

2021年度 米国における日本和牛プロモーション報告

日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）

2022年4月

本資料の内容

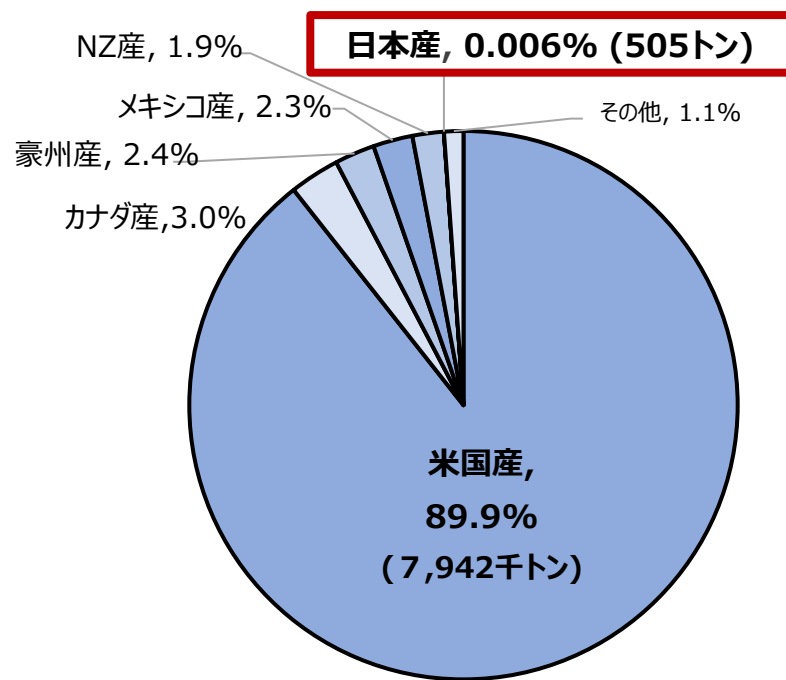
- マーケティング環境の分析
- 2021年度プロモーション施策内容

マーケティング環境分析

市場

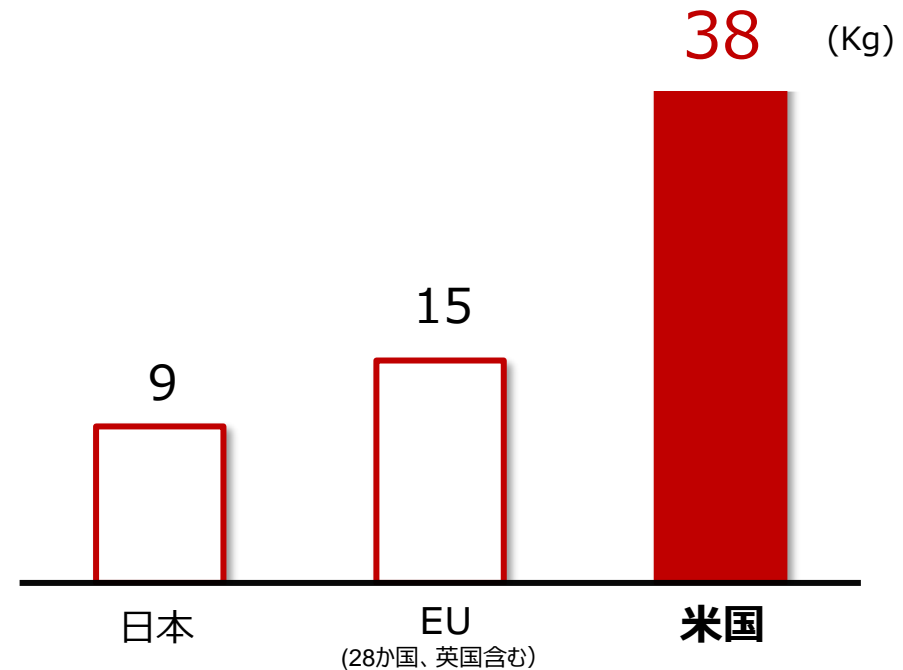
- 米国の牛肉市場規模と日本産牛肉の位置づけ

日本産牛肉の米国牛肉市場でのシェアは0.006%と微小ですが、世界最大の牛肉消費国である米国で少しでもシェアを拡大すれば、同国への日本産牛肉の輸出金額を伸ばすことができると考えました



【図表：米国で消費されている各国産牛肉の割合】
2020年(冷蔵+冷凍 部分肉ベース)

出典：
米国産牛肉、輸入牛肉ともUSDA統計より



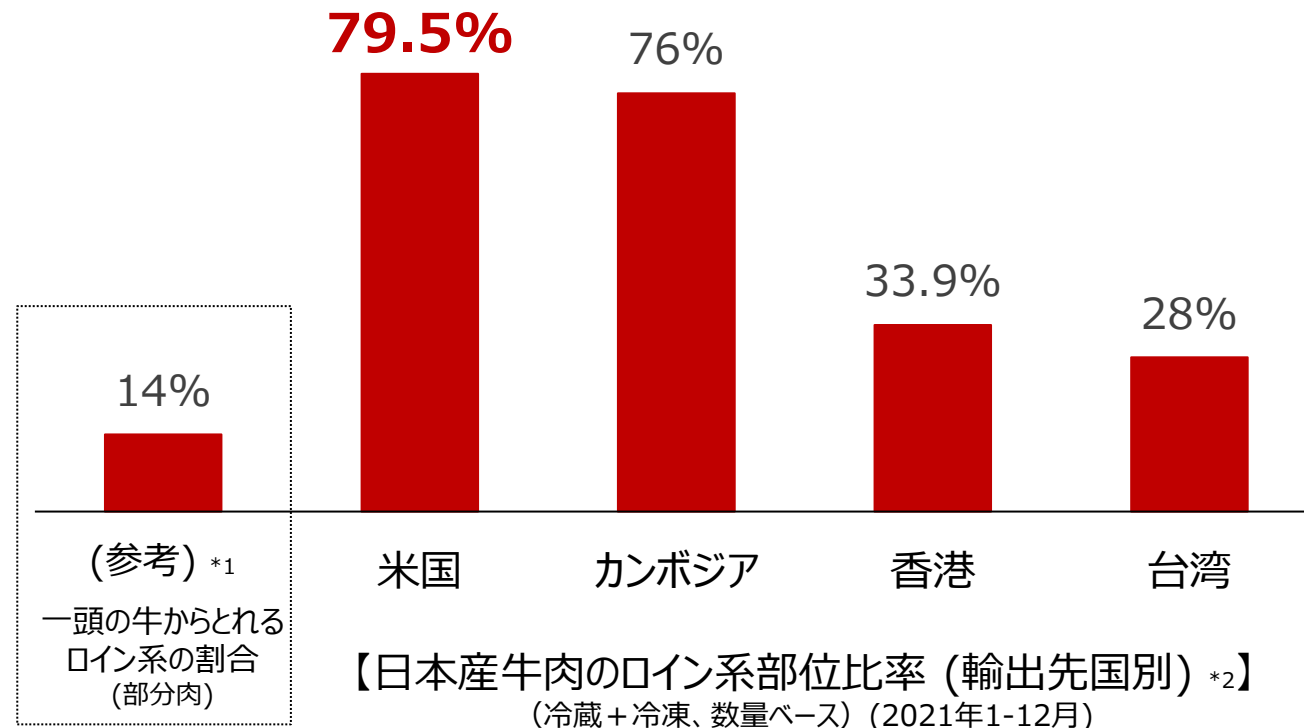
【図表：1人あたりの牛肉消費量】

出典：
 ・米国：USDA「Livestock and Poultry」の牛肉消費量を人口で除して算出
 ・EU：OECD「Meat consumption」
 ・日本：農林水産省：食料需給表(2020年)を枝肉換算

流通

- ロイン系部位に偏った輸出

日本から米国へ輸出している牛肉部位の約8割がロイン系で占められていることから、ロイン系以外の部位の輸出増加を目指しました



“日本から供給できるロイン系部位 (ヒレ、リブローズ、サーロイン) の量が、米国からの発注に追い付いていない。”

“卸経由で日本側へお願いしても、ロイン系部位を十分に回してくれないのが現状。”

【日本和牛のロイン系部位供給に関する、米国店舗からの声】

*1 出典：農林水産業の輸出力強化戦略内
「畜産物の輸出力強化に向けた対応方向」(2016年)
<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/nousui/pdf/himmoku3.pdf>

*2 出典：財務省貿易統計
(ロイン系部位のHSコード:0201.30-100、0202.30-100)

競合・消費者

- 他国産WAGYUと混同されている日本和牛

米国の消費者から、他国産WAGYUと混同されて認識されていることが、日本和牛の喫食購入機会の損失に繋がっていると考え、日本産和牛の認知率の向上を図りました

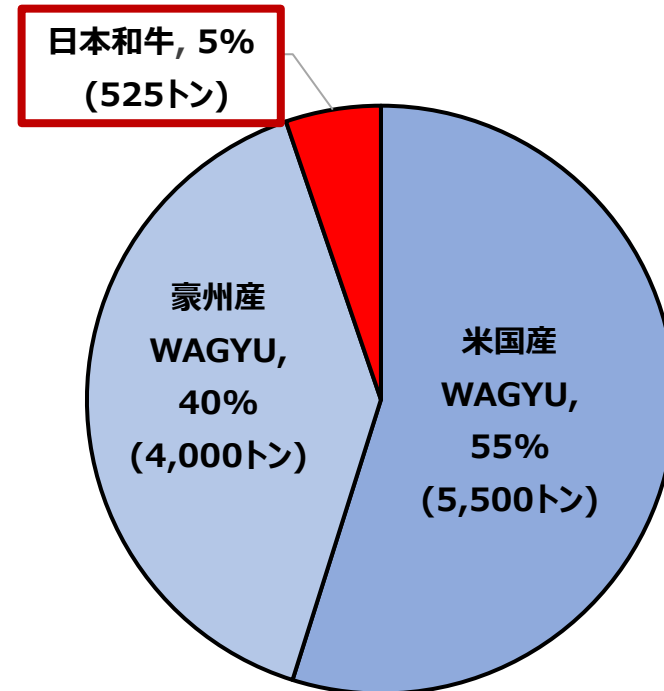
“売られているWAGYUが日本産なのか米国産なのか、ラベルがなくて区別がつかないので、自分が前に食べたWAGYUがどこのものか分からない。”

“多くの店やレストランが、本当は米国産・豪州産WAGYUを提供しているのに、さも日本和牛のように宣伝している。多くの人にとっては見分けがつかないし、混乱する。”

“日本和牛と、その他のWAGYUとの区別がついていない米国の消費者が多いので、教育する必要があると思う。”

【日本和牛と他国産WAGYUに対する米国消費者の声】

出典：2021年3月「米国における日本産和牛の流通及び消費実態調査」(JFOODO調べ)



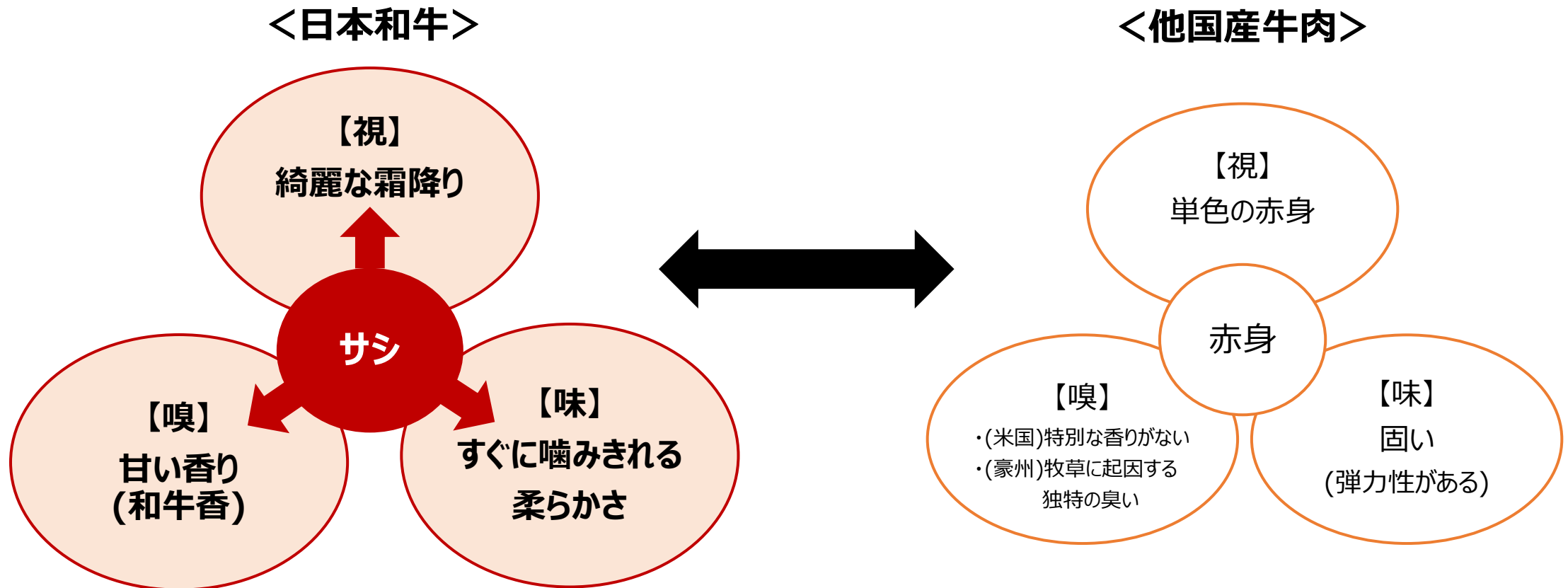
【図表:米国で流通されているWAGYUの産地別割合(推計)】 2020年(数量ベース)。

出典：2021年3月「米国における日本産和牛の流通及び消費実態調査」(JFOODO調べ)
日本和牛の流通量は貿易統計。

着眼点

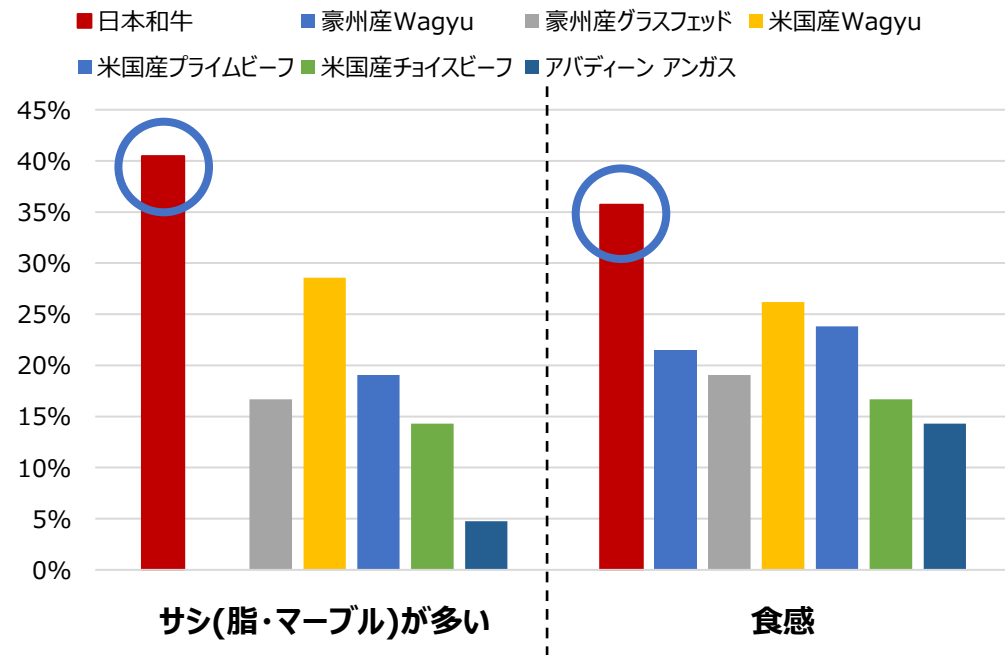
- 日本和牛のUSP (Unique Selling Proposition)

日本和牛は、独特のサシによって、他国産牛肉には出せない「五感を刺激する特長」を生み出している点を、日本和牛のUSPとして訴求しました



機会

米国消費者が、日本和牛独特の「サシ」と、サシが生み出す「食感(柔らかさ)」を好意的に捉えている点に着目した上で、サシを維持する根拠の1つである日本和牛の「純粋血統」と結び付けて訴求しました



(調査例)【米国消費者への質問】
各種牛肉に対する「好きな特長」、「興味がある特長」

出典：2021年3月「米国における日本産和牛の流通及び消費実態調査」(JFOODO調べ)
※「wagyu」を知っているが2020年以降食べていない消費者へ質問(複数回答)(N=42)

①古くからの食用肉としての**純粋血統**に裏打ちされた、独特の**味わい/香り**
②**消費者も追跡できるトレーサビリティ**に基づいた、**安心/安全性**



日本和牛

①和牛種と、それ以外の牛との**交雑種**
②消費者が直接**トレーサビリティ**で追跡できない



日本和牛以外の
WAGYU

2021年度プロモーション施策内容

2021年度のプロモーションレビュー - キャッチコピー

“One Bite Wonder”（その一口がもたらす、驚きの世界）というキャッチコピーを、プロモーションで訴求しました

One Bite Wonder

その一口がもたらす、驚きの世界

その一口がもたらす、感動、すなわち日本和牛ならではの驚きの味わい・香り。

今まで出会ったことのない、新しい一口。

物性価値である“サシの魅力”を大事にしながら、日本和牛を食べたときの「心高まる気持ち」を表現したキャッチコピー。

※2021年度時の同キャッチコピーの使用例は、JFOODO日本和牛 米国消費者向けウェブサイトを参照。

<https://wagyu-jfoodo.jetro.go.jp/us/>

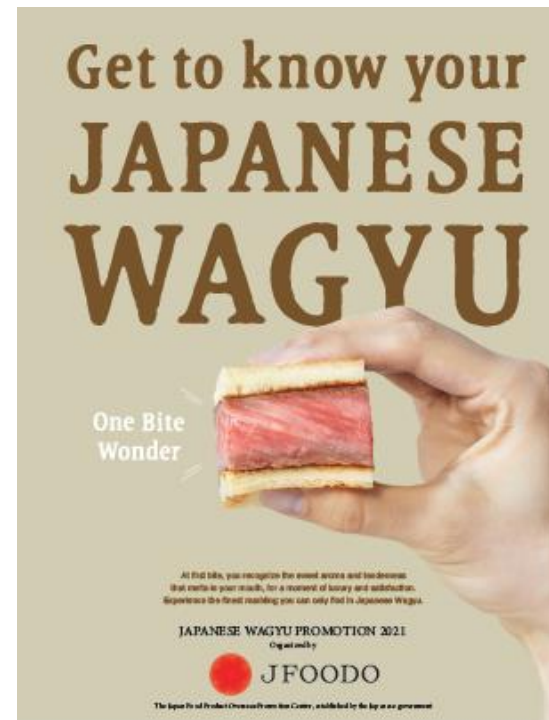
2021年度のプロモーションレビュー

- 日本和牛ステーキサンドの訴求

米国の消費者の食生活に日本和牛を浸透させるために、日本和牛のサシの特長を活かせ、かつ家庭でも手軽に調理できる日本和牛ステーキサンドを中心に訴求しました

日本和牛ステーキサンドの特長

- 他国産にはない、「**五感を刺激する特長**」
 - ・綺麗な赤いピンク色の表面
 - ・サシ由来の肉汁が、パンに染みている
 - ・柔らかいので噛みきれ
- 普段は赤みの牛肉に慣れている米国消費者にとっては、「**特別感**」が得られる
- 少量でも「**満足感**」が得られる
- 家庭で「**手軽に**」調理ができる



【参考: JFOODO日本和牛 米国消費者向けウェブサイト内・特集ページより】

https://wagyu-jfoodo.jetro.go.jp/us/wagyu_sando/

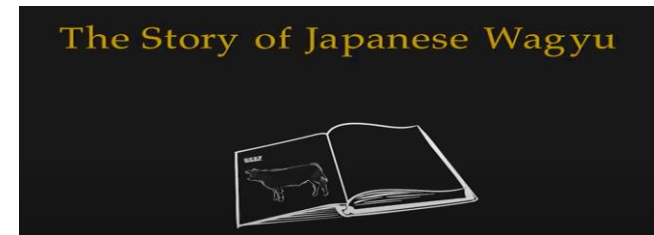
施策

- 「日本和牛のみが本物の和牛」であることへの理解促進

ターゲット層に向けて、他国産にはない日本和牛の特長を、生産者の取り組みやこだわり等を題材にしながらストーリー立てて訴求することで、ターゲット層の喫食意向と選択意欲を高めました

<日本和牛の特長とその根拠>

- 古くからの食用肉としての純粋血統
- 高品質な和牛を生み出すための、優秀な親同士の掛け合わせ
- どこで生まれ、育ち、親が誰かが分かる
(個体識別番号)
- 各生産者が、こだわりをもって切磋琢磨して生産した歴史とその技
- 高度な衛生管理



和牛生産者のこだわり動画
(The Story of Japanese Wagyu)
(米国消費者向け)

<https://www.youtube.com/watch?v=BDwQ6b09nnA>

ターゲット層・地域

高所得世帯をターゲット層に設定するとともに、米国で日本和牛取扱店舗数が多いニューヨーク、ロサンゼルス、サンフランシスコをターゲット地域としました

<ターゲット層>

ニューヨーク (*)	1,158,421
ロサンゼルス	1,214,865
サンフランシスコ	210,730
合計	2,584,016

【図表：米国都市別 年収10万米ドル以上の世帯数】

出典：American Community Survey・INCOME IN THE PAST 2019

(*) ニューヨークはブロンクス・ニューヨーク・キングス・クイーンズ・リッチモンドの5郡。

(参考) 米国1世帯当たりの人数は2.67人。

<ターゲット地域と取扱い店舗数>

ニューヨーク	87
ロサンゼルス	72
サンフランシスコ	31
合計	190

【図表：米国都市別 日本和牛取扱店舗数 (飲食・小売)】

出典：JFOODO調べ

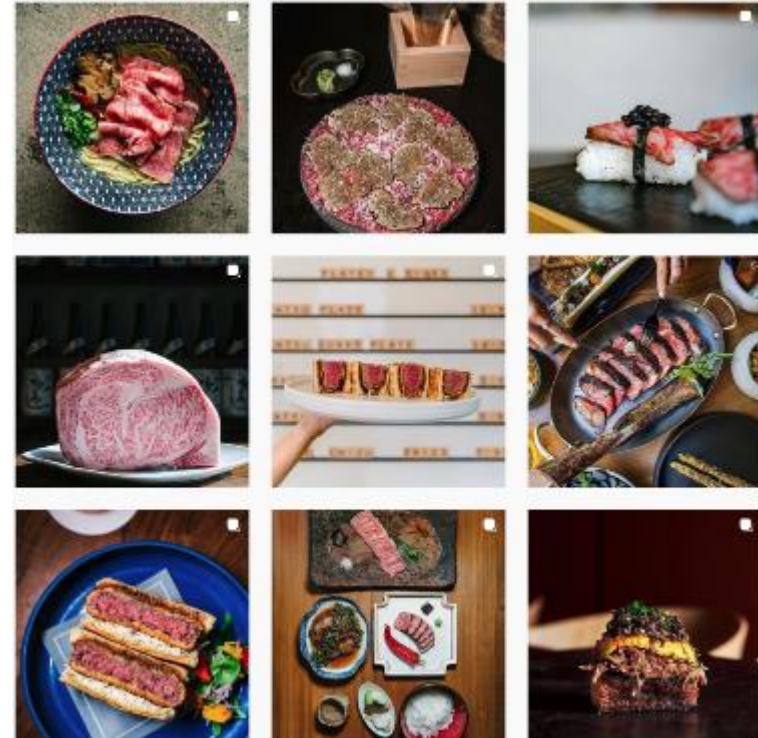
2021年度 プロモーションレビュー

- 飲食・小売店舗、ECサイトでのキャンペーン

コロナ状況下を踏まえ、実店舗のほかECサイトとも連携することで、消費者による日本和牛の体験機会を増やしました

<キャンペーン概要>

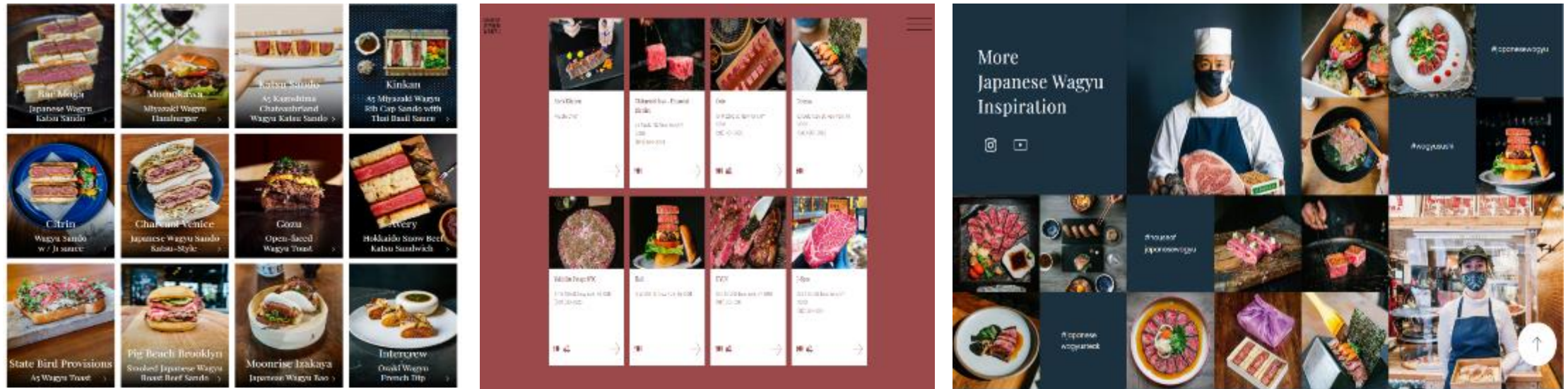
- 開催都市：ニューヨーク、ロサンゼルス、サンフランシスコ
- 開催時期：2021年10月1日～12月31日
- 参加対象：既に日本和牛を取り扱っている飲食店・小売店・ECサイト
- 参加店舗数：合計**92店舗**
- 主なキャンペーン内容：
 - ・ 日本和牛を使用したキャンペーン特別メニューの販売
 - ・ JFOODOが制作した店頭ツールの活用



施策

- 店頭での日本和牛の販売促進

キャンペーンサイトを通じて、日本和牛を取り扱っている飲食・小売店やECサイトで喫食購入することを後押しする販売促進施策を実施しました



【参考: JFOODO日本和牛 米国消費者向けウェブサイト内・店舗キャンペーンページより】

<https://wagyu-jfoodo.jetro.go.jp/us/shops/>

2021年度のプロモーションレビュー

- ロイン系以外の部位の消費促進

ロイン系だけでなく、それ以外の部位も利用可能な日本和牛レシピを開発することによって、家庭における多様な部位の消費を促しました

<2021年度 制作動画（2本）>



日本和牛ステーキサンド



日本和牛ローストビーフ

出典：JFOODO日本和牛動画

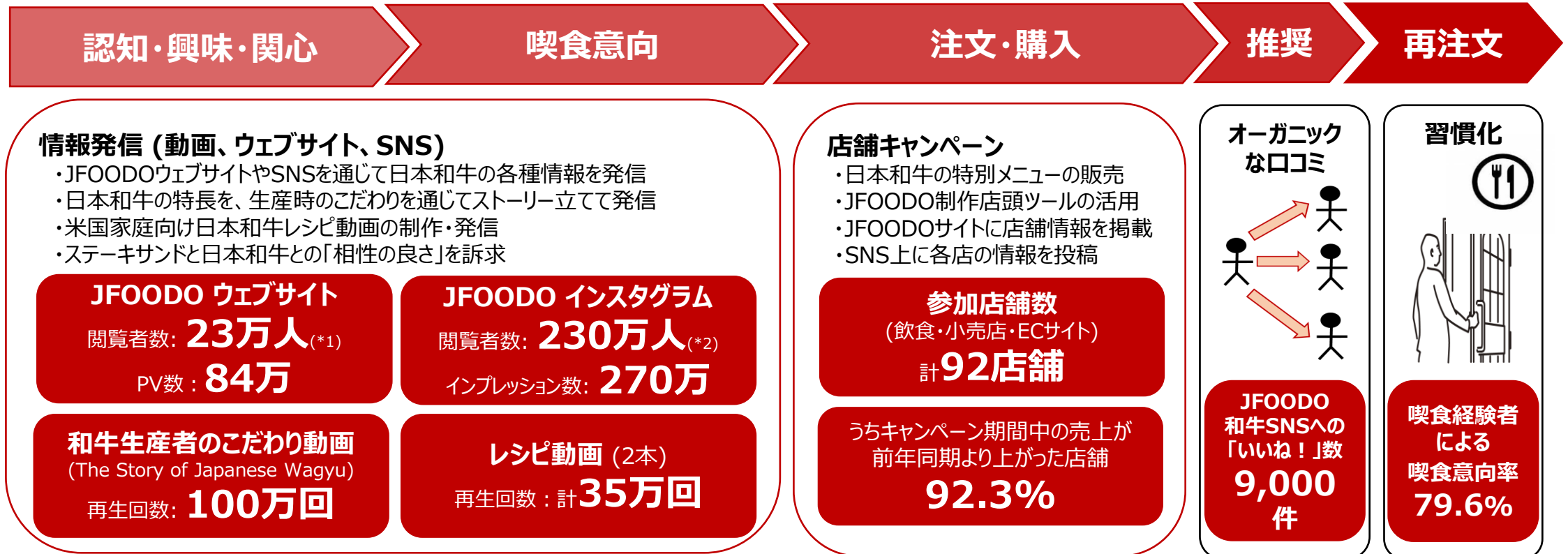
https://www.youtube.com/channel/UCnZNB35R_egHv2QPizBrbtg/videos

2021年度のプロモーションレビュー

- 成果

米国消費者の認知から注文・購入に至る段階に応じて、最適な取組を展開することにより、日本和牛の「注文」、「推奨」、「再注文」の流れを作り出しました

<主な施策の結果>



(*1):ウェブサイトユーザー数。(*2):同インスタグラムを閲覧したユニークアカウント数。(*1)・(*2)とも延べ人数ではない(重複した閲覧した人数は除く)。

