

ベトナム現地情報（2021.06.22）

ジャパン証券 北山亨

第7回「ベトナムのビール」

夏といえば、そうビールが美味しい季節だ。ベトナムは年間を通じて暑い日が多く、ビア・ホイと呼ばれる生ビールを始め、たくさんのビールが飲まれる。

ベトナム人のビール好きは有名で、2019年の総消費量はアジアで中国、日本に次ぐ堂々の3位、世界全体で9位の消費大国となっている¹。その消費を支えるのは、ベトナムの豊富な働き世代である。19年に行われた国勢調査ではベトナムの総人口は9,620万人。そのうち15～64歳の人口の割合は68.0%と、ビールメーカーが狙う顧客の層が厚いことが窺い知れる。



筆者の近所にあるビアホール。現在ハノイ市人民委員会の決定に基づいて営業を停止している。

ベトナムビールの始まり、BGI

ベトナムのビールは、フランスの統治にあった時代に遡る。当時ビクター・ラルーというフランスの退役軍人によって、BGI²（インドシナ醸造所）と呼ばれる組織が設立された。このBGIでは様々なビールが製造された。代表的な銘柄には33（のちの333）、ロワイヤル、オメル、タイガーなどがある。その後1975年にベトナムの南北が統一され、その時2つの醸造所が国有化された。

古くからビール文化が根付いており、さらに働き手世代の増加から、ベトナムはビールの消費市場として魅力が増している。そのため海外から多くのメーカーが国内市場に参入している。現在、国内市場の約9割は4社によって占められている。サイゴンビール

¹ キリンビール公式ホームページより

² Glacieres Brasseries d'Indochine の略

(39%)、ハイネケン (33%)、ハノイビール (11%)、カールスバーグ³ (9%)。2019年度のアルコールによる税収は約 26 億米ドルに上り、そのうち約 8 割に当たる約 21 億米ドルがビール大手 4 社によるものだった。なお上記のサイゴンビール (SAB) とハノイビール (BHN) は、それぞれホーチミン証券取引所に上場する。

次にベトナムの代表的なビールを紹介したい。ベトナムのビールは 1 缶 約 50 円~100 円程度と安く、ベトナムにお越しの際はぜひお試しください。

サイゴンビール (SABECO)

国内に 26 の工場を持つベトナム最大のビールメーカー。サイゴンスペシャル、3 3 3⁴と呼ばれる看板ブランドを有する国内最大のブランド。1875 年に BGI によってサイゴン (現在のホーチミン市) に設立されたグエンチタン醸造所を起源とする。世界 38 カ国に輸出されている。また英国プレミアリーグに所属するプロサッカーチームのレスターとスポンサー契約を結んでいる。これはレスターのオーナーであったタイの飲料大手であるタイ・ビバレッジが 2017 年に同社を買収したことが背景にある。2016 年 12 月にホーチミン取引所に上場した。



(出所) サイゴンビール公式ホームページより

ハノイビール (HABECO)

北部最大のビールメーカー。1890 年に BGI によって設立されたオメル醸造所を起源とする。2007 年にデンマークのカールスバーグ社と戦略的提携を開始。2016 年 10 月にハノイ取引所の UPCOM 市場に上場、現在はホーチミン取引所に上場している。

³ デンマークのビールメーカー。

⁴ 元々は 3 3 3 だった。

ビア・ホイは同社の有名な商品で生ビールの一種。大きなタンクに入れられ、ビアホールやレストランなどに販売される。アルコール度数が3%程度とグイグイ飲める。



(出所) ハノイビール公式ホームページより



ビアホールの様子。ほとんどの店でビア・ホイは、この緑がかったグラスに注がれる。

フエビール

フエビールは、カールスバーグ傘下のビールメーカー。親会社のカールスバーグは1993年にHALIDA⁵ブランドを立ち上げ、ベトナムに正式参入を果たす。その翌年にフエビールと合併事業（Hudaブランド）をスタートさせ、2011年にはフエビールをその傘下に収めた。

またカールスバーグの21年第1四半期の決算発表によると、アジア市場での出荷量の伸び率は30%を記録しており、同社の売上高の約3割、純利益のおよそ36%を叩き出している。中でもベトナムは堅調な成長を続けており、主にプレミアムブランドが売り上げを牽引しているとしている。



(出所) カールスバーグ・ベトナム公式ホームページより

⁵ Ha noi (ハノイ)、Li en Doanh (ベトナム語で合併事業を意味する)、Da nmach (ベトナム語でデンマーク) の頭文字に由来する。

ラルー (Larue) ハイネケン・ベトナム

BGIにより1927年から製造が始まったブランド。中部で人気がある。95年にハイネケン・ベトナムがブランドを取得した。

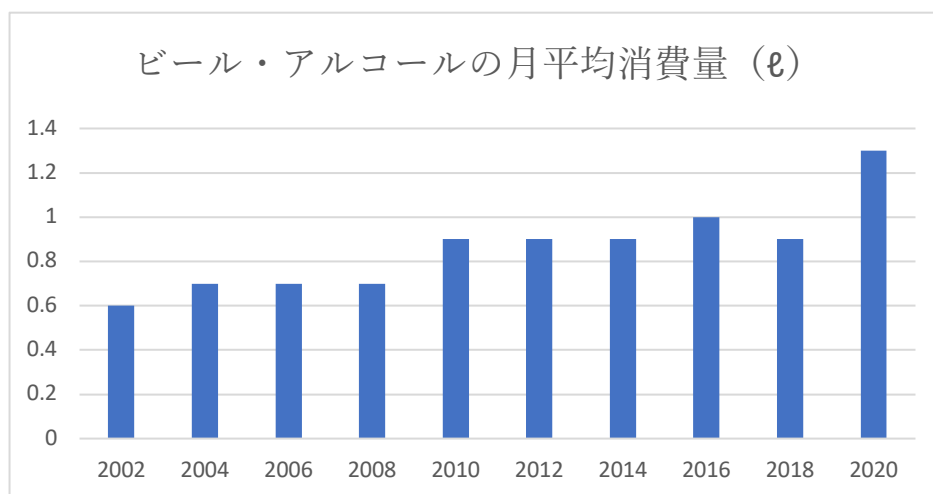
1991年に設立されたハイネケン・ベトナムは、世界的なビールメーカーであるハイネケンの子会社だ。現在ベトナム国内では6つの醸造所を持ち、3500人の従業員を抱えるベトナムで2番目に大きなビールメーカーとなっている。また製造する商品もハイネケンの他にタイガー、ラルー、アムステルなどを手掛けている。



(出所) ハイネケン・ベトナム公式ホームページより

ビール市場、量から質へ

国家統計局によれば、ビール・アルコール類の一人当たり消費量は2002年に月0.6リットルだったが、2020年に1.3リットルと倍増している。



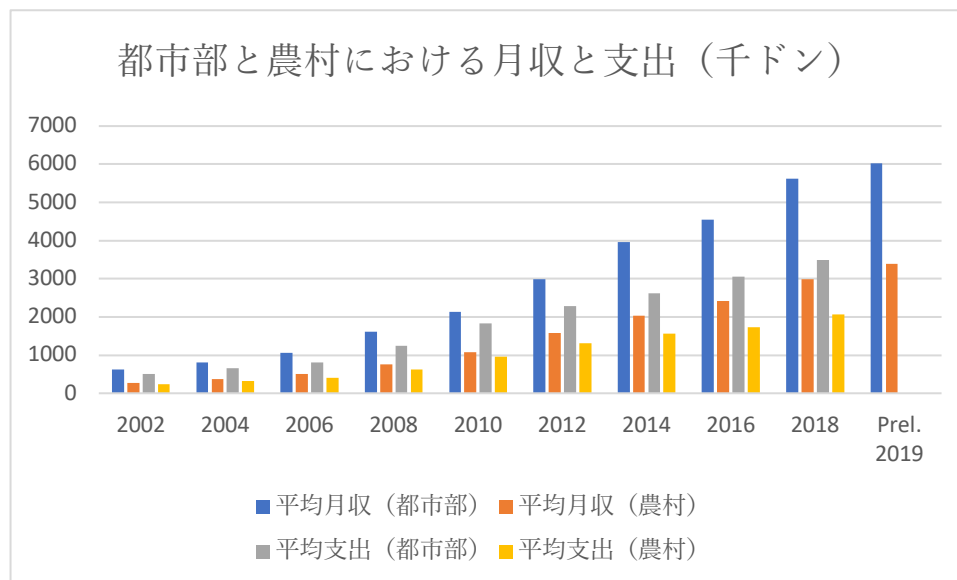
(出所) GSO 国家統計局

近年の傾向としては、各社ともにプレミアムブランドに力を入れており、ベトナムで飲まれるビールも、安価な生ビールから高級ビールへと変化しつつある。

サイゴンビールを例に挙げると、同社は2000年に高級指向のサイゴンスペシャルを発売した。その後2017年にサイゴンゴールドという高級指向の缶ビールを発売、2019年には主力ラインナップを一新。さらに昨年マイナス2度の低温発酵を用いた新製品を発売している。

同社はプレミアムブランドに主軸を移す前に、さらなるシェア拡大のために主戦場である大衆向けブランド、サブプレミアム商品の強化に注力したと今年の年次報告書で振り返っている。

ビールメーカーが消費者の取り込みに力を入れるのは、収入の増加が背景にある。国家統計局の調査⁶報告によれば、月収の全国平均は月**423万ドン（約2万円）**となっている。直近5年間の収入の年間増加率は8.1%と堅調な推移と見せている。都市部の平均月収は19年時点で600万ドン（約3万円）を超えており、農村部と倍近い差が出ている。収入の増加とともに支出も増加しており、より質の高いビールを求める消費者も増えている。



（出所）GSO 国家統計局

⁶ 全国 63 省・市の 47,000 世帯を対象にした 2020 年の生活水準に関する調査。5 月 21 日公表

また2020年1月1日から飲酒運転を取り締まる法律が改正・施行された。さらに2020年2月24日に発行された政令では、アルコール広告に関するより厳格な規制を導入している。具体的には(1)15%以下のアルコール・ビール広告の規制強化(2)映画・演劇・テレビ作品でアルコールを飲む俳優の使用制限(3)アルコール飲料のサイトへ18歳未満がアクセス、また購入を防止する対策が挙げられる。国内のアルコール消費が増える中、法整備が進んできた。



ビングループのショッピングセンター内の電光掲示板。日本のノンアルコールビールが宣伝されていた。



スーパーのビール売り場。国内外のビールが所狭しと並べられている。

ディスクレーマー

本資料は証券投資の参考となる情報の提供を目的としたものです。投資に関する最終決定は、お客様ご自身による判断でお決めください。本資料は企業取材等に基づき作成していますが、その正確性・完全性を全面的に保証するものではありません。結論は作成時点での執筆者による予測・判断の集約であり、その後の状況変化に応じて予告なく変更することがあります。執筆担当者またはジャパン証券と本レポートの対象企業との間には、重大な利益相反の関係はありません。このレポートの権利は弊社に帰属しており、いかなる目的であれ、無断で複製または転送等を行わないようお願いいたします。