



挨拶 (社)全国牛乳流通改善協会会長 松尾 和重



本日は、第三十三回定時総会にご出席いただきありがとうございます。

きまして、本当にありがとうございます。また、公務でお忙しい中、農林水産省牛乳乳製品課・倉重課長はじめメーカーの方々のご出席をいただき本当にありがとうございます。

一昨年のリーマンショックからやっと立ち直りかけたら、今度はギリシアの財政危機が起こり、いままでも世界経済をけん引してきたアメリカ・日本・ヨーロッパが苦境に立たされております。それに代わって、中国・ブラジル・インドなど元気が出てきており、世界経済は不透明であります。

牛乳は、一昨年・昨年と一年に二度の値上げがありました。やむを得ない事だとこれに協力して参りましたが、消費の落ち込みに大変苦しんでおります。

牛乳の消費は年々一割近く落ち込んでおり、頭を抱えております。高齢化・少子化が進んでいる。牛乳を飲んで欲しい人に飲んでもらえていない。どうすれば牛乳を飲んでもらえるかという事を日夜考えております。来月六月は「牛乳月間」であり、一人でも多くの人に牛乳の良さを分かってもらえるように努めて参ります。

現在、宮崎県では口蹄疫が発生して大変な被害が出ております。肉牛・豚が多く感染しておりますが、近県には熊本県、大分県と酪農が盛んな地域が控えております。乳牛に飛び火しないように、何とか抑えていただきたいと願っております。

私共の業界は高齢化が進み、平均年齢が六十歳半ば〜七十歳になっております。後継者がいる店は三割未満となっており、若い人を育てないと業界の希望が持てません。牛乳販売店は消費拡大の最前線におります。異業種からの参入はありますが、長年培ってきたお客様との信頼関係は他の業者に負けないと自負しております。お客様がある限り届けるのは牛乳宅配であり、牛乳販売店は不滅です。

現在、協会は公益法人への移行を顧問の小林会計事務所との協力を得て、水野副会長を委員長とした特別委員会にて研究しております。難問山積の大変な時期に向かっておりますので、皆様方と一致団結して進んで参りたいと思っております。

販売店がある限り、マークを越えて販売店の向上のために尽くして行く所存ですので、今後より一層のご支援ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

現在、宮崎県では口蹄疫が発生して大変な被害が出ております。肉牛・豚が多く感染しておりますが、近県には熊本県、大分県と酪農が盛んな地域が控えております。乳牛に飛び火しないように、何とか抑えていただきたいと願っております。

祝辞 農林水産省生産局畜産部 牛乳乳製品課課長 倉重 泰彦 氏



本日出席の皆様方には、日頃から牛乳の販売を通して健康で豊かな生活の実現と牛乳乳製品の消費拡大にご尽力をいただいていることに深く敬意を表します。

口蹄疫については皆様方も心配されていることと思いますが、総理大臣を本部長とする対策本部を立ち上げ、農水省だけでなく防衛省、総務省などを含め関係府省で蔓延防止に全力を尽くしております。現地でも、山田副大臣をヘッドとする対策本部を設置して、宮崎県とも連携した体制を組んでおります。現在、肉牛を中心に発生しておりますが、乳牛に発生した場合、その酪農家の生乳は出荷止めされ市場に出回ることはありません。また、五月二十二日からワクチン接種が始まりました。

牛乳乳製品については、現在、風評被害が出ていると認識しておりますが、今後どのような影響が出るか全国的に監視いたします。牛乳の安全性の情報提供は大事なことで、農林水産省のホームページにて確実な情報提供に努めて参ります。貴協会はじめ関係の皆様におかれましては、引き続き冷静な対応をお願いいたします。需給状況については、平成二十一年度の生乳生産は北海道で増加、都府県で減少、全国でマイナス〇・八%となっております。発酵乳は増加しているが、大きなウエイトを占める飲用牛乳が伸び悩んでおります。牛乳の消費拡大は重要なことですが、農林水産省の施策に昨年来変化がございました。

牛乳乳製品消費拡大事業は昨年秋季の事業仕分けで予算縮減となりました。二十二年度予算では、PR的なものは不要とし、実需につながるものに見直しを行いました。飲用牛乳の消費拡大は至上命題ですが、限られた予算で実需を上げる対策に知恵を絞っております。

牛乳販売店は、地域に密着して消費者に近い存在です。お客様のニーズに即したきめ細かな対応が求められています。皆様方と協力して牛乳乳製品の消費拡大に取り組みで参りたいと思っておりますので、今後ともご協力をお願いいたします。本日出席の皆様のご活躍を祈念いたしまして、挨拶いたします。

祝辞 社団法人日本酪農乳業協会 専務理事 青沼 明德 氏



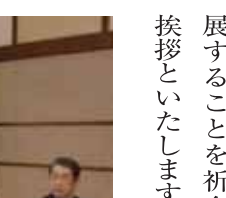
Jミルクは、牛乳の良さを消費者の皆さんに伝えて、もっともっと牛乳を飲んでもらうという運動を展開しております。牛乳がよいタンパク質で血になり、骨になり、肉になるといことはみんな知っております。そうした中で人々は牛乳を飲んでおります。しかし、私共が求めているのは、更に飲んでもらうことが現代の日本人の身体にいい、という思いであります。現代の日本人が健康上困っている生活習慣病、肥満の改善に牛乳乳製品が役に立つことでもあります。特にご報告したいのは、牛乳をよく飲む人、或いは牛乳乳製品をよく食べる人は生活習慣病になりにくい、という結果がアメリカ、イスラエルの研究で出てくることです。この結果を日本人にあてはめる訳にはいかないのですが、Jミルクが中心となって、乳業メーカーのご協力をいただいて調査を実施しております。その結果は未だまとまっておりませんが、アメリカやイスラエルと同じ結果が出たなら、消費者に牛乳の良さを説明しながら消費拡大に努めていただいている皆様方に、いい材料が提供できると思っております。Jミルクは、皆様方が消費者に説明するのに使いやすい科学的根拠を集めてお伝えすることを今年重点的に行います。協会はじめ皆様方がますます発展することを祈念いたしまして、挨拶いたします。

牛乳乳製品消費拡大事業は昨年秋季の事業仕分けで予算縮減となりました。二十二年度予算では、PR的なものは不要とし、実需につながるものに見直しを行いました。飲用牛乳の消費拡大は至上命題ですが、限られた予算で実需を上げる対策に知恵を絞っております。

牛乳販売店は、地域に密着して消費者に近い存在です。お客様のニーズに即したきめ細かな対応が求められています。皆様方と協力して牛乳乳製品の消費拡大に取り組みで参りたいと思っておりますので、今後ともご協力をお願いいたします。本日出席の皆様のご活躍を祈念いたしまして、挨拶いたします。

われわれ乳業界では平成二十一年度、二度の乳価値上げがありました。その中で、牛乳販売店の皆様には大変なご苦勞・ご負担をお掛けしたと思っております。宅配事業は、高齢化・健康志向から重要性を増しています。いろいろな業界からの参入があります。世の中はシユリンクしておりますが、宅配事業は年々成長しております。ただ、乳業界はその通りに行っております。ここ数年は牛乳の消費が低迷しております。皆様の宅配は中々伸びておりませんが、それ程落ちてもいないという状況にあります。これは、皆様の色々な努力の賜物と敬意を表し、感謝申し上げます。牛乳販売店様は地域に根差しお客様と一番近く、きめ細かなサービス活動をされていることが、乳価の値上げがあっても宅配軒数が減っていないことにつながっていると思っております。統計によると、皆様の販売店数は昭和五十一年には二万店あったのが、平成十九年には九千店にまで減っています。昭和五十一年の四割強の数まで減ってしまいました。しかし、われわれメーカーは重要なチャネルだと思っております。この考えはこの先も変わることはないと思っております。

祝辞 日本ミルクコミュニティ株式会社 取締役常務執行役員 渡邊 誠 氏



メーカーを代表してひと言ご挨拶申し上げます。

われわれ乳業界では平成二十一年度、二度の乳価値上げがありました。その中で、牛乳販売店の皆様には大変なご苦勞・ご負担をお掛けしたと思っております。宅配事業は、高齢化・健康志向から重要性を増しています。いろいろな業界からの参入があります。世の中はシユリンクしておりますが、宅配事業は年々成長しております。ただ、乳業界はその通りに行っております。ここ数年は牛乳の消費が低迷しております。皆様の宅配は中々伸びておりませんが、それ程落ちてもいないという状況にあります。これは、皆様の色々な努力の賜物と敬意を表し、感謝申し上げます。牛乳販売店様は地域に根差しお客様と一番近く、きめ細かなサービス活動をされていることが、乳価の値上げがあっても宅配軒数が減っていないことにつながっていると思っております。統計によると、皆様の販売店数は昭和五十一年には二万店あったのが、平成十九年には九千店にまで減っています。昭和五十一年の四割強の数まで減ってしまいました。しかし、われわれメーカーは重要なチャネルだと思っております。この考えはこの先も変わることはないと思っております。

今、宅配チャネルが注目されているのをチャンスと捉え、一軒一軒のお客様としっかりコミュニケーションを取っていただき、牛乳の消費拡大に繋がっていただければと期待しております。

全国牛乳流通改善協会は、長きにわたって牛乳の消費拡大、流通改善、牛乳販売店の経営基盤の安定に取り組みされ、酪農乳業界の発展に寄与してこられました。今後ともメーカーと連携を密にして、牛乳乳製品の普及拡大と一緒に活動していくことを祈念しております。本日出席の皆様を商売繁盛と協会の発展を祈念して、挨拶いたします。

われわれ乳業界では平成二十一年度、二度の乳価値上げがありました。その中で、牛乳販売店の皆様には大変なご苦勞・ご負担をお掛けしたと思っております。宅配事業は、高齢化・健康志向から重要性を増しています。いろいろな業界からの参入があります。世の中はシユリンクしておりますが、宅配事業は年々成長しております。ただ、乳業界はその通りに行っております。ここ数年は牛乳の消費が低迷しております。皆様の宅配は中々伸びておりませんが、それ程落ちてもいないという状況にあります。これは、皆様の色々な努力の賜物と敬意を表し、感謝申し上げます。牛乳販売店様は地域に根差しお客様と一番近く、きめ細かなサービス活動をされていることが、乳価の値上げがあっても宅配軒数が減っていないことにつながっていると思っております。統計によると、皆様の販売店数は昭和五十一年には二万店あったのが、平成十九年には九千店にまで減っています。昭和五十一年の四割強の数まで減ってしまいました。しかし、われわれメーカーは重要なチャネルだと思っております。この考えはこの先も変わることはないと思っております。

事業概要

# 事業計画の概要

平成二十二年度においても前年度に引き続き、飲用牛乳の消費拡大、牛乳販売店の活性化・経営の安定的発展の実現と組織強化を図る諸事業を計画し、本総会で承認可決されました。

実施事業についての詳細は別途実施要領等を印刷して配付することとしていますが、その概要は次のとおりです。

## 事業の内容

### 1. 牛乳製品消費拡大特別事業(飲用牛乳流通活性化事業)

(1) 牛乳販売店に係る販売拡大のための検討会の開催、調査・分析

変化する消費者ニーズに的確かつ迅速に対応出来る牛乳販売店となるために、優良事例店の実態調査を行う。その調査結果を分析して報告書を作成し、関係先に配布する。その活用により牛乳販売店の経営の強化充実と共に飲用牛乳の需要拡大を図る。

(2) 消費者ニーズ把握のための検討会の開催、調査・分析

宅配(牛乳・販売店)を取り巻く諸問題と解決すべき方向性を探り出す一助とするため、全



国五千の宅配顧客を対象に、質問紙留置き法によるアンケート調査を実施し、販売店経営の活性化に繋げる。

(3) 地域の牛乳販売店における消費拡大のための協議会の開催及び指導者育成のための研修会の開催

これからの販売店の方向性として共感できるテーマに取組み、参加者に良い刺激を与えられる販売店主体の消費拡大のための協議会を開催する。

また、地域において業界活性化



(2) ブロック会議

全改協取組事業に係る所属流改協間の意思の疎通を図ると共に組織強化に向けた取組みを行う。

### (3) 流改協会長会議

酪農乳業界をとりまく諸情勢や牛乳販売店の経営改善及び活性化の研究並びに流改協組織の強化等について検討し、その対応策と指導体制の確立を図るための会議を開催する。

### (4) 流改協事務局担当者会議

都道府県流改協において実施する諸事業を効果的に実施するとともに、流改協事務局の運営を円滑に行うため、流改協事務局担当者に対して、流改協事務局担当者に対する研修及び意見の交換を行うための会議を開催する。

### (5) 宅配活性化事業

牛乳販売店の経営体質の強化と安定化のための宅配事業の活性化を図る事業を全乳連に委託する。

### (6) 牛乳販売店特別事業

飲用牛乳の消費が伸び悩む中、牛乳販売店に貢献できる事業を企画し実施する。

## 2. 全改協組織強化促進事業

### (1) 流改協懇談会

都道府県流改協組織の強化充実と、効果的な事業運営の促進を図るため、流改協の抱えている組織、事業運営上の障害・問題点等について、要望がある流改協と全改協との間で、その対応策を協議し、解決を図るための懇談会を開催する。

## 3. 情報事業

### (1) 機関紙「全改協だより」

全改協諸事業の進捗状況、酪農乳業界の情報・動向及び牛乳販売店経営の活性化、近代化を図るための参考資料等を掲載して提供する。

### (2) 全改協ホームページ

組織の周知並びに提供すべき情報をタイムリーに提供すると同時に、宅配(牛乳・販売店)への啓蒙活動の支援充実を目指す。

## 4. 流改協組織強化運営対策事業

流改協組織の強化と円滑な運営に向けて、平成二十二年度においても前年度に引き続き、二十一年度販売店拠出金からkg当り二銭を都道府県流改協に会費口数割で配分する。

## 5. 関係団体協力事業

(1) 牛乳製品の消費拡大に向けて、日本酪農乳業協会(Jミルク)が中心となって進めている六月の「牛乳の日」「牛乳月間」の活動に積極的に協力、参加する。

(2) 全国牛乳商業組合連合会、日本乳販政治連盟、マーク団体及び酪農乳業団体等関係諸団体とも緊密な連携をとり酪農乳業界の発展のため協力する。

特に全乳連、乳販政治連盟とは、共に乳販界を代表する団体であるので、意志の疎通と情報の交換を行い、乳販界の発展に努める。

## 6. 特別委員会

公益法人認定の検討を継続して行う。

New  
ちょっと贅沢、  
かなり上質なミルク、  
できました。

げゅつと濃縮  
125ml

3つのこだわり

- 1 ミルクの栄養へのこだわり  
約1.4倍<sup>\*</sup>の生乳を贅沢に使用。1本(125ml)で普通牛乳コップ1杯分(180ml)のカルシウムとたんぱく質が摂れます。
- 2 ミルクのおいしさへのこだわり  
原材料は生乳99%以上使用。  
生乳をやさしく濃縮することで、ミルク本来のコクと、まろやかな甘みに徹底してこだわりました。
- 3 おなかの健康へのこだわり  
森永独自のビフィズス菌BB536と乳酸菌が生きています。  
ヨーグルトの良さも取り入れることで、おなかへのやさしさにこだわりました。

※当社普通牛乳比

## 贅沢プレミアムミルク

(種類別) 乳製品乳酸菌飲料 宅配限定



ミルクより

# 「6月1日は牛乳の日、6月は牛乳月間」キャンペーン

(社)日本酪農乳業協会では、2007年より毎年6月1日を「牛乳の日」、6月を「牛乳月間」と定めて※牛乳により親しんでいただくための行事などを計画し、牛乳・乳製品の普及に努めています。本年は、酪農体験を通じて牛乳・乳製品への理解を深めてもらうことを目指した「夏休み親子牧場体験キャンペーン」を中心に、各乳業メーカーによる「特別工場見学」や、各地方団体による牛乳飲用促進イベントなどが行われます。

※2001年、国際連合食糧農業機関(FAO)が、6月1日を「世界牛乳の日(World Milk Day)」として提唱。日本も2008年より、毎年6月1日を「牛乳の日」に、毎年6月を「牛乳月間」に制定しました。また、6月は食育月間でもあり、「食」が注目される月でもあります。



## 特別工場見学会

6月の「牛乳月間」に限り、全国乳業メーカーの製造工場にて「特別工場見学会」を一堂に開催します。牛乳乳製品の栄養講話、製品の出来るまで教室、できたて牛乳乳製品の試飲試食など、牛乳月間限定で色々な体験ができます。工場によってメニューが異なりますので、詳細はそれぞれの工場にお問い合わせください。

## 夏休み親子牧場体験中止のお知らせ

宮崎県で発生した口蹄疫を終息させるため、それぞれの牧場におきましては、立ち入り制限、消毒薬散布など自己防衛策が実施されておりますが、今回、キャンペーンにおいて賞品として「北海道での牧場体験」を実施することは、不適切と考えられるため、キャンペーンの当選賞品を「15万円相当の旅行券・15名」に変更することとなりました。誠に申し訳ございませんが、ご理解のほど、なにとぞよろしくお願い申し上げます。

- キャンペーン応募期間 平成22年6月1日(火)～6月30日(水)
- 応募URL <http://j-milkcp.jp/>
- お問い合わせ先 キャンペーン事務局 03-3545-8369



## その他の取り組み

- 「メディアミルクセミナー」(主催:Jミルク)  
東京の大手町サンケイプラザで6月4日(金)に「メディアミルクセミナー」を開催し、『歯と骨の健康と牛乳・乳製品』をテーマに、骨粗しょう症研究の権威である折茂肇(おりも はじめ)先生にご講演いただきました。
- 「牛乳市民講座」(主催:日本酪農科学会)  
名古屋のテレビアホールで6月13日(日)「牛乳市民講座」を開催し、牛乳に関する疑問・質問に専門家が科学的根拠をもとに解き明かしていきます。
- 「おいしいミルクセミナー」(主催:日本乳業協会)  
6月1日(火)に東京で、また6月29日(火)には京都で、「おいしいミルクセミナー」を開催します。いずれも、第一部は大学教授により乳製品の栄養についての講義を、第二部はパティシエによる調理のデモンストレーションがあり、講習後には試食も可能です。
- 宅配牛乳販売店による、牛乳啓発資料の配布、「牛乳の日」広報
- マスメディアを活用した「牛乳の日」周知
- 全国の各団体(各県牛乳普及協会、関係団体、酪農家等)により、街頭、量販店で一堂にイベント開催  
・地域牛乳セミナー開催 ・「父の日に牛乳を贈ろう」キャンペーン ・牛乳試飲会 ほか

<p><b>5月9日 アイスクリームの日</b> 乳製品の記念日 日本アイスクリーム協会制定: 日本で初めてアイスクリームを製造・販売した日にちなんで</p>	<p><b>5月15日 ヨーグルトの日</b> 明治乳業制定: ヨーグルトを世界に広めた免疫学者 メチニコフ博士の誕生日5月15日にちなんで</p>	<p><b>9月6日 生クリームの日</b> 中沢フーズ制定: 「9」と「6」で「クリーム」と読む語呂 合わせより</p>	<p><b>11月11日 チーズの日</b> 日本輸入チーズ普及協会・チーズ普及協議会制定: 飛鳥時代の新暦11月に、現在のチーズの元祖である “蘇”が作られたという文献にもとづいて</p>
---	--	---	---

### 【お詫びと訂正のお知らせ】

2010年3月11日発行の第55号 1面「牛乳販売店優良事例発表会」受賞者一覧の表のなかで、明治牛乳島田宅配センター石渡さんのお名前の表記に誤りがありました。正しくは「石渡和幸」さんです。謹んでお詫び申し上げますとともに、今後このようなことがないように校正を強化いたします。

明日をもっとおいしく  
**meiji**



## おいしく美しくうるおう

美容成分として人気のコラーゲンに、注目のヒアルロン酸とビタミンCを配合。すっきりさわやかな味で、毎日おいしく飲むことができます。

低分子 コラーゲン 3000mg	ヒアルロン酸 5mg	ビタミンC 80mg
------------------------	---------------	---------------

## 明治 うるおうコラーゲン

乳飲料 100ml

新発売

## 宅配シェアNO.1の明治乳業から

(株)総合プランニング調べ(09年4月～10年3月)

ご覧の商品以外にも、健康とおいしさ考えた  
さまざまな商品をご用意しています。



毎日一本  
良い習慣 **明治の宅配サービス**  
お問い合わせ・お申し込みは、お近くの明治乳業  
特約店もしくはフリーダイヤルへ。

**0120-035-369**

受付時間/月～金曜日 9:00～17:00 **オミゴトミルク**  
●土日・祝日は休業です。 ※一部お届けしていない地域もあります。

明治の宅配サービス 健康プラザ  
▶ <http://takuhai.meinyu.jp/>

明治乳業株式会社