



徳嶺勝信

今回はベトナム・ホーチミンに進出する日系企業について報告したい。

7月30日にホーチミン市中心街に日本のデパートとしては初めて高島屋がオープンした。地上5階、地下2階の商業施設の中核となるテナントで開店直後から多くの来店客でにぎわった。高島屋の海外展開はシンガポール、上海に続いて3店舗目になる。同時に日系ブランドも31店舗が出店した。高島屋グループは今後、東南アジア諸国連合（ASEAN）諸国を軸とした多店舗化を推進しており来年はタイ進出も予定している。

ここで注目すべきはなぜ、ASEAN内でホーチミンを3店舗目の出店場所として選んだか。

答えは明らかだ。他のASEAN諸国の中でも安定的に経済発展を続けており、外需や内需の拡大により日に日に増える中間層や富裕層をターゲットとした市場が見えているからだ。

近年では、高島屋だけではなく多くの日系企業が進出している。

日系企業の進出が加速

ベトナム

7月初めにイオンはベトナム国内で4店舗目、ホーチミンエリアでは3店舗目となる「イオンモール Binh Tan」をオープンした。

イオングループはホーチミンを中心にコンビニのミニストップ48店舗を出しているほか、ベトナム企業との合併でスーパーマーケットのCity mart 30店舗を出店するなど破竹の勢いで店舗数を広げている。今後さらにイオングループとしての出店を加速していく計画だ。

ファミリーマートは108店舗、セブンイレブンは2017年の出店が決まっており、10年で千店舗の出店目標を掲げている。まだまだ紹介しきれない日系企業も多いが、今後ますます進出は増えていくだろう。

以上を例にとっても人口約9300万人、平均年齢約28歳と若いベトナムがASEANの中でも最も魅力的な国になっている。ASEANの中で沖縄から最も近いベトナム、沖縄の空港ハブも生かして市場開拓とベトナム人向けのインバウンドビジネスも手掛けないとせっかくの有利な立地が生かせなくなる。ぜひ真剣にベトナムビジネスを考えていただきたい。

（ベトナムJES代表）

次回は韓国の大嶺浩次・世一旅行社販売課次長です。