

モア・プロダクション・ベトナム

CEO 勝 恵美

「ベトナムで ゼロからの出発」

会社概要

- 企業名：モア・プロダクション・ベトナム /
MORE Production Vietnam Co., Ltd.
- 日本人代表：勝 恵美 (かつめぐみ)
- ベトナム人代表：レ・ティ・トゥ・ヒエン
- 事業内容：広告代理店事業、制作事業、
コーディネイト事業
- ベトナムへの進出年：2013年設立



友人であり、良きビジネスパートナーである
勝さん (右) とヒエンさん (左)

講義概要

- ベトナムの人間らしさ、パワーに魅了され来越。勝さんは出版業界での経験もなく、まさしく「ゼロからの出発」であったが、ベトナムでの初めての友人、良きビジネスパートナーであるレ・ティ・トゥ・ヒエンさん (貿易大卒) と出会い、ビジネス立ち上げを決意。“Better Life and MORE” との思いを込め、社名は「モア・プロダクション」と命名し、2013年に会社設立。
- モア・プロダクションのミッションは“ベトナムと日本をつなぐ仕事”であり、情報でつなぐ (情報誌)、場をつなぐ (カフェ)、文化でつなぐ (絵本) を軸に活動。広告代理、制作 (機内誌、社内報、ロゴ等)、イベントなど多岐にわたる。
- 絵本プロジェクトはもともとヒエンさんの発案で活動を開始。2017年に初めて出版して以来、これまでベトナム国内で38種類の絵本を発行 (うち12種類は増刷)。累計販売数は28万9000冊に達する。できるだけ広く読んでもらえるよう、1冊25,000ドンで販売。
- ベトナムで絵本を広める活動に関心を寄せていただき、美智子様にお会いする機会を得た。これをきっかけに、2018年には美智子様著『橋をかける』 (ベトナム語版) をベトナムで出版。
- 絵本を広める様々な活動を行っており、絵本の寄贈や、作家の先生による講演会、「童話コンテスト」の開催などを行っている。特に力を入れているのが「絵本読み聞かせ活動」で、カフェや病院で読み聞かせを行っているほか、ボランティアも育成中。
- ベトナムでは図書館が限られていたり、子供が本に触れる機会が少ない。ベトナムでも「Ehon」という言葉が広まりつつあり、情操教育の観点からも注目されている。
- ベトナムには「市場が未熟ゆえのチャンス」、「日本が歩んだ道を学ぶチャンス」、「新時代のビジネスモデルをつくるチャンス」がある。平等な関係で、一緒に学びながらつくる「日越ビジネス」を目指したい。

受講者アンケート

【どのような点に興味を持ったか】 ※学生からのアンケートを原文ママ掲載しています。

- 読書や翻訳の仕事が好きですので、企業の主張や仕事内容に関心を持っています。勝さんができたことに感心させられました。
- 絵本はおもしろくてかわいいですから、ベトナム人の読者に広く伝えられるならすばらしいと思います。
- ベトナムでは子供向けの本はあまりありません。そして田舎に本屋や図書館などは少ないから、子供は本に接する機会も少ないです。More Productionの業種とボランティア活動はとても貴重です。
- この企業の経営活動には利益をもうけるだけではなくて、有意義な活動をたくさんやっていて、本当に感動しています。
- 日本の絵本を見たことがあります。とてもおもしろかったです。田舎人の私は子供のとき、絵本を読む機会はありませんでした。今は読みたいけど読めなかった絵本にとても興味を持っています。
- More Productionの分野は「絵本」で、とてもおもしろいと思います。ビジネス上では特別でおもしろい分野で、さらに社会貢献上ではとてもすばらしく思います。



絵本を手取る学生たち

【講義の感想】

- 本が好きな私にとっては、現在子供がスマホなどハイテクのものに夢中している真実はもったいないと思っています。勝さんとヒエンさんがいままでできたことはきわめて意味があることです。貴社が出版した絵本は値段が安く、キャラクターもかわいく、内容も良いので、ベトナム人の子供や両親に好まれるように願っています。
- 勝さんの話に感心させられました。日本から一人でベトナムに来て、自分のやりたいことができ、今までいっしょうけんめい頑張っていて、えらいと思います。More Productionについてはいいモデルだと思います。これから本屋へ行ったら、絵本を買って読むことを楽しめます。
- 貴社のビジョンと心を感じました。また新時代のビジネスモデルをつくることについても分かるようになりました。
- 子供をはじめとした人間教育について有意義なボランティア活動があるモアプロダクション社は、本当にベトナムの社会に貢献していると思っています。
- 日本の絵本はとても面白いので、ベトナムの子供にベトナム語で日本の絵本の内容を伝えられるのはとてもすばらしいと思います。
- 実は最近進路のことで少しストレスを感じていますが、講義で紹介して頂いた絵本を見たりして、とても心が落ち着かされて、いやされました。勝さんのお言葉から、たくさんモチベーション頂きました。

講義を終えて（講師からひと言）

講義に参加してくれた学生たちが熱心に話を聞いてくれたことに、とても感動致しました。現役の学生たちに会社の活動を話す機会がほとんどないため大変良い機会となりました。特に絵本の活動に関しては、学生も含め多くのベトナムの人に知ってほしいと常日頃からおもっておりましたので、私たちの考えや想いがきちんと通じたと嬉しく感じています。また、アンケートを読ませていただくと、日本語での講義だったにも関わらず、講義内容がきちんと理解されており、貿易大学の学生たちのレベルの高さにも改めて驚かされました。

イオンベトナム

ベトナム北部代表 石川 忠彦

「イオンベトナムの成長」

会社概要

- 企業名：AEON VIENAM CO., LTD.
- 事業内容：総合小売業
- ベトナムでの店舗展開：
 - ①タンフー・セラドン (2014/1)
 - ②ビンズオン・キャナリー (2014/11)
 - ③ハノイ・ロンビエン (2015/10)
 - ④ビンタン (2016/7)
 - ⑤ハノイ・ハドン (2019/12予定)
 - ⑥ハイフォン・レチャン (2020/10予定)



講義概要

- イオンベトナム北部代表の石川さんは2013年、新店舗立ち上げのためハノイへ赴任。組織づくりから始め、最初の従業員は石川さん一人であったが、今では1,200人まで拡大。現在、ベトナム5店舗目となるハドン地区の開店に向け奔走している。2020年にはハイフォンでの開店を予定。
- イオンは、三重県四日市市で「岡田屋」として始まり、1970年に3社で合併し、「ジャスコ」と改称。岡田卓也氏と小嶋千鶴子氏の姉弟で事業を拡大してきた。今日では日本最大の小売業者であり、日本企業売上ランキングは10位（2018年売上：8兆4000億円）。
- アジアでは中国・アセアンを中心に事業を展開してきたが、上海・台湾から撤退した過去も。ベトナムでは2014年にホーチミンに1号店を開店して以来、順調に業績を伸ばしている。ショッピングセンターやスーパー、コンビニ等を多角的に展開する「マルチフォーマット戦略」を採っている。
- ベトナム小売市場の魅力は、①市場規模が拡大中であること、②競争がまだ激しくないことであり、有望市場として捉えている。ベトナムでは日用消費財売上げにおけるモダントレードの比率が伸長している点も特徴。売れ筋は「抹茶ソフト」で、1店舗で1日5万個売り上げているが、こんなに売れる国は他にない。
- イオンベトナムの強みとして、①権限移譲の習慣、②食の安全・清潔な売場、③新しい商品・楽しい売り場、④良いサービス、⑤社会貢献活動が挙げられる。
- 新しい売り方の例として、寿司を購入しやすいよう小包装で販売した。結果、寿司売場にお客さんが殺到し、オープン直後は2時間待ちとなったことも。即食対応のデリカを設置したが、これはアジアの屋台文化に倣ったもの。
- 良いサービスの例として、「先客優先」の原理を大切にしている。お客さまは誰かを定める重要なルールだが、ベトナムでの開店直後はレジで並ばない来店者が多かった。徐々に改善を試みることで、お客さん同士で注意し合うような場面も見られるようになり、「並ばないと買えない」ということを浸透させることができた。

【学生からの質問】

○2014年の1号店開店以来、ベトナムでの事業は順調か？ また困難な点は？

→4店舗とも黒字であり、非常に順調。店舗数が増えることで従業員のマネジメント、コミュニケーションが難しくなる点が課題。

○ほかのショッピングセンターとの違いは？

→ターゲットを「家族」に明確化している点。楽しみながらレジャーとして、少しでも長い時間を滞在してもらえるよう工夫している。

○ハイフォン進出の要因は？

→ハノイからでもマネジメントしやすいほか、ハイフォン市からの強い希望（好立地での提案）を受けたため。現在購買力はハノイの65%程度だが、3～5年後の成長を見越して開店を決めた。



受講者アンケート

※学生からのアンケートを原文ママ掲載しています。

○イオンベトナムの強みの部分に興味を持ちました。特に良いサービスです。日本企業のサービス、日本人のおもてなしは世界に有名です。イオンがいつもお客さまの立場に立つことがあこがれています。

○ベトナムイオンの発展戦略や活動についていろいろな知識が身につけられました。Ha Dongイオンに楽しみにしています。

○イオンさんについてもっとくわしく分かるようになりました。食の安全、清潔な売り場であるし、新しい商品、楽しい売り場でもあるし、また良いサービスを持って、社会貢献活動をいろいろ行っているイオンさんは本当にすごいです。

○最近見た映画ではジャスコという何でも売るスーパーが出てきました。聞きなれない名前なので映画でしかないスーパーだと思いましたが、実はAEONの古い名前だとわかってちょっとびっくりしました。

講義を終えて（講師から一言）

生徒の皆さんから、たくさんの質問をいただき、授業が進めやすかった。質問もできるだけ日本語だけでやろうと心掛けていたことも感心した。とくに、「なぜ、他の都市、ではなく、ハイフォンへの出店を決定したのか。」という質問は非常に鋭い内容であった。

今後皆さんは、日本や外国で仕事したり、日本と関わる仕事に就かれると思います。その場合には、ベトナムの代表としてベトナム国や歴史を説明しなければならない機会が多く訪れます。自国のことも自分で説明できるように、しっかり学んでください。

気になったことは、授業の出欠確認がベトナム式であった。、せっかくの日本語のクラス

ですので、日本の文化に触れるという意味でも、日本式を採用されてはいかがですか。

渡辺パイプベトナム

General Director 濱 和秀

会社概要

- 企業名：渡辺パイプ株式会社
Watanabe Pipe Vietnam co., Ltd
- 事業内容：
 - ・水と住まいの事業本部
管工機材、住宅設備機器、電設資材の販売
 - ・グリーン事業部
温室の設計・施工、販売
- ベトナムへの進出年：2012年



講義概要

- 渡辺パイプは、「Service & Engineering Dialog System（サービスと技術で対話するシステム）」を意味する「SEDIA System」ブランドを展開。今年で創業66年。
- 「グリーン事業部」ではグリーンハウス等を展開。一般に最先端の農業と言われるオランダでは、植物工場など生産力を伸ばす取組みが中心だが、日本の最先端技術では「味」にこだわる農業に強みがある。
- ベトナムではGDPの約20%、労働人口の約50%を占めるなど、農林水産業は依然として重要な産業。コメやコーヒーのほか、生産量世界一位を占めるコショウ等も重要な産品。
- ベトナムには2012年、フンイエン省に進出。ベトナム北部を中心にベトナム全土、ASEANに、日本品質のグリーンハウスを提案してきた。ベトナムのハウスは雨除けが主な目的だが、同社のハウスを使用することで室内の環境をコントロールしやすくなる。
- 近年の異常気象でベトナムにも台風が通過しつつあり（しかも農家が気候状況をきちんと把握していない）、構造計算に基づいた強度の高いハウスを提案。日本品質の施工管理も徹底しており、ミリ単位で建て方を指導している。ベトナム基準採用により40%コストダウンを図るなどの開発努力も。
- 糸が細く通気性の高い日本製の防虫ネットを用いることで農薬の使用を減らすことができる。またフィルムは5～10年長持ちするため、交換頻度を抑えることができ環境にも優しい。
- ベトナム北部で販売実績伸ばしているが、近年は地場の競合企業も出てきた。2021年に全国代理店網、ベトナム拠点の確立を目標としている。国の根幹である農業は重要であり、今後も伸びていく分野であると認識。ベトナムにおいて、「農家が利益を上げ、人気職業となること」を目指したい。

【学生からの質問】

- ベトナム最初の拠点として、なぜダラットではなく、フンイエン省（ハノイ近郊）を選んだのか？
→ダラットではハウスが飽和状態で、これ以上の拡大は難しいと判断。ダラットは現在ホーチミンへの農産品の供給地として機能しているが、ハノイでは近郊農業が育っていないため、今後の成長に着目した。
- 農業以外の事業展開（農産品の販売等）は行わないのか？
→1社でできる事業には限りがある。現在ベトナムではチームができてつつあり、小売であればイオン、地方での開発であればJICAといったように、様々な企業・団体と連携しながら事業を展開していきたい。

受講者アンケート

※学生からのアンケートを原文ママ掲載しています。

- ご発表すばらしいです。現在、安全な食品と環境守ることはベトナム人がとても関心する問題です。ベトナムではグリーンはグリーン農業モデルはいっぱいですが、ベトナムでネットワーク的なモデルがまだありません。それからSEDIAがベトナムでこのモデルを発展すると期待します。
- パイプハウスというシステムはベトナム農業にメリットをいろいろ与えると思います。このシステムがさらに一般的になったらそれはいいことです。
- 日本あるいは他の先進国と比べ、ベトナムの農業は劣っています。自然資源が豊富な国なので、技術開発を重視したら、生産性がさらに向上されると思います。それで、外国からの援助が非常に役に立ちます。
- ベトナムにとって農業はとても重要です。農業に関するいろいろな問題を解決して、農業産を高める渡辺パイプはすばらしいです。

講義を終えて（講師からひと言）

農業及び施設園芸（グリーンハウス）の専門用語が多く講義はわかり辛かったと思います。これを機会にベトナム農業のことにもっと興味を持ってもらい農業の仕事（海外への輸出含む）に携わってくれたらと思います。

ベトナム三菱商事会社

社長 船山 徹

「日本とベトナムの関係をさらに深めるために」

会社概要

- 企業名：ベトナム三菱商事会社
- 事業内容：総合商社
- ベトナムでの事業内容：
インフラ、自動車、都市開発、素材、食品等



講義概要

- 船山社長は、91年に三菱商事入社後、ハノイ総合大学に留学。これは同社としては初めてのベトナム語学研修生だった。その後、96年にハノイ事務所に勤務し、2016年4月にベトナム社長に就任。古くからベトナムの可能性に注目し、ベトナム語も習得。
- 今年の2月の米朝首脳会談は全世界で10億人が注視し、ベトナム・ハノイの存在が広く知られるようになった。また、6月末のG20サミット終了後、トランプ大統領は、次期議長国のサウジに続いてフック首相に近づき、肩をたたき握手をしてお礼の言葉を述べていた。これは米国にとってもベトナムが重要な国であることの表れ。
- みなさんには是非グローバルな人材になってほしい。条件は3つ。①英語・日本語といたった語学ができるに越したことはないが必須ではない。重要なのは、自分の意見を自分の言葉で堂々と言えること。読書を通じて知識を身に付けることが重要。②自分が取り組むことを自分のためだけでなく、社会に役立てることを心がけてほしい。公共への奉仕を忘れずに。③そして一番大事なのは、自国の歴史、文化、伝統をどれだけ語れるか。
- 日越は類似点も多いが相違点もある。学ぶことで気づきがある。両国ともに食事のことを「ご飯を食べる」と表現し、お米が最も大事な食文化。風景や観光の魅力も共通。日本では買い物の魅力もある。12月6日に、ホーチミン市ドンコイ通りにベトナム初のユニクロが開店する。日本にはお寺がいくつあるか？（2000との学生からの回答に対し）7万7千あると言われており、神社は8万。両国は人口、面積がほぼ同じだが、これは大きな違い。
- 茶道は、主人が客人を招きお茶を飲むだけだが、不完全な存在である人間同士が向き合い、煩惱・困難から一時離れて限られた時間・空間を楽しむもの。禅と謙遜が一緒になって室町時代に花開いた日本独自の文化。「空虚にのみ、真の本質が存在する」とは何も無いところに本質があるという意味。Simple is bestで千利休が昇華させた。茶道が目指すのは「和敬清寂」。日本文化の魅力である侘び・寂びは俳句や和歌にもあらわれ、こうした美学、精神性が茶道のなかに見てとれる。
- 日本は90年代からほとんど経済成長が止まっているが、ベトナムは直近25年で160倍の外資を取り込み急速に成長。日本にマクドナルドができたのは1971年、F1が開催されたのが1976年だが、ハノイではそれぞれ2017年と2020年。急成長で変わったものもあるが、変わらないものもあり、それが「恩」と「縁」。日本にも恩返しという言葉がある。
- ベトナムの強みは3つのI: Intellect, Independence, Identity, とHOME: Harmony/ Hospitality, Organized, Modesty, Elaborate, 他方で課題は3つのC: Commitment, Communication, Compliance とPIAS: Passive, Inner, Aging, Slow.
- 日本は明治維新以降ゆっくり産業化が進んだが、ベトナムは少し早すぎるかもしれない。

【学生からの質問】

○ドイモイが始まってベトナムは成長しました。
これは良いことですか？悪いことですか？
→ベトナムは意思決定が極めて早い。例えばビングループのブオン会長の牽引力は素晴らしく、不動産で発展したが、真に大事な産業は工業。急速な発展は人々の暮らしを良くするものの、国の産業発展には課題があるのではないか。

○日越間の関係は進展していますが、最近の米中貿易戦争でどんな影響を受けていますか？
→先週深圳に出張し新技術産業の価値創造に日本はとても適わないと実感した。中国によるベトナム進出は今は雇用面ではプラスだが、歯止めをかける必要がでてくるだろうし、また、いずれ米中二つの経済圏のどちらかを選べと迫られるだろう。

→日本の失われた20年で、失っていないのは価値観・ソフトパワー。先日、126人目の天皇陛下が即位した。日本は未だ誇れる伝統・文化を持っている。仕事より生活重視と日本も変わってきているが、就職のアドバイスとしては、一度とことん頑張ってみること。中途半端な頑張りは転職しても同じ結果になるだけ。人として信用してもらえることが大事。



受講者アンケート

※学生からのアンケートを原文ママ掲載しています。

○三菱商事社長のベトナムについての知識はひじょうにすごいと思います。俳句の部分の講義は好きです。外国人によってベトナムについての講義がプレゼンされるのは面白かった！機会があれば社長と話したいと思います。

○今日の講義は面白かったです。舩山さんのベトナム語はすごく上手で、私をびっくりさせました。ベトナムに25年前に来て、ベトナムのことをよく分かって関心させられました。Doi Moiの後、ベトナムの成長スピードが速すぎるとおっしゃること、本当ですね。これから持続可能な発展のための行動計画が必要になると思います。

○舩山様のお言葉から、たくさんのモチベーションを頂きました。この先の道に自分なりに胸を張って進んで行きたいと思えました。グローバル人材になれるかどうかはまだ自信がないのですが、

講義を終えて（講師からひと言）

・聴講された皆さんが大学を卒業された後にどの道に進まれようが、ベトナムに生まれた事を誇りに思い、ベトナムの良さを1人1人が「ベトナム代表」として発信し続ける事が、ベトナムが真のグローバルプレイヤーになる為に極めて大切であると確信しており、ベトナムって本当に素晴らしい国だと言う事を日本と比較しながら皆さんに気付いて頂くと良いな、と思い講義資料を作成し、講義をさせて頂きました。皆さんに何らかの気付きをお届け出来たら望外の喜びです。

・講義を終えて、改めて、当国で仕事をしているわれわれ側も、ベトナムの事をもっと深く理解し、社会・文化・歴史を語れるよう心掛けるべきだと強く思うに至りました。勉強する事は沢山あります！私自身ももっと頑張りたいと思います。有難うございました。

パナソニックベトナム

社長 松下 和宏

「パナソニックの概要と挑戦」

会社概要

- 企業名：パナソニックベトナム
- 事業内容：製造業（家電製造等）
- ベトナムへの進出年：1950年代にラジオ販売開始。
1971年に合弁製造会社（ラジオ、テレビ）を設立。
- ブランドスローガン：A Better Life, A Better World



講義概要

- 1918年、大阪で松下電気器具製作所 創業。電気器具や家電、産業用ロボット、部品等を製造・販売。創業者 松下幸之助が一代で世界的メーカーに。2008年、パナソニックに社名変更。2018年度、従業員27万人、関連会社600社、売上8兆円、営業利益4千億円。
 - “経営理念”という言葉を今日は覚えて帰って頂きたい。これは、会社の存在意義、経営の目的・手段、社員のあるべき姿・行動を定義したもの。パナソニックは、“事業を通じて人々の暮らしと社会の発展に貢献”することを経営理念・存在意義としている。
 - ベトナム進出は早く、1950年代後半にパートナーを通じラジオ販売を開始。1971年、ホーチミン市にラジオ・テレビの合弁製造会社を設立。生産・輸出拠点と市場の観点から高い発展性を確信、ベトナムの工業化への貢献を目的に、2003年に計画投資省と覚書を交しハノイに工場を建設、事業を加速した。現在、9社8法人、社員数7000人に拡大。
 - ベトナムは、2021年に1人当りGDPが3000USドル突破の見込み、世界有数の人口とその堅調な伸び、40歳以下が6割以上という豊富な労働人口で、経済成長のポテンシャルは高い。一方、賃金上昇はこの10年で約2.5倍になるなどしており、これまでの成長モデル（外資、低賃金）から、高付加価値の創造、産業構造の転換等の「新成長モデルの確立」が必要。
 - 20世紀の日本の同質性重視・大量消費時代に、パナソニックは自社販売プラットフォームによる大量販売という売り方起点のビジネスモデルで成長。21世紀は“暮らしアップデート”という提供価値を起点に売り方を変えていく新たな成長モデルに変革していく必要がある。
 - これから求められるのは、変化が激しい時代において、新しい価値の創出を通じて社会の発展に貢献できる人材。パナソニックは“ものをつくる前に人をつくる”会社。事業・経営の根幹は“人”という基本指針に基づき、多種多様な経験・成長機会を通じ人材を育成している。
 - パナソニックベトナム、そして日本本社でも人材は多種多様化している。経営幹部も若手、外国人、女性、元アナリスト等、多様な人材の配置・登用で新たな成長を志向している。
- ＜パナソニックベトナムの社員によるパネルディスカッションで経験を共有＞
- ベトナム人女性社員は、立命館アジア太平洋大学 留学後、銀行でファイナンスの知識を習得、日本でのビジネスを経験。現在、パナソニックベトナムで人事部門にて採用を担当。
 - 韓国人男性社員は、日本・インド・中国など複数の国で様々な経験を積み、グローバルに挑戦できる環境に魅かれてパナソニックベトナムに入社。現在、FA部門で営業を担当。
 - 日本人男性社員は、米国で多様な価値観を尊重することの大切さを学び、仕事に活かしている。目標は、ベトナム人に喜んで頂ける商品をベトナムで開発・製造・販売すること。

【学生からの質問】

○パナソニックに採用される要件は何ですか？
→大きな夢と誰にも負けない志があること。その会社がビジネスを通じて何をしたいのかを見た方が良い。経営理念に共感できるのが大事。

○パナソニックの意味は何ですか？
→パナ(PAN)は“広がり”、ソニック(SONIC)は“音”。
「当社の創り出す音を広く世界中に」という思い。
以前のブランドは“国民の”を意味するナショナル。

○面接の時にどのような質問がありましたか？
→「パナソニックへの志望理由」を聞かれた。同じ働くなら誰かの役に立ち、自分も学べる仕事がしたいと答えた。大学で専攻した経済・金融とは全く関係なかったが、メーカーの仕事はビジネスモデルが分かりやすく、自分でも何かできると思った。

○パナソニックの製品は生活の中にたくさんあります。世界に誇れる製品はなんですか？
また、ベトナムで一番売れているものはなんですか？
→電池の技術は世界一。電池搭載の電気自動車の市場は拡大途上だが、成長のポテンシャルは大きい。ベトナムでは家電、特にエアコン。全国普及率は25%、都市部でもまだ50%とされている。このエアコンの事例のように、家電全体としてもまだまだ市場は大きい。



受講者アンケート

※学生からのアンケートを原文ママ掲載しています。

○パナソニックのれきし、歩み、経営方針などに関心をもっています。それに社長だけではなく、せんぱいの話しを通して、いろいろな経験、働いている時のおもしろいことにもきょうみを持っています。

○創業者のビデオはおもしろくて、社員の経験からいろいろ学びました。

○パナソニックの人材育成の基本指針について興味を持っています。

○経済的の講義が苦手な私でもとてもわかりやすい講義でした。そしてパネルディスカッションもいれて、パナソニックの各社員の視点から「あなたにとってパナソニックとは何ですか」というパネルに印象に残りました。

○パナソニックが世界に貢献していることを知って、すごく感動的でした。

講義を終えて（講師からひと言）

ハノイ貿易大学、JETROの皆さん、このような貴重な機会を頂き誠に有難うございました。学生の皆さん、活発な質問も交えながら講義に参加して下さい有り難うございました。積極的に学ぼうとされる皆さんの姿勢に、私たちも大いに刺激を頂きました。

今講義では、現在のパナソニックについてご紹介するだけではなく、創業者 松下幸之助の“経営理念”についてもご紹介させて頂きました。少し難しいところもあったかもしれませんが、“人”を基軸に、事業を通じて人々の暮らしと社会の発展に貢献”を実践するところに、パナソニックの存在意義があるという考え方をご理解頂けたのではないかと思います。

変化が激しく、様々な事態に遭遇する時代だからこそ、多様性を受入れ、日に新たに取組むことが大切です。ベトナムとパナソニックの成長、そして“A Better Life, A Better World”実現のために、私たちの挑戦はこれからも続きます。皆さんが、“素直な心”と“大きな夢・高い志”を持った“変革のリーダー”として、大いにご活躍されんことを祈念致します。

Y.H SEIKO VIETNAM

代表取締役社長 吉中 一夫

**「零細金型企業のグローバル こんな小さな会社が海外進出
無謀な挑戦か…？」****会社概要**

- 企業名：有限会社吉中精工
Y.H SEIKO VIETNAM JSC
- 事業内容：金型、金型パーツの設計、製作、
メンテナンス等
- ベトナムへの進出年：2011年

**講義概要**

- 吉中精工は、福井市の金型メーカー。2011年にベトナムへ進出し、タンロン工業団地内で小物精密プラスチック金型の設計・製作を行っている。
- 金型は技術力がものを言う業界であり、進出当初は赤字スタート。日本では3～4次下請けが中心だが、ベトナムでは日本で直接取引できないような企業との取引も可能であり、上位での取引（2次下請けなど）ができる点も魅力。着々と営業を重ねることで、2016年に黒字転換。「続ける努力」が重要と実感している。
- 金型とは「同じ製品を、同じ精度で、大量に作る」技術。吉中精工の金型を使用した製品例として、自動車のコントロールレバー（ワイパーや方向指示器を操作するための部品）があるが、約30秒で製造可能。
- 日本の金型技術は、ドイツに並び世界トップクラス。アジアでも長らくトップであったが、近年国を挙げて研究を重ねている中国が台頭しつつある。自国内で自動車を生産するためには金型業界の育成が不可欠。ベトナムでもビンファストが国内での自動車製造に向け動いているが、金型の地場調達率は極めて低い。
- 日本のメーカーは技術力で勝負していかなければならず、そのためにも裾野産業が重要。金型工業界の大多数が吉中精工と同規模の中小企業だが、みなメーカーの要求に応えられるよう日々技術向上に努めている。
- リーマンショックで大打撃を受け、これを契機にグローバル市場参入の必要性を痛感。中国ではなく、世界的な不景気の中いち早く回復したASEANに着目した。
- 2011年のベトナム進出に当たっては、本社で雇っていたベトナム人従業員が活躍してくれた。昨今日本では技能実習等の問題が山積しているが、「ベトナムのために」という視点を忘れず、「海外でも企業は人なり」をモットーに人材育成に力を入れている。

- 進出直後は課題も多かった。ベトナム政府についても投資前は友好的であったが、投資後は必ずしもサポートティブでなく、不要な罰金を求められたようなこともあった。理由も分からず自社のお金がなくなっていくのは耐えられず、ジェトロのセミナー等に参加して法律も勉強した。
- ベトナムでの製造業には、何より関税の知識が重要。ベトナムでは金型の認知度が低いこともあり、HSコードの解釈等で当局に理解してもらうのに苦労した。
- 2012年には経済産業大臣が工場を視察。2013年には「日越金型クラブ」を設立し、製品・技術に関する情報交換を定期的に行っている。

受講者アンケート

※学生からのアンケートを原文ママ掲載しています。

- 吉中一夫社長の演説はわかりやすく、面白かったです。吉中精工が日本の「ものづくり」の精神を通して、ベトナムの地で社会に貢献できる企業および人づくりを目指し、「物」と「心」の両面での創造企業を目指すのはいいと思います。
- 吉中精工のビジネスについてだけでなく、ベトナムの経済、輸入出ルールなどについても勉強できて、とてもおもしろい講義でした。
- 吉中さんの物づくりへの感動や熱心に感心させられました。これからもがんばってつづけて、いい労働者が見つけれ、ビジネスがうまくいきますように。
- 大きな関税問題の話聞いて、海外の大手ではない企業にとって、ベトナムに進出するのにそんなに難しさを抱えることを認識しました。それらの課題を越えてどんどん成長していくY・H SEIKOはすごいと思います。

講義を終えて（講師からひと言）

皆さんは今後のベトナムを背負って立つ人材とお聞きしております。ベトナムに対し厳しいこともあえてお話をさせていただきました。ベトナムはこれから世界に通用する国にならなくてはなりません。少しでも役に立っていただけたらという思いで話をさせていただきました。皆さんの知らない業界の話を真剣に聞いていただきありがとうございました。私も楽しい時間を共有する事が出来ました。皆さんの今後のご活躍を期待しております。

みずほ銀行ハノイ支店
支店長 五島 浩二郎

「銀行の役割とみずほ銀行の取り組み」

会社概要

- 企業名：株式会社みずほ銀行
- ベトナムでの展開：
 - ・ハノイ支店（1996年開設）
総員数約180名（うち日本人派遣行員11名）
 - ・ホーチミン支店(2006年開設)
総員数約130名（うち日本人派遣行員8名）
 - ・ベトコムバンク（2011年資本業務提携）
みずほ15%出資、日本人派遣6名



講義概要

- みずほ銀行の始まりは明治期に遡り、ベトナムの銀行と比べ歴史は長い。いかなる時代でも変わらない価値を創造し、瑞々しい稲穂（＝みずほ）のように、お客さま、経済・社会に「豊かな実り」を提供することを企業理念としている。日本の上場企業の約70%と取引があり、総資産額は200兆円（ベトコムバンク総資産は5兆円）。
- 世界38カ国でビジネスを展開。1996年にハノイ支店（邦銀初）を、2006年にホーチミン支店を開設。2011年にはベトナム国営大手商業銀行であるベトコムバンクと資本業務提携。またバリア・ブンタウ省（2014年）、ビンフック省（2017年）と覚書を締結。
- 現在、ベトナム全国で駐在員25名を派遣しているが、1ヶ国にこれほどの人数を配置している国は他にあまりない。なお、ハノイ支店のベトナム人スタッフの約3分の1はハノイ貿易大出身。
- ベトナム拠点では、預金、ファイナンス等のサービスのほか、貿易決済（L/C発行）、M&Aサポート（ベトナムでは国営企業の民営化等を背景に案件増）などを展開。また特定のプロジェクトを事業体とする「プロジェクトファイナンス」も行っており、ギソン2石炭火力発電所や、ギソン製油所などの大型プロジェクトへの支援も実施。このほか、ベトナム電力公社に対する格付アドバイザーも行っている。
- お金（貨幣・通貨）の三大機能は、①価値の保存機能、②交換機能（決済機能）、③価値の尺度機能。日々変動が激しい「仮想通貨」については、価値の保存機能、尺度機能を有しているか見極めが難しい。
- 銀行の三大業務は、①預金、②貸出、③決済。預金を元手に資金を循環させ、新たな信用を生み出す「信用創造」により、銀行は経済発展における重要な役割を担っている。
- 銀行系デジタル通貨プラットフォーム「J-Coin pay」を立ち上げ。預金口座間のやりとりは無料で、また1コインは1円なので、価値の保存機能・尺度機能も担保されている。今後LINEと提携したLINE bankの立ち上げや、ブロックチェーンを活用したスキーム等も構築予定で、時代の変化に対応した次世代の金融ビジネスを追求していく。

【学生からの質問】

○J-Coin payのようなプラットフォームをベトナムで実施する計画は？

→日本でもスタートしたばかりの事業で、みずほ銀行単独だけでやるのは難しい。ベトナム側とうまくタイアップできたら展開の可能性も。

○アジア通貨危機、リーマンショックではどんな影響があったか？ またどういった対応を取られたか？

→アジア通貨危機（1997年）では不良債権が多発。信用のサイクル回らず、深刻な影響を受けた。これを契機に日本国内でも銀行の再編が進み、13あった主要銀行が3つのメガバンクに集約され、2002年に「みずほ銀行」としてスタートすることとなった。

リーマンショック（2008）については被害を受けた投資先が少なかったこともあり、さほど影響は受けなかった。ベトナムでは中央銀行（ベトナム国立銀行）がうまく対処し、経済ダメージは抑えられた。

○フィンテックに対する戦略は？

→現在まさに情報収集を進めているところ。「LINE Bank」の立ち上げや、J-Coin Pay、J. Score(ソフトバンクと協働しビッグデータとAI技術を活用したAIスコアレンディング)も動き始めており、ここ1年の間で他社との連携により急速に進んでいる。

受講者アンケート

※学生からのアンケートを原文ママ掲載しています。

○みずほ銀行についていろいろな情報を得ることができました。さらに、貿易決済サービス～輸入信用状（L/C）発行などすごくすばらしい情報を聞くチャンスがありました。

○本日の講義のおかげで、通貨の三大機能や銀行の役割などの知識を勉強し、ベトナムの経済についていろいろな状況を知ることができました。そして、経済や通貨についてもっと勉強すべきかなと思います。

○みずほがCSRを行うのはとてもいいと思います。みずほは企業の利益のためではなく、社会のために貢献するというのが一番印象に残りました。

講義を終えて（講師からひと言）

皆さんの熱心に講義を聞く姿を見て、学びたいという気持ちがひしひしと伝わってきました。専門用語が多く難しい内容もあったかと思いますが、『銀行の仕事』や『お金』について少しでも理解が深まり、将来ビジネスを行う際に役立てて頂ければと思います。

伸び行くベトナム社会に皆さんが大きな貢献を果たすよう願っています。頑張ってください！