

南アフリカ産生食用ブドウがベトナムで存在感を高める

PRODUCE REPORT 2024年5月9日

アジア市場の重要性が引き続き高まる中、南アフリカ産生食用ブドウ産業は、この市場へのさらなる浸透に向けた取り組みを強化している。その一環として、南アフリカ生食用ブドウ生産者協会 (SATI) は先日、中国以外のアジア諸国で初めての販売促進活動を開始した。3月下旬から4月中旬にかけて、この業界団体はジョイ・ウィング・マウ・アジア社及びフレッシュ・フルーツ-X社と協力して、ベトナム全土の複数のスーパーマーケットチェーンでの無料試食会など、様々な販促イベントを通じて同国の消費者に南アフリカ産生食用ブドウを紹介した。この取り組みの目的は、ベトナム市場における南アフリカ産生食用ブドウの認知度と人気を高めることであった。

3月25日から31日にかけて、SATIはジョイ・ウィング・マウ・アジア社及びウィンマート社と提携し、ハノイ市とホーチミン市のウィンマート15店舗で南アフリカ産生食用ブドウの販促週間を開催した。この販促活動は、黒と緑の生食用種無しブドウに焦点を当てた。セーブル、スイートジョイ、スイートグローブ、オータムクリスピーなどの品種を試食してもらい、南アフリカ産ブドウの特徴について教育することで、より多くの消費者が南アフリカ産生食用ブドウの歯触りの良さ、甘さ、新鮮さ、手頃な価格を明確に理解することができた。イベント開催店での南アフリカ産生食用ブドウの売上は、18~22%増加したと報告されている。

一方、SATIとフレッシュ・フルーツ-X社が開始した販促活動は、4月1日から4月14日まで実施され、スーパーマーケットチェーン「バック・ホア・サン」の25店舗を網羅し、1日平均1万人の消費者に訴えた。この販促活動で力を入れた主な品種は、スイートグローブとオータムクリスピーであった。商品の展示や無料の試食会などの販促活動を通じて、南アフリカ産生食用ブドウと消費者の関りが強化され、消費者の需要が高まった。

この販促活動のデータによると、南アフリカ産生食用ブドウの1店舗1日当たりの販売量は、前年同期比で150%増と、大幅に増加した。参加店舗の総販売量は5.32トンに達した。全体として、全参加店舗の小売販売額は前年比25%増となった。

店頭で消費者を対象に実施された調査によると、輸入生食用ブドウの購入を検討する際、ベトナムの消費者の半数以上が、手頃な価格、優れた品質及びベトナムの旧正月の時期(1月下旬~2月中旬頃)の入手し易さから南アフリカ産のブドウを好み、また、このことが南アフリカ産ブドウを家族への理想的な贈り物にしている。

南アフリカは世界第4位の生食用ブドウ輸出国であり、南半球の生産国ではチリとペルーに次いでいる。南アフリカは125年にわたるブドウの輸出の歴史を誇り、2022/23年度シーズンの総輸出量は31万7,382トンであった。同国では多様な気候や地理的条件により北から南まで全国でブドウ栽培がしやすく、栽培面積は約2万ヘクタールに及び、その地理的広がりにより、11月~5月の長い期間の供給が可能になっている。

アジア市場は近年最もダイナミックな市場の一つとして浮上しており、世界中の輸出業者にとっての魅力が着実に高まっている。南アフリカ産ブドウの出荷シーズンはアジア諸国とは逆で、アフリカとアジアを結ぶ輸送ルートの増加により、アジアでより大きな市場シェアを獲得することがSATIの戦略的焦点となっている。

長年にわたる中国でのマーケティング活動は成果を上げており、ベトナムでの販促活動も小規模ではあるものの、市場から好評を得ている。今後、南アフリカ産生食用ブドウ部門は、より多くのアジアの消費者に同国の味の良いブドウを好んでもらうことを目標に、アジア市場への継続的な拡大を目指している。

執筆者: ジン・ザン

この記事(英文)は[中国語の記事](#)から翻訳されたものです。