

## 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	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	インバウンド消費者への国産牛乳乳製品の消費動向、価値意識等の調査の実施	<p>国産牛乳乳製品の価値をインバウンド消費者(訪日経験者を含む)の目線ととらえ、国内牛乳乳製品を健康栄養・おいしさ・環境保全・地場産物への興味関心など、価値や評価につながるデータ(※)として収集する。</p> <p>収集したデータはインバウンド消費者の国産牛乳乳製品の価値意識の向上、消費拡大行動に資するデータとして適宜必要なクロス集計等を行い、インバウンド消費者から見た国産牛乳乳製品の価値意識を整理する。</p> <p>なお、事業は、企画、調査設計、調査、集計・解析、示唆を含む報告書の作成業務</p> <p>※日本産牛乳乳製品の消費理由、価値、シーン、購入場所、飲用場所、風味を含む味覚に関する評価、母国の販売形態との違い及び日本産ならではの価値など</p>	6月～ 3月	インバウンド消費者及びインバウンド経験者またはそのどちらか	インバウンド消費者の国産牛乳・乳製品に対する意識や価値意識を明確にする	インバウンド消費者の消費行動から分析しうる、国産牛乳乳製品の価値付けにつながる基礎調査とすること。 実際の調査項目については、事業担当者で調整も可とすること。	5,000
2	牛乳販売店を活用した牛乳乳製品の価値を高める広報活動	牛乳・乳製品の消費者の購買行動を促す価値情報の活用促進	<p>全国の牛乳販売店(宅配事業者)を活用し、宅配牛乳の利用者及び新規顧客開拓層である消費者に対して、牛乳の栄養や健康面等の価値情報を分かりやすく伝えるリーフレットを作成・配布する。印刷数は150万部(世帯)で、発送先は全国の約2,300事業者を予定。</p> <p>なお、本リーフレットの作成・配布にあたっては、酪農乳業への取り組みへの理解を促進し、共感を高めるような情報提供を行い、併せて、継続的な飲用習慣の形成において、既存顧客の需要拡大を図るとともに、新規顧客の獲得による新たな需要創出を促進させるような訴求における工夫をすること。</p> <p>また、本事業が、牛乳・乳製品の需要拡大に向けた「牛乳でスマイルプロジェクト」の一環として位置づけて行うとともに、牛乳販売店による消費者へのアプローチが効果的に行われるようメディア等を活用した広報活動もあわせて実施すること。</p> <p>なお、事業は、広報活動も含めた企画、事務局運営、リーフレットのデザイン作成及び印刷・発送業務。</p> <p>参考)農水省HP 牛乳でスマイルプロジェクト <a href="https://www.maff.go.jp/j/chikusan/gyunyu/lin/gyunyu_smile.html">https://www.maff.go.jp/j/chikusan/gyunyu/lin/gyunyu_smile.html</a></p>	6月～ 3月	高齢者及び子どもの保護者層などの生活者	牛乳販売店の顧客層(新規開拓層含む)にあわせて健康や栄養面の価値情報	事業を実施するにあたっては、牛乳販売店の全国団体及び各都道府県の関連団体とも連携して、各販売店への案内や希望配布数の集約による発送など、事務局を設置して行うこと。	20,000

3	「牛乳でスマイルプロジェクト」消費者向けイベントの実施	牛乳・乳製品の需要拡大に向け、全国の関係者による一体的な価値訴求	<p>全国の酪農乳業関係者が一体となって牛乳・乳製品の健康栄養や社会的な価値を高め、需要拡大に向けた活動を展開していく上で、その全国的な起点となる PR イベントを「牛乳でスマイルプロジェクト」メンバーとの連携において企画・運営を行う。実施にあたっては、都内会場で 11 月の土日や・祝日のうち 1 日開催で行うものとし、子どもとその保護者層を中心に約 3 万人の生活者を集めて実施。ただし、本業務遂行のために、より効果的な提案がある場合には、1 日開催の限りではない。</p> <p>また、本イベントに全国の酪農乳業関係者のかかわりが持てるよう、生産者や乳業者の関係者の参画による価値訴求を意識した内容とするほか、「牛乳でスマイルプロジェクト」のメンバー（酪農・乳業関係者のみならず、様々な企業・団体・自治体など官民から幅広い参加者）に加わっていただき、他業界とのコラボ・連携による新たな牛乳乳製品の利用シーンや利用方法などの提案なども行うこと。</p> <p>その際に、子どもの食育視点を踏まえた体験的な学びや、全国各地の牛乳乳製品の価値や魅力への気づきを促すような工夫を盛り込むこと。</p> <p>また、こうしたイベントを通してメディア露出や SNS 等を活用した広報・PR 活動も展開し、より全国の関係者による取り組みやイベント参加者だけでなく広範な生活者層への波及効果を図る。業務は、イベント企画、運営事務局、会場の借上及びブース等設置、使用ツール制作及び印刷、広告宣伝などの広報活動。</p> <p>参考)農林水産省 HP 牛乳でスマイルプロジェクトメンバー  <a href="https://www.maff.go.jp/j/chikusan/gyunyu/lin/project_member.html">https://www.maff.go.jp/j/chikusan/gyunyu/lin/project_member.html</a></p>	6 月～ 3 月	子どもとその保護者層を中心に幅広い世代の生活者	社会課題や消費ニーズも踏まえた牛乳・乳製品や酪農乳業の多様な価値	イベントの準備段階から、生産者団体、乳業団体などにヒアリングを行う場なども設定し、当日のイベント内容に反映させること。	30,000
4	全国各地の牛乳の価値や魅力を高めるコンテンツ開発	全国各地の牛乳に光をあて、関係者による需要拡大に向けた取り組みを支援	<p>全国には約 300 以上の牛乳工場があり、国内どこでもおいしい牛乳をスーパーやコンビニなどで購入し飲むことができる。生産者や乳業者の高い技術力による高品質な商品、地域で愛されるこだわりの商品など、消費者の関係性のなかにある全国各地の牛乳の価値や魅力を高める新たなコンテンツとして「全国牛乳マップ(仮称)」及び、誰でもこれら情報にアクセスできる専用 Web サイトを構築する。</p> <p>掲載する牛乳は約 200 程度の銘柄を想定。</p> <p>掲載内容は、全国どの牛乳においても各乳業者や生産者等の作り手のこだわり、意味づけをするとともに、あわせて外国人旅行者などのインバウンド対応でも活用できるようなサイト設計とする。</p> <p>また、生活者や実需者にサイト情報が活用されるよう、サイト内企画の実施、媒体や SNS などを活用した広報活動を行い、全国の酪農乳業関係者による需要拡大に向けた活動支援にもつなげる。</p> <p>業務は、全体の企画、全国の牛乳商品などの画像や情報収集、関連したコンテンツ開発及びストックして活用できる専用サイトの設計・開発、広告宣伝も含めた広報活動。</p>	6 月～ 3 月	国内の生活者及び酪農乳業関係者など牛乳でスマイルプロジェクトのメンバーなど	全国各地の牛乳と生活者との間にある関係性を高める価値	Web サイトの構築にあたっては、全国の乳業者等や関係組織、各地の牛乳情報を知り、自らも発信する専門家とも連携して行うこと。	47,000