

関係機関等との連携による牛乳・乳製品の消費拡大に向けた取組

多様な関係機関との連携によって生まれた牛乳消費拡大のシンボル「ジャンボ牛」。イベント展示を通し、新たな関係機関と連携を広げ、牛乳・乳製品の魅力発信と消費拡大の推進。

○ 施策分類

牛乳・乳製品、食育、担い手

○ きっかけ・背景、課題の把握

釧路地域拠点管内は酪農が基幹産業であり、コロナ禍以降、牛乳・乳製品の需要低迷が続き、地域経済に大きな影響を与え、消費拡大や脱脂粉乳の過大在庫が課題となっていた。拠点では、令和2年度から職員有志による牛乳・乳製品の斡旋購入活動「食べて応援」に取り組んでいたが、関係機関と連携した持続的な消費拡大策を模索していた。

○ 取組の内容

令和4年に関係機関・団体などから牛乳パックを収集し、これを用いて同年9月に等身大のジャンボ牛を制作。以降、ジャンボ牛は地域の牛乳消費拡大のシンボルとして、関係機関・団体が主催する各種イベントで展示を行い、高い注目を浴びるとともに地域の一体感を創出した。

○ 効果・成果、今後の方向性

本取組を通じ、これまで接点の少なかった関係機関と新たなネットワークが構築され、普及啓発の機会が拡大した。また、「ジャンボ牛」は話題性のある展示物として各種イベントからの展示要請が現在まで続いており、多くの来場者の目に触れることで、牛乳・乳製品の魅力を発信するとともに、拠点の知名度向上にも寄与している。

今後も、「ジャンボ牛」を関係機関との協働を深めるためのツールとして活用し、これまで接点のなかった関係機関とも新たな関係性を築くとともに、これまで十分にアプローチできなかった世代に向けて、牛乳消費拡大の取組を一層推進する。

取組みを進める中で見えてきた課題

国、JA、振興局・市町村、生産者は、共通課題である「牛乳消費拡大」に対し、それぞれが個別に取組を行っていたことが明らかになった。



成果

牛乳消費拡大のシンボルとして「ジャンボ牛」が誕生し、新聞報道やSNS等を通して認知度が向上。これを契機に、様々な関係機関との協働体制が構築され、消費拡大に向けた取組を連携して推進できるようになった。

