

ベトナム小売業の成長と DX の加速

2025 年 2 月 19 日 作成

カテゴリ ベトナム市場調査 日用消費・小売

ベトナム小売業の成長と DX の加速

ベトナムの小売業界は 2024 年に多くの成長を遂げ、特にオンライン販売やキャッシュレス決済の普及が進んでいる。Sapo 社が実施した全国 1 万 5000 の販売事業者を対象とした調査によると、売上が前年より増加した事業者の割合は 33% に達し、2023 年の 25% を上回った。成長が顕著だったのは、ハノイやホーチミン市の事業者であり、売上は月 2 億～100 億 VND（約 120 万円～6 億円）に達しており、事業規模によって大きな幅があるが、全体としては堅調に推移している。

成長企業の多くは、複数の販売チャネルを活用する「オムニチャネル戦略」を採用し、オンライン広告やプロモーション施策を積極的に展開している。特に、ファッショング、家庭用品、食品業界では、安定した需要と柔軟なマーケティング戦略が成長を後押ししている。約 80% の事業者が 2025 年の市場拡大を楽観視し、ライブコマース（ライブ配信を利用した販売）や SNS を活用した販売の強化を計画している。

現在、55.7% の売上成長企業がオムニチャネル販売を導入しており、その売上は月 200 万～10 億 VND（約 12 万円～6000 万円）の範囲に及ぶ。多くの事業者は、TikTok Shop、Shopee、Facebook などのオンラインプラットフォームを中心に販売戦略を拡大し、より多くの消費者を獲得しようとしている。また、2024 年には Facebook LiveShopping が正式に導入され、ライブ配信中に商品の購入が可能になったことで、リアルタイムでの販売促進がさらに強化された。

キャッシュレス決済も急速に普及しており、94.4% の事業者が何らかのキャッシュレス決済手段を導入している。特に、QR コード決済や銀行口座振込が 91% の支持を得ており、その利便性が評価されている。さらに、多くの事業者は販売管理システムや AI 技術を導入し、業務効率の向上や売上分析の最適化を図っている。

今後的小売業界の成長には、デジタル化とカスタマーエクスペリエンスの向上が鍵となる。事業者は、オンライン販売の拡充やマーケティングの最適化、効果的な顧客管理を通じて、競争力を高めることが求められる。

以上