

YMFG

アジアニュース

2022年9月

【海外拠点】山口銀行釜山支店、山口銀行青島支店、山口銀行大連支店、山口銀行香港駐在員事務所

【現地駐在】TTB銀行(タイ・バンコク)、日本政策金融公庫バンコク駐在員事務所(タイ・バンコク)

HD銀行(ベトナム・ホーチミン)、明倫国際法律事務所ホーチミンオフィス(ベトナム・ホーチミン)



【ベトナム】

ベトナムでの日本商品の販路開拓について ～テストマーケティングの活用～

1. はじめに

5月15日にベトナムの入国規制が撤廃されて以来、ビジネス出張者や観光客も徐々に増えてきており、街中は活気を取り戻しています。

ベトナム統計総局の発表によると、2022年第2四半期の実質GDP成長率は前年同期比7.72%であり、新型コロナ流行以前の水準に戻っていることから、ベトナム経済は回復基調にあると言えます。

また、日本企業の対越投資においては、製造業に代わって小売業や卸売業の新規進出が増加傾向にあります。ベトナム外国投資庁によると、2021年度の日本の新規投資認可件数は199件でしたが、その内、小売・卸売業が59件、製造業が41件となっており、小売業が製造業を抜いて最も多い割合を占めています。このことから、販売市場としてのベトナムが注目されていることが窺えます。

最近の事例としては、無印良品がベトナム3号店(ハノイ市)をオープンしました。下の写真はホーチミン市の店舗になりますが、休日には日本製のお菓子や文房具を求めて多くのベトナム人で賑わっています。

今回のアジアニュースでは、ベトナムでの日本商品の販路開拓についてご紹介します。



無印良品ホーチミン店内(写真左)、店内にカフェを併設(写真右): 筆者撮影

2. 日本商品に対する需要について

ベトナム人は、日本製の商品に対して、安心、安全、高品質という良いイメージを持っているため、潜在的に販売がし易い市場であるといえます。

近年の所得、生活水準の上昇に伴い、美容や健康に気を遣う人が増えており、日本製の化粧品やDHCのサプリメントの様な健康補助食品が人気を集めています。

但し、日本からの輸入商品は基本的に高額となるため、何でもよいというわけではありません。物流コストに加えて現地の小売業者や仲介商社のマージンが価格に乗ってくるため、ベトナム市場で販売される際には、日本の小売価格の3~4倍と非常に高額になるケースが多々あります。日本から輸入された日清カップヌードルは79,000VND(約470円)、カルビーのポテトチップスは110,000VND(約650円)で販売されています。

現在、ベトナム市場で売れている日本商品は、世界的に有名なブランド、あるいは最初に市場に参入した商品となっています。そうでない場合には、高い価格に見合った商品価値をしっかりと説明し、現地商社や消費者に理解・認知してもらう必要があります。

また、一部の富裕層や海外からの駐在員向けをターゲットとするのではなく、人口の半数を占める中間所得層をターゲットとした商品を販売していくことが、今後のベトナムでの販路開拓のポイントとなると考えます。

3. テストマーケティングの事例紹介

ベトナムでは、JETRO主催の日本食品に関する展示会や見本市が定期的で開催されており、民間企業によるテストマーケティングも様々な場所で展開されています。

今回は、日系マーケティング会社であるスターマーク株式会社が運営しているアンテナショップ「agata Japan」についてご紹介いたします。

同社は、ホーチミン市中心部1区にあるホーチミン高島屋地下2階のテナントにて棚貸し形式による商品の陳列・販売代行サービスを行っています。

取り組みにあたっては、商品登録^{※1}から商品の輸出入の手続き、商品資料の作成、販売および在庫管理まで全てワンストップサービスでの対応が可能となっています。

※1.ベトナムで輸入商品を販売する場合、政府に対して事前に商品の登録をする必要があります。



高島屋地下2階店舗（写真左）、商品紹介のPOP（写真右）：筆者撮影

ホーチミン高島屋は、平日は中心地で働く比較的所得の高いホワイトワーカーが来店しますし、休日にはベトナム人の家族連れや現地駐在員で賑わっているため、市場調査ならびに商品の認知度を高めるにはうってつけの場所と言えます。

また、ベトナムでは対面式による大規模な国際展示会も再開されています。展示会情報については、JETRO ホームページ内にまとめた一覧がございますので、以下リンク^{※2}よりご参照ください。

※2. JETRO 展示会リンク：<https://www.jetro.go.jp/j-messe/country/asia/vn/>

4. おわりに

今回、テストマーケティングの一例をご紹介させていただきましたが、店頭販売や商談会で実際に試食・試用してもらい現地の生の声を知ることは非常に有益です。ベトナム人の好みや価格帯に対する考えを知ることができ、現地向け商品の開発やブランディング方法、販売価格の設定等の具体的な戦略を立てることができるようになります。

海外向けの販路開拓に関しては、中小企業庁や地公体が様々な補助金支援を実施していますので、補助金制度を活用することでコストを抑えることもできます。

山口フィナンシャルグループでは、補助金申請に関するアドバイス、調達先や製造委託先の開拓、海外出張時のアテンド対応など、幅広くサポートを行っております。海外への事業展開にご関心をお持ちの方は、お取引店もしくは山口フィナンシャルグループ営業戦略部法人事業室海外事業グループまでお問い合わせください。

(山口フィナンシャルグループ 海外出向【ベトナム】織田 恭範)

【参考文献】

・ビジネス短信 (JETRO)

<https://www.jetro.go.jp/biznews/2022/07/ef88d3fc7ce000f1.html>

・ベトナム市場開拓のヒント (JETRO)

<https://www.jetro.go.jp/biz/areareports/2020/f242cb1236a61fab.html>

・ベトナムで本当に人気の 9 つの日本製品 (VietBiz)

<https://vietbiz.jp/retail-japaneseproduct/>