**ベトナム家電市場 基礎調査レポート（製品・マーケティング・営業のための消費者理解と競合分析）**

対象カテゴリ：冷蔵・洗濯・ルームエアコン・小型キッチン家電｜データ年次の中心：2024年～2025年

作成者：国際事業アナリストチーム｜言語：日本語｜機密：社内限定

# 目次

1. エグゼクティブサマリー

2. マクロ環境と消費者支出（家計動向）

3. エンドユーザー理解（セグメンテーション／購買行動／チャネル）

4. 市場規模（TAM）と歴史的成長（金額・ボリューム）

5. カテゴリ別構成比と今後5年間のCAGR

6. 普及率（主要家電の世帯保有率）

7. ASPと価格セグメンテーション（プレミアム／ミッド／エコノミー）

8. 市場シェア：主要カテゴリ×主要ブランド

9. 競合ベンチマーク（戦略・現地生産・販路）

10. 規制・基準（エネルギー効率ラベル／MEPS等）

11. 参入戦略の示唆（製品・価格・販路・プロモーション・アフター）

12. 参考文献・データソース

付録A：定義・算出方法と前提

# 1. エグゼクティブサマリー

● ベトナムの家電（MDA＋SDA＋RAC）市場は、2024年時点でおおむね48～56億米ドル規模（定義差でブレあり）。2025～2030年にかけて年率+6～8％成長見込み。

● 需要ドライバーは、中間層拡大・都市化・住宅ストック増・省エネ志向・オンライン購買の定着。BMI（Fitch Solutions）による家計支出の堅調拡大が下支え。

● カテゴリ別には、冷蔵（約18億米ドル）、洗濯（約14億米ドル）、ルームエアコン（10～14億米ドル）、小型キッチン家電（約9.7億米ドル）がコア。

● 流通は全国型量販（Điện Máy Xanh 等）とEC（Shopee/Lazada/Tiki/自社EC）が二大主軸。オンライン売上比率はコロナ禍以降で上昇基調。

● 価格は経済帯（低価格）～中価格～プレミアムに明確に三極化。消費者は“省エネ・静音・容量・耐久・アフターサービス”を重視。

● 競合はグローバル主導（LG、Samsung、Panasonic、AQUA/Haier、Daikin（AC）、Midea、Electrolux、Sharp）に、ローカル（Sunhouse、Kangaroo、Casper 等）が価格・ローカル適合で対抗。

● 参入の勘所：①省エネ・高耐久・大容量・熱帯気候適合の機能訴求、②中価格の主力SKUとEC限定SKUの両建て、③量販×ECのハイブリッド販路、④据付・保証・即日配送など“体験価値”強化。

# 2. マクロ環境と消費者支出（家計動向）

・家計消費は底堅く、2025年の家計支出は実質+6.0%増の予測。中期的な所得拡大と雇用の安定が耐久財需要を押し上げる。ECの普及も高単価商品の購入障壁を低減。

・中間層は2026年に人口の26%へ拡大見込み。都市化も継続。これにより“買い替え（アップグレード）”と“新規導入”の双方が続く。

# 3. エンドユーザー理解（セグメンテーション／購買行動／チャネル）

【主要セグメント例】

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| セグメント | 世帯像／立地 | 主要ニーズ | 想定予算感（VND） | 主な購入チャネル |
| アッパーミドル都心ファミリー | ハノイ／HCMC中心・集合住宅 | 大容量・省エネ・静音・デザイン・スマート連携 | 15–40百万 | 量販＋EC＋ブランドサイト |
| ミドル郊外ファミリー | 主要都市郊外・省都 | コスパ・省エネ・耐久・簡単操作 | 8–20百万 | 量販＋ECモール |
| 新婚／若年DINKS | 都市部賃貸 | コンパクト・省スペース・見た目・価格 | 6–15百万 | ECモール＋量販小型店 |
| 地方一次購買層 | 地方都市・農村 | 初導入・低価格・基本機能 | 4–10百万 | 量販地方店＋EC＋一般小売 |

【購買キードライバー】省エネ（電気代）、容量（冷蔵室/洗濯容量/AC能力）、耐久・保証、静音、清潔機能（抗菌／脱臭）、アフターサービス（据付・修理の速さ）、プロモーション（分割・下取り）。

【チャネル】全国量販（Điện Máy Xanh、Nguyễn Kim 等）とEC（Shopee、Lazada、Tiki）が主流。オンライン比率は二桁台まで上昇。

# 4. 市場規模（TAM）と歴史的成長（金額・ボリューム）

【定義】本レポートでは Consumer Appliances を MDA（大型白物：冷蔵・洗濯等）＋SDA（小型）＋RAC（ルームエアコン）で定義。出所ごとに定義差があるため、金額はレンジで提示。

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 指標 | 数値（USD） | 年次 | 注記（一次出所） |
| 総TAM（狭義・推定レンジ） | US$4.8–5.6B | 2024 | 出所差の調整レンジ（複数資料の整合） |
| 総TAM（参考） | US$4.86B | 2024 | Grand View Research 推定 |
| キッチン家電（SDAの主要部分） | 約US$972M | 2024 | IMARC |
| 冷蔵カテゴリ | 約US$1.8B | 2024 | Ken Research / TechSci 等の整合 |
| 洗濯カテゴリ | 約US$1.42B | 2024 | TechSci |
| ルームエアコン | US$1.02–1.43B | 2024 | TechSci / Credence 等 |

【歴史的成長・方向性】パンデミック期（2020–2021）は停滞／反動減、2022年は回復、2023年はインフレ影響で弱含み、2024年はMDAが再加速。ボリューム面では、平均単価の上昇を伴いつつ台数は緩やかに拡大。

# 5. カテゴリ別構成比と今後5年間のCAGR

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| カテゴリ | 24年市場規模（USD） | TAM比（概算） | 2025–2030F CAGR（参考レンジ） | 主な根拠 |
| 冷蔵 | ≈1.80B | ≈37% | ≈5.0% 前後 | Markets&Data/TechSci整合 |
| 洗濯 | ≈1.42B | ≈29% | ≈6% 前後 | TechSci |
| RAC（ルームAC） | 1.02–1.43B | ≈21–29% | ≈6.7–8.9% | 6W/TechSci/Credence |
| 小型キッチン家電 | ≈0.97B | ≈17–20%\* | ≈4.9% 前後 | IMARC |
| 合計（参考） | ≈4.86–5.62B | 100% | 総市場：≈6–8% | GVR他 |

＊小型は定義の重複回避のため推計レンジ表記。出所ごとの粒度差を踏まえ、カテゴリ合算は目安。

# 6. 普及率（主要家電の世帯保有率）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 機器 | 全国（VHLSS/CEIC等の過去値） | 直近の参考指標（都市部調査など） | 補足 |
| 冷蔵庫 | 69.8%（2016年） | ≈99%（都市サンプル） | 全国は上昇傾向。都市と農村でギャップあり。 |
| 洗濯機 | 35.0%（2016年） | ≈91%（都市サンプル） | 自動化・大容量化が進行。 |
| ルームAC | ≈17%（2014年） | ≈77–83%（都市サンプル） | 全国平均は依然低いが都市で急伸。 |
| 炊飯器 | — | ≈99%（都市サンプル） | ほぼ普及。 |

注：全国代表の最新VHLSS 2022は公表済だが入手性に制約あり。本表は入手可能な公的統計・学術・パネル調査の組合せによる。

# 7. ASPと価格セグメンテーション（プレミアム／ミッド／エコノミー）

【平均単価（参考）】Statista CMO：Major Appliancesの平均単価は2024年で約US$485、2030年にかけて上昇トレンド。Small Appliancesは約US$71→84へ緩やかに上昇。

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| カテゴリ | 想定ASPレンジ（USD） | 主な店頭価格帯（VND） | 価格帯セグメント定義（VND） |
| 冷蔵（中型） | 400–700 | 5–20百万 | エコ：<8百万／ミッド：8–20百万／プレミアム：>20百万 |
| 洗濯（7–10kg） | 300–600 | 5–18百万（例：ELECTROLUX 8–20百万） | エコ：<8百万／ミッド：8–15百万／プレミアム：>15百万 |
| RAC（1–1.5HP） | 350–650 | 8–12百万（主流）／非インバータは更に低価格 | エコ：<7百万／ミッド：7–15百万／プレミアム：>15百万 |
| 小型キッチン家電 | 20–150（品目差大） | 0.5–5百万 | エコ：<1百万／ミッド：1–3百万／プレミアム：>3百万 |

# 8. 市場シェア：主要カテゴリ×主要ブランド（参考）

Euromonitor等のカテゴリ別ブランドシェアに基づく概況（年次・指標は出所に依存）。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| カテゴリ | 主な上位ブランド（例） | 示唆 |
| 冷蔵 | Samsung／Panasonic／LG／AQUA（Haier）／Sharp 等 | 大手グローバル＋AQUAが強い。容量・省エネ・耐久で差別化。 |
| 洗濯 | LG／Samsung／Panasonic／AQUA／Electrolux 等 | フロント投入・大容量・静音・AI洗浄などの付加価値化。 |
| RAC | Daikin／Panasonic／LG／Casper／Midea 等 | インバータ化・省エネ・空調清浄・設置施工体制が勝負。 |
| 小型キッチン家電 | Sunhouse／Panasonic／Sharp／Philips／Kangaroo 等 | ローカルが低価格・販路密着で浸透。ECでも強い。 |

# 9. 競合ベンチマーク（戦略・現地生産・販路）

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 企業 | 主力カテゴリ | 現地生産 | 価格ポジション | 販路 | 戦略メモ |
| LG | 冷蔵・洗濯・他 | ハイフォン拠点 | 中～プレミアム | 量販・EC | 大容量・AI・省エネ。現地製造で供給安定。 |
| Samsung | 冷蔵・洗濯・他 | 主に輸入 | 中～プレミアム | 量販・EC | デザイン・スマート連携。 |
| Panasonic | 冷蔵・洗濯・小物 | ハノイ/フンイエン | 中～プレミアム | 量販・EC | 省エネ・耐久・日本品質。 |
| AQUA（Haier） | 冷蔵・洗濯 | 現地生産あり | エコ～中 | 量販・EC | コスパ・ローカル適合。 |
| Electrolux | 洗濯・冷蔵 | 輸入中心 | 中～プレミアム | 量販・EC | デザイン・ケア機能。 |
| Daikin（RAC） | エアコン | フンイエン | 中～プレミアム | 量販・専門店 | 省エネ・施工品質・ブランド力。 |
| Midea | RAC・小物 | — | エコ～中 | 量販・EC | 価格競争力・SKU幅。 |
| Sunhouse（地場） | 小型キッチン | 国内工場 | エコ～中 | 量販・EC・一般小売 | 低価格・広域流通。 |
| Kangaroo（地場） | 浄水器・小物 | 国内工場 | エコ～中 | 量販・EC | 水回り起点の家庭浸透。 |
| Casper | RAC・TV等 | —（輸入/組立） | エコ～中 | 量販・EC | 低価格RACで急伸。 |

# 10. 規制・基準（エネルギー効率ラベル／MEPS等）

・ベトナムでは決定 04/2017/QĐ-TTg に基づき、家電製品のエネルギーラベル表示とMEPS（最小エネルギー性能基準）が段階的に義務化。2024年にはBCT決定 1725/QĐ-BCT により対象品目の更新。冷蔵・RAC 等が対象。

・Kigali改正／NDCに整合しつつ高効率機器の普及を促進。認証・試験はMOIT指定ラボでの実施が必要。

# 11. 参入戦略の示唆

① 製品：高温多湿・電圧変動・水質に配慮した“耐久＋省エネ＋容量”設計。R32などの冷媒転換、抗菌・脱臭・自動洗浄等の衛生機能強化。

② 価格：ミッド価格帯を主戦場に、エコノミーのコスパSKUと、旗艦プレミアムSKUの両輪を設定。分割・下取り・長期保証のパッケージ化。

③ チャネル：全国量販（Điện Máy Xanh 等）での棚確保＋ECモール旗艦店（Shopee/Lazada/Tiki）。“据付即日”の配送網連携。

④ プロモーション：省エネ光熱費シミュレーション・実機体験（静音/容量）・レビュー活用。季節需要（AC）先回りのプレセール運用。

⑤ アフター：設置・修理のSLA、予備品在庫、出張費明確化。レビュー/CSの迅速対応でリピート促進。

# 12. 参考文献・データソース（主要）

・Euromonitor International『Consumer Appliances in Vietnam』『Refrigeration Appliances in Vietnam』『Air Treatment Products in Vietnam』（2024–2025年、概要ページ）

・Statista Consumer Market Outlook（Household Appliances Vietnam）平均単価、オンライン比率（複写資料に基づく概観）

・GfK / NielsenIQ『Vietnam Tech & Durables 市場トレンド』（2024年6月プレゼン資料）

・BMI（Fitch Solutions）ベトナム家計支出見通し（2025年～）

・Grand View Research『Vietnam Household Appliances Market Size, 2024』

・TechSci Research『Vietnam Washing Machine Market』『Vietnam Air Conditioner Market』『Vietnam Refrigerator Market』（各カテゴリ規模・CAGR）

・Markets&Data / Ken Research（冷蔵カテゴリの市場規模）

・IMARC Group『Vietnam Kitchen Appliances Market』（小型キッチン家電規模・CAGR）

・GSO/VHLSS（世帯保有耐久財）およびCEICの抽出シリーズ（2014–2016年指標）、Q&Me 都市部調査（直近）

・IEA（東南アジアの冷房の将来／Energy Efficiency 2024）

・MOIT決定・ガイダンス（04/2017/QĐ-TTg、1725/QĐ-BCT ほか）

・小売／メディア（Điện Máy Xanh、Nguyễn Kim、VietnamPlus 等）店頭価格帯の把握

# 付録A：定義・算出方法と前提

・TAMは複数ソースの定義差（MDA/SDA/RACの包含範囲）により乖離があるため、カテゴリ別の一次資料を合算し、重複の可能性に注意しつつレンジで表示。

・普及率は全国統計の最新公表物の入手制約があるため、2014–2016年の過去値（全国）と直近の都市部パネル調査を併記し、方向性を示した。

・ASPはStatistaの平均単価（カテゴリ横断）と主要小売の店頭価格帯からレンジ化。台数（ボリューム）は、必要に応じて“価額÷ASP”で概算可能。

・本資料は初期素案であり、社内意思決定用のたたき台。Euromonitor/GfK/Statista/BMIの有料レポート入手後に確定値へ更新推奨。

## 補足：需要季節性／地域差／ユーザーインサイト

・需要季節性：RACは4–6月の暑期にピーク。冷蔵・洗濯は通年だが、新生活期（Q2）と年末セール期（Q4）に山。

・地域差：北部（冬季冷涼）と南部（通年高温多湿）でRACの需要構造や機能志向が異なる。

・インサイト：『電気代の見える化』『カビ・ニオイ対策』『設置・運搬の安心』『修理の迅速性』が購入後満足度を左右。

# 付録B：カテゴリ別 深掘り（需要・競争・商品要件）

## B-1. 冷蔵

・需要：3～4人世帯の中型（280～420L）需要が核。省エネ（インバータ）、抗菌・脱臭、野菜室の鮮度保持が購入理由上位。

・競争：Samsung/LG/Panasonic/AQUA/Sharp 等の競合が拮抗。庫内容量×外形サイズ（省スペース）の最適化で差別化。

・商品要件：高温多湿下での冷却安定、電圧変動耐性、ドアパッキンの防カビ、庫内抗菌・脱臭フィルタ、急冷・急凍の実効性能。

## B-2. 洗濯

・需要：7～10kgが主流。共働き増加で“時短・まとめ洗い・静音・衣類ケア”が重視。

・競争：LG/Samsung/ Panasonic/AQUA/Electrolux。上位はAI洗浄・スチーム・自動洗剤投入などの付加価値化。

・商品要件：高湿環境での防カビ・自己洗浄、洗濯槽の清潔維持、騒音・振動低減、低水圧への対応。

## B-3. ルームエアコン

・需要：1～1.5HPが量販の中心。暑期前（3～4月）に先行需要。省エネ・静音・清潔（自動洗浄／防カビ）志向が強い。

・競争：Daikin/Panasonic/LG/Casper/Midea 等。施工品質・アフターの差が満足度を左右。

・商品要件：高湿でも熱交換器の清潔維持、フィルタ清掃容易性、速冷・微風制御、室外機耐久（塩害対策）。

## B-4. 小型キッチン家電

・需要：炊飯器、電子レンジ、ブレンダー等は需要が底堅い。ECでの比較購買が一般化。

・競争：Sunhouse/Kangaroo 等のローカルが低価格・販促で強い。グローバルは品質・安全・デザインで差別化。

・商品要件：安全規格・材料品質、使い勝手（簡単操作）、消費電力の最適化、消耗部品の入手性。

# 付録C：流通チャネル詳細（量販・EC・サービス）

・量販：Điện Máy Xanh（全国網・SKU幅・設置体制）、Nguyễn Kim（都市部基盤）、地方家電専門店が補完。出店最適化と店舗改装で体験価値を強化。

・EC：Shopee／Lazada／Tikiのモール型＋自社EC。レビュー・ライブコマース・分割払いの活用がCVRを押し上げ。

・サービス：据付即日、長期保証、部品供給、チャット／電話CS、返品ポリシーの明確化が差別化要因。

# 付録D：価格実勢（参考レンジ・2024–2025）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 品目 | エコノミー（VND） | ミッド（VND） | プレミアム（VND） |
| 冷蔵（約300L） | 5–8百万 | 8–20百万 | 20–40百万 |
| 洗濯（7–10kg） | 5–8百万 | 8–15百万 | 15–25百万 |
| RAC（1–1.5HP） | 4–7百万 | 7–15百万 | 15–25百万 |
| 電子レンジ／炊飯器 | 0.5–1百万 | 1–3百万 | 3–6百万 |