



平成21年度農林水産物等海外  
販路創出・拡大委託事業  
常設店舗活用型輸出対策  
アラブ首長国連邦アブダビに  
おける実施報告書

平成22年1月度

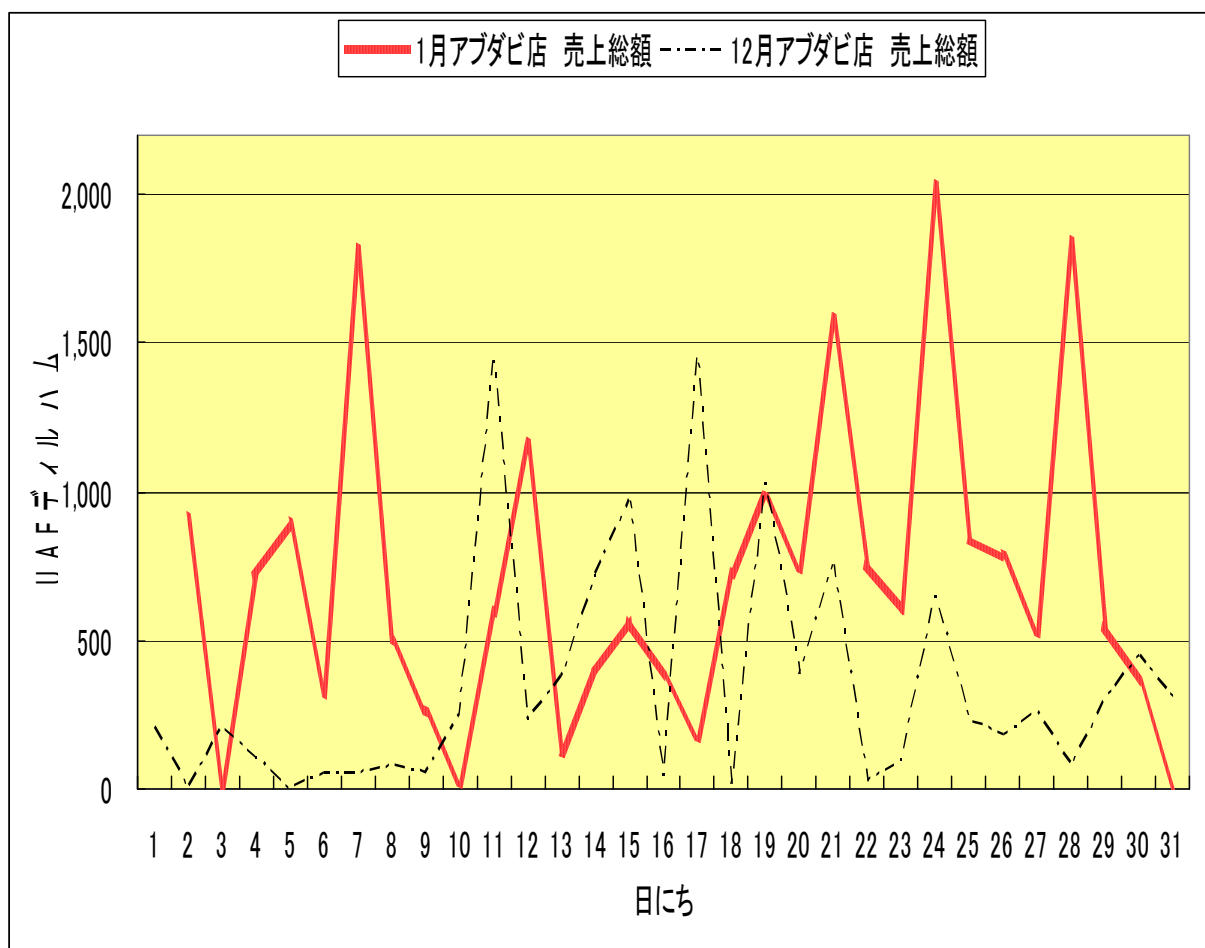
株式会社近鉄エクスプレス販売  
(農林水産省委託事業)



# 1. 販売実績

(1) 販売実績

【1月総売上推移、前年12月比較】





# 1. 販売実績

## 【1月度販売実績】

日付	曜日	売上げ (UAEディルハム)	売上げ (日本円)
1	金		
2	土	910	23,260
3	日	0	0
4	月	715	18,275
5	火	890	22,748
6	水	320	8,179
7	木	1,815	46,391
8	金	500	12,780
9	土	260	6,646
10	日	20	511
11	月	595	15,208
12	火	1,160	29,650
13	水	120	3,067
14	木	390	9,968
15	金	565	14,441
16	土	375	9,585
17	日	175	4,473
18	月	725	18,531
19	火	980	25,049
20	水	740	18,914
21	木	1,585	40,513
22	金	760	19,426
23	土	600	15,336
24	日	2,030	51,887
25	月	845	21,598
26	火	780	19,937
27	水	525	13,419
28	木	1,840	47,030
29	金	550	14,058
30	土	360	9,202
31	日	0	0
Total		21,130	540,083

(1月平均) 1 UAEディルハム=

25.56

## 【累計販売実績】

年	月	売上げ (UAEディルハム)	売上げ (日本円)
2009年	8月	41,360	1,047,235
	9月	32,175	814,671
	10月	23,400	592,488
	11月	20,959	537,598
	12月	11,075	284,074
2010年	1月	21,130	540,083
累計		150,099	3,816,149

(1月平均) 1 UAEディルハム=

25.56



# 1. 販売実績

## 【商材別販売実績】

品目	産地	単価 (UAEディルハム)	売り上げ		
			数量	金額 (UAEディルハム)	金額 (日本円)
アールスメロン	静岡	385	7	2,695	68,884
赤肉メロン	宮崎	210	6	1,260	32,206
サンフジ(海上輸送分)	青森	20	50	1,000	25,560
王林(海上輸送分)	青森	20	22	440	11,246
世界一(海上輸送分)	青森	70	18	1,260	32,206
陸奥(海上輸送分)	青森	25	53	1,325	33,867
B to Bサンフジ、王林5個セット (海上輸送分)	青森	50	25	1,250	31,950
サンフジ	青森	45	2	90	2,300
世界一	青森	110	1	110	2,812
陸奥	青森	60	7	420	10,735
富有柿	奈良	50	12	600	15,336
富士柿	愛媛	60	1	60	1,534
ラ・フランス	山形	35	9	315	8,051
新興梨	新潟	80	2	160	4,090
新興梨(海上輸送分)	新潟	10	2	20	511
愛宕梨	愛知	185	19	3,515	89,843
市田柿	長野	80	10	800	20,448
あんぽ柿	奈良	30	3	90	2,300
温州みかん	愛媛	15	9	135	3,451
みかん(海上輸送分)	愛媛	5	99	495	12,652
みかん4個入りパック	愛媛	50	10	500	12,780
キンカン(海上輸送分)	宮崎	15	2	30	767
伊予柑	愛媛	30	2	60	1,534
八朔	和歌山	35	1	35	895
デコポン	宮崎	55	8	440	11,246
ポンカン	愛媛	20	21	420	10,735
幸の香	宮崎	75	10	750	19,170
あまおう 9個入りパック	福岡	120	9	1,080	27,605
あまおう 3個入りパック	福岡	50	9	450	11,502
キウイ	福岡	15	12	180	4,601
フジりんごジュース(180ml)	青森	25	4	100	2,556
王林りんごジュース(180ml)	青森	25	7	175	4,473
ジョナ・ゴールドりんごジュース (180ml)	青森	25	6	150	3,834
津軽りんごジュース(180ml)	青森	25	4	100	2,556
紅玉りんごジュース(180ml)	青森	25	3	75	1,917
王林りんごジュース(720ml)	青森	125	1	125	3,195
ポンカンジュース	愛媛	20	7	140	3,578
愛媛完熟ジュース	愛媛	20	14	280	7,157
合計			487	21,130	540,083

(1月平均)1 UAEディルハム=

25.56



# 1. 販売実績

## 【1月平均顧客単価】

日付	曜日	平均顧客単価 (UAEディルハム)	平均顧客単価 (日本円)
1	金		
2	土	152	3,877
3	日		
4	月	102	2,611
5	火	127	3,250
6	水	46	1,168
7	木	259	6,627
8	金	125	3,195
9	土	37	949
10	日	20	511
11	月	149	3,802
12	火	193	4,942
13	水	40	1,022
14	木	43	1,108
15	金	15	383
16	土	75	1,917
17	日	44	1,118
18	月	145	3,706
19	火	327	8,350
20	水	93	2,364
21	木	198	5,064
22	金	109	2,775
23	土	100	2,556
24	日	406	10,377
25	月	85	2,160
26	火	78	1,994
27	水	53	1,342
28	木	230	5,879
29	金	138	3,515
30	土	51	1,315
31	日		0
月平均		123	3,109

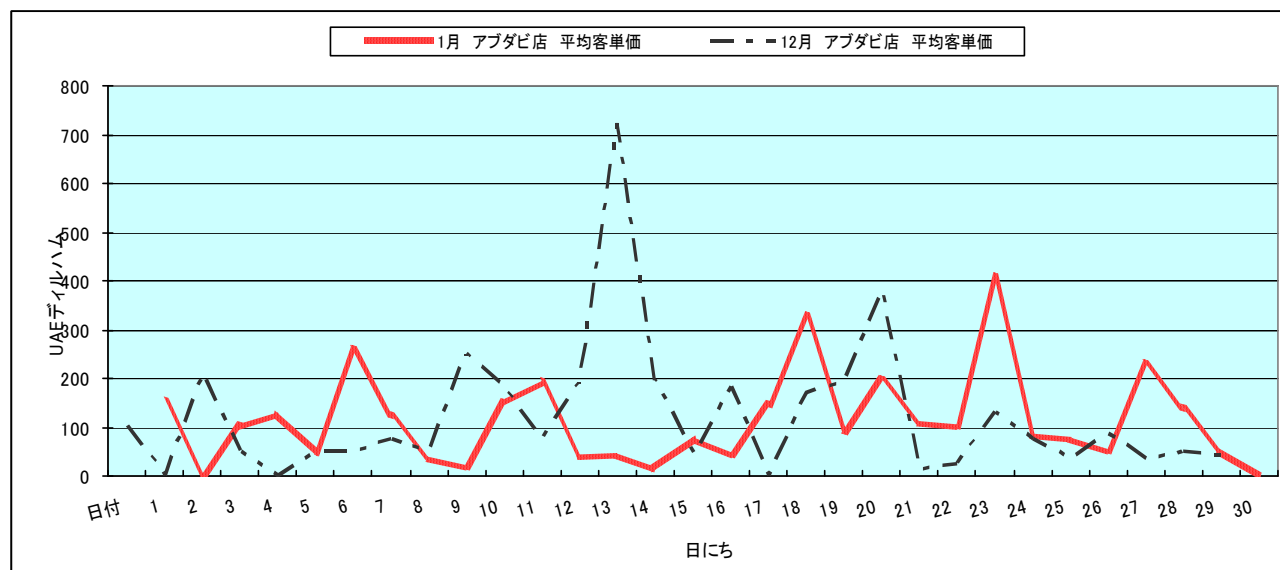
(1月平均) 1 UAEディルハム = 25.56

## 【平均客単価月別表】

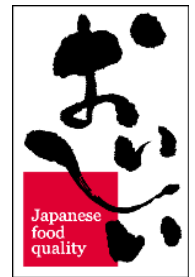
年	月	平均顧客単価	
		UAEディルハム	日本円
2009	10月	233.57	5,841.55
	11月	248.71	6,220.15
	12月	122.00	3,063.42
2010	1月	122.79	3,108.98
累積平均		182	4,559

(1月平均) 1 UAEディルハム = 25.56

## 【1月平均顧客単価推移、昨年12月比較】



## 2.総評



### (1) 総評

- 1月総売上は、前年12月総売上と比較して10,055UAEディールハム増加(約2倍)の21,130UAEディールハム(約540,083円)となった。
- 一方、平均顧客単価では、前年12月に比べて1月は約6%の増加と、大きな変化が見られない。
- 総売上の急激な増加理由は、売上数量の大幅な増加のためである。
  - 12月と比較して、約2.5倍の売上数量がある。
  - なお、購入者の男女比率に大きな変化は無い。
- 売上数量の大幅な増加は、海上輸送分の低価格商材を販売することが可能となったためである。
  - 現地で入手可能な他国産低価格商材と价格的開きが緩和された。このため、日本産果物を購入することが可能な顧客幅が増加した。
  - 特に、みかんは輸送形態により単価に大きな価格差が生じ、販売数量に大きな影響を与えた。

例)みかん総販売数量;108個

\* 海上輸送分単価;5UAEディールハム(約128円)\*1

\* 航空輸送分単価;15UAEディールハム(約383円)\*1

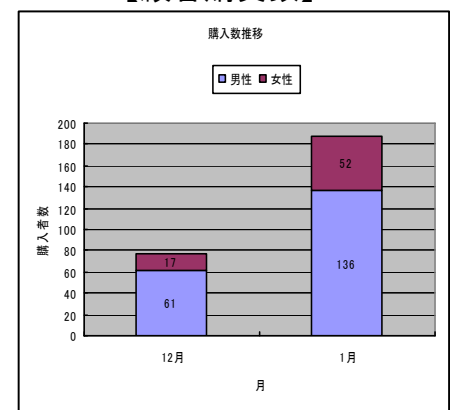
総販売数量に締める割合;

-海上輸送分(92%)

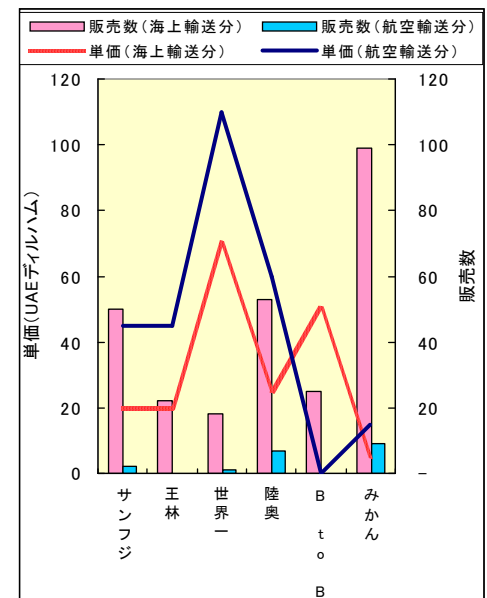
-航空輸送分(8%)

\*1;(1月平均)1 UAEディールハム=25.56円

【顧客購買数】



【輸送形態別 単価・販売数推移】



\* B to Bとは、企業間取引(訪問)時の手土産や訪問者に対する粗品としての需要を前提とした小ぶりのサンふじと王林。店舗では、5個セットで販売した。単価及び販売量はセット単価及びセット販売数。販売方法に関しては、8頁参照。



## 3. 今月の商材

### ◆1月のメイン商材

品目	種類
柑橘	ポンカン
	みかん
	デコポン
	伊予柑
	八朔

品目	種類
りんご	サンフジ
	王林
	世界一
	陸奥

### -1月その他の商材

品目	種類
メロン	アールスメロン
	赤肉メロン
柿	富有柿
梨	新興梨
キウイ	キウイフルーツ
干柿	あんぼ柿
	市田柿
苺	あまおう
	幸の香

品目	種類
りんご ジュース	津軽りんごジュース
	フジりんごジュース
	王林りんごジュース
	紅玉りんごジュース
	ジョナゴールドりんごジュース
柑橘 ジュース	ポンカンジュース
	ヒメポンジュース
	愛媛完熟みかんジュース

### ◆商材選び

#### 1. かんきつ類

-かんきつ類の新品種(ポンカン、デコポン、伊予柑、八朔)を投入することによって、店舗取扱商材のバラエティーを豊かにした。

#### 2. 苺(1月中旬頃～)

-輸送に耐えられる梱包形態のものにした。

-又、現地で競合する商材と、肉厚さ、甘さ、大きさを差別化を図れるもの限定した。



## 4. 今月の戦略

### ◆商戦

#### 1. 店舗商材内で規格と価格を差別化した販売方法

##### -背景及び狙い

・海上輸送のB to B商材(企業間取引用商材のことで、ホテルやレストランに直接売り込みする際の、若干小ぶりサイズの商材。通常より低価格で提供できる)であるサンふじと王林を、通常サイズのリンゴと価格差をつけて安く販売した。

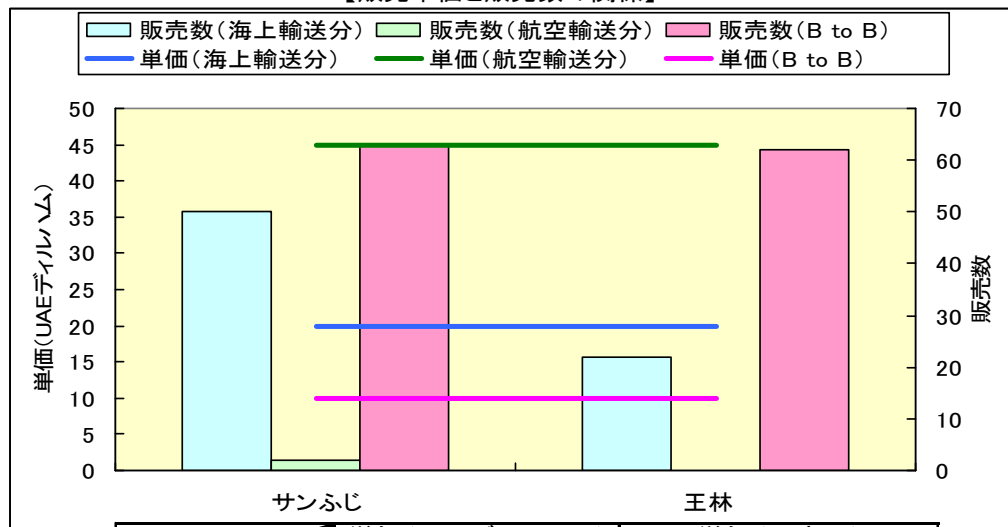
・販売価格の差が販売数にどのような影響を及ぼすかを分析し、今後の商戦に役立てる。

##### -反応と結果

・サンふじ及び王林共に、単価の安いB to B商材の購買数が最も多くなった。逆に、単価の高い航空輸送分の商材は、サンふじ及び王林共に販売数が少なかった。

・大きさと価格の異なるB to Bと正規商材とでは、大きさが小さくても、数が多く、価格の低いものが好まれることがわかった。(ドバイ店では、大きさの大きな海上輸送分のリンゴの方が好まれた。)

【販売単価と販売数の関係】



	単価(UAEディルハム)			単価(日本円)		
	海上輸送分	航空輸送分	B to B	海上輸送分	航空輸送分	B to B
サンふじ・王林共計	20	45	10	511.2	1150.2	255.6

(1月平均) 1 UAEディルハム = 25.56

#### 【B to Bリンゴ販売方法】

(5個セットで販売)



#### 【紹介用POP】



\*B to Bは、サンふじ及び王林を計5個詰合せたセット販売のみ(内容は顧客の好みで決定。)



# 5. 今月のポイント

## 苺-着荷状態、日持ち、ローカル品との比較-

### ◆概要

・店舗で扱っている日本産苺と、現地で入手可能な他国産苺の違いを比較した。

### ◆背景

・あまおうなどの苺の出荷にあたり、着荷状態や日持ちを検証し、2月のメイン商材として商戦を組むことが可能かどうかを検討した。

・また、現地で入手可能な他国産苺と、店舗商材のはっきりとした差別化の可否を調査した。

### ◆ 調査内容・結果

・着荷日;1月17日

#### -梱包、着荷状態、日持ち

品種	あまおう		幸の香	紅ほっぺ
	3個パック	9個パック		
梱包形体	卵トレー状		平積み、1段	
梱包理由	苺同士の衝突によるダメージを防ぐ。		1段にすることで上からの圧迫をなくす。	
着荷状態	偏りが無く、良好。		全体的には良好だが、フィルムに当たっている箇所が若干ピンク色に変色し、軟化が見られた。	
痛み	店舗保管は倉庫保管と比べて、品種で傷みが早くなった。			
痛みの原因	店舗の冷蔵庫では他の商材を取り出すため、ドアの開閉が頻繁に起こり、冷蔵庫内の温度変化によるものと思われる。			
日持ち	着荷後、約10日以内が限界。			



←静岡県からのサンプル「紅ほっぺ」の着荷状態(1月17日)

↓幸の香、左;店舗保管、右;倉庫保管(1月24日)  
※倉庫から出すと3~4日で腐敗する。



←腐敗が進み、カビの生えた幸の香(1月24日)

・販売数;品種や入数、価格による販売数の違いは見られなかった。

品名	価格 (UAEディルハム)	価格 (日本円)	1パック粒数	価格 (1粒) 日本円	糖度				見た目	味	販売数	
					上部	下部	中央	外側				
エジプト産 低農薬	9.75	249	15	17	6.5	8.2	6.5	6.7	粒が小さい。	酸味が強く、少しえぐみもあり、おいしくない		
あまおう 3個パック	50	1278	3	426	8.1	11	9.5	9.4	大粒で、粒の大きさがそろっている。	甘味を一番感じる	9	
あまおう 9個パック	120	3067	9	341	9	10	9.1	9.9			9	
幸の香	75	1917	12	160	7.3	11	8.6	8.6	粒がそろっているが、あまおうより小さい。	あまおうと比較すると甘味が少ない。	10	
(1月平均)1 UAEディルハム=			25.56	*日本産糖度はアブダビ店・ドバイ店の平均								



## 5. 今月のポイント

### 柑橘類の取扱とローカル品との比較

#### ◆概要

- ・店舗で扱っている日本産の柑橘類と、現地で入手可能な他国産柑橘類の違いを比較し、オペレーションや差別化の方法を検討した。

#### ◆背景

- ・1月メイン商材の柑橘類は見た目が酷似しており、特に日本産果物を扱ったことの無い倉庫業務オペレーターが、どの果物のことを言っているのかがわからないなど混乱をきたした。
- ・また、かんきつ類はレバノンやヨルダンなど近隣国、アメリカなどの農業大国など競合する産地が多く、価格差を埋めるだけの差別化が必要。

#### ◆ 調査内容・結果

##### ・柑橘類の見分け方:

- 現地日本人販売員が直接倉庫業務オペレーターに指導した。
- 又、輸送時の箱に英語ラベルが貼ってあるので、箱単位での保管をするように再度指示した。



左から八朔、ポンカン、伊予柑

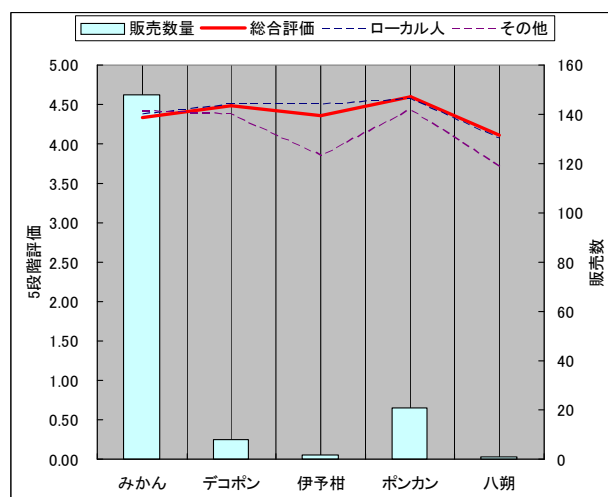
##### ・競合先と顧客意見、販売数

- 試食後各顧客に5段階評価(1;まずい、5;とてもおいしい)をしてもらった結果を平均値に直し平均評価として示した(計30人にアンケート調査。)この分析は、アラブ系ローカル人と、欧米人やアジア人(日本人以外)を含むその他の2人種別で集計している。

##### ・顧客意見の低いものは、販売数量が減少する。

- ・ローカル人とその他の国籍の顧客意見を比較すると、柑橘類全般に対してその他の国籍の平均評価点数が低くなっている。(ドバイ店では、同商材に対する平均評価点は、その他の国籍のほうが低い。)

↓【顧客意見と販売数の関係(30人中)】





## 5. 今月のポイント

### General Women's Union (アラブ女性連合会) アブダビ支所での セミナー兼試食会

#### ◆ 試食会概要

・日時;1月14日

・場所;General Women's Union(アラブ女性連合会)アブダビ支所所有建物内ミーティング会場

\* General Women's Unionとは1974年の法改正により、女性最高王族者の元1975年に創設されたアラブ首長国連邦の女性の活動を支援する団体。(イスラムの教えにより、異性の前で肌をさらしてはいけないなど規制が多いため、女性のみでスポーツや文化の交流を行うため。)

・対象者;組合の上役、従業員及び組合員 約20名 (アラブ系ローカル98%、アジア人2%) 及びアブダビ放送局



#### ◆ 目的

・日本産フルーツ及び農耕方法、店舗の紹介をし、日本産果物を

試食してもらうことで、店舗への来場を促し、日本産果物のおいしさを知ってもらう目的。

・風呂敷を使って果物を包装することで、健康的でエコなギフトといった新しいコンセプトを紹介し、このコンセプトの浸透を促進する目的

・このような取り組みを行っているという、情報発信を行い女性同士のコミュニケーションから口コミによる、更なる情報の拡大を狙った。

#### ◆ セミナー及び試食内容・結果

	内容	リアクション
セミナー	店舗及び商材の紹介	見た目の綺麗さや大きさに驚き、興味深く話しに聞き入っていた。
	他国産との違いを説明	糖度計を使用したメロンの糖度計測結果の違いに驚き、違いを納得していた。
	風呂敷で商材を包み、果物をギフトとして提案	風呂敷の包み方の種類の多さやエコ感に感銘していた。又、健康的で見た目のよいギフトというアイデアがとても興味深いと好評であった。
	総評	日本産果物の品質向上のための農耕方法にとっても感銘していた。
試食	商材	リアクション
	平核無柿	全体の約60%は、現地で入手できる柿とは味が違い、とてもおいしいと評価した。
	サンフジ	約80%の出席者がとてもおいしいと評価した。特に大きさにびっくりしており、現地で入手できるリンゴの約3倍の大きさがあると評価していた。
	アールスメロン	約90%以上が、とても甘くおいしいと評価。最も評価が良かった。
	新興梨	約70%がおいしいと返答していた。
	総評	すべての商材の味や甘さ、大きさ、見た目の綺麗さに驚いていた。
総評	出席者たちは、とても興味深くセミナーを受け、味の違いや大きさにびっくりしていた。	
その他	GWUがアブダビ放送局と調整し、本セミナーの様子が中継放送された。	



## 6. 今後のスケジュール及び課題

### ◆ 2月度スケジュール(予定)

- ・2月21日～24日; Gulfood(中東最大級の食品見本市)にFIT FRESH社が出展するブースにて商材の展示及び日本人販売員による商材の説明。
- ・2月下旬、ザイド大学アブダビ校におけるセミナーおよびカットフルーツの試食会。

### ◆ 2月商材(予定)

#### -メイン

品目	種類
苺	あまおう
	ひのしずく
	さちのか
りんご	サンフジ
	王林
	世界一
	陸奥

#### -その他

品目	種類
メロン	アールスメロン
	赤肉メロン
柑橘	みかん(温州)
	デコボン
	伊予柑
	ポンカン
	八朔
りんごジュース	金柑
	津軽りんごジュース
	フジりんごジュース
	王林りんごジュース
	紅玉りんごジュース
柑橘ジュース	ジョナゴールドりんごジュース
	ポンカンジュース
	ヒメポンジュース
	愛媛完熟みかんジュース

### ◆ 今後の課題と改善点

- ・課題; 競合の多い柑橘類の販売
  - 現地で容易に入手可能で、安値な競合品と、見た目や味ではっきりと差別化の図れる商材の紹介方法を展開する。
    - ・展開方法
      - 違いや味をしっかりと示したPOPを作成する。
      - 店舗販売員に再度食べ頃を指導し、最もおいしいタイミングで顧客に販売できるようにする。