

2025 年度 J ミルク事業における事業協力者関連事業(3 回目)

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	食料システム法に 基づく認定指標作 成団体の認定にむ けた組織立ち上げ や申請等の実施	飲用牛乳の持続的な 供給に要する合理的 な費用に関する指標 の作成や生活者を含 む関係者への情報提 供を行うコスト指標 作成推進会議を立ち 上げ・開催すること で、牛乳消費の維持・ 定着に寄与する。	本年6月に成立した食料システム法(食品等の持続的な供給を実現するための食品等事業者による事業活動の促進及び食品等の取引の適正化に関する法律(平成3年法律第 59 号))においては、合理的な費用を考慮した価格形成に向けた食品等の取引の適正化に関する措置を講ずることとしている(令和8年4月以降施行予定)。 このうち、農林水産大臣が指定した品目(指定飲食料品等)については、団体(認定指標作成等団体、同法第 42 条等を参照。)がコスト指標の作成・公表を行い、コスト指標を活用した制度の運用を行うこととしている。指定飲食料品等の指定は準備行為として法律施行前から行われる見込みであり、飲用牛乳については、政府の適正な価格形成に関する協議会において、豆腐・納豆や野菜と並んで WG が開催されてきているため、指定の可能性はある。 このため、今冬にも飲用牛乳の指定が行われた場合に、認定指標作成団体の申請を速やかに行うため、指標作成団体となりうるコスト指標作成推進会議(任意団体)の ① 立ち上げ・運営業務(業務規程作成等の運営体制の整備、進行管理等) ② 会議開催業務(事前準備及び当日の運営、議事録作成等) 参加規模 10 名前後、実施日2～3回、各回2～3時間、対面又はウェブ併用を想定。 ※見積もりに含めないもの(参加者旅費・謝金・飲食費) ③ 農林水産省への認定申請業務(申請資料作成、申請、連絡調整等) といった事務局業務を代行する。	9 月～ 3 月	業界関係 者・生活者	牛乳の持続的な 供給	・現在示されている法律を参照のこと。 ・今後示される省令等で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。 ・推進会議の立ち上げ後は、その代表者の指示・監督に従うこと。 参考 URL https://www.maff.go.jp/j/shokusan/250623.html https://www.maff.go.jp/j/shokusan/kikaku/kakaku keisei i/index.html	10,000

2	国産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」による全国的な酪農乳業関係者等による活動促進と消費者向けプロモーション事業	酪農乳業が安定的に牛乳乳製品を供給し続けるには、酪農家が安心して生産を継続できるよう、安定した需要の確保が不可欠である。本事業では、全国の酪農乳業関係者による取り組みを「牛乳でスマイルプロジェクト」の一環として統一的に位置付け、情報共有・可視化・連携促進のための基盤整備を行うとともに、消費者へのプロジェクトの認知向上および酪農・国産乳製品への理解醸成を図る広報活動を展開する。	(1)「牛乳でスマイルプロジェクト」への参加促進に向けた施策の検討 酪農乳業関係者による需要拡大の取り組みを「牛乳でスマイルプロジェクト」の一環として位置付けるにあたり、参加の意義や期待される効果(例: 共通ロゴの活用による一体感、広報的価値、ネットワーク形成等)を整理し、企業・団体等がプロジェクトへの参加に魅力やメリットを感じられ、需要拡大につながる具体的な方策を提案すること。制度設計およびコミュニケーション施策において、理念的意義と実利性の両立を図り、幅広い関係者の参加を促すこと。 参考)牛乳でスマイルプロジェクトについて ◆ 農林水産省 HP https://www.maff.go.jp/j/chikusan/gyunyu/lin/gyunyu_smile.html ◆ Jミルク HP https://www.j-milk.jp/news/h4ogb40000009qbz.html (2)酪農乳業業界全体の取り組みに係る活動指標(KPI)の設定 需要拡大に向けた業界全体の取り組みの進捗と成果を適切に把握・検証するため、「牛乳でスマイルプロジェクト」全体を見通した中長期的なマイルストーンを設定し、それに基づく具体的な KPI を提案するための情報収集・分析を行うこと。KPI の提案に向けては、指標の設定根拠や達成可能性・測定方法等の妥当性を備え、定量・定性的な両面から検討すること。その際、必要に応じて(3)の取り組みを通じて得られる知見やデータも活用する。 (3)全国の酪農乳業関係者・消費者双方に向けた情報共有・活用プラットフォーム(ポータルサイト)の構築 全国の酪農乳業関係者および業界外の自治体・企業・団体等の「牛乳でスマイルプロジェクト」メンバーによる需要拡大の取り組みを、関係者および消費者の双方にとって有益に活用できるよう、情報を集約・分類・発信するポータルサイトを構築・運用すること。 - 関係者向けには、全国各地の取り組み事例を整理・検索できるデータベース、業界内の横の連携や業界内外のコラボレーションによる取り組みを支援するマッチング機能、活動事例の発信・登録機能、情報更新通知機能(メルマガ、チャット連携)等を備え、実務に資する構成とすること。 - 消費者向けには、イベントや普及活動等を地域・テーマ等で整理し、閲覧しやすく利便性の高い構成とする。 主な仕様要件は以下のとおり。 ① 戦略設計(目的・情報構造・利用者設計) ② 情報・データベース設計: 全国の団体・企業・自治体等によるイベントや普及活動等を分類・整理可能とする構造の設計。検索性や閲覧性を高めるためのカテゴリー分類、タグ設計、テーマ分類の提案 ③ 関係者向け情報収集支援: ヒアリング票の作成、回答回収、データ整理・DB 化の支援	9月～3月	酪農乳業関係者、消費者	・酪農乳業業界が一体となって推進する取り組みの「見える化」と、関係者間の連携強化 ・「牛乳でスマイルプロジェクト」が持つ社会的意義や参加価値を広く発信し、生活者との共感・信頼を育むこと	(1) 単発的・一方向的な施策ではなく、中長期的な展開や活用・継続性を視野に入れた企画とすること。 (2) KPI の設定や成果検証の視点を盛り込むこと。提案の中に、評価指標や改善サイクルに関する考え方を含めることが望ましい。 (3) 柔軟な発想とともに、費用対効果や事業規模との整合性に配慮すること。 (4) 業界関係者および消費者の双方にとって有益な提案となるよう配慮すること。専門性の高い提案に偏りすぎず、生活者視点や社会的メッセージ性にも配慮すること。 (5) 制作物(特に動画)に関しては、著作権がJミルクに帰属し、関係団体等による広報・普及目的の二次利用が想定されるため、これを妨げないよう権利処理等に配慮すること。	200,000
---	---	--	---	-------	-------------	--	---	---------

		④ UI/UX 設計:スマートフォン対応、直感的な操作性、業界内外の連携を促すマツチング機能の実装 ⑤ 集客・導線設計:SEO 対策の実施に加え、本事業(牛乳でスマイルプロジェクト)専用の SNS アカウントを新規に立ち上げ、定期的な全国のイベント・キャンペーン、消費者が参加できる情報などの発信・告知を通じて利用促進を図ること。また、デジタル広告の手法も適切に活用し、効果的な集客導線を設計・実施すること。 ⑥ 更新・通知機能:メルマガやチャット等と連携した情報通知機能(可能な限り既存ツールを活用) ⑦ 汎用性・継続性の確保:特定事業者や専用技術に過度に依存せず、将来的な拡張や仕様変更に対応できる構成とし、運用・保守に必要な情報(設計書、マニュアル等)を一般的かつ広く利用可能な形式で納品すること。 ⑧ コスト配慮:運用・保守のランニングコストを考慮した構成 ⑨ CMS 利用:更新性を高めるため CMS を活用した構築 ⑩ セキュリティ対策:個人情報保護を含む適切なセキュリティ対策の実施 ⑪ 評価・改善:サイト利用者へのアンケート調査の設計・実施・分析(操作性・満足度・情報信頼性など) ⑫ 事務局支援:ヒアリング業務、問い合わせ対応など実務面の支援 ※なお、本業務遂行にあたり、より効果的な方法・構成がある場合は、上記に限定せず柔軟な提案を可とする (4)「牛乳でスマイルプロジェクト」認知促進に係るプロモーション施策の実施 「牛乳でスマイルプロジェクト」の理念や業界一体の取り組みの意義について、社会的な理解と共感の醸成、消費者や関係者への認知度向上を図る PR 施策を実施すること。 ① 広報戦略の設計:プロジェクト全体の広報コンセプトおよびメッセージの設計。社会的意義や共感を喚起する表現方針を提案すること。 ② 広報用動画の制作と展開:プロジェクトの理念や社会的意義を効果的に伝える短尺の動画を1～2 本程度制作すること。また、広告展開を前提とした拡散設計(ターゲット設定、クリエイティブの訴求軸など)を含めて企画・提案すること。 ※制作された動画の著作権は J ミルクに帰属するものとし、J ミルクが必要に応じて第三者(関係団体・行政機関・メディア等)に提供し、広報・普及を目的とした二次利用を前提とすること。応募者は、第三者利用を妨げない制作体制および権利処理を行うこと。 ③ SNS 施策の実施:(3)⑤において立ち上げた SNS アカウントを活用し、広告配信、UGC 誘発等を通じて、プロジェクトの認知向上、関心喚起、共感形成を促す企画・運用を行うこと。 ④ オフライン広報の展開:記者発表、プレスリリース配信、メディア向け説明などを通じた露出の獲得を図ること。 ⑤ 効果測定と改善提案:KPI 設計(再生数、CTR、エンゲージメント率、報道件数など)に基づき、施策の効果を分析し、次年度以降に向けた改善提案を行うこと。					
--	--	---	--	--	--	--	--