



# ベトナム分野別DX市場のビジネス機会 (E-commerce・MarTech分野)

日本貿易振興機構（ジェトロ）

ホーチミン事務所

2024年3月

# 1 | 概要

## 調査目的

ベトナムにおいてデジタル・トランスフォーメーション(DX)の取り組みを進める日本企業が増えている。ベトナムにおけるE-commerce (EC、電子商取引)・MarTech (マーケティングテクノロジー) 分野のDX市場について、市場環境、関連法規制、有力パートナー候補、参入モデル等を明らかにし、日本企業によるベトナム市場参入を促す。

## 調査項目

- I. 概況
- II. 社会課題とDXの方向性
- III. 業界インタビュー
- IV. 日本企業の参入チャンス

## 調査方法

- デスクリサーチ
- インタビュー

## 調査期間

2024年1月 - 2024年3月

## 調査会社

B&Company Vietnam Co., Ltd

### 【免責条項】

本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用ください。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロ及び執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。

禁無断転載

## 2 | インタビュー回答者リスト

No	企業・団体名	分野	所在地	ウェブサイト	回答者名および役職
1	Vietnam E-commerce Association (VECOM)	E-commerce	ハノイ	<a href="https://vecom.vn/">https://vecom.vn/</a>	Ms.Le Hoang Uyen Vy – Vice President Mr. Nguyen Minh Duc – Deputy General Secretary
2	PMAX JSC	MarTech	ホーチミン	<a href="https://pmax.com.vn/">https://pmax.com.vn/</a>	Mr. Le Xuan Long - CEO
3	Insider Vietnam Co.,Ltd	MarTech	ホーチミン	<a href="https://useinsider.com/vi/">https://useinsider.com/vi/</a>	Ms. Trang Do – Customer Success Director
4	Chotot Co.,Ltd	E-commerce	ホーチミン	<a href="https://www.chotot.com/">https://www.chotot.com/</a>	Ms. Hoang Minh Xuan – Marketing Manager

# 3 | 略語表

略語	正式名称 (原文)	訳語 (日本語)
AI	Artificial intelligence	人工知能
API	Application Programming Interface	アプリケーションプログラミングインターフェース
B2B	Business to Business	企業間取引
B2C	Business to Customer	企業 (法人) と一般消費者の取引
C.	Circular	政令
C2C	Customer to Customer	消費者間取引
CARR	Committed Annual Recurring Revenue	確定年間定額売上
CDP	Customer Data Platform	顧客データプラットフォーム
COD	Cash on Delivery	代金引換払い
CRM	Customer Relationship Management	顧客関係管理
CTR	Click-through rate	クリックスルーレート
D.	Decision	決定
DC.	Decree	決議
DMP	Data Manager Platform	データ管理プラットフォーム
EC	E-commerce	Eコマス
ERP	Enterprise Resource Planning	企業資源計画
ERP-CM	Enterprise Resource Planning-Customization Mining	企業資源計画カスタマイズマイニング

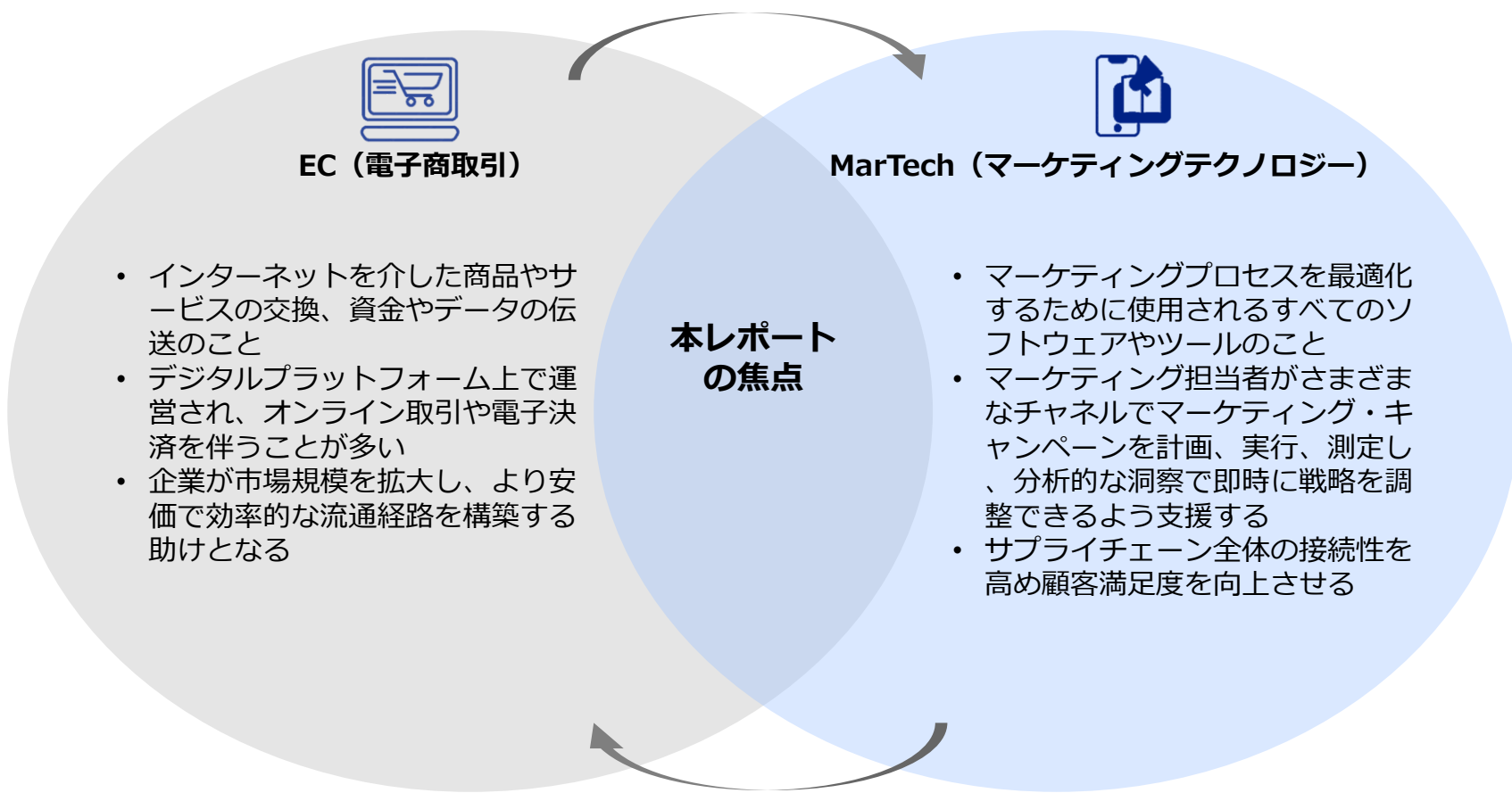
略語	正式名称 (原文)	訳語 (日本語)
GMV	Gross Merchandise Value	流通総額
IND	Indonesia	インドネシア
MarTech	Marketing Technology	マーケティング・テクノロジー
MOIT	Ministry of Industry and Trade	商工省
MYS	Malaysia	マレーシア
NLP	Natural Language Processing	自然言語処理
PHL	Philippines	フィリピン
ROAS	Return-on-ad-spend	費用対効果
ROI	Return on Investment	投資収益率
SaaS	Software as a Service	サービスとしてのソフトウェア
SGP	Singapore	シンガポール
SNS	Social Network Service	ソーシャルネットワーキングサービス
THA	Thailand	タイ
VNM	Vietnam	ベトナム
VR/AR	Virtual reality/Augmented reality	拡張現実/仮想現実
YoY	Year over Year	前年比

# 目次

<b>I.</b>	<b>概況</b> .....	<b>6</b>
	定義・調査範囲	
	分類	
	市場環境（市場規模）	
	市場環境（トレンド・動向）	
	関連政策	
	企業の参入状況（主な地場企業）	
<b>II.</b>	<b>社会課題とDXの方向性</b> .....	<b>14</b>
<b>III.</b>	<b>業界インタビュー</b> .....	<b>22</b>
<b>IV.</b>	<b>日本企業の参入チャンス</b> .....	<b>30</b>

# I | 定義・調査範囲

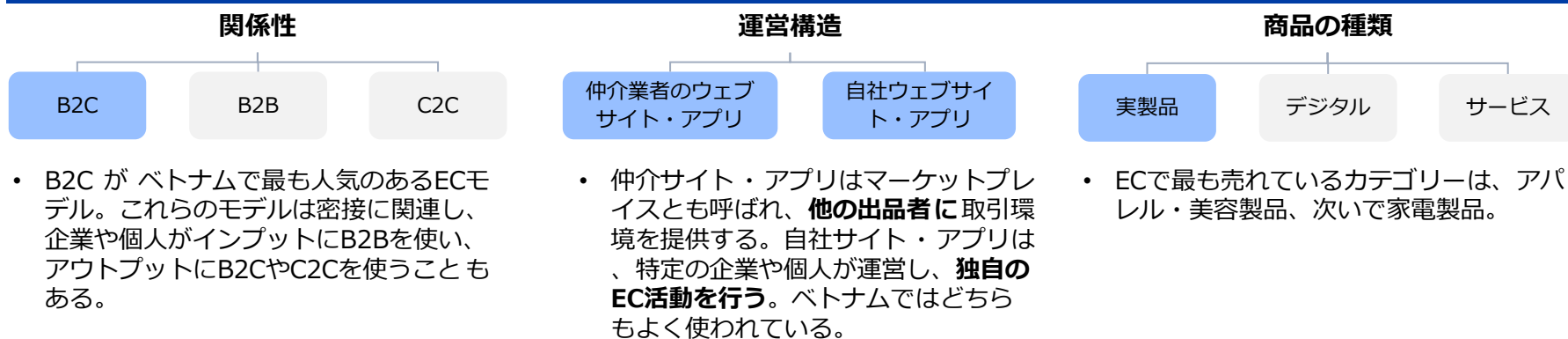
- ECやMarTechは比較的新しい産業であり、日々変化するデジタル環境の中で世界的に急成長を遂げている。
- 一方の成長が他方の成長の原動力となり、ECとMarTechは相互に有益な関係にある。



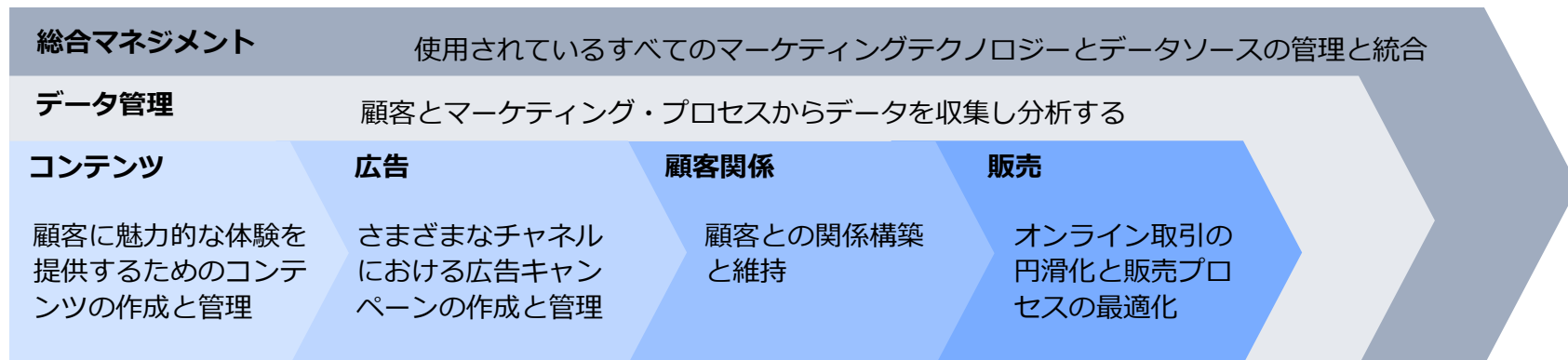
# I | EC・MarTechの分類

- B2Cはベトナムで最も人気のあるECモデル。Shopee、Tiki、Lazadaなどが有名。
- MarTechソリューションは多岐にわたり、その機能により6つのカテゴリーに分類。ソーシャル&リレーションシップ、コマース&セールス、データ分析がECでよく使われる。

## ビジネスモデル



## マーケティング・プロセス

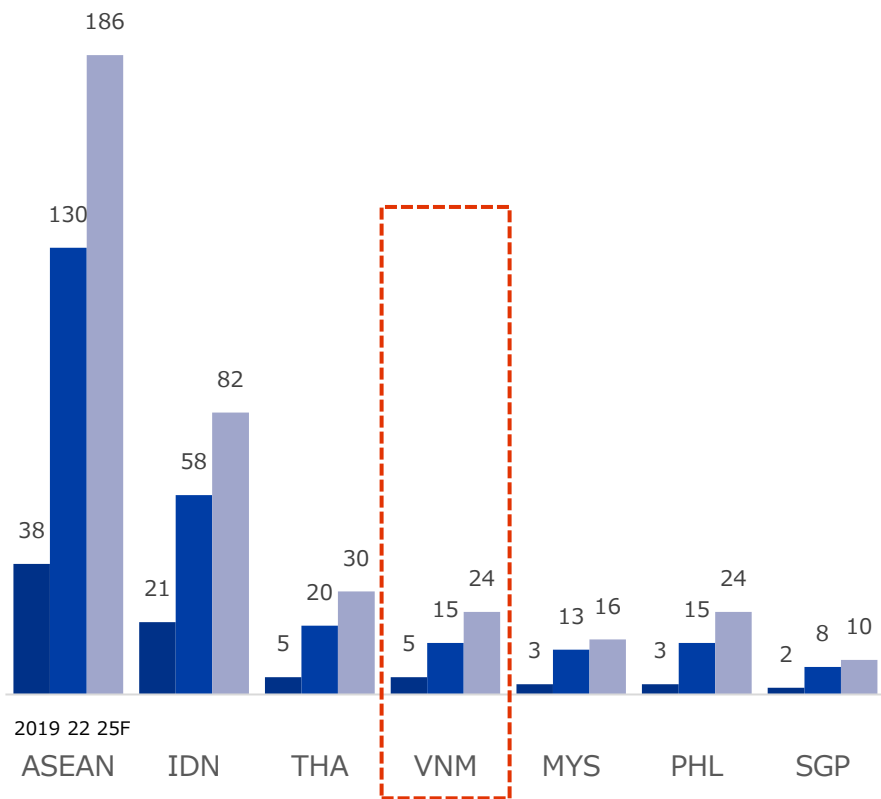


# I | 市場環境（市場規模）（1）

- ASEAN諸国のEC市場は急速に発展し、ベトナムでは5年間で5倍に成長。

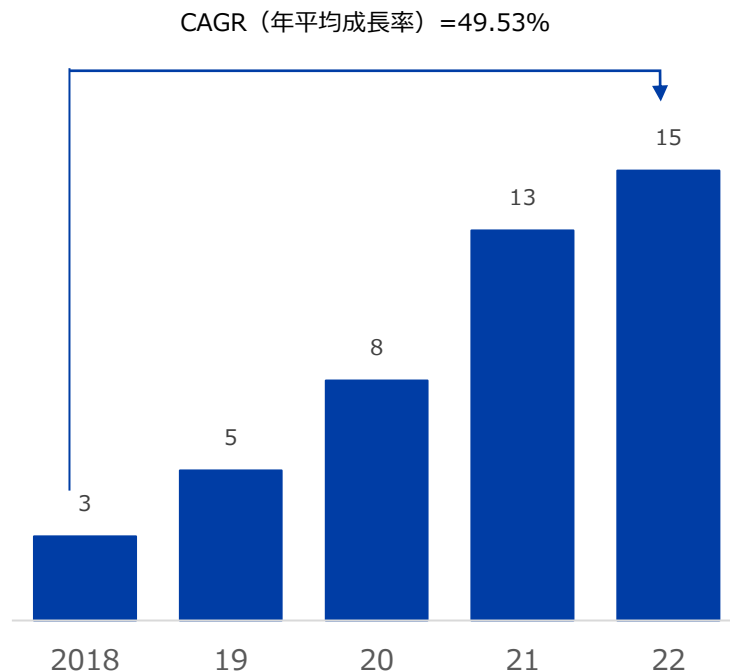
ASEAN EC流通総額<sup>[i]</sup>

2019年～2025年（10億USD）



ベトナムの電子商取引の市場規模<sup>[ii]</sup>

2018年～2022年（10億USD）





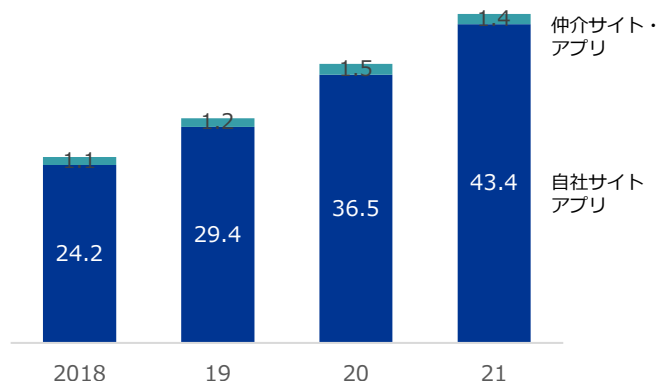
# I | 市場環境（市場規模）（2）

- 仲介ウェブサイト/アプリ（マーケットプレイス）は多様である。売り手も多様な自社ウェブサイト/アプリを開発し、販促に努めている。ベトナムEC市場は、EC利用者、インターネット利用者の漸増に伴い、今後も成長していくものと思われる。

## 事業者

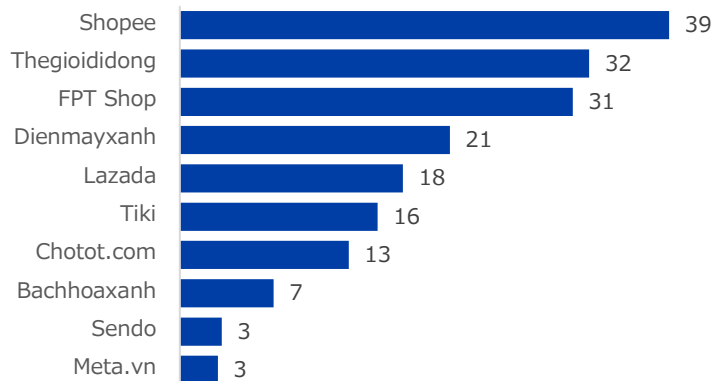
ベトナムのECサイト・アプリ、2018 - 2021年 [i]

単位:1,000



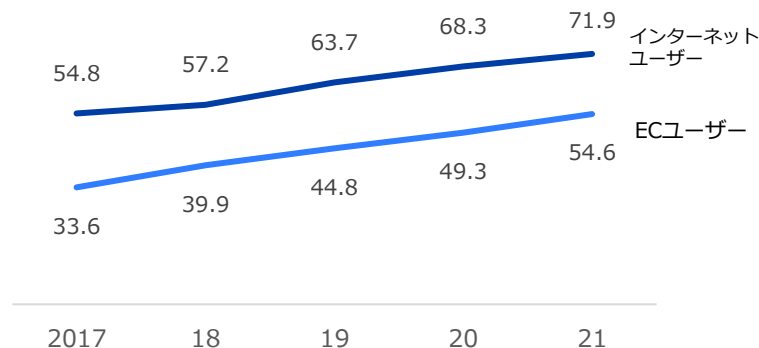
月間訪問者数上位のECサイト、2022年 [ii]

単位:100万

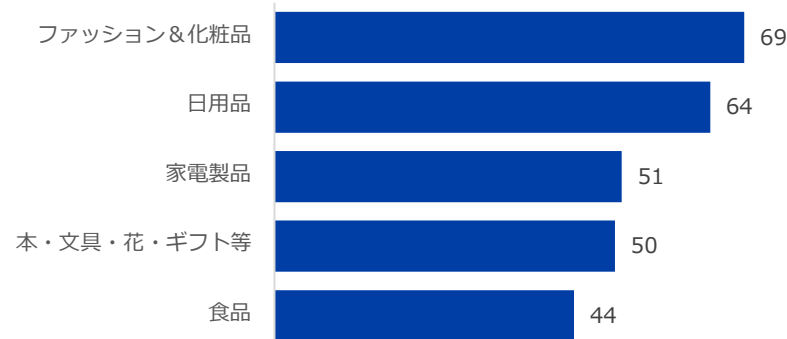


## 消費者

EC/インターネットのユーザー数推移、2017 - 2021年 (100万人) [iii]



ECにおける上位購入商品、2022年(%) [iv]  
100%=回答者4,584人\*



\*E-commerce and Digital Economy Agencyの調査による

# I | 市場環境（トレンド・動向）

## 社会・業界の変化

- **電子決済の台頭**：2025年には電子商取引全体の50%を占めると予想されている<sup>[i]</sup>。ベトナムには30社超のプロバイダーがあり、そのうち約20社がEウォレット機能を提供している(Momo、VNPAY)<sup>[ii]</sup>。
- **越境EC**：国境を越えた電子商取引を成長させる大きな機会。ベトナムにおけるB2Cの電子商取引輸出額は、2027年には296兆3,000億ドンに達すると予想されている<sup>[iii]</sup>。  
しかし、中国も越境ECを促進するためにベトナムと中国の国境付近で倉庫やインフラを開発し始めており、地場企業は中国企業との激しい競争に直面している。
- **グリーン物流**：Lazada、Grab、ベトナム郵便（VN Post）など多くの企業が、環境への悪影響を減らすためのサービスを導入している（例：ダンボール箱数の削減、100%リサイクル包装へ切替、プラスチックごみの削減など）<sup>[iv]</sup>
- **サードパーティークッキーの制限**：サードパーティークッキーは、マーケティング、特に広告の作成に必要なオンライン顧客データを取得に不可欠である。しかし、プライバシーの観点からいくつかのブラウザではすでに機能が停止されている。また、Googleが2024年第4四半期までにChromeでサードパーティークッキーの使用を停止すると発表している。  
データ管理プラットフォーム（DMP）や、顧客データプラットフォーム(CDP)に投資してファーストパーティデータを構築している多くの企業では、マーケティング戦略の再構築が求められる<sup>[v]</sup>。

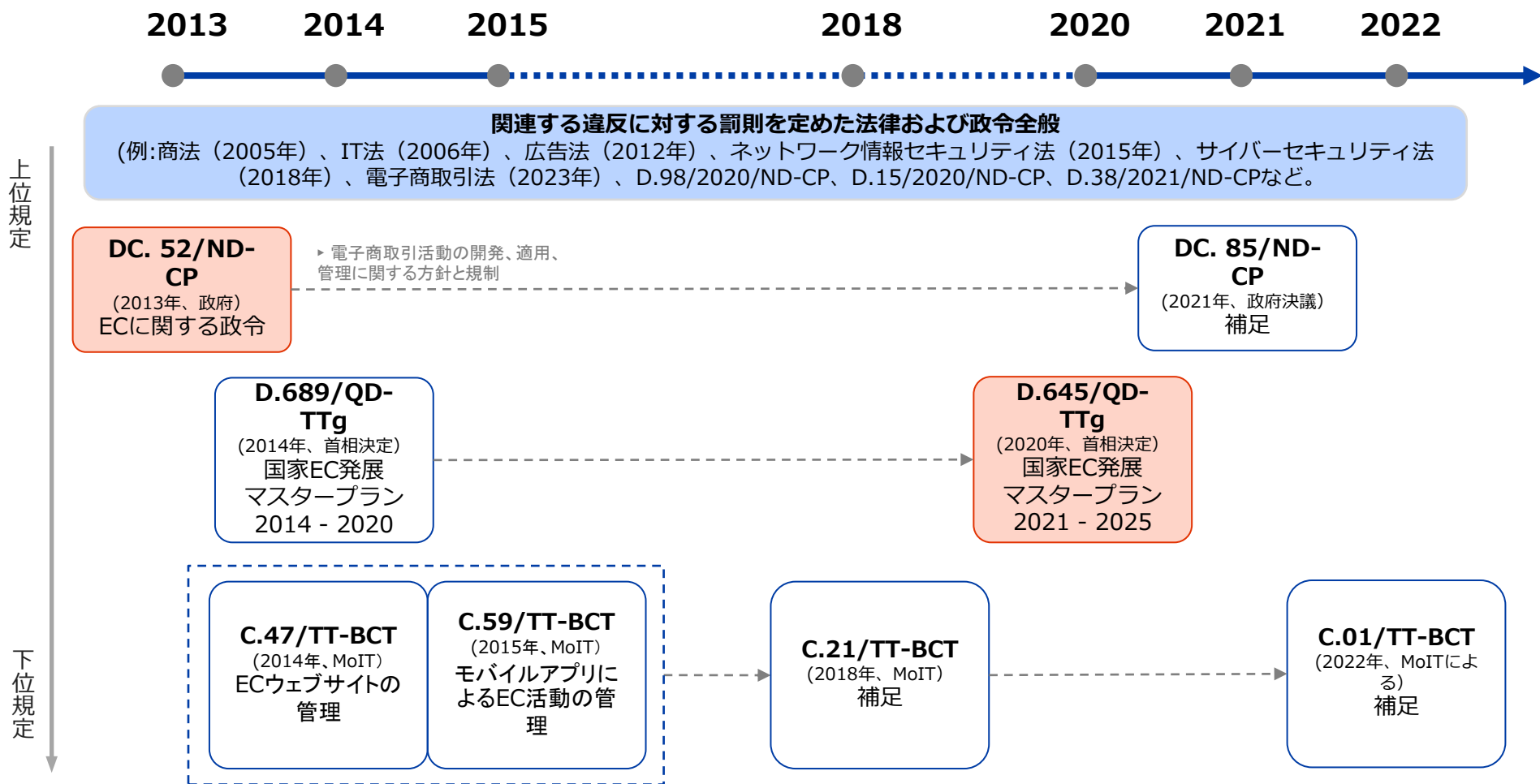
## テクノロジー

- **先進デジタルテクノロジー**：サプライチェーンの機能向上にもベトナムで急成長している電子商取引が活用されている。  
チャットボット、拡張現実(AR)/仮想現実(VR)、自然言語処理(NLP)のような様々なDXテクノロジーは双方向性の広告形態を促進し、顧客満足度を向上させている<sup>[vi]</sup>。
- **データ分析におけるAIの応用**：近年、自然言語処理（NLP）や機械学習などのAI技術は、顧客インサイトを明らかにし、マーケティング上の重要な意思決定を自動化するために活用されている。  
企業がAIを使って顧客のデータを分析し顧客のニーズを予測してパーソナライズされたマーケティング・キャンペーンを作成することで、顧客満足度の向上につながっている<sup>[vii]</sup>。

出所：<sup>[i]</sup> WTO Center, Cashless payments in e-commerce to account for 50% by 2025 (2023); <sup>[ii]</sup> Acclime, The E-commerce pivot in Vietnam (2022); <sup>[iii]</sup> Amazon Global Selling, 2023 Vietnam's SMEs Empowerment Report (2023); <sup>[iv]</sup> VCCI, Green for Sustainable Logistic Development (2023); <sup>[v]</sup> Adfixus, Navigating the digital advertising landscape: The demise of 3<sup>rd</sup> party cookies and what it means for marketer (2024); <sup>[vi]</sup> MMA Global, Martech Vietnam Report (2021); <sup>[vii]</sup> IMB, AI in Marketing (2023)

# I | 関連政策

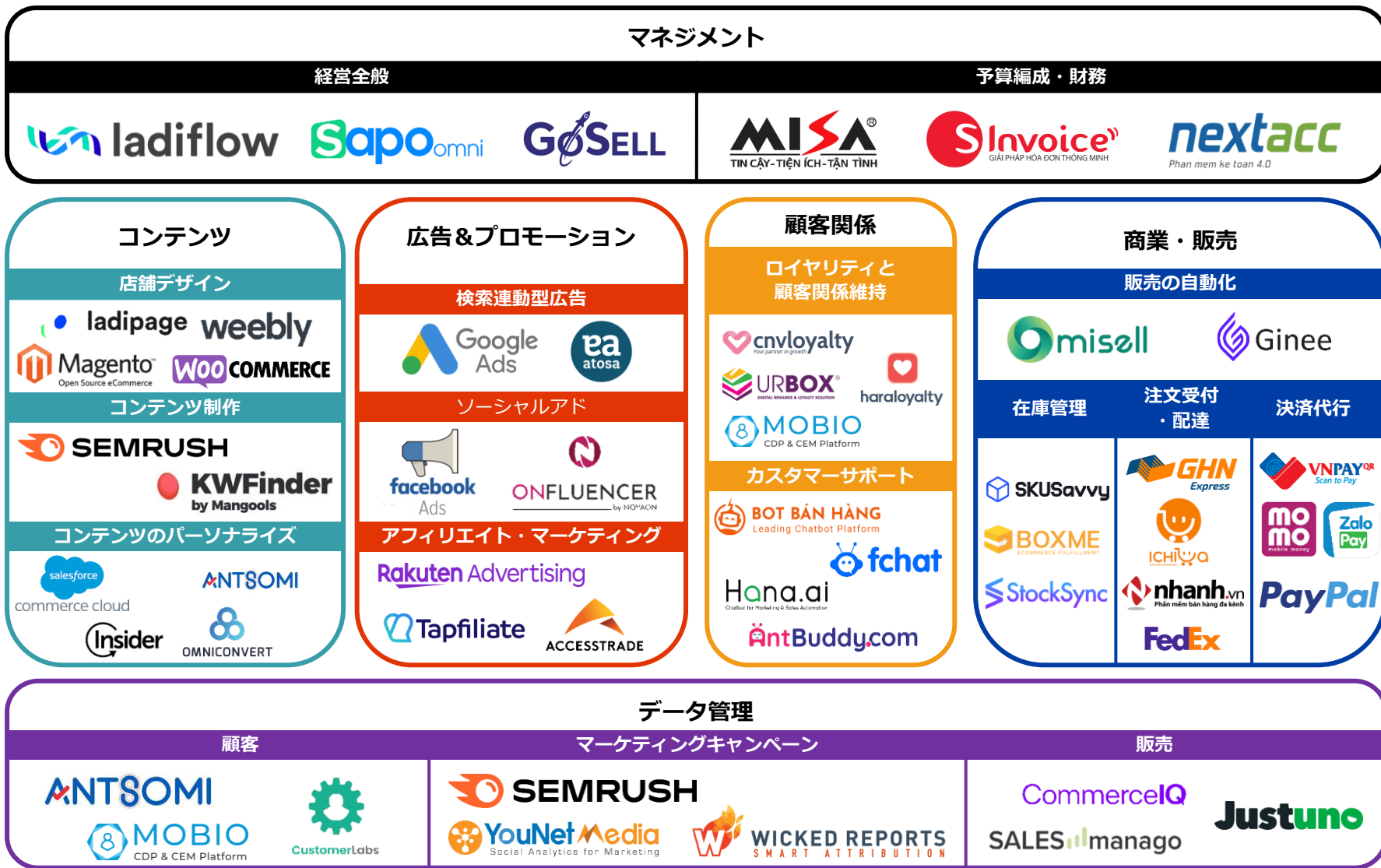
- 電子商取引に関する法的枠組みは2013年以降整備され、その後も継続的に改善されている。MarTechはこのITの中でもニッチな分野であるため直接的な規制はほとんど存在しない。



# I | 企業の参入状況（主な地場企業）(1) EC

国	企業名	種類	ウェブサイト	取扱製品	物流管理	月間閲覧数 (2022年第1四半期) [1]
	Shopee	B2C/C2C	<a href="https://shopee.vn/">https://shopee.vn/</a>	総合	自社、サードパーティ	84,520,000
	Lazada	B2C/C2C	<a href="https://www.lazada.vn/">https://www.lazada.vn/</a>	総合	自社、サードパーティ	16,970,000
	Tiki	B2C/C2C	<a href="https://tiki.vn/">https://tiki.vn/</a>	総合	自社、サードパーティ	15,073,300
	Telio	B2B	<a href="https://telio.vn/">https://telio.vn/</a>	日用品、ヘルスケア	自社	データなし
	Vinshop	B2B	<a href="https://vinshop.vn/">https://vinshop.vn/</a>	食品	自社	データなし
	Thegioididong	B2C	<a href="https://www.thegioididong.com/">https://www.thegioididong.com/</a>	家電製品	自社	54,033,300
	SHEIN	B2C	<a href="https://www.shein.com.vn/">https://www.shein.com.vn/</a>	アパレル	サードパーティ	182,600
	Bachhoaxanh	B2C	<a href="https://www.bachhoaxanh.com/">https://www.bachhoaxanh.com/</a>	食品	自社	7,043,300
	Thegioiskinfood	B2C	<a href="https://www.bachhoaxanh.com/">https://www.bachhoaxanh.com/</a>	美容・化粧品	自社	1,286,700

# I | 企業の参入状況（主な地場企業）（2）MarTech

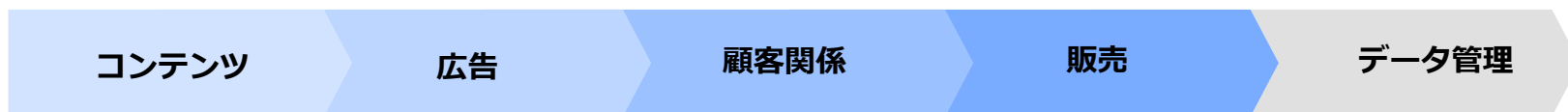


注：上表はベトナムで活動する企業の例。ベトナム市場のすべてのMarTech企業を網羅しているわけではない。各企業は様々なサブカテゴリーで事業を展開している場合もある  
 出所：Chief Marketing Technologist, Martech map 2022 (2022); Vietnam Martech, Ecommerce Technology Landscape 2022 (2022); 企業ウェブサイト

## II | 社会課題とDXの方向性

- ECの急成長は、いくつかの課題をもたらしている。業界の成長維持のためには、顧客関係維持、電子決済、物流管理、サイバーセキュリティを強化にテクノロジーを活用する必要がある。

### 事業構造



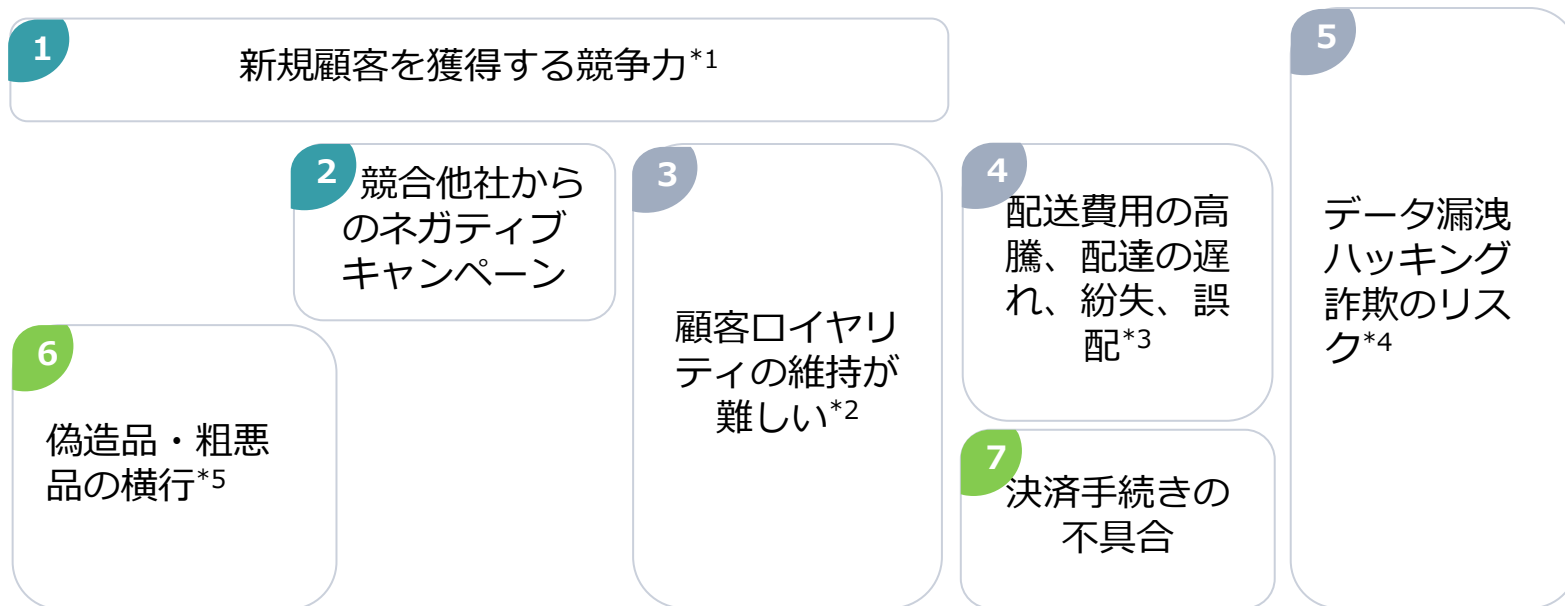
#### 社会課題

■ 売り手が直面する課題

■ 売り手とプラットフォームの双方が直面する課題

■ プラットフォームが直面する課題

売り手  
プラットフォーム



注：図では十分に表現されていないが、すべての課題はデータと一貫管理に関連している

\*1,2 専門家へのインタビューについては、23、25、27、29ページを参照;\*3 専門家へのインタビューについては、25、27ページを参照;\*4 専門家へのインタビューについては、25、29ページを参照;\*5 専門家へのインタビューについては、23ページを参照

## II | 社会課題とDXの方向性（1）

### 社会課題

#### 1 新規顧客を獲得する競争力

##### EC市場の課題

- ベトナムの現在のEC市場には多数の事業者が存在し、熾烈な競争環境を生み出している。その結果、多くの有名マーケットプレイスが閉鎖され、2023年には10万5,000人以上のEC事業者が撤退することになる<sup>[i]</sup>。
- 世界的に経済状況が悪化しているため、消費者の62%が不必要な支出、特に高級品への支出を減らすと見込まれている<sup>[ii]</sup>。


##### マーケティングの課題


市場のキャパシティが限られており競争も激化している。EC事業者は消費者の関心を引くため、嗜好を深く理解した上でさまざまな接点を作り、個性的で魅力的かつ双方向性のあるコンテンツを作成し差別化を図る必要がある。

### 方向性 ▷ 解決策の例

#### 新規顧客をより効果的に獲得するためのソリューション

##### ▷ 魅力的なコンテンツとユーザーインターフェースの作成


**LadiPage**  2017年設立、スタートアップランディングページビルダー。ドラッグ&ドロップで使い勝手の良いインターフェースとカスタマイズ可能なテンプレートを備えている。様々なソーシャルメディアや検索エンジンと統合し、ランディングページの実績を追跡することも可能。

**KWFinder**  by Mangools, 2014年設立、スタートアップキーワード提案ツール。マーケティング担当者が広告やウェブサイトのコンテンツ作成する際、競合性が低く注目を集めやすいキーワードを設定することを支援する。

##### ▷ コンテンツの容易性と顧客リーチの向上

**Google広告**  1998年設立 | **Facebook広告**  2004年設立  
Google検索における検索広告とディスプレイ広告。Facebook広告はSNSにおける有料マーケティングキャンペーンに使用可能。どちらのプラットフォームも、高度なターゲティングオプション、キャンペーン最適化ツール、データ分析を備える。

##### ▷ 潜在顧客を特定する

**CDP 365**  by Antsomi, 2020年設立、スタートアップAIベースの顧客データプラットフォーム。複数のソースからデータを収集し、顧客の属性を特定し、顧客セグメントを予測する。

## II | 社会課題とDXの方向性（2）

### 社会課題

#### 2 競合他社からのネガティブキャンペーン

- 競合他社の評判を傷つけるために虚偽の情報を流し、消費者の信頼、ブランド価値、売上を低下させる。消費者が真実とフェイクニュースを区別することが難しく、公衆の混乱と不安を引き起こす可能性がある。
  - ベトナムではインターネットユーザーの意識が低く、確証のないネガティブな情報や商品のレビューに簡単に騙される者もいる。ネット情報を統制することは難しく、フェイクニュースの急速な拡散や商品の不買運動にまで繋がっている。
- ⇒ 事業者は虚偽の情報を速やかに特定し、迅速に対応する必要がある。

### 方向性 ▷ 解決策の例

#### ネガティブキャンペーンに対する解決策

##### ▷ ブランドのオンライン・レピュテーションを管理する

**SocialHeat**  YouNet Group、2009年設立

ソーシャルリスニング・プラットフォーム。企業がブランドの言及、トレンド、SNSでの意見交換の状況をさまざまなプラットフォームでリアルタイムに監視・分析する。企業は全体の評価を把握し、異常な反応を迅速に検出可能。

##### ▷ 競合他社の業績を監視する

**Semrush**  2008年設立

検索エンジンやソーシャルメディアプラットフォームにおける競合他社のマーケティングキャンペーンや被リンク・プロフィールを監視し有害なコンテンツや疑わしいリンクを特定する。企業はブランドの評判を保護し、オンラインプレゼンスを保つことができる。



## II | 社会課題とDXの方向性（3）

### 社会課題


#### 3 顧客ロイヤリティの維持が難しい

- 多数のEC事業者が存在するため、より安価の商品・サービスがあれば他のショップやプラットフォームに簡単に乗り換えることもできる。例えば、TikTokのショッパertainment（ショッピング+エンターテインメント）の働きかけと大規模な販売促進により、ベトナムの若者層の多くはShopeeからTikTok Shopに移った。
- ベトナムの消費者は価格にも敏感で、他でより安い価格を見つければそちらに切り替えてしまう。しかし、顧客を惹きつけ維持するための値引きは持続可能な販売戦略ではない。顧客の信頼と満足度を向上させるためには、サービス品質と顧客体験の向上に注力することが必要である。


### 方向性 ▷ 解決策の例

#### 顧客ロイヤリティを維持するためのソリューション


##### ▷ 顧客体験をパーソナライズする

**Insider**  2012年設立、スタートアップ  
企業がパーソナライズされた体験を提供することで顧客はより価値感を得てエンゲージメントを高めることができる。統合された顧客データとAIに基づき、個別にメッセージを送信、AIを活用したおすすめ商品の紹介など、顧客一人ひとりに合わせたマーケティングキャンペーンを展開する。

##### ▷ ロイヤリティ・特典プログラム

**HaraLoyalty**  Haravan, 2014年設立, スタートアップ  
マーケティング担当者は顧客データを管理し、会員向けプロモーション、紹介プログラム、クーポン券など、ロイヤルティプログラムを作成できる。

##### ▷ オムニチャネル顧客ケアシステム

**AntBuddy**  2016年設立, スタートアップ  
複数の販売チャネルで企業が顧客とコミュニケーション可能。AIを活用したチャットボットやバーチャルアシスタントと統合し顧客とのコミュニケーションも効率化する。

## II | 社会課題とDXの方向性（4）

### 社会課題

#### 4 配送費用の高騰、配達遅れ、紛失、誤配

- ベトナムの物流システムは、特にラストマイル配送がまだ整備されていない。これは配送や顧客満足度に悪影響を与えている：
  - ✓ 高い配送費：ラストマイル配送は物流コスト全体の28%～53%を占め、サプライチェーン<sup>[i]</sup>の中で最も費用のかかる工程である。ベトナムEC白書2022によると、消費者の41%が配送費の高さをオンラインショッピング利用の問題点に挙げている<sup>[ii]</sup>。
  - ✓ 長い配達時間：2019年の平均配達日数は5～6日<sup>[iii]</sup>。近年大幅に改善されたとはいえ、非効率的な倉庫管理、繁忙期、交通渋滞、天候不順などの要因により、配達遅延、紛失、誤配が発生する場合がある。
  - ✓ 返品、返金に費用と手間が掛かる。

### 方向性 ▷ 解決策の例

#### 配送に関する問題へのソリューション

- ▷ 複数の配送業者をつなぎコストを最適化、リアルタイムの追跡も行う

##### **Ship4P** ★ IchibaOne Platform, 2018年設立

日本、米国、シンガポール、ベトナムなど国内外の配送業者と提携。配送状況をリアルタイム監視、経路とコストの最適化、多様な配送オプションが選択可能。

##### **Nhanh.ship** ★ Nhanh.vn, 2014年設立, スタートアップ

信頼できる配送業者と企業を結び付ける代金引換払い（COD）配送のポータルサイト。全国を網羅しており、自動カスタマーサービスシステムによるEメールやメッセージでの配送状況通知も行っている。

- ▷ サプライチェーン・プロセス全体をサポートする総合的なロジスティクスソリューションによる配送効率の向上

##### **Giaohangnhanh** ★ 2012年設立

EC事業者向けに、全国規模の輸送ネットワークと倉庫を活用した、自動受注、在庫管理、輸送、配送、返品・リバースロジスティクス、カスタマーサービスなどのDXソリューションを提供。

## II | 社会課題とDXの方向性（5）

### 社会課題

#### 5 データ漏洩・ハッキング・詐欺のリスク

- ベトナム国家サイバーセキュリティセンターによると、2023年にベトナムで発生したサイバー攻撃は約13,900件で2022年と比較して9.5%増加した。その多くはフィッシング詐欺（32.6%）であり、次いでインストールされたプラットフォームやソフトウェアの脆弱性を狙った攻撃（27.4%）、組織のウェブサイトを狙った攻撃（25.3%）であった<sup>[i]</sup>。サイバー犯罪者は、今後数年間で、その数も巧妙さも増すと見られている。
- ベトナムEC白書2022によると、オンラインショッピング利用者の52%が購入時の個人情報漏えいを懸念している<sup>[ii]</sup>。
- ベトナムでは、多くの顧客がECプラットフォームでショッピングをした際に、電話番号、住所、注文内容、決済方法などの個人情報が流出し、金銭的被害につながった事例が報告されている。

### 方向性 ▷ 解決策の例

#### サイバーセキュリティを強化するソリューション

- ▷ サイバーセキュリティを強化し、顧客の情報を保護するソフトウェア

##### **Account Protector** Akamai, 1998年

アカウントの不正利用を防止する。幅広いリスクの顕在化と信頼性を分析することで、アカウント登録時やその後のログイン時に正規のユーザーと不正利用者を選別する。

## II | 社会課題とDXの方向性（6）

### 社会課題

#### 6 偽造品・粗悪品の横行

- ベトナムEC白書2022<sup>[i]</sup>によると、消費者の68%が偽造品や粗悪品は電子商取引の大きな問題であると考えている。2023年に産業貿易省が摘発した模倣品や著作権法違反品の違反件数は52,390件で、2022年と比較して16%増加している<sup>[ii]</sup>。増加の背景には、オンラインプラットフォームで販売されている商品の管理や出所の追跡が困難なことがある。
- 偽造品や粗悪品への懸念から、消費者は高額商品のオンライン購入を躊躇している。オンラインプラットフォームで購入される商品やサービスのほとんどが低額で、ほとんどが50万VND（～20USD）未満である<sup>[iii]</sup>。

### 方向性 ▷ 解決策の例

#### 偽造品・粗悪品に対するソリューション

##### ▷ 製品レビューおよび評価システム

###### **Product Reviews** Sapo.vn, 2008年設立

ECプラットフォームで購入した商品やサービスについて、購入者がレビューや評価を書き込んで公開できるアプリ。販売者は顧客のレビューに回答することができる。このような透明性の高いシステムにより、顧客はより良い商品を選択できるようになり、販売者は商品の品質を重視するようになる。

##### ▷ 電子認証やQRコードによる製品のトレーサビリティや偽造防止の促進

###### **vMark** Viettel, 1989年設立

生産、加工、流通過程に至るまで、サプライチェーン全体を通じて製品の出所を追跡可能なQRコード

###### **iSeal** ONYX, 2015年設立

ブロックチェーンテクノロジーを活用し、各製品に固有のデジタルIDを割り当てるセキュリティテクノロジー。他のトレーステクノロジーと組み合わせることで、包括的な製品識別システムを構築可能。

## II | 社会課題とDXの方向性（7）

### 社会課題

#### 7 決済手続きの不具合

- ホリデーシーズン（特にベトナムの旧正月であるテト前後）や販促イベントなど、繁忙期には顧客がオンライン決済のトラブルに直面するケースがある。代表的なものとしては、決済の失敗、顧客の銀行口座から代金が引き落とされたにもかかわらずECプラットフォームで決済が承認されない、複数回にわたって代金が引き落とされた、などである。
- このような問題は、ネットワークの混雑、ECプラットフォームや銀行システムのシステムエラーが原因で生じることもある。そのほか、決済詐欺やフィッシング詐欺などのサイバー犯罪もある。

### 方向性 ▷ 解決策の例

#### シームレスな決済を実現するソリューション

##### ▷ 購入者の利便性を高める一貫した決済手続き

###### **GoSell**



Mediastep Software, 2017年設立

国際・国内クレジットカード、Eウォレット、インターネットバンキング、ATM振込、代金引換、VNPAY決済システムなどの様々な決済手段を利用できるECサイトやアプリの構築を支援するツール。

##### ▷ 安全な決済ゲートウェイ

###### **PayPal**



1998年設立

クレジットカード、デビットカード、PayPalウォレットに対応し高度な詐欺防止ツールや暗号化技術でユーザーの情報を保護するグローバル決済ゲートウェイ。

###### **VNPAY**



2007年設立

電子決済、QRコード、Eウォレットなど様々な決済ソリューションを提供するベトナムの大手決済ゲートウェイ。セキュリティも充実している。

インタビュー日時：2024年02月29日

① 企業について

\*掲載内容は、インタビューへの回答や関連資料をもとにまとめている

基本情報

所在地	Room 702, 7th Floor, HKC Building No. 285, Doi Can Street, Lieu Giai Ward, Ba Dinh District, Hanoi
ウェブサイト	<a href="https://vecom.vn/">https://vecom.vn/</a>
設立年	2007年
従業員数	約700名
事業内容	<ul style="list-style-type: none"><li>ベトナムのECの発展と国際協力を推進</li><li>会員を増やし業界の持続可能な発展に積極的に貢献する</li><li>政府及び関係者に対するEC関連政策・法律のコンサルティング及び分析</li></ul>
沿革	<ul style="list-style-type: none"><li>2007年：内務省が設立、加盟企業数は約200社</li></ul>
提携	<ul style="list-style-type: none"><li><b>国家機関</b>：産業貿易省、情報通信省、公安省、科学技術省</li><li><b>地方機関</b>：ハノイ、ホーチミン、ハイフォン、ダナン、カントー、タインホア、ゲアン、ベンチャー、ロンアン、ドンタップ、アンザン、カマウなどの産業貿易局</li><li><b>団体・協会</b>：Vietnam Information Technology Association、Viet Nam Association for Logistic Manpower Development、Viet Nam Logistics Business Association、USAIDなど</li></ul>

回答者からのメッセージ



Le Hoang Uyen Vy氏  
Vice President



Nguyen Minh Duc氏  
Deputy General Secretary

「加盟企業は、商品の選択と最適化を図っている。最終的な目標は、適切な商品を十分な量で仕入れ、最短で販売することである。これは非常に難しいことだが、テクノロジーの進歩により徐々に実現してきている。これらのテクノロジーは、EC事業者が競争力を得るために不可欠なものである。」

DXの状況

DXソリューション

- 事業管理（加盟企業、連絡先管理など）やイベント組織（チケット管理、受付など）において、加盟企業が提供するソリューションを活用している。

DXの実績

- 2017年から毎年「Vietnam Online Business Forum」などの大規模なイベントを開催し、MarTechを含むECの新たなトレンドに関する議論を促進している。
- 2012年にVietnam E-commerce Business Index (EBI)を設立し、毎年各省のEC環境を評価・ランク付けしている。
- 新しいデジタルソリューションに関する見識を共有するため、加盟企業向けに月1回または隔月で会議を開催している。

DXに関する将来の計画

- 人材育成の強化：ECに対応する人材育成に向けて、訓練機関連ネットワークを拡大する（<https://vecomnet.vn/>）。また、省を越えて企業や地方公務員向けの研修を実施する。
- 農業特産品販売において各省のEC利用を推進し、農業分野のDXに貢献する。
- 100万社のデジタルマーケティングを支援するプロジェクトの実施。
- 環境保護活動を推進し、デジタルビジネスが持続可能な発展において社会的責任を果たすよう奨励する。



インタビュー日時：2024年02月29日

## ② ベトナムの社会課題について

\*掲載内容は、インタビューへの回答や関連資料をもとにまとめている

### 社会課題

#### 環境問題

ECの急速な拡大により、特に食品宅配分野では包装材の利用が増加している。ECプラットフォームを通じた料理の宅配は毎日80万~100万件にのぼると推定され、1件の注文には約5個のプラスチック材が使われているため、プラスチックごみが急増している。

#### ECの規制強化

政府は消費者保護のため、EC事業者に対する許認可制度や顧客データ保管などの規制を強化している。必要な措置ではあるが、EC市場への参入を複雑化しコストを増大させている。

#### 偽造品・粗悪品

消費者の信頼を失い、購買意欲に影響を与え、EC市場全体に悪影響を及ぼしている。この問題に対処するため、プラットフォームは公正で透明性の高い評価・レビューシステムや違反報告システムを構築する必要がある。

#### 新規顧客の獲得と顧客ロイヤリティの維持が難しい

多くのオンライン事業者が存在するため、製品やマーケティングの質、カスタマーサービスが悪いと、簡単に競合他社に市場シェアを奪われてしまう。事業者はマーケティングにより多くの資金を費やす必要があり、利益が少なくなる。

#### 在庫管理

大手EC企業ですら、効果的な在庫管理ができておらず、欠品や余剰在庫の問題に直面している。

### DX導入の課題

#### 包括的なデジタルソリューションの不足

現在のDXソリューションは断片的で、特定の業務にしか対応していない。企業資源計画(ERP)やERPカスタマイズマイニング(ERP-CM)のような現行の包括的モデルは、幅広いビジネスに対応することを目的とした汎用的な手法のため、企業固有のニーズに合ったソリューションを見つけることが難しい。また、このようなシステムの導入は、予算、人材、経営者の認識などの制約に直面することが多く、特に中小企業など新しいテクノロジーに疎い企業で顕著である。

### DX導入の現状

- DXソリューションが、自動在庫管理、注文処理、データ管理などのバックエンドの問題解決に貢献している。
- 最も普及しているMarTechソリューションは顧客管理用で、次いでカスタマーサービス用、内部管理用となっている。顧客管理ツールは、顧客の獲得と維持に活用できるため、最も人気がある。例えば、顧客データプラットフォーム(CDP)は、様々なチャネルの顧客データを一元化し、一人ひとりに合わせたサービスを提供するために使用される。また、Adtechについては、企業は広告を最大限に活用するためにGoogle AdsやFacebook Adsを活用することができる。

### 今後の展望

- AIの導入:** AIがより身近になり、カスタマージャーニーのあらゆるステップに組み込むことで、顧客のニーズをさらに理解することができるようになったため、AIはビジネスにとってますます必要不可欠なものとなっている。AIによる自動化が一般的になるにつれ、売り手が競争に打ち勝つには創造性が鍵となるだろう。
  - ライブストリーミングの普及:** 短期のトレンドとして注目されるだろう。
- 一般的に、中小企業は効率的で具体的、かつ導入が容易で費用対効果の高いMarTechツールを必要としている。一方、大企業は、自社の事業モデルとニーズに合わせてカスタマイズされた、事業管理全般のための包括的なツールを必要としている

### 海外との協業機会とアプローチ

- 協力の見込みについては、日本企業は、日本のソリューションの現地販売代理店を見つける、あるいはベトナムのソリューションを日本で販売するなど、資本提携・非資本提携の両方を検討する必要がある。また、ベトナムの中小企業に合わせた価格戦略も必要である。
- 日本製品はベトナム市場で高く評価されている。食品、健康食品、ベビー用品、日用品などがECに向いている。

インタビュー日時：2024年03月01日

① 企業について

\*掲載内容は、インタビューへの回答や関連資料をもとにまとめている

基本情報

所在地	6th Floor, Tuong Viet Building – 95 Cach Mang Thang 8, Ben Thanh Ward, District 1, Ho Chi Minh City
ウェブサイト	<a href="https://pmax.com.vn/">https://pmax.com.vn/</a>
設立年	2016年
従業員数	約170名
事業内容	総合的なマーケティング会社として、EC業界向けに販売キャンペーン管理やマーチャンダイジング強化などの専門的なソリューションを提供している
沿革	<ul style="list-style-type: none"> <li>2016: デジタルマーケティング事業を軸に設立</li> <li>2021～現在：総合マーケティング企業として活動</li> </ul>
顧客	<ul style="list-style-type: none"> <li>EC事業者: Lazada, Tiki, Shopee, Sendo, Vinmart</li> <li>EC利用企業: 資生堂、ユニクロ、PNJ、ソニー、LG、Xiaomiなど</li> <li>金融: Techcombank, Momo, FE Credit など</li> </ul>

回答者からのメッセージ



Le Xuan Long氏  
CEO

「MarTechの需要は非常に大きく、すでに多くのサプライヤーが存在している。地場企業が成長すれば、高品質、高付加価値、長期的なテクノロジー・ソリューションに投資できるリソースが増えるため、今後も成長し続けるだろう。」

DXの状況

DXソリューション

マーケティングサービスとテクノロジーをバリューチェーンの各段階に提供している:

- 調査: 市場、顧客、競合他社の状況
- 戦略: ビジネスの包括的な戦略を策定
- 広告: マルチチャネルでの広告宣伝活動（他社有料媒体／自社メディア／アードメディア）の計画と実施
- コンテンツ: マーケティング目標に合致したコンテンツの開発・制作
- プラットフォーム: ランディングページ、ウェブサイト、アプリの設計と改善
- 企画: 各ターゲットに合った商品、価格、プロモーション戦略の立案
- 商品陳列: 双方向性のあるアクティビティと組み合わせた商品陳列により、販売プラットフォームでの顧客体験を向上させる
- 販売: 販売キャンペーンの計画と実施
- データ活用: 効果的なデータ分析、レポートシステムを備えたマーケティングパフォーマンス評価システムを構築

DXの実績

- 400社超の顧客・600以上のプロジェクトにソリューションを提供:
  - ✓ Colgate (2022 – 現在): 広告の費用対効果(ROAS)が前年比で2–3倍増加
  - ✓ LocknLock (2019 – 現在): 流通総額(GMV)は112%、売上、コンバージョン率、ROASは120%増加
  - ✓ Watsons (2019 - 現在) : ROASは3倍、売上は6倍に増加
- 2022 MMA SmartiesVietnamでリードジェネレーション（マーケティング効果）部門で金賞受賞
- 2022 South East Asia E-Commerce Agency of the Year 銀賞受賞



インタビュー日時：2024年03月01日

## ② ベトナムの社会課題について

\*掲載内容は、インタビューへの回答や関連資料をもとにまとめている

社会課題	DX導入の現状
<p><b>高度人材の不足</b> デジタルテクノロジー全般に関する人材は、過去5～10年に比べて大幅に増加している。しかし、ベトナムでは、企業固有のニーズに合わせたデジタルソリューションを設計・構築できる、高度で経験豊富なCレベルの人材が不足している。</p> <p><b>市場規模が限定的</b> ベトナムのEC市場は低価格商品が中心である。顧客の購買力も他の市場に比べて相対的に低い上、世界的な経済問題が個人消費にさらなる影響を与えている。従って、企業が参入し、競争の激しい市場でシェアを維持するためには、徹底した市場調査と効果的な戦略が必要である。</p> <p><b>新規顧客の獲得と顧客ロイヤリティの維持が難しい</b> 競争が激しいということは、企業が顧客を惹きつけ、維持するのが難しいということを意味するが、一方で、この競争は市場の発展を促し、EC事業者が高品質な商品と顧客満足を重視させることになる。そのため、激しい競争は消費者にメリットをもたらしている。</p> <p><b>高額な配送料</b> 低価格商品の浸透によって、配送や物流は大幅に改善され、配送コストの削減につながった。しかし、送料が商品価格に比べて割高になる場合もあり、消費者が購入を躊躇う要因となっている。</p>	<p><b>DX導入の現状</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>現在、ECと関連テクノロジーは様々なプラットフォームで幅広く応用されている。しかし、各プラットフォームには専門的な技術スタックを必要とするため、ベトナムには高品質で綿密なデジタルソリューションがまだない。</li> <li>AIはすでにデジタルマーケティング、特にコンテンツ制作や広告運用に広く取り入れられている。</li> </ul> <p><b>今後の展望</b></p> <p>MarTechは広く普及し、システムに応用される：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>AIがより身近になり、マーケティングのあらゆる段階で導入が進むだろう</li> <li>主なテクノロジー：顧客データプラットフォーム（CDP）などのデータテクノロジー、顧客関係管理（CRM）やEメールなどのマーケティングオートメーションツール、EC運営プラットフォーム、収益管理、価格管理などのECオートメーションツール、プラットフォーム間のデータ統合用アプリケーションプログラミングインターフェース（API）など</li> <li>大企業は、ERP、CDP、CRMなどの包括的なソリューションに投資することができるが、中小企業はリソースの制約があり、大規模な技術スタックを導入することが難しい。中小企業は、個別にツールを購入し、後で社内でそれらを統合・カスタマイズすることが多い。</li> </ul>
DX導入の課題	海外との協業機会とアプローチ
<p><b>データ漏洩、ハッキング、詐欺、スパムメールのリスク</b> ベトナムではサイバー犯罪が多発しており、データのセキュリティ水準が低く、顧客データの保護管理が不十分である。その結果、顧客の信頼を失い、市場全体に影響を及ぼしている。</p> <p>また、地場企業はサイバーセキュリティの問題を見落とすことが多い。サイバー犯罪者はこれを利用し、ブランド名を詐欺に悪用し、結果的にブランドに対する信頼を損ない、評判を傷つけることになる。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本製ソリューションは高く評価されているにもかかわらず、ベトナム・MarTech市場における日本企業の位置づけはかなり低い。その理由は、日本企業が非常に保守的だからかもしれない。地場企業は、出自に関係なく、高品質で手頃な価格のソリューションを求めている。地場企業とのオープンな関係を構築し、お互いの仕事文化への理解を深める必要がある</li> </ul>

インタビュー日時：2024年03月12日

①企業について

\*掲載内容は、インタビューへの回答や関連資料をもとにまとめている

基本情報	
所在地	7th floor 105 Co Giang, Co Giang Ward, District 1, Ho Chi Minh City
ウェブサイト	https://useinsider.com/
設立年	2012年にトルコで設立 2014年よりベトナムに進出
従業員数	約40名(ベトナム)
事業内容	Insiderは、B2B、SaaS、個別化されたクロスチャネル体験を構築するためのプラットフォームマーケティング部門がチャネルやシステムを越えて顧客データを活用し、AIエンジンで将来の行動を予測、一人ひとりに合わせた顧客体験を構築することを支援する。ウェブ、アプリ、プッシュ通知、Eメール、SMS、WhatsApp Commerceなどを通じて、総合的なサービスを提供する。
顧客	銀行、金融、小売、ファッション、FMCG、サービス、旅行などの分野で、1,200社以上のグローバルパートナーを持つ。うち100社超がベトナムで事業を展開している (Vietnam Airlines、MBBank、FPT、Viettel、BE、Generali、Paulachoice、Sun World など)

回答者からのメッセージ



Trang Do氏  
Customer Success Director

「ベトナムは将来性が高く、活発な市場である。特に中小企業や スタートアップ企業の間では、テクノロジーへの関心が高く、導入スピードが速いという特徴がある。消費者の日本製品への評価は高いので、協業と拡大の機会は多くある。」

DXの状況
<p><b>DXソリューション</b></p> <p>Insider CDxP (顧客データプラットフォーム):複数のチャネルにまたがるデータを統合し、AIで将来の行動を予測、1つのプラットフォーム上で顧客体験をオーケストレーションする</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>データ収集: 顧客とのあらゆるタッチポイントのデータを収集し、その情報を統合してプロフィールを作成することで、各顧客の嗜好、ニーズ、そして有効なタッチポイントを特定する</li> <li>予測: AIを用いたマーケティング予測エンジンが、顧客データと行動をリアルタイムに分析し、今後の見込みと顧客の反応を予測する</li> <li>マーケティングの自動化とパーソナライゼーション: 複数のチャネルにおいて、顧客一人ひとりに合わせた顧客体験を、最短のタイムトゥバリューで創造する</li> </ul>

<p><b>DXの実績</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>本社:           <ul style="list-style-type: none"> <li>2022年: ユニコーン企業となる。NASDAQにより、世界でも数少ない女性創業者、女性主導のB2B SaaSユニコーン企業として認定される</li> <li>2023年:               <ul style="list-style-type: none"> <li>世界の優秀なソフトウェア企業第6位に選出 (G2's Winter 2024レポート)</li> <li>CDP、パーソナライゼーションエンジン、パーソナライゼーションソフトウェア、モバイルマーケティング、カスタマージャーニー分析、ECパーソナライゼーションを含む6つ以上のカテゴリで1位を獲得(G2 Leader)</li> <li>顧客が選ぶパーソナライゼーションエンジンに選出(Gartner® Peer Insights™ 2023)</li> </ul> </li> <li>2024年: CARR (確定年間定額売上) 2億ドルを達成</li> <li>売上維持率 (NRR) 129%、タイムトゥバリューを1/3に短縮</li> </ul> </li> <li>ベトナム:           <ul style="list-style-type: none"> <li>2024年: 前年比311%の成長を達成</li> </ul> </li> </ul>
--

<p><b>DXに関する将来の計画</b></p> <p>重点開発分野:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>自動化: カスタマーサービスを自動化し、オムニチャネルでのカスタマージャーニーを効率的に管理する</li> <li>AI活用: 生成AIを事業運営に活用し、顧客一人ひとりに合わせた顧客体験を創造する</li> <li>総合デジタルソリューション: データ管理を一元化する包括的なワンストップソリューションを構築する。DXプロバイダーを1社に絞ることで企業の内部管理の効率化も図る。</li> </ul>
---

インタビュー日時：2024年03月12日

②ベトナムの社会課題について

\*掲載内容は、インタビューへの回答や関連資料をもとにまとめている

社会課題	DX導入の現状
<p><b>プロモーション・割引に頼らない新規顧客獲得、顧客ロイヤリティの維持が難しい</b>                      マーケットプレイス（Shopee、Lazada、Tikiなど）、メーカー直販プラットフォーム、オンライン小売事業者、Tiktokなどのソーシャルコマースチャンネル、ライブストリーミングなど、購入の選択肢が多く競争が激しい。地場企業は集客のためにプロモーションや割引を多用しているため、利益率が低い。消費者は価格のみを重視し、ロイヤリティが低いことが多い。</p> <p><b>顧客に配慮した対応と利益追求を両立することが難しい</b>                      売り手は、顧客の利便性を優先し、簡単な購入方法や柔軟な返品ポリシーを設けているため、物流コストの増加や、配送ミスや返品による損失につながるケースがある。また、ベトナムの物流業界はテクノロジーの活用により大きく進歩したが、円滑で安定した在庫管理と配送プロセスを実現するためには、更なる改善が必要である。</p> <p><b>法制度の急激な変化</b>                      EC市場の急成長により、法的枠組みや規制が頻繁に変更されている。その結果、企業が新しい規制に対応できず、コンプライアンス上の問題が生じる恐れがある。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>3つのデジタルソリューションに取り組んでいる：                             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>ロジスティクスの最適化</b>: 在庫管理、配送、返品処理などを改善し、損失を削減するとともに、顧客満足度を向上させる</li> <li>✓ <b>パーソナライゼーション</b>: 顧客一人ひとりに合わせたシームレスな買い物体験を提供し、新規顧客の獲得と顧客ロイヤリティの向上を図る</li> <li>✓ <b>アップセル/クロスセル</b>: 顧客データプラットフォーム（CDP）、AI、ビッグデータを活用して、顧客のニーズを把握し、それに合わせた提案を行う。最終目標は、顧客生涯価値（企業が顧客から得られる利益の総額）を高めることである</li> </ul> </li> </ul>
DX導入の課題	今後の展望
<p><b>テクノロジー導入の難しさ</b>                      ベトナムではさまざまなMarTechソリューションが存在するが、企業は準備不足、技術的な専門知識、リソースの不足などに課題に直面している。費用対効果が高く、シームレスで包括的なテクノロジーソリューションを自ら探し出し、既存の事業運営に取り入れることは困難である。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ベトナムは急速なテクノロジーの導入とDXが進んでいる。特に、競争が激しい市場では、各企業が競争上の優位性を得るためにテクノロジーを活用するようになる。2022年から2023年にかけての経済停滞はあったものの、2024年は企業が成長とイノベーションを促進する年になると予測されている。</li> <li>MarTechの導入は、次のような段階を経て進む：                             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>支援ツール</b>: 業務ごとの支援ツール</li> <li>✓ <b>データテクノロジー</b>: マーケティングの自動化、データ管理</li> <li>✓ <b>完全自動化</b>: 事業運営と顧客体験を包括的に管理する包括的なソリューション</li> </ul> </li> </ul>
	海外との協業機会とアプローチ
	<ul style="list-style-type: none"> <li>ベトナムでは日本製品への評価が高い。</li> <li>日本企業は、実績のある地場企業や有望なハイテクスタートアップ企業に投資し、ベトナムの活発なスタートアップ市場と若く活気に満ちた人材の恩恵を受けることもできる。有望な分野は、アグリテック、ヘルステック、リテールテックなど。</li> </ul>

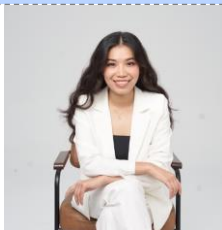
インタビュー日時：2024年03月13日

### ①企業について

\*掲載内容は、インタビューへの回答や関連資料をもとにまとめている

基本情報	
所在地	UOA Tower, 06 Tan Trao, Tan Phu, District 7, Ho Chi Minh City
ウェブサイト	https://www.chotot.com/
設立年	2012年
従業員数	約200名
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>中古品の売買（リコマース）、車両、不動産、人材紹介の4分野に特化したマーケットプレイス</li> <li>ビジネスモデル: C2C (70%)、 B2C (30%)</li> </ul>
沿革	<ul style="list-style-type: none"> <li>2012: 701Search(シンガポールのデジタルメディア企業)の傘下で設立</li> <li>2019: Telenor (ノルウェーの通信会社・701Searchの親会社) は Carousell (シンガポールのスタートアップ)を買収し、701SearchをCarousellと統合し、ChototはCarousellの傘下となる</li> <li>2017: Cho Tot Xe(車両)と不動産販売のCho Tot Nhaを設立</li> <li>2021: Viec Lam Tot(人材紹介)を設立</li> </ul>
提携	AdAsia, FPTなど

### 回答者からのメッセージ



Hoàng Minh Xuan氏  
Marketing Manager

「価格、品質、利便性、迅速なサービスなど、消費者のニーズは本質的に変わらないが、こうしたニーズに応えるプラットフォームやサービスは進化している。MarTechは、企業が消費者のトレンドやニーズを把握し、必要とされている時に効果的に働きかけるために必要不可欠である。」

DXの状況
<p><b>DXソリューション</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>海外で開発されたテクノロジーと自社で開発したテクノロジーの両方活用している</li> <li>広告：Google Ads、Facebook Ads、Google Analyticsを活用し、データを自社で処理・管理。</li> <li>顧客データプラットフォーム(CDP)を活用して、顧客一人ひとりに合わせた顧客体験を創造する</li> <li>AIを活用して商品の出品と検査を行う</li> </ul>
<p><b>DXの実績</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>中古品の販売と持続可能な社会の実現に取り組んでいる。月間ユーザー数約1000万人、二酸化炭素排出量約64万トン、鉄、プラスチック、アルミニウムの廃棄量数千トンの削減に貢献している*。</li> <li>2020: Most popular e-commerce platform awardに選出(Best Innovation Award主催)</li> <li>2023: Corporate Sustainability Awards in Vietnamのトップ10に選出</li> </ul>
<p><b>DXに関する将来の計画</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>顧客体験、データ管理、カスタマーサービス、製品品質保証、サイバーセキュリティの強化など、各課題に対応するソリューションを探している</li> </ul>



インタビュー日時：2024年03月13日

②ベトナムの社会課題について

\*掲載内容は、インタビューへの回答や関連資料をもとにまとめている

社会課題
<p><b>新規顧客獲得・顧客ロイヤリティの維持が難しい</b> 特に費用対効果の高い方法で顧客を惹きつけ、維持していくことは、継続的な課題である。当社は、不動産、車両、求人など、購入頻度が低い商品やサービスを専門にしているため、長期的な顧客関係の構築を重要視している。</p> <p><b>顧客からの信頼を得る</b> 商品の品質を維持することは難しい。特に、中古商品の品質はばらつきがあり、全ての出品者を管理することは困難である。これは顧客の体験に悪影響を与える可能性がある。</p>
DX導入の課題
<p><b>限られた予算で急速に変化するテクノロジーや消費者トレンドに適応することの難しさ</b> テクノロジーと消費者トレンドは急速に変化し、消費者はより良いサービスを求めるようになってきているため、企業はそれらの変化に対応し続ける必要がある。しかし、不況の中、コストを管理しながら対応することは難しい上、新しいテクノロジーを既存の業務に効果的に取り入れる方法を模索する必要もある。</p> <p><b>データ漏洩・詐欺のリスク</b> 個人情報保護に関する政令13/2023/NG-CPには、サイバーセキュリティ問題の緊急性と、消費者の権利保護に対する政府の取り組み、企業が顧客の個人情報の保管や活用をする上で実施する必要がある個人情報保護に関する作業が明記されている。</p>

DX導入の現状
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 地場企業は、広告、ソーシャルメディア、顧客関係管理（CRM）、販売、顧客体験など、あらゆる分野で多様なMarTechソリューションを利用することができる。</li> <li>✓ <b>海外製ソリューション:</b>高品質でカスタマイズも柔軟に可能だが、価格が高い。顧客データプラットフォームや顧客体験などの分野に強く、ベトナム向けの優秀なサポートチームを持つ企業もある。</li> <li>✓ <b>ベトナム製ソリューション:</b> 海外製ソリューションほど柔軟ではないが、アフィリエイトマーケティング、ウェブサイト構築、ソーシャルメディア、インフルエンサー管理などの分野でベトナム市場に適した優れたソリューションを提供している。</li> </ul>
今後の展望
<ul style="list-style-type: none"> <li>• テクノロジーの変化は非常に速い。最も重要なのはAIを活用した顧客体験の向上である。</li> <li>• AI、ビッグデータ、機械学習を活用し、商品出品における販売者の不正を検知。セキュリティの向上を図る。</li> <li>• 顧客体験は、拡張現実（AR）と仮想現実（VR）テクノロジーの導入によって、多感覚インタラクションへと進化している。また、テクノロジーが現実世界と仮想世界の融合を容易にした結果、「フィジカルリテール」も登場した。</li> <li>• Z世代（1997年～2012年生まれ）やアルファ世代（2010年代前半～2020年代半ば）など、新たな世代の消費者グループ特有の嗜好や価値観に対応しなければならない。</li> </ul>
海外との協業機会とアプローチ
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ベトナムには、成長率が高く、テクノロジーの導入を急速に進めている中小企業が数多くあるため、ソリューションへの需要も大きい。日本企業にも事業機会が多くある。</li> <li>• 日本企業は、DX導入に課題を抱える企業に対し、包括的なソリューションの提供、システム変革支援、人材育成支援などが可能である。</li> <li>• 地場企業は安価なソリューションを求めている場合が多いため、日本企業は価格を見直す必要がある。</li> </ul>

## IV | 日本企業の参入チャンス

### 分野別協業機会

	課題	DXの方向性(例)	解決策(例)
売り手	新規顧客を獲得する競争力	コンテンツの認知度を向上させ、顧客へのリーチを増やす	ウェブサイト構築、キーワード提案などのコンテンツ作成ツール、広告の管理と分析
	競合他社からのネガティブキャンペーン	ブランドレピュテーションの監視	顧客関係管理、ソーシャルリスニング
売り手・プラットフォーム	顧客ロイヤリティの維持が難しい	顧客満足度の向上	パーソナライゼーション、顧客データプラットフォーム、AIを活用したカスタマーサービス
	配送費用の高騰、配達遅れ、紛失、誤配	総合的なロジスティクスソリューションの導入	リアルタイムでの配送追跡、受注管理、倉庫管理システム
	データ漏洩ハッキング詐欺のリスク	セキュリティソフトウェアの導入	マルウェア対策、ウイルス対策、バックアップ、ファイアウォール、ID・アクセス管理
プラットフォーム	偽造品・粗悪品の横行	品質管理の徹底	製品のトレーサビリティ、レビューおよび評価システム
	決済手続きの不具合	安全な決済手段の導入	決済ゲートウェイ、決済監視システム

### 協業機会とアプローチ

#### 地場企業への日本製品の販売

- 製品：柔軟なカスタマイズが可能な包括的ソリューション、AI活用、データ管理ツール
- コスト：地場の中小企業をターゲットに安価に設定
- アフターセールス：ソリューションの導入や人材育成支援

#### 地場企業との製品の研究開発協力や日本での製品販売協力

ベトナムのデジタルソリューション(特にSaaS製品)を日本で販売する

**報告書名** : ベトナム分野別DX市場のビジネス機会  
(E-commerce・MarTech)

**発行** : 2024年3月

**作成者** : 日本貿易振興機構（ジェトロ）ホーチミン事務所

**委託先** : B&Company Vietnam Co., Ltd

ご意見・ご質問等ございましたら下記までお願い致します

**お問い合わせ先** : 日本貿易振興機構（ジェトロ）ホーチミン事務所  
TEL : +84-28-3821-9363  
E-mail:VHO@jetro.go.jp