

ベトナムにおける電子商取引の現状について

岡山県ベトナムビジネスサポートデスク(I-GLOCAL Luu Boi Ngan)

1. はじめに

ベトナムでは年々インターネット利用者数が急増しており、オンラインショッピングの市場成長が期待されているから、電子商取引のできる携帯アプリも増えている。オンラインショッピングは家にいながらアクセスが可能であり、スーパーやショッピングモールで行列に並ぶ時間を省き、さらにはオンラインショップならではの特典やプロモーションを楽しむことが、消費者にとって大変魅力的なものとなっている。この魅力に着目し、ベトナムでは多くの小売業者がオンラインショッピングサイトの開設を進めており、従来の実店舗での販売のほか、オンライン販売でも競争が激化してきている。本稿では、ベトナムの電子商取引の現状と今後のトレンドを考察したい。

2. ベトナムの電子商取引の現状

近年ベトナムの電子商取引市場は急激に発展してきているが、今後も継続的に発展することが期待されている。Kantar Worldpanel（2017年版）によると、ベトナムの電子商取引の市場成長率は、タイ、マレーシアに続く第3位の69%であり、中国や韓国などの先進国よりも高い成長率を示している（図1）。

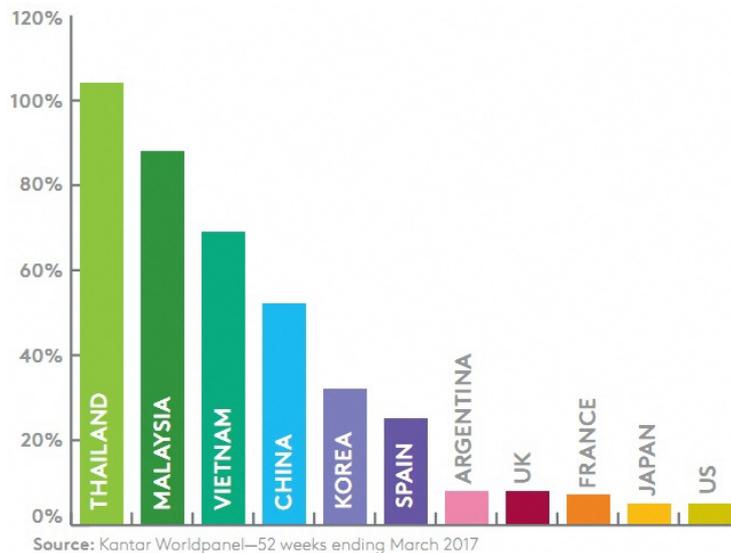


図1 ベトナムの電子商取引の成長率

ベトナムは2013年に電子商取引の売上が22億USDに達したが、3年後の2016年には40億USDに増加し、平均購入額は1人当たり160ドルを超えた。ベトナム電子商取引協会事務局長のTran Trong Tuyen氏によると、2020年になってもベトナムの電子商取引の市場成長率は50%を維持することが予想されており、投資家にとって魅力的な分野の一つであると述べている。

3. 課題

上記のように市場成長の期待が高い分野だが、ベトナムでの電子商取引にはいくつかの課題がある。

一つ目は、ベトナム人は直接商品を見て、品質を確認し、現金で支払う習慣が根強く、オンラインで支払うことにまだ慣れていないことである。そのため、多くのベトナムの電子商取引サイトは代金引換（COD=Cash On Delivery）を採用しており、消費者は商品を受け取った時点で代金を支払っている。しかし、この決済方法は、顧客が支払いを拒否するケースや、受取人の不在により約束の時間に商品受け渡しができない等のリスクがあり、配送コストが膨らむ可能性がある。

二つ目は、通信インフラがまだ完全に整備されていないことである。典型的な例としては、ベトナムが利用する最大規模の海底光ケーブルシステムであるアジア・アメリカ・ゲートウェイ（AAG）の海底ケーブルが切断する事故が 2017 年だけでも 5 回あり、事故が発生する度に電子商取引サイトの売上も大きな損害を受けた。通信業者に対して損害賠償を求めるためには、契約書に明確に通信業者の責任を言及する必要があると法令で定められているものの、実務上は損害賠償を求めることまでは難しいのが現状である。

三つ目は、外国の大手同業他社（Shopee、Lazada 等）もこの分野に進出してきていることから、国内企業（Tiki.vn、Adayroi.vn 等）との間で激しい価格競争が起きており、コスト削減により、商品の品質やサービスの質の確保が難しくなっているということである。

4. 市場の発展可能性とチャンス

上記の通り課題もあるが、ベトナムにおいても、スマートフォンをはじめ、インターネットに簡単に繋がる電子機器が増えており、電子商取引の発展可能性は否定できない状況になってきている。年々インターネットが普及し、従来のマーケティング戦略を大きく変えようとしている。

ここ数年、Lazada、Tiki、Shopee、Sendo、Adayroi など多数の電子商取引サイトが普及したことで、オンラインショッピングも多くのベトナム人消費者、特に若年層の消費者にとって馴染みのある存在になった。さらに彼らは、Facebook や Zalo といったソーシャルネットワーク（SNS）を通じて買い物をすることも増えているため、電子商取引市場のさらなる拡大の牽引役となっている。ベトナムのスマートフォン利用者数は人口の 70% を超え、農村部でも 50% を超えた地域もあるほど普及が早い。

電子商取引を更に発展させるためには、付随するオペレーションやサービスの向上が求められる。現金主義のベトナムでは、従来は代金引換（COD）が主流で、オンラインでの取引量全体の 88% を占めていた。しかし、今後は利便性の観点からも銀行振込やクレジットカード決済が増えていくことが見込まれる。

また、電子商取引を支える物流も焦点となる。近年は電子商取引の成長が見込まれたことで、ベトナム国内でも電子商取引の商品配達に特化した物流会社（Shipchung、Giaohangtietkiem、Giaohangnhanh 等）も多数設立され、電子商取引の物流が確立しつつある。

さらに、銀行振込決済のシステムも地場の銀行をはじめ、多くの企業で導入されている。電気代、水道代、通信代等に加えて、オンラインショッピング用の決済も行えるようになった。2017年現在、76社がインターネットによる決済サービスを提供し、39社がスマートフォンによる決済サービスを提供している。

直近の CBRE ベトナム社の調査（ホーチミン市とハノイ市で 1,000 人規模の市場調査）結果では、回答者の 25%が実店舗での買物頻度を減らそうとしており、また回答者の約 50%が今後パソコンやスマートフォンでオンラインショッピング回数を増やしたいと回答している。また、同調査の結果によると、ハイテクの電子機器、スポーツ用品、美容品、ファッション用品等がオンラインショッピングで最も多く購入される商品（回答者数 10%~30%程度）であることがわかった。

大手小売企業も実店舗と合わせてオンラインショッピングサイトを併設し、オンラインとオフラインの双方で顧客の獲得を狙うトレンドがある。韓国系企業であればロッテ、日系企業であればイオンが代表例として挙げられる。

5. 終わりに

インターネットやスマートフォンの急速な普及により、ベトナムの小売業は本来の実店舗販売と並行して電子商取引を急速に展開してきている。物流や決済についてはまだ課題が多いものの、解決策の導入も進んでおり、電子商取引市場の今後の更なる成長が強く期待される。

6. 参考資料:

6.1 Tai Chinh ベトナム財務ニュース：オンラインショッピングが流行（2017年10月19日）

<http://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu-trao-doi/bung-no-mua-sam-truc-tuyen-124781.html>

6.2 VN Express ニュース：ベトナムのオンライン市場で勝ち残る Lazada 社（2018年4月27日）

<https://kinhdoanh.vnexpress.net/tin-tuc/thuong-mai-dien-tu>

6.3 VN Express ニュース：ベトナム人がオンラインショッピングをする理由（2018年1月11日）

<https://kinhdoanh.vnexpress.net/tin-tuc/thuong-mai-dien-tu/ly-do-nguoi-viet-thich-mua-sam-truc-tuyen-qua-dien-thoai-3694752.html>

6.4 VN economy ニュース：電子商取引に関する税金について（2018年4月19日）

<http://vneconomy.vn/loay-hoay-thu-thue-thuong-mai-dien-tu-20180419154521229.htm>

6.5 Baomoi ニュース：ベトナムのオンライン市場開発への提案（2017年5月15日）

<https://baomoi.com/phat-trien-kinh-doanh-truc-tuyen-o-viet-nam-va-mot-so-de-xuat/c/22276145.epi>

6.6 Kinh te Saigon ニュース：オンラインショッピングの信頼を得るために（2017年9月3日）

<http://www.thesaigontimes.vn/164136/Gianh-niem-tin-trong-mua-sam-truc-tuyen.html>

6.7 Brands Vietnam：ベトナム電子商取引についての調査レポート（2017年11月9日）

<http://www.brandsvietnam.com/congdong/topic/7861-5-xu-huong-thi-truong-thuong-mai-dien-tu-Viet-Nam-2017>

6.8 Dien Dan ニュース：ベトナムのオンライン市場の潜在発展性について（2017年2月27日）

<http://enternews.vn/thuong-mai-dien-tu-viet-nam-tiem-nang-va-thach-thuc-107099.html>