

## ファーストフード (ベトナム歩道 第5回)

著者	寺本 実
権利	Copyrights 日本貿易振興機構 (ジェトロ) アジア 経済研究所 / Institute of Developing Economies, Japan External Trade Organization (IDE-JETRO) <a href="http://www.ide.go.jp">http://www.ide.go.jp</a>
雑誌名	アジ研ワールド・トレンド
巻	234
ページ	56-56
発行年	2015-03
出版者	日本貿易振興機構アジア経済研究所
URL	<a href="http://hdl.handle.net/2344/00003266">http://hdl.handle.net/2344/00003266</a>

## 連載 ベトナム歩道

二〇一三年一月、ベトナム北部红河デルタに位置するハナム省で調査を行った際のこと。日曜日の午後に省都フーリーに少し出かけた。かなり汗をかき、歩き疲れて少し休もうと若者向け風の店に入った。席に座り、店のメニューをみると「KFC」とある。「?」この店はそうだった「つけ」と店の名前をもう一度確認してみると、やはり違う。カウンターの裏では店員が一人眠っている。起きている店員に話を聞いて、「KFC」という名前の鶏肉料理なのだと分かった。ここまで浸透しているのか……と少し驚いた。

KFC(ケンタッキーフライドチキン)のHPによれば(以下に言及する各社情報も主にHPに基づく。アクセスはいずれも二〇一五年一月)、同社は現在、一〇〇を超える諸国に二万超の店舗を有している。KFCのベトナム第一号店はベトナム戦争終了後二年余りを経た一九九七年二月、南部に位置する経済中心地ホーチミン市に開かれた。ちなみに日本の第一号店は第二次世界大戦終了後二五年超を経た一九七〇年一月に登場した。ハノイ市(二〇〇六年六月)、ハイフォン市(二〇〇六年八月)、ダナン市(二〇〇九年一月)、カントー市(二〇〇六年八月)というその他の中央直轄市(括弧内は当該市内第一号店が開店された時期)を含め、全国六三省・中央直轄市のうち一九を超える省・中央直轄市で一四〇を超える店舗を展開中という。ベトナム人の鶏肉好きと合わせて、フライドチキンとタシかけご飯のセットなど、メニューを開発してきた成果なのだろう。二〇一三〜一四年に訪問した五中央直轄市内でみかけた各店舗では、どの店でも親子連れ、若者たちの姿がみられた。

ベトナムへの進出が著しいロッテ・グループ

のロッテリアは、一九九八年二月にベトナムに第一号店を開設した。同社はベトナム国内三〇省・中央直轄市に二〇〇店舗以上を展開している。ベトナムの都市部における「ロッテリア見かける率」はかなり高い。ハンバーガーだけでなく、フライドチキン、牛焼肉や鶏肉の唐揚げとご飯、スープのセットなど、多様な品揃えが同社の強みだ。

KFCの他にベトナムで店舗を展開中の鶏肉料理をメインとするファーストフードチェーン店といえば、ジョリビー(Jollibee)。スパゲティやご飯と、フライドチキンのセットなどのメニューがある。ミツバチをマスコットとするジョリビーはフィリピン発のファーストフードチェーン店であり、東南アジアに多い甘味のある味付けが特徴である。アメリカ、中国、香港、ブルネイ、カタールなどにも店舗を持つ同社は、一九九六年にベトナム第一号店を開店して以来、五〇を超える店舗をベトナムで展開している。

フォー24(Pho24)は、フォー(ベトナム汁米麺)のチェーン店である。後に手放すことになったがベトナム人のレー・クイ・チュン氏を創業者に持つフォー24は、二〇〇三年六月に第一号店を開店した。二〇一二年六月までに七〇店舗を開店し、うち七割が国内、三割が海外店舗である。各種フォーのほか、生春巻き、揚げ春巻きや、ご飯と目玉焼き、焼き肉のセットなど、各種メニューがある。

この他に、ピザハットも二〇〇七年一月から店舗を展開中で、マクドナルドは二〇一四年二月に第一号店を開店した。これまで紹介してきたチェーン店はいずれもホーチミン市で第一号店を開店しており、コーラなど各種飲料水、ソフトクリームなどデザート類も販売している。

しかし、ファーストフードというのであれば、ベトナムの大衆料理店、路上店、自転車店、バイク店も負けてはいない。例えば大衆料理店は店先に料理をバイキングのように並べているタイプの店も多く、魚の煮物やトマトのひき肉詰めなど、注文すればすぐに皿に載せて持って来てくれる。路上店、自転車店、バイク店も汁麺(米、緑豆、小麦粉を原料とする各種麺がある。汁麺だけでなく、これらの麺を焼きそばのように調理するなど、いろいろな料理がある)、炒めた卵、細長のつくね、コリアンダーなど各種具材を挟んだフランスパン、とろみたっぷりのカニ玉スープ、よく煮込んだおかゆを販売する店など、多種多様な店が揃っている。また、嗜好飲料類も豊富で、例えばカムサイン(表皮が深緑色のオレンジ)の生ジュースも、店のおばさんが素早くカムサインをカットし、搾り器に押し付けて果汁を搾り出し、透明なプラスチック容器に注いでくれる。これらの店では器も準備されていてテイクアウトももちろんできる。

統計科学院(二〇一〇年)によると、路上店などインフォーマルセクターで働く人達は約一〇九〇万人(働く人の二七・七%)、経済規模はベトナム国内総生産の約二割相当にも達する。こうしたセクターが緩衝剤の役割を果たすおかげで、ベトナムの人々の生活の安定が保たれているという側面もあるのではないか。

国際参入期のベトナムを象徴する国際ファーストフードチェーン店とがっぷり四つに組んで、ベトナムの魅力のひとつである土着のファーストフード店が、しっかりと生き残ってほしい。(つらもと みのる/アジア経済研究所 在ホーチミン海外調査員)

※隔月で掲載いたします。