

レポート

ベトナムマーケットの可能性—流通業と基礎素材産業

ベトナムにおけるビジネスは、器用で勤勉、豊富で低賃金な労働力を活用したモノづくりが主流であり、特に、①輸出加工型で労働集約的な軽工業、②外資100%、③工業団地への進出が、成功モデルと言われている。理由として、輸出加工型の企業には優遇税制が適用されること、現地企業との合弁であれば土地所有権の取得（国有である土地の借用）がスムーズに運ぶものの、合弁パートナーとの意見調整が難しいこと（多数決ではなく拒否権を持つ）、電力等のインフラ整備が遅れていること（工業団地内は完備）等が挙げられる。現地座談会（P.8参照）では、公的機関および現地でビジネスを展開する商社およびメーカーの出席を得て、上記のビジネスモデル等について議論をしていただいた。

ここでは、ベトナムの首都ハノイと、ビジネスの中心地ホーチミンにおける、現地でビジネスに取り組む駐在員へのヒアリング・視察等を踏まえ、上記とは異なる視点から2つのトピックスを取り上げる。ベトナム・ビジネスのポテンシャルを探る1つの視点としていただきたい。

1. 流通業

日常の買い物は地場の市場が中心となる。冷蔵設備など末端の流通設備が整っていないため、食料品も生のまま輸送し、その日のうちに売り切り、消費者もその日に食べるものを買う。エビや肉類（豚肉等）など加工しないため、鮮度が高く、日本よりおいしいものもある。一方で、生乳をはじめ冷蔵・冷凍食品を大量にスーパーマーケットに納入するのは難しい。スーパーマーケットが普及・拡大するには、流通設備、流通網等の整備とともに、まとめて大量に購入した商品を自動車で運び、冷蔵・冷凍庫で保管する生活スタイルへの変化も必要だろう。

市街地でも、確かにスーパーマーケットの数は少なく、さらに（路面店でなく）空中店舗の場合もあり、広く一般に普及しているわけではない。けれども、ハノイ市郊外の新興地域にある仏資本の大型スーパーマーケットでは、平日の午前中にもかかわらず、特に2階の食料品など日用品売り場に買い物客（ベトナム人）が多く見られた。広い店内には、生鮮食品、加工食品、飲料、雑貨など、種類も量も豊富で、また工房で焼かれているパンを次々に手に取る買い物客も見られ、日常買い物をする店として定着しているようであった。さらに1階には、入り口正面の家電展示スペースに、値段もかなり高いが、大型のテレビや洗濯機のほかカメラ内臓パソコン（日本製）等の先端機器も置かれていた。また、米国でデザインし、ベトナムで生産された衣料品のショップ（米系）もあった。入り口脇

には（ベトナムコーヒーの）カフェも併設されている。店舗前の広い駐車場も、週末にはいっぱいになるとのことだった。今後、消費者の生活スタイルは変わるかもしれない。

一方、現在、ハノイ市の紅河には、中心部に近く、車の通行が可能な橋はチュオンズオン橋のみのため渋滞が多い。またトレーラーの通行は、二輪車の少なくなる夜間のみ規制され、日中はトレーラーによる物流ができない。けれども、チュオンズオン橋の下流約7kmに日本のODAで建設中のタンイチ橋（全長3.1km）に通行規制を設ける予定はない模様で、完成（2006年中予定）すれば物流も変わるかもしれない。

2. 基礎素材産業

ベトナムにおけるセメント需要の拡大を見込み、公社（国営企業）との合弁会社として、日本からベトナムへ最大の投資事業を行っているギソンセメント社（Nghi Son Cement Corporation）（森紀雄社長）の松井功経理部長にベトナム市場の魅力を伺った。

（市場の魅力）

ベトナムのセメント市場に魅力を感じ、主原料の石灰石鉱床や粘土山に近く、かつ大水深港湾建設に適した臨海の土地への進出を決定した。セメントの国内需要は近年、年率10%超の増加が続いており、2005年の国内需要は約2,900万トンと、この5年間で2倍以上にまで急増した。一方で2005年の国内メーカーの総供給量は2,400万トンで、不足分はタ

イ等からの中間製品（クリンカー）輸入で補っている。また、石灰石鉱脈の偏在によりセメント工場の多くが北部に集中していることから、ホーチミン市を中心とする南部市場では供給薄となっている。このような状況下、ギソンセメント社も2000年7月の生産開始以来フル操業を続けており、工場のある北部はもとより、同社製品の約半分を遠く離れた南部市場にも供給している。ベトナムの1人当たりのセメント消費量は現在約350kgで、マレーシアの600kg、タイの430kg、韓国の1,140kg、日本の450kgなどと比べても少ない。ベトナムは山岳地帯や水際も多く、また道路、鉄道、発電用ダム、河川の治水、国際・地方空港等の社会資本整備もまだこれからであり、さらなる需要の増加が見込まれる。

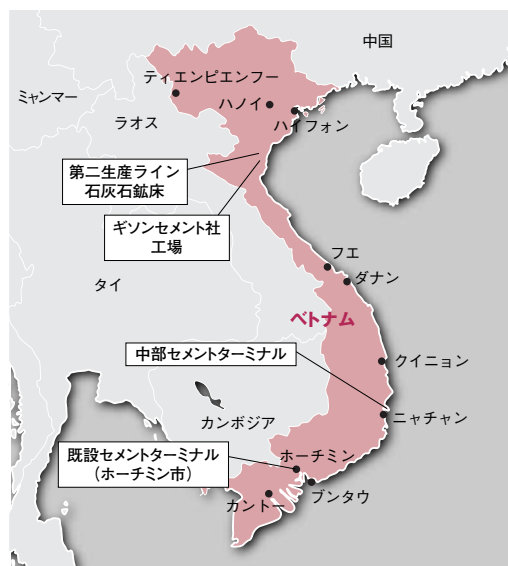
今後のさらなる需要の拡大を見込み、ギソンセメント社では生産能力を現在の2倍に拡大（年430万トン）する予定で、鉱山の拡張、中部のセメントターミナルの新設、セメントタンカーの追加導入を含め約2.4億ドルの投資を計画している。

（基礎素材産業のコスト）

電力、石炭、石油、セメントなどの重要産業はそもそも国営公社により営まれてきたが、事業の収益性や効率よりも、むしろ安く、安定的な供給が重視されている。このため、石炭、電力等のエネルギー費が国際市場価格よりも低価格というメリットはあるものの、一方でセメントの販売価格も政府の指導で抑えられている。

ギソンセメント社概要

- 1992年 FS開始
- 95年4月 投資ライセンス取得
- 96年4月 工場造成工事起工式
- 98年2月 工場建設工事開始
- ～ 高圧電線、アクセス道路、水道パイプライン、港湾整備（自前）
- 2000年4月 キルン（セメント焼成炉）への火入れ式
- 7月 商業生産開始
- 出資比率：
エヌ・エム・セメント65%（太平洋セメント（株）と三菱マテリアル（株）の共同出資会社）
ベトナムセメント公社（VNCC）35%
- 資本金1億810万ドル（約115億円）、
売上高110億円、生産能力215万トン／年



ベトナムにおいて、セメントのような装置産業では、人件費の安さから享受できるメリットは大きくはなく、むしろ、裾野工業が未熟であることから、修理部品の多くは日本や欧州から輸入しなくてはならず、関税、運送費、在庫費用等を含めコスト高となっている。

（合弁会社の設立）

ベトナムの合弁会社に関しては、全会一致条項があるため、意思決定にあたっては日越双方が合意しなければならず、合意には総じて時間がかかる。

ギソンセメント社の場合、ベトナム側合弁相手は、ベトナム国内セメント市場で5割近いシェアを占める国営セメント公社であり、いわば市場における競合相手との合弁企業である。ハイテク分野など、まだベトナムで育っていない産業分野における合弁企業とは異なり、セメントのような基礎素材産業は、すでに市場に存在し、競合する国営企業との合弁となるため、ビジネスとしての苦労は少なくはない。

このような経営の問題はあるものの、日本の製造技術による高品質の優位性と、国内需要の高い伸びに支えられて収益性の高い事業を行っている。今後とも建設需要の拡大が見込まれる中で、日系セメントメーカーとしての先進的な製造ノウハウや販売システムを活用し、効率的経営方針を社内に浸透させながら、合弁パートナーとともに成長していこうとしている。

（広報グループ 大西京子）