



JA 新はこだて酪農生産部会八雲支部（北海道二世郡八雲町の酪農家さん）、JA 新はこだて八雲支店、北海道乳業株式会社

J-MILK REPORT

vol-33
2019.SUMMER

酪農・乳業の思いをひとつに。

- 02 ご挨拶
酪農乳業一体的な成長と発展に貢献できるよう
尽力したい
新会長に川村 和夫（一般社団法人日本乳業協会 副会長）就任
- 10 ミルクバリューチェーン
120年の歴史を持つ地域酪農と共に歩む
岩泉ホールディングス株式会社 代表取締役社長 山下 欽也 氏
- 03 FACTBOOK
「持続可能な食」における牛乳・乳製品 **NEW!**
- 12 乳和食
“New-Washoku”、世界へ
- 04 特集
今こそ知りたい“乳の学術連合”
～Jミルクのコンテンツは全て
“乳の学術連合”が関わっています～
- 13 国際関係
世界の「牛乳の日・牛乳月間」
- 08 牛乳の日・牛乳月間
酪農・乳業・地域が一体に
事例：北海道二世郡八雲町「第34回やくもミルクロードレース大会」
- 14 風味対策
学校給食における課題解決のために
食育スキルを学ぶ
- 15 基盤強化
2018年度酪農乳業産業基盤強化特別対策事業の
実績報告

酪農乳業一体的な成長と発展に貢献できるよう尽力したい

～新会長に川村 和夫(一般社団法人日本乳業協会 副会長)就任～



私、本年6月12日に開催されました2019年度定時総会後の第2回理事会におきまして、西尾会長の後任として新たに会長に選任されました。会長就任にあたり、私の使命と抱負を述べさせていただきます。

私もこれまで日本乳業協会の会長等、さまざまな業界団体の会長を務めさせていただきましたが、Jミルクは、生産者団体の皆様、販売店団体の皆様も会員として結集されている、まさに産業レベルの課題に対処する、極めて重い役割を担った団体であると承知しております。

国際環境においては、TPP11や日欧EPAの発効、日米貿易交渉など、「乳の国際化」が一段と進展しています。また、国内においては、改正畜安法による生乳取引の多様化など環境変化が進んでいます。

このような情勢のなかで、改めて、Jミルクの役割の重要性を認識して、会長職にあたってまいりたいと思います。

酪農乳業を一つの産業として、一体なものとして捉えていく視点は、私は、大変重要だと考えており、これまでも折に触れて申し上げてきたところです。ともすれば、酪農と乳業を異なるものとした見方や対立する観点から見る見方がありますが、これは、今後の発展を阻害するものではないかと思っております。一つの産業として一体的な成長・発展を目指していくことにJミルクが貢献できるよう尽力したいと思います。

Jミルクでは、2012年度以降、業界の共通課題を提起した3か年計画を立案し、その着実な推進を目指してまいりましたが、本年度は、第3期3か年計画の2年目に当たります。関係者との議論を踏まえ、業界の実態や課題をしっかりと把握し、ご期待に応えられるよう、対処する枠組みを発展させてまいりたいと考えます。

私は、酪農乳業産業の課題は、大きく2つあると考えております。一つは、将来に向けて、いかに強くたくましい産

業として育てていくのか、もう一つは、いかにその価値を広く社会全体から評価されるものとしていくのか、の2点です。

「強くたくましく」の課題は、生乳生産基盤の強化や牛乳乳製品の需要拡大等、まさにJミルクの根幹を担っている取り組みであり、これからも大いに力を入れてまいりたいと思います。今年度の酪肉近の見直し議論の中でも、一定の役割を果たしてまいります。

もう一つの酪農乳業の価値を社会全体に広める課題は、これまでは、ややもすると、内向きな取り組みになっていたような反省があります。

今、国際的な取り組みとして、国連のSDGs(持続可能な開発目標)への積極的な関与が、産業界の中で大きな関心と呼んでいます。国際酪農連盟では、2016年にロッテルダム宣言として、SDGsへの酪農乳業の貢献を内外に発信しています。「誰一人も取り残さない」という理念の下、多くの産業や企業が、さまざまな社会課題への解決への関与を始めています。

酪農乳業は、産業の存在そのもの自体が、社会の多くの課題解決に貢献していることは、業界の多くの関係者には大いに理解されているところです。酪農乳業の産業としての持続的な成長に向けては、その価値を、今まで以上に見える形で、自覚的に内外に発信していくことが求められています。

Jミルクの取り組みの中でも、国際酪農連盟などの国際組織との連携を一層強化して、こうした活動に、より関与していくことが必要な時期を迎えていると感じます。もちろん、情報収集をはじめ、できることから着実にステップを踏みながら、取り組んでまいりたいと存じます。

以上申し上げました視点から、Jミルクの事業について、より良い成果が得られるよう、微力ではございますが、砂金副会長をはじめ、役職員と一体となって、尽力してまいりますので、会員団体の皆様、関係者の皆様のご支援、ご協力を切にお願い申し上げまして、就任のご挨拶とさせていただきます。何卒、よろしくお願い申し上げます。

役員名簿 ※2019年6月12日付(任期:2021年度定時総会)

役職	氏名・所属等
会長	川村 和夫(一般社団法人日本乳業協会 副会長)新任
副会長	砂金 甚太郎(全国酪農協同組合連合会 代表理事会長)
専務理事	前田 浩史(学識経験者)
常務理事	岡本 隆雄(学識経験者)
常務理事 兼事務局長	内橋 政敏(学識経験者)新任
理事	瀧澤 義一(ホクレン農業協同組合連合会 代表理事副会長)
理事	伊藤 一成(東北生乳販売農業協同組合連合会 代表理事会長)
理事	菊池 一郎(関東生乳販売農業協同組合連合会 代表理事会長)
理事	岡田 穂積(中国生乳販売農業協同組合連合会 代表理事会長)
理事	隈部 洋(九州生乳販売農業協同組合連合会 代表理事会長)

役職	氏名・所属等
理事	桑田 義文(全国農業協同組合連合会 常務理事)
理事	西尾 啓治(一般社団法人日本乳業協会 会長)
理事	宮原 道夫(一般社団法人日本乳業協会 副会長)
理事	長谷川 敏(全国乳業協同組合連合会 会長)
理事	大野 保(全国乳業協同組合連合会 副会長)
理事	橋本 光宏(全国農協乳業協会 会長)
理事	有田 真(全国農協乳業協会 副会長)
理事	橋本 正敏(一般社団法人全国牛乳流通改善協会 会長)
理事	白羽 恵司(一般社団法人全国牛乳流通改善協会 専務理事)新任
監事	迫田 潔(一般社団法人中央酪農会議 専務理事)
監事	尾崎 玲(一般社団法人日本乳業協会 常任理事)
監事	荻原 泉(一般社団法人全国牛乳流通改善協会 副会長)

「持続可能な食」における牛乳・乳製品 NEW!

～ A better nourished world is a better world. (栄養状態のより良い世界は、より良い世界である)

Jミルクでは、ファクトブックとして、「カルシウムのすべて」「乳たんぱく質のすべて」に続き、昨年度「『持続可能な食』における牛乳・乳製品」を公開しました。

SDGsという言葉を目にする機会が増えてきています。これは2015年9月の国連サミットで、全会一致で採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」に掲げられた、「持続可能な開発目標(Sustainable Development Goals)」のことです。SDGsは、貧困、飢餓、環境、経済、労働やジェンダーに至る広範な課題を網羅し、先進国・途上国すべての国を対象に、経済・社会・環境の3つの側面のバランスがとれた社会を目指す世界共通の17の目標から構成されています。これらは、豊かさを追求しながらも、地球環境を守り、そして「誰一人取り残さない」ことを強調し、人々が人間らしく暮らしていくための社会的基盤を2030年までに達成しようというものです。

特に食料は人間の生命の維持に欠くことができないものであるだけでなく、健康で充実した生活の基礎として重要なものです。しかし、長らく減少傾向にあった世界の飢餓人口が、近年、再び増加に転じています。また、不健康な食事が、世界的な生活習慣病のまん延をも招いています。世界で5人に3人が、循環器疾患(心疾患や脳血管疾患)、がん、糖尿病、慢性肺疾患などにより命を落としている現状があります。今、世界はこうした低栄養や肥満、微量栄養素の欠乏が重なって起きる多重負荷の問題に直面しています。生活習慣病の増加は医療コストの増大、ひいては各国の財政の圧迫にもつながります。2050年には世界の人口が100億に達するとの予測もある中、将来に向けて「持続可能な食」という問題がクローズアップされてきています。

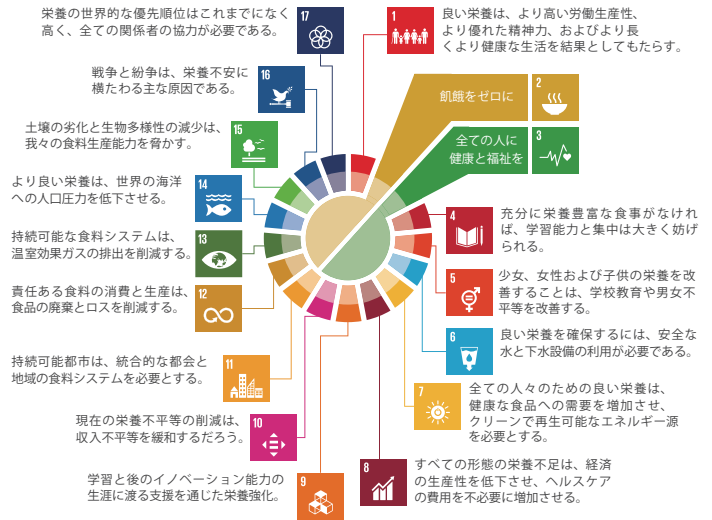
実は、これらSDGsと「持続可能な食」とは密接なかわりあいを持っています。「2017年世界栄養報告」は、「SDGs17目標は、どれも栄養改善をめざさなければ達成は困難である」としています。そして、「持続可能な食」というものが、栄養、経済、社会、環境の4領域からの課題を解決しうるものである必要性をFAO(国連食糧農業機関)やWHO(世界保健機構)は説いています。

「持続可能な食(sustainable diets)」とは一体どのような食なのか? 第一に、一般に栄養価が高い食品ほど高価であり、環境に対する負荷も高くなるという、根本的な問題が存在します。持続可能(sustainable)という言葉が出てくると、とかく地球環境問題だけに目が行きがちですが、環境改善だけにとらわれると、動物性食品を排除して植物性食品を、といった考え方に偏りがちです。しかし植物性食品だけでは十分な栄養を摂るにはやはり難があります。環境負荷と栄養価、価格面、それに加えて文化的受容性の

NUTRITION AND THE SDGs

CENTRAL TO THE 2030 AGENDA

(栄養とSDGs 2030アジェンダの中心)



出典：世界保健機関 (WHO) 健康・発達のための栄養部 (2018年)

問題、これらがバランスよく解決されるものでなくてはなりません。これが、FAOのいう「持続可能な食は、栄養、経済、社会、環境の4領域からの課題を解決しうるものでなければならない」という意味です。

そこへいくと、牛乳・乳製品は、豊富なカルシウム、良質なたんぱく質をはじめとする栄養価の高い食品であり、それでいて手ごろな価格で入手でき、社会・文化的にも広く受け入れられています。そして、酪農は温暖化ガスの発生など環境負荷の面でのデメリットが指摘されていますが、実は緩和策も十分に示されており、上で説明した4領域からの課題解決という観点から見たとき、「持続可能な食」を考える上で実に魅力的な食材であることが示されてきているのです。

この冊子は、前半を、こうしたSDGsや「持続可能な食」がクローズアップされるようになった背景、SDGsと「持続可能な食」との関係性について、できるだけわかりやすく説明しました。そして後半では、牛乳・乳製品が「持続可能な食」にふさわしい、魅力的な食品であることを示すエビデンスとして、論文を2つ紹介しました。

難しい話題ではありますが、本冊子がこうした問題を考えるうえでの参考の一助となれば幸いです。

ダウンロードできます



今こそ知りたい“乳の学術連合”

～Jミルクのコンテンツは全て“乳の学術連合”が関わっています～

Jミルクは、牛乳乳製品の価値向上のために、栄養・健康機能などの新しいエビデンス(科学的根拠)に関わる情報を集め、社会ニーズにあわせた分かりやすく伝わりやすい情報の提供を目標にコンテンツ開発を推進しています。読者の皆さまは「乳の学術連合」という研究組織をご存知でしょうか？今回の特集は「乳の学術連合」を分かりやすくお伝えするため、各分野の若手幹事の先生方をインタビュー取材し、その存在意義や今後の課題などをお伺いしました。

酪農乳業と牛乳乳製品の新しい価値を解明する

「乳の学術連合」は、2019年で設立してから8年目を迎えます。社会的評価が高い日本の多様な分野の研究者約200人が会員として所属し、互いに連携して研究を行う学術活動組織です。

「牛乳乳製品健康科学会議」「乳の社会文化ネットワーク」「牛乳食育研究会」の3分野で構成され、信頼される牛乳乳製品の価値情報を構築するために、国内外の研究情報を収集・評価、新しい知見の研究・調査・開発

などを行っています。

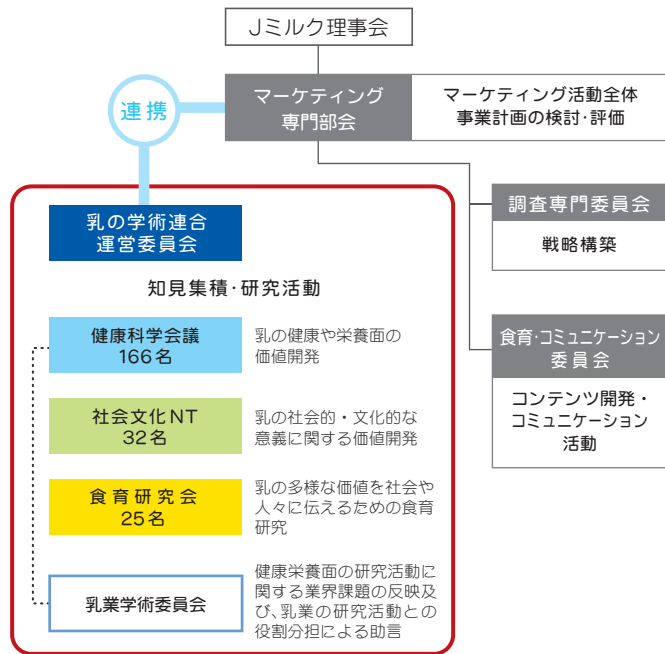
なお、集積された情報は、牛乳乳製品の価値を伝えるためさまざまな制作物やセミナーなどを通して、信頼性の高い情報として発信されます(図2)。

また、2019年度からは、乳に係る若手研究者を育成するための研究者支援、食品科学分野での日本酪農科学会との連携、酪農乳業セクターにおけるSDGsモデル構築のための共同研究を新たに開始しました。

図1：知見の集積(乳の学術連合)と情報コンテンツの開発(Jミルク)



図2：乳の学術連合とJミルクの関係



「JAPAN MILK CONGRESS 2019」を「牛乳の日」に開催

乳の学術連合では、総合的な知見や優れた研究者の成果を発表する場として「牛乳の日」にあたる6月1日(土)に東京大学・伊藤国際学術研究センターで、「JAPAN MILK CONGRESS 2019」と題した学術研究集会を開催しました。学術連合会員や研究者、酪農乳業関係者等、約200人が参加。活発な意見交換を含めた学術交流が行われました。



特別講演と各分野の口頭発表風景



ポスターセッション



健康寿命の延伸につながる知見を

牛乳乳製品健康科学会議
乳科学部

牛乳乳製品健康科学会議 幹事

おがわ すみと

小川 純人 氏 東京大学大学院 医学系研究科 准教授



手軽に摂れる牛乳乳製品が高齢者の健康に貢献

国民の4人に1人が65歳以上という我が国の高齢者対策は、世界的にも注目されています。「牛乳乳製品健康科学会議」でも、高齢者の健康と牛乳乳製品の関わりをテーマにしたさまざまな研究を進めています。

我が国の高齢者の健康問題として最近注目されているのが、「フレイル」(虚弱状態)という考え方です。筋力や運動機能の低下といった身体的フレイル、うつや認知機能低下などの精神・心理的フレイル、高齢での独居や経済力不足などの社会的フレイルがあり、これらが要介護状態に至る一つの原因になっています。

また、ロコモティブシンドローム(運動器症候群)やサルコペニア(加齢性筋肉減少症)も大きな課題です。特に後者は、身体的フレイルとロコモの中核でもある大事な切り口で、加齢による筋肉量や筋力の低下を防ぐことが、健康寿命を延ばすためのポイントと言えます。

筋肉を維持するうえで大切な栄養素は、たんぱく質やビタミンDです。日本の高齢者の食事は、カロリーだけでなく、たんぱく質も足りないケースが多く、これがサルコペニアやフレイルの要因と考えられます。牛乳乳製品はこうした栄養素を手軽に効率よく、しかも安価に摂取できる食品として、高齢者の健康維持に貢献することができます。

健康科学会議の研究でも、サルコペニアやフレイル対策における牛乳乳製品の役割や有効な成分の追求といっ

たテーマをいただいています。研究者の関心も高まっているので、今後さまざまなエビデンスや知見の提供が期待できると思います。

医療従事者や学生への情報発信を充実させたい

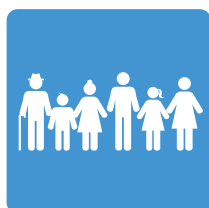
我が国にとってもう一つの大きな課題が、認知症対策です。中年期の糖尿病や高血圧が将来の認知症リスクを高めることはすでに知られているので、中年期からの生活習慣病やメタボ対策により、認知症を予防することが重要です。

牛乳乳製品の摂取は、メタボや生活習慣病予防にも効果的である可能性が示されています。これに関するさまざまな知見を提供してきたことは、健康科学会議の成果の一つと断言していいでしょう。

予防という観点からすると、中高年になってから牛乳乳製品を摂るのではなく、幼少期からの習慣づけが重要です。牛乳乳製品を取り入れた食習慣を家族で共有し、世代間で受け継いでいくことが、健康寿命の延伸につながると思います。

食習慣を身につけ、世代をつなぐという意味では、普段から牛乳乳製品を多く摂っている酪農家の家族や子供たちの健康状態に興味があります。乳牛とのふれあいや牛乳の宅配などがフレイルに与える好影響やその予防など、製品以外の要素にも研究の余地がありそうです。

高齢化対策につながる牛乳の普及を進めるうえでは、医療や介護などの接点も重要です。健康科学会議が発信する知見も、生産者や乳業関係者、一般消費者に加えて若い医療従事者や学生にも伝えて、医療現場での普及啓発に努めてもらうというアプローチが重要ではないかと考えています。





21世紀型の「豊かな社会」を提案したい

牛乳食育研究会 幹事

きむら じゅんこ
木村 純子 氏 法政大学 経営学部 教授



食を通じて地域の良さを伝え、地元愛を育てる

「牛乳食育研究会」は発足から8年目を迎え、公募研究が年々学術的になってきていることから、研究の質が高まっていると感じています。

当初の公募研究は、学校教育における実践研究や調査活動が多かったです。最近では、医学など他領域の研究者も入ってきたことや幹部による研究者への助言も含めた情報提供などの支援も開始したことで、学校での食育活動の報告にとどまらず、より学術的な議論を深めた研究が増えてきました。

食育には、適切な食の選択や健康のための食を学ぶという側面もありますが、食を通じた自己アイデンティティの確立も重要です。地域の食文化や農業を学ぶことにより、地域コミュニティを愛する心を育み、将来の地域社会の担い手になる人を育てることも、食育の大切な役割だと思います。

食育活動では、時間や継続性、学校・家族・地域社会の連携が求められます。1回の学習で子供が変わることはないので、息の長い取り組みが必要です。

「牛乳食育研究会」でもこうした点を意識した継続研究が増えてきています。数年間の研究で、理論や成果を上げることは難しいからです。その意味でも、これからの食育研究活動を担う次世代の研究者を育てていくことが、私たちの大きな役割であり課題でもあると考えています。



地域循環型農業が持続可能な社会づくりに貢献

「乳の学術連合」で今年度から、SDGsに関する研究会を新たに立ち上げました。学術連合の健康科学・社会文化・食育の3分野から研究者が参加し、それぞれの視点で成果を取りまとめる予定です。

国が示す農業のSDGsへの貢献は、AI(人工知能)導入や省力化などのスマート農業、合理化といった考え方が中心になっています。しかし、競争をベースに、合理化や効率化によって差別化を図るという20世紀の価値観を追求しても、21世紀型の持続可能な社会は実現できません。

「豊かな社会」の概念や価値観、そこで生きる人間の姿は今後大きく変わっていくはずであり、食や農業を通じて実現できる豊かな生活や社会のあり方を示し、酪農セクターがそこで何を実現できるか、現状の課題は何かを明らかにして指針を示すことが研究の目的です。

例えば農業では、地域の自然や社会環境に寄り添いながら、手間をかけて乳牛を育てる地域密着型経営は、SDGsに貢献することができます。従来の競争原理の下ではデメリットとされた要素をメリットに変えるような考え方が必要です。

こうした考え方は、各地域の酪農乳業の発展においても重要です。地域で生産している牛乳乳製品を、大都市圏ではなく地域でもっと消費してもらう取り組みが求められます。

その地域ならではの商品の個性を、地域の人が理解して応援する。地域循環型酪農の価値をSDGsの視点から整理することも、私たち研究会の目的の一つです。



業界の課題に対応する情報提供を

乳の社会文化ネットワーク
乳の学術連合

乳の社会文化ネットワーク 幹事

おがわ みかこ
小川 美香子 氏 東京海洋大学 学術研究院 食品生産科学部門 准教授



乳に関する研究をまとめたデータベースを整備

乳の社会的・文化的意義の価値を解明することが目的の「乳の社会文化ネットワーク」では、学術研究活動の他に乳に関する文献データベースを整備しています。これまで未整理だった乳関連の先行研究がまとめて検索できるのは、学生を指導する立場や研究者としてもありがたいことで、今後の活用が進むことを期待しています。

一方で、データベース化がまだ不十分な研究分野もあります。例えば食中毒の原因となる微生物に関する知識や、工場の衛生管理・安全管理のあり方などは、HACCPの危害要因分析やリスクコミュニケーションにおいて必要とされ、研究者だけでなく生産者や乳業メーカーにも有用な情報です。

私は食品の安全管理やトレーサビリティを研究テーマにしており、乳業を含めたさまざまな食品メーカーの取り組みを調査しています。今後は中小の乳業メーカーにとって、HACCPに基づく衛生管理や、その考え方を取り入れた対応は大きな課題になると考えられます。

特に規模の小さな地方の乳業メーカーや、少数で運営しているチーズ工房などは対応が大変だと思います。現場で働いているのが外国人研修生というケースもあり、組織的な衛生管理の確立は容易ではありません。保健所の対応力や指導力も含めて、地域差が大きくなっているという印象も受けます。

こうした業界の課題となっているテーマについても、

関連する文献データベースの整備が求められます。また、乳の学術連合には乳業メーカーの研究所出身のメンバーもいますが、情報交換できる機会をつくる必要だと思っています。

学際的な研究組織ならではの活動にも期待

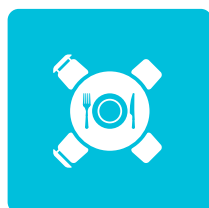
乳の学術連合という研究組織の意義は、異なる分野の研究者の知見が「乳」によってつながることです。

例えば食品アレルギーをテーマにした議論では、小児アレルギーの専門医による最新エビデンスの報告もあれば、消費者調査やマーケティングの研究者からの発表もあります。私が専門とする衛生管理分野では、生産工程でのコンタミネーション(原材料ではないアレルギー物質の微量混入)をどう防ぐかといった情報を提供できます。こうした学際的な議論をできることが学術連合の魅力だと思いますし、自分自身の研究にも新たな視点を与えてくれていると感じます。

今後は学術連合として、SDGsが示す貧困対策や、高齢化の進展、地域経済の衰退といった社会的課題に乳がどう貢献できるのかについて、3分野の研究者がそれぞれの視点で取り組み、成果を発信することもできると思います。

乳製品を含めた食品産業はこれまで、生産地である地方が、商品を大都市に持っていく形で価値を創ろうとしてきましたが、これからは消費者が生産地へ行く時代です。地域内での循環を大切にする経営者も増えつつあります。

一研究者としては、こうした新たな動きのなかで、食品安全や衛生管理にきちんと取り組んでいる企業や製品が、正当に評価されるしくみづくりに貢献していきたいと考えています。



牛乳月間で酪農・乳業・地域が一体に

～事例：北海道二海郡八雲町「第34回やくもミルクロードレース大会」～

2019年の「牛乳の日・牛乳月間」。全国で147件(Jミルク調べ)のイベント情報が寄せられました。その中で「愛してミルク？」のツール(缶バッジ、ステッカー等)は計322事業所にご活用いただきました。また、今年初めて企画した「牛乳の日カウントダウン」の写真投稿には多くの業界関係者の皆様にご参加くださり、業界内で少しずつではありますが、「牛乳の日・牛乳月間」の活動を通して、一番大切な「つながり」ができてきているのではないのでしょうか。今号では、日本で唯一、太平洋と日本海に面した町・北海道八雲町でのイベントをご紹介します。町と生産者と乳業者、地元の農協組織、業界団体が一体となり、「やくもミルクロードレース大会」と「牛乳の日・牛乳月間」をコラボさせた酪農乳業の理解醸成活動です。関係者の皆様にインタビューさせていただきました。(2019年6月9日開催)



「MILK LAND HOKKAIDO」「MILK JAPAN」「愛してミルク？」のグッズと北海道乳業の牛乳を配布した。



発着地点は八雲スポーツ公園陸上競技場。「愛してミルク？」のポスターで6月の牛乳月間をPRした。



八雲町ブースではレース後のランナーに「北海道八雲町特選牛乳」(北海道乳業(株))を温めて提供。



INTERVIEW

NO.01

右：岩村 克詔氏
八雲町長

左：瀧澤 誠氏
八雲陸上競技協会 会長

持続可能な八雲酪農のために

34年目を迎えた「やくもミルクロードレース」ですが、開催当初は、八雲町民と道南地区からの参加者がほとんどで、スタート地点やコースも違いました。1989年から現在のコースで開催しており、手造りの本格的なロードレースとして全道各地から広く参加していただき、スタッフやボランティアと一緒に成長してきたと思います。今後も、町民・協関係者に支えられ、愛される大会として継続開催していくつもりです。

1920年、それまでの耕地依存型農業から地力をよみがえらせ、八雲農業の再建安定のため、町内各集落に「畜牛組合」を組織させ、デンマークに倣った「酪農」への転換

を図ったことをもって、八雲酪農の出発点としており、「北海道近代酪農発祥の地」といわれています。八雲が北海道酪農に与えた影響は大きいものと自負しています。

しかし現在、八雲町内の酪農家戸数の減少に歯止めがかからず、1957年には862戸を数えた戸数も90戸を割り込むまでに減少しています。

「酪農経営を収益性が高くゆとりあるものにする」とが、酪農経営を魅力あるものにし、後継者(担い手)の確保と、今後の八雲町の「持続可能な酪農」につながると思います。

また大規模法人のみではなく、家族経営を含めた多様な酪農形態の存在が地域集落の活性化にも寄与するものと考えます。十勝や根釧では多くの研修牧場が設立され、新規就農者などを輩出していることを踏まえ、八雲町に道南初の研修牧場を設立し、新規就農者希望者を募ります。

八雲酪農発祥から2020年で100年の節目を迎えることを機に、これからの100年の発展に向けた施策を進めていきたいと思っています。

今回初めて北海道乳業とJミルクにも協賛いただきましたが、今後とも牛乳乳製品の販売促進と八雲酪農のPRにご協力願います。



INTERVIEW NO.02

谷 博之氏
谷牧場 代表
JA新はこだて 酪農生産部会 部会長

道南最大の生乳生産地でPRしよう

「やくもミルクロードレース」を通して、八雲町が道南地域最大の生乳生産地であることを、酪農家自らが牛乳を手渡すことで町内外の人達に知ってもらうこと。これがイベントに参加している大きな理由です。

八雲町が「北海道近代酪農発祥の地」といわれる由縁は、大正12年～14年頃、徳川農場を中心に町・組合・農家が一丸となり八雲に乳牛を本格的に導入することから始まります。すなわち酪農によって立て直そうと考え、その後10年程で乳牛頭数3000頭を有する町になったと言われています。現在は100トン未満から7000トンに迫る経営規模、放牧・繋ぎ・フリーストール（ロータリーパーラー・ロボット）とさまざまな飼養形態が混在する酪農地帯です。

酪農経営の要は乳代の安定ですが、国の補助や制度には限界があります。牛乳がさらに20円から30円高くても買ってもらえる物語り創りをJミルクに期待します。



INTERVIEW NO.03

舟橋 秀貴氏
株式会社スプライズファーム
取締役牧場長
JA新はこだて 酪農生産部会
八雲支部長

高付加価値な国産牛乳を理解し、地産地消を

牛乳乳製品の消費拡大を考えた時、私たちの牧場の横を走る道・ミルクロードで行われるマラソン大会を活用しようということになりました。放牧した牛の横を走るレースは珍しいのではないのでしょうか。参加する消費者の皆様は牛乳のいる景観を通して酪農の生産地を知っていただき、酪農のイメージアップを図ることも目的としています。

農協青年部時代、北海道牛乳のPRとして生産現場の生の声を伝えてきました。現在の北海道は規模拡大を推奨していますが、家族経営があるからこそその話だと思います。酪農家は365日、「人」対「牛」の仕事をしている中で、新鮮で安全な生乳を届けていきます。国産の牛乳乳製品が高付加価値であることを日本の消費者に理解していただき、日本という地での「地産地消」を推奨したいです。

Jミルクには、コミュニケーションパートナーとして、各地の青年部が行う地域の活動などを業界関係者だけでなく消費者へも広く伝えていく広報も担ってほしいと思いました。



INTERVIEW NO.04

半海 啓二氏
北海道乳業株式会社 酪農部 次長

「運動後30分以内の牛乳摂取」をスポーツマンの常識に

私自身、3年前に同マラソンに挑戦しましたが、その時の参加者の多さに驚きました。

牛乳は水分やエネルギーの補給になるし、たんぱく質やカルシウムが筋肉や骨を強化し、血液の量が増えて熱中症予防効果もあるとのこと。マラソンランナーにとって牛乳は「うってつけ」の飲み物だと再認識し、この大会で牛乳の効果を広めて、大勢のランナーに牛乳をたくさん飲んでもらえる方法はないかなと思いました。

牛乳がたくさん売れることは酪農乳業にとってありがたいことですし、ランナーにとっては、お手頃な価格で早く走れる体を作る可能性を持ったすばらしい飲み物のほ

ずです。そこで、まず手始めに偶然ネーミングもぴったりである地域密着型の「やくもミルクロードレース」に着目しました。

また、それと同時に開催日も偶然、Jミルクが推進する「牛乳の日・牛乳月間」の真っ只中のイベントだということに気づきました。私自身、乳業会社窓口として、Jミルクのブロック会議やセミナーなどに出席していましたので、Jミルクに協力を仰ごうと考えていました。

ホットミルクの無料提供は行われていた中で、新たなPR強化をすることは、実現できるかどうかかわからない話でした。Jミルクと共に八雲町へ事前説明に伺い、その時点から地域の生産者の方々も、岩村町長はじめとする関係者の皆様も連携を快諾して下さり、とても良い結果になったと思います。

マラソンやその他のスポーツ大会で、八雲町のように牛乳を飲んでもらうことは難しい場合があるかもしれませんが、スポーツ大会を利用して牛乳乳製品の効果を広めることは有意義なことだと思います。

「愛してミルク？」の缶バッジやグッズ、ポスターなどをはじめ、Jミルクの制作物を活用して、「運動後30分以内の牛乳摂取」が多くのスポーツマンの常識になるといいなと思います。

120年の歴史を持つ地域酪農と共に歩む

山下 欽也 氏（岩泉ホールディングス株式会社 代表取締役社長）



岩手県岩泉町の豊かな森と清らかな水に恵まれた地域で、地元の期待を担う第三セクターの乳業メーカーとして出発した岩泉乳業株式会社（現：岩泉ホールディングス（株））。全国的に知られるヒット商品「岩泉ヨーグルト」誕生の舞台裏や、地域におけるバリューチェーンづくりの取り組みをお聞きました。（聞き手：Jミルク専務理事 前田浩史）

“岩手酪農発祥の地”に根ざす乳業メーカーとして

前 田：岩泉町の酪農の歴史と、御社が創業された経緯についてお聞かせください。

山下氏：岩手県の酪農は、明治20年代に岩泉町と葛巻町がホルスタイン種を導入したのが始まりとされています。以後120年余りにわたって、酪農は町の基幹産業であり、地域の酪農家さんも誇りを持って取り組んでいます。

町にはかつて大手乳業の工場がありましたが、1978年に閉鎖されてからは関東方面に生乳を出荷する状況が続きました。「地元の乳業メーカーがほしい」という酪農家さんの長年の思いに町が応えて、2005年に第三セクターで設立されたのが岩泉乳業株式会社です（2006年操業開始）。今年3月には岩泉乳業と岩泉ホールディングス、岩泉産業開発が統合し、現在の経営形態に移行しました。

前 田：創業当時、地域での乳業ビジネスの状況はいかがでしたか。

山下氏：すでに全国的に地域乳業の経営環境は悪化しており、当社も同様でした。創業直後は牛乳が9割、残り1割がヨーグルトとコーヒー牛乳という商品構成でしたが、県内には乳業メーカーが多く、後発の当社はなかなか市場に入っていけず、価格面でも苦戦を強いられました。

2009年に私が社長に就任したころは累積赤字もかさんでおり、牛乳が主力ではこの先の事業展開は厳しいという認識でした。しかし、当社は地域の酪農家さんが株主であり、岩泉の酪農を将来的に発展させる役割を担っています。私たちがここで事業をあきらめてしまうと、酪農家さんの意欲が削がれるのではという声も社内からは上



山下 欽也 氏 岩泉ホールディングス株式会社 代表取締役社長（中）
下道 勉 氏 岩泉ホールディングス株式会社 取締役副社長（右）

がっていたのです。

牛乳以外の商品と言ってもヨーグルトとコーヒー牛乳しかなかったので、必然的にヨーグルトを選択することになり、新たな主力商品として低温長時間発酵による「岩泉ヨーグルト」を開発しました。

ニッチな市場から全国に知られる看板商品へ

前 田：主力商品の変更は大きな決断ですし、ヨーグルトは大手も含めて競争の最も激しい商品でもあります。どのような見通しを持たれていたのでしょうか。

山下氏：大手乳業メーカーさんとの競合を避けて、すき間に入っていくという考え方ですね。まず開発面では、独自の機能性の追求には莫大なコストがかかるので、機能性よりも「おいしさ」を前面に出そうと考えました。地元産の牛乳の風味が残る原料乳に優しい温度でつくりたいと考え、現在の温度帯と発酵時間、ヨーグルト菌の組み合わせにたどり着きました。

もう一つは売り先です。これも競合の多い量販ではなくニッチなところを探して、県内外のホテルや健康ランドなどに目をつけました。なぜホテルかというと、バイキングで大勢の人に食べてもらえる期待があったからです。食べれば感動していただける商品という自信もあったので、「岩泉乳業のヨーグルト」という表示を出して提供してもらおうようお願いしました。また健康ランドや日帰り温泉には、飲むヨーグルトを置いていただきました。

最初は、ホテルなどで「岩泉ヨーグルト」を知ったお客様が通販で購入していただけるようになり、そのうち地元の方にも評価され、お歳暮やお中元での利用が増えていきました。2つのルートで口コミが広がるにつれ、店舗展開を希望する声も届くようになり、従来品の半分の1kgパックを開発して販売を始めました。県内のスーパーでも週末ごとに試食会を行い、数年後には行列ができるほどファンが増えました。

これは後になって得意先の方から言われたのですが、私が地元JA勤務を経て入社した、いわば「乳業界を知らないサラリーマン」だったことが、開発や販路開拓ではむしろプラスになったと。業界を知らないがゆえに、従来の常識や固定観念に捕らわれず新鮮な目で市場を見て、難関だと言われそうなことにも挑戦できたということですね。

日本三大鍾乳洞の一つ「龍泉洞」の町・岩泉をコンセプトに作られた岩泉ヨーグルト。



地域と全国に向けた情報発信が「ファン」を生む

前 田：「岩泉ヨーグルト」の成功を見て、地域乳業もまだまだやれると感じた関係者は多いと思います。成功の要因をどう分析されていますか。

山下氏：まずは商品の魅力として、おいしさや今までにない食感といった良さがしっかりと説明できて、消費者にも実感として伝わるのが評価されたと思います。

合わせて、地元ラジオ局のスポンサーになって当社の活動や地域話題を届けたり、東京ヴェルディ(Jリーグ)と日テレ・ベレーザ(日本女子サッカーリーグ)のオフィシャルサプライヤーとしてヨーグルトを提供したりするなど、外部への情報発信を常に行っています。こうした取り組みもあって、地元の皆さんは「岩泉ヨーグルト」を地域ブランドとして認識してくれるようになり、ヨーグルトが好きで当社の取り組みも応援するという、消費者以上の「ファン」が増えてきたと感じています。

前 田：地域の酪農や町の経済への効果はいかがですか。

山下氏：創業当時は1日2トンほどだった受け入れ乳量が、現在では町で生産する生乳のすべて、約13トンに達しています。工場がない頃は生乳代(約8億円)だけが収益でしたが、当社が購入し付加価値をつけて販売することで、プラス14億円程度が町に入ってくることになり、相当な経済効果が生まれています。また人口約9000人の町で、当社は100人強の雇用がありますので、この部分でも町の経済に貢献できていると認識しています。

前 田：町の生乳をすべて受け入れて、足りない分は他から持ってくるのですか。

山下氏：いいえ、町外の生乳は使用していません。現状の規模なら利益率が良く、販売先の把握も容易です。これ以上の拡大となると卸にお願いすることになり、自社商品のバッティングによる価格破壊の懸念も出てきます。ただ今後、地域の酪農がさらに盛んになれば、責任を持って拡大していこうと考えています。

前 田：2016年8月の台風10号による豪雨災害からの立ち直りは、「奇跡の復興」とも言われましたが、その原動力は何だったのでしょうか。

山下氏：これは酪農家さん、地域住民の皆さん、消費者の皆さんの応援と、社員の力に尽きます。被災時には全ての製造能力を失い早期再開は絶望的でしたが、全国の皆さんから寄せられた多くの応援の声が私たちの励みになりました。地域の金融機関の支援や国庫補助なども活用し、約1年後に製造を再開し、現在は出荷量も被災前の水準にほぼ回復しています。

地域ぐるみで酪農生産基盤を支える意識が必要

前 田：地域酪農と共に成長されてきた御社ですが、いま酪農の指導的技術者が減って産業が空洞化する地域が増えつつあります。各地の乳業メーカーと連携して酪農家を支援するしくみをつくるのが、私たちとしても一つの課題だと考えています。

山下氏：岩泉町も決して例外ではありません。当社も酪農家さんとのコミュニケーションを密にして、できることは協力するようにしています。最近ではミルクカーの定期点検の費用補助なども当社で行っています。

私たち乳業メーカーを含めた二次、三次のビジネスは、酪農という一次産業によって成り立っています。地域酪農の衰退は私たちにとっても死活問題なのです。そうした危機感を、地域の酪農乳業界全体で共有することが大切ではないでしょうか。

前 田：まとめとして、御社の今後の経営課題と、Jミルクに対するご要望をお聞かせください。

山下氏：これまでの10年間は経営の立て直しに注力してきたこともあり、事業を次世代に引き継ぐ体制づくりはこれからです。また当社は設立14年のまだ若い会社なので、各分野のベテラン、プロと呼べる人材が少ないことも課題です。今期から6期目の社長を務めるので、まずはこの2年で後継の育成に取り組むたいと考えています。

Jミルクさんに期待するのはやはり情報ですね。個人での情報収集には限界があるので、国内外の多様な情報を現場に届けていただきたいと思っています。

前 田：Jミルクでも海外情報の収集、分析を担当する部署を設け、国内の酪農乳業経営に役立つ情報発信を充実させていく計画です。本日はありがとうございました。



“New - Washoku”、世界へ

～日本人ならではの牛乳の使い方が海外で認められた～

乳和食本が世界第2位を受賞！

乳和食の新刊「やさしい、おいしい はじめよう乳和食」（日本実業出版社・2018年9月発売）が1995年に設立された「グルマン世界料理本大賞」（Gourmand World Cookbook Awards）の「チーズ&ミルク部門」世界第2位を受賞しました。これまでチーズ&ミルク部門は乳利用の歴史が長い欧米が上位独占しており、日本人、そしてアジア人としては初の快挙と言えます。

酪農乳業や栄養士等の関係者と活動を始めて6年余り、世界にも認められた「乳和食」を通して、牛乳の価値を伝え、日本人の健康生活に役立てていただけるよう、これからも活動推進してまいりますので、引き続きご協力の程よろしくお願いいたします。

2019年7月4日に中国・マカオで開催された表彰式へ参加された著者の小山浩子氏にお気持ちを伺いました。



二次選考を通過した5作品の中から、見事、第2位に選ばれました。



グルマン世界料理本大賞の設立者Edouard Cointreau氏と。



料理家・管理栄養士
小山 浩子 氏



『やさしい、おいしい
はじめよう乳和食』
（日本実業出版社）

今回、世界的に権威のある、料理本のアカデミー賞とも言われるグルマン世界料理本大賞で2度目の受賞を果たし、チーズ&ミルク部門で選んで頂けたということが、いまでも信じられず、実感が湧きません。ただ、これまで海外の方が受賞されてきたチーズ&ミルク部門で日本人が考えたミルクを使った和食の本を選んで頂けたことは、今後、新しい牛乳の調理法（白くならない・牛乳の味がしない）を乳和食として国内外へ向けて発信していく際の大きな一歩が踏み出せたようにも思います。

私自身、気がつけば30年近く牛乳と向き合ってきました。受賞した本で紹介しているレシピがすぐに作れたかというそうではなく、今思うと失敗の連続でした。学びのある失敗ではなく、学びなき失敗の中で遠回りをして、ひとつひとつのレシピを完成させていきました。納得のいくレシピをある程度生み出すにはかなりの時間を要しましたが、皆さんにご披露したいと思っていたタイミングで「ミルクさん」に出会い、「酪農乳業界の発展と日本人の健康寿命延伸に役立つコンテンツにしていく」というぶれない思いの中、ここまで一緒に推進して頂いたことも大きかったと思います。今後はみんなの乳和食として、国内外であたりまえに料理され、あたりまえに食卓で食べられる日がくることを願いつつ、さらなる認知度アップを目指していきたいです。

最後に、これまで応援して下さい、支えて下さった皆様にご場をお借りして御礼を言わせて下さい。本当にありがとうございました。

マカオにて・・・小山浩子

学校給食における課題解決のために食育スキルを学ぶ

～酪農乳業関係者向けの食育推進研修会を開催～

Jミルクでは、5月30日に食育や普及、理解醸成活動を行う酪農乳業関係者を対象に、学校給食における課題である「食品ロス」と「牛乳の風味」をテーマにした食育推進研修会を開催しました。

この研修会では、酪農乳業関係者による学校関係者とのコミュニケーションや出前授業・工場見学・牧場見学などの現場活動の一助となるよう児童・生徒を対象にSDGs（国連の持続可能な開発目標）や牛乳の風味をテーマにした食育活動についてを藤本勇二・武庫川女子大学准教授に、学校関係者に牛乳の風味特性を説明する際のアプローチ方法を石井雅幸・大妻女子大学教授にご講演いただきました。本号ではその一部内容をご紹介します。



武庫川女子大学准教授
藤本 勇二氏

牛乳の豊かな教材性を広い視点から取り上げていく

これからの学校教育においては、持続可能な社会の作り手になることを意識した教育が学習指導要領の基盤になってきます。しかしその一方で、SDGsをどのように学校の授業

で取り扱うかは、教員に具体的なノウハウや手立てがまだありません。

そこで私が注目しているのは「食品ロス」の問題です。すでに日常生活では重要な問題ですが、学校教育においても大変重要な問題だと思います。

環境省の調査では、児童・生徒一人当たり年間の食料廃棄物発生量が17.2kg。牛乳200mlで換算すると児童・

生徒一人当たり年間で83本にもなります。

こうした情報も学校給食の食べ残し、飲み残し問題と関連付け、SDGsを実現するチャンスです。

食品ロスや牛乳の風味を教材に食育を行う場合は、学校に提案するプログラムや授業の参考になる資料などを制作する際には、牛乳が持つ豊かな教材性を踏まえて、広い視点から牛乳を取り上げることを考えていただければ良いと思います。

学校関係者に牛乳の特性を知ってもらうことが優先

風味変化問題の発現にはさまざまなケースがあります。例としては、最初は子どもの何気ない一言から始まり、周りにいた大人（教師・保護者）が子どもと同じように体験ができな

いたために過剰に反応してしまうということがあります。

企業側は、生産者はもちろん、輸送段階の温度管理やメーカーでの受け入れ段階、製品への加工段階においてももしっかりとやっています。また学校側も、学校給食に出す企業だから信用していますが、牛乳工場でのように安全・安心な製品がつくられているかすべてを知っているわけではありません。この企業側と学校側の意識にギャップがあることも問題です。

風味変化問題を解決していくためには、子どもたちに直接伝えるというより、まずはきちんとした知識を先生たちに知っていただく必要があると思います。



大妻女子大学教授
石井 雅幸氏

「牛乳の風味体験プログラム」教材キットを使って牛乳の飲み比べを体験

石井教授のプログラムでは、公益財団法人日本乳業技術協会や乳業、学校現場の教職員等のご協力および石井教授監修で2018年度に開発した「牛乳の風味体験プログラム」を使い、3種類の牛乳の飲み比べ体験を実施しました。このプログラムは、①乳牛の食べるエサによって風味が違うこと、②匂いや味の表現の仕方は人によって違うこと、に気づいてもらうことを目標としています。

体験者からは、人によって味覚に対する表現が違うことなど、新たな発見が聞かれました。

「牛乳の風味体験プログラム」教材キットを活用希望する場合は、Jミルクまでお問い合わせください。



2018年度酪農乳業産業基盤強化特別対策事業の実績報告

1. 酪農生産基盤強化事業

(1) 乳用牛資源緊急確保事業(乳用牛輸入)

2017年度と同様に全農、全酪連、熊本県酪連が事業実施主体となり、豪州から育成牛425頭、初妊牛346頭の計771頭を輸入し国内に供給した。昨年度輸入した育成牛が初妊牛となり農家に供給された分(87頭)を含め8,057万円を助成、昨年度実績707頭を上回る乳用牛が国内に供給された。

(2) 生乳増産対策特認事業(全国連特認事業)

全国連が事業実施主体となる本事業については、全酪連において、地域生産基盤強化支援事業の乳用牛育成基盤強化対策と同様の仕組みにより1,775万円の助成を行い、当該助成については施設の拡充等に充当する事業を実施。2018年度は、2016年度対比で、預託頭数が延べ6,338頭増加(12ヶ月で割り戻すと月約500頭程度の預託容量増)。

(3) 地域生産基盤強化支援事業

本事業では、183の生産者団体が事業を実施し、総額で5億5,449万円を助成。2018年度から措置した新規2対策について、乳用後継牛増頭対策には10,396戸の酪農家が参加し、家畜改良センターのデータを照合した結果、4,080戸21,043頭に対し420,860千円を助成。また、供用年数延長促進対策には10,108戸の酪農家が参加し、3,636戸8,619頭に対し43,095千円を助成。

なお、2018年度の実施状況や課題を踏まえ、2019年度以降の事業推進に係る方針については、基本的な事業の枠組みは維持しつつ、①ソフト事業の推進強化、②提案型生産基盤強化対策の弾力的運用の2点を強化して推進することとし、その内容を公表(1/31)した。

2. 国産牛乳製品高付加価値化事業

全国農協乳業協会、岩手県牛乳協会、茨城県乳業協会、静岡県牛乳協会、四国地区乳業協会の5団体が参加し、HACCPを活用した衛生管理の制度化への対応、牛乳の風味変化に関する研修会、牛乳製品の高付加価値化に向けた商品開発研修会等を実施に関する事業へ151万円の助成を行った。

表1. 2017年度、2018年度事業実績

(千円)

	2017年度	2018年度
酪農生産基盤強化事業	141,340	652,801
乳用牛資源緊急確保事業	81,549	80,565
生乳増産対策特認事業	0	17,746
地域生産基盤強化支援事業	59,791	554,489
生産基盤強化の改善・指導(ソフト)	1,596	1,292
生産基盤強化支援対策の推進	58,195	553,198
提案型生産基盤強化対策	17,911	12,394
乳用牛育成基盤強化対策	35,618	76,849
更新経産牛有効活用対策	4,667	-
乳用後継牛増頭対策	-	420,860
供用年数延長促進対策	-	43,095
国産牛乳製品高付加価値化事業	2,552	1,571
生乳需給安定事業	0	0
消費税負担・事業運営費等	46,854	46,326
合計	190,746	700,698

表2. 2018年度乳用牛資源緊急確保事業実績取りまとめ

(頭)

	全農		全酪連		熊本県酪連		合計	
	頭数	種類	頭数	種類	頭数	種類		
第1期	150	育成牛	171	初妊牛	175	初妊牛	初妊牛	346
第2期	275	育成牛					育成牛	425
計	425		171		175		合計	771

表3. 2018年度地域生産基盤強化支援事業実績取りまとめ

(金額：千円)

地域	1. 生産基盤強化の改善・指導						2. 生産基盤強化支援対策の推進								助成金合計
	(1) 会議開催		(2) 研修会開催		(3) 現地指導		(1) 提案型生産基盤強化対策		(2) 乳用牛育成基盤強化対策		(3) 乳用後継牛増頭対策		(4) 共用年数延長促進対策		
	件数	助成額	件数	助成額	件数	助成額	件数	助成額	件数	助成額	助成戸数	助成金	助成戸数	助成金	
北海道	0	0	0	0	0	0	0	0	19	55,709	1,499	197,080	1,162	16,020	268,809
東北	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1,803	369	28,580	261	2,565	32,948
関東	1	0	0	0	0	0	1	44	3	2,744	978	84,340	989	10,760	97,888
北陸	0	0	1	70	0	0	0	0	0	0	114	8,820	102	1,035	9,925
東海	1	36	1	30	0	0	0	0	2	2,422	221	20,160	207	2,360	25,008
中国	0	0	0	0	0	0	1	1,400	2	6,524	245	20,680	244	2,505	31,109
四国	0	0	0	0	0	0	0	0	1	983	111	9,200	107	1,080	11,263
九州	1	241	1	672	1	243	2	10,950	3	6,664	542	51,800	564	6,770	77,340
その他	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	200	0	0	200
合計	3	277	3	772	1	243	4	12,394	31	76,849	4,080	420,860	3,636	43,095	554,489



2019年の「牛乳の日・牛乳月間」を盛り上げて下さったみなさまへ感謝を込めて。



Jミルクはこれからも皆さんの「ミルクで乾杯！」写真を投稿し、あたたかいつながりを広げていきます。素敵な笑顔をお待ちしております。

「牛乳の日・牛乳月間」プロジェクトチーム

Jミルク公式
インスタグラム



スケジュール 8月以降の会議・イベント予定

8/8 (木)	第1回食育・コミュニケーション委員会	10/17-18 (木-金)	牛乳食育研修会(香川)
8/29-30 (木-金)	乳和食指導者スキルアップ講習会(東京)	10/18 (金)	第4回理事会
9/4 (水)	第2回課題検討委員会	11/20 (水)	酪農乳業の国際比較研究会(東京)
9/12-13 (木-金)	牛乳食育研修会(千葉)	12/13 (金)	ミルクの達人1Dayセミナー(宮崎)
9/17 (火)	第3回需給委員会	1/17 (金)	第5回理事会
9/20 (金)	GDP Annual Meeting(イスタンブール)	1/24 (金)	ミルクの達人1Dayセミナー(岡山)
9/23-26 (月-木)	IDFワールドデイリーサミット2019(イスタンブール)	2/14 (金)	第6回理事会
9/26-27 (木-金)	牛乳食育研修会(福島)	2/17 (月)	ミルクの達人1Dayセミナー(岩手)
10/9 (水)	第1回生産流通専門部会	3/ 5 (木)	臨時総会



編集後記

令和元年第1号となります。新たな役員体制となり、酪農乳業界と社会における、直近から中長期的な課題に向き合い、生処販一体の業界団体として皆様に貢献できるよう尽力してまいります。「同じ思いの人がつながると予想以上の大きい力が生まれる」と生産者側、乳業者側の方がそれぞれ違う場面でご助言下さいました。表紙に記載した「酪農・乳業の思いをひとつに」は広報担当になってすぐの取材でいただいたお守りの言葉です。微力ですが、Jミルクレポートが様々なつながりを生み出し、酪農乳業界にとっても社会にとっても魅力ある産業としてさらに輝く一助となれば幸いです。

☺ Jミルクレポートへのご意見・ご要望、お待ちしております！ ✉ info@j-milk.jp

J-milkレポート vol.33 発行日/2019年7月 編集・発行/一般社団法人 Jミルク

住所: 〒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(代表) FAX.03-5577-3236

ホームページ <https://www.j-milk.jp/> <https://www.facebook.com/Jmilk.jp> https://www.instagram.com/j_milk_official/