

DIAMOND Chain Store

ダイヤモンド・
チェーンストア

www.diamond-rm.net/ 小売・流通業の「次」を読み解く!



朝は「鉄ポップ」、昼や夜は「W厚ステーキ」

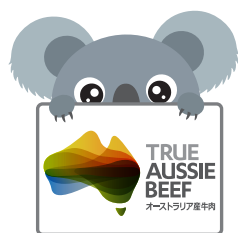
時代にマッチした オージー・ビーフの 食べ方を提案!



朝は「鉄ポップ」、昼や夜は「W厚ステーキ」



時代にマッチした オーギー・ビーフの食べ方を提案!



空前の肉ブームが続く昨今、牛赤身肉は美容や健康に効果的であることから、とりわけ人気が高い。そこで、MLA豪州食肉家畜生産者事業団(以下、MLA)では、オーギー・ビーフの消費機会を増やそうと、トレンドに合わせた食べ方を提案。買い手にとって有効な情報を発信する一方、売り手にとっても役立つツールを揃え、オーギー・ビーフの消費拡大をめざしている。

牛赤身肉のおいしさを追求した 「W厚(ダブルアツ)ステーキ」

ここ数年、肉料理への関心が高まっており、空前の肉ブームといわれている。とりわけ、牛赤身肉はバランスのよい良質なたんぱく質をはじめ、鉄や亜鉛、ビタミンB群が豊富に含まれていることから、美容や健康のためにも積極的に喫食する生活者が増加。健康志向の高まりを背景に、需要がいっそう高まっている。

日本国内においてオーストラリア産牛肉のマーケティングを担うMLAでは、こうした牛赤身肉人気を受けて、オーギー・ビーフの喫食回数を増やそうと、トレンドに合わせた食べ方を提案している。その一つが、2017年夏に大々的にプロモーションした、厚さ2cm以上の「W厚(ダブルアツ)ステーキ」だ。通常、日本ではステーキ肉

といえば1cmほどの厚さが標準的なサイズ。その倍の厚さだから、「W厚」というわけだ。

そもそもオーギー・ビーフのように赤身がおいしい牛肉は、ステーキで味わうなら2cm以上の厚さが望ましい。十分な厚みがあることで、内部に水分が残るため、ほどよい弾力があり、肉のうま味が強く感じられるようになるからだ。薄すぎると、中まで火が通りやすく、ジューシーさが損なわれてしまう。実際、本場オーストラリアではW厚ステーキはもちろん、それ以上の分厚いステーキも好まれている。

MLAでは、W厚ステーキの認知拡大を図るため、17年6月、オーギー・ビーフ初のポップアップストアを期間限定で表参道に設置した。オープンにあたり、試食販売するW厚ステーキの提供の仕方にもこだわった。W厚ステーキの「W」にかけ

て、Wトッピング(2種類のトッピング)を用意。オーギー・ビーフの特徴を表す3つのキーワード「ビューティー」「ゲンキ!」「レッツバービー!」をネーミングにして、それぞれドライフルーツ&ジンジャー、ガーリック&チリ、ミント&ライムのWトッピングを、美容アドバイザーの石坂優子氏に考案してもらった。可愛いスイーツのようなカップスタイルで盛り付けたところ、「インスタ映え」ということで情報が拡散し、若い女性からの支持も獲得。トッピングとともにW厚ステーキを楽しむ、新しい食べ方の普及に成功している。



スイーツのような盛り付けが「肉パフェ」として話題を呼んだ



女性の鉄不足解消のために「鉄ポップ」を新たに提案

W厚ステーキに続いて、MLAが今冬より新たに提案しているのが「鉄ポップ」だ。スライスしたローストビーフをひと口大のボール状に握ったご飯に巻いたローストビーフボールである。

今回の提案の背景には、冬場における女性の体調不良がある。MLAが全国的女性(20代から40代)を対象に調査を行ったところ、およそ2人に1人が「冬に不調を感じる」と回答。とくに、20代と30代の女性の8割以上が「元気が欲しい」と感じていることがわかった。

この「元気」をつくりだす栄養素のひとつに「鉄」がある。女子栄養大学・栄養生理学教授の上西一弘氏によれば、鉄は体のすみずみまで酸素を運搬する赤血球の成分、ヘモグロビンを構成する重要なミネラルであるため、鉄が不足すると、全身に酸素が十分に行き渡らなくなり、体のいたるところに不調の症状が現れるのだという。立ちくらみ、疲労感はもとより、冬場の手足の冷え、肌荒れ、爪が薄く割れやすくなる、枝毛・抜け毛の増加など、女性にとって気になる症状は、鉄不足によるものといえそう。それを裏付けるかのように、先述の調査結果で「鉄を、日常生活で摂取できている」と回答する女性は、わずか10.5%にとどまっている。

そこでMLAでは、鉄補給の選択肢のひとつとして、吸収率のよい鉄が豊富な赤身牛肉のオーギー・ビーフの喫食を提案。

「鉄 EAT!」をキーワードに、さまざまなプロモーションを展開している。今冬は「Are you Genki?」と題した一大キャンペーンを実施。鉄不足の女性たちに向けて「鉄」の情報を配信するほか、SNSを活用したプレゼントキャンペーンや、大阪にて期間限定ショップもオープンした。

こうしたなかで、MLAが推奨する食べ方が「鉄ポップ」だ。鉄は食べ貯めができないため、いつも安定した量を摂取しなければならない。そこで、週に2〜3食、手軽に牛赤身肉を取り入れられる朝食メニューとしてアピール。慌ただしい朝でも、薄くスライスしたローストビーフを事前に用意しておけば、簡単に調理ができ、効率よく鉄分補給ができる。とくに牛赤身肉といえば、ステーキやBBQといった料理が連想され、“昼や夜のごちそう”というイメージが強いが、実は朝食にもふさわしく、時短メニューも可能なのだ。MLAでは、「鉄ポップ」をはじめとした新たな食べ方を訴求することで、オーギー・ビーフの喫食回数を増やしていきたい考えた。

買い手にも売り手にも役立つ情報発信で需要拡大をめざす

このように、MLAでは食のトレンドや消費者のライフスタイルに合わせて、新しい食べ方を提案する一方で、量販店向けの活動にも力を入れている。なかでも好評なのが、「カッティングムービー」だ。これは、部位別にステーキやバーベキューカットの加工や盛り付けの方法をわかりやすく映像で伝えるコンテンツである。手前からの映像、上からの映像と角度を変えて加工担当者の手元の動きを見せ、文字情報とともにポイントを解説している。効率のよいカット方法を伝授するだけでなく、硬い



部分を巧みに避けるカット手法を紹介することで、オーギー・ビーフのおいしさを存分に楽しめる高付加価値商品として販売できる環境を整備している。

買い手にとっても売り手にとっても役立つ情報やツールを揃え、連動させることで、MLAではオーギー・ビーフのさらなる消費拡大に取り組んでいく。

2月14日〜16日の3日間、幕張メッセで開催される「スーパーマーケット・トレードショー2018」に出展!

- 出展企業一覧
- (1) Providore Global PTY. LTD
 - (2) Teys Australia
 - (3) Haywill Holding
 - (4) Bindaree Beef Group
 - (5) Stockyard
 - (6) Australian Lamb Company
 - (7) Arcadian Organic & Natural Meat Co
 - (8) KC Natural
 - (9) June Lamb PTY. LTD

今回のトレードショーでは、皆様にオーギー・ビーフの品質と汎用性について深く知って頂くため、「オーギー・ビーフ & ラムバビリオン」としてオーストラリア輸出企業9社と共に出展いたします。また、今年の目玉として、最新のオーストラリアの生産環境を体感して頂ける「VRブース」もご用意しております。是非皆様お立ち寄りください。



www.aussiebeef.jp

MLA豪州食肉家畜生産者事業団

〒100-0006 東京都千代田区有楽町1-7-1
有楽町電気ビルディング南館10F