

関係各位

一般社団法人 J ミルク
(公印省略)

**“給食のない日”も家庭で子どもが牛乳乳製品を楽しく摂取する活動推進
「カルシウム 200+をとろう! (#土日ミルク)」の取り組みについて**

拝啓 時下、ますますご清祥のこととお慶び申し上げます。日頃は、J ミルクの事業推進に格別のご高配を賜り、厚くお礼申し上げます。

J ミルクでは、家庭・学校・地域・酪農乳業との連携した取り組みとして、学校給食が休みの日に子どもたちが家庭で楽しく牛乳乳製品を摂取するための呼びかけを行います。小・中学生とその保護者をターゲットとし、まずは牛乳の特徴的な栄養素であるカルシウムの役割と牛乳乳製品を楽しく摂取する方法を紹介するリーフレットとシールを、酪農乳業関係者と全国の小学校・教育機関に無償提供いたします。

つきましては、関係各位等へ幅広くご周知いただきたくお願い申し上げます。

敬具

記

1. コンセプト

今、学校が休みとなる時期（冬休み、春休み等）の「給食のない日」には、子どもたちがカルシウム 200～470mg ほど不足するという大きな栄養問題があります。これは、給食の牛乳 200mL で 1～2 本分に値します。そこで、子どもたちが休みの日も家庭で自ら進んで楽しく牛乳を飲みたいと思える環境づくりを実現するため、牛乳乳製品の新たな価値訴求として、「カルシウム 200+をとろう」や「牛乳 200ml + トッピングメニュー」などを提案していきます。

子どもの視点で考え、学校が休みといえば「土日」というわかりやすさを踏まえ、「# 土日ミルク」と打ち出し、下記の取り組みを推進します。なお、この取り組みは、農林水産省と J ミルクで 6 月に立ち上げた「牛乳でスマイルプロジェクト」の一環として実施します。

【コンセプトロゴ】



※「土日ミルク」コンセプトの情報解禁日は 12 月 16 日（金）12 時以降です。

それまでは関係者限りとし、Web サイトや SNS 等での公開は情報記解禁日以降にお願いします。

2. 主な取り組み

① コンテンツの無償提供

📄「カルシウム 200+をとろう！」チラシ（A4 サイズ／両面カラー）

（表面）“給食の牛乳”の大切さやカルシウムの働きについて学べる。

（裏面）牛乳をより楽しく飲んでもらう「牛乳 200ml＋トッピングメニュー」を掲載。

📄「カルシウム 200+」シール（B5 サイズ／両面カラー）

（表面）休みの日専用の「Ca200+コップ」を作れるシール。1日1杯飲んだら貼れる“ご褒美シール”付き。

（裏面）ご褒美シールを貼る台紙は「牧場から食卓へ牛乳が届くまで」を学べる。



□お申込み方法

下記 URL 内の「申込みフォーム」または QR コードにアクセスしてお申込みください。

（留意事項）

- ・ 配送料は Jミルクが負担いたします。
- ・ ご希望部数によっては、増刷対応となる場合がございます。そのため、発送時期についてはご相談させていただくこともございます。
- ・ 酪農乳業組織等から小中学校への配布は、2023 年 3 月末日までに終了してください。
- ・ 配布実績は記録していただき、別途、実績報告の提出をお願いする場合がございます。
- ・ リーフレットとシールは小学 3、4 年生で学習する漢字を基準に制作していますが、小中学生や保護者向けの配布にもご活用ください。

【お申込みフォーム】 URL : https://www.j-milk.jp/news/calcium_200.html



□お申込みの締切

2022 年 12 月 20 日（火）

□発注に関する問い合わせ

「カルシウム 200+をとろう！」事務局（株式会社ピーアールコンビニート内）

Mail : j-milk@prk.co.jp

② インフルエンサー向け専用サイトの構築

酪農乳業や学校関係者向けに、子どもと保護者への啓発活動に活用できる、牛乳乳製品の栄養・健康面での価値情報やミルクレシピなどをストックする専用サイトを構築中。12 月中旬に公開予定。

③ 子ども自らが考える課題解決型の学校連携プログラム

子どもの考えたアイデアや行動は、ニュース報道 SNS で流通しやすいコンテンツとなることから、学校や家庭で子どもたちが主体的に牛乳を飲む行動につながるアイデアを引き出し、子ども参加型の公募チャレ

ソジ企画を実施。3月公開予定。

④ SNS コンテンツによる保護者アプローチ

家庭の保護者向けに発信するためのわかりやすいコンテンツ（漫画を予定）を制作し、SNS で配信。

⑤ 小売・流通等での PR 活動

ポスターや店頭 POP などを制作し、酪農乳業関係者及び「牛乳でスマイルプロジェクト」メンバーと連携のもと、全国各地の小売・流通における PR 活動を行う。

⑥ 春休み～GW 前の消費者向けイベントの実施

酪農乳業関係者及び「牛乳でスマイルプロジェクト」メンバーと連携し、子どもから大人まで楽しめるイベントを企画中。

3. その他、不需要期間関連の取り組み（「牛乳でスマイルプロジェクト」以外）

酪農乳業関係者自らが、牛乳乳製品を消費しよう！「20,040 のチカラ」

年末年始から GW にかけて、生乳の需給緩和は予断を許さない状況です。消費者への理解醸成・消費拡大が各組織で実施されている中、まずは業界関係者自らが牛乳乳製品の購入量を増やそうという運動です。

日本には酪農乳業関係の組織が 20,040 以上あります。この先も日本の酪農と国産の牛乳・乳製品を守るため、それぞれの組織で、全ての役職員自らが、牛乳・乳製品の購入量を増やす企画を考えよう。

Jミルクでは、Web サイトで役職員による消費行動を見える化していきます。

URL : <https://www.j-milk.jp/news/Power20040.html>



年末年始はみんなで「ミルク鍋ブーム」を起こそう！「#私のミルク鍋」キャンペーン

2 回目となる今年は、ミルク鍋と親和性のある米、餅、青果、鍋の業界団体と連携することで、各業界のファンがつながり、それぞれの食品の需要喚起につながる。

また、和洋の一流料理人がこだわりの「ミルク鍋」を考案し、キャンペーン期間中に Jミルクの公式 SNS でレシピを公開して盛り上げます。

案内チラシ、SNS 投稿用の画像、レシピカードはダウンロードできます。

URL : <https://www.j-milk.jp/news/milknabe2022.html>



4. お問い合わせ

コミュニケーショングループ 林雅典、鈴木浩子

TEL : 03-5577-7494 MAIL : milkday@j-milk.jp