

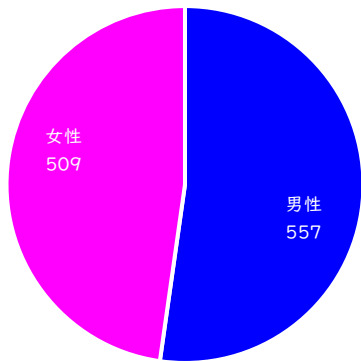
ベトナム

Socialist Republic of Vietnam

ベトナム社会主義共和国	
面積	約329,241km ²
人口	約1億30万人（2023年）（越統計総局）
民族	キン族（越人）（約86%）、他に53の少数民族
公用語	ベトナム語
宗教	仏教・カトリック・カオダイ教など
主要産業	農林水産業、鉱工業・建築業、サービス業
GDP（名目）	4,300億米ドル（2023年、越統計総局）
経済成長率（実質）	7.1%（2024年、越統計総局）
2025年訪日客数	678,500人 前年比：9.2%（JNTO推計値） （参考）2024年：621,173人 2019年：495,100人

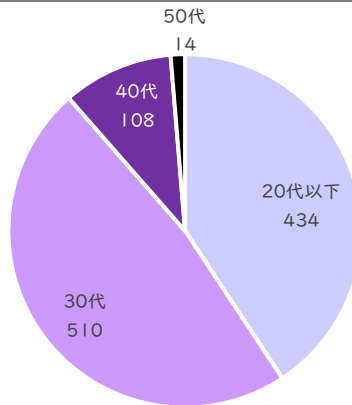
◇ 性別

(人)



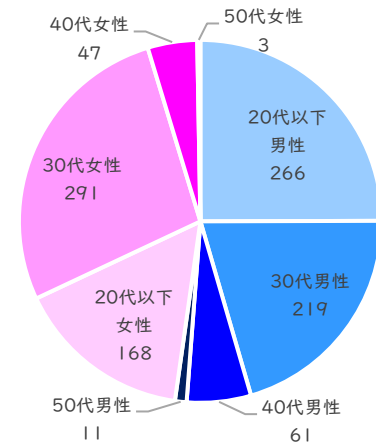
◇ 年代

(人)



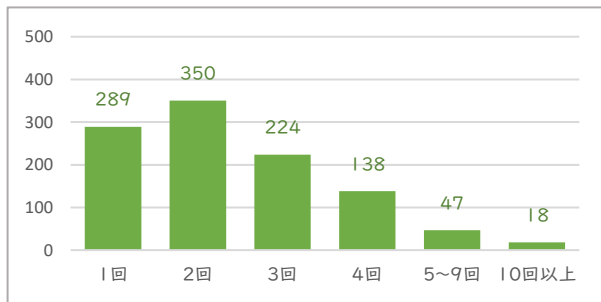
◇ 性別・年代

(人)



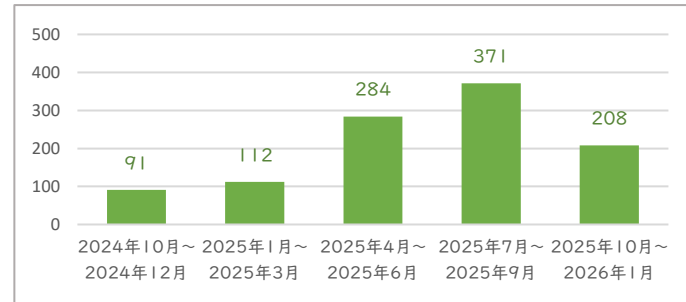
◇ 訪日回数

(人)



◇ 直近の訪日時期

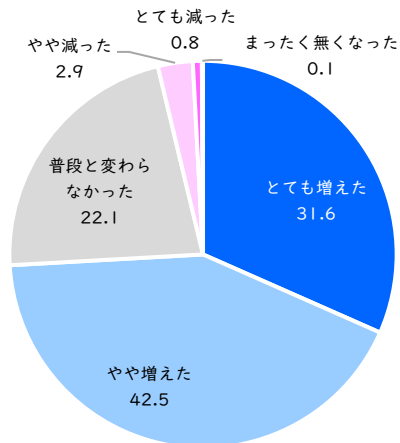
(人)



Q1. 国内でのあなたの現在の日常生活について、次にあげる点は、1~2年前に比べ増えましたか、減りましたか？(SA)

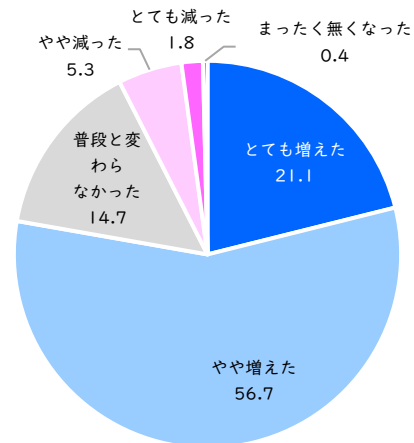
(1) 仕事 (%)

	とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体 1066人	31.6	42.5	22.1	2.9	0.8	0.1
男性 557人	22.3	47.0	26.6	2.9	1.1	0.2
女性 509人	41.8	37.5	17.3	2.9	0.4	0.0



(2) 収入 (%)

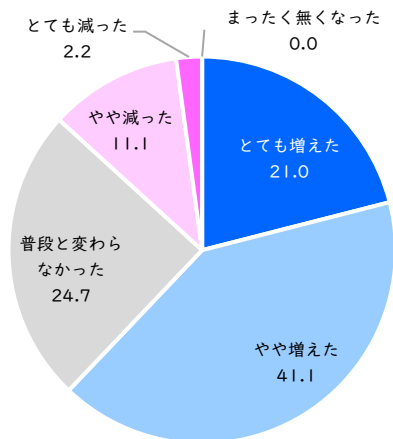
	とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体 1066人	21.1	56.7	14.7	5.3	1.8	0.4
男性 557人	18.3	60.0	15.1	4.1	2.3	0.2
女性 509人	24.2	53.0	14.3	6.7	1.2	0.6



(3) お店での買物

(%)

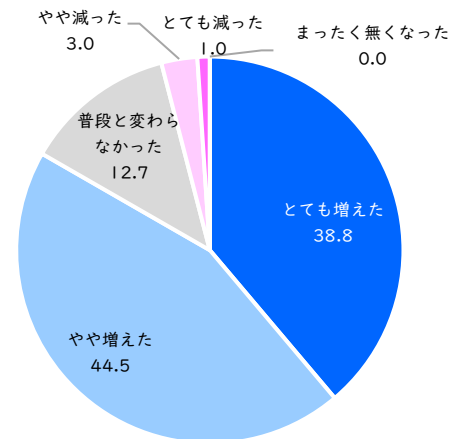
	とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体 1066人	21.0	41.1	24.7	11.1	2.2	0.0
男性 557人	15.6	41.8	28.9	11.5	2.2	0.0
女性 509人	26.9	40.3	20.0	10.6	2.2	0.0



(4) ネットでの買物

(%)

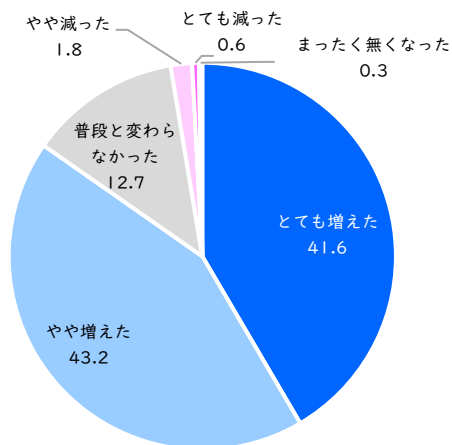
	とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体 1066人	38.8	44.5	12.7	3.0	1.0	0.0
男性 557人	33.4	46.1	15.3	4.1	1.1	0.0
女性 509人	44.8	42.6	9.8	1.8	1.0	0.0



(5) 健康に関する意識・関心

(%)

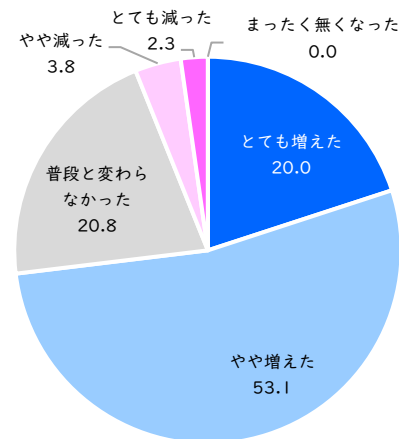
	とも増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とも減った	まったく無くなった
全体 1066人	41.6	43.2	12.7	1.8	0.6	0.3
男性 557人	44.7	39.7	12.7	2.5	0.2	0.2
女性 509人	38.1	47.0	12.6	1.0	1.0	0.4



(6) 経済的な余裕

(%)

	とも増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とも減った	まったく無くなった
全体 1066人	20.0	53.1	20.8	3.8	2.3	0.0
男性 557人	14.0	56.2	22.1	5.0	2.7	0.0
女性 509人	26.5	49.7	19.4	2.6	1.8	0.0

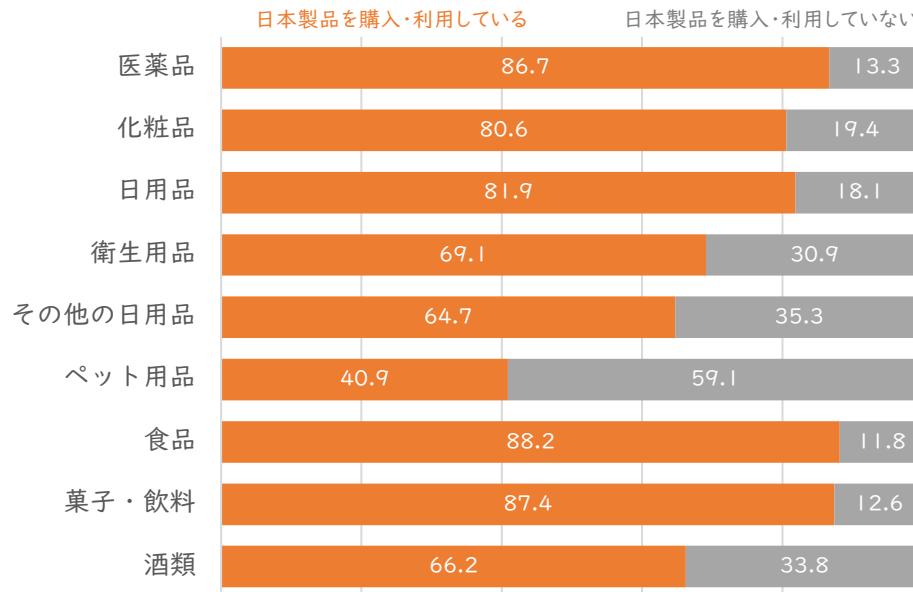


Q2. 普段あなたのご家庭で日本製品 (Made in Japan) を、購入・利用していますか。(SA)

(%)

ベトナム n=1066人	日本製品を購入・利用 している	日本製品を購入・利用 していない
医薬品	86.7	13.3
化粧品	80.6	19.4
日用品	81.9	18.1
衛生用品	69.1	30.9
その他の日用品	64.7	35.3
ペット用品	40.9	59.1
食品	88.2	11.8
菓子・飲料	87.4	12.6
酒類	66.2	33.8

(%)

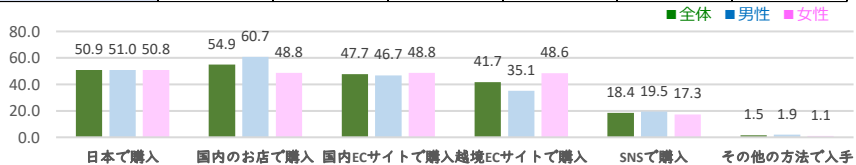


Q3. 現在、あなたのご家庭で購入・利用している日本製品 (Made in Japan) は、どのような方法で入手しましたか? (MA)

(1) 医薬品

(%)

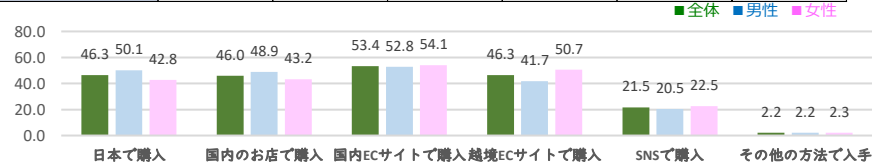
	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手	
全体	924人	50.9	54.9	47.7	41.7	18.4	1.5
男性	473人	51.0	60.7	46.7	35.1	19.5	1.9
女性	451人	50.8	48.8	48.8	48.6	17.3	1.1



(2) 化粧品

(%)

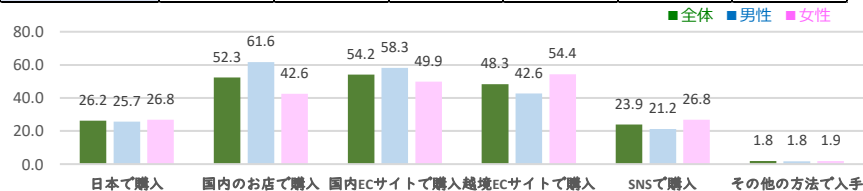
	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手	
全体	859人	46.3	46.0	53.4	46.3	21.5	2.2
男性	415人	50.1	48.9	52.8	41.7	20.5	2.2
女性	444人	42.8	43.2	54.1	50.7	22.5	2.3



(3) 日用品

(%)

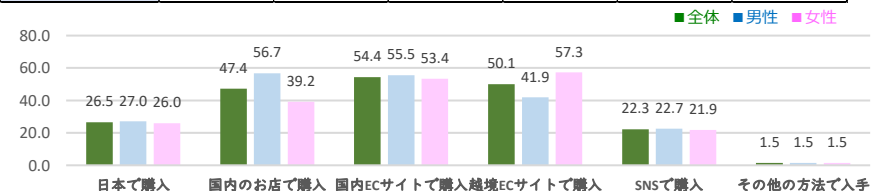
	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手	
全体	873人	26.2	52.3	54.2	48.3	23.9	1.8
男性	448人	25.7	61.6	58.3	42.6	21.2	1.8
女性	425人	26.8	42.6	49.9	54.4	26.8	1.9



(4) 衛生用品

(%)

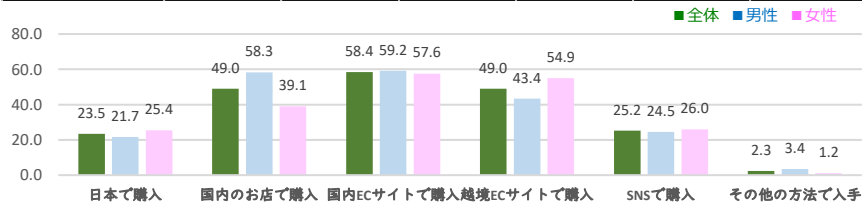
	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手	
全体	737人	26.5	47.4	54.4	50.1	22.3	1.5
男性	344人	27.0	56.7	55.5	41.9	22.7	1.5
女性	393人	26.0	39.2	53.4	57.3	21.9	1.5



(5) その他の日用品

(%)

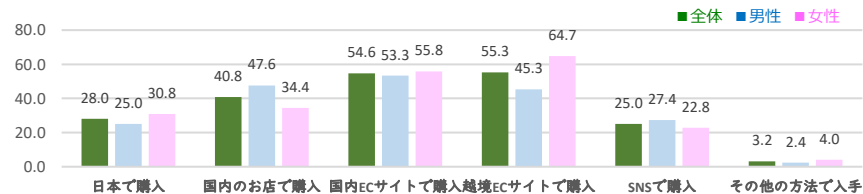
	日本で購入	国内のお店で 購入	国内ECサイト で購入	越境ECサイト で購入	SNSで購入	その他の方法 で入手	
全体	690人	23.5	49.0	58.4	49.0	25.2	2.3
男性	355人	21.7	58.3	59.2	43.4	24.5	3.4
女性	335人	25.4	39.1	57.6	54.9	26.0	1.2



(6) ペット用品

(%)

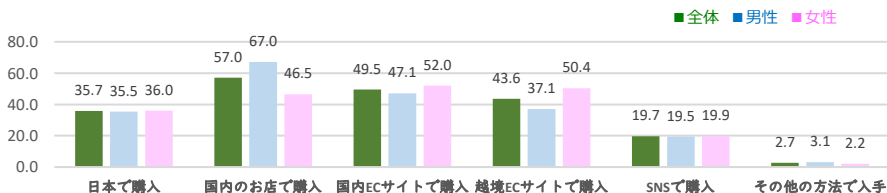
	日本で購入	国内のお店で 購入	国内ECサイト で購入	越境ECサイト で購入	SNSで購入	その他の方法 で入手	
全体	436人	28.0	40.8	54.6	55.3	25.0	3.2
男性	212人	25.0	47.6	53.3	45.3	27.4	2.4
女性	224人	30.8	34.4	55.8	64.7	22.8	4.0



(7) 食品

(%)

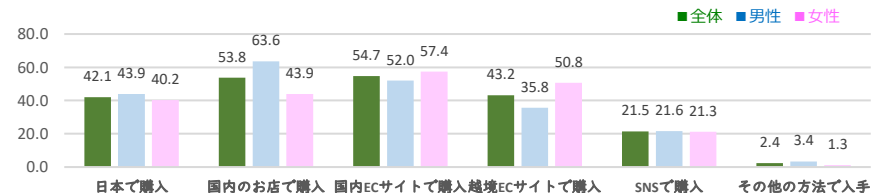
	日本で購入	国内のお店で 購入	国内ECサイト で購入	越境ECサイト で購入	SNSで購入	その他の方法 で入手	
全体	940人	35.7	57.0	49.5	43.6	19.7	2.7
男性	482人	35.5	67.0	47.1	37.1	19.5	3.1
女性	458人	36.0	46.5	52.0	50.4	19.9	2.2



(8) 菓子・飲料

(%)

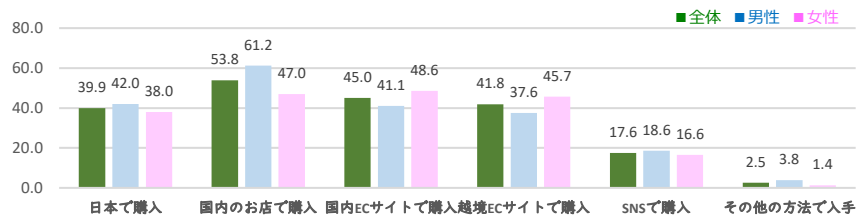
	日本で購入	国内のお店で 購入	国内ECサイト で購入	越境ECサイト で購入	SNSで購入	その他の方法 で入手	
全体	932人	42.1	53.8	54.7	43.2	21.5	2.4
男性	467人	43.9	63.6	52.0	35.8	21.6	3.4
女性	465人	40.2	43.9	57.4	50.8	21.3	1.3



(9) 酒類

(%)

	日本で購入	国内のお店で 購入	国内ECサイト で購入	越境ECサイト で購入	SNSで購入	その他の方法 で入手
全体	706人	39.9	53.8	45.0	41.8	17.6
男性	338人	42.0	61.2	41.1	37.6	18.6
女性	368人	38.0	47.0	48.6	45.7	16.6

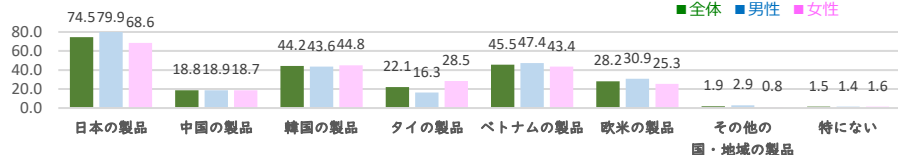


Q4. あなたの、好きな製品、お気に入りの製品はどこの国の製品ですか? (MA)

(1) 医薬品

(%)

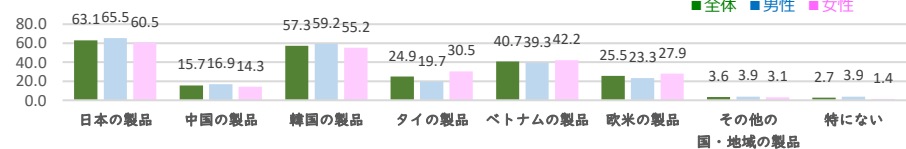
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にな
全体 1066人	74.5	18.8	44.2	22.1	45.5	28.2	1.9	1.5
男性 557人	79.9	18.9	43.6	16.3	47.4	30.9	2.9	1.4
女性 509人	68.6	18.7	44.8	28.5	43.4	25.3	0.8	1.6



(2) 化粧品

(%)

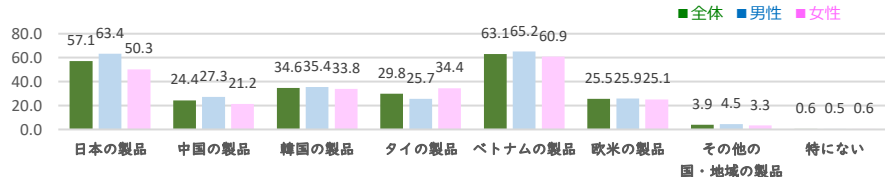
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にな
全体 1066人	63.1	15.7	57.3	24.9	40.7	25.5	3.6	2.7
男性 557人	65.5	16.9	59.2	19.7	39.3	23.3	3.9	3.9
女性 509人	60.5	14.3	55.2	30.5	42.2	27.9	3.1	1.4



(3) 日用品

(%)

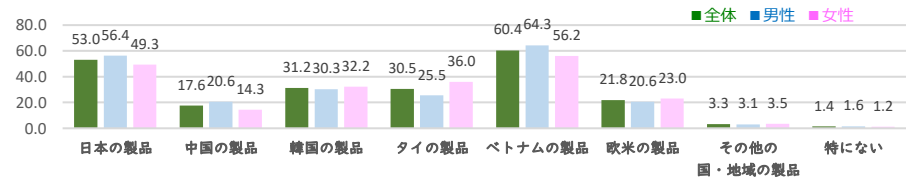
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にな
全体 1066人	57.1	24.4	34.6	29.8	63.1	25.5	3.9	0.6
男性 557人	63.4	27.3	35.4	25.7	65.2	25.9	4.5	0.5
女性 509人	50.3	21.2	33.8	34.4	60.9	25.1	3.3	0.6



(4) 衛生用品

(%)

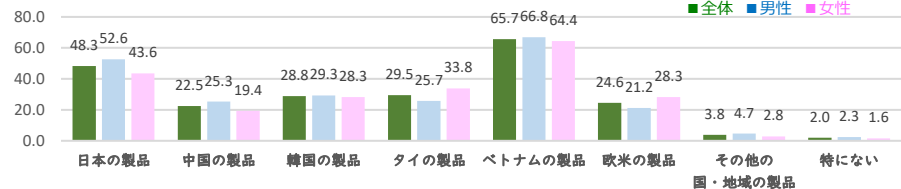
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にな
全体 1066人	53.0	17.6	31.2	30.5	60.4	21.8	3.3	1.4
男性 557人	56.4	20.6	30.3	25.5	64.3	20.6	3.1	1.6
女性 509人	49.3	14.3	32.2	36.0	56.2	23.0	3.5	1.2



(5) その他の日用品

(%)

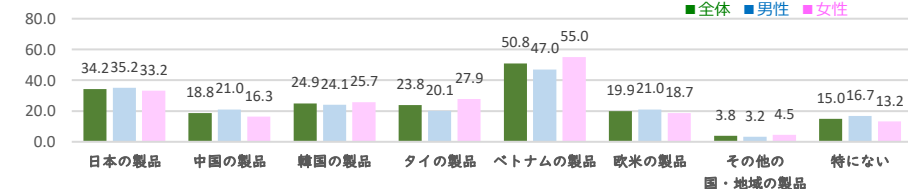
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にな	
全体	1066人	48.3	22.5	28.8	29.5	65.7	24.6	3.8	2.0
男性	557人	52.6	25.3	29.3	25.7	66.8	21.2	4.7	2.3
女性	509人	43.6	19.4	28.3	33.8	64.4	28.3	2.8	1.6



(6) ペット用品

(%)

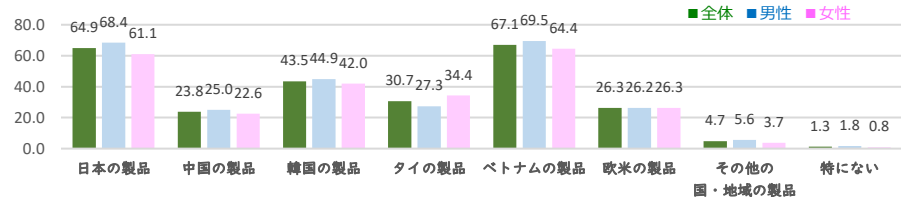
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にな	
全体	1066人	34.2	18.8	24.9	23.8	50.8	19.9	3.8	15.0
男性	557人	35.2	21.0	24.1	20.1	47.0	21.0	3.2	16.7
女性	509人	33.2	16.3	25.7	27.9	55.0	18.7	4.5	13.2



(7) 食品

(%)

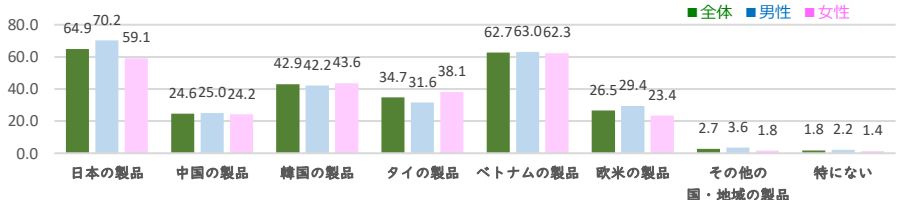
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にな	
全体	1066人	64.9	23.8	43.5	30.7	67.1	26.3	4.7	1.3
男性	557人	68.4	25.0	44.9	27.3	69.5	26.2	5.6	1.8
女性	509人	61.1	22.6	42.0	34.4	64.4	26.3	3.7	0.8



(8) 菓子・飲料

(%)

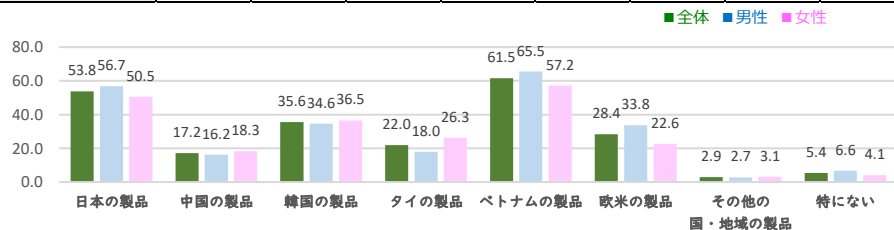
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にな	
全体	1066人	64.9	24.6	42.9	34.7	62.7	26.5	2.7	1.8
男性	557人	70.2	25.0	42.2	31.6	63.0	29.4	3.6	2.2
女性	509人	59.1	24.2	43.6	38.1	62.3	23.4	1.8	1.4



(9) 酒類

(%)

	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にない
全体 1066人	53.8	17.2	35.6	22.0	61.5	28.4	2.9	5.4
男性 557人	56.7	16.2	34.6	18.0	65.5	33.8	2.7	6.6
女性 509人	50.5	18.3	36.5	26.3	57.2	22.6	3.1	4.1

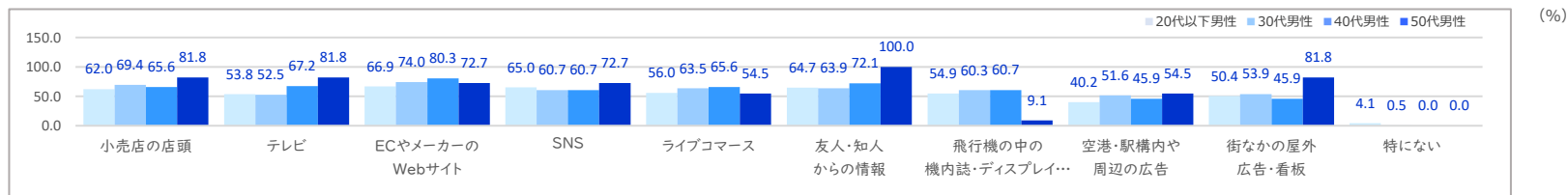


Q5. 日本を訪問したときに購入した「日本製品」(Made in Japan)について、どのようなところから情報を得ましたか？(MA)

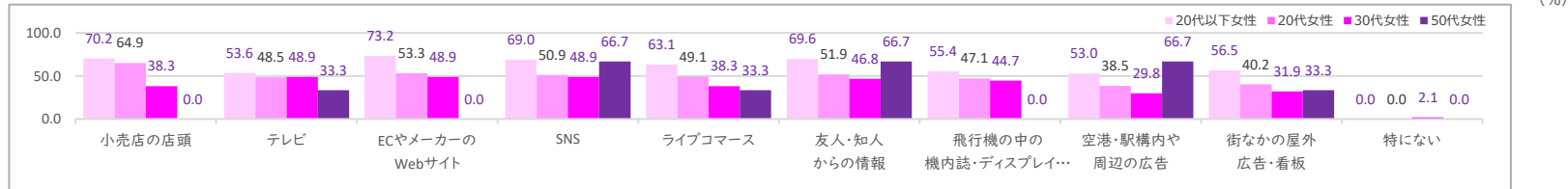
(1) 日本訪問前の情報

		合計	小売店の店頭	テレビ	ECやメーカーのWebサイト	SNS	ライブコマース	友人・知人からの情報	飛行機の中の機内誌・ディスプレイ画面広告	空港・駅構内や周辺の広告	街なかの屋外広告・看板	特にない
全体		1066	64.8	52.8	65.5	60.0	56.5	61.8	53.2	44.2	48.5	1.2
性別	男性	557	65.7	55.3	71.3	63.0	60.0	65.9	56.7	45.6	51.9	2.2
	女性	509	63.9	50.1	59.1	56.8	52.7	57.4	49.3	42.6	44.8	0.2
年代	20代以下	434	65.2	53.7	69.4	66.6	58.8	66.6	55.1	45.2	52.8	2.5
	30代	510	66.9	50.2	62.2	55.1	55.3	57.1	52.7	44.1	46.1	0.2
	40代	108	53.7	59.3	66.7	55.6	53.7	61.1	53.7	38.9	39.8	0.9
	50代	14	64.3	71.4	57.1	71.4	50.0	92.9	7.1	57.1	71.4	0.0
性別×年代	男性-20代以下	266	62.0	53.8	66.9	65.0	56.0	64.7	54.9	40.2	50.4	4.1
	男性-30代	219	69.4	52.5	74.0	60.7	63.5	63.9	60.3	51.6	53.9	0.5
	男性-40代	61	65.6	67.2	80.3	60.7	65.6	72.1	60.7	45.9	45.9	0.0
	男性-50代	11	81.8	81.8	72.7	72.7	54.5	100.0	9.1	54.5	81.8	0.0
	女性-20代以下	168	70.2	53.6	73.2	69.0	63.1	69.6	55.4	53.0	56.5	0.0
	女性-30代	291	64.9	48.5	53.3	50.9	49.1	51.9	47.1	38.5	40.2	0.0
	女性-40代	47	38.3	48.9	48.9	48.9	38.3	46.8	44.7	29.8	31.9	2.1
	女性-50代	3	0.0	33.3	0.0	66.7	33.3	66.7	0.0	66.7	33.3	0.0

(性年代別)



(%)

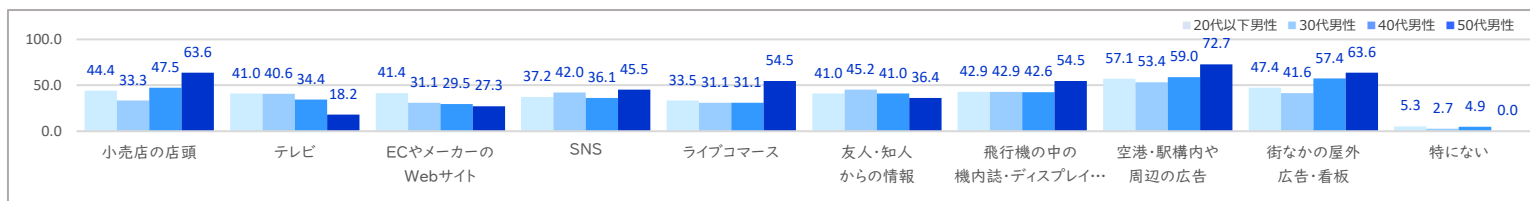


(%)

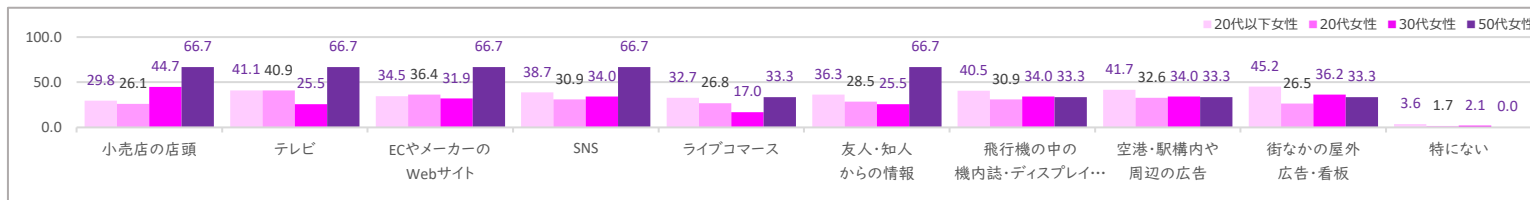
(2) 日本滞在中の情報

		合計	小売店の店頭	テレビ	ECやメーカーのWebサイト	SNS	ライブコマース	友人・知人からの情報	飛行機の中の機内誌・ディスプレイ画面広告	空港・駅構内や周辺の広告	街なかの屋外広告・看板	特にない
全体		1066	35.3	39.7	35.6	36.7	30.4	37.1	38.9	46.4	40.3	3.3
性別	男性	557	40.8	39.7	35.7	39.1	32.7	42.5	43.1	56.2	46.5	4.1
	女性	509	29.3	39.7	35.6	34.0	27.9	31.0	34.4	35.8	33.6	2.4
年代	20代以下	434	38.7	41.0	38.7	37.8	33.2	39.2	41.9	51.2	46.5	4.6
	30代	510	29.2	40.8	34.1	35.7	28.6	35.7	36.1	41.6	32.9	2.2
	40代	108	46.3	30.6	30.6	35.2	25.0	34.3	38.9	48.1	48.1	3.7
	50代	14	64.3	28.6	35.7	50.0	50.0	42.9	50.0	64.3	57.1	0.0
性別×年代	男性-20代以下	266	44.4	41.0	41.4	37.2	33.5	41.0	42.9	57.1	47.4	5.3
	男性-30代	219	33.3	40.6	31.1	42.0	31.1	45.2	42.9	53.4	41.6	2.7
	男性-40代	61	47.5	34.4	29.5	36.1	31.1	41.0	42.6	59.0	57.4	4.9
	男性-50代	11	63.6	18.2	27.3	45.5	54.5	36.4	54.5	72.7	63.6	0.0
	女性-20代以下	168	29.8	41.1	34.5	38.7	32.7	36.3	40.5	41.7	45.2	3.6
	女性-30代	291	26.1	40.9	36.4	30.9	26.8	28.5	30.9	32.6	26.5	1.7
	女性-40代	47	44.7	25.5	31.9	34.0	17.0	25.5	34.0	34.0	36.2	2.1
女性-50代	3	66.7	66.7	66.7	66.7	66.7	33.3	66.7	33.3	33.3	33.3	0.0

(性年代別)



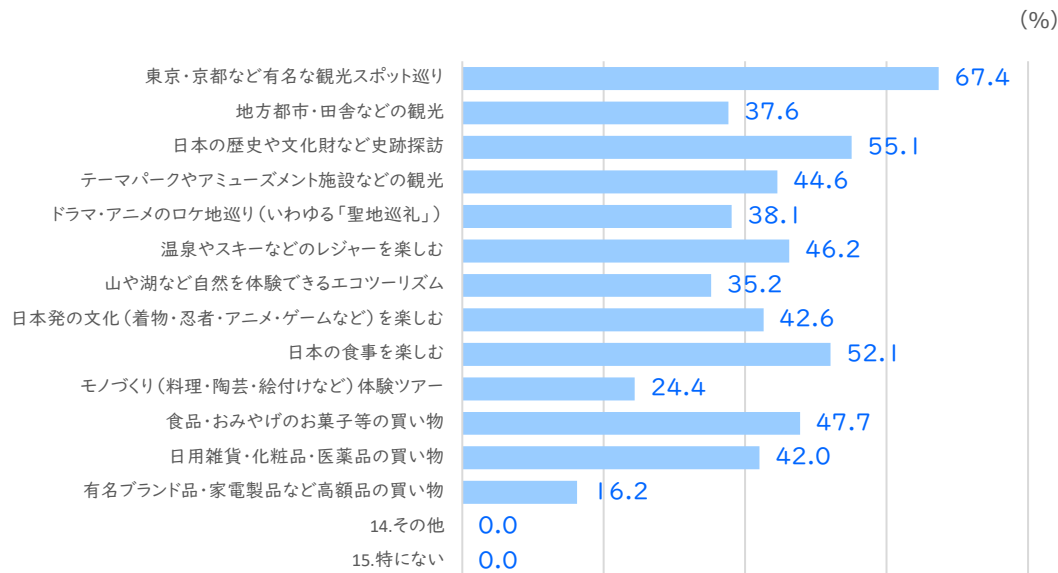
(%)



(%)

Q6.あなたが一番最近の日本訪問でしたことは何ですか。(MA)

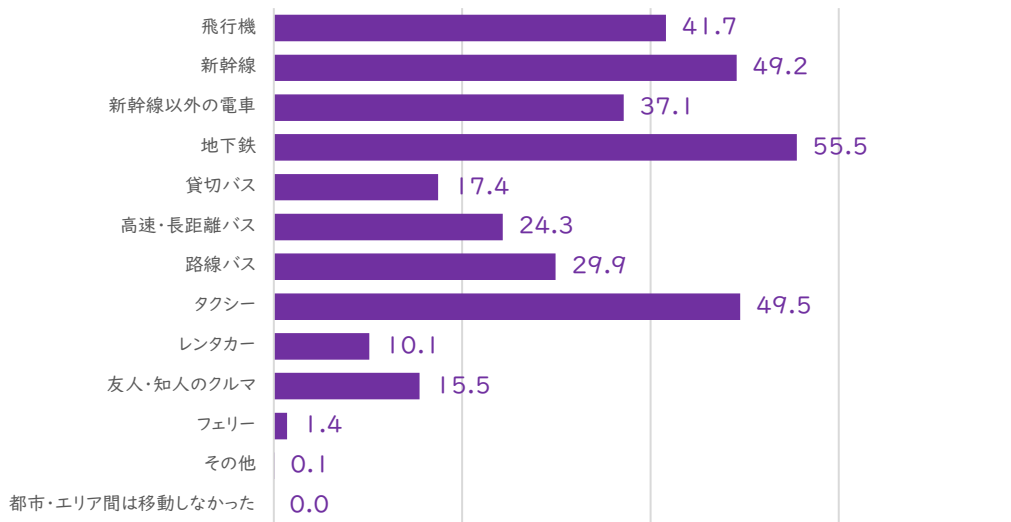
ベトナム (n=1066人)	人	%
東京・京都など有名な観光スポット巡り	718	67.4
地方都市・田舎などの観光	401	37.6
日本の歴史や文化財など史跡探訪	587	55.1
テーマパークやアミューズメント施設などの観光	475	44.6
ドラマ・アニメのロケ地巡り(いわゆる「聖地巡礼」)	406	38.1
温泉やスキーなどのレジャーを楽しむ	493	46.2
山や湖など自然を体験できるエコツーリズム	375	35.2
日本発の文化(着物・忍者・アニメ・ゲームなど)を楽しむ	454	42.6
日本の食事を楽しむ	555	52.1
モノづくり(料理・陶芸・絵付けなど)体験ツアー	260	24.4
食品・おみやげのお菓子等の買い物	509	47.7
日用雑貨・化粧品・医薬品の買い物	448	42.0
有名ブランド品・家電製品など高額品の買い物	173	16.2
14.その他	0	0.0
15.特にない	0	0.0



Q7. 日本を訪問したとき、日本国内での都市・エリア間の移動にどのような交通手段を使用しましたか?(MA)

(%)

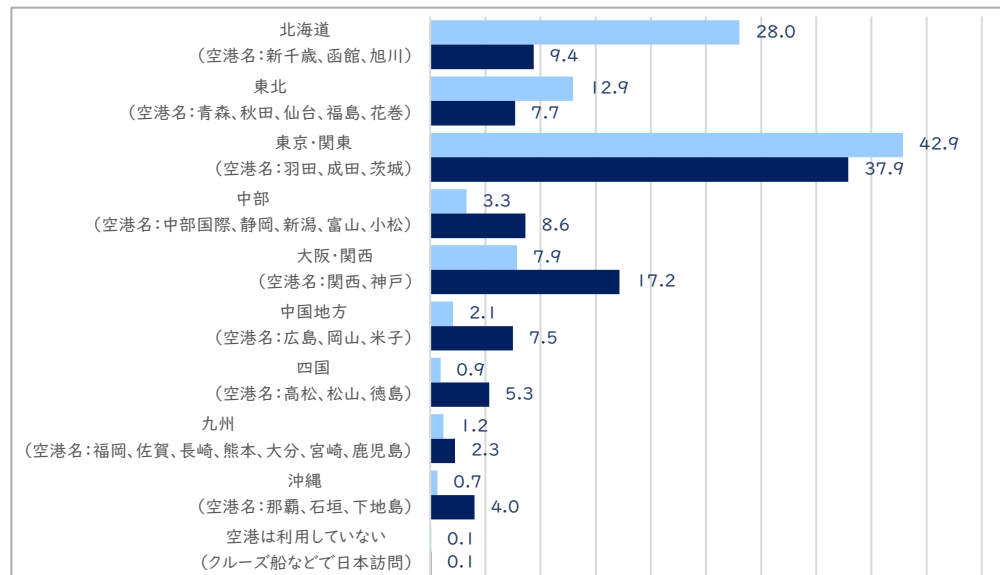
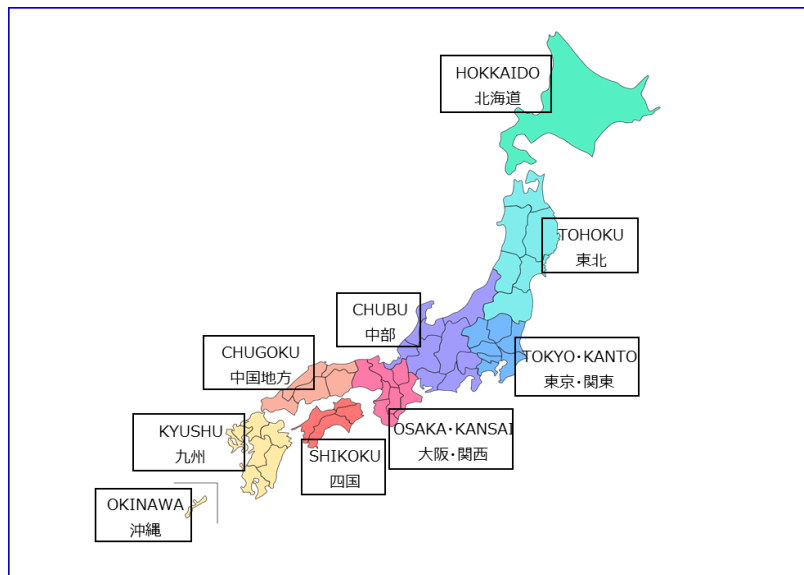
ベトナム (n=1066人)	人	%
飛行機	444	41.7
新幹線	524	49.2
新幹線以外の電車	396	37.1
地下鉄	592	55.5
貸切バス	186	17.4
高速・長距離バス	259	24.3
路線バス	319	29.9
タクシー	528	49.5
レンタカー	108	10.1
友人・知人のクルマ	165	15.5
フェリー	15	1.4
その他	1	0.1
都市・エリア間は移動しなかった	0	0.0



Q8. 日本を訪問したときには、どこの空港を利用しましたか？(1) 日本入国時の利用空港、(2) 日本出国時の利用空港、をそれぞれ教えてください。(SA)

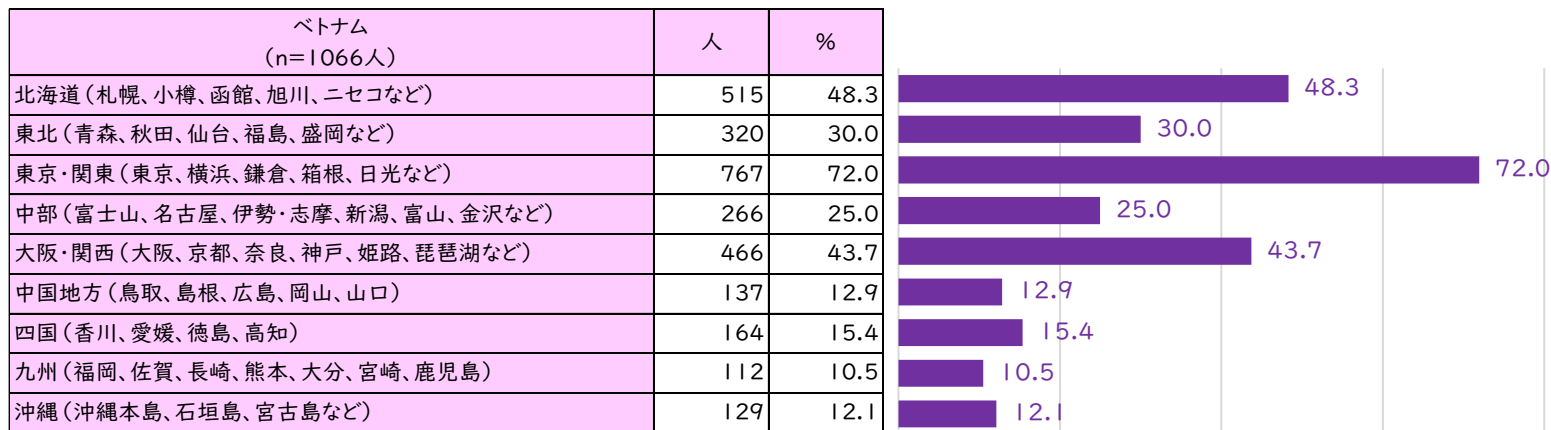
	全体	北海道 (空港名:新千歳、函館、旭川)	東北 (空港名:青森、秋田、仙台、福島、花巻)	東京・関東 (空港名:羽田、成田、茨城)	中部 (空港名:中部国際、静岡、新潟、富山、小松)	大阪・関西 (空港名:関西、神戸)	中国地方 (空港名:広島、岡山、米子)	四国 (空港名:高松、松山、徳島)	九州 (空港名:福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島)	沖縄 (空港名:那覇、石垣、下地島)	空港は利用していない (クルーズ船などで日本訪問)
(1) 日本入国時の利用空港	1066	28.0	12.9	42.9	3.3	7.9	2.1	0.9	1.2	0.7	0.1
(2) 日本出国時の利用空港	1066	9.4	7.7	37.9	8.6	17.2	7.5	5.3	2.3	4.0	0.1

■ 日本入国時の利用空港 ■ 日本出国時の利用空港 (%)



Q9.あなたが一番最近、日本を訪問したときには、どの都市・エリアに行き(MA)

(%)



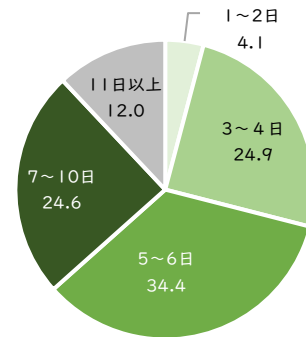
8. 滞在期間中訪問したエリア／都市・滞在日数

Q10. あなたが一番最近、日本を訪問したときの滞在日数を教えてください。(SA)

(1) 日本滞在日数の合計

(%)

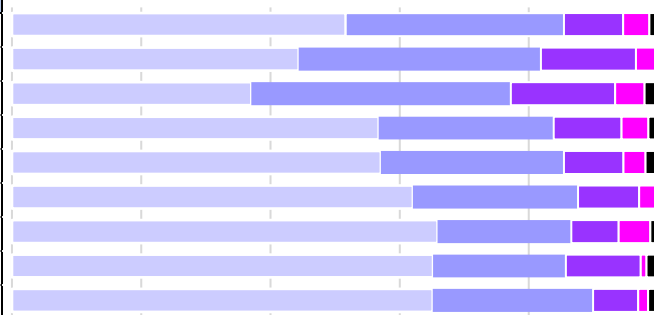
		1~2日	3~4日	5~6日	7~10日	11日以上
全体	1066人	4.1	24.9	34.4	24.6	12.0
男性	557人	4.5	20.6	32.0	28.4	14.5
女性	509人	3.7	29.5	37.1	20.4	9.2



(2) 各都市・エリアでの滞在日数

ベトナム	全体	1~2日	3~4日	5~6日	7~10日	11日以上
北海道(札幌、小樽、函館、旭川、ニセコなど)	515	51.7	33.8	9.1	4.1	1.4
東北(青森、秋田、仙台、福島、盛岡など)	320	44.4	37.5	14.7	3.1	0.3
東京・関東(東京、横浜、鎌倉、箱根、日光など)	767	37.0	40.2	16.2	4.6	2.1
中部(富士山、名古屋、伊勢・志摩、新潟、富山、金沢など)	266	56.8	27.1	10.5	4.1	1.5
大阪・関西(大阪、京都、奈良、神戸、姫路、琵琶湖など)	466	57.1	28.3	9.2	3.4	1.9
中国地方(鳥取、島根、広島、岡山、山口)	137	62.0	25.5	9.5	2.9	0.0
四国(香川、愛媛、徳島、高知)	164	65.9	20.7	7.3	4.9	1.2
九州(福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島)	112	65.2	20.5	11.6	0.9	1.8
沖縄(沖縄本島、石垣島、宮古島など)	129	65.1	24.8	7.0	1.6	1.6

■ 1~2日 ■ 3~4日 ■ 5~6日 ■ 7~10日 ■ 11日以上



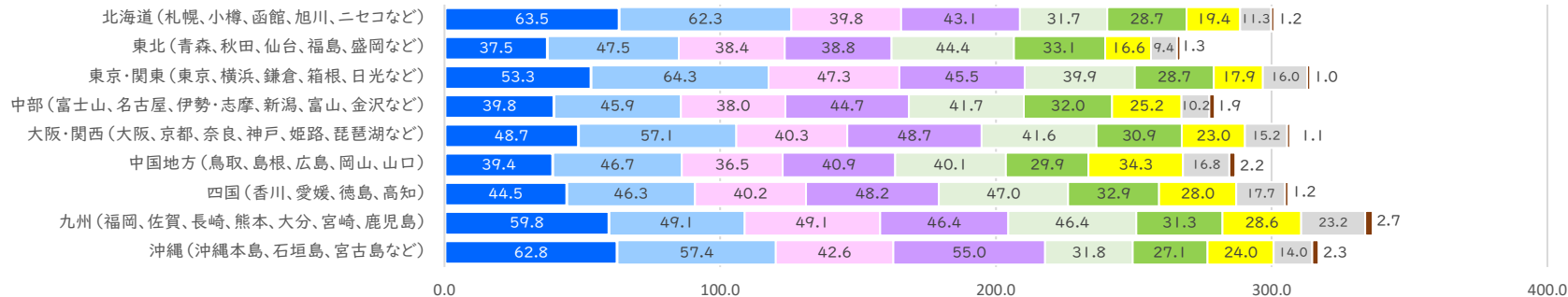
Q11. 日本を訪問したときに、どの都市・エリアのどんなお店で買物をしましたか？それぞれ利用したお店の種類を教えてください。(MA)

ベトナム	全体	コンビニエンスストア	スーパー	ドラッグストア	百貨店	ドン・キホーテなどのディスカウントストア	100円ショップ	ハンズ、LOFT、PLAZA	家電量販店	この中にはない・利用していない
北海道(札幌、小樽、函館、旭川、ニセコなど)	515	63.5	62.3	39.8	43.1	31.7	28.7	19.4	11.3	1.2
東北(青森、秋田、仙台、福島、盛岡など)	320	37.5	47.5	38.4	38.8	44.4	33.1	16.6	9.4	1.3
東京・関東(東京、横浜、鎌倉、箱根、日光など)	767	53.3	64.3	47.3	45.5	39.9	28.7	17.9	16.0	1.0
中部(富士山、名古屋、伊勢・志摩、新潟、富山、金沢など)	266	39.8	45.9	38.0	44.7	41.7	32.0	25.2	10.2	1.9
大阪・関西(大阪、京都、奈良、神戸、姫路、琵琶湖など)	466	48.7	57.1	40.3	48.7	41.6	30.9	23.0	15.2	1.1
中国地方(鳥取、島根、広島、岡山、山口)	137	39.4	46.7	36.5	40.9	40.1	29.9	34.3	16.8	2.2
四国(香川、愛媛、徳島、高知)	164	44.5	46.3	40.2	48.2	47.0	32.9	28.0	17.7	1.2
九州(福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島)	112	59.8	49.1	49.1	46.4	46.4	31.3	28.6	23.2	2.7
沖縄(沖縄本島、石垣島、宮古島など)	129	62.8	57.4	42.6	55.0	31.8	27.1	24.0	14.0	2.3

(%)

(%)

■コンビニエンスストア ■スーパー ■ドラッグストア ■百貨店 ■ドン・キホーテなどのディスカウントストア ■100円ショップ ■ハンズ・LOFT・PLAZA ■家電量販店 ■この中にはない・利用していない



0.0

100.0

200.0

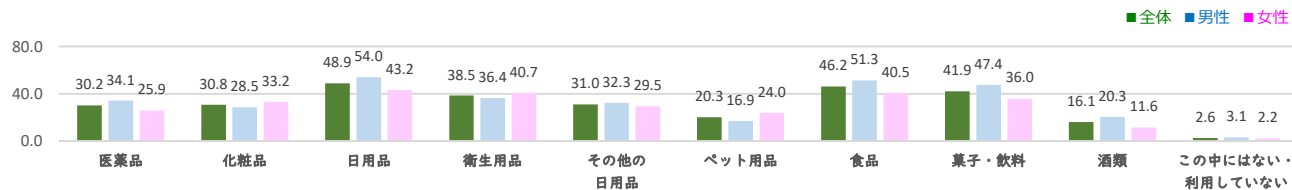
300.0

400.0

Q12. あなたは、一番最近の日本訪問のときに、お店で買物をしましたか？それぞれのお店について何を買ったのか教えてください。(MA)

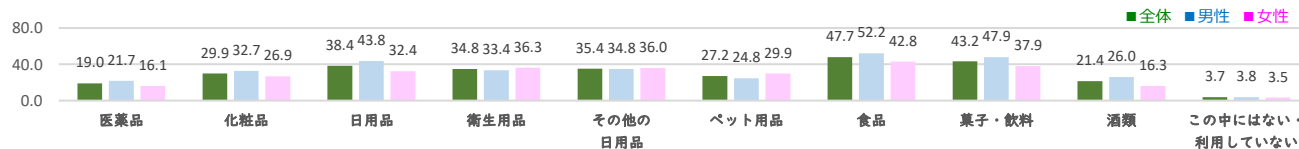
(1) コンビニエンスストア

	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1066人	30.2	30.8	48.9	38.5	31.0	20.3	46.2	41.9	16.1	2.6
男性 557人	34.1	28.5	54.0	36.4	32.3	16.9	51.3	47.4	20.3	3.1
女性 509人	25.9	33.2	43.2	40.7	29.5	24.0	40.5	36.0	11.6	2.2



(2) スーパー

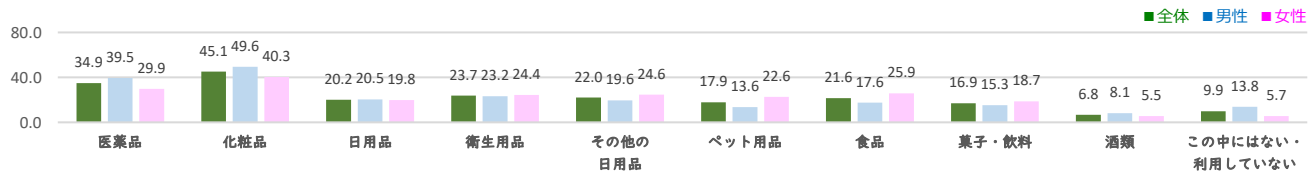
	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1066人	19.0	29.9	38.4	34.8	35.4	27.2	47.7	43.2	21.4	3.7
男性 557人	21.7	32.7	43.8	33.4	34.8	24.8	52.2	47.9	26.0	3.8
女性 509人	16.1	26.9	32.4	36.3	36.0	29.9	42.8	37.9	16.3	3.5



(3) ドラッグストア

(%)

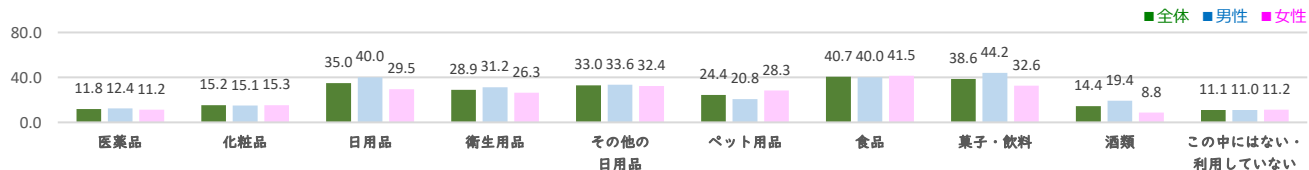
	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1066人	34.9	45.1	20.2	23.7	22.0	17.9	21.6	16.9	6.8	9.9
男性 557人	39.5	49.6	20.5	23.2	19.6	13.6	17.6	15.3	8.1	13.8
女性 509人	29.9	40.3	19.8	24.4	24.6	22.6	25.9	18.7	5.5	5.7



(4) 百貨店

(%)

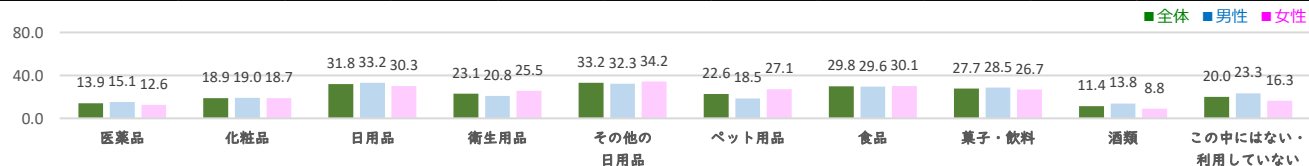
	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1066人	11.8	15.2	35.0	28.9	33.0	24.4	40.7	38.6	14.4	11.1
男性 557人	12.4	15.1	40.0	31.2	33.6	20.8	40.0	44.2	19.4	11.0
女性 509人	11.2	15.3	29.5	26.3	32.4	28.3	41.5	32.6	8.8	11.2



(5) ドン・キホーテなどのディスカウントストア

(%)

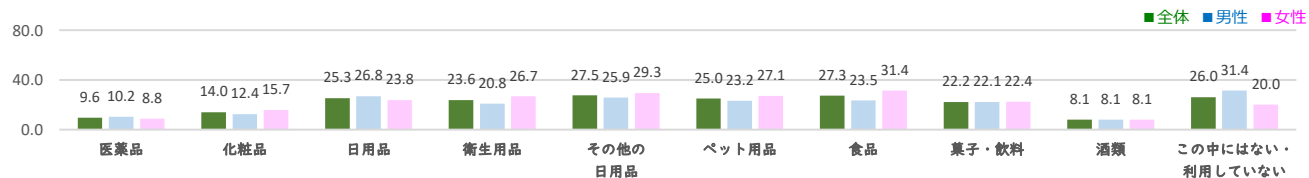
	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1066人	13.9	18.9	31.8	23.1	33.2	22.6	29.8	27.7	11.4	20.0
男性 557人	15.1	19.0	33.2	20.8	32.3	18.5	29.6	28.5	13.8	23.3
女性 509人	12.6	18.7	30.3	25.5	34.2	27.1	30.1	26.7	8.8	16.3



(6) 100円ショップ

(%)

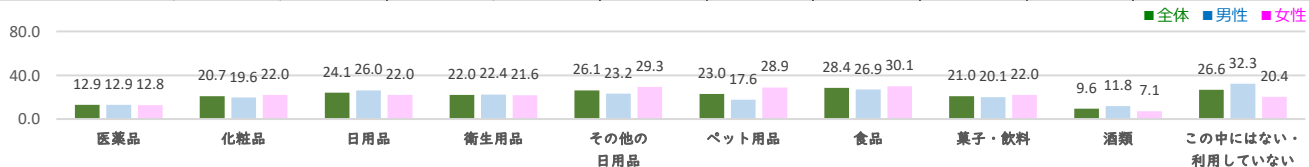
	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1066人	9.6	14.0	25.3	23.6	27.5	25.0	27.3	22.2	8.1	26.0
男性 557人	10.2	12.4	26.8	20.8	25.9	23.2	23.5	22.1	8.1	31.4
女性 509人	8.8	15.7	23.8	26.7	29.3	27.1	31.4	22.4	8.1	20.0



(7) ハンズ、LOFT、PLAZA

(%)

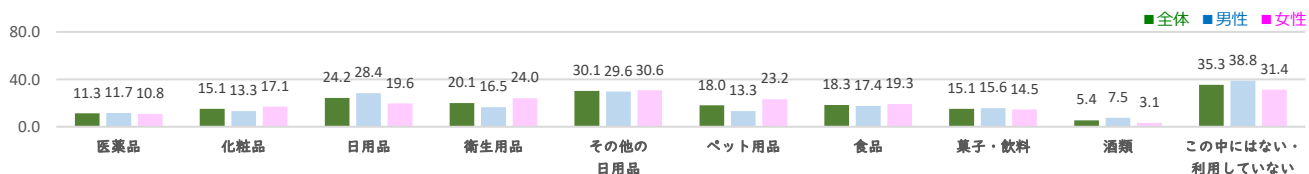
	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1066人	12.9	20.7	24.1	22.0	26.1	23.0	28.4	21.0	9.6	26.6
男性 557人	12.9	19.6	26.0	22.4	23.2	17.6	26.9	20.1	11.8	32.3
女性 509人	12.8	22.0	22.0	21.6	29.3	28.9	30.1	22.0	7.1	20.4



(8) 家電量販店

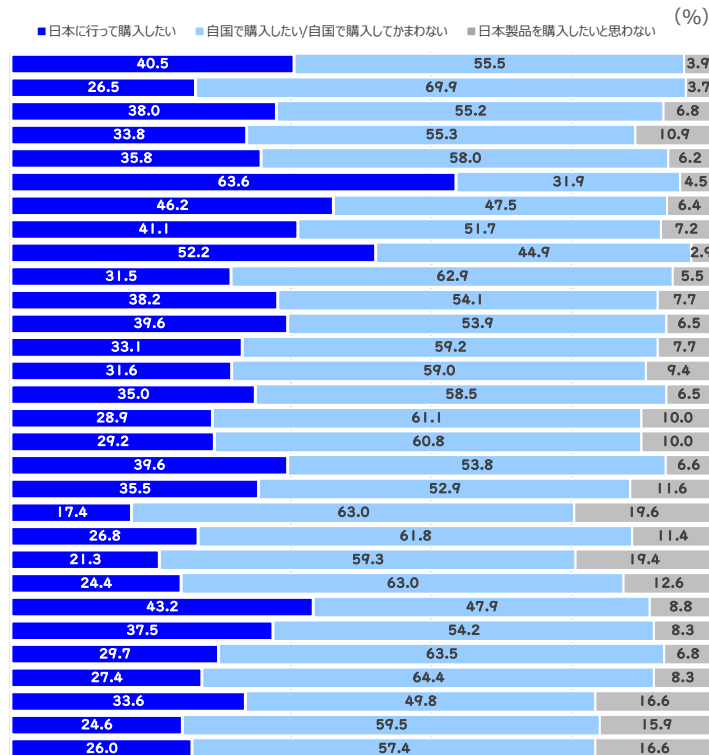
(%)

	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1066人	11.3	15.1	24.2	20.1	30.1	18.0	18.3	15.1	5.4	35.3
男性 557人	11.7	13.3	28.4	16.5	29.6	13.3	17.4	15.6	7.5	38.8
女性 509人	10.8	17.1	19.6	24.0	30.6	23.2	19.3	14.5	3.1	31.4



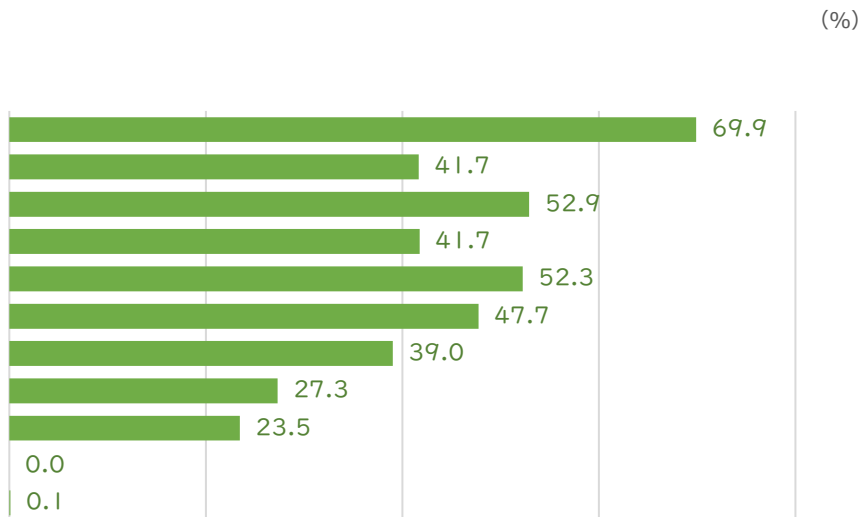
Q13. 次にあげる日本製品 (Made in Japan) について、「日本に行つて購入したい」「自国で購入したい/自国で購入してかまわない」「日本製品を購入したいと思わない」のうち、あなたのお考えに近いものをそれぞれ教えてください。(SA)

ベトナム	全体	日本に行つて購入したい	自国で購入したい/ 自国で購入してかまわない	日本製品を購入したいと思わない
1.風邪薬(パブロン、ジキニンなど)	1066	40.5	55.5	3.9
2.解熱鎮痛剤(ロキソニンS、イブなど)	1066	26.5	69.9	3.7
3.胃腸薬(太田胃散、キャベジンコーワなど)	1066	38.0	55.2	6.8
4.漢方薬(ダスモック〈清肺湯〉、ナイトールなど)	1066	33.8	55.3	10.9
5.目薬	1066	35.8	58.0	6.2
6.メイクアップ化粧品(口紅、ファンデーションなど)	1066	63.6	31.9	4.5
7.基礎化粧品(化粧水、乳液など)	1066	46.2	47.5	6.4
8.化粧小物(爪切り、ビューラー、カミソリなど)	1066	41.1	51.7	7.2
9.ボディケア用品(ボディソープ、ハンドクリーム、制汗剤など)	1066	52.2	44.9	2.9
10.口腔内ケア用品(歯ブラシ、歯磨き粉、マウスウォッシュなど)	1066	31.5	62.9	5.5
11.レッグ・フットケア用品(足用冷却シート「休足時間」、脱毛剤など)	1066	38.2	54.1	7.7
12.アイケア用品(目の洗浄剤、ホットアイマスク「めぐリズム」など)	1066	39.6	53.9	6.5
13.ヘアケア用品(シャンプー、トリートメント、整髪剤など)	1066	33.1	59.2	7.7
14.防虫・消虫剤(防虫剤、蚊取り線香、ゴキブリ捕獲器など)	1066	31.6	59.0	9.4
15.芳香・消臭剤(消臭剤、芳香剤、衣類消臭スプレーなど)	1066	35.0	58.5	6.5
16.衣料洗濯用品(洗濯洗剤、柔軟剤など)	1066	28.9	61.1	10.0
17.紙製品(ティッシュペーパー、トイレットペーパーなど)	1066	29.2	60.8	10.0
18.使い捨てカイロ、熱冷却シート(熱さまシート、冷えピタなど)	1066	39.6	53.8	6.6
19.紙おむつ(ベビー用)	1066	35.5	52.9	11.6
20.紙おむつ(大人用)	1066	17.4	63.0	19.6
21.生理用品(ナプキン、尿とりパッドなど)	1066	26.8	61.8	11.4
22.避妊用具	1066	21.3	59.3	19.4
23.マスク	1066	24.4	63.0	12.6
24.ベビー用品・粉ミルク・ベビーフード	1066	43.2	47.9	8.8
25.健康食品・サプリメント・酵素	1066	37.5	54.2	8.3
26.生活雑貨(食器用洗剤、住居用洗剤、スポンジなど)	1066	29.7	63.5	6.8
27.その他の日用品	1066	27.4	64.4	8.3
28.ペットフード	1066	33.6	49.8	16.6
29.ペットのおやつ	1066	24.6	59.5	15.9
30.ペット用品	1066	26.0	57.4	16.6



Q14. 日本を訪問したときに、「日本国内で日本製品 (Made in Japan) を購入したくなる」ためには、どのようなきっかけや付加価値があれば、購入したくなりますか。(MA)

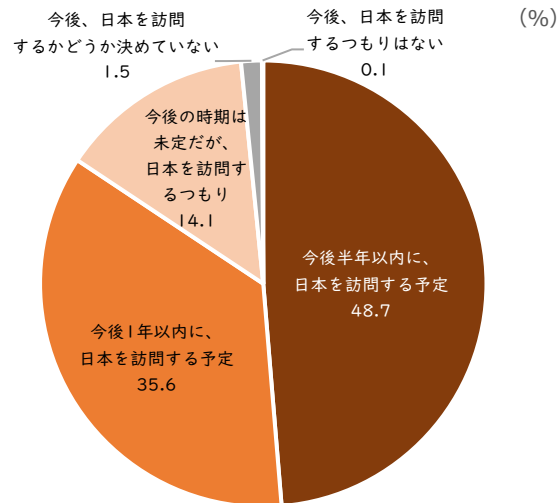
ベトナム (n=1066人)	人	%
お店が信頼(安心)できる・扱っている商品が信用できること	745	69.9
エリア限定・季節限定などの限定品があること	444	41.7
日本国外やEC では取扱っていない商品があること	564	52.9
試用(試着)や試食ができること	445	41.7
豊富な品揃えの中から、サイズなど自分にぴったりのものを見つけられること	557	52.3
特別なセールや割引があること	509	47.7
ノベルティ・ギフトをもらえること	416	39.0
キャラクターとコラボした商品があること	291	27.3
商品の証明書や保証書がついていること	250	23.5
その他	0	0.0
特にない	1	0.1



Q15.あなたは今後、日本を訪問したいと思いますか。(SA)

(%)

		今後半年以内に、 日本を訪問する予定	今後1年以内に、 日本を訪問する予定	今後の時期は未定だが、 日本を訪問するつもり	今後、日本を訪問 するかどうか決めていない	今後、日本を訪問 するつもりはない
全体	1066人	48.7	35.6	14.1	1.5	0.1
男性	557人	40.6	39.7	17.4	2.2	0.2
女性	509人	57.6	31.2	10.4	0.8	0.0



日常生活

◇ 70%以上仕事と収入は増加

仕事については、「とても増えた」「やや増えた」が74.1%に対し、「とても減った」「やや減った」「まったく無くなった」はわずか3.8%という結果だった。それに比例して収入面においても、77.8%が増えたと回答しており、減ったという回答7.5%を大きく上回った。ベトナムは、調査対象3カ国（中国・タイ・ベトナム）の中でも、仕事と収入の「増加実感」が最も強く、経済成長のエネルギーがダイレクトに個人の生活に反映されている市場と言える。

◇ ネットでの買い物が伸長

「お店での買い物」が増えたと回答した人が、半数以上の62.1%となっており、一方で「ネットでの買い物」が増えたと回答した人が83.3%という結果だった。普段の買い物は、ネットでの買い物が最も進行し、かつお店での買い物も極めて高い「ハイブリッドかつアクティブな消費市場」であることが鮮明になった。

◇ 健康に関する意識・関心は高い水準

健康に関する意識・関心が増えた人は、84.8%と高い数値となっている。減った層はわずか2.4%であり、健康志向は一時的なブームではなく不可逆的な生活様式の変化と言える。

◇ 経済的な余裕は3か国で最高の増加実感

経済的な余裕については、「とても増えた」「やや増えた」との回答が73.1%となり、中国（50.5%）、タイ（57.5%）を大きく引き離している結果だった。「とても減った」「やや減った」「まったく無くなった」との回答はわずか6.1%となっており、ベトナム経済の成長が強く現れている。

日本製品の購入・利用

◇ ペット用品以外、60%以上日本製品を購入・利用している

ペット用品以外のいずれのカテゴリにおいて、約半数の人は普段から日本製品を購入・利用していることが確認できた。医薬品、食品、菓子・飲料、化粧品、日用品は80%以上、衛生用品、その他の日用品、酒類においても60%以上の人は日本製品を購入・利用しているようである。

◇ 日本製品はベトナム国内ECで購入が主

ベトナムでの日本製品の購入場所は、「国内ECサイト」が40%~40%で最も多い。普段から利用している日本製品は、ベトナム国内ECで十分に販売されていることが分かる。化粧品(53.4%)、日用品(54.2%)、衛生用品(54.4%)といずれもEC利用率が5割を超え、中国、タイと比較しても国内ECの存在感が大きい。医薬品については、日本へ訪れた際に購入している人が50.5%おり、訪日中にドラッグストアへ立ち寄ることも多いと考えられる。

各国製品の顧客ロイヤルティ

◇ 医薬品においては日本製品が圧倒的にお気に入り

医薬品(74.5%)において、日本製品は自国製品(45.5%)を大きく引き離し、圧倒的な信頼を得ている結果となった。ペット用品、その他の日用品を除くと、どのカテゴリにおいても5割以上の割合で日本製品が支持されている結果となった。

海外ブランドや商品情報の入手方法

◇ ECサイト、店頭、友人・知人が情報源

訪問前の海外ブランドや商品情報との出会いの場所は、ECやメーカーのWebサイト(65.5%)が最も多い、スペックや公式情報を重視する傾向が伺える。次いで小売りの店頭(64.8%)、「友人・知人からの情報」(61.8%)が高い数値となっている。

滞在中は、訪日前と比較して全体的に数値が下がるが、40代女性は「小売店の店頭(44.7%)」を滞在中も情報源として活用しており、現地での実物確認を重視していることが分かる。

日本に訪問するとき、したいこと

◇ ゴールデンルート観光が主な訪日目的

訪日中にしたいことは、「東京・京都など有名な観光スポット巡り」(67.4%)、「日本の歴史や文化財など史跡探訪」(55.1%)が上位となっており、ゴールデンルートを中心とした観光が主流だと伺える。次いで「日本の食事を楽しむ」(52.1%)、「食品・お土産のお菓子等の買い物(47.7%)」、「温泉やスキーなどのレジャーを楽しむ」(46.2%)、「日本発の文化(着物・忍者・アニメ・ゲームなどを楽しむ」(42.6%)という結果となっている。

ベトナム訪日ゲストは「有名スポットを回りつつ、日本食と文化体験を重視し、実用的なお土産をしっかりと買うという、非常にバランスの良い観光スタイルを持っていると言えそう。

滞在期間中移動手段・出入国時利用空港

◇ 日本国内の移動は地下鉄、タクシーの利用が上位

日本国内での移動手段は、地下鉄(55.5%)、タクシー(49.5%)の利用が約半数を占めており、都市・エリア間の移動において、非常に高い利用率を示している。

◇ 出入国時の利用空港

「東京・関東」入国時42.9%、出国時37.9%と最大の拠点だと分かる。「北海道」入国時は28.0%と非常に高いが、出国時は9.4%まで低下した。一方で「大阪・関西」では、入国時7.9%に対し、出国時は17.2%と倍増していることが分かった。ベトナムの訪日ゲストは、北海道から入国し、東京を経て大阪から出国するというルートが黄金パターン化していることが見て取れる。

滞在期間中訪問したエリア／都市・滞在日数

◇ 滞在日数は5日以上が約7割

訪日中のトータル滞在日数は、「5～6日」が34.4%で最も多い。「7～10日」が24.6%、11日以上滞在する層も12%に達しており、中国(7.5%)、タイ(5.7%)と比べても多く、ベトナムの訪日ゲストは日本でゆっくり中長期間を過ごすようだ。

◇ 訪問エリア／都市

「東京・関東」(40.2%)が3～4日、「北海道」では(33.8%)が3～4日、東北エリアでも(37.5%)が多い結果となった。地方エリアの中国地方(62.0%)、四国(65.9%)、沖縄(65.1%)では、1～2日の滞在が中心という結果となった。

訪問時に利用した店舗の種類（都市・エリア別）

◇ エリア別

「北海道エリア」：コンビニエンスストア（63.5%）、スーパー（62.3%）が上位となっており、

「四国・九州エリア」：ドラッグストアの利用率が（四国40.2%、九州49.1%）と高い。

「中国地方エリア」：「ハンズ、LOFT、PLAZA」の利用が34.3%で、中国、タイより突出して高い結果となった。

日本に訪問するとき、お買物の場所

◇ 「コンビニエンスストア」「スーパー」「ドラッグストア」「百貨店」の利用が上位

「コンビニエンスストア」（97.4%）がトップ、ついで「スーパー」（96.3%）、「ドラッグストア」（90.1%）、「百貨店」（88.9%）という順位となった。

店舗業態別でみると、

「コンビニエンスストア」では、日用品（48.9%）、食品（46.2%）、菓子・飲料（41.9%）が上位となっており、

「スーパー」では、食品（47.7%）がトップ、次いで菓子・飲料（43.2%）、日用品（38.4%）という順位となっており、

「ドラッグストア」では、化粧品（45.1%）、医薬品（34.9%）、衛生用品（23.7%）が上位となっており、

「百貨店」では、食品（40.7%）、菓子・飲料（38.6%）、日用品（35.0%）、その他の日用品（33.0%）の購入が多い結果となった。

日本製品に対する購入意向

◇ 日本に行って購入したい商品

メイクアップ化粧品が(63.6%)とトップで、次いでボディケア用品(52.2%)基礎化粧品(46.2%)となっており、その他、ベビー用品・粉ミルク・ベビーフード(43.2%)、化粧小物(41.1%)が上位となった。

ベトナムの訪日ゲストは日本で日本の化粧品やベビー用品などを好んで購入していることが見て取れる。

◇ 自国で購入しても構わない商品

解熱鎮痛剤(69.9%)、マスク(63.0%)、口腔ケア(62.9%)、紙製品(60.8%)、ペットのおやつ(59.5%)などが目立っており、これらのカテゴリ商品は自国で調達する傾向のようだ。

ベトナムはタイと同様に、自国でも日本の医薬品、日用品が流通しており、それらの商品は自国で購入意向が高い。

日本で日本製品を購入したくなる動機・付加価値

◇ お店が信頼(安心)できる・取り扱っている商品が信用できるがトップ

「お店が信頼(安心)できる・扱っている商品が信用できる」(69.9%)がトップで、次いで「日本国外やECでは取り扱っていない商品があること」(52.9%)、「豊富な品揃えの中から、サイズなど自分にぴったりのものを見つけられること」(52.3%)、

「特別なセールや割引があること」(47.7%)という順位となった。

ベトナムの訪日客は、店舗を信頼しており、日本での体験を通じて、どこにもない特別な価値を持ち帰りたいという意欲が高いようだ。

今後の訪日意向

◇ ほぼすべての回答者が再訪予定

「今後半年以内に日本を訪問する予定がある」(48.7%)と「今後、1年以内に日本を訪問する予定がある」(35.6%)を加えると84.3%に達している。8割以上の回答者は、近い将来の再訪を計画していることが伺える。

「今後の時期は未定だが、日本を訪問するつもり」を含めて、98.4%の人が今後日本に訪問する意向がある結果となった。