

ベトナム最新情報

2019年5月17日（金）

— 通巻4594号 —

目次

○ 政治・経済

- = トランプ大統領の戦略に動きを合わせる各企業
- = ハノイで貿易・投資促進フォーラムを開催
- = 家庭のソーラー電力買取、ホーチミン市で始まる

○ 日本・日系企業関連情報

- = 日本のファッション業界、続々とベトナムに進出

○ 社会・文化・トレンド

- = 激しい値引き競争、それでも高い自動車価格

○ 統計情報

- = 15歳以上のベトナム人、銀行口座を持つ人は30%

○ 一口ニュース（2件）

- 為替・証券市場動向
- 入札情報

○ 事件・出来事

- = 不景気で就職難の韓国人、ベトナムに職を求めて押し寄せる

○ コラム

- = 「出会い&デート」をアレンジするサービス

******* 政治・経済 *********トランプ大統領の戦略に動きを合わせる各企業**

中国が米国からの輸入品 600 億ドル分に対する輸入税を 25%に引き上げた翌日、ワシントンでは、残る 3,000 億ドル分の中国輸入品に対する輸入税も引き上げると発表し、米中貿易摩擦が起きてから最も厳しい状況となり、合計すると中国製品 5,580 億ドル相当が増税対象となる。

米国通商代表部 (USTR) は 5 月 13 日、25%の関税を適用する可能性がある 3,000 億ドル相当の 3,805 種類の中国製品リストを公表した。

USTR はこの決定を下すため 6 月 17 日に公聴会を開くと発表している。これは、このまま緊張状態が続いた場合、6 月 24 日に新たな輸入税引き上げを実施することを意味している。

■トランプ大統領の長期戦略

トランプ大統領は過去数週間、中国製品に対する関税の引き上げがアメリカの経済成長に寄与していること、中国自身がこの税金を支払う国であり、アメリカ人が支払うのではないことを繰り返し強調してきた。

しかし、アメリカの消費者や企業が、ベトナムなどの中国に代わる代替国を選べば、中国はより大きな打撃を受ける、という新たな論点が追加された。

トランプ大統領は、13 日の朝に投稿したツイッターで、アメリカ人が中国製品を購入しなければ、税金は完全に回避できると述べている。また、各企業も同様に中国からの撤退を進め、ベトナムや他のアジアの国に投資をするだろうと強調した。

これは、アメリカの長期戦略で、情報サイト Vox によると、米政府は最近になって、それをより鮮明に示し始めている。

5 月 12 日の Sunday Fox News (アメリカ、Fox 放送局) で放送されたインタビューで、経済顧問のラリー・クドロー氏は、こうしたアメリカの立場を再確認し、「中国の GDP は低下し、輸出市場で相当なダメージを受けるでしょう」と述べている。

今回課税される 3,000 億ドル相当の中国製品のリストは、製品の数と適用範囲が大幅に拡大していることが分かる。

これらは、もはや農産品や絹、食品ではなく、より生産チェーンに影響を与える製品に変わり始めている。USTR の具体的なリストを見ると、中国のノートパソコン (ラップトップ) ・携帯電話 ・ パーツ ・ 電子部品の各生産メーカーは、まもなく大きな問題を抱えることが予想される。

このリストには、衣料品や繊維、履物なども含まれている。海産物は以前、25%を課税された 2,000 億ドル相当商品リストに含まれていた。これら全ての製品はベトナムの強み

で、例えば、ベトナムにはナイキ、アディダスなどの靴メーカーや、ティラピアの養殖などがある。

また、トランプ氏の言うことが正しければ、各アメリカ企業はベトナムからの輸入を増す、ないしは、中国から撤退し生産拠点をベトナムに移すだろう。この変化はこれまでも数多く指摘されている。

しかし、ベトナムを始めとする各国は、この機会を最大限に活用するために、米国が課税する商品リストの詳細を、深く分析することが必要だ。

■中国から撤退しベトナムへ

在中国のアメリカ商工会議所（AmChams）の最近の調査や、その他の数多くの情報によると、中国では最低でも 30%のアメリカ企業と、半数近くのその他海外企業が、ベトナムを含む東南アジアへの移転を考えているという。

中国に投資する一部アメリカ企業は、すでに生産拠点をベトナムに移す動きが見られる。Procon Pacific、Brooks 社などの他、生産の大部分を中国で行っていた大手 Apple も、ベトナムを含む ASEAN への移転を計画 중이다。

注目すべきは、生産をベトナムにシフトする中国企業があることだ。例えば、机やいすなどの家具を生産している中国の Sintai Furniture 社は、生産の 20%をベトナムに移している。この流れを受け、Samsung も昨年、中国での携帯電話工場の操業を停止すると発表した。

個人資産 890 億ドルを所有し、世界 3 番目の資産家であるウォーレン・バフェット氏が投資するランニングシューズ会社 Brooks Running も、中国からベトナムに工場を移すことを発表した。

■関税の問題回避、足の速い企業

Brooks Running 社の Jim Weber 社長は、関税の問題を回避するために移転を決めたと説明する。具体的には、トランプ氏は税率を 25%に引き上げ、以前の 20%の税率もあり、同社の製品は影響を受けて価格面で競争力を失った。

Jim Weber 社長は、「販売価格を引き上げることはできず、もし値上げをすれば顧客を失うことになります。米中交渉の最終的な解決を待つこともできません。最善の方法は中国からの撤退です。今年末までに私たちの生産活動の多くはベトナムで行うことになるでしょう」と話す。

同社の社長の言葉で特に興味深かったのは、ベトナムに新たに 8,000 人の雇用が創出されるということだ。

(Tuoi Tre 5 月 15 日,P.20/PhapLuat 5 月 15 日,P.11)

ハノイで貿易・投資促進フォーラムを開催

ベトナム商工会議所はハノイで5月14日、「ベトナムと戦略パートナー間の貿易・投資促進フォーラム」を開催した。

現在ベトナムの戦略的パートナーは17か国から、ベトナムに2,300億ドル近くを投資しており、これは投資総額の70%、全国の輸出入額の50%を占める。

今後ベトナムは、環境に優しく持続可能な付加価値の高い、新世代の投資を必要としている。そのため投資する外国資本企業は、ベトナムと世界の国々との間の商業投資の関係強化の中で原動力となるという重要な役割を果たすと位置付けられている。

また、ベトナムは投資を促進するため、国家レベルの流通ネットワークを計画しており、各組織・企業が参加して共に貿易・投資の効果を高めるよう連携・協力を目指している。

(Nhan Dan 5月15日,P.2)

家庭のソーラー電力買取、ホーチミン市で始まる

ホーチミン市電力 (EVN HCMC) は4月25日、ソーラーパネルを設置した市内の家庭と電力購入契約を締結した。今後は契約した人々に、電力会社から売電費が支払われる。

■価格は毎年変動

市の電力網と接続された、各家庭の屋根に取り付けられたソーラー施設は現在 1,432 件で、総出力 17.46MWp に達する。

EVN HCMC の Nguyen Ngoc Tuong Vi 営業課長代行によると、これらの発電量は 400 万 kWh で、2019 年の電力会社による電力買取価格 (2,134 ドン/kWh) は、総額 85 億ドン (約 4,250 万円) となる見込みだ。

南部 21 省市の給電を担当する南部電力総公社 (EVN SPC) の Nguyen Van Ly 副社長によると、同社担当地域で各家庭の屋根に設置されたソーラー施設は 1,200 件を超え、国家電力網と接続された出力は計 20MWp。2019 年 3 月 11 日の商工業省新通達からすぐ買取契約の締結をはじめ、すでに契約は数百件となった。

ベトナム電力グループ (EVN) によると、2019 年 7 月 1 日以前に商業運転を始めたソーラー発電施設については買取価格 9.35 セント/kWh を適用する。為替相場が変動するため 2018 年 1 月 1 日以前に運転を開始した施設の買取価格は 2,086 ドン/kWh、2018 年 2,096 ドン、2019 年 2,134 ドン。2020 年およびそれ以降は各年の為替相場で決まる。EVN HCMC によると、買取代金は各家庭に毎月銀行振込で支払われる。

■電力買取の仕組み

電力買取に関しての税金の問題も解決された。EVN HCMC によると、企業などでインボイスを発行していれば 10%を源泉徴収する。VAT 直接納税の事業者は売上の 2%が税金となり、各家庭でインボイスを発行していなければ年間 1 億ドン (約 50 万円) を超えた場

合は2%、それ未満の場合は課税対象外となる。

国民のソーラー発電投資を奨励すべく商工業省通達では、屋根に設置されたソーラー発電施設では、国家電力網からの電力消費とは相殺しないことになっている。

つまり、ソーラーパネルを取り付けた家庭ではまず、ソーラー発電による電力を家庭内で使い、余った電気が電力網に送られて、それをメーターで記録し、毎月買い取り代金が支払れる。ソーラー発電で家庭内の電力を賄いきれない場合や、夜間には、国家電力網から供給される電力を使う。

電力会社は毎月、ソーラー発電でどれくらい電力網に供給されたかを記録し、その分を契約者に払い、契約者が国家電力網から使った分は、通常通り契約者が料金を支払う。

■設置数が許容を超えた場合は調整も

EVN HCMC では、2019 年内にこれらソーラー施設の出力を 50MWp まで伸ばすことを目標にしているが、設置前に各地域を管理している電力会社に問い合わせたいという。

地域の送電線や変圧施設が対応しきれない状態で設置契約が増え過ぎると、電力網が麻痺してしまう可能性があり、そのような場合は、電力会社は契約者を制限したり、設置規模を縮小してもらう必要がある。

今回の契約締結式に参加した 1 区に住む Vinh さんは、決済の仕組みと料金が非常に明確で、市民はより安心して投資を決定できると話した。職場でもソーラーパネルを設置したという。

「ホーチミン市には集合住宅がたくさんあります。その屋上はたいてい空いており、マンション管理委員会と住民が合意してソーラーパネルを設置すれば、外灯やその他電力の必要なものに使用でき、管理コストを大きく節減できるのではないのでしょうか」と Vinh 氏は話した。

(Tuoi Tre 4 月 26 日,P.2)

***** 日本・日系企業関連情報 *****

日本のファッション業界、続々とベトナムに進出

ベトナムレディースファッション市場では今後、日本とヨーロッパのブランド競争が激しく繰り広げられるだろう。

■日本ファッションがベトナム市場に

ベトナムへの投資を続けて行く中で、日本企業はベトナムファッション市場において、人々に対してもっとインパクトを与える必要があると考えたようになった。

ベトナムファッションブランド「NEM Fashion」は、長年赤字が続いたことで、日本の

パートナー企業である **Stripe International** が買収した。

また、2018年、日本のファッションブランドのユニクロは **Elise Viet Nam**（女性ファッション）の株式35%を購入するために数千万ドルを準備していたという。

当時のニュースや情報によると、ユニクロはベトナムでの店舗展開を目的に、**Elise** の資本よりも遥かに大きな金額で同社の株式を購入した。現在、ユニクロはベトナムでの店舗展開を目指して、最終準備を進めているところだ。

日本のブランド間での競争も激しくなることが予想されている。

2020年初頭に **MUJI** もベトナム市場に出店する計画を進めている。**MUJI** は多様で豊富な商品を提供することに強みを持っており、その中でもファッション部門はベトナム市場において売り上げに大きく貢献する分野になるだろう。

このように日本のファッションブランドが、ほぼ同時期にベトナム市場に進出するという状況で、**Stripe** も **NEM** を買収してから2年が経っており、このタイミングでベトナム進出のスピードを緩めるわけにはいかない。

日本企業に買収されてから、**NEM** はホーチミン市の店舗を縮小し、主にハノイでの活動を進めてきたが、今年中に再度ホーチミン市とダナン市に店舗展開を計画している。

Stripe Vietnam の張替勉社長は、**Nikkei Asian Review** で「小さな都市が発展すると、そこにはオフィスが形成されます。そうした場所は、私たちが新しいショップを出すチャンスになると考えています」と話す。

ベトナム市場を見てみると、平均的な収入がある人々にとって、**NEM** の商品の価格帯は少し高いと感じる。こうしたこともあり、**Stripe** の計画では、既存の店舗よりも10%ほど安い価格の新ブランドを企画し、中小都市における平均的な収入がある人々をターゲットに店舗展開していく予定だ。

Stripe は今年度決算期までに、23店舗の店舗を増やし、ベトナムでナンバー1のレディースファッションブランドになることを目標に掲げている。

同社はまた、売り上げでもトップになることを目標としており、今年の収益は30%増の52億円を目指している。また、この目標達成に向けて、**Stripe** は商品の品質向上のために工員のスキルアップを進めている。

■ヨーロッパブランドとベトナム国内ブランドの状況

このように、数々の日本のファッションブランドがベトナムファッションブランドの買収を進めている中、ヨーロッパのファッションブランドも次々にベトナムに進出・浸透してきている。**ZARA** や **H&M** はすでに多くの集客に成功していることは良く知られている。

あるイタリアの庶民的なブランドも、今年の初めにベトナムに進出している。まだ、ベトナム人にはあまり知られていないが、**OVS** というヨーロッパでは広く知られた庶民的なブランドだ。

OVS は、イタリアでは **H&M** のライバルと認知されており、イタリアの0歳から14歳

までの衣料品市場で15%のシェアを誇る。

一方、海外ブランドが次々とベトナム市場に参入してきている中、国内ブランドは苦境に立たされている。

Blue Exchange、Ninomax、PT2000、Canifa、Bamboo など国内の若者向けブランドは徐々にその規模を縮小している。特に、Blue Exchange は全国に200店舗を展開しているが、店舗数を減らしている。

これはベトナム人のブランド志向が理由といえる。

Nielsen の最近の調査によると、ベトナムのブランドにこだわる人の割合は中国(74%)、インド(59%)に次いで世界3位であることがわかった。つまり、若者はあまり国内ブランドには目を向けていないということだ。そうした傾向から、ベトナムではユニクロ、H&M、ZARA などの海外ブランドが優勢となる下地がある。

■海外ブランドが続々とベトナムに進出する理由

市場研究を手がける Business Monitor International 社(BMI)によると、2018年の衣類・靴鞄を含むベトナムのファッション市場は38億ドル規模で、そのうち衣類が35億ドルを占めている。

そして2021年には、ベトナムのファッション市場は47億ドルに拡大すると考えられており、2017年から2021年までに、毎年平均10%成長すると見込まれている。2016年以前の年平均7%の成長に比べると、市場の成長スピードが急上昇していることがわかる。

また、ベトナムは周辺地域各国と比べ、若者の占める人口割合が高い国であることから、今後も海外のブランドを好む傾向は続く見込まれており、海外ブランドのベトナム市場参入は今後も続くだろう。

Bain & Co の予測では、2025年までに、ミレニアル世代(1980年~1998年生まれ)とコンテニアル世代(1996年~2010年生まれ)が世界中のファッション製品消費の45%を占める巨大な消費グループになると予想されている。

(Nhiep Cau Dau Tu Onilne 5月2日)

***** 社会・文化・トレンド *****

激しい値引き競争、それでも高い自動車価格

2019年の年初3か月、ベトナムの自動車販売企業各社は、自動車購入者に対して、プレゼントや割引など、様々なプロモーションを展開してきた。

こうした活動は、自動車販売会社において、消費者の自動車購入を促し、売上アップのための一般的な手法だ。

■割引で競い合う各販社

しかし、5月初旬、ホーチミン市内の各自動車販売店は活気がなく、買う気は無いが自動車に興味がある客がポツリポツリと訪れる程度だった。

Nguyen Oanh 通りに店を構える Thaco Go Vap 支店は、Kia と Mazda の自動車を扱う 3S（販売・サービス・部品）基準を満たした店舗で、テト前は多くの客が訪れていた。しかし、現在、その賑わいはどこへ行ったのか、店を覗いてみると、店員が集まっておしゃべりをしているだけだった。

同店のあるスタッフは「現在、店舗に訪れる多くのお客様は、自動車保険やその他サービスを受けに来られる方がほとんどです。自動車購入に訪れるお客様もいますが、テト前のような勢いはありません。この状態は、旧暦の7月末までは続くと思います」と話す。

数か月前までは、来客が少ない状況を打破し、売り上げのために、同社は多くの車種を割引販売するなど、様々なプロモーションを展開し、一時は賑わいを見せていた。

業界トップを走るトヨタも同じような状況だ。

代理店の自動車価格は定価よりも安い価格で販売され、車種にもよるが、それぞれ 2,000 万～4,000 万ドン（10 万～20 万）ほど値引きされている。また、1,000 万～1,500 万ドン（5 万～7 万 5,000 円）相当のプレゼントが付いている車種もある。

Mitsubishi、Nissan、Ford、Mercedes-Benz など大手各社もプロモーションを展開しており、車種によって 1,000 万から 5,000 万ドン（5 万～25 万円）まで割引されている。

■競争の圧力

自動車業界の専門家によると、輸入車は各社それぞれ増加しているが、販売台数は大きく差が開いていないことから、収益を上げるための各販売店の値引きやプレゼントなどによるプロモーション競争が過熱しているという。

注目すべきは、今年初旬の輸入車の割引は、小型車や普通車の販売に限られていたことだ。高級車の部類に入る車種については、輸入台数そのものが少なかったことから、こうしたプロモーションの対象にはならなかったという。

2018 年の輸入車販売数は減少したが、政府決定 116 号の施行の後、自動車輸入は増え、車種も豊富になった。

統計では、今年年初 4 か月で、自動車の輸入台数は 778%、輸入額は 637%それぞれ増加した（前年同期比）。この 4 か月で輸入された自動車台数は 5 万 2,000 台に上り、その価格は 11 億 3,900 万ドルにも上る。

供給数が増えたことで、自動車価格は安くなる傾向にある。国内に輸入車が溢れていることで、販売競争に勝つために、販売各社は値引きせざるをえない状況に陥っている。

しかし、ベトナムの自動車価格は依然としてとても高く、自動車所有者の割合が急増するにはいたらず、各販売店が積極的に展開している値引きプロモーションがあっても、庶民にとっては手の届かない高嶺の花であることに変わりはない。

(Sai Gon Giai Phong 5 月 13 日,P.14)

******* 統計情報 *********15歳以上のベトナム人、銀行口座を持つ人は30%**

スタンダードチャータード銀行が発表した、「ASEANにおけるキャッシュレス化：将来の企業および消費者の資金管理者にとっての意味」報告書によると、ASEAN地域では依然として現金での決済が多い状況が続いている

報告によると、フィリピンとインドネシアでは取引の70%、シンガポールでは43%の取引が現金で行われている。

統計を取った6か国の内、15歳以上のベトナム人が銀行口座を持っている割合は30.8%でグループ最下位だった。

ベトナムでのクレジットカードとデビットカードの使用率は、それぞれ4.12%と26.74%となり、インドネシアとフィリピンよりも僅かに高かった。

ベトナム人はネットで商品を購入しているが、様々な理由により、商品受け取り時の現金払いが主流となっている。その主な原因は、デジタル決算の仕組みについての理解不足や、個人の経済状況を掌握される懸念などがある。

しかし、スタンダードチャータード銀行の分析によると、ベトナム人は現在のところ現金払いに慣れているが、将来的にキャッシュレス化が進む可能性が非常に高いという。

(Tuoi Tre 5月14日,P.3)

******* 一口ニュース *******

有限会社 Chin Nghia 社 (Quang Ngai 省) は 5 月 14 日に、Sa Ky 港と Ly Son 島を結ぶ高速船の運営を開始した。この船は 220 億ドン (約 1 億 1,000 万円)、280 人の乗客が乗船可能な双胴船。

(Thanh Nien 5月15日,P.16)

Dong Thap 省人民委員会は交通運輸省と、Tien Giang 省に繋がる高速道路の建設投資について会談した。全長 28km、4 車線、投資総額 5 兆ドン (約 250 億円)、民間パートナーシップ (PPP) 方式で投資を呼びかける計画。

(Dau Tu 5月15日,P.2)

為替・証券市場動向	
為替相場	キャッシュ 23,450 ドン/USD <国家銀行中心レート 23,054 ドン/USD> (5月17日 14時15分・Vietcombank)
株価指数	VN-Index 975.94 (△0.25/0.03%) VN 30 889.54 (▼-2.39/-0.27%) (5月17日前場終値・ホーチミン市証券取引所)

***** 入札情報 *****

【調達】中央血液学・輸血研究所 医療品調達（2019年第1回）

（保健省承認 2019年5月4日付文書 1628/QD-BYT 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
ジェネリック医療品（4種類、112品目）	2,479億 7,274万ドン	診断・治療 サービス 収入等	国内公募 入札	2019年 第2四半期	固定 単価式	12か月

投資主：中央血液学・輸血研究所

（電子入札システム 5月6日）

***** 事件・出来事 *****

不景気で就職難の韓国人、ベトナムに職を求めて押し寄せる

韓国の若者の就職活動は、年々厳しくなっている。そのため、ベトナムを含む海外での就職活動プログラムに登録する韓国人学生の数が増えている。

5月13日のライター通信によると、こうしたプログラムは、韓国の学生が世界中で良い仕事を見つけられるように韓国政府が支援しているという。代表的なのは K-move プログラムで、韓国の学生と世界 70 か国の各企業とを結び付けるために設立された。

企業が追加採用を望まない一方、韓国政府が最低賃金を大きく上げたため、同国の若者の就職難は深刻化した。韓国の各企業は経験豊富な人材を優先し、若者の就職機会は縮小している。

■ベトナムは物価が安く、人々も親切

ベトナムは韓国の学生や失業者にとって人気のある国だ。

世界韓人貿易協会（OKTA：Overseas Korean Traders Association）と協力したことがある Yellow Chair Specialty Coffee チェーンのオーナー Nguyen Thi Kim Hanh さんによると、彼女は OKTA を通して韓国の Hannam 大学国際学部と共に作業をし、オンラインマーケティングや通訳者など多くの職種の韓国人学生を受け入れたという。

Hanh さんは、「この協会に参加することは、ただ仕事を探すだけでなく、多くの分野で事業を始めることも可能にします。フラワーショップを開いたり、工業デザイン会社を起した人も多くいたと聞いています」と話す。

国際ビジネスを学び、ベトナムの Shinhan Bank で働く予定の Lee Ji Hoon さん（1993 年生）は Samsung が支援する Young Samsung プログラムでベトナムに来たという。

彼は「私がベトナムを選んだ理由は、生活費が安く、ベトナム人がとてもフレンドリーだからです。高校生だった時は第 2 外国語が必須だったのでベトナム語を選びました。成人した時、ベトナム語の基礎が既にあっただので、文化についてさらに理解を深めるため、Young Samsung のプログラムに参加し、4 か月間ベトナムで学ぶことにしました」と話す。

■韓国政府が懸念する失業による貧困

Mainetti グローバルリテールソリューション社の社長である Park Hae Soo さんは、K-move プログラムの支援を受けた 1 人で、「海外で働くことは、帰国後もしくは他国に住む際、キャリアや経験を積む良い機会だと思います」と話す。

他の多くの国とは異なり、韓国の支援プログラムには殆ど制約がない。学生たちは、帰国して韓国で働くことや将来的に国の機関で働くことなどを要求されないという。

アジア開発銀行研究所の Kim Chul Ju 副所長は、「現在の韓国政府にとって、優秀な人材の海外流出は大きな問題ではありません。多くの韓国国民が、失業により貧困に陥ることを防ぐことを優先しています」と強調した。

K-move を通して 2018 年に海外で仕事を見つけた韓国人学生は 5,583 人。K-move が設立された 2013 年と比べ僅か 5 年間で 3 倍に急増した。

(Tuoi Tre 5 月 14 日,P.19)

******* コラム *********「出会い&デート」をアレンジするサービス**

ネット上の「出会い系」サイトが普及し、スマホがあれば街に出ることなく、見知らぬ誰かと知り合える時代になった。

しかし、ネットで知り合っても実際のデートまで進めるまでのハードルは高く、時間もかかる。また、忙しい人々にとっては時間を合わせ、場所を決めるのも面倒だったりする。

そんな悩みを解決するため、出会いに加え、デートまでアレンジしてくれるサービスが現れた。

このような出会いとデートをセットで提供しているサイトを使って、マッチする相手を本当に見つけることができるのだろうか。

■登録して、見知らぬ誰かとデートしてみた

恋人募集中を装い、上品なカフェでデートを手配してもらうため、私は10万ドン（約500円）足らずを支払い、出会いとデートをアレンジするというサイトに登録した。

恋人探しに必要な条件を登録し終わると、早々に返信メールが届き、ホーチミン市内のカフェで120分のデートがセッティングされた。相手の男性についての情報はまだ伏せられたままだ。

こちらと相手がこのサービスを信用できるよう、若手スタッフが私たちをカフェで出迎え、私たちの席の近くに座ることを告げた。万が一何か起きた際は、連絡すれば駆けつけてくれるという。

周りはカフェの一般客で賑わい、それぞれの会話で盛り上がっているため、想像したほど緊張したムードにならずに済んだ。

紹介された相手の男性は、私が希望した、30歳より上、安定した職業、落ち着いた印象、3つの条件をおおよそクリアしていた。

初対面なので、私たちはかなり不安があった。それぞれが会話を通して相手に伝えるよう、双方の名前も職業も伏せられたままだった。

挨拶を交わして、自己紹介などの後、どう話をつなげようかと当惑したもの、幸いビジネスと写真という共通点を見つけ、この話題でかなり話しをすることができた。

120分が経過すると、スタッフがテーブルに戻ってきて、このサービスの感想や要望などフィードバックすべき点を聞かれ、今回のデートに満足したか否かを尋ねられた。

この出会いとデートを通じ、私はN.P.Tさん（29歳、ホーチミン市Phu Nhuan区のスタジオカメラマン）から、彼が時々このサービスを利用していることを知った。

男性側の費用は1回の紹介とデートで、カフェのドリンク代は別で30万ドン（約1,500円）だという。女性より男性の方が利用料金は高い。

彼は恋人と知り合う機会も探す時間もないため、自分が好みのタイプの女性を見つけられるこのサービスを利用するのだと話した。

「お洒落なカフェで会々と、最初は僕も相手も心地よく話せるけど、2回目のデートからはドキドキがなくなるんだよね… それ以降はフェイスブックの友達登録はするんだけど、なんとなく会わなくなっちゃうんだ」、Tさんは笑いながら語ってくれた。

■費用を払うことで、出会いの真剣度が増す？

Hoang Dinh Manhさん（28歳）は、最近の若者たちは生活が多忙で、恋人探しに割く時間がなくなっていることから、パートナーと共にこのサービスを始めたという。

顧客から集めた情報と、相手に求める条件からカップルとしてマッチングし、おしゃれなカフェでデートをセッティングする。1回のデートの所要時間は120分だ。

Manhさんによると、このサービスに登録する若者は秒単位で増え続け、現在はハノイとホーチミン市でこのサービスを展開しており、今後はダナン、フエでも展開する予定だという。

興味深いのは、恋人探しの登録者に意外と女性が多いということだった。

Manhさんは、「私たちは約4,400人分の登録者データを所有していますが、男性は約2,500人、女性は約1,900人です。マッチングして、デートのセッティングをするためには十分な人数です。これまでに、延べ数で1,100件のアレンジに成功しました。恋人に至らなかったケースでも、多くの場合は友人になっています」と話した。

ホーチミン市在住の出会い専門家（自称）Ho Thi Ha Vyさんによると、「カフェで何となく過ごすだけでは恋人を探すのは難しいでしょう。ですが、出会うという目的のために投資した場合は、実際の恋愛に発展しやすくなります」と持論を語った。

そして、「恋愛はある意味仕事に似ています。もし自分がリアル恋愛を求め、愛情を育てたいと願うのなら、仕事をするように計画的に優先順位を決めて、ちゃんと準備しなくてはなりません。多くの人にとってこれは易しいことではないのですが…」と、専門家としての意見を語っていた。

(Thanh Nien 5月7日,P.10)