



日本中央競馬会  
特別振興資金助成事業

令和3年度国産食肉加工品国際競争力向上・製造基盤強化対象事業

# 海外衛生制度等実態調査報告書

ベトナム編

令和4年3月

日本ハム・ソーセージ工業協同組合

---

## はしがき

---

近年、和牛をはじめとする日本産畜産品の海外輸出は好調に推移し、海外市場においても、その高品質性・安全性・信頼性は高く評価されているが、ハム・ソーセージ等の食肉加工品の輸出については、香港などのアジア市場にわずかに輸出されている程度で、必ずしも認知されていない。

一方、我が国の小売市場で流通している食肉加工品は、日本産が大部分を占めているが、2018年12月のTPP11の発効、2019年2月の日EU・EPAの発効及び2020年1月の日米貿易協定の発効により関税は段階的に引き下げられることとなり、大手スーパーや百貨店等は、今後の成長商品として、長期熟成を経た生ハムやベーコン、ソーセージ等の輸入品の品揃えを拡大し、食肉加工品の小売市場はより一層グローバル化するものと思われる。

しかしながら、我が国の食肉加工業は、繊細な味を微妙に調整する高い製造技術力、個別ニーズへの対応力、多彩な商品を生み出す豊かな商品企画力等を有しており、グローバル化する小売市場においても、海外企業に伍する国際競争力を発揮するものと期待されている。

当組合は、将来的に日本産食肉加工品の脅威になるとと思われる海外食肉加工品の品質・消費・販売・製造環境等の実態を把握するため、令和元年度から令和2年度にわたりJRA畜産振興事業「国産食肉加工品国際競争力強化対策事業」を実施し、昨年度はフランス・スペインを対象として現地調査を行ったところであるが、令和3年度からは、これまでの調査を更に拡大・深化すべく新たに「国産食肉加工品国際競争力向上製造基盤強化対策事業」を実施することとし、本年度は、カナダ、ベトナム及びドイツを調査した。

本報告書は、ベトナムを対象として調査結果を取り纏めたものであるが、本年度は新型コロナウイルス感染症拡大の中での実施であり、現地調査が困難となったため基礎データに加え、現地コンサルタントによる実態調査を行い、取り纏めたものである。

令和4年3月

日本ハム・ソーセージ工業協同組合

# 目次

## ～ベトナム編～

ベトナム概況	1
ベトナム基礎情報	1
ベトナムの行政区分(地域・省・直轄都市一覧)	3
GDP 成長率・一人あたり GDP・インフレ率	4
ベトナムにおける所得水準・今後の見通し	6
ベトナムの消費行動	9
国民に占める中間層・富裕層の割合・今後の見通し	11
ベトナム消費市場に進出している主な日本企業	13
輸出入動向	13
ベトナム食肉加工業界の概要	15
ベトナムの食肉加工品の定義・分類	15
ベトナムの食文化	18
ベトナム食肉加工品市場の動向	19
ベトナム食肉加工品メーカーの主要な企業	23
ベトナム畜産技術ビッサン (Vissan)	25
Duc Viet 食品株式会社	28
C.P ベトナム畜産株式会社	33
株式会社 Mavin グループ	35
Dabaco Viet Nam 株式会社	37
NH Foods ベトナム	39
株式会社 Masan グループ	41
Viet Sin 食品技術株式会社	43
ベトナム国民に広く認知されている商品	46
食肉加工品の輸入規制・輸入手続き	49
輸入規制	49
輸入禁止(停止)、制限品目(放射性物質規制等)	49
施設登録、輸出事業者登録、輸出に必要な書類等(輸出者側で必要な手続き)	49
動植物検疫の有無	50
食品関連の規制	50
食品規格	50
残留農薬および動物用医薬品	51
重金属および汚染物質	51
食品添加物	52
食品包装(食品容器の品質または基準)	53
ラベル表示	54
その他	55
輸入手続き	55
輸入許可、輸入ライセンス等、商品登録等(輸入者側で必要な手続き)	55
輸入通関手続き(通関に必要な書類)	56
輸入時の検査・検疫	56
④販売許可手続き	58
輸入関税	59
関税	59
その他の税	62

<b>食肉加工品の流通</b> .....	62
ベトナムのコールドチェーン動向 .....	62
新型コロナ発生の影響 .....	68
コールドチェーンに関する主要企業 .....	69
食肉加工品の流通構造 .....	70
ベトナムのコールドチェーンに関する課題 .....	72
<b>消費</b> .....	74
ベトナム市民の食生活・食文化 .....	74
ベトナム国民の食生活 .....	74
地域における食文化の違い .....	75
食肉に対するベトナム消費者の嗜好 .....	76
消費の嗜好:都市部と農村部の違い .....	78
畜産品の消費動向 .....	80
食肉加工品の購入場所 .....	81
ベトナム市民による日本製品へのイメージ .....	83
日本産食肉加工品を使用した現地料理 .....	86
<b>輸入実態</b> .....	87
品目(ハム・ソーセージ)の定義 .....	87
食肉加工品の輸入額・輸入量 .....	87
ソーセージ類(HS1601 類)の輸入額・輸入量 .....	88
ハム類(HS1602 類)の輸入額・輸入量 .....	90
ベトナムに輸入される食肉加工品の代表例 .....	96
食肉(未加工品)の輸入状況 .....	97
ベトナム輸入される主な食肉加工品のブランド .....	98
食肉加工品の主な輸入企業 .....	98
EC サイトで販売される輸入品 .....	100
<b>本調査の結論・まとめ</b> .....	101
本調査の結論・まとめ .....	101
ベトナム市場での展開に向けた提言 .....	103
提言:デジタルマーケティング・EC 販売 .....	104
提言:在日ベトナム人をターゲットとした販売 .....	105
<b>ヒアリング調査結果</b> .....	108
流通会社 .....	108
Tan Nam Chinh Dich Vu va Thuong Mai 株式会社 .....	108
Giai phap thuong mai ABA 株式会社 .....	109
Freight Mark Viet Nam 有限会社 .....	109
輸出入会社 .....	110
Thuc pham Tot lanh 有限会社 .....	110
Thuong mai Dich vu San xuat Huong Thuy 株式会社 .....	111
Dau tu Phat trien Thuong mai Dich vu Dinh Phong 株式会社 .....	112
Nhung Nhu 株式会社 .....	113
食肉加工品会社 .....	113
MAVIN 株式会社 .....	113
Thuc pham Duc Viet 株式会社 .....	115
Ky nghe Thuc pham Viet Sin株式会社 .....	117



# ベトナム概況

---

## ベトナム基礎情報

ベトナムに関する基礎的情報は以下の通りである。

- 首都                    ハノイ
- 人口                    約 9,758 万人 (2020 年)
- 国土面積                331,236km<sup>2</sup>
- 言語                    ベトナム語
- 宗教                    無宗教 : 73.6%、仏教 : 14.91%
- 政治体制                共産党
- 平均年齢                32.5 歳 (2020 年)
- 平均寿命                73.7 歳 (2020 年)
- 通貨                    ベトナムドン (VND) (1 円 = 200VND)
- GDP 成長率             2.91% (2020 年)
- 輸出額                 282.66 Bil 米ドル (2020 年、32.5 兆円) (1 ドル = 115 円)
- 主要輸入品目           PC・電子機器・同部品 (24.4%)、機械設備・同部品 (14.2%)  
繊維・縫製材料 (8.2%)
- 主要輸出品目           携帯電話・同部品 (18.1%)、PC・電子機器・同部品 (15.8%)、  
繊維 (10.6%)
- 失業率                 2.48% (2020 年)
- 労働力                 総人口の 74.4% (2020 年)
- 主要な部門             農林水産 : 14.85% GDP、鉱工業・建設業 : 33.72% GDP、  
サービス業 41.63% GDP



出所 : IMF 「World Economic Outlook Database」、ベトナム統計総局を基に ONE-VALUE が作成

ベトナムの国土面積（331.236km<sup>2</sup>）は世界 65 位、東南アジア 4 位である。また、日本から九州を引いた面積に等しい。人口は世界 15 位、東南アジア 3 位の 9,758 万人であり、2040 年ごろには日本の人口を超える見込みだ。日本の平均年齢の 49 歳（2020 年）と比べて、ベトナムの平均年齢は 32.5 歳。加えて、15 歳以上の労働力が 5100 万人であるため、若い労働力が豊富といえる。その上、都市部での平均賃金は 2 万 4,000 円程度と安価な労働力である。コロナ以前の GDP は年率 7% 程度の成長を続ける。世界有数の親日国であり、日本と多くの戦略的利益を共有している。

15 歳以上の識字率は 95.4%、OECD が実施する国際学力調査 PISA では米、英、中国、香港などを上回る 8 位であった。



出所：IMF「World Economic Outlook Database」、ベトナム統計総局を基に ONE-VALUE が作成

## 気候区分

ハノイがある北部は亜熱帯気候で四季がある。年間の温度差が激しく、11 月～4 月の朝晩は寒い。1～2 月が最も寒く、7 月～8 月が最も暑い。また、11 月～12 月は降水量が少ない。

ホーチミンがある南部は熱帯モンスーン気候で乾季と雨季に分かれている。平均が 27 度であり、年間を通して高温。雨季は 5 月～10 月で乾季は 11 月～4 月。雨季の始まる 4 月～5 月が最も暑い。

## ベトナムの行政区分(地域・省・直轄都市一覧)

ベトナム政府の地域区分によると、行政的に3つの地域（北部、中部、南部）と6つの社会・経済地域（北部内陸・山間地域、紅河デルタ地域、北中部・中部沿岸地域、中部高原地域、東南地域、メコンデルタ地域）に区分される。



出所：IMF「World Economic Outlook Database」、ベトナム統計総局を基に ONE-VALUE が作成

以下、5つの直轄都市と58の省の一覧である。



## ベトナムの行政区画は58省と5中央直轄市に分類できる

ベトナムの行政区分省一覧(各地域に属する省)

北部内陸・山間地域					
1	Ha Giang	6	Yen Bai	11	Dien Bien
2	Cao Bang	7	Thai Nguyen	12	Lai Chau
3	Bac Kan	8	Lang Son	13	Son La
4	Tuyen Quang	9	Bac Giang	14	Hoa Binh
5	Lao Cai	10	Phu Tho		

北中部・中部沿岸地域					
1	Thanh Hoa	6	Quang Tri	11	Quang Ngai
2	Nghe An	7	Thua Thien Hue	12	Binh Dinh
3	Ha Tinh	8	Da Nang	13	Phu Yen
4	Quang Binh	9	Quang Nam	14	Khanh Hoa
5	Ninh Thuan	10	Binh Thuan		

紅河デルタ地域					
1	Ha Noi	5	Hai Duong	9	Ha Nam
2	Vinh Phuc	6	Hai Phong	10	Nam Dinh
3	Bac Ninh	7	Hung Yen	11	Ninh Binh
4	Quang Ninh	8	Thai Binh		

東南地域					
1	Binh Phuoc	3	Ba Ria-Vung Tau	5	Binh Duong
2	Tay Ninh	4	TP. Ho Chi Minh	6	Dong Nai

メコンデルタ地域					
1	Long An	6	Vinh Long	11	Hau Giang
2	Tien Giang	7	Dong Thap	12	Soc Trang
3	Ben Tre	8	An Giang	13	Bac Lieu
4	Tra Vinh	9	Kien Giang		
5	Ca Mau	10	Can Tho		

中部高原地域					
1	Kon Tum	3	Dak Lak	5	Lam Dong
2	Gia Lai	4	Dak Nong		

出所：ベトナム統計総局を基にONE-VALUEが作成

## GDP成長率・一人あたりGDP・インフレ率

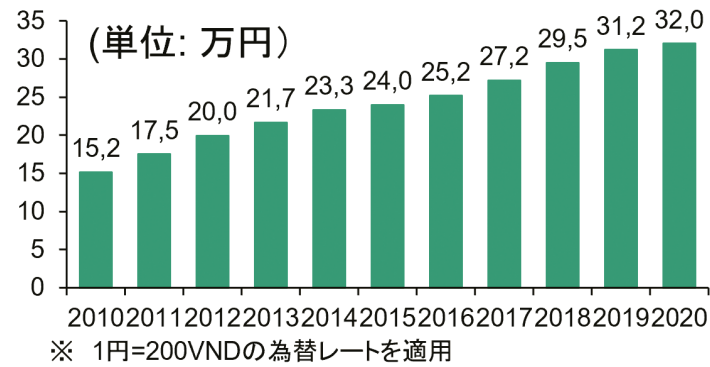
経済成長率は2010年から平均して5～6%を維持し、過去10年で一人あたりGDPは約2倍となった。2020年は新型コロナウイルスの影響でも経済成長率は2.91%のプラス成長を維持した。

2020年、消費者物価指数（CPI）上昇率は3.2%で、国会の目標値4%未満を達成した。通年のCPI上昇の要因としては、新型コロナウイルス感染拡大に伴う医薬品や医療機器の値上げ、豚肉をはじめとする食品価格の上昇が挙げられる。また、2020年の実質GDP成長率は2.91%であり、コロナ禍の影響を受け、2011年から2020年までの間で最も低い水準となった。しかし、2020年、ASEANの中では軒並みマイナス成長となる国がある中で、ベトナムは、プラスの水準を維持している。ベトナムの一人あたりGDPは、2020年に64.1Mil VND（32.05万円）を記録した。2019年の62.4Mil VND（31.2万円）と比べると上昇の結果となった。



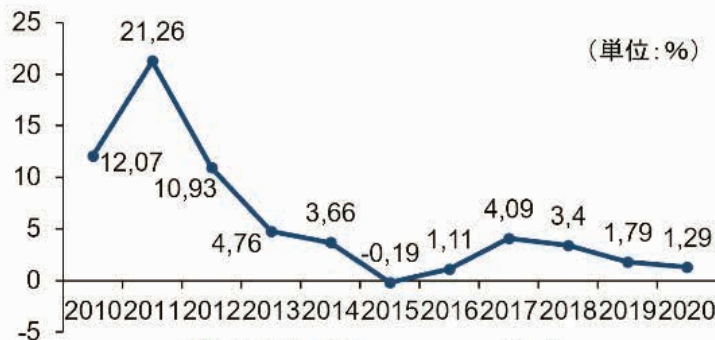
出所：世界銀行を基に ONE-VALUE が作成

### 2010年～2020年 一人当たりGDP



出所：世界銀行を基に ONE-VALUE が作成

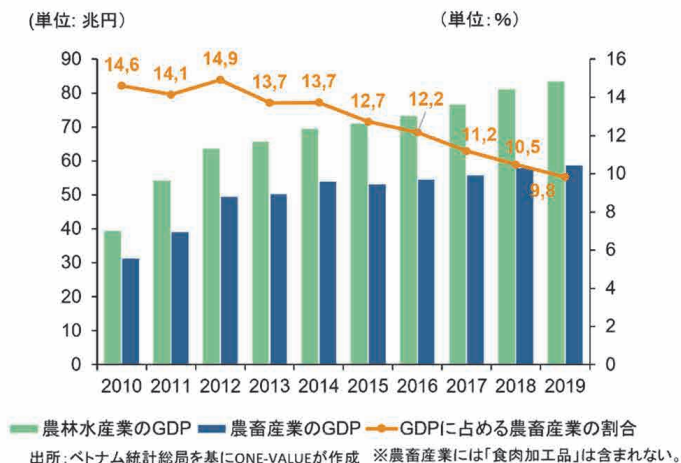
### 2010年～2020年 インフレ率



出所：世界銀行を基に ONE-VALUE が作成

しかし、GDP全体に占める農畜産業の割合は2010年以降、減少傾向にある。農畜産業は農林水産業のGDPの約70－80%を占める。2012年以降、農畜産業のGDPが安定しているが、GDP全体に占める割合の減少を続けている。2019年に588,709 Bil VND（2.94兆円）に達し、ベトナムのGDPに9.8%寄与した。

### 農畜産業のGDP及びGDPに占める農畜産業の割合

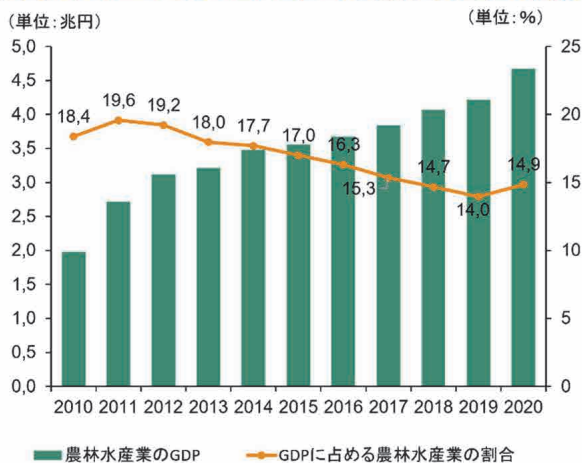


※畜産業に食肉加工品は含まれない

出所：ベトナム統計総局を基に ONE-VALUE が作成

一方、農林水産業はベトナムの重要な産業であり、2020年に農林水産業のGDPは934.731 Bil VND (4.67兆円)に達し、GDPの14,85%を占めた。農林水産業のGDPは年々に増加しているが工業部門の成長により、GDPに占める農林水産業の割合は減少していく。

農林水産業のGDP及びGDPに占める農林水産業の割合



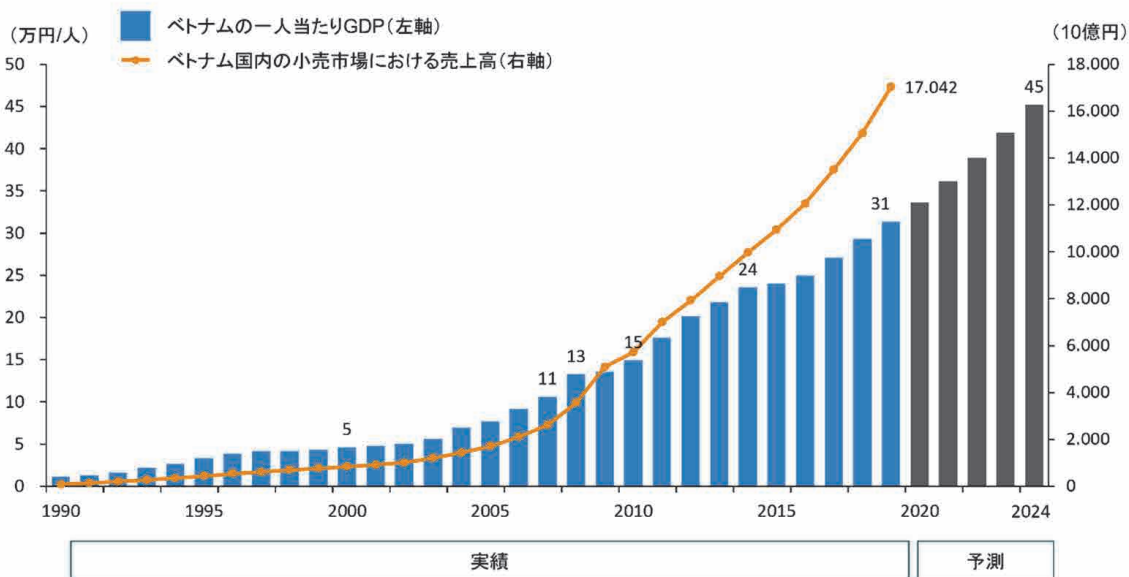
※ 1円=200VNDの為替レートを適用

出所：ベトナム統計総局を基に ONE-VALUE が作成

## ベトナムにおける所得水準・今後の見通し

ベトナムの一人当たりのGDPは33万円に達する見通しで、小売市場の規模も拡大が続く。

ベトナムの一人当たりGDPと小売市場の売上高の推移(1990年～2024年)



※ 1米ドル=110円の為替レートを適用

出所：ベトナム統計総局を基に ONE-VALUE が作成

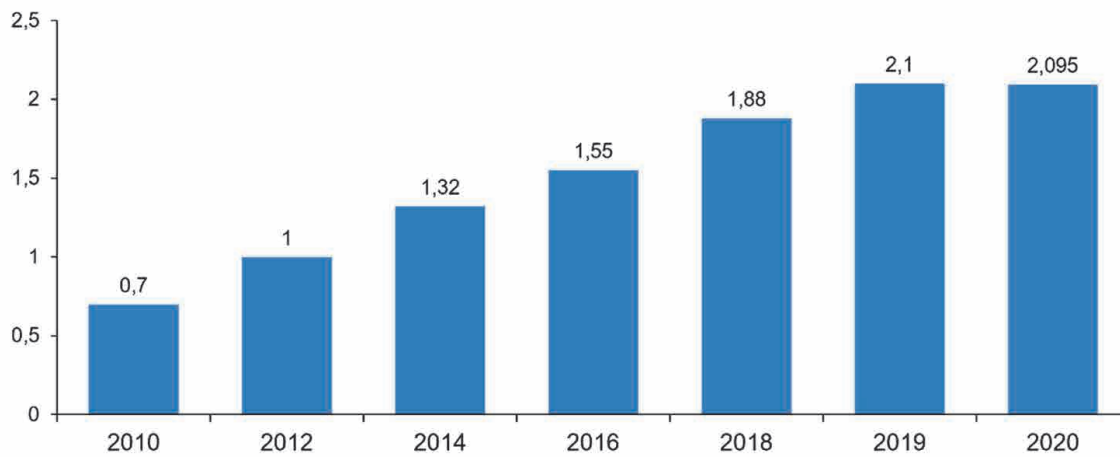


2020年、ベトナム人の一人当たり月額収入は2019年と比較して1%減少し、4.19 Mil VND（20,950円）に達した。これは新型コロナの影響と考えられる。ただ、2016年～2020年、一人当たりの月額収入は平均で約8.2%増加した。ベトナム政府が公表する「2021～2025年における経済・社会発展5か年計画」では、2025年の一人当たり年間GDPが4,700～5,000米ドルとなることを目標している（45,000円～48,000円/月）。

都市部の1人当たりの月額収入は5.6 Mil VND（28,000円）に達し、農村部の3.5 Mil VND（17,500円）の約1.6倍だった。

### 2010年～2020年 1人当たり月額平均所得の推移

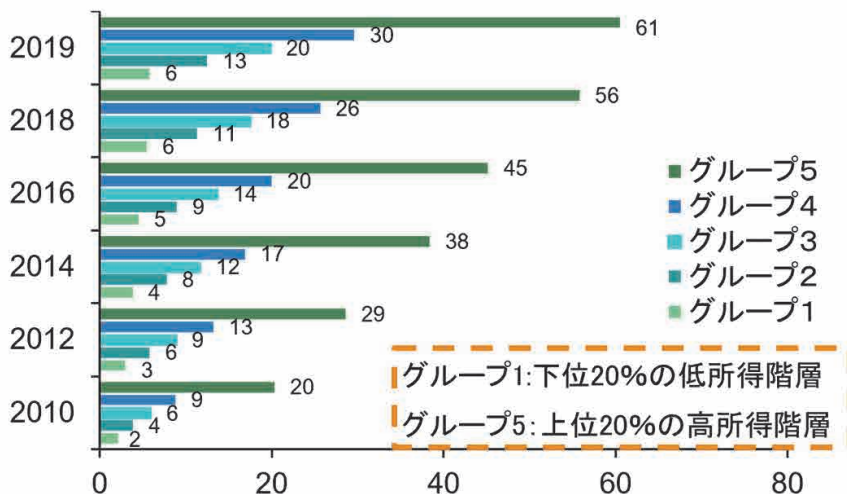
（単位：万円）



※ 1円=200VNDの為替レートを適用

出所：ベトナム統計総局を基に ONE-VALUE が作成

### 2010年～2019年 1人当たり年間平均所得

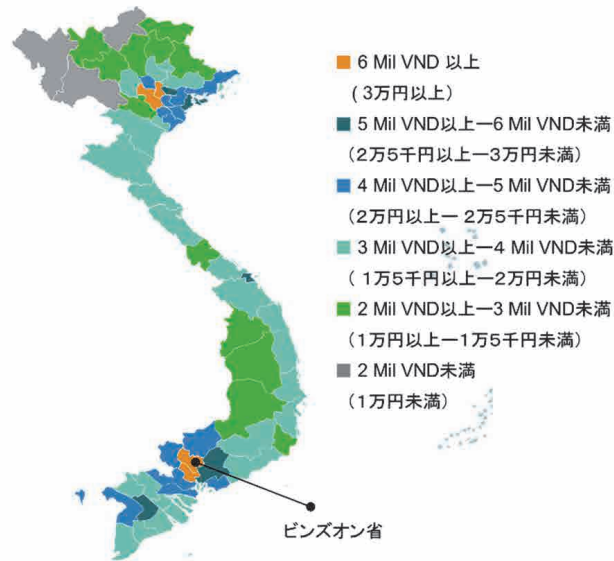


（単位：万円）

出所：ベトナム統計総局を基に ONE-VALUE が作成

下位20%の低所得階層をグループ1として、その後、20%ごとにグループ2からグループ5まで区分した。所得階層別に高所得層（グループ5）と低所得層（グループ1）を比較すると、2019

年では約 10 倍の開きがあった。また、全体を通して 1 人当たりの年間平均所得は 10 年間で 3 倍に増加している。

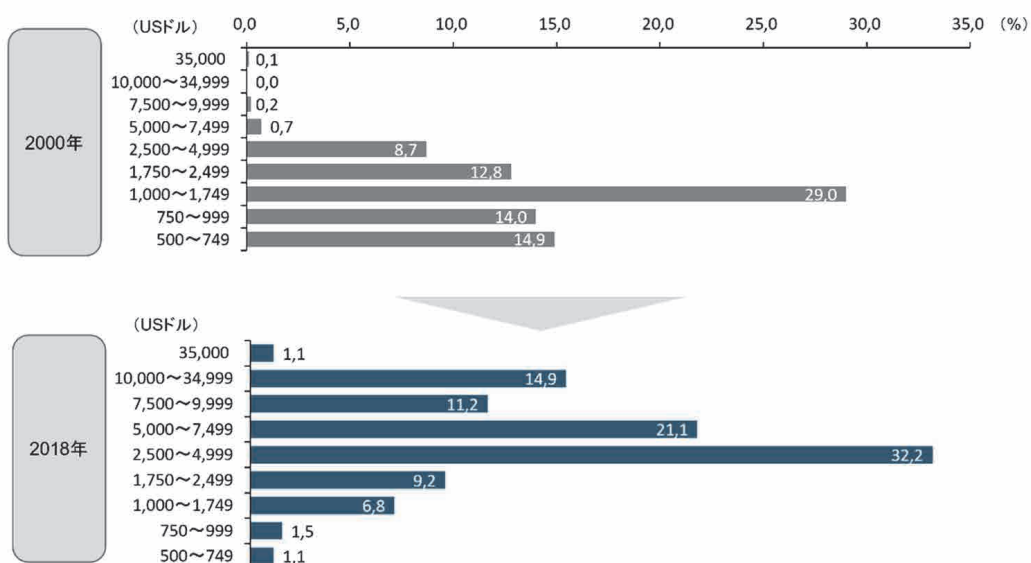


※ 1 円=200VND の為替レートを適用  
出所：ベトナム統計総局を基に ONE-VALUE が作成

省・市別にみると、1 人当たり月間平均所得はビンズオン省が 7,02 Mil VND (35100 円) と国内では最も高くなり、ホーチミン市の 6,54 Mil VND (32700 円)、ハノイ市の 5,98 Mil VND (29900 円) を上回った。

ベトナムでは経済発展に伴い、中間層以上のボリュームが拡大した。

ベトナムにおける年間の世帯所得の分布の変化

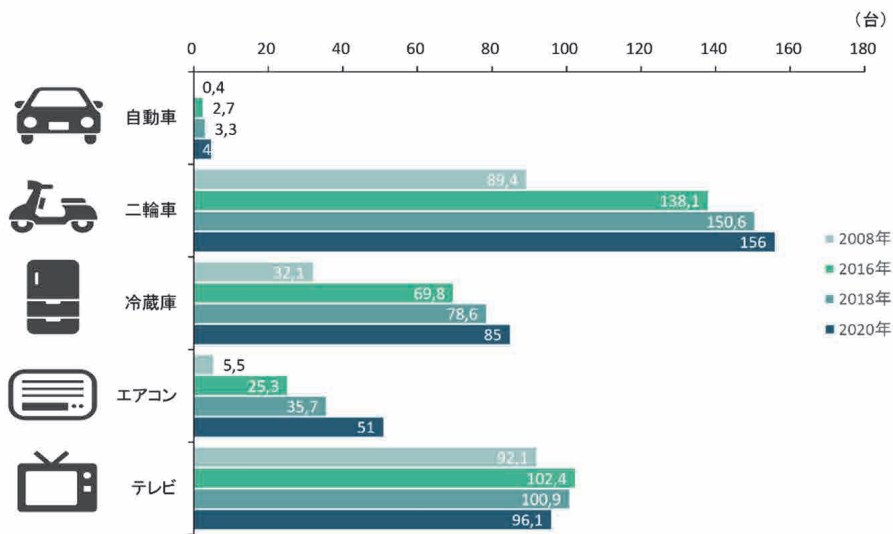


出所：ユーロモニターを基に ONE-VALUE が作成

所得の増加から、消費も増えた。100 世帯あたりの冷蔵庫の台数は 78.6 台で普及が進んでいる。



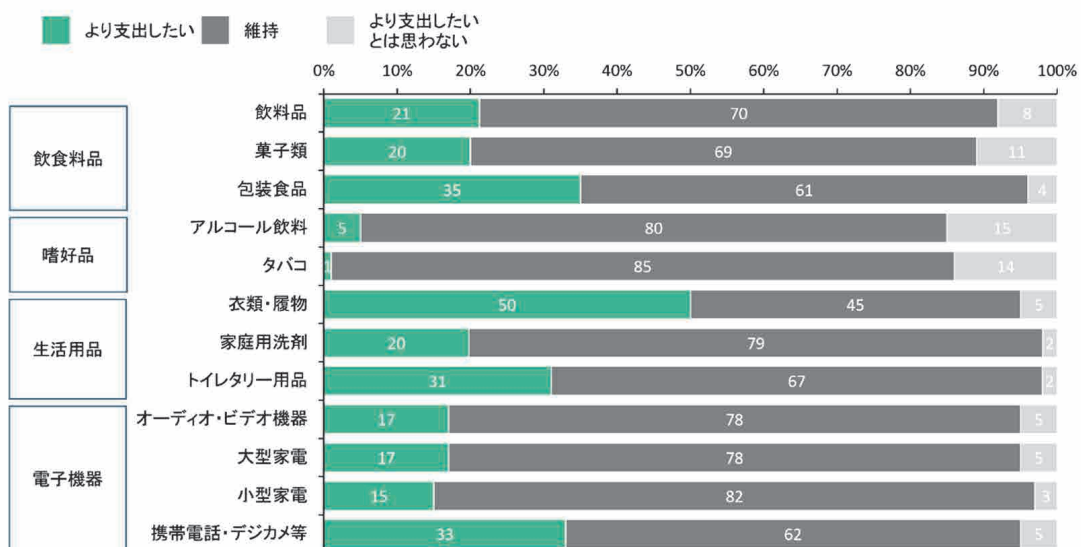
ベトナムの耐久消費財の普及状況(100世帯当たりの台数 ※全国平均)



出所：ベトナム統計総局を基に ONE-VALUE が作成

## ベトナムの消費行動

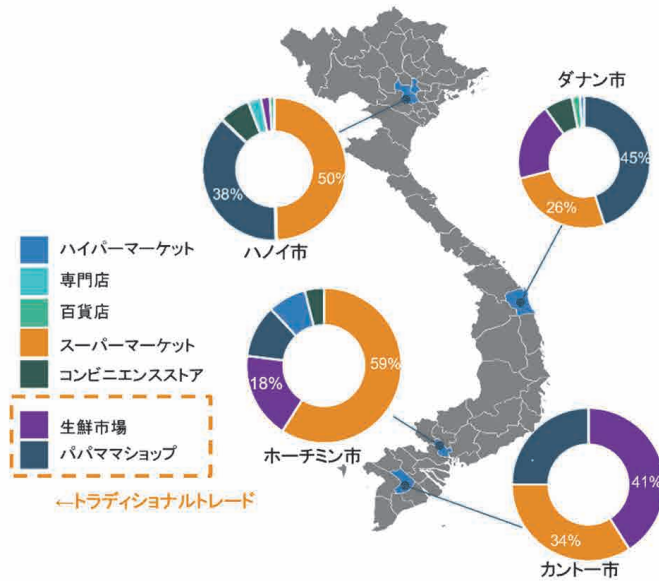
ベトナムにおける品目別の今後の購買意向



出所：Deloitte.” The Vietnam Consumer Survey An accelerating momentum January 2020” を基に ONE-VALUE が作成

包装食品には、香辛料などの原材料から調理済み食品、コンビニエンスストアで販売される加工食品まで、あらゆる種類の食品や飲料が含まれる。包装食品には常温保存食品、冷蔵食品、冷凍食品が含まれる。バッグ、ボトル、ボックス、パック、缶、箱、チューブ等、あらゆるパッケージ形式で包装される。よって、今後のベトナム消費者は加工食品により高い支出欲を持っているといえる。

ベトナムの都市別における購入チャネルのシェア

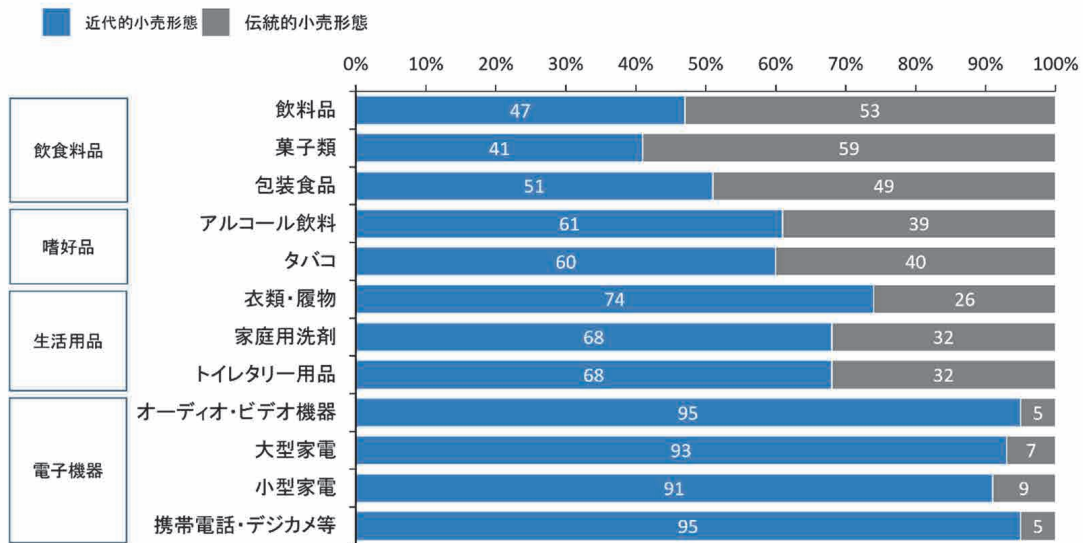


出所：Deloitte.” The Vietnam Consumer Survey An accelerating momentum January 2020” を基に ONE-VALUE が作成

### 食肉加工品の購入場所

- ショッピングモール・スーパー：Vinmart, Co.opMart, BigC, Lotte Mart, AEON など。  
2020年時点で全国には1163のスーパーが存在している。
- パパママショップ：全国に140万ヶ所程度存在している。
- 伝統的市場：全国には8581ヶ所が存在している。
- コンビニ：ビズマート、ビンマート、ミニストップ、セブンイレブン、ファミリーマートなど。  
全国には5,214ヶ所が存在している。
- オンラインショッピング：Shopee, LazadaなどのECサイトまたはFacebookのグループで購入できる。
- レストラン：都市部を中心に欧米由来の料理を提供するレストラン等
- 屋台：調理済みの料理が販売される。ソーセージ焼き等
- メーカーの代理店

### ベトナム消費者が好む商品別の購入チャネル



出所：Deloitte. "The Vietnam Consumer Survey An accelerating momentum January 2020" を基に ONE-VALUE が作成

モダントレードとトラディショナルトレードがある。前者は「近代的小売形態」を指し、スーパーマーケット、コンビニ、デパートに代表される。後者は「伝統的小売形態」を指し、パパママショップ（家族経営を中心とした小規模事業者）があげられる。

食料品は現状では「伝統的小売形態」が好まれているが、今後、近代的小売形態にシフトすることが予測される。

### 国民に占める中間層・富裕層の割合・今後の見通し

2011年～2019年：国民に占める中間層・富裕層の割合



出所：ベトナム投資計画省，ユーロモニター，Knight Frank の調査結果を基に ONE-VALUE が作成

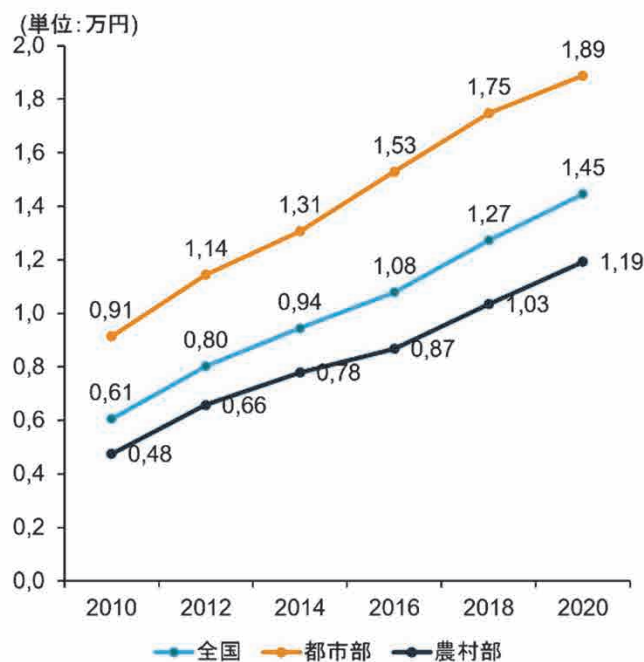
ベトナムの実質国内総生産（GDP）が2018年から2030年に91.4%成長することが見込まれ、消費支出が急増する見通しだ。ベトナムでは、「家計年収が3万5000米ドル以上（402.5万円）」を「富裕層」、「家計年収が5,000米ドル以上3万5000米ドル未満（57.5万円以上～402.5万円未満）」が「中間層」として定義している。中間層・富裕層が拡大を続け、過去10年間で約3倍になった。2030年には全世帯の49%が中間層になる見通しである。

また、2019年の超富裕層の人口は前年比+7%増の458人だった。超富裕層人口は2019～2024年の5年間で+64%増加すると予想される。ベトナムの増加率は、インドの+73%、エジプトの+66%に次いで世界3位となっている。

2019年のベトナムにおける資産100万USD（約1億1,500万円）超を保有する人の人口は前年比+12%増の2万5727人だった。2024年には4万2324人に増加する見通しだ。

中間層・富裕層の拡大により、ベトナム国内の消費市場自体が成長を続けている。輸入産の食肉加工品等、以前の所得水準では購入されなかった製品が購入される市場環境が整いつつある。

ベトナムにおける世帯月間支出の推移



出所：ベトナム統計総局を基に ONE-VALUE が作成

消費動向：急速な都市化の過程に伴い、中間層の人口が増加するにつれて、より多くの外食をする傾向がある。伝統的な市場からスーパーマーケット、市場、コンビニエンスストアなどの近代的なチャネルでの買い物に切り替わり、加工製品の消費を増やす傾向が予測される。

「伝統的小売形態（トラディショナルトレード）」から「近代的な小売形態（モダントレード）」のシフトが確認される。「伝統的小売形態」では品質が一定ではない、偽物が多い、食品の安全性が疑わしいといった問題があり、これらの問題を避けるために、近代的な流通構造にあるスーパーマー

ケットでの買い物を好む人が増えている。

一方で伝統的な市場の方が生鮮食品の鮮度が良いという認識は衛生管理の実態に関わらず、根強い。食肉加工品に対しては鮮度が良くないものというイメージが定着している。日本でトレンドとなっている時短調理、冷凍食品・レトルトパウチの食品の拡大といったことはベトナム市場で見られない。例えば日本では手軽に鍋が作れる鍋の素が一般的であるが、ベトナムの一般家庭ではそうしたことはなく、食材を使ってダシから作ることも多い。

## ベトナム消費市場に進出している主な日本企業

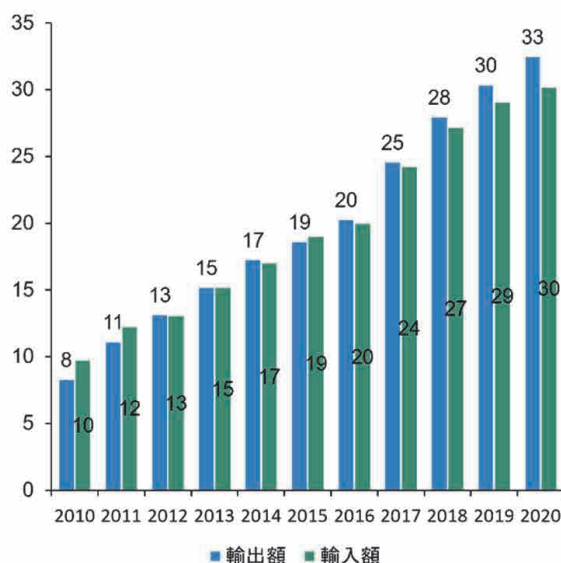
ベトナム消費者の拡大に伴い、日系小売企業のベトナム市場参入が相次いでいる。

企業名	進出年	事業概要
ファミリーマート 	2009年	2009年、ホーチミン市に初店舗を出店し、現時点までに数百店舗を展開
ミニストップ 	2011年	2011年に初出店。2019年時点ではベトナム国内に100店舗以上を展開
イオンモール 	2014年	2014年、東南アジアで初となる大型商業施設をホーチミンに開業。現時点まで5店舗を開業
高島屋 	2016年	2016年、ホーチミン市にある大型複合商業施設「サイゴンセンター」内に初店舗を開業
セブンイレブン 	2017年	2017年、ベトナム1号店をホーチミン市に開店。2020年までに100店舗の出店を計画
ユニクロ 	2019年	2019年12月、ホーチミン市に1号店をオープン カジュアル衣料品の販売
良品計画 	2020年	2020年、ホーチミン市にベトナムでは初のポップアップストアをオープン
マツモトキヨシ 	2020年	2020年10月、ホーチミン市1区のピンコムセンターに、1号店をオープン

## 輸出入動向

2010年～2020年 輸出額・輸入額の推移

(単位: 兆円)



出所：ベトナム税関総局を基に ONE-VALUE が作成

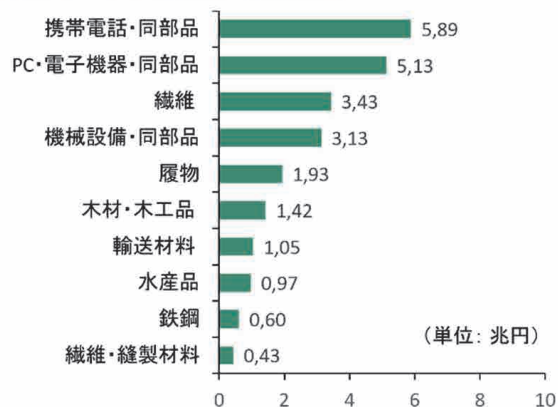


2010年以降、ベトナムでは輸出額、輸入額ともに増加傾向で推移してきた。2020年、ベトナムの輸出入報告書によると、全国の輸出入額は2019年と比較して5.4%増加し、5,454億米ドルに達した(62.72兆円)。そのうち、輸出額は2019年と比較して7.0%増の2,826億6,000万米ドルに達した(32.5兆円)。輸入額は2019年と比較して3.7%増の2,627億米ドルに達した。コロナ禍の深刻な影響を受けているが、ベトナムは前年と比較して輸出額の7%増加を維持した。ただ、2020年のベトナムは比較的コロナ抑え込みの成功していたものの、2021年に拡大し大規模なロックダウンが発生し、多くの工場が停止を余儀なくされた。

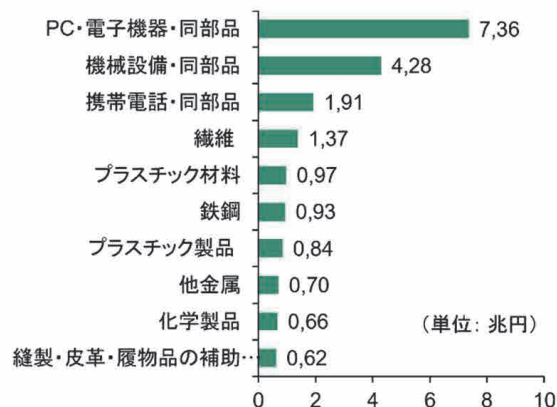
2021年9月、商工省の予測によると、コロナが比較的早く収束すれば、2021年度、輸出額は約3130億米ドル(35.995兆円)となり、2020年の総輸出額に比べて、10.7%増加すると見解を示している。

近年、徐々に農産物(コーヒー、米等の農産物)、鉱物などの原材料としての輸出から、農産物を加工した商品、機械、設備、電話及び同部品などの加工品・製品の輸出にシフトしている。原材料を使うため加工品の輸入が減少しつつある。一方で、日用品、加工食品などの輸入は増える傾向がみえる。

2020年 ベトナムの主要な輸出額



2020年 ベトナムの主要な輸入額



出所：ベトナム税関総局を基に ONE-VALUE が作成

ベトナム税関総局によると、2020年の輸出は282,654 Mil 米ドル(32.5兆円、前年比7.0%増)、輸入は262,700 Mil 米ドル(30.2兆円、3.7%増)だった。貿易収支は19,954 Mil 米ドル(2.29兆円)と5年連続の黒字になり、前年記録した過去最高の黒字幅をさらに上回った。

2020年の輸出相手先1位がアメリカで77,077 Mil 米ドル(8.86兆円、前年比25.7%増)、2位が中国で48,905 Mil 米ドル(5.62兆円、18.0%増)、3位が日本で19,283 Mil 米ドル(2.22兆円、5.2%減)だった。アメリカ向けは、縫製品や履物など繊維関係が前年を下回った一方、コンピュータ電子製品・同部品などが好調を維持し、大幅な伸び率となった。

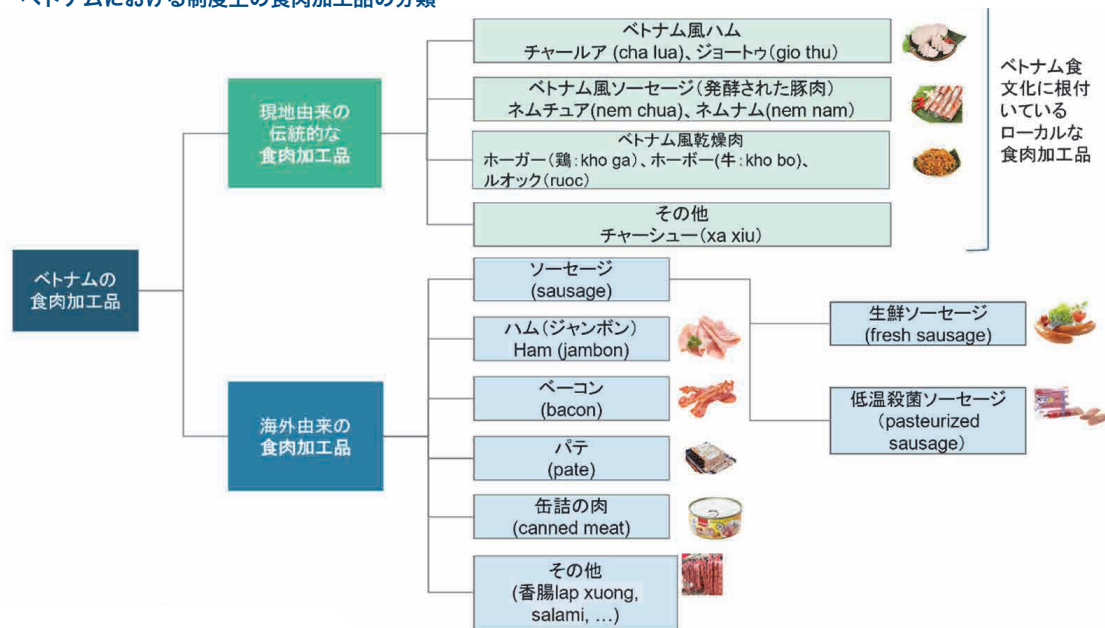
輸入相手先は、1位が中国で84,186 Mil 米ドル(9.68兆円、11.5%増)、2位が韓国で46,895 Mil 米ドル(5.39兆円、0.3%減)、3位が日本で20,341 Mil 米ドル(2.34兆円、4.1%増)となった。

# ベトナム食肉加工業界の概要

## ベトナムの食肉加工品の定義・分類

ベトナムの市場における一般的な食肉加工品は以下の通り、整理することができる。

ベトナムにおける制度上の食肉加工品の分類



出所：ONE-VALUE が独自に作成

食肉加工品の規格を定める国家技術基準（「QCVN」）は存在しないが、任意に適用する基準であるベトナム基準（「TCVN」）については、科学技術省が定めている

業界における各食肉加工品の定義は以下の通りである

- 生鮮ソーセージ:粗挽き・細挽き豚肉で作られる。蒸した後、高温で殺菌され、真空包装される。鮮度を保つため、冷蔵して鮮度を保つ必要がある。開封して、そのまま加熱調理せずに、生で食べることは可能であるが、ベトナムでは焼く等して加熱調理して食べられることが習慣として既に根付いている。加熱調理しないと衛生的に良くないという考えがあるため、生で食べる人が皆無に近い。今後、冷蔵輸送の発展に伴い、市場拡大するといわれている。
- 低温殺菌ソーセージ:肉を主原料として加工されたインスタントソーセージ（加熱調理せずにそのまま食べられるソーセージ）。室温で長時間保存でき、冷蔵不要。パッケージにキャラクターは描かれていることが多く、調味料が練り込まれていて味付けが既にされており、主には子供向けに販売されている。

- ジャンボン：フランス語で英語のハムと同じ意味で使用される。ベトナムではジャンボンということが多い（親しまれた呼び方）ベトナムは過去にフランス植民地時代があり、文化的な影響が残っている。加熱せずにそのまま食べられるハムを指す。

上記の分類はベトナム現地の食肉加工品メーカー、報道紙により使用されている分類方法である。生鮮ソーセージ製造大手の Duc Viet 社の公式ホームページにも記載がある。制度上の分類とは異なるものの、ベトナムの食肉加工品業界において一般的に分類される方法である。

参考：<https://www.ducvietfoods.vn/thac-mac-thuong-gap-ve-xuc-xich>

ベトナムでは豚肉を使った伝統的な食肉加工品が根付いており、広く一般的に食されている。以下ではベトナム現地由来の伝統的な食肉加工品の分類についてである。



ネムチュア (nem chua)：豚肉などを原料とするベトナムの発酵食品。北部の特産であるが、全国的にビールのおつまみとして国民に親しまれている伝統料理の1つである。新鮮な豚モモの挽肉に油、砂糖、香辛料などを加えて混ぜ、茹でた豚皮の細切りと焼いた米粉を加える。機械で押し出して棒状に成形した後、一緒にバナナの葉で包む。その後、2つずつ紐で縛り、室温で一晩発酵させると完成となる。

そのまま、またはチリソースを付けて食べる。気温15～17度程度であれば、1週間程度保存可能である。 ※東南アジア全般で似た料理が存在（乳酸発酵）



チャールア (cha lua)：ベトナム風のハムで、正月には欠かせない料理である。バインミーの具材、バインクオン (banh cuon：蒸し春巻き) と一緒に食べられることが多い。豚ひき肉に調味料（ナンプラー、醤油、さとう、こしょう）等の調味料を入れて、伝統的にはバナナの葉に包んで作られる。



細かく分類すると、鶏肉・牛肉で作って茹でる場合は「Gio」と言う。シナモン・きのこ・グリーンライスフレーク (cốm) などが入って、揚げる場合は Cha と言う。冠婚葬祭によく使われており、最も一般的に食されるベトナム風の伝統的なハムである。



ジョートウ (gio thu) : ベトナムの豚耳ハム。豚耳ときくらげ入りの伝統的なハムで、正月料理には欠かせない料理である。冷蔵庫に入れば日持ちする。しいたけやシャロットで香り付けされており、お酒のおつまみとしても知られている。ベトナム風のテリーヌという。



ホーガー、ホーボー、ルオック (kho ga, kho bo, ruoc) : ベトナム風乾燥肉であり、豚肉・牛肉・鶏肉から作られる。ホーガーは鶏肉、ホーボーは牛肉。ルオックは豚肉を意味する。肉を大きめに切って、調味料と茹でた後、ミキサーで挽いて、または手で小さく引き裂いて、フライパンで乾燥させる。

ごはんのおかず、バインミーの具材、おこわの具材、おかゆの具材など、ベトナムでよく食べられる料理に入っており、食事のあらゆるシーンで食される。

ベトナムでは過去にフランス植民地時代があり、食肉加工品でもフランスの影響が強いと考えられる。以下では海外由来の食肉加工品の分類についてである。



ソーセージ (sausage) : 粗挽き・細挽き豚肉で作られる。蒸した後、高温で殺菌され、真空包装される。鮮度を保つため、冷蔵して鮮度を保つ必要がある。低温殺菌ソーセージはインスタントソーセージである。調理しないで、すぐに食べられる。室温で約6か月間程度は保存できる。

ベトナムではパンやおこわの付合わせとして食べられる。朝食、間食、おやつとして食されることも多い

北部では屋台でも焼いたソーセージが販売されていることが多い。



ハム (ジャンボン) Ham (jambon) : ベトナムでは海外由来の食品として認知されており、バインミー、チャーハンの具材として一般的には食されるが、ヨーロッパ由来の料理に使用されることが多い。一部では塩分の多さを指摘する情報も散見される。



パテ (pate) : パテ (フランス語:pâté) は肉や魚などの具材を細かく刻み、ペースト状あるいはムース状に練り上げたフランス料理。ベトナムではパンやおこわ、ステーキの付け合わせとしてよく食べられる。最近では現地で製造されている傾向がある。



ベーコン (Bacon) : ベーコン (Bacon) とは、豚バラ肉の塩づけを燻製にした食品。ベトナムでは、骨抜き豚足から作られたベーコンもある。ベトナムではパンと一緒に食べられる、サラダの材料の一つである。洋食レストラン、高級ホテルでの料理によく使われている。



缶詰の肉 (Canned meat) : 缶に保存された食肉加工品である。加工肉を缶に詰めた後、長く保管するため高温の脂肪を缶に詰め込み、加工肉を覆う。脂肪が冷えると、脂肪が固まり、肉を保管する役割になる。

## ベトナムの食文化

ベトナム料理は一般的にエスニック料理と日本では認識されることが多いが、中部地方等の一部地方を除いて辛い料理はほとんど存在しない。ベトナムでは食事に箸やお茶碗を使い、米を主食とし、お茶もよく飲まれる。祝い事の席などには小麦粉や米粉で麺やお餅も作られる。日本の食文化によく似ているが、中国の影響を強く受け、炒める、蒸す、煮るなど、中華の手法が多く取り入れられ、小魚を塩漬けにして発酵させて作るヌックナムという醤油も中国の影響で使われるとされている。

ヌックナムはベトナム料理には欠かすことのできない調味料で、料理に適度な塩味と凝縮されたうまみを加える役割を果たしている。ただ、魚の調理法については直火で焼くことが多く、この手法はあまり中華料理にはないところで、日本料理やカンボジア料理の影響を受けていると考えられている。

一方、ベトナムの朝食でポピュラーなものは米粉を使った麺料理のフォーと呼ばれるものがあるが、フランスパンで挟んだサンドイッチ（バインミー）がある。ベトナム風サンドイッチとして、知られ、日本でもバインミーを売るお店がここ数年で急激に増えた。

19世紀にベトナムが中国から独立した後、フランスが侵略し、そのフランス人達がベトナムで農業を展開してコショウや香辛料、洋野菜やコーヒーを栽培したため、歴史的に近年であることから現在ではフランスの食文化の影響を強く受けている。

その名残から、料理は全体的に薄味で、各自が自分の好みに合うチリソースや甘酢ソースやレモン塩などをつけて食べる。また、カフェでコーヒーを飲む習慣が定着した。

### ・フランスの影響を受けたベトナム食文化の例



コーヒー



バインミー



プリン



フランスパン



ビーフシチュー



パテ

## ベトナム食肉加工品市場の動向

高い経済発展を続けるベトナムでは、所得水準の増加に伴い、食肉の需要が増加している。2013年～2018年、食肉加工品は毎年平均して2.1%増加した。一方で、冷凍食品は同期で毎年5.6%増加した。また、高い経済成長率に伴い食生活も変化が見られ、畜産物消費量が年々増加している。

加えて流通環境も整備されつつあり、マーケットとしての可能性も期待される。さらに、子供の人口比率が高いベトナムでは、安全性に対する意識が強い。所得水準に増加に伴い、食品に対する意識は確実に強くなっている。消費者は価格よりも安全性、衛生、品質により高い関心を払うようになっており、子供のいる家庭は特に「安心な味」を求める傾向が強い

一方で、ベトナムの食肉加工品の市場規模は依然として小さい。日本ハム・ソーセージ工業協同組合によれば、日本における令和2年食肉加工品生産数量（ハム類、ベーコン類、ソーセージ、プレスハムなどの生産量の累計は549,823トンである。これを人口1億2,580万人で除すれば、4.29kgとなる。

市場および消費者データを専門とするドイツの調査会社 Statista によれば、2020年における、ベトナムの年間消費量（ハム、ソーセージ、ベーコン）は47,400トンであり、これを人口数（9734万）で除すると、0.48kg/人となる。ベトナムでは日本の「日本ハム・ソーセージ工業協同組合」のような食肉加工品に関する有力な業界団体が存在せず、ハム・ソーセージに関するベトナム国内の信頼のおけるデータには現状アクセスが難しい状況である。

日本の市場環境としては、日本でこれ以上の食の洋風化は見込みにくいと考えられる。長期的な人口減もあり、ハムやベーコンの消費量がさらに伸びるのは難しいと予測される。日本の各食肉加工品メーカーは素材や製法にこだわり、味を磨く必要性が高まっている。更に、成長著しいアジアの新興マーケットを狙って積極的に進出していく必要もある。その中でベトナムは今後の高い成長が見込まれる有望なマーケットであると考えられる。

ただ、ベトナム市場の食肉加工品は日本製品と味わいが異なる。ローカル商品はフレーバー付きで甘い味や濃い味により、肉本来の味わいが薄い商品が多い傾向にある。

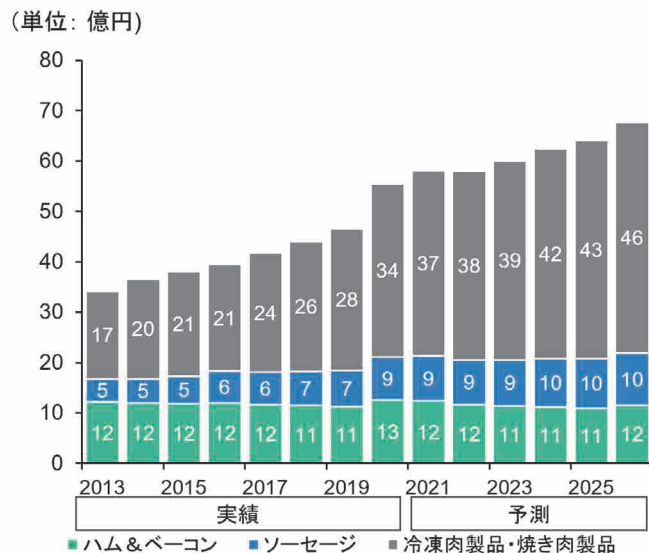
生鮮肉の市場はすでに成長が鈍化している一方で、ベトナムの加工食品市場は発展の段階にあり、今後、より高い成長率が見込まれる。衛生状態、品質管理が行われない加工品が流通していることを消費者は理解しており、スーパーマーケットやコンビニエンスストア等の信頼のおける場所で購入する傾向が強まっている。

仕事に多忙な若者が簡単で健康的な食事をしようとする人が多くなっている。そのため、加工食品への需要がますます増える見通しである。それでも加工品へのイメージは新鮮でないというイメージを持つ人も多い。都心部では、ファストフードとしてのイメージ、高級品としてのイメージの2つに分類されている。前者はローカル企業の安価な製品はファストフードのイメージともいえる。



農村部ではまだ食文化として食肉加工品が根付いていない。多様化・欧風化していない伝統市場では到底品質管理がなされているということではないだろうが、スーパーマーケットよりは新鮮と考えられる消費者は一定数以上いる。

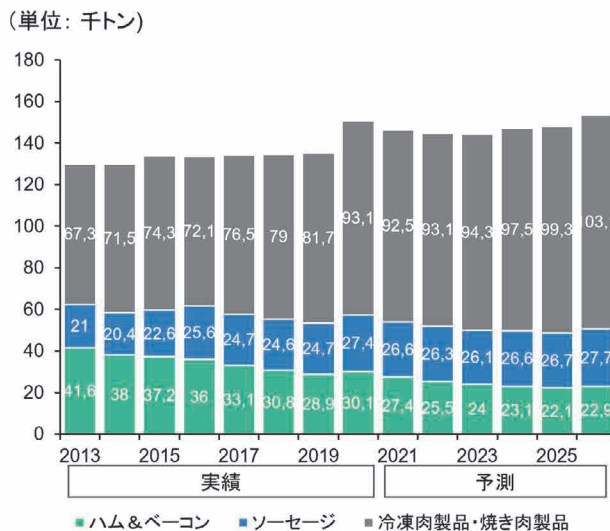
### 2013年～2026年 食肉加工品の年間売上の推移



出所: Statista を基に ONE-VALUE が作成

ベトナム国内における食肉加工品の市場規模は現状では小さいが、今後の所得水準の向上、ライフスタイル変容を考えると、市場は拡大していくと予測される。

### 2013年～2026年 食肉加工品の消費量の推移



出所: Statista を基に ONE-VALUE が作成

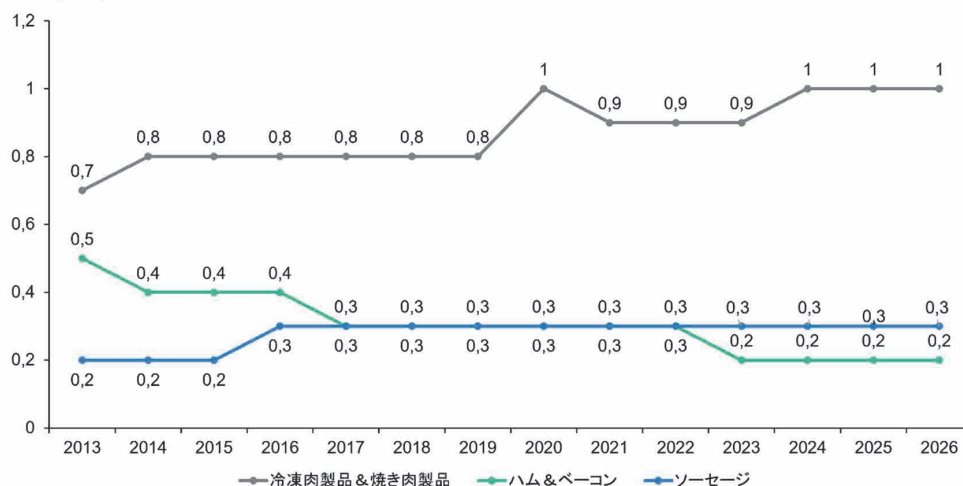
2020年、ベトナムの食肉加工品の年間売上額は55.5億円で、2019年と比較して19%増加している。食肉加工品の消費量は15万600トンで、前年比15.3%増加した。年間売上高は拡大し

ているため、市場全体としては成長傾向が続いている一方で、国内の消費量は横ばいの状況である。

上記データは Statista による統計であるが、ベトナムの人口増加、経済発展に伴う中間層の増加、食の欧風化といったトレンドを考慮すると、ハム、ベーコン、ソーセージの消費量はこの統計よりも多く成長すると考えられる。

ベトナムにおける一人当たりの食肉加工品の消費量の推移(2013年～2026年)

(単位: kg/人/年)



出所: Statista を基に ONE-VALUE が作成

Statista はベトナム消費者による食肉加工品の消費量は横ばいで推移と分析しているが、実際の増加率はもっと高いと考えられる。

ベトナムにおける一人当たりの食肉加工品の年間売上の推移(2013年～2026年)

(単位: 円/人)



出所: Statista を基に ONE-VALUE が作成

ベトナム消費者による食肉加工品の支出は今後も増加する見通しである。

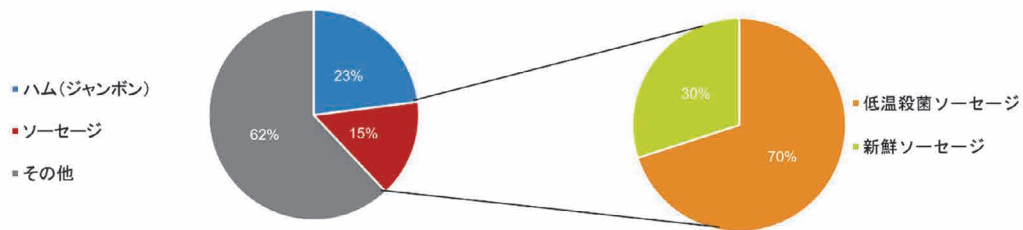
### ベトナムにおける食肉加工品の小売価格単価の推移(2013年~2026年)



出所: Statista を基に ONE-VALUE が作成

ベトナムにおける食肉加工品の小売価格単価は今後増加する見通しである。

### ベトナム食肉加工市場の売上区分 (2020年)



	ベトナム市場での製品の風味の種類	消費者	主な市場	成長の可能性
生鮮ソーセージ	ドイツ風、スイス風、燻製	一般消費者向け	北部	成長
低温殺菌ソーセージ	鶏肉味、豚肉味、牛肉味、バーベキュー味、フライドチキン味、ビーフステーキ味、スパゲティ味等多様な味付け	子供向け	南部	飽和状態

出所: Mavin へのヒアリング調査から ONE-VALUE が作成

ベトナムのソーセージ市場の売上高のうち、7割は低温殺菌ソーセージによるものである。

## ベトナム食肉加工品メーカーの主要な企業

ベトナム現地報道によると、2020年、ベトナムにおける約30企業が食肉加工品を現代的な技術で生産しており、生産量の合計は50万トン/年。年間1万トン以上の製品を生産できる加工会社はごくわずかで、国際的な衛生基準を満たす最新の加工工場を持つ企業は少ない。

低温殺菌ソーセージの年間消費量は約5万トン/年であり、そのうち最大手のVissanは約2万トンを供給しており、全国の市場シェアの35~40%を占めている。

ベトナムの主要な食肉加工品メーカーは次の7社が挙げられる

ベトナム畜産技術：Vissan) (Vissan Joint Stock Company)

※取得している認許等 (ISO/IEC 17025, ISO 9001:2015, HACCP)

Duc Viet 食品株式会社 (Duc Viet Food Joint Stock Company)

※取得している認許等 (HACCP)

C.P ベトナム畜産株式会社 (C.P. Vietnam Corporation)

※取得している認許等 (ISO 9001, ISO 22000, HACCP, GMP, Global G.A.P., BAP, ISO 14001, ISO 50001)

Mavin グループ (MAvin Group Joint Stock Company)

※取得している認許等 (ISO 22000, HACCP)

Dabaco ベトナムグループ株式会社 (Dabaco Viet Nam Corporation)

※取得している認許等 (ISO 9001-2008, ISO 22000:2005)

Masan グループ株式会社 (Masan Group Corporation)

※取得している認許等 (HACCP, ISO 9001, OHSAS 18001, ISO 22000)

NH フーズベトナム (NH Foods Vietnam Joint Stock Company)

※取得している認許等 (HACCP.)

低温殺菌ソーセージの市場には現在約 15 のメーカーがあり、そのうち Vissan が市場シェアでリードしている。食肉加工品市場には複数のプレーヤーが割拠している状況で、特定の企業が市場シェアを獲得している訳ではない状況。例えば、乳製品市場ではビナミルク、TH ミルクの 2 強状態である。

海外由来の食肉加工品グループにおいての輸入品の位置付けとしては、普及率が低く、商品のブランドの認知度がまだ高くないといえる。

加工技術：1997 年、Vissan はベトナムで初めてハムを生産する機械に投資したが、成功しなかった。その後、日本のパートナーと連携し、技術移転で日本の低温殺菌ソーセージ生産機械をベトナムに移した。具体的な日本企業の名前は不明（公開情報がないため。）その低温殺菌ソーセージ生産機械がハムを生産する機械と合わせられて製造。他社がソーセージをはじめ、食肉加工品市場の有望性を評価し、次々にソーセージ生産技術を向上させるため、海外からの機械を輸入した。現在、ベトナムの主要な食肉加工品メーカーは日本やヨーロッパのドイツ、デンマークなどから輸入した機械を利用している。原材料の質・量を確保するため、各会社は生産農場からと殺・前処理・加工・保存の各段階に現代的な機械を備えていく傾向にある。



製品の特徴：豚肉・牛肉・鶏肉から作った商品が一般、特に豚肉味のソーセージが普及している。ベトナムは若い人口が多いので、従来の商品の他に、メーカーが新しい商品も開発している。例えば、トウモロコシ味、チーズ味、バーベキュー味のソーセージである。

1997年、Vissanは食肉加工市場に参入し、ベトナムでの低温殺菌ソーセージを生産する初めての企業となった。その後、CP VietnamやDuc Vietの2つの大手企業ができ、Vissanとともに、ソーセージ市場でトップ3企業になる。Vissanによると、現在、市場には低温殺菌ソーセージを生産している企業が15社ある。そのうち、Vissanは最大企業である。

Vissanの強みは低温殺菌ソーセージである。一方、CP VietnamやDuc Vietの強みは生鮮ソーセージである。Vissanによると、ベトナムの低温殺菌ソーセージの平均消費量は0.55kg/人/年で、中国の0.76kg/人/年より低い

### ベトナム畜産技術ビッサン (Vissan)



ベトナム畜産技術ビッサンは1970年11月20日に設立され、1974年5月18日に事業を開始した。工場は2か所あり、政府出資率66.76%の国営企業である。現在、VISSANは、生肉、冷凍肉、加工肉製品の製造を主な事業としており、食肉加工業の最大手企業である。Vietnam Reportによれば、2017年における信頼性の高い食品企業トップ7にランクインされるなど、ブランド認知が高い企業の1つである。2020年の売上高は5,180 Bil VND (259億円)であった。

品目数：200品目以上を展開しており、国内のソーセージ市場シェア70%及び低温殺菌ソーセージ市場シェアの65%を占めている。

流通チャネル：Vissanの商品は全国63省の132の代理店、13万の小売店、スーパー・コンビニエンスストアの1,000ヶ所以上、商品紹介ストアの約50ヶ所とオンラインショップで販売されている。

カンボジア、ラオスにもソーセージ・ベトナム風ハムを輸出している

ベトナムの伝統的な商品を製造する冷凍食品加工工場の生産能力は5,000トン/年程度(※具体的な品目は記載なし)。ハノイの食品加工工場の生産能力は年間3,000トン程度(※具体的な品目は記載なし)。

2020年時点で、Vissanの豚肉処理場の1日当たり処理能力は計2,400頭、豚肉処理場は300頭/日である。豚肉処理場に加えて家禽処理場(1日当たり1万2,000～2万羽)も保有している。

	商品について基本的な情報	主な商品例
ソーセージ	<ul style="list-style-type: none"> <li>低温殺菌ソーセージ市場65%シェアを占める</li> <li>日本から輸入した生産ラインで製造</li> <li>生産能力: 20000トン/年</li> <li>22品目、価格帯: 9,000-30,000VND/袋 (45-150円/袋)</li> </ul>	
ベトナム風ハム	<ul style="list-style-type: none"> <li>30%市場シェアを占める</li> <li>12品目</li> <li>価格帯: 47,000-242,000 VND/袋 (235-1,210円/袋)</li> </ul>	
ベーコン	<ul style="list-style-type: none"> <li>4品目、価格帯: 27,000-140,000VND/袋 (135-700円/袋)</li> </ul>	
ハム・ジャンボン	<ul style="list-style-type: none"> <li>10%程度の市場シェアを占める</li> <li>2品目、価格帯: 20,000-25,000VND/袋(100-125円/袋)</li> <li>フランスの技術で生産する</li> </ul>	
パテ	<ul style="list-style-type: none"> <li>7品目</li> <li>価格帯: 10,000-33,000VND/箱(50-165円/箱)</li> </ul>	
肉の缶詰	<ul style="list-style-type: none"> <li>20%程度の市場シェアを占める</li> <li>32品目、価格帯: 10,000-69,000VND/箱 (50-345円/箱)</li> <li>日本の技術で生産する</li> <li>生産能力: 5,000トン/年</li> </ul>	
香腸	<ul style="list-style-type: none"> <li>70%程度の市場シェアを占める</li> <li>8品目、価格帯: 35,000-400,000 VND/袋(175-2,000円/袋)</li> </ul>	
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>40%市場シェアを占める</li> </ul>	

出所: Vissan のウェブサイトの情報に基づいて ONE-VALUE が作成

## ベトナム畜産技術ビッサン (Vissan) の主要な製品

### 低温殺菌ソーセージ

SUPER 5ソーセージ



25,000VND(125円)/150g

Boom boomソーセージ



15,000VND(75円)/150g

栄養ソーセージ



20,500VND(102.5円)/175g

ソース混ソーセージ



8,100VND(40.5円)/49g

牛肉・豚肉・トウモロコシ・  
チーズ味のソーセージ



17,200VND(86円)/160g

### 生鮮ソーセージ

Cocktailソーセージ



79,000VND(395円)/500g

Luckyソーセージ



64,000VND(320円)/500g

Dailyソーセージ



35,000VND (175円)/500g

Funnyソーセージ



38,000VND (190円)/500g

Happyソーセージ



50,500VND (252.5円)/500g

### ハム・ジャンボン

3つ梅の花ジャンボン



39,300VND(196.5円)/300g

そのたハム・ジャンボン



125,000VND(625円)/500g

### 香腸

えび味の香腸



56,800VND(284円)/200g

牛肉味の香腸



54,400VND(272円)/200g

3つ梅の花の香腸



34,600VND(173円)/200g

Mai Que Lo 香腸



43,400VND(217円)/200g

香腸



103,500VND(517.5円)/500g

### ベトナム風ハム

Huong Viet ハム



79,000VND(395円)/500g

Huong Que ハム



52,000VND(260円)/500g

Hoa ハム



113,000VND(565円)/500g

バナナの葉味のハム



110,000VND(550円)/500g

その他伝統的なハム



94,500VND(472.5円)/500g

出所： Vissan のウェブサイトの情報に基づいて ONE-VALUE が作成

Vissan のソーセージは各消費者層の需要に答えた Hola、Lucky、Happy、Funny などの様々なブランドがあり、豚肉、牛肉といった伝統的な味に加え、エビ、トウモロコシといった味も開発している。

また、香腸 (Lạp xưởng - ラップ・スオン) は、中国由来のベトナムの料理である。ベトナムでは、香腸は粗く刻んだ豚肉 (脂身と赤身を含む) をアルコールや砂糖と混ぜたあと、乾燥した豚の腸に入れて、自然に発酵させられる料理である。豚肉の他に、鶏肉から作った香腸もあるが、一般的には豚肉の香腸である。

## Duc Viet 食品株式会社



Duc Viet はドイツ風ソーセージをベトナム人の伝統的な食事に取り入れようとしており、2000年に事業開始。2016年に韓国の Daesang グループ（韓国の総合食品メーカー大衆）が Duc Viet 社を買収した。

現在、フォーノイ工業団地（Hung Yen 省）にある食品・肉加工工場では1日当たり、200頭の豚を処理し、17トンの肉を加工し、約30トンのソーセージと他の食品を生産している。

「きれいな農場からきれいな食卓まで」の会社方針があり、テューリンゲン州（ドイツ）の伝統的な食品加工法により、Duc Viet 社は安全で、衛生基準の高い食品安全基準に従って、細かく検査され質を重視。ソーセージはスペイン、デンマークなどから輸入した肉から生産されている。

一般消費者向けの安価な価格帯の商品ラインナップのほか、Duc Viet は HORECA というレストラン・ホテル向けのパストラミ、燻製鴨胸肉（鴨スモーク）などの高級な品目を開発している。また、ベトナム風の伝統的なハムも展開している

	商品について基本的な情報	主な商品例
ソーセージ	<ul style="list-style-type: none"> <li>26品目</li> <li>ドイツの技術で生産する</li> <li>価格帯: 20,000-330,000 VND / 袋 (100-1,650円/袋)</li> </ul>	
ベトナム風ハム	<ul style="list-style-type: none"> <li>4品目</li> <li>価格帯: 100,000-200,000 VND / 袋 (500-1,000円/袋)</li> </ul>	
ベーコン	<ul style="list-style-type: none"> <li>6品目</li> <li>価格帯: 50,000-80,000 VND / 袋 (250-400円/袋)</li> </ul>	
ハム・ジャンボン	<ul style="list-style-type: none"> <li>3品目</li> <li>価格帯: 35,000 – 50,000 VND / 袋 (175-250JYP/袋)</li> </ul>	
パテ	<ul style="list-style-type: none"> <li>なし</li> </ul>	
肉の缶詰	<ul style="list-style-type: none"> <li>なし</li> </ul>	
香腸	<ul style="list-style-type: none"> <li>なし</li> </ul>	
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>8品目</li> <li>価格帯: 50,000 – 100,000 VND / 袋 (250-500円/袋)</li> </ul>	

出所：Duc Viet のウェブサイト の情報に基づいて ONE-VALUE が作成



## Duc Viet 食品株式会社の主要な商品

低温殺菌ソーセージ	<p>Handy 牛肉味 インスタントソーセージ</p>  <p>60,000VND(300円)/105g</p>	<p>Handy Kid インスタントソーセージ</p>  <p>45,000VND(225円)/115g</p>	<p>Handy 豚肉味 インスタントソーセージ</p>  <p>60,000VND(300円)/105g</p>		
Seoul's Hotdog	<p>Seoul's Hotdog</p>  <p>55,000VND(275円)/350g</p>	<p>チーズ Seoul's Hotdog</p>  <p>50,000VND(259円)/250g</p>	<p>チーズ巻き Seoul's Hotdog</p>  <p>93,000VND(465円)/500g</p>	 	
生鮮ソーセージ	<p>Nice' ソーセージ</p>  <p>49,000VND(245円)/250g</p>	<p>Kielbasa ソーセージ</p>  <p>55,000VND(275円)/200g</p>	<p>King BBQソーセージ</p>  <p>65,000VND(325円)/250g</p>	<p>Romasソーセージ</p>  <p>54,000VND(270円)/500g</p>	<p>アメリカ風ソーセージ</p>  <p>75,000VND(375円)/500g</p>
ベトナム風ハム	<p>Duc Viet ハム</p> 	<p>伝統的なハム</p> 	<p>軟骨入りハム</p> 	<p>ディール入り魚味のハム</p> 	
その他	<p>パストラミ</p> 	<p>皮なし燻製鴨胸肉</p> 	<p>燻製鴨胸肉</p> 	 <p>ディールは甘みのあるさわやかな香りのハーブである。ベトナムでは魚の料理によく使われているハーブで、日本のスーパーでも購入できることが多い。</p>	
ハム	<p>胡椒入りハム</p> 	<p>チキンハム</p> 			

出所：Duc Viet のウェブサイト の情報に基づいて ONE-VALUE が作成

2020 年、商工省の評価によれば、Duc Viet の Kielbasa ソーセージがベトナムで好まれるソーセージの第 2 位になった。このソーセージは豚肉や胡椒や特別に輸入した調味料から作られ、Duc Viet の高級価格帯のソーセージである。

現在、Duc Viet の商品は様々な消費者層をターゲットしており、高級な商品から農村部・地方地域向けの安い商品もある。その他工業団地で勤務している労働者向けの商品もある。

- 高級商品：
  - ドイツ風のソーセージ類。例えば：BBQ ソーセージ、Bedlin ソーセージ、Kebasa ソーセージ等。ドイツの専門家と協力して、ドイツの本場の味を守り、他社の商品の味と間違えないように商品を生み出すというセールスポイントで消費者に訴求している。ドイツ風のソーセージは Duc Viet の強みである。

- 高級ホテル・レストラン向けの HORECA という商品がある。ベーコン、スライスしたベーコン、骨なしの塩漬豚足、燻製した鶏の胸肉、燻製した鴨胸肉、燻製した豚ロースなど。
- 肉団子類：ミートボール、フィッシュボール、ビーフボール、野菜入りボール、シーフード入りボールなど
  - 高級商品：鍋に入れる商品
  - 一般商品：工業団地の労働者向けの商品
- 若者向けの商品：チーズ巻きソーセージ（写真2）、ホットドッグ、チーズ巻きホットドッグなど
- Duc Viet は Paris, Seul, Romas などの世界で有名な都市から着想を得たソーセージの商品ラインもある（例：New York s ソーセージ - 写真1）
- 最も売れている商品：燻製ソーセージ、King BBQ、Teressa

使用期間：1 か月半

品質の基準：ISO, HACCP

商品の味：可能限りで商品の味を調整して、北部、中部、南部でも同じ商品同じ味を販売している。



写真 1



写真 2

## Duc Viet の生産状況

工場の生産能力：生鮮ソーセージ：35 トン／日、低温殺菌ソーセージ：20 トン／日

工場の面積：5ha

原材料：ほとんどの原材料は輸入されている。調味料はドイツから輸入している。原料肉はアメリカ、ヨーロッパ、韓国、デンマーク、ドイツから輸入している。

2016年に韓国の Daesang グループ（韓国の総合食品メーカー大衆）が Duc Viet 社を買収した。買収される前は、「牧場から食卓まで」という方針に従って、生産したが、近年、高品質な原材料を確保できないので、生産モデルを変えたと報じられているが、具体的な内容は公表されていない。

現在、Duc Viet と提携して、Duc Viet のための商品を加工する国内企業がある。外部で加工している商品はミートボール類、Mandu、饅頭である。ソーセージ類はすべて Duc Viet の生産ラインで製造されている。Duc Viet は高級価格帯の商品の生産には、Marriott などベトナムの一流ホテル・レストランと提携して、そこで売れる味を標準の味にして、生産している。

直近1年、Duc Viet は生鮮ソーセージを生産し始めた。来年度、新商品を発売する予定がある。近年、商品の生産量と売上は20~30%程度で増加。

## Duc Viet の商品の販売チャネル

現在、Duc Viet の商品はすべての販売チャネルで販売しているが、伝統的なチャネルが主な流通経路である。

- ・販売代理店：200店以上、全国的に販売している。販売代理店の選択基準は以下のとおり  
財政能力  
人事管理能力  
店舗の規模  
商品の販売能力：その店がどこまで商品を売れるか  
販売代理店は商品を運搬する時、専用の冷凍冷蔵車がある。
- ・販売チャネルの構成  
スーパー、コンビニ：20-30%  
ホテル・レストラン：10%  
伝統的な雑貨店：60-70%  
オンライン販売チャネル：Shopee という EC サイトで販売をしているが、あまり売れていない。

## Duc Viet の今後の商品戦略

- ・子供向けの商品  
好まれている味：サクサク食感と甘みや濃い味  
今後1~2年後には、栄養強化商品を製造する予定がある
- ・大人向けの商品  
食べ方：BBQ パーティー、鍋料理に入れるもの、ワイン・ビールのつまみとする  
伝統的な正月（テト）向けのパック、贈り物セットを販売する。

Duc Viet の商品の味は韓国、ドイツの専門家に決められている。新製品の味を評価する際、専門家はもちろん、会社内外の約200-300人からの意見を求める。

- ・Duc Viet の商品の特徴  
ドイツの伝統的な味  
市場に20年間販売しているので、ブランドの認知度が高い。

## Duc Viet の輸入食肉加工品への評価

- ・日本食品への印象

寿司、刺身などの魚の料理に良い印象がある  
日本食品の質はいいが、値段が高い

- ・輸入したソーセージ、ハム類の商品への評価

質がいい、値段が高い  
輸入品の味は国産品とあまり変わらないが、値段が高いのであまり売れていない。

- ・Duc Viet の新販売戦略

ベトナムの正月向けに商品のセットで販売する。正月の10日前から予約が必要である。

セット1: スナック・ボックス



- ❖ 品目:
  1. 豚肉味 低温殺菌ソーセージHandy 350g
  2. 牛肉味 低温殺菌ソーセージHandy 350g
  3. トッポッキ O'Food (チーズ味・韓国の伝統的な味) 280g
- ❖ 対象: 子供向け
- ❖ 価格: 200,000VND=1,000円

セット3: 伝統的な贈り物



- ❖ 品目:
  1. 中国風香腸- 500g
  2. 軟骨入り腸詰め-200g
  3. Festivalソーセージ - 500g
  4. Romasソーセージ - 200g
- ❖ 食べ方: 蒸す、焼く、ゆでるなど
- ❖ 価格: 200,000VND=1,000円

セット2: お鍋、BBQ向け



- ❖ 品目:
  1. 野菜・シーフード入りミートボール 250g
  2. フィッシュボール250g
  3. King BBQソーセージ250g
  4. New Yorksソーセージ500g
  5. 軟骨入り腸詰め200g
  6. スモークソーセージボール 200g
- ❖ 食べ方: 鍋の料理に入れるまたは、焼く
- ❖ 価格: 250,000VND=1,250円

セット4: パーティ向け



- ❖ 品目:
  1. King BBQソーセージ250g
  2. Kielbasaソーセージ200g
  3. にんにく入りソーセージ200g
  4. 軟骨入り腸詰め200gx2袋
  5. 中国風香腸 500g
  6. New Yorksソーセージ 500g
- ❖ 食べ方: BBQパーティーで焼く
- ❖ 価格: 350,000VND=1,750円

セット5: 平安

- ❖ 品目:
  1. Duc Viet ベトナム風ハム(Gio)
  2. Romasソーセージ
  3. An Binh パテ
  4. Niceソーセージ
- ❖ 価格: 220,000VND=1,100円



セット6: 繁栄

- ❖ 品目:
  1. King BBQソーセージ
  2. Kielbasaソーセージ
  3. スライドしたベーコン
  4. 蒸しジャンボン
  5. Duc Viet ベトナム風ハム (Gio)
  6. ベトナム風ハム(Cha)
  7. 燻製丸型ソーセージ
- ❖ 価格: 380,000VND=1,900円

セット7: 幸福

- ❖ 品目:
  1. Hotdogソーセージ
  2. Duc Viet ベトナム風ハム(Gio)
  3. Romasソーセージ
  4. アメリカソーセージ
  5. An Binh パテ
  6. Niceソーセージ
- ❖ 価格: 250,000VND=1,250円



出所: Duc Viet のウェブサイト の情報に基づいて ONE-VALUE が作成



## C.Pベトナム畜産株式会社



C.P ベトナム畜産株式会社はタイに拠点を置く C.P グループタイに属しており、製造と流通を主な事業としており、25 年以上の歴史がある。

同社の公表情報によれば、17 か所に工場を持っており、そのうち 3 か所は食品加工場である。同社の食肉処理場と食品加工工場は、処理エリアは、国際獣疫事務局の動物福祉プロセスに完全に準拠し、規制に従って屠殺されている。近代的で自動化されたラインを備えた 1 つの食肉処理場を含む 25ha のエリアに構築。

同社の北部・南部にある工場には 2 つの独立したと殺と食肉加工のシステムがあり、オランダ、ドイツ、スイスの有名なメーカーから輸入された生産ラインが整備されている。

C.P ベトナム畜産株式会社の流通チャネルは 10,000 ヶ所の小売店であり、スーパー・コンビニ・雑貨店、更にはオンラインショップでも販売されている。

	商品について基本的な情報	主な商品例
ソーセージ	<ul style="list-style-type: none"> <li>14品目</li> <li>価格帯:30,000-115,000VND/袋 (150-575円/袋)</li> </ul>	
ベトナム風ハム	<ul style="list-style-type: none"> <li>2品目</li> <li>価格帯:60,000-80,000 VND/袋 (300-400円/袋)</li> </ul>	
ベーコン	<ul style="list-style-type: none"> <li>なし</li> </ul>	
ハム・ジャンボン	<ul style="list-style-type: none"> <li>なし</li> </ul>	
パテ	<ul style="list-style-type: none"> <li>1品目</li> <li>価格帯:30,000 VND/袋 (150円/袋)</li> </ul>	
肉の缶詰	<ul style="list-style-type: none"> <li>なし</li> </ul>	
香腸	<ul style="list-style-type: none"> <li>3品目</li> <li>価格帯:70,000-130,000 VND/袋 (350-650円/袋)</li> </ul>	
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>1品目</li> <li>価格帯:35,000VND/袋(175円/袋)</li> </ul>	

出所：C.P ベトナムのウェブサイトの情報に基づいて ONE-VALUE が作成

## C.P ベトナム畜産株式会社の主要な商品

<b>低温殺菌ソーセージ</b>				
Goldソーセージ		赤ソーセージ		5つ星赤低温殺菌ソーセー
22,800VND(114円)/200g		22,800VND(114円)/200g		24,000VND(120円)/240g
<b>生鮮ソーセージ</b>				
フランス風Bucherソーセージ	Vealzソーセージ	Frankfurterソーセージ	ビアガーデンソーセージ	Cocktailソーセージ
89,000VND(445円)/450g	44,000VND(220円)/250g	36,000VND(180円)/200g	44,000VND(220円)/200g	40,500VND(202.5円)/250g

香腸

Mai Que Lo香腸



37,500VND(187.5円)/200g

新鮮香腸



その他

CP ベトナム風ハム



35,000VND(175円)/250g

CP ネムチュア



30,000VND(150円)/180g

CP パテ



16,000VND(80円)/200g

出所：C.P ベトナムのウェブサイトの情報に基づいて ONE-VALUE が作成

CP のソーセージ：vealz CP, red gold 低温殺菌ソーセージ, チーズソーセージ, Vuon bia ソーセージなどは消費者がよく知られる商品である

## 株式会社Mavinグループ



ベトナムとオーストラリアの合弁会社。飼料・畜産・食肉などを取扱う。2004年に設立され、生産から加工、流通まで行う。

2004年に設立され、フンイェン省にある動物飼料工場を皮切りに、ベトナムとオーストラリアの合弁プロジェクトとして始まったが、2017年までに、同社はMavinグループとして再編され、現在に至る

動物飼料、食品加工を製造する数十の工場を所有しており、取り扱う食肉加工品の品目数は40以上ある

現在、株式会社Mavinグループの商品が全国のスーパー、代理店、雑貨店などで販売されている。加えて、高級なホテル・レストランや工業団地内の食堂に商品を提供している。主な商品は生鮮ソーセージである

「農場から食卓まで」の方針で、同社は、動物飼料、農場及び食品加工工場のサプライチェーンで運営されており、衛生基準を満たした商品を提供していると自社サイトでは公表している

	商品について基本的な情報	主な商品例
ソーセージ	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本の技術で生産する</li> <li>生産能力: 10,000トン/年</li> <li>7品目</li> <li>価格帯: 40,000-110,000 VND/袋 (200-550円/袋)</li> </ul>	
ベトナム風ハム	<ul style="list-style-type: none"> <li>4品目</li> <li>価格帯: 80,000-150,000VND/袋 (400-750円/袋)</li> </ul>	
ベーコン	<ul style="list-style-type: none"> <li>1品目</li> <li>価格帯: 150,000 VND/袋 (750円/袋)</li> </ul>	
ハム・ジャンボン	<ul style="list-style-type: none"> <li>1品目</li> <li>価格帯: 80,000 VND/袋 (400円/袋)</li> </ul>	
パテ	<ul style="list-style-type: none"> <li>1品目</li> <li>価格帯: 35,000 VND/袋 (175円/袋)</li> </ul>	
肉の缶詰	<ul style="list-style-type: none"> <li>なし</li> </ul>	
香腸	<ul style="list-style-type: none"> <li>なし</li> </ul>	
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>4品目</li> <li>価格帯: 30,000-40,000 VND/袋 (150-200円/袋)</li> </ul>	

: Mavin Group のウェブサイトの情報に基づいて ONE-VALUE が作成

## 株式会社 Mavin グループの主要な商品

ソーセージ				
スモークソーセージ	Mavinia	Berliner	Vealino	
	100,000VND(500円)/500g	60,000VND(300円)/500g	44,000VND(220円)/500g	
Hotdog	Mavin 家族向けソーセージ	鶏肉ソーセージ		
38,000VND(190円)/500g	42,500VND(212.5円)/500g	58,000VND(290円)/500g		
パテ				

### ベトナム風ハム

鶏肉ハム(チャ)



90,000VND(450円)/1kg

豚肉ハム(チャ)



90,000VND(450円)/1kg

鶏肉ハム(ヨー)



90,000VND(450円)/1kg

豚肉ハム(ヨー)



90,000VND(450円)/1kg

### ハム・ベーコン

四角ジャンボン



ベーコン



: Mavin Group のウェブサイト の情報に基づいて ONE-VALUE が作成

Mavin のソーセージはドイツ風である

## Dabaco Viet Nam株式会社



DABACO VIETNAM は 1996 年に設立され、2005 年に株式会社化されたベトナムの動物飼料製造企業トップ 10 の 1 つである。品種開発から動物飼料、畜産、食肉加工までのバリューチェーンで一貫した事業を展開している。主に動物飼料、家畜等の生産、食品加工の分野で事業展開している企業であるその他、DABACO は、工業団地・都市部のインフラ整備、不動産の分野でも投資している。2020 年の売上高は 10,022 Bil VND (501 億円) であった。

取り扱いの食肉加工品の品目数は 30 品目以上。主要な近代的なスーパーマーケットである Vinmart, Lottemart, Sapomart, Fivimart, Co.opmart, Lanchimart, Big C, Unimart, Intimex, Metro, Aeon ... などで販売されている。または、9 代理店でも販売されている。

Masan や C.P Viet Nam と同様に、動物飼料の供給から、農場や食品加工工場まで一貫で 3F (Feed- Farm - Food) というバリューチェーンを運営。安全で、栄養強化商品を提供することを自社の強みとしている

工場は 9 か所あり、そのうち食品加工場は 1 か所である。食品加工工場は、食肉加工品の屠殺・前処理・加工・保存から、これらを使った食肉加工品の製造まで各生産段階に現代的な機械を備えており、年間の生産能力は 12,000 トン (※具体的な品目は記載なし)

Dabaco は色々なソーセージ類の商品を展開している。例えば、Lizza,Dikka, Chicky cheese,Banger,Dixie, …ソーセージ、ハムの他、伝統的なベトナム風ハムも生産。

	商品について基本的な情報	主な商品例
ソーセージ	<ul style="list-style-type: none"> <li>デンマーク・ドイツの技術で生産する</li> <li>3品目</li> <li>価格帯: 30,000-120,000 VND/袋 (150-600円/袋)</li> </ul>	
ベトナム風ハム	<ul style="list-style-type: none"> <li>2品目</li> <li>価格帯: 70,000 –150,000 VND/袋 (350-750円/袋)</li> </ul>	
ペーコン	<ul style="list-style-type: none"> <li>4品目</li> <li>価格帯: 55,000-200,000 VND /袋 (275-1,000円/袋)</li> </ul>	
ハム・ジャンボン		
パテ	<ul style="list-style-type: none"> <li>5品目</li> <li>価格帯: 20,000-35,000 VND /箱 (100-175円/箱)</li> </ul>	
肉の缶詰	<ul style="list-style-type: none"> <li>なし</li> </ul>	
香腸	<ul style="list-style-type: none"> <li>なし</li> </ul>	
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>2品目</li> <li>価格帯: 30,000-55,000 VND /袋 (150-275円/袋)</li> </ul>	

出所：Dabaco Viet Nam のウェブサイト の情報に基づいて ONE-VALUE が作成



## Dabaco Viet Nam 株式会社の主要な商品

生鮮ソーセージ					
Chicky Cheese	Wico	Dixie	Lizza	Dikka	
					
95,000VND(475円)/500g	40,000VND(200円)/500g	134,000VND(670円)/500g	45,000VND(225円)/500g	65,000VND(325円)/500g	
低温殺菌ソーセージ					
Oizi		豚肉・牛肉味のソーセージ			
					
16,000VND(80円)/150g		10,000-15,000VND(50-75円)/150g			
肉缶詰					
ひき豚肉	ひき牛肉	煮た豚肉			
					
19,000VND(95円)/170g	22,000VND(110円)/170g	25,000VND(125円)/170g			
その他					
豚レバーパテ	Yummy豚腸詰め	ジャンボン	ベーコン	鶏肉ベトナム風ハム	刻み鶏肉
					
18,000VND(90円)/170g	60,000VND(300円)/500g	138,000VND(190円)/500g	128,000VND(640円)/500g	290,000VND(1450円)/1kg	160,000VND(800円)/500g

出所：Dabaco Viet Nam のウェブサイト の情報に基づいて ONE-VALUE が作成

Dabaco のソーセージ：Dabaco は色々なソーセージ類の商品を展開している。例えば、Lizza,Dikka, Chicky cheese,B anger,Dixie, …ソーセージ、ハムの他、伝統的なベトナム風ハムも生産。

## NH Foods ベトナム



日本ハム株式会社は 2011 年、メコンデルタ地方ロンアン省にあるベトナムの食肉加工メーカー、ゴールデンピッグ (GP) への出資及び増資を行い、新しく「日本ゴールデンピッグ株式会社」を設立した。(現地企業の買収を通じたベトナム市場への参入)

## Nipponham 加工食品グループの子会社

GP社は、ベトナムでもトップクラスの加工技術を誇る企業で、外食向け、量販店向けの高品質な商品を中心に製造販売。NH Foods ベトナムの前身はGP社であり、1993年からソーセージ・ハムの製造、食肉加工分野で活躍している。NH Foods ベトナムの商品はHACCP基準を満たす承認を受けている。工場は1か所、食品加工場は3か所である。

NH Foodsは高級価格帯の商品を提供しており、富裕層の消費者層を主にターゲットにしている。高価格帯の商品をレストラン、空港、ホテル、機内食製造会社などで販売している。低所得・中所得向けの商品は一般的なスーパーで購入できる。

「Joy of Eating」という方針に従って、高質・安全で環境に配慮した商品・サービスを目標にしている。

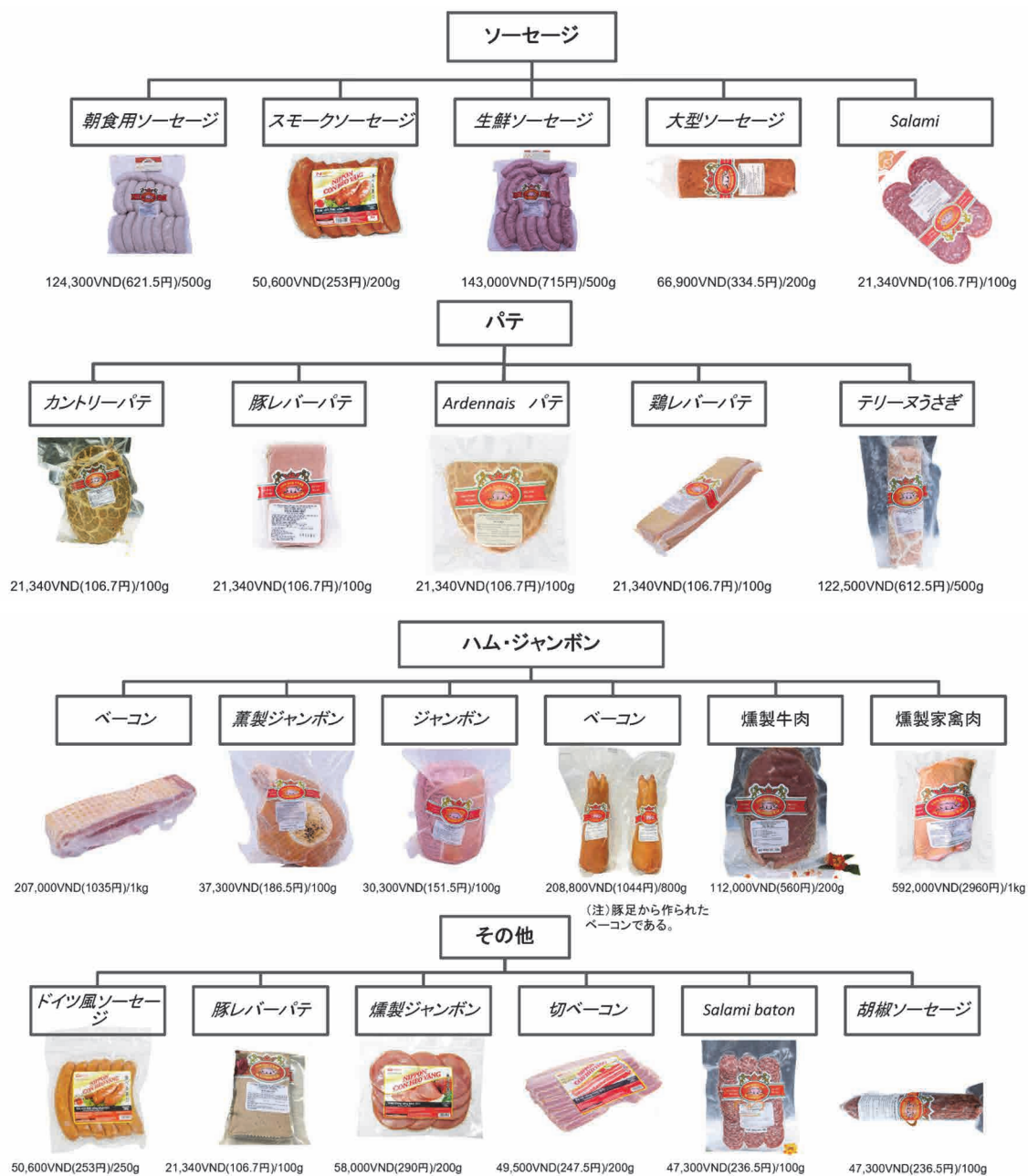
取り扱う食肉加工品の品目数は65品目以上。全国には、8か所の総代理店、7つ支店や事務所を運営。

また、NHフーズベトナムは南部ロンアン省に次いで2017年に、北部フンエン省に第2工場を竣工した。需要に応じ、新しい分野への商品投入にも柔軟に対応できる体制を整える。

	商品について基本的な情報	主な商品例
ソーセージ	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本の技術で生産する</li> <li>19品目</li> <li>価格帯: 30,000-115,000 VND/袋 (150-575円/袋)</li> </ul>	
ベトナム風ハム	<ul style="list-style-type: none"> <li>6品目</li> <li>価格帯: 60,000-170,000 VND/袋 (300-850円/袋)</li> </ul>	
ベーコン	<ul style="list-style-type: none"> <li>9品目</li> <li>価格帯: 50,000-200,000 VND/袋 (250-1,000円/袋)</li> </ul>	
ハム・ジャンボン	<ul style="list-style-type: none"> <li>8品目</li> <li>価格帯: 50,000-200,000 VND/袋 (250-1,000円/袋)</li> </ul>	
パテ	<ul style="list-style-type: none"> <li>4品目</li> <li>価格帯: 55,000-210,000 VND/袋 (275-1,050円/袋)</li> </ul>	
肉の缶詰	<ul style="list-style-type: none"> <li>なし</li> </ul>	
香腸	<ul style="list-style-type: none"> <li>なし</li> </ul>	
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>8品目</li> <li>価格帯: 50,000-70,000 VND/袋 (250-350円/袋)</li> </ul>	

出所：NH Foods のウェブサイトの情報に基づいて ONE-VALUE が作成

## NH Foods ベトナムの主要な商品



出所：NH Foods のウェブサイトの情報に基づいて ONE-VALUE が作成

## 株式会社Masanグループ



Masan は、ベトナムの消費財産業及び鉱物開拓業を中心に、ベトナム最大規模の巨大コングロマリッド。食品から銀行業、鉱業、コンサルと多岐に渡る事業を行っており、食品は独自ブランドを確立。更に、天然資源分野ではベトナム民間最大規模の企業。小売り最大手である。

調味料、インスタントヌードルそして加工肉等を中心とする食品加工業が事業の中核を担う。

マサングループは食品・飲料の製造に加え、2019 年末に大手ビングループからの買収を発表したコンビニエンスストアやスーパーなどの小売事業も手掛ける。

Masan Meatlife のブランドでは、新鮮食肉・食肉加工品・バトナム風ハムなどの商品で有名になった。ただ、取り扱いの加工肉商品は少ない

2015年、Masan は Saigon Nutri food を買収した。2018年、Jinju Ham と連携し、低温殺菌ソーセージの Masan Jinju というブランドを展開している。

	商品について基本的な情報	主な商品例
ソーセージ	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 韓国の技術で生産する</li> <li>• 価格帯: 15,000 -70,000 VND/袋 (75-350円/袋)</li> </ul>	
バトナム風ハム	<ul style="list-style-type: none"> <li>• なし</li> </ul>	
ベーコン	<ul style="list-style-type: none"> <li>• なし</li> </ul>	
ハム・ジャンボン	<ul style="list-style-type: none"> <li>• なし</li> </ul>	
パテ	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 価格帯: 30,000-45,000 VND/箱 (150-225円/箱)</li> </ul>	
肉の缶詰	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 価格帯: 20,000-35,000 VND/箱 (100-175円/箱)</li> </ul>	
香腸	<ul style="list-style-type: none"> <li>• なし</li> </ul>	
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 価格帯: 40,000-200,000 VND/箱 (200-1,000円/箱)</li> </ul>	

出所：Masan のウェブサイト の情報に基づいて ONE-VALUE が作成



株式会社 Masan グループの主要な商品



Masan のソーセージ：xuxifarm と Saigon Nutri food の2つのブランドがある  
 子供向けの Heo Cao Boi, Xuxifarm のソーセージが有名

Viet Sin食品技術株式会社



Viet Sin JST はベトナムにおける食肉加工業界で長い歴史がある企業の一つである。  
 1997年に設立され、小規模の食肉加工品の製造会社。

商品の強み

- ・ 団子类：(12品目)：豚肉味、牛肉味、魚味、鶏肉味、エビ味、イカ味、チーズ味を含む  
 味が非常に豊富、見た目も良い。来年、新しい味の商品を生産する予定。
- ・ 餃子类：商品類が多様で、見た目も良い。  
 味：韓国風、日本風、中国風の商品がある  
 若者の需要を満たす
- ・ ベトナムの伝統的なハム（ヨー・チャー）  
 味：豚肉味、牛肉味、魚味

## その他商品

### ・ソーセージ類：

品目が少ない（7品目）

味：基本的な味だけ。牛肉味、豚肉味、燻製味がある。そのうち、現在は、豚肉味のソーセージが一番売れている。

現在、新商品生産の予定はない。

### ・その他

ポテトチップス、枕形ケーキ、エビのチャー等。

若者の需要を満たす商品が多い

2022年のお正月のため、Masan はベトナム風ハム（ヨー・チャー）を加工する注文があるが、VietSin JST の生産ラインは余裕がないので、VietSin JST の商品だけ生産。今後、パテの生産も検討している。

2021年10月20日に VietSin JST の工場で火事があり、今後、機械・技術・工場拡大への投資する必要があるかもしれない。

## 商品の流通チャネル：

スーパーのチャネル：ほとんどのスーパーチェーンと提携し、全国に商品を販売する。現在、スーパー 1000 店舗以上とコンビニの 200 店以上で商品が販売されている。60-70%の VietSin JST の商品はスーパーのチャネルで販売されている。

## 伝統的な販売チャネル：

雑貨店、代理店、学校の食堂へ販売。主に中部とホーチミン市で販売している。南部の他の地域にも販売しているが、他の大手企業の商品とまだ競争できるレベルにはない。

## オンラインチャネル：

あまり売れていない。Tiki、Shopee、Lazada、Sende などの EC サイトで販売しているが、そのうち、Bach Hoa Xanh という EC サイトでは一番効果的に商品を販売している。将来的にオンラインチャネルを維持するだけで、拡大する予定はない。

## 売上：

近年、毎年の年間増加率は約 10%である。2021 年の売上は 2020 年に比べて約 7%増加した。

市場の動向についての評価：コロナの影響で、消費者が食品を買いだめする傾向があり、冷凍食品、食肉加工品の消費量が徐々に増加している。消費者の消費習慣が少しずつ変化。

輸入食肉加工品について評価：認知度が低い。国産の商品が独占している。



## ソーセージ



牛肉味ソーセージ  
120,000VND(円)/500g



豚肉味ソーセージ  
77,000VND(385円)/500g



燻製ソーセージ  
114,000VND(570円)/500g



Huong Que 豚肉味のソーセージ  
65,000VND(325円)/500g  
(Huong Queはふるさとの風味とい  
うことである)



団子ソーセージ  
132,000VND(660円)/500g



大阪ソーセージ  
84,000VND(420円)/500g



Seoul ソーセージ  
91,000VND(455円)/500g

## その他



フライポテト  
58,000VND(290円)/500g



えび入り春巻き  
158,000VND(790円)/400g



ベトナム風エビすり身  
104,000VND(520円)/500g



レモングラス入り魚のすり身  
81,000VND(405円)/500g



枕形ケーキ  
53,000VND(265円)/300g

出所：Viet Sin JST のヒアリング結果

Viet Sin JST のソーセージは7種類ある。豚肉、牛肉、燻製の味があり、日本の大阪と韓国の Seoul の大都市のイメージに基づいて、製造するソーセージもある。他社と比べると、品類が少ない、味もあまり豊富ではない。

## Viet Sin JST の商品

### 団子類



ボンボンフィッシュボール  
122,000VND(610円)/1,000g



マヨネーズのつみれ  
72,000VND(360円)/500g



ビーフボール  
94,000VND(470円)/500g



オーストラリアビーフボール  
83,000VND(415円)/500g



ウズラの卵のつみれ  
83,000VND(415円)/500g



ブロンズフェザーバックのつみれ  
79,000VND(395円)/500g



カタツムリボール  
73,000VND(365円)/500g



イカボール  
83,000VND(415円)/500g



レインボーチーズスティック  
140,000VND(700円)/400g



レインボーチーズボール  
142,000VND(710円)/400g



エビボール  
74,000VND(370円)/500g



フィッシュボール  
69,000VND(345円)/500g

出所：Viet Sin JST のヒアリング結果

団子類の商品類は豊富で、見た目も良い。魚、卵、チーズ、牛肉、イカ、カタツムリ、エビなどの様々な原材料から作られている。来年度、新製品の生産を始める。

## 魚の料理



パンの粉撒き/バナナの魚  
115,000VND(575円)/  
500g



トウモロコシ入りつまみれ  
75,000VND(375円)/  
500g



したけのこ入りつまみれ  
114,000VND(570円)/  
500g



タイ風つまみれ  
70,000VND(350円)/  
400g



魚味の豆腐  
85,000VND(425円)/  
500g



とうもろこし入り  
豆腐皮巻き豆腐つまみれ  
94,000VND(470円)



魚味のベトナム風ハム(チャー)  
112,000VND(560円)/500g



ニャーチャン産つまみれ  
96,000VND(480円)/400g



魚の天ぷら  
92,000VND(460円)/500g



レモングラス・唐辛子付けてあげ魚  
100,000VND(500円)/500g



ナゲット巻くつまみれ  
76,000VND(380円)/500g

出所：Viet Sin JST のヒアリング結果

VietSin JST の魚の加工品は豊富で、伝統的な調理方法と現代的なスタイルを合わせて、商品を製造している。

## 餃子類



中国風餃子  
58,000VND(290円)/200g



タイ風餃子  
70,000VND(350円)/500g



エビ、豚肉入り中国風餃子  
67,000VND(335円)/500g



ミニエビ、豚肉入り中国風餃子  
74,000VND(370円)/500g



五色中国風餃子  
70,000VND(350円)/500g



豚肉入り韓国風餃子  
64,000VND(320円)/  
300g



野菜入り韓国風餃子  
54,000VND(270円)/300g



シーフード入り韓国風餃子  
59,000VND(295円)/300g



野菜入り日本風餃子  
48,000VND(240円)/250g



豚肉入り日本風餃子  
59,000VND(285円)/250g



中国風シューマイ  
78,000VND(390円)/  
500g

出所：Viet Sin JST のヒアリング結果

餃子類も様々な種類がある、中国風、韓国風、日本風を持って、ベトナム人の好みを満たす。

## ベトナム国民に広く認知されている商品

国民に認知されている有名な商品は以下の通りである

### ・ソーセージ

Vissanソーセージ



Duc Viet ソーセージ



C.P. ソーセージ



Sfood ソーセージ



Le Gourmet ソーセージ



金豚ソーセージ



Dabacoソーセージ



AFFソーセージ



Topvalu ソーセージ



Mavin ソーセージ



出所: ONE-VALUEが作成

### ・ベーコン



American Pride



Bristol



NIPPONHAM



Vissan

・ハム



Casademont



Cuore



Daesang



Tulip



The Luncheon



Duc Viet

出所：ONE-VALUE が作成

・肉の缶詰

国産		国産		
<p><b>Ha Long</b></p> <p><b>Vissan</b></p> <p><b>Master T (AFF)</b></p>	<p><b>Seaspimex</b></p> <p><b>Tuyen Ky</b></p> <p><b>Masan</b></p>	<p><b>Ha Long</b></p>	<p><b>Vissan</b></p>	<p><b>Tuyen Ky</b></p>
<p>輸入商品</p> <p><b>Spam</b></p> <p><b>Tulip</b></p>		<p>輸入商品</p> <p><b>Tulip</b></p> <p><b>Dak</b></p> <p><b>Hame Nawtet</b></p>		

出所：ONE-VALUE が作成



# 食肉加工品の輸入規制・輸入手続き

---

## 輸入規制

### 輸入禁止(停止)、制限品目(放射性物質規制等)

外国貿易管理法の施行細則を定める政令 69/2018/ND-CP の別表 1 の II に輸入禁止品目が挙げられているが、食肉加工品は対象外となっているため、ベトナムは日本から食肉加工品を輸入することができる。東京電力福島第一原子力発電所事故に伴う輸入規制は既に撤廃。

日本国内での CSF（豚熱）（2018 年 9 月 9 日）の影響により、ベトナム向け豚肉は次の条件を満たすものについて輸出可能である。最新の情報は、必ず動物検疫所のウェブサイトで公表されているため、確認が必要である。

- ・一部の国において停止の対象となる地域以外で生産、処理されたもの
- ・ワクチン接種豚を受け入れていない輸出施設で処理されたもの

### 参考文献

ベトナム政府：外国貿易管理法の施行細則を定める政令 69/2018/ND-CP  
動物検疫所：日本から輸出される食肉の受け入れ  
動物検疫所：CSF（豚熱）の発生に伴う豚肉等の輸出停止・再開について  
農林水産省：証明書や施設認定の申請

### 施設登録、輸出事業者登録、輸出に必要な書類等(輸出者側で必要な手続き)

政府議定：No.15/2018/ND-CP 第 6 章によると、畜産物（加工品を含む）をベトナムに輸入する場合、輸出国の所轄機関は、ベトナムへ輸出する国および生産販売事業所の登録手続きを行う必要がある（加工・包装済み食品の場合、同政令第 13 条に定める輸入食品安全検査の免除対象に該当する場合は除く）。

当該登録について、日本は、ベトナム農業農村開発省により動物の肉および食肉製品をベトナムへ輸出する国として認定されたが、生産販売事業所のリストに登録されていない事業所はその施設登録を行う必要がある。

### 参考文献

根拠法等

- ・ベトナム政府：食品安全法の施行細則を定める政令 15/2018/ND-CP（ベトナム語）
- ・ベトナム政府：外国貿易管理法の施行細則を定める政令 69/2018/ND-CP（ベトナム語）
- ・農林水産省：証明書や施設認定の申請

## 動植物検疫の有無

ベトナムに輸出する場合、食肉加工品は、動物検疫の対象となる。(農業農村開発省「動物由来食品の検疫を規定する通達 25/2016/TT-BNNPTNT」および「農業農村開発省の管轄範囲に属する商品の HS コード一覧表に関する通達 15/2018/TT-BNNPTNT」)

輸出国で発行された食品衛生証明書の提出が要求される。

ベトナム向けに食肉加工品を輸出しようとする際、日本国内の対ベトナム輸出制度はまだ存在しない。

対シンガポールや EU の例では、当該食肉の処理を行った登録施設を管轄する食肉衛生検査所に対して原料食肉証明書を食肉製造施設に申請してもらったうえで、保健所に、食肉衛生証明書の発行を申請する必要がある。

その後、食肉衛生証明書を添えて動物検疫所で輸出検査を受け、輸出検疫証明書の発行を受ける必要がある。詳細は農林水産省「証明書や施設認定の申請からベトナムの「ベトナム向け輸出食肉の取扱要綱」を確認。

## 参考文献

動物検疫所：偶蹄類の畜産物の輸出

農林水産省：証明書や施設認定の申請

## 食品関連の規制

### 食品規格

食肉加工品の規格を定める国家技術基準（「QCVN」）は存在しないが、任意に適用する基準であるベトナム基準（「TCVN」）については、科学技術省より次のとおり発布されている。

品質要件として、原材料、感覚的基準、理化学的な基準、汚染物質、食品添加物、衛生、ラベル表示に関する基準が指定されている。

任意に適用する基準であるベトナム基準（「TCVN」）



TCVN	相当するCODEX規格	定義	参考URL
缶詰肉の技術規制に関する基準TCVN 7048 : 2002	-	密閉容器に入れられ、殺菌された加工肉	缶詰肉の技術規制に関する基準TCVN 7048 : 2002 (ベトナム語)
加熱加工肉の技術規制に関する基準TCVN 7049 : 2002	-	家畜、家禽、鳥などの肉から加工され、その加工過程において同製品の中心部の温度が70℃を超えるよう加熱する工程があり、使用する前に加熱する必要がないもの	加熱加工肉の技術規制に関する基準TCVN 7049 : 2002
非加熱加工肉の技術要件に関する基準TCVN 7050 : 2009	-	家畜、家禽、鳥などの肉から加工され、その加工過程において、同製品の中心部の温度が70℃を下回らないよう、加熱する工程がないもの	非加熱加工肉の技術要件に関する基準TCVN 7050 : 2009
ランチョンミートに関する基準TCVN 8157 : 2017	CODEX STAN 89-1981, Rev. 3-2015	家畜の肉もしくは家禽の肉または両方の肉から加工され、細かく挽かれ、塩漬けにされたもの、および燻製されたもの	ランチョンミートに関する基準TCVN 8157 : 2017 (ベトナム語)
調理チョップドミートに関する基準TCVN 8158 : 2017	CODEX STAN 98-1981, REV.3-2015	家畜の肉もしくは家禽の肉または両方の肉から加工され、塩漬けにされたもの、および燻製されたもの。使用される肉の重量の少なくとも50%は、8 mm以上の直径の穴を通れるひき肉と相当する肉片でなければならず、15 mmを超えるサイズの肉片がない。	調理チョップドミートに関する基準TCVN 8158 : 2017
加熱調理されたハムに関する基準TCVN 8159 : 2017	CODEX STAN 96-1981, REV. 3-2015	豚の後足であって加工され、すべての骨、軟骨、腱、靭帯を取り除かれ、皮膚および脂肪を除去または保持され、塩漬けにされ(燻製されることもある)、調味料または／および香辛料を付けられたもの	加熱調理されたハムに関する基準TCVN 8159 : 2017
加熱調理された豚肩肉に関する基準TCVN 9669 : 2017	CODEX STAN 97-1981, REV.3-2015	豚肩肉であって加工され、すべての骨、軟骨、腱、靭帯を取り除かれ、皮膚および脂肪を除去または保持され、塩漬けにされ(燻製されることもある)、調味料または／および香辛料を付けられたもの	加熱調理された豚肩肉に関する基準TCVN 9669 : 2017

## 残留農薬および動物用医薬品

食肉加工品は、残留農薬規制の対象となる。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」の付録において、農薬および食品の種類ごとに日常許容摂取値（ADI 値）および最大残留許容値（MRL 値）が定められている。

加えて、保健省決定 46/2007/QD-BYT を一部修正する保健省通達 24/2013/TT-BYT に添付される「食品における動物用医薬品の最大残留許容値に関する規制」の第 4 条において、動物用医薬品の残留について MRL 値の規制が定められている。法令に記載されていない農薬または動物用医薬品の残留は認められていない。

### 参考文献

食品中に含まれるワクチンや化学物質の最大許容量に関する保健省決定 46/2007/QD-BYT (ベトナム語)

ベトナム保健省：食品における動物用医薬品の最大残留許容量に関する保健省通達 24/2013/TT-BYT (ベトナム語)

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 (ベトナム語)

## 重金属および汚染物質

食肉加工品は、重金属および汚染物質規制の対象となる。

最大残留基準値（MRL）は、「食品中の重金属の最大残留基準値を規定する国家規格 QCVN8-2:2011/BYT」の第 2 章において、ヒ素、カドミウム、鉛、水銀、メチル水銀、スズについて、食

品の種類ごとに定められている。法令に記載されていない重金属の含有は認められていない。

食肉加工品における重金属の MRL 値は次のとおり。

スズ： スズメッキした缶の缶詰加工肉：200 (mg/kg)

スズメッキしない缶の缶詰加工肉：50 (mg/kg)

このほか、「食品中にある有毒菌類の最大残留基準値を規定する国家規格 QCVN8-1:2011/BYT」にて有毒菌類、「食品中にある微生物の最大残留基準値を規定する国家規格 QCVN8-3:2012/BYT」にて微生物、「食品中に含まれるワクチンや化学物質の最大許容量に関する保健省決定 46/2007/QD-BYT」の第 7 章および「溶媒である製造助剤許容値を規定する国家規格 QCVN18-1:2015/BYT」にて食品の製造助剤許容値についても規制をしている。

## 参考文献

### 根拠法等

ベトナム保健省：食品中に含まれるワクチンや化学物質の最大許容量に関する保健省決定 46/2007/QD-BYT (ベトナム語)

### その他参考情報

ベトナム保健省：食品中にある有毒菌類の最大残留基準値を規定する国家規格 QCVN8-1:2011/BYT (ベトナム語)

ベトナム保健省：食品中の重金属の最大残留基準値を規定する国家規格 QCVN 8-2:2011/BYT (ベトナム語)

ベトナム保健省：食品中にある微生物の最大残留基準値を規定する国家規格 QCVN8-3:2012/BYT (ベトナム語)

ベトナム保健省：溶媒である製造助剤許容値を規定する国家規格 QCVN18-1:2015/BYT (ベトナム語)

## 食品添加物

食肉加工品は食品添加物規制の対象となる。

ベトナムで使用可能な食品添加物リストおよび使用対象食品ごとにおけるその最大許容値 (ML 値) は「保健省通達 24/2019/TT-BYT」で定められている。ポジティブリスト形式で規定されているため、同リストに記載のない食品添加物の使用、販売、輸出入は認められない。

また、食品添加物は、次の 1 および 2 に該当する場合に限り、使用できる。

1. 人の健康に損なうおそれがなく、消費者を欺くことなく、必要とされる効果を発揮する
2. 次の (a) ~ (c) の目的を達成するために、より経済的かつ技術的に効果のあるその他の方法がない
  - a) 食品の栄養価値の維持
  - b) 食品の品質・安定性維持の強化または感覚刺激性の改善 (消費者を欺く性質・品質の変更を伴わないもの)

- c) 食品の製造・輸送の補助（低品質な原材料の使用または不適切な製造・技術により発生する影響を隠す目的ではないもの）

新たな効果がある混合食品添加物、前述のリストに記載のない食品添加物、または前述のリストに記載される使用対象食品以外の食品への食品添加物の使用については、使用または販売する前に、「食品安全法の施行細則を定める政令 15/2018/ND-CP」による商品公表書登録手続を行う必要がある。

このほか、「食品中に含まれるワクチンや化学物質の最大許容量に関する保健省決定 46/2007/QD-BYT」の第 7 章および「溶媒である製造助剤許容値を規定する国家規格 QCVN 18-1:2015/BYT」において食品の製造助剤許容値についても規制している。

## 参考文献

### 根拠法等

食品安全法 55/2010/QH12（ベトナム語）（日本語訳）

食品安全法の施行細則を定める政令 15/2018/ND-CP（ベトナム語）

食品添加物の管理及び使用に関する保健省通達 24/2019/TT-BYT（ベトナム語）

食品中に含まれるワクチンや化学物質の最大許容量に関する保健省決定 46/2007/QD-BYT（ベトナム語） 英語※英語版は米国農務省による英訳

### その他参考情報

ベトナム保健省：溶媒である製造助剤許容値を規定する国家規格 QCVN18-1:2015/BYT（ベトナム語）

農林水産省：「各国の食品・添加物等の規格基準」（日本語）

## 食品包装(食品容器の品質または基準)

輸出食品の包装および容器は、「食品安全法の食器と接触する容器・包装に対する安全衛生の国家技術規格を定める通達 34/2011/TT-BYT」および「食品に直接接触するガラス、陶磁器などの容器・包装に関する通達 35/2015/TT-BYT」に添付の各品質基準に合致することが求められる。合成樹脂、ゴム、金属それぞれの材料により安全衛生の国家技術規格が異なるため注意する必要がある。

また、食品に直接接触するプラスチック容器の場合は、次の基準を満たすことが求められている。

1. ポリエチレンに関する基準 TCVN6514-1:1999 (AS2070-1:1995 (E))
2. ポリ塩化ビニルに関する基準 TCVN 6514-2:1999 (AS 2070 - 2 : 1993 (E))
3. スチレンのプラスチック材料に関する基準 TCVN 6514-3:1999 (AS 2070 - 3 : 1993 (E))
4. アクリロニトリルのプラスチック材料に関する基準 TCVN 6514-4:1999 (AS 2070 - 4 : 1993 (E))
5. ポリプロピレンに関する基準 TCVN 6514-5:1999 (AS 2070 - 5 : 1993 (E))

6. 着色剤に関する基準 TCVN 6514-6:1999 (AS 2070 - 6 : 1993 (E))
7. ポリ塩化ビニリデンに関する基準 TCVN 6514-7:1999 (AS 2070 - 7: 1993 (E))
8. その他の添加剤に関する基準 TCVN 6514-8:1999 (AS 2070 - 8: 1992 (E))
9. なお、食品をベトナムに輸出後に、ベトナムにおいて包装および容器に封入する場合、当該包装および容器は、これらの規定に従うほか、商品自己公表手続きが必要となる場合がある（食品安全法の施行細則を定める政令 15/2018/ND-CP の第 4.1 条）

## 参考文献

### 根拠法等

ベトナム保健省：食品と接触する容器・包装に対する安全衛生の国家技術規格を定める通達 34/2011/TT-BYT（ベトナム語）

ベトナム政府：食品安全法の施行細則を定める政令 15/2018/ND-CP（ベトナム語）（日本語訳）

### その他参考情報

ベトナム保健省：QCVN 12-1:2011/BYT（ベトナム語）

ベトナム保健省：QCVN 12-2:2011/BYT（ベトナム語）

ベトナム保健省：QCVN 12-3:2011/BYT（ベトナム語）

ベトナム保健省：QCVN 12-4:2015-BYT（ベトナム語）

ベトナム政府：食品に直接接触するプラスチック容器（ポリエチレンや添加物など）に関する基準 TCVN6514-(1~8):1999（ベトナム語）

ジェトロ：「海外向け食品の包装制度調査（EU、TPP、米国、中国、韓国、台湾、インド、タイ、インドネシア、GCC、メルコスール）」（2020年3月）

## ラベル表示

食肉加工品のラベル表示には、商品ラベルに関する政令 43/2017/ND-CP により規定されています。表示義務項目は次のとおりである。

1. 商品名
2. 重量 内容量
3. 製造年月日
4. 賞味期限（消費期限）および保存方法
5. 商品に責任を持つ組織あるいは個人の名称と住所責任者（個人または法人）の名称および住所
6. 原産国
7. 成分または定量の成分
8. 情報と警告
9. 使用方法・保管方法

ラベルには、ベトナム語による表記が義務付けられている。遺伝子組換え食品について、それぞれの遺伝子組換え成分が食品の5%以下である場合は表示が免除されている（政令 69/2010/



ND-CP 第 43 条)。

## 参考文献

### 根拠法等

食品安全法 55/2010/QH12 (ベトナム語) / (日本語訳)

商品のラベルに関する政令 43/2017/ND-CP / (英語)

ベトナム投資計画省：政令 43/2017/ND-CP 号の施行細則を定める通達 05/2019/TT-BKHHCN 号 (ベトナム語)

ベトナム政府：遺伝子組み換え生物やそのサンプル・製品の安全性に関する政令 69/2010/ND-CP (ベトナム語)

ベトナム政府：政令 69/2010/ND-CP を改正する政令 108/2011/ND-CP (ベトナム語) / (英語)

## その他

「食品安全法の施行細則を定める政令 15/2018/ND-CP」の第 6 章および「保健省 - 農業農村開発省 - 商工省共同通達 13/2014/TTLT-BYT-BNNPTNT-BCT」に基づいて、輸入される食品、食材、食品添加物、食品加工助剤、食品包装用具、食品包装材、食品容器など、すべてが検査対象となる。

ただし、展示会サンプル用の食品など、検査対象外の場合もある。

## 参考文献

### 根拠法等

食品安全法の施行細則を定める政令 15/2018/ND-CP (ベトナム語) / (日本語訳)

保健省 - 農業農村開発省 - 商工省共同通達 13/2014/TTLT-BYT-BNNPTNT-BCT (ベトナム語) / (英語)

## 輸入手続き

### 輸入許可、輸入ライセンス等、商品登録等 (輸入者側で必要な手続き)

輸入事業者の要件：ベトナム企業と外資企業で根拠法令が異なる。

ベトナム企業の場合は、特別な規制の対象品目を除き、輸入事業を行うための営業許可書を商工省に対して事前申請することなく食品を輸入できる (食肉加工品は特別な規制の対象品に該当しない)。

外資企業の場合は、活動許可書 (計画投資局からの投資ライセンス) にベトナムの WTO 加盟以降「輸入・流通業務」の追加手続きがなされていることが条件となる (外国貿易管理法の施行細則を定める政令 69/2018/ND-CP 第 3 条)。「外資企業の流通関連ビジネスに関する商法施行細則政



令 09/2018/ND-CP」の第 5 条によれば、外資企業は、食肉加工品の輸入について事前に商工省から営業許可書（輸入）を取得する必要はない。

## 参考文献

### 根拠法等

外資企業、ベトナムにおける外資を有する経済組織の商品売買活動およびこれに直接関連する活動に関する商法細則を定める政令第 09/2018/ND-CP 号（ベトナム語）／（英語）  
外国貿易管理法の施行細則を定める政令 69/2018/ND-CP（ベトナム語）

### その他参考情報

貿易・投資相談 Q&A 卸売業・小売業で進出する際の留意点：ベトナム（ジェットロ）  
ジェットロ貿易・投資相談 Q&A 会社設立時の外資規制、奨励制度の解説：ベトナム

## 輸入通関手続き（通関に必要な書類）

「財務省通達 38/2015/TT-BTC」（同省通達 39/2018/TT-BTC により改正）では一般的な通関検査、通関手続きなどを規定している。

通関申告は通関データ処理システム（VNACCS）を用いてオンラインで行われ、申告書、インボイス、船荷証券、価値申告書、商品証明書といった書類が通関申告の登録のために必要になる。

通関申告の登録が承認された場合、VNACCS によって申告番号が付与される。その後、通関に必要な検査内容（審査・検査なし、書面審査、貨物検査の 3 レベルがあります）が決定され、VNACCS 上で通知される。また、通関には、動物検疫、食品安全検査などに合格していること、関税がすべて納付されることが必要となる。

一方で、税関職員の裁量と慣行によって、実際には法令とは異なる手続きがなされることがあることにも注意する必要がある。

## 参考文献

### 根拠法等

関税法 54/2014/QH13（ベトナム語）／（英語）  
食品安全法 55/2010/QH12（ベトナム語）／（日本語訳）  
通関手続き、通関検査・監視・管理に関して税関法の施行細則を定める政令 08/2015/ND-CP（ベトナム語）／（英語）  
政令 08/2015/ND-CP の一部を改正する政令 59/2018/ND-CP（ベトナム語）  
財務省通達 38/2015/TT-BTC（ベトナム語）／（英語）  
財務省通達 38/2015/TT-BTC を改正・補足する通達 39/2018/TT-BTC（ベトナム語）

## 輸入時の検査・検疫

### 検査

「食品安全法の施行細則を定める政令 15/2018/ND-CP」第 6 章によると、食肉加工品は輸入時の食品安全検査の対象となる。(ただし、商品公表書登録の受取書が発行された商品など、「政令 15/2018/ND-CP」第 13 条に定める場合は、この検査が免除される)

検査の方式としては、簡易検査・通常検査および厳重な検査がある。原則として通常検査の方式が適用されるが、次に該当する場合は、簡易検査または厳重な検査が適用される。

#### ①簡易検査の適用

1. ベトナムが加盟している食品安全相互認定に関する国際条約を締結している国の機関、組織により食品安全に関する要求に到達していると認定された場合：ベトナム法令に適合する輸入ロットおよび商品に対する輸出国の権限のある機関による検査結果がある場合。
2. 12 カ月以内に行った通常検査により輸入要件合格通知書を連続で 3 回取得した商品。
3. GMP、HACCP、ISO22000、IFS、BRC、FSSC22000 の品質管理基準またはそれと同等な基準を適用している事業所で生産された商品。

#### ②厳重な検査の適用

1. 前回の検査における輸入要求レベルに到達していなかった輸入ロットおよび商品
2. 前の審査、検査（ある場合）における基準に満たさなかったロット、商品
3. 保健省、農業農村開発省、商工省、省級の人民委員会または外国にある権限を有する機関あるいは生産業者からの警告がある場合
4. 食品安全検査を申請する際書類として、次のものを検査実施機関に提出する（通常検査の場合）
5. 食品安全検査申請書（正本）
6. 商品自己公表書
7. パッキングリストの写し
8. 輸出国の所轄機関により発行された食品安全証明書（正本）（なお、ソーセージなどの加工包装済み食品の場合はこれを提出する必要がない）
9. 食品安全検査の手段としては、書類検査であるが、厳重な検査の場合はサンプル検査も行われる
10. 食品安全検査に合格すると、輸入要件合格通知書が発行される。輸入者は同通知書を税関当局に提出すること

### 検疫

輸入される食肉加工品は動物検疫の対象となる（農業農村開発省「動物由来食品の検疫を規定する通達 25/2016/TT-BNNPTNT」および「農業農村開発省の管轄範囲に属する商品の HS コード一覧表に関する通達 15/2018/TT-BNNPTNT」の付録 22 号）。

「通達 25/2016/TT-BNNPTNT」によると、動物検疫では、まず動物検疫申請書を農業農村開発省獣医局に提出し、同局は輸出国の衛生管理状況などを考慮した上で動物検疫許可証を発行する。その後、所定の書式の検疫申告書および輸出国が発行した食肉衛生証明書（輸入規制「3. 動植物検疫の有無」参照）を輸出の目的地の港の動物検疫当局に提出し、動物厚生衛生基準を満たしたと判断されると、同局より動物検疫証が発行される

## 参考文献

### 根拠法等

食品安全法 55/2010/QH12（ベトナム語）／（日本語訳）

食品安全法の施行細則を定める政令 15/2018/ND-CP（ベトナム語）／（日本語訳）

動物由来食品の検疫を規定する通達 25/2016/TT-BNNPTNT（ベトナム語）／（英語）

動物由来食品の検疫を規定する通達 25/2016/TT-BNNPTNT を改正・補足する通達第 35/2018/TT-BNNPTNT（ベトナム語）

## ④販売許可手続き

食肉加工品の輸入・販売には以下の手続きが必要になる

### 1. 食品安全要件充足施設証明書

食品安全法の第 34 条および「食品安全法の施行細則を定める政令 15/2018/ND-CP」の第 11 条および第 12 条によれば、包装済み食品に該当する場合などを除き、食肉加工品を製造または販売する企業は、食品安全要件充足施設証明書を取得することが必要である

同証明書の取得の条件は食品安全法第 34 条第 1 項に規定されている

### 2. 商品自己公表または商品登録

「食品安全法の施行細則を定める政令 15/2018/ND-CP」第 4 条および第 5 条によると、加工包装済み食品を輸入する企業は、商品自己公表手続きを行う必要がある。商品自己公表に際しては、(i) 所定の書式の商品自己公表書、および (ii) 商品テスト結果（12 カ月以内に実施されたもの。ベトナム当局が承認するか所定の研究機関が定める技術基準に基づくテストであること）が必要となる。事業者は、これらの書類をマスメディアまたは自己のウェブサイトもしくは所在地において公表し、かつ当局へ直接あるいは郵便で送付する。それを受領した当局は、当局のウェブサイトに事業所名および公表された商品名を掲載する

ただし、輸出商品の加工もしくは個人・組織内使用のために輸入する商品または原料は、商品自己公表手続きを行う必要はない

なお、食肉加工品が遺伝子組み換え動物による製品である食品の場合は、当該遺伝子組み換え動物による製品が食事用条件を満たす証明書を取得する必要がある。当該証明書は政令 69/2010/ND-CP（政令 108/2011/ND-CP により改正）に定められる

### 3. 輸入事業者の要件

ベトナム企業と外資企業で根拠法令が異なる

ベトナム企業の場合は、特別な規制の対象品目を除き、輸入事業を行うためのビジネスライセンスなしで輸入許可申請を行うことなく食品を輸入できる

外資企業の場合は、活動許可書（計画投資局からの投資ライセンス）にベトナムの WTO 加盟以降「輸入・流通業務」の追加手続きがなされていることが条件となる（外国貿易管理法の施行細則を定める政令 69/2018/ND-CP 第 3 条）。

「外資企業の流通関連ビジネスに関する商法施行政令 09/2018/ND-CP」の第 5 条によれば、外資企業は、食肉加工品の輸入について事前に商工省から営業許可書（輸入）を取得する必要はない

食肉加工品の販売に関し、免許や資格などを取得する必要はありません。食肉加工品の販売については「食品販売事業所への安全確保の一般条件」に関する内容が「食品安全法」の第 4 章に定められている。また、小型販売店の場合、「食品安全法」の第 22 条「小型の食品販売事業所への食品安全の条件」に基づいて、拠点、設備、食品、食品販売担当者などの食品安全条件を順守しなければならない

#### 根拠法等

食品安全法 55/2010/QH12（ベトナム語）／（日本語訳）PDF ファイル（985KB）

食品安全法の施行細則を定める政令 15/2018/ND-CP（ベトナム語）／（日本語訳）PDF ファイル（781KB）

遺伝子組み換え生物やそのサンプル・製品の安全性に関する政令 69/2010/ND-CP（ベトナム語）／（英語）PDF ファイル（日本語訳）（138KB）

政令 69/2010/ND-CP を改正する政令 108/2011/ND-CP（ベトナム語）／（英語）

外国貿易管理法の施行細則を定める政令 69/2018/ND-CP（ベトナム語）PDF ファイル（日本語訳）（3.4MB）

外資企業、ベトナムにおける外資を有する経済組織の商品売買活動およびこれに直接関連する活動に関する商法細則を定める政令第 09/2018/ND-CP 号（ベトナム語）／（英語）PDF ファイル（日本語訳）（223KB）

保健省通達 8584/BYT-ATTP（16/2012/TT-BYT の改訂版）（ベトナム語）

## 輸入関税

### 関税

ベトナムに輸入される食肉加工品は、関税の対象となる。

#### 畜産加工品の優遇輸入関税率（最恵国税率（MFN））

HSコード	製品	税率（%）
1601	ソーセージその他これに類する物品、これらの物品をもととした調製食料品	22
1602	その他の調製をし、保存に適する処理をした肉、くず肉、血	
1602.41	- もも肉およびこれを分割したもの	22
1602.42	- 肩肉およびこれを分割したもの	22
1602.49	- そのほかのもの（混合物を含む。）	22

政令 122/2016/ND-CP を改正、補足する政令 125/2017/ND-CP に添付される輸入税表に基づく、食肉加工品の優遇輸入関税率（最恵国税率（MFN））は次のとおりである

日本から輸入する場合は、日本・ASEAN 包括的経済連携協定（AJCEP）、日本・ベトナム経済連携協定（VJEPA）の税率を適用することができる

#### 1. AJCEP の特別優遇税率

AJCEP の適用を受けるためには、次の条件をすべて満たしている必要がある。

- 政令 160/2017/ND-CP に添付される優遇輸入関税の商品リストに記載されていること
- 輸出国が AJCEP の加盟国であること
- 商工省が規定する輸出国（AJCEP の加盟国）からベトナムに直接出荷される商品であること
- 日 ASEAN 包括的経済連携協定の商品の原産地に関する規定を満たし、商工省が定める特定原産地証明書（C/O、AJ フォーム）（日本商工会議所発給のものに限る）を取得すること

#### 畜産加工品の特別優遇輸入関税率 AJCEP（%）

HSコード	2018年1月1日-2018年3月31日	2018年4月1日-2019年3月31日	2019年4月1日-2020年3月31日	2020年4月1日-2021年3月31日	2021年4月1日-2022年3月31日	2022年4月1日-2023年3月31日
1601.00.00	15	13	10	8	5	3
1602.41.00	15	13	10	8	5	3
1602.42.00	15	13	10	8	5	3
1602.49.00	15	13	10	8	5	3

AJCEP は 2002 版 HS コードで規定されている

#### 2. VJEPA の特別優遇税率

VJEPA の特別優遇税率の適用を受けるためには、次の条件をすべて満たしている必要がある

- 政令 155/2017/ND-CP に添付される優遇輸入関税の商品リストに該当すること
- 日本からベトナムへ輸入されること
- 日本からベトナムに直接出荷される商品であること
- VJEPA の商品の原産地に関する規定を満たし、商工省が定める特定原産地証明書（C/O、JV フォーム）（日本商工会議所発給のものに限る）を取得すること



畜産加工品の特別優遇輸入関税率 VJEPA (%)

HSコード	2018年1月1日-2018年3月31日	2018年4月1日-2019年3月31日	2019年4月1日-2020年3月31日	2020年4月1日-2021年3月31日	2021年4月1日-2022年3月31日	2022年4月1日-2023年3月31日
1601.00.00	17,5	15	12,5	10	7,5	5
1602.41.00	17,5	15	12,5	10	7,5	5
1602.42.00	17,5	15	12,5	10	7,5	5
1602.49.00	17,5	15	12,5	10	7,5	5

なお、VJEPA は 2007 年版 HS コードで規定されている

### 3. CPTPP (TPP11) の特別優遇税率を適用する場合

CPTPP (TPP11) の特別優遇税率の適用を受けるためには、次の条件をすべて満たしている必要がある

- a) 政令 57/2019/ND-CP に添付される優遇輸入関税の商品リストに該当すること
- b) 日本（またはほかの締約国）からベトナムへ輸入されること
- c) 日本（またはほかの締約国）からベトナムに直接出荷される商品であること
- d) CPTPP の商品の原産地に関する規定を満たし（品目別規則などは通達 03/2019/TT-BCT に規定）、生産者または輸出者が自ら原産性を証明すること（※）
- e) CPTPP は自己申告制度のため、生産者または輸出者が自ら原産地証明書を作成し、ベトナム輸入時に税関に提出する。輸入者が作成する原産地証明書はベトナムではまだ認められていません（協定本文 第 3.20 条第 1 項注 2）。また、日本商工会議所の特定原産地証明書発給は行われたい
- f) ベトナムから日本に輸入する場合は、商工省管轄の発給機関で CO フォーム（フォーム CPTPP）発給を受ける（協定本文 付属書三-A 5 項 (b)）か、または日本の輸入者が自ら作成し、日本輸入時に税関に提出するかのいずれかとなり、日本からベトナムに輸出する場合と手続きが異なる
- g) CPTPP 協定発効後 8 年目～ 11 年目に、日本から輸入する肉加工品に対する輸入関税率は 0% になる（1 年目は 2019 年 1 月 14 日 -2019 年 12 月 31 日、2 年目以降は暦年）。

豚肉の畜産加工品の特別優遇輸入関税率 CPTPP (%)

HSコード	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目	6年目	7年目	8年目	9年目	10年目から
1601.00.00	19.8	17.6	15.4	13.2	11	8.8	6.6	4.4	2.2	0
1602.41.00	19.8	17.6	15.4	13.2	11	8.8	6.6	4.4	2.2	0
1602.42.00	19.8	17.6	15.4	13.2	11	8.8	6.6	4.4	2.2	0
1602.49.11	19.2	16.5	13.7	11	8.2	5.5	2.7	0	0	0
1602.49.19	19.8	17.6	15.4	13.2	11	8.8	6.6	4.4	2.2	0

#### 参考情報

関税法 54/2014/QH13 (ベトナム語) / (英語)

輸入クォータ枠を超える輸入量に対する輸入税率および品目、混合税・上限税率および品目、優遇輸入税率表、輸出税率表について規定する政令 122/2016/ND-CP (ベトナム語) / (英語)  
政令 122/2016/ND-CP 号を改正・補足する政令 125/2017/ND-CP (ベトナム語)

VJEPA の特別優遇税率を規定する政令 155/2017/ND-CP (ベトナム語)

AJCEP の特別優遇税率を規定する政令 160/2017/ND-CP (ベトナム語)

### その他の税

「財務省通達 83/2014/TT-BTC」の第 3 条第 2 項 (d) および同通達に添付される付加価値税 (VAT) 率表に基づき、豚肉からの食肉加工品 (HS コード: 16.01、16.02) の VAT は次のとおりである

- a) 輸入段階: 10%
- b) 販売段階: 10%

### 参考情報

根拠法等

財務省通達 83/2014/TT-BTC「品目別付加価値税に関するガイドおよびリスト」(ベトナム語)  
／ (英語)

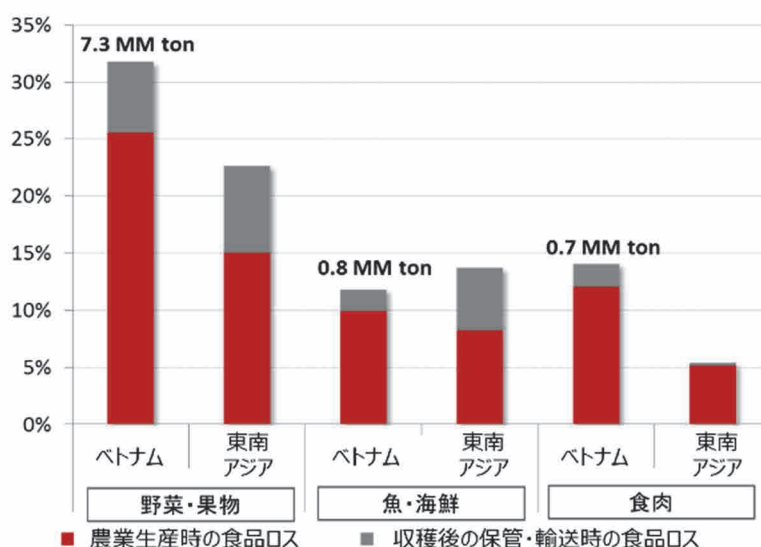
## 食肉加工品の流通

ベトナムは東南アジア平均と比較して、生鮮食品の食品ロス率が高く、コールドチェーン物流の整備が喫緊の課題になっている。

### ベトナムのコールドチェーン動向

国連食糧農業機関（FAO）、コンサルティング会社 CEL 社によれば、2018 年第 1 四半期、ベトナムでは生産された食品の 4 分の 1 が加工工場や配送センターに到着する前に廃棄されている。合計損失は 880 万トン、39 億米ドル(4,485 億円)と推定されている。これはベトナムの GDP の 2%、ベトナムの農業 GDP の 12%に相当する。

ベトナム・東南アジアにおける農業生産時の食品ロス・収穫後の保管・輸送時の食品ロス（単位：%・推定百万トン）



出所：国連食糧農業機関（FAO）、CEL のデータを元に ONE-VALUE が作成

野菜・果物関連は、食品ロスの割合が最も低いものの（生産量の 32%）、年間約 730 万トンが廃棄されている。また、食肉関連の損失は 14%に達した（年間約 694 千トン）。魚・海鮮関連の損失は生産量の 12%に相当する（年間約 80 万トン）。

東南アジア平均と比較しても、ベトナムの廃棄割合は高く、特に食肉関連は保管・輸送時の食品ロスの割合が高い。ベトナムでの食品ロスに大きな影響を与えているのが複雑な流通構造である。小規模卸売り事業者がサプライチェーンの中に多数存在しており、温度管理は基本的に行われていないことが多い。

例えば、農産物の流通を集約する農業協同組合のような団体の設置が望まれる。現状では、個々の農家が個別に輸送を手配している状況であるため、収穫された農産物を収集する施設センター及び、冷蔵輸送を搭載した車両で構成される物流システムを構築することで、農産物の供給ネットワークは、現状より低い運用コスト、収穫ピーク時への対応を可能にし、需要と供給のギャップのバランスを保つことができる。

ベトナムにおける冷蔵輸送の現状は以下のとおりである。

- 1.ベトナムで最初に商業用の冷蔵倉庫が建設されたのは1990年台半ばであり。歴史が非常に浅い。生鮮食品輸送など、冷蔵・冷凍輸送において必要となる設備、倉庫の整備は喫緊の課題である。
- 2.2020年の調査によると、ベトナム国内の輸出業者の66.7%が冷蔵輸送を利用しているのに対し、ベトナム国内向けの販売業者は8.2%のみが冷蔵輸送を利用するにとどまっている。
- 3.輸出業者は、国際的な品質基準を満たす必要があるため、コールドチェーンの利用率が高くなっている。それに対し、ベトナム国内の品質基準に対する意識が高くないため、国内向け販売業者はコールドチェーンを利用しない傾向にある。また、ベトナム現地では、生鮮食品の損失はある程度許容される風習があり、販売業者はコールドチェーンの利用を投資ではなく、費用と捉えている場合が多い。

ベトナムで冷蔵輸送が発展しない大きな要因は2つである。

「国内での品質基準に対する意識が低いこと」と「コストが高いこと」が挙げられる。特にコスト面では、冷凍倉庫の建設費が通常の倉庫の2～3倍となっている。冷凍トラックも同様に、通常のトラックの2～3倍の価格なので、コールドチェーンの利用には多大なコストが生じる。現在、冷凍倉庫の建設にもかなりの時間を要するため、供給が不足しているという面も大きい。

他の理由は以下のとおりである

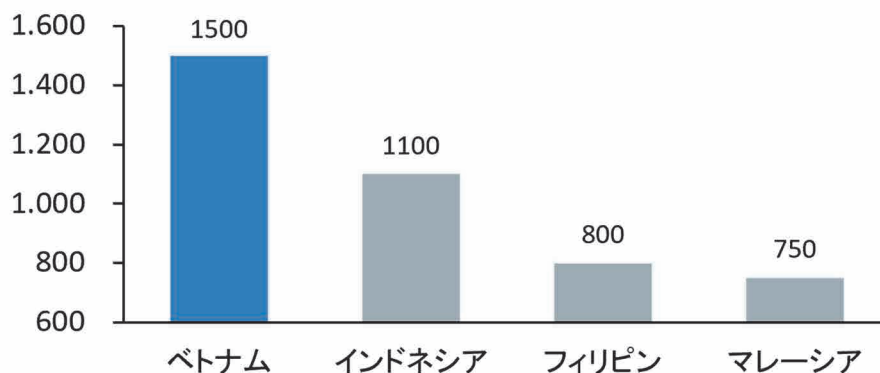
- 1.ベトナムでは小口輸送用の冷凍・冷蔵倉庫が不足：大規模な冷蔵倉庫の大半は、輸出品を扱う水産企業によって所有されており、国内輸送および小口配送に使用される冷蔵施設は非常に少ない。
- 2.2021年末時点、現地報道によれば、全国に48の冷蔵倉庫があり、60万パレットの収容能力がある。その多くが南部に集中しており、52.6万パレットの容量を持つ36の冷蔵倉庫がある。一方で、大規模な水産輸出会社（Hung Vuong社、Minh Phu社、Sao Ta社等）の数社程度で冷蔵倉庫が所有されている。
- 3.水産輸出に利用されるため、それらの冷蔵倉庫は都市部ではなく、港から50km以内の範囲内に設置されることが多い。そのため、既存の冷蔵・冷凍倉庫が都市の消費者に対して小口配送を行うことは困難である。

ただ、コールドチェーンの導入を強く推進している大企業もあり、ベトナムのコールドチェーンは、今後5年間で大きく進展するという見通しもある。

ベトナムは東南アジアの中でもコールドチェーンの潜在的な市場規模が大きいといえる。今後も経済発展に伴う中間層の増加により、消費市場の拡大、小口冷蔵輸送の需要高まりが期待される。

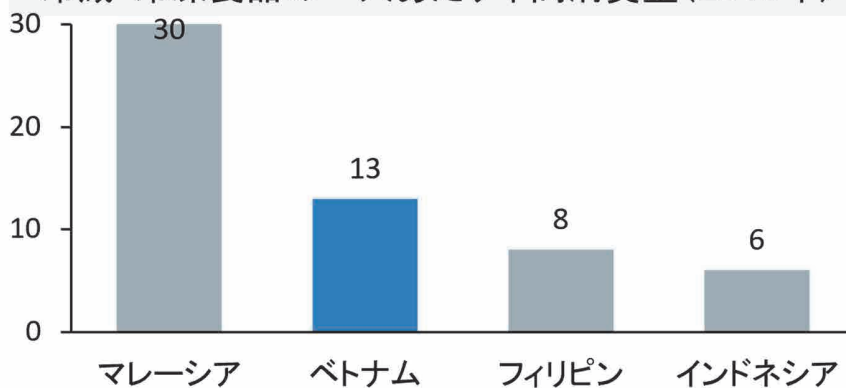
### コールドチェーンの市場規模

(単位:百万米ドル)



出所:ベトナム商工省(2020年)、ニチレイロジグループ、日本政策投資銀行のデータを基つき、ONE-VALUE 作成

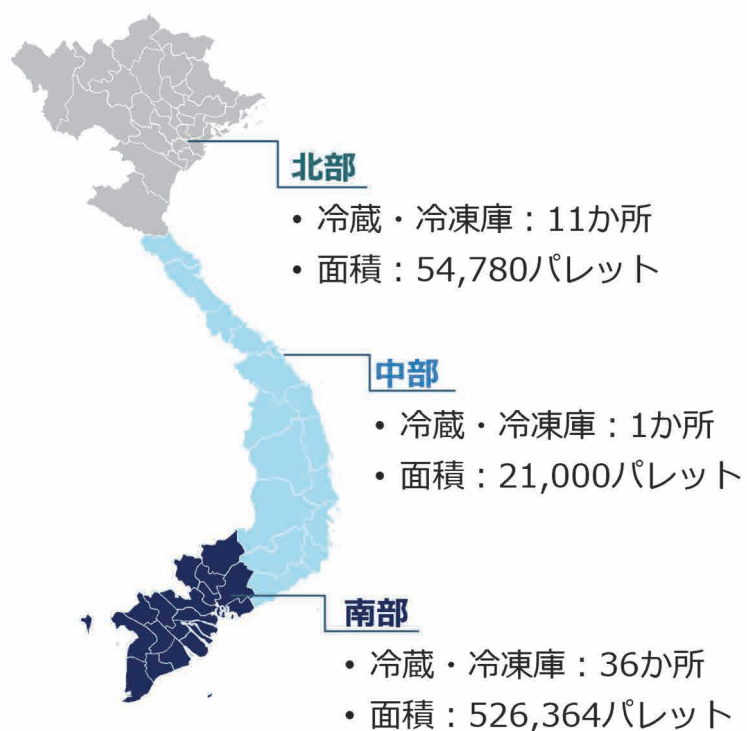
### 冷蔵・冷凍食品の一人あたり年間消費量(2013年)



出所:ベトナム商工省(2020年)、ニチレイロジグループ、日本政策投資銀行のデータを基つき、ONE-VALUE 作成



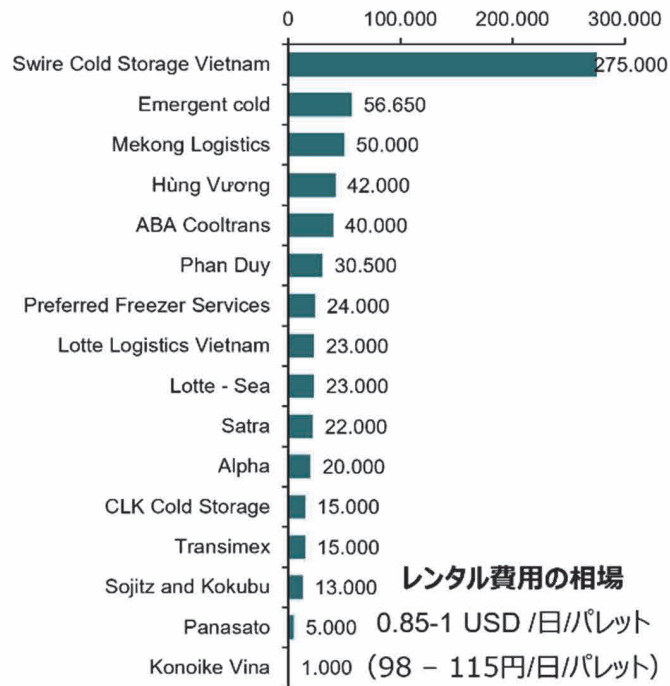
### ベトナムにおける地域別冷蔵・冷凍庫の数と面積



出所：ベトナム商工省（2020年）、ニチレイロジグループ、日本政策投資銀行のデータに基づき、ONE-VALUE 作成

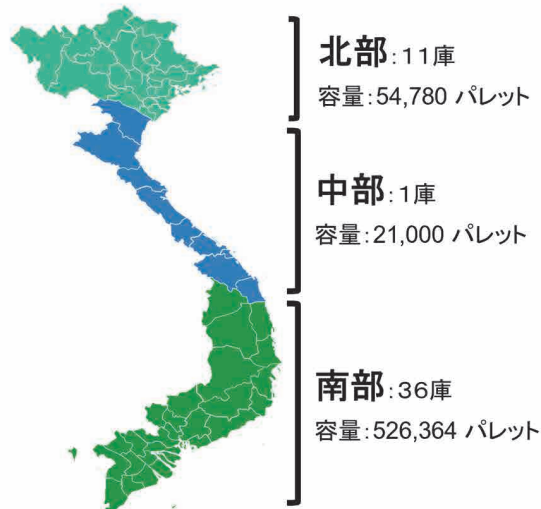
さらに、大手物流企業による冷蔵・冷凍施設は南部に集中しており、近年になり、大型化が進んでいる。ベトナムのレンタル冷蔵・冷凍庫の総容量は、2019年末まで602,144パレットに達し、市場の需要の30~35%を満たしている状況である従来、冷蔵倉庫は小規模なものがほとんどで、一貫した物流工程を構成しにくい状況だったが、近年大型化が進んでいる

ベトナム大手物流企業による冷蔵・冷凍庫の容量(2020年)  
(単位: パレット)



出所: 2020年ベトナムロジスティクスレポートを基に ONE-VALUE が作成

ベトナム地域別の冷蔵庫・冷凍庫の容量(2020年)



2020年時点で建設中の冷蔵・冷凍庫

- Hung Vuong : 60,000パレット
- AJ Total Long Hau: 32,000パレット
- AJ Total Hung Yen: 25,000パレット

出所: 2020年ベトナムロジスティクスレポートを基に ONE-VALUE が作成

新たな流通形態

現在のベトナム都市部では、バイクによる小口冷蔵輸送が主流である。チルド対応のバイク便デリバリーサービスを展開する企業が多数存在している。これらの会社は運送時に冷蔵設備を用いず、

保冷バッグを使用してラストワンマイルで配送するサービスを提供している。日本の宅配便事業者の競合相手となる可能性が高い。

この場合、主には以下の2つのサービス形態に大別できる。

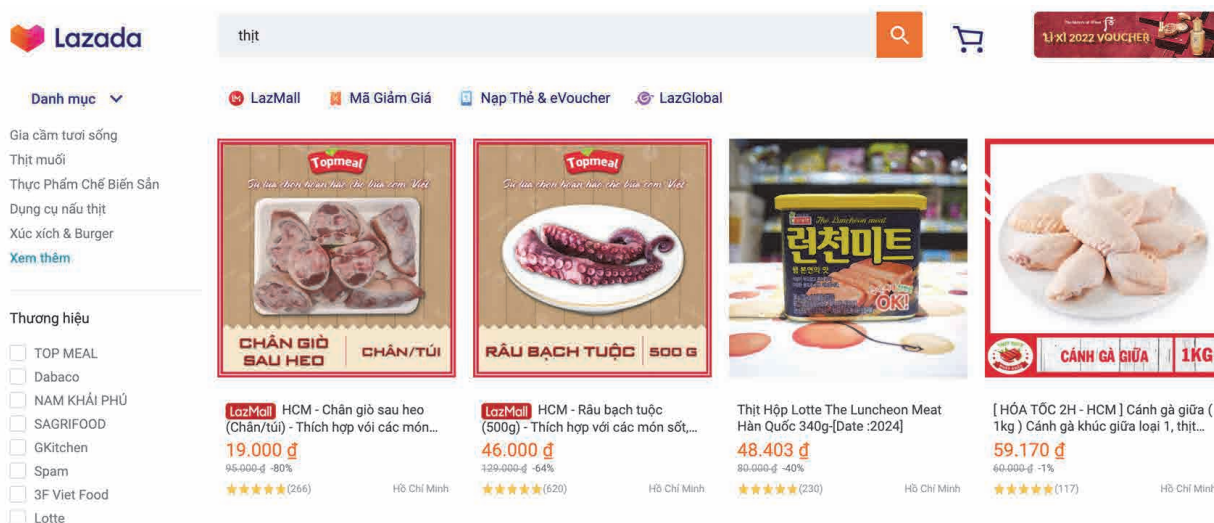
- 商品を保冷バッグに入れて、そのままバッグごと受取人に引き渡すパターン。
  - サイズの大きい保冷バッグに入れて運び、受取人には商品だけを引き渡すパターン。
- また、冷蔵設備を持つ車両を持つ会社、常温で配送できる会社もある。

※チルド対応・常温対応のベトナムのデリバリーサービス会社の例

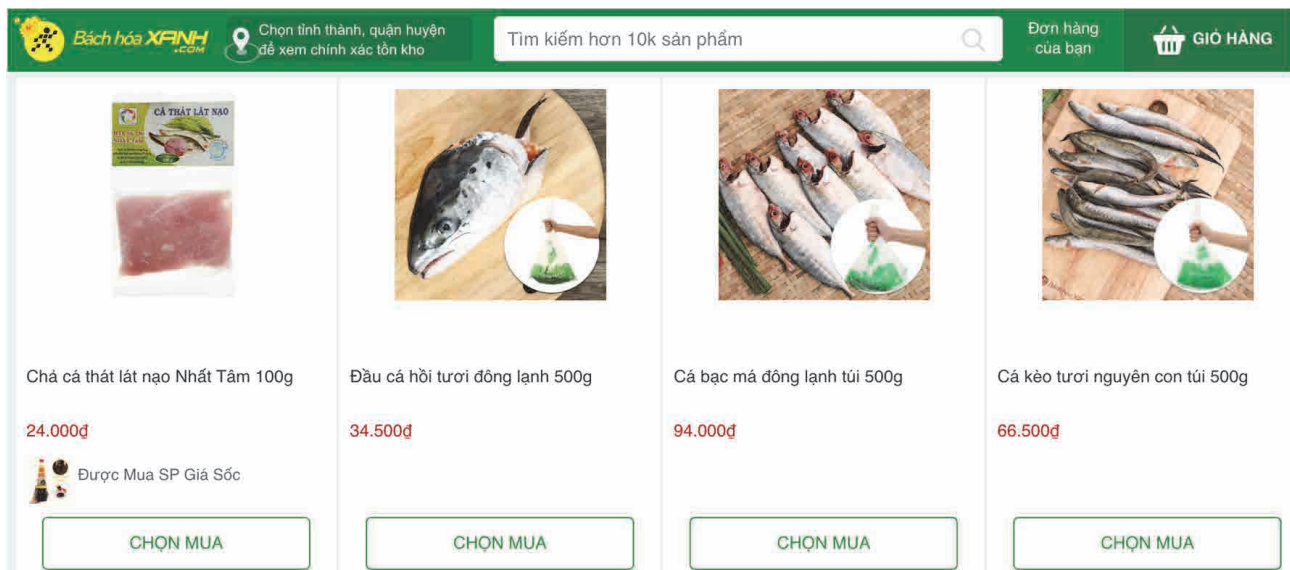


## 新型コロナ発生の影響

ベトナムでは新型コロナウイルスの影響で、食料品などの生活必需品の確保が注目を集めたが、中でも生鮮食品のオンライン販売は2021年に次々と事業者がサービスを展開した。事業者の多くは対象エリアを都市部に限定して小口冷蔵配送サービスも提供している。



ベトナム大手ECモールLazadaでは食肉、海産物といった生鮮食品のオンライン購入もでき、冷蔵配達サービスも提供されている。



食品小売スーパーを展開する Bach Hoa Xanh はオンラインでも野菜、肉、海鮮といった生鮮食品を販売しており、都市部を対象にチルド配送も行う。

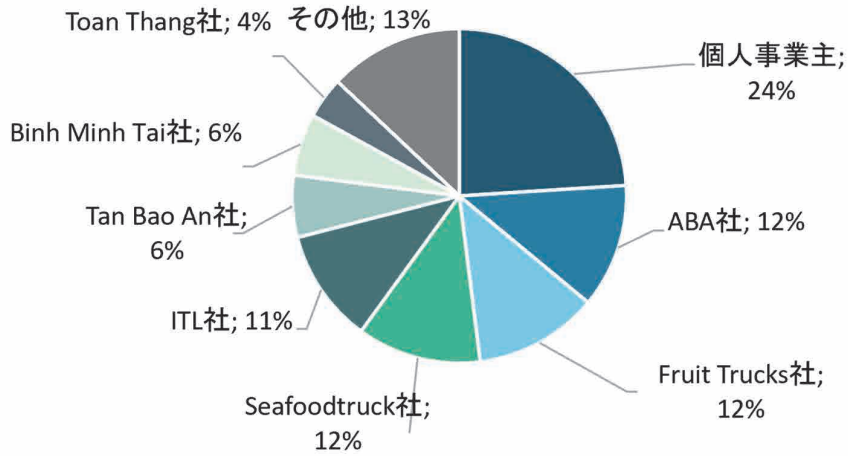
## コールドチェーンに関する主要企業

ベトナムの冷蔵輸送（コールドチェーン）事業者は小規模事業者を除き、主要な企業として7社程度があげられる。

冷蔵輸送に対応した主要なベトナムの物流業者の特徴は以下の通りである。

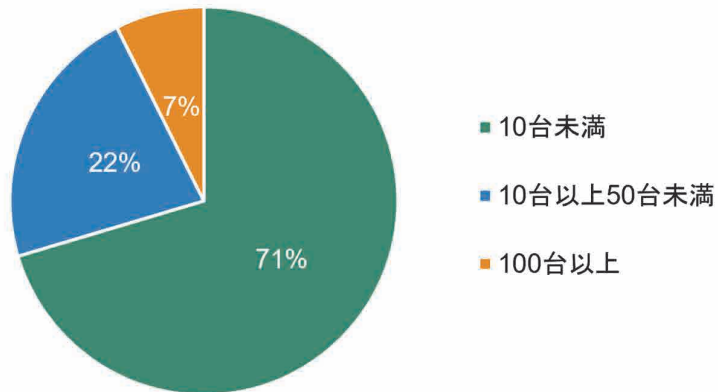
- 冷蔵輸送に対応した主要なベトナムの物流業者としては ABA Cooltrans、Tan Bao An、ITL、Binh Minh Tai などの国内企業が冷蔵輸送市場の大きいシェアを占めている
- ABA Cooltrans は、300 台以上の冷凍トラックと 1,000 台以上の冷蔵トラックで市場をリードしており、2018 年の冷蔵輸送市場シェアの 12% を占めた。また、同社は 22,000 パレットの冷蔵倉庫も所有している
- Ratraco Company（国営企業）は現在、300 の冷凍コンテナを保有しており、国内輸送と中国から第三国への輸送事業も行っている。
- ホーチミン交通運輸大学の冷凍配送業者に対する調査（2019 年）によると、10 台未満の冷凍トラックを所有している企業は 70.4% を占め、10 ~ 50 台の車両を所有している企業の比率は 22.2% で、100 台以上を保有する企業の比率は 7.4% である
- その中に、冷蔵・冷凍倉庫を所有する企業数は調査対象企業の 45% 近くを占めており、そのうち 1 か所または 2 か所の倉庫を持つ企業の比率は最大で、22.2% を占めた
- 現在、冷凍倉庫の供給は需要に比べてまだ不足しており、保管料が高く、一部の倉庫では商品を預けるため、1 年前に予約しなければならない場合もある

## ベトナムにおける主要な冷蔵・冷凍配送業者の市場シェア (2018年)



出所：ホーチミン交通運輸大学、現地報道から ONE-VALUE が作成

## 冷凍冷蔵車の保有台数別の企業数の内訳



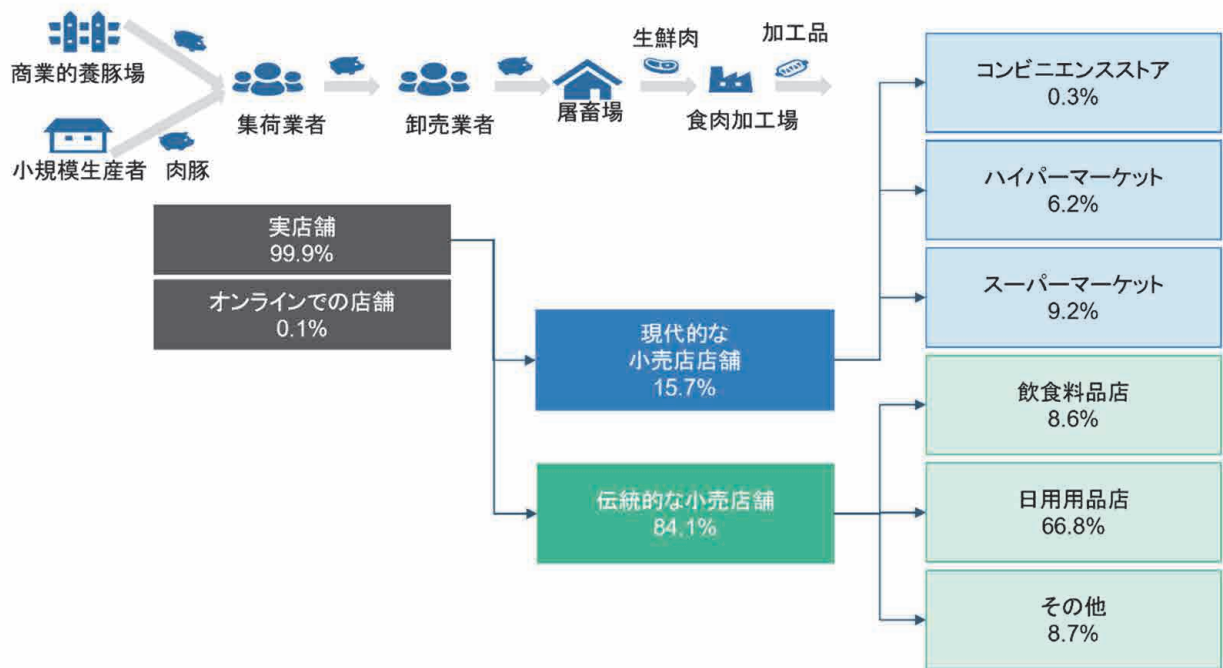
出所：ホーチミン交通運輸大学、現地報道から ONE-VALUE が作成

## 食肉加工品の流通構造

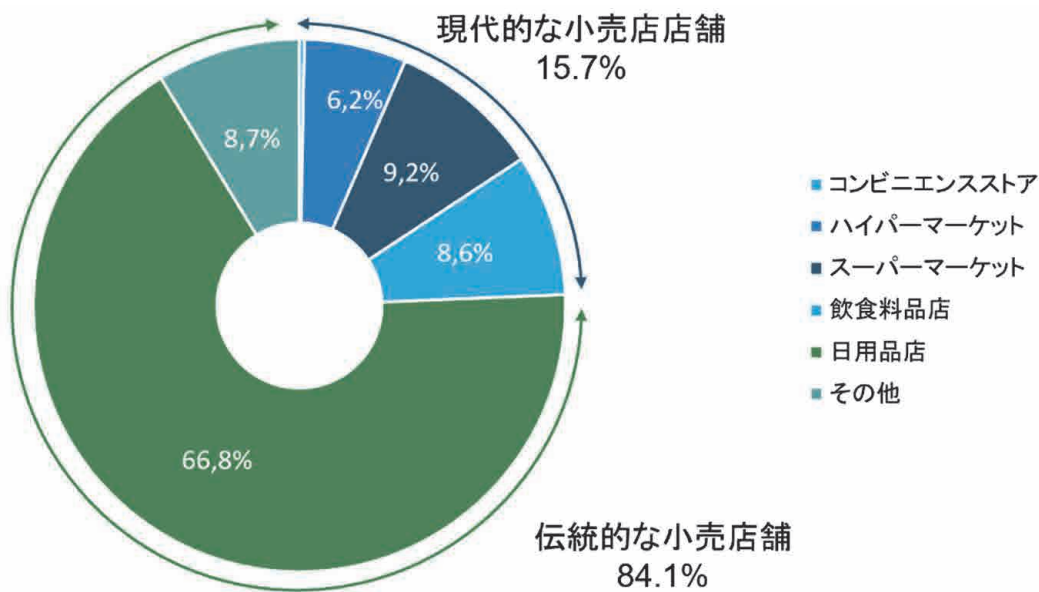
ベトナム市場の食肉加工品の流通チャネルは8割以上が「伝統的小売形態」によるものである。



## 食肉加工品の流通チャネル



出所：ユーロモニターインターナショナルを基に ONE-VALUE が作成

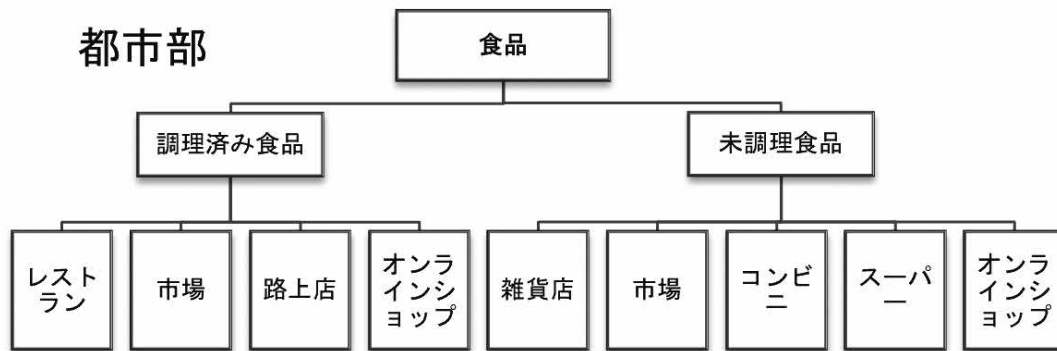


(注)：図中の数字は各チャネルにおける販売量の割合を示す

出所：ユーロモニターインターナショナルを基に ONE-VALUE が作成

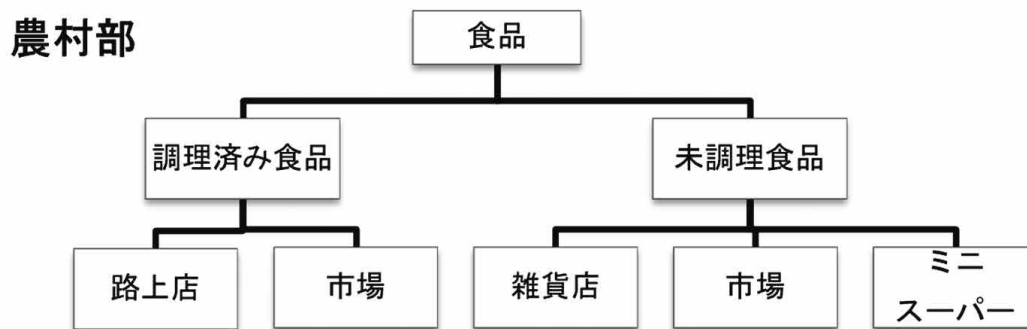
ベトナムの都市部では流通チャネルが多様であるが、農村部では「近代的な小売形態」のチャネルは限定的である。

都市部と農村部における流通チャネルの違い



出所：現地報道を基に ONE-VALUE が作成

都市部では調理済み食品・未調理食品とともに、販売場所のチャンネルが多様かつ数が多い。スーパー、ショッピングモールをはじめ、現代的な流通チャンネルは各企業が商品イメージを広げ、ブランド認知度を高めるために使用される。特に新商品を開発する際、消費者の信頼を得るため、スーパー、ショッピングモールなどで商品販売を行うようになっている。



出所：現地報道を基に ONE-VALUE が作成

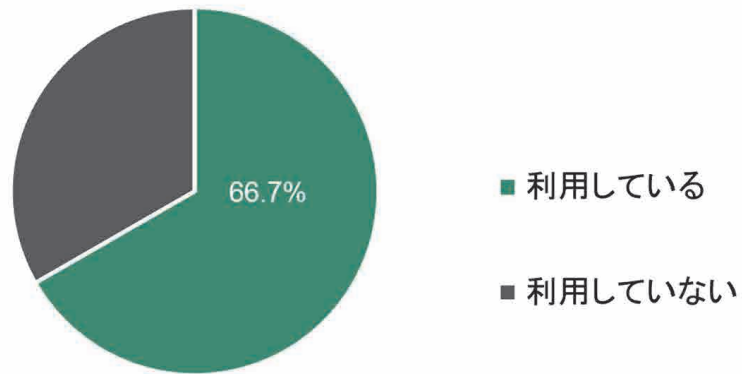
農村部ではミニスーパー、小規模ショッピングモール等、「近代的小売形態」のチャンネルが限定的である。

## ベトナムのコールドチェーンに関する課題

ベトナムのコールドチェーンに関する課題は以下の通りである

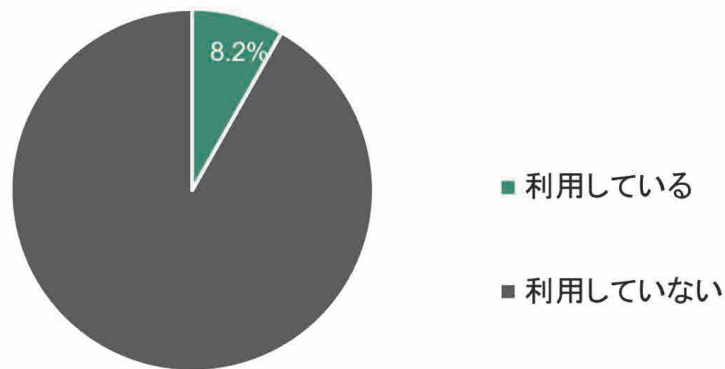
- 冷蔵・冷凍庫や冷蔵・冷凍車を導入している企業はその殆どが輸出向け品質要件を満たすためであって、国内市場の流通向けではない
- 供給が需要に追いついていない
- ベトナム国内では品質基準に対する認識が高くない（多少の損失はコストと認識されており、厳格でない）
- コールドチェーンへの投資コストが高く、投資に踏み切る企業が非常に少ない
- 冷凍保持の専門知識を必要であるが、その技術も定着していない

### 2020年 輸出向けコールドチェーンを導入している企業の割合



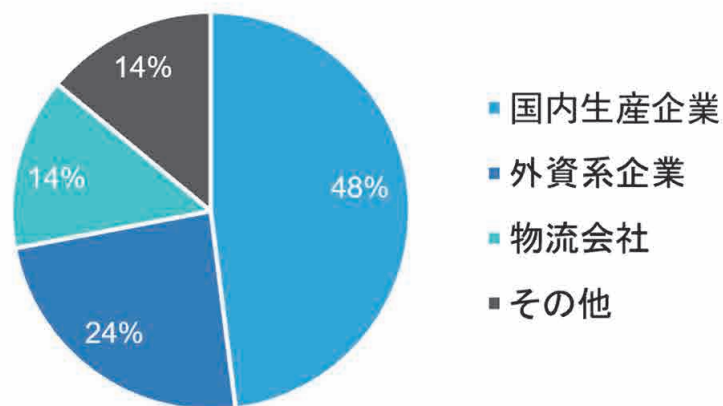
出所：2020年ベトナムロジスティクスレポートを基に ONE-VALUE が作成

### 2020年 国内市場向けコールドチェーンを導入している企業の割合



出所：2020年ベトナムロジスティクスレポートを基に ONE-VALUE が作成

### 冷蔵倉庫所有の割合



出所：2020年ベトナムロジスティクスレポートを基に ONE-VALUE が作成

ベトナムのコールドチェーン事業展開に関する課題は法規程・制度、生産、流通、消費者に関する課題に分類できる。

## 1. 法規定・制度に関する課題

- 水産品加工販売業・倉庫業の外資規制が存在する。
- 商品流通における明確な基準が存在しない。

## 2. 生産に関する課題

- 生産者の保冷保管設備への投資意識が低く、収穫時の時点で温度管理は行われない。
- 品質管理の意識が低い。
- 天候等の影響で生産量が減ることによる市場価格の上昇のリスクが存在する。

## 3. 流通に関する課題

- 冷蔵車・冷凍車の絶対数の不足。
- 小規模の卸業者が多数存在している流通構造のため、小口の卸売業者が主流であり、温度管理の実態が不透明。
- 輸送オペレーションの品質維持に対する意識が低い。
- 交通渋滞による輸送時間の長期化。
- 物流・道路インフラ整備の遅れ。

## 4. 消費者に関する課題

- 冷蔵・冷凍食品は新鮮ではないという固定概念が消費者に根付いており、温度管理が行われていない常温でも新鮮であるというイメージが残っている。
- ベトナムの生鮮食品市場ではそもそも損失がある程度許容されている。
- 地域によって食習慣や調理方法の嗜好、好まれる水産品目の違いがあり、コールドチェーンの需要も地域にとって種類が異なる。

# 消費

---

## ベトナム市民の食生活・食文化

ベトナムは米食文化で、基本的には日本と同様に白米とおかず、汁物が食卓に並ぶ

### ベトナム国民の食生活

#### 【朝食】

約 80%が毎日朝食をとっており、週に 5~6 回を合わせると約 90%の人がほぼ毎日取っている。朝食は外にて一人で早く簡単に済ませ、おこわ、パン、麺類（フォー）などがベトナム人の定番の朝食である。

特に、忙しい朝は家庭で作るより町の屋台や食堂で食べることが常識になっていて、大小問わずいたる所に PHO（フォー）という看板が至るところで見ることができる



## 一般的なベトナム人の朝食



### 【昼食】

都市部の住民は職場、学校などで友達、同僚と一緒に食べることが多い。

一方、農村部の住民は家族全員で食べることも多い。

### 【夕食】

普通は家族揃って一緒に食事することが多い

昼食・夕食の食事内容のご飯、魚、肉、えび、卵などといった主食を中心に野菜も多く摂取しているが、油を使った料理や乳製品などを控えている。

## 一般的なベトナム人の昼食・夕食



### 地域における食文化の違い

南北に長い国土をしたベトナムでは北部、中部、南部によって好まれる味付けが異なる

主食はコメ。複数の主菜、副菜、スープを取り分けるスタイルが基本。コメ、米粉は、白飯、麺類、もち、蒸し物、ライスペーパーなど形を変えて食されている。

また、中国とフランスの影響を受け、コーヒーやバインミー（バゲットを使ったサンドイッチ）、



中華麺なども日常的な食品。食に対する宗教的禁忌はほとんどないが、仏教徒の一部には精進・菜食の習慣があり、菜食はなじみ深い。

ベトナム人はほとんど家族や友達と食事をしており、一人で外食をする人が少ない。また、ハノイやホーチミンなどの大都市を中心に外食頻度はますます増えている。

以下、地域別の特徴である

#### 【北部】

- 北部のデルタ地域では稲作が特に盛んで、その恵まれた土壌から味の良い米がたくさん生産され、ベトナムの米文化はこの北部から発達している
- 北部の料理は塩辛いのが特徴で、塩や醤油が味のベースになっている。ハノイの料理は、全体的に甘みを抑えた薄味。
- 海に面していない北部の地域では川魚も食卓にのぼり、タニシなどを使った料理もある
- 中国に隣接しているために中国の影響を受け、味噌や豆腐、麺を使った料理が多いのが特徴である

#### 【中部】

- 中部地域の料理は塩気や唐辛子のピリツとした、はっきりとした味付けが好まれている。中部地域東側は南シナ海に面していて、たくさんの漁港があり、海の幸に恵まれている
- 一方、西側の山岳地域は、フランスの植民地だった時代の農業の名残が今でも残り、コーヒー、胡椒、お茶、洋野菜が栽培され、歴史を反映した食生活が残っている

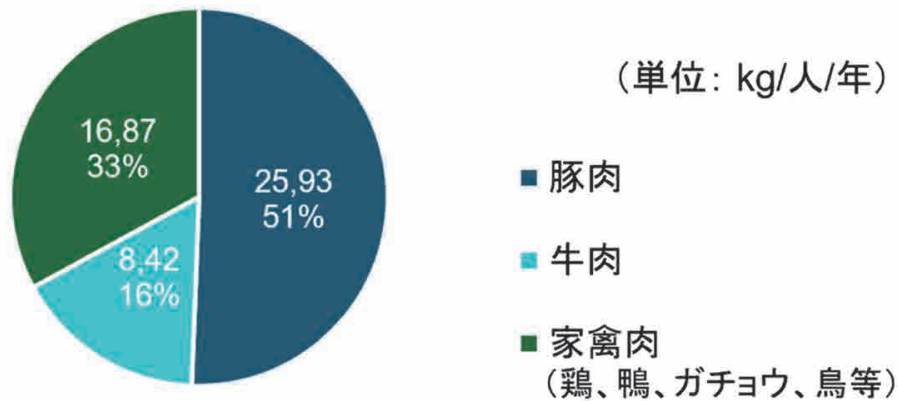
#### 【南部】

- 一方、南部では非常に蒸し暑い気候なので、砂糖を使用した甘辛い味、濃い味の特徴
- ライスペーパーを使った料理が多いのも特徴で、香草類と魚や肉をライスペーパーで巻いて食べるのが人気の食べ方である。
- 生春巻きや揚げ春巻きが一般的であるが、米粉を使った生地好みの具を入れて焼くバインセオも人気がある。

### 食肉に対するベトナム消費者の嗜好

ベトナムでは豚肉の消費量が最も多く、食文化に根付いている

## 食肉に対するベトナム消費者の嗜好



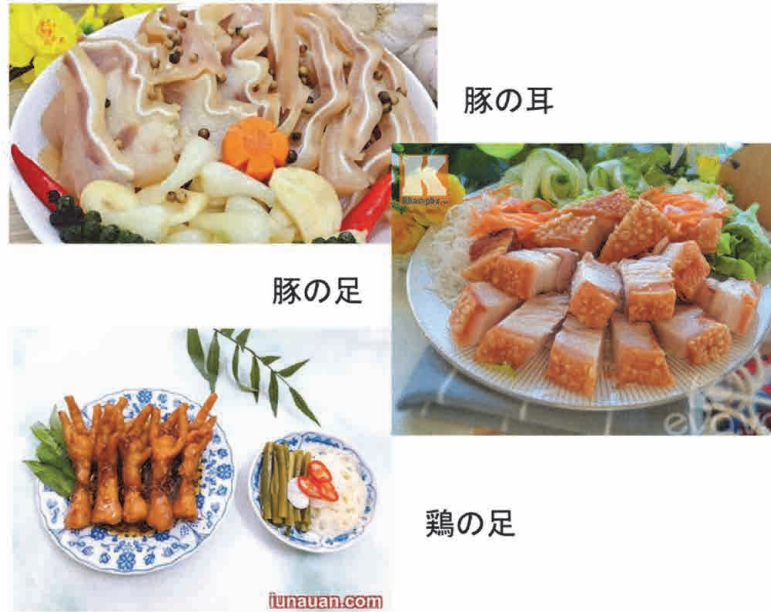
出所: OECD、現地報道を基に ONE-VALUE が作成

ベトナム人は加工品より調理された生鮮肉を多く消費している。傾向としては、都市部、食肉加工品の消費量が多くなっている。ベトナムでは肉と魚介類が好んで食べられており、内臓系の部位に対する抵抗もない。そのうち、牛肉・豚肉・鶏肉などより高価な食肉だと評価。近年では、輸入された牛肉の消費量も増加し続けている。

ベトナムでは豚の耳や足、鶏の足なども一般的に食べられており、一般的な可食部位は日本よりも広い。ベトナム人消費者の心理には、小規模生産者からやってきた肉は商業的養豚場からの肉より美味しくて質が高いと考えられている。

伝統的なベトナム風ハムは世帯の33.6%が月に3～4回程度で消費しており、世帯の38.4%はあまり消費していない。また、海外由来のバム、ベーコン、ソーセージは広く消費されている訳ではない。これは加工品が新鮮ではないという考えがまだあるためである。

さらに、加熱殺菌ソーセージは主に子供向けに販売されており、企業も子供向けにパッケージをデザインしている。ハム・ソーセージ等の食肉加工品は毎日の家族の食卓、飲み会（おつまみ）、軽食としても食べられている。

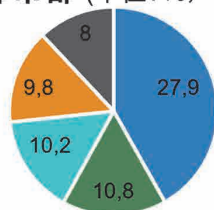


## 消費の嗜好:都市部と農村部の違い

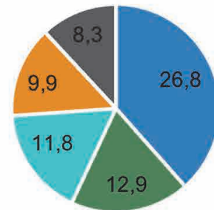
農村部の人々は殆ど生鮮食品を購入しており、加工した食品を使用する傾向は少ない。都市部では冷凍品、加工した食品の利用が増加する傾向がある

### ベトナム人の毎月の5つの主な支出

都市部 (単位: %)



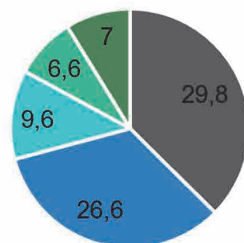
2012年



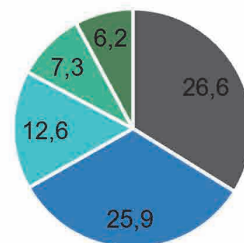
2017年

- 生鮮食品、日用消費財
- 教育
- 貯金
- 外食
- 投資・農業

農村部 (単位: %)



2012年



2017年

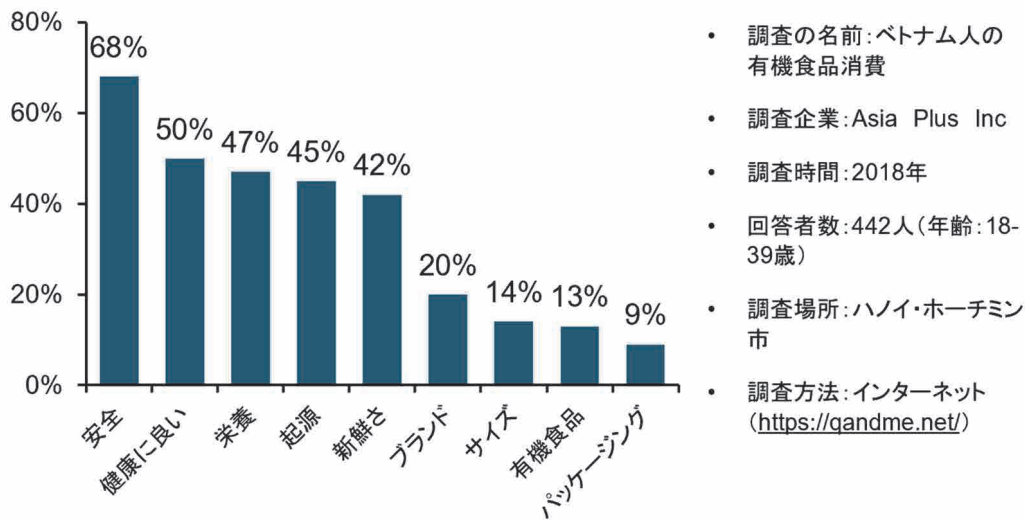
- 投資・農業
- 生鮮食品、日用消費財
- 貯金
- 土地、家
- 教育

出所: ONE-VALUE が作成

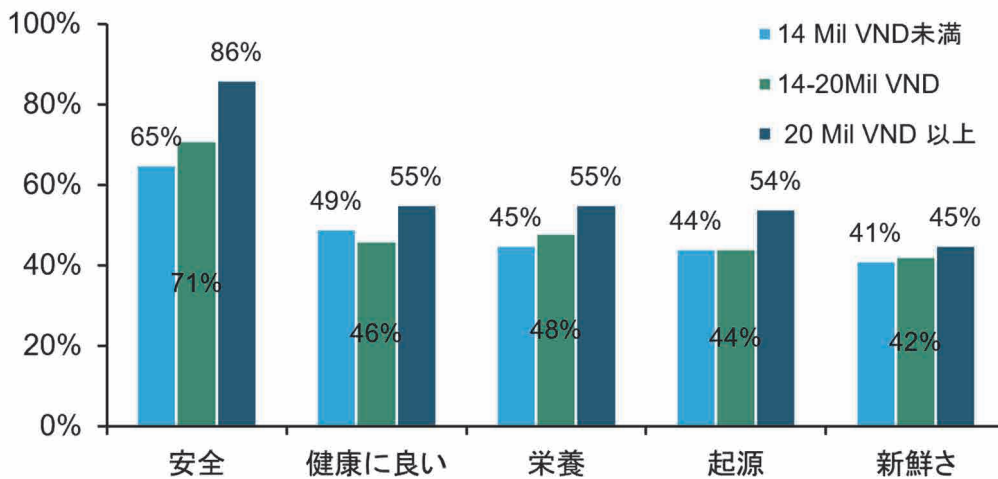
ベトナム人の月間支出において食品は20~30%を占める。ベトナム人の消費習慣は毎日、伝統的な市場で新鮮な食品を買い、買った食品を一日で利用して、次の日にまた買い物に行く。伝統的な市場は至る場所にあるため、食品購入は容易である。

その理由で、農村部の大部分の消費者は伝統的市場で買い物をする習慣があげられる。近年、経済が成長し、所得増加につれて、都市部の消費者の消費習慣が徐々に変わっている。スーパーでは商品が多様にありで、選択肢が多くなるため、一部の消費者はスーパーに買い物に行く習慣が身につくにつつある。

## ベトナム人の食品に対する消費者の購買意思決定



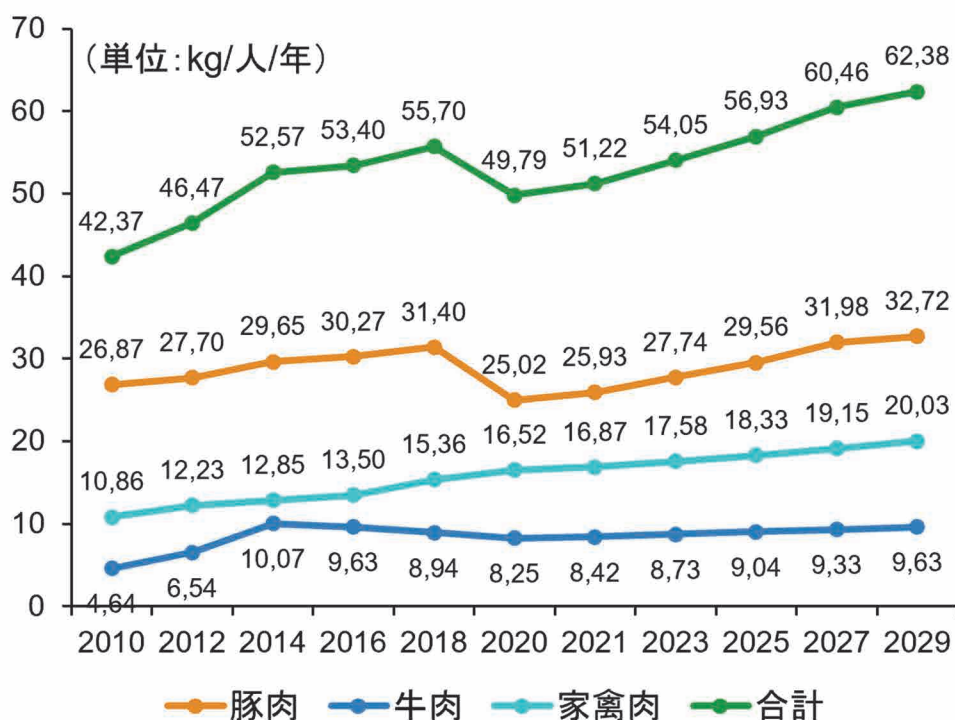
## 月間所得別 食品に対する消費者の購入意思決定



出所: ONE-VALUE が作成

## 畜産品の消費動向

### 1人当たり畜産消費量の推移及び予測



出所：OECD、statista、現地報道記事を基に ONE-VALUE が作成

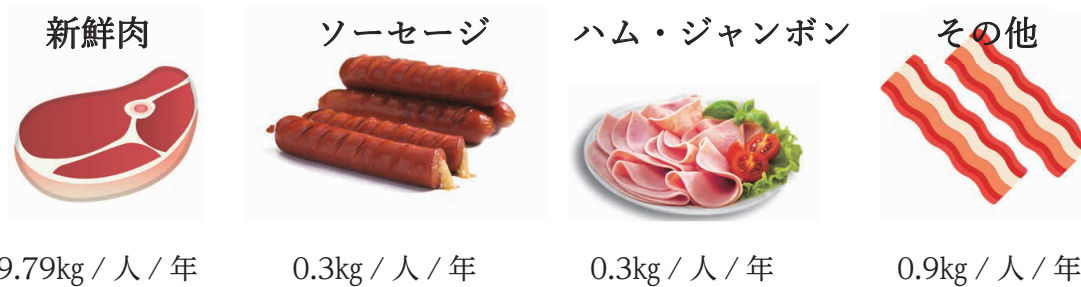
ベトナムの豚肉の消費量は増加する傾向にある。近年、アフリカ豚熱がベトナムで感染拡大したため、豚肉の国内生産量が減少し、輸入量が急増した。急増した理由は輸入豚肉の価格がベトナム産より安いいため。2021年の10か月分の輸入量は2018年の10倍となり、国内の生産量の約10%を占め、332,000トンに達する。

豚肉(トン)	2018年	2019年	2020年
国内生産量	3,800,000	3,300,000	3,400,000
輸入量	33,000	63,000	225,000

出所：OECD、statista、現地報道記事を基に ONE-VALUE が作成

ベトナム人の食肉加工品の平均消費量（2020年）は以下の通りである。





ベトナムは東南アジアで大規模食品消費市場の1つであり、2016年—2020年期、平均として食品小売業界が10%増加し、そのうち、生鮮食品と缶詰食品がもっとも大きな割合を占めていた。OECD-FAOのデータによると、2020年、ベトナムの一人当たりの肉消費量は約50キロ/人/年で、日本の約33kgより多いが、アメリカの100kg以上、韓国の約62.5kgに比べると、まだ少ない。

一方で、ベトナムの食肉加工品の一人当たりの消費量は非常に少なく、約1kg～1.3kg/人/年程度である。ベトナムにおける、肉（鶏肉、豚肉、牛肉）やシーフードなどの加工食品を消費する傾向では、豚肉から作られた商品が食肉加工品の72%を占める。トランス脂肪酸・コレステロールの摂取量を下げするため、多くの消費者が赤肉の代わりに白身の肉を利用する傾向があるので、鶏肉から作った商品の消費量も増加する見込みである。

## 食肉加工品の購入場所

ベトナムでは現代的なスーパーマーケット、ショッピングモールは全国でも1400店舗程度しか存在しておらず、その殆どが都市部に集中している。

## 食肉加工品の購入場所



**ショッピングモール・スーパー**: Vinmart, Co.opMart, BigC, Lotte Mart, AEONなど。2020年時点で全国には1163のスーパーが存在している



**パパママショップ**: 全国に140万ヶ所程度存在



**伝統的市場**: 全国には8581ヶ所が存在している



**コンビニ**: ,ビズマート、ビンマート、ミニストップ、セブンイレブン、ファミリーマートなど。全国には5214が存在



**オンラインショッピング**: Shopee, LazadaなどのECサイト またはFacebookのグループで購入できる



**レストラン**: 都市部を中心に欧米由来の料理を提供するレストラン等

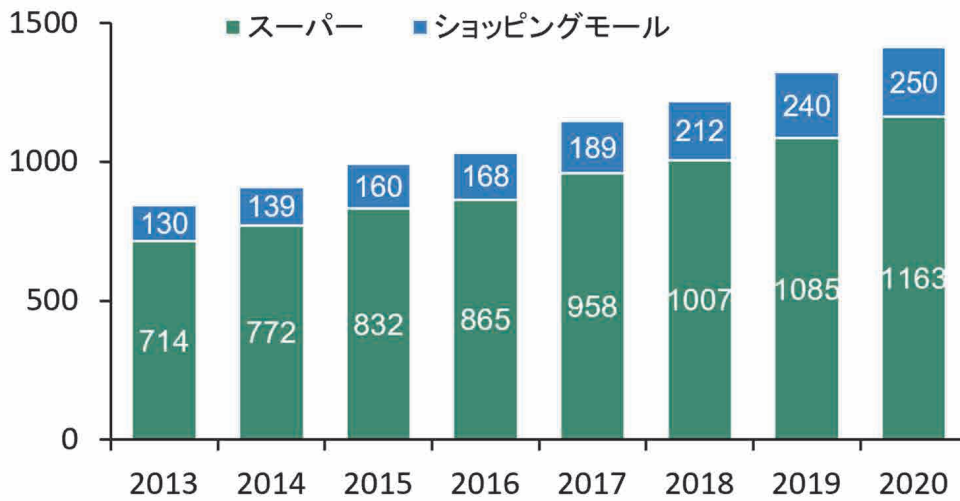


**屋台**: 調理済みの料理が販売される。ソーセージ焼き等

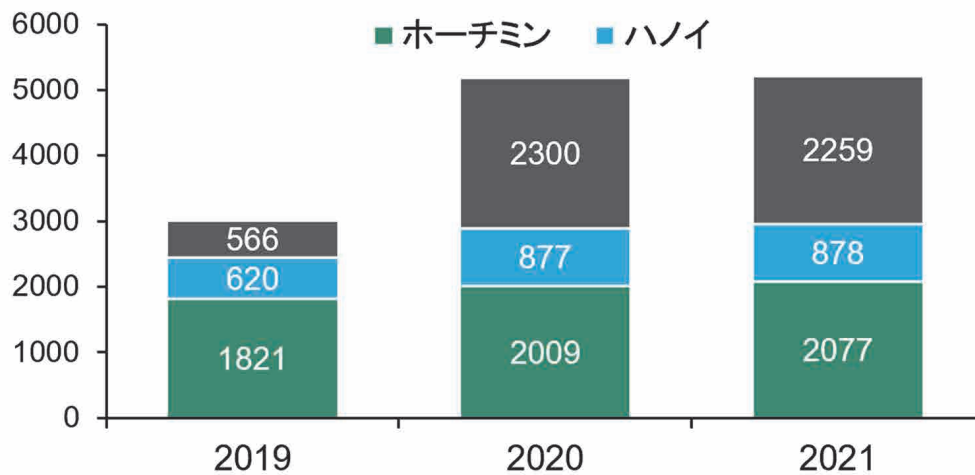


**メーカーの代理店**

## ベトナムにおけるスーパー・ショッピングモールの推移



## ベトナムにおける地域別コンビニの数の推移



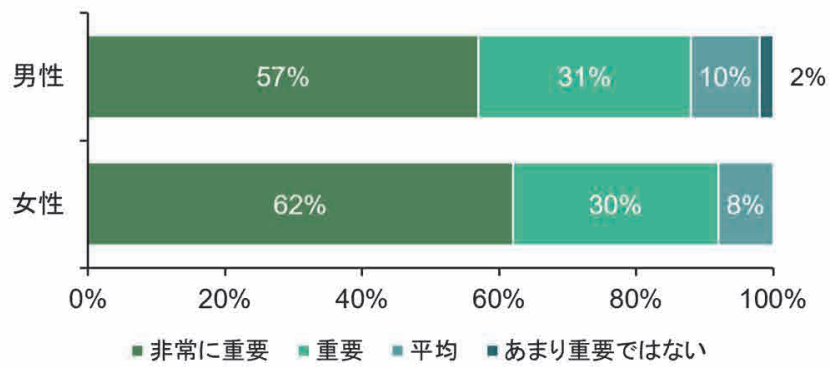
出所：ベトナム統計総局を基に ONE-VALUE が作成

## ベトナム市民による日本製品へのイメージ

ベトナム消費者の9割が食品購入時に生産国を重要と考えている。ベトナムの消費者の90%以上が日本製品を好み、日本製品の品質を高く評価している。

## 原産国の重要度

合計:660人



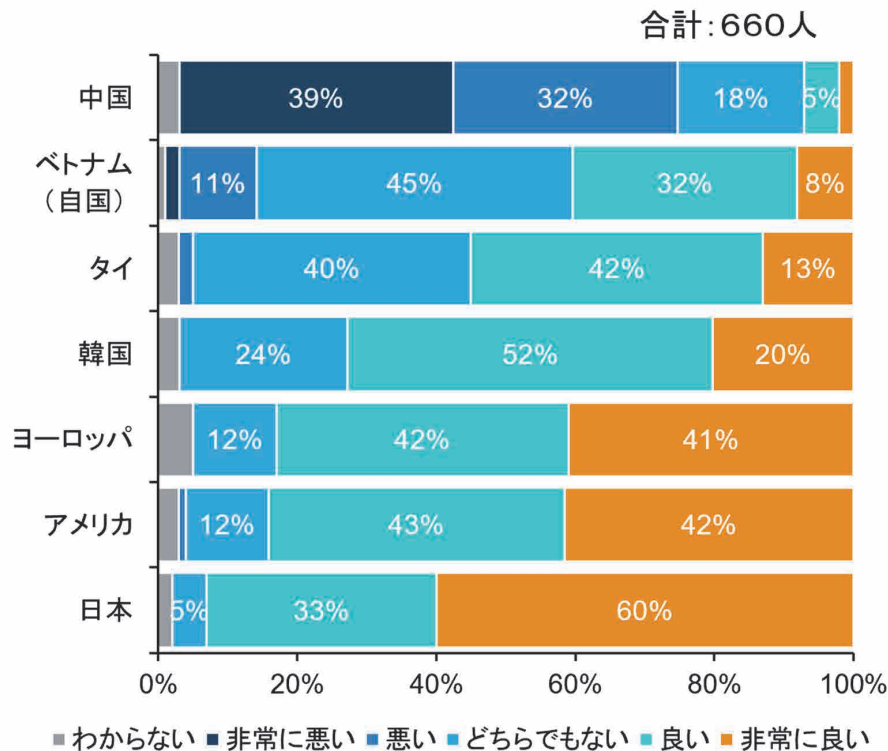
出所：ベトナム現地報道を基に ONE-VALUE が作成

### 日本食・日本製の食品へのイメージ

- 高品質
- 安全、健康に良い
- 美味しい
- 高級感がある
- おしゃれ
- 高い

近年、原産地偽装や生産・加工施設の衛生管理に問題があるため、多少価格が高くても日本の食品を選択する消費者が増えている傾向にある。

## 各国製品へのイメージ



出所：ベトナム現地報道を基に ONE-VALUE が作成

※現地報道によれば、ベトナム消費者の多くが日本製品に対して、好意的な見方をしている。

<https://thoibaonganhang.vn/nguoi-viet-tang-tieu-dung-hang-nhat-76546.html>

<https://life.viet-jo.com/column/asia-plus/569>

日本製の食肉加工品はまだ市場で普及しているとは言い難い状況であるが、今後の売り方法・販売手法次第で状況は大きく変えられると考えられる。近年、NH Foods、Chef Meat、Koyu、Unitek などの多くの日系食品加工企業はソーセージやハムなどを主要商品としてベトナム市場に参入した。

しかし、その商品の多くは中間層・富裕層の消費者層を中心に、高級なレストラン・ホテルで高い価格で提供されている。

ベトナムで有名な日本の食肉加工品

- Koyu & Unitek 社の Oji ソーセージ
- NH フーズベトナム社の Nippon Golden Pig ソーセージ
- NH フーズベトナム社の Nippon Golden Pig ハム
- NH フーズベトナム社の Nippon Golden Pig パテ





## 輸入実態

---

### 品目(ハム・ソーセージ)の定義

本調査の対象品目であるハム・ソーセージについては以下の HS コードを使用する。

#### ハム

- 1602.10：均質調製品（Other prepared or preserved meat, meat offal or blood）
- 1602.31：七面鳥のもの（Meat Or Meat Offal Of Turkeys, Prepared Or Preserved, Others）
- 1602.32：鶏（ガルス・ドメスティック）のもの（Of fowls of the species Gallus domesticus）
- 1602.41：豚もも肉およびこれを分割したもの（- Hams And Cuts Thereof Of Swine, Prepared Or Preserved, Others -）
- 1602.42：豚肩肉およびこれを分割したもの（- Shoulders And Cuts Thereof, Of Swine, Others, Prepared Or Preserved -）
- 1602.49：豚その他のもの（混合物を含む）（- Other, including mixtures）

#### ソーセージ

- 1601.00：ソーセージその他これに類する物品（肉、くず肉または血から製造したものに限り）およびこれらの物品をもととした調製食料品（- Sausages And Similar Products, Of Meat, Meat Offal Or Blood; Food Preparations Based On These Products -）

#### 世界税関機構（WCO）「HS コード」

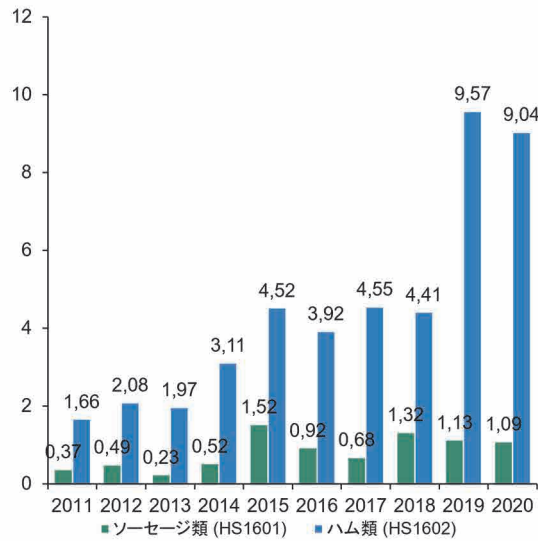
※「商品の名称及び分類についての統一システム（Harmonized Commodity Description and Coding System）に関する国際条約（HS 条約）」

### 食肉加工品の輸入額・輸入量

ベトナムのハム類、ソーセージ類の輸入量は増加傾向である。

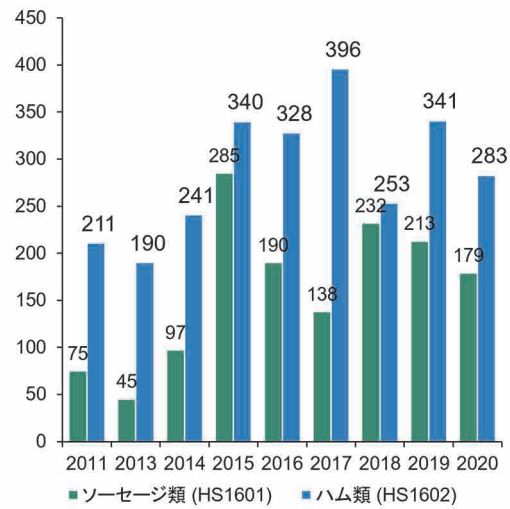
### 輸入額の推移(2011年～2020年)

(単位: 億円)



### 輸入量の推移(2011年～2020年)

(単位: トン)



出所: Trademap.org を基に ONE-VALUE が作成

### ソーセージ類(HS1601)の輸入の推移(2011年～2020年)

ソーセージ類 (HS1601)	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
輸入額(億円)	0,37	0,49	0,23	0,52	1,52	0,92	0,68	1,32	1,13	1,09
輸入額(Bil.VND)	7,31	9,81	4,66	10,37	30,41	18,42	13,59	26,39	22,51	21,73
輸入量(トン)	75	-	45	97	285	190	138	232	213	179

### ハム類(HS1602)の輸入の推移(2011年～2020年)

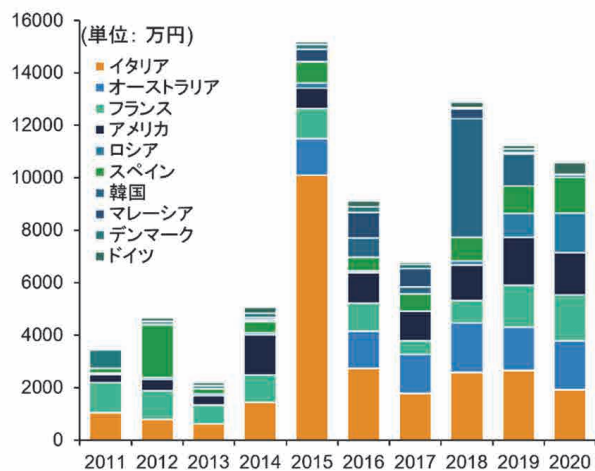
ハム類 (HS1602)	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
輸入額(億円)	1,01	1,09	1,04	1,39	1,91	1,61	2	1,45	1,90	1,75
輸入額(Bil.VND)	20,1	21,83	20,84	27,85	38,13	32,18	40	29,1	38,04	34,94
輸入量(トン)	211	-	190	241	340	328	396	253	341	283

出所: Trademap.org を基に ONE-VALUE が作成

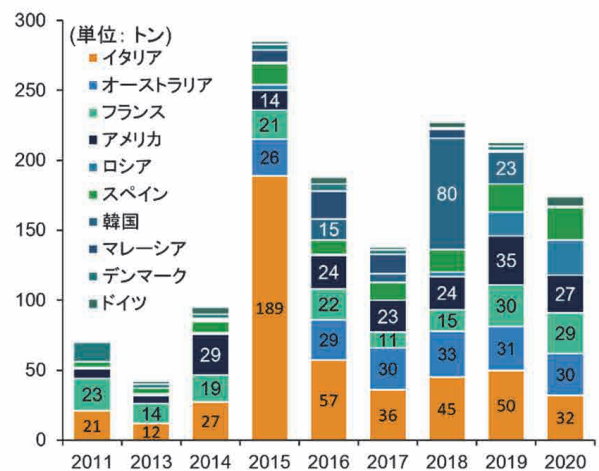
### ソーセージ類(HS1601類)の輸入額・輸入量

ソーセージ類についてはイタリア、オーストラリア、フランス、アメリカ、ロシアからの輸入が多い。

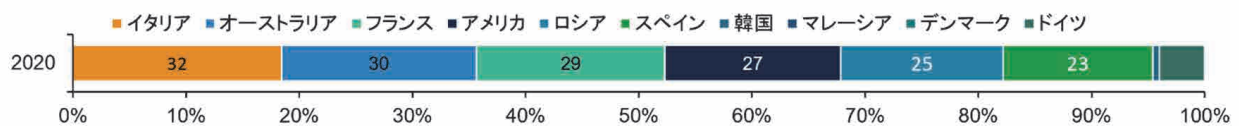
ソーセージ類(HS1601類)の輸入額の国別内訳



ソーセージ類(HS1601類)の輸入量の国別内訳



※ソーセージ類(HS1601類)の輸入量の国別内訳(2020年)



出所：Trademap.org を基に ONE-VALUE が作成

ソーセージ類(HS1601類)の輸入額の国別内訳

(単位: 万円)

	輸入額	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	イタリア	1,047	787	626	1,438	10,097	2,742	1,776	2,581	2,661	1,925
2	オーストラリア	-	-	-	-	1,392	1,403	1,477	1,879	1,656	1,856
3	フランス	1,139	1,086	718	1,040	1,150	1,081	541	851	1,576	1,748
4	アメリカ	322	430	334	1,534	771	1,166	1,116	1,373	1,833	1,610
5	ロシア	46	81	81	81	207	69	12	150	920	1,518
6	スペイン	184	2,006	196	437	782	506	644	897	1,047	1,369
7	ドイツ	-	150	104	242	104	230	92	219	138	437
8	ブラジル	-	-	-	-	-	-	-	-	-	230
9	韓国	-	12	-	69	35	736	276	4,524	1,219	92
10	ポーランド	-	-	-	-	-	-	-	-	-	58
	上位10カ国合計	2,737	4,549	2,056	4,839	14,536	7,933	5,932	12,473	11,049	10,842
	全合計	3,657	4,906	2,332	5,184	15,203	9,209	6,794	13,197	11,256	10,865

出所：Trademap.org を基に ONE-VALUE が作成

### ソーセージ類(HS1601類)の輸入額の国別内訳

(単位: Bil VND)

	輸入額	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	イタリア	2.09	1.57	1.25	2.88	20.19	5.48	3.55	5.16	5.32	3.85
2	オーストラリア	-	-	-	-	2.78	2.81	2.95	3.76	3.31	3.71
3	フランス	2.28	2.17	1.44	2.08	2.30	2.16	1.08	1.70	3.15	3.50
4	アメリカ	0.64	0.86	0.67	3.07	1.54	2.33	2.23	2.75	3.67	3.22
5	ロシア	0.09	0.16	0.16	0.16	0.41	0.14	0.02	0.30	1.84	3.04
6	スペイン	0.37	4.01	0.39	0.87	1.56	1.01	1.29	1.79	2.09	2.74
7	ドイツ	-	0.30	0.21	0.48	0.21	0.46	0.18	0.44	0.28	0.87
8	ブラジル	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.46
9	韓国	-	0.02	-	0.14	0.07	1.47	0.55	9.05	2.44	0.18
10	ポーランド	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.12
	上位10カ国合計	5.47	9.10	4.11	9.68	29.07	15.87	11.86	24.95	22.10	21.68
	全合計	7.31	9.81	4.66	10.37	30.41	18.42	13.59	26.39	22.51	21.73

出所：Trademap.org を基に ONE-VALUE が作成

### ソーセージ類(HS1601類)の輸入量の国別内訳

(単位: トン)

	輸入額	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	イタリア	21	-	12	27	189	57	36	45	50	32
2	オーストラリア	-	-	-	-	26	29	30	33	31	30
3	フランス	23	-	14	19	21	22	11	15	30	29
4	アメリカ	7	-	6	29	14	24	23	24	35	27
5	ロシア	1	-	1	1	4	1	0	3	17	25
6	スペイン	4	-	4	8	15	10	13	16	20	23
7	ドイツ	-	-	2	5	2	5	2	4	3	7
8	ブラジル	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4
9	韓国	-	-	-	1	1	15	6	80	23	1
10	ポーランド	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
	上位10カ国合計	56	-	39	90	272	163	121	220	209	179
	全合計	75	-	45	97	285	190	138	232	213	179

出所：Trademap.org を基に ONE-VALUE が作成

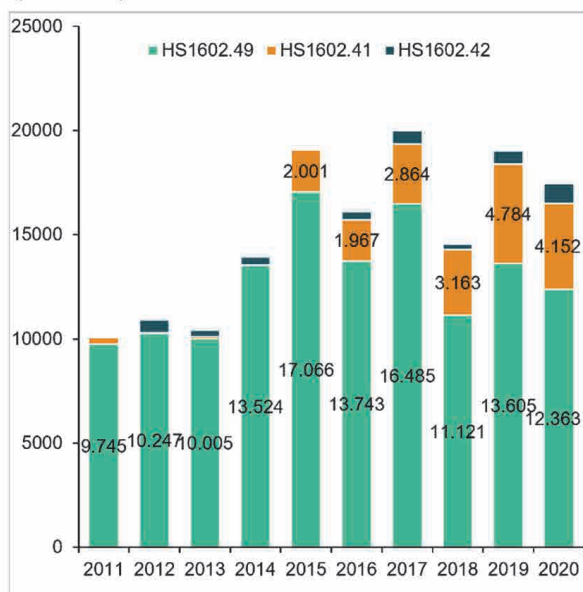
### ハム類 (HS1602 類) の輸入額・輸入量

ハム類 (HS1602 類) の輸入額・輸入量の推移は以下の通りである



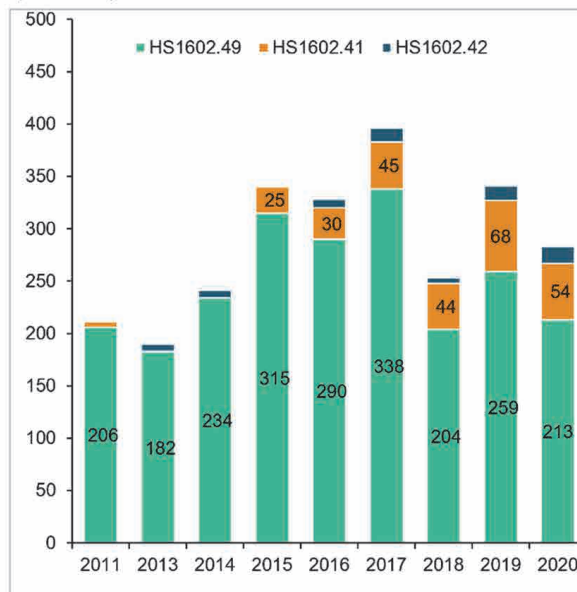
### ハム類(HS1602類)の輸入額の推移

(単位: 万円)



### ハム類(HS1602)の輸入量の推移

(単位: トン)



出所: Trademap.org を基に ONE-VALUE が作成

### ハム類(HS1602.41/42/49類)の輸入額の推移

HS 1602.49	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
輸入額 (万円)	9,745	10,247	10,005	13,524	17,066	13,743	16,485	11,121	13,605	12,363
輸入額 (Bil VND)	19.49	20.49	20.01	27.05	34.13	27.49	32.97	22.24	27.21	24.73
輸入量 (トン)	206	-	182	234	315	290	338	204	259	213

HS 1602.41	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
輸入額 (万円)	311	46	92	12	2,001	1,967	2,864	3,163	4,784	4,152
輸入額 (Bil VND)	0.62	0.09	0.18	0.02	4.00	3.93	5.73	6.33	9.57	8.30
輸入量 (トン)	5	-	1	-	25	30	45	44	68	54

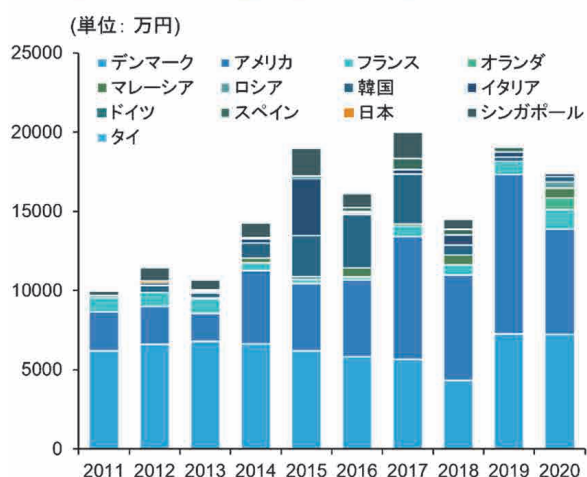
  

HS 1602.42	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
輸入額 (万円)	0	621	322	391	0	380	656	265	633	955
輸入額 (Bil VND)	0	1.24	0.64	0.78		0.76	1.31	0.53	1.27	1.91
輸入量 (トン)	-	-	7	7	-	8	13	5	14	16

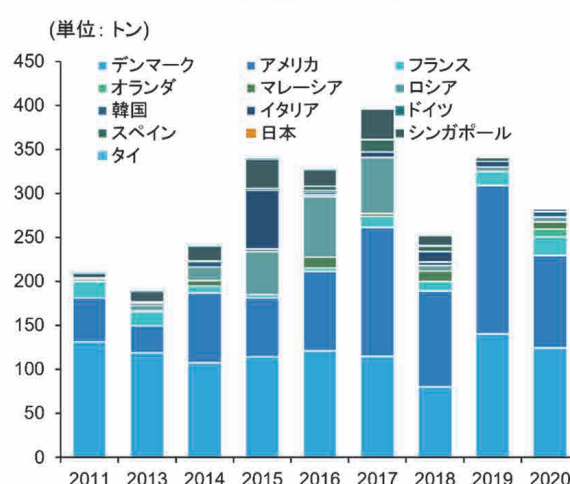
出所: Trademap.org を基に ONE-VALUE が作成

ハム類についてはデンマーク、アメリカ、フランスからの輸入が多い

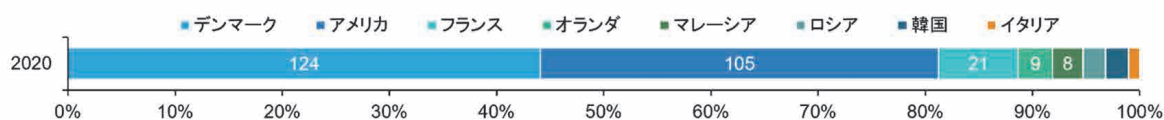
### ハム類(HS1602類)の輸入額の国別内訳



### ハム類(HS1602類)の輸入量の国別内訳



#### ※ハム類(HS1602類)の輸入量の国別内訳



出所: Trademap.org を基に ONE-VALUE が作成

### ハム類(HS1602類)の輸入額の国別内訳

(単位: 万円)

	輸入額	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	デンマーク	6,180	6,613	6,808	6,641	6,193	5,819	5,652	4,341	7,274	7,222
2	アメリカ	2,461	2,392	1,760	4,622	4,261	4,853	7,763	6,647	10,057	6,664
3	フランス	886	891	891	476	242	196	656	621	828	1,231
4	オランダ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	725
5	マレーシア	-	-	69	322	-	552	127	656	-	638
6	ロシア	-	-	-	-	184	-	-	-	-	368
7	韓国	138	437	334	943	2,593	3,370	3,174	615	265	345
8	イタリア	-	167	121	246	3,605	127	276	644	334	207
9	中国	-	-	-	-	-	-	-	-	12	35
10	ドイツ	-	-	-	35	127	92	12	-	-	23
	上位10カ国合計	9,665	10,500	9,982	13,285	17,204	15,008	17,658	13,524	18,768	17,457
	全合計	10,040	10,914	10,419	13,927	19,067	16,089	19,999	14,548	19,021	17,469

出所: Trademap.org を基に ONE-VALUE が作成

### ハム類(HS1602類)の輸入額の国別内訳

(単位: Bil VND)

	輸入額	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	デンマーク	12.36	13.23	13.62	13.28	12.39	11.64	11.30	8.68	14.55	14.44
2	アメリカ	4.92	4.78	3.52	9.24	8.52	9.71	15.53	13.29	20.11	13.33
3	フランス	1.77	1.78	1.78	0.95	0.48	0.39	1.31	1.24	1.66	2.46
4	オランダ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.45
5	マレーシア	-	-	0.14	0.64	-	1.10	0.25	1.31	-	1.28
6	ロシア	-	-	-	-	0.37	-	-	-	-	0.74
7	韓国	0.28	0.87	0.67	1.89	5.18	6.74	6.35	1.23	0.53	0.69
8	イタリア	-	0.33	0.24	0.49	7.21	0.25	0.55	1.29	0.67	0.41
9	中国	-	-	-	-	-	-	-	-	0.02	0.07
10	ドイツ	-	-	-	0.07	0.25	0.18	0.02	-	-	0.05
	上位10カ国合計	19.33	21.00	19.96	26.57	34.41	30.02	35.32	27.05	37.54	34.91
	全合計	20.08	21.83	20.84	27.85	38.13	32.18	40.00	29.10	38.04	34.94

出所: Trademap.org を基に ONE-VALUE が作成

### ハム類(HS1602類)の輸入量の国別内訳

(単位: トン)

	輸入量	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	デンマーク	131	-	119	108	114	121	115	80	141	124
2	アメリカ	50	-	31	80	67	91	146	109	169	105
3	フランス	19	-	16	8	4	4	13	11	16	21
4	オランダ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9
5	マレーシア	-	-	1	6	-	12	3	12	-	8
6	ロシア	3	-	6	16	48	69	64	6	5	6
7	韓国	-	-	-	-	3	2	-	4	-	6
8	イタリア	-	-	3	5	67	3	6	12	6	3
9	中国	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
10	ドイツ	-	-	-	1	2	2	-	-	-	-
	上位10カ国合計	203	-	176	223	306	304	347	234	336	282
	全合計	211	-	190	241	340	328	396	253	341	283

出所: Trademap.org を基に ONE-VALUE が作成

HS1602.41 についてはアメリカからの輸入が中心

ハム類(HS1602.41)の輸入量の国別内訳

(単位: トン)

	輸入量	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	アメリカ	3	NA	1	0	25	30	45	40	68	37
2	オランダ	0	NA	0	0	0	0	0	0	0	9
3	マレーシア	0	NA	0	0	0	0	0	0	0	8
4	韓国	0	NA	0	0	0	0	0	4	0	0
5	タイ	1	NA	0	0	0	0	0	0	0	0
	上位5カ国合計	4	NA	1	0	25	30	45	44	68	54
	全合計	5	NA	1	0	25	30	45	44	68	54

出所: Trademap.org を基に ONE-VALUE が作成

ハム類(HS1602.41)の輸入額の国別内訳

(単位: Bil VND)

	輸入量	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	アメリカ	230	23	92	-	2,001	1,944	2,829	2,881	4,750	2,743
2	オランダ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	725
3	マレーシア	-	-	-	-	-	-	-	-	-	638
4	韓国	-	-	-	-	-	-	35	282	23	-
5	タイ	69	12	-	-	-	-	-	-	-	-
	上位5カ国合計	299	35	92	-	2,001	1,944	2,864	3,163	4,773	4,106
	全合計	311	46	92	12	2,001	1,967	2,864	3,163	4,784	4,152

(単位: 万円)

	輸入量	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	アメリカ	0.46	0.05	0.18	-	4.00	3.89	5.66	5.76	9.50	5.49
2	オランダ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.45
3	マレーシア	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.28
4	韓国	-	-	-	-	-	-	0.07	0.56	0.05	-
5	タイ	0.14	0.02	-	-	-	-	-	-	-	-
	上位5カ国合計	0.60	0.05	0.18	-	4.00	3.89	5.73	6.33	9.55	8.21
	全合計	0.62	0.09	0.18	0.02	4.00	3.93	5.73	6.33	9.57	8.30

出所: Trademap.org を基に ONE-VALUE が作成

HS1602.42 についてはこの5年間、デンマークのみ

ハム類(HS1602.42)の輸入量の国別内訳

(単位: トン)

	輸入量	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	デンマーク	0	NA	0	0	0	6	13	5	14	16
2	韓国	0	NA	0	0	0	2	0	0	0	0
3	フランス	0	NA	2	2	0	0	0	0	0	0
4	イタリア	0	NA	3	3	0	0	0	0	0	0
5	スペイン	0	NA	1	1	0	0	0	0	0	0
6	アメリカ	0	NA	1	1	0	0	0	0	0	0
	上位10カ国合計	0	NA	7	7	0	8	13	5	14	16
	全合計	0	NA	7	7	0	8	13	5	14	16

出所: Trademap.org を基に ONE-VALUE が作成

### ハム類(HS1602.42)の輸入額の国別内訳

(単位: Bil VND)

	輸入量	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	デンマーク	-	-	-	-	-	0.58	1.29	0.53	1.27	1.91
2	韓国	-	-	-	-	-	0.18	0.02	-	-	-
3	フランス	-	0.91	0.24	0.24	-	-	-	-	-	-
4	イタリア	-	0.22	0.20	0.31	-	-	-	-	-	-
5	スペイン	-	-	0.09	0.15	-	-	-	-	0.05	-
6	アメリカ	-	0.05	0.12	0.08	-	-	-	-	-	-
	上位10カ国合計	-	1.17	0.64	0.77	-	0.76	1.31	0.53	1.31	1.91
	全合計	-	1.24	0.64	0.78	-	0.76	1.31	0.53	1.27	1.91

(単位: 万円)

	輸入量	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	デンマーク	-	-	-	-	-	288	644	265	633	955
2	韓国	-	-	-	-	-	92	12	-	-	-
3	フランス	-	454	121	120	-	-	-	-	-	-
4	イタリア	-	109	98	154	-	-	-	-	-	-
5	スペイン	-	-	46	74	-	-	-	-	23	-
6	アメリカ	-	23	58	39	-	-	-	-	-	-
	上位10カ国合計	-	587	322	386	-	380	656	265	656	955
	全合計	-	621	322	391	-	380	656	265	633	955

出所: Trademap.org を基に ONE-VALUE が作成

HS1602.49 についてはデンマーク、アメリカ、フランスからの輸入が多い

### ハム類(HS1602.49)の輸入量の国別内訳

(単位: トン)

	輸入量	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	デンマーク	131	NA	119	108	114	115	102	75	126.5	108
2	アメリカ	47	NA	29	79	42	61	101	69	100.5	68
3	フランス	19	NA	14	6	4	4	13	11	16	21
4	ロシア	3	NA	6	16	48	69	64	6	5	6
5	韓国	0	NA	0	0	3	0	0	0	0	6
6	イタリア	0	NA	0	2	67	3	6	12	6	3
7	ドイツ	0	NA	0	1	2	2	0	0	0	0
8	スペイン	0	NA	0	0	0	5	14	6	5	0
9	マレーシア	0	NA	1	6	0	12	3	12	0	0
10	シンガポール	5	NA	12	16	33	18	35	11	0	0
	上位10カ国合計	205	NA	181	233	314	289	338	202	259	213
	全合計	206	NA	182	234	315	290	338	204	259	213

出所: Trademap.org を基に ONE-VALUE が作成



## ハム類(HS1602.49)の輸入額の国別内訳

(単位: 万円)

	輸入量	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	デンマーク	6,180	5,992	6,486	6,250	6,193	5,440	4,997	4,077	6,641	6,268
2	アメリカ	2,231	2,346	1,610	4,583	2,260	2,910	4,934	3,766	5,307	3,922
3	フランス	886	437	771	357	242	196	656	621	828	1,219
4	ロシア	-	-	-	-	184	-	-	-	-	368
5	韓国	138	437	334	943	2,593	3,278	3,128	334	242	345
6	イタリア	-	58	23	92	3,605	127	276	644	334	207
7	ドイツ	-	-	-	35	127	92	12	-	-	23
8	スペイン	-	46	-	-	12	242	667	334	242	12
9	マレーシア	-	-	69	322	-	552	127	656	-	-
10	シンガポール	265	840	644	909	1,783	874	1,691	610	-	-
	上位10カ国合計	23	-	69	35	58	23	-	-	-	-
	全合計	9,722	10,155	10,005	13,524	17,055	13,731	16,485	11,040	13,593	12,363

出所：Trademap.org を基に ONE-VALUE が作成

## ハム類(HS1602.49)の輸入額の国別内訳

(単位: Bil VND)

	輸入量	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	デンマーク	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06	0.05	0.05	0.04	0.07	0.06
2	アメリカ	0.02	0.02	0.02	0.05	0.02	0.03	0.05	0.04	0.05	0.04
3	フランス	0.01	0	0.01	0	0	0	0.01	0.01	0.01	0.01
4	ロシア	-	-	-	-	0	-	-	-	-	0
5	韓国	0	0	0	0.01	0.03	0.03	0.03	0	0	0
6	イタリア	-	0	0	0	0.04	0	0	0.01	0	0
7	ドイツ	-	-	-	0	0	0	0	-	-	0
8	スペイン	-	0	-	-	0	0	0.01	0	0	0
9	マレーシア	-	-	0	0	-	0.01	0	0.01	-	-
10	シンガポール	0	0.01	0.01	0.01	0.02	0.01	0.02	0.01	-	-
	上位10カ国合計	0	-	0	0	0	0	-	-	-	-
	全合計	0.10	0.10	0.10	0.14	0.17	0.14	0.16	0.11	0.14	0.12

出所：Trademap.org を基に ONE-VALUE が作成

## ベトナムに輸入される食肉加工品の代表例

ベトナムに輸入される食肉加工品で数量が多い品目は豚肉・牛肉・鶏肉から作った缶詰・干し肉・揚げ物の商品である。

また、ベトナム市場に参入してから長い商品はベトナム消費者にもブランド認知されており、肉缶詰はアメリカ、韓国デンマークなどのヨーロッパ諸国から輸入されている。

近年では韓国系の食品が人気である。韓国をはじめ、東南アジア諸国の芸術・映画・ファッションからの影響を受けて、食品も有名人(アイドル)が食べたものを購入する風潮がある。韓国のスナックも便利で、簡単に買える。

ベトナム消費者に好まれている輸入食肉加工品のブランドは以下のとおり。

- Tulip 肉缶詰：デンマークで 100 年以上の歴史があり、世界で販売されている
- Spam 肉缶詰：アメリカのミネソタ州に本社がある企業で生産されている。
- 韓国の肉缶詰のブランド：Dongwon, CJ Foods など

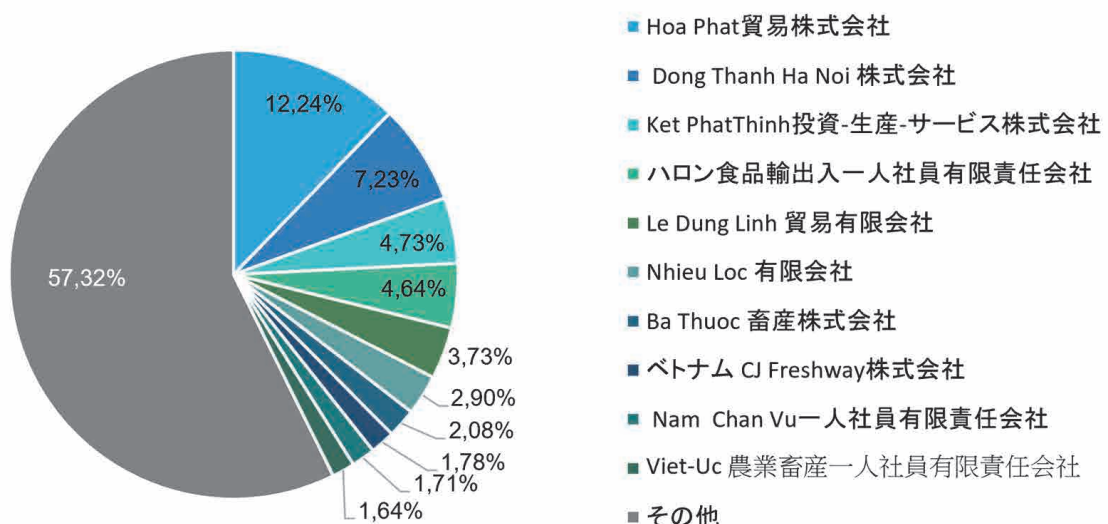
ハム類（1602）は安定して輸入量が増加しているものの、直近 10 年間を見ると、ソーセージの輸入額・輸入量は不安定であり、明確な傾向が読み取れない。さらに、肉、魚又は甲殻類、軟体動物の輸入額のうち、ソーセージ・ハム・ジャンボンの食肉加工品の割合は非常に低く、約 1~2%を占める。これらの商品はパンと一緒に食べるだけで、伝統的な食肉加工品には代替品が多いので、ベトナム人に好まれていない。2019 から 2020 年にかけては、1602.32：「鶏（ガルルス・ドメスティック）のもの」の輸入量が増加した。

ベトナムに輸入される代表的な肉缶詰の例



## 食肉(未加工品)の輸入状況

食肉(ハム、ソーセージ類は含まない)の輸入金額別の企業の内訳(2018年)



出所：農業・農村開発省を基に ONE-VALUE が作成

食肉の輸入額には Hoa Phat Trading Co., Ltd が第一位で、12.24%の市場シェアを占める。第2位はドンタンハノイ株式会社で、7.23%の市場シェアを占める。これら2つの企業は主にオーストラリアから牛肉を輸入している。

## ベトナム輸入される主な食肉加工品のブランド

輸入される食肉加工品の主要なブランドは以下の通りである。

### 輸入される食肉加工品の主要なブランド



出所： ONE-VALUE を基に ONE-VALUE が作成



## 食肉加工品の主な輸入企業

食肉加工品の輸入企業リストアップ

会社名	基本情報	主要輸入製品・販売商品
<b>Good Food (有)</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>2004年に設立</li> <li>Good Foodの取引先は4～5星のレストラン、ホテル、各スーパーチェーン</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>肉:牛肉(オーストラリア、アメリカ)、羊肉、豚肉。鶏肉</li> <li>チーズ、ミルク</li> <li>ベーキング材料</li> <li>フライボテト、スナック、スパゲッティ、ナッツ、ジュースなど</li> <li>缶詰の食品</li> </ul>
<b>Huong Thuy製造・貿易サービス(株)</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>1994年に設立</li> <li>本社:ホーチミン市</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ミルク: Ablene, Annum, Aptamil</li> <li>チーズ: Kiri(日本)、Group Bel(フランス)、Babybel(フランス)</li> <li>調味料: 中国風ソース(香港)</li> <li>お菓子: せんべい(小花・日本)、Lotte(韓国)、プリンミクス(House・日本)</li> <li>栄養食品、健康食品</li> <li>ソーセージ、インスタントラーメン、アルコール</li> </ul>
<b>Dinh Phong</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>2013年に設立</li> <li>本社:ホーチミン市</li> <li>全国にホーチミン市、ハノイ、ニャチャンに全部で8店舗がある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>豚肉(日本、ヨーロッパ)、牛肉(日本、アメリカ、オーストラリア)、羊肉(オーストラリア)、鶏肉</li> <li>シーフード: 日本、オーストラリア、ノールウェー</li> <li>野菜</li> <li>チーズ(フランス)</li> <li>食肉加工品: ハム(フランス)、ソーセージ</li> <li>ワイン (アメリカ)</li> <li>その他: 調味料・油、缶詰の魚</li> </ul>
<b>Huu Nghi食品輸出入(有)</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>2014年に設立</li> <li>本社:ホーチミン市</li> <li>ISO22000 - 2018の認証を受ける</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>輸入肉((新鮮肉・冷凍肉を含める): 豚肉、鶏肉、牛肉(アメリカ、オーストラリア、カナダ、フランス)、水牛肉(インド)</li> <li>調味料(国内のメーカーの商品)</li> <li>シーフード</li> <li>食肉加工品</li> <li>米</li> </ul>
<b>Hoang Lan貿易(有)</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>1994年に設立</li> <li>本社:ホーチミン市</li> <li>取引先: Latalis, Grup Pons, Mas Pares, Jean Floch, Tulip</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>チーズ (CALIFORNIA SELECT FARMS)</li> <li>パテ: 豚肉・鶏肉のパテ、豚・鳥レバーのパテ (Jean Floch)</li> <li>オリーブオイル(Pons)</li> <li>バター (Bretel)</li> </ul>
会社名	基本情報	主要輸入製品・販売商品
<b>Nguyen Ha食品(有)</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>2007年に設立</li> <li>Nguyen Haの食肉加工品が豊富で、100品目以上がある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>肉:牛肉(オーストラリア、アメリカ、日本、ニュージーランド)、羊肉、豚肉(日本、スペイン、ブラジル、アメリカ)、鶏肉、アヒル</li> <li>食肉加工品: ハム(スペイン)、ベーコン、ソーセージ(ドイツ、日本、イタリア、イギリス)、パテ、</li> <li>シーフード、ミルク、チーズ、ディップソース、ジャムなど</li> </ul>
<b>Nhung Nhu (株)</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>2002年に設立され、たった3人の従業員で始まった。</li> <li>現在、Nhung Nhuはヨーロッパ、アメリカ、日本の有名な食品ブランドの販売代理企業になっている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ミルク、ジュース、スパゲッティ、オリーブオイル</li> <li>ディープソース、酢、調味料</li> <li>缶詰の肉(アメリカ)</li> <li>健康食品</li> <li>食肉</li> </ul>
<b>Cuore Italia食品(株)</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>2014年に設立され、Unigroupのメンバー企業と2つのイタリアのパートナーとの合併会社である。</li> <li>イタリアの食肉加工品を輸通・販売することを特化している。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>食肉加工品: ソーセージ、ハム、ベーコン (すべてはイタリア製)</li> <li>酢、チーズ、オリーブオイル、漬けオリーブなど</li> </ul>
<b>高級食品(株)</b> <b>Hifood.Co., Ltd.</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>2002年に設立</li> <li>本社: ハノイ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>シーフード</li> <li>食肉: 羊肉(オーストラリア)、豚肉、牛肉(オーストラリア)</li> <li>食肉加工品: ソーセージ(ロシア)、ハム(ロシア)</li> <li>ミルク、チーズ、お菓子、野菜、調味料など</li> </ul>
<b>Bigsun Vietnam食品(株)</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>2004年に設立</li> <li>食肉と食肉加工品を中心</li> <li>輸入品だけでなく、国内製造メーカーの商品も販売している</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>食肉: 牛肉(日本、ロシア、スペイン、アメリカ)、豚肉、鶏肉、</li> <li>食肉加工品: ソーセージ(ベトナム、ロシア)、ハム(ベトナム)、ベーコン(ベトナム)</li> <li>その他: ミルク、チーズ、バター、シーフード、ディープソース</li> </ul>

出所: 各社のホームページ



会社名	基本情報	主要輸入製品・販売商品
<b>Sao Mai貿易輸出入(株)</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>2017年に設立</li> <li>本社: Thanh Hoa省</li> <li>食肉加工品の品目が少ない、主にベトナム製である</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>食肉: 牛肉(オーストラリア、日本、アメリカ)、豚肉、鶏肉、羊肉</li> <li>シーフード、刺身、寿司</li> <li>食肉加工品: ソーセージ(ベトナム製)、ハム(ベトナム製)、燻製七面鳥も(ベトナム製)、燻製ガチョウの胸肉(ロシア)</li> <li>お菓子、チーズ、ミルク、バターなど</li> </ul>
<b>Lau Dai Phap 貿易サービス(株)</b> <b>WINES &amp; FOODS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2007年に設立</li> <li>本社: ホーチミン市</li> <li>フランスのワインを中心にしているが、食肉加工品もかなり豊富</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ワイン</li> <li>食肉加工品: ソーセージ、ハム、ベーコン、燻製肉(フランス、ロシア、ドイツなどヨーロッパからの商品である。日本の商品がまだない)</li> <li>お菓子</li> </ul>
<b>Enjoy Online(有)</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>2010年に設立</li> <li>本社: ホーチミン市</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>食肉: 牛肉(オーストラリア)、豚肉(スペイン)、鶏肉、羊肉</li> <li>食肉加工品: パテ(仏蘭西一品目が非常に豊富)、ソーセージ(スペイン)、ハム(スペイン)、燻製肉(スペイン)</li> <li>野菜、シーフード、飲み物、調味料、チーズ、バター</li> </ul>

出所: 各社のホームページ

## ECサイトで販売される輸入品

EC サイト・オンラインショップで販売されている主な外国産の食肉加工品は以下の通り

商品名	会社名	主成分	重量	単価 (VND)	単価 /100g	ECサイト
<b>ソーセージ</b>						
Oji 低温殺菌ソーセージ	Koyu&Unitek, 日本	豚肉	288g	29,500 (147.5円)	10,200 (51円)	Bachhoaxanh
Topvalueチーズフッシュソーセージ	AEON TOPVALUE, 日本	魚	92g	65,000 (325円)	70,700 (353.5円)	Shopee
Cheese Kransky Chipolatas Gotzinger	GOTZINGER, オーストラリア	豚肉・チーズ	300g	210,000 (1,050円)	70,000 (350円)	Vitamin house
Libby's Sausage	Libby's, アメリカ	豚肉・鶏肉・牛肉	130g	33,000 (165円)	25,400 (127円)	Vitamin house
Boklunder Cocktail Sausage	Boklunder, ドイツ	豚肉	540g	285,000 (1,425円)	52,800 (264円)	Lazada
Ohgiya ソーセージ	Ohgiya, 日本	豚肉・鶏肉	140g	239,000 (1,195円)	170,700 (853.5円)	Bigomart
Johnsonville ソーセージ	Johnsonville, アメリカ	豚肉	396g	209,000 (1,045円)	52,800 (264円)	Tiki
Emmental Casademont Mini sausage	AUVERNOU, フランス	豚肉	100g	160,000 (800円)	160,000 (800円)	Naman market
Chorizo Extra Casademont Sausade	Casademont, スペイン	豚肉	100g	115,000 (575円)	115,000 (575円)	Naman market
<b>ハム・ベーコン</b>						
Coppa Joselito	Joselito, スペイン	豚肉	100g	340,000 (1,700円)	340,000 (1,700円)	Naman market
Jamón Serrano Sliced	Monte Nevado, スペイン	豚肉	85g	215,000 (1,075円)	253,000 (1,265円)	Classic Deli
Levoni Mortadella	Levoni, イタリア	豚肉	200g	170,000 (850円)	85,000 (425円)	Naman market
Balugani Prosciutto Stagiona	Prociutti, イタリア	豚肉	1000g	525,000 (2,625円)	52,500 (262.5円)	OZ mart
Olmeda Cecina Iberica	Olmeda Oigenes, スペイン	牛肉	100g	320,000 (1,600円)	320,000 (1,600円)	Enjoy Online

出所: 主要 EC サイトを基に ONE-VALUE が作成



商品名	会社名	主成分	重量	単価 (VND)	単価/100g	ECサイト
<b>肉の缶詰</b>						
Luncheon Meat Dongwon	Dongwon, 韓国	豚肉	340g	80,000 (400 23,500 (117.5 円))		Shopee
Spam肉の缶詰	Hormel food Corporation, アメリカ	豚肉・ジャンボン	340g	138,000 (690 40,500 (202.5 円))		Shopee
Pork Luncheon Meat Tulip	Tulip Food Company, デンマーク	豚肉	340g	80,000 (400 23,500 (117.5 円))		Bachhoaxanh
Luncheon Meat CJ	CJ FOODS, 韓国	豚肉	200g	82,500 (412.5 41,250 (206.3 円))		Shopee
Spam CJ	CJ FOODS, 韓国	豚肉	340g	135,000 (675 40,000 (200 円))		Shopee
Chopped Ham Bristol	Bristol, アメリカ	豚肉	340g	121,000 (605 35,500 (177.5 円))		Vitamin House
American Pride Bacon Grill	American Pride, アメリカ	豚肉	340g	115,500 (577.5 円)	34,000 (170 円)	Vitamin House
ロシアの伝統的なジャボンGlavproduct	Glavproduct, ロシア	豚肉	325g	95,000 (475 円)	29,200 (146 円)	Sendo
<b>パテ</b>						
Tulip	Tulip Food Company, デンマーク	豚レバー	125g	39,000 (195 円)	31,200 (156 円)	Tiki
Dak	Dak, デンマーク	豚レバー	90g	43,000 (215 円)	48,000 (240 円)	Shopee
Hame Nawtet	Hame Nawtet, ロシア	フォアグラ	105g	45,000 (225 42,900 (214.5 円))		Lazada
Jean Floc'H	Jean Floc'H, フランス	豚肉・豚レバー	200g	60,000 (300 円)	30,000 (150 円)	Shopee
Henaff	Henaff, フランス	豚レバー	130g	55,000 (275 42,300 (211.5 円))		Kingfood Mart
Glavproduct	Glavproduct, ロシア	フォアグラ	90g	35,000 (175 38,900 (194.5 円))		Tiki

出所：主要 EC サイトを基に ONE-VALUE が作成

## 本調査の結論・まとめ

### 本調査の結論・まとめ

本稿の結論・まとめは以下の通りである。

- ベトナムは人口増加、都市化が進んでおり、経済発展とともに所得水準が向上しているため、今後の市場のポテンシャルは大きい。
- ベトナムでは海外由来のハム、ソーセージの市場規模は現段階では小さいが、食習慣の変化、欧風化は確実に進んでいる。現段階では、年間消費量も他国と比較して非常に少ない。ハムとソーセージをあわせても、国民一人当たりの消費量は 1kg にも満たないが、逆に言えば、今後の拡大余地が残されていると言える。一方で、現地での伝統的な食肉加工品は国民の間では親しまれている。
- 伝統的な市場からスーパーマーケット、市場、コンビニエンスストアなどの近代的なチャネルでの買い物にシフトする動き。
- ベトナム消費者の食文化に根付いている食肉加工品と言えば、昔からベトナム独自の調理法で調理される。ベトナム風ハム（チャールア）、ベトナム風ソーセージ（ネムチュア）である。
- 海外から輸入される産地ハム、ソーセージについては、一般的には洋食レストラン・高級ホテルでの料理で食されたり、都市部の中価格帯以上のスーパーで販売されていたりする。
- 生活水準の向上に伴い、安全性に対する意識が強くなっている。所得水準の増加に伴い、食品に対する意識は確実に強くなっている。消費者は価格よりも安全性、衛生、品質により高

い関心を払うようになっている。子供のいる家庭は特に「安全・安心な味」を求める傾向が強い。

- 所得水準の向上、食文化の欧風化に伴い、今後のハム、ベーコンの消費量は拡大する見通しである。ベトナム市場の中所得者以下向けでは、30,000VND(150円)から100,000VND(500円)程度の価格帯の商品が最も売れている。上位中間層及び富裕層向けの商品販売の余地はあるが、現段階でのマーケットの規模は小さい。都市部の働き盛りで多忙な人、子供がいる世帯、ベトナムの伝統的な料理と合わせて食べることは日本産ハム・ソーセージの推奨される販売方法である。例えば、ベトナムの伝統的な麺類フォーと付け合わせて食べるようなイメージでソーセージを宣伝すると消費者にとっては魅力的である。
- ソーセージ市場については子供向けの低温殺菌ソーセージが大部分を占めているが、成長は鈍化している。新鮮さを売りにしているというより、濃い味付けを特徴とした商品になっている。ベトナムでは約30企業が食肉加工品を現代的な技術で生産しており、生産量の合計は50万トン/年。現地の食肉加工品メーカーではベトナム畜産技術ビッサン (Vissan) が食肉加工品の最大手である。そのほか、タイ、韓国、オーストラリア、日本系がプレーヤーとして存在。ローカルの食肉加工品メーカーは飼料製造や畜産事業をメインに行い、その一環として食肉加工品の製造も行うプレーヤーが大手である傾向がある。
- 輸入産のハム、ソーセージを購入する層は主には都市部の中間層や富裕層が中心である。都市部には高級スーパーが多く、商品購入機会に恵まれているが、地方ではそもそも流通量が都市部と比べて多くはない。
- ベトナムでは冷蔵輸送（コールドチェーン）への需要が高まっている一方で、整備が追いついていない。国際的な品質基準を満たす必要があるため、コールドチェーンの利用率が高くなっている。それに対し、ベトナム国内の品質基準は決して高くないため、国内向け販売業者はコールドチェーンを利用しない傾向にある。また、ベトナム現地では、生鮮食品の損失はある程度許容される風習があり、販売業者はコールドチェーンの利用を投資ではなく、費用と捉えている場合が多い。コールドチェーン整備へのコストは非常に高く、整備が遅れている原因の1つになっている。しかし、都市部ではコールドチェーンはある程度、普及している。
- 2020年、ソーセージ類（HS1601）の輸入量は200トン程度であった。主な輸入相手国はイタリア、オーストラリア、フランス、アメリカ、ロシア。
- ハム類（HS1602）の輸入量は1790トン程度で、主な輸入相手国はデンマーク、アメリカ、フランス、オランダからの輸入が多い。日本からの輸入は殆ど行われていない現状である。
- 輸入会社へのヒアリングによると、日本製ハム・ソーセージは高品質で安全であるが、価格が高いという共通認識がある。一方で、ベトナム消費者に受け入れられているとして、イタリア、フランス、スペインからのハム、ソーセージを取り扱う業者が多い。
- 海外に住んだ経験があったり、西洋文化を好んだりする顧客のグループはヨーロッパ産のハム、ソーセージを好む傾向が強い。
- 日本の加工食品の強みである安全、高品質をアピールし、ベトナム上位中間層以上の売り込んでいく必要がある。価格帯の設定については、チャンネルごとに設定する必要がある。レストラン向け、ホテル向け等。

## ベトナム市場での展開に向けた提言

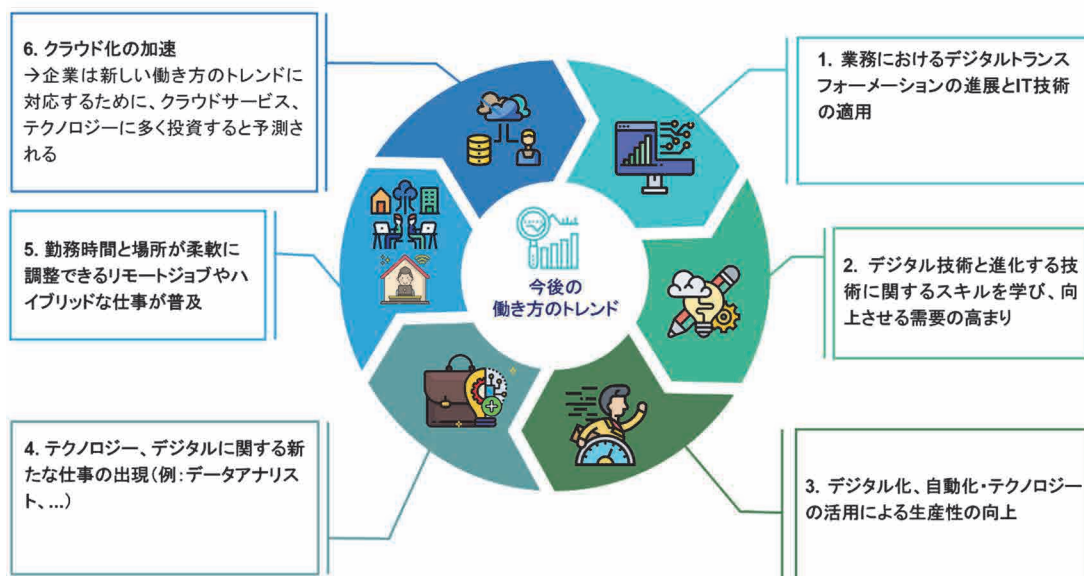
ベトナム市場での展開に向けた提言は以下の通りである

- 日本産ハム・ソーセージの認知度向上、接触機会の増加を目的として、現地輸入会社、スーパーマーケット、レストラン、ホテルを対象とした展示会やビジネスマッチングイベントの開催や参加を通じて、現地に日本産ハム・ソーセージをピーアールする必要がある。現状では、そもそも日本産ハム・ソーセージへの認知度が低いという課題がある。
- 日本での留学や仕事、在住を経験したことがあるベトナム人はそもそも日本製の商品に対して好意的で、購入の意欲も強い。こうした層は日本産ハム・ソーセージの売り込み先として有望なセグメントの1つである。狙うべきターゲットがニッチ化されており、正確に目標に届くようにしないといけない。
- 地域的な観点で言えば、都市部であれば、コールドチェーンが比較的整備されている。また、外国人が居住するエリアや工業団地周辺はポテンシャルのある販売場所の1つである。
- ライフスタイルに分けて、デジタルマーケティングで販売する方法も考えられる。
- 今後はデジタルマーケティングでの宣伝広告、EC販売がベトナム市場攻略の鍵である。日本のハム、ソーセージをインターネット経由で宣伝、販売することで、特定の顧客ターゲットに正確に届けることができる。オンラインであれば、性別、年齢、居住地、興味関心、所得レベル、日本の留学の経験有無でターゲティングして広告を配信することができる。例えば、ベトナム人が最も利用するSNSであるフェイスブックでは、利用者が記載するプロフィール情報を基にターゲットを絞った広告配信ができる。
- デジタルマーケティングは今後、ベトナムで急成長するEC発展と非常に相性が良い。特に、都市部を中心にEC利用は普及しており、コロナをきっかけにEC利用率が急激に高まった。
- オフラインの従来の手法ではこの精確なターゲットは不可（例：テレビ広告、新聞広告、商談会）。オフラインのマーケティングでは、発信した相手が本当に購入したのかは計測できないし、どれほど興味をもったかも計測できない。一方で、オンラインであれば、閲覧数、クリック率、再訪率といった指標で顧客の興味関心を数値化できる。
- デジタルマーケティングであれば、代理店の探索という労力、マージン料支払いもカットできる。日本産ハム・ソーセージの購入・消費の想定シーンは高級ホテル・高級レストラン向け料理、高級バーや居酒屋でのおつまみ、バインミー等の現地料理の具材、高級スーパーでの販売等。競合製品としては、欧米からの輸入品が想定。
- 日本在住のベトナム人も多く、ターゲットの1つと考えられる。在日ベトナム人は44.8万人おり、2020年には韓国を抜いて、国籍別2位となった。都市部を中心にベトナム食料品店があるが、輸入された加工肉商品が多く、現地で購入するよりも価格が高い。

## 提言：デジタルマーケティング・EC販売

情報通信技術の進展と新型コロナウイルス感染拡大により、ベトナム国民の考え方と働き方、ライフスタイルの変化により、加工品食品への需要が拡大。今後は EC 販売、デジタル広告などの要性がますます高まると予想される。

今後予測されるベトナムにおける働き方における変化トレンド



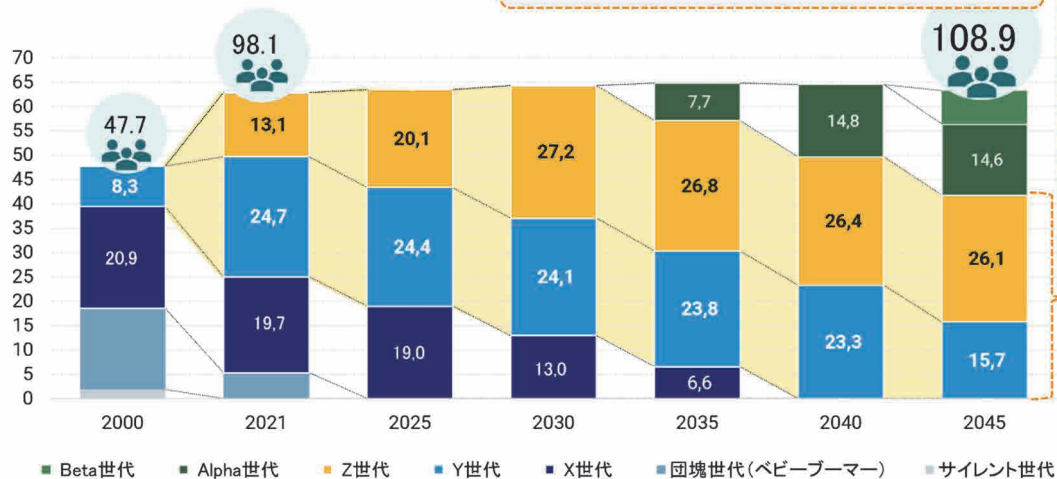
出所：ONE-VALUE 考察

ベトナムの労働力の変化：Z世代は徐々に労働市場で増加し、2045年にベトナムの主要な労働力になる。ベトナムにおける将来の働き方はZ世代に特徴づけられる見込みである。

ベトナム労働力の動向

2000年～2045年 - 単位: 100万人  
※ベトナムの労働力は15～60歳の人口として定義

現在、ミレニアル世代(Y世代)はベトナム労働市場の主要な労働力である。2045年以降、Z世代は徐々に労働市場で主導的な役割を果たす。そのため、将来の働き方はZ世代とY世代によって成形される。



出所：ONE-VALUE Calculation based on data population pyramid



Y世代とZ世代はこれまでベトナム社会を構成してきたX世代とは考え方や価値観が大きく異なる。マーケティングトレンドはY世代とZ世代に特徴づけられる見通しである。

### 世代による価値観・考え方の違い

	 団塊世代	 X世代	 Y世代	 Z世代
生まれた世代	1946年-1964年	1965年-1979年	1980年-1994年	1995年-2012年
主要な社会動向	<ul style="list-style-type: none"> <li>米越戦争</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>米越戦争の終結</li> <li>中越戦争</li> <li>1975-1994: 米国のベトナム禁輸措置</li> <li>生産と景気回復</li> <li>最初のPCの導入、初期のモバイルテクノロジー導入</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>インターネットの加速</li> <li>PC、ソーシャルメディアの普及</li> <li>2008年~2012年の経済不況</li> <li>地球温暖化</li> <li>若者の手の届く範囲を超える住宅価格の高騰</li> <li>デジタルトランスフォーメーションの傾向</li> <li>新型コロナ感染拡大</li> <li>スタートアップ企業の勃興</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>景気低迷</li> <li>地球温暖化</li> <li>グローバルフォーカス</li> <li>モバイルデバイスの普及</li> <li>第4次産業革命</li> <li>スタートアップ企業勃興</li> <li>独自のメディア所有のトレンド</li> <li>クラウド化</li> <li>新型コロナ感染拡大</li> </ul>
社会の流れ	<ul style="list-style-type: none"> <li>国の保護義務</li> <li>家族の保護</li> <li>生存</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>戦後の景気回復</li> <li>家族を構築</li> <li>安定な仕事</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ワーキングチャレンジ</li> <li>仕事と生活のバランス</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ワークライフ統合</li> <li>自由と柔軟性</li> </ul>
テクノロジーに対する考え	<ul style="list-style-type: none"> <li>初期のテクノロジーへの限定的なアプローチ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>デジタル移民</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>デジタルネイティブ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>テクノホリック-完全にテクノロジーに依存</li> </ul>
キャリアに対する考え	<ul style="list-style-type: none"> <li>国を守ることは主な義務である</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>暗転な仕事を探す</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>デジタル起業家であり、「会社のために」ではなく、「会社と」働く</li> <li>勤務時間・場所を柔軟に調整できる仕事を求める</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>マルチタスクの人材。組織間とポップアップビジネス間(プロジェクト化された仕事)をシームレスに移動する特徴</li> </ul>
コミュニケーションの特徴	<ul style="list-style-type: none"> <li>対面</li> <li>固定電話</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>固定電話</li> <li>フィーチャーフォン</li> <li>テキストメッセージまたは電子メール</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>テキストメッセージまたは電子メール</li> <li>携帯電話</li> <li>オンラインとモバイル</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>フェイスタイム</li> <li>オンライン会議</li> <li>バーチャルリアリティ</li> </ul>

出所：ONE-VALUE 考察

### 提言:在日ベトナム人をターゲットとした販売

在日ベトナム人数は年々に増加している。2020年の人数は2012年の約8.5倍であり、日本では、ベトナム人は愛知県、大阪府、東京都、埼玉県、神奈川県、千葉県、兵庫県、福岡県に集中している。

在日ベトナム人をターゲットにすることも推奨される。在日ベトナム専門店では食肉・食肉加工品が豊富に販売されているが、値段が高い。豚肉から作ったもの以外、鶏肉・アヒル・牛肉・カエル・ウナギ・魚から作った商品も販売しているが、本調査では豚の部位・豚肉に関する商品を集中して調査した。

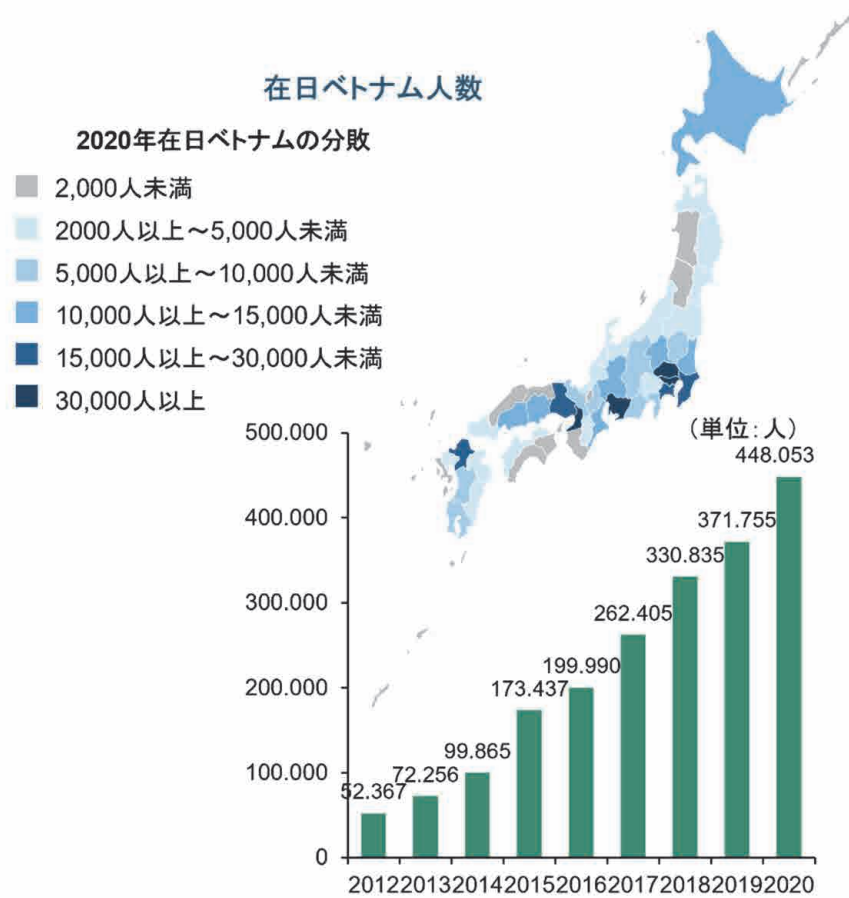


在日ベトナム人がベトナム専門店で購入できる豚の部位

No.	商品	値段	No.	商品	値段
1	豚の肩肉	850円/kg	16	豚の背骨	350円/kg
2	豚の肺臓	550円/kg	17	豚の皮	510円/kg
3	スライドした豚の耳	790円/0.5kg	18	豚の鼻	550円/kg
4	スライドした豚の皮	690円/0.5kg	19	豚の乳	1,250円/kg
5	皮付き豚のバラ	1,030円/kg	20	豚の肝臓	510円/kg
6	切った豚足	460円/kg	21	豚の脂肪	500円/kg
7	豚の耳	500円/kg	22	豚の頭	2,200円/kg
8	豚のしっぽ	520円/kg	23	豚の軟骨	850円/kg
9	豚のリブ肉	1,050円/kg	24	骨なし皮付き豚足	1,150円/kg
10	刻み豚肉	800円/kg	25	豚の大腸	1,100円/kg
11	豚の胃腸	660円/kg	26	豚の小腸	950円/kg
12	豚の子宮	1,120円/kg	27	豚の脳	550円/kg
13	豚の心臓	660円/kg	28	豚の骨	200円/kg
14	豚の舌	850円/kg	29	豚の脾臓	500円/kg
15	豚の喉	590円/kg	30	詰めた豚腸(加熱した)	2,200円/0.5kg

出所：法務省出入国在留管理庁の発表資料、ベトナム専門店のホームページに基づいて ONE-VALUE が作成

在日ベトナム人がベトナム専門店で購入できる豚の部位



出所：法務省出入国在留管理庁の発表資料、ベトナム専門店のホームページに基づいて ONE-VALUE が作成

在日ベトナム人をターゲットすることに対する提言： ベトナム専門店で販売している食肉加工品はベトナム国内で販売している商品に比べると、かなり多様であるが、鮮度が低い。

ベトナム専門店で購入できるベトナムの食肉加工品

					
豚の血詰め腸 2,200円/0.5kg	軟骨詰め豚腸 950円/0.5kg	香腸 (lap xuong) 1,450円/袋	Vissanソーセージ 1,250円/0.5kg	Mai Vang ソーセージ 650円/250g	CPソーセージ 550円/kg
					
フライド豚の皮 300円/60g	犬肉味の豚肉 750円/0.5kg	にんにく味干し豚肉 1,550円/袋	干し豚肉 1020円/袋	豚レバーパテ 890円/0.5kg	豚肉のジャンボン 950円/400g

出所：ベトナム専門店のホームページに基づいて ONE-VALUE が作成

## ベトナム専門店で購入できるベトナムの食肉加工品



ネムチュア  
1,100円/300g



フライドネムチュア  
950円/箱



燻製した豚足(骨なし)  
1,400円/本



ナゲッツ入りハム(チャーコム)  
1,150円/450g



生ベトナム風ハム(ヨーシオン)  
950円/450g



ベトナム風ハム(Cha Que)  
1,100円/450g



各種ベトナム風 ハム(Gio)  
1,000円/450g

出所：ベトナム専門店のホームページに基づいて ONE-VALUE が作成

## ヒアリング調査結果

以下、業界別のヒアリングまとめである。

### 流通会社

Tan Nam Chinh Dich Vu va Thuong Mai株式会社



#### 【流通】

- ベトナム国内における食肉加工品の輸送方法は？  
[冷凍・冷蔵コンテナで輸送する。]
- ベトナムにおけるコールドチェーンの普及状況、倉庫面積・総容量、整備の見通しは？  
[冷蔵・冷凍倉庫はなく、パートナーとレンタル契約を結んでいる。]

## Giai phap thuong mai ABA株式会社



### 【食肉加工業界】

- 農場と食肉加工工場までの輸送はどのようにして行われているのか？  
[ABA Cooltrans の主な顧客は Vinmart である。現在、農場と食肉加工品の製造メーカーに商品を輸送していない。]

### 【流通】

- ベトナムにおける食肉加工品の流通構造、特に輸入産食肉加工品の流通構造は？  
[Vinmart の依頼通りに運送しているので、この情報はない。]
- ベトナム国内における食肉加工品の輸送方法は？  
[冷凍・冷蔵車で輸送する。輸送車は全部で 200 台ある。ハノイには 80 台。]
- HACCP に基づく衛生管理の状況、管理体制は？  
[ISO22000 という国際食品衛生安全認証取得。]
- ベトナムにおけるコールドチェーンの普及状況、倉庫面積・総容量は？  
[ 倉庫の総面積は 15,000 m<sup>2</sup>。容量は 13,000 パレット。 ]
  - ① ハノイ：1 倉庫
  - ② ホーチミン市：1 倉庫、1 物流センター
  - ③ Long An：物流センター

## Freight Mark Viet Nam有限公司



### 【食肉加工業界】

- 農場と食肉加工工場までの輸送はどのようにして行われているのか？  
[現在、海上運送、税関手続き、国内運送のサービスを提供している。主に Cat Lai 港に輸入している。Hai Phong 港に輸入するパートナーがある。]

### 【流通】

- ベトナムにおける食肉加工品の流通構造、特に輸入産食肉加工品の流通構造は？  
[ソーセージを輸入したことがない、もし、あれば、ヨーロッパから輸入するかもしれない。]
- ベトナム国内における食肉加工品の輸送方法  
[トラックでスーパーの倉庫、または小売店に輸送する。一日に 4 ~ 5 店舗に輸送している。または、他社と連携して、冷凍・冷蔵車を一緒に使えるようにしている。]

- HACCP に基づく衛生管理の状況、管理体制  
[ベトナムの食品衛生局の食品衛生安全認証取得。ホーチミン市の9区にある倉庫は HACCP 認証を取得。]
- ベトナムにおけるコールドチェーンの普及状況、倉庫面積・総容量、整備の見通し  
[ホーチミン市の Thu Duc 市に冷凍・冷蔵倉庫がある。(Cat Lai 港に 20 km 離れて、大規模市場と Coopmart, Big C の総倉庫に近い。Thu Duc の倉庫にはソーセージを保管できる-18度の冷蔵倉庫がある。容量は 300 トン (15 コンテナ相当)。他社と連携し、冷凍・冷蔵倉庫を協同で使用。]

## 輸出入会社

### Thuc pham Tot lanh 有限会社



#### 【消費】

- ベトナム人に好まれる・消費される食肉加工品の種類 (ハム、ソーセージ、ベーコン、パテ、その他等)  
[Good Food の主な輸入商品は冷蔵食肉である。]
- 日本製ハム・ソーセージ・ベーコンに対する国民のイメージや印象はどのようなか？  
[日本の食肉加工品を輸入したことがないが日本商品に対して高質で安全というイメージを持っている]
- 日本製ハム・ソーセージ・ベーコンに対する消費者のニーズはどのようなものか？  
[市場の需要は現時点ではわからない]
- 日本産食肉加工品に期待すること (栄養、安全・安心など)  
[高品質で安全]
- ベトナム人に食肉加工品の購入場所 (トラディショナルトレード、モダントレード別)  
[Good Food は小売りをしない。スーパーチャネルを通して販売している。]

#### 【輸入】

- 輸入された食肉加工品の種類はどのような種類が多いか？  
[ソーセージやパテ]
- 欧米産以外のアジア各国からも食肉加工品の輸入は多いのか？またアジアで味わいが似ていて好まれるような国はあるのか？  
[タイ]





【消費】

- ベトナム人に好まれる・消費される食肉加工品の種類（ハム、ソーセージ、ベーコン、パテ、その他等）  
[主な輸入商品は牛肉である（80%シェアを占めている）。Huong Thuy の輸入先は主に日本。]
- 日本製ハム・ソーセージ・ベーコンに対する消費者のニーズはどのようなものか？  
[一般的に、日本製の商品のニーズは高い。]
- 日本産食肉加工品の食べ方・味付けに提案はあるか（今までにないがポテンシャルがある食べ方、現状のバインミーに挟む以外）  
[日本のソーセージを販売したことがあるが、現在していない。ベトナム市場でどのような味が好まれているか知りたかったら、商品のサンプルを Huong Thuy に送ってもらえば、セールスに向けた対応も可能である。]
- 日本に関するブランドキーワードは何か（Kobe, Hokkaido etc..）  
[牛肉]
- 日本産食肉加工品に期待すること（栄養、安全・安心など）  
[高品質で安全]
- ベトナム人に食肉加工品の購入場所（トラディショナルトレード、モダントレード別）  
[スーパーチャネルを通して販売し、多くの大手スーパーと連携している。]

【輸入】

- ベトナムまでの輸入ルート、日数、輸送コスト  
[日本のすべての港からの輸入ルートあり。]
- 欧米産以外のアジア各国からも食肉加工品の輸入は多いのか？また、アジアで味わいが似ていて好まれるような国はあるのか？  
[韓国]



**【消費】**

- ベトナム人に好まれる・消費される食肉加工品の種類（ハム、ソーセージ、ベーコン、パテ、その他等）：主な輸入商品  
[①オーストラリアの牛肉、②日本の A5 牛肉、③日本の魚]
- 日本製ハム・ソーセージ・ベーコンに対する国民のイメージや印象は？  
[食肉加工品において日本の有名な商品はないので、日本の食肉加工品を輸入したことがない。日本の食肉加工品は、国内メーカーの商品や長い歴史があるイタリア、フランス、スペインなどのヨーロッパの国から輸入した商品と比べて競争力がない。]
- 日本に関するブランドキーワードは何か（Kobe, Hokkaido etc..）  
[和牛（A5）、魚]
- 日本産食肉加工品に期待すること（栄養、安全・安心など）  
[高品質で安全]
- ベトナム人に食肉加工品の購入場所（トラディショナルトレード、モダントレード別）  
[Dinh Phong は販売店を所有（Hanoi 2 店、ホーチミン市 5 店）。その他 3 つのレストランに販売。一部スーパーに販売している。]

**【食肉加工業界】**

- 食肉加工品の輸入品においては、どのような国のどのような種類が好まれているか？  
[イタリア、フランス、スペイン]

**【輸入】**

- 欧米産以外のアジア各国からも食肉加工品の輸入は多いのか？また、アジアで味わいが似ていて好まれるような国はあるのか？  
[マレーシア]

## Nhung Nhu 株式会社



### 【消費】

- ベトナムの食肉加工品に対する味の好み、消費の習慣、文化的な習慣は？  
[北部の消費者は缶詰の食肉加工品をあまり好まない。イタリアのハムなどヨーロッパから輸入した食肉加工品を好む。南部の消費者は缶詰の食肉加工品が好きで、イタリアのハム、フランスのサラミを好む。]
- 国内の商品と輸入商品の相違点  
[現在、Nhung Nhu 社を含めて、各企業がベトナムに輸入している食肉加工品はほとんど国内メーカーがまだ製造していない商品であり、国内には同じような商品がない状況である。例えば：フランスのサラミ。]

### 【流通】

- ベトナムでの食肉加工品の取扱状況は？  
[現在、Nhung Nhu 社は食肉加工品の12種類を販売している。今後、レストランと連携して、販売する予定がある。販売する予定のある商品はチーズ、フライポテト、冷凍肉である。]

## 食肉加工品会社

### MAVIN株式会社



### 【消費】

- ベトナム人に好まれる・消費される食肉加工品の種類（ハム、ソーセージ、ベーコン、パテ、その他等）  
[缶詰、ソーセージ、Cha, Gio, 発酵商品、燻製商品（バラ、豚足）、ハム、ジャンボン、焼肉、ロースト、から揚げ（KFC）、ローストダック等。]
- ベトナム人に好まれる食肉加工品の消費形態、調理方法、摂取するタイミング（内食、外食、中食、屋台文化）  
[加工方法は、地域と顧客グループによって異なる。低・中所得者の割合が過半数を占めているため、市場シェアが最も高く、シンプルな加工で毎日の家族の伝統的な食事に近い味の

ある商品が好まれている。海外に住んだ経験があったり、西洋文化を好んだりする顧客のグループには、ヨーロッパ諸国の本場の商品が好まれているが、このセグメントの市場シェアは大きくない。]

- ベトナムの食肉加工品に対する味の好み、消費の習慣、文化的な習慣はどのようなか？  
[ベトナムでの消費習慣は肉（鶏肉、豚肉、牛肉）とシーフードである。冷凍シーフードとエビから作られた商品は市場シェアの13.7%を占めている。（2016年～2019年のデータ）]
- 所得水準別に好まれる食肉加工品の種類（※富裕層は欧米産ソーセージを好む等）  
[農村部に比べ、都市部の消費者は商品についての情報と多く接し、商品を購入することも簡単なので、コロナ禍以前、食肉加工品は都市部、特に高所得者の住む地域で流行していた。現在は、コロナ禍等の影響で、簡単に調理できて、すぐに食べられる食品への需要が高まってくる。実際ベトナムで一番売れる食肉加工品は低・中所得消費者層向けの商品である（30,000～100,000VND/kg）。]
- ベトナム人が好む食肉（牛肉、豚肉、鶏肉、その他）、消費量に占める割合  
[豚肉が一番多く62.7%を占める。]
- ベトナム人に食肉加工品の購入場所（トラディショナルトレード、モダントレード別）  
[この2年、コロナ禍の影響で小規模のスーパーが都市部でも農村部でも増加している。特に、農村部の省の中心部にミニスーパーとミニショッピングモールというモデルが増加している。都市部ではコロナ禍で直接商品を購入できないので、オンラインショッピングが急増している。]

#### 【食肉加工業界】

- ベトナムの主要な食肉加工メーカーはどこのか？  
[Duc Viet, Vissan, Ha Long canfoco はベトナムの最も大手食肉加工企業である。]
- ベトナム市場において広く認知されているハム、ソーセージ、ベーコン、パテのブランド・商品（現地、輸入品）  
[ソーセージ：Vissan, Duc Viet, CP、ジャンボン：NH Foods, Le Gourmet、缶詰：Tulip, Spam, Seaspimex, Tuyen Ky、干し肉（豚肉、鶏肉、牛肉、水牛肉、イカ）。]
- 食肉加工品の輸入品においては、どのような国のどのような種類が好まれているか？  
[主に豚肉、鶏肉、牛肉から作られた缶詰、干し肉、あげ肉、ひき肉である。アメリカ、デンマーク、韓国の輸入品はベトナムで好まれている。]
- 農場と食肉加工工場までの輸送はどのようにして行われているのか？農場と工場は離れているのか？  
[農場は工場の近くある必要はない。農場は大きな面積が要るので、複数の場所、地域でばらばらになっていてもいい。加工工場は食品衛生安全基準を満たした工業団地にあることが必要。]
- 食肉加工に関する機材や資材の調達はどのような状況か。どの国のメーカーの機材を使用しているのか  
[ドイツの生産ラインを採用]



【消費】

- ベトナム人に好まれる・消費される食肉加工品の種類（ハム、ソーセージ、ベーコン、パテ、その他等）  
[ソーセージ、Cha, Gio、燻製商品。]
- ハム、ソーセージ、ベーコン、パテ以外にベトナム消費者に好まれる食肉加工品の種類があるか（ローストビーフ、パテなど）  
[韓国の Mandu, 饅頭。]
- ベトナム人に好まれる食肉加工品の消費形態、調理方法、摂取するタイミング（内食、外食、中食、屋台文化）  
[商品を買って家で調理する、またはすぐに食べられる商品を購入する。]
- ベトナムの食肉加工品に対する味の好み、消費の習慣、文化的な習慣はどのようなか？  
[ソーセージに好まれる味は燻製味、牛肉味、BBQ 味である。]
- 所得水準別に好まれる食肉加工品の種類  
[富裕層は高級品類（燻製ソーセージ、BBQ ソーセージ、Keilbasa ソーセージ、ビアガーデンソーセージ。)]
- 日本製ハム・ソーセージ・ベーコンに対する国民のイメージや印象はどのようなか？  
[特に印象がない。牛肉、魚の料理に良い印象がある。]
- 北部、中部、南部において食肉加工品に対する好みや文化の違いはあるか？  
[なし]
- 日本産食肉加工品の食べ方・味付けに提案はあるか（今までにないがポテンシャルがある食べ方、現状のバインミーに挟む以外）  
[例えば、栄養ソーセージ、野菜味のソーセージ。]
- 日本に関するブランドキーワードは何か（Kobe, Hokkaido etc..）  
[寿司、刺身。]
- 日本産食肉加工品に期待すること（栄養、安全・安心など）  
[高品質]
- Duc Viet 社製食肉加工品の購入場所（トラディショナルトレード、モダントレード別）  
[伝統的な雑貨店とスーパー。]



## 【食肉加工業界】

- ベトナムの主要な食肉加工メーカーは？  
[Duc Viet, Vissan, Ha Long canfoco]
- ベトナム市場において広く認知されているハム、ソーセージ、ベーコン、パテのブランド・商品（現地、輸入品）  
[Duc Viet、Vissan、Ha Long Canfoco、CP。]
- 食肉加工品の輸入品においては、どのような国のどのような種類が好まれているか？  
[輸入品の取引はなく、不明。]
- 農場と食肉加工工場までの輸送はどのようにして行われているのか？農場と工場は離れているのか？  
[農場から食卓までという一環したモデルで製造していたが、韓国の Deasang に買収された後、そのモデル通りには製造していない。]
- 食肉加工に関する機材や資材の調達はどのような状況か。どの国のメーカーの機材を使用しているのか  
[ドイツ・韓国の生産設備。]
- チャンネル別小売価格比較（伝統的市場、スーパーマーケット、高級デパート等）ハム、ソーセージ、パテ、その他  
[Duc viet では同一価格で販売。]
- 食肉加工品業界における市場の課題と今後の見通し  
[今後、食肉加工品への需要は増加し、食肉加工市場はさらに発展する。]

## 【輸入】

- 輸入された食肉加工品の種類はどのような種類が多いか？  
[国内製造メーカーの商品に比べて競争力が低く、食肉加工品の輸入量は少ない。]

## 【流通】

- ベトナムにおける食肉加工品の流通構造、特に輸入産食肉加工品の流通構造  
[Duc Viet では、20~30%がスーパーとコンビニ、10%がレストランとホテル、60~70%が伝統的な雑貨店。]
- ベトナム国内における食肉加工品の輸送方法  
[Duc Viet は冷凍・冷蔵車を数台所有し、配送している。]
- HACCP に基づく衛生管理の状況、管理体制  
[Duc Viet には QC チームがあり、商品の品質を厳しく検査している。]



【消費】

- ベトナム人に好まれる・消費される食肉加工品の種類（ハム、ソーセージ、ベーコン、パテ、その他等）  
[ソーセージ、Cha, Gio、団子類、餃子類]
- ハム、ソーセージ、ベーコン、パテ以外にベトナム消費者に好まれる食肉加工品の種類があるか（ローストビーフ、パテなど）  
[団子類]
- ベトナム人に好まれる食肉加工品の消費形態、調理方法、摂取するタイミング（内食、外食、中食、屋台文化）  
[BBQ パーティーと鍋に入れるものが好まれる]
- 所得水準別に好まれる食肉加工品の種類（※富裕層は欧米産ソーセージを好む等）  
[低・中所得消費者層向けの豚肉味の加工品]
- 日本製ハム・ソーセージ・ベーコンに対する国民のイメージや印象はどのようなか？  
[特に印象なし。]
- 北部、中部、南部において食肉加工品に対する好みや文化の違いはあるか？  
[なし]
- 日本産食肉加工品の食べ方・味付けに提案はあるか（今までにないがポテンシャルがある食べ方、現状のバインミーに挟む以外）  
[例えば、団子類の商品]
- 日本に関するブランドキーワードは何か（Kobe, Hokkaido etc..）  
[日本の食肉加工品に対して特に印象がない。]
- 日本産食肉加工品に期待すること（栄養、安全・安心など）  
[高品質]
- ベトナム人の食肉加工品の購入場所（トラディショナルトレード、モダントレード別）  
[スーパーで Viet Sin の商品がよく購入されている。オンライン販売チャンネルは現時点ではあまり機能していない。]

## 【食肉加工業界】

- ベトナムの主要な食肉加工メーカーはどこのか？  
[Duc Viet, Vissan, Ha Long canfoco.]
- 食肉加工品の輸入品においては、どのような国のどのような種類が好まれているか？  
[国内製造メーカーの商品が安いので、食肉加工品の輸入量は少ない。現在、市場には外国語の商品名があって、消費者は輸入品だと思ってしまう場合もあるが、実は国内メーカーの商品である。]
- 食肉加工に関する機材や資材の調達はどのような状況か。どの国のメーカーの機材を使用しているのか  
[最近、工場が被災。今後、新しい生産ライン、機械、設備の投資を予定。]
- 食肉加工品の Minimum Order Quantity  
[条件はない。]
- 食肉産業のセグメント別シェア（パック済みチルド生肉、カウンター販売生鮮肉、冷凍肉、食肉加工品、常温保存できる食肉等）  
[食肉の販売なし。]
- 食肉加工企業の企業数、売上高の推移  
[売上は、2021年は2020年に比べて約7%増加する見込み。]
- チャンネル別小売価格比較（伝統的市場、スーパーマーケット、高級デパート等）ハム、ソーセージ、パテ、その他  
[同一価格で販売している。]
- 食肉加工品業界における市場の課題と今後の見通し  
[コロナ禍の後、消費者の消費習慣に変化が見られる。コロナ禍で消費者が食品を備蓄するため、食肉加工品の需要も増加する傾向がある。]

## 【流通】

- ベトナムにおける食肉加工品の流通構造、特に輸入産食肉加工品の流通構造  
[Viet Sin の流通チャンネルの構成は、スーパー・コンビニ 60~70%、伝統的な雑貨店 20~30%。]
- ベトナム国内における食肉加工品の輸送方法  
[工場の近くの販売店に商品を輸送する冷凍・冷蔵車はある。遠い販売店への輸送は取引先が対応する。]
- HACCP に基づく衛生管理の状況、管理体制  
[現在、Viet Sin の商品はまだ国際基準の品質を満たしてない。]

以上

令和3年度国産食肉加工品国際競争力向上・製造基盤強化対象事業

## 海外衛生制度等実態調査報告書

(外注先：ONE-VALUE(株))

ベトナム編

---

令和4年3月31日発行

発行・編集 日本ハム・ソーセージ工業協同組合

制作・印刷 株式会社博秀工藝

---