



消費市場としてのベトナム

～経済都市ホーチミンからの視点～



ジェトロ・ホーチミン事務所 ディレクター **三木 貴博** (元ジェトロ岐阜係長)

2025年の経済成長率は前年比8%と高成長を記録するベトナム。所得増加と1億人を超える人口を背景に近年日本企業からは、生産拠点としてだけでなく消費市場としても注目が集まっている。私の住む南部のホーチミン市は、人口1,300万人超を有するベトナム最大の経済都市であり、2025年の小売・サービス売上高では全国の約3割を占める一大消費地となっている。

市内ではタワーマンションやモールなどの開発も進み、外国人や比較的若い新興富裕層が暮らす近代的なエリアが形成される。一方で、市内中心部でも「ヘム」と呼ばれる細い路地に足を踏み入れると、昔ながらの住宅が立ち並び軒先の食堂やカフェに人が賑わう。こうした多層的な都市構造が、消費市場の多様性を生み出している。



タワーマンションが立ち並びエリア



ヘムの街並み

日本食レストランの増加と「OMAKASE」人気

農林水産省の調査によれば、日本食レストランは全国で1,820店舗と、前回調査の2023年から200店舗増加した。レストラン口コミサイトでは、ホーチミン市内では1,200店舗が確認できる。市内では多様なジャンルの日本食店が見られるが、近年は寿司などをコース料理で提供する「OMAKASE」というスタイルが富裕層や若手ビジネスパーソンの支持を集めている。価格帯は6,000円台から3万円超の高級店まで幅があり、シェフの技術を目の前で楽しむ特別な体験として定着しつつある。



目の前で、シェフの調理を楽しむことができる

若者の健康志向やSNS映えを背景とした「抹茶ブーム」

ホーチミン市内には、新興開発エリアから古くから残るヘムの路地裏まで無数のカフェが存在する。そうしたカフェでは、若者の健康志向とSNS映えを意識したライフスタイルを背景に、近年抹茶を使用したドリンクが人気を集めている。私の生活圏内でもこの一年で目にする機会が増えた。一部では、抹茶のココナッツアイスラテなどのアレンジ商品も見られ、飲んでみると暑い気候と合って意外と美味しい。こうした流行を背景に、我々の元にも当地バイヤーから日本から抹茶を仕入れたいという相談をいただく機会が増えている。



抹茶ドリンクを取り扱うカフェ

EC市場の拡大と「安心・安全」への関心

EC市場は2025年に前年比25.5%と高成長を遂げている。バイク保有台数の多いベトナムでは、バイク配送の利便性から日用品の購入やフードデリバリーの利用が定着している。一方で、メーカーの正規ストアがない場合等には信頼性が見極めが難しく、注文と異なる商品が届く事例もある。さらに近年、粉ミルクやサプリメント、化粧品等の成分偽装が相次ぎ、消費者の「安心・安全」への関心が高まっている。政府も商品の生産・流通履歴を確認できる追跡システムを導入するなど対策を強化している。

こうした状況は、日本ブランドにとってチャンスとなり得る。ベトナムでは品質や安全性への信頼を背景に日本製のベビー向け粉ミルクや離乳食の需要が高い。ジェトロも2025年にベトナム国内最大手のベビー用品チェーンを日本に招聘するなど、日本産商品の流通拡大に取り組んでいる。ベトナム市場への販路拡大に関心ある企業があれば、ぜひジェトロにお問い合わせいただきたい。