



平成22年度
海外ビジネスネットワーク構築委託事業
販売拠点構築

アラブ首長国連邦ドバイに
おける実施報告書

平成22年10月度

株式会社近鉄エクスプレス販売

1.総評



夏の盛りを終えて、気温の低下と共に日中の人の動きが活発化してきた。このため常設店のある Jumeirah Centre に関しても先月、先々月よりも人出が多く見られた。休暇で本国に帰っていた欧米人たちがドバイに戻ってきたのもその要因の一つであると思われる。

しかしながら、キャンペーンや、TV・新聞等のマスメディアへの掲載による宣伝効果は一時的な来店数の増加には繋がったものの、恒常的且つ飛躍的に常設店の収支を改善できるという状況には至っていない。

ローカルの商材との価格差を埋めるだけの品質格差が日本産青果にあると理解を示してくれる者は限られており、そうした常設店の常連客やリピーターへの売上額では、ドバイ常設店の現時点での収支の黒字化は厳しい状況である。

9月度より開始した、B to B をターゲットとしたアプローチにより、少しずつ定期・定量の購買をして貰える顧客が出てきている。こうした B to B 顧客、高級食品展示会・青果セミナー等を通じて日本産青果の長所である味覚、安全性、に深い関心をよせる消費者へ能動的にアプローチをしていく事が、安定的な収益を確保する上で重要である。

様々なイベントへの参画や、B to Bの流通チャンネルを通じて、単に商材のみを販売商品とするのではなく、日本産青果を食する、或いは贈答用といった付加価値の創造・販売が必要である。

2. 今月(10月)の販売品目



品目	選定理由
巨峰(種無し)	一粒が大きく、濃厚な甘さは、現地産品と差別化が出来る。また、贈答品のメイン商材としても華があるため選定。
甲斐路	夏からのブドウ人気、また色のバリエーションを増やすことでギフトボックス需要を狙って選定。
ロザリオビアンコ	現地で購入可能なマスカットと比較すると味が濃いと好評のため、マスカットの品種リレーとして、ハニービーナスに続いて出荷。
豊水梨・あきづき	赤梨の品種リレーを行って出荷。
20世紀	赤梨より人気がある。さわやかな食味が現地では好評。残念ながら、初旬で終わってしまった。
サンつがる	リクエストが多かったリンゴの第一弾として出荷。早生品種なので、日持ちや食味が最盛期と比較すると劣るが、リンゴのさきがけとして選定。
サンふじ	りんごの種類を増やすために出荷。今年は春先の寒さの影響で小玉傾向にあるが、猛暑の影響で味は良好。
アールスメロン	唯一、周年提供出来る貴重な商材。高級メロンとしての位置づけとしてギフト需要を狙って選定。
ルビーメロン	作柄が変わり、宮崎産を出荷。赤肉メロンは青肉と比較すると、安価である上に味も好評。ギフト需要が多いので選定。
刀根柿	競合他国産との比較が難しく、苦戦しているが、シャリシャリとした感触をセールスポイントとして実践。後半から徐々に品種のバリエーションを増やしていく。
新高梨	20世紀が早々に完売したため、梨のバリエーションを増やすため、また見た目のインパクトが大きいため、選定。



3. 販売実績 【商材別販売実績/店舗】

品目	産地	単価 (UAEディルハム)	売上金額		
			数量	UAEディルハム	日本円
白桃	福島	60	3	180	4,145
黄金桃	福島	50	12	600	13,818
巨峰(種無し)	山梨	65	4	260	5,988
		85	12	1,020	23,491
甲斐路	山梨	80	13	1,040	23,951
		95	3	285	6,564
デラウェア	山形	45	2	90	2,073
ロザリオビアンコ	山梨	115	3	345	7,945
アールスメロン	宮崎	235	1	235	5,412
		260	2	520	11,976
ルビーメロン	宮崎・北海道	220	5	1,100	25,333
		275	1	275	6,333
		425	9	3,825	88,090
刀根早生	奈良	30	19	570	13,127
		60	3	180	4,145
ハウスみかん	愛知	20	1	20	461
20世紀梨	長野	80	43	3,440	79,223
幸水・あきづき	茨城・栃木	40	42	1,680	38,690
		55	1	55	1,267
		65	5	325	7,485
		60	1	60	1,382
新高梨	栃木	75	22	1,650	38,000
サンふじ	青森	45	21	945	21,763
サンつがる	青森	55	33	1,815	41,799
合計			261	20,515	472,460

(10月平均)1 UAEディルハム=

23.03



【商材別販売実績/B to B】

B to B 売上 (Dharamsey Proforma, NOBU & Kisaku)

品目	産地	売上金額		
		数量	UAEディルハム	日本円
ルビーメロン	北海道	60	33,395.46	769,097
アールスメロン	静岡	72		
デラウェア	山形	140		
幸水梨	栃木・福島	30	6,634.00	152,781
桃(15玉)	山梨・福島	10		
デラウェア	山形	10		
柿 (刀根早生)	奈良	35	1,050.00	24,182
合計			41,079.46	946,060

(9月平均) 1 UAEディルハム = 23.03円

4. 販売戦略



アクションプラン ① B to B セールスの展開

目的: 定期、定量の発注を見込める販路の開拓

結果: 面談出来たのは 部分の10社

Zuma、Nobu からは新規購入があり、Hashi からは生わさびの価格の引き合いを受けている。
List外で、Milk & Honeyで商談の出来た、Hilton Hotel から11月度に購入が予定されている。

Target accounts for B to B

	Account Name	job classification	Location	Date & time for appointment	Remarks,	Result
1	M/s. Dharamsey (Oman Company)	Trading company	Deira Dubai	Oct.16th 11:00	Requested for package improvement	○
2	Nobu Restaurant (Atlantis)	Hotel Restaurant	Palm Jumeirah	not fixed	Sbmission of the shop price list is needed.	○
3	Milk & Honey	Glossary shop, Trading	Palm Jumeirah	Oct.11th 14:00		△
4	1004 Korean Supermarket	Asian Food Shop	Dubai	Oct.11th 16:00		△
5	Rio Trading L.L.C.	Trading company	Souq Al-Kabeer	Oct.18th 12:30	Meeting with our shop	△
6	Hashi	Jaoanese Restaurant	Burj Kharifa Duabi	Oct.21th		○
7	Zuma	Jaoanese Restaurant	DIFC Dubai	Oct.19th 11:00	Some fruit has beeb purchased as sample	○
8	Moevenpick	Hotel			Could not make appointment yet	×
9	Toshniwal International FZE	Trading company		Oct.20th(Not fixed)	Call her on 19th and confirmed to visit our shop	×
10	Al Ghurair Foods	Food Trading	Dubai		Try call again	×
11	AL RAWABI DAIRY CO.L.L.C.	Dairy food company	Duabi		Try call again	×
12	Masalik General Trading	Trading company	Dubai		will be visted to our fruit shop	×
13	Vita Line LLC	Trading company	Jebel Ali	Oct.20th 11:00	in Jabel Ali,Ind No.1 (Needed reconfrim telphpne in the morning) irish village(near Emirate Aviation college) / Century Villege near dagama	△
14	World Cuisine Network	Restaurant	Dubai	Oct.21th 15:00		△
15	LUXURIOUS HOTEL	Hotel	Dubai		Try call again	×
16	KPT General Trading	Trading company	Bur Dubai	Oct.31th	Visited to our shop	△

4. 販売戦略



アクションプラン② 展示会へ共同出展

【目的】認知度の向上

10月31日から11月2日の3日間、高級グロサリーストア「Milk & Honey」のブース内に「Oishii Nippon」のスペースをレンタルしてもらい、商材プロモーションを行った。

■ 出展商材: アールス/赤肉メロン、サンふじリンゴ、刀根早生柿、にっこり梨、リンゴジュース(3種)

■ Oishii Nippon商談件数: 22件

- ・ayla Hotel (ホテルチェーン)
- ・ROYAL JET (VIP航空機チャーター、アブダビ国際空港のVIPターミナルのコンサルティング業務)
- ・Towers Rotana Dubai (ホテルチェーン)
- ・ABU DHABI IN-FLIGHT CATERING COMPANY (アブダビ国際空港ケータリング会社)
- ・AFEX FRUIT COMPANY (果物商社)
- ・Mazen Essa (サウジ・アラビアの食品商社) ・Hilton Hotel Group



アクションプラン③ パンフレットの配布

【目的】新規顧客の開拓

富裕層が住むエリア: JBR (Jumeirah Beach Residence) は、全部で6ブロック(1ブロック当たり5~6棟)あり、合計すると5,000室以上となる。反応を見るためにまずは来店が見込めるファミリー層が多いブロック845室に対し、配布を行った。10月末日の時点で、JBR在住の方の来店はあるものの、パンフレットの配布を見て来店したという方は確認出来ていない。



5. プロモーション活動



1. 王族関係者への献上

10月6日、在ドバイ日本国総領事館 齋藤主席領事から、Shaikh Faisal bin Saqr Al Qasimi皇太子の弟、RAK財務長官へフルーツバスケットを献上して頂いた。

(秋商材(柿・梨・リンゴなど)をメインとしたバスケット)

商材の感想をぜひ聞かせて頂きたいとお願いしていたところ、「おいしかった」というコメントが総領事館を通して回答を頂いた。



2. The Speciality Food Festivalにおけるプロモーション活動

高級グロサリーストア「Milk & Honey」と共同出展した展示会「The Speciality Food Festival」において、事前に下記Invitation Letterを配布し、ブースへの誘致を図った。

3日間の試食・試飲を通して、日本産フルーツをアピールすることが出来た。



【共同出展した他国企業】

・Nespresso



6.競合他国産品との比較

今月の比較商材【柿】

◆目的

周辺地域で栽培され、低価格で販売されている他国産品との差別化を図るため、日本産品と現地で購入可能な競合他国産品において、「糖度・価格・外見・食味」の4項目について比較を行うことで、商材の競争力を検証し、販売戦略につなげる。

原産国	日本(刀根早生)	南アフリカ	フランス
糖度	15.2-16.6	17.8-20.2	15.2-17.5
価格(kgあたり) UAEディルハム	DHS 30.00 = 0.38 kg (DHS 78.95/ kg)	DHS 5.35 = 0.43 kg (DHS 12.45/ kg)	DHS 24.97 = 0.63 kg (DHS 39.95/ kg)
価格(kgあたり) 日本円 (1UAE=23.03)	1818円/kg	287円/kg	920円/kg
見た目	外皮の傷が少なく、色・形もきれい。 大きさも固さもちょうどよく、艶がある。	日本産と変わらない。 外皮に艶があり、傷もなく、形もきれい。 大きさも日本産と変わらず、固さもちょうど良い。	形は富士柿に似ていて、大きさもある。 色も鮮やかで艶がある。 傷も少なく、色は日本産の刀根早生と似ている。
試食意見	シャキシャキとした食感があり、甘味を強く感じる。 種がないので食べやすい。 外皮の色が濃いものほど、甘味が強く感じられ、熟していることが分かる。	香り、味ともに、日本産と似ていて、おいしい。 ジュースでシャキシャキした食感もあって、甘味も強い。	糖と酸のバランスがいいのか、南アフリカ産と比較しても甘く感じる。 切った時の香りが良い。多少軟らかいが、滑らか。
			
			

* 比較商材の購入先:

Carrefour (世界各地にスーパーマーケットチェーンを展開する、売上世界2位のフランス企業。)

(10月平均)1 UAEディルハ 23.03

◆結果

価格・味ともに他国産に優位性がないことが明確になった。他国産との差をアピールするには、特徴のある「富士柿・太秋柿」をメインに販促をかけることが必要。

7.顧客アンケート結果

ドバイ店 顧客総評		実施期間 10月1日～10月31日	
人種	人数	性別	人数
アラビア人	39	男	27
欧米人	11	女	32
その他	9		
総計	59		59

品目	アンケート結果
巨峰(種無し)	日本産のブドウは非常においしく、友人宅に行く時のギフトに喜ばれる。
甲斐路/ロザリオビアンコ	巨峰・ロザリオビアンコと合わせて、ギフト用に購入。
柿	試食して甘みが強く、気に入った。軟らかくない食感が好き。
白桃/黄金桃	来年まで食べれないのは残念。最後だから自分用に買って行く。
20世紀梨	ギフトでもらっておいしかったので、買いに来た。
豊水/あきづき	孫が大好きなので、お土産に購入。甘くておいしい。
アールスメロン	ギフト用に購入。値段が高く、自宅用には購入出来ない。ギフトボックスにメロンが入ると豪華に見えていい。
ルビーメロン	息子が大好きなので、買いに来た。試食した中で一番気に入った。値段がもう少し安ければ・・・
サンふじ	価格も購入しやすく、味も良い。娘が日本産のりんごが大好き、スピニーズで販売しているFuji Appleとは違う。
つがるリンゴ	りんごの中で一番好きなのは世界一だが、ないので津軽りんごを購入。息子達がリンゴが好きなので、買って帰ると喜ぶ。

8. 次月(11月)の活動計画



◆11月のアクションプラン

- ① Jafza(Jsbel Ali Free Zone)での日本企業とJafza高官との懇親会への
日本産フルーツのケーター・リング・サービスとOishii Nipponプロジェクトの紹介
(売上げ予想額AED1,200.00 約25万円)
- ② 貿易商を営むAldlail社のMuhanmmad Al Rumaithi氏(元ドバイ警察)との面談予定。
日本の中小企業を念頭に置いたインキュベーション・センター(ドバイマリーナ地区)及び
アンテナショップ的な色彩の濃い日本版ドラゴンマートのビジネス構想についての意見
交換会の開催を日本総領事館、JETROドバイと併に開催する。
- ③ 12月15日に予定されている、ドバイ総領事館主催による、天皇誕生日セレモニーでの
Oishii Nippon コーナーの設置、日本産果物購入の打ち合わせ。

◆次月の課題

10月度に、新規開拓の可能性が出てきた、高級日本食フュージョン・レストラン:ZUMA. HASHI,
高級Hotelチェーン:Hilton, Rotana, 等の B to B ターゲットへの継続セールスを進め、
その他貿易会社等の新規ターゲットに対しても販売物量拡大の為の外商を図る。
又、店舗への来客数を増加させる為に、ローカルが集まるカフェへのリーフレットの配布、
セミナーの開催を予定している。

◆次月の商材

品種	品名	産地	品種	品名	産地
りんご類	サンふじ	青森	メロン類	ルビーメロン	宮崎
	王林	山形		アールスメロン	静岡・茨城
	ジョナゴールド	岩手	みかん	早生みかん	愛媛・熊本
	シナノスイート	山形		梨	にっこり
柿類	次郎柿	愛知	ル・レクチェ		新潟
	筆柿	愛知	ラ・フランス		山形
	富士柿	愛媛			
	太秋柿	熊本			