

ベトナムのビール業界について

岡山県ベトナムビジネスサポートデスク (I-GLOCAL Le Quy Hung)

はじめに

ベトナムではビールの人気が非常に高く、「333」「サイゴンビール」「ハノイビール」など、現地に根付いたビールが数多く存在する。また国内生産、世界最安値のビアホイといった生ビールや、外国から輸入されるものもあり、ベトナム人にとってビールは非常に身近な存在となっている。

2011年12月に発表されたキリン食生活文化研究所のレポートによると、2010年ベトナムのビール消費量は世界第13位で、24億4千万ℓであった。さらに、ベトナムのビール消費量は2020年までに52億ℓへ増加するとの予想もあり、日本市場の飽和および中国市場の競争激化の一方で、近年ベトナムビール市場に対する海外からの投資が加速している。

1. ベトナムの消費量の高さ

アジア地域におけるベトナムのビール消費量は第3位で、中国、日本に次ぐ規模である。市場調査会社 Euromonitor International のビール市場に関する調査によると、2011年ベトナム全国のビール消費量は26億ℓであり、東南アジア地域においては消費量第1位であった（第2位はタイの18億ℓ、第3位はフィリピンの16億ℓ）。

2013年、ベトナムビールアルコール飲料協会（略：VBA）によると、ビールの国内生産量は29億ℓ（前年同期比2.5%増）で、消費量は30億ℓ（前年同期比12%増）となっている。消費量の増加率から、ベトナム国内市場はまだまだ需要が高いと判断されている。

2. ポテンシャルの高さ

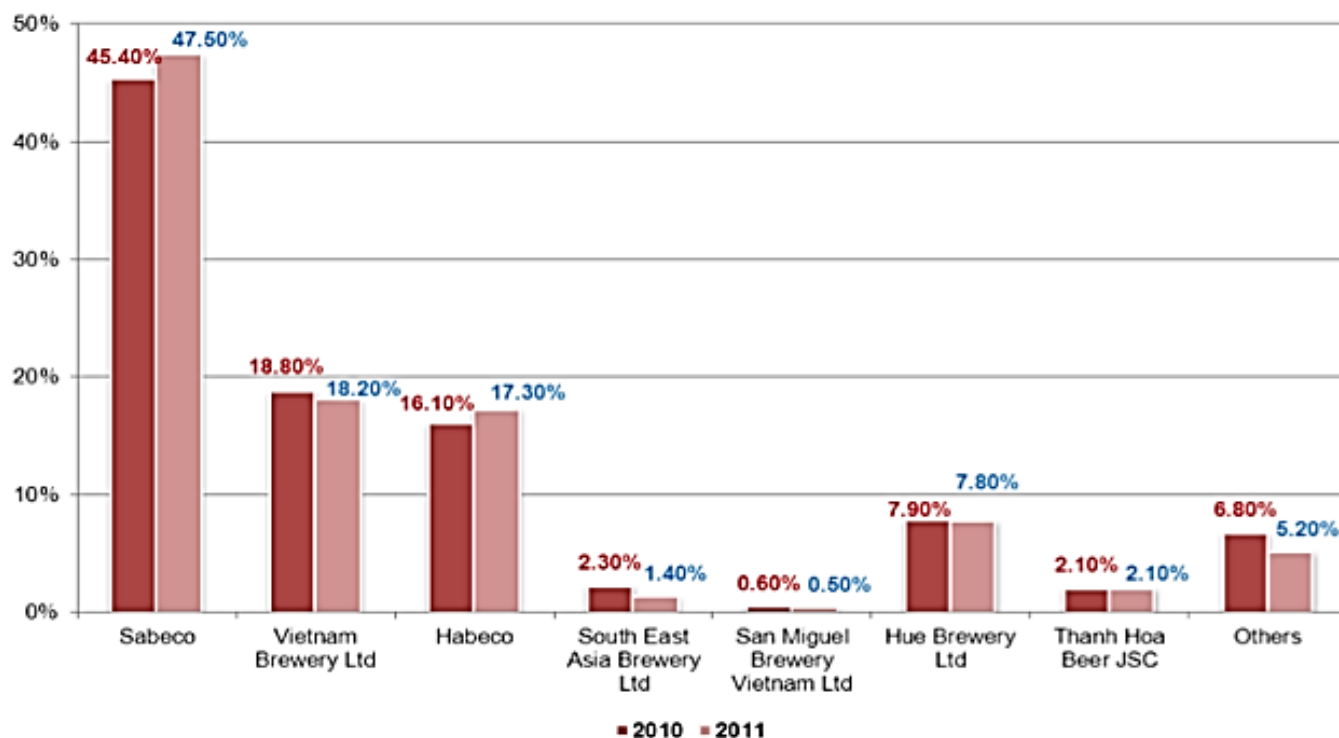
人口の平均年齢が若く、生活水準も高まっていることから、ベトナムビール市場のポテンシャルは高いと考えられる。まず、人口の面から見ると、2013年のベトナム人口は9,000万人で、その内15～64歳の人口は約7割を占めている。また、ベトナムの平均年齢は28歳で、国民の平均年齢が40歳を超える日本と比較しても、非常に若い国であると考えられることができる。

さらに、ベトナム経済は安定的な成長を見せており、ANZ銀行が行っている「檻の中の虎：アジア金融システムの変容」シリーズの最近のレポートによると、ベトナムにおける2021～2030年の期間の平均成長率は5.3%であり、10主要経済国（中国、インド、インドネシア、日

本、韓国、マレーシア、フィリピン、シンガポール、タイ及びベトナム) の中で第3位となるとの予想である(第1位はフィリピンの6.7%、第2位はインドの5.9%)。従って、国民の生活も改善され、生活を楽しむためにビールがよく飲まれている。

3. 市場のシェア

2011年のベトナムビール市場におけるトップ3社はベトナム国内企業であり、総シェアの8割程度を占めている。第1位はSaigon Breweries Company(略: Sabeco)の47.5%で、メイン商品はSaigon Lager、Saigon Export、Saigon Special及び333である。第2位はVietnam Breweries Company(略: VBL)の18.2%で、メイン商品はLarue、Heineken及びTiger、第3位はHanoi Breweries Company(略: Habeco)の17.3%で、メイン商品はHanoi Beer、Hanoi Lager、Hanoi生ビール及びTruc Bach Beerである。



図：ベトナムビール市場のシェア

近年、グローバルビールメーカーがベトナムへ投資するトレンドがある。2011年には、日本の伝統的なビールメーカーであるSapporoが合弁(サッポログループ及びベトナム国営タバコ会社Vinatabaの合弁)により、ベトナムでSapporoビールの販売をはじめ、日本ビールを根付かせようとしている。当初の生産能力は年間4千万ℓであるが、2014年までには2億ℓを生産

する予定である。その他、2013年には世界大手ビール会社 Anheuser - Busch InBev

(Budweiser ブランドを保有) もベトナム市場へ進出した。2015年には年間生産能力 1.9 億 0 の工場で生産を始め、ベトナム市場だけではなく韓国、中国、日本などにも輸出する予定である。

一方、輸入ビールも数多く市場に流通しており、世界中から様々なブランドが輸入されている。Steiger (スロバキア)、Asahi (日本)、Corona (メキシコ)、Chimay (ベルギー) などは高価格であるものの、売れ行きは好調のようだ。

おわりに

国民の年齢の若さや生活水準の向上により、2020年までベトナムのビール消費量は現在の 30 億 0 から 52 億 0 へ上昇すると予想されている。

現在、ベトナムでは欧米スタイルのパブやバーが広まっており、ビアガーデンのような店舗も展開されている。外国ブランドのビールは消費者へ広まりつつあり、この状況をうまく活用できれば、ベトナムビール市場への浸透は一層進むことになるであろう。さらに、ベトナム人の生活水準が高まり、高品質・良ブランドの外資ビールを好む客層も増えているため、今後も外資系ビールメーカーの参入および競争の激化が見込まれる。

参考リスト

- (1) Kirin Holdings “Kirin Institute of Food and Lifestyle Report Vol. 33 - Global Beer Consumption by Country in 2010”
＜2010年世界主要国のビール消費量＞（2011年12月21日）
http://www.kirinholdings.co.jp/english/news/2011/1221_01.html
- (2) Investvine.com “Beer in Southeast Asia: A matter of taste”
＜東南アジアビール市場：好みの問題＞（2013年3月9日）
<http://investvine.com/beer-in-southeast-asia-a-matter-of-taste/>
- (3) ANZ 銀行 “Caged Tiger: The Transformation of the Asian Financial System”
＜檻の中の虎：アジア金融システムの変容＞（2014年3月28日）
<http://www.media.anz.com/phoenix.zhtml?c=248677&p=irol-insight>
- (4) Vninvestment “Vietnam Beer Industry respects”
＜ベトナムビール市場の見込み＞（2013年7月1日）
<https://vninvestment.wordpress.com/2013/07/>