

# カナダビーフ・マンズリーレポート

カナダビーフを求める全国の消費者の声に答えて!

10月2日 **カナダビーフ セミナー 2014** カナダ大使館

10月3日 **食育活動／BBQイベント** 千葉県・幕張



## ●カナダビーフセミナー 2014 年の目的とカナダ大使館のサポート

カナダビーフ国際機構は、2014年10月2日、東京では2年ぶりのカナダビーフセミナーをカナダ大使館のご協力により、同じカナダ大使館を会場にして開催し、予定の100名を超える大勢の皆様にご参加いただきました。前回2012年7月のセミナーでは組織名称を変更して間もなくでもあり、活動の基本姿勢とカナダビーフの商品としての優位性をお伝えすることを主なテーマとしました。あれから2年後の今回は、昨年春の月齢緩和以降の着実な輸入量の増加傾向を背景として、特に販売現場を中心に高まりつつある「もっとカナダビーフを!」との声にどのように応えていくかを基本テーマに設定。そのうえで、カナダビーフの販売拡大とともに業界各位の利益の最大化を目指すための具体的提案と、業界各位との一層の連携強化を目指しました。

開会冒頭には協力者の在日カナダ大使館を代表して、マッケンジー・クラグストン 駐日カナダ大使(写真右)から、セミナー参加者とセミナー開催に対する歓迎のご挨拶をいただきました。その中では「昨年来カナダビーフの輸入量が拡大しつつあることはカナダビーフの品質の高さと業界関係者の努力の証であり、カナダ大使館としても今後とも全力でサポートしたい。この機会に両国の業界関係者がさらに関係強化を図るとともに、美味しいカナダビーフを存分に味わっていただきたい」との力強く温かいメッセージをいただきました。

## "チームカナダ"としての取り組み

今回のセミナーにはカナダビーフインク シニアディレクター デュエイン・エラード がカuttingセミナーの講師として参加した他、同ブランドオフィサー ジェームズ・ブラッドベリー、台湾と上海オフィスのスタッフも参加し"チームカナダ"として取り組みました。同メンバーは翌日の食育プログラムやスーパーマーケット店頭でのBBQイベントにも参加。日本の消費者や現場担当者との交流を通じ、グローバルなマーケティング戦略の指針を再確認することができました。今後、アジア各国のプロモーション活動の中で、日本流のおもてなしの心が活かされていくことになるでしょう。(食育、BBQイベントは4Pをご参照ください)





### ●カナダビーフセミナー国際機構プレゼンテーション①

カナダビーフ国際機構 駐日代表兼アジア取締役 下嶋大介(写真)は「カナダビーフの差別化と付加価値」と題してプレゼンテーションを行いました。海外市場との競合や円安など、海外からの輸入環境が厳しくなる中でマーケティングのありかたとして「今こそ発想転換を!」と提言。「牛肉販売でも低価格志向・見定め販売からの脱却が必要であり、高いものを高く販売できるように!」の具体的な方法を提案しました。差別化としては、カナダの豊富な水資源、100%肉専用種による穀物肥育牛肉などカナダビーフの優位性をさらにアピールすることを提案。その方法の一つとして、カナダビーフの多くの優位性をコンパクトに解説した「ご存知ですか?」チラシ(別紙参照)の活用を推奨しました。また、提供方法で付加価値を高める例としては、カナダビーフの特徴を活かした3つのメニューを紹介しました。



#### 粗挽きカナディアン・ハンバーグ

クロッド 使用(カナダ産ビーフ&ポークの合挽も可)  
カナダ産ビーフのプライマルカットを100%使用して、穀物肥育の牛肉本来の旨味を引き出す。高騰傾向にある豪州産のカウミートの代替え商品として。



#### 厚切りカナディアン BBQ 丼

リブフィンガー、アウトハンテン 使用  
厚みのあるカナダ産ビーフの特徴を生かして、カナダの主要な輸出農産品でもある麦と大麦肥育牛とのコラボで大自然のイメージと健康志向を表現。



#### カナディアン・メープルローストビーフ

トップラウンド、リブアイ 使用  
メープルシロップに一晩じっくり付け込んで肉表面に旨味をクオーティング。カナダを象徴する食材の使用により商品のブランド力を引き出す。



### ●カナダビーフセミナー国際機構プレゼンテーション②

カナダビーフ国際機構 マーケティング・マネージャー 鬼沢裕子(写真)は「マーケティング及びプロモーション活動」と題してプレゼンテーションを行いました。鬼沢はその基本姿勢として「利益を生み出すお手伝いをしたい」とし、そのための今年の3つの柱を個別に説明しました。

「1.セールスブランド“ロッキー&メイプル”の展開~カナダビーフの生産地にこだわったブランディング~」では、消費者に親しみやすい産地イメージやストーリー性を齎す方法として、オリジナルロゴやキャラクターの活用を提案。「2. 季節野菜とカナダビーフ」では、季節野菜や各地の地場野菜とカナダビーフとのコラボレーションによる料理教室、ポスターや配布用レシピ、消費者用リーフレットやポスターなどの活用を提案。「3. 食育」では親子料理教室の実施、学校給食での利用、マスコット“ロッキー君”と“メイプルちゃん”の活用、子供向け商品開発を提案。カナダビーフ国際機構としてはそれらの活動を複合的に追求し“カナダビーフが買える、食べられる店”を全国に広げて行きたいと語りました。

最後に、姉妹提携都市をきっかけとした大型ホテルのフェア開催など、実際に大きな成果を上げた取り組み例を紹介。また、複合的なイベント開催には関係者の協力が必要とし、そのためにはカナダビーフへの共通理解を高めるための個別企業セミナーをご検討いただきたいと呼びかけました。





### ●ゲストプレゼンテーション①

独立行政法人農畜産業振興機構（調査情報部国際調査グループ）山崎良人氏（写真）からは今年7月の視察をもとに、カナダ産牛肉の輸入と今後の生産の見通しが報告され、最近の傾向として、牛頭数が回復傾向にあり、カナダビーフの輸出拡大につながる可能性が指摘されました。



### ●ゲストプレゼンテーション②

今回のカナダビーフ輸出企業プレゼンテーションは、2013年にカナダでの活動を本格的にスタートさせた、世界的な肉供給企業 JBS の対日輸出の日本における責任者として、株式会社エスエーシージャパン ビーフ部長 溝部浩昭氏（写真）にお願いしました。氏は JBS の所有するブルックス工場や付属フィードロットの規模、施設状況などを説明。供給するカナダビーフの製品特徴としては、「大麦を中心とした穀物肥育でありその肥育日数は 140 ～ 150 日」。また、「米国よりも若齢で出荷されるため明るく淡い肉色で、ほとんどがカナダ AA 以上」であること。日本向け供給体制については、「カナダ本部と我々が直接コンタクトを取りながら日本市場への積極的なアプローチを目指す」としました。具体的には「これまで日本への販売はほとんどがフローズンだったが、今後はチルドの販売にも力を入れる方針で、この秋にはそのための設備増強も完了」、「現地の輸出マインドは非常に高く、日本に対して何ができてどうすれば商売が成り立つのか、関係者とともに積極的に考えたい」と述べました。



### ●カッティングデモンストレーション①

第2部のカッティングセミナーでは、食肉業界の人材育成に長年たずさわってこられた公益社団法人全国食肉学校の青木好宏専任講師（写真）から、クロッドとリブフィンガーを使った幅広い料理提案をいただきました。

### ●カッティングデモンストレーション②

今回、初来日のカナダビーフインク デュエイン・エラード シニアディレクター（写真左下）は、カナダでも日本と同じように小さなポーションが求められる傾向にあるとして、リブアイとトップサーロインバットのカナダ流小分け作業を披露しました。デュエインは今回の来日について「日本から今回のような意義深いセミナーに講師として呼ばれたのは大変光栄なことです。カナダの肉の専門家としての長年のキャリアから伝えられることは、余すことなく日本の関係者に伝えたい。と同時にこの機会に日本の同業者の皆さんからも多くのことを学びたい。私の任務は日本とカナダのビーフ業界のコミュニケーションを最大化させること」と語りました。



### ●カナダビーフ試食会

カナダビーフ試食会は、カナダビーフインク ブランドオフィサー ジェームズ・ブラッドベリー（写真右下）の乾杯挨拶からはじまりました。試食用レシピとしては今年の差別化戦略の野菜とのコラボレーション、お馴染みのカナディアンスタイルのバーベキュー、仔牛肉を使った煮込み料理などをご用意。どんな料理にもあうカナダビーフの素晴らしさと同時に、カナダビーフビジネスの大きな可能性もしっかりとご確認いただきました。



## 10月3日 **食育活動** 幕張インターナショナルスクール



10月3日、千葉市美浜区の幕張インターナショナルスクールにおいて、同校のご協力のもと、カナダビーフを使った食育活動を実施。6年生2クラス、約40人の児童に、美味しく安全なカナダビーフがどのように生産されるか、楽しいクイズ形式で理解を深めていただきました。調理実習では子供達一人一人が、教えられたカナダビーフステーキの美味しい焼き方に従って、自分自身のステーキを焼き上げました。この日のイベントにはチームカナダのメンバーとともに、カナダビーフ親善大使のロッキー君も参加。子供達と楽しい交流の時間を過ごしました。

## 10月3日 **バーベキューイベント** スーパーベルクス新習志野店



10月3日、食育活動の会場となった幕張インターナショナルスクールにほど近い、スーパーベルクス新習志野店で、店頭BBQイベントを実施しました。こちらの会場にもカナダビーフ親善大使のロッキー君がかけつけ、子供達に手を振って美味しく安全なカナダビーフをアピールしました。この日の試食会は、予定された試食終了時間前に、試食用と同じ商品が完売となるほど盛況で、ここでも「もっとカナダビーフを！」という消費者の声が強く感じられました。

カナダビーフ国際機構は、カナダ畜牛およびカナダビーフの国際的なマーケティングおよびプロモーション活動をになうカナダで唯一の組織である、カナダビーフ インクの日本事務所として、カナダビーフの卓越した品質と特性を生かして、日本におけるカナダビーフの立場をより強固なものにして行くことを使命として活動しています。

このリリースに関するお問い合わせ先

**カナダビーフ国際機構** (担当：鬼沢)

〒103-0027 東京都中央区日本橋 2-15-9 日本橋 TS ビル 2F

TEL : 03-6225-2391 FAX : 03-6225-2392

E-mail: yonizawa@canadabeef.ca