

# 平成 26 年度 事業計画及び収支予算書



一 般 社 団 法 人 J ミ ル ク

平 成 25 年 度 第 2 回 臨 時 総 会

平 成 26 年 3 月 6 日

# 目 次

I	わが国酪農乳業をめぐる情勢並びに課題と対応	・・・	2
	1. 酪農乳業をめぐる最近の情勢	・・・	2
	2. 酪農乳業の課題と対応	・・・	3
II	平成 26 年度の事業計画	・・・	5
	1. 平成 26 年度事業計画の基本的な考え方	・・・	5
	2. 平成 26 年度事業の主な内容	・・・	6
	(1) 生乳及び牛乳乳製品流通関連事業	・・・	6
	(2) 牛乳乳製品普及関連事業	・・・	9
	(3) 広報関連事業	・・・	15
	(4) 生乳需要基盤強化対策特別事業	・・・	16
	(5) 災害等危機管理対策事業	・・・	18
	(6) 総務関連事業	・・・	19
	3. 生乳需要基盤強化対策特別事業と既存事業の関連性	・・・	19
III	平成 26 年度の収支予算	・・・	20
	平成 26 年度 収支予算書	・・・	21
	*J ミルクの事業推進組織	・・・	24
	*平成 26 年度アクションプラン（主要な事業スケジュール）	・・・	25
別添 1	平成 26 年度「災害等危機管理対策事業」並びに「生乳及び牛乳乳製品流通関連事業」の基本的な進め方について	・・・	27
別添 2	平成 26 年度の普及関連事業及び広報関連事業における強化・拡充する主要な取り組み	・・・	29

# I わが国酪農乳業をめぐる情勢並びに課題と対応

## 1. 酪農乳業をめぐる最近の情勢

### 【要旨】

わが国の酪農乳業は、酪農生産や食品市場をめぐる環境が大きく変化するなかで、近年、生産・消費ともに停滞基調に陥っており、従来の量的拡大の状況とは異なった局面が続いている。

また、最近は、①穀物・乾牧草や乳製品の輸入価格上昇、②消費者購買力の低下と低価格志向、③乳製品需要に対する国産乳製品の供給不安定、④乳製品国際市場の高騰とひっ迫、⑤TPP等の動向の不透明感など、厳しい環境にさらされており、こうした影響により、国内生乳生産の減少が続く、このままで推移すれば、生乳及び牛乳乳製品の需給は、これまでにない深刻なひっ迫状況に陥る可能性がある。

こうした中で、政府による26年度畜産物価格並びに関連対策において酪農生産基盤の安定・強化に向けた施策が措置されており、これに呼応した酪農乳業の具体的な取り組みが期待されている。

併せて、政府が継続して措置した「生乳需要基盤強化対策事業」を活用し、牛乳乳製品の底堅い需要の確保に向けた酪農乳業の一体的な取り組みが重要である。

近年、酪農生産者の高齢化・後継者不足及び家族酪農経営における規模拡大の制約などによって、生乳生産の伸びが停滞基調にあるとともに、牛乳乳製品の消費も、少子高齢化・人口減少や食の外部化に代表される食生活の構造変化などによって、特に牛乳類を中心に減少しており、わが国の酪農乳業は、従来の量的拡大の状況とは構造的に異なった局面に突入している。

こうした中であって、最近の酪農乳業をめぐる環境を見ると、わが国経済が政府の経済対策により明るさを取り戻しつつある一方で、金融緩和による円安などを背景に、①飼料穀物及び乾牧草並びに輸入乳製品の価格上昇などがわが国の酪農乳業に大きな影響を与えている。同時に、②食品小売流通業の商品戦略は、食品小売市場の縮小と厳しい競争、加えて生活者の収入が停滞し購買力の回復は未だ不十分ななかで、依然、低価格志向から脱却していない。

また、国内の生乳生産は依然減少基調が続いており、この状況がこのまま改善されなければ、③生乳供給の不足による牛乳乳製品工場の稼働率低下、牛乳乳製品自給率の一層の低下などが起こり、わが国酪農乳業界が深刻な事態となることも懸念される。

さらに、海外の主要国で生乳生産の増加が見込めないことに加え、中国など経済新

興国における需要の急増により、④国際乳製品市場は価格上昇と需給ひっ迫が続く見通しで、わが国においては、輸入乳原料の調達も困難となる可能性もある。また、⑤ T P P 等の貿易自由化問題の影響は極めて不透明な状況にあり、これが酪農経営において、将来不安と経営意欲の減退を招来している。

こうした状況を踏まえ、政府の平成 26 年度の畜産物価格及び価格関連対策において、酪農生産基盤の弱体化に対する支援策が措置されたところであり、酪農乳業においても、これに呼応した生産基盤強化に向けた具体的な取り組みが期待されている。

また、24 年度補正予算で措置された「生乳需要基盤強化対策事業」は 26 年度まで実施期間が延長され、生乳生産基盤を維持するための牛乳乳製品の底堅い需要の確保に向けた対策に対し、引き続き政府が積極的な支援を行うこととなっており、酪農乳業が一体となって、これらの事業を活用した取り組みを推進することが重要である。

## 2. 酪農乳業の課題と対応

酪農乳業をめぐる最近の情勢が、これまでにない厳しいものになっているなかで、その構造的課題や環境・情勢の変化に的確に対処し、わが国酪農乳業の持続的かつ安定的な発展を目指すため、以下の課題に積極的に取り組むことが必要である。

### 【要旨】

#### ① 酪農生産基盤の強化に向けた取り組み

わが国酪農乳業の安定的・継続的発展のためには、国産牛乳乳製品の安定供給が、特に喫緊の課題となっており、このためには、国内酪農の生産基盤強化を図るための総合的な取り組みを、政府及び酪農乳業が一体的に推進することが必要。

#### ② 牛乳乳製品の市場規模を維持し拡大するための取り組み

牛乳乳製品市場の規模縮小と小売流通業の構造変化、生活者の購買力の低下や低価格志向の中で、わが国酪農乳業に対する消費者の理解醸成を図るとともに、牛乳乳製品の価値訴求による消費拡大の取り組みを酪農乳業が連携して推進することが重要。

#### ③ 牛乳乳製品の需給安定に向けた取り組み

乳製品の供給不足や供給不安によって、消費者・食品小売業・乳製品ユーザー等の信頼と期待を損なうことがないように、政府とも連携し、カレントアクセスの早期対応などの適切な輸入対策の実施、さらには生乳及び牛乳乳製品の需給安定に資する的確な需給情報の発信等が重要。

#### ④ 生乳需要基盤強化対策事業に基づく取り組み

「生乳需要基盤強化対策事業」が 26 年度まで実施期間を延長されたことに対応し、J ミルクが推進する事業戦略との相乗効果を発現すること等に配慮しつつ、25 年度に継続して積極的に活用し推進することが重要。

### ① 酪農生産基盤の強化に向けた取り組み

最近の生乳生産コストは、国際的な原油価格・穀物価格等の高止まりや為替の円安傾向等の影響もあり高水準で推移している。さらに、乳牛資源の絶対的不足に加え猛暑などの天候不順等の要因も重なり、近年の生乳生産量は減少基調を強めている。一方、近年のわが国牛乳乳製品需給は需要量の約 1/3 を輸入乳製品に依存する構造となっている中で、国際乳製品市場は中国を始めとする経済新興国の台頭や地球規模の気候変動の影響により価格高騰と需給ひっ迫が続いており、わが国の乳製品需要に対する輸入乳製品の供給は不安定となっている。

こうした中で、わが国の酪農乳業が安定的・継続的に発展するためには国産牛乳乳製品の安定供給が重要な課題であり、そのためには国産生乳の生産基盤の安定・強化が急務である。こうしたことから、意欲ある酪農生産者が安心して生乳生産に取り組めるような環境整備など、酪農生産基盤強化のための総合的なビジョンを、政府と連携しつつ、酪農乳業が一体となって推進する必要がある。

### ② 牛乳乳製品の市場規模を維持し拡大するための取り組み

わが国の牛乳乳製品消費は、少子高齢化による人口構造の変化、単身世帯の増加や女性就労人口の増加によるライフスタイルの変化、朝食の欠食や簡便化による摂取品目数や品目毎摂取量の減少、食品市場の国際化や飽食化による食生活の成熟化などにより、その市場規模は明らかに縮小しつつある。加えて、小売流通業の再編と PB 商品等の進展、生活者の購買力の低下や生産設備の過剰などを背景に、低価格志向の動きが続いている。

こうした中で牛乳類は、25 年 10 月の出荷価格改定や 26 年 4 月の消費税増税がどのように影響するか不透明であり、今後の需要動向には引き続き注視が必要である。

この様な現状を踏まえ、酪農乳業産業、特に酪農生産現場への消費者の理解醸成を引き続き促進することに加え、牛乳乳製品の栄養健康機能などの価値訴求を中心とした消費拡大の取り組みを酪農乳業が連携して推進する必要がある。

### ③ 牛乳乳製品の需給安定に向けた取り組み

26 年度の乳製品需給は、脱脂粉乳・バターともに需要量が生産量を上回り、さらにカレントアクセスによる売渡しを考慮しても需要量を賄えず、乳製品需給はひっ迫の度を強めるものと見通される。一方で、国際乳製品市場は価格高騰と需給ひっ迫が続いており、海外からの乳資源調達が容易ではない状況にある。

こうした状況が国産乳製品の需要喪失を引き起こす懸念があり、わが国酪農乳業にとって極めて重要な懸案事項となっている。酪農乳業は、消費者・食品小売業・乳製品ユーザー等の信頼と期待に応えるため、乳製品の安定供給を確実に実施していくことが必要であり、政府とも連携し、生乳生産の回復に注力するとともにカレントアクセスの早期対応など適切な輸入対策の実施、さらには的確な需給情報の発信等に努めることが重要である。

#### ④ 生乳需要基盤強化対策事業に基づく取り組み

24年度政府補正予算として措置された酪農乳業関連事業「生乳需要基盤強化対策」は、運用を改善するとともに26年度まで実施期間が延長されている。

当該事業は「生産者及び乳業者が一体となって行う国産牛乳乳製品の需要創出・消費拡大の取り組みを支援することにより、牛乳乳製品の底堅い需要の確保を図り、生乳生産基盤の維持に資する」ことを目的としており、Jミルクが推進する事業戦略との相乗効果が発現するよう、25年度に継続して積極的に活用し推進する。

特に、Jミルク会員団体である生産者組織が強化し実施する酪農理解醸成活動などの事業との連携を通じ、業界全体での事業効果を高めるように努める。

また、日本人の深刻な健康問題である「高血圧」「カルシウム不足」などに対応する観点から、日本食での減塩及び牛乳乳製品の活用を推進する「乳和食」の普及活動を推進する。

「牛乳の日」「牛乳月間」については、酪農乳業が推進する消費者コミュニケーション活動の起点と位置付け、統一的なメディア広報対策及び啓発資材等を通じて業界関係者の取り組みを支援するとともに、Jミルク事業では学校現場での認知を高めるための小学生向け施策などを実施する。

## Ⅱ 平成26年度の事業計画

26年度における事業については、わが国酪農乳業をめぐる情勢並びに課題に適切に対応するとともに、『平成26年度の事業計画の基本的な考え方について』（平成25年度第4回理事会決定・平成26年1月22日開催）、『平成26年度における「災害等危機管理対策事業」並びに「生乳及び牛乳乳製品流通関連事業」の基本的な進め方について』（別添1：平成25年度第2回需給取引専門部会決定・平成26年1月15日開催）、『平成26年度の普及関連事業及び広報関連事業で強化・拡充する主要な取り組み』（別添2：平成25年度第2回普及専門部会決定・平成26年2月6日開催）等を踏まえ、次の事業を実施するものとする。

### 1. 平成26年度事業計画の基本的な考え方

3か年計画の最終年度に当たる26年度は、事業改革の取り組みによって蓄積されてきたノウハウと成果、事業推進上の課題、調査等で得られた知見を十分に踏まえ、事業効果を更に確かなものにするとともに、27年度から始まる第2次3か年計画を円滑に実施するための強固な業務推進体制を整備するため、主に次の点に留意して事業計画を策定するものとする。

(1) わが国酪農乳業をめぐる共通課題への取り組みのうち、特に喫緊の課題である酪農生産基盤の強化について、業界が連携した一体的な取り組みを推進できるようにするとともに、需給見通しなどの流通関連情報の分かり易く迅速な提供を行う。また、酪肉近代化計画の策定に際して、わが国酪農乳業の総合力を強化する観点から、積極的な意見反映に努める。

(2) 牛乳乳製品の価値向上を図る情報活動については、「乳の学術連合」における研究成果を活かした情報開発を積極的に進めるとともに、セミナー等を通じて、ミルクインフルエンサー等に対する戦略的な情報提供に注力する。また、会員団体が実施する消費者コミュニケーション活動との連携並びにメディア広報対策及びSNSを活用した情報ネットワーク活動を強化する。

(3) 学術連合などの外部連携組織は、新たな牛乳乳製品の価値開発、発信情報の社会的信頼性の確保などを図るため、その位置づけがさらに重要となっていることから、学術連合活動の充実を図るとともに、日本栄養士会等の外部組織との連携を強化する。

(4) 与えられた財源の中で事業の効果や質を最大限に高めるとともに、事業で開発されたノウハウなどの蓄積・継承、各職員の業務経験の適切な活用を行うため、実施する事業の選択と集中を図るとともに、プロパー職員と出向職員の役割の明確化、職員の能力開発、優れた人材の育成・確保を通じて、業務推進体制を強化する。

## 2. 平成26年度事業の主な内容

平成26年度においては、次の6つの事業項目について、以下の主な内容で事業を推進する。

- (1) 生乳及び牛乳乳製品流通関連事業
- (2) 牛乳乳製品普及関連事業
- (3) 広報関連事業
- (4) 生乳需要基盤強化対策特別事業
- (5) 災害等危機管理対策事業
- (6) 総務関連事業

### (1) 生乳及び牛乳乳製品流通関連事業

酪農生産基盤の強化、牛乳乳製品の流通及び需給の安定を図る上での、生乳及び牛乳乳製品の流通全般に係る酪農乳業の共通課題の改善を図っていく観点から、主に次の内容を実施する。

## 【主な事業の内容】

### ① 継続して行う基本事業

- ア 生乳及び牛乳乳製品の需給見通し等、流通関連情報の提供
- イ 生乳中の動薬等の残留に関する定期的検査など、ポジティブリスト制度への対応
- ウ 生乳検査の精度向上を目指す認証制度の運営
- エ 酪農乳業における共通課題の検討及び共同の取り組みの推進
- オ 牛乳乳製品の流通等の調査及び情報の収集

### ② 改善・強化のポイント

- ア 流通関連情報については、適正な需給調整や生乳取引の円滑化に資するよう、従来に増してきめの細かな情報を分かり易い形で提供。
- イ 共通課題の検討及び共同の取り組みについては、特に、「酪農生産基盤強化」対策が具体的かつ実効性を持って促進されるように、会員団体及び政府と連携して推進。
- ウ 調査及び情報の収集については、各種調査結果やデータベース、政府等の既存調査などの情報を業界関係者及び食品流通業や乳製品ユーザーが有効に活用できるように一層の工夫を図るとともに、牛乳類及び乳製品に係るマーケット調査で得られた新しい知見を共有化するための勉強会・セミナーを開催。

## ① 生乳及び牛乳乳製品流通安定事業

酪農乳業界が、国民に対して、安全で安心な牛乳乳製品を安定的に供給する観点から、以下の事業を実施する。

- ア 「生乳及び牛乳乳製品の需給見通し」については、短期及び中長期の見通しを検討するとともに、政府及び業界における需給運営の確かな判断材料となるよう、質の高い情報提供に努め、生乳及び牛乳乳製品の需給混乱を未然に防止するための酪農乳業関係者による共同の取り組みを推進する。

公表の時期や頻度については、飲用牛乳類の需要期、乳製品の需要期、余乳発生時期などの需給の節目を想定して適正化するとともに、需給の背景にある各種要因などについての情報提供にも努める。

また、需給見通しに資する調査については、業界へ広く提供できる有益な情報として、調査設計段階から精査し内容の充実を図る。（生乳需給安定対策事業）

- イ 生乳のポジティブリスト制度対応については、「酪農乳業の一体的な取り組み」が確実に推進されるよう、Jミルクとしてその支援を継続的に実施する。

また、定期的検査の信頼性を高めるために、農薬等の使用実態調査の在り方、管理対象物質の選定方法、検体数の適正な配分方法など、適正な推進を図る。（ポ



### ジティブリスト対応推進事業)

ウ 生乳及び牛乳乳製品の検査精度については、精度管理向上への取り組みが極めて不十分であることから、外部精度管理を徹底するための取り組みを継続的に推進する。また、認証申請審査費用の増嵩については、認証制度への参加を促進するため、当面の間、必要な経費を助成する。

さらに、認証施設マーク設定などにより、生乳検査精度管理認証施設のステータスを高める工夫を推進するとともに、生乳取引上認証を取得すべき施設について再度調査し、当該施設の認証取得の推進を図る。

生乳検査技術者連絡会については、その位置づけを明確にし、認証制度の取得推進に資する活動へと発展させる。(生乳検査精度向上対策事業)

## ② 課題解決情報提供事業

共通課題に関する酪農乳業の連携した取り組みを推進するため、共通課題の解決に向けた議論や学習・研究の場を設定するとともに、必要な情報収集、調査を実施する。

なお、共通課題の検討に際しては、優先順位をつけての議論推進と業界への提言を実施することとし、特に、「酪農生産基盤の強化」については、具体的かつ実効性を持った施策、対策を協議検討し、その取り組みが促進されるように、会員団体及び政府と連携して推進する。

また、26年度から「新たな酪農・乳業対策大綱」の検証並びに「酪肉近基本方針」の策定検討が開始されるにあたり、これらに業界の実態や意見反映を図るため、中長期での酪農乳業の進むべき方向性を中心に検討協議する。更に、T P Pの動向に注視し、必要に応じ、随時検討協議する。

## ③ 活動運営管理事業

生乳及び牛乳乳製品流通関連事業の適正かつ効率的な運営を図るため、以下の事業を実施する。

ア 調査及び情報の収集については、各種調査結果やデータベース、政府等の既存調査などの情報を有効に利活用できるように一層の工夫を図るとともに、牛乳類及び乳製品に係るマーケット調査で得られた新しい知見の共有化を図るための勉強会、セミナーを開催する。

また、海外の牛乳乳製品マーケットの状況や国際的な需給・流通等についての情報の収集・提供を強化するとともに、政府が農産物の輸出を促進する中で、アジア諸国に対するLL牛乳の輸出や酪農乳業振興への支援・協力の在り方の検討に必要な情報などの収集を行う。(調査情報収集事業)

イ 酪農乳業関係者の意向の適切な反映、協調した取り組みを実現するための意見の調整を行う専門部会等の組織活動を適時機能的に推進する。(専門部会等組織活動事業)

## (2) 牛乳乳製品普及関連事業

牛乳乳製品の価値向上を図る観点から、23年度に策定された戦略：「平成24年度以降の牛乳乳製品普及関連事業の基本的な進め方について」を踏まえ、3カ年度計画の最終年度として事業効果をさらに確かなものにするため、主に次の内容を実施する。

### 【主な事業の内容】

#### ① 継続して行う基本事業

- ア 牛乳乳製品の価値向上に繋がる情報を開発し、これを業界関係者及びミルクインフルエンサー並びにメディアに提供。
- イ 学術連合の組織運営の円滑化及び研究推進体制の強化を支援。
- ウ 乳の栄養健康機能については、骨強化・骨粗鬆症予防機能、リラックス安眠機能、生活習慣病予防機能、免疫力強化機能に重点。
- エ 医師、栄養士、学校関係者等のミルクインフルエンサーをコミュニケーションの基本ターゲットとするとともに、日本栄養士会、全国学校栄養士協議会などの外部組織と連携。
- オ 「牛乳乳製品に関する食生活動向調査」等の調査及び情報の収集

#### ② 改善・強化のポイント

- ア ビッグママへの理解促進・価値訴求を強める観点から、ターゲットとするミルクインフルエンサーの内、特に栄養士、栄養教諭、学校栄養職員、養護教諭、幼稚園教諭・保育士への働きかけを強化
- イ 健康・栄養面に係る情報活動については、日本食への牛乳乳製品の利用促進を図るとともに、乳幼児・青年・高齢者への取り組みを強化する。
- ウ 酪農乳業への共感性（誠実さ・親しみ・感謝）強化が、牛乳乳製品の価値向上に繋がることを踏まえ、食育活動を社会貢献活動のひとつと位置付け、会員団体及び乳業者等の取り組みとの連携を強化。
- エ 日本栄養士会が推進する「栄養ケアステーション」構想との連携を強化するとともに、小売流通・フードサービス業とも連携。
- オ 学術連合における研究成果の普及・活用及び領域横断的な研究の促進を図るとともに、新しい価値創造に繋がる優れた先行研究を創出する観点からの支援を強化。

#### ① 乳の学術連合共同事業

「乳の学術連合」（以下、「学術連合」）における研究成果の普及・活用及び領域横断的な研究の促進を図るとともに、新しい価値創造に繋がる優れた先行研究を支援する観点から、学術連合を構成する3組織が横断的に行う共同事業については、主に以下の点を拡充・強化して実施する。

#### ア 学術フォーラムの開催

学術連合の活動や研究の成果を研究者や業界関係者に発表するとともに、学術連合の存在を広く社会に告知するため、「乳の学術連合」フォーラムを、「牛乳の日」の前日である5月31日に、東京で開催する。

#### イ 研究公募の実施

平成27年度の学術研究公募については、平成26年10月までに各研究組織で研究テーマを選定し11月～12月を共通の公募期間とする。なお、学術研究の委託内容については、3月までに決定し公表する。

#### ウ 合同現地研究会の開催

学術連合の会員を対象に、「酪農乳業の現状や課題への理解を深め、今後の研究活動に反映させるとともに、研究者同士の交流を行う観点から、8月2日～3日、北海道十勝地区において、現地合同研究会を開催する。

#### エ 研究叢書の制作・発行

学術連合の研究成果を広く普及し、「乳の多様な価値の普及・価値情報の発信を促進するため、学術研究の結果を理解しやすい形で取りまとめた研究叢書を制作・発行する。

#### オ 日本食と乳の文化的栄養的融合に関する研究の開始

「和食回帰」「和食ブーム」が起こっているなかで、わが国の食生活における牛乳乳製品の更なる浸透、「今後の「健康的な日本人の食事」における牛乳乳製品の意義を、文化及び栄養の点から明確にするため、学術連合3組織の領域横断的な共同研究として、「日本食と乳の文化的栄養的融合に関する横断的研究（仮称）」を、3年程度の期間で開始する。

#### カ 広報活動や公式WEBサイトの充実

国内外の研究者等（World Dairy Summit 2013で構築したネットワークの活用）との情報交流、研究情報の発信を発展させるため、公式WEBサイトを充実させ、定期的な情報更新を行うとともに、メディア向け広報活動を強化する。

#### キ 優れた研究の評価奨励

乳に係る研究者を育成し研究の裾野を広げていく観点から、優れた研究を評価し奨励するための賞（各研究組織ごとに1名程度）を授与する。

#### ク 運営委員会の開催

上記の共同活動を円滑に推進するために、定例の運営委員会を4月及び12月に開催する他、必要に応じ適宜開催する。

## **② 牛乳乳製品健康科学情報事業**

生活者が牛乳乳製品を選択する場合に影響を与えている多様な「牛乳乳製品の栄養及び健康に係る機能」（以下、「乳の栄養健康機能」）等に係るエビデンスを収集し、牛乳乳製品の価値を戦略的に向上させるための健康科学情報を開発するため、健康科学分野の研究者で組織される「牛乳乳製品健康科学会議」で以下の事業を実施する。

- ア 生活者の食生活実態に即して、現場の医師や栄養士などがより実践的に活用できる情報の整理、新たな知見の開発や整備を図るため、医学及び栄養学などの研究者等からの公募により「牛乳乳製品健康科学学術研究」を推進するとともに、国内外の研究情報の収集を行い、優れた先行研究情報を関係者に提供するための「情報誌」を年4回程度発行する。（健康科学情報開発整備事業）
- イ 上記アの活動を支援するとともに、学術研究で得られた新たな知見などの成果を広く普及したり評価したりする場として27年度の「乳の健康科学フォーラム（仮称）」を開催に向けた検討を行う。また、若手研究者を育成するため、優れた研究の国内外の学会等での研究発表の場を提供する。（健康科学会議活動事業）
- ウ 「乳の栄養健康機能」について24～26年度の3か年は、骨強化・骨粗鬆症予防機能、リラックス・安眠機能、生活習慣病予防機能、免疫力調節機能に絞り込む。なお中でも、血圧降下機能、熱中症予防、ロコモティブシンドローム対策に関するエビデンスの集積、東京オリンピックに向けたスポーツ振興に対応した「スポーツ栄養における牛乳の役割」に関する研究支援を強化する。

### ③ 牛乳食育事業

日本人の牛乳飲用習慣の定着を図るため、牛乳や酪農乳業をテーマにした食育活動が、教育現場や学校給食の実践的な課題を踏まえて、積極的かつ効果的に推進されるよう、食育分野の研究者や優れた実践を行なっている学校教諭等で組織される「牛乳食育研究会」で以下の事業を実施する。

- ア 学校給食における牛乳の飲用・利用に対する学校及び家族の理解促進、成人になってからの飲用習慣の継続を促進するため、教育研究者や教育現場の実践家等からの公募により牛乳や酪農乳業をテーマにした「食と教育学術研究」を推進する。

また、新たな牛乳食育啓発資材等の開発や学習プログラムの研究・開発、整備・活用促進、特に、未就学児童の牛乳飲用習慣に係る食生活課題への研究及び保育所・幼稚園での教育実態に合った牛乳食育のコンテンツ開発・整備を行う。

また、国内外における食育活動の事例調査及び研究情報の収集を行い、優れた実践及び先行研究の情報を関係者に提供するための「情報誌」を年2回程度発行する。

さらに、26年度から文部科学省が実施する「スーパー食育スクール」事業（教育効果の検証）などと積極的な連携を図る。（牛乳食育情報開発整備事業）

- イ 上記アの活動を支援するとともに、学術研究で得られた新たな知見などの成果を広く普及・評価する場として「牛乳食育フォーラム（仮称）」を開催する。（牛乳食育研究会活動事業）

#### ④ 乳の社会文化価値向上事業

生活者による牛乳乳製品の価値認識や消費行動が乳の文化的価値や酪農乳業の社会的価値などへの理解と密接に結びついていること、食生活の多様化・成熟化が進む中で牛乳乳製品の文化的定着が重要であることを踏まえ、乳の社会的文化的価値に係る情報の収集・研究・開発・整備するため、研究者で組織する「乳の社会文化ネットワーク」で以下の事業を実施する。

ア 牛乳乳製品が日本人の栄養・健康、食文化に果たしてきた歴史的役割と今後の可能性など、日本人の食生活における牛乳乳製品の多様な社会的文化的価値を分析・評価し、情報を開発・整備するため、社会科学及び人文科学の研究者等からの公募による「乳の社会文化学術研究」を推進するとともに、国内外の研究情報を収集し、優れた先行研究情報を研究者に提供するための「情報誌」を年2回程度発行する。（乳の社会文化価値情報開発整備事業）

イ 上記アの活動を推進するための乳の社会文化ネットワークの活動を支援するとともに、学術研究で得られた新たな知見などの成果を広く普及したり評価したりする場として「乳の社会文化フォーラム」を開催する。また、若手研究者を育成するため、優れた研究の国内外の学会等での研究発表に場を提供するほか、国際的な学術交流活動に参加する。（乳の社会文化ネットワーク活動事業）

#### ⑤ インフルエンサー情報活動事業

牛乳乳製品健康科学情報事業、牛乳食育事業、乳の社会文化価値向上事業等で収集・開発・整備された価値情報を活用して、医師、栄養士、学校関係者のミルクインフルエンサーが、牛乳乳製品の価値情報を訴求することを支援し促進するため、主に以下の価値情報及びコミュニケーション・ターゲットを基本に、事業を実施する。

##### 【主な訴求する価値情報】

4大重点訴求機能を基本に、特に、血圧降下機能、熱中症予防、ロコモティブシンドローム対策などを強化する。

また、牛乳飲用減少の大きな要因となっている乳糖不耐症への対策、牛乳への価値意識を高め上限受容価格を引き上げるための酪農生産に関する共感意識を強める情報を戦略的に開発し発信する。

さらに、牛乳乳製品に関するネガティブ情報や誤認情報への対応が重要な課題となっていることから、25年度に制作しWEBサイトにて情報提供している「牛乳の気になるウワサをスッキリ解決」を追加更新し利用促進を図る。

##### 【主なターゲット】

コミュニケーション・ターゲットについては、医師、栄養士、学校関係者等のミルクインフルエンサー基本とするが、特にビッグママへの理解促進・価値訴求を強める観点から、栄養士、栄養教諭・学校栄養職員、養護教諭、幼稚園教諭・保育士への働きかけを積極的に推進する。このため、日本栄養士会、全国学校栄養士協議会などの外部組織と連携を強化する。

ア 高齢者に関連する学会(老年医学会等)及び医療関係の栄養士が参加する学会(食事療法学会等)での情報発信(セミナーやブース出展など)、関係する専門誌への情報掲載、WEB サイトやソーシャルメディアによる情報提供を推進する。

(医療関係者向け情報提供事業)

イ 保健所、病院、福祉施設、地域活動等の栄養士を対象に、日本栄養士会等と連携したセミナーの開催、関係する専門誌への情報掲載、栄養士のための啓発資料の作成、WEB サイトやソーシャルメディアでの情報提供を推進する。また 25 年度に作成した「ライフステージ別牛乳乳製品の活用の手引き」の充実と活用を推進するとともに、効率的な栄養士への普及を図る工夫に取り組む。(栄養関係者向け情報提供事業)

ウ 栄養教諭等を対象に、全国学校栄養士協議会等と連携した「牛乳食育研修会」の開催、関係する専門誌への情報掲載、栄養教諭等のための教材及び啓発資料の作成、WEB サイトやソーシャルメディアによる情報提供を推進する。

特に、「牛乳乳製品に関する食生活動向調査 2013」により、学校関係者(栄養教諭、養護教諭等)から母親層への情報伝達効果が高いことが判明したことから、専門雑誌への記事掲載を増やすとともに、現場で活用されている情報ツール(「給食だより」、「保健だより」など)への素材を積極的に提供する。

また、幼児期における牛乳飲用定着を図る観点から、幼稚園教諭・保育士を対象とした研修を開催する。(学校関係者向け情報提供事業)

## ⑥ 業界関係者向け情報活動事業

牛乳乳製品の価値情報を、会員団体や乳業者等が推進する生活者等とのコミュニケーション活動で効果的に活用できるよう、以下の事業を通して業界関係者に提供する。

なお、提供する価値情報については、インフルエンサー情報活動事業との相乗効果が図られるように戦略的な情報提供に努める。

ア 牛乳乳製品の栄養健康機能等の価値情報を、牛乳販売店、牧場見学・体験学習、乳業工場見学、イベント、小売業からの照会等の活用場面に即して、幅広く効果的に活用し易いように開発・整備し、パネル、リーフレットなどのデータを業界関係者に提供する。なおこの場合、新たな知見のみならず、過去に開発された価値情報や既存情報を再評価し、繰り返し牛乳乳製品の価値を訴求する。(業界向け情報開発整備事業)

イ 学術連合や各種調査等で開発・整備された情報の活用を支援・促進するため、学術連合の協力のもと、エビデンスセミナー(栄養健康機能等)、食育セミナー(牛乳を活用した食育の進め方など)、マーケティングセミナー(小売流通業・フードサービス業の動向等)を開催する。

特に、食育活動については、酪農乳業への国民の共感性を高めることを念頭に、業界の社会貢献活動のひとつと位置付け、会員団体及び乳業者等が実施する食育活動の相互交流を促進するとともに、業界全体の戦略的統一を図るために、食育

担当者を対象とした「酪農乳業食育推進研修会」を開催する。(業界向け情報提供事業)

## ⑦ 学校給食牛乳飲用定着事業

学校給食における牛乳利用の定着・拡大、児童・生徒及び父兄の信頼確保を図るため、以下の事業を実施する。

ア 学校給食牛乳制度の適正な在り方や酪農乳業の共同の取り組みについて検討をすすめるとともに、学乳制度が円滑に推進されるような環境づくりを推進するため、学乳問題特別委員会を開催する。

イ 乳業者が品質管理水準の向上を図ることで安全で品質の高い牛乳乳製品を製造することを目的に、総合衛生管理製造過程の承認を促進するために会員乳業団体及び都道府県学乳関連団体が実施する指導事業の経費を助成(1/2以内)する(2年間事業の2年目)。なお事業の実効を担保するため、承認に向けた計画等の提出・確認の上、助成対象乳業者を選定する。

## ⑧ 活動運営管理事業

牛乳乳製品普及関連事業の適正かつ効率的な運営を推進するため、以下の事業を実施する。

ア 牛乳乳製品の消費動向の実態や変化などを的確に把握するとともに、事業戦略の設定、新たな課題の解明、事業の検証などを行うため、「牛乳乳製品に関する食生活動向調査2014」を継続して実施する。また、母親層に大きな情報発信力・影響力を持つビッグママの情報活動の実態を解明する調査を実施し、より効果的なコミュニケーション戦略の立案に活用する。(戦略設定・調査等情報収集事業)

イ 酪農乳業関係者の意向の適切な反映、協調した取り組みを実現するため専門部会・委員会等の組織活動を機能的に推進する。なお、24～26年度に実施してきた3か年戦略の実行に関する評価・検証を行い、次期3か年戦略の策定を行う。(専門部会等組織活動事業)

ウ 業界全体の普及活動の相乗効果を高めるため、賛助会員である各都道府県の普及組織においても、Jミルクが開発し提供する普及関連情報の活用が行われるように働きかけるとともに、酪農乳業関係団体が実施する普及関連事業とJミルク事業との相乗効果を高めるための戦略的な連携を促進する。(地域普及組織支援事業)

### (3) 広報関連事業

平成 25 年度の事業推進上の課題を踏まえ、主に次の内容を実施する。

#### 【主な事業の内容】

##### ① 継続して行う基本事業

- ア WEB サイト（ホームページ等）による情報発信活動。
- イ 公式 Facebook を通じたインフルエンサーへの情報発信活動
- ウ 記者会見の開催と運営、広報資料の発表、メディアセミナーなどを通じた J ミルク事業全般にわたるメディア向け広報活動。
- エ J ミルクレポートの発行、ブロック会議の開催等を通じた J ミルク事業全般にわたる会員向け広報活動。

##### ② 改善・強化のポイント

- ア WEB サイトの運営をユーザーがさらに利用し易いよう改善。
- イ 一般メディア、栄養・医療・生活関連メディアへの広報活動については、学術連合との連携を強化。
- ウ 会員の事業理解を深めるため、業界メディアへの広報活動を強化。
- エ 牛乳乳製品に対するネガティブ情報及び誤認情報への監視を強化。

#### ① メディア広報対策事業

牛乳乳製品の価値情報のメディアでの露出を高めるため、酪農乳業の生産・流通に係る取り組み、新たに収集・開発・整備した牛乳乳製品の価値情報、牛乳の日・牛乳月間、乳の学術連合共同事業等について、メディアに対して適切かつ広く周知させるため、以下の事業を実施する。

ア 牛乳乳製品の新しいエビデンス等を広報するため「メディアミルクセミナー」を開催するほか、メディアツアー等を強化して実施する。特に、メディアミルクセミナーについては、発信情報の内容を踏まえ、ターゲットメディアを明確にし、効果的なメディア広報に努める。（メディアセミナー開催事業）

イ 牛乳乳製品の価値情報等を日常的かつ効率的にメディアに提供するため、メディア向け広報資料（報道基礎資料）、メディアリリース等を活用した広報対策を強化する。（メディア向け情報提供事業）

#### ② WEB サイト運営事業

J ミルクの情報全般について、WEB サイト上で、ミルクインフルエンサー、酪農乳業関係者、小売流通業及び乳製品のユーザー、メディア等に効率的に提供する。

また、公式 Facebook 等を活用して牛乳乳製品の価値情報を高い頻度で提供するため、優れた外部ライター等を確保し、牛乳に特に関心の高い層とのネットワークを強



化するとともに、ミルクインフルエンサー、ビックママの参加を増やす工夫を推進する。

なお、牛乳乳製品に対するネガティブ情報や誤認情報への監視を定期的に行うなどの体制を強化し、影響の大きな情報については、迅速な対応方法やエビデンス情報の提供に努める。(WEBサイト運営事業)

### ③ 業界向け広報対策事業

Jミルク事業の具体的な内容、事業推進上の課題、事業実施に係る議論の経緯等に関する情報について、会員である業界関係者に広く周知していくため、Jミルクレポートを年4回発行する。またブロック会議を通じた会員向け広報活動を行う。

### ④ 活動運営管理事業

広報関連事業の円滑な運営を推進するため、各種制作物及び情報の管理を行う。

## (4) 生乳需要基盤強化対策特別事業

国産牛乳乳製品の需要創出を図るために政府が支援する生乳需要基盤強化対策事業については、Jミルクが推進する事業戦略と相乗効果の発現に繋がるよう、25年度に継続して積極的に活用し推進する。特に、生産者組織が実施する酪農理解醸成活動などの会員団体の事業との連携を通して業界全体での事業効果を高めるように努める。

### 【主な事業内容】

- ① 「牛乳の日」「牛乳月間」については、酪農乳業が推進する消費者コミュニケーション活動の起点として位置付け、業界全体で一体感を醸成する共通のコンセプト、統一的な啓発資材及びメディア広報対策等を通じて業界関係者の取り組みを支援するとともに、各種セミナー及び学校現場での認知を高めるための小学生向け施策などを実施する。
- ② 小売流通業者・外食関係者及びメディア等に対して、国産牛乳乳製品の価値訴求、新たな利用や販売方法の啓発を行うため、店舗を活用した販売促進・食育活動のモデル的提案などを実施。
- ③ 健康増進法に基づき「健康日本21」で政府が推進する「日本人の健康寿命の延伸」を図る観点から、特に日本人の深刻な健康問題となっている高血圧の予防を推進するため、日本栄養士会、日本高血圧協会と連携して「乳和食」を活用した減塩支援運動を引き続き促進していく。

### ① 「牛乳の日」「牛乳月間」の取り組み

「牛乳の日」、「牛乳月間」については、業界関係者が一体的に取り組むことができるよう、Jミルクが「旗振り役」となり、以下の活動を実施する。

### 【3つの目標】

- 「牛乳の日」「牛乳月間」の認知・理解をさらに高める。
- 「食育月間」に結びつけて、牛乳乳製品の価値情報を積極的に発信する。
- 牛乳乳製品の価値向上を更に促進するため、酪農現場への共感意識を高める情報発信を推進する。

### 【具体的内容】

- ポスター、チラシ等の共通ツールを制作しデータで提供するとともに、会員及び関係者の要望を踏まえ、共通ツール利用者の制作コスト等が低減されるような便宜供与を行う。
- 子どもやその家族への「牛乳の日」認知を高めるため、25年度に大きな成果があった小学生向け食育施策(コンクール)を継続実施する。なお、25年度コンクール最優秀作品を用いたキャラクターについては、提供する食育教材などで活用する。
- 「牛乳の日」の取り組みをメディアで多く露出させる観点から、「食育月間」「牛乳の日」と結びつけた牛乳食育特別活動を複数の小学校等で実施されるよう働きかけ支援する。
- 酪農乳業界の取り組みを一元的に情報収集しメディアへ発信するメディア広報を積極的に実施する。
- 学術連合による「牛乳の日」フォーラム、メディアミルクセミナーなど、各種セミナーを6月に極力多く開催する。

## ② 食品小売流通業・フードサービス業と連携した価値訴求活動

小売流通業における食品売り場での食育活動を核とした牛乳の価値訴求活動については、25年度の事業を検証・評価し、得られた成果等の情報を小売流通業及び業界関係者へ提供するとともに、活動の普及を図る観点から、日本栄養士会等と連携して、この活動の発展的展開を目指す。また、フードサービス業との連携についても、その可能性を追求し可能な部分から事業展開を図る。

## ③ 「乳和食」の活用を通じた減塩運動支援の活動

減塩運動支援活動については、日本栄養士会及び日本高血圧協会と連携し「乳和食」研修などを引き続き展開する。併せて、都道府県等との連携により、地域での自主的な取り組みを支援し定着を図る。また、「乳和食」による減塩運動の円滑な普及を図るため、地域や職域、企業で中心的役割が果たせる人材を育成するため栄養士などを対象に「乳和食指導員(仮称)」研修会を開催する。

さらに、5月に広島市で開催される「減塩サミット」や学会等への参加を通じて「乳和食」の普及を図る。

#### ④ 「Japan Milk Collection」の2015年開催に向けた体制作り

平成25年度開催した「Japan Milk Collection」は、酪農乳業関係者からの評価も高く、4,000人の来場者を記録する等、予想を上回る成果を実現した。今後は、牛乳の価値訴求がどの程度達成できたのか（商談成立の件数等）を検証しつつ、2年に1回程度の開催に向けた業界内の体制作りを進める。

### (5) 災害等危機管理対策事業

酪農乳業に係る災害や事故などの危機管理体制を共同して確立するとともに、東日本大震災からの復興再生を着実に推進する観点から、主に次の内容を実施する。

#### 【主な事業の内容】

- ① 生乳及び牛乳乳製品の安全・安心の確保及び安定供給を図る観点から、大規模な災害や事故等が発生した緊急時における業界の共同した対応を推進するため、「酪農乳業危機管理対策連絡会」を基本とした体制を継続して運営するとともに、危機管理のための情報共有化について検討を推進。
- ② 放射性物質除染後に当該地域で栽培される飼料作物の安全性を確認するために必要な放射性物質検査などについて、所要の支援を継続。

#### ① 災害等関連情報提供事業

生乳及び牛乳乳製品の安全・安心に関して、緊急時における業界の共同した適切な対応を推進するための協議検討の場として、「酪農乳業危機管理対策連絡会」の運営を継続する。

また、大規模な災害等を想定した危機管理のための情報共有の考え方や仕組み等について政府の指導・支援の下で検討を進めるとともに、家畜伝染病や生乳及び牛乳乳製品の安全・安心に関する情報交換を行う。

#### ② 災害等支援環境整備事業

生乳及び牛乳乳製品の放射性物質汚染を未然に防止する観点から、放射性物質除染後に当該地域で栽培される飼料作物の安全性を確認するための放射性物質検査について継続して支援する。

また、自治体による生乳や飼料の放射性物質検査結果等の情報をわかりやすく提供するなどの活動を推進する。

## (6) 総務関連事業

Jミルクにおける事業推進の更なる円滑化を図るとともに、第2次3か年計画のための強固な業務推進体制を構築する観点から、主に次の点に配慮した事業の管理及び人事・労務体制の改善を図る。

### 【主な事業の強化・改善の内容】

- ① 業務管理の適切な推進、特に「報告・連絡・相談」の徹底による業務情報の共有化並びにスケジュール及び予算進捗の管理を強化。
- ② プロパー及び出向者等で構成される職務体制及び外部協力者の活用など、Jミルクの人事・労務の特性に適切に対処できるよう、職員の資質の向上。
- ③ 事業の成果やノウハウの蓄積・継承による事業の継続的発展を実現するための業務推進体制を確立。
- ④ 事業の円滑かつ効率的な実施に必要な内部事務作業等の改善。

ア 職務の効率的な推進を図るため、「報告・連絡・相談」の徹底による情報共有化に一層努めるとともに、アクションプランに即した確実な事業執行を推進するためのスケジュール管理、予算管理を強化する。

イ また、管理費支出の抑制と事業費支出の進捗管理を徹底し、計画した事業の進捗に有効な情報提供に努める。

ウ 事業の成果やノウハウを蓄積し、外部連携組織などとの人脈を確実に継承することを通じて、事業の継続的な発展を実現していく観点から、プロパー職員と出向職員との職務や役割の区分、優れたプロパー職員の育成と確保を推進するため、事業に必要な能力・知識・スキル習得のための職員研修の実施、プロパー職員の職務形態の適正化と給与制度の見直しなど、業務推進体制の確立を図る。

オ 引き続き内部事務作業の効率化、簡素化に努める。

## 3. 生乳需要基盤強化対策特別事業と既存事業との関連性

生乳需要基盤強化対策特別事業については、Jミルクの既存事業の枠組みを活用して補助事業が求める事業効果の発現を目指すとともに、事業を通して更なる国産牛乳乳製品の価値訴求と需要創出の相乗効果の発現が期待される事業については、別に生乳需要基盤強化対策特別事業として切り分けて実施する。なお、補助事業の活用の内容を明らかにするため、収支予算書の各事業項目において補助金相当額を明記する。

### Ⅲ 平成26年度の収支予算

平成26年度の収支予算については、以下の基本的な考え方に基づき、別表の収支予算書の通りとする。

#### 1. 収入

会費収入は前年度水準とする。

賦課金収入の基本となる拠出金については、25年度と同額の単価（飲用牛乳等向け生乳1Kg当たり5銭、加工向け生乳1Kg当たり2銭）とする。

なお、災害等危機管理事業、生乳需要基盤強化対策特別事業に充当するための必要な額を、酪農乳業緊急対応基金から取り崩すものとする。

#### 2. 支出

26年度の事業支出については、上記の26年度に見込まれる収入に見合った支出計画を基本に、引き続き、効率的、効果的な事業の実施を図るものとする。

## 平成26年度収支予算

平成26年4月1日から平成27年3月31日まで

(単位:千円)

科 目	26年度 予算額	25年度 予算額	差額	補助額	摘 要
<b>I 事業活動収支の部</b>					
1. 事業活動収入					
(1) 会 費 収 入	2,160	2,170	△ 10		
(2) 賦 課 金 収 入	463,429	480,340	△ 16,911		26年度需給見通し及び提出実績を基礎の算出。
ア 飲 用 口	341,605	353,590	△ 11,985		
イ 乳 製 品 口	121,824	126,750	△ 4,926		
(3) 補 助 金 収 入	5,000	0	5,000	5,000	
ア 生乳需要基盤強化対策事業	0	0	0	0	
イ 緊急時牛乳乳製品安定供給整備事業	5,000	-	-	5,000	
(4) 受 託 事 業 収 入	2,050	0	2,050	0	
(5) 業 務 手 数 料 収 入	0	0	0	0	
(6) 雑 収 入	4,500	3,000	1,500	0	
ア 受 取 利 息	4,200	3,000	1,200	0	
イ そ の 他	300	300	0	0	
事業活動収入計	477,139	485,510	△ 8,371	5,000	
2. 事業活動支出					
(1) 災害等危機管理対策事業支出					
ア 災害等関連情報提供事業支出	10,900	2,300	8,600	5,000	
イ 災害等支援環境整備事業支出	48,500	40,000	8,500	0	
ウ 直接人件費支出	1,800	1,500	300	0	
災害等危機管理対策事業支出計	61,200	43,800	17,400	5,000	
(2) W D S 2 0 1 3 支援特別事業					
ア W D S 2 0 1 3 支援特別事業支出	-	35,040	△ 35,040	-	
イ 直接人件費支出	-	4,601	△ 4,601	-	
W D S 2 0 1 3 支援特別事業費支出計	-	39,641	△ 39,641	-	
(3) 生乳需要基盤強化対策特別事業					
ア 生乳需要基盤強化対策特別事業支出	74,540	93,000	△ 18,460	21,650	
イ 直接人件費支出	9,688	5,931	3,757	0	
生乳需要基盤強化対策事業費支出計	84,228	98,931	△ 14,703	21,650	
(4) 生乳及び牛乳乳製品流通関連事業費支出					
ア 生乳及び牛乳乳製品流通安定事業支出	36,400	40,130	△ 3,730	2,000	
(ア) 生乳需給安定対策	21,700	21,700	0	2,000	
(イ) ポジティブリスト対応推進	5,000	7,000	△ 2,000	0	
(ウ) 生乳検査精度向上対策	9,700	11,430	△ 1,730	0	
イ 課題解決情報提供事業支出	9,500	9,235	265	2,000	
(ア) 共通課題解決推進情報交換	3,500	3,235	265	0	
(イ) 共通課題検討分析	6,000	6,000	0	2,000	
ウ 活動運営管理事業支出	23,455	32,850	△ 9,395	4,020	
(ア) 調査情報収集	15,950	24,350	△ 8,400	2,920	
(イ) 専門部会等組織活動	7,505	8,500	△ 995	1,100	
エ 直接人件費支出	20,400	27,429	△ 7,029	0	
生乳及び牛乳乳製品流通関連事業費支出計	89,755	109,644	△ 19,889	8,020	
(5) 牛乳乳製品普及関連事業費支出					
ア 乳の学術連合共同事業支出	29,840	16,040	13,800	5,370	共同事業が本格化
イ 牛乳乳製品健康科学情報事業支出	38,386	74,652	△ 36,266	1,670	減塩支援活動は他
(ア) 健康科学情報開発整備	32,756	57,556	△ 24,800	1,670	費目へ
(イ) 健康科学会議活動	5,630	17,096	△ 11,466	0	
ウ 牛乳食育事業支出	25,786	23,886	1,900	2,500	
(ア) 牛乳食育情報開発整備	20,621	20,496	125	2,500	
(イ) 牛乳食育研究会活動	5,165	3,390	1,775	0	

科 目	26年度 予算額	25年度 予算額	差額	補助額	摘 要
エ 乳 の 社 会 文 化 価 値 向 上 事 業 支 出	20,751	30,631	△ 9,880	670	
(ア) 乳 の 社 会 文 化 価 値 情 報 開 発 整 備	14,448	24,348	△ 9,900	670	
(イ) 乳 の 社 会 文 化 N T 活 動	6,303	6,283	20	0	
オ イン フ ル エ ン サ ー 情 報 活 動 事 業 支 出	55,956	64,460	△ 8,504	15,400	
(ア) 医 療 関 係 者 向 け 情 報 提 供	7,380	28,250	△ 20,870	2,000	栄養士、学校教諭 向け事業を強化
(イ) 栄 養 関 係 者 向 け 情 報 提 供	30,256	22,585	7,671	8,000	
(ウ) 学 校 関 係 者 向 け 情 報 提 供	18,320	13,625	4,695	5,400	
カ 業 界 関 係 者 向 け 情 報 活 動 事 業 支 出	10,580	10,460	120	2,570	
(ア) 業 界 向 け 情 報 開 発 整 備	5,000	5,000	0	1,650	
(イ) 業 界 向 け セ ミ ナ ー 開 催	5,580	5,460	120	920	
キ 学 校 給 食 牛 乳 飲 用 定 着 事 業 支 出	4,924	6,620	△ 1,696	0	
(ア) 学 乳 安 定 供 給 推 進	4,924	6,620	△ 1,696	0	
ク 活 動 運 営 管 理 事 業 支 出	34,215	39,298	△ 5,083	9,500	
(ア) 戦 略 設 定 ・ 調 査 等 情 報 収 集	28,600	30,600	△ 2,000	8,000	
(イ) 専 門 部 会 等 組 織 活 動	4,045	4,998	△ 953	500	
(ウ) 地 域 普 及 組 織 支 援	1,570	3,700	△ 2,130	1,000	
ケ 直 接 人 件 費 支 出	36,352	29,476	6,876	0	
牛 乳 乳 製 品 普 及 関 連 事 業 費 支 出 計	256,790	295,523	△ 38,733	37,680	
(6) 広 報 関 連 事 業 支 出					
ア メ デ ィ ア 広 報 対 策 事 業 支 出	22,894	24,235	△ 1,341	3,390	
(ア) メ デ ィ ア セ ミ ナ ー 開 催	11,284	12,165	△ 881		
(イ) メ デ ィ ア 向 け 情 報 提 供	11,610	12,070	△ 460	3,390	
イ W E B サ イ ト 運 営 事 業 支 出	9,600	13,800	△ 4,200		
ウ 業 界 向 け 広 報 対 策 事 業 支 出	19,665	19,590	75	0	
エ 活 動 運 営 管 理 事 業 支 出	3,300	2,340	960	0	
オ 直 接 人 件 費 支 出	13,038	13,054	△ 16	0	
広 報 関 連 事 業 支 出 計	68,497	73,019	△ 4,522	3,390	
(7) 管 理 費 支 出					
ア 役 員 報 酬 支 出	19,500	19,500	0	0	
イ 給 料 手 当 支 出	16,413	16,413	0	0	
ウ 退 職 給 付 支 出	0	0	0	0	
エ 福 利 厚 生 費 支 出	3,758	4,060	△ 302	0	
オ 会 議 費 支 出	2,130	2,800	△ 670	0	
カ 旅 費 交 通 費 支 出	3,900	3,900	0	0	
キ 通 信 運 搬 費 支 出	2,600	2,000	600	0	
ク 消 耗 什 器 備 品 支 出	2,000	2,300	△ 300	0	
ケ 消 耗 品 費 支 出	3,310	2,280	1,030	0	
コ 印 刷 製 本 費 支 出	1,250	850	400	0	
サ 光 熱 水 料 費 支 出	750	500	250	0	
シ 賃 借 料 支 出	21,700	21,700	0	0	
ス 諸 謝 金 支 出	1,440	1,500	△ 60	0	
セ 新 聞 図 書 費 支 出	2,330	2,330	0	0	
ソ 交 際 費 支 出	900	900	0	0	
タ 集 金 手 数 料 支 出	9,269	9,607	△ 338	0	
チ 消 費 税 支 出	0	3,170	△ 3,170	0	補助金部分還付を 見込む
ツ 雑 支 出	4,171	3,000	1,171	0	
管 理 費 支 出 計	95,421	96,810	△ 1,389	0	
事 業 活 動 支 出 計	655,891	757,368	△ 101,477	75,740	
事 業 収 支 差 額	△ 178,752	△ 271,858	93,106		

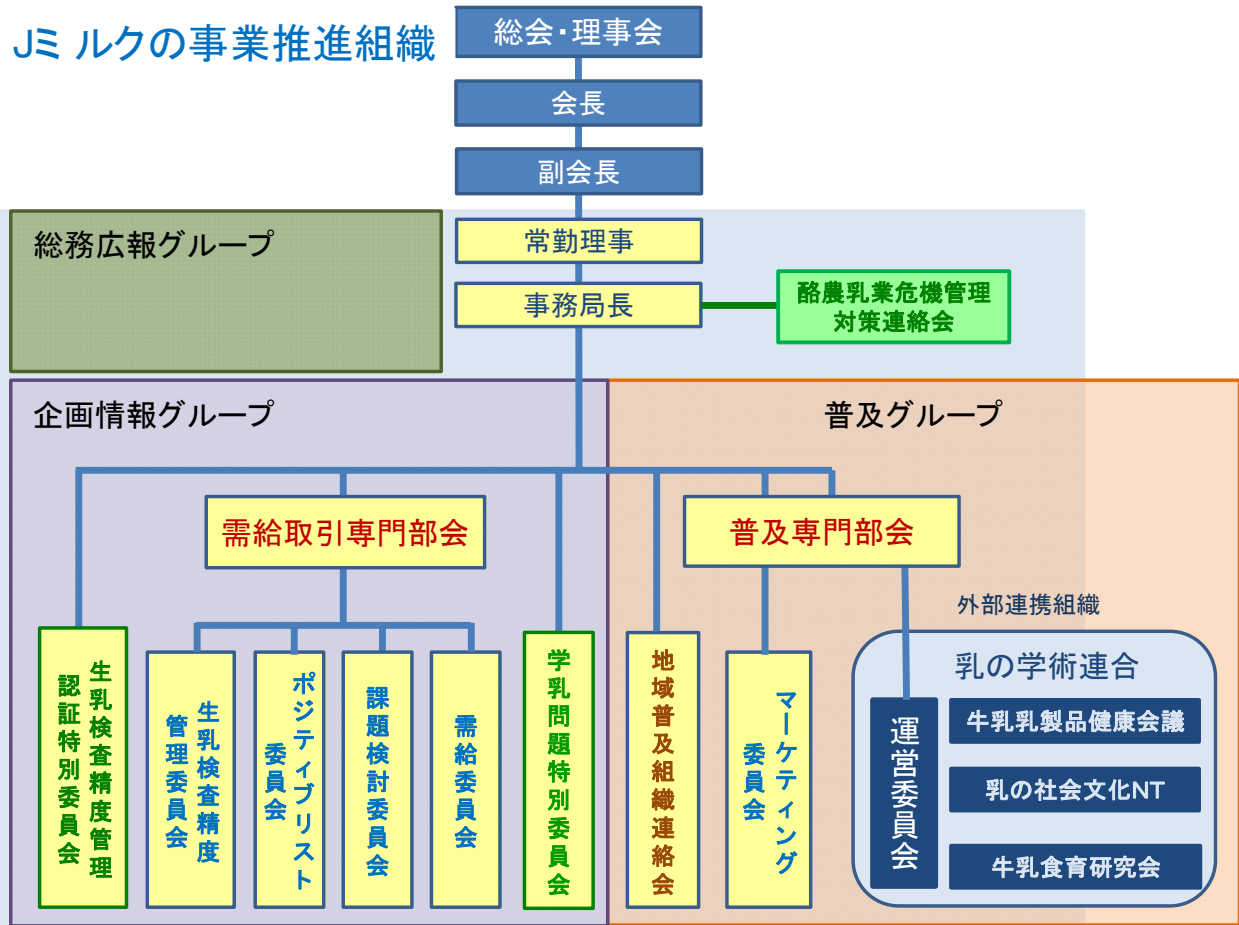
科 目	26年度 予算額	25年度 予算額	差額	補助額	摘 要
<b>II 投資活動収支の部</b>					
1. 投資活動収入					
(1) 特定資産取崩収入					
ア 酪農乳業緊急対応基金取崩収入	84,974	0	84,974		必要額を取崩し 補助対象から算定
イ 生乳需要基盤強化対策資産取崩収入	70,740	109,645	△ 38,905		
ウ 退職給与引当資産取崩収入	0	0	0		
投資活動収入計	155,714	109,645	46,069		
2. 投資活動支出					
(1) 特定資産取得支出					
ア 運営基金引当資産取得支出	0	0	0		
イ 酪農乳業緊急対応基金取崩支出	0	0	0		
ウ 退職給与引当資産取得支出	4,616	4,777	△ 161		
(2) 固定資産取得支出					
ア 什器備品支出	0	0	0		
投資活動支出計	4,616	4,777	△ 161		
投資活動収支差額	151,098	104,868	46,230		
<b>III 財務活動収支の部</b>					
1. 財務活動収入					
(1) 借入金収入					
ア 短期借入金収入	0	0	0		
財務活動収入計	0	0	0		
2. 財務活動支出					
(1) 借入金返済支出					
ア 短期借入金返済支出	0	0	0		
財務活動支出計	0	0	0		
財務活動収支差額	0	0	0		
<b>IV 予備費支出</b>	20,000	20,000	0		
当期収支差額	△ 47,654	△ 186,990	139,336		
前期繰越収支差額	69,773	237,392	△ 167,619		見込額計上
次期繰越収支差額	22,119	50,402	△ 28,283		

(注) 1、収支予算書は、「公益法人会計における内部管理事項について」に示された様式で作成。

2、短期借入は予定しない。



# Jミルクの事業推進組織



平成26年度 アクションプラン(主要な事業スケジュール)

事業		実施アクション	4月	5月	6月	7月	8月	9月
全体	総会				18日 定時総会			
	理事会			28日 第1回理事会	18日 第2回理事会			25日 第3回理事会
企画情報G	生乳及び牛乳乳製品流通安定事業	生乳需給安定対策	需給見直し策定・公表、地域での意見交換会開催	◎中長期生産等の見直し	◎公表、意見交換(上期見直し)		◎公表、意見交換(上期見直し)	
		ボジティブリスト対応	定期的検査					
	生乳検査精度向上対策	生乳検査精度管理認証制度の運用	◎認証					
	信頼性確保部門責任者研修会、生乳検査技術者連絡会				◎研修会	◎研修会		
	共通課題解決推進	課題検討委員会における共通課題の検討						
課題解決情報提供事業	共通課題解決推進							
活動運営管理事業	調査情報収集	牛乳類小売流通調査、乳製品流通調査				調査		
	専門部会等組織活動	需給取引専門部会各種委員会	◎ホソ委員会	◎需給委員会 ◎課題検討委員会		◎需給委員会 ◎ボジ委員会	◎課題検討委員会	◎専門部会 ◎精度管理委員会 ◎認証特別委員会 ◎ホソ委員会
学校給食牛乳飲用定着事業	学乳問題特別委員会		◎委員会					
普及G	生乳需要基盤強化対策事業	牛乳の日、牛乳月間の取組	◎ポスター・チラシ等のツール発送	◎小学生コンクール案内発信、教材発送				◎コンクール締切
		店舗等での牛乳乳製品価値訴求活動	◎店舗実践結果の分析		◎実践結果の公表			
	減塩運動支援、乳和食			◎減塩サミット広島 ◎佐蔵(現地対応)				
	乳の学術学術事業	乳の学術連合 共同事業	◎乳の学術連合運営委員会	◎31日牛乳の日記念フォーラム			◎2、3日現地合同研究会	
	牛乳乳製品健康科学情報事業	健康科学情報開発整備	牛乳健康科学学術研究 情報収集整備	◎学術情報誌第8号発刊			◎学術情報誌第9号発刊	
		健康科学会議活動	研究会活動 健康科学フォーラム			分科会・世話人会		◎幹事会
	乳の社会文化価値向上事業	乳の社会文化価値情報開発整備	乳の社会文化価値学術研究 価値情報収集整備		論文・文献リスト化作業	情報誌発行準備		◎26年度学術研究
		乳の社会文化NT活動	研究会活動 乳の社会文化フォーラム		◎IFCNへ会員派遣	◎社会文化フォーラム		◎幹事会
	牛乳食育事業	情報収集	情報収集		◎学術情報分科会		情報収集評価	◎情報誌発行 海外調査
		牛乳食育情報開発整備	食と教育学術研究 乳幼児食育資料開発					◎26年度学術研究 乳幼児食育資料開発
インフルエンサー情報活動	医療関係者向け情報提供	栄養士向け情報開発研究会 栄養士セミナー		◎老年医学会 ◎研究会		◎栄養改善学会 ◎研究会		
	学校関係者向け情報提供	情報提供・教材活用 牛乳食育研修会 保育士・幼稚園教諭研修					小中学校向け教材のモデル校による実践・検証	
	業界関係者向け情報活動	業界向け情報開発整備 業界向けセミナー等開催	◎牛乳の日チラシポスターのアップ		◎業界向けツール配信◎		◎業界向けツール配信◎ エビデンスセミナー、マーケティングセミナー、食育セミナー開催	
学校給食牛乳飲用定着事業	学乳安定供給推進							
活動運営管理事業	戦略策定・調査等情報収集			ビッグマ調査設計、実査、集計分析			生活動向調査 設計	
	専門部会等組織活動		◎18日マーク委員会 ◎推進会議			◎マーク委員会	◎マーク委員会 ◎普及専門部会	
総務広報G	広報関連事業	WEBサイト運営事業	WEBサイト運営 フェイスブック推進			HP更新、運営 フェイスブック更新、運営		
		メディア広報対策	メディアミルクセミナー その他 広報		◎第36回メディアミルクセミナー ◎牛乳月間 全国のイベント情報収集公表	◎報道基礎資料(制作・配布)	◎第37回メディアミルクセミナー ◎報道基礎資料(制作・配布)	
	業界向け広報対策	Jミルクレポート ブロック会議				◎発行		
	総務関連	経理 その他	25年度決算処理 公益目的支出計画実施報告	2日 会計監査(現物監査)	13日 会計監査 20日 監事監査		予算進捗精査	18日 内閣府への提出

10月	11月	12月	1月	2月	3月
16日臨時総会 (役員補選の場合)			22日 第4回理事会	18日 第5回理事会	5日 臨時総会
◎公表、意見交換 (第3四半期見直し)		◎公表、意見交換 (26年度見直し)	◎公表、意見交換 (27年度見直し)		
	定期的検査	◎結果公表			
◎認証					
		◎研修会	◎研修会		◎連絡会
◎セミナー	◎セミナー			◎セミナー	
◎報告、公表					
◎需給委員会	◎課題検討委員会	◎需給委員会	◎専門部会 ◎需給委員会	◎課題検討委員会	◎ホク全国会議 ◎精度管理委員会 ◎認証特別委員会
				◎委員会	
	◎コンクール 最終審査、表彰	◎コンクール表彰式 ◎27年度の計画立案			
栄養士等によるモデル展開					
高血圧・減塩・乳和食をテーマにセミナーを実施					
		◎乳の学術連合 運営委員会			
		27年度学術研究公募		◎研究選考委員会	
◎学術情報誌 第10号発行			◎学術情報誌 第11号発行	◎幹事会	◎総会 ◎健康科学フォーラム
		27年度学術研究公募		◎研究選考委員会 ◎情報収集委員会	◎幹事会 ◎総会
				◎情報誌発行	
		27年度学術研究公募	◎研究審査会		
		◎研究推進会議		◎幹事会	◎総会
◎高血圧学会				◎研究会	◎食事療法学会
	◎研究会			◎研究会	
栄養士セミナー 全国5か所で開催					
牛乳教育研修会 全国5か所					
保育士・幼稚園教諭研修会					
◎業界向け ツール配信④		◎業界向け ツール配信⑤		◎業界向け ツール配信⑥	
マル総承認取得に向けた助言、特定経費の助成					
◎一次実査 ◎二次実査 分析・報告 ◎戦略立案 ◎外部公表					
		◎マーク委員会	◎マーク委員会	◎普及専門部会	
地方組織の会合出席、イベント後援・参加					
セミナーニュースレター 制作発信		◎第38回メディア ミルクセミナー	セミナーニュースレター 制作発信		◎第39回メディア ミルクセミナー
◎メディアツアー		◎メディア懇談会	◎報道基礎資料 (制作・配布)		
◎発行			◎発行		◎発行 ◎各地で開催
予算進捗精査			予算進捗精査		

平成 26 年度における「災害等危機管理対策事業」  
並びに「生乳及び牛乳乳製品流通関連事業」の基本的な進め方について

平成 26 年 1 月 15 日  
第 2 回需給取引専門部会

1. 災害等危機管理対策事業の基本的な進め方

酪農乳業に係る災害や事故などの危機管理体制を共同して確立するとともに、東日本大震災からの復興再生を着実に推進する観点から、主に次の内容を実施する。

(1) 災害等関連情報提供事業

生乳及び牛乳乳製品の安全安心に関して、緊急時における業界の共同した対応を推進するための協議検討の場として、「酪農乳業危機管理対策連絡会」を継続運営する。

また、都度必要な情報収集・提供の実施。

(2) 災害等支援環境整備事業

農地の放射性物質汚染の除染及び当該地域で栽培される飼料作物の安全性を確保するために必要な放射性物質検査などについて、当該地域のニーズに合った的確な支援を継続実施する。

2. 生乳及び牛乳乳製品流通関連事業の基本的な進め方

(1) 本事業は、平成 25 年度の事業推進状況を踏まえ、主に次の内容を実施する。

① 生乳及び牛乳乳製品の需給見通し等、流通関連情報の提供

(生乳需給安定対策事業)

② 生乳中の動薬等の残留に関する定期検査等、ポジティブリスト制度への対応

(ポジティブリスト対応推進事業)

③ 生乳検査の精度向上を目指す認証制度の運営

(生乳検査精度向上対策事業)

④ 酪農乳業における共有課題の検討及び共同の取り組みの推進

(課題解決情報提供事業)

⑤ 牛乳乳製品の流通等の調査及び情報の収集

(活動運営事業、情報提供事業)

(2) 平成 25 年度事業の進捗状況及び課題、酪農乳業をめぐる最近の諸情勢等を踏まえ、次の点について改善・強化を図る。

① 生乳需給安定対策事業

・「生乳及び牛乳乳製品の需給見通し」については、政府及び業界における需給運営の判断材料の基礎となることから質の高い情報提供に努める。

・また、公表の時期や頻度については、飲用牛乳類の需要期、乳製品の需要期、余乳発生時期などの需給の節目を想定して適正化する。

・需給見通しに資する調査については、需給見通しの参考調査から業界への有益

な情報として広く提供できる情報として、調査設計段階から精査し内容の充実を図る。

② ポジティブリスト対応推進事業

- ・生乳のポジティブリスト制度対応については、「酪農乳業の一体的な取り組み」を確実に推進する必要がある、Jミルクとしてその推進支援を継続的に実施する。
- ・また、定期的検査の信頼性を高めるために、使用実態調査の在り方、管理対象物質の選定方法、検体数の適正な配分方法などの協議を継続する。

③ 生乳検査精度向上対策事業

- ・生乳及び牛乳乳製品の検査精度については、諸外国に比べ相当に低い水準である。まず、外部精度管理への取り組みが極めて不十分であることから、外部精度管理を徹底するための取り組みを継続的に強化する。
- ・次年度より新規・更新認証申請審査費用が増高するが、認証申請の妨げや新規と更新施設で不平等が生じないように支援し、認証制度への参加を促進する。
- ・認証施設マーク設定など、生乳検査精度管理認証施設の知名度を高め、認証制度の普及に努める。
- ・生乳取引上認証取得が必要な施設について再度調査し、当該施設の認証推進を図る。
- ・生乳検査技術者連絡会の位置づけを明確にし、認証制度の取得推進に資する活動へと発展させる。

④ 課題解決情報提供事業

- ・酪農乳業が共通する課題について優先順位をつけての議論推進と業界への提言を実施する。
- ・「酪農生産基盤の安定化」については、具体的かつ実効性を持った施策、対策を協議検討し、その取り組みが促進されるように、会員団体及び政府と連携して推進する。
- ・また、次年度から「新たな酪農・乳業対策大綱」の検証並びに「酪肉近基本方針」の策定検討を開始するので、中長期での酪農乳業の進むべき方向性を中心に検討協議する。
- ・TPPの動向により緊急的な課題も浮上することも懸念され、随時検討協議する。

⑤ 活動運営事業、情報提供事業

- ・計画的に適時的確に専門部会、委員会を開催する。
- ・調査及び情報の収集については、各種調査結果やデータベース、政府等の既存調査などの情報を業界関係者及び食品流通業や乳製品ユーザーが有効に利活用できるように一層の工夫を図るとともに、牛乳類及び乳製品に係るマーケット調査で得られた新しい知見の共有化を図るための勉強会、セミナーを開催。
- ・更に、海外マーケットの状況や国際的な需給・流通についての情報提供を充実させる。

## 平成 26 年度の普及関連事業及び広報関連事業における 強化・拡充する主要な取り組み

平成 26 年 2 月 6 日  
第 2 回普及専門部会

平成 26 年度の普及関連事業及び広報関連事業の事業計画については、平成 23 年度に制定した「平成 24 年度以降の牛乳乳製品普及関連事業の基本的な進め方」及び「平成 26 年度 J ミルク事業計画の基本的な考え方」（平成 26 年 1 月 22 日第 4 回理事会決定）を基本に実施する。

なお、「牛乳乳製品に関する食生活動向調査 2013」（以下「牛乳食生活動向調査 2013」）等で新たに確認された知見等を踏まえ、戦略強化に必要な事業の拡充を図る。

また、平成 24 年度において政府より措置された補助事業「生乳需要基盤強化対策事業」が平成 26 年度についても継続されることから、事業全体の相乗効果を高める視点から当該事業の活用を図る。

以上を念頭に、平成 26 年度の事業計画については、3 か年計画の最終年度として、事業効果をさらに確かなものにする観点から、以下の点を強化・拡充して実施する。

### 1. 生乳需要基盤強化対策特別事業

#### （1）「牛乳の日」、「牛乳月間」の取り組み

「牛乳の日」「牛乳月間」の取り組みについては、第 3 回・第 4 回マーケティング委員会（H25. 12. 12、H26. 1. 30）の検討内容及び牛乳食生活動向調査 2013 で得られた新たな知見等を踏まえ、業界が推進する生活者コミュニケーション活動の起点として位置づけ、次の 3 点を目標に、業界関係者が一体的に取り組むことができるよう、J ミルクが「旗振り役」となり、以下の活動を実施する。

#### 【3つの目標】

- 「牛乳の日」「牛乳月間」の認知・理解をさらに高める。
- 「食育月間」に結びつけて、牛乳乳製品の価値情報を積極的に発信する。
- 牛乳乳製品の価値向上を更に促進するため、酪農現場への共感意識を高める情報発信を推進する。

#### 【具体的な事業の内容】

- ① ポスター、チラシ等の共通ツールを制作しデータで提供するとともに、会員及び関係者の要望を踏まえ、共通ツール利用者の印刷コスト等が低減されるような便宜供与を行う。
- ② 子どもやその家族への「牛乳の日」認知を高めるため、25 年度に大きな成果があった小学生向け食育施策（コンクール）については継続実施する。なお、2013

コンクール最優秀作品を用いたキャラクターについては、提供する食育教材などに活用する。

- ③ 「牛乳の日」の取り組みをメディアで多く露出させる観点から、「食育月間」「牛乳の日」と結びつけた牛乳食育特別授業を複数の小学校で実施されるよう働きかけ支援する。
- ④ 酪農乳業界の取り組みを一元的に情報収集しメディアへ発信するメディア広報、各種セミナーの開催等の活動は継続する。

## （２）新たな需要創出のための小売店頭等での価値訴求活動

小売流通業における食品売り場での食育活動を核とした牛乳の価値訴求活動（26年度は2月17日から実施）については、25年度の事業を検証・評価し、得られた成果等の情報を小売流通業及び業界関係者へ提供するとともに、活動の普及を図る観点から、日本栄養士会等と連携して、この活動の発展的展開を目指す。また、フードサービス業との連携についても、その可能性を追求する。

## （３）高血圧予防のための「乳和食」を活用した減塩支援運動

日本人の深刻な健康問題となっている高血圧の予防を推進するため、日本栄養士会、日本高血圧協会と連携して、「乳和食」を活用した減塩支援運動を、引き続き促進していく。

なお26年度は、都道府県の栄養士会、牛乳普及組織などとの連携し、地域での自主的な活動が広がるようにするため、地域組織で独自に開催する活動（セミナーなど）について、テキストの提供、講師の手配等の支援を実施する。

また、5月に広島市で開催される「減塩サミット」への参加を通じて、「乳和食」の普及を図る。

## （４）国産牛乳乳製品展示会 Japan Milk Collection の位置づけ

「Japan Milk Collection 2013」は、酪農乳業関係者からの評価も高く、4000人の来場者を記録する等、予想を上回る成果を実現した。今後は、目的とした牛乳の価値訴求がどの程度達成できたのか（その結果としての商談件数、成功事例等）を確認し、2年に1回程度の開催に向けた業界内の体制作りを進める。

## 2. 乳の学術連合共同事業

「乳の学術連合」（以下、「学術連合」）における研究成果の普及・活用及び領域横断的な研究の促進を図るとともに、新しい価値創造に繋がる優れた先行研究を創出する観点からの支援を強化する観点から、学術連合を構成する3組織が横断的に行う共同事業については、主に以下の点を拡充・強化して実施する。

#### (1) 研究叢書の制作・発行

学術連合の研究成果を広く公表し、乳の多様な価値の普及・価値情報の発信を促進するため、委託研究・指名研究の結果を掲載した研究叢書の制作・発行を開始する。

#### (2) 日本食と乳の文化的栄養的融合に関する研究の開始

「和食回帰」「和食ブーム」が起こっているなかで、わが国の食生活における牛乳乳製品の更なる浸透、今後の「健康な日本人の食事」における牛乳乳製品の意義を、文化及び栄養の点から明確にするため、学術連合3組織の領域横断的な共同研究として、「日本食と乳の文化的栄養的融合に関する横断的研究」を、3年程度の期間で開始する。

#### (3) 広報活動や公式WEBサイトの充実

国内外の研究者等（World Dairy Summit 2013で構築したネットワークの活用）との情報交流、研究情報の発信を発展させるため、公式WEBサイトを立ち上げ、定期的な情報更新を行うとともに、メディア向け広報活動を充実させる。

#### (4) 優れた研究の評価奨励

乳に係る研究者を育成し研究の裾野を広げていく観点から、優れた研究を評価し奨励するための賞（各研究組織ごとに1名程度）を授与する。

### 3. 牛乳乳製品健康科学情報事業

乳の栄養健康機能に関する若手の研究者を育成して行くために、関係する国内外の学会等での発表を積極的に推進するとともに、研究成果がメディア等で発信されるように、積極的な広報活動を行う。

### 4. 牛乳食育事業

牛乳生活動向調査及び保育士・幼稚園教諭へのヒアリング調査結果を整理・補充し、保育園・幼稚園での教育実態に合った牛乳食育のコンテンツ開発を推進する。

また、文科省が推進する「スーパー食育スクール」の活動（教育効果の検証）などと積極的な連携を図る。

学術情報分科会を立ち上げ、牛乳乳製品に係る海外の実践事例及び研究情報の収集を開始し、優れた実践及び研究情報を活用するための「情報誌」を年2回程度発行する。

### 5. 乳の社会文化価値向上事業

「乳の社会文化」学術研究については、先行研究が少なく、他分野からの研究手法の援用、横断的な研究が必要なことから、若手研究者への研究支援を推進する。

また、研究情報収集委員会を設置し、「国内外の幅広い研究を国内の研究者に提供」、



「国内研究を海外に認知アピールする」の2方向性で活動を開始する。

## 6. インフルエンサー情報活動事業

訴求する価値情報については、4大重点訴求機能を基本とするが、特に、血圧降下機能、熱中症予防、ロコモティブシンドローム対策などを強化するとともに、東京オリンピックに向けたスポーツ振興へ対応してスポーツ栄養についても情報開発を準備する。

また、牛乳飲用減少の大きな要因となっている乳糖不耐症への対策、牛乳への価値意識を高め上限受容価格を引き上げるための酪農生産への共感意識を強める情報を戦略的に開発し発信していく。

コミュニケーション・ターゲットについては、医師、栄養士、学校教諭等のミルクインフルエンサー基本とするが、特にビッグママへの理解促進・価値訴求を強める観点から、栄養士、学校栄養教諭、養護教諭、幼稚園教諭・保育士への働きかけをこれまで以上に積極的に推進する。このため、日本栄養士会、全国学校栄養士協議会、日本高血圧協会などの外部組織と連携を強化する。

### (1) 医療関係者向け情報活動

特に、生活習慣病に関連する学会（高血圧、循環器等）及び栄養士が参加する学会（食事療法学会等）での情報発信（ランチョンセミナーまたはブース出展など）を強化する。

### (2) 栄養士向け情報活動

25年度に制作する「ライフステージ別牛乳乳製品の活用の手引き」のテスト版を検証しつつ、その活用を広げる。また、効率的に栄養士に普及するため、発売に向け完成度を上げる。

また、栄養士向けセミナー「牛乳を科学する！」は日本栄養士会と連携し、5か所で開催する。（都道府県のうち未実施5県での優先開催を働きかける。）

### (3) 学校関係者向け情報活動

牛乳食育活動については、酪農乳業への国民の共感性を高める観点も念頭に、業界の社会貢献活動のひとつと位置付けるとともに、全国学校栄養士協議会などの外部組織との連携をさらに強化する。また、会員団体及び乳業者等の牛乳食育の取り組み状況について、相互に情報交流を強めるなどの連携を強化する。

なお、牛乳生活動向調査 2013 により学校関係者（栄養教諭、養護教諭等）からの情報伝達効果が高いことが判明したことから、専門雑誌への記事掲載を増やすとともに、現場で活用されている情報ツール（「給食だより」、「保健だより」など）へのネタ情報を積極的に提供する。

#### **(4) アンチミルク情報への対応**

栄養指導等の現場では、牛乳乳製品に関するネガティブ情報や誤認情報への対応が重要な課題となっていることから、25年度の制作し情報提供している「牛乳の気になるウワサをスッキリ解決」を追加更新する。

### **7. 業界関係者向け情報活動事業**

提供する価値情報については、インフルエンサー情報活動事業と同様に、4大重点訴求機能を基本に、特に、血圧降下機能、熱中症予防、ロコモティブシンドローム対策などを強化する。また、乳糖不耐症への対策、牛乳への価値意識を高めるための酪農生産への共感意識を強める情報を戦略的に開発し提供する。

#### **(1) 業界向けリーフレット**

業界関係者のそれぞれが実施するコミュニケーション活動を支援する観点から、幅広く効率的に活用しやすい価値情報（リーフレットなどのデータ）の制作・提供をさらに強化して実施していく。

なおこの場合、新たな知見のみならず、過去に開発された価値情報や既存情報を再評価し、繰り返し牛乳乳製品の価値を訴求する観点から、情報開発を進める。

#### **(2) 業界向けセミナー開催**

学術連合の協力のもと、エビデンスセミナー（栄養健康機能等）、食育セミナー（牛乳食育の進め方など）、マーケティングセミナー（小売流通業・フードサービス業の動向等）を開催する。なお、セミナーの開催に当たっては、幅広い酪農乳業関係者の意識向上と知識習得を図るため関係団体との連携を強化する。

### **8. 活動運営管理事業**

#### **(1) 牛乳食生活動向調査 2014**

平成 24, 25 年度実施の同調査のうち、毎年確認すべき内容の設問は継続し、新たな課題の解明、次期 3 カ年計画の戦略設定のための調査項目を加えて設計・実施する。

#### **(2) ビッグママ実態調査**

ママ友に大きな情報発信力・影響力を持つビッグママの情報活動の実態を解明する調査を実施し、より効果的なコミュニケーション戦略の立案に活かす。

#### **(3) 第 2 次 3 カ年戦略の策定**

平成 24～26 年度に実施してきた 3 カ年戦略の実行に関する評価・検証を行い、次期 3 カ年戦略の策定を行う。

## 9. 広報関連事業

### (1) メディア広報対策事業

メディアの発信する情報については、インフルエンサー情報活動事業と同様に、4大重点訴求機能を基本に、特に、血圧降下機能、熱中症予防、ロコモティブシンドローム対策などを強化し、併せ、乳糖不耐症への対策、酪農生産への共感意識を強める情報を戦略的に開発し発信する。

発信チャンネルとしての「メディアミルクセミナー」については、発信情報の内容を踏まえ、ターゲットメディアを明確にした開催を行い、効果的なメディア広報に努める。「メディア向け広報資料（報道基礎資料）」の発行・提供を積極的に進める。何れも、学術連合と連携した事業推進を強化する。

### (2) WEBサイト・公式 Facebook の運営強化

WEBサイトや公式 Facebook を通じた情報発信については、よりタイムリーで質の高い情報の発信を進めるため、優れた外部ライター等を確保する。

なお、公式 Facebook の運営については、これまでの成果を基本に、ミルクファンの情報交換の場として高い交流率を実現するよう、ミルクインフルエンサー、ビッグママの参加を増やす工夫を推進する。

### (3) アンチミルク情報への対応

牛乳乳製品に関するネガティブ情報や誤認情報については、監視体制を強化し、影響の大きな情報については、迅速な対応方法やエビデンス情報の関係者への提供に努める。

以上