

海外進出支援プラットフォーム様\_第2回ヒアリングレポート

令和3年度  
輸出先国・地域における現地の体制強化委託事業  
(海外展開に際して検討すべき現地の課題と対策にかかる情報整理及び  
事業者への情報提供)

---

ベトナム

Nomura Research Institute Singapore Pte. Ltd.

2022年12月20日



## 企業ヒアリングレポート | ベトナム | エースコックベトナム株式会社様

### 【免責条項】

本資料にて提供される情報については、生産者や事業者の方々のベトナム輸出の一助となることを目的としているものであり、正確性、完全性、目的適合性、最新性を保証するものではありませんので、当該情報の採否は、ご閲覧者様ご自身の判断、責任において行ってください。なお、関係法令、制度等は調査時点以降改正されている可能性がありますので、実際のご検討の際には、各国等の関連機関に最新の情報をご確認下さるようお願いいたします。



1993年に現地国営企業と合併を設立。1995年からベトナムで即席めんの生産・販売を開始。  
高品質でおいしい「ハオハオ (Hao Hao)」という商品が大ヒットし、現在ベトナムNo.1企業にまで成長

エースコックベトナム株式会社概要

項目	内容
会社名	ACECOOK VIETNAM JOINT STOCK COMPANY (エースコックベトナム株式会社)
事業内容	インスタントヌードル・調味料・食品の生産
設備	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 本社はホーチミン市、代表事務所がハノイに設置</li> <li>• 製造拠点 (バック・ニン、フン・イエン、ダー・ナン、ホーチミン市、ビン・ツオン、ビン・ロン)</li> </ul>
概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1995年からベトナムで即席めんの生産・販売を開始</li> <li>• 高品質でおいしい「ハオハオ (Hao Hao)」という商品が大ヒットし、一挙に多くのファンを獲得</li> <li>• 人口約9,762万人のベトナムでの即席めんマーケットは、年間消費量が約70.3億食 (2020年時点) の規模にまで拡大しており、その中でエースコックベトナム社は、No.1企業にまで成長</li> <li>• 現在は、国内にとどまらず、世界およそ30カ国への輸出も行っている</li> </ul>
現地工場の写真	

ベトナムにおける展開状況

項目	内容
進出形態	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1993年、ベトナムに合併会社VIFON-ACECOOKCO.,LTD.設立</li> <li>• 2004年、ACECOOKVIETNAMへ社名を変更</li> </ul>
進出背景	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ベトナム政府は、ベトナム国内における即席麺の品質向上の必要性から、先進国の技術やノウハウを導入する為、ベトナムの国営企業と外国企業との合併設立の打診があったのがきっかけ</li> <li>• 協業先企業を調査した結果、ベトナム食品テクノロジー会社 (VIFON) (国家の100%資金、工業省に属する) と合併した形式を選定</li> <li>• 日本と同じ品質レベルの製品を作ることを目標に、日本の最新設備を導入し現地での商品開発と製造から取り組んだ</li> </ul>
ターゲット層	<ul style="list-style-type: none"> <li>• FULL LINE UPという戦略により、Acecookの製品は全ての年齢層に向けているが、最も注力しているのが、若年層である</li> </ul>
主力製品	<ul style="list-style-type: none"> <li>• インスタントラーメン、ブン、春雨、フォー各種</li> </ul> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-start;"> <div style="text-align: center;">  <p><b>ハオハオ (Hao Hao)</b> エースコックベトナム社の売上 の半数以上を占める大ヒット商品 国内認知度ほぼ100%</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Hao Hao (やきそば)</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Phu Huong (はるさめ)</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>De Nhat (フォー)</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Siukay (フライめん)</p> </div> </div>



# 原材料の国内調達やベトナム消費者を理解した商品開発と価格設定、食の安全性への国際基準への対応などの現地ニーズへの対応や、人材育成に向けた教育制度など様々な取り組みがなされている

## ベトナム事業展開における課題と解決策

	課題	解決策
<p>品質を保った原材料のローカル化</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>設立当初は、日本標準の品質を保つため、日本を始め原材料の多くを国外より輸入していた。その結果、コスト高となり、製品の販売価格が高くなり、ベトナム市場における競争力が弱まった</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>自社の材料メーカーに対してノウハウや技術支援し、共同で日本からの輸入材料と同じレベルの材料をベトナムで作れるように協力。結果、高品質な原材料を国内で調達することが可能となった</li> <li>また、供給元を主に地方から調達することにより、コストメリットを創出するなど、競争力を向上する上で効果的な方法となっている</li> </ul>
<p>消費者の志向を理解した価格戦略</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>当初は、高品質で高価格故に、全国の消費者に食品の「高級ブランド」として知られるようになったが、値段が競合他社より高かったため、日常的ではなくたまにしか買ってもらえなかった。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>原材料を海外からの調達ではなく、グレードの高い国内産に切り替え、他社商品との価格差を最小に抑え、また、発売初期に「エスコックベトナムの高級ブランドを、半額で提供」と言った宣伝広告により、ブランド志向の高いベトナム消費者へ上手く訴求させた</li> </ul>
<p>国内外の法規制への対応</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ベトナム国内の法規制は整備段階にあることから、かなり複雑になっている。また、現在、エスコックベトナムから近隣諸国を始め諸外国に輸出しており、規制への対応が必要</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>エスコックベトナムでは、専門知識が高い法務担当を採用し、ベトナム国内の複雑な法規制への対応、国外の輸出輸入規制等への対応を徹底している。結果、現在、約30カ国のお客様へ輸出されている</li> </ul>
<p>食の安全性関心への対応</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ベトナムは中間所得者層の拡大など、人々の暮らしがより豊かになり、消費者における「食の安全性」への関心が高まりつつある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>エスコックベトナムでは、ISO、IFS、BRC認証等をはじめ食品安全認証規格への取得を進め、世界基準となる食の安全性への対応を行い、お客様に安心して食べて頂ける商品を目指している</li> </ul>
<p>人材の確保・育成</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>設立25周年となる2018年には、ホーチミン市に新本社を建設、また、ベトナム全土に広がる生産・販売拠点を支える計5,000人を超える現地スタッフなど、より良い人材の確保は最も重要となっている</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>エスコックベトナムでは、外部の人材会社を活用し、より良い人材の継続的な雇用と、社員に対する人材育成を重要視している</li> <li>外部からの専門家・コンサルティング会社を利用し、教育機会をとまた、人材育成・交流の一環として、有望な技術者を日本へ派遣させている</li> </ul>