

最新ベトナムSPA（製造小売業）の動向

石川 幸

近年の著しい経済発展により、ベトナムは製造拠点から消費市場としても注目をされはじめています。実際、ベトナムの最低賃金は年々上昇しており、2018年1月1日にも前年から最低でも6%上昇することが決まっています。賃金の上昇と共に消費市場も活発化しており、そんなベトナムで最近注目を集めている小売店が、猛烈な勢いで成長をしている自社のプライベートブランドを取り揃えたSPA（製造小売業）です。

<続々出店する注目株>

同タイプの小売店はホーチミン市内に続々と出店していますが、中でも注目を集めているのがメイソー（名創優品）とムムソー（MUMUSO）、イラファイ（ilahui）です。

中国資本であるメイソーはベトナムではMINISOといったブランドで店舗展開をしており、ホーチミン市内のメインストリートを中心に拡大を試みています。昨夏ベトナム進出を果たし、わずか半年で15店舗まで拡大しているという事実からも驚きを隠せません。同社の特徴は何と言ってもその取扱商品数にあり、各店舗には玩具、文房具、家庭用品など常時1万点前後の商品を陳列していると言われています。

ベトナムではまだまだ量販店や雑貨屋といったお店は未発達で、その多くが個人商店で賄われています（スーパーマーケットを除く）。そのような意味では、多種多様な商品を購入できる同社がベトナムで多くの顧客を獲得するのも頷けます。

また商品のデザインや価格帯も4万ドン（約200円）からとベトナム人の需要ニーズに合致しており、シンプルかつ高級感があることが顧客から支持される理由の一つです。同社のマーケット戦略は実際に功を奏しており、同社がハノイに新店舗を出店した際には、あまりの行列のため閉店時間を2時間延長したようです。また、その日の1時間あたりの売上が1万USドル（約110万円）を上回ったという点も驚きでした。同社の破竹の勢いはとどまることを知らず、2017年までに100店舗、2020年までには200店舗の拡大計画があります。

<韓国勢も人気拡大>

メイソーが業界において不動の地位を確立しつつある一方で、韓国資本であるムムソー、イラファイも独自の路線で市場を拡大しています。両社も昨夏以降にベトナムに進出した企業になりますが、現在急激な勢いで成長を遂げています。特にムムソーは自社のプライベートブランドのコスメなど美容関連に力を入れており、ベトナム人女性から絶大な支持を得ています。もともと、ベトナムでは韓国ドラマや音楽が流行っており、女優や歌手などを通じて韓国に対して「美容の国」といったイメージを持っていることも大きな要因の一つと言えるでしょう。同社は自国のイメージを商品に反映することによって、人気を博すことに成功しました。

<ライフスタイルの変革期>

ベトナム人の消費活動は、まだまだ先進国のそれとは異なる点が多いです。アメリカの市場調査会社のニールセンの調査によると、ベトナム人の日用消費活動の約85%が個人商店や伝統的市場で行われています。スーパーマーケットやコンビニといったモダントレードも近年は多く登場していますが、その市場における割合はまだまだ全体の20%も満たしていません。このようなベトナム市場で、上記の店がベトナム人に受け入れられ、そしてそのシェアを拡大していくことはある種のエポックメイキングであり、時代の節目のようなものを感じられます。まさに、ベトナム人のライフスタイルが今、変化していると言えるでしょう。





MINISO 店内