



海外展開のすゝめ

～福岡商工会議所を活用して～

海外展開の経験がない方にも
「海外展開」のあれこれを
隔月で分かりやすくお届け！

第八章 海外市場 ベトナムの魅力と食品市場

これから海外マーケット情報を順次発信していきます。
今回は、会員企業からのニーズ高いベトナムのマーケット
情報を発信します。

(1) 数年以内に1億人を突破する成長市場ベトナム

一般的事項	
国・地域名	ベトナム社会主義共和国 Socialist Republic of Viet Nam
面積	32万9,241平方キロメートル ※日本(37万7,972平方キロ)の0.9倍
人口	9,467万人(2018年) ※日本(1億2,644万人)の約75%
首都	ハノイ
言語	ベトナム語
宗教	仏教(約80%)、そのほかにカトリック、 カオダイ教、ホアハオ教など
政体	社会主義共和国

(出所：外務省「国・地域」)

経済概況	
実質GDP成長率	7.1%(2018年)
名目GDP総額	244.95十億ドル(2018年) ※日本(4971.93十億ドル)の約5%
一人あたり 名目GDP	2,590ドル(2018年) ※日本(39,305ドル)の約6.6%
ベトナムの輸出額	2,437億ドル(2018年)
ベトナムの輸入額	2,369億ドル(2018年)

(出所：外務省「国・地域」)

市場規模	
生鮮食品	28,152.8百万ドル
加工食品	11,885.0百万ドル
アルコール飲料	9,847.3百万ドル
ソフトドリンク	4,981.2百万ドル
ホットドリンク	878.5百万ドル
※小売額 ホットドリンクはコーヒー、茶など	

(出所：JETRO農林水産物・食品 国別マーケティング基礎情報)

(2) ベトナム人の習慣や嗜好とビジネスチャンス

ベトナムのバイヤー(製菓/卸売)によると、ベトナムは、全人口の平均年齢が30歳で、豊富な消費力を
持っており、次世代であるミレニアル世代も控えている
大変魅力的な市場です。ベトナム人は親日でメイドイ
ンジャパンの信頼性は高いと言われる一方で、中国や
ASEAN諸国の商品力も上がっており、クオリティーが
求められるという側面もあります。

ベトナムと日本では共通する生活習慣や食習慣があ
ります。例えば、ベトナムのテトといわれる旧正月に
は、贈りものを贈りあう習慣があり、菓子類、飲料等
が人気です。また、ベトナム近海の南シナ海や太平洋
ではまぐろやかつおなどの漁業が盛んであることから、
水産物の消費額が日本よりも高く、一般家庭で多く消

費されています。ベトナム向けに販売する際には、切
り身や干物のように食べやすい形で提供するなど、売
り込み方には工夫が必要です。(出所：JETRO農林水産
物・食品 国別マーケティング基礎情報)

また、ベトナム人は甘いものや、塩辛いものもよく
食べる食習慣から、塩分糖分の取り過ぎが問題とな
り、健康への意識が高まっています。健康意識の高ま
りと同時に、健康食品のニーズも高まっています。さ
らに、健康意識の高まりに相まって、現地輸入者によ
っては、GAP、HACCP等の国際基準を満たしてい
る商品を求められることもあります。注意しなければ
ならないのは、ベトナム保健省が管轄する機能性食
品、微量栄養素補助食品、補助食品等に対しては、
輸出国で発行された自由販売証明書の提出が要求され
ることや、輸入規制品目がありますので事前調査が必
要です。

(3) ベトナムでの販路

ベトナムでの販路は主に、輸入品専門店、ローカル
スーパーマーケット、モール、飲食店となります。これ
までの「海外展開のすゝめ」で紹介した「誰に」「何を」
「どのように」を考えて、バイヤーへ提案しましょう。

当所事業に参加したことのある現地バイヤーは、以
下のとおりです。

◆バイヤー

AEON CITIMART(食品小売)、AEON VIETNAM(食品
小売)、KIMONO(飲食)、La Maison(飲食)、NHAN
SUSHI(飲食)、G.E.T Viet Nam(食品卸売)、Nhat Anh
Trading Pt.Enterprise(食品製造)、SIM BA TRADING
(食品卸売)、タカヒロフードコーポレーション(食品卸売)等
12社

- まとめ**
- ・ベトナム＝豊富な消費力を持つ魅力的な市場
 - ・菓子類、水産物、健康食品のニーズ◎
 - ただし、売り方や規制に注意が必要。

海外展開の相談をご希望の方は、
ワンストップ海外展開相談窓口までご相談ください。

海外展開のご相談は
こちらまで▼

ワンストップ
相談窓口

海外展開のすゝめ
バックナンバーはこちらら
からご覧いただけます！

お問い合わせ／産業振興グループ TEL 092-441-1119