

ベトナム最新情報

2018年7月20日（金）

— 通巻4354号 —

目次

○ 政治・経済

- = 今年のGDP成長率は6.6%、IMFが予測
- = 販売チャンネル、伝統的小売店が強いベトナムに変化の波
- = ボトル入り茶飲料、ベトナム市場の争奪戦

○ 社会・文化・トレンド

- = ペイントアートや壁の落書きに苛立つ住民

○ 統計情報

- = ベトナムでのバイク販売1日あたり約9,000台

○ 一口ニュース（1件）

- 為替・証券市場動向
- 入札情報

○ 事件・出来事

- = ニセ韓国ブランド『Mumuso』、商工省が違反を公表

○ コラム

- = 大学付属病院で患者を待ち構える仲介屋

******* 政治・経済 *********今年の GDP 成長率は 6.6%、IMF が予測**

国際通貨基金(IMF)の『世界経済見通し』によると、ASEAN5 カ国(インドネシア、マレーシア、フィリピン、タイ、ベトナム)の成長率は、国内需要が依然として強く、輸出が引き続き回復していることから、約 5.3%で安定するだろうと公表された。

ベトナムについては、経済成長の力強い勢いが、改革プロセス、高い生産量の可能性、世界的な回復、マクロ経済と財政の安定に関する政府の誓約により、2018 年も引き続き維持されるだろう。

またインフレ率が目標の 4%を下回っている中、2018 年中に経済成長率が 6.6%に達すると予測している。もし現在の速度で改革が維持できれば、ベトナムの年間成長率は、2018 年以降も 6.5%前後で推移する可能性が非常に高い。

更に投資を誘致し、労働生産性を向上させ、様々な障害を取り除くために、ベトナムの改革を拡大し加速する必要がある。

優先される分野には、▽高品質のインフラへの投資、▽投資を支援するための管理効率・透明性・データ品質に関する、法的障害の更なる削減と国際基準適用への移行、▽高等教育の改革、▽国営企業の更なる改革、などが含まれる。

(Thoi Bao Kinh Te Viet Nam 7 月 19 日,P.8)

販売チャンネル、伝統的小売店が強いベトナムに変化の波

市場調査会社 Nielsen が最近発表した調査結果によると、現在ベトナムには 140 万軒以上の小売店がある。

ベトナムは、従来の伝統的小売店 (Traditional Trade) は件数においても、日用消費財の売上高においても、近代的小売店 (Modern Trade) を上回っている。

都市部では、従来型の小売店は日用消費財の総売上高の 83%、10 億ドル相当を占めている。これは、ベトナムのような競争が激しい市場の中で、現在も伝統的な販売チャンネルが重要な役割を担っていることを示している。

しかし、2018 年第 1 四半期の調査結果によると、従来型の販売チャンネルは、近代型の販売チャンネルとの競争で苦戦を強いられていることも示している。ベトナムの従来型小売店の信頼指数は 68 ポイントで、前年同期比より 1 ポイント低下した。

従来型小売店に、「顧客がコンビニ、ミニスーパー、スーパーマーケットに移行していると感じるか」という質問に、事業主の 70%は「そう思う」と回答している。

これは、従来型小売店の店主が顧客の購買行動の変化を、はっきりと認識していることを示している。

(Phap Luat 7 月 18 日,P.11)

ボトル入り茶飲料、ベトナム市場の争奪戦

170億ドル規模のボトル入り茶飲料市場の80%以上は「0°緑茶」ブランドを持つTHP社（THP）、「C2」ブランドを持つフィリピンの食品・飲料大手ユニバーサル・ロビナ（URC）、「ウーロン茶」ブランドを持つサントリー・ペプシコの大手3社でシェアを分け合っている。2桁の成長率、高収益、大きな消費者需要から、各社は熾烈なシェア争いを展開している。

ベトナムにおける清涼飲料消費量の増加は、とどまるところを知らないようだ。有糖飲料の一人当たりの消費量は2000年の6リットルから2016年には44リットルと、大幅に増加した。ドイツの調査会社Statistaの報告によると、2018年のベトナム飲料市場規模は30億ドルに迫り、2018年～2021年の平均成長率は15.1%と予測している。

清涼飲料のうち、そのまま飲める缶やペットボトル入り飲料（RTD）の消費量が最も多い。

英国に本社を構える国際的市場調査会社ユーローモニターによると、去年、ベトナム人はこの飲料を20億リットル消費した。Statistaによると、2015年の市場規模は16億9,000万ドルに達し、2020年には2倍の33億7,000万ドルに拡大する見込と発表した。

THPは1994年の創業当初から、ボトル入り茶系飲料を主力商品とし、「0°グリーンティー」と「Dr. Thanh 草木茶」のブランドで最盛期は市場シェア55%を誇るほど市場をリードしていた。

しかし、長期にわたり市場で独走を維持することは容易ではない。大手3社は、ソーシャルメディアリスクの脅威が発生するたびに、20億ドル近くの規模があるこの市場の王座を奪い合っている。

2014年～2015年に世間を騒がせた「ハエ混入事件」で、THPに対して消費者の不買が起これ、同社のシェアは2012年の55%から、2015年には40%以下まで低落し、2016年初頭、第2位に追い上げていた競争相手のシェアと同じ36%前後まで減少した。

しかし、THPの競争相手も同様の不祥事を犯してしまった。

フィリピン最大手の食品・飲料メーカーURCは2003年、ベトナムに進出した。親会社の支援を受けて、あっという間に「C2」ブランドは知名度を全国に広げた。

「C2」は、ベトナムで「コカコーラ」や「ペプシコラ」並みに、知名度を上げた時期もあった。THPの「ハエ混入事件」が発生した年、URCに王座を奪うチャンスが到来した。URCは2014年～2016年にかけて市場シェアを、THPと拮抗するまでに伸ばしてきた。

しかし、勝利を得る寸前にURCにソーシャルメディアリスクが発生した。

2016年の半ば、「C2」のボトル入り茶飲料に鉛混入事件が発生し、ベトナム全国に広がった不買運動により、URCは僅か1年間で市場シェアを半分にまで落としてしまった。そして、URCはグループ全体の2016年成長計画を9%から5%に修正せざるを得なかった。

URCは2017年末から2018年初頭にかけて「C2」と「RONG DO」のシェア回復を目指し、テコ入れを図ったが、結果を出すことが出来ず、すべては失敗に終わっている。同

社のシェアは3年前の35%~40%から急落し、現在は15%前後で推移している。

サントリーホールディングスは、ペプシコ社と2013年に合弁会社を設立し、ベトナム市場に本格参入し、あっという間にTHPとURCの強力な競争相手となった。ペプシコ社の株式51%を取得することで、ベトナムにおけるペプシコの知名度と完成された販売網を迅速に活用したのだ。

健康志向の高まりにより著しく成長するベトナムの茶飲料市場に向け、日本で人気がある同社の無糖の黒烏龍茶を有糖にローカライズし、『TEA+』（ティープラス ウーロン茶）のブランドで発売した。TEA+の単価は、他社の商品より20%ほど高く設定されているが、「日本品質」ということで大人気となった。

サントリーが市場に参入するまで、THPとURCはウーロン茶飲料の製造・販売を行なっていなかった。競争相手が直面したソーシャルメディアリスクは、新規参入のサントリーが茶飲料市場でシェアを獲得する絶好のチャンスを与えた。

ソーシャルメディアリスクの脅威がTHPで収まりかけ、URCで発生したばかりの2016年半ばの頃、サントリーウーロン茶の茶飲料シェアは20%近くにまで成長した。

2018年第1四半期末、サントリーは念願のシェア第2位を獲得し、URCは3位に脱落した。

サントリーの急成長の陰には、市場のビッグプレイヤーでも、ちょっとした落とし穴にはまると、即座に同業他社に切り替えられてしまうという、URCのような消費者離れのリスクを示している。

THPは現在、50%以上のシェアを獲得し市場に王座として君臨するが、THPをはじめとする大手各社は、ソーシャルメディアリスクの脅威を忘れてはいけないだろう。

(VNExpress Online 6月27日)

***** 社会・文化・トレンド *****

ペイントアートや壁の落書きに苛立つ住民

ホーチミン中心部の多くの壁が、落書きやペイントで埋め尽くされ、薄黒く濡れ光っている。

この何年もの間、住宅区や商業センターの壁や柵、収納倉庫などへの不法な落書きは、市民にとって重要な課題となっている。

今日上塗りして消しても、明日はもう別の落書きがしてあり、全くのイタチごっこだ。住民と当局はすでに多くの時間と費用を使っている。

■法律を無視して、ゲリラ的に描く

壁に描かれる絵は、印象的なイメージや書体を壁にスプレーで吹き付けるペイントアートの手法で、若者が好むストリートアートだ。しかし、それが適切ではない場所や持ち主に許可なく描かれれば、もはやアートではなく、他人の財産の破壊行為でしかない。

ホーチミンの多くの路上で目にするように、これらの落書きは至る所に溢れている。カラー塗りがあるかと思えば、汚い黒一色塗りもある。

1区に住む Nguyen Minh Nhat さんは、「誰であれ自分の家は清潔にしようと努めるものですが、意識のない人が勝手に他人の家の壁に塗料で落書きします。汚くて見られたものではなく、カネと時間を掛けて元通り綺麗にしても、また落書きされます」と、憤慨する。

一般住宅の壁、変電所、バス停、公共看板だけではなく、会社や観光スポットなどのすべてが、ペインターの落書きの対象になっているようで、彼らはゲリラ的に短時間で描く。

ホーチミン美術大学の学生、Xuan Mai さんは、「アートは生活を美しくするものであり、けっしてこのように雑然としたものではありません。これではコミュニティからの支持が得られず、反感を持たれるだけです」と、困った顔で話す。

事前に許可を得た場所に、芸術性に富んだアートが描かれるのであれば、支援する人も居るだろうが、そうでなければ、好き勝手に落書きをする今の状況を阻止するための重い制裁が必要だ。

■現行犯での逮捕が難しい

1区の Nguyen Cu Trinh 地区は最も落書きが多い地区の1つだ。

Nguyen Cu Trinh 人民委員会の Nguyen Hoang Dung 副委員長は、「落書きする連中は普通、真夜中に活動します。そのため、彼らを現行犯で捕まえるのは難しい。私たちは今、各世帯や企業が門前にカメラを設置し、落書きを防止するため住民からの情報収集を進めています」と話す。

副委員長によれば、もし壁や柵に落書きする者を現場で拘束した場合、廃棄物や汚物或いは他人の家、役所、会社、工場、事業所などへの汚染物質投棄に関する政令

167/2013/ND-CP 号第7条2項aの規定により行政処分されるという。加えて違反者は、落書きした対象物を原状回復する義務を負う。

Nguyen Cu Trinh 地区では、この事態の改善に向け、何度も部隊を投入している。同時に、Tran Dinh Xu Hem115 及び Hem120、Nguyen Trai Hem353、Cong Quynh HemA1 のような一部の Hem で緑化の運動を進めると共に、道路の美化に取り組んでいる。

地域の安全維持と美化を促進するため、住民への地道な広報活動が必要だ。また、若者が法律規定を無視し、個人的な満足のために他人の所有物を毀損し、地域に迷惑を掛けることを防止するため、社会生活におけるモラルの啓蒙も必要とされている。

(Phap Luat 7月11日, P.10)

******* 統計情報 *******

ベトナムでのバイク販売 1日あたり約 9,000 台

ベトナムバイクメーカー協会(VAMM)が発表した 2018 年第 2 四半期の業績によると、総販売台数は 78 万 3,940 台に達し、前年同期比 6.1%増となった。

メーカー各社の各種バイクの販売台数は、毎月平均で 26 万 1,000 台で、全国で 1 日あたり約 8,710 台を販売していることになる。

VAMM の各加盟企業(ホンダ、Piaggio、スズキ、SYM、ヤマハ)は現在、9~15 種類のモデルを販売している。ギア付やスクーター、手元クラッチ付きやスポーツタイプなど多様なモデルで、価格はバージョンにより 2,000 万ドン(約 909 ドル)程度から 2 億 4,800 万ドン(約 1 万 1,273 ドル)まで様々だ。

現在スクーターが市場の 45%を占めており、今後一人当たりの平均収入が増えるにつれ、更に成長すると見込まれている。

(Phap Luat 7 月 19 日,P.11)

******* 一口ニュース *******

税関総局は各省市税関局に対して、外国からくず鉄を輸入する際、明確に手続きを行うよう求めた。これにより、輸入されたくず鉄は首相が認証したリストに属しており、環境に関する国家基準を満していることを確認しなければならない。申請書に「くず鉄」のみの明記は認められず、具体的な状態や素材を明記することを義務化する。

(Thanh Nien 7 月 19 日,P.14)

為替・証券市場動向	
為替相場	キャッシュ 23,090 ドン/USD <国家銀行中心レート 22,660 ドン/USD> (7 月 20 日 13 時 30 分・Vietcombank)
株価指数	VN-Index 933.20 (▼-10.77/-1.14%) VN 30 929.22 (▼-11.87/-1.26%) (7 月 20 日前場終値・ホーチミン市証券取引所)

******* 入札情報 *******

【施工】 Bac Lieu 省 Bac Lieu 市全般護岸改修

(Bac Lieu 省人民委員会承認 2018 年 7 月 4 日付文書 1225/QD-UBND 号)

パッケージ名	パッケージ価格	資金源	請負業者 選択方法	請負業者 選択期間	契約 形式	契約実施 期間
施工	333 億 5,372 万ドン	国家 予算 など	国内公募 入札	2018 年 第 3 四半期	固定 単価式	180 日

投資主：Bac Lieu 省農業農村開発施設建設投資プロジェクト管理委員会
(電子入札システム 7 月 8 日)

【施工】 Bac Lieu 省南シナ海護岸改修

(Bac Lieu 省人民委員会承認 2018 年 7 月 4 日付文書 1224/QD-UBND 号)

パッケージ名	パッケージ価格	資金源	請負業者 選択方法	請負業者 選択期間	契約 形式	契約実施 期間
施工	561 億 4,767 万ドン	国家 予算 など	国内公募 入札	2018 年 第 3 四半期	固定 単価式	240 日

投資主：Bac Lieu 省農業農村開発施設建設投資プロジェクト管理委員会
(電子入札システム 7 月 8 日)

******* 事件・出来事 *******

ニセ韓国ブランド『Mumuso』、商工省が違反を公表

商工業省は 7 月 13 日、Mumuso Vietnam 輸出入社が、業務上多くの違反を犯していることを公表した。

具体的には、商品情報に関して違法性があり、消費者に誤解を招くような不正確な情報を明記し、虚偽の広告を出していた。

また調査結果では、Mumuso はいくつかの外国語のラベルの商品にベトナム語の補助ラベルを付ける際に、その内容が公表書類と輸入書類で異なっていた。その他、Mumuso ブランドのフランチャイズ運営の登録手続きをしておらず、管轄の国家機関にプロモーション実施の報告を行っていなかった。

商工業省によると、Mumuso ベトナムは現在 2,273 商品を扱っており、その内 99.3%は中国から輸入されている。Mumuso の商標は韓国で登録されており、ベトナムで同社が使用するこの商標は、Mumuso 上海社の認可を受けている。しかし韓国では Mumuso のチェーン店は存在しない。

(Thanh Nien 7月14日,P.6)

<事件のあらすじ>

韓国ブランド『Mumuso』、売っているものは中国製

Mumusoは、韓国ブランドとして、美容・ファッション・アクセサリ・家庭用品を専門とする小売りチェーンであり、中国全土と世界20カ国(タイ、アラブ首長国連邦、フィリピンなど)に300店舗を持つ。ベトナムには27店舗と20万人超の顧客がおり、今年中に80店舗に拡大する予定としている。しかし、おかしなことにMumusoという名の店舗は韓国には存在しない。

■韓国に店舗がない、韓国ブランドMumuso

韓国投資貿易促進機関は、偽造の疑いのある多くの商品に関し、ベトナム消費者に警告を鳴らしている。具体的には2018年3月、韓国のSBSとMBC放送は、Mumusoの本社が中国にあり、商品も中国で生産されているため、Mumusoは韓国ブランドの偽装ではないかと指摘し、疑問を投げかけた。

■Mumuso側の説明

Mumusoが韓国には1店舗もないのに、このブランドが韓国で登録されていることで、先週末、韓国ブランドの偽装が疑われた。ベトナム消費者を混乱に陥れたこの疑惑の後、Mumuso Vietnamの担当者は5月11日の記者会見で、このブランドは韓国のものだが、自国では競争が激しく販売できないと釈明した。MumusoのNham Phi Khanh社長も、韓国市場は競争が激しいため、まずはブランドを確立し、最初は新興国での発展に集中して、足場ができてから、自国での経営を強化する予定だと説明した。

会見での情報によると、Mumusoは韓国に会社を設立し、その後Mumuso上海店に技術を移転し、商品の生産を行う。Mumuso VietnamはMumuso上海からフランチャイズ権を得て、これらの商品を国内市場で販売する店舗を展開していく。Khanh氏は商品には中国産と明記すると話す。

しかしMumusono商品の品質に関して、韓国の基準を満たしているのか、商品の原材料は中国なのかどうか尋ねると、会社側は商品の品質は市場ごとの基準によるなどと曖昧な答えが返ってきた。「韓国技術とは何か?」、原材料生産・工場・商品研究室はどんな様子かについて質問すると、会社側は答えに詰まり、それはグループ会社の情報のため後ほど回答すると明言を避けた。

(Sai Gon Giai Phong 5月12日,P.7/Thanh Nien 5月12日,P.7)

***** コラム *****

大学付属病院で患者を待ち構える仲介屋

仲介屋は、10万ドン(4.5ドル)を支払えば、あらゆる診療が「待たずにできると」近寄り、病院を訪れる田舎の人を誘惑する。各省から付属病院にやって来る多くの患者を言葉巧みに取り込み、大学付属病院の系列病院と偽って、個人営業のクリニックへ連れて行き、不当な診療費をふんだくる。

■病院の四方に張り付く仲介師

私たちのバイクが、5区の Hong Bang 通りにあるホーチミン医科薬科大学付属病院の正門に着いたところに、すかさず仲介屋のグループが寄ってきた。それぞれの手には、来院者を取り込むために作った大学付属病院の名前が入る黄色のカードを持っている。

グループの一人が大学付属病院の“外来クリニック”に行けば、10万ドン(4.5ドル)で待たずに診察できると誘った。私たちは承諾し、Mac Thien Tich 3番地のクリニックに向かった。

そこには一つの机が置いてあり、ドアの前に座る2人のスタッフが私たちを受け付けた。2人は診察用紙を用意してクリニックの中に案内し個人情報を記入した後、診療室へ入りそこにいる医師がいくつか質問をした。

およそ2分後、私たちは臨床検査を受けるため、別の病院へ案内するというスタッフに引き渡された。Nguyen Lam Sの名札を付けた男をクリニックは引率者だと紹介した。しかし実際は、単にバイクタクシーの運転手で、客を運ぶよう雇われただけだという。

ホーチミン医科薬科大学付属病院へ向かって走り、Nguyen Chi Thanh 通りを曲がり、Nhan Hau 総合病院に立ち寄った後も、バイクの Lam S はクリニックの医師は医科薬科大学付属病院の医師だと言っていた。診察したクリニックの当の本人は「Cho Ray 病院の医師」だと言っていたのだが...

クリニックに戻り、結果を待つ間、私たちは仲介屋が次々とクリニックに連れてくる患者たちを観察した。1時間の間に連れてこられた50組以上の患者の多くが、病院の駐車場に着くなり待ち構えていた仲介屋にここへ勧誘されたと話していた。このクリニックは、ホーチミン医科薬科大学付属病院の直営で診察も速いと聞き、田舎からやって来た人だけでなくホーチミン市内の人も、時間を節約するため来たようだ。

■診察料は3.5倍、薬代は5倍の値段

私たちが Mac Thien Tich 3番地の耳鼻咽喉科のクリニックに払った費用は、内視鏡検査料25万ドン(11.4ドル)、コンサルタント料8万ドン(3.6ドル)、サービス料20万ドン(9ドル)の計53万ドン(24ドル)。ホーチミン医科薬科大学付属病院の会計課の価格に基づけば、

私たちの診察費用は約 15 万ドン(6.8 ドル)で済むはずだ。

1 週間分の治療薬は 33 万ドン(15 ドル)。一番高い薬は抗生物質で一錠 2 万ドン(90 セント)。価格を比較しようと私たちがクリニックで買った薬を附属病院の薬局に聞いたところ、ベトナムで製造されている薬で、それほど高くないという。ベトナムの薬物管理局のウェブサイトによれば、私たちが一錠 2 万ドンで買った抗生物質は 4,300 ドン(20 セント)。つまり、病院の薬局の値段より 5 倍高くクリニックで買ったことになる。

目に余る仲介屋の存在について聞いたところ、副院長の Pham Van Tan 博士は、「これは現在病院で発生している新しい問題で、経営陣は状況を把握している」と語った。以前は、仲介屋が朝早く来て並んで番号札をもらい、早く見て欲しい人に転売していたが、この問題はすでに病院が解決済みだと言う。

現在病院の周辺で、Mac Thien Tich 3 番地のクリニックに誘い高額な診療費と薬代を請求する仲介屋がいるが、Tan 副院長は「そのクリニックは大学附属病院とは何の関係もない」と明言した。

「発覚した多くのケースがすでに病院に報告されています。現在当院は、5 区の公安と人民委員会に連絡しこの問題の解決をお願いします」と、副院長は加えた。

公安が事件に介入するまでの間、病院は案内用のスピーカーを増やし、時期を見てこのクリニックへの勧誘に注意を促すチラシを来院者に渡す予定だという。

「現在経営陣は、当院の負担を軽減するため、Thuan Kieu 9 番地と Su Van Hanh 525 番地にある 2 つの病院に診療を依頼し、協力関係を拡大しています。患者の必要に応じて、両病院間の送迎はバイクではなく、患者に奉仕するためのシャトルバスを提供する予定です」と Tan 副院長は語った。

(Tuoi Tre 5 月 17 日, P.18)