TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

# Vì sao các doanh nghiệp lớn của Nhật Bản liên tục đổ tiền vào Việt Nam?

08:56 07/05/2025

Việt Nam được biết đến là thị trường có thiện cảm với sản phẩm Nhật Bản. Người tiêu dùng thường đánh giá cao và tin tưởng sản phẩm đến từ Nhật.

Giai đoạn 2022 - 2024, các doanh nghiệp Nhật Bản trong lĩnh vực phi sản xuất đã đầu tư 886 tỷ Yên vào Việt Nam. Con số này chiếm 69% tổng vốn đầu tư của doanh nghiệp Nhật, tăng so với 64% trong ba năm trước và 44% trong giai đoạn 2016–2018.




Doanh thu của Aeon Mall tại Việt Nam trong năm tài chính 2024 đạt 17,3 tỷ Yên, tương đương khoảng 3.176 tỷ đồng

**Aeon Mall 'phủ sóng' tại Việt Nam**

Theo đó, doanh thu của Aeon Mall tại Việt Nam trong năm tài chính 2024 đạt 17,3 tỷ Yên, tương đương khoảng 3.176 tỷ đồng. Con số này tăng hơn 13% so với cùng kỳ năm trước.

Việt Nam không chỉ là thị trường có doanh thu cao nhất của Aeon Mall trong khu vực Đông Nam Á mà còn đứng thứ hai toàn cầu trong số các thị trường nước ngoài của tập đoàn, chỉ sau Trung Quốc.

Đáng chú ý, mặc dù quy mô doanh thu tại Trung Quốc cao gấp gần bốn lần so với Việt Nam, nhưng lợi nhuận thu về từ thị trường Việt Nam chỉ thấp hơn Trung Quốc khoảng 10,7%. Điều này cho thấy biên lợi nhuận hoạt động tại Việt Nam đang ở mức rất khả quan và hấp dẫn đối với tập đoàn bán lẻ đến từ Nhật Bản.

Tính đến đầu năm 2025, Aeon Mall đang vận hành 8 trung tâm thương mại tại Việt Nam với tổng diện tích sàn cho thuê lên tới hơn 462.000 m². Tập đoàn này cho biết đã đầu tư khoảng 1,5 tỷ USD vào thị trường Việt Nam kể từ khi chính thức có mặt cách đây hơn một thập kỷ.

Năm 2025 tiếp tục chứng kiến sự tăng tốc mở rộng của Aeon Mall tại Việt Nam. Hồi tháng 2/2025, tập đoàn đã khởi công trung tâm thương mại tại thành phố Hạ Long (Quảng Ninh) với kế hoạch khai trương vào nửa cuối năm 2026. Tiếp đó, tháng 3/2025, Aeon đã nhận chuyển nhượng dự án trung tâm thương mại tại thành phố Hải Dương với vốn đầu tư 1.170 tỷ đồng.

Dự án này có diện tích hơn 3.500 m² và dự kiến đi vào hoạt động vào quý III/2026. Một dự án tỷ USD khác tại quận Bình Thủy (thành phố Cần Thơ) với tổng vốn đầu tư khoảng 230 triệu USD và tổng diện tích sàn 195.000 m² cũng được kỳ vọng sẽ khởi công vào dịp lễ 30/4 tới đây.

Sự "đổ bộ" và mở rộng của Aeon tại nhiều tỉnh, thành phố lớn trên khắp Việt Nam cho thấy tiềm năng và sự hấp dẫn của thị trường bán lẻ trong nước. Xu hướng phát triển ổn định của các trung tâm thương mại hiện đại từ các nhà đầu tư nước ngoài như Aeon Mall phản ánh sức tăng trưởng tích cực của ngành bán lẻ Việt Nam trong bối cảnh quá trình đô thị hóa đang diễn ra mạnh mẽ.

Với tốc độ mở rộng và hiệu quả hoạt động được chứng minh, Aeon Mall đang ngày càng củng cố vị thế và cho thấy rõ chiến lược lấy Việt Nam làm thị trường trọng điểm để "phủ sóng" và bành trướng sự hiện diện tại khu vực.

**Các doanh nghiệp Nhật đang tìm kiếm cơ hội tại Việt Nam**

Uniqlo cũng là một nhà bán lẻ Nhật Bản khác đang mở rộng mạnh ở Việt Nam. Thương hiệu này mở cửa hàng đầu tiên tại Việt Nam vào năm 2019 và hiện đã có 29 cửa hàng trên toàn quốc.

Riêng tại Đông Nam Á, thương hiệu thời trang này có 342 cửa hàng. Trong đó, mỗi nước Thái Lan, Indonesia và Philippines đều có hơn 70 cửa hàng.



Uniqlo cũng là một nhà bán lẻ Nhật Bản khác đang mở rộng mạnh ở Việt Nam

Các tập đoàn thương mại Nhật Bản cũng đang tìm kiếm cơ hội tại Việt Nam. Tháng Hai, Itochu đầu tư vào một một công ty cho vay ô tô tại Thái Lan, trước đó họ đầu tư vào một công ty bảo hiểm nhân thọ ở nước này. Ông Yasuhito Kawauchino, Giám đốc điều hành mảng tài chính và bảo hiểm của Itochu, cho biết Việt Nam cũng đang được Itochu xem xét là điểm đến đầu tư tiếp theo.

Ông Nguyễn Tuấn Anh, điều phối viên chương trình tại Trung tâm Đông Nam Á - Nhật Bản, nhận định rằng xu hướng già hoá dân số của Nhật đang thúc đẩy các doanh nghiệp nước này mở rộng sang Đông Nam Á.

Ngay cả các doanh nghiệp nhỏ và vừa của Nhật cũng đang tìm cách đầu tư ra nước ngoài. Năm ngoái, khoảng 41% trong gần 1.900 doanh nghiệp vừa và nhỏ quan tâm đến kinh doanh quốc tế cho biết với JETRO rằng họ muốn mở cơ sở đầu tiên ở nước ngoài trong vòng ba năm tới. Mỹ là thị trường được nhiều doanh nghiệp nhắm đến nhất. Việt Nam đứng thứ tư và Thái Lan đứng thứ sáu.

Xu hướng này đang được hỗ trợ bởi các tổ chức tài chính khu vực của Nhật Bản. Đây là nguồn tài chính chính của các doanh nghiệp nhỏ. Theo một khảo sát của Hiệp hội Ngân hàng Địa phương Nhật Bản với 62 ngân hàng, số lượng văn phòng đại diện tại Singapore, Thái Lan và Việt Nam tính đến tháng 4/2023 đã tăng gấp đôi so với 10 năm trước.

**Thị trường tiêu dùng tiềm năng**

Từ khoảng năm 2010, khi chi phí lao động ở Trung Quốc tăng lên, Đông Nam Á bắt đầu được xem là lựa chọn thay thế. Khu vực này không còn chỉ là nơi sản

xuất của các doanh nghiệp Nhật Bản mà đã trở thành thị trường tiêu dùng tiềm năng.

Theo Bộ Ngoại giao Nhật Bản, đến tháng 10/2024, có 5.856 công ty Nhật hoạt động tại Thái Lan, 2.394 tại Việt Nam và 2.182 tại Indonesia.



Đến tháng 10/2024, có 2.394 công ty Nhật hoạt động tại Việt Nam. Ảnh minh họa.

Gần đây, dòng vốn đầu tư trực tiếp từ các công ty Nhật vào Đông Nam Á có sự thay đổi rõ rệt. Số tiền đầu tư vào lĩnh vực phi sản xuất đã vượt lĩnh vực sản xuất. Tính đến cuối năm 2023, 55% tổng vốn FDI  của doanh nghiệp Nhật tại khu vực này thuộc về các ngành phi sản xuất. Đây là năm thứ năm liên tiếp thực tế này diễn ra.

Xu hướng chuyển sang lĩnh vực phi sản xuất đang rõ rệt ở Thái Lan, Việt Nam và Indonesia - dựa trên dữ liệu của Ngân hàng Trung ương Nhật Bản. Dữ liệu này ghi nhận giá trị các giao dịch đầu tư xuyên biên giới trong vòng 12 tháng. Dữ liệu dòng vốn thường dùng để theo dõi xu hướng đầu tư trong ngắn hạn, khác với dữ liệu tồn kho.

Ông Kenji Kanamoto, Phó Tổng Giám đốc JBIC, cho biết các doanh nghiệp sản xuất nhỏ và vừa vẫn chiếm phần lớn các khoản đầu tư ra nước ngoài. Điều này do các tập đoàn lớn thường kéo theo các nhà cung cấp đến những cơ sở sản xuất ở nước ngoài. Tuy nhiên, ông cũng nói rằng số lượng doanh nghiệp nhỏ và vừa đầu tư vào các lĩnh vực phi sản xuất như thực phẩm, đồ uống và dịch vụ tại Đông Nam Á đang tăng lên rõ rệt.

Ông Jayant Menon, chuyên gia cao cấp thỉnh giảng tại Viện ISEAS-Yusof Ishak, cho rằng xu hướng chuyển dịch khỏi lĩnh vực sản xuất truyền thống sẽ còn tiếp diễn. Ông nói rằng hàng hóa và dịch vụ số sẽ chiếm phần lớn tăng trưởng thương mại trong tương lai. Quá trình số hóa cũng sẽ thúc đẩy thương mại dịch vụ phát triển.

Giai đoạn 2022 - 2024, các doanh nghiệp Nhật Bản trong lĩnh vực phi sản xuất đã đầu tư 886 tỷ yên vào Việt Nam. Con số này chiếm 69% tổng vốn đầu tư của doanh nghiệp Nhật, tăng so với 64% trong ba năm trước và 44% trong giai đoạn 2016–2018.

**Bùi Quyền**