

# 未完の現地調査： ベトナム・カンボジア

2020年4月5日作成

大石芳裕（明治大学経営学部）

# 新型コロナウイルス（COVID-19）の現況

米ジョンズ・ホプキンス大学のまとめによれば、2020年4月10日午後4時現在、新型コロナウイルス（COVID-19）の感染者数は160万2885人、死者数は9万5745人である。3月25日午後4時現在の数字はそれぞれ42万3670人、1万8923人であったので、わずか2週間強でそれぞれ4～5倍に増加していることが分かる。中国で昨年12月に発生して、韓国、イラン、イタリア、スペイン等の欧州に広がった感染者数は、今や米国が最大で46万6299人に達している。東京の感染者数も4月4日に118人と3桁になり4月10日は189人、11日は197人となった。世界的にみれば、これらはまだまだパンデミックの序章に過ぎないであろう。

我々の「フィールドスタディD（ベトナム・カンボジア）」は2月29日に成田空港を出て、3月10日帰国予定であった。しかしながら、COVID-19の影響によって2週間の待機が命ぜられたり、出入国停止の可能性が高いとして、学部執行部より出発1週間前に「自粛依頼」があり、現地調査を断念した。

履修学生20名は当時2年生であり、全員初めての本格的海外調査であった。そのため、多くの学生が実施を強く要望していたが（保護者にも確認）、彼等の安全を守ることが最優先され、最後まで歓迎の意を表していただけに訪問先にお断りの連絡をせざるを得なかった。キャンセルに伴う手続きは、旅行会社の配慮もあり比較的スムーズに終了した。学部からキャンセル料の一部補填もしていただき、学生の被害は最小限に抑えられた。そのような事情で、この「実施報告書」は「現地調査なし」の報告書になることをお許し願いたい。

# 現地調査予定表

- 2月29日（土） 9:30成田発→14:15ホーチミン着、  
18:00サイゴン紫紺会との会合
- 3月01日（日） ホーチミン市内の小売業視察
- 3月02日（月） 14:00エースコック、17:00イオン・ベトナム
- 3月03日（火） 10:00ADKベトナム、13:30ベトナム国家大学日本学部
- 3月04日（水） 10:00サントリー、  
15:45ホーチミン発→16:40プノンペン着
- 3月05日（木） 10:00亀田製菓、14:00イオン・カンボジア
- 3月06日（金） 10:00JTB、14:00スズキ
- 3月07日（土） 9:55プノンペン発→10:50シェムリアップ着  
ホテル着後、市内小売業視察
- 3月08日（日） アンコールワットなど観光施設の視察
- 3月09日（月） ホテルで反省会  
20:30シェムリアップ発→22:35ハノイ着
- 3月10日（火） 00:20ハノイ発→07:00成田着、解散

※実際には現地調査ができなかったため、以下の報告は学生の事前研究と引率教員の過去の訪問経験に基づく。

# サイゴン紫紺会

校友会も「世界へ！」 海外団体が23に



出所：明治大学校友会Web site。

明治大学のOBOG会である「紫紺会」は、現在海外に23ある。ベトナムにはハノイ紫紺会とサイゴン紫紺会がある。「サイゴン」は言うまでもなく「ホーチミン」の旧称である。米国、中国、インドと並んでベトナムに複数の紫紺会があるということは、ベトナムが日本企業の進出先として重要であることを示している。

# エースコック・ベトナム

写真：本社概観



出所：2018年3月、筆者撮影。

同社は、1993年ホーチミンに合併会社Vifon-Acecook.Co., Ltd.を設立し、2004年完全子会社化した。2000年に現地向け商品「Hao Hao」を発売して大ヒット、ベトナムの即席麺市場をリードしてきた。現在、ベトナム全土に7拠点11工場を有し、売上高も2019年には10兆ドン超（約500億円）に達している。最近はノンフライ麺やカップ麺など高級化も図っており、2018年・19年と2年連続「ベトナムの消費者に選ばれる即席麺メーカー」に選ばれている。



# イオン・ベトナム

写真：タンフーセラドン店概観



出所：イオンNews Release、2019年6月25日。

イオンHDは、2014年1月にベトナム1号店としてホーチミン市にタンフーセラドン店をオープンした。2019年に2倍に増床し、敷地面積は7万㎡、延床面積は11万6000㎡になった。駐車場も自動車時代を勘案し4倍に拡大している。専門店も従来の120店から200店に大幅増加した。イオンHDは、2019年末現在、ホーチミン市ならびにその近郊に3店舗、ハノイに2店舗の計5店舗をベトナムで運営している。

# ADKベトナム

## ADKベトナムの住所

Asatsu-DK Vietnam Inc. 【AD】

18F, TNR Tower, 180-192 Nguyen Cong Tru Street, Nguyen Thai Bin Ward, District 1, HCMC, Vietnam

TEL: 84-8 3821 8852/54

出所：ADKHDウェブサイト。

ADKホールディングスは、ベトナム・ホーチミン市にADKベトナムの他、DIKベトナム、それにVBAの3社を有する。VBAは現地の独立系デジタルエージェンシー「ベトバズアド」を買収し、2020年1月に社名変更したものである。アジアで展開しているデジタルマーケティングのADKコネクトの一貫である。

ベトナムは発展途上国で広告業界の規模も小さい。しかしながら、それだけに急速な成長を遂げており、ADKHDとしても市場機会が大きいと判断している。とりわけ、若い世代が多く、フェイスブックの利用率も高いので、デジタルマーケティングは避けて通れない課題である。一方、社会主義国家であることからテレビなどのマス媒体は政府に管理されており、表現上の規制もある。文化や慣習、嗜好の違いなどから、現地適合化を基本として運営している。

# ベトナム国家大学

ベトナム国家大学ホーチミン市校



出所：同校のウェブサイト。

ベトナム国家大学は、ベトナムの大学ランキング（2020年版）でハノイ校が第2位、ホーチミン市校が第18位にランクインしている。1995年設立で、工科、医科、国際、情報工学、経済・法、人文社会科学など8部門、28学部、38大学院プログラムで構成されている。教員数は約2400名、職員数は約4300名である。日本学部もあり、日本語教育にも力を入れており、今回はここと交流する予定であった。



# サントリー・ペプシコ・ベトナム・ビバレッジ

## SPVBの商品



出所：SPVBウェブサイト。

サントリー・ペプシコ・ベトナム・ビバレッジ（SPVB）は、文字通り、日本のサントリーと米国のペプシコの合併会社であり、2013年4月に設立され、ベトナム国内における清涼飲料の製造・販売を行っている。従業員数は約2800名である（2018年12月末現在）。ペプシ、7UP、マウンテンデューのほか、健康飲料「TEA + oolong tea」や「TEA + Matcha」を提供している。サントリーの「利益三分主義」に則り、水育プログラムやグリーン・サマー・キャンペーンなど、さまざまなCSR活動にも取り組んでいる。

# LYLY亀田（カンボジア）



Keo Mom, LyLy Kameda chairperson, delivers her speech at the launch of the company on Saturday. LyLy Kameda

出所：KHMER TIMES, 2019年8月12日付け。

亀田製菓は、2018年、地元の菓子メーカー・LYLY Food Industryと亀田：LYLY = 51%：49%で合併会社（資本金約17億円）を設立し、地元米を使ったスナックを製造し、オーストラリアのPepsiCo Australia & New ZealandへOEM（相手先ブランド）で全量輸出している。同社は、QIP（適格投資条件）を取得しているため、輸入関税免税、付加価値税免税、生産に関わる建設資材・生産設備・原材料の輸入税が免除されている。カンボジアは後発開発途上国なので先進国への輸出は特別特恵関税が適用されて有利である。現地サプライヤーが育っていないので、タイや中国、日本から資材を輸入せざるを得ないが、できるだけ地元サプライヤーを活用する努力をしている。

# イオン・カンボジア

写真：イオンモール・プノンペン



出所：イオンHDウェブサイト。

イオンHDは、2014年6月、カンボジアに初出店した。それがイオンモール・プノンペンである。開所式にはフン・セン首相や岸田文雄外相も出席している。敷地面積は6万8000㎡、延床面積は10万8000㎡である。バイク1600台、車2300台の駐車スペースを設けたことから、中間層以上の顧客をターゲットとしていることが分かる。テナントは190店あり、大規模なフードコートを備えている。カンボジアにはセンソックシティ店も2号店としてオープンした。

# JTBカンボジア

アンコールワット遺跡



出所：hankyu-travel.com

JTBグループのアジア太平洋地区統括会社でシンガポールに拠点を置くJYB Pte Ltd.は、2015年10月にプノンペン支店とシエムリアップ営業所を設立し、カンボジアへの進出を果たした。JTBカンボジアは、日本からカンボジアへの旅行を手配する「インハウス事業」と日本以外からカンボジアへの旅行を手配する「グローバルインバウンド事業」、それにカンボジア発の海外・国内旅行を手配する「アウトバウンド事業」に取り組んでいる。カンボジアは2015年でも478万人の海外訪問者があり、日本人訪問者数も約20万人いた。

# カンボジア・スズキモーター



出所：カンボジア・スズキモーターFacebookアカウント。

二輪・四輪メーカーのスズキは、1999年、二輪の生産・販売および四輪の輸入販売を目的にカンボジア・スズキモーターを設立した。出資比率は85%である。今回は二輪の工場見学と販売動向について伺う予定であった。カンボジアは雨期と乾期の販売数の差が大きく、生産においても柔軟性が必要である。都市部の若年層がメインターゲットであり、いたずらに価格競争に陥らず、価格が少々高くても品質のよいもの、高級感のあるものを提供している。部品の多くをインドネシアやタイなどから輸入せざるをえず、どうしてもコスト高になってしまう。



# まとめ

ガイダンス

事前学習

訪問依頼

事前質問

現地調査

報告書作成

報告書確認

フィールドスタディは、下図のような流れで構成されているが、今回は事前質問の段階まで終わったところでキャンセルとなった。そこで一番肝心な現地調査ができず、極めて残念であった。しかしながら、その後の新型コロナウイルス（COVID-19）の感染拡大を見れば、中止も妥当であったと言わざるを得ない。学生の安全を最大限優先して行うことが必要である。

現地調査はできなかったものの、事前学習から訪問依頼、事前質問の過程で学生は多くのことを学んだ。ビジネスメールの書き方、事前学習の重要性、インタビューアーの力量によってインタビューイの回答内容が異なること、など。また、メールベースでも海外事業の困難さを理解したことであろう。旅行会社や事務とのやりとりを仕切った幹事については、マネジメントの力もついたものと思われる。