

2025 年度 Jミルク事業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・応募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。	事業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。生活者の顕在的行動から潜在的意識まで明らかにし得る調査の設計、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、過去の「牛乳乳製品に関する食生活動向調査」を参考にするとともに必要に応じてプレ調査するなどすること。また Jミルク事務局、委員会と共に検討すること。 https://www.j-milk.jp/report/trends/index.html 参照 事業②事業①で得た成果をもとに、インターネットを用いて価値意識や行動意識の変化に関する対象のサンプルを絞った深堀調査を実施する。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。	4 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	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。 予算については、①②の積算をそれぞれ明示すること。	10,000
2	牛乳類小売情報の購入	牛乳乳製品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。	全国を単位とした販売状況に関するサンプル調査データの購入 ①対象 全国の量販店、コンビニエンスストア等 ②調査項目 a)牛乳類、発酵乳、バターの販売金額、販売数量、販売単価 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 ④サンプル数 全国 1,800 サンプル程度 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) ⑥サンプルの抽出 無作為1段階以上とする。 ⑦データは 12 カ月を購入(2025 年 3 月～2026 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。 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。 牛乳類の販売速報 https://www.j-milk.jp/gyokai/sri/berohe0000002rwo.html 需給短信 https://www.j-milk.jp/gyokai/jukyu/index.html ※牛乳類とは、「牛乳」「成分調整牛乳」「加工乳」「白物乳飲料」とする。 ⑨見積は調査項目毎に明示すること。	4 月～ 3 月	全国の量販店、コンビニエンスストア、ドラッグストア等	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。	26,000

3	研究集会の開催・運営	既存の研究成果を活用した、研究集会等を運営・開催し、エビデンスを関係者に広く周知する。	集会型を基本として実施する。委託する運営業務は、事前準備及び当日の運営に必要な業務。 ＊実際の運営は、現状の設定とは異なる場合があります。 【見積に含めるもの】 運営に係る一切（会場費、必要な飲食費を含む） 【見積りに含めなくてよいもの】 登壇者と参加者旅費・謝金 ＊運営に必要で、予算上限の範囲に収まらない業務等についてはオプションで提案のこと。 事業①ジャパンミルクコンgres 2025（実施日 2025 年 11 月 29 日（土）） 参加者規模は 250 名を予定。特別講演 1 題、口頭発表者 4 題、ポスター発表者 20 題前後（前回実績からの見込）による研究発表大会及び情報交換会 150 名参加を含む運営。 参考 https://m-alliance.j-milk.jp/jmilk-news/2024news/detail/0528.html 事業②「学校給食牛乳に関する領域横断的共同研究」学術研究報告会（仮題） 実施日：2 月（予定）、4～6 時間で想定。 参加規模は 150 名～200 名を予定。研究者 6 名による共同研究成果の発表の場及び情報交換会 100 名参加を含む運営。 プログラム、会場（東京）、効率的な運営などの積極提案を期待する。	4 月～3 月	業界関係者、研究者、学校関係者、栄養士、メディア等	・参加者（研究者、メディア）を最大化する広報を含めた工夫。 ・参加者交流を行いやすくする工夫。	・交流を目的とした安全かつ快適な環境設定（設計）等で、参加のしやすさを十分に担保すること。 ・参加者を最大化するための広報提案は特にアピールすること。 ・見積時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。 事業①と事業②は別々に応募することができる。	（いずれも会場費込） 事業① 7,250 事業② 3,600 事業①+② 10,850 （会場費込）
4	牛乳乳製品の最新研究情報レポート制作	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科学的な研究成果の最新情報をもとに、重要な学術論文 20 報程度を収集（入手）し、翻訳・要約を行う。 ②①で収集した学術論文から、牛乳乳製品の価値向上に特に資するものについて、業界関係者等にウェブサイトで情報提供できるよう、A4 1～2 頁ほどの「最新研究レポート」として要約し、電子データ 10 報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。なお、対象とする論文の著作権には、十分に配慮、対策すること・	4,700
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、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 1 回（20 ページ想定）、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	消費者が関心ある話題を踏まえ、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	2,500
6	講演採録（レポート）の作成	J ミルクが行う、セミナー等の講演内容について、読みやすいレポートを作成し、講演内容を広く周知する	新たな牛乳乳製品の価値情報を知らせる機会の創出として、J ミルクが実施したセミナー等の講演内容について、講演採録を作成する。制作にあたっては、必要に応じてセミナー等の直接取材を想定すること。見積もりは 1 演題 1 時間程度のセミナーを想定すること。 過去の例 https://www.j-milk.jp/knowledge/nutrition/nutritionist2023.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の作成	専門用語には注釈を入れたり、図表やイラストを活用して、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。	500

7	メディア・流通関係者向け需給構造の解説資料制作	生乳の需給構造や取り巻く情勢をターゲットにわかりやすく説明する解説資料の制作を行う	現在の国内の生乳の需給は、緩和とひっ迫を短い周期で繰り返すなど、他の産業に見られない特殊な需給構造を持つ。そのため、メディアや流通関係者を対象とした、需給構造や取り巻く情勢、背景等に触れ、わかりやすく解説した資料の 2025 年版を制作し、ホームページで公開するとともに、印刷資料を作成する(2500 部)。 https://www.j-milk.jp/news/m_supplychain2024.html 参照	10～12 月	メディア・流通関係者	需給構造のわかりやすい解説やビジュアル	ターゲットに適した内容や表現とすること	2,500
8	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 2 回)なお事業は①情報の収集②翻訳③データ制作④印刷・配布(全国 2000 か所)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	国内に影響を与えうる世界の動向を的確に分かりやすく伝える資料	酪農乳業関係者が海外の動向を活用し、中長期的に需要を創出または消費を拡大する見通しに資する資料とする。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。	5,800
9	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	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、牛乳乳製品の健康栄養や気になる疑問、酪農乳業の課題などの情報をわかりやすく解説し、酪農乳業関係者の需要創出・理解醸成活動に活用しやすいコンテンツとして開発する。 年間 4 号発行・印刷(2,300 部)・配布(全国 2,200 箇所) また、牛乳乳製品の需要を創出する目的とする連携事業として、公式 SNS 及びホームページのコンテンツとしても二次展開できる企画提案であること。 過去の例 Jミルクレポート https://www.j-milk.jp/about/report/index.html	4 月～3 月	酪農乳業関係者、研究者、学校・栄養関係者、メディア等	繰り返し読んだり、保存しておきたくなる工夫があること。	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 4 号について、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、各企画ページのリーフレット化やキーコンテンツの公式 SNS 及びホームページでの活用も念頭に制作する。	22,000
10	乳和食コンテンツの活用促進	幅広い世代に重点を置いた乳和食の知識普及・活用促進	乳和食の普及活動で関係者が印刷・配布するなどの活用ができる、以下の乳和食サイトに掲載されているレシピリーフレットデータ最低 8 点、最新リーフレットデータを制作する。 https://www.j-milk.jp/nyuwashoku/download_leaflet.html なお、レシピ開発は Jミルク及び Jミルクが指名する料理研究家が行い、その費用は本事業の見積もりに含めなくてよい。	5 月～3 月	若い世代(10～20 代)	乳和食の知識普及・新規乳和食ユーザーの開拓	乳を使った手軽な減塩料理としての乳和食を、子どもの保護者などが活用する視点なども取り入れるなど、幅広い世代に取り入れやすくする工夫。また、既存コンテンツを、有効活用する工夫。	1,500
11	乳和食指導者向け講習会	乳和食を料理講習会等で消費者に普及・する者として必要な知識・技能の習得・定着を図るための講習会を企画運営する	全国各地で、乳和食を普及する指導者として活躍する者を対象として、乳和食が適切に展開されるよう、指導に必要な知識・技能の習得の場として、最新調理技術、レシピ、指導方法を学ぶ乳和食指導者向け講習会(座学＋調理実習)1 回の企画・募集等の運営行う。参加者 30 名を想定し講師は Jミルクが指定する。 (見積りに含めなくてよい費用)講師旅費謝金、食材購入費、会場費	11 月	全国の乳和食指導者	乳和食が適切に展開されるよう、基礎及び最新調理技術、レシピを学ぶ	参加者募集の広報を工夫し、乳和食指導者が全国から参加申込しやすい工夫。	1,500
12	乳和食普及の新たな担い手育成による SNS 等を活用した普及啓発	消費者に普及する新たな担い手を育成するための講習会の企画運営、乳和食の SNS 等活用の企画運営	①新たに牛乳の価値や魅力を認識し、乳和食普及を通して牛乳の消費拡大の取り組みに参加したいとする者、SNSを高頻度利用する料理や栄養の専門家(インフルエンサー含む)などを対象に、牛乳と乳和食の基礎・基本的な知識の習得や、普及活動で活用するポイントを学ぶ機会などを提供し、乳和食を普及する担い手育成講習会の企画・募集等の運営を行う。参加者は 30 名程度を想定。 ②講習会の参加者が、講習会後の SNS 等を活用する乳和食の普及活動事務局運営。 (見積りに含めなくてよい費用)講師旅費・謝金、食材購入費	4～3 月	全国の栄養士や料理等の専門家、酪農乳業関係者等	乳和食	継続的な普及活動への参画に期待が持てる参加者募集や実施内容を工夫。 ①についてSNSを高頻度利用する料理や栄養の専門家(インフルエンサー含む)などが参加しやすい工夫を必須	5,000
13	学校給食のない日を対象とした牛乳	牛乳乳製品の活用促進及び牛乳の栄養的	小中学校の児童生徒とその保護者を対象に、学校で給食提供が休みとなる土日・祝日、長期休みなどの「給食のない日」にも家庭で牛乳摂取されるよう、牛乳乳製品の飲用・利用習慣を定着させるための取り組み促進と促進のために必要なコンテンツ開発や特設サイト運営、全	4 月～3 月	全国の酪農乳業関係者、教育関	牛乳乳製品の価値や酪農乳業の理解促進	学校給食休止時の消費減に対応するための牛乳乳製品の普及啓発活動	113,000

	乳製品の普及啓発活動	価値や利用価値の訴求	国の学校や小売等と連携した食育活動の推進、これらPR活動として、SNS やメディアを活用した情報発信等による普及啓発活動を実施。 事業実施にあたっては、以下の「土日ミルク」の活動を参考にし、全国の学校や酪農乳業等の関係者とも連携した取り組みを意識すること。また過去 3 年展開したツールを活用促進することを前提に 2025 年度の取り組みを通して自走していけるよう、持続可能な手段を講じること。 全国の関係者と円滑な事業運営を行うため必要に応じて運営事務局を開設・運営。 https://donichi-milk.jp/		係者、メディア、子どもとその保護者等				
--	------------	------------	---	--	--------------------	--	--	--	--