

(7) ベトナム Vietnam

基礎データ

人口：9,648 万人
 名目 GDP：2,452 億 1 千万米ドル
 1 人当たり名目 GDP：2,590 米ドル
 実質 GDP 成長率：7.0% (2019 年)

日本との関係

日系企業数：1,943 社 (2019 年)
 在留邦人数：22,125 人 (2018 年)
 日本食レストラン数：582 店 (2019 年)

1 市場の特性と消費の傾向

コメの生産・消費・輸出大国

A 市場の特性

ベトナムで生産されるコメは基本的に長粒種です。国民一人あたりの年間コメ消費量（精米換算）は 145kg と、日本人のおよそ 2.4 倍にあたります（FAO による）。輸出においても、2012 年は過去最高の輸出量を達成し、長年世界最大の輸出国であったタイを抜いたこともあります。三期作が行われており、輸出価格はタイ米よりも安いとされています。

コメの大生産国であるため輸入自体が少なく、日本からのコメの輸出がベトナムの輸入額に占める割合も未だわずかですが、玄米形態での輸出が解禁されたこともあり 2019 年の輸出額は 2016 年比で 4 倍超に増加しており、今後も拡大が期待されます。

B 消費の傾向

ベトナムはコメが主食ですが、フランス統治時代からパンを食べる習慣も一般的です。ハノイなど北部は中国からの影響が強く、薄味で塩や醤油ベースのあっさりした味、中部は唐辛子を使用した辛い味、ホーチミンなど南部はカレーやスパイスを多用し、砂糖を使用した甘く濃い味、と地域ごとに嗜好が異なります。

日本食は「美味しい」、「安全」、「ヘルシー」と人気があり、ベトナムにある和食レストランの多くは日本人ではなく、ベトナム人を主な顧客としています。近年は日本の外食チェーンも本格進出し、ベトナム人運営の店も展開しており、高価格から低価格へのシフトも起きています。

表-1 コメの生産・消費・輸出入の状況

	2015	2016	2017
生産量 (千トン)	45,091	43,112	42,764
消費量 (千トン)	20,272	20,437	20,667
輸出量 (千トン)	1,100	450	841
輸入量 (千トン)	50	87	79

表-2 日本からのコメの輸出状況

	2017	2018	2019
輸出量 (トン)	101	118	213
輸出単価 (円/kg)	327	314	305

表-3 日本からの米菓の輸出状況

	2017	2018	2019
輸出量 (トン)	42	55	75
輸出額 (百万円)	76	112	155

コメの主な輸入先国

タイ、ラオス、中国、インド、日本、シンガポール、米国、イタリア、韓国、カナダ

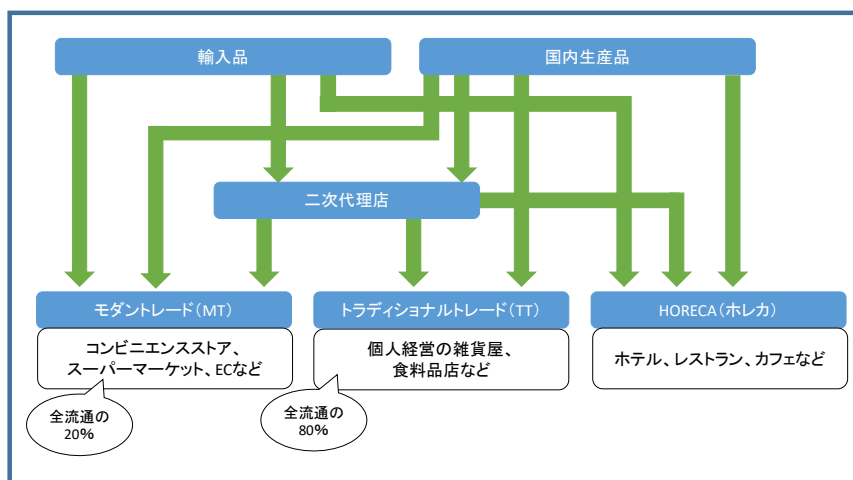
(7) ベトナム Vietnam

2 流通チャネルと取引慣行

日本からの商品はモダントレード中心

A 日本米の流通経路

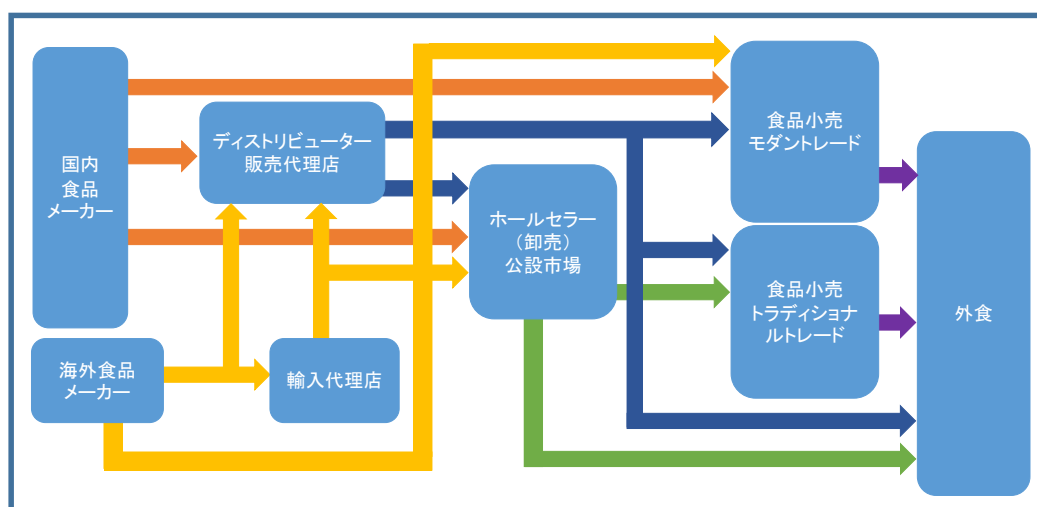
食品の主な販売先は、モダントレード（デパート、スーパー）、トラディショナルトレード（個人商店や公設市場）、HORECA（ホレカ：ホテル・レストラン・カフェの略語）に分かれます。日本からの輸入食品は高単価となるため、モダントレードと HORECA（特に日本食レストラン）の攻略が必須となります。



(出典) JETRO「ベトナムの食品市場（日本食市場）より

B 加工食品の流通経路

ベトナムでは、日本食品を専門に扱う小売店が輸入卸売業や飲食店を兼ねていることが多いです。加工食品を輸入する際は商品登録などの手続きが必要となる他、ベトナム国内で包装されていない食品（コメなど）を製造・販売する企業は、食品安全要件充足施設証明書を取得する必要があります（米菓など包装済み食品は不要）。



(出典) JETRO「日本からの輸出に関する制度 菓子の輸入規制、輸入手続き：ベトナムでの輸入手続き」より

C 取引慣行

ベトナムは南北に長い国土や戦争の影響により、商圏が分断しています。全国に販売網を持つ地場企業は少なく、南北でそれぞれパートナーを探す必要があります。物流では日系の冷凍倉庫や保冷トラックもあります。コールドチェーンに課題があり、温度管理が徹底されないケースも見られます。

(7) ベトナム Vietnam

3 関税割当枠と関税

特別優遇関税率が適用可能です

関税割当枠 精米、包装米飯、米菓のいずれも関税割当枠は確認できません。

関税 ベトナムの関税には、「MFN（最恵国）税率」、「日本・ASEAN 包括的経済連携協定（AJCEP）税率」、「日本・ベトナム経済連携協定（VJEPA）税率」、「CPTPP 税率」（2019年1月発効）のいずれかが適用されます。AJCEP・VJEPA・CPTPPの適用を受けるためには、原産地基準を満たす必要があります。なお、各協定の関税引下げスケジュールを含めた税率は以下のとおりです。

<p>精米（HSコード：1006.30.30）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ MFN 税率：40% ・ CPTPP 税率：免除 ・ AJCEP（日本・ASEAN 包括的経済連携協定）税率： <ul style="list-style-type: none"> 2019年4月1日～2020年3月31日：10% 2020年4月1日～2021年3月31日：8% 2021年4月1日～2022年3月31日：5% 2022年4月1日～2023年3月31日：3% <p>米菓の輸入関税率（HSコード：1905.90.80）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ MFN 税率：20% ・ AJCEP 税率：10% （毎年4月1日に2～3%ずつ減税し、2023年度から無税） ・ CPTPP 税率：5% ・ VJEPA 税率：12.5% 	<ul style="list-style-type: none"> ・ VJEPA（日本・ベトナム経済連携協定）税率： <ul style="list-style-type: none"> 2019年4月1日～2020年3月31日：12.5% 2020年4月1日～2021年3月31日：10% 2021年4月1日～2022年3月31日：7.5% 2022年4月1日～2023年3月31日：5% <p>包装米飯の輸入関税率（HSコード：1904.90.10）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ MFN 税率：35% ・ AJCEP 税率：11% （毎年4月1日に2～3%ずつ減税し、2023年度から無税） ・ CPTPP 税率：7.7% ・ VJEPA 税率：免除
---	---

4 検疫制度と食品規制

植物検疫、輸入通関手続き、食品安全検査が必要

A 検疫制度

精米・玄米ともにベトナムに輸出するには、植物検疫証明書をベトナムの植物検疫当局に提出する必要があります。

また、食品を輸入・販売する場合は、次の手続きが必要となります。

- a. 食品安全要件充足施設証明書：
 - 包装されていない食品を製造・販売する企業は、食品安全要件充足施設証明書を取得する必要があります。なお、米菓などの包装済み食品は不要です。
- b. 商品公表または商品登録：
 - 加工包装済みの食品を輸入する事業者は、商品自己公表手続きを行う必要があります。商品自己公表とは、所定の書式の商品自己公表書および商品テスト結果票を、マスメディアまたは自社のウェブサイトもしくは所在地において公表し、かつ、当局へ送付することにより行われる手続きです。また、健康食品などに該当する菓子を輸入する企業は、保健省または保健局において商品公表書登録手続きを行う必要があります。
- c. 輸入事業者の要件：
 - 外資企業がコメ・コメ加工品の輸入・流通業務を行う場合、計画投資局または工業団地・経済特区の管理委員会に対し、当該業務を事業目的に含めた投資登録証明書と企業登録証明書を申請する必要があります。また、コメの小売販売を行う場合、商工局からの経営許可書も必要となりますが、すでにベトナム国内でスーパー、ミニスーパー、コンビニを所有する企業のみが対象です。なお、コメ加工品の小売販売について経営許可書は不要です。

(7) ベトナム Vietnam

B 食品規制

製品表示の内容

ラベル表示には、ベトナム語による表記が義務付けられています。また、遺伝子組換え食品や機能性食品に関する表示規則等も別途あります。

コメの表示義務項目

- a. 商品名
- b. 内容量（正味重量）
- c. 製造年月日
- d. 収穫時期または包装日
- e. 商品に責任を持つ事業者（輸入業者など）の名称と住所
- f. 原産国：パッケージが産地と異なる国で行われた場合は、パッケージ国を併記
- g. 食品安全に関する勧告と警告

一般食品の表示義務項目

- a. 商品名
- b. 商品に対して責任を有する事業者の名称と住所
- c. 原産地
- d. 内容量
- e. 製造年月日
- f. 賞味期限
- g. 原材料リスト
- h. 食品添加物および成分量
- i. 食品安全に関する勧告と警告
- j. 使用方法や保管方法

残留農薬基準

コメは残留農薬規制の対象となります。ベトナムでは使用される農薬についてポジティブリスト制を採用しており「食品中に含まれる農薬の最大許容量を規定する保健省通達 50/2016/TT-BYT」において、農薬と食品の種類ごとに ADI 値（日常許容摂取値）および MRL 値（最大残留許容値）が定められています。法令に記載されていない農薬の残留は認められていません。

原産国関連輸入規制

平成 25 年 9 月 1 日付で、ベトナム向けに輸出されるコメ・コメ加工品に関する輸入規制はすべて解除されました。

5 小売店の店頭価格

日本産米の価格はベトナム産米の 2 倍以上

A コメの販売価格

ベトナムで主に消費されるコメはインディカ米ですが、ベトナム産のジャポニカ米も多く販売されています。商品名も日本産米とベトナム産米を区別することは難しい名前が付けられているように見受けられます。また販売単価は、ベトナム産米が 163 円/kg～206 円/kg であるのに対し、日本産米は 447 円/kg と、2 倍以上の価格で販売されています。

表-4 コメの販売価格（調査月：2019年4月）

商品名	産国（産地）	販売単位	価格（ドン）	円換算*
日本のお米 コシヒカリ	ベトナム	2.5kg	92,500	444
富士桜	ベトナム	5kg	215,000	1,032
ロータス寿司ライス	ベトナム	2kg	70,900	340
新潟コシヒカリ	ベトナム	5kg	169,900	816
米屋の特薦米	日本	5kg	465,900	2,236
SUSHI Rice	ベトナム	5kg	176,000	845

表-5 包装米飯の販売価格（調査月：2019年4月）

商品名	産国（産地）	販売単位	価格（ドン）	円換算*
Ottogi cooked rice	韓国	210g	20,000	96
CJ black rice	韓国	210g	19,500	94
Ottogi cooked rice	韓国	210g	32,500	156
Topvalue 新潟県産コシヒカリ	日本	180g	34,900	168
サトウのごはん 新潟県産コシヒカリ	日本	200g	85,000	408

B 包装米飯の販売価格

包装米飯では、日本産米の競合としては韓国産米が販売されています。販売単価は、韓国産米は日本産米よりも低く設定されています。

(7) ベトナム Vietnam

C 米菓の販売価格

米菓では、日本産ではなく、ベトナム産やタイ産が多く販売されています。また、商品名も日本語や漢字が使用されており、現地の消費者が日本産か他国産かを見分けることは困難です。価格については、現地産であっても特段の割安感を感じられません。

表-6 米菓の販売価格 (調査月: 2019年4月)

商品名	産国(産地)	販売単位	価格(ドン)	円換算*
one one エビ味	ベトナム	125g	25,000	120
Bin Bin 煎餅	タイ	150g	33,000	158
Richy rice crackers	ベトナム	135g	19,600	94
Richy rice crackers	ベトナム	135g	21,900	105
Bin Bin 雪の花	タイ	150g	25,900	124
小花	タイ	150g	31,900	153

*2019年4月為替レート: 1ドン = 0.0048円

6 インターネット販売の実態

ベトナムの EC 市場は拡大しているが、通関や物流に課題

ベトナムの E コマース (EC) 市場は年 25~30% 成長しており、2018 年は 80 億ドル以上の売り上げがあったものの、通関の不透明性や物流システムの未整備などが課題です。ベトナム政府は「国家 EC マスタープラン (2014-2020 年)」を制定し、EC 普及に取り組んでいます。

EC サイトにおける日本食品の販売は限定的

EC サイトでは、衣料品 (64%) や電化製品 (56%) の購入が多く、食品は 33% に留まります。日本食品は、オンライン総合販売サイト、フェイスブックなど SNS の商品販売用アプリ、日本製品を専門に販売する企業サイトなどで販売されていますが、既に知られている商品しか売れていない状況です。

日本食品が掲載されている
ベトナムの主要 EC サイト

- a. Lazada : <https://www.lazada.vn/>
- b. Sendo : <https://www.sendo.vn/>
- c. Shopee : <https://shopee.vn/>
- d. Tiki : <https://tiki.vn/>

7 輸出拡大に向けて

ベトナムでは、高品質かつ衛生面で問題がない商品への需要が伸びており、「安心・安全でかつ健康によい」と認識されている日本食品の需要は今後も高まっていくと考えられます。

しかし、他の先進国と比較すると所得水準が高くないため、小売店で商品を選ぶ際は価格重視の傾向があります。

日本産米は日越 TPP により輸入関税が撤廃され、価格競争力が相対的に向上していることから、短粒種の需要開拓・取り込みを図り、高所得者が多い都市部を中心に、日系小売や日本食レストランなどにおいて、ハイミドルな価格帯での品質の高いコメの需要開拓を図る必要があると考えられます。

