ベトナムの自動車市場の現状と展望

～ 国産ブランド優遇の中で問われる日系自動車産業の課題と可能性 ～

NRI タイ　ASEAN Manufacturing Practice, ASEAN Go-to-Market Consulting Group　グループマネージャー　Puncharat Hiransuchalert
NRI タイ　ASEAN Manufacturing Practice, ASEAN Go-to-Market Consulting Group　シニアビジネスアナリスト　Phuc Hao Quang Nguyen

1　はじめに

ベトナムは近年、東南アジア諸国連合（ASEAN）地域において最も注目される経済成長国の一つであり、世界中の投資家や企業からの関心が高まっている。特に自動車産業では、人口の増加と所得水準の向上を背景に中間層が拡大しており、新車市場が順調に拡大している。さらに、電気自動車（EV）への移行も加速しており、持続可能なモビリティへの関心の高まりが市場変化を後押ししている。このような状況の中、ベトナム市場は日本企業にとって戦略的に極めて重要な市場と位置付けられている。加えて、近年ベトナムのIT産業も急速に発展しており、自動車産業との連携を通じて、コネクテッドカーや自動運転技術など新たな分野での協業の可能性も広がっている。本稿では、ベトナムの自動車市場の現状と今後の展望を多角的に分析し、日本企業にとってのビジネス機会および直面する課題について考察する。

2　ベトナムの自動車市場動向

1）全体の市場動向

ベトナム市場は、2023年の経済減速により一時的な減少が見られたものの、成長を続けている。24年の自動車販売台数は43万6,070台で、前年比18%の増加を記録した。さらに、25年上半期においても、22万2,326台の販売が見込まれていることから自動車販売市場は拡大傾向を継続すると考えられる。

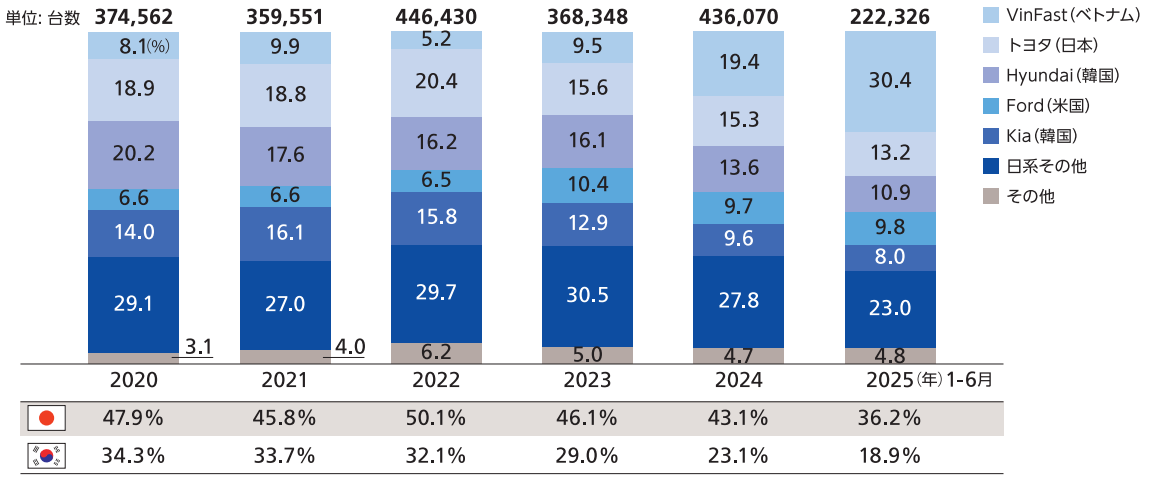
現在、ベトナムの自動車保有率は近隣諸国と比べて低い水準にある。自動車保有率の高い上位国は、ブルネイが1,000人あたり805台、マレーシアが490台、タイが275台であるのに対し、ベトナムの自動車保有率は1,000人あたり68台にとどまっている。この状況は、ベトナムの自動車販売が成長する大きな潜在力を示している。

ベトナムにおける自動車販売市場をブランド別に分析すると、まず、一つ目は、ベトナムでは自国ブランドであるVinFastの販売シェアが急速に成長していることである。2025年上半期においては、VinFastの販売シェアは約30%を占めており、2位以下の日系を含む外国企業を大きく上回っている。

二つ目は、韓国自動車ブランド（Hyundai、Kia）がベトナムでは他のASEAN諸国よりも強いことである。2025年上半期においてHyundaiは3位、Kiaは5位である。なお、トヨタ自動車のシェアは2位になっており、ベストセラーモデルは24年に1万4,210台を販売したViosで、HyundaiのACCENTの1万3,538台をわずかに上回っている。韓国ブランドがベトナムで強い理由としては、競争力のある価格、広範な販売・サービスネットワーク、現地パートナーであるThanh CongやTHACO（TRUONG HAI GROUP）を通じた強力なマーケティングが挙げられる。K-POPのような韓国文化も市場に影響を与えていると指摘されている。

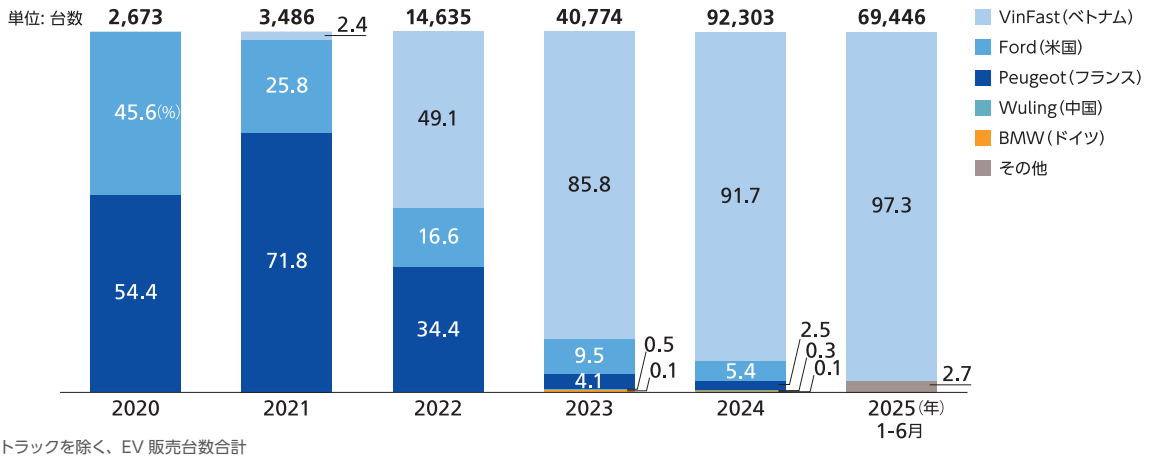
ベトナム自動車市場で日系メーカー合計の市場シェアは国別で見た場合、最大シェアを維持している。しかし、VinFastの成長により、日系メーカーのシェアは2020年の47.9%から25年上半期には36.2%まで減少している。これは日本ブランド

図表 1　ベトナムのブランド別自動車販売シェア推移



注）中型、大型トラックを除く、自動車販売台数合計
出所）S&P Global Mobility、MarkLines などのデータより NRI 作成

図表 2　ベトナムのブランド別 EV 販売シェア



注）中型、大型トラックを除く、EV 販売台数合計
出所）S&P Global Mobility、MarkLines などのデータより NRI 作成

だけでなく、他の外国自動車ブランド、特に小型セグメントにとって脅威となっている。一方、三菱自動車 XPANDER や Ford Ranger など大型セグメントのモデルは高い販売水準を維持しており、24 年に VinFast の VF 5、VF 3、VF e34 を除く、TOP 5 の上位販売モデルにランクインしている。

2）ベトナムの EV 市場動向

近年、ベトナムの自動車市場において EV の存在感が著しく高まっている。特にベトナム発の EV ブランド VinFast が市場を牽引（けんいん）しており、国内外で注目を集めている。VinFast は EV の生産・販売を拡大しており、2024 年に 8 万台以上を販売した。VinFast はベトナムの EV 市場シェアの 90％以上を占めており、25 年上半期の販売台数は 6 万 7,569 台に達した。小型 SUV の VF 5 と VF 3 が特に人気のモデルで、都市部での機動性とコンパクトなサイズが消費者から高い支持を得ている。

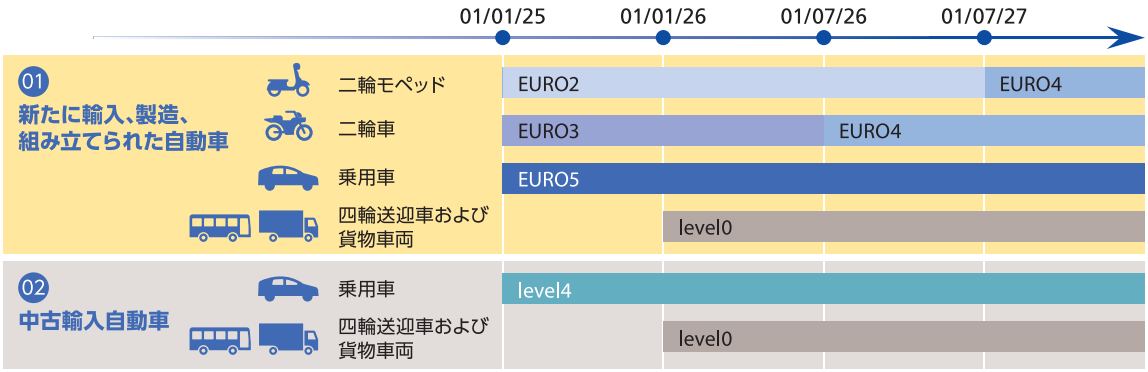
EV メーカーは価格引き下げや無料充電などのインセンティブを通じて市場シェアを拡大し続けている。具体的には、VinFast による V-Green ステーションでの無料充電のサービス提供や、内燃機関（ICE）車両から同社 EV への乗り換えキャンペーンが成功を底支えしている。

ベトナム政府も EV の普及を強力に支援しており、税制優遇や充電インフラの整備を推進している。これにより消費者の購入意欲が高まり、環境配慮型の車両が今後も市場を拡大していく見通しである。

図表 3　ベトナムの都市交通におけるグリーンエネルギーへの移行の主要なタイムライン

出所）Decision No. 876/QD-TTg のデータより NRI 作成

図表 4　ベトナムの排出ガス基準ロードマップ



出所）Decision No. 19/2024/QD-TTg のデータより NRI 作成

3）ベトナムの EV 政策動向

ベトナムは気候変動枠組条約第 26 回締約国会議（COP26）で 2050 年までのネットゼロ排出目標を表明した。自動車・交通セクターは排出量と密接に関連している産業部門の一つであるため、政府は ICE 車両からグリーンエネルギーを動力源とする車両への移行を推進している。

（1）グリーンエネルギーロードマップと排出基準ロードマップ

グリーンエネルギーロードマップでは、交通分野における移行計画が定められており、移行計画は都市交通領域では、公共交通機関から着手することになっている。

2025 年までに、新規バスは 100％電気またはグリーンエネルギーを使用する必要がある。30 年に電気またはグリーンエネルギーを使用する車両の割合を 50％以上達成し、新規タクシーは 100％電気またはグリーンエネルギーを使用する。その後、50 年までにバスとタクシーの 100％を電気またはグリーンエネルギーで運用する。地域の対象範囲は、ハノイ、ホーチミン、ダナン、カンタオ、ハイフォンなどの主都市から開始される。

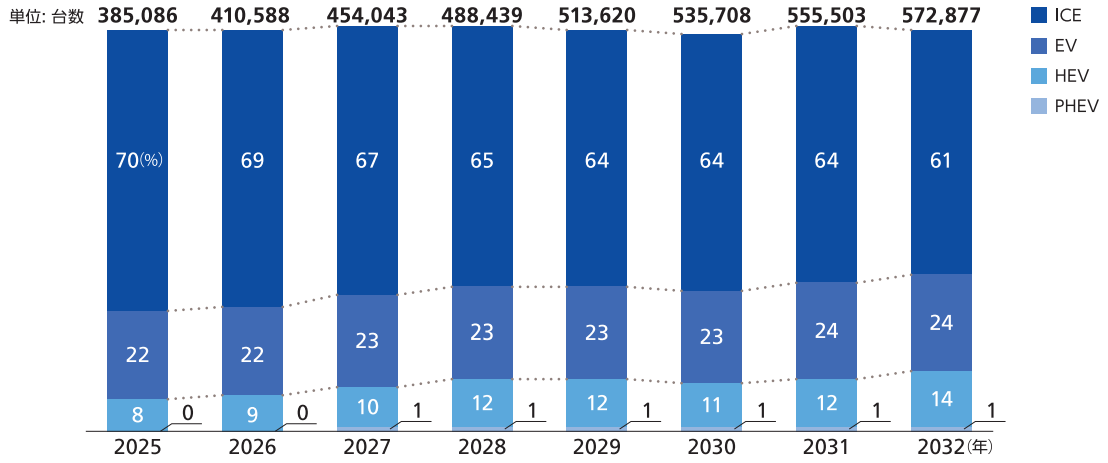
さらに、ベトナムで使用される二輪モペッド※1・二輪車・四輪車を対象とした排出ガス基準ロードマップは図表 4 に示す通りである。新規自動車は 2025 年から EURO 5 に準拠する必要がある※2。一方、輸入中古車は EURO 4 に近い国家基準レベル 4 に準拠する必要がある※3。モペッドと二輪車の排出基準は自動車よりも緩やかだが、主要都市で

※1　ベトナムの定義においてモペッドは設計上の最高速度が 50km/h 以下の二輪または三輪車。ICE の場合はエンジン排気量が 50cc 以下であり、EV の場合は定格出力が 4kW 以下である

※2　EURO 基準は、欧州連合（EU）が自動車から排出される有害物質の量を規制するために設けた環境規制基準である

※3　Decision No. 19/2024/QD-TTg に基づき、新規モペッド・二輪車・四輪車に適用される排出基準のレベル 2 からレベル 5 はそれぞれ欧州の排出基準の EURO 2 から EURO 5 に相当する。中古輸入車両に対する排出基準のレベル 1 からレベル 4 は国家規格 TCVN 6438:2018 およびその改正規格 TCVN 6438:2018 修正 01:2021『道路車両－排出ガスの最大許容限度』に定められた汚染物質排出限度に基づくものである。排出基準レベル 0 は、自動車エンジンから排出されるガスに、欧州の排出基準および国家規格に定められた排出基準の限度内で定義される汚染物質が含まれていないことを示す

図表 5　ベトナムのパワートレーン別自動車販売割合将来予測



注）中型、大型トラックを除く、自動車販売台数合計
出所）S&P Global Mobility などのデータより NRI 作成

は厳格な規制が導入されることもある。最近ハノイは、26 年 7 月 1 日から主要地域でガソリンエンジン搭載のモペッドと二輪車の禁止を表明している。これは、同国がさまざまな方法で大気汚染対策およびネットゼロを達成するための取り組みを示している。

(2) 支援政策とインセンティブ

自動車セクターのネットゼロ排出目標を達成するため、政府は製造業者とユーザーの両方に向けたグリーンエコシステムの強化を目的とした多様な政策を展開している。

ユーザー側では、政府は EV の登録料 100%免除措置を 2027 年 2 月 28 日まで延長した。これにより、登録料が約 12%の ICE 車に比べ EV の初期購入コストが軽減されている。さらに、9 人乗りまでの EV に対する特別消費税（SCT）は 15%以下に軽減され、ICE 車に適用される 35%以上の税率と比べ大幅に低減され、購入コストを低減している。また、個人と企業ユーザーの需要に対応するため、充電インフラの整備支援も実施されている。

製造業者にとって、EV メーカーは法人税（CIT）の優遇税率やその他の特典を受けることができる。また、政府は 2040 年までに国内使用を目的とした化石燃料を動力源とする自動車、二輪車、モペッドの製造、組み立て、輸入を段階的に廃止する予定である。これにより、現在の従来型車両メーカーは事業をグリーン化へ転換する必要に迫られている。

4) ベトナムにおけるパワートレーン（車の動力源）ミックスの将来見通し

現在のベトナム市場では ICE 車が主流であるが、EV およびハイブリッド自動車（HEV）の比率は年々拡大傾向にある。VinFast の影響と支援政策により、ベトナムでは EV が HEV・プラグインハイブリッド自動車（PHEV）よりも優位な立場にある。EV は都市部向けの車両セグメントにおいて、合理的な価格とサイズで顧客のニーズを満たし、環境配慮の意識が強い若年層の消費者を引きつけることができる。さらに、タクシーやライド・ヘイリング・サービスなどの公共交通機関はコスト効率の面で優位性を発揮できている。ただし、ピックアップトラックなどの一部のセグメントでは EV の制限があり、充電インフラの整備も重要な課題の一つである。また、政府の支援策は必ずしも持続的ではないため、補助金が縮小された場合には、消費者の車種選択にも変化が生じる可能性がある。これにより、EV への移行スピードにも一定の影響を及ぼすと考えられる。

3　VinFast の急拡大戦略と事業継続の条件・課題

ベトナムで EV と言及すると、まず思い浮かぶブランドは、ベトナム最大の複合企業グループである Vingroup の傘下にある VinFast である。VinFast はベトナム初の国産 EV メーカーとして台頭し、同国の EV 産業における技術革新を牽引している。VinFast は極めて新しいブランドながら、国内市場で急速に成長し、国際展開も進めている。

1）VinFast の成長戦略

VinFast は 2017 年にベトナムのハイフォンに最先端の自動車製造複合施設を設立し事業を開始した。当初は ICE 車両の製造からスタートしたが、21 年にベトナムで初めて生産された消費者向け EV を含む、e-スクーターと e-バスを相次いで発売した。22 年末に VinFast は ICE 車生産を終了し、23 年から EV に注力している。

ICE 車から EV への移行により、VinFast はベトナムの EV 市場で先駆者的優位性を獲得した。当時、EV は欧州や北米で世界的なトレンドだったが、ベトナムには主要なサプライヤーが存在しなかった。VinFast は潜在性を見いだし、グローバルなトレンドに合わせ事業の方向性を転換した。そして現在、ベトナムの EV 市場で 90％以上のシェアを占めている。

VinFast は 2024 年に海外ブランドを上回り、ベトナムで最も売れている自動車ブランドとなっており、引き続き販売の拡大を目指している。また、Vinfast は国内市場だけでなく、グローバル展開も積極的に推進している。当初、米国、カナダ、欧州などの市場を優先した。これらの地域は、成長した EV 市場であり、需要が強く、インフラが整備されており、ブランド価値の向上にもつながるためである。これらの市場への参入は、VinFast がグローバルな EV 企業として地位を確立するため、加えて、主要な他の EV ブランドと競争する野心の一部であった。

2021 年に VinFast は米国、カナダ、フランス、ドイツ、オランダに支店を設立し、北米と欧州で正式に事業を開始した。これは本格的なグローバル市場への参入であり、基盤構築の第一歩となった。23 年に米国に 20 億 US ドルの EV 製造工場を起工した。同年にナスダック・グローバル・セレクト・マーケットに上場し、グローバル展開と製造規模の拡大を支援するための資金調達における重要なマイルストーンを達成した。しかし、こうした急成長には多額のコストが伴い、高水準の支出により巨額の純損失が発生した。財務的な圧力を受け、VinFast は戦略を再調整し、海外での EV 拡大の戦略的市場としてインドネシア、インド、フィリピンに焦点をあてたアジアの成長市場へのシフトを決定した。同社はインドとインドネシアの工場、およびベトナムでの第 2 工場に投資し、いずれも 25 年の操業開始を予定している。一方、米国工場の操業開始は当初の 25 年から 28 年に延期された。

アジア市場は、製造コストの低さ、中間層人口の増加、政府の支援策を特徴としている。インドネシアのバッテリー生産用のニッケル埋蔵量や、ASEAN の関税撤廃政策などの地域貿易協定を活用する戦略的優位性が、この意思決定を支えている。

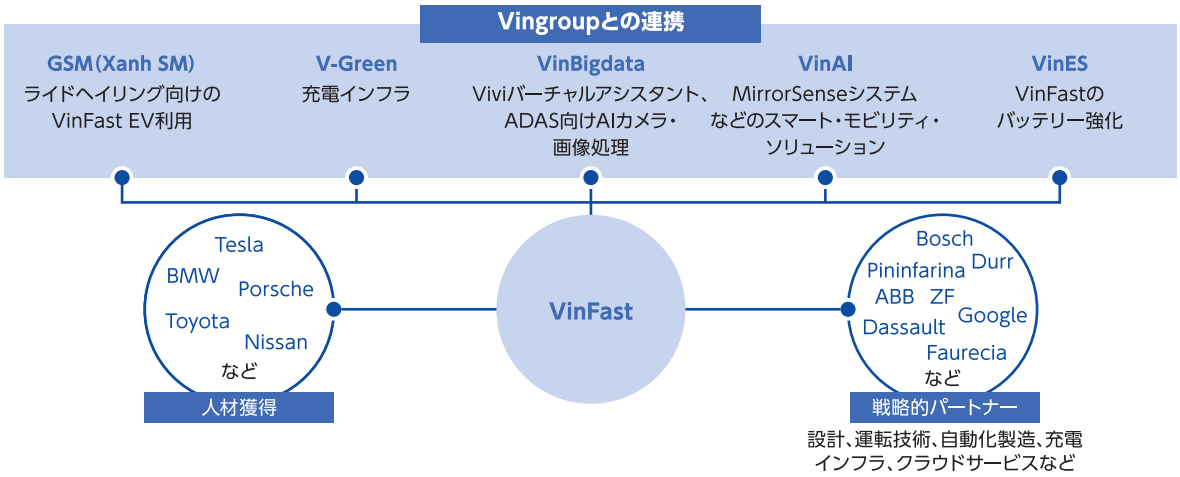
2）Vinfast の成功要因

VinFast は若いブランドとして急成長している。その成功の背景には、現地生産、競争力のある価格設定、政府の支援策、そして社内外のリソースを効果的に活用している点がある。

同社は、Tesla、BMW、Porsche、トヨタ、日産自動車などから自動車の専門家を採用し、ノウハウを獲得している。さらに、Pininfarina、ZF、Durr、Bosch、ABB、Google など、技術や自動車産業の分野における戦略的パートナーと国際協力関係も構築している。

Vingroup のグループ内でのシナジー効果により、特に国内市場における成功をさらに後押しして

図表 6　VinFast のビジネスエコシステム



出所）Vingroup などの資料より NRI 作成

いる。Vingroup は財務的な支援だけでなく、EV 事業のための優れたエコシステムを構築している。Vingroup の傘下で 2023 年に設立された Green and Smart Mobility（GSM） は、VinFast の 電気式車両を使用したライドヘイリングと車両レンタルプラットフォーム「Xanh SM」を運営している。商業用途向けに大規模なフリートを展開することで、VinFast 車両の安定した需要を創出している。GSM はタクシー運営のため、数万台の VinFast の EV を購入し、VinFast の売上高の大部分を占めている。さらに、バッテリー技術企業である VinES Energy Solutions は、VinFast のバッテリー自給率と統合生産チェーンを強化している。VinBigdata と VinAI は、AI 駆動の自動ミラー調整や音声アシスタントの統合など、スマート車両技術の進展を支援している。これらの包括的なエコシステムは、VinFast の高度な EV 開発を支援している。

3） VinFast の課題と今後の計画

VinFast の売上高は増加しているものの、コストの増加が進んでいるため、市場浸透率が予想を下回る場合、リスクが生じる可能性がある。財務損失は依然として深刻で、2023 年に 24 億 US ドルの損失を報告し、24 年には 31.8 億 US ドルの純損失を計上した。現在の販売量の増加は、技術開発、生産規模の拡大、国際展開、市場シェア獲得のための積極的な価格戦略などへの大規模な投資が総損失を拡大させている。

同社の存続は主に親会社である Vingroup と創業者に依存している。米国上場後も、資金消耗の管理や新市場・新技術への投資にあたり、引き続き Vingroup の財政支援が不可欠である。近年の数十億 US ドル規模の純損失を考慮すると、この支援は極めて重要である。一方で、損失が継続していることから、利益を持続的かつ拡大していく能力について市場からの疑念も根強い。2024 年には株価が大幅に下落し、市場の懐疑的な見方を反映している。また、国内市場での高い販売台数とシェアの多くは、同じグループ傘下の GSM からのものである。同社はインドネシアやフィリピンで同グループの GSM が展開するタクシー市場をターゲットにする類似の戦略をとっているが、これらの国々には既に強力なタクシー事業者が存在している。国際市場で多くのブランドとの激しい競争が予想される中、VinFast が一般消費者市場にどのように浸透できるかは大きな課題である。

多様な事業課題を抱える中、VinFast は欧米からアジア市場への重点シフトを進めながら事業拡大を継続している。2025 年の目標は 24 年のグローバル販売台数を少なくとも 2 倍にすることを掲げてい

図表 7　トヨタベトナムとベトナムの IT 活用の事例

出所）FPT IS、VnResource、iLotusLand の資料より NRI 作成

る。現地市場での生産拠点、販売網、サービスネットワーク、充電インフラの拡大だけでなく、業界や規制当局との連携も強化している。例えば、インドネシア自動車工業会（GAIKINDO）への加盟は、政策の策定に参加し、対象国の自動車産業の長期的な成長に貢献する絶好の機会となる。VinFast は、国内外の市場でその可能性を証明しようとする中で、引き続き注目すべきブランドである。

4　自動車メーカー・サプライヤーにおける IT・ソフトウエア人材の活用

ベトナムのデジタル技術産業は成長を続けている。情報通信省の報告によると、ベトナムのデジタル技術企業の総売上高は 2023 年比 10.2％増の約 158 億 US ドルに達した。ベトナムには 2 万 7,600 社を超える ICT 企業が存在し、約 126 万人が雇用されている。そのうち、ソフトウエア企業は 1 万 2,500 社で 22 万 4,000 人を雇用し、IT サービスプロバイダーは 9,700 社で 8 万 4,000 人を雇用している。

2019 年に開始された「Make in Vietnam」戦略は、ベトナムの ICT セクターをアウトソーシングと組み立て中心から、高付加価値のベトナムブランド製品を創出するイノベーション重視の産業へと変革する主要な原動力となっている。これは国内経済に大きく貢献し、ベトナムのグローバルな技術地位を向上させている。

FPT はベトナムのテクノロジー企業の成功事例の一つである。同社はベトナム国内だけでなく海外のクライアントにもサービスを提供する主要なテクノロジープロバイダーに成長した。自動車産業も同社の重点分野の一つである。FPT Corporation の専門子会社である FPT Automotive は、世界の自動車産業を支援する自動車用ソフトウエアソリューションおよびサービスに注力している。ソフトウエア定義車（SDV）、先進運転支援システム（ADAS）、自動運転、EV、テレマティクス、インフォテインメントなど、次世代の自動車技術向けソフトウエアを開発している。

FPT グループと提携している日本企業は数多くある。例えば、ホンダと FPT Software Japan は、IT サービス管理およびソフトウエア開発における協力拡大に関する戦略的協定を締結している。FPT Software は、開発および運用コストを最大 30％削減することを目標に、ホンダ専用のオフショアデリバリーセンター（ODC）を設立した。また、コネクテッドカーシステムと Honda+ Cloud アプリを共同開発し、ベトナムの何百万もの顧客にサービスを提供している。

デンソーと FPT は、次世代の SDV の開発における協業に関する覚書（MOU）を締結した。特に、

ADAS の量産プロジェクトに焦点をあてている。この協業には、ベトナムにオフショア開発センターを設立し、FPT のソフトウエアエンジニアリングの専門知識とデンソーのドメイン知識およびトレーニングプラットフォームを組み合わせた、人材開発とトレーニングが含まれる。

FPT だけでなく、他のベトナムの IT 企業との協力も進んでいる。例えば、トヨタベトナムは FPT IS が導入した SAP S/4HANA エンタープライズ・リソース・プランニング（ERP）システムを活用し、業務効率と財務管理の向上を図っている。人事面では、VnResource の人事管理ソフトウエアを採用し、トヨタベトナムの拡大する人材ニーズに対応するため、人事管理の全体的な効率化を実現し、継続的な業務を支える信頼性が高くスケーラブルなソリューションを提供している。また、Phuc Yen 工場では、iLotusLand の排水監視プラットフォームが導入されており、排水品質の追跡が可能である。このシステムは、オペレーターとマネージャーがリモートでデータにアクセスできるため、業務効率の向上、問題解決の迅速化、環境配慮型実践の支援が可能である。その結果、プラットフォームはリアルタイムの更新により、問題の早期検出とチームメンバー間のコミュニケーションの改善を実現した。

ベトナムには、コスト効率の高い熟練した IT 人材と、成長中のテック業界のエコシステムがあり、IT 人材分野において大きな可能性を秘めている。ベトナムの IT 企業は、従来のアウトソーシングを超えて、AI、ブロックチェーン、ソフトウエアの近代化といった高付加価値プロジェクトに取り組み、自社独自のソリューションを開発するケースも増えている。こうした専門性は、スマート製造、AI による自動化、サプライチェーンのデジタル化、コネクテッドカーなど、日本の自動車メーカーのニーズに直接貢献できる。したがって、日本の自動車製造企業は、ベトナムの IT 企業との協業を通じてベトナムの IT 人材を活用し、事業運営、イノベーション、デジタル変革を強化する大きな機会を有している。

5　日系企業にとっての事業機会と課題

ベトナムの自動車市場は急成長と政府による EV 推進政策を背景に大きな可能性を秘めている一方、現地ブランドの台頭や政策的支援が外国企業にとっての競争上の課題ともなっている。EV への移行には依然としてコスト・時間・インフラ面での課題が残り、電源の脱炭素化も重要な論点である。その中で、日本企業は多様なパワートレーン技術や環境対応型燃料の提案により、EV 以外の選択肢を提示しうる立場にある。また、同国は部品の輸入依存度がまだ高く、政府は国内での高付加価値部品の製造に向けて、関連産業への企業投資を促進している現状を踏まえ、自動車部品分野への進出は、現地生産・輸出基盤を強化する機会がある。政府支援、低コスト労働力、豊富な IT 人材、現地企業との連携などを生かすことで、ベトナム市場における事業効率・競争力を高めることが期待されるであろう。

（監修：津崎　直也）

筆者

Puncharat Hiransuchalert
NRI タイ　ASEAN Manufacturing Practice, ASEAN Go-to-Market Consulting Group
グループマネージャー
専門は、製造業の ASEAN 市場の進出支援など
E-mail: puncharat.h@nri.com

Phuc Hao Quang Nguyen
NRI タイ　ASEAN Manufacturing Practice, ASEAN Go-to-Market Consulting Group
シニアビジネスアナリスト
専門は、ベトナム・ASEAN 市場における事業推進支援
E-mail: phuchao.nguyen@nri.com