

# ベトナム最新情報

2019年5月27日（月）

— 通巻4602号 —

## 目次

### ○ 政治・経済

- = 第4次産業革命、2030年までにGDPに621億ドルの貢献
- = ハノイ市がCNNで動画放送、世界に向けて観光PR
- = アジアの電気自動車・電動バイクメーカー、ベトナム市場に注視

### ○ 日本・日系企業関連情報

- = 三井物産、エビ輸出大手 Minh Phu 社の株式 35.1%を取得

### ○ 社会・文化・トレンド

- = 300mの通行に700円、料金所の設置に運転手らが抗議

### ○ 統計情報

- = 中国、香港からの大型投資が目立つ、年初5か月の外国投資誘致

### ○ 一口ニュース（3件）

- 為替・証券市場動向
- 入札情報

### ○ 事件・出来事

- = ハイフォンの用水路で有害化学物質、住民に甚大な被害

### ○ コラム

- = ヨーロッパの小売大手各社がベトナムから撤退した理由

**\*\*\*\*\* 政治・経済 \*\*\*\*\*****第 4 次産業革命、2030 年までに GDP に 621 億ドルの貢献**

Hewlett-Packard (HP) Vietnam 社の Lim Choon Tech 社長は、5 月 22 日に開催された「HP Vietnam Day 2019」で、2030 年までに第 4 次産業革命がベトナム GDP に 621 億ドルを貢献すると述べた。

第 4 次産業革命の流れは、ベトナム経済に確実に新たなチャンスをもたらすだろう。各国内企業は、技術革新への投資を強化することが必要とされ、それにより世界で経済が最も急成長している一国あるベトナムにとって、国家全体の発展に貢献する。

HP 社は、テクノロジー分野で積極的に関わりを持つのみならず、国の期待に応えるため、デジタル化のソリューションを提供し、ベトナムの各企業やパートナーとの協力を強化する方針だと述べた。

HP 社は、FPT Shop、Lazada、Phong Vu との戦略的提携を通じて、ベトナムで初めて旗艦店を開業させている。

(Thanh Nien 5 月 24 日,P.14)

**ハノイ市が CNN で動画放送、世界に向けて観光 PR**

ハノイ市はアメリカのニュース専門放送局の CNN と、同市の PR 映像放送に関する協力を続けることで合意した。

**■ハノイ市の PR における 5 大テーマ**

ハノイ市人民委員会 Nguyen Duc Chung 委員長は 5 月 20 日、関係各局代表同席する中で、CNN アジア太平洋地域代表の Sunita Rajan 氏とハノイ市観光 PR 映像放送に関する覚書に署名した。今回の契約は 2019 年から 2024 年までの 5 年間となっている。

CNN は、歴史的、文化的、そしてそこに住まう人間的な価値に基づいてハノイ市の PR を継続し、将来ハノイが力強く発展し、テクノロジー・イノベーションシティに成長していく様子も描いていくとしている。

放送される PR 映像のテーマは 1 年毎に決められており、▽開かれた街ハノイ、▽ハノイ：出発の準備はできている、▽観光地のさらなる先へ、▽ハノイ：イノベーションシティ、▽ハノイ：一流の思考（いずれも直訳）となっている。

5 年間の契約料は 420 万ドルと見込まれており、前回の契約に比べると毎年 53%割引されることになる（2017 年と 2018 年は、2 年間で 200 万ドルだった）。割引の他に、CNN は、特別支援として、2020 年から 2021 年の 2 年間で、30 秒の PR 映像を 320 回（400 万ドル相当）放送するという特別サポートパックも追加した。

ハノイが紹介される 30 秒の PR 映像には、ハノイで開催予定の F1、東南アジア競技大会

(SEA Games 2021) などの PR 映像も含まれ、その他には 60 秒の PR 映像や 30 分の特別番組も放送される予定だ。

これらのプログラムは、▽ハノイの象徴、▽東南アジア競技大会、▽未来都市ハノイ、など、いくつかのテーマに沿って制作される。また、CNN は、▽3 世代のハノイ、▽デジタル技術都市などをはじめとした、様々なバナーをネット上に設ける。

テレビで放送するだけでなく、CNN は制作された映像を、パソコン、スマートフォンなどのポータブルデバイスやソーシャルネットワークワーキングサービス (SNS) などのデジタルプラットフォームでも配信する。ハノイの PR 映像はアジア太平洋地域、中東、北アメリカ、南アジアで放送、配信される。

### ■ハノイ市の PR 効果はベトナムの観光も促進

この協力締結の準備段階で、ハノイ市人民委員会 Nguyen Duc Chung 委員長は、2 月 20 日にハノイ市常任委員会、ハノイ市常務委員会に対して、2017 年から 2018 年に CNN と協力して作成・放送した PR 映像に関する評価とその効果を報告した。

調印式の席で、ハノイ観光局 Tran Duc Hai 局長は先の 2 年間に放送された PR 映像は、ハノイ観光だけでなく、ベトナム観光に対しても大きな効果をもたらしたと発表した。

イギリス最大のコンサルティング会社の BDRC Continental は、2017 年と 2018 年の同 PR 映像プログラムの後に、同映像がもたらす影響に関して 2 度の調査を実施した。

同社は、同 PR 映像を通して、視聴者のハノイに対する意識が大きく改善され、結果はそれぞれ 86% と 90% に上ったと発表した。また、CNN が実施したハノイに関する意識調査の中で、視聴者の 80~90% が、ハノイは豊富な観光資源を有し、容易な移動手段があり、安全で合理的な価格で旅行できる旅先だと評価したという。

ハノイ市観光局は、観光客の増加は、PR プログラムの効果と同市が観光に力を入れてきたことを示す指標になるとの見解を示した。

実際に、2017 年に同市を訪れた観光客は延べ 2,380 万人で、そのうち外国人観光客が 500 万人を占め、23% 増加した。また、2018 年にハノイを訪れた外国人観光客は延べ 600 万人に上り、21% 増加した。

昨年の調査で「ハノイに行ってみたい」と答えた人の割合は、2017 年に比べて倍増し 111% 増加した。また、多くの国際的な新聞・雑誌でハノイ観光に関する記事が取り上げられる機会も増えている。

このように PR 映像配信に力を入れた国をはじめ、アジア・太平洋、ヨーロッパ、北米、南アジアなど同 PR 映像が配信された地域で、ハノイを訪れた外国人観光客数は増加した。また、滞在日数、消費額ともに増加する傾向にある。

多くの国際機関が、ハノイは東南アジア地域、また世界的に見ても魅力的な観光地ランキングで上位にランクインしていると評価している。

日本の ANA では、観光・仕事のための訪問先ランキングの中で、ハノイをアジア各都市

26都市のうち25番目に位置付けている。また、2019年トラベラーズアワードで、ベトナムはアジア地域で25か国中4位に、TripAdvisorが選ぶ観光先の中で、世界25か国中15位にランクインしている。

旅行業界のアカデミー賞とされる「ワールド・トラベル・アワード」から、ハノイは「2018年の世界最高の観光地17都市」のうちの1つに選出されている。

(Tien Phong 5月21日,P.19)

## アジアの電気自動車・電動バイクメーカー、ベトナム市場に注視

5月23日、ホーチミン市で「第15回電気自動車・バイク・自転車、裾野産業国際展示会」が開催され、様々な電動の車やバイクが紹介された。

展示会に参加したベトナム企業は少なく、殆どは日本、中国、韓国などの企業だった。

中国の電気自動車メーカーEdonkeyの担当者は、電気自動車がこれから先のトレンドであるため、現在積極的にベトナム市場にアプローチしていると述べた。

この担当者によると、ベトナムにはVinFast社を除いて、電気自動車を生産する企業が少ないため、同社は1台2,000~3,000万ドン（約10万~15万円）の電気自動車をベトナムで販売する予定だという。

韓国メーカーは、大きなタイヤの電動バイクを展示し、販売価格は1台4,000万ドン（約20万円）で案内していた。

(Thanh Nien 5月24日,P.7)

## \*\*\*\*\* 日本・日系企業関連情報 \*\*\*\*\*

### 三井物産、エビ輸出大手 Minh Phu 社の株式 35.1%を取得

三井物産株式会社は Minh Phu 水産株式会社（MPC）の株式 35.1%を取得することで合意した。三井物産との協力を通して、MPCは目標輸出額10億ドル達成を目指す。

#### ■三井物産が170億円を拠出し大株主に

今回の株式購入で三井物産はMPCの大株主になることになった。今回の合意の株式購入にかかる費用は170億円になると見込まれている。

6年前、三井物産はMPC傘下の加工工場である Minh Phu Hau Giang（MPHG）に出資し、以降、三井物産は最善の結果を出せるように常に協力し続けた。三井物産は、過去MPCがアメリカと日本市場に進出する際の支援も行ってきた。

その後、ロシアや中国での水産需要が急激に増加し、大きなチャンスが訪れたことから、同社はMPHGへの投資から、親会社である Minh Phu 社に投資することを決定した。

公表された情報によると、三井物産はMPCを水産品の養殖・加工・販売に強みを持って

いる企業だと評価しており、MPCの商品ラインナップは実に豊富で、品質も高く、世界の50か国に輸出されている。

実際、MPCはベトナムのエビ輸出を牽引しているトップ企業であり、エビ輸出市場の20%のシェアを誇る。同社報告によると、2018年の輸出額は7億5,000万ドルに達し、難しいと言われている日本、アメリカ、カナダ、ヨーロッパ各国という巨大市場に輸出を増やしており、成功を収めている。

MPCは2つの加工工場と900ヘクタールの養殖場を所有しており、研究投資から養殖場、食品生産・加工、そして輸出に到るまでの垂直統合事業を展開しているところだ。

また、MPCは付加価値の高い商品に強みがあり、それらの商品は生エビに次いで、同社の輸出額の36%を占めている。こうしたことから、今回の三井物産のMPCに対する投資は双方に多くのチャンスを生み出すだろうと考えられている。

計画では、三井物産はMPHGで行ってきた取り組みをMPC全体で展開するとともに、同社が持つ世界的な販売ネットワークを通じて、MPCの売上増加を目指す。

中期的な計画では、三井物産は「ニュートリション・アグリカルチャー」つまり「食と農業」を同グループの成長分野の一つと定めている。

現在、世界人口の増加と中流階級の拡大によって、高品質で、持続可能なタンパク源の供給の需要が高まってきており、今回の投資で、三井物産は生産性の向上と高品質の商品の安定供給を目指す。

## ■世界市場シェア25%を目指す

MPCにとって、三井物産との協力は多くのメリットを生み出すだろう。規模、市場、市場シェアの拡大と効率の向上に加えて、三井物産との協力は、目標に掲げる世界のエビ市場のシェア25%を、この先15年~20年で実現するという道のりを短縮させるためのチャンスが広がる。2018年において、MPCが占める世界市場のシェアは5%だったことから、今後大きく成長するスピードを加速する必要がある。

MPCのLe Van Quang社長は「世界市場の25%のシェアを獲得すれば、弊社の利益は25%から30%まで増加します」と話す。

しかし、この水準に達するためには、非常に多くのことに取り組まなければならないだろう。まず、良質な素材を使い、さらにコストを低下させることだ。

これを実現するためには、同社は50%の質の高い原料を高い技術で養殖する必要があり、養殖場の管理にはセンサーや人工知能(AI)を導入する必要もある。また、同社は養殖場の要求に応えられるエビ関連製品加工工場の建設のために、各方面でパートナーとの協力を進める必要がある。

MPCが展開する2つ目の戦略は、他社との競争に打ち勝つためのエビ製品の付加価値の向上だ。これは、養殖環境にも注意を払い、塩分濃度を25度以上に保つことで、風味の良い、色鮮やかなエビを養殖することができる。また、同社はブランド力の向上と海外への

広報活動にも投資していかなければならない。

MPC は、養殖、生産、加工へのテクノロジーの導入に力を入れる計画を進めており、人件費を 50%~70%まで削減し、収益の増加を図るために、ロボット、AI、IOT などを生産・加工工程に導入する。

また、ブロックチェーンプラットフォームを取り入れることで、エビの原産地を追跡することができるようになり、消費者からの信頼性を高めることができる。それと並行して、MPC は現在取り入れている取引方法を、B2B（企業対企業の商取引）から B2C（企業対顧客の取引）といった、オンライン商取引に徐々に切り替えていく必要もある。

世界のエビ市場シェア 25%を達成するためのこれら全ての戦略には、巨額の投資と国際企業との協力や支援が不可欠である。こうしたことから、今回の三井物産との協力は同社のビジョンを実現するための大きな一歩となる。

世界中にオフィスを持ち、67 か国に上る販売ネットワークを武器に、三井物産は MPC が新たな市場に参入する支援を進めていく。さらに、Quang 社長は「三井物産は日本で 5 本の指に入る大企業であり、強固な管理システムを有しています。三井物産との協力は、弊社が大企業に成長するためのチャンスにもなり、世界のエビ市場に大きな影響を与えることができると考えています」と期待感を滲ませた。

MPC は三井物産との協力を通して、総輸出額 10 億ドルの達成を早期で目指す。

(Nhip Cau Dau Tu 5 月 20 日,P.20-21)

## \*\*\*\*\* 社会・文化・トレンド \*\*\*\*\*

### 300m の通行に 700 円、料金所の設置に運転手らが抗議

An Giang 省に入るため Vam Cong 橋を通る運転手たちは、BOT による国道 91 号を数百メートル通るだけで、全線分の料金を支払わなければならない。

#### ■ 不当な場所に設置された料金所

5 月 21 日、An Giang 省から Can Tho 市へ向かう国道 91 号にある BOT 方式の T2 料金所（Can Tho 市 Thot Not 区）は、不合理な料金徴収に反対する多くのドライバーたちの車に埋め尽くされた。

運転手らは、Vam Cong 橋が開通して無料で利用できていたが、ホーチミン市へ行く際、Long Xuyen から Lo Te の T 字路を通って橋を渡る車両（またはその逆ルートの車両）は、BOT 方式の国道 91 号をわずか 300 メートルしか利用しないにも関わらず、全線の料金を支払う必要があることが理不尽であると抗議している。

ある運転手は、「私のトラックは 18 トンで、サイゴンから An Giang 省まで定期的に荷物を運んでいます。以前はフェリーで 12 万ドン（約 600 円）かかりました。今は橋ができて自由に行き来ができますが、BOT の道路を数百メートルしか利用しないのに 14 万ドン（約



700円)も徴収されるのは、おかしいでしょう」と憤慨している。

Can Tho 市当局からの説明と誘導を受けた後、集まっていた運転手らはその場から離れたが、この騒ぎは1時間ほど続いたため、一部で渋滞が発生した。

T2 料金所 (Can Tho-An Giang 91 国道投資社) の Nguyen Van Kiem 所長は、安全と秩序を確保するため、規定により渋滞が 750 メートルになる前に、自主的に料金所を通過させるよう当局から要求されたと話す。

An Giang 省交通運輸局の Nguyen Viet Tri 局長は、「現在の T2 料金所の設置は、誰が見ても不合理です」と話している。

Tri 局長によると、An Giang 省人民委員会は、交通運輸省と複数回に渡り話し合ったが、まだ解決していないと言う。首相も以前、交通運輸省に T2 料金所を正しい場所に設置するよう指示していた。

局長は、「今回のケースでは、正当な権利を要求する市民の反応は、当然の行動と考えます」と述べ、運転手らが落ち着くことを期待し、交通運輸省の解決を待っている。

これは、1兆7,000億ドン(約85億円)以上を投資しBOT形式で国道91号を改善改修するプロジェクトで、O Mon 区の T1 と An Giang 省に隣接する Thot Not 区の T2 の2つの料金所がある。

これら2つの料金所は2016年から運営されており、道路の利用料金は3万5,000~20万ドン(約175円~1,000円)で、資金回収期間は23年間という計画になっている。

(VnExpress 5月21日)

## \*\*\*\*\* 統計情報 \*\*\*\*\*

### 中国、香港からの大型投資が目立つ、年初5か月の外国投資誘致

計画投資省外国投資局は、2019年5か月の外国直接投資(FDI)誘致状況を報告した。

これによると2019年5か月のFDI登録額は、過去4年の同期で最も大きな額となった。FDI実行額は73億ドルで前年同期比7.8%増。

2019年5月20日時点で、外国投資家の新規投資と追加投資、出資/株式取得の総額は167億4,000万ドル、前年同期比69.1%増。うち次の7件の超大型投資だけで50億ドル近くを占める。

▽Beerco Limited (香港) による Vietnam Beverage の出資/株式取得: 38億5,000万ドル/ハノイにおけるビール・ビール酵母の生産。

▽ACTR (中国) の Tay Ninh 省におけるオールスチールラジアルタイヤ(トラック・バス用ラジアルタイヤ/TBR) 生産: 登録投資総額2億8,000万ドル。

▽Goertek (香港) の Bac Ninh 省における電子機器・ネットワーク機器・音響機器生産: 登録投資総額2億6,000万ドル。

▽タイの投資家による Phu Yen 省 Hoa Hoi ソーラー発電プロジェクト：登録投資総額 2 億 1,670 万ドル。

▽Guizhou Advance Type Investment (中国) の Tien Giang 省におけるタイヤ・ゴム・関連製品の生産プロジェクト「Advance Vietnam タイヤ」：登録投資総額 2 億 1,440 万ドル

▽Royal Pagoda Private Limited (シンガポール) の Nghe An 省における布生産・ニット生地染色プロジェクト「Vinhtex」：登録投資総額 2 億ドル

▽Meiko Electronics Vietnam (香港) のハノイにおける電子部品設計・組立・生産プロジェクト：追加投資 2 億ドル。

このように、今年は中国と香港からの大型投資が目立っている。

(Bizlive 4 月 25 日)

\*\*\*\*\* 一口ニュース \*\*\*\*\*

**Hoa Phat グループは Hoa Phat Dung Quat 製鉄鋼所 (Quang Ngai 省) の最初の輸出口として、6,000 トンの圧延鋼を日本へ出荷した。ロットが大きいので、2 回に分けて 25 日に残りを出荷する。**

(Thoi Bao Kinh Te Viet Nam 5 月 24 日, P.9)

**タイの Frescol Tuna 社は Nghe An 省の Nam Cam 工業団地で、マグロ加工工場 Frescol Tuna Vietnam を着工した。敷地は 1 万 m<sup>2</sup>、投資総額が 3,000 万ドル、ベトナム市場及び輸出向けで、150 トン/日を出荷し 1,500 人の雇用を創出し、2020 年 3 月に稼働する予定。**

(Baonghean.vn 5 月 24 日)

**中国が 4 月 22～26 日に、パラセル諸島でポートレースを行ったことについて、外務省は 5 月 23 日に行われた定期的記者会見で、中国の行動に対し警告を行い、再度行わないよう外交ルートを通じて要求したと発表した。**

(Thanh Nien 5 月 24 日, P.3)



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 23,061 ドン/USD> (5月27日 14時00分・Vietcombank)
株価指数	VN-Index 975.14 (△5.11/0.53%) VN 30 889.20 (△4.72/0.53%) (5月27日後場終値・ホーチミン市証券取引所)

\*\*\*\*\* 入札情報 \*\*\*\*\*

【施工】 Thanh Hoa 省 Sam Son 市 Quang Chau 街区 Dong Me 再定住区建設

(Thanh Hoa 省人民委員会承認 2019年5月3日付文書 1959/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	853 億 2,429 万ドン	市予算等	国内公募 入札	2019年 第3四半期	総価式	12 か月

投資主：Sam Son 市人民委員会

(電子入札システム 5月16日)

\*\*\*\*\* 事件・出来事 \*\*\*\*\*

ハイフォンの用水路で有害化学物質、住民に甚大な被害

有毒廃棄物の収集・処理の専門企業 Nguyen Ba Cuong 社の社長は、同社が Hai Phong 市 Vinh Bao 県 Hung Nhan 村の用水路に混ぜられた化学物質の処理作業を停止したと述べた。

## ■汚染処理の責任の所在

Nguyen Ba Cuong 社は 2 日前、この用水路の有害廃棄物の処理に関し、ハイフォン資源環境局の Nguyen Van Phuong 局長と Vinh Bao 県党委員会の Pham Quoc Ka 書記から要請を受けた。

Cuong 社長は現場をチェックし、化学物質に汚染された泥と廃水の量が約 300 トンになると積算した。しかし、約 50m<sup>3</sup>程の泥と廃水（約 80 トン相当）を回収した後、同社は Vinh Bao 県も Hung Nhan 村当局も、収集契約の署名と支払い責任について確約が無いことを不安視した。

Cuong 社長は、「用水路に流し込まれた廃棄物は非常に有毒な酸で、水面を覆っている黒い膜は廃油です。この有毒廃棄物を 1 トン処理するには 800 万ドン（約 4 万円）のコストがかかります」と話す。

こうした状況に Vinh Bao 県人民委員会の Nguyen Van Nhuong 委員長は、「県は単に有毒廃棄物全般の収集と処理を企業に依頼する立場にあるだけで、契約の署名と支払い責任に関しては、Hung Nhan 村人民委員会の管轄になります」と述べた。

しかし、Hung Nhan 村人民委員会の Do Van Tan 副委員長は、「村には拠出する予算がありません」と話す。

Tan 副委員長によると現在、村当局と地元の人々は、用水路の中の有害廃棄物の量が非常に多いため、用水路の汚染された区間の周りは既に堤防で囲んでいる。しかし、もし大雨が降れば、汚染水が田畑や村の農業生産と浄水場の水源である用水路、Ba Dong 灌漑用水に溢れ出すのではないかと非常に心配しているという。

## ■有毒廃棄物の被害にあった村人女性

5 月 8 日にこの村の Kenh Trach 地区に住む Lan さん（女性 50 歳）は、村人 2 人とカニを捕まえに行った時、Lan さんは布製のズボン、他の 2 人は柔らかいゴム製の洞付長靴をはいていた。3 人は反対側にある田んぼに行くため、国道 10 号線の側にある、黒い水の小さな用水路を通った。

その日の深夜から、Lan さんの両足は膨れ上がって黒くなり、熱が出て痙攣を起こしたため、家族が病院に緊急搬送した。医師は Lan さんの両足が化学物質による重度の火傷であると診断した。

地元の管理当局は、廃棄物の出所と廃棄責任者を確認中で、検査のため廃棄物サンプルを取ってハノイに送ったが、現在の所まだ結果は出ていない。

(VnExpress 5 月 21 日)

**\*\*\*\*\* コラム \*\*\*\*\*****ヨーロッパの小売大手各社がベトナムから撤退した理由**

激しい競争についていくことができず、Metro、Parkson、Auchan などヨーロッパ小売大手企業が相次いでベトナムから撤退している。

ベトナム小売市場では、消費者の購買力が拡大していると評価されているにも関わらず、ヨーロッパの大手小売企業が相次いでベトナム市場から撤退する理由を追った。

**■ドイツ、フランスの大手が相次いで撤退**

Auchan Retail の Edgard Bonte 社長は、5年近く営業を続けてきた18店舗を他の小売企業に譲渡することを決定した。同社長は、5年間にわたるベトナム市場での活動を通して、昨年得られた収益は4,500万ユーロ(5,040万ドル)で、赤字が続いていることを明かした。

Auchan Viet Nam の広報部門の Vu Thi Kim Nuong 部長は、同社がベトナムを撤退する理由を、利益が目標に届かず、赤字が続いたためと説明した。

Edgard 社長は、現在、同社が有するスーパーの譲渡を進めるために、現地小売企業と交渉を進めているところだと述べた。

ベトナムから撤退した外資系の大手小売企業は Auchan だけではない。

以前、フランスの Casino Group が経営していた Big C は10億5,000万ドルで、タイの大富豪 Chirathivat 氏が所有する Central Group に売却されている。

また、ドイツの Metro グループはタイの TCC グループに6億5,000万ユーロで、全てのスーパー及び関連する不動産を譲渡している。譲渡前、Metro グループは、ベトナムの14省・都市に19のショッピングセンター、倉庫、約3,600人の従業員を有していた。

タイ企業に譲渡されてから、Metro は Mega Market VN に名前を変えて、現在も活動を続けている。

**■欧米系が苦戦、アジア系は健闘**

小売業の専門コンサルタントの Dao Xuan Khuong 氏は、ヨーロッパ系の小売企業がベトナムを撤退しなくならなくなったのには、いくつかの理由があると述べた。

例えば、Auchan は主にマンションやアパートの一角でスーパーを展開していた。こうした立地選択は、ブランドの知名度を上げるには限界があり、利用者の多くもそのマンションやアパートの居住者に限られてしまう。

また Auchan は、いわゆるスーパーマーケットだったことで、周辺住民には重宝されたが、週末などに遠方から来る客を呼び込むことができなかった。

もう一つの理由として、Auchan は他のスーパーが展開しているような客を呼び込む戦略が不十分で、結果的に店は閑散としており、計画通りの収益を上げることができなかった。

Khuong氏は、「総合的に見て、Auchanのビジネスモデルは失敗だったと言えます。スーパーを開店するための、土地、倉庫などにかかる費用は莫大で、それを回収する目処が立たなくなったために撤退すると理解しています」と Auchan の撤退理由を分析した。

ブランド専門家の Vo Van Quang 氏は、Auchan は Co.opmart、Big C、Lotte など他の小売大手との競争の中で、確固たる地位を築けなかったと分析している。

同氏は「つまり、Auchan はフランスでは有名な大手小売企業ですが、アジア地域で大きな勢力を誇る日本の Aeon や Family Mart、韓国の Lotte Mart などとの競争で、その姿が霞んでしまったのだと考えています」と述べた。

### ■買い物と娯楽の融合、新しい形態のスーパー

ほとんどの専門家は、熾烈な競争が繰り広げられる大衆向けのスーパーマーケット市場は、この先ヨーロッパ系の小売企業が進出することは難しいだろうという意見で一致している。

しかし、世界的にスーパーマーケット市場で大きなシェアを占めているのは欧米企業であることに変わりはない。しかし、ベトナムの大衆向け市場においては、ドイツやフランスに比べると、日本・タイ・韓国などの、ベトナムに距離が近い国の企業の方が、ベトナムの消費者動向を正確に掴み、チャンスを得やすいということだろう。

「ベトナムの小売市場は、これまで使われていた伝統的な手法、例えば、インテリア、建設機械、自動車部品などの専門販売チェーンが使う手法とは異なる形で発展していくと考えています」と Quang 氏は述べた。

一方、Khuong 氏は、コンビニや生鮮専門店など、小規模販売店は今後大きく発展してくる分野だと見込んでいる。Bach hoa XANH のビジネスモデルが良い例である。

しかし、どのようなモデルであっても、スーパーマーケットは急速な成長を遂げる電子商取引の分野で熾烈な競争を繰り広げることになる。

つまり、持続発展のために、スーパーは常に刷新を図り、ベトナム人消費者の文化に基づいた他店との差別化を進める必要がある。買い物と娯楽を融合したような、ベトナム人消費者が好むビジネスモデルが普及していくだろう。

(Phap luat 5 月 22 日)