



2014年8月①カナダビーフ国際機構発行

カナダビーフ・マンスリーレポート

1-2P)「アイザワ」カナダビーフフェア、BBQ イベント、カナダビーフ親子料理教室
3P)カナダビーフ戦略的導入プロセスのご紹介

●プロモーション最前線／生鮮食品ディスカウントスーパー「アイザワ」フェア連動企画

地域ナンバーワンを目指す！ カナダビーフ戦略的導入プロセスのご紹介



**生鮮食品ディスカウントスーパー「アイザワ」(群馬県3店舗、栃木県1店舗)
カナダビーフの積極活用で、精肉部門の売り上げ
前年比 120%達成！フェア連動企画で先を目指す**

群馬県、栃木県に4店舗を展開する生鮮食品ディスカウントスーパー「アイザワ」では、約2年半前からカナダビーフの販売を開始。当初は数ヶ国の輸入製品と並行して販売していたが、カナダビーフを高く評価するお客様の声や、社内でも品質に対する評価が高まったことから、精肉部門では徐々にカナダビーフを中心にした品揃えにシフト。昨年秋には、精肉部統括マネージャーの仙石英一氏が「カナダビーフ視察ツアー」(カナダビーフ国際機構主催)に参加。帰国後、現地調査で得たカナダビーフの品質、安全性に対する一層の確信を社内に浸透させ、カナダビーフの拡販を目指しました。その結果、現在の売上状況は、精肉部門全体で前年比120%、カナダビーフに限れば150%という数字を達成しました。この夏休み期間中、アイザワ佐野店では、カナダビーフ国際機構と共同で、カナダビーフフェア、BBQ イベント(店頭試食サービス)、TVチャンピオンでおなじみの「ごごまちゃん親子」を講師に招いた親子料理教室の3つのイベントを同時開催。カナダビーフを積極的に活用した差別化戦略で、地域一番店の地位をさらに固めようとする、最前線からの報告です。(次ページに続く)

生鮮食品ディスカウントスーパー「アイザワ」

(有限会社アイザワ)

群馬県3市(太田、館林、高崎)と栃木県1市(佐野)に4店舗を展開。よいものを安くをモットーに、チラシは使わずそのコストを価格サービスに転嫁し、口コミで地域ナンバーワン店を目指す。部門限定の日替わり曜日サービスや、各部門が総力を結集する日曜特売を実施。月に一度の特売「アイザワ祭り」はTVで取り上げられるほどの人気イベントとして、地元や近隣の消費者に親しまれている。

●カナダビーフフェア／8月4～10日

今回のフェアではカナダビーフ肩ロース（チャックアイ）ステーキ用と焼肉用を通常価格より1割以上値引き、売れ筋ナンバーワンの牛小間切れ（ショートプレート）も思い切ったサービス価格で販売。全パッケージにはいつも通りカナダビーフロゴ入りのシールを貼ってカナダ産を強調。特売コーナーの飾りつけにはカナダビーフ国際機構から提供された、バナー、ポスター、トップボード、棚帯シールなどでカナダビーフならではの清涼なイメージを演出。また、BBQ イベントや親子料理教室の告知も同コーナーに掲載し、複合イベントとしてのカナダビーフフェアをアピールしました。

●BBQ イベント（店頭試食サービス）／8月7日

フェア開催中の1日、店舗入口の一角を利用してBBQ イベントを実施。特売商品のカナダビーフ肩ロース（チャックアイ）ステーキ用を塩コショウだけで焼き、カナダビーフの本来の味わいをご確認いただきました。ご家族一緒に試食されるケースも多く、お帰りの際には「試食が美味しかったので買いました」との声を多数いただきました。イベント当日のカナダビーフの売り上げは、フェア期間中で比較しても約1.5倍の売り上げを達成しました。

●親子料理教室／8月8日

フェア期間中の8月8日には、カナダビーフ国際機構とアイザワの共同主催による「カナダビーフ親子料理教室」を昭和電気エコ地域センターのキッチンスタジオにおいて開催。日頃からアイザワをご利用いただく皆様を中心に、親子15組にご参加いただきました。講師には10歳の時にTVチャンピオン小学生料理王選手権で優勝他、数々の料理コンテスト優勝歴をもつ「こごまちゃん親子（母・新倉ごま、娘・こごま）」をむかえ、カナダビーフと夏野菜のコラボレーションをテーマに親子が開発した3品の講習と実習を実施。夏休み中の子供達にカナダビーフで肉本来の味わいを楽しんでいただくとともに、日頃なじみの薄い、夏野菜にも親しんでいただくことを目指しました。会場には主催者のアイザワを代表して仙石英一氏が参加。日頃のご愛顧に感謝するとともに、「カナダビーフ視察ツアー」で実感したカナダビーフの素晴らしさを分かり易くご説明いただきました。



「こごまちゃん親子」からのメッセージ

こごまは普段あまり肉を食べないのですが、カナダビーフは抵抗感がなく美味しく食べることができたようです。カナダビーフはさっぱりしていて野菜に合わせやすく、見た目も大変ヘルシーな感じがしました。鉄板に乗せると程よく脂がにじみ出たのと、だしをとるときアクが少なかったことが印象に残りました。ストレスが少ない環境で育ったからかもしれません。これからも機会があったら、得意分野の和食を含めて、カナダビーフの特徴を活かした幅広い料理に挑戦したいと思います。

●カナダビーフステーキにらポングリーンソース（写真左）
にらをミキサーにかけてポン酢を加え、色鮮やかなソースを作る。カナダビーフステーキ用は、焼き目がついた後、酒を振りかけて蒸し焼きに。

●カナダビーフのしゃぶしゃぶ夏の香味野菜だしソース丼（写真上）
オクラは小口切り、大葉は千切りにして子供にも食べやすい大きさにそろえる。カナダビーフバラスライスに昆布だしでしゃぶしゃぶに。

●カナダビーフの味噌サラダ（写真右下）
カナダビーフステーキ用を焼いた後、味噌を塗って寝かせておくのがポイント。湯がいた夏野菜と合わせた。

「カナダビーフ視察ツアー」の経験を販売に活かす。

有限会社アイザワ精肉部総括マネージャー 仙石英一氏

昨年参加した「カナダビーフ視察ツアー」では、まず、広々とした農場を目の当たりにし、カナダの牛はさぞかしストレスが少ないのではと感じました。加工場では徹底した安全管理の状況を確認しました。枝肉のレベルが均一化されていて、カナダビーフのムラの少なさはそこから来ているように思いました。フィードロットでは、それぞれハエ一匹いないほどきれいな環境に驚きました。お客様から他国産との違いを聞かれてとまどうこともありましたが、視察後は、細かい点まで自信を持って説明できるようになりました。その点がツアーの最大の成果かもしれません。

今回のフェアでは夏場のお薦め商品として特別価格で提供した3品ともいずれも大変好評でした。これから冬にかけてはすき焼き、しゃぶしゃぶ、煮物用などが売れる時期です。実は、カナダフェアとして販売促進に取り組んだのは今回が初めてで、今回の経験を活かして、さらにお客様に喜んでいただく中から売上増をめざします。また、親子料理教室に参加されたお客様が、早速、ご来店になり「パパにも食べさせたいから」とカナダビーフをお買い上げになりました。心温まる親子料理教室の成果として、ご報告させていただきます。



2103年秋の「カナダビーフ視察ツアー」と、親子料理教室に参加したご家族連れに、確信をもってカナダビーフの素晴らしさをアピールする仙石氏

地域ナンバーワンを目指す！ カナダビーフの戦略的導入プロセス



①ホップ：併用期間

トライアル導入によりお客様の反応や社内チェック

(社内検討会、サプライチェーン調査等)



②ステップ：選別&絞り込み期間

商品毎に比較検討を加え商品に対する確信を高める

(個別セミナー、現地視察など)



③ジャンプ：本格導入&差別化路線の展開

本格導入と並行して、フェア、試食会、料理教室など
多様なプロモーション企画を組み合わせ

地域ナンバーワン店舗の実現と定着！

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