



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12月度

株式会社近鉄エクスプレス販売



1.総評

—昨年11月末のドバイ・ショックから2年経ち、相変わらず建造が中断したビルディングが立ち並ぶドバイの地にも、クリスマスの到来と共に少しずつ景気の回復が感じられるようになって来た。

昨年のクリスマスと比較しても、今年のクリスマスの準備にかかる市民の意気込みが強く感じられ、ここがイスラム教の国かと思うほど街はクリスマスに彩られている。高級Hotelの新規オープンの話も絶えず、高級日本食料理店の予約数も一向に衰える兆しが見えない。

ドバイ(中東)は、未だビジネスへの新規参入を受け入れられる十分な経済の底力を感じさせる。

そうした状況において、ドバイ常設店に於いてもビジネス・チャンスの拡大に日々努力を重ねている状況であるが、ビジネスの拡大を果たす上で、大きな課題となっている、競争力のある商品価格の提示、商材コストの低減の為に昨年に引き続き、海上貨物による青果物の輸送を試みた。

取り扱い品目の拡大により海上輸送へのシフト化を加速して、競争力のある価格戦略を展開すると共に、海上輸送、航空輸送、陸運のコンビネーションでGCC各国へのゲート・ウェイとしてのドバイの優位性を取り込むことが、ドバイ常設店の存在価値を高めることとなる。

オーストラリア、中国及び韓国等の商材が中東市場を席卷する前に、日本産農林水産物の品質の優位性を価格競争力を維持しながら、UAE/アラブ首長国連盟:ドバイを基点にマーケットに浸透させることが必要である。



2. 今月(12月)の販売品目

品目	選定理由
とちおとめ、あまおう	クリスマス前の出荷を控え、価格が高騰しない時期を狙って戦略的に出荷。あまおうを入れることで自宅用とギフト用の2通りで提案を行う。
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	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。
サンふじ	リンゴのメイン品種として出荷。他国産のFuji Appleと比較しても甘さやジューシーさで差別化を図れる商材。
王林	リンゴのメイン品種の一つとして、大玉を出荷。見た目のさわやかさと食感が良いと好評である。
世界一、むつ	リンゴを待っていたという声が多々あるため、Fuji Appleだけでなく日本では多くの品種が育成されていることをアピールするためにバリエーションを増やして出荷した。
早生みかん	極早生から早生に変わり、酸味が収まったきたので出荷を開始。
晩白柚	昨年度出荷出来なかったため、今年は収穫時期とほぼ同時に出荷。大きさのインパクトと香りを売りにセールスを行う。
ル・レクチェ	8月に予約を行い、出荷にこぎつけた。プレミアムフルーツとして、ギフト需要を狙って選定。食味と香りでセールスを行う。
きんかん	昨年度、好評だった商材。日持ち・価格も良いので、長期にわたり提供出来るよう早めに出荷。
ラ・フランス	昨年度は苦戦したものの、今年度は滑らかな食感と甘みから好評のため、引き続き出荷。
にっこり梨	梨のジューシーさが評判のため出荷。海上輸送で、日持ち調査もテストを行い、今後価格を下げられるかどうかを調査中。



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
サンふじ	青森	50	2	100	2,344
		55	1	55	1,289
		60	7	420	9,845
王林	青森	40	3	120	2,813
		55	11	605	14,181
ジョナゴールド	青森	45	1	45	1,055
		60	29	1,740	40,786
シナノスイート	青森・山形	55	6	330	7,735
シナノゴールド	長野	55	18	990	23,206
世界一	青森	60	5	300	7,032
ルビーメロン	宮崎	300	2	600	14,064
		395	5	1,975	46,294
イチゴ	栃木	85	2	170	3,985
		120	12	1,440	33,754
	福岡	180	5	900	21,096
にっこり梨	栃木	115	7	805	18,869
		165	2	330	7,735
ラ・フランス	山形	45	14	630	14,767
ル・レクチェ	新潟	85	14	1,190	27,894
		100	1	100	2,344
		120	8	960	22,502
早生みかん	愛媛・熊本	20	46	920	21,565
きんかん	宮崎	90	9	810	18,986
		60	6	360	8,438
晩白柚	宮崎	625	5	3,125	73,250
		445	1	445	10,431
富有柿	和歌山・奈良	35	1	35	820
		50	3	150	3,516
		65	3	195	4,571
合計			229	19,845	465,167

(12月平均)1 UAEディルハム=

23.44



【商材別販売実績/B to B】

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	宮崎	72	60,928.56	1,428,165
アールスメロン	静岡	72		
にっこり梨	栃木	15	1,650.00	38,676
ラ・フランス	山形	10	150.00	3,516
ルビーメロン	青森	5	8,000.00	187,520
アールスメロン	青森・山形	5		
ふじりんご	茨城	10		
王林	宮崎	10		
にっこり梨	栃木	15		
ラ・フランス	山形	20		
合計			70,728.56	1,657,877

(12月平均) 1 UAEディルハム=

23.44



4. 販売戦略 I

* 海上貨物の取り扱い(野菜、米、ジュース)

輸送費の削減による販売価格の引き下げは、常設店の大きな課題の一つである。
 このため、12月24日ドバイ着の船便にて果物、野菜、飲料を輸送し、着荷の状況を確認して海上輸送に適応できる商材の判別とコストの削減額の検証を行った。
 輸送商材は以下のリストの内容である。

商品	産地	階級	入数	商品	産地	階級	入数
サンふじ	長野	秀 28玉	1	洗い牛蒡	北海道	2本袋	10
ジョナゴールド	青森	特A 28玉	1	かぶ	千葉、 神奈川	L 5玉	20
王林	青森	特A 28玉	1	柚子(黄)	徳島	1.5kg11~13玉	1
むつ	青森		1	かぼす	大分	2kg	1
世界一	青森		1	坂出金時	香川	S500gx8袋	8
アールスメロン	熊本	富士 5玉	1	安納芋	鹿児島	S500gx8袋	8
冷蔵富有柿or核無柿			1	カボチャ	北海道	7~8玉	1
にっこりなし	栃木	秀 9玉	1	早生温州	愛媛	優M	1
ラ・フランス	山形	秀 16玉	1	荒尾梨	熊本		
長いも	青森	2L 12本	1	きよみしぼりジュース			
えび芋	静岡	L 5kg16~20個	1	お米(10kg袋x2入り)	山形		
里芋	埼玉	A 10kg	1	お米(2kg袋x10入り)	山形		
レンコン	茨城	M 4kg4~5本入り	1	お米(2kg袋x4入り)	山形		
やまと芋	群馬	AA棒 4kg 12本	1	ラムネ			
金時人参	香川	L 5kg30本	1				

4. 販売戦略 I

(着荷状態)

蓮根とみかんの一部にカビの発生が見られたが
他の商材の着荷状態は概ね良好であった。





4. 販売戦略 I

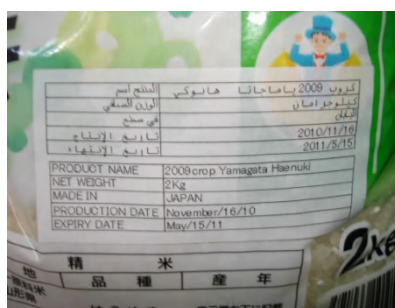
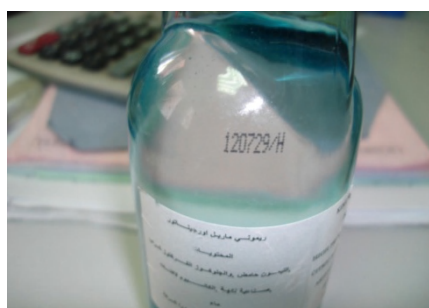
(着荷したりんご、メロンの試食結果)

メロンは外見上は問題なかったが、中身は過熟状態であり、甘味が抜けていた。
りんごは、外観、中身共に問題なく、海上輸送に対応可能な商材である事が確認された。



(食品検査時の不具合)

今回輸送した商材の内、みかんジュース、米、ラムネについて、食品検査官より、表示ラベルの品名・製造年月日・賞味期限の記載に英語とアラビア語の整合性の不一致が見られるとの指摘を受けて、宣誓書を提出する事により倉出しの許可を得た。食品検査について、1つの仕入れ書に対して3アイテム以上の種類がある場合は、昨年まで行われていたジュベリア港での検査ではなく、輸入者の指定倉庫で検査官立会いの下で行われるようになった。特に明文化したルールの変更という形ではなく、こうした運用の変更がしばしば発生している。





4. 販売戦略Ⅱ

* クリスマス・正月に向けての模様替え 海上輸送商材の販売キャンペーンの準備

ドバイ・ショックから徐々に景気回復の兆候が見られるドバイでは、イスラム教の国であるにも拘らず、市内で数々のクリスマス・イベントが催されている。ショッピング・モールでは各店舗がクリスマスの飾り付けを競っている。

OISHII NIPPON ドバイ常設店も、クリスマス、正月を意識したショーケースの飾り付けの変更を行い、海上輸送の主商品である、りんご、梨、柿等の冬商材の特別価格キャンペーンに備えている。

海上輸送で商品コストの下がった商材を、在庫分の商材(航空輸送分)と区別せずに、戦略的な価格設定を行い、一月に時限的な販売キャンペーンを行う。通常価格の3割引程度程度の価格設定が可能である。





5. プロモーション活動 I

●カフェ (Gerard Patisserie) での試食会

日時: 2010年12月30日(水)

場所: Gerard Patisserie / Magrudy Centre Branch

OISHII NIPPON ドバイ常設店の認知度及び、日本産果実に対しての評価確認を目的とした、近隣のローカルが集まるCafeでの試食プロモーションを行った。



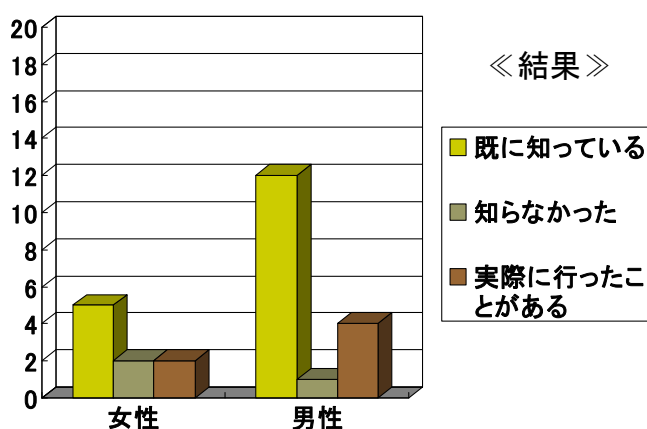
OISHII NIPPONN ドバイ店開店後、約1年と4カ月が経ち口コミもだいぶ広がってきた。多くの人が店の存在を知っていたが、価格が高いため店に入りづらいという声が上がった。富裕層はごく一部のため、幅広い層のお客を呼び込むには価格競争力が求められる。更にセールス・プロモーションにより、他商材との優位性をより理解して頂く必要を感じた。 10



5. プロモーション活動 I

12月度のプロモーション(試食会)の目的、及び段取り

* 常設店の認知度の確認



《結果》

- ・ 店の存在を知っている人のほうが多く、また女性より男性のほうが多く知っていた。
- ・ 店の存在を知っている人ほとんどが、“価格が高い”というイメージを持ち、そのため店に足を運ばない傾向がある)

* フィードバックの入手 (味、価格、フルーツをギフトとして使用することについて意見を聞く)

- ・ 大抵の人が美味しい、質が高い、他のスーパーでは食べられない味、など答えてくれたが、中にはスーパーのものと変わらないと言う声も上がった。
 - ・ フルーツをギフトとして使用する事についての反応
ヘルシーだし、良いアイデアだという人がほとんどだった。しかし、アラブ人は大家族のため、フルーツでは分量が足りないという声もあった。

* 販売促進活動

年末・新年に向けて行っているプロモーションの対象商品 (りんご、柿、ラフランス等)をサンプル提供して、購買ニーズの喚起を行った。

5. プロモーション活動Ⅱ



●天皇誕生日セレモニー

12月15日在ドバイ日本総領事館公邸で、天皇誕生日を祝うセレモニーが開催された。総領事館からの日本産果物の提供の要請を受け、OISHII NIPPONのコーナーを設置して、在ドバイ日本料理店：喜作の協力を得て、ケータリング・サービスの提供を行った。

販売収入：AED8,000.00 を計上した。



来賓（政府高官・各国大使等）からの日本産果物の評価は非常に高く、日本総領事館：足木総領事に賞賛の声が寄せられ、総領事から感謝のお言葉を頂いた。



6. 競合他国産品との比較

今月の比較商材【ふじりんご】

◆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	中国	アメリカ
糖度	14.1-16.3	12.5-13.4	14.4-16.6
価格(kgあたり) UAEディルハム	DHS 40.00 = 0.38 kg (DHS 78.95/ kg)	DHS 1.60 = 0.30 kg (DHS 7.95/ kg)	DHS 8.13 = 0.25 kg (DHS 32.50/ kg)
価格(kgあたり) 日本円 (1UAE=23.44)	1818円/kg	188円/kg	762円/kg
見た目	外皮の色が均一で、なめらかである。 香りがよく、カットすると果汁があふれてくる。	淡いピンク色で、サイズは少し小さめ。 少し酸っぱい香りがする。	オーガニックだからか、サイズが小さく、色もまばらで統一されていない。 香りが良い。
試食意見	酸味と甘みのバランスがよく、果汁が多い。 シャキシャキとした食感が良い。	歯ごたえがありジューシーだが、酸味もあり甘味が少ないように思われる。	日本産に劣らないほど味も香りも良く、甘みが強い。 シャキシャキとした歯ごたえがあり、ジューシーである。
	 Japanese		
	 Japanese		

* 比較商材の購入先:

Waitrose (ドバイに20店舗あるイギリス企業のスーパーマーケット。)

Spinneys (中東を中心に展開する大手スーパーマーケット)

(12月平均) 1 UAEディルハ 23.44

◆結果

品質・味ともに兼ね備えている日本産の特色を生かして、ギフト需要にポイントを絞ってセールスを行う。 13



7.顧客アンケート結果

ドバイ店 顧客総評		実施期間 12月1日～12月31日	
人種	人数	性別	人数
アラビア人	51	男	59
欧米人	18	女	26
その他	16		
総計	85		85

品目	アンケート結果
イチゴ	粒の大きさが揃っていて、きれい。色も鮮やかでギフトに最適。
むつ	シャキシャキとした食感とジューシーさのバランスがすごくいい。他のリンゴに比べて色がピンクに近くてきれい。
世界一	とにかく大きい！ディスプレイで見てもびっくりした。食べるとシャキシャキしていておいしい。
フジりんご	甘さはあるが、シャキシャキ感が他のリンゴに比べて少ない。去年食べたFuji Appleの方がおいしかった。
ルレクチェ	香りがよく、口に入れるとなめらかでおいしい。とても甘くて、おいしい！ただ、値段が高くて残念。
ラ・フランス	口の中でとろけるくらい柔らかくてなめらか。とても甘いし、香りがよいので大好き。
ハウスみかん	手で簡単に皮がむけるので手軽に食べれるのがいい。酸味が少ない方が好き。
ルビーメロン	アールスメロンより安いけど、味はジューシーでおいしいので、ギフトにいい。

ドバイ店来店者数85人の内、新規顧客は26人と全体の30%程度となった。

来店理由の上位は、家族・友人からの紹介→ディスプレイに興味を持った→メディアを通じて、という結果だった。

ディスプレイには、世界一や晩白袖など、インパクトのある商材や風呂敷ラッピングをしたギフトボックスを飾るなど、季節感を出しながら定期的に変更している。



8. 次月(1月)の活動計画

◆1月のアクションプラン

① 販売プロモーション

ALDLAIL社(ドバイ) : Mohammad Al-Rumaithi氏の呼びかけにより、Lady's Club/ Jumeirah で、約50名のローカル女性を集め、試食会及びセミナーの開催を予定している。

② 食肉供給の販路の開拓

日本産食肉サプライヤーより、ドバイ常設店を通じた和牛の販売促進の打診を受けている。ドバイでの食肉の通関、倉庫、輸送、販売を担当する事が出来る関係各社との調整を図り、日本産和牛の中東での販路の開拓を図る。

◆次月の商材

品種	品名	産地	品種	品名	産地
いちご	とちおとめ	栃木	りんご類	サンふじ	青森
	あまおう	福岡		王林	青森
メロン類	ルビーメロン	宮崎		ジョナゴールド	青森
	アールスメロン	宮崎・静岡		世界一	青森
柑橘類	早生みかん	愛媛		陸奥	青森
	きんかん	宮崎			
	日向夏	宮崎			