

広告主名	ホクレン農業協同組合連合会	期間	2023年9月14日 ~ 2024年3月31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	全国
施策名	ミルク大臣／牛乳飲みてえ！総選挙	使用媒体	テレビ／デジタル／イベント／店頭

社会ゴトをおいしく楽しく自分ゴトに！ミルク民主主義



① 施策をおこなった背景や課題

未曾有の酪農危機を救うべく
寺田心さんが「ミルク大臣」に就任！

消費減、エサ代高騰により離農する酪農家が相次ぐまさに「酪農危機」を救うべく、寺田心さんを「ミルク大臣」に起用。牛乳消費を訴えます。



② 解決方法 (SOLUTION)

牛乳のおいしい飲み方を全国民に問う
「牛乳飲みてえ！総選挙」を実施！

牛乳単体での消費訴求に限界を感じたミルク大臣は、牛乳をおいしく飲むための食べ合わせを全国民で考える総選挙を実施。牛乳を飲むきっかけづくりと話題づくりを行いました。



③ 結果

10万超の投票の結果を受け木村屋総本店と
「牛乳専用あんぱん」を開発！

投票の結果1位は「あんぱん」に。これを牛乳消費アクションに結び付けるべくあんぱんの元祖・木村屋総本店とのタッグで「牛乳が飲みたくなるあんぱん」を共同開発しました。



④ 企画のポイント

消費増への「調査」から「アクション」まで
一気通貫するキャンペーン設計！

単なる話題づくりのための総選挙企画にとどまらず、投票結果を市場調査として活用し「牛乳専用あんぱん」販売による消費アクションづくりまでを一連で行うキャンペーンとしました。



社会ゴトをおいしく楽しく自分ゴトに! ミルク民主主義

牛乳大好き寺田心が務める

ミルク大臣が



酪農危機はニッポンの危機!

毎日1L牛乳を飲み中学で身長が40cmも伸びた寺田心さんが牛乳消費を呼びかける「ミルク大臣」に。



牛乳をおいしく飲むことを全国民に問う

総選挙



「牛乳のベスト相方」はあんぱんに決定!

「牛乳飲んでえ!」と思う食べ合わせに投票する総選挙。リアル×デジタルで10万件を超える投票が。



木村屋総本店とのタッグで牛乳専用

あんぱん



すべては、北海道牛乳のために!

選挙結果を牛乳消費にもっとつなげる!

牛乳消費アクションを加速すべく木村屋総本店と牛乳専用あんぱんを開発。試作・市場調査を経て発売へ。

