ジェトロ・ハノイ事務所
2023 年 1 月 9 日作成

輸入化粧品への関心高まるも、日本産はまだまだ高額（ベトナム・ハノイ発）
-ベトナム・スキンケア化粧品の市場概況-

本レポートは、ベトナムにおけるスキンケア化粧品市場について、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

- ベトナム人消費者がスキンケアで最も悩んでいるのは、ニキビ、シミ、毛穴の開き、エイジングによるシワ・たるみの４つである。ニキビで悩んでいる年齢は 15～16 歳の青年層だけではなく、30 代までと幅広い。また、肌に残ったニキビ痕に悩んでいる人も多い。
- 出所不明の低品質化粧品や手作り化粧品を使って肌のトラブルが起きてしまっ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。
- 20 代、30 代の消費者からは、特に美白、肌の張り回復、若返り効果のある製品が注目されている。
- 若い世代は様々なブランド製品を使用するが、主に中価格帯である 30 万～50 万 VND（1650～2750 円、1VND=約 0.005５円）の製品を購入している。高級化粧品の購入に当たっては、ブランドの知名度だけでなく、専門教育を受けた店員によるカウンセリングやアドバイスにも強く影響を受けている。
- 5～6 段階ものスキンケアのステップ――洗顔をして、化粧水・乳液・クリームなどを塗る――に時間をかけることはあまり好まない。
- 最近の消費者は価格よりも品質に注目するようになってきた。100 万 VND（5500 円）を超える価格の製品もよく売れている。そして、体への安全性を重視す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。
- 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、消費者が海外ブランド製品についてより多くの情報を入手するようになっている。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。
- ベトナムでは韓流の影響力が大きい。韓国からの影響でメンズ化粧品も売れ始めているが、Z 世代以外は化粧品には余り関心を示していない。男性なら、シャンプー、シャワージェル、保湿トナー等の日常のケア程度である。
- 販売経路に関しては、オンラインとオフラインはほぼ同じ割合である。1 回目、2 回目の購入はテスターを使用しての「お試し」や店員によるカウンセリングが可能なオフラインでの購入が多いかもしれないが、使い慣れたら、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の購入が多くなる。たいていのブランドは Shopee、Tiki、Lazada 等の EC サイトにオフィシャルストア

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

があるため、安心して購入できる。

２．需要及びトレンドと、その背景

- スキンケア製品の中では、洗顔料、メイク落とし、日焼け止め製品が関心を集めている。使用するのに 5～6 段階ものステップを必要とする製品ではなく、いっぺんに済んでしまうオールインワンタイプ、さらに、持ち運びに便利なコンパクトサイズの製品が人気。ニキビ肌向けスキンケア製品も注目されている。
- 売れ筋価格帯は 30 万~50 万 VND（1650～2750 円）の中級製品である。例えば、ボディローション 500ml、オールインワン（メイク落とし、洗顔、スキンケアが一緒になった商品）、メイク落とし等は 40 万~50 万 VND（2200～2750 円）。
  60 万~90 万 VND（3300～4950 円）の価格帯の製品の販売には、お客様からの相談を受けるカウンセリングスタッフが必要。80 万~180 万 VND（4400～9900 円）の高級製品となると、製品の特性（シミ対策、にきび治療等）について説明するだけでなく、食生活のアドバイスなども行っている。
- 韓国製化粧品と日本製化粧品を比べると、韓国製はラインナップが多く、パッケージも目を引き、値段が日本製の約 3 分の 1 程度だが、成分の配合が比較的簡易であるため類似品が多いと言われている。一方、日本製は、高価格で効果が出るまでに時間がかかるが、安全性が高くかつ模倣しにくいため、類似品が少ない。例えば、アクネクリームは日本製なら 50 万 VND（2750 円）、韓国製は 15 万～20 万 VND（825～1100 円）。日焼け止め製品は、日本製が 50 万 VND（2750 円）、韓国製は 20 万 VND（1100 円）未満で販売されている。日本製の化粧品の中で人気の製品は、日焼け止めやボディケア用品である。
- 消費者のアンチエイジングやスキンケアなどへの関心の高まりにより、アンチエイジング商品の人気が高まっている。さらに、アンチエイジング、シミ・ニキビ治療等の治療に特化した製品と、天然由来成分を使用した製品は常に注目されている。

３．日本に求めている製品や技術

- ベトナムには、ニキビ肌専用の石鹸・洗顔料から治療クリーム、保湿クリームまでのニキビ肌のケアに必要な商品ラインナップが揃っているブランドが少ないので、今後はこうしたニキビ肌に特化したブランドを販売していきたい。有望なメーカーや OEM 先を探しているが、まだパートナーは見つかっていない。
- 現在、自社４ブランドとも海外での OEM 製造の商品であり、委託先は中国、タイ、韓国、日本となっている。将来的には自社ブランドの商品ラインナップの拡充や他社ブランド商品のラインナップの拡充を図っていきたい。日本の化粧品、特にボディケア化粧品に注目が集まっている。

４．今後の市場動向

- 経済成長による中間層の急速な増加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が高まっている。ただし、高価な化粧品は一部の消費者が購入するのみで、ベトナムの消費者全体で言うと手頃な価格の化粧品へのニーズが最も大きい。日本製の化粧品は高品質

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

で安全ではあるが価格が高いため、顧客層が少ない。もっと手頃な価格にすればニーズをより多く発掘できると考える（注１）。

- 今のところ市場に出回っている化粧品ブランドは、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も誕生し競合することになる。近年は、多くのベトナムの有名芸能人が自身のブランドの化粧品を出しており、人気が高い。
- オンライン販売、ショッピングモール、Medicare、Guardian などの薬局チェーンの販売チャネルがさらに発展すると見込まれている。
- 中間層が伸びているため、市場の需要は多様化している。特に天然由来の製品、シミ治療、傷跡治療、アンチエイジング、ニキビ治療、肌の引き締め、美白など特殊治療製品の市場はさらに多種多様化することが予想される。
- 国内外ブランド間の競争が激しくなるため、市場に参入しようとする者にとって消費者の心理、嗜好を把握する重要性がさらに高まる。ベトナムの化粧品市場は、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、潜在的な可能性が高い（注２）。

注１：ベトナム全国の平均月収は 660 万ドン（約 3 万 8,280 円、1 ドン＝約 0.0058 円）2022 年 7 月 15 日付ビジネス短信参照。
注２：ベトナムは人口約 9,730 万人、平均年齢 31 歳で今後の市場成長が見込まれる。2021 年 1 月・ジェトロ「ベトナム 教育（EdTech）産業調査」参照

〇作成：日本貿易振興機構（ジェトロ）ハノイ事務所（http://www.jetro.go.jp/indexj.html）
〇執筆：中小企業海外展開現地支援プラットフォームコーディネーター 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.