

ベトナム人の 10 の食品消費傾向

2025 年 3 月 3 日 作成

カテゴリ ベトナム経済 経済動向

はじめに.....	1
ベトナム人の 10 の食品消費傾向	1
有機食品.....	1
ベジタリアン	2
菓子	4
冷凍食品.....	5
加工食品.....	5
調味料	6
スナック	7
外食のトレンド.....	8
オンライン食品注文のトレンド	9
ミルク.....	10
まとめ.....	11

はじめに

生活水準の向上、多忙化になるライフスタイル、健康意識の高まりが、ベトナムの食品消費傾向に影響を与える主な要因である。この記事では、最近のベトナム人の 10 の食品消費傾向を紹介する。

ベトナム人の 10 の食品消費傾向

本章では、ベトナム人の 10 の食品消費傾向について解説する。

有機食品

新型コロナウイルス(Covid-19)感染症拡大以降、自分や家族の健康を守ろうという意識の高まりから、消費者は食品の品質や産地に関心を持つようになっており、有機食品は人気が高まっている。有機食品とは、有機農法、特に化学薬品、抗生物質、防腐剤、遺伝子組み換え原料を使用せずに栽培・加工された製品のことである。

有機食品は厳しく管理された栽培過程を経ており、高品質で健康的な選択肢とみなされるため、販売価格は従来の製品より 20～30% 高くなる。ベトナム農業農村開発省の品質・加工・市場開発局によると、2022 年末までに国内消費市場において、有機食品の年間総消費額は約 500 Bil VND となる。そのうち、ハノイとホーチミン市の 2 大都市での消費は国内の 80% を占め、年当たり約 400 Bil VND に達する。ショッピングセンター、ハイパーマーケット、スーパーマーケット、コンビニエンスストア、安全な

食料品店舗(Safe food shop)等の棚には、野菜、果物、肉、卵、魚介類のような様々な種類の有機食品が並んでいる。

海外市場では、ベトナムの有機農産物の輸出額は年当たり 335 Mil USD に達し、世界 180 の市場に輸出されている。お茶、エビ、米、カシューナッツ、コショウ、シナモン、スターアニス、エッセンシャルオイル、スパイス等である。生産規模の面では、2021 年にベトナムには 17,174 の有機農業生産業者、555 の加工業者、60 の輸出業者、40 の輸入業者があった。ベトナムの有機食品市場は増加傾向にあるが、具体的な規制・指示がないこと、地域間の連携がないこと、生産-加工-消費という流れの中での連携がないこと、投資コストが高いため小規模で断片的な実施であること等、多くの困難に直面している。

World Data Lab によると、2024 年の 1 年でベトナムの中間層人口は 4 百万人増加し、2030 年までには 23.2 百万人増加する。中間層人口が増加し、産地と安全が保証された高品質の食品への需要が高まる中、有機食品市場は今後の発展が期待される市場と考えられている。



ドンナイ省の有機モデルに倣いグレープフルーツを生産する農家

出所：[ThanhNien 新聞](#)

ベジタリアン

ベジタリアンフードは世界中で人気が高まっており、ベトナムも例外ではない。多くの人々が、健康、倫理、環境を守る理由から、肉や動物性食品の代わりに植物性食品を使ったベジタリアンの食生活を始めている。それだけでなく、多くの消費者は、健康的で持続可能なライフスタイルの一部として、部分的または完全なベジタリアンとして生活することを選択している。



ベジタリアンビュッフェモデルは人気が高まっている

出所: [VinWonders](#)

VnEconomy 新聞によると、ベトナムでは人口の約 10%ベジタリアンである（世界人口の約 20%がベジタリアン）。ベジタリアン食を利用する傾向が強まっている消費者の 3 つのグループは、若者、都市部の人々、所得の高い人々である。ベジタリアンを対象とした経営モデルは、大衆食堂、高級レストラン、ベジタリアン・ビュッフェ・レストラン等、多様なモデルで人気が高まっている。ベジタリアン食品はスーパーや食品店等の小売チェーンでも販売されており、春巻き、きのこの茎の肉、きのこから作った魚や牛肉のボール、柔らかい豆腐、餃子等、家庭で調理し易く、美しく包装された様々なベジタリアン食品がある。



ベジタリアン食品はスーパーマーケットでも販売されている

出所: [NinhBinh 新聞](#)

国内外で最も人気のあるベジタリアン食品の一つが代替肉である。食品加工業界の多くの専門家によると、ベトナムの代替肉市場は非常に発展している。具体的には、2022 年にベトナムは、並行輸入形式を除いた正規輸入形式を通じて 180 Mil USD の代替肉の製品を輸入したが、国内では現在、この製品を生産している工場は 3 つしかなく、この市場が成長の余地があることを示している。予測によると、2023 年の 1 年でベトナムの代替肉市場は少なくとも 15% 成長する。

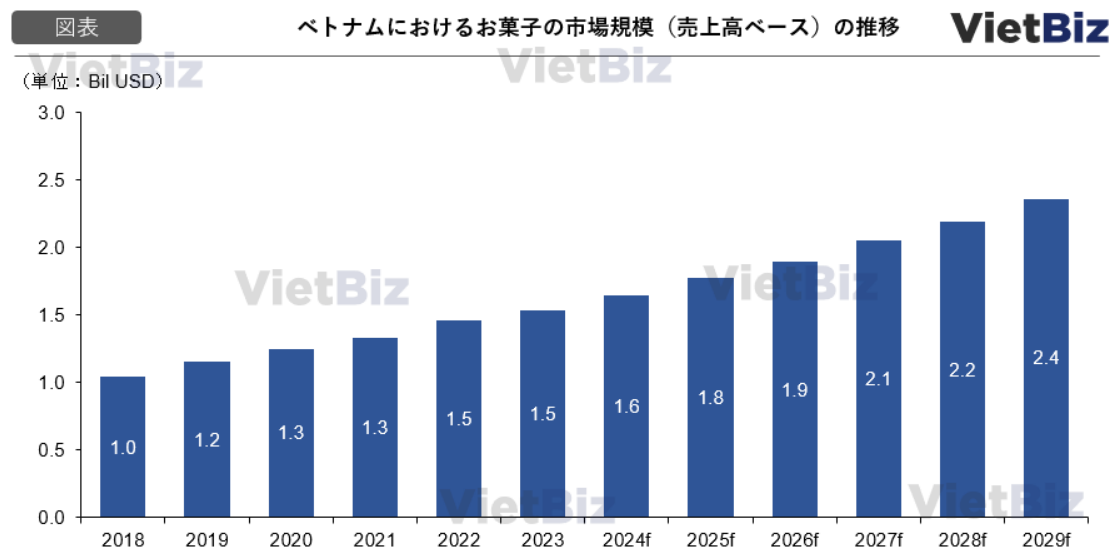
菓子

菓子は、ベトナムで急速かつ着実に成長している食品産業のひとつである。ベトナムは、様々な果物や穀物等、国内で入手可能な原料を持つという利点があり、アジアでも有数の潜在的市場であると考えられている。

ベトナム菓子協会と Statista のデータによると、2023 年の国内の菓子生産量は 1.5 Mil トンで、売上高は約 1.53 Bil USD に達する。国内市場では、ベトナムで消費される菓子の種類のうち、砂糖菓子が最も高い割合を占め、次いで保存されたパストリー・ケーキが続く。産地別では、国産菓子のシェアが高く、全国の菓子総売上高の 90% 以上を占めている。また、輸入菓子に対する優遇税制を背景に、各海外ブランドも徐々に存在感を高めている。

さらに、菓子市場ではベトナム企業と外資系企業との間で活発な M&A が行われている。代表的な M&A には、Hai Ha 社 - Kotobuki 社, Kinh Do 社 - Mondelēz International 社, Bibica 社 - Lotte 社, Bibica 社 - PAN 社等がある。

ベトナム市場の消費動向については、甘い菓子から甘くない菓子（無糖・低糖）へ移行する傾向がある。これは、より健康的な食生活に対する消費者の意識の変化を反映している。



出所: Statista に基づいて、ONE-VALUE が作成

For more information, contact@onevalue.jp

冷凍食品

消費者が多忙化する現代生活の中で、冷凍野菜、冷凍肉、冷凍水産等の冷凍食品は、その利便性、加工のしやすさ、長期保存が可能なことから、徐々に人気を集めている。

ベトナムの大手コールド・チェーン企業の 1 つ ABA Cooltrans によると、ベトナムの冷凍食品市場の売上高は年率 20%~40% で成長している。冷凍食品消費の増加は、時間節約の必要性によるものだけでなく、保存技術の進歩によるものでもある。

特に、低温貯蔵システム、低温輸送、近代的流通システムの技術と規模の力強い発展が、冷凍食品の消費動向に好影響を与えている。



冷凍食品

出所 : [Bach hoa xanh](#)

加工食品

ベトナムで加工食品の人気が高まっている。消費者、特に若者や多忙な家庭は、その便利さと種類の多さから、加工食品を好むようになっている。加工食品には、消費者の手に渡る前に前処理や加工が施さ

れた農林水産物が含まれる。代表的なものには、食肉加工品、水産加工品、野菜・果物加工品等がある。商工省によると、2023 年には食品加工業が加工・製造業の産業量の 19.1%を占め（加工・製造業の中で最も高い割合）、国内の食品消費需要だけでなく輸出活動においても加工食品群が重要であることを示している。ベトナムでは、加工製品は店舗やスーパーマーケットで広く販売されており、販売商品の大きな割合を占めている。

この市場は、消費者が迅速で便利な食生活を益々求めるようになってきていることから、今後暫くは力強い成長が続くと予想される。国内市場だけでなく、近年調印された FTA(自由貿易協定)により、食品加工産業は主要な輸出志向産業の一つになると予想される。業界の発展とともに、各社は生産能力や製品の品質を向上させるため、近代的な設備や技術への大規模な投資にも力を入れている。



Cau Tre ブランドの加工食品

出所：[Bach hoa xanh](#)

調味料

近年、調味料はその利便性とスピードのおかげで人気が高まっており、生活が忙しくなるにつれて消費者の高い要求に応えている。

スーパーマーケットの調味料の売り場では、ソース、スープに至るまで、調味料の種類やブランドが急速に増えているのがよくわかる。特に人気があるのは、肉の煮込み用調味料、魚の煮込み用調味料等の料理ごとに特化した調味料や焼肉マリネソース、バーベキューソース、サラダソース等のソース類やフォースープ、鍋スープ等のパックスープ類等である。これらの調味済み調味料は、1 パック 5,000～20,000 VND と安価で販売されており、多くの人々に消費されている。料理が苦手な人でも味付けし易く、時間の節約にもなる。液状からペレット状、乾燥したものまで、様々な食感のスパイス加工品が開発され、主

婦の調理をより簡単にしている。



Aji-Quick ブランド調味料

出所 : [Lazada](https://www.lazada.vn/)

スナック

Nielsen のスナック市場に関する報告書によると、2021 年、ベトナムの若者がスナックにかかる月間支出額は 13,000 Bil VND に達した(スナックは食事中に採るチップスやジャーキーなどの塩味の食品で、砂糖を主成分とする菓子とは異なる)。

若い消費者は 1 日 3 食の伝統的な食事から 1 日 6 食の少食にシフトしている。また、スナックの消費量も増えており、週に平均 8 回、1 回あたり約 0.7 USD を消費している。従って、ベトナムはスナック消費において最も急成長しているアジア市場であり、2021 年の年平均成長率 (CAGR) は 19.1% で、アルゼンチン (25.8%) とスロバキア (20%) に次いで世界第 3 位である。



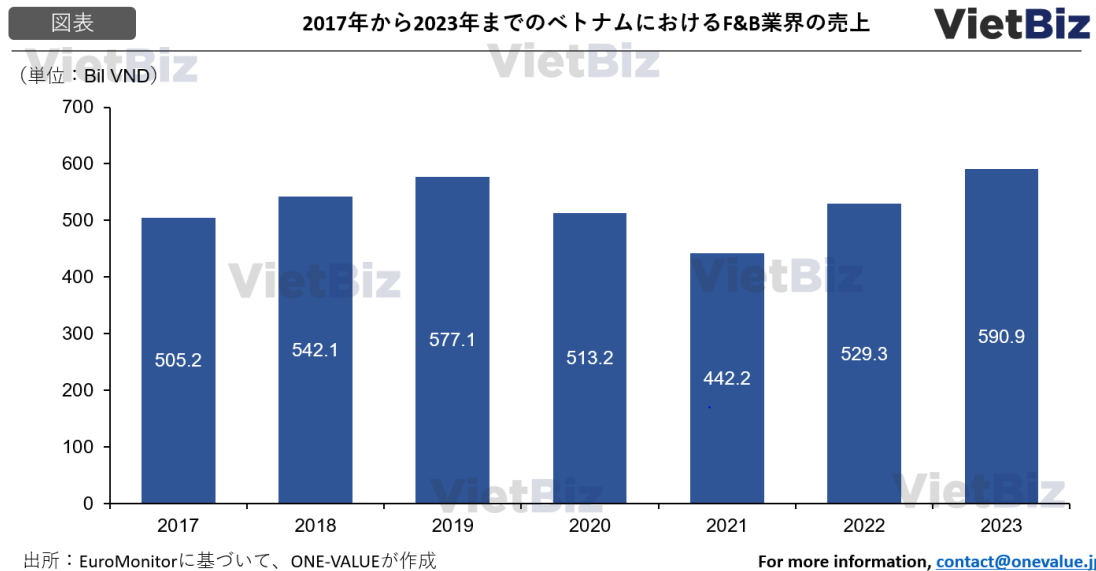
ベトナムで人気のスナック

出所 : [Cong Thuong](#)

ベトナムでは、13～19 歳の年代がスナックを最も好む年齢層である。スナックでは、グルテンフリー製品やケトジェニックダイエット等、産地が明確で健康に良い安全な商品に消費者の関心が高まっている。ベトナムのスナック市場を開拓するチャンスはまだまだ大きい。需要の増加と消費者の習慣の変化は、革新的で差別化された製品の新たなポテンシャルを切り開く一方で、製品の品質、原料原産地、栄養価に焦点を当てるよう企業をますます後押ししている。

外食のトレンド

最近の経済不況にもかかわらず、ベトナム、特にハノイやホーチミンのような大都市では、外食の傾向が増加している。Euromonitor 社によると、2023 年にベトナムの食品・飲料産業は 11.47%の目覚ましい成長を達成し（2022 年比）、総売上高は 590,000 Bil VND を超えた。外食市場だけでも 538,500 Bil VND の売上高を記録し、2022 年比で 10.87%増加した。



飲食業には、飲料店、フルサービス・レストラン、クイックサービス・レストランの 3 種類がある。消費者が外食を選択する理由は、便利で豊富で多様な料理を好むからである。この需要に応え、特に近年は中・小規模店舗を中心とした飲食フランチャイズが活況を呈している。また、中・小規模店だけでなく、ベトナムにミシュランガイドが登場したことで、高級レストランも競争力を高め、顧客を引き付けるために、料理の品質とサービスの質の向上に力を入れている。

オンライン食品注文のトレンド

外食のトレンドに加え、飲食業界では、特に新型コロナウイルス(Covid-19)感染症拡大中及びその後、ベトナムにおけるオンライン食品注文市場の発展も目の当たりにした。このトレンドは消費者の時間節約に役立つだけでなく、より多くの商品の選択肢をもたらす。電話を数回タップするだけで、消費者は簡単に好きな食べ物を注文し、短時間で配達を受けることができる。



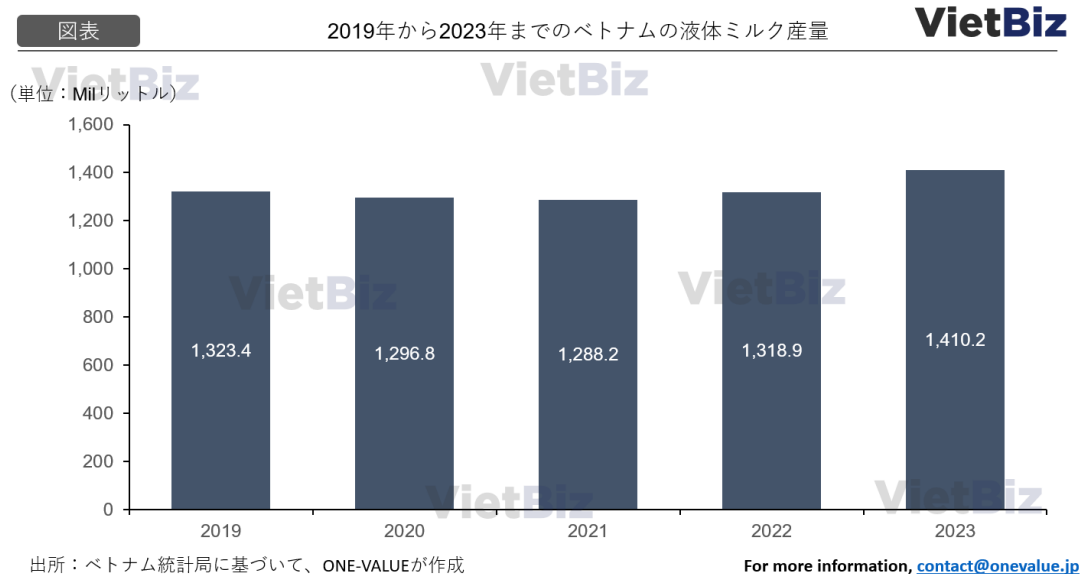
顧客に食品を配達する Garb

出所: [Tuoitre 新聞](#)

飲食店からも、オンライン販売の需要が高まっており、50%の店舗がオンライン販売を実施している。オンライン販売は店舗にとって第二の収入源となっており、総売上の 25~50%を占めている。実店舗の拡大に加え、各店舗やレストランも食品注文アプリや SNS を通じてオンラインで購入者にアプローチし始めている。デジタルバンキングやダイレクト決済の発達により、オンライン注文は便利になっている。

ミルク

ベトナムのミルク産業は、原料から生産、製品の完成に至るまで、近代的な加工技術を導入しながら発展しており、国際市場に積極的に進出する競争力を備え、増大する社会のニーズに応えている。コロナウイルス(Covid-19)感染症拡大後の世界的な経済不況にもかかわらず、2022 年から 2023 年にかけて、ベトナムのミルク市場の売上は依然として伸びており、2022 年には 125,200 Bil VND、2023 年には 125,882 Bil VND に達した。



2023 年、国内の液体ミルク生産量は 1,410.2 Mil リットルに達し、2022 年比で 7%増加した。粉ミルクの生産量は 154.8 千トンで、2022 年比 0.6%の削減である。

現在、国内には 1,700 を超える酪農場がある。2023 年の国内乳牛から生乳の生産量は、2022 年比 7.2%増の 1.2 Mil トンに達し、2023 年の全国平均乳量は搾乳牛 1 頭 5.75 トン/年以上で推移している。

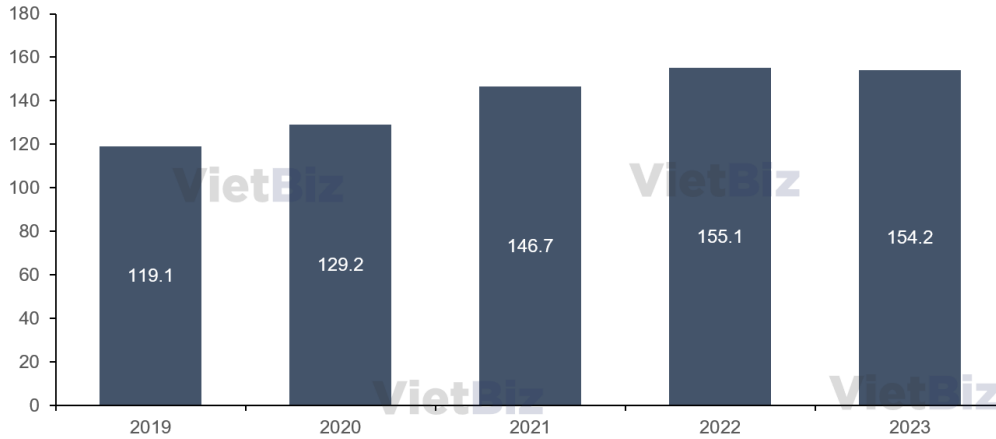
ベトナムのミルク産業はベトナム人の消費ニーズを具体的消費ニーズを満たすだけでなく、中国、アメリカ、ヨーロッパ、中東等 60 カ国に輸出しており、輸出額は年間 300 Mil USD に達している。

図表

2019年から2023年までのベトナムの粉ミルク産量

VietBiz

(単位: ミリリットル)



出所: ベトナム統計局に基づいて、ONE-VALUEが作成

For more information, contact@onevalue.jp

まとめ

ベトナムの食品市場は、生活水準の向上、健康志向の高まり、環境への意識の増加によって多様化が進んでいる。これにより、持続可能な食品、有機食品、オンライン注文、健康食品等が重要なトレンドとなっている。外国投資家にとっては、これらの分野でのビジネスチャンスは大きく、戦略的な投資が成長を促進する鍵となるでしょう。

以上