



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

クウェート国クウェートシティに
おける実施報告書

平成22年7月度

株式会社近鉄エクスプレス販売



1.総評

2010年度事業の開始月として、昨年度のプロジェクトの課題であった<第一フェーズ:ブランディングの確立>から、<第二フェーズ:ターゲット購買層の拡大>をテーマにクウェート常設店を新しいロケーションでスタートした。

7月18日に本年度第一段の商材を送り込み、消費者の反応を探った。

個体差により品質の高さを十分に知らしめる事が出来なかった商材もあったが、食味、食感への反応は概ね好評で、他国産フルーツとの比較では、昨年築き上げてきた高品質ブランドのイメージを保持出来ていると感じられた。

本年度のクウェート常設店の運営テーマ、<ターゲット購買層の拡大>を図る為、マリーナ地区に置かれた新店舗では、日本産フルーツの拡販の手法として、フルーツ・パーラーショップの運営を開始することとした。

既存店舗の一部を改築して、日本産フルーツの販売と、それを食材としたフルーツ・パフェ等のメニューを作り、スイーツに関心があり、且つ新しい文化に興味を示す傾向の強い、現地の中間所得ファミリーを購買層のターゲットに位置付けている。

新店舗は、ヨット・ハーバーに面した開放的なエリアに在り、隣接した大型ショッピング・モールへ訪れる地元消費者が立ち寄りやすい立地条件を備えている。

現状は既存レストランの中での事業のスタートとなっているが、ラマダン後の休暇シーズンが終了する10月初頭に、新規フルーツ・パーラー店のグランド・オープニングを予定している。

青果本体としての販売と、加工品の食材としても活用し、商品バリエーションを多様化させる事により、クウェートに於ける日本産フルーツの一層の浸透を図り、輸出拡大に努める。



2. 今月(7月)の商材

品目	選定理由
巨峰(種無し)	一粒が大きく、現地産品と差別化が出来る。
ピオーネ	巨峰よりも日もちする。味は、巨峰よりも甘い。
デラウェア	お手ごろ価格なので、ギフトボックスを豪華にするための商材の一つとして選定。
ハウス白桃	旬の時期に向けての顔出しも兼ねての出荷。気温が高くなり、水気が多い商品が好まれる。また、甘みも十分にある為、現地での評価も見込めるため。
アンデスメロン	現地に日本産のメロンの質を認識してもらうため。
アールスメロン	アールスメロンは、一年中提供できる商材として、現地に味・質を認識してもらうため。
ルビーメロン	メインの商材としてバラエティーを豊富にするため。
ハウスみかん	手ごろな価格なので、ギフトボックスを豪華にするための商材の一つとして選定。
刀根柿	旬の時期に向けての顔出しも兼ねての出荷。去年、ドバイでは、顧客からの評価が高かったため。



3. 販売実績

プレオープン日7月20日～31日

品目	産地	単価 (KDクウェート ディナール)	売上金額		
			数量	KDクウェート ディナール	日本円
巨峰(種無し)	山梨	5.00	15	75.00	23,442
ピオーネ	山梨	5.00	8	40.00	12,502
ハウス白桃	山梨	3.00	5	15.00	4,688
アンデスメロン	山形	7.00	2	14.00	4,376
マスカット・オブ・アレキサンドリア	岡山	15.00	1	15.00	4,688
合計			31	159.00	49,697

(7月平均)1 KDクウェートディナール)= 312.56

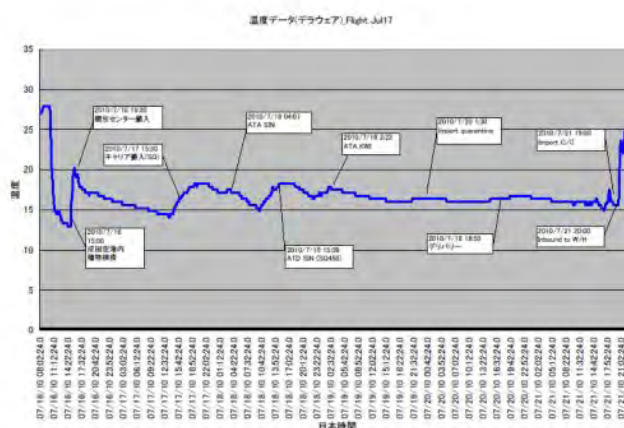


4. 仮店舗状況

今年度のクウェート常設店は、クウェートで29年営業している日本食レストラン・慶レストラン マリーナ店にて運営を行う。
店内にフルーツパーラーを増設し(9月下旬~10月初旬完成予定)、アンテナショップとしてフルーツ販売と現地の方の嗜好に合わせたスイーツとして販売する予定。
事業開始月となる7月は、事前準備と仮店舗における展示販売を行った。

活動① サンプル商材の出荷

コールドチェーンの検証を行うために出荷。
50℃を超える外気温における真夏の試験輸送を行った。
結果、経路便にも関わらず、大幅な温度上昇は見られず、着荷状態も良好だった。



活動② 展示販売

7/20より試験輸送の結果が良好だったことから、マリーナ店における運営を告知するためにサンプル商材の展示販売を開始した。
レストランという利点を生かし、Eat in や持ち帰りを選択出来るスタイルにすることで来店客のニーズに応えた。





5.競合他国産品との比較

今月の比較商材【メロン】

◆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。

	日本	エジプト
原産国	日本	エジプト
糖度	14.5%(参考)	12.25%
価格(1玉あたり)	1玉 15KD (参考)	1玉800Fils
価格(kgあたり) 日本円 (1KWD=321.12)	約4817円 (参考)	約244円
見た目	スキンがとても綺麗で丸く傷はない。	多少の傷や汚れはあるが、形は丸い
販売員試食意見	柔らかい。 とてもみずみずしく甘い。	少し固めの食感で香りは断然日本のものが高いが、甘さは引けをとっていないように感じる。
		
		

◆結果

価格の部分では圧倒的に他国産に劣る日本産だが、メロンは通年出荷可能な唯一の商材になるので、見た目の綺麗さや香りの良さを全面に押し出し、ギフト需要としての販売に力を入れる。



6.顧客アンケート結果

クウェート店 顧客総評		実施期間 7月1日～7月31日	
人種	人数	性別	人数
アラビア人	4	男	7
欧米人	0	女	2
その他	5		
総計	9		

品目	顧客意見
巨峰(種無し)	中には、とても気に入った顧客もいるが、評価や反応はいまいち良くなかった。
マスカット オブ アレキサンドリア	粒の大きさに目を奪われたが、期待していたよりも甘さが控えめであった。
アールスメロン	欧米人・日本人からの評価は高いが、ローカルの方からの人気はあまりなく、現地で入手可能なメロンの方が甘くてみずみずしいと回答もあった。



7. 出品物に対するアンケート結果

出品者名：豊橋田原広域農業推進会議

出品品目：アールスメロン

クウェート店 顧客総評									
人別まとめ					顧客アンケート実施期間：7月26日～31日				
人種	性別	人数	%	評価平均	人種別評価平均	性別	人数	%	平均評価
ローカル	男性	5	18%	3.40	3.70	男性	10	36%	3.80
	女性	4	14%	4.00		女性	18	64%	4.50
	子供	0	0%	-		子供	0	0%	
欧米人	男性	1	4%	5.00	5.00				
	女性	1	4%	5.00					
	子供	0	0%	-					
日本人	男性	4	14%	4.00	4.31				
	女性	13	46%	4.62					
	子供	0	0%	-					
総計		28	100%	4.34		* 評価は5点満点で実施			

顧客平均値付

なし

顧客平均値付
(日本円)

なし

7月平均

¥312.56/KWD
(KWD = クウェートディナール)

【評価】

試食を行った28人中23人がおいしい、甘い、みずみずしいとの高評価。

欧米人・日本人からの評価は高い一方で、ローカルの方からの人気はあまりなく、現地で入手可能なメロンの方が甘くてみずみずしいと回答もあった。

また、日本人の中にも、現地のメロンにも同じぐらい甘いメロンがあるとの意見もあった。

顧客平均値付に関しては、コメントを頂く事ができなかった。



8. 次月(8月)の活動計画

◆8月のアクションプラン

試作品の製作及びメニューの選定

◆次月の課題

① 断食(ラマダン)中の販売促進方法。

* 8月11日から9月9日の断食(ラマダン)中は営業時間が18時30から1時(午前)となる。

② 商材全般に顧客意見が少なかったため、まんべんなく商材に対する意見を聞き、反映させることで今後の販売促進に向けての方策を検討することが必要である。

◆次月の商材

品種	品名	産地
桃類	白桃	山梨
	黄金桃	山梨
	ホワイトピーチ	山梨
ぶどう類	デラウェア	山形
	巨峰(種無し)	山梨
	ピオーネ	山梨
	ハニービーナス	宮崎

品種	品名	産地
メロン類	ルビーメロン	宮崎
	アールスメロン	静岡
柿	刀根柿	奈良
梨	ハウス幸水	茨城