

月刊東乳商

第503号
第504号
合併号

発行所
東京都牛乳商業組合
代表者 渡邊佳三郎
東京都千代田区神田神保町29
神田ISビル 〒101-0035
☎ (5295) 3721(代表)
FAX (5295) 3724

東京都牛乳商業組合 平成21年1月20日
●URL <http://www.tokyo-gyunyuuya.com> E-mail tonyusho@forest.ocn.ne.jp
毎月20日発行・定価1部150円 1年1800円(郵便料共) (昭和47年2月22日第3種郵便物認可)

乳製品販売顧客管理コンピュータシステム

市乳くん

宅配/卸・ハンディ・本支店間・LAN・EOS・顧客管理

【資料請求はこちらから】 >>>> 0120-5959-92
株式会社オシカワシステム <http://www.oskw.jp>

感 所 頭 年

販売店の生残りをかけて 価格正常化に努力

東乳商理事長 渡邊 佳三郎



謹んで初春のお慶びを申し上げます。

昨年は東乳商の会員各位、そして役員の皆様には、ご支援ご協力をいただき有難うございました。本年も二十年度の残り三ヶ月までの事業計画を全力で実行して行きますので、よろしくお願ひ申し上げます。

また、今年は一・二年度四月より東乳商が創立してから五十年目の年度を迎える事になりその準備にも取り掛かっております。

昨年は春に三十年ぶりの牛乳価格改定が実施されましたが夏頃までは比較的落本率も三・四%位で推移してまいりましたが秋ごろから加速して落本が続きこの販売店も苦戦しているなかを今年も三月から年度内二度目の価格改定が予定されております。

が飲用牛乳の消費が六年連続減少を続けることは必至で、ますます消費者の牛乳離れ、宅配離れにとつながり、宅配組織の存在する事も危ぶまれようとしてます。宅配主力商品だけでも値上げせず現状価格で維持したいものです。

東乳商では毎月役員が東京二十三区と多摩地区の牛乳の安売りを特売チラシを集めまして統計を取り公正取引委員会審査局公正競争監査室に149円以下を申告しておりますが、「調査の結果、独占禁止法に違反する行為は認められず、措置はとられていません」との返事でした。

「独占禁止法」の壁は大変高いようですが本年も引き続き運動

を継続して牛乳販売店が生残りするために牛乳価格の正常化に努力してまいります。

「成分無調整牛乳」から乳脂肪を抜いた二・五%の「成分調整牛乳」が東京でも店頭で売られるようになり、「酪農乳業速報誌」により「成分調整牛乳」の価格が普通牛乳より安いのは、原料となる生乳が飲用牛乳向けより安価な発酵乳等向けで取引されているからだ。と書かれており、また130円台で特売するケースも有るようです。

このような商品が市場で売られると牛乳に対する不信感を招く恐れがあり不安です。平成十二年に中小企業団体の法律改正があり、今までは「調整規定」の枠の中で合理化力カルテルや談合が認められていたが改正後は一切禁止されました。そのため乳価改定時に活動が出来ず会員の皆様にはご期待に沿えず申し訳ございません。

本年三月分より各、乳業メーカーごとに牛乳価格改定があると思いますが、東乳商としては側面からいろいろな情報提供をして行きますのでよろしくお願ひ致します。

本年は百年に一度の世界経済危機と云われており消費者も生活防衛意識が高まっており、またデフレ経済の中で牛乳価格改定は消費者に理解を得ることが非常に難しいです。価格転嫁や値上げが出来ない販売店が出てくる事が予想されますので非常に心配です。

最後になりましたが、くれぐれもお身体にはお気を付けられ皆様方のご多幸とご商売の繁盛を心よりご祈念申し上げて挨拶とさせていただきます。

若い世代が夢と期待の
持てる業界を目指して

東京乳業協同組合
理事長 川幡 康成



新年明けましておめでとう御座います。

昨年は私達牛乳販売店を取り巻く環境が激変した年でした。

食の安全・安心を揺るがす事件や事故が依然として続発し、消費者の食に対する信頼が揺らいでいる中で、三十年ぶりの乳価改定、ガソリンなど諸物価の高騰などによる価格改定を余儀なくされ、宅配先一軒ごとに事情を説明し、ご理解を得る作業は大変な苦戦だったと思えます。

米国に端を発した金融不安は世界経済を不安に陥れ、私達牛乳販売店が生残りをつかえ消費拡大を図り、自らの力で未来を切り開き、若い世代の方々にも、夢と期待の持てる業界を目指していかねばなりません。今年度は既に飲用向け生乳価格の三月からの改定が決まっております。

私達牛乳販売店の経営にどの様に影響するのか未だ判りませんが、消費が低迷する中で非常に厳しい状況にあり、私達は丸ごとこの厳しい状況に対処しなければなりません。

激変する環境の中で、努力すれば報われるという業界にしようではありませんか。牛乳には必要な栄養素が殆ど含まれ、最も栄養バランスの良い食品であること、更に栄養素が豊富な割にカロリーは低く、女性は牛乳を飲む人ほど体脂肪率が低いことなど牛乳が素晴らしい価値ある健康商品であることをもっとお客様にお伝えし、適正な価格で販売すれば乳業界の将来は開けると思っています。

を祈念いたしまして、新年のご挨拶と致します。

宅配は大事な活動基盤

森永牛乳協会
会長 河野 行博



新年明けましておめでとうございませう。

昨年は混沌とした政治情勢の中、ガソリンをはじめ諸物価の高騰による市場状況の混乱と生活不安にもまれた一年でした。

乳業界も三十年ぶりの乳価改定が重なり、私共牛乳販売店にとっても困難な一年となりました。今年度は更に二年連続しての価格改定が行われそうです。

我々販売店にとって宅配は大なる活動基盤です。値上げによりこの経済基盤が揺るがないよう東京都牛乳商業組合の力を發揮頂きたいと存じます。又、会員皆様のご協力もお願いするものです。

最後になりましたが会員皆様への御健勝をお祈りし年頭のご挨拶と致します。

将来を見据えた変化に対応できる販売店へ
東京メグミルク協会
会長 依田 末男

大不振や雇用情勢不安等によって景気減速となり、乳業界にも飲用牛乳の消費の減少傾向が止まらないことで、先行き不透明な厳しい状況でありました。

今年度は私達牛乳販売店を取り巻く環境は、激変する社会情勢と、急スピードで悪化が進む国内経済の不安の中、食品への「安全・安心」への要求は格段に高くなっており、社会から信頼される販売店、消費者の視点に立つた販売店になれるよう、意識を高め応えていかなければなりません。新しい時代に相応した「将来を見据えた変化」に対応できる販売店、つくりを実現するために、これまでの努力を礎に、継続してこられたことに誇りを持ち、私達牛乳販売店は企業、業界関係と更なる連携を取りながら英知を結集し、創造をもつて対応し粘り強く販売の拡大に努め希望が持てる明るい販売店づくりに一丸となって目指すことが肝要だと思えます。

これまで同様、ご支援賜りますようお願い申し上げます。本年も皆様にとりまして良い年でありませう、心よりお祈り申し上げます、新年の挨拶とさせていただきます。

生き残りをかけて
更なる努力・工夫を

東京メイトー牛乳協会
会長 藤橋 國夫

謹んで新春のご挨拶を申し上げます。貴会の皆様方には、健やかに新年をお迎えになられたことと心からお慶び申し上げます。

昨年度は三十年ぶりの乳価改定に対し、各店様お客様への落本抑止、自店経費の見直し等ご尽力された事と存じます。本年度は皆様ご存知の通り、昨年に続き乳価改定を控えており、世間では雇用不安・原料高騰の波はおさまる気配もなく、乳業界並びに牛乳宅配店は生き残りをかけて更なる努力・工夫、新しい

戦略が迫られております。東京メイトー牛乳協会についても協会の経験と若さの両輪が一つになり、知恵を出し合いながら、今春の荒波を乗り越えて参ります。今年一年が皆様方にとりまして素晴らしい年でありませう、心からご祈念いたしまして新年のごあいさついたします。

「私の夢ばなし」

小岩井牛乳協会
会長 相田 勝



謹んで新年のお慶びを申し上げます。今年一年、商組の皆様にとりまして良い年でありませう、心よりお祈り申し上げます。

さて、昨年に続き今春も予定されております価格改定は我々販売店にとって大変な問題でございます。経営の見えにくい環境の中、こんな夢のような経営は如何でしょうか。高齢や病気で商売が続けられない方、後継者がいても収入がもつと欲しい方、従業員を引き受けて欲しい方など、お客様を抱えて止めるならば、それらの地域販売店が一つとなって組織的な経営をする。共同事業を立ち上げ、店舗は一つ。配達地域も効率良くなり、燃料費や時短にも繋がる。お客様が愛着を持つブランドを維持し、飲みたい牛乳を提供し、ニーズに応える。これぞ「牛乳屋」。拡充で他メーカーと争う事がなくなる。

また、牛乳ばかりでなく高齢者向け商品の取り扱いや地域活動にも加わる事もしやすくなる。人間関係も作りやすくなる。都会は地方から来た人の集まりで、地方物産を紹介する事で牛乳に繋げる事もできる。異業種では既に始まっているこんな共同経営の仕方を牛乳販売店も出来ないだろうか。牛乳販売店のご発展を祈願し新年のご挨拶とさせていただきます。

明けましておめでとうございます

安心安全で

おいしい牛乳を

副理事長 広川 雅也



アメリカ発
の金融危機、
大不況になる
うとしています。

組合員の皆様あけましておめでとうございます。我々業界にとつては年度内二度もの乳価値上げという大変なときです。このような時期こそ落ち着いて情勢の判断が必要になってくるように思われます。

さて私はこの春、三月の最終日曜日(恒例)に利根川の土手の東毛酪農の牧草地内のカラシナ(セイヨウアブラナ)の抜き取りに行く予定です。これは外来種で見た目にはきれいだが広く根を張り大根のように大きくなるので、これが枯れて腐ると土手の土が軟らかくなる。またモグラの餌になるので土手に穴を開けられる。生態系の変化も懸念されます。

このようなことから管理者の国土交通省が除草剤をまくのでこれを撤布させず無農薬除草のためにやるのです。気の遠くなるような広大なところを消費者の団体、生協等の団体グループ、販売店とその家族、またお客様、酪農組合員やその家族等の一大イベントです。年に一度の行事ではあるがこのような人たちの本物牛肉でハイベキューが行われ、また乳房をきれいにするためのタオルのプレゼントをする。これは細菌数の少ない牛乳を搾つてこの願いから段ボールの山が築かれるほどです。またこれに対して野菜の山のお返しがあり交流会は最高潮になります。牛乳のお客様には内容を書いた参加の呼びかけのピラを配ったり宣伝することにより、一層の牛乳に対する理解が得られるのではないかと思われます。この様なときでもあるので安心安全

全でおいしい牛乳を飲んでもらうための努力が必要ではないかと思えます。

今年はお客様と
手を携えるとき

副理事長 磯辺 元央



新年あけましておめでとうございます。平成二十一年

の新春を迎えお慶び申し上げます。さて、一年を振り返ると今年も昨年と同じ生産者乳価の改定が行われ、我々牛乳販売店が置かれた状況は厳しいものであります。我々販売店にはお客様と強い信頼関係があるという事です。

私が暮れに集金に行ったときのことです。そのお客様とは三十五年間牛乳を取っていたただい値上げです。私が来年また値上げです。と言ったとき、「私は辞めないからな」、この言葉を聞いて本当に涙が出ました。我々販売店もお客様と手を携えて一から出発するときです。消費者を大切に東乳商組合員であり、組合員全員で頑張りましょう。

今年も組合員の皆様方の健康と益々の商売繁盛を御祈念申し上げますとともに本部へのご支援とご協力をお願い申し上げます。変化に対応して業界存続のために知恵と協調と団結

副理事長 川井 邦伸



新年あけましておめでとうございます。昨年は東乳商

に対しご理解、ご協力を頂きましてありがとうございました。百年に一度の経済危機と言われている中で、昨年春の乳価改訂につき、二年連続の改訂が実施されようとしている年の幕開けです。日常から、混乱が常態化しているこの業界において、いまだ

かつて経験したことのない事態が想定されます。「変化に対応出来ないものは必ず滅ぶ」との自然界の法則から学ぶことは、「各自が変化に対応する努力を続ける」ことがこの業界の存続に通ずるものと考えます。

しかしながら各自が一人で出来る事には限界があります。そこでみんなで知恵を出し合い、協調、団結して、この業界の存続のために声を出して行くことが求められていると思えます。東乳商に課せられた大きな役割の一つはこの点にあります。

また価格適正化のための環境整備活動、不当廉売の申告の活動など、これらを実行するために組合員の皆様のご理解、ご協力を頂きつつ、関連諸団体との連携を更に強固にして、これまで以上に業界の商権をまもる活動を推進していきたいと思えます。未筆ながら組合員各位、ご家族従業員の皆様のご健勝とご多幸をお祈り申し上げます。本年も引き続き皆様の更なるご理解とご協力をお願い申し上げます。

得意先は財産

副理事長 高津 征夫



明けまして、おめでとうございます。今年はずいぶん、牛乳の

年、はりきって、販売したいものです。しかし昨年に続いて今年も又、春からの値上げ、大変な事ですが、今でも宅配の顧客の減少が続いていますが、何か良いアイデアなどございましたら皆様と手を取りあつて勉強をしたいと思っております。東乳商では、役員の方々にスーパーのチラシを集めて価格の調査してありますが、二本で300円とか一本148円が今だに続いています。公正取引委員会に申告もしていますが、明白な回答がえられておらず残念です、これからも継続していきたいと思っております。宅配のお客様は、ま

だまだ町の中にたくさん有ると信じています。得意先は販売店の財産です。お客様、おひとりおひとり、大事にし、商売に励みたいものです。会合の中で会員の販売店で、得意先の名簿が、整理されていないお店があるとの話があります。得意先は財産です。しっかりと守つてがんばつて行きましょう。

負の遺産を解消して
少しでも明るい社会を

中央ブロック長 浅黄 豊晴

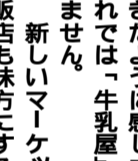


新年あけましておめでとうございます。昨年は三十年

ぶりの乳価改定が実施され家庭配達に多大な影響を与えました。また社会的にはサブプライムローン及び燃料の高騰などにより世界的な百年に一度と言われ社会不安をもたらしました。また忘れてならないのはいろいろな業種での食品偽装が発覚したことであります。

新年に当たり昨年のあらゆる分野の負の遺産を解消して、少しでも明るい社会になるように願いたいと思えます。

副理事長 川和 秀夫



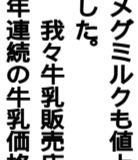
新年明けましておめでとうございます。厳しい社会に何が必要か?今まで私達牛乳販売店はメーカーに頼り「経営」をしてきたように感じます。しかしそれでは、「牛乳屋」の未来はありません。

新しいマーケットの創造や量販店も味方にするような戦略が必要ですが、アメリカの次期大統領領オバマ氏が「Change!」というように、明治維新を進めていった薩摩・長州の志士達みたいな若きエネルギーが業界には必要です。

二代目、三代目、四代目の皆さんメーカーの枠を飛び越えて交流するのが東乳商です。今年も宜しくお願い致します。

乳価の値上げが消費者の理解えられるか不安

山手ブロック長 田村 寿雄



明けまして、おめでとうございます。

の値上げを明治乳業が新聞等で発表しました。続いて森永乳業・メグミルクも値上げを発表しました。我々牛乳販売店にとって、二年連続の牛乳価格改定は初めての事です。各メーカーの社長は、「コスト削減等の努力は限界にきている。値上げは日本の酪農や乳業を維持するためであり、消費者には理解を頂きたい」と、説明しています。

しかし我々牛乳販売店は、どれだけ消費者に対して乳価の値上げが出来るのか不安です。今年は大変な年になりそうですが、頑張りつて乗り越えたいと思っております。

副理事長 木我 英俊



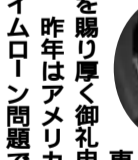
東乳商組合員の皆様お健やか

に新年を迎えられたこととお慶び申し上げます。昨年は世界的金融危機と我が国までさらされた大企業は生残り策で雇用の減少に及び、社会が不安な状況となり、零細企業にも多大な影響を受ける事態となりました。私達も自分自身の生活を維持しなくてはなりません。

何年かぶりの乳価の値上げ、どうにか値上げの波に乗って持ちこたえたものの、売上は下降となる状態、組合から組員の減ることのないよう魅力ある組合にして互いに力を合わせて行くことが大切だと思つ次第です。

危機感を持って
厳しい環境を乗り越えよう

多摩第三ブロック長 中村 和幸

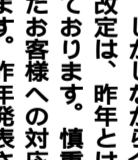


明けましておめでとうございます。日頃より

を賜り厚く御礼申し上げます。昨年はアメリカ発のサブプライムローン問題で経済が混乱し、世界中に経済不安を起し、日本でも大きな嵐が吹き荒れた年でした。急激な円高による企業収益の悪化で、新入社員の内定取り消しや、大企業の大規模な人員削減が紙面を賑わし、これから益々失業者や低所得者の増大が懸念されます。

このような大変な状況の中で、本年三月から生乳取引価格の引き上げが決定しており、二年連続の価格改定に直面することになります。昨年の価格改定は海外からの原料の高騰、ガソリンの急激な値上げ等のニュースが連日報道され、消費者からも仕方がないかのような雰囲気の中での実施でした。結果として落ち込み幅は予想の範囲内にとどまり、宅配の価格転嫁に成功したと言われました。

副理事長 兼子 賢一



新年あけましておめでとうございます。

新年を迎え気持ちも新たなところ、社会全般はむしろ我々乳業界に吹く、昨年同様の「厳しい風」に引き続き立ち向かわなければなりません。周知のごとく、今春、乳価再値上げが行われます。この値上げは酪農家の経営危機を打開することが第一の目的とはいえ、消費者からの厳しい目を向けられるのは私達販売店等の末端であります。

ます。販売店の宅配の将来を憂えるのは私だけではないと思えます。

今春の厳しい乳価
再値上げにむけて

副理事長 兼子 賢一



新年あけましておめでとうございます。

新年を迎え気持ちも新たなところ、社会全般はむしろ我々乳業界に吹く、昨年同様の「厳しい風」に引き続き立ち向かわなければなりません。周知のごとく、今春、乳価再値上げが行われます。この値上げは酪農家の経営危機を打開することが第一の目的とはいえ、消費者からの厳しい目を向けられるのは私達販売店等の末端であります。

多様な商品を扱っているスーパーマーケット等の流通は様々な工夫で、消費者の目 に対処しています。我々、牛乳を中心とした専業販売店のみが乳価改訂により経営危機に陥ることがないよう、年明けのすがすがしい気持ち中ではあります。気を引き締め、組合員相互に情報交換を密にし、この危機を打開しようではありませんか。

本年もよろしくお祈り申し上げます。

改善協版

年頭のご挨拶



東京都牛乳流通改善協会


会長 依田 末男

新年明けましておめでとうございます。新しい年を迎え心から新年のご祝辞を申し上げます。皆様にはお健やかに新春を迎えられたこととお慶びを申し上げます。また日頃は当協会に対しまして皆様方から格別のご支援ご協力を賜りまして厚く御礼を申し上げます。さて昨年のわが国の経済を振り返って見ますとまさに大激動の年でした。一昨年、米国のサブプライムローン問題が発生しこれが世界的規模で広がって昨年の米国大手証券会社の破綻即ちリーマンショック以降金融危機と経済の悪化は日本にとつて対岸の火事では無くなりました。例えば十一月の国内新車販売は二十七%減、鉱工業生産指数も六%超の過去最大の低下となる見込みで、非正規社員を中心に失業が増加しています。株価も十一月下旬末では七千九百十七円と十月下旬のバブル後最安値に近ずいて昨近では一進一退の状況です。世界の金融、経済が百年に一度と言われる程の未曾有の危機に一致し、企業収益の悪化懸念、輸出依存の経済構造に更に円高が追い討ちをかけ、政策への不振も一段と影を落とし始め、日本

経済の先行き不安を映している状況です。六年間続いた安定成長も〇八年度〇九年度はマイナス成長になるものとの見通しがあります。しかしこの経済の停滞を受けて、年末にかけては高騰していたガソリン等も下落して、値上げ前に戻ってきておりまさにデフレ再燃懸念が台頭してきており、まさに激変の年でありました。この不況は三年間続くとの見方もありますが、世界規模での強力な経済対策を各国で打ち出してきており、これらの策が功を奏して、早くこの現状から脱却したいものであります。一方我々を取り巻く状況を見ますと、昨年春にはビッグニュースがありました。餌代や燃料の価格の高騰により牛乳を三十年振りに値上げしたことでありました。これは我々にとつても期待された事でありましたが、結局落本と差引ゼロとなりメリツトはありませんでした。又十二月の新聞にこの春には再値上げとの記事が出ておりましたが、厳しい酪農経営に対する理解は出来るものの得意先お客様の事をどう考えるのか、消費者を最も大事にしなければ

ならないと思いますが、メーカーにとつても消費者あつてのメーカーでありましょう。今の環境は非常に悪い状況です。今六十代の人は入院したらお仕舞いだったり、バックに戻ってしまします。今バックは百五十九円以下が八十%を占めている状況です。環境整備が必要ですがここで再値上げをしたら減る一方壊滅状態になるでしょう。牛乳屋が牛乳に価値観を持たなくなつて、売らなくなつてどうやって消費拡大が出来るのでしょうか。もし値上げが無しとするならば安堵感から一転元気が出るでしょう。我々は元気を出さなくてはいけません。そして色々と創意工夫をして生き残つていかなければなりません。例えばメーカーからは商品は週三回くらいいいでしょう。物流費をカットして拡販費に振り分ける事も必要な事ではないでしょうか。消費支出は昨年末にかけて十ヶ月連続で下がり入っています。値上げしたせいでパン食が減っています。牛乳も減るでしょう。消費者は身を守りに入っています。今後も販売店は客離れが起きて高齢化と合わせてこの機会に廃業が増えることが懸念されます。この難局に向かつて、自分の身は自分で守る。との意識を強く持つて元気で立ち向つて行くことは有りませんか。健康と元氣と工夫で生き残つて行きましょう。最後になりましたが本年の皆様のご活躍とご家族皆様のご多幸を祈願申し上げてご挨拶と致します。本年も引き続きご指導ご鞭撻の程よろしくお願い申し上げます。

明けましておめでとうございます

<p>東京メイトー牛乳協会</p> <p>〒182-0025 東京都調布市多摩川一三〇一 日本ミルクコミュニティ(株)内</p> <p>会長 藤橋 國夫 副会長 関根 淑雅 瓜本 治</p> <p>東京都板橋区幸町三二四 協同乳業(株)関東支社市乳支店内 電話 〇三二五九六六一二二一七</p>	<p>東京メグミルク協会</p> <p>〒105-0003 東京都港区西新橋三二四一五 レック御成門川名ビル八〇二号室 電話 〇三二三四三七一三八八二</p> <p>会長 依田 末男 副会長 清水 長治 西村 武男</p>	<p>森永牛乳協会</p> <p>〒105-0003 東京都港区西新橋三二四一五 レック御成門川名ビル八〇二号室 電話 〇三二三四三七一三八八二</p> <p>会長 河野 行博 副会長 加藤 光彦 竹内 志郎 青木 信典</p>	<p>東京明乳事業協同組合</p> <p>東京都墨田区緑一二六十一 (明治乳業両国ビル二階) 電話 〇三二三六三一六九七〇</p> <p>理事長 川幡 康成 副理事長 的場 眞一 高梨 透 専務理事 佐々倉 透</p>
<p>業務中のシートベルトの免除のステッカー</p>  <p>●高齢者と子供の交通事故防止 ●シートベルトの着用の徹底 ●若者による二輪車の交通事故防止</p> <p>ステッカーご希望の方は 東乳商事務局へ TEL 5295-3721 〒101-0035 千代田区神田紺屋町29神田ISビル3階</p>	<p>グリコ牛乳販売事業協会</p> <p>理事長 牛尾田 建一 専務理事 森田 正男</p> <p>川崎市多摩区登戸五九八 (牛尾田 建一内) 電話 〇四四一九一七三四三</p>	<p>小岩井牛乳協会</p> <p>東京都千代田区鍛冶町二一六一 堀内ビル四階 小岩井乳業(株)首都圏第一支店内 電話 〇三二五二〇九一八〇三二</p> <p>会長 相田 勝 副会長 高橋 常男 新井 政春</p>	<p>東京興真会</p> <p>千葉県八千代市大和田新田一三五 コーシン乳業(株)内 電話 〇四七一四五九一五七〇〇</p> <p>会長 関根 伸綱 副会長 久古 次郎 深瀬 潔</p>



年頭のご挨拶



東京都牛乳普及協会
会長 小笠原 健一

新年明けましておめでとうござい
ます。
皆様には益々ご健勝にて200
9年の輝かしき新春をご家族おそ
ろいでおすこやかに迎えになら
れたことを心からお慶び申し上げ
ます。

日頃は牛乳の消費拡大事業の推
進に格別のご支援ご協力を頂いて
いることに厚く御礼申し上げます。
本年も、なお一層のご支援を賜
りますようお願い申し上げます。
お正月は、農作を司る年神様を
お迎えし、新年の幸福を授けても
らう行事として日本に定着した行
事です。お供えた料理を分け合
い、1年の始まりを祝つのがおせ
ち料理のルーツで、時代は平安や
室町までさかのぼるとの説があり
ます。

神への供物であるおせち料理に
は、地域によって違いはあります
が、家族の繁栄を願つて縁起のよ
い意味が込められています。「数
の子」は子孫繁栄で、「黒豆」は
「まめ」に暮らすこと、「昆布巻
き」は「こぶ」と「よるこぶ」を
かけています。

収穫を喜び、健康や長寿を祈る
心や新しい年を祝う伝統は大切に
継承していきたいものです。
この1年を振り返ってみますと、
気持ちムシャクシャしているか
らと、関係のない人をナイフで刺
すというような許しがたい凄惨な
事件が相次ぎました。ごく最近で
は、インドで1000人を超す死者
を出すとテロ事件が発生しま
した。人の命が粗末に扱われる困
った世の中になったものです。

また、アメリカに端を発した不
景気風が、世界中に吹き荒れてい
て、景気は当分良くならない様相
を呈しており、年末には自動車な
ど製造業を中心に、非正規労働者
をはじめとする大量解雇が相次ぎ
雇用不安が広がりました。政府は
自治体が行う緊急雇用対策の費用
助成などを打ち出しましたが、先
行きの不透明感はぬぐいきれず不
安を抱えたまま年を越しました。

穀物価格高騰を背景とした食料
供給への不安や、食の安全・安心
を揺るがす事件の頻発から、食や
農への消費者の関心は高く、食料
自給率向上は、消費者の理解を広
げるとともに、生産者が安心して
農産物を生産でき、後継者が育つ
ような環境整備が不可欠だといえ
ます。年末に閣議決定した200
9年度政府予算案では、「農林水
産業・農山漁村の持つ潜在力を最
大限に発揮させる」ことを基本に、
水田の有効活用推進や耕作放棄地
の有効利用対策、農山漁村活性化
の推進などが盛り込まれました。

2008年酪農乳業界重大二コ
ースのトップは、「2008年度生
産者乳価2度にわたり引き上げ」
次いで、「牛乳・乳製品ほとんどの
品目で値上げ」が選ばれ昨年に引
き続き価格がらみが上位を占めま
した。選ばれた理由として、飼料
価格の高騰は2008年に入つて
も続き、コストアップにより酪農
経営は苦境に立たされ、生乳計画
生産は増産に転じたにもかかわらず
、都府県を中心に生産は伸び悩
み、バターや脱脂粉乳の逼迫を招
いた。一方で、生産現場の苦境や
輸入乳原料の価格高騰で乳業界も
春から製品値上げを実施、それ
による消費への影響を最小限にすべ
く、消費者に事情を説明して理解
を求めたが、物量のダウンになつ
て跳ね返ってきた。

世界経済は所得の伸び悩みと9
月からの米国発金融危機が消費を
冷え込ませ、それがさまざま業
種に広がり、一段と消費を冷え込
ませるといふ悪循環に陥っている。
こうした急激な変化は、価格対
応のあつたれきを生み、消費の不
安定さを一段と増す結果になつて
おり、酪農乳業界の迷惑感をより
深める結果となつたとしています。
今年の最大の課題は、3月から
の生乳取引価格の引き上げについ
て、消費者、流通業者に価格引き
上げの必要性を理解してもらい、
消費の減退をくい止め、酪農乳業
の状況を好転させることだといえ
ます。

社団法人日本酪農乳業協会では
消費拡大対策の一環として、昨年
から牛乳・乳製品の栄養素密度の
高さに着目した「ミルクって、サ
ブリかも」キャンペーンにより、
新しい消費価値を喚起する働きか
けを展開しています。

5年前から、牛乳・乳製品をど
んな形でもいいから1日3回とり、
健康で生き生きとした生活を、「3
A Day」運動を展開してき
ましたが、ここ数年3パーセント
前後、牛乳の消費量が減っていま
す。

もう少しパンチの効いた運動を
と各関係団体が相乗効果をもた
らすよう検討を重ねた結果、牛乳と
はどういうものなのか。栄養素密
度が高い。カロリーが少ない割に
に必要な栄養がバランス良く豊富
に含まれているというのが、牛乳
の特徴ではないか、消費者が必要
と考えている栄養素、消費者の関
心が高まっている、いわゆる「サ
ブリ」じゃないかと思いつき、そ
れと、食生活を实际的マネジメン
トし、コンダクターであり、サブ
リの認知も高い30代から50代の女
性をターゲットに、飲んでみよう
かなという、気付きを与える「ミ
ルクって、サブリかも」キャン
ペーンです。

牛乳を飲むことに義務感や強制
感を与えては牛乳離れにつながり
ます。牛乳を自然に思ひだしても
らうことが実際の飲用行為につな
がり消費の拡大につながっていく
のではないのでしょうか。

本年も事業実施に当たっては昨
年同様、関東甲信地区牛乳普及協
議会(静岡含む)1都9県が連携
をとりながら、また(社)日本酪
農乳業協会並びに関東生乳販売農
業協同組合連合会の協力を得なが
ら効率的に事業を展開していきま
す。今後とも事業推進にあたり
は会員の皆様方が納得して頂ける
透明性のある事業とし、創意・工
夫により、今まで以上に、少ない
経費でより大きな効果が出るよう
努力してまいります。

季刊誌「ほわいと」のご案内

季刊誌「ほわいと」は、社団法人 日本酪農乳業協会(Jミルク)が保健所、保健センターの保健士・栄養士等を通して、牛乳・乳製品についての正しい知識・情報を一般に広く普及啓蒙してもらうために年4回発行しているものです。

健康保険組合、大学、専門学校、酪農乳業関係者等にも配付しています。季刊誌として平成20年度は春号「美しさも、目覚める春」、夏号「スポーツ大好き!」、秋号「ミルク検定」、冬号「ヘルシーを楽しもう!」のテーマ特集形式で構成し各号2万3千部を配付しています。又一般向けへ広く啓蒙するために、「ほわいと」と同じ内容のコンテンツをJミルクのホームページでも公開しています。

一般の人でも楽しく読みながら牛乳乳製品の知識や情報が得られるので、宅配のお客さんへの配付、講演会や各種イベントでの配付等にご利用下さい。毎回の「ほわいと」印刷までに必要量を注文すると、増刷して販売店まで届けてくれます。

有償配付を希望される方には次の方法で購入することができます。

- | 号名 | 発行月 | 増刷申込み期限 |
|----|-------|---------|
| 夏号 | 6月下旬 | 5月末日 |
| 秋号 | 9月下旬 | 8月末日 |
| 冬号 | 12月下旬 | 11月末日 |
| 春号 | 3月下旬 | 2月末日 |
- 【配付方法等】
「ほわいと」発行月と増刷申し込み期限。(右記の表)
1. 「ほわいと」ご注文・お支払いの流れ
(1) 発行月の前月末日までに、注文票(Jミルクのホームページよりダウンロード)をJミルクにFAXしてください。
(2) 「ほわいと」到着時に、送料を運送会社に現金でお支払い下さい。
(3) 後日、印刷会社より代金(増刷費・梱包費)の請求書が送られてきますので、期日までにお振り込み下さい。
2. 費用等
(1) 発注単位: 100部単位(最小発注量も100部)
(2) 増刷費・梱包費 = 1部あたり63円(消費税込)
(3) 送料等詳細は社団法人 日本酪農乳業協会のホームページに掲載されています。
3. 問い合わせ先

〒104-0045東京都中央区築地6丁目4番10号カトキチ築地ビル9階社団法人 日本酪農乳業協会 「ほわいと」係
電話03-6226-6351 FAX03-6226-6354 ホームページアドレス: <http://www.jmilk.jp/>