



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8月度

株式会社近鉄エクスプレス販売

1.総評



現在、店舗の施工準備中であり、設置場所の一部を利用しての仮オープンしている状況となっているが、10月初旬を目処にグランド・オープンを予定している。

イスラム教の戒律の厳しいクウェートでは、8月11から始まったラマダン期間の規律も厳格であり、店舗の運営は日没から深夜までの夜間の時間帯で対応せざるを得ない状況であった。この為、常設店への来店者数が激減して、販売量の観点からは非常に厳しい結果で8月の営業を終えることとなった。

フルーツパーラー・セクションでの、日本産フルーツの販売促進、食材としての消費量の拡大を叶える為の販売戦略を確立して、来店者に商品の魅力をアピールする施策を練った。

昨年度の常設店と比べ、今年度の店舗はレストランとの併設により、ロスになる直前の商品を加工・冷凍することで、多用途・長期間使用出来、ロスの縮小につながっている。このことがクウェート常設店の大きなアドバンテージとなっている。

10月初旬のグランド・オープンに備え、販売員・シェフ等関係スタッフ全員が、日本産フルーツの優位性を現地顧客へアピールできるよう教育の徹底を進めている。

8月後半には、豆腐や梨といった新規出品希望者からの問い合わせもあり、詳細の検討を進めている。



2. 今月(8月)の商材

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。
ピオーネ	現地より、先月に人気のあった商材との事で発注希望があり出荷。巨峰よりも日もちし、酸味と甘さのバランスが好まれ人気がある。
デラウェア	甘みが強く、現地でも人気の商材。手ごろな価格なので、贈答品を豪華にするための商材の一つとして選定。
ハニービーナス	マスカット オブ アレキサンドリアよりも値ごろ感があり、今月の販売戦略として、贈答品を重点に販売をするため、色のバラエティーを増やすために選定。
白桃	旬の時期のイベント対象商品として大量出荷。地元の商材との味・見た目の差は歴然としているため差別化が図りやすく現地での評価も見込めると予想。また、白桃の中でも差別化を図るため、大きさの差別化を図るために選定。
アンデスメロン	時期が終盤のため、最後の出荷と称して大量出荷。少し小ぶりでアンテナがないため、価格がアールスメロンよりも手ごろ。青肉系メロンの中でも値段の差別化を図る。
アールスメロン	一年中、提供出来るメロンとして選定。高級メロンとしての位置づけ。今月の販売戦略である贈答品のメインとして選定。アンデスメロンとの差別化もできる。
ルビーメロン	今月の販売戦略である贈答品のメインとしても選定。糖度が高く、果肉に締りがある。赤肉メロンのクインシーメロンと差別化。
ハウスみかん	手ごろな価格なので、贈答品を豪華にするための商材の一つとして選定。また、早生みかんの出荷までしばらく期間もあくが日持ちもするため多めに出荷。
刀根柿	現地より入荷の希望があり出荷。秋商材の顔出し、また、秋の販売戦略を考えるためにも選定。



3. 販売実績

8月11日よりラマダンが始まり、店舗オープン時間は18時～1時までとなったことからランチ営業が出来ず、夜間は自宅でラマダン料理(日本で言うところのお節料理)を食べる習慣があり、併設レストラン自体への来店者が激減し、売り上げに大きく影響した。

また、ラマダン時における労働効率の低下により現地輸入通関手続きに多くの時間を要し、2日間の納品遅れが生じた。その結果、店舗納品時の着荷状態が悪く、全体に鮮度が落ちてしまい、一部販売出来なくなった商材もあった。こうした中東地域ならではの問題に直面したことで地域特性の調査の重要さを痛感した。

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
アンデスメロン	山形	7.00	3	21.00	6,437
ルビーメロン	宮崎	8.00	3	24.00	7,356
アールスメロン	静岡	10.00	2	20.00	6,130
みかん	愛媛	3.00	8	24.00	7,356
白桃	山梨	3.00	5	15.00	4,598
デラウェア	山梨	4.50	3	13.50	4,138
巨峰(種無し)	山梨	5.00	6	30.00	9,195
ピオーネ	山梨	5.00	4	20.00	6,130
合計			34	167.50	51,339

(8月平均)1 KDクウェートディナール) = 306.5

* 現在プレオープンの状態であり、店舗施工後のグランドオープンは10月初旬予定



4. 仮店舗状況

【活動】試作品の作成及び試食による反応確認

グランドオープン(10月初旬予定)後、フルーツパーラー営業を予定しているため、試作品の作成と試食による反応調査を行った。

クウェート市内のホテルやレストランの価格調査をした結果、4KDが平均的な市場価格であることがわかった。マリーナ店は場所柄、富裕層のファミリーや若者をターゲットにしているため、へ金的な市場価格よりも安価な価格帯で勝負をする必要がある。ラマダン中で売り上げも伸び悩んでいたため、見切り品の活用や他国産商材との組み合わせを検討しつつ、試作品の改良を行った。

①スムージーの作成

デラウェアとメロンを使用した。メロンスムージーはメロンだけだと高価になってしまうため、バナナを混ぜて作成した。

②冷凍果実の試食

柔らかくなった柿を冷凍し、試食前1時間ほど冷蔵庫で解凍したものを試食させた。大変おいしいと好評で皮まで食した方もいた。

その他、脱粒した巨峰・ピオーネの粒を冷凍し、ソフトドリンクに氷の代わりに入れるなど、加工する事により、付加価値をつけた販売方法を検討していく。

【店舗の改装状況】

ラマダンによる設計会社、施工会社の営業時間縮小から、当初のスケジュールから遅れが生じている。

【見切り品を使用したスムージー】



【試食の様子】







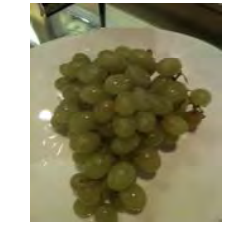



5.競合他国産品との比較

今月の比較商材【マスカット】

◆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	ヨルダン	イタリア
糖度	16.8 - 21.7	10.4	14.7
価格(kgあたり) KDクウェートディナール	KD 6.00 0.63kg (KD 10.5/kg)	KD0.990/kg	KD1.400/kg
価格(kgあたり) 日本円 (1KED=306.5)	3218/kg	303/kg	429/kg
見た目	実が大きく、丸くて美しい。色も綺麗で見た目からしゃきしゃきとした新鮮さがある。	実が小さく、よくみる。	実が縦長く、大きい。見た目から新鮮さもあり、美しい。輝きがある。
試食意見	とても甘く、新鮮である。皮が薄くしゃきしゃき感がある。みずみずしさもあり、味が濃厚である。日本産と他国産の違いがしっかりわかる。	味も香りもなく、甘さもない。小さくて食べやすいが、好きな味ではない。	甘くて酸っぱい。みずみずしさはあるが、しゃきしゃき感はない。
			
			

(8月平均)1 KDクウェートディナール)=306.5

◆結果

他国産と価格差はあるものの、一度食してみると味の違いは明確である。しかし、外見による大きな違いがないことから、試食をさせ食味の違いをアピールした販売を行う。



6.顧客アンケート結果

クウェート店 顧客総評		実施期間 8月1日～8月31日	
人種	人数	性別	人数
アラビア人	9	男	7
欧米人	0	女	14
その他	12		
総計	21		

品目	顧客意見
ピオーネ	とても甘くて、みずみずしい。地元のと比べても、味は驚く程美味しい。
巨峰	とても甘く、大ぶりなのが良い。
デラウェア	濃厚な甘さで、本当に美味しい。
白桃	みずみずしく、甘さが恋い。
柿	冷凍した柿は、大変美味しい、皮まで食しました。
マスカット	味が濃厚で、とても甘い。みずみずしさが良い。
みかん	とても甘くて美味しいので、値段は高いが購入。



7. 出品物に対するアンケート結果

「ロングライフミルク」の出荷者応募の申込みがあったが、クウェートではヨーロッパ産や現地の牛乳・ラクダのミルクが販売されており、競争力について不透明であった。そのため、牛乳の市場調査を行い、今後の可能性を図ることにした。

【申込み商品】

常温で保管できるロングライフミルク

【クウェートでの販売状況】

中東地域内生産品やヨーロッパからの輸入品を含め、牛だけでなく、らくだのミルクも販売されている。味や種類が豊富にあり、チョコレート・バナナ・いちご味などの乳飲料も販売されており、味も種類も豊富である。試飲したところ、日本産と比較しても遜色ない。パッケージは日本とは異なり、紙パックよりプラスチック製容器が主流である。ロングライフミルクの平均価格はKD0.35/1L(日本円換算 ¥107/1L)、生乳がKD0.80/1L(日本円換算 ¥245.2/1L)と生乳の方が高価であるものの、輸送コストを考慮すると、価格的に合わないことが予想される。



【 Carrefour 】



【 Sultan Centre 】

8月は柿・柑橘類以外に豆腐など、数種類の申込みがあった。豆腐は賞味期限・添加物など、現地側のレギュレーションを確認中であり、出荷可否についてはまだ確定していない。青果物は収穫時期になり次第、現地でアンケートを取る予定。



8. 次月(9月)の活動計画

◆9月のアクションプラン

- ① 新バージョンの秋パンフレットをターゲット顧客層が通う病院・レストラン・ホテルに置き認知度を高める。
- ② フルーツパーラーの本始動に向けて、試作品のアンケートを詳細にとり、より正確な嗜好調査を積極的に行う。

◆次月の課題

- ① ラマダン(8/11~9/9)が終了後、すぐにイード(9/9~9/12)の休日に入るため、レストラン来店者数がラマダン時同様停滞されることが予想されるので、事前の集客活動が重要になる。SMS送信による既存顧客への呼びかけや新規顧客開拓のためにパンフレットの配布場所を新たに開拓する必要がある。
- ② 商材全般に顧客意見が少なかったため、商材に対する意見をまんべんなく聞き、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必要がある。

◆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
	甲斐路	山梨

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	和歌山
梨	幸水	茨城
	二十世紀	鳥取
	新高梨	茨城