



2012 年 8 月 21 日
WIP ジャパン株式会社

ベトナムのネットユーザーとビジネスチャンス その 1

～可能性を秘めたソーシャルメディア～

グローバルビジネス支援サービスを提供する WIP(ウィップ)ジャパン株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役:上田輝彦ジェームズ、以下、WIP ジャパン)では、海外進出や海外向け E コマースに必須の多言語マーケティング・サービスを提供。世界 89 か国・411 都市という日本最大級の自社ネットワークをフルに活用して、多くのお客様の海外進出を支援しています。

今年 6 月末、Facebook は、第 2 四半期の広告収入が 9 億 2100 万ドル(前期比 28%増)に達したと発表しました。注目すべきは、この収入のうち 700 万ドルがベトナム市場からもたらされたことです。

6 月時点で、ベトナムのソーシャルメディアの訪問者数トップ 3 は、Facebook(820 万人)を筆頭に、ベトナム国産の Zing Me(680 万人)と Yume(190 万人)が続いています。ベトナムでは、政府が Facebook をブロックするという規制が行われていますが、実際にはそれをくぐり抜ける方法がかなり普及しているため、利用者数は増え続けています。

ソーシャルネットワーク全体を見ると、ベトナム国産 SNS が海外 SNS の人気を上回っています。Facebook は特にターゲット層を絞っていないのに対し、ベトナム国産はそれぞれがターゲット層を絞り込んでいることが特徴です。たとえば Yume は、若者層に焦点を合わせています。また、インターネットセンターの調査によると、ベトナムのネットユーザーの 2 人に 1 人が VinaGame を利用しているそうです。ベトナムは、オンラインゲーム市場では東南アジアではトップです。

ベトナムではこのように、ソーシャルネットワークを利用しているユーザーが非常に増えていますが、企業側は、それをビジネスに活かしていないのが実情です。たとえばユーザー数ではトップクラスの Zing Me でさえ、広告スポンサーの獲得に苦労しています。

また、この調査によりますと、ネットユーザーの大半は若者であることから、企業はソーシャルネットワークを活用し、自社ブランドの浸透に力を入れようとしています。たとえば Zing Me のユーザーは 18～25 歳が中心であることから、ユーザーを幅広い商品やサービス市場に取り込むチャンスと見ています。

ベトナムのこうした状況は、マーケティングツールとしてのソーシャルメディア活用の今後の可能性が期待できることを示しています。その指標となるのが、ネットユーザー数や E コマースの発展状況です。その点からも、ベトナムの E コマースの現況についてチェックする必要があります。

ベトナムの E コマースについては次回 その 2 で説明します。



WIP ジャパン株式会社について:

2000年に設立されたWIP ジャパン株式会社は、海外リサーチ・マーケティングコンサルティングや多言語翻訳などのグローバルビジネス支援(Global Business Support: GBS) サービスを提供しています。顧客には、多言語で様々な情報を発信・伝達・入手する必要のある約 4 千社以上の企業、政府組織、研究機関が含まれます。

<http://japan.wipgroup.com>

