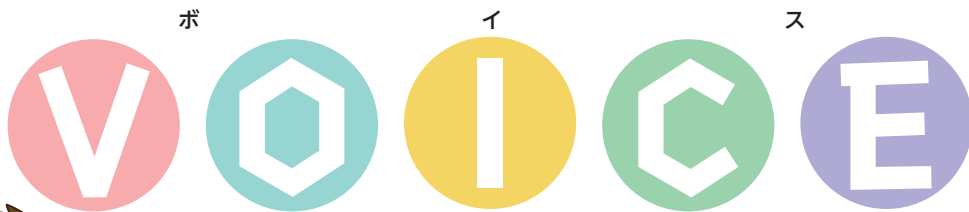


酪農中



日本酪農の
最前線的话题を
ご紹介



「ワールド・デイリー・サミット2013」で 多くの酪農家が国際交流を体験

ミルトピ(26頁参照)でもご紹介しましたが、22年ぶりに日本(横浜)で、2013年10月28日から11月1日まで、国際酪農連盟(IDF)による「ワールド・デイリー・サミット(WDS)2013」が開催されました。このサミットには世界56カ国から2100名余りの酪農関係者が参加しました。

今回は、数ある公式プログラムの中から「マーケティング」部門の講演に加え、世界各国の酪農家が集い交流を深めた「ディナークルーズ」について、簡単にご紹介いたします。

活発なディスカッションが 行われたマーケティング講演会

マーケティングに関する特別講演会は10月31日、3部構成で開催されました。

第一部ではまず、カナダの酪農団体、デアリー・ファーマーズ・オブ・カナダのイアン・マクドナルド氏が「チーズ転がし祭り」について発表。この団体では、メイインターゲットを「LISA(25〜54歳の働く女性、18歳未満の子供がいて世帯年収6万ドル以上)」としており、日本を含む世界各国と同様に、家庭内での食事に大きな影響力を持つ「母親層」に重点を置いていました。

同団体では、限られた経費(46万ドル)で効果を引き出すため、軸で

ある「チーズ転がし祭り」から店頭プロモーションやWebへの展開といった手法が取られており、そこからカナダにおけるチーズの消費拡大という成果を出しました。この発表に対し、カナダのチーズ消費が地域によって増減している要因について質問があり、「カナダ東部はフランス系住民が多いため消費は拡大している一方、西部は地域性・民族性などが異なりチーズ消費が減少していること、また米国に越境して買い物をする人が多いことの影響がある」と回答されました。

他にも、南アフリカの酪農乳業団体、ミルク・サウスアフリカのクリスティーン・レイトン氏による若者をターゲットとした「消費者ミルク教育プロジェクト」や、米国で牛乳



10月30日夜に開催された「酪農家の集い」には、世界28カ国から約450名（国内250名、海外200名）の酪農関係者が参加しました。参加者は、日本唯一のエンターテイメント・レストラン船「ロイヤルウイング」に横浜港大さん橋から乗船し、19時から21時の2時間にわたり、横浜の夜景を眺めながらのディナークルーズを楽しみました。

日本の酪農家代表として挨拶した砂金甚太郎・全酪連会長（中央酪農会議副会長）は、「22年ぶりに日本で開催されたWDSに、このように多くの海外の酪農関係者をお迎えすることが出来た。この酪農家の集いでは、歓迎のアトラクションとして、伝統的な民俗行事である秋田の「なまはげ」や、400年の歴史を誇る徳島の郷土芸能である「阿波踊り」の「おもてなし」を企画した。東北地方の地酒とともに、横浜港の夜景を肴に楽しんでほしい。同じ酪農を営む者同士、地域を越えて、お互いの意見を尊重しつつ交流を深める機会となれば幸いである」と歓迎しました。また、2011年に発生した東日本大震災について、「海外からも、多くのご支援と励ましを

世界から450名が参加したディナークルーズ

その他、英国の酪農乳業専門誌、デアリー・イン・ベーションのクレア・フェニックス氏による世界の牛乳・乳製品の動向や、日本からは明治の新居正和・市乳マーケティング部長による「明治おいしい牛乳」におけるマーケティングの成功事例、雪印メグミルクの高橋典之・商品企画グループ課長による、同社独自素材MBPについての発表がありました。

第3部では、各国の酪農乳業関係者がマーケティング手法について発

消費拡大に取り組みミルクペップのビアン・ゴッドフリーCEOによる「運動後のチョコレートミルクの飲用促進」の発表があり、国際販促賞には米国のミルクペップが選ばれました。

第2部では、各国が革新的な乳製品などについて発表。フィンランド最大の乳業メーカー、パリオのマリッタ・ティモネン氏は、2001年に発売した乳糖フリー牛乳について「発売2年目に1200万リットルを売り上げるなど、フィンランド市場に変化をもたらした」と説明しました。質疑では、乳糖フリー牛乳について「牛乳ではなく乳飲料では消費者が敬遠する恐れはなかったか」という質問に対し、「当初はそういった懸念もあったが、結果的には杞憂に終わった」と、データとともに回答されました。

表。とりわけ目立ったのは、有名人を起用したPRや、フェイスブックなどのSNSを活用した手法でしたが、一方で、SNSは反酪農活動家の温床となっていることが指摘されました。

Jミルクの前田浩史専務は「ビッグママ（ママ友などへの影響力が強い母親）を通じて、研究者などの情報を伝達する」という独自のコミュニケーション戦略を紹介した他、「日本において安売り商品となっている牛乳を量販店にとつても儲かる構造に変えることで、酪農乳業界と量販店とのコラボレーションを可能とし、それにより量販店が情報発信の重要拠点となり得る」との構想を語りました。

発表終了後のパネルディスカッションでは「ビッグママは非常に良いアイデア」など、Jミルクの取り組みを評価する意見が相次ぎました。また、「子どもは父親の影響も受けるからビッグパパも大事」（ゴッドフリー氏、米国）といった意見も出され盛り上がった他、「どんな場合でも科学的根拠がなければ何も残らない」（アブレック氏、イスラエル）という意見も印象に残りました。

賜り、衷心からお礼を申し上げる」と感謝の言葉を述べました。

続いて、酪農家で英国農業者連合のマンセル・レイモンド酪農部会長が、「多くの類似点を共有する世界の酪農乳業者が、課題解決に向けて協力すれば、必ず良い結果が得られる。酪農乳業界で恩恵に浴するためには世界中の仲間が協力していければ、こんなに喜ばしいことはない」と挨拶しました。

「WDS 2013」は、この他にもたくさんの行事が行われ、盛況のうち幕を閉じました。閉会後の記者会見で、IDFのジェレミー・ヒル会長は、「今回の日本でのWDSは、参加者数、内容の多様性などの点から、過去最高のレベル。今後のIDFの活動にも良い影響を及ぼすだろう」と総括したことが、このことを物語っています。

次回のWDSは今年2014年、イスラエルで開催されます。



ファーマーズディナーで挨拶する砂金甚太郎全酪連会長（中央酪農会議副会長）。



同船内会場で挨拶するマンセル・レイモンド酪農部会長。



もうひとつの歓迎アトラクション、徳島の「阿波踊り」。



阿波踊りを一緒に楽しむ参加者。



ディナークルーズでのアトラクション、秋田の「なまはげ」。



●事務所移転のお知らせ

（一社）中央酪農会議は、平成25年12月16日に新事務所に移転いたしました。これを機に誌面をさらに充実させるべく一層の努力をしておりますので、今後とも「ミルククラブ」をよろしくごお願い申し上げます。

新住所：〒101-0044
東京都千代田区鍛冶町2-6-1 堀内ビルディング4階
電話：03-6688-9841（代表）
FAX：03-6681-5295



▲特別講演会「マーケティング・パネルディスカッション」。

右：開催期間中さまざまな特別講演会が行われた。
左：酪農科学・乳業技術分野等について、各国のポスター発表があり連日賑わっていた。

