

カントリーリスクを最小化する!

Vol.15

ベトナム

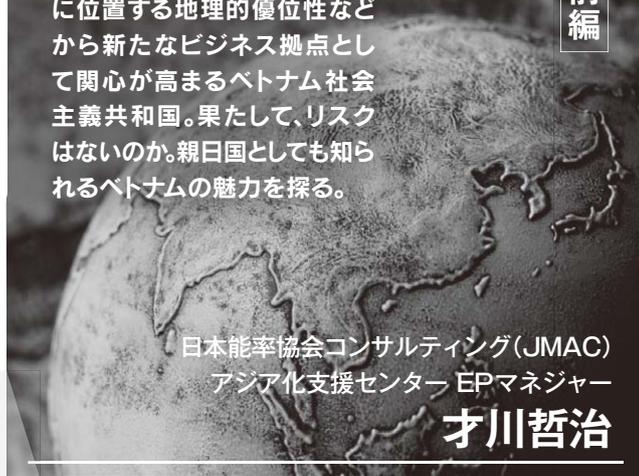
前編

アジア進出 成功MAP

豊富な労働力と勤勉な国民性、中国とASEAN諸国の中間に位置する地理的優位性などから新たなビジネス拠点として関心が高まるベトナム社会主義共和国。果たして、リスクはないのか。親日国としても知られるベトナムの魅力を探る。

日本能率協会コンサルティング(JMAC)
アジア化支援センター EPマネジャー

才川哲治



こ数年、日系企業の投資先として安定した人気を誇るベトナム社会主義共和国(以下、ベトナム)。過去にもブームはあったが、昨年、中国で発生した度重なる反日デモの影響で弾みがつき、現在は第三次ブームだ。中国へのビジネス一極集中のリスクを避ける「チャイナ・プラスワン」の有力候補地として検討する企業が増えている。

しかし期待が高まる一方で、不安視する声も少なくない。実際、ベトナムを有望視して進出

した起業家が、早期に撤退を決めたという話をよく耳にする。そこで前編では、国の成り立ちから見えるリスク要素を探りつつ、商業都市ホーチミンの経済環境を見ていこう。

ハロン湾をはじめ、フエの建造物群や古都ホイアン(街並み)など七つの世界遺産を有する観光地として有名なだけでなく、日本では若い女性を中心に、食器や雑貨、料理が人気を呼んでいるベトナム。米粉を使ったフ

オーと呼ばれる平打ち麺や生春巻きなど、ご存じの方も多だろう。料理がおいしいのは、中国やフランスの影響を受けているからだと思われるが、現在の国の成り立ちには、四つの国が大きく関わっている。

一つは、紀元前から一〇〇〇年続いた中国王朝による支配。次は一八〇〇年代後半から五〇年続いたフランス植民地時代。この間、日本による統治もあった。そして六〇年代初頭から一〇年以上続いた国内を二分してのベトナム戦争。これはベトナムでは「抗米救国戦争」と呼ばれ、ベトナム側だけでも犠牲者は三〇〇万人以上とされる。そして七五年の戦争終結をもって、ようやく統一国家を樹立した。

市場経済化を推進

二大都市を中心に成長

現在、社会主義国であるベトナムだが、八六年から「ドイモイ政策」と呼ばれる市場経済化を推進。しかし、配給制などに慣れていた国民が「労働し賃金を得て購買する」という市場経

済では当たり前の行動に慣れるには一〇年近くを要した。

海外からの投資が本格的に始まったのは九五年ごろである(第一次ブーム)。ベトナム政府の外資優遇政策もあって、自動車やオートバイ、家電を中心に日本からも多くの企業が進出し、現地生産を開始。これと前後して、金融・サービス業なども進出した。しかし、九七年のアジア通貨危機の影響で状況は一変する。ピーク時には九%台を誇った経済成長率も、九九年には四・八%まで低下した。

ところが、二〇〇〇年代に入ると、再び投資ブームが訪れる。安くて豊富な労働力に注目が集まったのだ。平均七%を超える高成長がしばらく続き、日系の工業団地が整備され始めたことで、日本からも製造業を中心に進出が加速。しかし、急速な物価上昇や自国通貨の不安定化に加え、電力供給や交通といったインフラの脆弱性、不透明な行政手続き、賄賂の横行など負の面が次々と明らかになり、リーマンショックを境にベトナムの成長は鈍化した。

図1 ■ ベトナム社会主義共和国



- **国土** 約33万平方キロメートル
※日本の0.88倍。南北1650キロに広がるS字型の細長い国土で、東西は最も細いところで50キロしかない
- **人口** 約8900万人(世界13位)
- **公用語** ベトナム語
※南北で文化圏が異なり、言葉もかなり地域の訛りが強い。民族は、9割近くがベトナム人(キン族)で、ほかに53の少数民族がいる。
- **名目GDP** 122.72億USD
(2011年、世界58位)
※2012年(予測)の経済成長率は5.2%。1人当たり名目GDP1374ドル(世界141位、アジア18位)
- **通貨** ベトナム・ドン(VND)
※1万VND=44.72JPY(3月1日現在)
- **主な産業**
 農業、サービス業(観光)、鉱業(石炭、石油、スズなど)、製造業
- **日系企業** およそ1500社
- **在留邦人** / 約9500人
※日本人学校=2校(児童数、ハノイ校約265名、ホーチミン校約310名)
- **日本からの直接投資** 24.4億USD
※このほか、日本はベトナムの最大援助国であり、2011年度で2800億円近くの円借款、無償資金協力、技術協力などが行なわれている

その後、〇七年にWTO加盟を果たすと、外国投資法の再整備などを積極的に行ない、国際経済への統合を推進。インフラ投資の計画策定や製造業以外への門戸開放などが評価されるようになり、現在の第三次ブーム

につながつている。ベトナム人気は、巨大市場・中国とASEAN諸国の中間に位置する地理的優位性も影響している。ここで、経済発展の基盤となっている二大都市(政治の中心である首都ハノイとホー

チミン)での日系企業の進出状況について見ておこう。ベトナムは、インドシナ半島の太平洋岸に沿って南北に広がるS字型の細長い国土(九州を除く日本の面積に相当)で、両端に大規模なデルタ(河口)に

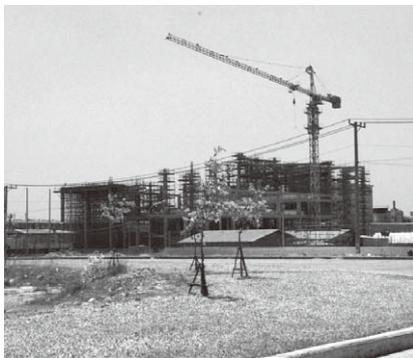
きた(三角州)が広がっている。沿岸には北部を除き、島嶼(とうしょ)がほとんど存在しない。

行政区分は、五八省と五つの中央直轄市から成り、全人口の約六分の一が、ハノイとホーチミン周辺に集中している。ちなみに、この二つの都市は約一八〇〇キロ離れており(日本でいえば、新青森〜福岡間に相当)、飛行機も飛んではいるが、現地の主要な交通手段は陸路。移動には、列車で三〇時間ほどかかる。

この二大都市に進出している日系企業は、商工会に登録しているだけでも八〇〇社以上あり、ベトナム全土の未加入企業を含めれば一五〇〇社を下らないといわれる。このうち、半数以上が製造業であり、大多数は工業団地に入居している。既存物件に加え、新たに開発中の工業団地が多数あり、レンタル工場も充実しているので、製造業にとっての進出環境はわるくない。

また、近年は、急ピッチで開発が進む中部の港湾都市ダナンに目を向ける企業も増えてきた。マブチモーター、日本ロジテム、エースコックなど数十の

さいかわ てつじ 1969年生まれ。95年JMAC入社。生産コンサルタントとして、国内外100社を超える企業の生産性向上、コストダウン、サプライチェーン改革などの支援を手がける。06年より戦略コンサルタントとして、事業再編・再生、中期戦略構築の支援を行なうほか、アジア化支援センターでは東南アジアを主に担当。11年よりシンガポール支店長兼務。



上/ホーチミン7区にある日本人学校
下/新たに開発が進む日系の工業団地

企業が進出している。

ホーチミンの場合、市内から工業団地までの道路は、一部では凸凹があつたり、狭くて渋滞を引き起こすこともあるが、整備は進んでいるので、早晩に改善されるだろう。懸念される電力などのインフラも、日系商社などが関わっている工業団地であれば、リスクは少ない。問題はフィリピンなどと同様、現地企業の集積の少なさだ。ローカルの外注先や調達先を見つけることの難しさは否めない。

商業都市・ホーチミン 日本製が人気の理由

ベトナム南部は、メコンデル

タの肥沃な土地により、もともと農業が盛んで比較的恵まれた地域だ。その経済力を背景に、ホーチミンは国内最大の商業都市として発展してきた。

街は一九の区（名前があるのが七つの区で、あとは一〜一二の番号が振られている）と、五つの郊外県（非都市化農村地帯）から成り、その面積は、東京都とほぼ同じ約二一〇〇平方キロ。人口は八五〇万人で、これは東京の約三分の二にあたる。

オフィス街は一区に集中しており、このエリアには日本人が多く居住しているので、日本食の飲食街もある。川沿いに工業団地やハイテクパークが立地する七区は産業地区で、少し離れ

てコンドミニウム（高級マンション）が立ち並ぶエリアがあり、ここに日本人学校もある。

ここで、ホーチミンでのビジネスを理解するために、あるエピソードを紹介しよう。

ベトナムはオートバイが多いことで有名だが、ホーチミンはとくに多く、市の人口の半分にあたる四〇〇万台超の登録台数がある。とくに朝夕のラッシュ時、道路からあふれんばかりのバイクが一斉に走る光景は圧巻だ。人気があるのは日本製。シェアは九〇％を超え、なかでもホンダが七〇％近くを占める。

このホンダにも、実は二〇〇〇年に大きな試練があった。中国メーカーの低価格品が流入し、市場を席巻。翌年のシェアは一一％まで急落したのである。ところが、そこからホンダは毎年一〇％ずつシェアを取り戻し、〇六年には六五％まで回復。中国製の牙城は脆くも崩れた。原因は故障の多さだった。いくら安くても、市民生活に欠かせない足としてのバイクに欠陥があることは受け入れがたかったのである。



ホーチミン名物のバイク渋滞

もともと中国に対して微妙な感情をもっているベトナムでは、以来、品質に対する消費者の目が厳しくなったという。「いくら安くても中国製は買わない」と公言する市民も多いと聞く。この点は、激安なら売れる、フィリピンなどの消費行動とは大きく異なっている。

実際、市内にはショッピングモールやデパートなどが次々とオープンしているのだが、観光客で賑わうドンコイ通りなどを除き、ほとんどモノが売れている様子がない。むしろ、旧来型のミニマート（コンビニ）や市場（マーケット）が数多くひしめくエリアのほうが、日用品や食品を中心にまだ値段と品質のバラ



図2 ■ ホーチミンとその周辺

ンスがとれているので人気だ。日本に対する信頼は、九二年の経済協力再開以来、多額の支援を続けてきたことも影響しているかもしれない。日本はいまも最大の援助国であり、二〇一一年度のODAは、円借款で二八〇〇億円に迫るほど。これまでに、ホーチミン郊外にあるタンソンニャット国際空港やメコン川の支流にかかるカントー橋など基幹インフラを中心に支援してきたが、現在建設中のベトナム初の地下鉄・ホーチミン一号線の総事業費の約八割も日本が

負担している。貿易相手国としても、日本は第三位で輸出入のバランスは比較的取れている。一位は中国、二位はアメリカだが、中国からは大きな輸入超過、アメリカへは大きな輸出超過の金額構成だ。海外からの投資(累計金額)についても日本がトップで、韓国、台湾、シンガポールがそれに続いている。しかし、産業面ではこのところ、韓国の存在感が大きくなってきた。一方、日本で情報収集をしていると、必ずといっていいほど

ベトナムの魅力として挙げられるのが、①親日派、②手先が器用で勤勉な国民性、③若くて豊富な労働力、④低賃金、⑤進む経済成長(市場性)である。では、実態はどうなのか。日系企業の現地社員たちに話を聞くと、勤勉という点は肯定も否定もされなかった。現地生産が始まった二〇〇〇年代前半は、押し並べて勤勉な人が多かったが、いまは様々な企業が進出し、雇用枠も拡大している。実際にベトナム人を雇用してみると、「皆が皆、勤勉ではない」ことに気づくという。

国民の人口構成は二五歳以下が一五%を占め、確かに若年層が豊富だが、大学進学率は一五%ほどで、管理職クラスの人材は絶対的に不足している。売り手市場のなか、インフレと歩調を合わせ、賃金も年に一五%のハイペースで上昇。以前は「中国の三分の一」といわれた労務費も、いまや「中国の六割」というケースまである。

また、都市部への人口集積度が他のASEAN諸国と比べて低く、地方からの出稼ぎ労働

者に頼らざるを得ない状況なのか、工業団地周辺の劣悪な住環境も影響し、工場労働自体の人氣に陰りが出てきた。

小売も、ベトナム独特の価値観や商習慣に阻まれ、実は苦戦している企業は多い。とくに、コンビニなど多店舗展開をねらう企業には、ベトナム建築ならではの障壁が立ちあはだかる。店舗の間口が狭く、売り場面積を確保できる物件が極端に限られているのだ。

もちろん、すべてが問題というわけではないが、期待感が大きいだけに、いざ進出してみると「こんなはずでは…」となる企業も少なくないという事実は心に留めておくべきだろう。

冒頭で触れたように、他国からの支配と独立を繰り返してきたベトナム。そうした歴史から「したたかな外交術」を身に着けたといわれ、それは、昨今の経済外交や市民の経済行動にも大きく影響を与えている。次回は、ハノイを中心に経済環境を見つつ、進出のリスクと可能性を探っていきたい。

◆