



議事進行の様子

全改協 第三十二回 通常総会を開催

全国牛乳流通改善協会(全改協)は、五月二十六日、東京・御茶ノ水の東京ガーデンパレスで、第三十二回通常総会を開催し、各議案についての審議ののちいずれも原案通り承認可決しました。



〒113-0034 東京都文京区湯島3-1-4 プリランテ湯島6階
社団法人全国牛乳流通改善協会
TEL.03-3836-4431(代)
FAX.03-3836-4462

紙面から

平成二十一年度事業計画の概要



通常総会にて承認された平成二十一年度の事業概要を紹介しています。経営の安定的発展や活性化を支援し、魅力ある牛乳販売店となるよう環境の実現を図るための、販売拡張方策検討会や後継者育成研修などの諸事業を実施する計画です。

総会は水野正博副会長の開会の辞により開始し、まず松尾和重会長が挨拶を述べ、スーパード量販店での牛乳安売り問題や調整牛乳問題について触れました。

総会の来賓として、大杉武博農林水産省生産局畜産部牛乳製品課課長、菊地力夫森永乳業株式会社市乳事業部長がそれぞれ祝辞を述べられました。本年はお二方も、世界的な消費の低迷と、そうした状況下での牛乳消費拡大のためのバックアップ施策について話題にし、それぞれの立場から牛乳販売店への期待と祈念を述べられました。

続いて、長谷川正氏(神奈川県)を議長に選任、議事録署名人に依田末男氏(東京都)、中田貴顕氏(広島県)の両氏を選出し、議案審議に入りました。平成二十一年度事業報告、同決算報告、平成二十一年度事業計画案、同収支予算案が審議され、また本年は、新公益法人制度の施行に伴い、組織強化基金への積立の件も議案として提出・審議されました。



質疑応答の様子

質疑応答では、各流改協代表者の意見・要望に対して、全改協役員の各担当者が真摯に説明・回答し、今後より一層販売店の声を受け止められる組織であることを約束しました。これら活発な議論を経て、本総会へ提出された議案はいずれも原案通り承認可決されました。

総会は本田浩次(社) 日本酪農乳業協会会長の挨拶と、佐藤宗男常務理事による閉会の辞で終了しました。その後の懇親会場では、橋本正敏専務理事が司会進行を務め、恒例の「牛乳で乾杯」の後、来賓の方々、全改協の役員、流改協の代表者等の中で親睦が図られ、全国から集まった出席者同士での相互交流や意見交換が行われました。

平成二十一年度の事業計画の概要につきましては、三面に掲載しております。

式次第

- 一. 開会の辞
- 一. 会長挨拶
- 一. 来賓挨拶
- 一. 議長選任
- 一. 議事録署名人選出
- 一. 議案審議
 - 第一号議案 平成二十一年度事業報告書
 - 第二号議案 平成二十一年度決算報告書
 - 第三号議案 平成二十一年度事業計画書(案)
 - 第四号議案 平成二十一年度収支予算書(案)
 - 第五号議案 全改協組織強化基金への積立の件
- 一. 閉会の辞

家族みんなの健康づくりは、毎朝のヨーグルトから。



安定剤・香料
不使用!

ヨーグルト
本来の味

ラクトフェリンと ビフィズス菌

1本(120g)あたりの主要成分

ビフィズス菌 BB536 100億個以上	ラクトフェリン 100mg	ミルクオリゴ糖 (ラクチュロース) 100mg
----------------------------	------------------	-------------------------------



いきいき元気の
むヨーグルト

おなかに配達ヨーグルト

- 生きたまま腸まで届くビフィズス菌BB536 100億個以上
- ラクトフェリン100mg
- ビフィズス菌を増やすラクチュロース(ミルクオリゴ糖)
- ビタミンE 3mg
- コクのある味わいのヨーグルト
- ゼラチンや寒天等不使用

いきいき元気のむヨーグルト

- 生きたまま腸まで届くビフィズス菌BB536 100億個以上
- ラクトフェリン100mg
- ビフィズス菌を増やすラクチュロース(ミルクオリゴ糖)
- 食物繊維2.6g配合
- 飲みやすいドリンクタイプ

挨拶 (社)全国牛乳流通改善協会会長 松尾 和重



皆様、 本日は遠いところ、またお忙しい中お集まりいただきましてありがとうございます。また各ご来賓の方々、ご多忙の中ご出席いただきましてありがとうございます。

昨年大隈会長が退任され、私が引き継ぎまして丁度一年が経ちましたが、昨年の四月には三十年ぶりの値上げがありまして、皆様には大変ご苦労いただきました。

昨年の値上げは、原油価格あるいは資材・飼料の高騰ということ、皆様のご苦労、ご努力はありましたけれど、割と消費者の方々にご理解いただき、値上げもスムーズに行われたと思っております。

ところが一年もたないうちに、今年三月一日にキロ十円という大幅な値上げがございまして、今年の値上げは大変苦労しておられると思っております。私どもの仲間が消費者に販売に行きまして、なぜ宅配牛乳だけこんなに高いのかといわれ、大変苦労しております。

我々販売店は生産者の苦しい実情を訴えて値上げを承諾してもらい、一生懸命努力してきました。しかし一方で一部のメーカーといえども安売りが横行しており、我々後ろから刀で傷つけられたような思いしております。このまま安売りが

が続くようでしたら、何かアクションを起こして訴え続けなければいけないのではないかと思っております。

また、最近危惧されるのは、調整牛乳の問題です。無調整牛乳というのがコクがあつておいしくても、調整牛乳のように安くてそこそこ味がおいしく、カルシウムも取れるということであれば、質より価格の時代ですから、安ければそちらに手が出ると思っています。そうなれば、ますます我々宅配牛乳との格差が広がって、宅配牛乳が売れなくなる。消費者のニーズですから、止めることはできないと思っておりますし、私どもとしては消費者が求めるものをぜひ作っていただけてほしいと思っておりますが、今加工乳でどんどん安く売っている調整牛乳についても、私どもは危惧を持っているという事は申し上げたいと思っております。

ただ、私どもは長い間にお客様との信頼を築き、牛乳消費の拡大を進めてまいりました。対面販売で訴え続けてきた、牛乳販売店の消費拡大における効果といったものには絶大なものと自負しております。どうかこれからも日々精進されて、経営規模の拡大あるいは経営の益々の拡大にご努力されることを祈念いたしまして、措辞でございますが本日の挨拶とさせていただきます。

乳価の問題で揺れている業界ではなからうかと思っておりますが、まず三月の生産者乳価の値上げと呼応する形で、乳業メーカーの小売りへの納入価格あるいは希望小売価格で値上げが行われています。スーパーマーケットで並んでいる牛乳類をみますと安売りがまだまだ散見され、それが深刻な問題であると認識をしております。

の値上げこそが、三十年でできてこなかったことをやめた話ではなからうかと思っております。そういう意味で生産者乳価の引き上げに伴った各段階での製品への価格転嫁というものが、その限りにおいてはできていないということではなからうかと思っております。

さて先般、Jミルクの方からこの二十一年度の需給を見通した上半期について発表をしているわけですが、その中で牛乳は五、六%の減少、これに対して成分調整牛乳、加工乳、乳飲料が一、九%の増加、はっ酵乳、乳酸菌飲料も加えた牛乳統計の処理量でこの上半期を見通すと二、九%の減少というものが傾向値ということになるわけ

で、つまり牛乳類の中の内訳構成が大きく変わりつつあるという状況であります。成分調整牛乳の問題というのは非常に難しいところがございますが、牛乳製品需給全体にどう影響を与えるか、これをどういうふうに対処していくのか、といったことをしっかりとらえてやっていく必要があると思っております。

そういうことでございまして、消費拡大が最も重要な取組みではないかと思っております。六月の牛乳月間、六月一日の牛乳の日、それから、全国で一斉工場見学、牧場解放、ミルクセミナーなどを開催して牛乳の消費の維持拡大というものを官民あげてやっていこうということでございます。今日お集りの牛乳販売店の関係者の方々には、積極的に課題に取り組んでほしいと、そして我々はそれをバックアップしたいと考えております。皆様方の一層のご健勝ご発展を祈念いたしましてお祝いの言葉としたいと思います。

祝辞 農林水産省生産局畜産部 牛乳乳製品課長 大杉 武博氏



本日は全改協通常総会の開催、誠にありがとうございます。

乳価の問題で揺れている業界ではなからうかと思っておりますが、まず三月の生産者乳価の値上げと呼応する形で、乳業メーカーの小売りへの納入価格あるいは希望小売価格で値上げが行われています。スーパーマーケットで並んでいる牛乳類をみますと安売りがまだまだ散見され、それが深刻な問題であると認識をしております。

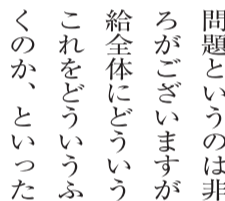
の値上げこそが、三十年でできてこなかったことをやめた話ではなからうかと思っております。そういう意味で生産者乳価の引き上げに伴った各段階での製品への価格転嫁というものが、その限りにおいてはできていないということではなからうかと思っております。

さて先般、Jミルクの方からこの二十一年度の需給を見通した上半期について発表をしているわけですが、その中で牛乳は五、六%の減少、これに対して成分調整牛乳、加工乳、乳飲料が一、九%の増加、はっ酵乳、乳酸菌飲料も加えた牛乳統計の処理量でこの上半期を見通すと二、九%の減少というものが傾向値ということになるわけ

で、つまり牛乳類の中の内訳構成が大きく変わりつつあるという状況であります。成分調整牛乳の問題というのは非常に難しいところがございますが、牛乳製品需給全体にどう影響を与えるか、これをどういうふうに対処していくのか、といったことをしっかりとらえてやっていく必要があると思っております。

そういうことでございまして、消費拡大が最も重要な取組みではないかと思っております。六月の牛乳月間、六月一日の牛乳の日、それから、全国で一斉工場見学、牧場解放、ミルクセミナーなどを開催して牛乳の消費の維持拡大というものを官民あげてやっていこうということでございます。今日お集りの牛乳販売店の関係者の方々には、積極的に課題に取り組んでほしいと、そして我々はそれをバックアップしたいと考えております。皆様方の一層のご健勝ご発展を祈念いたしましてお祝いの言葉としたいと思います。

祝辞 森永乳業株式会社 執行役員市乳事業部長 菊地 力夫氏



全改協の総会にあたりまして、乳業会社を代表し一言お祝いを申し上げます。

全改協さんは全国の牛乳販売店さんの要として大切な役割を担っております。この厳しい状況下

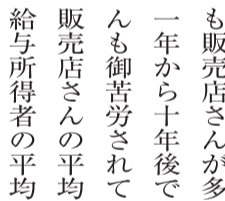
らにその使命は大きなものとなっております。過去の調査によりまして、昭和六一年というのは、最も販売店さんが多かった昭和五十一年から十年後であり、販売店さんも御苦労されていた時代ですが、販売店さんの平均営業利益が当時給与所得者の平均給与を上回っています。販売店さんの経営が大変恵まれていたという実感とは異なると思っておりますが、しっかりと闘っていらつしたということだと思います。そのような闘いを勝ち抜いてきた皆さんとともに、百年に一度といわれておりますこの状況下を乗り切りたいと思っております。

今をときめくマクドナルドや洋服の青木の競合対策や販売力の秘密を見ると、大変シンプルです。例えば単純にお客様のお話をよくうかがうのだということですね。マーケティングの世界で最強のインフルエンサーというのは、家族と友人です。仮に商品を百万点売ろうとする場合、一千人のインフルエンサーが必要ということですが、この理論値に近づくことができるのはおそらく牛乳販売店さんではないかと思っております。この初期インフルエンサーをいかに生み出すかということが、ポイントですけれども、これこそまさに牛乳販売店さんに当てるべきマーケティング理論、たとえばあるご家族で牛乳をおとりになっている方がお一人であるという場合に、他のご家族が販売店さんに何らかの理由で嫌悪感を抱いているという

ことになる、そのご家族がインフルエンサーとはならない。ここには秘密があるということでございます。

最後になりますけれども、私たちは地域に根ざし、地元を愛される販売店さんのネットワークを大切にしたいと思っております。お客様に愛される販売店網を中心に据えて全国の皆様とともに闘いたいなど、今こそチャンスであるというふうに思います。

祝辞 社団法人 日本酪農乳業協会会長 本田 浩次氏



まず総会が無事終了したことをお祝い申し上げます。

大変熱心な総会でのご意見を十分聞かせていただきました。

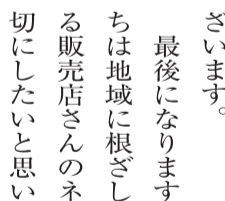
先ほども松尾会長からもお話がありましたけれども、先般五月十五日のJミルクの第一回の理事会におきまして、スーパー店頭における安売りの問題でありますとか、成分調整牛乳の取り扱い問題でありますとか、松尾会長から具体的なご意見をいただけて、私どもも今後の業務の参考にさせていただき、十分に議論をして、検討していきたいと私からも回答させていただきました。

こういう時代ですからますます販売店に対する酪農乳業界の期待は大きいものがあるだろうと思っております。私どもJミルクでは、本当にできるだけの事をしたいと思っ

ておりまして、先般も「いいこといっぱい牛乳パワー」というチラシを作り、販売店の皆様から配布をしていただきました。そのチラシの中には、例えば血圧を調整するとか、病気の抵抗性やウイルス・細菌に対する感染防御機能が高まる、牛乳の三次機能についていっぱい書いてありますけれども、牛乳販売店の皆様にはよく勉強していただき、そういった牛乳のいいところを、科学的知見を十分持ちながら、自信を持って伝えていただきたいと思っております。

また、Jミルクの平成二十一年度の新しい事業として、販売店セミナーというのをモデル的にやろうと思っております。興味と関心のある方々はこの販売店セミナーにも参加していただくなり、また参加した方から感想を聞いていただくなりしてご意見をいただければと思っております。

祝辞 全改協ならびに会員の皆様方へ



全改協ならびに会員の皆様方へ、ますますのご発展を祈念申し上げます。

全改協ならびに会員の皆様方へ、ますますのご発展を祈念申し上げます。

全改協ならびに会員の皆様方へ、ますますのご発展を祈念申し上げます。

全改協ならびに会員の皆様方へ、ますますのご発展を祈念申し上げます。

全改協ならびに会員の皆様方へ、ますますのご発展を祈念申し上げます。

全改協ならびに会員の皆様方へ、ますますのご発展を祈念申し上げます。

事業概要

平成二十一年度 事業計画の概要

平成二十一年度においても前年度に引続き、飲用牛乳の消費拡大や宅配を中心とした経営の安定的発展や活性化により、後継者等にとっても魅力ある牛乳販売店とするための経営環境の実現と組織の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。事業実施についての詳細は、別途実施要領等を印刷して配布することとしていますが、その概要は次のとおりです。

1. 牛乳製品流通活性化 対策事業

(1) 牛乳販売店調査・検討・拡張 マニュアル作成事業

変化する消費者ニーズに的確かつ迅速に対応できる牛乳販売店となるために、優良事例店の実態調査を通して発見された手法を基礎に拡張マニュアルを作成し、その活用により宅配機能の強化充実を図り、もって飲用牛乳の需要拡大を図る。

(2) 牛乳普及啓発資料作成・配布事業

販売店を通じた牛乳の飲用習慣の定着をバックアップするため、牛乳の持つ優れた機能性と宅配機能の優秀性を盛り込んだパンフレットを作成・配布し、それらの活用徹底により飲用牛乳等の消費拡大を図る。

(3) 牛乳販売店消費者ニーズ把握実態調査事業

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、全国五千軒の宅配顧客を対象に、質問紙留め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。

(4) 販売拡張方策等の検討並びに後継者育成研修会事業

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販売拡張方策検討会を実施する。

また、経営基盤の強化が後継者問題解決の何よりの特効薬であることに鑑み、視点拡大を促すテーマによる研修会を実施する。

(5) 牛乳販売店優良事例発表会事業

創造的で優れた販売技術、手法等を駆使して飲用牛乳の需要の掘り起こしに寄与し、効果・実績を上げている牛乳販売店を全国から



選出し、その技術、手法等の優良事例を中央において発表し、表彰する。その内容を優良事例集としてまとめて普及啓発を図り、もって飲用牛乳の需要拡大を図る。

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のため、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、対象とな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要望により開催する。

(2) ブロック会議

地域には本年度もブロック会議の開催を促し、全改協取組事業等に係る所属流改協間の意思の疎通を介して、組織強化に向けた進路の共有化を図る。

(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の開催を、中央において十一月頃に予定する。

(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、全改協による研修及び意見の交換を行うための会議を中央において開催する。

(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。

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を掲載して提供する。

(2) 全改協ホームページ

サイトの内容の見直し作業を継続し、宅配(牛乳・販売店)への啓蒙活動の支援充実、組織の周知ならびに提供すべき情報の拡大と迅速性の改善を目指す。

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、平成二十一年度におい

5. 関係団体協力事業

(1) 牛乳乳製品の消費拡大に向けて、日本酪農乳業協会(「ミルク」が進んでいる「3.A Day」)の推進、「ミルクってサブリかも。」の展開、そして六月の「牛乳の日」「牛乳月間」等、これら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に協力する。特に全乳連、乳販政治連盟とともに乳販界を代表する団体であるので、互いに意思の疎通と情報の交換を行い、乳販界の発展に努める。



健康って、おいしい。
MEIJI
明治乳業

シェアNo.1! 明治の宅配サービス

【(株)総合プランニング調べ(07年4月~08年3月)】

毎朝、
活力すっきり。

新発売



- LB81乳酸菌
- プロフェック®
- 食物繊維
- オリゴ糖

明治乳業独自の機能性食品素材 Profec®(プロフェック) Profec®(プロフェック)は、明治乳業が独自に発見した機能性食品素材です。スイスのエメンタルチーズを作る際に利用するプロピオン酸菌を使って発酵させた乳清発酵物で、乳由来の自然な成分です。

明治 **ブルガリア**
活力すっきり
のびヨーグルト 180ml

ご覧の商品の他にも、健康とおいしさを考えたさまざまな商品をご用意しています。



※一部お届けしていない地域もあります。

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

●土日・祝日は休業です。

自然のちからを、未来のチカラへ。

●全改協組織強化基金への積立の件

本年は事業計画案・収支予算案の他に下記の議案が提出され、本総会で承認可決されました。

全改協組織強化基金は、164,796千円貸借対照表特定資産の部にありますが、平成二十一年度更に30,000千円の追加積立を実施したい。

※新公益法人制度の施行にあたり、全改協としては「公益法人」を目指すことを選択しておりますが、公益認定を受けるのに必要な要件を満たすための措置として本議案が提案されました。

●質疑応答

補助金について

《質問》

直接補助金が販売店に支払われるような事業が実施できるよう、もっと販売店の立場に立った制度づくりに積極的に取り組んでほしい。

《回答》

より販売店にとって利用しやすい制度となるよう、全改協として今後も取り組んでいきます。

値上げについて

《質問》

現在、酪農家の値段があまり

にも安く売っている。このような状況の中、多くの牛乳販売店は拡張に非常に苦しんでいる。このことについてしっかりと取り組んでほしい。

《回答》

(全改協より、ご来賓の農水省大杉課長、Jミルクの本田会長らに対して、今の販売店の状況の理解と対応をお願いするとともに、値上げの仕組みについて詳細に説明しました)

地域と中央の格差について

《質問》

地域の声が中央に届いていないように思われるが、いかがか。学乳の問題も含め、行政のあり方について考えてほしい。

《回答》

全改協の役割をしっかりと務められるよう、今後一層行政や流改協との連携を図っていききたいと思えます。



6月1日は
牛乳の日
WORLD MILK DAY

6月1日は「牛乳の日」、6月は「牛乳月間」

関連イベントが全国で続々開催

(社)日本酪農乳業協会(Jミルク)は、6月1日(月)の「牛乳の日」からスタートする「牛乳月間」(※)の期間、農林水産省の支援のもと、各酪農・乳業団体と協力して全国各地でさまざまな牛乳販促イベントを開催しました。「牛乳月間」制定2年目となる今年は、酪農・乳業関係者が連携して、5月31日(日)にキックオフイベントとして「MILK EXPO@有楽町」を開催し、一般消費者を対象に、「搾乳体験、ほ乳体験などの乳牛との触れあい」や「骨密度測定」、「ミルククイズラリー@有楽町」などを行いました。

※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。

● その他、牛乳月間の主な取り組み ●

「全国一斉特別工場見学会」および「おいしいミルクセミナー」

(主催:(社)日本乳業協会)

(社)日本乳業協会に加盟する全国乳業メーカーの製造工場で、「全国一斉特別工場見学会」を実施しました。全国10カ所で「おいしいミルクセミナー」を開催し、牛乳・乳製品の「美味しさ」「楽しさ」「大切さ」をアピールしました。

「オープンファームデイ活動」

(主催:(社)中央酪農会議)

地域交流牧場全国連絡会に加盟する牧場では、「オープンファームデイ活動」として、地域住民などを対象に牧場の開放を実施し、日本の酪農に対する理解を深めるとともに、未来の牛乳愛好者の育成を図りました。

● 流通への取り組み ●

「牛乳月間」認知向上と牛乳の消費拡大を図る施策を実施

Jミルクでは、全国の酪農・乳業関係者と連携して、各種イベントを行うだけでなく、全国の流通拠点に対してもツールを配布して、「牛乳月間」を盛り上げました。全国の小売店へ店頭販促POP、小型パンフレットなどの配布により、「牛乳月間」の認知向上と牛乳の消費拡大を図りました。



5月9日 アイスクリームの日 5月15日 ヨーグルトの日 9月6日 生クリームの日 11月11日 チーズの日

笑顔のそばに
MEGMILK



新生活習慣

食事・運動 + この1本。

あなたの健康をバックアップ!

アスタキサンチンパワー

100ml



NEW

アスタキサンチン4mg含有

飲みやすいニンジン・トマト風味

1本で1日分の緑黄色野菜120gを摂取

日本ミルクコミュニティ株式会社 www.megmilk.com/takuhai/ ☎0120-758-369 (9:00~17:00日・祝除く)