

ベトナム、コンビニ革命

石川 幸

皆さんは週に何回ぐらいコンビニエンスストア（以下：コンビニ）に行きますか？

私が日本に居た際は、ほぼ毎日のように通っていました。しかし、ここベトナムでは、まだコンビニやスーパーといったモダントレードが一般的に普及しておらず、ベトナム全体における消費活動のわずか14%程度（JETRO 日用消費財売上のモダントレード比率 2015年から）と言われており、日本と比較し、まだまだ昔ながらの市場や個人商店での購入が主流となっています。

しかし、「一般的ではない」といっても、それは先進国である日本と比較した場合の話であり、新興国であるベトナムにとってこの14%という数字は非常に大きな変化を意味する数字でもあります。事実、都市部の若者を中心に買い物を取り巻くライフスタイルは徐々に変わりつつあります。

<新しいコンビニの登場>

このような消費者の需要に応えるべく、ついに2017年6月15日、満を持してセブンイレブン1号店がホーチミン市内にオープンしました。

日本ではもはや当たり前の存在であるセブンイレブンですが、ここベトナムでのインパクトは非常に大きいものがあります。実際にオープン当日に視察に行くと、そこには100人を優に超えるベトナム人が列をなしており、入場制限がかけられている有様でした。

商品ラインナップは約2,000点となっており、商品の充実度も申し分ありません。また、ベトナム・セブンイレブンはベトナムオリジナル商品にも余念がなく、プライベートブランド（PB）商品として「ミートボール弁当」や「ソイギリ（おにぎり風おこわ）」、「バインミー（ベトナム風サンドイッチ）」といったアジアンテイスト満載の商品も取り揃えています。

今後、セブンイレブンは手始めにホーチミン市でドミナント（高密度集中）出店を行い、その後に他の地域へも店舗を拡大していく予定だといえます。広報部の発表によれば、今後10年でベトナム国内に1,000店舗を出店する事が計画されており、将来的にはフランチャイズ（FC）展開も視野に入れているようです。

1店舗目が出店されてから10日も経たずに2号店がホーチミン市中心部にオープンしていることを考慮すると、セブンイレブンがいかにベトナムを重要なマーケットとして捉えているかが伺えます。

<コンビニの今後の展望>

ファミリーマート、サークルK、ミニストップ、セブンイレブンと、私達にとっても馴染みの深いコンビニが次々にベトナムに進出する中、現在、ローソンだけがベトナム進出に一歩出遅れた形になってしまいました。しかし、同社も東南アジアを重要なマーケットとして捉えていることに変わりはなく、タイとインドネシアなどを中心に規模を拡大しています。ベトナムへの進出を検討するのもそう遠くないかもしれません。

日系のコンビニが増える事で日本の商品をベトナムでも手軽に購入できるようになり、より一層ベトナムと日本の距離が近く感じられるようになりました。また、今まではメーカーにとって悩みのタネでもあった「商流」に関して、こと日本である事をアピールしながら陳列することが出来る絶好の場所を得た事になります。そのような意味では、文化的な側面も含めてベトナムと日本の関係をより親密にする無限の可能性をコンビニが持っていると言っても過言では無いかもしれませんね。

現在、セブンイレブンは日本に19,423店の店舗を有しているようですが（セブンイレブンHPから）、いつの日か、ベトナムのセブンイレブン等にも、日本に引けを取らない成長を期待したいものです。



セブンイレブン1号店の開店当日