





発表項目 (行事名)	New 牛乳チャレンジ2.0～乳スタイル～の公募開始について		
記者レクチャー のお知らせ	(実施日時)	発表者	
		発表場所	
概要	<p>○ 昨年は全国一斉の緊急事態宣言により、学校の休校等で牛乳が消費されず生乳廃棄の危機に陥ったことから、同年4月23日から「牛乳チャレンジ」を実施し、消費者や乳業メーカーの努力で生乳廃棄を回避できたところから、</p> <p>○ 一方、その後も長期化するコロナ禍で牛乳乳製品の消費が低迷していることから、乳業メーカーでは、長期保存が可能なバターや脱脂粉乳を多く製造することとなり、在庫が積み上がっています。また、生乳の全国需給は、バターや脱脂粉乳の工場が多く立地し、国内の生乳の過半を生産する本道がその機能を担わざるを得ない現状です。今後、冬季の飲用向けの不需求期を迎え、行き場を失う生乳のさらなる発生が懸念されることから、一層の消費喚起が必要となっています。</p> <p>○ このため、生乳の消費を拡大するため、「牛乳チャレンジ2.0～乳(New)スタイル～」に係る動画を公募し、道産牛乳乳製品の魅力を広く周知することとします。</p> <p>詳しい応募方法については、下記QRコードを参照してください。</p>		
参考	【参考資料】牛乳チャレンジ2.0～乳スタイル～の取組内容		

報道(取材)に当たってのお願い	<p>本道における消費拡大の取組を広く周知するため、積極的な報道をお願いします。(公募要領はURL・QRコード参照)</p> <p>(URL) https://www.pref.hokkaido.lg.jp/ns/tss/rakuno/77051.html</p>	 
他のクラブとの関係	同時配付(場所) 同時レク	

担当(連絡先)	<p>農政部生産振興局畜産振興課 (担当者: 小堀、上野、叶)</p> <p>TEL ダイヤルイン 011-204-5438</p> <p>内線 27-772</p>
---------	---

牛乳チャレンジ2.0～乳スタイル～の取組内容

参考資料

- 「ほっかいどう応援団会議」や「消費者」とコラボし、「時短・簡単」「斬新」「波及効果」をテーマに、既製品に道産牛乳乳製品をチョイ足しした「新たな消費方法」＝「乳スタイル」を提案する牛乳チャレンジ2.0を展開。
- 民間活力を活用し消費運動をパワーアップし、不需要期+コロナ禍における生乳廃棄を防ぐ。
- 【企業】道との連携による社会的評価の向上、自社製品のPR
【消費者】楽しみながら実践、道の広報によるSNSフォロワー獲得の可能性
【道】民間企業の波及効果を活用しキャンペーンを強力に推進

#牛乳チャレンジ

#乳スタイル

消費者・民間活力の活用によりキャンペーンを強力に展開！



ミルクランド北海道

企業や消費者の応募要件

応募要件

<企業枠>

北海道産の原料を用いた製品を製造している企業で、次のいずれかに当てはまる企業

- ほっかいどう応援団会議に参加している企業
- 今後、ほっかいどう応援団会議に参加する意思を持つ企業

<一般枠>

- 個人又は複数人からなる消費者であって、SNSを活用し、牛乳チャレンジの取組を発信できる者

表彰

<企業枠>

- 最優秀作品の企業には、賞状の交付
- 副賞として、新たな消費方法を北海道知事にプレゼンするなどのコラボレーション動画を撮影・広報

<一般枠>

- 優秀作品4点に賞状の交付と牛乳乳製品の詰合わせ等の副賞
- そのうち最優秀の作品については、新たな消費方法を北海道知事にプレゼンするなどのコラボレーション動画を撮影・広報

想定されるメリット

- <企業>
 - 北海道にゆかりや想いのある企業であることをPR
 - 北海道が企業の製品を含めた消費を広報

- <消費者>
 - 楽しみながら話題性のある取組を実践
 - 自身のSNSの波及効果にも寄与(フォロワー獲得等)

公募HP



乳スタイルの展開方法

①公募期間

北海道応援団会議等
に対し、自社製品へ
の道産牛乳乳製品の
チヨイ足しを募集



9/16～10/15



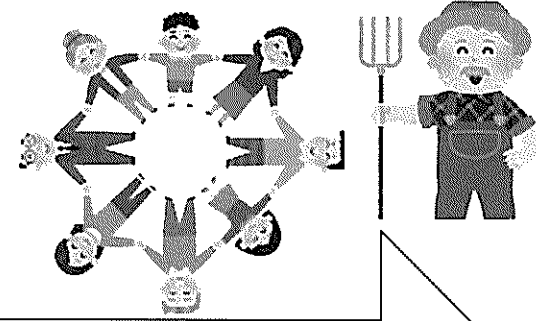
10月中旬



③コラボ動画の

作成

最優秀作品の企業又は
消費者と知事のコラボ
動画を作成



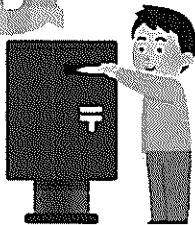
10月中旬～下旬



11月上旬



募集中



②審査

外部委員を含む審査委
員会を設置し、応募作
品の適正性と最優秀作
品を選定



④スタート

コラボ動画及び消
費者・企業応募動
画の展開

