

◎ スクールポップ採用拡大、全国シェア25%に
日本製紙は29日までに、ストローレス学乳容器「School POP (スクールポップ)」の供給エリアが、新年度の4月からさらに広がり、紙容器の学乳全体に占める全国シェアが25%に拡大すると発表した。

スクールポップの採用が新たに決まったのは、神奈川県(乳業メーカーは横浜森永乳業、雪印メグミルク)と、大阪府(日本酪農協同)の一部エリア。また、すでに採用実績がある東京都と千葉県などの自治体(古谷乳業、雪印メグミルク)では供給エリアが大幅に拡大する。

スクールポップは、脱ストローや環境教育の実践材料として開発された。子どもでも簡単に開けられ、ストローなしで飲める。2021年に高知県(ひまわり乳業)で初めて採用された。その後、福岡県北九州市や鹿児島県、宮崎県、兵庫県淡路島、茨城県、栃木県、埼玉県、千葉県、東京都、岐阜県、徳島県、佐賀県などに拡大した。

同社によると、紙容器の学乳は全国で年間約14億本が供給されている。このうちスクールポップは2億本で、今回の採用エリアをあわせると計3億5000本以上(全国シェア25%)に拡大する。ストロー1本を0.5gとして計算した場合、175gの使い捨てプラスチックを削減できる計算になるといふ。

◎ 全農、酪農の重点課題に需給調整と消費拡大
全農は28日、臨時総代会を東京都内で開き、2023年度の事業計画を決めた。酪農分野では「生乳の需給調整」と「牛乳・乳製品の消費拡大」の2点への対応を重点課題に据える方針を明らかにした。

桑田義文専務は総代会後の会見で「生乳の需給調整を行

(5)