

第35回


花王ベトナム

●業務内容

スキンケア製品、ヘアケア製品、サニタリー製品の製造及び販売

●ベトナム事務所

10 Floor-Room 10.1 & 10.2
E.town 2 Office Building, 364 Cong Hoa Street,
Ward 13-Tan Binh District, Ho Chi Minh City, Vietnam

●日本本社

東京都中央区日本橋茅場町1丁目14番10号

花王は、一般消費者向けの化粧品、スキンケア製品、ヘアケア製品、サニタリー製品の製造販売及び、企業向けのケミカル事業として油脂製品、機能性材料製品を製造販売しており、日本国内ではトップシェアを誇る日本を代表する企業の一つであり、日本人にはたいへん馴染みの深い企業です。今回は、そんな花王のベトナム現地法人である花王ベトナムの大場社長にお話を伺いました。



一進出の経緯

1995年に、ベトナムでの事業ライセンスを取得し1996年から事業を開始しております。

アジアではタイ、台湾、インドネシア、中国に生産拠点があり、その中でもベトナムは最も新しい生産拠点になります。ベトナムに進出したのはまずは製造、輸出の拠点としてということになりますが、勿論ベトナムは8600万人以上の人口を有する有望な市場でもありますので、ベトナム国内の市場を開拓することも視野に入れておりました。

一事業内容

弊社は、ドンナイ省のアマタ工業団地に製造工場がございまして、またホーチミン市に販売拠点としてホーチミン事務所がございまして、現在の従業員数は約320名で、工場と事務所がそれぞれ半分ずつ位の人数になります。

日本人の駐在は現在工場1名と事務所1名の2名体制で、工場長はタイ工場からタイ人に赴任してもらっています。また、ハanoiにも営業所がございまして、

主な製品としては、スキンケア商品をブランド名“ビオレ”また、生理用品をブランド名“ロリエ”をアジア全土で使い、製造

販売を行っております。

弊社は世界各国に製造拠点を配置し、サプライチェーンのグローバルなネットワークをカテゴリー別に設計しておりますので、アジアにおきましてもそれぞれの国で得意な商品を製造するようしております。

例えばタイは、衣料用洗剤、生理用品、住居用洗剤などの製品を幅広く製造しており、インドネシアでは生理用品と衣料洗剤、スキンケア商品を製造しております。

ベトナムに関しましては、弊社のブランドにメンズビオレという男性向け洗顔商品があるのですが、これは日本を含めたアジア全土で販売されている商品は全て、メイドインベトナムとなっております。現在ベトナムで製造した製品を日本、タイ、マレーシア、台湾、香港、シンガポール、インドネシアなどアジア全域に輸出しております。

一グローバルブランドでの販売とのことですが、各国で製品に違いなどはありますか？

弊社の製品は、基本となる成分は基本的に世界共通となっておりますが、各国のニーズに合わせて、香りやスクラブの量は調整されています。同じ東南アジアでも国により、細かなニーズは違ってきますので、他の国でヒットした商品であってもそのまま、

ベトナムへ持ってきても上手く行かないこともありますので、その国ごとのニーズを見誤らないようにする必要があります。

各国のニーズを調査する方法としては、サンプルをお配りして、使用していただくという手法が一般的ですが、弊社では更にお客様の実際の生活の現場を訪ねて、お客様がどのように商品をお使いになって、どのように感じになっているかをインタビュー・観察させて頂き、お客様の行動と心理を的確に捉えることを心がけております。

一ベトナムの市場をどのようにみていらっしゃいますか？

ベトナムは平均年齢が約28歳と若く、人口ピラミッドが理想的な釣鐘型となっておりますので、マーケットのボリュームゾーンを構成する人々は、他の国に比べて、1段階から2段階ほど若くなっております。当然こういった人口構成が生活者の皆様の意識・態度、行動の特性に大きな影響がございまして、ベトナムの消費者の皆様は総じて非常に活動的であると感じております。また、ベトナムの消費者の方は商品を見る目が非常に繊細で、商品の品質を見極める目に長けていると感じています。しかし、かといって価格の高い商品が品質本位で売れるかというところではありませぬので、

生活者の皆様の価格感度、コストパフォーマンスをマッチさせることが重要になってきます。

単なる技術ではだめですし、単なる商品でもだめで、商品がベトナムの皆様の生活の価値に普遍化されていかなければなりません。そういった意味では非常にやりがいのある市場ですし、勉強すればするほど面白い発想が出てくる国だと思っています。

一ベトナムでの販売はどのようにされていますか？

ベトナムの小売の販売チャンネルは、一般にパパママストアと呼ばれております小規模小売店が売上全体の7割を占めておりますので、こういったお店で如何に商品を置いていただくかが、非常に重要になってきます。弊社の場合、ハノイとホーチミンには専任のセールスマンを配置し、このような小売店を直接訪問させて頂き、弊社の商品を営業させていただいております。小規模の小売店は販売スペースが限られているため、トップブランドの製品しか置いて頂けないことが多いですので、一軒一軒のお店を回って、弊社の商品をご説明させていただき、取り扱って頂ける様にお願いをしております。ベトナムの女性の日や先生の日などの記念日には、大手スーパーマーケットで、販促活動やイベントを行ったりもしておりますので、販売活動は一見派手に見えるかもしれませんが、実はそういった地道な活動を日々続けてもおります。

一原材料の調達などは如何でしょうか？

現在のところ、原材料は日本を始め各国から調達しており、ベトナム国内での現地調達率は他国に比べてまだ低い状態です。今後は現地のサプライヤー、パートナー企業と協力して良い材料を現地で調達することが必要になると考えており、常に現地調達

できる材料が無いか探しています。

一ベトナムでの販売手法で工夫されていることなどありますか？

現在、ボディシャンプーを1回分ごとに小分けした袋で販売するサシェット販売のある地域で試験的に始めています。弊社の商品は毎日使用していただくものですが、毎月の収入が限られていたり、不安定だったりする場合に、大きなボトルを一本ご購入頂くと他の必要なものが買えなくなってしまう場合がございます。そこで、毎回使う分だけをその都度購入できる形にすることで、お客様の生活バランスに貢献できればという狙いがございます。

また、先ほども申し上げましたように、こちらでは小さなパパママショップでの販売チャンネルが大きな割合を占めておりますが、限られたスペースで販売していただくので、大きなボトルなどでは、仕入の問題やディスプレイスペースの問題で、負担が大きくなってまいりますので、このようなサシェットでの販売は販売店様と消費者様のどちらにもメリットがあると感じております。

一離職率などは如何でしょうか？

弊社の場合、離職率は年々改善されております。2012年などはかなり低い数字となっております。

社員に安定して仕事をしてもらうためには、決して給与額の高い低いが全てではなく、会社として、社員の生活を考えながら、成果に応じて処遇待遇をきっちりと評価すること、そして給与レベルによってどのような生活水準が達成されるかを認識しておくことが非常に重要だと思います。

一今後の展開について

弊社の商品は消費者の皆様の生活の中で毎日お使い頂くものですので、今後もベ



ホーチミンの事務所



花王ベトナムの工場

トナムの皆様の生活の質の向上に貢献できる、商品を充実させていきたいと考えております。

国内販売に関しては、ハノイ、ホーチミンにはセールスマンがおりますが、それ以外の省では、販売代理店を通じての販売となっておりますが、地方への販売にはまだまだ開拓の余地があるように感じておりますので、今後は地方での販売方法を改善していきたいと考えております。

また、スーパーで置いていただく商品と、小規模小売店で販売していただく商品の差別化を進めていきたいと考えています。今後も、日本を含めたアジア全体のお客様の製品ニーズにお応えし、サプライチェーンの役割をグローバルに果たしながら、ベトナム国内の市場への深耕を進めていきたいと考えております。

一ありがとうございました。

