

## 米国 ベトナムとタイにおける農産物輸出機会(抜粋)

[米国農務省国際農産物貿易レポート 2024年5月15日](#)

### 要約

ベトナムは、コロナ禍からの回復と高いインフレ率への対処という課題にもかかわらず、消費者向け商品を輸出する豊富な機会を提供している。ベトナム経済は、今後数十年で大幅な拡大が見込まれている。人口の急増と中間層の増加により、ベトナムの消費者は食品の原産地と原材料についてより敏感になっている。安全で高品質な農産物の提供者として、米国の農産物輸出業者はベトナム市場での販売を強化するのに有利な立場にある。また、ベトナムには、小売業、観光業、食品加工業など、価値の高い米国産品を吸収できる成長分野があり、消費者は健康とウェルネスへの関心を高めている。同様の理由から、特に成長する中間層と強力な国内産業により、タイにも米国産消費者向け農産物のチャンスがある。

### ベトナムのマクロ経済の展望

1億500万人の人口を抱えるベトナムは、世界で最も急速に経済成長している国の一つである。ベトナムの国内総生産(GDP)の実質成長率は、2022年に8.1%に達した後、2024年には6.0%で安定すると予想されている<sup>\*1</sup>。この成長は、サービス業及び工業部門の大幅な拡大と、コロナ禍後の観光業の継続的な回復によって支えられている。2023年の一人当たりGDPは4,284ドルで、2022年に比べて160ドル増加した。世界銀行によると、ベトナムの金利は国内の金融政策措置により安定している。ベトナムは地理的に東南アジアの戦略的位置にあり、影響力のある良好な地域関係を維持している。全体として、ベトナムは、中間層と若年人口が急速に増加し、消費者のグローバルな行動パターン、一人当たり所得の増加、及び主要セクター(小売、観光、食品加工等)の経済的拡大の影響を受けている活発な市場である。(\*1: S&P世界市場情報)

### ベトナムの農産物貿易の概要

ベトナムは2023年に、世界から320億ドル相当の農産物を輸入した。ベトナムがコロナ禍関連の貿易や旅行の停止から回復したため、輸入は過去3年間で増加した。2023年のベトナムへの農産物の上位供給国は中国、ブラジル、米国で、オーストラリア、インド、カンボジアがそれに続いた。過去30年間に、ベトナムは主要な貿易相手国との地域的及び二国間の自由貿易協定(FTA)をいくつか批准した。貿易相手国がFTAを締結していない場合、最恵国待遇が適用される。

### 米国のベトナムへの輸出機会

市場の全体的な成長予測と、高品質で安全な米国産品に対する強い嗜好により、米国の農産物には手堅いチャンスが存在する。米国は2023年に31億ドルの農産物をベトナムに輸出し、中国とブラジルに次ぐ3番目の農産物輸出国であった。上位の輸出品目は、飼料と製造業に関連するバルク商品であった。これらの産品は米国の輸出市場で大きなシェアを占めているが、多くの消費者向け商品も上位の輸出品の一つであり、エキサイティングな成長機会を示している。中間層が急速に増加し、米国の高品質産品が好まれているものの、ベトナムは価格に敏感な市場である。

### 価値の高い消費者向け産品の需要

ベトナムの消費者は、高品質で安全な産品を求めている。人口と中間層がともに増加を続ける中、米国の消費者向け産品の輸出業者はこの需要を満たす態勢がよく整っている。米国産品は、小売、ホテル、食品加工など、様々なレベルで販売されており、これらはすべてベトナムの成長産業である。2022年にベトナムの小売販売額は13%、ホテル・レストラン・施設内給食(HRI)市場は51%、食品加工・製造部門は9%成長した。ユーロモニター・インターナショナル社のデータによると、ベトナムのHRI部門は、レストラン、ベーカリー、カフェ及びバー、露店、ホテル、施設内給食等、33万以上の店舗で構成されている。消費者向けの米国産品は、ベトナムの食品加工部門でも原料としても使用されている。食品加工原料は、乳製品、その他の食用の牛製品、加工果実、ナッツ類、ピーナッツ及びジャガイモ等である。

### 生鮮果実(果実以外の個別の品目についての記述は省略)

ベトナム市場は、米国産生鮮果実の輸出拡大の大きな潜在的可能性を有している。2023年の米国のベトナム向け生鮮果実輸出額は1億500万ドルに達し(国内のインフレもあって2022年から13%減少)、主な品

目はリンゴ、サクランボ、ブドウであった。農務省は2023年2月に、他の米国政府機関と協力し、米国産グレープフルーツの市場参入を獲得するための取組みを行った。ベトナムは、リンゴ、サクランボ、ブドウ、ナシ、ブルーベリー、オレンジ、グレープフルーツの合計7品目の米国産生鮮果実の輸入を許可している。経済成長によってベトナムの消費者の購入可能価格が上昇し、彼らがより健康的な食生活を取り入れるにつれて、輸入果実はますます人気が高まると見られる。

### タイにおける消費者向け米国産品の輸出機会

東南アジア諸国連合(ASEAN)でシンガポール、ブルネイ、マレーシアに次ぐ4番目に高い一人当たり所得を誇るタイにも、米国の消費者向け産品の輸出機会が多く存在する。人口は7千万人で、2022年には2.5%であった実質GDP成長率は2024年には3.0%と予測されており、中間層の拡大に伴い個人消費は増加すると予想されている。GDP成長率は2027年までに3.5%に達すると予測されている<sup>\*2</sup>。タイ経済が観光業に大きく依存しているため、コロナ禍後の回復は継続的な経済成長にとって極めて重要である。2022年の消費者物価上昇率の高い時期を経て、物価は安定しており、インフレ率は短期的には2%を下回る水準にとどまると予想されている。世界銀行によると、2022年の一人当たりGDPは6,910ドルで、2021年に比べて150ドル減少した。タイの強力な財政・金融政策により、同国への投資が増加している。その結果、タイの経済成長の見通しは有望である。(\*2: S&P世界市場情報)

### タイの農産物貿易の概要

タイは2023年に170億ドルの農産物を輸入し、その上位供給国はブラジル、中国、欧州連合であった。米国の輸出額は12億ドルで、タイへの農産物の供給国として第5位であった。タイへの米国の農産物輸出のトップは、飼料と製造業に関連するバルク商品であったが、消費者向けの米国産品にも大きな輸出機会がある。ベトナムと同様に、タイにも米国の農産物に依存する大規模な小売業、観光業、食品加工業がある。農務省海外農業局の「タイ輸出ガイド」([TH2022-0083](#))によると、タイの消費者の間では、利便性の高い加工食品や調理済み食品、健康食品、及びフードデリバリーの需要が高まっている。植物由来の産品や何かを含まない産品も人気が高まっている。過去20年間に、タイは主要な貿易相手国との地域的及び二国間のFTAをいくつか批准した。貿易相手国がFTAを締結していない場合、最恵国待遇が適用される。

**成長の可能性のある品目** (果実以外の個別の品目についての記述は省略)

**生鮮果実** 米国は、タイへの生鮮果実の供給国として常にトップ5にランクされている。上位の輸出品目は生鮮リンゴとサクランボで、2023年にはどちらも増加した(金額ベースで35%及び83%)。生鮮果実の輸入はタイ通貨(バーツ)の変動に悩まされているが、輸入生鮮果実の需要は依然として堅調である。

### 結論

人口と経済の成長が見込まれるベトナムは、引き続き米国の農産物輸出にとって高い成長の可能性を有する市場であると見られる。ベトナムの消費者は高品質で安全で栄養価の高い産品を求める傾向が次第に強まっているため、消費者向けの産品には特に良い輸出機会がある。乳製品(チーズ、脱脂粉乳)、生鮮果実(リンゴ、サクランボ)、肉製品(牛肉、鶏肉)、加工品(調味料、ペットフード)、ナッツ類(ピスタチオ、アーモンド)はすべて、米国の輸出にとってエキサイティングな成長分野である。

また、タイは、人口と中間層の増加、健康的で栄養価の高い食品への嗜好の高まり、価値の高い米国産品を吸収できる強力なセクター等、多くのベトナムと同じ理由から、消費者向けのプレミアムな産品の輸出機会を提供している。

両国では、米国製ブランド商品に対する消費者の嗜好が強く、これはさらに高まっており、米国の農産物輸出業者らは、これらの市場でエキサイティングな展望を見出すことは確実である。