

ネット広告でベトナム進出、トップ狙う

ブレイク・フィールド社 井田 正幸社長

新興市場として注目されるベトナムには、多くの日系企業が進出している。大手食品メーカー、コンビニエンスストアチェーンのほか、2010年にはイオンモールがホーチミン市に第1号店を出店、今年には萬国屋もホーチミン市に第1号店を出店。そのほか、近年はインターネット広告の需要が高まっている。インターネット広告代理店のブレイク・フィールド社は、進出した日系企業向けサービスを展開する全額出資の子会社を設立した。井田正幸社長は「日本と同じビジネスモデルで、ベトナムでトップを狙おう」と意気込んでいる。

——なぜベトナムに
「インターネット広告代理店として、金融とヘルスケア分野に特化して国内トップクラスに



成長している。今後、この分野で国内首位を目指すとともに、アジア市場にも事業を広げたいと意気込んでいる。成長市場である東南アジア諸国連合（ASEAN）をすべて検討したところ、ベトナムは市場が大きいとともに成長が著しく、インターネット広告市場がまだ未成熟なので、トップを狙えると判断した。

い。また、多摩大経営学部長。1999年CSKベンチャーキャピタル（現ウイズ・パートナーズ）入社。2001年ブレイク・フィールド社を設立し、社長、取締役、干渉院出身。

——これまでの取り組みは
「13年8月に日本のことを伝えるベトナム版のフリーペーパーを発行し、6万部を発行するベトナムを代表する全国版に同額して配布した。従来の日本のイメージである歌舞伎や富士山だけでなく、丸の内などの今の日本の都市型生活に焦点を当てた「カッコイイ日本」を伝え、

若者に新たな興味と憧れを持たせる内容だ。また、日本企業の紹介や日系企業の広告も掲載している。日本とベトナムは異質な関係を保っているが、数時代の開拓のきっかけになるメディアを目指す。ノウハウが蓄積できたと、より事業を進めていくと昨年12月に現地法人を設立した。

——ベトナムでの事業展開は
「ベトナムの人口は約9300万人だが、フェイスブックユーザーは約200万人で、日本以上に普及している。当社では日本と同様のサービスをアカウント登録から配信依頼まで一括でサポートする。現在、日系企業4社のマーケティングを担当している。15年9月期には売上高3000万円を目標し、16年9月

期は1億円を計画している」

——ベトナム以外の地域は
「すでにタイではフェイスブックで日本を紹介するサイトを立ち上げている。今年中にタイ、インドネシアへの販売展開も検討している。ある程度市場規模が大きくなり、競争が少ないところが候補地だ」（佐竹一秀）

■会社概要
▷本社—東京都千代田区一番町7—1 一番町弘和ビル
▷設立—2000年5月
▷資本金—2410万円
▷従業員—40人（2015年1月末時点）
▷事業内容—インターネット広告代理店