

2026年3月16日

一般社団法人Jミルク

高校・大学生&「牛乳でスマイルプロジェクト」メンバーと共創でアプローチ
高校・大学生向け動画 店頭や SNS で展開
『ENJOY! YOUR MILK by 土日ミルク』、本日(3/16)から順次

Jミルクは、高校生・大学生を主なターゲットに、“自分らしく楽しむ”という新しいアプローチで牛乳の飲用・利用を提案する動画 2 本(PR 動画とショートドラマ)を制作しました。本日(2026年3月16日)から順次、スーパーマーケットやコンビニエンスストアの店頭や SNS で公開します。『ENJOY! YOUR MILK by 土日ミルク』と銘打ち、学校給食がなくなった直後の世代に向けて、当事者の実感も反映させた牛乳の消費シーンを訴求していきます。

「土日ミルク」は、国産牛乳乳製品の需要拡大を酪農乳業関係者が一丸で進める「牛乳でスマイルプロジェクト」の一環として、2022年12月から、学校給食がない休日にも牛乳・乳製品の飲用や利用を促進するためのさまざまな提案や情報発信を行っています。



今回新たに、学校給食がなくなり、牛乳を飲む機会が減ってしまう高校生・大学生に着目。高校生(15~18歳)を対象に実態調査を実施したところ、約9割がそのまま牛乳を「ほとんど/全く飲まない」と回答するなど、給食がなくなった後の顕著な“白い牛乳離れ”が明らかになりました。そこで、卒業後に“牛乳との距離”が生まれやすい時期を「第二の卒乳期」と捉え、この世代にアピールするために、高校生・大学生に加えて「牛乳でスマイルプロジェクト」メンバーのクリエイターや酪農乳業関係者と共にワークショップを行い、動画を制作しました。

各動画の概要や、制作に至るまでの経緯などは下記の通りです。なお、当動画は今後「土日ミルク」サイトに掲載し、ダウンロード可能となります。

【各動画の概要】

■ PR 動画



実態調査やワークショップで明らかになった「牛乳は“自分の好み”に合わせて飲み方を選んでいる」という「第二の卒乳期」世代の価値観をもとに、“白い牛乳”だけに限定しない、「自分らしいミルク」という新しい捉え方を体現する映像を制作。『ENJOY! YOUR MILK』は本動画のキーメッセージで、牛乳を“飲むべきもの”ではなく、“自分らしく楽しめるもの”として再発見してほしいという思いを込めています。

<公開先>

〔SNS〕Jミルク公式 SNS([X](#)/[Instagram](#)/[YouTube](#))

〔店頭(スーパー・コンビニ)〕

- ① イオンモールビジョン 3月16日(月)～3月29日(日) イオンモール川口・高崎・つくば・川口前川・上尾・むさし村山・幕張新都心・木更津・多摩平の森・座間
- ② FamilyMart サイネージ 3月17日(火)～3月30日(月) 東京・神奈川・埼玉・千葉、大阪、愛知、福岡、北海道札幌市内の全店舗

■ ショートドラマ



当事者世代からのヒアリングで発見した「確かに“白い牛乳”は意識して飲まなくなった」という実感から、「実は“形を変えて”今も生活の中で飲んでいる」発見を伝えるストーリーを制作。高校生・大学生にも人気のある“恋愛”風の物語となっています。

<公開先>

- ・ [「ドラマみたいだ」公式 TikTok](#)
 - ・ Jミルク公式 SNS([X](#)/[Instagram](#)/[YouTube](#))
- 3月17日(火)から公開

【動画制作の背景や共創チームについて】

「土日ミルク」は学校給食のある小中学生や保護者を主に想定した取り組みですが、今回は「給食がなくなった直後の世代は“牛乳”から距離が生まれやすいのではないか」という仮説の下、高校生・大学生に着目しました。まず実態調査(※)を行い、牛乳との距離を感じる人は約8割いる一方で、ミルクティー、ラテ、プロテインなどを週2回以上飲む層は約4割、その約6割強は飲用時に「牛乳を飲んでいる意識がない」と回答するなどの結果が得られました。動画制作に当たっては、高校生・大学生が酪農乳業について学んだ後、ワークショップを通じて牛乳に対する本音とアイデアを議論しました。「どんな言葉・シーンなら高校生・大学生に届くか」について意見交換を行い、この意見を基にキーメッセージやナレーションを決定しました。

▶ ※ 実態調査などの詳細はこちら: https://donichi-milk.jp/contents/column/enjoy_yourmilk/

ワークショップは、高校生・大学生 11 名と酪農乳業関係者 4 名が 2 日間かけ意見交換しました。酪農乳業関係者から生徒・学生に向けて牛乳の生産の流れや、酪農家・乳業メーカー・販売店それぞれの役割についてインプットを実施。その後、動画についてアイデアを出し合いました。「白い牛乳は飲まなくなったが、ラテは日常的に飲む」「プロテインと一緒に飲むようになった」などの意見が出ました。動画撮影日にはワークショップ参加者に見学に来てもらい、自分たちがアイデアを出した動画の完成までの様子を見届けてもらいました。



■ ご参加いただいた酪農乳業関係者の皆様

株式会社山岸牧場 取締役 北出 愛様 (生産者)
株式会社 clover farm 代表取締役 青沼 光様 (生産者)
株式会社共進牧場 代表取締役社長 中尾 嘉延様 (乳業者)
有限会社たにじりや 阪本 俊介様 (牛乳販売店)

■ クリエイター

辻尾 一平さん(Toal.inc)
PR 動画の制作に当たり、「牛乳でスマイルプロジェクト」参加メンバーである辻尾さんに背景や文字デザインのご協力をいただきました。

一般社団法人Jミルク

酪農・乳業・牛乳販売の各関係団体や企業、個人などが会員となってつくる、業界横断的な団体です。主な事業内容として、▽生乳や牛乳・乳製品の需給安定のための調査分析や情報発信、▽健康・栄養をはじめ、酪農乳業界が持つ多様な価値の理解促進につながる情報や科学的エビデンスの収集・提供、▽国際機関との連携、などを行っています。

▶ 公式ウェブサイト: <https://www.j-milk.jp/>

「牛乳でスマイルプロジェクト」

農林水産省とJミルクが 2022 年 6 月に立ち上げた、牛乳・乳製品の消費拡大に官民挙げて取り組むプロジェクト。酪農乳業関係者のほか、さまざまな業種の企業、団体、自治体など 1,087(2026 年 1 月時点)の参加者が、共通ロゴマークを使い、牛乳・乳製品の消費拡大に取り組んでいます。

▶ ポータルサイト: <https://smile.j-milk.jp/>

「土日ミルク」

学校給食がない日は、ある日に比べ、子どもたちのカルシウムをはじめとする栄養素の不足が顕著であることから、学校給食がない日でも子どもたちに楽しく牛乳を飲みたい・乳製品をとりたいてと思ってもらえる意識づくりや環境づくりを促すために実施している取り組みです。

▶ 公式 WEB サイト: <https://donichi-milk.jp/>



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 御茶ノ水安田ビル 5 階
電話:03-5577-7494