



■ 活動を通じ より日本のマーケットに浸透して 消費者へのアピールの布石にしたい。

2004 年は日本国内でも高病原性のトリインフルエンザ発生というショッキングなニュースで始まりました。また海外でもタイ、中国、ベトナムなどのアジア各地での高病原性トリインフルエンザの発生により家禽肉の輸入停止という業界を揺がす事態がおきました。米国产の家禽肉もこの非常事態のため需要が高まりましたが、残念なことに低病原性ではあるものの東部で発生したトリインフルエンザの影響で、輸出が停止されるという事態になり打撃を受けました。BSE 問題と合わせ、外食産業や小売を始めとする関連業界では、その対応に本当に苦慮されていることと思います。情報がまたモノがグローバルに行き交う時代における危機管理、その大切さ、難しさがあらためて問われているのではないのでしょうか。



本年度のアメリカ家禽卵輸出協会のマーケティング活動は大きく変更はありませんが、各種展示会への出展、外食産業へのメニュープロモーション、パブリックリレーションを中心に、より日本のマーケットの浸透をはかりたいと思います。また、健康嗜好を背景に需要が高まってきているターキー製品を中心に、将来的には消費者へのマーケティング活動を実施したいと考えています。

米国からのチキンの輸出はロシアがトップで、メキシコ、香港、中国などが常に上位にあります。近年の輸出のトレンドとしてはカリブ諸国、アフリカ、東欧などへの輸出が著しく伸び、しばらくは安定的に需要が伸びるのではないかと予測されます。日本への輸出は過去数年減少にありましたが、今回のアジア各地でのトリインフルエンザの発生、その対応の遅さ、また情報の不透明さが浮き彫りにされたことにより、米国の家禽卵産業を見直していただく良い機会になるのではないかと期待しています。

今年はどんな一年になるのか...
業界の皆様とより良好な関係を築く年にしてゆきたいと願っております。

各国のプロイラーの輸入量の推移 (単位：1,000トン)

輸入国名	1999	2000	2001	2002	2003(11月現在)	2004(予測)
ロシア	930	943	1,281	1,208	1,180	990
日本	667	721	710	744	700	745
中国	591	608	473	435	415	400
サウジアラビア	364	348	399	380	390	395
ヨーロッパ	198	299	418	397	420	350
メキシコ	190	223	242	265	280	295
香港	275	168	183	164	170	175
アラブ首長国	117	111	123	136	145	140
韓国	47	67	83	94	90	97
カナダ	62	69	73	77	85	90
ルーマニア	19	30	58	77	83	85
合計	3,897	3,975	4,377	4,284	4,279	4,094

資料：WORLD MARKETS AND TRADE-22



■ ターキーを使った期間限定メニューは、お客様からも店サイトからも大好評でした。

(株)ドールコーヒー メニュー総合開発室 主任 青山哲久氏

全国に約950店舗のカフェを展開する(株)ドールコーヒー。12月5日から1月5日までの間、期間限定メニューとしてターキーを使った、スペシャルミロ/サンドターキーを提供しました。この経緯などを、サンドイッチ部門においてメニュー開発を5年間担当されている、青山主任にお話を伺いました。

初めて実施する期間限定メニューの食材に、ターキーを採用した理由をお教えてください。

食材仕入れの調整の難しさから、当社では期間限定メニューはこれまでなかなか実施できませんでした。しかし今回上司から、クリスマス時期だしてターキーを使ったメニューを開発したらいいんじゃないか、とアドバイスを受けたのがきっかけとなりました。それと、やはりターキーは高タンパク低カロリーで、現在の健康志向にぴったり合いますし、

なぜ、アメリカ産のターキーを？

やはり、ターキーと言えばアメリカというイメージだからです。加えて、商品管理に対する安心感でしょうか。

メニュー化における課題はありましたか？

私自身、数年前アメリカでターキーサンドを食べて、とてもおいしいという印象が強に残っています。ですから、日本でももっともっと食されてもいいのではと思ってきました。ただその一方で、多くの日本人に受け入れられるには、アメリカの味そのままよりも、独自の工夫をしたほうが、よりおいしく食べていただけるかなとも考えました。このため、今回の展開にあたっては、ソースにはとくに何度も試行錯誤を重ねて、鶏ガラのエキスを入れたり、醤油を使ったものを開発しました。

反響はいかがでしたか？

今回のターキーを使った新メニューは、私が5年間担当してきて本当に初めてのことで、社長への社内プレゼンが一回でOKになりました。しかもうれしいことにお客様の評判も良く、期待以上の結果が出ました。店舗サイトから再メニュー化して欲しいという要望もきています。

今後の展開について、メニュー開発の立場からお話を。

ドールの強みは、「頼んでから作る」。つまり、カフェでありながら、作りたてのサンドイッチをどこよりも早く提供できることだと思います。コーヒーへのこだわり、食材へのこだわりを引き続き強く意識しながら、「価値訴求」をもっとしていきたいですね。

仕事柄、1年間にさまざまな店のサンドイッチを1,000個は食べるという青山氏。胃薬が欠かせないと言いながら、開発にかける思いを熱く語ってくださいました。





PEEC LINE

アメリカ家禽輸出協会 (USAPEEC) ニュースレター

2004年4月号

■ ターキーは、今後期待できる商材として、大いに注目しています。

日本サブウェイ(株)マーケティング部長 宇野毅氏

全国に93店舗を展開。アメリカから進出以来12年が経ち、すっかりおなじみのサブウェイ。10月22日からのアメリカンフェア、11月26日からのクリスマス商戦と、2回にわたってターキーを使ったメニューが提供されました。この経緯などを、日本サブウェイ(株)マーケティング部の宇野部長にお話を伺いました。

まず、昨今のBSE、トリインフルエンザ問題の影響について、お教えください。

当社では、牛肉あるいは鶏肉といった特定のアイテムのイメージが強くないせいか、お客様には冷静に判断していただいているようで、今のところ売り上げなどへの直接的な影響はありません。ただ、在庫に関しては、さまざまな手当てを施してはいますが、このままの状況が長期に続くと、かなり厳しい事態も予想されますね。

ところで、昨年末2回にわたってターキーを使った期間限定メニューが提供されましたが、

10月のアメリカンフェアは、アメリカらしい食べ方の提案をしたいという狙いの元を実施。低カロリーのターキーとたっぷりの新鮮野菜、健康的な素材を使ってボリューム感のあるメニューを出しました。11月26日からは、ターキーのパストラミを使ったターキーサラダサンドを展開。この時期、クリスマス商戦に合わせて、ここ5年間ほどチキンまたはターキーを素材にしたメニューを提供してきました。今まではチキンのほうがなじみがあったのですが、もう少し新鮮さをとってターキーにしました。

お客様の反応はいかがでしたか？

ターキーのサラダサンドは、なかなか評判が良かったですね。これまでもターキーのプレストやハムなどは使っていましたが、新しいタイプを使用してみたいということからパストラミを選びました。スパイシーさも、コーンスローのしゃきしゃき感ともうまく合ったと思います。

反響はいかがでしたか？

今回のターキーを使った新メニューは、私が5年間担当してきて本当に初めてのことで、社長への社内プレゼンが一回でOKになりました。しかもうれしいことにお客様の評判も良く、期待以上の結果が出ました。店舗サイトから再メニュー化してほしいという要望もきています。

スモークターキーレッグについてはいかがですか？

クリスマスらしい食材として、サンドイッチ以外の新しいものをパーティメニューに加えたいとの狙いから、初めて登場させました。10本1セットという荷姿に、若干使いにくさもありましたが、ボリューム感もあって、当店としてはサンドイッチと比べて若干高めの価格ながら、かなり好評でした。店サイトからは来年もぜひ売りたいという要望が寄せられています。

仕事柄、1年間にさまざまな店のサンドイッチを1,000個は食べるという青山氏。胃腸が欠かせないと言いながら、開発にける思いを熱く語ってく



ターキーサラダサンド



PEEC LINE

アメリカ家禽鶏卵輸出協会 (USAPEEC) ニュースレター

2004年4月号

■ 関西FOODEX JAPAN 2003 』に参加しました。

昨年11月19日～21日、大阪インテック大阪を会場にして「元気回復！リノベーション宣言 - 関西の魅力 観力 味力の再探求」をテーマに「関西FOODEX JAPAN 2003」が開催されました。会期中あいにくの空模様にも関わらず、来場者は前回は上回る46,449人。この展示会には、アメリカ家禽鶏卵輸出協会も出展し、ノーベスト社、ジェニ・オーフーズ社、ゴールドキスト社、パーデュファームズ社、タイソンフーズ社、ロッキンガム社が参加。ターキーおよびチキンのサンプリング、PRを行いました。



■ FOODEX JAPAN 2004 』出展のお知らせ。

3月9日(火)～12日(金)の4日間、千葉・幕張メッセで開催される「FOODEX JAPAN 2004」に、アメリカ家禽鶏卵輸出協会は今年も出展いたします。アメリカの出展メンバー企業、ならびに各社の展示内容が決定いたしました。期間中にできる限り多くの皆様に、アメリカ産家禽鶏卵製品に触れ、その良さ、メリットなどを知っていただければと思います。ぜひお待ちしております。

アメリカ家禽鶏卵輸出協会のブースは、ホール1のアメリカパビリオン内、ブースNO.31です。

ブース出展(予定)

■アメリカ家禽鶏卵輸出協会

ジェニ・オーフーズ社、ノーベスト社、ロッキンガム社、メープルリーフファームズ社、タイソンフーズ社などの各社が、ブース内にて各社商品のプロモーションを予定。

■ビルグリムズプライド社/ピアスフーズはアメリカ産チキン・ターキー加工品を出展予定。

今年も、御社のメニュープロモーションを協賛します。

ご好評にお応えして、昨年に引き続きアメリカ家禽鶏卵輸出協会では、レストラン、ファーストフード、居酒屋、惣菜コーナーを展開するスーパー・デパートなどの外食業界向け協賛プログラムを実施します。アメリカ産家禽肉のチキン、ターキー、ダックを使ったメニューやPOP類に関して、その制作費の一部をバックアップ。御社の販売促進のお役に立ちたいと考えています。詳しくは当協会までお問い合わせください。

対象商品・・・アメリカ産家禽肉(チキン、ターキー、ダック)およびその加工品
協賛内容・・・上記商品のメニュー、POPなどの印刷物の制作費の一部負担
協賛期間・・・平成16年9月30日まで
条件・・・印刷物には当協会のロゴマークを入れていただきます。また、レポートの提出もお願い致します。

お問い合わせ :アメリカ家禽鶏卵輸出協会

TEL .03- 5354- 7429 FAX .03- 5354- 7099 e-mail :info@usapeec-jp.com

なお予算の関係上、協賛期間中におきましても締め切らせていただくこともあります。お早めにお問い合わせください。

◀◀◀ back

◀◀◀ 扉ページに戻る

さいました。

当協会への要望などがありましたら

例えば協会主導のもとに11月、12月を「ターキー月」といった設定をして、業界全体で盛り上げるようなしくみを提案していただけたらと思います。ターキーはこれからの商材としてとても有望ですから、チャンスを生かしたいですね。

◀◀◀ **back**
◀◀◀ 戻ページに戻る

▶▶▶ **NEXT**

◀◀◀ back
◀◀◀ 扉ページに戻る

▶▶▶ NEXT

