

牛乳で日本を元気に！子育てを支援する新しい社会的な運動

MILK●JAPANTM

2010年10月より、全国で始動！

社団法人中央酪農会議(会長:茂木守、以下「中央酪農会議」)は、2005年度より5年間に渡り実施してきた「牛乳に相談だ。」キャンペーンに続く新たな取り組みとして、「MILK JAPAN」を10月よりスタートさせます。

またプロジェクトが始動する2010年10月10日(日)には、「MILK JAPAN LAND 2010」と称して、東京 有楽町イトシア前広場をメイン会場とし、同時期に全国各地にて「MILK JAPAN」の発足と活動内容を発表するための大規模な一般参加型キックオフイベントを開催します。

中央酪農会議では、この「MILK JAPAN」を通じて母親の子育てを支援し、牛乳の飲用習慣の増加を図り、最終的には牛乳の消費拡大を目指して活動を展開してまいります。

■ 「MILK JAPAN」とは

「MILK JAPAN」は、30代を中心とした母親の「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。

この結果を踏まえ、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牛乳飲用を習慣化させることで、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、30代を中心とした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拓がっていく。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(JDC)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	: 30代を中心とする母親
展開エリア	: 全国
主な活動	: キックオフイベント/オープンファームの実施 「MILK JAPAN」絵本・TV番組の制作 専用Web・ケータイコンテンツの開設 「MILK JAPAN」オリジナルノベルティの配布 他

■主な活動内容

オープンファームと呼ばれる牧場での酪農体験や、絵本やテレビ番組の制作、携帯コンテンツなど、実体験から疑似体験まで様々な形での体験共有の場やツールを提供。それらの活動を通じて、親と子の豊かな結びつきを創り出してまいります。

MILK JAPAN LAND 2010 / オープンファームデー

2010年10月10日(日)に東京・有楽町イトシア前広場をメイン会場とし、その他全国9ヶ所の会場にて、

「MILK JAPAN」のキックオフイベント、「MILK JAPAN LAND 2010」を開催予定。

ミルクのアミューズメントパークとして、ミルクをテーマにしたライブや、ミルククイズラリー、皆の牧場をつくるミルクペーパーファーム、乳牛の搾乳・哺乳を体験できるミルクワーキングなどのブースに加え、牛乳を使った料理を楽しめるミルクDELI、ミルクBARなども楽しめます。

また10月9日～11日の3連休期間、全国300ヶ所(予定)の牧場でオープンファームを集中的に実施。「MILK JAPAN」デザインのツールを各牧場に導入し、運動のキックオフを牧場からも発信します。

MILK JAPAN絵本

「牛乳」と「MILK JAPAN」を、楽しく理解できる絵本風コンセプトブック。
乳牛の親子から酪農家の家族、母親と子ども、そして日本全体へと連なる牛乳の新しい価値を楽しく理解できるストーリーに加え、栄養素や歴史などもイラストで分かりやすく図解。楽しめる、遊べる、ミルクの絵本です。



MILK JAPANテレビ番組

「MILK JAPAN」の情報発信基地となる、TBSで毎週放映全24回(予定)の約10分間の子ども番組。
ミルクoppが活躍するアニメ「ミルクoppが行く」や、ミルクを使った新しい音楽を創造する「ミルクライブ」、
ミルクの表情をアートする「ミルクの世界」など、ミルクが主役のコーナーを多数用意。
母親と子どもが一緒に楽しめる、ミルクがつくる新しいエンターテインメントです。

MILK JAPANケータイサイト

「MILK JAPAN」のケータイサイトでは、「MILK JAPAN」のキャラクターになれる「にがおえメーカー」やケータイ絵本などの”遊べる”ミルクコンテンツと、COOK PADとコラボレーションした牛乳レシピコンテストや牛乳を毎日飲みながら楽しむ「牛乳すごろく」などの母親にとって”使える”ミルクコンテンツを用意。毎日の生活にミルクが加わります。

■ 「MILK JAPAN」 ロゴ



基本ロゴマーク



ロゴマーク①
「母子の運動」であることを
強調する際に使用。



ロゴマーク②
「牛乳の運動」であることを
強調する際に使用。



ロゴマーク③
「酪農家の運動」であることを
強調する際に使用。

■ 「MILK JAPAN」 キャラクター



メインキャラクター
“ミルコップ”



“ミルティン”



“ママ”



“パパ”



“酪農家”



“牛さん”

■早稲田大学 教職大学院 田中教授のコメント

「牛乳で親子コミュニケーションを！」

今、家庭で親子間のコミュニケーションが不足しています。子どもは塾の宿題や習い事、テレビ・ゲーム・ケータイに時間を取られ、お父さんやお母さんは仕事や家事に忙しく、くつろぐ時間といえばテレビを見るだけということが多いのではないのでしょうか？

そのような家庭でのコミュニケーション不足は、子どもへの愛情不足になりやすく、さらに生活習慣の乱れや、ひいては学力低下につながりかねません。

そこで、私がお薦めしたいのが、「牛乳」を通じた親子コミュニケーションです。牛乳には、新しい命を生み出し創り出すパワーがあります。その力をかりて、親子で一緒にお菓子を作ったり、新しい飲み物を考え出したり、料理を作ってみてはいかがでしょうか？

もちろん作るだけでなく、作ったものをお世話になった人にふるまったり、牧場や工場で牛乳を作っている人に感謝をしたり、さらには、乳牛と子牛をめぐる命の教育につなげることもできます。このような豊かな家庭教育の中でコミュニケーションを積極的に行うことが、親子の愛情を深め、言葉の力を育み、子どもの健康な心と体を作ることになるのです。

さあ、家庭でも気軽にそして簡単に取り組める「牛乳で親子コミュニケーション！」。明日から始めてみませんか。

田中博之(たなか ひろゆき)

早稲田大学教職大学院 教授 専門は、教育工学および教育方法学。

1960年北九州市生まれ。大阪大学人間科学部卒業後、大阪大学大学院人間科学研究科博士後期課程在学中に大阪大学人間科学部助手となり、その後大阪教育大学専任講師、助教授、教授を経て、2009年4月より現職。1996年及び2005年に文部科学省長期在外研究員制度によりロンドン大学キングズカレッジ教育研究センター客員研究員(マーガレット・コックス博士に師事)。

著書に、

『フィンランド・メソッドの学力革命』明治図書、2008年(単著)
『子どもの総合学力を育てる』ミネルヴァ書房、2009年(単著)
『ケータイ社会と子どもの未来』メディアアイランド、2009年(編著)
『フィンランド・メソッド超「読解力」』経済界、他多数。



研究活動として、総合的な学習のカリキュラム開発、ネット安全教育や小学校英語教育の単元開発、ドラマとサークルタイムの指導法の開発、学力調査の開発研究等これからの21世紀の学校に求められる新しい教育手法を作り出していく先進的な研究に従事。

文部科学省「全国学力・学習状況調査の分析と活用の推進に関する専門家検討会議」委員(2007年～)

【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。