

ベトナム市場におけるチョコレート菓子の最新動向と将来展望

目次

1. はじめに	3
2. ベトナムのチョコレート市場の概要	3
2.1. ベトナムのチョコレート市場	3
2.2. ベトナムのチョコレート原料と菓子市場	4
3. ベトナムのチョコレート市場の発展可能性	5
3.1. GDP と中産階級の成長	5
3.2. 若年人口の増加と継続的な成長	6
3.3. 小売システムと流通チャネルの発展	6
3.4. ベトナム国民の健康意識	7
4. ベトナムにおけるチョコレートの分類	8
4.1. 製菓用チョコレート	8
4.2. ギフトチョコレート	8
4.3. 日常のおやつ用チョコレート	8
4.4. 健康志向チョコレート	8
4.5. 機能性チョコレート	8
5. ベトナムにおけるチョコレート消費習慣	8
5.1. ベトナムで人気のチョコレート製品	8
5.1.1. チョコレート	8
5.1.2. チョコレート含有製品	10
5.2. ベトナムのチョコレート市場におけるトレンド	13
5.2.1. 健康志向の高まり	13
5.2.2. オーガニック製品の利用拡大	13
5.2.3. 地元特産品との融合	13
5.2.4. プレミアム化と高級志向	14
5.2.5. EC（電子商取引）の発展	14
6. 成功事例	15
6.1. Orion ベトナム	15
6.2. Bibica	15
7. まとめ	16

1. はじめに

ベトナムのチョコレート市場は、投資のポテンシャルが高い成長市場である。近年、ベトナムでは多くの企業がこの市場に参入し、消費者を引きつける多様な製品を開発・提供している。特に、人口増加、国民の所得の増加、健康意識の向上、そして消費習慣の変化が市場の発展を後押ししている。これらの要因により、ベトナム国内のチョコレート市場は着実に成長しており、新たなビジネスチャンスが広がっている。本レポートでは、ベトナムのチョコレート市場の現状とその成長の要因、そして今後の投資機会について詳しく解説する。

2. ベトナムのチョコレート市場の概要

2.1. ベトナムのチョコレート市場

ベトナムのカカオ栽培に適した気候、土壌、多くの生産地、そして進歩を見せる発酵技術が、ベトナムをチョコレートを含む菓子製造会社の目的地にしている。

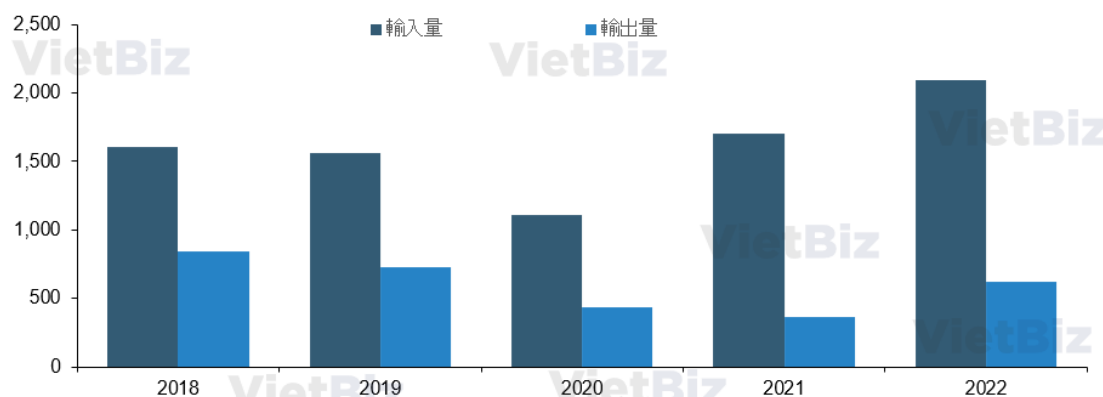
ベトナムの菓子製造会社は、アフリカ、東南アジア、あるいはベトナム国内の農園からカカオやカカオパウダーを仕入れ、それらを大きな板状の原料チョコレートに加工する。そして、全国の製菓工房、菓子製造業者、あるいはチョコレートブランドの会社に提供する。

新型コロナウイルス感染症(COVID-19)拡大後、ベトナムのチョコレート市場は成長し続けている。UN Comtrade によると、ベトナムのチョコレートおよびココアを含むその他の食品の調製品 (HS 180620) の輸出量が 2021 年の 365 トンから 2022 年には 623 トンへと 1.7 倍に増加した。一方、同製品の輸入量は 1,702 トンから 2,090 トンへと 1.23 倍に増加した。要するに、ベトナムのチョコレートの輸出量と輸入量の両方が力強く成長している。

図表

ベトナムのチョコレート輸出入量の推移

(単位:トン)



※HS180620 - チョコレートおよびココアを含むその他の食品の調製品

出所: UN Comtradeを基に、ONE-VALUE株式会社が作成

For more information, contact@onevalue.jp

2.2.ベトナムのチョコレート原料と菓子市場

多くの菓子製造会社が、チョコレート原料の調達に積極的であり、ベトナム国内のカカオ農家やカカオ処理業者から原材料を購入している。特に、チョコレート成分を含むお菓子の生産は増加していて、国内の菓子業界では、カカオをベースにした新しい製品開発も進んでいる。

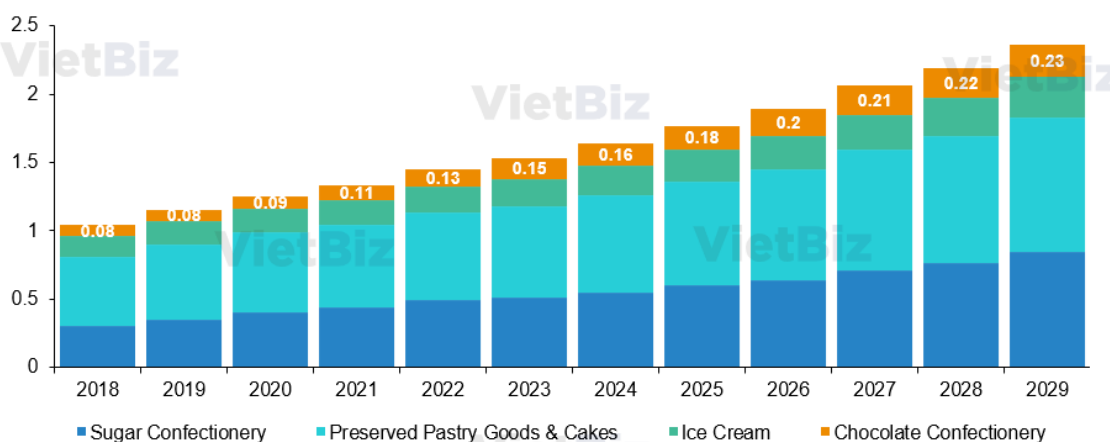
Statista の統計によると、2023 年のベトナムの菓子市場の収益は 15.3 億ドルに達し、2023 年～2029 年の年間成長率は 7.49%であることが予測されている。、チョコレートとチョコレート菓子だけで全国菓子市場の 9.8%（売上高ベース）を占めている。

2022 年時点で、ベトナムの菓子市場のシェアは主に Kinh Do、Bibica、Huu Nghi などの国内大手企業と、Orion、Nabati、Lotte などの外国企業によって占められている。市場をリードしているのはベトナムの老舗菓子会社 Kido-Mondelez でシェアは 20%、次いで Bibica が 8%である。ベトナムの大手ブランド企業全体で市場の 40～42%を占めており、次いで外資系企業、そして輸入業者、小規模生産者が続く。

図表

ベトナムにおける菓子業界の売上高の推移

(単位: Bil USD)



出所: Statistaを基に、ONE-VALUE株式会社が作成

For more information, contact@onevalue.jp

3. ベトナムのチョコレート市場の発展可能性

3.1. GDP と中産階級の成長

ベトナムのチョコレート市場の成長は、GDP の成長と中産階級の拡大が密接に結びついている。経済が発展するにつれて、特に中産階級の収入が増加し、菓子類のような二次製品への需要が高まっている。

国際通貨基金（IMF）によると、2023 年のベトナムの GDP 規模を約 4,138 億ドルと予測しており、

これは ASEAN で第 3 位、世界で第 35 位となっている。ASEAN 地域内での一人当たり GDP について、IMF は 2023 年のベトナムの一人当たり GDP が 4,682 ドルになると予測しており、ASEAN10 カ国中 6 位に位置づけている。2024 年には、一人当たり GDP が 5,118 ドルに達する見込みで、同じく ASEAN で 6 位を維持すると予測されている。

注目すべき点は、現在形成されている中産階級がベトナム人口の 13%を占めており、2026 年には 26%に達すると予測されている点である。Statista の 2021 年 3 月の報告によると、2030 年にはベトナムの中産階級人口が 5,000 万人を超えると予測されている。また、2016 年から 2021 年にかけてベトナムの中産階級の年平均成長率は 10.1%で、これは東南アジアで最も高い水準である。

3.2. 若年人口の増加と継続的な成長

ベトナムは急速に若い人口層が増加しており、これは消費者市場の拡大につながっている。2023 年のデータによれば、ベトナムの人口は約 1 億人に達し、2040 年にはさらに増加すると見込まれている。若年層は新しいトレンドや消費スタイルを受け入れやすく、特に菓子市場や嗜好品の消費に積極的である。チョコレートのようなプレミアム商品や嗜好品は、こうした若年層のニーズに応じて成長が期待される。

3.3. 小売システムと流通チャネルの発展

小売システムと流通チャネルの発展に伴い、チョコレートはコンビニエンスストアやスーパーマーケット、さらにはオンライン販売チャネルでも広く取り扱われるようになってきている。

Q&Me のデータによると、2022 年にはベトナム国内に 6,740 のコンビニエンスストアがあり、そのうちホーチミン市が 2,600 店舗以上を占め、続いてハノイやダナンなどの主要都市に集中している。Circle K (アメリカ)、Ministop (日本)、GS25 (韓国)、7-Eleven (タイ) といったブランドが人気を集め、コンビニは徐々に一般的になりつつある。

Euromonitor の市場調査によると、外国系コンビニエンスストアの収益は、2016 年の 33,461 億ドンから 2021 年には 80,170 億ドンへと急成長している。市場シェアでは、Circle K が 48%と最も高く、次いで Family Mart が 18.8%、Ministop が 14.3%、7-Eleven が 7.3%を占めている。

ベトナムでは、チョコレートはコンビニエンスストアやスーパーマーケットだけでなく、オンラインストアでも広く販売されている。オンライン取引プラットフォームの急速な発展は、消費者の利便性や迅速なサービスへのニーズに応え、チョコレートブランドがより多くの顧客にリーチすることを可能にしている。オンライン取引プラットフォームは、チョコレートの売上高の拡大だけでなく、全国的な製品の存在感の強化にも寄与している。

2023 年に商工省が発表した電子商取引 (EC) レポートによると、ベトナムの人口の 74%が、ウェブサイトや Facebook、Zalo などの SNS、または EC プラットフォームを通じて定期的にオンラインショッピングを利用している。



[The content of this section is heavily blurred and illegible.]

【概要】
本報告書は、ベトナムの経済・ビジネス環境に関する最新の動向を調査し、その現状と今後の見通しを分析したものである。本報告書は、ベトナムの経済成長の持続可能性を評価し、投資家や企業にとっての機会とリスクを明らかにする。また、ベトナムの市場の成長を促進するための政策や規制の動向についても詳しく解説している。



【結論】
ベトナムは、持続的な経済成長を遂げている国であり、多くの投資機会を提供している。しかし、競争の激化や規制の厳格化など、課題も存在する。投資家は、これらの課題を認識し、適切なリスク管理を行う必要がある。また、企業は、ベトナム市場の成長を促進するために、積極的に市場参入や現地パートナーとの連携を図ることが求められる。