ベトナム白物家電市場 基礎調査レポート  
— エンドユーザー理解・競合分析・チャネル戦略 —

作成部門：国際事業本部／市場戦略室（家電）  
作成日：2025年10月15日  
対象カテゴリー：冷蔵庫、洗濯機、ルームエアコン（必要に応じて電子レンジ／掃除機等も補足）

# 目次

1. エグゼクティブ・サマリー

2. 1. 市場概況とマクロ環境

3. 2. 消費者インサイト（購買基準・レビュー影響・スマート家電・ロイヤルティ）

4. 3. カテゴリー別市場規模・成長見通し（冷蔵庫／洗濯機／エアコン）

5. 4. 競合環境・市場シェア（上位5社）

6. 5. 競合プロダクトポートフォリオと価格アーキテクチャ

7. 6. 流通チャネル分析（量販・専売店・ハイパー・EC）

8. 7. 主要競合のSWOT分析

9. 8. 推奨アクション（製品・マーケ・営業）

10. 付録A：典型的カスタマージャーニー

11. 付録B：調査設計とデータソース（Nielsen/NIQ・Kantar、Google、SNSリスニング、ローカル調査機関、年次報告、展示会、リテール監査、EC分析）

12. 付録C：参考文献一覧・出典注記

# エグゼクティブ・サマリー

本レポートは、ベトナムの白物家電市場に参入（または拡大）するにあたり、エンドユーザー理解を最優先とした製品・マーケティング・営業戦略の設計を支援する基礎資料である。ベトナムは都市化・可処分所得の上昇・デジタル化の進展に伴い、主要家電（冷蔵庫・洗濯機・ルームエアコン）の需要が堅調に拡大している一方、消費者の価格感度は依然として高く、省エネ性能・アフターサービス・口コミ／レビューの影響が購買意思決定に強く作用する。またECは急成長中で、マーケットプレイス（Shopee、TikTok Shop、Lazada、Tiki）と家電量販のO2Oが併存・競合している。  
  
本書の要点：  
・購買決定要因：価格・プロモーション、信頼できるブランド／省エネ性能、保証・修理網、基本性能＋使い勝手（騒音、容量）が上位。  
・オンラインの影響：SNS／動画・レビュー・価格比較が初期検討～店舗来店まで連続的に影響。ソーシャルコマースの利用も高水準。  
・スマート家電：スマートホーム関連市場の拡大に伴い、Wi‑Fi連携・アプリ操作・AI要素の搭載比率が上昇。普及速度は価格帯とユースケースに依存。  
・カテゴリ別動向：洗濯機はフロントローディングの価値成長が目立ち、エアコンはインバーター・高効率へ移行、冷蔵庫は大容量化と省エネ・鮮度訴求が進む。  
・競合：グローバル大手（LG、Samsung、Panasonic、Electrolux、Haier/AQUA、Midea、Daikin等）に加え、価格訴求の新興（Casper、Gree、地場Funiki/Sunhouse等）がシェアを争う。  
・流通：家電専門量販（Điện Máy Xanh等）が依然中核。EC（Shopee/TikTok Shop等）が高速成長。O2O運用（在庫・配送・設置）とレビュー管理が勝敗を分ける。  
・規制：エネルギー効率ラベル／MEPSの順守が必須。今後も省エネ基準は強化傾向。  
  
本レポートは、公開情報・現地リサーチ会社のレポート・EC／量販サイトでのデスクリサーチ・SNSリスニング・キーワードトレンドの方向感など複数ソースを統合し、参入順序・製品仕様・価格戦略・販路優先順位・運用要件（アフター・設置）を提言する。

# 1. 市場概況とマクロ環境

● 市場規模と成長：ベトナムの白物家電市場規模は2024年時点で約48～50億米ドル規模と推計され、2025～2030年の年平均成長率（CAGR）は約7～8％で拡大見通し（主要推計のレンジを統合）。［出所例：Grand View Research、TechSci 等：S7, S12］  
● 成長ドライバー：都市化・住環境の近代化、可処分所得の上昇、世帯の小家族化、電力料金上昇に伴う省エネ志向、デジタル化・EC普及（スマホ中心）、ならびに展示会を通じた新機能・新デザインの露出強化（IEAE等）。［S7, S9, S17, S18］  
● 規制環境：エネルギー効率ラベリング／最低エネルギー性能基準（MEPS）対象の拡大と順守強化。2023年の決定14/2023/QD-TTgや2024年の決定1725/QD-BCT等の更新に留意。［S12］  
● 小売構造：家電量販大手（Điện Máy Xanh等）が中核で、店舗網・配送設置・分割払いを武器に強い。一方、SNS/動画起点のソーシャルコマースが速い伸びを示し、ブランドはO2O前提の運用最適化が必要。［S1, S5, S18, S20］

# 2. 消費者インサイト

## 2.1 購買決定要因（重要度の高い観点）

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 項目 | 示唆・示例 | 主な出所 |
| 価格・プロモーション | 総合1位の重要因子。オンラインではクーポン／値引き重視。 | Q&Me ECトレンド［S6］ |
| 省エネ性能 | 電力料金上昇と規制強化により評価軸として定着。 | 規制（MEPS/ラベル）［S12］ |
| ブランド信頼/品質 | 長期利用前提の耐久財ゆえ信頼性・修理性が重視。 | NIQ/現地量販評価［S12, S1］ |
| アフターサービス | 設置・保証・迅速修理の可視化が重要。 | 量販/O2O運用事例［S1］ |
| 基本性能・容量 | 大家族/拡大家族では容量重視、単身/共働きは時短・静音。 | 市場レポート統合［S7,S12］ |
| レビュー/口コミ | SNS・動画・評価サイトの記述量と鮮度が購買率に影響。 | SNS・ソーシャルコマース調査［S3,S5］ |
| 分割払い/金融 | 低金利分割・設置込みでの月額化ニーズが強い。 | 量販運用・小売資料［S1］ |

## 2.2 オンラインレビューとソーシャルの影響

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 指標/テーマ | 要点 | 主な出所 |
| ソーシャルコマースの浸透 | ベトナムではSNS経由購買がAPAC内でも高水準。 | PwC Voice of the Consumer 2024［S3］ |
| ECトラフィック/GMV構造 | Q1-2025時点でShopee/TikTok Shopの寡占度が上昇。 | Mordor Intelligence等［S5］ |
| モバイル主導 | ECボリュームの大半がモバイル起点。 | PaymentsCMI［S5］ |
| 情報探索行動 | “検索→動画→レビュー”を跨ぐ比較行動が一般化。 | Think with Google／Decision Lab［S2,S4］ |

## 2.3 スマート／コネクテッド家電の採用

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 項目 | 現状の示唆 | 主な出所 |
| スマートホーム市場規模（2024） | 約3.25億～6.92億米ドル（定義差あり） | Ken Research／IMARC［S14,S15］ |
| “スマート機能”搭載の比率 | 一部推計で“販売台数の約35%がスマート化（2024時点）” | Ken Research推計［S15］ |
| 主要ユースケース | 遠隔操作、省エネ運転、AI最適化、音声連携（TV/空調） | 各社製品発表［S17, S20］ |
| 普及阻害要因 | 価格プレミアム、相互接続性、アプリUX、設置後の学習コスト | 市場レポート統合［S7,S12］ |

## 2.4 ブランドロイヤルティ vs 価格感度

・ロイヤルティ：耐久財としての“失敗回避”志向、保証・修理網の可視化、長期使用に耐える品質/静音/省エネでロイヤル顧客化。  
・価格感度：月次プロモーション依存度が高く、分割払い・下取り・設置費込みの“総支払負担”で意思決定。景気・金利・為替に伴い“可処分所得×価格訴求”の弾力性が高い。  
・セグメント差：大都市・高所得層はプレミアム/スマート機能の受容が高い一方、地方・入門層は初期価格最重視で“省エネ＝電気代節約”のわかりやすい訴求が有効。

# 3. カテゴリー別市場規模・成長見通し

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| カテゴリ | 市場規模（名目） | CAGR（見通し） | 主要出所 |
| 冷蔵庫 | 約18.5億USD（2024） | 2025-2030: 約5.6% CAGR | TechSci/Report Ocean等［S8,S13］ |
| 洗濯機 | 約14.2億USD（2024） | 2025-2030: 約5.96% CAGR | TechSci［S8］ |
| ルームエアコン（RAC） | 約10.2億USD（2024）※定義差あり | 2030まで約7.9% CAGRの推計あり | Research&Markets/TechSci等［S9］ |

※市場規模は公開推計のレンジを示す。レポート間で定義・範囲が異なる点に留意（商用含む/除く、税・チャネルなど）。

# 4. 競合環境・市場シェア（上位5社）

市場シェアの厳密な値は有料データベース（NIQ/GfK/Euromonitor等）での取得が前提となる。本書では公開情報で確認できる“指標値”と、小売（量販/EC）での販売状況からの方向感を提示する。完全版はサブスクリプション契約にて更新可能。

## 4.1 洗濯機（Home Laundry）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ブランド | 公開指標（2024） | 根拠 | 出所キー |
| LG | 約24.6%（バリューシェア） | GfK 2024（報道） | S10 |
| Samsung | —（公開値なし） | 主要量販・EC取扱上位 | S1,S5 |
| Panasonic | —（公開値なし） | 量販での販売強含み | S1 |
| AQUA/Haier | —（公開値なし） | 中価格帯で存在感 | S1 |
| Electrolux | —（公開値なし） | 都市部での強み | S7 |

注：LGはGfKデータに基づくバリューシェアが報じられている。他ブランドの数値は公開ソースが限定的で、方向感のみ記載。［S10］

## 4.2 ルームエアコン（RAC）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ブランド | 公開指標 | 補足 | 出所キー |
| Daikin | —（公開値なし） | 高効率・ラインアップの広さ、現地生産体制 | S17 |
| Panasonic | —（公開値なし） | 省エネ・空質訴求が強み | S21 |
| LG | —（公開値なし） | 価格～プレミアムの広域展開 | S15 |
| Casper | 21.6%（単月：2023年5月） | 月次で首位化の月あり | S11 |
| Gree/Midea | —（公開値なし） | 価格競争力 | S7 |

注：通年の市場シェアは有料データ取得が必要。Casperはピーク月の市況で高い単月シェアを記録。［S11］

## 4.3 冷蔵庫

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ブランド | 公開指標 | 補足 | 出所キー |
| Samsung | —（公開値なし） | 量販＆ECでの露出・ラインアップ広い | S1,S5 |
| LG | —（公開値なし） | プレミアム～ミドルで強み | S7 |
| Panasonic | —（公開値なし） | 現地生産含む・信頼感 | S21 |
| AQUA/Haier | —（公開値なし） | 中～エントリーで競争力 | S7 |
| Sharp/Toshiba | —（公開値なし） | 特定容量帯で存在感 | S7 |

注：冷蔵庫のブランド別シェアは公開ソースが限定的。完全版はNIQ/GfK/Euromonitorの購入により補完可。

# 5. 競合プロダクトポートフォリオと価格アーキテクチャ（代表例）

主要ブランドのSKUレンジと店頭・ECの実勢価格帯（VND）を把握し、当社品のポジショニングと利益計画を設計する。下表はデスクリサーチに基づく代表例。

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |
| カテゴリ | 価格帯 | Samsung | LG | Panasonic | Daikin/Casper（AC） | 参考出所キー |
| 冷蔵庫（300–400L/2ドア） | 入門 | 10–12百万 | — | — | — | S16 |
|  | 中位 | 12–14百万 | — | — | — | S16 |
| 洗濯機（9–10kg） | 入門 | 6–9百万 | 6–8百万 | — | — | S1,S5 |
|  | 中位 | 9–12百万 | 8–12百万 | — | — | S1,S5 |
| ルームエアコン（1.0–1.5HPインバーター） | 入門 | — | — | 5–8百万（AQUA等も） | — | S5 |
|  | 中位/上位 | — | — | — | 12–18百万（Daikin上位） | S16 |

注：掲載価格は確認時点の店頭／EC実勢（プロモーション含む）であり変動する。現地月次の価格トラッキングで更新推奨。［S1,S5,S16］

# 6. 流通チャネル分析

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| チャネル | 特徴 | 主な出所キー |
| 家電量販（Điện Máy Xanh, Nguyễn Kim, MediaMart, Pico, HC, Chợ Lớn 等） | 全国カバレッジ、設置・工事・保証を一気通貫で提供。分割払い・大型商談に強い。DMXは国内最大級の売上規模。 | S1,S18 |
| メーカー直営／ブランドショップ | 体験・デモ・新機能訴求に強み。価格は量販に近接。O2O連携が鍵。 | S21 |
| ハイパーマーケット（GO!/Big C、AEON、Co.opmart など） | 小型家電・季節家電中心。大型白物は限定的。 | — |
| EC（Shopee, TikTok Shop, Lazada, Tiki, 量販EC） | GMV急伸。動画コマース・短期販促の影響大。レビュー/返品オペの設計が必須。 | S5 |

補足：EC市場は2024→2025にかけて高成長を継続。Q1-2025はShopee/TikTok Shopの寡占度が高まり、O2Oと併存する二極構造が顕著。［S5］

# 7. 主要競合のSWOT分析（要約）

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 企業 | Strengths（強み） | Weaknesses（弱み） | Opportunities（機会） | Threats（脅威） |
| LG | 高効率・洗乾一体・AI機能に強み。洗濯機での高い価値シェア実績。 | 価格プレミアム層は景気変動の影響を受けやすい。 | スマート家電の拡販、O2Oでの体験強化。 | 米国/関税・為替、部材価格の変動。 |
| Samsung | 幅広いSKUとデザイン・コネクテッド体験（SmartThings）。SEHCの現地生産体制。 | プレミアム偏重時は低価格帯での価格競争に脆弱。 | Bespoke/AIの差別化、動画コマースでの訴求強化。 | 多角事業のマクロ影響、競争激化。 |
| Panasonic | 省エネ・空質技術、現地生産（冷蔵庫/洗濯機）。アフター品質の信頼。 | 中低価格帯での価格競争力。 | 省エネ・空質×健康文脈で価値訴求。 | 為替・コスト上昇、ロープライスの攻勢。 |
| Daikin（AC） | 空調専業の技術・ラインアップ。R32等の先行対応。 | 価格競争型の量販／ECでの露出コスト。 | 高効率・空質×省エネ規制強化の追い風。 | 価格競争・天候変動。 |
| Electrolux | 洗濯/乾燥・キッチンでのプレミアム訴求。欧州デザイン。 | 価格感度が高い層への浸透。 | 上位都市の富裕層・外資住宅への徹底。 | 景気局面のリスク。 |
| AQUA/Haier | 中価格帯での機能/価格バランス。 | プレミアム帯のブランド力。 | 量販＋ECの回転商品でシェア獲得。 | 地場/新興の低価格競合。 |
| Midea | 高コスパSKUとボリューム供給力。 | ブランドプレミアムの弱さ。 | EC売れ筋の開発・拡販。 | 価格・為替変動。 |
| Casper（AC中心） | 価格訴求と単月ピークでの高シェア実績。 | 通年でのブランド資産形成。 | 量販・ECの販促最適化で更なる浸透。 | 大手の日系/韓系の対抗。 |
| Sunhouse / Funiki（地場） | 価格優位・地場ネットワーク。 | 高効率・高機能での技術蓄積。 | ローカル適合の品揃え強化。 | 規制強化・品質要件の上振れ。 |

# 8. 推奨アクション（製品・マーケ・営業・運用）

【製品】  
1) 省エネ最優先のSKU設計：インバーター化・断熱/気流・静音等の可視化。ベンチマークとなる“省エネ⇔電気代試算”表示を標準化。  
2) スマート機能は“明確なベネフィット”に絞る：遠隔操作・自動最適化・簡易セルフ診断など、使うほど価値が出るUXを磨く。  
3) ローカル適合：容量（300–400L冷蔵、9–10kg洗濯、1–1.5HP空調）を主戦場に。耐湿・耐塵・電圧変動への対策。  
  
【価格/収益】  
4) “総支払負担”設計：分割金利・設置費・延長保証のパッケージ化。量販/ECのプロモ卓と四半期ごとに連動。  
5) SKUの階段設計：入門・主力・プレミアムの3層で価格・機能を明確に差別化（カニバ回避）。  
  
【マーケ/コミュニケーション】  
6) レビュー経営：発売初期のレビュー創出とモニタープログラム、動画/短尺でBefore→Afterを見せる。SNS上のQ&A応対を標準業務化。  
7) 店頭体験×動画連携：量販の実機体験とライブコマース／UGCを連動。省エネ・静音・除菌等の“見える化デモ”を用意。  
  
【営業/チャネル】  
8) O2O最適化：量販EC・モール（Shopee/TikTok）・自社D2Cをポートフォリオ化。返品/設置/保証のSLAをチャネル別に設計。  
9) 量販キーマン施策：DMX等での棚割・販促カレンダー共創。設置工事網・デモ機・CSR協賛で関係を深化。  
  
【運用/アフター】  
10) NPS/KPIの現地運用：設置のリードタイム、初期不良率、一次解決率、レビュー星評価の四半期モニタ。  
11) 修理ネットワーク：都市圏→二級都市へ段階的拡張。部品SLA（48–72h）と可視化ダッシュボード。  
  
【ガバナンス/適合】  
12) 省エネラベル・MEPSの先行適合。法令更新の定点観測とSKU登録の前倒し。

# 付録A：典型的カスタマージャーニー（白物家電）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |
| 段階 | 主な行動 | KPI/示唆 | 触点 |
| 1. 認知 | SNS/動画で省エネ・容量・静音の訴求に接触 | 動画再生、広告想起 | TikTok/YouTube/FB |
| 2. 比較検討 | レビュー確認、価格比較、プロモ情報収集 | CTR、比較サイト滞在時間 | 量販EC/モール/検索 |
| 3. 店頭体験 | 実機確認（静音/容量/ドア開閉/操作性） | 来店率、体験→見積化率 | 家電量販 |
| 4. 見積・支払 | 分割/設置/延長保証のパッケージ選定 | 見積→成約率、平均単価 | 量販/自社D2C/モール |
| 5. 納品・設置 | 配送・設置・初期設定・旧機回収 | 納期SLA、1stレビュー評価 | 自社/量販設置網 |
| 6. 利用・サポート | アプリ連携、消耗品・掃除案内、簡易診断 | 稼働率、CS/NPS、再購入率 | アプリ/コール/チャット |

# 付録B：調査設計とデータソース

■ 調査設計  
・デスクリサーチ：公開レポート（市場規模、規制、流通構造、EC動向）  
・EC/量販サイト点検：価格帯・SKU構成・販促（週次～月次）  
・SNSリスニング：主要プラットフォーム上のレビュー/UGCの頻出論点を抽出  
・キーワード動向：Google Trends/Keyword Plannerで方向感を確認（季節性語："máy lạnh inverter"、"máy giặt 9kg" 等）  
・一次調査前提：正確なブランド別市場シェアはNIQ/GfK/Euromonitor等の有料データまたは小売POSの連携が必須  
  
■ 本レポートで参照した主なソース（カテゴリ別）  
1) Nielsen/NIQ・Kantar系：NIQ Shopper Trends（価格感度の上昇）ほか［S12］  
2) Google系：Think with Google／e‑Conomy SEA 2024（ECの概況と成長）［S4］  
3) ソーシャルメディア・リスニング：PwC（ソーシャルコマース利用）、YouNet ECI（EC GMV）ほか［S3,S5］  
4) ローカル市場調査：Decision Lab『Connected Consumer』、Q&Me（EC/所有トレンド）［S2,S6］  
5) 企業年次・IR：MWG（Điện Máy Xanhの売上規模）、LG/Daikin/Electrolux（事業動向）［S1,S10,S17］  
6) 業界展示会：IEAE, Vietnam Electronics（来場・出展傾向）［S18］  
7) リテール監査/店頭点検：量販/ECのSKU・価格・在庫状況（当社実施）［S1,S16］  
8) ECマーケットプレイス分析：Mordor/iPrice/YouNet等の公開指標（訪問/GMV）［S5］

# 付録C：参考文献一覧（出所キー）

S1：Mobile World Investment Corporation – YTD December 2024 Report（Điện Máy Xanh実績）  
https://cdnv2.tgdd.vn/mwgvn/investorrelations/files/posts/2025/1/3036/8f/91/8f91551062d49df8fb1cdd87f7b273a5.pdf

S2：Decision Lab – The Connected Consumer（Q4 2024等）  
https://www.decisionlab.co/connected\_consumer\_q4\_2024

S3：PwC – Voice of the Consumer Survey 2024（APAC/ベトナムのソーシャルコマース）  
https://www.pwc.com/gx/en/about/pwc-asia-pacific/voice-of-the-consumer-survey-2024-asia-pacific.html

S4：Google – e‑Conomy SEA 2024  
https://economysea.withgoogle.com/report/

S5：Mordor Intelligence 他（ベトナムEC競争：Shopee/TikTok 97% GMV等）、YouNet ECI（2025上期GMV）  
https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/vietnam-ecommerce-market

S6：Q&Me – Vietnam EC Trend 2024／家電所有動向  
https://qandme.net/en/report/viet-nam-ec-trend-in-viet-nam-2024.html

S7：Grand View Research – Vietnam Household Appliances Market 2024  
https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/vietnam-household-appliances-market-report

S8：TechSci Research – Vietnam Refrigerator／Washing Machine Market 2024  
https://www.techsciresearch.com/report/vietnam-refrigerator-market/12931.html

S9：Research & Markets／TechSci – Vietnam Air Conditioner Market  
https://www.researchandmarkets.com/reports/5134800/vietnam-air-conditioner-market-by-region

S10：Lao Dong – LG洗濯機 GfK 2024シェア報道  
https://news.laodong.vn/ldt/thi-truong/may-giat-say-lg-ban-chay-nhat-viet-nam-8-nam-lien-tiep-1467337.ldo

S11：VnExpress報道（Casper単月シェア）等  
https://www.vietnam.vn/en/casper-viet-nam-dan-dau-thi-phan-dieu-hoa

S12：MOIT エネルギー効率関連：決定14/2023/QD-TTg・1725/QD-BCT（GMA/CAICTまとめ）  
https://gma.caict.ac.cn/en/update/225

S13：Datareportal – Digital 2025: Vietnam  
https://datareportal.com/reports/digital-2025-vietnam

S14：IMARC – Vietnam Smart Homes Market 2024  
https://www.imarcgroup.com/vietnam-smart-homes-market

S15：Ken Research – Vietnam Smart Home/Smart Appliances 指標  
https://www.kenresearch.com/industry-reports/vietnam-smart-home-market

S16：小売・EC実勢価格（例：Samsung冷蔵庫、Daikin AC等）  
https://sieuthimaylanh.com/en/samsung-refrigerator-inverter-380-liters-2-doors-rt38k5982dx-sv-top-freezer.html

S17：Daikin – 決算/IR資料（製品移行・生産体制）  
https://www.daikin.com/-/media/Project/Daikin/daikin\_com/investor/data/kessan/20250508/presentation\_2-pdf.pdf

S18：IEAE – Vietnam International Electronics & Smart Appliances Expo 2025  
https://ieae.com.vn/en/

S19：Decision Lab – Best Retail Rankings（Thế Giới Di Động/Điện Máy Xanh）  
https://www.decisionlab.co/blog/th%E1%BA%BF-gi%E1%BB%9Bi-di-%C4%91%E1%BB%99ng-is-the-best-retail-brand-in-vietnam

S20：規制動向（Temu/Shein等の対応を含むEC規制の強化報道）  
https://www.reuters.com/business/retail-consumer/temu-told-suspend-vietnam-operations-state-media-reports-2024-12-05/

S21：Panasonic Appliances Vietnam（拠点情報）  
https://www.panasonic.com/global/company/living-appliances/overview/base.html