

MILK JAPAN™

寄藤文平氏 & チーム・ミルク ジャパンによるホ乳類必読の一冊！

「ミルク世紀」

ミルクによる ミルクのための ミルクの本

～ 2011年2月26日から全国の書店で販売～

社団法人中央酪農会議(会長:茂木守、以下「中央酪農会議」)は「MILK JAPAN」の活動の一環として、チーム・ミルク ジャパンと、MILK JAPANのアートディレクターであり、キャラクターの生みの親である寄藤文平氏がコラボレーションした絵本、「ミルク世紀」を2011年2月26日より、全国の書店にて販売を開始いたします。

「ミルク世紀」は、“ミルクによる、ミルクのための、ミルクの本”という、前代未聞のテーマのもとに書き下ろされた“ホ乳類必読の書”です。

日本中の誰にとっても、あたりまえすぎて最近飲まれなくなってきている牛乳。そんな身近すぎる存在をもう一度見つめなおしてみることで発見した、牛乳のワクワクできる一面がぎっしりと詰まっています。また、かわいらしいイラストが満載なので、子どもも読んで楽しめる内容です。

「牛乳とワサビを合わせるとどうなるの?」「なんで牛乳ってこんなにみんなが飲んでるの?」「イライラした気持ちをまるくするミルクレシピって?」…こんな疑問に対する答えが全て、この本の中にあります。

環境、健康、食文化から人類史まで、私たちの生活と深くつながっている牛乳。

いちばん身近な牛乳が楽しくなれば、毎日の生活がもっと楽しくなる。「ミルク世紀」から、新しいミルクの世界がはじまります。

MILK JAPANは、これからも「牛乳が日本を元気にする」というスローガンのもと、全国の酪農家とお母さんたちの思いを一つに束ねて、さまざまな活動を行ってまいります。

【概要】

タイトル	: ミルク世紀 ミルクによる ミルクのための ミルクの本
著者	: 寄藤文平 & チーム・ミルク ジャパン
出版社	: 美術出版社
発売日	: 2011年2月26日 一部の店舗では遅れが出る可能性があります。
価格	: 1,260 円 (税込)
仕様	: サイズ 17 x 14.3 cm、ハードカバー、総144ページ、特色3色刷



【CONTENTS】

1. ミルク サピエンス
: マイルドじゃなくてワイルドな野生ドリンク「お乳」の話。
「哺乳類」という名前の由来も解明。
2. ミルクの基礎知識
: そもそも牛乳ってなんで白いの…? から始まる、知ってるつもりで全然知らなかった牛乳の基礎知識を、ゆかいなイラスト入りの図やグラフで紹介。
3. ミルク ラボ
: 「牛乳いじり」、流行の予感。牛乳に失礼だろ! というくらい奇抜な“混ぜ飲み実験室”へようこそ。
名前も味も衝撃的なブレンドミルクが誕生! 牛乳の懐の広さを感じられます。
4. ミルク レシピ
: 悲しいことがあった。なんだか落ち着きたい気分。そんな「気持ち」にやさしく働く、5つのシーン別「癒しのレシピ」をご紹介します。
ミルクに秘められた「気持ちをまるくする効果」を是非味わってください。
5. ミルク の明日
: 実は、牛乳が日本に広まってまだ半世紀。人と自然と社会という大きなサイクルの大切な結び目となっている牛乳と酪農。
これからの暮らしの中で牛乳が果たす役割について考えます。

寄藤 文平 氏より「ミルク世紀」出版に寄せて

(制作者あとがきより一部抜粋)

秩父の吉田牧場に取材でうかがったのは2010年の夏。

(略)

牧場にはたくさんの牛がいるわけですが、吉田さんご夫妻はそれぞれ牛を名前で呼んでいました。「一体どこで牛を見分けるんですか？」と質問したら、「見ればわかりますけど…全体の感じで…」と、怪訝な顔をされました。その時、自分がかなりアホな質問をしたらしいことに気がつきました。「自分の子どもをどこで見分けますか？」と聞かれて、「ここで見分けます」と答える親がいるわけがなかったのです。

そのように大切に育てられている牛には、一方で「経済活動」という側面があります。(略) 家族のように大切だけど、やはり家族ではない。そう説明する吉田さんの言葉が、僕には吉田さん自身に言い聞かせているように感じられました。自然な気持ちと、社会的な目的の間で大きなジレンマを抱えながら生きるのが酪農家という仕事なのだと感じました。この本は楽しく読んでもらえるように考えたので、本文中ではあまり触れませんでした。かわいい牛と牧場だけでおいしい牛乳ができていないわけではないということも、ここに補足しておこうと思います。

2011年2月 寄藤文平

寄藤 文平 氏 プロフィール



寄藤 文平 (よりふじぶんぺい)

イラストレーター / アートディレクター

1973年長野県生まれ。武蔵野美術大学視覚伝達デザイン学科中退。JT広告『大人たばこ養成講座』をはじめ、東京メトロのマナーポスター、『R25』の表紙キャラクターなど、広告やブックデザインなどで活躍中。

主な著作に『ラクガキ・マスター』(美術出版社)、『死にカタログ』(大和書房)、『元素生活』(化学同人)。

共著に『大人たばこ養成講座』(美術出版社)、『ウンココロ』(実業之日本社)、「地震イツモノート」(木楽舎)、『アホウドリの糞でできた国』(アスペクト)など。

HP : <http://www.bunpei.com/>

「MILK JAPAN」とは

「MILK JAPAN」は、若年層の子どもを持つ若い母親の「子育て」を、牛乳を通じて支援する草の根運動です。中央酪農会議では過去5年間にわたり、牛乳の飲用促進キャンペーン「牛乳に相談だ。」を実施してまいりました。この「牛乳に相談だ。」キャンペーンは、実飲用層の中高生をターゲットに実施し、結果、キャンペーンへの認知は非常に高い水準を獲得し、牛乳に対する親和性は強まったものの、牛乳の飲用促進は期待したようには改善されませんでした。

このことから私たちは、牛乳の消費量が自然に増えやすい育ち盛りの幼児や、小学生の時期からの牛乳飲用を習慣にしていこうと、牛乳の持続的な飲用促進の素地を形成することを目標に、若い母親たちの牛乳に対する価値意識や、行動を変化させることを基本戦略とした取り組みが必要だと考えました。そしてこの取り組みは、若い母親たちにとって重要な生活課題である「子育ての様々な悩み」の解決につながる、深いコミュニケーションでなければ、意識・行動の変化をもたらすことは出来ないと考えています。

以上を念頭に、新たな取り組みについては、牛乳を通して、日本のお母さんたちの子育てを支援し、家庭内での親子のコミュニケーションや母親同士のコミュニケーションに参加する「運動」としての意味合いから、「MILK JAPAN」と命名しました。

そして「MILK JAPAN」のスローガンは「牛乳が日本を元気にする。」です。牛乳を通じて、子どもが元気に、母親が元気に、地域が、日本全体が元気になっていく。牛乳がそれぞれの家族の生活に根付いていき、その数が連なって大きくなり、日本全体、社会全体を活性化していく。乳業メーカーや食品企業、流通など様々な人や団体を巻き込んで広がっていく。それが「MILK JAPAN」の最終的なゴールです。また、これらの活動を通して、酪農家の多様な消費者活動も活性化されると共に、酪農家自身が自らの仕事に対する誇りを得ることにもつながり、日本の酪農の持続的成長の素地が物心両面から確立することに繋がるものと期待しています。

「MILK JAPAN」活動概要

活動名	: MILK JAPAN
開催時期	: 2010年10月から約3年間
活動主体	: 社団法人中央酪農会議および、各地の指定生乳生産者団体等の関係組織 ならびに全国の酪農家
ターゲット	: 若年層の子どもを持つ若い母親
展開エリア	: 全国
主な活動	: キックオフイベント/オープンファームデイの実施 絵本『みんなのミルク ジャパン』、子ども番組『ミルク チャポン』の制作 専用Web・ケータイコンテンツの開設 流通店頭での販促プロモーション活動 その他各種牛乳消費拡大を目的とした活動 他

【社団法人 中央酪農会議とは】

社団法人中央酪農会議は、昭和37年8月、農林省事務次官通達に基づき酪農関係の全国機関によって設立され、その後、昭和41年の加工原料乳生産者補給交付金暫定措置法（不足払い法）の発足に伴い、同法に基づき設立された指定生乳生産者団体（全国9団体）と酪農関係全国機関（全中、全農、全酪連、全開連、農中、全共連）とにより構成されてきた酪農指導団体(民法第34条による公益法人)であり、定款はその目的を次のとおり定めています。

『この会議は、生乳生産者の協同組織による生乳受託販売の推進並びに生乳の供給安定、流通の合理化及び品質の改善を図りわが国酪農の健全な発展に寄与することを目的とする』

なお、本会議の会員である指定生乳生産者団体が集荷販売する生乳の量は、全国で生産される生乳の97%、出荷酪農家の数は本年4月で約2万戸となっています。