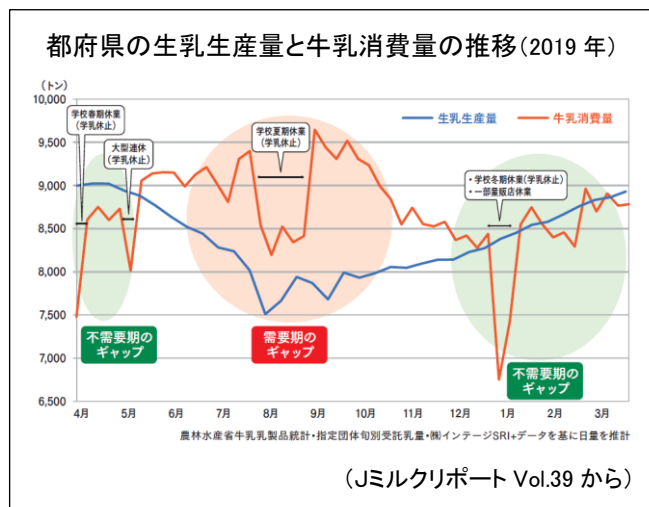


2021年3月5日
一般社団法人Jミルク

生乳需給の季節変動に合わせ情報発信 「カフェオレ vs ミルクティー」皮切りに年間企画

Jミルクは丑年の今年、ミルクサプライチェーンの特徴への理解を広げながら、牛乳・乳製品や酪農乳業の存在価値を高めるため、生乳需給の季節変動に合わせたコミュニケーションの年間企画に初めて取り組みます。「2021年は丑年！」をキーワードに、酪農乳業をはじめ消費者、小売り・流通関係者らが、主に SNS で自らの取り組みの情報発信などを通じて業界の価値向上に自ら一役買えるような関係者参加型の企画です。第1弾として、投票企画「気分がある淹れ方にチャレンジ！ カフェオレ vs ミルクティー あなたはどちら派？ 全国調査」を3月にスタートさせました。

生乳の需給バランスは、季節変化などに伴い変動します。気温の低い冬～春には生乳生産量は多いものの、牛乳の需要は低め。逆に夏～秋には暑さで牛の体力が落ちて生乳生産量は減少しますが、牛乳需要は高まります。需給の緩和（不要期）と逼迫（需要期）が交互に訪れ、時には大きな需給ギャップが生じます。加えて新型コロナウイルス禍による巣ごもり傾向も、家庭用製品・業務用製品と分かれたサプライチェーンに影響を与えています。



こうした年間の需給構造や現状への理解を広げながら、酪農乳業関係者が自ら参加して「ミルク」を通じ一体感を高め、業界の価値向上につなげられるよう、従来は「牛乳月間」の6月に集中的に行っていた参加型企画を通年型に広げました。年間全体では現在、次のような企画を予定しています。

▽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2021」

▽夏＝「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2021」特別版動画公開

▽12～3月＝「ご当地自慢！ ミルク鍋レシピ」募集

いずれも SNS や Jミルクなどのホームページを軸に展開します。

第1弾の「気分があがる淹れ方にチャレンジ！ カフェオレ vs ミルクティー あなたはどちら派？ 全国調査」は、需給が緩和しがちな時季を意識した企画。お湯を使わず、牛乳だけで淹（い）れたカフェオレとミルクティーを試し、どちらが好みかを投票してもらいます。投票結果は都道府県別にまとめ、6月に発表する予定です。

投票期間は2021年3月～5月14日（金）。写真・コメントをお送りいただいた人から抽選で10人に、景品として牛乳をおいしく飲むために専用設計されたグラスをプレゼントします。

「気分があがる淹れ方にチャレンジ！ カフェオレ vs ミルクティー あなたはどちら派？ 全国調査」の案内動画や参加方法は、Jミルクホームページ（<https://www.j-milk.jp/news/ushidoshi.html>）で紹介しています。



以上

【本件に関するお問い合わせ先】
一般社団法人 Jミルク
コミュニケーショングループ
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
電話：03-5577-7494
Email：milkday@j-milk.jp