

広告主名	ホクレン農業協同組合連合会	期間	2019年3月6日 ~
プロダクト・サービスブランド名	ミルクランド北海道	地域	東京・自由が丘
施策名	MILKLAND HOKKAIDO→TOKYO	使用媒体	常設店舗・テレビ・店頭・雑誌（チラシ含む）

1. 施策を行った背景や課題

- ①酪農家戸数の減少
 - ②全国の生乳生産の減少
- 日本の牛乳乳製品の安定供給の危機に繋がる

生産量の減少の歯止めが必要

全国の半分以上を生産する北海道酪農に期待が大きいため、「北海道」の酪農家のヤル気の創出と消費者の理解が求められた。

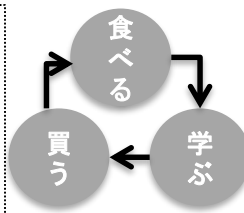


2. 解決方法 (SOLUTION)

体験型アンテナショップ「MILKLAND HOKKAIDO → TOKYO」の実施
初の常設店舗として、北海道酪農や北海道産牛乳乳製品の情報発信拠点！

●展開内容

- ・普段購入できる北海道産牛乳乳製品を使ったメニューの提供
- ・大手乳業メーカーの協力のもと、メディアと連携したメニュー提供
- ・北海道酪農の素晴らしさや重要性を発信
- ・酪農家を招聘したリアルな酪農の現場を発信
- ・牛乳乳製品と酪農を結び付け、食材の背景や美味しい理由を訴求
- ・定期購入に結びつけるための、地域に根差したイベントの実施



「美味しいエビデンスを伝えることで信頼を得る」ということに着目。普段の生活に当たり前の商材に、見逃してしまいがちな価値の再認識を、新しい発見として置き換えた。美味しい広告やイベントという枠組みに囚われず、消費者の生活圏の中で、普段の暮らしの中に入り込んだ新しいブランド活動として、美味しさ体験からその背景・理由を確認して、そして今後も継続購入へ繋げるというサイクルを促した。

3. 結果

- ・自由が丘店ではオープンから1年で20万人以上が来場！
- ・地元・近隣のリピーターが多く、普段の生活に浸透&定着。
- ・来場者の約9割の人が「北海道酪農の重要性」、「北海道牛乳乳製品の購入欲」、「北海道牛乳乳製品のおいしさ（高品質、安全・安心）」を感じることができた。
- ・イベントで酪農家が生活者と接することで、自分の仕事に誇りを持つことができた。

北海道産牛乳乳製品に対する良好な評価を獲得

⇒ 北海道の酪農家のモチベーションアップ！

4. 企画のポイント

普段の生活において当たり前の「牛乳」。だからこそ忘れてしまう「価値」を食品の基本である「美味しさ」を核に、いつもの味を一層美味しく感じられるような店舗装飾の工夫やその食品の背景を発信することで、「いつもの牛乳」が美味しいというエビデンスを舌とアタマで体験したことで、牛乳の価値を見直すキッカケを与えることに成功。実際に家庭での継続購入に結びつける施策で、北海道牛乳乳製品の購入欲も向上させることに成功。

酪農家にとっても、生活者と触れ合い、北海道産牛乳乳製品を美味しく食べている笑顔や、広く支持されていることを感じ、仕事へのモチベーションの上昇と酪農という仕事に誇りを持ち、さらに地元の酪農家仲間にもその経験が伝わり、広く生産意欲向上となる波及効果があった。



MILK LAND HOKKAIDO → TOKYO

年間
20万人
来場

「本物感（北海道らしさ）」×「人（生産者・乳業メーカー・地元）」をテーマに
都府県の消費者に北海道産牛乳乳製品の美味しさを確実に伝えるための
“北海道の酪農家”のアンテナショップを東京・自由が丘にて展開！



【課題】東京・自由が丘は、東京の中でもおしゃれで人気店が多く集まる街。

“北海道牛乳乳製品”を独立店舗としてPRしていく課題は2つ。

- ①ただの牛乳乳製品を楽しめるカフェスペースではなく、北海道酪農を理解してもらうための場所だと知らせること。
- ②周りの人気店舗に負けない集客を図ることだった。

【解決策・結果】

6mのホルスタインのオブジェを1・2階の店舗を貫く形で設置することでデザイン的に解決。写真映えを求める人たちが来店し、北海道酪農を楽しむきっかけをつくることができた。全体的に親しみやすいデザインに統一し、動線には酪農の紹介コピー2階にはキッズスペース、マルチモニターで北海道の様々な情報を発信、椅子やテーブルは移動式になっており生産者が直接、酪農体験イベントが実施できるようした。

北海道牛乳乳製品にファン醸成に向けた新しいサイクルの構築

食べる

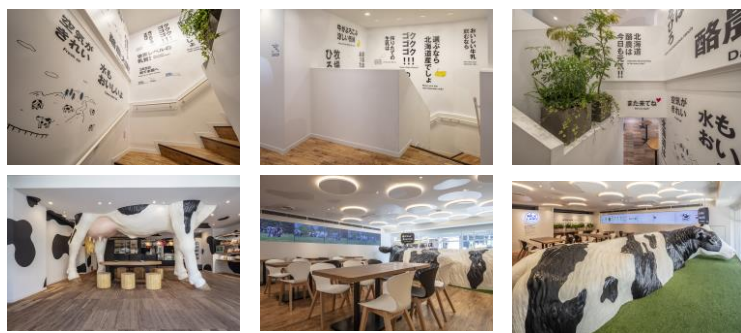


※シーズンでメニューを変更

学ぶ

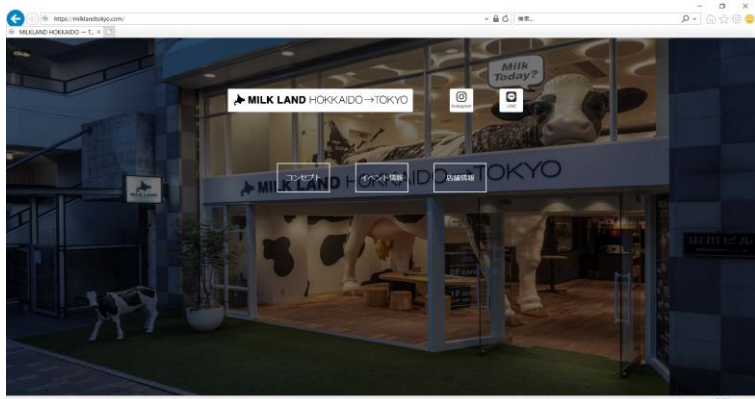


買う

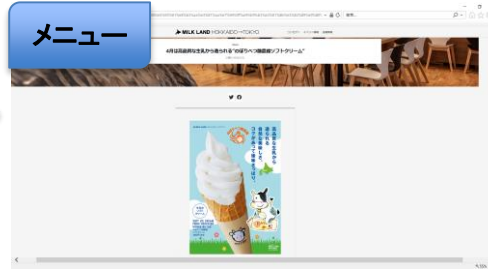


北海道酪農への理解・重要性の意識付け、北海道牛乳乳製品の美味しさの訴求、北海道牛乳乳製品の自主的な購入を促すことに成功。

「MILKLAND HOKKAIDO→TOKYO」店舗独自のホームページを開設
 多角的な情報を配信！！！！



メニュー・イベント情報などの配信



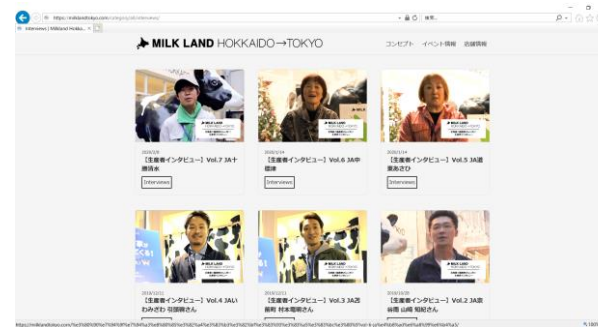
連動企画



伝えていきたいコンセプト



イベント参加の生産者の声



北海道チーズの詰め合わせが当たる
 キャンペーンの併催



■ MILKLAND HOKKAIDO→TOKYO
<https://milklandtokyo.com/>

■ “MILKLAND HOKKAIDO→TOKYO”提供のミニ番組旅するチーズ
https://www.tv-asahi.co.jp/tabi_cheese/