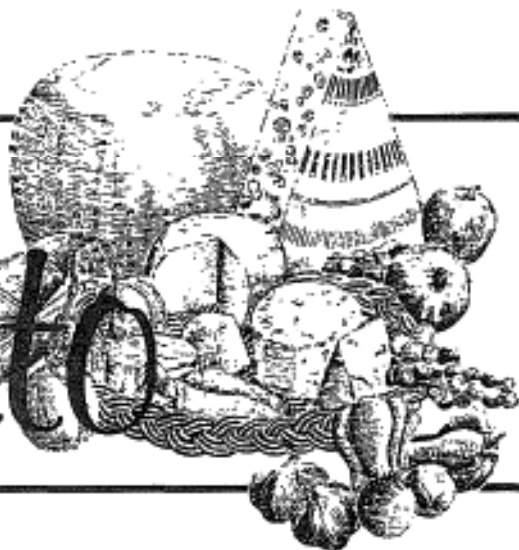


il Mercato



森信義氏からのメッセージ

「デンマーク、ナチュラルチーズそして私」

—18年5ヶ月の市場開発の軌跡とこぼれ話—

私は今、この回想文を、大阪行“ひかり”の車中で書き始めた。漸く、晩秋の色を濃くし始めた車窓の景色が、後方に流れて行くのを見ているうちに、何時しか過ぎ去った日々起きた数々の思い出が絵となって浮かび上って来た。



「デンマーク・チーズ・フェア」ながの東急にて開催。チーズ販売スタートする。(S46年3月)

私は、この年末に18年余にわたる市場開発の仕事を終えて、デンマーク農産物委員会を去る。今回の旅は、永年、私の仕事に協力を願った関西及び北陸の関係者の皆さんへのお礼の旅である。そして常によき協力者として長野を中心として、広くナチュラル・チーズの市場開拓に努力している諏訪角商店への訪問をこの旅の終着駅とすることにした。

デンマーク農産物委員会 での私の役割

私は、デンマーク農産物委員会に在職中、三品目のデンマーク農産物の日本での市場作りに関わった。1971年(昭和46年)の入社から数年間は冷凍チキンの主として北海道市場での市場開拓、1973年(昭和48年)からは冷凍豚肉の輸入促進と全国規模の市場開発、そして、ナチュラル・チーズは在職全期間に亘って普及活動を行った。何れの市場作りにもそれぞれの思い出があるが、最も時間と労力を要したのは、ナチュラル・チーズの普及と市場作りである。それだけ、デンマーク・ナチュラル・チーズの普及に関わる時間も多かったし、もともとナチュラル・チーズは専門分野でもあったから、多くの知人は、私の仕事は、チーズ専門と思っている様だ。デンマーク農産物委員会はデンマーク農産物の各種団体の統合組織として、海外市場開発を行う。言わば日本のジェトロに似た代表機関である。従って、私自身

この委員会での役割は、買手側の日本の輸入会社やメーカーと、売手側のデンマークの生産者や輸出会社の間で立って、取引関係を円滑にするコーディネーター(調整役)であるべきだと位置づけた。又、チーズに就いては、私自身に多少の経験と知識もあったので、日本の関係業者や消費者への啓蒙普及活動も私の仕事として義務づけた。そして今、委員会を去るに当たって、自分に課した役割と、活動は間違っていないかつし、又それなりの成果を挙げたと信じて疑わない。

デンマーク・チキンの 市場作り

三つの品目の市場作りには、それぞれの思い出がある。昭和40年代の日本は、敗戦後の貧困経済から漸く立ち直り、食生活も徐々に洋風化の波が打ち寄せはじめた頃である。プロイラーの消費も伸びるにつれ、日本の養鶏産業も本格化し始めた。当時は、今ほど冷凍品の解凍技術が良くなかったので、輸入冷凍チキンは国産

の生鮮鶏肉より品質が低く見られて、価格差もつけられ、デパートやスーパー・マーケットでも余り歓迎されなかった。しかし北海道だけは、輸入冷凍チキンの良き市場であった。寒冷地である北海道では殆ど養鶏場は無く、国産のプロイラーも、いわゆる冷凍された“内地産”で、はるばる“本土”から津軽海峡を渡って送られて来た。この為、北海道では国産も、輸入ものも、同じ冷凍チキンと言う状態で入荷した為、同じ条件で競い合うことが出来たので、デンマーク・チキンにとってはよい市場で、一時、年間、3000トンを超す輸出があった。同時にアメリカ、オランダ、ブルガリア、中国からも可成り入って来ており、当時は北海道は国際チキン市場と言っても過言ではなかった。それ程“内地”では国産鶏肉（生鮮）と輸入冷凍チキンの差別ははっきりしていた。現在鶏肉の輸入は急速に拡大し、日本企業が海外に進出し、タイ、台湾、中国などに合併の養鶏場や鳥肉処理場を設立し現地生産によって、そのまま小売りできる状態にして、冷凍或いはチルドで日本に輸入し、デパートやスーパーで堂々と売られる様になった。解凍技術の進歩や、氷温輸送など取扱い技術の発達などのおかげで、輸入チキンは国産生鮮鶏肉と全国で堂々と渡りあっている。私がデンマーク・チキンの市場作りに懸命になっていた頃から見ると正に隔世の観がある。デンマーク・チキンの対日輸出は、しかし、アメリカとECのチキン市場の争奪の戦いの中で、政治折衝に

よって、ECは日本を含む第三市場（EC以外の市場）向けの、チキンの輸出に対する輸出補助金を大幅に削った。そして、デンマーク・チキンの輸出価格は上昇し、価格競争に負けて、デンマーク・チキンの対日輸出は急速にしばんだ。この数年の間のデンマーク・チキンとの付き合いで、一つの想い出がある。

汚染チキンへの 対応

ある時、各国からの輸入チキンの一部に、サルモネラ汚染問題が発生した。中国、ブルガリア、オランダ等と共に、デンマーク・チキンの船積分の一部に僅かだが、サルモネラ汚染が厚生省の検査によって報告され、輸入は直ちに差止められた。この輸入差止めを、一番早く対応したのがデンマークであった。ドクター・バルツァーなる獣医官がデンマーク本国から急派され、私と一緒に北海道へ飛んだ。現地の厚生省検査事務所や、入荷チキンの倉庫を、精力的に調査してまわり、汚染チキンを出荷

したデンマークの食鳥処理場の名を、デンマークの獣医局に報告、直ちにその処理場からの出荷と、消毒処置を依頼した。これ等の処置はドクター・バルツァーが来日して、数日間の間に行った。同時に該当の処理場から出荷した荷口で、海上輸送中のものもリスト・アップし、これ等が北海道の港に入港次第、念入りな検査をする様手配した。バルツァーは、一週間程で一旦帰国したが、これ等の迅速な処置と、日本側厚生省に対する逐一の報告が好感され、又同時に処理後に出荷された荷口は、殆ど問題がなかった為、日本の厚生省も、デンマーク・チキンの輸入については、他国に先がけて、検査回数も少なくし、そして検査も予想以上に早く解除された。バルツァーも後日、再度来日して、デンマーク・チキンのサルモネラ検査のその後の状況を見に来たが、予想外の早い決着を見た事で共に喜んだ。早期決着を祝って、私は彼を我が家に招待した。バルツァーは仲々のピアノの弾き手で、たまたま我が家に置いてあった娘の

デンマークチーズセミナー「奥様の家庭料理」ホテル長野国際会館にて開催（S58年5月）



ピアノを弾いて、大きな声でデンマークの歌曲を歌ったり、わが家族と合唱したりして、静かな住宅地に、時ならぬ騒音をまき散らし翌日家内がご近所に詫びてまわるなどの一幕もあり、今になって想えば楽しき思い出の一つである。

“ひかり”は京都市内に入って来た。窓の向こうに東寺の五重塔が見え、所々に鮮やかな紅葉の木々が古都の秋を感じさせる。大阪まであと十数分だ。今日はこの辺で筆を止め様。

—平成元年11月27日

デンマーク・ポークの 輸入

今朝は一段の冷え込みだ。冬ももう近くにきていることが皮膚にしみ透る寒さで感じられる。私は今、12時25分大阪発の特急「雷鳥23号」で、金沢に向かいつつある。列車は京都を過ぎて琵琶湖西岸を北上し、坂本側から見る比叡山も趣があるが、琵琶湖の景色も美しい。

ところで、話を本題に戻すことにしよう。

デンマーク・チキンの対日輸出が急速に減りだしたのと入れ替わる様に、昭和48年（1973年）頃から、デンマーク産の豚肉が日本に輸入され、その市場を拡大し始めた。デンマーク・ポークは早くから日本の食肉加工業界から注目されていた。デンマークが100年かかって、交配を繰り返して改良したデンマーク・ランドレース種豚は、英国向けベーコン用

豚として開発された。脂肪が薄く他種のぶたより肋骨が、2乃至3本多い胴長の体型から取れる肉は肉量が多く、淡紅色ながら、味も良いため、世界の豚肉市場でも、一級品としての評価を受けておりデンマーク自慢の種豚である。しかし、デンマーク近隣諸国で発生する口蹄疫病（牛、豚、羊などの偶蹄類—ひづめが二つに割れている動物—に発生する伝染力の強いヴィールス病で、口の周囲や、ひづめの割れ目に発疹ができて、これが原因で発病し、死亡率の高い病気である。日本は非汚染国なので、この病気の侵入を極度に恐れている）の影響を受け、1960年代前半までは、デンマークでも小規模な口蹄疫病の発生が、時折見られたがそれ以降は防疫の成果が挙がって、発生はなく、清浄化していた。しかし、用心深い日本の農林省は、デンマークを口蹄疫清浄国として認めていなかった為デンマークの豚肉は、日本へ輸入できなかった。この為、デンマークの食肉業界のトップが、たびたび来日し、私も加わって、農林省と折衝を重ね、二年半に渡る辛抱強い交渉の結果、漸く、日本側もデンマークを口蹄疫の清浄国として認め、昭和48年（1973年）デンマーク産の豚肉の対日輸出が始まった。デンマーク産の豚肉の品質は、以前から日本食肉業界でも評価されていたから、数年の間にその輸入は急増し、ハム・ベーコンなどの加工肉の原料として高い市場占有率を占すに至った。そしてデンマークから日本への輸



デンマーク・チーズ・セミナー「さわやかな朝食を」(S56年3月・ホテル長野国際会館)での
露さん

出農産物の中で、数量・金額共に第一位の品目となった。その後デンマークがECに加盟した年に、それまでデンマークから門外不出であった、生きたデンマーク種豚は、EC加盟国の協約によって、その輸出禁止を解除せねばならなくなった。デンマーク・ランドレース種豚の輸出第一号の入札を行ったところ、なんとその頃までデンマークを口蹄疫非清浄国として取扱ってきた日本の農林省が最高値で落札し、デンマーク・ランドレース種豚の最初の輸入国になったのは、面白い巡り合せであった。

デンマーク・ポーク 贈物失敗事件

昭和56年（1981年）にはデンマークのマグレーテ二世女王陛下が日本に公式訪問され、故昭和天皇にお会いになられたが、女王陛下訪日に先立ち、デンマーク大使館より、その受け入れについて私共の委員会にも協力の要請があった。そこで、われわれが思いついた事は、女王陛下の故昭和天

皇への御土産の中に、生体のデンマーク・ランドレース種豚^{ツガイ}一番を入れられないかと言う事である。漸く、日本市場にその品質の良さが認められてきたデンマーク産豚肉のイメージを一段と高めるためデンマークが世界に誇る豚を、女王陛下から天皇陛下への贈物にしても、決しておかしい事ではなくむしろ大きな話題になるだろうとの発想である。生体の動物の天皇陛下への贈物については、サウジアラビア国王がサラブレッドの馬を送られた前例もあり、不可能な事ではないとの結論に達した。早速関係者の紹介を得て、栃木県にある宮内庁御料牧場に赴き趣旨を伝え、御料牧場として、受入れの可能性を打診した処、正式の手続きを経て、宮内庁の了承があれば御料牧場の受入れは可能との判断を得、改めて宮内庁の内意を求めた処、女王陛下の贈物であれば受け入れられるとの事であった。直ちにデンマークに打電、種豚雄、雌一番を女王陛下の贈物リストに入れ、発送の要請を行った。デンマーク側よりもよいアイデアと賛意を得て空輸の手配する旨返答があったので、成田空港の動物検疫所にも特別検疫通関の依頼をして受け入れの万全を期した。この時点までは、我々の発想のユニークさを自画自賛して大いに得意がっていたし、デンマーク側関係者もすばらしい思い付きとして大いに喜ばれたものである。しかし、この得意満面の状態は一番の豚が成田に到着するまでであった。事態は一変した。成田に到着した豚一番はいつのまにか贈り

主は女王陛下ではなくて、デンマーク養豚協会連合会に変わっていた。天皇陛下は外国元首からの贈物は受けられるが、民間の個人や団体からは、贈物は受けられないことになっている。大いに驚き、慌てた我々は、直ちにデンマーク側に対し、急いで贈り主を女王陛下として、その贈物リストに入れる様発送手続きの変更を要請したが返事はすでに女王陛下の贈物リストへの組み入れはtoo late（遅すぎる）との冷たい返事が返ってきただけだった。デンマーク側の誰が何時この様な贈り主の変更のミスをおかしたのか、当方から怒りまじりの追及をしたが事は後の祭りであった。止むを得ず、農林省と交渉してデンマークの養豚組合から農林省所属の家畜試験農場への贈物とする事に決着し、あわれ、一番の種豚は、女王陛下の栄誉ある贈物の地位から、一挙に民間団体からの贈物に格下げされて、御料牧場ならぬ、栃木県の試験農場行きとなった。その後の彼等の消息は聞いてないが、彼等はこれ等の経緯も知らずに、改良、交配用の種豚として沢山の子豚、孫豚を産み落として、日本の養豚改良のために力を盡していることであろう。一方、豚達をようやく収める処へ収めた私達はその不手際を詫びに皇居内の宮内庁や、栃木県の御料牧場を訪ね、事情説明を行い了承を得たがなんともみっともよくないことであった。唯一のなぐさめは、日頃簡単に入れない皇居内の宮内庁にたびたび訪問したり、また御料牧場を訪ね

た際広い御料牧場の中を車で案内してもらったりで普通では入れないところに入れたと言うことくらいであった。しかしこの事があったおかげで、当時の御料牧場長の方とは、毎年、年賀状を交換し、お付き合いを願っている。

ながの国際博（S62年5月スケートセンター）に「チーズ市場」出展



デンマーク王室から 功労一級勲章を授与さる

しかし、かかる失敗にも拘らず、女王陛下の訪日を機会に、前述のプロイラーや豚肉の対日輸出拡大とデンマーク・チーズの市場作りの功績を評価されて、子期もしなかったデンマーク王室の功労一級勲章を授与され、女王陛下が来日された折、勲章を胸に吊り下げて、妻と共に幾度か女王陛下にお会いする機会に恵まれたが、デンマーク種豚贈物失敗事件の裏話も知らずに微笑んで握手していただいた時は、何とも複雑な心境であった。かくして、いろいろな問題が起きたり、解決しながら、デンマークの豚肉の輸出は拡大し、1989年（平成元年）末には、日本の豚肉輸入量の約4割の12万トンにまで達しそうな気配である。物語も丁度“切り”の良いところに来た。ナチュラル・チーズの市場開発について述べる前に、一寸

ティー・ブレイクをとる事にしよう。列車は丁度山間部に差し掛かっている。ところどころにみられる紅葉も、この附近のは色が濃いようだ。この附近の紅葉はおわりに近づいているのであろうか。

ナチュラル・チーズとは 25年のつき合い

ナチュラル・チーズと私のつき合いは25年になる。考えてみると1/4世紀にわたって、ナチュラル・チーズの市場作りに明け暮れてきたことになり、我ながら、よく続いたと思う。この25年の中18年半をデンマーク・チーズの市場開発に費やした。もともと、ナチュラル・チーズに馴染みが薄かった市場の中で、オランダやフランス等のように、日本と歴史的文化的交流の極めて少なかった北欧の小国デンマークは、日本の消費者にとっては、認識の低い国であった。その国の位置も、大きさも殆どの日本の人が知らず、たま

に少し知っている人があれば“ああデンマーク体操の国ね”と言う程度であった。この様に、知られざる国、知名度の低い国としてのハンディキャップを背負いながら馴染みの薄いナチュラル・チーズの普及を始めた訳であるから、われわれにとっては決して容易なスタートではなかった。しかし、人口500万人の小国にも拘わらずデンマーク・チーズの普及には可成りの予算を計上して、販促活動に乗り出した。当初、他のどこの国も行っていなかったナチュラル・チーズ・フェアを東京・銀座の松屋百貨店で一番最初に行ったのはデンマークである。又青い目でブロンドの髪に民族衣装を着せたデンマークのデモンストレーションガールを2~3人投入し、東京大阪、札幌その他の地方大都市のデパートに派遣し、試食を提供しながらの紹介、普及活動を活発に行った。今でこそ、外国人によるデモンストレーションは珍しくは

ないが、当時としては極めて珍しく、それだけに宣伝効果はあり、各地のデパートからは派遣要請が相次いだ。

チーズの市場開発予算が 大幅にカットされて……

かくして、デンマークのイメージも徐々に定着し始め、デンマーク・ナチュラルチーズもオランダ・チーズと混同されることも少なくなってきた。この様な活発な紹介活動が数年にわたり実施され、漸く、デンマーク・チーズに対する日本の消費者の認識が少しづつつき始めた頃、突如デンマークの酪農委員会から、チーズの市場開発予算の大幅カットの通告がきた。私はその直後デンマークに赴き、酪農委員会の予算担当マネージャーと会い、予算復活の議論を交わした。丁度昼食時でもあったので同委員会の接客用食堂で、北欧独特のオープン・サンドイッチを馳走になりながら、二人は食事を忘れて議論を続けた。大幅カットの理由は、その年、デンマークがECに加盟したため、既にEC加盟国である西独との経済的国境が取り払われたので、失われていたデンマーク・チーズの西独における市場を回復するのに、大きな予算を必要とするため、日本その他の国への予算をカットせざるを得なかった、との説明である。しかし私としてもこの様な説明で、わざわざデンマークくんだりまでやってきて“はい、そうですか”と引込むわけにもいかないから反論した。西独は失われていた市場とはいっても、永年ナチュラル・チー

デンマーク・チーズ・セミナー(55年3月) NBSテレビに出演





創立35周年記念セミナー「人生80年。おいしく、楽しく、美しく...」(563年5月)開催。右から3人目が森さん。

ズを食べている国民で、ナチュラル・チーズそのものについては啓蒙する必要性は薄い。しかし、日本の消費者は大半の人々がナチュラル・チーズについて知らず、これからも大いに啓蒙活動を必要とする。日本人の洋食化傾向は進んできており、1億2千万の大きな消費人口は将来に向かって、大きな可能性を有する市場である。まして、われわれは過去数年に亘って、デモンストレーターを投入しそれなりの成果を挙げてきている折、突然の予算カットは、これらの紹介活動を急減せざるを得ず、今までに投入してきた費用も無駄になってしまう。デンマークにとって、西独も大きな市場には違いないが、ナチュラル・チーズに関しては、既に熟成した市場であり日本はこれから拡大する若い市場で、その将来性は日本市場のほうがはるかに大きい。長期的展望をもって、日本への予算の復活を配慮してもらいたいと強硬に談判した。談判相手のマネージャー、ヨーゲンセン氏は私に尋ねた。“ミスターモリ、現在デンマークから

日本へ輸出している直消用チーズ（プロセス・チーズの原料用以外のも）は年間約500トンである。これが年間1000トンになるにはあと何年かかると思うか？今、デンマークは西独向けに、1年以内に年間10000トン以上の輸出拡大を目標としている。日本と西独ではその輸出量の規模が、この様に違う。同列には論じられない。しかし、日本も将来有望な市場であることは認める。若し日本市場が近い将来直消用チーズのみで年間1000トンを超すようになれば予算の増加を考慮する用意がある。ミスターモリは1000トンに達するまであと何年かかると思うか？”と。私もここで答えを躊躇するようでは相手の信頼も得られないと思ったので、あと3年以内にはきっと1000トンオーバーするだけの成長は間違いないと大みえをきったが、日本の遅々とした市場の発展状況を見ると内心自信がある訳ではなかったが少々“はったり”をかけた訳である。結局、この年は予算の増額は実現

しなかったが、翌年、他市場向けの販促予算が浮いたのでという理由で8月頃、突然5千万近い額の子算を日本市場に回してくれる事になり、大急ぎで企画立案を行い、その年の秋から翌年にかけて札幌、仙台、広島、福岡の4都市で、テレビコマーシャル、乗り物車内広告、全国新聞のそれぞれ地域版のフルページ広告を使うと同時に、上記4都市の全デパートに同時参加という型で立体的紹介活動を実施し、各地にデンマーク・チーズ祭りの形で印象づけを行ったが、これが大きな効果を表した。因みに、ヨーゲンセン氏と談合の折に大みえを切った向こう3年以内に直消用チーズの輸入が1000トンになるという予測は、2年にして達成し、わが面目を失わずほっとしながらも心密かに“ニヤリ”としたものである。

北陸本線はレールが古いのか、列車の走行中の震動が多いので少々書き疲れた。敦賀を出て暫くして、長い北陸トンネルに入った。“トンネルを抜けると雪国だった”の言葉通り、白銀の世界が眼前に広がり、思わず「アッ、雪だ！」と喚声をあげてしまった。空は厚い雨雲（雪雲？）に蔽われ、あたりは薄暗い風景が続く。北陸もこれから厚い雲に蔽われたどんよりとした天気は毎日続く長い冬の季節に入っていくのであろう。今日の目的地の金沢も、もう眼近だ。そこで“本日はここまでにしたし度うござります”

平成元年11月30日

手とり足とりの チーズ普及啓蒙活動

昨夜は金沢の古き知人たちに囲まれ、楽しい一夜を過ごした。本日は“白山2号”で、直江津経由で長野までの旅である。富山を過ぎてから、進行方向右手の窓に遠く槍ヶ岳などの日本アルプスの連邦が雪に蔽われて連なり、左手には日本海の荒波が砕け、一段と寒さを感じさせる風景である。

さて話を再び本題に戻すことにしよう。

ナチュラル・チーズの市場開発は、ナチュラル・チーズそのものが良く知られておらず、又食わず嫌いで、敬遠する人々も結構いたので、ナチュラル・チーズに対する好ましくない先入観を取り除きその特色を説明し、どの様に食べるかという、一から十まで手とり足とりで啓蒙活動を行う必要があった。この為、チーズ・セミナーを実施して、販売に当たる人々のナチュラル・チーズに対する知識の向上を図ると共に、チーズ料理の講習会を催して、買う側の一般消費者の関心と知識を高め、デパートやスーパーマーケットを支援して、フェアを行う、等々、立体的な開発活動を行った。その良き例として、函館でのキャンペーンの成功に触れてみよう。

成功した 函館でのキャンペーン

当時、函館には食品売り場を有するデパートが二軒、地元の小型

スーパーが数軒ある程度で、デパートですら、ナチュラル・チーズはわずかな量しか置いていなかった。デパートの話では、月に一度、札幌の間屋がセールスにて、品物を置いて行く程度で、置いてあるナチュラル・チーズが売り切れれば、次の納品まで補充は無しとの事で、これではナチュラル・チーズの売り上げは上がる訳はなかった。そこで、東京に帰り、チーズの輸入専門商社の協力を得て、東京よりチーズの発送する段取りにして、品切れの起きないように計らった。翌年訪ねて見ると、前回より小規模ながらチーズの種類が量も充実しており、買う客もボツボツあると言う。デパートの話をも総合してみると、ナチュラル・チーズが売れる市場的背景はあるように思われたので、強制市場開発の方法を取ることにした。即ち消費の自然増を待っていたのでは何年かかるかわからないので、積極的にキャンペーンを実施して、

その消費を促す方法である。そこで市内のデパート二軒に同時期開催で、デンマーク食品フェアを持ちかけた。それぞれのデパートの担当は、自分の廻りのデパートのみの開催を希望した。しかし、一店単独のフェアより、二店舗同時開催のほうが、フェアの規模も大きくなり、相乗効果も期待できるので、あくまで二店舗同時開催を主張した。漸く、二店舗同時開催を受け入れたデパートは、一旦同時開催となると、競争意識を強め、私共の準備した告知広告のほかに、自店舗の広告の中にもフェア開催を告知したので、華々しく、デンマーク食品フェアが多くの市民の知るところとなり、初日は多くの客が入場し、大成功を取めた。幸にして、函館で宿泊した函館ロイヤルホテルの木村料理長は、偶然にも、デンマーク農産物委員会が東京に事務所を開設し、披露のレセプションをニューオータニホテルで行った時、レセ



**デンマークチーズ
のセミナー開催**
長野の策画、強い関心
デンマークのナチュラルチーズ
の普及を販売店や流通業者と理解
してもらい販促につなげよう

とデンマーク農産物出荷委員会
十一日、長野市のホテルで業界関係者を集め「デンマークチーズセミナー」を開催。写真、ナチュラルチーズの基礎知識や商品管理、販売促進策について森田義典理事、販売促進部長が講演した。会場には予定の四十人の三倍に当たる百二十人が参加、ナチュラルチーズの販売に対する関心や販売店の強い関心をうかがわれた。

また、長野県下で六年前に開かれた同セミナーでは今回初の試みとして、ナチュラルチーズを使った家庭料理の展示コーナーも設けた。

クションの料理、オープンサンドイッチの数々を用意してくれた現場責任者のセカンド・シェフであった人なので、このフェアにホテルとして参加し、北欧バイキング料理を期間中サービスしてくれることになった。デパート2軒、ホテル1軒の合同フェアは予想以上に反響があり、連日相当の客で混んだ。好成績に気を良くしたデパートは翌年の開催を希望し、毎年ゴールデンウィークの時季に3ヶ年実施した。食品フェアと言っても実質的には、ナチュラル・チーズが中心であることは言うまでもない。二・三年目は、フェアのイメージアップの為、食品フェアであると共に、デンマークと函館市民との親善のイベントであると性格づけ、二年目には、市長への表敬訪問を行い、市長夫妻、市会議長夫妻そして商工会議所会頭夫妻を市民の代表として、函館ロイヤルホテルのデンマーク・オープンサンドイッチの料理に招待し、又三年目には、フェア期間中に函館ロイヤルホテルで結婚式を挙げた35組のカップルにお祝いとして、デンマーク直送のテーブルマットを披露会場でプレゼントするなど話題を盛り上げてその成果を計った。3年連続のフェアは、二軒のデパートに於け

るデンマーク・チーズの販売の定着化に大いに役立ったが、当時はプロの宣伝企画会社にも優るとも劣らぬアイデアをわれわれ自身が創案し、演出し、実行し、成功を取めたのは、今だに忘れられない思い出である。その後函館の街はデパートや大型スーパーの数も増し、それぞれがナチュラル・チーズを販売するよきナチュラル市場になっているのは喜ばしい限りである。

期待大きい

ナチュラル・チーズの今後

この様に、ナチュラル・チーズの市場作りは、ナチュラル・チーズに関する管理・販売に関する売手側の知識と、上手な利用方法・食べ方のノウハウを、如何にして効果的な方法で行うか、一種の創

造の仕事でもあると思う。勿論失敗もあれば成功もある。試行錯誤を繰り返して、辛抱強く、繰り返して実施して行くより、他に良い方法はない。ナチュラル・チーズの市場も、漸く、定着の兆しが見えてきた。マーケティングの本番はこれからである。チーズの普及・販売に励む皆さんのご健闘を祈りたい。

車窓の右手にそびえていた妙高の冬姿も漸く後方に去り、列車は妙高高原から善光寺平へと下って行く。あと20～30分で長野に着く。“牛に牽かれて善光寺参り”の昔話は亡き母からよく聞かされたが、今は“乳製品に導かれて善光寺通い”などと言ったらシャレにならぬか、一寸おそまつ・終
平成元年12月1日

「旅の終着駅」として当社に立ち寄られた森さん



■編集後記

ナチュラル・チーズの普及啓蒙に並々ならぬ情熱を注いで来られた森信義さん。当社が今日あるのも森さんのお力による所が大と言えます。長い間、本当にありがとうございました。これからも変わらぬご指導の程をよろしくお願い申し上げます。

NATURAL CHEESE
SUWAKAKU
有限会社 諏訪角商店
〒381-22 長野市市場7-10
TEL(0262)85-2221(代) FAX(0262)85-2710