

レポート

ベトナムの潜在力と農業

～二つの意味から月額賃金2万円の力強さ～

【趣旨】

- ・社会インフラが整備されつつあることに加え、月額賃金2万円という極めて低い人件費のベトナムに対し、多くの国の労働集約型企業等から注目度が増している。
- ・低賃金だが、市街地の道路には日本製バイク（10～20万円）が溢れ、ホーチミン市に出店した日系大手小売店の商品群（日本と同水準以上の価格帯）に対する地元の人々の購買力には、しっかりとした厚みを感じる（2014年7月14日(月)現地視察）。
- ・それを可能にしている背景として、就業者の7割（含む兼業者）を占める農林水産業が支える食料の自給自足や、社会主義国の充実した社会保障、地縁血縁の相互扶助といった社会経済システムの他、政府が強力に推し進めている自由貿易地域の拡大等が考えられる。
- ・特にASEAN経済共同体（AEC⇒ASEAN Economic Community）の2015年創設は、ベトナムにおいて比較優位の産業を更に強めていくだろう。
- ・ベトナムで比較優位の産業は「農業」であり、特に稲作3期作の価格競争力は、将来的には日本にも影響が及ぶ可能性がある。
- ・ベトナムの農業の国際競争力に対抗し、この国の潜在力を呼び込む道を探ることは、我が国の地方経済の成長戦略に多くの示唆を与えるものと考えられる。

1. ベトナムの低賃金の力強さと消費生活

(1) 世界からの直接投資

ベトナムの地理的利便性や近隣国と比較して安定した政治情勢、低コストの割に質が高い労働力、そして人口9,000万人の消費市場への将来的期待が、多くの国の直接投資を呼び込んでいる。

最近の大型案件では、韓国のサムスン電子（携帯電話）、フィンランドのノキア（携帯電話）、米国のインテル（半導体）、台湾のウィンテック（タッチパネル）等が挙げられる。

日本からも、半導体、電子部品、縫製、食品加工等の「輸出加工型」と、ホンダ、ヤマハ、トヨタ、シャープ、味の素、キューピー、イオン、ファミリーマートの他、飲食店や病院、幼稚園、ホテル等の幅広い

「内需型」の企業が進出しており、現地の日本商工会会員は1,184社に達する（ジェトロ調べ）。

(2) 賃金

ベトナムの日系企業（製造業）の月額賃金（作業員）は、平均で4,575千ドンである。

この4,575千ドンは、為替レートでは22,231円、物価水準を基準にした購買力平価（日本で100円の玉子6個がベトナムで8,700ドンの場合1円=87ドンという考え方）では、52,528円である。この差は、一物一価に向かう世界的流れの中で、日本ではデフレ、ベトナムではインフレ圧力となる。

一方、マネージャーの賃金は日本の水準に近い。この国の人々の教育への関心の高さは、この賃金格差にあると言われている。

図表1: ベトナムの日系企業(製造業)と日本(熊本)の月額賃金

月額賃金 2012年平均	千ドン	円		
		為替レート 1円=206ドン	購買力平価 1円=87ドン	熊本 (5人以上)
ワーカー(作業員)	4,575	22,231	52,528	274,948
マネージャー	21,531	104,621	247,199	

資料)ジェトロ2012年調査、熊本県「毎月勤労統計調査」

(3) 消費生活

低賃金だが、市街地には日本製バイクが溢れ、ホーチミン市に出店した日系大手小売店は家族連れや若い人々で活気に満ちている。

(2014年7月14日(月)現地視察)

小売市場や店頭の商品価格を見ると、価格帯は基礎的商品と選択的商品の二極に分かれる。即ち、米や玉子等の基礎的商品は購買力平価で日本の水準にほぼ一致し（為替レートでは半額以下）、日本食のにぎり寿司やさしみ等の選択的商品は購買力平価で見て2倍以上の高額商品となっている。（図表2）

その超高額商品「にぎり寿司」を求めて14～15人の列ができているのを見ると、地元の人々の購買力には、しっかりとした裏付け（後述）があると考えられる。

また、移動手段として基礎的商品と位置付けられる自転車やバイクも、購買力平価では日本の価格と変わらない。ただし、ガソリンは高い。ベトナムは油田を持つが製油施設が不足しているため、石油製品は輸入に多くを依存しているからだ。

ベトナムの生活者の視点からは、二極分化した各価格水準はどの様に映るのだろうか？この疑問を解くには、物価水準を基準にする購買力平価が手助けになる。

基礎的商品の価格帯は、購買力平価で日本の水準に近いのだから、日本の賃金とほぼ同じマネージャーの立場なら別だが、五分の程度の賃金である大多数のワーカー（作業員）にとっては、大変厳しい生活環境に見える。

従って選択的商品は、一般の人々には手の届かない価格帯になってしまう・・・。

だが実は、そうではない（理由次項）。

ホーチミン市に溢れるバイク



「バイクが左右に行きかう」2014年7月14日(月)11:00頃撮影

図表2: ホーチミン市の小売店頭価格

	店頭商品		千ドン	円		
				為替レート 1円=206ドン	購買力平価 1円=87ドン	日本 小売価格
基礎的	ジャポニカ米	1k	30	146	344	300～400
	インディカ米	1k	12	58	138	—
	玉子	10個	30	146	344	200
	味の素(現地産)	120g	27	131	310	300
選択的	にぎり寿司	8個	150	729	1,722	350～500
	さしみ(盛り合せ)		100	486	1,148	350～500
	日本酒	一升	799	3,882	9,173	1,500
基礎的	レギュラーガソリン	1L	26	126	299	165
	自転車	1台	2,299	11,171	26,395	10,000
	バイク(日本製)	90cc	20,000	97,182	229,621	250,000
	バイク(中国製)	90cc	7,000	34,014	80,367	—

資料) 当研究所

2. 月額賃金2万円＋実質所得の力強さ

(1) 社会経済システム

日本製のバイクは中国製より3倍ほど高価だが、高温湿度と多くの湿地帯の過酷な環境でも故障が少ない日本製バイクが好まれる。

月額賃金2万円では、20万円のバイクを買うのは負担が大きいはずだが、子供やお年寄りを除いて、ほぼ一人に一台のバイクが普及しているという。

それを可能にしている背景として、就業者の7割（含む兼業者）を占める農林水産業が支える食料の自給自足（貨幣を必須としない生活）や、社会主義国の充実した社会保障制度等が挙げられる。

日本のJAのような共販システムを持たないベトナムの農家は、貨幣が必要なときは農産物を持ち寄って思い思いに私設市を開く。

また、購買力平価で年間95万円までの医療費や、産・育児休暇の1年間は70%の賃金を国が負担する。期限付き労働契約は3年までで、2回目の更新で正規雇用となる。

そして、儒教の考え方が日常生活に浸透している。例えば、バスに老人が乗り込むと3～4人の乗客が一斉に立ち上がり、席の譲り合いを争う。分配と相互扶助の経済システムが機能しているようだ。

農家の直売市場（ホーチミン市）



「中央は豆腐とあげ」2014年7月14日(月)15:00頃撮影

(2) 自由貿易地域の拡大と商慣習

もう一つのベトナムの潜在力は、政府が強力に推し進める自由貿易地域の拡大である。

中国、韓国、日本、インド、オーストラリア、ニュージーランド、チリ等とのFTA・EPAに加え、2015年にASEAN経済共同体（AEC⇒ASEAN Economic Community）も創設されてASEAN10ヶ国間の関税が撤廃されると、ベトナムの工業化は新たな発展段階を迎えるだろう。（図表3）

現在でもASEAN内の貿易比率は60%を超えているが（IMF調べ）、同地域内のサプライチェーンの関連性強化を核に、東アジア全体の市場形成と拡大が期待される。

なお国際取引拡大の一方で、チップやお礼といった貨幣の受け渡しから、非合法のものまで、第三者からは分かり難い商慣習が、各階層の上から下の者まで根強く残っている。このような月額賃金2万円以外の実収入もまた、ベトナムの人々の購買力を支える一つだと指摘する向きもある。

図表3:ASEAN経済共同体

ASEAN	2010	2015
インドネシア シンガポール タイ フィリピン マレーシア ブルネイ	関税撤廃	
ベトナム ミャンマー ラオス カンボジア		関税撤廃 (一部2018年)

資料) 経済産業省「通商白書2010」

3. 国際比較優位の産業

(1) ベトナムの農業

自由貿易地域の拡大は、国際比較優位の産業を更に強化する。ベトナムは、米の輸出量が2013年度にタイを抜いて世界一位になったが、これは同国の自由貿易地域拡大と無関係ではあるまい。

ベトナムの稲作の競争力は、3期作の生産効率と良質な味覚にある。

また柑橘類の他、九州の農作物はベトナムでも栽培可能だと言われている。

小売店頭のお米(ホーチミン市)



「上段はジャポニカ米」2014年7月14日(月)15:00頃撮影

(2) 価格競争力は為替レート換算で判断

国際的な価格競争力は、購買力平価ではなく為替レートで換算した価格で測定する。

ここで改めて図表2を見ると、基礎的商品は日本の概ね半分、選択的商品は逆に日本の2倍前後の高価格帯である。

ベトナムの基礎的商品に対抗するにはコスト50%削減の必要があり、選択的商品の方はまだ供給も市場も成熟途上にあり、今後の変化に柔軟に適応するマーケットオリエンテッドの戦略が重要だろう。

ホーチミン廟内(ハノイ市)



「柑橘類の栽培も盛ん」2014年7月16日(水)10:00頃撮影

4. ベトナムの潜在力と我が国の地方経済の成長戦略

(1) 競争

稲作に例を取れば、ベトナムの米価に対抗するためにはコストを半減する大規模化と効率化が求められるが、一方では高付加価値化を追求して選択的商品としてのブランド力を訴求する方法もありうる。

日本食・食文化の高い評価を受けている九州(熊本)の多品種・高付加価値の農水産物や加工飲食料品は、現時点でも選択的商品としての地位を獲得する力を有している。

商品、価格、販促、販路に関する科学的マーケティング技術の集積と横展開が望まれる。

(2) 協調

ベトナムの農業の国際競争力に対抗し、この国の潜在力を呼び込む道を探るには、攻めと守りを強化するだけではなく、ビジネスの基盤となる信頼関係構築が前提になることを忘れてはならない。

再び農業を例にとれば、内閣府が所管の公益財団法人国際農業者交流協会が主催する「アジア農業青年人材育成事業」への協力等、フレンドリーな関係構築に向けた、九州、ASEAN、そして東アジア間の協調の道を明確に意識することも重要だろう。

以上