

2022 年度第 1 回 Jミルク事業推進における事業協力者関連事業

事業 No	実施項目	事業目的	実施内容	実施期間	主なターゲット	訴求する主な価値	企画にあたっての留意点	予算の上限 (千円・税込)
1	食生活動向調査の実施	最近の生活者における牛乳・乳製品に対する意識や消費実態を明らかにすると共に業界で実施する普及活動の効果測定の指標とする。	<p>①インターネットを用いて、約 10,000 サンプルの生活者に対して意識調査を行う。この調査の設計、質問票の作成、実査、集計・分析、報告書の作成(対外発表するための修正を含む)を実施する。 調査項目については、2021 年度に実施した「牛乳乳製品に関する食生活動向調査 2021」を参考にすること。 https://www.j-milk.jp/report/trends/h4ogb40000008goc.html 参照</p> <p>②インターネットを用いて、新規事案の発生時に、価値意識や行動意識の変化に関する約 500 人程度サンプルの調査を行う。調査には、①同様、設計、質問票の作成、実査、集計・分析、報告書の作成を含む。なお、本調査は 2022 年度中に①の期間を除き、2 回程度実施する。</p> <p>③①～②調査について、製本・印刷配布事業を行う。 https://www.j-milk.jp/report/trends/h4ogb40000005241.html 参照</p>	5 月～3 月	生活者	現在の生活者の牛乳・乳製品に対する意識や価値を明確にする	<p>経年変化が確認でき、かつ今後の需要創出に向けた基礎資料とする。</p> <p>②については、事案発生時に企画対応できるようにすること。</p> <p>①～③のうち、①～②または③のみの応募も可とする。</p> <p>予算については、①～③毎に積算を明示すること。</p>	19,500
2	牛乳類小売情報の購入	牛乳類や植物性ミルク類に関する販売実態を把握検討し、Jミルク需給見通しでの活用、ならびに会員等への有用情報としてJミルクホームページで情報提供する。	<p>全国を単位とした牛乳類と植物性ミルク類の販売状況に関するサンプル調査データの購入</p> <p>①対象 全国の量販店、コンビニエンスストア等</p> <p>②調査項目 a)牛乳類、発酵乳の販売金額、販売数量、販売単価 b)植物性ミルク類の販売金額、販売数量、性・年代別構成比、牛乳からの購入量の変化</p> <p>③報告サイクル a)月次および週次で取りまとめたデータ b)月次、週次、4 半期 毎いずれかで取りまとめたデータ</p> <p>④サンプル数 全国 1,800 サンプル程度</p> <p>⑤サンプルの割り付け 指定生乳生産者団体の区域による区分(9 区分)</p> <p>⑥サンプルの抽出 無作為1段階以上とする。</p> <p>⑦データは 12 カ月を購入(2022 年 3 月～2023 年 2 月分) 3 月分のデータについては、事業協力者決定後、Jミルクに提供するものとする。</p> <p>⑧情報提供方法はJミルクホームページを参照すること。</p> <p>牛乳類の販売速報 https://www.j-milk.jp/gyokai/sri/beroh0000002rwo.html</p> <p>需給短信 https://www.j-milk.jp/gyokai/jukyu/index.html</p> <p>※牛乳類とは、「牛乳」「成分調整牛乳」「加工乳」「白物乳飲料」とする。 ※植物性ミルク類とは、「豆乳」、「アーモンドミルク」、「オーツミルク」とする。</p>	4 月～3 月	全国の量販店、コンビニエンスストア等	全国小売店パネル調査等	全国の代表性と速報性を兼ねた調査データであること。	27,000

3	ウェビナーの開催	既存の研究成果を活用した、ウェビナーを運営・開催し、エビデンスを関係者に広く周知する。	運営は、準備、当日、オンデマンド配信を含むすべての運用事務局を指す。安全かつ、快適に視聴者が聴講できる工夫を行うこと。なお機材や会場については、Jミルクの既存機材を使用することも可とし、効率についても考慮すること。 【見積もりの設定】 ・登壇者 4～6 名 (@30～40 分) + パネルディスカッション 10 名程度 ・2～3H のオンラインウェビナー ・登壇者と参加者は全員オンライン ・事務局 (5～6 名程度) のみ貴会場で配信 ・オンラインでの参加者人数 150 名程度 ・可能な範囲で、全面的な運営委託 (可能な運営項目を明記) ・各種必要なマニュアル・台本等の整備 ・参加者の管理 ・オンデマンドの配信 (1 か月程度を想定) ・オンデマンド配信のための、当日の動画のデータ加工 ・報告書の作成 など	4 月～7 月	業界関係者、研究者、学校関係者、栄養士等	参加のしやすさを図り、エビデンス情報を的確に伝達する。	安全かつ快適な講師・視聴者の環境設定 (設計) 等で、参加のしやすさを十分に担保すること。 見積もりの設定とは変更になる場合があるので、柔軟な対応が可能であること。	2,000
4	牛乳乳製品の最新研究情報レポート制作 (翻訳・要約含)	牛乳乳製品の価値向上で活用できる基礎情報として、国内外の学会誌や政府研究機関等で発表された最新の研究情報の要約資料を作成。	①牛乳乳製品の価値向上に資する海外の科学的な研究成果の最新情報をもとに、収集・翻訳・要約を行う。およそ 30 論文程度を収集し、そのうち重要な 20 論文程度の翻訳を含む要約を行う。 ②①で収集した情報から、特にエビデンスレベルの高い論文について、業界関係者等に情報提供できるよう、A4 で 2 頁ほどの「最新研究レポート」として電子データ 12 報 (1 報 / 月) 程度にまとめるものとする。 ①②の論文の収集するテーマや入手、翻訳や要約については J ミルク事業担当と相談しながら実施する。 企画にあたってはこれまでの実績を参考にすること。 https://www.j-milk.jp/report/study/acad.research/index.html 参照	4 月～3 月	業界関係者、医療関係者、栄養士	収集論文の研究結果の意味や価値を明確にする	論文で書かれている内容について、文章及び図表、視覚効果等を用いて、わかりやすく表現すること。	4,800
5	メディア・関係者向け栄養価値等広報資料の作成	牛乳乳製品の価値情報をメディアに対し広報するため資料を作成し広報を行う	メディア向けに牛乳・乳製品の科学的エビデンスや学校給食用牛乳の役割などの価値情報をメディアに分かりやすく伝え、牛乳・乳製品を新たに食事に取り入れることなどの記事掲載を促進するための資料を作成する。 なお、特にコロナ禍におけるニューノーマル時代の対応における食生活課題に対して牛乳乳製品が貢献するものとし、具体的な生活場面での利用方法などの提案も盛り込んだ資料とする。作成した資料は関係メディアに配信するほか、J ミルクウェブサイトで公開する。 作成する資料は、冊子体で年間 2 回 (各 20 ページ想定)、その他、よりわかりやすく要約したリライト版を各制作する。 企画にあたってはこれまでの実績を参考にすること。 https://www.j-milk.jp/report/study/factbook_index.html ファクトブック参照	4 月～3 月	メディア・酪農乳業関係者	消費者が興味ある話題を踏まえ、牛乳・乳製品のエビデンスを有効活用したメディア向け発信	タイムリーなテーマの提案・設定	5,000
6	世界の酪農乳業のトレンドを広報するための資料制作	国際 Dairy レポートの制作発送	世界の日本に先駆けるトレンド (例えば持続可能性、植物性代替食品、フードテック) の海外の乳にかかわる生産、処理、販売、商品の選択傾向、社会動向や酪農乳業等の国際組織の活動状況をリサーチ・分析、翻訳し、世界のトレンドを取り入れた新たな需要に応える新商品開発や販売戦略などに役立つ資料として酪農乳業関係者に提供する資料を制作する。(年 4 回) なお事業は①情報の収集②翻訳③データ制作④印刷で構成し、それぞれ単独での応募も可能とする。 https://www.j-milk.jp/report/international/index.html 国際 Dairy レポート参照	4 月～3 月	酪農乳業関係者	世界の動向を的確にリサーチする	国内酪農乳業関係者に役立つ最新のわかりやすい海外情報を提供する 翻訳と制作など、事業の一部のみの応募を可とする。一部のみ応募の場合、事前に事業担当者に確認すること。	8,000
7	講演採録 (レポート) の作成	J ミルクが行う、学会等の講演内容について、要約等のレポートを作成し、学会に参加できない関係者に講演内容を広く周知する	新たな牛乳乳製品の健康栄養情報等を知らせる機会の創出として、J ミルクが実施した学会等の 2 回程度の講演内容について、講演採録 (レポート) データを作成する。 制作にあたっては、学会講演の直接取材を想定すること。 過去の例 https://www.j-milk.jp/knowledge/nutrition/h4ogb4000000885s.html 参照	4 月～3 月	業界関係者・栄養関係者、学校関係者、メディア等	専門外のターゲットが講演内容を理解できる資料を作成し、エビデンスを広く広報する	内容的にも視覚的にもわかりやすい工夫で、専門外のターゲットにも訴求できる資料とすること。制作にあたっては、必要な確認 (講師・学会事務局) など、事務的配慮も可能な体制を整えること。	1,000

8	関係者向け酪農乳業の最新情報提供	酪農乳業や牛乳乳製品に関する価値情報をわかりやすく発信し、酪農乳業関係者等へ共有する	<p>酪農乳業関係者等の取り組みの参考となる事例を取材、紹介するとともに、生乳需給のバランスや牛乳乳製品の健康栄養、食育などの情報をわかりやすく解説し、生活者等向け事業に活用しやすいコンテンツとして開発。</p> <p>年間2号発行・印刷(2,300部)・配布(全国2,000箇所)</p> <p>過去の例 Jミルクレポート https://www.j-milk.jp/about/report/index.html</p>	4月～3月	業界関係者・研究者等	繰り返し読んだり、保存しておきたい工夫があること。	内容の確かさ及びビジュアルの見やすさ等に配慮し制作できること。年間2号について、季節や酪農乳業の業界課題も意識した企画/取材/提案を行うこと。また、各企画ページはリーフレット化などの活用の可能性も念頭に制作する。	11,920
9	牛乳・乳製品に関する価値向上コンテンツ制作	関係者等がソーシャルメディアで活用できる動画素材を制作し公開する(j-milk School)	<p>生活者が牛乳・乳製品に関して日頃疑問に感じていることへの解決につながり、アンチ情報にも対応できるような、エビデンスを基にした正しい情報を伝える動画を制作。</p> <p>酪農乳業関係者、学校教職員、栄養士等に役立つテーマで、一般のSNSユーザーにも興味を持たれやすいような表現とする。(6本程度)</p> <p>「Jミルク公式チャンネル」参照 https://www.youtube.com/channel/UCz5kJ79xnrJXmKL5E2nRAhw</p>	4月～3月	業界関係者・栄養関係者、学校関係者、生活者等	生活者の疑問や悩みに対応する牛乳・乳製品の価値を訴求	専門的な内容について、誰もが理解しやすい表現を工夫すること。	6,000