

J-MILK REPORT

私たちはミルクでつながっています。

Vol.54



6月1日は「牛乳の日」・6月は「牛乳月間」です 「#牛乳でスマイル」で日本のミルクを応援しよう！

「牛乳の日・牛乳月間」には、全国各地の酪農乳業団体や企業、ミルクファンなどによる、多様なイベントや情報発信が行われます。今年は「牛乳でスマイルプロジェクト」の下、皆さまの活動をポータルサイトで集約・発信することで、さらなるPRを図ります。現在、ロゴやチラシなどのデータも公開中です。「#牛乳でスマイル」をキーワードに、酪農乳業関係者が一体となって牛乳月間を盛り上げましょう！

「牛乳の日・牛乳月間」特設ページ



全国のキャンペーン・イベント情報をチェック！

ポータルサイトで情報集約&SNS発信！

「牛乳の日・牛乳月間」に関する皆さまの活動情報を、「牛乳でスマイルプロジェクト」ポータルサイトに掲載します。全国の業界関係者や消費者への情報発信にご活用ください。6月中も皆さまからの情報をお待ちしています！

ポータルサイト掲載受け付けフォーム



SNS投稿は共通ハッシュタグで！



#牛乳でスマイル

6月1日は牛乳の日 6月は牛乳月間



投稿期間：2026年6月1日(月)～6月30日(火)

「#牛乳でスマイル」で投稿しよう！

① まずは公式アカウントをフォローしてね！



@milksmile_pj



@milksmile_pj

公式Xは
こちら



公式Instagramは
こちら



② 「#牛乳でスマイル」

「#牛乳の日」(6/1)、「#牛乳月間」(6/2～6/30)をつけて投稿しよう！

③ メンバーの投稿に「いいね♡」してつながろう！

※ハッシュタグ付きの投稿は、「牛乳でスマイルプロジェクト」、「一般社団法人ミルク」の公式サイトや公式SNSアカウント(X、Instagram)で取り上げる可能性がございます。あらかじめご了承ください。

世界のミルクファンとつながろう！

世界の酪農乳業関係組織で構成するGlobal Dairy Platform (GDP) は、「世界牛乳の日(World Milk Day)」を盛り上げるために各国でキャンペーンを実施することを呼びかけています。



世界共通のロゴとハッシュタグはこちら！

1. ロゴ・バナー・その他



2. ハッシュタグ

#WorldMilkDay
#EnjoyDairy

EVENT イベント・キャンペーン

随時、更新中!

全国 2026/06/01(月)～2026/06/30(火)

「父の日に牛乳(ちち)を贈ろう!」
キャンペーン全国実施



全国酪農青年女性会議/全国酪農業協同組合連合会

関東 2026/06/01(月)～2026/06/30(火)

テレビ神奈川で
牛乳月間のCMを15秒間放送予定



神奈川県牛乳普及協会

Web 2026/06/01(月)～2026/06/30(火)

特設サイトで酪農クイズを出題
正解者には抽選で賞品をプレゼント



全国農業協同組合連合会 岩手県本部

RECIPE この夏おすすめ!ミルクレシピ

「牛乳でスマイルプロジェクト」
メンバーおすすめレシピを
ご紹介していきます!



ストロベリー練乳アイス

アイランド株式会社
(フードイストノート)

レシピは
こちら



ミキサーなしでできる!
かぼちゃのポタージュ

株式会社エブリー
(デリッシュキッチン)

レシピは
こちら



牛柄ミルクプリン

雪印メグミルク株式会社

レシピは
こちら



DOWNLOAD ツールダウンロード

イベントや
SNS投稿などで
ご活用ください!

「牛乳でスマイル」ロゴ



「牛乳でスマイルプロジェクト」
にメンバー登録の上、ダウン
ロードしてご利用ください。

ご登録



「牛乳の日・牛乳月間」ロゴ



各種PRツールのデータを無償
配布中。どなたでもご利用可能
です。
ロゴマーク/ポスター/のぼり/
横断幕・懸垂幕/サウンドロゴ

ダウンロード



「熱中症予防」リーフレット



「ミルクと一緒に始めよう 熱中症に負けない
元気な体づくり」リーフレット(A4/両面)

ダウンロード



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

6月1日は牛乳の日!6月は牛乳月間で今年「牛乳でスマイルプロジェクト」サイトに特設ページを公開しました!
イベント一覧には皆さまからお寄せいただいた全国の情報を掲載中です!皆さまにとっても各地のイベントに足を運ぶ
きっかけとなれば幸いです!SNS企画やレシピ紹介、ツールのご案内もぜひチェックしてください!

#牛乳でスマイル

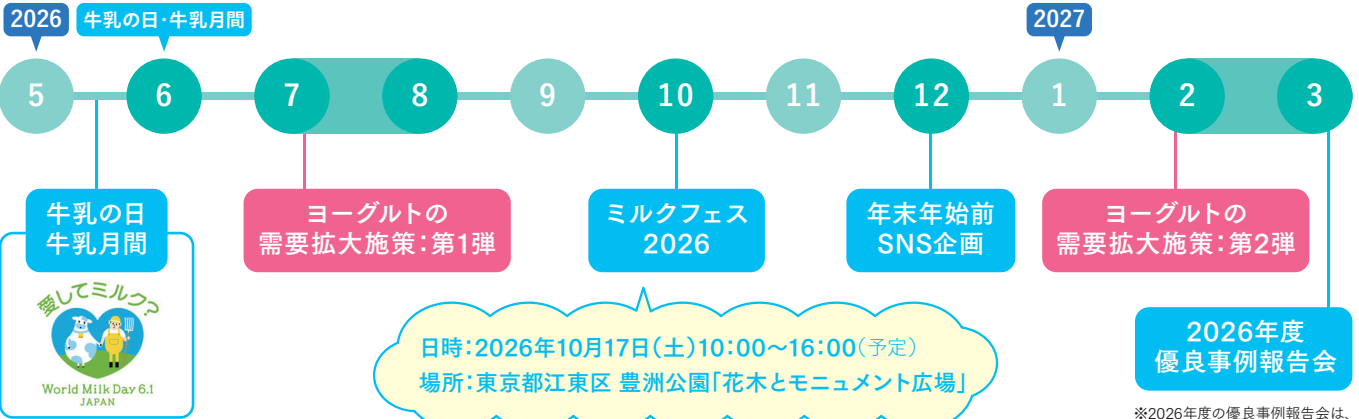
実効ある需要拡大に向けて活動を強化 可視化・一体化・効果検証を柱に、次のフェーズへ

「牛乳でスマイルプロジェクト」を中心に、全国の酪農乳業関係者が一体となって取り組んでいる、国産牛乳・乳製品の需要拡大活動。2026年度からは、「取り組み内容の集約・可視化」「一体感・統一感の醸成」「KPIによる効果検証とフィードバック」を柱に、活動をさらに充実させ、実効ある需要拡大を目指します。Jミルクも、ポータルサイトでの情報発信とマッチング機能の強化、ヨーグルトの需要拡大策の策定・実施などを通じて、関係者の連携を支援していきます。

ポータルサイト
はこちら



2026年度 主なスケジュール



ポータルサイトの充実と機能強化

- ・共通ロゴやPR動画の活用促進
- ・共通ハッシュタグによる活動連携
- ・メンバーのイベント情報の収集(AI活用)
- ・マッチング機能の構築など

全国の関係者の活動指標となるKPI設定やテーマ設定(検討中)

継続して取り組みます!



2026年度以降の方向性

1 取り組みの可視化・
ポータルサイトへの集約

既存取り組みの可視化を推進し、データベースとしてポータルサイトの機能を充実させる

2 一体感・統一感の醸成

取り組みに一体感を持たせるため既存コンテンツの統合や、個別の取り組みへの共通テーマの設定、取り組みの連携などを進める

3 効果検証

定期的なKPI検証とともに、自主的な取り組み目標の設定と自己点検、優良事例の共有などにより、モチベーション維持・向上を図る



ポータルサイト

メンバー登録はポータルサイトで常時受け付け中!

2025年11月にオープンした当サイトでは、「EVENT」「NEWS」ページでメンバーの皆さまが全国で実施されている酪農や牛乳・乳製品の価値や魅力を伝えるためのさまざまな活動を発信しています。おかげさまで最近では情報掲載希望のお声をいただけるようになってきました!今年度はメンバーの皆さまがご自身で情報掲載・編集できるような「マイページ」を追加予定です。まずは多くの方にプロジェクトを知っていただき、皆さまが伝えたい情報を広く届けられるようなポータルサイトを目指してまいります!



コミュニケーショングループ 主任
ラフォリ 裕子 Yuko Lafolie



メンバー同士のマッチング機能とKPI設定

チーム“牛乳でスマイル”としてのシナジー創出へ

「牛乳でスマイルプロジェクト」事務局として日々感じているのは、全国各地に優れた取り組みやアイデアが数多くある一方で、それらが十分につながりきっていないということです。今年度は国産牛乳・乳製品の需要拡大に向け、業界の枠を越えたコラボや優良事例の共有を進め、「共にやってみよう」「一緒にやりましょう」が自然に生まれる、チーム“牛乳でスマイル”としてのシナジー創出を強化していきます。

そのために、ポータルサイトでの活動情報の見える化やマッチング機能の充実を進め、事務局がハブとなって連携を提案してまいります。ぜひ皆さまからも提案や相談をお寄せください。また、業界全体のKPIとその達成に必要な節目での各活動の到達点を設定し、実需につながる活動を推進してまいります。ぜひ、ご協力を。



事務局次長
林 雅典 Masanori Hayashi

2026~28年度 中長期事業戦略の方針

関連団体が参加する議論の場で、2026~28年度の「中長期事業戦略」を策定しました。継続的な働きかけにより、若年層を中心とする消費者のヨーグルトに対する価値観や消費習慣の転換を図る内容です。26年度は本戦略を基盤に、戦略的かつ具体的な需要拡大活動を実行します。



コミュニケーショングループ 専任部長
金山 純一郎
Junichiro Kanayama

今年度は、3か年計画の初年度として、若年層を中心にヨーグルトを“健康のための食品”だけでなく、毎日の暮らしの中で気軽に楽しめる食品として認識してもらえよう、さまざまな媒体や店頭施策などを通じたコミュニケーション施策を展開していきます!



つながるスマイル、広がる協働 ノウハウ共有で活動のさらなる深化へ

7カテゴリ・26件の優良事例を選出

Jミルクは2026年3月24日、「2025年度 牛乳でスマイルプロジェクト 優良事例報告会」を開催しました。全国1,120以上の登録メンバーによる多彩な取り組みの中から、新規性や普及性、継続性などの観点で7カテゴリ・26件の優れた事例を選出し、審査を実施。その結果、メンバーの活動の充実や、異業種を含む新たな連携・協働に寄与すると評価された7件を表彰しました。選出した26事例の詳細はポータルサイトで発信中です。皆さまの今後の活動の参考としてご活用ください。



7つのカテゴリに分けて選定

- ① 需給状況に応じたタイムリーな需要喚起(需給課題への対応)
- ② 地域特性を生かした体験価値の提供(リアルイベント・交流活動)
- ③ デジタル・コンテンツを活用した次世代(若年層)へのアプローチ
- ④ 「異業種連携」による新たな接点と価値の創出
- ⑤ 牛乳料理の魅力発信を通じた消費シーンの拡大
- ⑥ 牛乳×スポーツによる健康価値と酪農理解の促進
- ⑦ 消費者・関係者等を巻き込む共創型の消費拡大や普及活動



「全国で生まれた取り組みが、点から線へ、そして面へと広がっている」と本プロジェクトが着実に実を結んでいる意義を強調したJミルク会長・大貫陽一。

「2025年度 牛乳でスマイルプロジェクト 優良事例」

※👑は表彰事例

No.	取り組み名	メンバー名
👑 1	大臣や政府等による消費喚起呼びかけ	消費拡大に関わった皆さま
2	ファミリーマートでの牛乳消費拡大キャンペーン	協同乳業株式会社、全国農業協同組合連合会、株式会社ファミリーマート
👑 3	「湯上がり牛乳未来会議」 トークイベント+ミルクテイस्टング	小杉湯となり、文教大学 小池姫歌、 よつ葉乳業株式会社、株式会社銭湯ぐらし、 株式会社小杉湯、81scks inc.、 有限会社 山村乳業、NPO法人うしミルク
4	「雪印メグミルクの湯」	雪印メグミルク株式会社
5	岐阜県産牛乳の消費拡大のための取り組み	岐阜県、岐阜県酪農農業協同組合連合会
6	モ〜っと牛乳料理してくだ祭	群馬県牛乳普及協会、上毛新聞社
7	ゲーム『牧場物語』との連携	株式会社マーベラス『牧場物語』
8	「みんなのヨーグルトアカデミー」	みんなのヨーグルトアカデミー
👑 9	『ミルクとウンと酪農のWebメディア 「milushi みるし」』	森永乳業株式会社
10	牛乳で広がる! かんたんレシピ&健康コラム	トモエ乳業株式会社
11	『welcome milk stand』	リソル株式会社、全国農業協同組合連合会
👑 12	ゴクッとモーニング! ミルクプロジェクト	九州生乳販売農業協同組合連合会 九州LoveMilkClub、 株式会社電通九州、株式会社リョーユーパン、 カルビー株式会社、味の素AGF株式会社
13	築地本願寺でのホットミルクお振舞い	全国農業協同組合連合会、協同乳業株式会社
14	ミルク愛すキャンペーン ミルクアイスが好きだ。アクション!	江崎グリコ株式会社

No.	取り組み名	メンバー名
👑 15	大学生が考えた牛乳を使用した料理を 「サンテレビ・兵庫県広報番組『ひょうご 発信!』」での放映や兵庫県広報誌で紹介	甲南女子大学
16	全国で開催される 牛乳・乳製品料理コンクール・コンテスト	北海道牛乳普及協会、ホクレン農業協同組合 連合会、関東生乳販売農業協同組合連合会、 東海酪農農業協同組合連合会、中国生乳販売 農業協同組合連合会、九州生乳販売農業 協同組合連合会ほか
17	「牛乳料理オススメレシピ」	株式会社エプリー デリッシュキッチン
18	おかやまミルクカップ2025 U-8	岡山県酪農乳業協会、おかやま酪農協同 組合、岡山県サッカー協会キッズ委員会
19	ミルクを飲もうじゃナイター	東北生乳販売農業協同組合連合会
👑 20	牛乳でスマイルプロジェクトin マツダスタジアム2025	広島県酪農農業協同組合、広島県牛乳普及協会
21	「牛乳で乾杯」、 Xで全国盛り上がり酪農応援	毎月30日「牛乳で乾杯」X投稿参加メンバー
22	酪していきぬくラジオ	こぼちゃん
23	ふるさと納税で消費を応援! 牛乳・乳製品特集	株式会社さとふる
👑 24	「ご当地牛乳トレカ」	ご当地牛乳トレカプロジェクト
25	ヨグネットのご当地ヨーグルト POPUP・Podcast配信	一般社団法人ヨグネット
26	「酪農応援プロジェクト」牛乳乳製品 飲んで、すずめで健康と元気を届けよう!!	一般社団法人全国牛乳流通改善協会

受賞した7メンバーのご紹介

「牛乳でスマイルプロジェクト」では、今年度もメンバーの皆さまの活動情報の収集・発信を図り、年度末に「優良事例報告会」を開催する予定です。ポータルサイトでの優れた事例の共有が、全国各地の特色ある取り組みにつながることを期待しています。

26メンバーの
優良事例はこちら



大臣や政府等による消費喚起呼びかけ

(消費拡大に関わった皆さま)

年末年始の需給緩和期に、大臣や省庁からの積極的な情報発信を軸に官民が連携し、全国で消費拡大を実現した点が高く評価されました。(優良事例報告会レポートより)



「湯上り牛乳未来会議」トークイベント+ミルクテイस्टィング

(小杉湯となり ほか)

「ミルク風呂」で有名な銭湯・小杉湯(東京・杉並区)に隣接するシェアスペース「小杉湯となり」で、大学生の提案をきっかけに、トークショーと牛乳試飲のイベントを開催。脂肪分などが異なる牛乳を飲み比べた結果、9割以上の参加者が種類別表示に興味を持ったとのこと。“体験を通じて選ぶ意識を育てる”活動として評価されました。(優良事例報告会レポートより)



ミルクとウシと酪農のWebメディア「milushi みるし」

(森永乳業株式会社)

森永乳業株式会社 コーポレート戦略本部 マネージャー 鴨志田 真弓さん

このたびの受賞に際し、多くの皆さまのご支援にあらためて深く感謝申し上げます。

森永乳業Webメディア「milushi みるし」は「おもしろたのしい」切



り口でミルクサプライチェーンと生活者をつなぐ取り組みです。

今後も、業界の皆さまと生活者に共感と参加を生む取り組みを広げ、業界の魅力発信に貢献してまいります。

「ゴクッとモーニング!ミルクプロジェクト」

(九州生乳販売農業協同組合連合会 ほか)

九州生乳販売農業協同組合連合会 販売部 原田 智文さん

このたびは、優良事例賞に選出いただきありがとうございます。朝食時に牛乳を飲む人を増やすために各県のJR駅付近でサンプリングを行いました。

令和8年度も引き続き、物価高な中でも牛乳を1本でも多く手に取っていただけるよう、牛乳の魅力や価値を伝える活動に取り組んでまいります。



大学生が考えた牛乳を使用した料理を「サンテレビ・兵庫県広報番組『ひょうご発信!』」での放映や兵庫県広報誌で紹介

(甲南女子大学)

甲南女子大学 社会学部総合社会学科 生活環境学専攻 教授 濱口 郁枝さん

このたびは、素晴らしい賞をいただき、大変光栄に存じます。これまで学生と共に積み重ねてきた取り組みを評価していただき、喜びを分かち合え



たことが大きな励みとなりました。今後も学生の柔軟な発想力を生かし、牛乳の摂取量増加や消費拡大に寄与できるよう、牛乳のおいしさや魅力を広げるレシピ開発に一層励んでまいります。

牛乳でスマイル in マツダスタジアム2025

(広島県酪農業協同組合、広島県牛乳普及協会)

広島県酪農業協同組合 生産振興課 主事 児玉 尚子さん

マツダスタジアムを訪れる親子連れを中心に、牛乳と酪農の魅力を発信してきた継続的な取り組みを評価していただき、ありがとうございます。この4月には、女子小中学生を中心とした軟式野球大会を主催しました。今後もスポーツを通じて、子どもたちに牛乳の価値を新しい体験や学びの機会として届けていきます。



「ご当地牛乳トレカ」

(ご当地牛乳トレカプロジェクト)

NPO法人酪農乳業ネットワーク協会 うしミルク 理事長 ミルクマイスター®高砂さん

これからも地域の酪農乳業と消費者をつなぐ架け橋を目指してまいります。今後は全国の乳業メーカー様との連携を深め、イベントや現地での限定配布などを展開。トレカを起点に地域の酪農の歴史やこだわりを発信し、ファンコミュニティを広げることで、牛乳の消費拡大と地域活性化に貢献していければと思います。



Jミルク 2026年度事業計画の概要

～ 酪農乳業のマテリアリティ実現のために ～

第5期中期3か年計画(2024～26年度)の最終年度として、各事業の進捗状況を検証しつつ、新たな課題にも対処しながら総括的に取り組みます。3つの重点事項に基づいて各事業の役割・位置付けを明確化し、酪農乳業のマテリアリティの実現に向けて、組織一体となった事業展開を図っていきます。

2026年度
事業計画及び収支予算書



「改訂版・戦略ビジョン」で定めた酪農乳業のマテリアリティ(重要課題)

- ① 日本酪農の生産基盤の維持・強化 【Ⅰ】【Ⅲ】
- ② 安全で安心される良質な牛乳乳製品の安定的な提供 【Ⅰ】【Ⅱ】【Ⅲ】
- ③ 牛乳乳製品の消費拡大 【Ⅱ】【Ⅲ】
- ④ 温室効果ガス排出量の削減 【Ⅰ】【Ⅲ】
- ⑤ 労働者の安全と権利の確保 【Ⅰ】【Ⅲ】
- ⑥ アニマルウェルフェアに配慮した飼養管理 【Ⅰ】【Ⅲ】
- ⑦ 日本の酪農乳業の意義と持続可能な取り組みの見える化 【Ⅲ】

マテリアリティの実現に向けた
Jミルクの取り組み

【Jミルクの重点事項】

- 【Ⅰ】酪農の生産基盤強化と持続可能な酪農乳業の確立に向けた取り組み
- 【Ⅱ】酪農・牛乳乳製品の価値向上と需要拡大のための取り組み
- 【Ⅲ】国内外の多岐にわたる情報発信の取り組み

【Jミルクの主な事業】

- 1 生産流通関連事業
- 2 酪農乳業需給変動対策特別事業
- 3 戦略ビジョン推進事業
- 4 学術調査関連事業
- 5 コミュニケーション関連事業
- 6 需要創出特別事業
- 7 国際関連事業
- 8 総務関連事業

生産流通関連事業

生乳の需給安定、品質向上、学乳制度の堅持など、酪農乳業の課題解決に向けた取り組みと情報提供を行う

① 需給安定対策事業

- AI活用を含む予測モデルの検証・改善により予測精緻化に取り組み、タイムリーな情報提供を図る
- 需給情報連絡会による関係者間での情報・課題共有を強化する

② 安全性確保・品質向上事業

- 「定期的検査」と「アフラトキシンM1検査」の着実な実施を支援する
- 研究機関と連携し、風味変化(自発性酸化臭等)の要因解明・発生リスク低減方を検討する
- 日本独自の品質・規格整備に向けた議論を継続する

③ 学校給食用牛乳等共通課題対策事業

- 農林水産省や関係団体と連携した供給体制の維持・支援に組み込む
- 小学校での給食無償化の動きや配送コスト低減など、現場課題の解決支援につながる情報提供と「協議の場」を設定する

④ 調査情報・管理事業

- データ活用の対象を拡大し、業界関係者・学生・一般の方々まで幅広く対応する
- プラットフォームの改善を図り、タイムリーかつ利便性の高い情報発信を追求する





需要創出特別事業

「牛乳でスマイルプロジェクト」の下で、業界一体となった需要拡大活動を推進するとともに、業界内外の連携・コラボを促進し、活動事例の収集と横展開を図る。

また、以下の需要創出活動にも引き続き取り組む。

- 「ヨーグルトの需要拡大」…中長期事業戦略を踏まえ、全国の生処販の関係者とも連携しながら、実需につながる価値訴求に取り組む
- 「牛乳の日・牛乳月間」や不需要期の集中的な活動推進、牛乳販売店との連携など、全国各地で集中的な消費者向け活動を推進する
- 「既存の取り組み・コンテンツによる需要創出」…関係者とも連携して、「ニッポンミルクガイド」「乳和食」「土日ミルク」など既存コンテンツのさらなる活用を推進する
- 「アンチミルク対策」…専門家と連携し、エビデンスに基づき適切に対処する

国際関連事業

国際機関との連携や国際情報の収集提供を軸に、日本の酪農乳業の意義と持続可能な取り組みを国内外に発信する

① 国際機関連携事業

- 国際委員会を通じて、酪農乳業の持続可能性に関する世界的な取り組み・枠組みに関する活動や、国際規格・国際標準分析方法等の検討審議に参画する
- 日本の酪農乳業のマテリアリティ推進に有益な、海外の活動や情報等を国内活動と連携させる取り組みを推進する

② 国際情報収集提供事業

- 定期刊行物、各種研究会、特設サイトなどを通じて、国内課題の解決に資する海外事例・国際情報を発信する

総務関連事業

機能的かつ効率的な組織体制の構築に向け、各事業を総合的に支援する

- 業務の効率化に資する生成AIの活用を進める
- 職員が働きやすい職場環境を整備する
- ガバナンス確保に向け、諸規程の整理・見直しや外部専門家の活用を進めるとともに、コンプライアンス推進を図る
- 一層の経費節減に取り組む

新たな「中期3か年計画」(2027~29年度)に向けて

- 酪農乳業関係者へのアンケート調査の結果や、「マテリアリティ」の進捗状況等を踏まえ、酪農乳業の新たな課題の抽出・解決のための、「ミルク」の役割・機能を明確化する
- 業務体制の見直しと業務内容の「選択と集中」を検討し、中期計画に反映させる

酪農乳業需給変動対策特別事業

生乳需給と酪農乳業経営の安定に資するため、酪農乳業需給変動対策基金を活用した在庫削減対策などを実施する

- 脱脂粉乳在庫削減対策を引き続き実施し、事業の適切かつ円滑な運用に努める
- 関係団体等の協力を得ながら、本事業基金への同意者を拡大する取り組みを推進する
- 脱脂粉乳の需給ギャップ縮小に向けた取り組み方策や基金規模のあり方などを検討し、関係者のコンセンサスを得ながら機動的に対応する

戦略ビジョン推進事業

酪農乳業関係者、農林水産省、各部会やワーキングチームと連携しながら、改訂版・戦略ビジョンのマテリアリティの実現を支援する

① 酪農生産基盤強化総合対策事業

- 酪農生産基盤の維持・強化を図るため、次世代の担い手を確保する取り組みを支援する

② 酪農乳業持続可能性強化事業

- 「酪農乳業AWポリシー」の周知及び協力拡大や酪農現場でのGHG排出量の実態把握に努め、農林水産省と連携しAWやGHGに関する目標設定に取り組む
- 酪農生産者及び乳業者等の労働安全に関する実態把握を行い、目標設定等を検討する
- 酪農乳業の意義と持続可能な取り組みの「見(魅)せる化」特設サイトを構築・拡充し、酪農乳業関係者やステークホルダーの理解促進を図る

③ 戦略ビジョン・特別対策運営事業

- 改訂版・戦略ビジョンの実行策の検討、進捗状況把握のほか、マテリアリティに関する目標設定などについて総合的に協議する

学術調査関連事業

学術研究知見の集積と、調査・情報利用の促進を通じて、酪農乳業と牛乳・乳製品の価値向上、需要拡大の取り組みを支援する

① 学術研究知見集積事業

- 業界課題の解決につながるエビデンス創生としての「乳の学術連合」活動を支援する
- 業界関係者と研究者の相互交流による課題とエビデンスを共有する
- 「乳の価値」を生かした食育の実践・普及・定着を図る

② 調査・情報利用促進事業

- 研究成果やエビデンス情報の発信による「乳の価値」向上に取り組む
- 需要拡大や理解醸成に資する調査の実施とデータ活用を促進する

コミュニケーション関連事業

コンテンツ開発とメディアを通じた情報発信・コミュニケーションにより、酪農乳業の意義や持続可能性への取り組みの可視化、牛乳・乳製品の価値訴求を図る

① コンテンツ開発事業

- 栄養面やおいしさなどの価値や魅力が消費者に伝わり、行動変容につながるコンテンツを開発する

② コミュニケーション事業

- 各種媒体やSNSを活用した的確な情報提供と、メディアとの関係構築を戦略的に推進する

「マテリアリティ」に関するプラットフォームサイトの運用がスタート

「改訂版・戦略ビジョン」で示した酪農乳業のマテリアリティの実現に向け、その必要性や取り組みを可視化する特設サイトを開設しました。酪農乳業関係者をはじめ、特に牛乳・乳製品に関心の高い流通関係者や消費者に、アニマルウェルフェアや温室効果ガスの削減といった、持続可能な酪農乳業の構築に向けた情報発信を行います。今後は関係者の活動事例紹介や動画制作など、コンテンツのさらなる充実を図ります。



わが国の酪農乳業が食料生産で果たしている役割の重要性和、産業構造の特徴、将来的な課題などを、豊富なデータでわかりやすく紹介。業界関係者と流通・消費者双方に、酪農乳業の未来を考えるヒントを提供していきます。

改善に向けた取り組み

飼料の改善
 年がらびに飼料から出る温室効果ガス削減のため、飼料の成分改善や飼料の品質向上に取り組んでいます。飼料の成分改善や飼料の品質向上に取り組んでいます。飼料の成分改善や飼料の品質向上に取り組んでいます。

買戻処理方法の改善
 買戻処理を行うと温室効果ガスが発生します。メタンを発生させない飼料を調製するため、買戻処理を減らすための取り組みを行っています。買戻処理を減らすための取り組みを行っています。

生産性の向上
 乳牛の生産性向上（飼料の効率性）が上げられ、乳牛飼育の環境負荷が軽減されています。飼料の効率性向上が上げられ、乳牛飼育の環境負荷が軽減されています。

マテリアリティへの対応を、「根本的課題への対応」「地球にやさしく」「人にやさしく」「牛にやさしく」の視点で解説します。生産や製造、流通現場での、改善に向けた具体的な取り組みも紹介していきます。



引き続き申請受け付け中です

酪農乳業アニマルウェルフェアポリシー パートナースHIP協力者の申請状況

5月15日現在の申請状況(32団体・事業者)

①酪農生産者・生産者団体(農協等)

都道府県	事業者名
1 東京都	一般社団法人中央酪農会議
2 東京都	全国農業協同組合連合会
3 東京都	全国酪農協同組合連合会
4 北海道	ホクレン農業協同組合連合会
5 宮城県	東北生乳販売農業協同組合連合会
6 東京都	関東生乳販売農業協同組合連合会
7 新潟県	北陸酪農協同組合連合会
8 愛知県	東海酪農協同組合連合会
9 大阪府	近畿生乳販売農業協同組合連合会
10 岡山県	中国生乳販売農業協同組合連合会
11 香川県	四国生乳販売農業協同組合連合会
12 福岡県	九州生乳販売農業協同組合連合会
13 北海道	えんゆう農業協同組合
14 北海道	佐呂間町農業協同組合

②乳業メーカー・乳業者団体

都道府県	事業者名
1 東京都	一般社団法人 日本乳業協会
2 東京都	全国農協乳業協会
3 東京都	全国酪農協同組合連合会
4 北海道	ノースプレインファーム株式会社
5 北海道	北海道乳業株式会社
6 北海道	よつ葉乳業株式会社
7 東京都	協同乳業株式会社
8 東京都	株式会社 明治
9 東京都	森永乳業株式会社
10 東京都	雪印メグミルク株式会社
11 岐阜県	有限会社 牧成舎

③畜産関係団体

都道府県	事業者名
1 東京都	公益社団法人畜産技術協会

④動物用医薬品関係事業者

都道府県	事業者名
1 熊本県	明治アニマルヘルス株式会社

⑥酪農指導支援団体・事業者

都道府県	事業者名
1 北海道	一般社団法人アニマルウェルフェア畜産協会
2 東京都	一般社団法人日本動物福祉認証機構

⑦教育・研究関係(大学等)

都道府県	事業者名
1 北海道	学校法人酪農学園フィールド教育研究センター

マテリアリティの1つでもある「アニマルケア(アニマルウェルフェア等に配慮した飼養管理)」に対応するため、Jミルクは「酪農乳業アニマルウェルフェアポリシー」を策定しました。すでに全国32団体・事業者からポリシーの推進に向けて「パートナーシップ協力者」の申請をいただきました。特に、酪農生産者・団体や乳業者の皆さまの申請をお待ちしております。

申請フォームはこちら



生産流通グループ 次長
関 芳和
 Yoshikazu Seki

見(魅)せる化のプラットフォームとなるウェブサイトを公開することができました。2026年度以降は、酪農乳業関係者の事例、動画制作などによりさらなるコンテンツの充実を図ってまいります。より具体的な事例を発信できるよう、関係する取り組みを進めている団体・企業の取材等のご協力をお願いいたします。

IDFワールドデーリーサミット2026

2026年11月15日～20日にオークランド・ニュージーランド 国際会議センターで開催!

世界各国から第一線の研究者や酪農乳業関係者らが集い、幅広い参加者に訴求するテーマを扱う全体討論や最新事例のポスター発表などを通じて、酪農乳業の現状や今後の課題と可能性を共有します。ニュージーランドの酪農場や生産・研究施設へのテクニカルツアーも実施。世界の酪農乳業の「いま」を肌で感じられる貴重な機会です。

サミットテーマ

Healthy People, Healthy Planet, Healthy Economics
(健全な人、健全な地球、健全な経済)

主なプログラム

※プログラムは変更する可能性があります。

11月15日(日)		11月16日(月)	
AM		開会式・式典/全体会議:デーリー・リーダーズ・フォーラム	
PM	ニュージーランドの酪農科学・技術革新の100年 歓迎レセプション	全体会議:世界の酪農情勢の最新情報と見通し/ IDFフォーラム/トランスフォーメーションのユニークな側面	
11月17日(火)			
AM	全体会議:地政学、食糧、貿易	温室効果ガス(GHG) 削減公約の達成	温帯の放牧システム 牧草から市場へ
			バイオセキュリティ の経済性
			将来の食の選択を 左右する要因
PM	加工・包装における 持続可能性	自然に基づく解決策: 市場から農場へ	乳製品貿易障壁と歪みの動向: 市場への影響と対応
	IDFデーリーイノベー ション賞及びIMP賞	パベル・イェレン若手科学 者賞及びポスター口頭発表	変動性の管理と レジリエンスの構築
	ファーマーズディナー		農場における技術と イノベーション
11月18日(水)			
AM	全体会議:将来の食料システムにおける乳製品の役割	将来の農業に 向けた適応	乳脂肪の旅
			信頼、信用、確信のための コミュニケーション
			現在および新興の 汚染物質の概況
PM	IDFによるコーデックス への関与の価値	人生の各段階における 乳製品の潜在的可能性	乳製品のサプライ チェーンの進化:子牛の機会
	全体会議:閉会の辞/ガラディナー		活気あるコミュニティを 支える乳製品



公式サイトは
こちら



IDFサイト
オンライン登録は
こちら



国際グループ 部長
戸塚 新一
Shinichi Totsuka

国際Dairyレポート

海外市場の動向や、持続可能な酪農乳業に関する事例・研究、国際組織の取り組みなどをご紹介します。最新号では下記のトピックスを掲載予定です。Jミルクサイトで公開中のバックナンバーもぜひご覧ください。

次号Vol.19のトピックス(予定・抜粋)

2026年
6月発刊!

◆持続可能な酪農乳業の新しい試み:

- ①「酪農乳業セクターの気候目標への貢献-欧州と米国の最新サステナビリティ戦略」
- ②「乳牛の暑熱ストレス管理 科学的知見に基づく飼養・育種・栄養管理による総合的アプローチ」

◆国際組織の活動:

- GDP「『持続可能性』の活動『DSF』の進捗と日本からの報告」
- IFCN「2025年の世界生乳生産量、過去10年で最大の伸び」
- IDF「2024年の世界の酪農乳業を振り返る～世界の酪農情勢2025より～」



国際Dairyレポート
はこちら



Jミルク 国際Dairyレポート



国際グループ 専任部長
秋山 正行 Masayuki Akiyama

「2025年度 日本の持続可能な酪農研究会」オンデマンド配信中

『「サステナ酪農」の理解と実践』をテーマに、3月2日に開催された研究会の様態をオンデマンド配信中。講演、事例報告、討論会などを個別再生できます。講演資料もダウンロードできます。

- ◆1 開会挨拶
- ◆2 講演会
- ◆3 討論会
- ◆4 事務局からの連絡
- ◆5 閉会挨拶



オンデマンド
配信はこちら



Osamu
Sugamura



Eri
Okajima

国際グループ 参与 菅沼 修
主任 岡島 江里

牛乳から社会へつながる学び 酪農乳業と連携し、「健康」テーマに全校実践

町田市立南第四小学校では、「すすんで健康的な生活を送ろうとする児童の育成」をテーマに、食・生活習慣・運動を柱とする2年間の実践研究に取り組みました。給食で毎日飲む身近な牛乳からどんな学びが生まれたのか、関係者に振り返ってもらいました。



東京都・町田市立南第四小学校

貝原 俊明（かいばらとしあき）校長
川邊 晃一（かわべこういち）研究主任
田倉 直（たくらなお）教諭
城智 絵（じょうともえ）教諭

見えてきた生活課題を 全校での健康教育の起点に

実践研究に取り組んだ背景と、カリキュラム策定の経緯をご説明ください。

貝原俊明校長 本校の子どもたちは元々、朝食を食べない子が10%近くい



「身近な牛乳を起点に生き方やキャリア教育まで展開できることが示せた」と振り返る貝原俊明校長。

ましたし、夜更かしや睡眠不足も目につきました。

体育や運動だけでなく、食事や生活習慣の改善も含めた健康教育の必要性を感じていたところに、牛乳を教材とした実践研究のお話をいただきました。検討してみると、牛乳は身近で、乳製品や酪農まで含めると学習の幅も広がると思います、子どもたちが主体的に学べる素材だと考え、全学年で取り組むことにしました。

川邊晃一研究主任 カリキュラム策定で難しかったのは、先生方の中で「牛乳」食の学習というイメージが強かったことです。食だけに偏らないよう、各学年に自由度のある授業展開を検討してもらいつつ、6学年を通した統一的な指導計画へと擦り合わせる過程に時間をかけました。

最終的に、低学年は「早寝早起き食べ方」、中学年は「歯の健康・体力向上」、高学年は「骨の健康・将来の生き方」と



「教員側にも気づきの多かった2年間。今後の授業に生かしていきたい」と話す川邊晃一研究主任。

発達段階に応じたテーマを設定し、生活や運動とも結びつけながら、系統的に積み上げる設計にしました。

「当たり前」を問い直し 牛乳から社会と生き方へ

各学年での実践内容をご紹介します。

田倉直教諭 4年生は、子どもたちにとって「出されるから飲む」存在だった牛乳を見直すことから始めました。なぜ毎日給食に出るのかを調べ、日本乳業協会の方による出張授業や乳製品づくり体験も交えて、栄養面や加工・流通なども学びました。3年生・国語の「すがたをかえる大豆」の既習事項と結びつけることで、牛乳も形を変えて健康を支えていることが理解しやすかったと思います。

子どもたちが学習のゴールとして選んだのは、牛乳を使ったレシピを作って広めること。実際に地域のスーパーへレシピ集を持参したところ、担当者

から「学校が休みに入ると牛乳売場を拡張するのでありがたい」という言葉ももらいました。普段当たり前前に飲んでいる給食の牛乳が社会とつながっていることを、子どもたちも実感した様子でした。

城智絵教諭 5年生では牛乳の学習を進める中で、生産者と消費者の関係、社会問題としての牛乳の過不足といった点まで視野を広げました。6年生ではSDGsの視点で健康や学習、学校生活を見つめる70時間の実践を行い、酪農家さんの出張授業なども含めて、将来の生き方や働き方を考えるキャリア教育につながっています。

特に印象的だったのは、教室内に



各学年の学習成果をまとめたポスター。出張授業や乳業工場・牧場見学の他、1年生と3年生は乳搾り体験も。「生き物に触れるリアルな体験が、学びを一気に進めるエネルギーになったと感じた」(川邊研究主任)



「牛乳への興味関心、人や生き物への思いやりが育った」と子どもたちの変化を語る田倉直教諭(右)と城智絵教諭(左)。

牛乳は多面的に扱える教材 深い学びを支える基盤に

——実践研究の成果と、牛乳や酪農乳業の教材利用についてのご意見をお願いします。

田倉教諭 実践後のアンケート調査では、よく噛んで食べる、給食を残さず食べる、早寝早起きなどの項目で改善が見られます。高学年の子どもたちが低学年の学級の牛乳の飲み残しを気にかけるなど、牛乳を飲むことへの意識も高まっています。

城教諭 今回の実践を通して気づいたのは、子どもたちの心の健康や、安心して学べる環境の重要性です。その土台があって初めて、学習した内容が届き、他者への思いやりや自分を大切にしている行動につながる。健康とは、そうした学びの結果として生まれる「副産物」ではないかと感じました。

川邊研究主任 教材や実践面では、牛乳は食や栄養だけでなく、生産者、命、社会問題、環境など多面的に扱える教材だと再確認できました。さらに、牛乳や酪農乳業関係の資料や情報が学校に多く届いていることに、あらためて気づかされました。実践研究はゼロから作り上げるものと考えがちですが、こうした既存の教材や資料を活用することで、より多様なアプローチが可能になると思いました。

貝原校長 今回の実践研究では意図的に、豊富な体験活動や出張授業を組み込みました。子どもたちが牛乳や酪農の背景にある、人間や生き物の営みを感じられたことが、主体的で深い学びにつながったと考えています。地域の乳業団体や企業、酪農家さんとの連携によって、こうした実践がより多くの学校に広がってほしいと期待しています。

南第四小学校は「すすんで健康的な生活を送ろうとする児童の育成」を掲げ、食・生活習慣・運動を3本柱とした先進的な研究を実践されました。同校の取り組みは、町田っ子カリキュラムの第1期第2期が重視する「生活習慣の基礎形成」や「理論的根拠の付加」を具現化するものです。特に「ミルクと連携し、毎日飲む牛乳を起点に生産や社会、環境、キャリア教育へと多面的に学びを深めた点は、単なる知識の習得にとどまらない、主体的・対話的で深い学びの具体的な価値ある実践例であると考えております。実態調査で確かな成果が見られた点も極めて有意義であったことを表しています。

「私の元気が私がつくる」を体現する、健康教育の好事例〜南第四小の研究成果と町田っ子カリキュラムの充実〜



「牛乳を教育財とした成果を健康教育の好事例として広く発信していきたい」と話す新井拓統括指導主事。

町田市教育委員会学校教育部指導課
統括指導主事 **新井拓**(あらいたく)氏

東京都・町田市教育委員会

実践研究にご協力いただいた関係者の皆さま

澤邊 潤 先生
(牛乳食育研究会会員 / 新潟大学 人分社会科学系 准教授)

磯沼ミルクファーム
(東京都八王子市)

トモエ乳業株式会社
(茨城県古河市)

株式会社石田牧場
(神奈川県伊勢原市)

株式会社加茂牧場
(千葉県八千代市)

雪印こどもの国牧場
(神奈川県横浜市)

タカナン乳業株式会社
(神奈川県横浜市)

一般社団法人日本乳業協会

4年生の「すがたをかえる牛乳」実習を担当しました！



入村 仁(いりむらひとし)氏
一般社団法人日本乳業協会 企画・広報部長

とても素直なお子さんばかりで当協会としても取り組みやすい学校でした。事前に牛乳について学習してもらっていたので、カッテージ風とアイス作りの実習を通して、牛乳についてより理解を深めてもらえたと思います。これからも日常生活において牛乳・乳製品を継続的に摂取していただきたいと考えております。

カリキュラム開発の新たな地平を開く実践



角屋 重樹(かどや しげき) 先生
牛乳食育研究会代表幹事
広島大学名誉教授
国立教育政策研究所 名誉所員

現在、学校教育では、新しい視点からのカリキュラム開発が求められています。今回、町田市立南第四小学校は、学校給食の牛乳を中核とする「食育」の視点から、健康教育に関するカリキュラム開発に取り組みました。

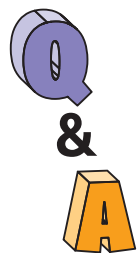
具体的には、学校給食において重要な役割を担う牛乳に着目し、その生産現場である牧場から、加工や流通過程、さらに消費する場などを子どもたちの学習対象としたことに加え、食育のキーワードである「目的に対する適切性」や「バランス」の視点を内在させ、学校給食をはじめ、保健体育、社会科、家庭科などを有機的に統合した開発の内容となっています。

このような研究は、牛乳をテーマとする今後のカリキュラム開発に新たな地平を切り開くものと考えます。

お答えします！ ミルクの気になる

ギモン

vol.14



牛乳・乳製品に関するさまざまな“ウワサ”や“ギモン”を、わかりやすく解説します。今回のテーマは「牛乳の日・World Milk Day」です。皆さんにもおなじみのロゴから、活動の目的や意義を紹介します。



SNSやポスターで見かけるこのロゴは、何を意味しているの？



世界的な記念日「牛乳の日」にみんなの“ミルク愛”のつながりと広がりを表現しています

「愛してミルク？」のロゴは、6月1日の「牛乳の日」と、それに続く「牛乳月間」(6月)をPRするために国内で使われているものです。関連するイベントのポスターやのぼり、配布グッズ、SNSでの情報発信などで、皆さんも目にしたことがあると思います。

「牛乳の日・牛乳月間」は、2007年に日本酪農乳業協会(現・Jミルク)が決めました。ロゴは2017年から使われていて、「酪農乳業関係者と生活者が自らの“ミルク愛”を表現し、つながり、広げる」という意味が込められています。

6月1日が「牛乳の日」になった由来は、「World Milk Day」という国際的な取り組みです。2001年、FAO(国連食糧農業機関)は、牛乳や酪農乳業に対する理解と関心を高めることを目的に、毎年6月1日を「World Milk Day」とすることを提唱しました。

6月は、ミルクにとって特別な意味があります。欧米の

酪農産地では新しい牧草が育つ季節で、牛たちは放牧地に出て青草を食べ始めます。そのためこの時期には、ミルクをもたらす命や自然、働く人々に感謝するお祭りが、各地で古くから行われてきました。

「World Milk Day」には現在、100か国以上の政府・公的機関、企業や酪農乳業団体、個人が、SNSやイベントなどを通じて参加しています。2025年には全世界でのリーチ数が12億人に達するなど、国際的な“ミルクの記念日”として定着しています。

ちなみに、日本の「World Milk Day/牛乳の日 2025」の取り組みは、グローバル・デイリー・プラットフォームによる集計(SNSでのイベント言及数)で世界1位を獲得しています。

19年前に始まった日本での「牛乳の日」の取り組みは、その継続性と広がり、いま世界的にも高く評価されているのです。



お知らせ



「ミルクの気になるギモンQ&A」では、牛乳・乳製品や酪農乳業にまつわる身近な疑問を、最新のエビデンスを示しながらわかりやすく解説しています。シリーズのバックナンバーはJミルク公式サイトで公開中。ダウンロードして印刷すると、配布用のチラシとしてもお使いいただけます。

「ミルクの気になるギモン」のバックナンバーはこちら



Jミルク ミルクの気になるギモン

info@j-milk.jp

「牛乳の日・牛乳月間」ロゴ



「愛してミルク？」のロゴに描かれているのは、ミルクの妖精「ミルミーちゃん」と牛飼いの「カウカウさん」。ミルミーちゃんは体の形を自在に変えられて、運動と(音楽の)ロックが好き。カウカウさんも音楽と料理が得意で、牧場でときどきエアギターを披露するそうです。

「牛乳の日」以外に、「運動してミルク?」「乾杯してミルク?」「乳和食してミルク?」など派生バージョンも。ロゴデータや関連ツールは、Jミルク公式サイトで無償配布中。

「牛乳の日・牛乳月間」ロゴダウンロードはこちら



Jミルク 愛してミルク?

「ポータルサイト」#牛乳でスマイル ~6月1日は牛乳の日・6月は牛乳月間~



牛乳でスマイル 牛乳月間

日本の牛乳・乳製品市場を2つの視点で分析

Jミルクが国内の消費者と訪日外国人を対象に実施した大規模調査の結果を公表しました。

日本の牛乳・乳製品の価値を、国内消費者と訪日客の視点で多角的に分析。マーケティングの参考資料などにご活用ください。

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

訪日外国人は「日本の牛乳」にどんな印象を持った？

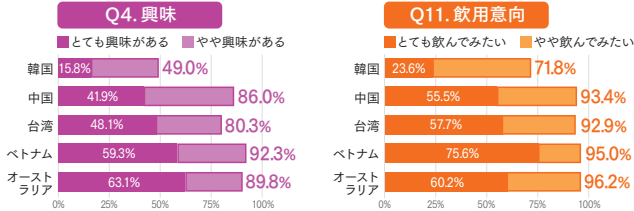
1年以内に日本を訪れた5か国の外国人を対象としたアンケート調査(2025年12月実施)の結果です。日本滞在中の牛乳・乳製品の摂取状況、味や品質への評価の他、日本産と自国産品との比較、パッケージやPOP表記への注目度など、インバウンド戦略の策定に役立つデータが得られます。



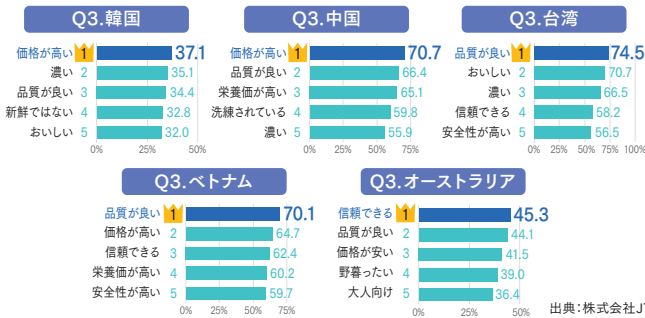
食生活動向調査
インバウンド消費者調査



■日本産牛乳の興味・飲用意向【Q4】【Q11】



■日本産牛乳のイメージ【Q3】 イメージランキング



牛乳乳製品に関する食生活動向調査2025

牛乳乳製品に関する食生活動向調査 2025

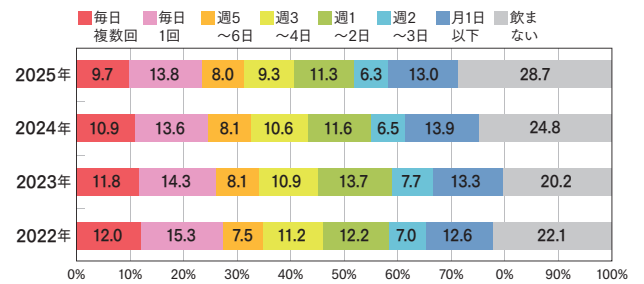


毎年実施している全国1万人の大規模消費者調査。2025年度は、牛乳利用が増加または減少した層の特徴を、価格上昇許容度、栄養価への期待、情報感度、健康意識などの観点で分析しました。 [Jミルク 食生活動向調査](#)

■牛乳類の利用・飲用頻度

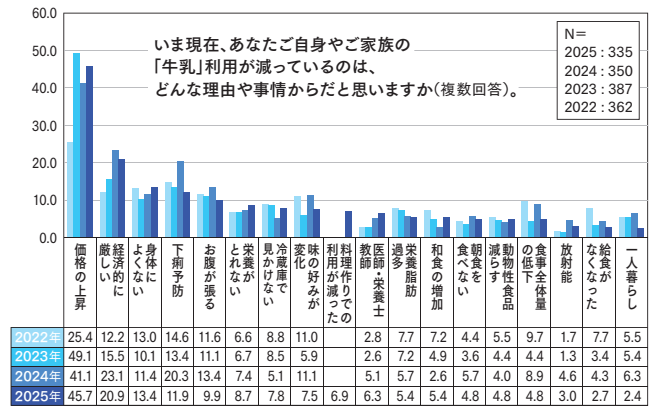
牛乳類は、(a)一昨年から「飲まない」が継続的に増加、(b)「毎日複数回」「週3~4日」の比率減少が比較的大きい
いま現在、あなたは牛乳類をどれくらいの頻度で飲んだり利用したりしていますか。

N= 2025: 8328
2024: 8328
2023: 10000
2022: 10000



■「牛乳」を飲む量が減少した理由(いま現在)

(a) 昨年同様に、「価格の上昇」と「経済的に厳しい」が2トップ
(b) 昨年より「価格の上昇」の増加が目立つ
(c) 昨年大きく増加した「経済的に厳しい」はやや減少、アンチミル的な要因の伸長も目立つ



編集後記

今号では、「牛乳の日・牛乳月間」をはじめ、「牛乳でスマイルプロジェクト」の取り組みや2026年度事業計画、各グループの最新情報、教育現場での実践事例など、幅広い話題をお届けしました。制作にあたりご協力いただいた関係者の皆さまに心よりお礼申し上げます。

2026年度も、人と人とのつながりや連携の力を大切にしながら、現場の皆さまの思いを丁寧に受け止め、日本の酪農と国産牛乳・乳製品の魅力や意義を広く発信してまいります。

[Jミルクレポート](#)



Hiroko Suzuki

コミュニケーショングループ 部長
鈴木 浩子

milkday@j-milk.jp
(ご意見・ご感想お待ちしております)



Jミルクの新しい業務担当者

※2026年4月1日付け



新任

勝野 真也
Shinya Katsuno
学術調査グループ 課長

- 1 乳の学術連合 (社会文化ネットワーク)
- 2 Jミルクライブラリー
- 3 栄養士会連携

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日発行の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。

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

[Jミルク メルマガ](#)

Googleフォームからも登録できます





2 特集

6月1日は「牛乳の日」・6月は「牛乳月間」です

- ポータルサイトで情報集約&発信
- イベント・キャンペーン情報、ツール提供など

4 牛乳でスマイルプロジェクト

- 2026年度の主なスケジュール
- ポータルサイト機能強化、ヨーグルトの需要拡大

6 優良事例報告会

- 2025年度 牛乳でスマイルプロジェクト 優良事例
- 受賞した7メンバーのご紹介

8 2026年度事業計画

Jミルク 2026年度事業計画の概要
～ 酪農乳業のマテリアリティ実現のために ～

10 生乳流通関連

- 「マテリアリティ」に関するプラットフォームサイト
- 酪農乳業AWポリシー パートナーシップ協力者の申請状況

11 国際関連

- IDFワールドデーリーサミット2026
- 国際Dairyレポート
- 「2025年度 日本の持続可能な酪農研究会」オンデマンド配信中

12 学術調査関連

牛乳から社会へつながる学び
酪農乳業と連携し、「健康」テーマに全校実践

- 東京都・町田市立南第四小学校
- 町田市教育委員会、一般社団法人日本乳業協会

14 Q&A Vol.14

お答えします!ミルクの気になるギモンQ&A
■ SNSやポスターで見かけるこのロゴは、何を意味しているの?

15 INFORMATION

- 牛乳・乳製品に関する消費者調査結果を公表

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.54 | 発行日/2026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 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