

J-MILK REPORT

私たちはミルクでつながっています

SPRING / SUMMER 2023 Vol.46



- 2 土日ミルク
全国で広まれ!「土日ミルク」
 - 4 乳和食・インタビュー ～北海道別海町～
生乳生産量・日本一の町が挑む
“乳和食で食育推進”計画
■ 別海町役場
■ 別海町立上西春別中学校
■ 北海道中標津農業高等学校
 - 8 Q&A Vol.6
最新研究でわかった!
ミルクの気になるギモンQ&A
■ 日本人の女性は痩せている人が多いって本当?
■ 痩せているとどんなリスクがあるの?
 - 10 牛乳でスマイルプロジェクト
つながりが生む酪農乳業の新たな価値
～「牛乳でスマイルプロジェクト」活動事例～
■ 岡山こぼしーランド
■ ハウス食品株式会社
 - 12 研究・調査
「学校給食用牛乳」等に関する研究・調査
 - 13 国際関連情報
 - 14 Jミルクの最新コンテンツ
 - 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.46 SPRING / SUMMER 2023 | 発行日/2023年5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

2023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



特設サイトは
こちら



土日ミルク

全国で広まれ！「土日ミルク」

コロナ禍を経て顕著になった生乳需給の課題に対し、学校給食がない日も「子どもが毎日牛乳を飲む習慣を定着させる」ことでその解決に挑む「土日ミルク」。全国各地の関係者に周知され活用いただくことで消費者への認知を高めたく、2022年度の取り組みを中心に紹介します。

「土日ミルク」ができるまで

2022年	2023年
2月	12月
3月	1月
4月	2月
	3月

2022年一斉休校中、家庭での牛乳飲用を調査したリーフレットを作成①

「給食のない日」に牛乳飲もう！プロジェクト発動

「給食のない日」に家庭で牛乳飲用を習慣化できるコンテンツの制作開始②

「土日ミルク」特設サイト開設④

「土日ミルク」記者発表会③

全国の小学校へ「土日ミルク」啓発ツール（ポスター、リーフレット&シールセット）を配布

専門家・インフルエンサーを活用した情報発信⑤

学校連携プログラムの開発⑦
「土日ミルク食堂」オープン⑥

1 リーフレット



「給食のない日」はカルシウム不足になるという過去の調査結果を踏まえて制作。

2 リーフレット&シールセット



毎日牛乳を飲むことの大切さを学べるレシピ付きリーフレット。シールは、休みの日専用のマイコップを作って「牧場から食卓へ牛乳が届くまで」を30日間楽しめる。

3 記者発表会



小中学生及び保護者をターゲットに、酪農乳業関係者、学校、地域等と連携して、「土日ミルク」の名称で取り組みを開始することを発表した。「牛乳でスマイルプロジェクト」の一環として実施。

4 特設サイト



「土日ミルク」関連のレシピやコラムなど、コンテンツをストックし、消費者との情報のハブとなる機能を持たせ、牛乳飲用の重要性を訴求することを目的に開設。

5 SNS施策・編集タイアップ・レシピ開発



SNSでは育児、おうちごはんなどのテーマで、保護者をターゲットに情報発信。旬のインフルエンサーと健康・栄養の専門家の対談記事は目標の1万PVを超える結果に。アカデミックな訴求でターゲット層の納得感を深めた。料理インフルエンサーによる「土日ミルクレシピ」も開発し、対談記事と共に特設サイトへ展開した。

今後の展開

2022年度は「土日ミルク」という新たな社会記号を提唱し、関係者との共創で普及・浸透させ、子どもの栄養問題を背景に理解を促す仕掛けでアプローチした。2023年度は酪農乳業関係者や「牛乳でスマイルプロジェクト」メンバーのほか、学校関係者や栄養士と具体的に連携した活動を展開。また「土日ミルク食堂」のコンテンツをパッケージ化する予定。

平日と比べ土日に変化が生じるのは、「昼＝ランチ」に「給食＝牛乳」がないことだ。生活習慣の変化に伴う課題に最適化した「土日の昼」に牛乳を取りたくなるシーンを具現化していく。

土日ミルク

お問い合わせ

コミュニケーショングループ

milkday@j-milk.jp

6

「土日ミルク食堂」3/17(金)プレオープン、3/25(土)・26(日)限定オープン

▼47都道府県の給食牛乳マップ&学乳パックの展示



▼「土日ミルク」啓発ツール(シール)を活用したワークショップ



▼「牛乳200ml+トッピングメニュー(全7種)」が試飲できるキッチンカー



子どもとその保護者が牛乳を「飲む」「見る」「食べる」「遊ぶ」「考える」など、さまざまな角度から体感する場として3月の土日限定で開催。メディアの話題化を促進するため、前週にメディア発表会を兼ねてプレオープン。SNSでは51件のニュース記事、Twitterは1日平均125リツイートとなった(3/16~3/31)。「牛乳でスマイルプロジェクト」メンバーの(働)ゼンリン制作「みんなの声で作った小学校の給食牛乳マップ」と共に全国の学乳パックを展示。ワークショップやキッチンカーの他、全国7か所のご当地牛乳の試飲や「土日ミルクレシピ」の試食を無償提供した。

▼子どもと考える「土日ミルク」アイデアボード



▼「牛乳でスマイルプロジェクト」メンバーとの連携



飲食スペースに「土日ミルク」ロゴのメモ帳を置き、親子で「土日ミルク」について考える機会を作った。酪農家、乳業メーカー、生産者団体、ミルクインフルエンサーと連携し、人形劇やオンライン牧場体験、スペシャルトーク企画などで日本の酪農と国産の牛乳・乳製品の魅力を発信した。

7

学校連携の授業企画「なりきり広告クリエイター」



「給食のない日」も牛乳を飲む重要性を子どもから保護者へ伝える広告を制作する授業プログラムを開発中。牛乳を購入する保護者には子どもからのアプローチが響くため、広告授業という立て付けを通してテーマを訴求する仕掛け。

酪農乳業団体の活用事例

●(一社)日本乳業協会



人気クリエイターうのき氏とのコラボ企画「教えて!!牛乳先生」のアニメーション動画(第2話「寺子屋編」)で「土日ミルク」を活用した。※日本乳業協会 公式Twitter参照

●ホクレン農業協同組合連合会



プロ野球・北海道日本ハムファイターズの新本拠地「エスコンフィールドHOKKAIDO」で開催したミルクランド北海道のイベントで「土日ミルク」啓発ツールを配布した。

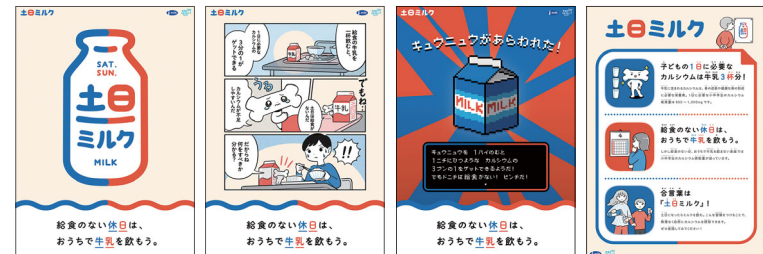
「土日ミルク」啓発ツール

「土日ミルクロゴ」ポスター、リーフレット&シールセットを牛乳月間に無償提供!

▼「土日ミルクロゴ」ポスター(A2サイズ)

ポスター4種▶ダウンロード可能

詳細はこちら



生乳生産量・日本一の町が挑む “乳和食で食育推進”計画

日本一の生乳生産量を誇る北海道・別海町では、2018年から「食育・地産地消推進計画」で「乳和食の推進」を掲げ、学校や地域での食育のさまざまな場面で乳和食を活用した取り組みが行われています。別海町立上西春別中学校が実施する「乳和食」による町のPR活動を中心に、2022年度までの活動と今後の展開を取材しました。



地場産物の牛乳に着目 別海町らしい食育施策に

根室半島と知床半島の中間に位置する別海町では、広大な根釧台地と冷涼な気候の下、明治の開拓期から酪農が営まれてきました。戦後は国の酪農集約地域に指定され大規模化や機械化が進展。現在、600戸以上の酪農家が11万頭余りの乳牛を飼養し、生乳生産量は年間約50万トンに上ります。

町内には複数の牛乳・乳製品工場もあり、酪農乳業は地域の基幹産業になっています。地平線まで続く牧草地で放牧牛が草を食む光景は、日本が誇る酪農王国の象徴です。

町は2018年に、「別海町食育・地産

地消推進計画」を策定しました。「健康な食生活につながる食育」「地産地消による安全・安心な食」「食の楽しみと感謝の心をはぐくむ取組」を基本目標とする5ヶ年計画で、その具体策の一つに「牛乳を使用した乳和食の推進」を挙げています。

「地場産物の牛乳を活用した安心安全で健康な食生活の実現は、別海町らしさのある食育・地産地消推進策です。その上で、牛乳を毎日の食事に取り入れる新たな手立てとして乳和食を提案していきます」。別海町役場の皆川好太郎さんはこう説明します。

町では乳和食の認知向上を後押しする施策として、地域の食育を担う管理栄養士や酪農関係者らを対象とする講習会などを通じて、乳和食の概念や調理法を普及してきました。参加した管理栄養士が学校の食育活動を支援するなど、地域への波及効果も出ています。

一方、食や栄養の専門家ではない一般の町民には、「乳和食とは何か?」をよりわかりやすく伝える場が必要になります。

「単なる牛乳を使った和食ではなく、味も見た目も変えずに減塩した和食であると理解してもらうことに、当初は難しさを感じました」と皆川さんも振り返ります。

そこで企画したのが、町主催の乳和食オリジナルレシピコンテスト。町民自ら

乳和食を扱う学校が出てきました。別海町立上西春別中学校では4年前から、2年生の家庭科と総合的な学習の時間で実践中です。

「地域の食文化の理解・地域食材を用いた和食調理」という家庭科の学習内容と、総合的な学習の「ふるさと教育」を組み合わせたカリキュラムで、生徒たちは早瀬香織主幹教諭の指導で乳和食レシピの考案と地域内外へのPR活動に取り組んでいます。

2022年度の実践は10月から開始。導入として、町内の酪農家と、地元の乳

業メーカーであるべつかい乳業興社の職員を招き、町の酪農産物や牛乳について学びました。

後日、管理栄養士で乳和食開発者の小山浩子さんを講師に迎えた4時間の授業を実施しました。

授業ではまず座学で乳和食の定義や特徴、塩分過多やカルシウム不足などの日本人の食生活課題、牛乳の栄養素とその働きなどを学習してから調理実習へ。生徒たちは「かぼちゃのそぼろ煮」の加熱調理の過程で牛乳が無色透明になっていくことや、牛乳の味や匂いを感じず、



㊦乳和食開発者の小山浩子さんを迎えた授業。「乳和食とは何か?」を理解した上でグループごとにオリジナルレシピを考案。㊧来場いただく地域のお客様に「来て良かった」と思ってもらえる試食会にするため、料理だけでなく会場設営にも心を込めて準備した。

12月には成果発表の場として、保護者や酪農関係者らを招いた試食会を開き、グループごとにそれぞれのレシピの魅力をプレゼンしました。この場で乳和食を初めて口にする保護者も多く、「もっと牛乳感を出したほうがいい」といった感想も。これに対し、生徒たちがこれまでに学んだ乳和食の定義を説明することで、保護者の乳和食への理解が深まるという交流も見られました。

各グループが考案したレシピは乳和食として認定され、「ミルク・乳和食公式サイト内「みんなで乳和食」に掲載されています。道東の郷土料理・鉄砲汁をアレンジしてミルクみそやホエイを取り入れた「道東カニミルク」、トウモロコシやじゃがいもをミルク衣で揚げる「ミルク♡かきあげ」のほか、牛乳を使うことで砂糖を減らした乳和菓子もあります。

ふるさとの魅力を発見 キャリア教育的な成果も

食塩量を減らしても味がしっかりといるといった乳和食の特徴を、調理と試食から体験的に学びました。授業後半は5つのグループに分かれて、オリジナル乳和食レシピを検討しました。

その後も、小山さんや地元出身の管理栄養士・佐久間かおりさんによる継続的なアドバイスを受けながらレシピを完成させました。



2021年度の別海町・乳和食オリジナルレシピコンテストで最優秀賞に選ばれた「サーモンのホエイ漬け丼」など、入選作を集めた冊子を制作して乳和食のメリットをPRした。



「乳和食が地元の伝統料理になれば」と語る別海町役場農政課の皆川好太郎さん。



中学校の試食会には中標津農業高校も参加し、乳和食の「茶碗蒸し」を紹介。

つながる実践として、生徒による乳和食のレシピ開発や普及活動を取り入れています。

数年前、乳加工研究班の生徒がインターネットで乳和食の存在を知り、牛乳の利用価値向上や消費拡大につながる新たなアイデアとして注目したことをきっかけに、研究班の活動としてレシピ開発に取り組みました。

指導する佐藤晶彦教諭は、「オリジナルレシピの開発はまだ初期段階。生徒の自由な発想と若い力を生かしてさまざまな可能性を探っているところです」と話します。



生徒たちが考案した乳和食。「MILK♡かきあげ」(上段左)、「みるあんかすていら」(右)、「北の大地大福」(下段左)、「道東カニミルク」(中)、「きなこみるもち」。

保護者らを迎えた試食会での人気投票1位は「MILK♡かきあげ」。サクサクした食感が好評だった。

同校の敷地内には牛舎と放牧場があり、教育活動の中で生徒たち自身が乳牛の飼育と生乳生産、チーズなど加工品の製造を行っています。

また、各自の興味関心に応じて課題を追究する研究班活動もあり、乳加工研究班では、生乳の消費拡大につながる技術や製品化の研究に取り組んでいます。

酪農現場を身近に感じられる環境だけに、コロナ禍における生乳需要の減少や、生乳廃棄リスクといった地域課題に対する生徒たちの意識も高いとのこと。牛乳消費拡大に

3学期には、乳和食を活用して別海町の魅力を外部に発信する活動に取り組みました。料理情報サイト「クックパッド」にレシピを投稿したほか、全国のメディアへの情報発信、自作の漫画を使ったパンフレットの制作、レシピを紹介するショート動画やポータルサイトの制作などを行いました。

学習後の生徒たちからは、「別海町や別海牛乳を誇りに思う」、「健康的で牛乳の消費拡大にもつながる乳和食が世界に広まってほしい」といった感想が出ているそうです。

早瀬主幹教諭は、「活動に協力してくれる大人たちが身近にいることに気づ

けたことも大きい。地域の環境や産物、人々の魅力を知ることによってキャリア教育にもなる、広がりのある実践だと思えます」と手応えを感じています。

地域が抱える課題解決へ 農業高生も乳和食に注目

上西春別中学校の試食会には、隣の中標津町にある北海道中標津農業高等学校の生徒たちも参加しています。

中標津町は、別海町に次いで生乳生産量が全国2位。通称「牛乳で乾杯条例」を制定するなど、町ぐるみの消費拡大にも熱心です。

2022年度には、研究班で試作した茶碗蒸しを上西春別中学校の試食会に持ち込み、中学生にアンケート調査を行いました。ほかにも、北海道乳和食推進リーダーである酪農学園大学(江別市)の宮崎早花講師による調理実習を実施しています。

生徒たちは一連の学習を通じて、牛乳をそのまま飲んだり、従来のように加工したりするだけでなく、乳和食として利用することでさまざまなメリットが生まれることに気づきました。

「農業高校生として食を学ぶ上で、新たな視点からの製品開発や、食への興味や関心を深める契機をつくることがひとつの成果」と佐藤教諭は話します。

乳和食認知率35%増 第2次計画が今年度から

別海町の食育・地産地消推進計画は、2022年度で当初予定の5年間を終えました。役場の皆川さんは成果として、「食育を担う関係者や町民に乳和食という言葉や調理法が認知されてきたこと、小山さんをはじめとする専門家や外部団体とのつながりができたこと」を挙げています。

町が住民を対象に行った調査では、2018年の計画開始時に

乳和食パンフレット
by 上西春別中学校
2-A (2022年度)

その君！
乳和食を知ってる？
乳和食はここがスゴイ
のたくさんが

これまでの学習のアウトプットの1つとして、みんなで作り上げた乳和食レシピを漫画にしたパンフレットを制作し、町内の施設や学校へ配布するPR活動を行った。

「乳和食を通して、地元の牛乳や食材のおいしさ、さらには別海町の魅力を多くの人へ伝えたい」という生徒たちの願いが届きますように。

材料
完成!!!
次の日



「ふるさと教育としてこの単元を設計しました」と語る早瀬香織主幹教諭。「子どもの活動に関わることで、大人も自分たちの地域や仕事に夢を持てるので、大人のキャリア教育にもなっていると思います」

きっかけになれるのではないかと話します。

乳和食の理解認知から、家庭や地域の食としての普及・定着へ。新たな目標に向かう別海町の今後の取り組みが注目されます。

New-Washoku

これからもNEWなおいしさ
「乳和食」は10周年

乳和食公式サイトはこちら

Jミルク 乳和食



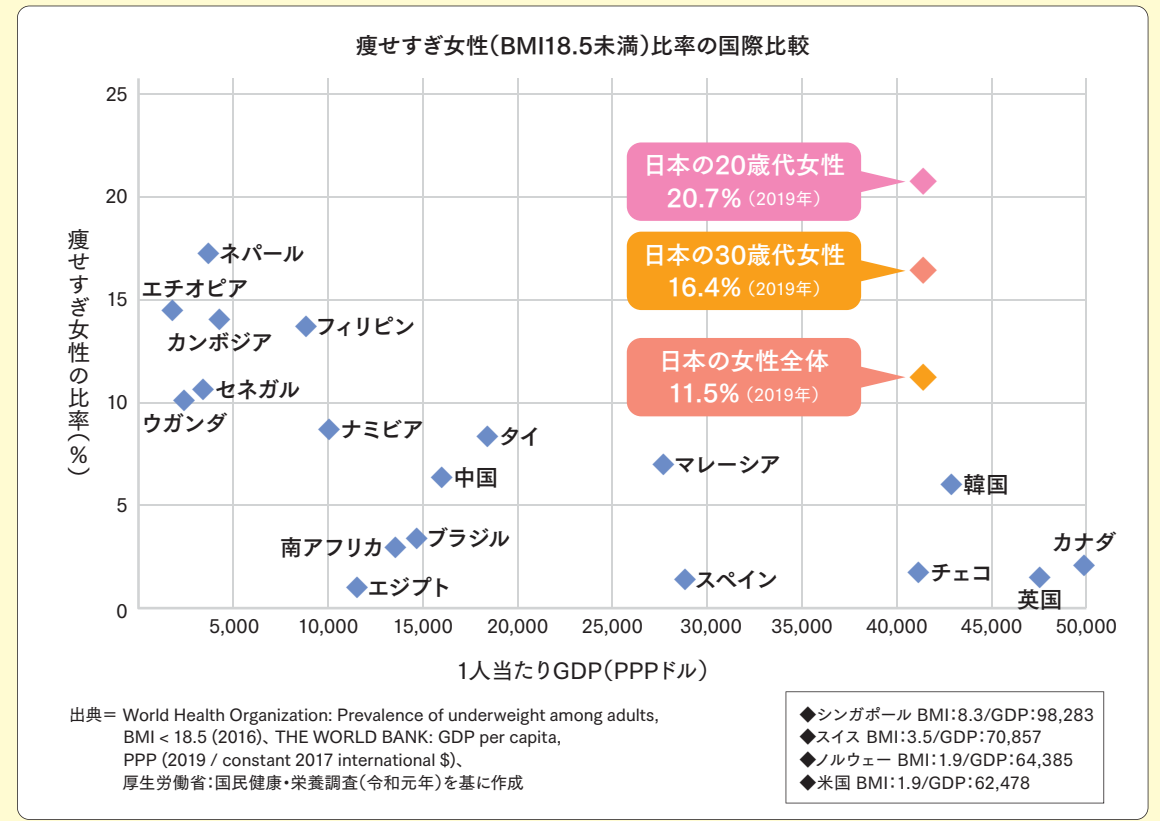
ネットなどのメディアを通じて、牛乳・乳製品に関するたくさんの情報が発信されています。科学的な知見やデータだけでなく、中には真偽のはっきりしない「ウワサ」や「ギモン」も。このシリーズでは、そんな気になる疑問を取り上げて、Jミルクの担当者が最新の研究成果を基にわかりやすく解説します。

今回は、日本の若い女性の間で近年増えている「痩せ過ぎ」と、将来の健康リスクとの関係について取り上げます。

日本人の女性は 痩せている人が多いって本当？

世界では2つの栄養問題が顕在化しているとされています。一つは、先進国で見られる「過剰栄養」による生活習慣病などの増加で、もう一つは、発展途上国で見られる「低栄養」による感染症等の増加などです。これを「栄養障害の二重負荷」と呼んでいます。下の図は、痩せ過ぎ(BMI18.5未満)女性比率の国際比較を示しています。国内総生産(GDP)が高い、すなわち豊かな国では、痩せ過ぎ女性の比率は低くなっていますが、GDPが低い国、すなわち貧しい国では飢餓に苦しむ人が多いため、痩せ過ぎ女性の比率は高くなっています。しかし、日本はGDPが高いにもかかわらず、

痩せ過ぎ女性の比率は発展途上国並みに高くなっており、特に20歳代の痩せ過ぎ女性の比率は20%を超えています。女性の場合は、「痩せ願望」で極端なダイエットから「低栄養」になっている可能性があります。一方で男性の場合は、20歳を超えると過剰栄養で肥満が増加しており、日本は低栄養と過剰栄養の2つの栄養問題が混在する特異な国であると言えます。特に、若い女性の痩せ過ぎ問題に関しては、将来だけでなく次世代の健康にも影響を及ぼす可能性があるため、厚生労働省が対策強化に乗り出しています。では、若い女性の痩せ過ぎがこういった健康障害をもたらすのでしょうか。



Q 痩せているとどんなリスクがあるの？

最近報告された論文によると、国内の病院で出産直後の骨密度を測定したところ、測定した1,079名(平均年齢33.5歳)のうち536名(49.8%)が骨量減少または骨粗鬆症と診断され、特に20歳代の痩せ過ぎ女性の実に70%超が骨量減少または骨粗鬆症であると診断されています。このデータを当てはめると、日本では20歳代の20%が痩せ過ぎとされており、その70%超が骨量低下状態にあることになります。このように、痩せ過ぎが骨粗鬆症による骨折や、高齢期の寝たきりの大きなリスク要因になることは明らかです。カルシウム摂取に関して、成人女性の1日推奨量は650mgですが、2019年

国民健康・栄養調査では、18~29歳の女性の平均摂取量は435mgで極めて不足している状況です。高齢になってからカルシウムを摂取しても骨密度の低下に歯止めをかけることは難しいため、若いころから牛乳・乳製品などを摂取してコツコツとカルシウムをため込んでおくことが重要です。また、痩せ過ぎは筋肉量も低下しており、将来フレイルから要介護になるリスクも高いと言えます。さらに、痩せ過ぎ女性の増加にともない、出生体重が2,500g未満の低出生体重児が増加しており、出生時体重が低い子どもは成長後に糖尿病などの生活習慣病を発症しやすいことも明らかになっています。

リスク 1

骨粗鬆症

リスク 2

フレイル
健康と要介護の中間の状態

- 体重減少
- 握力低下
- 歩行速度の低下
- 疲労感がある
- 身体活動量の低下

リスク 3

低出生体重児 → メタボリックシンドローム → 心血管障害

- 肥満
- 高血圧
- 耐糖能異常
- 高脂血症
- 狭心症
- 心筋梗塞

2500g以下の低出生体重児は成人後のメタボリックシンドローム発症のハイリスク群であり、心血管障害による死亡のリスク因子である。

ACADEMIC RESEARCH Up date Vol.32

QRコード

Jミルク アカデミックリサーチ

あ と が き

Shuji Ikegami

若い女性の痩せ過ぎは、成長後の健康問題にとどまらず、次世代の健康にも大きな影響を及ぼします。「牛乳を飲むと太る」という誤った情報から牛乳を敬遠する女性が多いようです。幼少期から牛乳・乳製品を取り入れたバランスの良い食事習慣で、将来に備えた健康な身体づくりを心がけましょう。

学術調査グループ 部長 池上 秀二 info@j-milk.jp

酪農乳業の価値向上や牛乳・乳製品の消費拡大を目指して昨年6月にスタートした「牛乳でスマイルプロジェクト」。参加メンバーのみなさんに、プロジェクトへの思いや期待、活動を通じて得られたものなどをお聞きました。

参加登録は
こちら



01

岡山県瀬戸内市 酪農家 小橋敏行（こはしとしゆき）さん

小橋さんはPodcast「ポッドキャスト」などで積極的に情報発信をされていますね。

私は東京での会社勤務などを経て、2017年に地元岡山へ戻り、両親が営んでいた牧場に就農しました。作業時の気分転換にラジオや音楽を聞きはじめ、そのうちポッドキャストを知り、自分も発信したいと思ったことが活動のきっかけです。

すきま時間に録音できて編集も不要なので負担感はありません。一人の酪農家の日常を、プライベートなことも含めて音声で毎日配信しています。文字ではなく声で届けるから聞き手の想像力も膨らみ、リアルだからこそ伝わる魅力があると考えました。



マイクを付けたスマホを手にポッドキャストの生配信。酪農家のリアルな日常を文字通り現場から伝える。

※Podcast（ポッドキャスト）：スマートフォンやパソコンから視聴できる保存型の音声コンテンツ。インターネット上のラジオ番組のようなもの。

「ワイの推し酪を
聞け選手権」



私が配信を開始したころから酪農情勢は厳しくなっていました。現状を隠さず伝えることで、牛乳や酪農の価値を高めたという気持ちで発信を続けています。

リスナーさんからは「教えてくれてありがとう、応援します」というコメントを多くいただきます。消費者の信頼を得る手段としても、声での発信は有効だと思っています。

「牛乳でスマイルプロジェクト」に参加した経緯と活動内容を。

ポッドキャストをきっかけに、富山県の酪農家「one・two」の青沼光さんと知り合い、コラボ配信をする仲間になりました。

昨年10月には、農系ポッドキャスト「ベジフル大百科」の「CROSS」に二人でゲスト出演。福岡県の農家が発信するネットラジオ番組「ノウカノタネ」の主要メンバーでもある久保田夕夏さんがパーソナリティをつとめる回でした。私たち酪農家の話を聞き、日本の酪農の危機を感じた久保田さんと3人で「牛乳でスマイルプロジェクト」



富山県の酪農家・青沼光さん（右上）と「ノウカノタネ」の久保田夕夏さん（下）と牛乳で乾杯。3人のつながりから、酪農家を応援する新たな活動が生まれた。

「飲料乳の不要期である春休みとゴールデンウィークに、SNSで「ワイの推し酪を聞け選手権」を企画しました。「酪農を今推さないでいつ推すんだ」という思いのもと、「#牛乳でスマイルプロジェクト」と「#推し酪」をつけて酪農の推しネタを投稿してもらってプレゼントキャンペーンです。賞品提供は、プロジェクトメンバーの酪農家、乳業メーカー、ユニフォームメーカー、写真家などに協力いただきました。「なぜ牛乳を飲んで酪農を支えないといけないのか？」「酪農家が減るとはどういうことか？」「酪農があるから得られるもの、守れるものは何か？」なども考慮した発信が広がることを願っています。



「複雑な業界だからこそ、壁を取り払って団結し、価値観を共有することが大切」と語る小橋さん。



「推し酪」を見つけて、活動を始めました。飲料乳の不要期である春休みとゴールデンウィークに、SNSで「ワイの推し酪を聞け選手権」を企画しました。「酪農を今推さないでいつ推すんだ」という思いのもと、「#牛乳でスマイルプロジェクト」と「#推し酪」をつけて酪農の推しネタを投稿してもらってプレゼントキャンペーンです。賞品提供は、プロジェクトメンバーの酪農家、乳業メーカー、ユニフォームメーカー、写真家などに協力いただきました。「なぜ牛乳を飲んで酪農を支えないといけないのか？」「酪農家が減るとはどういうことか？」「酪農があるから得られるもの、守れるものは何か？」なども考慮した発信が広がることを願っています。

酪農を考えると酪農家が増えていると言われる今、酪農家を推す・応援する声が高まることで、仲間に踏みとどまらなくていいという声も聞かれます。

「推し酪」を見つけて、活動を始めました。飲料乳の不要期である春休みとゴールデンウィークに、SNSで「ワイの推し酪を聞け選手権」を企画しました。「酪農を今推さないでいつ推すんだ」という思いのもと、「#牛乳でスマイルプロジェクト」と「#推し酪」をつけて酪農の推しネタを投稿してもらってプレゼントキャンペーンです。賞品提供は、プロジェクトメンバーの酪農家、乳業メーカー、ユニフォームメーカー、写真家などに協力いただきました。「なぜ牛乳を飲んで酪農を支えないといけないのか？」「酪農家が減るとはどういうことか？」「酪農があるから得られるもの、守れるものは何か？」なども考慮した発信が広がることを願っています。

酪農を考えると酪農家が増えていると言われる今、酪農家を推す・応援する声が高まることで、仲間に踏みとどまらなくていいという声も聞かれます。

02

ハウス食品株式会社

食品事業本部食品事業一部 齊木智博（さいきとむひろ）さん
食品事業本部食品事業一部 菅波実代（すがなみみよこ）さん

牛乳をたっぷり
使ったメニュー



ハウス食品さんは「牛乳でスマイルプロジェクト」の発足前から酪農を応援する取り組みをされていますね。

弊社には「フルーチェ」というロングセラー製品があります。例年1〜3月が販売のピークですが、年間を通して製品発売とともに店頭でのさまざまな販促活動を行っています。2021年、生乳需給の問題が大きく取り上げられた際、弊社も牛乳を使うこの製品で貢献したいと考え、店頭用パネルやPOPを制作していました。

そうした中、イトーヨーカ堂様からお声をいただき、牛乳消費の一つの提案として、牛乳売り場にフルーチェを置いて、セットで買って家庭で味わっていただくというセールを企画しました。



牛乳を200ml使用する製品であることを訴求し、牛乳消費を促した。

これが好評だったこともあり、同様の取り組みを他でも展開していることが社内で話し合ったことがありました。

プロジェクト参加後はどのような活動をされていますか。

弊社独自には、フルーチェのパネルやPOPに、スマイルプロジェクトのロゴを掲載してPRをしています。他社との連携では、スマイルプロジェクトの第1回交流会後に、明治様と一緒に何ができないかと検討して、「明治おいしい牛乳」とフルーチェのコラボレシピを両社のツイッターなどで発信しました。ちょうど需給問題が報じられていた2022年12月ですね。

また一部地域の乳業メーカー様と連携して、牛乳パック側面のPR欄にフルーチェのレシピとプロジェクトのロゴを載せて、牛乳の楽しみ方を提案するといった取り組みも行っています。

これらの制作物や事例は社内でも共有し、他企業様との打ち合わせなどで、私たちからスマイルプロジェクトの話も聞いていただいています。牛乳の消費という点では、弊社には多くの製品があります。例えばフルー



牛乳を使って調理する同社製品の一部。「北海道チャウダー」と「北海道シチュー」は原材料にも北海道産生乳を使用している。

チェは1袋4人分で牛乳を200ml使いますし、マカロニグラタンクイックアップは4皿分で400ml、「北海道チャウダー」は1箱（4人分×2）で合計800mlも使います。今後はフルーチェ以外のこうした製品にもスポットを当てて、活動を広げていければと思っています。

外部との連携のあり方についてはどうお考えですか。

今年3月、大阪・淀屋橋で開催された御堂筋マルシェというイベントに、和歌山県のJA紀の里様とのコラボで出店し、ご当地フルーツとフルーチェを使った「ゴトーチェ」を販売したところ、来場者から大きな反響がありました。

ここで使った果物は、サイズや形が揃いで店頭で売りにくい規格外品でしたが、弊社製品を組み合わせたこ

とでうまく活用することができました。こうした地域レベルの課題の解決に、製品を通して貢献できるようなコラボは今後も積極的に取り組んでいきたいです。

プロジェクトの今後への期待や、御社としての思いを。

プロジェクトの認知度が高まると高まれば、各社の営業担当が流通企業に提案する際にもさらに活用できそうです。今は各企業が個別に取り組みながら、コラボをしたりという形ですが、旗振り役になる主体や事例が今後出てくることで、参加メンバーもより活動がしやすくなるでしょう。

弊社には牛乳と関わりが深い製品が多くあり、長年にわたってお客様に親しまれています。これからではなく「これからも」、スマイルプロジェクトを含めたさまざまな場で、牛乳の消費を応援していきたいと考えています。



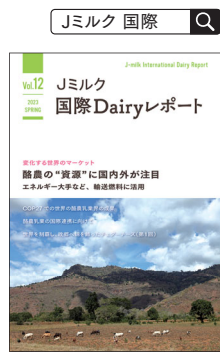
齊木智博さん（左）と菅波実代さんの部署では「フルーチェ」の他、グラタンも扱う。「牛乳をたくさん使う製品なので、今後はグラタンを使ったPRもしてみたい」と話す。



酪農乳業の国際情報をWebサイトに集約

国際グループ 部長 新光 一郎

最新の国際情報を身近に活用いただけるよう、コンテンツの一層の充実を図るとともに、Webサイト上に整理統合しています。Jミルクが加盟するIDF、GDP、IFCNなどの国際組織との連携から得られる国際情報が、国内の諸課題の解決のヒントになれば幸いです。今年度、情報誌「国際Dairyレポート」をリニューアルします。



GDPドナルド・ムーア専務理事が来日

国際グループ 課長 齋藤 真人

2023年4月5日にJミルクの会合にて講演され、8～9日には北海道の酪農現場を視察されました。気候変動対策等、酪農乳業の持続可能性に対する取り組みを加速させる海外と日本の状況について、相互理解を深める国際交流の機会となりました。GDPは世界的な牛乳普及イベントである「世界牛乳の日(World Milk Day)」にも取り組んでいます。

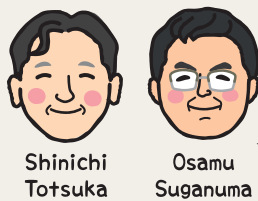


World Milk Day 2023

6月1日は世界中で牛乳の日



Masato Saito



Shinichi Totsuka Osamu Suganuma

IDF ワールドデーリーサミット 2023

2019年イスタンブールサミット以来の完全対面開催!

国際グループ 専任部長 戸塚 新一 国際グループ 参与 菅沼 修

- 日時: 2023年10月16日(月)～10月19日(木)
- 場所: 米国シカゴ
- 登録料: 6月30日までの早期登録で1,150米ドル(約15万円)
- 問い合わせ: idfjapan@j-milk.jp

世界の酪農乳業関係者が一堂に集まり、酪農乳業の限りなきポテンシャルと終わりなき可能性をテーマに、講演及び意見交換が行われます。



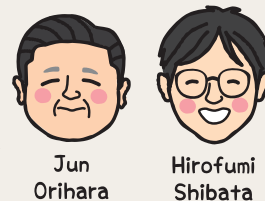
IDF WDS 2023

Jミルクが加盟するIFCNとは?

国際グループ 次長 折原 淳 生産流通グループ 兼 国際グループ 柴田 浩文

国際酪農比較ネットワーク(International Farm Comparison Network:IFCN)は、100以上の国々の酪農研究者や企業とのネットワークを利用して、酪農乳業に関するデータとその実態の情報収集・分析を行っています。そして、その比較分析をもとに、酪農乳業界の人々がより適切な意思決定を行うために必要な知識を会員に提供します。

Jミルクは2013年から加盟しており、わが国の酪農乳業データの国際発信に貢献してきました。



Jun Orihara Hirofumi Shibata



① 持続可能なフードシステムの形成に必要な地域酪農乳業

～乳の学術連合・共同研究～

期間 2022年度～2023年度

目的 わが国における持続可能なフードシステムの形成に関する地域酪農乳業の役割や課題、今後の展望、期待される姿について、学校給食用牛乳を事例に、包括的に構造化して検討しその方向性を探ります。

主な研究テーマ

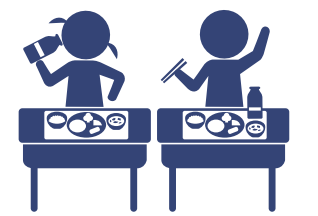
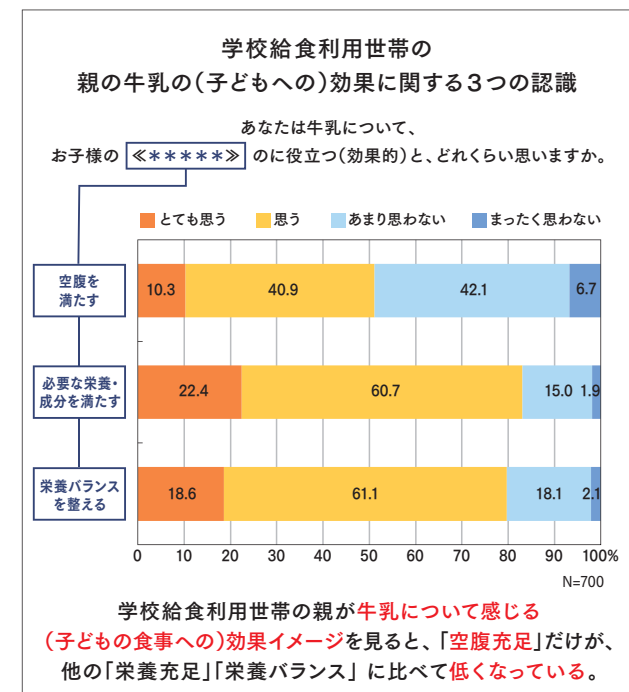
- (1) 児童生徒の食生活(栄養豊かな食品へのアクセス・子どもの貧困)の実態と子ども達の社会生活や成長における学校給食(特に牛乳)供給の役割・課題
- (2) 持続可能なローカル・フードシステムを実現するための学校給食(特に牛乳)のあり方とこれを実現するための地域社会(アクター間)の連携の仕組みや課題
- (3) 学校給食用牛乳の生産、加工、流通における環境に配慮した地域資源の利用最適化(地域循環)と課題
- (4) 学校給食用牛乳のバリューチェーンに関与するすべての関係者(貧困層の児童・生徒、地域の零細規模の乳業者など)に対する公平な価値分配のあり方や課題

② 休日の子どもの牛乳飲用を家庭で促進するために

Jミルク 食生活動向調査



2023年2月に子どもの保護者(男女、300人)を対象に、休日に子どもの牛乳飲用を促進する行動意識について調査を実施しました。休日の子どもの食事は空腹充足を大事にしている傾向。牛乳飲用を強く希望する親は、栄養の充足・バランス達成に課題を感じています。



研究チームメンバー

法政大学経営学部 教授 木村 純子(きむら じゅんこ)氏

高知大学教育研究部 人文社会科学系教育学部 准教授 柴 絵里(しば えり)氏

常葉大学 健康プロデュース学部 准教授 野末 みほ(のすえ みほ)氏

北海道大学農学部大学院 農学研究院 准教授 清水池 義治(しみずいけ よしはる)氏

尚絅大学現代文化学部 助教 光成 有香(みつなり ゆか)氏

乳の学術連合・乳の社会文化ネットワーク 幹事 前田 浩史(まえだ ひろふみ)氏



共同学術調査の様相(全国4地域で酪農家、乳業者、学校関係者、行政の方への現地ヒアリングを行っている)

今後の展開

2023年度中に全体の研究成果を共同論文としてまとめ、2024年度以降にシンポジウム等を通して関係者に報告するとともに、論集を出版する予定です。

③ 学乳供給事業者などに課題調査を実施

2022年の飲用牛乳等向けの乳価改定に伴う学乳価格の見直しの実態や、供給事業者の輸送コストや環境対策、リサイクル・飲み残し対策など、その課題解決に向けて、学乳供給事業者及び学乳推進事業の事業実施主体を対象に調査を実施し、116事業者から回答をいただきました。

主な調査結果

- ① 学乳の期中の価格見直しについて
酪農乳業関係者からは、学乳の価格決定の窓口となっている都道府県畜産部局の対応が期待されているが、都道府県が定める学乳供給に関する要領で期中改定(再入札等)が規定で定められているのは、新潟県、福井県、奈良県、岡山県、山口県、香川県、愛媛県、高知県、鹿児島県の9県とまだまだ少ない状況であることがわかった。
- ② 輸送コスト低減を実現するために必要な取り組み
隔日・前日配送や納入時間の柔軟な対応を要する乳業者が多く、すでに、隔日配送等を行っている乳業者があることから優良事例の共有を望む声がある。
- ③ 脱プラスチックへの対応
脱プラに対応しているまたは今後対応するが半数の回答となった。ビン供給を除くとほとんどの乳業者が脱プラの取り組みを実施または実施しようとしていることが明らかになった。

本調査結果を踏まえて、学校給食用牛乳の安定供給や課題解決に向けて、農林水産省に対して要請活動を6月に行う予定です。その結果については、別途関係者の皆様にお知らせいたします。

INFORMATION

2023年度もSNSでミルクを盛り上げます!

6月

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
 2023 6.1 THU ~ 6.30 FRI

6月1日は牛乳の日、6月は牛乳月間

#牛乳で乾杯

牛さんや国産の牛乳・乳製品のまわりには“ありがとう”が溢れています。
 毎年6月はSNSであなたの“ありがとう”を伝えてみませんか?

ミルクのバトンリレー 2023

「牛乳の日・牛乳月間」に参加しよう!

ツール無償提供中!

愛してミルクっ



World Milk Day 6.1 JAPAN

12~1月

#私のミルク鍋

12月中旬 スタート予定

今年もお楽しみに!

土日ミルク

牛乳でスマイル

j-milk

J-milk School

「牛乳大好き新入社員 ロクイチくん」新シーズン始動!

- vol.7 動物性食品と植物性食品どっちがいいの?
- vol.8 牛乳を飲むと太る?
- vol.9 この情報、本当に信じていいの?
- vol.10 コレステロールが心配だから牛乳を控えた方がいい?
- vol.11 牛乳はいつ飲むのがいいの?
- vol.12 牛乳は大人になってから飲むでも遅いんじゃない?

4月より
 毎1本ずつ
 公開中

監修: 女子栄養大学 栄養学部 上西 一弘 教授

ここにスマホのカメラをかざしてね

Jミルク 公式YouTubeチャンネルからご覧ください

Jミルク ロクイチくん

編集後記

日頃の地道な草の根活動で信頼関係を築き、Jミルクのコンテンツを活用いただきながら連携して取り組むことが、業界の明るい未来につながるかと信じています。業界内外の仲間をいかに作るか。感謝の気持ちを大切に、日々精進してまいります。



Hiroko Suzuki

コミュニケーショングループ 課長
 鈴木 浩子

✉ milkday@j-milk.jp

(ご意見・ご感想お待ちしております)

ごあいさつ



Masatoshi Uchihashi

専務理事 内橋 政敏

消費者の皆様には資材高騰など急激なコスト上昇による価格改定への理解をいただくことが喫緊の課題。持続的な業界の発展のため、需給の改善と共に、持続可能性に係る社会的課題への取り組みも欠かせません。Jミルクはこの危機を乗り越えられるよう、役職員一丸となって取り組みます。

2023年度
 オンライン
 事業説明会



各種対策事業は、JミルクWebサイトの「酪農乳業情報」をご覧ください。



Jミルクの最新コンテンツ

New-Washoku

新レシピ
 7品公開!



乳和食に“おつまみ”と“おやつ”が登場!

「こんにゃくとホエイ」の炒め物、「オートミールと牛乳」で作るおはぎ…意外な組み合わせだけどおいしい、不足しがちな食物繊維も摂れる乳和食です。簡単に作れるのでぜひお試しください。

レシピ: 料理家・管理栄養士 小山浩子さん

味の決め手は
 ホエイボン酢



ピリ辛ホエイこんにゃく

オートとミルクの組み合わせで
 栄養バランス◎



オートおはぎ

FACTBOOK「牛乳の栄養と機能 2023年版」



Shuji Ikegami



Hiroshi Iwamoto

学術調査グループ 部長 池上 秀二 学術調査グループ 次長 岩本 洋

皆様にご活用いただいている「牛乳乳製品の知識」の「牛乳の栄養と機能」の部分について、最新のデータをもとに図表などの見直しを行いました。また、栄養と機能に関する新たなエビデンスについても記載しています。牛乳・乳製品の価値を啓発する資料として活用いただければ幸いです。

Jミルク ファクトブック 牛乳の栄養と機能

6月
 公開予定



牛乳に関するギモンを動画で解説



Yuko Lafolie

コミュニケーショングループ 主任 ラフォリ 裕子

Jミルクが収集・紹介している国内外の研究情報を、オフィスを舞台にしたアニメ動画でお届けしています。新作を順次公開していますので、気になるギモンの解決にお役立ていただければ幸いです。1本あたり5分程度です。ぜひ音声「ON」にしてストーリーとともに楽しみください。



テーマは
 左ページをチェック!

購買データから見る牛乳類・植物性ミルクの消費動向



Hirofumi Shibata

生産流通グループ 兼 国際グループ 柴田 浩文

世界的に植物性ミルクの需要が拡大する中、わが国でも同様の傾向が見られ、酪農乳業界では、牛乳類の消費減少につながる一要因として懸念されてきました。本調査では、調査会社に登録した消費者が商品バーコードをスキャンすることで蓄積した購買履歴データより、牛乳類や植物性ミルクの消費動向を分析しております。

Jミルク 購買データ消費動向

詳細は
 こちら



購買データから見る
 牛乳類・植物性ミルクの
 消費動向

酪農乳業戦略ビジョンニュース Vol.9

生産流通グループ 次長 関 芳和 生産流通グループ 次長 齋藤 淳



Yoshikazu Seki



Atsushi Saito

2023年2月に開催した「ビジネスと人権」に関する勉強会の概要をまとめました。2023年の夏には、農林水産省から食品産業向け「ビジネスと人権」に係る手引きが公表される予定です。酪農乳業は、外国の方も含め、たくさんのさまざまな立場の「人」が関わっている産業です。ぜひともチェックをお願いします。

ID:vision2030 ※関係者限定
 パスワード:sdgs

「酪農乳業戦略ビジョン」
 特設サイト(SDGs関連情報)



JAPAN MILK CONGRESS 2023



Kouji Mayumi

学術調査グループ 次長 間弓 浩司

- ◆日時: 2023年11月12日(日)12時開会予定
- ◆場所: 東京大学・伊藤国際学術研究センター 伊藤謝恩ホール
- ◆概要(予定):
 - 4年ぶりに対面形式で実施(参加定員250名)
 - 酪農乳業関係者と研究者が交流できるよう懇親会も開催

詳細は「お知らせ」に10月頃掲載

乳の学術連合

