

巻 頭 言

牛乳消費運動について

蔵 知 毅

岡山県は全国にさきがけて、牛乳乳製品の消費月間を設け、去る9月20日より、10月20日まで消費運動を展開した。

この間にミス牛乳によるパレードや、食生活改善運動を行なって、大いに消費宣伝を行なったのである。

今年は第17回国民体育大会の開催地を引受けたので、各県の選手、役員諸氏には、毎日牛乳2本と卵のサービスを行い、この面でも牛乳を宣伝したのである。

今回の消費宣伝はポスターを1万枚印刷し、旅館、理髪店、料理店はもとより、関係各方面に配布したので、各地のポスターが眼につき、好評を博したようである。

牛乳乳製品の消費運動は、何も乳製品メーカーのみの運動ではなく、生産者とメーカーが一体になって行うべきであって、然も年間を通じて、最も適当な方法で行なわなければ効果がないのである。

アメリカでは ADA が大々的に全国的な運動を行っているし、ポスター等も立派なものを配布しているのである。我が国でも中央の団体が消費宣伝を行っているが、これも思い出した様に行っているのみで、効果がうすいのである。

牛乳乳製品の雲行きが悪いから消費宣伝をやると言うのは、まことに泥縄式で感心出来ないが、これが日本の現状である。思い出したように運動を行うから、又悪口を言われるのであって、如何にも牛乳が余って困っているような感じを与えるのである。

今日ほど酪農がやかましく採り上げられ、又伸びて来ている時に、乳価の不安定は根本的に酪農の将来を危なくするものである。乳が余れば牛を殺し、不足すれば高乳価を出して奨励をする。これでは酪

農家は安心してついて行けないのである。乳価を安定させるためには、生産者も進んで消費を伸ばすことに努力すべきであってメーカーまかせであってはならないのである。

岡山県は今回の消費月間を機会に、永続的にこの運動を行う計画である。皆様方の御協力をお願いする次第である。