ジェトロ・ハノイ事務所
2023 年 1 月 9 日作成

ベトナムのメイクアップ化粧品およびヘアケア用品市場およびトレンド（ハノイ発）

本レポートは、ベトナムにおけるメイクアップ化粧品およびヘアケア用品市場について、消費者の特徴、トレンドとその背景、今後の見通し等について、当地の主要バイヤーへヒアリングを行い、まとめたものである。

1. ベトナム人消費者の特徴・反応・動向等

【メイクアップ化粧品】

- ベトナムでは、化粧は肌に良くないという考え方や、結婚式などの大事なイベントのときにだけファンデーションを厚く、口紅を真っ赤に塗るという昔からの観念が残っている。このため、化粧文化は若者が中心で、国民全体には深く浸透していない。スキンケアは一日に２、３回しても、化粧は特別な日にしか行わないことが多い。
- 年齢によって化粧の頻度、化粧方法が異なり、20 代では毎日濃い化粧をする人が少なくないが、30 代以上は頻度が少なく、且つ、薄化粧を好むという傾向がある。化粧をしても口紅、ライトパウダー程度である。
- メイクアップ商品に限らず、高級化粧品の購入は、ブランドの知名度だけではなく、販売店の店員によるカウンセリングやアドバイスも強く影響する。そして、出所不明の低品質化粧品、手作り化粧品を使って肌トラブルを起こしている消費者も少なくないため、高品質で安全な製品、特に日本製の製品に関心を持つ人が増えている。
- ベトナム人は海外製品を好む傾向が以前からあり、また、中間層も急増しているため、日本、韓国、ヨーロッパ、アメリカからの高品質な輸入製品への関心は高い。日本製品の第 1 のイメージは高品質である。
- インターネットの普及や ｅコマースでの購入者のレビュー等を通して、消費者は、海外ブランド製品についてより情報を得ることができるようになったため、特に高価な製品の購入の際は、より吟味するようになった。
- オンラインとオフラインのどちらの方法で購入するかは、初めての購入か、数回目の購入か、知人の口コミかによって異なるが、割合はほぼ同じ程度である。初めて又は 2 回目の購入はテスターによる「お試し」やカウンセリングを受けることができるオフラインで購入し、3 回目以降は、対象商品を 2 点購入すれば 1 点無料、といったプロモーションが多いオンラインで購入するケースが多い。多くのブランドは Shopee、Tiki、Lazada 等の EC サイトにオフィシャルストアがあるため、安心して購入できる。

【ヘアケア用品】

Copyright © 2023 Japan External Trade Organization (JETRO). All rights reserved.

- ベトナムでは、強い香りが好まれる。これは、優しい香りを好む日本とは逆である。また、即効性があるものを好む。例えば、髪の毛を滑らかにする効果をうたっているシャンプーでは、洗ったらすぐに髪が滑らかになる商品は人気がある。
- Z 世代はヘアカラーが好きで、中価格帯の製品が人気ではあるが、嗜好が頻繁に変わる。ヘアスタイルを整える製品が注目されているが、ヘアケアについてはそれほど気にしていない。30 代は収入によるが、ヘアスタイルを整える製品だけではなく、頭皮のトラブル、例えばフケ、痒み、抜け毛等が多くなってくるため、ヘアケア製品に関心がある。40 代は抜け毛の問題が多いため、抜け毛対策製品が人気である。以上から、特に 35～45 歳はヘアケア化粧品への関心が高まる年代であると言える。
- 男性は、カラーワックス、ヘアカラー・ブリーチなどの髪の毛の色を変えたり、前髪を立ち上げる等のヘアスタイルをアレンジする製品に関心がある。特に最近は、男性向けヘアサロンチェーン店等では、シャンプー、ヘアカット、マッサージ（ヘッド、フェイス）、角質除去、ニキビ吸引等がセットになったサービスに人気がある。男性のヘアスタイルは短髪が一般的だが、個性的なヘアアレンジが注目されている。頻繁にカットするため、ヘアケアのニーズはそれほど高くはない。

2. 需要及びトレンドと、その背景

【メイクアップ化粧品】

- ベトナム人の平均月収入は 660 万 VND（1VND＝約 0.0055 円）と他国と比べて低く、価格はベトナム人消費者の購入決定における重要な要素である。中間層が急速に増加すると共に海外志向が強まっているため、海外からの高品質な輸入品への関心は高まっているが、高価な化粧品は一部の消費者向けのみで、ベトナムの消費者全体でみれば、手頃な価格の化粧品のニーズが最も大きい。
- しかし、消費者の化粧品への支出額は増加傾向にあり、品質が重視されはじめている。100 万 VND を超える価格の製品も売れている。
- メイクアップ化粧品は若者や中間層以上が主な顧客であり、売れ筋製品は 28 万～35 万 VND の中価格帯で、口紅、アイシャドウ、ファンデーション等の基本的な製品である。
- 韓流ドラマの影響から韓国風の化粧がいち早く浸透し主流となっており、韓国製化粧品が多く売られている。日本製の化粧品は高品質で安全ではあるが、価格が高いため、顧客層が少ない。手頃な価格であれば、ニーズをより発掘できると考える。
- 最近は身体への安全性が重視されるようになっており、特にオーガニック製品が注目されている。

【ヘアケア用品】

- 市場には大きく 3 つの製品セグメントがある。
  ① 大衆向け製品：例えば、シャンプーなら 12 万～13 万 VND/500ml
  ② 韓国、日本ブランド：例えば、シャンプーなら 17 万～18 万 VND/500ml
  ③ ヨーロッパブランド：シャンプーなら 25 万～30 万 VND/500ml、主にヘアサロン向け
- 中価格帯以上のヘアケア用品は以下の 4 種のランクがある。

Copyright © 2023 Japan External Trade Organization (JETRO). All rights reserved.

① 中級製品（シャンプー＆コンディショナーなら、60 万~80 万 VND/1000ml）
② 中高級製品（シャンプー＆コンディショナーなら、100 万~150 万 VND/1000ml）
③ 高級製品（シャンプー＆コンディショナーなら、180 万~250 万 VND/1000ml）
④ 高級製品のうち ③より価格が高い製品

- 中価格帯以上の各ブランドはそれぞれ人気製品があり、例えばイタリアブランドなら、コンディショニングなどのケア製品ラインが強い。
- ヘアケア製品の売れ筋価格帯は 50 万~99 万 9 千 VND。抜け毛対策、育毛の製品も注目されており、また、若者の間ではヘアカラー剤も流行っている。天然成分の製品、オーガニック製品等も多く登場しており、ローカルブランドも多くあるが殆どは小規模企業の製品で知名度が低い。

3. 日本に求める製品・技術

- 今後は、特にオーラルケア製品を扱っていきたい。ベトナムのオーラルケア製品はラインナップが少ないため、シャンプーやシャワージェルといった製品よりも潜在需要がある。手頃な価格帯の製品があれば検討したい。
- 日本製のヘアケア化粧品は、価格がネックとなりベトナム市場では厳しい立場にある。手頃な価格の製品があれば取り扱いを検討したい。また、費用を抑えるために商社経由ではなくメーカーと直接取引したい。

４．今後の市場動向

【メイクアップ化粧品】

- 今まで述べてきたように手頃な価格帯の製品に対するニーズが主流であるが、中間層が伸びているため、市場の需要はさらに多様化し、特に天然由来の製品の市場が多種多様化していくことが予想される。
- 市場に出回っているブランドは、海外ブランドが中心であり、国内ブランドは少ない。ただし、今後は多くの国内ブランドが誕生して競合が予想される。近年、多くの有名芸能人が自身のブランドの化粧品を出しており、人気が高まっている。
- 国内外ブランドとの競争が激しくなるため、市場に参加しようとする者は消費者の心理、嗜好を把握する重要性がさらに高まる。
- オンライン販売、ショッピングモール、Medicare、Guadian などの薬局チェーンの販売チャネルもさらに発展する。
- まだベトナムの化粧品市場は ASEAN 地域内諸国、特にタイ、インドネシアなどに比べると市場規模はまだ小さいが、潜在的な成長可能性が多くある。

【ヘアケア用品】

- 家庭で使用できる商品への関心が強くなっている。ヘアサロン等でヘアケアサービスを受けるのではなく、オンラインで購入し家庭でケアできる製品に対するニーズが高まっている。

Copyright © 2023 Japan External Trade Organization (JETRO). All rights reserved.

- 製品価格帯については収入等によって人それぞれではあるが、手頃な価格の製品に対するニーズが高まっている。
- 新型コロナウィルス禍からの経済回復が未だ不十分であるため、高級製品の消費者が中～高級製品の利用に、中～高級製品の製品が中級製品の利用にシフトする傾向がある。

以上

〇作成：ジェトロ・ハノイ事務所
〇執筆：コーディネーター　レーティラン

【レポートの利用についての注意・免責事項】
本レポートは、日本貿易振興機構（ジェトロ）ハノイ事務所が委託先 SEIKO Ideas に作成委託し、2022 年 12 月に入手した情報に基づき作成したものです。掲載した情報は作成委託先の判断によるものですが、一般的な情報・解釈がこのとおりであることを保証するものではありません。本レポートはあくまでも参考情報の提供を目的としており、提供した情報の正確性、完全性、目的適合性、最新性及び有用性の確認は、読者の責任と判断で行うものとし、ジェトロおよび SEIKO Ideas は一切の責任を負いません。これは、たとえジェトロおよび SEIKO Ideas が係る損害の可能性を知らされていても同様とします。

◆「海外発トレンドレポート」読後アンケートにご協力ください◆
本レポートは皆様の海外ビジネスにお役に立ちましたでしょうか？
今後の参考のため、**役立ち度アンケート**にご協力頂けましたら幸いです。
（所要時間：約1分）

Copyright © 2023 Japan External Trade Organization (JETRO). All rights reserved.