SEMINAR

JNTO発

外客攻略のヒント

吉田憲司　JNTOハノイ事務所長

vol.129

日越50周年迎えるベトナム市場

今年3月、近隣諸国に先駆けいち早く国際観光を再開したベトナムは、コロナ禍を経て国内・海外旅行が非常に活発である。また、23年は日越外交関係樹立50周年という大きな節目の年を迎え、日越両国で大いに盛り上がることが期待されている。

ベトナムは3月15日から外国人観光客の積極的な受け入れを開始した。具体的には、ワクチン接種証明書や陰性証明書の提出を不要としたほか、隔離措置の短縮・撤廃等、海外からの旅行者にとってハードルとなる要素を次々と廃止した。このような施策が実施できた背景としては、感染予防と経済を両立するというベトナム政府の強い意志と新型コロナウイルスへの的確な対応がある。また、観光はベトナムにとって重要な産業であるというメッセージを強く打ち出した結果であると考えられる。

このような政府の姿勢は、国内の観光業従事者にとっても勇気づけられるメッセージとなり、宿泊施設の再稼働、従業員の雇用再開や再教育の実施等をいち早く促すこととなった。その結果、4月下旬からの4連休は国内旅行が大いに盛り上がり、ハノイやホーチミンなど大都市だけでなく、ハロン湾、フーコック島、ニャチャンといった地方の観光地にも多くの人が集まった。

ベトナム統計総局の発表によれば、1～10月の訪ベトナム外客数は約235万7200人となった。目標として掲げる500万人にはまだ達しないものの、その要因は明確で、従来の主要マーケットである中国や日本の海外旅行再開の遅れやロシア人の海外旅行需要低迷が挙げられる。

一方、プラスの要因としては、韓国や欧州からの観光客の回復に加え、新たなマーケットとして力を入れるインドからの旅行者増加があり、ベトナム政府は今後も積極的な外客誘致に取り組む方針としている。

好調な経済と良好な日越関係

ここでは観光に限らないベトナム全体の動きを俯瞰してみたい。ベトナム統計総局が発表した22年第3四半期（7～9月）の実質GDP成長率（推計値）は前年同期比で13.7％となった。統計総局のレ・チユン・ヒエウ副局長は高成長の要因について、前年同期のマイナス6.0％からの反動のほか、食料の供給拡大、製造・建設業の好況、観光需要の回復が寄与したと分析。通年のGDP成長率は7.5～8.0％となる見込みで、政府目標の6.5％を上回るとの見通しを示した。

このような経済成長を踏まえ、ベトナム人の旺盛な国内消費を取り込もうと日系企業の進出も加速している。例えば、衣料品大手のユニクロは19年12月にベトナム国内で最初の店舗をオープンしたのをきっかけに現在は12店舗を出店。小売り大手のイオンはベトナムを海外戦略の最重要市場とし、25年までに大型商業施設イオンモールを現在の6カ所から16カ所、食品スーパー「マックスバリュ」を現在の4店舗から100店舗へ拡大する計画を発表した。日々の生活の中に日系商品・ブランドが入ってくることは大変喜ばしい状況であり、訪日旅行に対する認知拡大・興味関心の醸成にも必ずや良い影響をもたらすものと考える。

日越間の良好な関係についても触れておきたい。21年11月に行われたファム・ミン・チン首相による日本への公式訪問は、同年10月の岸田政権発足後で初めての外国首脳の訪日となり、22年4月には岸田首相が就任後初めてベトナムを訪問するなど、短期間で両国首脳の往来が実現した。ベトナムで日系関連イベントに出席すると、主催者挨拶などの中で「史上最高の二国間関係」との言葉を聞くことが多々あり、両国の関係が良好であると認識する関係者は非常に多い。

日越外交関係樹立50周年を機とした訪日プロモーション開始イベント。観光アンバサダーのニータンファミリーや山田大使らと鏡割り

10月に実施した旅行会社向けセミナーの様子

加えて、23年は日越外交関係樹立50周年という節目の年を迎える。昨年11月のチン首相訪日時の共同声明で両首脳は50周年に向けて緊密に協力していくことで一致している。「手と手を取って 未来へ世界へ」のテーマの下、これまでの日越関係を振り返るとともに、その関係を互恵的で対等な立場から未来そして地域や世界に向けて大きく飛躍させるための礎を築くものと位置づけられている。

23年は大いに盛り上がる年に

JNTOが発表した今年1～9月のベトナムからの訪日外客数は19万1500人で、他の国・地域と比較し最多である。ベトナムからの訪日観光旅行再開は9月7日であったことから、日本を訪れたベトナム人の多くは技能実習生や留学生と思われるが、今後、ベトナムからの訪日外客数をいち早くコロナ前水準まで戻していくに当たり、このような基盤的訪日層があることは非常に心強い。ここに訪日観光客を積み上げていくことにより、コロナ前水準への回復をいち早く実現できるのではないかと期待している。

最近は明るいニュースも増えてきた。ベトジェット航空は7月からハノイと福岡空港および中部国際空港との間で新規路線を開設し、8月には愛媛県との間で定期便就航の早期実現に向けて協力していくことで合意した。9月の訪日旅行再開以降、日本の自治体・民間企業やベトナム航空等が主催する訪日ファムトリップが盛んに行われるようになり、来年の桜シーズンを見据えた旅行商品造成・販売がすでに始まっている。

さて、前述したように23年は日本とベトナムが外交関係を樹立して50周年という大きな節目の年を迎える。私たちJNTOハノイ事務所は、この絶好の機会を捉え大規模な訪日旅行キャンペーンを11月15日から開始した。具体的には、訪日観光アンバサダーとしてベトナムで国民的人気を有するNhi Tang Family（ニータン・ファミリー）を任命するとともに、訪日観光PR動画の制作、SNSを活用したキャンペーン等を展開する予定である。また、日本を代表するグローバルブランドである無印良品とのコラボレーションによるオリジナルノベルティをプレゼントする訪日旅行予約キャンペーンも計画しており、まさに祝賀の年に恥じない華やかなキャンペーンを行う。

キャンペーンの開始に先立ち、10月末にベトナムの主要3都市（ハノイ、ダナン、ホーチミン）で旅行会社を対象に説明会を実施したところ、約80社200人の参加を得た。実施したアンケートでは、日本が観光再開したことへの喜びの声とともにキャンペーンへの大いなる期待が多く聞かれ、われわれも身が引き締まる思いである。

最後に、23年はベトナムにおいて、これまで以上に日本が盛り上がる1年になると事務所スタッフ一同確信している。私たちはこの好機を最大限に利用し、1日も早いコロナ前水準の回復と両国間の観光交流促進に貢献していきたいと考える。ぜひベトナム市場に注目いただきたい。

（次回は1月23日号に掲載します）