

ベトナム

ベトナム戦争後、ドイモイ（刷新）政策によりアジアで注目される新興国の一つにまで成長しました。

■ ベトナムの食

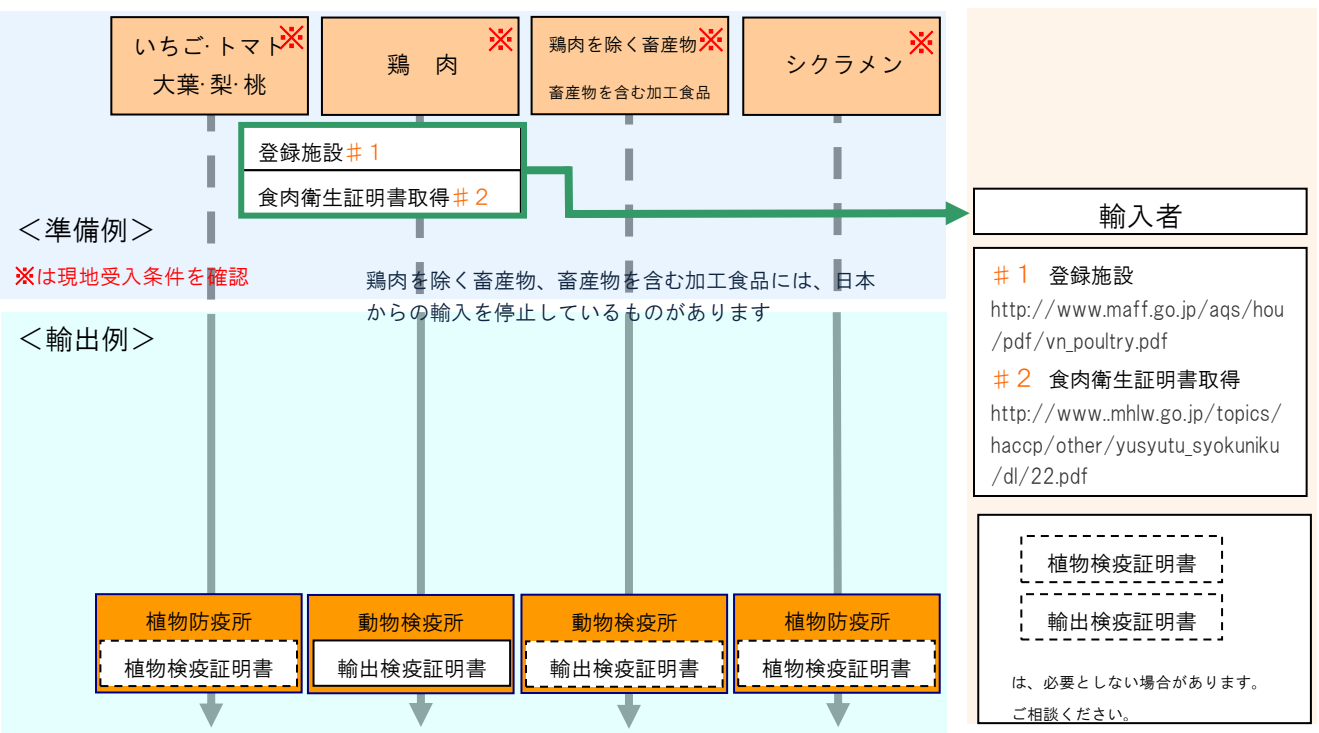
ベトナムは米が主食ですが、米を活用した様々な料理のバリエーションを持っています。米の麺フォー、ブン、ライスペーパー等多様な米食材があります。ベトナム料理は薄味が基本です。北部地域では塩味が、南部地域はココナツミルクの甘さが好まれます。味付けには調味料ニユクナムや香草類が多く使われます。

富裕層を中心に日本食が浸透し始めています。日本食に対して「安心・安全」「高品質」「健康的」といった好意的なイメージがあります。

ベトナムには、約150店の日本食レストランがあり、半分以上はホーチミンに集中しています。都市部では、外国資本のファーストフード店が進出し始めて、食文化の変化が始まっています。こうしたライフスタイルの変化にともないスーパーやコンビニなど近代店舗の進出が見込まれます。



ベトナムへ輸出を実現させるためには、こうした準備が必要です！



現地レポート

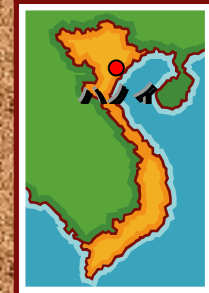
ホーチミンの今

ホーチミンでは郊外の住宅や道路等都市開発が進められている。今後は中高級住宅の建設ラッシュになりそうである。近年まで海外からの投資が規制されていたこともあり、大手小売業や大手外食チェーンの進出が始まったばかり。

イギリスのTescoや韓国のロッテマートに続き、2014年に日系のショッピングセンターがオープン。スターバックスやマクドナルドなど外食チェーン店の展開もいま始まったばかり。ホーチミン中心部では流通の近代化が始まりつつあり、大手飲食チェーンの進出はまだこれから。

外食では寿司人気が高く、現地資本を利用した日本の中小飲食業が多く進出している。こうした中小企業者の進出チャンスはある。

今後ライフスタイルの変化が起きてくることが予測される。食もグローバルな嗜好性へと進化していく。ホーチミンに出店している中小企業飲食業は先行メリットを享受している。飲食業の今後は急速に競争が激しくなっていくと予想される。



発展しつつある中心部。



日本の伝統工芸品を扱う店も生まれている。



現地スーパーも進出してきた。

人口 (2013年)	約9,170万人 (ハノイ263.2万人)
言語 (2013年)	ベトナム語(公用語) 少数民族言語(チャム語、クメール語など)
宗教 (2013年)	無宗教 81.8% 仏教 7.9%、 カトリック 6.6% ホアハオ語、カオダイ教、プロテスタントなど
通貨	ドン
国民総所得 GNI (2013年)	国民総所得 1,111億ドル(米ドル) 一人当たり国民総所得1,270ドル(米ドル) うち食費に占める割合38.1%(2009年)
在留邦人数(2013年)	約9,300人
日系現地法人数 (2013年4月)	1,077社
車普及率 (2011年)	乗用車 1.2% 二輪車 76.6%
耐久消費財普及率 (2011年)	冷蔵庫 43.1% 電子レンジ 19.7%