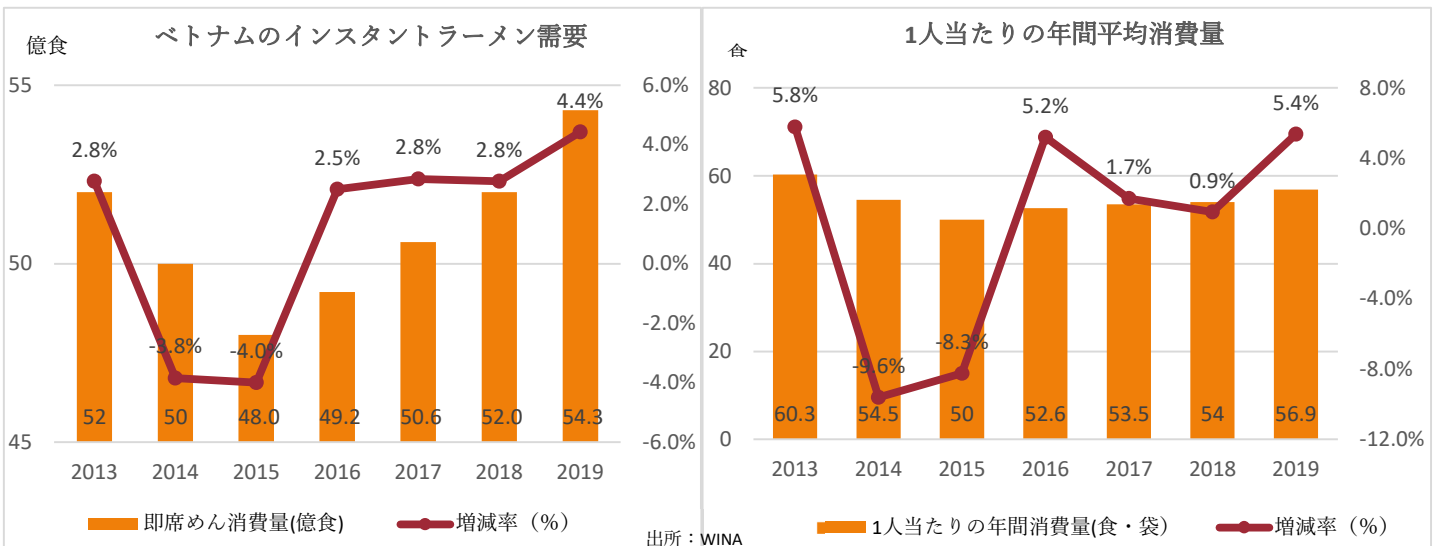
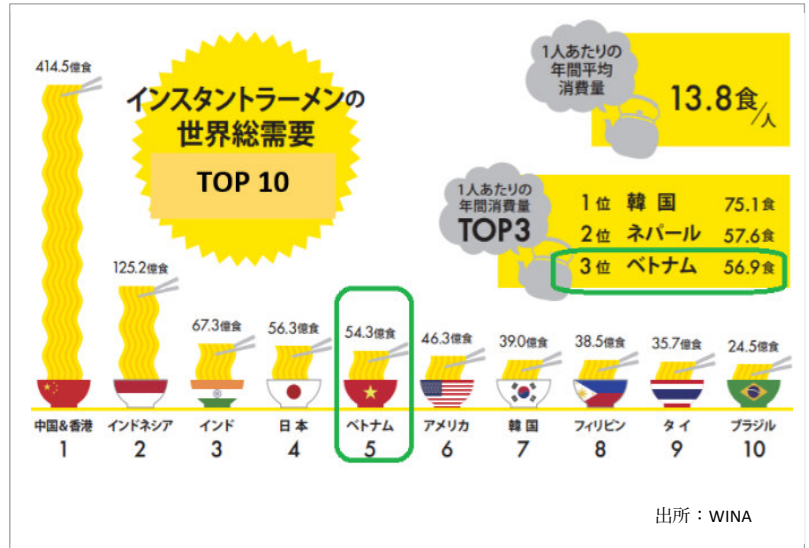


2020年6月23日

## ベトナムのインスタントラーメン

ベトナムは世界の中でもインスタントラーメン（即席麺）の消費量が多い国であることをご存知でしょうか。

世界ラーメン協会（WINA）によると、ベトナムの2019年の即席麺需要は前年比4.4%増の54.3億食に達し、中国(香港含む)、インドネシア、インド、日本に次いで、世界5位にランクされました。特に、一人当たりの年間消費量は56.9食に上り、韓国、ネパールに次いで世界3位となっています（中国、日本等を上回り世界平均の4倍以上）。



当資料は、情報提供を目的として、キャピタル アセットマネジメント株式会社（CAM）が作成したもので、投資信託や個別銘柄の売買を推奨・勧誘するものではありません。また、CAM が運営する投資信託に当銘柄を組み入れることを示唆・保証するものではありません。当資料の内容は作成基準日現在のものであり、将来予告なく変更されることがあります。当資料に市場環境等についてのデータ・分析等が含まれる場合、それらは過去の実績及び将来の予想であり、今後の市場環境等を保証するものではありません。当資料は当社が信頼性が高いと判断した情報等に基づき作成しておりますが、その正確性・完全性を保証するものではありません。

ベトナム通信 ～当社グループ現地スタッフによる最新情報～

前頁グラフの通り、2014年と2015年の消費量は減少しましたが、2016年からは回復基調となり、2019年には過去10年の最高値に達しました。ベトナムの世界ランキングは、消費量が減った年を含めて一貫して3位～5位を維持しています。では、ベトナム人がインスタントラーメンをそれほど消費する理由は何でしょう？

まず、ベトナムの人口の半分を占める学生、若者、労働者にとって、即席麺は価格が安いので身近な食品なのです。ハノイやホーチミン市では、春雨やフォーのボウルは安くても20,000ドンで、おこわが7,000-10,000ドンするのに対して、即席麺は3,000-5,000ドンで購入できます。



50年前からあるベトナム初の即席めんブランド

また、多忙な人にとって非常に便利なことも理由に挙げられます。日中外出が多く、料理する時間のない人や料理が面倒な人にとって、3分ぐらいで食べれる即席麺は最良の選択肢になっています。

つまり、美味しくて経済的そして簡単、便利とあって、日本人が発明した即席麺は50年ほど前からベトナムで急速に普及し、多くのベトナム人に親しまれています。驚くべきことに、カンタルワールドパネル市場調査会社が昨年発表したレポートによると、ベトナムでは2日ごとに即席麺の新製品が発売されています。

即席麺はスーパーマーケットやコンビニだけでなく、従来型の市場でも販売されています。特に日系のスーパーやアマゾンを中心に、種類がとても豊富で、地方在住の市民の食習慣にも合っています。価格は1袋当たり3,000ドン～50,000ドンで、お手頃価格からハイエンドの商品まで幅広く売られています。

最も人気があるブランドは、ユニベン（Uniben）の“3つの地域（3 Mien）”、エースコックの“ハオハオ（Hao Hao）”、マサンの“オマチ（Omachi）”の3ブランドです。その他の普及価

当資料は、情報提供を目的として、キャピタルアセットマネジメント株式会社（CAM）が作成したもので、投資信託や個別銘柄の売買を推奨・勧誘するものではありません。また、CAMが運営する投資信託に当銘柄を組み入れることを示唆・保証するものではありません。当資料の内容は作成基準日現在のものであり、将来予告なく変更されることがあります。当資料に市場環境等についてのデータ・分析等が含まれる場合、それらは過去の実績及び将来の予想であり、今後の市場環境等を保証するものではありません。当資料は当社が信頼性が高いと判断した情報等に基づき作成しておりますが、その正確性・完全性を保証するものではありません。

ベトナム通信 ～当社グループ現地スタッフによる最新情報～

格帯商品のブランドには、マサンの“ココミ (Kokomi) ”と“サガミ (Sagami) ”、アジアフーズの“ガウド (Gau Do) ”、ミリケット (Miliket) の“2つのエビ (Hai Tom) ”などがあります。

さらに、韓国、日本、タイなどの外国ブランド商品がベトナム市場で増えており、大都市では簡単に購入できます。



牛肉や鶏肉のフォー・おかゆ・フーティウ等色々な種類



オマチ



外国インスタントラーメン



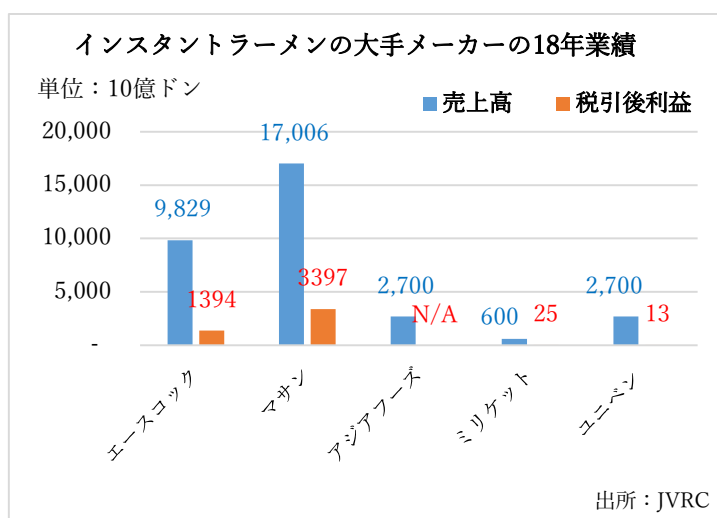
カップラーメン

当資料は、情報提供を目的として、キャピタル アセットマネジメント株式会社 (CAM) が作成したもので、投資信託や個別銘柄の売買を推奨・勧誘するものではありません。また、CAM が運営する投資信託に当銘柄を組み入れることを示唆・保証するものではありません。当資料の内容は作成基準日現在のものであり、将来予告なく変更されることがあります。当資料に市場環境等についてのデータ・分析等が含まれる場合、それらは過去の実績及び将来の予想であり、今後の市場環境等を保証するものではありません。当資料は当社が信頼性が高いと判断した情報等に基づき作成しておりますが、その正確性・完全性を保証するものではありません。

ベトナム通信 ～当社グループ現地スタッフによる最新情報～

ベトナムの即席麺市場には国内外の企業約 50 社が参入しています。その内、エースコック（Acecook）、マサン（Masan）、アジアフーズ（AsiaFoods）、ヴィフオン（Vifon）の 4 社が市場シェアの約 70%強を占めています。

日系のエースコックは 2000 年からベトナム市場に進出し、2018 年に 9.8 兆ドン（約 468 億円）の売上高、1.4 兆ドン（約 66.4 億円）の税引き後利益を計上し、ベトナム国内で最大のシェアを占めています。多様な事業部門があるため 2018 年の売上高が 17 兆 60 億ドン（約 809.8 億円）、税引き後利益が 3.4 兆ドン（約 161.8 億円）とエースコックを上回っている国内食品最大手のマサンは即席麺のシェアでは第 2 位です。シェアが第 3 位のアジアフーズは 2018 年の売上高が 2.7 兆ドン（約 128.6 億円）でした。



当資料は、情報提供を目的として、キャピタル アセットマネジメント株式会社（CAM）が作成したもので、投資信託や個別銘柄の売買を推奨・勧誘するものではありません。また、CAM が運営する投資信託に当銘柄を組み入れることを示唆・保証するものではありません。当資料の内容は作成基準日現在のものであり、将来予告なく変更されることがあります。当資料に市場環境等についてのデータ・分析等が含まれる場合、それらは過去の実績及び将来の予想であり、今後の市場環境等を保証するものではありません。当資料は当社が信頼性が高いと判断した情報等に基づき作成しておりますが、その正確性・完全性を保証するものではありません。

ベトナム通信 ～当社グループ現地スタッフによる最新情報～



3つの地域  
3つの地域の味を持ち売れ筋筆頭



ハオハオ - 手頃な価格  
ベトナム人の誰もが知るブランド



ココミ



ガウド

2020年初頭に新型コロナウイルスが流行したため、ベトナム人は外食や外出を自粛し、包装食品、ボトル入り飲料水、即席麺、冷凍食品などを選ぶ傾向が強まりました。コロナ後の世界を見据え、メーカーも品質と味を追求した多くの新製品を消費者に提供するために日々改善努力をしています。今後もベトナムでの即席麺の消費動向には目が離せません。

【写真提供：JVRC】

<http://www.capital-am.co.jp>

以上

当資料は、情報提供を目的として、キャピタル アセットマネジメント株式会社（CAM）が作成したもので、投資信託や個別銘柄の売買を推奨・勧誘するものではありません。また、CAM が運営する投資信託に当銘柄を組み入れることを示唆・保証するものではありません。当資料の内容は作成基準日現在のものであり、将来予告なく変更されることがあります。当資料に市場環境等についてのデータ・分析等が含まれる場合、それらは過去の実績及び将来の予想であり、今後の市場環境等を保証するものではありません。当資料は当社が信頼性が高いと判断した情報等に基づき作成しておりますが、その正確性・完全性を保証するものではありません。