

公益財団法人ハイライフ研究所  
日本アジア共同研究プロジェクト  
取材レポート「アジアの都市ライフスタイル新潮流」

## 「ホーチミンの都市ライフスタイル新潮流」(連載4回)

### 第2回 ホーチミン市経済の成長と生活の変化

主執筆者 DO My Hien (ドミーヒエン)



2002年 ハノイ貿易大学貿易学部日本語学科専攻卒業  
同年 キャノンベトナム人事部入社  
2006年 信州大学大学院、経済・社会政策科学研究科経済修士卒業  
2007年～現在 名古屋大学大学院国際開発研究科博士後期  
2011年～2013年 ホーチミン貿易大学講師(経済学史)

研究分野：農村開発、開発経済、経済学史

主執筆者 NGUYEN THI BICH THUY (グエン チイ ビク トゥイ)



1999年 ホーチミン人文社会科学大学 東洋学 入学  
2001年 神戸大学 国際文化人類 入学  
2003年 ホーチミン人文社会科学大学 卒業  
2009年 ホーチミン人文社会科学大学 日本語教師  
2011年 Southern Columbia アメリカ大学修士経営 Marketing 卒業  
2011年 ハノイ貿易大学ホーチミン市分校 日本語講師  
2012年 Phillipine Bulacan 大学 博士コース 経営  
2013年 Saigon Arts 短期大学 校長助手  
研究分野 日越比較文化

事業分野 2009年 Lapis 日本語学校 起業  
2010年 Aqua Palace Wedding & Event Hall 起業

共同研究者 古川一郎 一橋大学教授  
福田 博 縄文コミュニケーション(株)

#### はじめに

第二回は、様々な問題に直面しているものの堅調に推移しているホーチミン市の2012年度の経済動向、そして活発になる消費動向について把握する。次にベトナムは、各国とのTPP等の自由貿易協定(FTA)を積極的に推し進めているが、その狙いと課題について報告する。そして経済成長と共に豊かになるホーチミン市民のブランドに対する意識変化と中間層のライフスタイル及びビジネススタイルの変化を観る。最後に経済成長と共に大きな問題となっている都市と農村の格差の現状について考察する。

## アジェンダ

1. 成長する 2012 年のホーチミン市経済
  - 1) ホーチミン市経済の概況
  - 2) 直接投資が低迷する中、日本は案件数で No.1 へ
  - 3) 市民のライフスタイルを変える外資系企業の進出
2. 貿易と投資の自由化を目指すベトナム
  - 1) 自由貿易協定 (FTA) を推進
  - 2) TPP 参加のメリットとデメリット
  - 3) 中国に有利な越中国境貿易
3. ベトナムの経済を支える越僑や海外就労者からの海外送金
  - 1) 越僑からの送金額は GDP の 10%
  - 2) 海外送金と国内送金をもたらす好影響
4. 中間層、富裕層が抱く将来の夢
  - 1) 豊かになり発言力が増大している中間層
  - 2) 中間層のビジネススタイル
  - 3) 夢は「家族と一緒に幸せに暮らすこと」
5. ベトナム人のブランド商品に対する意識の変化
  - 1) ブランドに対する意識が拡大
  - 2) ベトナム発のブランドを育成
6. 格差が拡大する都市と農村
  - 1) 経済成長と共に格差が広がるベトナム社会
  - 2) 望まれる格差解消策

## ★日本側共同研究者の視点レポート

### 1. 成長する 2012 年のホーチミン市経済

#### 1) ホーチミン市の経済概況

'12 年のホーチミン市経済は、ここ数年続いていた高インフレが抑制され、消費者物価指数 (CPI) は前年度比 4.07% と比較的沈静化し、市民の消費生活は落ち着きを取り戻している状況である。まず、ホーチミン市のマクロ経済から見てみよう。

ベトナム全体の '12 年度名目 GDP は、前年対比 11.7% アップの 1380 億ドルを達成した。そしてホーチミン市の '12 年度名目 GDP は、591 兆 8,630 億ドン (約 284 億ドル) と、'11 年の名目成長率 10.3% には及ばなかったが 9.2% の経済成長となった。この成長を産業別に見ると、ホーチミン市 GDP の 54.3% を占めるサービス部門の成長率が 10% と大きく貢献。そして建設業は 4.2% 増と低迷したが、工業は 8.9% 増と堅調に推移して工業・建設業部門全体での成長率は 8.3% 増となる。また農業の成長率は 5.1% 増となった。

工業部門の内容を見ると、前年までの長引く世界経済の不況の影響から回復傾向にある

が、輸出は減少し、また自動車、バイクなどの需要が縮小して在庫が増加した。一方、食の欧風化などの影響で乳製品（12.3%）が増大。またビール（10.2%）、電子（6.6%）、薬関係（10.2%）などは順調に推移。しかしセメント（▲3.2%）、家電（▲13.6%）、アパレル（▲3%）などはマイナス成長した。建設業の低迷は、雇用面でもマイナスの影響が出ている。

次にホーチミン市の貿易収支を見ると、輸出額は原油を含む輸出額が 299 億 6,300 万ドル（前年比 6.3%増）と堅調な伸び。輸入額は、インフレ抑制策や内需の縮小に伴い 261 億 3,580 万ドルと前年比で▲4.6%の減少となった。この結果、ホーチミン市では、前年は 6.5 億ドルの貿易赤字であったが、3 年振りに 38 億ドルの大幅な貿易黒字を回復した。

この様な経済成長の結果、'12年のホーチミン市一人当たり GDP は前年比 15%増の約 3,600 ドルとなり、ホーチミン市民の所得も向上し、消費市場は大きく拡大している。



\*ホーチミン市に広がる新しい住宅街



\*バイクのことは「ホンダ」と言う、従って、「私のホンダはヤマハです」となる

表 1：ホーチミン市の主な経済・社会指標

項目	2012 年 目標	2012 年 1-12 月 実績値
経済成長率 (%)	10%以上	9.2
農林水産業 (%)	5	5.1
工業・建設業 (%)	9.5	8.3
サービス業 (%)	10.5	10.0
輸出額伸び率 (%)	14-15	6.3
原油を除いた輸出額伸び率 (%)	10	3.0
新規外国直接投資 (百万ドル)	-	541.1
国家歳入 (十億ドン) A	233,682	218,850
ホーチミン市歳入 (十億ドン) B	-	71,589
ホーチミン市歳出 (十億ドン) C	42,809.9	54,255
消費者物価指数上昇率 (%)	-	4.07
雇用創出 (万人)	26.5	28.93
失業率 (%)	4.9	4.9
貧困世帯の比率 <sup>(1)</sup>	4.5	3.35
都市に於ける公共給水施設へのアクセスを有する世帯の比率 (%)	87	-
公共交通手段利用者 (万人)	593	-

<sup>1</sup> 貧困基準一人当たり年収は都会では 1,200 万ドン以下、郊外で 1,000 万ドン以下

出所：ホーチミン市人民委員会、ホーチミン市統計局資料

表2：実質 GDP 成長率（単位：％）

	2010		2011		2012(1-12)	
	ホーチミン市	全国	ホーチミン市	全国	ホーチミン市	全国
GDP成長率	11.8	6.78	10.3	5.89	9.2	5.03
農林水産業	5.0	2.78	6.0	4.0	5.1	2.72
工業・建設業	11.5	7.70	10.2	5.53	8.3	4.52
サービス業	12.2	7.52	10.5	6.99	10.0	6.42

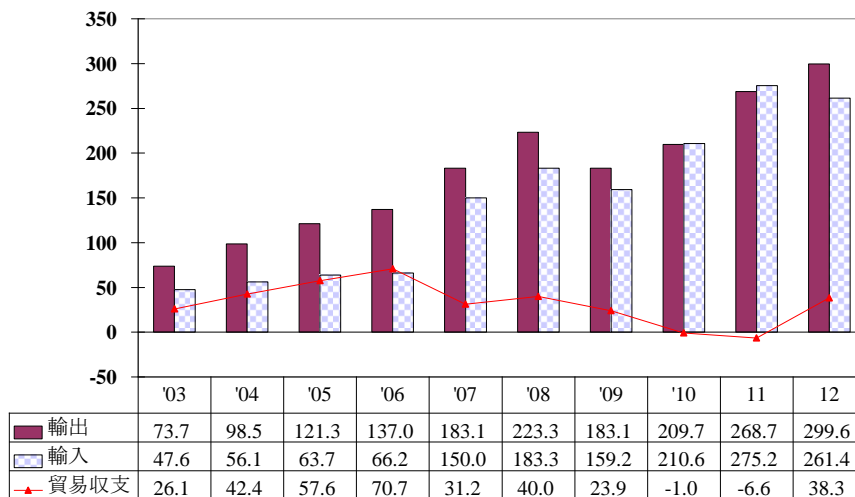
出所：越統計総局「統計年鑑」、ホーチミン市統計局「ホーチミン市統計年鑑」他

表3：名目 GDP：構成比（単位：％）

	2010		2011		2012(1-12)	
	ホーチミン市	全国	ホーチミン市	全国	ホーチミン市	全国
合計	100	100	100	100	100	100
農林水産業	1.2	20.58	1.2	22.02	1.2	21.65
工業・建設業	45.3	41.10	44.5	40.25	45.3	40.65
サービス業	53.5	38.33	54.3	37.73	53.5	37.7

出所：ホーチミン市人民委員会、ホーチミン市統計局資料

グラフ1：ホーチミン市貿易推移（単位：億ドル）



出所：G S O「統計年鑑」、ホーチミン市統計局「ホーチミン市統計年鑑」他

表4：消費者物価指数（CPI）上昇率（前年12月比）

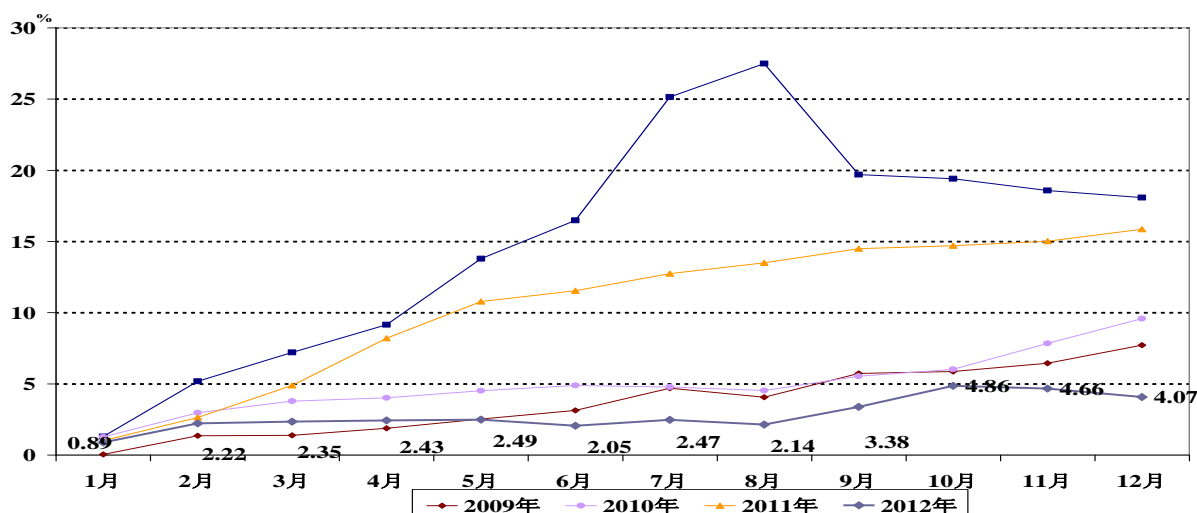
（単位：%）

2009		2010		2011		2012(1-12)	
ホーチミン市	全国	ホーチミン市	全国	ホーチミン市	全国	ホーチミン市	全国
7.71	6.52	9.58	11.75	15.86	18.13	4.07	9.21

出所：越統計総局、ホーチミン市統計局「ホーチミン市統計年鑑」他

グラフ2：ホーチミン市消費者物価指数（CPI）推移

（単位：%）



出所：ホーチミン市統計局資料

## 2) 直接投資が低迷する中、日本は案件数でNo.1へ

裾野産業が脆弱なベトナムでは、外資の進出、越僑の送金、ODA（政府開発援助）は経済発展の重要な要因である。しかし、'12年度の海外からの直接投資は、世界同時不況の影響を受けて低迷した。新規認可案件でみると401件（5億4,100万ドル）で前年比17件増加したが、投資金額は前年の約1/5と大幅に減少。1案件あたりの投資金額は、'11年度の626万ドル/案件に比べ、134万ドル/案件と縮小した。

部門別で見ると、商業部門が125件で1億3,310万ドル、不動産部門が8件で1億1,760万ドル、工業部門が40件で1億640万ドル、科学・技術部門が92件で2,550万ドル、通信関連部門が75件で1,310万ドルと商業サービスが多くなっている。

投資国別で見ると、1位は日本91件（1億800万ドル）、2位シンガポールが65件（2億8,200万ドル）、3位韓国44件（1,220万ドル）、4位香港21件（1,090万ドル）、5位フランス19件（2,400万ドル）。一時の韓国や台湾の進出ラッシュが止まり、日本の中小企業を中心とした製造・加工業や流通などのサービス業の案件数が多くなってきている。

### 3) 市民のライフスタイルを変える外資系企業の進出

外資系サービス業のホーチミン市進出は、市民のライフスタイルを大きく変えている。例えば、ファーストフードは、フォーなどの伝統的な食事を提供していた露天や街角の食堂などに替わり、高価格だが清潔でサービスが良く、新たな食のファッション性を生み出している。またCVS業態は、近隣住民に対して飲料・食品や日雑商品の買いやすさなどの利便性をもたらした。また外資系高級SCビルでは、洗練されたファッションからインテリアなどの商品を中間層や富裕層に提案している。

また外資系デベロッパーによる住宅開発は、伝統的なベトナムの生活スタイルではなく、欧米のインテリアにアジア的センスをフュージョンさせた新しい住居空間を提供。そして企業経営に於いても欧米流のマネジメントスタイルが移植され、経営やワークスタイルを大きく変えた。この様に、多様な業種の外資系企業の進出は、伝統的な価値観で生活や仕事をしていたホーチミン市民を大きく変えてきているのである。



\*市場シェアを獲得している日系麦酒企業



\*地元で人気の日系コンビニ第一号店

表5：対越外国直接投資、新規認可ベース（単位：件/百万ドル）

	2010		2011		2012(1-12)	
	ホーチミン市	全国	ホーチミン市	全国	ホーチミン市	全国
件数	375	1,240	439	1,091	401	1100
認可額	1,883	17,866	2,804	11,559	541	7,854

出所：GSO 統計年鑑、計画投資省外国投資局、ホーチミン市統計局「ホーチミン市統計年鑑」

## 2. 貿易と投資の自由化を目指すベトナム

### 1) 自由貿易協定（FTA）を推進

ベトナムは社会主義国家であるが、1995年のASEAN加盟以降、自由貿易通商政策を積極的に推進している。現在、ベトナムが発効している自由貿易協定は、ASEAN経済

共同体 (AEC)、そしてアセアンの枠組みの中で中国 (ASEAN・中国自由貿易協定 (ACFTA))<sup>1</sup>、韓国、日本、豪州・ニュージーランド、インドとFTAを締結している。日本とは2国間のFTAも締結済み。また'07年にはWTOへも加盟。さらに米国等との環太平洋経済連携協定 (TPP) に参加を表明し、また EU・ベトナム自由貿易協定 (EVFTA) の締結を目指して交渉を開始している。

しかし、FTA参加は、プラス面も多いがベトナムに様々な問題をもたらす。WTOの加盟やFTAの発効は、非関税障壁の撤廃と関税の削減・撤廃につながり、競争力がない業界や企業は打撃を受ける。また輸入増を招き経常収支も悪化する。現実にWTO加盟後、貿易収支が100億ドルの大幅な赤字を計上。この様な状況の中で、何故、ベトナムはFTAを推進するのであろうか。これは独立後、計画経済を行うが成功せず、またその間に中越戦争なども勃発して経済的に疲弊。70年代には世界最貧国へと転落。ASEAN周辺諸国と比較しても経済発展で大きく遅れを取り、社会経済政策の転換が迫られていた。そのためドイモイ (刷新) 政策により市場経済に舵を切り経済を発展させてきたが、現在でもまだ十分とは言えない状況である。そこで政府は、国内産業の国際競争力強化と輸出拡大を目指して、FTAを積極的に推進しベトナム経済の発展を加速させようとしているのである。

## 2) TPP参加のメリットとデメリット

ベトナムは、米国や日本への輸出拡大を目指し、日本に先駆けて環太平洋経済連携協定 (TPP) に参加表明している。TPPは、米国を始め12カ国の参加国により構成される自由貿易協定であり、成立すると世界GDPの約40%を占める巨大経済圏となる。米国通商代表部の Marantis 氏は、「TPP締結後には、ベトナムの輸出額は28%増大し、GDPも11%増大する」とTPP会議で述べている。特に、ベトナムがTPPで輸出拡大を狙っているのは、より一層の貿易黒字が見込める米国<sup>2</sup>である。

現在の主要対米輸出品目は、縫製品、皮革製品 (靴等)、農水産加工品、コーヒーなどで、関税は17.2~40%であるが、TPP加盟後は0%となり大幅な輸出増が期待される。また、TPPに参加表明した日本に対しても農水産物などの輸出増を期待している。そしてベトナムにとってTPPは、輸出拡大のほか、外資系企業の誘致、法整備等ビジネス環境の整備、国内企業の競争力強化、人権問題の解決、そして雇用改善などで大きな転換点になると期待されているのである。

---

<sup>1</sup> ACFTA:ASEAN 諸国連合 (10カ国) と中国との包括的経済協力枠組み協定。物品、サービス、投資協定から構成され自由貿易地域を目指す。ベトナムは2004年に締結。先行したASEAN6カ国 (Brunei, Indonesia, Malaysia, the Philippines, Singapore and Thailand) は2010年から、ベトナムは2015年から90%の品目と関税を0%に段階的に下げる。

<sup>2</sup> 米国等とのTPPに参加する理由：ベトナムの'11年度主要相手国の貿易収支は、米国124億ドルの黒字、EUは88億ドルの黒字であり、両地域とは積極的な貿易拡大を目指す。逆に、中国は135億ドルの大幅な赤字となっている。

しかし危惧される点もある。北米輸出品となる縫製品や繊維、皮革製品産業などは、原材料が海外に依存し、ベトナムの役割は加工であるため、ベトナムの付加価値は僅か数%である。またコーヒーなどは、輸血量世界シェアの20%を占めるが、金額ベースでは僅か2%と付加価値が少な過ぎる。そして米国農産物の輸入が急増する恐れもあり、その場合ベトナムの農家、農村への影響は深刻な問題となる。そしてまた多くの商品は“Made in VN”になるが、果たして輸出競争力はあるのか。逆に国際競争力のない脆弱な国内産業は先進国の輸出攻勢に対して競争できるのか。さらにサービス分野の非関税障壁撤廃により未成熟な金融、医療、知的財産、流通などの業界は壊滅的な打撃を受けるのではないかと危惧される。

しかし、経済、外交、安全保障、環境など様々な分野への影響を検討しても、現時点ではTPP参加は、ACFTAに加盟している中国に対する牽制にもなり、また国内産業の強化や貿易のバランスも取れるとの意見が大勢を占める。

### 3) 中国側に有利な越中国境貿易

中国と国境を接する7省（Dien Bien, Lai Chau, Lao Cai, Ha Giang, Cao Bang, Lang Son, Quang Ninh）が管轄する国境貿易は、ベトナム産商品の輸出や原材料の輸入等で極めて重要である。工商省の統計によると、2006-2008年の7省の貿易は毎年平均で40%増加。その結果、ベトナムと中国との国境貿易額が'08年の輸出額の3分の1にまで達した。

現在の国境貿易では、価格変動、密輸、検疫等のリスクがあり、国家がその輸出入管理を常に適切に行なうことは難しい。中国側は、農産物等の商品が不足するときは、高値買取りを告知し多くの商品を集めておいて、“安く買ったたく”という常套手段をとる。ベトナム側にとって、常に価格リスクを伴う貿易である。またベトナム産の商品を輸入制限したい場合は、様々な政策を発令しストップをかける。中国側は、常に自分達に有利な様に輸出入価格や輸出入量等の貿易政策を変更している。この様な問題は、WTOでもACFTAでも規定しておらず、やはりベトナム側の貿易関連法の未整備と交渉力が弱いのが大きな問題なのである。

ACFTAが'15年から実行されると、ベトナム市場に大量の中国商品が流入し、ベトナム各地域で中国商品が溢れかえる恐れがある。また中国産の農薬野菜や有毒粉ミルクなどに対する検査体制や輸入制限体制も整っておらず、有害商品も多く流入する危険性もある。

「ドイモイ」以降、政府官僚組織の職員数千人が、先進国に各種制度等の調査研究に行ったが、果たして現在及び今後の状況に対応できる貿易制度や有害商品に関する輸入制限等の政策立案と適切な貿易管理ができるのか。また中国等からの輸入品に対抗できる国内産業の育成や支援策を実行できるのか。これはベトナムの政府に突きつけられた大きなクエスチョン・マークである。



### 3. ベトナムの経済を支える越橋や海外就労者からの海外送金

#### 1) 越橋からの送金額はGDPの10%

ベトナムでは、越橋と呼ばれる在外ベトナム人約 400 万人が海外に居住している。南北ベトナム時代やサイゴン陥落後に、政治的理由や経済的理由などで祖国を離れたベトナム人で、その多くは米国に居住する。移住当初は苦勞したが生活が安定してくると、祖国で生活に困窮している親族達に送金や物資を送り始めた。その送金額が巨額になり始めると政府は彼らを反共分子として拒絶せず、積極的に活用する政策に転換。’87年には入国ビザを発給し送金制限も緩和した。その後、越橋向け二重価格を廃止、また国内でのビジネスも許諾、そして不動産も本人名義で取得できるなどベトナム人と同等の権利を付与し、越橋からの送金を促進したのである。

世界銀行によると、在外ベトナム人からのベトナムへの送金額は、約 100 億 US ドル（’12 年）となり、世界で 9 番目になった。他国の海外送金額を見ると、インドは 690 億ドル、中国 600 億ドル、フィリッピン 240 億ドル、メキシコ 230 億ドル、ナイジェリア、エジプトは 210 億ドル、パキスタンとバングラデシュがベトナムと同じ 100 億ドルである。海外からの送金額は、GDP の約 10%に達し、ベトナムの経済にとって重要な外貨収入である。そしてホーチミンへの越橋送金額は、全ベトナム送金額の約 42~43%を占め、その約 7 割は、サービス業や製造業に使われ、23%は不動産、そして 6%は親戚への送金ということであった。

ベトナム国家委員会の越橋事務局によると現在、海外在住ベトナム人は、越橋約 400 万人とワーカー40 万人以上（短期間（2~3 年程度）での研修・実習、労働者の資格で海外に派遣）が約 100 ヶ国以上で就労し、その 8 割は先進国である。その送金額の最近の推移を見ると、日本、韓国、マレーシア、台湾からが増加し、ヨーロッパや米国の越橋からの送金が減少傾向にある。

ベトナム労働・傷病兵・社会省（MOLISA）海外労働局(DOLAB)によると、昨年は約 8 万人の労働者を海外へ派遣し、’13 年は約 9 万人を韓国、マレーシア、ロシア、そして台湾などに派遣する計画である。

表6：主な海外における越橋の数

国名	越橋数（人）	国名	越橋数（人）
米国	2,200,000	チェコ	60,000
フランス	300,000	イギリス	40,000
オーストラリア	300,000	日本	40,000
カナダ	250,000	ラオス	30,000
台湾	200,000	ポーランド	20,000
カンボジア	156,000	ノルウエー	19,000
タイ	100,000	オランダ	19,000
マレーシア	100,000	ベルギー	14,000
韓国	100,000	スウェーデン	14,000
ロシア	60,000	デンマーク	14,000

出所：The World and Vietnam report, ベトナム外務省

## 2) 海外送金と国内送金をもたらす好影響

海外及び国内からの送金受け取り率は、増加傾向にある。特に、国内送金の増加は、農村部からハノイ市やホーチミン市などの都市部へ多くの人が仕事を求めて流入し、彼らが親元に送金しているからである。

海外移民や出稼ぎによる海外送金のベトナム経済への影響についての研究は、それ程多くはないが、ベトナム全国世帯生活水準調査<sup>3</sup>によると、ベトナム世帯の約5%は、家族や縁戚が海外に居住。これは、国内ワーカー100万人に相当し、その分国内労働者が減少していると考えられる。しかし、海外送金は、ベトナム人の所得向上、教育機会の向上、そして農村部等貧困世帯の生活水準の向上と様々な好影響をもたらしている。

その中でも米国系越僑は、ベトナムに巨額の投資を行ない、近代的マネジメント手法をベトナムに導入し国内産業の発展に大きく貢献している。さらに米国で生活や勉学、仕事をしてきた彼らは、その米国スタイルをそのまま持ち込み、ベトナム人に大きな影響を与



\*市内ではイベントが頻繁に行なわれる



\*外国人が多く訪れる街角レストラン

<sup>3</sup> ベトナム全国世帯生活水準調査は世銀支援により行なわれ、サンプル数は1508世帯

えている。ある意味では、二つの祖国を持つ在外ベトナム人達が、ホーチミン市でこれまでにない新しいグローバル・ネットワークを創りあげているのではないだろうか。

**表 7： 送金を受け取る世帯率**

Percentage of Households Receiving remittances based on origin of Remittances

	1992/93	1997/98	2002	2004
Households receive remittances from 国内外から送金を受け取っているかどうか				
No Remittances 送金を受け取っていない	79.3%	77.3%	20%	12.3%
Domestic Remittances 国内から	16.1	17.8	77.3	86.7
International Remittances 海外から	5.6	5.6	5.9	7.3

注：国内と海外送金を受け取るケースも含む、データ：VHLSS 1992/1993, 1997/1998, 2002 & 2004  
出所：Pfau & Giang, Remittances, living arrangements, and the welfare of the elderly in Vietnam, VDF

**表 8： 世帯年齢における送金の受け取り率**

世帯 年齢 (才)	1992/93		1997/98		2002		2004	
	人口 (%)	受け取る (%)	人口 (%)	受け取る (%)	人口 (%)	受け取る (%)	人口 (%)	受け取る (%)
20-29	10.7	5.1	5.4	3.4	5	4.9	3.2	3
30-39	29.6	29.2	28.3	20.4	26.2	19.5	23.1	13.5
40-49	29.6	29.2	29.4	25.1	31.5	25.8	32.4	29.7
50-59	18.3	23.6	17.8	17.3	17	17.7	20	22.5
60-69	13.1	15.4	13.4	18.4	11.5	15.4	11.5	14.7

出所： 同上

#### 4. 中間層、富裕層が抱く将来の夢

##### 1) 豊かになり発言力が増大している中間層

ベトナム南部では「ものを売らないと金持ちにならない」という諺がある。ベトナム人は、昔から独立して自分の事業を行なうことを考える。ベトナムでは、戦争の歴史が長かったため、全てのベトナム人が平和時にこそ裕福になりたいと願う。特に中間層や富裕層はその思いが一段と強い。

ベトナムの中間層は、約 1800 万人で人口の約 20%を占めていると言われており、その多様性に富んだミドルアッパー層の中には、熟練労働者や高学歴者も多く、また納税額も高く、ベトナム経済や政府の政策に大きな影響力を持つ人も少なからずいる。

中間層の収入は TNS (Taylor Nelson, Sofres) の調査 ('11 年) によると、一ヶ月の収入は約 450 万~1500 万ドン (277 ドン=1 円) で、住宅費用を含めても十分な生活費である。この様に裕福になってきている中間層は、ベトナム社会の発展にも貢献し始めている。

## 2) 中間層のビジネススタイル

ベトナムは、ここ数年、経済的にも政治的にも多くの困難に直面しているが、国内企業家や外国人ビジネスマンにとっては、ベトナムは非常に魅力的な市場である。その最大の理由は、平均年齢が28歳と若く労働資源が豊富なことであり、また消費市場として大きく期待できるからである。

その様な状況の中でミドルアッパー層の医師やエンジニア、弁護士、教師などの知識人達は、より裕福になるために積極的に働き、投資活動も行なっている。彼らは主な収入以外にも副収入を持つ。ベトナムでは、副業を持つことは一般的であり、むしろ有能である証でもある。彼らのビジネススタイルは、自らの地位と職権を利用して収入を得ることもあり、あるいは自分の専門知識を生かしてビジネスを起すことも多い。例えば、医師達が共同してクリニックを開設したり、エンジニアグループがメンテナンスに関する会社を設立したり、また教師達が外国語センターやコンサルティング会社を起業するなどである。

彼らの中には、世界的に裕福になりたいと考える人もいる。ここ数年、ベトナムの不動産や株式市場は低迷しているため、様々な方法で海外へ進出しようと考えている。現在、彼らの資金力は少ないが、ベトナム人は真面目で志も高い。彼らは、アフリカ、カンボジア、ラオス、ミャンマーなどの様々な国や地域に積極的に進出している。その結果、カンボジアやラオスでは、日用品や銀行システムの殆どがベトナム製である。またミャンマーへの投資では、好立地、好条件の不動産はベトナム人が所有するなど他国をリードする程になっている。

## 3) 夢は「家族と一緒に幸せに暮らすこと」

ベトナムの人々にとって「幸せな人生」と何か。それは、「ある程度の資産を持ち、家族と一緒に幸せに暮らすこと」である。ベトナムでは、一人で暮らすという考え方は少ない。そのため生まれ故郷から離れて生活していても、最後には故郷に戻って、家族や親戚と一緒に暮らしたいと多くの人は考える。お金に余裕があるなら一緒に生活をし、親の世話をしたいと考える人は多い。これはベトナム人の伝統的な家族観「親孝行」である。子育てのための両親の苦労は、子供たちも年齢と共に理解する。子供のために一生懸命稼ぎ、子供の出世のためにより良い教育を受けさせたいと思うのは、ベトナム人の普遍的な価値観である。ベトナムの親は、子供のためなら自分を犠牲にすることも少なくないのである。

ベトナムでは家族を最優先に考えているので、自分の事だけにお金を使うことは少ない。なぜなら、仕事をしてより稼ごうと思うのは、家族の生活を良くすることが目的だからである。従ってベトナムでは、家族の中で誰かが良い仕事や資産を持っていれば、家族や親戚の世話を、入学、就職、出世などの支援をすることは当然のことと考えている。地縁や血縁の深い結びつきにより、お互いに助け合うことで自分たちの家族や村を守ってきたのである。



\* 市民の信仰を集める仏教寺院



\* 市民の生活を支える伝統的な市場

## 5. ベトナム人のブランド商品に対する意識の変化

### 1) ブランドに対する意識が拡大

ベトナムの人々は、1986年のドイモイ以前は、世界の主要なブランドを体験することはできなかった。しかし1986年以降、対外開放政策を推進することにより、140か国以上の国や地域と貿易や交流が拡大する環境の中で、ベトナム人は世界各国のブランドと接するようになったのである。しかし、一般のベトナム人は、海外旅行等でブランドを体験する機会もなく、また所得が低いので、市場で安価な商品を購入することが多い。そのためブランドに対する意識は未だ低いのが実態である。

ベトナムでは、多くのファッションやバッグなどの偽物のブランド品やコピー商品が出回っている。偽物と認識した上で購入する人もいれば、ブランド自体を意識せずに購入している人も多い。米国や日本などの先進国では、偽ブランド品等の製造や販売は犯罪であり、消費者も恥となるため所有することはない。但し、韓国は外見が重要視されるので、意図的に偽ブランド品を持っている人が多い。

このような状況の中で、ホーチミン市やハノイ市では、経済の成長と共に多くのブランド品が市場に進出。ベトナム人もブランド品を身近に経験することで関心を持つようになってきている。正確な統計はないが、ブランド品を所有している国民は、全体の10%弱くらいに達したと思われる。富裕層の間では、彼らの経済力を誇示するために身につけている人もいるが、ブランド商品の品質や耐久性を評価して購入している人々も出始めている。ベトナム人の特徴は、ブランドに関する知識があれば、必ず本物を買うということである。この点が、ブランドに関する知識があるが、偽物を使用している韓国人とは異なる。

本物のブランド品が欲しいベトナム人は、ベトナムで販売されているブランド品を信用せず、海外で購入するケースが少なくない。これには理由がある。有名ホテルのブランドショップの商品が実は偽物であることが発覚したことなどが影響している。

ホーチミン市では、富裕層だけでなく、一般の人々もブランド品や贅沢品を購入する人々が多い。街を歩けば、iPhone やルイヴィトンのハンドバッグ、そしてバイクはホンダ、ヤマハ、自動車はベンツやBMWを見かけることは、今や珍しいことでない。この様にブランド品に対する関心は高く、どうしても欲しいブランド品は親族に借金してまでも購入する層が増大してきているのがホーチミンの現在の姿である。

## 2) ベトナム発のブランドを育成

ベトナムはWTOに加盟してから、国外企業との間で厳しい品質競争が起こり、その影響で多くの国内中小企業が倒産した。今後は、欧米を始め多くの海外ブランドが、拡大するベトナムの消費市場に進出して、激しいシェア争いを繰り広げることが予想される。例えば、韓国は韓流コンテンツで女性や若者の心を掴み韓国製スマホや家電、化粧品などの販売に結びつけるブランド戦略をベトナム市場で展開している。ベトナム企業は、このような企業と国内外で真正面から競争しなくてはならないのである。

このような状況の中で、政府は国家としてのベトナム・ブランド戦略を推進する政策を打ち出した（'03年11月）。そして工商省や関連省庁が協力して、「品質・革新・創造性・リーダーシップ」を重視し、特にベトナム商品の品質基準を向上させ、世界に通用するブランド品作りを目指す政策を積極的に推進。民間企業も品質基準を超える努力をし、また独自のブランド構築のためのロゴや商品のデザインに関する知識とノウハウを強化し始めている。元来ベトナム人は手先が器用であり、世界レベルのブランド品創出の可能性は高い。

首相は4月20日を「ベトナム・ブランドの日」として設定。この日は、ベトナムのブランドを称え、世界へ広げるための日である。国際市場の中で競争していくためには、ベトナム・ブランドの価値品質を早急に構築することは不可欠である。そしてそのためにはブランド価値を生み出すベトナムやホーチミンが、国内外の人々から憧れられる文化や共感される都市ライフスタイルを生み出す事が必要となる。



\*欧州化粧品ブランドは多くの女性客を掴む



\*カジュアルブランドは若者の支持を得る

## 6. 格差が拡大する都市と農村

### 1) 経済成長と共に格差が広がるベトナム社会

ドイモイ以前は、国家が生活必需品の配給や職業選択や地位などを管理していたため貧富の差は殆どなかった。しかしドイモイ以降は市場経済化が推進され、社会階層構造が大きく変化した。国の政策と共に経済発展する都市部に比べ、政策の恩恵を受けられない農村部は生活水準が依然と低く、都市部と農村部との経済的格差は大きく拡大している。

ベトナム統計局によると、'11年富裕層の一月あたり収入は340万ドン、平均では138.7万(約5000円:1円=277ドン)、貧困層は36.9万ドンであり、ベトナムの収入格差は9.2倍に上る。そしてこの格差は都市・農村間の格差だけでなく農村部内でも、都市部の中でも格差は広がっていく一方である。さらに北部山岳地域や中部高原地域に居住する少数民族は、生活や教育機会の点でも経済成長の恩恵を殆ど受けられておらず、多民族国家ベトナムの大きな問題となっている。

ベトナムは学歴社会であり、富裕層、中間層は、子供の教育に大変熱心である。また都市部の大卒者などは上昇志向が高く、技能や語学を私費で学び、さらに良い賃金を求めてジョブホップしながら、社会的上昇を目指している。しかし貧しい農村部では、経済的理由から進学を諦めざるをえず、学歴の低い人が多い。そして彼らは農村から都市に仕事を求めて出てくるが、殆どは工場のワーカーや屋台や建設労働者などになる。しかも、少ない収入の中から農村部の親元に送金している人が多い。このような貧困層は、彼らの子供にも十分な教育の機会を提供できず、ある意味では貧困の再生産が行なわれ始めており、社会的にも大きな問題である。

### 2) 望まれる格差解消策

国連開発計画の調査によると、ベトナム最富裕層世帯での社会保障の利用率は40%であるが、最貧困層は、約7%しか利用していないことが明らかになった。これは、格差が収入だけでなく、社会保障等にも影響を及ぼしていることが分かる。ベトナムは社会主義国家である。過度な格差は、国家の理念に反することであり、ベトナム人全体の望むところではない。ベトナム全体の均衡ある発展は、全国民が求めているところなのである。

格差や不平等を生み出している理由を探ると、グローバル化の影響、技術の変化、有力企業グループ等による利益誘導型政策、そして富の再配分が適切に行なわれていない政策である。またこの他にも最近の高インフレ('08年23.1%、'11年18.1%等)で、賃上げされても実質的な収入増が伴わず、国民の生活水準は低下している。そして農業や農村への投資が減少し、また多くの農地が工業団地や住宅開発用地として転用され、農業生産高が減少している。さらに投資を集中している工業部門が不況の影響を受け損失が継続しているなども大きな理由である。格差解消のためには、これらの諸問題を解決するための政策とその実現が喫緊の課題なのである。

ベトナムの経済を支える両輪であるハノイ市とホーチミン市は、一時期はホーチミン市が先行して発展していたが、企業の誘致政策等により、現在、この両都市は、比較的バランス良く経済発展している。同様に、様々な格差解消誘導策により、都市と農村との格差、そして都市化による貧困問題の解消が望まれる。

表 9 : ベトナムの貧困水準と世界銀行の水準 2004 年—2008 年 (単位 : 千ドン)

年度	ベトナム		世界銀行
	都市	農村	全地域
2004	218	168	173
2006	260	200	213
2008	370	290	280
2011-2015*	500	400	—

出所 : G S O ベトナム統計局、2010

\*Decision 09/2011/QĐ-Ttg/30/01/2011

表 10 : ベトナムの都市農村の世帯貧困率

地域別	2004	2005	2006	2007	2008
全国	18.1	15.5	14.8	13.4	12.3
都市	8.6	7.7	7.4	6.7	6
農村	21.2	18	17.7	16.1	14.8

出所 : ベトナム統計局、2012 年



\*露天で食べ物を売る女性



\*富裕層に人気のブランドショップ



## 日本側共同研究者の視点レポート

\*\*\*\*\*

### ローカライゼーションの課題と対策

アセアン諸国の中でも経済成長の速いインドネシア、ベトナムなどが新たな市場として脚光を浴びている。しかし少なくとも数年前までは、それらの新興市場は BOP 市場、すなわち年間所得が 3000 ドル以下の貧しい消費者が中心の市場として認識されていた。BOP 市場では、日本企業が得意としてきた先進国市場向けの商品開発・販売方法などのマーケティング活動を根本的に修正しなくてはならない、と考えられてきた。

たしかに、ベトナムでも 10 年前の 2003 年には一人あたり GDP はおよそ 500 ドルであり、このような見方がピッタリ当てはまる状況にあった。このような市場においては、たとえば、味の素を少量の小袋に袋詰めして低価格化を図り、肉・野菜・乾物などが所狭しと並んだにぎやかなマーケットなどに人海戦術で商品を送り込み直接販売しなければならない、といった事例がよく引き合いに出される。

しかし、5 年前の 2008 年になると、一人あたり GDP はおよそ 1000 ドルになり、さらに前回のレポートにもあるように、ホーチミン市においては、2012 年度には一人あたり GDP は 3600 ドルに、年間平均所得も 2500 ドルに達したといわれている。このことは、あっという間に BOP 市場から脱し、「普通」のマーケティング活動が通用する巨大な消費市場が生まれてきていることを意味している。

すなわち、日本企業がこれまで培ってきたマーケティング能力により、現地の消費者の期待により高いレベルで応えられる環境が整いつつあるのである。もとより、日本流をそのまま押し付けるのはナンセンスであるが、食品であっても栄養を満たすといった社会的な課題解決の商品開発から味や質の良さを考えた商品開発へと、力点が移ってきているのだと頭を切り替える必要がある。

ただし、このことは商品開発を含め「ローカライズ」という新たな課題を提起している。マーケティングの 4P を駆使して、現地のニーズに応じていかななくてはならないのである。この点で、ベトナムでも大成功をおさめているある食品メーカーの事例は興味深い。従来の商品がベトナム人の好む味付けになっていなかったということが、最近になってやっとわかったというのである。ベトナム人は、自由に発言するようであっても、なかなか自分の意見をいうことはないそうである。このため、ベトナム法人の日本人責任者はベトナム人のコミュニティに入るべく、社員たちが大好きなカラオケ、飲み会、結婚式など可能な限り積極的に出席し続けていたところ、やっと社員が意見を言い始めるようになったということである。「あの商品は、ベトナム人の嗜好に全然合っていませんね」、という言葉が社員から出てくるようになった。「それならば」ということで、ベトナム社員に積極的に商品開発に携わってもらった結果、やっとベトナム人に「おいしい」といわれる味になったということである。

決して難しいことではないが、商品のローカライズ化には現地社員の貢献が必要不可欠

である。しかし 1 回目のレポートにもあったように、ベトナム人は真面目だが組織に対する帰属意識は低いという特徴がある。現地化を進めるためには、日本人リーダーには現地社員のコミュニティに積極的に入り込み、会社の目指すべき方向性・理念、社会的意義といったことを継続的に語りかけ、現地社員の会社への帰属意識を高めるといったことも、求められてきている。

\*\*\*\*\*

#### 参考文献

- Jamie Gillen、 A battle worth winning: the service of culture to the Communist party of Vietnam in the contemporary era, *Political Geography* 30 (2011)
- Le Ngoc Hung、 現在ハノイにおける貧富格差と社会階級、レポート
- Ben Bland 、 発展の障害になる都市・農村の格差、 HN
- Manolo Abella and Geoffrey Ducanes, The economic prospect of Vietnam and what it means for migration police, ILO
- Van Phuong Hoang, Elisabetta Magnani, Remittances and Household Business Start-Ups in Vietnam: Evidence from Vietnam Household Living Standard Surveys, UNSW
- Wade Donald Pfau & Giang Thanh Long, Remittances, living arrangements, and the welfare of the elderly in Vietnam, VDF working paper, 2009
- 馬田啓一、 T P P と国家資本主義：米中の攻防、<http://www.iti.co.jp>
- ホーチミン市統計局資料、ホーチミン市統計局
- ジェトロセンサー2012年11月号