

# 中販連

だより

2011  
Vol.31

中国地域指定生乳生産者団体 中国生乳販売農業協同組合連合会 機関誌

発行 ● 中国生乳販売農業協同組合連合会 編集・発行人 ● 小椋 孝史

〒700-0984 岡山県岡山市北区桑田町1番30号 岡山県農業共済会館4階

TEL 086-236-3371 FAX 086-236-3372

URL <http://www.dairy.co.jp/chugoku/>



## CONTENTS

- 新年の挨拶
- 平成22年度上半期事業報告
- 「MILK JAPAN」運動のキックオフ宣言
- 全生産者の完全記帳まであと一步
- 受託販売実績・用途別販売実績
- 事業経過報告

Chugoku Fresh Milk Sales-Agricultural Cooperative Association

## 新年のご挨拶

# 国体の形成過程に農業の存続を 明確に位置づける年

中国生乳販売農業協同組合連合会 代表理事長 千葉 靖代



新年明けましておめでとうございます。

酪農家及び関係機関の皆様におかれましては、新たな気分で新春をお迎えのことと存じます。

今年の干支は「飛躍」を看板とする兔年の到来です。

昨年を振り返れば、わが国酪農は異常現象に翻弄される年となりました。中でも宮崎県における口蹄疫及び異例の猛暑禍で被害に会われた畜産農家の方々が心傷及び経済的被害を乗り越えて再起・再建に取り組まれる心意気に敬服の誠を奉げるとともに満願成就を祈念する次第であります。

さて、我が国の政治経済情勢に目をやれば、一昨年夏の衆議院議員選挙で政権が交代して2度目の新年を迎ますが、内政・外交ともに混沌とした状態にあり、その行方を懸念する余り、とても正月気分に浸ることはできません。

現政権がマニュフェストで掲げた農政の目玉である戸別所得補償制度はコメ、畑作物に形が見えてきたものの酪農版は先送りの状態にあります。

また、昨年後半から突如噴出したTPP（環太平洋戦略的経済連携協定）論争には“開国と農業再生”の旗印の下に強い参加意向が滲み出ています。

TPPの締結となれば関税撤廃を伴うことからその影響はGATTやWTO交渉の比ではありません。

国は畜産酪農分野での生産額の減少を1兆7千億円と試算していますが、その影響は関連産業における雇用喪失等にも波及することは火を見るより明らかです。

更には、今後の世界の食糧事情を踏まえれば、国際分業論の中での輸入による安定的調達は確約できるものではありません。

まさにTPPとは単なる経済・通商交渉に留まらずわが国の今後の国体形成に強く関与する平成の“黒船”に相当します。

財界の推進論と農業界の反対論とが対極する中で、国は今年6月には農業再生に関する基本方針を策定することとしています。

農業関係者としては組織の総力を挙げて、農業の持つ多面的機能及び食糧の安全保障を基本に消費者への理解醸成に全力を傾注し、“日本農業の存続”に係る世論喚起を実現しなければなりません。

しかし、杞憂論に縛られてばかりでは当面する新年度（平成23年度）の酪農情勢が展望できなくなります。

新年度は飼料分野及び生乳需給において国際市況が強く関与する情勢にあります。

配合飼料は穀物相場の上昇で既に年明けから値上がりし安定基金が発動されています。また乳製品の国際相場も上昇方向にありますが国内では円高、デフレが流通価格の上昇を抑制しています。

今後とも世界の食糧情勢は異常気象による不安定な収量や新興国の需要膨張等に左右され逼迫に転じ易い需給関係にあります。

国内における新年度の生乳需給は生乳生産基盤の動向に強く規定されることとなります。口蹄

疫や猛暑禍等で想定外の生産基盤の低下をもたらし今年度の計画生産は減産下にありながらも全国的に大幅な未達が必至です。

現状の生産基盤で新年度に移行するならば生乳供給は総量での前年度割れに加え分娩見通しを加味すれば需要期の供給停滞が予測されます。

他方、需要面としては飲用牛乳の減少を生クリームやバター、チーズ等の乳製品が補完する構図が予測されます。

このため、需要期と不需要期における過不足の鮮明化が懸念されますが、新年度移行後の当面の生乳需給は縮小均衡の中で乳製品仕向けが減少し、近年の需給緩和の元凶であった過剰在庫は解消軌道を辿ることが予測されます。

このような情勢の中で、新年度の計画生産数量は2月上旬に判明する予定です。現時点での基本構想としては計画生産目標数量において今年度供給実績以上の確保、未達ペナルティーの復活等が決定されました。

数量面では減産からの脱却は可能と言えますが、計画生産目標数量には輸入調製品置き換えの「選択的拡大数量」が含まれることから運営に当たっては十分な組織討議が必要です。

中販連としましては、TPP参加反対に係る理解釀成を行動の基本に置くとともに計画生産の円滑な運営及び生乳共販事業の強化・合理化の推進、更には、全指定団体の課題となる乳価交渉並びに乳成分取引基準の見直し問題について全力で取り組みます。

今年も中販連へのご理解・ご協力のほど宜しくお願い申し上げます。

末筆ながら、皆様の今年のご多幸をご祈念申し上げ新年のご挨拶とさせていただきます。

## 平成22年度上半年事業実績報告

### —完全共販体制への移行で合理化メリット確保に目処—

中販連は、今年度（平成22年度4月から）「中国生乳販連が目指す指定団体機能強化の基本構想（HOSTYデーリースクラム21プラン）」に基づいた5県共販体制への移行を実現しました。乳代販売に係る乳代及び経費の完全プール、更には生乳の検査体制についても広域化を達成し、岡山県生乳検査センターで配分・格付検査を一元的に実施することとしました。

この度、5県共販体制への移行後の事業推進について、当面する今年度上半年（平成22年4月～9月）の事業実績を取りまとめ、昨年の11月8日の監事監査により承認を得ました。上半年の事業実績としては、①生乳受託数量が減産となった計画生産の伸び率（前年実績費97.2%）

を上回って推移した、②共販機能の発揮により、特に送乳事業の合理化に取組み経費削減を実現した、等の好材料を反映するものとなりました。

異例の猛暑となった夏以降の生乳生産は、大幅前年割れへと転じたものの、共販事業においては不斷の合理化推進に努力しています。年度末に向けた決算見通しにおいては、共販事業メリットの確保は確実視されます。その取扱いについては、生乳受託販売委員会における協議を踏まえ、必要とされる機能整備対策に当てることとします。

以下、上半年の事業実績表について概要を報告します。

第11年度(平成22年9月30日現在)

(単位:円)

科 目	金 額	科 目	金 額
( 資 産 の 部 )		( 負 債 の 部 )	
流動資産	2,295,100,185	流動負債	2,120,839,275
現金	618,414	短期借入金	0
預金	295,735,649	当座貸越	0
系統預金	293,756,400	系統短期資金	0
普通貯金	123,756,400	受託販売未払金	1,955,383,550
定期貯金	170,000,000	受託販売費用未払金	36,088,582
系統外預金	1,979,249	未払生産者補助金	13,536,136
事業未収金		雑負債	115,831,007
受託販売未収金	1,997,076,163	未払金	12,761,619
未収生産者補給金	13,536,136	未払消費税等	2,237,184
雑資産	13,713,823	事業預り金	98,286,948
未収金	2,821,691	仮受金	917,136
立替金	1,949,769	賞与引当金	1,628,120
仮払金	8,397,613	前受収益	
前払費用	544,750	繰延税金負債	
繰延税金資産		固定負債	139,346,364
貸倒引当金(△)	△25,580,000	差し入れ保証金	137,072,128
固定資産	6,448,096	長期金銭債務	0
有形固定資産	2,618,302	長期借入金	0
減価償却資産	2,618,302	長期未払金	0
減価償却累計額(△)	△1,355,608	役員退任慰労引当金	2,274,236
無形固定資産	1,492,402	長期繰延税金負債	0
土地		負 債 の 部 計	2,257,911,403
建設仮勘定		( 純 資 産 の 部 )	
外部出資その他資産	3,693,000	出 資 金	20,000,000
系統出資	2,000,000	回 転 出 資 金	
敷金	1,693,000	資 本 準 備 金	
繰延資産		利 益 剰 余 金	4,850,000
		利 益 準 備 金	
		その他の利益剰余金	
		任 意 積 立 金	
		当期末処分剰余金	16,512,642
資 産 の 部 合 計	2,301,548,281	会 員 資 本 合 計	41,362,642
		負 債 及 び 純 資 産 の 部 合 計	2,301,548,281

## 第11年度(平成22年度)上期事業実績

## (1)取扱実績

項目	22年度計画(単位:t)	実績(単位:t)	計画比
生乳販売数量	297,000	151,422	51.0%

## (2)損益実績

(単位:円)

科 目	計 画	実 績	計画比
事業収益(売 上 高)	31,779,000,000	15,963,116,008	50.2%
事業収益(販売手数料)	77,220,000	39,369,691	51.0%
事業収益(全国連手数料)	26,450,400	11,946,275	45.2%
事業収益(集 乳 収 益)	865,161,000	440,829,441	51.0%
事業収益(送 乳 収 益)	479,358,000	244,249,472	51.0%
事業収益(C S 経 費)	190,080,000	96,852,330	51.0%
事業収入(広域検査収益)	73,140,000	37,916,512	51.8%
事業費用(仕 入 高)	31,779,000,000	15,963,117,967	50.2%
事業費用(販売委託業務費)	26,450,400	11,947,869	45.2%
事業費用(集 乳 経 費)	865,161,000	441,062,698	51.0%
事業費用(送 乳 経 費)	479,358,000	235,710,445	49.2%
事業費用(C S 経 費)	190,080,000	92,386,151	48.6%
事業費用(広域検査経費)	59,784,000	28,644,771	47.9%
事 業 総 利 益	90,576,000	61,409,829	67.8%
人 件 費	役 員 報 酬	9,417,000	4,722,000
	給 与 手 当	20,151,000	10,152,878
	給与手当(賞与)	5,499,725	3,276,310
	給 与 負 担 金	14,200,000	7,044,000
	法 定 福 利 費	2,919,300	1,881,118
	福 利 厚 生 費	170,000	1,466
	役員退任慰労金積	1,008,000	0
事 業 管 業 費	退 職 給 与 費 用	1,290,000	645,000
	計	54,655,025	27,722,772
事 業 管 業 費	旅 費 交 通 費	6,919,240	3,501,692
	会 議 費	1,540,000	1,381,337
	接 待 交 際 費	360,000	745,101
	通 信 運 搬 費	720,000	920,032
	消 耗 品 費	720,000	594,626
	印 刷 費	1,110,000	651,695
	広 告 宣 伝 費	80,000	39,524
	信 用 調 査 費	500,000	150,000
	研 修 費	95,000	0
	教 育 情 報 費	244,284	185,104
	支 払 手 数 料	600,000	430,437
	雜 費	454,000	220,951
	計	13,342,524	8,820,499

科 目	計 画	実 績	計画比
諸 税 負 担	租 稅 公 課	240,000	144,500
事 業 管 理 設 施 費	負 担 金	6,205,000	3,032,857
	賦 課 金	0	0.0%
	計	6,445,000	3,177,357
事 業 外 収 益	減 価 償 却 費	725,964	432,099
	修 繕 費	350,000	2,372,086
	水 道 光 热 費	1,530,000	717,926
	賃 借 料	7,304,800	3,318,958
	リ 一 ス 料	2,506,000	1,042,900
	保 険 料	125,000	△22,010
	消 耗 備 品 費	280,000	658,162
	計	12,821,764	8,520,121
	貸 倒 引 当 金	3,000,000	0
	計	90,264,313	48,240,749
事 業 利 益	311,687	13,169,079	4225.1%
受 入 補 助 金	1,456,000	1,760,118	120.9%
受入生産者補給金	700,000	118,693,871	16956.3%
計	2,156,000	178,829,600	8294.5%
事 業 外 費 用	雜 損 失	0	0
支 払 補 助 金	0	118,139,356	★
支払生産者補給金	0	58,375,611	★
計	0	176,514,967	★
經 常 利 益	2,467,687	15,483,712	627.5%
特 別 利 益		0	0.0%
特 別 損 失		0	****
当 期 利 益	2,467,687	15,483,712	627.5%
法人税・住民税・事業税	****		
当 期 剰 余 金	****	15,483,712	
前 期 繰 越 利 益	****	1,028,930	
当期末未処分剰余金	****	16,512,642	

# “ミルク・ジャパン(MILK JAPAN<sup>TM</sup>)”

## 運動のキックオフ宣言

### —2200余名の消費者親子を招待し、イベントを開催—

中販連は昨年暮れの12月24日、岡山シンフォニーホール（岡山市）において新たな牛乳消費拡大戦略として中央酪農会議が設置した「ミルク・ジャパン」運動の中国地区におけるキックオフ（始動）を宣言するイベントを開催しました。

イベントは周到な計画の下にクリスマスイブを開催日とし、酪農家からのクリスマスプレゼントとしてアピールできる内容としました。

イベントの構成はセレモニー部門としてキックオフ宣言及び酪農家手作りの紙芝居の上演、そして幼児に大人気のNHK教育テレビ「ワンワンとあそぼう」の舞台展開で2回に分けて開催しました。

会場は応募はがきで当選されたワンワンファンの親子、2回公演の合計690組2,212名で埋め尽くされました。（注）応募実績は1,477組、5,247名

主催者として酪農への理解と牛乳消費へのアピールを含めミルク・ジャパンの趣旨の一環である親子の絆の深化に相応しい楽しいひと時を提供することができました。

紙面にて恐縮ですが、当日の運営に当たり牛乳パック工作品の提供及び牛乳料理の試食、骨密度測定、場内整理等をご協力いただきました乳業者、酪農家各位を始めとする関係者の皆様に厚くお礼申し上げます。

以下、新たな消費拡大戦略であるミルク・ジャパンの趣旨及びイベント当日の概要について紹介します。

#### ミルク・ジャパン運動とは

- 運動(キャンペーン)名 **MILK JAPAN<sup>TM</sup>**
- スローガン **牛乳が日本を元気にする**
- 生産者団体で取り組む「牛乳」に特化した消

費拡大運動で、中酪を核として地方展開は指定団体が取り組む。財源は飲用等向け0.15円/kg。

\* Jミルクは牛乳・乳製品に及ぶ消費拡大。  
○「牛乳に相談だ（平成17～21年度）」に替わる新たな戦略として平成22～24年度の3年間実施予定。

目論見は3年間で牛乳消費の減少傾向に歯止めをかける。

#### ○運動の切り替え要因

「牛乳に相談だ」は訴求対象とした中高生を中心に高い認知率を達成したが実消費行動には連動しなかった。消費の減少基調に歯止めがかかるなかった。

牛乳に相談だの反省事項及び牛乳消費行動等の調査結果を踏まえ、訴求対象及び訴求手法等の全面的見直しにより新たな戦略を構築。

#### ○訴求対象

子育て期間中の若い母親層（30代以下）…牛乳消費量が自然増にある幼年期の子供を抱える若い母親層の家庭内牛乳装備率が低く、他の食品・飲料との代替行動が可能で牛乳に対する好意が不足している（調査結果）。

#### ○基本戦略

- \*若い母親層の牛乳に対する価値意識や行動を変化させる。
- \*若い母親層の子育てへの悩みに対し牛乳

を通じて支援する。…酪農家による草の根運動

#### ○具体的戦略

- \* 牧場での酪農体験の提供…酪農体験を通じた親子、母親同士の絆の深化
- \* 絵本、テレビ番組の制作提供
- \* 携帯コンテンツの作成提供
- \* 量販店等の店頭における牛乳料理紹介
- \* イベントの開催 等

#### ○運動名・スローガンの概念

- \* 牛乳を通じて「子供が元気に」「母親が元気に」「地域が元気に」「日本全体が元気に」なっていく。
- \* 酪農家による多様な消費者活動(交流・理解醸成等)の活性化を通じて、酪農家自身が自らの人生や職業に対する誇りを実感し、日本の酪農業の持続的成長の素地を形成する。

#### ○運動展開

「牛乳に相談だ」は大都市集中型で展開したが、本運動は地域展開を重視。地域活動費は拠出財源から助成。

#### ○中央段階キックオフ

平成22年10月10日 都内有楽町

### 中国地域における展開

#### ○事業推進検討

牛乳消費拡大に係る地域活動企画担当者会議を設置…会員組織における女性部役員及び女子職員を中心に構成

#### ○県域キックオフ…会員主催のイベント内でミルク・ジャパンを紹介

- 鳥取県 平成22年9月26日  
大山まきばまつり（大山町）
- 島根県 平成22年11月23日  
しまね畜産フードフェア（松江市）  
第5回しまね牛乳まつり
- 岡山県 平成22年11月6日～7日

- おかやまミルクフェア2010（岡山市）
- 広島県 平成22年10月30日～31日  
ひろしまフードフェスタ（広島市）
- 山口県 平成22年10月10日～11日  
MILK●JAPAN in 山口（山口市）  
モウモウフェスタ

#### ○重点イベント等の巡回開催…中販連主催のイベント等を開催

平成22年度

岡山県でキックオフイベント及びミルクセミナー開催（平成23年3月7日予定）

平成23年度

広島県及び山口県を重点地区として開催

平成24年度

鳥取県及び島根県を重点地区として開催

### ミルク・ジャパンキックオフイベント in おかやま

#### ○開催期日

平成22年12月24日（金）

13時～、16時～… 2回公演

#### ○開催場所

岡山シンフォニーホール

3階イベントホール

4階ホワイエ大ホール

（岡山市北区表町1-5-1）

#### ○開催関係団体

主催：中国生乳販売農業協同組合連合会

共催：中国生乳販連会員5団体及び

岡山県酪農乳業協会

協賛：中国四国農政局、岡山県、

（社）中央酪農会議

#### ○イベント内容

##### <ステージイベント>

- \* 牛乳を通じた食育に関する紙芝居の上演  
クララおばさんにおまかせ  
住田富美子さん（酪農家：島根県在住）
- \* ワンワンとあそぼうショー（NHK教育テレビ番組の舞台公演）

## &lt;牛乳料理の試食及びレシピの配布&gt;

牛乳もちの試食を始め牛乳利用料理レシピの配布

## &lt;ミルク・ジャパンのPR&gt;

PRグッズの配布、携帯会員の加入促進

## &lt;PRブースの設置&gt;

牛乳パック工作品の展示

## &lt;骨密度測定・栄養相談コーナーの設置&gt;

## &lt;牛乳大好き絵画コンクール優秀作品の展示&gt;

岡山県酪農乳業協会主催の小中学生を対象に牛乳、酪農等を題材とした絵画コンクールにおける優秀作品を展示。

なお、優秀作品の作者には当日のステージにて表彰状を授与。

## ○セレモニー

## &lt;オープニングセレモニー&gt;

主催者・共催・協賛団体の代表者によるテープカット

## &lt;主催者代表挨拶&gt;

千葉会長による来場者に対する歓迎とミルク・ジャパンへの理解訴求の挨拶

## &lt;キックオフ宣言&gt;

山延真智子さん（酪農家：広島県在住）

山延さんは上記の牛乳消費拡大に係る地域活動企画担当者会議のメンバーとして広島県酪農女性部組織より参画されていました。

## ミルクジャパン in おかやま開催スナップ



オープニングセレモニーにおけるテープカット



おからく女性部を中心とした牛乳料理試食コーナーで牛乳もちを提供



会員・岡山県内乳業者のご協力で  
作成・展示いただいた紙パック工作品



骨密度測定及び栄養士における健康相談コーナー  
健康への関心の高さから待機の列が生じた



住田富美子さん

ステージにおける島根県の酪農家住田富美子さん。自作の紙芝居「くららおばさんにおまかせ」の上演風景。住田さん自らが語り手として牛乳摂取の大切さを子供たちに易しく紹介された。



「くららおばさんにおまかせ」の上演風景



酪農家からのプレゼントによる  
ワンワンとあそぼうショーの一幕  
ホール内は興奮のルツボに!



子供さんをひざに乗せ、  
牛乳を通じ親子の絆を深めたホール内の風景



岡山県酪農乳業協会で県下小中学生から募集した絵画コンクール優秀作品の展示



絵画コンクール優秀作品の表彰風景



ホール内の興奮冷めやらぬ中、  
閉会の挨拶に立たれる福田中販連副会長

MILK JAPAN™ in おかやまのイベント 第2弾

次回のイベントは3月7日に岡山市での開催を予定しております。

内容は近畿大学医学部教授の伊木雅之先生の講演会及び料理家のケンタロウによるトークショーを予定しています。

詳細については後日お知らせいたしますがMILKJAPAN運動により酪農家に想い、牛乳、乳製品の大切さを消費者に伝えるため、今後とも引き続き皆様のご理解とご協力をよろしくお願い申し上げます。



●郵便往復はがきをご用意ください。

○印(郵便番号2)印(住所3)印(代表者名前)を記入して下さい。

○次下の応募用紙に必要事項を記入の上、切手貼り「住信うら面」に貼付けて下さい。

○返信カードをおひがって「住信おもて面」に貼付けて、差出人のご住所・お名前をご記入の上、郵送下さい。

（返信おもて面）  
（往信うら面）  
（往信おもて面）  
（返信うら面）

〒703-8256 岡山市中区浜3-7-15 メディアコム5F			
(株)山陽放送サービス MILK JAPAN in おかやま 「ケンタロウトーク&クッキングショー」 参加申込係			
<small>※お名前 ケンタロウトーク&amp;クッキングショー応募用紙</small>			
当選通知(又は落選通知)送付先			
〒 ご住所	-		
代金 お預け 金額	-		
郵便番号	( ) -		
X 参加希望者			
お名前	年齢	お名前	年齢
X 参加希望者の中に車椅子を利用される方はいますか ■車椅子利用の方の場合は、車椅子使用者の印を複数枚下さい。			
X 車椅子利用 <input type="checkbox"/> お名前 <input type="checkbox"/> なし			

# MILK JAPAN™ in おかやま 「牛乳が日本を元気にする」

## ～ご挨拶～

中国生乳販売  
農業協同組合連合会  
代表理事長  
千葉 靖代



多くの親子さんのお集まりの中で「ミルク・ジャパン in おかやま」キックオフイベントが開催できることは主催者としてこの上ない慶びであり、中国地区の940戸の酪農家の皆さんを代表して厚くお礼を申し上げます。

さて、今、私たち酪農家が最も困っていることは牛乳消費の減少です。

少子高齢化が進行し、サプリメントや健康飲料等が氾濫する中で牛乳消費は平成16年から7年間にわたり減少が続いています。

この間、消費減少に歯止めをかけるため全国の酪農家が連帯して牛乳の消費拡大運動に取り組みました。

第一弾として平成17年度から21年度までの5年間「牛乳に相談だ。」をキャッチフレーズとするキャンペーンに取り組みました。

このキャンペーンは、大都市を中心に牛乳の消費量が最も多い中学・高校生をターゲットに彼らの将来における飲用習慣の継続を期待しましたが、キャッチフレーズは高い認知度を得たものの、消費の回復には繋がりませんでした。

そこで、「牛乳に相談だ。」の反省点を踏まえ、今年度から「ミルク・ジャパン」と命名した新たなキャンペーンに切り替えて、向う3年間、全国各地で展開することとなり、去る10月10日

に東京は有楽町で力強くキックオフが宣言されました。

「ミルク・ジャパン」の目的は、健康増進の基礎食品としての牛乳の価値に加えて、牛乳を通じて将来を担う幼児から小学生までの育ち盛りの子供さん方の健康な発育とそのお母さん方の子育てを支援することにあります。

すなわち、牛乳が「お母さんと子供さん」更には「お母さん同士」を繋ぐ「元気の絆」としての新たな価値を提唱するもので「牛乳が日本を元気にする」とのスローガンを掲げました。

本日ご来場のお子さんが将来の「サムライ・ジャパン」や「なでしこ・ジャパン」のメンバーへと力強く育っていかれることを願ってやみません。

「ミルク・ジャパン」の中国地区における展開は、既に各県段階では地元のイベントの中でキックオフを済ませており、このステージは中国地区全体として改めて岡山の地でキックオフを宣言するもので、この後、宣言文が読み上げられることとなっております。

最後になりますが、皆様方にとって、今年のクリスマスイブが楽しい思い出作りの日となるとともに、牛乳のある食生活を通じて「元気の絆」の輪を広げていただきますようお願い申し上げご挨拶とさせていただきます。

## MILK JAPAN™ in おかやま 「牛乳が日本を元気にする」

### ～キックオフ宣言～

私たち酪農家は、国民一人ひとりの皆さんの「健康」と「体力」の向上に、これまで牛乳を通して貢献できたことに誇りを持ちながら、最愛の乳牛と共に、一年365日、休むことなく「安全で安心な」、そして「美味しい」ミルクの生産に努めています。

しかしながら、これほど多くの国民の皆さんに愛され、支持されてきた牛乳の消費は、平成16年から今日までの7年間に亘り減少し続けています。

この消費の減少は、私たち酪農家の経営を揺るがし、苦しめる最も大きな原因となり、全国の酪農家戸数は今年の2月の時点で21,900戸、去年からは1,200戸減少し、中国地区においても平成18年4月では1,156戸でしたが、現在では935戸と、実に221戸も減少し、このままだと直ぐに全国で10,000戸、中国地区でも500戸になり、大変深刻な状況が予測されます。

この為、平成17年度から全国の酪農家が連帯して財源を持ち寄り、「自らの手による消費拡大運動」に立ち上りました。

皆さんもご存知だと思いますが「牛乳に相談だ。」のキャンペーンは、平成17年4月から今年の3月までの5年間に亘って、主に成長期の中学生や高校生を対象として飲用普及に取り組み、そして、「牛乳に相談だ。」のタイトルは高い認知度は達成することができましたが、残念ながら消費の減少には歯止めが掛かりませんでした。

この為、今年度から向こう3年間を実施機関とする、新たな消費拡大の戦略として、ワールドカップサッカーの「岡田ジャパン」に準えて「ミルク・ジャパン」をスタートさせ、去る10月10日に東京有楽町JR駅前広場を会場に全国展開の“キックオフ”が宣言されました。

酪農家

山 延 真 智 子



この「ミルク・ジャパン」は、育ち盛りの子供さんの健康な発育と、そのお母さんの子育てに「牛乳を通してお役に立ちたい！」と願う全国の酪農家による運動です。

過去における我が国の高度経済成長は、過度とも言える「飽食時代」を築き上げ、嗜好性の強いサプリメントや飲料が溢れる中で、健康に关心がある若い女性の方々には栄養バランスに優れた牛乳はあまり飲まれていないように思います。

牛乳は、日本人の栄養の摂取において、唯一不足状態にあるカルシウムが豊富に含まれ、しかも消化率に優れている食品です。そして、カルシウムには骨の発育とあわせ「イライラ感」などの情緒の安定を促す機能もあります。

お母さま方が子供さんの「健康と体力の向上」を願って大切に育てられるように、私たち酪農家も愛牛を子牛のときから大切に育て、皆様方に「安全」で「安心」な牛乳を届けられるように毎日頑張っています。

是非とも、牛乳を身近な飲み物として、また、毎日の料理などに活用していただきたいと思います。

キャンペーンの内容としては、牧場での搾乳や子牛への哺乳などの酪農体験、今日のようなイベントの開催、携帯サイトにおける情報の提供など、牛乳を中心とした新たな交流の場を設営するものです。そして、これらの体験などを通して、お母さんと子供さん、お母さんとお母さん、そして何よりも「消費者方々の思い」と

「酪農家の思い」が通じ合い、牛乳をより身近に感じていただき、「絆」が強くなることで「牛乳が日本を元気にする」と言うキャンペーンスローガンの実現を目指したいと思います。

中国地区における「ミルク・ジャパン」の展

開は、本日の岡山におけるキックオフイベントを皮切りに、「牛乳で中国地区を元気にする」ため、3年間で各県を回りキャンペーンの浸透を図ります。来年は広島県と山口県が会場となります。

本日会場にお越しの皆様には、これから始まる「わんわんと遊ぼうショー」のステージをク

リスマス・イブのいい思い出として楽しんでいただくと共に、ミルクジャパンの良き理解者として、これから3年間ご支援をいただきますようお願いいたします。

それでは、ここに中国地区における「ミルク・ジャパン」の成功を期してキックオフ宣言いたします。

## 全生産者の完全記帳まであと一步 —生乳から牛乳へ安全安心のタスキを繋ぐ—

食の安全・安心の確保に関し、国の政策として平成18年度からはポジティブリスト制度の本格施行に移行し、今年で満5年目を迎えます。

酪農現場は牛乳乳製品の原料生産を担うことから、生産履歴の記録・保管等の第一義的な責任を負う位置づけにあります。

このため酪農版のチェックシートを作成し、全国一斉に記録・記帳に取り組むこととしました。

酪農家の皆様には煩雑な新たな作業に戸惑いを感じつつも、時代背景をご理解頂き、全生産者の完全記帳まであと一步の段階にあります。

奇しくも5年目を迎えるに当たり、管内の乳業者団体からは文書により、100%実施に向けた記録・記帳等の義務化を強く求められています。

また、23年度の取引条件に対しても要求が出ております。

食品メーカーが異物混入や偽装表示を行なえば即座に窮地に立たされます。「食の安全・安心」を確保することは食品メーカーにとって生命線であることは言うまでもありません。

改めて我々生産者は、牛乳乳製品の原料である生乳を生産している立場をふまえ、先ずは酪農現場から乳業メーカーに対し安全・安心のタスキを渡し、消費者の評価を不動のものにしなければなりません。

本年は、生乳生産管理チェックシートの記録・記帳・保管に対する問題点を総ざらいし、全生産者による完全実施の実現を大前提に問題解決に望む所存です。

生産者、生産者団体及び関係機関の皆様のご協力を賜りますよう、何卒よろしくお願ひ致します。

## 中国生乳販連ロゴマーク制定

中国生乳販連では、創立10周年を記念して、ロゴマークを公募し、制定しました。

デザインは、ミルククラウンをシンボル化し、子供にも好かれやすい可愛いものとなっています。HOSTYは（広島県(H)、岡山県(O)、島根県(S)、鳥取県(T)、山口県(Y)の頭文字）の呼称を使っています。牛乳、乳製品の消費促進を呼びかけるに当り、今後いろいろな場面で使用しますので、よろしくお願いします。



## 中販連生乳受託販売実績報告

### [I] 生乳受託実績の推移

平成22年度受託数量実績（月別・四半期別）

(単位: t、%)

月	受託数量	鳥取	島根	岡山	広島	山口	中販連計	都府県	全国
7月	総数量	5,144	5,007	8,505	4,848	1,620	25,125	302,242	634,071
	前年比	100.5%	101.3%	99.8%	98.2%	102.9%	100.1%	97.1%	98.7%
	平均日量	166	162	274	156	52	810	9,750	20,454
8月	総数量	4,820	4,655	8,001	4,699	1,522	23,697	286,247	607,134
	前年比	95.3%	93.4%	96.6%	97.4%	99.7%	96.0%	94.6%	96.8%
	平均日量	155	150	258	152	49	764	9,234	19,585
9月	総数量	4,716	4,464	7,815	4,519	1,473	22,987	275,742	581,916
	前年比	94.5%	91.4%	94.5%	94.6%	98.6%	94.2%	92.7%	95.7%
	平均日量	157	149	261	151	49	766	9,191	19,397
第2四半期	総数量	14,680	14,126	24,321	14,066	4,615	71,809	864,231	1,823,121
	前年比	95.1%	96.2%	93.6%	95.7%	93.1%	94.8%		
	平均日量	160	154	264	152.8913	50	781	9,394	19,817

月	受託数量	鳥取	島根	岡山	広島	山口	中販連計	都府県	全国
10月	総数量	4,948	4,716	8,239	4,678	1,554	24,136	289,727	598,728
	前年比	95.7%	94.2%	96.2%	95.9%	100.7%	95.9%	94.6%	96.4%
	平均日量	160	152	266	151	50	779	9,346	19,314
11月	総数量	4,734	4,559	7,995	4,488	1,489	23,265	280,564	576,212
	前年比	93.9%	93.7%	95.4%	93.3%	99.0%	94.5%	93.8%	95.9%
	平均日量	158	152	266	150	50	775	9,352	19,207
12月	総数量	4,929	4,772	8,190	4,628	1,572	24,090	293,666	605,465
	前年比	93.4%	93.2%	94.5%	92.8%	98.7%	93.9%	94.1%	96.4%
	平均日量	159	154	264	149	51	777	9,473	19,531
第3四半期	総数量	14,611	14,047	24,424	13,794	4,615	71,491	863,957	1,780,405
	前年比	94.3%	93.7%	95.3%	94.0%	99.5%	94.8%	94.2%	96.2%
	平均日量	159	153	265	150	50	777	9,391	19,352

### [II] 会員別出荷戸数及び乳用牛飼養頭数の推移

#### 1. 会員別生乳出荷戸数の推移

	平成22年度			
	4月	12月	12月-4月	12月/4月
鳥取	187	179	-8	95.7%
島根	158	153	-5	96.8%
岡山	361	351	-10	97.2%
広島	179	174	-5	97.2%
山口	78	71	-7	91.0%
中販計	963	928	-35	96.4%

#### 2. 県別乳用牛飼養頭数の推移

	平成22年度第1四半期平均及び月別頭数(2歳以上乳用雌牛)						平成22年度第2四半期平均及び月別頭数(2歳以上乳用雌牛)							
	第1四半期	4月	5月	6月	6月-4月	6月/4月	第2四半期	7月	8月	9月	9月-7月	9月/7月	9月-4月	9月/4月
鳥取	7,058	7,077	7,074	7,022	-55	99.2%	6,926	6,952	6,937	6,888	-64	99.1%	-189	97.3%
島根	7,533	7,589	7,525	7,486	-103	98.6%	7,400	7,437	7,385	7,378	-59	99.2%	-211	97.2%
岡山	13,674	13,789	13,652	13,581	-208	98.5%	13,447	13,502	13,438	13,400	-102	99.2%	-389	97.2%
広島	7,945	7,999	7,935	7,900	-99	98.8%	7,784	7,863	7,748	7,742	-121	98.5%	-257	96.8%
山口	2,741	2,759	2,744	2,721	-38	98.6%	2,699	2,720	2,690	2,688	-32	98.8%	-71	97.4%
中国計	38,951	39,213	38,930	38,710	-503	98.7%	38,256	38,474	38,198	38,096	-378	99.0%	-1,117	97.2%

	平成22年度第3四半期平均及び月別頭数(2歳以上乳用雌牛)							
	第3四半期	10月	11月	12月	12月-10月	12月/10月	12月-4月	12月/4月
鳥取	6,827	6,833	6,840	6,807	-26	99.6%	-270	96.2%
島根	7,338	7,350	7,327	7,338	-12	99.8%	-251	96.7%
岡山	13,369	13,377	13,352	13,378	1	100.0%	-411	97.0%
広島	7,665	7,683	7,668	7,643	-40	99.5%	-356	95.5%
山口	2,698	2,692	2,706	2,696	4	100.1%	-63	97.7%
中国計	37,897	37,935	37,893	37,862	-42	99.9%	-1,320	96.6%

\*家畜改良センターの集計であり  
アウトサイダー飼養分も含む。

## (III) 生乳販売実績…乳業者形態別

形態	平成22年度第2四半期			平成22年度第3四半期	
	乳業者数	販売数量(トン)	前年度比	販売数量(トン)	前年度比
大手乳業(含:傍系)	5	14,542	95.1%	14,362	95.0%
農系乳業	9	28,097	97.2%	28,723	98.6%
中小乳業	19	24,038	100.2%	22,964	92.1%
域内計	33	66,677	97.8%	66,049	95.5%
域外乳業	9	5,388	86.7%	5,714	88.4%
販売量合計	42	72,065	96.8%	71,763	94.9%

## (IV) 用途別販売実績及びプール乳価の推移(税抜き)

用途	区分	平成22年度							
		7月			8月			9月	
		数量・金額	前年度比	用途比率	数量・金額	前年度比	用途比率	数量・金額	前年度比
飲用牛乳向け	販売数量	16,806,337.7	97.8%	66.7%	16,961,342.6	94.7%	71.3%	15,074,902.4	92.1%
学校給食向け	販売数量	1,445,737.2	92.7%	5.7%	85,981.7	158.0%	0.4%	2,384,795.4	104.2%
はつ酵乳等向け	販売数量	5,267,729.8	110.4%	20.9%	5,243,264.4	109.5%	22.0%	4,394,908.6	102.9%
特定乳製品向け	販売数量	536,241.0	92.2%	2.1%	391,889.0	42.4%	1.6%	258,591.0	45.5%
生クリーム等向け	販売数量	1,123,305.0	106.9%	4.5%	1,069,958.0	100.8%	4.5%	925,973.0	95.9%
チーズ向け	販売数量	34,182.0	136.0%	0.1%	30,004.0	133.2%	0.1%	30,333.0	126.6%
合計	販売数量	25,213,532.7	100.1%	100.0%	23,782,439.7	96.1%	100.0%	23,069,503.4	94.2%
	販売金額	2,615,743,446	99.1%	—	2,443,715,354	95.4%	—	2,413,735,800	93.5%
プール乳価(乳成分含まず)		103.744			102.753			104.629	

用途	区分	平成22年度							
		10月			11月			12月	
		数量・金額	前年度比	用途比率	数量・金額	前年度比	用途比率	数量・金額	前年度比
飲用牛乳向け	販売数量	15,610,761.2	93.6%	64.4%	15,029,749.2	92.3%	64.4%	15,691,984.0	94.2%
学校給食向け	販売数量	2,405,320.2	96.6%	9.9%	2,431,269.9	111.0%	10.4%	1,979,435.1	101.0%
はつ酵乳等向け	販売数量	4,577,450.2	104.4%	18.9%	4,236,189.5	96.4%	18.1%	4,145,236.1	96.8%
特定乳製品向け	販売数量	514,985.0	85.4%	2.1%	529,099.0	68.5%	2.3%	1,059,408.0	73.1%
生クリーム等向け	販売数量	1,085,930.0	102.2%	4.5%	1,094,320.0	108.0%	4.7%	1,273,764.0	95.1%
チーズ向け	販売数量	30,213.0	116.1%	0.1%	34,875.0	141.3%	0.1%	32,587.0	130.4%
合計	販売数量	24,224,659.6	96.0%	100.0%	23,355,502.6	94.6%	100.0%	24,182,414.2	94.0%
	販売金額	2,516,913,655	94.6%	—	2,426,740,016	93.7%	—	2,484,195,013	93.3%
プール乳価(乳成分含まず)		103.899			103.904			102.727	



今冬の寒波襲来は、各地で大雪を降らせていました。記録的な大雪により被害に遭われている方々に対し、心よりお見舞い申し上げます。

## ▼事業経過報告 (平成二十二年八月～十二月)

## 編集後記

● 16

中販連だより

- 8月**
- 2日 生乳計画生産担当者会議(東京都)
  - 3日 生乳受託販売委員会(岡山市)  
第6回理事会(岡山市)
  - 4日 指定団体実務責任者会議(東京都)
  - 5日 酪農及び肉用牛生産の近代化を図るための基本方針説明会(東京都)
  - 10日 牛乳消費喚起対策事業企画担当者会議(岡山市)
  - 18日 実務責任者会議(岡山市)  
第3回牛乳消費喚起担当者会議(東京都)
- 9月**
- 1日 第3回指定団体・全国実務責任者会議(東京都)
  - 2日 第3回ポジティップリスト制度分科会(東京都)
  - 8日 酪農教育ファーム研修(岡山市)
  - 13日 第2回牛乳消費喚起企画担当者会議(岡山市)
  - 15日 第1回経営支援プロジェクトチーム会議(東京都)
  - 16日 第7回理事会(岡山市)
  - 17日 実務責任者会議(岡山市)  
地域交流牧場連絡協議会(岡山市)
  - 26日 大山まきばまつり(鳥取県)
- 10月**
- 8日 安全安心中国地域協議会(岡山市)
  - 10日 MILEK●JAPAN in 山口(モウモウフェスタ) (山口県)(～11日)
  - 14日 牛乳消費喚起企画担当者会議(岡山市)
  - 15日 実務責任者会議(岡山市)
  - 18日 酪農教育ファーム推進委員会(東京都)
- 11月**
- 2日 生乳計画生産対策に係わる担当者会議(東京都)
  - 4日 第8回理事会
  - 6日 おかやまミルクフェア2010(岡山市)(～7日)  
岡山県酪乳業定期会議(岡山市)
  - 8日 第3回監事會(岡山市)
  - 16日 第4回牛乳消費喚起戦略推進会議(東京都)
  - 17日 第8回実務責任者会議(岡山市)
  - 18日 中酪酪乳業懇談会(千葉県)
  - 19日 中酪酪乳業懇談会(千葉県)
  - 23日 しまね畜産フードフェア(第5回しまね牛乳まつり)(島根県)
  - 29日 指定団体・全国連実務責任者会議(東京都)
- 12月**
- 2日 経営支援プロジェクトチーム会議(東京都)
  - 6日 牛乳消費喚起企画担当者会議(岡山市)  
安全安心担当者会議(東京都)
  - 7日 第9回理事会(岡山市)
  - 9日 西日本指定団体実務責任者会議(大阪府)
  - 14日 生乳の安全・安心の確保のための全国協議会(東京都)
  - 15日 指定団体・全国連実務責任者会議(東京都)
  - 17日 実務責任者会議(岡山市)
  - 21日 中酪 理事会(東京都)
  - 24日 MILEK JAPANキックオフイベント(岡山市)

明けましておめでとうございます。本年もよろしくお願いします。

年始早々山陰地方は大雪に見舞われました。昨年の猛暑から一転、寒波が襲来、大雪の被害をもたらしています。地球温

暖化の影響が指摘されており、地球環境を守るため、みんなが努力しましょう。

本誌記事にも掲載しましたが、12月24日「ミルクジャパン」のキックオフイベントを開催、たくさんの方にご来場いただきまきました。牛乳消費拡大にご理解ご協力いただきますようお願いします。

インフルエンザが流行してきました。手洗い、うがい等の感染予防をしっかり行って、元気にこの冬を過ごしましょう。