

J-MILK REPORT

私たちはミルクでつながっています。

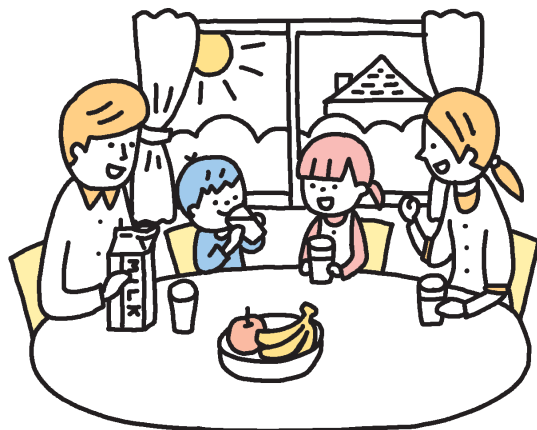
SPRING / SUMMER 2022 Vol. 44



給食のない日にも牛乳を飲もう！

2022年度から新プロジェクトを始動

Jミルクは、酪農乳業界が学校関係者などと連携して、子どもたちの栄養バランス向上を目指す「給食のない日に牛乳飲もう！プロジェクト」を開始しました。休日や春・冬休みなど給食がない日の子どもの栄養問題と、牛乳不需要期の需給対策の両面に対応する新たな取り組みです。



子どもをとり巻く社会課題の解決へ

家庭で牛乳を飲む大切さを伝えます

「学校給食のない日」は多くの子どもが牛乳を飲んでおらず、カルシウム不足となっている実態を踏まえ、自治体や栄養教諭などの学校関係者と連携して、手軽に家庭でもカルシウムを摂取できる牛乳飲用の大切さを家庭や地域に啓発します。

牛乳による社会貢献を目指します

地域の子ども食堂やフードバンクと連携した牛乳提供などの業界の取り組みも推進します。栄養面だけでなく子どもの貧困といった社会的課題に対応することで、牛乳を利用した社会貢献活動を目指します。

社会が連携して 子どもたちの 栄養を支えます

酪農乳業関係者と、学校・家庭・地域社会など、子どもの食と教育に関わる多様な人々が一体となって子どもたちの栄養バランスを支えるプロジェクトです。Jミルクは各組織への情報提供や連携基盤を整備し、活動をサポートします。



インタビュー

ライフスタイルの多様化やコロナ禍による社会環境の変化は、子どもたちの食や栄養にもさまざまな影響を与えています。酪農乳業界は社会と連携して、子どもたちのためにどのような貢献ができるのでしょうか。子どもの栄養や健康について詳しいお二人の専門家に提言していただきます。



長島 美保子さん
公益社団法人
全国学校栄養士協議会
会長

学校と酪農乳業の連携で、実践的な食育を

長引くコロナ禍で栄養バランスや生活習慣を乱す子どもが増えており、食育の必要性がますます高まっています。特に重視したいことは、朝昼夕の食事時間を定点とした生活リズムをつくることと、バランスのよい食事を自ら整える力をつけること。それを知識として学ぶだけでなく、家庭で実践してもらうことが食育の目標です。

給食で毎日出る牛乳は、食育の身近な教材になります。私も学校に勤務していた頃は、栄養面の知識指導に加え、牧場での酪農体験や乳業メーカーの研究者を招いた出前授業も行っていました。牛乳を支える人たちの思いに触れることで子どもの学びが深まり、家庭での実践につながっていく。学校現場と酪農乳業関係者の連携で、そんな充実した食育活動が増えることを期待しています。

家族みんなで毎日牛乳を飲む習慣を広めたい

成長期に必要な栄養素を補うように献立設計された学校給食は、子どもの栄養バランスを保つうえで欠かせない存在です。学校が休みで給食のない日は栄養面の課題が出やすく、特に家庭での牛乳摂取が少ないためカルシウムが欠乏しがちです。またコロナ禍以降は、外で日光に当たる時間が減ることによるビタミンD不足も懸念されます。

こうした課題の改善には、家庭に働きかけて保護者の意識を変えることが重要です。日本人は全年代でカルシウムが不足しているので、子どもの栄養問題は大人にも当てはまります。牛乳を冷蔵庫に常備して、家族みんなで毎日飲む習慣をつけてもらうことが大切。手軽なミルク料理レシピの発信など、牛乳の利用シーンを広げる活動も有効だと思います。



児玉 浩子さん
帝京平成大学大学院
健康科学研究科
健康栄養学専攻
特任教授

給食を通して子どもの成長を願うからこそ伝えたい、給食のない日も牛乳を。



Izumi
Mae

学術調査グループ 主任 前 いずみ

「給食のない日」は年間175~180日もあります。つまり年間の約半分は「給食のない日」です。学校が家庭の食事に関与することの難しさはあるものの、保護者の頼りにする栄養改善に向けた情報源は学校です。P4で紹介する新規リーフレットは、酪農乳業関係者から学校、学校から家庭へ伝わってほしいと考えて制作しました。ぜひ、日頃の活動にご活用ください。

給食がない日も子どもに牛乳を！

見直したい休日の栄養バランス

学校が休みで給食のない日は、子どもたちが摂る栄養は偏りがちです。特に気をつけたいのがカルシウムの不足と、塩分や糖、脂肪分の摂りすぎです。牛乳や乳製品を上手に取り入れて、給食がない日の栄養バランスを整えましょう。ここでご紹介した内容を詳しく解説したリーフレットもあるので、ぜひご活用ください。

NEW

リーフレットはこちら

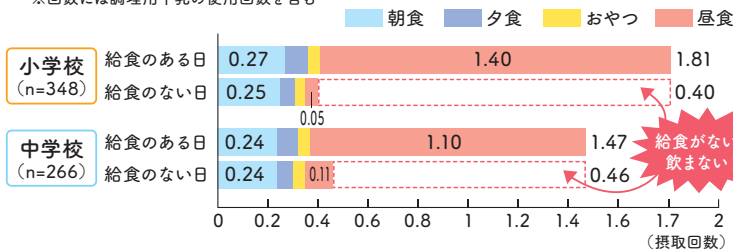


Jミルク 給食のない日

「給食のない日」の家庭では牛乳が飲まれていません！

●給食がある日とない日の牛乳を飲んだ回数(平均)

※回数には調理用牛乳の使用回数を含む



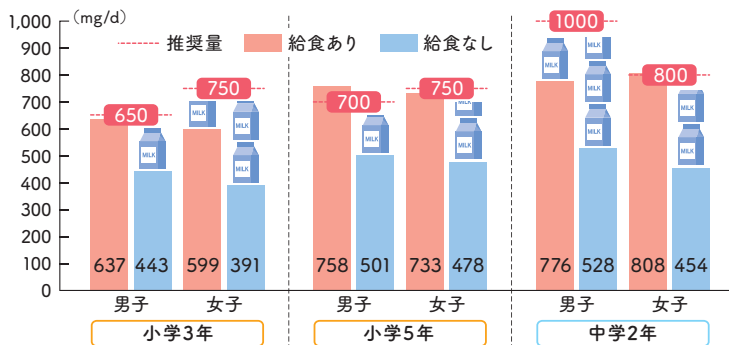
小中学生を対象とした調査によると、学校給食のある日とない日では、牛乳の摂取回数におよそ1回の差があります。普段の給食で飲んでいる牛乳が、家庭の昼食ではほとんど飲まれていないことがわかります。

グラフ:

亀ヶ谷昭子ら 栄養教諭食育研究会誌第4号(2020),P.15-24より作成

「給食のない日」の子どもは牛乳1~2本分のカルシウム不足！

●給食のある日とない日の1日あたりのカルシウム摂取量(中央値)



給食のある日とない日のカルシウム摂取量を比較すると、「給食のない日」は推奨量に対しておよそ200~470mgも不足しています。牛乳200ml(カルシウム約227mg)の1~2本分を意識して摂る必要があります。

グラフ: Public Health Nutrition: 20(9),1523-1533より作成

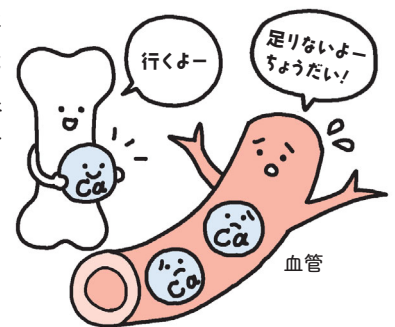
骨以外にもこんなに！カルシウムの働き

カルシウムが骨や歯の材料になることはよく知られていますが、それ以外にも多くの役割を果たしていることが近年の研究でわかってきました。健康な毎日に欠かせない栄養素として、あらためて価値を見直したいですね。



カルシウム不足が続くとどうなる？

カルシウムは血液中にも一定の濃度で存在し、さまざまな生命活動を支えています。不足が続くと血管壁などにカルシウムが沈着し、高血圧や動脈硬化、糖尿病といった生活習慣病の原因になるほか、細胞機能が低下して老化現象を招くことがわかっています。



詳細はこちら





牛乳1リットルで作る! みかんの牛乳寒天



【材料】

粉寒天(A)	8g
砂糖(A)	大さじ4(40g)
牛乳(A)	600ml
砂糖(B)	大さじ6(60g)
牛乳(B)	400ml
みかんの缶汁	2缶分(360ml)
粉寒天(B)	2g
みかんの果肉(缶詰)	2缶分(450g)

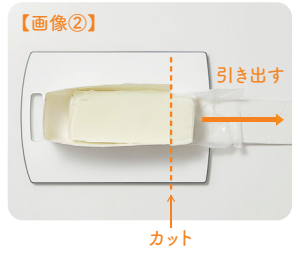
牛乳パック型は輪ゴムで止めるときれいな形に仕上がります。

牛乳パック型に流すときは粗熱がとれてから!

【画像①】



【画像②】



【下準備】

牛乳パック(1L)2本
牛乳パックにクッキングシートを敷き、水分をふきとったみかんを並べ冷蔵庫で冷やしておく。



【作り方】

- ①鍋に粉寒天(A)と砂糖(A)を加えよく混ぜておく。(混ぜておくことで、牛乳で溶けやすくなります。)
- ②牛乳(A)を少しずつ加えながら寒天をしっかり溶かす。
- ③中火にかけ、沸々してきたら3分ほど絶えず底を混ぜながら加熱する。
- ④火を止め砂糖(B)を加え溶かし、牛乳(B)を加える。
- ⑤粗熱がとれたら、型に流し冷蔵庫で冷やす。【画像①】
- ⑥小鍋に粉寒天(B)を入れ、少量のみかんの缶汁で溶いてから残りの缶汁を加える。中火にかけ沸々してきたら3分ほど絶えず混ぜながら加熱する。
- ⑦火を止め粗熱がとれたら、牛乳寒天の表面に流し冷蔵庫で冷やし固める。
- ⑧しっかり固まったら、牛乳パックの底の部分を切り、クッキングシートごと引き出してカットし器に盛る。【画像②】

牛乳500mlで作る! 大人の牛乳プリン



【材料】

牛乳(A)	100ml
粉ゼラチン	10g
きび砂糖	50g
牛乳(B)	400ml
ラム酒	大さじ1
メープルシロップ	適量
ミントの葉	適宜

耐熱保存容器ひとつで、下ごしらえ、調理、保存まで!

【作り方】

- ①耐熱容器に牛乳(A)と粉ゼラチンを入れ全体に混ぜて5分おく。
- ②容器の蓋を少しずらして電子レンジ(600w)で1分加熱。(加熱し過ぎないように注意。)ゼラチンが完全に溶けたら、砂糖を加えて、スプーンで混ぜてしっかり溶かす。
- ③牛乳(B)を数回に分けて入れ、ラム酒を加えて冷蔵庫で冷やし固める。
- ④水でさっとぬらしたスプーンですくって器に盛り、メープルシロップをかけ、ミントの葉を飾る。

お子さんが一緒に召し上がる場合はラム酒なしでも。

牛乳が熱いうちにゼラチンとチョコレートを溶かす!

牛乳300mlで作る! ショコラテリーヌ



【材料】

牛乳(A)	50ml
粉ゼラチン	10g
牛乳(B)	250ml
板チョコレート	2枚(100g) (※カカオ50%以上)
★ココアパウダー(純ココア)	20g
★グラニュー糖	50g
★はちみつ	30g
生クリーム	200ml (乳脂肪40%以上がおすすめ)

【下準備】牛乳パック(1L)1本

- 牛乳パックにクッキングシートを敷き、冷蔵庫へ
- 牛乳(A)と粉ゼラチンを合わせておく
- チョコレートを刻んでおく ●★を合わせておく

【作り方】

- ①小鍋に牛乳(B)を沸騰直前まで(湯気が立つのが目安)混ぜながら温め、火を止めてからふやかしておいたゼラチンを加える。手早く混ぜて、更にチョコレートを加えて完全に溶かす。
- ②合わせておいた★を加え、チョコレートのツヤが出るまで溶かしながら混ぜる。
- ③生クリームを加えて混ぜる。
- ④小鍋に氷水をあて、とろみがつくまでへらで混ぜながら生地が5度以下になることを目安に冷ます。
- ⑤型に生地を流して、冷蔵庫で半日以上冷やし固める。
- ⑥しっかり固まったら、牛乳パックの底の部分を切り、クッキングシートごと引き出してカットし器に盛る。(みかんの牛乳寒天: 画像②参照)



ネットなどのメディアを通じて、牛乳製品に関するたくさんの情報が発信されています。科学的な知見やデータだけでなく、中には真偽のはっきりしない“ウワサ”や“ギモン”も。このシリーズでは、そんな気になる疑問を取り上げて、Jミルクの担当者が最新の研究成果を基にわかりやすく解説します。

今回は、SNSでよく見られる健康や栄養に関する情報を、どのように判断・評価すべきかを考えます。



メディアやSNSの栄養・健康情報とどう向き合えばいい？



「〇〇は体に良い」「〇〇を食べると病気が治る」「〇〇は体に毒、危険だ」「〇〇を食べると病気になる」のように、特定の食品や栄養、健康方法などを過大評価したり、有害とみなしたりする情報がメディアやSNS上で見られることがあります。こうした消費者を混乱させる栄養・健康情報の真偽を見極め、正しく理解し、活用するリテラシーの向上が求められます。しかし、人はもともと“ニセ”情報に惑わされやすいとされています。

根拠不明の食の有害情報において、繰り返しターゲットとされるものの一つが「牛乳」です。Jミルクが2021年に実施したTwitter分析でも、牛乳の健康や栄養に関するさまざまなネガティブ投稿

が見られました。国立健康・栄養研究所では、情報判断のためのフローチャートを作成、公開しています。

牛乳に関する有害情報に出会っても、うのみにせず、まずは立ち止まって、その情報が根拠として「事実」や「研究」の信頼性を確認することが大切です。幸い、栄養豊かな牛乳は豊富なエビデンスが蓄積されています。信用度を確かめて惑わされないようにしましょう。

Twitterに見られる牛乳のネガティブ投稿の例

日本人は牛乳の成分を分解できない人が多い、牛乳が合わない・乳糖不耐症である

牛乳でカルシウムは摂れない・骨粗鬆症予防にはならない

牛乳はがん細胞を促進させる・がんになりやすい

牛乳アレルギー・アトピーに関するもの

牛乳を飲んでお腹をこわした・下痢になった

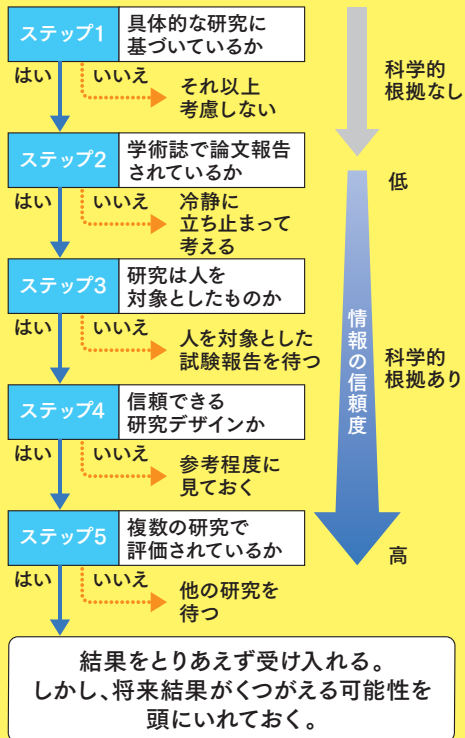
牛乳は汚染されている・放射能の影響を受けている

牛乳は危険・病気を引き起こす

新型コロナのワクチンを接種した人が牛乳を飲むと悪影響がある

2021年の1年間における「牛乳」に関するTwitter投稿のうち、「健康や栄養に関するネガティブ投稿」で、「リツイートやリプライなどの投稿に反応のあったもの」を、1日あたり約300件無作為抽出し、評価・分類した調査より抜粋。

国立健康・栄養研究所版「確かな情報」判断のためのフローチャート



出典：国立健康・栄養研究所 その情報は「確かな情報」ですか？ (Ver.20210415)
<https://hfnet.nibiohn.go.jp/contents/detail771.html>



データを根拠に「牛乳は有害」とする情報は信用できるの？



牛乳ほど科学的に研究をされながら、一方で両極端な言説にさらされてきた食品は多くはありません。牛乳有害説の根拠の大半はいわゆる「疑似科学」に基づいています。疑似科学とは、「科学的な外観を備えているものの、実際には科学としての要件を満たしていないために誤った結論に至った研究や、それに基づく主張」と定義されています。

科学と疑似科学を区別する際の指標として、特にポイントとなるのが「データの観点」です。昨今のアンチミルク情報の根拠となるデータは完全にウソというはまれで、何らかの科学的根拠(エビデンス)が添えられていることがほとんどです。

そのエビデンスの研究デザインを知り、エビデンスの「信用度」をはかることが、疑似科学を見極める手がかりとなります。

試験管レベルの研究から、動物実験、ヒト試験とエビデンスレベルは上がっていきますが、ヒトを対象とした研究でもその研究デザインによってエビデンスレベルは異なります。そして現在、最も信用度が高いとされるのが、複数の研究結果を収集して統合・分析するメタ分析(システマティックレビュー)です。エビデンスレベルに加えて、査読付き論文(掲載に審査がある論文)であるか、掲載された媒体の質なども判断材料になります。

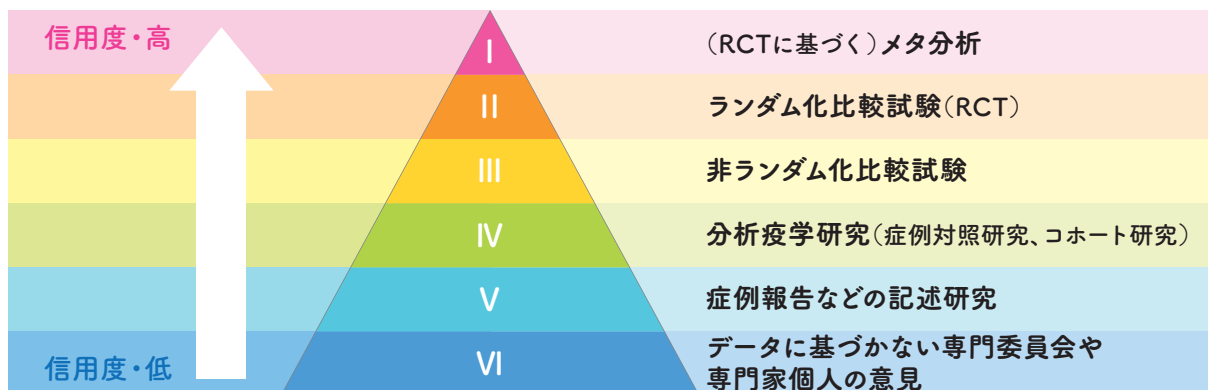
エビデンスレベル

エビデンス

科学的根拠がある + 信用できる(重要) 何をもって「信用できる」と判断できるか？

現在の有力な解答

「エビデンスレベル」に基づく判断・判定



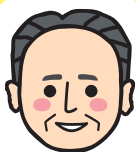
出典:山本輝太郎 2021年6月30日オンライン開催セミナー「食の疑似科学を考える」(Jミルク 食生活ジャーナリストの会共催)スライドより抜粋

FACTBOOK
「疑似科学と牛乳」(Jミルク)



Jミルク 疑似科学と牛乳

あ と が き



Shuji
Ikegami

食や健康に関する疑似科学的情報は、消費者を混乱させ、健康被害や疾病を悪化させてしまうことにつながります。

特に牛乳有害説に出会ったら、その根拠となる研究の信用度を必ず確認することが大切です。

Jミルクでは、科学的根拠を基にした正確な情報の蓄積と提供を続けています。

学術調査グループ 部長 池上 秀二 info@j-milk.jp



これから始めるSNS活用

今さら聞けない基礎基本をわかりやすく解説

多くの企業が広報やマーケティングのツールとして、SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)を活用しています。各サービスの機能や利用者層の特徴や、特有のリスクなども理解しておくことが大切です。これから運用を始めたい方々のために、効果的に使うためのポイントや注意点をまとめました。



1 各SNSの特徴を理解しよう

活用の第一歩は、各サービスの特性を知ること。発信したい情報やターゲットに応じて、サービスを使い分けることがポイントです。

Instagram



- コア年齢層…20～30代
30代以下では女性ユーザーが約6割を占めている。
- 月間利用者数…約3300万人(世界:10億人)*2019年時点
- 特性…写真・動画中心で視覚的な訴求に強み

通常の画像・動画投稿だけでなく、24時間限定公開のストーリーズや短尺動画のリール、ライブ配信など多彩な機能があります。興味関心のあるコンテンツを探すだけでなく、気になる商品をタグ検索して利用者の評価を確認するなど、消費行動につながる情報収集に使うユーザーが多いことが特徴。商品購入サイトに直接誘導できるショッピング機能もあり、多くのフォロワーを持つインフルエンサーを介したマーケティング活用も増えています。

Twitter



- コア年齢層…20～30代
20代が最多で、30代以上では男性利用者がやや多い傾向。
- 月間利用者数…約4500万人(世界:3.3億人)*2017年時点
- 特性…リアルタイム性と拡散性に優れる

140字以内の文章のほか、画像や動画が投稿可能。リアルタイム性に優れ、リツイートや引用リツイートで他者の投稿を簡単にシェアできるほか、トレンドが常時更新されるため拡散性が高いことが特徴。匿名制で複数アカウントを使い分けるユーザーも多いことから、商品やサービスに対する本音や口コミの収集に活用する企業も多くあります。チャット感覚の気軽なコミュニケーションを通じたファンの獲得・拡大などにも適しています。

YouTube



- コア年齢層…10～30代
国内では10～50代以上まで幅広い年齢層に利用されている。
- 月間利用者数…約6500万人(世界:20億人)*2020年時点
- 特性…インフルエンサーによる発信が人気

世界最大の動画共有プラットフォーム。ライブ配信やショート動画機能、動画内で商品を紹介できるショッピング機能などもあります。各界の著名人やYouTuberなどのインフルエンサーも活発に活動しており、彼らが発信するコンテンツが幅広い世代に広がる人気を支えています。企業がこうしたインフルエンサーとコラボして、自社商品やサービスのプロモーションを行うインフルエンサーマーケティングの事例も増えています。

Facebook



- コア年齢層…30～40代
やや高めの年齢層に支持される一方、10代の利用率は低め。
- 月間利用者数…約2600万人(世界:29.1億人)*2019年時点
- 特性…実名登録制による信頼度の高さ

月間アクティブユーザー数は世界最多。文章、画像、動画など多彩な手段での発信が可能で、実名登録制による信頼度の高いコミュニケーションやターゲティング精度の高い広告に強みがあります。一方で、個人情報のトラッキング規制などの影響もあり、企業の通常投稿の拡散は制限されるようになっています。実名制の特性を生かし、企業が発信するオフィシャルな情報を、ファンやステークホルダーと共有する場の構築に適しています。

2 SNSの活用目的を決めよう

1. 認知度の向上
2. イベントやキャンペーンの告知・募集
3. ファンやアンバサダーの獲得・育成
4. ブランディング(関心の醸成)

2つめのポイントはSNSの活用目的を明確化することです。情報をたくさんの人に届けて商品やサービスの認知向上を図る運用が一般的ですが、長期目線でファンの育成やブランディングに活用するケースも増えています。多くの企業が、各SNSの特性も踏まえながら目的に応じて複数のサービスを併用しています。

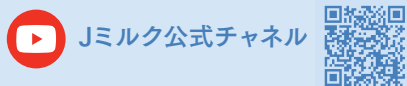
3 指針やルールを共有しよう

発信する情報内容や頻度、担当者・グループ内での権限の分担など具体的な運用指針を決めます。いわゆる炎上などのトラブルを防ぐためには、個人情報や諸権利の保護などコンプライアンスに配慮したガイドラインやルールを策定し、担当者だけでなく社内全体で共有することも大切。不特定多数の人に手軽に発信できるメディアだからこそ、高いセキュリティ意識が求められます。

【テキストや画像の投稿における注意点】

- **著作権**
著作物の無断使用は不可。ネットからの引用にも適用されます。
- **肖像権**
人物写真の無許可掲載はトラブルの元になりやすいので要注意。
- **商標権**
商品やロゴなどが映り込んだ画像の掲載は権利者の許可が必要。

JミルクもSNSにチャレンジしています！



j-milk School
「牛乳大好き新入社員 ロクイチくん」

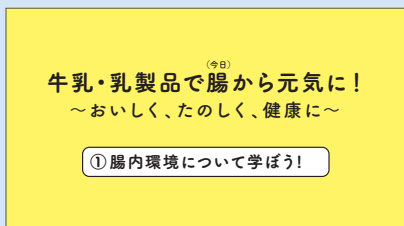


j-milk School -Cooking-



j-milk School -Seminar-

- ①腸内環境について学ぼう!(前編)
- ②牛乳・乳製品でおいしく腸活!(後編)



SHARE ON SNS



Jミルク 2022年度事業計画の概要

特に考慮する視点

2022年度事業計画
及び収支予算書



1. 生乳需給の改善と中期的課題への対応

①乳製品の需給改善を図る脱脂粉乳の過剰在庫解消対策について、全国で生処が協調した事業実施の枠組み構築と着実な事業成果の実現を図る。

②不透明なコロナ収束及び生活様式の変化、インバウンド需要の回復を見据え、円滑な生乳処理、需要の創出・開発並びに弾力的な需給調整などの中期的な課題の対応を行う。



2. 不需要期の消費促進とコミュニケーション対応

①生乳需給ギャップの解消と円滑な需給調整に資する為、発信力あるインフルエンサー活用などコロナ禍におけるコミュニケーション対応を強化するとともに、地方会員や流通等との連携による需要拡大の取り組みを強化する。

②環境及びアニマルウェルフェア並びに新たな栄養・健康課題に関するリスクコミュニケーション対応として、中期計画で掲げた情報コンセプトを基本に、国内の酪農乳業者や乳の乳の学術連合の研究者との連携、国際酪農組織を通じた関連情報収集による対応力を強化する。



3. 持続可能な酪農乳業の推進

①持続性の視点から酪農生産、労働安全・人権、環境負荷、経済・社会への貢献について、実態把握を基本に、重点項目、評価手法・基準の策定に向けた議論・取り組みを推進する。

②COP26に見られる脱炭素の世界的潮流のなかで、「みどりの食料システム戦略」を基本とした政策の推進が想定されるが、酪農乳業及び牛乳乳製品の存在価値向上に関連して、持続性の視点からの取り組みの必要性と優先課題について意識の統一を図る。



4. 戦略的な情報収集・提供と交流にも配慮した事業推進

①国際酪農組織との連携や国際機関からの情報収集体制が構築されたことから、国際関連情報を迅速にわかりやすく取りまとめ、国内関係者に戦略的かつ効率的に提供することで、サステナビリティに関する活動推進など国内の課題解決に結びつける。

②乳の学術連合の2030年度に向けた長期活動計画の初年度として、Jミルクの活動へのエビデンスの戦略的活用や若手研究者育成などが図れるよう、新たな領域横断的かつ持続可能性を追求した研究テーマと研究推進体制などを構築する。

③長引くコロナ禍により、業界内のリアルな情報交流機会がなくなっている。事業説明会やセミナーなど機能的な情報提供・共有についてはデジタルの活用を基本とするが、新型コロナの収束を見据えて、リアルな交流機会の場の設定と合わせたオフラインでの会議等の開催にも配慮した事業推進を図る。

全国の酪農乳業関係者と共に、産業基盤を守りたい。

専務理事 内橋 政敏



Masatoshi Uchihashi

新型コロナの感染拡大が始まってからこの2年間で牛乳乳製品の需要構造は大きく変化しました。生産者による生産抑制、乳業工場のフル稼働とともに、関係者による消費拡大の取り組みがなされておりますが、この5月、6月も厳しい正念場は続いていきます。

一方、ウクライナが小麦、トウモロコシの輸出大国であり、飼料穀物への大きな懸念材料となっているウクライナ問題。原油相場の高騰も加わり、米国のインフレ抑制の金融引き締めが為替の円安傾向に拍車をかけるなど、業界にとって厳しい情勢が続くと覚悟せざるを得ない事態となっています。酪農乳業を取り巻く環境は、世界の脱炭素、持続可能性への要求の高まり、植物性食品による牛乳乳製品を巡る市場環境や食生活行動の変化、依然として収束が見通せない新型コロナ問題に加え、新たな不確定要因に見舞われていると言えます。

Jミルクは第4期中期3カ年計画のミッション(※)を基本とし、酪農乳業の共通課題の解決に貢献することに即して新年度の事業を進めて参ります。引き続き、ご支援ご協力を賜りますことをお願い申し上げます。

(※)2021年度～2023年度 第4期中期3カ年計画の基本視点

Jミルク 基本視点



生乳及び牛乳乳製品需給の課題解決に向けた取り組み-1

1. 酪農乳業乳製品在庫調整特別対策事業(新規)

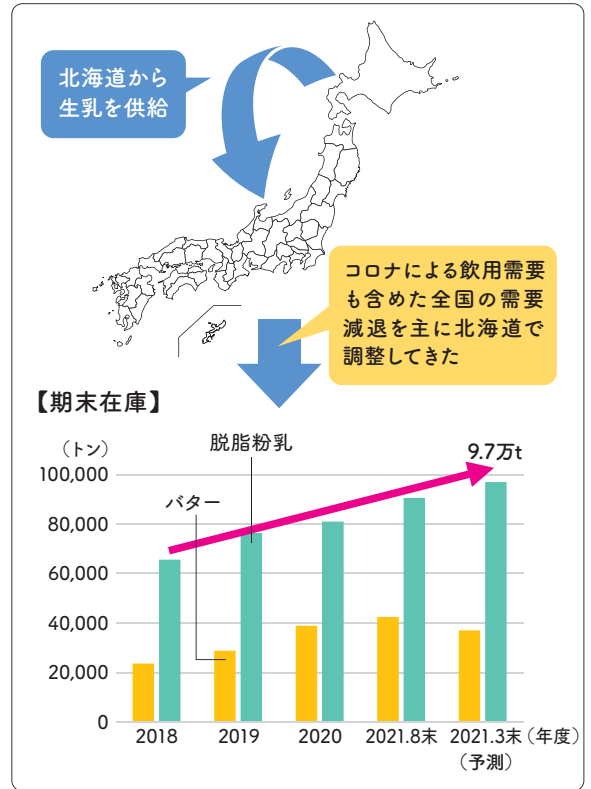
2022年度から生産者・乳業者の協力により新たに実施いたします。

日本の生乳需給は、国内生乳の仕向け先の半分以上を占める飲用需要へ優先的に供給するとともに、飲用需要等の変動を乳製品加工で調整し、酪農経営や乳業経営の安定を図る構造です。

近年では、都府県の生乳生産量が減少する中、不足分を主に北海道から移送することなどで、全国の生乳需給を調整する構造となっており、その依存度はますます高まっています。

新型コロナウイルス感染拡大により、学校の一斉休校から始まるさまざまな行動制限によって、需要が減少したため、乳製品加工で調整を図ってきましたが、新型コロナウイルスの影響が続くことにより、乳製品在庫が積み増しし、特に脱脂粉乳は過去最高の在庫水準で推移しています。また、需給調整の負担が一部の地域及び乳業者に集中するなどの需給緩和における問題が顕在化しております。

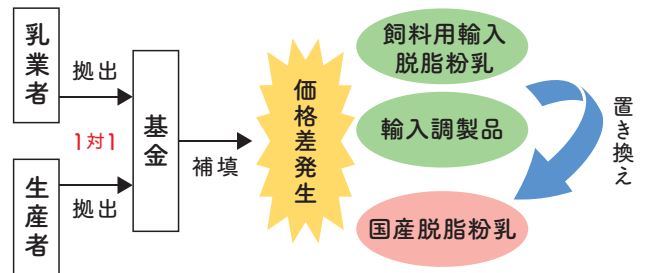
このような状況をそのまま放置すると需給調整の構造が破綻し、飲用市場も含めたミルクサプライチェーン全体の安定を保つことができなくなる恐れがあることから、農林水産省との共催で、2021年9～10月に生産者団体11組織、乳業メーカー17社及び全国連での意見交換会を計8回開催し、共通理解と在庫対策の考え方をまとめました。新型コロナウイルスの影響により増加する脱脂粉乳の在庫削減に向けて、生産者・乳業者拠出により酪農乳業在庫対策基金を造成して事業を実施いたします。



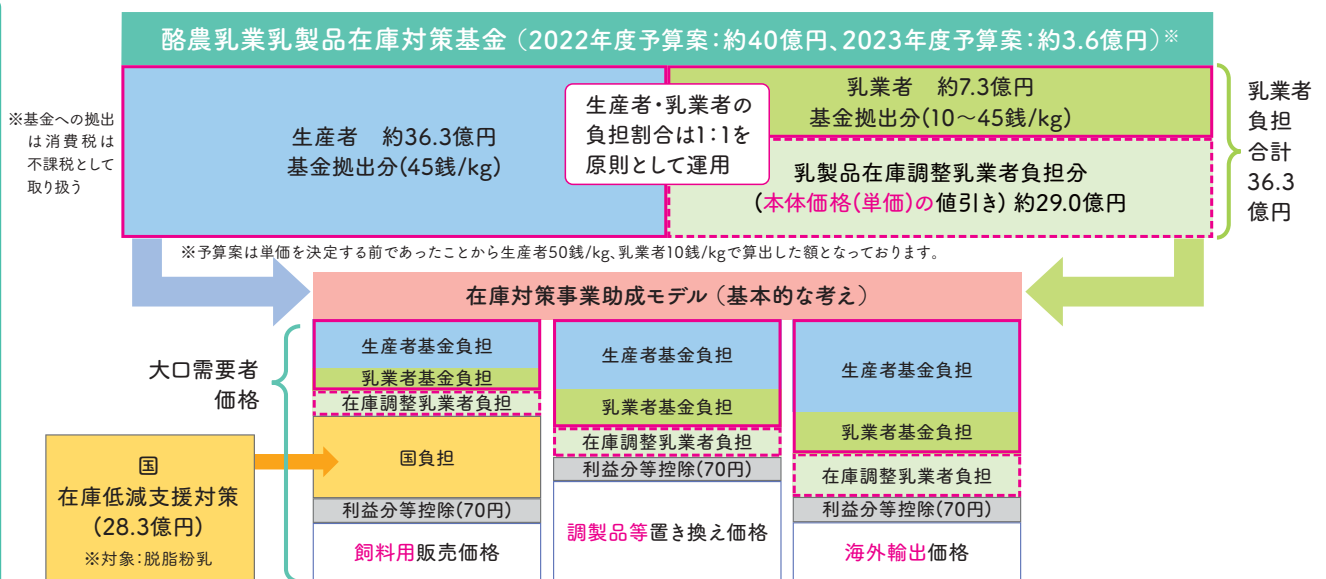
共通理解

コロナの影響による消費の減退が要因となっている在庫については、一部地域の問題ではなく、全国の生産者、乳業者の問題として、乳製品の在庫削減対策を緊急的に講じる必要がある。

在庫対策の基本的な考え方



基金の考え方



乳製品在庫対策基金造成への
ご協力について

全国すべての生産者及び乳業者を対象に、関係団体等のご協力を得て周知いただいております。より多くの業界関係者にご協力いただきますようお願い申し上げます。

詳細は
こちら



Jミルク 乳製品在庫調整

生乳及び牛乳乳製品需給の課題解決に向けた取り組み-2

2. 2022年度酪農乳業産業基盤強化特別対策事業(一部見直し)



酪農生産者向けの「酪農生産基盤強化総合対策事業」を組み替えて実施します。

- ①目的を「酪農生産基盤の回復・強化」から「酪農生産基盤の**堅持・強靭化**」へ変更
- ②乳用牛地域育成支援対策などの「生乳生産基盤強化支援事業」(牛の対策)を、「**酪農経営基盤の強化と需給動向に応じた生乳生産体制を整備するための取り組み**」の支援に組み替え
- ③「生乳生産基盤強化支援事業」の事業実施主体に**一般社団法人中央酪農会議**を追加し、北海道と都府県それぞれ一体的な取り組みを推進
- ④担い手確保・育成などを支援する「酪農持続可能性向上支援事業」は継続して実施

Jミルク 基盤強化

詳細はこちら



戦略ビジョンの推進と酪農乳業のSDGsに関する取り組み

2021年度に専門家8名、関係者21名で構成される酪農乳業SDGs推進ワーキングチームで3つの作業部会を設置しました。日本の実態や産業の特徴を十分に勘案し、政策や国際的な指標とも歩調を合わせ、**「持続可能性の視点からの現状評価・測定指標」**を検討し、その推進を図っていきます。

2025年には酪農乳業の持続可能な取り組みの推進体制と指針(ガイドライン)の活用を目指します。アニマルウェルフェアや労働安全・人権関係など早急な対応が求められる課題に対しては前倒しで対応します。



酪農生産作業部会

- 家畜福祉・乳牛の健康に配慮した飼養管理
- 労働従事者の労働環境

環境対策作業部会

- 耕畜連携による物質循環
- 温室効果ガスの削減
- 土壌・水の適切な維持管理

社会経済作業部会

- 酪農経営の所得向上・雇用による地域経済への貢献
- 酪農乳業産業の社会的地位の確立と向上・社会貢献の見える化

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
酪農生産作業部会	●特別委員会等 を設置 ●現状認識を関係者間でより深めるため、専門家による講演とレポートを発行(各5回)	●作業部会立上げ ●現地ヒアリング ●現状把握調査の検討	●個別課題・行動指針の検討 ●プレ調査 ●本調査の実施	●3つの作業部会の課題項目を統合した総合的な行動指針(ガイドライン)の試案を作成	●実践の協力が得られる酪農場や乳業でのモデル的実践と事例づくり	●行動指針(ガイドライン)を活用した全国的な取り組みの開始
環境対策作業部会		●作業部会立上げ ●現状把握調査の検討	●国内の実態を把握する ●個別課題・行動指針の検討			
社会経済作業部会		●作業部会立上げ ●酪農乳業のなかりせばを共有	●酪農乳業の社会貢献等を把握・広報 ●行動指針検討			

酪農乳業戦略ビジョン
特設サイト
※関係者限定サイトです



Jミルク 戦略ビジョン

最新・おすすめコンテンツのご紹介

JミルクのWebサイトをチェック!



需給情報・データベース



需給見通し・需給短信
※会員限定版あり

Jミルク 需給



データベース

Jミルク データベース

調査・研究



牛乳乳製品に関する
食生活動向調査

Jミルク 食生活動向調査



FACTBOOK
「疑似科学と牛乳」

FACTBOOK 疑似科学と牛乳

最新情報



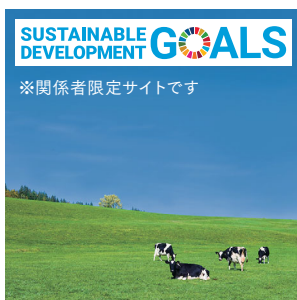
アカデミックリサーチ
アップデート
※国内外の研究

アカデミックリサーチアップデート



Jミルク
インテリジェンス
※国際情報

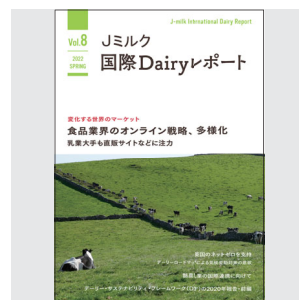
Jミルクインテリジェンス



酪農乳業
戦略ビジョンニュース
※SDGs関連情報

Jミルク 戦略ビジョン

季刊誌



国際Dairyレポート

Jミルク 国際Dairyレポート

ミルクレシピ・乳和食



ミルクレシピ

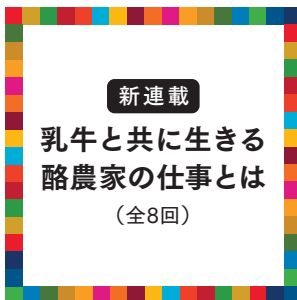
Jミルク レシピ



乳和食
New-Washoku
乳和食レシピ
介護レシピ
eラーニング

Jミルク 乳和食

コラム



乳牛と共に生きる
酪農家の仕事とは

Jミルク 乳牛と共に生きる



渋沢栄一と
酪農乳業のかかわり

渋沢栄一と酪農乳業

BOOK



持続可能な酪農
-SDGsへの貢献-

乳の学術連合 書籍 SDGs



東京ミルクものがたり
※シンポジウムの
アーカイブ配信中

Jミルク 東京ミルクものがたり

セミナーのお知らせ

ラウンドテーブル方式を取り入れた参加型シンポジウム

SDGsに対応するための酪農乳業界の具体的な取り組みも踏まえつつ、持続可能な社会に貢献するための施策や可能性について研究者らが意見交換します。下記サイトより事前登録の上、ぜひご参加ください。



テーマ 「持続可能な社会の実現に向けて酪農乳業がどのような貢献ができるのか」

開催日時: 6月21日(火)14時~16時30分(予定)

実施方法: ハイブリッド型 Zoomウェビナー

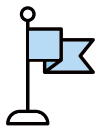
お申し込みはこちら



乳の学術連合

Jミルク SDGsウェビナー2022





2022年度もSNSでミルクを盛り上げます

ミルクと関わりのあるさまざまな業界ともコラボして、ミルクファンとそれぞれのファンと一緒に楽しめる企画を展開します。6月の牛乳の日・牛乳月間に向けたキャンペーンに、みなさんもぜひご参加ください。

4月-5月



公式SNSフォロー&写真・動画投稿でプレゼントが当たるキャンペーン!

詳細はこちら



MILK de TOAST! #ミルクで乾杯2022



牛乳や乳製品を使った「牛乳にあうトースト」をつくって、「#ミルクで乾杯2022」のハッシュタグとともに投稿すると、抽選ですてきなミルクグッズがもらえます。6月1日の「牛乳の日」に向けて、たくさんのご応募をお待ちしています。

- 共催 一般社団法人Jミルク、パン食普及協議会、日本紅茶協会
- 協力 一般社団法人全日本コーヒー協会

参加方法

Step 1 Jミルク公式SNSアカウントのいずれかをフォロー
 Instagram Twitter

Step 2 牛乳、バター、チーズ、ヨーグルト、生クリーム
のいずれか1つ以上を使ったトーストをつくって、
牛乳と一緒に★撮った写真や動画を撮影

Step 3 ハッシュタグ「#ミルクで乾杯2022」をつけて、
写真・動画をご自身のSNSに投稿

★牛乳をたっぷり使ったカフェオレやミルクティーもOK!

応募期間 2022年4月12日(火)~5月31日(火) (*1)

賞品 抽選で20名様に「牛乳パック型グラス」を
プレゼント (*2) (材質: ガラス、容量: 約230ml)

*1 期間中は何度でも投稿可能です(同一画像での重複投稿はご遠慮ください)。

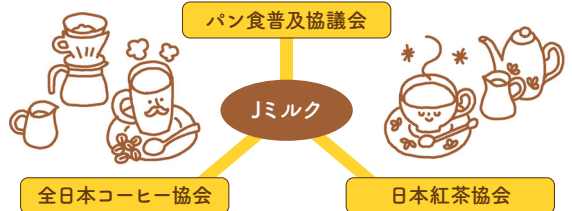
*2 抽選は2022年6月頃の予定です。当選者にはDM・メールで送付先などを確認します。

私たち、ミルクでつながりました。

パンやコーヒー、
紅茶ファンの
みなさまもぜひ
ご参加ください!



カフェオレや
ミルクティーを
使ったレシピを
SNSでご紹介!



20
名様



公式
Instagram



公式
Twitter



6月

予告

牛乳の日・牛乳月間 ミルクでつながるありがとうの輪 「#ミルクのバトンリレー2022」



World Milk Day 6.1
JAPAN

牛やミルクへの感謝を伝え合うリレー企画を昨年に続いて実施。牛乳乳製品や酪農乳業のSDGsにつながる身近な工夫をシェアする「教えて!あなたのSDGs」。日頃の暮らしに取り入れるアイデアも教えてください。※5月初旬公開

Jミルク 牛乳の日・牛乳月間



詳細は
こちら



●「愛してミルク?」ツールを無償提供 (在庫限り)

CHECK!

給食のない日も牛乳飲もう▼
(p2-4)

部員募集中▼ (p15)



日本中のミルクファンみなさま、
牛乳に関わるお仕事みなさま
一緒に投稿しませんか？

牛乳・乳製品を使った料理を作り、ご自身のSNSでハッシュタグ「#牛乳料理部」をつけて投稿すればあなたも部員！



一緒に活動しませんか？



最新情報はメルマガで！

みなさまにいち早くJミルクのコンテンツ情報をお届けしたい！
毎月1日、メールマガジンを配信しています。ぜひご登録ください😊

お申し込み方法

①お名前 ②ご所属 ③メールアドレスをご記入の上、下記までご連絡ください。

✉ milkday@j-milk.jp

メルマガ会員募集中！



Googleフォームからも登録できます



Jミルクメルマガ

編集後記

2022年度からJミルクレポートは年2回の発行に変更します。酪農乳業と牛乳乳製品の存在価値をさらに高めるため、引き続き、全国の酪農乳業関係者の取り組みや思いを、SNSでより身近に広く発信することを強化します。つながりや交流がより一層深まるよう努め、皆さまと共にこの難局を乗り越えていきたい所存です。

✉ info@j-milk.jp (ご意見・ご感想お待ちしております)

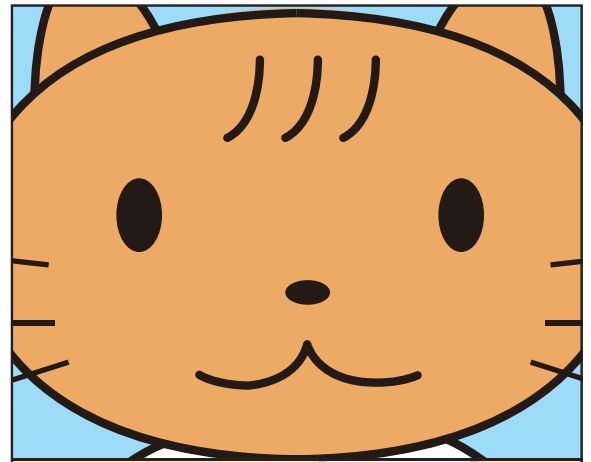


J-MILK REPORT (Jミルクレポート)
バックナンバーはこちら



牛乳大好き新入社員
ロクイチくん
ROKUICHI-KUN

視聴はこちら





2 新プロジェクト

給食のない日にも牛乳を飲もう!

■ インタビュー

長島 美保子さん(公益社団法人 全国学校栄養士協議会 会長)
児玉 浩子さん(帝京平成大学大学院 健康科学研究科 特任教授)

5 j-milk School -Cooking-

牛乳を食べよう!

6 Q&A Vol.4

最新研究でわかった!

ミルクの気になるギモンQ&A

8 SNS特集

これから始めるSNS活用

今さら聞けない基礎基本をわかりやすく解説

10 Jミルク 2022年度事業計画の概要

- 特に考慮する視点
- 生乳及び牛乳乳製品需給の課題解決に向けた取り組み
- 戦略ビジョンの推進と酪農乳業のSDGsに関する取り組み

13 コンテンツ紹介

- 最新・おすすめコンテンツのご紹介
- セミナーのお知らせ

14 2022年度もSNSでミルクを盛り上げます

- 4月～5月:「MILK de TOAST! #ミルクで乾杯2022」
- 6月(予告):牛乳の日・牛乳月間

15 Information

表紙・裏表紙イラスト:佐藤 香苗さん(イラストレーター)



一般社団法人 Jミルク
Japan Dairy Association (J-milk)

J-MILK REPORT Vol.44 SPRING / SUMMER 2022 | 発行日/2022年4月 編集・発行/一般社団法人 Jミルク

〒101-0062 東京都千代田区神田駿河台2-1-20 お茶の水ユニオンビル5階 TEL 03-5577-7492 FAX 03-5577-3236

✉ info@j-milk.jp 🌐 <https://www.j-milk.jp> 📘 <https://www.facebook.com/jmilkjp>

📷 j_milk_official 🐦 @Jmilkofficial 📺 YouTube公式チャンネル

2022年度生乳需要基盤確保事業 独立行政法人農畜産業振興機構 後援