

ベトナムは日本との親和性が高く ますます密接になっていくが、 変化する様子を定点観測する必要

G.A.CONSULTANTS VIETNAM CO.,LTD. 代表 関岳彦

日本との共通点が多く 親和性が高い

—まず、御社の沿革と事業内容を教えてください。

当社の設立は1995年で24年が経過しました。代表の勝本（健司）はリクルー

ト出身で、リクルート時代にベトナムを訪れる機会があり、大きな衝撃を受けたそうです。それは、ポテンシャルの高さに対して発展していないこと。「この国はこれから伸びる」ということを確信し、そこでぞっこんベトナムに恋をしてしまいました。

当社の事業は、ホーチミン工科大学の卒業生への日本語教育、日本への就職斡旋から始まり、ベトナム進出後は進出日系企業へのベトナム人、日本人の人材紹介、そしてレンタルオフィス事業、法人設立支援事業など、日本からベトナムに進出する企業の支援へと広がってきています。

—関さんは2004年に入社したそうですが、それ以来日本人にとって「ベトナム」の存在感はどのように変わったと捉えていますか。

入社した当時、日本でベトナムに興味を抱いている人はほとんどいませんでした。「ベトナム人技術者を採用しませんか」と営業すると、「いいですね」という反応があるのは非常に稀で、ベトナムとはどういう国か、ということ伝えることから行っていました。

それが今では、ベトナムの情報があふれています。また、特にコンビニの従業員にベトナム人が多い。かつてを知る私にとっては「すごい時代になった」という感慨があります。

また、2004年当時、ホーチミンの在留邦人は2000人程度でしたが、今では1万人程度となっています。居住を登録していない人を含めるとベトナム全土で2万人から3万人程度はいるのではないのでしょうか。それだけ日系企業が増えているということです。



プロフィール

G.A.コンサルタンツベトナム代表。その他、ミャンマー、香港、インドネシアのディレクターも兼任。2005年よりベトナムへ赴任し、500社超の企業、1000名超の求職者と出会い、現在も各国のマネージをしながらも求職者向けキャリアアドバイスも行う。東南アジア圏でのスタートアップにも強い関心を持ち、Startup Weekendのベトナム国内（ハノイ、ホーチミン）でのオーガナイズにも携わる。

性がある



ホーチミンのオフィスで一緒に働くスタッフのみなさんと関氏

——日本にもベトナム人が増えてきている要因はどこにあると思いますか。

東南アジアで日本への人材供給国と捉えるのであれば、人口が1億人弱のベトナムよりも2億7千万人のインドネシアの方がポテンシャルは高いでしょうが、宗教がイスラム教で日本人にとって直観的に隔たりがあります。

一方、ベトナムは国の形状が南北に長く、海に囲まれて水産資源も豊富で、なんとなく日本に似ています。国民性が東南アジアの中では勤勉だと言われていることも同様です。このように、ベトナムは日本との親和性が高く、違和感なく受け止められているようです。

給料が15年間で3倍に増加

——ベトナムで日本企業が増えることによって、ベトナム人にとっての就労環境はどのように変わりましたか。

ここ3年間で急激に増えていて、今1800社を超えています。ベトナムにご縁がありながらしばらく訪問する機会がなかった人にとっては、「すごく変わった」という印象を抱かれるようです。

当社は日本企業に人材を紹介する商売

をしようと2005年にベトナムに法人をつくり私が赴任しました。それ以来ベトナムに日本企業が増え続けていて、給料がとても伸びています。

2005年当時と比べてざっと3倍です。製造業ではマネージャークラスが500ドル(月給/以下同)程度、ワーカーは70ドルでしたが、今はマネージャークラスが1500ドル、ワーカーでは200ドル、300ドルとなっています。

——顕著なのはどのような職種ですか。

特にIT系に大きな変化が起きています。日系企業では、BSE (Bridge System Engineers) という役割の人材を採用します。これは日本語を使いこなして、チームをマネジメントしながら日本とベトナムをつなぐ役目です。

かつては「勘のいい通訳」という感覚で500ドル、600ドル程度だったのですが、日系企業が進出するにつれて、あれよあれよという間に上昇し、今では2000ドルから2500ドルというレベルになっています。この給料は現地採用の日本人スタッフクラスを超えています。

——ベトナムの若者にとって、働くとい

う感覚は変わってきていますか。

私としてはベトナム人の若者と日本人の若者を比べるとスキルにほとんど差がないと思います。あえて述べると、ベトナム人は英語ができて、その他の要素も日本人より勝ってきています。

かつてベトナム人は協調性がない、仕事をしたがらないと言われたものですが、これは社会主義の名残で、「頑張ったってどうせ無駄だ」という感覚だったのでしょう。

今ではそんなことは全くありません。市場が広がることで成功している人がたくさん出てきて、「頑張れば報われる」と起業する人がどんどん現れています。

——若者の就職活動の仕方にどのような変化が見られますか。

基本的に大きな変化はないようです。ただ、今日はインターネットが普及して、求人サイトに登録するという形になってきています。

最近顕著になっているのはSNSです。FacebookとLinkedInの2つがあって、就職活動では、ホワイトカラーがLinkedIn、ブルーカラーがFacebookというのが主流のようです。

ベトナム人にとって 売り手市場に

——ベトナムに進出している日系企業が現地で人材を採用しにくくなってきたという傾向は見られますか。

業界によってはありますね。例えば、ITエンジニアの人材獲得では苦戦しているところが多いですね。製造業の場合、ワーカーは湧き水のようにあふれてくるようなイメージがありました。今ではワーカーの人材紹介も行うようになりました。

2011年、2012年あたりの当時は「日本企業」を名乗るだけで人は集まってくる感覚がありましたが、2017年ごろからは、ベトナム人が日本企業を選ぶ売り手市場の時代になってきたと感じています。

ベトナムでの人材採用がこのようになってきているので、日本でベトナム人の人材が不足するという事態が生じるかもしれません。

——日本以外の国からベトナムに進出しているところにどのような傾向が見られますか。

中国系企業が増えてきています。それは米中貿易戦争が背景にあって、この漁

夫の利を一番得ているのはベトナムなのです。つまり、メイドインチャイナではアメリカに受け入れてもらえませんが、中国人の資本がベトナムに工場をつくれれば、メイドインベトナムをうたうことができます。これから中国系企業が台頭してくるのではないのでしょうか。

——この傾向に対してベトナムの国民感情はいかがでしょうか。

ベトナムはかつて中国の支配下にあったことから、中国に対するよくない感情は根深いものがあります。逆に日系企業にはどんどん来てほしい。これは他の国にはあまり見られない傾向です。

日本人の中には、東南アジアの人はみな日本のことを尊敬しているとか、東南アジアよりも日本の方が上だと思っている人がまだいると思いますが、このような感覚を持つ国は現状減ってきています。

日本とベトナムの 逆転現象の予感

——日本では地方に人材が流入しないという現実があって、それを外国人で補っていました。その中で存在感を高めたのがベトナムからの留学生や実習生です。この流れはこれからも継続していくのでしょうか。

どこかで臨界点はくると思います。かつてベトナムから日本へ出稼ぎに行く人はベトナムの中心部の人でしたが、だんだんと地方に移ってきています。これらの人たちがベトナム国内で働くことに満足するようになると、日本に出稼ぎに行く人はいなくなってしまうのではと懸念しています。

日本からベトナムに来ていた経営者の中には、発想が昭和40年代、50年代当時の「ジャパンアズナンバーワン」という感覚で止まっている人もいます。日本はその時代から成長していませんが、ベトナムはめまぐるしく変わっているのです。私は2030年、2040年には大きな逆転現象が起きるのではないかと考えています。

——大きな逆転現象とはどのようなことですか。

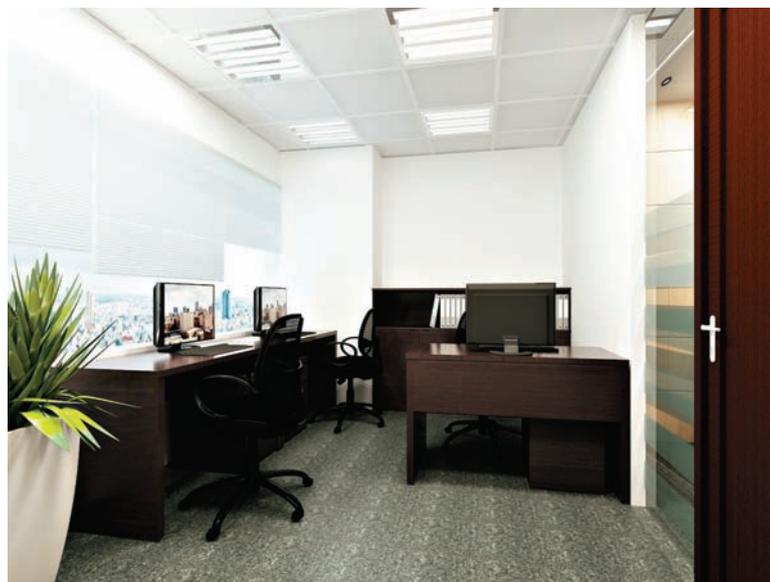
まず、GDP（国内総生産）で日本はベトナムに抜かれます。そして、日本に出稼ぎに行く必要がなくなり、外国人が日本に流入しなくなる。また、ベトナム人が日本人を雇うとか、そのような現象が出てくるでしょう。

——日本の企業は、そのような時代に備えるために何をすべきでしょうか。

先の見えない状況ですが、私が一番大切にしていることは定点観測です。何が起きているかということ把握するために、「こうなんじゃないか」という先入観を持たずに、現地の一定の場所で人の様子を観ること。このようなことを続けていけない限り、答えはないと思います。

——物事が変化してきたことを知らずに、突然「今」を見せつけられても、それがどういうことなのか分かりませんからね。

例えば、「技術」は日本のお家芸と言われてきましたが、今ではコンピュータでの再現性が高くなってきていて、コピーされやすいものになっています。ですから、メイドインジャパンというものが効かなくなっていくと思います。



ホーチミンにあるレンタルオフィス「ソトチカ (SOTOCHIKA)」の個室

日本の技術力に韓国が追いついた、中国が追いた、ということになってきて、今度はベトナムも追いついてくるという時代になる。では、何をバリューとして提供するのか、日本の経営者にとってとても難しいテーマになります。

答えは「人間の中にある」ということになりませんが、将来の消費者のことを考えるために、今の消費者がどのような動きをしているかということをはっきりと捉えていないといけません。

ベトナムの変化を 定点観測する

——ベトナムの消費者を観ていても、10年前の消費者と今の消費者は同一人物であっても全然違います。変化しています。

「ブランドスイッチ」という言葉があります。これは、ある製品を使用していた消費者が、同一カテゴリーの競合するブランドに切り替えてしまうことです。

この考え方を人間の習慣に置き換えると、人間の習慣とは50歳あたりで決まってしまう、そこまでに慣れ親しんだものから変わろうとしない。日本の企業経営は団塊の世代を中心に行われてきたうえに、日本の大多数の消費者は高齢者になっているので、「ブランドスイッチ」が起きていない。そこでこの層がいなくなった時に、日本の企業経営は全く経験したことのないことに立ち向かうことになります。

それがベトナムでは消費者がまだ若いので、非常に柔軟でいろいろなことが目まぐるしく変化しています。

——日系企業はその変化の様子をしっかりと観ていく必要があるのですね。

日本で売れているものがこちらで売れるか、というと意外と売れないのです。日本の商品で売れているものは耐久消費財で、自動車とか空気清浄機といった大手メーカーの高い商品は売っていますが、ロウエンドの商品が売れにくい。つまり「この分野では日本でナンバーワンです」



ハノイオフィスのスタッフのみなさん。画期溢れる様子が伝わってくる

というものは売れますが、「3番目です」「4番目です」というのは売れない。日本で苦戦を強いられているのでベトナムにやってきた、ということではますます売れません。

そこで、ベトナムに進出する場合には、スイッチを替える必要があります。日本と同じ感覚で来てしまうと、少し悲観的なシナリオが待ち受けていると思います。

日系企業はベトナムに約2000社来ています。タイには6000社です。ベトナムでの日系企業は3000社あたりまではうまくいくとは思いますが、これが永続するかというとそうではないと思います。それが次にステージとして問われています。

——ものすごく人気が高まっているベトナムですが、難しさも増しているというのが実状ですね。

そこで、ベトナムにすぐに進出するの

ではなく、定期的にベトナムにやって来て、ベトナムの変化を観て、点検した結果判断するというをお勧めします。

また、進出する前に、まずベトナム人を雇用してみるということから始めてみてはいかがでしょうか。そこでベトナムとの縁をつくるということです。

例えば、日本でベトナム人を労働力として雇っていたが、彼らが現地に帰ることがきっかけとなり、「現地でも生産できるのではないか」と考える。このようにして日本からベトナムに進出されているケースもあります。

いずれにしろ、これから日本とベトナムとの関係はとても密接になっていきます。今日、日本の人材不足の中でベトナム人の採用に取り組んで、その先にベトナム進出を検討してみてもいかがでしょうか。

——ありがとうございました。

G.A.CONSULTANTS VIETNAM CO.,LTD.

住所：Room 603, 6th Floor, 535 Kim Ma Street, Ba Dinh District, Hanoi, Vietnam
電話：84-24-6270 1630