

2.(9) 総括

(1) 販路拡大 ~日本酒、米菓、農業機械などを中心に販売可能性を調査~

【調査内容】

<日本酒>

- ・日本酒の売上は伸びているが、消費順位は、ビール、焼酎、ウイスキーで、日本酒はセレブの飲み物との位置付け。
- ・価格で競うのではなく、寿司なら日本酒というように、食文化をセットで売り込むことで販売効果が見込める。
- ・ベトナム人は香りがするものを好む傾向があり、日本酒も冷酒ではなく熱燗が主流。

<米菓>

- ・量販店で販売されている日本製の米菓は、ベトナムのほか東南アジア近隣諸国での生產品に比べ、販売価格が高い。

<農業機械>

- ・他の製品同様、農業機械についても日本製品に対する信頼性は高い。ただし高額。
- ・中国製品はすぐ壊れるが安さで勝る。
- ・中古製品は多いが、日本の中古農機が販売されているか不明。

【所感】

<日本酒>

- ・ベトナムにおける日本酒は、高級品として富裕層の一部では地位を築いている。販路拡大に関しては、商品価格の高さ、認知度の低さから、すぐに大量販売につながる市場とは言えない。
- ・ただし、昨今の日本食ブームなどにより、現地でもすでに受け入れられている寿司などの日本食と組み合わせた売り込み方法により、販路拡大を見出せる可能性はあると考える。

<米菓>

- ・米菓(せんべい、あられ)は一定の市場があるが、販売価格については現地あるいは第三国製の安価な製品との競争となるため、販売対象を絞るか、または、安価な製品製造などの工夫が必要。
- ・現地で好まれる食味は甘辛い(甘く、塩辛い、辛い)ものであることから、そうした食味に近い既存製品をターゲットとし、現地での受け入れの感触を探ることで、販売の可能性が見出せると考える。

<農業機械>

- ・日本製品に対する信頼性の高さから、中古農機の販売可能性はあると考えられる。
- ・販売価格次第では、新品農機の販売可能性もあるが、機能の省略などの工夫が必要と考えられる。

(2) インバウンド観光 ~ベトナムでの観光事情について確認~

【調査内容】

- ・1か月あたりの世帯所得が約7万2千円から14万円までが中間層・富裕層。
- ・ベトナムから日本への渡航者は年間84,469人(平成25年)()。
- ・訪日客のほとんどが富裕層。今後、中間層(が拡大していく)を取り込む必要がある。
- ・ベトナムから日本へのツアーの平均価格は6日間で約19万円。
- ・東京、横浜、京都、奈良、富士山などのゴールデンルートの他、北海道へのツアーが主。
- ・ホーチミン発着の近隣国へのツアーの平均価格は、以下の通り。
 - *シンガポール、マレーシア方面...7日間で約5万5千円。
 - *タイ方面...6日間で約4万円。
 - *カンボジア方面...4日間で約2万5千円。

【所感】

- ・中間層・富裕層の1か月あたり世帯所得が約7万2千円から14万円までであることからすると、日本は簡単に渡航できる国ではない。一方で、平成25年度の訪日観光客数は84,469人で、対前年比53.1%の伸びを示している(1)ことや、平成26年9月30日から開始された東南アジア3か国(インドネシア、フィリピン、ベトナム)向けのビザ発給要件の緩和措置により、今後更なる訪日客の増加が見込まれる。
- ・今回実施したアンケート結果では、日本で「イメージするもの」として、「桜」、「雪」、「日本食」が大きな割合を占めている。日本への観光で訪問しやすい時期として回答が多かった4月は、当地域においては「桜」の季節、かつ山間地にはまだ雪が残っていることもあり、当市の売りである「桜」、「雪」、さらに「日本食」をセットにした誘客プロモーションが可能と考える。
- ・ターゲット国のニーズや、傾向、国民性、嗜好等の情報を把握し、各市場に合った旅行日程の提案が必要となるほか、受入体制の整備も進めていく必要がある。

() 出典：「日本政府観光局(JNTO)」

(3) 直江津港の振興

～ホーチミン港における荷役及び港と後背地との貨物の輸送状況を調査～

【調査内容】

- ・2013年のカトライターミナルのコンテナ貨物取扱量は390万TEU。年間の取扱能力は、420万TEU。
- ・サイゴンニューポートコーポレーション(SNC)は、ベトナム港湾全体の半数の貨物を扱っている。
- ・航路数は60便/週。うち日本寄港は5便/週。
- ・リーファー(冷凍)コンテナ用のプラグは、1,100TEU分備えており、背後の冷蔵倉庫で冷蔵貨物のコンテナ積み下ろしを行っている。貨物は、オーストラリアからの牛肉。
- ・サイゴン川河口のカイメップ・チーバイ港は、大水深であることから、米国とヨーロッパへの直行便(基幹航路)の貨物の取り込みを目指しており、東西(北米、欧州)の基幹航路が10便/週発着。うち日本寄港は2便/週。

【所感】

- ・上越市の企業は、既にベトナムの港を利用していることから、輸出入の面でよりスムーズな物流のために協力を図っていくことが確認できた。

(4) 全体を通して ~今後の展開~

- ・ベトナムは、約9千万人の人口を擁し、リーマンショック以降も年率5%を超える経済成長率を維持しているほか、平均年齢が約28歳と東南アジアの中でも、将来の市場として有望な国である。
- ・今回訪問したホーチミン市は、首都ハノイに対してベトナム経済の中心とされており、訪問時には、今まさに成長を加速させている国の熱気がひしひしと感じられた。
- ・販路拡大については、聴取内容、アンケート結果(クロス集計を含む)等の分析結果や市内企業のニーズ把握により、効果的な海外展開の策を検討し取り組んでいく。
- ・インバウンドについては、情報を新潟県(国際観光テーマ地区推進協議会)等と共有し、東南アジア向け観光展での情報発信やメディア招聘・旅行業者招聘などについて、連携して取り組んでいくほか、外国人観光客の受入体制整備を実施していく。
- ・直江津港の振興については、ベトナムを始めとする東南アジア周辺国との取引がある荷主企業に対して、ポートセールスの際にホーチミン港での物流状況などについての情報提供と併せ、情報の収集に努めるとともに、東南アジア、東アジア方面からの取扱貨物量の増に繋げていく。
- ・今回視察によって得られた情報を、市内企業等に広く情報提供し、市内企業等が海外展開をする際の参考としていただくとともに、ベトナムを始め、成長が著しい、または今後も成長が見込める東アジア、東南アジアも含めた市場への販路拡大をインバウンドとともに視野に入れていく。