



お知らせ

**USSEC 世界各国の ASA-IM スタッフとコンサルタント、インドで恒例会議を開催**



ASA International Marketing Staff and Consultants, U.S. farmer/leaders and USSEC staff, meet in Cochin, India to set vision to promote U.S. soy around the globe.

ASA インターナショナルマーケティングスタッフとコンサルタント、米国大豆生産者代表、USSEC メンバーはインドコーチンで世界各地におけるアメリカ大豆プロモーションに対するビジョン共有・実現にむける会議のために集まりました。  
 (写真: USSEC Photo Scoop - Regional Staff Conf. より)

**January 26, 2007** -- 米国の大豆農業者を代表し、世界各国から 70 名以上の ASA-IM マーケティングと会計スタッフが 2007 Regional Staff Meeting 参加のためにインド、Cochin(下部地図 黄色で印)に集まりました。毎年開催される本会議では、世界各地におけるアメリカ大豆のグローバルなマーケティングを目指して、各マーケットでの成功例・挑戦課題を共有し、将来のボーダレス且つクリエイティブなマーケティングのチャンスについて議論します。米国の農業者/リーダーの Roy Bardole と Dennis Jaeger も、米国生産者見解の提供のために出席しました。USSEC 本部スタッフもマーケティングプログラム計画・調整のために参加しました。

今年のテーマは、「Marketing Soy Through Science /科学を通じての大豆のマーケティング」であり、各国の大豆市場の持つアイデア・見解を交換させ、ASA-IM の活動の他地域との適合性を考え、共有可能な部分を見つけ出そうというものでした。議論の焦点は特定領域における技術・科学・マーケティングの革新におかれまして。参加国は、インド、中国、インドネシア、フィリピン、韓国、タイ、台湾、ベトナム、シンガポール、メキシコ、トルコ、パキスタン、日本、アメリカ。

**インドと大豆食品の将来性**

インドの人口は世界第二位で、2040 年までには中国を追い抜き 15 億近くまで増加すると予想されている。現在、インドの国民一人あたり大豆ミール消費量は中国の 10 分の 1 以下である。国内の大豆生産は、約 600-700 万トン。うち、90% が食用油に消費される。搾油した後の大豆ミールは日本にも輸出されている。その量は 2006 年に米国の 31.94% のシェアを抜き 61 万トン (37.06%) となっている。宗教・経済的理由から肉を消費していない人口がまだまだ多く、厳密なベジタリアンだけでも日本の全人口を超える 4 分の 1 を占めるといわれている国柄から、今後のインドにおける大豆の市場性は非常に高いといえるだろう。



アメリカ大豆協会は、インド市場に対し 10 年以上に渡り内需創出のための「リバース・マーケティング活動」に、USB(全米大豆基金財団)がチェックオフ資金を投入してきた。そして現在、米国の大豆生産者は史上初となる南米生産者との合同貿易使節団を 2006 年 12 月 8-17 日にかけてインドに派遣し、アメリカ大豆輸出協会 (USSEC) とパラグアイおよびアルゼンチン、ブラジルの生産者団体は共同で活動を進めるための契約を締結した。米国と南米の生産者が提携することにより、力を合わせて新しいマーケットの開発に取り組むことが可能となる。インドにおける大豆食品に関する研修プログラムなど各種マーケティング活動への財政支援による「リバース・マーケティング」により、大豆製品及び市場開発支援を通じ、生産者・加工業者・消費者の利益を高める価値ある生産物として、大豆の開発と活用法が幅広く推進されて行くことになる。

今回、ASA 日本事務所-食品担当は Cochin での内部会議の直前に Chennai(地図参照)で開催された ASA インドの活動のひとつである「インターナショナル・ソイフード・トレンド・セミナー」に参加する機会を得た。本セミナーではインド・米国の大豆食品業界から大豆食品のトレンドについて講演、ASA 各国食品担当からは市場動向や活動についてプレゼンした。展示会では、豆乳や大豆粉入りポテトチップスをはじめとする多数の大豆製品が陳列されていた(右写真)。ちなみに、大豆粉入りポテトチップスは通常ポテトチップスと変わらぬ食感で美味しかった。



9 日間のインド滞在から得た印象は、やはりインドにおける大豆食品は食素材として高い可能性を持っているという事だ。美容・健康に対する意識も強い。「日本の大豆業界からは、どんどんインドへ来てほしい。日本のインドにおけるビジネスチャンスの高さは相当だよ。」と現地担当者等も強く語っていた。ちなみに、インドの ASA-IM には約 10 名の食品担当がいる。現在、米国からはモリニュー豆腐・シルクの豆乳等が輸出されている。米国大豆を使用した日本製大豆製品のインドへの輸出、また大豆食品市場開拓等にご興味のある方は ASA 立石 (asamt@gol.com) までご連絡下さい。

**American Soybean Association IM Japan**  
**アメリカ大豆協会 発行**  
**HP: <http://www.asajapan.org/>**  
**Food Soybean: Masako Masi Tateishi**  
**食品大豆 担当: 立石雅子**  
**E-mail: [mailto:asamt@gol.com](mailto:mailto:asamt@gol.com)**