



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11月度

株式会社近鉄エクスプレス販売



# 1.総評

フルーツ・パーラーでの青果と、それを使ったスイーツと日本茶を組み合わせた販売に、クエート・ローカルの関心が高まりつつある。価格が上昇傾向にある日本産果物の購入に関しては、未だ二の足を踏む傾向が見られるが、新しいジャパニーズ・スイーツへの購買意欲の増加と比例した販売高の上昇が期待できる。

実際に、週末のクエート常設店のあるマリーナエリアでは、目を見張るほど人手が多くなってきており、屋外でジャパニーズ・スイーツを食する、クエート・ローカルを多く目にするようになってきた。

ヨーグルトを多用して、フルーツ本来の食味が判らなくなっている欧米のスイーツとの差別化の為、フルーツの食味を残して、健康志向を持つ人々の潜在的要望に応えられるような、バランスの良いジャパニーズ・フルーツの開発、拡販を目指して行きたい。

12月には新任の小溝特命全権大使を御招待させて頂き、リニューアルされたジャパニーズ・フルーツパーラーのお披露目を、プレスを招致して執り行う予定である。来年度の日本・クエート友好50周年の各種企画を前にして、OISHII NIPPONのフルーツ・パーラーによる、青果、スイーツの販売が、クエート国民の目を日本の食材に、ひいては日本文化へ目を向けさせる為の火付け役となる事を期待されている。



## 2. 今月(11月)の商材

品目	選定理由
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。
シナノスイート シナノゴールド ジョナゴールド	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。
刀根柿/次郎柿	他国産との差別化に苦戦している柿だが、日本産柿のベーシックな品種として紹介。
筆柿 富士柿 太秋柿	他国産との差別化が難しく、苦戦していたため、品種のバリエーションを増やすことで、視覚から訴え、実際に食べ比べをしてもらい、お気に入りを探してもらうという戦略を実施。
ラ・フランス	昨年度、他国産との区別が難しく苦戦したものの、今年は大玉を取り入れ、香りをアピールするなど戦略を変えて再挑戦している。
新高梨/にっこり梨	大きな梨の品種リレーとして、新高梨からにっこり梨につないだ。競合他国産があるものの、梨の売れ行きは好調のため。



### 3. 販売実績

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
ルビーメロン	宮崎	12.50	2	25.00	7,568
アールスメロン	静岡	22.00	0	-	-
		26.00	0	-	-
早生みかん	愛媛	0.75	6	7.00	2,119
サンふじ	青森	3.50	18	63.00	19,072
津軽りんご	青森	3.50	2	7.00	2,119
ジョナゴールド	青森	3.50	4	14.00	4,238
にっこり梨	栃木	5.25	10	52.50	15,893
新高梨	栃木	6.00	24	144.00	43,593
刀根早生	奈良	2.50	22	55.00	16,650
富士柿	愛媛	4.00	2	4.50	1,362
長野パープル	長野	8.00	2	16.00	4,844
巨峰(種無し)	山梨	7.00	14	98.00	29,668
甲斐路	山梨	8.00	13	104.00	31,484
合計			119	590.00	178,611

(11月平均)1 KDクウェートディナール)= 302.73



## 4. 販売戦略

フルーツパーラーとして活動を始め、2ヶ月目に入り、デザートメニュー目当ての来店者が多くみられるようになってきた。(10月オーダー数:106、11月オーダー数:152)  
フルーツの購買とデザートメニューオーダーの相乗効果を狙った販売戦略を行った。

### アクションプラン① SMS送信

#### 【目的】顧客誘致を図る

冬商材を使用した新メニューの販売を開始。冬商材と新メニューを同時に情報発信することで、来店を促した。口コミや個人への情報提供を信用する国民性から、SMSを見て来店した既存顧客が多い。来店者からの紹介による携帯電話番号の入手で顧客リスト(送信先リスト)の数を増加させる。

### アクションプラン② デisplay方法の変更

#### 【目的】購買量の拡大→持ち帰り・ギフトボックス作戦

日本の高級フルーツ店舗の戦略から手法を取り入れる。あくまでも日本産果実を販売増加を目的とした、フルーツパーラーの展開であり、デザートメニューを食し日本産フルーツの味を知った来店者がその場で購入する仕組みを導入した。自宅もしくは友人宅へのお土産としてフルーツを購入したくなるよう冷蔵ショーケース内にギフトボックスに入れた状態でディスプレイを行った。12月のギフトシーズンに向けて顧客の反応をみる。

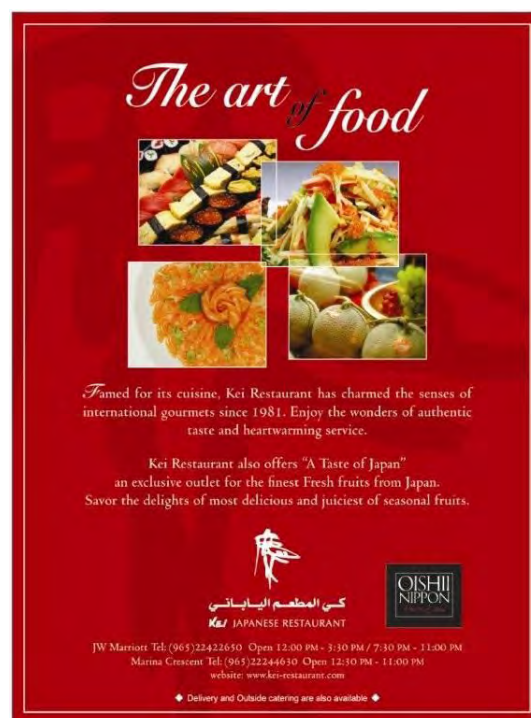


《持ち帰り/ギフト用Box》



《11月新メニュー》

## 5. プロモーション活動



### ◆アルーオストーラマガジンへの広告掲載

クウェートのハイエンドファッションマガジンであるアルーオストーラマガジンに広告掲載を行った。








## 6.競合他国産品との比較

### 今月の比較商材【りんご(青)】

#### ◆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。

	日本	フランス	USA
原産国	日本	フランス	USA
糖度	13.1	10.2	11.3
価格(kgあたり) KDクウェートディナール	KD 4.6 / 0.36kg (KD 12.77/kg)	KD 0.650/kg	KD 0.990/kg
価格(kgあたり) 日本円 (1KWD=302.73)	3866/kg	197/kg	300/kg
見た目	大きいので1玉で家族全員が食べれる。持つと重みがあり、形がきれい。	小さいが、外皮がツルツルして、光っている。	外皮がツルツルとしていて、形が美しい。
試食意見	新鮮でジューシーである。甘さの中の酸味がいい。シャキシャキ感がない。	酸味が強いが、シャキシャキ感がある。甘さが無い。	酸味が強いが、シャキシャキ感がありジューシーである。香りがいい。多少甘さを感じる。
			
			

\*比較商材の購入先: Sultan Centre(品揃えが豊富な大型のスーパーマーケット)  
(11月平均)1 KDクウェートディナール=302.73

#### ◆結果

価格では全く勝てない。しかし、大きさと糖度で差別化を図る。ギフト需要での販売を目指す。

## 7.顧客アンケート結果



クウェート店 顧客総評		実施期間 11月1日～11月30日	
人種	人数	性別	人数
アラビア人	15	男	16
欧米人	7	女	9
その他	3		
総計	25		25

品目	顧客意見
ふじりんご	香りがよくて、甘みと酸味のバランスがいいから好き。
新高梨/にっこり梨	果汁がすごく多く、甘みも強い。 こんなに大きな梨を見たのも初めて！
赤肉メロン	こんなに甘いメロンを食べたのは初めて。
刀根柿	柿を好んで買うことはないが、この刀根柿は味がいいから購入した。甘くて、軟らかい食感が好き。
長野パープル	甘味が強くておいしいので、一人で全部食べれるくらい。
デザートメニュー	顧客意見
フルーツチーズケーキ	あっさりした味で食後にも軽くて食べやすい。 フルーツが新鮮で色々楽しめている。
舞妓パフェ	フルーツと他のスイーツと一緒に楽しめてうれしい。
東京かわいいパフェ	見た目が可愛い！フルーツの甘さが引き立っている。
フルーツコンポート	甘さが足りない。アイスクリームと合わせると合うし、甘さもプラスされる。
メロンプレート	とても甘くておいしいけれど、価格が高過ぎる。 果実がしっかりとっていて甘くておいしい。
フレッシュメロンジュース	メロンの香りと甘さがいい！



## 8. 次月(12月)の活動計画

### ◆12月のアクションプラン

#### ①新大使就任セレモニーの開催

在クウェート日本大使館に小溝大使が就任されたので、セレモニーを開催。新聞社の誘致を行い、プロモーション活動を行う。

#### ②フルーツデザートセミナーの開催

一案として、自宅で楽しめる日本産フルーツ・デザートの「作り方セミナー」を常設店舗内で開催する。そのための食材提供を行う。日本産プレミアムフルーツの安心・安全をアピールし、糖度などの数値を示しながら、家庭で楽しむ特別なデザートを提案する。

### ◆次月の課題

ケータリングやマリOTT店でもパンフレットの配布を行っているが、来店される方の来店動機が新聞広告や口コミに過半数を占めており、パンフレット配布の効果が見られない。新規顧客の来店を誘致するための戦略として、ローカル女性を対象とした前述の「作り方セミナー」開催など、家庭とその友人への直接的なPR戦術を検討している。

### ◆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
メロン類	ルビーメロン	宮崎		王林	青森
	アールスメロン	宮崎・熊本		ジョナゴールド	青森
柑橘類	早生みかん	愛媛・熊本		陸奥	青森
	きんかん	宮崎	柿類	冷蔵富有柿	愛知
	晩白柚	熊本		富士柿	愛媛
梨	にっこり	栃木		干し柿(あんぽ柿)	山梨
	ル・レクチェ	新潟			
	ラ・フランス	山形			