

国 外 実 態 調 査 報 告 書

テーマ : オーストラリアの酪農の現状と Snow Brand の事業戦略や今後の展開について
ゼミ名 : 木立 真直 ゼミ
調査日 : 2024 年 9 月 2 日 (月)
調査先 : 【オーストラリア】
授業科目名 : 演習Ⅲ・Ⅳ・GFSⅡ
参加学生数 : 18 名 (3 年生)

調査の趣旨 (目的)

Snow Brand Australia Pty. Ltd. (以下、Snow Brand と表記する) で行われている企業戦略を知り、企業の強みや競争力、将来の成長見通しを理解する。

調査結果

はじめに Granger 様より、オーストラリアにおける酪農の概況についてお話をいただいた。その後、Granger 様と Nishishita 様から Snow Brand の海外事業や、営業部におけるグローバル戦略、チーズ部における PB の受託に関してのお話をいただいた。最後の質疑応答の時間では、Snow Brand が抱えている課題や、日本が海外の企業からどのように見られているかなどについて学んだ。

《オーストラリアの酪農の概要》

オーストラリアの酪農は基本的に放牧形態であり、牧草の生育に応じて生乳生産量も変化する。そのため、気候や降水量が安定している地域で酪農が盛んに行われていることが分かった。実際にオーストラリアの生乳生産量は、ビクトリア州、ニューサウスウェールズ州、タスマニア州の順に多い。ビクトリア州は気候が一番酪農に適しているため、生乳生産量において約 66% を占めている。また、オーストラリアでは、現地の春である 10 月の集乳量が一番多いという特徴がある。オーストラリアにおいて 2022-23 年度の生乳生産量は 81.3 億リットルであり、前年比マイナス 5% となっている。その原因として、生乳生産コストの上昇や労働力不足、洪水や干ばつなどの天災が挙げられる。酪農状況としては、2022 年に起こった大洪水の影響で生乳生産量が下がり、メーカー同士の取り合いによる生産者乳価の価格上昇があった。しかし現在は徐々に落ち着きが見られ、2023-24 年度の生乳生産量は 83.8 億リットルで、前年度から 3% 増加した。オーストラリアの乳の国内消費と輸出の割合としては、2022-23 年度は生乳生産量及び輸出量が減少した一方で、国内の人口増加にともない、国内需要が高まっている。現在は、輸出 3 割、国内消費 7 割となっている。このように、オーストラリアにおいても海外進出を見据えて事業を行っていることを学んだ。

《Snow Brand の事業内容》

Snow Brand Australia Pty. Ltd. は旧在豪雪印乳業子会社 3 社の合併により 1999 年に設立

され、乳製品の製造、仕入販売を行っている。Snow Brand の本社はメルボルンにあり営業部と管理部、ビクトリア州タチウラに育児粉乳工場（育粉部）、ニューサウスウェールズ州ナウラにカマンベールチーズ工場（チーズ部）がある。営業部では、幅広い製品の取引を行っており、その中でもチーズや育児用粉ミルクの取引高が高い。営業部が取り扱うバルクのチーズについては日本への輸出を主としており、育児用粉ミルクのビジネスでは、粉を育児粉乳工場にてドライブレンドして缶に充填し、主に東南アジアの子会社に販売している。このように本社の営業部では商社のような役割も担っており、幅広く事業を展開していることを学んだ。近年、MBP やガゼリ菌などの機能性素材の販売にも力を入れ始めている。これらのことから、多様な価値提供により、長期的な経営に目を向けていることが分かった。チーズ部ではオーストラリア国内の独自ブランドを展開するだけでなく、大手スーパーのPB を製造することで、競争力の高いオーストラリアの白カビチーズ市場でも一定のシェアを獲得している。さらに、オーストラリア人は自国製の製品を好むという特徴があるため、商品を販売する際にオーストラリア産ということを前面に売り出し、お客様が商品を手に取りやすい環境づくりにも努めている。

質疑応答の時間では、どうやって商品に付加価値をつけるか、PB を通したバイヤーとの関係構築の秘訣など、ここでしか聞けない貴重なお話を伺うことが出来た。また、日本は一度ビジネスを始めると長期的な関係構築が望めるため、海外の企業にとって大切な貿易国であると学んだ。

最後に、オーストラリアと日本の酪農方法の違いや現状の課題など、事前学習では知ることが出来ない内容までお聞きでき、貴社の事業への理解を深めることができました。この度はお忙しい中、貴重なお時間を割いていただき誠にありがとうございました。



（IBM CENTRE 内オフィスにて）

（文責：内山、村田、羽畑、関、北原）