

### □ ■ 島根県ベトナム IT ミッション派遣プロジェクト レポート ■ □



皆さんこんにちは。島根・ビジネスサポート・オフィスのバンブーです。

2024年10月29日、30日にかけて、島根県商工労働部しまねブランド推進課海外展開支援室は、ベトナムのIT企業との連携や人材交流、現地市場の可能性検証等を目的とした、視察および企業交流イベント「ベトナム IT ミッション派遣プロジェクト」を実施しました。この記事では、プロジェクトの様子をレポートいたします。

#### 【プロジェクト概要】

本プロジェクトは、ベトナムをオフショア拠点およびIT人材供給国として捉え、その技術力や現状について深く理解するため、以下の2つをメインの目的として企画されました。

### 目的 1: オフショア拠点・IT 人材供給国としてのベトナムの実力確認

ベトナムがオフショア開発拠点として、また優れた IT 人材供給国としての可能性をどの程度持っているかを評価します。具体的には、現地の IT 業界の発展状況や技術力、人材の質などを確認し、島根県の IT 関連企業との連携の可能性を探ります。

### 目的 2: 現地協業とベトナム市場進出の可能性検証

現地企業との協力体制を検討し、ベトナム市場での展開が可能かどうかを評価することです。これにより、共同開発や市場適応の可能性を見極め、進出に向けた具体的な計画づくりを目指します。

このプロジェクトには、島根県に拠点を置く IT 企業 16 社が参加しました。

参加企業のメンバーは、日本からベトナムのハノイ市へ渡航し、10 月 29 日と 30 日の 2 日間で現地 IT 企業、大学の視察やベトナムの IT 企業との交流イベントに参加しました。29 日の午前中には JETRO ハノイ事務所を訪問し、ベトナムにおける IT 産業の現状についてのブリーフィングを受けました。

### 【JETRO ハノイ】

最初の訪問先である JETRO ハノイによると、ベトナムは現在、急速に成長している消費市場として注目を集めています。2024 年の GDP 成長率は 6～7%と予測され、経済規模は約 4,697 億ドルに達し、一人あたり GDP も年間約 60 万円程度に上昇しています。

この所得水準の向上により、国内市場ではさらなる消費拡大が期待されていますが、同時に人件費の上昇も見られ、生産コストが高まる傾向にあります。こうした経済成長を背景に、日本企業のベトナム進出が増加しており、特に製造業はハノイやホーチミンを拠点に活発化し、ダナンでは IT 関連のオフショア開発拠点としての役割が大きくなっています。また、日系企業の進出状況や IT 産業の成長に加え、ベトナムにおける電力供給の課題や行政手続きの問題もあるとのことでした。



### 【リックイソフト】

午後には、立命館大学と慶應義塾大学に留学経験のある6名のベトナム人によって設立されたIT企業、「リックイソフト」を訪問しました。同社の事業内容についての説明を受け、その後、オフィスを視察しました。

リックイソフトは、近年急成長を遂げているベトナムのIT企業で、2012年にハノイで設立されました。現在、ダナンやホーチミンなど、ベトナム国内の主要都市に拠点を展開しています。また、近年では国際市場への拡大を目指し、日本にもオフィスを開設し、日本企業向けのサービスを強化しています。加えて、韓国やアメリカ、タイにも拠点をもち、グローバルなネットワークを広げています。

日本市場には特に力を入れており、日本語対応ができるスタッフを揃え、円滑なコミュニケーションを実現しています。提供するサービスには、ベトナム拠点を活用したオフショア開発、ITコンサルティング、受託開発、さらに長期的なアフターサポートが含まれます。

同社はIT人材の育成にも注力しており、社員のスキルアップとキャリアアップを重視しています。社内でのトレーニングプログラムや資格取得支援に加え、リーダーシップ育成プログラムも導入し、最新技術やスキルを習得できる環境を整えています。また、日本市場をターゲットに、日本語やビジネスマナーの教育も行い、より効果的なサービス提供体制を確立しています。





### 【ベトナム IT 企業との交流イベント】

29日の午後からは、派遣プロジェクトのメインイベントである、ベトナム IT 企業との交流会イベントが、ハノイ市内のホテルで開催されました。交流会には、ベトナムの IT 企業、教育機関、そして政府関係者を含む 50 名以上が集まり、日越両国のビジネス交流を深める貴重な機会となりました。

開会挨拶では、島根県商工労働部 しまねブランド推進課 海外展開支援室室長の長井達弥氏が登壇し、島根県からの企業参加者や、ベトナムのパートナー企業との協力強化に向けた意気込みを語りました。



続いて、来賓挨拶として、日越 IT 協力委員会の副会長であるグエン・タン・ミン氏、そしてハノイ工科大学 外国語センターの副センター長のグエン・ティ・タン・トゥ氏がそれぞれ挨拶し、両国間の教育および技術協力の重要性についてお話をいただきました。

特別講演では、「FPT の概要」というテーマで、FPT コンサルティングジャパンのエグゼクティブディレクター、小野内隆弘氏が登壇されました。ベトナム最大の IT 企業である FPT グループのビジネス展開や IT 業界での成果について紹介し、今後の共同プロジェクトに向けた提案がありました。

## 島根・ビジネスサポート・オフィス便り Vol. 121



続いて、島根県企業の16社が、自社の企業概要と提供しているサービスを紹介し、ベトナム市場における期待や求めるビジネスパートナーについて、それぞれ発表を行いました。

参加企業のプレゼン終了後には懇談会が開かれ、日越の企業がより深いネットワーキングの場を持ち、今後のビジネス連携に向けた具体的な議論が展開されました。今回の交流会は、両国の経済的つながりを一層強化するための重要な一歩となりました。



### 【FPT グループ】



10月30日の最初の視察先は、1998年にハノイで設立をされた、ベトナムIT企業最大手の「FPTグループ」です。視察では同社の提供するサービスについて詳しい説明を受けた後、FPTが運営するFPT大学についての紹介を受けました。

同社は、当初はソフトウェアの開発と販売を中心に事業を展開していましたが、現在ではITサービス、ソフトウェア開発、ITコンサルティング、テレコミュニケーション、電子商取引に加えて、人工知能（AI）やIoT（モノのインターネット）といった先進技術の研究開発にも注力しています。国内外に多数の拠点を構えており、特に日本、アメリカ、ヨーロッパなどの海外市場へ積極的に進出しています。

同社の創業当初から日本は最重要マーケットであり、売上の40%は日本マーケットから上げています。日本国内には事業所や開発センターを構え、約3,500名の従業員が活躍しています。沖縄や北海道にはニアショアセンターを設置し、日本企業へのサポート体制を強化しています。

さらに、FPTはオフショア開発センター（ODC）を通じて、日本の人材不足に対応しています。ODCは、コストの低い国に設立され、クライアント企業の子会社のような役割を果たすソフトウェア開発センターです。





本社視察後は、FPT が設立・運営している FPT 大学を訪問しました。同学はベトナムの IT およびビジネス分野における優れたカリキュラムを提供する私立大学です。大学は、テクノロジー、エンジニアリング、経済学などの分野に特化しており、国内外の学生に向けて質の高い教育を提供しています。

カリキュラムは、IT 業界のニーズに基づいて構築され、学生が実務経験を積むために、企業との連携も強化しています。また、グローバルな視点を持つ教育が特徴で、国際的な学術交流や国外の企業でのインターンシップの機会も提供されています。現在、ハノイをはじめ、ホーチミン市やダナンなど、ベトナム国内に複数のキャンパスがあります。

### 【フンドン大学】

ミッション団最後の訪問先は、1994 年に設立されたベトナムで最も歴史のある私立大学の 1 つであるフンドン大学です。大学の情報通信学部では、情報技術、電子商取引、マルチメディアなどの分野をカバーしており、現在およそ 9,000 名の学生が学んでいます。また、日本語を使いこなせるシステムエンジニアを育成するための日本語学習プログラムも提供しています。



学部長と面会し、大学の概要について説明を受けました。その後、島根県企業と学生たちとの交流会が行われ、学生からは企業に関する質問が多く寄せられました。今回の島根県企業の訪問のために、交流会に参加した学生たちは、それぞれの企業に向けた手紙も準備しており、手紙を受け取った島根県企業の参加者は学生の日本語学習に対する真摯な姿勢を感じる、温かい交流の場となりました。



### 【最後に】

このたびの「ベトナム IT ミッション派遣プロジェクト」は、島根県企業にとってベトナムとの連携と市場展開の可能性を感じる貴重な機会となりました。現地の IT 企業との交流や視察を通じて、ベトナムのオフショア開発拠点としての実力や IT 人材の豊富さを直接身をもって感じていただけたのではないかと思います。また、リッケイソフをはじめ、FPT 社やフONDON大学との意見交換では、具体的な協業の方向性や現地ニーズへの対応方法についても多くの提案を得ることができました。

帰国後には、交流会で会ったベトナム企業との情報交換や、具体的な取引、人材交流など様々な可能性について協議を始めている企業も多くあり、このミッション団の派遣が、島根県とベトナムの IT 分野におけるさらなる関係深化の大きな第一歩となりました。

### □ ■ タイ企業インタビュー ■ □

#### Foods Classic Co., Ltd.

マネージングディレクター：山田 恵子 様

アシスタントマーケティングマネージャー：チャユット・ポンタウィチャイワッタナー様



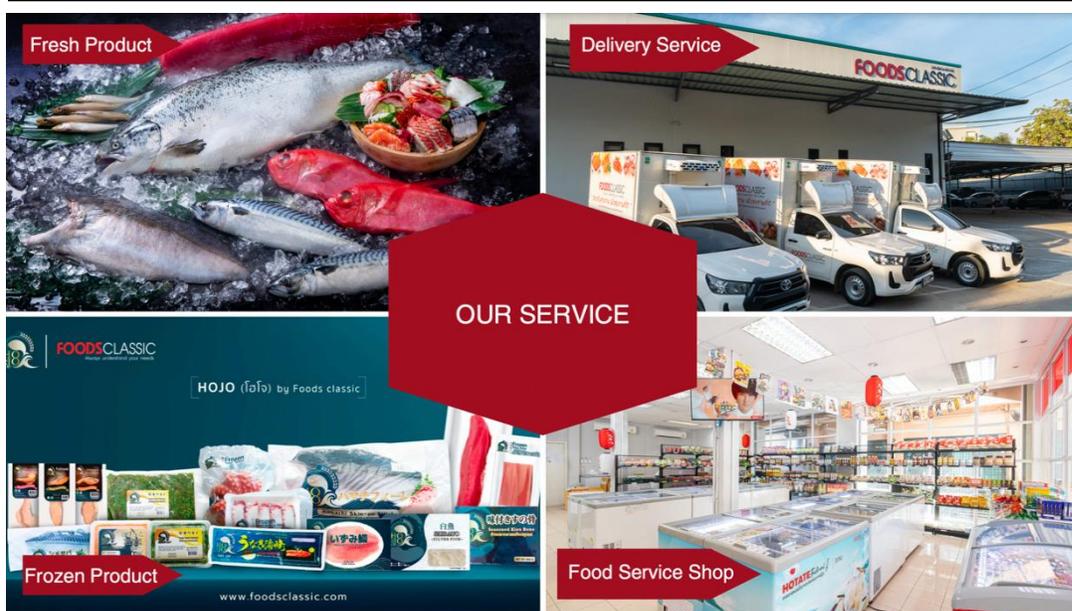
画像中央左：山田様

画像中央右：チャユット様

#### 【Foods Classic 会社概要】

Foods Classic は、2009年にタイで設立された高品質の食材を世界中から輸入及び販売する会社です。設立当初は、タイ国内で日本や欧米向けの加工水産品の販売を主な業務としていましたが、顧客のニーズに応えるため、徐々に輸入商材に重点を置くようになりました。現在、当社には3つの支社があります。1つはバンコクに、もう1つはチェンマイにあり、これらの支社では Food & Supply という店舗で店頭販売も行っています。2022年には新たにコンケンに支社を開設し、タイ東北部イサーンにある県への商品を卸す拠点となっています。

現在、従業員数は支社のスタッフを含めて約70名です。将来的にはタイ南部にも支社を増やす可能性があります。ありますが、今のところは南部の顧客は少なく、同エリアからの注文はオンラインがほとんどです。



【取り扱い商品】

シーフード、冷凍食品、加工食品、調味料、肉類、そしてデザートなどの商品を、主に飲食店に向けて提供しています。輸入している食品の主な原産国は、50%が日本で、残りの50%はタイ、ノルウェー、ベトナム、中国のものです。最も人気のある商品は生鮮食品、特にノルウェー産のサーモンとサバです。加工食品では、ウナギや調味料が人気です。



商品の詳細 : <https://www.foodsclassic.com/>

## 島根・ビジネスサポート・オフィス便り Vol. 121

---

### 【サプライヤー】

扱う商品は、日本、ノルウェー、ベトナム、中国、ニュージーランドなど多くの国から、サプライヤーを通して、船便または航空便で輸入しています。新たに扱う商品については、サプライヤーから商品の紹介を受け、市場テストのために商品を提供してもらう。あるいは、弊社が特定の商品の扱いを希望する場合は、サプライヤーにその商品の手配を依頼する場合があります。

### 【主な取引先】

主な顧客はタイ国内のレストラン、特に日本食レストランです。フジスーパー、ドン・キホーテ、イオン、ヴィラマーケット、ビッグ C などの小売りチェーンとも取引があります。タイ国内での販売の他に、ミャンマー、ラオス、カンボジア、ベトナムなど、隣国への輸出も開始しています。現在、当社には海外に支社はないため、各国の顧客から直接購入依頼を受けています。

### 【販売チャネル】

弊社はバンコクにオフィスと商品保管用の倉庫を持っており、チェンマイとコンケンには販売店舗と物流センターがあります。販売チャネルは、主にオンラインに焦点を当てており、人気のある順に LINE 広告、タイで人気の高い E コマースプラットフォームである SHOPEE と LAZADA があります。その他 Facebook では、商品の紹介や商品知識の共有、イベントのプロモーションを発信する場として活用しています。

弊社は将来的にはバンコクにも小売店をオープンする計画です。今後は販売チャネルを増やし、さらには海外市場への輸出も拡大していくため、主に消費財を扱うオンライン業者とコンタクトを取っています。ただし、弊社は自社で商品を製造していないため、ある程度の制限があります。そのため、現在の輸出方法として考えているのは、複数の製造業者から商品を集めて一緒に輸出する、または日本からの輸入が少ない国々へ輸出することです。



チェンマイの販売店の画像

### 【会社の特長】

弊社は、国内外、特に日本からの多様な商品を取り扱っています。また、自社ブランドの商品も販売しています。配送エリアについても自社のトラックで北部、東北部、中部の各地域をカバーしており、バンコクでは自動車に加えて、小口の注文のために、保冷バッグを装備したオートバイでの配送も行っています。



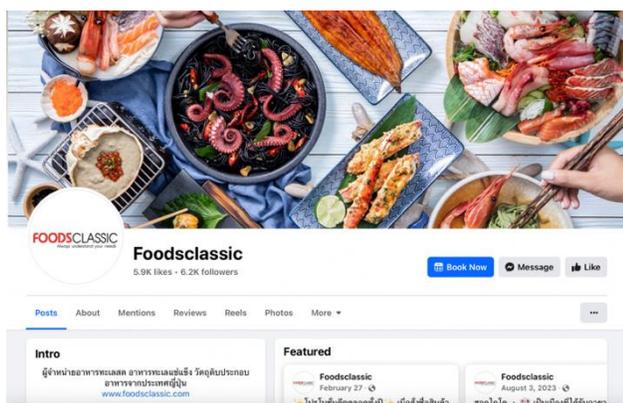
### 【コロナウイルスの流行によって生まれた課題】

コロナ禍前後でビジネスの状況は大きく変わっていませんが、最近タイでは特に加工食品の輸入に関する規則が厳しくなり、成分検査が以前よりも強化されています。また、タイでは、冷凍食品の輸入ビジネスの競争が非常に激しくなっています。注文した商品が、以前に受け取ったサンプルと異なるなど、取引先との問題が起こることもあります。

### 【マーケティングのアプローチ】

オンラインマーケティングを、主に Facebook を通じて行う予定で、支社ごとにページを開設して地域ごとにプロモーションを行います。インフルエンサーを活用した TikTok でのプロモーションも開始する予定です。

プロモーションのタイミングや種類の選定をしていますが、現在、広報活動はあまり進んでいません。オンサイトでのマーケティングでは、イベントを開催したり、タイ国内最大規模の食品展示会である THAIFEX に毎年出展しています。



参考: <https://www.facebook.com/foodsclassic>



THAIFEX 出展時のブースの様子

それ以外にも、JETRO と協力してのイベントの実施や JETRO からマーケティングサポートの協力依頼を受けることもあります。例えば、1 月には日本から輸入されたホタテ貝のイベントがありました。このイベントの目的は、タイの消費者に日本産のプレミアムホタテ貝をより広く知ってもらうことでした。これは直接的には当社のプロモーション活動ではありませんでしたが、イベントを通しお客様が弊社を知る機会となりました。

イベント情報： [https://www.matichonweekly.com/publicize/article\\_742079](https://www.matichonweekly.com/publicize/article_742079)

弊社の顧客の多くはリピーターで、一度に大量の商品を購入します。専門の営業部門があり、顧客は商品を事前に注文して在庫を確保したり、「今日注文して明日受け取る」や「オンラインで 2 日以内に受け取る」などのサービスを利用することができます。新規顧客の開拓については、既存顧客からの紹介や、新しく開店するレストランが原材料を調達する際に弊社に連絡を取る、というパターンが多いです。

### 【ビジネスパートナーへの期待】

通常、両社のニーズを考慮し、事前に合意に達することが重要です。最も重要なのは柔軟性です。例えば、タイの消費者の要望に応じてパッケージのデザインの変更や商品の量を調整いただく必要があります。また、輸入に際して条件や設備など細かい点も検討する必要があります。冷凍食品や冷蔵食品を保管できる冷蔵設備があるかどうか、また一部の商品は特定の温度で保管する必要があるなど特別な基準を設けられている場合もあります。また、顧客の商品をタイでは自社ブランドで販売したい場合もあり、その場合は双方が納得できる解決方法を見つけるために協議を重ねます。

### 【マネジメントシステム関連のニーズ】

現在弊社では、既存の社内システムと連携し、顧客の注文管理、請求書の発行まで一括で対応可能なシステムを求めています。また、顧客タイプや購入量によって販売価格が異なるので、そういった情報に基づいて販売価格を設定できるシステムも必要です。個々の商品やパック単位での注文もシステムで管理をすることで、ヒューマンエラーを減らしたいと考えています。

### 【ビジネス拡大のアプローチ】

私たちはタイ国内だけでなく世界に販売を拡大したいと考えています。

またタイ国内においては、高齢者社会に移行しているため、高齢者向けの食品に対する需要は今後大きくなると考えています。そのため、高齢者向け、子供向けの食品の取り扱いには強い関心があります。

タイでは子育てが重視されていますが、子供向けの食品はまだ少ないため、ここにビジネスチャンスがあると考えています。

### 【将来の日本のパートナーへ伝えたいこと】

タイでは食品輸入にかかる法律や規則など頻繁に改正されているため、常に最新の情報を入手することが重要です。また、タイ市場に適した価格設定を行わないと、国内で広く展開していくのは難しいです。商品が市場に適しているかどうかを調査し、両国の食文化の違いやニーズに合わせて日本とパッケージやサイズを変更するなど、商品をローカライズする必要もあります。

弊社でタイ市場にあった商品を選定するお手伝いをしますので、まずは商品サンプルと詳細情報を送ってもらい、弊社の主要な顧客層に適しているかどうかを検討いたしますので、お問い合わせなどあればお気軽にご連絡ください。

### 【企業概要】

会社名 : Foods Classic Co., Ltd.

会社 HP : <https://www.foodsclassic.com/langJP>

事業内容 : 食品の輸入及び卸売

住所 : 3388/22 Sirinrat Building 7Th. Floor, Rama4 Rd, Klongton, Klongtoey, Bangkok  
10110 Thailand

### □ ■ タイにおける合法カジノ構想、観光産業の新たな転換点と社会的課題 ■ □



こんにちは。島根・ビジネスサポート・オフィスのタイ人スタッフ、グラフです。

タイにおける合法カジノの議論が、新たな展開を見せています。2024年3月、総合エンターテインメント施設（Entertainment Complex）に関する調査報告書が下院で全会一致で承認されました。この動きは、長年タブー視されてきた合法カジノの実現に向けた重要な一歩として注目を集めています。

この構想は、タクシン・チナワット政権時代（2001～2005年）から幾度となく提案されてきましたが、仏教国としての道徳観や社会問題への懸念から、これまで実現には至りませんでした。

しかし、近年の経済状況や観光産業の変化を背景に、より現実的な選択肢として再評価されています。

#### ・経済効果と期待

合法カジノの導入により約3,572億バーツの経済効果が見込まれています。これは単なるギャンブル収入だけでなく、観光産業全体への波及効果を含んでいます。特に、外国人観光客の誘致や、ホテル、飲食、小売など関連産業の発展が期待されています。

また、現在問題となっている違法カジノやオンラインギャンブルへの対策としても、合法カジノは有効な解決策となる可能性があります。管理された環境での運営により、消費者保護や税収確保が可能となります。

### ・Entertainment Complex の新しい形

注目すべきは、今回提案されている施設が従来のカジノとは大きく異なる点です。カジノ施設は総面積の5%以下に制限され、むしろ総合エンターテインメント施設としての性格が強調されています。劇場、コンサートホール、スポーツ施設、ショッピングモール、高級ホテルなどを備えた複合施設として構想されています。

これは、シンガポールやマカオで成功を収めている統合型リゾート（IR）の概念を参考にしたものですが、タイ独自の文化や価値観を反映させた新しいモデルを目指しています。

### ・課題と対策

しかし、この構想には重大な課題も存在します。最も大きな懸念は社会的影響です。ギャンブル依存症や犯罪増加のリスクなど、特に若者への影響が指摘されています。これに対し、厳格な入場管理システムや依存症対策プログラムの導入が計画されています。また、近隣諸国にはすでに25以上のカジノ施設が存在しており、後発組として市場に参入するタイにとって、競争力の確保も重要な課題となっています。この点については、タイの観光資源や文化的魅力を活かした独自の価値提案が必要とされています。

### ・法整備と社会的合意

実現に向けては、包括的な法整備が必要不可欠です。単なるカジノ規制法だけでなく、マネーロンダリング対策や消費者保護、治安維持など、多岐にわたる法的フレームワークの整備が必要となります。

同時に、国民からの合意形成も重要な課題です。仏教国としての価値観と経済発展の両立、観光産業の発展と社会問題の防止など、さまざまな観点からバランスの取れた議論そして立案が求められています。

### ・最後に

Entertainment Complex 構想は、タイの観光産業に新たな可能性をもたらす一方で、慎重な検討と準備を要する重要な政策課題です。その成功には、法整備、管理体制の確立、そして何より国民の理解と支持が不可欠です。段階的な実施と効果検証を重ねながら、経済発展と社会的責任のバランスを取った持続可能なモデルを確立することが求められています。これは単なるカジノ解禁ではなく、タイの観光産業の新たな発展モデルを示す挑戦となるでしょう。

そして、この取り組みが成功すれば、アジアの観光産業に新たな可能性を示す先例となるかもしれません。

## 島根・ビジネスサポート・オフィス便り Vol. 121

---

※別紙に、年内に開催予定のタイ・インドネシア・ベトナムの展示会情報をまとめました。

サポートオフィスでは、現地で開催される展示会へのアテンドも行っております。

関心のある展示会がございましたら、お気軽にご連絡ください

担当：柴田 隼介 Shunsuke Shibata

Address: 1 VASU1 Building, 12 FL., Room 1202/D, Soi Sukhumvit 25,

Sukhumvit Rd., Klongtoey-Nua, Wattana, Bangkok 10110

▶ タイ経済指標

項目	単位	2021	2022	2023	2024
GDP 成長率	前年比 (%)	1.8	2.7	1.9	2.0 (6月)
人口*	千人	68,161	69,922	70,104	70,223 (8月)
労働者の数*	千人	38,631	40,143	40,674	40,699 (9月)
失業率**	%	1.94	1.32	0.98	1.03 (9月)
最低賃金*	バンコク	331	353	353	363
	チョンブリー	336	354	354	361
	アユタヤー	325	343	343	350
	ラヨン	335	354	354	361
賃金：全国製造業の平均	バーツ	13,506	14,305	14,416	14,331 (6月)
インフレ率**	前年比 (%)	1.24	6.08	1.23	0.06 (1月)
中央銀行政策金利*	%	0.50	1.25	2.50	2.25 (10月)
普通貯金率**	%	0.25	0.28	0.40	0.43 (9月)
ローン金利 (MLR) **	%	5.42	5.50	6.83	7.17 (9月)
SET 指数*	1975年：100	1,657.62	1,668.66	1,415.85	1,466.04 (10月)
バーツ/100円**	バーツ	29.15	26.78	24.82	23.52 (10月)
バーツ/米ドル**	バーツ	31.98	35.06	34.80	35.49 (10月)
円/米ドル**	円	109.8	131.38	144.07	149.63 (10月)
車販売台数 (1月からの累計)	台数	736,716	856,057	702,921	437,894 (9月)
BOI 認可プロジェクト	件数	1,572	1,554	2,383	2,218 (9月)
BOI 認可プロジェクト金額	10億バーツ	511.9	618.62	750.12	745.96 (9月)

\*期末、\*\*平均