

## ベトナム大手企業 Masan のブランド戦略と国際市場での成功の軌跡

2025 年 2 月 6 日 作成

カテゴリ ベトナム企業 ベトナム企業動向

### ベトナム大手企業 Masan のブランド戦略と国際市場での成功の軌跡

ベトナム大手企業である Masan は、国内外の消費者に信頼される多くの強力なブランドを所有している。小売消費財分野において強力なブランドを構築することは、企業の成功に不可欠な要素である。Masan は業界のリーダーとして、計画的なブランド構築戦略を持ち、ベトナム国内で成功を収め、国際市場にも影響を与えている。

最近、ハノイで開催された「2024 ベトナム Reliability」では、Masan MEATLife が展開する MEATDeli が農産物・食品飲料・小売チェーン部門でトップ 10 に選出された。この受賞は 5 年連続であり、「ベトナム Reliability」は生産者、流通業者、消費者をつなぐ重要なイベントとして知られている。

昨年のテーマは「持続可能な消費と有望なブランド」であり、社会的責任を重視しつつ消費者に実質的な価値を提供するブランドが評価された。また、昨年 9 月には Vietnam Report が発表した 2024 年食品業界の信頼性ランキングで、Masan Consumer が調味料や油のカテゴリーで 1 位に輝いた。このランキングは財務報告やメディア評価、調査結果に基づいており、客観的な基準で構成されている。さらに、CHIN-SU(ベトナムのチリソース)は 2023 年の「若者のためのゴールドブランド」部門でも受賞しており、Masan Consumer は 32 の優れたブランドの中に名を連ねた。

Masan は国内だけでなく、独自のベトナム料理を国際市場に広める努力も行っている。CHIN-SU や Omachi(インスタントラーメン)などの製品は、それぞれの市場ニーズに応じた価値を提供しながら輸出されている。特に CHIN-SU は 2024 年に韓国の電子商取引 Coupang で 1 位となり、大規模な広告キャンペーンも展開した。これにより、国際的な認知度が高まり、ベトナム文化を広める役割を果たしている。

さらに、Masan の WinEco 部門は、高品質かつ持続可能な農業技術を推進しており、「健康は食べる物から始まる」という理念のもとで活動している。WinEco は 2024 年に、韓国へのレタス輸出も成功させた。今後も国内市場だけでなく、欧州や日本、中国などへの輸出拡大を目指す。2024 年に、多くの賞を受賞し続けている Masan は、「アジアで最も働きやすい場所」や「東南アジア 500 社」に選ばれるなど、その成長と信頼性が証明されている。これらの成果は、消費者ニーズへの対応と製品多様化への不断の努力によるものである。

以上