



## ＜ベトナム・リサーチ・特別レポート＞

情報提供用資料

2020年5月7日

### ポストコロナ～ベトナム不動産市場の変容

新型コロナウイルスはベトナムの不動産市場のあり方を変えようとしています。今まで、ベトナム都市部の店舗は商店街やメインストリートに面する路面店が中心でした。つまり、顧客の目に触れない場所では知名度が上がらず売り上げが伸びない結果になるので、店舗の経営者は「良い場所」を選択する傾向があったわけです。



コロナ流行前のハノイ中心地のハイランド・コーヒー店 (JVRC 提供)



コロナ流行前の有名な時計店：XWatch（同社提供）

ところが、新型コロナウイルスの影響で、消費者の「店に行って買い物をする」習慣は、今や電話による注文やeコマースに取って代わっています。この消費者の行動変容は賃貸料へもインパクトを与えていて、ハノイやホーチミン市では、商店街やメインストリートに面する店舗の賃貸料は低下傾向にあります（20～30%急落する物件も見られます）。新しい「店」の形態は、使い勝手の良いeコマース・ウェブサイトと「ゼネラル倉庫」の組み合わせが主流になっています。「ゼネラル倉庫」とは、各種製品を大量に保管する倉庫のことです。eコマース・ウェブサイト（ゼネラル倉庫経由）で購入すると、実店舗より安く商品が入手できます。



家庭用の電気製品の「ゼネラル倉庫」（JVRC 提供）



住宅マーケットでも変化が起きています。今まで不動産エージェントは、顧客と対面し直接商談するのが一般的でした。しかし、「人との接触を控える」と言うポストコロナの新しい生活様式では、不動産仲介業界もインターネットを通じて営業活動を展開し始めています。その結果、顧客との直接的な接触時間は激減し、頭金の振り込みや他の決済もインターネットで済むようになりました。



顧客対面式の不動産エージェント（JVRC 提供）

都市計画の面でも、不動産デベロッパーは人口密度の高い都心部から郊外へのシフトを進めています。新型コロナウイルスの影響で、かつて大都市へ出稼ぎに出た人々が郊外や地元の地方に戻る動きが加速していますので、不動産プロジェクトもその人の流れに対応して、プロジェクトの立地を郊外に軸足を置いて選択しています。

以上

当社ホームページはこちら <http://www.capital-am.co.jp>