

J-MILK REPORT

私たちはミルクでつながっています。

SUMMER 2025 Vol.51



需要拡大の取り組み

- 2 牛乳でスマイルプロジェクト
酪農乳業関係者の皆さまへ
ミルクのために、ひとつになろう。
- 4 座談会
コラボが描く、ミルクの未来
「牛乳でスマイルプロジェクト」参加メンバーの
事例から探る「新たな価値を創る協働」のヒント
株式会社さとふる、株式会社Real Style、リソル株式会社
- 8 土日ミルク
■「土日ミルク」と地域のチカラ
■2025年度啓発ツール
- 10 「牛乳でスマイルプロジェクト」の旗のもと、
牛乳・乳製品の需要拡大に向けて
- 11 国際・生産流通・学術調査グループからのお知らせ
- 12 Q&A Vol.11
最新研究でわかった！
ミルクの気になるギモンQ&A
■厳しい残暑に「秋バテ」を防ぐには？
■「秋バテ」対策に役立つ食べ物ってある？
- 14 INFORMATION
■最新コンテンツ、イベントのお知らせ
■Jミルク内部研修のご報告
■Jミルク 新任・再任役員からのごあいさつ

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.51 SUMMER 2025 | 発行日／2025年8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 御茶ノ水安田ビル5階 TEL 03-5577-7492 FAX 03-5577-3236

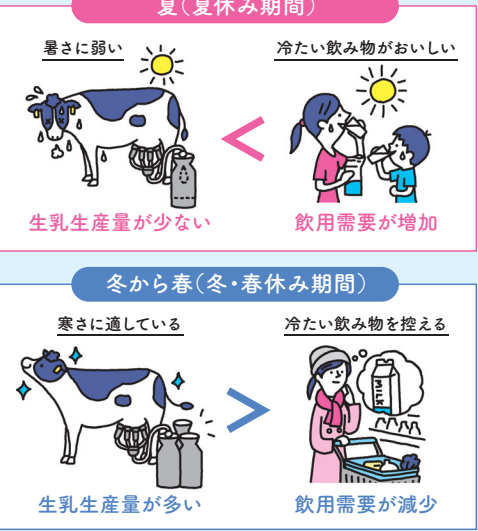
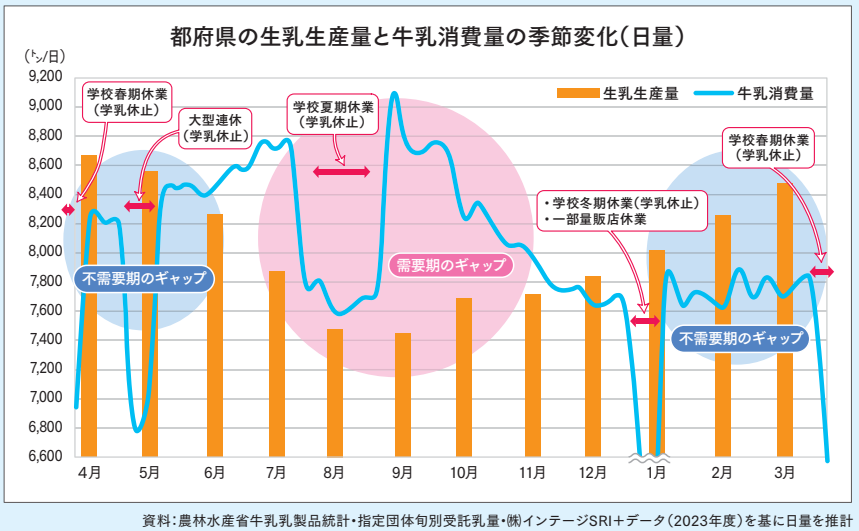
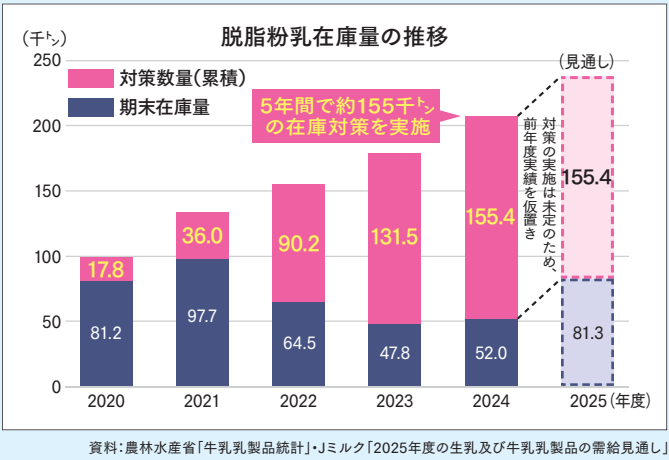
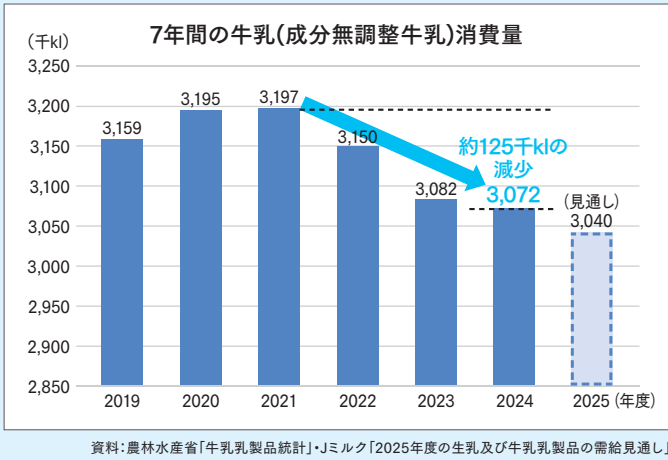
✉ info@j-milk.jp 🌐 <https://www.j-milk.jp> 📘 <https://www.facebook.com/jmilkjp>

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

2025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

牛乳消費の減少傾向と、季節による需給ギャップが課題です。

生乳の需要低迷による年間の需給ギャップに加え、季節的な変動により、冬から春先にかけての“不需要期”には、生乳の供給が需要を上回ること脱脂粉乳の在庫増加も大きな課題となっています。



消費の底上げを目指して、私たちはさまざまな活動を行います

共通ロゴマークを活用

全国の酪農乳業関係者による国産牛乳・乳製品の需要拡大に向けたすべての活動は、「牛乳でスマイルプロジェクト」を業界の統一した取り組みとして位置付け、共通ロゴマークの活用を促進する。

不需要期に活動を集中

2025年度は各組織の活動時期を年末年始から春先(2025年11月～2026年3月)の不需要期に集中させる。さらに、組織同士が相互に情報発信し合い、「牛乳でスマイルプロジェクト」の認知度を高めていく。

業界内外のコラボ・連携

酪農乳業関係者、「牛乳でスマイルプロジェクト」のメンバーによる価値訴求、消費提案の内容、対象となるターゲット層(インバウンド含む)など、業界内外の積極的なコラボ・連携を推進する。

「牛乳でスマイルプロジェクト」とは

酪農乳業界にプラスして異業種・他業界の多様なメンバーが参加し、共通ロゴマークで一体感を持って牛乳・乳製品の消費拡大を推進する枠組みです。

参加登録はこちら※

※Googleフォームを利用できない方は、info@j-milk.jpまでお問い合わせください。

情報交換や
コラボ機会創出を支援

参加登録

交流

活動・連携

牛乳・乳製品の消費拡大に
取り組みば、どなたでも登録OK

メンバー限定の交流会で情報
交換し、ネットワークを構築

共通ロゴで一体的な活動&
メンバー同士のコラボに発展も

牛乳でスマイルプロジェクト
酪農乳業関係者の皆さまへ
ミルクのために、ひとつになろう。



「牛乳でスマイルプロジェクト」で、日本の牛乳・乳製品を一緒に盛り上げましょう。

全国の生乳生産基盤を支え、安定供給を実現するためには、国産の牛乳・乳製品への力強い需要が不可欠です。私たちはいま、「牛乳でスマイルプロジェクト」の旗のもと、全国の酪農乳業関係者が一体となって需要拡大の取り組みを推進しています。本プロジェクトに、ぜひご参加ください。

コラボが描く、ミルクの未来

「牛乳でスマイルプロジェクト」参加メンバーの事例から探る「新たな価値を創る協働」のヒント

多様な業種・主体が参加して牛乳・乳製品の消費拡大を目指す「牛乳でスマイルプロジェクト」。そのメンバー企業3社の担当者をお招きして、酪農乳業と実施したコラボレーション事例と成果、今後の期待などを語っていただきました。コラボだからこそ見えてくる牛乳・乳製品の価値や、異業種連携を広げるためのポイント、「地域」をキーワードにした新たな展開の可能性などを探ります。

*座談会参加者はp5を参照

地域乳業とのコラボが生んだ「牛乳割りプロテイン」

本日は牛乳でスマイルプロジェクトの参加メンバーで、酪農乳業とのコラボ実績のある3社にお集まりいただきました。まずは各社のコラボの経緯と具体的な取り組み、成果をお聞きます。

河本大輝さん(以下、河本) 弊社の「ビーレジェンド WPCプロテイン」と大山乳業(鳥取県)さんとのコラボ商品として、「白バラコーヒー風味」を今年7月15日に発売しました。初回生産分が発売から4日あまりで完売するなど予想以上の反響をいただき、9月上旬の再販に向けて追加生産を進めています。

当初は従来同様の味やパッケージでのコラボ企画としてスタートしましたが、大山乳業さんから「牛乳の消費拡大にもつながる内容にしたい」というご提案をいただき、弊社もその思いと一緒に実現したいと考え、商品コンセプトを変更しました。

一般的なプロテインは水で割って飲みますが、今回開発したのは「牛乳割りプロテイン」です。原料の一部に大山乳業の脱脂粉乳を使用し、1年がかりで350回近い社内試飲を重ねて、「白バラコー



高成長が続くプロテイン市場と、牛乳の消費拡大・酪農家支援に取り組む地域乳業の思いから生まれたコラボ商品「ビーレジェンドWPCプロテイン 白バラコーヒー風味」。Real Styleではコラボを機に、国内酪農乳業の理解醸成を図る情報発信にも取り組んでいる。写真は、人気の「筋肉タレント」コアラ小嵐さんたちが大山乳業の工場見学に訪れた際の1枚。



ヒー」の味の再現にもこだわりました。SNSでは、商品をご購入されたお客様から、「本当に白バラコーヒーの味がする」「プロテイン特有の風味が少なく、おいしい」「いつでも買えるようにしてほしい」といったうれしいお声をいただいています。商品開発はチャレンジングな内容でしたが、お客様からの反響を目にす

ると、挑戦してよかったと感じています。商品開発の過程では、用途別の乳価の違いや酪農家の経営状況など、酪農乳業の現状や課題も知ることができました。弊社としても生産者の皆さんを支援したいという思いが強まり、牛乳でスマイルプロジェクトに参加するとともに、コラボ商品発売に合わせて「牛乳割りプ



株式会社Real Style
営業部 法人営業課
(かわもと だいき)
河本 大輝さん



リソル株式会社
ホテル事業部 本部 ホテル企画課
(いけだ けい) (こばやし ふるか)
係長 池田 啓さん(左) 小林 風夏さん(右)



株式会社さとふる
経営戦略室 戦略推進グループ
(わたなべ ようこ) (もり かおる)
渡邊 葉子さん(左) 森 伽織さん(右)

ふるさと納税で酪農を応援 不需要期の消費下支えにも

では次に、さとふるさんの取り組みをご紹介します。

森伽織さん(以下、森) 弊社が運営するふるさと納税サイト「さとふる」では、さまざまなテーマでお礼品を紹介する特集企画を定期的に掲載しています。2022年11月、この特集の一つとして「牛乳・乳製品特集」を公開しました。ちょうどこの年は、年度後半にかけて生乳の余剰問題が大きく報道されてい

ました。ふるさと納税のお礼品を通して、多くの酪農家さんや乳業メーカーさんとのつながりのある弊社としても、消費拡大をお手伝いして皆さんを応援したいと考え、牛乳でスマイルプロジェクトに参加したのち、特集を公開しました。

牛乳・乳製品特集では、牛乳、ヨーグルト、チーズ、バターなどのお礼品の紹介、酪農家や乳業メーカーさんのインタビュー、牛乳を使ったレシピなどを掲載

しました。公開後約1か月で、コメントを掲載した事業者さんが提供するお礼品への寄付額が前年の2倍に増加するなど注目度も高かったです。

酪農家・メーカーさんへのインタビューでは、お礼品になっている商品をごのようないでつくられているかなどをお聞きしました。私たちとしても、酪農や乳業の現場の実情を知る貴重な機会になりました。

この特集は現在、季節による生乳需給のギャップを紹介して、年間を通じて酪農乳業を応援しようというコンセプトで引き続き掲載中です。牛乳や乳製品のお礼品を検索すると関連情報として表示されるのでぜひご覧ください。

このほか、需要が落ち込む年末年始や春休み期間などには、弊社SNSでも生産者さんの応援や消費拡大を呼びかけています。

渡邊葉子さん(以下、渡邊) 飲用牛乳は特に賞味期限が短いですが、ふるさと納税なら直接お客様に届けられます。小分けにして定期配送をされている事業者さんも多いですから、普段は手に入らな

い地域の牛乳も手軽に選べる利点があります。「さとふる」での牛乳の取り扱い点数も2022年に比べて現在の方が増えているので、寄付先の選択肢も広がっています。

また、ふるさと納税はその年の所得に応じて控除上限額が確定するため、年末が寄付申し込みのピークとなり、ちょうど年末年始の牛乳の不需要期と重なります。その意味でも、消費の下支えとして機能しやすいのではないかと思います。

「日本の牛乳」が旅の思い出に ウェルカムミルクを試験導入

続いて、リソルさんの取り組みについて教えてください。

小林風夏さん(以下、小林) 弊社は現在、「リソルホテルズ」ブランドで全国20店舗のホテル・宿泊施設を運営しています。このうち首都圏の6つのホテルで、今年8月1日から24日まで、「JA全農さんとのコラボで「ウェルカムミルクスタンド」企画を実施しました。

私がホテルのフロント勤務をしていたころ、外国人のお客様がよく牛乳を飲んでいる姿を目にしました。旅先の牛乳をウェルカムドリンク感覚でふるまったら喜んでいただけそうだなと思い、企画

提案したものです。提供方式としては、フロント横やロビーに冷蔵ショーケースを設置し、お一人様一本ずつお取りいただける形にしました。提供する牛乳や冷蔵ケースの管理、万が一お客様が体調に異変を感じられた場合の対応など、運用面やリスク管理をマニュアル化して各店舗に周知した上で実施しています。



RESOL HOTELS

RESOL HOTELS
Webサイト



リソルホテルとJA全農のコラボ企画「ウェルカムミルクスタンド」。ロビーに専用冷蔵庫を設置し、3種類の牛乳を宿泊客に無料で提供した。リソルホテルでは、美肌や疲労回復、免疫力強化などの目的に応じて、管理栄養士監修メニューを組み合わせる“Eatwell Breakfast”を提案しており、牛乳・乳製品の健康栄養面のメリットも伝えている。

小林 ホテルで提供する牛乳は、JA

全農さんのご提案の中から、東北、関東、関西の3地域の200ml紙パック牛乳を選びました。パッケージの色味やデザインのかわいらしさも選定理由の一つで、ショーケースの中でも見栄えがよく、お客様に共感してもらえそうなものをセレクトしています。

インバウンドのお客様がショーケースの前で牛乳を持って記念撮影する姿や、パッキング作業の合間に牛乳を飲んでいる方も見かけました。日本人の年配のご夫婦が休憩スペースで牛乳を味わう光景も目にしました。規模としては小さいながらも牛乳の消費拡大にも貢献できたのかなと思っています。

池田 インバウンドのお客様が多い上野や秋葉原のホテルで人気が出るのはある程度予想していたのですが、意外だったのは外国人利用客の少ない郊外のホテルでの反応です。特にスポーツ団体などの合宿で利用されているお客様に、このミルクスタンドが大変好評だったという報告を受けています。

商品・ニーズ・企業理念 共通項から連携づくりへ

― 乳業メーカーや牛乳・乳製品とコラボする際のポイントや課題、その解決に

向けた糸口になりそうなことはあります。

池田 弊社運営ホテルは一部を除き、テナントレストランが多いです。今回のような期間限定のコラボ企画ではなく、牛乳・乳製品を食事として提供する場合、テナント側の対応力や品質管理、在庫スペースの確保といった実務面の課題は出てくると思います。

河本 完全な新規商品開発ではなく、「白バラコーヒー」のような既存商品とコラボするケースでは、味の再現性の一つのハードルになると感じました。

コラボの糸口の一つは、利用シーンやニーズの把握だと思います。例えば、リソルさんのお話にあったスポーツ団体のお客様に、牛乳とプロテインをセットで提案するといった形です。

池田 弊社は他社さんとのコラボは今回が初の試みで、ブランディングの一環として可能性を模索している段階です。コラボの前提となるのは、弊社の企業理念（人・社会・地球にやさしい）に合致することです。プロテインは健康志向やフードロス対策などさまざまな面で注目されているので、今後の展開も検討してみたいです。

河本 私たちも企業理念の一環としてSDGsの観点から健康や地球環境

に配慮した取り組みを進めています。この分野の知識や情報を共有することを通じて、相互の交流を深められたらいいですね。

コラボという視点で高まる 地域の牛乳・酪農の魅力

― 今後のコラボの可能性、特に全国の酪農乳業関係者との連携や、地域の牛乳・乳製品の魅力にも目が向くようなアイデアがあれば教えてください。―

渡邊 ふるさと納税のお礼品として国や自治体に認められているものであれば、契約自治体様のお礼品として基本的に弊社サイトで掲載しております。

「さとふる」では現在、7800点以上の牛乳・乳製品を掲載しており、すでに多くの地域の酪農乳業者さんにご利用いただいています。今後も、生産者の皆さんの思いやお礼品の魅力をお伝えしながら、取り扱いを増やしていきたいと考えています。

河本 弊社では、地域の牛乳販売店さんとの連携を模索しています。宅配牛乳とプロテインを組み合わせる提案し、フレイルやサルコペニアの予防も含めた、お年寄りの健康維持を目指す取り組みです。また脱脂粉乳の在庫問題に対し

て、弊社商品での新たな活用方法も検討しているところです。

小林 今回は3種類の牛乳を提供しましたが、全国各地の牛乳を楽しめることは、充実した旅行体験の一部になるという可能性を感じています。配送の課題は残りますが、普段は飲めない牛乳を旅先で味わえる場をつくれたらと思っています。

― 最後に、牛乳でスマイルプロジェクトへの期待をお聞かせください。―

森 弊社では、ふるさと納税を通じた地域貢献の価値をもっと多くの皆さまに知っていただきたいと考えています。地域の酪農乳業が抱える課題への理解が広がれば、寄付や応援も増えると思いますし、弊社もより一層の後押しができます。その意味でも、牛乳でスマイルプロジェクトによる、消費者への情報発信の強化を期待したいです。

池田 インバウンドを中心に、地域の自然環境や、酪農を含む一次産業に関心を持つ旅行者が増えていきます。弊社のホテルでも、その地ならではの活動（観る・食べる・体験する・買い物する）をご提案できる体制を整えているところです。

旅行・観光業界全体でオーバートーリズム問題に向き合いながら、地域と、そこ



「さとふる」の牛乳・乳製品特集では、関連するお礼品の情報や事業者のコメントなどを引き続き掲載中。牛乳のお礼品を提供する事業者おすすめ「牛乳鍋」や「モーダ」（牛乳のソーダ割り）のレシピを写真とともに紹介するなど、寄付者に気軽に興味を持ってもらえるような工夫もしている。

異業種間の出会いの場を提供し、コラボを支援する機能をさらに充実させていってほしいです。

― 異業種コラボの事例と成果から、牛乳でスマイルプロジェクトへの期待まで、示唆に富む内容でした。いただいたご意見を今後の本プロジェクト運営にも役立てていきたいと思っています。本日はありがとうございました。―



給食のない休日、
おうちで牛乳を飲む。

特設サイトは
こちら



土日ミルク

2022年12月に誕生した「土日ミルク」は、全国各地のイベントや学校などで活用が広がっています。牛乳・乳製品の魅力を未来へつなぐ輪が大きくなる中、「土日ミルクを創るヒト」の事例も9件目に。関係者の声を一部ご紹介します。

土日ミルク 2025年度啓発ツール

9月受付開始、10月配布予定

NEW

30日間チャレンジシール



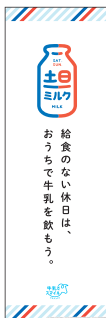
「土日ミルク」リーフレット



「週刊土日ミルク」冊子



「土日ミルク」のぼり



「土日ミルク」
ステッカー



2025年度よりターゲットを拡大し、子どもから大人まで世代を問わずたくさんの方に活用していただけるよう、シールとリーフレットはデザインと内容を変更しました。皆さまのイベントでぜひ活用ください。

おいしく続ける 「土日ミルク」へ

幅広い世代にぴったりな、手軽に作れる
「土日ミルクレシピ」全16品公開中！

飲む
DRINK 全8種



食べる
FOOD 全8種



レシピは
こちら

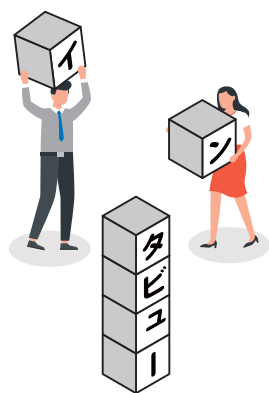


土日ミルクレシピ

熊本県牛乳普及協会

事務局 松田 謙二さん

将来の日本を背負っていく子どもたちの健やかな成長を応援し続けるために、「学乳供給推進会議」で教育委員会、学校給食会などへ啓発するほか、学校給食の大会などを通じて学校関係者に配布し、「土日ミルク」の定着を図っていきます。



CASE-01~08

「土日ミルクを創るヒト」
Webサイトでご紹介中



10

九州生乳販売農業協同組合連合会

販売部 次長 大久保 誠太郎さん 原田 智文さん

「ハッピーミルクフェスタ」は、酪農や九州産牛乳への理解と魅力を広め、牛乳の消費拡大を推進するイベントです。2025年度は11月8日に、ららばーと福岡で開催が決定。そこで「土日ミルク」の各種ツールを活用して盛り上げたいと思います。

土日ミルクを創るヒト

CASE-09 雪印メグミルク株式会社

Coming soon

九州販売課 渡部 靖広さん

温浴複合施設「照葉スパリゾート」とコラボし、「お風呂で牛乳は文化！ミルクの恵みで、ととのう毎日。」と題したイベントを夏休み期間に開催。牛乳を飲むという人が増えることを願って「週刊土日ミルク」の漫画を館内に大きく掲示し、牛のエサ展示のツールも活用しました。

地域のチカラ

1

全国酪農青年女性会議 全国酪農業協同組合連合会

CASE-08

2025年8月末公開！

総務部 副部长 炬口 浩司さん 板倉 雅治さん 上原 直子さん
(全国酪農青年女性会議 事務局)

酪農家で組織される酪農青年女性会議のメンバーが、「土日ミルク」と連携して国産牛乳・乳製品の消費定着化に向け、理解醸成活動を展開。多くの一般生活者の目に触れられるよう、9月の新宿・福岡での活動を皮切りに、全国各地で展開します。

3

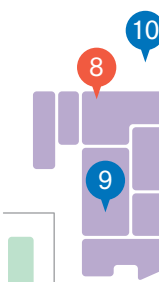
北海道乳業株式会社

酪農部 部長 半海 啓二さん 諸中 岳さん

毎年牛乳月間に開催される「やくもミルクロードレース（ハーフマラソン）」で、地元酪農家有志の牛乳配布による宣伝を図るとともに、2023年度から「土日ミルク」も啓発中！八雲町は学校の長期休校前に、「土日ミルク」ポスターをチラシ版にして全世帯へ配布しています。

「土日ミルク」が牛乳パックやトートパックに！

株式会社共進牧場 CASE-04



CASE-05 岡山県酪農乳業協会
おかやま酪農業協同組合
オリジナリティ溢れる
「おかやまミルクフェア」に突撃！

CASE-01 大山乳業農業協同組合
鳥取のソウルドリンク「白バラ牛乳の想い」

7

公益社団法人香川県畜産協会

企画管理部 藤井 真次さん

毎年開催している「香川県畜産フェア」で、2023年から「土日ミルク」ののぼりを制作してアピールしています。（日本初の土日ミルクのぼり！）2025年3月の春休みには、四国新聞でロゴを活用した新聞広告を制作。秋のイベントや年末年始の牛乳消費キャンペーンでも「土日ミルク」を啓発していきます

6

一般社団法人 全国牛乳流通改善協会

事務局長 等々力 康友さん

全国加盟店が量販店店頭や地域施設で行う牛乳・乳製品の試飲会などの普及活動や、幼稚園、保育園、老健施設で宅配による継続飲用を勧めるきっかけづくりとして、「土日ミルク」のシールとリーフレットをはじめとする啓発ツールを配付します。

5

森永乳業株式会社

マーケティング本部
事業戦略部 戦略企画グループ 兼松 利さん

一般生活者向けに「土日ミルク」の啓発ツールを活用したキャンペーン企画やSNS企画のほか、生乳の不要期に向けて、イベントツールを活用したイベント開催も検討しております。「牛乳・乳製品のおいしさ・楽しさ」「健康・栄養」を両立して伝えていきます。



CASE-07 よつ葉乳業株式会社

「みるるやってみた」×「土日ミルク」

1

2

ホクレン農業協同組合連合会

酪農部 生乳共販課 調査役 黒政 聡さん
高橋 優太さん

消費の裾野拡大と定着化を強く意識した企画を推進する中、業界が一致団結して取り組むことが重要だと考えています。「土日ミルク」は札幌・帯広で開催予定のチーズフェアなど各種イベントで活用するほか、MILK LAND HOKKAIDO→TOKYO（東京・自由が丘店舗）での連携も視野に展開していきます。

4

栃木県牛乳普及協会

事務局 川嶋 智子さん

幼稚園・児童館・乳児親子等を対象とする「ミルク講話」「バター作り体験」「調理実習」で、「土日ミルク」ツールを活用しています。下野新聞の広告ではロゴを掲載。今年は「とちぎ食と農 魅力発見フェア2025」（11月開催）で、「土日ミルク」のイベントツールを最大限に活用します。

CASE-02 JA全農酪農部

全国11種類・ご当地牛乳の飲み比べイベント

CASE-03 ミルクマイスター®高砂さん
「ご当地牛乳トレカ」開発ストーリー

CASE-06 東海酪農業協同組合連合会

「わくわくモーモースクール」×「土日ミルク」

需給見通し

「2025年度の生乳および牛乳・乳製品の需給見通し」の予測値を、8月1日に更新しました。猛暑による生乳生産への影響や、乳価改定に伴う製品価格の上昇による需要への影響など、直近の動向変化を踏まえた内容となっています。2025年度の全国の生乳生産量は、前年比99・7%と2年ぶりに前年水準を下回る見込みです。一方、飲用等向け乳量は同98・6%と5年連続の前年割れが見込まれます。こうした中で、脱脂粉乳・バター等向け乳量は同102・2%と、2年連続で前年水準を上回る見込みです。これらの予測値に加えて、最新の需給動向を踏まえた当面の課題と対応についても記載しておりますので、ぜひご覧いただければ幸いです。



生産流通グループ
嶋 雄介
Yusuke Shima

詳細はこちら

Jミルク 需給

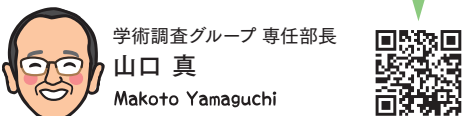
国産牛乳・乳製品の消費拡大に
つながるインバウンド消費者調査

今年上半年の訪日観光客数が過去最高を更新しました。これは日本の牛乳・乳製品市場にとって大きな商機です。また、安全で高品質な日本の牛乳・乳製品の魅力を世界に発信する好機です。インバウンド消費は三大都市圏に集中する傾向がありますが、訪日観光客の嗜好や購買行動を深く理解することにより、地方を含めた国内全体の牛乳・乳製品市場の活性化を図りたいと考えています。この潜在的な需要を具体的に把握するため、入国者数の上位国を対象に、訪日経験者へのインターネット調査を実施中です。日本の牛乳・乳製品のどこに魅力を感じ、滞在中にどのような消費したのかを調査し、訪日観光客を対象とした新たな市場開拓につなげたいと考えています。



Jミルク 食生活動向調査

牛乳・乳製品に関する
食生活動向調査はこちら



学術調査グループ 専任部長
山口 真
Makoto Yamaguchi



国際関連情報



WORLD MILK DAY!

ソーシャルメディア部門で日本の取り組みが1位に！



1. Japan

「牛乳の日・牛乳月間」SNS企画



詳細は
こちら



6月1日は「World Milk Day」/「世界牛乳の日」です。2025年は「牛乳・乳製品のチカラをたえよう」をテーマに、日本の「牛乳の日・牛乳月間」をはじめ、世界各地で多くの企画やイベントが展開されました。Global Dairy Platform (GDP)は、共通素材の提供を通じて各国の活動を支援するとともに、成果の取りまとめと発信も行っています。今年は、日本の取り組みが高く評価され、SNS活動分野で初の世界1位を獲得する快挙を成し遂げました。関係者の皆さまのご尽力とご協力に心より感謝申し上げます。



Mr. Bob Musinski
Global Dairy Platform
Chief Communications Officer



GLOBAL DAIRY PLATFORM

おめでとうございます！
Congratulations!

今年の「世界牛乳の日」キャンペーンは、100か国以上で約12・5億人にリーチし、275万以上のエンゲージメントを生み出しました。これは新記録です。その成功の大きな要因の1つは、Jミルクの「#ミルクのバトンリレー」を中心とする日本でのソーシャルメディア活動で、今回、日本はこの部門で世界1位となりました。この活動により、多くの人々が牛乳・乳製品で満たされた瞬間や感謝のメッセージを共有しました。私たちは、牛乳・乳製品を楽しむ人々の喜びに満ちた写真を見るのが大好きで、この特別な日に多くの共感と熱意を引き出したJミルクの成功に改めて感銘を受けました。

Congratulations to J-Milk for Helping Japan
Take No.1 in World Milk Day Social Media!

This year's World Milk Day campaign reached about 1.25 billion people in more than 100 countries and generated more than 2.75 million engagements – a new record. A big part of that success was World Milk Day social media activity in Japan, which ranked first in the world and was led by J-Milk's "Milk Baton Relay" campaign. The initiative encouraged people to share dairy-filled moments and messages of gratitude. We loved seeing all the joyful pictures of people enjoying milk and dairy products and continue to be impressed by J-Milk's success at generating engagement and passion around this special day.



国際グループ 専任部長
木内 俊
Toshi Kinouchi

日本の活動が世界中でのさまざまな動きとつながっていると感じました。世界中で牛乳・乳製品がもっとたえられるよう、毎年さらに盛り上げていきましょう！



コミュニケーショングループ 主任
西沢 彩乃
Ayano Nishizawa

皆さまの多くの発信やアクションによって日本が1位となりました。今年も「#ミルクのバトンリレー」を盛り上げていただきどうもありがとうございました！

「牛乳でスマイルプロジェクト」の旗のもと、
牛乳・乳製品の需要拡大に向けて

—— 酪農乳業関係者の皆さまへお願い ——

全国の生・処・販の関係者が一体となった国産牛乳・乳製品の需要拡大のための取り組みを、Jミルクが皆さまと共に推進していきます。
2025年度は、飲用需要が落ち込む11～3月（特に年末年始から春先）に活動を集中いたします。

1 「牛乳でスマイルプロジェクト」のロゴを活用してください

全国の関係者による需要拡大の取り組みに、全国規模の統一感を持たせるため、「牛乳でスマイルプロジェクト」のロゴを共通ロゴマークとしてご活用いただくことを推奨します。



「牛乳でスマイルプロジェクト」とは？

農林水産省と一般社団法人Jミルクが、2022(令和4)年6月に立ち上げた、牛乳・乳製品の消費拡大を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、さまざまな業界の企業、団体、自治体など、約975(2025年8月末現在)の参加者が共通ロゴマークの使用を通じて一体となり、酪農経営の安定と、牛乳・乳製品の安定供給により国民の健康的な食生活に貢献するため、さらなる牛乳・乳製品の消費拡大に取り組みます。

※共通ロゴマークには、「牛乳・乳製品を食事に取り入れることで、笑顔になってほしい」というメッセージが込められています。

Jミルク 牛乳でスマイルプロジェクト



ロゴの活用事例

- プレスリリースやWebサイトのお知らせに、「牛乳でスマイルプロジェクトの一環として実施しています。」と明記
- ポスターやリーフレットなどにロゴを掲載
- 媒体広告にロゴを掲載
- イベント会場の掲示物にロゴを掲載
- 対象商品のパッケージにロゴを掲載 など

※既存のロゴと合わせてご活用ください。

2 皆さまの活動に関するアンケート調査にご協力ください

全国の関係者による需要拡大のイベントやキャンペーンなどの情報を集約して、地域・ターゲット・テーマ・時期等に分類した上で、一般消費者にわかりやすく情報発信するポータルサイトを構築します。

ポータルサイトとは？

皆さまの
メリットは？

- ①消費者の認知度向上と参加促進
- ②他組織の取り組み事例の共有
- ③連携・ビジネスマッチングの機会

ポータルサイトや公式SNSを通じて、皆さまの活動情報を定期的に発信することで、消費者の関心を高め、イベントやキャンペーンへの参加を促進します。

業界内外のさまざまな事例を知ることで、新たな事業計画の立案や課題解決のヒントを得ることができます。

連携先の検討や、ビジネスマッチングの参考として、ポータルサイトの情報を有効に活用できます。



「秋バテ」対策に役立つ食べ物ってある？



牛乳+ビタミンB群の豊富な食品は、エネルギー代謝を高めて疲労回復にも

秋バテの主な原因は、栄養不足によるエネルギーの材料不足と、それをうまく代謝できない状態＝「エネルギー変換の停滞」にあると考えられます。

この代謝を助けてくれるのが、ビタミンB群。特にビタミンB₁は、糖質をエネルギーに変える際に重要な役割を果たします。さらに、B₂・B₆・B₁₂は、糖質だけでなく、たんぱく質や脂質の代謝にも関わっています。ただし、ビタミンB群は水に溶けやすく熱に弱く、たと

えば豚肉をゆでるとビタミンB₁の含有量が半分ほどに減ってしまうため、調理法に工夫が必要です。

牛乳・乳製品には、エネルギーの材料となる三大栄養素に加え、ビタミンB群も含まれています。またビタミンB₁は、秋に旬を迎える豆類・いも類・玄米などにも豊富です。これらの食材と牛乳・乳製品を組み合わせたレシピは、秋バテ対策にぴったりですよ。

秋バテ対策におすすめのミルクレシピ

豆腐は高たんぱくでB1も豊富



家族全員で楽しめる！
豆腐とまよしの
まろやかミルク担々鍋



ビタミン+整腸作用がうれしい



やさしい味がどこか懐かしい
さつまいもの
ミルクキャラメル



温かいヘルシー鍋で疲労回復



からだがかかホカホカする健康鍋
牛乳チゲ



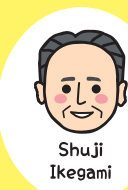
冷たい飲食物は控えめに、胃腸や体を温める食事を意識して



ニラや生姜、にんにくもおすすめ！
疲れた胃腸をいたわり、体はぽかぽかに。



あ と が き



Jミルク アドバイザー 池上 秀二

記録的な猛暑もこのレポートが届くころには少し和らいでいてほしいと願っています。残暑が続く中、熱中症対策も忘れずに、良質のたんぱく質とビタミンB群を豊富に含む牛乳・乳製品をうまく活用して、「夏バテ」解消、「秋バテ」対策につなげましょう。

info@j-milk.jp

FACTBOOK
牛乳の栄養と機能 ～2023年版～

Jミルク ファクトブック



牛乳・乳製品に関するさまざまな「ウワサ」や「ギモン」を、最新の研究成果を基にわかりやすく解説します。今回は、残暑が続く中で「体がだるい」「すぐに疲れる」などの不調を感じる「秋バテ」に注目し、栄養バランスの改善ポイントをご紹介します。



厳しい残暑に「秋バテ」*を防ぐには？

*「秋バテ」とは、夏から秋にかけての気温や気圧の変化、夏季の疲労の蓄積などで不調を感じる状態を指します。



牛乳の良質なたんぱく質と豊富なビタミンが、疲労回復をサポートします

今年7月の平均気温は、3年連続で過去最高を更新。40度を超える地点も複数観測され、記録的な猛暑となりました。気象庁の3か月予報(7月22日発表)でも10月まで残暑が続くとされており、長期間にわたる熱中症対策が求められています。

この厳しい暑さに加え、季節の変わり目による気温・気圧の変化も体調不良を引き起こし、秋バテの原因に。「体がだるい」「すぐに疲れる」といった症状の背景には、睡眠不足や冷房の温度差による自律神経の乱れ、冷た

い麺類中心の食生活による栄養不足が考えられます。

牛乳・乳製品は良質なたんぱく質、炭水化物、脂質の三大栄養素に加え、ビタミンやミネラルも豊富に含まれています。これらの栄養素は、エネルギーの補強や代謝のサポート、そして疲労回復に役立ちます。毎日の食事に牛乳・乳製品を積極的に取り入れて、エネルギー不足を補いながら、規則正しい生活で「残暑の秋」を元気に乗り切りましょう。

[図表]たんぱく質の「質」を総合的に評価する「DIAAS」
DIAASとは正確な消化吸収率に基いたアミノ酸スコアで、この値が高いほど良質なたんぱく質であることを示す。

		DIAAS
動物性たんぱく質	牛乳	115.9
	豚肉*	113.9
	牛肉	111.6
	鶏肉*	108.2
植物性たんぱく質	大豆	99.6
	大麦	47.2
	とうもろこし	42.4
	小麦	40.2

出典: Ertl P et al. Animal. 2016;10(11):1883-1889.
*は、Ertl P et al. Die Bodenkultur: Journal of Land Management, Food and Environment. 2016;67(2).

出典: FACTBOOK 牛乳の栄養と機能 ～2023年版～

こんな不調、感じていませんか？

☑「秋バテ」チェックリスト

- ☐ 朝すっきり起きられない
- ☐ なかなか眠れない
- ☐ 食欲がない
- ☐ 冷たい飲み物が好き
- ☐ 体がだるく疲れやすい
- ☐ 頭がぼんやりする
- ☐ 頭痛や肩こりがある
- ☐ 胸やけや胃もたれがある
- ☐ 便秘、下痢気味になる
- ☐ めまいや立ちくらみがする



「秋バテ」対策のポイント

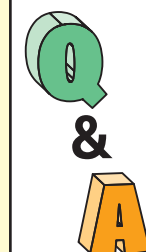


※各種資料を参考にJミルクが作成

最新研究でわかった！

ミルクの気になるギモン

vol.11



2025年6月19日開催の定時総会において選任された、専務理事・渡辺裕一郎と常務理事・清水隆司が、読者の皆さまへのごあいさつとともに、酪農乳業界の発展とJミルクの役割に寄せる所信と抱負を述べます。今後ともJミルクの活動にご理解・ご協力をいただきますよう、よろしくお願いいたします。

役員名簿
(任期: 2027年定時総会)



Jミルク 役員名簿

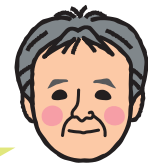


Yuichiro Watanabe

専務理事

渡辺 裕一郎
(わたなべ ゆういちろう)

6月の定時総会で専務理事に就任した渡辺です。酪農・乳業をめぐっては、コロナ禍以降、牛乳やヨーグルトの消費が低迷し、脱脂粉乳の在庫が積み上がるなど、依然として厳しい需給環境が続いています。こうした酪農・乳業双方にとっての重要課題に対処するには、関係者それぞれの取り組みに加えて、その垣根を超えて結束した一気通貫の取り組みを行うことも重要であり、生乳および牛乳・乳製品の供給を担う「生・処・販」の事業者が一堂に会するJミルクの果たすべき役割はますます大きくなっていると思います。Jミルクは本年度から新たに、国内すべての生産者と乳業者から拠出金を募り、全国的な生乳需給安定のための基金事業をスタートさせるとともに、牛乳・乳製品の実需につながるような業界一体となった需要拡大活動を進めていきます。今後ともJミルクが、関係者の皆さまを結ぶ「かけ橋」となり、共通の目的や課題に取り組む上での「ハブ（拠点）」としての機能を一層高めていけるよう精一杯頑張りますので、どうぞよろしくお願いいたします。



Takashi Shimizu

常務理事

清水 隆司
(しみず たかし)

6月の定時総会および理事会にて、二期目の常務理事を拝命しました。これまで、多くの皆さまのご支援をいただき、「日本の酪農乳業の発展と牛乳・乳製品の価値向上」という「Jミルクの使命」の実践に向けて微力ながら努めてまいりましたが、現在の日本の酪農乳業が直面する厳しい状況を打開するためには、全ての業界関係者が協力・連携をさらに強化し、国とも共同して消費者を巻き込む一体感のある活動を進める必要があります。そのためにJミルクが果たすべき役割の重要性を再認識しております。これまで、一昨年に立ち上げた「日本の持続可能な酪農研究会」や各種セミナー、国際酪農組織IFCNの年次大会の国内開催など、酪農乳業関係者や研究者が一堂に会して、海外酪農先進国の事例を学び、国内外の学術研究などの成果への理解を深め、相互に議論し解決策を探る「協創の場」とするべく、試行を続けてきました。今後、さらに多くの皆さまにご参加いただけるようさまざまな取り組みを企画・推進してまいりますので、皆さまのご指導・ご支援をお願いいたします。

編集後記

今号では、牛乳・乳製品の需要拡大に取り組む皆さまの思いをご紹介しました。取材を通じ、現場を支えるお一人おひとりのご尽力に深い敬意を抱くとともに、その創意工夫や情熱に感銘を受け、強く共感いたしました。厳しい状況の中でも、つながりと工夫こそが未来を切り開く力になると信じています。本誌がその連帯の輪を広げるきっかけとなれば幸いです。



Hiroko Suzuki

コミュニケーショングループ 次長
鈴木 浩子
✉ milkday@j-milk.jp
(ご意見・ご感想お待ちしております)

メルマガ 会員募集中!

JミルクではWEBサイトに掲載の最新記事やおすすめ情報を毎月1日メルマガジンでお届けしています。スマホでも読みやすく配信中。ぜひご登録ください。

Jミルク メルマガ



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

Googleフォームからも登録できます



乳和食



コミュニケーショングループ 主任
西沢 彩乃
Ayano Nishizawa

お申し込み
受付中!

「指導者向けスキルアップ講習会」

- ◆日時: 2025年10月4日(土)
- ◆場所: 女子栄養大学 駒込キャンパス内
- ◆講師: 料理家・管理栄養士 小山浩子 氏
- ◆内容: 子育て世代を意識し、さらに進化した乳和食を学ぶ。(講話、調理デモ&実習)



なすとピーマンの
ミルク味噌炒め

新レシピ
5品



ごま香る・
トマトと生姜の
チーズ粒
つゆかけうどん



Jミルク 乳和食

皆さん食欲落ちていませんか？おすすめの乳和食レシピ公開中です！リーフレットにはミルク納豆やみそ汁等人気メニューが登場です。講習会へのご参加もお待ちしております。

海外酪農ニュースレター

国際グループ
調査役 寺田 展和
栗原 丈治



海外の酪農現場の最新事情、課題解決のノウハウなどを紹介するニュースレターです。各国の第一線の研究者や専門家が、IDFやIFCNのセミナー、各種会合で発表した内容を基に編集。第1号は「経営継承・第2号は「オランダの環境対策」を特集し、次号では「メタン排出削減戦略」について発行する予定です。

詳細はこちら



海外酪農ニュースレター

酪農乳業需給変動対策特別事業

基金協力事業者一同意書締結状況 (2025年8月26日(火)現在)

- 生産者
1. Jミルクと直接同意書を締結した生産者: 合計26戸
 2. 生乳販売事業者・乳業者等: 11事業者から生産者合計154戸
 3. 指定生乳生産者団体: 9事業者

- 乳業者
1. 需給変動対策金: 69事業者
 2. 需給変動特別対策金: 18事業者

Jミルク
需給変動対策



引き続き、事業にご協力いただける生産者・乳業者の募集を行っております。持続可能な酪農産業構築に向けて、関係者の皆さまのご理解ご協力をお願い申し上げます。

事務局次長 兼 生産流通グループ 部長
山崎 将至
事業について

生産流通グループ 次長
関 芳和
基金について

2025年度 日本の持続可能な酪農研究会 イベント



国際グループ 参与
菅沼 修
Osamu Saganuma



国際グループ 主任
岡島 江里
Eri Okajima

詳細は9月
公開予定!

- ◆日時: 2026年3月2日(月)10:30~19:00 (講演会、討論会、交流会)
- ◆場所: アルカディア市ヶ谷
- ◆講演者: ①近藤 誠司 氏(北海道大学 名誉教授) ②森田 茂 氏(酪農学園大学 教授) ③日向 貴久 氏(酪農学園大学 教授)

*ハイブリッド配信

講演会と討論会を通して、日本の持続可能な酪農のために何が必要かを各分野の方々と一緒に考えていただけるよう、会場及びオンラインでの参加に向けて準備中です。第3回研究会にぜひご参加ください!

ジャパンミルクコンGRESS2025 イベント

乳の学術連合

- ◆日時: 2025年11月29日(土)
- ◆場所: TKPガーデンシティ PREMIUM神保町

プログラム準備中!
申込は9月下旬予定



Jミルク ジャパンミルクコンGRESS2025

Jミルクと乳の学術連合では、今年も学術研究会集ジャパンミルクコンGRESSを開催します。乳の学術連合の研究成果を中心に、日本酪農科学会と連携した食品科学分野の研究など、牛乳・乳製品の価値向上につながる知見をご報告するとともに、昨年に引き続き海外の著名研究者による特別講演や子どもの自主研究発表も予定しています。ぜひご参加ください。

Jミルク役職員向け “酪農乳業の現場を知る”現地研修

研修先: 雪印メグミルクチーズ研究所
日程: 2025年3月14日(金)
参加者: 11名

日本人の嗜好に合ったナチュラルチーズ開発をされている研究所で、チーズの歴史やさまざまな種類の製造過程をご説明いただきました。

→チーズの知識習得とさらなる魅力を発見!



研究所では商品開発のほか製造の効率化やコストを意識した研究開発もされていることがわかりました。個社製品だけでなく国産ナチュラルチーズ全体の魅力を伝えられていることが印象的でした!



Yuko Lafolie

総務グループ 主任 ラフォリ 裕子

40年以上の歴史をもつチーズに特化した研究所では日々どのような業務が行われているのか、その役割に興味を持った職員がそれぞれの視点で学習する機会となりました。

研修を通して感じたこと(事後アンケートより抜粋)

- 厳重な衛生・品質管理や風味のおだやかさは日本独自の特徴だと言えるのでは
- 国産ナチュラルチーズの浸透により乳製品需給に変化が出る可能性も
- 奥深い世界を知り、世の中にチーズマニアがいることに納得!

