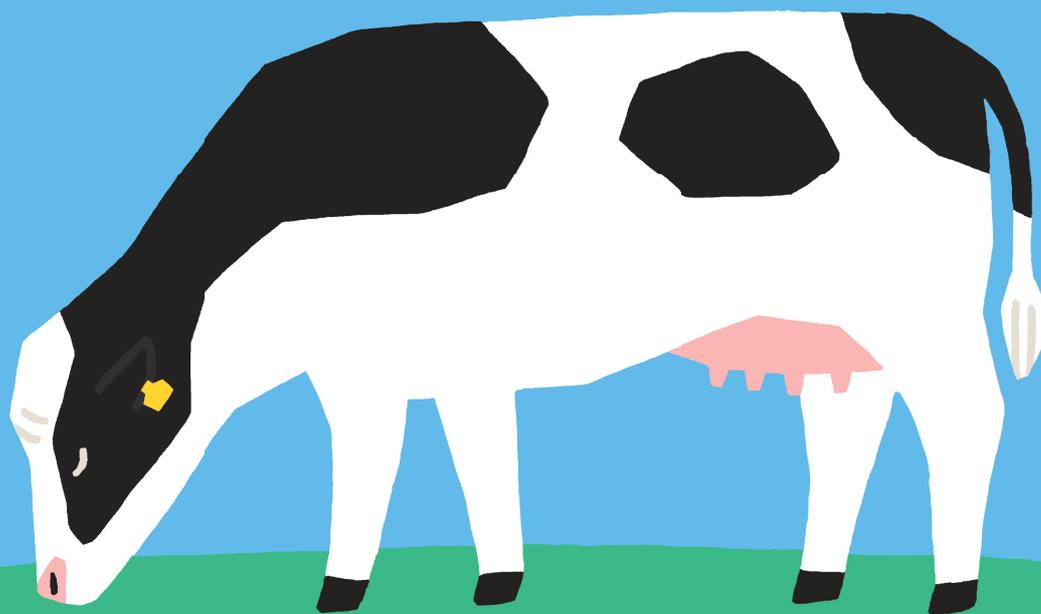


# J-MILK REPORT

私たちはミルクでつながっています。

SPRING / SUMMER 2024 Vol. 48



# デザイン変更を機にロゴ掲載 学乳の大切さを家庭にも発信

株式会社共進牧場（兵庫県神戸市）

取締役会長 大野保（おおの たもこ）さん  
代表取締役社長 中尾嘉延（なかお よしのぶ）さん  
浄谷工場・研究開発室 課長補佐 幸田弥生（こうだ やよい）さん

「土日ミルク」では酪農乳業関係者向けに、印刷物やデジタルメディアで利用できる土日ミルクロゴをご提供しています。株式会社共進牧場では今春、自社の牛乳パック広告欄にロゴを掲載して地域へのメッセージ発信に活用しました。そのねらいなどをお聞きます。



主力商品「共進3.5牛乳」と学校給食用パックのデザインを統一。子育て世代を意識し、広告欄には土日ミルクロゴのほか、神戸新聞連載の童話作家からのメッセージも。

## 兵庫の酪農家と共に歩む 地域密着経営のメーカー

御社の創業からの歩みをご紹介ください。

大野会長（以下、大野） 弊社は1890（明治23）年、神戸市内で牛乳販売店としてスタートしました。郊外にある創業者の実家の牧場から生乳を運んで、市内で処理・販売を始めたのが原点です。新鮮で栄養豊富な牛乳を神戸の人たちに飲んでほしい、また「母乳の出ない母親の助けになれば」との思いもあつたそうです。

戦後の1956年に小野市内に直営牧場を移転開設、1990年に製造部門を分離独立して現在の（株）共進牧場を設立しました。生乳生産から処理加工までの一貫体制と、「より自然でより新鮮な風味豊かな牛乳を食卓にお届けし、食文化の充実を目指す」という創業当時の企業理念を堅持しながら、地元の生産者さんと共に地域に密着した経営を続けています。

「牧場をお持ちのメーカーとして、酪農経営の視点も含めて現在の市場動向をどう見ておられますか。」

中尾社長（以下、中尾） 兵庫は古くから酪農の盛んな地域ですが、近年は生産者の高齢化や飼料・燃料等のコスト高による離農や廃業が増加しています。特にコスト高は弊社としても実感しているところです。私たちのテーマの一つが地産地消で、地元産の生乳を使ったさまざまな製品を販売していますが、必要な乳量の確保が今後課題になる可能性があります。

酪農の経営環境悪化に加えて、兵庫では大型ディスカウント店やドラッグストアなどを中心に、いわゆる系統外流通の安価な牛乳が県外から入ってきていることも懸念材料です。特に今年はいくつかの製品の増加傾向が見受けられます。

これに対して弊社の強みは、地域に多様な販売チャネルを持っていることです。スーパー・量販店だけでなく、学校給食、京阪神エリアの医療機関、製菓・製パンメーカーなど、幅広いお客様のニーズに合わせた製品を提供できます。酪農経営が厳しさを増す中で生産者を支えるべく、この強みを生かして地元酪農家さんの生乳を少しでも高く買い入れし続けたいと考えています。コロナ禍以降の物価上昇は牛乳の売り上げにも影響を与えていますが、その一方で、パンデミック下で高まった消費



小野市の浄谷工場に隣接する直営牧場ではジャージー種100頭余りを飼育。併設のレストランも経営している。



取締役会長・大野保さん（中央）、代表取締役社長・中尾嘉延さん（右）と浄谷工場 研究開発室 課長補佐・幸田弥生さん（左）。

者の健康志向や、食の品質に対する意識は今も続いていると感じます。

弊社でも工場近隣の酪農家の生乳を厳選使用した低温殺菌牛乳や、スイーツ感覚で楽しめるヨーグルトといった高付加価値製品の売上は伸びています。後者は2022年に発売した「リッチ



「ザヨーグルト」で、クリームチーズのよ  
うな濃厚な食感ながらカロリーは約半  
分に抑えられる「ギルティフリー」(食べ  
ても罪悪感を持ちにくい)がコンセプト。  
これが美容インフルエンサーのSNSで  
紹介され話題となり、近畿圏だけで  
なく都内の高級スーパーでの販売もこ  
のところ急増しています。

SDGsへの積極的な取り組みでも知られる同社。食品ロスやプラスチックの削減、工場の省エネ化、メガソーラー施設による再生エネルギーのほか、施設見学や食育セミナー、フードバンク支援などを通じた地域貢献にも力を入れている。  
株式会社共進牧場 (本社)〒650-0016 神戸市中央区橋通1丁目2-12 TEL.078-341-5115



## 子育て世代と子どもたちに 「地元の牛乳」の親しみを

——御社は「土日ミルク」ロゴを牛乳  
パック広告欄に活用していただいた最  
初の事例となります。その意図や制作手  
順などを教えてください。

**中尾** 牛乳消費が低迷する中で、私た  
ちも独自に何かしたいと考え、長年使っ  
てきた1リットルパックのデザインを、  
現行の学校給食用牛乳のデザインを基  
にリニューアルすることにしました。

地域にお住いの子育て世代の多くは、  
弊社の牛乳を飲んだ経験をお持ちです。  
今の子どもたちには馴染み深く、子育て  
世代には懐かしいパッケージに変更す  
ることで、牛乳により親しみや興味を  
持つてほしいというねらいがあります。  
社内で検討を進める過程で「土日ミル  
クフェス」の動画を見て、いい取り組み  
だなと感じ、去年12月の商品開発会議で  
ロゴの掲載を決めました。

このロゴを入れるこ  
とで、子育て世代のお客  
様がスーパーで手に取っ  
たとき、「給食のない休日  
は、おうちで牛乳を飲も  
う」のメッセージが伝わ  
ると共に、牛乳の大切さ  
もあらためて感じてもら  
えると考えました。

**幸田課長補佐** 広告欄  
の活用では、兵庫県警や

## 牛乳パックに“土日ミルク”を! パックの広告欄にいかがでしょうか



イベントなどで配布する  
ノベルティにも活用できます!



共進牧場が地域でのイベントで配布した  
トートバッグ。土日ミルクロゴを入れて  
家庭での牛乳飲用をPR。

「土日ミルク」印刷用ロゴデータ  
詳しくはこちら



神戸市消防局と連携して交通安全など  
公共性の高いメッセージを載せたり、神  
戸新聞とのコラボで童話のイラストを  
牛乳パックに載せたりした事例があり  
ます。

今回のロゴも基本的な制作手順は同  
じですね。牛乳パックの広告欄には面積  
や表示方法に関する規定があるので、こ  
れに沿ったデザイン案を社内検討し、今  
年1月中旬に完成、量販店などのお客様  
にパッケージ変更を事前にご案内した  
上で、4月に実施しました。

**中尾** あえてレトロ感を残したほう  
がいいという声も社内にはありましたが、  
それは復刻版など別の機会に譲ろう  
ということと意見をまとめました。会長  
には事後承諾でしたが(笑)。

**大野** 私からは「ええよ」の一言です  
よ。慣れ親しんだ歴史あるデザインを変  
えるのは難しいものですが、若い社長だ  
からこそ思い切ったリニューアルがで  
きたのだと思います。

——今後の取り組みや酪農乳業関係者  
へのメッセージをお願いします。

**中尾** 地域の人々にとって牛乳は親  
しみを帯びた食品だと思っているので、  
今回のデザイン変更と「土日ミルク」ロ  
ゴによる情報発信によって、少しでも身  
近なものになることを願っています。

牛乳消費が減退している今だからこ  
そ、私たちのような地域に根ざした乳業  
メーカーによる独自性のある取り組み  
が必要と考えます。

メーカー同士は市場では競合してい  
ますが、例えば牛乳の提供は地域内での  
連携・協力体制が確立しています。こう  
した牛乳を通じた横のつながりを生か  
せば、牛乳の普及につながる地域発の活  
動ができそうです。「ミルクさんの協力  
も得ながら、「土日ミルクフェス」のよう  
なイベントを関西でも実施できたらう  
れしいですね。

# ミルクのポスターづくりで 思考力と伝える力を育てる

学校法人 国本学園 国本小学校（東京都世田谷区）

教頭 齋藤 悠真（さいとう ゆうま）先生  
教諭 福嶋 由子（ふくしま ゆうこ）先生

Jミルクが全国の学校関係者向けに提供している授業プログラム「土日ミルクなりきり広告クリエイター」。実際に使われている土日ミルクポスターやプロの制作者の考え方を参考に、Jミルクから依頼されるような形で子どもたち自身もクリエイターになって牛乳PRのポスターをつくる内容です。本教材を活用した私立国本小学校で、3・4年生の授業実践の成果をお聞きました。



一連の授業は今年2月に実施。導入では土日ミルクポスターを見ながら、表現の工夫や意図を話し合った。

## 牛乳を自分事として捉え 子どもの課題意識を高める

本教材を活用された意図や、授業を行う際に工夫された点をお聞かせください。

**齋藤教頭**（以下、齋藤） 本校では以前から、ICTを活用した学びやプロジェクトベースの探究的学習、SDGsや金融教育、キャリア教育などをテーマにした実践に力を入れていきます。そうした学習との関連性からこの教材に着目しました。

例えば5・6年生では、企業や地域の商店街などと連携したプロジェクト型学習を行っており、子どもたち自身が企画趣旨をまとめて地域のお店と交渉したり、古着や古本の回収を呼びかけるポスターをつくって掲出してもらったり、保護者向けのお手紙を書いたりします。本教材を使って、3・4年生段階でポスターのデザインやキャッチコピーのつくり方を学ぶことは、高学年での学習につながるいい機会になりますし、学んだことを家庭に持ち帰ることによる広がりも期待できます。

3年生と4年生の担任には学校としての意図を説明した上で、学年で必要なことや自分が教えたい内容を軸に、この教材を自由に料理してみてもいいと伝えました。

**福嶋教諭**（以下、福嶋） 授業づくりでまず悩んだのは、牛乳という題材を子どもたちが「自分事」として捉えるための工夫です。本校では学校給食の牛乳は選択制で、私が担当していた昨年度の3年生クラスで牛乳を飲んでいただけは5人でした。

齋藤先生とも相談して考えたのが、「学校給食のない日は8割の子どもがカルシウム不足」というリアルなデータを見せること。授業で資料を示すと、自分たちには土日ミルクどころか「毎日ミルクが必要」という声が子どもたちから出ていました。

もう一つは、身近な相手を対象にすることで、伝えたいという主体的な思いを引き出すことです。牛乳が苦手な思いがない子どもが数人いたので、「その友だちに牛乳を飲んでもらうにはどう声をかければいだろう」と問いかけることにしました。

## 既習内容との接続を意識 学んだ知識の活用場に

授業の流れを、紹介ください。

**福嶋** 2コマ構成で実施しています。まず土日ミルクのポスターを見せて表



3年生のポスター作品。不足するカルシウム量や5・7・5の形式など、今回の授業や既習内容も踏まえて表現を工夫している。

現の工夫を読み取らせたところ、「英語が使っている」「カレンダーの土日の赤と青が使われている」「伝えたいことが短い文章でまとめられている」といった気づきがありました。

続いて、給食がない日はカルシウム不足の現状を伝えて、広告クリエイターになって、お家で毎日牛乳を飲んでもらうためのポスターをつくらうと学習課題を提示しました。

牛乳の苦手な子にどんな声をかけるかという問いには、「カルシウム不足になるよ」「背が伸びないよ」といった健康面のほか、「ココアやシリアル、シチューに入れるとおいしいよ」といった飲み方・食べ方の提案も出ていました。

3年生は国語「ポスターを読もう」の

単元や、地域の商店街に感謝して手づくりポスターをプレゼントする活動、SDGsに関連した川柳をつくる活動も行っていました。

授業後半では、こうした学習活動を実際の作品も見ながら振り返り、キャッチコピーのアイデアを考えました。今回はものをつくる活動を通して人と関わることも大事にしたかったので、話したい人と自由に相談しながら考えるスタイルにしました。

実際の制作は2コマ目に行っています。土日ミルクの色合いに注目が集まっていたこともあり、文字も赤と青を使い分ける子どもが多かったですね。

授業はタブレットやワークシートを使って既存イラストの下にキャッチコピーを書き込む活動にしましたが、家に持ち帰ってデザインも自分で考えてきた子どもや、4コママンガ形式のポスターをつくってきた子どももいました。

### 酪農は探究的学習の題材 学校現場に寄り添う支援を

授業後の子どもたちの反応、学習成果や課題については。

**福嶋** この教材はプロが制作した本物の広告を素材にすることで、子どもも興味を持ちやすいと感じました。ポスターづくりを通して、友だちや家族、教員とコミュニケーションを取りながら、教科横断的な学習ができたことに意味



色使いも工夫してキャッチコピーを書き込む。本教材には「言葉」「ビジュアル」の各授業プランに合わせた下書き用と本番用のシートが付属している。

があると思います。

子どもたちは特にカルシウム不足のデータに素直に反応した印象です。家庭で牛乳を飲むとシールをもらえる活動をしていた子が、授業をきっかけにまた飲み始めたと話していました。実は私も牛乳を選択していないので、「先生もカルシウム不足になるよ」と給食時間に声をかけてくる子どもも多かったですね。

その一方で、子どもが学んだことを家庭に伝え、保護者の理解と行動までつなげるには、かなりのパワーが必要だと感じました。近所のスーパーに貼ってもらった。Jミルクさんのフェアに子どもたちも参加するなど、社会に向けた発信の場があれば保護者の反応も違うのではないかと思います。

牛乳や酪農の教育的価値や活用の可能性について、学校現場ではどう見られていますか。



「教科の枠を超えた学習ができた」と話す同校教諭の福嶋由子先生(右)。「今年度分の教材も予約済みです」と教頭の齋藤悠真先生。

#### 齋藤

子どもたちが体験して考えて、

学んだことを生かして主体的に課題解決を図り、それが社会で評価される。牛乳や酪農はそうした探究的学習の題材になり得ると思うのですが、特に本校のような都心の学校では、教育的価値に教員が目をつける機会も、子どもの体験的な学びの場もありません。

例えば牧場で搾乳体験をして、酪農家さんの話を聞いて生産現場が抱える課題をインプットする。ポスターづくりなどでアウトプットする。子どもたちのポスターが一番身近なスーパーに貼られ、それを親子で見ることによって子どもが社会とのつながりを感じ、保護者の行動変容が促される。こういった一連の流れをサポートしてくれるパッケージのようなものがあれば学校は助かると思います。Jミルクさんをはじめとする業界の皆さんの支援が、学校現場の意欲的な実践を引き出すのではないのでしょうか。

## 「なりきり広告クリエイター」

### “牛乳”を題材に考える力を育てる授業プログラム

小学校の国語、図工、総合的な学習の時間などで実践できる資料配布中!



#### ●教材セット(児童用・教師用)

【児童用教材】下書き用紙(2種)、本番用紙(2種)、コミュニケーションチェックシート

【教師用資料】指導案、投影資料(2種)、ヒントカード、参考情報

「土日ミルク」授業プログラム  
詳しくはこちら



#### 授業のご紹介

#### 1:ポスターの言葉を考える授業

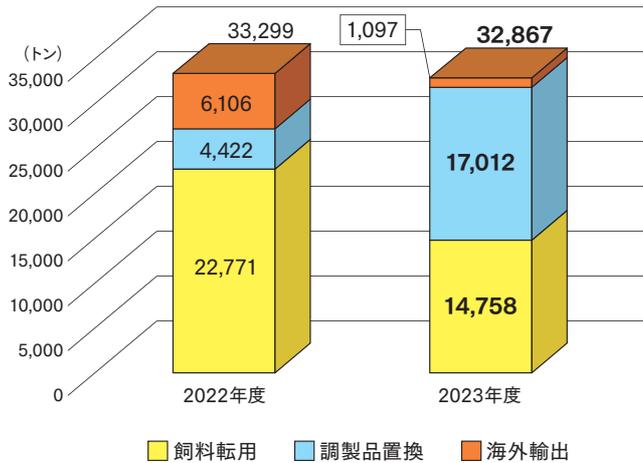


#### 2:ポスターのビジュアルを作る授業



# 酪農乳業乳製品在庫調整特別対策事業

## 2022年度～2023年度の実績



事務局次長 兼 生産流通グループ 部長

山崎 将至

Masanori Yamazaki

Jミルク 在庫対策

実施要綱・要領は  
こちら



飼料の高騰などを踏まえた乳価引き上げによる牛乳・乳製品の消費への影響やバター・脱脂粉乳の需要のアンバランスなど、引き続き脱脂粉乳在庫の積み増しリスクが高く、2024年度期末在庫は、8.4万トンと再び増加する見通しとなっています。在庫低減事業を通じた生乳需給の改善により、生産者が意欲を持って生乳生産を行える環境と牛乳・乳製品の安定供給の実現を図るため、事業を継続して実施します。

## 2024年度対策の概要

**(対象数量)** バター需要に合わせた生産量確保ベースで  
**19,000トン** 脱脂粉乳6万トン程度の期末在庫水準にすることを目標  
過剰分27千トン-乳業者による需要拡大分8千トン

**(拠出金単価)** ・対象期間 2024年4月～2025年3月(1年間)  
・拠出金単価 生産者 35銭 (2023年度40銭)  
乳業者 10～35銭 (2023年度10～40銭)

《基金所要額試算》	対象数量	補填平均単価	必要金額	生乳供給量
	19,000トン	254円	4,826百万円	6,842千トン

## 《事業規模イメージ》

(基金拠出分) 生産者 2,413百万円  
(基金拠出分)乳業者 573百万円  
乳製品在庫調整乳業者 負担分  
(本体価格(単価)の値引き) 1,840百万円

ALIC事業 2,000百万円(飼料向け限定)  
※暫定として前年度予算並みとした

## 新規事業追加

# 酪農乳業産業基盤強化特別対策事業

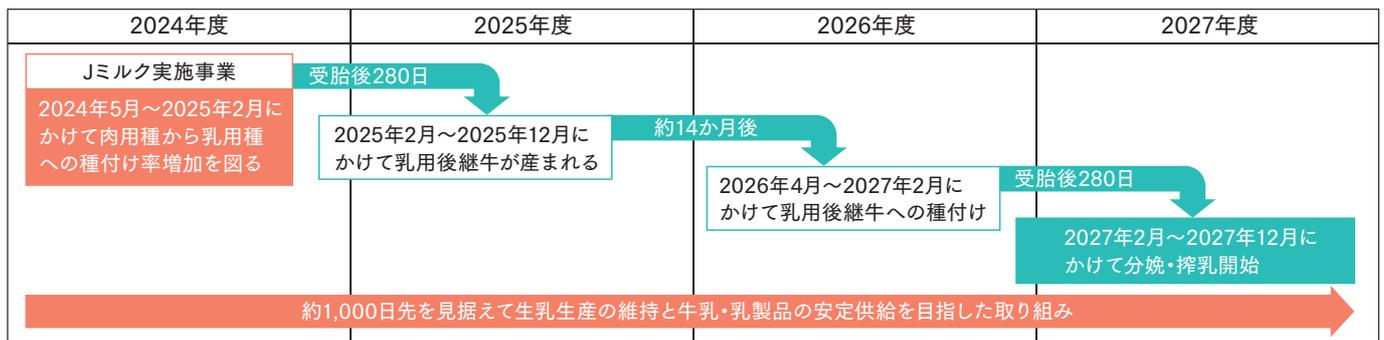
2024年度で終了

## 酪農生産基盤強化総合対策事業(生産者向け)で「中期的な乳用後継牛確保の推進」を実施

2023年度の事業を継続すると共に、乳用牛頭数の減少や子牛の市場価格の低迷を受け、2025年度以降の後継牛が減少すると見通されています。2026年度以降の牛乳・乳製品の安定供給に影響する恐れがあり、中期的に生乳生産を支える後継牛を十分に確保する必要があることから「中期的な乳用後継牛確保の推進」を追加して実施します。当事業に関するQ&AはWebサイトに掲載しております。

## 取り組みイメージ

2026年度からの生乳生産量を維持するために必要なことは、計画的な後継牛確保の取り組みを現時点から取り組むことが重要であり、肉用種の種付けを一定程度乳用種に切り替えていく行動を後押しする対策を実施します。



## 具体的な内容

乳用牛の後継牛確保には、肉用種の人工授精(または受精卵移植)から、乳用種への授精(移植)の後押しをするため、2024年度の乳用種の授精回数(または受精卵移植)を前年度比で107.5%以上増加させた酪農家に対して支援を行います。

### 支援対象の要件

2023年5月～2024年2月	A.乳用種授精回数+受精卵移植回数
2024年5月～2025年2月	B.乳用種授精回数+受精卵移植回数
増加率	$B \div A = 107.5\%$ 以上

※授精回数の申請には、あらかじめどの帳票で記録をしているかなど事前に要件確認を行います。

### 助成金額

2025年2月1日の経産牛頭数	
100頭未満	10万円以内
100頭以上	20万円以内

※対象戸数や予算の進捗状況などにより減額になる場合があります。



生産流通グループ 次長

関 芳和 Yoshikazu Seki

Jミルク 基盤強化 2024

乳業者向け  
「国産牛乳乳製品高付加価値化事業」の  
実施要綱・要領はこちら



Yusuke Shima

## 国産乳製品等需要拡大事業

生産流通グループ 嶋 雄介

今年度も牛乳・乳製品の消費拡大のプロモーション等の取り組みを支援する事業を日本乳業協会と連携して実施します。

詳細は  
こちら





# 国際関連情報

## International Information

### 日本の持続可能な酪農研究会

～海外の事例に学び今後の取り組みを考える～

2023年11月に米国・シカゴで開催された「ワールドデーリーサミット2023」での講演内容や、乳業メーカーによる最新の取り組み事例を紹介した研究会の内容をオンデマンド配信中。Jミルクからは「酪農乳業ネットゼロへの道筋」も説明しています。



オンデマンド配信はこちら



Jミルク 持続可能2023

#### 講演①

「酪農場の持続性に関する農場管理・アニマルウェルフェア分野での取り組み」  
酪農学園大学 農食環境学群 循環農学類 教授 森田 茂 先生

#### 事例報告①

「明治らしい持続可能な酪農の実現に向けた取り組み」  
株式会社明治 調達本部 酪農部 橋口 和彦 氏

#### 事例報告②

「持続可能な酪農生産のために～独自技術を活かした挑戦～」  
森永乳業株式会社 調達本部 酪農部 関口 泰司 氏

#### 事例報告③

「よい牧草作りをよい経営へ～『経営実証農家』の取り組み～」  
雪印メグミルク株式会社 酪農総合研究所 越智 成東 氏

#### 講演②

「持続可能な酪農乳業に向けた経済と政策-IDF・WDSでの知見から」  
北海道大学大学院 基盤研究部門 農業経済学分野 准教授 清水池 義治 先生



### IFCNデーリーカンファレンス2024 アジア初・北海道帯広で開催!

#### West meets East / Asian Dairies : Standing locally, thinking globally

(東西酪農の出会い/アジアの酪農～地域に根差し国際視野で考える～)



世界の酪農乳業関係の団体・企業や研究者などで作る「国際酪農比較ネットワーク (International Farm Comparison Network = IFCN)」が年次研究会合を北海道帯広市で開催します。7月2日は一般公開日とし、日本やアジアの酪農乳業の現状や将来展望などに関して講演やパネル討論などが行われ、国内外の研究者や専門家が国際的な視点から議論を深めます。

午後は日本語への同時通訳サービスあり

■日時: 2024年7月2日(火)9:00～17:00

■会場: 北海道ホテル(北海道帯広市西7条南19丁目1番地)

#### ■参加対象者

日本の酪農乳業関係者・研究者、行政・自治体関係者、報道関係者

■お申込み方法: 下記5点を記載の上、メール送付(締切: 6/24)

①お名前 ②ご所属 ③部署・役職名 ④電話番号 ⑤メールアドレス  
申込先アドレス: j-kurihara@j-milk.jp(国際グループ 栗原)

■プログラム ※詳細は6月公開予定

(午前) 日本の酪農乳業に関する講演と討論

山本 光将 氏(M-Queen's代表取締役)

鈴木 信行 氏(よつ葉乳業株式会社 取締役酪農部長)

清水池 義治 先生(北海道大学大学院 農学研究院 准教授)

中田 俊之 氏(トモエ乳業株式会社 代表取締役社長)

モデレーター=内橋 政敏(一般社団法人Jミルク 専務理事)

(午後) アジアの酪農乳業に関する報告と討論

アジア各国研究者やスポンサー企業・団体による報告

### 事業説明会アンケート「国際関連事業について」 ※一部ご紹介

- ★ 海外の諸制度、政策に関するデータや分析結果を知りたい。
- ★ 国内と海外のコスト比較、行政の支援の違い、コスト低減方法など、国際競争力強化に必要な分析・提言などを検討してほしい。
- ★ 日本の酪農乳業の課題解決と結び付けて情報発信してほしい。

事業説明会では多くの方々から、さまざまな課題解決のために日頃から国際情報を参考にされていることをお聞きしました。皆さまのご意見をもとに、情報を充実させてまいります。ぜひ、各種のイベントや会議にもご参加ください。

#### 国際グループ



Koichiro Shin



Shinichi Totsuka



Toshi Kinouchi



Jun Orihara



Osamu Suganuma



Joji Kurihara

国際情報は  
こちら



Jミルク 国際情報

Jミルクでは、牛乳・乳製品の価値を高めることを目的に「健康科学」「社会文化」「食育」の3分野の専門家が、新しいエビデンス(科学的根拠)の調査・研究を行っています。最新の研究成果の一部を紹介します。

## 研究 おなかゴロゴロ「乳糖不耐」、牛乳を毎日少しずつ増やし飲んで改善？

腸内細菌叢の改善によって、乳糖の分解や代謝を促進できる可能性があると考えられています。乳糖自体がビフィズス菌や乳酸菌など善玉菌の栄養源となり、腸内でそれらの増加を助けます。呼気水素ガス検査で乳糖不耐症と診断された32例に対し、牛乳を30mLから少しずつ増やしながら200mLまで負荷する治療をおこなったところ、29例(91%)で症状が改善しました。

「乳糖不耐症患者の牛乳漸増負荷による腹部症状軽減に関する検討」  
(東京女子医大 岡田和子先生、長谷川茉莉先生)

詳細はこちら



## 研究 自然災害被災者において乳製品摂取は高血圧リスクを下げる

東日本大震災の被災者9,569人を対象に調査したところ、高血圧有病率と乳製品の摂取頻度は仮設住宅居住者、非仮設住宅居住者で差はありませんでしたが、1日1回以上乳製品を摂取する人は、摂取しない人に比べて低い高血圧有病率と関連しており、この関連は仮設住宅居住者でより強く見られました。さらに、このうち初回調査時に高血圧であった人などを除いた4,475人を7年間追跡調査したところ、1日1回以上の乳製品摂取がある人は、摂取のない人に比べて新たに高血圧を発症するリスクも低くなっていました。

乳の学術連合 2020年度学術研究採択研究者 宮川尚子先生  
(慶応義塾大学 医学部 衛生学公衆衛生学)  
「高血圧を有する被災地住民における乳製品摂取の有用性の検討」

詳細はこちら



### 宮川 尚子先生 コメント

この研究は自然災害被災者の乳製品摂取と高血圧の関係を示した初めての研究です。被災地では生活環境の変化などによって健康的な行動をとり難くなりがちですが、乳製品の摂取を増やすことは高血圧の予防に役立つ可能性があると考えられます。



## World Dairy Summit 2024(フランス・パリ)でポスター発表！

酪農教育ファーム(事務局 一般社団法人 中央酪農会議)の活動から、学校のキャリア教育に注目。酪農家の経営努力という新たな視点を活用したプログラムを開発中。子どもたちは困難があっても努力や工夫で乗り越えようとするプロフェッショナルになろうと思うなど、新たな教育的価値として酪農教育ファームの活動が注目されています。2024年11月のWorld Dairy Summit 2024で「Practical Proposal for New Initiative at Educational Dairy Farms」と題し、ポスター発表されます。

乳の学術連合 牛乳食育研究会 会員 藤本 勇二先生  
(武庫川女子大学 教育学部 教育学科 教授)



### 藤本 勇二先生 コメント

子どもたちは、将来の夢や希望はあっても「なぜ働くのか」を考える機会はありません。日本の酪農家の日々の経営努力に注目すると、子どもたちは、「プロフェッショナル」への憧れを抱き、なりたいたい自分を意識し、そこに向かって努力するすばらしさに気づきます。そのような研究成果を発表していきたいと思えます。

### お知らせ

## ジャパンミルクコンGRESS2024 開催決定

最新の研究成果を、各領域の研究者や酪農乳業関係者の皆様と共有し、乳についてさまざまな角度から語り合う学術集会です。詳細は下記サイトで夏頃公開予定。

- ◆日時:2024年11月30日(土)
- ◆場所:TKPガーデンシティPremium 神保町

詳細は coming soon



Jミルク ジャパンミルクコンGRESS2024

## 事業説明会アンケート「こんな研究やってほしい」 ※一部ご紹介

- ★A2ミルクとA1ミルク(現行乳)の違いや有意性
- ★牛乳・乳製品とトップアスリート
- ★子どもの感性に訴える効果的な学乳パッケージのデザイン、コンテンツの研究
- ★お酒と牛乳の関係

「乳の学術連合」の活動に興味を持っていただきありがとうございます。いただいたご意見の中にはすぐにでも取り組むべきものもあるようです。ご意見は「乳の学術連合」の先生方と共有し、今後の研究テーマを考える上で活用させていただきます。

### 学術調査グループ



Hiroshi Iwamoto



Kouji Mayumi



Izumi Mae



Akihiro Ogawa

乳の学術連合 サイトはこちら



乳の学術連合

牛乳乳製品の知識 改訂版

「牛乳乳製品の知識」は、乳牛や酪農の基礎知識から乳業工場の概要、牛乳やさまざまな乳製品を人々が利用してきた歴史からその栄養価や健康効果、さらには関連法規など、牛乳・乳製品に関わる幅広い内容を1冊にまとめたテキストです。前回改定から6年を経て、最新の情報も盛り込んで内容をアップデートしました。



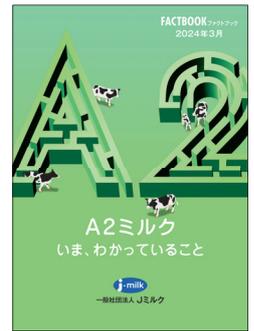
学術調査グループ 部長

岩本 洋



Hiroshi Iwamoto

何かと話題のA2ミルクですが、調べてみると「まだよくわからないこと」がたくさんあることに気づきます。また、飛び交っている情報の中には「必ずしも正しくないこと」もあるようです。そのような状況で、A2ミルクのエビデンスとして「いま、何がわかっているのか」「何が正しいのか」を整理する試みです。



Jミルク 牛乳乳製品の知識 改訂版

牛乳月間に  
公開予定



メルマガでお知らせします。  
ご登録はこちら



乳和食2024

コミュニケーショングループ 主任 西沢 彩乃



Ayano Nishizawa

6月末に約4年ぶりとなる乳和食スキルアップ講習会、12月に交流会を開催します。夏には、進化した新しいレシピの公開や乳和食メールマガジンVol.2の発信を予定しています(メルマガタイトル募集中です!)。11年目を迎えた乳和食、皆さまどうぞお楽しみに!



乳和食サイトは  
こちら

New-Washoku 乳和食

Jミルク 乳和食

6月牛乳月間

【乳和食指導者育成スキルアップ講習会】

献立作りを学ぶ 〜より魅力的な講習会にするために〜

- ◆日時: 2024年6月29日(土)
  - 【第一部】13:00~15:00
  - 【第二部】15:10~16:30
- ◆場所: 東京・女子栄養大学駒込キャンパス内
- ◆講師: 料理家・管理栄養士 小山 浩子 先生

- ◆講習内容:
  - ・10年で進化した乳和食
  - ・献立づくりを学ぶ
  - ・基本レシピにトレンドを取り入れるには

12月

〔NEW〕乳和食パートナー交流会

- ◆日時: 2024年12月6日(金)午後
- ◆場所: 福岡・永利牛乳「まきばの家」

アンチミルク  
対策に!!

牛乳を飲むと「お腹がゴロゴロする」「骨粗鬆症になる」「骨折する」「アレルギーになる」「がんになる」「胃腸に炎症が起きる」などを理由とし、「牛乳を飲むべきではない」というアンチミルク情報に対応するため、専門家の協力で科学的な根拠を基に解説した基礎資料や、よりわかりやすくした動画コンテンツなどを制作・提供しております。まずはQRコードでチェック!!

CHECK!

◆FACTBOOK



◆気になるウワサをすっきり解決



◆アニメ動画「牛乳大好き  
新入社員ロクイチくん」



◆ミルクの気になるギモンQ&A



Akihiro Ogawa

Jミルクライブラリー



Jミルク コミュニケーションスペースのご紹介

学術調査グループ 主任  
小川 哲弘

2024年4月末現在、約3000件の文献・史料等が登録されており、オンライン検索システム「Jミルク蔵書検索」で検索可能です。特に地域の酪農乳業史料について問い合わせをいただきます。来会いただければどなたでも閲覧可能です。ぜひご利用ください。

「土日ミルク」学乳パック展示



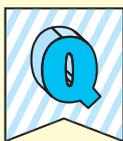
Yukie Nada

コミュニケーショングループ  
奈田 幸恵

イベントのために、全国の関係者の方々にご協力をいただいて集めた学乳パックを展示。47都道府県の給食で実際に提供されているパックを、いつでも手に取ってご覧いただけます!来会の際はぜひコミュニケーションスペースにお立ち寄りください。



牛乳・乳製品に関するさまざまな「ウワサ」や「ギモン」を、最新の研究成果を基にわかりやすく解説します。今回は、暑い季節に向けて取り組んでおきたい「熱中症に強い体づくり」と、牛乳の主要な栄養素である「乳たんぱく質」を取り上げます。



# 今年もさらに暑くなる日本の夏。熱中症になりたくない…。熱中症に強い体をつくるにはどうすればいい？



## 運動 + 牛乳です！

「運動 + 牛乳」で熱中症予防



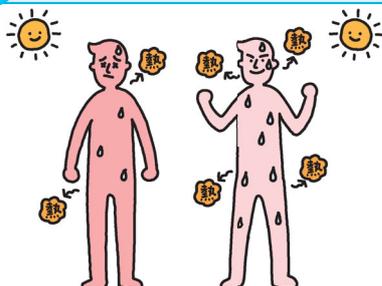
今年も昨年に続いて猛暑が予想されており、熱中症で救急搬送される人は全国で年間10万人に迫る勢いです。熱中症にならないために、今から体の準備をしておくことが大切です。熱中症に強い体とは、体内の熱を放出しやすい体質のこと。それには、暑さに体を適応させること、血液の量を増やすこと、第二の心臓と言われる足の筋肉を鍛えることが有効です。積極的に

屋外に出て、インターバル速歩などのややきつい運動の直後に牛乳を飲む習慣を続けると、血液量が増え、発汗速度や皮膚血管の熱放散が改善し、足の筋肉も増えることでさらに血流が改善することが実証されています。運動+牛乳の習慣を身につけることで、熱中症に強い体になるばかりでなく、体力や筋力もアップし日々の健康につながりますよ。

### 暑さに強い体をつくる3つのポイント

1

#### 暑熱順化



暑熱順化できていない

- 皮膚の血管が拡張しない
- 汗が少なく、蒸発しにくい
- 塩分を失いやすい
- 水分補給しても回復しない

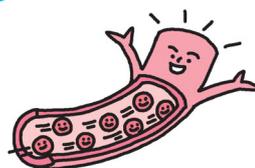
暑熱順化できている

- 皮膚の血管が拡張しやすい
- 汗が多く、蒸発しやすい
- 塩分を失いにくい
- 水分補給で回復しやすい

2

#### 血液増量

熱を運ぶための血液を増やす



3

#### 足の筋肉ポンプを鍛える

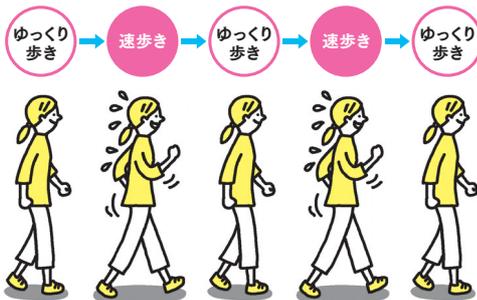
足は「第二の心臓」  
筋肉ポンプを鍛えて  
血液を心臓に戻しやすければ  
熱失神防止に役立つ



有効策は…

### インターバル速歩

速歩きとゆっくり歩きを交互に数分間ずつ行う運動する



「ややきつい運動」を1日15分以上行う



### 牛乳

運動後1時間以内(ゴールデンタイム)に牛乳を摂取



牛乳に含まれるアミノ酸と、消化されてブドウ糖に変わる乳糖(ラクトース)で疲労を効果的に回復

出典:Jミルクファクトブック 牛乳で熱中症対策2015



# “乳たんぱく質”について教えて！

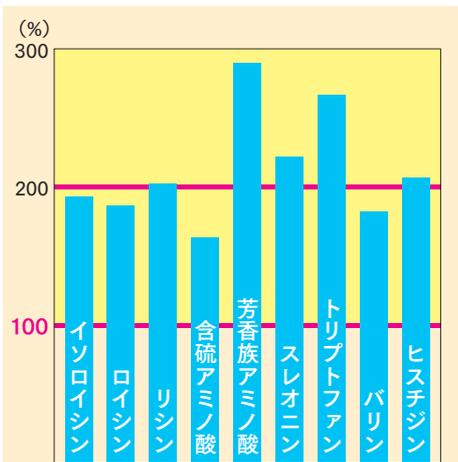


## 牛乳に含まれる良質なたんぱく質です！

たんぱく質の栄養価を考えるとときに大切なのが「質」です。一般的に、卵、肉や魚、牛乳・乳製品などの動物性たんぱく質食品は、アミノ酸バランスが優れ、消化・利用効率も高い「良質なたんぱく質」です(図表①)。乳たんぱく質は、「カゼイン」と「ホエイたんぱく質」の2種類に大別できますが、両者の消化・吸収スピードが異なるという特徴があるため、豊かな栄養が余すことなく吸収・利用されや

すくなっています(図表②)。乳たんぱく質は、筋肉をつくる上で重要な働きをする「ロイシン」を豊富に含んでいます(図表③)。効率よく筋肉をつけるためには、1日3回の食事ごとに20gのたんぱく質を摂るのが効果的とされていますが、牛乳1杯(200ml)で6.8gのたんぱく質を摂ることができます。

図表① 牛乳の各必須アミノ酸  
評点パターンに対する充足率



出典:2007年 WHO/FAO/UNUアミノ酸評点パターンを基準に、文部科学省 日本食品標準成分表2020年版(八訂)アミノ酸成分表から算出。

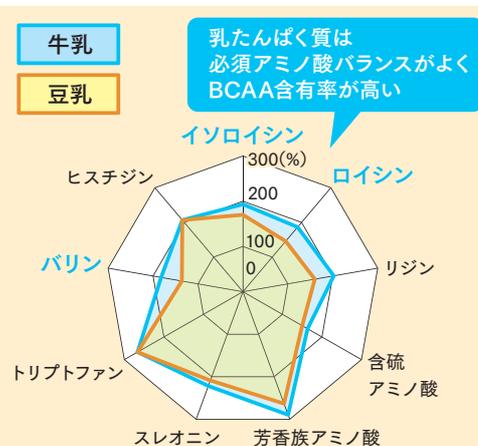
図表②  
牛乳中の乳たんぱく質



**カゼイン**  
・ゆっくり吸収  
・カルシウムの吸収を助ける

出典:Jミルクファクトブック  
牛乳の栄養と機能 2023-4

図表③ 各必須アミノ酸の評点パターンに対する充足率(牛乳と豆乳の比較)



出典:2007年 WHO/FAO/UNUアミノ酸評点パターンを基準に、文部科学省 日本食品標準成分表2020年版(八訂)アミノ酸成分表から算出。/Jミルクファクトブック 若い女性の「やせ」と日本人の栄養問題 2023-9

図表①/図表③  
FACTBOOK 若い女性の「やせ」と日本人の栄養問題  
～牛乳乳製品にできること～



図表②  
FACTBOOK 牛乳の栄養と機能  
～2023年版～



### あ と が き



今年度は熱中症対策として「熱中症警戒アラート」が気象庁と環境省から発表されとのことです。猛暑の到来をただ待つだけでなく、今から運動+牛乳の習慣を身につけ、「攻めの対策」で熱中症に強い体質をつくり、暑い夏を健康で楽しく過ごしましょう。

Jミルク アドバイザー  
池上 秀二

info@j-milk.jp

「ミルクの気になるギモン」の  
バックナンバーはこちら



Jミルク ミルクの気になるギモン

### 牛乳の日・牛乳月間の コンテンツ紹介

- ①リーフレット・ポスター「運動直後の牛乳」
- ②ロゴ・動画「運動してミルク？」



詳細は  
こちら



Jミルク 愛してミルクツール

全国のさまざまな企業や団体が参画し、酪農乳業の価値向上や牛乳・乳製品の消費拡大に取り組む「牛乳でスマイルプロジェクト」。今回も参加メンバーの皆さんに、具体的な活動内容とプロジェクトへの思いをお聞きしました。

参加登録はこちら



05

## 広島県酪農農業協同組合

代表理事組合長 温泉川 寛明（ゆのかわひろあき）さん  
代表理事専務 西中 晃（にしなかあきら）さん



「ひろらく」の愛称で知られる広島県酪農農業協同組合は、本プロジェクトが発足した2022年から参加されています。

コロナ禍を機に牛乳・乳製品の消費が落ち込む中、生乳廃棄を避けるた



カープ戦の試合前に実施したイベント。歌とダンス、グッズ配布や試食などで牛乳消費拡大をPRした。

め、乳量の少ない牛の早期淘汰といった人口対策が行われました。もちろん必要な措置ですが、生産基盤の維持には、牛乳消費の裾野を広げる出口対策も重要だと私たちは考えてきました。ひろらく独自の取り組みを模索していたところ、同じ課題意識で「牛乳でスマイルプロジェクト」がスタートしたことを知り、その趣旨に賛同していち早く参加することにしました。

プロジェクトに関連した活動事例は。

まず、私たちが着ているオリジナルTシャツをご紹介します。白黒の牛柄模様で胸にはプロジェクトの大きなロゴ、後ろは腰の部分に「HIRORAKU 369」（ミルク）の文字をプリントしています。

ひろらく役員は、会議やイベント、出張でもこれを着ています。通りがかった方から「かわいいですね」とほめてもらう機会もあり、Tシャツをひとつのきっかけに、本プロジェクトやミルクの価値に関心を持っていただけるようにするためです。私たち自身がいわば「歩く広告」ですね。地域と連携した活動の一例として、



「牛乳でスマイルプロジェクト」メンバー交流会（2023年9月20日・広島市）でTシャツを着用する、ひろらく関係者。

プロ野球・広島東洋カープとのコラボがあります。

2023年7月22日の試合前（マツダZOOM-ZOOMスタジアム）に、県出身の姉妹ユニット「Meibus」が「牛乳そんぐ」（ひろらく公式曲）を歌い、キッズグループがダンスを披露。球場内では牛乳関連グッズや資料を配布した他、手づくりアイスクリームの販売や甘酒の牛乳割りの試飲なども行い、訪れた観客に牛乳をPRしました。

この取り組みは各地の酪農乳業関係者からも注目されています。地域発信の取り組みが、こうして全国の仲間にも広がっていくことは私たちの願いであり喜びでもあります。ちなみに今年も8月12日のカープ対ベイスターズ戦で同様のイベントを計画しており、球団と日程等を調整中です。

酪農乳業関係者やプロジェクトメンバーへのメッセージをお願いします。

国内の酪農家戸数はこの15年余りで半減し、1万戸割れが迫っています。今後、地域に根ざした家族経営の酪農家にも残ってもらうためには、牛乳消費の拡大と安定が不可欠です。

「酪農家をこれ以上減らさない」という強い思いで、今こそ本気で取り組まなければなりません。私たちはこうした危機感を持って今後も活動を続けていきます。

消費拡大や生乳需給は特定の地域ではなく日本全体の課題です。その意味でも、全国の生産者や酪農乳業団体、乳業メーカー、異業種の企業が参加する「牛乳でスマイルプロジェクト」は大切な場です。多様なメンバーが同じ思いを持って、牛乳の消費拡大、ミルクの価値発信に向けて力強く取り組んでいくことを願っています。



温泉川・代表理事組合長（左）と西中・代表理事専務。事務所を置く三次市はもちろん、県庁や議会にも働きかけを行い、「酪農の良さ理解者、ファンを増やしたい」と話す。

# “消費拡大”目指す独自の取り組みも ～「牛乳でスマイルプロジェクト」活動事例～

06

## フジパン株式会社

マーケティング部 課長 柴田 知美（しばたともみ）さん  
マーケティング部 係長 小山 颯大（こやまはやと）さん

フジパン  
Webサイト



「牛乳でスマイルプロジェクト」に参加した目的と、これまでの活動内容は。

私たちもパン業界の一員として、日本の酪農関係者を応援し、牛乳・乳製品の消費拡大をお手伝いしたいという思いでプロジェクトに参加しました。

弊社のロングセラー商品「ぶどうぱん」は、水の代わりに牛乳を100%使用して製造しています。他にも牛乳

やクリーム、チーズなど乳製品を使っている商品は多く、企業としても酪農とは深い関わりがあります。

本プロジェクトでは、こうした既存商品を通じた支援だけでなく、新商品の開発による消費拡大に重点を置いて活動しています。

2023年10月発売の「ふんわり牛乳パン」「スナックサンドミルククリーム」から、これまで10品の新商品（地域限定商品も含む）を開発・発売してきました。いずれもパッケージに

「牛乳でスマイルプロジェクト」のロゴを入れ、牛乳・乳製品の消費をPRしています。

関連商品の発売を継続するうちにお客様にも弊社の取り組みが少しずつ知られ、SNSで酪農家さんによる投稿が見られるようになってきたところですよ。

「ふんわり牛乳パン」は、パン生地とキー生地をミックスして、しっとりとした食感に仕上げた牛乳味のパンです。最近では業界でも牛乳の使用を謳う商品が増えているので、弊社も「ミルクならでは味わい」をお客様にしっかりと伝えたい商品開発や情報発信に力を入れていきたいと思っています。

今後の取り組みとプロジェクトへの期待をお聞かせください。

商品開発に際しても若い世代への購入層拡大を図り、商品特徴をパッケージデザインへ訴求するなど、プロジェクトの認知拡大に関してお手伝いできればと考えております。

この点はSNSの活用が有効なもので、「#ミルクのバトンリレー」のような、共通ハッシュタグで企業も一緒に盛り上げられる企画があると参加しや



笑顔でおすすめ商品を手にする柴田さん(左)と小山さん。柴田さんは公式SNSの運用、小山さんは商品開発を担当している。

本プロジェクトはすでに600以上のメンバーが参加していますが、異なる業界・業種との連携に難しさも感じるため、今後はメンバー同士の横のつながりをサポートするしくみづくりに期待しています。

酪農乳業関係者へメッセージを。

弊社はこれからも、パン、和洋菓子などの商品を通してお客様の幸せと暮らしに関わり、牛乳・乳製品の消費拡大を支援していく考えです。

牛乳を使った新商品の開発は今後も継続的に行いますので、酪農家の皆さんもぜひ手に取って味わって、生産現場を応援する弊社の取り組みを知っていただきたいと思います。

### フジパン



牛乳でスマイルプロジェクト商品として5月に新発売した「ロングスティック 濃いミルク」(右)と6月新発売の「ミルクホイップデニッシュ」。特濃ミルク使用のホイップで芳醇なミルク感が味わえる。



同社の定番商品「ぶどうぱん」。水の代わりに牛乳を使い、しっとりとした生地に。ミルク由来のやさしい甘さとレーズンのコンビが好評。



# 2024年「牛乳の日・牛乳月間」各種ツール

データ  
提供

※画像は一例です。

## 「愛してミルク？」ツール

- ①ポスター(A2)白・緑
- ②牛乳の日・牛乳月間ロゴデータ
- ③リーフレット4種(A4/両面)
- のぼりデータ ●横断幕データ ●サウンドロゴ



② 「愛してミルク？」の他に③のリーフレットとリンクしたロゴもあるよ



暑くなる前の牛乳月間(6月)に牛乳飲用をPRしよう!



## 「土日ミルク」ツール

- ①ポスター(A2)
- ②リーフレット(A4/両面)
- ③「土日ミルク」イベント活用ツール

「土日ミルクレシピ」の中に『30日間チャレンジ! 毎日牛乳飲もうシート』があるよ



③

「土日ミルクフェス」「土日ミルク食堂」のコンテンツが自由に使えます!

### 牧場から牛乳・乳製品が食卓に届くまで



酪農家編  
「牛のエサ展示、牛さんクイズ」



乳業メーカー編  
「五味識別テスト体験」



学校栄養士編  
「ミルクのケビンと学ぼう」



販売員編  
「牛乳売り場のPOP制作」

### 親子アンケート&アイデアボード



土日にミルク飲んでますか?  
親子にアンケート!



土日にミルクを楽しむ方法を  
考えよう! アイデアボード

### 飲んでみよう! 食べてみよう!



牛乳・ヨーグルトの飲み食べ比べ  
「オノマトペで表現してみよう」



牛さんと牛乳・乳製品クイズ付き  
「ランチョンシート」



土日ミルクレシピ

### その他 informationなど



看板などの装飾やポスター

## 「うんこドリル」

酪農と牛乳について  
勉強できる  
アプリ公開中!



SNS企画「#ミルクのバトンリレー」

ミルクでつながる ありがとうの輪



#ミルクのバトンリレー

牛さんや牛乳・乳製品への  
「ありがとう」を、  
#ミルクのバトンリレー  
をつけて投稿しよう!



投稿期間：2024年6月1日(土)～6月30日(日)

★選べる3つの投稿スタイル★

みんなで共通テンプレートを使おう! どなたでも簡単&自由に参加できます。

A

いますぐ気軽に  
参加したい



“メッセージ入りテンプレート”  
を活用!

- メッセージがあらかじめ書き込まれたテンプレート
- ダウンロードしてそのまま投稿するだけでOK!



B

自分のことばで  
伝えたい



“書き込み用テンプレート”  
を活用!

- メッセージ欄を設けたテンプレート
- 写真編集アプリで自由に文字を書き込めます



C

お気に入りの写真を  
投稿したい



“写真合成用テンプレート”  
を活用!

- 自分で撮った写真を組み込めるテンプレート
- 個性的でインパクトのある投稿ができます



くわしい投稿方法はこちら▶

ミルクのバトンリレー 2024 🔍

「#ミルクのバトンリレー」

特設サイト

共通テンプレートの  
ダウンロード・写真合成はこちら



6月1日は牛乳の日  
WORLD MILK DAY!

ハッシュタグをプラスして  
日本&世界のみなとつながろう!



World Milk Day 6.1 JAPAN

日本の  
ミルクファンと

#牛乳の日



World Milk Day

世界の  
ミルクファンと

#WorldMilkDay

編集後記

2024年度も厳しい情勢が続いておりますが、全国各地で業界を盛り上げるためのイベントや対面会議が開催されるようになり、社会の変化と共に改めてコミュニケーションの重要性を感じます。今年度も引き続き多くの皆さまとつながり、酪農乳業の魅力を発信してまいります。



Hiroko Suzuki

コミュニケーショングループ 課長  
鈴木 浩子

✉ milkday@j-milk.jp

(ご意見・ご感想お待ちしております)

投稿例

「#ミルクのバトンリレー」



牛乳で乾杯しよう



牛乳月間に思いを伝える



自作イラスト・キャラクターも歓迎!



## 2 全国で広まれ!土日ミルク

～牛乳パックにロゴ活用～

- 株式会社共進牧場(兵庫県神戸市)

～授業プログラムを活用～

- 学校法人 国本学園 国本小学校(東京都世田谷区)

## 6 酪農乳業情報

- 酪農乳業乳製品在庫調整特別対策事業
- 酪農乳業産業基盤強化特別対策事業

## 7 国際関連情報

- 日本の持続可能な酪農研究会
- IFCNデーリーカンファレンス2024

## 8 学術調査関連

Jミルクの学術調査  
～研究で示す乳の価値～

## 9 Jミルクの最新コンテンツ

## 10 Q&A Vol.8

最新研究でわかった!

ミルクの気になるギモンQ&A

- 熱中症に強い体をつくるにはどうすればいい?
- “乳たんぱく質”について教えて!

## 12 牛乳でスマイルプロジェクト

“消費拡大”目指す独自の取り組みも  
～「牛乳でスマイルプロジェクト」活動事例～

- 広島県酪農農業協同組合
- フジパン株式会社

## 14 Information

～6月1日は牛乳の日・6月は牛乳月間～

- 2024年「牛乳の日・牛乳月間」各種ツール
- SNS企画「#ミルクのバトンリレー」

表紙・裏表紙イラスト: 佐藤 香苗さん(イラストレーター)



一般社団法人 Jミルク  
Japan Dairy Association (J-milk)

J-MILK REPORT Vol.48 SPRING / SUMMER 2024 | 発行日/2024年5月 編集・発行/一般社団法人 Jミルク

〒101-0062 東京都千代田区神田駿河台2-1-20 お茶の水ユニオンビル5階 TEL 03-5577-7492 FAX 03-5577-3236

✉ info@j-milk.jp 🌐 <https://www.j-milk.jp> 📘 <https://www.facebook.com/jmilkjp>

📷 j\_milk\_official 📺 @Jmilkofficial 📺 YouTube公式チャンネル

2024年度生乳需要基盤確保事業 独立行政法人農畜産業振興機構 後援