

2025 年 10 月 14 日

ベトナムへの県産果物・八女茶の輸出拡大への取組について

バンコク事務所長 東 智子

1. ベトナム市場の動向

過去 10 年間、ベトナムの GDP は年率 6～7%の高水準で成長し、1 人当たりの GDP は 2024 年に 4,717 米ドル(約 70 万円)と、この 10 年間で約 2 倍になった¹。人口は一億人を超え、消費意欲が旺盛な子育て世代を中心とした中間層が拡大していることから、ベトナムを消費市場として考える日系企業が増えている。

日本からベトナムへの農林水産物輸出額は増加傾向で 2024 年は 862 億円(前年比 23.7%増)、世界 6 位であった²。ベトナム国内の果物消費量は 2018 年から 2022 年に約 2.6 倍に増加し、野菜の消費量と同程度になっており³、店舗によっては野菜より果物の売り場面積が広いという話も聞く。また、日本茶、特に抹茶を含む粉末状の緑茶の輸出額が伸び、過去 5 年間で約 7 千万円から約 6.4 億円と約 9 倍になった⁴。訪日ベトナム人数は堅調に推移し、2024 年は 62 万人を超え過去 5 年間で約 1.3 倍⁵になり、日本に親しみを持つ人も増えている。これらから日本産果物と日本茶のベトナムへの輸出を拡大できる可能性が高い。

2. ベトナムでの日本産果物と抹茶の販売状況

現在、日本からベトナムへの輸入が許可されている生鮮果物はリンゴ、日本ナシ、ウンシュウミカンの 3 品目のみで、二国間合意による条件を満たす必要がある。日本産を含む輸入果物は比較的高価なため、主に高級果物専門店や高級百貨店の果物売場で富裕層向けに販売されている。また、ベトナムでは、祝事や旧正月などに果物を贈る文化が存在するため、日本産果物は贈答品としても人気が高い。今回、本県産ウンシュウミカン(以降、福岡みかん)を含む日本産果物の販売に積極的なベトナムの 2 大輸入青果物取扱店と高品質な抹茶に拘る日本産抹茶専門店で話を聞いた。

(1) KLEVE Trading and Investment Joint Stock Company(Klever Fruit)

全国 50 以上の自社店舗および HP で輸入果物を販売する。日本産果物はリ

¹ World Bank 「World Development Indicators database」

<https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators> (参照 2025-7-14)

² 農林水産省「2024 年の農林水産物・食品の輸出実績」令和 7 年 2 月 4 日

³ ベトナム輸出支援プラットフォーム「品目別カントリーレポート青果物」2024 年 3 月

⁴ 日本茶輸出促進協議会「日本茶輸出状況」

⁵ JNTO「訪日外客統計」<https://www.jnto.go.jp/statistics/data/visitors-statistics/> (参照 2025-7-15)

ンゴ、日本ナシ、ウンシュウミカンの販売実績がある。福岡みかんは甘いため顧客の反応が良いと評価している。販売にあたって、顧客に果物の購入を勧める社員が果物の特徴をよく理解することが必要と考えている。

(2) Tony Fruit Company Limited (Tony Fruit)

輸入果物を卸売、自社の6店舗やHP、大手ECプラットフォームで販売する。同社も日本産果物はリンゴ、日本ナシ、ウンシュウミカンの販売実績があるが、他国産より高価なため、卸先や顧客に対して価格差の理由を丁寧に説明する必要性を感じている。そのため、取引先から入手した産地の特性や果物の品質の情報をもとに従業員教育を行っている。

(3) Nagocha matcha specialty & teahouse (Nagocha matcha)

ベトナム唯一の日本産抹茶専門店と自負し、八女抹茶を含む茶道用抹茶を使用した飲料と菓子を4店舗で提供する。同社の飲料はベトナム産抹茶を使用した他社の飲料の10倍以上も高価だが、リフレッシュを目的とした来店者が多い。同社を真似たカフェも出てきたが、同社は抹茶ができるまでの工程や商品特徴に関する独自の従業員研修を繰り返し実施し、サービス向上に努めている。同社は主に宇治抹茶を扱うが、八女抹茶は旨味が強く美味しいと評価する。



【写真1】八女抹茶と抹茶わらび餅

3. 県産品の輸出拡大に向けた取り組み

本県はベトナムへの福岡みかんの輸出拡大を目的に量販店や小売店での販売促進活動を継続し、2024年度は新規に輸入青果物取扱店の店舗責任者向け研修会を実施した。福岡みかんの特徴を説明し、試食会やクイズも行い、参加者からは「研修会を通して、福岡みかんの特徴や魅力を顧客に伝えることができるようになった。従業員の販売意欲を高める貴重な機会となった」との好評価を得た。ベトナムで面談した各事業者は従業員が日本産果物の特徴を理解することを重視している。そのため、今後も事業者と連携した販売促進活動に加え、従業員に対する教育支援も継続することが必要である。



【写真2】店舗責任者向け研修会

また、日本茶専門店はまだ少ないものの、既に八女抹茶を高く評価する店があるため、八女茶の輸出拡大のためには、こうした店舗を通じて八女茶の良さを広く知ってもらうことが重要である。八女抹茶を販売する店舗責任者を本県へ招へいし、茶園や製茶工場を丁寧に紹介する。そして彼らが自社の従業員に対し、八女茶に関する教育を行えるようになることを目指す。これにより彼らを通じてベトナムの消費者に八女茶の魅力を継続的に説明でき、八女茶のブランド強化が期待できる。当事務所では、ベトナムの食品市場に関する情報収集にも取り組んでいくので、関心があれば問い合わせいただきたい。

※ 為替レート 1米ドル=147 円