

## 報告 「世界の酪農セクターにおける GDP の機能と役割」



**ドナルド・ムーア**

グローバルデイリープラットフォーム 専務理事

酪農乳業に関わる以前は、国際的なビジネスの拡大を監督し東南アジア全域に事務所がある、ニュージーランド最大の「ビジネス&情報管理コンサルティング会社」の最高責任者として10年勤務。その後、フォンテラグループ会社で10年勤め、原料マーケティング部長などを歴任。フォンテラ社の代表として、アジア、アフリカおよびヨーロッパにおける多くのさまざまな合弁事業の委員会にも参加。2010年6月より、米国シカゴに拠点を置くグローバルデイリープラットフォーム(GDP)に参加。現在、GDP専務理事とともにGDAA議長。

皆さま、こんにちは。初めてお目に掛かる方のために自己紹介いたします。私はイリノイ州シカゴでGlobal Dairy Platform(GDP)の専務理事を務めております、ドナルド・ムーアと申します。本日はGDPの活動についてお話をさせていただきますことをうれしく思います。私がGDPに関与して5年になります。その前はニュージーランドのFonterra(フォンテラ)という酪農乳業会社に10年勤めておりました。その間、非常に幸運なことに定期的に来日し、Fonterraの日本のマーケットにおけるパートナー企業と仕事をさせていただいておりました。

昨日、シカゴを発つ前に妻に話していたのですが、日本に来るのは31回目です。私の日本語は、最初に来たときから上達しておりませんが、今日ではできるだけ分かりやすく報告したいと思います。

最初に、Jミルクの宮原会長に感謝を申し上げます。今回、会議開催にご協力いただきました。またJミルクの前田さん、鈴木さん、高野さん、この会議の開催に当たり、ご尽力いただきありがとうございます。皆さんのおかげで、本日はたくさんの方々にご参加いただき、会議を開催することができました。

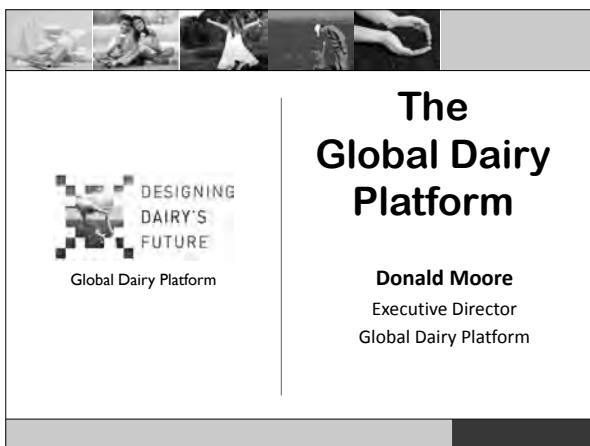


図1



図2

それでは、GDPの活動についてお話ししたいと思います(図1)。私に関わる前のことですが、GDPは順調に設立されました。まずGDPとはどのような組織なのか、どのような活動内容なのかという話をしたいと思います(図2)。また、既に宮原会長ならびにウォルドボーゲル氏からも関連するお話がありましたが、これから酪農乳業が前進する機会について私からもお話しさせていただきます。



図3



図4

最初にGDPの沿革をご紹介します。2006年、世界の大手企業4社のCEOたちが創立しました。アメリカのDairy Farmers of America、デンマークのArla(アーラ)Foods、オランダのFriesland Campina(フリースランドカンピナ)、それからニュージーランドのFonterraです。GDPの設立時には、われわれ酪農乳業が共通して直面している課題やこれに対してわれわれにできることについて話し合いが行われました。共通課題に個々に対応するのではなく、一致団結して対応すればいいのではないだろうか、という考えからGDPが設立されたのです。乳業界、特に乳業会社が、重要な共通課題に対して連携するための機会となりました。

当時の三つの基本的活動についてお話ししたいと思います。図3には四つ出ていますが、特に三つの課題についてお話しします。まず、第一の課題は、乳製品の栄養価値を広めるためのチャンスをおいかに最大にするかということです。

第二の課題は、全脂肪(full fat)乳製品、つまり乳脂肪の課題です。この問題は株式会社明治の小出氏らと長年議論してきましたが、日本では欧米の国々とは違って、それほど大きく問題視されていなかったかもしれません。しかし、2006年には、飽和脂肪が食事の中で果たす役割について多くの関心呼びました。GDP設立当時には、乳製品中の飽和脂肪の健康に与える影響に関してどのように説明したらよいかひとつの課題でした。

第三の課題は、その後生じたものではすけれども、持続可能性です。持続可能性の課題については、後ほど2枚のスライドを使ってご説明したいと思います。

それから、業界として異なる分野における乳製品の立ち位置を伝える方法について、共通の視点を共有するために力を合わせています。

組織運営については、理事会があります。理事会の会長に報告するのが私の仕事です。リック・スミス(Rick Smith)氏が会長で、Dairy Farmers of AmericaのCEOです。副会長は先ほど挨拶してもらいましたジェイ・ウォルドボーゲル氏です。彼もまた、Dairy Farmers of Americaの所属です。しかし、今、移行期にあり、副会長職はもうすぐ、ウォルドボーゲル氏からFonterraのジャクリーン・チャウ(Jacqueline Chow)氏に代わる予定です。

理事会には他の創立企業のCEOがいます。テオ・スピアリングス(Theo Spierings)氏がFonterraのCEO、ピーダー・トゥボーグ(Peder Tuborgh)氏がArla FoodsのCEOです。Friesland CampinaのCEOがルーロフ・ユーステン(Roelof Joosten)氏です。そして、閉会挨拶をするジェレミー・ヒル(Jeremy Hill)氏はInternational Dairy Federation(IDF・国際酪農連盟)の会長です。それ以外のメンバーも図4のとおりです。

司会の鈴木さんから既に話がありましたが、ありがたいことにGDP会員として、日本から5つの企業・団体にご参加いただいております(図5)。株式会社明治、森永乳業株式会社、雪印メグミルク株式会社の大手3社に加え、一般社団法人Jミルク、一般社団法人日本乳業協会にも会員としてご参加いただいております。日本から心強いご支援をいただき、非常にうれしく思っております。

4社で2006年に始まったGDPは、今日では世界30カ国以上の85団体で構成されております。われわれはさらに会員

が拡大することを思い描がき、尽力しております。

当団体は英語でコミュニケーションできますが、中国や日本、韓国、あるいはラテンアメリカの会員の方々には英語が母国語ではないということも組織として認識しており、ウェブサイトでは母国語でご覧いただける翻訳サービスを行っています。この課題についても試行錯誤を続けております。われわれの活動について共有化していただくため、多数の重要な報告文書を日本語、中国語などの言語に翻訳し、提供しております。

### GDP Members as at April 2015

**Commercial & Associate Members**

- Aria Foods amba
- China Mengniu Dairy Company
- Clover Industries Ltd
- CoBank
- Dairy Farmers of America
- Dairy Partners Americas
- DMK Deutsches Milchkomor
- Fonterra Cooperative Group
- Ganbia Nutritional
- Inner Mongolia Yili Group Limited
- Irish Dairy Board
- Land O' Lakes, Inc
- Maryland & Virginia Milk Producers Coop
- Megmilk Snow Brand Co. Ltd
- Meiji Company Limited
- Moringa Milk Industry Co. Ltd
- Murray Goulburn/MG Nutritional
- Nestlé SA
- NIZO Food Research
- Royal DSM N.V
- Royal FrieslandCampina
- Saputo Inc
- Sodia Union
- St. Albans Cooperative Creamery Inc
- Swiss Valley Farms
- Tetra Laval Group
- TINE Group
- United Dairymen of Arizona

**Non-Profit Members**

- American Dairy Products Institute
- Australian Dairy Products Federation
- Belgian Dairy Federation
- British Cheese Board/Dairy UK
- California Dairy Research Foundation
- Comarca Lechera, La Cadena Leche de Chile
- Dairy Australia
- Dairy Connect, (NZ) Ltd
- Dairy Company Associations of New Zealand
- Dairy Council Northern Ireland
- Dairy Council of California
- Dairy Management Inc.
- Dairy Nutrition Council
- Dairy Processors Association of Canada
- Dairy UK
- DairyCo
- Danish Dairy Board
- Dutch Dairy Association
- Eastern and Southern African Dairy Assoc
- Dairy Farmers of Canada
- Dairy Industry Association of Australia
- Dairy Innovation Australia
- Dairy Research Institute
- Embros Dairy Cattle
- European Dairy Association
- Gardiner Foundation
- International Dairy Federation
- International Dairy Foods Association
- International Farm Comparison Network
- Irish Co-operative Organisation Society
- Israel Dairy Board
- Japan Dairy Industry Association
- J-Milk (Japan Dairy Association)
- Korea Dairy Committee
- Korea Dairy Industries Association
- Korean Society of Dairy Science & Technology
- Lactis Brazil
- European Dairy Association
- European Dairy Association
- Gardiner Foundation
- Milk Marketing (NZ) Pty. Ltd
- MilkPEP
- Milk Producers Organisation
- National Dairy Council
- National Milk Producers Federation
- Norwegian Dairy Council
- Pan-American Dairy Federation
- Polish Chamber of Milk
- South African Milk Processors Organisation
- Swedish Dairy Association
- Swiss Milk Producers SMP
- The Dairy Council
- UK Yogurt Council
- US Dairy Export Council

図5

### Agenda

- Who is GDP?
- What have we been working on?
- The opportunity for dairy

図6

### History – what did we set out to achieve?

**Our Mission:**  
"To increase worldwide demand for dairy – by providing insight, guidance and networking"

From 2008

図7

GDPのこれまでの活動内容について、その歴史も踏まえてご説明いたします(図6)。われわれは2008年当時、業界としてどのような使命を持っていたかということです(図7)。初期のころから変わっていませんが、その使命は、世界における乳製品需要を増やすことであり、当時から、洞察や助言を提供したり、会員同士のネットワークを作ったりすることによって、需要増加について語ってきました。

2008年当時、酪農乳業は、乳脂肪と持続可能性という問題が生じ、われわれは本当に苦悩しました。当時はCO<sub>2</sub>の排出課題について議論していましたが、今では酪農乳業の持続可能性に関する理解も深まりました。

プラスの面として、乳製品の栄養素の役割があり、この役割をどのように最大に普及するのか。この機会とは、乳製品の栄養学的情報や栄養素密度を土台にするものでなければなりません。と同時に、乳脂肪が中立的なものであると伝えることができなかつたというのも課題でした。乳脂肪は科学的にはマイナスなものではないと考えたからです。乳脂肪が中立的なものであり、この視点をどのように伝えたらよいのでしょうか。また一方で、酪農乳業の持続可能性の領域でのイメージを構築するために、持続可能性の課題にはどのように対応したらよいのでしょうか(図8)。

### History – what did we set out to achieve?

**Today's problems...**

**Today's Opportunities...**

From 2008

図8

それが2008年ころのことです。次の何枚かのスライドでは三つの重要分野について時系列的に並べました。まず持続可能性の話をしたと思います。一部の活動は2008年(実際には2006年)にさかのぼります。当時は特に、温室効果ガスの排出が問題でした。そして、FAO(国際連合食糧農業機関)が2006年12月に報告書を出しました。世界の畜産業界は、温室効果ガス排出量の18%に相当するものを出しているとする報告書を提出したのです。よって、われわれは何かの対策を取る必要があったわけです。18%とは小さい割合ではなく、それが酪農による温室効果ガスの排出であるとして単純にこの数字を報告したのです。

2009年、ベルリンの世界デイリーサミットにおいて、われわれはIDF、ヨーロッパ酪農協会、東南アフリカ酪農協会、FEPALE(パナナム酪農協会)と共に、Global Dairy Agenda for Actionを立ち上げ、まさに温室効果ガス排出に関してFAOが報告した課題への対応を目標としたのです。

IDF、その他の組織と共に、酪農のバリューチェーンを通してカーボンフットプリントに関する算出方法を開発しています。IDFは乳業界の代表として、FAOとも連携しており、2010年にはIDFがこの報告書を提出しています。この報告書では、酪農業種のための温室効果ガス排出量は18%ではなく約4%であることを分析によって明らかにしました。

しかし2012年には、持続可能性の課題というのは温室効果ガスだけではないことに気づきました。これらの課題は、酪農業界にとっては長期的にみるとはるかに広範囲にわたるものでした。このため、イギリスのロンドンに本社があるSustainAbilityというコンサルティング会社に委託し、世界の酪農乳業にとっての持続可能性の課題について相談しました。

2013年、横浜で開かれたワールドデイリーサミットは成功裏に終わりました。そのときにGlobal Dairy Agenda for Actionの下で、Dairy Sustainability Frameworkを立ち上げました。これは酪農乳業界を先導するものとなりました。

そして、FAOの見解もその間が変わっています。2007年当時の段階では、「家畜の長い影」と語っていたのですが、今度は、家畜を通じた気候変動に取り組むことを話し始めています。FAOは、持続可能性の課題に取り組むうえで酪農乳業をはじめとする畜産業が果たせる役割について、とても前向きな見方をしています。



図9



図10

次に話を移したいと思うのですが、Dairy Sustainability Frameworkを立ち上げたという話をしました。図9はもう古い図で、今はもう少し参加企業が増えています。このDairy Sustainability Frameworkの活動は、今のところグローバルな酪農乳業界にとって大きな成果を挙げています。大手の酪農乳業会社や地域もこのフレームワークに参加しています。このフレームワークでは持続可能性の課題に取り組むうえで、酪農乳業分野の継続的な改善について世界に向けて報告することができます。図10はごく一部ですが、持続可能性についてわれわれが行った活動です。

二つ目にお話したいのはマーケティングとコミュニケーションについてです(図11)。これは本当の意味で乳製品の栄養の豊富さを伝えるということですが、2010年にカナダのモントリオールでワークショップを初めて開催しまし

た。このワークショップの結果、われわれはこれを乳業団体と乳業者が協力して乳製品を販売促進するモデルとして考えるようになりました。2010年には初めて、さまざまな国の乳業者と日本のJミルクのような団体に協力していただくことができました。最初に合同の会議を設けた時には、約30人の出席者が集まってくれました。

この会議がまだまだ継続していることをお伝えしようと思います。私たちは先日マーケティングフォーラムとして6回目の年次会議を開催しました。今年のコペンハーゲンで開催し、Jミルクや株式会社明治にもご参加いただきました。

2010年当初は、この二つのグループ、民間企業・メーカーと業界団体が一堂に会しました。そこでは消費者の乳製品に対する信頼感が話題となりました。どこかの段階で消費者が乳製品に対して寄せていた信頼感が失われたようでした。そこで食生活の中で重要な一部として乳製品を位置付けるのであれば、情緒的に消費者と結び付く必要があります。「これは健康にいいから飲みなさい」と言うのではなく、もっと感情に訴えかけなければなりません。

そして、2011年にコンサルティング会社のBehaviour & Attitudesとともにある調査を行いました。消費者のさまざまなライフステージにおける乳製品との関係性、消費者がそれぞれ人生の異なる段階で乳製品とどのように関わるかということ調査しました。

その結果、2012～2013年にマーケティングアーキテクチャーがつくられました。これはそれぞれの国でどのように乳製品を位置付けるかという大変大きな作業でした。このアーキテクチャーには二つの主なプラットフォームがあります。一つは乳製品の良さ、もう一つはもっと際立った近代的な概念、生命力を高めるといふものです。多くの国でこの概念が一般キャンペーンの中に取り入れられています。

さらにその後2013年、どのようにして乳製品の価値観をもっと近代的な形で消費者に伝えることができるのかということを考えました。私たち自身で乳製品の価値を伝えるため、GDPで“The Whole Story”という簡単なビデオを作りました。世界のさまざまな地域で社会をつなげ、経済的価値を得て、それと同時に栄養のメッセージを伝えるというものでした。

過去2～3年、私たちは酪農乳業のマーケティングの未来という概念を検討してきました。乳製品のマーケティングで守りの姿勢に入る必要はない、もっと積極的に乳製品を位置付ける機会があるという考えで、乳製品の未来をどのように位置付けしたらよいか、さまざまなコンサルティングの調査を行いました。今年の会議はコペンハーゲンで開催したばかりですが、そこでは三つの未来に向けたプラットフォームに焦点を当てました。一つ目は、主要なインフルエンサー、つまり世界中の影響力のある人を理解するという事です。二つ目は、マーケティングで新しい概念、アフィニティーグループ、つまり同じような考えを持った人たちのグループです。三つ目が、現代の消費者に乳製品をどのように関連付けるのかというトピックです。

本日、最後にお伝えしたいことは、乳脂肪の問題です。消費者の乳脂肪に対する考え方をどのように変えていけるのかというお話です。後でお話しされるミラー博士のスライドを拝借してきました(図12)。例えば20～30年前、西側の社会では、飽和脂肪(saturated fat)はLDLコレステロールを上げる、LDLコレステロール値が高いと心臓病のリスクが高まる、従って、乳製品によって心臓病が増える、と一般的によくいわれていました。このような古い科学的な考え方は必ずしも正確ではないかもしれませんが、しかし、新しい位置付けの見解がまだ完全に一致していません。私たちはこの新旧の考え方の間に立っているのです。人々はある種の特別な考えの上に経験を積み上げてきたので、やり遂げるには時間が必要です。

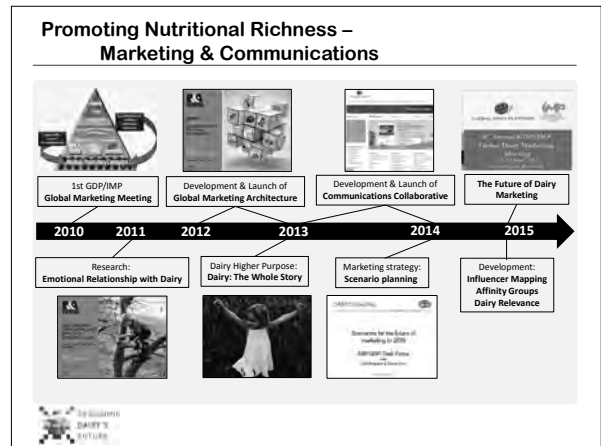


図 11

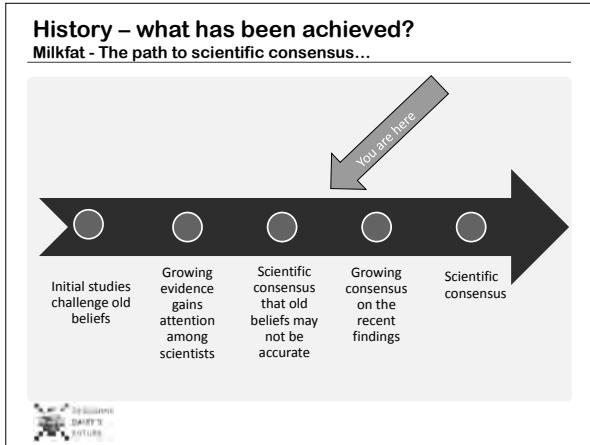


図12



図13

時系列的に見ていきますと、2008年、世界の国々は乳製品の消費を心臓病と関連付けて考えていました。特に図13の写真は英国の雑誌に出ていたコマーシャルです。そのコマーシャルでは、チーズはスライスするよりも、おろした(粉)チーズの方がいい。その方がチーズの消費が減る。チーズの消費は心臓に良くないので、この方が心臓にとって良いということを訴えています。

2008年当時は、健康団体や政府も乳製品のことをこのように伝えていました。そして2010年、メキシコやデンマークなどは脂肪税の導入を検討していました。デンマークは実際に脂肪税を導入しましたが、12カ月後に改正しています。私は、もうその時代は終わりに近づいてきていると思いたい。しかし、1カ月ほど前、チリで農業会議に参加した際には、まさに政府が飽和脂肪に課税するかどうかということを議論していたのです。科学的には見解が変わったのにもかかわらず、この問題がまだ残っています。

2011年、重要なことですが、国連は非伝染性疾患に関する政治的な宣言を出しています。非伝染性疾患とこの共通のリスク因子として、運動不足、不適切な食生活、あるいは喫煙、アルコールの摂取の四つが挙げられました。不適切な食事については、WHOが非伝染性疾患(慢性疾患)の削減をもたらすであろう改善策を打ち出し、その中に、飽和脂肪の摂取の削減という目標を設定しています。われわれは科学的な見解の変化を理解していますが、一部の規制機関は私たちが行っている努力にまだ追い付いていません。

皆さま、ウォルター・ウィレット (Walter Willett) 教授をご存じでしょうか。彼はハーバード・メディカル・スクールの学長です。恐らく、彼は2008年ごろ、飽和脂肪の摂取について間違ったことを語っていた人物です。しかし2014年に彼はこう述べたのです。「全脂肪の乳製品を摂取することで、肥満のリスクが低減するようだ」。つまり、主要なオピニオンリーダーの意見も変わってきているのです。

次に、GDPが行っている作業やIDFなど世界中のグループと共同で行っている活動についてご説明します(図14)。2008年以降、乳脂肪に関する科学の真実についてコンセンサスを得るため、私たちは研究や会議、出版物のスポンサーとなりました。

そして2011年、私たちはアメリカのDMIなど幾つかの組織の助力を得て、酪農乳業研究グループを立ち上げました。アメリカ、カナダ、デンマーク、オランダ、フランス、オーストラリアの6カ国が参加しています。これは業界共通の基礎研究に最も資金を出している国々です。

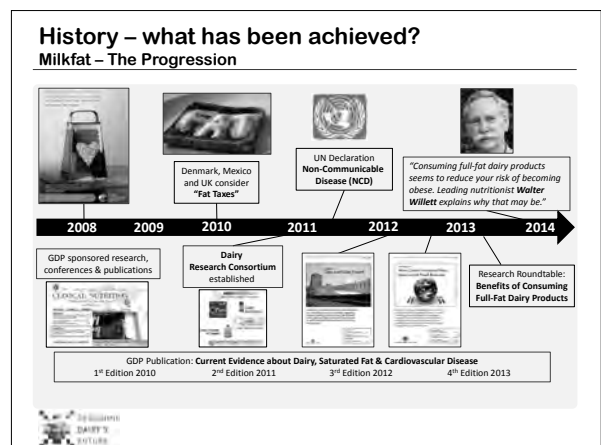


図14

そしてGDPは、このグループの事務局の役割を果たしています。私たちが関わっている理由は、私たちにとってこれが良い機会でもあるからです。酪農乳業の研究への投資を最大にするチャンスです。このグループは主要な研究分野として乳脂肪に関する研究を続けています。

また、GDPでは出版物も発行しております。日本語版も用意し、食事や公衆衛生、世界の栄養政策と乳製品との関係などに関するものがあります。関係者へは既に送付させていただいていると思います。

さらに、図15は2014年、昨年のもので、「TIME」誌の表紙です。「バターを食べなさい」というタイトルです。今までの栄養の助言には間違いがあり、例えばバターの脂肪摂取は言われているほど悪くないという内容の記事です。

世論も変わってきているようですが、世界にはまだ栄養学的助言が十分に変わっていないマーケットもあるようです。そして、この研究グループは、今後も乳脂肪の研究を続けるために努力をしています。なぜなら、論争に勝ったこともあるが、完全に勝利を取っていないからです。

この研究グループは飽和脂肪の研究に加えて、2型糖尿病や骨の健康なども研究しており、多くの分野へと拡大しています。

以上が背景ですが、図16はGDPの視点から見た現状です。組織としてもう10年近くたちます。まだやることはたくさん残っていますが、一定の目標は達成できたと思います。まず、国際業界の中で信頼をある程度得ることができました。ワークフローを構築し、乳業業界を代表して戦略や計画を立てました。

酪農乳業に重要な問題が生じればすぐに資源を動員し、資金を動かすことができるようになったのを実証しています。速やかに対応することができるようになりました。

なぜ成功してきたかという、その一つの鍵は、民間企業の支援や参加で、特に会員企業のCEOからいただいたご支援だと思います。さまざまな形でご支援いただきました。例えば資金の提供だけでなく、社員の方々にはタスクフォース(プロジェクトチーム)のさまざまな会議にご出席いただきました。

そして現状ですが、この業界では信頼性があり、知名度もあると思いますし、財政的に安定しています。しかし、私たちは業界として酪農乳業の役割をつくり直さなければいけないときが来たと思います。2008年の課題の多くはすでに申しあげました通りです。今は、酪農乳業の役割を再構築し、創造し直す時なのです(図17)。

実際にJミルクの宮原会長もおっしゃいましたが、今年の初め、私たちは乳業業界の新しい戦略を立てました。この戦略は「酪農乳業の未来の設計」と名づけました。図18に出っていますが、その文書があります。このコピーがあったか、お送りしているかわかりませんが、日本語に翻訳されていたと思います。鈴木さんや他の方々からでも、このファイルをご希望の方に送っていただけるようなファイルになっています。酪農乳業は、今、大変おもしろいステージにいると



図15



図16



図17



図18

思います。国連とその他の団体との共同作業により、2015年から2030年の持続可能な開発目標が間もなく出されます。これは世界の一員として、今後15年、何をすべきかという国連の見解です。

二つ目の目標が世界のあらゆる人々の貧困を削減し、栄養を改善することです。国連は初めてこの種の要求(訓令)を掲げました。私たちにとっては素晴らしい機会です。今まで守りの姿勢だった酪農乳業を、積極的なものに変えるチャンスです。

それを行うに当たっては、乳業者以外で実施し、報告されている知見を使うべきです。酪農乳業として、私たちが用意する必要はありません。これからはFAOや他の団体、あるいはWWF(世界自然保護基金)などが発表している酪農乳業の役割、例えば食事の適正性における動物生産の役割などに関する証拠を使えばよいのです。情報を活用する絶好の機会なのです。

また、酪農乳業全体として、一部の議論でリーダーシップを取らなければいけないと思います。それから、業界共通の基礎研究の課題をリセットするときでもあります。私たちが世界で協力できる他の分野にも目を向けなければなりません。

この戦略は特に三つの分野に焦点を絞っています(図19)。最初の二つは、GDPがこの数年間に実践してきたこととそれほど違いはありません。栄養の安全保障といったものです。さまざまなグループと協力し合って、酪農乳業の役割を発展させ栄養の安全保障を提供することに目を向けております。

また、この後に講演されるミラー博士から本日私がお話ししたことに関連する内容に触れられると思いますが、彼は、アメリカの酪農乳業の科学部門主任専門官であり、栄養安全保障部門のリーダーでもあります。

二つ目が持続可能性です。持続可能性について、GDPはGlobal Dairy Agenda for Action(世界的な酪農乳業の行動計画)を促進することに全力を尽くしており、この運営組織の事務局が酪農乳業における持続可能性の枠組みを設定するために進んでいる研究に資金提供もしています。この研究は今後も継続される予定です。

三つ目は、私たちにとって新しい分野です。これは現在、一部のアドバイザーと共に戦略を立てているところです。

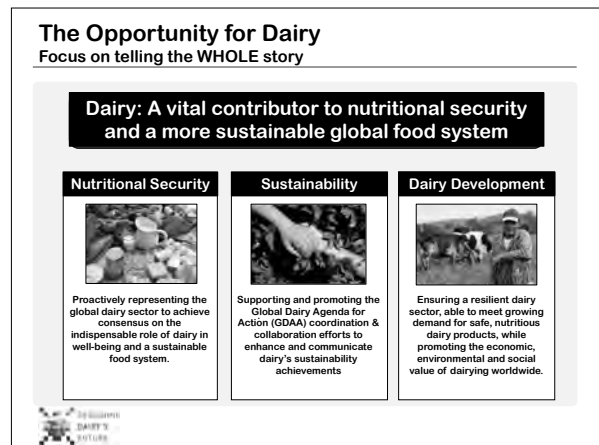


図19



これは酪農乳業の発展の分野です。長期的に活力ある、成長する酪農乳業を実現するにはどうしたらよいか。2050年までに96億人の人口になるといわれている世界で、どのように栄養必要量を満たすことができるのか。発展途上国でも先進国でも質の高い栄養を供給するという要求に追いつくほどの成長を遂げるにはどうしたらよいか。酪農乳業の発展は、単に途上国だけの問題ではありません。世界中の全ての国で酪農乳業の発展の課題があります。この戦略を取りまとめるにあたり、皆さまと力を合わせ、皆さまのそれぞれのマーケットで酪農乳業を発展させるうえで生じる問題についてお話しする必要があります。

以上が、皆さまにお話ししたかったことです。お時間をいただき感謝申し上げます。ありがとうございました(図20)。

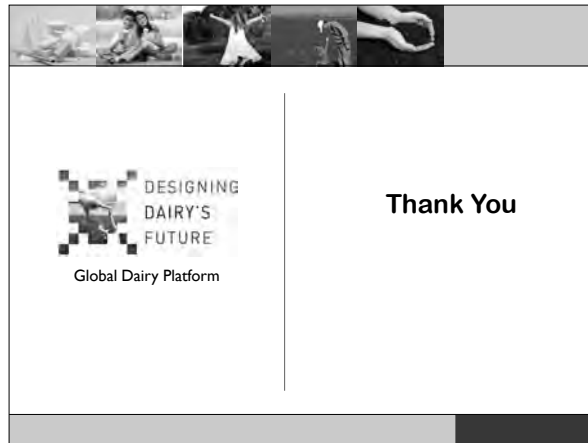


図20