴求する。

② 「乳和食」の普及と推進

日本人の食生活の中で、「減塩」の促進、料理への牛乳利用を図るために推進してきた乳和食については、認知率がすでに30%を超えた。

平成29年度は、これまでの成果を確実なものにするため、施設給食などへの「乳和食」導入などの取り組みを推進するとともに、東京オリンピックでの普及などを目指した活動を準備する。

③ 「アンチミルク」への戦略的対応

これまでの活動により、アンチミルク情報が減少し牛乳乳製品のポジティブ情報が発信されるケースが増える傾向が顕著になっている。また、国内外の牛乳に関する健康科学情報のモニタリング、アンチ情報出現時の迅速対応の体制整備が進めた。

引き続きアンチミルク情報を日常的にモニタリングし、迅速な対応を進めていくとともに、最新のエビデンスの情報発信の頻度を高める。

（４）酪農乳業の活動や「Jミルク」への理解を高めるための広報活動

① メディア広報対策

学術連合の研究成果のメディア向セミナーでの先行発信、報道用基礎資料の提供により、新たな牛乳乳製品の知見やエビデンスに関する情報がメディアで多く報道されるようになったほか、メディアからの取材や情報照会などが増加した。

平成 29 年度は、酪農乳業に係るメディアへの情報提供をさらに充実させる観点から、牛乳乳製品の総合価値を高めるための社会文化的価値などの知見や情報などについても積極的に提供する。

② WEB サイト及び SNS の活用

リーフレットやデータベースなどのダウンロード回数が毎年、着実に増加するなど、WEB サイトの活用も進んでいる。また、各種情報の常時更新、Facebook や YouTube による話題提供等などにより、高頻度の閲覧数を維持している。

平成 29 年度は、既存情報の再整理と新規コンテンツを組み合わせ、WEB サイトユーザーの一層の拡大を図るとともに SNS の高度活用を推進する。また、蓄積されたコンテンツやデザインなどを業界関係者が自由に活用できるように工夫する。

③ 組織広報対策

「酪農乳業みらいセミナー」の開催を通して、業界の長期的課題や展望を考える学習機会へのニーズが高いことが分かった。また、「J ミルク」情報の業界内での活用事例を紹介する企画を「J ミルク」レポートで開始した。

平成 29 年度は、特に生産者向け組織広報活動を強化するとともに、セミナーや「J ミルク」レポートを通して、長期的視点に立った酪農乳業のあり方やビジョンを考え業界の一体感を強める機会を提供する。

（５）国際化対応のための事業体制の強化

TPP 合意を契機とした新たな自由化の進展、国内乳製品市場が輸入への依存を強めている状況、海外の最新エビデンスや研究情報を収集して国内関係者に提供することが重要であることを踏まえ、IFCN や GDP などの国際組織との関係づくりを進め、WDS2016、GDP 年次会議への関係者の派遣、海外調査など、国際化対応の

体制を強化してきた。

今後、日米 FTA や日欧 EPA を通して厳しい自由化要求が突きつけられる可能性があること、FAO で食糧人口問題と関連した乳の栄養に係る評価が行われていることも踏まえ、酪農生産や乳製品需給の動向、最新エビデンスなどの幅広い海外情報の収集・集約分析・情報提供を本格化させるため、GDP、IFCN などの国際組織と連携した活動を一層強化する。

(6) 業界全体を通じた事業運営の効率化

第 2 期 3 か年計画に基づき、類似事業領域における全国団体間の連携を図るため、広報・食育分野、「牛乳の日・牛乳月間」の取り組みについての共同実施を推進したほか、風味問題への対応業務の一部について他団体に委託した。

類似・重複した業務の団体間の移管や委託について協議を進めるとともに、J ミルクの関連事業から率先して事業運営の効率化を進めていく。

(7) 第 3 期 3 か年事業計画の策定

第 2 期 3 か年計画の最終年度である平成 29 年度においては、これまでの事業計画の進捗状況、成果、課題等に関する検証を行うとともに、わが国酪農乳業をめぐる環境変化や課題を十分に踏まえつつ、J ミルクの目的の実現と事業の発展を図るため、平成 30～32 年度を期間とする第 3 期 3 か年事業計画を策定する。

II 平成 29 年度事業計画の具体的な内容

I の基本的な考え方を踏まえ、平成 29 年度事業については、以下の内容で実施するものとする。

1. 生産流通関連事業

(1) 事業の枠組み

生産流通関連対策については、新たに緊急的な取り組みとして実施する「酪農乳業産業基盤強化特別対策事業」を併せ、以下の 4 事業について推進するものとする。

- 生乳及び牛乳乳製品に係る需給調整、安全・安心対策、共通課題の検討と取り組みを推進する「生産流通安定対策事業」
- 災害等の危機発生時に緊急的に対応する「災害等危機管理対策事業」
- わが国酪農乳業産業の安定的発展を継続させる観点から、31 年度までの 3 か年の緊急事業として実施する「酪農乳業産業基盤強化特別対策事業」

- 学校給食用牛乳の安定供給、学乳制度並びに学乳事業に関する課題への対応・検討を行う「学校給食牛乳定着事業」

(2) 生産流通安定対策事業の具体的な内容

【要約】

□ 需給安定対策事業

生乳及び牛乳乳製品の的確な需給管理に資する観点から、引き続き、需給見通しに係る予測作業に取り組むとともに、国際市場の動向や主要酪農生産国の動向なども合わせ、需給を総合的に判断していくための幅広い情報を提供。また中期的な需給動向についても業界内での認識の共有化を図る。

□ ポジティブリスト対応事業

生乳及び牛乳乳製品の安全安心の確保を図るため、生乳取引の多様化等の状況を踏まえつつ、ポジティブリスト制度に対するさらに質の高い取り組みを推進する。

□ 生乳検査精度向上事業

生乳検査精度向上の意義と認証制度の役割と必要性について再検討を開始し、認証制度の基本的な見直し及び業務運営の改善を図る。また、生乳検査担当者への情報提供及び研修の場を提供する。

□ 課題解決情報提供事業

酪農乳業の共通課題に対処するため、課題検討委員会において必要な協議を継続。「酪農乳業産業基盤強化特別対策事業」の進捗状況や課題を検証するとともに、事業の着実な実行を図るための、事業の改善・強化、必要な取り組みの検討を進める。

□ 活動運営管理事業

事業の推進状況の検証を行う必要な改善を図るとともに、各委員会での酪農乳業課題の検討・取り組みに向けた協議を推進する。また、酪農乳業関係者のニーズに対応したデータの整理、提供する。

① 需給安定対策事業

- 生乳及び牛乳乳製品の需給管理については、生乳生産が減少し需給が逼迫基調にあるなかで世論からも注視されており、Jミルクの需給見通しが、政府の輸入の判断材料としても重要な位置づけとなっていることを踏まえ、適切に事業を推進。
- 需給委員会において生乳及び牛乳乳製品に関する需給の実態把握及び見通し策定を行い、酪農乳業関係者、ユーザーなどを対象に、質の高い需給情報の提供に努める。また、国及び関係機関等との情報交換を更に充実し、正確で質の高い関連データを収集。
- 更に適切な需給管理を進めるため、酪農乳業関係者に中期的な需給動向に関する

る情報、国内の需給動向、国際市場の動向や主要酪農生産国の動向など、需給を総合的に判断するための情報を提供。

- 季節的な需給変動等を念頭にした短期的な需給動向の把握にも努め、必要な需給対応等を協議。

② ポジティブリスト対応事業

- ポジティブリスト制度等への対応については、質の高い組織的な取り組みを推進するとともに、定期的検査に関する体制整備を図り検査時期を現状より早める。
- アフラトキシン M1 への対応については、検査開始 3 年後に検査の有無や方法を再検討するという方針に基づき、今後の検査のあり方について検討。
- 定期的検査等の結果公表方法（「基準値以下」から実数表記へ）の検討。

③ 生乳検査精度向上事業

- 生乳検査精度管理認証制度については、事業趣旨を踏まえ適切な運営管理に努める。
- 生乳検査担当者の円滑な業務推進に資するため、効果的な運営に留意しつつ、情報提供、研修の場を提供。
- なお、認証取得の推進が進まない状況を踏まえ、認証制度の存続も含め事業のあり方について酪農乳業関係者で再協議を行い、事業継続の場合については、業界全体を通じた事業運営の効率化を図るため、他の団体への移管・委託についても検討。

④ 課題解決情報提供事業

- 酪農乳業の共通課題に対処するため、課題検討委員会において必要な協議を継続。
- 29 年度より開始される「酪農乳業産業基盤強化特別対策事業」の円滑な事業開始と円滑な事業運営を行うため、事業の進捗状況を把握・点検すると共に、必要な事業の改善を進める。
- 酪農生産基盤強化に資する業界自らの取り組み、追加的な施策の実施について、継続して検討。

⑤ 活動運営管理事業

- 専門部会・各種委員会の活動を通して、事業の円滑な運営に係る課題の検討と検証を進めるとともに、制度改革など酪農乳業に大きな影響を与える様々な国の施策に対し、酪農乳業の課題を的確に捉え論点を整理し、今後に向けた取り組みについて協議を行う。場合によっては国への要請も行うことも念頭に運営にあたる。

- 酪農乳業関係者の情報ニーズを意識しつつ把握し、関係者の業務に役に立つデータベースを整備し、WEBサイトを通じて提供。

(3) 酪農乳業産業基盤強化特別対策事業の具体的な内容

【要約】

29年度以降の需給は、当面の間は生乳生産が回復するのは困難な見通しで、乳製品の輸入量はさらに増加していく可能性が強い。その一方で、乳製品の国際価格は再び上昇傾向に転じ、国際市場はますます不安定となっており、国内生産がこれ以上縮小すれば、牛乳乳製品に対する国民のニーズや期待に応えられなくなる恐れ。

こうした産業基盤に係る厳しい実態及び課題に対応するため、酪農乳業関係者による緊急的かつ一体的な取り組みとして、以下の事業について、必要な効果検証・事業改善を図りつつ、適切に推進する。

- 酪農生産基盤強化事業
- 国産牛乳乳製品高付加価値化事業
- 生乳需給安定事業

なお、「酪農乳業産業基盤強化特別対策事業」の各事業の予算・実績管理等については、生産流通グループの新規事業として位置づけ整理する。

① 酪農生産基盤強化事業

- 搾乳牛頭数の減少等により生乳生産の減少が見通される中、需要に見合った国産生乳を確保するために29年度より実施される乳用牛資源緊急確保事業、生乳増産対策特認事業、地域生産基盤強化支援事業のスムーズな事業開始と円滑な事業運営に努めるとともに、事業の目的を実現する観点から、現場の課題や要望を踏まえ、より効果的な事業となるよう必要な改善を図りつつ推進。

② 国産牛乳乳製品高付加価値化事業

- 乳業団体が、国産生乳及び牛乳乳製品の安定的な需要基盤の確保、高付加価値化による地域乳業経営の体質強化を図るために行う、地域乳業における価値戦略への転換、HACCPの制度化への対応などの事業について、地域における自主的な取り組みを促進しつつ、初年度のスムーズな事業開始と円滑な事業運営に努める。

③ 生乳需給安定事業（国内乳製品需給管理）

- 政府・生産者・乳業者が連携して計画的な国内乳製品需給管理を推進するための役割分担や基本的ルールについて検討を行う事業について、課題検討委員会等での検討を中心に推進。

(4) 災害等危機管理対策事業

□ 災害等関連情報提供事業

酪農乳業危機管理対策連絡会を適宜適切に開催・運営するとともに、継続して、行政が実施する生乳・飼料中の放射性物質検査の結果について情報を提供。

□ 災害等支援環境整備事業

自給飼料に係る放射性物質検査に対する支援は地域の実態を踏まえ引き続き実施。なお本事業は本年度で終了する。

① 災害等関連情報提供事業

- 緊急的な危機管理対応のため、必要に応じ「酪農乳業危機管理対策連絡会」を開催し、関連する情報・課題の共有に努める。
- 自給粗飼料の放射性物質検査などに関し、現地の取り組み状況や地域の抱える課題に関し酪農乳業関係者間の共有化を図る。
- 原乳中における放射性物質の検査結果を WEB サイトに掲載し、生乳及び牛乳乳製品の安全に関する情報を継続して発信する。なお、災害等支援環境整備事業の終了を踏まえ、情報提供の仕方や内容のあり方については検討。

② 災害等支援環境整備事業

- 自給粗飼料放射性物質検査支援事業は要領に従い取り組みを推進する。
- 本事業で収集した粗飼料放射性物質検査結果データについて、研究機関(東京大学)での解析等を進め、今後の参考情報を整備。

(5) 学校給食牛乳定着事業の具体的な内容

学乳制度の堅持及びその意義・役割が教育現場で正しく理解されるような施策の推進について学校給食現場の課題やニーズを把握しつつ政府への献策活動を行う。

また、適切な対応が求められている学校給食牛乳に係る風味問題について、関係団体の協力を受けながら対応マニュアルを改訂・整備し普及するとともに、官能検査員育成についての取り組みが更に拡充されるよう関係者と一体になって推進する。

- 学乳供給事業や学校給食現場の課題、ニーズを的確に把握するとともに、学乳供給制度が果たしてきた役割を踏まえ、制度の堅持、制度への理解醸成等に係る施策の推進について国に対し要請を実施する。
- 風味問題に関しては、事業委託先である(公財)日本乳業技術協会と連携の上、早急に対応マニュアルの改訂を実施するとともに、その普及を図る。
- 官能検査員の育成については、酪農乳業での枠組みが更に拡充されるよう、関係者による協議及び適切な事業の推進を図る。

2. マーケティング関連事業

(1) 事業の枠組み

マーケティング関連対策については、次の4事業に区分して事業を実施する。

- 乳の学術連合（牛乳乳製品健康科学、乳の社会文化、牛乳食育）等の外部連携組織と連携した「知見集積・情報開発事業」
- 医療関係者向け情報提供、栄養士向け情報提供、教職員向け情報提供、サポートメンバー向け情報提供を推進する「コミュニケーション事業」
- 牛乳の日・牛乳月間の新たな戦略による取り組み推進、乳和食等の食材啓発、アンチミルク対策に関する課題への対応・検討を行う「需要創出特別事業」
- メディア広報対策、WEBサイト運営、組織広報活動、海外情報提供活動を推進する「広報事業」

(2) 知見集積・情報開発事業の具体的な内容

【要約】

□ 乳の学術連合共同事業

学術連合によるさらなる研究体制の充実と乳に係る研究のすそ野の拡大、国際的な研究交流、若手研究者の育成の取り組みを強化するとともに、集積された研究成果や国内外の新しいエビデンスに係る情報コンテンツの開発、スピーディな情報提供に注力。

「乳の学術連合・学術フォーラム」は、最新知見を社会や業界関係者に還元し、乳に係る研究者が他の研究領域の研究課題・視点を共有する場として位置付け開催する。平成30年度までの3年間の共同研究として着手を開始した「新たな食育プログラムの開発」を着実に推進。

□ 牛乳乳製品健康科学事業

健康寿命の延伸に貢献する「乳の価値」解明を目的に、学術研究を推進。また、新たに蓄積された牛乳乳製品と健康栄養に関する最新知見の情報開発を推進。

□ 乳の社会文化事業

持続可能な食料生産や食生活・食文化の発展に貢献する「乳の価値」解明を目的に、学術研究を推進。この一環として、わが国の持続可能で安定的な酪農生産基盤を確保するための諸課題に係る研究について検討・促進。また、「日本の食文化における乳の役割と今後の可能性」についても引き続き知見集積を推進。

□ 牛乳食育事業

乳の価値を食育を通して総合的に理解させることを目的に、学術研究を推進。また、食育における領域横断的なプログラム開発のための検討を進めるため、他研究グループが実施する研究活動への参加を含めた連携を推進。

① 乳の学術連合共同事業

- 健康科学分野では、様々な国内外の研究結果を総合評価した「システマティックレビュー」の収集・分析結果について、業界内や研究者における各種研究結果の活用に資するため、6月に「学術フォーラム」を開催。
- ステークホルダーや研究者の情報共有に資するため、乳に係る多様な研究を発信するとともに、研究者間の乳に係る領域横断的交流を図るため28年度に実施した健康科学、社会文化、食育の3研究領域「学術研究合同報告会」を開催。
- 最新の研究成果を迅速に情報発信するとともに、公開可能なものについては「わかりやすい 最新ミルクの研究」としてレポートにまとめ、業界関係者や研究者向けに発信するとともに、その効果的な活用を促進。
- 先行研究や新たな研究への取り組み情報を効率的に収集する観点からも、海外の研究者、研究機関との交流や情報交換を進めるため、IFCNやJIDFを通じてWDS2017などの国際会議に若手研究者を派遣する。
- 学術連合の研究グループにまたがる新たな研究テーマ設定、次世代の研究者育成システム、学術研究における若手研究者枠の設定などを検討するため、9月に各研究グループ幹事や若手研究者を中心とした「合同研究会」を開催。
- 牛乳乳製品の総合的な価値の理解につなげるため、学術連合3研究グループの領域横断的な活動である「食育プログラム研究開発委員会」の検討成果をもとに「新たな食育プログラム開発」を推進。
- 学術連合の会員研究者間の情報交流や学術研究の成果の共有などを一層進めるため、学術連合のWEBサイトの一層の充実と円滑な運用を実施。

② 牛乳乳製品健康科学事業

- 「超高齢化社会に対応し健康寿命の延伸」に貢献する「乳の価値」の解明を目的に、「スポーツと栄養」「免疫機能」「メンタルヘルス」「ライフステージ別の健康課題」のエビデンス構築に資する15件程度の学術研究及び情報収集を推進。
- 牛乳乳製品と健康・疾病との関連において、精度の高いエビデンス構築のための「システマティックレビュー」を国内研究でも推進するため、国内コホート研究者との連携や推進のための研究手法の検討を開始。

③ 乳の社会文化事業

- 「持続可能な食料生産や食生活、食文化の発展」に貢献する、社会や暮らしと結びついた「乳の価値」の解明を目的に、「マーケティング」「食生活への受容」「次世代酪農の可能性」「乳及び酪農乳業に関する社会文化的視点」をテーマとした、7件の学術研究及び情報収集を推進。
- また、国内における生乳生産の持続性と安定性を確保する観点から、酪農生産基盤強化のための経営や技術上の諸課題に係る研究について検討し推進。
- 「日本の食文化における乳の役割と今後の可能性」について、これまでの研究

内容をもとに、今後の可能性を探る研究手法について検討し、30年度の研究終了をめぐり、知見集積を推進。

④ 牛乳食育事業

- 乳の価値を総合的に理解させるための食育プログラム開発を目的に、「自然科学または社会科学的要素を取り入れた教育プログラム研究」「乳ならではの教育的価値とその効果」「酪農乳業等の体験学習を通じた教育活動」について、6件の学術研究や情報収集を推進。
- 食育における乳の役割を明らかにしていくため、若手研究者を中心に他研究グループ勉強会等への参加を促進し、新しい視点での研究手法の検討を開始。

(3) コミュニケーション事業の具体的な内容

【要約】

□ 医療関係者情報提供事業

牛乳乳製品の価値を、医療関係者が適切に評価・情報発信してもらうためのプレゼン資料、システムティックレビュー要約普及版などのコンテンツを作成し、学会等との連携で情報提供。

□ 栄養士情報提供事業

「栄養の日」の創設を機会に日本栄養士会との連携をさらに具体化させるとともに、栄養士が牛乳乳製品を総合的に評価し、活用につなげるためのセミナーを開催し情報を提供。

□ 教職員情報提供事業

学校教職員とのチャネル構築のため、全国学校栄養士協議会や都道府県教育委員会との連携を強化するとともに、牛乳食育研修会を開催し、牛乳食育に関する総合的な情報を提供。

□ サポートメンバー情報提供事業

牛乳乳製品の価値を生活者に正しく伝えるための活用ツールとして、「牛乳乳製品の知識(改訂版)」を酪農乳業関係者や大学研究機関、栄養士等に幅広く配布し情報を提供。

また、学術連合の会員研究者の講師派遣、大学生への研究支援の充実を進めるとともに、Jミルク事業の活用や理解促進のため、各種事業において行政や関連団体と積極的に交流。

① 医療関係者情報提供事業

- 医療関係者に牛乳乳製品の健康栄養機能に関する適正な価値理解や判断を促進するため、学会等の発表用として活用できるスライドデータや、エビデンスとして精度が高い「システムティックレビュー」の要約版を作成し、各種学会・セミナー等で情報提供を行っていく。
- 肥満予防学会や骨を守る会等のチャネルを活用し、学会・セミナー等での情報提供を通じた連携を強化する。

② 栄養士情報提供事業

- 日本栄養士会が、栄養バランスを意識した食品の総合的評価を高める生活者向け活動を、8月4日を「栄養の日」として設定し新たに開始することを踏まえ、この活動に積極的に参画。
- 栄養士による幅広い職域で牛乳乳製品を活用する実践的指導に対応するため、引き続き日本栄養士会と連携し「栄養指導実践セミナー」を全国5カ所で開催。

③ 教職員情報提供事業

- 牛乳乳製品の価値を活用した学校教職員による食育の具体的な実践活動につなげるとともに、酪農乳業への理解や信頼を高めるための研修会を、全国学校栄養士協議会や都道府県教育委員会と連携し全国4カ所で開催。
- 幼稚園・保育所での牛乳乳製品を活用した食育活動を支援するため、日本幼年教育研究会、全国私立保育園連盟、専門メディアを通して28年度に制作した幼児用絵本教材活用を普及。

④ サポートメンバー情報提供事業

- 28年度に制作した「牛乳乳製品の知識（改訂版）」を、酪農乳業関係者や栄養士、大学等に幅広く配布をするとともに、様々な利用場面を想定しWEBサイト上で活用できる情報提供方法を開発。
- 乳の価値を学び広げる独自の活動を行っている酪農家・業界関係者・学生グループ等の主体的な学習活動の支援を行うため、学術連合の会員を講師・アドバイザーとして派遣する事業を引き続き10件程度を実施。
- 牛乳乳製品の価値向上に係る次世代研究者及び活動を担う人材育成のため、大学生による研究活動を支援する「学生のための乳の研究支援事業」を20件程度の大学研究室・ゼミ等を対象に実施し、大学生による成果報告会を開催。

（4）マーケティング管理事業の具体的な内容

【要約】

□ 調査情報収集事業

牛乳乳製品の総合的な価値の伝達や次期3か年計画における新たな戦略視点を導き出すための、調査結果をもとにした価値開発を行うとともに、適切な調査設計と多面的な分析を実施。また、調査分析の対象を、牛乳に加え、はっ酵乳、バター、チーズ等に拡大。

□ 活動運営管理事業

専門部会や委員会等の活動については、マーケティング活動をより効果的なものにするため、その役割や運営の在り方を検討。また、事業の円滑な推進を図るため適切な事業運営に努める。

① 調査情報収集事業

- 国民の生活課題を踏まえた牛乳乳製品の価値を伝えるとともに、次期 3 か年計画の新たな戦略視点を導き出すため、これまでの「牛乳乳製品に関する食生活動向調査」の分析を行うとともに、定期調査を 10 月に実施。
- 牛乳乳製品の消費が堅調な中で、全体の消費構造を把握するため、牛乳に加え、はっ酵乳、バター、チーズ、アイスクリームなどについても調査。
- 最近の牛乳乳製品の消費動向を踏まえた的確な価値開発を行うことが必要であるため、引き続き多面的調査解析を進める。

② 活動運営管理事業

- 専門部会や委員会等の活動については、事業計画及び目標達成の評価、事業の具体化、業界ニーズの意見集約など、その役割を明確化し機能的に運営する。

(5) 需要創出特別事業の具体的な内容

【要約】

□ 牛乳の日・牛乳月間事業

新たな戦略設計に基づいた酪農乳業の一体的な取り組みとして、FAO の「World Milk Day」を前面に、行動につながる楽しさも醸成した新たなロゴマークを展開する。また、酪農乳業が 6 月に訴求する共通コンテンツとして栄養健康面では「乳和食」「運動直後の牛乳」、業界への共感を強める「ミルクサプライチェーンの特性」「酪農のいのち観」に絞り込んだ展開を推進。

牛乳ヒーロー&ヒロインコンクールは、28 年度からの新たな FAO との連携による取り組みにより、学校教職員の食育における活用ニーズが高くなってきていることから、引き続き牛乳を活用した小学校の食育活動を広げ、学校関係者との関係を強化する機会と位置づけ継続。

□ 乳和食等食材啓発事業

乳和食の家庭利用での利用促進を目的に、調理指導する新たな人材育成やスキル向上を図るための指導者育成する研修会を開催。

酪農乳業関係者による乳和食の推進体制の強化を目的に、調理や試食による体験を通して理解し普及・定着化を担う指導者育成研修会を開催するほか、講師派遣事業を継続実施。大量調理における乳和食利用を促進するため、施設給食等関連企業へのアプローチを強化。

2020 年の東京オリンピックでの普及を目指し、乳和食を和食ブームにある欧米で話題化させ、国内での注目度を高めるための活動を、次期 3 か年計画での本格実施に向け準備する。

乳和食の利用促進のため、新たなレシピをミルクカレンダー(2018 年版)や WEB サイトに掲載。

□ アンチミルク対策事業

アンチミルク情報を引き続き日常的にモニタリングし、都度迅速・適切な対応を進める。また、アンチ情報等の業界内での情報共有の仕組みを確立する。

① 牛乳の日・牛乳月間事業

- 6月中の食べ物に関する記念日は150件程度あり、また一般には「牛乳の日＝特売の日」と誤解されている懸念もあることから、生活者にとって「牛乳の日」が特別な日として受け入れやすいストーリーを開発。
- 特に、「牛乳の日」は国連機関FAOにより提唱された世界的記念日「World Milk Day」のイメージを強化し前面に押し出すとともに、生活者に楽しさを醸成し情報拡散するための表現を盛り込んだロゴマーク及びサウンドロゴを制作。牛乳パッケージやSNSを通して訴求。
- 6月の期間内に酪農乳業が一体的集中的に生活者に訴求する共通コンテンツとして、生活者の具体的な牛乳利用につながるよう、栄養健康面の分かりやすい訴求点として「乳和食」「運動直後の牛乳」、酪農乳業への共感を強めるコンテンツとしては「ミルクサプライチェーンの特性」「酪農のいのち観」に絞り込んで展開。
- また、酪農乳業関係者や生活者において、自らの「牛乳愛好」を表現する人々（牛乳ファン）の自主的な活動が増えていることを踏まえ、生活者が双方に「ミルクへの好ましい価値観や意識」を表現し繋がるための公式SNSサイトを立ち上げる。
- 牛乳ヒーロー&ヒロインコンクールは、28年度からFAOと連携し「世界の食料問題」と結びつけて実施したことにより、応募数はこれまでから倍増の2万点以上と飛躍的に拡大し、小学校からも牛乳を活用した食育プログラムとしての期待が高まっていることから、引き続きFAO及び酪農乳業関係者と連携を強化し実施。

② アンチミルク対策事業

- 世界の牛乳・乳製品に係る健康栄養面、利用、環境問題等に係る情報収集と取得した情報・エビデンス等を活用して、これまでのアンチミルク情報へ反映させるほか、今後の迅速な対応を行うためコンテンツ等の充実を図る。

③ 乳和食等食材啓発事業

- 乳和食の利用促進を図るため、サポートメンバーの活動を支援する都道府県栄養士会による研修会を3カ所程度開催するとともに、会員・賛助会員の研修会への講師派遣を10カ所程度で実施。
- 酪農乳業による地域での乳和食の普及に向けた活動を促進するため、乳和食体験のない関係者を対象とした「乳和食体験セミナー」（仮称）を全国2カ所で開催。
- 28年度までに制作した大量調理レシピの活用を図るため、施設給食に関連した企業等を対象に「乳和食スチコンレシピPR試食会」を全国2カ所で開催。
- 大量調理レシピの導入や行政と一体となった減塩活動を推進するため、乳和食

が食生活の改善に貢献している優れたモデルづくりを積極的に行う。

- 2020年の東京オリンピックを意識し、海外での和食ブームの展開において乳和食が位置付けられ、国際的な評価に基づいて国内における乳和食普及を一気に浸透していくことを期した取り組みを、次期3か年計画に向けて準備する。

(6) 広報事業の具体的な内容

【要約】

□ メディア広報対策事業

メディアを対象としたセミナーやファクトブックの発行、プレスリリースなどを通して最新の牛乳乳製品のエビデンスや社会文化的な価値情報、酪農乳業の課題解決に向けた取り組みへの理解促進などをさらに強化し、メディアの関心を継続的に喚起。

□ WEBサイト運営事業

既存情報の再整理と新規コンテンツを組み合わせ、情報環境の技術的変化などに対応したSNSなどを高度に推進し、WEBサイトユーザーの一層の拡大を図る。また、蓄積されたコンテンツやデザイン・イラストなどの業界関係者による利用を促進。

□ 組織広報対策事業

酪農乳業産業基盤強化特別対策など、特に酪農乳業の共通課題解決に向けてブロック会議等で理解醸成を図るほか、酪農乳業の中長期的課題やあるべき姿等の認識を共有化するセミナーを開催。

□ 海外情報収集事業

IDF (JIDF)・GDP・IFCN・FAOなどの国際組織との連携強化により、国際的な需給動向、牛乳乳製品の栄養健康に関するエビデンスなど、幅広い海外情報の調査収集・集約分析を本格化させ、得られた情報の提供を強化。

これらの事業を適切に展開するために業務体制を強化する。

① メディア広報対策事業

- 酪農乳業への理解醸成、牛乳乳製品の価値訴求等に関連するメディア、ジャーナリストを対象にした「メディアミルクセミナー」を4回開催するほか、専門家によるセミナー情報を取りまとめたメディア向けレポートを発行。
- よりメディアの理解を図ることが必要な酪農乳業の課題解決や牛乳乳製品の価値向上に関するテーマで、ファクトブック(報道用基礎資料)を3回程度発行。
- 生乳及び牛乳乳製品の需給情報、酪農乳業政策に係るJミルクの見解、乳の学術連合の研究成果などについて、「記者発表」や「プレスリリース」により、積極的にメディアに発信。

② WEB サイト運営事業

- 公式 WEB サイトにおいては、酪農乳業に関する情報を酪農乳業関係者、ミルクサプライチェーンを構成する関係者に積極的に発信。
- サポートメンバーに牛乳乳製品の価値情報や最新コンテンツなどを提供し、Jミルク情報の活用促進を図るほか、学術連合サイトでは学術情報の蓄積を行う。
- 公式 Facebook はサポートメンバーを中心とした牛乳乳製品に係る価値情報共有の場として位置づけ、共感性の高いコンテンツを提供するほか、YouTube を活用して視覚情報を発信。また、情報提供技術の進歩、閲覧のし易さの追及、情報の陳腐化対策等の観点から、機会あるごとに運営の見直しを図る。
- 乳和食サイト・Facebook は具体的な導入事例の紹介やタイムリーな研修会等の話題、新しいレシピの紹介などを頻度を高めて発信。

③ 組織広報対策事業

- 酪農乳業産業基盤強化特別対策など、酪農乳業の共通課題解決に向けた情報、Jミルクの具体的事業戦略、事業推進上の課題等に関する情報についてブロック会議を開催して提供するとともに、意見交換の場を設定する。また、Jミルク事業を酪農乳業関係者に広く周知するため J ミルクリポートを年 4 回発行。
- 酪農乳業の中長期的課題やあるべき姿や認識を共有化し、酪農乳業関係者の一体感を強める観点から、引き続き酪農乳業みらいセミナーを 4 カ所程度開催。

④ 海外情報収集提供事業

- 国際的な酪農生産や乳製品の需給動向、世界の食料問題への国際的な酪農セクターの取り組み、牛乳の影響健康に関する最新エビデンスなど有益な情報を得るため IDF (JIDF) ・ GDP ・ IFCN ・ FAO などの国際組織の活動に積極的に参画。
- 海外の酪農乳業関係者との交流を促進し、幅広い情報の収集・分析、業界関係者への提供・活用促進を図る。また、必要に応じて日本の酪農乳業や牛乳乳製品の価値情報を海外に広報する活動を行う。
- これらの事業を円滑かつ適切に推進するため、国内関係団体との連携を強化するとともに、業務推進体制を整備。

3. 総務管理関連事業

Jミルクにおける事業を円滑に推進し、中期3か年計画を着実に遂行していく強固な業務推進体制を構築する観点から、主に次の点に配慮した事業推進を図る。

【要 約】

- 強固な業務推進体制を構築するため、予算進捗管理等の事業管理を徹底。
- 事業成果等の蓄積のため、プロパー職員と出向職員との役割を明確にしつつ、職員の個性と能力を引き出し、チーム力を強化するためのマネジメントを推進。
- 業界全体の事業運営の効率化を推進するため、類似・重複した事業の集約化や分担の明確化について関係団体との協議を促進する。

- 職務の効率的な推進を図るため、「報告・連絡・相談」の徹底による情報共有化と予算管理等によるきめ細かな事業管理に努める。
- 酪農乳業産業基盤強化対策事業の円滑な推進に資するため、関係団体との一層の連携・調整を図りながら、酪農乳業産業基盤強化基金造成に関する乳業者への継続的な理解醸成活動を行うとともに、対策金等の拠出を通じてJミルクと乳業者との関係性強化を図る。
- 事業の成果やノウハウを蓄積していく観点から、プロパー職員と限定的な期間において専門的な事業を担当する出向職員との役割を明確にし、相互に影響しあうことにより、個々人の個性の発揮と成長、チーム力強化に繋がるような職場風土の醸成に努める。併せて、幹部職員のマネジメント能力の育成、人事評価制度の適切な運用を推進。
- 更なる組織基盤の強化と業務の効率化を図る観点から、関係団体間相互の類似・重複事業の集約・分担、組織運営のあり方について協議を進めるため、定期的な情報交換の場を設定し運用する。

Ⅲ 平成 29 年度事業の収支予算

1. 収入

会費収入は前年度水準とする。

賦課金収入の基本となる拠出金については、28 年度と同額の単価（飲用牛乳等向け生乳 1kg 当たり 5 銭、加工向け生乳 1kg 当たり 2 銭）とする。

また、酪農乳業産業基盤強化特別対策事業の実施財源として、すべての乳業者を対象に、基盤強化対策金の拠出（生乳取引数量 1 kg 当たり 5 銭）、及び基盤強化特別対策金の拠出（平成 27 年度の生乳取引数量 1 kg 当たり 15 銭）による酪農乳業産業基盤強化基金を造成する。

2. 支出

事業支出については、見込まれる収入に見合った支出計画を基本に、引き続き、効率的、効果的な事業の実施を図るものとする。

なお、平成 29 年度畜産振興事業・生乳需要基盤確保事業の事業実施主体として応募し採用されることを前提としているため、補助事業の変更によって事業の一部が変更される可能性がある。また、酪農乳業産業基盤強化特別対策事業については、初年度の事業開始が遅れることを念頭に、年間基金造成見込み額の 3 分の 2 を事業費として計上する。これらの事業については、事業の進捗状況を踏まえ、必要に応じ補正する。

また、災害等危機管理特別事業、需要創出特別事業、酪農乳業産業基盤強化特別対策事業に充当するためを、酪農乳業緊急対応基金から必要な額を取り崩し支出する。

平成 29 年度収支予算

平成 29 年 4 月 1 日から平成 30 年 3 月 31 日まで

科 目	平成29年度 予算額	平成28年度 予算額	差額	摘要
I 事業活動収支の部				
1 事業活動収入				
(1) 会費収入	2,080	2,080	0	
(2) 賦課金収入	458,832	458,075	757	29年度需給見通し及び拠出実績を基礎に算出
① 飲料製	340,745	339,730	1,015	
② 乳業	118,087	118,345	△ 258	
(3) 酪農乳業基盤強化特別対策事業収入	456,000	456,000	0	
① 基盤強化特別対策	291,000	291,000	0	生乳取引数量1kg当たり5銭（初年度は4～2月までの11ヵ月分）
② 基盤強化特別対策	165,000	165,000	0	27年度生乳取引数量1kg当たり15銭（注記参照）
(4) 補助金収入	54,000	44,000	10,000	
① 需要事業創出	54,000	44,000	10,000	(独) 農畜産業振興機構
(5) 受託事業収入	1,750	200	1,550	生乳精度管理認証更新ほか
(6) 雑収入	2,227	1,900	327	
① 受取利息	1,627	1,000	627	特定資産運用益等
② その他	600	900	△ 300	
事業活動収入計	974,889	506,255	468,634	
2 事業活動支出				
(1) 生産流通安定対策事業				
① 需給安定対策	19,427	17,970	1,457	需給見通し説明会諸費用の増加
② 乳業流通安定対策	6,000	6,210	△ 210	
③ 生乳検査食料提供	2,804	5,735	△ 2,931	認証審査費用等の減少
④ 学校給食決着	3,100	3,292	△ 192	
⑤ 課題解決情報提供	2,387	4,395	△ 2,008	国際会議（IFCN）費用を広報に移管
⑥ 調査情報管理	15,000	15,560	△ 560	
⑦ 活動運営	8,680	6,581	2,099	マニュアル改定費用の増（一部委託）
⑧ 直接接	13,436	17,312	△ 3,876	
生産流通安定対策事業支出計	70,834	77,055	△ 6,221	
(2) 酪農乳業基盤強化特別対策事業				
① 酪農乳業基盤強化	320,000	320,000	0	
② 国産牛乳需給安定	13,300	13,300	0	初年度として2/3期間で計画→事業進捗を踏まえ補正
③ 生乳業接	3,300	3,300	0	
④ 事業直	4,300	4,300	0	対策金集金システム改修費
⑤ 直接	6,000	6,000	0	
酪農乳業基盤強化特別対策事業支出計	346,900	346,900	0	

科目	目	平成29年度 予算額	平成28年度 予算額	差額	摘要
(3) 災害等危険等接	災害等危険等接				
	① 災害等危険等接	1,535	675	860	
	② 災害等危険等接	24,250	24,250	0	放射性物質検査助成(29年度終了)
	③ 災害等危険等接	584	1,505	△ 921	
	災害等危険等接	26,369	26,430	△ 61	
(4) 知見集積	知見集積				
	① 知見集積	26,435	26,115	320	
	② 知見集積	30,422	30,453	△ 31	
	③ 知見集積	11,508	10,591	917	
	④ 知見集積	15,420	14,872	548	
	⑤ 知見集積	12,537	11,877	660	
	知見集積	96,322	93,908	2,414	
(5) コミュニケーション	コミュニケーション				
	① コミュニケーション	7,500	9,470	△ 1,970	学会参加費の一部を他に移管
	② コミュニケーション	6,975	7,200	△ 225	
	③ コミュニケーション	16,800	14,060	2,740	教材制作提供等の増
	④ コミュニケーション	20,250	21,355	△ 1,105	大学ゼミ等研究活動費の減
	⑤ コミュニケーション	18,774	17,184	1,590	
	コミュニケーション	70,299	69,269	1,030	
(6) マネジメント	マネジメント				
	① マネジメント	16,300	17,300	△ 1,000	海外情報調査費用を広報に移管
	② マネジメント	2,385	3,520	△ 1,135	委員会旅費等の減
	③ マネジメント	13,490	9,301	4,189	
	マネジメント	32,175	30,121	2,054	
(7) 需要創出	需要創出				
	① 需要創出	37,900	33,000	4,900	ヒーロー&ヒロインコンクール応募数増による費用増
	② 需要創出	5,250	6,750	△ 1,500	エビデンス翻訳の休止
	③ 需要創出	46,030	32,410	13,620	学会等専門家向け広報活動強化
	④ 需要創出	10,003	15,487	△ 5,484	
	需要創出	99,183	87,647	11,536	
(8) 広報	広報				
	① 広報	19,824	19,624	200	
	② 広報	15,825	15,825	0	
	③ 広報	22,370	27,995	△ 5,625	海外関連事業を④に集約
	④ 広報	10,750	2,620	10,750	国際組織との連携強化
	⑤ 広報	300	17,386	△ 2,320	海外関連事業を④に集約
	⑥ 広報	17,259	17,386	△ 127	
	広報	86,328	83,450	2,878	

科 目	平成29年度 予算額	平成28年度 予算額	差額	摘要
(9) 管 理 費				
① 役員報酬	19,500	19,500	0	
② 給料	17,894	17,838	56	
③ 福会費	4,553	4,222	331	
④ 旅通費	2,228	2,100	128	
⑤ 通消費	4,670	5,759	△ 1,089	海外出張旅費を広報事業へ移管
⑥ 消耗什	3,067	2,778	289	
⑦ 印刷費	1,000	1,000	0	
⑧ 光熱費	4,210	4,220	△ 10	
⑨ 賃借料	820	820	0	
⑩ 諸謝金	750	750	0	
⑪ 公租	22,811	22,444	367	
⑫ 新聞金	2,419	1,771	648	
⑬ 交際費	16,977	7,736	9,241	特別対策事業による消費税増
⑭ 雑費	2,505	2,574	△ 69	
⑮ 手数料	900	900	0	
⑯ 雑費	9,196	9,161	35	賦課金×2%
⑰ 雑費	3,580	3,528	52	
管 理 費 支 出 計	117,080	107,101	9,979	
事業活動支出計	945,490	574,981	370,509	
事業収支差額	29,399	△ 68,726	98,125	
Ⅱ 投資活動収支の部				
1 投資活動収入				
(1) 特定資産取崩収入				
① 酪農乳業緊急対応基金取崩収入	73,369	48,430	24,939	特別対策基金に振り替え(2千万円)補助事業に係る取崩額の増
② 酪農乳業産業基金強化基金取崩収入	346,900		346,900	特別対策事業支出相当額の基金取崩し
投資活動収入計	420,269	48,430	371,839	
2 投資活動支出				
(1) 特定資産取崩支出				
① 酪農乳業産業基金強化基金取崩支出	476,000		476,000	特別対策基金の造成
② 退職給与引当資産取崩支出	4,440	4,064	376	
(2) 固定資産取得品支出				
① 什器備品支出	1,000	1,000	0	
投資活動支出計	481,440	5,064	476,376	
投資活動収支差額	△ 61,171	43,366	△ 104,537	

科 目	平成29年度 予算額	平成28年度 予算額	差額	摘要
Ⅲ 財務活動収支の部				
1 財務活動収入				
(1) 借入金収入				
① 短期借入金収入				
財務活動収入計	0	0	0	
2 財務活動支出				
(1) 借入金返済支出				
① 短期借入金返済支出				
財務活動支出計	0	0	0	
財務活動収支差額	0	0	0	
Ⅳ 予備費支出	20,000	20,000	0	
当期収支差額	△ 51,772	△ 45,360	△ 6,412	
前期繰越収支差額	91,577	74,854	16,723	
次期繰越収支差額	39,805	29,494	10,311	

- 【注記】 1. 基盤強化特別対策金の拠出額は、27年度生乳取扱数量1kgあたり15銭とし、一括入金分の収入額の算出は以下による。
- ① 平成29年3月31日までに入金したものを：一括入金額の3分の1を各年度の収入額とする。
- ② 平成29年4月以後に入金したものを：一括入金額を、入金月～32年3月までの期間にわたって、月数按分により各年度の収入額を算出。
- ③ 上記①②とともに期間外の収入は前受金とし、次年度以降の各年度にわたり月数按分により当該年度の収入に振り替える。
2. 独立行政法人農畜産業振興機構からの「需要創出事業」については事業実施主体として決定していないことから、決定後に支出項目ごとの補助額を追加する。