



# とよしん

## 海外貿易投資ニュース



第49号  
発行日: 2015.6.15

### 柔軟な価格設定が重要 - 消費市場最前線を現場のプロに聞く - (ベトナム)

ベトナムでは、日本製品を取り扱う小売店が増えている。ホーチミン市内に4店舗を構える八チハチは、日本製品を扱う日用雑貨店だ。グエン・トイ・ホー・ニャット社長とカオ・ビン販売部長にベトナムの消費市場の特性などについて聞いた。

<「日本製品 = 高級」というイメージ>

問:よく売れている商品は、

答:現在、当社では1万種類ほどのアイテムを取り扱っている。その中で、キッチン用品が一番売れており、全売上高の50%を占める。次に売れているのはバス用品。あとはボディーケア用品や、子供のおもちゃ、トラベル用品なども売れている。1人当たり平均で5点、29万ドン(約1,595円、1ドン=約0.0055円)購入する。中国製品も一部置いてあるが、信用できない、として絶対には買わない人もいる。一方、日本からの製品を多く取り扱っていることで、店自体が良いイメージを持たれている。



1万点の商品が取り扱われている店内(ジェトロ撮影)

問:顧客層は、

答:リピーターが多いが、その中でも30代から40代の女性が多い。日本製品を取り扱っているイコール高級、というイメージから富裕層の女性客が来店する傾向がある。

問:ベトナム人の地域別消費特性は、

答:北部はブランド意識が強く、自分が好むブランド品なら多少値が張っても買う(図参照)。だから、化粧品などは南部よりはるかに新しいものが出回っている。ブランド品を買い、それを周りに見せて、自分が認められることを望む。一方で、他人に見えないもの、例えば食品などは安いもので済ませる。南部はブランドというより、アイデア商品、珍しいものを好む。またデザインへの意識も強いが、意外とシンプルなもの好む。色は白、青、緑などが好まれ、赤、ピンクなどは好まれない。中部は余裕がなく節約志向が強いため、価格に敏感で、安いものでなければ買わない。

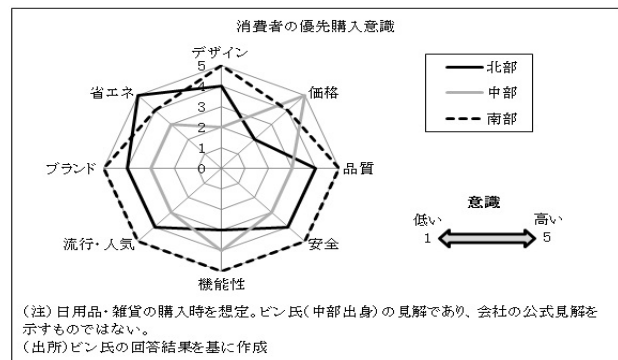
<進出するなら新規の商品で>

問:日本製品を売るに当たっての留意点は、

答:価格設定が一番重要だ。価格の設定方法は、ものによって異なるが、例えばタオルは3万5,000ドンなら売れるが、10万ドンだと売れない。日本の100円ショップのようなワンプライスの商品はベトナムでは売りづらいため、当社では、売れ残りはセール品としてディスカウントして売るなど、フレキシブルに対応している。また、既に国内のスーパーマーケットなどで流通しているものと似たような商品は、新たに置いても売れない。進出するのであれば、新しい商品を持ち込むことが重要になる。



ニャット社長(右)とビン販売部長(ジェトロ撮影)



(出所:ジェトロ通商弘報2015年5月12日 51cc18c2e0aa3300 「柔軟な価格設定が重要 - 消費市場最前線を現場のプロに聞く(5) - (ベトナム)」)

## 個性が光る日本酒に人気 - ニューヨークで日本酒試飲・商談会を開催 - (米国)

ジェトロと日本酒造組合中央会は、ニューヨーク市イーストビレッジ地区のイベントホール「アスターセンター」で酒類を扱う小売業者やレストラン関係者などを対象とした日本酒試飲・商談会「2015 New York Sake Tasting For Food & Beverage Professionals」を開催した。日本から蔵元16社が参加し、約120人が来場した。今回の試飲・商談会では、個性が光る日本酒に人気が集まった。

## &lt; 多種多様な40銘柄超が並ぶ &gt;

2月17日に行われた今回の商談会には、日本の蔵元16社が参加し、各社自慢の純米大吟醸、純米吟醸、純米、にごり、日本酒ベースの果実酒といった、40銘柄を超える多種多様な日本酒がそれぞれのブースに並んだ。中には、オーガニックの原材料にこだわった製品を出品する出展者や、まだ米国に出していない新商品を紹介する出展者もみられた。



多くの来場者でにぎわう会場

## &lt; 商品の個性が尊重されるニューヨーク &gt;

米国には既に数百の銘柄が輸入され、米国人による日本酒の生産も始まっている。ある来場者は、日本酒はもはや珍しくなくなり、個性が尊重されるニューヨークという土地柄、個性の光る銘柄を求めたい、と語った。あるソムリエは、微発泡性のとろみのある濁り酒について、ヨーグルトのような風味があり、カクテルにも利用できそうでユニークだ、と感想を述べた。また、あるレストラン経営者は、日本酒を用いた梅酒は、まるやかな風味で甘さが抑えられている分、さまざまな料理に合いそうだ、とコメントした。

## &lt; セミナーでは日本酒と西洋料理のペアリングも &gt;

今回の試飲・商談会では、日本酒の知識や理解をより深めるために2つのセミナーを行った。

1つ目は、酒類総合研究所の藤田晃子主任研究員による日本酒一般の基礎知識についてのセミナーで、日本酒とは何かという問い掛けから始まり、醸造のプロセス、種類についての説明など、入門的な内容でありながらも随所に専門的および技術的な知識を盛り込んだ内容だった。2つ目として、「酒サムライ」(注)の称号を持つロジャー・ダゴーン氏が、日本酒と西洋料理とのペアリングについてのセミナーを行った。ダゴーン氏はニューヨークの著名なワインソムリエで、フランスワインに造詣が深い。今回は、カキ、白身魚、鶏肉、ホタテ貝、マカロン、チョコレートの6種の食材と、それぞれに合う日本酒のペアリングが行われた。セミナーでは、和食だけでなくさまざまな料理と相性が良い日本酒の魅力が紹介され、参加者たちは興味深く聴きながら、熱心にメモを取ったり質問をしたりしていた。

(注)全国の若手蔵元で組織する日本酒造青年協議会が「日本酒を愛し、日本酒の素晴らしさを内外に広めることに貢献している、また貢献できる可能性を持つ者」に対して与える称号。世界中で54人の酒サムライが活躍している。

(出所:ジェトロ通商弘報2015年5月25日 7be65122fb1f1dd7「個性が光る日本酒に人気 - ニューヨークで日本酒試飲・商談会を開催 - (米国)」)

**！！外貨両替は弊庫へ 米ドルは全店で、17通貨は本店で取扱中！！**

次のセミナー等をご案内させていただきました。

セミナー等名称	開催地	主催者
「農林水産物・食品輸出」商談スキルセミナー	名古屋	ジェトロ名古屋
メキシコセミナー	名古屋	国際協力銀行
メキシコ自動車産業進出セミナー	名古屋	ジェトロ名古屋
米国ビジネス進出 - 成功と失敗の分かれ道 -	名古屋	米国イリノイ州政府駐日事務所
食品輸出マーケティング・スクールin名古屋	名古屋	ジェトロ名古屋
中小企業のための海外販路開拓・拡大セミナー	名古屋	名古屋市
JICA民間連携制度理解促進セミナー	名古屋	JICA名古屋

心と心のおつきあい  
**豊田信用金庫**

国際業務部

〒471-8601  
愛知県豊田市元城町1-48

電話 0565 - 36 - 1381

FAX 0565 - 36 - 1213

URL <http://www.toyoshin.co.jp>