

## 第22章 主要産業の動向と FTA の影響

### 1. ベトナムの主要産業

実質 GDP で見たベトナムの産業構成比（2024 年）は、第 1 次産業が 10.4%、第 2 次産業が 36.5%、第 3 次産業が 44.2%、生産上の課税補助金（Products taxes subsidies on production）が 8.8% となっている（図表 22-1）。比較可能な 2010 年との比較で見ると、「製造業」（17.1%→23.6%）の構成比が相対的に上昇し、「第 1 次産業」（15.4%→10.4%）が低下している。

図表 22-1 をもとに次節以降、ベトナムの主要産業として、製造業では「二輪車」、「自動車」、「食品加工」、2008 年以降の貿易収支改善に最も貢献した「携帯電話」、米国向け輸出が増加している「縫製」、卸売・小売業ではベトナム独特のエコノミック・ニーズ・テスト（Economic Needs Test : ENT）の要件が残るものの日系企業の進出が増えた「小売業」を取り上げ、業界動向を詳述する。また、ベトナムが今後取り組んでいく予定である「半導体」についても、業界動向を詳述する。

図表 22-1 ベトナムの産業構成比（実質）

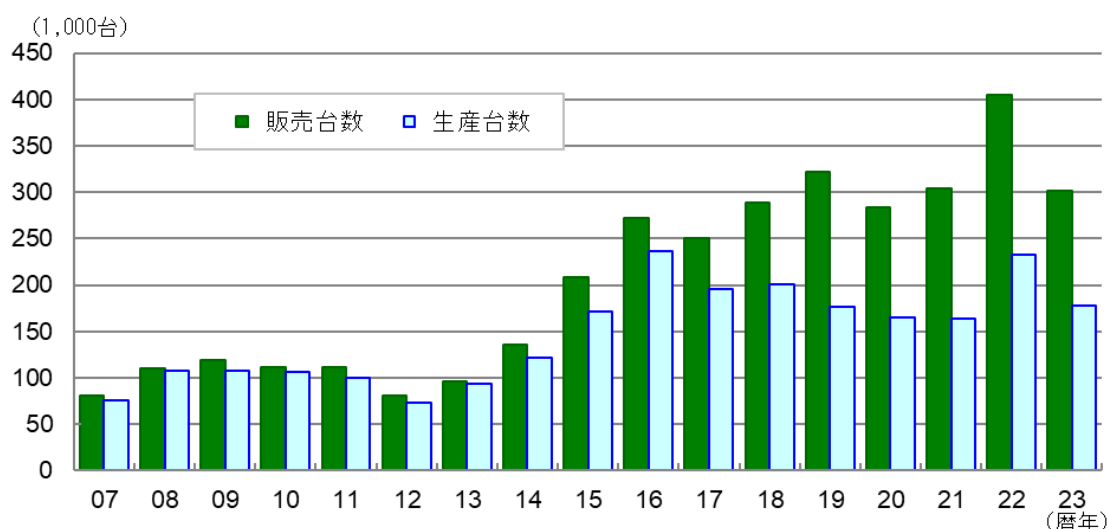
(金額：兆ドン)	2010年基準			構成比		
	2010	2024	(年率)	2010	2024	(差分)
<b>全体</b>	<b>2,740</b>	<b>6,269</b>	<b>6.1%</b>	<b>(100.0%)</b>	<b>(100.0%)</b>	<b>(-)</b>
第 1 次産業	421	653	3.2%	(15.4%)	(10.4%)	(-5.0%)
第 2 次産業	905	2,287	6.8%	(33.0%)	(36.5%)	(+3.5%)
鉱業・採石業	186	143	-1.9%	(6.8%)	(2.3%)	(-4.5%)
製造業	469	1,482	8.6%	(17.1%)	(23.6%)	(+6.5%)
公益業	77	249	8.7%	(2.8%)	(4.0%)	(+1.1%)
建設業	172	413	6.5%	(6.3%)	(6.6%)	(+0.3%)
第 3 次産業	1,113	2,774	6.7%	(40.6%)	(44.2%)	(+3.6%)
卸売・小売	203	581	7.8%	(7.4%)	(9.3%)	(+1.9%)
運輸・倉庫	129	370	7.8%	(4.7%)	(5.9%)	(+1.2%)
ホテル・レストラン	77	156	5.1%	(2.8%)	(2.5%)	(-0.3%)
情報・通信	120	358	8.1%	(4.4%)	(5.7%)	(+1.3%)
銀行・保険	123	343	7.6%	(4.5%)	(5.5%)	(+1.0%)
不動産	141	214	3.0%	(5.1%)	(3.4%)	(-1.7%)
専門サービス	65	162	6.7%	(2.4%)	(2.6%)	(+0.2%)
公共サービス	60	125	5.4%	(2.2%)	(2.0%)	(-0.2%)
教育・訓練	80	193	6.5%	(2.9%)	(3.1%)	(+0.2%)
その他サービス	114	272	6.4%	(4.2%)	(4.3%)	(+0.2%)
生産課税補助金	301	555	4.5%	(11.0%)	(8.8%)	(-2.1%)

（出所）ベトナム統計総局より作成

## 2. 自動車

アジア諸国の経験則では、1人あたり GDP が 3,000 ドルから 5,000 ドルの範囲に成長すると、乗用車普及率が急拡大する傾向にある。2023 年のベトナムの 1 人あたり GDP は 4,284 ドル（世界銀行調べ）であり、ベトナムにおいては、今後乗用車普及率が急拡大する可能性がある。2023 年の自動車販売台数は 30.1 万台であるが、この中には、韓国系のヒュンダイ・タインコンと地場のビンファストが含まれていない。この 2 社が発表する販売台数を加えると、2023 年の新車販売市場は約 51 万台と推定され、インドネシア（約 100 万台）、タイ（約 78 万台）、マレーシア（約 80 万台）に比べて市場規模はまだ小さいものの、市場は継続して成長基調にある。他方、販売台数に比べ、生産台数は伸びていない。新型コロナウイルスの影響もあって、2019 年以降のベトナムの生産台数は伸び悩んでいたが、2022 年には増加した（図表 22-2）。なお、ベトナム地場のビンファストについては、全世界での EV 販売台数が公開されており、2023 年は約 3.4 万台、2024 年は約 9.7 万台納車したとのことである。

図表 22-2 完成車の販売台数と生産台数の推移



（出所）ASEAN AUTOMOTIVE FEDERATION より作成

### （1）パンデミック以降のベトナム自動車販売市場

2020 年の自動車販売市場は、新型コロナウイルス感染拡大の影響で世界的に低迷した。ベトナムも例外ではなく、新車販売台数は前年を下回った。特に、2020 年 4 月のベトナム全土における外出制限を伴う社会隔離措置下では、自動車販売店も一時的に休業せざるを得ない状況となり、同月の販売は前年同月比 4 割以上の大幅な減少となった。それでも、国内での感染がいったん収束したのに伴い、下半期は前年を上回る伸びを見せた。政府はベトナム国内の自動車メーカーを支援するため、2020 年 6 月に政令 70 号を公布し、同日から 12 月 31 日までの期間、国内で組み立て生産された自動車の登録料を 50%減額した。これにより、輸入車に対する国産車の価格競争力が高められ、6 月以降は国産車の販売が輸入車を大きく上回る伸びが続いた。

2021 年の自動車販売市場は、4 月以降の新型コロナウイルス感染拡大に伴う社会隔離措置の適用に従い、販売台数は下降した。2021 年 7 月から 9 月にかけての、ベトナム南部を中心とした厳

格な社会隔離措置適用の結果、工場の稼働率低下が相次ぎ、生産台数も停滞した。また、前年度の自動車登録料の半減措置の反動も受け、2021 年は国内生産車の販売が伸び悩んだ。この状況も受け、政府は 2021 年 11 月に、再度国内生産車の自動車登録料を 12 月から 6 ヶ月間半減することを定めた政令 103 号を公布した。この度の政令でも優遇措置の対象から輸入車は外された。この自動車登録料の減免は、2023 年 7 月から 12 月の 6 ヶ月間も実施された。

2022 年には、4 月までに多くの主要ブランドで同年前月比 2 桁～3 桁の販売台数の伸びを記録した。しかし、2023 年には景況感の悪化や金利の高止まりなどの経済の不透明感により、販売台数は再度減少した。

## (2) 政府の自動車政策の方向性と EV 政策

ベトナム政府の自動車産業政策には、2014 年 7 月に決定した「2025 年までのベトナム自動車産業発展戦略及び 2035 年までのビジョン」(1168/QD-TTg) や、2016 年 2 月に公布・施行された「自動車産業発展計画・支援政策に関する首相決定 (229/QD-TTg)」がある。また、2022 年 7 月に公布・施行された首相決定 (876/QD-TTg) で、2040 年の内燃機関車の国内生産と輸入の停止及び 2050 年の内燃機関車の走行ゼロという目標を掲げた。その後、2023 年 12 月に、2050 年までにグリーンエネルギーへ移行し、運輸部門の二酸化炭素・メタンの排出をネットゼロにする行動計画が建設省より公表された (1679/QD-BGTVT)。

「2025 年までのベトナム自動車産業発展戦略及び 2035 年までのビジョン」には、国内自動車産業の生き残り戦略、その目標及び方向性などが含まれている。例えば、乗用車分野の戦略を「交通インフラや国民の収入に適した小型で燃費の良い車種に集中する」などと規定し、国内生産台数 (2020 年 : 約 23 万台、2025 年 : 約 47 万台、2035 年 : 約 153 万台) や自動車生産に対する国内製造加工額の比率 (乗用車の例、2020 年 : 30～40%、2025 年 : 40～45%、2035 年 : 55～60%) が具体的な目標として挙げられている。

2016 年 2 月に施行された「自動車産業発展計画・支援政策に関する首相決定」では、優遇措置を受けられる企業の条件などが規定された。優遇措置を受けられる条件は、年間 5 万台以上の優先車種の製造能力を持つ企業や、重点部品 (エンジン、ギアボックス、トランスミッション) を生産する企業とされている。優先車種には、①1,500cc 以下で 9 人乗り以下の低燃費で購入しやすい低価格の小型乗用車、②3t 以下の農業用小型多目的トラック、③農業用作業車、④近・中距離バスなどが挙げられている。優遇措置の詳細は規定されていないが、「首相が決定する割合での法人税の優遇」、「土地に関する優遇」、「機械・設備の輸入関税の優遇」、「トランスミッション、ギアボックス、スペアパーツなどの輸入関税の優遇」などが、方針として示されている。

2022 年 7 月に公布・施行された首相決定 (876/QD-TTg) では、COP26 での気候変動対策に関する国際的コミットメントを背景に、2050 年までに交通分野の温室効果ガスの排出を「実質ゼロ」にすることを目指す旨が示された。具体的には、道路、鉄道、水路、海運、航空、都市交通の各分野で、電動車両やエコエネルギーの普及を進めるとともに、充電施設などの関連インフラを整備することとなっている。また、資金調達においては、国家予算、海外支援、民間投資を活用し、官民連携と国際協力を強化する方針も示された。

前述した首相決定をうけて、建設省は、2023 年 12 月に「グリーンエネルギーへの転換、二酸化

炭素及びメタン排出削減行動計画」を実施する計画を公表した（1679/QD-BGTVT）。本計画は2050年までに実質ゼロ排出を目指し、国内資源と国際協力を活用した持続可能な交通運輸産業の構築を目的としている。この計画では、道路、高速鉄道、港湾、空港といった交通インフラの「グリーン化」を推進し、再生可能エネルギーの使用を広めるための具体的な行動指針が示されている。また、国際資金調達と政策的インセンティブによる誘導を図り、交通運輸分野での電動化及びエネルギー効率向上を目指している。各機関にはそれぞれの責務が割り当てられ、実施状況の監督と評価も計画の重要な要素となる。本取組は、環境保護と経済発展を両立すべく、国際的連携を伴う具体的な施策を含むものである。

ASEANの自動車販売市場では最近、各国ともカーボンニュートラル達成に向けて各種施策を推進しており、その対策の大きな柱として自動車の電動化を加速させている。ベトナム自動車工業会（VAMA）は2021年9月、2050年までのEV化推進のロードマップを示し、具体的には、2030年まではガソリン車を中心に年間100万台の生産を目指し、その後、EVの生産を2040年までに年350万台、2050年までに年400万～450万台に引き上げるとの計画を発表した。EV向けのインフラが未整備で、利用者の利便性が確保されない段階では、環境負荷を抑えたハイブリッド車（HEV）やプラグインハイブリッド車（PHEV）へのシフトも選択肢となるため、VAMAはHEVやPHEVも含めた支援を政府に要請している。

政府は、2022年3月から、EV購入時の特別消費税と自動車登録料を減免することを決めた。また、自動車登録料について、現在9人乗り以下の乗用車に対する新規登録料は原則10%であるが、EVの場合、2022年3月1日から3年間は免除することとした。3年経過後の2025年3月1日から2年間は、ガソリン車などの半額相当に減額することとなっていた。この措置は、2025年3月の政令（No.51/2025/ND-CP）によって、2027年2月28日まで延長された。

図表 22-3 自動車に係る特別消費税率

項目	EV			ガソリン車など
	現行	2022年3月	2027年3月	現行
9人乗り以下	15%	3%	11%	35～150%
10～15人乗り	10%	2%	7%	15%
16～23人乗り	5%	1%	4%	10%
貨客兼用	10%	2%	7%	15～25%

（注） ガソリン車などの9人乗り以下と貨客兼用は、排気量によって税率が変わる。

（出所）JETROより作成

図表 22-4 9 人乗り以下の乗用車の特別消費税と自動車登録料

乗用車	項目	現行	2022 年 3 月～	2025 年 3 月～	2027 年 3 月～
EV	特別消費税	15%	3%		11%
	自動車登録料	10%	0%	5%	
ガソリン車など	特別消費税	35～150%			
	自動車登録料	10%			

(注) 自動車登録料は原則 10%だが、各省・市の人民委員会によって上限 15%まで調整可能。表上では国内生産車への優遇措置などは加味していない。

(出所) JETRO より作成

政府は国内の EV 生産に対する支援も検討している。ファム・ミン・チン首相は 2022 年 1 月、EV 関連の大型投資の誘致と今後 5 年の EV 輸出を念頭に、商工省に対して方策を検討するよう指示した。また、2024 年 12 月には、EV 充電ステーションの電気料金に関する補助制度が計画されている旨の報道もあった。政府は 2050 年までのカーボンニュートラル達成を目指し EV への期待は大きく、政府が今後どのような追加支援をしていくか、その動向が注目される。

### (3) ベトナム初の自動車メーカー「ビンファスト」

自動車に対する需要が増え、かつ ASEAN 域内からの完成車輸入の関税率が撤廃されたベトナムにおいて、2019 年に自動車市場に本格参入したビンググループのビンファスト (VINFAST) の動向が注目される。ビンファストは、2017 年に突如自動車業界に現れたベトナム初の自動車メーカーであり、ベトナムでは誰もがその名を知る国内最大コングロマリット「Vingroup JSC (ビンググループ)」の傘下企業の一つであり、アジア市場への拡大を進める方針を示している。

ビンファストは、小型車「Fadil」を 2019 年 6 月に発売し、以降、Fadil やビンファストのセダン「Lux A2.0」は、国内の月間販売台数上位 10 位に何度も入っている。ビンファストは、ガソリン車だけでなく、EV 電気自動車の製造にも力を入れ、2021 年 3 月には、初の EV 車である「VFe34」の予約受付を開始し、開始からわずか 12 時間後までに 3,692 件の注文を受付けた。

2021 年 12 月には、初の「VFe34」が顧客に引き渡されている。また、ビンファストは、2021 年 3 月に、台湾のバッテリーメーカー ProLogium と、ベトナムで EV 向け全固体電池パック製造の合弁会社を設立することで合意した。ビンファストは、ProLogium が特許を保有する電池パックの組立技術を活用し、2023～24 年に量産する EV にこの電池を搭載するとしている。

ビンファストは、2022 年 1 月には、年末までにガソリン車の生産を中止し、EV 電気自動車の生産に特化する方針を示し、2022 年 7 月にはガソリン車の新規注文の受付を停止し、既に受け付けた注文はガソリン車の生産ラインを閉鎖する前に引き渡されると表明している。世界の有力電気自動車メーカーを目指すビンファストは、国内市場だけでなく、アメリカやヨーロッパへの進出を進めている。2025 年 5 月には、ドイツの自動車ディーラーと契約し、3 つのショールームを開設する計画を公表している。また、ビンファストは、年間約 95 万台の生産能力を持つ主力工場を北部ハイフォン市に保有する一方で、2025 年 6 月にはハティン省に年間約 20 万台の生産能力を持つ工場を開設した。ビンファストは、年間 100 万台の EV を生産することを目標としており、これを踏まえ、工場を開設したものと捉えられる。



#### (4) セダン・SUV の人気が高い国内市場

ベトナムの自動車販売の特徴は、セダンの比率が高いことである。VAMA の、国内自動車販売台数の推移を見ると、2023 年以降は、乗用車の構成比が概ね 80%弱で推移しており、その中でもセダンやスポーツ・ユーティリティ・ビークル（Sport Utility Vehicle：SUV）の人気が高い。

図表 22-5 タイプ別に見た国内販売台数の推移

	2021	2022	2023	2024
合計	277,203	358,063	276,358	286,102
(構成比)	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
乗用車	203,766	284,317	214,600	220,284
(構成比)	73.5%	79.4%	77.7%	77.0%
セダン	75,588	90,984	52,658	47,521
(構成比)	27.3%	25.4%	19.1%	16.6%
SUV	64,091	85,903	62,234	83,002
(構成比)	23.1%	24.0%	22.5%	29.0%
クロスオーバー	28,094	34,544	37,837	28,923
(構成比)	10.1%	9.6%	13.7%	10.1%
MPV	22,051	55,288	53,062	52,723
(構成比)	8.0%	15.4%	19.2%	18.4%
ハッチバック	4,457	4,615	1,868	996
(構成比)	1.6%	1.3%	0.7%	0.3%
高級車	9,485	12,983	6,941	7,119
(構成比)	3.4%	3.6%	2.5%	2.5%
商用車	68,134	66,578	54,819	57,034
(構成比)	24.6%	18.6%	19.8%	19.9%
ピックアップ	25,325	22,762	20,122	23,163
(構成比)	9.1%	6.4%	7.3%	8.1%
バン	1,536	1,656	1,347	1,658
(構成比)	0.6%	0.5%	0.5%	0.6%
小型トラック (GVM≤5,000kg)	23,272	16,439	14,542	10,666
(構成比)	8.4%	4.6%	5.3%	3.7%
軽型トラック (5,000kg<GVM≤2	11,801	10,069	8,310	10,091
(構成比)	4.3%	2.8%	3.0%	3.5%
中型トラック (10,000kg<GVM≤	1,372	141	27	276
(構成比)	0.5%	0.0%	0.0%	0.1%
その他トラック	4,828	15,511	10,471	11,180
(構成比)	1.7%	4.3%	3.8%	3.9%

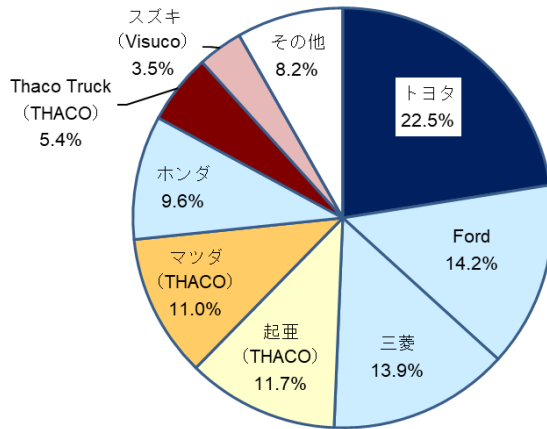
	2021	2022	2023	2024
バス	2,039	3,831	5,910	7,748
(構成比)	0.7%	1.1%	2.1%	2.7%
ミニバス (10-16席)	1,383	2,790	4,124	5,151
(構成比)	0.5%	0.8%	1.5%	1.8%
中型バス (17-30席)	26	116	140	158
(構成比)	0.0%	0.0%	0.1%	0.1%
大型バス (31-55席)	611	870	1,489	2,439
(構成比)	0.2%	0.2%	0.5%	0.9%
シティバス	19	55	157	-
(構成比)	0.0%	0.0%	0.1%	-
多目的車	3,264	3,337	1,029	1,036
(構成比)	1.2%	0.9%	0.4%	0.4%
ダンプトラック	3,219	3,276	1,007	1,008
(構成比)	1.2%	0.9%	0.4%	0.4%
その他	45	61	22	28
(構成比)	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

(出所) ベトナム自動車製造協会 (VAMA) より作成

#### (5) 自動車販売市場におけるメーカー各社のシェア

2024 年のブランド別の市場シェアは、トヨタが 22.5% (シェア 1 位)、次いでフォードが 14.2%、三菱が 13.9%となっている。トヨタが今のところシェア 1 位を確保しているが、トヨタに迫る勢いでフォードが追い上げてきている。また、メーカー別で見ると、地場のチュオンハイ (Truong Hai Auto Corporation：THACO) が最大手である。チュオンハイ (1997 年に前身の会社が設立された) は地場の完成車メーカーで、日本のマツダ、韓国の起亜自動車、Thaco Truck の各ブランドの乗用車の生産・販売を行っており、チュオンハイ合計の市場シェアは 28.1%と、トヨタ (トヨタ、レクサス合算) の 22.5%を上回っている。なお、以下の表は、ベトナム自動車製造協会 (VAMA) の発表値をもとにしたものであり、ビンファストやヒュンダイなどが含まれていないことに留意する必要がある。

図表 22-6 自動車販売市場の各メーカーのシェア（2024 年）



（出所）ベトナム自動車製造協会（VAMA）より作成

### 3. 二輪車

#### （1）コロナ禍におけるベトナムバイク市場

ベトナムの二輪車市場は 1990 年代の外資系メーカー進出による国内生産開始までラオス経由で輸入されるタイ製の二輪車が主だったが、1993 年に台湾の慶豊グループ（現、三陽工業）の進出を契機に、1995 年にスズキ、1996 年末に本田技研工業（以下、ホンダ）、1997 年 7 月にヤマハ発動機（以下、ヤマハ）が現地生産を開始した。

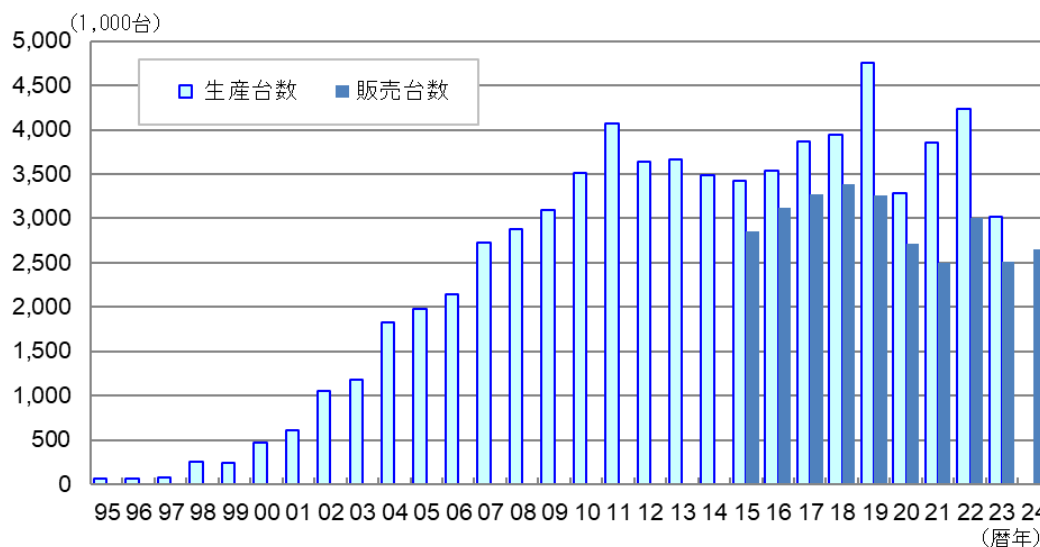
国内生産増加には、ベトナム政府の二輪車政策が大きく貢献している。1998 年の完成二輪車の輸入禁止と同年 12 月の国産化率に連動した奨励的輸入関税政策の導入により、国内二輪車生産台数は 2000 年から急増した。ベトナム統計総局によると 1999 年に 24 万台だった生産台数は、生産台数のピークである 2011 年には 407 万台と約 17 倍に拡大している（図表 22-7）。

2011 年以降、二輪車生産台数は減少傾向にあったが、2015 年を境に再び増加基調に転じ、2019 年には 475.8 万台に達した。ただし、2020 年は、新型コロナウイルスの影響から、生産台数は大幅に減少した。

ベトナムの二輪車販売市場における日系メーカーの存在感は大きく、ほぼ市場を独占している。例年、ホンダが 7～8 割と圧倒的に大きなシェアを占め、ヤマハが 2～3 割、スズキが 1%弱のシェアとなっている。

2024 年の国内二輪車販売台数は、前年比 5.5%増の 265.4 万台となった。ベトナムの二輪車市場はすでに飽和状態にあり、過去には 320 万台～330 万台水準で横ばいとなっていた時期もあったが、2020 年には新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、300 万台を割り込んだ。また、2020 年から 2024 年の間において、2022 年を除いた年の国内販売台数は 300 万台を割り込んでいる。また、ベトナム政府は、2022 年 4 月に、ハノイ市やホーチミン市などの 5 つの都市を対象に、2030 年以降の二輪車通行制限に向けた検討を実施することを指示しており、このような政策も今後の二輪車の需要に影響を及ぼす可能性がある。

図表 22-7 二輪車の生産台数・販売台数（2015 年以降）の推移



(出所) 東南アジア自動車連盟 (AAF) より作成

今後の二輪車生産台数を予想する上で重要となるのが、「所得水準の向上に伴う二輪車から自動車への需要シフトの動き」となろう。ベトナムの1人あたり GDP は、3,000 ドルに到達しており、乗用車への本格的な需要シフトが到来するタイミングに入っている。その一方で、ベトナムの場合、都市部が自動車の使用を想定した設計になっておらず、駐車場の数も決して多くない。近隣のインドネシア（ジャカルタ）のように、渋滞が慢性化してしまうと元の状態には戻れないことを危惧する見方もある。

ベトナムでは、ハノイ、ホーチミン、ハイフォン、ダナン、カントーの5都市において、排気ガス軽減、渋滞対策や交通秩序の強化のために、2030年までに公共交通機関の利用率を上げつつ、一部地区におけるバイク通行の制限または禁止する計画が示されている。

ただし、公共交通やインフラの整備が進んでいないことも交通渋滞の要因の一つとして挙げられる中で、二輪を規制することは難しいと考えられる。現地企業へのヒアリングにおいても、ベトナムの道路の整備は進んでおらず、鉄道網の構築は進んでいないという意見も聞かれた。企業としては、インフラの状況も確認しつつ、EV バイクが規制の対象となるのか否かなども含め、対応を検討していく方針とのことである。

## (2) バイク市場における電動化の動向

ベトナムでも電動二輪車の市場導入に関する動きが活発化している。ビンファストは2018年11月に電動スクーター「Klara（クララ）」を発売したのに続いて、2019年9月には「Impes（インペス）」と「Ludo（ルド）」の2車種を発売、2022年2月には「Vento」を発表、2025年4月には「エボリットネオ（Evo Lit Neo）」と「エボネオ（Evo Neo）」の2車種を発売した。同社は電動バイクやEV向けに、充電ステーションを設定しており、ベトナムの全63省と市全てに設置が完了している。また、ビンファストは、2024年3月に、充電ステーションの部門を分離し、GREEN グローバル充電スタンド開発会社（V-GREEN）という新会社を立ち上げている。

また、Son Ha（ソンハー）グループは2020年8月に Bosch（ボッシュ）と提携し、10月に北部



バクニン省で電動二輪車工場の稼働を開始したと発表した。

### (3) 化石燃料を動力源とする二輪車の乗り入れ規制

2025 年 7 月に公布された首相指令第 20 号により、2026 年 7 月以降、ハノイ市の環状 1 号線に、化石燃料を動力源とする二輪車の乗り入れが禁止される。また、2028 年 1 月以降は環状 2 号線、2030 年までに環状 3 号線までも対象に加わる。なお、2028 年 1 月以降は、自家用のガソリン車も規制の対象となるとのことである。これらをうけて、ハノイ市は、EV などの環境に配慮された自動車の推進や充電ステーションの開発を推進する旨を示している。具体的には、特定の地区の住人は、化石燃料を動力源としない二輪車へ切り替える際、財政支援を受けることができる旨の決議案の草案が示されている。

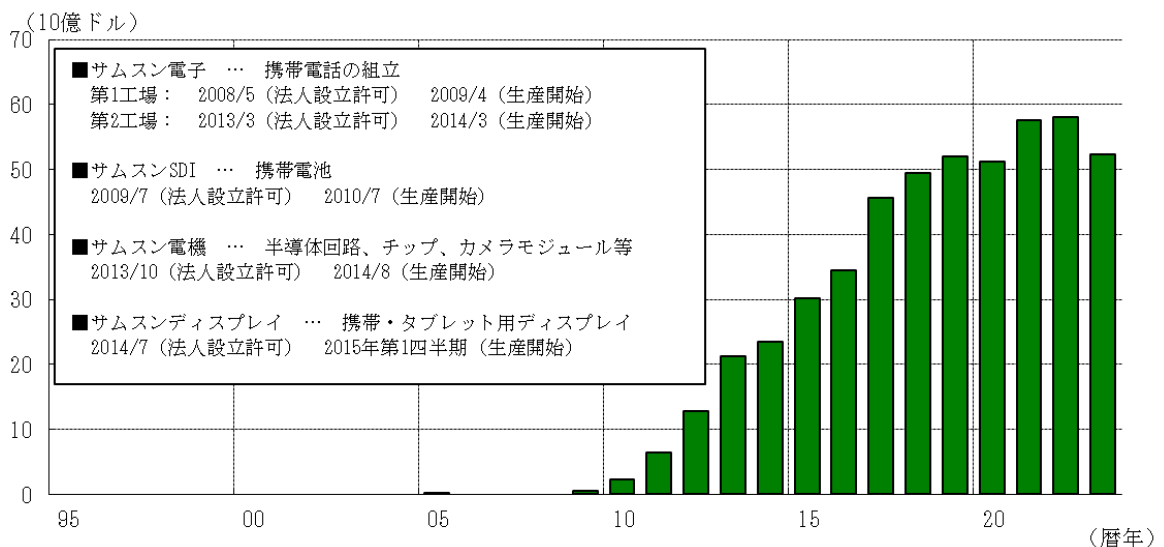
また、ホーチミン市においても、化石燃料を動力源とするバイクの乗り入れ規制が進められており、低排出ゾーン（Low Emission Zone : LMZ）として定められた特定の地域には、基準を満たさない二輪車の乗り入れが禁止される計画が公表されている。また、LMZ に居住する住民が、化石燃料を動力源とする二輪車を購入することが禁止されるようになるという計画も示されており、今後、この規制の対象に自動車も追加されるかどうかも含めて、注視が必要となる。

## 4. 携帯電話

### (1) 貿易赤字改善の主因となった携帯電話

UNCTAD 統計に基づく、ベトナムの「電話機器」分野の貿易収支は恒常的に赤字だったが、サムスン電子の携帯電話の第 1 工場が稼働した 2009 年を境に輸出が急増し、黒字に転換した（図表 22-8）。2023 年の当該分野の貿易黒字は 436 億ドルと、全体の貿易黒字（17 億ドル）を大きく上回っており、ベトナム経済における韓国企業の影響は年々高まっている。

図表 22-8 「電話機器」の輸出額



（出所）ベトナム統計総局、ブイ・ディン・タン「サムスンのベトナム進出とベトナム経済への影響」より作成

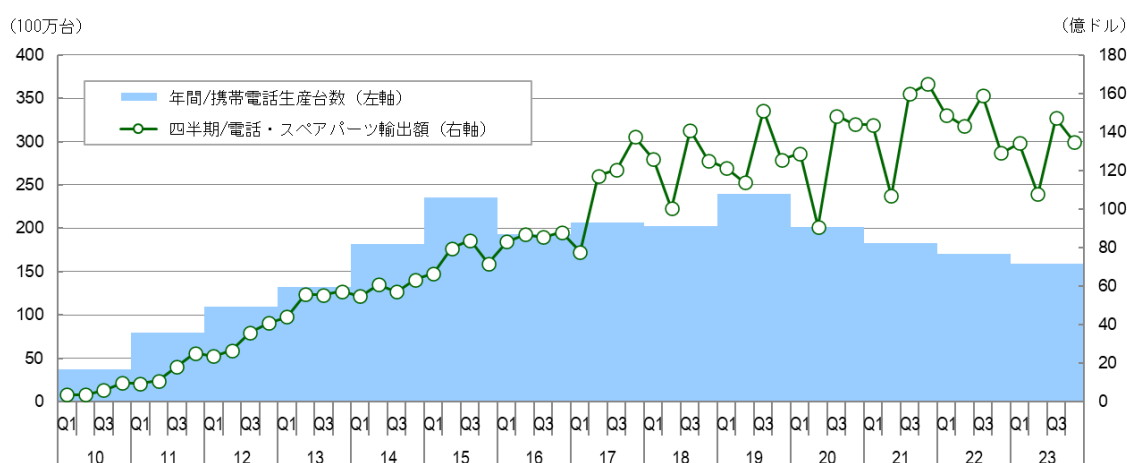
## (2) 携帯電話のベトナムへの生産シフトが進行中

ベトナム統計総局によれば、同国内での携帯電話生産台数は約1億6千万台（2023年速報ベース）であり、2019年に約2億4千万台に到達して以降、やや減少傾向にある。また、単価の高い高付加価値製品の輸出が増え、輸出金額は増加傾向にある。（図表22-9）。携帯電話の生産規模の拡大に伴い、ベトナムでは携帯電話に関わる部品メーカー数が増加している。現地報道によると、2019年時点でのサムスン電子のベトナム企業サプライヤーは、1次サプライヤーが35社、全体では308社となっている模様である。特に1次サプライヤーは2015年初の4社から着実に増加している。

このようなサプライヤー数の増加に伴い、サムスン電子（第1工場）の現地調達率は2014年の35%から2016年には51%、2017年には57%、2019年には59%へと上昇している。同工場はベトナム北部バクニン省イエンフォン工業団地に立地しているが、当工業団地には、既にカメラモジュール、プリント回路基板、レンズ、ケースなどの関連サプライヤーが既に集積している。

携帯電話の製造に関わる歴史を振り返ると2000年代に携帯電話事業をリードしてきたノキアが、スマートフォンの登場によりシェアを落としたように、サムスン電子が現在のシェア、生産台数や単価を継続的に維持・向上させることは容易ではないが、短期的にはベトナムが中国や韓国から携帯電話の生産をシフトすることで、ベトナムでの生産量は高水準で推移すると期待される。既に、サムスン電子は2018年末に中国の天津市のスマートフォン工場での生産を停止し、2019年には広東省恵州市の工場の閉鎖方針を発表した。ベトナムの貿易収支にとっても、サムスン電子への依存はリスク要因である一方、当面はベトナムへの生産移管と現地調達率の上昇で、貿易黒字が拡大する可能性が高いと予想される。なお、サムスンの2024年の利益が大幅に減少したという報道がある中で、アメリカの関税政策も影響すると考えられるため、今後の動きを注視する必要がある。

図表 22-9 携帯電話の年間生産台数と輸出額の推移



（出所）ベトナム統計総局より作成

## (3) 5G の普及

ベトナムでは現在、5G ネットワークの普及が急速に進められている。特に、5G 基地局の設

置に関しては、ベトナムの主要な通信事業者である Viettel、VNPT、MobiFone が中心となって推進している。ベトナム政府としては、2025 年末までに 68,457 の基地局を設置し、人口の 90% がアクセス可能になることを、2030 年までには全国民の 99% がアクセス可能になることを目指している。また、これを支援するために、ベトナム政府は 20,000 以上の 5G 基地局を設置し、稼働させた場合、設備費の 15% を補助金として支給することとしている。

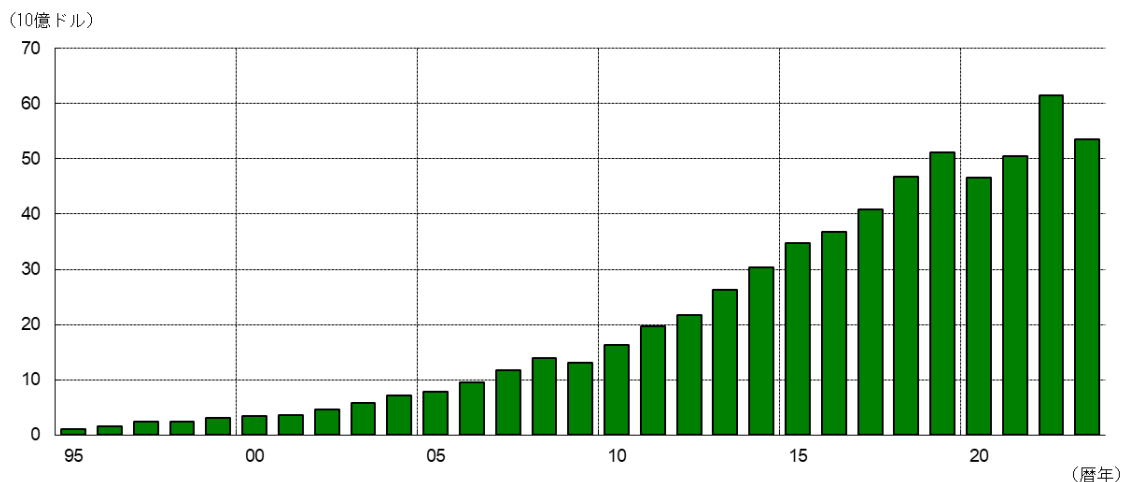
これらの動きを受けて、各通信事業者も、それぞれ異なる戦略で普及を進めている。前述の Viettel は、2025 年 7 月時点で約 600 万人の 5G 契約者数を、年末までに 1,000 万人に目指すことを目指している。また、2025 年に 5G 基地局を 20,000 局設置することも計画している。VNPT は、2025 年 7 月時点で約 300 万人の 5G 契約者数を抱えており、地方都市や空港などの交通量の多い場所におけるネットワーク西部を優先している。また、Nokia や Ericsson などのパートナーと連携し、データ伝送や AI 活用などの新たな機会を模索することとしている。MobiFone は、2025 年 7 月時点で約 250 万人の 5G 契約者数を抱えており、主要都市部や主要地方部における 5G の普及に注力している。

## 5. 縫製

### (1) 輸出増に併せて増加基調にある縫製セクターの貿易黒字

縫製業は「電話機器・音響機器」と並び、ベトナムの重要な輸出産業である。縫製関連（繊維、生地、アパレル含む）分野は 1999 年から輸出超過が続いており、多額の貿易黒字をベトナムにもたらしている。輸出額も年々拡大し、更に近年は川中・川上企業のベトナム進出が増えたため、今後、輸出拡大ペース以上に貿易黒字が増加する可能性は高い（図表 22-10）。

図表 22-10 縫製関連品目（繊維、生地、アパレル）の輸出額の推移



(注) 繊維・縫製製品、フットウェアの合算。

(出所) ベトナム統計総局より作成

ベトナムの縫製業は、新型コロナウイルスにより調達と販売の両面で打撃を受けた。ベトナムの縫製業は、2020 年初め、中国で感染が拡大し中国での素材生産や物流が止まり、生産した

くてもできない状況に陥った。その後、調達の問題は徐々に解消されたが、新型コロナウイルスの感染が世界的に拡大したことにより、世界的にアパレル製品の需要が落ち込むこととなった。2020 年 4 月のベトナム縫製業の輸出額は前年同月比 31.6%減、5 月には 31.9%減と大幅な減少を経験した。

以上の危機を経験したベトナムの縫製業であるが、2024 年の市況も好調であった。ベトナム繊維協会によると、2024 年の縫製・繊維製品輸出額は、前年比 11%増の 440 億ドル（約 6 兆 3,000 億円）と見通しを明らかにした。これにより、インドに次ぐ世界 2 位に浮上する見込みとのことである。バングラデシュの政情不安を受けて、ベトナムの受注件数が増加したことが要因と推測されている。

## (2) 日本、米国の「脱中国」のメリットを最も受けたベトナム

ベトナムの縫製関連の輸出増は、同国が他国に比べて中国のシェア奪取に成功しているためである。中国は人件費高騰の影響でアパレル産業の生産拠点としての魅力が低下している。日本の衣類（財務省「貿易統計」概況品コード：80701、80705）の輸入相手国比率を見ても、2011 年までは全体の 8 割以上を中国が占めていたが、2018 年には 6 割弱と急速に低下している。また、世界最大のアパレル消費国であり、海外からの輸入額が最大の米国でも同様の傾向が窺える。米国センサス局の統計によると、米国の縫製品（米国センサス局“International Trade Statistics”、NAICS Code: 315）輸入に占める中国品の比率は、2010 年の 40.9%から、2018 年には 34.0%と約 7%ポイント低下している。

このように「脱中国」が進む中、バングラデシュやミャンマーなどの労働コストが低い国からのシェアは上昇しているが、ベトナムのシェアの伸びはこれらの国々よりも大きい。同国は、安価で大量の労働力だけでなく、地理的にも縫製産業のサプライチェーンが構築された中国に最も近く、生地やボタンなどの副資材に関わる調達のリードタイムの点で他国よりも良い環境にある点が、最大のシフト先となった一因と考えられる。また、ベトナムの縫製関連企業の中には、売上の 8 割以上がアメリカ市場向けという企業も存在するという報道もあるなかで、今後のアメリカ政府（トランプ政権）の相互関税政策がどのように影響を及ぼすのか、注視が必要である。

中国からのシェア奪取の持続性のカギを握るのが、①供給力の拡大余地、②ドルベースで見た賃金上昇率と予想される。労働集約型の縫製業では、労働コストの低い国への生産シフトが繰り返されている。市場規模の大きい米国や日本向け輸出の増加には、安価な労働力という「量」と、川中・川上を含めたリードタイムの短縮や歩留まり率の向上などの「質」も含めた供給力向上が求められる。また、これまでのベトナムは 10%超の賃上げ率があっても、ベトナム通貨（ドン）安でドルベースの労働コストが抑制されていたが、今後、為替レートや賃上げ率次第では、ベトナムのシェア奪取のペースが鈍化するリスクがある。

## 6. 食品

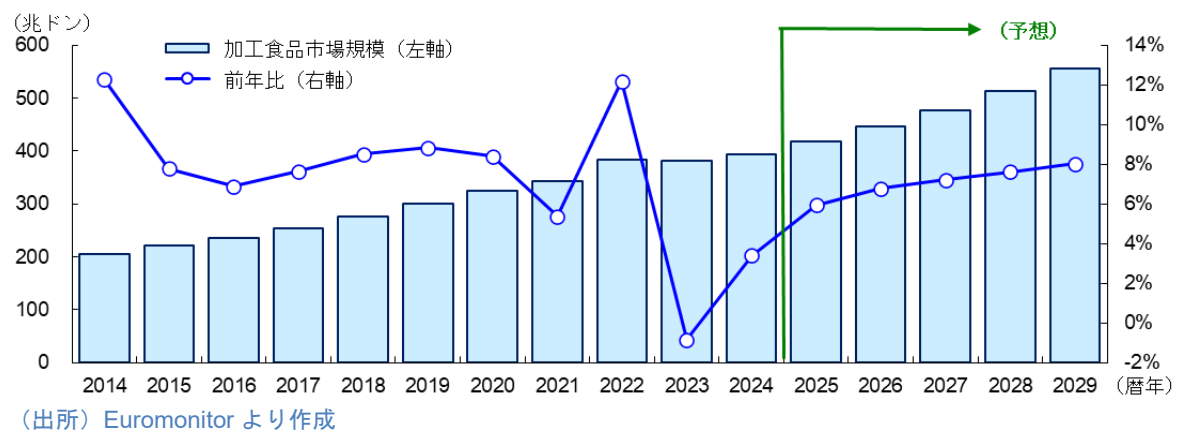
### (1) 食品加工業の市場規模とその推移

2024 年のベトナムの加工食品の市場規模は 394 兆ドン（約 164 億ドル、Euromonitor 調べ）である（図表 22-11）。ASEAN 諸国の中では、インドネシア（約 432 億ドル）、フィリピン（約 178 億

ドル)、タイ (約 164 億ドル) に次ぐ規模であり、人口が上回るフィリピン、所得水準が上回るタイと同程度となっている。2016 年から 2021 年の 5 年間の加工食品市場の成長率 (年率) は 8.0% 増と名目 GDP 成長率 (8.3%増) と同程度であったが、2021 年から 2023 年の 2 年間の成長率 (年率) は 5.5%となっており、名目 GDP 成長率 (9.8%増) よりも小さくなっている。

今後も一定の市場拡大が続くと期待される。Euromonitor が予想する 2024 年から 2029 年にかけての年率成長率は 7.1%増と、ASEAN 主要国との比較で見ても、今後 5 年間の成長率は、インドネシア (8.9%増)、フィリピン (7.4%増) に比べ低いものの、タイ (6.2%増) よりは高い。

図表 22-11 加工食品の売上高推移と前年比



## (2) カテゴリー別に見た加工食品の市場規模

Euromonitor 社では、加工食品市場を 4 つの大分類、16 の中分類に分けており、それぞれの下に多数の小分類・細分類を設けている。図表 22-12 は 2019 年と 2024 年の各分類の売上高と構成比を表しており、これに基づくと、当該期間中で構成比が上昇した品目は、「米・パスタ・麺類」(+1.7%)、「ナッツ・クラッカー類」(+0.7%)、「ビスケット菓子類」(+0.3%) で、低下した品目は「ベビーフード」(▲2.4%)、「ソース・ドレッシング・香辛料」(▲0.4%)、「アイスクリーム・冷凍デザート」(▲0.2%) であった。



図表 22-12 加工食品の売上高と構成比（2019 年→2024 年）

分類	金額（10億ドン）			構成比		
	2019	2024	年率成長率	2019	2024	差分
<b>加工食品</b>	<b>299,761</b>	<b>393,975</b>	<b>5.6%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>-</b>
調味料・食材	65,599	85,804	5.5%	21.9%	21.8%	-0.1%
食用油	30,972	41,047	5.8%	10.3%	10.4%	0.1%
食事・スープ	3,240	5,008	9.1%	1.1%	1.3%	0.2%
ソース・ドレッシング・香辛料	31,136	39,338	4.8%	10.4%	10.0%	-0.4%
スプレッド	251	411	10.3%	0.1%	0.1%	0.0%
乳製品など	117,208	144,063	4.2%	39.1%	36.6%	-2.5%
ベビーフード	33,067	34,123	0.6%	11.0%	8.7%	-2.4%
乳製品	78,364	104,726	6.0%	26.1%	26.6%	0.4%
植物性食品	5,777	5,214	-2.0%	1.9%	1.3%	-0.6%
菓子など	42,952	59,316	6.7%	14.3%	15.1%	0.7%
チョコレート菓子・ガム類	12,802	16,479	5.2%	4.3%	4.2%	-0.1%
アイスクリーム・冷凍デザート	4,129	4,805	3.1%	1.4%	1.2%	-0.2%
ナッツ・クラッカー類	14,684	22,067	8.5%	4.9%	5.6%	0.7%
ビスケット菓子類	11,336	15,966	7.1%	3.8%	4.1%	0.3%
主食	74,002	104,791	7.2%	24.7%	26.6%	1.9%
パン類	21,594	28,323	5.6%	7.2%	7.2%	-0.0%
朝食用シリアル	321	448	6.9%	0.1%	0.1%	0.0%
加工果物・野菜	343	400	3.1%	0.1%	0.1%	-0.0%
加工肉・シーフード・代替肉	9,406	13,264	7.1%	3.1%	3.4%	0.2%
米・パスタ・麺類	42,338	62,357	8.1%	14.1%	15.8%	1.7%

（注） 矢印は構成比でプラスマイナス 0.5 以上の差分が生じたもの。

（出所） Euromonitor より作成

### （3）ベトナムの加工食品市場の特徴

米国農務省の公表する世界食糧市場に関する報告書によると、2025 年及び 2026 年において、ベトナムは米の輸出量において、世界 2 位となると予測されている。米の年間生産量（2025-2026 年）は約 2,695 万トンに達するとも予測されており、料理にも米が使われることが多い（日本の 2025 年度のコメの生産量は約 719 万トンとなる見込み）。

また、ベトナムの食文化には、米だけでなく、「フォー」（平たい米粉麺）に代表される麺や、「バインミー」（フランスパンの中にバター、パテ、野菜、ハーブ類、肉などをはさみ、魚醤などのソースをかけるベトナム版サンドイッチ）などのパンも根付いている。特に麺の中ではインスタント麺の消費量が多く、2024 年の需要は 81 億 4,000 万食であり、世界で 4 番目に多いという報道もある。

ベトナムは米や麺などの主食での消費量が多いことが特徴に挙げられるが、加工食品の売上高構成比を ASEAN 主要国や日本、米国と比較すると、また「消費量」とは異なる特徴が見られる（図表 22-13）。

図表 22-13 2024 年における加工食品市場の売上高構成比（日本・米国・ASEAN 主要国）

分類	国名	ベトナム	フィリピン	インドネシア	タイ	マレーシア	日本	米国	シンガポール
	1人あたりGDP（ドル）	4,282	3,805	2,481	7,182	11,379	33,767	82,769	84,734
<b>加工食品</b>		<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>
調味料・食材		21.7%	17.2%	11.9%	24.8%	14.5%	22.2%	18.9%	9.6%
食用油		10.4%	8.6%	4.9%	8.5%	7.5%	0.9%	1.0%	2.4%
食事・スープ		1.3%	1.0%	0.1%	5.2%	1.0%	12.1%	10.5%	1.6%
ソース・ドレッシング・香辛料		10.0%	7.1%	6.3%	10.4%	5.3%	8.7%	6.3%	3.5%
スプレッド		0.1%	0.5%	0.7%	0.6%	0.7%	0.5%	1.1%	2.0%
乳製品など		36.5%	23.5%	19.3%	25.4%	22.2%	11.2%	16.9%	21.5%
ベビーフード		8.7%	5.6%	6.3%	5.4%	7.1%	0.5%	1.5%	5.6%
乳製品		26.6%	17.6%	12.6%	16.5%	14.2%	10.2%	14.7%	15.3%
植物性食品		1.3%	0.3%	0.4%	3.5%	0.9%	0.5%	0.7%	0.7%
菓子など		15.2%	22.6%	18.4%	19.6%	17.3%	19.0%	30.5%	26.1%
チョコレート菓子・ガム類		4.2%	4.7%	4.5%	5.4%	6.1%	5.3%	9.1%	9.3%
アイスクリーム・冷凍デザート		1.2%	2.4%	2.5%	2.5%	3.3%	3.5%	3.5%	4.0%
ナッツ・クラッカー類		5.6%	11.1%	5.7%	8.6%	4.6%	7.3%	12.8%	7.2%
ビスケット菓子類		4.1%	4.4%	5.7%	3.1%	3.3%	2.8%	5.1%	5.6%
主食		26.6%	36.6%	50.4%	30.2%	46.0%	47.5%	33.7%	42.8%
パン類		7.2%	7.0%	8.0%	8.3%	7.3%	14.1%	16.5%	13.7%
朝食用シリアル		0.1%	0.9%	0.4%	0.5%	1.0%	0.4%	2.2%	1.8%
加工果物・野菜		0.1%	2.0%	0.1%	0.5%	0.7%	1.5%	3.6%	0.7%
加工肉・シーフード		3.4%	17.8%	5.7%	5.6%	7.4%	21.4%	9.1%	11.7%
米・パスタ・麺類		15.8%	9.0%	36.1%	15.3%	29.6%	10.2%	2.3%	14.9%

（出所）Euromonitor より作成

例えば、ベトナムの構成比で特徴的であるのが、「乳製品など」の高さである。他の ASEAN 主要国での構成比がほぼ 2 割前後で、日本や米国では 11%～17%程度であるのに対し、ベトナムは約 4 割と高い。また、魚醤、醤油、ケチャップ、マヨネーズなどが含まれる「ソース・ドレッシング・香辛料」の比率が 10.0%と、他国に比べて高い比率となっている。また、「ベビーフード」の割合も ASEAN 主要国が 5～7%程度であるのに対し、ベトナムは約 9%となっている。

他方、「菓子など」と「主食」の構成比は低い。特に米の場合は、国によっては価格を統制していることもあり、ベトナムの「米・パスタ・麺類」の構成比は 15.8%と、生産量の割には低い。このほか、「主食」に関しては、所得水準の高いシンガポール、米国、日本に比べ、ベトナムを含めた他の ASEAN 主要国では、パン類の構成比が 7～8%程度であることから、今後は所得増加に呼応したパン市場の拡大期待が高いことが挙げられる。

#### （4）今後の見通し

Euromonitor の見通しに基づく 2024 年から 2029 年までの 5 年間の市場成長率は年率 7.1%増と高い。また、構成比では「食用油」（+1.1%）や「食事・スープ」（+0.5%）、「ナッツ・クラッカー類」（+0.5%）、などの上昇と、「米・パスタ・麺類」（▲1.0%）や「ベビーフード」（▲0.9%）の低下が見込まれている。また、これまで市場が急拡大してきた大分類の「乳製品など」では、「乳製品」（+0.2%）は上昇する一方で「ベビーフード」（▲0.9%）や「植物性食品」（▲0.2%）は下落の予想となっている（図表 22-14）。この他、主食分野では、全ての項目について、減少が見込まれている。

図表 22-14 加工食品の売上高と構成比（2024 年→2029 年）

分類	金額（10億ドン）			構成比		
	2024	2029	年率成長率	2024	2029	年率成長率
<b>加工食品</b>	<b>393,975</b>	<b>555,695</b>	<b>7.1%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>-</b>
調味料・食材	85,804	127,452	8.2%	21.8%	22.9%	1.2%
食用油	41,047	64,161	9.3%	10.4%	11.5%	1.1%
食事・スープ	5,008	9,789	14.3%	1.3%	1.8%	0.5%
ソース・ドレッシング・香辛料	39,338	52,733	6.0%	10.0%	9.5%	-0.5%
スプレッド	411	769	13.3%	0.1%	0.1%	0.0%
乳製品など	144,063	198,099	6.6%	36.6%	35.6%	-0.9%
ベビーフード	34,123	42,909	4.7%	8.7%	7.7%	-0.9%
乳製品	104,726	148,748	7.3%	26.6%	26.8%	0.2%
植物性食品	5,214	6,442	4.3%	1.3%	1.2%	-0.2%
菓子など	59,316	90,606	8.8%	15.1%	16.3%	1.2%
チョコレート菓子・ガム類	16,479	24,162	8.0%	4.2%	4.3%	0.2%
アイスクリーム・冷凍デザート	4,805	7,761	10.1%	1.2%	1.4%	0.2%
ナッツ・クラッカー類	22,067	33,718	8.8%	5.6%	6.1%	0.5%
ビスケット菓子類	15,966	24,964	9.4%	4.1%	4.5%	0.4%
主食	104,791	139,539	5.9%	26.6%	25.1%	-1.5%
パン類	28,323	38,682	6.4%	7.2%	7.0%	-0.2%
朝食用シリアル	448	589	5.6%	0.1%	0.1%	-0.0%
加工果物・野菜	400	487	4.0%	0.1%	0.1%	-0.0%
加工肉・シーフード・代替肉	13,264	17,658	5.9%	3.4%	3.2%	-0.2%
米・パスタ・麺類	62,357	82,123	5.7%	15.8%	14.8%	-1.0%

（出所）Euromonitor より作成

## 7. 小売

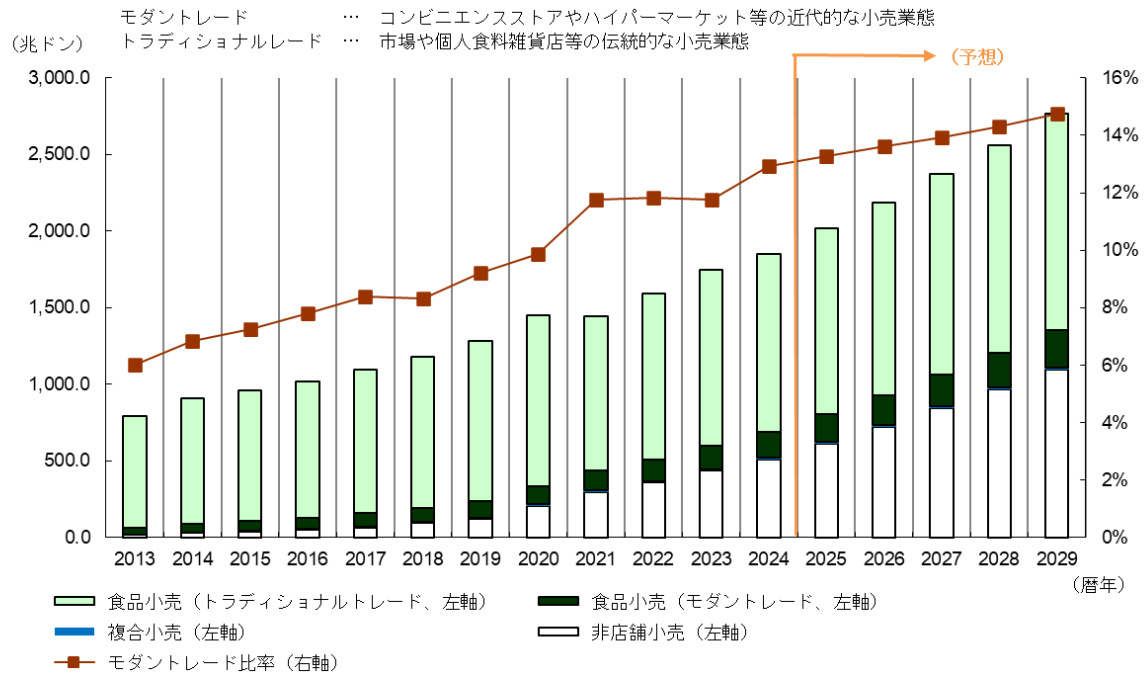
### （1）市場概況

ベトナムの 2024 年の小売市場規模は 2,928 兆ドン（約 18 兆円、Euromonitor 調べ）。2019 年からの 5 年間の市場成長率は年率 5.4% 増となっており、業態構成の変化などからは小売市場の近代化も進んでいることが窺える（図表 22-15、22-16）。

小売市場の近代化の例として、①コンビニエンスストア（CVS）やハイパーマーケット（HM）などの近代的な小売の食品小売に対する売上高比率が、2019 年の 9.2% から 2024 年には 12.9% へと上昇していること、②e-コマースに代表される非店舗型小売の市場規模が 2024 年には約 488 兆ドン（約 9,550 億円）であり、小売り全体の年率成長率（2019 年～2024 年）が 5.4% であるのに対し、34.9% の成長率となっていることが挙げられる。

e-コマース市場では、特にファッション製品の売上の伸びが大きく、2019 年の 15 兆ドンから 2024 年には 69 兆ドンと、4 倍以上に伸びている。この他、e-コマースの各項目の年率成長率は 20% 以上となっており、e-コマースへのシフトが顕著である。

図表 22-15 食品小売販売額の推移



(出所) Euromonitor より作成

図表 22-16 業態別販売額構成比（2019 年→2024 年）

分類	金額（兆ドン）			構成比		
	2019	2024	年率成長率	2019	2024	差分
<b>小売売上高</b>	<b>2,250</b>	<b>2,928</b>	<b>5.4%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>-</b>
店舗型小売	2,141	2,440	2.7%	95.1%	83.3%	-11.8% ↓
食品小売店	1,149	1,332	3.0%	51.1%	45.5%	-5.6% ↓
モダントレード	106	172	10.2%	4.7%	5.9%	1.2%
（内、コンビニエンスストア）	6	10	10.1%	0.3%	0.4%	0.1%
（内、ハイパーマーケット）	30	44	8.4%	1.3%	1.5%	0.2%
（内、スーパーマーケット）	70	117	10.9%	3.1%	4.0%	0.9%
トラディショナルトレード	1,043	1,160	2.1%	46.4%	39.6%	-6.8% ↓
非食品専門店	979	1,086	2.1%	43.5%	37.1%	-6.4% ↑
アパレル・靴専門店	70	65	-1.3%	3.1%	2.2%	-0.9%
電化製品専門店	267	231	-2.9%	11.9%	7.9%	-4.0% ↑
健康・美容関連製品専門店	218	320	7.9%	9.7%	10.9%	1.2%
（内、美容専門小売店）	14	14	-0.3%	0.6%	0.5%	-0.2%
（内、調剤薬局）	167	264	9.7%	7.4%	9.0%	1.6%
レジャー、個人用品専門店	90	96	1.2%	4.0%	3.3%	-0.7%
（内、鞆）	13	16	2.9%	0.6%	0.5%	-0.1%
（内、時計・宝飾品）	55	55	-0.2%	2.5%	1.9%	-0.6%
（内、スポーツ用品）	12	14	3.5%	0.5%	0.5%	-0.0%
その他非食品専門店	334	375	2.4%	14.8%	12.8%	-2.0% ↑
ダイレクトセールス	13	22	11.9%	0.6%	0.8%	0.2%
e-コマース小売	109	488	34.9%	4.9%	16.7%	11.8% ↑
ファッション製品	15	69	35.6%	0.7%	2.4%	1.7%
健康・美容関連製品	9	27	25.0%	0.4%	0.9%	0.5%
電化製品	26	68	21.7%	1.1%	2.3%	1.2%
飲料品・タバコ	3	12	34.1%	0.1%	0.4%	0.3%
食料品	2	10	32.3%	0.1%	0.3%	0.2%
家庭用品	5	35	46.9%	0.2%	1.2%	1.0%
その他	50	267	40.1%	2.2%	9.1%	6.9%

（注）矢印は構成比でプラスマイナス 0.5 以上の差分が生じたもの。

（出所）Euromonitor より作成

## （2）外資小売企業に係る規制の厳格化

2025 年 10 月時点では、ベトナムでは小売事業での外資比率の規制はなく、完全子会社（100% 出資）の設立が可能である。ただし、2013 年に一旦緩和した外国企業による小売店の設立条件は、2018 年の改訂で再び厳しくなっている。

2018 年 1 月に、ベトナムにおける外資系企業の商品売買活動などに関する商法及び外国貿易管理法の細則を定める政令（Decree09/2018/ND-CP）が公布・施行された。これによると、株式の保有比率に関わらず、外国企業などが直接出資するベトナム企業（外資系企業）が小売店を展開しようとする場合、企業登録証明取得後 30 日以内に、小売店許可証の申請を行うことが必要となった。また、1 号店の出店にあたっては、①小売店設立の財務計画を有する、②税金の滞納がない、③出店予定地が地域の基本計画に適合している、の三つの条件を満たすことが規定された。更に、2 店舗目以降の小売店舗の設立にあたっては、関連当局にエコノミック・ニーズ・テスト（Economic Needs Test : ENT）を受ける必要があると規定されている。



2013 年 4 月の商工省の通達（Circular08/2013/TT-BCT）では、この ENT を受ける必要がない例外を規定し、「物品取引活動のために計画され既にそのインフラ設備の建設が完了している地域においては、面積が 500 m<sup>2</sup> 未満の小売店舗であれば ENT が適用されない」ことが明示されたが、2018 年の政令により、ENT が免除されるのは、(1) 2 店舗目の敷地が 500 m<sup>2</sup> 未満である、(2) ショッピングモール内にある、(3) コンビニエンスストアまたは小型スーパーマーケットとして指定されていない、の三つの条件を全て満たす場合に限られることとなった。このような改訂により、特に小型の食品小売店の出店は厳しくなったと言える。ただし、2024 年 1 月以降、CPTPP 加盟国については、ENT を受ける必要がなくなっており、EVFTA 及び UKVUTA 加盟国に対しても、同様の緩和が予定されている。

### (3) 日本企業など外資小売チェーンの進出・撤退動向

外資系企業の多店舗化に対する制約の影響もあり、既に進出している日系コンビニエンス企業では多店舗化や収益改善に苦戦しているが、ベトナムの所得水準の向上と消費市場の拡大で、日系小売企業の進出は増えている。2008 年の 100 円ショップ「ダイソー」を展開する大創産業（バラエティ業態）の進出以降、2009 年にはファミリーマート、2009 年にはミニストップと CVS 企業が進出し、2014 年にはイオン（HM、複合業態）、2016 年にはコーナン商事（ホームセンター）と高島屋（百貨店）が、2017 年にはセブン&アイホールディングスの「セブン-イレブン」（CVS）が 1 号店をオープンしている。また、「無印良品」を展開する良品計画が 2020 年にホーチミンに無印良品 1 号店をオープン、2021 年にはハノイに旗艦店をオープン、ドラッグストアのマツモトキヨシホールディングスが現地企業と合弁会社設立。更に、2019 年にはユニクロがホーチミン市中心部に 1 号店をオープンし、開店前に 1,000 人の列ができたことが報道されるなど、進出する専門店の分野も広がってきている。2024 年 12 月時点でユニクロの店舗は、計 27 店舗に拡大している。

日本以外の外資小売チェーンでベトナムに参入している企業は、欧州のアパレル企業やタイの流通大手グループが挙げられる。また、スペインのアパレル大手インディテックスの「ZARA」が 2016 年に、スウェーデンの H&M が 2017 年に、それぞれホーチミンに初出店した。特に、H&M はベトナムへの出店を積極的に進めており、2025 年 6 月時点でのベトナム国内の店舗数は 13 店舗となっている。また、今後、ベトナム国内の店舗数を 20 店舗以上にする計画も発表している。反面、欧州系の食品卸や食品小売企業はベトナムからの撤退が続いている。

2015 年にはドイツの卸・小売大手のメトロ・グループがベトナムでの卸売型スーパーマーケット事業をタイの総合商社バーリ・ユッカー（BJC）に売却し、フランス企業では、2016 年、大手小売カジノが「Big C」の HM 事業と CVS 事業をタイの流通大手セントラル・グループに、2019 年にはオーシャンがベトナム事業を地場のサイゴンコープに売却した。

e-コマースでは中国の EC 最大手アリババがベトナムに進出しており、2021 年には地場コングロマリットのマサン・グループの小売部門に出資を行うなど、事業を拡大している。

なお、現地調査では日本ブランドに対する信頼は高いものの、日用品の購買に関してはシビアであり、日本人の感覚のみでマーケットインのビジネスをすることは難しいため、ベトナム人に参画してもらう必要があるという声もあった。また、新規出店の場合、1 店ごとに審査があるが不透明であり、この点は日系企業を含む外資系企業のハードルになっている、という声もあった。

小売店では、ベトナム人店長を日本の店舗に派遣するという工夫をしている企業もある。決済方法についてはクレジットカード保有者が少なく、現金がいまだ主流となっているということであるが、みずほ銀行も出資する電子決済スタートアップである MoMo の加盟店の開拓を進められており、キャッシュレス決済の拡大も期待される。

#### (4) 今後の見通し

Euromonitor の調べでは、2024 年から 2029 年までの 5 年間のベトナムの小売市場の成長率は年率 7.7%と予想されている（図表 22-17）。小売全体の年成長率 7.7%よりも大きな成長率が見込まれているのが、「コンビニエンスストア」（14.5%）、「スポーツ用品」（10.6%）、「靴」（8.5%）、「e-コマース」（16.9%）などである。売上高構成比では e-コマースが 2029 年には 25.1%に上昇することが見込まれており、小売市場の 1/4 が e-コマースとなると予想されている。

図表 22-17 業態別販売構成比（2024 年→2029 年）

分類	金額（兆ドン）			構成比		
	2024	2029	年率成長率	2024	2029	差分
<b>小売売上高</b>	<b>2,928</b>	<b>4,242</b>	<b>7.7%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>-</b>
店舗型小売	2,440	3,177	5.4%	83.3%	74.9%	-8.4% ↓
食品小売店	1,332	1,654	4.4%	45.5%	39.0%	-6.5% ↓
モダントレード	172	244	7.2%	5.9%	5.8%	-0.1%
（内、コンビニエンスストア）	10	21	14.5%	0.4%	0.5%	0.1%
（内、ハイパーマーケット）	44	63	7.1%	1.5%	1.5%	-0.0%
（内、スーパーマーケット）	117	161	6.6%	4.0%	3.8%	-0.2%
トラディショナルトレード	1,160	1,410	4.0%	39.6%	33.2%	-6.4% ↓
非食品専門店	1,086	1,491	6.5%	37.1%	35.1%	-1.9% ↑
アパレル・靴専門店	65	88	6.3%	2.2%	2.1%	-0.1%
電化製品専門店	231	314	6.4%	7.9%	7.4%	-0.5% ↑
健康・美容関連製品専門店	320	447	7.0%	10.9%	10.5%	-0.4%
（内、美容専門小売店）	14	19	7.1%	0.5%	0.5%	-0.0%
（内、調剤薬局）	264	365	6.7%	9.0%	8.6%	-0.4%
レジャー、個人用品専門店	96	139	7.7%	3.3%	3.3%	-0.0%
（内、靴）	16	23	8.5%	0.5%	0.6%	0.0%
（内、時計・宝飾品）	55	75	6.4%	1.9%	1.8%	-0.1%
（内、スポーツ用品）	14	24	10.6%	0.5%	0.6%	0.1%
その他非食品専門店	375	503	6.0%	12.8%	11.8%	-1.0% ↑
ダイレクトセールス	22	32	7.8%	0.8%	0.8%	0.0%
e-コマース小売	488	1,065	16.9%	16.7%	25.1%	8.4% ↑
ファッション製品	69	174	20.3%	2.4%	4.1%	1.7%
健康・美容関連製品	27	54	14.9%	0.9%	1.3%	0.4%
電化製品	68	164	19.2%	2.3%	3.9%	1.5%
飲料品・タバコ	12	25	16.6%	0.4%	0.6%	0.2%
食料品	10	32	26.9%	0.3%	0.8%	0.4%
家庭用品	35	165	36.0%	1.2%	3.9%	2.7%
その他	267	452	11.1%	9.1%	10.6%	1.5%

（注） 矢印は構成比でプラスマイナス 0.5 以上の差分が生じたもの。

（出所） Euromonitor より作成

## 8. 半導体

### (1) 現状と今後の計画

2024 年のベトナムの半導体産業の売上高は、約 180 億ドルであった。今後、ベトナムが中所得国から高所得国に変わるための手段の一つとして、半導体産業の成長が挙げられる。ベトナム政府としても、半導体産業を推進する姿勢を見せており、2024 年 9 月には、2050 年までのベトナムの半導体産業の成長戦略を概説した Decision No.1018/QD-TTg に署名した。

この Decision No.1018/QD-TTg では、世界的な市場変化と技術革新を背景に、ベトナムがより広範で安全な半導体供給チェーンの一部となることを目指す旨が記載された。戦略は「 $C=SET+1$ 」という公式を定義し、チップ (Chip) の生産に取り組んでいくために、特化型チップ (Specialized)、電子機器 (Electronics)、人材 (Talent) を強化し、ベトナムをグローバルな供給チェーンの重要な「+1」の拠点とする目標を掲げている。IoT や AI などの技術を活用し、製品開発に力を注ぎ、世界市場での競争力を高めることも狙いとして定めている。また、2050 年までの具体的な目標として、以下 3 点が設定されている。

2030 年：基礎的な生産能力を構築し、人材育成を進め、産業売上高を 25 億ドル以上に拡大

2040 年：自立性を確立し、半導体産業と電子産業を世界水準へ拡大

2050 年：技術研究と先進的製品開発でリーダー的ポジションを獲得

### (2) 課題

一般的に、半導体産業の前工程（チップの製造など）には、電力や高品質な工業用水、クリーンルームなどの技術が必要となる。しかし、電力不足が問題となるベトナムにおいて、半導体の前工程が活発化するかは不明瞭である。2025 年 8 月時点で、ベトナムに進出している日本企業としては、ルネサスやメイコーが挙げられ、それぞれ現地で半導体設計や基板組立を実施しているが、前工程を現地で実施している日本企業は確認されていない。なお、後工程は活発化しており、米国のアムコー・テクノロジーによる後工程受託製造のメモリー工場の拡張や、ベトナムの IT 最大手である FPT による後工程用の工場建設等が報道されている。

さらに、半導体産業に必要な人材の確保も課題として挙げられるが、ベトナム政府は日本の九州との連携による半導体人材の育成を進めており、この問題の改善に向けた取り組みを行っている。

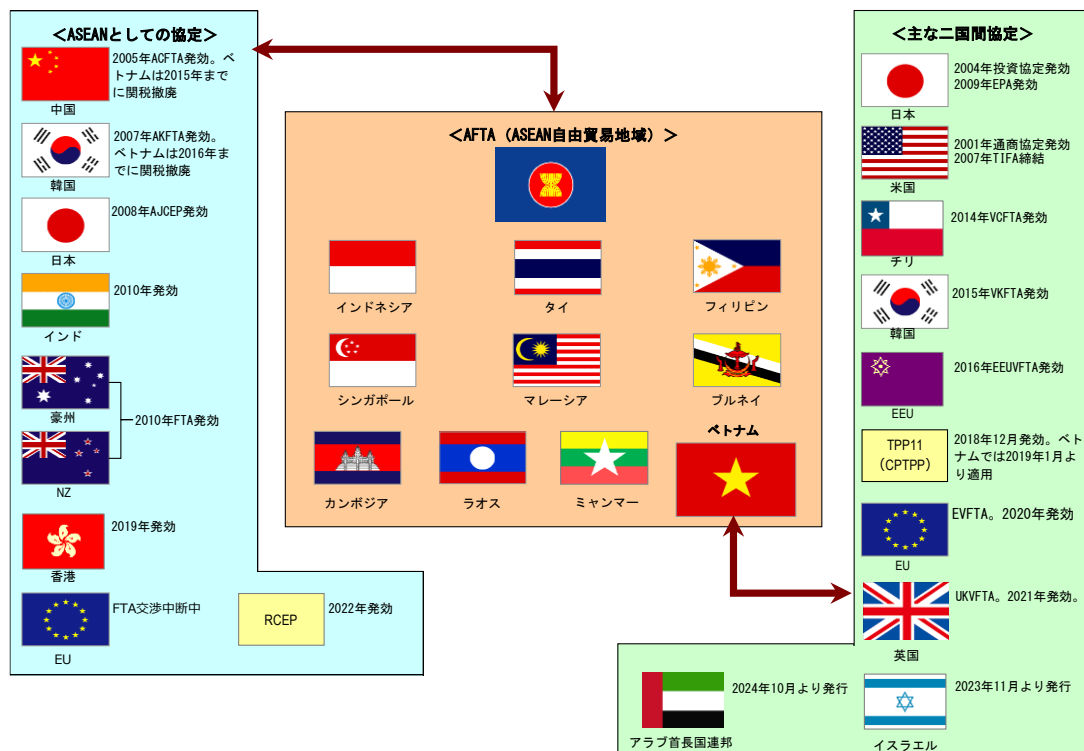
## 9. FTA、EPA の進捗状況

図表 22-18 から 22-20 にかけて、ベトナムの各国との自由貿易協定 (Free Trade Agreement : FTA) や経済連携協定 (Economic Partnership Agreement : EPA) の交渉・発効についての進捗状況をまとめた。ベトナムの FTA・EPA の特徴としては、ASEAN を通じた協定締結の後に、特定の相手国に基づく二国間協定を締結していることが挙げられる。具体的には、日本との二国間協定は 2009 年 7 月に発効しているが、日本・ASEAN 包括的経済連携協定が発効したのは 2008 年 12 月であった（注：図表 22-20 中の記載では 2018 年 3 月発効とあるが、インドネシアを除く対象 10 カ国は 2010

年中に発効済みだった)。現在の主要貿易相手国である韓国についても同様で、ASEAN と韓国との自由貿易協定が 2007 年 6 月に発効したのに対し、二国間協定は 2015 年 12 月の発効と約 8 年が経過した後となっている。

独立行政法人日本貿易振興機構（JETRO）の「世界の FTA データベース」や各種報道に基づく、日本、韓国以外で既にベトナムとの二国間協定が発効している国は、チリ（2014 年 1 月発効）、EEU 諸国（ロシア、ベラルーシ、カザフスタン、アルメニア、キルギス、2016 年 10 月発効）、CPTPP 参加国（日本、ニュージーランド、豪州、シンガポール、ブルネイ、マレーシア、チリ、ペルー、メキシコ、カナダ（2018 年 2 月発効）、英国（2021 年 1 月発効）、イスラエル（2023 年 7 月署名）、アラブ首長国連邦（2024 年 10 月署名）、ASEAN としての枠組みでは中国（2005 年 7 月発効）、インド（2010 年 1 月発効）、豪州・ニュージーランド（2010 年 1 月発効）、香港（2019 年 6 月）がある（図表 22-18）。

図表 22-18 ベトナムの二国間、多国間経済・貿易協定の概要



（出所）JETRO「世界の FTA データベース」より作成

2019 年 6 月に、貿易総額の 1 割を占める EU との間で、自由貿易協定 (EVFTA) に署名された。当該 FTA では、物品貿易に関し、ベトナム側の EU 原産品に対する関税は全品目の 65%が発効と同時に撤廃され、その他も最長 10 年の段階的な逡減期間を経て、最終的に約 99%が撤廃されることとなった。また、EU 側もベトナム原産品への関税は 71%が即時撤廃、残りも最長 7 年の逡減期間を経て撤廃を目指すとしている。当該 FTA により、ベトナムからの衣類・履物、農水産物などの輸出、EU からの機械設備、自動車、医薬品などの輸入にメリットがあると見られている。EVFTA は、2020 年 8 月に発効した。

他方、中国と韓国に次ぐ貿易相手国で、特に輸出においては最大の相手国である米国との間では、FTA は交渉の段階にもあがっていない。現状、ベトナムは米国からの最恵国待遇 (Permanent Normal Trade Relations) を享受することで、輸出額を増やしている。元々、米国との国交が正常化したのが 1995 年 7 月 (経済制裁の解除は 1994 年) であることや、米越二国間通商協定が発効したのが 2001 年 12 月と比較的歴史が浅いことも、他国・地域とは異なり、FTA 交渉に進展しない要因であった。2006 年 5 月、米国通商代表部 (USTR) とベトナム商工省は、ベトナムの WTO 加盟交渉を契機として、工業製品、IT/サービス、農産品の各分野で関税・非関税障壁の撤廃ないし大幅削減、通信・金融・流通サービスを含む投資自由化・環境整備による市場アクセス改善や知的所有権保護など二国間合意に達し、2007 年のベトナムの WTO 加盟が大きく評価されたことで、ベトナムは米国からの最恵国待遇を享受できるようになった。

また、2010 年 1 月には ASEAN 自由貿易協定 (ATIGA) も発効している。このように積極的に FTA、EPA を進めた結果、ベトナムの貿易総額の 5 割以上が自由貿易協定を締結済みの国からとなっている。

2022 年 1 月には、東アジア地域包括的経済連携 (RCEP) が発効した。RCEP は、ベトナムを含む ASEAN10 カ国 (ベトナム・ブルネイ・カンボジア・インドネシア・ラオス・マレーシア・ミャンマー・フィリピン・シンガポール・タイ)・日本・中国・韓国・豪州・ニュージーランドの計 15 カ国の経済連携協定であり、15 カ国の人口は 22.7 億人、GDP 合計は世界全体の 29%を占める 25.8 兆米ドル (約 2,709 兆円) にも及ぶ。特に大きなメリットと考えられているのが、累積規定 (他締結国の原産材料を自国の原産材料と見なすことができること) の活用である。RCEP 域内から輸入した原材料を使用して製品を製造した場合でも、その原材料はベトナムで生産した原材料と見なされるようになった。中国から原材料を多く輸入していたベトナムにとっては大きなメリットがあり、中国や日本と連携したサプライチェーン構築がより一層進展することが期待されている。



図表 22-19 ベトナムの交渉中の FTA・EPA の詳細

加盟国・地域	名称	交渉開始年月	経緯
EFTA スイス、ノルウェー リヒテンシュタイン アイスランド	EFTA・ベトナム 自由貿易協定	2012/5	EU非加盟国（スイス、リヒテンシュタイン、アイスランド、ノルウェー）とベトナムとの間で交渉中。2018年の第16回交渉では、知的財産保護や公共調達为重点課題として話し合われた。また、財の貿易やサービス、原産地規則、衛生と植物防疫のための措置等広域にわたるトピックスが話し合われた。2020年7月に、交渉プロセスを検討、未解決の問題のフォローアップを合意。
ASEAN・カナダ	カナダ・ASEAN自由貿易 協定	2021/11	ASEAN加盟国の経済規模は、カナダにとって第4位の商品貿易相手国であり、2018年の「カナダ・ASEANFTAのための共同実現可能性調査」によると、経済モデリングでは、FTAによってカナダのGDPは25億4,000万米ドル増加し、ASEAN諸国への輸出は26億7,000万米ドルに増加すると予測している。2025年に交渉を実質的に妥結させるよう努力するとしている。
ASEAN	ASEANデジタル経済枠組 み協定（DEFA）	2023/9	ASEAN地域のデジタル経済への変革の加速化、地域のデジタル統合や包括的な成長・発展を促進することを目的とする協定。デジタル貿易、越境EC、決済、デジタルID、越境データ移転・保護、サイバーセキュリティ等要素が含まれる見込み。2023年9月に交渉開始が宣言され、2025年中の交渉妥結を目指している。ASEANは、DEFAがASEANのデジタル経済の規模を2030年には2兆ドルまで押し上げるとしている。
オーストラリア、ブルネイ、 フィジー、インド、インドネ シア、日本、マレーシア、 ニュージーランド、フィリピン、 韓国、シンガポール、タイ、 米国、ベトナム	インド太平洋経済枠組 み（IPEF）	2023/11	インド太平洋経済枠組みは、米国が主導で立ち上げたインド太平洋地域における経済面での協力について議論するための枠組み。関税削減は盛り込まれない予定。貿易（柱1）、サプライチェーン（柱2）、クリーン経済（柱3）及び公正な経済（柱4）の4つの柱が存在し、それぞれの柱は独立して妥結、署名、発効される。2023年11月にサプライチェーン協定が署名され、発効に最低限必要な5か国による寄託を経て2024年2月に発効。なお、インドのみ柱1に不参加。2024年に柱3、4およびIPEF協定が発効。柱1は交渉中。

（出所）JETRO「世界の FTA データベース」をもとに作成

図表 22-20 ベトナムの署名済みの FTA・EPA の詳細

加盟国・地域	名称	署名年月	経緯
ベトナム・イスラエル自由貿易 協定	ベトナム、イスラエル	2023/7	2015年に交渉が開始し、2023年7月に署名。イスラエルからベトナムへは、食品や医療用工学機器、自動車用品など発効から最長で7年以内に撤廃。ベトナムからイスラエルへは、食品や自動車など発効から最長で10年以内に撤廃。
アラブ首長国連邦・ベトナム 包括的経済連携協定	アラブ首長国連邦、ベ トナム	2024/10	協定は物品貿易やサービス貿易、原産地規則、衛生植物検疫措置、関税、知的財産権などを含む18章から構成される。UAEの輸出品の99%、ベトナムの輸出品の98.5%に対する関税を両国が段階的に撤廃するとしている。また、ベトナムの主要輸出品である農産品（カシューナッツ、胡椒、はちみつ）、魚介類（エビ、魚製品）、消費財（繊維、履物、電子機器）、木製品（家具、建築資材）を含む分野で関税の即時撤廃が行われる見込み。

（出所）JETRO「世界の FTA データベース」をもとに作成

図表 22-21 ベトナムの発効済み FTA・EPA の詳細

枠組	対象国・地域	名称	発効年月	主な内容
ベトナム	日本	日本・ベトナム 経済連携協定	2009/7	【自由貿易協定】 物品貿易では、日本側は輸入額の95%を10年間で無税化。鉱工業品につき即時関税撤廃。ベトナムにとっては初めての二国間FTA。ベトナム側は同88%を10年間で無税化。自動車部品ではベトナム側はボルトネットが5年間、エンジン・エンジン部品、ブレーキが10～15年間で関税撤廃。
	チリ	チリ・ベトナム 自由貿易協定	2014/1	【自由貿易協定】 9,000品目以上が対象。チリにとっては、豚肉や乳製品などベトナムが高関税をかけている品目を関税削減の対象品目としたことは大きい。
	韓国	韓国・ベトナム 自由貿易協定	2015/12	【自由貿易協定】 当該二国間協定（VKFTA）での品目ベースでの無関税率は「韓国94.7%・ベトナム92.2%」と、ASEANとの枠組み（AKFTA）の「韓国91.7%・ベトナム86.2%」を更に踏み込んでいる。貨物車は即時、3,000cc以上の車両や自動車部品、化粧品、家電製品も追加的に関税が引き下げられる。
	EEU	ベトナム・EEU自由貿易 協定	2016/10	【自由貿易協定】 ロシア、ベラルーシ、カザフスタンが加盟する関税同盟の超国家機関であるユーラシア経済委員会がベトナムとの自由貿易交渉の開始を決定。FTA発効後数年で、EEUのベトナムの貿易額が80～100億ドルに拡大と分析されている（2015年の貿易額は43億ドル）。
	ニュージーランド、 豪州、シンガポール、 チリ、ブルネイ、 ペルー、マレーシア、 メキシコ、カナダ、 日本	環太平洋パートナー シップに関する包括的 及び先進的な協定 (CPTPP)	2018/2	【自由貿易協定】 元の協定であるTPPは太平洋を囲む12カ国による包括的な自由貿易協定として2016年2月署名に至ったものの、2017年1月にトランプ大統領がTPPからの離脱に関する大統領令に署名。米国を除く11カ国でTPP11の発効に向け交渉を進め、2017年11月に、米国離脱に伴い凍結する20項目を発表。新協定CPTPPの中核について合意に達したことを閣僚声明で公表した。2018年10月までに、メキシコ、日本、シンガポール、ニュージーランド、カナダ、豪州が国内手続の完了を通知したため、TPP11の発効要件が満たされた。
	EU	EU・ベトナム自由貿易 協定	2020/8	【自由貿易協定】 欧州委員会によれば、ベトナム側は、同協定の発効により最終的に双方の貿易に課されている関税の99%が撤廃される。ベトナム側は同協定の発効と同時にEUからの輸出のうち65%の関税を即時撤廃、その他の品目についても段階的に軽減され、10年程度の期間で撤廃される見通し。ベトナムはEUへの主要輸出品目は革靴製品、コーヒー、木工製品で、FTA締結により、更に輸出を拡大するのが狙い。一方、EUからの主要輸入品は機械、薬剤、鉄、肥料などで、ベトナム経済の潜在性が期待されている。
	英国	英国・ベトナム自由貿易 協定	2021/1	【自由貿易協定】 EUとベトナムとの貿易協定の内容を、EU離脱後も英国で維持するための「継続協定」として、2020年12月に署名。離脱協定の下で英国の移行期間が終了し、EUのFTAが英国に適用されなくなったため、同協定の暫定適用を2021年1月に開始、5月に正式に発効した。

枠組	対象国・地域	名称	発効年月	主な内容
ASEAN	日本	日本・ASEAN包括的 経済連携協定 (AJCEP)	2018/3 全加盟国で 発効	【自由貿易協定】 物品貿易では、日本側は輸入額の93%を無税化。ASEAN6（タイ、インドネシア、フィリピン、マレーシア、シンガポール、ブルネイ）は10年以内に貿易額の90%（品目ベースで90%）を無税化。CLMV（カンボジア、ラオス、ミャンマー、ベトナム）は関税撤廃・削減のスケジュールについて、それぞれの経済発展に応じてASEAN6との差を設ける。
	ASEAN 10カ国	ASEAN物品貿易協定 (ATIGA)	1993/1：CEPT発効 2009/2：署名 2010/1：発効	【自由貿易協定】 ATIGAは、従来のAFTA-CEPT協定に盛り込まれていなかった事項やルール、措置などを一本化したもの。域内の関税・非関税障壁撤廃による自由貿易圏作りを目指す。ASEAN先行加盟6カ国（タイ、インドネシア、フィリピン、マレーシア、シンガポール、ブルネイ）は2010年に、新規加盟4カ国（カンボジア、ラオス、ミャンマー、ベトナム）は2015年に域内関税を撤廃。但し、新規加盟国については総品目数の7%を上限に、2018年まで関税撤廃期間の猶予が与えられた。
	中国	中国・ASEAN自由貿易協定 (ACFTA)	2005/7	【自由貿易協定】 農産品8分野の関税引き下げを2004/1開始。現在までに農産品の関税は撤廃されている。物品貿易協定では、2005/7から関税引き下げを実施。中国とASEAN先行加盟6カ国は物品貿易の90%について2010年までに関税を撤廃し、CLMV諸国は2015年までに撤廃することを目指した。 センシティブ品目は、400品目以内で、且つ総輸入の10%以内、高度センシティブ品目は、センシティブ品目の40%もしくは100品目のいずれか少ない方を指定可能。センシティブ品目は2010年末まで、高度センシティブ品目は2014年末までに現行関税を維持でき、以降、段階的に引下げ予定。 2010/1からASEAN先行加盟6カ国と中国との間で約89%の品目で関税が撤廃された。2012/1からセンシティブ品目の関税が20%以下に削減された。高度センシティブ品目は2015/1から50%以下に削減された。
	韓国	韓国・ASEAN自由貿易協定	2007/6	【自由貿易協定】 物品貿易では、双方は原則として2010/1までにそれぞれ輸入の90%（輸入金額、品目数ベース、ノーマルトラック）にあたる品目について関税撤廃。2016年までに残りの7%について関税を0～5%に引き上げ、残りの3%については、当該品目に対する各国の状況を考慮して除外、長期間の関税引き下げ、関税割当設定などAからEまで5つのグループを設定。また、CLMV諸国のノーマルトラックの関税引き下げスケジュールについては、品目数の少なくとも50%を0～5%に（ベトナム：2013/1まで、CLM：2015/1まで）、品目数の90%を0～5%に（ベトナム：2016/1まで、CLM：2018/1まで）、全品目の関税の完全撤廃（ベトナム：2018/1まで、CLM：2020/1まで）等の段階を経て削減される。
	インド	ASEAN・インド包括的 経済協力枠組協定	2010/1	【自由貿易協定】 関税については、2013年末と2016年末の2つの時点で自由化・引き下げが実施される。物品貿易では、2008/8にインド側489品目のネガティブリストを含む内容で合意、2010/1に発効した。
	豪州、ニュージーランド	ASEAN・豪州・ ニュージーランド 自由貿易協定	2010/1 インドネシアは 2012/1	【自由貿易協定】 全18章からなる極めて包括的な協定で、物品貿易や投資、サービスに加えて自然人の移動、電子商取引、協力などを含んでいる。品目数（タリフライン）ベースで、豪州、NZ、シンガポールは100%自由化（関税撤廃）を実現するなど自由化率の高いFTA。
	香港	香港・ASEAN自由貿易協定	2019/6	【自由貿易協定】 両協定には物品貿易、サービス貿易、投資、経済・技術協力、紛争処理解決メカニズムに関する内容が盛り込まれたとみられる。FTAについては、調印後、ASEAN10カ国のうち4カ国が国内手続きを完了した時点で発効に向けた手続きが開始されることとなる。 2019年6月発効（ラオス、ミャンマー、シンガポール、タイ、ベトナム間）
	日本、中国、韓国、オーストラリア、ニュージーランド、ASEAN	地域的な包括的経済連携 (RCEP) 協定	2022/1	【自由貿易協定】 RCEPは世界のGDP、貿易総額および人口の約3割を占めるメガFTA。域内で原産地規則が統一され、かつ累積が可能となることで、RCEP域内におけるサプライチェーンの効率化、市場アクセスの改善が期待できる。

（出所）JETRO「世界のFTA データベース」、各種資料をもとに作成