

日本料理店の人気と日本食品の輸入

日本料理店がベトナムで人気を集めている。店舗数は2011年150であったが、2013年には400（ハノイ150、ホーチミン250）を超えている。2014年にJETROがホーチミンで行ったアンケート調査では、市民500人のうち9割が過去に日本食品を購入、あるいは日本料理店を利用したことがあると答え、最も好きな外国料理として韓国料理（14%）、中国料理（23%）を抑え、日本料理（38%）が挙げられた。

日本料理店が人気を集めているが、日本食品の需要はどうか。2013年の農林水産物の輸入額は193.6億円であり、魚介類が99%を占め、果実・野菜類、肉類は小さい。

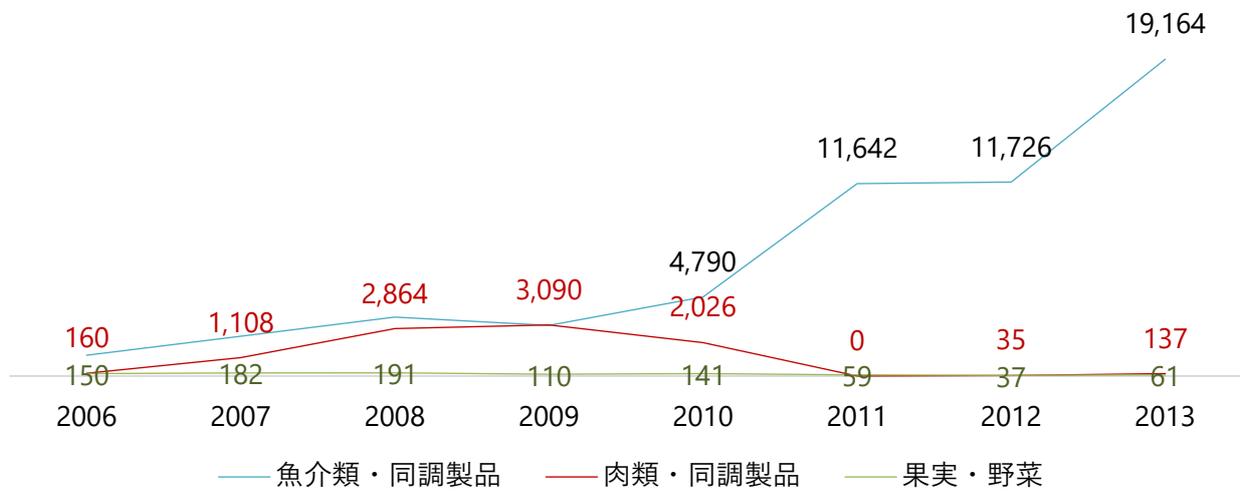
魚介類の輸入額は2009年の30.6億円から増加を続け、2013年には191.6億円と急増し、日本の国別魚介類輸出総額でも約10%を占めている。委託加工により日本に再輸出するケースも多いが、日本料理店を中心に内需も着実に増加している。

2013年の果実・野菜類の輸入額は6,000万円（国別果実・野菜類の輸出総額の0.3%）と小さい。2010年以降の未加工食品を中心とした食品安全検査による規制も障壁となっているが、価格の問題が大きい。ベトナムは農業国であり、日常的な消費が行われるとは考えにくい。贈答用などに日本の高価な果物などの需要があり得る。

2009年の肉類の輸入額は30.9億円であり、そのうち牛肉が23億円で日本産牛肉の最大輸出先であったが、2010年3月末に発生した口蹄疫を受け、豚肉、牛肉の輸入が禁止され、2013年の輸入額は1.4億円まで落ち込んでいる。直近のニュースとして2014年4月に豚肉・牛肉の輸入が解禁された。輸入禁止前の牛肉の需要は内需によるものではなく、中国への中継地となっていたためとみられ、現在はカンボジアがその役割を担っており、禁止前の水準まで回復するかは微妙だ。だが内需としても牛肉の消費量は年々増えており、国内生産が追い付かず、国内消費量の40%以上を輸入で対応しているため、日本産牛肉の輸入が伸びる余地はありそうだ。

どの品目でも大きな障壁となるのはやはり価格である。日本食品の需要を増加させるには、価格に見合った品質差を理解してもらう必要があるが、ベトナムでは日本料理店の人気に付随して日本食品への評価も高い。所得も上昇し、徐々に「食の安全」に対する関心、高価な食品への需要が高まりつつある現在、この需要に日本食品が食い込んでいく素地は整っていると言えるだろう。

農林水産物の対ベトナム輸出額内訳（百万円）



資料：財務省