



IDF PRESS RELEASE

IDFプレスリリース

2020年2月27日、ブリュッセル発

世界の乳乳製品マーケティング動向に関する IDF 調査 報告書をリリース

IDF Study on Global Dairy Marketing Trends released

IDF は本日、新しい報告書「[世界のマーケティング動向 - 世界の乳製品消費における変化の理解](#)」の出版を発表しました。

今回の第2版では、2020年報告書として酪農乳業セクターでのマーケティング動向の世界的な概観を提供します。酪農乳業の将来に対する新しいトレンドと技術の影響を強調し、液体ミルク、バターとギー、チーズ、ヨーグルト、クリームおよびアイスクリームを含む製品カテゴリーの代表的な面について取り上げ、2023年までの乳乳製品市場に世界的な洞察と機会を提供します。



[CNIEL](#) (フランスの酪農乳業間組織) によって編成し実現された研究では、23か国のグローバルな乳乳製品マーケティング担当者を調査して、酪農乳業セクターのマーケティング担当者が現在直面している主要な課題を共有してもらい、将来の動向を予測しました。年次の「[IDF 世界の酪農状況](#)」報告書の補足として設計されているため、本出版物はグローバルな乳乳製品のマーケティング状況をよりよく理解するた

めの追加ツールとしてはたらき、市場に関する詳しい洞察を提供します。

IDF 事務総長のキャロライン・エモンドは、次のように述べました：

「乳製品市場の動向における変化を理解するには、世界中のさまざまな国々の乳製品消費の主なドライバーを特定することが重要です。本報告書は、世界中の IDF 専門家の深い知識に基づいて構成されており、消費者の意思決定を促進するものについて重要なベンチマークデータとセクター全体からの重要な学びを提供します。このセクターで先を行きたいと願う方々にとって必読です」。

変化しつづける食料状況において、世界中のほとんどの乳製品市場は、特にバターとチーズに関して好ましい進展を経験しているところです。家計収入の増加などの経済的要因と人口増加などの人口動態変化は、両方とも世界中の乳製品市場にプラスの影響を与えました。ただし、一部の製品カテゴリーでは、一部の地域で減少傾向が見られます。

本報告書では、このセクターの活力と、酪農乳業セクターが進化する消費者の期待と習慣や、いくつかの国々で目撃されている天然食品への要望の高まりにどのように適応できるか、ならびにアンチミルク、アンチ脂肪や多くの国々でのアンチ酪農の言説、そしてそれがそれらの地域での乳製品の消費にどのように影響したかも探ります。

この IDF 報告書「[世界のマーケティング動向 - 世界の乳製品消費における変化の理解](#)」は、2020年2月27日から IDF の E-ショップで購入できます。紹介[ビデオ](#)もあります。

この報告書を「IDF 世界の酪農状況」報告書の最新版と同時に購入される場合には、IDF は期間限定で割引を提供しています。詳しくは、[ここから](#)。

完

翻訳：J I D F 事務局

編者注：仮訳の正確性、完全性、有用性等についてはいかなる保証をするものではありません。参考資料として扱い、内容に疑義が生じた場合は英文の原文をご確認ください。