



〒101-0061 東京都千代田区三崎町3-2-15オリエンビル6階
 発行所 一般社団法人全国牛乳流通改善協会
 TEL.03-6380-8021 FAX.03-6380-8435
 e-mail : mail@zenkaikyou.or.jp
 U R L : www.zenkaikyou.or.jp
 twitter : @zenkaikyou
 facebook : 全国牛乳流通改善協会

第39回通常総会 役員改選され新たな顔ぶれ決まる

一般社団法人全国牛乳流通改善協会(全改協)は5月20日、東京・市ヶ谷のアルカディア市ヶ谷で第39回通常総会を開催しました。本年度は役員改選期にあたり、会長に橋本会長が再任され、役員の新顔ぶれも決まりました。



通常総会の様子

総会は正会員42名に対して39名(委任状出席、権利行使届含む)の出席があり、全改協定款第19条および総会運営規程第7条により成立いたしました。別表にお示しした次第のとおり、北川副会長の開会宣言後、橋本正敏会長がまず来賓のご出席への御礼を述べ、次いで、開会の挨拶として、量販店の出現による牛乳販売形態の変化という、全改協設立の時

- 第三十九回 通常総会次第**
- 一 開会の辞
 - 二 会長挨拶
 - 三 来賓祝辞(農林水産省・Jミルク・雪印メグミルク)
 - 四 議長選出
 - 五 議事録署名人選出
 - 六 議案審議
 - 第一号議案 平成二十七年 事業報告書承認の件
 - 第二号議案 平成二十七年 決算報告書承認の件
 - 第三号議案 平成二十八年 事業計画及び収支予算報告の件
 - 第四号議案 役員改選の件
 - 七 閉会の辞

紙面から



第39回通常総会
 事業の概要 (1) (3面)
 全改協からのお知らせ (3面)
 「牛乳の日・牛乳月間」について (4面)
 全改協事業 積極的なご参加を (中刷り) (4面)

4月に発生した熊本地震で被害に遭われた方々に心よりお見舞い申し上げますとともに、一日も早い復興をお祈り申し上げます。

平成28年度 全改協役員

会長	橋本 正敏
副会長	北川 忠男
専務理事	萩原 泉
常務理事	中西 隼彦
常務理事	伊藤 恵祐
常務理事	白羽 恵司
理事	加藤 正三
理事	田村 長次郎
理事	中島 保廣
理事	新田 国範
理事	平野 達矢
監事	家村 正則
監事	佐藤 卓

代背景とそれ以来全改協が果たしてきた役割、設立以来の成果と全改協自身の改革、メーカー各社様への商品開発等での協力をお願いを述べて始まりました。

農林水産省生産局畜産部牛乳乳製品課、関係諸団体、賛助会員、乳業メーカーからお招きした来賓を紹介し、祝辞として、葛谷好弘農林水産省生産局畜産部牛乳乳製品課 課長補佐、佐野晴彦Jミルクマーケティンググループ部長、土岡英明 雪印メグミルク株式

会社取締役のお三方からご挨拶をいただきました。

議長に田村滋賀県流改協会長、議事録署名人に渡邊東京都流改協会長、木村静岡県流改協会長を選任して開始した議事は、平成27年度の事業報告、平成27年度決算報告について審議し、承認されました。また、本年度の事業計画と本年度の収支予算についての報告がありました。次いで役員改選があり(左表参照、村田副会長の閉会の辞をもって総会本会議は終了いたしました。

開会の辞
 一般社団法人全国牛乳流通改善協会 副会長 北川 忠男氏

本日はご多忙のところ、全国からご出席を賜りまして誠にありがとうございます。都道府県流改協の皆さまには、日頃ご支援とご協力を賜りまして誠にありがとうございます。ただ今より、全改協の第39回通常総会を開催いたします。よろしくご審議のほどお願い申し上げます。





森永カルダス
 消費者庁許可 保健機能食品 (特定保健用食品)
 ※乳製品乳酸菌飲料

生きてまま腸まで届く
ビフィズス菌で
お腹の調子を整えます!

- ミルクカルシウムが2倍(当社普通牛乳比)
- 森永独自のビフィズス菌(BB536)
- 鉄分1mg
- カルシウムの吸収を助けるビタミンD

うるおうグルコサミン

なめらかな動きに欠かせない
3大成分

- グルコサミン1500mg
- コラーゲン1000mg
- ヒアルロン酸5mg

ヨーグルトテイスト 人工甘味料不使用 脂肪ゼロ

森永乳業

挨拶
一般社団法人全国牛乳流通改善協会
会長 橋本正敏氏



一般社団法人全国牛乳流通改善協会 第39回

通常総会にあたり、農林水産省牛乳乳製品課 葛谷課長補佐はじめご来賓の方々におかれましては、大変お忙しい時節にも関わらずお越しいただき、ありがとうございます。また、流改協の代表の皆さまに対しましては、日頃の大変なご尽力に感謝申し上げます。

今年、全改協が昭和52年に当時の農林省から認可を受けてから、いよいよ40周年目の節目を迎えます。当時の状況をひもときますと、その頃は地域の牛乳販売店が牛乳流通の主役を担っていた時期でしたが、同時に、大型店の台頭の兆しが顕れたことにより、その流通形態が変化しはじめた時期でもありました。これによる牛乳流通の将来への懸念が全改協設立の要因の一つであったと認識しております。以来、全改協は、生処販の一翼「販」の役割を担う組織として、消費者の皆さまと積極的に直接向き合ってきました。一方で、流通の変化の容赦のない波は、特に平成に入り激しくなりました。大店法改正によ

り流通は肥大化し、過当競争が顕在化しました。牛乳の低価格販売が問題化したり、量販店の売り場の主体が牛乳から低脂肪牛乳や乳飲料にシフトしたのがこの時期です。地域に支えられてきた牛乳販売店にとつては大変厳しい経験させられた時期です。業界も、時代に合わせた改革を行うことを余儀なくされ、組織再編も起きました。この結果、業界全体が「課題に即応しうる体制」「ここの食文化に欠かせない(乳)の提案」を中心とした活動へと進化を遂げました。

全改協が一般社団法人に移行して3年が経過しました。全改協の事業は、当初は委託事業や補助事業中心でしたが、今申しあげた改革を経て、現在は自主的な、加盟店のための事業、あわせて地域密着、社会貢献を重視する内容の事業を実施するよう変革しました。牛乳販売店が少量多頻度配達と低温物流を得意としており、住宅地域をくまなく定期配達していることはご存じのことと思いますが、現在は都道府県警察はじめ様々な関係機関と連携をとり、昔からの牛乳販売店の典型的な営業スタイルである訪問集金や日中の営業活動などを利用して、高齢者の方々の見守りや地域安全パトロールなどの地域貢献活動を全国規模で行っています。また、各地で、長年培ってきた老舗経営者を利用して、町おこし行事に深く関わるなどした結果、地域で

重要な位置づけにある全改協の加盟店は少なくありません。量販店の台頭は地域流通の淘汰を加速させ、これが結果として地域に不便な流通形態を生み、また買い物弱者の増加を招くことにもつながっています。ますます深刻化する地域の疲弊は大きな社会問題と化しています。後継者不足に悩まされる加盟店も少なくない中、全改協は、それでもなお頑張っている全国の加盟店とともに進みます。時代に合った経営支援対策の構築と、合理的な組織運営とが全改協の急務だと認識しております。

各乳業メーカー様に対しましては、今注目を浴びているヨーグルト等の発酵乳をはじめとした牛乳関連商品のさらなる画期的な開発をお願いし、あわせて、宅配の特性を活かす加盟店の宅配機能の最大限の活用を切にお願いする次第です。行政、関係団体の皆様に対しましては、変わらぬご支援、変わらぬご協力をお願いいたします。

全改協は、全国の加盟店のために組織を自分たちで作るためにいきたいという理想を本日お集まりの皆様と共有し、今後とも全国の加盟店のために頑張らせて参ります。本日の総会がその足がかりとなるよう諸議案を提案させていただきますので、最後までよろしく願っています。

祝辞
農林水産省 生産局畜産部
牛乳乳製品課 課長補佐
葛谷好弘氏



初めに、先般の熊本での震災で被災された方々に對しまして、心よりお見舞い申し上げます。加盟店の中にも被災された方がいらっしゃるということがあります。心よりお見舞い申し上げます。

本日は、日頃より農林水産行政にご理解とご協力を賜り、感謝申し上げます。

近年少子高齢化、人口減少が進む中で、牛乳の消費の減少が続いておりますが、牛乳販売店が加盟店である全改協は、健康にいい食品である牛乳・乳製品の普及について、消費者の方々へ一番近い接点がございまして、皆さまのご理解・ご協力をいただきながら消費拡大に引き続き、ご尽力くださいますようお願い申し上げます。

農林水産省の取り組みといたしまして、二つは学校牛乳の支援事業に取り組んでおりますし、あわせて、牛乳・乳製品全般の消費拡大に関係団体のご協力をいただきながら取り組んでおります。一方、酪農行政では、近年の酪農家の減少、飼養頭数の減少による生産減少が課題となっております。幸い昨年度は3年ぶりに前年を若干上回りましたが、長期的に見ると減少傾向が続いています。牛乳・乳製品の安定供給のためには、国内生産基盤の強化が重要で、その取り組みを進めております。一方で、国民の皆さまに

まに牛乳乳製品を安定的に供給するために、適時適切なタイミングで、過不足が生じないよう乳製品の輸入等をあわせて実施することを、国内の産業を育成しつつ行いたいと考えております。

さらに、近年、訪問販売、電話勧誘等によるトラブルが増加しているというところで、特定商取引法に關しまして、消費者庁で1年かけて議論され、報告書が作成されましたが、訪問販売について法改正までは至らなかったと伺っております。一方で、現時点で対策を行うべきとして自主規制の強化や高齢者被害対策の強化等が挙げられたと伺っておりますが、全改協ではすでに「牛乳販売店の「宅配」に関する自主規制マニュアル」を策定され、会員・加盟店の皆さまへの周知を徹底的にされているということで、安心しております。議論の見直しについては我々も引き続き注視して参ります。

先ほど会長からお話ございましたように、牛乳販売店は、単純に牛乳を販売するだけではなく、地域の見守り等多面的な役割を担っており、複合的な活躍をされていることを再認識したいと思います。最後に、皆さま方のご健勝とご発展を祈念いたしまして、ご挨拶とさせていただきます。本日はおめでとうございます。

祝辞
一般社団法人Jミルク
マーケティンググループ部長
佐野晴彦氏



本来、会長の宮原が出席しご挨拶申し上げます。

本日は、第39回通常総会の開催、誠にありがとうございます。日頃、全改協におかれましては、全国の牛乳の宅配での流通改善、地域貢献に数々の取り組みを実践されておられることについて、改めて敬意と感謝を表する次第です。さて、最近の牛乳、酪農乳業をめぐる情勢につきましては、橋本会長、葛谷課長補佐からすでにお話がありましたとおり、楽観を許されない状況です。Jミルクといたしましては生処販一体となった、サプライチェーンの安定化、安全、安心の取り組みとあわせて、マーケティング活動として、牛乳・乳製品の価値向上につながる情報の収集と、情報コンテンツの開発、刷新に引き続き努めて参ります。



通常総会の様子

「牛乳の日・牛乳月間」は、酪農乳業界が一体で取り組み、本年も全改協会員の加盟店さまからはポスターをご活用いただいております。ありがとうございます。酪農乳業関係者一体となって活動を盛り上げていくことが重要と考えており、引き続きご支援をお願いします。Jミルクは6月4日に「牛乳の日」記念学術フォーラムを開催します。ぜひご出席ください。

平成29年度も、「ミルクカレンダー」は全改協のご協力を得て作成します。さらに「バイジョニアップした(乳和食)の内容を進めますのでご期待ください。(乳和食)は10,000名対象の調査で認知率が25%、「食べたことがある」が7.4%です。日本全体に換算すれば700万人が乳和食を食べた計算です。宅配ルートでの認知活動が大きく貢献していること表れです。引き続きご支援をお願いいたします。

牛乳販売店とお客様との信頼関係、「毎日宅配くろうさま」といった信頼感、牛乳の飲用と相関関係があると調査結果でも出ております。加盟店の地域貢献活動が大きな原動力かと思えます。今年「牛乳の日・牛乳月間ポスター」は「MILKでSMILE」というコピーですが、明るく元気に、誠実にお客様に接していくことが信頼の醸成、売り上げの確保につながるものとして信じております。引き続きご支援ご協力をお願い申し上げます。

最後に、本日の通常総会で議論を深められ、全改協がますます発展されますこと、また、ご臨席の皆さまのますますのご健勝を祈念し、お祝いの言葉といたします。

全改協『牛乳販売店の「宅配」に関する自主規制マニュアル』を消費者団体にレクチャー

橋本会長が(一社)全国消費者団体連絡会にて

2016年度第2回運営会議参加報告

全改協が、牛乳の宅配に関する消費者トラブルを防止するため、『牛乳販売店の「宅配」に関する自主規制マニュアル』(以下「宅配マニュアル」といいます)を策定したことは本年1月1日発行の「全改協だより」第76号でお知らせし、宅配マニュアルを各加盟店にもお送りいたしました。

この宅配マニュアルの作成までの経緯、作成の目的を、橋本会長が全改協代表として、消費者団体の全国的な連絡組織である「(一社)全国消費者団体連絡会」(消団連、東京 四谷)にて去る6月23日に説明いたしましたので、そのもようをご報告します。

「消費者契約法」「特定商取引法改正案」(以下「特商法」といいます)が5月25日に参議院本会議で全会一致で可決・成立しました。特商法改正案では、取引内容が悪質なものの、違法性が明白な行為について規制が強化されましたが、訪問販売・電話勧誘の事前拒否制度を導入することなどは盛り込まれませんでした。これは消費者委員会の「特定商取引法専門調査会」が本年1月に出した答申が尊重されたと言えます。私たち宅配関係者にとっては好ましいと言える内容でした。しかし一方で消費者団体としては、これらが法規制に盛り込まれなかったことは「積み残し」と捉えており、今後も、訪問販売・電話勧誘を規制対象にすべきという主張を続けるものと考えられます。また、消費者委員会の専門調査会が早ければこの夏にも再開され、これらの点が検討される可能性があります。

(一社)全国消費者団体連絡会は消費者団体の全国的な連絡組織で、1956年に設立され、全国的消費者組織、地域単位の消費者連絡組織、消費者問題に係る非営利組織が加盟しています。

6月23日開催の消団連の2016年度第2回運営会議は、改正消費者契約法・改正特商法と「積み残し」になった課題を学習し、悪質な訪問販売・電話勧誘、消費者トラ

ブルを抑止することを目的に開催されました。この場に、橋本会長が講師として参加しました。消団連は、全改協が「宅配マニュアル」を策定したことを、消費者に対する業界団体の取り組みの先進事例と捉え、消費者庁の紹介により全改協の代表者を講師として運営委員会に招請したものです。

当日の運営委員会では、弁護士の池本誠司氏が、5月の特商法の改正ポイントについて、

- 悪質商法や明白に違法な行為に関する規制が強化されたこと
- お断りステッカーの導入など、違法行為の要件を拡大する規制や違反の認定に幅がある規制は見送られたこと

と、今後の取り組み課題として

- 消費者指向経営と消費者被害防止の実現
- 消費者被害防止に向けた世論形成
- 民事規定について要件の厳格化・明確化を要求することは筋違い

を説明しました。

また、消費者庁消費者調査課長の澤井景子氏が、「協働型の消費者行政」として、事業者が消費者の視点に立ち、消費者の権利の確保に努めるべきだ、と説明しました。

そして、橋本会長は宅配マニュアル作成にいたる目的と経緯について発表しました。橋本会長は発表の後、数名の質問を受けましたが、消団連の運営委員会の場に販売業界の代表が出席する機会はまだあまりないようで、宅配牛乳の契約についての質問が出されたり、宅配の特長を活かした地域密着活動について興味を示した質問が出されました。

橋本会長はさらに、悪質な事業者に対する取締りを強化する点には理解を示した一方、地域密着型の牛乳販売店のように、消費者にとって有益かつ健全な事業者があるということもぜひ認識していただきたいと、強く要望されました。

6月1日は
牛乳の日
WORLD MILK DAY
6月は牛乳月間

FAO(国際連合食料農業機関)は2001年に、6月1日をWorld Milk Day(世界牛乳の日)と定めました。日本もこれに合わせ、6月1日を「牛乳の日」、6月の1カ月間を「牛乳月間」としています。牛乳月間中、日本の酪農業界は一体となり、さまざまな催し・イベントを行いました。本紙面では、その中から6月4日に行われた「牛乳の日」記念学術フォーラムについてご報告いたします。

ミルクの価値再発見! ~未来へのミルクの物語~

乳の学術連合と(一社)Jミルクが主催となり、6月4日(土)、東京都内にて、「牛乳の日」記念学術フォーラム「ミルクの価値再発見!~未来へのミルクの物語~」が開催されました。

フォーラムでは、乳の学術連合運営委員会事務局長・前田浩史氏、牛乳乳製品健康科学会議会員・家森幸男氏、乳の社会文化ネットワーク幹事・小長谷有紀氏の3名による講演の後、乳の社会文化ネットワーク幹事・大江靖雄氏を交えパネルディスカッションが行われました。

前田氏は、Jミルクの牛乳乳製品に関する食生活調査データを基に、日本人の牛乳飲料行動を支える意識を分析。「栄養健康」「酪農共感」「美味しさ」を主軸とし、どこに牛乳の価値を感じるかは個人のライフスタイルによって異なっている、人々と牛乳の関係性を整理し、価値意識を構造化していくことが、今後の乳利用拡大を考えるうえで有効であると訴えました。

家森氏は、「健康長寿食」という視点から牛乳の価値を検証。栄養バランスの優れた和食に「プラス牛乳」をすることで、和食の短所である塩分

過剰やカルシウム不足を補うことができ、究極の健康長寿食がうまれると提言されました。

小長谷氏は、牛乳の「形而上価値」を提唱。栄養を摂取する際に動物を殺さず、搾取という方法をとることは動物と人間の「共生」の始まりである、乳は「世代や種も超えていのちをつなぐもの」との考えを通し、牛乳の「社会的・文化的価値」について講演されました。

パネルディスカッションでは「時代とともに変わる牛乳の価値をどのように捉え、どのような方法で発信するのがよいか」について様々な意見交換がなされました。

時代とともに移りゆく価値基準があるからこそ、今後の販売チャネルやコンテンツなどには他角度からの検討の余地があり、同時に大きな可能性を秘めていることが、さまざまな意見の中から垣間見えました。そして、牛乳を訴求することは、個人の食生活・ライフスタイルの再定義にも繋がるものであり、牛乳の「未来」について多くの参加者に共感いただけるフォーラムとなりました。



ガセリ菌SP株のチカラで、一步進んだ健康習慣。



飲む
ガセリ菌
ガセリ菌SP株
+ **グルタミン**
ヨーグルト
ドリンクタイプ

ゼロ
砂糖0・脂肪0
カロリー(1本当たり)
37kcal

ガセリ菌 SP株 + グルタミン

カラダをケアする
2つの
素材

食べる
ガセリ菌
ガセリ菌SP株
+ **グルタミン**
ヨーグルト

低脂肪
カロリー(1個当たり)
51kcal



写真はイメージです。
宅配専用

商品に関する
お問い合わせ

なごやか ミルク
0120-758-369

(受付時間:日・祝除く9:00~17:00)

<http://www.meg-snow.com/takuhai/>



雪印メグミルク

全改協事業 積極的なご参加を!

全改協事業のご案内

全改協は、牛乳の消費拡大と加盟店の経営安定化のためにさまざまな事業活動を行っています。加盟店の皆さまがその事業に参加し実施することで皆さまの地位向上や社会貢献にもつながります。皆さまの積極的なご参加をお待ちしております。



各事業へのお問い合わせは 都道府県の牛乳流通改善協会(流改協)までお願いします。

流改協によって、実施を計画している事業が異なりますので、必ず各都道府県の流改協にお問合せください。

① 体験事業(牛乳屋さんのお仕事体験)



牛乳を身近に感じてもらう!

職場体験で、中高生には仕事を体験してもらい、園児や小学生にはお店を見学してもらおう! 体験者へ向けた資料(牛乳についてもっと知ろう!)も用意しています。これまでに数多くの生徒さんが体験し、販売店には多くのお礼の手紙が寄せられるなど、生徒・教育機関双方からご好評をいただいています。

山形県体験事業

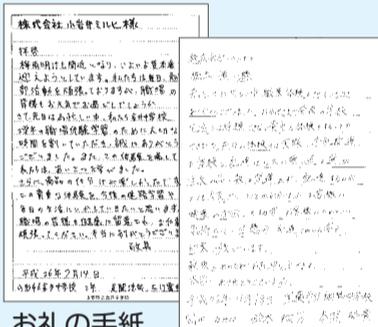


過去の「体験事業」の様。体験と座学を通し、牛乳販売店への理解が大きく深まりました。

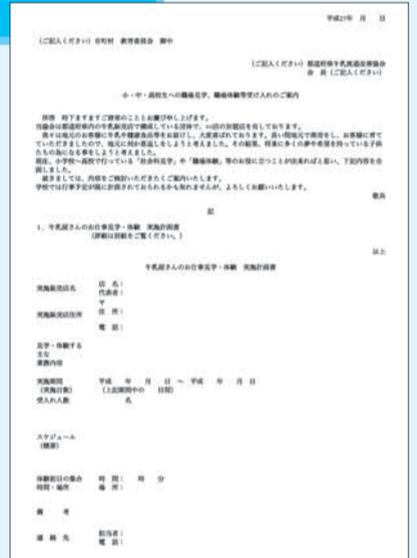
東京都社会科見学



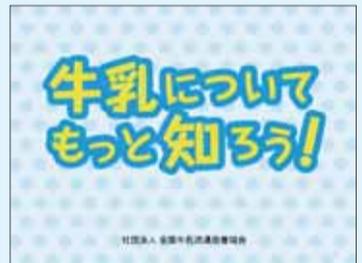
小学生の「社会科見学」の様。見学を通し、牛乳屋さんを身近に感じてもらいました。



お礼の手紙



申込みは流改協を通じて、各教育委員会へ。



中学生向け説明用資料は、全改協HPからダウンロード可能。

② 啓発事業(牛乳・乳製品の利用促進)



全改協が一定額負担! お得意様づくりに!

宅配牛乳のメリット、便利な点、栄養的にもすぐれている点をもっと知ってもらおう! ※応募状況によって早期に募集を打ち切る場合がございます。流改協に確認してみてください。

今年度は、

- 妊産婦 ●70歳以上のおひとり暮らしの方 ●小学校3年生(8歳)以下のお子さんを対象に、

- 宅配牛乳 ●乳飲料 ●ヨーグルト

を対象商品に広げました。

新規契約・3ヶ月以上の契約のお客さまに限りです。

はじめて宅配牛乳を利用した妊産婦の方々から、こんな声をいただいています。

- 妊婦としてカルシウムを手軽に摂取できたので良かったです。
- 産後も授乳のために赤ちゃんのために続けたいと思います。
- 牛乳を買うと荷物がかさみ重くなるので持ってきてもらって本当に楽でした!

喜びの声がもっと届くといいですね!

新規契約のお客様限定 宅配牛乳・乳製品・ヨーグルト お試しキャンペーン

期間中(8/1~10/31)の新規ご契約で5,400円分もおトク!

対象となる宅配乳製品: 牛乳、乳飲料、ヨーグルト

対象となる方: 妊産婦、70歳以上のおひとり暮らしの方、小学校3年生以下のお子さん

詳しくは下記URLまでお問い合わせください。

お客様を獲得するためのパンフレットは、全改協HPからダウンロード可能。

③ 牛乳販売店優良事例発表会



めざせ農林水産大臣賞!

日頃の販売活動をお知らせください。中央発表会に進まれた加盟店を審査し、農林水産大臣賞を授与いたします。

発表会では、名誉ある「農林水産大臣賞」を頂点に、各優秀賞を決定。受賞店は、高い信用度という営業活動のメリットが得られます。ぜひ皆様もご参加ください。



過去の優良事例発表会の様子。それぞれの加盟店が工夫を凝らして発表しています。



昨年度、農林水産大臣賞を受賞した「(株)小岩井ミルヒ」。地域との密な連携と、お客様とのコミュニケーションが受賞の決め手でした。

④ 食品流通構造改善緊急対策事業(リース事業)



設備導入時のリースの利息 2/3相当額を免除!

皆様が設備・機器を新たに導入する際のリース利息の一部を「(公財)食品流通構造改善機構」が負担する事業です。全改協加盟店であれば、難しい手続きは不要。必要書類を流改協を通じて提出するだけです。

●提出期限:

- ①2016年8月31日まで
- ②2017年2月28日まで

本事業の詳しい説明パンフレットは、すでに都道府県流改協にお配りしています。8月31日と2月28日の2回締切りがありますので、機器の導入を検討中の方はぜひお問い合わせください。



⑤ 地域安全パトロール



加盟店による地域貢献活動!

配達時などにできる地域貢献活動として、統一ステッカーを貼った車両による地域安全パトロールを!

これは、「地域を巡回する」「早朝の時間帯に活動する」「お客様と顔の見えるお付き合いをする」という、牛乳販売店ならではの活動といえます。地域社会における地位向上のためにも、積極的な展開をお願いいたします。



過去に行われた出発式の様子。ステッカーを貼った配達車両が一斉に走り始め、地域に大きくアピールしました。



(一社)全国牛乳流通改善協会
都道府県警察
(公財)全国防犯協会連合会

全国規模で展開するため、シンボルとして統一デザインのステッカーを作成。