

「ベトナムF&B市場と

広島餃子居酒屋進出」

IT、医療、建設関連等幅広い分野において企業の現地法人設立合弁契約の支援を数多く手掛ける。また、自身でも日系現地法人の運営に携わり、ベトナムにおけるビジネスノウハウを熟知。



<高所得国入りを目標に>

ベトナムでは、独立100周年となる2045年までに高所得国入りするという大きな目標を掲げています。2023年における世界GDPランキングで、ベトナムは34位(約4,300億USドル)でしたが、このままの成長を維持していけば、本年は世界で33位、15年後には21位まで上昇すると予測されています。ベトナム統計総局の発表によると、2023年のベトナムのGDP成長率は5.05%、インフレ率は3.25%となっています。経済成長を支える一つの要因が、中間所得層の安定した拡大であり、ベトナムの消費市場で大きな役割をはたしています。現在、ベトナムの中間層は約1,300万人で、国全体の約13%を占めています。World Data Labによると、2024年までにベトナムではさらに400万人が中間層に加わり、2030年までにその数は2,320万人に達すると予測されています。また中間層の多くは都市部に集中し、品物やサービス等の多様な消費需要を支え、ベトナムのフード・飲料(F&B)業界にとって大きなビジネスチャンスとなっています。レストランやカフェの管理システムを提供するiPOS.vn社の2024年上半期ベトナムの外食産業レポートによると、2024年6月末時点で、全国のF&B店舗数は約304,700店で、2023年と比較して3.9%減少したそうです。しかし店舗数減少にもかかわらず、2024年半年間の総売上は403兆9,000億ベトナムドン(約164億USドル)に達し、2023年の1年間の売上総額の68.46%を占める勢いとなっています。

<注目される日本料理>

2023年末までの宿泊・飲食サービス産業への海外直接投資(FDI)の累計プロジェクト総数は986件、登録資本総額は143億5,000万USドルとなりました。近年、ベトナム飲食業界では日本料理への人気爆発的に高まっています。主にホーチミン市とハノイ市といった大都市中心部に集中していますが、ダナン、ニャチャン、ホイアンなどの中規模都市においても、日本料理店の数が増加しています。ジャンルも高級寿司からラーメンや居酒屋まで多岐にわたっています。日本のブランドレストランはフランチャイズ展開(丸亀製麺、CoCo壱番屋、吉野家、牛繁)、合弁(コロワイド)や100%独資での会社を設立するな

ど、さまざまな形でベトナムに進出しています。

<広島から餃子居酒屋が進出>



広島県からも餃子居酒屋「餃子家 龍」が、2024年6月ハノイにオープンしました。レストランは井辻ベトナム社が展開し、ハノイの日本大使館近くで営業しています。焼き餃子、水餃子、揚げ餃子、パクチー餃子など6種類の餃子が楽しめ、餃子1人前(7個)の価格は、62,000ドン(約362円)から98,000ドン(約573円)です。餃子だけでなく、広島県産カキを使用するカキフライなどのサイドメニューもあります。



【豊富な餃子メニュー】

ベトナムでは、2015年より食品および飲料サービス分野への外資独資での参入が認められるようになりました。今後も中間層の急速な増加、そして2045年高所得国に入る事により、日本を含む多くの外国人投資家がF&B業界へ参入することが予測されます。