



ベトナム経済を牽引するデジタルブーム

Le Hoang Vu

インベストメント・ディレクター、イーストスプリング・ポートフォリオ・アドバイザーズ
Eastspring Investments Fund Management Company (ベトナム)

経済発展が進むベトナムの次の成長ステージは、デジタルが牽引することになるでしょう。ベトナムは2045年までに「高所得国」になるという目標を掲げていますが、急成長するデジタル経済がこうした動きを後押しするものと思われます。ベトナムには依然として克服すべき課題がある一方で、この変化は投資家に業種セクターを問わず多くの投資機会をもたらすでしょう。

ベトナムは、その人口動態が黄金期を迎えていることで広く知られています。同国民の35歳以下の割合は約56%を占め¹、この数値はアジア地域のベトナムと所得水準が近い国々と比較した場合、最も高くなっています。

X世代（主に1960～1970年代生まれ）とY世代（主に1980～1990年代生まれ）がベトナムの労働力と消費市場の大部分を形成し、Z世代（主に2000年代生まれ）が次の消費者の波として急速に台頭していることから、ベトナムは2030年までに世界の消費市場の上位30の中で18位になると予想されています。さらにベトナムの消費者層は、この10年間で3,500万人から5,600万人に増加すると予想されています²。

また、中間所得者層の増加もベトナムの消費市場を後押ししています。月収700米ドル以上の中間所得者層は人口の3分の1と推定され、2030年までにその数は倍増することが予想されています³。ベトナムの中間所得者層が急増することで、サービスや高付加価値製品に対する国内消費が後押しされることでしょう。さらに、年齢層の若い中間所得層はデジタル化や持続可能性といった新しい消費トレンドを受け入れる準備ができているため（心理的障壁が低い）、金融サービス、情報技術、消費財、グリーン製品といった分野への新たな投資機会が誕生することと考えられます。

デジタル・トランスフォーメーションが重要な役割を果たすことに

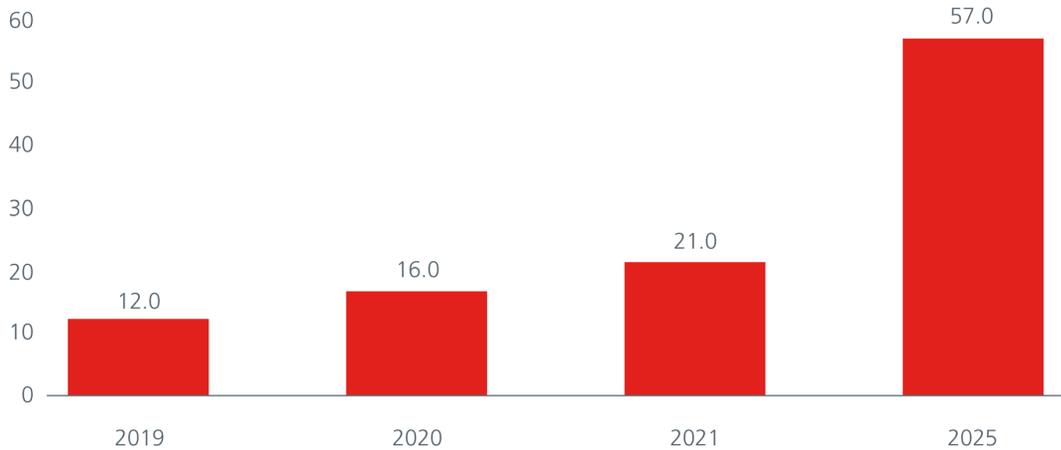
ベトナムは国の主要な社会・経済発展の指標として2045年までに「高所得国」になるという目標を掲げています。このことは、国の成長モデルをより効率的に推進しなければならないことを示唆しており、政府は経済のデジタル変革が効率性を大幅に改善できることを認識しています。ベトナムでは、デジタル化は消費者の日常生活に欠かせないものになりつつあります。

英国ブルーデンシャル社は、イーストスプリング・インベストメンツ株式会社の最終親会社です。

最終親会社およびそのグループ会社は主に米国で事業を展開しているブルーデンシャル・ファイナンシャル社、および英国のM&G社の子会社であるブルーデンシャル・アシュアランス社とは関係がありません。

※ご留意いただきたい事項を最終ページに記載しております。

図表 1: 急成長を遂げるベトナムのデジタル経済

流通総取引額
(単位: 10億米ドル)

出所: "E-Conomy SEA 2021—Roaring 20s: the SEA Digital Decade"

※ 流通総取引額(GMV: Gross Merchandise Value)

同国のデジタル経済は二桁成長しており、2025年のデジタル市場経済は570億米ドルに達することが予測されています。(図表1参照) また新型コロナウイルスのパンデミック(世界的大流行)が始まって以来、800万人の新たなデジタル消費者が誕生しデジタルサービスが利用されています⁴。

ベトナムのデジタル市場は、eコマース(電子商取引)、フィンテック、教育の力強い成長に支えられて急速に成長しています。

eコマースが最大の経済成長ドライバーに

ベトナムのインターネットユーザーは、コロナ禍以前は個人的な利用に1日3.1時間を費やしていましたが、ロックダウン(都市封鎖)のピーク時には1日4.2時間に急増し、現在は1日3.5時間で落ち着いています。またインターネットユーザーの80%が、パンデミック時にインターネットをはじめとするテクノロジーの進化が非常に役に立ったと評価しています⁵。さらにベトナムではインターネットユーザーの88%がオンラインショッピングを利用しており、eコマース産業がこのトレンドから最も恩恵を受けています⁶。FacebookやZalo(ベトナムの対話アプリ)などのソーシャルネットワーキング・プラットフォーム、あるいはLazada、Shopee(共にシンガポールのeコマースサイト)、Tiki(ベトナムのeコマースサイト)などのeコマース・プラットフォームを利用してオンラインショッピングをしたことがある人は、人口の53%と推定されています⁷。

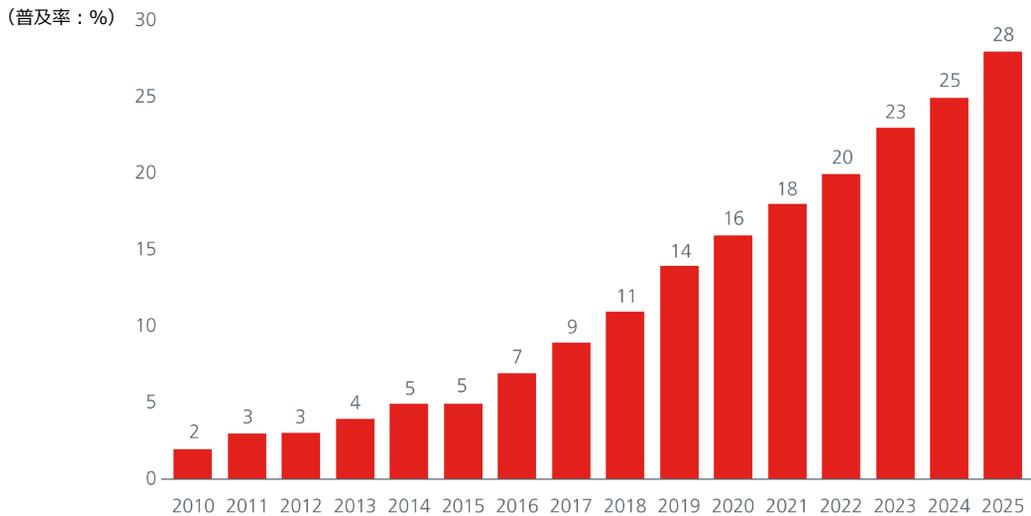
インターネットの普及、スマートフォンの普及、様々なオンラインショッピング・プラットフォームの普及に伴い、ベトナムのeコマース市場は年率25%の高い成長を生み出し、2025年には小売総額の10分の1にあたる350億米ドルの市場価値を持つと予測されています(同国の長期ビジョンによる)⁸。

現在、ベトナムの多くのeコマース・プラットフォームに投資機会を求める外国人投資家の数は増加しています。ベトナムのeコマースは、デジタル化の流れに後押しされ、また好調な資金調達環境と相まって、高い成長率を達成する見込みです。

勢いを増すデジタル・バンキング

金融サービス業界はベトナムでは重要な位置を占めていますが、同業界はデジタル化の流れの恩恵を受けると同時に、積極的にこの好機を活用しています。ベトナム国家銀行(中央銀行)の2025年までのデジタル変革計画⁹の承認を受け、金融サービス業界は、完全にデジタル化された人間中心の金融システムを確立するための先駆的役割を担うよう指定されています。このため、ベトナムの銀行は、デジタル化に関するさまざまな注目すべき戦略を推進しています。ベトナム上位の商業銀行は、資本的支出の20%~70%¹⁰をデジタル化に費やしていることが確認されています。ベトナムの金融サービス分野では個人向け融資や投資が急成長し、年齢層の若いユーザーが急速にデジタルソリューションを受け入れています。この分野で勝ち組になるためには積極的なデジタル開発戦略が不可欠となっています。

図表 2: ベトナムのデジタル・バンキングの普及率は上昇傾向



出所: Statista ※2020~2025年は予測値

eコマースと同様、デジタル・バンキングの手軽さと高い利便性は、人々の金融取引のあり方を一変させることでしょう。また、デジタル金融サービスは重要なインフラになりつつあり、現在、99%のオンラインショップがデジタル決済を採用し、72%がデジタル融資サービスを利用しています。一部のデジタル・バンキング・アプリのアクティブユーザー数は、2020年1~9月に前年同期比73%増を記録し¹¹、これはアジア地域全体で最も高い数値となっています。しかし、ベトナムのデジタル・バンキングの普及率の伸びは、まだ総じて緩やかな水準にあり、特に電子決済、デジタル送金、オンライン投資（融資）の分野でその傾向が顕著です。それでもeコマースの台頭が特に電子決済の分野の拡大を後押しし続けることでしょう。ベトナムのデジタル金融サービスには、今後数年にわたって十分な成長の余地があります。

この世代は、インターネットやスマートフォンを多用して生活を送る傾向があり、その嗜好や購買行動は、様々な要素に起因しています。そのため例えば、オンライン・エンターテインメント企業は、ユーザー体験全体を向上させるために、より多くのエンドツーエンド・サービスの向上（例：高度な画像処理をスムーズに提供）に努めなければなりませんし、デジタル・バンキング・チャンネルは、顧客満足度を高めるために操作性を向上させる必要があります。こうした消費者の行動変化をチャンスと捉え活用したい企業は、最終的な顧客満足度を高めるような革新的なデジタルサービスを提供しなければなりません。（顧客満足度が高い）“幸せな顧客”は、企業にとって“忠実な顧客”となるのです。

ベトナムの将来を担うデジタルネイティブ世代

米マッキンゼーの調査報告書¹²によると、2030年までにベトナムの消費の40%は、1980年から2012年の間に生まれた（幼いころからインターネットに親しむ）デジタルネイティブ世代が牽引するようになる、としています。

データ出所

1. World Bank – Vietnam country overview (2021年4月7日)
2. <https://www.brookings.edu/blog/future-development/2021/08/31/which-will-be-the-top-30-consumer-markets-of-this-decade-5-asian-markets-below-the-radar/>
3. BMI Vietnam Market Report, Boston Consulting Group's survey & Nielsen market research
4. 2021年上半年までのデータ。Google, Temasek and Bain, e-Conomy SEA 2021 Report.
5. Google, Temasek and Bain, e-Conomy SEA 2020 Report.
6. Vietnam Ministry of Industry and Trade, e-Commerce and Digital Economy Agency, Vietnam E-commerce 2021 Report.
7. Digital Vietnam: The Path to Tomorrow, World Bank (2021年8月)
8. Prime Minister of Vietnam, Decision no. 645/QĐ-TTg.
9. State Bank of Vietnam, Decision no. 810/QĐ-NHNN.
10. ベトナムの商業銀行の上位行の財務諸表内訳より算出
11. Google, Temasek and Bain, e-Conomy SEA 2020 Report.
12. <https://www.mckinsey.com/featured-insights/future-of-asia/the-new-faces-of-the-vietnamese-consumer>

<当資料に関してご留意いただきたい事項>

○当資料は、イーストスプリング・インベストメンツ（シンガポール）が作成した資料をもとに、イーストスプリング・インベストメンツ株式会社が、情報提供を目的として作成した資料であり、金融商品取引法に基づく開示資料ではありません。また、特定の金融商品の勧誘・販売等を目的とした販売用資料ではありません。○当資料は、信頼できると判断された情報等をもとに作成していますが、必ずしもその正確性、完全性を保証するものではありません。○当資料の内容は作成日時点のものであり、当社の見解および予想に基づく将来の見通しが含まれることがありますが、将来予告なく変更されることがあります。また、将来の市場環境の変動等を保証するものではありません。○当資料で使用しているグラフ、パフォーマンス等は参考データをご提供する目的で作成したものです。数値等の内容は過去の実績や将来の予測を示したものであり、将来の運用成果を保証するものではありません。○当資料では、個別企業や業種・テーマに言及することがありますが、当該企業の株式や業種・テーマについて組入の保証や売買の推奨をするものではありません。○当社による事前の書面による同意無く、本資料の全部またはその一部を複製・転用並びに配布することはご遠慮ください。○抄訳には正確性を期していますが、必ずしもその完全性を担保するものではありません。また、必ずしも原資料の趣旨をすべて反映した内容になっていない場合があります。