

2025 年 12 月 12 日

“しぼって 3 日以内”の国産生ミルク※¹にこだわり続ける「牧場しぼり」が酪農家を応援

「牧場しぼり」ブランドが、 「一般社団法人中央酪農会議」へ寄付金を贈呈

江崎グリコ株式会社の「牧場しぼり」ブランドは、2025 年 8 月 18 日（月）から 10 月 31 日（金）まで「ミルク愛すキャンペーン」を実施し、キャンペーンを通じて集まった寄付金を「一般社団法人中央酪農会議」へ 2025 年 12 月 11 日（木）に贈呈しました。

■「ミルク愛すキャンペーン」について

「牧場しぼり」は、“しぼって 3 日以内”の国産生ミルク※¹にこだわったミルクアイスです。そんな「牧場しぼり」は、お客さまと一緒に、牛乳を生産する全国の酪農家の方々を応援したいという思いを込めて「ミルク愛すキャンペーン」を実施しました。本キャンペーンでは、お客さまが購入された「牧場しぼり」シリーズの個数に応じて、全国の酪農家を支援している「一般社団法人中央酪農会議」へ寄付金が贈呈されます。なお、今回のキャンペーンで集まった寄付金は、合計 1,505,540 円となりました。

※¹ 生ミルクとは生乳のこと



一般社団法人中央酪農会議 菊池 淳志 専務理事（右）
当社 乳業事業部長 大高 寛（左）

■「牧場しぼり」ブランドについて

「牧場しぼり」は牧場で食べたアイスクリームのような、新鮮なミルクの味わいを生かしたおいしさを届けたいという思いから、2003 年に発売され、20 年以上ミルクにこだわり続けているブランドです。「牧場しぼり」は、生乳本来の自然な甘みとコクを引き出すため、素材の鮮度とシンプルな製法を大切にしています。

牧場しぼりブランドサイト：<https://cp.glico.com/bokujoshibori/index.html>

■「一般社団法人中央酪農会議」とは

「一般社団法人中央酪農会議」は、酪農業の安定と発展のため、生乳の需給の安定、国内生乳生産基盤の強化、酪農業及び牛乳や乳製品に関する国民への理解促進など、幅広い活動をしている酪農指導団体です。