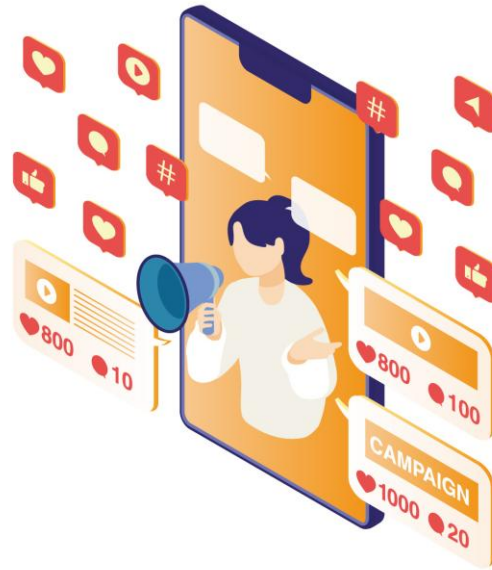




ベトナムSNSマーケティング基礎解説： 2025年最新トレンドから富裕層攻略方法まで

2025年

1. ベトナム消費者によるSNS利用状況の基礎理解

1.1 ベトナム市場の基礎データ

- ベトナム基本情報: 世代別人口の推移、経済成長率、居住エリア、インターネット普及状況、SNS人口
- ベトナムにおけるスマートフォン普及状況と**各種のデバイス普及率**

1.2 ベトナム消費者による主なSNSの利用状況

- ベトナムで利用されるSNSの種類と特徴 (YouTube、Facebook、TikTok、Instagram、Threads、Zaloなど)
- 各SNSプラットフォームの利用率と利用者属性 (年齢・性別・地域など)

2. ASEAN諸国におけるSNS利用状況の比較

2.1 ASEAN主要国のSNS普及状況比較

- タイ、インドネシア、フィリピン、マレーシア、シンガポールとの比較
- SNS普及率、主力プラットフォームの違い、消費者行動の特徴比較

2.2 ベトナムSNS市場の特徴的なポジションと将来性

- ASEAN内におけるベトナム市場の位置付け
- ベトナムならではの特徴と注目ポイント

3. ベトナムにおけるSNSマーケティング最新トレンド (2025年)

3.1 TikTokの急成長とECプラットフォームとの連携拡大

- ベトナム市場におけるTikTokの成長推移
- TikTok経由のEコマース (TikTok Shopなど) の実態と成功事例

3.2 チャットコマース (会話型コマース) の拡大

- ベトナムにおけるチャットコマースの浸透とユーザー動向
- 代表的な利用ツール (Facebook Messenger、Zaloなど)
- チャットコマースを活用したマーケティング事例紹介

3.3 生成AI・新技術を活用したSNSマーケティング手法の台頭

- AIを用いたマーケティング・コンテンツ生成の具体例
- 最新技術活用における成功事例の紹介

4. ベトナムZ世代の消費行動とSNS利用の特徴

4.1 ベトナムにおけるZ世代の基本的特徴と消費行動

- Z世代のライフスタイルと購買価値観
- Z世代がSNSを通じて重視するコンテンツ要素とは？

4.2 ベトナムZ世代に向けた効果的なSNSマーケティング戦略

- Z世代に好まれるSNSプラットフォームとコミュニケーションスタイル
- Z世代向けSNSマーケティングの成功事例

5. ベトナムの富裕層をSNSで攻略する具体的なマーケティング方法

5.1 ベトナム富裕層市場の基本理解

- ベトナム富裕層の定義と規模、消費傾向の特徴
- 富裕層が利用する主なSNSと利用スタイルの分析

5.2 ベトナム富裕層をターゲットにしたSNS活用の実践ノウハウ

- 富裕層向けSNSコンテンツ制作のポイントと注意点
- 富裕層向け広告運用とターゲティング手法
- インフルエンサーとの連携を活用したアプローチ方法

6. ベトナム政府によるSNS規制強化とマーケティングへの影響

6.1 規制強化の背景と内容(政令147号の概要)

- SNSアカウント登録・管理規定の変更点
- データの国内保存義務とその影響

6.2 規制強化が与える影響と対策

- 規制によるマーケティング活動への具体的影響
- 企業がとるべき規制対応策とリスク管理のポイント

7. ベトナムにおけるSNSマーケティング成功事例紹介

7.1 著名インフルエンサー活用によるマーケティング成功事例

- ベトナムの著名インフルエンサーの紹介
- 日本ブランドとインフルエンサーの連携事例（化粧品、アパレル、食品・飲料など）

7.2 外資系ブランドのSNSマーケティング成功事例

- ラグジュアリー・ブランドやプレミアム製品分野の成功事例
- 成功要因の分析と日本企業が学ぶべきポイント

8. 日本企業がベトナム市場でSNSマーケティングを成功させるための具体的提言

8.1 日本企業が陥りやすい課題とその解決策

- 日本企業が陥りやすい課題の具体例と対処方法
- 日本企業の強みを活かすSNSマーケティング施策とは？

8.2 今後の展望と推奨アクションプラン

- ベトナムSNSマーケティングの中長期的な展望
- 効果的な販路拡大に向けた推奨戦略と実践的ステップ

ベトナムのデジタル人口(16歳～64歳)の内、98.2%がスマートフォン、58.2%がラップトップ・パソコンを持っている。

ベトナムのスマートフォン普及状況(16歳～64歳)

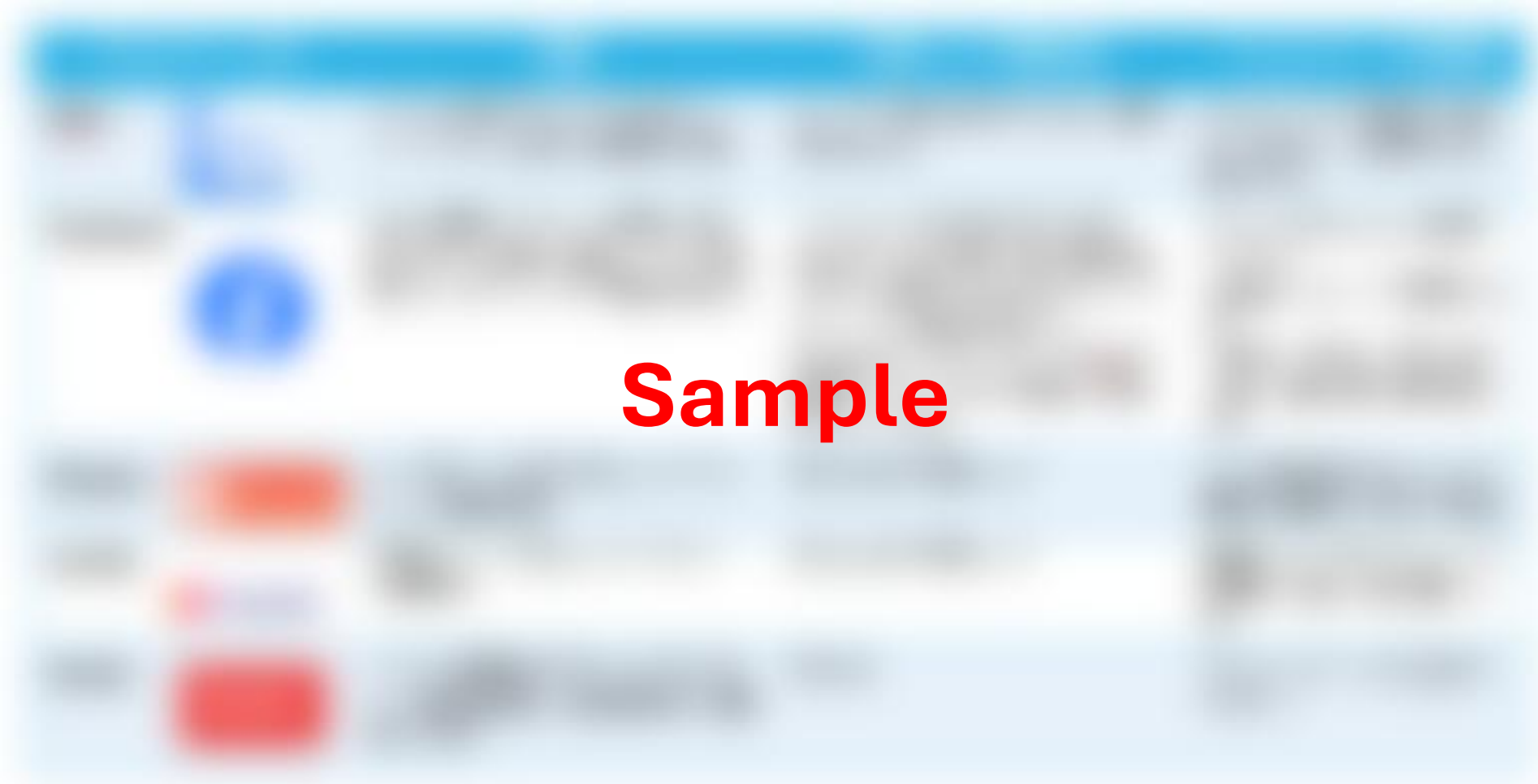


各種のデバイス普及率

2024年1月時点 ※ベトナムデジタル人口(16歳～64歳)に対する割合



代表的な利用ツール



Sample

ベトナムのZ世代はデジタルに精通し、価値観を重視した消費行動をとる傾向がある。

Z世代の消費行動: 4つの特徴

Sample

ベトナムでのEC市場及びマーケティングにおいて、著名インフルエンサーを起用することは非常に効

Sample